

(地域観光圏)

19 南部圏域にかかる観光振興事業全般（南部総合県民局企画振興部）

(1) 事業・イベントの概要

本事業は、国のふるさと雇用再生特別基金事業、緊急雇用創出事業の一環として、徳島県南部圏域につき、「四国の右下」という愛称を付けて、その特産品や伝統文化、観光資源を活かして観光振興を図る事業全般である（標題は、外部監査人が便宜的に付けたもの）。

本事業は、多岐にわたるが、ここで取り上げるのは、別途取り上げる体験型観光の推進に関する事業を除く事業のうち、主に次のものである。

ア 南部圏域の各商工会（日和佐，由岐，牟岐町，海陽町）に委託して、各商工会ごとに、観光ガイド要員の育成，観光ガイドの実施，パンフレット・ポスター等の作成・配布，イベント等でのPR活動等を行う（「四国の右下」ええもんPR事業）。

イ 南部圏域共通の魅力である，豊かな自然を活かしたアウトドアスポーツ，個性的な祭りや伝統的な文化，イベント情報等につき，ホームページの開設・運営，パンフレット・ポスター等の作成・配布，イベントの企画・実施，イベント等でのPR活動，新たな観光資源の掘り起こし等を行う（南部圏域観光振興事業，「四国の右下」グッ！！と盛り上がり事業，体験型観光を中心とした中国人観光客誘致推進事業，「四国の右下」観光資源調査点検事業，ICTを活用した県南地域魅力発信事業，県民参加型観光サイトによる観光情報周知広報事業）。

(2) 事業費

ア 「四国の右下」ええもんPR事業

(単位:円)

		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分						国補
事業費(予算額計)						24,918,746
事業費 (決算額)	委託料					24,918,746
	負担金補助及び交付金					
	その他					
	計					24,918,746

イ 南部圏域観光振興事業

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分				国補	国補
事業費(予算額計)				4,819,500	9,951,585
事業費(決算額)					
委託料				4,819,500	9,951,585
負担金補助及び交付金					
その他					
計				4,819,500	9,951,585

ウ 地域の見どころ情報発信基地設置事業

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分					国補
事業費(予算額計)					5,744,300
事業費(決算額)					
委託料					5,744,300
負担金補助及び交付金					
その他					
計					5,744,300

エ 「四国の右下」グッ！！と盛り上がり事業

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分					国補
事業費(予算額計)					2,610,892
事業費(決算額)					
委託料					178,631
負担金補助及び交付金					
その他(報償費)					1,745,503
その他(需用費)					626,758
その他(役務費)					60,000
計					2,610,892

オ 「四国の右下」観光資源調査点検事業

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分					国補
事業費(予算額計)					4,716,347
事業費(決算額)					
委託料					
負担金補助及び交付金					
その他(報償費)					3,338,746
その他(旅費)					1,480
その他(需用費)					1,079,394
その他(役務費)					158,379
その他(使用料及び賃借料)					138,348
計					4,716,347

カ ICTを活用した県南地域魅力発信事業システム構築

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分				国補	国補
事業費(予算額計)				6,701,100	3,232,320
事業費(決算額)					
委託料				6,701,100	3,232,320
負担金補助及び交付金					
その他					
計				6,701,100	3,232,320

キ ICTを活用した県南地域魅力発信事業取材・印刷業務

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分				国補	国補
事業費(予算額計)				4,158,000	6,634,950
事業費 (決算額)	委託料			4,158,000	6,634,950
	負担金補助及び交付金				
	その他				
	計			4,158,000	6,634,950

ク 県民参加型観光サイトによる観光情報周知広報事業

(単位:円)

	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分					国補
事業費(予算額計)					1,417,500
事業費 (決算額)	委託料				1,417,500
	負担金補助及び交付金				
	その他				
	計				1,417,500

(3) 検 討

ア 徳島県南みどころ情報誌「四国の右下↑ (みぎあがり)」について

本事業では、国の緊急雇用創出事業を利用して、「四国の右下」の自然景観、動植物、農山漁村の風景、地域の伝統行事、工芸品、飲食物、名産品等の魅力的な地域資源について、それに関わる人物も含めて取材し、その成果につき、徳島県のホームページ等で紹介するとともに、毎月1回、取材内容をまとめた小冊子を発行してきた。

この小冊子が、南部総合県民局発行にかかる「四国の右下↑ (みぎあがり)」と題する月刊情報誌である。B6判、オールカラー、全12～16頁という体裁で、再生紙を利用している。毎回、約4500部が印刷されて、観光案内ステーション、観光施設等で配布されるとともに、徳島県のホームページからもダウンロードができるようにされている。

その内容は、総じて、毎号、季節等に応じた特集を組むとともに、その他様々な観光情報等を掲載するというものであり、頁数が少ないにもかかわらず、盛りだくさんで読み応えがある内容となっている。

担当部によれば、かなりの好評を博していたが、予算等の関係で18号(1年半分)をもって発行を停止し、休刊状態となったとのことである。

確かに、予算等の面で制約があることは理解できるが、他方で、月刊情報誌という体裁を取る以上、継続的に発行することも重要であり、短期間で休刊し

たのでは、せっかく同冊子を見て「四国の右下」に関心を抱いた人についても、再び関心を薄めてしまう恐れがある。

小冊子を発行するのは難しいとしても、たとえば、ホームページ、メールマガジンなどで部分的に「四国の右下↑（みぎあがり）」を復活させ、記事を掲載するなどして、同冊子の編集、発行で蓄積したノウハウを活かし、継続的に情報を発信することが期待される。

イ 南阿波井、南阿波鍋について

(ア) 「四国の右下」右上がり協議会は、徳島県南の1市4町の商工会、JAなどの28団体が一体となって、徳島県南域の振興を強力に図るために、平成23年2月に結成した組織である。

同協議会は、食を目玉とした徳島県南の知名度向上と入込み客数の増加を目指し、徳島県南産の新鮮な農林水産物の食材を活用した井を作った。この地産地消の創作井が「南阿波井」である。

南阿波井の定義は、次のとおりである。

「一、徳島県南産のお米を使用すること。

一、メイン食材には、次のものを使用すること。

- ・徳島県南で水揚げされた魚介類（県南の漁業者が漁獲したものを含む）
- ・徳島県南で育まれた肉類
- ・徳島県南で生産された農産物

一、つけあわせ一品にも、徳島県南産の食材を使用すること。」

なお、南阿波井の顔というべき統一井として、県南の代表的食材である阿波尾鶏とアオリイカを使用した「南阿波右上がり井」が開発されている。

(イ) 南阿波井は、ご当地グルメとして南部圏域の飲食店で提供されるほか、「第1回「四国の右下」食博覧会～南阿波井サミット～」を始めとする南部圏域での様々なイベントのみならず、徳島県内外のイベントにも出品され、概ね売り切れとなるなど、好評を博している。

さらに、平成26年には、南部圏域で日本各地のご当地グルメを集めた

「第6回全国丼サミット」を開催することが決定するなど、南阿波丼を中心とした観光振興が進められている。

- (ウ) また、南阿波丼の好評を受けて、新たに冬季にも温かく食べられる創作鍋として、平成24年12月、「第2回「四国の右下」食博覧会～南阿波鍋合戦～」で発表されたのが「南阿波鍋」である。

南阿波鍋の定義は、次のとおりである。

「一、メイン食材には、次のものを使用すること。

- ・徳島県南で水揚げされた魚介類（県南の漁業者が漁獲したものも含む）
- ・徳島県南で育まれた肉類
- ・徳島県南で生産された農作物
- ・徳島県南でつくられた加工食品等

一、鍋のメには、地域の食材を利用すること。」

- (エ) 南部総合県民局では、「四国の右下」右上がり協議会と協力して、南阿波丼、南阿波鍋の開発に携わったほか、南阿波丼、南阿波鍋のガイドブック（B6判、オールカラー）を発行したり、ホームページ、各種イベント等でPRしたりして、積極的に南阿波丼、南阿波鍋による「四国の右下」の観光振興に努めている。

町おこし等のためのご当地グルメは、近年、各地で非常に盛んであり、ご当地丼についても、南阿波丼の開発に当たって参考にした「能登丼」などの先行例がある。その意味で、南阿波丼それ自体に非常な新規性があるとまではいえないものの、少なくとも、徳島県内及び四国では目新しい試みであり、南部圏域の農林水産物の振興に寄与するものと評価できる。

何より、新しいご当地グルメの開発に向けて地元の農業・水産業者と飲食



店とが協力し、飲食業が活性化すること自体が一つの成果であるといえる。

南阿波鍋については、発表後間がなく、未だその成果について評価することは難しいが、ご当地グルメ第2弾として南阿波井と同様の成果を上げることが期待される。

今後、南阿波井、南阿波鍋と各種旅行とを組み合わせたツアー商品の開発や、県外でのイベント（たとえば、「新鮮 なっ！とくしま」号が参加するイベント）でのさらなるPR等を積極的に図るべきである。

ウ 「南阿波アウトドア道場」について

「南阿波アウトドア道場」は、「四国の右下」におけるアウトドアスポーツを紹介する小冊子であり、南部総合県民局が発行している。平成19年に初版が発行され、現在の第3版は、B6判、オールカラー、全60頁という体裁である。

内容的には、海、川、山に分けて、アウトドアスポーツの数十種類のメニューを取り上げ、それぞれ豊かな自然の中でアウトドアスポーツを楽しむ様子を写した写真を配し、さらに、シーズン、アクセス（駐車場情報、トイレ）、所要時間、費用、食事の手配の可否等の基本情報のほかに、1～4個の星印で技術難易度、体力度を表示している。また、冒頭には、著名なカヌーイスト・作家の巻頭言が、巻末には、自然を舞台に、自転車レース、トライアスロン、マラソン、木頭杉一本乗り大会など、人力だけで競うスポーツイベント「Human-Powerd Games」（知られざる自然を舞台に、化石燃料を使わず人力だけで競うスポーツイベント）の紹介、宿泊施設・アウトドアスポーツ店の紹介等が掲載されている。

アウトドアスポーツにあまり興味のない人に対しても、関心を惹く作りとなっている上、トイレ・食事など充実した情報が掲載されており、他の同種パンフレット等と比較しても完成度が高いものと評価できる。

他方で、費用対効果の測定の観点からは、同冊子を見てどれくらいの人がアウトドアスポーツに関心を持ち、実際に「四国の右下」を訪れて、アウトドア



スポーツをしたり、スポーツイベント「Human-Powerd Games」に参加したりしたかを検証する必要もある。不特定多数に配布する小冊子という性質上、一定の困難は伴うが、たとえば、「四国の右下」におけるアウトドアスポーツ・イベント等の機会に、あるいは、ホームページで、それぞれアンケートを取るなどの方法で、同冊子の費用対効果を測定するとともに、観光客の生の意見を集め、更によりよい内容にすべく努めることが期待される。

エ 「だれも知らない四国の右下」について

(ア) 「南阿波観光振興協議会」は、南部圏域の市、町、商工会、観光協会等が観光振興等を目的として組織した団体である。同協議会は、新規観光スポット開発計画を立てて、財団法人高速道路交流推進財団の「観光資源活用トータルプラン ” 来て見て良かった！また来るよ！”」に応募して、第3回最優秀賞を受賞した。こうして、同協議会は、計画実施支援金の交付を受けて、同計画を進めた。

なお、同協会は、平成24年3月末日をもって、「四国の右下」右上がり協議会」に事業等を引き継ぐ形で解散した。

(イ) 「だれも知らない四国の右下」は、同計画の成果として、「四国の右下」における観光スポットを紹介するべく、南部総合県民局と同協議会が発行した小冊子である。B6変形判、オールカラー、20数頁という体裁である。

内容的には、観光スポットといっても、地元ではごく普通の場所であるなど、一般のガイドブックには載らないが、旅人にとっては心がくすぐられるようないわばB級スポットを取り上げて、自然、建造物、文化・歴史、グルメ、ノンジャンルというジャンル毎に紹介するものとなっている。

具体的には、「巨石の下にある バス停「石の本」」、「目の錯覚？ 逆流する？水路」、「日和佐の怪遺産 蛇責めの石」、「ドロボー漬け」、「心優しい看板① 「ね！ちょっと通して」」など、まさに地元を直に歩かなければ分からないような、風変わりであるが、興味を惹くスポットが盛りだくさんの内容となっている。

(ウ) 担当部によれば、前記財団法人の計画実施状況の視察（平成23年10月実施）においても、選考委員から、「細かい住所地を示さず、実際に現地を訪れ、周辺を散策しながら、または、現地の方々と触れ合いながら、目的物を発見するという楽しみを提供している」、「特別なものでなく、地元普通に存在しているものを題材としていることが魅力である」、「ネーミングや写真の粗さなども冊子の魅力を増している」等の意見を得たとのことである。

かかる意見に端的に表れているとおり、「だれも知らない四国の右下」は、これまでにない不思議な魅力がある小冊子であり、有名観光スポットがない地方であっても、取り上げ方次第で様々な魅力を発信し、観光スポットを開発できることを示す好例である。南部圏域に留まらず、県内の他の地域でも、同様の観光スポットの発掘等の取り組みが期待される。

なお、担当部では、第2版の製作を企図し、実際に取材を実施して一部新たな観光スポットを収集したものの、未だ一定の数に至っていないため、第2版の製作が遅れているとのことである。事情は理解できるものの、せっかくの取材等の成果が活かされないのは惜しまれることから、たとえば、南部総合県民局のホームページ、「四国の右下」右上がり協議会のホームページ等で公表するなど、可能な範囲での活用が望まれる。

オ 「四国の右下」PR活動について

(ア) 以上に取り上げてきたもののほかに、南部総合県民局は、「四国の右下」ブランドをPRするために、キャッチフレーズ「ぬくいんじょ」・「いっぱいあるでないで」・「アウトドアスポーツの楽園」や共通ロゴ「四国の右下↑（みぎあがり）」を定めたり、イメージキャラクター「おひさん」・「サーフィン魚」を作ったり、スポーツイベント「Human-Powered Games」を開催したりしている。





おひさん

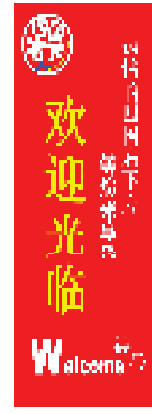


サーフィン魚

また、観光調査・PRのために、これらのキャッチフレーズ、イメージキャラクター、ロゴ等を用いた観光パンフレット（「地元メシ・見どころマップ」、「新・定番観光ルート」、「徳島県南部観光ガイドマップ」、「「四国の右下」スタンプラリー台帳」等）を作成、配布したり、のぼり、ミニのぼり（スタンド付き）、懸垂幕、はっぴ、マフラータオル、ビニル袋など、様々な道具、グッズを製作したりしている。

さらに、「四国の右下ロードライド」、「「四国の右下」アウトドアフェス」、「「四国の右下」食博覧会」など様々なイベントに職員を派遣して、観光PRを行うほか、来客に対し、南部圏域ないし上記キャッチフレーズ等のイメージ、アクセス手段、感想等につき、アンケート調査を実施している。

また、中国語のパンフレット、イベント情報紙等を作成したり、受入ツール（のぼり、ミニのぼり）を製作したり、地元県民を対象に受入講習会を開催したりして、中国人観光客の誘致に努めている。



- (イ) これらの活動は、徳島県の他の地域と比べても、非常に積極的なものであり、また、ユーザーの意見を積極的に聴取して事業に反映させていこうとする姿勢は評価できる。

他方で、徳島県における観光政策全体における位置付け、他の観光振興事業（他の圏域におけるものを含む）との情報交換・提携等が十分であるとまでは言いがたい面がある。

そこで、「四国の右下」の独自性を活かしつつも、徳島県全体の観光振興の一環として共通のキャッチフレーズ、イメージキャラクター等の活用を図ったり（たとえば、徳島県のマスコットキャラクター「すだちくん」を、「おひさん」、「サーフィン魚」と共演させる等）、本事業で得られたノウハウ等の成果を他の観光振興事業に反映させたり（たとえば、他の圏域でもご当地グルメを開発する等）することを検討すべきである。

(4) 指摘及び意見

情報誌「四国の右下↑（みぎあがり）」につき、ホームページ、メールマガジンなどで部分的に復活させ、記事を掲載するなどして、同冊子の編集、発行で蓄積したノウハウを活かし、継続的に情報を発信することが期待される。（意見）

南阿波井、南阿波鍋につき、各種旅行を組み合わせたツアー商品の開発や、県外でのイベント（たとえば、「新鮮 なっ！とくしま」号が参加するイベント）でのさらなるPR等を積極的に図るべきである。（意見）

「南阿波アウトドア道場」につき、費用対効果を測定するとともに、観光客の生の意見を集め、更によりよい内容にすべく努めることが期待される。（意

見)

「だれも知らない四国の右下」につき、有名観光スポットがない地方であっても、取り上げ方次第で様々な魅力を発信し、観光スポットを開発できることを示す好例であるので、南部圏域に留まらず、県内の他の地域でも、このノウハウを活かして、同様の観光スポットの発掘等の取り組みが期待される。(意見)

「四国の右下」PR活動は、徳島県における観光政策全体における位置付け、他の観光振興事業（他の圏域におけるものを含む）との情報交換・提携等が十分であるとまではいいがたい面がある。「四国の右下」の独自性を活かしつつも、徳島県全体の観光振興の一環として共通のキャッチフレーズ、イメージキャラクター等の活用を図ったり、本事業で得られたノウハウ等の成果を他の観光振興事業に反映させたりすることを検討すべきである。(意見)

20 体験型観光推進事業，体験型観光連携推進事業（南部総合県民局企画振興部）

(1) 事業・イベントの概要

本事業は，見る観光から体験する観光へのニーズの高まりに対応し，「体験型観光」による地域振興を一層推進するため，教育旅行等の受け入れに加えて，個人客を新たなターゲットとするべく，インストラクターの育成，旅行商品の開発，農林漁家民宿の開業促進，ホームページ等による情報発信，受入態勢の整備等に取り組む事業（体験型観光推進事業），及び，体験型観光の推進のために南部県域外の受入組織と連携し，イベントの開催，PR活動を実施する事業（体験型観光連携推進事業）である。

主な活動としては，「南阿波よくばり体験」と銘打った体験型観光のパンフレット・ポスター等の作成，体験型観光受入時のコーディネイターの雇用，県外の旅行代理店・学校等を訪問しての体験型観光のPR・勧誘活動，全国ほんもの体験推進連絡協議会が開催する総会・フォーラム等に参加しての情報収集・交換活動等である。



(2) 事業費

ア 体験型観光推進事業

(単位:円)

		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分				国補	国補	国補
事業費(予算額計)				9,577,050	8,778,000	9,331,350
事業費 (決算額)	委託料			9,577,050	8,778,000	9,331,350
	負担金補助及び交付金					
	その他					
	計			9,577,050	8,778,000	9,331,350

イ 体験型観光連携推進事業

(単位:円)

