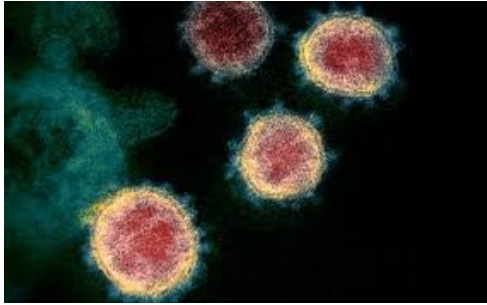


イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的大流行



世界の発生状況
 累計感染者数 105,760,000
 死亡者数 2,310,000
 2021年2月8現在

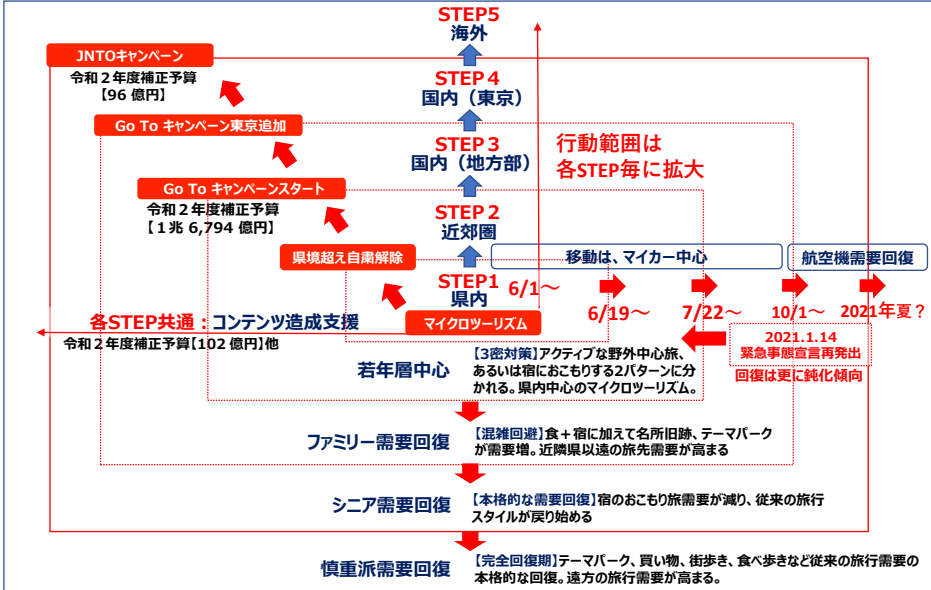
2019年11月22日：中華人民共和国湖北省武漢市「原因不明のウイルス性肺炎」初確認
 2020年1月30日：WHOは「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態」を宣言
 2020年3月11日：テドロス・アダノムWHO事務局長はパンデミック（世界的流行）相当との認識表明

2020年度事業計画の変更・再構築

1 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

旅行者の行動範囲予測の各STEPに対応した施策への再構築



STEP5 海外
STEP4 国内（東京）
STEP3 国内（地方部）
STEP2 近郊圏
STEP1 県内 6/1～

各STEP共通：コンテンツ造成支援 令和2年度補正予算[102億円]他

JNTOキャンペーン 令和2年度補正予算 [96億円]

Go To キャンペーン東京追加

Go To キャンペーンスタート 令和2年度補正予算 [1兆6,794億円]

