

平成27年度 観光振興施策の実施状況



観光政策課

目 次

I 3つの核となる重点施策

- 1 観光目的客の取り込み ～個人旅行の誘客促進～ 1
- 2 ビジネス目的客の取り込み 5
- 3 「訪日外国人2000万人時代」に向けた取組み 6

II 7つの基本方針

- 1 将来の観光を担う人材の育成 8
- 2 「阿波とくしま」の魅力あふれる観光地づくり 11
- 3 新たな観光旅行の開拓と滞在型観光の推進 22
- 4 情報発信の強化による「観光とくしまブランド」の確立 25
- 5 国際観光の推進 30
- 6 広域観光の推進 34
- 7 「阿波とくしま」らしいにぎわいの創出 36

III 徳島県観光振興基本計画数値目標 平成27年度進捗状況一覧 39

I 3つの核となる重点施策

1 観光目的客の取り込み ～個人旅行の誘客促進～

方向性

個人の価値観やライフスタイルの変化等により、会社の慰安旅行等の団体旅行が減少し、家族や友人・知人等と出かける個人旅行が観光の主流形態となっていることから、「個人旅行の誘客促進」につながる施策に重点的に取り組みます。

(1) 誘客コンテンツの整備

■トピックをとらえたキャンペーンの展開

- ・大鳴門橋開通30周年のトピックを活かした誘客イベントを実施した。
 - ◆大鳴門橋開通30周年記念セレモニー H27.6.6
 - ◆大鳴門橋開通30周年記念シンポジウム H27.11.28
 - ◆淡路花博2015への出展 H27.3.21～5.31

■「おどる宝島！パスポート」の充実強化

- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、パスポート形式のスタンプラリーを行った。
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポート発行数 約11万冊（累計）
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポートおもてなし施設数 約700施設
(うち淡路島約50施設)
- ・「おどる宝島！パスポート」の英語版・繁体字版の運用を開始した。

【参考】



大鳴門橋開通30周年記念セレモニー



おどる宝島！パスポート

■他県に勝てる「食の名物」を創造

- ・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等により、徳島ならではの食を提供した。
- ・「全国丼サミット in みなみ2014」に参加したご当地丼の中から選りすぐりの丼が参加した「全国丼サミット in あなん」で南阿波丼のPRを行った。
 - ◆全国丼サミット in あなん H27.11.28~29

■集客力の高いイベントの展開

- ・「マチ★アソビvol.14」(H27.5.3~5.5)、「マチ★アソビvol.15×国際アニメ映画祭」(H27.9.26~10.12)の開催を支援した。
- ・第9回「とくしまマラソン」(H28.4.24)の開催準備を行った。

■阿波おどりの通年活用

- ・本県が世界に誇る阿波おどりの通年化に向け、「はな・はる・フェスタ」の春の阿波おどり、8月の本番に加え、「秋の阿波おどり」を開催し、有名連による「阿波おどり大絵巻」や、県外連を対象とした「全国阿波おどりコンテスト」などのイベントも行い、観光誘客を推進した。
 - ◆秋の阿波おどり H27.11.28~29 入場者数18,000人 コンテスト参加8連

■体験型教育旅行の推進

- ・体験型観光に精通した専門家からのアドバイスを受けながら、コーディネーターのレベルアップを図るための研修会を行った。また、新たな地域における体験型観光をコーディネートする組織を整備するなどの取り組みを促進した。
 - ◆全国ほんもの体験フォーラム in 高知
日程：H28.3.25~26
参加者：南阿波よくばり体験25名、そのの郷50名
 - ◆講演会「民営化に向けた取り組み」の開催
日程：H28.2.13
講師：三方よし！近江日野田舎体験 日野町商工観光課 参事 福本修一氏
参加者：40名

【参考】



全国丼サミット



マチ★アソビ



秋の阿波おどり

(2) 効果的な情報発信

■旅行者に「直接届く」効果的な魅力発信

- ・旅行雑誌「じゃらん」への広告掲載、旅行サイト「じゃらんnet」及び「楽天トラベル」での観光情報掲載を行った。

■重点発地でのプロモーション

- ・首都圏、関西圏に加え、空路で繋がる札幌においても観光プロモーションを開催した。
 - ◆「羽田空港」徳島観光プロモーション H27.7.3~5
 - ◆「札幌」徳島観光プロモーション H27.7.7
 - ◆「JAL JAPAN PROJECT」によるPR展開 H27.4の1ヶ月間
 - ◆「ANA SKY CHANNEL CM」によるPR展開 H28.3の1ヶ月間

【参考】



じゃらん広告



「羽田空港」徳島観光プロモーション

(3) 旅行商品の造成促進

■商談会、ファムツアーの実施

- ・旅行会社向けプロモーションとして商品説明会8回、ファムツアー2回実施。
 - ◆商品説明会
 - ・3旅連合同徳島キャラバン（大阪） H27.9.8
 - ・2015しあわせぐるり、しこくるり。四国観光商談会（東京） H27.9.29
 - ・徳島観光キャラバン in 福岡（福岡市） H27.10.30 ほか
 - ◆ファムツアー
 - ・JALパック研修視察旅行 H28.2.29~3.31
 - ・福岡県旅行会社招聘ファムツアー H28.3.9~11

■発地の旅行会社への強力な営業

- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、徳島の観光素材や宿泊及びバスの助成制度などをプレゼンテーションし、旅行会社に対し効果的に情報提供を行い、商品の造成促進を図った。
 - ◆JR四国 大阪商品説明会 H27.5.26

数値目標（項目）	現況値 (25年度)		実績値 (27年度)		目標値 (30年度)	
延べ宿泊者数	226	万人	231	万人	300	万人
延べ観光入込客数	1,964	万人	1,990	万人	2,300	万人
「おどる宝島！パスポート」発行数（累計）	20,000	冊	110,000	冊	200,000	冊
「マチ★アソビ」年間参加者数	113	千人	154	千人	160	千人
「とくしまマラソン」2万人大会の開催	1万人	大会	- ※①1.5万人	大会	2万人	大会
体験型教育旅行における協議会受入泊数	5,646	泊	5,791	泊	7,000	泊

※① 第9回「とくしまマラソン」（H28.4.24）

2 ビジネス目的客の取り込み

方向性

企業・産業活動や研究・学会活動等と関連するコンベンションは、多くの集客交流が見込まれ、宿泊、飲食、物産、交通など地域経済への効果のほか、学会開催による研究開発支援などの波及効果も期待できることから、学会、大会、競技大会など「コンベンション誘致の促進」につながる施策に取り組みます。

■大会誘致の促進

- ・コンベンション主催者に対する開催経費や郷土芸能等のアトラクション、シャトルバス運行等の助成を行い、延べ1000泊以上のコンベンションについては、さらに県立施設の使用料相当額の助成を行うことで、延べ1000泊以上の大会誘致増に繋げた。
- ・国際ミーティングエキスポ及び東北地区 & 中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会へ参加し、コンベンション助成内容を発信した。
 - ◆第25回国際ミーティングエキスポ（東京国際フォーラム）
H27.12.9～10 入場者数3,441人
 - ◆東北地区 & 中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会（都市センターホテル）
H28.1.19 招待者数170人

【参考】



国際ミーティングエキスポ



東北地区 & 中国四国地区合同
コンベンション誘致懇談会

数値目標（項目）	現況値 （25年度）	実績値 （27年度）	目標値 （30年度）
コンベンション参加者数（中四国規模以上）	96 千人	92 千人	130 千人

3 「訪日外国人2000万人時代」に向けた取組み

方向性

国においては、平成25年6月に「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」を策定し、東南アジア諸国のビザ要件緩和等、観光立国の実現に向け取り組んできた結果、平成25年の訪日外国人旅行者数年間1,000万人を史上初めて達成し、オリンピック・パラリンピック東京大会が開催される2020年には2,000万人の高みを目指すとしています。

本県においては、最近の円安傾向やLCC（格安航空会社）などの新規就航等による航空座席供給量の増加等の訪日観光に対する追い風を最大限に活かし、これまでの東アジアや東南アジアに向けた団体旅行中心の誘客に加え、個人旅行の誘客、欧米でも人気のあるお遍路やアニメなど、「求められる観光資源」を「求める市場」に情報発信し、外国人観光誘客を推進します。

■ 国、地域の特性に合わせた誘客の推進

- ・香港、台湾の旅行会社や、テレビ、雑誌等のメディアを招聘し、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、旅行会社との商談を実施した。さらに、SNSによる情報発信を行い、一般消費者に向けても本県をPRした。
- ◆香港国際旅遊展ITE2015（香港コンベンション&エキシビジョンセンター）
H27.6.11～14
- ◆日本の観光・物産博2015（台湾台北駅1階コンコース） H27.6.26～28
- ・タイ市場に向け、タイ語のパンフレットの作成やSNSによる情報発信を行った。また、インドネシア、シンガポール、マレーシアにおいて、インセンティブセミナーに参加し、現地旅行会社と商談を行った。
- ◆JAPANインセンティブセミナー
インドネシア H27.6.10、シンガポール H27.7.29、マレーシア H27.7.31

