様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月　22 日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･地域ＤＭＯ	
観光地域づくり法人の名称	（一社）みなみ阿波観光局	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 阿南市、那賀町、牟岐町、美波町、海陽町	
所在地	徳島県海部郡美波町奥河内字弁才天１７番地１	
設立時期	平成 30 年３月 23 日（令和２年１月 14 日　日本版 DMO 登録）	
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	11 人【(正職員 6 人・出向（県及び各市町より 5 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） 理事長　岩佐　義弘 （出身組織名） 阿南市	令和５年１２月７日阿南市長就任、現在１期目。 就任して以来、県議会議員２期８年の経験とつながりを生かして、阿南市及び県南の発展のため様々な事業に取り組んでいる。 令和６年７月１１日には、平成２９年５月以降開催されていなかった１市４町による南阿波定住自立圏の首長会議を自らの呼びかけにより開催し、首長間の人間関係の構築を図るとともに、自治体間の連携強化として「観光」と「医療」に注力する方針を打ち出すなど、積極的なリーダシップを発揮している。
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） 観光地域づくりリーダー「専従」 沢田　武志 （出身組織名） （株）読売旅行	大手旅行社にて 25 年にわたり商品企画や営業に従事し、最終的には営業所長を任される。 その後、地域活性化に魅力を感じ、地方の観光協会事務局長や地域活性事業にてリーダー的職務を行ってきた。 　また前職は環境省にて、自然保護官として勤務し、国立公園、生物多様性、SDGs などに関する知見も持っている. （GSTC Professional Certificate in Sustainable　Tourism 2023 取得）
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） 上野　尊嗣 （出身組織名） 徳島県より出向 ＊事務局長兼任	県職員として、地方創生を目指した地域づくり推進事業や建設業者の経営指導、県の会計監査等に従事してきた経歴を持ち、令和７年度より当法人の事務局長として着任している。 　また、経理・監査業務の経験者としてＣＦＯを兼任している。

様式１

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いては、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） 旅行業推進リーダー 「専従」 勝瀬　智吏 （出身組織名） 東観サービス（有）	徳島県内で旅行会社勤務を経て独立し、みなみ阿波管内にある牟岐町にて約２０年に渡り旅行会社を経営。 「総合旅行業務取扱管理者」の資格を持つとともに、長年築き上げてきた旅行会社・観光関係団体等とのネットワークを活かし、商談会等でのプロモーションや旅行商品等の営業活動に従事している。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（（氏名） 教育旅行推進リーダー 「専従」 藤倉　順子 （出身組織名）	Ｈ２５年に栃木より家族で徳島県海陽町に移住（現在は小松島市在住）。以降、「南阿波よくばり体験推進協議会」にて、コーディネーターとして本地域での教育旅行受入れに関わる手配業務全般に携わるとともに、新たな体験プログラムの造成や旅行会社へのプロモーションにも従事している。（Ｒ３年４月に、当観光局と協議会は統合）
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	●徳島県（観光地域づくり・プロモーション・各種調査・公共交通） 観光スポーツ文化部観光企画課 観光スポーツ文化部観光誘客課 生活環境部交通政策課 南部総合県民局地域創生防災部 ●１市４町（観光地域づくり・プロモーション・各種調査・公共交通） 阿南市産業部観光交流課 那賀町にぎわい推進課 牟岐町産業課 美波町産業振興課 海陽町商工観光課	
連携する事業者名及び役割	【観光地域づくり】 阿南市観光協会、那賀町観光協会、牟岐町観光協会、美波町観光協会 海陽町観光協会、（一社）ｸﾞﾗﾝﾌｨｯﾄﾈｽ阿南観光協会（阿南信用金庫）等 【観光資源磨き上げ、着地型旅行商品の造成・販売】 （株）エアトラベル徳島、（一財）まぜのおか（株）あわさんさん （株）良い宿、四国ケーブル（株）、企業組合椿谷自然体験村、 （有）山田宝来堂、ローカルエナジーサーフショップ、ケーブルテレビ阿南、ＥＫＮＥＸＴ合同会社等 【特産品の開発・販売】 阿南商工会議所、羽ノ浦町商工会、那賀川町商工会、那賀町商工会 牟岐町商工会、美波町商工会、海陽町商工会、道の駅公方の郷なかがわ 道の駅わじき、道の駅日和佐、道の駅宍喰温泉等 【交通体制の構築】 ＪＲ四国、阿佐海岸鉄道（株）、徳島トヨタ自動車（株）、日本航空（株）、 全日本空輸（株）、（有）古川運送、海部観光（株）、徳南交通（有）	
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	【該当する登録要件】①及び② （概要） ①　社員総会・理事会（役員意見交換会含む）の開催 事業計画や予算等、当法人の戦略や運営方針を決定する役員には、宿泊、自然体験、スポーツ、土産物、農林水産、交通等の事業者、文化・情報関係者、商工会・観光協会等、幅広い分野の関係団体の代表者等が就任している。 社員総会・理事会での議論のみならず、役員間（地域間）での情報共有や今後の方向性等について議論する意見交換会も開催している。	

様式１

	○県・市町連絡会議の開催 地方公共団体は理事として観光局の運営に参画しており、社員総会や理事会に出席するのみならず、定期的に「県・市町連絡会議」を開催し、観光局の運営全般、組織体制、予算確保、事業評価、取組方針等に係る合意形成を図っている。 ②　ワーキンググループの開催 「コンテンツ造成」、「交通」、「ツーリズム」等、各分野の関係事業者との分野別ワーキンググループの企画・運営を行っている。 ・「ＤＭＶ・公共交通活用」部会 ・「旅行商品・周遊コンテンツ造成」部会 ・「魅力ある食・稼げる物産振興」部会 ・「教育旅行・体験型観光・民泊推進」部会 ・「ツーリズム推進」部会 ・「情報発信・プロモーション」部会
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　セミナーの開催 宿泊・観光事業者や地域住民等を対象に、インバウンド受入対応や観光ガイド養成、受入環境整備など、地域のおもてなし力向上のためのセミナーを定期的に開催している。（具体的内容：ＤＭＯ研修会、ベジタリアン対応セミナー、おもてなしセミナー（コロナ禍におけるおもてなしオンラインセミナー）、キャッシュレス対応など） ②　みなみ阿波観光局「ローカルアンバサダー」、「トラベルインフルエンサー」の委嘱 「みなみ阿波エリア」の隠れた観光情報（自然・食・文化・イベント等）を、地域に密着した住民目線で発信する「ローカルアンバサダー」や、動画を通して旅の魅力を発信する「トラベルインフルエンサー」を地域住民に委嘱し、ＳＮＳ（Instagram・Facebook・YouTube）を通じた情報発信を行っている。 ③　地域住民ワーキンググループ（意見交換会）の随時開催 地域住民のシビックプライドの醸成を図るため、また、どのような活動を行っていのかを把握し、個々の点である取り組みを線から面へ拡大し、地域全体への活動として発展させていくための意見交換会を随時行っている。 ④　各種会合での講演 阿南商工会議所観光部会主催の勉強会をはじめ、県内大学の地方創生論講座、県立シルバー大学校などで、観光を取り巻く現状、観光産業を活性化させる必要性、ＤＭＯとしての役割や具体的取り組みなどについて、定期的に講演を行っている。
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 ①令和２年１月 14 日：「観光地域づくり法人（登録ＤＭＯ・地域連携）」登録 ②平成 30 年７月２日：「旅行サービス手配業」登録 ③平成 30 年８月９日：「損害保険代理店」登録（R3.4.30 廃止 ④令和２年５月 27 日：「第三種旅行業」登録（ＨＰ自社販売・ＷＥＢ決裁システム等の導入） ⑤　令和６年 10 月１日：「みなみ阿波観光局」から「みなみ阿波観光局」に名称変更 ⑥　令和７年４月 11 日：日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）ロゴマーク使用承諾

事業	実施概要
持続可能な観光計画	（１）　持続可能な観光計画策定事業（観光庁補助金事業）

	策定	自治体等が持続可能な観光地マネジメントを行うことができるよう、観光庁が策定した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D)」に基づき、みなみ阿波地域の観光産業の着実な振興と地域活性化の推進を図るため、令和７年３月に今後３年間を計画期間とする「みなみ阿波観光国観光振興計画」を策定した。 【計画策定に向けた現地ヒアリング】 期　間：令和６年８月～１０月 【ワークショップ開催】 開催日：令和７年１月２３日（木） 場　所：南部総合県民局〈美波〉１０１会議室 【ホームページ公開】 公開日：令和７年３月１１日（火）
	着地型旅行商品の企画開発・販売促進	（１）「長期滞在型」Ｓ－Ｔｒｉｐ商品の開発 ①「伝統文化・伝統芸能サミット」の開催 （観光庁補助金事業） 2025 年「大阪・関西万博」の開催を控え、インバウンドをはじめとする国内外の観光需要回復」に向け、また、「未来世代へ継承する」活動基盤の体制構築を目指し、伝統文化・伝統芸能のコラボレーションによる新たな文化創造により、“みなみ阿波ならでは”の「高付加価値」かつ「長期滞在型」の「サステナブル・トリップ」の商品化に取り組んだ。 「祭り×吹筒煙火サミット」の開催 ②「みなみ阿波サステナブルツアー」の創出 比較的手つかずの地域における自然環境が残る“室戸阿南海岸国定公園”を舞台に、大阪・関西万博の開催を見据え、インバウンドに訴求力のある“ＳＤＧｓ要素(環境保全・生業の維持)”を組み合わせた“みなみ阿波”らしいインバウンド向けの観光コンテンツの開発・着地型旅行商品の造成に取り組んだ。 Ａ【阿南市】紀伊水道にぽっかり浮かぶ桃源郷“伊島”で漁業・郷土料理・ささゆりトレッキング Ｂ【阿南市】懐かしい日本の原風景が広がる加茂谷 秋の涼風の中爽やかサイクリング！ Ｃ【牟岐町】のどかな時間が流れる風光明媚小島レトロ Island“出羽島” ③「サステナブルワーケーションプラン」の商品化

