

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年6月20日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・ <u>地域連携DMO</u> ・地域DMO	
観光地域づくり法人の名称	(一社) イーストとくしま観光推進機構	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	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	
所在地	徳島県徳島市八百屋町2丁目7番地 徳島センタービル7階	
設立時期	平成30年3月30日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	7人【(常勤5人(常勤理事1人・出向等4人)、契約・派遣職員2人)】	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	(氏名) 遠藤 彰良 (出身組織名) 徳島市市長	令和6年4月から徳島市長に就任し、関係する15市町村及び地域の民間企業を取りまとめるパイプ役を担う。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 渡辺 隆仁「専従」 (出身組織名) 株式会社JTB	(株)JTBで国内外の旅行営業やインバウンド旅行営業に従事。その後、(一財)奈良県ビジターズビューローや(一財)関西観光本部に出向しインバウンドを主な目的としたコンテンツ開発・プロモーション業務に従事。 (株)JTBやDMOで培った豊富な経験と知識、高いスキルを有する。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 久米 隆仁「専従」 (出身組織名) 徳島市	徳島市からの出向。各種会議の設定及び開催、効率的な予算執行管理等、経営管理全般に従事し、業務を遂行する。
各部門(例：プロモーション)の責任者(専門人材) ※各部門責任者のうち専従の者につ	(氏名) 加守 寛士「専従」 (出身組織名) 徳島県	徳島県からの出向。官公庁、民間事業者問わず広いネットワークを有し、バランスの取れた折衝を行う。また、各分野の特徴を活かしたセールス・プロモーションを遂行する。

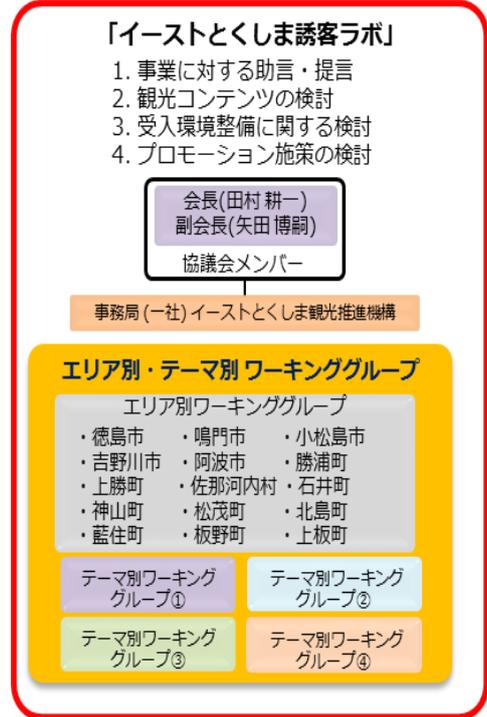
いては、氏名の右横に「専従」と記入すること		
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	<p>[マーケティング、観光地域づくり]</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 徳島市経済部にぎわい交流課 ■ 鳴門市経済建設部経済局観光振興課 ■ 小松島市産業建設部商工観光課 ■ 吉野川市産業経済部商工観光課 ■ 阿波市産業経済部商工観光課 ■ 勝浦町企画交流課 ■ 上勝町産業課 ■ 佐那河内村企画政策課 ■ 石井町産業経済課 ■ 神山町産業観光課 ■ 松茂町産業環境課 ■ 北島町まちみらい課 ■ 藍住町建設産業課 ■ 板野町産業課 ■ 上板町産業課 	
連携する事業者名及び役割	<ul style="list-style-type: none"> ■ 株式会社阿波銀行・徳島大正銀行・徳島信用金庫（事業化支援） ■ 一般社団法人徳島新聞社（情報発信・イベント協力・地域の「売り」とする観光資源の連携） ■ 株式会社エアトラベル徳島（着地型旅行商品企画・販売、誘客営業） ■ その他メディア、出版会社、交通事業者、宿泊事業者、イベント会社、食品会社などから構成される社員・会員 ■ 国立大学法人徳島大学等の教育機関（観光人材の育成講座の実施） ■ NPO法人新町川を守る会（周遊船を活かした観光コンテンツ造成） ■ NPO法人阿波農村舞台の会（阿波人形浄瑠璃を活かした観光コンテンツ造成） ■ 一般財団法人徳島県観光協会（県域単位での誘客促進事業） ■ 一般社団法人四国ツーリズム創造機構（四国単位での誘客促進事業） 	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	<p>（【該当する登録要件】②）</p> <p>（概要）当法人が事務局を務める形で、行政、観光関連事業者、宿泊事業者、交通事業者、イベント会社、伝統文化事業者、飲食事業者、商業団体など、幅広い分野の関係者が参画する協議会を設置</p> <p>〔参考〕登録要件</p> <p>②観光地域づくり法人が主導して行政や関係団体をメンバーとするテーマごとのワーキンググループなどの委員会等を設置。</p> <p>（協議会の概要）</p>	

平成 30 年 6 月に地域の多様な連携を生み出すプラットフォームとしての役割を担う協議会（「イーストとくしま誘客ラボ」）を当機構とは別組織として設置している。

当該協議会では、構成員が当法人に対して、観光地域づくりに関する取組みに対する助言・提言を行うとともに、観光コンテンツの発掘・磨き上げ、受入環境の整備、プロモーションに関する各種施策等の検討を行う。機構は、当該協議会の事務局を務めるほか、地域の観光振興において、

- ① マーケティング（データ収集・分析・立案&検証）、
 - ② PDCAサイクルにおける KPI 指標の数値化、
 - ③ 関係各所からの意見聴取&連絡調整
 - ④ 誘客のための営業活動
 - ⑤ 情報発信の機能
- 等の役割を担う。

機構の社員は、同法人の意思決定機関である社員総会や当該協議会に参画し、会員や地域のキープレイヤーたる企業・団体・個人は当該協議会並びに協議会の下部組織となるワーキンググループや意見交換会に参画している。



地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組

① 住民満足度調査

毎年度、徳島東部 15 市町村の住民から無作為に抽出した 2,000 名に、調査票を郵送し満足度調査を実施。

地域住民が観光に対してどのような認識を持っているか、観光客が増えることに対する思い、観光施策に対する満足度、地域で暮らすことの満足度などを把握し、施策実施の基礎資料としている。

② 観光コーディネーター養成講座

国立大学法人徳島大学や徳島県との連携により、大学生や地域住民など幅広い層を対象とし、日本の観光業界のトップランナーを講師に迎え、観光による地域の活性化や先進地の成功事例などに触れる機会を設けた。

同講座は、11 月から 1 月にかけて計 7 回開催し、延べ 619 名が受講した。

③ SNS 情報発信特別講座

「食」・「文化・伝統」・「自然・体験」などのテーマについて、旅行意欲の高い 20 代～40 代をターゲットにして、SNS (Face

book、インスタグラム、YouTube)を中心に情報発信を行っているが、地域住民にも目にしてもらうことで、あらためて地域の良さを再認識してもらい、観光への意識啓発・参画促進に努めた。

④ 人気映像クリエイターを招聘し、地域住民を対象に、動画撮影・制作の特別講座を8月7日に開催し、84人が参加したが、住民自らが地域の魅力を再発見し、自らが広告塔になり積極的に情報発信する機運を醸成した。



⑤ 成果報告会の開催
3月21日に、社員・会員・地域住民などのステークホルダーなど幅広い層を対象に、当法人の1年間の事業成果と次年度の事業計画の報告の場を設け、観光地域づくりに関する意識啓発や参画促進を行った。



法人のこれまでの活動実績

【活動の概要】

事業	実施概要
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p>① WEBプロモーション事業 国内外問わず旅の主流である個人旅行者をターゲットとし、「食」・「文化・伝統」・「自然・体験」などのテーマごとの観光コンテンツをSNSで発信し、県東部圏域観光コンテンツ毎の反響状況を可視化し、コンテンツ造成のデータとして活用した。 また、キャプションの日本語/英語の併記により、英語圏ユーザーへの訴求にも注力し、特にInstagramでは、フォロワー数がR5の14,600からR6には、20,000に増加し、そのうち英語圏のフォロワー数が半数を占めるに至った。 ・機構SNS掲載記事の制作・配信 (4.1~3.31) ・Instagram143本 https://www.instagram.com/east_tokushima/ ・Facebook121本 https://www.facebook.com/east.tokushima2018/ ・X120本 https://x.com/EastTokushima ・HP掲載記事の制作・配信12本 https://www.east-tokushima.jp/feature/</p>

- ・インバウンド向けHP記事制作・配信 12本
<https://www.east-tokushima.jp/en/explore/>
- ・GoogleMap 口コミ投稿 82本
- ・SNS等データ分析
 配信記事リアクション分析⇒15市町村担当者と共有
 SNS発信データ分析⇒15市町村担当者と共有

