

佐渡市の産業振興に向けた提言

—財源を域外に逃がさない「地消地産型」経済循環モデルの構築—

齋藤 恭俊¹

富山 栄子²

要 旨

いま全国各地で多くの自治体が財政難に頭を抱えている。それは佐渡市も例外ではない。人口の減少や高齢化の中で、いかに持続可能な地域をつくっていくかが地域の政策課題となるだろう。佐渡市は、地域の“稼ぐ力”となりうる観光産業の振興を目指し、その足掛かりとして世界遺産への登録活動を推進してきた。さらに近年では、観光集客機能の増強をねらい、佐渡観光交流機構を発足させた。しかし、佐渡市においては観光振興のみならず“産業振興”や“循環型経済”の構築も含めた振興政策が重要である。観光産業を基盤として関連事業者への経済波及効果を高め、強固な域内産業を築き上げることと合わせて、域内経済循環を高めることで地域経済を活性化させるのである。

本稿では、最初に佐渡市の現状について地域経済分析システム等を用いて分析を行う。その上で、先行研究ではあまり例を見ない“産業振興に向けた可能性”について論じ提言としてまとめる。

キーワード

佐渡市、産業振興、経済循環、地消地産、ふるさと納税

1 はじめに

1.1 研究の背景

佐渡はその歴史から独特な文化を築き上げ、全国に誇る様々な遺跡・財産を豊富に含有してきた。江戸時代に幕府の直轄地として栄えた旧相川町や北前船が寄港する港町として栄えた旧小木町などがその名を知られているが、佐渡はいま全国各地で発生している過疎化、少子高齢化の波に飲まれている。その人口は年々減少し、近い将来限界集落として立ち行かなくなるのではないかと指摘もある。2007年に「佐渡市」として統合され、佐渡は市をあげてこうした問題に取り組み、「再生」を目指しているが、苦況からいまだ抜け出すことができていない。

¹ 事業創造大学院大学 事業創造研究科

² 事業創造大学院大学 教授

人口の一極集中が止まらない「東京」が人ごみに溢れかえる傍ら、多くの地方財政は逼迫し、疲弊しきっている。これは佐渡市も例外ではない。高本・富山〔2015〕は佐渡市の財政状況と課題について論じているが、産業振興や地域経済の活性化のための方策については明らかにされていない部分が多い。我々はこうした現状に目を当て、実効性のある具体的行動を起こしていかなければならない時期に瀕している。

こうした中、佐渡市は市をあげて「佐渡を世界遺産に」することに幾ばくかの期待を寄せている。2010年には念願の「暫定リスト」に記載されたが、世界遺産「推薦リスト」への登録は目前に控えながらいまだ実現することがない。2020年度枠への推薦を見送られた2018年、同市が落胆に滲んだことは記憶に新しい¹。佐渡市は引き続き登録を目指した推進活動を行っていく方針であるが道程は険しく、今後は推薦枠が一層限定され、遺産登録候補となる国内競合との熾烈な争いが予期される²。

1.2 研究目的

建井〔2005〕、新井〔2008a〕の先行研究等によって世界遺産登録の本来の目的は「保全」であると叫ばれている。一方で、佐渡が「金を中心とする佐渡鉱山の遺産群」の世界遺産登録を目指す真の理由として、世界遺産登録という一大イベントを「観光振興」や「地域活性化」への足掛かりとしていることは疑う余地がないだろう。世界遺産登録が観光振興や地域の活性化に本当に寄与するのかという問いにはそもそも疑問点も存在しており、小室〔2014〕はその観点を以下のようにまとめている。

- ① 世界遺産登録後も長期にわたって安定した観光需要が確保されるのか
- ② 世界遺産のもつ国際的なブランド価値によりインバウンド観光はどうか
- ③ 世界遺産所在地域は、経済面、社会文化面でどのようなメリットを享受するのか
- ④ 本来の目的である遺産保護において観光客の増加等による支障が生じないか

上記の指摘のうち、とりわけ①と③の問いは重要であろう。佐渡が世界遺産に登録されることによって活性化するのは他の研究に委ねることにするが、ここで重要となるのは世界遺産登録に縋りつく観光振興・地域政策だけでは不十分ではないかということである。人口減少の中で持続的な地域をつくっていくためには「地消地産³」で地域の経済循環を高め、域内の地域経済を活性化していくことが極めて重要ではないだろうか。高本・富山〔2016〕では、構造改革特区⁴に言及し特定種類製造に着眼するなかで、新たな地域資源の活用と地域活性化について論じており、地域資源を核としたブランド構築の必要性を説いている。しかし、地域資源を核に経済波及効果を高めていく具体的な仕組みづくりについては明らかになっていない。

そこで、本稿では新潟県佐渡市に焦点を当て、その現状と産業振興や地域経済の活性化に向けた展望について論じていく。まず次節で、佐渡市の現状について主に「地域経済分析システム（以下、本稿ではRESAS⁵とする）」等を用いて分析を行う。その後、