		地域の歴史･文化活動の継承など、ＳＤＧｓ活動に繋がる関係人口や協働パートナーの確保を目指した「サステナブル・ワーケーション」の受入を実施し、「持続可能な祭りの連携体制構築」に向けて、外部人材の受入や女性・子供たちの関わり代の創出を行った。 日　時：令和６年１０月１１日（金）～１４日（月） 参加者：１０名　・株式会社　パソナＪＯＢＨＵＢ ・一般社団法人　明日襷 （２）歴史・文化ツーリズムの推進 長年受け継がれてきた祭文化の「未来世代への継承」と「持続可能な運営体制構築」を目的とし、地域外の観光客や女性など、従来関わることができなかった祭行事において、「参加型のお祭り体験コンテンツ」の造成を行った。 【日帰りツアー】 開催日：令和６年１０月１３日（日） 参加者：４２名（外国人８名・日本人３４名） 【モニターツアー】 日　時：令和６年１０月１２日（土）～１３日（日） 参加者：２８名　（外国人８名・日本人２０名） （３）「アウトドアーツーリズム」の推進 みなみ阿波の「山・川・海」が揃った豊かな自然を活かし、観光資源と「釣り」を組み合わせたみなみ阿波ならではのコンテンツを造成するとともに、初心者やファミリー層を対象とした「モニターツアー」を実施し、それにより得られた素材を活用し、パンフレット作成やプロモーションに取り組んだ。 【みなみ阿波釣りインストラクター育成】 ①候補生の公募 公募期間：令和６年６月２０日～７月２０日 応募者数：１９名（みなみ阿波内１６名・地域外３名） ②インストラクターの決定（書類選考） 採用者数：８名（阿南市３名・那賀町１名・ 美波町２名・牟岐町１名・海陽町１名） 【伊島釣～リズム】 （みなみ阿波推し釣りガールモニターツアー） ①釣りガールの公募 公募期間：令和６年６月２０日～７月３１日 応募者数：１８名（県内１０名・県外８名）

		②釣りガールの選考 面接日程：令和６年７月１７日～８月７日のうち、 ６日間 採用者数：６名（県内３名・県外３名） ③モニターツアー 開催日：令和７年１月１８日（土）、１９日（日） 参加者：１８日１２名（釣りガール５名・ インストラクター他７名） １９日　８名（釣りガール５名・ 撮影者他３名） 【牟岐大島釣～リズム】 ①船釣り・魚捌き体験実証実験 開催日：令和６年７月２２日（月） 参加者：７名 ②モニターツアー 開催日：令和６年９月７日（土）、８日（日） 参加者：１６名 （ツアー参加７名・インストラクター他９名） 【藻場再生釣～リズム】 ① 第１回イベント 「美波夜市でのシュノーケルフィッシング体験」 開催日：令和６年９月２８日（土） 参加者：１５名 ② 第２回イベント 「Ｉ　ＧＯ　ＴＳＵＲＩＢＩＴＯ　ＣＵＰ」 開催日：令和７年２月８日（土） 参加者：１５名（４家族） 【釣～リズム魅力発信パンフレット作成】 内　容：コンテンツの紹介、エリアマップ、 釣り場での安全対策等 作成数：５，０００部
	教育旅行（修学旅行・宿泊学習・遠足）・体験	（１）ＤＭＶを活用した修学旅行プラン等の造成 大阪・関西万博への参加と組み合わせた修学旅行プランや宿泊体験プランの企画・造成に向け、新未来の技術を体感できる「ＤＭＶオリジナル移動体験」にＳＤＧｓ体験を加えた「ＤＭＶ＋１」のメニュー拡大を図った。

	型学習旅行の誘致促進	①「ＤＭＶ＋１」海陽・海づくし（ＤＭＶに乗って海の魚を食す！観る！触れる！海三昧ツアー） 【第１回】 開催日：令和６年５月１８日（土） 参加者：８名 【第２回】 開催日：令和６年９月５日（木） 参加者：８名 ②Ｇｏ to ＤＭＶ Adventure! 開催日：令和６年８月２４日（土） 参加者：１８名 ③「ＤＭＶ＋１」歴史探訪ツアー （辰砂と古代みなみ阿波の歴史） 開催日：令和６年１１月９日（土）～１０日（日） 参加者：６名 ④ＤＭＶ運転体験 開催日：令和６年１２月２０日（金） 参加者：６名（＋モニター２名） ⑤バレンタイン企画「ＤＭＶ＋１」光るサンゴツアー 開催日：令和７年２月１５日（土）～１６日（日） 参加者：１９名 （２）「体験・学び」をテーマにした旅行商品の造成 ①「ふるさと教育プログラムツアー」の実施 未来を担う人材を育成するため、小中高校生などを対象に、地域で活躍する事業者との交流（地域活性化への取組や地元への愛着・熱い想いに触れる）や多種多様な働き方（生き方）に触れる機会を提供するなど「地域アイデンティティ」を醸成することを目的としたプログラムツアーを企画・造成した。 日　時：令和６年８月２２日（木）～２４日（土） 参加者：２２名（小学生１４名、中学生８名） 【１日目】 ●ＢＭＸ体験（Voyage BMX SCHOOL） ●昼食（ＮｕｕＮ） ●竹灯り作り体験（たけの花） 【２日目】 ●カツオのたたき作り体験（まぜのおか） ●サーフィン体験（内妻海岸） ●宿泊（南阿波サンラインモビレージ） 【３日目】 ●ミニスワッグ作り体験（山のおもちゃ美術館） ●ＳＵＰ体験（鷲の里海洋センター）

様式１

		（１）観光ＰＲのための「グルメマップ」の製作 みなみ阿波を来訪した方々に地域内での消費を促すため、Google マップをベースとした「飲食店・お土産店」マップ（掲載店舗：２７５店舗）を７，０００部製作し、管内３８４施設に配付・掲示を行った。 （２）「美波夜市」等の地域活性化支援 ＵＲ都市機構が美波町で行っている「美波夜市」や地域防災教室等の地域活性化事業において、観光誘客の拡大や観光人材の育成などの観点から、支援を行った。 開催日：令和７年３月２０日（木） 開催地：道の駅日和佐 （３）「魅力ある食」メニューの開発 地域の魅力ある食を観光と連動させることで、旅の満足度を向上させるため、事業者と連携し、「伝統文化・伝統芸能サミット」開催の際に、ヴィーガン・ベジタリアン対応として「遊山箱ランチメニュー」の商品開発を行った。

		（１）インターンシップの受入 みなみ阿波における観光人材育成を目的とし、徳島大学が県内企業・県内外大学と連絡して実施している「就業体験型インターンシップ」を通じた受入を行い、観光業の実践や観光における地域課題を体験いただけるプログラムを提供した。 日　　時：８月２２日（木）～２４日（土） 受入学生：徳島大学・総合科学部　１年　浅野　舞 ふるさと教育プログラムツアー同行

様式１

	情報発信戦略の強化	（１）「みなみ阿波」サステナブルな観光地域としての認知度アップ事業（南部総合県民局委託事業） 大阪・関西万博開催や国際定期便就航などを契機とし、「みなみ阿波」の強みを活かし、「釣～リズム」をはじめ、サステナブルな観光地としての認知度をアップさせるプロモーションを展開した。 ①「みなみ阿波」おすすめスポット・プロモーション動画の作成 「みなみ阿波観光大使」である赤井英和氏を活用し、おすすめスポットを紹介するプロモーション動画を作成した。 撮影日：令和７年１月１６日（木）、１７日（金） 場　所：海陽町（浅川釣りいかだ、海賊の家） 那賀町（萬福寺） ②国内外でのリアルプロモーション 【徳島セミナーin 香港】 開催日：令和７年１月１６日（木）、１７日（金） 場　所：New World Millennium Hotel Hong Kong 【どっぷり高知旅イベント】 開催日：令和６年１２月７日（土）、８日（日） 場　所：KITTE 大阪２階　とさとさ隣接共用スペース 【フィッシングショーin 大阪】 開催日：令和７年１月３１日（金）～２月２日（日） 場　所：インテックス大阪 【あるでよ徳島企画展】 開催日：令和７年２月１日（金）～２月２６日（水） 場　所：徳島県物産観光交流プラザ 【高知県アンテナショップ「とさとさ」】 開催日：令和７年２月２２日（土）、２３日（日） 場　所：KITTE 大阪２階　とさとさ店内 【活竹祭】 開催日：令和７年２月２３日（日） 場　所：阿南市役所周辺 【美波夜市】 開催日：令和７年３月２０日（木） 場　所：道の駅日和佐 ③ＷＥＢプロモーション ＳＮＳや特設ページを設けたホームページを活用し、国内外の幅広い層に対し、「みなみ阿波」のサステナブルな観光地域としての魅力を発信した。 （２）デジタルマーケティングの効果的運用 旅行者の志向や行動パターンを正確に把握し、旅行者ニーズに応じた商品開発、販売戦略を形成するため、ＳＮＳ（Facebook、Instagram）広告や YouTube ライブ配信等による旅行者行動分析を実施した。

