

令和3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 国内誘客強化施策 | 1 |
| 2 滞在型観光推進施策 | 4 |
| 3 国際観光プロモーション施策 | 7 |
| 4 ニューノーマルMICE誘致促進施策 | 9 |
| 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 | 11 |
| 2 安全安心な受入環境の推進 | 11 |
| 3 観光誘客基盤の強化 | 12 |
| 4 観光人材の育成・強化 | 13 |
| 5 観光コンテンツの充実 | 15 |
| 6 情報発信力の強化 | 19 |
| 7 広域観光の推進 | 23 |
| III 徳島県観光振興基本計画数値目標 令和3年度進捗状況一覧 | 24 |

I 重点施策

1 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。

- ・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

- ・旅行会社向けプロモーションとして、**オンラインも活用した**商談会、セミナー、セールス、ファムツアー等を実施した。（観光政策課）

◆商談会

- ・ **オンライン観光商談会** R3.5.24
- ・ 「オール徳島」観光商談会（**会場（東京）とオンラインのハイブリッド開催**）
R3.11.16

◆観光セミナー

- ・ **【オンライン】徳島県観光セミナー** R3.8.30

◆セールス

- ・ JAL青森チャーターセールス（青森） R4.1.30
- ・ バス助成利用促進セールス（奈良・京都・広島） R4.3.28,30



「オール徳島」観光商談会

◆ファムツアー

- ・ **【オンライン】VR動画を活用した徳島県オンラインツアー** R3.11.5,11
- ・ 徳島県ファムツアー R3.12.16~17

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

④「徳島」の魅力発信

- ・リアルとオンラインとの併用によるデジタルプロモーションをモデル的に導入するとともに、Instagramにおけるハッシュタグ「#徳島あるでないで」を付けた魅力ある画像の投稿の呼びかけ、県観光情報サイト「阿波ナビ」のSNS（フェイスブック、Instagram、Twitter）における観光情報の発信に取り組んだ。（観光政策課）

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

- ・四国デスティネーションキャンペーンとタイアップし、来県した観光客の円滑な県内周遊を促進し、観光需要を喚起するため、県内バスを利用した宿泊旅行商品の造成支援や本県独自の取組みとして「ぐるっと徳島周遊観光キャンペーン」を実施し、「藍よしのがわトロッコ」の記念乗車証の提示による特典付与やモニターツアー等を行った。（観光政策課）

「藍よしのがわトロッコ」令和3年度 乗車実績
 合計5,374名（定員8,176名）、乗車率65.7%
 ※令和3年4～5月、8～12月、令和4年3月運行



藍よしのがわトロッコ

⑥J1復帰を契機とした誘客促進

- ・徳島ヴォルティスの「J1復帰」を観光誘客の好機と捉え、対戦チームサポーター用の「新たなWEBページの制作」、オンライン旅行会社や宿泊施設と連携した宿泊割引クーポンの配布などによる「宿泊促進キャンペーン」の実施、スタジアム内や観光施設等で利用可能な「ヴォルティスJ1復帰記念クーポン」の発行などに取り組み、観光客・宿泊者数の増加に取り組んだ。（観光政策課）

2 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認し、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。

【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）そらの郷、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）



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実施した。（観光政策課）
 - ◆観光説明会
 - ・ **【オンライン】四国観光情報プレゼンテーション** R3.9.24
 - ◆観光商談会
 - ・ 四国観光商談会（大阪） R3.12.7
 - ・ 四国観光商談会（東京） R3.12.16
- ・ 兵庫県と連携し、割引クーポン付き「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」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

- ・「ワールドマスターズゲームズ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、関係部局及び徳島県ゴルフ協会と連携し、ゴルフツーリズム動画の作成や、ゴルフ旅行を取り扱う海外旅行会社に対するオンラインセミナーを開催した。（観光政策課）
- ・国内外に多くのファンを持つ「マチ★アソビ」を今後につなげ、地域経済の活性化を推進するため、WITH・コロナ時代に対応した「チャレンジ！マチ★アソビvol.2」の開催や、マチ★アソビPR動画の制作及び公開など徳島ならではのアニメイベントの開催を支援した。（にぎわいづくり課）
- ・「とくしま農林漁家民宿」等での、新型コロナウイルス感染症への対応強化や利用者の満足度向上の取組みのほか、地域コンテンツの魅力発信等により誘客の促進を行った。（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、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、コロナ禍における、インバウンドからマイクロツーリズムなど国内需要の拡大を踏まえ、「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

