

2020年度 事業報告及び収支決算について

1. 会員の状況

令和3年3月31日現在の会員数は、次のとおりである。

正会員	88名（法人39、個人49）	※R元年度末68名
賛助会員	6名（法人6）	※R元年度末5名
特別会員	6名（地方公共団体6）	※R2年度より新規創設

2. 役員の状況（R3.3.31現在：理事11人・監事2人）

理事長	中東 覚（代表理事）
副理事長	清原裕登 井原豊喜
理事	横尾政明 児戸大佐 鶴和正浩 石井裕道 山田直人 武知和一 ジミー・トシアキ・オカダ 武市卓之
監事	湯浅隆幸 川人建介

3. 組織の状況

（1）登録DMOとしての組織運営

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）旅行会社としての運営体制

- ①平成30年7月2日：「旅行サービス手配業」登録（R3.2.19付廃止）
（よくばり体験の旅行サービス手配業は継続して登録）
- ②平成30年8月9日：「損害保険代理店」登録（R3.4.30廃止）
- ③令和2年5月27日：「第三種旅行業」登録
（HP自社販売システム・WEB決裁システム等の導入）

（3）事務局組織の強化

- ①令和元年5月1日：事務局6人体制への強化（2人体制→6人体制）
- ②令和2年11月11日：観光地域づくりリーダー（募集中）、観光業推進リーダーの配置

4. 総会の開催状況

（1）定時社員総会

日時：令和2年5月27日
場所：徳島県南部総合県民局美波庁舎大会議室
議題
議案1：定款の改正（案）
議案2：2019年度事業報告及び収支決算（案）並びに監査報告
議案3：新任理事（副理事長辞任に伴う次員補充含む）及び副理事長の選任（案）
報告1：新規社員の入社状況
報告2：事務局の業務執行体制（R2.6.1以降）
報告3：2020年度・事業計画及び収支予算
報告4：南阿波よくばり体験推進協議会との統合に向けた協議

（2）臨時社員総会

日時：令和3年3月30日
場所：徳島県南部総合県民局美波庁舎301会議室
議題
議案1：社員の退社（案）
議案2：定款の一部改正（案）

5. 理事会の開催状況

(1) 第1回理事会

日時：令和2年5月19日

場所：徳島県南部総合県民局美波庁舎101会議室

議題：

議案1：新規社員の入社（案）

議案2：定款の改正（旅行業登録に伴う目的事業の変更等）（案）

議案3：2019年度事業報告及び収支決算（案）監査報告

議案4：副理事長の辞任及び新任理事の選任（案）

報告1：2020年度事務局業務体制（R2.6.1以降）

(2) 第2回理事会

日時：令和2年7月16日

場所：徳島県南部総合県民局美波庁舎大会議室

議題

議案1：新規社員の入社（案）

議案2：事務局の業務執行体制（案）

議案3：庶務規程の一部改正（案）

議案4：2020年度（令和2年度）事業計画及び収支予算（7月改正）（案）

議案5：一時借入金の最高限度額及び借入先の決定（案）

(3) 第3回理事会

日時：令和3年2月19日

場所：徳島県南部総合県民局美波庁舎301会議室

議題

議案1：社員の入退社（案）

議案2：今後の「組織体制充実・強化」（案）

議案3：「定款・諸規定」の一部改正（案）

議案4：「評価会議」の見直し（案）

議案5：令和2年度の「事業計画（追加案）」

報告1：令和2年度の取組状況

(4) 第4回理事会

日時：令和3年3月30日

場所：徳島県南部総合県民局美波庁舎301会議室

議題

議案1：「諸規定」の一部改正（案）

議案2：2021年度（令和3年度）の事業計画（案）

議案3：一時借入金の最高限度額及び借入先の決定（案）

報告1：令和3年度・事務局体制

報告2：任期満了に伴う役員の変更

6. 事業実施状況

○令和2年度の「取り組む方向性」

- ① コロナ禍において、経営状況が著しく悪化している観光関連事業者の経営再建を支援するため、「募集型企画旅行の造成・販売促進」を最重要ミッションとして推進
- ② Withコロナ時代における個人・家族旅行者をターゲットとし、県内・国内需要拡大に向けた四国の右下ならではの「新たな観光スタイル」の構築
- ③ 「新たな生活様式」の導入を促進し、国内外の観光客から選ばれる“安全・安心”な観光地域の確立

