

令和元年度 一般社団法人イーストとくしま観光推進機構

外部評価委員会資料

令和2年2月3日(月)

アスティとくしま1階 第1会議室

午前10時30分～

令和元年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p>ただいまより、一般社団法人イーストとくしま観光推進機構 令和元年度外部評価委員会を開催いたします。</p> <p>【配布資料の確認】</p> <p>それでは議事に移りたいと存じます。</p> <p>委員会の議長は外部評価委員設置要綱第5条の規定により、委員長があたることとなっております。よろしくお願いいたします。</p>
委員長	<p>議事の進行につきまして、ご協力よろしくお願いいたします。</p> <p>本日の議事は、「令和元年度地方創生推進交付金」を活用して実施する事業の徳島県東部圏域の延べ宿泊者数、観光入込客数の重要業績評価指標の評価検証及び費用効果等に関することでございます。内容について、事務局より今年度の事業説明をお願いいたします。</p>
事務局	<p>イーストとくしま観光推進機構 専務理事より、配布資料2ページ以降の地域再生計画に関する内容の抜粋について説明。</p> <p>「4-1 地方創生の実現における構造的な課題」より、県及び県内市町村の連携による広域連携による観光の推進や圏域の主要観光地・交通拠点を結ぶ周遊ルートの整備と定着に向けた取組など、滞在型観光に向けた事業を推進していくことが喫緊の課題となっている。</p> <p>これらの喫緊の課題に対して、観光資源の発掘・ブラッシュアップによる1年を通じた誘客コンテンツの開発・定着化や戦略的な情報発信、受入体制の整備など、観光の通年化を図る取組を進めること。</p> <p>地域間連携を強化しつつ官民が連携して地域住民を巻き込みながら、専門性を持って継続的に観光振興に取り組んでいく体制を構築し、旅行者のニーズの多様化等に速やかに対応し、それぞれの地域の特性を発揮した広域観光地域づくりを進めていくこと。</p> <p>これらが地域再生計画に表されており、それを通じて将来的には「旅行者ニーズの変化等に対応できる仕組みを構築することにより、徳島県東部圏域が一体となって、広域かつ戦略的に観光・交流を促進するための方策を推進すること」や「民間事業者等が主体的に関わるなど民の役割を強化し、官民が一体となりより効果的で、継続的・自立的な観光振興を進めていくことにより、入り込み観光客数や宿泊者数の拡大を図り観光消費を増加させることで、観光産業の振興による交流人口の増加や圏域の活性化につなげていくこと」が求められており、この辺が重要となっている。</p> <p>そのために立ち上げられたのが我々の組織ということですが、その組織で求められているものが大きく4つ書かれております。</p>

令和元年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p>1つ目が戦略的なマーケティング、2つ目が自治体・民間事業者・DMOが連携した情報発信の強化、3つ目が、徳島東部地域への入込客増加に向けた誘客・送客・流通促進、4つ目が広域連携による観光地域づくりの推進となっております。ここを踏まえた上での説明となります。</p> <p>2つのパートに分けて説明いたします。</p> <p>1つ目は徳島県東部圏域の延べ宿泊者数、観光入込客数の重要業績評価指標について2つ目がイーストとくしま観光推進機構の取り組みについてです。</p> <p>KPIの状況について、平成30年度における延べ宿泊者数は3万人増を見込んでおりましたが、9.34万人の減少、観光入込客数については5万人増を見込んでおりましたが3.74万人の増となっております。いずれも目標については未達成です。</p> <p>今年度（令和元年度）の状況につきまして、延べ宿泊者数は速報値ベースでかつ10月までの累計として、対前年対比121.6%という状況となっております。</p> <p>特にインバウンドで見ると、1～6月につきましては、対前年対比150%増という速報値の結果となっております。国内も非常に健闘しており、1～6月は高い数値で、累計でも対前年対比122.3%となっております。</p> <p>イーストとくしま観光推進機構の取り組みについては、KPIに直接的につながる取り組みばかりではありませんが、合計で年間3,600万円の予算となっております。</p> <p>委員の皆様は、地方創生交付金を財源とする事業の評価をお願いします。</p> <p>マーケティングリサーチ事業については、300万円の予算となっております。</p> <p>そのうち100万円を来訪者のアンケート調査に使用しており、対面式と留め置き式で実施しております。昨年度は525サンプル、海外37サンプルを集めており、今年度は、本日時点（2/3時点）で、965サンプル、海外131サンプル集まっております。</p> <p>このほか、スマートフォン等を使ってより多くのアンケートをとれるような仕組みを導入しており、この予算が約200万円となっております。</p> <p>このアンケート結果や、HPの解析、アクセス数アップを通じて、イーストとくしま観光推進機構のPRにつなげていく訳ですが、その取り組みについて現状をとりまとめております。</p> <p>今年度のアクセス状況が、109,575PV、対前年比238.7%、このうち「イーストとくしま観光推進機構」で検索したOrganic Searchが84.69%で対前年比46ポイントアップしております。</p> <p>このことはイーストとくしま観光推進機構という団体が認識されてきていることを意味しており、ページビューの累計も順調に右肩上がりという状況で推移しております。</p>
-----	--

<p>事務局</p>	<p>これらをベースにしながら、どういうふうなターゲットにしていくか、情報発信と連動させてデータを集積しております。</p> <p>【情報発信とプロモーション事業の資料説明】</p> <p>こちらが情報発信の事業でございます。これはコンテンツ毎にどういった人たちが見て、興味を持っているのかという調査と合わせて実施しております。月毎に約10本のコンテンツをFacebookやインスタグラムで発信しており、その結果についてリーチ数、エンゲージメント率という数値で示しております。例えば、愛知県の方がより多く興味を示していることや20代前半の人が興味を示しているなど、それぞれの情報がデータとして挙がっております。</p> <p>リーチ数が1,000件以上、エンゲージメント率が10%以上のものを赤線で囲っております。8月で見ると、阿波おどり関連のものに興味を持っていることが分かります。深く見ていくと、愛知県の方の割合が高いことや、自然と触れ合うというものに興味を持っていることが分かります。</p> <p>9月では、なると金時などの収穫体験、渡り鳥、やねこじきなどのイベントが高い数値を示しています。</p> <p>10月では、ナイトタイムエコノミー、ポタリングツアー、絵付けやハイキングなど体験に高い興味関心を示しています。</p> <p>11月では、ほとんど赤線で囲ったものになり、徳島に対する関心が上がっているという傾向もわかります。</p> <p>12月には皆さんが知っているものから知らないものまで、興味を引くものが多く記事に挙がっている傾向にあります。1月には徳島城など、歴史的なものが興味を引くコンテンツとなっています。また、あわせて、イーストとくしま観光推進機構のHPでも独自の記事を10本掲載しております。</p> <p>その他、実際にHPへ誘引するために、A社の関西からの便で座席シートの裏面にQRコード付きフライヤーを付けて、HPにアクセスしてもらうというPRや、広域DMOと連携をして、旅行代理店、インフルエンサー、メディアの方々をこの地域に招いてPRしてもらうことなどをやっております。</p> <p>最後に、PRにもなり、セールスにもなっている施策ですが、県外の旅行代理店に徳島の観光コンテンツを入れたツアーを実際に作ってもらうという営業活動しております。</p> <p>昨年度は3社、本年度はB社、C社、D社、E社、F社の5社。E社の場合、約50万部、B社の場合、バスの旅に約40万部、D社の場合であれば、約34万の発行部数に対して広告掲載を行い、PRのみだけでなく、実際に誘客実績にもつながっております。</p>
------------	---

<p>事務局</p>	<p>ここまでは国内を対象としたものが多いですが、現在、海外向けの情報発信を構築中です。海外からWEBサイトに4万件のアクセスを目標としております。ネイティブの視点で、東部エリアの中で興味・関心を示しそうなコンテンツをピックアップしてもらい、そのネイティブの国々に発信してもらおうという事業になります。</p> <p>徳島県東部圏域の観光スポット、観光コンテンツを紹介する総合的なパンフレットについても作成中です。あわせて観光スポットの情報をWEBサイトにあげていくという事業も進めております。</p> <p>また、HPを維持管理する予算として145万円を計上しております。</p> <p>セールス事業では、募集型企画旅行支援事業をフックとして、いろいろな商談会に参加し、この地域の旅行商品を作ってもらおうという営業をしております。国内マーケットを対象としたものに10回、国外マーケットを対象としたものには6回、これらは地方創生推進交付金対象事業の予算を使ってPRしたのになります。これ以外の予算から実際に商談会に参加したものもございます。</p> <p>観光地域づくりとして144万円の予算です。</p> <p>イーストとくしま観光推進機構を構成する社員、賛助会員が集まって、情報共有する協議会を今までに3回開催しております。</p> <p>観光人材養成事業として昨年度は観光コーディネーター養成講座を開催しましたが、今年度は観光コーディネーター養成講座と観光ガイド養成講座を開催いたしました。</p> <p>ガイドはそこにあるものをどういうふうに見せていくかというノウハウをPRするもので、観光コーディネーターは旅行者目線で今徳島にあるものをどう付加価値を付けてPRしていくか、観光コンテンツをどう掘り起していくかという視点を養っていただくことを目的に実施しております。</p> <p>観光コーディネーター養成講座は上期に1回、下期は徳島大学と共催で徳島大学の学生約100名と民間の方50名が一緒の場で学ぶということを実施しました。</p> <p>また、宿泊・飲食事業者向けにどうインバウンドに対応していくか、少し専門性の高い講座を実施しております。</p> <p>今年度は大型のクルーズ船が複数回、寄港しましたが、県内のガイドがほとんどいないため、県外のガイドに来てもらいました。県外のガイドでは、県内の良いところを伝えることが難しいということで、観光ガイド養成講座を開催いたしました。</p> <p>観光コーディネーター養成講座では、地域住民の愛着や誇りの醸成ということで、徳島大学をはじめとした各大学の若い方に観光の大切さをきちんと認識してもらい、地域住民、シルバーの方、いろんな方に観光を利用して地域をどういうふう元気にしていくかという視点で実施をいたしました。</p>
------------	---

