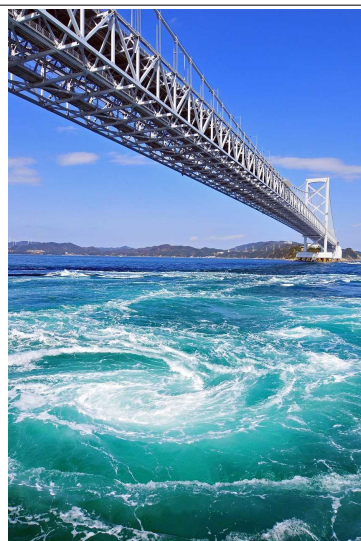


令和2年度 観光振興施策の実施状況



徳島県観光情報サイト
阿波ナビ



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	9
2 観光誘客基盤の強化	9
3 観光人材の育成・強化	11
4 観光コンテンツの充実	12
5 情報発信力の強化	15
6 広域観光の推進	18
III 徳島県観光振興基本計画数値目標 令和2年度進捗状況一覧	19
IV 「徳島県観光振興基本計画(第3期・改定版)」数値目標	21

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」、「ワールドマスタースゲームズ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めます。

【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

- ・アフターコロナにおける本県への外国人（香港・台湾など東アジアを中心とした）誘客に繋げるため、現地旅行会社や広域DMOとの連携を図り、**オンラインを活用したプロモーションを積極的に展開**し、「安全・安心情報」や「徳島ならではの魅力」の発信をするなど、本県への来訪意欲の増進を図った。（観光政策課）



香港旅行会社とのオンライン商談会

◇「有望国・地域」欧米豪や東南アジアからの誘客施策

- ・新型コロナウイルスの感染拡大による渡航制限等により、海外公演・指導者派遣を行うことはできなかったが、本県が世界に誇る伝統文化「阿波おどり」の魅力を**オンラインを積極的に活用して**広く世界に発信し、「認知度向上」や「徳島ファン」の拡大を図った。（観光政策課）

- ・世界阿波おどりサミットに代わり、**“ニューノーマル”阿波おどりの祭典事業を実施**し、世界各国（アメリカ、ブラジル、上海、台湾、ベトナム）の**海外連からのビデオメッセージを放映**した。（観光政策課）

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

- ・「ワールドマスタースゲームズ2021関西」では、県内5カ所のゴルフ場が競技会場となることから、ゴルフと観光を組み合わせた新たな観光コンテンツの開発に向け、関係部局及び徳島県ゴルフ協会と連携し、PRツールの作成を行うなどゴルフを活用した観光誘客を促進させた。（観光政策課）
- ・WEB商談会への参加の他、ゴルフ事業者と連携し、「ワールドマスタースゲームズ2021関西」の受入・PRに向けての情報収集と、ゴルファー向けの観光コンテンツと組合わせたプランの集約を行い、取りまとめた。（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。（観光政策課）

④ 効果的な情報発信

- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」（英語・繁体字・簡体字・ハングル）、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。（観光政策課・県観光協会）
- ・**海外現地に影響力のある国内在住のインフルエンサーを招請**し、県内観光地や宿泊施設を取材した内容を、雑誌やSNS等のメディアでの発信に努めた。（観光政策課）



台湾向けFacebook

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）
- ・ヴィーガン対応施設について情報を集約し、SNS（香港向け、台湾向け、タイ向け、英語圏向け）等により、順次情報発信を行った。（観光政策課）

⑥ 国際線の誘客促進

- ・現地旅行エージェントと連携し、アフターコロナを見据えた徳島阿波おどり空港への国際便の就航再開に向け、香港の情報収集や本県の魅力発信に努めた。（次世代交通課）

⑦ クルーズ客船の誘致推進

- ・クルーズ船の安全安心な寄港受入のため、**感染対策用品を配備**するとともに、アフターコロナを見据えたポートセールスにより「徳島ならではの」魅力を発信するなど、寄港拡大に向けた取り組みを行った。（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。