具体的な実施事業の概要

1. 着地型旅行商品の企画開発・販売促進

令和2年度は、「世界初のDMV本格運用」開始や「個人・家族旅行者」を中心ターゲットとした県内需要・国内需要の拡大に向けた「着地型旅行商品の企画開発・販売促進」を実施

(1) 旅行会社機能の確立

- 「第三種旅行業」登録 (R2.5.27)
- 「旅行業管理システム」の導入 (旅ネスプロ:行程表、見積・請求書、顧客管理収支明細書等の一元管理)
- 「クレジットカード決済システム」の導入 (決済代行会社:トヨタファイナンス)
- 「WEB販売オンライン決済システム」の導入 (決済代行会社:GMOペイメントゲートウェイ)
- 「旅行商品用WEBページ」の導入 (USAEL社の「TRIPHOO WEB」システム)

(2) 提案営業・商談会でのプレゼンテーションの強化

- オンライン商談会等への参加
 - ・令和2年11月27日・30日: オンライン観光商談会 (首都圏・管制圏・中国地方の国内旅行会社)
 - ・令和3年3月3日・4日: 海外旅行会社との情報交換 (イギリス、ドイツ、フランス、アメリカ)
 - ・令和3年3月4日: 徳島県観光セミナー (関西圏の旅行会社中心)
- 令和2年四国 destinations キャンペーン
 - ・令和2年11月10日: 全国宣伝販売促進会議
 - ・令和2年11月11日～12日: エクスカーション (全国旅行会社、JRグループ、広告代理店等)

※ 旅行会社向けFAMツアー、各種旅行博への参加 (コロナ感染拡大のため中止)

(3) 旅行商品の企画開発 (観光局財源での執行分)

- ①「花火宿泊プラン」の実証試験
 - 夏休みを取り戻せspecial (2回: 打ち上げ花火)
 - DMVナイトタイムコンテンツ (2回: 打ち上げ花火)
 - ミレニアル女子旅 (2回: 玩具ミュージック花火)
 - ワーケーションモニターツアー (1回: 玩具ミュージック花火)



- ② 「春のマイカープラン（もっと！とくしま応援割り連動）」
 ○ 3月23日～5月31日：発売開始（HPからの申込対応済み）
 ○ 4月21日：発売停止（応援割りの新規受付停止に伴う対応）



(4) ワークেশョン誘致促進事業【県委託】

コロナ禍において、テレワーク等の普及など働き方が多様化している現状を踏まえ、ワークেশョン等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行を「新たな旅行スタイル」として位置付け、更なる「旅行機会の創出」と「旅行需要の平準化」を図っていくため、ワークেশョンの商品化を目指したモニターツアーを実施

(本事業は、令和2年度執行分を除き、令和3年度に繰越して2年間で実施)



2. 「GO TO Travelキャンペーン事業」等に連動した取組

観光庁が実施する「Go To Travelキャンペーン事業」と連動し、コロナ感染症の収束後における「国内・県内の人の流れ」と「街のにぎわい」を取り戻すため、観光局も「募集型企画旅行」の造成・販売を通じ、需要回復の一助となるべく事業展開を実施

(1) 命と業を守る！「四国の右下」マイクロツーリズム推進事業【県委託】

- お祭りや各種行事・イベントが中止になる中、子供達に右下エリアでの思い出作りの機械を提供するとともに、県内における「マイクロツーリズム」推進を視野に入れ、特に、県西部の方々が右下観光のターゲット層になり得るかを検証

○夏休みを取り戻せspecial

日 時：9月12日～9月13日

場 所：海コース（阿南市・美波町・牟岐町・海陽町：15名）

山コース（阿南市・那賀町：20名）



(2) 「四国の右下」誘客コンテンツ創出事業（県版スマートライフ先取り！事業者応援事業）【県委託】

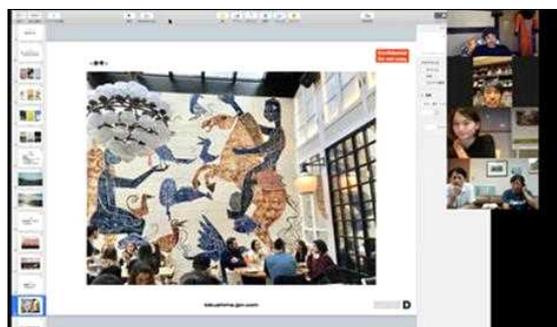
- 外部専門家であるプロのクリエイターを招聘し、県南エリア各市町ごとに、ターゲットに訴求できるコンテンツを新たな視点や手法により磨き上げ、高付加価値化、ブランディング化を目指す。

