

徳島県観光振興基本計画（第3期）

(案)

徳 島 県

目 次

1 徳島県観光振興基本計画（第3期）の基本的な考え方

- (1) 計画策定の趣旨 1
- (2) 計画期間 1
- (3) 計画の検証 1

2 現状と課題

- (1) 国の観光施策 1
- (2) 徳島県の観光の現状と課題 2

3 計画の方向性

- (1) 目指す将来像 9
- (2) 計画の基本的な考え方 9
- (3) 計画の施策体系 10
- (4) 数値目標 11

4 重点施策

- (1) インバウンド拡大施策 14
- (2) 国内誘客施策 17
- (3) 滞在型観光推進施策 19
- (4) M I C E 誘致施策 21

【基本施策（重点施策の推進に向けた共通した取組み）】

- ①観光マーケティングの強化 23
- ②観光誘客基盤の強化 23
- ③観光人材の育成・強化 25
- ④観光コンテンツの充実 26
- ⑤情報発信力の強化 30
- ⑥広域観光の推進 32

5 推進体制

- (1) 役割分担 33
- (2) 官民一体となった誘客戦略の推進 33

1 徳島県観光振興基本計画（第3期）の基本的な考え方

（1）計画策定の趣旨

国を挙げての観光立国の実現に向けた取組みにより、訪日外国人旅行者は年々増加しており、地方においても、外国人旅行者の誘客施策の強化など、観光による地方創生の実現に向けた取組みが展開されています。

本県では、「もてなしの阿波とくしま観光基本条例」（2009年6月施行）において、観光の振興に関する施策を戦略的かつ積極的に推進するため、観光振興基本計画を定めることとされています。

このたび、第3期となる新たな計画を策定し、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」をはじめとする3大国際スポーツ大会、2025年の「大阪・関西万博」を見据えた訪日外国人誘客、国内誘客活動の強化などを着実に推進することにより、本県観光の飛躍を図り、地方創生を実現して参ります。

（2）計画期間

観光振興基本計画は、県政運営方針である徳島県の総合計画を実現するための分野別計画であることから、同計画との整合性を図るため、2019年度から2022年度までの4年間とします。

（3）計画の検証

本計画に基づき実施された施策について、毎年度、PDCAサイクルにより、成果を検証し、見直しを行い、その概要を県のホームページ等で公表します。

2 現状と課題

（1）国の観光施策

国は、2008年、観光立国の実現に向けた旗振り役として観光庁を設置し、日本の魅力の発信や訪日外国人旅行者の受入環境の整備、戦略的なビザ緩和など、国を挙げた施策を強力に推進しています。

2015年11月に、観光は我が国の成長戦略の大きな柱の一つであり、地方創生の切り札であるとして、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」を立ち上げました。

2016年3月に公表された国の「明日の日本を支える観光ビジョン」においては、「地方」と「消費」がキーワードになっており、2020年の目標指標を訪日外国人旅行者数は4千万人、訪日外国人旅行消費額は8兆円に、2030年の目標指標を訪日外国人旅行者数は6千万人、訪日外国人旅行消費額は15兆円に設定しました。

加えて、新たな目標指数として、三大都市圏以外の「地方部での外国人延べ宿泊者数」

を、２０２０年に７千万人泊、２０３０年に１億３千万人泊に設定しています。

観光ビジョンに掲げた目標の確実な達成のため、増加する観光需要に対し、より高次元な観光施策を展開していくため、２０１９年１月より「国際観光旅客税法」を導入し、観光先進国実現に向けた観光基盤の拡充・強化を図るための恒久的な財源を確保することにより、さらなる訪日外国人旅行者数の増加に向けて取り組むこととしています。

これまでの実績として、２０１８年の訪日外国人旅行者数は３，１１９万人、訪日外国人旅行消費額は４兆５，０６４億円となっています。

（２）徳島県の観光の現状と課題

観光を取り巻く環境

①人口

日本の総人口は、２００５年に戦後はじめて前年を下回った後、２０１０年をピークに減少に転じ、今後も減少すると見込まれ、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、２０４５年には１億人程度になると推計されています。

本県の人口は、１９５０年の８７万９千人（国勢調査）をピークに、その後、増減はあったものの、２０００年以降は減少しており、２０１５年は７５万６千人（国勢調査）となっており、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、２０４５年には約５３万５千人になると推計されています。

②交通体系

２０１４年４月、「本四高速の全国共通料金化」が実現し、２０１５年３月には、四国横断自動車道「鳴門ＪＣＴ～徳島ＩＣ間」の開通により、本四高速道路と徳島自動車道が直結しました。現在、更なる南伸に向け、四国８の字ネットワークを形成する四国横断自動車道及び阿南安芸自動車道の整備が進められています。

また、空の玄関口である徳島阿波おどり空港は、２０１８年１月から供用を開始した新ターミナルにより、国際線へ本格的に対応し、国際連続チャーター便、さらには香港との季節定期便も運航されました。

鉄道・高速バス・飛行機などの一次交通と観光地を結ぶ二次交通のさらなる充実にも取り組んでいます。

③旅行形態の変化

旅行ニーズの多様化により、団体旅行は減少し、個人旅行が主流となり、従来の観光名所を巡る旅行から、地域ならではの魅力を楽しめる体験型・交流型観光へのニーズが高くなっています。

I C T技術の進展、スマートフォン等の携帯情報端末の普及、W i - F i環境の充実などから、観光情報の入手、宿泊施設・交通機関の予約が容易に可能となる環境が整備されています。また、S N Sの普及により、観光情報の発信、受信をめぐる環境は大きく変化しています。

④地域別の状況

■県東部

四国の玄関口である鳴門市には「鳴門の渦潮」、「大塚国際美術館」、徳島市には「徳島市阿波おどり」、「阿波おどり会館」、「阿波十郎兵衛屋敷」、勝浦町には「ビッグひな祭り」、板野町には「あすたむらんど徳島」、藍住町、上板町などでの「藍染め体験」、阿波市には「阿波の土柱」、上勝町には「棚田」など、広域にわたり多様で豊富な観光資源があります。

徳島阿波おどり空港、徳島小松島港など主要な交通拠点があることや、高速道路の整備推進による関西圏等との良好なアクセスなど、陸海空の交通体系の整備が進んでおり、さらなる誘客促進の可能性を有しています。

県東部地域15市町村をエリアとするDMO「(一社) イーストとくしま観光推進機構」は、市町村と民間企業が連携し、「脱・行政主導」のもと、観光資源の洗練・強化と埋もれた観光資源の発掘・磨き上げ、情報発信を効果的に行い、宿泊者数や観光消費額を増加させ、観光を地域経済の推進エンジンに変えていくとしています。

■県西部

2008年10月の観光圏制度開始時から、2市2町をエリアとする「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」(2012年度までは「にし阿波観光圏」)として国から認定を受け、DMO「(一社) そらの郷」を中心として、剣山・吉野川をはじめとした豊かな地域資源を活用し、国内外から誘客促進に取り組んでいます。

その結果、訪日外国人旅行者は大幅に増加しており、2017年の外国人延べ宿泊者数は約2万9千人と、2013年(約5千人)と比較すると、約6倍となっています。

また、観光圏に加え、「食と農の景勝地」(2016年農林水産省認定)、2018年3月には「傾斜地農耕システム」が国際連合食糧農業機関から「世界農業遺産」に認定され、インバウンド拡大に取り組む日本唯一の「トリプル認定地」となるとともに、ラフティング、ウェイクボードと2年連続でウォータースポーツの世界大会が開催されるなど、国内外から大きな注目を集めております。

こうした絶好の機会を活かし、「(一社) そらの郷」を核に、地域が一体となって国や地域別に戦略的なプロモーション活動を展開し、さらなるインバウンド誘客の促進につなげていきます。

