

# 徳島県観光振興基本計画（第3期）

## 見直し（素案）

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) 計画策定時の根拠・背景等 . . . . . 1
- (2) 計画期間 . . . . . 1
- (3) 計画の検証 . . . . . 1

### 2 徳島県観光振興基本計画（第3期）の見直し

- (1) 計画の見直し . . . . . 1

### 3 現状と課題

- (1) 国の観光施策 . . . . . 2
- (2) 徳島県の観光の現状と課題 . . . . . 3

### 4 計画の方向性

- (1) 目指す将来像 . . . . . 1 2
- (2) アフターコロナ等に対応するための新たな視点 . . . . . 1 3
- (3) 計画の基本的な考え方 . . . . . 1 3
- (4) 計画の施策体系 . . . . . 1 4
- (5) 数値目標 . . . . . 1 5

### 5 重点施策

- (1) インバウンド回復施策 . . . . . 1 8
- (2) 国内誘客強化施策 . . . . . 2 1
- (3) 滞在型観光推進施策 . . . . . 2 3
- (4) M I C E 再始動施策 . . . . . 2 5

#### 【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 . . . . . 2 6
- ②安全安心な受入環境の推進 . . . . . 2 6
- ③観光誘客基盤の強化 . . . . . 2 7
- ④観光人材の育成・強化 . . . . . 2 8
- ⑤観光コンテンツの充実 . . . . . 2 9
- ⑥情報発信力の強化 . . . . . 3 1
- ⑦広域観光の推進 . . . . . 3 3

### 6 推進体制

- (1) 役割分担 . . . . . 3 4
- (2) 官民一体となった誘客推進 . . . . . 3 4

## 1 徳島県観光振興基本計画（第3期）の基本的な考え方

### （1）計画策定時の根拠・背景等

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。

第3期となる現在の計画においては、これまで訪日外国人旅行者が年々増加してきた状況や観光による地方創生の実現に向けた取組みの重要性を背景とし、さらには、「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を目的として、2019年8月に策定しております。

### （2）計画期間

観光振興基本計画は、県政運営方針である『『未知への挑戦』とくしま行動計画』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 徳島県観光振興基本計画（第3期）の見直し

### （1）計画の見直し

2020年に入り、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い中国政府より1月27日から国内に加え、海外への団体旅行等が禁止され、その後、多くの国において政府による入国制限や海外渡航禁止等の措置が講じられたこと等により、日本に限らず、全世界的に旅行者の往来が大幅に減少し、インバウンド需要が蒸発、さらには国内観光においても、大規模イベントの開催中止や緊急事態宣言による都道府県をまたぐ移動の自粛により、とりわけ4月及び5月の観光客は全国的に激減しました。

こうした中、徳島県では、まずは観光事業者等の事業継続・雇用確保のための支援策を講じるとともに、緊急事態宣言解除後、速やかに県民限定の宿泊割引制度「とくしま応援割」の実施や、国のGoToトラベルとタイアップしたクーポン券「徳島で得するケン」を提供しましたが、今後も継続的な観光需要の喚起に取り組む必要があります。

また、コロナ禍においては、「新たな生活様式」として、3密（密閉、密集、密接）の回避や公衆衛生の徹底などの感染予防対策、テレワークをはじめとする働き方の多様化が進展しており、観光においても、より安全で快適な旅行スタイルに対応した施策を展

開していく必要があります。

そこで、アフターコロナ時代を見据えた観光振興施策の新たな視点を加え、実効性のある観光振興の羅針盤としてリスタートし、観光の成長産業化につなげるよう「徳島県観光振興基本計画（第3期）」を見直すことといたします。

### 3 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。

こうした中、2020年7月に決定された「観光ビジョン実現プログラム2020」では、新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要が大幅に減少し、観光関連産業に深刻な影響が生じているため、まずは感染拡大を防止し、早期に収束させるとともに、その間、反転攻勢に転じるための基盤の整備を行い、感染の状況等を見極めつつ、強力な国内需要の喚起策を講じ、国内観光の回復を図ることとしています。