様式１

		（３）トラベルインフルエンサーによる「旅の魅力」発信 徳島県南部総合県民局との連携事業として開設したYouTubeチャンネル「みぎアゲＴＶ」において、観光局トラベルインフルエンサーを活用した動画配信により、「みなみ阿波の旅の魅力」を全国・全世界へ発信した。 ・動画投稿本数：４６本 （Ｒ２年度からの累計１９７本） ・視聴回数：６２，４１７回 （Ｒ２年度からの累計３４０，６２５回） ・チャンネル登録者数：１８４人 （Ｒ２年度からの累計１，６６９人） ・グッドボタン数：４４１数 （Ｒ２年度からの累計４，８１５数） （４）ローカルアンバサダーによる「地域の魅力」発信 みなみ阿波在住のローカルアンバサダー（６名に委嘱）により、みなみ阿波公式ＳＮＳ（Facebook・Instagram）を通じた住民目線での貞応発信力強化を行った。 ・記事投稿本数：６２１本 （Ｒ２年度からの累計１，４１０本） ・フォロワー（Facebook）　：１，２８２人 ・フォロワー（Instagram）　：３，２７１人

【定量的な評価】

※令和３年４月１日より「南阿波よくばり体験推進協議会（教育旅行）」と統合

①関連事業における延べ誘客数
Ｒ６＝９，６５０名　Ｒ５＝１２，２８８名　Ｒ４＝８，９９２名

② 関連事業における消費額
Ｒ６＝２３，８６６千円　Ｒ５＝２３，３９７千円
Ｒ４＝２３，１９４千円

③ 教育旅行（修学旅行等）受入れ人数（視察等含む）
Ｒ６＝５８６名　Ｒ５＝７６２名　Ｒ４：９３３名

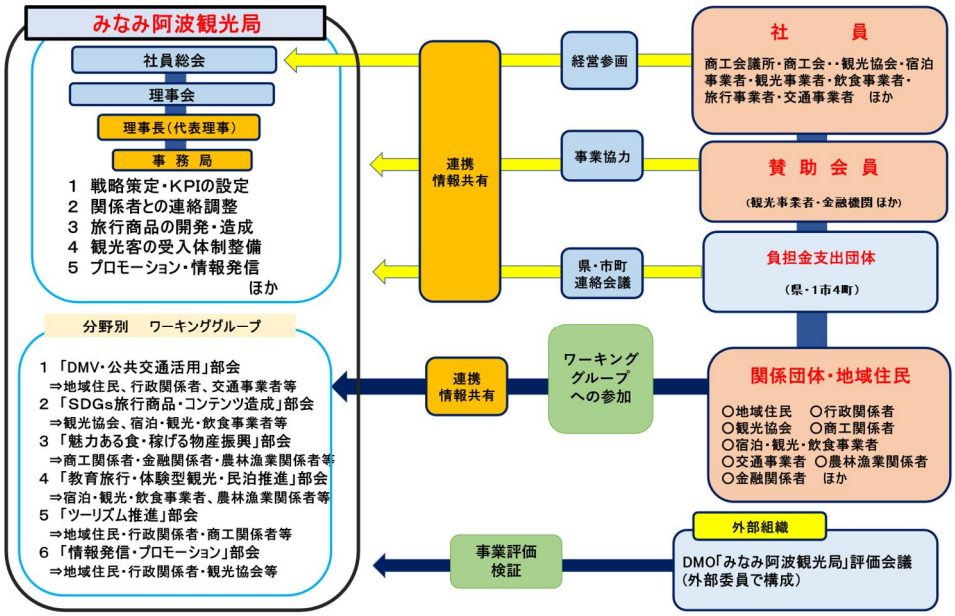
④ 教育旅行（修学旅行等）受入れによる消費額
Ｒ６＝４，０４５千円　Ｒ５＝６，１２３千円　Ｒ４：８，１６７千円

⑤ ローカルアンバサダーによる観光情報のＳＮＳ投稿数
Ｒ６＝６２１本　累計１，４１０本

⑥ ＹｏｕＴｕｂｅによる動画配信数
Ｒ６＝４６本（登録者数：１８４名）
累計１９７本（登録者数：累計１，６６９名）

様式１

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】** 当法人は、エリア内の観光地域づくりの舵取り役として、地域の多様な関係者との合意形成を図りながら、 ①戦略策定、ＰＤＣＡサイクルにおけるＫＰＩ指標の数値化 ②幅広い関係者との連絡調整・意見交換の場のネットワーク構築 ③マーケティング（継続的なデータの収集・分析、仮説・検証）を踏まえた旅行商品の造成の開発・造成 ④観光客の受入体制整備 ⑤誘客のためのプロモーション・営業活動、多様な媒体を利用した一元的な情報発信などの実施機能を担っている。 当法人の社員で構成する最高意思決定機関の総会において事業実績・計画等について検討・検証を行うとともに、理事会においては、集積したデータや各方面からの意見等を踏まえ、効果的な戦略や事業計画等を決定している。 当法人の戦略策定や事業の実施に際しては、徳島県が県下全体の観光政策・戦略を策定、市町が地域の特色を生かした観光政策・振興策を策定、一般財団法人徳島県観光協会は県下全般のプロモーション等を担っており、これら行政機関等と緊密に連携の上、役割分担を明確にしながら効果的な事業展開を図っている。また、県下の東部・西部のＤＭＯのみならず、隣県の高知県東部観光協議会（ＤＭＯ）とも連携し、広域的な観光事業実施等についての検討を図っている。 また、管内の地方公共団体は理事として観光局の運営に参画しており、社員総会や理事会に出席するのみならず、定期的「県・市町連絡会議」を開催し、観光局の運営全般、組織体制、予算確保、事業評価、取組方針等に係る合意形成を図っている。 更に、地域の事業者・団体・行政等で構成するワーキンググループにおいては、観光素材の発掘・磨き上げ、受入体制整備推進などの具現化に向けた検討を行っており、当法人の戦略策定や事業計画等に反映させている。 また、より効果的な事業展開を図っていくことを目的に、金融機関・行政・民間団体の有識者で構成する、ＤＭＯ「みなみ阿波観光局」評価会議を外部組織として設置し、事業評価・検証及び戦略・ＫＰＩ等に関する幅広い意見や提言を受けることとしている。 当法人の事業推進にあたっては、行政・観光協会等との役割分担を図りながら、これら総会や理事会、ワーキンググループ等の場で得られた幅広い意見や提言を受け止め、当法人が地域と一体となって、継続して効果的な観光地域づくりを推進できるよう取り組んでいる **【実施体制図】**



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】

平成２７年度から徳島県南部の１市４町の商工会議所、商工会、観光協会、地方公共団体等で構成する「みなみ阿波・魅力倍増」推進会議において、顧客視点に立った観光ＰＲや物産の販売等を行ってきた。

平成３０年３月の当法人設立後は、当法人が区域内の観光地域づくりの舵取り役となって、地域との合意形成を図りながら、各種事業を展開している。

同区域は、従来から県南部地域として歴史的に各市町間での産業・文化等のつながりも深く、海・山・川が揃う豊かな自然、多くのアウトドアが楽しめる観光資源の面からみても、コンセプトとして共通する点が多数あり、当該１市４町で連携した区域設定とするのが適切である。

【観光客の実態等】

延べ宿泊者数は、新型コロナウイルス感染症の影響で。令和２年に 95,207 人と前年比６０%以上となったが、令和３年には大規模ビジネスホテルの開業もあり 204,107 人と増加、令和４年に 188,755 人、令和５年に 197,920 人と推移し、令和６年には 247,908 人とコロナ禍前と比較しても、約９５%と回復傾向にある。

１人当たりの観光消費額については、コロナ禍においてもＧｏＴｏトラベルや県民割を活用し、地域の魅力的な食メニュー開発や体験アクティビティ、お土産などを組み込んだ高単価の旅行商品造成及びクーポン配付を行ったことで、大きな落ち込みはなかった。

今後とも、地域の観光資源を最大限に活かした、着地型・滞在型の旅行商品の造成に積極的に取り組み、更なる誘客を実現するため、宿泊・観光施設における受入体制の一層の充実、地域の食材等を磨き上げた物産品の開発・造成、二次交通の充実など、宿泊客の増加のみならず、旅行商品の高付加価値化による「儲かる観光地域づくり」が重要である。

