

徳島県観光振興基本計画 (第4期)

令和6(2024)年3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
2	本県観光を取り巻く現状・課題	2
3	本県観光の目指す将来像	3
4	数値目標	4
5	施策展開	
（1）	国内外との動線確保	8
（2）	高付加価値なコンテンツの充実	8
（3）	持続可能な観光地づくり	9
（4）	国内外への情報発信の強化と本県の認知度向上	11
（5）	県産品の振興による魅力発信	12
（6）	大阪・関西万博を契機とする誘客促進	12
6	推進体制	14

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期計画を策定、その後、2015年3月に第2期計画、2019年8月に第3期計画、2021年3月には新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、第3期計画の改定版を策定し、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。

加速する人口減少や社会経済情勢、旅行者のニーズも大きく変化し、「地方」の現場においては、地方同士が競い合う地方創生が待ったなしの状況であり、今後10年は地方の正念場、まさに「地方創生戦国時代」を迎えており、そのような時代で本県が勝ち抜くため、県民の皆様とともに、歴史・自然など徳島にしかない個性や魅力を磨き、発信し、徳島の力を最大化させ、観光産業が本県の「リーディング産業」となるための指針として、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、2024年度から2028年度までの5年間としております。

2 本県観光を取り巻く現状・課題

(1) 加速する人口減少

本県の人口は1999年以降、一貫して減少を続けており、2023年には、推計人口が70万人を割り込むなど、全国を上回る速度で少子高齢化が進行しています。

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、全国的な人口減少、老年人口の増加など人口構成の変化を踏まえ、大規模市場である国内からの観光誘客に引き続き取り組むとともに、増加が見込まれるインバウンド需要を獲得するため、戦略的な観光コンテンツの開発、受入環境整備、情報発信が求められています。

(2) デジタル化の進展

コロナ禍を契機として、テレワークやオンライン会議など、デジタル技術の社会への実装が加速しています。

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、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。

今後、過疎化や労働力不足が見込まれる中、デジタルの力を活用して諸課題の解決や魅力向上につなげていくことが求められています。

(3) 移動しやすい環境

徳島阿波おどり空港には国内LCC、国際定期便が運航されておらず、四国への新幹線は「整備計画路線」への格上げが先延ばしにされている中、「人流・物流・商流」の拡大に向け、広域交通ネットワークの充実による県民・観光客が移動しやすい環境が求められています。

(4) 観光コンテンツの充実

コロナ禍で大きく減少した観光者数はインバウンドも含め回復傾向にあるものの、繁忙期と閑散期で観光者数の変動が大きいこと等により、本県の観光消費額は他都道府県と比べても低い状況であり、市町村、DMO、地域コミュニティとも連携し、高付加価値なコンテンツの充実が求められています。

(5) 受入体制の整備

宿泊施設の客室数の不足等により、大規模イベントや大型MICE開催時には他県に旅行者が流れており、宿泊キャパシティの拡大など受入体制の整備が求められています。

(6) 戦略的な情報発信

観光SNSのフォロワー数も低水準にとどまっており、今後、本県の持つ魅力を最大限に発揮し、国内外からの人の流れを活発化・地域のにぎわいを創出するため、徳島の「良さ」の効果的・継続的な発信が求められています。

3 本県観光の目指す将来像

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、次のような将来像を目指します。

- ◆ 空路では、徳島阿波おどり空港において、国際線や国内線ともに路線が充実し、陸路ではリニア中央新幹線の新大阪への延伸時期をターゲットとして、四国の新幹線が開業し、海路ではクルーズ船やスーパーヨットが寄港するなど、利便性が飛躍的に向上しています。
- ◆ 自然・歴史・文化などの洗練された観光資源に加え、数多く開催されるトップレベルの競技大会やプロスポーツ、コンサート、国際会議等など、誰もが「何度も行きたい」と思える魅力的な場所・機会が創出され、国内外からのたくさんの人出で賑わっています。
- ◆ 質の高いサービスを提供する宿泊・観光施設の増加、おもてなし力の向上、観光DXの推進により、観光産業の生産性・収益向上、従業員の待遇改善が図られ、「稼げる産業」へと変革しています。

