

# 徳島県観光振興基本計画 （第 4 期） （素案）

令和 5（2023）年 2 月  
徳島県

## 目 次

1 徳島県観光振興基本計画（第4期）の基本的な考え方	
（1）計画策定の趣旨	1
（2）計画期間	1
2 観光を取り巻く状況	
（1）新型コロナウイルス感染症の影響	2
（2）人口減少・高齢化の進展	4
（3）デジタル化の進展	6
（4）旅行者の意識の変化、旅行ニーズの多様化	8
（5）持続可能な観光	9
（6）本県の状況	10
3 本県観光の目指す姿	
（1）目指す将来像・基本的な方向性	14
（2）本県観光の強み弱み等	15
（3）施策体系	17
（4）数値目標	18
4 施策展開	
（1）「オール徳島」での観光振興の推進体制強化	20
（2）サステナブルな観光コンテンツの充実	22
（3）ビッグイベントの開催に向けた「観光客の受入環境整備」	27
（4）ポストコロナ新時代に向けた「情報発信力の強化」、「誘客営業の強化」	30
（5）戦略的なインバウンド誘客の推進	36
5 推進体制	
（1）役割分担	40
（2）計画の検証・見直し	41

# 1 徳島県観光振興基本計画（第4期）の基本的な考え方

## （1）計画策定の趣旨

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しており、2010年3月に第1期計画、2015年3月に第2期計画を策定しました。

また、2019年8月には、「東京2020オリンピック・パラリンピック」、「ワールドマスターズゲームズ2021関西」を控え、急増が見込まれる訪日外国人旅行者への対応や国内誘客活動の強化を着実に推進するため、第3期計画を策定し、観光の振興に関する施策を戦略的かつ積極的に展開してきました。

このような中、2019年末に海外で初めて確認され、世界中に感染が拡大した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光事業者は深刻なダメージを受け、本県においては、「とくしま応援割」等により観光需要の喚起に取り組んできたところ、継続して需要喚起に取り組む必要があること、新たな日常「ニューノーマル」に対応した感染予防対策、テレワークなどの働き方の多様化が進む中、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ることから、2021年3月に第3期を改定しました。

今後、当面の間、新型コロナウイルス感染症による影響が残ることが見込まれ、また、観光のあり方そのものが大きく変わっていく中で、これまで以上に県民、観光関係者と行政が一体となって、新たな観光需要を受け入れる体制を整備し、徳島の優位性を打ち出す取組を強化していく必要があります。

このようなことから、2023年度からの第4期においては、ポストコロナ新時代における新たな観光につながる取組を進めるとともに、県民、各地域、観光事業者、行政など多様な主体が一体となって「オール徳島」で観光誘客のさらなる促進を図り、観光産業が本県の「リーディング産業」となるための「羅針盤」として、新たな計画を策定することとします。

## （2）計画期間

観光振興基本計画は、県政運営方針である「徳島県総合計画」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、2023年度から2026年度までの4年間としております。

## 2 観光を取り巻く状況

### (1) 新型コロナウイルス感染症の影響

#### 世界の観光

UNTWO（国連世界観光機関）によると、2020年の国際観光客到着数は、前例のない需要の減少と、観光を目的とした、広範な渡航制限により、前年2019年比で74%減少、10億人減少した観光史上最悪の年となり、翌年2021年は前年比4%増の4億1,500万人と好転したもののパンデミック前の2019年を72%下回りました。

2022年になると、徐々に回復を続け、多くの国が渡航制限を緩和・解除したことにより、同年の国際観光は9億人を超え、前年の約2倍となりましたが、依然パンデミック前と比較すると63%の水準です。

UNTWOによる前向きなシナリオでは、2023年は国際観光客到着数景気減速の程度、アジア・太平洋地域での旅行の回復の持続、ウクライナへのロシアの攻撃の展開などに依拠するが、パンデミック前の水準の80%から95%に達する可能性もあるとされています。

#### 日本の観光

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。

2016年に策定された「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ました。

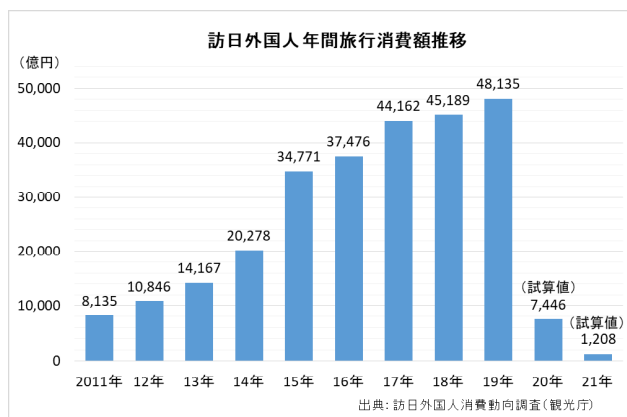
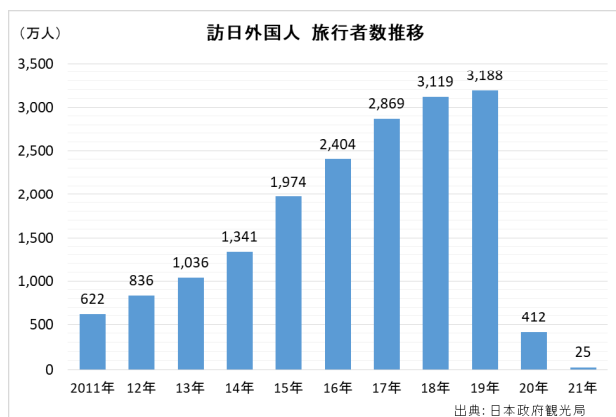
結果、2019年には、2012年の約3.8倍の3,188万人の訪日外国人旅行者が訪れ、訪日外国人旅行消費額についても4.8兆円と同年からの約4.4倍の伸びとなったほか、日本人国内旅行消費額についても、2019年の実績値で、一年前倒しで達成するなど順調に推移してきました。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の感染者数増加を受け、国による水際対策の強化、各都道府県によるイベントの自粛要請、都道府県境をまたぐ人の移動の自粛要請などにより、旅行者数は大きく減少、2021年の国内の延べ宿泊者数は3億1,777万人泊（2019年比46.7%減少）、外国人延べ宿泊者数は432万人泊（2019年比96.3%減少）と調査開始以来最低を記録しました。

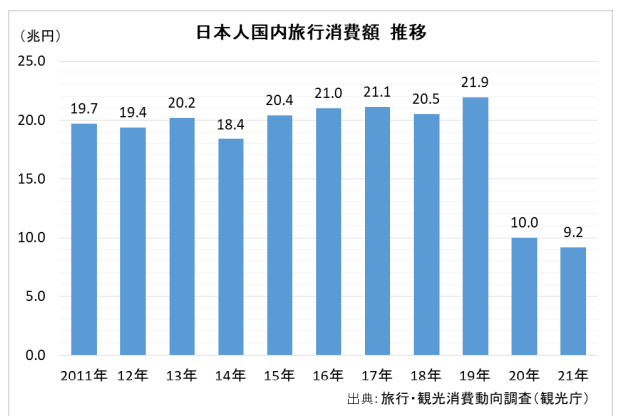
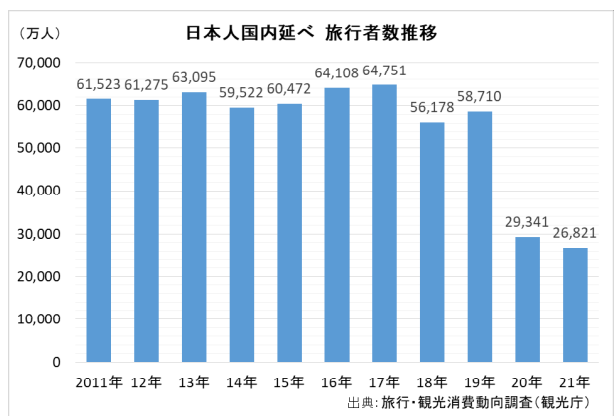
こうした中、2020年7月には「観光ビジョン実現プログラム2020」、12月には「感染拡大防止と観光需要回復のための政策プラン」を策定し、感染拡大防止の徹底を大前提に、当面の観光需要の回復を担う日本人国内旅行の需要を強力に喚起しつつ、

本格的なインバウンド回復に備えた取組を進めることとし、さらに2022年10月には「インバウンドの本格的な回復に向けた政策パッケージ」を決定し、インバウンド消費5兆円超の速やかな達成を目指し、日本各地の魅力を全世界に発信する「観光再始動事業」をはじめ集中的な取組を実施することとしています。

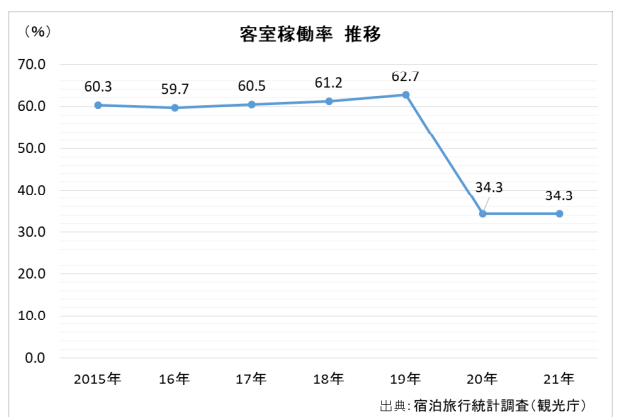
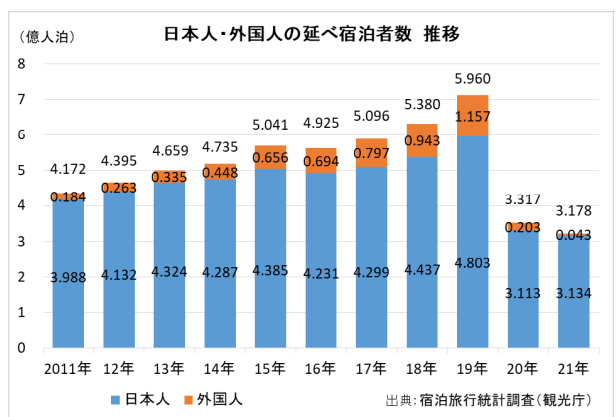
### 2019年までは過去最高を更新していた訪日外国人旅行者数・訪日外国人旅行消費額がともに新型コロナウイルス感染症の影響で大幅な落ち込み



### 日本人国内延べ旅行者数・日本人国内旅行消費額はインバウンドほどではないものの大きな落ち込み



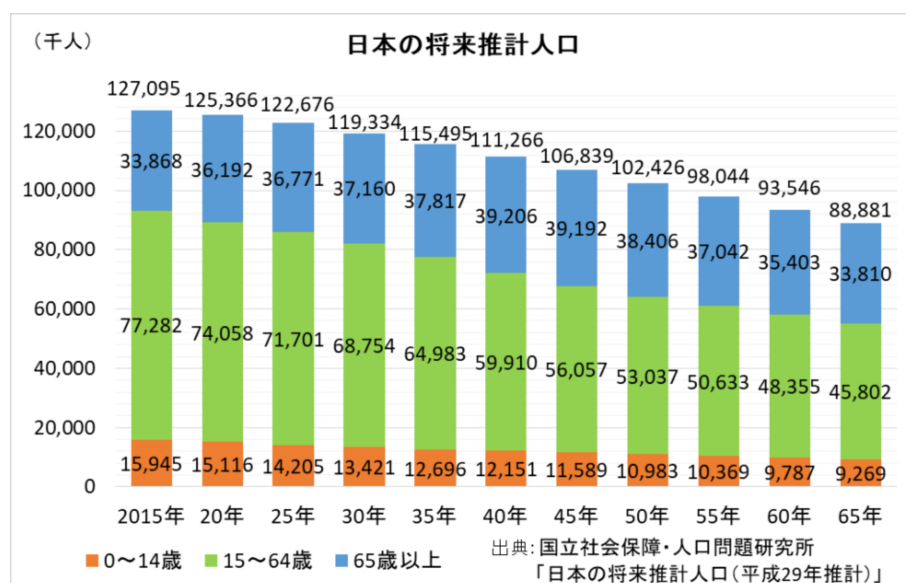
### 宿泊者数についても特に外国人の宿泊者数が大きく落ち込む一方で、客室稼働率は横ばい