〇旅行消費額（１人当たり千円）

年	Ｒ３年	Ｒ４年	Ｒ５年	Ｒ６年
旅行消費額	３４	２７	３６	３３

〇 延べ宿泊者数（千人）

年	Ｒ３年	Ｒ４年	Ｒ５年	Ｒ６年
延べ宿泊者数	２０４	１８９	１９８	２４８
うち外国人宿泊者数	１	１	１	１

【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】

観光資源の活用方法については、関係者との意見交換やアイデア出しなどについて、既存素材の磨き上げによる訴求力・関心度アップ、観光スポットを柔軟に組み合わせたコース設定、二次交通におけるアクセス改善等を図りながら、地域の観光地としての魅力と認知度の向上を図っていく。

●阿南市

太龍寺（四国八十八カ所・第２１番札所）、平等寺（四国八十八カ所・第２２番札所）、かも道（四国遍路の最古の遍路道）、岩脇公園（桜の名所）、北の脇海水浴場、淡島海水浴場、午尾の滝、明谷梅林園、椿自然園、阿南市立阿波公方・民俗資料館、阿南市科学センター、牛岐城趾公園、津峯神社、お松大権現（猫神神社）、若杉山遺跡、蒲生田岬（四国最東端）、かもだ岬温泉、伊島、四国アイランドリーグ（ｲﾝﾃﾞｨｺﾞｿｯｸｽ）、阿波水軍、ＬＥＤ光のまち、出島壁画、花火、観光農園サニーズファーム

●那賀町

剣山、農村舞台（人形浄瑠璃）、太布織り、大轟の滝、大釜の滝、四季美谷温泉、高の瀬峡、ファガスの森、相生森林美術館、もみじ川温泉、川口ダム自然エネルギーミュージアム、相生森林文化公園あいあいらんど、木頭杉一本乗り大会、太龍寺ロープウェイ、CAMP PARK KITO、エキサイティングサマー・イン・ワジキ、道の駅わじき、道の駅鷲の里、黒滝寺、未来コンビニ、五稜箸作り、川口ダム湖スマートツーリズム、クラブコルツ、淡水荘、花瀬庵、木頭ゆず、相生晩茶

●美波町

薬王寺（四国八十八カ所・第２３番札所）、ぽっぽマリン、田井ノ浜海水浴場、日和佐うみがめ博物館カレッタ、大浜海岸、うみがめマリンクルーズ、阿波沖海戦小公園、日和佐城、千羽海崖南阿波サンライン、道の駅日和佐、椿谷自然体験村、ちょうさ（日和佐八幡神社のお祭り）、赤松吹筒花火

●牟岐町

とどろの滝、貝の資料館モラスコむぎ、出羽島、牟岐大島千年サンゴ、あじさいロード、内妻海岸、牟岐大島、津島、松ヶ磯、八坂八浜、松阪隧道、姫神祭り、鬼ヶ岩屋、五剣山、シラタマモ、ムクノキ、阿波釣法

●海陽町

まぜのおかオートキャンプ場、阿波海南文化村海陽町立博物館、大里松原海岸、水床湾、海中観光船ブルーマリン、竹ヶ島シーカヤック、海部川、轟の滝、道の駅宍喰温泉、城満寺、ＤＭＶ（デュアル・モード・ビークル）、

★アクティビティ（サーフィン、ＳＵＰ、スキューバダイビング、シーカヤック、ヨット、カヌー、シャワークライミング、パックラフト）、乗馬、森林づくり体験、農村舞台、藍染め・茜染め、野球、キャンプ場、フルマラソン、トレイルランニング、登山、釣り、木工体験、ＢＭＸ等

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

市町名	施設数	客室数	収容力（人）
阿　南　市	88	1,299	2,957
那　賀　町	11	75	268
牟　岐　町	6	67	415
美　波　町	36	184	851
海　陽　町	39	229	931
計	180	1,854	5,422

（徳島県南部総合県民局、みなみ阿波観光局の独自調査による。）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

1　区域までの交通

①　航空機

羽田空港～徳島阿波おどり空港　80 分　（１日片道９便）

福岡空港～徳島阿波おどり空港　65 分　（１日片道２便）

※阿波おどり空港から車で、美波町まで約 90 分。

②　鉄道（JR）

高松駅～徳島駅～日和佐駅　130 分

阿波池田駅～徳島駅～日和佐駅　130 分

③　高速バス

大阪駅～徳島駅	140 分	神戸三宮駅～徳島駅	120 分
京都駅～徳島駅	180 分	関西空港～徳島駅	210 分
高松駅～徳島駅	80 分	高知駅～徳島駅	170 分
松山駅～徳島駅	210 分	岡山駅～徳島駅	150 分
広島駅～徳島駅	245 分		

（直通）大阪駅～阿南駅　190 分

大阪駅～日和佐駅　240 分

※徳島駅から車で美波町まで約 70 分

④　フェリー

徳島港～和歌山港　125 分

東京港（有明）～徳島港～北九州（新門司港）

２　域内交通
① 路線バス（徳島バス、徳島バス南部）
② タクシー（橘ﾀｸｼｰ、相生ﾀｸｼｰ、海部ﾀｸｼｰ、由岐ﾀｸｼｰ、牟岐ﾀｸｼｰ、海南ﾀｸｼｰ　ほか）
③ 鉄道（ＪＲ）④ＤＭＶ［デュアル・モード・ビークル］（阿佐海岸鉄道）

【外国人観光客への対応】

● 自社ＨＰの多言語化（英語・中国語）、観光パンフレットの多言語化（英語版ほか）、滞在型コンテンツの充実、国内外ツアー会社への個別営業活動及び地域の関係者と連携した海外商談会への積極的参加などにより、外国人観光客の誘客促進に取り組む。
● 道の駅日和佐の観光案内所（ＪＮＴＯ認定）が設置されており、美波町観光協会内で外国人観光客への面談対応等を行っている。また、民間事業者を対象に、県が助成制度を設けており、宿泊施設内の多言語表記化等も促進している。
● 地域事業者に対し、外国人観光客の受入対応に係るセミナーを定期的に開催するとともに、「おもてなしマニュアル＋指さしシート」、「災害時安全安心基本マニュアル＋ハザードマップ」等を配布するなど事業者の受入力向上にも取り組んでいる。
● 日経新聞の海外調査で、コロナ禍で旅行に行けない状況が続く中、今後「行きたいと思う旅行先」の上位に、海陽町が上位に選ばれていることや、２０２５年の大阪・関西万博に向け、外国人観光客へのおもてなし力向上や外国人に訴求するコンテンツ造成に取り組んで行く。

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	観光による地域への経済波及効果を測定し、飲食や物産等の分野別消費額を把握することで地域の強みや弱みを評価・分析し、消費額増加に向けた取組みを検討する。	地域内で開催されるイベント等においてアンケート調査を実施 ※コロナ禍において、各種イベントが軒並み中止となる中、当法人主催の旅行商品における消費額により分析
延べ宿泊者数	エリア全体及び個々の地域の宿泊者数の動向を把握するため。	宿泊施設に協力依頼
来訪者満足度	来訪者の分野別の満足度を把握し、リピーター率・旅行消費額増加に向けた取り組みを検討する。	地域内で開催されるイベント等においてアンケート調査を実施
リピーター率	観光施設や観光コンテンツごとのリピーター率を把握し、来訪者満足度向上・旅行消費額増加に向けた取り組みを検討する。	地域内で開催されるイベント等においてアンケート調査を実施
ＷＥＢサイトのアクセス状況	閲覧者や潜在旅行客等のニーズや関心度等の把握、施策の効果等を把握し、今後の事業に反映させるため	Google アナリティクスを利用しアクセス数を収集
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。	アンケート調査を年間業務として行う。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

（課題）
・メジャーな観光地、大規模宿泊施設の不在
・観光事業者、文化・伝統芸能等の担い手不足
・ナイトタイム、荒天時のコンテンツ不足
・交通体制の不充実（公共交通機関の減便、二次交通の不在）
・誘客の平準化（平日・冬期等の閑散期対策）

（課題に対する取組）
・観光資源磨き上げ、地域包括プロモーション
・関係人口の創出、複業人財の確保による「文化継承」「事業承継」への支援
・観光を通じた「ふるさと教育」の推進による地域の担い手確保への支援
・レンタカーのサブスクリプション契約やＭａａＳを活用した二次交通体制の確立

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） 〇海・山・川などの豊かな自然環境 〇文化（四国遍路、人形浄瑠璃、祭り） 〇息づくお接待の文化 〇関西圏から近距離 〇新鮮で安全な食材が豊富 〇室戸阿南海岸国定公園 〇日本トップのＬＥＤ製造 〇ＤＭＶの世界初本格営業運行（阿佐海岸鉄道） 〇ＩＴ企業等サテライトオフィスの進出 〇教育旅行 〇野球、サーフィン、ＳＵＰ、サイクリング等のアウトドアスポーツが盛ん	弱み（Weaknesses） 〇過疎・高齢化に伴う観光関連産業の担い手不足 〇季節による観光客数の偏り 〇情報発信が不十分 〇交通が不便 〇宿泊施設の地域偏在・魅力不足 〇観光資源の不足・活用不十分 〇体験プログラム数の不足 〇温泉・テーマパークが少ない 〇食メニューが少ない 〇飲食店・カフェ・土産物店等が少ない 〇中心商店街の魅力が少ない 〇夜型の観光スポットがない
外部環境	機会（Opportunity） 〇コロナ禍における新しい働き方の普及 〇個人（家族）旅行、マイクロツーリズムの需要増 〇働き方改革によるテレワーク・ワーケーションの普及 〇大阪・関西万博、ワールドマスターズゲームズ関西等大規模イベントの開催 〇体験型観光への旅行スタイルの変化 〇関西国際空港と徳島を結ぶ新たな海上交通の導入	脅威（Threat） 〇景気リスク 〇災害リスク 〇地政学リスク 〇人口減少 〇労働力不足 〇他地域間との競争激化