- ・新型コロナウイルス感染症に対応する「新たな旅のスタイル」の視点で、コンテンツの磨き上げを行った。具体的な取組みとして、少人数でも利益が上がり、安全・安心を前面に出した商品を検討し、外国人目線を取り入れた商品造成に向けてモニターツアーを開催し、既存コンテンツのブラッシュアップを図った。（西部総合県民局）

④ワーケーション、ブレイジャー等による滞在促進

- ・「アウトドア」、「癒し」、「貸し切り」、「オーダーメイド」などをキーワードに、「滞在型・通年型」の観光コンテンツやコロナ禍における「ニューノーマル」に対応した「ニューツーリズム」の磨き上げを実施するとともに、国内外の旅行会社にプロモーション活動を実施した。（観光政策課）
- ・宿泊者の増加を図り、地域経済活性化につなげるため、宿泊事業者が施設の魅力アップに取り組む事業に対して支援した。（観光政策課）
- ・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。（南部総合県民局）
- ・ワーケーションに取り組もうとする都市圏の企業等をターゲットに、にし阿波ならではの「ワーケーションプラン」を提供する体験会を実施した。なお、都市圏で「まん延防止等重点措置」の発令された時期の体験会については、オンラインツアーに切り替えて実施した。（西部総合県民局）

- ・**コロナ禍で密を避けやすいアウトドアに関心が集まっていることに注目**し、剣山トレッキングの後、フィンランドサウナで暖まる「サウナトレック」や国の特別天然記念物に指定された加茂の大クスの前で行う「大クスパークヨガ」などの新たなアウトドアコンテンツを造成した。
(西部総合県民局)



サウナトレック

⑤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)

◆R3年度 「徳島たびプラス」おもてなし施設数 約500施設



徳島県観光情報サイト
阿波ナビ

徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」



徳島県マスコット「すだちくん」

徳島県観光アプリ「徳島たびプラス」

⑥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、1団体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)
- ・県内観光ボランティア団体等の活動状況を集約し取りまとめるとともに、「とくしま観光アカデミー」等の研修の場を案内し、受入体制の強化を図った。(県観光協会)

3 国際観光プロモーション施策

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。

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、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」など国際的な大規模イベントの開催を見据え、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、オンラインを積極的に活用し、国際観光の回復に備えます。

【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）

◇「有望国・地域」欧米豪や東南アジアからの誘客施策

- ・**海外現地に影響力のある国内在住のメディア・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、オンライン記事やSNS等での発信に努めた。（観光政策課）
- ・新型コロナウイルスの感染対策を講じた上で開催した「秋の阿波おどり」において、世界各国（アメリカ、フランス、上海、台湾、ベトナム）等の海外連を紹介するパンフレットを作成し、来場者への配布及び紹介を行った。また、在香港日本国総領事館主催の「日本秋祭in香港」において「秋の阿波おどり」の様子をライブ配信した。（観光政策課）

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

- ・「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、関係部局及び徳島県ゴルフ協会と連携し、ゴルフツーリズム動画の作成や、ゴルフ旅行を取り扱う海外旅行会社に対するオンラインセミナーを開催した。（再掲／観光政策課）

- ・「ワールドマスタースゲームズ2021関西」を見据え、ゴルフ事業者と連携し、ゴルファー向けの観光コンテンツを取り入れた動画を作成し、**WEBファミツアー**を実施した。
(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。(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」、徳島県多言語観光情報ウェブサイト「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)



徳島県多言語観光情報ウェブサイト
「Discover Tokushima」

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、観光関連事業者や宿泊施設を対象に多言語表記やWi-Fi環境整備、免税システム導入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」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)

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)
- ・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。(再掲/観光政策課)