令和元年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p>最後に、組織の状況として、民間社員が19社、賛助会員が13社、一般会員3社となっております。昨年度ベースで、新たに賛助会員に参入された方がいますので、増となっております。</p> <p>今年度事業等の説明について終了。</p>
委員長	<p>ただいまの説明につきまして、委員の皆様方からご意見等ございますでしょうか。</p>
A委員	<p>1年間の事業の総括をお聞きしました。大変多くの事業をなされているという印象を受けました。ただ、2月の段階ですので全ての事業の結果は出ておらず、「今年度の評価」という意味では判断が困難な面もあると感じています。数字が出揃ってから、評価されるべきものもあるのですが、まず、KPIのとり方が非常に難しいと思いました。</p> <p>冒頭に説明のあった延べ宿泊者数などのKPIの動きに対して、イーストとくしまDMOの事業がどれほどリンクしているか、またインパクトを与えたかという意味です。KPIの数値目標は、DMOの設立当初からのものですが、DMOの事業や施策が、徳島東部圏域の中の宿泊者数あるいは観光入込客数の増減にどのように反映されてるのかがわかりづらい。DMOのKPIのとり方については全国的な問題となっており、何もイーストとくしま観光推進機構だけの問題ではないのですが、今回の場合は、平成30年度の延べ宿泊者数はマイナスとなった一方、令和元年度はプラスという状況にあるので、その関連性が見えにくく、DMOの事業や施策がこういう数値にどのように反映されるのかという点は、よく分析する必要があります。その意味では別の視点で指標をいくつも持ってチェックできるようなかたちが理想的だと思います。また、少なくとも内部で把握しておくことは必要かと思います。</p> <p>観光庁等に報告する資料としては仕方ないと思いますが、DMOの事業の結果として、こういうところに明るい数値が出ているとか、新しい動きが見られるとか。またここに情報を発信したら人が来始めたとかなど、少なくとも内部できちんと精査し、把握していただければと思います。そして単年度で終わらないということが重要です。</p> <p>今年やったからその年がどうだったということだけではなく、それが来年度、再来年度にもどういった影響があったのかという視点が重要だと思います。</p> <p>例えば、昨年度は「朝食メニューの見直し事業」をしたという報告がありましたが、朝食にテコ入れしたホテルが今年はどうだったのか、来年はどうなったのかということ、その「もう単年度で終わったから」ではなく、その後どうだったのかということについて関心を持ち、毎年実績を積み重ねていくことが必要ではないかと思います。</p>

A委員	<p>次に、DMOとしては2年目ということで、今もまだまだ、種蒔きの状態であると感じられました。</p> <p>色々な地域情報の発信やHPの充実であったり、60項目に及ぶ新しいコンテンツのWEBプロモーションなど、私の知らなかった項目も多くあったのですが、現状どういう風に誘客につながっているのかということがまだ見えません。</p> <p>「旅行商品の造成」という支援事業についても、色々な実績が書かれていますが、先の新たな60項目の魅力発信が今回の商品造成に反映されているのか、既存のものばかりを例えば商談会で勧めるのであれば、せつかく掘り起こした情報が商品づくりに生かされていないように思われます。</p> <p>常々、観光というのは、毎年のサムシングニューが必要と考えており、何か新しいものを盛り込んで商談会に臨まないと飽きられてしまうので、そのあたりが実際どうなっているのかなと思いました。</p> <p>人材育成のところは、徳島大学との連携など、色々なところに仕掛けられて展開しています。これから5年先、10年先の徳島の観光を考えたとき、これを今やっておかないと人材はすぐに育ちませんし、例えば、今ガイド養成をしておかないと、今後の事業にも活かされないところがあるので、次年度も継続してやっていただきたいと思います。</p> <p>官民とDMOが一体となってやっていくのは、これからは勝負なので、さらに連携を深めていくことが重要なのではないかと思います。イーストとくしまDMOの役割は「東部」地域の情報発信や誘客が中心であり、まずはキラーコンテンツと言われる強いコンテンツに人を呼び込み、その中で先ほどの60項目のように、各市町村や個別エリアでコンテンツの掘り起こしをしているわけですから、さらに各市町村のその新たなコンテンツにどうやって誘客するかというところが、今後ますます期待される場所であり、これからも引き続き精力的に取り組んでいただきたいと考えております。</p>
事務局	<p>これまでの事業を継続してやっていくことと、新しいコンテンツの掘り起こし、これをどうつなげていくということを、しっかりと考えて取り組んでいきたいと思います。団体向けのツアー造成とFIT（個人旅行）向けの情報発信を分けて考える必要があると思います。FIT向けについては、情報発信イコール誘客につながるということですが、団体旅行、パッケージツアーはその地方の情報をきちんと我々が掌握し、旅行代理店にお応えすることで商品になっていくかと思うので、委員の意見を整理し、観光周遊につなげていければと考えております。</p>
B委員	<p>色々なことをやっており、よくやっていると思います。</p> <p>なかなか結果が出にくい事業ですが、やりがいのある事業です。これだけのことをやるのだから、10年、50年先はどうするというビジョンが見えてこ</p>

B委員	<p>ないといけないと思います。</p> <p>どういう地域にしようとしているのか、そこらを市民、県民が共有して、色々なイベントを市民、県民を巻き込んでやっていく。今やっている事業そのものが目的ではなく、どんな地域・人を作っていくか、この頃の流行りの言葉でいう「ワンチーム」ができてからになると思いますし、結果は出てきにくいのですが、5年、10年続けたときに、こうなったという結果が見えてこないといけないと思います。</p>
事務局	<p>2025年が一つのターニングポイントと考えており、関西・大阪万博が開催、おそらくIRも含めて、この時期に関西に設置されますし、徳島を取り巻く状況も大きく変わっていくので、そのときに徳島がどういう位置づけでいるのかを意識して進めていきたいと思っています。電気自動車やドローンタクシーなど今後の交通手段の発達によって、関西から見て徳島がもっと身近な地域となるよう、「関西旅行」の一部として徳島があるようにするため、どうすればよいのかを考えていきたいと思っています。50年、100年先については、委員と一緒に考えていければと思います。</p>
C委員	<p>資料を見ると、1年間の間に多くの事業をしていると思います。</p> <p>自分だったら観光をするときに、どんなふうに調べて現場にアプローチしていくか、個人としてどのような発信をするかという視点で見せていただきました。また、費用がたくさんかかっていることなので、対費用効果についても考えさせていただきました。</p> <p>マーケティングリサーチについて、来訪者アンケートは多くのサンプルをとられていると思いますが、これからの予定数も含めて1,300から1,500件のサンプル数を予定されており、予算を件数で割ると、1件あたり約600～700円かかっています。それに価値を持たせればよいと思いますが、私は高いと感じました。サンプル数を増やす努力や仕組みを、さらに考えていただきたいと思いました。</p> <p>実際にアンケートをとったときに、その使い方を考えていただければ、設問の仕方も変わってくると思いますので、さらに、効果が出やすいアンケートの構築について考えていただきたいと思います。</p> <p>アクセス数が238%上がったというのはすばらしいと思いますが、実際に何人の人が見に来ているかというと、PVは1日あたり300～400件であり、実質来訪者は80人です。コンテンツの面白さ、表現の面白さだったり、わくわくするようなものにする事で母数は伸びていくと思いますので、今後も、母数を伸ばしていきたい。</p> <p>WEBプロモーション業務のところは560万円という予算がついております。Facebook、インスタグラムを見ましたが、昨日夜の時点でFacebookは517人がフォロー、488人がいいね。現在投稿されている6</p>

<p>C委員</p>	<p>0回のうち、いいねが100回を超えているのが14件しかなく、多くの投稿が20、30件程度のいいねで、コメントが付いている投稿はほとんどありません。8件コメントが付いてある投稿がありましたが、それに対する返事が書かれておりません。</p> <p>コメントまでしてくれる人はこちら側に近づいてきてくれているのに、その人をつかむような返事をかけていないのはすごく勿体ないと思いました。資料に書いてある60回以外にセミナーのご案内、開催報告などありましたが、それも20、30件程度の、いいねでした。</p> <p>Instagramは、フォロワーが775人、投稿が47件、コンスタントに150件のいいねが付いていました。多いものであれば300件超のいいねが2、3件の投稿にありましたが、Instagramは写真を見るもので、文章まで読まれているかはどうか不明です。Facebook、Instagram、ユーチューブ、これから予定の投稿と合わせて150回程度の投稿と見ても、1回あたり3、4万円の予算がかかっており、これはさすがに高いと思いました。</p> <p>私のFacebookでは、友達が1,631人、投稿毎にコンスタントに120件から150件のいいねが付きます。稀に100件を切ることもあります。多いものであれば300件を超え、最高で500件くらいになります。私はどんなに多くとも必ず返事を書きます。また、一緒にその場にいた人にはタグ付けをします。</p> <p>昔と比べて、今は、Facebookの利用人口は多く、一人ひとりのFacebook友達も多いので、どんなに友達の多い人でも上の方に表示されて、読める投稿は限られています。そこにどれだけ食い込んでいくか、いいねしてくれる人をどうつかんでいくかが重要です。</p> <p>その関係性をどう作っていくかですが、イーストとくしま観光推進機構のFacebookで発信されていますが、そこに書かれているのは団体からのお勧めであって、個人の体験ではありません。徳島にも1回投稿すれば300件くらい、いいねしてくれる人はいますので、そういうインフルエンサーに個人名で、行った、食べたという体験を投稿してもらい、その詳細についてはイーストとくしま観光推進機構のページとリンクすることで、インフルエンサーのファンがページを見て、その人がそう言うならばということで、イーストとくしま観光推進機構のページまで引っ張ってくるということも可能だと思います。地元テレビ局に出演している有名な方の個人名で発信するというのも強みになるのではないかと思います。</p> <p>観光サイトの動画は、「小松島の恵み！ハモとシラス」を見ましたが、これは動画ではなく写真を並べたものでした。本当の動画を作ろうとするとお金がかかりますが、ドローンなど、魅力的な撮影方法もありますので、そういう手段を、たまには取り入れてもらいたいと思います。最近テレビで見たのですが、「鳴門海峡渦潮のわたり方」というような、一気に見た人の心をつかんでしまうような発信が面白いと思いました。イーストとくしま観光推進機構において</p>
------------	--