## (2) 人口減少・高齢化の進展

我が国は、世界に例を見ない速さで人口減少と高齢化が進み、人口は2015年の約1億2千7百万人から、2030年に約1億1千9百万人、2053年には約9千9百万人と1億人を割り込み、2060年には、約9千2百万人にまで減少すると予測されています。

年少人口(0～14歳)と生産年齢人口(15～64歳)は減少の一途をたどり、老年人口(65歳以上)は、第二次ベビーブーム世代が老年人口に入った後の2042年に約3千9百万人でピークを迎え、その後は一貫して減少に転じ、2050年に約3千8百万人(37.7%)、2060年には約3千5百万人(38.1%)と、全人口の約4割が65歳以上となる見込みです。



本県では、全国を上回る速度で人口減少・高齢化が進み、2015年の約76万人が、2030年に約65万人、2045年には約54万人にまで減少すると予測されています。

年少人口(0～14歳)は減少が続き、2015年の約9万人(11.7%)が、2030年には約7万人(10.2%)、2045年には約5万人(9.7%)となる見込みです。

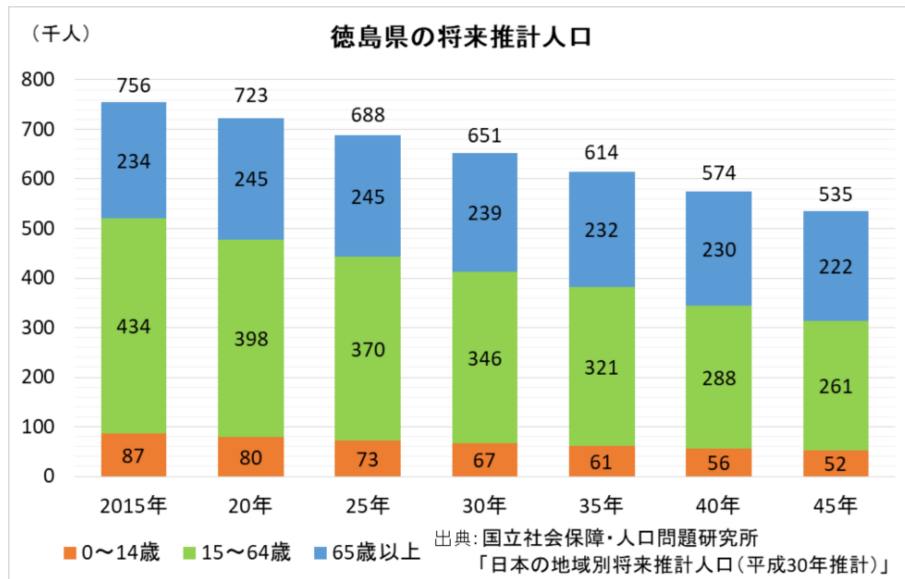
生産年齢人口(15～64歳)も同様に減少を続け、2015年の約43万人(57.4%)が、2030年には約35万人(53.1%)、2045年には約26万人(48.8%)にまで減少します。

老年人口(65歳以上)は、2015年の約23万人(31.0%)が、2030年に約24万人(36.7%)、2045年には約22万人(41.5%)となる見込みです。

本県では、特に生産年齢人口の減少率が大きく、観光産業においては、一層、担い手の確保が大きな課題となっていくものと考えられます。

また、全国的に老年人口の割合が増加することが見込まれ、人口構成の変化と各世代

のニーズを的確に捉えた観光コンテンツの開発、受入環境整備、プロモーションの展開が求められています。

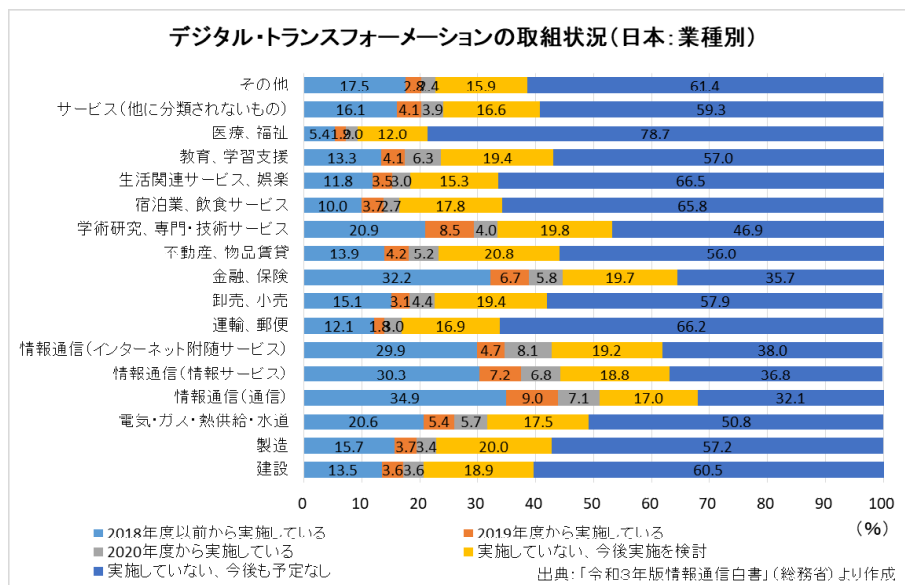
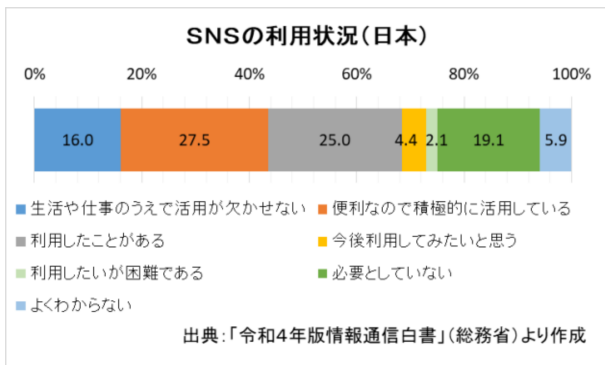
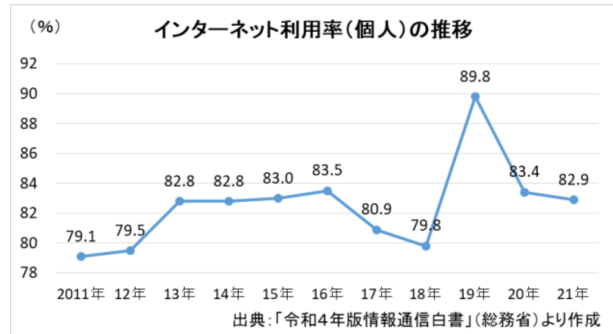
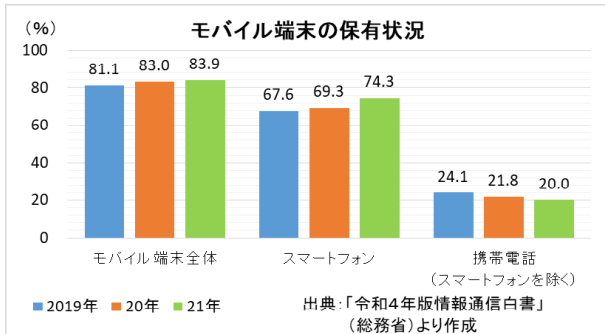
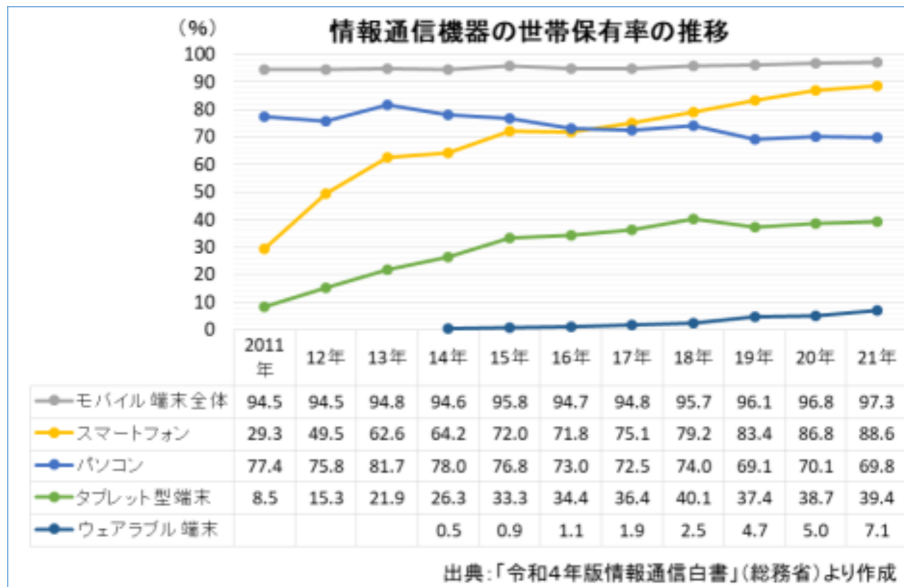


### (3) デジタル化の進展

スマートフォンの保有率が世帯で88.6%、個人でも74.3%、インターネット利用率も82.9%と年々上昇し、2021年にはデジタル庁が発足、さらには新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、テレワークやオンライン会議の導入、イベントのインターネット配信の普遍化など、社会のデジタル化がより一層加速しています。

観光分野においても、オンラインによる旅行・宿泊予約が定着し、スマートフォンの普及により旅行者側のデジタル化が進展する一方で、オンライン対応を旅行代理店やOTAに依存してきた宿泊施設等の地域の受入側においてデジタル化の遅れがみられます。

国内外の需要を地域に取り込む観光は、地方経済を支える重要な産業であり、趣味・嗜好が多様化している現代の旅行者に対するオンラインによる適切な情報提供やサービス提供、デジタル技術とリアルな観光資源の融合による新たな観光コンテンツや付加価値の創出、デジタル技術を活用した受入環境整備や、ビッグデータ等の分析に基づく観光地経営戦略の変革など観光産業のデジタル実装を進めることにより、旅行者の消費拡大や再来訪の促進等を図り、ひいては地域の収益の最大化を図ることが期待されます。





## (4) 旅行者の意識の変化、旅行ニーズの多様化

新型コロナウイルス感染症の拡大前から、団体旅行から個人旅行への旅行形態の変化の傾向があったことに加え、近年は、ニューノーマルに対応した旅行スタイルとしての、時期・地域の分散化、一箇所に長期間滞在し静養や体験型を始めとしたレジャーを楽しむ「滞在型観光」、近隣地域内での観光「マイクロツーリズム」、テレワークの普及に伴う新しい働き方としての「ワーケーション」などが注目されています。