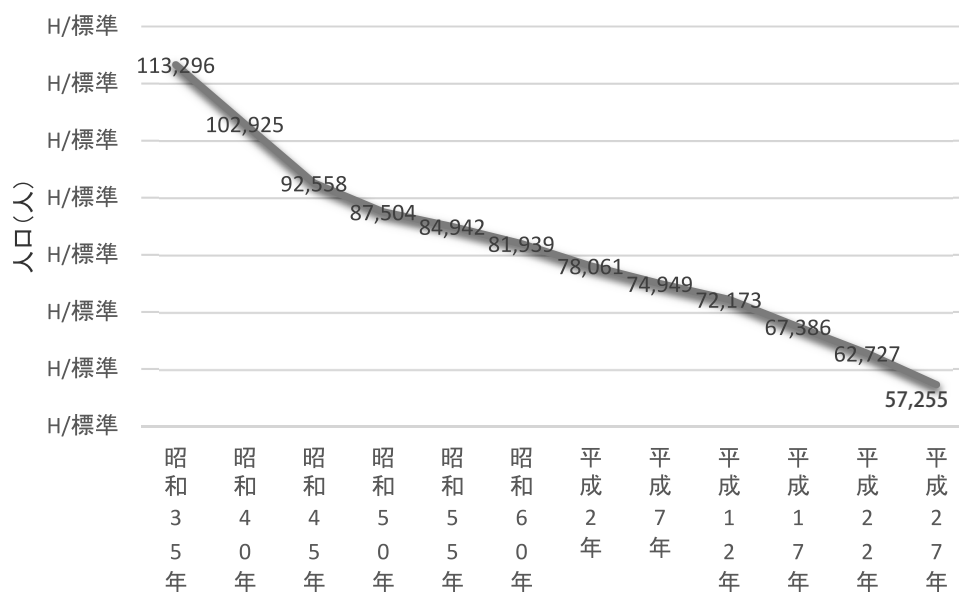
関連事項の概要について調査を行ったのち、佐渡市の経済活性・産業振興に向けた提言についてまとめていく。

2 佐渡市の現状

2.1 人口・社会動向

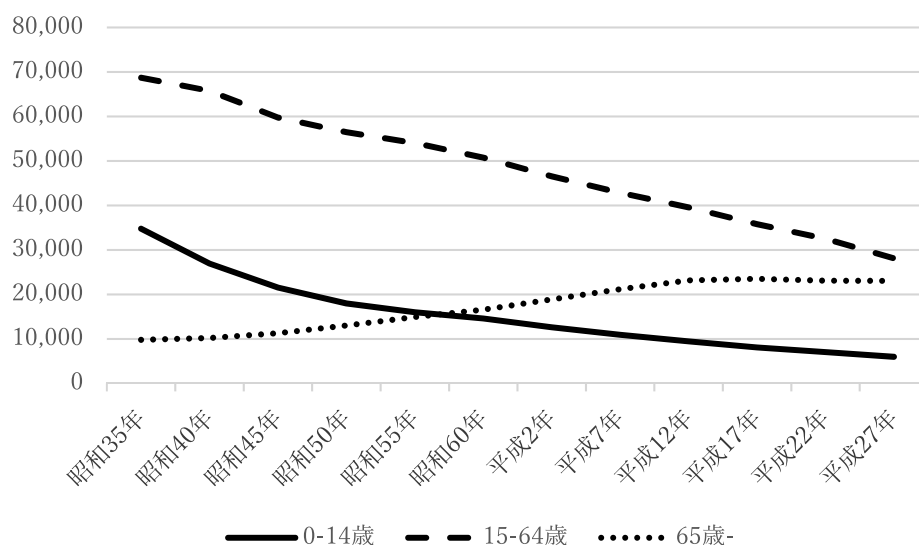
まず佐渡市の人口および社会動向について見ていく。図1は昭和35（1960）年から平成27（2015）年までの佐渡市の人口推移を表している。かつて江戸幕府の直轄地⁶として栄えた佐渡市であるが、現在はかつての賑わいを見る影もなく、約855km²の島に6万人弱が生活している。さらに、2019年2月1日現在では、人口55,209人⁷と下降の一途をたどっていることがわかる。また、図2では、世代別の人口推移を示している。0歳から64歳までの人口が年々減少する一方で、65歳以上の人口が増加しているうえに、平成27（2015）年時点で、高齢者の割合が全人口の40%に達しており⁸、2040年には44%に達する⁹と推計されている。

