

令和元年度 観光振興施策の実施状況



目次

| | 頁 |
|---------------------------------|----|
| I 重点施策 | |
| 1 インバウンド拡大施策 | 1 |
| 2 国内誘客施策 | 3 |
| 3 滞在型観光推進施策 | 5 |
| 4 MICE誘致施策 | 7 |
| II 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 | 8 |
| 2 観光誘客基盤の強化 | 8 |
| 3 観光人材の育成・強化 | 10 |
| 4 観光コンテンツの充実 | 11 |
| 5 情報発信力の強化 | 14 |
| 6 広域観光の推進 | 17 |
| III 徳島県観光振興基本計画数値目標 令和元年度進捗状況一覧 | 18 |

I 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」といった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、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などに取り組みます。

【実施状況】

①地域別の誘客施策

◇「重点国・地域」東アジアからの誘客施策

- ・香港、台湾の旅行会社やメディアを招聘し、本県の観光PRを行った。また、現地の旅行展示会への出展や旅行会社との商談の実施、現地セミナーの開催を行った。
- さらに、SNSによる情報発信を行い、個人旅行者に向けても本県のPRを行った。（海外誘客室）

◇「有望国・地域」欧米豪や東南アジアからの誘客施策

- ・フランスにおいて「阿波人形浄瑠璃」公演に合わせた観光PRの実施や、国やDMOと連携したタイ旅行博への出展などを行い、外国人観光客の誘客を促進した。（海外誘客室）
- ・世界阿波おどりサミットを開催し、米国、ブラジル、フランス、台湾から阿波おどり関係者が集い、各地の取組みや海外公演の様子を報告し、成果を「阿波おどり宣言」として取りまとめ情報発信した。（観光政策課）

②3大スポーツ大会、大阪・関西万博を契機とした誘客促進

- ・国際イベント開催後の継続した誘客に繋げるため、国や広域DMOと連携し、海外の旅行会社、メディアやインフルエンサーを招請したファムツアーを実施し、本県の魅力ある自然や文化・体験などのPRを実施した。（海外誘客室）
- ・海外の教育機関等への訪問によるプロモーションや現地教育関係者の県内視察等を通じ、本県の魅力や受入態勢をPRし、教育旅行誘致を促進した。（県観光協会）

③広域連携によるプロモーション活動

- ・関西広域連合、関西観光本部、四国ツーリズム創造機構、せとうち観光推進機構と連携し、観光PRや商談会への参加、情報発信など、スケールメリットを活かした観光プロモーションにより広域周遊を促進した。（海外誘客室）

④効果的な情報発信

- ・徳島県多言語観光情報サイト「Discover Tokushima」（英語・繁体字・簡体字・ハングル）による情報発信、SNSを活用した情報発信（香港向け、台湾向け、タイ向け、英語圏向け）を実施した。（海外誘客室）



多言語観光情報サイト「Discover Tokushima」

- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」において、本県での宿泊者が多い海外の地域（香港、台湾）を対象に、中国語（繁体字及び簡体字）や英語によるSNSで情報発信した。（県観光協会）
- ・海外の現地公共交通機関を活用した広告展開や、メディアやインフルエンサー等を招聘し、県内観光地や宿泊施設を取材した内容を、雑誌やSNS等のメディアで発信した。（海外誘客室）

⑤受入環境の整備

- ・訪日外国人が快適に旅行できる環境を実現するため、観光関連事業者を対象に多言語表記やWi-Fi環境整備等に関する経費の一部支援を行うなど、受入環境の整備を促進した。（観光政策課）
- ・県内で組織したボランティア通訳団体「徳島GGクラブ」において、多言語観光案内シミュレーション、県内通訳人材スキルアップのための通訳人材養成セミナーを開催し、県内における外国人受入体制の整備を図るとともに、座学研修や現地での実践型研修を行い、県内における外国人受入人材養成を促進した。（観光政策課）

⑥国際線の誘客促進

- ・本県経済活性化や国際交流促進を図るため、徳島阿波おどり空港へ就航する国際便への運航支援を行うとともに、現地における積極的なエアポートセールスを実施した。（次世代交通課）
- ・香港定期便による地域経済の活性化に向け、個人旅行者向けに現地メディアを活用した情報発信や県内観光事業者と連携した現地商談会の開催や個別セールスを実施し、本県への誘客拡大を図った。（海外誘客室）

⑦クルーズ客船の誘致推進

- ・新たなクルーズ客船の寄港や一年を通じた寄港の実現による寄港数増加を図るため、市町村や関係機関と連携し、積極的なポートセールスを実施するとともに、徳島ならではのおもてなしを充実強化した。（運輸政策課）

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。

【実施状況】

①個人旅行者向け（B to C）プロモーション

- ・「#徳島あるでないで」キャンペーン（観光政策課）
 - ◆オンライン旅行会社や大手旅行会社のWEBサイトを中心に、「徳島県特集ページ」を開設し、「体験」や「食」を組み込んだ宿泊プランを造成した。
 - ◆徳島の魅力を新発見・再発見してもらうため、SNSを活用した投稿キャンペーンを実施した。



「#徳島あるでないでキャンペーン」ロゴ

- ・旅行雑誌や徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」を通じて旅行者に直接届く形で、旬の情報を積極的に提供した。（観光政策課）