■県南部

世界有数のサーフスポットである海部川河口の「海部ポイント」や、西日本で2番目に高い「剣山」などをはじめとする体験型観光やアウトドアスポーツのフィールドとなる豊かな「自然」、農村舞台やお祭りなど地域色豊かな「文化」、イセエビ、アオリイカ、アワビなどの特産の「食」を活用して誘客促進に取り組んでいます。

持続可能な観光地域づくりの実現を目指し、DMO「(一社)四国の右下観光局」を核とし、「自然」、「文化」、「食」、「アウトドアスポーツ」など様々な分野で、地域が一体となって国内外からのさらなる誘客に取り組めます。

また、県南地域活性化の起爆剤として、線路と道路の両方を走行することができる次世代の乗り物「DMV (デュアル・モード・ビークル)」を活用した誘客促進や、「ワールドマスタースゲームズ2021関西」では、トライアスロン、アクアスロン、カヌー、サーフィンが開催されるため、その機運醸成、受入体制の構築及びリピーターの創出につなげていきます。

(各地域の範囲)

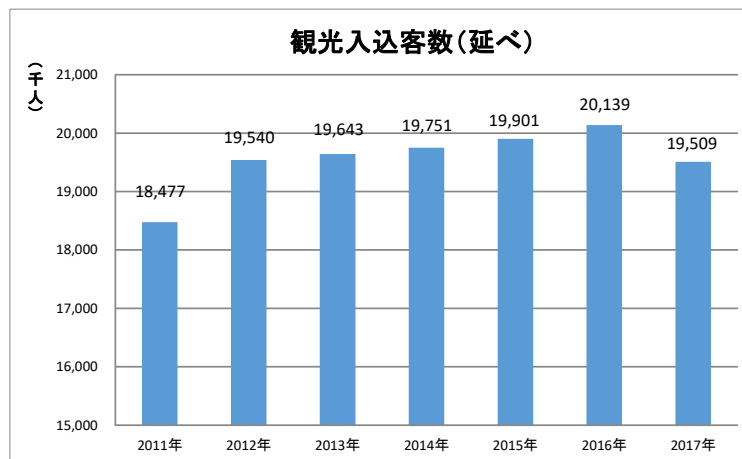
県東部：徳島市、鳴門市、小松島市、吉野川市、阿波市、勝浦町、上勝町、
佐那河内村、石井町、神山町、松茂町、北島町、藍住町、板野町、上板町
県西部：美馬市、三好市、つるぎ町、東みよし町
県南部：阿南市、那賀町、牟岐町、美波町、海陽町

DMO：観光庁に登録された日本版DMO、日本版DMO候補法人

観光統計

①観光入込客数

共通基準による観光入込客統計（観光庁）によると、本県の観光入込客数は増加傾向にあり、２０１１年は約１，８４８万人でしたが、２０１７年は約１，９５１万人となっています。（徳島県では、２０１１年から観光庁の共通基準に基づいた調査を実施。）

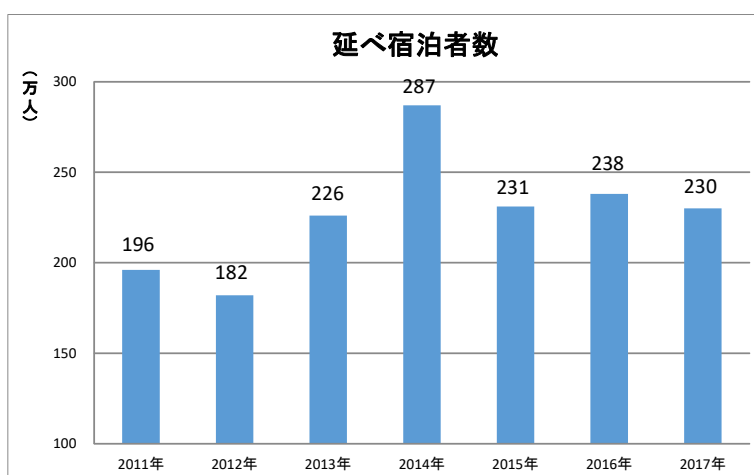


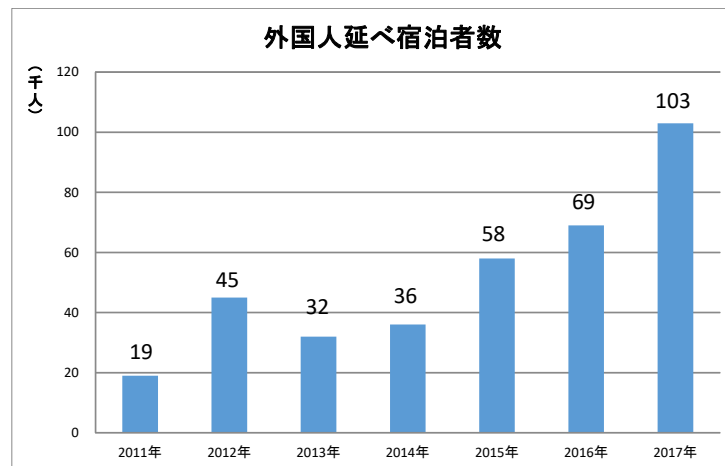
「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」

②宿泊者数

宿泊旅行統計調査（観光庁）によると、本県の延べ宿泊者数は、２０１４年は約２８７万人で全国４５位でしたが、２０１７年は約２３０万人であり、３年連続全国４７位となっています。

一方、２０１７年の外国人延べ宿泊者数は、過去最高の約１０万人、全国４４位となり、前年比伸び率は約４８％、全国９位と大きく増加しています。内訳としては、香港（３３％）、台湾（１３％）、中国（１２％）が上位となっています。

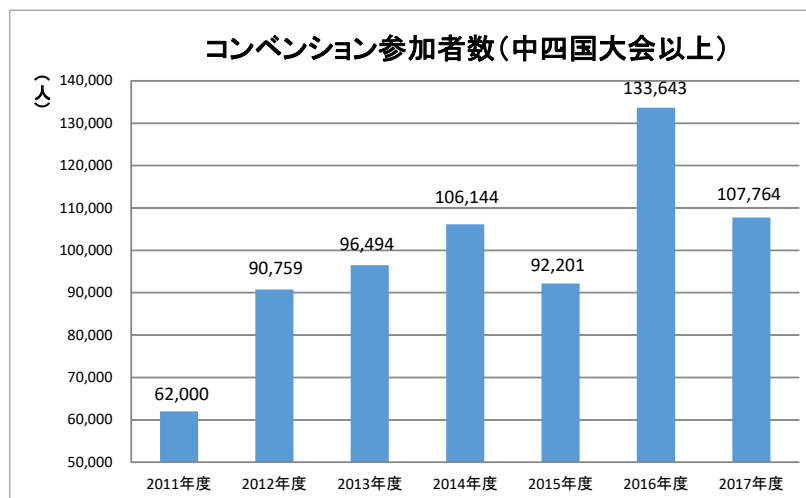




「宿泊旅行統計調査（観光庁）」

③コンベンション参加者数

2013年度に、県、市町村、経済団体、旅館業、飲食業、旅行業、運輸業など県内約380団体からなる「とくしまコンベンション誘致推進協議会」を設立し、県を挙げてコンベンション誘致に取り組んでおり、コンベンション参加者数は増加傾向にあり、2016年度には、中四国大会以上の参加者数は約13万人となったところです。



「コンベンション統計」

課題

■宿泊者数、観光消費額の増加

宿泊旅行統計調査（観光庁）では、本県の宿泊者数は3年連続47位であり、経済波及効果の高い宿泊者数と観光消費額の増加を図ることが大きな課題となっています。

■滞在型観光の促進

本県に訪れた観光客を着実に宿泊につなげるため、体験型観光、ニューツーリズムなどの観光コンテンツの充実や周遊ルートの確立等を図ることで、観光客の長期滞在を促進し、宿泊者数の増加、観光消費額の増加につなげていくことが必要です。