4 数値目標

(1) 主目標

	現状（2022年）	目標値（2028年）
年間観光消費額	1, 286億円	1, 500億円

○指標の説明

本県を訪れた観光客の消費総額。

国計画でも「消費額拡大」がキーワードとなっており、単純な観光客数より、一人一人に県内を周遊・消費していただくことが重要となってきたことから、この指標を選定。

観光庁「共通基準による観光入込客統計」において公表。

○積算根拠／得られる成果

コロナ禍前の5年（2015年から2019年）の平均消費額である約1, 000億円を本県のベース消費額として、2023年を1, 000億円とし年間100億円ずつ増加することを目指し、目標値を設定。

この目標達成により、地域経済の活性化に寄与。

(2) 副目標

	現状（2022年度）	目標値（2028年度）
SNSフォロワー数 ※阿波ナビ・インスタグラム	約7, 000人	2. 2万人

○指標の説明

徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」のフォロワー数。

SNSフォロワー数は、情報発信の強化につながる指標であることから、この指標を選定。

○積算根拠／得られる成果

これまでの実績、近隣府県のインスタグラムフォロワー数を踏まえ、毎年2, 500人ずつ増加することを目指し、目標値を設定。

この目標達成により、情報発信力の強化に寄与。

	現状（２０２２年）	目標値（２０２８年）
年間延べ宿泊者数	１８４万人	３００万人

○指標の説明

本県の宿泊施設に宿泊した方の総数（延べ人数）。
観光庁「宿泊旅行統計調査」において公表。

○積算根拠／得られる成果

大阪・万博が開催される２０２５年に年間延べ宿泊者数はコロナ禍前の５年の平均約２３５万人を上回る２５０万人を目指す。
以降は毎年１５万～２０万人ずつ増加することを目指し、目標値を設定。
この目標達成により、観光消費額の増加に寄与。

	現状（２０２２年度）	目標値（２０２８年度）
観光満足度	８６．６％	９０．０％

○指標の説明

本県の観光地を訪れた旅行者への聞き取りで「非常に満足」、「満足」と回答した方の割合。
観光満足度の向上により、観光客のリピーター化につなげることができることから、この指標を選定。

○積算根拠／得られる成果

２０２２年実績を踏まえ、総じて来県者に満足していただけたと考えられる９０％の早期達成を目指し、目標値を設定。
この目標達成により、本県の観光コンテンツ・受入体制の魅力向上、今後のリピーター化に寄与。

(3) 参考目標

	現状（2022年度）	目標値（2028年度）
徳島阿波おどり空港の利用者数	839,629人	120万人

○指標の説明

徳島阿波おどり空港就航の航空路線で出発した旅客数と到着した旅客数の合計。
広域における県民・観光客の移動実態を把握するものの一つとして、この指標を選定。
大阪航空局において公表。