② 商談会・セールス活動等で活用する素材集の制作
 徳島県初の香港との国際定期便の就航にあわせて、繁体字版の観光素材パンフレットを作成した。



③ 国内外商談会等でのセールス・プロモーションの実施 18件

- 5/15 オール徳島観光商談会 東京
- 5/29 阪急交通社国内旅行推進協力会商談会 岡山
- 6/28-29 徳島で踊らなそんそん！阿波おどり 大阪
- 7/13 大阪モール日本酒列車（観光物産展）大阪
- 8/15 阿波おどり in Shinjuku Kabukicho 東京
- 9/7 県人会近畿連合会定期総会と県人の集い 大阪
- 9/26-29 ツーリズム EXPO・VJTM 東京
- 10/3 四国観光商談会 東京
- 10/9 四国観光商談会 大阪
- 11/2-4 人形浄瑠璃×文楽劇場プロモーション 大阪
- 11/17 徳島まるごと阿波おどり！大阪
- 1/15 徳島小松島港クルーズセミナー 徳島
- 1/16-17 徳島商談会&現地セールス 香港
- 2/6 徳島県教育旅行誘致説明会 愛知県
- 2/7 徳島県教育旅行誘致説明会 大阪府
- 2/10-11 徳島ツーリズムセミナー バンコク
- 2/25 徳島県教育旅行誘致説明会 広島県
- 2/27 徳島県教育旅行誘致説明会 東京都

④ 国内外エージェントを対象とするファミツアー・メディアツアーのコース調整・アテンドの実施 17件

- 6/12 GMT 視察
- 6/17, 19 仏ポナン社視察
- 7/1 中国春秋集団視察

		<p>7/31-8/1 海外 MI 旅行誘致ファミツアー事前視察 9/19 中国春秋集団視察 10/20-21 JNTO カナダ主催メディア向け視察ツアー 10/24-25 関西観光本部広域周遊ルートファミ事前視察 11/10-11 米 GeoEx Expeditions 社スタディツアー 11/15 香港インフルエンサーメディアツアー 11/19-20 海外 MI 旅行誘致ファミツアー 12/5 EXP02025 関西観光推進協議会事務局 旅ナカ WG ファムトリップ 12/10 関西観光本部広域周遊ルートファミツアー 1/9 関西観光本部広域周遊ルートファミツアー 1/16-17 徳島小松島港クルーズファミツアー 2/12-13 阿波市ファミトリップ 2/12-14 GMT 視察 3/6 クラブツーリズム視察</p>	
	<p>受入環境の整備</p>	<p>① 観光DXの推進 観光アプリ「しこくるり」を活用し、得られたデータを基に地域が一体となったDMPとCRMを展開できるように、徳島中心部と鳴門エリアに限られていたエリアを徳島東部全体に拡大するとともに、より活用されるアプリとするために、移動距離ランキングなどの機能の充実を図った。</p>  <p>② 「藍のれん」の普及による魅力的なまちづくり 飲食店や観光施設が徳島の誇りである阿波藍を用いた「藍のれん」を掲げることで、観光客が徳島らしさを感じてもらえるよう、事業者は域内の藍工房で製作する「藍のれん」に対して支援を行うが、令和6年度は28店舗が制作した。</p>  <p>③ 観光コーディネーター養成講座 地元の徳島大学や県と連携して、観光業界のトップランナーを講師に迎え、「受入れ環境の整備を含む観光地域</p>	

づくりの考え方」や「先進地域の成功事例など」を通じ、「観光」を担う人材を養成する講座を7回開催し、619名が参加した。

④ 持続可能な観光に向けた取組み

当機構では、令和6年10年に国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に取り組んでいることを明示するロゴマークの使用が認められたが、今後は、持続可能な観光地であることを対外的に情報発信していくとともに、地域事業者も持続可能な観光に取り組むことの重要性を認識する機会を創出していく。

観光資源の磨き上げ

① 防災ツーリズムコンテンツの造成

徳島東部エリアに残る高地蔵等の防災関連遺産を巡る体験を旅行商品化するとともに、地域住民による「防災まちガイド」育成するための研修・勉強会を計5回開催し、10名のガイドを育成した。



② 徳島ならではの伝統文化体験コンテンツ造成

日本の伝統文化を体験するコンテンツを造成とインフルエンサーファムツアーを実施し、販売に向けた磨き上げを実施した。



③ 高付加価値化サイクルツーリズムの推進

サイクリングをしながら、徳島の自然・食・文化を楽しむことができるインバウンド向け高付加価値サイクルツアーとして、3つのモデルコースを造成した。

④ 徳島中心部ひょうたん島周遊船の劇場型クルーズ運航

劇団の団員がクルーズ船に乗り込むクルー（ガイド役）となり、体験型の演劇プログラムを盛り込んだコンテンツの造成及び2回のモニターツアーを開催し、延べ25名がツアーに参加した。



【定量的な評価】

上記に併記（回数・人数・件数など）

実施体制

※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。

【実施体制の概要】

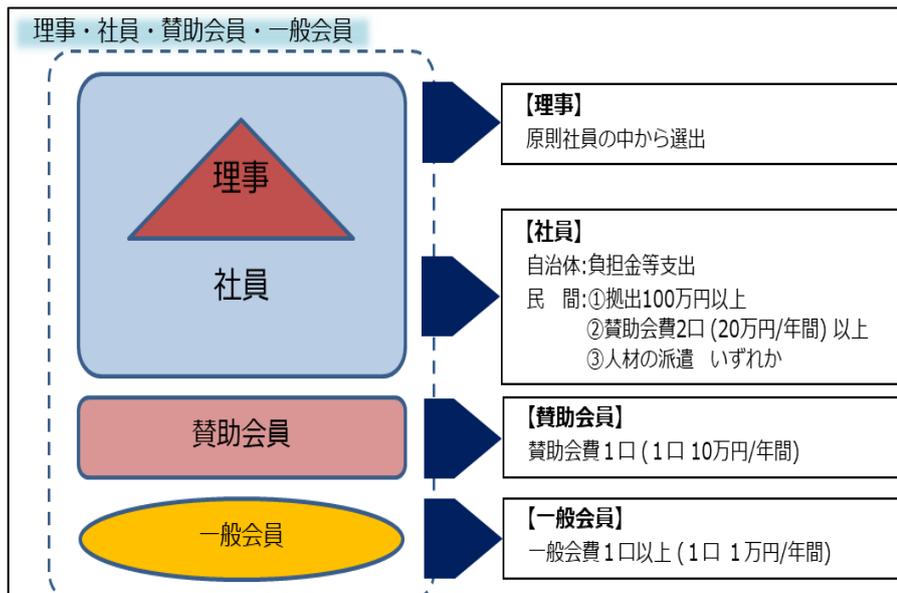
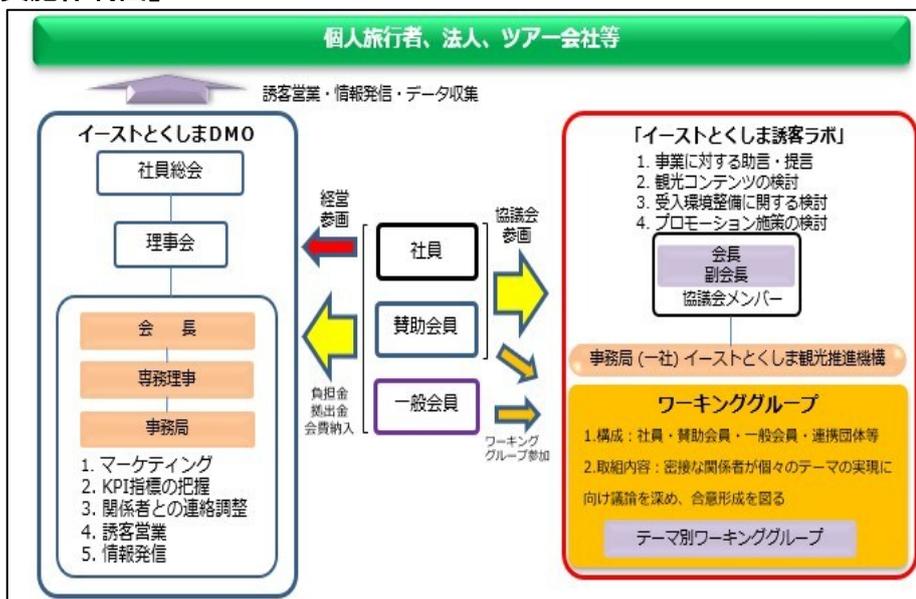
① 協議会及びワーキンググループ

平成 30 年 6 月に地域の多様な連携を生み出すプラットフォームとしての役割を担う、協議会（「イーストとくしま誘客ラボ」）を設置した。

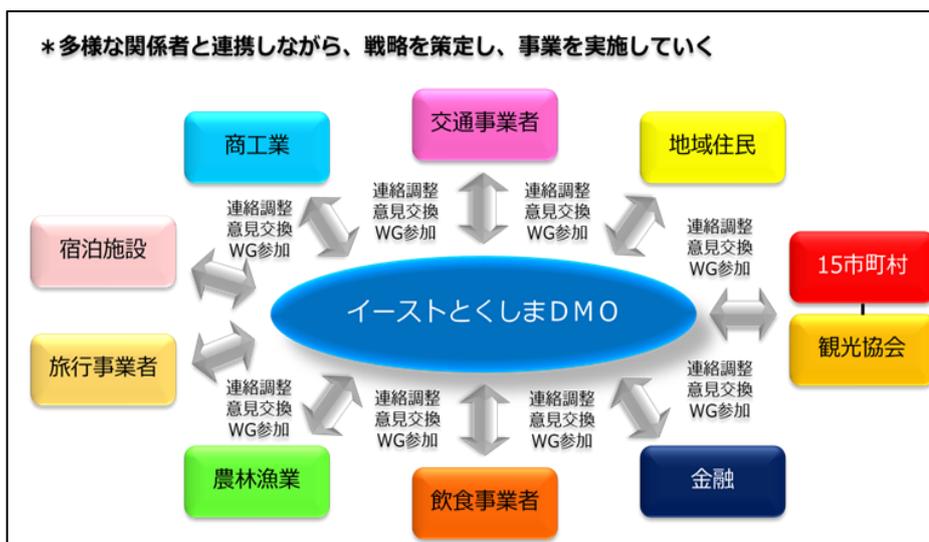
当該協議会の事務局は、機構が務め、観光地域づくりに関する取組みに対する助言・提言を行うとともに、観光コンテンツの発掘・磨き上げ、受入環境の整備、プロモーションに関する各種施策等の検討を行う。