■ 効果的な情報発信

- ・国際戦略センターのホームページ(外国語版)、Facebookページ「Discover Tokushima」(英語版)や各市場向けFacebook等により、多言語により外国人向けに情報を発信した。
- ・四国遍路の歴史や作法、お茶文化をはじめとする「四国遍路・発心の地 徳島」の魅力を編纂し、阿波ナビで6カ国語（日本語、英語、韓国語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、フランス語）により、世界に向け情報発信を行った。

【参考】



旅行展示会



タイ語パンフレット

■ MICEの誘致

- ・インドネシア、シンガポール、マレーシアにおいて、インセンティブセミナーに参加し、現地旅行会社と商談を行った。
- ・国際ミーティングエキスポ、東北地区&中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会等へ参加し、主催者等に対する誘致PRを展開した。
 - ◆第25回国際ミーティングエキスポ（東京国際フォーラム）
H27.12.9～10 入場者数3,441人
 - ◆東北地区&中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会（都市センターホテル）
H28.1.19 招待者数170人
- ・教育旅行等を四国地域に誘致するため、他県のコンベンションビューローと連携し、香港、韓国の関係者を対象にVJ地方連携事業に取り組んだ。
 - ◆香港MICE取扱旅行社招請事業 H27.6.25～29
 - ◆韓国教育旅行関係者招請事業 H27.9.11～15

■ ニューツーリズムの推進

- ・観光庁の広域観光周遊ルートに認定された「スピリチュアルな島 ～四国遍路～」は、遍路をテーマとしており、四国で連携し、遍路文化をPRするとともに、日本の原風景が残る四国ならではの観光地をPRした。
- ・海外アニメイベントにおいて、アニメイベント「マチ★アソビ」をPRするとともに、海外からコスプレイヤーの招聘や観光モデルコースの検証を行うなど誘客の促進に努めた。

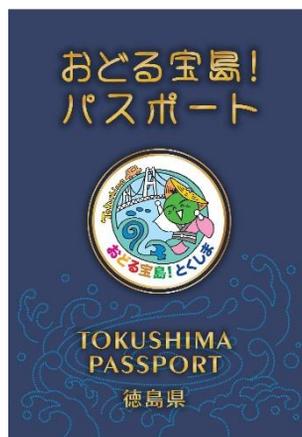
■ 受入環境の整備

- ・県内事業者向けに「徳島県訪日外国人受入環境整備事業助成金」を実施し、多言語表記、Wi-Fiに係る経費の一部の助成を行った。
- ・「おどる宝島！パスポート」の英語版・繁体字版の運用を開始した。
- ・外国クルーズ客船の初寄港の受入態勢の充実を図り、「徳島ならではのおもてなし」による歓迎イベントを行った。また、瀬戸内海の東の玄関口である「地の利」を活かし、「国内外クルーズ客船」の寄港を継続・拡大させる誘致活動に積極的に取り組んだ。

【参考】



ダイヤモンドプリンセス



おどる宝島！パスポート
(英語版)

数値目標（項目）	現況値 (25年度)	実績値 (27年度)	目標値 (30年度)
外国人延べ宿泊者数	32 千人	58 千人	80 千人
外国人延べ入込客数	38 千人	39 千人	100 千人

II 7つの基本方針

1 将来の観光を担う人材の育成

方向性

徳島県には、長年にわたるお接待文化により培われた「訪れる人を迎えるおもてなしの心」があります。こうした強みにさらに輝きを増し、「徳島県が目指すべき将来像」の実現に向けた県民総ぐるみのおもてなしの向上のため、地域の観光リーダーをはじめ徳島県の将来の観光を担う人材の育成を推進します。

(1) 観光に対する理解と関心の醸成

■小中高等学校での学習の推進

- ・幼稚園児から小学生までを対象に、郷土徳島を理解し、楽しみながら徳島の魅力を学習するために配布した「阿波とくしま観光かるた」を使って「第6回阿波とくしま観光かるた大会」を開催した。
 - ◆第6回阿波とくしま観光かるた大会 H28.2.11 参加者313人
- ・「あわ文化」について学び、大人になっても、誇りをもって県内外で発信できる中学生の育成を目指し、公立全中学校1年生とモデル校2年生を対象に「あわ文化テキスト」を用いての学習等をする「あわっ子文化大使」発信力育成プロジェクト事業を実施した。

■郷土を再発見できる講座の開催

- ・剣山山頂「あわエコトイレ」完成と8.11の「山の日」(国民の祝日) 制定にあわせて、地域の宝物「にし阿波」の山々の見所や楽しみ方などを知る「地域づくり実践講座」を開催した。
 - ◆地域づくり実践講座 4回開催 参加者計145人
- ・「あわ文化教育リーダー」研修として、公立全中学校教員対象に「あわ文化」学習のねらいや指導方法を研修した。
- ・重要文化財「矢野銅鐸」の4K映像を作成し、「徳島のたから」として県内外に広く発信した。
- ・「徳島のたから」公開シンポジウムを開催し、一般を対象として重要文化財の特別公開と研究の最前線を紹介するとともに、考古体験などのイベントも併せて開催した。
- ・市町村と連携し、県内各地で出土した埋蔵文化財以外の遍路文化や天然記念物などを併せて紹介する地域展と学校文化財展を開催した。また、埋蔵文化財をより身近なものとして活用していくため埋蔵文化財解説ボランティアを育成した。
- ・徳島の文化・自然・く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につながる講座を開催した。
 - ◆オンリーワンとくしま学講座 全18回開催 参加者計1,960人

■郷土について学びたい方への学習情報の提供

- ・「県民“まなび”拠点」である徳島県立総合大学校において、高等教育機関や民間教育機関、NPO法人、市町村等の関係機関との連携を推進し、より充実した生涯学習情報をワンストップで提供した。
- ・生涯学習に関する6種類の情報(講座・イベント、人材・指導者、団体・サークル、施設、視聴覚教材、マナビィセンター図書情報)を提供し、県民の学習支援を行うとともに、生涯学習の関心・意識の向上を図った。

(2) 「おもてなしの心」を生かした観光客の受け入れ

■ 主要観光地等でのガイドによる対応

- ・「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」の地域資源を活用した魅力ある滞在プログラムの開発やブラッシュアップを行うとともに、外国人観光客に対応したガイド育成研修、ガイドテキストの作成等を行った。

■ 観光講座の充実

- ・「着地型旅行商品を造成する団体や人材」の育成について、日本観光振興協会との共催により研修会を開催し、魅力的な商品づくりの手法や、販売戦略等について理解を深めることに努めた。

◆ 魅力ある観光地域づくりのための人材育成研修

日 程：H28.1.18

参加者：着地型旅行商品造成取扱団体、宿泊業者等25名

【参考】



ガイド育成研修

(3) 観光の振興に寄与する人材の育成

■ リーダーの育成 / 観光従事者の育成

- ・体験型観光に精通した専門家からのアドバイスを受けながら、コーディネーターのレベルアップを図るための研修会を行った。また、新たな地域における体験型観光をコーディネートする組織を整備するなどの取り組みを促進した。

◆ 全国ほんもの体験フォーラム in 高知

日 程：H28.3.25～26

参加者：南阿波よくばり体験25名、その郷50名

◆ 講演会「民営化に向けた取り組み」の開催

日 程：H28.2.13

講 師：三方よし！近江日野田舎体験 日野町商工観光課 参事 福本修一氏

参加者：40名

■外国人観光客に対応できる人材の育成

- ・徳島国際観光大使である香港旅行会社社長を招待し、県内事業者を対象に講演会を開催した。
 - ◆香港観光客への「おもてなし力向上」セミナー H27.12.10 参加者159人
- ・外国人観光客に対応する人材育成のため、接客に役立つ外国語会話や外国人をおもてなしする上でのマナーや心構えを習得する語学講座を開催した。
 - ◆県立総合高等学校
 - 本部実施 接客・おもてなし英語講座<基礎会話> 全5回 受講者21人
 - まなびーあ・中国語入門講座～おもてなしの中国語～ 全10回 受講者29人
 - 南部校実施 英会話講座 全10回 受講者20人
 - 西部校実施 まなびーあ・接客おもてなし英語講座 全6回 受講者26人
- ・クルーズ船寄港等の大型イベント時に通訳ボランティアの需要が高まることが想定されるため、県内全域で活動する通訳ボランティア組織をH28年3月に発足した。

■観光分野でのICT活用人材の育成

- ・県内在住の観光振興に興味がある人材を対象に、ICTを活用した情報提供を呼びかけ、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」を通じて広く情報発信を行った。
 - ◆観光情報サイトアクセス件数 73万件

【参考】



全国ほんもの体験フォーラム in 高知



香港観光客への「おもてなし力向上」セミナー

数値目標（項目）	現況値 (25年度)	実績値 (27年度)	目標値 (30年度)
「とくしま観光講座」受講者数（累計）	513 人	650 人	900 人
体験型観光のインストラクター研修の実施数（累計）	18 回	23 回	28 回