【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）
- ・新型コロナウイルスの影響により国内外からの観光客が減少する中、「とくしま応援割」を継続的に実施することで、県内観光の需要喚起を図った。（観光政策課）

②旅行会社向け（B to B）プロモーション

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、県をまたぐ往来が困難となったため、首都圏、関西圏、広島等の旅行会社等に対し、オンライン商談会を実施した（観光政策課）
 - ◆商談会
 - ・「オール徳島」観光商談会（オンライン） R2.11.27、11.30
 - ◆ファムツアー
 - ・旅行会社(関西・広島)向け視察旅行 R2.10.19～20、10.27～28
 - ・旅行会社(青森・仙台)向け視察旅行 R3.3.15～17

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「とくしま県の店」

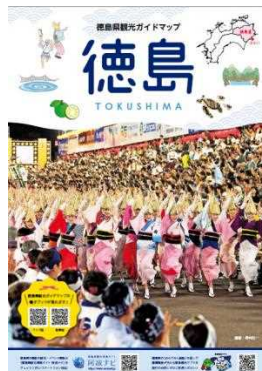
- ・首都圏をはじめ大都市の協力店（飲食店）と連携したメニューフェアや徳島物産展の開催のほか、情報発信・交流拠点「ターンテーブル」「地域商社阿波ふうど」及び「2台のPR車両」など本県ならではの「強力な推進ツール」のフル活用により、コロナ禍の消費者の行動変容やニーズに対応した県産品の認知度向上、販売拡大を促進し、「徳島ファン」の拡大や「とくしま回帰」へ繋げる取組みを実施した。（もうかるブランド推進課）



ターンテーブル



- ・県外本部内観光コーナー、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）



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）そのの郷、県南部エリアの（一社）四国の右下観光局の3つのDMOや、観光協会と連携し、また地元観光事業者の独自アイデアを活かした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
そのの郷山里物語



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、**コロナ禍の状況に応じて、リアルとオンラインによる**観光説明会と商談会を開催するとともに、適宜観光イベント出展等を通年で実施した。（観光政策課）
- ・兵庫県と連携し、割引クーポン付き「淡路島&徳島とくま周遊ガイド」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

- ・「ワールドマスタースゲームズ2021関西」では、県内5カ所のゴルフ場が競技会場となることから、ゴルフと観光を組み合わせた新たな観光コンテンツの開発に向け、関係部局及び徳島県ゴルフ協会と連携し、PRツールの作成を行うなどゴルフを活用した観光誘客を促進させた。（再掲／観光政策課）
- ・声優等による**オンライントークイベントを開催**し、徳島の魅力を国内外に情報発信するとともに、アニメキャラクターや作品群を活用したにぎわいを創出し、交流の拡大を図った。（にぎわいづくり課）

- ・地域資源を活用するとくしま農林漁家民宿等のPRを行うとともに、**新型コロナウイルス感染症対策やおもてなしスキル向上等の研修**を行い、都市と農山漁村の交流促進を支援した。
(鳥獣対策・ふるさと創造課)
- ・動画配信サイト「YouTube」に専用チャンネル「みぎアゲTV」を開設し、トレッキングやサイクリングなど県南部のアクティビティに関する情報発信を行ったほか、四国の右下観光局と連携し、ファミリー層向けの体験型ツアーや個人旅行客向けに宿泊と体験をセットにしたオーダーメイド型のマイカープランなどの企画造成による誘客促進に取り組んだ。
また、コロナ禍においては、**インバウンドからマイクロツーリズムなどの国内需要拡大へシフトし、「とくしま応援割」を活用した県民向け旅行プランの商品造成**を行った。
(南部総合県民局)



みぎアゲTV

- ・県西部2市2町の体験型教育旅行の受入農家を対象に、県及び「そのの郷山里物語」独自に策定した「新型コロナウイルス感染症対応ガイドライン」の遵守の徹底を要請するとともに、**受入時の検温用非接触体温計やフェイスシールド、アルコール消毒液等の衛生設備の整備**を行った。
また、**学校及び旅行会社に対しては、上記ガイドラインの遵守についてオンライン説明会を開催し、遵守の徹底を要請**した。(西部総合県民局)