機構の社員は、同法人の意思決定機関である社員総会や協議会に参画し、賛助会員は当該協議会に参画する。また、地域のキープレイヤーたる企業・団体・個人は、ステークホルダーからの同意を得たうえで、一般会員やオブザーバーとして、協議会やワーキンググループに参画する。

【実施体制図】



(地域での関係図)



① 15市町村連絡会議

当法人の構成員である、県東部圏域 15 市町村において、国内外の観光行政に携わる担当課が定期的集まる機会を設け、情報交換を行うとともに、プロモーションでは、自治体のタイムリーな情報を収集し、訴求力のある魅力的な情報発信に繋げるとともに、観光DXの推進では、データを可視化・共有し、政策立案に活せる体制を構築している。

また、各市町村は観光面で抱えている課題を共有し、その課題の解決に向けた方策を検討するとともに、連携して事業を行っていく。

② 成果報告会

年度末の3月に、地元金融機関、メディア、宿泊事業者、交通事業者、商工会、観光協会、行政に加えて、参加を希望する地域住民など、幅広い対象者に、当法人の1年間の活動実績や次年度の事業計画の概要を報告し、地域における合意形成の確立に努めている。

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

2010年5月より、徳島県東部12市町村で構成する徳島東部地域体験観光市町村連絡協議会（愛称：「とくしま旅づくりネット」）にて、12市町村が連携した観光PRや物産の販売等を行ってきた。2017年5月、「徳島東部地域DMO設立準備委員会」発足時に阿波市、吉野川市が加入。その後、2018年4月、当法人の設立に合わせて鳴門市が正式に加入し、15市町村の構成となった。歴史的に見ても同地域は、阿波国における「東部地域」として位置づけられてきた背景がある。また、四国遍路の1～20番までの札所は、エリア内の各市町村に点在しており、当該15市町村で連携した区域設定とすることが適切である。

徳島東部エリアの主要観光地点への入込客数は、2009年の1,712万人をピークに、減少傾向が続いている。2020年からは新型コロナウイルス感染症による移動制限も重なり998万人、2021年はさらに848万人へと大きく減少したが、2022年は1,064万人、2023年は1,154万人と回復の兆しが見えてきた。

観光資源の認知度では、「食・特産品」は、地域内では知られていても、地域外（特に東京都）ではあまり知られていない。また、徳島東部エリアの観光資源は、「阿波おどり」、「鳴門渦潮/大橋」「お遍路」以外は、域外と域内で認知度に大きな開きがある。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

観光資源をどのように活用していくかは、関係者との意見交換やアイデア出しを通じた見せ方の改善、組合せの工夫、アクセスの改善等により、徳島東部エリアの観光地としての魅力と認知度の向上に努める。

<観光施設等>

日本遺産：「藍」「四国遍路」

[徳島市]

阿波おどり会館、眉山ロープウェイ、ひょうたん島周遊船、徳島県立阿波十郎兵衛屋敷、徳島市立徳島城博物館、万代中央埠頭、とくしま動物園、文化の森総合公園、大日寺（四国八十八ヶ所 第13番札所）、常楽寺（四国八十八ヶ所 第14番札所）、国分寺（四国八十八ヶ所 第15番札所）、観音寺（四国八十八ヶ所 第16番札所）、井戸寺（四国八十八ヶ所 第17番札所）、など

[鳴門市]

大鳴門峡架橋記念館エディ、大鳴門橋遊歩道「渦の道」、エスカヒル・鳴門、うずしお観潮船、うずしお汽船、大塚国際美術館、霊山寺（四国八十八ヶ所 第1番札所）、極楽寺（四国八十八ヶ所 第2番札所）、大麻比古神社、鳴門市ドイツ館、道の駅「第九の里」「くるくるなると」、tonaru SETO・SHIMADA、鳴門市賀川豊彦記念館、本家松浦酒造場、福寿醤油、大谷焼窯元、など

[小松島市]

小松島ステーションパーク、旗山の義経騎馬像、みはらしの丘あいさい広場、恩山寺（四国八十八ヶ所 第18番札所）、立江寺（四国八十八ヶ所 第19番札所）、など

[阿波市]

阿波の土柱、柿原堰、御所のたらいうどん、十楽寺（四国八十八ヶ所 第7番札所）、熊谷寺（四国八十八ヶ所 第8番札所）、法輪寺（四国八十八ヶ所 第9番札所）、切幡寺（四国八十八ヶ所 第10番札所）、宮川内ダム公園、緑の丘スポーツ公園、JA 夢市場、道の駅「どなり」、天然温泉 御所の郷、阿波土柱の湯、土柱そよ風ひろば、善入寺島、太鼓坂、犬墓大師堂、JA グリーンどなりマルシェ、JA 阿波町 土柱の里、錦鯉せり市、など

[吉野川市]

船窪つつじ公園、藤井寺（四国八十八ヶ所 第11番札所）、美郷ほたる館、美郷物産館、高開の石積み、阿波和紙伝統産業会館、母衣暮露滝、川島城、岩の鼻展望台、ひまわり農産市、ふいご温泉、オーベルジュ&スパ 美郷の湯、鴨島温泉 鴨の湯、など

[勝浦町]

道の駅「ひなの里かつうら」、レヴィタかつうら、ふれあいの里さかもと、鶴林寺（四国八十八ヶ所 第20番札所）、前川キャンプ場、大久保鍛冶屋、阿波地美獲あおき、など

[上勝町]

月ヶ谷温泉、月ヶ谷温泉村キャンプ場パンゲアフィールド、いっきゅう茶屋、など

[佐那河内村]

大川原高原、いきものふれあいの里ネイチャーセンター、徳円寺、など

[神山町]

雨乞の滝、阿川梅の里、明王寺しだれ桜、四国山岳植物園・岳人の森、徳島県立神山森林公園 イルローザの森、焼山寺（四国八十八ヶ所 第12番札所）、道の駅「温泉の里神山」、ホテル四季の里&神山温泉保養センター、悲願寺、コットンフィールド、など

[石井町]

地福寺、童学寺、田中家住宅、百姓一、阿波食ミュージアム、岡萬本舗、鳴門金時蒸留所、繭釜、など

[松茂町]

月見ヶ丘海浜公園、松茂町歴史民俗資料館・人形浄瑠璃芝居資料館、徳島とくとくターミナル物産館、松茂町交流拠点施設マツシゲートなど

[北島町]

アクアプラザ、なかのファーム、など

[藍住町]

藍住町歴史館・藍の館、バラ園、など

[板野町]

あせび温泉やすらぎの郷、あすたむらんど徳島、金泉寺（四国八十八ヶ所 第3番札所）、大日寺（四国八十八ヶ所 第4番札所）、地蔵寺（四国八十八ヶ所 第5番札所）、JA グリーンアグリ板野、道の駅「いたの」、など

[上板町]

