

措置状況一覧表

平成24年度監査テーマ：観光及びこれに関連する事業について

報告書 ページ	項目	指摘及び意見	講じた措置等	措置状況
16-21	とくしまロケーション・ブランド発信事業	<p>本事業の必要性は認められるが、本事業の観光戦略における位置付けについて再検討するとともに、その効果を最大限に発揮するために、他の事業との提携についても検討すべきである。(意見)</p>	<p>本事業は、ロケ隊の本県への宿泊などの「直接的効果」や映像に取り上げられることによるイメージの向上などによる「観光集客効果」などの役割を観光振興分野において担っている。</p> <p>また、メディアを活用した本県の魅力発信をより効果的なものとするため、平成24年度から農林水産部のメディア戦略推進チームに参画するなど、他部局との連携を図っている。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>本事業は、ロケ隊の本県への宿泊などの「直接的効果」や映像に取り上げられることによるイメージの向上などによる「観光集客効果」などの役割を観光振興分野において担っている。</p> <p>また、メディアを活用した本県の魅力発信をより効果的なものとするため、さらに、平成26年度には全庁部局横断的に国内外への本県の魅力発信に取り組む「対外発信戦略統括本部」へ参画するなど、他部局との連携を図っている。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
		<p>仮に、事業の性質上、委託者の能力等が重要な考慮要素になるとしても、たとえば、プロポーザル方式によって受託者を選定するなど、できる限り多様な事業者の参加を求めて本事業を活性化すべきである。(意見)</p>	<p>ロケーションサービスを運営するにあたっては、短期的でなく、長期的な形で「徳島県の顔」としての窓口を設置することが映像制作会社との継続的な関係を醸成し、「ワンストップサービス」で情報発信するために重要である。また、特定非営利活動法人ジャパンフィルムコミッションの認定要件の一つに非営利公的機関であることが記載されていることから、徳島県観光協会を委託先として選定している。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>徳島県観光協会が継続的な窓口として積極的に取り組みを重ねてきたことにより、全国ネットの番組製作会社との関係を築くことができ、PR効果が高い大手民放キー局の大型チャリティー番組企画を本県に誘致するなどの成果が出てい</p>	――

	る。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	
今後は、単に報告書を受けるだけでなく、事業の内容についても、十分なチェック、見直しを行うように努めるべきである。(意見)	平成25年度以降、ロケ、ロケハンなどに可能な限り同行し、制作会社やエキストラ等からアンケートや意見聴取を行い、事業のチェック等を実施する。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	ロケ、ロケハンなどには可能な限り同行するとともに、制作会社やエキストラ等から意見聴取を実施し、平成25年度には、ロケハンから撮影まで、効率的に計画を立てられるようロケ地写真の情報収集・整理を行い、徳島県ロケーションサービスホームページの写真ライブラリーに、グーグルマップを活用した地図情報を追加掲載するなど意見を事業内容に反映し改善を図っている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
本事業の参加者には、ロケ撮影を行う撮影関係者、エキストラその他の形でロケ撮影をサポートする県民・県内事業者が存在する。今後の事業展開の参考にするためにも、アンケートその他の手段によって、これらの参加者から積極的に意見を聴取する仕組みを構築すべきである。(意見)	より良い情報発信、ロケーション支援ができるよう、平成25年度以降、ロケ、ロケハンなどに可能な限り同行し、制作会社やエキストラ等からアンケートや意見聴取を行う。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	ロケ、ロケハンなどには可能な限り同行するとともに、制作会社やエキストラ等から意見聴取を行っており、意見聴取での要望などについて関係部局へも情報提供し、時期ごとのおすすめロケ地一覧について、徳島県の絶景からご当地グルメまで1年を通して旬の時期が一目でわかる徳島県のロケナビカレンダーが作成されるなどの効果がでてきている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
単にロケの件数のみならず、ロケの内容、影響等をも考慮した上で、本事業の実績を検証する必要がある。また、本事業によって、どの程度の経済効果が見込まれるのか、それが投じた費用に見合うものであるか、仮に、見合うものといえない場合、今後の事業展開はいかにあるべきか等、費用対効果の測定とこれに基づく事業の見直しを定期的にも実施すべきである。(意見)	本事業の実績は、映画であれば「入場者数」「ロケ隊の宿泊者数」などで効果を測定することは可能であるが、例えば「テレビコマーシャル」などの映像作品では、必ずしも効果を数値化できない面がある。 また、映画などは、撮影から公開まで、最低でも半年以上の期間があり、ロケ支援を行った時期と、効果が測定できる時期にズレが生じる場合が多い。 このため、効果を予測し、ロケ支援に優先順位を付けるにしても、予測できない反響も考えられることから、依頼のあるロケに関しては出来る限り支援を行うことが、長期的には有益であると考えている。なお、映画等の公開後の反響等も事業展開していく上での参考とする。(観光政策課)	措置済み

			【平成25年8月末時点】	
			小規模予算の映画であっても、完成後海外の映画祭などで受賞し高い評価を得たり、当初予定していた公開規模が拡大されるなど、ロケ支援実施段階においては、予測できなかった大きな反響・効果が生じている事例も生まれてきている。 今後とも、作品の大小に関わらず、可能な限り支援の実施を行っていく。(観光政策課)	——
			【平成27年3月末時点】	
22-28	徳島県物産観光交流プラザ運営事業	本事業には、支出金額に見合った事業報告がなされているといえるか疑問があるため、今後は、事業内容について、課題の発見や後日の検証可能性という観点も考慮した、より詳細な報告を事業完了報告書にも記載させるべきである。(意見)	これまでも事業推進にあたって適宜、詳細な報告がなされていたが、委託契約の事業完了報告書に添付できていないものもあったため、指摘を受け、各月の売上額や購入客数や販売状況についての分析結果を添付するなど、平成24年度の事業実績報告についての充実を図った。(観光政策課)	措置済み
			【平成25年8月末時点】	
			プラザに導入しているPOSシステムに基づき、月ごとの商品部門別の売上や過去の部門別売上推移などを比較・分析するとともに、出展業者へフィードバックすることにより、ユーザーのニーズを踏まえた商品開発や販売戦略を実施し、県産品の販売促進、販路拡大に繋げている。(観光政策課)	——
			【平成27年3月末時点】	
		委託先を介し、あるいは、委託先から適切な情報提供を受けた上で、徳島県自らが、ユーザーの購買動向に関する情報やニーズを収集し、これを分析して広く活用する仕組みを導入すべきである。(意見)	委託先からの情報提供については、県が推進する「とくしま県産品振興戦略」の中の市場調査に関するデータとして活用し、今後の県産品振興施策を推進するにあたって具体的に活かしていくとともに、広く県民にも周知を図るため、平成25年5月には物産協会ホームページにて、平成24年度の売上動向等を掲載するなど、積極的に公開をしていくこととした。(観光政策課)	措置済み
			【平成25年8月末時点】	
			委託先からの情報提供については、県が推進する「とくしま県産品振興戦略」の中の市場調査に関するデータとして活用し、今後の県産品振興施策を推進するにあたって具体的に活かしていくとともに、広く県民にも周知を図るため、平成25年度から、ホームページや書面で前年度の売上動向等を公開している。こうした情報を活用し、閲覧した業者による商品開発や、物産展やイベントへの売れ筋商品の出展など、ユーザーのニーズを踏まえた販売戦略に繋がっている。(観光政策課)	——
			【平成27年3月末時点】	