また、その上で、誘客可能となった国・地域からインバウンドの回復を図ることで、再び観光を成長軌道に乗せることとしています。

なお、実績としては、2019年の訪日外国人旅行者数は3,188万人、訪日外国人旅行消費額は4兆8,135億円となっていますが、2020年4月以降、同年9月までの訪日外客数（日本政府観光局公表）においては、新型コロナウイルス感染症の拡大により、対前年同月比マイナス99パーセントの減少となっています。

## (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。

ICT技術の進展、スマートフォン等の携帯情報端末の普及、Wi-Fi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、SNS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。

コロナ禍においては、国内旅行への意識の高まりとともに、個人の価値観・ライフスタイルや趣味・嗜好が多様化し、混雑や密集を避け、自然豊かな地方でゆっくり過ごす旅行ニーズが高まっております。特に、新しい旅行スタイルとして、観光地などで休暇を楽しみながらテレワークする「ワーケーション」や出張に休暇を合わせて旅行する「ブ

レジャー」が注目されています。

#### 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。

徳島ヴォルティスのJ1復帰により、今後、サッカーファンやサポーターなど鳴門市をはじめ本県を訪れる旅行者の増加が期待できます。

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、2019年の外国人延べ宿泊者数は約3万2千人と、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。

WITHコロナの時期においては、まずは国内誘客を推進していくとともに、アウトドアコンテンツの開発、オンラインセミナーなどにより国内外への魅力発信に取り組んでおり、「(一社) そらの郷」を核に、地域が一体となって戦略的なプロモーション活動を展開し、国内外の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。

WITHコロナの時期においては、県民による南部地域への旅行を促進するとともに、動画投稿サイト「YouTube」に専用チャンネル「みぎアゲTV」を令和2年7月に開設し、「(一社) 四国の右下観光局」の職員がユーチューバーとして、動画で南部地域の観光地の魅力発信に取り組んでいます。

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、「ワールドマスターズゲームズ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

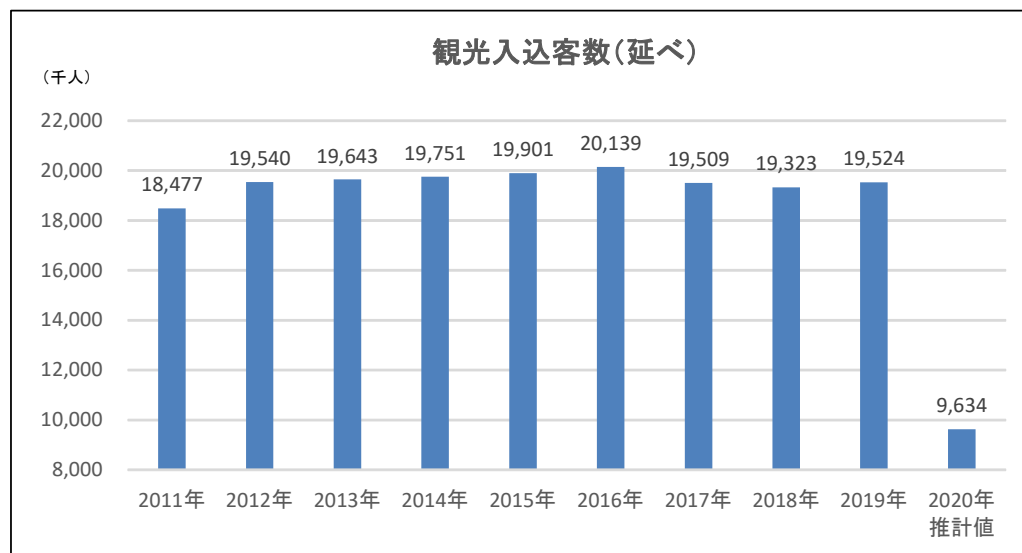
DMO：観光庁に登録された「観光地域づくり法人」(登録DMO)

## 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、2019年は約1,952万人となっています。（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。）