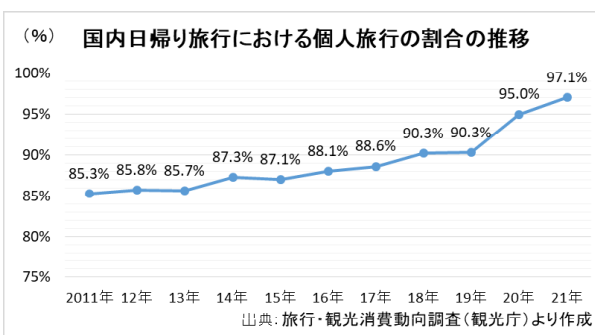
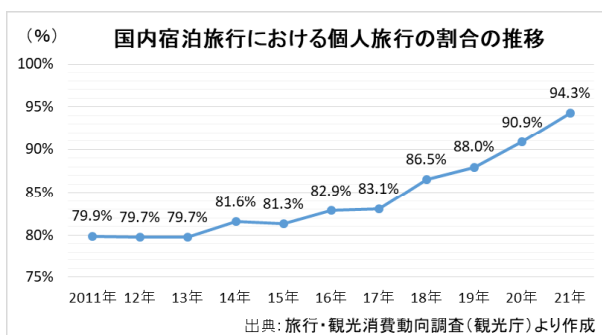
また、デジタル化の進展に伴い情報収集・情報発信が容易になったことから、今後、一層、旅行ニーズの多様化が進むと考えられます。

豊富な自然・文化資源を有する本県においては、このような旅行者の多様なニーズへの対応が可能であり、ソフト面・ハード面でのさらなる充実が求められます。

### 個人旅行の比率の増加

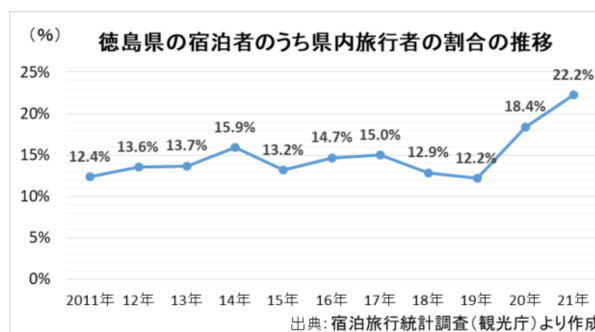
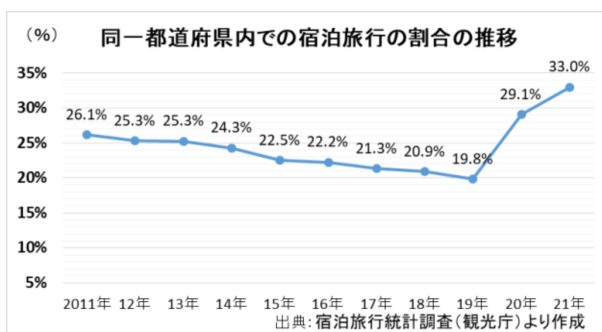
国内宿泊旅行におけるパック・団体旅行に対する個人旅行の割合は新型コロナウイルス感染症拡大以前から緩やかに上昇しています。

新型コロナウイルス感染症の拡大後は、できるだけ人と接触する機会を減らすタイプの旅行が更に増え、特に日帰り旅行における個人旅行の比率が高まっています。



### マイクロツーリズムの進展

近隣地域内での観光(いわゆるマイクロツーリズム)の割合は、2019年から2021年にかけて国内全エリアで増加傾向を示しています。



### ワーケーションの普及

近年のテレワークの普及に伴い、新しい働き方として「ワーケーション」の関心が高まりつつあります。

「ワーケーション」とは、テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所

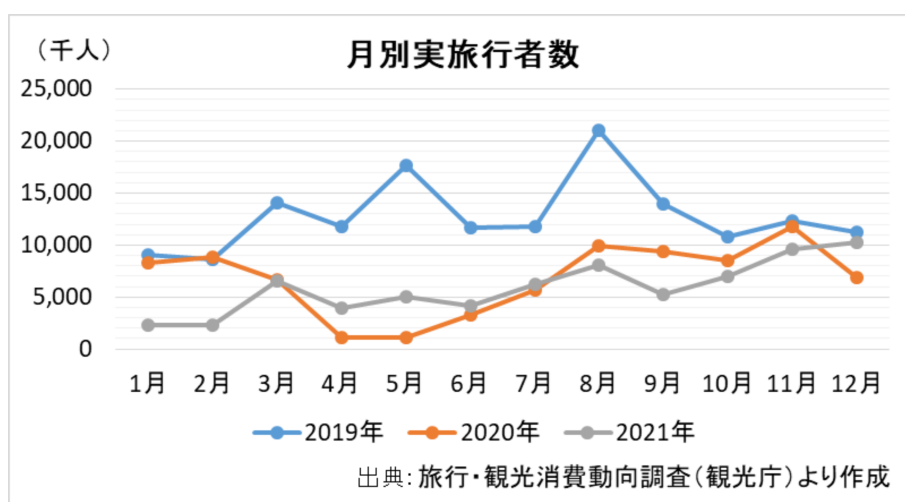
で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすことであり、平日の長期滞在が見込まれる旅行形態です。

「サテライトオフィス」「発祥」の地として、全国トップレベルの誘致を実現し、「リモートワーク」の必須基盤である「全国屈指の光ブロードバンド環境」を誇る本県においては「徳島ならではの」「ワーケーション」＝「アワ（阿波）ーケーション」を推進しています。

## 旅行時期の分散化

新型コロナウイルス感染症の影響下においては旅行者自体の減少もあり、新型コロナウイルス感染症拡大前の2019年にみられた春夏頃のピークが沈静化しており、国内の感染状況や旅行者マインド等に左右される側面はあるものの、旅行時期の分散化の動きがみてとれます。

旅行時期の分散化には、「混雑回避・感染リスクの低下」、「働き方の改善」、「平日・閑散期の宿泊など新たな旅行需要の創出」などのメリットがあり、新型コロナウイルス感染症による「働き方の多様化」・「休暇の分散化」などの社会変化は観光市場の拡大のチャンスと考えられます。



## 観光地選択の変化

新型コロナウイルス感染症の影響により延べ旅行者数が全国的に減少する中、特に、2019年の延べ旅行者数が多い地域にておいて大きく減少しており、従来は旅行者の多かった主要観光地や人口密集地域である都市圏を避けるなど、地域ごとの旅行者数の格差が縮小傾向にあります。



## (6) 本県の状況

### 「第3期・改定版」における取組

令和2年度末に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に対応するため、令和3年度以降の「徳島県観光振興基本計画(第3期)」の施策等について改定を行い、

国内誘客強化施策

滞在型観光推進施策

国際観光プロモーション施策

ニューノーマルMICE誘致促進施策

の4つの「重点施策」及びその重点施策の推進に向けた共通の取組である7つの「基本施策」を実施しました。

#### 【主な取組】

国内誘客強化施策

- ・県内「観光・宿泊施設」、「行政」が参加した、挙県一致による徳島県単独の「『オール徳島』観光商談会」など、「旅行会社向けプロモーション」、

滞在型観光推進施策

- ・「イーストとくしま観光推進機構」や「四国の右下観光局」、「そらの郷」の県内3つの「地域連携DMO」と連携した「県内周遊ルートづくり」

国際観光プロモーション施策

- ・海外旅行会社に対する「オンライン商談会」の実施や、海外に影響力を持つ、国内在住の「インフルエンサー」を活用した、観光情報の発信

ニューノーマルMICE誘致促進施策

- ・「MICE商談会」へのオンライン参加による本県の助成制度のPR

#### 【コロナ禍における取組】

新型コロナウイルス感染症の影響により深刻な影響を受けた観光事業者を支援する目的で、全国に先んじて2020年6月から宿泊助成「とくしま応援割」を実施、土産物店、飲食店等で使用できる割引クーポンとあわせて観光需要を喚起しました。

また、「宿泊施設」に加え、「旅行会社や観光施設、土産物店」などに対し、アフターコロナを見据えた「設備投資」や「施設改修」などの「前向き投資」を支援しました。

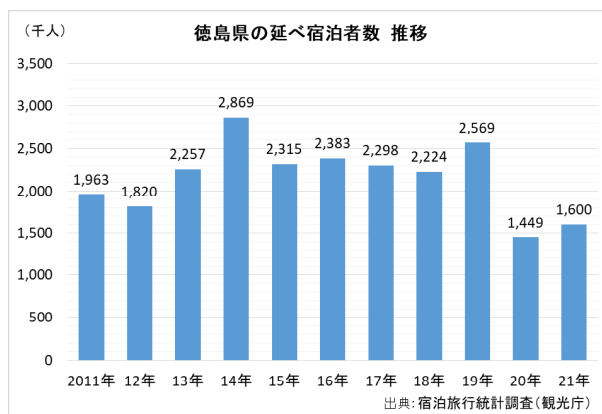
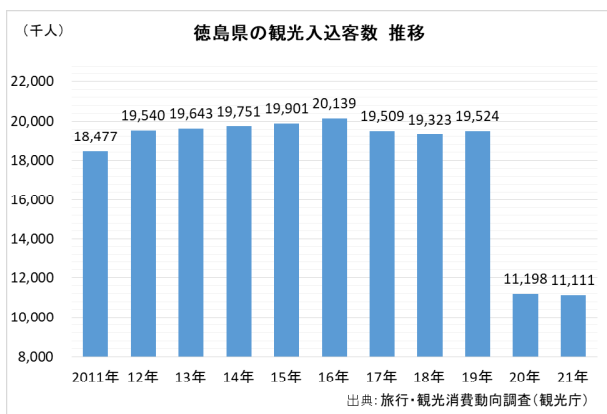
#### 【サステナブルツーリズム】

旅行者の「意識やスタイル」が多様化する中、特に、持続可能な観光「サステナブルツーリズム」など、「新たな旅」への関心が高まっており、本県においても、豊かな「自然や食、伝統文化」といった「徳島ならではの」魅力を活かした滞在型観光にいち早く取り組み、「旅行会社との商談会」や「観光キャンペーン」を通じ、積極的なPRを行ってきました。

こうした取組が国内外から注目をされ、「上勝町の自然と共生したまちづくり」など本県のサステナブルな取組が世界的に大きく注目を集めています。

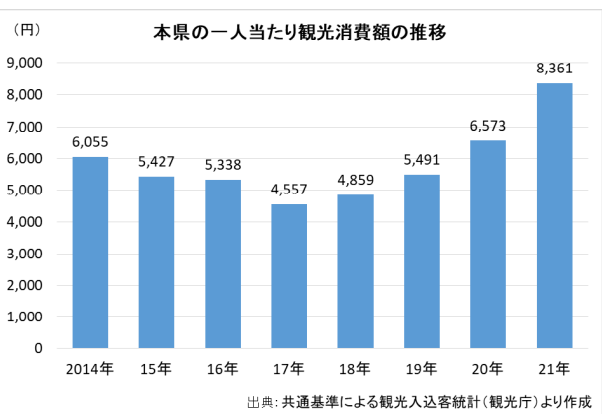
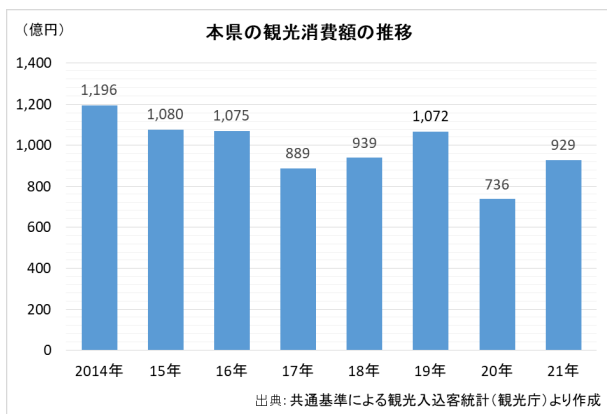
## 観光統計の状況

