



令和7年度(2025年度)事業計画

令和7年度 定時社員総会
令和7年5月29日

1. 環境分析（現在の社会を取り巻く環境）PEST分析とSWOT分析）
2. 2024年（暦年）の「訪日外国人観光客数」と「旅行消費額」
3. 2025イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）
4. シビックプライド醸成事業の推進
5. 面的DX化推進事業（東部圏域内の横展開）の拡大
6. 観光庁事業



1.-1 環境分析（PEST分析とSWOT分析）



1. (1) 環境分析 PEST分析

政治 (Politics)

中国との関係悪化（尖閣・台湾有事の可能性）

北朝鮮の軍事的脅威（弾道ミサイルや核の開発）

ロシアとの領土問題停滞・安全保障の脅威拡大

米国内政不安や保護主義の強化による安全保障の悪影響

国際機関の影響力低下、民主主義vs権威主義の対立

経済 (Economy)

米国保護主義の強化による経済、貿易への悪影響

米中経済対立（貿易戦争や技術覇権争い）による
日本のサプライチェーンの不安定化

インフレと金利上昇（世界的なインフレ進行、米国金利
上昇による円安や資本流出）

新興国市場の不安定化（中国経済の減速や新興国
市場の動揺による日本企業の海外展開への悪影響）

産業競争力の低下、貿易依存度の高さ

社会 (Society)

少子高齢化の加速（社会保障費増加、財政圧迫）

労働人口の減少による労働力不足の深刻化

多様性への推進（外国人労働者受入拡大、ジェンダー
平等、LGBTQ+の権利拡大など）

健康志向や、サステナビリティへの意識の高まり

人口減少による都市部と地方の格差の拡大

技術 (Technology)

DXの進展（企業、自治体でデジタル技術の導入）

AIやIoTの活用が加速（製造業、サービス業）

5G、6G開発（次世代通信技術の開発を推進）

キャッシュレス化の進展（電子マネーやQRコードの普及）

スマートシティ構想（IoTや自動運転の活用による都市開発）

水素エネルギー、再生可能エネルギー、EVなどの技術の発展



1. (2) 環境分析 SWOT分析：徳島東部

強み (Strengths)

アクセスの良さ（**関西からの近さ**）：高速バス、フェリー

四国への玄関口（香川、愛媛、高知へのアクセス拠点）

自然の素材（観潮船、HIKE、サイクリング、歩き遍路）

文化の魅力（阿波おどり、藍染文化、お遍路、人形浄瑠璃）

食（阿波尾鶏、鳴門金時、すだち、徳島ラーメン等）

弱み (Weaknesses)

関西圏からの空路、鉄路のインフラ整備がない

知名度の更なる向上（徳島東部のブランド力）

域内連携による、観光ルートの提案が限定的

観光分野での徳島の食の認知度の更なる向上

外国人観光客への対応（多言語、食事対応）

機会 (Opportunities)

大阪・関西万博の開催（観光客数拡大への期待）

瀬戸内国際芸術祭2025の開催（春、夏、秋）

インバウンド外国人観光客数拡大の追い風

自然・アクティビティ需要の高まり（アウトドア観光）

香港、韓国 直行便の就航による両国からの来県拡大

脅威 (Threats)

鉄道網のアクセスの弱さ

高速バス・レンタカー依存による限定的な選択肢

大阪、京都、四国、瀬戸内エリアの強力な競合の存在

観光産業の恒常的な人手不足

四国他県への観光客の流出（他県の観光ブランドの存在）



2.-1 2024年の「訪日外国人観光客数」と「旅行消費額」

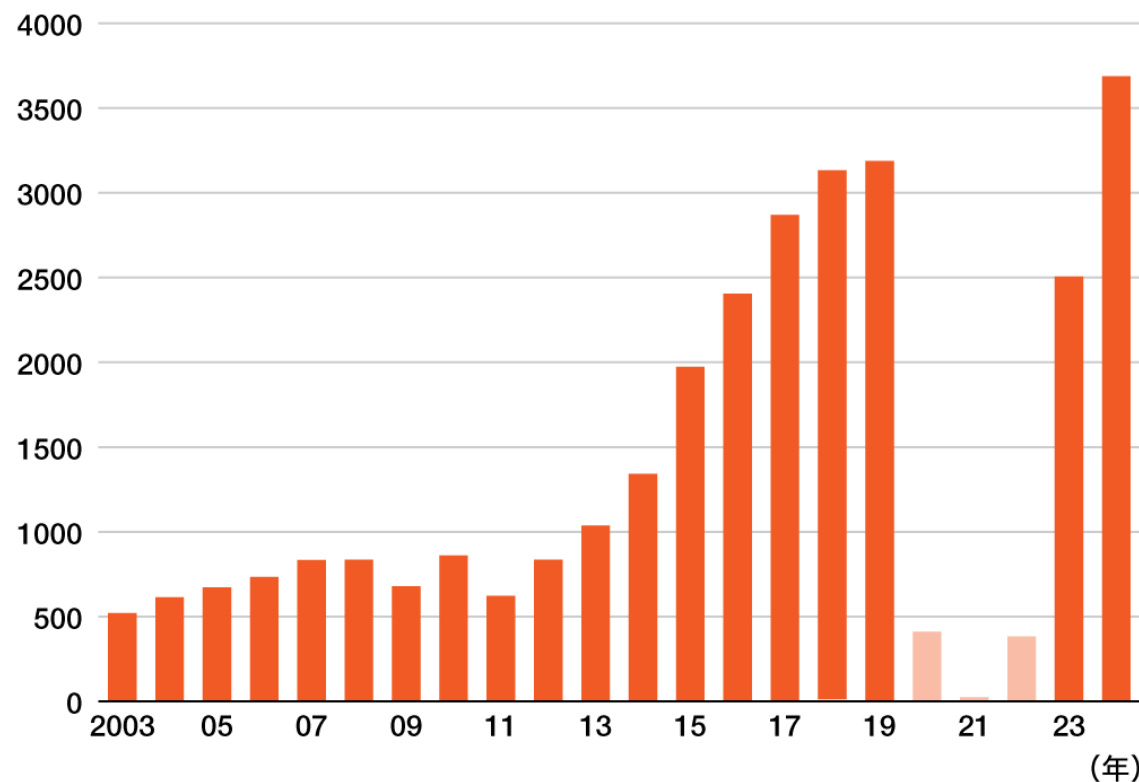


2.-1 2024年（1月～12月）の「訪日外国人観光客数」と「旅行消費額」

(1) 2024年 インバウンド旅行の国別の訪日人数

訪日外国人客数の推移

(万人)



1位 韓国8,817,800人

2位 中国6,981,200人

3位 台湾6,044,400人

4位 米国2,724,600人

5位 香港2,683,500人

6位 タイ 1,148,900人

7位 豪州 920,200人

8位 フィリピン 818,700人

出所：日本政府観光局

nippon.com

(観光庁資料よりイーストとくしま作成)