図1 佐渡市の人口推移



（出所）佐渡市ホームページより筆者ら作成

図2 佐渡市の人口推移（世代別）

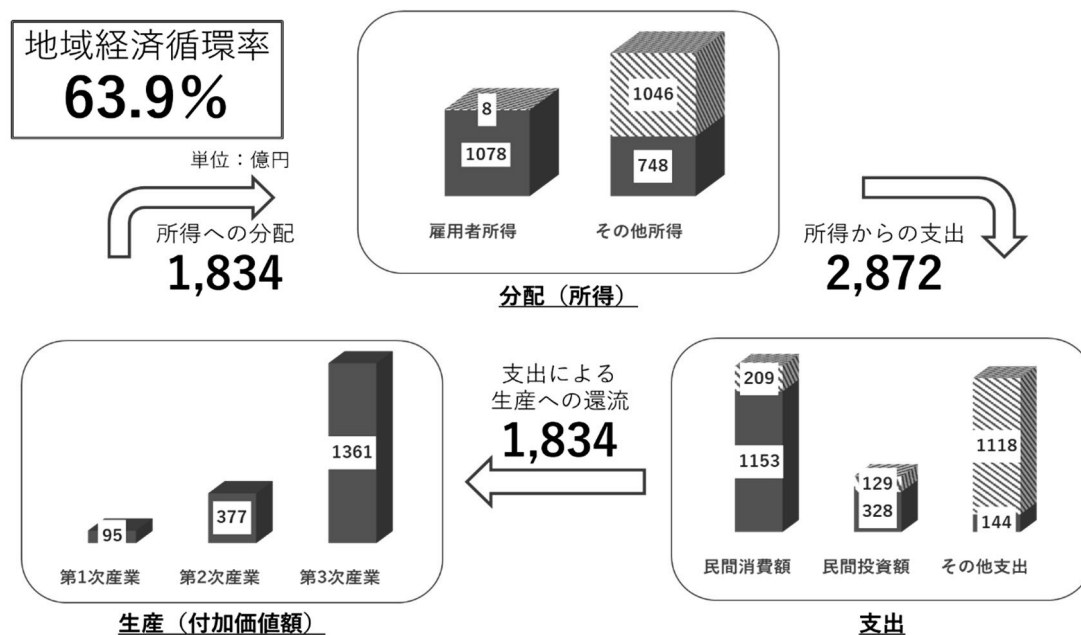


（出所）佐渡市ホームページより筆者ら作成

2.2 経済状況

次に経済状況や産業構造についてRESASを用いて分析を行っていこう。まず、佐渡市の経済循環率は図3に示すように、2013年で63.9%である。同年、新潟県は92.6%であり、これと比較すると佐渡市の経済循環率は極めて低いということが指摘される。とりわけ企業所得や交付税、補助金等により構成される「その他所得」の地域外からの流入が1,046億円と、域外依存度が高く、「政府支出」+「地域内産業の移輸出－移輸入」により求められる「その他支出」¹⁰の地域外への流出は、1,118億円と地域内ベースの144億円と比べて約8倍の額が流出している。表1では国内の離島のうち、所在地や人口・面積などで類似する5島の経済循環率を比較している。人口密度が最も高い奄美大島の経済循環率が最も高く、人口・面積ともに規模の小さい粟島は経済循環率が最も低い。一方で、面積でもっとも佐渡市と近い対馬市では、人口が佐渡市より約25,000人も少ないにもかかわらず経済循環率では佐渡市を2ポイント近く上回っている。産業状況などの経済面や人口構成比などにも配慮すれば、もっと正確な分析が可能になるであろうが、本稿での分析はここまでとする。また図4は佐渡市における産業別生産額を表している。数値の大きい産業ほど地域内で稼ぐ力が大きいとされ、佐渡市では建設業がもっとも大きく、次いで公務、公共サービス等が上位を占めている。これは産業別付加価値額、産業者別雇用者所得でみても上位3位は変わらないため、これらが地域内において中心的な産業であると断言して間違いないだろう。

図3 佐渡市の経済循環図



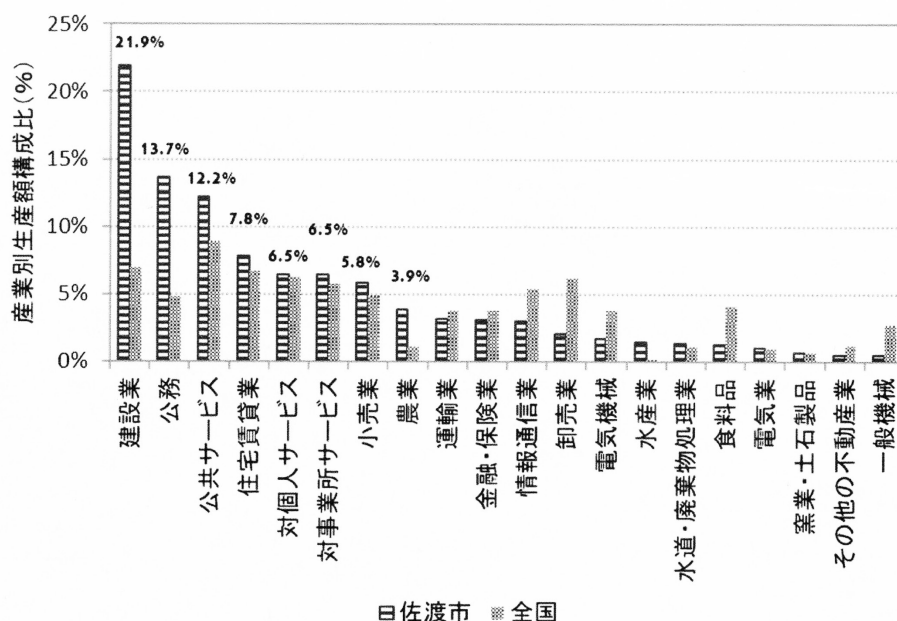
（出所）地域経済分析システム（<https://resas.go.jp/regioncycle/#/map/15/15224/2/2013>）をもとに筆者らが加筆修正

表1 日本の主要離島5島の経済循環率比較

	佐渡島	粟島	奄美大島	宮古島	対馬島
都道府県名	新潟県	新潟県	鹿児島県	沖縄県	長崎県
市町村名	佐渡市	粟島浦村	奄美市	宮古島市	対馬市
人口※	57,262人	370人	43,156人	54,519人	31,457人
※平成27年度国勢調査					
面積	約855km ²	約9.8km ²	約306km ²	約204km ²	約709km ²
経済循環率	63.5%	54.6%	70.8%	66.2%	65.3%