なお、2020年の推計値は、県内観光地点及びイベントでそれぞれ大幅に減少したことにより、963万人となっています。



「共通基準による観光入込客統計（観光庁）」

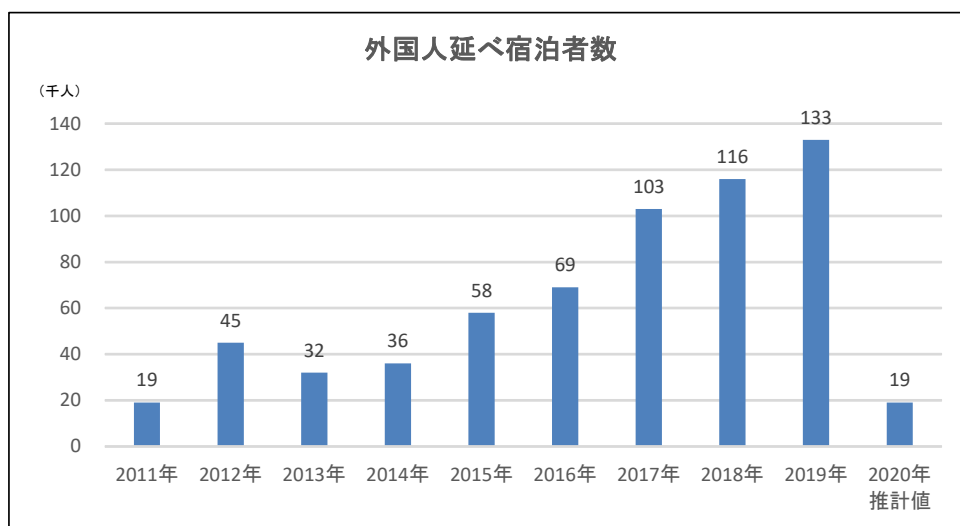
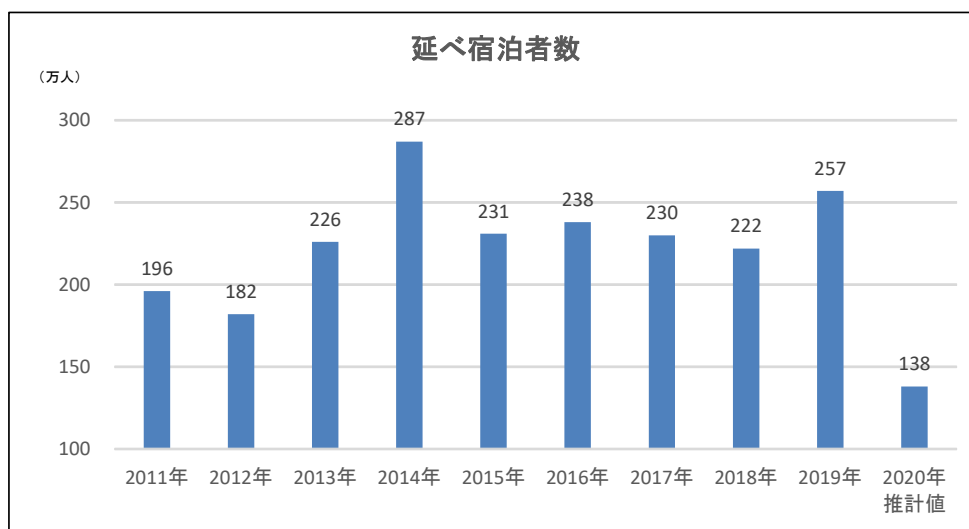