2 「阿波とくしま」の魅力あふれる観光地づくり

方向性

徳島県が誇る観光資源により一層磨きをかけ、新たな観光資源を掘り起こすとともに、安心して快適な旅行を楽しんでいただけるホスピタリティなど観光地としての魅力の向上に努め、観光客に「行ってみたい」、「来て良かった」、「また来たい」と思っただけの魅力あふれる観光地づくりを推進します。

(1) 住んでよし、訪れてよしの観光地づくり

■観光客との交流が生まれる観光地づくり

- ・美波町及び牟岐町において、地域の交流施設として活用するため、空き家改修に着手した。

■地域が一体となって取り組む観光地づくり

- ・鳴門の渦潮の世界遺産登録に向け、文化遺産の観点から学術調査を実施した。また、取組について、地域住民や地域外からの来訪者に対する普及啓発を行った。
- ・「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した。
 - ◆第66番札所「雲辺寺」周辺の遍路道の詳細調査
 - ◆第5番札所「地蔵寺」・第12番札所「焼山寺」の文化財総合調査
 - ◆四国4県と世界遺産「サンディエゴ・デ・コンポステーラの巡礼路」があるスペイン・ガリシア州の協力協定の締結
- ・「とくしま観光通信員」改め「とくしま観光おすすめ隊」のレポートや、クチコミ情報の収集・発信を図った。
- ・地域の人と地域の日常を体感してもらおう、にし阿波体感プログラムイベント「あわこい」や三好市の「四国酒まつり」、美馬市の「うだつをいける」等と連携した冬期イベントを開催し、観光まちづくりの推進を図った。
 - ◆「あわこい」 H28.2.6～3.21 (45日間)
実 施 55プログラム
参加者数 579人

【参考】



あわこい

■ユニバーサルツーリズムの推進

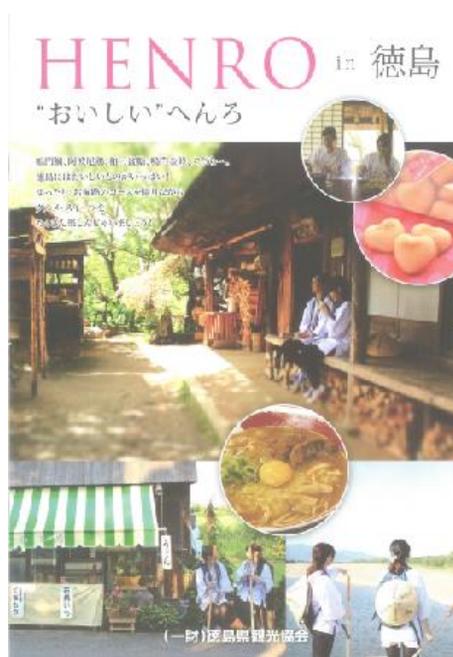
- ・「観光ユニバーサル大賞」において、外国人を含めた県外からの観光客が安全に安心して快適に利用できるような取組等を行っている個人や団体を顕彰していくことにより、観光客をもてなす県民意識の醸成とまちづくりの取組みを推進した。
- ・外国人にもわかりやすい観光案内標識の整備を行った。
 - ◆歩行者用多言語標識6箇所：南小松島駅周辺
 - ◆英語標識10箇所：鳴門北IC、道の駅にしいや、南阿波サンライン、オーシャン東急フェリー埠頭

(2) 観光資源の育成

■お遍路と県内各地での観光の組み合わせ

- ・「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した。
 - ◆第66番札所「雲辺寺」周辺の遍路道の詳細調査
 - ◆第5番札所「地藏寺」・第12番札所「焼山寺」の文化財総合調査
 - ◆四国4県と世界遺産「サンディエゴ・デ・コンポステーラの巡礼路」があるスペイン・ガリシア州の協力協定の締結
- ・各地の自然や、四国八十八箇所をはじめとする歴史的・文化的遺産などに親しみながら、歩いて四国を一周できる「四国のみち」の整備を推進した。
- ・女性や若年層をターゲットとする県内観光と遍路体験を組み合わせたモデルプランを掲載したパンフレットを作成しPRを行った。

【参考】



パンフレット「HENRO in 徳島」

■伝統芸能の振興、活用

- ・二度の国民文化祭により醸成された文化振興の機運と磨き上げた地域ならではの文化資源を活用することにより、県民の誇りや心豊かなくらしを創出するとともに、国内外との交流促進による地域の活性化を図ることで「文化立県とくしま」を実現させるため、「徳島ならではの文化資源を活用した地域活性化モデルの構築」「音楽文化が息づくまちづくり」「文化の力によるまちづくりに意欲的に挑戦する市町村や文化団体への多面的支援」などを行う「文化立県とくしま推進事業」を実施した
- ・「おどる宝島！とくしま博覧会メインイベント」として、「秋の阿波おどり」を開催した。
 - ◆秋の阿波おどり H27.11.28～29 入場者数18,000人 コンテスト参加8連
- ・東京のカルチャーセンターにおいて「阿波おどり講座」を開講し踊りを習得していただき、集大成として阿波おどりツアーを実施し、より深く阿波おどりの魅力を伝えた。また、観光・物産展などのイベントの場で、阿波おどりを披露しPRに努めた。
- ・大阪・神戸において「阿波おどり教室」を開講し、関西阿波おどり協会の連とともに「徳島市阿波おどり」への踊り込みを実施することにより、阿波おどりの魅力を伝えた。また、観光・物産展などのイベントの場で、阿波おどりを披露しPRに努めた。**(大阪本部)**
- ・県外でのイベントや観光キャンペーン等に「阿波おどり」を派遣し、その魅力を実際に体感してもらうことにより、本場徳島への誘客を促進した。
- ・関西・中部地方の大学等で「出張阿波おどり教室」を開催。
 - ◆関西：大学5、高校1、その他会場1、延べ12回
 - ◆中部：高校1、中学校1、その他会場1、延べ3回
- ・「徳島市阿波おどり」の際に、無料栈敷やにわか連、総合案内所の運営、交通円滑化の事業に助成するとともに、県外客への県庁外来駐車場の開放や駐車場情報の提供を行った。
- ・「はな・はる・フェスタ」への助成を通じ、「春の阿波おどり」を活用した誘客を図った。
 - ◆「はな・はる・フェスタ2015」 来場者数 22万人
- ・アスティとくしま内を阿波おどりの練習場所として提供した。

【参考】



秋の阿波おどり



阿波おどりの練習



はな・はる・フェスタ2015

■伝統工芸の振興、活用

- ・東京の百貨店での工芸品展に、阿波正藍しじら織が出展し、伝統的工芸品産業の振興を図った。
 - ◆伝統的工芸品展 WAZA 2016
H28.2.18～23 東京都東武百貨店池袋店
- ・阿波おどり会館「あるでよ徳島」で藍染め、しじら織シャツの販売を実施し、地場産業の振興を図った。

■宿泊施設、飲食店等における地元食材の活用

- ・地産地消協力店制度の見直しや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を行った。
 - ◆阿波尾鶏指定料理店 109店
 - ◆徳島産はも指定料理店 32店

■観光資源の掘り起こし

- ・四国D.C.に向け、市町村をはじめ観光関連団体と連携し、着地型旅行商品の造成を支援した。
- ・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」を活用した「売れる県産品」の開発及びPR冊子を作成した。
- ・文化の森総合公園各館（図書館、博物館、近代美術館、文書館、21世紀館、鳥居龍蔵記念博物館）において、引き続き年間を通じ企画展等を開催し、徳島の文化創造活動の発展を支える拠点として、観光客の誘致を図った。
- ・LEDを効果的に取り入れた光の名所と呼べる場所やモニュメント等を「光の八十八ヶ所」として認定し、ホームページ等で広く情報発信を行った。
- ・県西部の高地集落で独自に継承されている急傾斜地農業で栽培された雑穀等の特徴ある地場産品を活用した土産物を地元企業等と協働して開発し、集落巡り等の着地型旅行商品と合わせて情報発信を行った。

【参考】



イオン品川シーサイド店「徳島フェア」



徳島産はも応援料理店でのPR

(3) 郷土料理や物産など総合的な魅力向上

■徳島ならではの食の提供

- ・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等により、徳島ならではの食を提供した。
- ・徳島県酒造組合等、関係機関と連携して地酒の振興を図った。
 - ◆第17回徳島の酒と肴を楽しむタベ（阿波観光ホテル） H27.10.10
 - ◆第7回美郷梅酒まつり（アスティとくしま） H27.11.28～29
 - ◆第17回四国酒まつり（三好市） H28.2.20
 - ◆日本酒フェア2015（東京都池袋） H27.6.20
 - ◆第3回「四国×酒国」（大阪市梅田） H27.6.7