⑦クルーズ客船の誘致推進

- ・「徳島小松島港クルーズ船受入協議会」により感染対策体制の整備を行い、クルーズ船の安全安心な寄港を実現(令和3年度寄港実績3回)させた。また、アフターコロナを見据えた**WEBを活用したポートセールス**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。(運輸政策課港にぎわい振興室)

4 ニューノーマルMICE誘致促進施策

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、今後、増加が期待できる「現地開催とオンラインを組み合わせた会議」をはじめ、ニューノーマルに対応した大会等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。

【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、**オンラインを活用した会議についても積極的に情報収集した。**（県観光協会）

②ニューノーマルに対応した大会等の誘致活動

- ウィズコロナ・アフターコロナにおける新たなニーズを踏まえ、現地開催とオンラインを組み合わせた会議についても積極的に情報収集を行うとともに、オンラインで開催された商談会にも積極的に参加し、主催者に対し、会議施設、宴会場利用プランや、オンライン開催での各種資料提供などの提案を行った。**（県観光協会）

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

- 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、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・ウィズコロナに向けて競争力強化を図った。**（県観光協会）

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

- 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）

⑤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）

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

- ・スポーツ大会・合宿誘致による地域活性化を図るため、「徳島県スポーツコミッション」を核として、スポーツ合宿の「ワンストップ窓口」設置や情報発信、合宿開催支援事業を実施し、新たな大会・合宿スタイルの実践により、スポーツツーリズムを推進した。
（スポーツ振興課）
- ・新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んでいる県内観光消費の回復を図るため、県外からの誘客が期待できる感染症対策を実施したイベントの開催を支援する「ニューノーマルイベント活性化事業補助金」の対象となる事業を令和3年度末から募集した。
（観光政策課）
- ・東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を通じたレガシーを創出するため、**新型コロナウイルス感染症対策を徹底した万全の態勢で、ホストタウン相手国代表チームの事前キャンプを受入れるとともに、「新しい生活様式」を踏まえた県民と選手との交流を行った。**（スポーツ振興課）



ドイツ代表チーム事前キャンプ受入

- ・「ワールドマスターズゲームズ2021関西」をスポーツツーリズムを牽引する大会とするとともに、地域活性化の創出に繋げるため、競技運営態勢、おもてなしの充実等、開催に向けた準備を行った。（スポーツ振興課）

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。

【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、誘客ターゲットの絞り込み、プロモーション手法など、効果的な観光施策につなげるため、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 安全安心な受入環境の推進

方向性

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。

【実施状況】

■ 感染予防対策の徹底

- ・感染防止対策の徹底を図るため、飲食店を中心とする「感染拡大予防ガイドライン」実践店に対して、巡回指導を実施した。加えて、内閣官房と共同で実施した「ワクチン・検査パッケージに関する技術実証」など、イベント等における感染防止対策の推進を図った。（危機管理政策課）
- ・感染拡大防止に積極的に取り組み、また、従業員等の方々に抗原検査を受けていただいている飲食店・宿泊施設を「コロナ対策三ツ星店」と位置づけ、飲食・宿泊における安全・安心の確保に努めた。（危機管理政策課・観光政策課）



コロナ対策三ツ星店ステッカー

- ・新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、旅行需要が落ち込む中、感染防止を図りつつ、安全・安全に旅行できる環境を整備するため、「ガイドライン実践店ステッカー」を掲示した観光関連事業者が行う施設改修や設備投資などの前向きな投資に要する経費の一部を支援した。（観光政策課）

■災害発生時の安全・安心な受入環境の整備

- ・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・とくしまゼロ作戦課）
- ・徳島県多言語観光情報ウェブサイト「Discover Tokushima」やSNSにおいて防災・危機管理に係る情報発信を実施した。（観光政策課）
- ・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。また、機器の更新時期を迎える施設から順次、民間事業者が運営する新たなWi-Fiサービスへと移行を進め利便性を高めるとともに、Wi-Fi導入を希望する施設に新規整備を行った。（デジタルとくしま推進課）