<p>C委員</p>	<p>も工夫を凝らした、作り手がわくわくするような動画ができればいいなと思いました。</p> <p>資料1 1ページの各旅行会社に依頼している募集型企画旅行支援事業について、B社に作っていただいているのは、阿波おどりの日帰りです。日帰りに周辺市町村のツアーを組み込んだということですね。</p> <p>イーストとくしま観光推進機構がお金を出してすることなのかなと思いました。阿波おどりは元々あり、色々なことをしていますので、可能であればそちらの方にお金をつけた方がよいのではないかと思います。</p> <p>イーストとくしま観光推進機構がすることは、観光の通年化と言っていますので、一番集客の見込める阿波おどり以外のところにお金をかけてもらったらよいと思います。E社の媒体資料を見ましたが、新聞半五段、モノクロで70万円と出ておりました。正規料金かどうかは分かりませんが、それを2回出して8名の集客というのは、一般の会社であればやらないと思います。</p> <p>将来的な潜在集客効果はあると思いますが、2回合わせて約70万人ぐらいの方が見ている媒体で、8名の集客というのは多いとは言えないのではないかと思います。</p> <p>ネットと印刷媒体をうまく組み合わせて使っていくのはよいと思いますが、新聞は誰が読んでいるか分からない。旅行に興味がない人も見ており、そういう人に興味を持ってもらうという効果はあると思いますが、それはゆくゆくの将来的なものです。</p> <p>例えば、G社の会員であれば、旅行に興味がある人が入っています。会員が約200万人いて男性65歳以上、女性60歳以上で入れるのですが、発行部数約140万部の、時間とお金がある人が読んでいる旅行に特化した雑誌です。</p> <p>新聞以外の他の媒体もいろいろ考えられた方がよいのではないかと思います。</p> <p>また、ニッチな専門誌もあります。寺社仏閣に興味のある人にアプローチできるものはないか、お酒を飲んでいる人が読んでいる月刊誌や月刊そば等、対象者をピンポイントに絞った情報発信ができないかということについても合わせて考えていただきたいと思いました。</p> <p>国内外旅行代理店等へのツアー造成の促進ですが、事業報告書としては資料のとおりでよいと思いますが、本当に知りたいのはここからどんなことが生み出されたかです。</p> <p>ここにこんな情報を発信し、こんなツアーができた、さらにどんな人が来ましたということが分かる報告書であれば皆が納得できるのではないかと思います。</p> <p>観光ガイド養成講座と観光コーディネーター養成講座の受講生の中で、実際に大型クルーズ船が来航した際にご活躍された方はいたのでしょうか？</p>
<p>事務局</p>	<p>一部の方になりますが、活動をしていただきました。</p>

令和元年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

C委員	<p>それはよかったです。これを学んだ方々から新しい商品や動きが生まれたりする等、これから徳島の観光に力を発揮してもらえるよう大いに期待したいと思います。</p> <p>イーストとくしま観光推進機構は3年目に入ります。出向されたスタッフの方々が、イーストとくしま観光推進機構は、儲かるので今後も働きたいと思える3年目にしていただけたらと期待しております。</p> <p>最後に、資料にある都道府県別延べ宿泊者数について、徳島県が圧倒的に最下位であり、その2つ上位に佐賀県があります。対象年度がいつかはっきりしませんが、テレビで、ふるさと納税の1位が北海道、2位が佐賀県と言っていました。延べ宿泊者数で肩を並べているにもかかわらず、ふるさと納税で大きく差が付いています。果物が有名ですが、それを売っているだけではなく、パリのマカロンで有名なピエールエルメとコラボして商品を作っているなど、価値付けが上手です。</p> <p>例えば、ふるさと納税に、有名な返礼品を作って、そこから興味を持ってくれた人が徳島に来てくれるということもあるかと思しますので、何かアイデアを出していただけると、うれしく思います。</p> <p>SNSではこの人が言うのであれば信じたいという要素が増していると思いますが、一方で、ステルスマーケティングについて規制が入ってきております。</p> <p>インフルエンサーに情報発信を依頼しても、SNSを見て騙されたと思った人がいるとマイナスに働いてしまうケースもありますので、そうならないように、個人的に発信していただける方をどう誘発するのか、SNSの発信を使ってどうやっていくかを考えていきたいと思っております。</p>
事務局	<p>広告助成について捕捉説明をさせていただきます。旅行会社に対してどのような助成をしているかという、日帰り広告費に10万円、宿泊で30万円という助成です。E社は日帰りですので、10万円のお金しか支払っていません。10万円の支払いで100万円の広告を出していただいているということになります。</p>
C委員	<p>旅行会社が出しているということですね。</p>
事務局	<p>そうです。潤沢な広告費があるわけではないので、旅行会社の予算で広告を出していただいて、結果として、徳島の旅行商品が多くの方の目に入ることになっております。</p> <p>非常に参考となるご意見をいただきましたので、次年度に活かしてまいります。</p>
委員長	<p>私から2点コメントさせていただきます。1点は、資料4～7ページの評価のためのKPIの設定について、もう1点は、情報発信とその分析についてです。</p>

<p>委員長</p>	<p>第1のKPIについて、事業開始時点で延べ宿泊者数が約180万人、観光入込客数が255万人であったものを、それぞれ毎年3万人と5万人ずつ増やしていくことが目標となっています。ところが、資料24、25ページに示された延べ宿泊者数のデータは県単位の値であって東部圏域の宿泊者数ではないことから、DMOの目標が達成できたか判別しがたいと思われます。</p> <p>また、観光入込客数については、昨年度の外部評価委員会において、文化の森総合公園の訪問者は観光客とは限らないので、これを含めるのはいかがなものかという意見を申し上げました。今回の資料26ページでは主な観光施設のデータを比較されていますが、この数値が80万人台で、観光入込客数のKPIが約255万人という数値と合致しません。KPIに対して、どのようなデータを用いて検証していくのか、補足説明があればお願いします。</p> <p>第2に、資料5ページに、「データ収集・分析を通して戦略的なマーケティングを行う」ことがDMOも大きなミッションであるとされています。</p> <p>その目標として2ページの地域再生計画の目標4-1(1)では、滞在型観光に向けて周遊ルートを作っていく、(2)では、観光の通年化を図る、(3)では、地域間連携で幅広く地域振興を行っていくとなっており、そのためにデータ分析をしなければならないということです。</p> <p>今回作成されたサイトは完成度が高く見た目にも美しいことは承知しておりますが、本来やらなければならないのは、リーチ数、エンゲージメント率が何件という報告にとどまらず、そのデータを深掘りして分析することが必要ではないでしょうか。</p> <p>例えば、観光の通年化という課題を考えるとすれば、11月にHPのPVが伸びてきたとすれば、なぜ11月に注目度が高まるのか、既によく知られた阿波おどりや渦潮ではなく今回開発した新コンテンツがどの程度寄与したのか、時系列や地域別できちんと分析し、そこから何らかの戦略を立てていく必要があるのではないかと感じました。この点は重要なポイントと思いますので、今後も続けて検討していただくようお願いいたします。</p>
<p>事務局</p>	<p>データについてですが、資料26ページの中ほどの1から10までの合計が、2,594,835人で、その中で、昨年ご指摘のあった文化の森総合公園等を除いたものが843,504人となります。</p>
<p>委員長</p>	<p>観光の通年化を図るという観点からは、PV数について毎月の累計数のデータが示されましたが、月別のデータでグラフを作って分析をした方がよいのではないかと思います。</p>
<p>事務局</p>	<p>PV数はHPのみのものであり、Facebookについては、カウントされていません。Facebookは、それを見た人を如何にイーストのHPへ誘引するのかということの主眼に発信したものであり、1つ1つの投稿がどう</p>

令和元年度一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会議事録（要旨）

事務局	<p>いうふうに反響しているかについて、トータル的にまとめて、例えば、阿波おどりのコンテンツであれば、どこの地域のどういう人が見ているのか、興味を示しているのか、今まではスルーしていたが実際はお寺の行事や細かいイベントを知りたがっているのではないかと、新しいコンテンツの可能性であったりとかいうことについては、今回の事業終了後に、きちんとまとめて次に使えるデータにしていきたいと思います。</p>
委員長	<p>ありがとうございました。</p> <p>他に追加のご意見はございませんか。</p> <p>特に改めてご意見がございませんので、本日の委員会を閉会とさせていただきます。</p> <p>委員の皆様には円滑な議事進行に、ご協力いただくとともに、活発なご意見を賜りまして、誠にありがとうございました。</p>

目次

外部評価委員会設置要綱	1 頁
地域再生計画(提出書類)	2 頁
イーストとくしま観光推進機構2019年度予算	11 頁
イーストとくしま観光推進機構(2018~2020予算)	12 頁
イーストとくしま観光推進機構(2019年度事業報告)	13 頁
都道府県別 延べ宿泊者数年計(観光庁「宿泊旅行統計調査」)	24 頁
都道府県別 外国人延べ宿泊者数年計(観光庁「宿泊旅行統計調査」)	25 頁
徳島県 観光施設入込状況(国道交通省 四国運輸局)	26 頁

一般社団法人イーストとくしま観光推進機構
外部評価委員会設置要綱

(目的)

第1条 一般社団法人イーストとくしま観光推進機構（以下、「機構」という。）が、交流人口の増加や徳島県東部圏域の活性化を図るため、地方創生推進交付金を活用して実施する事業の評価や効果等を検証するため、一般社団法人イーストとくしま観光推進機構外部評価委員会（以下、「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次の各号に掲げる事務を所掌する。

- (1) 徳島県東部圏域の延べ宿泊者数、観光入込客数等の重要業績評価指標の評価や検証に関すること。
- (2) 重要業績評価指標の進行管理に関すること。
- (3) その他必要な事項についての提言に関すること。

(組織等)

第3条 委員会は、次の各号に掲げる委員で構成する。

- (1) 学識経験者
- (2) その他、必要と認められる者

(役員)

第4条 委員会には次に掲げる役員を設置する。

- (1) 委員長 1名
- (2) 副委員長 1名
- 2 委員長は、委員の互選による。
- 3 副委員長は、委員長の指名による。
- 4 役員任期は、2年とする。但し、欠員が生じた場合の補欠の役員任期は、前任者の残任期間とする。
- 5 役員は、再任することができる。

(会議)

第5条 委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集し、委員長が議長となる。

(庶務)

第6条 委員会の庶務は、機構事務局において所掌する。

(その他)

第7条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に必要な事項については、委員長が定める。

附 則

この要綱は、平成31年1月18日から施行する。

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

徳島東部地域におけるDMO推進

2 地域再生計画の作成主体の名称

徳島市、鳴門市、小松島市、吉野川市及び阿波市並びに徳島県勝浦郡勝浦町及び上勝町、名東郡佐那河内村、名西郡石井町及び神山町並びに板野郡松茂町、北島町、藍住町、板野町及び上板町

3 地域再生計画の区域

徳島市、鳴門市、小松島市、吉野川市及び阿波市並びに徳島県勝浦郡勝浦町及び上勝町、名東郡佐那河内村、名西郡石井町及び神山町並びに板野郡松茂町、北島町、藍住町、板野町及び上板町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

(1) 徳島県への来訪者の主な観光ルートが、淡路島・香川県東部から徳島県東部（鳴門市・徳島市等）に流入するルートと香川県西部から徳島県西部（祖谷等）に流入するルートに別れ東西が分断されており、さらに、徳島県東部・西部それぞれに観光客を惹きつける観光資源を有しており観光客数は多いものの、市内や県内での周遊ルートや滞留施設が十分に整備されていないことから、来訪者が徳島県内を観光した後、直ぐに四国の他県や関西圏などに流出しているため、徳島県が宿泊を伴わない経由地になりがちな状況にある。このことが、徳島県の延べ宿泊者数の低迷に繋がっており、県及び県内市町村の連携による広域連携による観光の推進や圏域の主要観光地・交通拠点を結ぶ周遊ルートの整備と定着に向けた取組など、滞在型観光に向けた事業を推進していくことが喫緊の課題となっている。