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(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)

◆R2年度 「徳島たびプラス」おもてなし施設数 約550施設

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、団体1、個人1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」の会員等を対象に、「とくしま観光アカデミー」等の研修の場を活用した人材育成を行い、県内における外国人受入体制の整備を図った。(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

- ・県内で開催されるコンベンションで、支援助成金の対象要件を満たす場合は、コンベンション主催者に対し開催費を助成するほか、郷土芸能等のアトラクション助成やシャトルバス運行等の助成を行った。さらに、県内の主催者、事業者を対象に、コロナ禍における国内外の状況、国際会議誘致・開催事例について、**ハイブリッド形式のセミナーを実施**し、アフターコロナに向けて競争力強化を図った。（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、**MICE商談会にオンラインで参加**し、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／オンライン）

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数の拡大に努めるとともに、**コロナ禍でのWEB開催時には観光写真・動画の提供**を行った。（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

- ・合宿や交流試合の開催を支援するためのワンストップサービスを実施するとともに、関西エリアで配布されている合宿情報誌へ広告を掲載したほか、スポーツ合宿を扱う旅行代理店に対してパンフレットを配布し、PR活動を行った。（にぎわいづくり課）

- ・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の事前キャンプ受入れに向け、県内高校生と相手国選手とのオンライン交流など、コロナ禍でもできる形の国際交流やホストタウンを紹介する取組みにより、大会への機運醸成を図るとともに、感染症対策を徹底した「安全・安心な事前キャンプ」を実現できるよう準備を進めた。（スポーツ振興課）
- ・大会参加者に最高の体験をしていただき、これまでの取組みを地域力の向上や交流人口の拡大など、レガシーとして次世代に引き継ぐため、「ワールドマスターズゲームズ2021関西」各競技・各機能の運営の具体化及び受入体制の整備を進めるとともに、本県開催競技に係る認知度向上に向けた取組みを行った。また、徹底した新型コロナウイルス感染症対策のもと、徳島県で初めてのオープン競技として、軟式野球大会を開催した。（スポーツ振興課）



徳島県オープン競技軟式野球大会

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）
- ・宿泊事業者等に対して、新型コロナウイルスの影響についてアンケート調査に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・拡充を図るため、**空港ターミナル等の感染防止対策に係る情報発信**や、**感染状況にあわせた利用促進事業（旅行助成等）**を実施した。（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～徳島沖洲 工事促進
②徳島沖洲～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・工事促進
⑤福井道路 調査設計・用地取得促進
⑥海部野根道路 調査設計促進
 - ◆一般国道55号 ⑦牟岐バイパス 調査設計・用地取得・工事促進
⑧阿南道路 調査設計促進
 - ◆一般国道192号 ⑨徳島南環状道路 調査設計・用地取得促進
 - ◆一般国道32号 ⑩猪ノ鼻道路 完成供用
⑪32号改築防災 調査設計促進

■二次交通の充実

- ・次世代地域公共交通ビジョンの具体化に向け、「モーダルミックスの推進」「交通結節点の環境整備」「地域住民の意識醸成」等に努めた。（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」の充実強化を図った。（観光政策課）

■受入環境の向上

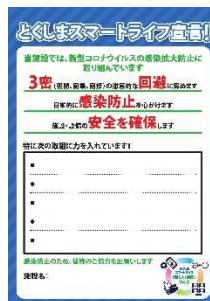
- ・訪日外国人が快適に旅行できる環境を実現するため、観光関連事業者を対象に多言語表記やW i - F i 環境整備等に関する経費の一部支援を行うなど、受入環境の整備を促進した。（再掲／観光政策課）
- ・地域資源を活用するとくしま農林漁家民宿等のP Rを行うとともに、**新型コロナウイルス感染症対策やおもてなしスキル向上等の研修**を行い、都市と農山漁村の交流促進を支援した。（再掲／鳥獣対策・ふるさと創造課）
- ・四国の右下観光局と連携し、「**新しい生活様式**」に対応した**体験型コンテンツやワーケーションなど「新たな旅行スタイル」の開発**に取り組んだほか、新型コロナウイルス感染症対策やアフターコロナを見据えたインバウンド誘致を図るため、**オンラインを活用したおもてなしセミナーを開催**するなど、観光客の受入体制の整備に取り組んだ。（南部総合県民局）