■観光客の受入環境の充実

高速道路をはじめとする交通体系のさらなる整備促進、飛行機、鉄道などの一次交通と観光地を結ぶ二次交通の充実、Wi-Fi環境の整備促進による利便性の向上や、観光施設や宿泊施設の魅力アップなど、観光客の受入環境を充実させることが必要です。

また、県、市町村、観光事業者、観光関連団体、県民が一体となって、観光客を温かく迎える環境をさらに充実させることが必要です。

■災害発生時における観光客への情報提供等

大雨や地震などの災害発生時における観光客への速やかな情報提供や、多くの観光客が集まるイベント時に大規模災害が発生した場合の観光客の避難対策が必要です。

■効果的な情報発信

本県の多様で魅力的な観光資源を、4K動画、アプリ、VR、SNSやAI等の最先端技術の活用、大都市圏での観光プロモーション、マスメディアの活用など、効果的に情報発信することが必要です。

本県の認知度の向上を図るため、これまでの取組みに加え、新たな施策に取り組むことが必要です。

■MICE誘致に向けた受入体制の整備

学会や大規模会議といったコンベンションの誘致に加え、報奨旅行、ナイトイベント、スポーツ合宿等の誘致を推進するための受入体制を整備することが必要です。

MICE: Meeting（会議、研修会）、Incentive travel（報奨・研修旅行）、Convention（学会、大規模会議）、Exhibition（展示会、見本市、イベント）

■官民一体となった取組みの強化

観光誘客は、全国各地で精力的に進められており、他地域との競争に打ち勝ち、観光による地方創生を実現するためには、官民一体となって、それぞれが担う役割を着実に果たしていくことが重要であり、観光関係団体や観光関連事業者、市町村等とのさらなる連携の強化が必要です。

■外国人観光客の誘客促進

外国人観光客が安心・快適に周遊できる環境を整備するため、通訳案内士・通訳ボランティアの充実、多言語表記、電子決済システムのさらなる整備促進が必要です。

海外の旅行会社、メディアの招聘やファムツアー、パワーブロガーの活用など、国、地域に応じた効果的な情報発信が必要です。

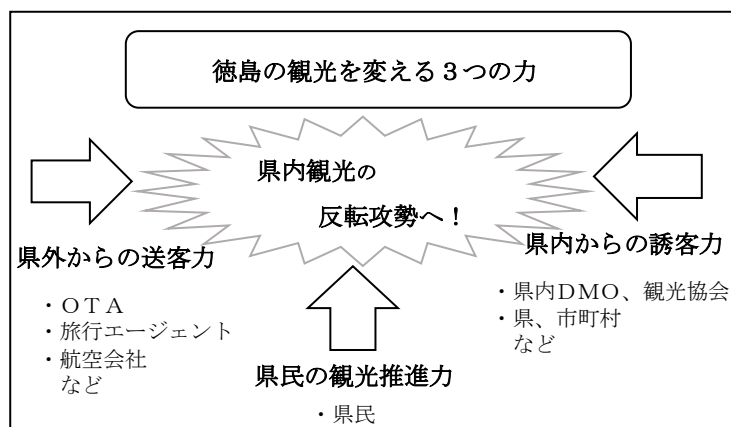
また、関西国際空港や大都市から本県へのさらなる誘導や、既存の観光資源に加え、外国人の求める新たな観光素材の発掘、磨き上げが必要です。

これらの課題の解決に向け、観光誘客基盤の強化、観光コンテンツの充実等をもとに、積極的な誘客活動、効果的な情報発信を行い、3つの力（県外からの送客力・県内からの誘客力・県民の観光推進力）の強化を図ります。

県外からの送客力：OTA（オンライントラベルエージェント）、旅行エージェント、航空会社等と連携し、県外から観光客を送客する力。

県内からの誘客力：県内DMO、観光協会、県、市町村等が一体となって、観光客を県内に誘客する力。

県民の観光推進力：県民が「おもてなしの心」で観光客を温かく迎えるとともに、県民が県内観光地を訪問することにより地域の活性化を図る。



3 計画の方向性

(1) 目指す将来像

観光は交流人口の拡大に重要な役割を担うとともに、県民の本県の歴史、文化等に対する理解を深め、県民が地域への誇りと愛着を持つことができる活力に満ちた地域社会の実現を促進するものです。

そして、観光は、宿泊業、旅行業をはじめ、運輸業、農林水産業、商工業など、関連する産業の裾野は広く、地域経済の活性化、雇用の創出、潤いのある豊かな生活環境の創造等、様々な領域に貢献するものであり、地方創生の実現に資するものです。

観光の振興を県民、市町村、観光事業者、観光関係団体と協働して推進することにより、次のような将来像を目指します。

- 県民が、歴史、文化、自然、体験、食など郷土の魅力についての認識を深め、誇りと愛着を持ち、その魅力を国内外に発信することにより、徳島のよさが広く認知され、県内各地に多くの観光客が訪れ、地域がにぎわっています。
- 官民が一体となって、観光資源の発掘・磨き上げを行い、「おもてなしの心」で温かく観光客を迎える「魅力あふれる観光地」を県内各地でつくりあげることにより、本県に訪れた観光客が県内各地を周遊し、地域での観光消費が活性化されています。
- 3 大国際スポーツ大会、大阪・関西万博を契機に世界各地から外国人旅行者が徳島に訪れ、国際観光の推進、国際交流の活性化が図られています。
- 阿波おどり、「マチ★アソビ」、「とくしまマラソン」といった徳島ならではのイベントに、国内外から多くの人々が訪れ、交流の促進やにぎわいの創出が図られ、地域活性化につながっています。
- 国際会議、学術会議、大規模スポーツ大会などが数多く開催されるとともに、企業のミーティング、報奨旅行、文化・スポーツイベントといったM I C Eの開催地として国内外から選ばれ、宿泊を伴う多くの参加者が訪れています。
- 県産品や豊かな食を、観光と一体となって国内外に売り込むことにより、とくしまブランドの確立、徳島のイメージアップが図られるとともに、「徳島ファン」が増加し、県産品の振興、観光誘客促進につながっています。

(2) 計画の基本的な考え方

- ① 経済波及効果の高い宿泊者数と観光消費額の増加を促進します。
- ② 各施策ごとに責任主体と年度毎の目標を明確にし、毎年着実な進捗管理を図ります。
- ③ 観光が本県経済を支える成長産業となるよう、官民一体となって施策を推進します。

(3) 計画の施策体系

4つの重点施策と、重点施策の推進に向けて共通した取組みである基本施策を展開します。

◆重点施策	◆基本施策
(1) インバウンド拡大施策 【施策展開】 ①地域別の誘客施策 ②3大国際スポーツ大会、大阪・関西万博を契機とした誘客促進 ③広域連携によるプロモーション活動 ④効果的な情報発信 ⑤受入環境の整備 ⑥国際線の誘致促進 ⑦クルーズ客船の誘致促進	重点施策の推進に向けた共通した取組み ①観光マーケティングの強化 ②観光誘客基盤の強化 ③観光人材の育成・強化 ④観光コンテンツの充実 ⑤情報発信力の強化 ⑥広域観光の推進
(2) 国内誘客施策 【施策展開】 ①個人旅行者向けプロモーション ②旅行会社向けプロモーション ③アンテナショップ等を拠点とした誘客促進	
(3) 滞在型観光推進施策 【施策展開】 ①県内周遊ルートの確立 ②近隣県と連携した広域周遊観光の促進 ③ニューツーリズム、体験型観光等による滞在促進 ④効果的な情報提供 ⑤観光ボランティアガイドの育成強化	
(4) MICE誘致施策 【施策展開】 ①国内・国際コンベンションの情報収集と積極的な誘致活動 ②コンベンション助成制度の活用、ニーズに応じた制度の充実 ③商談会・展示会や個別訪問による本県の助成制度や支援体制のPR強化 ④アフターコンベンションの充実 ⑤ナイトイベント、スポーツ合宿等の情報収集と積極的な誘致活動	