○積算根拠／得られる成果

既存路線の維持・拡大とともに、国際線や国内LCCの新規就航を目指し、目標値を設定。

この目標達成により、県内外の人が移動しやすい環境が創出され、人流・物流・商流の拡大に寄与。

	現状（2022年）	目標値（2028年）
年間観光入込客数	1,404万人	2,300万人

○指標の説明

本県の観光地点・イベント等を訪れた観光客の総数（延べ人数）。

年間観光入込客数により、「どれだけ本県にお越しいただいたか」や「滞在時間の長さ」を図ることができることから、この指標を選定。

観光庁「共通基準による観光入込客統計」において公表。

○積算根拠／得られる成果

大阪・関西万博が開催される2025年に過去最多水準の2,000万人を目指し、以降は毎年5%（100万人）ずつ増加することを目指し、目標値を設定。

この目標達成により、観光客の本県での総滞在時間の増加に寄与。

	現状（２０２２年）	目標値（２０２８年）
年間延べ外国人宿泊者数	１．８万人	１．８万人

○指標の説明

本県の宿泊施設に宿泊した外国人の総数（延べ人数）。
観光庁「宿泊旅行統計調査」において公表。

○積算根拠／得られる成果

大阪・万博が開催される２０２５年に年間延べ外国人宿泊者数は、コロナ禍前の５年（２０１５年から２０１９年）の平均約１０万人を目指す。
以降は毎年約２．５万人ずつ増加することを目指し、目標値を設定。
この目標達成により、観光消費額の増加に寄与。

5 施策展開

(1) 国内外との動線確保

- 東アジアのみならず、新たに東南アジアをターゲットとした国際線や、国内LCC路線などの就航に向け、積極的な誘致に取り組みます。

【具体的な取組】

- ・エアポートセールスの推進
→セールスプロモーション、航空会社・旅行会社への支援、空港受入環境の整備

- 「交流人口の拡大」や「地方経済の活性化」に寄与する四国への新幹線整備を早期に実現させるため、四国が一つにまとまり、国への要望活動や県民の機運醸成に取り組みます。

【具体的な取組】

- ・四国への新幹線実現に向けた国への要望活動
- ・県民への機運醸成の推進

- 関係者の役割分担と連携により、モーダルミックスやMaaS構築、県内各駅へのアクセス向上等、公共交通の最適化や利便性向上、利用促進を図り、地域公共交通の維持・存続に取り組みます。

【具体的な取組】

- ・公共交通ネットワークの充実
→バス路線の再編、新たな運行形態の導入、交通結節点の環境整備

(2) 高付加価値なコンテンツの充実

- DMOなどの観光団体・事業者・市町村も巻き込みながら、自然・歴史・文化・食などサステナブルな観光資源を活用した高付加価値なコンテンツの造成・ブラッシュアップや既存観光施設の魅力の最大化を図ります。

【具体的な取組】

- ・徳島ならではのサステナブルなコンテンツの造成・ブラッシュアップ
- ・「食」を通じた観光誘客につなげるための食の魅力の具現化の推進
- ・世界に誇る自然の中で行うアクティビティやスポーツの振興
- ・自然資源の保全などオーバーツーリズムへの配慮
- ・観光施設の環境整備など魅力向上

- プロスポーツチーム等との連携により、県民がプロスポーツに触れあう機会の充実を図り、県民の応援機運の醸成や更なるにぎわいを創出します。

【具体的な取組】

- ・交流イベントの開催及びホームゲームへの招待

- 「とくしまマラソン」や、「アニメ」「eスポーツ」等を活用したイベントなどのコンテンツを磨き上げ、観光誘客を促進します。
【具体的な取組】
 - ・イベントの磨き上げ

- 新たな山村価値創造に向け、県内「林道」を新たな観光資源として、関係機関と連携した情報発信の充実強化や林道活用希望者と林道管理者とのマッチングを行います。
【具体的な取組】
 - ・協議会の設置・情報発信の充実強化・林道活用イベント開催希望者とのマッチング

- 「浮魚礁」「海の駅」等の既存施設を最大限活用するとともに、新たな施設整備を促進し、関係事業者等との連携により遊漁と観光を組み合わせた「釣〜リズム」などを推進し、観光客を呼び込む仕組みを構築します。
【具体的な取組】
 - ・関係者との意見交換・先行モデル作成、県内他地域への横展開

- 四国の玄関口である大鳴門橋のライトアップについて、サイクルイベントや、連休期間等と連動した点灯を計画することで、県外からの誘客を促進します。
【具体的な取組】
 - ・誘客イベントと連携した大鳴門橋の計画点灯の実施