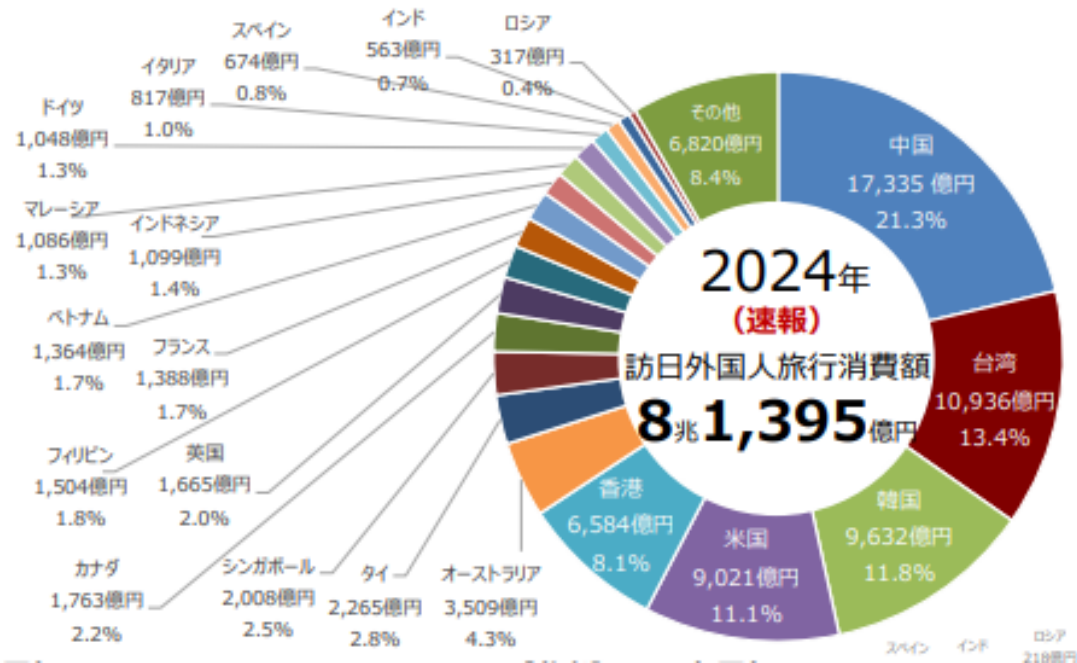
2.-1 2024年（1月～12月）の「訪日外国人観光客数」と「旅行消費額」

(2) -1 2024年インバウンド旅行の国別の旅行消費額（旅行支出）

1. 国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額【図表1】

- 2024年の訪日外国人旅行消費額（速報）は2023年比53.4%増、2019年比69.1%増の8兆1,395億円と推計される。
- 国籍・地域別では、**中国**17,335億円（構成比21.3%）、**台湾**10,936億円（同13.4%）、**韓国**9,632億円（同11.8%）、**米国**9,021億円（同11.1%）、**香港**6,584億円（同8.1%）の順で多く、これら上位5カ国・地域で全体の65.7%を占める。

【図表1】国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額と構成比



1位	中国	17,335 億円
2位	台湾	10,936 億円
3位	韓国	9,632 億円
4位	米国	9,021 億円
5位	香港	6,584 億円
6位	豪州	3,509 億円
7位	タイ	2,265 億円
8位	シンガポール	2,008 億円

（観光庁資料よりイーストとくしま作成）



2.-1 2024年（1月～12月）の「訪日外国人観光客数」と「旅行消費額」

(3) -1 2024年国別一人当たりの費目別旅行支出（アジア）と国別の順位

【図表6】国籍・地域別にみる一般客1人当たり費目別旅行支出（観光・レジャー目的）

国籍・地域	訪日外国人1人当たり旅行支出【観光・レジャー目的】									平均泊数 注		
	総 額			宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他		前年差	2019年差
	総額	前年比	2019年比									
全国籍・地域	223,540	+9.6%	+44.0%	74,934	47,806	24,404	10,018	66,327	49	6.9	-0.1泊	+0.7泊
韓国	104,027	+2.9%	+51.6%	32,017	28,753	8,475	5,701	29,072	10	3.6	-0.1泊	+0.3泊
台湾	184,378	+2.1%	+61.7%	53,034	38,546	17,929	7,707	67,133	30	5.4	-0.4泊	+0.3泊
香港	244,893	+9.4%	+59.1%	72,857	52,871	22,476	7,717	88,600	373	6.1	-0.4泊	+0.6泊
中国	268,716	-5.8%	+27.0%	71,815	47,036	21,949	9,984	117,919	12	6.7	-0.8泊	+0.8泊
タイ	202,052	+4.9%	+62.8%	62,135	45,606	23,406	7,221	63,567	117	6.1	-0.4泊	+0.4泊
シンガポール	292,247	-2.4%	+53.9%	107,886	66,032	30,095	9,467	78,751	15	8.4	-0.7泊	+0.4泊
マレーシア	219,595	-4.8%	+65.5%	75,760	45,606	27,704	11,555	58,953	18	7.6	-0.0泊	+0.6泊
インドネシア	216,786	+1.6%	+56.1%	74,269	41,343	32,434	9,694	58,980	66	7.9	+0.0泊	+0.4泊
フィリピン	205,182	+4.7%	+73.9%	65,347	41,009	20,763	10,698	67,366	0	7.5	+0.1泊	-1.0泊
ベトナム	185,034	-9.8%	+27.6%	57,271	36,325	21,733	9,529	60,175	0	6.6	+0.6泊	-0.0泊

国別一人当たりの旅行支出の総額（東アジア・東南アジア圏内の順位）

シンガポール 292,247円	マレーシア 219,595円	タイ 202,052円	韓国 104,027円
中国 268,716円	インドネシア 216,786円	ベトナム 185,034円	
香港 244,893円	フィリピン 205,182円	台湾 184,378円	

（観光庁資料よりイーストとくしま作成）



2.-1 2024年（1月～12月）の「訪日外国人観光客数」と「旅行消費額」

(3) -2 2024年 国別一人当たりの費目別旅行支出と国別人数

【図表6】 国籍・地域別にみる一般客 1 人当たり費目別旅行支出（観光・レジャー目的）

国籍・地域	訪日外国人 1 人当たり旅行支出【観光・レジャー目的】									平均泊数 注		
	総 額			宿泊費	飲食費	交通費	娯楽等 サービス費	買物代	その他		前年差	2019年差
	総額	前年比	2019年比									
全国籍・地域	223,540	+9.6%	+44.0%	74,934	47,806	24,404	10,018	66,327	49	6.9	-0.1泊	+0.7泊
韓国	104,027	+2.9%	+51.6%	32,017	28,753	8,475	5,701	29,072	10	3.6	-0.1泊	+0.3泊
台湾	184,378	+2.1%	+61.7%	53,034	38,546	17,929	7,707	67,133	30	5.4	-0.4泊	+0.3泊
香港	244,893	+9.4%	+59.1%	72,857	52,871	22,476	7,717	88,600	373	6.1	-0.4泊	+0.6泊
中国	268,716	-5.8%	+27.0%	71,815	47,036	21,949	9,984	117,919	12	6.7	-0.8泊	+0.8泊
タイ	202,052	+4.9%	+62.8%	62,135	45,606	23,406	7,221	63,567	117	6.1	-0.4泊	+0.4泊
シンガポール	292,247	-2.4%	+53.9%	107,886	66,032	30,095	9,467	78,751	15	8.4	-0.7泊	+0.4泊
マレーシア	219,595	-4.8%	+65.5%	75,760	45,606	27,704	11,555	58,953	18	7.6	-0.0泊	+0.6泊