（出所）各市町村ホームページ、地域経済分析システムより筆者ら作成

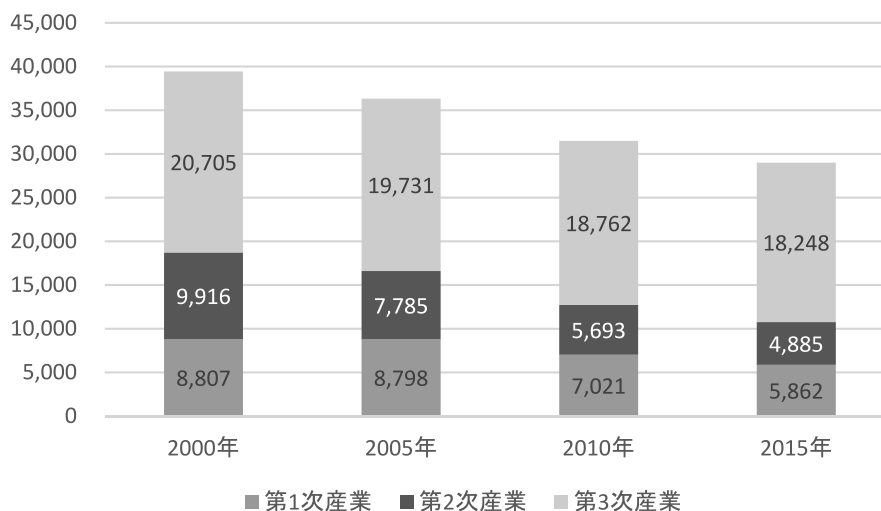
図4 佐渡市における産業別生産額の構成比



(出所) 環境省「地域経済循環分析自動作成ツール」を用いて作成

その一方で問題視されるのが、建設業を含む第2次産業の従事者数の減少である。図5は佐渡市ホームページ、および総務省統計より作成した産業別従事者数の推移であるが、全体の従事者数が減少する中で、とりわけ第1次、第2次産業者の割合が減少していることがわかるだろう。域内の建設業従事者が減れば、域外の事業者に依存するか、生産効率を引き上げない限り生産額が減少するかしかなくいずれにしても域内経済に与える影響は大きい。

図5 佐渡市の産業別従事者数推移



(出所) 佐渡市ホームページ、総務省統計等より筆者ら作成

2.3 振興政策

佐渡市の「平成30年度 施策方針」によれば、佐渡「再生」のための重要政策として、1) 観光地域づくりの推進 2) 産業の振興 3) 災害に強い島づくり 4) 佐渡活性化に向けた地域づくり を掲げているほか、現在暫定リストに掲載されている「佐渡金銀山 金を中心とする佐渡鉱山の遺産群」の世界遺産登録を目指し、推進活動に力を入れている。

観光地域づくりの推進としては、2018年4月に佐渡観光交流機構（佐渡版DMO¹¹）を組織した。団体旅行から個人旅行へのシフトに対応し、さまざまな観光コンテンツの開発と情報発信を担うほか、近年増大する外国人の国外旅行市場に目を向け、欧州を主要顧客に設定したマーケティングのもとインバウンドの獲得を目指している。

産業振興としては、農業を中心に新たな地域ブランドの構築や、海外への展開など販路の拡大を目指している。また、行政機関においてはアウトソーシング推進計画などを掲げている。市が担う行政サービスの一部を外部委託することで、地域経済の活性化や経費の節減、専門性の向上による市民サービスの利便性向上などを目的としている。すでに委託している業務のほか、2019～2020年度にかけて委託業務の範囲を拡大し、受託事業者を募る見込みである。

佐渡の活性化に向けた地域づくりとしては、福祉・子育て環境の充実のほか、移住・定住の促進事業として、「佐渡島PR動画」の作成と発信、空き家情報の掲載や「お試し移住」などの支援を行っている。

2.4 課題分析と仮説

（ア）人口の減少と高齢化

佐渡市に打ち寄せる人口減少の波は和らぐ見込みがなく、年々居住人口は減少している。一方で、高齢人口の割合は年々高まってきている。2050年までには同市の人口は4万人を割り込むとも推計されており、持続可能な地域づくりのためには、人口維持と合わせて若者の定住促進などが欠かせないだろう。

（イ）域内経済循環の低さ

RESASを用いて指摘した通り、佐渡市における経済循環率は極めて低い現状にある。とりわけ、地域の主たる稼ぐ力である建設業の担い手が減少していることと、公務や公共サービスなどが域内において大きな存在感を示しており、域内産業が育っていない現状が指摘される。佐渡市が掲げる施策にもあるが、行政が抱えている業務を民間事業者に出スソーシングをするなどして、地域経済の活性化を実現すべきである。あわせて、こうした委託事業は域外の事業者任せではなく、域内の事業者を選定することで地消地産型の新たな経済循環が生まれ、域内に波及効果が期待される。

（ウ）包括的な観光地域づくり

佐渡観光交流機構（佐渡版DMO）の設置により、平成初期より下火であった佐渡の観光にも期待が寄せられている。しかしながら、包括的な観光地域づくりを実現するためには、DMOのみに依存しない地域づくりが必要であろう。佐渡市や新潟県が

睨む「世界遺産登録」推進に向けた取り組みと並行して観光政策を行うことはもちろんのこと、観光サービスの担い手となる域内事業者の育成や強化も欠かせない。現にDMOが観光事業者を対象にしたワークショップなどを開催するなど、稼ぐ地域を域内事業者全体で築き上げていくための土台が今まさに作られているさなかであるが、さらなる経済基盤の構築に向け、新たな地域づくりの担い手が求められるだろう。