(4) 数値目標

■基本目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
延べ宿泊者数 (万人)	2 3 0	2 5 5	2 7 0	2 8 5	3 0 0
外国人延べ宿泊者 数 (万人)	1 0 . 0	1 1 . 7	1 3 . 4	1 5 . 1	1 6 . 8
延べ観光入込客数 (万人)	1 , 9 5 1	1 , 9 9 5	2 , 0 2 0	2 , 0 4 5	2 , 0 7 0
年間観光消費額 (億円)	8 8 9	1 , 1 5 5	1 , 1 7 0	1 , 1 8 5	1 , 2 0 0

■個別目標

重点施策

(1) インバウンド拡大施策

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
外国人延べ宿泊者 数 (万人)	1 0 . 0	1 1 . 7	1 3 . 4	1 5 . 1	1 6 . 8
クルーズ来県者数 (累計)	1 0 , 6 5 7	1 7 , 0 0 0	3 5 , 0 0 0	5 2 , 0 0 0	7 0 , 0 0 0

(2) 国内誘客施策

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
延べ宿泊者数 (万人)	2 3 0	2 5 5	2 7 0	2 8 5	3 0 0
延べ観光入込客数 (万人)	1 , 9 5 1	1 , 9 9 5	2 , 0 2 0	2 , 0 4 5	2 , 0 7 0

(3) 滞在型観光推進施策

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
観光商談会参加者 数 (累計)	—	6 0 0	9 0 0	1 , 2 0 0	1 , 5 0 0
とくしま農林漁家 民宿の宿泊者数	3 , 7 1 3	4 , 8 0 0	5 , 2 0 0	5 , 6 0 0	6 , 0 0 0

(4) M I C E 誘致施策

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
コンベンション参 加者数 (万人)	1 0 . 8	1 1	1 2	1 3	1 4

基本施策

①観光マーケティングの強化

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
観光満足度の向上 (非常に満足：%)	2 1 . 9	2 2	2 3	2 4	2 5

②観光誘客基盤の強化

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
とくしま特選ブランドの商品総売上額 (億円)	1 0 6	1 3 0	1 4 0	1 5 0	1 6 0
おもてなしタクシー認定件数 (累計)	7 1	1 2 0	1 4 0	1 6 0	1 8 0
Wi-Fi アクセスポイント (累計)	8 2 4	9 2 5	9 5 0	9 7 5	1, 0 0 0
四国横断自動車道の整備	香川県境～徳島 I C 間供用中	促進中	徳島東 IC ～津田 IC 間供用	徳島 JCT ～徳島東 IC 間供用	促進中

③観光人材の育成・強化

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
観光ボランティア等研修会実施 (累計)	—	2 5	5 0	7 5	1 0 0
「徳島」いいね！サポーター数 (累計)	—	5 0	1 0 0	1 5 0	2 0 0

④観光コンテンツの充実

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
新たな滞在型コンテンツ造成 (累計)	—	1 5	3 0	4 5	6 0
とくしまマラソン満足度 (点)	7 6 . 8	8 0 . 5	8 2 . 0	8 3 . 5	8 5 . 0
体験型教育旅行における協議会受入泊数	4 , 9 6 7	5 , 2 5 0	5 , 5 0 0	5 , 7 5 0	6 , 0 0 0
県産品を使ったメニュー・商品開発数 (累計)	2 3 9	3 3 6	3 8 4	4 3 2	4 8 0
県産品を通じた旅行商品の造成 (累計)	—	3	6	9	1 2

⑤情報発信力の強化

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
「徳島」いいね！サポーター数 (累計)	—	5 0	1 0 0	1 5 0	2 0 0
観光アプリのダウンロード数 (万件) (累計)	—	1 . 5	3	4 . 5	6
観光情報サイト総アクセス数 (万件)	5 2 3	5 4 0	5 6 0	5 8 0	6 0 0
県外で県産品が食べられる店数	1 3 3	1 7 0	1 8 0	1 9 0	2 0 0
アンテナショップの新規取扱商品数 (累計)	5 1 0	6 5 0	7 2 0	7 9 0	8 5 0
ロケーション支援件数	5 9	7 0	7 5	8 0	8 5

⑥広域観光の推進

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
ひょうご徳島ツーリズム助成件数 (累計)	3 8 1	4 6 0	5 0 0	5 5 0	6 0 0

※延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数、延べ観光入込客数、年間観光消費額、観光満足度の向上の数値は暦年

4 重点施策

〔(1) インバウンド拡大施策〕

【方向性】

国の観光先進国に向けた取組みにより訪日外国人旅行者が急激に増加するなか、今後、訪日外国人旅行者全体の8割以上をしめるアジアからの誘客のみならず、誘客増加の大きなポテンシャルがある欧米豪からの誘客を実現していくことが重要です。

中でも、「ラグビーワールドカップ2019」を皮切りに、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」、「ワールドマスターズゲームズ2021関西」と3年連続で国際スポーツ大会の開催に加え、2025年には「大阪・関西万博」が開催されることとなっており、さらなる訪日外国人旅行者の増加を図るビッグチャンスが訪れます。

この好機を最大限活用し着実に成果につなげるため、次のとおり取り組みます。

香港、台湾など東アジアを、インバウンド戦略の「重点国・地域」として、誘客を一層加速させるとともに、欧米豪、東南アジアを今後、誘客の増加を目指す「有望国・地域」として、官民一体となって効果的な情報発信やプロモーション活動に取り組みます。

なお、本県への効果的な誘客を促進するため、県、観光関連事業者、観光関連団体等が挙県一致となった誘客だけでなく、本県が参画する広域連携DMOと連携し、それぞれの魅力や強みを活かした広域周遊観光を促進します。

また、訪日外国人旅行者が安全かつ快適に旅行を楽しむことができるよう受入環境の整備に努めるとともに、外国人目線に立った新たな観光素材、文化資源等を活かした観光コンテンツの発掘、磨き上げに積極的に取り組みます。

さらには、徳島阿波おどり空港における国際線のさらなる誘致や、我が国における拠点空港の一つである関西国際空港や、近隣の空港に訪れる訪日外国人旅行者を本県に誘導するための施策の充実、徳島小松島港へのクルーズ客船の積極的な誘致活動に取り組みます。

【施策展開】

①地域別の誘客施策〈県、観光関連団体、観光事業者〉 ※ 〈 〉は、責任主体

◇「重点国・地域」東アジアからの誘客施策

訪日外国人旅行者のうち、東アジア（香港、台湾、中国、韓国）から来県する外国人旅行者は6割以上を占めています。今後、さらに誘客を進めるため、地域の魅力ある観光コンテンツを磨きあげ、ゴールデンルートから徳島県への新たな訪日層の掘り起こしを進めるとともに、リピーター層の更なる取り込み、多様なニーズに応じたきめ細やかな誘客を進めます。

◇「有望国・地域」欧米豪や東南アジアからの誘客施策

県、観光事業者、観光関連団体等が挙県一致となった誘客に加え、各広域連携DMO構成府県、在外公館や県ゆかりの企業・団体との連携を図り、本県の最大の誘客コンテンツである「阿波おどり」をはじめ、魅力ある地域独自の伝統文化、景勝地や食、アニメ、アクティビティ等のインパクトの強いコンテンツを最大限に活かした誘客を進めます。

② 3 大国際スポーツ大会、大阪・関西万博を契機とした誘客促進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