県境超え自粛解除

マイクローツーリズム 6/19～

移動は、マイカー中心

航空機需要回復 7/22～

若年層中心 [3密対策]アクティブな野外中心旅、あるいは宿におこもりする2パターンに分かれる。県内中心のマイクローツーリズム。

ファミリー需要回復 [混雑回避]食+宿に加えて名所旧跡、テーマパークが必要増。近隣県以遠の旅行需要が高まる

シニア需要回復 [本格的な需要回復]宿のおこもり旅需要が減り、従来の旅行スタイルが戻り始める

慎重派需要回復 [完全回復期]テーマパーク、買い物、街歩き、食歩きなど従来の旅行需要の本格的な回復。遠方の旅行需要が高まる。

2021.1.14 緊急事態宣言再発出 回復は更に鈍化傾向

10/1～ 2021年夏？

2 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

2020年度「各STEP別」事業一覧

STEP1 県内 2020.6.1～

県内移動解禁 2020.5.25募集開始 2020.7.1～9.30 実施

- とくしま再発見！「マイクロ・ツーリズム」推進事業

STEP2 近郊圏 2020.6.19～

県境超え自粛解除 2020.6.25募集開始～（※セールス2020.7.6～）

- 募集型企画旅行支援事業による露出拡大

STEP3 国内（地方部） 2020.7.22～ **STEP4 国内（東京）** 2020.10.1～

Go To キャンペーンスタート

2020.6.25募集開始～（※セールス2020.7.6～）

- 宿泊事業者・体験事業者のWeb戦略向上セミナー開催
- 2020Webプロモーション事業

各STEP共通 コンテンツ造成支援

- 東徳島トレイル開発事業
 - 訪日外国人が選好する徳島のコンテンツ開発・強化事業（5,700千円：観光庁助成金）
 - 体験型観光コンテンツ造成支援・素材集作成業務（3,200千円：徳島県事業費）
- 徳島ナイトタイムコンテンツ造成事業
 - ナイトタイムコンテンツ造成事業（7,500千円：四国運輸局事業）
- フード&クラフトツーリズム推進事業
 - 生産地（事業者）誘客に繋がる観光視点でのPR推進（7,000千円：観光庁補助3,500千円）
- 鳴門市欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業
 - 鳴門市における欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業（5,240千円：四国運輸局事業）
- 観光人材育成事業は継続して実施。

3

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

「！」ぎっしり。

East Tokushima

—本日お伝えしたいこと—

<事業報告>

1. 2020年度事業概要
2. **マイクロツーリズム推進事業**
3. **セールス・プロモーション事業**
4. **コンテンツ造成支援事業**
5. **イーストとくしまDMO KPI 及び収支状況**

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

STEP1 県内向け施策

県内移動解禁

2020.6.1～

(2020.5.25募集開始 2020.7.1～9.30 実施)

とくしま再発見！「マイクロ・ツーリズム」推進事業

「徳島県民」が、とくしまの魅力を再発見すると同時に、アフターコロナ時の県外の旅行者が選好する「新たな観光商品」の造成を目的に、**域内の旅行・宿泊事業者が、域内の農林漁業事業者、体験観光事業者、飲食事業者等と連携し、「徳島らしさ」を「徳島在住の方々」に楽しんで頂く為に造成した「新たなプラン」の広告費を助成**するとくしま再発見！「マイクロ・ツーリズム」推進事業助成金を創設。

2 助成が決定したプラン

事業者（宿泊施設）名	プラン名
ホテルアド・イン鳴門	顔分析＋スペシャルバランスメイクセッション鳴門合宿
あわらくや	今年の夏は 阿波を楽しみ 和を楽しもう！
ホテルクレメント徳島	開業 27 周年記念宿泊プラン “徳島の特別な夏をホテルで過ごそう”
ホテルグランドパレス	リフレッシュとくしまプラン
アオアヲ ナルト リゾート	徳島県民限定 徳島の魅力再発見！とくしま応援プラン
月ヶ谷温泉 月の宿	アメゴつかみどり体験付き♪ファミリー宿泊プラン
ツーリズム徳島（ホテルサンシャイン徳島、阿波観光ホテル、県宿よしの、グランドホテル借楽園）	徳島県民割引プラン
鳴門海月	カメラグルメ旅～SNS でみんなに自慢しちゃおう☆グルメやスイーツ、絶景をパチリ☆マイ旅写真集～あげるヨ 漁の道チケット付き
エアトラベル徳島（ホテルリッジ）	大人の隠れ家「ホテルリッジ」と料亭「しまだ」で特別な時間を