		19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
財源区分					国補	国補
事業費(予算額計)					2,398,200	966,000
事業費 (決算額)	委託料				2,398,200	966,000
	負担金補助及び交付金					
	その他					
	計				2,398,200	966,000

(3) 検 討

ア 観光戦略における位置付け，他の事業，イベントとの提携，相乗効果について

本事業は，個人客をもターゲットとしているものの，主に小学校，中学校，高等学校の児童，生徒向けの体験型の教育旅行（修学旅行，宿泊訓練等）をその対象としている。

他方，戦略的観光誘客推進事業（商工労働部観光国際局観光政策課），広域滞在型観光整備推進事業（同課。ただし，執行は西部総合県民局），コンベンション誘致促進事業（同課）も，体験型観光ないしコンベンションを推進ないし誘致する事業であり，事業の内容が類似している。

しかし，たとえば，PR活動に際し，これらの事業との事前の連絡ができておらず，その結果，同一の勧誘先に対してそれぞれ個別にPRをしている場合があるなど，本事業とこれらの事業との提携が十分にできているとはいえない。

したがって，体験型観光ないしコンベンションを推進ないし誘致する事業など，事業の内容が類似する事業につき，相互に提携し，情報を交換して，相乗効果を上げるように努めるべきである。

イ 「全国ほんもの体験フォーラム」の開催について

全国ほんもの体験推進連絡協議会は，体験型観光を推進するために，年1回，「全国ほんもの体験フォーラム」を開催し，各地における取り組みの体験の発表，ノウハウの交換等を行っている。

本事業のうち体験型観光連携推進事業では，平成23年3月に「第8回全国ほんもの体験フォーラム in 徳島」を徳島県で開催するための事前準備を中心としていた。同フォーラムの参加予定者は約1600名で，初日はアスティとくしまで全体フォーラムを，2日目は県西部（美馬市，東みよし町，三好市），県南部（美波町，牟岐町，海陽町）の6会場に分かれて課題別研究分科会を開催するほか，11種類の体験ツアー（1泊2日）も実施することが予定されていた。

同フォーラムは，フォーラム自体によって今後の本事業の推進に寄与するこ

とが見込まれる上、多数の参加者が県外から参加し、県内で宿泊したり、体験ツアーに参加したりすることによって一定の経済効果が見込まれるものであって、それ自体が大規模な体験型観光ないしそのキャンペーンといえる。

残念ながら、同フォーラムは、平成23年3月に発生した東日本大震災によって、中止を余儀なくされたが、平成25年3月に改めて、「第9回全国ほんもの体験フォーラム in 徳島」として徳島県で開催される予定である。なお、中四国地方では、徳島県が初めての開催となる。

同フォーラムの誘致は、大規模な体験型観光ないしコンベンションの事例として評価しうるものであり、今後も同様の誘致の取り組みが期待される。

ウ 広報及び周知について

本事業では、体験型観光の推進のためにパンフレット・ポスター等を作成している。

パンフレットは、「南阿波よくばり体験 Guide Book」と題する全32頁のオールカラーの冊子であり、「南阿波よくばり体験」と銘打った体験型観光を紹介している。全体的に分かりやすく、地図、体験型観光のプログラム、宿泊施設、カレンダーなど豊富な内容となっており、体験型観光の写真等もふんだんに掲載され、特に学生・児童の関心を惹くものとなっている。

ポスターは、1枚物という体裁・紙幅の関係上、情報量は多くはないが、マリンスポーツの楽しさを強調した明るいイメージのものに仕上がっている。

総じて工夫されたパンフレット・ポスター等であって、一定の広報効果を上げているものと評価できる。



エ 費用対効果の測定について

平成18年～23年度における「南阿波よくばり体験」と銘打った体験型観光（教育旅行）の実績は、次のとおりである。

＜南阿波よくばり体験（教育旅行）実績＞

（単位：校、人）

	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
受入学校数	1	3	4	11	13	17
利用者数（生徒）	165	341	481	1047	1858	1986
生徒泊計（生徒数×泊数）	165	341	631	1204	2485	2805

これによれば、受入学校数、利用者（生徒）数、生徒泊計ともこの数年間で大幅に増加していることが数値的に裏付けられ、本事業は、相当の実績を上げているものと評価できる。

他方で、南阿波よくばり体験における各種体験プログラムの利用料金は、平成26年度から増額される予定である。担当課によれば、従前、国の緊急雇用対策事業を利用して人件費を支出していたが、平成25年度をもって同事業が打ち切られること、平成26年度より消費税の改定が見込まれること等が理由であるとのことである。

かかる理由によれば、増額自体はやむを得ないと解されるが、他方で、体験型観光については、他の地方自治体も積極的に誘致に取り組んでおり、厳しい競争に晒されているという実情がある。そこで、料金の改定にもかかわらず、より一層、利用者を増やせるように、更に魅力的なプログラムの開発、円滑な運営等に取り組むべきである。

（4）指摘及び意見

体験型観光ないしコンベンションを推進ないし誘致する事業など、内容が類似する事業につき、相互に提携し、情報を交換して、相乗効果を上げるように努めるべきである。（意見）

「全国ほんもの体験フォーラム」の誘致は、大規模な体験型観光ないしコンベンションの事例として評価しうるものであり、今後も同様の誘致の取り組みが期待される。（意見）

本事業では、体験型観光の推進のためにパンフレット・ポスター等を作成して

いるが、総じて工夫されており、一定の広報効果を上げているものと評価できるので、そのノウハウを他の事業にも活かしていくべきである。(意見)

本事業は、相当の実績を上げているものと評価できるが、南阿波よくばり体験の利用料金が平成26年度から増額される予定であるので、料金の改定にもかかわらず、より一層、利用者を増やせるように、更に魅力的なプログラムの開発、円滑な運営等に取り組むべきである。(意見)

第4 観光関連事業全体についての検討及び意見

1 徳島県の観光を取り巻く状況と課題について

(1) 観光を取り巻く状況は、全国的に大きく変化している。

すなわち、人口減少、少子高齢化社会の進行により、観光客の総数は、減少してきているものの、生活レベルの向上や、特に経済的に余裕のある高齢者人口の増加に伴い、観光客1人当たりの消費単価は上昇している。

他方、少子化で子供の人口自体は減少しているものの、1人当たりの子供にかける学費等は上昇している。その影響もあって、たとえば、修学旅行の行き先も、かつてのような国内有名観光地はすっかり下火となり、代わって、アメリカ、オーストラリア、韓国、中国などの海外、あるいは、国内でも北海道、沖縄などのリゾート地が人気を集めるとともに、農林漁村等での体験型観光も裾野を広げている。

また、近年、長期的には円高傾向が継続しており、旅行先は、国内に留まらず海外に広がっており、それも、ハワイ、グアム、韓国等のいわば定番の国・地域のみならず、たとえば、アフリカ、南アメリカなど、世界各国・地域にまで及んでいる。

さらに、社会構造の変化により、企業等における団体旅行・慰安旅行は大幅に減少し、代わって家族・友人・知人など親しい者同士で出かける小規模かつオーダーメイドの個人旅行・グループ旅行が主流となりつつある。

(2) また、観光情報の入手方法も、従前のガイドブック、旅行雑誌等以外に、インターネット、口コミなど多様化しており、様々な情報をもとに、個人の嗜好や興味・関心にあわせた多彩な形態の旅行が増加している。

のみならず、交通手段も、かつて主流であった鉄道、バスのほかに、飛行機、自家用車、豪華客船など、様々なものがある。

さらに、個人の価値観やライフスタイルの多様化に伴って、従来の名所旧跡を巡り、郷土料理を楽しむ観光旅行だけでなく、地元の人との交流によるふれあいを求めたり、スポーツや文化、産業、生活などを体験し学習したりするなど観光ニーズが多様化している。

徒歩や自転車各地を回ったり、富士山、日本アルプス等に登ったり、屋久島

に縄文杉を見に行ったりするなど、自然、アウトドアに関するレジャーも人気を集めている。

このように、需要・形態・様式・主体など観光に関わる諸事情は極めて多様化し、複雑なものとなってきた。

- (3) 徳島県においても、観光を取り巻く状況は、全国と同様の現象が生じているほか、徳島県に特有の変化も見られる。

すなわち、徳島県の人口は、平成11年以降減少を続けており、平成20年にはついに80万人を割り込むに至っており、人口減少、少子高齢化の傾向が、他の都道府県、特に大都市圏と比べてより一層、進行している。

また、平成10年の明石海峡大橋の開通によって、徳島県は、神戸・大阪方面といわば「陸続き」となり、四国4県の各県庁所在地を連結する高速道路網の整備と相まって、他の3県からも大鳴門橋・明石海峡大橋経由で多数の車両が関西方面と往き来している。このように、徳島県は、今や香川県に代わる新たな四国の玄関口・関西への出入り口の役割を名実共に担うに至っている。徳島県の関西広域連合における活動も、このような情勢を反映しているといえる。

その反面、徳島県内の購買客が、週末毎に関西方面に買い物に出かけるといういわゆるストロー現象が生じ、県外からの大規模店舗の相次ぐ県内進出と合わさって、地元の企業、商店街等が大きな打撃を被っているのも事実である。また、鳴門の渦潮を見物した後で、香川県に入って讃岐うどんを食べてから、愛媛県の道後温泉で宿泊したり、関西方面から自家用車で阿波踊りに参加し、宿泊せずにそのまま日帰りしたりするなど、高速移動が可能になったことによって、かえって、従前であれば宿泊していたはずの宿泊客が減少するという、高速道路網が整備されていなかった時代であれば考えられなかった皮肉な事態も、既に現実化している。

- (4) このように、全国はもちろん徳島県でも、観光に関わる諸事情は極めて多様化し、複雑なものとなってきたのであって、徳島県が従前と同様の対応をしていたのでは、従前の観光客を確保できるどころか、あつという間に競合する国内ないし海外の観光地に観光客を奪われてしまいかねないような厳しい情勢となっ

ている。

他方で、このことは、徳島県においても、かかる諸事情を的確に把握し、適時に適切な措置を講じれば、観光関連産業を大きく飛躍させ得るチャンスがあることを示している。

たとえば、インターネットは、既に社会に定着しており、これを活用することによって、大都市あるいは海外との物理的距離にもかかわらず、徳島県の観光情報をリアルタイムに、かつ、一度に大量に、しかも安価に、発信することが可能となっている。

そこで、これらの諸事情を踏まえれば、徳島県が、観光関連産業を大きく飛躍させるためには、以下に述べるような課題があるといえる。

- (5) まず、前述のとおり、近年、個人の価値観やライフスタイルの多様化に伴い、従来の名所旧跡を巡る観光旅行から観光ニーズが多様化し、また団体旅行から個人旅行へと旅行形態も変化している。

これらの変化に対応するためには、観光資源により一層の磨きをかけ、さらに新たな観光資源を掘り起こすなどによって観光地としての豊富なメニューを取りそろえとともに、体験・学習の要素を取り入れた新しいタイプの旅行形態を開拓する必要がある。

- (6) また、徳島県の平成23年の「県外からの観光客数」は、観光庁が公表している「共通基準による観光入込客統計」によると、685万7000人で、四国では香川県に次いで第2位であった。

しかし、県外観光客のうち、宿泊客は124万7000人と全体の18.2%にすぎなかった。全国的に見ても、徳島県の宿泊客は、全国47都道府県の中で相当下位に属する。

このデータから分かるように、前述した明石海峡大橋の開通をはじめとする高速交通網の整備により、観光客の移動手段の利便性が向上したため、徳島県を訪れる観光客が増加する一方、日帰りや徳島県での観光後に宿泊せずに県外へ移動する「通過型」の観光旅行が増加している状況であり、「滞在観光型」を推進することが緊急の大きな課題となっている。

2 具体的な観光関連事業の実施状況について

- (1) 平成23年度に実施された具体的な観光関連事業，その徳島県観光振興基本計画における位置付け，担当課，予算については，本報告書の末尾に掲げた資料のとおりである。なお，その概略は，本報告書の第1の9項（13頁～15頁）で掲げている。

これによれば，数え方にもよるものの，平成24年度観光関連事業の総数は延べ82件にも達し，平成24年度当初予算額は約17億0900万円の高額に及んでいるのであって，名実共に徳島県における最重要の事業の一つであるといえる。

- (2) もっとも，これら多数の観光関連事業についても，当然，特徴的な，あるいは，重点的な事業が存在する。この点，観光政策課によれば，平成23年度における特徴的な，あるいは，重点的な事業としては，次のものが挙げられる。

ア 「人材の育成」，「滞在型観光の推進」，「魅力あふれる観光地づくり」などにつながる事業として，魅力あるツアー商品造成及び効果的なPR活動を行うため，旅行エージェンシーやメディアに対して積極的な企画提案を行うとともに，体験型観光の裾野拡大を促進する「戦略的観光誘客推進事業」などを実施した。

イ 「国際観光の推進」につながる事業として，徳島県事務所を設置する中国上海市や，友好提携を締結した中国湖南省を初めとする海外からの観光誘客を推進するための「上海・湖南省交流推進事業」などを実施した。

ウ 「情報発信の強化」につながる事業として，徳島県の物産や観光を紹介するアンテナショップを展開する「とくしま物産全国発信実証事業」などを実施した。

エ 「広域観光の推進」につながる事業として，「にし阿波観光圏」において，民間事業者等が連携・協働して行う誘客や滞在促進事業を支援し，広域的な滞在型観光を積極的に推進する「広域滞在型観光整備推進事業」などを実施した。

オ 「にぎわいの創出」につながる事業として、四季を通じた観光の振興を図るため、アニメを主題としたイベント「マチ★アソビ」等の開催を支援する「マチ★アソビ支援事業」などを実施した。

3 徳島県観光振興基本計画における戦略目標の達成状況について

徳島県観光振興基本計画では、平成22年度から平成26年度までの5年間において観光の振興に関する施策を推進するための戦略目標として、観光入込客数、県外入込客数、宿泊者数、外国人入込客数、外国人宿泊者数、コンベンション年間開催件数につき、それぞれ数値目標を定めるとともに、計画途中の毎年度毎に、その実績値のチェックを行っている。

平成23年度末におけるその状況は、次のとおりである（なお、目標値は、平成26年度における最終的な達成目標である。）。

観光振興基本計画における戦略目標	単位	計画策定時の状況	目標値	実績値	備 考
観光入込客数	万人	1,357 (H19年)	2,150	1,848	実績値は平成23年の数値である。平成23年より全国共通基準の統計方法を導入したため、目標値、従来の実績値との比較は難しくなっている（従来は統計データとは対象規模、対象施設が異なっている。）。
県外入込客数	万人	727 (H19年)	1,450	686	実績値は平成23年の数値である。平成23年より全国共通基準の統計方法を導入したため、目標値、従来の実績値との比較は難しくなっている（従来は延べ人数で集計していたが、現在は実人数の推計値で集計している。）。
宿泊者数	万人	123 (H20年)	148	197	実績値は平成23年の数値である。平成22年4月より観光庁の統計データの対象施設が拡大されたため、従来基準における宿泊者数よりも実績値は多くなっている（従来基準によれば、141万人となる。）。

観光振興基本 計画における 戦略目標	単位	計画策 定時の 状況	目標値	実績値	備 考
外国人入込客	人	16,184 (H 20年)	33,000	12,565	実績値は平成 2 3 年の数値である。
外国人宿泊者 数	人	18,540 (H 20年)	50,000	19,310	実績値は平成 2 3 年の数値である。平成 2 2 年 4 月より観光庁の統計データの対 象施設が拡大されたため、従来の基準に おける宿泊者数よりも実績値は多くなっ ている（従来の基準によれば、1 7, 0 4 0 人となる。）。
コンベンショ ン年間開催件 数	件	216 (H 20 年度)	270	250	実績値は平成 2 3 年度の数値である。

4 観光関連事業の実施状況の評価について

(1) まず、数値目標としては、総合的な戦略目標については、平成 2 3 年度時点で、宿泊者数、コンベンション年間開催件数は、目標値にほぼ近づいており、このまま順調に推移すれば、目標年度（平成 2 6 年度）において、ほぼ達成できるものと見込まれる。

他方、観光入込客数（外国人を含む総数）は、目標値に相当程度近づいているものの、現状では未だ十分とはいえない。

さらに、外国人入込客数、外国人宿泊者数についても、平成 2 3 年の実績は、平成 2 6 年の目標値と相当の乖離があるといわざるを得ない。もともと、これらの目標値は、中国湖南省とのチャーター便の就航計画を踏まえて、元々の目標値を上方修正したものである。そして、平成 2 3 年は、東日本大震災及び福島第一原発事故の影響により、訪日観光客そのものが大幅に落ち込んだという事情もある。

また、県外入込客数は、統計方法が変更されたため、達成状況の把握が困難であるが、観光入込客数等の状況に照らせば、恐らく未だ十分とはいえないものと解される。

なお、数値目標は、上記のとおり、情勢の変化に合わせて適宜、上方修正されている。

- (2) 他方で、個別目標における数値目標については、各項目によって達成状況が様々であり、既に目標値を達成できたものもあれば、未だ目標値に至るには十分ではないものもある。

なお、数値目標が、情勢の変化に合わせて適宜、上方修正されているのは、戦略目標における場合と同じであり、既に目標値を達成できたものの中には、目標値を上方修正したものもある。

- (3) 観光政策課は、かかる数値目標の達成状況をも踏まえて、平成23年度の徳島県観光振興基本計画の実施状況につき、個別目標については、概ね順調に推移しているとしつつ、戦略目標については、同計画策定以降の高速道路休日料金1000円制度の廃止や東日本大震災の影響等の厳しい外的要因により、目標達成のためには更なる取り組みが必要であるとしている。

また、同課は、観光統計データにつき、統計方法を県独自の方法から平成23年度より観光庁が策定した全国共通基準に基づくものに変更したため、目標値と実績値とが単純に比較できなくなっており、今後、新たな統計手法による目標値を設定する必要があるとしている。

- (4) さらに、観光政策課は、徳島県観光振興基本計画策定による改善点及び積み残された課題について、次のとおり分析している。

すなわち、同計画の策定以前は、観光関連事業については、事業ごとに各担当課が個別に施策を展開していた。しかし、同計画を策定し、観光政策課が進捗状況の管理を行うことにより、観光振興施策全体として、各課を通じて、体系的、戦略的な事業の実施が可能となった。

しかし、類似している事業についての部局間をまたいだ連携については、未だ不十分な点もあるので、今後は事業の連携を一層進めていく必要がある。

また、同計画の策定後に生じた新たな課題としては、平成26年度から予定されている高速道路全国一律料金制度に伴う交流人口の増加に対応した取り組みを

行うことが必要である。

- (5) 以上を踏まえて、観光関連事業の実施状況について、その達成の度合い、課題等を検討する。

まず、徳島県の観光を取り巻く状況と課題について前述したとおり、観光客のニーズが多様化しているため、それに応じたメニューをとりそろえる必要がある。徳島県を素通りされることのないように「滞在型観光」を推進することも大きな課題である。これらに関する観光政策課の現状認識と分析は妥当なものと考えられる。