(3) 持続可能な観光地づくり

- 滞在型観光の拠点となる宿泊・観光施設について、魅力的な宿泊施設の誘致などキャパシティの拡大、ハード面、質の高いサービス提供体制の促進などソフト面についてもブラッシュアップを図ります。
【具体的な取組】
 - ・宿泊施設の誘致
 - 適地の情報収集、デベロッパー等に対する誘致活動、
具体的な施設の立地に係る調整
 - ・施設のブラッシュアップ
 - 宿泊・観光施設のソフト・ハード面からの環境整備

- 児童生徒があわ文化にふれる機会を充実させ、「ふるさと徳島」の魅力の発信を推進するとともに、郷土愛の醸成を図ります。
【具体的な取組】
 - ・あわ文化のリーダーとなる児童生徒の育成
 - 研修内容の見直し・充実、あわ文化の魅力の発信内容のブラッシュアップ

- 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。
【具体的な取組】
 - ・とくしま観光アカデミーの開催・内容の充実

- 「とくしま農林漁家民宿」の開業支援や体験メニューの充実強化等に取り組むとともに、四国4県等との連携による情報発信等を実施することにより、宿泊者の増加を目指します。
【具体的な取組】
 - ・とくしま農林漁家民宿の取組支援
 - 経営者向けの交流会等の実施による体験メニューの充実強化の支援
 - 四国4県等との連携によるキャンペーンの実施・SNSによる定期的な情報発信

- 徳島市やJR四国等のステークホルダーとの連携による中心市街地の活性化に取り組むなど、持続可能で魅力的なまちづくりを推進します。
【具体的な取組】
 - ・魅力的なまちづくりへ向けた徳島駅北口の設置検討
 - ステークホルダーと連携し、検討結果を踏まえたまちづくりの推進

- 魅力的な水辺空間の創出や寄港地観光の拠点整備などを通して、既存インフラ等を活用した水辺のにぎわい創出に取り組めます。
【具体的な取組】
 - ・寄港地観光の拠点整備の推進
 - 港湾倉庫街などのリノベーション、集客イベントなどの情報発信

- サイクルツーリズムを通じた交流人口の拡大や観光振興を図るため、兵庫県と連携し、大鳴門橋の桁下空間において、自転車道設置を推進します。
【具体的な取組】
 - ・大鳴門橋自転車道の設置、整備、活用推進

- 県内外から多くの誘客を図ることで新たなにぎわいを創出し、徳島が持つ活力を最大化するため、音楽からスポーツまで本物を観ることができるアリーナ整備の検討を進めます。
【具体的な取組】
 - ・アリーナの整備に向けた取組（調査・検討・推進）

- 南部圏域では、自然・食・伝統文化を活かした体験型観光やスポーツツーリズムを推進するとともに、インバウンド・教育旅行など多様な観光客受入の体制・環境整備を促進します。

【具体的な取組】

- ・DMOと連携した南部圏域独自の体験型コンテンツや受入体制の拡充
→新たな体験型コンテンツの造成、体験型コンテンツの再構築
体験型コンテンツの販売・エージェントセールス

- 西部圏域では、地域の魅力の更なる発信を図るため、世界農業遺産「にし阿波の傾斜地農耕システム」の次代への継承や農泊受入施設等の開業支援サポートを行い、教育旅行の誘致や歴史文化観光を推進します。

【具体的な取組】

- ・世界農業遺産を活用した農泊等の推進
→DMOと連携した教育旅行等の誘致活動強化
農泊受入施設等の開業支援サポート、開業支援サポートの充実

（４）国内外への情報発信の強化と本県の認知度向上

- DXを活用したデータ分析等も活用し、従来とは一線を画す「新たな観光ブランディング」を実施し、魅力的なコンテンツ・県産品の認知度向上、観光誘客に直接つながる戦略的なキャンペーンを展開します。