3 大国際スポーツ大会等の開催を契機として、本県への誘客を着実に進めるため、国や各広域連携DMO等と連携し、大会への参加や試合の観戦だけでなく、地域の魅力を体験する滞在型観光コンテンツと一緒にPRを行うなど、大会終了後も見据えた効果的なプロモーションを実施します。

③ 広域連携によるプロモーション活動〈県、観光関連団体〉

本県は、3つの広域連携DMO（（一社）四国ツーリズム創造機構、（一社）せとうち観光推進機構、（一財）関西観光本部）に参画しており、それぞれのノウハウやスケールメリットを活かし、広域エリアによる観光PRや広域観光周遊ルートによる誘客など、効果的なプロモーションを実施します。

④ 効果的な情報発信〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者〉

情報を入手する方が、「いつでも、どこでも、必要な情報を入手できるよう」情報発信を行うことが重要であることから、多言語ホームページ（英語、中国語（繁体字、簡体字）、韓国語など）において、最新の観光情報を提供するとともに、各国で普及しているSNS等を活用したタイムリーなPR、5G（第5世代移動通信システム）に対応した情報発信を促進します。

また、誘客に繋がるタイミングに合わせて、現地旅行会社や航空会社、出版社と連携した広告展開を行うとともに、パワーブロガー、インフルエンサー、海外メディア、旅行会社等を招聘し、外国人目線での情報発信、旅行商品の造成につなげます。

⑤ 受入環境の整備〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者〉

来県する外国人旅行者の「受入環境の向上」を図るため、電子決済システムの導入によるキャッシュレス化の推進、Wi-Fi環境の整備、免税店の導入促進、多言語表記の充実など、ストレスフリーで快適な受入環境の整備を進めます。

訪日外国人旅行者を本県に呼び込むため、路線バス・フリー乗車券（TOKUSHIMA BUS PASS）の発行、レンタカー助成や高速道路利用料の割引など、関西国際空港や近隣空港等からの誘客につながる周遊観光の促進に取り組みます。

また、各地域において観光産業に携わる通訳人材の育成や訪日外国人旅行者に対応する多言語相談窓口の充実に努めます。

⑥国際線の誘致促進〈県〉

香港・台湾など東アジアを重点地域として、効果的なエアポートセールスを実施することにより、徳島阿波おどり空港の国際線の充実に努めます。

⑦クルーズ客船の誘致促進〈県〉

広域連携等による積極的な誘致活動や受入態勢の充実強化に取り組むことにより、大型外国クルーズ客船をはじめ、国内外クルーズ客船の徳島小松島港への誘致を促進し、観光消費の拡大につなげます。



クルーズ客船を阿波おどりでおもてなし

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
外国人延べ宿泊者数（万人）	10.0	11.7	13.4	15.1	16.8
クルーズ来県者数（累計）	10,657	17,000	35,000	52,000	70,000

〔２〕国内誘客施策

【方向性】

首都圏、関西圏、中京圏を重点地域として、旅行形態の主流となっている個人旅行者の誘客促進を強化するとともに、旅行会社への積極的な誘客営業活動に取り組みます。

最大市場である首都圏においては、本県の観光地としての認知度向上や魅力度向上のための情報発信に重点的に取り組みます。

本県への観光客の割合が最も高い関西圏や中京圏においては、リピーター確保に重点的に取り組みます。

また、新たな観光誘客の開拓地域として、直行便や乗り継ぎで航空路線がつながり、本県のアンテナショップがある北海道、九州からの誘客を促進します。

これらの取組みにより、旅行者全体において大きなウェイトを占めている国内旅行者の誘客にしっかりと取り組みます。

【施策展開】

①個人旅行者向け（B to C）プロモーション〈県、観光関連団体、観光事業者〉

先進的な取組みとして、オンライン旅行会社を中心とした大手旅行会社のWEBサイトやSNS等を活用し、徳島の魅力を全国に発信する「#徳島あるでないで」キャンペーンを展開することで、個人旅行者の誘客促進を図ります。

また、メディアを活用した戦略的なPR、航空会社と連携した情報発信等、関係者が一体となった「オール徳島」で誘客プロモーションの実施に取り組みます。



「#徳島あるでないでキャンペーン」ロゴ

②旅行会社向け（B to B）プロモーション〈県、観光関連団体、観光事業者〉

首都圏の旅行会社を対象とした「本県単独」の観光商談会、観光セミナー等の開催のほか、（一社）四国ツーリズム創造機構や包括連携協定を締結している航空会社等と連携し、主要都市における戦略的な誘客営業活動を展開します。

旅行会社に旬な観光情報を提供するほか、ファムツアーの実施等により本県への旅行商品の造成を促進することで、誘客拡大を図ります。

◇首都圏

首都圏の旅行会社等を対象とした「本県単独」による観光商談会や観光セミナーを開催することで、本県の認知度、魅力度の向上を図るとともに、旅行商品の造成を促進し

ます。

◇関西圏、中京圏

（一社）四国ツーリズム創造機構等と連携し、旅行会社等を対象とした観光商談会やセールスを実施することで、旅行商品の造成を促進します。

◇北海道、九州

航空会社や（一社）四国ツーリズム創造機構等と連携し、旅行会社等を対象とした観光セミナーやセールスを強化します。



観光商談会

③アンテナショップ等を拠点とした誘客促進〈県〉

大都市圏でのアンテナショップや、東京都渋谷区にある「食」をテーマとする情報発信拠点「ターンテーブル」、東京本部、関西本部、名古屋事務所を拠点として、徳島県の観光・物産情報の発信や、イベントの開催などにより誘客促進に取り組みます。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
延べ宿泊者数 (万人)	2 3 0	2 6 0	2 7 0	2 8 5	3 0 0
延べ観光入込客数 (万人)	1, 9 5 1	1, 9 9 5	2, 0 2 0	2, 0 4 5	2, 0 7 0

〔（３）滞在型観光推進施策〕

【方向性】

本県は、東部、西部、南部の３エリアに多くの観光資源があり、各エリアで観光地としての特徴や魅力が異なっています。

県観光協会、DMO等と研究会を立ち上げ、県内周遊ルートを確立し、県東部から県南部への誘客、県西部から県東部への誘客を促進するなど、滞在型観光を推進し、宿泊者数、観光消費額の増加につなげます。

また、観光コンテンツの充実や、観光客のニーズに応じた情報発信により周遊を促進するなど、本県を訪れた観光客の長期滞在に向けた取組みを推進します。

【施策展開】

①県内周遊ルートの確立〈県、観光関連団体〉

県観光協会、DMO等と連携し、各エリア間の周遊ルートを確立し、本県を訪れた観光客に多くの観光地を訪問していただき、長期滞在を促進します。

②近隣県と連携した広域周遊観光の促進〈県、観光関連団体〉

本県と近隣県の観光地を周遊するモデルコースの造成や共同の観光プロモーションを行うなど、近隣県と連携した広域周遊観光を促進します。

③ニューツーリズム、体験型観光等による滞在促進〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者〉

多種多様なニューツーリズムや体験型観光の開発、磨き上げなど、観光コンテンツの充実を図ることにより、滞在型観光地としての基盤を強化し、本県を訪れた観光客の長期滞在を促進します。



スキューバダイビング



大谷焼体験

④効果的な情報提供〈県、観光関連団体〉

AIを活用した「観光コンシェルジュ機能」や、グルメサイト・宿泊サイト等の外部サイトとの連携機能を持つ県の観光情報サイト「阿波ナビ」や、観光アプリ「徳島たびプラス」により、観光客のニーズに応じた効果的な情報提供を行い、観光客の利便性の向上につなげるとともに、県内での来訪箇所や滞在時間の増加、観光消費額の拡大につ