※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

〇第１ターゲット層
自然や地方の多種多様な文化を体験する機会が少ない国内大都市圏住民（個人客）

〇選定の理由
　コロナ禍において、豊かな自然環境の中での体験や田舎暮らし体験へのニーズが一層高まる中、また、マイクロツーリズムの進展により、地域の魅力を体感したいとのニーズも高まる中、もう一度行ってみたい」魅力ある体験型プログラム等の商品を提供・PR することで、更なる来訪が期待できる。
　特に、大都市圏からの来訪は、概ね経済効果の高い宿泊を伴うため、地方の自然・文化を直接体験する機会が少ない大都市圏個人客をターゲットに設定した。
　具体的には、コロナ禍において、非接触型のアウトドアスポーツやキャンピング等への需要が高まっている状況を踏まえ、当面の間、次の３つのターゲットに的を絞った誘客拡大を推進していくこととする。
①　キャンプファン層（ファミリー、ソロキャンパー、女子キャンパー）
　キャンプの客層に関しては、ファミリー層が大半を占めるが、キャンプ道具が軽量化・おしゃれ化、キャンプユーチューバーの増加やキャンプアニメの放映などの影響により、女子キャンパー・ソロキャンパーも増加している。
　（株）ソトレシピ「キャンプトレンド調査 2022（500 名程度に対するオンラインアンケート)」によると、「2021 年に１回以上キャンプをした人の割合」は約８４%、「2020 年～2021 年にキャンプを始めた人の割合」は約３１%、「コロナ禍以降、キャンプの回数が増えた人の割合」は約４２%の上っており、新規のキャンプ愛好家が増加するとともに、既存層のキャンプ頻度も増加している。
加えて、「コロナ収束後もキャンプを継続したい人の割合」が１００%となっている状況からも、今後、しばらくの間はキャンプブームが継続するものと考えられることから、当法人でも海・山・川の豊富な自然の中で様々なアクティビティ体験、地域の魅力的な食材を活用したキャンプ飯をパッケージにしたキャンプ旅行商品を造成中であることから、特に、自然と触れ合う機会が少ない大都市圏のキャンプ愛好家に訴求していきたい。

②アウトドアスポーツ（サーフィン）
　サーフィンに関しては、「波情報（サーファーが最も利用するＷＥＢサイトの一つ)」の訪問回数別ユーザー数の推移を調査したところ、2020 年７月時点では、２１回から３４回の訪問者数は約２５%、３５回以上の訪問者数は約３３%であったが、同年１２月では、２１回から３４回の訪問者数が約３０%、３５回以上の訪問者数が約３９%に増加するとともに、サーフギアの売り上げも増加傾向にあることなどから、昨年の夏以降、コロナ禍でのテレワークの普及やアウトドアブームの影響により、全国的なサーフィントレンドが起こっているものと考えられる。
そうした状況の中、エリア内の海陽町から高知県東洋町にかけての海岸は、国際大会も開催されるほど日本でも有数のサーフスポットであるものの、関東在住のサーフィン愛好家の旅行先（サーフィンを目的とした）は、約８割が宮崎県となっており、みなみ阿波への来訪者は約２割にとどまっていることから、サーフィン情報サイトなどを活用し、サーフポイントのＰＲに加え「魅力的な旅」としてのプロモーション展開や大学サーフィン部の合宿誘致などにより、関東圏からの新規顧客増加を図っていく。
　なお、徳島県サーフィン連盟によると、コロナ前には年間で約８万人もの来訪者があり、その約７０%以上が近畿圏からの来訪であり、日帰り旅行や車中泊などで旅行消費に結びついていない客層も多いことから、今後、キャンプ商品の活用や魅力的な宿泊・アクティビティプランの提供により、旅行消費単価の高いリピーターへの誘引を図っていく。

③　アウトドアスポーツ（ＯＮＳＥＮガストロノミーウォーキング）
　ガストロノミーウォーキングに関しては、「ＯＮＳＥＮ・ガストロノミーツーリズム推進機構」の実績・調査によると、参加者数は 2016 年の 300 人から 2019 年には 6,500 人まで右肩上がりに増加しており、そのリピート率は約４０%、県外誘客率は約５０%に上っていることなどから、非常に強力な誘客コンテンツへ成長するものと考えられる。
　令和２年度、当法人でも初めての「ＯＮＳＥＮガストロノミーウォーキング（最終はコロナにより中止)」を企画・募集したところ、コロナ禍の隙間での開催であったにもかかわらず、関東圏からの申込みが約１７%、関西圏からの申込みが約２４%、合計して大都市圏からの申込みとしては約４１%を占める状況であった。

また、ＳＮＳ広告配信結果を分析してみると、３５歳から４４歳までの女性クリック率２．５%、４５歳から５４歳までの女性クリック率３．４%、５５歳から６４歳までの女性クリック４．０%と非常に高いリアクション結果を示していることから（通常、ＳＮＳ広告ではクリック率０．５%を超えると高い反応であったと言われている）、今後、地域の魅力的な「食」と連動したアウトドア商品として、特に、女性をメインターゲットとした旅行商品として誘客拡大を図っていく。

〇取組方針
まずは、ホームページ・SNS・YouTube・新聞・雑誌など、それぞれの媒体の特性に応じた効果的な情報を展開すると同時に、新たな観光資源発掘と既存の観光資源のブラッシュアップ、当エリアにある多種多様の自然や文化を最大限に磨いた滞在型・体験型プログラムの造成及び提供に取り組む。加えて、大都市圏における商談会への参加、旅行会社への個別営業などのプロモーション活動を積極的に展開し、誘客に取り組む。

〇ターゲット層
体験型学習（教育旅行含む）を希望する子供（県内・県外）

〇選定の理由
県外の教育現場では、人が密集しない豊かな自然環境の中での体験型学習へのニーズが高まる中、また、少子高齢化・人口減少が著しいみなみ阿波エリアにおいて、「未来の地域の担い手」を育成する「ふるさと教育」を推進するため、体験型学習を希望する教育現場や家族層のニーズ傾向を把握し、魅力ある体験メニューを提供することで、受入数が大きく飛躍するチャンスがあることから、ターゲットに設定した。
現在、教育旅行の受入先としては、県外はもとより、台湾からも受入を行っている状況である。（下図参照）。教育旅行（特に修学旅行）は、宿泊を伴う大人数での受入になるため、地域への経済効果が高いとともに、好印象を抱いて貰えれば複数年継続的に候補地として選択して貰える可能性が高い旅行商品であることから、今後、子供達の価値観や人生観に好影響を与えられるような「ＳＤＧｓ体験プログラム」等の更なる造成に努めながら、教育旅行誘致を推進していく。
その教育旅行誘致においては、引き続きみなみ阿波エリアにアクセスしやすい近畿圏を中心としたアプローチを積極的に行いつつ、2025 年の大阪・関西万博の開催を見据え、これまで受入実績の少なかった地域である関東圏、中部圏を新たなターゲットに定め、公立学校より柔軟・迅速な対応が可能で、かつ定着化が見込みやすい私立学校の誘致を推進していく
（地域別教育旅行受入実績（Ｒ６年度）

地域	利用者数(人)			収入額(円)
	生徒	他	計	
県外	375	64	439	3,105,886
台湾	36	12	48	444,322
合計	411	76	487	3,549,208

〇取組方針
教育旅行に関するニーズを基に、地域資源を最大限に活用した家族向け・教育旅行向けの体験プログラムを造成・提供するとともに、これまで、受入実績が少ない関東圏、中部圏（私立学校を中心に）へのプロモーション範囲を広げ、商談会や個別訪問等でアピールする。
－
大阪・関西万博に向けたプロモーションやワールドマスターズゲームズ関西の枠組みでのプロモーションを行うとともに、台湾をはじめ、外国人観光客の増加が見込まれる国・地域に対して、プロモーションを実施する。
また、海外メディアや旅行会社、パワーブロガー等を招聘した情報発信に努めるとともに、多言語表記、訪日客へのおもてなし向上講座等など、受入環境整備を図る。