【具体的な取組】

- ・ブランディングの実施、キャンペーン展開・効果検証
- ・阿波ナビのコンテンツの充実
- ・各種メディア・SNSの活用
- ・教育旅行の誘致活動強化
- ・デジタルマーケティングの強化、データの公開促進、戦略策定に係るデータ活用

- 国内はもとより、東アジア、東南アジア、欧米などのインバウンド誘客に向け、旅行会社、メディア、航空会社などと連携し、戦略的なPR活動やプロモーションを実施します。

【具体的な取組】

- ・広域連携DMO、他都道府県とも連携したプロモーションの実施
- ・インフルエンサーの活用

- 観光消費額の増加など大きな波及効果が期待できる、国際会議などMICEの積極的な誘致に取り組みます。

【具体的な取組】

- ・国際会議などMICEの積極的な誘致活動
- ・アフターコンベンションの充実

- 官民連携組織である「徳島県スポーツコミッション」を核として、国内外からのスポーツ大会・合宿誘致等に積極的に取り組み、スポーツツーリズムの推進による交流

人口の拡大を図ります。

【具体的な取組】

- ・国内外からのスポーツ大会・合宿誘致、国際交流の実施
- ・「ワールドマスターズゲームズ2027関西」の開催、プレイベント等開催支援

- 徳島小松島港へのクルーズ船寄港の継続・拡大を図るとともに、スーパーヨットの積極的な誘致活動や受入態勢の充実強化に取り組みます。

【具体的な取組】

- ・クルーズ船・スーパーヨット誘致活動の推進
→寄港地の受入環境整備、ポートセールスやファミツアー等を通じた観光誘致活動

- 中四国エリアのインバウンド奪取のため、にし阿波が立地を生かして”玄関口”となり、DMO等との官民連携のもと、「ターゲット国の拡大」や「旅行者目線に立ったコンテンツの提供」などを戦略的に展開します。

【具体的な取組】

- ・DMOと連携した観光資源のブラッシュアップ
→旅行者目線に立った観光コンテンツ造成・提供、
観光コンテンツの更なるブラッシュアップ

（５）県産品の振興による魅力発信

- 「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。

【具体的な取組】

- ・アンテナショップ等を拠点とした県産品の販路拡大・販売促進・誘客促進
- ・「とくしま特選ブランド」の活用
- ・「阿波ふうどスペシャリスト」による情報発信

（６）大阪・関西万博を契機とする誘客促進

- 大阪・関西万博の会場に出展する「徳島パビリオン」や催事等における様々なコンテンツを通じ、国内外に「徳島の魅力」を発信することにより、本県への「人の流れ」を創出します。

【具体的な取組】

- ・「徳島パビリオン」等のコンテンツの整備
→展示・催事の準備、万博会場での展示・実演、
万博レガシーとなるコンテンツや記録映像等の活用

- コンセプト「県民が参画し、県民が創る万博」に向け、市町村・DMO・地域コミュニティと連携のもと、県全体を“まるごと”一つのパビリオンと見立て、サステナブル

ルな観光資源を活用したコンテンツを全県展開し磨き上げるとともに、受入環境の充実を図るなど観光誘客を加速します。

【具体的な取組】

- ・徳島「まるごとパビリオン」への観光誘客の促進
 - コンテンツの磨き上げ・先行発信、万博本番年度での全県展開、万博後におけるコンテンツの継承・継続的な発信

6 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、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。

◆県の役割

- ・計画に基づき施策を実施、指標を用いた進捗の確認・検証を行います。
- ・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。
- ・各主体に対し、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。
- ・各主体が相互に連携し、一体となって観光の振興に取り組むことができるよう、顔の見える関係を構築するとともに、必要な支援及び総合調整を行います。

◆市町村の役割

- ・各主体と連携し、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。
- ・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、徳島県観光審議会や議会に報告、意見を聞くとともに、検証結果の概要を公表します。

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。