■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）

■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）
- ・**宿泊施設へ「スマートライフ宣言」を送付し、宿泊者が見える場所への掲示を依頼することで、旅行者が安心できる環境づくりの醸成を図った。**（観光政策課）



とくしまスマートライフ宣言

- ・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。（デジタルとくしま推進課）

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

- ・「観光人材の即戦力強化」、「次代の観光産業の担い手育成」、「地域で活躍する観光人材の創出」を図るため、観光事業従事者や社会人を対象とした「ビジネスコース」、高校生や大学生、社会人を対象とした「チャレンジコース」、ボランティアガイドやアクティブシニアを対象とした「地域で活躍コース」を設け、**オンライン講座（全15講座）により「とくしま観光アカデミー」**を開催した。（観光政策課）

とくしま観光アカデミー



- ・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、団体1、個人1名に対して表彰を行った。（再掲／観光政策課）
- ・県内で組織したボランティア通訳団体「徳島G Gクラブ」の会員等を対象に、「とくしま観光アカデミー」等の研修の場を活用した人材育成を行い、県内における外国人受入体制の整備を図った。（再掲／観光政策課）
- ・県内観光ボランティア団体等の観光事業に携わる人材育成を図るため、日本観光振興協会四国支部と共催で、**徳島・高松・愛媛の3会場をWEBで接続し、コロナ禍における観光ボランティアガイドの対策や課題について、意見交換会を実施**した。（県観光協会）

■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、郷土の良さやその価値について学ぶ講座を**座学及び体験講座の代替として、ケーブルテレビによる放送講座**として開催した。（県立総合大学校本部）
- ・吉野川やうだつの町並みをはじめとする、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、Instagram）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

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、徳島市をはじめとして、県内阿波おどりが相次いで中止となる中、“ニューノーマル”阿波おどりの祭典事業を開催し、阿波おどりを再始動させるため、「WITH・コロナ時代」に対応した県を挙げての「新しい阿波おどり」の**実装にチャレンジした**。（観光政策課）



“ニューノーマル”
阿波おどりの祭典

- ・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」講座等をオンラインにて開催した。（東京本部）
- ・京都鉄道博物館での「藍よしのがわトロッコ」展示期間中、関連イベントにて、出張阿波おどり教室を開催するとともに、関西圏内に多くの視聴者を持つケーブルテレビ局にて、**阿波おどり番組の制作・放送や、関連するHP・SNS等への誘導を行った**。（関西本部）



阿波おどReレッスン！
From関西

■徳島ならではのイベントの充実

- ・声優等による**オンライントークイベントを開催**し、徳島の魅力を国内外に情報発信するとともに、アニメキャラクターや作品群を活用したにぎわいを創出し、交流の拡大を図った。（再掲ノにぎわいづくり課）
- ・マラソンを通じて本県の魅力を全国に向け発信するため、**オンラインマラソンを開催**し、新たな形でのにぎわいの創出を図った。（にぎわいづくり課）

■ニューツーリズムの充実

- ・「ワールドマスタースゲームズ2021関西」では、県内5カ所のゴルフ場が競技会場となることから、ゴルフと観光を組み合わせた新たな観光コンテンツの開発に向け、関係部局及び徳島県ゴルフ協会と連携し、PRツールの作成を行うなどゴルフを活用した観光誘客を促進させた。また、「学校交流」及び「民泊」に焦点を当てたPR動画を作成し、台湾の学校とのオンライン交流でプレゼンテーションを実施するなど教育旅行誘致に向けた取り組みを実施した。（観光政策課）
- ・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。（農山漁村振興課）
- ・地域資源を活用するとくしま農林漁家民宿等のPRを行うとともに、**新型コロナウイルス感染症対策やおもてなしスキル向上等の研修**を行い、都市と農山漁村の交流促進を支援した。（再掲／鳥獣対策・ふるさと創造課）