○市町ワーキンググループ

日 時：9月14日～10月7日

回 数：10回（各市町ごとに2回ずつ開催）

参加者：行政、観光事業者、農林水産事業者、教育関係者、地域づくり関係者等



○ロコヴィジョン徳島南VOL. 1 ～徳島の南を盛り上げるヒントを学ぶトークイベント～

日 時：11月20日

参加者：会場定員50名+YouTubeオンライン配信（定員なし）

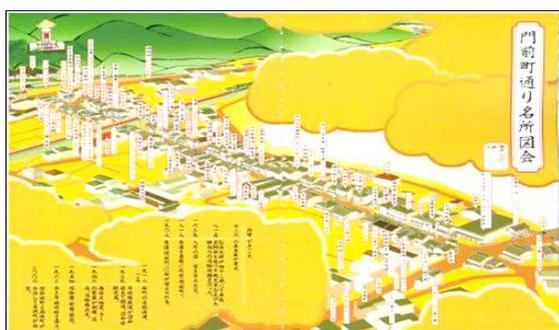
目 的：地域住民のシビックプライド醸成、情報発信等に関するリテラシー向上



○個別テーマワーキンググループ

日 時：11月20日～11月21日

テーマ：阿南駅前商店街活性化WG（14名）、加茂谷地区活性化WG（7名）
薬王寺門前町商店街活性化WG（5名）



○モニターツアーによるテストマーケティング

日 時：11月22日～11月23日

場 所：ファガスの森 ～絶景とグルメを堪能するファガスの森ツアー～

参加者：11名（首都圏を中心とする県外者）



○WEBプロモーション

内 容：観光局HPのSEO対策（検索エンジン最適化＝検索上位化）

写真・動画を活用したWEBプロモーション



○「安全・安心」癒やしのミレニアル女子旅（定員12名）

四国の右下ファン拡大に向け「ミレニアル女子（20歳代前半～30歳代後半）」をターゲットに、Withコロナ時代におけるコロナ感染症拡大防止に対応した「個室型大型バス（12名乗り）」を活用するとともに、ミレニアル女子が求める「安全・安心、癒し・リラックス、体験」をテーマとした旅行商品として試験的に造成・販売を実施

期 間：12月11日～12月12日
1月26日～1月27日
申込数：10組／23名



○「少人数・小型バス貸切」県内外国人モニターツアー

Withコロナ時代において、「安全・安心」な旅行スタイルを確立を目指し、旅行者アンケートで一定数の要望があった「小型バス貸切ツアー」の試験的造成・販売を実施

期 間：2月19日～2月20日
申込数：6組／9名（2名当日キャンセル）



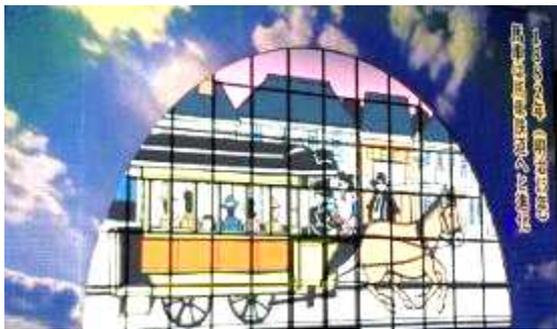
(4) DMV開発ストーリーと未来を考える滞在型エリア周遊コンテンツ開発事業
(誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証調査) 【国補助】

- 「世界初のDMV本格運行開始」という千載一遇のビッグチャンスを最大限に活かし、地域全体でDMVの認知拡大を図るとともに、DMVを核とした観光誘客を一層推進するための滞在型コンテンツ開発を実施

- 宍喰駅周辺「ナイトタイム周遊コンテンツ」開発
(開催期間：1月9日～1月31日までの各週末の土日開催)

① 宍喰駅プロジェクションマッピング

世界初となる車と列車のハイブリッドな乗り物であるDMVをテーマに、右下エリア内での宿泊を伴う滞在交流型観光を推進するため、宍喰駅舎を活用したプロジェクションマッピングを実施