(2) 徳島県東部では、絶対的な誘客コンテンツである「阿波おどり」を有しているがその反面、観光のピークが「阿波おどり」が開催される夏場に集中し、それ以外の時期は比較的、観光客が少なくなっている。これにより、宿泊施設の回転率の不均衡に繋がっており、その結果、滞留時間の長い旅行商品を造成しにくい等の問題が生じている。今後は、観光資源の発掘・ブラッシュアップによる1年を通じた誘客コンテンツの開発・定着化や戦略的な情報発信、受入体制の整備など、観光の通年化を図る取組を進めることが求められる。

(3) 急速に観光を取り巻く環境（高速交通・通信網の整備、観光スタイルの多様化、外国人旅行者の急増等）が変化していく中、県内外の徳島東部地域周辺の観光地のブランド化が進む一方で、徳島東部地域の観光地としての存在感が低下しており、その結果、これまでも徳島県東部の市町村が連携して観光地域づくりに取り組んできたが、入り込み観光客数は伸び悩んでいる状況が続いている。このため、より一層、地域間連携を強化しつつ官民が連携して地域住民を巻き込みながら、専門性を持って継続的に観光振興に取り組んでいく体制を構築し、旅行者のニーズの多様化等に速やかに対応し、それぞれの地域の特性を發揮した広域観光地域づくりを進めていくことが求められている。

4-2 地方創生として目指す将来像

人口減少に伴う地域活力の低下が問題となる中、近年、地域経済の活性化やしごと創生に高い効果が期待される「観光」に注力する自治体が増加しているが、徳島県の宿泊者数は、都道府県別で全国ワーストが続くなど、観光産業の拡大が徳島県の大きな課題となっている。こうした中、徳島県西部では、2市2町と地域連携DMO候補法人が連携してインバウンド対応などに成果をあげているが、徳島県内でも有数の観光地である徳島市・鳴門市等が位置する徳島県東部では、インバウンド対応や観光分野における広域かつ官民協働による取組等が遅れている状況にある。

徳島県東部は、「鳴門の渦潮」「吉野川」「眉山」など雄大で豊かな自然や「阿波藍」「阿波人形浄瑠璃」「お遍路」など世界に誇ることのできる独自の歴史文化など、魅力的な観光資源を多数有している。とりわけ、「阿波おどり」は観光の柱となっており、毎年100万人以上の見物客が訪れているほか、近年では「大塚国際美術館」が国内外から高い評価を得ているところである。

徳島県東部では、これまでも定住自立圏協定を交わしている12の市町村が「徳島東部地域体験観光市町村連絡協議会」を設立し、市町村の枠を超えた広域圏域での観光振興を目指して、各市町村が連携しながらさまざまな事業を実施してきた。

今後は、鳴門市、吉野川市、阿波市を加えた徳島東部15市町村において、新たに全国最大級の自治体数となる徳島東部地域DMO（仮称）を設立し、旅行者のニーズの変化等に対応できる仕組みを構築することにより、徳島東部圏域が一体となって、広域かつ戦略的に観光・交流を促進するための方策を推進することを目指そうとしている。

さらに、民間事業者等が主体的に関わるなど民の役割を強化し、官民が一体となり、より効果的で、継続的・自立的な観光振興を進めていくことにより、入り込み観光客数や宿泊者数の拡大を図り、観光消費を増加させることで、観光産業

の振興による交流人口の増加や圏域の活性化に繋げていくことが求められている。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分 の累計
徳島県東部圏域の延べ宿泊者数 (万人)	179.57	3	3	3	9
徳島県東部圏域の観光入込客数 (万人)	255.74	5	5	5	15

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

徳島県東部地域 15 市町村及び民間事業者 20 社以上が連携して、観光消費額の増加による地域経済の活性化や住民愛着度の向上を目的とした徳島東部地域DMO（仮称）を設置し（平成 30 年 3 月 30 日に（一社）イーストとくしま観光推進機構を設立済みであるため、以降名称を改める）、（一社）イーストとくしま観光推進機構が、戦略的なマーケティング、情報発信の強化、誘客・送客・流通促進、広域連携による観光地域づくりの推進等に取り組み観光振興を推進することで、交流人口の増加や圏域の活性化を図る。

5-2 第 5 章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

徳島市、鳴門市、小松島市、吉野川市及び阿波市並びに徳島県勝浦郡勝浦町及び上勝町、名東郡佐那河内村、名西郡石井町及び神山町並びに板野郡松茂町、北島町、藍住町、板野町及び上板町

② 事業の名称：徳島東部地域におけるDMO推進

③ 事業の内容

徳島県東部地域 15 市町村及び民間事業者 20 社以上が連携して、観光消費額の増加による地域経済の活性化や住民愛着度の向上を目的とした（一社）イーストとくしま観光推進機構を設置し、（一社）イーストとくしま観光推進機構が次の取組を実施し、観光振興を推進する。

(1) 日本版DMOの設置

徳島東部地域の広いエリアの観光資源を活用し、官民協働で広域観光地域づくりを戦略的に進めていくための舵取り役として、「(一社) イーストとくしま観光推進機構 (日本版DMO)」を、官民が一体となって設立する。(平成30年3月30日に(一社) イーストとくしま観光推進機構を設立済み)

(2) (一社) イーストとくしま観光推進機構を司令塔とした戦略的なマーケティング

データ収集・分析を通して、データに基づくターゲットの設定や15市町村の観光資源の発掘・再発見や磨き上げなど戦略的なマーケティングを進める。

(3) 自治体・民間事業者・DMOが連携した情報発信の強化

デジタル広告の活用など国内向け・海外向けプロモーションの充実やワンストップ窓口など観光情報基盤の整備を進める。

(4) 徳島東部地域への入込客増加に向けた誘客・送客・流通促進

誘客・送客事業者等との連携強化、着地型旅行商品の造成や商談会等への参加など徳島東部地域での回遊性向上につながる施策を実施し、入込客増加を目指す。

(5) 広域連携による観光地域づくりの推進

徳島東部地域内でのネットワーク構築を図り、人材育成や地域産品・物産の開発支援などDMOと官民が広域連携して、観光地域づくりを進める。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- ・徳島県東部圏域においてDMOを設立し、徳島東部15市町村が徳島県や地域と十分に連携・協働しながら、従前から実施している事業に加え、自主的な収益事業を積極的に展開することで、DMO設立後に各種事業収入の増加を図る。
- ・(一社) イーストとくしま観光推進機構は、20社以上という大規模の民間事業者が参画(協賛金の負担等)しており、設立前段階から深化した官民協働の枠組み、安定的な運営を担保した仕組みを構築しており、今後はさらに拡大を図る。
- ・これらの取組(自主的な収益事業の積極展開による収入増加や民間連携の拡大)を進めることに伴い、行政負担を減少させ、行政の負担・補助金のみを頼らない、自立した持続的な地域連携DMOの運営及び観光振興の推進を目指す。

【官民協働】

- ・社会情勢の変化や観光ニーズの多様化に対応するため、従来型の行政主導ではなく、民間事業者とも協力しながら、戦略的かつ効果的に観光振興を図ることが必要であるため、徳島東部地域の15市町村と地元金融機関や観光・宿泊・運輸・報道機関・IT関係等、幅広い民間事業者の参画を得て設立した、(一社)イーストとくしま観光推進機構を中心に、地域が一体となって観光振興を進めようとしている。
- ・設立準備段階から20社以上と大規模かつ幅広い分野・業種の民間事業者が多数参画し、民間の意見やニーズを十分に吸い上げたDMO法人にしようとしているなど、官民連携の枠組みを深化させたものとしている。また、民間事業者が資金を拠出し、職員を派遣するなど、一定の責任を有し、安定的な運営を担保する仕組みを構築している。
- ・設立後は各種団体(自治体・民事業者・NPO法人等を想定)が参加するDMO協議会を設置し、それぞれがテーマ別の部会に参加し、個々の取組について連携しながら進めることを予定しており、継続的に官民が関わり合う仕組み・連携体制を十分に吟味したものとしている。

【政策間連携】

- ・急激な少子高齢化の進行等で人口減少が加速していることにより、様々な分野で都市間競争が進む中、(一社)イーストとくしま観光推進機構を中心に、徳島東部地域の15市町村の自治体にまたがる広域な範囲で来訪客の増加に向けた取組を戦略的・総合的に推進するとともに、シティプロモーション・地域のにぎわいづくり・地域産業の振興等の様々な施策と連携することで、「都市のブランディング」、「交流人口の増加」、「地域経済の活性化」等多様な効果を発揮し、圏域の活性化に繋げることで地方都市の衰退に歯止めをかけようとしている。

【地域間連携】

- ・徳島市は、定住自立圏(全12市町村・中心市は徳島市)を形成し、これまで圏域の市町村と相互に連携・協力して「観光開発・観光誘致事業」に取り組んできた。今後は、この枠組みに鳴門市・吉野川市・阿波市を加えた全国最大級の15市町村に体制を拡大して、(一社)イーストとくしま観光推進機構を中心に、圏域市町村等が連携した観光施策を一層充実させ、それぞれの地域の特性や強みを活かした観光客数増加に向けた取組を一体となって推進する。また、徳島県やDMOの取組を先行して進めている徳島県西部地域と連携し、相互に人の流れを創り出すなど相乗効果を生み出

し、徳島県全体の観光振興・活性化に資することを目指す。

⑤ 重要業績評価指標（KPI）及び目標年月

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分 の累計
徳島県東部圏域の延べ宿泊者数 (万人)	179.57	3	3	3	9
徳島県東部圏域の観光入込客数 (万人)	255.74	5	5	5	15

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度、DMO外部評価委員会（仮称）において、効果検証等を行う。

徳島市においては、併せて、徳島市まちづくり総合ビジョン推進評価委員会による検証も行う。

鳴門市においては、併せて、総合戦略評価委員会による検証も行う。

阿波市においては、併せて、阿波市まち・ひと・しごと創生本部有識者会議による検証も行う。

【外部組織の参画者】

DMO外部評価委員会（仮称）：学識経験者、経済団体、NPO法人等を予定

徳島市まちづくり総合ビジョン推進評価委員会：徳島大学、四国大学、徳島文理大学、
大学院生、徳島経済研究所、
株式会社ときわ、公認会計士
(平成30年度の参画者)