〇ターゲット層
スポーツや地方の多種多様な文化に関心を持っている外国人（東アジア、東南アジアなど）

〇選定の理由
・　今後、大阪・関西万博やワールドマスターズゲームズ関西などの大規模イベントに、海外からも多数の観光客が見込まれること
・　四国八十八カ所霊場を遍路する外国人が一定数見込まれること
・　ＤＭＶ本格営業運行開始の影響もあり、日経新聞の海外調査で、コロナ禍で旅行に行けない状況が続く中、今後「行きたいと思う旅行先」の上位に海陽町が選ばれていたこと
などの理由からターゲットに設定した。
その中でも、直近３年間の国・地域別宿泊者数調査では、中国、台湾、香港、韓国などの東アジアからの来訪者が上位を占めており、中でも台湾については、台湾出身の移住者や台湾メディアからの聞き取り調査によると、日本の文化、特に祭りへの興味・関心が著しく高い傾向にあることから、伝統文化を継承するための人材「関係人口」の増加につなげるターゲットとして設定する。
また、コロナ禍においても、タイをはじめとして、インドネシアやマレーシアなどの東南アジアからも、毎年、一定数の来訪があり、特に令和３年においては、外国人延べ宿泊者 701 人のうち、東南アジアからの宿泊者が３割強を占めていること、さらに、徳島県では、大鳴門橋における自転車道の整備計画が表明されており、既にサイクリングの人気スポットとなっている淡路島と自転車での往来が可能になることなど、東南アジア圏における富裕層のニーズが高い（サイクルツーリズムを構築するため当法人の連携事業者である徳島市内のサイクルショップで実証済み）サイクリングを活用した高単価な旅行商品の造成を推進することで、大阪・関西万博の開催を契機としたインバウンド誘客の拡大を図っていく。

〇取組方針
大阪・関西万博に向けたプロモーションやワールドマスターズゲームズ関西の枠組みでのプロモーションを行うとともに、台湾をはじめ、外国人観光客の増加が見込まれる国・地域に対して、プロモーションを実施する。
また、海外メディアや旅行会社、パワーブロガー等を招聘した情報発信に努めるとともに、多言語表記、訪日客へのおもてなし向上講座等など、受入環境整備を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「お接待文化」が息づく世界レベルの癒やしの空間～「みなみ阿波」～
② コンセプトの考え方	「みなみ阿波」徳島県南部地域には、海・山・川が揃う「豊かな自然」、農村舞台での阿波人形浄瑠璃をはじめとする「類い稀な伝統文化」、新鮮で安全・安心を誇る「豊富な食材」など、きら星のごとく素晴らしい「宝物」があり、ここを訪れる方々に遍路で培った「お接待の心」で「癒やしの場」を提供し、国際基準に準拠した「持続可能な観光地」を目指す。 〇「豊かな自然」 ・　西日本で２番目に高い「剣山」、国内有数の清流であり、かつ世界有数の河口のサーフポイントがある「海部川」。

	・　国定公園に指定されている海岸は、折り重なる海岸段丘と亜熱帯性樹林が特徴的で、世界最大級、約千年の歴史があると言われる「千年サンゴ」などがある。 ・　多様なアウトドアフィールドがダイナミックに揃った「みなみ阿波」は、まさに「アウトドアスポーツの楽園」。 （サーフィンをはじめ、サイクリングやＳＵＰなど、爽やかな汗をかくことができる数々のスポーツイベントを開催。） 〇「類い稀な伝統文化」 ・　幽玄な農村舞台での阿波人形浄瑠璃をはじめ、世界遺産登録を目指している四国八十八カ所霊場の札所と、これらをつなぐ四国最古の遍路道である「かも道」や、お遍路さんに接することで育まれた「お接待の精神」 ・　「日和佐八幡神社秋祭り」や「大里八幡神社秋祭り」、「牟岐八幡神社秋祭り」など、秋には毎週のように各地で郷土色豊かな祭りが行われるなど、古き良き伝統が引き継がれている。 〇「豊富な食材」 ・　「海の幸」、「山の幸」、「里の幸」など豊かな自然が育んだ素材がもたらすあまたの料理は、ここ「みなみ阿波」でしか味わえない感動

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。	社員総会、理事会、県・市町連絡会議、ワーキンググループ、意見交換会
	当法人の社員総会・理事会で決定された戦略や事業計画等については、地域の企業や団体など多様な関係者で構成される当法人の会員との情報共有を図るとともに、県・市町連絡会議においては、情報共有のみならず、組織体制・予算確保・事業評価検証・取組方針についての合意形成を図っている。 Ｒ２年度：社員総会２回（臨時含む）、理事会４回　連絡会議４回 Ｒ３年度：社員総会１回、理事会２回、連絡会議３回 Ｒ４年度：社員総会１回、理事会３回、連絡会議１回 Ｒ５年度：社員総会１回、理事会２回、連絡会議２回 Ｒ６年度：社員総会２回、理事会４回。連絡会議１回 加えて、分野毎に開催するワーキンググループや地域の観光・宿泊・飲食事業者等との意見交換会・個別訪問等を随時実施し、情報共有はもとより、戦略等に関する現場の意見や課題などをしっかりと吸い上げ、当法人の事業計画や改善等に取り組んでいる。 Ｒ２年度：ワーキンググループ ・「ＤＭＶ・公共交通活用」部会：９回 ・「旅行商品・周遊コンテンツ造成」部会：21 回 ・「魅力ある食・稼げる物産振興」部会：11 回 ・「教育旅行・体験型観光・民泊推進」部会：７回

	・「スポーツツーリズム推進」部会：７回 ・「情報発信・プロモーション」部会：５回 Ｒ２年度：意見交換会等：25 回 Ｒ３年度：ワーキンググループ ・「ＤＭＶ・公共交通活用」部会：14 回 ・「旅行商品・周遊コンテンツ造成」部会：26 回 ・「魅力ある食・稼げる物産振興」部会：12 回 ・「教育旅行・体験型観光・民泊推進」部会：16 回 ・「スポーツツーリズム推進」部会：５回 ・「情報発信・プロモーション」部会：３回 Ｒ３年度：意見交換会等：27 回 Ｒ４年度：ワーキンググループ ・「ＤＭＶ・公共交通活用」部会：20 回 ・「旅行商品・周遊コンテンツ造成」部会：36 回 ・「魅力ある食・稼げる物産振興」部会：23 回 ・「教育旅行・体験型観光・民泊推進」部会：16 回 ・「スポーツツーリズム推進」部会：４回 ・「情報発信・プロモーション」部会：20 回 Ｒ４年度：意見交換会等：36 回 Ｒ５年度：ワーキンググループ ・「ＤＭＶ・公共交通活用」部会：２７回 ・「旅行商品・周遊コンテンツ造成」部会：５６回 ・「魅力ある食・稼げる物産振興」部会：５０回 ・「教育旅行・体験型観光・民泊推進」部会：２７回 ・「スポーツツーリズム推進」部会：２２回 ・情報発信 部会：２４回 Ｒ５年度：意見交換会等：３７回 Ｒ６年度：ワーキンググループ ・「ＤＭＶ・公共交通活用」部会：２２回 ・「旅行商品・周遊コンテンツ造成」部会：３８回 ・「魅力ある食・稼げる物産振興」部会：８回 ・「教育旅行・体験型観光・民泊推進」部会：６回 ・「ツーリズム推進」部会：１３回 ・「情報発信・プロモーション」部会：１０回 Ｒ６年度：意見交換会等：３７回 更に、エリア内で開催されるイベントや「おもてなしセミナーの開催」等あらゆる場面において、当法人のＰＲを積極的に展開するとともに、阿南商工会議所主催の観光推進部会での勉強会や美波町観光協会の理事会に参画するなど、戦略等の共有がエリア内に広く浸透するよう努めている。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	地域の観光施設・宿泊施設等を利用した来訪者アンケート調査の分析結果を、当法人の会員、宿泊・観光事業者、ワーキンググループ等にフィードバックすることにより、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。 宿泊・観光事業者等への個別対応としては、上記情報データ類の共有化に加え、おもてなしの心に溢れた接客対応（外国人旅行者への対応含

	む）やキャシュレス導入などの具体的なサービス向上に向けての講座を実施している。 　特にコロナ禍においては、「安全・安心」な観光地域づくりを推進するため、感染予防対策のセミナー開催や観光協会と連携した個別訪問による接遇改善策などの提案を実施するなど、受入体制の整備・充実を図っている。 なお、令和３年度において、前年度に作成した「外国人おもてなしマニュアル・指さしシート」「訪日外国人・災害時安全安心マニュアル・防災マップ」の改善を踏まえて、ＡＮＡの協力のもと、地域の観光事業者を主たる対象とした「シミュレーション型のおもてなしセミナー」の実施を予定していたが、コロナ禍により中止となった。令和４年度（令和５年３月）に、同様の内容で実施。
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	観光局のＨＰに、各市町観光協会のリンクを貼るとともに、エリア全体の宿泊施設情報やアクティビティ情報、特産品情報など、みなみ阿波の魅力を一元的に発信できるホームページを構築するほか、ＳＮＳ、新聞・雑誌広告等の多様な媒体を有効に利用した情報発信に取り組んでいる。 　旅行会社等に対しては、徳島県や一般財団法人徳島県観光協会、広域連携ＤＭＯの一般社団法人四国ツーリズム創造機構等が国内外で実施する商談会に地域の事業者等と連携して参加し、併せて旅行会社への個別訪問も行っている。 　また、プロモーションの実施にあたっては、単独で実施するのではなく、四国ツーリズム創造機構や徳島県観光協会との役割分担の上、連携を図りながら取り組んでいる。 　更に、ＳＮＳ等を活用し住民目線で地域の自然・食・文化・イベント等の情報を発信する「トラベルインフルエンサー（YouTube 配信）」や「ローカルアンバサダー（Facebook・Instagram への投稿）」により、当エリアの旅の魅力・知られざる地域の魅力を一元的に発信している。 　加えて、企画・造成した旅行商品の販売においては、リスティング広告やＳＮＳ広告によるプロモーションを実施するとともに、その配信結果（データ分析）を関係各位に共有することで、今後の戦略策定や商品開発の改善等を実施している。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