		<p>本事業については、運営の公平性を確保しつつ、展示商品の販促及びPR活動を積極的に展開するという観点から、委託先の選定ないし委託先との契約内容等を見直し、さらなる改善について検討を行うべきである。(指摘)</p>	<p>徳島県物産協会は食品や工芸品など幅広い分野の県産品関係事業者が加盟し、現在も会員数は増加している。平成25年4月に公益社団法人に移行し、販売所として直接商品販売を行うほか、マーケティングや商品開発、県外バイヤーへの商談会など、県産品振興のための取り組みを地道に推進している県内唯一の公的団体である。今後は運営の公平性をより確保するため、会員以外の商品の展示販売についても幅広く募集を行い、さらに積極的に対応するとともに、契約内容については必要性、費用対効果などを十分に考慮し、公正性を確保する。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成25年度以降、運営の公平性をより確保するため、市町村や商工関係団体への出展者募集依頼や、年4回発行の「協会だより」での募集を行うなど、会員以外の商品についても、幅広く募集を行うとともに、「お試し展示販売コーナー」をはじめとしたプラザでの企画展で幅広い商品販売を展開し、販売方法に関するアドバイスやユーザーからの声のフィードバック、販売方法に関するアドバイス等を行っている。契約内容については必要性、費用対効果などを十分に考慮し、公正性を確保しつつ、今後はより大きな費用対効果が得られるよう内容を充実していく。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
29-41	新鮮とくしまブランド戦略対策事業	<p>できる限り他の事業と連携し、一目で徳島県が認定した徳島県産品と分かるような統一的な認定表示(とくしまブランドの統一化)を検討すべきである。(意見)</p>	<p>農林水産物については、「すだちくん」をあしらった「農林水産物統一ロゴマーク」により、県内外の消費者、流通業者等に一目で「徳島県産」と認識できる表示を実施している。また、平成25年7月には、本四高速全国共通料金導入に向けた徳島県のPRのための新しい「キャッチコピー」と、「すだちくん」をモチーフにした新ロゴマークを作成した。今後、新キャッチコピー「おどる宝島!とくしま」を合い言葉に、新ロゴマークを、本県の魅力を全国に力強く発信する旗印として全庁的にあらゆる場面で活用する。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>農林水産物については、「すだちくん」をあしらった「農林水産物統一ロゴマーク」により、県内外の消費者、流通業者等に一目で「徳島県産」と認識できる表示を実施している。また、平成27年夏頃を目途に、現在「選りすぐりの県産品」として商工労働部で認定している加工品の「特選阿波の逸品」と、農林水産部で登録している一次産品の「とくしま特選ブランド」について、両部が連携して新たな特選ブランドとして統一し、優れた県産品として一体的に情報発信する。</p>	――

	(もうかるブランド推進課) 【平成27年3月末時点】	
名称やキャッチフレーズについて、一般の消費者、県民等に分かりやすいある程度統一的な用語を使うなどして、より分かりやすい個別事業のPRを検討すべきである。(意見)	大消費地における情報発信拠点店舗として登録した「とくしまブランド協力店」等その名称については、県産農林水産物の消費拡大、認知度の向上に協力をいただく目的で、量販店やレストランから著名人、民間企業者、消費者、学生まで各分野に渡ってお願いしているため、それぞれ特徴的な呼称となっている。 今後は、できる限り一般消費者、県民に分かりやすい呼称となるよう、見直しや整理を行いながら更なるPRに努める。 (もうかるブランド推進課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	平成27年夏頃を目途に、現在「選りすぐりの県産品」として認定・登録している加工品の「特選阿波の逸品」と一次産品の「とくしま特選ブランド」を統合した新たな特選ブランドを構築することとしており、統一的な名称により分かりやすい県産品のPRを行う。(もうかるブランド推進課) 【平成27年3月末時点】	——
今後とも、「新鮮 なっ!とくしま」号を効果的に活用することにより、「とくしまブランド」のPR活動に貢献することが期待される。(意見)	今後においても、「新鮮 なっ!とくしま号」を活用し、物産・観光・文化等と「とくしまブランド」を一体的にPRし、「徳島まるごと」の情報発信を一層図る。(もうかるブランド推進課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	平成26年度は、量販店の店頭やイベント会場等に加え、徳島ヴォルティスのJ1昇格の機会を捉え、ホーム・アウェイ問わず可能な限り試合会場へ出動し、県産農林水産物の試食等PRを実施した。また、併せて阿波おどりの披露や物産販売等の観光物産PRを行って徳島の魅力をまるごと発信するなどにより、「新鮮 なっ!とくしま」号を効果的に活用したPRを実施した。(もうかるブランド推進課) 【平成27年3月末時点】	——
「飛び出す」ブランド産地育成事業にかかる補助金の交付につき、より具体的な報告を求めて補助金が効果的に支出されているかを検証し、かつ、毎年、的確な審査を行い、場合により新規性のある事業に集中的に補助金を交付するなど、メリハリのついた運営が求められる。(意見)	当該事業の実績については、具体的な取組みや成果の報告を求めるなど、これまで以上に、事業の効果検証を行い、メリハリのある事業実施に努める。また、補助金の交付にあたっては、ご意見を踏まえ、平成25年度の重点課題に取り組むため「野菜増産に向けた生産モデルの作成」をはじめ、新規性のある事業を盛り込んだ予算編成に努めた。(もうかるブランド推進課、経営推進課) 【平成25年8月末時点】	措置済み

	<p>補助金の効果的な執行のため、事業実績について各地区から中間報告を求め、その実績を他の地区に情報提供するなどにより、年度後半の事業効果を高めた。</p> <p>また、平成26年度の予算執行にあたっては、平成25年度末の実績と残された課題を求め、効果的な予算執行に努めた。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
<p>「とくしまブランド戦略会議」につき、具体的な数値目標の達成状況等にかかる各数値の意味、重要性、位置付け等を整理し、年1回の会議に留まらずに適宜、委員の意見を聴取し、「産地戦略会議」とも提携し、意見を交換しながら、より積極的な形で事業の実施状況を精査することが望まれる。(意見)</p>	<p>「とくしまブランド戦略会議」委員からの意見聴取のみならず、同戦略会議に「企画委員会」を設置し、年2回、具体的取組や数値目標の達成状況等を議論している。「とくしまブランド戦略会議・企画委員会」には、「産地戦略会議」の委員にも参画いただき、「産地戦略会議」との連携を図っている。</p> <p>今後においても、各数値目標、達成状況については、わかりやすい説明に努めるとともに、委員への事前の情報提供、運営方法の改善など、効率的な意見聴取や実施状況の精査に努める。</p> <p>また、「産地戦略会議」での意見がより一層、「とくしまブランド戦略会議」の議論に反映されるよう、連携を密にした運営を図っている。(もうかるブランド推進課、経営推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>「とくしまブランド戦略会議」での委員からの意見聴取のみならず、同会議に「企画委員会」を設置、平成26年度は8月に開催し、具体的取組や数値目標の達成状況等について議論した。</p> <p>各数値目標や達成状況については、わかりやすい説明に努めることはもとより、委員への事前の情報提供や運営方法の改善などにより、効率的な意見聴取や実施状況の精査が図られた。</p> <p>また、「産地戦略会議」委員に「企画委員会」へ参画いただくことで連携を図るとともに、「産地戦略会議」での意見がより一層「とくしまブランド戦略会議」の議論に反映されるよう、連携を密にした運営により、「とくしまブランド戦略会議」における議論の充実を図った。(もうかるブランド推進課、経営推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
<p>「産地戦略会議」につき、「とくしまブランド戦略会議」とも提携し、意見を交換しながら、より活発な検討・検証、意見交換がなされるように工夫すべきである。(意見)</p>	<p>産地には、県、市町村、生産者団体等と共同で県内11ブロック毎に、「産地戦略会議」を設置し、品目毎に具体的な振興方策を定める「産地改造計画」を策定し、その実施を支援している。</p>	措置済み