■体験型観光の推進

- ・県西部2市2町の体験型教育旅行の受入農家を対象に、県及び「そのの郷山里物語」独自に策定した「新型コロナウイルス感染症対応ガイドライン」の遵守の徹底を要請するとともに、**受入時の検温用非接触体温計やフェイスシールド、アルコール消毒液等の衛生設備の整備**を行った。
- また、**学校及び旅行会社に対しては、上記ガイドラインの遵守についてオンライン説明会を開催し、遵守の徹底を要請**した。（再掲／西部総合県民局）

■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

- ・動画配信サイト「YouTube」に専用チャンネル「みぎアゲTV」を開設し、トレッキングやサイクリングなど県南部のアクティビティに関する情報発信を行ったほか、四国の右下観光局と連携し、ファミリー層向けの体験型ツアーや個人旅行客向けに宿泊と体験をセットにしたオーダーメイド型のマイカープランなどの企画造成による誘客促進に取り組んだ。
- また、コロナ禍においては、**インバウンドからマイクロツーリズムなどの国内需要拡大へシフトし、「とくしま応援割」を活用した県民向け旅行プランの商品造成**を行った。（再掲／南部総合県民局）

■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）
- ・地産地消協力店や阿波尾鶏指定料理店、徳島産はも指定料理店の登録の推進を図るとともに、徳島県産メニューや郷土料理を取り扱う県内飲食店である「阿波ふうど繁盛店」と連携し、県産食材を使用したメニューフェアを開催するなど、県外客にも「徳島の食」を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）

「阿波ふうど」
メニューキャンペーン



- ・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った。（南部総合県民局）

■世界遺産登録への取り組み

- ・「四国八十八箇所霊場と遍路道」の世界文化遺産登録に向け、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、「世界遺産暫定一覧表」の記載に向け、四国4県等が連携し国への要望を行った。また、「日本遺産フェスティバルin今治」へブース出展を行うなど、日本遺産としての普及啓発を実施した。（文化資源活用課）
- ・鳴門の渦潮の世界遺産登録に向け、令和元年度に作成した「鳴門海峡の渦潮」の「文化的・自然的価値のとりまとめ文書」を国へ提出した。また、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

- ・**県内の演奏家と県外のプロ演奏家とをオンラインで繋ぐ「クラシック演奏指導」**や「TOKUSHIMA JAZZ 2020 Workshop」など、工夫を凝らした事業を展開し、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つなげるため、「阿波人形浄瑠璃」「阿波藍」「あわ三大音楽」等への支援及び魅力を発信した。（文化・未来創造課）
- ・「藍」をはじめとする徳島県の物産品の魅力を発信するため、東京ビックサイトで開催された参加型の展示商談会「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2021」に出展し、県産品の新たな販路の拡大と認知度の向上を図った。（観光政策課）
- ・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）



あるでよ徳島

■ナイトタイムエコノミーの推進

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、事業の実施を見送った。（観光政策課）

■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）

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

- ・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。(再掲/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発信に努めた。(再掲/観光政策課)

◆R2年度 「徳島たびプラス」おもてなし施設数 約550施設



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」

- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」(英語・繁体字・簡体字・ハングル)、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。(再掲/観光政策課・県観光協会)

■ マスメディア等を活用した情報発信

- ・海外現地に影響力のある国内在住のインフルエンサーを招請し、県内観光地や宿泊施設取材した内容を、雑誌やSNS等のメディアでの発信に努めた。(再掲/観光政策課)
- ・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)

- ・「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

- ・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。また、県をまたぐ往来が困難となったため、首都圏、関西圏、広島等の旅行会社等に対しては、**オンライン商談会を実施した。**（観光政策課）
 - ◆四国ブロック観光情報資料提供（東京）
 - ◆旅行会社セールス等（福岡、札幌、青森）
- ・県外本部内観光コーナー、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）