国 別 特 徴	香港 244,893 円、平均6.1泊 1泊数当りの支出 34,984円 宿泊代 11,944円/日
	韓国 104,027 円、平均3.6泊 1泊数当りの支出 28,896円 宿泊代 8,894円/日
	台湾 184,378 円、平均5.4泊 1泊数当りの支出 34,144円 宿泊代 9,821円/日
	タイ 202,052 円、平均6.1泊 1泊数当りの支出 33,123円 宿泊代 10,186円/日
	中国 268,716 円、平均6.7泊 1泊数当りの支出 40,106円 宿泊代 10,719円/日
	シンガポール 292,247円 平均8.4泊 1泊数当りの支出 34,791円 宿泊代 12,843円/日

- ※ 直行便有り
- ※ 直行便有り
- ※一泊数当りの支出
一人当たりの支出を平均
泊数で除した額

（観光庁資料よりイーストとくしま作成）



2.-2 観光庁宿泊統計調査

(2025/2/28 観光庁)



2.-2 観光庁宿泊統計調査 2024年

(1) 観光庁宿泊統計調査 <2024年・年間値（速報値） 2025/2/28日 観光庁>



延べ宿泊者数（全体） 6億5028万人泊

(2019年比+9.1%（前年比+5.3%）であった)

延べ宿泊者数（日本人）4億8,668万人泊

(2019年比+1.3%（前年比-2.6%）であった)

延べ宿泊者数（外国人）1億6,360万人泊

(2019年比+41.5%（前年比+38.9%）であった)

(観光庁資料よりイーストとくしま作成)