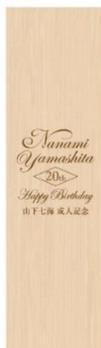
■県産品のブランド化推進

- ・徳島県産品を世界に誇れるトップブランドに育て上げるため、従来の「とくしま特選ブランド」と「特選・阿波の逸品」の制度を統合し、新たな「とくしま特選ブランド」としてリニューアルした。
 - ◆第一回「とくしま特選ブランド」審査会応募点数 89
- ・セブンイレブンとの包括業務提携締結を記念し、すだちくんの電子マネーnanaco（ナナコ）カードを徳島県で限定発売するとともに、「マチ★アソビ」の開催に合わせたコラボ商品として、お酒を発売した。
- ・木頭ゆずの知名度を向上させるため、EUをターゲットとし展示会の出展や海外ジャーナリストを産地に招聘する産地見学ツアーを開催したほか、イオンとの連携によるゆずを使ったPB商品の開発や首都圏での店舗によるPRに取り組み、国内外でのブランド力の強化を図った。
- ・6次産業化企業等が参画した木頭ゆずクラスター協議会において「フロマージュタルト木頭ゆず」「木頭ゆずのガトーウィークエンド」の2種類のスイーツを商品化した。また、女性誌のライターなどを対象とした発表会を東京において開催し、木頭ゆずの魅力をSNSを通して流行に敏感な女性に発信した。さらに、イオン従業員を対象とした体験交流ツアーを開催し、木頭ゆずの魅力や地域の食文化を発信した。
- ・にし阿波の在来そば品種の種子確保を図り、平坦地での機械収穫による大規模栽培の推進などそばの生産拡大を図るとともに、6次産業化の支援や農商工連携の推進など、地元産そばを使った商品開発の支援を行い、観光資源となるそばを通じた地域の活性化を図った。
- ・本県の酒造りの振興を図るため、新たにLEDの光を活用し育種に成功した新酵母を「LED夢酵母」と命名し、平成27年度には、県内酒造メーカー8社が21銘柄の「LED夢酵母」仕込みの日本酒を開発・販売するなど、魅力ある酒造りを積極的に支援した。

【参考】



とくしま特選ブランド



そらのそばPR（ええもん市）



LED夢酵母



nanacoカード

「マチ★アソビ」コラボ商品

■県産品の販路拡大・販売促進

- ・県が指定したふるさと名物商品を域外消費者が割引価格で購入することができるサイトを開設し、県産品の認知度向上と消費拡大を図った。
 - ◆販売期間：H27.4.20～H28.2.29
 - 売上件数：4,050件
 - 売上金額：約2,700万円
- ・「買いたい県産品」実現に向け、セミナーを実施するなどにより、事業者のスキルアップを図った。
 - ◆WEB専門家によるスキルアップセミナー 全4回 H27.7.16、9.10、9.11、10.16
 - ◆商品力向上セミナー 全3回 H27.10.19、10.26、11.27
 - ◆商談会の開催 H27.12.7
 - ◆バイヤーを対象とした産地・観光ツアー H27.12.8
- ・世界に羽ばたく「とくしま県産品」として、海外における県産品の認知度向上と販路拡大、本県への観光誘客につなげるため、海外で県産品PRを行った。
 - ◆香港でイベント「徳島県フェア」を開催 H28.2
- ・県内生産者等の販路開拓を目指して大手量販店チェーンと連携し、首都圏の大型量販店において本県産品の価値や魅力、さらに食や文化の発信を行い、県産品の認知度向上と消費拡大を図った。
 - ◆量販店バイヤーとの商談会開催 2回
 - ◆徳島フェアの開催 H27.8.5～8.9 埼玉県内3店舗
H28.2.17～2.21 埼玉県内1店舗
H28.3.24～3.27 東京都内15店舗

【参考】



おどる宝島! とくしま物産展



徳島県物産協会オンラインショップ
「あるねと徳島」



徳島県産品まるごとサイト
「おどる宝島なっ! とくしま」



セミナー



徳島県フェア

(4) 地域の観光の振興に関する総合力の向上

■観光地の連携による周遊型観光の推進

- ・観光客がエリアに入ってから出ていくまでの間、「にし阿波」独自の景観や伝統文化に基づく、他と差別化されたコンセプトを体感できる4つのモデルルート「コンセプトロード」を設定し、コンセプトに沿った、空間やサービスを整備し、パンフレットの情報発信ツールを作成した。
- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、パスポート形式のスタンプラリーを行うなど、広域的な観光ルートの開発や発信に努めた。
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポート発行数 約11万冊（累計）
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポートおもてなし施設数 約700施設（うち淡路島約50施設）

■観光地における表示の統一

- ・関西広域連合において、訪日外国人観光客の広域観光の利便性向上を目的に策定した「関西全域を対象とする観光案内表示ガイドライン」や、観光庁が策定した「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」により、自治体等が基本的な考え方（コンセプト）を共有できるよう周知を図った。

■観光に関する情報の共有化

- ・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、市町村や市町観光協会等から情報提供してもらい、観光情報の発信に努めた。

■観光従事者の育成

- ・体験型観光に精通した専門家からのアドバイスを受けながら、コーディネーターのレベルアップを図るための研修会を行った。また、新たな地域における体験型観光をコーディネートする組織を整備するなどの取り組みを促進した。
 - ◆全国ほんもの体験フォーラム in 高知
日程：H28.3.25～26
参加者：南阿波よくばり体験25名、そのの郷50名
 - ◆講演会「民営化に向けた取り組み」の開催
日程：H28.2.13
講師：三方よし！近江日野田舎体験 日野町商工観光課 参事 福本修一氏
参加者：40名

【参考】



コンセプトロードパンフレット

(5) 自然環境及び良好な景観の保全

■自然体験活動等を通じた環境学習の推進

- ・環境学習を通して小中学生の問題解決力を育むため、地域と学校等が連携し、コミュニティーを通じた環境学習が実践できるよう、環境アドバイザーの派遣や学習教材の提供などの支援を行った。また、環境学習の取組みが広がるよう、環境活動成果の発表会を実施した。
- ・「県立神山森林公園イルローザの森」の適正な管理運営を行うとともに、県外客に対する情報発信や子供を対象とした「木育広場」のPRを強化するなど、森林公園への誘客を図った。
- ・牟岐少年自然の家において、子供の健全な育成を図るため、小・中学生に自然体験、集団宿泊体験の機会を提供した。また、県内外の一般の利用者に対しては、様々な体験活動メニューの提供と主催事業を実施した。

■環境と景観の美化

- ・アドプト・プログラム吉野川を推進し、吉野川の環境美化を進めた。
- ・「ごみゼロの日」キャンペーン、「ごみゼロ阿波踊り」をはじめ、各地域、各環境ボランティア団体とともに協働して、環境と景観の美化に向けた普及啓発に取り組んだ。
- ・遍路道等における環境美化を促進するため、関係団体との連携のもと、粗大ゴミ・大量投棄ゴミの撤去を協働して行うなど、主体的に取り組む市町村を支援した。
- ・県管理の土木施設（道路、河川、公園等）について、アドプト契約を締結したボランティア団体等に対して、保険加入などの支援を行った。
- ・住民と行政が協働で道路景観の向上を図り、地域の歴史・文化や自然を活かした地域づくりを支援する「とくしま風景街道」の取組みを推進した。
- ・「とくしまマラソン」のコースとなっている吉野川において、雄大で風光明媚なその魅力を最大限に輝かせるため、ボランティア団体等と連携し、河川堤防等を桜など四季折々の花々で彩った。

【参考】



四季彩マラソンロード事業

(6) 観光客の利便性の向上

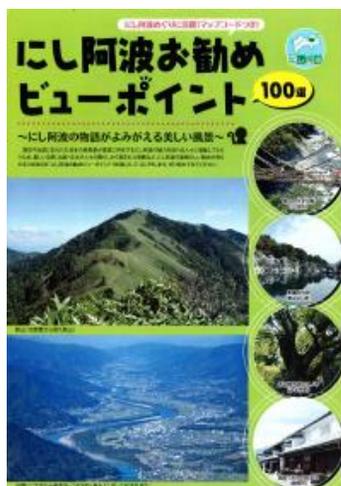
■着地型観光での利便性の向上

- ・「にし阿波お勧めビューポイント」をホームページやパンフレットなどにより広くPRし、「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」の魅力向上に繋げ、観光客の当地への来訪滞在の促進を図った。
- ・アウトドアイベント参加者を中心に、スポーツ以外の食をはじめ地域資源に関する情報サイトの案内を行い、圏域の魅力について情報発信を行った。

■一次交通の向上

- ・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。
- ・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。
 - ◆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 設計協議・用地取得促進
 - ⑤福井道路 設計協議促進
 - ◆一般国道55号
 - ⑥牟岐バイパス 用地取得・工事促進
 - ⑦阿南道路 工事促進
 - ◆一般国道192号
 - ⑧徳島南環状道路 工事促進
 - ◆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行った。