		<p>「とくしまブランド戦略会議」委員からの意見聴取のみならず、同戦略会議に「企画委員会」を設置し、年2回、具体的取組や数値目標の達成状況等を議論している。「とくしまブランド戦略会議・企画委員会」には、「産地戦略会議」の委員にも参画いただき、「産地戦略会議」との連携を図っている。</p> <p>また、「産地戦略会議」の構成員である県の担当者が、活発に意見交換することで、「産地戦略会議」での意見が、より一層「とくしまブランド戦略会議」の議論に反映されるよう、連携を密にした運営を図っている。(もうかるブランド推進課，経営推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	
		<p>産地には、県，市町村，生産者団体等と共同で県内11ブロック毎に、「産地戦略会議」を設置し、品目毎に具体的な振興方策を定める「産地改造計画」を策定し、その実施を支援している。</p> <p>「とくしまブランド戦略会議」委員からの意見聴取のみならず、同戦略会議に「企画委員会」を設置、平成26年度は8月に開催し、具体的取組や数値目標の達成状況等を議論した。同企画委員会には、「産地戦略会議」の委員にも参画いただき、「産地戦略会議」との連携を図っている。</p> <p>また、「産地戦略会議」の構成員である県の担当者が、活発に意見交換することで、「産地戦略会議」での意見が、より一層「とくしまブランド戦略会議」の議論に反映されるよう、連携を密にした運営を図っている。(もうかるブランド推進課，経営推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	———
	<p>「新鮮 なっ！とくしま」号につき、報告書の作成，アンケート調査等が実施され、それを踏まえた改善が図られるなど、一定のチェック，報告体制が確立し、実効性を上げているものと評価できるので、今後、より良い運営を目指すとともに、他の事業にもそのノウハウを活かすべきである。(意見)</p>	<p>イベント会場における消費者の反応やニーズを記録し、「新鮮 なっ！とくしま号」イベントの改善や農林水産物の販売促進活動に反映させるなど、より良い運営に努める。</p> <p>また、当該事業の実施で得たノウハウについては、全庁的な共有を行い、他の事業にも活かせるよう努める。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
		<p>イベント会場における消費者の反応やニーズを記録し、「新鮮 なっ！とくしま」号イベントの改善や農林水産物の販売促進活動に反映させるなど、より良い運営に努めた。</p> <p>また、当該事業の実施で得たノウハウについては、にぎわいつくり課や観光政策課など、PR等イベントを実施する庁内組織で共有することにより、県実施事業の質の向上と円滑な運営に活かした。(もうかるブランド推進課)</p>	———

		【平成27年3月末時点】	
「美味しいよ！とくしまブランド店」につき、未だ知名度が高いとまではいえないので、効果的な広告宣伝の方法などを工夫する必要がある。（意見）	<p>今後は、平成25年3月に策定した「農林水産物メディア戦略」に基づき、県ホームページ「新鮮 なっ！とくしま通信」での紹介のみならず、マスコミ、SNS等を活用した大都市圏への積極的な情報発信を行う。（もうかるブランド推進課）</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み	
	<p>県ホームページ「おどる宝島 なっ！とくしま」での紹介のみならず、マスコミ、SNS等を活用した大都市圏への積極的な情報発信を行うとともに、店内に小型デジタルサイネージを設置し、産地PR動画をはじめ、本県の観光や文化も併せて発信するなど店舗の魅力づくりにも協力している。（もうかるブランド推進課）</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——	
「ブランド応援隊」活用事業につき、「すだちくん」は、その広告宣伝効果は大きいと思われるが、経済効果等を勘案し、より一層積極的に、県産農林水産物の広告宣伝に活用すべきである。「とくしまブランド特使」、「なっ！とくしまソムリエ」についても、一定の活用がなされているものの、より一層の活用が期待される。（意見）	<p>「すだちくん」については、平成25年4月からスタートしたデザイン使用の無料化や着ぐるみ貸出のみならず、動きやすい着ぐるみの開発、テーマソングとダンスの作成など新たなプロモーションを推進しており、「すだちくん」をモチーフにした新ロゴマークも活用し、県産農林水産物をはじめとする徳島県のPRを積極的に展開している。</p> <p>また、「とくしまブランド特使」「なっ！とくしまソムリエ」についても、人気TV番組に出演いただいたり、東京・大阪など大都市圏における商談会はもとより、消費地における各種PRイベントへの積極的な協力をこれまで以上に依頼する。（もうかるブランド推進課）</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み	
	<p>「すだちくん」については、徳島の優れた食材や阿波おどり、J1徳島ヴォルティスとの組み合わせにより、「とくしま」の魅力在全国に発信した。</p> <p>また、「とくしまブランド特使」、「なっ！とくしまソムリエ」についても、TV出演等により県産農林水産物のPRをしていただくとともに、東京、大阪での「まるごと商談会をはじめ、消費地における各種PRイベントへの積極的な出演や協力をいただいている。（もうかるブランド推進課）</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——	
「新鮮 なっ！とくしま大使」、「とくしまブランド・クチコミ応援隊」は、未だ十分な活用ができておらず、より積極的な活用が期待される。（意見）	<p>「新鮮 なっ！とくしま大使」は、県内外のイベントはもとより、その人脈を活かして販路拡大に協力いただいている。「とくしまブランド・クチコミ応援隊」には、ブログ等で県産農林水産物の魅力を発信していただいている。今後も、一</p>	措置済み	

	<p>層，県からメルマガで県産農林水産物の旬の情報を提供するなどして，ブランド応援隊として積極的に活躍いただけるよう努める。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	
	<p>「新鮮 なっ！とくしま大使」は，県内外のイベントはもとより，その人脈を活かして県産農林水産物の販路拡大につながるPRを行っていただいた。</p> <p>「とくしまブランド・クチコミ応援隊」には，県からメルマガを通じ県産農林水産物の旬の情報を提供するなどにより，ブランド応援隊として積極的に活躍いただけるよう促し，ブログ等で県産農林水産物の魅力を発信していただいた。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
<p>ブランド品目，ブランド育成品目，地域育成品目，とくしま特選ブランドにつき，消費者から直接，意見を聴取し，かつ，市場関係者に対する継続的なアンケート等の実施も検討すべきである。(意見)</p>	<p>消費者の意見については，「新鮮 なっ！とくしま」号による「徳島フェア」の開催を通じ，「ブランド品目」等に対する意見を聴取している。また，県ホームページ「新鮮 なっ！とくしま通信」上で，年4回程度実施している「プレゼントキャンペーン」において，県産品に関するアンケート調査も実施している。</p> <p>さらに，市場関係者の意見については，東京，大阪両本部において，卸売会社との意見交換を通じ，日常的に直接聴取している。</p> <p>今後も引き続き，消費者，市場関係者の意見を，より一層継続的に聴取する。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>消費者の意見については，「新鮮 なっ！とくしま」号による「徳島フェア」の開催を通じ，「ブランド品目」等に対する意見を聴取した。</p> <p>また，県ホームページ「新鮮 なっ！とくしま通信」上で「プレゼントキャンペーン」として県産品に関するアンケート調査を実施しており，平成26年度は3回実施，にんじん，すだち，鳴門わかめについての消費者データを得た。</p> <p>さらに，市場関係者の意見については，東京，大阪両本部において，卸売会社との意見交換を通じ，日常的に直接聴取を行い，販売活動等に活用した。(もうかるブランド推進課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
<p>本事業は，相当の実績を上げているが，実績を活かして，具体的な成果にどのように結びつけていくかにつき，これまで以上に検討すべきである。(意見)</p>	<p>「とくしまブランド戦略会議」において，「生産者」，「流通業者」，「消費者」等の代表委員から幅広い意見や評価をいただき，戦略目標である「もうかる農林水産業の実現」につながるよう，さらなる検討を行う。(もうかるブランド推進</p>	措置済み