○ 宿泊施設を中心に、地域の生産者等との連携によるコンテンツ造成推進

4

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

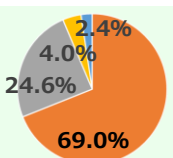
STEP1 県内向け施策

シビックプライド醸成に寄与

とくしま再発見！「マイクロ・ツーリズム」推進事業アンケート結果

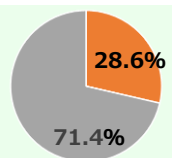
宿泊者の構成

家族	69.0%
友人・知人	24.6%
ひとり	4.0%
無回答	2.4%



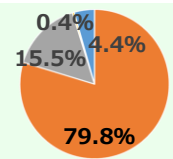
「マイクロツーリズム」認知度

知っている	28.6%
知らない	71.4%



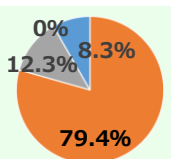
参加プラン推奨意向

薦めたい	79.8%
どちらでもない	15.5%
薦めない	0.4%
無回答	4.4%



参加プラン再参加意向

参加したい	79.4%
どちらとも言えない	12.3%
参加したくない	0.0%
無回答	8.3%



【参加者の声】

- ・ **地域の魅力、素晴らしさを再発見することができた**
- ・ **市内での宿泊は初めてだったが、移動疲れもなく、観光しなくても美味しいものを食べてゆっくりするだけで十分満足できた**
- ・ **徳島はいいところがたくさんある。もっと県内の人たち（特に子連れ）が訪れる機会があるといい**
- ・ **観光産業が外国客中心になっていることに違和感を感じていた。国内客に向けたプランが多く出始めたのはよかった**

【宿泊施設】 ホテルクレメント徳島、月ヶ谷温泉月の宿、ホテルサンシャイン徳島、阿波観光ホテル、県宿よしの、グランドホテル借楽園、ホテルグランドパレス、ホテルリッジ、鳴門海月、あわらくや、アオアヲナルトリゾート、ホテルアド・イン鳴門 12施設
 【宿泊者数】 1,220名

5

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

STEP1 県内向け施策

(2020.5.25募集開始 2020.7.1~9.30 実施)

出典：観光庁「旅行・観光動向調査」

とくしま再発見！「マイクロ・ツーリズム」推進事業結果

居住地と同じブロック圏内を主目的地とする宿泊旅行の割合
 (観光庁「旅行・観光消費動向調査」=2018年、2019年は補報値、2020年は速報値)

地域	2018年	2019年	2020年
北海道	65.4%	75.1%	89.4%
東北	46.8%	50.2%	77.8%
関東	29.8%	48.1%	58.7%
北陸信越	22.3%	35.8%	24.7%
中部	27.8%	30.8%	44.3%
近畿	31.3%	31.8%	46.3%
中国	34.3%	61.3%	30.1%
四国	21.1%	30.1%	72.8%
九州	55.8%	68.9%	68.9%
沖縄	43.1%	39.9%	78.2%

対前年伸び率全国2位

四国のマイクロツーリズムの状況は、
 2019年 30.1%⇒2020年72.8%
 と前年から**42.7ポイント**も上昇。

<前年比増加ポイント数ランキング>

- ① 沖縄：44.3ポイント
- ② **四国：42.7ポイント**
- ③ 東北：27.6ポイント
- ④ 中国：27.0ポイント

		旅行の主目的地										
		計	北海道	東北	関東	北陸信越	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄
旅行者の居住地	計	46,205	3,948	3,376	10,729	4,915	6,664	5,836	3,022	1,688	4,280	1,026
	北海道	3,021	2,700	45	60	7	64	30	31	8	18	14
	東北	2,487	47	1,935	255	164	7	8	—	—	—	—
	関東	17,713	594	1,107	8,528	2,157	2,580	1,102	403	175	373	443
	北陸信越	2,461	122	37	631	1,444	106	16	—	—	11	18
	中部	5,355	162	132	561	582	2,371	447	391	177	486	—
	近畿	7,884	261	121	444	491	1,213	3,650	542	591	240	215
	中国	1,959	9	—	84	8	58	291	1,200	155	130	—
	四国	767	—	—	10	5	58	35	53	558	42	—
	九州	4,266	53	—	147	56	206	257	395	24	2,940	107
沖縄	293	—	—	9	—	—	—	—	8	—	229	

※観光庁「旅行・観光消費動向調査」

来訪者エリア別シェア2位

<四国エリア来訪者エリア別ランキング>

- ① 近畿：35.0%
- ② **四国：33.1%**
- ③ 中部：10.5%
- ④ 関東：10.4%
- ⑤ 中国：9.2%
- ⑥ 九州：1.4%
- ⑦ 北海道：0.5%