総合戦略評価委員会：徳島県、鳴門商工会議所、鳴門松茂地区農業協同組合
運営協議会、鳴門市水産振興協議会、鳴門教育大学、
阿波銀行、徳島新聞、ハローワーク

阿波市まち・ひと・しごと創生本部有識者会議：県議会、市議会、大学教授、市中銀行、
教育委員会委員、商工会、観光協会、
社会福祉協議会、農業関係者、PTA連
合会、企業、新聞社、NPO法人、野菜
ソムリエ組織など代表者で組織

【検証結果の公表の方法】

検証後、15市町村の各ホームページで検証結果を公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

・法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 108,480千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から平成33年3月31日（3ヵ年度）

⑨ その他必要な事項

特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし

6 計画期間

地域再生計画認定の日から平成33年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

【検証方法】

毎年度、DMO外部評価委員会（仮称）において、効果検証等を行う。

徳島市においては、併せて、徳島市まちづくり総合ビジョン推進評価委員会による検証も行う。

鳴門市においては、併せて、総合戦略評価委員会による検証も行う。

阿波市においては、併せて、阿波市まち・ひと・しごと創生本部有識者会議による検証も行う。

【外部組織の参画者】

DMO外部評価委員会（仮称）：学識経験者、経済団体、NPO法人等を予定

徳島市まちづくり総合ビジョン推進評価委員会：徳島大学、四国大学、徳島文理大学、
大学院生、徳島経済研究所、
株式会社ときわ、公認会計士
（平成30年度の参画者）

総合戦略評価委員会：徳島県、鳴門商工会議所、鳴門松茂地区農業協同組合
運営協議会、鳴門市水産振興協議会、鳴門教育大
学、阿波銀行、徳島新聞、ハローワーク

阿波市まち・ひと・しごと創生本部有識者会議：県議会、市議会、大学教授、市中銀行、
教育委員会委員、商工会、観光協会、
社会福祉協議会、農業関係者、PTA
連合会、企業、新聞社、NPO法人、
野菜ソムリエ組織など代表者で組織

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	H30年度 増加分 1年目	H31年度 増加分 2年目	H32年度 増加分 3年目	KPI 増加分 の累計
徳島県東部圏域の延べ宿泊者数（万人）	179.57	3	3	3	9
徳島県東部圏域の観光入込客数（万人）	255.74	5	5	5	15

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

毎年度、連携15市町村の各ホームページで公表する。

地域再生計画

【数値目標と実績】

		事業開始前 (現時点)	H30 年度 増加分 1 年目	H31 年度 増加分 2 年目	H32 年度 増加分 3 年目	KPI 増加分 の累計
目 標	徳島県東部圏域の延べ宿泊者数 (万人)	179.57	3	3	3	9
実 績	徳島県東部圏域の延べ宿泊者数 (万人)		170.23 万人 前年 ▲9.34 万人			
目 標	徳島県東部圏域の観光入込客数 (万人)	255.74	5	5	5	15
実 績	徳島県東部圏域の観光入込客数 (万人)		259.48 万人 前年 3.74 万人増			

■ イーストとくしま2019年度予算（地方創生推進交付金関係）

（歳入）

（単位：千円）

市町村別	負担金（地方創生推進交付金）
徳島市	16,200
鳴門市	1,800
小松島市	1,800
吉野川市	1,800
阿波市	1,800
勝浦町	1,260
上勝町	1,260
佐那河内村	1,260
石井町	1,260
神山町	1,260
松茂町	1,260
北島町	1,260
藍住町	1,260
板野町	1,260
上板町	1,260
合計	36,000

（歳出）

（単位：千円）

区分（事業別）	
① 徳島東部地域の観光資源の発掘と磨きに向けたデータ収集及びWebアンケート整備費	
	3,000千円
② 自治体・民間事業者・DMOが連携した情報発信の強化	
	12,960千円
(1)観光サイト誘導のためのコンテンツ記事制作等	(6,760)
(2)SNS・WEBプロモーション	(1,500)
(3)募集型企画旅行支援	(1,200)
(4)徳島東部圏域観光パンフレット作成	(1,865)
(5)HP維持管理費	(1,635)
③ 徳島東部地域への誘客・送客・営業活動	
	1,200千円
④ 広域連携による観光地域づくりの推進	
	1,440千円
(1)観光人材養成事業等、観光地域づくりの推進	
⑤ 管理経費（人件費・管理経費）	
	17,400千円
合計	36,000

※情報発信については、事業間の流用有

イーストとくしま観光推進機構（2018～2020 3か年地方創生推進交付金関係）

市町村名	地方創生交付金関係負担金（2018）	地方創生交付金関係負担金（2019）	地方創生交付金関係負担金（2020）	合計
徳島市	18,000	16,200	14,600	48,800
鳴門市	2,000	1,800	1,620	5,420
小松島市	2,000	1,800	1,620	5,420
吉野川市	2,000	1,800	1,620	5,420
阿波市	2,000	1,800	1,620	5,420
勝浦町	1,400	1,260	1,140	3,800
上勝町	1,400	1,260	1,140	3,800
佐那河内村	1,400	1,260	1,140	3,800
石井町	1,400	1,260	1,140	3,800
神山町	1,400	1,260	1,140	3,800
松茂町	1,400	1,260	1,140	3,800
北島町	1,400	1,260	1,140	3,800
藍住町	1,400	1,260	1,140	3,800
板野町	1,400	1,260	1,140	3,800
上板町	1,400	1,260	1,140	3,800
合計	40,000	36,000	32,480	108,480

《2019年度事業報告（地方創生交付金対象事業）》

一般社団法人イーストとくしま観光推進機構

2020年2月

I 事業の概要

一般社団法人イーストとくしま観光推進機構（以下、「機構」という。）は、観光消費額の増加による地域経済の活性化及び地域に対する住民の愛着や誇りの醸成を2つのミッションとして掲げ、2018年4月2日徳島市において事務所を開設、業務を開始した。同年7月に日本版DMO候補法人登録、2019年8月7日には日本版DMOに登録された。令和元年度については、策定した観光戦略をもとに多様な関係者と合意形成を図りながら、マーケティングリサーチ、プロモーション・セールス、観光地域づくり事業を実施するとともに、特産品のPR販売促進事業や四国運輸局等との連携事業に取り組むなど、さらなる連携の強化を図っている。

II 事業の実績等（予定含む）

1 マーケティングリサーチ事業 【合計 約3,000,000円】

【目的】

- 観光消費額・満足度・リピート率等の把握
- 徳島県東部圏域に対する観光客のニーズ把握（来訪者・非来訪者）
- プロモーションターゲットの設定

(1) 来訪者アンケート調査（約1,000,000円）

対面による聞き取り調査や、観光施設や宿泊施設での留置き調査、またスマートフォン等を用いたWEB調査などの多様な方法により、徳島県東部圏域を訪れた観光客の実態を把握する。

調査項目：旅行消費額・満足度・リピート率・旅行目的・訪問回数・要望など。

①留め置き調査：2019年1月～5月実施

アンケート収集数 532 サンプル（海外 33 サンプル）

②対面式調査：(1) 2019年11月～12月実施

アンケート収集数 433 サンプル（海外 98 サンプル）

(2) 2020年2月～3月実施予定

360 サンプル以上を予定（海外は 90 サンプル以上）

現在の合計：965 サンプル（海外 131 サンプル）

【観光アンケートシステム構築業務】 (約 2,000,000 円)

調査協力施設の負担軽減や通年を通じて観光客からの調査票回収率の向上を図るため、スマートフォン等を用いたWEBアンケート調査が実施できるシステムの構築を行う。

- ・受託事業者 : 株式会社 リクルートライフスタイル
- ・システム完成時期 : 2019年12月25日

※調査精度検証の為、対面による調査期間中に実施予定。

(2) 自社WEBページ解析

自社WEBページ等(HP・Facebook・Instagram・YouTubeチャンネル)へのアクセス状況及び傾向を“google analytics”や“Facebook insight”等を活用し、観光客のニーズ等を把握する。

<今年度アクセス状況>

2019年4月1日～2020年1月14日

※ページビュー 109,575PV (4/1～12/31 105,669PV)

※HP集客ユーザー比率(流入経路)

①Social:2.59%, ②OrganicSeach:84.69%, ③Direct:21.24%

④Referral:1.40%

➡PV数10万越え。引き続きオーガニックサーチの伸びが顕著であり認知度の向上が進んでいる。

<前年度>

2018年4月1日～2019年3月31日

※ページビュー 45,908PV

※HP集客ユーザー比率(流入経路)

①Social:30.30%, ②OrganicSeach:38.69%, ③Direct:21.24%

④Referral&other:9.77%

(3) プロモーションターゲットの設定

上記(1),(2)による収集データ及び顧客ニーズ等からプロモーションを実施するターゲットを設定するとともに、効果的なプロモーションを行うためのコンテンツとの親和性を明らかにして、アプローチ手法の考案の確立に繋げていく。

2 情報発信&プロモーション事業 【合計 約 13,085,000 円】

【目的】

- 徳島県東部圏域内の観光コンテンツの価値の伝達（ブランディング）
- 自社ホームページへの誘引&掲載コンテンツの反応率の上昇

(1) WEBプロモーション業務 (5,600,000 円)

“食”・“文化・伝統”・“自然・体験”の3テーマにおける顧客ニーズにマッチした観光コンテンツを、SNS（Facebook, インスタグラム, Youtube）中心にプロモーションを行うことにより、徳島県東部圏域観光コンテンツのブランディングを推進する。

- ・受託事業者 : 株式会社 あわわ
- ・第1回WG開催（6月24日）：アスティとくしま 約30名参加
- ・第2回WG開催（10月4日）：アスティとくしま 約20名参加
- ・年間配信記事（81回）を掲載予定（以下、掲載済み一覧）
 - 1 鳴門とレンコンにまつわる旅（2019年7月9日）
 - 2 中津峰山如意輪寺, 立木観音ハイキング（2019年7月10日）
 - 3 阿波美豚のBBQ（2019年7月16日）
 - 4 大川原高原一帯の文化を見る（2019年7月17日）
 - 5 恐竜の化石を見つけよう！発掘体験（2019年7月19日）
 - 6 吉野川クルーズ（2019年7月20日）
 - 7 地元の漁場でとれた新鮮なハモ天井・しらす丼（2019年7月22日）
 - 8 阿波藍の歴史を学ぶ（2019年7月24日）
 - 9 ブロンプトンで阿波の遍路道でサイクリング（2019年7月31日）
 - 10 藍のふるさと上板町で藍染体験ざんまい（2019年8月2日）
 - 11 鳴門市阿波おどり（2019年8月5日）
 - 12 徳島市阿波おどり／阿波踊りの衣装体験（2019年8月7日）
 - 13 ジューシーな甘みの“阿波おど梨（2019年8月9日）
 - 14 伝統料理体験 in 勝浦町（2019年8月12日）
 - 15 カブトムシ捕獲作戦にでかけよう（2019年8月16日）
 - 16 レキシルとくしま（2019年8月21日）
 - 17 キッズアドベンチャー/ゼロキャンプ（2019年8月27日）
 - 18 徳島の伝統工芸品「遊山箱」煮詰めた和御前（2019年8月31日）
 - 19 鳴門の「朝活」（2019年9月9日）
 - 20 立江八幡神社秋季例大祭（2019年9月11日）
 - 21 オリジナルの阿波和紙づくり（2019年9月13日）
 - 22 鳴門のタカの渡りと「四国のみちウォーキング」（2019年9月20日）
 - 23 やねこじき アートイベント（2019年9月25日）
 - 24 徳島の味覚収穫体験ツアー（2019年9月26日）