2.-2 観光庁宿泊統計調査 2024年

(2) 都道府県別の延べ宿泊者数 <2024年・年間値（速報値） 2025年2月28日 観光庁>

東京都	110,977,440人泊
大阪府	56,455,300人泊
京都府	33,168,590人泊
徳島県	2,615,700人泊
香川県	4,593,270人泊
愛媛県	4,395,490人泊
高知県	2,664,680人泊
~~~~~	
鳥取県	2,937,590人泊
佐賀県	2,291,450人泊

施設所在地	延べ宿泊者数	2019年比	前年比
千葉県	28,038,600	-4.1%	+1.0%
東京都	110,977,440	+40.5%	+11.6%
神奈川県	25,300,190	+5.9%	-10.5%
三重県	8,692,170	+1.1%	+18.5%
滋賀県	4,770,630	-4.9%	-0.6%
京都府	33,168,590	+7.9%	+3.2%
大阪府	56,455,300	+19.0%	+11.3%
兵庫県	16,502,590	+14.5%	+9.1%
奈良県	2,808,290	+3.0%	+6.0%
鳥取県	2,937,590	+1.7%	+31.8%
島根県	3,482,080	-4.4%	+5.3%
岡山県	5,895,950	+4.2%	+6.2%
広島県	12,167,130	+4.6%	+5.2%
山口県	3,633,980	-3.4%	+0.4%
徳島県	2,615,700	+1.8%	+11.9%
香川県	4,593,270	-1.4%	+5.2%
愛媛県	4,395,490	+0.2%	-6.3%
高知県	2,664,680	-8.2%	-29.0%
福岡県	23,162,710	+13.4%	+9.7%
佐賀県	2,291,450	-18.2%	-5.7%

（観光庁資料よりイーストとくしま作成）



2.-2 観光庁宿泊統計調査 2024年

(3) 徳島県の延べ宿泊者数 <2024年・年間値（速報値）2025年2月28日 観光庁>

1. 都道府県別 延べ宿泊者数（2024年）（2019年比及び前年比）

（観光庁資料よりイーストとくしま作成）

（単位：人泊）

徳島県 2,615,700人泊

前年比 11.9% 増加

2019年比 1.8% 増加

施設所在地	延べ宿泊者数	2019年比	前年比
徳島県	2,615,700	+1.8%	+11.9%
香川県	4,593,270	-1.4%	+5.2%
愛媛県	4,395,490	+0.2%	-6.3%
高知県	2,664,680	-8.2%	-29.0%

2. 都道府県別 日本人 延べ宿泊者数（2024年）

（単位：人泊）

徳島県 2,435,210人泊

前年比 10.5% 増加

2019年比 0% 増加

施設所在地	延べ宿泊者数	2019年比	前年比
徳島県	2,435,210	0.0%	+10.5%
香川県	3,725,720	-4.2%	-5.0%
愛媛県	3,946,920	-5.3%	-12.1%
高知県	2,538,780	-9.6%	-29.7%

3. 都道府県別 外国人 延べ宿泊者数（2024年）

（単位：人泊）

徳島県 180,490人泊

前年比 35.1% 増加

2019年比 35.1% 増加

施設所在地	延べ宿泊者数	2019年比	前年比
徳島県	180,490	+35.1%	+35.1%
香川県	867,550	+12.4%	+94.9%
愛媛県	448,570	+107.4%	+121.0%
高知県	125,900	+32.0%	-9.5%

## 2.-2 まとめ 徳島東部の強みと機会を反映した受入環境の整備と観光誘客

方向性： 拡大するインバウンド観光客の東部誘致の促進と万博からの観光客の周遊促進を推進

訪日するインバウンド外国人観光客数拡大の追い風

大阪・関西万博の開催（観光客数の拡大のチャンス）

香港、韓国定期便の就航による両国からの来県拡大

瀬戸内国際芸術祭2025の開催（春、夏、秋）

アクセスの良さ（関西からの近さ）：高速バス、フェリー

四国への玄関口（香川、愛媛、高知へのアクセス拠点）

自然の魅力（観潮船、HIKE、サイクリング、歩き遍路）

文化の魅力（阿波おどり、藍染、お遍路、人形浄瑠璃）

食の魅力（阿波尾鶏、鳴門金時、徳島ラーメン等）

自然・アクティビティ需要の高まり（アウトドア観光）

外国人観光客への対応不足（多言語、食事対応）

大阪、京都、四国、瀬戸内エリアの強力な競合の存在



香港、韓国を2025年の主要ターゲットとして設定

①

多言語（繁体字、次いでハングル）対応整備

国の特徴、ニーズに合致するプロモーション実施

万博からの誘客促進の為に県と連携施策の実施

②

万博（徳島県ブース）入場客へ来県促進

万博からの誘致促進の為に宿泊事業者連携

他地域との特徴の違いを訴求するSNSの発信

③

造成コンテンツの組合せ訴求による滞在の促進



### 3. 2025年度イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）





### 3.イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（事業項目）

#### 2025年度に実施する5つの事業（項目）

- （1）万博会場からの徳島誘客促進事業
- （2）ブランディング事業（知ってもらふ、行ってみたいと思ってもらふ仕組み作り）
- （3）マーケティング事業（来訪し、宿泊し、食べて、観光してもらふ仕組み作り）
- （4）シビックプライド醸成事業（地域への愛着や誇りの醸成を促進する事業）
- （5）観光DX推進事業（「しこくるり」を活用したユーザー、参画事業者の拡大）





### 3. 2025年度イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



### 3. -(1) 万博会場からの徳島誘客促進事業

万博会場から徳島へ。訪徳意向率の拡大を狙う。