② ダンジリ・竹灯り和風イルミネーション

宍喰駅周辺で観光客が滞在できる空間を創出するため、近隣の八坂神社において、地域の祭り文化として継承されている「ダンジリ」と新たな芸術として注目されている「竹灯り」を融合した和風イルミネーションを実施



③ オリジナル打上花火作り・見学体験

右下エリアにおける滞在客（宿泊客）拡大を目指し、昼間のオリジナルデザイン花火作り体験と、宿泊に合わせた夜の打上見学体験を組み合わせることで宿泊プランを試験的に造成



○穴喰駅周辺フラワーパークプロジェクト

日中に観光客が滞在できる空間を創出するとともに、地域での機運醸成を図るため、穴喰駅周辺の農地を活用し、地域の子供達などと一体となって種まきをするなど、季節ごとの花を咲かせるフラワーパークを造成



○世界初！DMV乗車体験&ナイトタイムコンテンツ周遊モニターツアー

地元宿泊事業者と連携し、特産品の伊勢エビを活用した宿泊料理プランを造成するとともに、穴喰駅周辺「ナイトタイム周遊コンテンツ」や「フラワーパークプロジェクト」を組み合わせたモニターツアーを実施



(5) 鉄道女子DMVモニターツアー企画造成・販売業務【県・海陽町委託】

- 関西圏の鉄道女子をターゲットとし、DMVツアーを女性に訴求する魅力ある観光コンテンツとして磨き上げることを目的に、アンケート調査等を実施するためのモニターツアーを開催



(6) 阿佐海岸鉄道DMV沿線マップ作成事業【県・沿線市町村・宝くじ協議会補助】

- DMVを核とした観光誘客を推進するため、DMVの開発経緯、沿線の観光情報、空港・JR等からのアクセスなど、これらの情報が一体的に整理されたDMV沿線マップを製作



(参考) DMVを核とした観光地域づくり事業【あさチェン推進会議実施：県委託】

○DMVオンラインモニターツアー（吉本興業(株)と連携）

期 間：1月31日、2月12日、2月26日
 申込数：45名（各回15名ずつ）

○商品開発への事業者支援

有限会社 山田宝来堂：DMVモナカ
 株式会社 丸本：DMVレトルトカラー
 株式会社 トータス：DMV 藍染めマスク



3. 体験型旅行の誘致、受入体制整備【国補助】

(1) おもてなしカアップ・受入体制促進事業

●訪日外国人などを「おもてなしの心」を持ってお迎えする機運を醸成するとともに、滞在時（キャッシュレス化の促進・多言語表示等）の利便性を高めていくため受入体制を整備

○宿泊事業者向け「おもてなしセミナー」の開催（新型コロナウイルス感染症対応）

日 時：令和2年9月10日

参加者：23名

講 演：感染が疑われる宿泊者・接触対応した従業員への対応

新型コロナウイルス感染症対策（外国人・ミレニアル旅行者対応）

○おもてなしオンラインセミナー

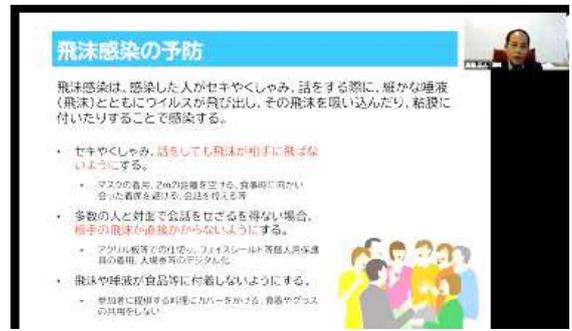
期 間：2月26日

申込数：26名

講 演：インバウンド最新動向とやっておくべき受入環境整備（キャッシュレス）

Withコロナ期に注目すべきターゲット「ミレニアル世代」へのアプローチ

新型コロナ感染症対策の考え方、場面ごとの感染リスクとその対策



○外国人旅行者おもてなしマニュアル・指さしシートの作成

制作物：おもてなしマニュアル 150部

指さしシート（4言語）150部

※会員の宿泊事業者・飲食事業者等へ配布済み



ようこそお越しくださいました



(2) 外国人向け滞在型コンテンツ造成等事業

- 地域の特色ある観光資源を最大限に活用した「外国人にとって関心・魅力ある」滞在型コンテンツを造成することにより、四国の右下エリア内における周遊を促進し訪日外国人（国内・県内在住外国人含む）の滞在時間の延長及び宿泊の増加を目指した日帰りモニターツアーを開催