【参考】



にし阿波お勧めビューポイント



複合一貫輸送ターミナル

■二次交通の整備

- ・地域住民の生活交通手段を確保するため、地域間の幹線となるバス路線を支援することにより、観光客にとっても広域の移動手段が確保され、利便性が向上した。
- ・阿佐東地区活性化の起爆剤としても期待される「DMVの導入」を目指し、「阿佐東線DMV導入協議会」を設立し、本格的な取組みに着手した。

■道の駅での的確な情報提供

- ・市町村と連携しながら産直市が楽しめるなど、地域交流等拠点施設を目指し「道の駅」のサービス機能の強化を図った。

■駐車場の確保

- ・徳島市阿波おどりの開催期間中、県外ナンバーの車両に対して県庁駐車場を開放し、観光客の利便性の向上を図った。

◆最大利用時 210台

- ・鳴門公園への観光客が集中するゴールデンウィークやお盆期間中において、無料駐車場の設置や無料シャトルバスを運行するなど、地元の市、関係事業者、指定管理者と連携し、渋滞の緩和対策を行った。

◆ゴールデンウィークの利用状況

最大利用時 無料駐車場450台、シャトルバス運行7台

施設利用者 47,557人

◆お盆期間中の利用状況

最大利用時 無料駐車場250台、シャトルバス運行6台

施設利用者 27,269人

(7) 安全及び安心の確保

■事故、災害への備えに関する情報発信

- ・西部圏域内の市町、主な観光関連団体・事業者等へ、大雨や台風等を原因とする道路の通行規制に関する情報を送信するとともに、観光客の多い主要な目的地への道路情報に関し、当地へのアクセスの可否、迂回路等を記した一覧表を別途送信した。
- ・「防災」及び「高規格道路の整備によるストック効果」に関するパネル展を開催した。

■事故、災害発生時の迅速かつ的確な情報提供

- ・防災・危機管理情報「安心とくしま」ホームページにおいて、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の周知に努めた。
- ・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「とくしま無料Free Wi-Fi」の運営を行った。

数値目標（項目）	現況値 （25年度）	実績値 （27年度）	目標値 （30年度）
「おどる宝島！パスポート」発行数（累計）＜再掲＞	20,000 冊	110,000 冊	200,000 冊
とくしま特選ブランドの商品総売上額	14 億円	※②3.4 億円	28 億円
観光の日における美化参加団体数（累計）	55 団体	71 団体	150 団体
県南地域への「四国8の字ネットワーク」の整備	鳴門JCT（仮称） ～徳島IC整備促進 用地取得完了 （本線工事着工 率100%）	徳島JCT（仮称） ～阿南IC（仮 称） 用地取得・工事 促進	徳島JCT（仮称） ～阿南IC（仮 称）工事全面展 開中

※② H27年度に「とくしま特選ブランド」をリニューアルしたため

3 新たな観光旅行の開拓と滞在型観光の推進

方向性

観光客の多様なニーズに応える旅行プランが提供できるよう、新たな観光旅行の開拓に努めるとともに、徳島県の魅力をより一層実感していただけるよう、本県ならではの魅力あふれる観光資源を活用した体験型観光などに積極的に取り組むことにより、滞在型観光を推進します。

(1) 新たな観光旅行の開拓

■グリーン・ツーリズム、ブルー・ツーリズムの推進

- ・パンフレットやwebコンテンツを作成し、更なる徳島のグリーン・ツーリズム、ブルー・ツーリズムや農村の自然や「食」を活用した都市との交流活動をPRした。また、グリーン・ツーリズムインストラクター研修等を行い、体験交流活動の向上を図った。

◆グリーン・ツーリズムインストラクター育成スクール

H27.11.17~20 参加者10名

- ・「南阿波よくばり体験」、「そのの郷山里物語」を中心とした体験型観光について、地域が一体となった取組みについて支援した。

◆H27年度 体験型教育旅行の受入泊数 5,791泊

■エコツーリズムの推進

- ・本県の優れた自然景観を有する自然公園の管理等を行った。

■医療観光の推進

- ・東アジアや東南アジアに対象エリアを拡大し、海外に向けた情報発信に努めた。

【参考】



グリーンツーリズムインストラクター研修

■食を活用した観光の推進

- ・徳島ラーメン、豆天玉など徳島特有の食文化の情報発信を積極的に行い、観光客の来訪の促進に努めた。
- ・「徳島の活鱧」のブランド品目としての確固たる地位を築くため、首都圏における需要の新規開拓や「日本三大はも祭り！」でのPR強化を図った。
 - ◆「日本三大はも祭り」におけるPR<祇園祭、天神祭、阿波おどり>
- ・「梅酒まつり」、「四国酒まつり」等のイベントへの協力により、周遊型観光の誘客を推進した。
 - ◆第7回美郷梅酒まつり（アスティとくしま） H27.11.28～29
 - ◆第17回四国酒まつり（三好市） H28.2.20

■体験型教育旅行の誘致

- ・「南阿波よくばり体験」「そのの郷山里物語」を中心とした体験型観光について地域が一体となった取組について支援した。また、全国の教育旅行関係者などが集まる「第12回全国ほんもの体験フォーラム in 高知」において本県の教育旅行についてPRを行った。
- ・本県への訪日教育旅行促進に向け、関係機関の連携により、「交流の質」を高め、受入を支援するとともに、韓国・台湾・香港等の有力地域を対象に、学校関係者・旅行社等への積極的な誘致活動を行い、相手のニーズに応じた本県の魅力（体験型観光、伝統文化等）発信を実施した。
- ・徳島県月見が丘海浜公園において、緑豊かな海浜の景観、公園施設を活かしたバーベキュー体験等を通じて、キャンプ体験型旅行の誘致を行った。

【参考】



「日本三大はも祭り！」でのPR

(2) 観光客の滞在促進

■観光資源の特色を生かした観光プランづくり

- ・高野山が開創1200年を迎え、四国霊場八十八カ所への関心が高まる機会を捉え、若き日の空海が歩いた発心道場である本県の四国霊場札所を歩くイベントを企画した。
- ・激化する地域間競争の中、本県に着地する観光客だけでなく、四国の他エリアを周遊しようとする観光客を積極的に呼び込み、徳島で滞在し、宿泊していただくための「きて・みて・なっとく！」できる魅力の造成、発信を行った。

■観光地の連携による周遊型観光の推進

- ・観光客がエリアに入ってから出ていくまでの間、「にし阿波」独自の景観や伝統文化に基づき、他と差別化されたコンセプトを体感できる4つのモデルルート「コンセプトロード」を設定し、コンセプトに沿った、空間やサービスを整備し、パンフレットの情報発信ツールを作成した。
- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、パスポート形式のスタンプラリーを行うなど、広域的な観光ルートの開発や発信に努めた。
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポート発行数 約11万冊（累計）
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポートおもてなし施設数 約700施設
（うち淡路島約50施設）

【参考】



お試し歩き遍路

数値目標（項目）	現況値 （25年度）	実績値 （27年度）	目標値 （30年度）
延べ宿泊者数<再掲>	226 万人	231 万人	300 万人
延べ観光入込客数<再掲>	1,964 万人	1,990 万人	2,300 万人
体験型教育旅行における協議会受入泊数<再掲>	5,646 泊	5,791 泊	7,000 泊
とくしま農林漁家民宿の体験宿泊者数	1,780 人	1,648 ※③3,190 人	2,300 人
県産品を使ったメニュー・商品開発数（累計）	107 件	182 件	220 件

※③ 簡易宿所へ移行した農林漁家民宿を含んだ場合

4 情報発信の強化による「観光とくしまブランド」の確立

方向性

多くの観光客に選択される徳島を目指して、自然、文化、体験、食など多くの宝にあふれた本県の魅力を発信し、「阿波とくしま」の知名度向上を図るとともに、マスメディアや県人会のネットワーク等を活用した広告宣伝の実施など広く国内外に向けた情報発信を推進します。

(1) 徳島県の魅力に関する情報発信

■人的ネットワークの活用

- ・全国各地で開催される県人会にて本県観光物産の紹介宣伝等を行うとともに、新たな交流・連携を開拓するため、「徳島交流大使」等により収集された情報に基づき、県外への阿波おどり等の講師の派遣を行った。
 - ◆派遣先：清須市（鯨ほこ連、太閤連、若鯨連、若あゆ連）
日 時：H28.2.6～7
参加者：6日57名、7日67名、のべ124名
 - ◆派遣先：神戸市、大阪市（関西阿波おどり協会 楽酔連ほか17連）
日 時：H28.3.26～27
参加者：26日160名、27日120名、のべ280名
- ・関西広域連合管内のシルバー－大学生等が一堂に会する「関西広域連合管内シルバー－大学校共同講義事業」を本県で開催し、共同講義等を通じて交流を深めることで「府県を越えた新たな仲間づくり」や「新たな生きがいつくり」を図った。