			課) 【平成25年8月末時点】	
			「とくしまブランド戦略会議」において、「生産者」、「流通業者」、「消費者」等の代表委員から幅広い意見や評価をいただき、戦略目標である「もうかる農林水産業の実現」につながるよう検討を行っている。 また、現戦略は、平成26年度、最終年度を迎えていることから、次期戦略において、世界に通じる日本のトップブランドとして確固たる地位の確立を図るための新たな取組みを展開する。(もうかるブランド推進課) 【平成27年3月末時点】	——
42-45	みんないっしょに外国人観光客事業	効果測定が困難な事業については、当該事業を実施した理由や戦略上の位置付けが明確にされる必要があり、今後は、それらについてより慎重な検討がなされるべきである。(意見)	今後とも、各種事業の着手にあたっては、目的や戦略上の位置付け、期待される効果等を検討し、外国人観光誘客の推進を図っていく。(国際戦略課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			最近の円安傾向やLCC路線の充実に加え、本県が国に政策提言を行ってきた東南アジア諸国のビザ緩和、消費税免税制度の拡充が実現するなど、訪日観光に対する追い風が吹く中、訪日観光への関心分野や旅行形態、目的は、国や地域により異なるため、多言語パンフレットやDVD、フェイスブックを活用した情報発信、民間事業者と連携した海外プロモーションなど、様々なコンテンツや手法を組み合わせ、国、地域の特性に合わせた効果的な事業実施に努めている。 こうした官民を挙げた取組が功を奏し、本県を訪れる外国人観光客は増加しており、今後とも、各種事業の着手にあたっては、目的や戦略上の位置付け、期待される効果等を検討し、外国人観光誘客の推進を図っていく。(国際戦略課) 【平成27年3月末時点】	——
		本事業の成果物については、日中関係悪化によるイベントの中止等マイナス要因はあるものの、現在の状況下でなお活用の余地がないか、検討されることが望ましい。(意見)	本事業で実施した中国でのTV番組の作成において、中国全土での本放送、再放送のみならず成果品としてDVDを作成している。 平成24年度は尖閣諸島問題に端を発する日中関係の悪化により、当初、この成果品の活用を予定していたイベントが中止になるという状況であったが、今後、日中情勢を注視しつつ、観光PRを行う場合は各種の観光動画ツールを比較考慮した上、場面に応じて活用を図っていく。(国際戦略課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			本事業で実施した中国でのTV番組の作成において、中国全土での本放送、再放送のみならず成果品としてDVDを作	——

		<p>成している。</p> <p>このDVDは、海外での様々なイベントで、他の観光動画ツール等と組み合わせながら活用している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成25年5月 citysuperでの四国フェア(中国・上海市) ・平成25年6月 高島屋での日本フェア(中国・上海市) ・平成25年8月 上海新国際博覧中心での日本精品展(中国・上海市) ・平成27年3月 サクラ祭り(中国・無錫市) <p>(国際戦略課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	
	<p>複数の候補者の中から競争的手法により委託先を選定することが望ましく、仮に、本事業のような内容でも担い手が一者しか存在しないのであれば、そのこと自体が由々しき事態である。よって、かかる事態を早急に解消すべく、事業の担い手の育成等、事態解消に向けた方策について検討し着手すべきである。(意見)</p>	<p>本事業は、平成23年度に四国運輸局、四国ツーリズム創造機構、四国4県の観光協会等が連携し、四国4県の魅力を紹介するTV番組を作成し、中国全土に放映したものである。</p> <p>本事業は、上記のように四国の各県の観光協会等が連携して実施する事業であったこと、さらに、(財)徳島県観光協会は、これまで、海外からの旅行会社、メディアの招へい及びアテンド、海外誘客活動など豊富な実績を有していることから地方自治法及び地方自治法施行令に定める随意契約を行ったものである。</p> <p>(財)徳島県観光協会は、本県の観光宣伝紹介、国内外からの観光客の誘致促進等を目的に設立された財団法人(平成25年4月から一般財団法人に移行)であり、県が最大の出資者となっていることから、県が当協会と同様の事業者を育成することは困難であるが、今後、民間から主体的に本県全体の観光宣伝、観光誘客活動等を実施する事業者が現れることについては、本県の観光振興に資するものである。(国際戦略課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
		<p>本事業は、平成23年度に四国運輸局、四国ツーリズム創造機構、四国4県の観光協会等が連携し、四国4県の魅力を紹介するTV番組を作成し、中国全土に放映したものである。</p> <p>本事業は、上記のように四国の各県の観光協会等が連携して実施する事業であったこと、さらに、(財)徳島県観光協会は、これまで、海外からの旅行会社、メディアの招へい及びアテンド、海外誘客活動など豊富な実績を有していることから地方自治法及び地方自治法施行令に定める随意契約を行ったものである。</p> <p>(財)徳島県観光協会は、本県の観光宣伝紹介、国内外からの観光客の誘致促進等を目的に設立された財団法人(平成25年4月から一般財団法人に移行)であり、県が最大の出資者となっていることから、県が当協会と同様の事業者を育成することは困難であるが、この事業に限らず、委託事業の内</p>	――

			<p>容によっては、旅行会社や印刷会社、インターネット関係事業者、翻訳会社など、様々な事業者に委託を行っている。(国際戦略課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	
46-50	徳島阿波おどり空港国際線就航促進事業	<p>定期チャーター便等を利用した国際観光の推進に当たっては、特定地域、路線に偏重せず、むしろ、複数の地域に目を向けた多面的な事業を展開すべきであり、かかる観点から、必要に応じて戦略や基本方針の立て直し(変更)にも着手すべきである。(意見)</p>	<p>平成25年度から東アジアのみならず東南アジアをも重点地域とする新たな「とくしまグローバル戦略」を展開しており、エアポートセールスをはじめ、各国・地域の旅行需要に応じた外国人観光誘客の取組みを進めている。</p> <p>その成果のひとつとして、平成25年7月17日から8月30日まで計12往復の香港からの国際チャーター便の誘致に成功したところである。(国際戦略課、交通戦略課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成25年度から東アジアのみならず東南アジアをも重点地域とする新たな「とくしまグローバル戦略」を展開しており、エアポートセールスをはじめ、各国・地域の旅行需要に応じた外国人観光誘客の取組みを進めている。</p> <p>その成果のひとつとして、平成25年7月17日から8月30日まで計12往復の香港からの国際チャーター便の誘致に成功したところである。</p> <p>また、徳島阿波おどり空港は、平成26年3月から東京便が1日12往復と充実していることから、羽田空港から入国した外国人観光客の誘致について、国内線(羽田-徳島)のアクセスを活用したPRにも取り組んでいる。(国際戦略課、交通戦略課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
		<p>今後、新たな路線や定期便、ツアーを誘致するにあたり補助を行う場合には、より良い補助制度とするために、補助金交付の基準が明確かつ合理的なものとなるようにすべきである。(指摘)</p>	<p>平成24年4月1日施行の現行の要領においては、チャーター便の搭乗及び県内での宿泊を証明する書類を添えた実績報告書の提出を受け、審査した上で助成金の額を確定し、交付することとしており、基準を明確かつ合理的なものとしている。</p> <p>こうした手続きにより、平成25年7月17日から8月30日までの香港からの国際チャーター便についても助成金の交付を行うこととしている。(交通戦略課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成24年4月1日施行の現行の要領においては、チャーター便の搭乗及び県内での宿泊を証明する書類を添えた実績報告書の提出を受け、審査した上で助成金の額を確定し、交付することとしており、基準を明確かつ合理的なものとしている。</p> <p>こうした手続きにより、平成25年7月17日から8月3</p>	——