また、観光関連事業の実施状況についても、概ね徳島県観光振興基本計画における観光の振興に関する基本方針に沿った事業が実施されていると評価できる。

さらに、戦略目標、個別目標について、一応の数値目標を立てて、客観的な検証が可能な体制を取っていることも、基本的には評価できる。

しかし、観光政策課によれば、個別目標が概ね順調に推移しているにもかかわらず、戦略目標は、未だ十分な実績には達していないのであるから、両目標における達成状況の乖離の原因について、十分に検討する必要がある。確かに、国際情勢の変動、高速道路休日料金1000円制度の廃止などの外的要因があるとしても、現状では、その原因についての検証は十分とはいえない。

むしろ、個別目標が概ね順調に推移していることが戦略目標の達成状況に十分に反映されていないとすれば、戦略目標と個別目標との連携について、再考する必要がある。

また、積み残された課題についても、類似する事業を連携させていくことは、非常に有効な施策であるが、どのようにして連携機能を強化させるかについて、具体的な手法が問題となる。

- (6) 以下では、徳島県の観光関連事業につき、徳島県観光振興基本計画に基づき、さらに進捗させ、戦略目標等を達成できるようにするために採るべき方策について、監査人の提言を述べる。

具体的には、まず、観光関連事業全般にかかる問題についての提言（統括的な機能の強化、マスコットキャラクター、キャッチフレーズ等を活用した統一的な

観光イメージ戦略)を述べ、次に、個別の事業等の検討を通じて浮き彫りになった事業類型ごとに特徴的な問題点につき、改めてこれを指摘してその改善の方策を提言する。

5 統括的な機能の強化について

- (1) 昨年度の包括外部監査のテーマとして取り上げられた情報通信システムについては、平成16年度より「徳島県ICT推進本部」が設置され、ICTに対する全庁的なガバナンスが整備されている。つまり、情報通信システムに関する「業務・システムの最適化ガイドライン」が策定され、同ガイドラインにおいて全庁的な課題認識が行われ、将来あるべき情報システムの全庁的な統合図が明示されている。

さらに、「調達委員会」等を設置し、一定の基準を満たすシステムの新規調達に係る契約、運用保守管理に係る契約等について全庁的に審査を行い、各部局の「縦割りの壁」がもたらした個別最適による全体不適合の回避、知識・ノウハウの一元化、共通化できるシステムの統合・連携等を行うことにより、情報システムの運用保守経費の削減等に、ある程度、成功している。

これに対し、観光においては、現状では、イベント、施設の管理、県産品等のPR活動等は、担当課ごとに行われており、担当課の枠を超えたノウハウの共有、相乗効果の追求、資源の最適化といった点において、検討された形跡が薄く、また、全庁的な戦略目標においても、目標に至るまでの具体的な道筋が描かれていない。

観光においては、情報システムのように、金額的数値になじまない面もあり、情報システムにおいて徳島県が行った改革をそのまま持ち込めるものではないが、観光の分野においても、全庁に渡る統括的機能の強化の必要性を強く感じた。

- (2) 以下では、かかる観点に鑑みて、今後、強化すべき統括的機能について3点を挙げる。

ア 戦略目標達成へのコントロール

- (ア) 徳島県の観光に関する戦略は、徳島県観光振興基本計画（7頁参照）において規定されており、目標の達成度、進捗状況等についても、基本的には同

計画に基づいて、評価、検討が行われている。

同計画においては、前述のとおり、戦略目標として、観光入込客数、県外入込客数、宿泊者数、外国人入込客数、外国人宿泊者数、コンベンション年間開催件数の6つの具体的数値目標が掲げられている。そして、上記戦略目標を達成するための7つの基本方針（8頁参照）、さらには7つの基本方針を達成するための施策体系（10頁参照）及び施策の具体的展開が記載されている。

これらの方針、施策に関しては、徳島県特有の「おもてなしの心」を生かした観光客の受け入れや農林水産物のブランド化、あるいは、未来志向的な国際観光の推進や滞在型観光の推進といった施策も盛り込まれており、非常に幅の広い内容を網羅するものとなっている。

しかし、具体的な数値目標が記載されているのは、上記の6つの目標値のみであり、当該目標値を細分化した数値目標は記載されていない。つまり、6つの目標値について、具体的に、どのような分野における、どのような施策で、何名の観光客等を増加させ、その結果、どのような積上計算によって6つの目標値の達成を目指すのかについては不明である。

- (イ) この点について、ある担当課は、「個別目標値は、複数の項目を設定している。個別目標の達成を目指し、各個別施策を総合的に展開することによって、ひいては全体の戦略目標の達成に繋げる」と説明する。

確かに、個別目標においても数値目標が設定されているものがあり、中には、既に目標値を達成できているものもある。しかし、個別目標の数値と戦略目標の数値とは、そもそも基準、観点等が異なるため、相互の直接的な関連性はない。すなわち、ある個別目標の数値が達成されたからといって、それが直ちに戦略目標の数値に反映されるわけではない。

したがって、上記の担当課の認識は、結局は、地道に個別目標を達成していけば戦略目標の達成につながるというものであって、正しい考え方ではあるものの、戦略としては抽象的にすぎ、合理的なものではない。それゆえ、このような認識で事業を繰り返したとしても、たやすく戦略目標に到達できるとは思われない。そもそも、戦略目標における目標値が達成できない場合

であっても、元々、目標値に至るまでの積上計算の過程が細分化できていないため、目標値が達成できなかった原因の追究や改善が難しいといわざるを得ない。

- (ウ) この点、一般企業においては、売上、あるいは、利益の目標値を設定する場合、具体的にどの部門、どの製品で、どれだけの売上、利益を獲得するか、そのためには、どのような戦略が必要であるかについて、細分化した目標値が設定され、その目標値の積み上げにより、最終的な売上、利益の目標に到達する道筋が描かれる。そのうえで、P D C Aサイクル（P l a n《計画》－D o《実行》－C h e c k《評価》－A c t《改善》）を繰り返すことにより、業務を改善しながら、最終的な目標値の達成が目指される。

しかし、現状の徳島県観光振興基本計画では、目標達成に至るまでの道筋、すなわち、P l a n（計画）が抽象的であるため、上記のP D C Aサイクルでいうところの、C h e c k（評価）、A c t（改善）が十分にできないのである。

- (エ) 観光という分野に、具体的数値目標が全て当てはまるとまではいえないが、具体的数値の積み上げという根拠のないままに戦略目標を追求することにも無理がある。

やはり、一定の困難が伴うとしても、各イベント、各施設等において、具体的な数値目標を明確化し、その積み上げにより目標達成に至るまでの道筋を描くべきである。仮に、戦略目標に到達しなかった場合には、個別具体的に、どのイベント、どの施設等において目標に至らなかったために、目標値が達成できなかったのか、あるいは、そもそもの積上計算が誤っていたのか、といった分析を行い、再度、各イベント、各施設等における方策を練り直すという過程を繰り返さなければ、進歩はないし、戦略目標に到達することもない。

上記のように、戦略目標に至るまでの道筋を詳細に描き、コントロールする機能を強化することを提言する。

イ 相乗効果，ノウハウの一元化・共有化

個別の観光関連事業についても述べたところではあるが，イベント，施設の管理，県産品等のPR活動等が，担当課ごとに行われ，担当課の枠を超えたノウハウの共有，相乗効果の追求，資源の最適化といった点において，検討された形跡が薄いと感じられる。もっとも，「とくしま物産振興戦略会議」を中心に，農産物，工業品，加工品等の種類を問わず，徳島県産品を統一的にPRし，ブランド化していく取り組みや，県南地域における13種類のスポーツイベントを「Human-Powered Games」というブランド名でリンクさせる試みは，このような問題への対処策として評価できる。

上記の取り組みのように，各事業等を全庁的に把握し，各担当課の枠を超えて，横断的に各事業等を束ねる可能性を探り，ブランド化や，相乗効果を狙う機能を強化すべきである。

また，各事業を担当課内で終結させるのではなく，関連する事業を行っている各課が計画段階から共同で協議を行い，まず，「誰に」「何を」「どのように」提供する事業なのかという事業の要素を明確化し，過去に各担当課が蓄積したノウハウを活かせないか，事業の要素を付け加えることにより事業の拡張性を図れないか，各担当課との事業の相乗効果を狙うことはできないか，といった検討を重ねることが重要である。このような検討を重ねることにより，事業を束ねてPRする手法，相乗効果等のノウハウが共有化され，そのノウハウが蓄積され则认为る。

上記のように，各事業を横断的に束ねる機能，ノウハウを共有・蓄積させる機能を強化することを提言する。

ウ 他の自治体，観光事業者，観光関係団体との連携，協力

他の自治体で行われているイベントや他の自治体が管理している施設，あるいは，民間施設，民間のイベント，観光関係団体が行う事業についても，常にその動向を注視し，相乗効果が期待できる可能性を探り，関連する事業を束ねてPRする，近隣でのイベント・施設との相乗効果を狙うといった手法が，より多くの観光客の満足度を向上させることはいうまでもない。この手法については，各担当課が個別に行うのではなく，全庁的に各自治体等の動向を把握し，

情報を一元的に管理し、連携のノウハウ等を一元的に蓄積した上で、各担当課に情報提供を行う方が、より効果的、効率的である。

さらに、県を含め、それぞれの主体がその役割を十分に果たしているかについて、各主体と協議し、相互に、常に批判、検討を重ねる必要があるが、この窓口についても一本化した方が、問題点を網羅的かつ一元的に把握することができ、解決への道筋をより明確に描くことができると考える。

徳島県観光振興基本計画においては、「各主体の責務と期待される役割」が規定されており、市町村については「地域特性に応じた観光施策を策定・実施することが期待されています」とされ、観光事業者については「事業者自らが創意工夫を凝らし、地域に存在する様々な資源を活用した事業展開を図るとともに、他の事業者との連携による付加価値の創出などを図ること、また、県の実施する施策への協力などが期待されています」とされ、観光関係団体については「団体や地域を超えた相互連携の強化を図り、各分野における観光の推進役として、自らが積極的に徳島の魅力のPRに取り組むほか、事業活動を通して県民の観光に対する関心と理解を深め、おもてなしの気運の醸成に寄与することが期待されています」とされている。

上記の連携、役割については妥当なものであるが、具体的にそれを達成する手法が重要である。

そこで、各担当課が個別に連携等の可能性を探るのではなく、たとえば、観光政策課において、上記の各主体の情報を一元的に管理し、連携についてのノウハウを一元的に蓄積し、さらに、情報交換、批判、検討等を行うに当たっても窓口を一つにすることにより、より効果的、効率的に問題点の解決への道筋を描くことを提言する。

6 マスコットキャラクター、キャッチフレーズ等を活用した統一的な観光イメージ戦略について

- (1) 徳島県のマスコットキャラクターとしては、現在、「すだちくん」、「ちっかーず」、「クリーンちゃん」などがあり、過去に「すっぴんくん」、「やまももちゃん」などがあったが、このうち、最も有名なのが「すだちくん」である。

すだちくんは、徳島県名産のすだちを擬人化した果物モチーフのキャラクター

であり、元々は、平成5年開催の「第48回国民体育大会」（徳島県・香川県における「東四国国体」）の徳島県側のイメージキャラクターとして、平成2年1月、採用された。同大会終了後、すだちくんは、徳島県のマスコットキャラクターに転用された。これは、国体のキャラクターが、開催地のマスコットキャラクターに転用されるケースの先駆けになった。

以来、すだちくんは、徳島県の代表的なマスコットキャラクターとして、徳島県にかかる各種イベント、事業、施策全般の広報等に広く活用されてきた。

なお、すだちくんにかかかかる知的財産権（著作権、商標権）は、徳島県が保有している。



すだちくん



ちっかーず



やまももちゃん

- (2) すだちくんがマスコットキャラクターとして活用された主なイベントとして、平成15年開催の「全国健康福祉祭徳島大会（ねんりんぴっく徳島）」、平成19年開催の「第24回 F I B A（バスケットボール）アジア男子選手権大会」、同年開催の「第22回 国民文化祭・とくしま2007」、平成20年開催の「地域 I C T未来フェスタ2008 i nとくしま」、平成18年公開の映画「バルトの楽^{がく}園^{えん}」及び関連施設「BANDOROCK村～歓喜の郷」等がある。

また、「すだちくん」の名称を冠した主な施策として、「すだちくんメール」（災害時の安否確認サービス）、「徳島県庁コールセンター すだちくんコール」（県の制度や手続き、施設利用、催しなど県行政に関する様々な問い合わせに回答するサービス）などがある。

さらに、担当部署・事業毎にアレンジして活用している主な形態として、「防災すだちくん」（徳島県立防災センター）、「環境すだちくん」・「(夏・冬) エコすだちくん」（県民環境部）、「まなびーあ すだちくん」（徳島県立総合高等学校「まな

びーあ徳島」),「みらいすだちくん」(こども未来課)などがある。

他に,「すだちくん」は,徳島県の種々のキャッチフレーズ(「いけるよ!徳島」,「近いよ!徳島」など)と組み合わせたロゴに使用されたり,小学1年生用のランドセルカバーを始めとする徳島県の各種グッズ,パンフレット,公刊物,施設等で使用されたりしている。



防災すだちくん



みらいすだちくん



すだちくん 展開型

- (3) 他方で,すだちくんは,折からのいわゆる「ゆるキャラ」・「ご当地キャラ」ブームもあって,近年,徳島県内に留まらず,県外で開催される広域イベント等に積極的に参加しており,マスコミ・インターネット等で取り上げられる事例も多くなっている。

すなわち,平成14年開催の「第1回みうらじゅんのゆるキャラショー」では,すだちくんは,参加した25体のマスコットキャラクターの中において,人気投票で3位を獲得し,「第1回ゆるキャラ大賞」の「山田五郎賞(審査員特別賞)」を受賞した。

また,平成18年4月には,すだちくんは,テレビ東京系の番組「TVチャンピオン」の「ゆるキャラ日本一決定戦」に出演し,全国で放送された。

さらに,平成24年春には,すだちくんは,警備会社のテレビCMに出演し,大鳴門橋をバックに阿波踊りの踊り子等と一緒に体操する様子が全国で放送された(なお,その撮影には,観光政策課内の「徳島県ロケーション・サービス」が関わっている。)

そして,平成24年12月には,カナダ人歌手(カーリー・レイ・ジェプセン氏)に関する「ご当地キャラ×「コール・ミー・メイビー」パロディービデオ選手権!」(音楽会社主催,観光庁協力)において,すだちくんが,大鳴門橋をバツ

クに、同氏のヒット曲に乗せて、有名連の踊り子と一緒に阿波踊りを披露する様子を撮影したパロディービデオが、最優秀作品たる「観光庁賞」を受賞した。そして、平成25年2月には、すだちくんが、同氏の日本でのコンサートに出演するなどした。このパロディービデオは、同氏、観光庁、独立行政法人国際観光振興機構（通称 日本政府観光局〔JNTO〕）の各ホームページ、フェイスブック、ツイッター等で紹介されたり掲載されたりするほか、観光庁が出展する海外旅行博でも紹介されるとのことである。

のみならず、すだちくんは、「ゆるキャラグランプリ2012」にエントリーしたり（結果は865体中306位）、日本百貨店協会主催の「ご当地キャラ総選挙」のPRのための記者発表に参加したりするなどしている。

他に、すだちくんは、フジテレビの「森田一義アワー 笑っていいとも!」、NHKの「あさイチ」等のテレビ番組にも、出演したことがある。

- (4) このように、すだちくんは、県民に広く親しまれているのみならず、全国的な知名度も非常に高く、その広告宣伝効果は大きいと思われる。

しかし、観光関連事業では、新鮮とくしまブランド戦略対策事業（とくしまブランド課）で活用されているほか、前述の「近いよ！徳島」のロゴに使用されている例などが見られる程度に留まる。

この点、前述のCM、パロディービデオへの出演等は、まさに担当課において、すだちくんの観光関連事業への活用を企図したものと解され、その方向性は評価できる。しかし、他の都道府県等における著名なマスコットキャラクター（ひこにゃん、くまモン、バリィさん等）と比べると、未だ十分な活用ができていないとはいいがたい。

また、地方公共団体におけるマスコットキャラクターの先駆けともいえるべき地位も、近時の「ゆるキャラ」・「ご当地キャラ」ブームによって多数のマスコットキャラクターが乱立している状況では、次第にその優位性が失われている面も否定できない。実際に、徳島県内の他の自治体等も次々に新規のマスコットキャラクターを導入しており（その中には、マスコミ等で大きく取り上げられたり、テレビCMに出演したりする例もある。）、その影響等もあって、各種コンテスト、グランプリ等におけるすだちくんの順位もやや低迷しているのが現状である。

- (5) 前述のとおり、すだちくんは、徳島県が知的財産権を有しており、格別のコスト（利用料など）を要することなく、観光関連事業における様々な場面での活用が可能である。

また、すだちくんによる具体的な経済効果等は未だ不明な点が多いといわざるを得ないが、報道によれば、他の都道府県等における著名なマスコットキャラクターがもたらす経済効果には、非常に大きなものがあるとのことであるから、すだちくんについても、今後、更なる経済効果等の拡大が期待できる。

この点、県は、平成21年6月、「徳島県マスコット「すだちくん」使用取扱要綱」を改正し、従前からの公益的な利用に加えて、商品についての営利的な利用もできるようにした。なお、利用料は、1申請につき年度毎に1万円であり、利用しやすい設定となっている。

これを受けて、すだちくん関係の商品は、それ以前と比べて、品目、数量ともに相当増加し、徳島阿波おどり空港、徳島駅、高速道路のサービスエリア、徳島県物産観光交流プラザ（通称「あるでよ徳島」）などにおける土産物コーナー等でも広く販売されるようになった。

これは、すだちくんの観光関連事業における積極活用の事例として評価できる。

- (6) さらに、徳島県には、すだちくん以外にも、観光関連事業において利用可能なマスコットキャラクター（「ちっかーず」、「おひさん」、「サーフィン魚」など）がいくつか存在する。

同様に、観光関連のキャッチフレーズも、「近いよ！徳島」など全県的なもののほか、たとえば、南部観光圏における「ぬくいんじょ」・「いっぱいあるでないで」のように一部地域で使用されているが、徳島県全体に当てはまりうるものも存在する。

そこで、今後、すだちくんを始めとするマスコットキャラクター、「近いよ！徳島」などを始めとするキャッチフレーズ等につき、徳島県の観光政策における貴重な資源として位置付けた上で、これらを組み合わせて総合的に活用することで、統一的な観光イメージ戦略を推進していくべきである。

7 実行委員会が主催する大型イベントについて

(1) 実行委員会を用いたイベントの開催方式

徳島県内で開催され、多数の参加者が訪れる大型のイベントは、イベントを主催する実行委員会が組織され、イベントの開催及び運営自体は同実行委員会においてこれを行い、徳島県は、同実行委員会に負担金を交付することで、財政支出がなされるというパターンが少なくない。