②旅行会社向け（B to B）プロモーション

- ・旅行会社向けプロモーションとして商談会、ファミツアー等を実施した。（観光政策課）
 - ◆首都圏
 - ・「オール徳島」観光商談会（東京） R1.5.22
 - ・国内大交流コンベンション（東京） R1.7.11
 - ・徳島県観光セミナー（東京） R1.8.21
 - ・しあわせぐるり、しこくるり。四国観光商談会（東京） R1.9.25
 - ◆関西圏、中京圏
 - ・JR四国 大阪商品説明会（大阪） R1.5.27
 - ・徳島県観光セミナー（大阪） R1.8.29
 - ・3旅連合同徳島PRキャラバン（大阪） R1.9.2
 - ・しあわせぐるり、しこくるり。四国観光商談会（大阪） R1.10.2
 - ・旅行会社(大阪・広島)向けファミツアー R1.10.11~12
 - ・四国ツーリズム創造機構観光情報交換会(名古屋) R1.11.28
 - ◆北海道、九州
 - ・JAL連携セールス（札幌） R1.6.19~20 （福岡） R1.9.4~6
 - ・旅行会社(九州・広島)向けファミツアー R1.12.10~11

③アンテナショップ等を拠点とした誘客促進

- ・全国に向けた、徳島県産品・観光の情報発信や県産品の販路拡大を実現するため、大阪・名古屋での物産センターや、東京・福岡・札幌においてコンビニ協働事業を活用したアンテナショップの運営、「阿波とくしまアンテナショップ」認定店の支援等を行った。
(観光政策課)



大阪「とくしまの店」

- ・大都市で展開するトップセールスの開催、協力店（飲食店）でのフェア開催などのほか、情報発信拠点「ターンテーブル」「地域商社阿波ふうど」及び2台のPR車両といった本県ならではのツールを組み合わせ、大消費地での各種取組みを連動させることで、県産品の認知度向上と販路拡大を促進し、「とくしま回帰の流れ」を創出した。
(もうかるブランド推進課)

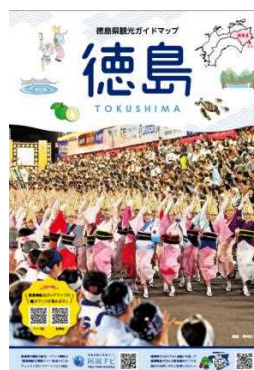


ターンテーブル



でり・ぱりキッチン阿波ふうど号

- ・県外事務所内観光コーナー、都内アンテナショップなどのPRコーナーにおいて観光ポスター等を展示するとともに、各種観光パンフレットを旅行業者や来客者に提供した。また、各種イベントにおいても積極的に観光情報を提供した。
(東京本部、関西本部、名古屋事務所)



徳島県観光ガイドマップ

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。

【実施状況】

①県内周遊ルートの確立

- ・県が積極的に関わることで、県東部エリアを管轄する（一社）イーストとくしま観光推進機構、県西部エリアの（一社）そらの郷、県南部エリアの（一社）四国の右下観光局のそれぞれが地域連携DMOに登録され、県内全域において観光地域づくりを担う体制が整うとともに、これらDMOと連携し滞在型の県内周遊ルートづくりを推進した。
（観光政策課、南部総合県民局、西部総合県民局）

にし阿波 体験型教育旅行
そらの郷山里物語



②近隣県と連携した広域周遊観光の促進

- ・四国ツーリズム創造機構及び主要構成団体である四国4県、JR四国と連携し、観光説明会や商談会を開催するとともに、観光イベントへの出展、旅行会社へのセールスを通年で実施した。（観光政策課）
- ・兵庫県と連携し、割引クーポン付き「淡路島&徳島とくともく周遊ガイド」の作製・配布や、「ひょうご・とくしまツーリズムバス事業」を実施し、周遊促進を図った。
（観光政策課）

③ニューツーリズム、体験型観光等による滞在促進

- ・「訪日教育旅行」や、ワールドマスタースゲームズの競技となっているゴルフやマラソンなどのスポーツを活用した「スポーツツーリズム」の推進に向け、訪日外国人の来県時や現地セールス等の機会を捉え、観光資源のPRを実施した。（海外誘客室）
- ・アニメキャラクターや作品群を活用し、徳島ならではのコンテンツに磨きをかけ、国内外に情報発信するとともに、交流の拡大を図った。（にぎわいづくり課）
- ・市町村やDMO等の関係機関と連携し、既存の体験型観光素材を活用した企業・団体向けチームビルディング体験プログラムのブラッシュアップやPRツールとしての動画制作を実施した。（観光政策課）

④効果的な情報提供

- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」において、人工知能（A I）を活用したFAQサービスや体験・食等の外部サイトとの連携機能により効果的な情報提供を行うとともに、季節ごとに旬の情報を収集、発信した。また、開催中の地域イベントに参加し、体験談などを随時SNSで発信したほか、市町村や市町観光協会等からの情報提供により、観光情報を発信した。（観光政策課）
- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、スマートフォンで利用できる観光アプリ「徳島たびプラス」により、パスポート形式のスタンプラリーを行うなど、観光客の県内における周遊促進や観光情報の発信に取り組んだ。（観光政策課）



徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」



徳島県観光アプリ「徳島たびプラス」

⑤観光ボランティアガイドの育成強化

- ・観光ボランティア活動の認知度を高め、活動従事者の意欲の向上、ひいては本県を訪れる観光客へのホスピタリティ向上を図るため、観光ボランティアガイド功労賞表彰制度により、個人3名に対して表彰を行った。（観光政策課）

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みます。

【実施状況】

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

- ・国内・国際コンベンションの誘致を促進するため、関係団体や高等教育機関等での開催計画の情報収集と意向調査を実施した。（県観光協会）

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

- ・県内で開催される中四国規模以上のコンベンションを対象として開催費の助成をはじめ、郷土芸能等のアトラクションやシャトルバス運行費等の助成、延べ1000泊以上のコンベンションの県立施設の使用料相当額の助成により、コンベンション誘致を促進した。（県観光協会）

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

- ・全国規模のMICE誘致促進を図るため、主催者側で開催の決定権を有する責任者などがコンベンション施設等の視察を希望する場合は、本県の支援策を積極的にPRした。（県観光協会）
 - ◆国際MICEエキスポ（東京）
 - ◆大阪MICEディスティネーション・ショーケース（大阪）

④アフターコンベンションの充実

- ・魅力あるアフターコンベンション情報を主催者に対して的確に発信し、県内での滞在日数や周遊箇所の拡大を促進した。（県観光協会）

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

- ・宿泊者の増加と観光消費拡大による経済活性化を図るため、新たなナイトイベントを企画する民間事業者を募集し、ナイトタイムエコノミーの活性化に直結する事業を支援した。（観光政策課）
- ・合宿や交流試合を実施するためのワンストップサービスを実施するとともに、スポーツ合宿を扱う旅行代理店や大学・企業に対してPR活動を行った。（にぎわいづくり課）
- ・ラグビーワールドカップ2019ジョージア代表チームが鳴門市で事前チームキャンプを実施した。（国際スポーツ大会課）
- ・ホストタウン相手国の各種キャンプ受入れなど、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会事前キャンプ誘致活動を積極的に展開した。（国際スポーツ大会課）

II 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

方向性

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、分析を行い、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。

【実施状況】

■マーケティング調査等の活用

- ・国が実施している観光統計の活用に加え、主要観光施設に訪れた観光客への来訪意向調査を実施し、誘客ターゲットの絞り込み、プロモーション手法など、効果的な観光施策の策定を図った。（観光政策課）
- ・新型コロナウイルス感染症の世界的流行にあたり、宿泊事業者をはじめ観光関連事業者への影響について実態把握に努めるとともに、感染予防の徹底等を周知した。（観光政策課）

2 観光誘客基盤の強化

方向性

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。

【実施状況】

■一次交通の充実

- ・徳島阿波おどり空港発着路線の維持・拡充を図る利用促進事業を実施した。（福岡線団体旅行助成、乗継割引路線P R等）（次世代交通課）
- ・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た。（高規格道路課）
 - ◆四国横断自動車道 ①徳島JCT～徳島東 用地取得・工事促進
②徳島東～小松島 用地取得・工事促進
③小松島～阿南 用地取得・工事促進
 - ◆阿南安芸自動車道 ④桑野道路 調査設計・用地取得促進
⑤福井道路 調査設計・用地取得促進
 - ◆一般国道55号 ⑥牟岐バイパス 調査設計・用地取得促進
⑦阿南道路 工事促進
 - ◆一般国道192号 ⑧徳島南環状道路 用地取得促進
 - ◆一般国道32号 ⑨猪ノ鼻道路 工事促進 ⑩32号改築防災 調査設計促進
- ・徳島小松島港沖洲（外）地区に、船舶の大型化や緊急物資の海上輸送に対応した、耐震強化岸壁を有する複合一貫輸送ターミナルの整備を進め、令和2年3月の防波堤完成により事業が完了した。（運輸政策課）

■二次交通の充実

- ・観光客の利便性向上を図るため、空港から観光地へのバス路線の充実やバス車内の多言語案内等の利用環境の整備に努めた。（次世代交通課）
- ・観光客と接する機会が多く、来県者の徳島に対する印象を左右する「タクシー運転者」の「おもてなし力」の向上を図ることを目的に、「おもてなしタクシー」の認定を推進した。（観光政策課）

■受入環境の向上

- ・訪日外国人が快適に旅行できる環境を実現するため、観光関連事業者を対象に多言語表記やWi-Fi環境整備等に関する経費の一部支援を行うなど、受入環境の整備を促進した。（観光政策課）

■宿泊施設、観光関連施設の充実

- ・宿泊事業者における収容人数の増加や客室稼働率の向上につながる客室や入浴施設等の魅力アップに取り組む改修事業に対して支援した。（観光政策課）



陶器の露天風呂

■安全・安心な誘客基盤の整備

- ・防災・危機管理情報「安心とくしま」ホームページにおいて、観光客に対し、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、地理空間情報との連動により、迅速かつ正確な情報を周知した。（危機管理政策課）
- ・災害時における通信手段の確保を図るとともに、平時には観光情報等の提供・発信に活用するため、避難所や観光施設等に整備した「Tokushima Free Wi-Fi」の運営を行った。（Society5.0推進課）