技の館、安楽寺（四国八十八ヶ所 第6番札所）、大山寺（四国別格二十霊場 第1番）、など

<徳島東部 15 市町村の観光資源（共通するものに色を付けて表示）>

地域資源	徳島市	小松島市	吉野川市	阿波市	石井町	勝浦町	上勝町	神山町	佐那河内村	鳴門市	松茂町	北島町	藍住町	板野町	上板町	備考	
自然	海	●	●							●	●						
	川	吉野川	勝浦川	吉野川	吉野川	勝浦川	勝浦川	鮎喰川	園瀬川	旧吉野川	旧吉野川	吉野川	吉野川	吉野川	吉野川		
	山	眉山	日峰山	高越山	土柱	前山	六郎山	山犬嶽	雲早山	六郎山	鳴門山			高尾山			
	花	植物園	花みづき	芝桜	阿波オープンガーデン	藤	ひまわり	苜	しだれ桜	あじさい	ハマボウ	松葉菊	チューリップ	バラ	あせび	桃	花又はスボット
文化	阿波おどり	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	地域の祭り含む
		8/12~15	7/15	8/14~16	8/11	8/6	8/16	7/28	8/12~13	8/13	8/9~11	8/11~15	8/13	7/29	8/12	4/2	
		徳島市阿波おどり	小松島港まつり	吉野川市阿波踊り大会	あわ阿波おどり	ふじっこちやん夏まつり	勝浦の阿波おどり	上勝町夏まつり	桜花連	納涼夏祭り	鳴門市阿波おどり	歓迎阿波おどり	きたしまひょうたん阿波おどり	あいずみ商工会納涼祭	あすたむらんど徳島	桜まつり上板熱血小学校	
	四国88ヶ所	①大日寺 ②常楽寺 ③国分寺 ④観音寺 ⑤井戸寺	⑧恩山寺 ⑨立江寺	⑩藤井寺	⑦十楽寺 ⑧熊谷寺 ⑨法輪寺 ⑩切幡寺		⑫鶴林寺		⑬焼山寺		①壺山寺 ②極楽寺				③金泉寺 ④大日寺 ⑤地蔵寺	⑥安楽寺	
	人形浄瑠璃	大鶴農村舞台 阿波十島兵衛座 歌					今山農村舞台		小野さくら野舞台			人形浄瑠璃芝居資料館					
藍	●		●	●	●							●	●	●	●	●	日本遺産申請団体
食	徳島ラーメン	●	●	●	●	●		●		●	●	●	●	●	●		
	うどん				たらいうどん							鳴ちゅううどん					
	特産品(代表)	鯉	しらす	梅	ぶどう	藤やさい	みかん	いろどり	すだち	いちご	鳴門鯛	松茂美人	れんこん	春ニンジン	春ニンジン	もも	
	水産物	鯉 すし青のり	鯉 しらす	鮎	鮎		鮎	鮎	鮎		鳴門鯛 鳴門わかめ	のり					
	すだち	●	●	●			●	●	●	●							
	鳴門金時	●			●						●	●					
	いちご	●	●		●					●							
	梨											●	●				
	レンコン	●									●	●	●	●	●		
	しいたけ	●	●				●	●	●	●							
	ぶどう			●	●												
	茶	藍茶							阿波晩茶	阿波晩茶		レンコン茶					
	癒し	温泉・温浴施設	えびすの湯 あいあい温泉 あらたえ	あらたえ	ふいご温泉 鴨島温泉	御所の郷			喜楽の湯	月ヶ谷温泉	神山温泉						あせび温泉 やすらぎの郷

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	市町村名	施設数	収容定員（人）	客室数（室）
1	徳島市	83	6,126	3,519
2	鳴門市	46	3,569	1,260
3	小松島市	13	852	347
4	吉野川市	24	419	185
5	阿波市	14	525	164
6	勝浦町	8	72	20
7	上勝町	13	255	60
8	佐那河内村	5	57	16
9	石井町	1	5	2
10	神山町	16	336	91
11	松茂町	9	654	402
12	北島町	0	0	0
13	藍住町	5	63	36
14	板野町	5	262	179
15	上板町	3	162	70
	計	245	13,357	6,351

【利便性：区域までの交通、域内交通】

関西方面から

大阪（高速バス）

大阪（梅田）から 鳴門まで約 2h 徳島駅まで約 2h30m

神戸（高速バス）

神戸（三宮）から 鳴門まで約 1h30m 徳島駅まで約 2h

神戸空港から 鳴門まで約 1h50m 徳島駅まで約 2h20m

首都圏から

東京（飛行機）羽田空港から約 1h15m

1日9往復（JAL6 往復 ANA3 往復）

その他

福岡（飛行機）福岡空港から約 1h10m

1日2往復（JAL）

和歌山（フェリー）和歌山港から約 2h

1日8往復（南海フェリー）

【外国人観光客への対応】

インバウンドの増加や 2025 大阪・関西万博開催を控え、時期を逸することなく、誘客策の検討・実施、滞在型コンテンツの充実強化、国内外のエージェント等へのセールス活動を行い、誘客促進を図る。

多言語対応に向けては、徳島東部エリア在住の外国人との連携を密にすることや、観光案内所機能の強化などに取り組んでいくとともに、観光人材育成においても、インバウンド向け観光ガイドの育成等に引き続き取り組んでいく。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため	観光施設や宿泊施設等におけるアンケート調査により収集
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため	宿泊旅行統計データより収集
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため	観光施設や宿泊施設等におけるアンケート調査により収集
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため	観光施設や宿泊施設等におけるアンケート調査により収集
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	Google アナリティクスを活用して収集
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため	無作為抽出した地域住民を対象に満足度アンケートを実施し、データを収集

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

・徳島東部圏域では、人口減少が急速に進み、消費額の減少による地域経済の停滞（衰退）への対策は喫緊の課題となっている。その対策として、誘客による観光客数の拡大による経済効果の増大と、地域住民の地域愛を高めるシビックプライドの醸成を並行して展開し、地域住民の合意を得ながら旅行消費額の拡大を図り、「地元にお金が落ちる仕組み」を構築し、関係人口、交流人口の更なる拡大へと繋げ、人口減少による経済の停滞を緩和していくことに取り組んでいる。

・徳島東部の観光は、当該エリアにある「阿波おどり」、「マチ★アソビ」などの一過性のイベントや、「阿波おどり会館」「鳴門の渦潮」などの従来からあるキラーコンテンツに依存しており、その結果、イベント時と平時の観光需要のギャップが大きく、観光客が訪れても1、2か所を訪問してすぐに移動し、エリア外で食事を取ったり、宿泊するなど、地域にお金が落ちない通過型観光地として認識されることが多い。そのため、徳島東部を所管するDMOとして、その課題の解決に向けた取り組みを進めていく必要がある。

・集客力のある「阿波おどり会館」や「鳴門の渦潮」などのキラーコンテンツによる誘客を一つのフックとして捉え、海・川・山といった地域固有の資源や、お遍路・阿波藍、阿波人形浄瑠璃といった地域に根付いてきた文化・伝統芸能、地域で当たり前になっている各種取り組み、具体的には上勝町の「ごみゼロ」といった取り組みについて、これまでとは違った視点を取り入れ、観光コンテンツとして捉えることとした。

こうした元々地域にあるものを観光コンテンツとして昇華させるための取り組みを進め、変容する観光客の価値観に対応するプログラムを造成し、国内外の旅行会社での商品化、個人向けには、SNS等を活用したプロモーションを展開することとしている。こうした取り組みにより、複数のコンテンツが旅行会社に採用され、誘客実績を得ることで、観光消費額の増加に繋がってきている状況が整いつつある。

・徳島の文化の源泉である吉野川や、「藍」「塩」など特産物を輸送するために張り巡らされた数多くの水路がある。これらの地域資源を活かし、水辺の観光コンテンツを造成するとともに、豊かな自然を楽しめるサイクルツーリズムコンテンツを造成し、海と川を活かしたまちづくりとにぎわいの創出に向けた取組みを進めているところである。

・今後は、エリア内にある他の観光素材にフォーカスし、既存の観光素材との組合せを検証し、インバウンドに選好されるようなストーリー付けを行うことで新しい観光商品となるツアープログラムを造成していく。最終的には、新たな雇用の創出や担い手不足の解消に繋げ、観光地域づくり法人の使命でもある、交流人口の拡大と観光消費額の拡大に繋げていく

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・キラコンテンツの存在：阿波おどりや鳴門の渦潮など ・四国八十八カ所霊場札所 1 番～20 番 ・地域伝統産業である藍染工房が点在 ・地域特産の食材（農、海産物）が豊富 ・年間を通じ穏やかな気候風土である 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外での認知度の低さ ・観光客の観光地訪問件数の少なさ ・観光客の観光地滞在時間の少なさ ・隣接する県内他の DMO との連携 ・訪日外国人の受入環境整備の脆弱さ ・宿泊施設の少なさ
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年大阪・関西万博 開催 ・2025 瀬戸内国際芸術祭 開催 ・2027 World Masters Games 開催 ・2027 大鳴門橋自転車道（サイクリングロード）の開通 ・2030 大阪 IR 立地 ・国を挙げての地方への誘客促進 ・円安によるインバウンドの増 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・原材料費や資源価格の高騰 ・観光業界における深刻な人手不足 ・他の地方都市との誘客競争の激化 ・ロシアウクライナ等の不安定な世界情勢

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層

目指す層は、滞在日数が多く、観光消費額も高いといわれる訪日外国人のうち欧米豪の高付加価値旅行者とする。彼らは、「訪日旅行1回あたりの総消費額が1人100万円以上の旅行者」が一般的であるが、当機構エリアは、超富裕層向けのリゾート観光地はなく、高級宿泊施設も少ないため、100万円以上の旅行者の富裕層クラスではなく準富裕層クラスとして、「アッパーミドル層」に照準を当て、「知的好奇心が旺盛な30代～50代の旅行者」を「Experienced Traveler」と表現し、「知的好奇心が旺盛で、異文化に関心の強い旅慣れた旅行者」をターゲットとする。また、旅行者全体のうち80%以上を占めているFIT又は10名前後の小人数リピーター層とする。