## ②宿泊者数

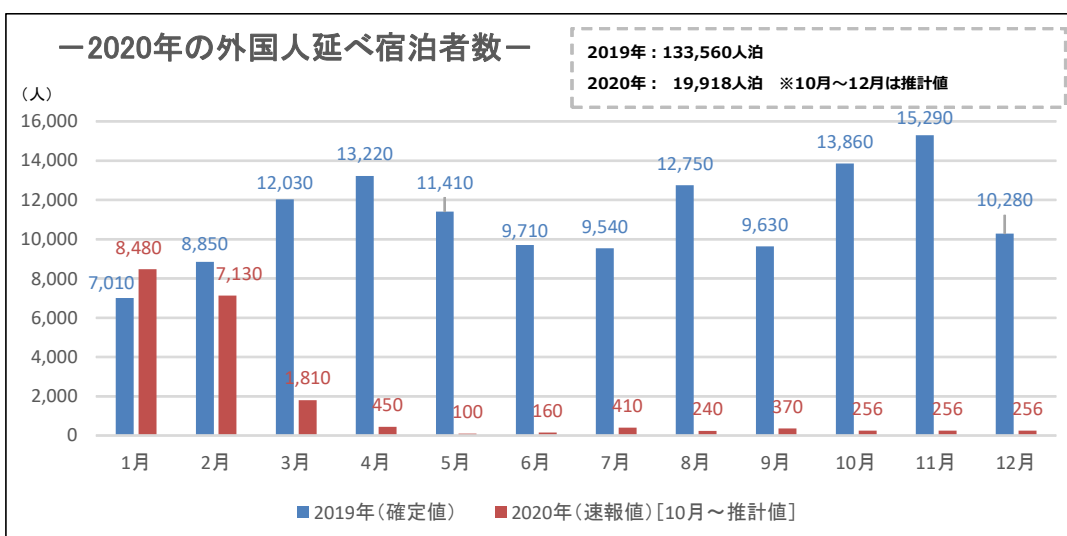
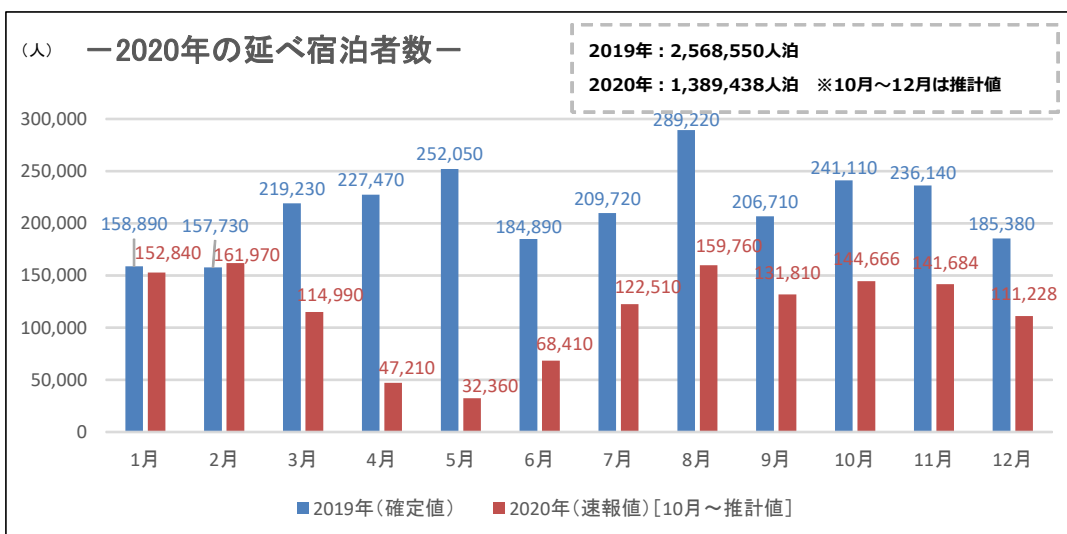
宿泊旅行統計調査（観光庁）によると本県の延べ宿泊者数は、2014年は約287万人で全国45位でしたが、2019年は約257万人であり、5年連続全国47位となっています。

一方、2019年の外国人延べ宿泊者数は、過去最高の約13万人、全国43位となり、内訳としては、香港（35%）、台湾（17%）、中国（14%）が上位となっています。