四国マイクロツーリズム施策は有効。

6

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

「！」ぎっしり。

East Tokushima

—本日お伝えしたいこと—

<事業報告>

1. 2020年度事業概要
2. マイクロツーリズム推進事業
3. **セールス・プロモーション事業**
4. コンテンツ造成支援事業
5. イーストとくしまDMO KPI及び収支状況

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

STEP2 近郊圏向け施策

県境超え自粛解除 6/19～

(2020.6.25募集開始 セールス：2020.7.6～)

募集型企画旅行支援事業による露出拡大

特に、徳島県近郊の新聞社系の旅行代理店等に対し、**徳島県東部圏域での宿泊を伴う旅行商品等の広告掲載料等に対して助成金を交付**することにより、効果的な県外メディアでの露出を拡大し、徳島県東部圏域の認知度向上、ツアー造成促進及び宿泊者の増加を図る。

＜ツアー造成状況 12.25時点＞

	会社名	ツアー名	旅行先	送客数
1	山陽新聞旅行社	徳島の魅力発見2日間の旅	鳴門、松茂、徳島、藍住、阿波	8名
2	山陽新聞旅行社	芸術の秋とくしま日帰りの旅	徳島、鳴門	42名
3	SBSツアーズ	大塚国際美術館ゆったり見学と大潮に訪れる鳴門海峡	鳴門、徳島、松茂	8名
4	西日本新聞旅行	四国一周バス旅	小松島、徳島、鳴門	15名
5	京都新聞旅行	大塚国際美術館とアオアヲナルリゾートで阿波旬彩御前賞味	鳴門	100名 (予定)
6	山陽新聞旅行社	ホテルリッジカリフォルニアテーブルと大塚国際美術館	鳴門	80名 (予定)
7	山陰中央新報社	大塚国際美術館と感動のうずしお見学2日間	徳島、鳴門、藍住	80名 (予定)
8	山陽新聞旅行社	JAPAN BLUE藍染体験とくしま日帰りの旅	阿波、藍住	40名 (予定)



○徳島県近郊の新聞社系旅行代理店へのセールスを特に強化 現在緊急事態宣言再発出により再度停滞…

7

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

STEP3・4 国内向け施策

Go To キャンペーン 2020.7.22～・2020.10.1～ (東京)

徳島東部圏域のWeb上のプレゼンスの向上施策

カスタマージャーニーマップ

ブレ旅マエ → 旅マエ → 旅ナカ → 旅アト

情報収集 → 情報発信

①認知 (Recognition)

②興味 (Dream)

③情報収集 (Search)

④計画・予約 (Book)

⑤目的地 (Travel)

⑥評価 (Share)

lonely planet NATIONAL GEOGRAPHIC Booking.com Expedia

Google Maps tripadvisor Ctrip 携程 make my trip airbnb Rakuten Travel asoview! agoda

facebook Instagram 新浪微博 weibo.com WeChat WhatsApp Twitter

・宿などでの口コミ

Google Maps tripadvisor facebook Instagram 新浪微博 weibo.com WeChat WhatsApp Twitter

→ 2020Webプロモーション事業

→ 宿泊事業者・体験事業者のWeb戦略向上セミナー

8

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

STEP 3・4 国内向け施策 Go To キャンペーン 2020.7.22～・2020.10.1～ (東京)

(2020.7.1～SNSプロモーションスタート)

2020Webプロモーション事業

①認知 (Recognition) → ②興味 (Dream))

7月22日からスタートする“Go Toキャンペーン”等に有効な、Webマーケティングの一環として、SNS等の情報発信、各種データ収集及び分析、その結果をシームレスに、次の情報発信やコンテンツ造成に繋げるプロモーションを実施。