			0日までの香港からの国際チャーター便についても助成金の交付を行った。(交通戦略課) 【平成27年3月末時点】	
51-54	阿波おどり活性化支援事業	ユーザーから多様な情報提供を受ける徳島県として、独自にユーザーのクレームやニーズを収集し、これを分析して活用する仕組み・体制を構築すべきである。 具体的には、たとえば、主催者側に書面等を用いた明確な方法で改善要望を行い、主催者側からは各要望についていかなる措置を採ったかという措置結果について報告を受け、その後、当該クレームが減少したか否かについて事後のフォローを行う、といった方法をとることが要請される。(指摘)	県に寄せられたユーザーからのニーズ等については、これまで、散発的に主催者側へ伝えていたところであるが、平成25年度からは、主催者側に対し、書面等を用いて改善要望を行うとともに、いかなる措置を採ったか報告を受け、事後のフォローを行うこととする。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			県に寄せられたユーザーからのニーズ等については、これまで、散発的に主催者側へ伝えていたところであるが、平成25年度からは、主催者側に対し、情報提供とともに改善要望を行い、いかなる措置を採ったか報告を受け、課題の共有及び事後のフォローを行っており、観光客からの「おどり広場」でのアナウンスが聞きづらいとの要望に対して、音響設備を改善するなどの対応が講じられている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
		観光誘客促進の観点から極めて重要な役割を担うイベントを維持し、さらに発展させていくため、細部も含めて課題を積極的に発見する仕組みを設け、さらなる改善について検討を行うべきである。(意見)	平成25年度から阿波おどり終了後に開催される阿波おどり実行委員会において、課題の情報共有を図り、改善等について検討を行うこととする。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			平成25年度から阿波おどり終了後に開催される阿波おどり実行委員会において、課題の情報共有を図り、改善等について検討を行っている。例えば、演舞場での踊りが終わる前に、演舞場外の提灯が一部消えてしまうことがあったため、全体の雰囲気作りとして、提灯の消灯をあわせるなどの改善を図っている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
55-61	春の阿波おどり支援事業	県内の宿泊施設のキャパシティが脆弱であるというハード面の欠陥により、イベント同士の連携による相乗効果を減殺し、観光客数の飛躍的増加を阻んでいることは由々しき問題であり、イベント実施における集客増の努力が最大限報われるように、宿泊施設のキャパシティ増加といったハード面の改善についても引続き検討課題とされたい。また、上記課題が解消されるまでの間も、イベント同士の連携の相乗効果を減殺することがないよう、連携の範囲や方法について適切な調整を行うべきである。(意見)	イベント同士の連携による相乗効果を減殺することがないよう、スケジュール調整やイベントの周知の連携を可能な範囲内で実施しているところであるが、更なる改善の余地がないか、平成26年度以降も検討・調整を行っていく。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			イベント同士の連携による相乗効果を減殺することがないよう、スケジュール調整やイベントの周知の連携を可能な範囲内で実施しているところであるが、更なる改善の余地がないか、平成26年度以降も検討・調整を行っていく。	——

			<p>【参考：近年の徳島駅周辺宿泊施設の開業状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・H17 東横イン徳島駅眉山口（208室） ・H18 ホテルサンルート徳島（177室） ・H20 東横イン徳島駅前（139室） ・H27.10予定 ダイワロイネットホテル徳島（仮称）（200室程度） <p>（観光政策課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	
	<p>本事業には、実績報告書において支出金額に見合った事業報告がなされていないという問題がある。したがって、今後は、イベントのさらなる改善改良を図るため、事業内容についてより詳細な報告を受けて、補助金のあり方についても検証を行うべきである。（指摘）</p>	<p>イベントのさらなる改善改良を図るため、平成25年度以降、実績報告書において詳細な報告を受け、補助金のあり方について検証を行う。（観光政策課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み	
		<p>イベントのさらなる改善改良を図るため、平成25年度以降、実績報告書において詳細な報告を受け、次年度以降への課題や補助金のあり方、支出の必要性について、毎年検証を行っており、旅行商品造成の観点から平成26年度から栈敷席の復活と旅行会社向け予約席の確保、平成27年度は集中的かつ効果的な集客を図るため、平日を含む3日間の開催から土日の2日間の開催に変更するなどの改善を図っている。（観光政策課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——	
		<p>支出の合理性について、客観的な検証が可能となるよう、平成25年度以降、検討過程の記録化を行う。（観光政策課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み	
		<p>支出の合理性について、客観的な検証が可能となるよう、平成25年度以降、検討過程の記録化を行っている。（観光政策課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——	
62-69	<p>「マチ★アソビ」関連事業（「マチ★アソビ」支援事業、海外発信事業、デジタルコンテンツPR事業）</p>	<p>「マチ★アソビ」支援事業は、基本的に徳島県の観光政策に大きく寄与するものと評価できるものの、今後も、「アニメと言えば徳島」というイメージを保ちつつ、「マチ★アソビ」を中核とする観光振興を行うためには、関係者の支援・努力、人的結合等のみ頼らない永続的な仕組みの構築が求められる。（意見）</p>	<p>「マチ★アソビ」の開催については、県として主催であるアニメまつり実行委員会の事務局として運営に携わるとともに、NPO法人マチ★アソビなどと連携し、組織化された事業を実施している。（観光政策課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
		<p>「マチ★アソビ」の開催については、県として主催であるアニメまつり実行委員会の事務局として運営に携わるとともに、NPO法人マチ★アソビ、県、関係機関が連携の上、組織化された事業を実施することにより、毎回来場者数を増加させている。（観光政策課）</p>	——	

		【平成27年3月末時点】	
<p>「マチ★アソビ」のイベントの開催地は、ほとんどが徳島市中心部に集中し、徳島市外であるのはごく一部に留まるので、徳島市外におけるイベントをより増やしていくことが期待される。(意見)</p>	<p>平成24年10月に開催されたマチ★アソビVol.9においては、松茂町の「徳島阿波おどり空港」での空港ジャックを行うなど、一部徳島市外でもイベントを開催している。 今後も徳島市外でのイベントの開催について、関係機関と協議するとともに、実行委員会で検討し、徳島市外でのイベントを実施する。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>		措置済み
	<p>平成24年以降の「秋のマチ★アソビ」においては、松茂町の「徳島阿波おどり空港」でのアニメ作品空港ジャックを行うなど、一部徳島市外でもイベントを開催している。 今後も徳島市外でのイベントの開催について、関係機関と協議するとともに、実行委員会で検討し、徳島市外でのイベントを実施する。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>		——
<p>「マチ★アソビ」のイベント内容は、現在ないし最近のアニメに関わるものが中心であるので、今後、より幅広い客層にアピールするべく取り組んでいくことが望まれる。(意見)</p>	<p>平成24年10月に開催された「マチ★アソビ」vol.9では、「宇宙戦艦ヤマトの巨大模型」の展示など宇宙戦艦ヤマト世代の集客に努めている。 また、平成25年3月に開催された「ぷち★アソビ」では、「ヤッターマン」など懐かしのアニメの上映も行った。 今後も、「マチ★アソビ」が対象とする10代20代などの若年層だけでなく、家族連れや昔懐かしのアニメファンに喜んでいただくようなイベントを企画する。(観光政策課・にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>		措置済み
	<p>平成24年10月に開催された「マチ★アソビ」vol.9では、「宇宙戦艦ヤマトの巨大模型」の展示など宇宙戦艦ヤマト世代の集客に努めている。 また、平成25年3月に開催された「ぷち★アソビ」では、「ヤッターマン」など懐かしのアニメの上映も行った。 平成26年3月に開催した「ぷち★アソビ」では、家族連れを対象とした「はなかつぱ」の上映やショーを行うとともに、平成26年5月、10月開催の「マチ★アソビ」では、お遍路をテーマにしたアニメを打ち出すなど、幅広い客層にアピールすることに取り組んだ結果、3割の方がイベント初参加、30代、40代、50代の方の参加も全体の25.4%を占めるなど、取組の効果が現れた。(観光政策課・にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>		——