#### （1）バス1日乗車券＜スマホ1日乗車券＞（徳島県のワンコイン施策に連携）

イーストとくしまDMOでは、万博開催期間中に「県が実施する高速バス・フェリー料金の助成事業（片道500円）」に連携して、**徳島東部エリアでの路線バス乗車助成事業（有料500円）**や**宿泊・観光事業者の万博期間中の来訪者特典**などをPRするとともに、徳島県内3DMOで連携した広域周遊観光コースや商品などの情報発信を行う。

時期：5月中旬（予定）～10月13日（月）の全期間。

場所：万博会場 関西パヴィリオン内の徳島県ブース  
（バス専用クーポンを手交する）

手段：来場者持参のスマホやタブレット等から、観光アプリ「しこくuri」上での申込（500円で購入）

内容：徳島バス及び徳島市バスのスマホ1日乗車券のデジタルチケットの購入助成

※ 定数枚（500枚想定）になり次第終了となります。

※ クーポンを受け取れば、12月31日（水）まで1日乗車券の購入・使用が可能。

※ 別途、宿泊、及び観光事業者の特典は、現在調整中。

#### （2）万博＋徳島の周遊情報の発信（SNS中心に発信を強化）

イーストとくしまDMOでは、万博開催期間の徳島への誘客の促進として徳島東部の情報を機構のSNS及びHPで発信を続け、徳島東部への誘客を促進します。

#### （3）リアルプロモーション

※5月1日～5月2日のテーマウィーク期間、7月23日～7月28日の催事期間には集中プロモーションを実施予定。





## 3. -(1) 万博会場からの徳島誘客促進事業

万博会場から徳島へ。訪徳意向率の拡大を狙う。

徳島東部をおトクに旅する

路線バス「スマホ1日乗車券」ワンコインキャンペーン

### ■目的

- ・大阪・関西万博を機に徳島へ訪れる観光客の県東部エリア内における周遊促進
- ・観光誘客による地域内での消費拡大

### ■概要

- ・大阪・関西万博の「徳島パビリオン」へ訪れた方（県内在住者を除く）を対象に、徳島バス及び徳島市交通局の「スマホ1日乗車券」（発売額：大人用1,500円）の料金を割り引き、**ワンコイン（500円）**で購入できるようにする
- ・「スマホ1日乗車券」を、県東部エリア内の観光施設や宿泊施設等で提示すると、特典が受けられる仕組みとする

#### 徳島バス・徳島市交通局「スマホ1日乗車券」

- ・徳島バス及び徳島市営バスの全区間（高速バスを除く）を、1日に限り何回でも乗り降りできるデジタルチケット
- ・バス降車時に乗務員に「1日乗車券」のスマホ画面を提示する形で使用

### ■実施期間

2025年5月中旬～12月31日

※予算上限（先着500名を予定）に達した時点で終了





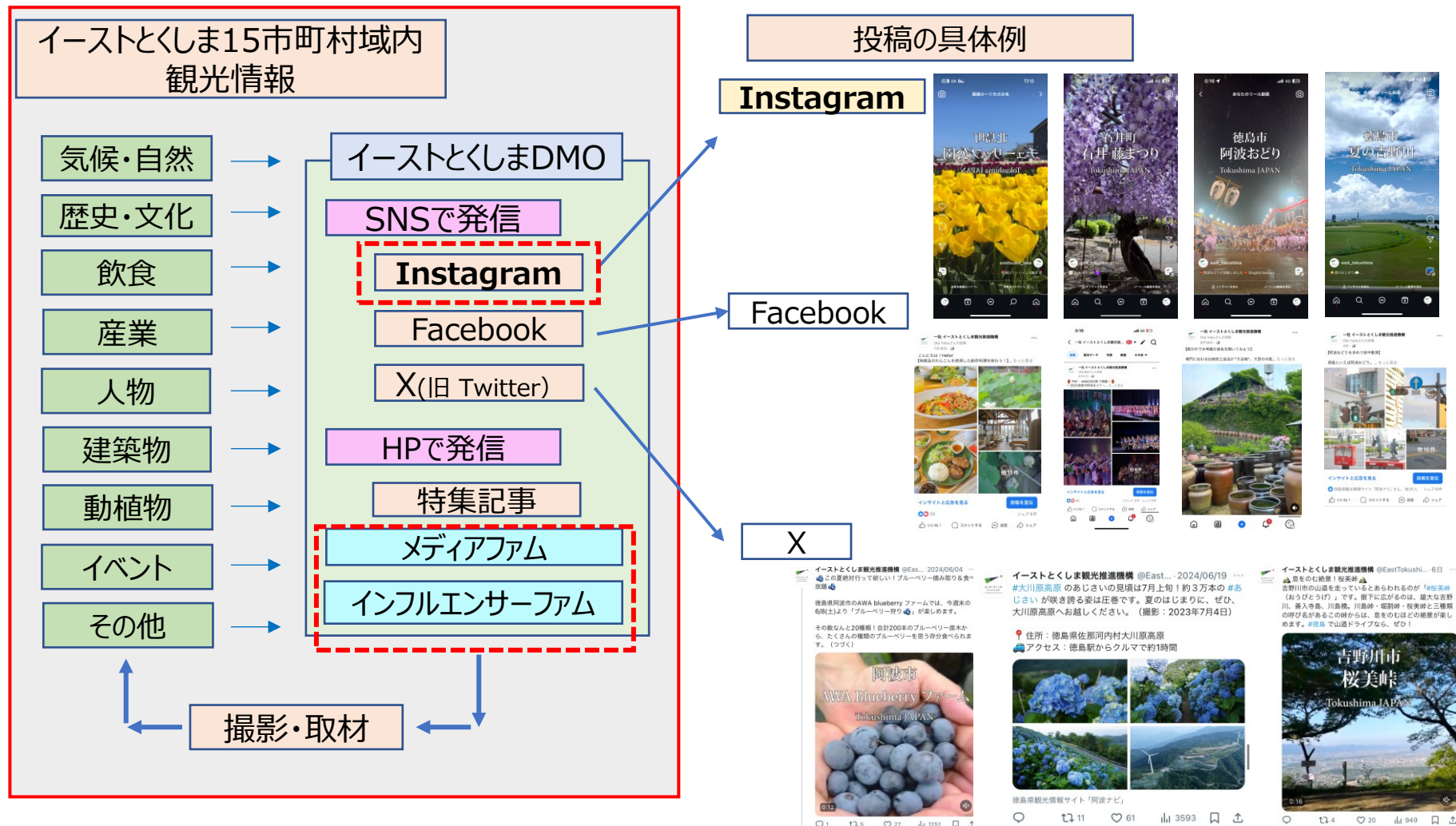
### 3. 2025年度イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



## 3.-2-(1) ブランディング事業 SNS発信 BtoCへの情報発信、伝達、価値提供の具体的事例

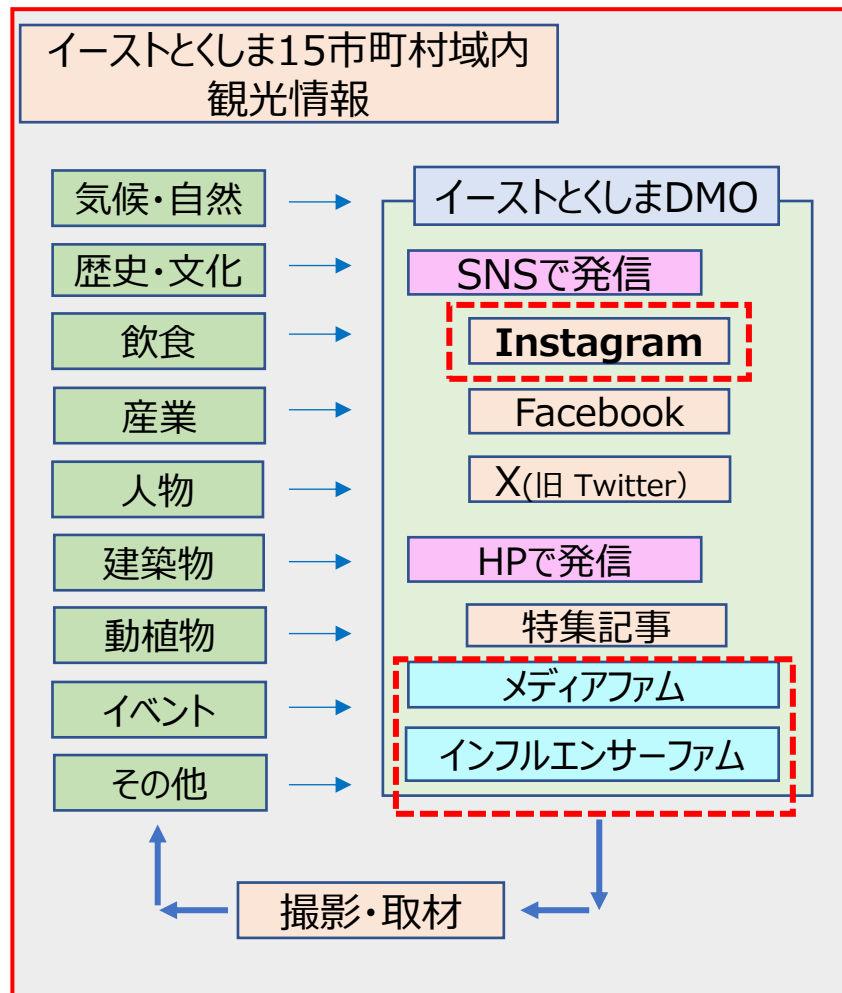
### ブランディング戦略:認知度拡大のためのプロモーション図





### 3.-2-(2) ブランディング事業 SNS発信 BtoCへの情報発信、伝達、価値提供の具体的事例

#### ブランディング戦略:認知度拡大のためのプロモーション図



具体例な個別方針 2025

リール動画の発信比率の拡大（写真に対して）

多言語での展開（繁体字、ハングル）の検討

口コミ（観光客による投稿数）増加の為の仕掛けづくりも検討 ハッシュタグの開発→拡散へとつなげる



リーチ数の増加によるフォロワー数の獲得へ

2025年度全体予算の中で検討し、事業化





### 3. 2025年度イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



### 3.-(3)-① コンテンツ造成から販路構築・拡大とプロモーションについて

#### 観光誘客のためのマーケティングの4P施策を展開

2025年

#### ① コンテンツ造成（Products）…品揃えを増やす。ニーズに対応

＜HIKE、サイクリング、お遍路、防災の各コンテンツ、五道の掛け合わせ＞

#### ② （価格設定：値付け）（Price）…適正価格、競合意識

＜卸売り価格の提供、金額の設定はせずにコンテンツの採用を優先＞

#### ③ 販路開拓（Place）…コンテンツを採用する旅行会社の件数拡大

＜徳島に興味をもつ旅行会社を探索し関係を強化、採用を目指す＞

#### ④ 販売促進（Promotion）…ターゲットのニーズに合致した魅力を発信

＜国内、海外の旅行博、商談会の活用による認知度向上と観光客誘致促進＞

※ 2025年度：インバウンド拡大と万博開催の背景からプロモーションに重点





### 3. 2025年度イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業 ①コンテンツ造成、②流通経路拡大③プロモーション
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



### 3-(3)-③ 2025年度事業の重点実施項目：プロモーションに重点



## 3.-(3)-③-1 2025年度の重点実施項目：プロモーション事業

マーケティング事業：**プロモーションに重点**。国内、海外へ各種コンテンツ情報を提供。

### プロモーション！（徳島東部への来訪を促し、観光消費の拡大をめざす事業）

- 地元の寺社、旅行会社、観光事業者との連携による開発で造成したコンテンツ群が充実
- 造成コンテンツのプロモーション＜これまでに造成してきた東部の各種コンテンツのプロモーション＞
- 造成コンテンツの販路拡大（造成コンテンツの採用の可能性の高い旅行会社の関係を強化）
- コンテンツアレンジ（観光素材を組合わせた**プログラムの造成、MICEコンテンツ素材のPR**）
- 旅行会社招致による徳島視察の促進（インバウンド、国内向けファムトリップ、個別アテンド等）



### プロモーションに重点

- 造成コンテンツ認知度UP
- 各社商品への採用を目的