なお、2020年の推計値は、新型コロナウイルス感染症の影響により、延べ宿泊者数は138万人、外国人延べ宿泊者数は1万9千人としています。



「宿泊旅行統計調査（観光庁）」

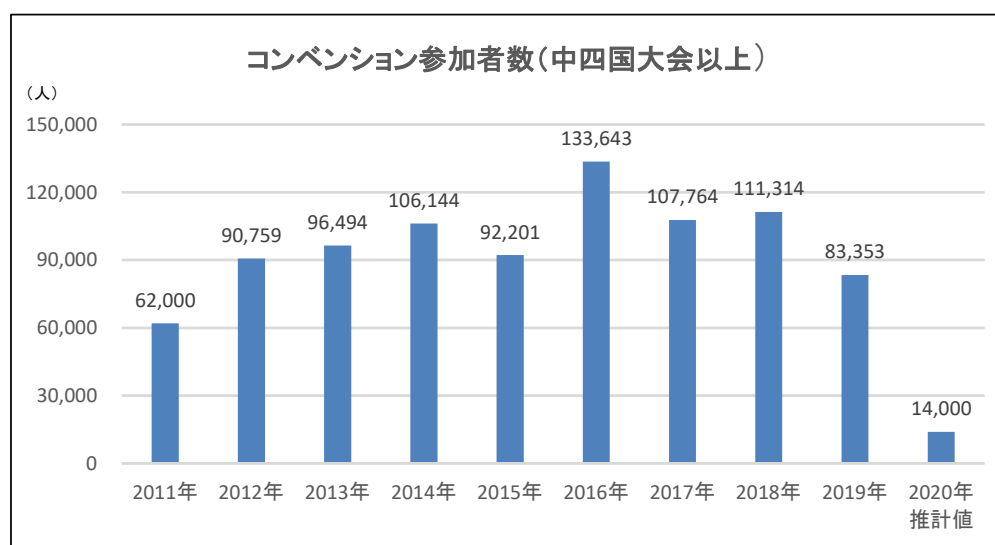


「宿泊旅行統計調査(観光庁)」

### 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。

しかしながら、コロナ禍において大規模大会等の開催が激減し、2020年度の推計値は、1万4千人程度に減少する見込みになっています。



「コンベンション統計」

## 課題

### ■感染予防対策の推進

誰もが感染リスクを避けながら安全・安心に旅行できる環境を整備するため、「徳島県新型コロナウイルス感染症の感染拡大の防止に関する条例」に基づく、宿泊施設をはじめとする観光関連施設での感染予防対策の徹底や旅行者への「新しい旅のエチケット」の普及・啓発とともに、徳島県の感染症対策などについて正確な情報を発信することが必要です。

### ■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5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、さらには、新たな旅行スタイルである「ワーケーション」や「ブレジャー」に対応した旅行商品の造成や体験プログラムの情報発信を図ることで、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。

また、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再始動に向けた受入体制の整備

大規模のコンベンションに加え、今後、増加が期待される「リアルとオンラインのハイブリッド」会議や小規模のコンベンションの誘致を促進するとともに、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。

M I C E : M e e t i n g (会議、研修会)、I n c e n t i v e t r a v e l (報奨・研修旅行)、C o n v e n t i o n (学会、大規模会議)、E x h i b i t i o n (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、Wi-Fi環境のさらなる整備促進が必要です。

海外の旅行会社との商談会の実施、メディアや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、東京国際空港や成田国際空港、関西国際空港などからの本県への誘導や、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：O T A (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。

## 4 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。

新型コロナウイルス感染症の終息後、人々の働き方やライフスタイル、観光ニーズが変化することが予測されますが、持続可能な観光を県民、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。
- 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、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MICE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。
- 観光地で休暇を楽しみながらテレワークする「ワーケーション」や、本県の豊かな自然や文化体験、アクティビティを活かした「アドベンチャーツーリズム」による旅行者が多く訪れています。