3 観光誘客基盤の強化

方向性

交通体系の整備やWi-Fi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（旅行商品造成助成やPRイベント等）を実施した。**（次世代交通課）
- ・四国を循環する高規格道路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促進した。（高規格道路課）
 - ◆徳島南部自動車道 ①徳島JCT～徳島沖洲 完成供用（R4.3供用）
②徳島沖洲～徳島津田 完成供用（R3.3供用）
③徳島津田～小松島 用地取得・工事促進
④小松島～阿南 用地取得・工事促進
 - ◆阿南安芸自動車道 ⑤桑野道路 調査設計・用地取得・工事促進
⑥福井道路 調査設計・用地取得促進
⑦海部野根道路 調査設計促進
 - ◆一般国道55号 ⑧牟岐バイパス 調査設計・用地取得・工事促進
⑨阿南道路 調査設計促進
 - ◆一般国道192号 ⑩徳島南環状道路 調査設計・用地取得・工事促進
 - ◆一般国道32号 ⑪猪ノ鼻道路 完成供用（R2.2供用）
⑫32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）



おもてなしタクシー

■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、観光関連事業者や宿泊施設を対象に多言語表記やWi-Fi環境整備、免税システム導入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）
- ・「とくしま農林漁家民宿」等での、**新型コロナウイルス感染症への対応強化**や利用者の満足度向上の取組みのほか、地域コンテンツの魅力発信等により誘客の促進を行った。（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、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）

4 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「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。

【実施状況】

■「とくしま観光アカデミー」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）

- ・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）



とくしま観光アカデミー

■おもてなし力の向上

- ・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、1団体に対して表彰を行った。（再掲／観光政策課）



観光ボランティアガイド功労賞表彰

- ・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。（再掲／観光政策課）
- ・県内観光ボランティア団体等の活動状況を集約し取りまとめるとともに、「とくしま観光アカデミー」等の研修の場を案内し、受入体制の強化を図った。（再掲／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、**座学や体験講座に加え、ZoomやYouTube、サテライト会場で配信される動画を視聴いただく形式により**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）
- ・剣山や世界農業遺産「にし阿波の傾斜地農耕システム」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、ツイッター）を活用し、県内の観光情報を発信した。（観光政策課）
- ・県内在住の観光振興に興味がある人材を対象に、情報提供を呼びかけ、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」等を通じて広く情報発信を行った。また、県内で活躍するインフルエンサーを募集の上、ツアーを実施し、SNSでの発信を行った。（県観光協会）

5 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、春の阿波おどり「はな・はる・フェスタ」の中止、夏の阿波おどりの屋外無観客開催など、規模縮小となる中、県では「**秋の阿波おどり**」を「**ワクチン・検査パッケージ**」の活用など**新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を徹底した上で開催**し、その様子の**ライブ配信も併せて実施**した。（観光政策課）



秋の阿波おどり

- ・東京メトロコンコースに設置されているビジョンを活用し、臨場感溢れる「阿波おどり」のPR動画を放映し、首都圏でのPRを幅広く行った。（東京本部）
- ・関西圏に在住の若者世代に「徳島＝阿波」を刷り込むことを図るため、関西エリア]:COMチャンネルで放送した番組「阿波おどReスタート！From関西」プロジェクトで制作した音源を用い、ミュージックビデオを制作し、YouTubeやSNS等を活用したPRを実施した。（関西本部）

■徳島ならではのイベントの充実

- ・国内外に多くのファンを持つ「マチ★アソビ」を今後につなげ、地域経済の活性化を推進するため、WITH・コロナ時代に対応した「チャレンジ！マチ★アソビvol.2」の開催や、マチ★アソビPR動画の制作及び公開など徳島ならではのアニメイベントの開催を支援した。（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

- ・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」を県内外のイベント等でPRするとともに、VR動画をYouTubeに掲載し、農山漁村地域の魅力の情報発信を行った。（農山漁村振興課）
- ・「とくしま農林漁家民宿」等での、**新型コロナウイルス感染症への対応強化**や利用者の満足度向上の取組みのほか、地域コンテンツの魅力発信等により誘客の促進を行った。（再掲／鳥獣対策・ふるさと創造課）
- ・本県の豊かな自然環境をPRするとともに、エコツーリズムを推進した。（グリーン社会推進課）
- ・「ワールドマスターズゲームズ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、関係部局及び徳島県ゴルフ協会と連携し、ゴルフツーリズム動画の作成や、ゴルフ旅行を取り扱う海外旅行会社に対する**オンラインセミナーを開催**した。（再掲／観光政策課）