<p>来場者にせっかく徳島に足を運んでもらいながら、徳島県産品の売り込みがうまくできていないという面も否定できないので、アニメ関連のグッズ等以外の県産品の販売が促進できるようにすべきである。(意見)</p>	<p>平成24年10月に開催された「マチ★アソビ」vol.9において、県内の製菓会社など7社が包装紙等に人気アニメのキャラクターを採用した菓子や飲料を販売した。 また、平成25年5月に開催された「マチ★アソビ」vol.10においても県内の有名製菓の詰め合わせを人気アニメキャラクターの包装とする「コラボスイーツ」の販売を行った。 引き続き、県内の企業が生産する商品の販売促進のため、アニメキャラクターを使用した商品開発等の支援を行う。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	<p>措置済み</p>
<p>県外からの来場者が多いにもかかわらず、宿泊者が少ないので、来場者に少しでも徳島県内で宿泊してもらえるようにするべく、運営面でもより一層の工夫が望まれる。(意見)</p>	<p>平成24年以降「マチ★アソビ」の開催にあわせて、県内の製菓会社などが包装紙等に人気アニメのキャラクターを採用した「コラボスイーツ」などの販売を行っている。また徳島県の伝統工芸「藍染め」作品とアニメのコラボしたランチオンマットの販売など、本県の特徴を活かしたグッズ販売を行っている。 引き続き、県内の企業が生産する商品の販売促進のため、アニメキャラクターを使用した商品開発等の支援を行う。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	<p>——</p>
<p>県外からの来場者が多いにもかかわらず、宿泊者が少ないので、来場者に少しでも徳島県内で宿泊してもらえるようにするべく、運営面でもより一層の工夫が望まれる。(意見)</p>	<p>アンケート調査によれば、宿泊予定者の割合は「マチ★アソビ」vol.6(H23.5)～vol.8(H24.5)～vol.9(H24.10)にかけて23.6%～24.1%～30.0%と微増している。 平成25年度以降も、県内での宿泊が増えるよう、イベント終了後も、ufotableCINEMAでの映画上映を行うなど、来場者に長く滞在いただき、宿泊していただけるようにイベント内容を工夫する。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	<p>措置済み</p>
<p>来場者に対するアンケート調査を実施し、分析して報告書にまとめている点は、ユーザーの意見を聴取する体制を作り、事業の改善に活かしていこうとする姿勢とし</p>	<p>アンケート調査によれば、宿泊予定者の割合は平成24年の約30%から平成26年には約45%と増加している。 今後も、県内での宿泊が増えるよう、インターネット予約を行っていない宿泊施設の情報も「マチ★アソビ」ホームページでの情報発信を行うとともに、イベント終了後も、ufotableCINEMAでの映画上映を行うなど、来場者に長く滞在いただき、宿泊していただけるようにイベント内容を工夫する。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	<p>——</p>
<p>来場者に対するアンケート調査を実施し、分析して報告書にまとめている点は、ユーザーの意見を聴取する体制を作り、事業の改善に活かしていこうとする姿勢とし</p>	<p>「マチ★アソビ」の開催時に毎回参加者にアンケート調査を実施し、例えば安全面での会場レイアウト変更など、いただいたご意見を運営時の参考としている。</p>	<p>措置済み</p>

		て、基本的に評価できる。今後、報告書等を活用して、よりよい運営に努めることが期待される。(意見)	引き続き、アンケート調査の結果を分析・活用してより良い運営を行う。(観光政策課・にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	
			「マチ★アソビ」の開催時に毎回参加者にアンケート調査を実施し、安全面での会場レイアウト変更など、いただいたご意見を運営時の参考としている。 さらに、アンケートの結果を活用し、お土産としての「コラボスイーツ」の開発や、大手旅行予約サイトなどでは掲載されていない宿泊施設情報の紹介など、よりユーザーの要望に応えられるような運営となるよう改善を図っている。(観光政策課・にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
		「マチ★アソビ」海外”発進”事業は、アニメというサブカルチャーを通じた国際交流、観光振興として一定の成果を上げていると評価できる。今後、適宜、アニメ以外の徳島県の情報をも発信し、海外に「マチ★アソビ」ファン、引いては、徳島県のファンを更に育成し、これらの人材を活用した更なる国際交流、観光振興を図っていくことが期待される。(意見)	本県の強みであるアニメをはじめとする体験型観光や世界に通用する自然、文化、食の魅力を海外でのプロモーションにおいて直接アピールするとともに、フェイスブック等のSNSなど、様々なツールを活用して情報発信している。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			本県の強みであるアニメをはじめとする体験型観光や世界に通用する自然、文化、食の魅力を海外でのプロモーションにおいて直接アピールするとともに、フェイスブック等のSNSなど、様々なツールを活用して情報発信するとともに、秋の「マチ★アソビ」に中国のコスプレイヤーを招待し、マチ★アソビを通じた国際交流を行っている。また、招待するコスプレイヤーを選定するための中国で行われるコスプレ審査会の際には、観光PRブースを設置し、海外における観光誘客プロモーションも実施している。(観光政策課・にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
70-77	とくしまマラソン支援事業	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)	平成25年4月21日に開催された「とくしまマラソン2013」においては、「はなはるフェスタ」「LEDアートフェスティバル」と同時期に開催し、マラソンの受付の際にこれらのパンフレットを参加者に配布するなど、同時期に開催されるイベントと効果的に連携し、観光客のさらなる誘致に努めた。 平成25年以降も、引き続き同時期に開催されるイベントとの効果的な連携を図り、「徳島県観光振興基本計画」の基本方針である「阿波とくしまらしいにぎわいの創出」に努めていくことにより、基本計画の戦略目標である「観光入込客数」、「宿泊者数」の目標達成に資するよう努める。(にぎわ	措置済み

	<p>いづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p> <p>平成25年4月21日に開催された「とくしまマラソン2013」においては、「はな・はるフェスタ」「LEDアートフェスティバル」と同時期に開催し、マラソンの受付の際にこれらのパンフレットを参加者に配布するなど、同時期に開催されるイベントと効果的に連携し、観光客のさらなる誘致に努めた。</p> <p>平成26年4月20日に開催した「とくしまマラソン2014」において、同時期開催の「はな・はるフェスタ」と連携すると共に、関係各団体の協力を得て県内の様々な情報を大会ガイドに掲載するなど本県の魅力発信を行った結果、県外からの参加者が約4割を占め、宿泊者数の増加が図られた。</p> <p>平成27年3月22日に開催した「とくしまマラソン2015」においても、フルマラソンでは中四国初の国際大会として実施し、国内外から過去最高の10,628名が出走するなど、さらなる誘客の促進に努めている。</p> <p>今後も平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画(第2期)」において、「阿波とくしまらしいにぎわいの創出」の項目中、「イベントの開催などによる集客」と明記し、イベントの活用による「観光入込客数」、「宿泊者数」の目標達成に繋げる。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	———
<p>各イベントと県全体でのスポーツイベントによる「にぎわいづくり」という最終目標とを繋ぐ中間戦略を策定し、各イベントを束ねることにより相乗効果を狙う戦略が必要である。(意見)</p>	<p>インターネットなどを利用して、県内各地で開催されているマラソンやハーフマラソンなどの様々なランニングイベントと連携した情報発信を行うなど、各イベントと効果的に連携することによる相乗効果が発揮されるよう、関係機関と協議しながら進めていく。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>とくしまマラソンのホームページ上で他スポーツイベントの紹介を行うなど県内で開催されているスポーツイベントとの連携を図った。また、県内ランナーの意見や要望を取り入れながら「県全体でのスポーツイベントによるにぎわいづくり」の中核イベントとなるよう、「とくしまマラソン♥サポートランナーズ協議会」の設立協力を行い、協議会に参加するなかで相乗効果を高められるよう取り組んでいる。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	———
<p>参加者に過度の負担が生じないように、イベントを行う前に、その実施要領について、担当課内で検討するだ</p>	<p>平成23年3月20日に開催予定であった(東日本大震災により延期)「とくしまマラソン2011」以降は、参加予</p>	措置済み