■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）
- ・首都圏をはじめ大都市の協力店（飲食店）と連携したメニューフェアや徳島物産展の開催のほか、SNSやメディアを通じた旬の県産食材を使った多彩なメニューや食材紹介など、情報発信・交流拠点「ターンテーブル」「地域商社阿波ふうど」及び「2台のPR車両」など本県ならではの「強力な推進ツール」を活用し、「徳島ファン」の拡大や「とくしま回帰」へ繋げる取組みを実施した。（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17点認定した。（観光政策課、もうかるブランド推進課）
- ・事業者の認知度拡大と全国への販路拡大の強化を図った。（観光政策課）
 - ◆全国ふるさと観光物産展2020 R2.11.6～8
 - ◆スーパーマーケット・トレードショー2021 R3.2.17～19
- ・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開催し、リアルの会場に加え、**オンラインでの参加も可能**とした。（観光政策課）
- ・徳島の食に関する情報をまとめた「阿波ふうどまるごとサイト」に、「とくしま特選ブランド」認定商品を購入できるオンラインショップを紹介するページの公開や、商品のストーリー性や安全性などのこだわりのポイントをまとめ特別なギフト向け商品として紹介するデジタルカタログを作成するなど、「とくしま特選ブランド」の認知度向上や販路拡大につなげる取組みを実施した。（もうかるブランド推進課）

■「徳島ファン」による情報発信

- ・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**オンラインにて開催**した。
(再掲／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動画を作成し、**YouTubeやSNSを活用した情報発信**を実施した。
(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・拡大するとともに、県産食材メニューや郷土料理を取り扱う県内飲食店である「阿波ふうど繁盛店」との連携を強化することにより、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、郷土の良さやその価値について学ぶ講座を**座学及び体験講座の代替として、ケーブルテレビによる放送講座**として開催した。
(再掲／県立総合大学校)
- ・吉野川やうだつの町並みをはじめとする、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。(再掲／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。(再掲／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。（観光政策課）



- ・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。
（再掲／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、**コロナ禍の状況に応じて、リアルとオンラインによる**観光説明会と商談会を開催するとともに、適宜観光イベント出展等を通年で実施した。（再掲／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。
（再掲／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2年度進捗状況一覧表**

数値目標（項目）	単位	現況値	年度	実績値 （2年度）	目標値	年度	令和2年度進捗状況の説明	所属
【基本目標】								
延べ宿泊者数 （暦年）	万人	230	H29	145	270	R2	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	2.0	13.4	R2	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。	観光政策課
延べ観光入込客数 （暦年）	万人	1,951	H29	1,120	2,020	R2	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	736	1,170	R2	誘客コンテンツの整備や効果的な情報発信、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	2.0	13.4	R2	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。	観光政策課
クルーズ来県者数（累計）	人	10,657	H29	21,621	35,000	R2	感染対策用品の配備とともに、アフターコロナ見据えたポートセールスにより「徳島ならではの」魅力を発信するなど、寄港拡大に向けた取組みを行った	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	145	270	R2	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	1,120	2,020	R2	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	130	900	R2	首都、関西圏等の旅行会社等に対し、オンライン商談会を実施した。	観光政策課
とくしま農林漁家民宿の 宿泊者数	人	3,713	H29	2,656	5,200	R2	農林漁家民宿等のPRを行うとともに、新型コロナウイルス感染症対策やおもてなしの研修を行い、都市と農山漁村の交流促進を支援した	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	0.25	12.0	R2	オンライン商談会への参加等、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	52.2	23	R2	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	82	140	R2	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	99	140	R2	「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」の充実強化を図った。	観光政策課
Wi-Fiアクセスポイント （累計）	件	824	H29	988	950	R2	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	徳島沖洲IC ～ 徳島津田IC 間供用	徳島東IC （仮称） ～ 津田IC （仮称） 間供用	R2	徳島沖洲IC～徳島津田IC間の供用を開始した。	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2年度 進捗状況一覧表**