■体験型観光の推進

- ・一般社団法人「そのの郷」を窓口「体験型教育旅行」の誘致に取り組んでおり、**コロナ禍においても、受入家庭を対象とした衛生対策や防災対策等のスキルアップ研修を行い、受入体制の強化を図った**ほか、学校及び旅行会社に対しオンラインによる営業を行った。（西部総合県民局）



体験型教育旅行

- ・徳島県月見ヶ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。（都市計画課）

■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

- ・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、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、**コロナ禍における、インバウンドからマイクロツーリズムなど国内需要の拡大を踏まえ、「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）



SUP体験

- ・新型コロナウイルス感染症が、世界的に流行している中、継続して体験プログラムを楽しんでいただくことを目指し、折りたたみ自転車を使った散策「ポタリングツアー」や渓谷を満喫する旅「キャニオニングツアー」を開催した。（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）
- ・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、「すだち」を使用したメニューキャンペーンや、四国ディスティネーションキャンペーン2021に合わせ、県産食材のPRを実施し、「阿波ふうど」の魅力を発信した。（もうかるブランド推進課）
- ・「徳島県水産物需要回復対策協議会」と連携し、県内外の量販店や飲食店で県産水産物の試供品を提供するとともに、購入又は食事された方に、抽選で県産水産物を贈呈する、「もっと食べて応援！徳島の水産物キャンペーン」を実施し、徳島県産水産物の魅力を発信した。（水産振興課）
- ・「新しい生活様式」に対応した県産ブランド畜産物の新たな需要を創出するため、県内における「学校給食」を活用した支援を実施し、「食育」を推進するとともに、県内飲食店や全国展開規模の事業者と連携することによって、需要喚起及び消費拡大を実施した。（畜産振興課）
- ・ONSEN・ガストロノミーウォーキングin大歩危祖谷温泉郷（R3.10.31日開催、参加者138名）に参画し、にし阿波の食のPRを行った。（西部総合県民局）
- ・「にし阿波」のおすすめ物産として認証している「千年のかくれんぼ」ブランドの認知度の向上やブランド化、販路拡大に向け、オンラインによるマッチング商談会や、イベントでのPR、展示・販売などに取り組んだ。（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飲食店と連携した食事メニューの開発、販売等による売れる商品づくりを推進した。（西部総合県民局）
- ・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組み

- ・四国遍路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、世界遺産登録推進協議会の「普及啓発」部会や「普遍的価値の証明」部会等において、広報活動や研究会等を実施し、世界遺産登録に向けた機運の醸成を図った。また、「日本遺産サミットin小松」へブース出展を行うなど、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、兵庫・徳島「鳴門の渦潮」世界遺産登録推進協議会総会等において、これまでの学術調査結果に関する発表を行い、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、「鳴門の渦潮」世界遺産パネル展等の普及啓発活動を実施し、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

- ・徳島と歴史・文化的に繋がりの深いドイツの名曲をテーマに、千住真理子氏によるヴァイオリン・リサイタルを開催するなど、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）
- ・文化拠点施設を結ぶクルーズ船「ひょうたん島 SUMMER TAXI」の運行など、文化資源を活用し「文化・観光・経済」の好循環を図った。（文化・未来創造課）
- ・東京都内の百貨店での工芸品展に、阿波正藍しじら織を出展し、伝統的工芸品産業の振興を図った。（観光政策課）

◆伝統的工芸品展 WAZA 2021

R3.2.18～23 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）



あるでよ徳島

■アドベンチャーツーリズムの推進

- ・「アウトドア」、「癒し」、「貸し切り」、「オーダーメイド」などをキーワードに、「滞在型・通年型」の観光コンテンツやコロナ禍における「ニューノーマル」に対応した「ニューツーリズム」の磨き上げを実施するとともに、国内外の旅行会社にプロモーション活動を実施した。（観光政策課）