- 旅行博、商談会への出展
- 流通経路（販路）拡大



マーケティング事業：東部の体験コンテンツが充実→2025年度はプロモーション強化へ。

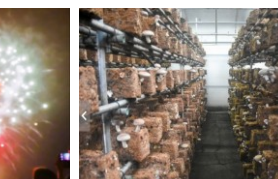
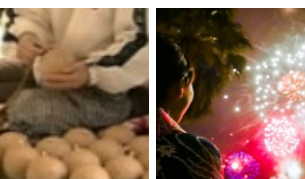
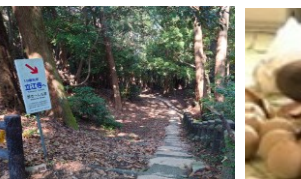






## 3.-(3)-③-3 2025年度の重点実施項目：プロモーション事業

マーケティング事業：周遊コンテンツも造成！→2025年度はプロモーション強化へ。







### 3.-(3)-③-4 2025年度の重点実施項目：プロモーション事業

## マーケティング事業：プロモーションに重点。MICEのMIでのユニークベニューを整理





## 3.-(3)-③-5 2025年度の重点実施項目：プロモーション事業

### マーケティング事業：プロモーションに重点。ユニークベニューからの観光＋特別体験



ユニークベニュー（Unique Venue：特別な場所）とは、  
「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間：庭園・公演。商店街・公道等」で会議、レセプションを開催することで  
特別感や地域特性を演出できる会場





### 3.-(3)-③-6 2025年度の重点実施項目：プロモーション事業

#### マーケティング事業：2024年度 商談会・イベント等の参加実績の一例

No	日程	タイトル	会場	商談等相手
1	5/15	オール徳島観光商談会	東京都	国内旅行会社、OTA
2	5/29	阪急交通社国内旅行推進協力会商談会	岡山県	阪急交通社
3	7/13	大阪モノレール日本酒列車（観光物産展）	大阪府	一般客
4	8/15	阿波おどり in Shinjuku Kabukicho	東京都	一般客
5	9/7	徳島県人会近畿連合会定期総会と県人の集い	大阪府	一般客（徳島県人会関係者）
6	9/26-29	ツーリズムEXPO・VJTM	東京都	国内外旅行会社、ランオペ、OTA、一般客
7	10/3	四国観光商談会 in 東京	東京都	国内旅行会社、OTA
8	10/9	四国観光商談会 in 大阪	大阪府	国内旅行会社、OTA





## 3.-(3)-③-7 プロモーション（海外での商談会、旅行博等への参加も検討の上、出展へ）

### 香港

訪日数 2,683,500人

旅行支出 244,893 円

旅行日数 平均 6.1 日

周遊特徴 広域周遊型



### 韓国

訪日数 8,817,800人

旅行支出 104,027 円

旅行日数 平均 3.6日

周遊特徴 短期滞在型



観光庁 2024年の訪日実数値

## 海外プロモーション及びファムツアーの実施

県の香港、韓国からの直行便就航に連携



香港、韓国での商談会・イベントに参加



現地の意向、ニーズ等を直接ヒアリング



徳島東部圏域へのファムツアーの実施検討



徳島東部圏域コンテンツの商品採用を狙う



### 3. 2025年度イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業 ①コンテンツ造成
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DXの推進



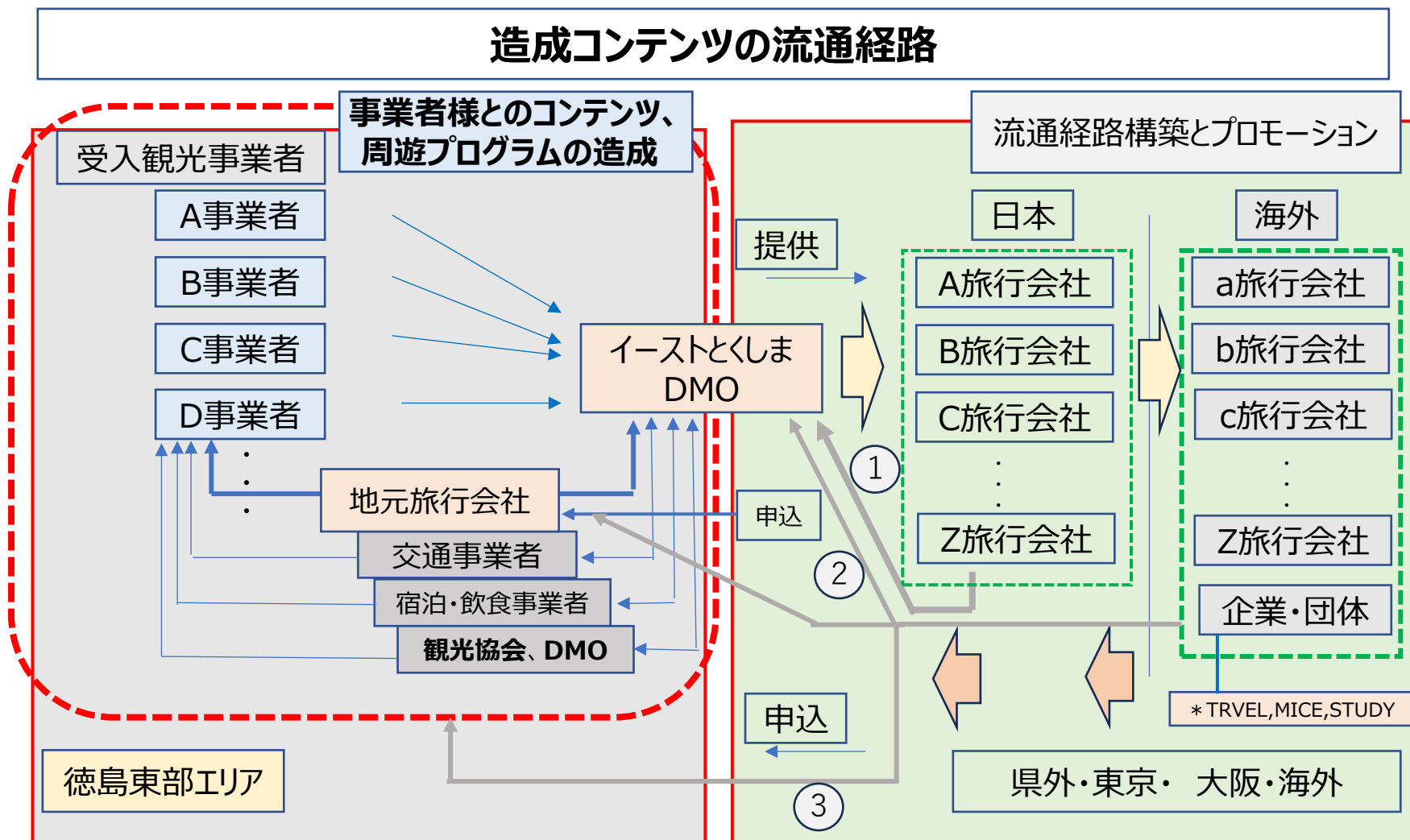
### 3-(3)-① コンテンツ造成：

観光事業者様とのコンテンツ造成、周遊プログラム造成



### 3.-(3)-①-1 受入環境整備（観光事業者とのコンテンツ造成、周遊プログラム造成）

#### 造成コンテンツの流通経路







### 3.-(3)-①-2 受入環境整備 観光客誘致による延べ宿泊数拡大に向けた取り組み

これまでに造成したコンテンツを組み合わせ、新しい周遊コースを提案！

防災ツーリズム × サイクリング × 劇場型クルーズ



宿坊/遍路体験 × 徳島の食 × 伝統文化



自転車と船で巡る

## 吉野川のめぐみと災い

- 多様化するニーズに対応
- 徳島へのリピーター獲得
- 初回徳島訪問客の拡大
- MICEのエクスカージョンで

徳島の歴史を味わう

## 阿波の暮らし体験

- 自然、文化、食の選択
- 徳島滞在の満足度向上
- 東部域内の周遊を拡大



### 3. 2025イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業 ④MICEの中のMI
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



### 3.-(3)-④-1 MICE（インバウンド向け ミーティング・インセンティブコンテンツの開発）

## 新たな切口（**MICE対応**）としての受入環境整備

#### ① 東部圏域内のMICE誘致について

※MICEとは・・・

**Meeting（会議、研修、セミナー）、**  
**Incentive（報奨、招待旅行）**  
**Convention（大会、学会）、**  
**Exhibition（展示会）**

の頭文字をとった造語。ビジネストラベルの1つの形態。参加者が多いだけでなく一般の観光旅行に比べ消費額が大きい。

#### ② ミーティング・インセンティブ（MIに注目）

他に 視察旅行（テクニカルビジット：勉強旅行）

他に ワークेशन（ブレッジャー）



ミーティング旅行・インセンティブ旅行・視察旅行・  
 ワークेशन（ブレッジャー）の受入調査と体系化

#### ミーティング・インセンティブ

- ① MICEの中の **MI** に特化したコンテンツの体系化
- ② MIの観点からニーズに対応する素材を準備
- ③ ミーティング終了後の観光（エクスカーション）
- ④ インセンティブ（企業の**報奨旅行**：目的達成）

#### 視察・ワークेशन（ブレッジャー）

- ⑤ 視察旅行（テクニカルビジット：Study Tour）