- 25 徳島の「松茂美人」さつまいも収穫体験 (2019年9月27日)
- 26 藤井寺から遍路ころがし焼山寺山 (2019年9月28日)
- 27 北島町ラーメン店めぐり (2019年9月30日)
- 28 美郷梅酒まつり (2019年10月7日)
- 29 地・食・体験 藍めぐり (2019年10月10日)
- 30 小松島で乗馬体験 (2019年10月11日)
- 31 川田八幡神社 秋まつり (2019年10月17日)
- 32 徳島駅近の飲み屋街で極上ナイトタイム (2019年10月17日)
- 33 Brompton でポタリングツアー眉山編 (2019年10月21日)
- 34 古事記にまつわるパワースポット巡り in 神山 (2019年10月22日)
- 35 魅せる地産地消 (2019年10月25日)
- 36 ハイキングで土柱鑑賞 (2019年10月29日)
- 37 御所たらいうどん 阿波小麦フェア (2019年11月1日)
- 38 ろくろや絵付けの体験をしよう (2019年11月8日)
- 39 神山アーティスト イン レジデンス 2019 (2019年11月8日)
- 40 Devil's challenge (2019年11月14日)
- 41 立江寺で癒やしのヨガ&写経&護摩業体験 (2019年11月15日)
- 42 キウイの収穫体験 (2019年11月18日)
- 43 ヤッホー&ホラ吹き体験 (2019年11月20日)
- 44 仏と神巡礼ウォーク (2019年11月22日)
- 45 手ぶらで釣って海鮮BBQ (2019年11月25日)
- 46 高開の石積みライトアップ (2019年12月4日)
- 47 徳島庶民の味めぐり&まち歩き (2019年12月11日)
- 48 小松島でうまれた新たな特産品 (2019年12月13日)
- 49 OUR GOOD TABLE (2019年12月16日)
- 50 【阿波おどり会館クリスマス特別公演+イルミネーション】
& 【新春特別公演+眉山山頂日の出】 (2019年12月17日)
- 51 Saai dye studio に行ってみよう (2019年12月18日)
- 52 ヘルシー&栄養満点 藍フード (2019年12月20日)
- 53 慈眼寺で修行体験 (2019年12月31日)
- 54 大麻比古神社で初詣 (2020年1月1日)
- 55 神山スキーランドホテルと謎の神山文字 (2020年1月10日)
- 56 西かまぼこ店の平天 (2020年1月14日)
- 57 徳島城・徳島中央公園~のんびり城山散策~ (2020年1月16日)
- 58 上板の古道 観音道 (2020年1月17日)
- 59 遊山箱で愉しむ新春 (2020年1月20日)
- 60 とくしまのクラフトビール (2020年1月21日)

・観光サイト特集記事・動画（9回）を掲載予定

特集記事（掲載済み一覧）

- 1 日本遺産認定 阿波藍を藍の産地・上板町で学ぶ
- 2 日本三大盆踊りのひとつ「阿波おどり」を体感しよう！
- 3 小松島の恵み！ ハモとシラス
- 4 甘みと柔らかさが逸品 徳島の自然が育んだ「阿波美豚」
- 5 ドライブの行き先は大川原高原へ！ 高原のパノラマを満喫しよう
- 6 太古のロマンを感じる 勝浦町で恐竜観光
- 7 作って楽しい！もらって嬉しい！ 伝統工芸・阿波和紙づくり
- 8 染めても食べても魅力 ヘルシー&栄養満点“藍フード” [動画無し]
- 9 阿波市に新・ご当地グルメが誕生 世界一の辛さをご賞味あれ
- 10 徳島の歴史探訪 レキシルとくしま [動画無し]

(2) ホームページ（WEB）への誘引プロモーション

QRコード付きフライヤー等を、県内外のイベントや観光施設等で配布する事により、ホームページへの誘引を促進する。

・ ➡徳島バスのご協力により、徳島⇄関西方面路線を始めとした高速バスの座席シート裏面スペースに、QRコード付きフライヤーを実施。

(3) PR（パブリックリレーション）の推進

JNTO、広域DMOと連携し、国内外メディア・制作会社・旅行代理店等との関係値を深め徳島県東部圏の露出拡大を推進していく。

- ・ 上記（1）の SNS 配信情報を、せとうち DMO 等の広域 DMO とシェア
- ・ 11/13～14：せとうち DMO イギリス旅行代理店ファミ受入（5社）
- ・ 12/17～18：関西観光本部 ドイツインフルエンサー受入
- ・ 2/6～7：せとうち DMO イギリスメディアツアー受入予定

(4) 募集型企画旅行支援事業（3 セールス事業と連携）（約 700,000 円）

徳島県東部圏域での日帰り及び宿泊を伴う旅行商品の広告掲載料等に対し助成金を交付することにより、徳島県東部圏域の認知度向上を図る。併せて、県外旅行代理店に対してセールス及び関係値構築のフックとして利用する。

区分	限度額	助成対象経費
徳島県東部圏域内1泊+徳島市、鳴門市で1箇所以上かつ徳島市、鳴門市以外で1箇所以上の観光等を行程に含む旅行商品	300,000円 (経費の2/3を上限とする)	徳島県東部圏域内への送客を目的とし「募集型企画旅行商品」を掲載した新聞広告、パンフレット等作成経費（制作・印刷代・ダイレクトメール配送費・新聞折込料・新聞・雑誌等への旅行商品広告掲載料（WEBは除く））に対して助成を行う
徳島県東部圏域内で2箇所以上の観光等を行程に含む旅行商品 (日帰り含む)	100,000円 (経費の2/3を上限とする)	

- 1 株式会社阪急交通社西日本営業部（日帰り）
 2019年8月12日 177名
 2019年8月13日 161名
 （8月14日、15日 中止）
 トラピックス倶楽部7月号掲載（395,081部）
 トラピックス倶楽部7月号掲載（399,584部）
- 2 株式会社阪急交通社宮崎支店（宿泊）
 2019年10月30日～11月2日 25名
 トラピックス倶楽部9月号掲載（14,500部）
- 3 株式会社山陽新聞事業社（日帰り）
 2019年11月4日 17名
 山陽新聞朝刊（半5段1/2 カラー）掲載（340,000部）
- 4 神戸新聞興産株式会社（日帰り）
 2019年1月4日 8名
 神戸新聞朝刊（半5段 モノクロ）掲載（480,000部）
 神戸新聞夕刊（半5段 モノクロ）掲載（190,000部）
- 5 ANAセールス株式会社（日帰り）
 集客中

(5) インバウンド向け観光情報発信強化業務（約2,398,000円）

機構のWEBサイトにおいて、広域周遊の際に選好される徳島のコンテンツと親和性の高いターゲットを設定し、ターゲットに合わせたコンテンツを多言語（英語、繁体字等）により制作・発信することで、機構のWEBアクセス数の向上、延いては徳島県東部圏域15市町村の認知度向上・観光誘客の推進につなげる。

・受託事業者 : DHE株式会社
 制作中

(6) 徳島県東部圏域観光パンフレット作成業務（約2,500,000円）

徳島県東部圏域のストーリー、観光コンテンツ、モデルコース、特集記事等を記載した観光パンフレットを作成し、認知度の向上や観光入込客数・観光消費額の増大につなげる。

・受託事業者 : 株式会社あわわ
 制作中

(7) 観光スポット情報掲載業務（約435,000円）

四季折々の豊かな自然を満喫できる絶景スポット、歴史や文化を堪能できるスポットなどを機構の観光サイトに掲載、発信することで当該圏域へ

の認知度の向上，誘客促進，観光周遊，観光消費額の拡大に繋げる。

- ・受託事業者：チルダアットマーク有限会社
制作中

(8) HP 維持管理費 (約 1,452,000 円)

徳島県東部圏域15市町村の観光振興，観光地域づくりのプラットフォームとして活動する当機構の紹介，活動報告，入会促進についての「企業サイト」及び同地域の旅行，体験，宿泊プラン等の検索，予約，決済までワンストップで提供する「観光サイト」を前年度に制作した。同地域を訪問する旅行者の情報提供等，利便性の向上に繋げる。

- ・受託事業者：株式会社リクルートライフスタイル

3 セールス事業 【合計 1,200,000 円】

【目的】

- 国内外旅行代理店との関係値強化により徳島県東部圏域への誘客促進を図る。
- OTA掲載促進により徳島県東部圏域への誘客促進を図る。

(1) 国内外旅行代理店等へのツアー造成の促進 (1,200,000 円)

【商談会等によるPR・セールス活動】

<主に国内マーケット対象>

- ① 大阪「JR四国商品説明会」
日時 2019年5月27日
- ② 札幌「JALと連携した札幌AGTセールス活動」
日時 2019年6月19日～20日
- ③ 広島「全国新聞社協議会セールス活動」
日時 2019年6月20日～21日
- ④ 東京「オール徳島観光商談会」
日時 2019年8月21日～22日
- ⑤ 大阪「オール徳島観光商談会」
日時 2019年8月29日
- ⑥ 東京「2019四国観光商談会」&東京地区セールス
日時 2019年9月25日～26日
- ⑦ 静岡・東京「静岡～東京旅行会社セールス」
日時 2019年10月10日～11日
- ⑧ 大阪「ツーリズムEXPOジャパン2019」
日時 2019年10月24日

- ⑨ 福岡「2019 四国観光情報交換会」
日 時 2019年11月19日～20日
- ⑩ 徳島「全国新聞旅行協議会」
日 時 2019年12月12日～13日

<主に国外マーケット対象>

- ① 台湾 「台湾3都市におけるセミナー・個別相談会」
日 時 2019年9月3日～7日
場 所 台湾（高雄市・台中市・台北市）
- ② タイ 「JAPAN EXPO THAILAND 2019 他セールス活動」
日 時 2019年10月28日～31日
場 所 タイ（バンコク）
- ③ 神戸 「瀬戸内への海外富裕層旅行会社との個別情報交換会・意見交換会」
日 時 2019年11月11日
場 所 神戸ベイシェラトン&タワーズ
- ④ 香港・深圳「日本秋祭 in 香港」徳島インバウンド商談会
日 時 2019年11月14日～15日
場 所 香港・深圳
- ⑤ 高知 「インバウンド商談会 2019 in 高知」
日 時 2019年11月26日
場 所 高知
- ⑥ 香港 「香港セールスコール」
日 時 2019年12月12日～14日
場 所 香港