【参考】



阿波おどり合同練習

■インターネット、携帯サイトの活用

- ・インターネットを活用した県産品のPRや県内事業者の電子商取引の促進を図り、販路拡大を図った。
 - ◆「あるねっと徳島」で県産品約700品をネット販売
 - ◆「楽天市場 あるでよ徳島」に出展し、県内事業者の電子商取引を推進
- ・「なっ！とくしまソムリエ」や「とくしまブランド特使」、これまでに育成した「なっ！とくしま大使」、「クチコミ応援隊」等のネットワーク化を図り、「阿波ふうどスペシャリスト」として統一し、SNS等を利用し、徳島の食と観光の魅力を発信した。また、首都圏を中心にプロモーション、協力店舗でのフェアを一体的に展開した。

■情報発信拠点の充実

- ・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「とくしま無料Free Wi-Fi」の運営を行った。
- ・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の提供に努めた。
- ・県民や県外からの観光客に対し、県内で開催されるイベント等の情報を、道路情報板を用いて提供した。
- ・観光情報サイト「阿波ナビ」に、阿波地美栄料理提供店の照会ページ、四国遍路徳島編の特設ページを設置するなど、内容の充実を図った。
 - ◆H27年度 観光情報サイトアクセス件数 約73万件

【参考】



徳島県物産協会オンラインショップ「あるねっと徳島」



楽天市場「おどる宝島！とくしま物産展」



徳島県大阪本部観光コーナー

■ 県民一人一人の情報発信力の向上

- ・ 徳島県立総合大学校において、インターネットやパソコンについての講座を開催し、県民のスキルアップを支援した。

■ 口コミの活用

- ・ クチコミ情報サイト「旅のクチコミ」により、情報の収集・発信を行った。
- ・ 「阿波ナビ」等で「とくしま観光おすすめ隊」からの情報の発信を行った。

■ 大都市圏でのアンテナショップの活用

- ・ 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の運営や、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、「阿波とくしまアンテナショップ」認定支援等による展開を図った。

■ 観光・物産展の開催

- ・ 大都市圏の百貨店やスーパー等において、四国観光物産展や徳島県単独の観光物産フェアを開催できるように働きかけ、本県特産品の販路拡大と誘客を図った。
- ・ 「新鮮 なっ！とくしま」号の機動力を利用し、首都圏や京阪神の量販店においてとくしまブランドを売り込む「新鮮 なっ！とくしまフェア」の実施をはじめ、大鳴門橋開通30周年記念事業として、兵庫、徳島両県で開催される大型イベントに出動するなど、食の魅力発信により本県への観光誘客を図った。

【参考】



ローソン西鉄ホテルクルーム博多店



とくしま県の店（大阪）

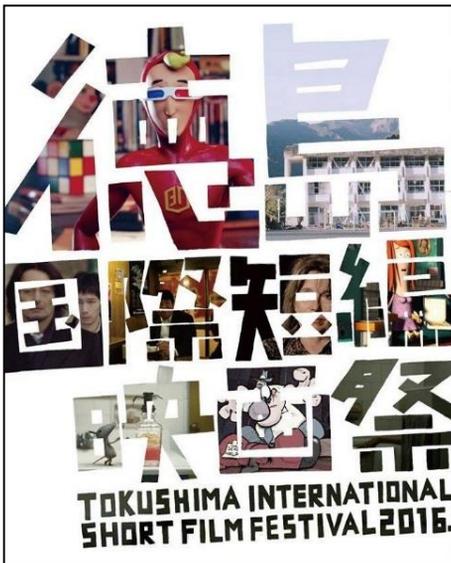


「新鮮 なっ！とくしま」号でのPR

■総合的な情報発信活動の強化

- ・近畿圏等との交流拡大を図るため、近畿圏等の府県と広報紙等のスペースを交換し、「本県の魅力発信」を行った。
- ・「とくしま宝島協議会」において、「3旅連合同キャンペーン」や「徳島県観光市町村連絡協議会キャンペーン」を支援した。
- ・「とくしま宝島協議会」において、メールマガジンの配信などにより、イベント情報の提供を図った。
- ・大手企業や食品企業とのコラボ企画、県外での観光キャンペーンや県内のイベントや観光施設等での「すだちくん」によるとくしまの情報発信を行った。
- ・「徳島国際短編映画祭」の開催や、徳島の自然・文化・食といったコンテンツをもりこんだPR動画の作成等を行い、国内外に情報発信を行った。
- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、兵庫県（淡路島）と連携し、パスポート形式のスタンプラリーを行った。
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポート発行数 約11万冊（累計）
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポートおもてなし施設数 約700施設
（うち淡路島約50施設）

【参考】



徳島国際短編映画祭



すだちくん

(2) 様々なマスメディアによる魅力の発信

■ロケーションブランドの確立

- ・「徳島県ロケーション・サービス」を中心に、積極的にロケの誘致、支援を行った。
 - ◆ロケ支援件数 41件（詠歌1件、テレビ番組32件、CM4件、その他4件）

■マスメディアの露出効果の継続的活用

- ・自然・文化・食などのコンテンツについて、地域の中で発掘した情報を、首都圏でリリースすることにより、本県の魅力発信に取り組んだ。
- ・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、徳島県の観光等のPRに努めた。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効果を図った。

(3) 旅行商品づくり

■旅行会社への積極的な情報提供

- ・3旅連主催による旅行AGTへのPRキャラバンや、県内市町村及び観光関連団体等による観光キャラバンに参加し、観光情報の発信に努めるとともに、旅行商品の造成を働きかけた。
 - ◆3旅連主催による旅行AGTへのPRキャラバン H27.9.8
 - ◆平成27年度クラブツーリズム商談会（琴平町） H27.6.19
 - ◆しあわせぐるり、しこくるり。四国観光商談会（東京） H27.9.29
- ・旅行会社やメディアへの積極的な情報提供や企画提案により、魅力ある商品造成や誘客の促進を図った。

数値目標（項目）	現況値 (25年度)	実績値 (27年度)	目標値 (30年度)
観光情報サイトアクセス件数	70 万件	73 万件	90 万件
県外で県産品を食べられる店舗数	62 件	91 件	150 件
県産品を使ったメニュー・商品開発数（累計）〈再掲〉	107 件	182 件	220 件
アンテナショップ(コンビニ)の新規取扱商品数（累計）	181 件	332 件	400 件
映画、ドラマ、CM等のロケ撮影支援件数（累計）	265 件	332 件	380 件

方向性

徳島県が持つ豊かな自然や歴史的、文化的遺産、豊富な食材などを活用した外国人にも魅力高い観光メニューを創出するとともに、観光案内板の外国語表記など外国人観光客が快適に旅行ができるような受入環境の整備により徳島県への誘客を推進します。

(1) 国、地域の特性に合わせた誘客の推進

■海外からの誘客活動の推進

- ・訪日リピーターが多い台湾市場に対し、送客実績のある旅行会社との連携を深め、本県の豊かな自然や体験メニューなど旅行ニーズの高い観光素材をアピールし、団体旅行客をターゲットにした旅行商品の造成を図った。

◆日本の観光・物産博2015 H27.6.26～28 来場者108,000人

◆四国インバウンドフェア2015 H27.9.8～13

招請者：中国・韓国・台湾・香港 各2名

マレーシア・シンガポール・タイ・インドネシア 各1名

◆訪日台湾教育旅行誘致事業

- ・現地説明会

H27.6.23～25 高雄、台中、台北

H28.3.14～15 国立台中文華高級中学、高雄・屏東の高校6校

- ・交流座談会

H27.12.15 台湾学校長他教育旅行関係者84名

- ・招請事業

H27.12.16～19 台湾学校長他教育旅行関係者10名招請

◆訪日台湾教育旅行受入支援事業

- ・新竹市立成徳高級中学（生徒32名、担当教員3名）

H27.4.27～28 徳島県立鳴門渦潮高等学校との学校交流

- ・高雄市立三民高級中学（生徒14名、担当教員2名、PTA3名）

H27.9.6～8 文理高等学校との学校交流、南阿波よくばり体験の民泊

- ・国立台中第二高級中学（生徒70名、校長、担当教員5名、PTA会長夫妻）

H28.1.31～2.1 徳島県立城西高等学校との学校交流、南阿波よくばり体験の阿波おどり体験、民泊

【参考】



成徳高級中学



三民高級中学



台中第二高級中学

- ・四国や関西と連携し、海外の旅行会社やメディア等を招聘しファムツアーを実施した。
 - ◆旅行会社ファムツアー 台湾・シンガポール・タイ・フィリピン市場 ほか
 - ◆メディアファムツアー 香港・中国・韓国・タイ・インドネシア市場 ほか
- ・タイ市場に向け、タイ語のパンフレットの作成やSNSによる情報発信を行った。また、インドネシア、シンガポール、マレーシアにおいて、インセンティブセミナーに参加し、現地旅行会社と商談を行った。
- ・観光庁の広域観光周遊ルートに、関西、四国、瀬戸内が認定され、広域観光周遊ルート事業として、関西広域連合、四国ツーリズム創造機構、瀬戸内ブランド推進連合と連携し、観光プロモーションを実施した。
- ・外国クルーズ客船の初寄港の受入態勢の充実を図り、「徳島ならではのおもてなし」による歓迎イベントを行った。また、瀬戸内海の東の玄関口である「地の利」を活かし、「国内外クルーズ客船」の寄港を継続・拡大させる誘致活動に積極的に取り組んだ。