様式１

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
●旅行消費額（一人当たり単価）（円）	目標	27,000	28,000	29,000	30,000	31,000	32,000
		（－）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	27,389	36,793	33,095			
		（－）	（　）	（　）			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	230	243	256	270	275	280
		(11)	(12)	(13)	(14)	(15	(16)
	実績	189	198	248			
		（１）	(2.5)	(4.4)			
●来訪者満足度（%）	目標	45 以上	45 以上	45 以上	45 以上	45 以上	45 以上
		（－）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	56	34	33			
		（－）	（　）	（　）			
●リピーター率（%）	目標	85	85	85	85	85	８５
		（－）	（　）	（　）	（　）	（　）	（　）
	実績	84	70	79			
		（－）	（　）	（　）			

※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】
2018 年に当法人が実施したＫＰＩに関する調査結果を分析の上、ＤＭＯの戦略及び方針を決定する一般社団法人みなみ阿波観光局理事会、外部委員で構成する DMO「みなみ阿波観光局」評価会議、宿泊・観光施設などの関連事業者が参画したワーキンググループにおいて、必須ＫＰＩの設定と考え方について検討。2019 年度から 2022 年度までの目標値については、一般社団法人みなみ阿波観光局理事会及び総会、「四国の右下・魅力倍増」推進会議、市町別ワーキンググループにおいて説明・了承。

【設定にあたっての考え方】
2019 年度から 2022 年度においては、調査結果及び今後開催される大規模イベントによる誘客効果、外国人旅行客の増加傾向、当法人のプロモーション活動計画などを総合的に勘案し目標値を設定。
2023 年度・2024 年度の目標値については、直近２年間の実績数値が新型コロナ感染症の拡大の影響により、「アンケート調査の母数が少ない・宿泊旅行の減少かつ日帰り旅行の増加」など、参考数値にしかならないこと、かつ現時点では、新型コロナ感染症の収束動向が見通せる状況ではないことから、一旦、従来の考え方を踏襲の上、目標を設定していた。
2024 年度以降は、再度、調査結果及び今後開催される大規模イベントによる誘客効果、外国人旅行客の増加傾向、当法人のプロモーション活動計画などを総合的に勘案し目標値を設定した。

① 旅行消費額
2018 年にエリア内の宿泊施設・観光施設等において実施した県南部来訪者アンケート調査結果を基に、2019 年以降の１人当たり旅行消費額の基準金額を設定。対前年度比約４%増（1,000 円）を目標値とする。
② 延べ宿泊者数
2018 年に実施した延べ宿泊者数調査結果を基に、2019 年以降の目標延べ宿泊数を設定。対前年比 5.5%増（2021 年はワールドマスターズゲームズ 2021 関西開催により 5.5%＋5,000 人）を目標値とする。（外国人宿泊者数については、対前年度比約１%増で設定する。）
③ 来訪者満足度
2018 年にエリア内の宿泊施設・観光施設等おいて実施した県南部来訪者アンケート調査結果を基に、「大変満足」と回答した割合を 2019 年の基準値として設定。2019 年以降、満足度 25%以上を維持・継続することを目標値としてきた。特に、2021 年度は、56%と高い数値を達成することができたが、これは、母数が少ない中でのコロナ対策の浸透による満足度の向上であり、コロナ禍における特異値とも言える。そのため、2022 年度以降については、過去３年間の実績値の平均（42%）を上回る 45%を目標とする。
これまでの「安全・安心」な受入環境づくりや「おもてなしセミナー」等の開催による事業者の意識改善といった取り組みの継続に加え、現状、子どもが地域の様々な生活・アクティビティを体験しながら学習できるツアー（スタディツアー、牟岐ツアー）の満足度が特に高いことから、引き続き、魅力的な体験コンテンツの造成に注力することで満足度を向上させる。
④ リピーター率
2018 年にエリア内の宿泊施設・観光施設等において実施した県南部来訪者アンケート調査結果を基に、「２回以上来訪」と回答した割合を 2019 年の基準値として設定。2019 年以降、リピーター率 84 を維持・継続し、2022 年以降、85%を維持・継続することを目標値とする。

（２）その他の目標

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
●ＷＥＢサイトのアクセス数（PV/日）	目標	790	790	790	790	790	790
		（－）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	501	481	402			
		（－）	（ ）	（ ）			
●住民満足度（%）	目標						
		（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）	（ ）
	実績	24	23	28			
		（－）	（－）	（－）			

※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

様式１

【検討の経緯】

2018 年 9 月に当法人のＷＥＢサイトを改修し、ＷＥＢサイトから宿泊予約や体験プログラム等を申込できるように予約システムを構築。利用状況を分析の上、商品価値の高い観光素材の発掘と磨き上げを行うとともに、着地型・体験型プログラムを随時造成・提供し、滞在時間（宿泊）や旅行消費額の増加に結びつけるため、引き続き、地域の魅力を一元的かつ強力に発信できるＨＰの充実に取り組んで行く。

【設定にあたっての考え方】

● WEB サイトのアクセス数（１日当たりアクセス数）

2018 年度に収集したページビューの実測データを分析し、利用者目線に立ったＷＥＢサイトの修正状況やスマートフォンに最適化したサイトの追加開設等を踏まえ、2022 年度までは、各年とも対前年度比約 30%の増加を目標値として設定していた。

新型コロナ感染症の拡大による観光需要の落ち込みに連動して、2020 年度・2021 年度における WEB サイトのアクセス数はコロナ前より減少しており、今後も新型コロナ感染症の収束を見通せる状況ではない。また、Facebook、Instagram、YouTube などのＳＮＳにより観光情報を得る旅行者が多くなっていることからも、WEB サイトのアクセス数については、2022 年度における目標を下方修正するとともに、一旦、2023 年度・2024 年度の目標値も同値で設定し、今後のコロナ感染症の収束状況を見極めながら再設定するものとする。

なお、WEB サイトのアクセス数（宿泊予約数・体験プログラム予約数）については、当法人が令和２年５月に第３種旅行業登録を済ませ、地域の事業者と連携した旅行商品を自ら販売する体制へと方針変更したことから、予約に関する指標項目は削除する。

●住民満足度（%）

地域活性を行うに当たり、地域住民の観光に対する、興味・関心、理解度等を調査する。
また、それにより観光事業が地域住民の生活にどの程度影響し、貢献しているかの尺度とする。
手法としては年度に一度、主立った観光施設など、一般住民を対象に聞き取りアンケート
を行い、同時に各自治体・事業者にはウェブサイトでアンケートを実施、最終的にその数値を統合することで数値化する

様式１

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	121,526,000（円）	【徳島県・１市４町からの負担金】 57,068,000 円 【委託料・補助金・助成金】 21,782,000 円 【旅行商品売上・手数料】 15,665,000 円 【会費収入】 416,000 円 【寄附金】 430,000 円 【その他手数料・広告料】 180,000 円 【その他収入】 2,678,000 円 【繰越金】 23,307,000 円
2023（Ｒ５） 年度	123,484,000（円）	【徳島県・１市４町からの負担金】 53,219,000 円 【委託料・補助金・助成金】 22,767,000 円 【旅行商品売上・手数料】 21,472,000 円 【会費収入】 421,000 円 【寄附金】 30,000 円 【その他手数料・広告料】 166,000 円 【その他収入】 3,533,000 円 【繰越金】 21,876,000 円
2024（Ｒ６） 年度	121,513,000（円	【徳島県・１市４町からの負担金】 54,990,000 円 【委託料・補助金・助成金】 24,474,000 円 【旅行商品売上・手数料】 18,099,000 円 【会費収入】 383,000 円 【寄附金】 30,000 円 【その他手数料・広告料】 47,000 円 【その他収入】 2,598,000 円 【繰越金】 20,892,000 円
2025（Ｒ７） 年度	124,289,000（円）	【徳島県・１市４町からの負担金】 65,000,000 円 【委託料・補助金・助成金】 22,000,000 円 【旅行商品売上・手数料】 18,800,000 円 【会費収入】 500,000 円 【寄附金】 100,000 円 【その他手数料・広告料】 100,000 円 【その他収入】 0 円 【繰越金】 17,789,000 円
2026（Ｒ８） 年度	128,089,000（円）	【徳島県・１市４町からの負担金】 65,000,000 円 【委託料・補助金・助成金】 22,000,000 円 【旅行商品売上・手数料】 18,800,000 円 【会費収入】 500,000 円 【寄附金】 100,000 円 【その他手数料・広告料】 100,000 円 【その他収入】 0 円 【繰越金】 21,089,000 円
2027（Ｒ９） 年度	131,889,000（円）	【徳島県・１市４町からの負担金】 65,000,000 円 【委託料・補助金・助成金】 22,000,000 円 【旅行商品売上・手数料】 18,800,000 円