- ① 機構SNS (Facebook, Instagram, twitter) 掲載記事の制作・配信
 - 81本 (2020.7.1～2021.3.22)
- ② ホームページ掲載記事の制作・配信
 - 27本 (2020.7.1～2021.3.22)
- ③ 外国人向けホームページ掲載記事の制作・配信業務
 - 36本 (2020.7.1～2021.3.22)
- ④ 年間まとめ記事の制作・配信業務
 - 3本 (2020.7.1～2021.3.22)
- ⑤ SNS等データ分析
 - ① 配信記事リアクション分析→15市町村担当者と共有
 - ② SNS発信データ分析→15市町村担当者と共有
 - ③ 情報発信・セールスに活用素材集制作。
 - ④ SNS等の効果的な活用研修の実施。

Facebook, Twitter, Instagramそれぞれの特性を生かし、作成記事をアレンジして投稿。

Facebook Twitter Instagram CREA Träveller LINE トラベル.jp TW Tokyo Weekender

9 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

STEP 3・4 国内向け施策 Go To キャンペーン 2020.7.22～・2020.10.1～ (東京)

(2020.6.25募集開始)

③情報収集 (Search) → ④計画・予約 (Book)

宿泊事業者・体験事業者のWeb戦略向上セミナー開催

域内の宿泊事業者、体験観光事業者に向けて、7月22日からスタートする“Go Toキャンペーン”等に有効な、OTAへの掲載を始めとしたWeb戦略についてのセミナーを開催した。また希望者には、セミナーの動画をWebでも視聴可能なYouTubeでの限定配信も同時に実施した。

主催：一般社団法人イーストとくしま観光推進機構

「Go Toキャンペーンをチャンスに！」

宿泊事業者・体験観光事業者のための売上アップセミナー

～Web活用による売上アップの方法とは？～ **受講料 無料**

新型コロナウイルスの感染拡大防止として、既に16県、794団体を合わせて、観光振興や旅行予約のサイト等を通じ、旅行予約の申し込み、代金の1/2程度の金額が割引クーポンが配布される旅行、飲食、イベントなどの消費喚起施策「Go Toキャンペーン」が予定されています。本セミナーは、Webを活用し、旅行予約の申し込みを促進し、この機会に観光事業者がWeb活用が有効なのか？を宿泊事業者、体験観光事業者向けに開催いたします。

【第1回】
7月28日(火)
13:30～15:30
(13:00受付) **宿泊事業者向けセミナー**
「宿泊の最新トレンドとオンラインを活用した販売戦略」

【第2回】
8月4日(火)
13:30～15:30
(13:00受付) **体験型観光事業者向けセミナー**
「魅力ある観光コンテンツのつくり方と情報発信方法」

【セミナー講師】株式会社トラベラーズ 代表取締役 中野 秀吉 氏

【開催場所】ふれあい健康館 第2会議室 (徳島市浜浜2-16 TEL:088-657-0190) ※当日はマスクの着用をお願いします

【会場】ふれあい健康館 第2会議室 (徳島市浜浜2-16 TEL:088-657-0190) ※当日はマスクの着用をお願いします

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

【第1回】
7月28日(火) **宿泊事業者向けセミナー**
「宿泊の最新トレンドとオンラインを活用した販売戦略」
13:30～15:30 (13:00受付)

場所：ふれあい健康館 第2会議室
参加者数：18名

【第2回】
8月4日(火) **体験型観光事業者向けセミナー**
「魅力ある観光コンテンツのつくり方と情報発信方法」
13:30～15:30 (13:00受付)

場所：ふれあい健康館 第2会議室
参加者数：22名

10 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

「！」ぎっしり。 East Tokushima

—本日お伝えしたいこと—

<事業報告>

1. 2020年度事業概要
2. マイクロツーリズム推進事業
3. セールス・プロモーション事業
4. **コンテンツ造成支援事業**
5. イーストとくしまDMO KPI 及び収支状況