本県の観光入込客数、延べ宿泊者数は2019年までは増加傾向となっておりましたが、2020年以降は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受け、大きく減少しています。



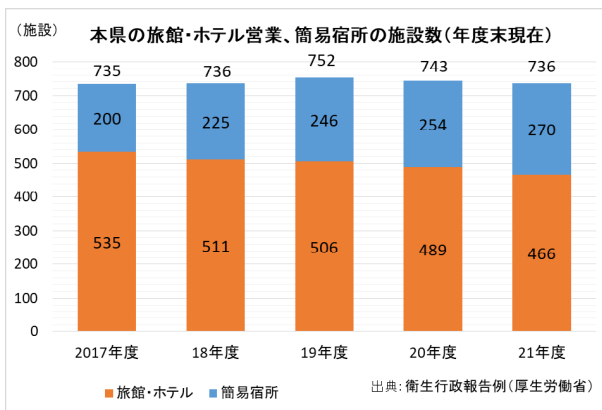
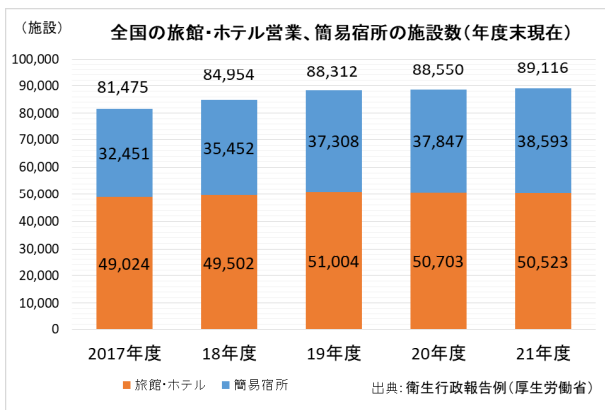
観光消費額は年によって上下あるものの、2017年から2019年にかけては増加傾向であり、2021年の観光消費額は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受けているにもかかわらず、コロナ禍前の2017年を上回っています。

また、一人当たり観光消費額は年々増加しており、2021年は2017年の83.5%増となっています。

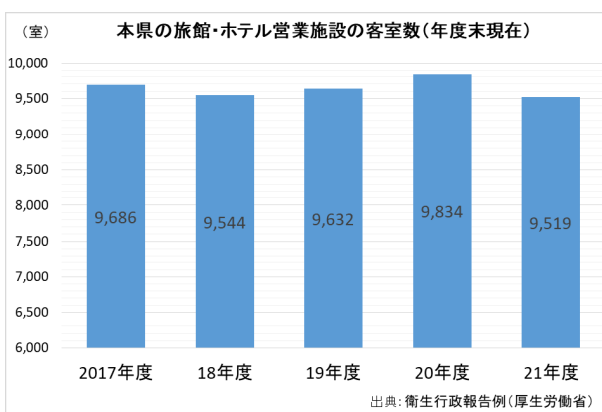
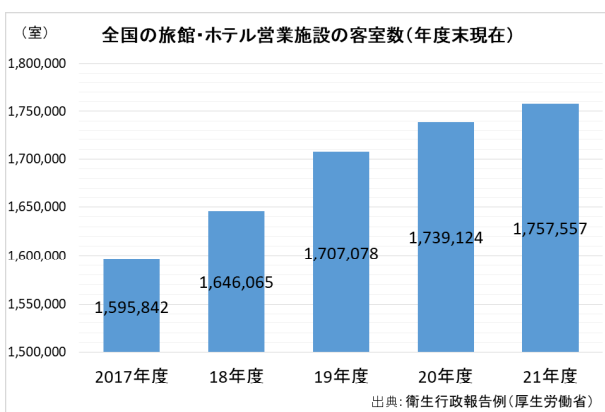


旅館・ホテル営業の施設数については、全国はほぼ横ばいとなっておりますが、本県は減少傾向となっております。

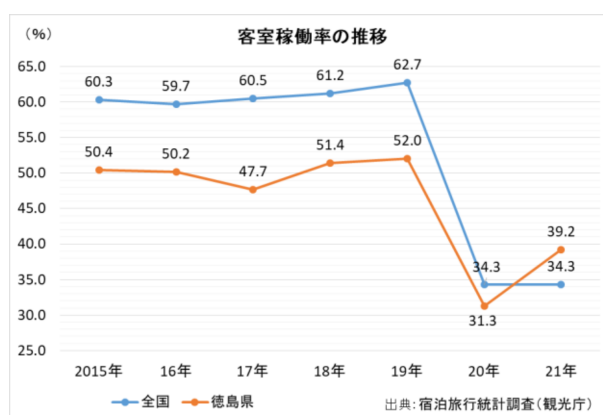
一方で、簡易宿所については、全国的に増加傾向となっておりますが、本県は全国を上回る増加率となっております。



旅館・ホテル営業施設の客室数については、全国的に増加傾向ですが、本県では2020年度から2021年度にかけて300室減少しています。

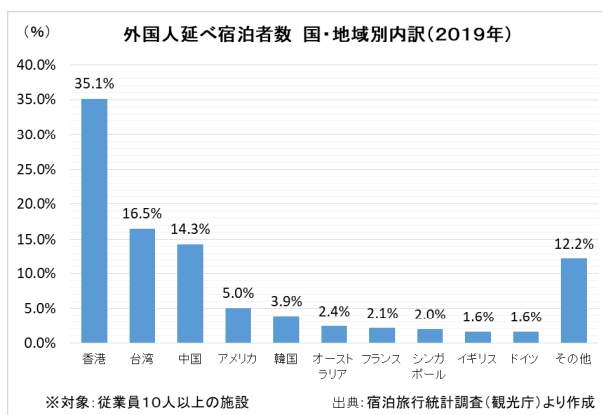
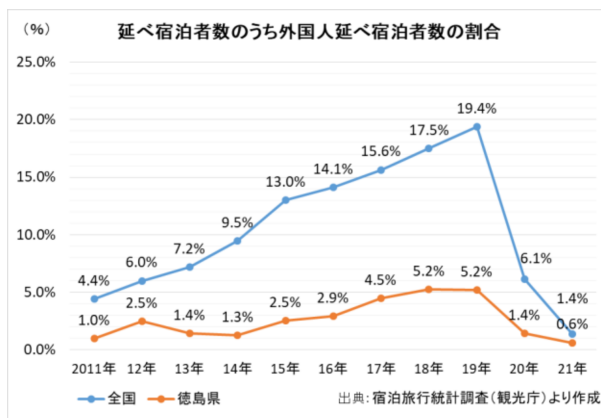
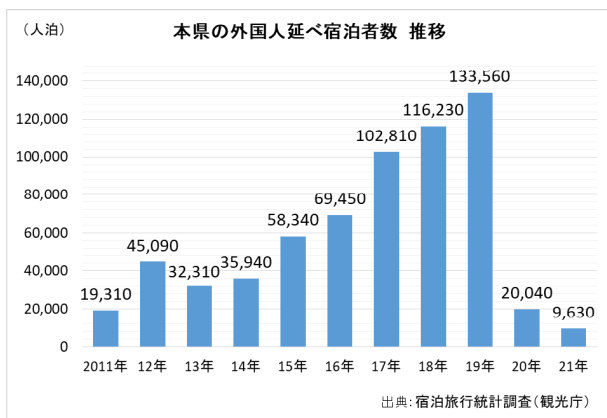


客室稼働率については、新型コロナウイルス感染症の拡大により、本県も全国同様に大きく落ち込んだものの、2021年は大きく回復し、過去最高となる全国12位の稼働率となりました。



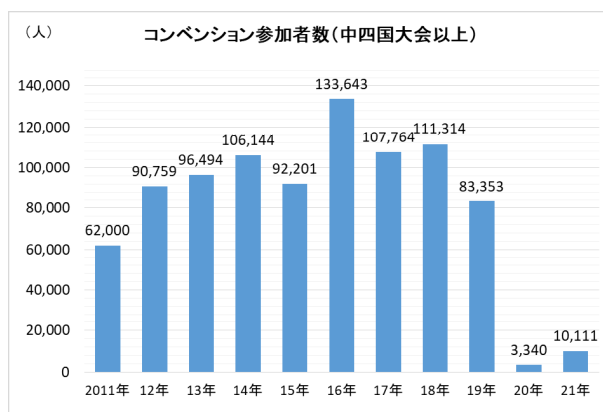
本県の外国人宿泊客数は、2011年からの8年間で約6倍増加し、順調に推移していましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う諸外国からの入国制限などの影響を受けた結果、2020年、2021年は激減しています。

本県宿泊客数のうち外国人の占める割合は、全国に比べて低い傾向にあり、2019年の統計では、来県された外国人宿泊者は香港、台湾、中国の3国・地域で6割を超えています。



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、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い大規模大会等の開催の中止等により、2020年度、2021年度の参加者数は大きく落ち込んでいます。



### 3 本県観光の目指す姿

#### (1) 目指す将来像・基本的な方向性

観光は少子高齢社会において将来の定住につながる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、観光を支える産業は、旅行業や旅館業のみならず、本県の基幹産業である農林水産業や商工業をはじめとする幅広い分野の事業に及ぶ総合的なものであり、地域経済の活性化、雇用機会の拡大、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す。

新型コロナウイルス感染症の拡大を経て、人々の働き方やライフスタイル、観光ニーズが変化する中、持続可能な観光を県民、市町村、観光事業者、観光関係団体等様々な主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。

#### 【目指す将来像】

新たな「旅行トレンド」に対応した観光素材が続々と創出され、インターネットやSNSを通じ全世界に発信されることで、世界から「ぜひ訪れたい観光地」としての認知が広がり、多くの観光客が繰り返し本県を訪れることにより、本県全体が活力にあふれています。

「2025年大阪・関西万博」や「ワールドマスタースゲームズ2027関西」の開催を契機として、アジアをはじめ欧米豪から、徳島の豊かな自然・文化・食、「心温まるお接待文化」に惹きつけられた多くの外国人が本県を訪れ、国際交流の活性化が図られています。

地域の景観や自然環境と調和した徳島ならではの「持続可能な観光地域づくり」が推進され、サステナビリティ意識の高い旅行者が多く訪れ地域住民と交流するとともに、県民において、地域への誇りや愛着が生まれています。

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。

#### 【基本的な方向性】

本計画における基本的な方向性とは、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に踏まえるべき視点であり、次の3つを定めます。

- ・ 施策を着実に実施することにより、観光消費額と宿泊者数の増加を図る。
- ・ 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。