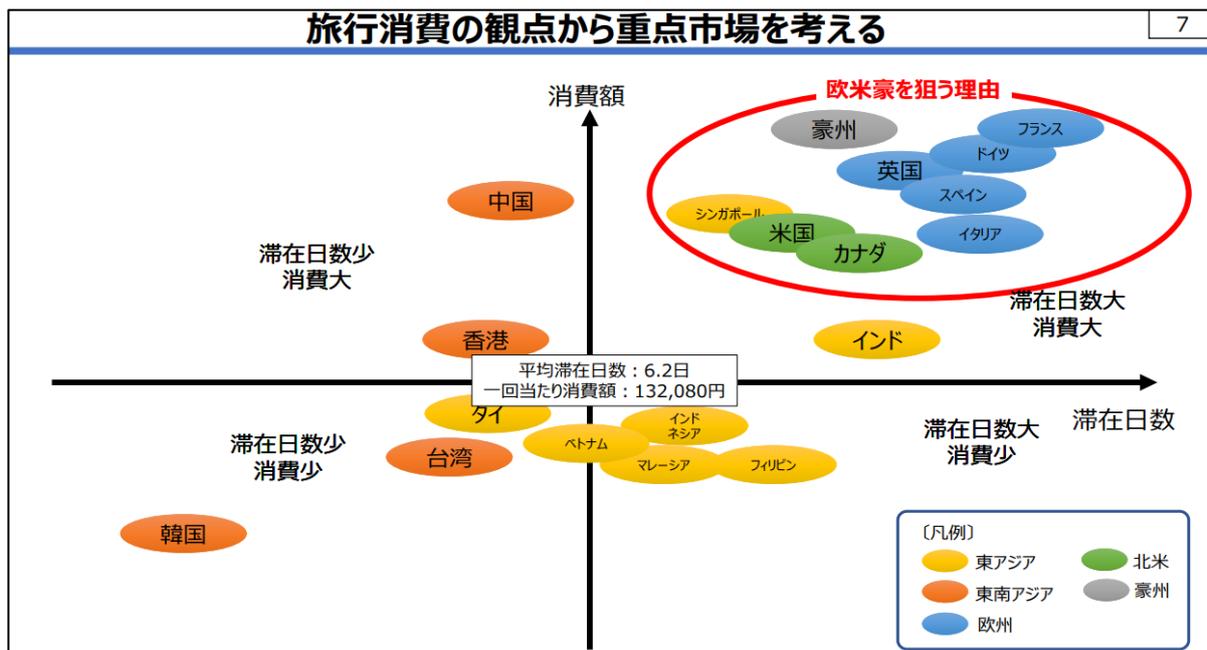
○選定の理由

日本の地方の歴史、文化、慣習に強い関心を持ち、更にリピーターは年々増加している。彼らは、まだ訪れていない地方の文化や慣習を知りたいというニーズがあり、徳島東部はそのニーズに対して、訴求力のあるお遍路、阿波藍、阿波人形浄瑠璃等を有している。あわせて、サステナブルが世界の潮流となっており、持続可能な取組みにも強い関心があり、上勝町の「ごみ

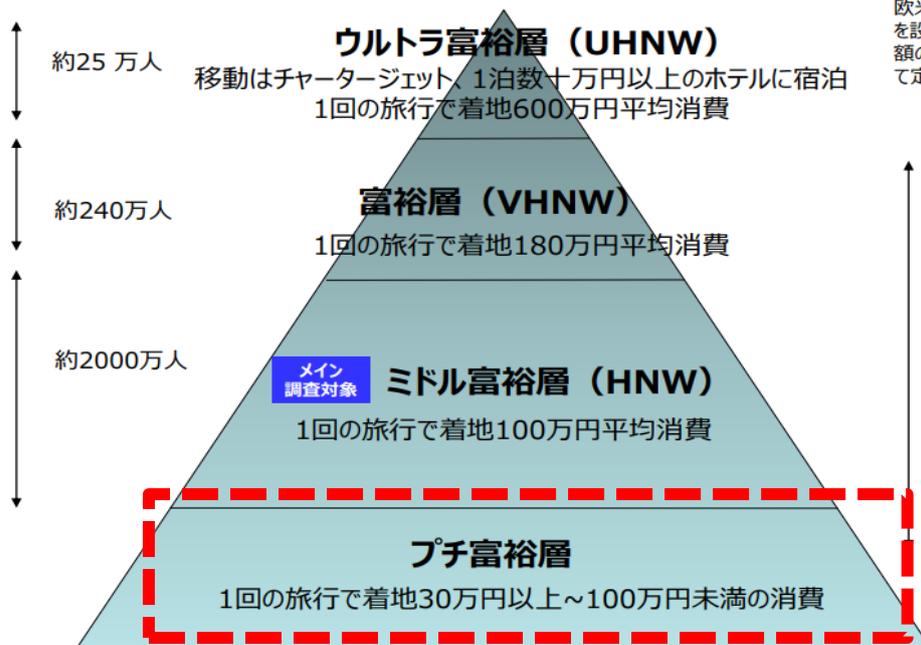
ゼロの取組み」や「葉っぱビジネス」といったスタディツアーを観光コンテンツとして商品化した当機構の取組みも有効なツールになると考えている。

○取組方針

当機構では、令和6年10月に、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に取り組んでいることを明示するロゴマークの使用が認められ、持続可能な観光に取り組んでいる観光地であることを対外的にアピールできるメリットを活かすとともに、地域に根差した観光コンテンツとして、四国八十八カ所霊場札所（1～20番）の一部を巡る、「ミニお遍路（歩き遍路）体験」や「札所での宿坊体験」、さらに、「藍染工房体験」、「茶道」「華道」などの伝統文化を組み合わせ、ツアープログラムを造成し、訪日取扱旅行会社を通じて情報発信し、外国人観光客の誘客に繋げていく。



<市場規模> ※Wealth-X2020調査より



<調査対象>

欧米豪に絞って消費金額範囲を設定（※旅行日数により金額の揺れがあるため範囲を設けて定性調査を実施）

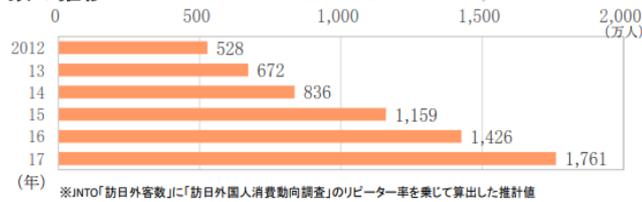
マックス400万円

主要な消費金額範囲
80万円～150万円

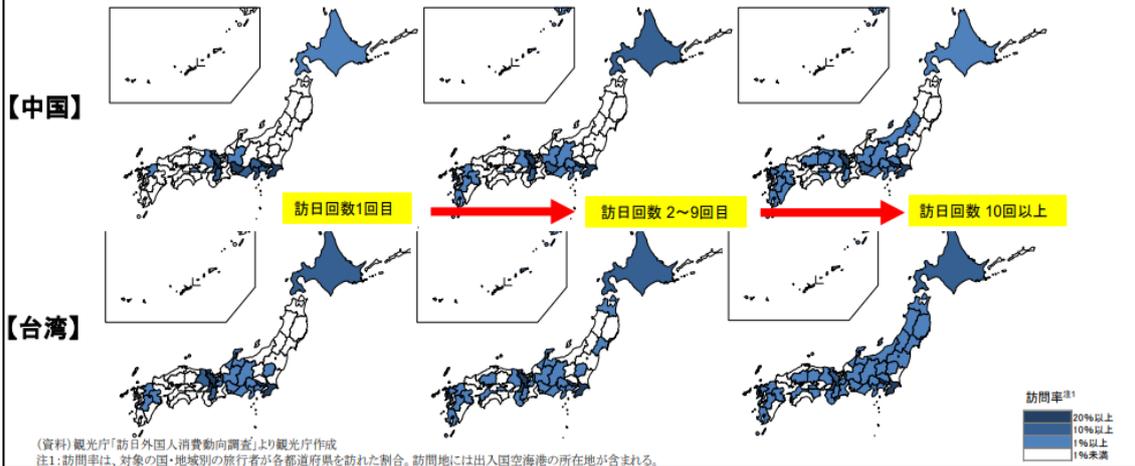
ミニムム60万円

※着地消費金額は、渡航先での宿泊、飲食、体験、買い物、二次交通が対象

(1) 訪日リピーター数の推移 ～リピーター数は近年大きく増加し、1,700万人を突破～



(2) 訪日回数別都道府県訪問率 ～リピーターほど地方に訪れる割合が高くなる傾向～



■ 訪日旅行で経験・実施したこと トップ10

アメリカ (n = 100)		ドイツ (n = 100)	
1位 自然景観を楽しむ	52.0	1位 神社・仏閣	57.0
2位 神社・仏閣	51.0	2位 心身を癒す、リフレッシュ旅行	54.0
3位 日本庭園の散策	50.0	3位 日本庭園の散策	40.0
4位 現地の歴史・遺産にふれる旅行	49.0	4位 現地の歴史・遺産にふれる旅行	37.0
5位 心身を癒す、リフレッシュ旅行	45.0	5位 都市公園の散策	36.0
6位 日本一周旅行	43.0	6位 桜を楽しむ	33.0
7位 滝・深流	40.0	7位 自然景観を楽しむ	32.0
7位 消耗品（食品、酒類、化粧品、薬品等）の買物	40.0	7位 滝・深流	32.0
9位 都市公園の散策	38.0	7位 郷土料理を食べる	32.0
10位 郷土料理を食べる	37.0	7位 現地の人の暮らしにふれる	32.0
10位 星居ラン	37.0		
10位 ファッション類の買物	37.0		

中国 (n = 100)		インド (n = 100)	
1位 自然景観を楽しむ	64.0	1位 自然景観を楽しむ	58.0
2位 富士山	55.0	2位 神社・仏閣	54.0
3位 田舎暮らしを体験する	52.0	3位 現地の歴史・遺産にふれる旅行	52.0
4位 ファッション類の買物	50.0	3位 ファッション類の買物	52.0
5位 心身を癒す、リフレッシュ旅行	49.0	5位 心身を癒す、リフレッシュ旅行	50.0
6位 電化製品の買物	47.0	6位 鉄道を利用した旅行	47.0
7位 都市公園の散策	45.0	6位 都市公園の散策	47.0
8位 ウェルネス（ヘルス）ツーリズム	43.0	8位 世界遺産をめぐる	45.0
9位 日本酒を楽しむ	41.0	9位 絶景を観に行く	43.0
9位 日本一周旅行	41.0	9位 星居ラン	43.0