なげます。

⑤観光ボランティアガイドの育成強化〈県、市町村、観光関連団体〉

各観光地で活躍している観光ボランティアガイドの育成強化を図ることにより、観光地での滞在時間の増加と観光消費額の拡大を促進します。



観光ボランティアガイド

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
観光キャンペーンの推進	—	1	2	4	5
とくしま農林漁家 民宿の宿泊者数	3, 7 1 3	4, 8 0 0	5, 2 0 0	5, 6 0 0	6, 0 0 0

〔４〕MICE誘致施策

【方向性】

学会や各種大会等のMICEは、多くの集客や宿泊が見込まれるとともに、飲食、交通、物流など幅広い業種への経済波及効果が期待できることから、積極的な誘致に取り組みます。

特に、本県の宿泊規模に見合った1,000人規模の学会、会議を重点的に誘致します。

また、多くの宿泊につながるナイトイベントやスポーツ合宿、報奨旅行等の誘致に取り組めます。

【施策展開】〈県、市町村、観光関連団体〉

①国内・国際コンベンションの情報収集と積極的な誘致活動

関係機関が連携して、コンベンション情報の共有を図るとともに、コンベンション主催者へのアンケート調査や個別訪問による情報収集、コンベンション開催に向けたアプローチなど、積極的な誘致活動に取り組めます。

②コンベンション助成制度の活用、ニーズに応じた制度の充実

コンベンション誘致を推進するためコンベンション開催経費への支援等の助成制度を活用するとともに、主催者のニーズを反映した助成制度の拡充等、コンベンション誘致の競争力強化を図ります。

③商談会・展示会や個別訪問による本県の助成制度や支援体制のPR強化

都市部での商談会・展示会への参加や、学会本部、旅行会社等への個別訪問を積極的に行い、コンベンション助成制度や開催に向けた支援体制のPRを行います。



コンベンション商談会

④アフターコンベンションの充実

コンベンション終了後、徳島の観光を楽しんでもらう体験ツアーや産業観光ツアーなど、アフターコンベンションを充実させることにより、プラス一泊の推進、観光誘客につなげます。

⑤ナイトイベント、スポーツ合宿等の情報収集と積極的な誘致活動

多くの宿泊につながるナイトイベントやスポーツ合宿、報奨旅行等を国内外から誘致促進するため、旅行会社やイベント企画会社からの情報収集、個別訪問など、積極的な誘致活動に取り組みます。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
コンベンション参加者数（万人）	10.8	11	12	13	14

基本施策（重点施策の推進に向けた共通した取組み）

①観光マーケティングの強化

多様化する観光客のニーズや変化する観光を取り巻く環境、本県観光の現状と課題を的確に把握し、分析を行う、観光マーケティングを強化することにより、戦略的な誘客施策を推進します。

○マーケティング調査等の活用（県、観光関連団体）

- ・国が実施している観光統計の活用に加え、県、DMO等による観光マーケティング調査を実施し、誘客ターゲットの絞り込み、プロモーション手法など、効果的な施策の策定につなげます。
- ・誘客ターゲットとしている国や地域のマーケティングを強化し、戦略的な誘客施策の策定につなげます。
- ・観光客をはじめ、県内の宿泊業者、旅行会社など観光事業者の声を十分に聞き取り、施策に反映させます。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
観光満足度の向上 (非常に満足：%)	2 1 . 9	2 2	2 3	2 4	2 5

②観光誘客基盤の強化

交通体系の整備やW i - F i 環境の整備、観光客を温かく迎える受入環境の整備等、観光客の快適性、利便性、満足度の向上につながる誘客基盤の強化を図ります。

○一次交通の充実（県、市町村）

- ・徳島阿波おどり空港への国際定期便就航、国内線の維持・拡大に取り組みます。
- ・四国を循環する高速交通ネットワークである「四国 8 の字ネットワーク」や主要幹線道路の整備を推進します。
- ・2 0 2 5 年大阪・関西万博などの国際的なイベントを見据え、和歌山との既存フェリーの活用をはじめ、本県への来訪需要に対応した航路の検討なども行い、海上交通の利便性向上を図ります。

○二次交通の充実（県、市町村、観光関連団体）

- ・観光地までのレンタサイクルの充実、レンタカー助成、鉄道や路線バスのフリー乗車券、二次交通情報の発信など、旅行者の利便性の向上を図ります。
- ・各交通機関の特性を活かし、モーダルミックスの推進による国内外からの観光客にとって利用しやすい公共交通ネットワークを構築します。

- ・観光客の利便性向上を図るため、タクシー運転手の「おもてなし力」の向上を図る「おもてなしタクシー認定制度」のさらなる推進を図ります。

○受入環境の向上〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民〉

- ・県、市町村、観光事業者、観光関連団体、県民が一体となって、観光客を温かく迎える受入環境を整備し、本県を訪れた観光客の満足度の向上を図ります。
- ・訪日外国人が快適に旅行できる環境を実現するため、Wi-Fi環境の整備、キャッシュレス決済システム、多言語表記等の促進を図ります。
- ・農林漁業体験や郷土料理が味わえる「とくしま農林漁家民宿」の育成や支援を行います。



とくしま農林漁家民宿での交流

○宿泊施設、観光関連施設の充実〈県、観光事業者〉

- ・宿泊の大きな動機付けとなる魅力の高いホテル・旅館の誘致推進や、「多くの観光客から選ばれ、かつ、再び宿泊したい」と思われる宿泊施設への変革を推進するなど、観光関連施設への投資を促進します。
- ・観光客の多様な宿泊ニーズに対応するため、民泊サービスの推進、適正な運用に取り組めます。
- ・宿泊施設の魅力アップ、安全・安心の向上に向けた施設改修やリニューアルの支援を行います。

○安全・安心な誘客基盤の整備〈県、市町村〉

- ・防災・危機管理情報「安心とくしま」ホームページを活用し、観光客に対して、大雨に関する情報をはじめとした様々な危機事象について、迅速かつ正確な情報を提供します。
- ・多言語対応のリーフレットや災害時対応マニュアルを活用し、災害発生時における訪日外国人旅行者の安全の確保に努めます。
- ・多くの観光客が集中するイベント等の開催日における災害発生に対応するため、関係機関の連携のもと、避難対策を進めます。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
とくしま特選ブランドの商品総売上額（億円）	1 0 6	1 3 0	1 4 0	1 5 0	1 6 0
おもてなしタクシー認定件数（累計）	7 1	1 2 0	1 4 0	1 6 0	1 8 0
Wi-Fi アクセスポイント（累計）	8 2 4	9 2 5	9 5 0	9 7 5	1, 0 0 0
四国横断自動車道の整備	香川県境～徳島 IC 間供用中	促進中	徳島東 IC ～津田 IC 間供用	徳島 JCT ～徳島東 IC 間供用	促進中

③観光人材の育成・強化

本県の観光人材の育成・強化を図る「徳島観光アカデミー」の実施等により、本県を訪れた観光客の満足度、利便性の向上を図ります。

○「徳島観光アカデミー」による人材育成〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・観光客を温かくおもてなしし、地域の魅力を発信する観光ボランティアガイドや通訳案内士の育成を図ります。
- ・語学講座と観光に関する講座を合わせて実施し、外国人向けのボランティアガイドの育成を行います。
- ・観光ボランティアガイド活動を通じて本県の観光振興に貢献されているボランティア団体や個人を表彰することで、活動の認知度向上や活動従事者の意欲の向上、ひいては本県を訪れる観光客のホスピタリティ向上を図ります。
- ・本県を訪れた観光客に快適に観光を楽しんでいただくため、タクシードライバーの「おもてなし力」の向上や、体験型観光インストラクターの研修など、観光事業者の人材育成、スキルアップに取り組みます。