(2) OTA（主に海外）への掲載促進

主に海外資本OTAに対し、観光コンテンツの掲載を促進し、誘客に繋げていくと同時に、google map, トリップアドバイザー等の Web 上口コミ掲載率 & 評価向上を促進する。

4 観光地域づくり事業 【合計 1,440,000 円】

【目的】

- 多様な観光人材を支援する事で新たな観光コンテンツの創造支援
- 観光客ニーズを反映した体験型・滞在型コンテンツ等の磨き上げ支援

(1) 協議会「イーストとくしま誘客ラボ」開催

① 第1回協議会「イーストとくしま誘客ラボ」

日時 2019年4月26日 13:00～14:30

場所 アスティとくしま

内容 ・平成31年度事業計画・収支予算について
・必須KPIの状況について
・社員・賛助会員の新規入会について
・協議会規程の一部改正について
・協議会会長の選任について（田村会長）

約40名参加

② 第2回協議会「イーストとくしま誘客ラボ」

日時 2019年8月28日 13:10～16:00

場所 アスティとくしま

内容 ・今年度事業の進捗状況について
・日本版DMO登録について
・必須KPIの状況について
・SNS発信の状況について
・基調講演（DHE株式会社 柳原 秀哉氏）

約50名参加

③ 第3回協議会「イーストとくしま誘客ラボ」

日時 2019年12月25日 13:30～16:30

場所 アスティとくしま

内容 ・今年度実施事業及びKPI等について
・日本版DMO登録について
・情報発信事業の中間報告について
・体験型観光コンテンツ開発等支援事業の中間報告について
・基調講演（近畿大学経営学部教授 高橋一夫氏）

約50名参加

(2) 観光人材養成事業

「観光ガイド養成講座」や「観光コーディネーター養成講座」等の実施により、徳島県東部圏域内の観光産業に係る多様な人材の育成を図るとともに、観光コンテンツの価値や観光消費額の向上につなげる。

①「観光ガイド養成講座」(アスティとくしま)

- ・ 第1回 2019年4月11日 参加者42名
- ・ 第2回 2019年4月18日 参加者40名
- ・ 第3回 2019年4月25日 参加者41名
- ・ 第4回 2019年5月9日 参加者42名
- ・ 実習 2019年5月14日 参加者10名
- ・ 実習 2019年5月23日 参加者11名
- ・ 実習 2019年6月11日 参加者11名

②「観光コーディネーター養成講座」(徳島大学 常三島キャンパス)

- ・ 第1回 2019年6月6日 参加者44名
- ・ 第2回 2019年6月13日 参加者45名
- ・ 第3回 2019年6月22日 参加者31名
- ・ 第4回 2019年7月4日 参加者47名
- ・ 第5回 2019年7月11日 参加者45名
- ・ 第6回 2019年7月18日 参加者52名
- ・ 第7回 2019年7月25日 参加者46名

③「観光コーディネーター養成講座中級編」(徳島大学 常三島キャンパス)

- ・ 第1回 2019年11月11日 約130名(社会人参加者約40名)
- ・ 第2回 2019年11月18日 約130名(社会人参加者約40名)
- ・ 第3回 2019年11月25日 約120名(社会人参加者約50名)
- ・ 第4回 2019年12月2日 約120名(社会人参加者約50名)
- ・ 第5回 2019年12月9日 約110名(社会人参加者約50名)
- ・ 第6回 2019年12月16日 約110名(社会人参加者約40名)
- ・ 第7回 2019年12月23日 約120名(社会人参加者約40名)

④「宿泊・飲食事業者のためのインバウンド講座」

(阿波銀行本店営業部3階コワーキングスペース)

- ・ 第1回 2020年1月16日
- ・ 第2回 2020年1月27日
- ・ 第3回 2020年2月6日 予定
- ・ 第4回 2020年2月17日 予定
- ・ 第5回 2020年2月25日 予定

Ⅲ 組織の状況

1 社員・会員（2020年2月1日現在）

<社員（自治体・15）>

徳島市・鳴門市・小松島市・吉野川市・阿波市・勝浦町・上勝町・佐那河内村・石井町・神山町・松茂町・北島町・藍住町・板野町・上板町

<社員（民間・19）>

東海運株式会社・株式会社阿波銀行・株式会社エアトラベル徳島・オーシャントランス株式会社・株式会社キョーエイ・株式会社JTB・四国電力株式会社・四国放送株式会社・テック情報株式会社・東武トップツアーズ株式会社・株式会社ときわ・株式会社徳島大正銀行・一般社団法人徳島新聞社・徳島信用金庫・株式会社日本旅行・ノヴィル株式会社・株式会社ハレルヤ・株式会社あわわ・徳島港湾荷役株式会社

<賛助会員（会員・13）>

全日本空輸株式会社・株式会社ネオビエント・徳島県信用保証協会・四国旅客鉄道株式会社・徳島市旅館組合・日本航空株式会社・株式会社ホテルグランドパレス・株式会社 WIRE CROSS・徳島ホテルリゾート株式会社・株式会社JR四国ホテルズ・株式会社 NKK・株式会社エイチオーエス・猪之津株式会社

<一般会員（会員・3）>

公益社団法人徳島県物産協会・三井住友海上火災保険株式会社・東京海上日動火災保険株式会社

2 日本版 DMO 法人登録について

観光庁へ日本版 DMO 法人登録申請を行い、2019年8月7日付で登録された。

（登録の詳細）

日本版 DMO 法人の名称：

一般社団法人イーストとくしま観光推進機構

申請区分：地域連携 DMO

登録番号：第 20068 号

マーケティング・マネジメントを対象とする区域：

徳島県徳島市、鳴門市、小松島市、吉野川市、阿波市、勝浦町、上勝町、佐那河内村、石井町、神山町、松茂町、北島町、藍住町、板野町、上板町

登録日：2019年8月7日

以上

1-1. 都道府県別 延べ宿泊者数 推移表 (年計)

(単位:人泊)

順位	全国	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
		計	計	計	計	計	計	計	
		417,234,450	439,495,120	465,893,370	473,501,950	504,078,370	492,485,160	509,596,860	538,001,500
1	13東京都	41,528,320	49,189,870	52,824,060	54,258,780	59,087,920	57,514,950	59,949,670	66,109,060
2	27大阪府	21,764,630	23,343,620	23,881,430	28,369,250	30,366,080	31,010,470	33,212,480	39,897,970
3	01北海道	27,293,760	28,591,870	30,970,470	30,979,070	32,591,070	33,554,500	35,556,950	35,308,590
4	47沖縄県	14,145,070	15,579,340	20,789,590	20,142,060	20,063,730	20,626,690	21,686,570	26,790,920
5	12千葉県	15,959,680	19,321,960	20,398,580	21,201,240	22,573,510	21,880,880	24,636,500	25,586,050
6	14神奈川県	16,331,430	17,235,100	16,840,830	19,200,770	19,065,960	18,746,090	20,756,330	23,021,940
7	22静岡県	19,412,880	20,286,510	20,923,330	21,022,570	22,530,110	21,237,660	20,778,710	21,861,980
8	26京都府	14,405,110	16,240,750	20,087,510	16,986,760	18,255,030	17,649,500	18,921,720	20,450,740
9	20長野県	19,375,310	18,291,290	18,750,560	17,897,190	19,213,380	17,804,660	17,989,080	18,324,790
10	23愛知県	12,406,940	13,426,230	14,653,230	15,395,410	16,622,180	16,558,790	17,189,390	17,009,840
11	40福岡県	13,240,240	13,674,120	13,986,570	15,232,160	16,143,170	16,475,930	17,001,170	16,731,560
12	28兵庫県	11,892,580	12,353,120	13,226,080	13,759,210	14,163,920	13,758,680	13,800,590	13,392,000
13	07福島県	10,798,650	10,585,930	10,748,340	11,060,830	11,473,400	10,198,820	10,858,410	11,396,360
14	04宮城県	9,788,570	10,042,560	11,334,990	10,259,780	10,820,670	9,765,080	9,980,830	10,405,390
15	34広島県	7,885,900	8,220,210	7,942,310	8,572,130	9,421,370	9,592,650	9,629,230	9,899,270
16	15新潟県	10,365,090	10,202,510	9,676,970	9,607,330	10,259,960	10,204,650	10,202,050	9,770,880
17	09栃木県	8,695,920	9,762,230	9,717,140	9,582,340	10,288,850	10,316,840	10,224,250	9,469,560
18	17石川県	6,976,680	7,243,760	7,449,930	7,543,170	8,729,520	8,696,500	8,736,680	9,130,810
19	24三重県	7,568,670	8,334,690	9,686,440	8,794,360	9,458,820	9,304,450	8,319,100	8,900,660
20	46鹿児島県	6,795,810	6,870,930	7,322,530	7,534,490	7,972,730	7,202,190	7,986,670	8,864,320
21	19山梨県	7,069,110	7,020,510	6,928,770	7,570,390	8,425,870	8,352,920	8,024,260	8,612,760
22	10群馬県	8,748,680	8,385,380	9,138,510	8,593,380	8,828,080	8,651,160	8,756,660	8,305,480
23	43熊本県	7,231,800	7,089,180	7,057,610	6,869,150	7,130,540	7,275,180	7,898,550	8,053,190
24	42長崎県	6,993,380	6,628,470	7,254,700	7,315,020	8,672,440	7,383,780	7,719,200	7,855,080
25	44大分県	6,319,580	6,122,600	6,711,060	6,101,170	7,388,270	6,851,540	7,350,280	7,774,300
26	21岐阜県	5,575,640	5,830,330	6,042,480	6,098,660	6,778,010	6,384,400	6,205,370	6,851,630
27	03岩手県	6,306,100	6,517,240	5,590,690	5,888,980	6,156,280	6,241,440	6,075,910	6,098,790
28	08茨城県	4,450,960	5,097,080	5,154,170	5,462,770	5,740,920	5,608,470	5,614,360	5,892,150
29	33岡山県	4,748,580	4,667,230	5,216,680	5,387,650	5,163,880	5,347,280	5,825,430	5,614,880
30	06山形県	5,430,380	5,559,550	5,430,680	5,898,540	5,973,260	5,443,790	5,242,180	5,431,360
31	30和歌山県	4,095,810	4,283,310	4,441,600	4,456,370	4,736,400	4,665,510	4,862,960	5,131,910
32	02青森県	4,481,930	4,546,440	4,759,730	4,511,260	5,006,470	5,006,420	4,624,260	5,058,910
33	11埼玉県	3,566,100	3,736,890	3,974,240	4,109,880	4,330,720	4,472,830	4,590,130	4,912,890
34	25滋賀県	4,310,460	4,217,270	4,074,590	4,628,730	5,393,240	4,831,230	4,649,630	4,831,460
35	35山口県	4,175,000	4,292,020	4,379,090	4,489,320	4,847,160	4,663,910	4,440,630	4,351,960
36	38愛媛県	4,172,340	3,797,870	3,599,020	3,592,350	3,773,550	4,041,340	4,700,800	4,249,750
37	45宮崎県	3,097,120	3,627,650	3,716,050	3,481,860	3,792,000	3,643,200	4,194,130	4,158,780
38	18福井県	3,653,820	3,536,210	3,250,950	3,790,460	4,163,910	3,709,190	3,586,770	4,056,940
39	37香川県	3,265,020	3,550,090	3,585,200	3,462,700	4,076,570	3,779,900	3,758,400	4,048,330
40	16富山県	3,455,020	3,618,940	3,821,370	3,489,160	3,990,920	3,408,470	3,895,490	3,780,400
41	31鳥取県	3,303,670	2,864,320	3,540,280	3,043,000	2,994,290	2,989,460	2,991,700	3,562,640
42	05秋田県	3,721,130	3,460,540	3,493,090	3,761,400	3,457,240	3,399,890	3,346,180	3,505,130
43	39高知県	2,931,420	3,088,360	2,873,700	2,904,380	2,819,870	2,821,620	2,714,490	3,014,560
44	32島根県	2,812,210	2,626,850	3,274,100	3,219,190	3,417,450	3,466,560	3,186,890	2,976,410
45	41佐賀県	2,696,600	2,483,640	2,637,180	2,837,990	3,052,190	3,040,560	2,973,270	2,752,990
46	29奈良県	2,027,900	2,230,560	2,480,220	2,270,170	2,552,560	2,522,030	2,654,380	2,572,170
47	36徳島県	1,963,470	1,820,010	2,256,720	2,869,160	2,314,910	2,383,140	2,298,150	2,223,980