※じゃらんリサーチセンター2018年訪日外国人観光体験需要調査

○第2ターゲット層

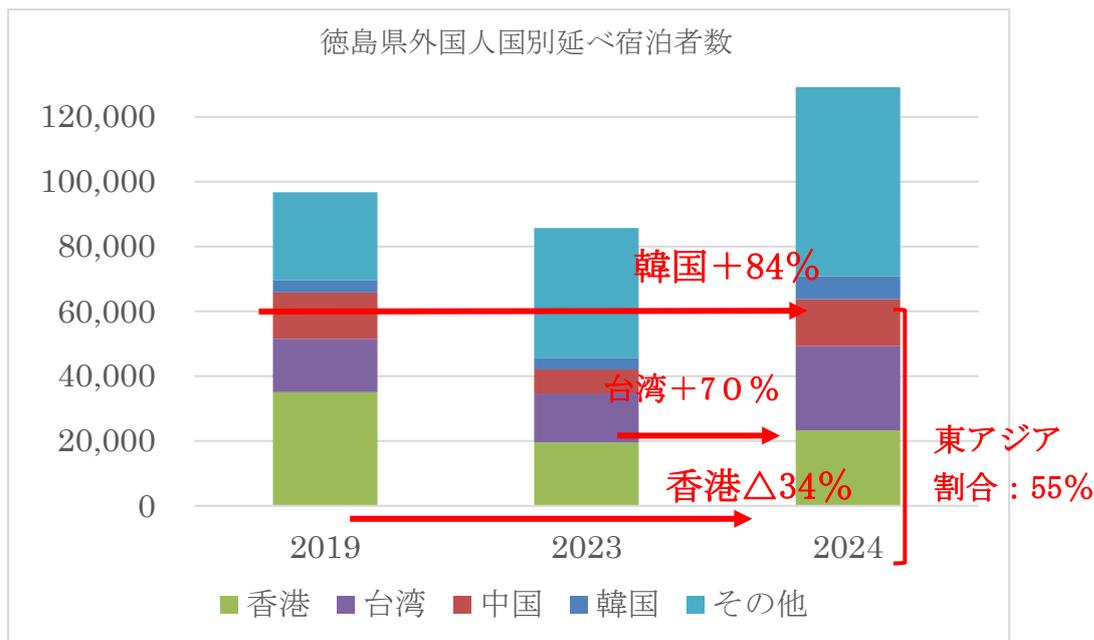
香港、台湾、韓国の30代～50代の準富裕層（アッパーミドル層）

○選定の理由

県が従来からインバンド誘客の重点国として施策を展開し、誘客実績がある香港、台湾に加え、国際定期便就航が就航し、2019年比で8割増しとなっている韓国をターゲットに設定し、当機構も積極的な誘客活動を行い、県と連携した効果的な誘致促進を行う。

○取組方針

県が招致する商談会やファムトリップ等に参加することで、地域のキラーコンテンツだけでなく、当機構のエリア内の観光コンテンツや体験素材、宿泊、飲食店情報を提供することによりインバウンドの増加とともに、観光消費額の上昇に繋げる。



○第3ターゲット層

英国、米国のミレニアル世代（20代後半～40代前半の夫婦、ファミリー、小グループ）

○選定の理由

第1ターゲット層で選定している欧米豪の30～50代の Experienced Traveler 以外に、英国、米国をターゲット国として位置付け、その中でも年齢層による切り口として、ミレニアル世代をターゲットとする。グローバルレポート「ジェネレーション・トラベル」によると、この世代は、旅に対して、「精神的または身体的豊かさを実現すること」、「視野を広め、新たなスキル習得」などを求めて旅行に出かける傾向にある。徳島の強みといえる遍路、藍染めや阿波人形浄瑠璃といった伝統文化を体験できるコンテンツは、自己を見つめ直すことができ、これらの世代の需要にぴたりと当てはまり、誘客促進に繋がると考えたため。

○取組方針

米国、英国からの訪日外国人観光客を取扱う旅行会社へのアプローチにより、新たに取り組んで造成した徳島東部エリアの観光プログラムを提供することで、個々の訪日ツアーに組み込んで頂き、訪問機会の拡大を図る。

日本の魅力と、日本のナマラに。
JNTO 日本政府観光局

富裕旅行者の志向（マインドセット）

「ラグジュアリー」の定義・価値観は変化・多様化しており、大きく分けるとClassic Luxury志向（従来型）とModern Luxury志向（新型）のマインドセットが存在。特にModern Luxury志向（新型）が拡大を続けている。

Classic Luxury
⇒従来型ラグジュアリー志向
※50～60代が中心

価値観

富～Wealth、力～Power、
地位～Status、魅力～Glamour、
願望～Desire、消費～
Consumption
⇒他者、世間における評価、
慣れ親しんでいることを重視

Modern Luxury
⇒新型ラグジュアリー志向
※20～30代のミレニアルズが中心

価値観

文化～Culture、起源～Origin、
遺産～Heritage、スタイル～Style、
独自性～Identity、本物Authenticity、
質～Quality
⇒新しいことへの挑戦、
贅沢より経験、自分にとっての意義を重視

旅行へのニーズ

Classic Luxury

高い快適性

ベストサービス

エクスクルーシブ

ステータスシンボル

プライバシー

Modern Luxury

本物の体験

一生に一度の体験

エコツーリズム

ポランツーリズム

サステイナビリティ

※富裕旅行者市場調査事業結果より作成。 9

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「！」ぎっしり。 East Tokushima
②コンセプトの考え方	<p>徳島島東部 15 市町村を所管する地域連携DMOとしてのミッションを実現するために、等身大の個性を打ち出し、「謙虚さ」と「観光客目線」をベースに事業を進めていこうとする狙いを表現したコピー。</p> <p>「！」（=感嘆符記号・エクスクラメーションマーク）は、「発見」「驚き」「感動」「満足」の象徴。</p> <p>徳島東部エリアを訪れた人々に、これまで知られてこなかった観光資源（食を含む）にふれて、意表を突かれたように「！」を実感してもらいたい思いを表現している。</p> <p>その「！」が、人々の五感を通して随所に実感されるようなコンテンツを提供していきたいという狙いを、「ぎっしり。」と表した。</p> <p>「びっくり、ぎっしり」と読む。</p> <p>「East Tokushima」…徳島東部エリアの「エリア感」を創出し、見た人の認知スピードを上げるとともに、新鮮な印象や期待感を与えるために設定。</p> <p>そして、「！」をターゲットに届け、体感してもらうことで、ビジョンの実現につなげる。</p>

	<p>【地域のビジョン（＝ありたい姿）】</p> <p>① 「知られていない」から、「行ってみたい」地域へ 地域資源の魅力が知られ、訪れた人々から、「行ってみたいところ」と評価・シェアされていくことで、「行ってみたいところ」へと変わり、観光によって住民が豊かになる地域を目指す。</p> <p>② まちの魅力を、自分の言葉で語れる地域へ 「おすすめ」の観光コンテンツが充実し、地域の人々が「まちの魅力」を再発見し、訪れた人に自信を持って、自分の言葉で「まちの魅力」を語れる地域を目指す。</p> <p>【データに基づく明確なコンセプト】 令和6年11月から徳島と香港を結ぶ国際定期便の運航、12月から徳島と韓国を結ぶ国際定期便の運航にともない2019年比で2024年の徳島県のインバウンド宿泊者数の伸びが全国で12位と大きく伸びている。そのため、これまでの欧米豪に加え、東アジアにターゲットを広げて誘客促進を図っていく。</p>
--	--

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>当法人の理事会において、戦略が決定されたのち、協議会（「イーストとくしま誘客ラボ」）では、社員・会員・地域のステークホルダーなどの幅広い関係者と戦略を共有している。</p> <p>また、社員・会員・地域のステークホルダー等を定期的に訪問し、積極的な意見の吸上げや当機構の取組みのアップデートを随時行っている。</p> <p>構成団体でもある15市町村の観光行政担当課とも年複数回、連絡会議を開催し、情報交換を行い、それぞれの自治体で抱える課題や今後の方針の共通理解を深めるよう努めている。</p> <p>また、域内の宿泊事業者を対象とする意見交換会を開催し、万博に向けた誘客戦略や持続可能な観光に向けた戦略の共有を行った。</p> <p>① 協議会（「イーストとくしま誘客ラボ」）70名程度参加 毎回違った内容の地域が抱える喫緊の課題をテーマにして、その課題の解決に向けて深掘りすることとしている。 (ア) 2024年8月23日 テーマ：地域ブランディング (イ) 2025年3月21日 テーマ：香港や韓国などからの誘客</p> <p>② 15市町村連絡会議 観光行政担当者 (ア) 2024年6月24日 第1回会議 (イ) 2024年10月29日 第2回会議 (ウ) 2025年2月28日 第3回会議</p> <p>③ 宿泊事業者との意見交換会 宿泊事業者20名程度参加 (ア) 2024年7月3日 第1回意見交換会 (イ) 2025年1月29日 第2回意見交換会</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向	<p>令和6年10年に国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に取り組んでいることを明示するロゴマークの使用が認められたため、地域一体で持続可能な観光に取り組むよ</p>