おもてなしタクシーロゴ

〈徳島県おもてなしタクシー〉、
「安全運転」「接客マナー」「徳島の観光知識」
の研修と試験に合格し、認定を受けた運転手が
乗務するタクシー

○県民による観光情報や魅力の発信〈県、県民〉

- ・本県の歴史・文化・自然等に関する講座等により、県民の郷土への理解や関心を深め、観光客をもてなす心を醸成し、県民自ら、観光客との交流や口コミにより、本

県の魅力を発信します。

- ・県民が県内観光地を訪問し、本県の魅力を体感することにより郷土愛を育み、自然、文化、イベント、食の写真をSNSで発信するなど、「徳島愛」を持つ県民がインフルエンサーとなり本県の魅力を発信します。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
観光ボランティア等研修会実施(累計)	—	2 5	5 0	7 5	1 0 0
「徳島」いいね！サポーター数(累計)	—	5 0	1 0 0	1 5 0	2 0 0

④観光コンテンツの充実

本県が世界に誇る阿波おどりをはじめ、アニメを核としたイベント「マチ★アソビ」、「とくしまマラソン」や3大国際スポーツ大会及びそのレガシーにより誘致する各種スポーツ大会等のイベント、魅力的な地域資源を活かしたニューツーリズムなどの観光コンテンツのさらなる充実を図るとともに、新たな観光コンテンツの発掘、磨き上げを行います。また、観光コンテンツの旅行商品化と販売促進を行います。

○阿波おどりの最大活用〈県、市町村、観光関連団体〉

- ・本県最大の誘客コンテンツである阿波おどりの通年化、国際化を図るなど、阿波おどりを最大限活かした誘客に取り組みます。

◇通年化

春：「はな・はる・フェスタ」の阿波おどり

夏：県下最大の「徳島市阿波おどり」をはじめ県内各地で開催

秋：秋の阿波おどり

冬：阿波おどりを組み込んだ旅行商品の造成

◇国際化

海外のイベントや博覧会などでの阿波おどりの演舞、PR



パリでの阿波おどり公演



秋の阿波おどり

○徳島ならではのイベントの充実〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者〉

- ・アニメを核としたイベント「マチ★アソビ」、ボランティアによる「おもてなし」

が全国的に高い評価を受けている「とくしまマラソン」など、「徳島ならではの」のイベントのさらなる充実を図ります。



マチ★アソビ



とくしまマラソン

○ニューツーリズムの充実〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・グリーンツーリズム、ブルーツーリズムをはじめ、スポーツ、ヘルス・メディカル、ライセンス、教育、産業、酒蔵、ヒューマンなど、あらゆる資源を活かしたニューツーリズムを開発・活用し、誘客促進を図ります。

○体験型観光の推進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・自然・歴史・文化など本県の優れた地域資源を活かし、体験メニューや受入体制の充実を図ることにより、体験型観光を推進します。

◇主な体験プログラム

- ・自然体験（ウミガメとのふれあい、サンゴ移植など）
- ・農業体験（田植え、果物・野菜収穫、茶摘みなど）
- ・漁業体験（定置網漁、養殖業など）
- ・味覚体験（イセエビ料理、イカの一晩干し作り、そば打ちなど）
- ・歴史文化体験（阿波おどり、お遍路など）
- ・伝統工芸体験（藍染め、大谷焼、竹細工、阿波和紙手漉きなど）



養殖業での餌やり体験



藍染体験

○豊かな自然環境を活かしたアクティビティによる誘客促進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・風光明媚な景観、マリンスポーツに適した県南部の海など、豊かな自然環境を活か

したアクティビティによる誘客促進に取り組みます。

◇主なアクティビティ

サーフィン、スキューバダイビング、シーカヤック、サップ、マラソン、サイクリング、カヌー、ラフティング、ウェイクボード、剣山トレッキング



ラフティング



サイクリング

○食を活用した誘客促進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・阿波尾鶏、徳島の活鰐、徳島ラーメンなど、徳島ならではの「食」を通じ、その土地の歴史や文化などを体験する「ガストロノミーツーリズム」を強力な観光資源として売り出し、大都市圏はもとより、世界への情報発信ツールとして活用します。
- ・「わざわざ徳島に行っても食べたい」「徳島でしか味わえない」と思わせる、徳島を代表する料理の開発に取り組みます。
- ・徳島県の食を生み出す農山漁村地域の歴史や文化などを合わせて味わって貰えるような取組を推進します。

○世界遺産登録への取組み〈県、市町村、世界遺産登録関係団体〉

- ・「四国八十八ヶ所霊場と遍路道」について、四国4県が連携して世界遺産登録を目指した取組みを推進するとともに、日本遺産としての魅力を国内外に発信します。
- ・兵庫県と連携し、「鳴門の渦潮」の世界遺産登録を目指した取組みを推進します。



鳴門の渦潮



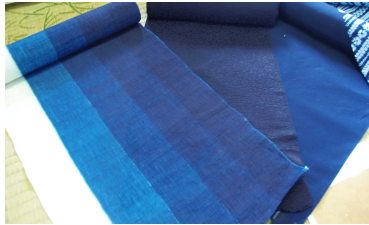
遍路道

○文化資源の観光産業への開花〈県、観光事業者〉

- ・阿波藍、阿波人形浄瑠璃、阿波おどり、ベートーヴェン「第九」の「あわ文化4大モチーフ」や邦楽、ジャズ、クラシックの「あわ三大音楽」、大谷焼、阿波和紙な

どの伝統産業、史跡・名勝、伝統的建造物群をはじめとする文化財等、本県の多様で魅力的な文化資源を観光産業へ活用し、文化と観光・経済の好循環を構築します。

- ・日本遺産に認定された阿波藍の新しい価値の創造、多種多様な藍の魅力の発信による産地イメージの確立や、消費者が正しい情報をもとに藍染製品を購入できるよう安全・安心高品質の一定の品質を保証した制度の構築などにより、阿波藍ブランドを確立します。また、農福（農業・福祉）連携による葉藍の生産振興を図ります。



藍染製品



阿波人形浄瑠璃

○ナイトタイムエコノミーの推進〈県、市町村、観光事業者〉

- ・一人あたりの消費金額の大きい夜間の消費額拡大を図る「ナイトタイムエコノミー」を推進するため、夜間の魅力的なイベントの充実、阿波おどりの練習会場や観光スポットを巡る「徳島ならではの旅行商品」の造成などに取り組みます。

○新たな観光コンテンツの発掘・磨き上げ〈県、市町村、観光関連団体〉

- ・勝浦町で発掘された恐竜化石等の観光素材を、魅力的な観光コンテンツへと育てていきます。
- ・旅行者目線に立って地域資源の洗い出し、付加価値の付与を行うことにより、新たな観光コンテンツの発掘、磨き上げを行います。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
新たな滞在型コンテンツ造成(累計)	—	1 5	3 0	4 5	6 0
とくしまマラソン満足度(点)	7 6. 8	8 0. 5	8 2. 0	8 3. 5	8 5. 0
体験型教育旅行における協議会受入泊数	4, 9 6 7	5, 2 5 0	5, 5 0 0	5, 7 5 0	6, 0 0 0
県産品を使ったメニュー・商品開発数(累計)	2 3 9	3 3 6	3 8 4	4 3 2	4 8 0
県産品を通じた旅行商品の造成(累計)	—	3	6	9	1 2

⑤情報発信力の強化

本県の魅力を「求める人に必要な情報」を効果的に発信するため、ウェブサイトやメディア、SNSを活用するとともに、重点地における観光プロモーションの開催やファームツアーを実施することにより、本県の認知度と魅力度の向上を図ります。

○ICT技術を活用した情報発信〈県、市町村、観光関連団体〉

- ・フェイスブック、インスタグラム等のSNSや、AIを活用した県の観光情報サイト「阿波ナビ」、観光アプリ「徳島たびプラス」など、ICT技術を活用して、国内外に本県の魅力を発信します。