(2) 実行委員会方式における注意点、問題点

ア かかる実行委員会方式とでもいうべきイベント実施方法は、自治体が直接主催する場合と比べてメリットもある反面、以下のような注意すべき点もある。

(ア) 交付された負担金の使用自体は実行委員会に委ねられているため、自治体としては、適切な時期に詳しい報告を受けなければ、支出の内容やその適否等を判断することができない。

(イ) イベントの内容等を決定するのも実行委員会であり、自治体の関与の仕方によっては、自治体の意見が十分に反映されない内容となる。

(ウ) そもそも、実行委員会のメンバーが特定の団体に割り振られることが多く、しかもその割り振りも固定しがちであるため、斬新なアイデアが生まれにくい。

イ 実際、徳島県で実施されているイベントに関しても、以下のような問題がみられた。

(ア) イベントの中には、負担金の額に照らし、実行委員会から受領している報告が質・量ともに簡素なものがあり、とりわけ、開催回数が多数回を重ね、参加者も多数に上る大型イベントについて、その傾向が顕著であった。

(イ) 徳島県として参加者のクレームや改善要望を受領しながら、それを実行委員会に反映する体制が整備されていない。

(ウ) 実行委員会のメンバーは、地元の商工会をはじめとする経済団体、観光協会や物産協会といった外郭団体、地元新聞などメディア関連が必ずといってよいほど名を連ねる一方、団体に所属しない参加企業や参加者個人の生の声を反映するメンバーが含まれていると思えない構成となっているものが多い。

った。

(3) 実行委員会方式における検討課題

これらの問題については、その改善に向けて以下のような点が検討されるべきである。

ア イベントの中には、例年、参加者が多数に上ることや何年も継続して実施していることから、イベントの開催自体が既定路線となっているものがある。これは、当該イベントへの負担金の交付も当然のことであるとの感覚が生じていることに一因があると考察される。すなわち、イベント規模が大きければ大きいほど、またそのイベントの歴史が長ければ長いほど、イベントへの支援についても異論の余地がないかのような空気が支配している。

また、当該年度のイベント収支報告は、次年度以降の負担金交付の有無や額を判断するに当たり重要な材料であるにもかかわらず、その審査はやや緩みが感じられ、報告も詳細さに欠ける点があるのも、かかるイベント支援を既定路線化する空気に起因していると推察される。

そこで、徳島県が負担金交付等の方法により支援する以上は、実行委員会の収支等について各経費支出の必要性や収入の中身も含めて審査するのは当然であり、例外を設けることなく、全てのイベントについて十分な審査がなされるべきである。

イ 実行委員会が主催するイベントであるから、実行委員会が運営の中心的役割を担うのは当然であるが、県としても、負担金を交付する以上は、イベントの内容や運営方法についても積極的に意見を述べるべきである。

この点、担当課の幹部職員等が実行委員会の委員に名を連ねるのが通常である。しかし、短期間で担当が交代することもあるため、いきおい従前の手法を追認する等して関与の方法は受動的になりがちで、運営面での取組みにおいて主体性に欠ける点が見受けられる。

他方、イベント参加者としては、大型イベント等については県が責任の一端を担っているとの感覚を抱いており、クレームや改善要望が県に寄せられることも少なくない。そのため、県は、参加者の意見に直に接することも多く、イ

イベントの改善すべき点等に関する情報に多く接する立場にあるといえる。

そうだとすれば、徳島県は、寄せられた意見や情報を基に、実行委員会に対して具体的な改善の要望等を行うべき立場にあるといえ、それは補助金を交付していることからしても当然である。

したがって、イベントに関して県に届いた意見や寄せられるクレーム等について、担当課が集約した上で、多く寄せられる意見はないか、毎年継続して寄せられるクレームはないかといった分析・検討を行うことが要請される。

また、かかる分析・検討を行った上で、主催者側に書面等を用いた明確な方法で改善要望を行い、主催者側からは各要望についていかなる措置を採ったかという措置結果について書面等で報告を受け、その後、当該クレームが減少したか否かをチェックしていくという、事後のフォローを行うといった仕組み、体制を作ることが要請される。

ウ イベント規模が大型化すると、利害関係者も多数に上り、イベントを円滑に運営するためには、各業界の団体との連携が必要になるのであって、各種団体等と準備段階から協議を行うことの必要性は否定できない。

しかし、固定されたメンバーでは発想も固定しがちであり、斬新なアイデアやこれまでの手法を大きく変更するような改善がなされづらくなることも、少なくない。

全国各地でイベントが開催される中で、徳島県がより多くの誘客を実現したいと思えば、進取の気性に富む新しい人材を得てイベントのあり方を議論することも必要である。もちろん、議論の結果、従前とほぼ同様のスタイルで実施するとの結論に至る場合もあるであろうが、その検討すらしないで漫然と前例を踏襲することは、問題である。

主催者側の達成感と参加者の満足度とが乖離していることは、イベント一般に見受けられる事象である。知名度が高く、歴史もあり、多数の来場者が訪れる巨大なイベントであれば、そのPRの方が重視され、一参加者の運営に対する不満やニーズ等は軽視されがちで、メディアによっても正面からの批判等は展開されることは少ないのが実情である。

しかし、そのことは、運営について参加者が何らの不満を抱いていないこと

を意味せず、むしろ、参加者が抱いたニーズを軽視して放置すると徐々に支持を失い、イベントの価値を毀損していく危険性がある。

したがって、実行委員会のメンバーに、参加者の目線に立った意見を述べることができる者など、一部新しい人材を得て、より多方面からの意見を取り入れることも検討すべきである。

8 スポーツイベントについて

(1) 観光戦略上の位置づけについて

監査対象としたスポーツイベントについては、参加者からの評価は高く、一応、成功していると評価できる。しかし、徳島県がスポーツイベント全般に関して、徳島県観光振興基本計画に記載されている「にぎわいの創出」に成功しているとの心象を県内外に与えるまでには至っていない。

今後、各イベントを束ねること等により、相乗効果を狙うといった戦略が必要であり、そのような戦略を策定した上で、同計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。

(2) 安全性、円滑な運営について

イベントによっては、参加者への安全性の配慮が十分でないものがあり、今後、計画段階から医師等の意見を反映させ、イベント開催の条件等について事前の基準を策定する必要がある。また、この安全性の基準については、各スポーツイベントを行う担当課において、共通認識とし、各イベントにおいて活用していくべきである。

さらに、過去において、参加者に対して明らかに不愉快な思いをさせてしまったと思われるイベントもあり、このようなことでは徳島県に対するイメージを大きく損ねてしまう可能性がある。イベントを行う際には、事前準備として、担当課の枠を超えて幅広く意見聴取を行う等の方法により、万全の態勢を整えておく必要がある。

(3) 意見聴取、反映について

イベントの意見聴取において、過去の問題を十分に認識していないケースがあ

った。言うまでもなく、問題点は、引き継ぎを行った上で改善状況をモニターすべきであり、また、他のスポーツイベントを所管する担当課とも情報を共有すべきである。

9 観光施設について

(1) 観光戦略上の位置づけについて

指定管理者に施設を管理させている場合、施設の安全な管理・運営といった点に関心が集中しがちであり、観光戦略上の観点からの検討、運営が十分に行われていないケースがあった。まずは、観光戦略上の位置づけを明確にし、その上で指定管理者が行うべき取り組み、報告体制等を検討すべきである。

また、観光施設としての集客力が十分にあるにもかかわらず、そもそも観光施設としての位置づけがなされておらず、観光戦略上の観点からの運営が行われていないケースがあった。県民の視点からすれば、施設のそもそもの設置目的がどのようなものであろうとも、観光資源として活用可能であれば、観光目的での積極的な活用を期待することは当然である。

いずれにしても、各施設における観光戦略上の位置づけを明確にし、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。

(2) 指定管理者のモチベーションについて

指定管理者のモチベーションを上げるために、報奨金等の制度を設けている施設もあるが、報償金の基準が現状の収支等と乖離しており、指定管理者のモチベーションに有効に作用しているとは思えないケースがあった。また、報奨金等の指定管理者のモチベーションを上げる方策が行われていない施設もあり、他の施設を参考にするなどして、何らかの対策が必要である。

(3) 指定管理者の選定について

指定管理者の選定において、応募が1社しかなかったケースが複数見受けられた。観光戦略の観点からは、消極的に評価せざるをえず、募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。

10 指摘及び意見

(1) 観光関連事業の実施状況の評価について（意見）

戦略目標、個別目標について、一応の数値目標を立てていることは、基本的には評価できるが、両目標における達成状況の乖離の原因について、十分に検討する必要がある。

個別目標が概ね順調に推移していることが戦略目標の達成状況に十分に反映されていないとすれば、戦略目標と個別目標との連携について、再考する必要がある。

(2) 統括的な機能の強化について

ア 戦略目標達成へのコントロールについて（意見）

一定の困難が伴うとしても、各イベント、各施設等において、できる限り具体的な数値目標を明確化し、その積み上げにより目標達成に至るまでの道筋を描くべきである。

仮に、その目標値に到達しなかった場合には、個別具体的に検証してその原因を明確にすることによって、どのイベント、どの施設等にいかなる問題があるかを把握し、積上計算を含め、再度、全体的な方策を練り直すという過程を繰り返すべきである。

イ 相乗効果、ノウハウの一元化・共有化について（意見）

各事業等を全庁的に把握し、各担当課の枠を超えて、横断的に各事業等を束ねる可能性を探り、ブランド化や、相乗効果を狙う機能を強化すべきである。

また、各事業を担当課内で終結させるのではなく、関連する事業を行っている各課が計画段階から共同で協議を行い、まず、「誰に」「何を」「どのように」提供する事業なのかという事業の要素を明確化し、過去に各担当課が蓄積したノウハウを活かせないか、事業の要素を付け加えることにより事業の拡張性を図れないか、各担当課との事業の相乗効果を狙うことはできないか、といった検討を重ねることによって、ノウハウを共有・蓄積させるべきである。

ウ 他の自治体、観光事業者、観光関係団体との連携、協力について（意見）

各担当課が個別に連携等の可能性を探るのではなく、たとえば、観光政策課において、市町村、観光事業者、観光関係団体等の有するイベント・施設等の情報を一元的に管理し、連携についてのノウハウを一元的に蓄積し、さらに、情報交換、批判、検討等を行うに当たっても窓口を一つにすることにより、より効果的、効率的に問題点の解決への道筋を描くべきである。

(3) マスコットキャラクター、キャッチフレーズ等を活用した統一的な観光イメージ戦略について（意見）

すだちくんを始めとするマスコットキャラクター、「近いよ！徳島」などを始めとするキャッチフレーズ等につき、徳島県の観光政策における貴重な資源として位置付けた上で、これらを組み合わせて総合的に活用することで、統一的な観光イメージ戦略を推進していくべきである。

(4) 実行委員会が主催する大型イベントについて

ア 支出の内容やその適否等の審査について（指摘）

徳島県が負担金交付等の方法により支援する以上は、実行委員会の収支等について各経費支出の必要性や収入の中身も含めて審査するのは当然であり、例外を設けることなく、全てのイベントについて十分な審査がなされるべきである。

イ イベント内容の改善を図る仕組みについて（指摘）

実行委員会が主催するイベントであるから、実行委員会が運営の中心的役割を担うのは当然であるが、県としても、負担金を交付する以上は、イベントの内容や運営方法についても積極的に意見を述べるべきである。

また、イベントに関して県に届いた意見や寄せられるクレーム等について、担当課が集約した上で、多く寄せられる意見はないか、毎年継続して寄せられるクレームはないかといった分析・検討を行うことが要請される。

さらに、かかる分析・検討を行った上で、主催者側に書面等を用いた明確な方法で改善要望を行い、主催者側からは各要望についていかなる措置を採ったかという措置結果について書面等で報告を受け、その後、当該クレームが減少

したか否かをチェックしていくという、事後のフォローを行うといった仕組み、体制を作ることが要請される。

ウ 実行委員会のメンバーについて（意見）

実行委員会のメンバーに、参加者の目線に立った意見を述べることができる者など、一部新しい人材を得て、より多方面からの意見を取り入れることも検討すべきである。

(5) スポーツイベントについて

ア 観光戦略上の位置づけについて（意見）

今後、各イベントを束ねること等により、相乗効果を狙うといった戦略が必要であり、そのような戦略を策定した上で、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。

イ 安全性、円滑な運営について（指摘）

イベントによっては、参加者への安全性の配慮が十分でないものがあり、今後、計画段階から医師等の意見を反映させ、イベント開催の条件等について事前の基準を策定する必要がある。また、この安全性の基準については、各スポーツイベントを行う担当課において、共通認識とし、各イベントにおいて活用していくべきである。

さらに、イベントを行う際には、事前準備として、担当課の枠を超えて幅広く意見聴取を行う等の方法により、万全の態勢を整えておく必要がある。

ウ 意見聴取、反映について（意見）

イベントの意見聴取において判明した問題点は、引き継ぎを行った上で改善状況をモニターすべきであり、また、他のスポーツイベントを所管する担当課とも情報を共有すべきである。

(6) 観光施設について

ア 観光戦略上の位置づけについて（意見）

各施設における観光戦略上の位置づけを明確にし、その上で指定管理者が行うべき取り組み、報告体制等を検討し、ひいては、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。

イ 指定管理者のモチベーションについて（意見）

報奨金等の指定管理者のモチベーションを上げる方策が行われていない施設、報奨金等の制度を設けているが、報償金の基準が現状の収支等と乖離しており、指定管理者のモチベーションに有効に作用しているとは思えない施設も見受けられるので、他の施設を参考にするなどして、指定管理者のモチベーションを上げるために適切な対策を講じるべきである。

ウ 指定管理者の選定について（意見）

指定管理者の選定において、十分な応募が得られるように、募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。

第5 「指摘及び意見」の一覧

1 個別事業についての検討及び意見

事業名		指摘及び意見
とくしまロケーション・ブランド発信事業（観光政策課）	1	本事業の必要性は認められるが、本事業の観光戦略における位置付けについて再検討するとともに、その効果を最大限に発揮するために、他の事業との提携についても検討すべきである。（意見）
	2	仮に、事業の性質上、委託者の能力等が重要な考慮要素になるとしても、たとえば、プロポーザル方式によって受託者を選定するなど、できる限り多様な事業者の参加を求めて本事業を活性化すべきである。（意見）
	3	今後は、単に報告書を受けるだけではなく、事業の内容についても、十分なチェック、見直しを行うように努めるべきである。（意見）
	4	本事業の参加者には、ロケ撮影を行う撮影関係者、エキストラその他の形でロケ撮影をサポートする県民・県内事業者が存在する。今後の事業展開の参考にするためにも、アンケートその他の手段によって、これらの参加者から積極的に意見を聴取する仕組みを構築すべきである。（意見）
	5	単にロケの件数のみならず、ロケの内容、影響等をも考慮した上で、本事業の実績を検証する必要がある。また、本事業によって、どの程度の経済効果が見込まれるのか、それが投じた費用に見合うものであるか、仮に、見合うものといえない場合、今後の事業展開はいかにあるべきか等、費用対効果の測定とこれに基づく事業の見直しを定期的実施すべきである。（意見）
徳島県物産観光交流プラザ運営事業（観光政策課）	6	本事業には、支出金額に見合った事業報告がなされているといえるか疑問があるため、今後は、事業内容について、課題の発見や後日の検証可能性という観点も考慮した、より詳細な報告を事業完了報告書にも記載させるべきである。（意見）
	7	委託先を介し、あるいは、委託先から適切な情報提供を受けた上で、徳島県自らが、ユーザーの購買動向に関する情報やニーズを収集し、これを分析して広く活用する仕組みを導入すべきである。（意見）
	8	本事業については、運営の公平性を確保しつつ、展示商品の販促及びPR活動を積極的に展開するという観点から、委託先の選定ないし委託先との契約内容等を見直し、さらなる改善について検討を行うべきである。（指摘）
新鮮とくしまブランド戦略対策事業（とくしまブランド課）	9	できる限り他の事業と連携し、一目で徳島県が認定した徳島県産品と分かるような統一的な認定表示（とくしまブランドの統一化）を検討すべきである。（意見）

事業名		指摘及び意見
新鮮とくしまブランド戦略対策事業（とくしまブランド課）	10	名称やキャッチフレーズについて、一般の消費者、県民等に分かりやすいある程度統一的な用語を使うなどして、より分かりやすい個別事業のPRを検討すべきである。（意見）
	11	今後とも、「新鮮 なっ！とくしま」号を効果的に活用することにより、「とくしまブランド」のPR活動に貢献することが期待される。（意見）
	12	「飛び出す」ブランド産地育成事業にかかる補助金の交付につき、より具体的な報告を求めて補助金が効果的に支出されているかを検証し、かつ、毎年、的確な審査を行い、場合により新規性のある事業に集中的に補助金を交付するなど、メリハリのついた運営が求められる。（意見）
	13	「とくしまブランド戦略会議」につき、具体的な数値目標の達成状況等にかかる各数値の意味、重要性、位置付け等を整理し、年1回の会議に留まらずに適宜、委員の意見を聴取し、「産地戦略会議」とも提携し、意見を交換しながら、より積極的な形で事業の実施状況を精査することが望まれる。（意見）
	14	「産地戦略会議」につき、「とくしまブランド戦略会議」とも提携し、意見を交換しながら、より活発な検討・検証、意見交換がなされるように工夫すべきである。（意見）
	15	「新鮮 なっ！とくしま」号につき、報告書の作成、アンケート調査等が実施され、それを踏まえた改善が図られるなど、一定のチェック、報告体制が確立し、実効性を上げているものと評価できるので、今後、より良い運営を目指すとともに、他の事業にもそのノウハウを活かすべきである。（意見）
	16	「美味しいよ！とくしまブランド店」につき、未だ知名度が高いとまではいえないので、効果的な広告宣伝の方法などを工夫する必要がある。（意見）
	17	「ブランド応援隊」活用事業につき、「すだちくん」は、その広告宣伝効果は大きいと思われるが、経済効果等を勘案し、より一層積極的に、県産農林水産物の広告宣伝に活用すべきである。「とくしまブランド特使」、「なっ！とくしまソムリエ」についても、一定の活用がなされているものの、より一層の活用が期待される。（意見）
	18	「新鮮 なっ！とくしま大使」、「とくしまブランド・クチコミ応援隊」は、未だ十分な活用ができておらず、より積極的な活用が期待される。（意見）
	19	ブランド品目、ブランド育成品目、地域育成品目、とくしま特選ブランドにつき、消費者から直接、意見を聴取し、かつ、市場関係者に対する継続的なアンケート等の実施も検討すべきである。（意見）
	20	本事業は、相当の実績を上げているが、実績を活かして、具体的な成果にどのように結びつけていくかにつき、これまで以上に検討すべきである。（意見）