<p>けではなく、他のスポーツイベントを実施している担当課、あるいは、参加予定者等から幅広く意見を聴取するという方策を制度化する必要がある。(指摘)</p>	<p>定者からの意見などを踏まえて当選者の決定以降に参加料を支払うように変更しており、参加者に過度の負担が生じないように努めている。</p> <p>また、平成24年度以降は、フィニッシュ地点でのアンケート調査やインターネットでのアンケート調査により参加者から幅広く意見を聴取し、「とくしまマラソン実行委員会」の企画委員会等において関係者と協議した上で、運営方法等にこれらの意見を反映させるよう改善した。今後も不断の見直しを行い、よりよいイベントとして構築していく。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	
	<p>平成23年3月20日に開催予定であった(東日本大震災により延期)「とくしまマラソン2011」以降は、参加予定者からの意見などを踏まえて当選者の決定以降に参加料を支払うように変更しており、参加者に過度の負担が生じないように努めている。</p> <p>また、平成24年度以降は、フィニッシュ地点でのアンケート調査やインターネットでのアンケート調査により参加者から幅広く意見を聴取し、「とくしまマラソン実行委員会」の企画委員会等において関係者と協議した上で、運営方法等にこれらの意見を反映させるよう改善した。</p> <p>さらに、参加者の意見を運営に反映し、イベントの「楽しさ」、「競技性」、「安全性」をさらに高められるよう、平成26年10月、県内ランニングクラブやランナーを中心に組織する団体「とくしまマラソン♥サポートランナーズ協議会」の設立に協力し、積極的に協議会に参加することで幅広く意見を聴取する制度を取り入れた。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	<p style="text-align: center;">———</p>
<p>風雨、気温等の大会当日のコンディションについて、医師等と協議を行い、大会を実行するか否かについて、事前に基準を策定しておくべきである。(指摘)</p>	<p>従来より、とくしまマラソンの運営マニュアルで気象条件等により中止の判断を行う場合の決定方法を定めていたが、平成24年度、新たに「とくしまマラソン実施本部」に「医療スタッフ協議会」を設置し、医療関係者の医学的見地からの意見を聞くようマニュアルを改正している。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	<p>措置済み</p>
	<p>「とくしまマラソン2013」以降も、「とくしまマラソン実施本部」の適正な運用に努めており、2014大会、2015大会においても大きな事故等なく開催できた。今後も引き続き、大会の安全な開催に努めていく。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	<p style="text-align: center;">———</p>

		<p>意見聴取の方法，対象者，時期，及び意見を反映する方法，情報を共有する方法等について，検討を行う必要がある。（意見）</p>	<p>平成25年4月21日に開催された「とくしまマラソン2013」においては，幅広い意見を反映させるために，フィニッシュ地点でのアンケート調査やインターネットでのアンケート調査により参加者から幅広く意見を聴取するとともに，動員者や医療スタッフ，ボランティアなどへのアンケートを実施した上で，これらの意見を「とくしまマラソン実行委員会」の企画委員会等で報告し，情報を共有するとともに，運営方法等の改善にこれらの意見を反映させるよう改善した。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成26年4月20日に開催された「とくしまマラソン2014」においては，いただいた意見を基に，トイレの利用，スタート整列などランナーのマナーアップ大作戦を実施するとともに，年代別の賞を設けるなど魅力アップを図った。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
78-81	2011自転車王国とくしまライドin NARUTO	<p>今後，より具体的に，どのような戦略で，県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。（意見）</p>	<p>平成24年4月17日，サイクルイベントの主催団体や有識者による自転車利用促進協議会を立ち上げ，既存のサイクルイベントの現状と課題，魅力アップの方策等を検討するとともに，ブランド化・パッケージ化を行い，県内外へのPRを実施した。</p> <p>平成25年度以降，県内サイクリングコースの充実を図るとともに，サイクルイベントの魅力アップを支援するなど，「自転車王国とくしま」のブランドを強化し，県内外に発信していくこととした。（県民スポーツ課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>自転車王国とくしまライドin NARUTOは，平成24年度は鳴門市主催で実施したが，費用対効果やボランティア不足等の課題が生じたため，次年度以降の継続開催を断念した。</p> <p>「自転車王国とくしまライドin NARUTO」については，平成25年度及び平成26年度は開催していないが，引き続き「自転車王国とくしま」の取り組みをさらに充実していくために，平成26年6月には，自転車利用促進協議会において，「自転車つながる人・まち」づくりプロジェクトを今後推進することが承認された。</p> <p>平成27年度以降は，本プロジェクトにおいて，サイクルスポーツを通じた新しい魅力を創り出すとともに，県内のサイクルスポーツイベントの充実と継続的な開催を通じて，「徳島県スポーツ推進計画（※）」を効果的かつ円滑に推進し，</p>	――

	<p>併せて県民のスポーツ実施率の向上や健康増進，観光・文化の推進，環境対策などに繋がる方策等を検討し，サイクルスポーツ先進県を目指すこととした。</p> <p>(※) 徳島県スポーツ推進計画 県民の誰もが，いつでも，どこでも，いつまでもスポーツに親しみスポーツを通じて県民の元気を創造する，全国に誇りうる「スポーツ王国とくしまづくり」の実現を目指して平成25年3月に制定された。計画期間は，平成25年度から平成29年度までの5年間。</p> <p>(県民スポーツ課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	
<p>各イベントと県全体でのスポーツイベントによる「にぎわいづくり」という最終目標とを繋ぐ中間戦略を策定し，各イベントを束ねることにより相乗効果を狙う戦略が必要である。(意見)</p>	<p>様々なイベントと連携することによる相乗効果が発揮されるよう，関係機関と協議し進めていくこととし，平成25年度には，剣山国定公園が平成26年3月に指定50周年を迎えることを契機に抽選により地元特産品などが当たる「自転車王国とくしまスタンプラリー」を実施することとした。(県民スポーツ課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p> <p>平成25年度に実施した「自転車王国とくしまスタンプラリー」を『「剣山国定公園」指定50周年記念ぐるっと剣山！交流促進事業』及び『室戸阿南海岸国定公園指定50周年記念事業』の一環として継続して実施した。 また，「四国の右下ロードライド2014」や農村舞台公演と連携した「ミニガイドツーリング」を開催した。(県民スポーツ課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	<p>措置済み</p> <p style="text-align: center;">———</p>
<p>実行委員会に医療関係者を入れ，救護所等の問題を含め，意見を運営に反映させるべきであり，イベント当日は医師を待機させるべきである。(意見)</p>	<p>当イベントの開催にあたっては，以下の安全対策を講じた。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 不測の事態に備えた消防，警察，病院による緊急医療体制の構築を図った。 2. コースの安全確認を事前及び当日に複数回行った。 3. 立哨スタッフへの安全対策の周知を行った。 4. 当日，参加者には交通ルールの遵守や安全走行の徹底を図った。 5. スタート時の運営として，1分間隔で10名ずつのスタートとするなど，安全走行を促した。 <p>2012大会は鳴門市が中心となって平成24年11月に開催されたが，実行委員会に徳島県も参画し，2011大会スタッフも引き続き運営に協力した結果，交通事故の報告はなかった。</p>	<p>措置済み</p>