- ・H30徳島県47位
- ・46位の奈良県との差：348,190人

2-1. 都道府県別 外国人延べ宿泊者数 推移表 (年計)

(単位:人泊)

順位	全 国	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年
		計	計	計	計	計	計	計	計
		18,415,690	26,314,340	33,495,730	44,824,600	65,614,600	69,388,940	79,690,590	94,275,240
1	13東京都	5,651,810	8,291,740	9,830,950	13,195,260	17,560,590	18,059,960	19,775,890	23,194,530
2	27大阪府	2,365,390	3,060,850	4,314,500	6,200,160	8,965,670	10,008,830	11,672,040	15,124,140
3	01北海道	1,583,740	2,012,070	3,069,750	3,890,590	5,641,140	6,554,220	7,702,470	8,335,030
4	26京都府	1,052,740	2,305,170	2,625,880	3,291,010	4,578,670	4,602,810	5,556,380	6,267,750
5	47沖縄県	560,770	781,210	1,487,750	2,388,550	3,684,870	3,859,790	4,623,800	6,201,270
6	12千葉県	1,429,740	1,794,850	2,048,240	2,667,200	3,500,370	3,344,800	3,675,180	4,115,770
7	40福岡県	604,160	758,730	900,040	1,357,300	2,359,700	2,674,110	3,112,070	3,366,510
8	23愛知県	712,630	944,640	1,147,560	1,489,680	2,347,290	2,393,190	2,542,860	2,850,230
9	14神奈川県	674,600	924,550	1,067,440	1,432,500	2,156,320	2,160,600	2,336,510	2,753,800
10	19山梨県	250,270	387,360	492,230	948,880	1,252,130	1,371,300	1,608,760	1,961,210
11	22静岡県	333,560	494,220	559,740	786,310	1,739,620	1,570,350	1,501,920	1,793,750
12	20長野県	224,140	288,340	543,090	660,480	947,450	1,134,940	1,289,960	1,527,160
13	21岐阜県	134,080	260,090	416,740	597,690	930,660	1,013,490	975,060	1,484,320
14	44大分県	358,860	310,320	409,640	400,400	773,990	827,010	1,386,930	1,442,210
15	28兵庫県	309,060	353,830	507,030	697,910	1,207,020	1,119,760	1,248,220	1,259,930
16	34広島県	169,620	401,130	365,800	435,020	740,630	839,710	927,890	1,237,170
17	43熊本県	250,390	325,910	421,320	475,400	714,720	518,730	807,750	1,013,020
18	17石川県	126,260	190,380	326,380	348,290	517,430	623,460	777,240	973,950
19	42長崎県	276,810	418,820	424,980	492,510	872,190	725,420	779,250	860,090
20	46鹿児島県	92,890	170,570	214,810	266,000	415,730	480,920	744,180	830,540
21	30和歌山県	63,890	116,930	187,100	284,790	434,630	557,350	525,050	584,350
22	37香川県	36,570	43,090	95,830	142,710	210,470	358,360	482,300	546,100
23	33岡山県	59,030	78,880	85,970	110,960	170,530	281,800	438,970	469,460
24	29奈良県	34,560	104,300	164,570	145,260	258,600	307,840	389,440	438,670
25	25滋賀県	85,710	114,000	131,880	230,750	477,250	480,740	388,580	412,510
26	15新潟県	91,250	96,870	106,510	135,520	262,500	267,020	315,400	404,890
27	04宮城県	53,520	90,330	106,600	117,150	190,610	199,290	264,470	402,110
28	41佐賀県	36,860	40,960	55,550	90,940	191,120	249,640	385,250	391,900
29	02青森県	33,730	42,430	62,480	74,010	119,010	160,180	260,330	349,050
30	24三重県	90,990	94,660	130,890	178,520	391,740	351,870	334,230	340,580
31	45宮崎県	41,980	153,230	136,990	161,020	201,880	245,180	296,670	326,530
32	09栃木県	77,300	106,910	178,960	159,400	231,540	252,430	271,810	323,390
33	16富山県	51,160	94,000	136,290	142,070	207,790	222,270	287,720	306,200
34	10群馬県	48,760	69,240	108,930	112,280	160,340	214,350	291,460	289,400
35	03岩手県	33,330	45,990	65,320	77,130	106,330	132,030	187,930	258,920
36	08茨城県	88,200	89,020	88,490	94,070	200,730	224,630	230,690	254,190
37	11埼玉県	55,030	88,230	97,570	99,440	158,580	169,510	219,440	230,470
38	38愛媛県	38,890	62,660	67,020	64,120	106,850	146,700	178,590	229,530
39	31鳥取県	31,810	39,490	46,850	58,830	103,430	100,320	140,530	194,730
40	07福島県	27,540	37,230	41,830	44,040	56,420	78,860	130,300	176,360
41	06山形県	34,710	32,170	37,410	48,220	75,720	88,200	117,860	163,460
42	05秋田県	27,210	27,580	36,140	41,510	59,800	66,950	104,660	123,430
43	35山口県	37,020	48,170	46,230	56,670	109,410	92,520	117,330	122,630
44	36徳島県	19,310	45,090	32,310	35,940	58,340	69,450	102,810	116,230
45	39高知県	16,480	33,640	24,820	38,590	65,890	75,400	75,410	79,160
46	18福井県	23,560	26,570	30,360	31,530	55,970	54,360	61,160	75,860
47	32島根県	15,830	17,920	18,980	28,000	42,950	58,310	47,860	72,740

- ・ H30徳島県44位
- ・ 43位の山口県との差：6,400人

平成30年度 徳島県の観光施設入込状況

	施設名	単位	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	前年同期比	ピーク時	
1	大鳴門橋架橋記念館(イデイ)：鳴門市	人	100,523	96,984	82,441	55,136	87,378	158.5	H23	110,462
2	渦の道：鳴門市	人	506,348	510,494	518,300	527,829	515,962	97.8	H12	881,317
3	鳴門公園 駐車場：鳴門市	台	135,330	139,089	141,728	144,559	143,212	99.1	H12	190,603
4	あすたむらんど徳島：板野町	人	434,829	500,754	474,436	438,917	436,093	99.4	H13	606,177
5	ドイツ館：鳴門市	人	25,642	28,532	28,984	31,640	35,999	113.8	H6	80,383
6	藍の館：藍住町	人	26,569	31,217	31,384	34,249	31,264	91.3	H5	42,387
7	とくしま動物園：徳島市	人	242,783	265,172	230,381	227,816	216,598	95.1	H10	466,929
8	阿波おどり会館：徳島市	人	137,737	142,373	150,882	162,336	147,975	91.2	H29	162,336
9	文化の森総合公園：徳島市	人	774,339	865,037	1,097,071	905,976	955,428	105.5	H28	1,097,071
10	阿波十郎兵衛屋敷：徳島市	人	26,412	26,436	28,494	28,955	24,926	86.1	S63	129,232
	太龍寺ロープウェイ(上・下)：那賀町	人	206,344	134,938	199,925	124,592	108,519	87.1	H5	308,000
	うみがめ博物館(カレッタ)：美波町	人	28,827	34,329	33,553	32,526	34,987	107.6	H21	62,380
	祖谷のかずら橋：三好市	人	301,193	348,529	339,035	357,697	360,601	100.8	H10	398,093
	うだつの町並み：美馬市	人	178,056	191,437	172,671	159,104	190,699	119.9	H21	238,422
	妖怪屋敷と石の博物館：三好市	人	27,353	27,560	24,336	21,539	25,582	111.8	H13	69,430
	徳島県計(※①)		3,152,285	3,342,881	3,553,621	3,252,871	3,315,223	101.9		

※①合計値は、単位が異なったまま合算しているもので注意を要する。

1～10：徳島県東部圏域

H30：2,594,835人

参考【3、4、7、9、西部、南部を除く】

	施設名	単位	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	前年同期比	ピーク時	
1	大鳴門橋架橋記念館(イデイ)：鳴門市	人	100,523	96,984	82,441	55,136	87,378	158.5	H23	110,462
2	渦の道：鳴門市	人	506,348	510,494	518,300	527,829	515,962	97.8	H12	881,317
5	ドイツ館：鳴門市	人	25,642	28,532	28,984	31,640	35,999	113.8	H6	80,383
6	藍の館：藍住町	人	26,569	31,217	31,384	34,249	31,264	91.3	H5	42,387
8	阿波おどり会館：徳島市	人	137,737	142,373	150,882	162,336	147,975	91.2	H29	162,336
10	阿波十郎兵衛屋敷：徳島市	人	26,412	26,436	28,494	28,955	24,926	86.1	S63	129,232
	合計		823,231	836,036	840,485	840,145	843,504			

H30：843,504人