事業名		指摘及び意見
みんないっしょに外国人観光客事業（国際戦略課）	21	効果測定が困難な事業については、当該事業を実施した理由や戦略上の位置付けが明確にされる必要があり、今後は、それらについてより慎重な検討がなされるべきである。（意見）
	22	本事業の成果物については、日中関係悪化によるイベントの中止等マイナス要因はあるものの、現在の状況下でなお活用の余地がないか、検討されることが望ましい。（意見）
	23	複数の候補者の中から競争的手法により委託先を選定することが望ましく、仮に、本事業のような内容でも担い手が一者しか存在しないのであれば、そのこと自体が由々しき事態である。よって、かかる事態を早急に解消すべく、事業の担い手の育成等、事態解消に向けた方策について検討し着手すべきである。（意見）
徳島阿波おどり空港国際線就航促進事業（交通戦略課）	24	定期チャーター便等を利用した国際観光の推進に当たっては、特定地域、路線に偏重せず、むしろ、複数の地域に目を向けた多面的な事業を展開すべきであり、かかる観点から、必要に応じて戦略や基本方針の立て直し（変更）にも着手すべきである。（意見）
	25	今後、新たな路線や定期便、ツアーを誘致するにあたり補助を行う場合には、より良い補助制度とするために、補助金交付の基準が明確かつ合理的なものとなるようにすべきである。（指摘）
阿波おどり活性化支援事業（観光政策課）	26	ユーザーから多様な情報提供を受ける徳島県として、独自にユーザーのクレームやニーズを収集し、これを分析して活用する仕組み・体制を構築すべきである。 具体的には、たとえば、主催者側に書面等を用いた明確な方法で改善要望を行い、主催者側からは各要望についていかなる措置を採ったかという措置結果について報告を受け、その後、当該クレームが減少したか否かについて事後のフォローを行う、といった方法をとることが要請される。（指摘）
	27	観光誘客促進の観点から極めて重要な役割を担うイベントを維持し、さらに発展させていくため、細部も含めて課題を積極的に発見する仕組みを設け、さらなる改善について検討を行うべきである。（意見）
春の阿波おどり支援事業（観光政策課）	28	県内の宿泊施設のキャパシティーが脆弱であるというハード面の欠陥により、イベント同士の連携による相乗効果を減殺し、観光客数の飛躍的増加を阻んでいることは由々しき問題であり、イベント実施における集客増の努力が最大限報われるように、宿泊施設のキャパシティー増加といったハード面の改善についても引き続き検討課題とされたい。また、上記課題が解消されるまでの間も、イベント同士の連携の相乗効果を減殺することがないよう、連携の範囲や方法について適切な調整を行うべきである。（意見）

事業名		指摘及び意見
春の阿波おどり支援事業（観光政策課）	29	本事業には、実績報告書において支出金額に見合った事業報告がなされていないという問題がある。したがって、今後は、イベントのさらなる改善改良を図るため、事業内容についてより詳細な報告を受けて、補助金のあり方についても検証を行うべきである。（指摘）
	30	今後は、支出（各支出項目の金額）の合理性について、客観的な検証が可能となるよう、検討過程の記録化について検討すべきである。（指摘）
「マチ★アソビ」関連事業（「マチ★アソビ」支援事業、海外発信事業、デジタルコンテンツPR事業）（観光政策課、にぎわいづくり課）	31	「マチ★アソビ」支援事業は、基本的に徳島県の観光政策に大きく寄与するものと評価できるものの、今後も、「アニメと言えど徳島」というイメージを保ちつつ、「マチ★アソビ」を中核とする観光振興を行うためには、関係者の支援・努力、人的結合等により頼らない持続的な仕組みの構築が求められる。（意見）
	32	「マチ★アソビ」のイベントの開催地は、ほとんどが徳島市中心部に集中し、徳島市外であるのはごく一部に留まるので、徳島市外におけるイベントをより増やしていくことが期待される。（意見）
	33	「マチ★アソビ」のイベント内容は、現在ないし最近のアニメに関わるものが中心であるので、今後、より幅広い客層にアピールするべく取り組んでいくことが望まれる。（意見）
	34	来場者にせつかく徳島に足を運んでもらいながら、徳島県産品の売り込みがうまくできていないという面も否定できないので、アニメ関連のグッズ等以外の県産品の販売が促進できるようにすべきである。（意見）
	35	県外からの来場者が多いにもかかわらず、宿泊者が少ないので、来場者に少しでも徳島県内で宿泊してもらえようとするべく、運営面でもより一層の工夫が望まれる。（意見）
	36	来場者に対するアンケート調査を実施し、分析して報告書にまとめている点は、ユーザーの意見を聴取する体制を作り、事業の改善に活かしていこうとする姿勢として、基本的に評価できる。今後、報告書等を活用して、よりよい運営に努めることが期待される。（意見）
	37	「マチ★アソビ」海外”発進”事業は、アニメというサブカルチャーを通じた国際交流、観光振興として一定の成果を上げていると評価できる。今後、適宜、アニメ以外の徳島県の情報をも発信し、海外に「マチ★アソビ」ファン、引いては、徳島県のファンを更に育成し、これらの人材を活用した更なる国際交流、観光振興を図っていくことが期待される。（意見）

事業名		指摘及び意見
とくしまマラソン支援事業（にぎわいづくり課）	38	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）
	39	各イベントと県全体でのスポーツイベントによる「にぎわいづくり」という最終目標とを繋ぐ中間戦略を策定し、各イベントを束ねることにより相乗効果を狙う戦略が必要である。（意見）
	40	参加者に過度の負担が生じないように、イベントを行う前に、その実施要領について、担当課内で検討するだけではなく、他のスポーツイベントを実施している担当課、あるいは、参加予定者等から幅広く意見を聴取するといった方策を制度化する必要がある。（指摘）
	41	風雨、気温等の大会当日のコンディションについて、医師等と協議を行い、大会を実行するか否かについて、事前に基準を策定しておくべきである。（指摘）
	42	意見聴取の方法、対象者、時期、及び意見を反映する方法、情報を共有する方法等について、検討を行う必要がある。（意見）
2011自転車王国とくしまライドinNARUTO（県民スポーツ課）	43	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）
	44	各イベントと県全体でのスポーツイベントによる「にぎわいづくり」という最終目標とを繋ぐ中間戦略を策定し、各イベントを束ねることにより相乗効果を狙う戦略が必要である。（意見）
	45	実行委員会に医療関係者を入れ、救護所等の問題を含め、意見を運営に反映させるべきであり、イベント当日は医師を待機させるべきである。（意見）
四国の右下ロードライド2011（南部総合県民局企画振興部）	46	今後、県南部に留まらず、県全体におけるスポーツイベントとのリンクも検討が必要である。（意見）
	47	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）
スポーツ王国立国事業（にぎわいづくり課）	48	本事業とスポーツイベント、宿泊体験等の事業との関連付けを行うことについて、積極的な検討を望みたい。（意見）
	49	現行の契約方式を再検討し、少なくとも、他の団体からのプロポーザルを受ける方式とし、業務内容の固定化を避ける努力をすべきである。（意見）
	50	誘致成功件数に応じて委託金額が変動する部分を設けた契約内容とすることを検討すべきである。（意見）

事業名		指摘及び意見
徳島県立産業観光交流センター (にぎわいづくり課)	51	修繕費について、集客目標等と連動した中長期的な修繕計画を策定し、基本的には当該計画に基づいて修繕を実行させていくという考え方が必要である。(意見)
	52	経営管理等の観点から、修繕費と備品購入費とを区分すべきである。(意見)
	53	現状の報奨金の基準が、有効に指定管理者のモチベーションに作用しているとはいえず、見直しが必要である。(意見)
	54	平成23年度からの指定管理者の募集において、応募が1社しかなかったことは、観光戦略の観点においては消極的に評価せざるをえず、指定管理者における募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)
徳島県立あすたむらんど (にぎわいづくり課)	55	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)
	56	本施設のように指定管理者制度を採っている施設においても、県の観光戦略上の位置づけを明確化した上で、運営上も、県の観光戦略において果たすべき役割という観点が必要である。(意見)
	57	平成23年度からの指定管理者の募集において、応募が1社しかなかったことは、観光戦略の観点においては消極的に評価せざるをえず、指定管理者選定における募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)
	58	指定管理者がより積極的な集客に努力するような報奨金制度を検討すべきである。(意見)
徳島県立渦の道及び徳島県立大鳴門橋架橋記念館 (にぎわいづくり課)	59	修繕費について、集客目標等と連動した、中長期的な修繕計画を策定し、基本的には当該計画に基づいて修繕を実行させていくという考え方が必要である。(意見)
	60	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)
	61	本施設のように指定管理者制度を採っている施設においても、県の観光戦略上の位置づけを明確化した上で、運営上も、県の観光戦略において果たすべき役割という観点が必要である。(意見)
	62	平成24年度からの指定管理者の募集において、応募が1社しかなかったことは、観光戦略の観点においては消極的に評価せざるをえず、指定管理者における募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)
	63	指定管理者がより積極的な集客に努力するような報奨金制度を検討すべきである。(意見)

事業名		指摘及び意見
徳島県立神山森林公園（林業戦略課）	64	今後、観光施設として本施設が果たすべき戦略的役割を検討し、それに応じた計画案、報告体制を検討すべきである。（意見）
	65	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）
徳島県鳴門ウチノ海総合公園（都市計画課）	66	今後、観光施設としての利用、積極的なPR、県の観光戦略上での位置付けを検討した上で、指定管理者に委託すべきである。（意見）
	67	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）
	68	指定管理者からの報告について、観光戦略上の観点からの記載を求めるべきである。（意見）
	69	平成24年度における指定管理者の選定において、他の応募が1社もなかったということは、今後、本施設を観光目的で積極的に活用すべきであるとの観点においては、消極的に評価せざるをえず、募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。（意見）
	70	観光施設としてのより多くの利用を促進するため、他の指定管理施設で行われている報奨金制度等を参考に、何らかの基準を設け、指定管理者のモチベーションを上げる手法を検討すべきである。（意見）
徳島県月見が丘海浜公園（都市計画課）	71	今後、観光施設としての利用、積極的なPR、県の観光戦略上での位置付けを検討した上で、指定管理者に委託すべきである。（意見）
	72	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）
	73	指定管理者からの報告について、観光戦略上の観点からの記載を求めるべきである。（意見）
	74	観光施設としてのより多くの利用を促進するため、他の指定管理施設で行われている報奨金制度等を参考に、何らかの基準を設け、指定管理者のモチベーションを上げる手法を検討すべきである。（意見）
南部圏域にかかる観光振興事業全般（南部総合県民局企画振興部）	75	情報誌「四国の右下↑（みぎあがり）」につき、ホームページ、メールマガジンなどで部分的に復活させ、記事を掲載するなどして、同冊子の編集、発行で蓄積したノウハウを活かし、継続的に情報を発信することが期待される。（意見）
	76	南阿波井、南阿波鍋につき、各種旅行を組み合わせたツアー商品の開発や、県外でのイベント（たとえば、「新鮮 なっ！とくしま」号が参加するイベント）でのさらなるPR等を積極的に図るべきである。（意見）

事業名		指摘及び意見
南部圏域にかかる観光振興事業全般（南部総合県民局企画振興部）	77	「南阿波アウトドア道場」につき、費用対効果を測定するとともに、観光客の生の意見を集め、更によりよい内容にするべく努めることが期待される。（意見）
	78	「だれも知らない四国の右下」につき、有名観光スポットがない地方であっても、取り上げ方次第で様々な魅力を発信し、観光スポットを開発できることを示す好例であるので、南部圏域に留まらず、県内の他の地域でも、このノウハウを活かして、同様の観光スポットの発掘等の取り組みが期待される。（意見）
	79	「四国の右下」PR活動は、徳島県における観光政策全体における位置付け、他の観光振興事業（他の圏域におけるものを含む）との情報交換・提携等が十分であるとまではいいがたい面がある。「四国の右下」の独自性を活かしつつも、徳島県全体の観光振興の一環として共通のキャッチフレーズ、イメージキャラクター等の活用を図ったり、本事業で得られたノウハウ等の成果を他の観光振興事業に反映させたりすることを検討すべきである。（意見）
体験型観光推進事業、体験型観光連携推進事業（南部総合県民局企画振興部）	80	体験型観光ないしコンベンションを推進ないし誘致する事業など、内容が類似する事業につき、相互に提携し、情報を交換して、相乗効果を上げるように努めるべきである。（意見）
	81	「全国ほんもの体験フォーラム」の誘致は、大規模な体験型観光ないしコンベンションの事例として評価しうるものであり、今後も同様の誘致の取り組みが期待される。（意見）
	82	本事業では、体験型観光の推進のためにパンフレット・ポスター等を作成しているが、総じて工夫されており、一定の広報効果を上げているものと評価できるので、そのノウハウを他の事業にも活かしていくべきである。（意見）
	83	本事業は、相当の実績を上げているものと評価できるが、南阿波よくばり体験の利用料金が平成26年度から増額される予定であるので、料金の改定にもかかわらず、より一層、利用者を増やせるように、更に魅力的なプログラムの開発、円滑な運営等に取り組むべきである。（意見）

2 観光関連事業全体についての検討及び意見

指摘及び意見

(1) 観光関連事業の実施状況の評価について（意見）

戦略目標、個別目標について、一応の数値目標を立てていることは、基本的には評価できるが、両目標における達成状況の乖離の原因について、十分に検討する必要がある。

個別目標が概ね順調に推移していることが戦略目標の達成状況に十分に反映されていないとすれば、戦略目標と個別目標との連携について、再考する必要がある。

(2) 統括的な機能の強化について

ア 戦略目標達成へのコントロールについて（意見）

一定の困難が伴うとしても、各イベント、各施設等において、できる限り具体的な数値目標を明確化し、その積み上げにより目標達成に至るまでの道筋を描くべきである。

仮に、その目標値に到達しなかった場合には、個別具体的に検証してその原因を明確にすることによって、どのイベント、どの施設等にいかなる問題があるかを把握し、積上計算を含め、再度、全体的な方策を練り直すという過程を繰り返すべきである。

イ 相乗効果、ノウハウの一元化・共有化について（意見）

各事業等を全庁的に把握し、各担当課の枠を超えて、横断的に各事業等を束ねる可能性を探り、ブランド化や、相乗効果を狙う機能を強化すべきである。

また、各事業を担当課内で終結させるのではなく、関連する事業を行っている各課が計画段階から共同で協議を行い、まず、「誰に」「何を」「どのように」提供する事業なのかという事業の要素を明確化し、過去に各担当課が蓄積したノウハウを活かせないか、事業の要素を付け加えることにより事業の拡張性を図れないか、各担当課との事業の相乗効果を狙うことはできないか、といった検討を重ねることによって、ノウハウを共有・蓄積させるべきである。

ウ 他の自治体、観光事業者、観光関係団体との連携、協力について（意見）

各担当課が個別に連携等の可能性を探るのではなく、たとえば、観光政策課において、市町村、観光事業者、観光関係団体等の有するイベント・施設等の情報を一元的に管理し、連携についてのノウハウを一元的に蓄積し、さらに、情報交換、批判、検討等を行うに当たっても窓口を一つにすることにより、より効果的、効率的に問題点の解決への道筋を描くべきである。

(3) マスコットキャラクター、キャッチフレーズ等を活用した統一的な観光イメージ戦略について（意見）

すだちくんを始めとするマスコットキャラクター、「近いよ！徳島」などを始めとするキャッチフレーズ等につき、徳島県の観光政策における貴重な資源として位置付けた上で、これらを組み合わせて総合的に活用することで、統一的な観光イメージ戦略を推進していくべきである。

(4) 実行委員会が主催する大型イベントについて

ア 支出の内容やその適否等の審査について（指摘）

徳島県が負担金交付等の方法により支援する以上は、実行委員会の収支等について各経費支出の必要性や収入の中身も含めて審査するのは当然であり、例外を設けることなく、全てのイベントについて十分な審査がなされるべきである。

イ イベント内容の改善を図る仕組みについて（指摘）

実行委員会が主催するイベントであるから、実行委員会が運営の中心的役割を担うのは当然であるが、県としても、負担金を交付する以上は、イベントの内容や運営方法についても積極的に意見を述べるべきである。

また、イベントに関して県に届いた意見や寄せられるクレーム等について、担当課が集約した上で、多く寄せられる意見はないか、毎年継続して寄せられるクレームはないかといった分析・検討を行うことが要請される。

さらに、かかる分析・検討を行った上で、主催者側に書面等を用いた明確な方法で改善要望を行い、主催者側からは各要望についていかなる措置を採ったかという措置結果について書面等で報告を受け、その後、当該クレームが減少したか否かをチェックしていくという、事後のフォローを行うといった仕組み、体制を作ることが要請される。

ウ 実行委員会のメンバーについて（意見）

実行委員会のメンバーに、参加者の目線に立った意見を述べることができる者など、一部新しい人材を得て、より多方面からの意見を取り入れることも検討すべきである。

(5) スポーツイベントについて

ア 観光戦略上の位置づけについて（意見）

今後、各イベントを束ねること等により、相乗効果を狙うといった戦略が必要であり、そのような戦略を策定した上で、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。

イ 安全性、円滑な運営について（指摘）

イベントによっては、参加者への安全性の配慮が十分でないものがあり、今後、計画段階から医師等の意見を反映させ、イベント開催の条件等について事前の基準を策定する必要がある。また、この安全性の基準については、各スポーツイベントを行う担当課において、共通認識とし、各イベントにおいて活用していくべきである。

さらに、イベントを行う際には、事前準備として、担当課の枠を超えて幅広く意見聴取を行う等の方法により、万全の態勢を整えておく必要がある。

ウ 意見聴取、反映について（意見）

イベントの意見聴取において判明した問題点は、引き継ぎを行った上で改善状況をモニターすべきであり、また、他のスポーツイベントを所管する担当課とも情報を共有すべきである。

(6) 観光施設について

ア 観光戦略上の位置づけについて（意見）

各施設における観光戦略上の位置づけを明確にし、その上で指定管理者が行うべき取り組み、報告体制等を検討し、ひいては、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。

イ 指定管理者のモチベーションについて（意見）

報奨金等の指定管理者のモチベーションを上げる方策が行われていない施設、報奨金等の制度を設けているが、報償金の基準が現状の収支等と乖離しており、指定管理者のモチベーションに有効に作用しているとは思えない施設も見受けられるので、他の施設を参考にするなどして、指定管理者のモチベーションを上げるために適切な対策を講じるべきである。

ウ 指定管理者の選定について（意見）

指定管理者の選定において、十分な応募が得られるように、募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。

資料

徳島県観光振興基本計画関連予算に関する調査(平成24年度包括外部監査)

(単位:千円)