3 ふるさと納税と佐渡市

3.1 ふるさと納税の現況

ふるさと納税制度は2008年から施行され、近年では大手企業の市場参入¹²等を背景に、その取扱い総額は飛躍的に増大している。ふるさと納税は「納税」という名がつくものの、実際には都道府県や市町村への「寄付」といったほうが正しいだろう。「納税」は自分が居住する地域にしか行うことができない。すなわち、進学や就職を機に都市部に移住することになれば、自分が生まれ育った故郷に対して「納税」を行うことはできない。そこで考え出されたのが「ふるさと納税」制度である。個人が自治体に対して寄付を行い、後に税金の控除を受けることで、個人の負担は少ないまま、居住地域以外の自治体に「納税」することが可能となる。これは自分の「ふるさと」への寄付を前提として作られたが、「納税」を行う自治体は「納税者」が自由に選択することができるため、実際には財源を多く確保できている自治体とそうでない自治体との間には大きな差が生じているのが現状である。また、「財源確保」のためにふるさと納税の基本概念を逸脱して、負担額の30%を超える返礼品を贈呈したり、地域の特産とまったく関係のない商品を返礼品として商品化するなど、制度自体のあり方や自治体の対応差などが問題視されてきている¹³。一方で、保田〔2017a〕は、ふるさと納税の制度について「当初想定していなかった返礼品を通じて、間接的に地方の企業の育成を行っていることになり、中小企業支援策として効果をあげている数少ない事例」であるとしている。

3.2 佐渡市とふるさと納税

では、佐渡市におけるふるさと納税の状況はいかがであろうか。以下の表2および図6では、佐渡市のふるさと納税の件数と金額の推移を表している。制度が導入された2008年の成果は、件数61件、金額556万円であったが、2015年頃から件数、金額ともに急増し、2017年の実績は3,567件、約9324万円にまでその規模は拡大している。総務省〔2017〕による、ふるさと納税の取扱額推移でも2015年からその規模が大幅に拡大していることは同じであり、佐渡市もこの波に大きく乗れたといえる。しかしながら2017年は、件数は前年並みであるものの、金額が大きく転落している。これは、一人当たりあるいは一回あたりの納税額が前年を下回ってしまったことに起因するだろう。「納税者」の立場からすれば、ほしい返礼品にあわせて「納税」を行うというインセンティブが働くため、一つの地

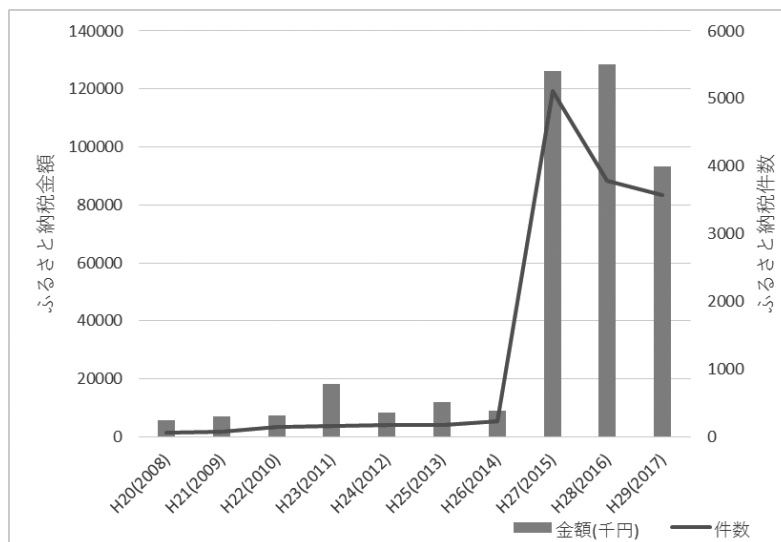
域に集中してお金を投じるより、複数の魅力的な返礼品を求める行為は至極当然であろう。

表 2 佐渡市のふるさと納税の件数と金額推移

	件数	金額(千円)
H20(2008)	61	5560
H21(2009)	74	7064
H22(2010)	148	7489
H23(2011)	161	18127
H24(2012)	178	8378.012
H25(2013)	179	12100.77
H26(2014)	230	8944.579
H27(2015)	5,108	126285.782
H28(2016)	3,780	128381.59
H29(2017)	3,567	93245.338

(出所) 佐渡市ホームページより筆者ら作成

図 6 佐渡市におけるふるさと納税の件数と金額推移



(出所) 佐渡市ホームページより筆者ら作成

3.3 土産品の販売事業者

土産品のうちいわゆる“煙突もの¹⁴⁾”の割合を測定し、域内事業者のおおまかな市場シェアを導き出すとともにふるさと納税の返礼品開発に対する生産力の度合いを測定することを目的として、佐渡市で販売されている土産品の販売事業者についての調査を行った。調査品目は無作為に選んだ土産食品の18品目で、その製造者または販売者を調査したもの

である。なお調査概要は以下の通りである。

【調査概要】

調査日	2019年2月20日	調査場所	佐渡汽船ターミナル 両津港 土産売り場
調査対象	土産食品18品目 ＊無作為に選択	調査方法	現地調査

当初、土産品の域外依存度が高く、土産品販売で存在感を示す域内事業者のアピールは低いと想定していたが、結果は、無作為に選定した土産食品18品目のうち、3分の1に及ぶ6品目の製造あるいは販売が域内事業者によって行われていることがわかった。すなわち、土産品はもとより、ふるさと納税の返礼品についてもこうした事業者を中心に新しい魅力的な商品の開発を行うことができる基盤は十分にあると言えるだろう。