■伝統文化等を活用した海外における観光宣伝活動

- ・海外で開催される国際規模の大会等において「阿波おどり」を披露し、国際観光の促進を図った。
 - ◆徳島インディゴソックス交流試合、徳島の魅力発信セミナー（台湾・台北）、絆フェスティバル（カンボジア）

【参考】



ダイヤモンドプリンセス



香港メディアファム



徳島インディゴソックス交流試合



徳島の魅力発信セミナー

(2) 効果的な情報発信

■効果的な情報発信の推進

- ・国際戦略センターのホームページ（外国語版）、Facebookページ「Discover Tokushima」（英語版）や各市場向けFacebook等により、多言語により外国人向けに情報を発信した。
- ・四国遍路の歴史や作法、お茶文化をはじめとする「四国遍路・発心の地 徳島」の魅力を編纂し、阿波ナビで6カ国語（日本語、英語、韓国語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）、フランス語）により、世界に向け情報発信を行った。

(3) MICEの誘致

■主催者への直接的なPR

- ・インドネシア、シンガポール、マレーシアにおいて、インセンティブセミナーに参加し、現地旅行会社と商談を行った。

■地元高等教育機関との連携強化

- ・国際ミーティングエキスポ、東北地区&中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会等へ参加し、主催者等に対する誘致PRを展開した。
 - ◆第25回国際ミーティングエキスポ（東京国際フォーラム）
H27.12.9~10 入場者数3,441人
 - ◆東北地区&中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会（都市センターホテル）
H28.1.19 招待者数170人
- ・教育旅行等を四国地域に誘致するため、他県のコンベンションビューローと連携し、香港、韓国の関係者を対象にVJ地方連携事業に取り組んだ。
 - ◆香港MICE取扱旅行社招請事業 H27.6.25~29
 - ◆韓国教育旅行関係者招請事業 H27.9.11~15

【参考】



香港MICE取扱旅行社招請事業



韓国教育旅行関係者招請事業

(4) ニューツーリズムの推進

■新たな旅行商品の造成促進

- ・観光庁の広域観光周遊ルートに認定された「スピリチュアルな島～四国遍路～」は、遍路をテーマとしており、四国で連携し、遍路文化をPRするとともに、日本の原風景が残る四国ならではの観光地をPRした。
- ・海外アニメイベントにおいて、アニメイベント「マチ★アソビ」をPRするとともに、海外からコスプレイヤーの招聘や観光モデルコースの検証を行うなど誘客の促進に努めた。
- ・「とくしまマラソン」と徳島の魅力を盛り込んだアニメ動画を製作し、アニメーションの力で徳島の魅力を世界に情報発信を行うことで、交流人口の拡大を図った。

(5) 受入環境の整備

■多言語表記の推進

- ・県内事業者向けに「徳島県訪日外国人受入環境整備事業助成金」を実施し、多言語表記、Wi-Fiに係る経費の一部の助成を行った。

■外国人観光客への案内サービスの向上

- ・外国語対応相談員（英語・中国語）をとくしま国際戦略センターに配置し、外国人観光客等に対する情報提供や相談対応を行った。

■観光情報収集の利便性向上

- ・県内の観光施設等の情報を掲載した多言語対応観光アプリケーションを制作・公開した。

(6) 海外との相互交流

■海外とのネットワークづくりによる相互交流の活性化

- ・ドイツ・ニーダーザクセン州やアジア諸地域にある学校との間でパートナーシップ協定締結促進による学校間交流を促進した。
- ・次世代のグローバル・リーダーを育成するため、県南の施設を活用して、高校生が、英語を通して多様な価値観を持った多国籍・同世代の学生と交流し、世界を意識した自己探求できる場を創造した。

◆実施期間：8月15～21日 6泊7日

実施内容：少人数セミナー、フォーラム、地域ワークショップ、フリーインタラククション

参加者：高校生 49名（県内30名、県外19名）

ハーバード大学を中心とした海外大学生 14名

国内バイリンガル大学生 14名

県内外の大学生実行委員 15名程度

【参考】



徳島サマースクール
フリーインタラククション

数値目標（項目）	現況値 (25年度)	実績値 (27年度)	目標値 (30年度)
外国人延べ宿泊者数<再掲>	32 千人	58 千人	80 千人
外国人延べ入込客数<再掲>	38 千人	39 千人	100 千人

6 広域観光の推進

方向性

徳島県内の各観光地の連携、市町村間の連携、さらには近隣府県との連携により観光集客力を高めるよう広域観光施策を推進します。

(1) 広域的な観光地の形成

■観光地の連携による滞在型観光の推進

- ・本県の認知度向上や観光客の増加を図るため、兵庫県（淡路島）と連携し、お得な割引きを受けられるクーポンの実施やパスポート形式のスタンプラリーを行った。
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポート発行数 約11万冊（累計）
 - ◆H27年度 おどる宝島！パスポートおもてなし施設数 約700施設
（うち淡路島約50施設）
- ・「体験型観光」による地域振興を一層推進するため、個人向け商品の開発や農林漁家民宿の開業等を促進するなど受入組織への支援に取り組んだ。

【参考】



体験型観光（うみがめマリンクルーズ）



体験型観光（うみがめの甲羅洗い）

(2) 四国4県、関西圏及び瀬戸内エリア等での連携

■近隣府県と一体となった観光への取組み

- ・観光庁の広域観光周遊ルートに、関西、四国、瀬戸内が認定され、広域観光周遊ルート事業として、関西広域連合、四国ツーリズム創造機構、瀬戸内ブランド推進連合と連携し、観光プロモーションを実施した。
- ・「四国ツーリズム創造機構」と連携し、四国はひとつとしての官民一体となった観光の推進に取り組んだ。
- ・「淡路島&徳島とくとく周遊ガイド」の作製・配布や、「ひょうご・とくしまツーリズムバス事業」により兵庫県との連携を図った。
- ・大鳴門橋開通30周年にあたり、徳島・兵庫両県の交流を更に促進するとともに、記念事業の実施や本県の情報発信した。
 - ◆大鳴門橋開通30周年記念セレモニー H28.6.6
 - ◆大鳴門橋開通30周年記念シンポジウム H28.11.28
- ・瀬戸内7県が連携し、エリア全体を俯瞰してマネジメントする組織「一般社団法人せとうち観光推進機構」を設立(H28.3.10)した。

【参考】



淡路島&徳島とくとく周遊ガイド



瀬戸内ブランドマーク

数値目標 (項目)	現況値 (25年度)	実績値 (27年度)	目標値 (30年度)
ひょうご・とくしまツーリズムバス助成件数 (累計)	267 件	319 件	410 件

7 「阿波とくしま」らしいにぎわいの創出

方向性

多くの人が集まる場には、活気とにぎわいが生まれ、そして人や物、情報など様々な交流が図られ、地域の活性化が期待できます。

阿波おどりに代表されるような多くの人でにぎわう徳島づくりを目指して、「阿波とくしま」にふさわしいにぎわいの創出を推進します。

(1) イベントの開催などによる集客

■地域資源の活用、市町村や地域団体との連携による集客力の向上

- ・マチ★アソビや民間との連携により、フィギュア展等の新たな魅力ある企画展やイベント等を開催し、広く県内外に向けて文化・芸術の感動や体験の場を提供した。
- ・首都圏や関西地区等において、とくしま観光物産キャンペーンを開催し、阿波おどりや県産品を積極的に活用して、イベントの集客力を向上し、本県の県産品のPRと観光誘客を図った。
 - ◆「羽田空港」徳島観光プロモーション H27.7.3～5
 - ◆キラリ☆フェスタ in シェラトン都ホテル大阪 H27.7.29

【参考】



「羽田空港」徳島観光プロモーション



キラリ☆フェスタ

(2) コンベンション誘致

■コンベンション実施主体への助成

- ・国内・国際コンベンションの誘致を促進するため、開催計画などの情報収集と意向調査に努め、関係団体等にその情報提供を行った。また、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た。
- ・コンベンション主催者に対する開催経費や郷土芸能等のアトラクション、シャトルバス運行等の助成を行い、延べ1000泊以上のコンベンションについては、さらに県立施設の使用料相当額の助成を行うことで、延べ1000泊以上の大会誘致増に繋がった。
- ・商談会、個別営業活動により、コンベンションの助成内容を積極的に発信した。
 - ◆第25回国際ミーティングエキスポ（東京国際フォーラム）
H27.12.9～10 入場者数3,441人
 - ◆東北地区&中国四国地区合同コンベンション誘致懇談会（都市センターホテル）
H28.1.19 招待者数170人