上・評価する仕組みや体制の構築	<p>う、自治体には「JUSTS-D」、宿泊事業者には「SAKURA QUALITY」の取得のサポートを行うこととしている。</p> <p>また、当機構独自の観光客へのアンケート調査の分析結果を協議会等の機会に、フィードバックすることで観光客に提供するサービスの維持・向上・評価する体制を構築している。</p> <p>また、外部評価委員会において、学識経験者などの有識者による、当法人の方向性や各種取組みについて、検証する仕組みを設けており、有識者からいただいた意見は、今後の事業展開に活かしていくとともに、議事内容について、当機構HPや15市町村のHPで広く公表している。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>【WEBプロモーション】</p> <p>個人旅行者に対しては、「食」「名所」「歴史・文化・伝統」「アクティビティ」「異文化体験」などの観光資源を魅力的な写真や動画等を活用し、『知られていない』けれども『行って見たら良かった』情報をターゲットに届けるとのコンセプトに基づき、機構のHPでの徳島東部15市町村の一元的な情報発信と、SNSやGoogle Mapを活用した効果的なプロモーションに取り組んだ。</p> <p>【エージェント向けプロモーション】</p> <p>旅行会社等に対しては、県、県観光協会、四国ツーリズム創造機構などが国内外で開催する商談会等に参加することで、広域的なプロモーション・営業活動に取り組んでいる。</p> <p>【JNTOとの連携によるプロモーション】</p> <p>2024年度より、JNTOの会員となり、地域の観光パンフレットを集約し、JNTO海外事務所に配置を依頼するとともに、デジタルパンフレットの掲載、「Experiences in Japan」や「Japan's Local Treasures」といった観光コンテンツ収集事業に継続して応募するなどの取組みを行っている。</p>

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
●一人あたり 旅行消費額 (千円)	目標	44 ()	40 ()	43 ()	50 ()	48 ()	50 ()
	実績	34 ()	32 ()	41 ()			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	2,350 (130)	2,035 (70)	2,085 (85)	2,300 (100)	2,100 (90)	2,300 (100)
	実績	1,355 (11)	1,817 (78)	2,104 (129)			
●来訪者満足度 (%)	目標	29.0 ()	26.0 ()	27.0 ()	30.0 ()	31.0 ()	32.0 ()
	実績	38.7 ()	39.4 ()	46.5 ()			
●リピーター率 (%)	目標	54.3 ()	54.5 ()				
	実績	51.1 ()	48.1 ()	51.9 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【【検討の経緯】】

当法人のミッションである徳島東部エリアの観光消費額の拡大を果たすため、①「旅行消費額」と、当該指標に係りの深い②「延べ宿泊者数」ならびに③「来訪者満足度」、④「リピーター率」をKPIに設定する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

全国的なインバウンドの増加、大阪・関西万博の開催、宿泊・観光施設の高付加価値化改修や付加価値な観光コンテンツの提供、県全体の各年の目標値などを参考に目標設定を行った。

●延べ宿泊者数

滞在型観光コンテンツによる域内での滞在時間を延ばす取組みによる延べ宿泊者数の増を見込むとともに、県全体の各年の目標値などを参考に目標設定を行った。

●来訪者満足度

地域一体となって進めている観光DXによるシームレスな旅のサービスの提供や宿泊・観光施設の高付加価値化改修による来訪者の満足度向上を見込んで目標値を設定した。

●リピーター率

来訪者の満足度を高める取組みにより、リピーターを一定確保できることを見込んで目標値を設定。

(2) その他の目標

指標項目		2022	2023	2024	2025	2026	2027
		(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度	(R9) 年度
●累計WEBサイトアクセス数 (万回)	目標	150 ()	130 ()	160 ()	190 ()	220 ()	250 ()
	実績	104.7 ()	158.2 ()	215.2 ()			
●観光入込客数 (万人)	目標	1,495 ()	1,400 ()	1,420 ()	1,450 ()	1,440 ()	1,450 ()
	実績	1,064 ()	1,202 ()	1,304 ()			
●住民満足度 (%)	目標	35.5 ()	36.5 ()	37.5 ()	38.5 ()	39.0 ()	39.5 ()
	実績	32.3 ()	35.0 ()	36.5 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

観光消費額や来訪者数の増加を推進するには、エリアの情報がどれだけ広範囲で拡散しているかが重要となり、その指標として、「WEBサイトアクセス数」をKPIに設定する。

また、来訪者の実数を測る指標として、「観光入込客数」をKPIに設定するとともに、シビックプライドの醸成の観点から、住民が地域で住むことに対する満足度をKPI指標として設定。

【設定にあたっての考え方】

●WEBサイトアクセス数

2018.11より開設したHPのアクセス状況をGoogleアナリティクスによって把握し、2019年度より目標設定。2022年度にこれまでの実績も考慮して、2023年度からの目標値を新たに設定した。引き続きHPとSNSの両面からのプロモーションを実施し、相乗効果により徳島東部の認知度向上を図っていく。

●観光入込客数

「共通基準による観光入込客統計」に基づき、県が取りまとめている県内各市町村の観光入込客データのうち、徳島東部15市町村分のデータにより把握し目標設定。

魅力的な観光コンテンツを域内で造成することで、複数の観光施設を周遊するよう促すとともに、県全体の各年の目標値を参考に目標設定を行った。

●住民満足度

当法人のミッションとして、県外流出者の減少のため、シビックプライドの醸成を掲げており、地域の観光地域づくりの推進度合いの指標として、域内住民を対象に満足度調査のアンケートを開始した。今後も住んでよしの地域づくりを目指して、数値の向上に努めていく。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。
 ※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（R4） 年度	60,048,677円	【国からの補助金】 1,048,400円 【県からの補助金】 11,372,393円 【市町村からの負担金】 43,378,098円 【受託事業収益】 2,000,000円 【会費収入】 1,772,494円 【雑収益】 477,292円
2023（R5） 年度	69,846,769円	【国からの補助金】 1,048,400円 【県からの補助金】 11,372,393円 【市町村からの負担金】 43,378,098円 【受託事業収益】 2,000,000円 【会費収入】 1,772,494円 【雑収益】 310,580円
2024（R6） 年度	66,276,723円	【国からの補助金】 999,955円 【県からの補助金】 15,229,499円 【市町村からの負担金】 41,740,000円 【受託事業収益】 4,785,000円 【会費収入】 3,154,998円 【雑収益】 367,271円
2025（R7） 年度	63,764,000円	【国からの補助金】 1,000,000円 【県からの補助金】 14,000,000円 【市町村からの負担金】 42,110,000円 【受託事業収益】 3,014,000円 【会費収入】 3,410,000円 【雑収益】 230,000円
2026（R8） 年度	63,764,000円	【国からの補助金】 1,000,000円 【県からの補助金】 14,000,000円 【市町村からの負担金】 42,110,000円 【受託事業収益】 3,014,000円 【会費収入】 3,410,000円 【雑収益】 230,000円
2027（R9）	63,764,000円	【国からの補助金】 1,000,000円

年度	【県からの補助金】	14,000,000円
	【市町村からの負担金】	42,110,000円
	【受託事業収益】	3,014,000円
	【会費収入】	3,410,000円
	【雑収益】	230,000円

(2) 支出

年(年度)	総支出(円)	内訳(具体的に記入すること)
2022(R4)年度	58,037,857円	【東徳島トレイル開発事業】 6,628,181円 【ウォーターウェイツーリズム造成事業】 4,325,437円 【フード&クラフトツーリズム推進事業】 6,028,576円 【ナイトタイムツーリズム造成事業】 3,986,317円 【その他コンテンツ造成推進事業】 1,433,406円 【シビックプライド醸成・人材育成事業】 7,651,450円 【新たな旅 TOKUSHIMACITY 情報発信事業】 515,322円 【ナイトエコノミー活性化事業】 795,500円 【管理費】 26,673,668円
2023(R5)年度	66,149,788円	【東徳島トレイル開発事業】 9,356,369円 【ウォーターウェイツーリズム造成事業】 3,884,739円 【フード&クラフトツーリズム推進事業】 3,492,515円 【ナイトタイムツーリズム造成事業】 4,080,148円 【その他コンテンツ造成推進事業】 6,802,352円 【シビックプライド醸成・人材育成事業】 7,758,174円 【カンパニング型市場調査伴走支援事業】 183,301円 【インバウンド向けプロモーション事業】 1,452,550円 【管理費】 29,139,640円
2024(R6)年度	65,070,710円	【ニューツーリズム推進事業】 12,552,359円 【観光DX推進事業】 6,326,047円 【大阪・関西万博関連事業】 3,082,359円 【その他コンテンツ造成推進事業】 1,413,098円 【シビックプライド醸成・人材育成事業】 7,325,371円 【受託事業】 3,092,603円 【管理費】 31,278,873円
2025(R7)年度	63,764,000円	【ニューツーリズム推進事業】 11,546,000円 【観光DX推進事業】 1,820,000円 【大阪・関西万博関連事業】 3,410,000円 【その他コンテンツ造成推進事業】 2,090,000円 【シビックプライド醸成・人材育成事業】 9,246,000円