3 観光人材の育成・強化

方向性

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。

【実施状況】

■「徳島観光アカデミー」による人材育成

- ・観光ボランティア活動の認知度を高め、活動従事者の意欲の向上、ひいては本県を訪れる観光客へのホスピタリティ向上を図るため、観光ボランティアガイド功労賞表彰制度により、個人3名に対して表彰を行った。（観光政策課）
- ・県内で組織したボランティア通訳団体「徳島GGクラブ」において、多言語観光案内シミュレーション、県内通訳人材スキルアップのための通訳人材養成セミナーを開催し、県内における外国人受入体制の整備を図るとともに、座学研修や現地での実践型研修を行い、県内における外国人受入人材養成を促進した。（観光政策課）
- ・観光客と接する機会が多く、来県者の徳島に対する印象を左右する「タクシー運転者」の「おもてなし力」の向上を図ることを目的に、「おもてなしタクシー」の認定を推進した。（観光政策課）



おもてなしタクシーロゴ

■県民による観光情報や魅力の発信

- ・徳島の魅力を自ら体感し、その良さを発信できるよう、座学や体験講座により郷土の良さやその価値について学ぶ講座を開催した。（県立総合大学校本部）
- ・徳島の文化・自然・暮らし等に関する地域に密着した学習を通して、「ふるさと徳島」を再発見するための講座や、地域の活性化、特色ある地域づくりなどの取組みにつながる講座を開催した。（総合教育センター）
- ・剣山や吉野川をはじめとする、にし阿波ならではの地域の魅力を再発見する「新あわ学講座」を開催した。（西部総合県民局）
- ・「#徳島あるでないで」や徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」のSNS（フェイスブック、インスタグラム）を活用し、県内の観光情報を発信した。（観光政策課）

4 観光コンテンツの充実

方向性

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。

【実施状況】

■阿波おどりの最大活用

- ・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んだ。（観光政策課、海外誘客室）

◆通年化

- 春：「はな・はる・フェスタ」阿波おどりの開催
- 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：全国のおどり連が本場・徳島に集い交流するイベント「秋の阿波おどり」の開催
- 冬：「冬の阿波おどり」体験ツアーの開催

◆国際化

- 観光情報の発信と連携した阿波おどりの海外公演や指導者派遣の実施
- 世界阿波おどりサミットの開催



秋の阿波おどり



- ・阿波おどりに関心の高い首都圏在住者に本場徳島の阿波おどりやその歴史及びあわ文化の魅力を知っていただくため、「阿波おどり」講座等を開催した。（東京本部）
- ・関西・中部地方のコミュニティセンターやホテル等で出張阿波おどり教室を開催した。（関西本部、名古屋事務所）

■徳島ならではのイベントの充実

- ・国内外から観光誘客の促進、地域資源を活用した誘客コンテンツの創出を図るため、「マチ★アソビ」や「とくしまアニメ大使」と連携したイベントを企画し情報発信した。（にぎわいづくり課）

■ニューツーリズムの充実

- ・「訪日教育旅行」や、ワールドマスタースゲームズの競技となっているゴルフやマラソンなどのスポーツを活用した「スポーツツーリズム」の推進に向け、訪日外国人の来県時や現地セールス等の機会を捉え、観光資源のPRを実施した。（海外誘客室）
- ・活力と魅力にあふれた農山漁村を創出するため、農林水産業とこれに関連する食・景観等を未来に伝えるべき資源「むらのたから」として認定や、この資源を活用した「農泊」に取り組む地域を育成した。（鳥獣対策・ふるさと創造課、農山漁村振興課）
- ・本県の優れた自然景観を有する自然公園の管理等を通じて、エコツーリズムを推進した。（環境首都課）

■体験型観光の推進

- ・市町村やDMO等の関係機関と連携し、既存の体験型観光素材を活用した企業・団体向けチームビルディング体験プログラムのブラッシュアップやPRツールとしての動画制作を実施した。（観光政策課）

■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

- ・四国の右下観光局と連携し、アクティビティや食など地域資源を活用した体験プログラムの開発を促進した。（南部総合県民局）
- ・にし阿波のサイクリングコンテンツのガイドに必要な知識やインバウンド対応を可能とするガイド人材を養成した。（西部総合県民局）

■食を活用した誘客促進

- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」において、「食」をテーマにした観光グルメガイド「たべたび徳島」により、本県の誇る食の魅力を発信した。（観光政策課）



観光グルメガイド「たべたび徳島」

- ・地産地消協力店制度や阿波ふうど繁盛店、阿波尾鶏指定料理店、徳島産はも指定料理店の登録推進等により、徳島県産メニューを提供する飲食店等と連携して県外客にもPRすることにより、徳島ならではの食を提供した。（もうかるブランド推進課、畜産振興課、水産振興課）
- ・「食」を目的に徳島へ訪れる「阿波ふうどツーリズム」の流れを創出するため、シンポジウムの開催や「阿波ふうど繁盛店」との連携によるメニューフェアの開催など、ツーリズム実現に向けた県内機運の醸成を図った。（もうかるブランド推進課）
- ・民間企業との連携により「木頭ゆず」を使った新商品の開発及び店舗を活用した全国販売を行うとともに、新規就農者が農業経営に参入するきっかけづくりとして、宿泊施設と連携した「短期就農モデルツアー」を実施した。（南部総合県民局）
- ・にし阿波において「食」を活用した観光振興を実現するため、ガストロノミー・ウォーキングなど、食と観光を組み合わせた誘客を促進した。（西部総合県民局）
- ・にし阿波が「世界農業遺産」に認定されたことを契機に、持続性のある地域経済を実現するため、「徳島剣山世界農業遺産推進協議会」と連携し、世界農業遺産ブランド認証商品の充実や販売促進、農林漁家民宿等と連携した食事メニューの開発による売れる商品づくりを推進した。（西部総合県民局）