## (2) 本県観光の強み弱み等

観光統計や徳島県観光審議会における委員意見、デジタルマーケティング分析等をもとに、本県観光の強みや弱み等を分析します。

	プラス要因	マイナス要因
	強み	弱み
内部要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・唯一無二の自然・文化・観光資源（阿波おどり、サーフコート、世界農業遺産、DMV）</li> <li>・サステナブルな取組（上勝町・水素エネの積極的利用、エシカル消費、）を全国に先んじて実施</li> <li>・マチ アソビ、DMVなど新たな観光資源</li> <li>・Jリーグなど各種プロスポーツチームが揃っている。</li> <li>・田舎ならではの生活を体験可能</li> <li>・四国・関西・瀬戸内3つの広域連携DMOに所属</li> <li>・万博やワールドマスターズゲームズの開催地</li> <li>・関西圏と近距離</li> <li>・全国屈指の光ブロードバンド環境・県内全域をカバーする地域連携DMO</li> <li>・欧米豪において高い認知度</li> <li>・宿泊単価が伸びている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国より早い人口減少・少子高齢化</li> <li>・少ない宿泊施設</li> <li>・宿泊施設、観光施設における人材不足（インバウンド・デジタル対応、サービスマインド）</li> <li>・本県の魅力を伝えることのできる県民が少ない</li> <li>・観光施策を県民が知らない</li> <li>・魅力ある店舗、集客力のある施設の少なさ</li> <li>・交通の利便性の悪さ・二次交通が脆弱</li> <li>・体験・お土産など1箇所ですべて完結するような施設がない</li> <li>・SNSなどデジタルを活用したPRが少ない</li> <li>・県外へのPRの弱さ</li> <li>・活用できるデータが少ない</li> <li>・外国人の滞在時間が短く、ルートも「高松市・三好市・高知市」、「淡路・鳴門市・徳島市」に固定。</li> <li>・日本人旅行者も徳島市・鳴門市・三好市に集中。</li> </ul>
	機会	脅威
外部要因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・万博などビッグイベントの開催</li> <li>・マイクロツーリズム、ワーケーション、滞在型観光などツーリズムの考え方の変化、量より質を志向</li> <li>・サステナブルへの関心の高まり</li> <li>・観光立国復活への取組に向けた国の方針（インバウンド消費拡大・地方誘客促進・持続可能な地域づくり）</li> <li>・観光地や宿の高付加価値化、デジタル化の進展</li> <li>・水際措置の緩和</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・長期化する新型コロナウイルス感染症の影響</li> <li>・新たな感染症や大地震など自然災害の脅威</li> <li>・国内市場の縮小（人口減少、景気後退の懸念）</li> <li>・地域間競争の激化</li> </ul>

以上の分析を、「強み×機会（積極化）」、「強み×脅威（差別化）」、「弱み×機会（改善）」、「弱み×脅威（防衛・撤退）」という4つのパターンで、戦略を明確にします。

#### 【強み×機会（積極化戦略）】

- ・本県には自然、文化、食、歴史、スポーツ、アウトドア、祭り、イベントなど観光コンテンツが豊富にあり、多様化する観光客の嗜好に合わせた観光コンテンツの作り出すことで、それぞれの好みに合った旅行体験を提供することができます。
- ・近年大きな注目を浴びているサステナブルツーリズムについても本県は全国に先んじた取組を行っており、外国人を誘客するに当たり、強みとなり得ることから、重点的な取組が効果的と考えられます。
- ・これらを推進するに当たり、本県では3つの地域連携DMOが県内全域をカバーしており、これらのDMOによる地域一体となった取組が重要です。
- ・3つの広域連携DMOに属する本県は四国だけでなく、関西、瀬戸内など様々なルートを通じた観光誘客が期待できることから一層の連携を図る必要があります。
- ・「2025年大阪・関西万博」や「ワールドマスターズゲームズ2027関西」は、インバウンド誘客の非常に大きなチャンスであり、それまでに観光コンテンツや受入体制を整えて、本県の魅力を積極的に発信する必要があります。
- ・新型コロナウイルスの感染拡大に伴う滞在型観光やワーケーションなど新しい旅行需要の高まりは、豊富な観光資源を有する本県にとっても大きなチャンスです。

#### 【強み×脅威（差別化戦略）】

- ・国内市場の縮小や地域間競争の激化といった脅威に対しては、本県特有の観光コンテンツに磨きをかけ、付加価値を増すことにより、他都道府県の差別化を図ることが必要です。

#### 【弱み×機会（改善戦略）】

- ・弱みとしてあげられる、受入体制の弱さ（ソフト面・ハード面）、プロモーションの弱さは改善する必要があります。官民一体となった取組が必要です。
- ・プロモーション力向上、おもてなし力向上のため、徳島の魅力を県民にも一層知ってもらう必要があります。
- ・プロモーションにあたっては、効果的な施策は引き続き実施するとともに、影響力の強いインフルエンサー等の活用も必要です。
- ・ハード面や県民・事業者のサービスマインドなど弱みを克服することは短期間で克服することは困難であることから、地道な取組が必要です。
- ・人材面の弱さ（デジタル面・サービスマインド）は他都道府県においても同様と考えられ、時間はかかるものの各主体が積極的に取り組む必要があります。
- ・戦略的なPR、コンテンツの整備のため、観光データの継続的な分析が必要です。

#### 【弱み×脅威（防衛・撤退）】

- ・大規模災害発生時の観光施設等の対応は平時から備え、影響を最小限にする必要があります。
- ・新型コロナウイルス感染症での経験を踏まえ、観光DX化の推進が必要です。

こういった内容を、本計画における、人材の確保・育成などの「推進体制強化」、多様なニーズに応える「観光コンテンツの充実」、ビッグイベント開催に向けた「観光客の受入環境整備」、国内外への「情報発信・誘客営業の強化」などの施策に反映します。

### (3) 施策体系

次の5つを本計画において県が行う基本施策として定め、次の体系により施策・事業を展開します。

「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
- ・観光産業を支える人材の確保・育成
- ・国・市町村・事業者・DMO等との積極的な連携  
サステナブルな観光コンテンツの充実
- ・サステナブルツーリズムの推進
- ・徳島ならではの観光資源の高付加価値化促進  
ビッグイベントの開催に向けた「観光客の受入環境整備」
- ・新たな感染症への対応、外国人旅行者も含めた危機管理体制の強化
- ・宿泊施設・観光施設等の受入環境整備
- ・万博を見据えた移動環境整備  
ポストコロナ新時代に向けた「情報発信力の強化」、「誘客営業の強化」
- ・ターゲットに合わせた戦略的な情報発信
- ・徳島の特産品を活用した情報発信
- ・他自治体等との連携による情報発信
- ・本県の特色を生かしたMICE誘致促進  
戦略的なインバウンド誘客の推進
- ・アフターコロナに向けた訪日外国人の周遊促進
- ・国際MICE誘致促進

## (4) 数値目標

### 基本目標

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
延べ宿泊者数 (万人・暦年)	160	210	230	250	250
延べ観光入込客数 (万人・暦年)	1,111	1,650	1,800	1,950	1,950
年間観光消費額 (億円・暦年)	929	1,060	1,130	1,200	1,200

### 参考目標

「オール徳島」での観光振興の推進体制強化

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
「おもてなしタクシー」の指定車数 (累計)	99	105	110	115	120
「徳島GGクラブ」 会員数	140	160	170	180	190

### サステナブルな観光コンテンツの充実

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
観光満足度の向上 (非常に満足：%)	53.8	54.2	54.4	54.6	54.6
体験型教育旅行における延べ受入泊数 (協議会受入)	1,327	1,910	2,292	2,750	3,300

### ビッグイベントの開催に向けた「観光客の受入環境整備」

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
宿泊施設の客室稼働率(%)	39.2	50	51	52	52
旅行者のうち宿泊者の割合(%)	44.3	46	47	48	48

ポストコロナ新時代に向けた「情報発信力の強化」、「誘客営業の強化」

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
観光商談会参加者数(累計)	994	1,600	1,900	2,200	2,500
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)	30	90	120	150	180
各国大使館等と連携した「阿波おどり」の海外公演、指導者派遣やオンライン配信等による魅力発信回数(累計)	27	35	40	45	50
口ケ支援件数	38	50	55	60	60
コンベンション(中四国規模以上)の参加者数(千人)	10	50	70	90	90
県がサポートする県外・海外商談会及びフェアにおける成約・売上額(億円)	0.9	3.6	4.0	4.5	4.5
伝統的工芸品の国内外の工芸品展及び見本市出展件数	27	31	33	35	35
コンビニ型アンテナショップの新規取扱商品数(累計)	851	890	930	960	990

戦略的なインバウンド誘客の推進

項目	現況値	目標値			
	2021年度 (R3)	2023年度 (R5)	2024年度 (R6)	2025年度 (R7)	2026年度 (R8)
外国人延べ宿泊者数(千人・暦年)	10	40	70	100	100
国際会議の誘致件数	0	2	3	4	4

## 4 施策展開

### (1) 「オール徳島」での観光振興の推進体制強化

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、デジタル化の急速な進展や観光客のニーズの多様化など、観光業界を取り巻く状況が目まぐるしく変化する中、観光産業が一日も早く復活し、本県経済を牽引するリーディング産業と成長するためには、行政や観光関連事業者のみならず、県民や異業種も含めた「オール徳島」で観光誘客を図る必要があります。

また、魅力ある本県の観光素材を旅行者のニーズに沿うよう、的確に届けるためには、「観光データの活用」や地域の観光産業を支える人材の確保・育成が不可欠です。

#### 観光データの活用

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様々な観光データを活用することにより、的確に把握・分析し、戦略的な観光誘客につなげます。

#### ア データの活用による戦略的な観光誘客（県・観光関連団体・観光事業者）

##### 【主な取組例】

- ・ 県が実施する県内観光地を訪れた観光客に対する、訪問地点数や観光地点消費額単価等の調査（観光パラメータ調査）の充実
- ・ 国、県、事業者、DMO等が実施する様々な観光調査の結果を観光事業者等へ展開することによる現状と課題の認識の統一
- ・ 観光客をはじめ、県内の宿泊事業者、旅行会社など観光事業者の声の聞き取り及び施策への反映
- ・ 誘客ターゲットとしている国や地域のマーケティングの強化、戦略的な誘客施策の策定

#### 観光産業を支える人材の確保・育成

外国人旅行者対応やデジタル化対応、十分なサービスマインドを持った人材など観光産業の人材不足が課題となる中、持続可能な観光地に向け、観光人材の確保・育成を図ります。

#### ア 地域を牽引する人材の育成（県・市町村・観光関連団体・観光事業者・県民）

##### 【主な取組例】

- ・ 新しい「旅行スタイル」や「旅行トレンド」など、観光産業の変化に対応できる次世代の観光人材の育成や、リカレント教育の推進により、アクティブシニアを含む多様な人材が活躍できる機会の創出を目的とした「とくしま観光アカデミー」の開催
- ・ 埋もれた観光コンテンツの発掘・磨き上げ、県内外への発信等地域の観光をプロデュースできる人材やデジタル技術やデータを活用して地域の観光戦略をプロデュースで

きる観光DX人材の育成促進

- ・国で実施する人材育成支援事業の観光関連団体や観光事業者への展開
- ・県民の郷土に対する理解・関心を深める歴史・文化・自然に関する講座等について、オンラインなどニーズに応じた開催形態による、学習機会の提供
- ・県内観光地を訪問し、魅力を体感した県民自らインフルエンサーとなつての観光客との交流や口コミ投稿、文化・自然・イベントのSNS等による魅力の発信

## イ おもてなし力の向上（県・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・観光ボランティアガイド活動を通じて観光振興に貢献している団体や個人に対する表彰の実施による、活動の認知度向上や活動従事者の意欲の向上促進
- ・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に対する研修の実施
- ・観光事業者等のサービスマインド向上のための研修会や意見交換の場の設定

## 国・市町村・事業者・DMO等との積極的な連携

地域連携DMOや市町村、観光協会等を中心に、様々な分野・業種の事業者や地域住民と連携により、観光地域づくりや各種プロモーションを推進します。

国や四国、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。

## ア 県内市町村や観光事業者等との連携（県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・そらの郷、イーストとくしま観光推進機構、四国の右下観光局の県内3つの地域連携DMOを中心とした観光地域づくりの推進
- ・県、市町村、県観光協会、地域連携DMO、観光事業者の連携による新たな地域資源の発掘、旅行商品造成、プロモーション