		【会費収入】 500,000 円 【寄附金】 100,000 円 【その他手数料・広告料】 100,000 円 【その他収入】 0 円 【繰越金】 25,389,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	121,526,000（円）	【着地型旅行商品の企画販売等】 23,833,000 円 【教育旅行・体験型旅行の誘致等】 30,625,000 円 【食や特産品を活用した誘客促進】 2,222,000 円 【情報発信戦略の強化】 10,409,000 円 【一般管理費】 33,445,000 円 【繰越額】 20,992,000 円
023（Ｒ５） 年度	123,486,000（円）	【着地型旅行商品の企画販売等】 33,850,000 円 【教育旅行・体験型旅行の誘致等】 33,078,000 円 【食や特産品を活用した誘客促進】 2,738,000 円 【情報発信戦略の強化】 5,067,000 円 【一般管理費】 27,860,000 円 【繰越額】 20,893,000 円
2024（Ｒ６） 年度	121,513,000（円）	【着地型旅行商品の企画販売等】 32,670,000 円 【教育旅行・体験型旅行の誘致等】 32,354,000 円 【食や特産品を活用した誘客促進】 2,177,000 円 【情報発信戦略の強化】 3,726,000 円 【一般管理費】 27,705,000 円 【繰越額】 22,881,000 円
2025（Ｒ７） 年度	124,289,000（円）	【着地型旅行商品の企画販売等】 31,000,000 円 【教育旅行・体験型旅行の誘致等】 36,000,000 円 【食や特産品を活用した誘客促進】 1,500,000 円 【情報発信戦略の強化】 8,000,000 円 【一般管理費】 26,200,000 円 【繰越額】 21,589,000 円
2026（Ｒ８） 年度	128,089,000（円）	【着地型旅行商品の企画販売等】 31,000,000 円 【教育旅行・体験型旅行の誘致等】 36,000,000 円 【食や特産品を活用した誘客促進】 1,500,000 円 【情報発信戦略の強化】 8,000,000 円 【一般管理費】 26,200,000 円 【繰越額】 25,389,000 円
2027（Ｒ９） 年度	131,889,000（円）	【着地型旅行商品の企画販売等】 31,000,000 円 【教育旅行・体験型旅行の誘致等】 36,000,000 円 【食や特産品を活用した誘客促進】 1,500,000 円 【情報発信戦略の強化】 8,000,000 円 【一般管理費】 26,200,000 円 【繰越額】 29,189,000 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

〇当法人は、徳島県、阿南市、那賀町、牟岐町、美波町、海陽町の総意により設立された団体であり、運営に必要な資金（負担金）・人材（出向職員）については、継続して提供される見込み。

〇事業拡大に必要な自主財源の確保について
・国や県、各種助成団体等の「補助金・委託事業」の積極的な獲得
・教育旅行を中心とした着地型旅行商品の「販売手数料収入」の拡大
・管内自治体の議会視察や各種団体の研修視察等、発旅行支援による「販売手数料収入」の拡大
・地域住民に対する観光地域づくりへの意識啓発・参画促進による「会員（会費）」の拡大

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

徳島県、阿南市、那賀町、牟岐町、美波町、海陽町は、一般社団法人みなみ阿波観光局を徳島県南部における地域連携ＤＭＯとして登録したいので一般社団法人みなみ阿波観光局とともに申請します。

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	上野　尊嗣／沢田　武志
担当部署名（役職）	一般社団法人みなみ阿波観光局／ＣＭＯ
郵便番号	779-2305
所在地	徳島県海部郡美波町奥河内字弁才天 17-1
電話番号（直通）	0884-70-5880
ＦＡＸ番号	0884-70-5881
Ｅ－ｍａｉｌ	migishita@shikokunomigishita.jp

様式１

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	安宅　真樹子
担当部署名（役職）	南部総合県民局地域創生防災部〈美波〉課長補佐
郵便番号	779-2305
所在地	徳島県海部郡美波町奥河内字弁才天 17-1
電話番号（直通）	0884-74-7353
ＦＡＸ番号	0884-74-7337
Ｅ－ｍａｉｌ	atagi_makiko_1@pref.tokushima.jp

都道府県･市町村名	阿南市
担当者氏名	武田　祥裕
担当部署名（役職）	産業部商工政策課　課長
郵便番号	774-8501
所在地	徳島県阿南市富岡町トノ町 12-3
電話番号（直通）	0884-22-3290
ＦＡＸ番号	0884-22-0075
Ｅ－ｍａｉｌ	sien@anan.i-tokushima.jp

都道府県･市町村名	那賀町
担当者氏名	藤長　歩
担当部署名（役職）	にぎわい推進課　課長
郵便番号	771-5295
所在地	那賀郡那賀町和食郷字南川 104-1
電話番号（直通）	0884-62-1198
ＦＡＸ番号	0884-62-1177
Ｅ－ｍａｉｌ	Ayumu-fujinaga@naka.i-tokushima.jp

都道府県･市町村名	牟岐町
担当者氏名	久　秀明
担当部署名（役職）	産業課　課長
郵便番号	775-8570
所在地	海部郡牟岐町大字中村字本村 7-4
電話番号（直通）	0884-72-3419
ＦＡＸ番号	0884-72-2716
Ｅ－ｍａｉｌ	h-hisa@mugi.i-tokushima.jp

様式１

都道府県･市町村名	美波町
担当者氏名	前野　充則
担当部署名（役職）	産業振興課　課長
郵便番号	779-2395
所在地	徳島県海部郡美波町奥河内字本村 18-1
電話番号（直通）	0884-77-3617
ＦＡＸ番号	0884-77-1666
Ｅ－ｍａｉｌ	maeno.mitsunori@minammi.i-tokushima.jp

都道府県･市町村名	海陽町
担当者氏名	戎谷　悟
担当部署名（役職）	海陽町観光交流課　課長
郵便番号	775-0501
所在地	徳島県海部郡海陽町宍喰浦字宍喰 362
電話番号（直通）	0884-76-1513
ＦＡＸ番号	0884-76-3686
Ｅ－ｍａｉｌ	ebisudani-satoru@kaiyo-town.jp

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人みなみ阿波観光局

様式2

記入日： 令和7年7月22日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
阿南市、那賀町、牟岐町、美波町、海陽町
【設立時期】（平成30年3月23日）
【設立経緯】
区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設
【代表者】 岩佐　義弘
【マーケティング責任者（CMO）】 沢田　武志
【財務責任者（CFO）】 上野 尊嗣(事務局長兼務)
【職員数】 11人（正職員6人・出向（県及び各市町より5人）
【主な収入】
県・市町負担金：約55百万円、委託（補助）事業：約24百万円
R6年度決算
【総支出】
事業費71百万円、一般管理費28百万円　R6年度決算
【連携する主な事業者】
各市町観光協会・商工会議所・商工会、 四国ケーブル（株）、（一財）まぜのおか、阿佐海岸鉄道（株）、 徳島トヨタ自動車（株）、（株）エアトラベル徳島、 県南メディアネットワーク、徳島県サーフィン連盟、 ケーブルテレビあなん、観光バス事業者、文化関係者等

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

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
旅行消費額（百万円）	目標	27（ ）	28（ ）	29（ ）	30（ ）	31（ ）	32（ ）
	実績	27（ ）	37（ ）	33（ ）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	230（ 11 ）	243（ 12 ）	256（ 13 ）	270（ 14 ）	275（ 15 ）	280（ 16 ）
	実績	189（ 1 ）	198（ 2.5 ）	248（ 4.4 ）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	45以上（ ）	45以上（ ）	45以上（ ）	45以上（ ）	45以上（ ）	45以上（ ）
	実績	56（ ）	34（ ）	33（ ）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	85（ ）	85（ ）	85（ ）	85（ ）	85（ ）	85（ ）
	実績	84（ ）	70（ ）	79（ ）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①自然や地方の多種多様な文化を体験する機会が少ない国内都市圏住民（個人客）
②体験型学習（教育旅行含む）を希望する子供
③スポーツや地方の多種多様な文化に関心を持っている外国人（東アジア、東南アジアなど）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①HP、SNS等による効果的な情報発信、自然、文化を活用した滞在型・体験型プログラムの造成と磨き上げ、商談会、個別営業による積極的プロモーション展開
②新たな体験コンテンツの造成、未開拓エリア（関東の私立学校）へのプロモーション強化
③スポーツや地方の多種多様な文化に関心 を持っている 外国人（東アジア、東南アジアなど）大阪関西万博等を見据えたプロモーション強化
【観光地域づくりのコンセプト】
「お接待文化」が息づく世界レベルの癒しの空間～「みなみ阿波」～

具体的な取組

【着地型旅行商品の企画販売等】
・「長期滞在型」S－TRIP商品開発
・祭り・吹筒花火サミット
・みなみ阿波サスティナブルツアー
・みなみ阿波ツーリズムの推進
【教育旅行・体験型旅行の誘致等】
・DMVを活用した修学旅行プラン等の造成。（DMV＋1メニューの充実）
・「体験・学び」をテーマにした旅行商品の造成。（ふるさと教育プログラムツアー）
【地域の食や特産品を活用した誘客促進】
・観光PRのための「グルメマップ」の製作
・事業者と連携した、「魅力ある食」メニューの開発
【情報発信・プロモーション】
・みなみ阿波観光大使によるプロモーションの実施
・トラベルインフルエンサーによる「旅の魅力」の発信
・ローカルアンバサダーによる「地域の魅力」の発信