## (2) アフターコロナ等に対応するための新たな視点

### ①安全安心な観光地づくり

- ・コロナ感染拡大防止対策条例等に基づき観光関連施設での感染予防対策の徹底など、安全安心な観光地づくりを促進します。

### ②DX（デジタルトランスフォーメーション）を活用した誘客の推進

- ・オンラインツアーやVRコンテンツの充実強化を図るなど、DXを活用した観光誘客を推進します。

### ③SNSによる徳島の魅力発信

- ・官民一体となり、SNSで「徳島県」を想起する統一的なハッシュタグを付けていくことにより、「徳島」の認知度の向上を図ります。

### ④新しい旅行スタイルに対応した滞在型観光の促進

- ・新たな旅行スタイルである「ワーケーション」や「ブレジャー」等に対応し、旅行者の長期滞在を促進します。

### ⑤ニューノーマルに対応した観光人材の育成

- ・とくしま観光アカデミーの開講により、新しい旅行者ニーズに対応した人材の育成を推進します。

## **(3) 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。

## (4) 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
<p>(1) インバウンド回復施策 【施策展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①地域別の誘客施策</li> <li>②国際スポーツ大会、大阪・関西万博を契機とした誘客促進</li> <li>③広域連携によるプロモーション活動</li> <li>④効果的な情報発信</li> <li>⑤受入環境の整備</li> <li>⑥国際線の誘致促進</li> <li>⑦クルーズ客船の誘致促進</li> </ul>	<p>重点施策の推進に向けた共通した取組み</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①観光マーケティングの強化</li> <li>②安全安心な受入環境の推進</li> <li>③観光誘客基盤の強化</li> <li>④観光人材の育成・強化</li> </ul>
<p>(2) 国内誘客強化施策 【施策展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①個人旅行者向けプロモーション</li> <li>②旅行会社向けプロモーション</li> <li>③アンテナショップ等を拠点とした誘客促進</li> <li>④「徳島」の魅力発信</li> <li>⑤四国デスティネーションキャンペーンによる誘客促進</li> <li>⑥J1復帰を契機とした誘客促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⑤観光コンテンツの充実</li> <li>⑥情報発信力の強化</li> <li>⑦広域観光の推進</li> </ul>
<p>(3) 滞在型観光推進施策 【施策展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①県内周遊ルートの確立</li> <li>②近隣県と連携した広域周遊観光の促進</li> <li>③ニューツーリズム、体験型観光等による滞在促進</li> <li>④ワーケーション、ブレジャーによる滞在促進</li> <li>⑤効果的な情報提供</li> <li>⑥観光ボランティアガイドの育成強化</li> </ul>	
<p>(4) MICE再始動施策 【施策展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>②新たなコンベンションニーズに対応した誘致活動</li> <li>③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</li> <li>④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</li> <li>⑤アフターコンベンションの充実</li> <li>⑥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</li> </ul>	



## (5) 数値目標

### ■基本目標

項目	現況値	実績値	推計値	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)	230	257	138		
外国人延べ宿泊者 数(万人)	10.0	13.3	1.9		
延べ観光入込客数 (万人)	1,951	1,952	963		
年間観光消費額 (億円)	889	1,072	484		

### ■個別目標

#### 重点施策

#### (1) インバウンド回復施策

項目	現況値	実績値	推計値	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	13.3	1.9		
クルーズ来県者数 (累計)	10,657	21,621	22,000		

#### (2) 国内誘客強化施策

項目	現況値	実績値	推計値	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)	230	257	138		
延べ観光入込客数 (万人)	1,951	1,952	963		
ハッシュタグ投稿 数(万件)(累計)	—	—	190		

#### (3) 滞在型観光推進施策

項目	現況値	実績値	推計値	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)	—	624	900 (目標値据置き)	1,200	1,500
とくしま農林漁家 民宿の宿泊者数	3,713	4,800	1,000		
ワーケーションツ アー参加企業数 (累計)	—	—	—		

#### (4) MICE再始動施策

項目	現況値	実績値	推計値	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	8.3	1.4		

#### 基本施策

##### ①観光マーケティングの強化

項目	現況値	実績値	推計値	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：%)	21.9	49.2	23 (目標値据置き)	24	25

##### ②安全安心な受入環境の推進

項目	現況値	実績値	推計値	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
感染拡大予防ガイドライン実践店ステッカー掲載宿泊施設数(累計)	—	—	60		

##### ③観光誘客基盤の強化

項目	現況値	実績値	推計値	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)	106	88	140 (目標値据置き)	150	160
おもてなしタクシー認定件数(累計)	71	88	140 (目標値据置き)	160	180
Wi-Fiアクセスポイント(累計)	824	946	950 (目標値据置き)	975	1,000
四国横断自動車道の整備	香川県境～徳島IC間供用中	徳島JCT～阿南IC間工事全面展開中	徳島東IC～津田IC間供用(目標値据置き)	徳島JCT～徳島東IC間供用	促進中

##### ④観光人材の育成・強化

項目	現況値	実績値	推計値	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)	—	35	50 (目標値据置き)	75	100
観光サポーター数(累計)	—	61	100 (目標値据置き)	150	200

### ⑤観光コンテンツの充実

項目	現況値	実績値	推計値	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)	—	20	30 (目標値据置き)	45	60
とくしまマラソン満足度(点)	76.8	—	82.0 (目標値据置き)	83.5	85.0
体験型教育旅行における協議会受入泊数	4,967	4,248	5,500 (目標値据置き)	5,750	6,000
県産品を使ったメニュー・商品開発数(累計)	239	274	384 (目標値据置き)	432	480
県産品を通じた旅行商品の造成(累計)	—	5	6 (目標値据置き)	9	12