■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落ち込んでいる県内観光消費の回復を図るため、県外からの誘客が期待できる感染症対策を実施したイベントの開催を支援する「ニューノーマルイベント活性化事業補助金」の対象となる事業を令和3年度末から募集した。（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）
- ・車両自体が観光資源となる「DMV（デュアル・モード・ビークル）」の運行開始を見据え、商品開発や地域資源の掘り起こし等による機運醸成、二次交通の整備やガイドマップ製作等の受入体制強化を行い、12月25日に世界初となる本格営業運行を開始した。（次世代交通課・南部総合県民局）



開業セレモニー

6 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。（再掲／観光政策課）

◆R3年度 「徳島たびプラス」おもてなし施設数 約500施設

- ・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）
- ・徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」、徳島県多言語観光情報ウェブサイト「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メディア・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、オンライン記事やSNS等での発信に努めた。（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

- ・世界初となる「DMV」の本格営業運行を、多くのマスメディアに取り上げていただくことにより、南部地域を中心に徳島県の観光を国内外にPRした。（次世代交通課・南部総合県民局）

- ・旅行会社向けプロモーションとして、**オンラインも活用した**商談会、セミナー、セールス、ファムツアー等を実施した。（再掲／観光政策課）

◆商談会

- ・ **オンライン観光商談会** R3.5.24
- ・ 「オール徳島」観光商談会（**会場（東京）とオンラインのハイブリッド開催**）
R3.11.16

◆観光セミナー

- ・ **【オンライン】徳島県観光セミナー** R3.8.30

◆セールス

- ・ JAL青森チャーターセールス（青森） R4.1.30
- ・ バス助成利用促進セールス（奈良・京都・広島）R4.3.28,30



◆ファムツアー

- ・ **【オンライン】VR動画を活用した徳島県オンラインツアー** R3.11.5,11
- ・ 徳島県ファムツアー R3.12.16~17

■大都市圏における情報発信

- ・ チャーター便就航地域や貸切バス助成事業利用実績地域において、観光プロモーション、旅行会社セールス等を実施した。
 - ◆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（青森、広島、奈良等）

なお、**県をまたぐ往来が困難となった期間は、オンラインでの商談会や説明会を実施した。**
（観光政策課）

- ・ 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。（再掲／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。
（再掲／観光政策課）



札幌アンテナショップ

- ・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。（再掲/もうかるブランド推進課）



阿波ふうど号

■「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11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

- ・「新しい生活様式」に対応した県産ブランド畜産物の新たな需要を創出するため、県内における「学校給食」を活用した支援を実施し、「食育」を推進するとともに、県内飲食店や全国展開規模の事業者と連携することによって、需要喚起及び消費拡大を実施した。（畜産振興課）
- ・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、認定商品をPRするデジタルカタログの掲載や「オンラインショップ」の紹介、県内量販店における「とくしま特選ブランドフェア」の開催など、「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

- ・東京メトロコンコースに設置されているビジョンを活用し、臨場感溢れる「阿波おどり」のPR動画を放映し、首都圏でのPRを幅広く行った。（再掲/東京本部）
- ・関西における徳島ファンの拡大を図るため、関西在住の若者の目線での徳島の文化・観光・食等の魅力をWeb広告に掲載し、また**InstagramやYouTube等で情報発信した。**「新たな日常」の実現により新たな「徳島ファン」を創出するため、関西のお笑い文化を利用した本県の更なる認知度UP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、**座学や体験講座に加え、ZoomやYouTube、サテライト会場で配信される動画を視聴いただく形式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。**（再掲／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。（再掲／総合教育センター）
- ・剣山や世界農業遺産「にし阿波の傾斜地農耕システム」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、ツイッター）を活用し、県内の観光情報を発信した。（再掲／観光政策課）
- ・県内在住の観光振興に興味がある人材を対象に、情報提供を呼びかけ、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」等を通じて広く情報発信を行った。また、県内で活躍するインフルエンサーを募集しツアーを実施し、SNSでの発信を行った。（再掲／県観光協会）