## イ 国・近隣府県との連携（県）

### 【主な取組例】

- ・県民・観光事業者の現場の声をくみ取った上での国の施策や予算に対する政策提言
- ・国が実施する観光関連事業の市町村、観光協会、地域連携DMO、観光事業者等への情報共有
- ・四国他県等の近隣府県との連携による、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による、エリア一体となった誘客促進

## (2) サステナブルな観光コンテンツの充実

本県は、東部、西部、南部の3エリアに自然、食、歴史・文化、芸術など特徴や魅力の異なる様々な観光資源が存在しており、「量の観光」から「質の観光」が重視される近年の旅行者の多様なニーズに十分対応できる可能性を有しています。

「2025年大阪・関西万博」の開催を契機に、徳島ならではの強みである「サステナブルツーリズム」を全面に生かした付加価値の高い旅行商品の創出により、「何度でも訪れたいくなる県」としてリピーターの確保・観光消費額の増加につなげます。

### 【施策展開】

#### サステナブルツーリズムの推進

世界的に「サステナブルツーリズム」への関心が高まっている中、本県が世界の旅行者から選ばれる観光地となるため、SDGsの視点を踏まえた「観光による持続可能な地域づくり」を進め、新たな観光ブランドの確立を図ります。

#### ア 「サステナブルツーリズム」の推進による新たな観光ブランドの確立

(県・市町村・観光関連団体・観光事業者)

##### 【主な取組例】

- ・「2025年大阪・関西万博」を見据え、本県の強みであるSDGsの取組を生かした「サステナブルといえば徳島」としての新たな観光ブランドの確立と発信
- ・県、県観光協会、地域連携DMOからなる「徳島県DMO観光推進協議会」によるサステナブルな観光コンテンツを巡るファムツアーやサステナブルツーリズムへの理解を深めるワークショップの開催
- ・地域連携DMOが取り組む「サステナブルなコンテンツ」の発掘や磨き上げの支援
- ・「2025年大阪・関西万博」を契機に本県が教育旅行の訪問先に選ばれるような、SDGsに対応したプログラムの設定、営業ツールの制作、誘致活動の強化

#### 徳島ならではの観光資源の高付加価値化促進

徳島県が「まるごとパビリオン」化する「2025年大阪・関西万博」に向け、2023年「プレ<sup>2</sup>万博」、2024年「プレ万博」を通じ、徳島ならではの様々な観光資源を、高付加価値な(徳島でしか体験できない満足度の高い)旅を求める旅行者に訴求するサステナブルなコンテンツとなるよう、さらなる充実を図るとともに、新たな観光資源の発掘、磨き上げを行います。

#### ア 阿波おどりの最大活用

##### 【主な取組例】

- ・春を彩る「はな・はる・フェスタ」や、夏本番の阿波おどりの開催が「2025年大阪・関西万博」開催時期と重なる好機を活かした誘客PRや安全安心な阿波おどりイベントの開催支援
- ・「2025年大阪・関西万博」を控え、阿波おどりを通じた国内外からの誘客を図る



ため、「秋の阿波おどり」における世界を対象にした新たなプログラムの実施

- ・冬期における「阿波おどり」の活用
- ・インスタグラムやT i k T o kなど若者が多く利用するSNSを活用した新たな阿波おどりイベントの開催
- ・「2025年大阪・関西万博」をゲートウェイとしたインバウンドの需要拡大につながる阿波おどりを活用した海外向けプロモーションの実施などさらなる国際化の促進

## イ 徳島ならではの魅力の活用（県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・「鳴門の渦潮」や「大歩危・祖谷」をはじめとする県内の主な観光地、県ゆかりの偉人、周辺の観光施設、食や景観などの魅力に触れ、リピーターへと繋がるような観光地づくりの推進
- ・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及び「2025年大阪・関西万博」の開催を見据えた、情報発信の強化や誘客促進
- ・阿佐海岸鉄道において、2021年12月、世界初の本格的な営業運行を開始した、線路と道路の両方をシームレスに走行する「DMV」や、2020年10月に運行を開始した、吉野川の風景や地元の食や地酒を楽しむことができる観光列車「藍よしのがわトロッコ」など移動そのものが魅力的なコンテンツの食や景観等既存のコンテンツと組み合わせた戦略的なプロモーション

## ウ 体験型観光の推進（県・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・自然・歴史・文化など本県の優れた地域資源を活かした体験メニューや受入体制の充実による体験型観光の推進
  - 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、コエグロづくりなど）
    - ・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、ジビエ料理、きなこ飴づくりなど）
    - ・歴史文化体験（阿波おどり、お遍路、よびごと、ホラ貝吹きなど）
    - ・伝統工芸体験（藍染め、大谷焼、竹細工、阿波和紙手漉き、かずら工芸など）
    - ・野外活動体験（キャンプ・登山・トレッキング・ハイキング・釣りなど）
  - コエグロ：ススキやカヤを束ねて、円錐状に積み上げる肥料の保存方法
  - よびごと：昔、祖谷地方の山から山へ伝言し情報を伝達していた、その方法
- ・「2025年大阪・関西万博」を契機に本県が教育旅行の訪問先に選ばれるような、SDGsに対応したプログラムの設定、営業ツールの制作、誘致活動の強化（再掲）
- ・体験型や食の要素を取り入れた新たなツーリズムを開発する観光関連団体・事業者等

を支援し、国内外の富裕層を含む旅行者の誘客を推進

## エ 豊かな自然環境を生かしたアウトドアスポーツツーリズムの推進

(県・観光関連団体・観光事業者)

### 【主な取組例】

- ・海・山・川と三拍子そろった県南部、剣山や吉野川を核とした県西部など、風光明媚な景観や豊かな自然環境を生かしたアウトドアスポーツを切り口とした誘客促進

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、ポタリング、ツリートレッキング、ヨガ、テントサウナ、キャンプ

## オ ワークーションによる滞在促進

(県・市町村・観光関連団体・観光事業者)

### 【主な取組例】

- ・全国屈指の光ブロードバンド環境等の徳島の強みを活かした徳島ならではのワークーション「アワ（阿波）ーション」の推進
- ・本県の自然や文化体験、アクティビティなどを生かした「アワーケーションプラン」の開発・造成
- ・長期滞在につながる宿泊施設・観光施設の受入環境整備

## カ サイクルツーリズムの推進(県・観光関連団体・観光事業者)

### 【主な取組例】

- ・徳島県の自然や歴史を感じられるサイクリングコースをはじめとした、自転車の魅力の情報発信
- ・体力に自信がない人でも楽しめるポタリングツアーの実施等によるサイクリストの裾野拡大  
ポタリング：自転車で散歩するようにゆっくり走ること
- ・ロードバイクを分解せずに車内に持ち込めるサイクリング専用の大型バス「サイクル・キャビン」の活用による、サイクルツーリズムの推進
- ・「サイクリングアイランド四国推進協議会」における、四国一周サイクリングの認知拡大の推進など、四国4県の連携による「サイクリングアイランド四国」の実現に向けた取組の推進
- ・サイクリングスポットとしての県南部の認知度向上・交流人口拡大を図るため、四国の右下の豊かな自然を満喫できる自転車走行ルートを使用したサイクルイベントの開催
- ・国内外のサイクリストの受入環境を整備するため、広域サイクリングルートであるアワイチ（淡路島一周）と四国一周ルートの結節点となる「大鳴門橋自転車道」の設置
- ・世界に誇る県内の特徴ある橋（橋の博物館）等を巡るブリッジ・サイクルツーリズム

## の推進

### キ 食を活用した誘客促進（県・観光関連団体・観光事業者）

#### 【主な取組例】

- ・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」の強力な観光資源としての売り出し
- ・徳島の豊かな「食」や魅力ある「食文化」の国内外への発信による新たな「人の流れ」と「食べに行きたい徳島」の創出を目的とした、SDGsが息づく新たな食体験コンテンツの造成、万博に向けた県内での「食」イベントの開催などの取組の推進
- ・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の推進
- ・阿波地美栄や狩猟の魅力を発信するフェスタ等によるジビエの認知度向上  
阿波地美栄  
：県内で、捕獲又は捕獲後飼育され、食品衛生法や県が定めたガイドラインに基づいて認可された施設で適切に処理されたシカやイノシシ肉
- ・木頭地域の「かきまぜ」や牟岐の「島そうめん」など、文化庁の「100年フード」として認定された県南地域で受け継がれている「食」について、ストーリーを楽しむ体験や、SNSでの臨場感あふれる情報発信を通じた観光コンテンツとしての磨き上げ
- ・「にし阿波」ならではの地域資源を活用した付加価値の高い食コンテンツの開発やブランド化への取組

### ク 世界遺産登録への取組（県・市町村・世界遺産登録関係団体）

#### 【主な取組例】

- ・「四国遍路」の四国4県連携による世界遺産登録を目指した取組の推進、及び国内外への日本遺産としての魅力発信
- ・「鳴門の渦潮」の兵庫県との連携による世界遺産登録を目指した取組の推進

### ケ 文化資源の観光産業への開花（県・観光事業者）

#### 【主な取組例】

- ・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」を中心とした、芸術文化が息づくまちづくりの推進、及び本県ならではの魅力の国内外への発信による「文化・観光・経済」の好循環の創出
- ・本県の文化と新たなコンテンツ・発信方法とのコラボレーションによる魅力の創造
- ・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る、阿波藍ブランドの確立

## コ 様々なニーズに対応する高付加価値のコンテンツ造成

(県・観光関連団体・観光事業者)

### 【主な取組例】

- ・徳島の「自然」、「アクティビティ」、「文化体験」といった体験プログラムの創出による「アドベンチャーリズム」の推進
- ・夜間の魅力的なイベントの充実など「ナイトタイムエコノミー」の推進
- ・農山漁村地域の農林水産業とこれらに関する食・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、国内外への魅力の発信
- ・地域資源を活用し、農山村ならではの生活や農林漁業体験・交流ができる「とくしま農林漁家民宿」の開業支援、感染症対策・おもてなしスキルアップ等の受入体制の強化の促進、四国4県で連携したPR活動の展開等による、誘客促進
- ・「にし阿波」の自然や歴史、伝統などをいかしたストーリー性のある農泊体験の拡大、農泊施設と他の宿泊施設との連携の推進
- ・旅行者目線に立ち、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地域資源を洗い出し、付加価値の高い観光コンテンツに磨き上げ、旅行商品化の促進

## 各エリアとの連携による周遊性の向上

本県は、東部、西部、南部の3エリアに自然、食、歴史・文化、芸術など特徴や魅力の異なる様々な観光資源が存在しており、県観光協会、各地域連携DMO等と連携し、県内の周遊性を高めることにより、観光消費額の増加へとつなげます。

また、「2025年大阪・関西万博」を控え、他府県とも連携し広域での周遊観光も促進します。

## ア 県内周遊ルートの確立(県・市町村・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・県、県観光協会、地域連携DMOの相互連携組織「徳島県DMO観光推進協議会」による県内の周遊性や滞在性を高める旅行商品の造成や「2025年大阪・関西万博」終了後もルートとして確立されるような周遊観光ルートのブランディングの推進

## イ 近隣府県と連携した広域周遊観光の促進(県・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・本県が構成員となっている3つの広域連携DMO(四国ツーリズム創造機構、せとうち観光推進機構、関西観光本部)のノウハウやスケールメリットを活かした、観光PRや広域観光周遊ルートの造成
- ・令和4年度に県南部と高知県東部で設立した「四国南東部広域観光連携協議会」における県境を越えた一体的な観光施策の展開