実施日：8月27日（那賀町コース）：アメリカ、ドイツの2名
 12月16日（那賀町・阿南市コース）：ロシア、オーストラリア、韓国、メキシコの4名
 12月18日（阿南市・牟岐町コース）：ロシア、アメリカ、韓国、メキシコの4名



(3) 訪日外国人安全管理促進事業

- 訪日外国人が四国の右下エリア内に宿泊または滞在している際に、自然災害等への情報提供や火災・急患・急病などのトラブル発生時に適切に対応するなど、訪日外国人の安全管理向上を図るための「基本的対応マニュアル」を作成

制作物：災害時「安全・安心」マニュアル 70部
 外国人向け防災マップ 3,000部

※右下管内（マップは美波町内のみ）の関係事業者等へ配布済み

HAZARD MAP for EVACUATION from Tsunami HIWASA Area

凡例

- 津波時の避難先(Community refuge area)
- 緊急避難場所(Evacuation place)
- 緊急避難場所(禁止区域)
- 避難口標記
- 津波影響開始時間
- 津波水位
- 避難経路の危険がある範囲
- 標高(m)
- 津波災害想定区域
- 津波水位

緊急連絡先

- 火事・救急 119
- 警察 110
- 海上の事故・事件 118

Japan Visitor Hotline

24時間 050-3816-2787

美波町の防災・減災に特化したスマホアプリ「美波町防災ナビ」

町内で発生が想定される様々な災害に対し、速やかに避難行動を行うことにより、二次被害等を防止する目的で作られたアプリです。また、半島における津波緊急避難場所や津波避難マップ・避難経路・緊急避難マップなどを掲載することです。災害に強い町づくりのために、多くの方にご利用いただきたく思います。

(4) 四国の右下観光局ローカルアンバサダーの委嘱

● 四国の「右下エリア」の隠れた観光情報（自然・旬の食・文化・イベント等）を地域に密着している住民目線で、四国の右下観光局がアカウントを取得した SNS 『Instagram』 や 『Facebook』 にて発信

- 1市4町から1名ずつ、計5名を委嘱（10月28日）
 - ・ 四国の右下エリアの1市4町に在住であること。
 - ・ 18才以上(高校生不可)であること。
 - ・ スマートフォンを所持し、操作できること。
 - ・ 氏名(実名)を公表できること。
 - ・ 月4回以上の投稿ができること。

※報酬として、四季折々の特産品を年4回（1回5千円程度）支給する。

○ 配信実績（11月～3月）

【Instagram】 投稿総件数：67件リーチ総数：45,221件（AV：674件）
いいね件数：8,956件（AV：133件）

【Facebook】 投稿総件数：57件リーチ総数：16,510件（AV：290件）
エンゲージメント件数：3,157件（AV：55件）



4. 特産品の開発・販売

(1) ネットショップ運営

○販売実績

・アワビ・サザエ	25件	169,610円
・伊勢エビ	7件	73,700円
・その他特産品	4件	16,992円

合計 36件 226,442円



(2) DMV用を控えた商品の開発促進・PR

(予算項目：特産品を利用した宿泊ツアー造成)
(予算項目：新しい味覚プロジェクト)

○DMV関連予算内で執行

- ・世界初！DMV乗車体験&ナイトタイムコンテンツ周遊モニターツアー
- ・DMVオンラインモニターツアー（吉本興業(株)と連携）
- ・商品開発への事業者支援（DMVモナカ、DMVカレー等）

(3) 「四国の右下」ロードライド魅力発信キャンペーン【実行委員会委託事業】

- 「四国の右下」ロードライドイベントの認知度向上と県南へのサイクリストの平時誘客を促進するため、「大会公式Twitter」を活用し、「四国の右下」の特産品を商品とした「拡散キャンペーン（当選者50名）」を実施