数値目標（項目）	単位	現況値		実績値 （2年度）	目標値	令和2年度進捗状況の説明		所属
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	45	50	R2	ボランティア通訳団体「徳島GGクラブ」の会員等を対象に、「とくしま観光アカデミー」等の研修の場を活用した人材育成を行い、県内における外国人受入体制の整備を図った。	観光政策課
観光サポーター数 （累計）	人	—	H29	70	100	R2	「＃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	36	30	R2	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	—	82.0	R2	新型コロナウイルスの影響により「とくしまマラソン2021」においては実走を中止。	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	689	5,500	R2	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	311	384	R2	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	7	6	R2	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	70	100	R2	「＃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	0.75	3.0	R2	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	529	560	R2	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	207	180	R2	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	801	720	R2	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	32	75	R2	ホームページを活用した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
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	462	500	R2	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

「徳島県観光振興基本計画（第3期・改定版）」数値目標

数値目標（項目）	単位	現況値		令和３年度	令和４年度	所属
			年度	目標値	目標値	
【基本目標】						
国内延べ宿泊者数（暦年）	万人	220	H29	180	260	観光政策課
延べ観光入込客数（暦年）	万人	1,951	H29	1,360	1,980	観光政策課
年間観光消費額（暦年）	億円	889	H29	750	1,090	観光政策課
【個別目標】						
＜重点施策＞						
（１）国内誘客強化施策						
国内延べ宿泊者数（暦年）〔再掲〕	万人	220	H29	180	260	観光政策課
延べ観光入込客数（暦年）〔再掲〕	万人	1,951	H29	1,360	1,980	観光政策課
ハッシュタグ投稿数	万件	－	H29	300	450	観光政策課
（２）滞在型観光推進施						
観光商談会参加者数（累計）	万人	－	H29	1,200	1,500	観光政策課
ニューノーマル対応 とくしま農林漁家民宿の宿泊者数	人	－	H29	2,000	4,000	観光政策課
（３）国際観光プロモーション施策						
ニューノーマルに対応した観光プロモーション （観光セミナー、商談会等） 実施回数（累計）	回	－	H29	30	60	観光政策課
（４）ニューノーマルMICE誘致促進施策						
現地開催とオンラインを 組み合わせた会議等（中四国規模以上） 開催回数（累計）	万人	－	H29	20	45	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	49.5	50.0	観光政策課
② 安全安心な受入環境の推進						
「感染拡大予防ガイドライン 実践店ステッカー」・ 「事業者版スマートライフ 宣言」導入宿泊施設数（累計）	件	－	H29	400	500	観光政策課
③ 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	H29	150	160	観光政策課
おもてなしタクシー認定件数（累計）	件	71	H29	160	180	観光政策課
Wi-Fiアクセスポイント（累計）	件	824	H29	975	1,000	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～ 徳島沖洲IC間 供用	促進中	高規格道路課

「徳島県観光振興基本計画（第3期・改定版）」数値目標

数値目標（項目）	単位	現況値	年度	令和３年度	令和４年度	所属
				目標値	目標値	
④ 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	75	100	観光政策課
観光サポーター数（累計）	人	—	H29	150	200	観光政策課
⑤ 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	45	60	観光政策課
とくしまマラソン満足度	点	76.8	H29	83.5	85.0	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	5,750	6,000	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	432	480	観光政策課
県産品を通じた旅行商品の造成（累計）	件	—	H29	9	12	観光政策課
⑥ 情報発信力の強化						
観光サポーター数（累計）〔再掲〕	人	—	H29	150	200	観光政策課
観光アプリのダウンロード数（累計）	万件	—	H29	4.5	6.0	観光政策課
観光情報サイト総アクセス数	万件	523	H29	580	600	観光政策課
県外で県産品が食べられる店数	件	133	H29	190	200	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	790	850	観光政策課
ロケーション支援件数	件	59	H29	80	85	観光政策課
⑦ 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	550	600	観光政策課