■世界遺産登録への取組み

- ・「四国八十八箇所霊場と遍路道」の世界遺産登録に向け、課題である資産の保護を進めるため、札所と遍路道の調査を行うとともに、県内関係市町等と連携し、機運醸成イベント等を実施した。（文化資源活用課）
- ・「鳴門の渦潮」の世界遺産登録に向け、学術調査結果をもとにした普及啓発事業を実施し、「鳴門の渦潮」が有する文化的価値を広く発信するとともに、世界遺産登録に向けた機運醸成を図った。（文化資源活用課）

■文化資源の観光産業への開花

- ・これまで磨き上げてきた「あわ文化4大モチーフ」の発展とともに、徳島に息づく「あわ三大音楽」を進化・振興することで県民が主役となる文化活動を促進し、心豊かな暮らしの実現に繋げるため、「藍色展2020」「とくしま夏の音楽祭2019」「徳島Jazz Week」等を実施した。（県民文化課）
- ・「藍文化の継承」と「藍産業の振興」を図るため、「TOKUSHIMA藍サミット2020」を開催し、本県の日本遺産である「阿波藍」の魅力を発信するとともに、全国各地の藍に関わる方々の交流や連携を促進した。（観光政策課）
- ・東京都内の百貨店での工芸品展に、大谷焼を出展し、伝統的工芸品の振興を図った。（観光政策課）
 - ◆「伝統的工芸品展WA Z A 2020」 R2.2.19～24 東京都東武百貨店池袋店
- ・徳島県物産観光交流プラザ「あるでよ徳島」で、しじら織、大谷焼、阿波和紙などの伝統的工芸品の販売を実施し、地場産業の振興を図った。（観光政策課）

■ナイトタイムエコノミーの推進

- ・宿泊者の増加と観光消費拡大による経済活性化を図るため、新たなナイトイベントを企画する民間事業者を募集し、ナイトタイムエコノミーの活性化に直結する事業を支援した。（観光政策課）



「にし阿波の花火」全国花火師競技大会

■新たな観光コンテンツの発掘・磨き上げ

- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」において、季節ごとに旬の情報を収集、発信した。また、開催中の地域イベントに参加し、体験談などを随時SNSで発信したほか、市町村や市町村観光協会等からの情報提供により、観光情報の発信・観光コンテンツの発掘等を促進した。（観光政策課）
- ・世界妖怪協会から「怪遺産」に認定されている三好市山城町の妖怪文化を世界へ発信していくため、徳島県、岩手県、鳥取県の3県による妖怪文化連携事業「妖怪降臨ピック」を東京都内で開催し、新たな観光誘客及び地域間交流による地域活性化を促進した。（観光政策課）



妖怪降臨ピックwithゲゲゲ忌（東京都調布市）

5 情報発信力の強化

方向性

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。

【実施状況】

■ ICT技術を活用した情報発信

- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、スマートフォンで利用できる観光アプリ「徳島たびプラス」により、パスポート形式のスタンプラリーを行うなど、観光客の県内における周遊促進や観光情報の発信に取り組んだ。（観光政策課）
- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」において、人工知能(AI)を活用したFAQサービスや体験・食等の外部サイトとの連携機能により効果的な情報提供を行うとともに、季節ごとに旬の情報を収集、発信した。また、開催中の地域イベントに参加し、体験談などを随時SNSで発信したほか、市町村や市町観光協会等からの情報提供により、観光情報を発信した。（観光政策課）
- ・徳島県多言語観光情報サイト「Discover Tokushima」(英語・繁体字・簡体字・ハングル)による情報発信、SNSを活用した情報発信(香港向け、台湾向け、タイ向け、英語圏向け)を実施した。（海外誘客室）
- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」において、本県での宿泊者が多い海外の地域（香港、台湾）を対象に、中国語（繁体字及び簡体字）や英語によるSNSで情報発信した。（県観光協会）

■ マスメディア等を活用した情報発信

- ・海外の現地公共交通機関を活用した広告展開や、メディアやインフルエンサー等を招聘し、県内観光地や宿泊施設を取材した内容を、雑誌やSNS等のメディアで発信した。（海外誘客室）
- ・各種新聞やフリーペーパー等に、観光やイベントに関する広告や関連記事を掲載してもらうことにより、徳島県の観光をPRした。また、テレビや雑誌等の取材に対して積極的に協力し、観光素材や特産品のマスメディアへの露出を促進した。（観光政策課、東京本部、関西本部）
- ・旅行会社向けプロモーションとして商談会、ファムツアー等を実施した。（観光政策課）
- ・「徳島県ロケーション・サービス」を中心に、ロケ地に関する情報提供やロケ撮影時の協力など、積極的にロケの誘致・支援を行った。（観光政策課）



