

## 資料4

### 徳島県観光振興基本計画（第4期）の骨子案について

#### 1 本県観光に係る環境の変化

- ①全国を上回る速度で人口減少・高齢化が進展、生産年齢人口も減少見込み
- ②コロナの流行を受け、イベントの中止、観光客数、観光消費額が大きく減少
- ③デジタル化の進展
- ④旅行者の意識の変化、ニーズの多様化

#### 【本県に顕著な状況】

- ⑤上勝町の取組みなど本県のサステナブルな取組みが世界的に大きな注目
- ⑥ビッグイベント（万博・ワールドマスターズゲームズ）の開催

#### 2 方向性

- ・施策を着実に実施することにより、宿泊者数と観光消費額の増加を図る。
- ・施策ごとに各主体の役割分担、目標を明確にし、毎年次着実な進捗管理を図る。
- ・観光が本県経済を支える成長産業となるよう、官民一体「オール徳島」で施策を推進。

◇主な数値目標(案) 宿泊者数（全体・外国人）・客室稼働率、  
観光入込客数（全体・外国人）、観光消費額

#### 3 基本施策

##### ①「オール徳島」での観光振興の推進体制強化

- ・観光データの活用
- ・国・市町村・事業者・DMO観光推進協議会等様々な主体の積極的な参画
- ・観光産業を支える人材の確保・育成

##### ②旅行者のニーズに応える「観光コンテンツの充実」

- ・サステナブルツーリズムの推進
- ・滞在価値の向上（食、アクティビティ、サイクリング、ワーケーション）

##### ③ビッグイベント（万博・WMG）開催に向けた「観光客の受入環境整備」

- ・新しい生活様式への対応、外国人旅行者も含めた危機管理体制の強化
- ・観光施設・宿泊施設のバリアフリー・ストレスフリー対応
- ・シームレスな移動環境

##### ④コロナからの回復に向けた「情報発信力の強化」、「誘客営業の強化」

- ・デジタルマーケティングの活用による誘客促進
- ・SNS、youtube、インフルエンサー、メタバース等の有効活用
- ・官民一体となった商談会、モニター、セールス、OTA を中心としたキャンペーン

##### ⑤戦略的なインバウンド誘客の推進

- ・万博を訪れる訪日外国人の周遊促進のための旅行商品造成
- ・国際MICEの推進