なお本調査には改良の余地が残るため、精度を高めた調査の継続と、経済効果の試算等については今後の研究に委ねることとしたい。

表3 佐渡市で販売されている土産品（食品）の事業者調査

	1	2	3	4	5	6
名 称	登録銘菓 朱鷺の子	日本海かにせんべい	笹紗団子風味ラングドシャ	佐渡金粉カステラ	黄金の佐渡が島金箔まんじゅう	南蛮えびコシヒカリ煎餅
メーカー所在地	加茂市	南魚沼郡	南魚沼郡	新潟市	新潟市	新潟市
メーカー名	あめ友商店	こめ米雪国	こめ米雪国	佐渡汽船商事	佐渡汽船商事	新潟県観光物産
表 記	製造者	販売者	販売者	販売者	販売者	販売者
	7	8	9	10	11	12
名 称	銘菓佐渡朱鷺物語	佐渡チーズシフォン	トキモウファー!プリントサブレ	トキの佐渡めぐり	銘菓佐渡おけさ囃子	かわいいトキのプリントラングドシャ
メーカー所在地	新潟市	新潟市	新潟市	新潟市	新潟市	新潟市
メーカー名	新潟県観光物産	新潟県観光物産	新潟県観光物産	新潟県観光物産	新潟県観光物産	新潟県観光物産
表 記	販売者	販売者	販売者	販売者	販売者	販売者
	13	14	15	16	17	18
名 称	新潟米くどしよこら	新潟白い米語り	岩もずくのり	ビリ辛佐渡わかめ	プレミアムエクセレントショコラ	文弥人形芝居
メーカー所在地	佐渡市	佐渡市	佐渡市	佐渡市	佐渡市	佐渡市
メーカー名	佐渡銘販HFT	佐渡銘販HFT	マルハフーズ	マルハフーズ	佐渡銘販HFT	しまや
表 記	販売者	販売者	製造者	製造者	販売者	製造者

(出所) 筆者ら作成

3.4 行政サービスのアウトソーシング

RESASを用いた調査によると、佐渡市における中心産業は建設業を除けば、公務や公共サービスである。行政が担う機能の一部を事業者へ委託することで、行政コストの削減につながるだけでなく、サービスを向上させることが一般的には可能となる。実際に、委託が可能な業務については民間企業に積極的に委託していく方針を固めているが、現状では域外の事業者によってそれが支えられていると言わざるを得ないだろう。

ふるさと納税を例にとれば、「取りまとめ委託会社」は2018年11月現在、レッドホースコーポレーション株式会社と株式会社さとふるの2社であり、本社所在地はいずれも東京都¹⁵である。これを域内事業者が担えるようになれば、全国から集まる「ふるさと納税」の財源の漏出を抑制し、地域経済の活性化にもつなげられるであろう。また、取りまとめ委託会社は返礼品の「協力事業者」の選定にも間接的に関与するためその影響力は大きい。

3.5 佐渡市が抱える課題

これまでに見てきたように、全国的な「ふるさと納税」ブームの到来や大手企業の参入により、ふるさと納税の市場規模はこの10年間で飛躍的な成長を遂げてきている。その一方で、消費者にとって、魅力的な商品が目にとまりやすい環境になってきていることから、消費者は「ふるさと」を選んで寄付を行うのではなく、“自分がほしいと思う返礼品”を選んでお得に購入するようになってきている。すなわち、他の地域に負けない「返礼品」の商品開発を行える環境を構築することが先決課題となろう。

さらに、土産品においても域内事業者の取扱量を増やすことと合わせて、観光客の目にとまるようなより魅力的な新商品を開発することができれば、多くの旅行消費を誘発することにつながるものと考えられる。また、行政が委託する業務の多くを域外事業者が受託している点も解決を急ぎたい課題である。地域で生まれる消費を地域の産業で賄うことで、域内の経済循環を向上すべきである。

4 佐渡市の経済活性に向けた提言

4.1 商品開発機能の強化とマネジメント

ふるさと納税における「納税者」にとってのメリットは、実質負担2,000円で地域の特産品などを獲得できることであろう。すなわち、「返礼品」の価値がそれを上回っていれば、納税者は「お得感」を感じることができるのである。納税者は意図的に対象地域を選ぶこともあるが、多くは返礼品をもとに対象地域を選定する¹⁶ため、返礼品が他の地域より魅力的であるなど、他と差別化されている必要がある。また、土産品においても域外からの移入を最小化し、域内事業者の取扱いを拡大するなどの施策を講ずるべきであろう。

4.2 域内経済循環の向上

ふるさと納税は、先に述べたように消費者が居住する地域以外を選んで、寄付をすることでその地域の収入に貢献するという、あたかも「納税」をしているような制度である。しかしながら、行政がこの機能をすべて担っているわけではない。問題は、このオペレーション業務を東京の事業者丸投げしてしまっていることである。丸投げというと聞こえが悪いが、任せる事業者を誤っているわけではなく、域内に業務を執行できる事業者がないといったほうがおそらく正しいであろう。これにより、オペレーション業務手数料の15%程度¹⁷は、域外に漏出してしまっていると考えられる。全国から、離島の小さな島に集まった財源の一部が、結局は東京に吸い上げられているというのは滑稽な図である。また、海を渡ってまで訪れた地に陳列されている土産品が、島内ではなく本州で作られたものと知れば、わざわざ買うまでもないと判断されかねない。財源を有効活用し、経済効果を高めるためには、外部依存から脱却し、域内の経済循環を高めることが必要である。

4.3 DMOとDMCを軸とした地域づくりの強化

佐渡観光交流機構（佐渡版DMO）の設置により、佐渡の観光集客機能が格段に高まりをみせている。これまでにない観光商品の開発や、さまざまなメディアを活用した継続的な情報発信により、じわじわとその効果が表れ始めてきているようだ。近年では、稼ぐ地域づくりの担い手として、DMOのみならず、DMCが台頭する地域もあらわれてきている。今後はDMOとあわせ、DMCのような地域マネジメントやブランディングを担う機関を設置し、観光集客機能を増強することとあわせて地域経済の活性化を目指していくべきである。