5. 広域観光振興事業の実施

(1) 情報発信戦略：デジタルマーケティングの効果的運用

● デジタルマーケティング等の科学的アプローチに基づいた「観光資源の磨き上げ」や「ブランディング」など、効果的な情報発信、広報・プロモーション等を実施

○ 四国の右下「マイカープラン」広告配信

- ・ Google リスティング広告 (12月～1月)
- ・ インスタグラム広告配信 (1月～2月)



instagram

合計 表示回数・クリック率

合計	開始日	表示回数 (IMP)	クリック数 (CT)	クリック率 (CTR)	クリック単価 (CPC)	1000imp単価 (CPM)	ご利用金額 (COST)
	2020/12/23	77,146	1,235	1.60%	¥ 244	¥ 3,914	¥ 301,942

男女別 表示回数・クリック率

男女	CT	CTR	CPC	CPM	COST	CV	CVR
男性	513	1.07%	¥ 257	¥ 2,746	¥ 131,648	0	0.00%
女性	719	2.47%	¥ 235	¥ 5,828	¥ 169,324	0	0.00%
未設定	3	2.03%	¥ 323	¥ 6,554	¥ 970	0	0.00%

年齢別 表示回数・クリック率

年齢	CT	CTR	CPC	CPM	COST	CV	CVR
13～17 歳	0	0.00%	-	¥ -	¥ -	0	-
18～24 歳	16	1.17%	¥ 169	¥ 1,984	¥ 2,710	0	0.00%
25～34 歳	135	1.04%	¥ 245	¥ 2,535	¥ 33,044	0	0.00%
35～44 歳	376	1.58%	¥ 244	¥ 3,865	¥ 91,786	0	0.00%
45～54 歳	449	1.73%	¥ 248	¥ 4,283	¥ 111,334	0	0.00%
55～64 歳	221	2.05%	¥ 242	¥ 4,957	¥ 53,400	0	0.00%
65歳以上	38	1.70%	¥ 254	¥ 4,337	¥ 9,668	0	0.00%

(2) 情報発信戦略：SNSを活用した広告宣伝

○ トラベル・インフルエンサーの委嘱
(映像コンテンツを活用した魅力発信・情報発信)

委嘱日：11月16日

被委嘱者：大坂のどか (阿南市在住)

※芸能活動歴・TVとくしまキャスター歴

出演回数：11回

※みぎアゲTV = 7本

※マイカープラン紹介動画 = 4本



○「みぎアゲTV」YouTube動画配信（7月～3月）

- ・動画投稿本数 : 35本
- ・視聴回数 : 87,946回
- ・チャンネル登録者数 : 605人
- ・グッドボタン数 : 1,948数



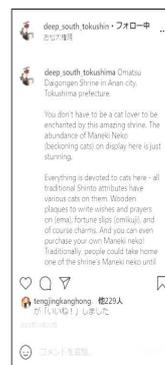
○マイカープラン紹介動画（R3年：夏のマイカープラン商品化時に配信予定）

- ・制作本数：26本



○Deep South Tokushima, Japan（外国人向けフェイスブック・インスタグラム）

- ・投稿本数：11本（フォロワー数：Facebook=264人、Instagram=971人）



(3) 情報発信戦略：その他情報発信・広告宣伝（DMVグッズ）

○購入・販売実績（道の駅、県庁内生協、あるとよ徳島等にて販売・PR）

・プチぷるぷる（3色）	：仕入数=3,000個	販売数=2,502個
・タンブラー・ボトル	：仕入数= 334個	販売数= 148個
・クリアファイル（2種類）	：仕入数= 500個	販売数= 400個
・プリントTシャツ（5色）	：仕入数= 100枚	販売数= 57枚
・手袋	：仕入数= 200個	販売数= 123個
・トートバッグ（4色）	：仕入数= 40個	販売数= 32個



(4) 情報発信戦略：ホームページの内容充実

○2（2）のWEBプロモーションに記載のとおり

登録DMOとしてのKPI達成状況

- 「四国の右下観光局」評価会議等による外部評価を実施し、PDCAサイクルにおけるKPI（重要業績評価指標）の数値化と達成状況の検証
- KPI（重要業績評価指標）の達成状況
 - ・別添資料「2020年重要業績評価指標（KPI）等の達成状況について」を参照
- 評価会議の開催状況
 - ・令和2年度は、コロナ感染拡大の状況や評価会議の組織見直しの作業等もあり未実施（令和3年度に令和元年・2年分を合わせて開催予定）