徳島県観光振興基本計画の項目	施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
1 将来の観光を担う人材の育成					
(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	小中学校等において、体験学習や宿泊訓練などを通じて、郷土の伝統・文化や自然についての学習を推進する。	—	—	—	学校政策課
		「みんなで阿波藍！コミュニケーション授業」事業	3,600	0	教育文化政策課
	授業で地域の歴史や文化などの地域教材を活用することにより、郷土を理解し、郷土を愛する心を育成する。	道徳教育総合支援事業	14,183	39,400	学校政策課
	幼い頃から、おもてなしの心を醸成するため、分かりやすい表現で取りまとめた観光ガイドを作成し、情報提供に努める。				県観光協会
○郷土を再発見できる講座の開催	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や特色ある地域づくりへの取組につながる講座を開催する。	県立総合高等学校推進事業	11,928	11,961	総合教育センター生涯学習課
	地域の伝統文化について、保存団体と協働し、講義や現地講座、体験教室等を開催することにより、県民の理解と関心を深めるとともに、地域との交流促進を図る。	中国・四国ブロック民族芸能大会開催事業	3,280	0	教育文化政策課
					県観光協会
	本県を代表する国史跡「勝瑞城館跡」の発掘調査成果を基に、中世文化を問い直す講座を開催する。	室町ロマン守護町勝瑞総合支援事業 勝瑞学アカデミー	0	0	教育文化政策課
	勝瑞城館跡や徳島城跡を含む「中世から近世へ 室町ロマンから藩政へのみち」など、時代・テーマの異なる4つのゾーンを設定し、文化財を活かした地域振興を図る「いにしえ夢街道」について、シンポジウム等を開催する。	いにしえ夢街道推進事業「いにしえ夢街道」シンポジウム及び交流企画展	2,007	2,000	教育文化政策課
	にし阿波の優れた自然や歴史、文化などの魅力を再発見する「地域づくり実践講座」を開催する。	県立総合高等学校西部校講座「地域づくり実践講座」の開催	56	200	西部総合県民局企画振興部(美馬)
○郷土について学びたい方への学習情報の提供	県、市町村及び県内生涯学習関連施設等が連携し、徳島県生涯学習情報システムや徳島県立総合高等学校ホームページを活用した県民に良質な生涯学習情報を提供する。	県立総合高等学校推進事業	11,928 (再掲)	11,961 (再掲)	県立総合高等学校本部
		生涯学習情報システム運営費	500	475	生涯学習政策課
○観光振興に関する情報の周知	広報紙、広報番組、インターネットメールマガジンなどを活用して、ホットなイベント情報や先進的な取組事例を積極的に提供し、県内の人々の観光への関心の醸成を図る。	①観光情報提供費 ②みんなでにぎわいづくり事業 ③広域観光推進事業	①15,302 ②12,010 ③35,000	①15,345 ②11,800 ③35,000	観光政策課
	観光振興の効果を広く県民に啓発するため、観光シンポジウムを開催する。	「とくしま祭り」調査推進事業(緊急雇用)	3,738	4,300	観光政策課
(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	ボランティアガイドの育成やネットワークの構築を図るとともに、観光パンフレット、インターネットなどでボランティアガイドに関する情報を発信する。				県観光協会
	県南部地域の観光案内やボランティアガイドの育成等により、観光施設での観光客受け入れ態勢の充実・強化を図る。	みなみへ「ウェルかめ」推進事業(ふるさと雇用)(H23) 「四国の右下」ええもんPR事業(緊急雇用)(H24)	25,368	7,523	南部総合県民局(企画振興部)
	県西部地域において、おもてなしの意識の向上と国内外からの観光客の受け入れ態勢の整備を市町等と連携し推進する。また、引き続き「にし阿波観光案内人養成講座」を開催し、案内人の養成とスキルアップを実施する。	にし阿波観光圏観光地域づくりプラットフォーム補助対象事業	0	0	西部総合県民局企画振興部(三好)
○観光講座の充実	徳島県立総合高等学校等において、県の観光振興の取組や「おもてなし」についての講座を開催し、県民の観光への理解と関心を深める。	もつともつと知りたいとくしま事業	7,035	7,008	にぎわいづくり課
	観光従事者をはじめ観光に関わる方々を対象とした「おもてなし」に関する講習会等を開催する。				県観光協会

徳島県観光振興基本計画の項目	施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
(3) 観光の振興に寄与する人材の育成					
○リーダーの育成	広く県民への啓発に務めることにより、観光の担い手の裾野拡大を図り、県民参加型による観光客誘致と相互交流を推進する。	もっともっと知りたいとくしま事業	7,035 (再掲)	7,008 (再掲)	にぎわいづくり課
					県観光協会
	表彰制度や認証制度の実施により、観光振興に対する取組への意欲を高める。				県観光協会
	学生の就業体験を積極的に受け入れ、観光に関する知識の習得を促し、観光への理解と関心を深めることで、将来の観光を担うリーダーとなり得る人材の育成に努める。		0	0	観光政策課
	「南阿波よくばり体験」、「そらの郷山里物語」を中心とした体験型観光においてコーディネーターの養成に積極的に取り組む。	戦略的観光誘客推進事業	16,800	15,990	観光政策課
○観光従事者向け研修の実施	「南阿波よくばり体験」、「そらの郷山里物語」を中心とした体験型観光においてインストラクターの養成に積極的に取り組む。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
	全国の体験型観光に関する旅行者や学校関係者等が一堂に会する「ほんもの体験フォーラム全国大会」を通じて、体験型観光の知識、技能習得のレベルアップを図る。	①「全国ほんもの体験フォーラムin徳島」開催事業 ②全国ほんもの体験フォーラム推進事業(緊急雇用)	0	①1,300 ②2,200	観光政策課
○外国人観光客に対応できる人材の育成	外国人観光客のニーズに合ったサービスを提供するため、観光施設・宿泊施設の経営者や従業員等を対象に情報提供や研修会の開催などを行う。	国際観光推進事業	2,300	2,290	国際戦略課
	外国語会話集の配布等により、外国人観光客に対応できる人材の育成支援を図る。				県観光協会
	外国人に対応する自治体担当者が研修を受ける機会を提供する。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
	増加する外国人観光客に対応するため、本県に眠る語学能力を有する人材の「発掘・育成」と必要な組織への「派遣・支援」を行う。	「通訳人材」育成・派遣システム整備事業	—	1,000	国際戦略課
○観光分野でのICT活用人材の育成	ICT活用高まりの中、ホームページの作成方法等について情報提供を行う。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
					県観光協会
	県内の魅力ある情報を、写真や動画などを使いインターネット上に発信することのできる人材育成を行う。	地域ICT人材育成事業	16,265	0	地域情報課
2 「阿波とくしま」の魅力あふれる観光地づくり					
(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	四国4県が連携・協調し、キャンペーン等の実施により、四国の魅力を情報発信するなど、都市と農村の交流を促進する。	四国グリーン・ツーリズム推進協議会事業	729	773	農村振興課
	空き家再生等推進事業や地域住宅モデル普及推進事業を活用した古民家の再生や利活用を支援する。	空き家再生等推進事業(国庫補助:三好市事業)	— (市町村事業)	— (市町村事業)	住宅課
	県と市町村が連携し、移住者の受け入れ体制の整備を図るとともに、地域の情報や魅力の発信等を行い、本県への移住を促進する。	定住・交流促進対策県・市町村連携事業費	1,650	1,568	市町村課 集落再生室
○地域が一体となって取り組む観光地づくり	広く県民から地域の魅力に関する情報収集に努め、インターネット、メディア等に情報発信することにより、地域の誇りと愛着を育む。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
	観光事業者と市町村などが合同でエージェント訪問や観光キャンペーン等を実施するなど、官民一体となった取組を促進する。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
	「南阿波よくばり体験」、「そらの郷山里物語」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する。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
	官民一体となった「にし阿波観光圏」のPRや観光案内の向上などの取組による観光客の来訪滞在を促進する。	にし阿波観光圏観光地域づくりプラットフォーム補助対象事業	4,750 (再掲)	4,750 (再掲)	西部総合県民局企画振興部 (三好)

徳島県観光振興基本計画の項目		施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
			緑JOYにし阿波観光圏事業	-	-	西部総合県民局企画振興部 (三好)
	○人にやさしい観光地づくり	障害の有無、年齢、性別等にかかわらずすべての人が安全に安心して生活できる社会づくりの構築を目指し、「徳島県ユニバーサルデザインによるまちづくりの推進に関する条例」の理念の普及を図る。	ユニバーサルデザインによるまちづくりの推進事業	3,548	3,544	地域福祉課
		県立観光施設において、ユニバーサルデザインの考え方に基づく運営が行われるように配慮する。	観光施設トイレUD化事業	24,000	0	にぎわいづくり課
		徳島の玄関口となるJR徳島駅周辺において、バリアフリー化を推進するなど、ユニバーサルデザインの考え方に基づく道路整備を推進する。	緊急地方道路整備事業 交通安全対策事業	-	-	道路整備課
		観光地の魅力を向上させるため、観光客が安心して訪問できるような案内標識や外国人にもわかりやすい多言語表記による案内標識の整備を行う。	おもてなしの国とくしま・道路標識整備事業	-	5,000	道路整備課
(2) 観光資源の育成						
	○四国八十八箇所巡りと県内各地での観光の組み合わせ	「四国八十八箇所霊場と遍路道」は「世界に誇れる四国の財産」であり、この「かけがえない文化」を適切に保存するとともに、全国に、さらには世界へ向けて発信し、人類共有の財産として将来の世代へ引き継ぐため、四国4県が連携して世界遺産登録を目指した取組を進める。	世界に誇る四国遍路モデル事業	3,321	3,290	総合政策課
		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」の整備を推進する。	自然公園等施設整備事業	7,600	13,000	環境首都課 自然環境室
	○伝統芸能の振興、活用	「阿波おどり」を通じて観光客の誘致を促進するため、運営、情報発信等の支援を行う。	阿波おどり活性化支援事業	10,711	10,711	観光政策課
		「春の阿波おどり」として親しまれている「はな・はる・フェスタ」を通じて観光客の誘致を促進するため、運営、情報発信等の支援を行う。	春の阿波おどり活性化支援事業	12,000	12,000	観光政策課
		本県で開催した国民文化祭の4大モチーフとして位置づけた「阿波おどり」、「阿波人形浄瑠璃」、「阿波藍」、「ペートーヴェンの第九」などの個性豊かな文化資源に磨きをかけて、全国に発信していく。	4大モチーフ全国発信事業 (文化立県とくしま推進会議事業)	-	-	国民文化祭課
						県観光協会
		県外での観光・物産展などのイベントの場で、阿波おどりや人形浄瑠璃などをPRするよう努める。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
			物産観光事務所費	485千円のうちの 一部	480千円のうちの 一部	東京本部
			とくしま物産全国発信実証事業	4,821	5,500	観光政策課
			県外での観光・物産展イベント	-	-	観光政策課
		アスティとくしまの阿波おどりの練習風景を観光資源として活用する。	-	-	-	にぎわいづくり課
						県観光協会
	○伝統工芸の振興、活用	国指定の伝統的工芸品である阿波和紙、阿波正藍しじら織、大谷焼について、工芸品展への参加を通じ、伝統的工芸品産業の振興を図る。	伝統的工芸品産業振興事業	1,160	1,160	観光政策課
		郷土で育み受け継がれてきた伝統的な物産品を、「徳島県伝統的特産品」として指定することにより、当該産業の事業者等の製造意欲の高揚とその伝統的な地場産品の育成・振興を図る。	徳島県伝統的特産品指定事業	0	0	観光政策課
		「藍染め、しじら織り製品」を新たにクールビズという視点で全国的認知度を高め、本県の魅力向上と藍染め、しじら織り地場産業の振興を図る。	クールビズ阿波・藍の風推進事業(ゼロ予算事業)	0	0	観光政策課
	○宿泊施設、飲食店等における地元食材の活用	地産地消協力店の登録の推進により、徳島ならではの食を提供する。	とくしま食育推進事業	7,252	2,322	とくしまブランド課

徳島県観光振興基本計画の項目		施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
		地元ならではの食と観光施設を組み合わせ た飲食マップの提供により、誘客促進を図 る。		0	0	観光政策課
						県観光協会
○観光資源の掘り起こし		県内の歴史文化資源を発掘・活用し、歴史的・文化的な町に拠点を置いたまち歩き観光や、県内の歴史的・文化的な地域を巡る広域周遊型旅行の提案を行い、キャンペーン等での展開を図る。	池田まちなみめぐり・池田湖活用開発調査事業	0	0	西部総合県民局企画振興部（三好）
		日常の中にある何気ない風景や地元の人だけが知っている絶景ポイントなど隠れた観光資源について、広く県民等から情報収集し、魅力発信を図ることにより、観光客の誘致・滞在の促進を図る。	観光情報提供費	15,302 （再掲）	15,345 （再掲）	観光政策課
		ヘルス・ツーリズムへの関心の高まりの中、グリーン・ツーリズムの要素を加えた新しいタイプの健康旅行のモニター・ツアーを実施し、県民の健康意識の高揚を図るとともに、先進的な糖尿病予防対策を進める本県のイメージを全国へ向けて発信する。	「ヘルス・グリーン・ツーリズム in 徳島」事業	1,797	0	健康増進課
		徳島県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、年間を通じ、企画展等を開催し、観光客誘致を図る。	文化の森各館 展示事業・文化事業	41,614	38,369	文化の森統括本部
		「室戸阿南海岸国定公園」にも指定されている風光明媚な海岸線と、漁業が盛んな地域の特性を活かし、漁船等を活用した遊覧観光事業を実施する。	漁船等を活用した遊覧観光事業（ふるさと雇用）（H23） 漁船等を活用した遊覧観光を核とした誘客促進事業（緊急雇用）（H24）	8,931	3,450	南部総合県民局（企画振興部）
		県西部地域において、山間部に多く点在する耕作放棄地を活用し、「みつまた」産地の復活と共に、観光地化への取組として、お花見観光を含めたモデル園を設置する。	「みつまた」でよみがえれ！にし阿波の山里農業モデル事業	300	-	西部総合県民局農林水産部（三好）
		阿波しらさぎ大橋を活かし、ビュースポットや自然観察の場、さらには、吉野川堤防や大橋の歩道を回廊として整備するなど、道路施設を利活用して、「新たな観光資源」を創出する。	「きて・みて・あるいて」とくしまのみち魅力増進事業（たちどまって大橋）	31,350	H23で事業終了	都市計画課
		県内において、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、広く情報発信することにより、「LEDといえば徳島！」という地域ブランドの確立を図る。	光の八十八ヶ所	2,776	2,654	新産業戦略課
(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		「徳島県地酒振興協議会」等、関係機関と連携し、地酒の振興を図る。	①「第26回徳島県さき酒選手権大会」 ②「第13回徳島の酒と肴を楽しむ夕べ」 ③「美郷梅酒まつり」 ④「にし阿波ほろ酔いフェア」 ⑤「第13回 四国酒まつり」	0	0	観光政策課
		地産地消協力店の登録の推進により、徳島ならではの食を提供する。（再掲）	とくしま食育推進事業	7,252 （再掲）	2,322 （再掲）	とくしまブランド課
○農林水産物のブランド化		徳島県の優れた農林水産物の良質と供給力の向上を図りながら、生産から消費まで一体的に進める「新鮮とくしまブランド戦略」を展開する。	とくしまブランド戦略推進事業	2,000	1,800	とくしまブランド課
		消費者ニーズに対応するため、安全・安心、新鮮、高品質な農林水産物の生産体制の強化や新商品の開発や実需者（流通業者）へのアピールなど、流通販売体制の整備を促進する。	「飛び出す」ブランド産地育成事業	17,700	16,200	とくしまブランド課
		「新鮮 なっ！とくしま」号の全国展開や「とくしまブランド協力店」の充実支援など、大都市におけるPR体制の整備を促進する。	走る！「とくしまブランド」展開事業 ・近づく産地「なっ！とくしま」展開事業	32,298	27,060	とくしまブランド課

徳島県観光振興基本計画の項目		施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
		「阿波尾鶏」の増産に必要な生産基盤の整備とともに、多様な販売ルートや手法の構築を図る。	阿波尾鶏増産プロジェクト推進事業	533	564	畜産課
	○特産品・土産物の掘り起こし(仮称)	徳島県の優れた農林水産物の良質と供給力の向上を図りながら、生産から消費まで一体的に進める「新鮮とくしまブランド戦略」を展開する。	にし阿波観光圏観光地域づくりプラットフォーム支援事業	105	-	西部総合県民局企画振興部 (三好)
	○農林水産物直売所の活用	地産地消協力店として農産物直売所の登録を進め、所在地や特長についてホームページやパンフレット等で紹介する。	明日も行きたい直売所づくり事業(H23のみトクトク事業) とくしま食育推進事業(H24)	0	2,322 (再掲)	とくしまブランド課
		地元食材を提供する産直市マップを配布し、観光客の滞在促進を図る。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
	○消費者等へのアピールの場の提供	徳島ならではの魅力的で売れる県産品や、販路拡大に意欲のある事業者を発掘するとともに、県内外での県産品販売を推進する協力店舗を募集し、販売ネットワークを構築することにより県産品の販路拡大を推進する。	とくしま物産全国発信実証事業	4,821 (再掲)	5,500 (再掲)	観光政策課
			「阿波の逸品」パワーアップ支援事業	270	250	観光政策課
		物産観光機能を有する物産館と大型駐車場を備えた高速バス停留所からなる「徳島とくしまターミナル」や、本県物産の展示即売及び観光情報の提供拠点となる「徳島県物産観光交流プラザ」の円滑な管理運営を図ることにより、来県される観光客等への本県物産のPRを積極的に行う。	①徳島県物産観光交流プラザの管理運営事業 ②徳島とくしまターミナル管理運営事業	①16,937 ②20,406	①16,311 ②19,536	観光政策課
		見本市(商談会)への参加推進や商談会の開催等により本県物産の全国に向けた販路拡大を図る。	徳島県物産協会実施事業	-	-	観光政策課
		地域特産品である「ゆず」について、企業等との連携による新たな需要の開拓や販路拡大を図る。	“New一谷”農業まるごとサポートモデル事業	600	434	南部総合県民局 (農林水産部)
(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	県内を広域に結ぶ周遊ルートを開発し、観光パンフレットやインターネットを通じて積極的にPRする。	①観光情報提供費 ②みんなでにぎわいづくり事業 ③広域観光推進事業	①15,302 ②12,010 ③35,000 (再掲)	①15,345 ②11,800 ③35,000 (再掲)	観光政策課
		市町村が地域住民と協働等で実施する地域の個性を生かした魅力ある地域づくりを支援する。	がんばる市町村応援事業 (うち元気な地域づくりモデル事業)	10,000	0	市町村課 集落再生室
		観光タクシーを積極的にPRするなど、周遊型観光の推進に取り組む。				県観光協会
		「にし阿波観光圏」の観光資源のブラッシュアップと広域連携により、周遊及び滞在時間の延長に努める。	にし阿波観光圏観光地域づくりプラットフォーム補助対象事業	4,750 (再掲)	4,750 (再掲)	西部総合県民局企画振興部 (三好)
	○観光地における表示の統一	観光客にとって見やすく、わかりやすい観光情報を提供するため、観光案内標識の規格、デザイン等の統一に向け取り組む。	広域観光推進事業	2,155	2,785	国際戦略課
	○観光に関する情報の共有化	市町村、観光事業者、観光関係団体と適時適切に情報交換を行い、情報の共有化を図り、観光誘客を促進する。	「もてなしの阿波とくしま推進会議」の設置・開催	0	0	観光政策課
		製造、販売、医療・健康など様々な業種と連携してニューツーリズムの観光商品を企画・開発することにより、地域の魅力と活力の向上及び観光客の誘致促進を図る。				県観光協会
		市町村が直接入力できるように改善した県の観光情報サイト「阿波ナビ」を活用し、イベント情報などの共有化を図る。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
(5) 自然環境及び良好な景観の保全						