- ⑥ 徳島東部圏域への個人出張者の観光誘致



3.-(3)-④-2 MICE（インバウンド向け ミーティング・インセンティブコンテンツの開発）

MICEのMIに特化。ユニークベニュー（※）の検討 MIに対応する素材の体系化

※ユニークベニューの調査・開発の継続

コンテンツ(施設) の調査・検証から開発へ

今後造成を検討する新規体験プログラム

1. 鳴門・渦潮の体験施設	→	うずしお体験付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	酒蔵体験施設	×	渦潮クルーズ
2. お遍路・札所体験施設	→	安楽寺の体験付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	歩き遍路体験	×	藍染体験
3. 阿波おどり 体験施設	→	阿波おどり体験付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	リバークルーズ	×	サイクリング
4. 藍染め 体験施設	→	藍染特別体験付きイベント	→	藍染 + 会議施設	×	阿波おどり体験	×	人形浄瑠璃
5. サスティナブル体験施設	→	上勝SDGs研修付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	ゼロウェイストセンター	×	山犬嶽 HIKE
6. 人形浄瑠璃 体験施設	→	人形浄瑠璃見学付きイベント	→	セミナー + 会議施設	×	演者との交流体験	×	リバークルーズ
7. 農家 & HIKE体験施設	→	農家体験 & アート付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	スダチ農家体験	×	ハイキング
8. リバーサイド 体験施設	→	河川沿い施設体験付きイベント	→	レセプション + 食事	×	リバークルーズ	×	人形浄瑠璃
9. 眉山山頂 体験施設	→	山頂パーク施設体験付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	ハイキング	×	阿波おどり体験
10. 土柱 体験施設	→	HIKE・施設体験付きイベント	→	会議施設 + 宿泊	×	ハイキング	×	スイーツ・食体験





## 3.-(3)-④-3 MICE（インバウンド向け ミーティング・インセンティブコンテンツの開発）

### マーケティング事業：プロモーションに重点。特別体験素材、MICE（ユニークベニューの整備）

	板野町文化の館	本家松浦酒造	くるくるなと	マツシゲート	技の館	藍の館	立江寺	パンゲア
分科会								
ユニークベニュー＋観光・体験								

**ユニークベニュー（Unique Venue：特別な場所）とは、**

「博物館・美術館」「歴史的建造物」「神社仏閣」「城郭」「屋外空間：庭園・公演。商店街・公道等）で  
会議、レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場





### 3. 2025イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



3.-(4) シビックプライド醸成事業の推進～地域への愛着と地域の誇りの醸成～

観光コーディネーター養成講座

主催：（一社）イーストとくしま観光推進機構  
共催：徳島大学、徳島県

**稼ぐ観光地域づくりに  
観光コーディネーター養成講座**

観光による地域創生を目的とし、日本の観光業界のトップランナーや地域で活躍するプレイヤーを講師に迎え、最先端の観光地域づくりの考え方や、先駆者の成功事例などを学び、新たな観光コンテンツやサービス等を造成する「観光」を担う人材の育成・発掘を目的とする講座です。

**受講無料**  
徳島大学の教室でのリアル受講  
Zoomを使ったオンライン受講

11/18(月) 18:30-20:00  
「観光業のフードダイバーシティ」  
フードダイバーシティ代表 代表取締役 阿部 竜也

11/25(月) 18:30-20:00  
「世界が注目する日本のアドベンチャーリズム」  
アセ・アドベンチャー代表 代表取締役 山下 真一郎

12/2(月) 18:30-20:00  
「観光地域経営のあり方」  
JTBの代表取締役 代表取締役 山田 祥一郎

12/9(月) 18:30-20:00  
「逆転の発想で地域の困りごとを地域の宝に変えるつづ」  
山田 祥一郎

12/16(月) 18:30-20:00  
「地域文化の伝承と観光コンテンツ」  
高松市観光局 観光課 観光 佐藤 孝志

12/23(月) 18:30-20:00  
「地域の「ありのまま」を世界を魅了する～観光地としての魅力～」  
CEO 山田 祥一郎

1/14(火) 18:30-20:00  
「観光地の発展と持続可能性について」  
徳島大学観光学系 教授 フラン コロン

・各回、講義終了後19時から入場していただきます。  
・各回、講義終了後19時から入場していただきます。  
・受講用のZoomURLは、各回開催までにお送りします。  
・諸事情により講師及び日程が変更になる場合もございます。

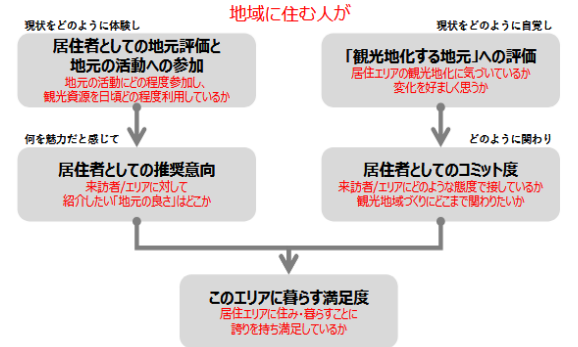
お問合せ 一般社団法人イーストとくしま観光推進機構  
TEL: 088-678-2811 FAX: 088-678-2877  
E-mail: info@east-tokushima.jp

お申込み  
イーストとくしまDMOのWebサイト又は右のQRコードを読み取り、Webフォームからお申し込みください。  
(申込締切は開催日前週の木曜日17時まで)

徳島大学・徳島県と連携  
観光まちづくり人材育成  
2025年度も実施を計画。  
対象：学生、社会人

15市町村住民満足度調査

- ▶ 調査目的
  - ・観光推進のステークホルダーである『住民』における観光推進の浸透度や恩恵の知覚など、DMOの活動やビジョンなどのインパクトの現状を理解する
  - ・住んでよしの地域づくりを行う上での戦略策定の基礎材料とする