### (3) ビッグイベントの開催に向けた「観光客の受入環境整備」

外国人旅行者は、日本の自然災害に対する知識や経験が少なく、また、災害時にはこういった観光客に対する情報発信など迅速な対応が求められるなど、観光分野においても、危機管理体制の強化は急務となっています。

また、今後、「2025年大阪・関西万博」や「ワールドマスタースゲームズ2027関西」などのビッグイベントを控え、外国人旅行者をはじめ、観光客の方々がストレスなく本県観光を楽しむことができ、何度も訪れていただくことができるような環境を整備する必要があります。

#### 【施策展開】

##### 新たな感染症への対応、外国人旅行者も含めた危機管理体制の強化

新型コロナウイルス感染症の拡大を経て、旅行者の安全・安心な旅行を望む声は高まっており、いつ起こるか分からない新たな感染症や大規模災害への備えを後押しします。

#### ア 感染予防対策の徹底（県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

##### 【主な取組例】

- ・「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く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
- ・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る、本県に訪れる観光客それぞれの感染予防への意識啓発の推進

#### イ 災害発生時の安全・安心な受入環境の整備

##### （県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

##### 【主な取組例】

- ・防災・危機管理情報「安心とくしま」ホームページ等を活用し、観光客に対する大雨に関する情報をはじめとした様々な危機事象の迅速かつ正確な情報提供
- ・災害時対応マニュアルの活用による、災害発生時における旅行者の安全確保
- ・多くの観光客が集中するイベント等の開催時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、安全確保の整備促進
- ・県南部において、外国人旅行者の安全対策の向上のため、「外国人向け防災マップ」等の作成
- ・誰でも無料で利用できるフリー Wi-Fi サービス「Tokushima Free Wi-Fi」の県内全域への整備による、観光客に対するインターネット接続環境の提供、及び災害時の利用手続きの簡略化による通信手段の確保

##### 宿泊施設・観光施設等の受入環境整備

宿泊施設・観光施設等において、旅行者が安心・快適に旅を楽しめる受入環境を整備するとともに、さらなる旅行消費額の拡大を目指し、高付加価値旅行層にも訴求するよ

うな態勢の整備にも取り組みます。

## ア 宿泊施設・観光施設等の充実（県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・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の推進など、宿泊施設への投資促進
- ・「2025年大阪・関西万博」開催時に多数の来県が予想される外国人や障がい者、高齢者が利用しやすい宿泊・観光施設の改修等受入環境整備の支援
- ・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、適正な運用の推進
- ・外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行できるよう、免税店の導入促進、多言語表記の充実などの整備促進
- ・外国人旅行者に対する接客力向上を図るため、「外国人旅行者おもてなしマニュアル・指さしシート」の作成支援
- ・各地域の観光産業に携わる通訳人材の育成や外国人旅行者に対応する多言語相談窓口の充実
- ・中心市街地など観光地の再生や観光サービスの高付加価値化に向けた取組について、国や民間事業者等で事業公募されている場合、申請に係る相談対応等の支援

## イ ワークーションによる滞在促進（再掲）

（県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・全国屈指の光ブロードバンド環境等の徳島の強みを活かした徳島ならではのワークーション「アワ（阿波）ーション」の推進
- ・本県の自然や文化体験、アクティビティなどを生かした「アワーケーションプラン」の開発・造成
- ・長期滞在につながる宿泊施設・観光施設の受入環境整備

## シームレスな移動環境

「2025年大阪・関西万博」を見据え、国内外から旅行者が訪問しやすい観光地づくりを目指し、交通基盤の整備を進めるとともに、車を持たない旅行者でも観光地間を快適に移動できるよう二次交通の向上を図ります。

## ア 国際線の誘致促進（県）

### 【主な取組例】

- ・東アジアを重点地域とした戦略的なエアポートセールスの実施による、徳島阿波おどり空港への国際線の誘致

## イ 一次交通の充実（県・市町村）

#### 【主な取組例】

- ・徳島阿波おどり空港への国際線の誘致、国内線の維持・充実
- ・和歌山との既存フェリーの活用をはじめ、関西と本県を結ぶ「新たな海上交通」の導入に向けた取組など、海上交通の利便性向上の推進
- ・観光客の移動円滑化等にも資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推進

#### ウ 二次交通の充実（県・市町村・観光関連団体）

##### 【主な取組例】

- ・観光地までのレンタサイクルの充実、レンタカー助成、二次交通情報の発信など旅行者の利便性向上の促進
- ・交通事業者や市町村との役割分担と連携による、シームレスに移動できる仕組みの構築や交通結節点の環境整備、フリー乗車券の導入など、観光客にとって利用しやすい公共交通ネットワークの実現の促進
- ・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」の推進

## （４）ポストコロナ新時代に向けた「情報発信力の強化」、「誘客営業の強化」

趣味・嗜好が多様化している旅行者に対する効果的な情報発信や旅行会社等への戦略的な誘客営業活動を行うためには、国内外の市場の動向や旅行者のニーズを踏まえた戦略的なプロモーションを実施し、県内での来訪箇所や滞在時間の増加、観光消費額の拡大、その先の移住も目指し取り組んでいく必要があります。

また、「2025年大阪・関西万博」閉幕後には、観光客の落ち込みが予想されることから、万博までに実施した施策を検証した上で、効果的な取組を引き続き実施するとともに、国際MICEや「ワールドマスターズゲームズ2027関西」のプレ大会などあらゆる機会を捉え本県への観光誘客を行うことにより、2027年以降の誘客につなげる必要があります。

### 【施策展開】

#### ターゲットに合わせた戦略的な情報発信

旅行形態の主流となっている個人旅行者向けの対策を強化するとともに、旅行会社等への積極的な誘客営業活動に取り組みます。

デジタルマーケティング等により本県の観光資源が受け入れられる市場や客層などを調査・分析し、ニーズを的確に把握し、誘客が見込めるターゲットに対し、戦略的なプロモーションを実施します。

#### ア 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）

##### 【主な取組例】

- ・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」キャンペーンの展開
- ・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」での誘客プロモーションの実施
- ・首都圏、「2025年大阪・関西万博」開催で国内外から注目を集める関西圏等における観光PR
- ・新たな「観光ブランド」となる「サステナブルなコンテンツ」の国内外への情報発信

#### イ 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）

##### 【主な取組例】

- ・テレビや新聞、雑誌、タウン情報誌等による効果的な情報発信
- ・メディアツアーやパワーブロガーの活用による、国内外への魅力情報発信
- ・映画、テレビ等のロケーション撮影の誘致や支援による、各種メディアを通じた情報発信を通じた、本県の認知度向上やイメージアップの促進

#### ウ デジタル技術の有効活用（県・市町村・観光関連団体・観光事業者・県民）

##### 【主な取組例】



- ・デジタルマーケティングの活用による市場の動向や旅行者のニーズの把握
- ・動画の活用による効果的な情報発信
- ・旅行者がスマートフォンでタイムリーな観光情報を入手できるデジタル化の推進
- ・フェイスブック、インスタグラム等のSNSや、AIを活用した「観光コンシェルジュ機能」・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」などを活用した、旅行者のニーズに応じた効果的な情報提供
- ・「2025年大阪・関西万博」において実施される「バーチャル万博」に先駆け、三次元仮想交流空間メタバース上に構築した「とくしまバーチャルパビリオン」の活用による、イベントの開催やバーチャル体験など、先端技術による徳島の魅力の先行発信

## エ 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）

### 【主な取組例】

- ・首都圏の旅行会社を対象とした「本県単独」の観光商談会や観光セミナーの開催  
全国の旅行会社を対象としたオンライン観光商談会、観光セミナー等の開催
- ・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」等との連携による、主要都市における戦略的な誘客営業活動の展開
- ・旅行会社に対する旅行商品の造成サイクルに合わせた旬な観光情報の提供、ファムツアーの実施等による本県への旅行商品造成の促進
- ・「大阪・関西万博」を契機に本県が教育旅行の訪問先に選ばれるような、強みを生かしたプログラムの設定、誘致活動の強化（再掲）

## オ 県外在住の「徳島ファン」による情報発信（県）

### 【主な取組例】

- ・県外在住の県出身者、阿波おどりなど徳島の伝統文化愛好家や、本県に旅行・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」との連携による情報発信、及び「2025年大阪・関西万博」に向けた機運醸成

## カ 県民による観光情報や魅力の発信（県、県民）

### 【主な取組例】

- ・県内観光地を訪問し、魅力を体感した県民自らインフルエンサーとなつての観光客との交流や口コミ投稿、文化・自然・イベントのSNS等による魅力の発信（再掲）
- ・「四国の右下」の隠れた観光情報の、地域に密着した住民目線で発信する「ローカルアンバサダー」や、動画を通して旅の魅力を発信する「トラベルインフルエンサー」による情報発信

## キ スポーツを活用した誘客促進（県・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・サッカー「徳島ヴォルティス」、野球「徳島インディゴソックス」、バスケットボール

「徳島ガンバロウズ」、バレーボール「ジェイテクト・ステイティングス」の集客力を活用したにぎわいの創出、及びアウェイのファンやサポーターへの観光情報発信の強化による誘客促進

## ク 「2025年大阪・関西万博」、国際スポーツ大会を契機とした誘客促進 (県・観光関連団体・観光事業者)

### 【主な取組例】

- ・「2025年大阪・関西万博」へ向けた徳島県のランドデザインとなる「徳島『まるごとパビリオン』基本計画」に基づき、「万博はゲートウェイ、徳島まるごとパビリオン～県民が参画し、県民が創る万博～」をコンセプトに、万博期間の184日間、徳島県全体を「まるごとパビリオン」として展開、及び万博会場の大阪・夢洲に出展する「徳島パビリオン」をゲートウェイ(玄関口)として、徳島への「人・モノ・コト・情報」の流れの誘因
- ・「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、博覧会協会等との連携による万博の機運醸成、及び本県の魅力あふれる滞在型観光コンテンツとともにPRを行うなど、会期終了後も見据えた効果的なプロモーションの推進
- ・「2025年大阪・関西万博」の開催に向け、「関西観光本部」に新設される、「EXPO・2025 関西観光推進協議会(仮称)」との連携による、「万博プラス徳島観光」を推進するための、「広域的なプロモーション活動」の実施
- ・「ワールドマスターズゲームズ2027 関西」開催に向けた機運醸成を図り、関係機関の連携のもと、多くのアスリートが本県へ訪れていただけるよう、来県者へのおもてなしの充実、本県開催競技のプレ大会の開催や、積極的なPR活動の実施

## ケ クルーズ客船の誘致促進(県)

### 【主な取組例】

- ・本県へのクルーズ船の安全安心な寄港の実現とともに、岸壁において乗客が満足する「おもてなし」の充実、及びニーズにあわせた観光情報の提供
- ・船社や旅行会社に対し、魅力ある観光モデルコースを多言語で発信することにより、国内外クルーズ船の寄港を推進

## 徳島の特産品を活用した情報発信

「2025年大阪・関西万博」が開催される大阪府などの県外においても、本県の魅力に触れることができるアンテナショップの活用や、県内外の「徳島ファン」による情報発信により、本県への旅行や特産品に対する興味を喚起します。

## ア アンテナショップ等を拠点とした誘客促進(県)

### 【主な取組例】

- ・県の「大阪・名古屋物産センター」や「コンビニ型アンテナショップ」のさらなる

展開の促進、県外民間店舗の「阿波とくしまアンテナショップ」としての認定

- ・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「ターナテーブル」、東京本部、関西本部、名古屋事務所を拠点とした県産品の販路拡大・販売促進・観光物産情報の発信、イベントの開催などによる関係人口の増加、及び本県への誘客促進
- ・イベント・商談会・展示会への出展等、販路拡大の機会における、事業者に対する分かりやすい案内の検討