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

- ・首都圏、関西圏に加え、空路で繋がる札幌、福岡等において、観光プロモーション、旅行会社セールス等を実施した。（観光政策課）
 - ◆四国ブロック観光情報説明会（東京）R1.6.4
 - ◆KNT-CT国内大交流コンベンション（東京）R1.7.11
 - ◆旅行会社セールス等（首都圏、関西圏、中京圏、広島、福岡、札幌、仙台ほか）
- ・県外事務所内観光コーナー、都内アンテナショップなどのPRコーナーにおいて観光ポスター等を展示するとともに、各種観光パンフレットを旅行者や来客者に提供した。また、各種イベントにおいても積極的に観光情報を提供した。（東京本部、関西本部、名古屋事務所）

■アンテナショップ等による情報発信

- ・全国に向けた、徳島県産品・観光の情報発信や県産品の販路拡大を実現するため、大阪・名古屋での物産センターや、東京・福岡・札幌においてコンビニ協働事業を活用したアンテナショップの運営、「阿波とくしまアンテナショップ」認定店の支援等を行った。（観光政策課）
- ・大都市で展開するトップセールスの開催、協力店（飲食店）でのフェア開催などのほか、情報発信拠点「ターンテーブル」「地域商社阿波ふうど」及び2台のPR車両といった本県ならではのツールを組み合わせ、大消費地での各種取組みを連動させることで、県産品の認知度向上と販路拡大を促進し、「とくしま回帰の流れ」を創出した。（もうかるブランド推進課）

■「とくしま特選ブランド」の活用

- ・「徳島ならではの優れた県産品」である「とくしま特選ブランド」を、新たに19点認定した。（観光政策課、もうかるブランド推進課）



とくしま特選ブランド

- ・県内物産事業者の販路拡大を促進するため、農業生産者とともに見本市等に出展し、県産品の紹介PRを行った。（観光政策課）
 - ◆中国四国イオン会合同見本市 R1.9.4～5
 - ◆スーパーマーケット・トレードショー2020 R2.2.12～14
- ・県産品のブランド化や販路開拓を目的とした事業者向けセミナーを実施した。（観光政策課）
- ・地産地消協力店制度や阿波ふうど繁盛店、阿波尾鶏指定料理店、徳島産はも指定料理店の登録推進等により、徳島県産メニューを提供する飲食店等と連携して県外客にもPRすることにより、徳島ならではの食を提供した。（もうかるブランド推進課、畜産振興課、水産振興課）

■「徳島ファン」による情報発信

- ・首都圏で徳島に興味を持つ「徳島ファン」を更に深化させ、観光をはじめとする交流人口の増大、ひいては人・モノの流れをつくるために、徳島の観光・文化・食など様々な魅力を東京から発信する“まるごと徳島”体感フェスを開催した。（東京本部）
- ・関西において、本県への誘客促進や新たな「徳島ファン」創出を図るため、若者世代をターゲットにした情報発信等により、「阿波おどり」を核とした魅力を体感・実感・共感できる交流・参加型のイベントを開催した。（関西本部）

■「阿波ふうどスペシャリスト」による情報発信

- ・「阿波ふうどスペシャリスト」を育成・拡大することにより、効果的な「阿波ふうど」のPRを波及的に行った。また、「徳島の食」の魅力を発信することにより、「徳島ファン」を増やし、徳島への「人の流れ」を創出した。
（もうかるブランド推進課）

<阿波ふうど>

全国に向け「徳島の食」の魅力や価値を伝えるブランドネーム



阿波ふうど

AWA FOOD

「阿波ふうど」ロゴ

■県民による観光情報や魅力の発信

- ・徳島の魅力を自ら体感し、その良さを発信できるよう、座学や体験講座により郷土の良さやその価値について学ぶ講座を開催した。（県立総合大学校本部）
- ・徳島の文化・自然・暮らし等に関する地域に密着した学習を通して、「ふるさと徳島」を再発見するための講座や、地域の活性化、特色ある地域づくりなどの取組みにつながる講座を開催した。（総合教育センター）
- ・剣山や吉野川をはじめとする、にし阿波ならではの地域の魅力を再発見する「新あわ学講座」を開催した。（西部総合県民局）
- ・「#徳島あるでないで」や徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」のSNS（フェイスブック、インスタグラム）を活用し、観光情報を発信した。（観光政策課）

6 広域観光の推進

方向性

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。

【実施状況】

■ DMO等との連携

- ・ 関西広域連合、関西観光本部、四国ツーリズム創造機構、せとうち観光推進機構と連携し、観光PRや商談会への参加、情報発信など、スケールメリットを活かした観光プロモーションにより広域周遊を促進した。（海外誘客室）



- ・ 県が積極的に関わることで、県東部エリアを管轄する（一社）イーストとくしま観光推進機構、県西部エリアの（一社）そらの郷、県南部エリアの（一社）四国の右下観光局のそれぞれが地域連携DMOに登録され、県内全域において観光地域づくりを担う体制が整うとともに、これらDMOと連携し滞在型の県内周遊ルートづくりを推進した。（観光政策課、南部総合県民局、西部総合県民局）

■ 近隣府県との連携

- ・ 四国ツーリズム創造機構及び主要構成団体である四国4県、JR四国と連携し、観光説明会や商談会を開催するとともに、観光イベントへの出展、旅行会社へのセールスを通年で実施した。（観光政策課）