(3) スポーツによるにぎわいづくり

■交流人口の増加

- ・とくしまマラソンPR動画を活用し、国内外に向けてPR活動を行った。
- ・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企業に対してPR活動を行った。
 - ◆開催エリアの高校、大学、スポーツ競技団体等に配布している合宿情報誌にスポーツ王国徳島の広告掲載
 - ◆合宿情報誌HPにスポーツ王国HPのリンク掲載
 - ◆関西の合宿専門取扱旅行会社3社を訪問し、本県の合宿誘致セールを実施
- ・鳴門渦潮高校と鳴門・大塚スポーツパークを中心に、県内のスポーツ拠点を活用して、高校生のトップアスリートを招聘し、合同練習・試合をとおして、県内の高校生競技力の向上につなげるとともに、交流人口の増加を図った。
- ・サイクルスポーツを通じた新しい魅力を創り出すとともに、県内でのサイクルスポーツイベントの充実と継続的な開催を図り、全国に向けて「自転車王国とくしま」のブランドを発信した。

■プロスポーツチームの集客力や情報発信力を活用してのにぎわいの創出

- ・優秀選手の表彰、小中学生グループ招待を実施。また、ホームゲームにおいて「徳島ヴォルティスホームタウン協議会」との連携事業を実施した。
- ・徳島県の県外事務所や県内市町村、観光関連団体等と連携し、徳島ヴォルティスの試合会場などに参加し、本県の観光PRや誘客施策を推進した。

【参考】



四国の右下ロードライド

数値目標（項目）	現況値 (25年度)	実績値 (27年度)	目標値 (30年度)
コンベンション参加者数（中四国規模以上）＜再掲＞	96 千人	92 千人	130 千人
「とくしまマラソン」 2万人大会の開催＜再掲＞	1万人 大会	－ ※①1.5万 大会	2万人 大会

※① 第9回「とくしまマラソン」 (H28.4.24)

数値目標（項目）	単位	現況値		実績値 (27年度)		目標値		H27年度進捗状況の説明 (27年度実績値がない場合は、 26年度進捗状況とする)	所属
		年	月	年	月	年	月		
【戦略目標】									
宿泊者数	万人	226	25	231	300	30	30	着地型旅行商品の販売促進や「ふるさと旅行券」の発行など、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
外国人宿泊者数	人	32,310	25	58,340	80,000	30	30	重点市場である香港、台湾でのプロモーション、TV局の取材の受入れ、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。	国際企画課
コンベンション参加者数 (中四国規模以上)	人	96,494	25	92,201	130,000	30	30	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
【個別目標】									
＜3つの核となる重点施策＞									
1 観光目的客の取り込み ～個人旅行の誘客促進～									
延べ宿泊者数<再掲>	万人	226	25	231	300	30	30	着地型旅行商品の販売促進や「ふるさと旅行券」の発行など、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	万人	1,964	25	1,990	2,300	30	30	着地型旅行商品の販売促進や「ふるさと旅行券」の発行など、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
「おどる宝島！パスポート」 発行数（累計）	冊	20,000	25	110,000	200,000	30	30	県内の観光地や宿泊施設、飲食店等において「おどる宝島！パスポート」を配布し、リピーターの来県を促進する取組みを実施した。	観光政策課
「マチ★アソビ」 年間参加者数	千人	113	25	154	160	30	30	海外アニメイベントにおいて、「マチ★アソビ」をPRするとともに、海外からコスプレヤーの招聘や観光モデルコースの検証を行うなど誘客の促進に努めた。	にぎわいづくり課
「とくしまマラソン」 2万人大会の開催	大会	1万人	25	※①1.5万人	2万人	30	30	第9回「とくしまマラソン」の開催準備を行った。	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	5,646	25	5,791	7,000	30	30	本県の特豊かな自然や食材等を利用し、教育旅行の誘致・受入れに積極的に取り組んだ。	観光政策課
2 ビジネス目的客の取り込み									
コンベンション参加者数 (中四国規模以上) <再掲>	千人	96	25	92	130	30	30	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
3 「訪日外国人2000万人時代」に向けた取組み									
外国人延べ宿泊者数<再掲>	千人	32	25	58	80	30	30	重点市場である香港、台湾でのプロモーション、TV局の取材の受入れ、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。	国際企画課
外国人延べ入込客数	千人	38	25	39	100	30	30	重点市場である香港、台湾でのプロモーション、TV局の取材の受入れ、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。	国際企画課
＜7つの基本方針＞									
1 将来の観光を担う人材の育成									
「とくしま観光講座」 受講者数（累計）	人	513	25	650	900	30	30	着地型旅行商品造りの手法や販売戦略等についてのセミナーを開催した。	観光政策課
体験型観光のインストラクター研修 の実施数（累計）	回	18	25	23	28	30	30	「南阿波よくばり体験推進協議会」において、インストラクターの研修・養成講座を開催し、体験型観光指導者の育成に取り組んだ。	観光政策課

※① 第9回「とくしまマラソン」(H28.4.24)

数値目標(項目)	単位	現況値	実績値		目標値		H27年度進捗状況の説明 (27年度実績値がない場合は、 26年度進捗状況とする)	所属
			年	(27年度)	年	年		
2 「阿波とくしま」の魅力あふれる観光地づくり								
「おどる宝島!パスポート」発行数(累計)<再掲>	冊	20,000	25	110,000	200,000	30	県内の観光地や宿泊施設、飲食店等において「おどる宝島!パスポート」を配布し、リピーターの来県を促進する取組みを実施した。	観光政策課
とくしま特選ブランドの商品総売上額	億円	14	25	※②3.4	28	30	世界に誇れるトップブランドをコンセプトに従来の「特選・阿波の逸品」と「とくしま特選ブランド」を統合し、新たな「とくしま特選ブランド」を立ち上げた。	観光政策課
観光の日における美化参加団体数(累計)	団体	55	25	71	150	30	県内の市町村に観光地等の美化活動について協力依頼を周知し、各地の美化活動の推進に取り組んだ。	観光政策課
県南地域への「四国8の字ネットワーク」の整備	—	鳴門JCT(仮称)～徳島IC整備促進用地取得完了(本線工事着工率100%)	25	徳島JCT(仮称)～阿南IC(仮称)用地取得・工事促進	徳島JCT(仮称)～阿南IC(仮称)工事全面展開中	30	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
3 新たな観光旅行の開拓と滞在型観光の推進								
延べ宿泊者数<再掲>	万人	226	25	231	300	30	着地型旅行商品の販売促進や「ふるさと旅行券」の発行など、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<再掲>	万人	1,964	25	1,990	2,300	30	着地型旅行商品の販売促進や「ふるさと旅行券」の発行など、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
体験型教育旅行における協議会受入泊数<再掲>	泊	5,646	25	5,791	7,000	30	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・受入れに積極的に取り組んだ。	観光政策課
とくしま農林漁家民宿の体験宿泊者数	人	1,780	25	1,648 ※③3,190	2,300	30	農林漁家民宿を対象とする研修会の開催や新規開業支援、HPやイベント等でのPR活動に積極的に取り組んだ。	農林水産政策課
県産品を使ったメニュー・商品開発数(累計)	件	107	25	182	220	30	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
4 情報発信の強化による「観光とくしまブランド」の確立								
観光情報サイトアクセス件数	万件	70	25	73	90	30	「阿波ナビ」サイトの改善や、提供情報の充実を図った。	観光政策課
県外で県産品を食べられる店舗数	件	62	25	91	150	30	県外で県産品を食べられる店、県外で県産品が帰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
県産品を使ったメニュー・商品開発数(累計)<再掲>	件	107	25	182	220	30	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
アンテナショップ(コンビニ)の新規取扱商品数(累計)	件	181	25	332	400	30	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
映画、ドラマ、CM等のロケ撮影支援件数(累計)	件	265	25	332	380	30	的確な情報提供とアテンドにより、県内ロケの支援・誘致を積極的に行った。	観光政策課
5 国際観光の推進								
外国人延べ宿泊者数<再掲>	千人	32	25	58	80	30	重点市場である香港、台湾でのプロモーション、TV局の取材の受入れ、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。	国際企画課
外国人延べ入込客数<再掲>	千人	38	25	39	100	30	重点市場である香港、台湾でのプロモーション、TV局の取材の受入れ、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。	国際企画課
6 広域観光の推進								
ひょうご・とくしまツーリズムバス助成件数(累計)	件	267	25	319	410	30	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
7 「阿波とくしま」らしいにぎわいの創出								
コンベンション参加者数(中四国規模以上)<再掲>	千人	96	25	92	130	30	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
「とくしまマラソン」2万人大会の開催<再掲>	大会	1万人	25	※①1.5万人	2万人	30	第9回「とくしまマラソン」の開催準備を行った。	にぎわいづくり課

※② H27年度に「とくしま特選ブランド」をリニューアルしたため

※③ 簡易宿所へ移行した農林漁家民宿を含んだ場合