### ⑥情報発信力の強化

項目	現況値	実績値	推計値	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
観光サポーター数 (累計)	—	61	100 (目標値据置き)	150	200
観光アプリのダウンロード数(万件) (累計)	—	0.6	3 (目標値据置き)	4.5	6
観光情報サイト総アクセス数(万件)	523	275	560 (目標値据置き)	580	600
県外で県産品が食べられる店数	133	160	180 (目標値据置き)	190	200
アンテナショップの新規取扱商品数 (累計)	510	712	720 (目標値据置き)	790	850
ロケーション支援件数	59	66	70 (目標値据置き)	80	85

### ⑦広域観光の推進

項目	現況値	実績値	推計値	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)	381	458	500 (目標値据置き)	550	600

※延べ宿泊者数、外国人延べ宿泊者数、延べ観光入込客数、年間観光消費額の数値は暦年

## 5 重点施策

### (1) インバウンド回復施策

#### 【方向性】

新型コロナウイルス感染症の拡大により、日本における水際対策の抜本的強化、また、多くの国・地域でも出入国等の制限がなされ、世界的に旅行需要が停滞している状況となっております。

さらに、国連世界観光機関（UNWTO）の報告によると、「国際観光客到着数に関しては、2019年の水準に戻るまでに2年半から4年（2023年6月ごろから2024年末まで）かかる」と予測されております。

一方、政府の「観光ビジョン実現プログラム2020」においては、「国・地域ごとの感染収束を見極め、誘客可能となった国等からインバウンドの回復を図ることで、再び観光を成長軌道に乗せ、観光立国を目指す」とされております。

また、訪日外国人旅行者数についても、「2030年6,000万人」を目標値に据え置き、必要な施策を展開していくことになっております。

こうした中、本県としても、国・地域ごとに感染収束を見極めつつ、それぞれ1年延期となった「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」及び「ワールドマスターズゲームズ2021関西」、さらには、「2025年大阪・関西万博」の開催を見据え、徳島ならではの地域資源の魅力発信を行っていくことが重要であり、インバウンドの回復に備え、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、東京国際空港や成田国際空港、関西国際空港、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、インバウンドの回復期に備え、現地旅行会社とのオンライン商談会や県ゆかりの人材を活用した訪日観光プロモーションを積極展開するとともに、外国人インフルエンサーや現地メディア、多言語SNS等を活用した魅力発信、さらには、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構成府県等との連携を図り、周遊観光を促進するとともに、ウェブセミナーなどオンラインを積極的に活用し、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〉

「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」及び「ワールドマスターズゲームズ2021関西」、さらには、「2025年大阪・関西万博」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、誘客につな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。

## **(2) 国内誘客強化施策**

### **【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。

さらに、デジタル技術を活用した取組みを推進し、観光産業におけるDX（デジタルトランスフォーメーション）による観光サービスの変革を図るとともに、官民一体となってSNSで「徳島県」を想起するハッシュタグを付けていくことにより、徳島の認知度の向上を図ります。

また、四国デスティネーションキャンペーンを絶好の機会と捉え、豊かな自然景観など観光資源の掘り起こしや体験プログラムの創出を図ります。

さらに、徳島ヴォルティスのJ1リーグ復帰を契機として、ファンやサポーター等への観光情報発信や観戦ツアー造成、宿泊の促進に取り組みます。

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。

#### **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、WEBによる観光商談会、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。

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。

④「徳島」の魅力発信〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民〉

オンラインツアーやVRコンテンツ等を充実させるとともに、認知度の向上を図るため、県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民が一体となって、SNSで「徳島県」を想起する統一的な「ハッシュタグ」を付けて、「徳島」の魅力発信力を強化します。

⑤四国デスティネーションキャンペーンによる誘客促進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

JR各社と四国4県による国内最大級の観光キャンペーン「四国デスティネーションキャンペーン」を絶好の機会と捉え、DMOや市町村など連携し、観光素材の洗い出しや磨き上げを積極的に行い、徳島ならではの体験プログラムの創出を図るとともに、新たな観光列車「藍よしのがわトロッコ」や世界初の本格営業運行となる「DMV」を活用し、県内周遊を促進します。

⑥J1復帰を契機とした誘客促進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

7年ぶりとなる徳島ヴォルティスのJ1リーグ復帰による集客力や情報発信力を活用し、ファンやサポーター等への観光情報発信を強化するとともに、観戦ツアーの造成をはじめ宿泊につながる取組を促進します。