## イ 「とくしま特選ブランド」の活用（県）

### 【主な取組例】

- ・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」として認定し、販路拡大を推進
- ・国内外の商談会や展示会などにおける、「とくしま特選ブランド」の魅力や価値の発信を通じた本県のイメージアップ

## ウ 「阿波ふうどスペシャリスト」による情報発信（県）

### 【主な取組例】

- ・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」と「食べに行きたい徳島」を創出するため、「徳島の食」を応援する「阿波ふうどスペシャリスト」と連携、SNSを活用した国内外への「徳島の食」の魅力発信の強化

## 他自治体等との連携による情報発信

本県への観光誘客の訴求力を高めるため、近隣県等との広域的な連携を推進し、県内外の魅力ある観光コンテンツを組み入れた広域観光周遊ルートの開発やプロモーション活動を共同して取り組みます。

## ア 近隣県と連携した広域周遊観光の促進（県）

### 【主な取組例】

- ・四国他県等の近隣県との連携による、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による、エリア一体となった誘客促進（再掲）

## イ 広域連携によるプロモーション活動（県）

### 【主な取組例】

- ・本県は、3つの広域連携DMO（四国ツーリズム創造機構、せとうち観光推進機構、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た、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の推進

## 本県の特徴を生かしたMICE誘致促進

学会や各種大会等のMICEは、多くの集客や宿泊が見込まれ、地域経済の活性化や学術や教育の分野においても波及効果が期待できることから、本県の充実した開催支援制度やコンベンション施設、豊富な観光資源などの情報を積極的に発信し、誘致に取り組みます。

## ア 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

(県・市町村・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・県内350を超える団体からなる「コンベンション誘致推進協議会」におけるコンベンション情報の共有、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等による積極的な誘致活動の推進
- ・「2025年大阪・関西万博」の開催を機に、インバウンド誘客の増大を図り、県内経済の活性化に寄与するため、コンベンション誘致推進協議会内に令和4年10月に設置された「国際MICE誘致促進部会」を核とした国際MICEの誘致活動強化
- ・コロナ禍を経て、ニーズが増加している「現地開催とオンラインを組み合わせた会議」や「中規模・小規模のコンベンション」の誘致の促進

## イ 助成制度の充実(県・市町村・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・MICE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充実させるとともに、主催者のニーズを反映した助成制度の拡充等、競争力の強化

## ウ 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

(県・市町村・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・都市部での商談会・展示会への参加や、学会本部、旅行会社等への積極的な個別訪問による、助成制度や開催に向けた支援体制のPR

## エ アフターコンベンションの充実(県・市町村・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・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のアフターコンベンションの充実によるブレッジャー・観光誘客の促進

## オ 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

(県・市町村・観光関連団体)

### 【主な取組例】

- ・多くの宿泊につながるナイトイベント、報奨旅行等の国内外からの誘致のため、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、積極的な誘致活動の実施
- ・本県のスポーツ資源や観光資源を活かした交流人口拡大を図るため、「徳島県スポーツコミッション」を核として、合宿開催支援や情報発信の強化など、国内外からのス

ポーツ大会・合宿の積極的な誘致やスポーツツーリズムの推進

## ( 5 ) 戦略的なインバウンド誘客の推進

新型コロナウイルス感染症の拡大により大きく落ち込んだインバウンド需要は、2023年には世界的に大きく回復することが期待され、我が国でも、この先「2025年大阪・関西万博」や「ワールドマスタースゲームズ2027関西」等のビッグイベントを控えており、外国人旅行者を本県に呼び込む大きなチャンスを迎えています。

この機を逃さず、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、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、磨き上げや受入環境整備に官民一体「オール徳島」で戦略的に取り組む必要があります。

### 【施策展開】

#### アフターコロナに向けた訪日外国人の周遊促進

2019年の本県の延べ外国人宿泊数者のうち、7割近くを占める東アジア（香港、台湾、中国、韓国）や、比較的早期の回復が見込まれ本県でも1割以上を占める欧米など多角的に観光誘客を進めつつ、デジタルマーケティングも活用し、外国人旅行者のニーズや市場動向も踏まえた誘客・情報発信を実施します。

#### ア 効果的な情報発信・誘客施策（県・市町村・観光関連団体・観光事業者・県民）

##### 【主な取組例】

- ・ デジタルマーケティングの活用による市場の動向や旅行者のニーズの把握（再掲）
- ・ 県、観光事業者、観光関連団体等「オール徳島」による誘客活動
- ・ 現地旅行会社とのオンラインも活用した商談会、観光セミナーへの参加、県ゆかりの人材を活用した訪日観光プロモーションの積極展開
- ・ 本県最大の誘客コンテンツである「阿波おどり」を活用したプロモーションをはじめ、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
- ・ 新たな「観光ブランド」となる「サステナブルなコンテンツ」の国内外への情報発信（再掲）
- ・ 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）における、最新の観光情報の提供
- ・ 各国で普及しているSNS等を活用したタイムリーな情報発信の促進
- ・ 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の実施
- ・ 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、外国人目線での多言語SNS等を活用した情報発信、旅行商品の造成
- ・ 「徳島ヴォルティス」とドイツ「ハノーファー96」との国際スポーツ交流などの機会を捉えた「プロモーション活動」の積極的な展開

#### イ 「2025年大阪・関西万博」、国際スポーツ大会を契機とした誘客促進（再掲）

## （県・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・「2025年大阪・関西万博」へ向けた徳島県のグランドデザインとなる「徳島『まるごとパビリオン』基本計画」に基づき、「万博はゲートウェイ、徳島まるごとパビリオン～県民が参画し、県民が創る万博～」をコンセプトに、万博期間の184日間、徳島県全体を「まるごとパビリオン」として展開、及び万博会場の大阪・夢洲に出展する「徳島パビリオン」をゲートウェイ（玄関口）として、徳島への「人・モノ・コト・情報」の流れの誘因
- ・「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、博覧会協会等との連携による万博の機運醸成、及び本県の魅力あふれる滞在型観光コンテンツとともにPRを行うなど、会期終了後も見据えた効果的なプロモーションの推進
- ・「2025年大阪・関西万博」の開催に向け、「関西観光本部」に新設される、「EXPO・2025関西観光推進協議会（仮称）」との連携による、「万博プラス徳島観光」を推進するための、「広域的なプロモーション活動」の実施
- ・「ワールドマスタースゲームズ2027関西」開催に向けた機運醸成を図り、関係機関の連携のもと、多くのアスリートが本県へ訪れていただけるよう、来県者へのおもてなしの充実、本県開催競技のプレ大会の開催や、積極的なPR活動の実施（再掲）

## ウ 広域連携によるプロモーション活動（県）

### 【主な取組例】

- ・本県は、3つの広域連携DMO（四国ツーリズム創造機構、せとうち観光推進機構、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た、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の推進（再掲）

## エ 外国人旅行者の受入環境の整備（県・市町村・観光関連団体・観光事業者）

### 【主な取組例】

- ・外国人旅行者がストレスフリーで快適に旅行できるよう、免税店の導入促進、多言語表記の充実などの整備促進（再掲）
- ・各地域の観光産業に携わる通訳人材の育成や外国人旅行者に対応する多言語相談窓口の充実（再掲）
- ・「2025年大阪・関西万博」開催時に多数の来県が予想される外国人や障がい者、高齢者が利用しやすい宿泊・観光施設の改修等受入環境整備の支援（再掲）
- ・外国人旅行者に対する接客力向上を図るため、「外国人旅行者おもてなしマニュアル・指差しシート」の作成支援（再掲）
- ・観光地までのレンタサイクルの充実、レンタカー助成、二次交通情報の発信など旅行者の利便性向上の促進（再掲）
- ・交通事業者や市町村との役割分担と連携による、シームレスに移動できる仕組みの構築や交通結節点の環境整備、フリー乗車券の導入など、観光客にとって利用しやすい

## 公共交通ネットワークの実現の促進（再掲）

### オ 国際線の誘致促進（県）（再掲）

#### 【主な取組例】

- ・東アジアを重点地域とした戦略的なエアポートセールスの実施による、徳島阿波おどり空港への国際線の誘致

### カ クルーズ客船の誘致促進（県）（再掲）

#### 【主な取組例】

- ・本県へのクルーズ船の安全安心な寄港の実現とともに、岸壁において乗客が満足する「おもてなし」の充実、及びニーズにあわせた観光情報の提供
- ・船社や旅行会社に対し、魅力ある観光モデルコースを多言語で発信することにより、国内外クルーズ船の寄港を推進

## 国際MICE誘致促進

国際MICEは、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う海外からの入国制限や国内での人流抑制などの影響を受け、全国的に中止や延期を余儀なくされたところですが、滞在日数の多さなどから、消費額の大きい外国人旅行者の中でも、特に大きな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。

### ア 国際コンベンションの情報収集と積極的な誘致活動（県・市町村・観光関連団体）

#### 【主な取組例】

- ・県内350を超える団体からなる「コンベンション誘致推進協議会」におけるコンベンション情報の共有、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等による積極的な誘致活動の推進（再掲）
- ・「2025年大阪・関西万博」の開催を機に、インバウンド誘客の増大を図り、県内経済の活性化に寄与するため、コンベンション誘致推進協議会内に令和4年10月に設置された「国際MICE誘致促進部会」を核とした国際MICEの誘致活動強化（再掲）
- ・「とくしま国際消費者フォーラム」などを活用した観光誘客、参加者に対する新たな国際MICEの誘致促進

### イ 助成制度の充実（再掲）（県・市町村・観光関連団体）

#### 【主な取組例】

- ・MICE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充実させるとともに、主催者のニーズを反映した助成制度の拡充等、競争力の強化

### ウ 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



**（県・観光関連団体）**

**【主な取組例】**

- ・国内外での商談会・展示会への参加や、学会本部、旅行会社等への積極的な個別訪問による、助成制度や開催に向けた支援体制のPR

## 5 推進体制

### (1) 役割分担

本計画で目指す将来像を実現するためには、行政（県・市町村）、観光関係団体、観光事業者、県民などの各主体が自らの役割を理解した上で、随時、現状や課題を共有し、「オール徳島」で各施策に取り組むことが重要です。

そこで、次のとおり、各主体の役割を整理しました。

#### 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、指標を用いた進捗の確認を行います。
- ・本計画に定めたインバウンド誘客や受入環境整備など全県的な施策について、徳島県観光協会と連携し取り組みます。
- ・市町村、観光関係団体、観光事業者、県民に対し、本県観光の現状や課題について共通の認識を持つことができるよう、情報提供を行います。
- ・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、近隣市町村、DMOなど観光関係団体、観光事業者、住民等と連携し、地域の特色を生かした観光施策を実施します。

#### 観光関係団体（観光協会・DMO）の役割

- ・県、市町村と連携、協力して、観光に関する情報の発信、観光客の誘致、人材の育成、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

- ・観光の第一線として、観光に関する情報発信、魅力あるサービス・商品の提供等により、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。
- ・DMOなど観光関係団体や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 ) 計画の検証・見直し

本計画に基づき実施された施策については、毎年度、成果を検証し、徳島県観光審議会や議会に報告し、意見を聞くとともに、検証結果の概要を県のホームページ等で公表します。

また、予測のできない社会経済状況の変化等があった場合は、必要に応じて計画を見直し、適切な目標設定の上、施策を実施します。