■J1復帰を契機とした情報発信

- ・徳島ヴォルティスの「J1復帰」を観光誘客の好機と捉え、対戦チームサポーター用の「新たなWEBページの制作」、オンライン旅行会社や宿泊施設と連携した宿泊割引クーポンの配布などによる「宿泊促進キャンペーン」の実施、スタジアム内や観光施設等で利用可能な「ヴォルティスJ1復帰記念クーポン」の発行などに取り組み、観光客・宿泊者数の増加対策に取り組んだ。（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3年度進捗状況一覧表**

| 数値目標（項目） | 単位 | 現況値 | | 実績値 （3年度） | | 目標値 | | 令和3年度進捗状況の説明 | 所属 |
|---|----|---------------|-----|-----------------|-----------------|-----|---|--------------|----|
| | | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 | 年度 | | |
| 【基本目標】 | | | | | | | | | |
| 国内延べ宿泊者数（暦年） | 万人 | 220 | H29 | 159 | 180 | R3 | 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） | 万人 | 1,951 | H29 | 1,111 | 1,360 | R3 | 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 | 929 | 750 | R3 | 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）国内誘客強化施策 | | | | | | | | | |
| 国内延べ宿泊者数（暦年）〔再掲〕 | 万人 | 220 | H29 | 159 | 180 | R3 | 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 | 1,111 | 1,360 | R3 | 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 | |
| ハッシュタグ投稿数 | 万件 | — | H29 | 252 | 300 | R3 | 官民一体となり、SNSで「徳島県」を想起する統一した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った。 | 観光政策課 | |
| （2）滞在型観光推進施策 | | | | | | | | | |
| 観光商談会参加者数（累計） | 人 | — | H29 | 994 | 1,200 | R3 | 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 | |
| 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 | 2,331 | 2,000 | R3 | 「とくしま農林漁家民宿」等での、新型コロナウイルス感染症への対応強化や利用者の満足度向上の取組のほか、地域コンテンツの魅力発信等により誘客の促進を行った。 | 鳥獣対策・ふるさと創造課 | |
| （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 | 30 | R3 | 旅行会社向けプロモーションとして、オンラインも活用した商談会、ファムツアー等を実施した。 | 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 | 2 | 20 | R3 | 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 | 53.8 | 49.5 | R3 | 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 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 | 388 | 400 | R3 | 宿泊施設に対し、感染防止対策の徹底を依頼するとともに、利用者が安心して施設を利用できるように、「感染拡大予防ガイドライン実践店ステッカー」等の掲示を依頼した。 | 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 | 82 | 150 | R3 | 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 | 160 | R3 | 「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 | 1,248 | 975 | R3 | 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 | |
| 徳島南部自動車道の整備 | — | 香川県境～徳島IC間供用中 | H29 | 徳島JCT～徳島沖洲IC間供用 | 徳島JCT～徳島沖洲IC間供用 | R3 | 徳島JCT～徳島沖洲IC間が供用した。 | 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3年度進捗状況一覧表**

| 数値目標（項目） | 単位 | 現況値 | | 実績値 (3年度) | 目標値 | | 令和3年度進捗状況の説明 | 所属 |
|-----------------------|----|-------|-----|--------------|-------|----|--|----------|
| 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 | 64 | 75 | R3 | 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 | 110 | 150 | R3 | 「#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 |
| 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 | 47 | 45 | R3 | 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 | — | 83.5 | R3 | 新型コロナウイルスの影響により「とくしまマラソン2022」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 | 1,327 | 5,750 | R3 | 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 | 325 | 432 | R3 | 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 | 14 | 9 | R3 | 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 |
| ⑥ 情報発信力の強化 | | | | | | | | |
| 観光サポーター数（累計）〔再掲〕 | 人 | — | H29 | 110 | 150 | R3 | 「#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 | 1.1 | 4.5 | R3 | 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 | 584 | 580 | R3 | 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 | 210 | 190 | R3 | 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 | 851 | 790 | R3 | 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 | 38 | 80 | R3 | 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 |
| 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 | 470 | 550 | R3 | 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 |