- ・ 兵庫県と連携し、割引クーポン付き「淡路島&徳島とくたく周遊ガイド」の作製・配布や、「ひょうご・とくしまツーリズムバス事業」を実施し、周遊促進を図った。（観光政策課）



**「徳島県観光振興基本計画（第3期）」数値目標
令和元年度 進捗状況一覧表**

| 数値目標（項目） | 単位 | 現況値 | | 実績値 (元年度) | | 目標値 | | 令和元年度進捗状況の説明 | 所属 |
|------------------------|----|-------------------|-----|---|--------|-----|---|--------------|----|
| | | | 年度 | | 年度 | | 年度 | | |
| 【基本目標】 | | | | | | | | | |
| 延べ宿泊者数 (暦年) | 万人 | 230 | H29 | 257 | 255 | R1 | 誘客コンテンツの整備や効果的な情報発信など、宿泊者数増加及び観光誘客促進に向けた取組みを実施した。 | 観光政策課 | |
| 外国人延べ宿泊者数 (暦年) | 万人 | 10.0 | H29 | 13.3 | 11.7 | R1 | 重点市場である香港、台湾でのプロモーション、SNSでの情報発信など、宿泊者数増加及び観光誘客促進に向けた取組みを実施した。 | 海外誘客室 | |
| 延べ観光入込客数 (暦年) | 万人 | 1,951 | H29 | 1,952 | 1,995 | R1 | 誘客コンテンツの整備や効果的な情報発信など、宿泊者数増加及び観光誘客促進に向けた取組みを実施した。 | 観光政策課 | |
| 年間観光消費額 (暦年) | 億円 | 889 | H29 | 1,072 | 1,155 | R1 | 誘客コンテンツの整備や効果的な情報発信、ナイトイベントへの支援など、宿泊者数増加及び観光誘客促進、地域の観光消費につながる取組みを実施した。 | 観光政策課 | |
| 【個別目標】 | | | | | | | | | |
| <重点施策> | | | | | | | | | |
| (1) インバウンド拡大施策 | | | | | | | | | |
| 外国人延べ宿泊者数 (暦年) [再掲] | 万人 | 10.0 | H29 | 13.3 | 11.7 | R1 | 重点市場である香港、台湾でのプロモーション、SNSでの情報発信など、宿泊者数増加及び観光誘客促進に向けた取組みを実施した。 | 海外誘客室 | |
| クルーズ来県者数(累計) | 人 | 10,657 | H29 | 21,621 | 17,000 | R1 | 新たなクルーズ船の寄港や一年を通じた寄港の実現による寄港数増加を図るため、市町村や関係機関と連携し、積極的なポートセールスを実施した。 | 運輸政策課 | |
| (2) 国内誘客施策 | | | | | | | | | |
| 延べ宿泊者数 (暦年) [再掲] | 万人 | 230 | H29 | 257 | 255 | R1 | 誘客コンテンツの整備や効果的な情報発信など、宿泊者数増加及び観光誘客促進に向けた取組みを実施した。 | 観光政策課 | |
| 延べ観光入込客数 (暦年) [再掲] | 万人 | 1,951 | H29 | 1,952 | 1,995 | R1 | 誘客コンテンツの整備や効果的な情報発信など、宿泊者数増加及び観光誘客促進に向けた取組みを実施した。 | 観光政策課 | |
| (3) 滞在型観光推進施策 | | | | | | | | | |
| 観光商談会参加者数 (累計) | 人 | — | H29 | 624 | 600 | R1 | 東京都内での「オール徳島」観光商談会の開催など、旅行会社向けのプロモーションを効果的に実施した。 | 観光政策課 | |
| とくしま農林漁家民宿の 宿泊者数 | 人 | 3,713 | H29 | 4,800 | 4,800 | R1 | 農林漁家民宿の新規開業支援、HP等でのPR活動に取り組んだ。 | 鳥獣対策・ふるさと創造課 | |
| (4) MICE誘致施策 | | | | | | | | | |
| コンベンション参加者数 | 万人 | 10.8 | H29 | 8.3 | 11.0 | R1 | 積極的な誘致活動、開催助成金の支給等により、コンベンション誘致の促進に取り組んだ。 | 観光政策課 | |
| <基本施策> | | | | | | | | | |
| ① 観光マーケティングの強化 | | | | | | | | | |
| 観光満足度の向上 (非常に満足) | % | 21.9 | H29 | 49.2 | 22 | R1 | Wi-Fi環境の整備や宿泊施設の魅力アップなど観光客を温かく迎える誘客基盤の強化等に取り組んだ。 | 観光政策課 | |
| ② 観光誘客基盤の強化 | | | | | | | | | |
| とくしま特選ブランドの 商品総売上額 | 億円 | 106 | 25 | 88 | 130 | R1 | 世界に誇れるトップブランドをコンセプトに、国内外に誇れる品質、商品ストーリー、独自のこだわりの各要素を持ち合わせた県産品を「とくしま特選ブランド」として広くPRした。 | 観光政策課 | |
| おもてなしタクシー 認定件数(累計) | 件 | 71 | H29 | 88 | 120 | R1 | 「おもてなしタクシー」を広く周知するとともに、タクシー運転者の「おもてなし力」の向上に努めた。 | 観光政策課 | |
| Wi-Fiアクセスポイント (累計) | 件 | 824 | H29 | 946 | 925 | R1 | 観光事業者を対象としたWi-Fi環境整備への支援などにより、観光客の方々が快適に旅行できる環境実現に取り組んだ。 | 観光政策課 | |
| 四国横断自動車道の整備 | — | 香川県境～徳島IC間 供用中 | H29 | 徳島JCT (仮称) ～阿南IC (仮称) 工事全面 展開中 | 促進中 | R1 | 徳島JCT(仮称)～阿南IC(仮称)について、用地取得及び工事を促進した。 | 高規格道路課 | |