### **(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。

特に、「ワーケーション」や「ブレジャー」などの新たな旅行スタイルに対応した旅行商品の造成や体験プログラムの情報発信、長期滞在型の客室の整備促進に取り組みます。

#### **【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。

##### ④ワーケーション、ブレジャー等による滞在促進〈県、市町村、観光関連団体、観光事業者〉

光ブロードバンド環境等の徳島の強みを活かし、「ワーケーション」や「ブレジャー」に対応した旅行商品の造成や体験プログラムの情報発信を取り組むとともに、本県の豊かな自然や文化体験、アクティビティを活かしたアドベンチャーツーリズム等の推進、さらには、長期滞在につながる宿泊施設のリノベーションを促進します。

##### ⑤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。

⑥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。

## **(4) MICE再始動施策**

### **【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、大規模大会の開催が減少する中においては、100人規模の学会、会議も含めた誘致活動を行います。

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。

### **【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みます。

#### **②新たなコンベンションニーズに対応した誘致活動**

「リアルとオンラインのハイブリッド会議」や小規模のコンベンション等の新たなニーズに対応した誘致活動を実施します。

#### **③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。

#### **④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。

#### **⑤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、ブレッジャーの推進、観光誘客につなげます。

#### **⑥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。

## 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。

### ②安全安心な受入環境の推進

観光客が安全安心に旅行できるよう観光地等における感染予防対策や防災・危機管理対策の強化を図ります。

#### ○感染予防対策の徹底（県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民）

- ・「徳島県新型コロナウイルス感染症の感染拡大の防止に関する条例」や各業界団体の感染拡大防止ガイドラインに基づき観光関連施設やイベント会場等での感染予防対策の徹底を図ります。
- ・旅行者向け「新しい旅のエチケット」を広く周知することにより、本県に訪れる観光客それぞれの感染予防への意識啓発を推進します。

#### ○災害発生時の安全・安心な受入環境の整備（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。

### ③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。
- ・2025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、W i - F i 環境整備、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。

#### ○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みます。
- ・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。

#### ④観光人材の育成・強化

本県の観光人材の育成・強化を図る「とくしま観光アカデミー」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。

##### ○「とくしま観光アカデミー」による人材育成〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・ニューノーマルな「旅行スタイル」や「観光トレンド」などに対応できる観光人材の育成を促進します。
- ・高校生や大学生など将来の観光産業の担い手となる人材を育成します。
- ・観光現場で活躍する人材へのリカレント教育を推進し、即戦力の強化に取り組みます。
- ・地域で活躍しているアクティブシニアを含む観光ボランティアガイドや通訳案内士のスキルアップを図ります。
- ・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。

##### ○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。

## ⑤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〉

- ・2020年12月に徹底した感染予防対策のもと開催した「”ニューノーマル”阿波おどりの祭典」等の検証を踏まえ、県内各地の阿波おどりの再始動につなげます。
- ・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

### ○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」イベントのさらなる充実を図ります。

### ○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）

○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

○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、徳島の活鱧、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みを推進します。

○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。

○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。

○アドベンチャーツーリズムの推進〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・アクティビティを通じて地域の文化と自然を体験することで、自身の成長・変革と地域経済への貢献を実証することを目的とした新しい旅行である「アドベンチャーツーリズム」を推進するため、多様な体験プログラムの創出に取り組みます。



○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、熱心なファンによる巡礼（旅行）の対象となる聖地化など、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。

⑥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ミ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、観光事業者、県民〉

- ・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。
- ・特に、SNSにおいては、県、市町村、観光関連団体、観光事業者、県民が一体となって、「徳島県」を想起する統一的なハッシュタグを付けて本県の魅力を発信し、認知度の向上を図ります。

○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、テレビや新聞、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。
- ・ファミ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。

○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。

○J1復帰を契機とした情報発信〈県、観光関連団体、観光事業者〉

- ・徳島ヴォルティスのJ1リーグ復帰による集客力や情報発信力を活用し、ファンやサポーター等への観光情報発信を強化します。

## ⑦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。

## 6 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、マネージメント、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、多様な事業の調整等のマネジメント機能及び各種調査など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。