徳島県観光振興基本計画の項目	施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
○自然体験活動を通じた環境学習の推進	学校における環境学習活動を地域の企業等が支える「環境首都あぶとエコスクール」を活用するなど、地域や事業者、学校などにおける「とくしま環境学びプラン」に基づく環境教育・学習の実践を総合的・体系的に推進する。	環境首都とくしま創造センター運営事業	21,389	7,600	環境首都課
	県立佐那河内いさものふれあいの里において、徳島の四季折々の豊かな自然にふれあえる自然観察会等を実施する。	佐那河内いさものふれあいの里管理運営事業(指定管理)	20,593	20,192	環境首都課 自然環境室
○環境と景観の美化	「ゴミゼロの日」キャンペーンやアドプトプログラムなど、環境と景観の美化に向けた普及啓発に取り組む。	吉野川交流推進事業	300	300	県民環境政策課 県民協働室
		地球にやさしい環境県民運動推進事業	6,243	6,243	環境首都課
		土木施設アドプト支援事業	5,000	5,000	県土整備政策課
	阿波とくしま観光の日の取組として、観光地の美化を推進する。	—	0	0	観光政策課
	地域ならではの歴史的価値を有する建造物の修復や案内板の設置などにより、良好な景観の形成を図る取組を支援する。	歴史的環境形成総合支援事業(国庫補助:三好市事業)	— (市町村事業)	H23で事業終了	都市計画課
		街なみ環境整備事業(国庫補助:三好市事業)	— (市町村事業)	— (市町村事業)	住宅課
	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」の取組を推進する。	—	0	0	道路政策課
	地域住民と協働し、海ごみの除去等を進め、「美しい徳島の海づくり、渚づくり」を推進する。	徳島県海岸漂着物回収撤去事業	34,500	0	環境整備課
		土木施設アドプト支援事業・徳島県OURコーストアドプト事業	—	未定	河川振興課
	「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ります。	恵みの宝庫「吉野川」創造プロジェクト(四季彩マラソンロード事業)	0	0	河川振興課
	鳴門公園の正面に位置する第一駐車場公衆トイレを改修することにより、「四国・徳島の玄関口」にふさわしい景観を再生し、県全体の観光振興への波及効果とイメージアップを図る。	鳴門公園公衆トイレ改修事業	—	9,500	環境首都課 自然環境室
	観光客の満足度向上を図るため、南阿波サンラインを中心に樹木の伐採・清掃等を実施する。	南阿波サンライン活用集客促進事業(緊急雇用)(H23) 地域振興推進費(「南阿波サンライン再生」プロジェクトチームの運営)(H23, H24)	4,035 249	— 147	南部総合県民局(企画振興部)
(6) 観光客の利便性の向上					
○着地型観光での利便性の向上	多様化したニーズに応えるため、地域資源を活用した新たな着地型観光の商品化に努める。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
	市町村等が行う観光イベント事業を支援し、個性と魅力にあふれる地域づくりを推進し、地域のにぎわいを創出する。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
	集客力の高い観光地周辺に、総合的な観光案内板を設置し、イベント情報や他の観光地情報の提供などを行い、着地型観光の推進に取り組む。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
	アウトドアスポーツ・メニューをカタログ化し、わかりやすく情報提供することにより、アウトドアスポーツの振興を図る。	「四国の右下」グッ!!と盛り上がり事業(重点分野)(H23) 「四国の右下」スポーツだけではもったいないんです事業(H24)	3,200	0	南部総合県民局(企画振興部)
	「にし阿波観光圏」の眺めのすばらしい地点を「にし阿波ビューポイント」として発掘・集約し、案内の向上やPRを行い、観光客の誘致・滞在の促進を図る。	①にし阿波絶景ポイント動画撮影事業 ②にし阿波絶景ポイント発掘撮影事業 ③にし阿波地域資源データ収集・発信事業(緊急雇用創出事業・重点分野雇用創出事業)	① 12,459 ② 2,842 ③ 2,508	—	西部総合県民局企画振興部(美馬)

徳島県観光振興基本計画の項目		施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
	○クレジットカード等の利用による利便性の向上	「徳島県カード決済システム普及促進協議会」の活動を通じ、観光施設や物産販売施設等におけるクレジットカード等取扱店の拡大を進めるとともに、観光パンフレット等を活用し情報を提供するなど、国内外からの観光客の向上を図る。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
	○交通アクセスの向上	航空機利用に係る広報及び旅行企画の促進等による航空路線の維持・拡充を図り、観光客の利便性の向上に取り組む。	徳島空港利用促進協議会 負担金事業	2,500	2,500	交通戦略課
		個人旅行へと変化している観光ニーズに対応するため、鉄道や路線バス、タクシー等を活用した円滑な移動手段の周知による観光客の利便性の向上を図ることにより、誘致促進につなげる。				県観光協会
						県観光協会
		四国縦断・横断自動車道や阿南安芸自動車道など、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」の整備、さらには、主要幹線道路の整備、空港・港湾と高規格道路などを連結する道路の整備などに取り組むことにより、利便性の向上を図る。	道路改築事業 緊急地方道路整備事業	—	—	道路整備課
			・四国横断自動車道 (鳴門～徳島) (徳島～徳島東) (徳島東～小松島) (小松島～阿南) ・阿南安芸自動車道 桑野道路・福井道路 日和佐道路	—	—	高規格道路課
		本県が持つ豊かな自然を活かした剣山をはじめとする自然公園へのアクセスとなる国道、県道の整備を推進する。	道路改築事業 緊急地方道路整備事業	—	—	道路整備課
		歩き遍路などの歩行者に対して、快適な歩行空間を確保するために、「いやし・もてなし」の心が宿る簡易な休憩施設を整備する。	「いやし・もてなし」施設整備事業	5,000	—	道路整備課
		四国8の字ネットワークと東京～徳島～北九州を結ぶ海上輸送との結節点である徳島小松島港において、耐震強化岸壁等を整備し、物流機能とともに、県内観光地への海の玄関口としての機能を充実・強化する。	徳島小松島港沖洲ふ頭 整備事業(国直轄事業、 県事業)	—	—	運輸政策課
	○二次交通の整備	地域住民の生活交通手段である広域的・幹線のバス路線の確保に向けた支援を行うことにより、観光客にとっても利便性の向上へつなげていく。	徳島県地域公共交通確保 維持改善事業費補助金	144,802	184,600	交通戦略課
						県観光協会
		観光施設等を定額料金で周遊できる二次交通機関としての観光タクシーの普及を図り、観光客の利便性の向上を図る。				県観光協会
	○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、地域の交流拠点や情報提供拠点となる「道の駅」の整備を図る。	—	—	—	道路政策課
		産直市マップをはじめ、各種観光パンフレットを設置し、必要な情報の提供を行う。	①観光情報提供費 ②みんなてにぎわいづくり 事業	①15,302 ②12,010 (再掲)	①15,345 ②11,800 (再掲)	観光政策課
	○駐車場の確保	阿波おどりの開催に合わせ、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る。	阿波おどり活性化支援事業	10,711 (再掲)	10,711 (再掲)	観光政策課
		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う。	鳴門公園地域観光促進事業など	6,836	0	にぎわいづくり課
(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	観光客等が、災害時における宿泊施設等の提供をはじめとする危機管理情報を適切に受け取ることができるよう、県、市町村の観光施設や民間の宿泊施設等へ情報提供を行う。	県、市町村の観光施設や 民間の宿泊施設等への危機 管理情報の提供	0	0	観光政策課

徳島県観光振興基本計画の項目	施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
○事故、災害発生時の迅速かつ的確な情報提供	インターネット上で防災情報を迅速・確実に取得でき、県からの防災ニュースを広く県民に適時発信している防災情報ポータルサイト「安心とくしま」を活用し、観光客に対して、観光施設や宿泊施設等を通じて、もしくは、観光客自ら「安心とくしま」から防災情報を得られるよう情報の周知に努める。	—	300	300	危機管理政策課
			0	0	観光政策課
3 新たな観光旅行の開拓と滞在型観光の推進					
(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	インターネット等を通じて農林漁業体験施設の情報や農山漁村の魅力を紹介し、徳島のグリーン・ツーリズム、ブルー・ツーリズムを積極的にPRする。	グリーン・ツーリズム、ブルー・ツーリズムの推進	0	0	農村振興課
	「南阿波よくばり体験」、「そらの郷山里物語」など体験型観光の取り組みへ支援を行うほか、体験型観光のパンフレットを活用した情報発信を積極的に行う。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
○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整備等を通じて、エコ・ツーリズムを推進する。	自然公園等施設整備事業	7,600 (再掲)	13,000 (再掲)	環境首都課 自然環境室
○メディカルツーリズムの推進	「世界レベルの糖尿病研究開発・臨床拠点の形成」を目指す「健康・医療クラスター構想」における糖尿病治療に向けた取組と本県が持つ豊富な観光資源とを組み合わせ、新たな旅行商品を企画し、国内外、とりわけ中国を始めとするアジア地域からの誘客を図る。	上海・湖南省交流推進事業	16,610	21,700	国際戦略課
○産業観光の推進	長年の伝統を受け継ぐ「酒蔵」や「醤油製造所」など本県の持つ新たな産業観光資源を発掘し、情報発信を行う。	重点分野雇用創出事業 ('とくしま祭り'調査推進事業)	3,738 (再掲)	4,300 (再掲)	観光政策課
	旅行会社による旅行商品造成を支援し、本県が持つ豊富な観光資源と産業観光を組み合わせ新たな旅行商品造成を図る。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
○食を活用した観光の推進	徳島ラーメン、徳島井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る。	徳島特有の食文化を新たに開発し、その情報発信を積極的に行い、観光客の来訪促進に努める。	0	0	観光政策課
					県観光協会
	「徳島の活鯉 味わいキャンペーン」の強化や「鯉三大祭」でのPR等を実施し、県産ハモの認知度向上による本県への入り込み客数の増加を図る。	「徳島の活鯉」飛躍事業	2,500	0	水産課
	「徳島の活鯉 味わいキャンペーン」の強化や「鯉三大祭」でのPR等を実施し、県産ハモの認知度向上による本県への入り込み客数の増加を図る。	はもがひろげるとくしま海の幸事業	0	4,700	水産課
	「徳島県地酒振興協議会」等、関係機関と連携し、地酒を活用したまち歩き観光などの周遊型観光の地元の取組を積極的に情報発信を行い、観光誘客につなげる。	①「梅酒まつり」 (H23.11.26～27) ②「四国酒まつり」 (H24.2.25)	—	—	観光政策課 (主催) ①美郷商工会議所等 ②阿波池田商工会議所、三好市
○参加・体験型教育旅行の誘致	藍の館、阿波十郎兵衛屋敷等複数の小規模な体験型観光施設を組み合わせることにより新たな総合体験メニューとして構築し、参加・体験型教育旅行の誘致を行う。		0	0	観光政策課
	「南阿波よくばり体験」、「そらの郷山里物語」など体験型観光の取組への様々な支援のほか、本県への教育旅行の誘致拡大のため、教育関係者や旅行エージェンツ担当者の招聘等を行うなど、積極的かつ効果的なPRを行う。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
	全国の体験型観光に関する旅行業者や学校関係者等が一堂に会する「ほんもの体験フォーラム全国大会」を通じて、体験型観光の知識、技能習得のレベルアップを図る。(再掲)	①「全国ほんもの体験フォーラムin徳島」開催事業 ②全国ほんもの体験フォーラム推進事業(緊急雇用)	0	①1,300 ②2,200 (再掲)	観光政策課
(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	ボランティアガイドによるまち歩き観光の普及、促進に努める。				県観光協会

徳島県観光振興基本計画の項目		施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
		アウトドアスポーツを観光振興の新たな核として位置づけるため、南部圏域の自然を満喫できるアウトドアイベントを開催し、アウトドアフィールドとしての優位性をPRする。	南部圏域観光振興事業 (重点分野) (H23) 体験型観光連携推進事業 (H24)	15,941	4,946	南部総合県民局(企画振興部)
		「平家落人伝説」、「うだつの町並み」など歴史文化、暮らしに根ざした「にし阿波」の地域資源を活かし、旅行商品の造成、観光客の来訪滞在を促進する。	・「にし阿波観光圏観光地域づくりプラットフォーム補助対象事業」 ・「にし阿波観光地域づくりプラットフォーム応援事業」	4,750 (再掲)	4,750 (再掲)	西部総合県民局企画振興部 (三好)
			お江戸de徳島観光プロデュース実証実験事業	0	1,300	東京本部
○徳島ならではの食材、県産品を生かした観光メニューづくり		本県の農林水産物の中から選定された「ブランド品目」及び「育成品目」を活用し、飲食店で提供するほか、食材の収穫体験など、観光誘客を図る。	「ブランド応援隊」活用事業 ・とくしまブランドサポーター活用事業	3,992	3,440	とくしまブランド課
		地元食材を提供する産直市と観光施設等を組み合わせたマップを配布し、観光客の滞在促進を図る。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
		県内の生産者と大都市圏の飲食店をつなぎ、県産食材の掘り起こしと知名度の向上を推進するとともに、食や観光の情報発信を行うことにより、県外観光客の誘客を促進する。	①「とくしまマルシェ」 ②「徳島わくわく日曜日」	-	-	観光政策課
			走る！「とくしまブランド」展開事業 ・「とくしまブランド」トップセールス事業	32,298 (再掲)	27,060 (再掲)	とくしまブランド課
4 情報発信の強化による「観光とくしまブランド」の確立						
(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		全国各地に広がる県人会の人的ネットワークを活用し、観光誘客の推進や物産の販路拡大を図るとともに、全国徳島県人会連合会が委嘱する「徳島交流大使」を通じた県外各地域との交流の活性化を図る。	阿波の国ネットワーク推進事業	2,935	3,762	総合政策課
		徳島県の魅力を広く発信していただける本県出身者や本県ゆかりの深い方に「阿波とくしま観光大使」を委嘱し、徳島県の魅力を広く県外に発信していただき、認知度とイメージの向上を図り、観光振興につなげる。	「阿波とくしま観光大使」による魅力発信	0	0	観光政策課
		県外の人材と本県との連携・交流のさらなる促進を図り「ふるさと徳島」の活性化に向けた施策・事業を創出するため、首都圏や関西圏等で活躍する「徳島にゆかりのある若手県人」の発掘及びネットワーク化を推進する。	徳島にゆかりのある「人材の発掘」実証実験事業	-	2,500	総合政策課
		連合内の各シルバー大学校等に通う高齢者や卒業生の参加により、「共同講義」、「情報共有(活動例紹介)」、「交流(仲間づくり)」事業を実施するとともに、今後の連携のあり方や取り組みの方向性について意見交換を行い、平成25年度以降の事業継続、拡充を図る。	関西広域連合・シルバー大学校等連携事業	0	200	長寿保険課
○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本県物産のPRや県内事業者の電子商取引の促進を図り、販路拡大を推進する。	①県産品ネット販売「あるねっと徳島」※管理運営：(社)徳島県物産協会 ②県産品ネット販売「楽天市場 あるでよ徳島」※管理運営：(社)徳島県物産協会	-	-	観光政策課
		「食」に関するポータルサイトを活用し、県産食材の販路拡大、県内飲食店の魅力発信、観光客に対する「おもてなし」の向上を図る。	とくしまブランド戦略推進事業	2,000 (再掲)	1,800 (再掲)	とくしまブランド課
		県の観光情報サイト「阿波ナビ」において、新規コンテンツの作成などにより、アクセス数の向上を図る。	①観光情報提供費 ②「阿波ナビ」情報発信力強化事業(緊急雇用)	①15,302 (再掲)	①15,345 (再掲) ②7,781	観光政策課
		イベント情報や観光・物産の情報を掲載したメールマガジンを配信し、最新の観光情報を定期的に提供する。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
		「徳島県南部観光サイト四国の右下右上がり」において、観光情報の発信を行う。		0	0	南部総合県民局(企画振興部)

徳島県観光振興基本計画の項目	施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
○情報発信拠点の充実	観光案内ステーションの拡充により、積極的な観光情報提供を行う。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
	新たな情報発信ツールとして普及が著しい、多機能携帯端末(スマートフォン)に対応した情報発信に努め、観光誘客の促進を図る。	「阿波ナビ」情報発信力強化事業 (緊急雇用事業)	0	7,781 (再掲)	観光政策課
	本県の玄関となる「渦の道」や「エディ」などにおいて、積極的な県内各地の観光情報提供を行う。	鳴門公園地域観光促進事業など	6,836 (再掲)	0	にぎわいづくり課
	県外事務所において、パンフレットを設置するなど観光情報を積極的に提供する。	—			県外事務所
	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効果的に発信するため、道路情報板にその内容を表示する。	イベント情報を道路情報板で表示	0	0	道路整備課
	デジタルサイネージ(電子看板)を観光地等に設置し、観光客に対し周辺のお店の情報やイベント情報を提供する。	—	0	0	地域情報課
○県民一人一人の情報発信力の向上	広報紙、広報番組、インターネット、メールマガジン等あらゆる手段を活用して、観光に関する情報を提供し、県民一人一人の情報発信力の向上に努める。	①観光情報提供費 ②みんなでにぎわいづくり事業 ③広域観光推進事業	①15,302 ②12,010 ③35,000 (再掲)	①15,345 ②11,800 ③35,000 (再掲)	観光政策課
	「宝の島・徳島」をテーマとしたデジタルコンテンツの顕彰の実施や、ICTを活用した情報発信事例を紹介するフォーラムの開催により、徳島の魅力を発掘・発信し、観光誘客の推進を図る。	ICT(愛して)とくしまプロジェクト・新規	1,000	900	地域情報課
	県内の魅力ある情報を県民が持ちよって全国に向け発信するWebシステムを構築・運用し、観光誘客の推進を図る。	—	0	0	地域情報課
	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、広報紙作成に関する講座を開催し、県民のスキルアップを支援する。	県立総合大学校推進事業	11,928 (再掲)	11,961 (再掲)	県立総合大学校本部
○口コミの活用	観光ボランティアや四国観光達人により観光地の詳細な情報を提供することで、まち歩き観光等において観光地の魅力を高め、観光客の満足度の向上を図る。	もっともっと知りたいとくしま事業	7,035 (再掲)	7,008 (再掲)	にぎわいづくり課
	「阿波ナビ」で紹介する観光情報に対して一般の方が感想や意見を口コミ情報として掲載できるサイトを制作・公開し、実際に訪れた方のライブ感ある文書によって観光施設などの魅力を発信することで、新たな集客につなげる。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
	地元だからこそ知っている隠れたオススメ情報や観光名所にまつわるトピックスなどを「阿波ナビ」でレポートして発信する「徳島観光通信員」の増加を図ることにより、隠れた徳島県の魅力を引き出す。	観光情報提供費	15,302 (再掲)	15,345 (再掲)	観光政策課
○大都市圏でのアンテナショップの活用	大都市圏においては、全国的に注目度の高いコンビニエンスストア内でのアンテナショップや物産センターなどを活用し、消費者ニーズの把握や、本県物産の発掘及び販路拡大を図るとともに、本県観光情報の発信を積極的に行うことにより、本県への誘客促進を図る。	とくしま物産全国発信実証事業	4,821 (再掲)	5,500 (再掲)	観光政策課
○観光・物産展の開催	人口集積度の高い大都市圏の百貨店やスーパー等において積極的な物産・観光展を開催することにより、本県特産品の県内外への販路拡大と誘客促進を図る。	百貨店等における催事	0	0	観光政策課
		走る!「とくしまブランド」展開事業 ・ブランド浸透力向上事業	32,298 (再掲)	27,060 (再掲)	とくしまブランド課
	「とくしま阿波おどり空港」に、本県の観光や物産を紹介するコーナーを設け、県外観光客に対して効果的な情報発信を行う。	徳島県物産展示コーナー管理運営事業(一部)	597	597	観光政策課