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

各STEP共通 コンテンツ造成支援：課題解決に向けた取組

2019年度までに明らかになった事

▶課題の根源 “コンテンツ不足・認知不足”の解消の為の施策
●徳島県東部圏域の新たな“フラッグシップコンテンツ”の造成

▶積極的なコンテンツ造成支援

- ① 広域DMO等と連携して広くPR可能な、山・海などの豊かな自然を活用した“フラッグシップコンテンツ”が未整備。
※これからの旅行ニーズとして「自然」「文化体験」「アクティビティ」の要素を備えたコンテンツ需要が高まる。
・2021年9月に北海道で“アドベンチャーツーリズム世界大会”が予定されている。
・全国的に“トレイル”の人気が高まり、四国ツーリズム創造機構も協働し四国トレイル開発に着手している。
- ② 徳島の入口である“渦潮”は、淡路島側からの観潮船による観光客が増加し鳴門訪問者が減少している。
※徳島県東部圏域への流入ルートは、自家用車（鳴門自動車道）34.8%、高速バス・空港 42.4%と、玄関口である“鳴門地域”は重点地域であり、更なる魅力的コンテンツ造成が必要である。
- ③ 徳島での宿泊者は引き続き低調。（全国ワースト1 継続）
※宿泊しないと体験できない魅力的なコンテンツ造成が必要である。
- ④ 徳島県東部圏域の周遊促進に繋がる観光コンテンツが少ない。
※宿泊により延伸した滞在時間で、体験したい観光コンテンツを域内に数多く造成する必要がある。

2020年度実施事項

- ① 広域DMO等と連携して広くPR可能な、山・海などの豊かな自然を活用した“フラッグシップコンテンツ”が未整備。
※フラッグシップコンテンツの調査・造成 → “東徳島トレイル開発事業”
- ② 徳島県東部圏域の入口である“渦潮”は、淡路島側からの観潮船による観光客が増加し鳴門訪問者が減少している。
※鳴門地区のコンテンツの強化 → “鳴門市欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業”
- ③ 徳島県の宿泊者は引き続き低調。
※宿泊施設が集積する徳島市のナイトタイムコンテンツの磨き上げ強化 → “徳島ナイトタイムコンテンツ造成事業”
- ④ 徳島県東部圏域の周遊促進に繋がる観光コンテンツが少ない。
※農林水産、製造事業者の観光コンテンツ化推進 → “フード&クラフトツーリズム推進事業”

●観光人材育成事業は継続して実施。

11

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

各STEP共通 コンテンツ造成支援 (2020.5.1~) 東徳島トレイル

東徳島トレイル開発事業

○訪日外国人が選好する徳島のコンテンツ開発・強化事業 (5,700千円：観光庁助成金)
 熊野古道訪問者ニーズと親和性の高い“トレイル (未舗装の道)”・高野山訪問者ニーズと親和性の高い“霊場の行事 (護摩祈祷法会など)”等を可視化し、受入環境整備によりコンテンツ化を行う。

○体験型観光コンテンツ造成支援・素材集作成業務 (3,200千円：県補助金)
 上記事業により可視化及びコンテンツ化した「東徳島トレイル」コースや、神社・仏閣の伝統行事や祭礼を、体験型観光コンテンツとして磨き上げるとともに、観光誘客を図るために必要なセールス用素材集の作成や造成コンテンツの魅力伝えるガイド人材の育成を行い、新たな体験型観光コンテンツの商品化を図る。

＜実施内容＞
 ①トレイル体験コンテンツ化：7コース、②セールス用素材集作成：紙、Web、③ガイド養成

東徳島トレイル造成予定エリア

12 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

東徳島トレイル -2020造成 7コース-

13 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

各STEP共通 コンテンツ造成支援 (2020.7.1~)

鳴門滞在型コンテンツ

鳴門市欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業


○鳴門市における欧米豪向け滞在型コンテンツ整備事業 (5,240千円：**四国運輸局事業**)

関西圏からの四国の玄関口である鳴門市の誘客推進の為、地元事業者と連携し、旅行者ニーズに合致する未整備コンテンツの可視化及び、観光事業者の連携を推進し、旅行者が嗜好するコンテンツ化を行う。

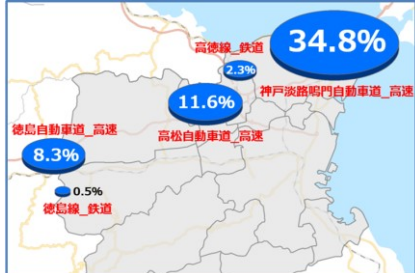
▶

<実施内容>

①観光コンテンツ造成 12コンテンツ、②造成コンテンツ販売 (エアトラベル徳島)