		【受託事業】	3,014,000 円
		【管理費】	32,638,000 円
2026 (R8) 年度	63,764,000 円	【ニューツーリズム推進事業】	11,546,000 円
		【観光DX推進事業】	1,820,000 円
		【大阪・関西万博関連事業】	3,410,000 円
		【その他コンテンツ造成推進事業】	2,090,000 円
		【シビックプライド醸成・人材育成事業】	9,246,000 円
		【受託事業】	3,014,000 円
		【管理費】	32,638,000 円
2027 (R9) 年度	63,764,000 円	【ニューツーリズム推進事業】	11,546,000 円
		【観光DX推進事業】	1,820,000 円
		【大阪・関西万博関連事業】	3,410,000 円
		【その他コンテンツ造成推進事業】	2,090,000 円
		【シビックプライド醸成・人材育成事業】	9,246,000 円
		【受託事業】	3,014,000 円
		【管理費】	32,638,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

民間事業者の新規会員獲得による会費収入やDMOの専門性を活かした受託事業収入を確保するとともに、全国的にも議論が行われている宿泊税の導入について、地域で議論・検討を進めていく。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

徳島市のほか周辺 14 市町村は、徳島東部エリアにおける地域連携DMOとして、「(一社)イーストとくしま観光推進機構」の登録を継続したいと考えている。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO(県単位以外)や地域DMOと重複する場合の役割分担について(※重複しない場合は記載不要)

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	久米隆仁
担当部署名（役職）	事務局長
郵便番号	770-0841
所在地	徳島県徳島市八百屋町 2-7 徳島センタービル 7 階
電話番号（直通）	088-678-2811
F A X 番号	088-678-2877
E - m a i l	info@east-tokushima.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	徳島県
担当者氏名	芝山 浩輝
担当部署名（役職）	観光スポーツ文化部観光企画課
郵便番号	770-8570
所在地	徳島市万代町 1 丁目 1 番地
電話番号（直通）	088-621-2702
F A X 番号	088-621-2851
E - m a i l	Shibayama_hiroki_1@pref.tokushima.jp

都道府県・市町村名	徳島市
担当者氏名	加藤 智賀子
担当部署名（役職）	経済部にぎわい交流課
郵便番号	770-8571
所在地	徳島市幸 2 丁目 5 番地
電話番号（直通）	088-621-5232
F A X 番号	088-621-5457
E - m a i l	Nigiwai_koryu@city-tokushima.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	鳴門市
担当者氏名	藤田 卓也
担当部署名（役職）	経済建設部観光振興課
郵便番号	772-8501
所在地	鳴門市撫養町南浜字東浜 1 7 0
電話番号（直通）	088-684-1453

F A X 番号	088-684-1339
E - m a i l	kankoshinko@city.naruto.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	小松島市
担当者氏名	米崎 颯
担当部署名（役職）	産業振興部商工観光課
郵便番号	773-8501
所在地	小松島市横須賀 1-1
電話番号（直通）	0885-32-3809
F A X 番号	0885-33-0938
E - m a i l	Yonezaki-s1@city.komatsushima.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	吉野川市
担当者氏名	原井 慎司
担当部署名（役職）	産業経済部商工観光課
郵便番号	776-8611
所在地	吉野川市鴨島町鴨島 115-1
電話番号（直通）	0883-22-2226
F A X 番号	0883-22-2237
E - m a i l	shokokankou@yoshinogawa.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	阿波市
担当者氏名	日岡 辰年
担当部署名（役職）	産業経済部商工観光課
郵便番号	771-1695
所在地	阿波市市場町切幡字古田 201 番地 1
電話番号（直通）	0883-36-8722
F A X 番号	0883-36-8762
E - m a i l	shokoukankou@awa.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	勝浦町
担当者氏名	多田 忍
担当部署名（役職）	企画交流課
郵便番号	771-4395
所在地	勝浦郡勝浦町大字久国字久保田 3
電話番号（直通）	0885-42-2552
F A X 番号	0885-42-3028
E - m a i l	kouryu@town.katsuura.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	上勝町
担当者氏名	前田 あゆみ
担当部署名（役職）	産業課
郵便番号	771-4501
所在地	勝浦郡上勝町大字福原字下横峯 3-1
電話番号（直通）	0885-46-0111
F A X 番号	0885-42-0323
E - m a i l	Maeda_ayumi@kamikatsu.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	佐那河内村
担当者氏名	後東 駿介
担当部署名（役職）	企画政策課
郵便番号	771-4195
所在地	名東郡佐那河内村下字西ノハナ 31
電話番号（直通）	088-679-2973
F A X 番号	088-679-2125
E - m a i l	gotou@sanagochi.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	石井町
担当者氏名	坂本 千秋
担当部署名（役職）	産業経済課
郵便番号	779-3295
所在地	名西郡石井町高川原字高川原 121-1
電話番号（直通）	088-674-1118
F A X 番号	088-675-1500
E - m a i l	sangyoukeizai@ishii.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	神山町
担当者氏名	森 由仁
担当部署名（役職）	産業観光課
郵便番号	771-3395
所在地	名西郡神山町神領字本野間 100
電話番号（直通）	088-676-1118
F A X 番号	088-676-1100
E - m a i l	yoshihito-mori@kamiyama.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	松茂町
担当者氏名	森本 芳樹
担当部署名（役職）	産業環境課
郵便番号	771-0295
所在地	板野郡松茂町広島字東裏 30
電話番号（直通）	088-699-8714
F A X 番号	088-699-2141
E - m a i l	sangyou@town.matsushige.tokushima.jp

都道府県・市町村名	北島町
担当者氏名	三木 一正
担当部署名（役職）	まちみらい課
郵便番号	771-0285
所在地	板野郡北島町中村字上池 23-1
電話番号（直通）	088-698-9806
F A X 番号	088-698-3642
E - m a i l	machimirai@kitajima.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	藍住町
担当者氏名	大平 雪乃
担当部署名（役職）	建設産業課 産業支援室
郵便番号	771-1292
所在地	板野郡藍住町奥野字矢上前 52-1
電話番号（直通）	088-637-3120
F A X 番号	088-637-3152
E - m a i l	sangyou@aizumi.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	板野町
担当者氏名	森本 麻惟美
担当部署名（役職）	産業課
郵便番号	779-0192
所在地	板野郡板野町吹田字町南 22-2
電話番号（直通）	088-672-5994
F A X 番号	088-672-5553
E - m a i l	yamakubo-yuka@town-itano.i-tokushima.jp

都道府県・市町村名	上板町
担当者氏名	堂本 晃平
担当部署名（役職）	産業課
郵便番号	771-1392
所在地	板野郡上板町七條字経塚 42
電話番号（直通）	088-694-6806
F A X 番号	088-694-5903
E - m a i l	sa@kamiita.i-tokushima.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

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(15市町村)

【設立時期】 平成30年3月30日 【登録日】 令和元年8月7日

【設立経緯】 ④その他

【代表者】 遠藤彰良

【マーケティング責任者(CMO)】 渡辺隆仁

【財務責任者(CFO)】 久米隆仁

【職員数】 7人(常勤5人(常勤理事1人・出向等4人)、契約・派遣職員2人)

【主な収入】 R6年度決算 66百万円

(市町村からの負担金 42百万円、県補助金15百万円、民間企業・団体からの会費 3百万円など)

【総支出】 R6年度決算 65百万円(事業費34百万円、管理費31百万円)

【連携する主な事業者】 地域金融機関、地元メディア、地元旅行会社等から構成される社員や会員、地元大学、NPO法人など

KPI(実績・目標)

記入日: 令和7年6月27日

※()内は外国人に関するもの。

Table with 8 columns: 項目, 2022 (R4)年度, 2023 (R5)年度, 2024 (R6)年度, 2025 (R7)年度, 2026 (R8)年度, 2027 (R9)年度. Rows include 旅行消費額, 延べ宿泊者数, 来訪者満足度, リピーター率.

戦略

【主なターゲット】

- 1. 高付加価値旅行者(準富裕層:アッパーミドル) 知的好奇心が旺盛な欧米豪旅行者、異文化に関心の高い旅慣れた旅行者
2. 香港、台湾、韓国の準富裕層(アッパーミドル)
3. 米、英国ミレニアル世代(20代後半~40代前半)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

地域固有の資源である海、川などの自然や遍路、人形浄瑠璃、藍染めなどの伝統文化に、豊かな食を組み合わせたコンテンツを商品化に繋げ、特別感のある高付加価値な旅を提供して、ターゲットの誘客を図る。

【観光地域づくりのコンセプト】

「！」ぎっしり。East Tokushima

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・吉野川の防災遺産をガイド付きで巡るコンテンツの磨き上げ・造成
・徳島の伝統文化(6道)を体験できるコンテンツの磨き上げ・造成
・自然・食・文化を満喫できる高付加価値サイクルツアーの磨き上げ・造成
・徳島中心部ひょうたん島を周遊する劇場型クルーズの磨き上げ・造成

【受入環境整備】

- ・観光DXによるシームレスな旅行サービスの提供
・観光人材の養成講座の実施
・簡易観光案内所やキャンプ場の整備サポート

【情報発信・プロモーション】

- ・SNS等を活用したWEBプロモーションの実施
・ツーリズムEXPOや各種商談会への出展
・旅人クリエイターマッチングシステムを活用したインフルエンサーによる情報発信