- ▶ 調査対象
  - ・「徳島県東部圏域」エリアに在住者 計2,000名
  - ・住民基本台帳より無作為抽出。
  - ・徳島県東部圏域エリア15市町村の人口構成比に合わせ配布を行う。
- ▶ 調査方法
  - ・郵送によるアンケート調査
  - ・郵送にて調査票発送・回収。
  - ・一部インターネット調査
  - ・パソコンやスマートフォンから回答できる画面を用意し、郵送アンケートの調査票にURL・QRコードを記載。
- ▶ 調査期間
  - ・調査票発送：2024年11月末～12月2週目
  - ・個人情報保護の観点より、アンケート・返信用封筒を封入し切手を貼ったものを各市町に返送し、各市町で宛名を貼り投函いただいた
  - ・回答締切：2024年1月24日（消印有効）
  - ・24日以降1月中旬の回収分は有効回答数に含む
- ▶ 回収数
  - ・567件（回収率 28.4%）
  - ・うち、インターネット回答 188件



地元への愛着や誇りへの関心度を図る  
重要な指標として、域内に暮らす住民の  
皆様に観光に関する意識調査を実施。

藍のれんのあるまちづくり



阿波藍染めの振興と徳島らしさを感じられる  
魅力的なまちづくりを推進するための助成制  
度の実施

●観光まちづくり従事者の養成事業と、まちづくりに興味をもつ関係人口の拡大を図る



### 3. 2025イーストとくしま観光推進機構の事業骨子（5事業）

- (1) 万博会場からの徳島誘客事業
- (2) ブランディング事業
- (3) マーケティング事業
- (4) シビックプライド醸成事業
- (5) 観光DX推進事業



3-(5) 観光アプリ「しこくるり」を活用したデータマーケティングの推進（一社）四国ツーリズム創造との連携事業

ユーザーにも、事業者にも「使われる」仕組みづくりへ

1. データ数の増加

①ユーザー獲得

利用促進キャンペーンの実施

阿波おどりに来たなら  
しこくるりで  
おトクに旅しよう

旅ばす 2pt プレゼントキャンペーン実施中 期間 2024. 8.11-13

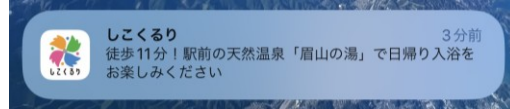
②参画事業者の増加

地域としてのデータが集まることで、事業者様のビジネスに有益な情報が得られることを訴求した営業活動

※参考：2024年8月実施キャンペーン

2. 送客実績の蓄積

- ・ 15分に1度送信させる位置情報を活用したPUSH通知により  
該当の施設でのポイント利用率が高まる傾向あり
- ひょうたん島クルーズ： **1.5** 倍
- 和田の屋： **1.1** 倍
- ・ PUSH通知文言や配信場所の改善を重ね、地域内を回遊させ  
ポイント利用を促進（≒観光消費額の増加）



3. 対象エリアの拡大

2024年3月

鳴門市・徳島市



2025年3月以降

徳島東部 15市町村

鳴門市・徳島市・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

- ・ 15市町村全体で「旅ばす」を使えるように  
アプリの特集ページを改修
- ・ 更なる利用者データ・蓄積データ拡大をはかり  
徳島東部エリア全体にデータ利活用文化を醸成



4. アプリ体験の向上

- ①徳島東部旅アンバサダー  
・ 県外在住者82名が  
「徳島東部旅アンバサダー」に就任  
・ 東部エリアで「旅ばす」を使った  
旅を楽しんでもらい、アプリの使い方  
や旅の満足度を調査
- ②移動距離ランキングの機能追加  
・ 徳島東部エリアでの移動距離を積算し  
ランキング形式に表示する機能を追加  
・ ゲーム形式で移動する楽しさを醸成





## 4. 2025年度の観光庁の助成事業





## 4. 令和7年度（2025年度）観光庁の助成事業

### 2025年度 観光庁への申請（現在、事業の絞り込み）を準備中。

#### 地域観光魅力向上事業



##### 事業目的・背景・課題

- コロナ禍以降、三大都市圏への需要の偏在が深刻化。2024年は若干改善したが、**依然として地方誘客の状況はコロナ前水準に達しておらず、都道府県ごとにも需要の回復に差が生じている状況**。インバウンドの地域偏在を解消し、全国津々浦々に観光による経済効果を波及するためには、**地域の多様な観光資源を生かした観光コンテンツの造成を更に進め、来訪目的の創出が必要**。
- また、**個人手配化・オンライン手配化への急激な転換**といったコロナ後の状況を踏まえ、観光コンテンツの造成だけでなく、**適切な販路開拓や情報発信も含めた総合的な支援が必要**。これらの支援を通じて、**地方誘客を行う上で来訪の目的の創出を担う重要産業である地域の観光コンテンツ産業の裾野の拡大や活性化に寄与**。

##### 事業内容

- 将来に亘って持続的に地方誘客が促進されるよう、まだ観光に未活用な地域資源の活用など、**地域資源を活用した収益性が高く独自性・新規性のある観光コンテンツの開発から、適切な販路開拓や情報発信の総合的な支援**を行い、中長期に亘って販売可能なビジネスモデルづくりの支援を全国各地で実施。

##### <支援内容>

- ・観光分野の専門家によるアドバイス等を通じた観光コンテンツの磨き上げや商品化の支援
- ・観光コンテンツの販路開拓のための商談会の開催やOTA掲載等の支援、SNSによる情報発信等の支援

##### 事業イメージ



##### 事業スキーム

- ・事業形態：間接補助事業 400万円まで定額、400万円を超える部分については補助率1/2（補助上限：1,250万円、最低事業費：600万円）
- ・補助対象：国→民間事業者（事務局）→地方公共団体、DMO、民間事業者等

お問い合わせ先 観光庁 観光振興課 観光コンテンツ開発推進室 電話：03-5253-8824

内容：

*コンテンツ造成

*ファムツアー実施

*動画制作など

- 事業費自体は、6,000～7,000千円の事業予算枠で検討中

- 機構の支出額（負担額）の想定は、1,000～1,500千円



- 現在コンテンツを検討中（絞り込み）



ご清聴ありがとうございました。