流入経路名	鳴門自動車道	高松自動車道	徳島自動車道	JR高徳線	JR徳島線	高速バス、空港他
	3483	1160	835	231	50	4241
	34.83%	11.60%	8.35%	2.31%	0.50%	42.41%



○鳴門自動車道経由が、34.8%

○高速バス、空港他が、42.4%

↓

鳴門は徳島の玄関口

淡路島まで来ている観光客を魅力的なコンテンツ造成により誘引する。

2018年観光動向調査-来訪者満足度調査データ利用期間 2017/05/01~2017/11/30

14

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

鳴門滞在型コンテンツ-2020造成 12商品-



レンコン畑を走る



チャーター浮世絵クルーズ



写真撮影ツアー



シーカヤック体験





二つの伝統工芸を体験



お遍路



大鳴門橋-海上45mを歩く



海から陸から二つの海を堪能



筏で遊ぶ



クルマエビ収穫体験



撫養街道をゆく



ワカメ収穫・垣もみ体験

15

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

各STEP共通 コンテンツ造成支援 (2020.7.1~)

徳島ナイトタイムコンテンツ造成事業

○ナイトタイムコンテンツ造成事業 (7,500千円：四国運輸局事業)

昨年度造成したインバウンドガイドの個性を活かしたバーホッピングツアーにサンセットクルーズや、眉山夜景観賞ツアー等を盛り込み、更なる磨き上げ及び新規造成を行う。

▶ <実施内容>

①観光コンテンツ造成 8コンテンツ、②インバウンドガイド養成、③造成コンテンツ販売 (六吹トラベル)

徳島ナイトタイム

平均滞在時間	日帰り (51.4%)				域外宿泊 (11.5%)				域内宿泊 (19.3%)			
	平日	休前日	連休日	休日	平日	休前日	連休日	休日	平日	休前日	連休日	休日
域内周遊箇所数	1.10	1.11	1.10	1.13	1.13	1.12	1.14	1.11	1.50	1.46	1.41	1.41

順位	周遊コースTOP5	構成比
1	徳島市⇨室戸岬	21.1%
2	徳島市⇨松茂町	11.6%
3	徳島市⇨小松島市	6.9%
4	徳島市⇨松茂町	5.7%
5	徳島市⇨吉野町	4.3%

- 日帰り旅行が来訪者全体の**51.4%**
- 「域内泊あり」来訪者は滞在時間が圧倒的に長い
- 日帰り&域外者平均周遊箇所数は**1.12箇所**
- 「徳島市」が徳島県東部圏域周遊の拠点

宿泊推進・滞在時間延伸

ナイトタイム
徳島の文化・食材認知

2018年観光行動態勢調査-来訪者満足度調査データ利用期間 2017/05/01~2017/11/30

16

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

徳島ナイトタイムコンテンツ -2020造成 8商品-

料亭はまだ

阿波人形浄瑠璃×クルーズ

徳島地バーホッピング
×徳島地酒場探検会

建築バーホッピング

ナイトタイム写真撮影

サンセットクルーズ

眉山夜景×遊山箱食事

阿波踊り練習風景

17

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

各STEP共通 **コンテンツ造成支援** (2020.9.1~)

フード&クラフト

フード&クラフトツーリズム推進事業

○生産地（事業者）誘客に繋がる観光視点でのPR推進（7,000千円：観光庁補助3,500千円）

徳島県東部圏域における特産品販売促進に繋がる「旬の時期に、産地に赴き、そこでしか体験できない飲食・収穫体験・土産購入を行うフードツーリズムや、古くから伝わる“職人の技”を現地での見学・製作体験・土産購入を行うクラフトツーリズムを、価値に見合った設定価格の観光コンテンツとして整備し、OTA及び旅行代理店が販売する旅行商品化を推進し、観光消費額の拡大に寄与する。

▶ <実施内容>


- ①観光コンテンツ造成 20コンテンツ、②造成コンテンツOTA掲載
- ③造成事業者Web戦略コンサル支援





域内での移動・周遊は限定的。
周遊促進・観光消費額創出が課題。
2018年観光地間移動・滞在者数調査結果報告書（最終版）発行期間 2017/09/01～2017/11/30