徳島県観光振興基本計画の項目		施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
		農林水産物のPRを行う「新鮮 なっ！とくしま」号において、物産、阿波おどり等の観光、人形浄瑠璃の阿波文化など、徳島の魅力を「まるごと」情報発信する。	走る！「とくしまブランド」展開事業 ・近づく産地「なっ！とくしま」展開事業	32,298 (再掲)	27,060 (再掲)	とくしまブランド課
		南部圏域への観光客の増大や地元食材の利活用を推進するため、南部圏域が一体となったイベント開催やPR活動等を実施する。	「四国の右下」まるごと体感事業(H23,24) 「四国の右下」ええもんPR事業(緊急雇用)(H24)	2,700	3,150 7,523 (再掲)	南部総合県民局(企画振興部)
○総合的な情報発信活動の強化		徳島県観光キャッチコピーを、観光ポスターや観光パンフレットなどあらゆる機会に活用して、積極的なプロモーション活動を展開する。	①観光情報提供費 ②みんなでにぎわいづくり事業	①15,302 ②12,010 (再掲)	①15,345 ②11,800 (再掲)	観光政策課
		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」を行う。	広報媒体交換事業	0	0	秘書課
		徳島自動車道のサービスエリア等において、高速道路新料金制度の周知や、徳島の観光・物産PR、高速道路事業の啓発等を行う「集客きキャンペーン」を実施する。	高速道路事業者との連携推進事業(徳島自動車ふれあいキャンペーン事業)	0	0	高規格道路課
		観光事業者、観光委関係団体等と連携し、県外の旅行者に対し、本県の個性豊かで魅力的な観光情報の発信を行い、誘客活動を促進する。	①みんなでにぎわいづくり事業 ②広域観光推進事業	①12,010 ②35,000 (再掲)	①11,800 ②35,000 (再掲)	観光政策課
		市町村や観光関係団体の実施するイベント情報を集約し、メールマガジンやイベントガイドによる情報発信を行い、イベント情報のPR強化を図る。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
		(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		公的関与のフィルムコミッションを中心に、県内を舞台にした映画、テレビ、CM等のロケ撮影の支援・誘致を推進する。	とくしまロケーション・ブランド発信事業	9,027	8,612	観光政策課
		映画、テレビ、CM等の県内ロケ地やロケ適地を県内外に効果的に発信するため、ホームページやパンフレット等を活用し、全国に発信する。	とくしまロケーション・ブランド発信事業	9,027 (再掲)	8,612 (再掲)	観光政策課
○マスメディアの露出効果の継続的活用		県外事務所と連携し、大都市圏でのPR活動を積極的に行う。	—			県外事務所
		(3) 旅行商品づくり				
○旅行会社への積極的な情報提供		魅力あるツアー商品造成及び観光資源の効果的なPR活動を行うため、旅行会社やメディアに対して積極的な企画提案を行うとともに、体験型観光の裾野拡大を促進する。	①観光情報提供費 ②みんなでにぎわいづくり事業 ③広域観光推進事業	①15,302 ②12,010 ③35,000 (再掲)	①15,345 ②11,800 ③35,000 (再掲)	観光政策課
						県観光協会
		南部圏域の観光資源や特産品、伝統文化等のPR活動を行うとともに、これらを一同にまとめたイベントを開催し、旅行会社やメディアに対して積極的な広報を行う。	「四国の右下」まるごと体感事業(H23,24) 「四国の右下」ええもんPR事業(緊急雇用)(H24)	2,700 (再掲)	3,150 7,523 (再掲)	南部総合県民局(企画振興部)
5 国際観光の推進						
(1) 外国人観光客の来訪促進						
○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、広く海外に本県の魅力を発信する阿波おどり連を支援し、国際観光の促進を図る。	みんなでにぎわいづくり事業 外国人誘客促進事業(H23のみ)	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課 国際戦略課(※H23のみ)
						県観光協会
		日本が世界に誇る文化資源「アニメ」を活用し、アニメイベント「マチ☆アソビ」などによる徳島への誘客促進及び広報プロモーション活動を展開します。	デジタルコンテンツPR事業(H23) 秋のマチ☆アソビ開催支援事業(H24)	74,000	47,000 (うちにぎわいづくり課執行分)	にぎわいづくり課
		関西広域連合や四国ツーリズム創造機構の活動を通じて、海外における観光プロモーション活動を展開する。	広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課

徳島県観光振興基本計画の項目	施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
○ターゲットを絞った誘客活動	訪日リピーターが多い台湾市場に対しては、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る。				県観光協会
	近隣の韓国市場に対しては、健康志向の高い熟年層や教育関係者をメインターゲットに、ゴルフやトレッキングなど週末感覚で楽しめる旅行商品の開発や阿波おどりや藍染めなど本県の伝統文化に触れる観光素材を活用し、本県への誘客を図る。				県観光協会
	これまで市場開拓を進めてきた欧米系の国々、香港・台湾での市場拡大に加えて、新たに、有望な市場であるシンガポールでの市場開拓を進める。	にし阿波観光圏グローバル戦略強化事業 (インバウンド市場拡大モデル事業)	-	2,725	西部総合県民局企画振興部 (三好)
	関西広域連合、中国地方、四万十・足摺エリア(幡多地域)観光圏と連携を進めることにより、ブランド力向上に努め、外国人旅行者誘客を図る。	にし阿波観光圏グローバル戦略強化事業 (地域間連携推進事業)	-	254	西部総合県民局企画振興部 (三好)
	豊かな地域資源を活かした本物の体験ができる、農林漁家民宿等での宿泊を組み入れた、体験型観光の推進を支援し、観光による交流人口の拡大による地域経済の活性化を図り、集落機能の維持とにぎわいの創出につなげる。	にし阿波観光圏グローバル戦略強化事業 (観光地域づくり基盤整備事業)	-	1,201	西部総合県民局企画振興部 (三好)
○海外からの誘客活動の推進	関西広域連合や四国ツーリズム創造機構などの活動を通じて、海外の旅行会社やマスメディア等を招聘し、地元事業者との観光商談会の開催や観光素材を巡る視察ツアーなどを実施し、旅行商品の造成を促進する。	広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課
	中国湖南省の旅行会社・市民ランナーを招聘し、「とくしまマラソン」と「はな・はるフェスタ」等のイベントや観光地を組み合わせたファムトリップを実施し、今後の旅行商品化を推進します。	中国・グローバル戦略推進事業(一部)	0	1,000	にぎわいづくり課
					県観光協会
○外国語パンフレットによる情報発信	英語、中国語、韓国語、ドイツ語に対応したパンフレットにより、外国人の方々に情報発信を行う。	外国語パンフレットによる情報発信			国際戦略課
	観光パンフレットを、自治体国際化協会、国際観光振興機構などの海外事務所に設置するなど、積極的な情報発信を展開する。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
	関西広域連合や四国ツーリズム創造機構などの活動を通じて、英語、中国語、韓国語等による広域的な観光パンフレットを作成することにより、関西や四国が一体となった情報発信を行う。	広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課
○インターネットを活用した外国人向け情報発信	県の公式ホームページや観光情報サイトにおいて、多言語による外国人向け情報発信を行う。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
	関西広域連合や関西地域振興財団が運営するホームページにおいて、多言語による徳島県を含む関西の広域情報の発信を行う。	広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課
(2) 外国人観光客の受入体制の整備					
○外国語表記の推進	観光案内板等の外国語表記を促進し、外国人観光客の利便性の向上を図る。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
○外国人観光客への案内サービスの向上	徳島県国際交流プラザにおいて外国語対応相談員を配置し、観光案内を含む外国人からの各種相談に対応する。	外国人にやさしい徳島づくり推進事業	12,949 (当該施策の予算はこの内の一部)	12,348 (当該施策の予算はこの内の一部)	国際戦略課
	徳島県国際交流プラザにおいて、観光情報を外国語で提供する。	国際観光推進事業	2,300 (再掲)	2,290 (再掲)	国際戦略課
○国際チャーター便の活用	国際チャーター便の就航促進を図るための支援を実施するとともに、海外旅行会社等に対して積極的に情報提供を行う。	上海・湖南省交流推進事業	16,610 (再掲)	21,700 (再掲)	国際戦略課
		徳島阿波おどり空港国際線就航促進事業	18,700	27,170	交通戦略課
(3) 海外との相互交流					

徳島県観光振興基本計画の項目	施策展開	事業名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
○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をはじめ、ブラジル・サンパウロ州や中国・広東省等、本県と友好交流関係にある地域との間で、経済、文化、教育、スポーツ等、幅広い分野において交流を行う。	①ニーダーザクセン州友好交流推進事業	① 6,010 ② 5,000	① 5,000 ② 4,000	国際戦略課
		②中国・湖南省交流推進事業			
		教育旅行受入体制強化事業	6,290	2,849	学校政策課
	県内各市町村において海外自治体等との相互交流が促進されるよう、適切な情報提供を行う。	学校を拠点とした地域国際理解教育推進事業	1,600	1,950	学校政策課
			0	0	国際戦略課
6 広域観光の推進					
(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	複数の観光地が連携し、共同で観光PRを実施するなど、周遊型観光の推進を図る。	①みんなでにぎわいづくり事業 ②広域観光推進事業	①12,010 ②35,000 (再掲)	①11,800 ②35,000 (再掲)	観光政策課
	「にし阿波観光圏」において誘客・滞在型観光の推進を図るため、民間事業者等が連携・協働して取り組む広域的な事業を支援し、「にし阿波」の魅力発信と国内外からの観光誘客を進める。	・「にし阿波観光圏観光地域づくりプラットフォーム補助対象事業」 ・「にし阿波観光地域づくりプラットフォーム応援事業」	4,750	4,750	西部総合県民局企画振興部 (三好)
(2) 四国4県及び関西圏の連携					
○近隣府県と一体となった観光への取組	四国ツーリズム創造機構の活動を通じて、国内外に向けた観光プロモーションをはじめ、四国はひとつとして官民一体となった観光の推進に取り組む。	広域観光推進事業	35,000 (再掲)	35,000 (再掲)	観光政策課
		広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課
	関西広域連合の活動を通じて、海外観光プロモーションをはじめ、関西一体となった観光の推進に取り組む。	広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課
	「関西広域連合」への参画により、国際観光を中心とする広域観光推進事業の共同実施を進める。	広域観光推進事業	2,155 (再掲)	2,785 (再掲)	国際戦略課
	大鳴門橋開通25周年を契機として、徳島と淡路の観光、文化、産業など様々な分野での相互交流をさらに発展させるとともに、徳島の持つ地域資源を近隣府県へ広く情報発信し、徳島への誘客の増大を図る。	淡路・徳島交流連携推進事業	0	0	総合政策課
	四国や近畿の各府県と連携協力し、子育て家庭を対象に、協賛店舗・施設等で割引やプレゼントなどの優待サービスを提供する事業を実施することにより、親子がふれあいを深める機会づくりを応援し、四国や近畿での交流の促進を図るとともに、誘客の増大につなげる。	「Go! Go!くつつき隊」応援事業	578	588	こども未来課
	兵庫県と連携し、クーポン付きパンフレットの配布や貸切バスでの団体旅行への支援を行うことにより、広域観光誘客に取り組む。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)	観光政策課
7 「阿波とくしま」らしいにぎわいの創出					
(1) イベントの開催などによる集客					
○既存イベント等の改善や組み合わせによる集客力の向上	イベント開催において、徳島ならではの阿波おどりや県産品を積極的に活用することにより、集客力を高める。	戦略的観光誘客推進事業	16,800 (再掲)	15,990 (再掲)	観光政策課
		とくしま物産全国発信実証事業	4,821 (再掲)	5,500 (再掲)	観光政策課
		県外でのイベント開催			観光政策課
	「春の阿波おどり」として親しまれている「はな・はる・フェスタ」と「とくしまマラソン」の効果的な連携により、集客力を高める。	春の阿波おどり支援事業	12,000 (再掲)	12,000 (再掲)	観光政策課
		とくしまマラソン支援事業	0	30,000	にぎわいづくり課
	「渦の道」、「あすたむらんど徳島」、「アスティとくしま」などの交流拠点を活用したイベントの充実を図る。	指定管理運営業務	914,633	914,285	にぎわいづくり課

徳島県観光振興基本計画の項目		施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
		「とくしまマラソン」の来県参加者に徳島の魅力を満喫していただき、新たな来客につなげるため、「マラソン後のおもてなし」としての交流イベント等の開催を応援する。		0	0	にぎわいづくり課
		本県の豊かな自然や歴史・文化に加え、各市町村のイベントや体験型観光などのほか、伝統芸能や特産品など、観光と物産の両面で「とくしまの魅力」をまるごと情報発信する。	①観光情報提供費 ②みんなでにぎわいづくり事業 ③広域観光推進事業	①15,302 ②12,010 ③35,000 (再掲)	①15,345 ②11,800 ③35,000 (再掲)	観光政策課
			重点分野雇用創出事業 (「とくしま祭り」調査推進事業)	3,738 (再掲)	4,300 (再掲)	観光政策課
						県観光協会
		アフターコンベンションでの郷土芸能の出演経費やアフターバスツアー経費に対して助成を行うなどにより、本県でのコンベンション開催を促進する。	コンベンション誘致促進事業	18,850	18,850	観光政策課
						県観光協会
		○新たなイベント等の創出	市町村等が行う観光イベント事業を支援し、個性と魅力にあふれる地域づくりを推進し、地域のにぎわいを創出する。	みんなでにぎわいづくり事業	12,010 (再掲)	11,800 (再掲)
「マチ☆アソビ」支援事業	2,000			2,000	観光政策課	
徳島県文化の森総合公園で開催される企画展や各館の連携事業を広く全国にも情報発信することにより、県外の方にも訪問を促し、徳島の文化について理解を深めていただくよう取り組む。	アトムデビュー60周年企画「手塚治虫展」事業 (H23新規・骨格)			2,000	0	文化の森統括本部
「にし阿波アウトドアフェスタ」の開催に協力し、交流の促進につなげる。	にし阿波アウトドア交流促進調査			479	-	西部総合県民局企画振興部 (美馬)
新鮮で安全・安心な食材やアウトドアスポーツを活かしたヘルス・ツーリズムなど、徳島ならではの体験型観光の魅力を全国に発信する「全国ほんもの体験フォーラム」を開催する。	①「全国ほんもの体験フォーラムin徳島」開催事業 ②全国ほんもの体験フォーラム推進事業(緊急雇用)			0	①1,300 ②2,200 (再掲)	観光政策課
地域振興の拠点となる港において、既存施設を活用した「憩いの場」や「にぎわい空間」を創出する実証実験等を行い、観光誘客につなげる。	港にぎわい空間創出事業			32,873	26,880	運輸政策課
(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	大規模な大会等において、その開催経費について助成を行い、観光とコンベンションの総合的な振興を図る。	コンベンション誘致促進事業	18,850 (再掲)	18,850 (再掲)	観光政策課	
					県観光協会	
		コンベンションの開催情報収集を積極的に 行い、誘致活動に取り組む。	コンベンション誘致促進事業	18,850 (再掲)	18,850 (再掲)	観光政策課
					県観光協会	
(3) スポーツによるにぎわいづくり						
○交流人口の増加	四国最大規模を誇る「とくしまマラソン」を支援し、徳島の魅力を全国に発信することにより、にぎわいの創出を図る。	とくしまマラソン支援事業	0	30,000 (再掲)	にぎわいづくり課	
		県外企業、大学等のプロスポーツ合宿誘致や交流試合の実施による各施設の有効利用や交流人口の増加を図り、徳島へのリピーター拡大に努める。	「スポーツ王国」立国事業	7,347	7,319	にぎわいづくり課
		いつでも誰でもが徳島の豊かな自然や観光地を巡りながらサイクリングできる環境を整え、「自転車王国とくしま」としての魅力を県内外に発信することにより、スポーツ振興を図る。	重点分野雇用創出事業・自転車王国とくしま公式コース活用・PR事業	10,730	8,047	県民スポーツ課

徳島県観光振興基本計画の項目	施 策 展 開	事 業 名	平成23年度 最終予算額	平成24年度 当初予算額	担当課
	「自転車王国とくしま」ブランド発信のため、既存イベントの検証やブランド化の検討をし、情報発信を行うとともにサイクルイベントを開催する。	自転車王国とくしまブランド発信事業	0	1,500	県民スポーツ課
	ドイツ・ニーダーザクセン州からトップランナー等を招聘し、日本人選手と競い合うシーンを演出することにより、一層のにぎわいを創出するとともに、「とくしまマラソン」のイメージアップや県民の競技力向上を図る。	ニーダーザクセン州友好交流提携5周年事業（一部）	0	500	にぎわいづくり課
	「にし阿波アウトドアフェスタ」の開催に協力し、交流の促進につなげる。（再掲）	にし阿波アウトドア交流促進調査	479 （再掲）	—	西部総合県民局企画振興部（美馬）
○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創出	「徳島ヴォルティス」、「徳島インディゴソックス」両チームの集客力や情報発信力を活用した各種イベントの開催などを通じ、一層にぎわいを創出する。	エンジョイ☆プロスポーツ事業	1,900	1,120	にぎわいづくり課
合 計			1,833,954	1,708,709	

・予算額欄の「—」は、「当該年度に実施していない事業」や「国市町村、団体等、県以外の支出にかかるもの」であるため、集計していない。

・土木事業で、道路・港湾の建設整備等インフラ事業は、合計から除いている。

・県観光協会は、県とは別法人なので、予算額欄に計上していない。

・なお、上記は、包括外部監査人調べの概数である。