5 おわりに

本稿では、佐渡市の現状と産業振興や地域経済の活性化に向けた展望について論じた。本稿で明らかになったのは以下の通りである。

第1に、佐渡市は、人口の減少と高齢化、域内経済循環の低さが課題であり、包括的な観光地域づくりに期待が寄せられている。しかしながら、包括的な観光地域づくりを実現するためには、DMOのみに依存しない地域づくりが必要であり、観光政策を行うことはもちろんのこと、観光サービスの担い手となる域内事業者の育成や強化も欠かせない。

第2に、佐渡へのふるさと納税では納税額が2015年に急増したものの、2017年に前年を大きく割っている。消費者が納税先を「返礼品」によって選択している背景から、既存の商品だけでなく、消費者目線の「選ばれる返礼品」を多く開発することが必要である。

第3に、佐渡市への提言として、市が稼ぐ財源を域外に流出させず、域内で循環させる「地消地産」型の経済モデルを構築することで域内事業者の活動を活性化させ、産業を振興させる必要がある。

最後に、提言を遂行するにあたって留意しておきたい点は以下の通りである。

(ア) 返礼品のマネジメント

返礼品が納税する自治体を選択するうえで大きなインセンティブとなり得る非常に重要な要素である一方で、返礼品はあくまでも「お礼の品」であることに注意が必要だ。保田[2017b]は、返礼品を完全に通販同様にしたりすることで返礼品が寄付金額と同程度の価値の伴った商品になってしまう危険性を指摘している。消費者に選ばれる商品を開発しつつ、顧客にすり寄りすぎてもいけない。均衡と調整のマネジメントが必要である。

(イ) 過度の“依存リスク”排除

ふるさと納税は地域事業者にとって、思いもよらない外需を獲得するきっかけになり得る。自社で広報機能を持たない事業者や、広告宣伝費に予算を割くことができない事業者にとっては、既存のプラットフォームを活用することで、低リスクかつ合理的に事業を推進することができる。他方で、ふるさと納税制度は、制度設計に異を唱える声も少なくない。その目的とする趣旨を逸脱する自治体が現れるなど、不安定な状況下にある。したがって、この制度が永続的に持続していく保証はどこにもない。自治体および域内事業者は「ふるさと納税」を契機に経済力を高め、身につけた知識とノウハウを生かして、制度がなくなっても存続していくことのできる強い経済基盤を構築せねばなるまい。

(ウ) 包括的な地域づくりと観光集客機能の増強

返礼品や土産品において懸念される問題は、“選ばれる商品を開発すること”が目的化することである。ふるさと納税はあくまできっかけにすぎず、そのプラットフォームを活用して認知を拡大し、ファンを育成することに主眼が置かれるべきである。佐渡市は金鉱山や寺社仏閣、朱鷺や雄大な自然を臨む尖閣湾など、観光資源が豊富にあり、かつては観光産業が栄えていた。しかし平成初期から観光客数が逡減しなりゆきを見守るうちに、かつての半分以上まで集客が落ち込んでいる。選ばれる商品の開発により地域のブランディングにつなげ、佐渡の支援者やファン育成、観光集客にもつなげていく仕組みづくりが必要である。

【注】

¹ 新潟県、佐渡を世界遺産にホームページ (<https://www.sado-goldmine.jp/towards/>) 2019/2/28閲覧。

² 新潟日報モア、佐渡鉱山 国内候補逃す世界文化遺産 (<https://www.niigata-nippo.co.jp/news/national/20180719407196.html>) 2019/2/28閲覧。

³ もとは農作物などに対して、地域で消費する分を地域で生産するということを指す。地域で生産されたものを地域で消費する「地産地消」と似ているが、需要と供給のどちらが基礎となるかで概念が異なるものである。

⁴ 国の規制が民間企業や地方自治体の事業を妨げている実情に配慮し、ある特定の地域に限定して構造改革を進めるとともに妨げとなる規制を取り除くことで地域活性化の実現を目指す制度のこと (<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kouzou2/index.html>) 2019/2/28閲覧。

- ⁵ RESASはRegional Economy (and) Society Analyzing Systemの略称である。
- ⁶ かつて江戸幕府の直轄地「天領」として、旧相川町の鉱山「相川銀山（現：佐渡金銀山）」の金鉱採掘のために栄え、奉行所の役人、技術者、無宿人、商人などで栄えた。
- ⁷ 佐渡市ホームページ (<https://www.city.sado.niigata.jp/>) 2019/2/27閲覧。
- ⁸ 世代別人口推移では「年齢不詳」を含まないが、全人口の推移では年齢不詳も含んでいるため、図1と図2および表1の全人口数は合致しない。
- ⁹ 地域経済分析システム。
- ¹⁰ 例えば、移輸入が移輸出を大きく上回り、その差が政府支出額を上回る場合（域外からの財・サービスの購入を通じた所得流出額が政府支出額よりも大きい場合）は、「その他支出」の金額がマイナスとなる。
- ¹¹ Destination Management Organizationの略称であり、観光地域において「稼ぐ地域づくり」の担い手として期待される法人のこと。後述のDMCはDestination Management Companyの略称。
- ¹² 「ふるさとチョイス」や「ふるなび」をはじめ、「楽天ふるさと納税」やソフトバンク資本の「さとふる」など大手企業が相次いで市場に参入している。
- ¹³ livedoor NEWS「ふるさと納税の返礼品で総務省と対立「泉佐野つぶし」と市長」2019年2月18日 (<http://news.livedoor.com/article/detail/16036317/>) 2019/02/24閲覧。
- ¹⁴ 土産品などに対してよく用いられる言葉で、内容物やコンテンツは同じでラベルだけ張り替えた商品のことを指す。
- ¹⁵ 佐渡市ホームページ (<https://www.city.sado.niigata.jp/>) (https://www.city.sado.niigata.jp/topics/f_tax0807/index/app_coop.shtml) 2019/2/27閲覧。
- ¹⁶ 株式会社インテージリサーチによれば、2016年度に実施したアンケートでは、返礼品をその選択理由に掲げる人は71.8%にもなった。一方で、応援したい地域にふるさと納税を行うと回答したのは20.4%であった。
- ¹⁷ 財務省「[2017]「日本版DMO形成の現場から～組織と財源の実際と課題～」『財務総合政策研究所上級管理セミナー 平成29年9月25日開催』pp.58-65。