**「徳島県観光振興基本計画（第3期）」数値目標
令和元年度 進捗状況一覧表**

| 数値目標（項目） | 単位 | 現況値 | | 実績値 | 目標値 | | 令和元年度進捗状況の説明 | 所属 |
|-----------------------|----|-------|-----|-------|-------|----|--|----------|
| | | | 年度 | (元年度) | | 年度 | | |
| ③ 観光人材の育成・強化 | | | | | | | | |
| 観光ボランティア等研修会実施（累計） | 件 | — | H29 | 35 | 25 | R1 | ボランティア通訳団体「徳島GGクラブ」での通訳人材養成セミナーを開催など、外国人受入体制の整備等を図った。 | 観光政策課 |
| 観光サポーター数（累計） | 人 | — | H29 | 61 | 50 | R1 | 「#徳島あるでないで」や観光情報サイト「阿波ナビ」のSNS（フェイスブック、インスタグラム）を活用し、旬の観光情報の発信とともに観光サポーターの増加を図った。 | 観光政策課 |
| ④ 観光コンテンツの充実 | | | | | | | | |
| 新たな滞在型コンテンツ造成（累計） | 件 | — | H29 | 20 | 15 | R1 | 市町村やDMO等と連携し、既存の体験型観光素材を活用した企業・団体向けチームビルディング体験プログラムのブラッシュアップやPRツールとしての動画制作を実施に取り組んだ。 | 観光政策課 |
| とくしまマラソン満足度 | 点 | 76.8 | H29 | — | 80.5 | R1 | 新型コロナウイルスの影響により「とくしまマラソン2020」開催中止。 | にぎわいづくり課 |
| 体験型教育旅行における協議会受入泊数 | 泊 | 4,967 | H29 | 4,248 | 5,250 | R1 | 本県の持つ豊かな自然や食材等を利用し、教育旅行の誘致・受入れに取り組んだ。 | 観光政策課 |
| 県産品を使ったメニュー・商品開発数（累計） | 件 | 239 | H29 | 274 | 336 | R1 | コンビニエンスストアやスーパーマーケット等との連携による県産品を使った商品開発を行い、県産品の魅力を発信した。 | 観光政策課 |
| 県産品を通じた旅行商品の造成（累計） | 件 | — | H29 | 5 | 3 | R1 | 観光情報サイト「阿波ナビ」において、「食」をテーマにした観光グルメガイド「たべたび徳島」により、本県の誇る食の魅力の発信に取り組んだ。 | 観光政策課 |
| ⑤ 情報発信力の強化 | | | | | | | | |
| 観光サポーター数（累計）〔再掲〕 | 人 | — | H29 | 61 | 50 | R1 | 「#徳島あるでないで」や観光情報サイト「阿波ナビ」のSNS（フェイスブック、インスタグラム）を活用し、旬の観光情報の発信とともに観光サポーターの増加を図った。 | 観光政策課 |
| 観光アプリのダウンロード数（累計） | 万件 | — | H29 | 0.6 | 1.5 | R1 | 本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、観光アプリ「徳島たびプラス」によりパスポート形式のスタンプラリーを行うなど、周遊促進や情報発信に努めた。 | 観光政策課 |
| 観光情報サイト総アクセス数 | 万件 | 523 | H29 | 275 | 540 | R1 | 観光情報サイト「阿波ナビ」において、人工知能（AI）を活用したFAQサービスや体験・食等の外部サイトとの連携機能により効果的な情報提供に取り組んだ。 | 観光政策課 |
| 県外で県産品が食べられる店数 | 件 | 133 | H29 | 160 | 170 | R1 | 県外で県産品を食べられる店、県外で県産品が買える店を掘り起こすことにより、県産品の販売体制の充実を図った。 | 観光政策課 |
| アンテナショップ新規取扱商品数（累計） | 件 | 510 | H29 | 712 | 650 | R1 | 全国に向けた、徳島県産品・観光の情報発信や県産品の販路拡大を実現するため、コンビニ協働事業を活用したアンテナショップ等による展開を実施した。 | 観光政策課 |
| ロケーション支援件数 | 件 | 59 | H29 | 66 | 70 | R1 | ホームページを活用した情報提供や撮影時のアテンド等により、県内ロケの支援・誘致に取り組んだ。 | 観光政策課 |
| ⑥ 広域観光の推進 | | | | | | | | |
| ひょうご徳島ツーリズム助成件数（累計） | 件 | 381 | H29 | 458 | 460 | R1 | 兵庫県と連携したバス団体旅行への支援を行うことにより、広域観光の推進に取り組んだ。 | 観光政策課 |