○マスメディア等を活用した情報発信〈県、市町村、観光関連団体〉

- ・本県の自然・文化・食といったコンテンツを、テレビ、新聞、雑誌等のマスメディアや、4K動画、VRを活用することにより、その魅力を発信します。
- ・新聞広告やタウン情報誌など、各種広報媒体を活用した効果的な情報発信を行います。
- ・ファームツアーやパワーブロガーを活用することにより、国内外に広く情報発信を行います。
- ・映画、テレビ等のロケーション撮影の誘致や支援を行うことにより、各種メディアを通じた情報発信を行い、本県の認知度向上やイメージアップを図ります。



徳島県ロケーション・サービス

○大都市圏における情報発信〈県、市町村、観光関連団体〉

- ・首都圏、関西圏等における観光プロモーションの開催により、本県の観光地としての認知度と魅力度の向上を図ります。

○アンテナショップ等による情報発信〈県〉

- ・大都市圏のアンテナショップや、東京・渋谷の「食」をテーマとする情報発信拠点「ターンテーブル」、東京本部、関西本部、名古屋事務所を拠点として観光・物産情報を発信します。

○「とくしま特選ブランド」の活用〈県〉

- ・安全安心で独自の魅力を持った、本県を代表する優れた県産品を「とくしま特選ブランド」として販路拡大し、品質を追求するとともに、国内外にその魅力を発信し、本県のイメージアップを図ります。

○「徳島ファン」による情報発信〈県〉

- ・県外在住の県出身者、阿波おどり愛好家や、旅行、勤務、居住経験がある徳島ゆかりの方など、本県に愛着を持つ「徳島ファン」と連携し、本県の魅力を発信します。
- ・県外在住の県出身者、勤務、居住経験がある徳島ゆかりの方や、阿波おどり愛好家など、本県に思いを寄せる「徳島ファン」と連携し、都市部等において、本県の魅力を発信します。

○「阿波ふうどスペシャリスト」による情報発信〈県〉

- ・本県の豊かな食に共感する「徳島ファン」を増やすとともに、本県への「人の流れ」を創出するために、「徳島の食」を応援する「阿波ふうどスペシャリスト」と連携し、SNSを活用して「徳島の食」の魅力を全国に発信します。

○県民による観光情報や魅力の発信〈県、県民〉（再掲）

- ・本県の歴史・文化・自然等に関する講座等により、県民の郷土への理解や関心を深め、観光客をもてなす心を醸成し、県民自ら、観光客との交流や口コミにより、本県の魅力を発信します。
- ・県民が県内観光地を訪問し、本県の魅力を体感することにより郷土愛を育み、自然、文化、イベントの写真をSNSで発信するなど、「徳島愛」を持つ県民がインフルエンサーとなり本県の魅力を発信します。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
「徳島」いいね！ サポーター数 (累計)	－	5 0	1 0 0	1 5 0	2 0 0
観光アプリのダウ ンロード数(万件) (累計)	－	1. 5	3	4. 5	6
観光情報サイト総 アクセス数(万件)	5 2 3	5 4 0	5 6 0	5 8 0	6 0 0
県外で県産品が食 べられる店数	1 3 3	1 7 0	1 8 0	1 9 0	2 0 0
アンテナショップ の新規取扱商品数 (累計)	5 1 0	6 5 0	7 2 0	7 9 0	8 5 0
ロケーション支援 件数	5 9	7 0	7 5	8 0	8 5

⑥広域観光の推進

県内の各圏域で形成されている地域連携DMO、四国、瀬戸内、関西で形成されている広域連携DMO等と連携し、スケールメリットを活かした施策に取り組むことにより、集客力の高い広域観光施策を推進します。

○DMO等との連携〈県、市町村、観光関連団体〉

- ・3つの広域連携DMO（（一社）四国ツーリズム創造機構、（一社）せとうち観光推進機構、（一財）関西観光本部）のノウハウやスケールメリットを活かし、広域エリアによる観光PRや広域観光周遊ルートによる誘客など、効果的なプロモーションを実施します。
- ・（一社）そのの郷、（一社）イーストとくしま観光推進機構、（一社）四国の右下観光局、（一財）徳島県観光協会、市町村等と連携を図り、観光地域づくり、県内の周遊観光推進等に取り組みます。

○近隣府県との連携〈県〉

- ・四国他県、兵庫県等の近隣県と連携し、県をまたいだモデルコースの造成や共同の観光プロモーション等を行うことにより、エリアが一体となった誘客促進を図ります。

■個別目標

項 目	現況値	目 標 値			
	平成 29 年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
ひょうご徳島ツーリズム助成件数 (累計)	3 8 1	4 6 0	5 0 0	5 5 0	6 0 0

5 推進体制

(1) 役割分担

県、市町村、観光事業者、観光関係団体、県民のそれぞれの役割分担を明確にして、各施策に取り組みます。

◆県の役割

- ・観光の振興に関する総合的かつ計画的な施策を策定し、実施します。
- ・市町村、観光関係団体、観光事業者、県民に対して観光の振興に関する共通の認識を持つことができるよう情報の提供を行います。
- ・市町村、観光関係団体、観光事業者、県民が相互に連携し、一体となって観光の振興に取り組むことができるよう必要な支援及び総合調整を行います。

◆市町村の役割

- ・県や観光関連団体等と連携し、地域に応じた観光施策を策定し、実施します。

◆観光関係団体

- ・県、市町村が実施する観光施策と連携、協力して、観光に関する情報の発信、観光客の誘致及び受入体制の整備に取り組みます。
- ・DMOは、観光地域づくりの舵取り役として、マネジメント、マーケティング等に取り組みます。

◆観光事業者の役割

- ・観光に関する情報発信、サービスの提供等により、本県を訪れる観光客の満足度向上に努めます。
- ・事業者自らが創意工夫を凝らし、地域に存在する資源を活用した事業展開を図ります。
- ・他の事業者との連携による付加価値の創出を図ります。

◆県民の役割

- ・観光に対する関心や理解を深め、本県を訪れる観光客を温かく迎えます。
- ・観光ボランティアへの積極的な参加や「おもてなし」の実践を行います。
- ・県民一人一人が郷土の魅力に誇りを持ち、本県の魅力発信に努めます。

(2) 官民一体となった誘客推進

国内外からの誘客を促進し、宿泊者数の増加を図るため、県、市町村、観光関係団体、観光関連事業者等が、それぞれの役割を果たすとともに、連携を図りながら、官民一体となって各施策に取り組みます。

◆官民一体となった観光商談会の開催

- ・首都圏の旅行会社等を対象とした「本県単独」による「オール徳島観光商談会」を開催し、トップセールスや旅行会社と県内宿泊施設、観光施設等とのマッチン

グなど、官民一体となって本県の魅力を直接売り込むことで、国内外からの観光誘客を図ります。

◆交通事業者とのタイアップ事業の展開

- ・航空、鉄道、船、バス等の交通事業者と連携、協力し、観光客の利便性の向上はもとより、誘客につながるイベント等の企画に取り組みます。
- ・観光関連団体や航空会社等と連携し、首都圏、関西圏、中京圏等の主要都市において切れ目のない営業活動を実施することで、旅行商品の造成に取り組みます。

◆DMOを中心とした地域が一体となった誘客促進

- ・DMOは、観光地域づくりの方向性・情報の共有、多様な事業の調整などのマネージメント機能及び各種調査等により観光客の実態を把握し旅行商品やサービスに反映させるマーケティング機能を果たします。
- ・本県が参画している（一社）四国ツーリズム創造機構、（一社）せとうち観光推進機構、（一財）関西観光本部の広域連携DMOや、県東部の（一社）イーストとくしま観光推進機構、県西部の（一社）そらの郷、県南部の（一社）四国の右下観光局が、マネージメント機能、マーケティング機能を果たし、地域が一体となった誘客促進に取り組みます。