【参考文献】

- 1 新井直樹 [2008a]「世界遺産登録と持続可能な観光地づくりに関する一考察」『地域政策研究』（高崎経済大学地域政策学会）第11巻第2号、2008年9月、39頁～55頁 (<http://www1.tcue.ac.jp/home1/c-gakkai/kikanshi/ronbun11-2/arai.pdf>)。
- 2 新井直樹 [2008b]「世界遺産と観光まちづくり」『地域政策研究』（高崎経済大学地域政策学会）第11巻第3号、2008年11月、47頁～64頁 (<http://www1.tcue.ac.jp/home1/c-gakkai/kikanshi/ronbun11-3/arai.pdf>)。
- 3 五十嵐敬喜ほか [2014]「蘇る鉱山都市の記憶 佐渡金山を世界遺産に」ブックエンド。
- 4 観光情報学会 [2015]「観光情報学入門」近代科学社。
- 5 観光庁「日本版DMO形成・確立計画」『観光庁公表資料』（<http://www.mlit.go.jp/common/001252816.pdf>）。
- 6 国土交通省国土政策局 [2017]「離島地域における振興施策」『平成29年度政策レビュー10月20日』（<http://www.mlit.go.jp/common/001207205.pdf>）。
- 7 小室充弘 [2014]「世界遺産を活用した観光振興のあり方に関する研究」『運輸政策研究所 第35回研究報告会』70-74頁 (<http://www.jterc.or.jp/kenkyusyo/product/tpsr/bn/pdf/no65-12.pdf>)。
- 8 小林勇治・波形克彦 [2015]「地方創生でまちは活性化する—まち・ひと・しごと創生による地域活性化事例」同友館。
- 9 財務省 [2017]「日本版DMO形成の現場から～組織と財源の実際と課題～」『財務総合政策研究所上級管理セミナー 平成29年9月25日開催』pp.58-65。
- 10 佐渡市ホームページ [n.d.] (<https://www.city.sado.niigata.jp/>) 2019年2月18日閲覧。
- 11 「佐渡市の地域経済循環分析【2013年版】」(<https://resas.go.jp/regioncycle/#/map/15/15224/2/2013>) 2019年2月24日閲覧。

- 12 佐渡市 [2018]「平成30年度 施策方針」(<https://www.city.sado.niigata.jp/mayor/policy/2018/policy2018.pdf>)。
- 13 高本清彦・富山栄子 [2015]「佐渡市の財政状況と課題」『事業創造大学院大学紀要』。
- 14 高本清彦・富山栄子 [2016]「地域活性化に向けた佐渡市の構造改革特区の現状と課題」『事業創造大学院大学紀要』, 第7巻第1号, pp.33-47。
- 15 新潟・佐渡インバウンド推進連絡会 [n.d.]「新潟・佐渡インバウンド推進シンポジウム—議事録—」(https://www.dbj.jp/ja/topics/region/area/files/0000027517_file2.pdf)。
- 16 保田隆明 [2018]『ふるさと納税をきっかけとする地域事業者のビジネス力向上の可能性について 返礼品を提供する事業者向けアンケート事業改善事例集』神戸大学経営学研究科事業創造&地方創生センター。
- 17 保田隆明 [2017a]「ふるさと納税による地域活性化の可能性と課題～地域の事業者が力をつけるきっかけになれるか～」『MS&AD基礎研review.』19, pp.52-61。
- 18 保田隆明 [2017b]「ふるさと納税による地方の事業者育成支援効果」『国民経済雑誌』, 216 (6), pp.59-70。

【参考URL】

- 1 奄美市ホームページ (<https://www.city.amami.lg.jp/kikaku/shise/toke/h27kokutyoku/kokutyoukekka.html>) 2019年2月24日閲覧。
- 2 粟島浦村ホームページ (<http://www.vill.awashimaura.lg.jp/about/outline/>)。
- 3 総務省「ふるさと納税ポータルサイト」(http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html) 2019年2月24日閲覧。
- 4 対馬市ホームページ (<http://www.city.tsushima.nagasaki.jp/deta/post-6.html>) 2019年2月24日閲覧。
- 5 内閣府首相官邸ホームページ (<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kouzou2/index.html>) 2019年2月26日閲覧。
- 6 宮古島市ホームページ (<https://www.city.miyakojima.lg.jp/gyosei/toukei/2018-0413-1319-12.html>) 2019年2月26日閲覧。