本事業により、域内周遊促進及び、
新たな観光消費を創出



18

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

フード&クラフトツーリズム -2020造成 20商品-

























19

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

イーストとくしまDMO 2020年度事業概要

各STEP共通 コンテンツ造成支援：課題解決に向けた取組

2020年度コンテンツ関係イメージ

東徳島トレイル 鳴門滞在型コンテンツ 徳島ナイトタイム クラフト&フード

鳴門滞在型コンテンツ

広域DMO等の連携による情報発信
 新たなフラッグシップコンテンツの造成
 東徳島トレイル
 広域DMO等連携による露出度の向上・プレゼンスの確立

徳島の「食」・「技」のショーケース
 滞在時間延伸（宿泊促進）コンテンツの強化
 徳島ナイトタイム
 豊かな食や繁華街の歴史・文化の認知の向上

生産者・事業者の新たな収入源の創出
 歴史ある“技”、産地ならではの“食”の観光商品化
 クラフト&フード
 イーストDMO域内の周遊・消費促進

20 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021 . All Right Reserved.

「！」ぎっしり。
 East Tokushima

—本日お伝えしたいこと—

<事業報告>

1. 2020年度事業概要
2. マイクロツーリズム推進事業
3. セールス・プロモーション事業
4. **コンテンツ造成支援事業**
5. イーストとくしまDMO KPI及び収支状況

Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2021. All Right Reserved.

イーストとくしまDMO KPI状況

出典：観光庁

イーストとくしまDMO KPI達成状況

項目		2017	2018	2019	2020	2021	2022
観光消費額 (千円)	目標	-	36	38	40	42	44
	実績	-	36 100.0%	40 105.3%	24 60.0%	-	0.0%
延べ宿泊者数 <内インバウンド> (千人)	目標	<->	<67>	<80>	<100>	<115>	<130>
	実績	1,796	1,702 93.4%	2,060 103.0%	728 34.7%	2,200 0.0%	2,350 0.0%
来訪者満足度 (大変満足・%)	目標	-	-	26.0	27.0	28.0	29.0
	実績	-	25.4	24.9 95.8%	37.7 139.6%	-	0.0%
リピーター率 (%)	目標	-	54.3	54.3	54.3	54.3	54.3
	実績	-	54.3 100.0%	49.1 90.4%	49.2 90.6%	-	0.0%
Webサイトアクセス数 (万PV)	目標	-	25	52.5	75.0	120.0	150.0
	実績	-	3.9 15.6%	18.1 34.5%	33.8 45.1%	-	0.0%
観光入込客数 (万人)	目標	-	1418.8	1450.0	1465.0	1480.0	1495.0
	実績	1413.6	1365.2 96.2%	1421.4 98.0%	未発表	-	0.0%
着地型旅行商品造成数	目標	-	-	20	20	20	20
	実績	-	-	32 160.0%	47 235.0%	-	0.0%
ツアー造成支援数	目標	-	-	25	25	25	25
	実績	-	-	21 84.0%	17 68.0%	-	0.0%

<2019年KPI達成状況>

- 観光消費額は前年より4千円増加し、目標を上回った。
- 延べ宿泊者数は前年より304千人増加し、目標を上回った。主な要因として、大塚国際美術館からの紅白歌合戦中継などが考えられる。
- 来訪者満足度はアンケートの言語や回収場所により満足度にはばらつきがあった。
- 新規来客数の増加により、リピーター率は低下した。
- WEBサイトアクセス数は前年より累計で14万PV増加するも目標未達。主な要因として検索サイトやSNSからの誘引不足が考えられる。
- 観光入込客数については、前年比56万人増加したが目標未達。
- ツアー造成件数については新型コロナの影響もあり目標未達。

<2020年KPI達成状況>

- 2020年の「延べ宿泊者数」は、8月までの速報値、「観光入込客数」は未発表。
- 新型コロナの影響により、延べ宿泊者数、観光消費額、観光入込客数等人の移動に伴うKPIについて大幅に減少。
- 観光消費額の低下、来訪者満足度の向上は、「マイクログッズ」「GoToキャンペーン」等の低価格の影響と類推される。

21 Copyright © East Tokushima Tourism Authority 2020. All Right Reserved.