			<p>今後、県主催の大規模なイベントを実施する際は、安全対策に万全を期すよう関係機関と十分連携を図っていく。(県民スポーツ課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	
			<p>平成26年度からは、徳島県トレーナー協会と連携して、「自転車王国とくしま」の4つのライドイベントで参加者のコンディショニングケアを行っている。</p> <p>今後、県主催の大規模なイベントを実施する際は、安全対策に万全を期すとともに参加者が安心できるよう関係機関と十分連携を図っていく。(県民スポーツ課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
82-84	四国の右下ロードライド2011	今後、県南部に留まらず、県全体におけるスポーツイベントとのリンクも検討が必要である。(意見)	<p>平成25年5月から県内で開催される4つの自転車イベントと連携し、「ぐるっと剣山！自転車王国とくしまスタンプラリー」を実施することで、県内他地域イベントとリンクを図っている。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>県内で開催される4つの自転車イベントと連携し、平成25年度は「ぐるっと剣山！自転車王国とくしまスタンプラリー」、平成26年度は「自転車王国とくしまライドラリー」を実施することで、県内他地域イベントとリンクを図っている。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
		今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)	<p>地域の魅力をより一層伝えることができるよう、給水ポイントやゴール会場において地域特産品を提供するなど、観光イベントとしてのブラッシュアップに努めた結果、申込者が増加した。今後とも継続してイベントのブラッシュアップに努めるとともに、県内の他のサイクルイベントと連携し、「自転車王国とくしま」としてのブランド価値を確立することで、さらなる観光客誘致につなげていく。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>地域の魅力をより一層伝えることができるよう、給水ポイントやゴール会場において地域特産品を提供するなど、観光イベントとしてのブラッシュアップに努めた。さらに平成26年度は、誰もが走りやすいショートコースを新設した結果、申込者数とともに県外者数が増加した。今後とも継続してイベントのブラッシュアップに努めるとともに、県内の他のサイクルイベントと連携し、「自転車王国とくしま」としてのブランド価値を確立することで、さらなる観光客誘致につな</p>	——

			げていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成27年3月末時点】	
85-86	スポーツ王国立国事業	本事業とスポーツイベント、宿泊体験等の事業との関連付けを行うことについて、積極的な検討を望みたい。(意見)	他のスポーツイベント等との連携方法等について、関係各課や市町村等と協議する。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			県が行う観光PRやコンベンションによる大会誘致と連携すると共に、他のスポーツイベント等のPRを本事業と同時に行うことで、それぞれの事業の魅力アップを行っている。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
		現行の契約方式を再検討し、少なくとも、他の団体からのプロポーザルを受ける方式とし、業務内容の固定化を避ける努力をすべきである。(意見)	プロポーザル方式の導入等について検討するとともに、関係機関の意見を踏まえ、業務内容の固定化を避けるよう努める。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			プロポーザル方式の導入も含め、業務内容の固定化を避け、本事業を効果的に実施する手法について、施設関係者等関係機関の意見を踏まえて検討した結果、これまでの企業や大学のサークルに加え、新たに大学の体育会や社会人クラブの強豪チームも対象に加えたスポーツ合宿の誘致を行うことで、業務内容の固定化を避けた。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
		誘致成功件数に応じて委託金額が変動する部分を設けた契約内容とすることを検討すべきである。(意見)	誘致件数に応じた委託内容など、モチベーションが上がるような方策の導入を図る。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			新たに、大学の体育会や社会人クラブの強豪チームのスポーツ合宿を誘致することにより、スポーツツーリズムに係る新たなビジネスモデルをうみ出すチャンスを開けることで、モチベーションの向上に努めている。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
87-90	徳島県立産業観光交流センター	修繕費について、集客目標等と連動した中長期的な修繕計画を策定し、基本的には当該計画に基づいて修繕を実行させていくという考え方が必要である。(意見)	指定管理者との連絡会議等での協議を踏まえ、平成16年度に策定した中長期保全計画に基づいた中長期的な修繕計画を立て、適正に執行するよう指導している。 また、平成24年度以降は、毎月県と指定管理者の間で打ち合わせ会議を開催し、修繕計画による修繕の実施状況や新たな修繕箇所の有無の確認等について情報交換を行っている。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み

	<p>毎月県と指定管理者の間で打ち合わせ会議を開催し、修繕計画による修繕の実施状況や新たな修繕箇所の有無の確認等について情報交換を行っている。</p> <p>また、平成26年度に策定した公共施設等総合管理計画に基づき、より長期的視点で修繕を行うこととする。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
<p>経営管理等の観点から、修繕費と備品購入費とを区分すべきである。(意見)</p>	<p>1件20万円以下の備品更新については修繕費で実施する旨を規定した基本協定書に基づき処理している。</p> <p>なお、備品を更新した場合は、指定管理者から県への月報において修繕費と区分して報告させており、その内容について確認している。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>1件20万円以下の備品更新については修繕費で実施する旨を規定した基本協定書に基づき処理している。</p> <p>なお、備品を更新した場合は、指定管理者から県への月報において修繕費と区分して報告させており、その内容について確認するとともに、それぞれの実績や推移などの把握を行っている。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
<p>現状の報奨金の基準が、有効に指定管理者のモチベーションに作用しているとはいえず、見直しが必要である。(意見)</p>	<p>報奨金の基準額については、指定管理の更新の際に過去のデータを分析した上で見直しを行っており、平成28年度からの新たな指定管理者の募集の際に、現状の報償金の基準を見直すこととする。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>平成28年度からの新たな指定管理者の募集の際には、現状の報償金の基準について、経済状況や過去の指標となる数値を分析した上で見直すことにより、指定管理者のモチベーションの向上に努めたい。(にぎわいづくり課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	——
<p>平成23年度からの指定管理者の募集において、応募が1社しかなかったことは、観光戦略の観点においては消極的に評価せざるをえず、指定管理者における募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)</p>	<p>平成23年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が7団体、現地説明会の参加は5団体であった。</p> <p>指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の「1ヶ月程度」から「2ヶ月程度」への延長などを行ってきたが、今後は、より多くの広報媒体の活用や他県における取り組みの調査などを行い、さらなる情報提供</p>	措置済み

			に努める。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	
			平成23年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が7団体、現地説明会の参加は5団体であった。 次回指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の延長などを行うとともに、「県HPトップページ」を活用するなど、募集案内の周知に努める。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
91-95	徳島県立あすたむらんど	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)	当施設の「徳島県観光振興基本計画」における位置づけは、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目において、「交流拠点を活用したイベントの充実」と明確に規定されており、この規定に基づき、指定管理者の募集の際には、「管理運営業務要求水準書」において、実施すべきイベントについての内容を提示し、また、指定管理者において自主的なイベント（自主事業）を行うよう指示している。 また、指定管理者が自主事業を行うにあたっては、事前に県へ事業案を提出させ、当事業が施設の設置目的や観光誘客方針と合致するかを審査した上で、県が事前承認を行っている。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画（第2期）」における位置づけは、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目において、「交流拠点を活用したイベントの充実」と明確に規定されている。 この規定に基づき、指定管理者の募集の際には、「管理運営業務要求水準書」において、実施すべきイベントについての内容を提示し、指定管理者において自主的なイベント（自主事業）を行うよう指示し、「徳島県観光振興基本計画」の最終目標に合致したイベントの実施により、交流人口の増加、観光客数の目標値の達成に繋げている。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
		本施設のように指定管理者制度を採っている施設においても、県の観光戦略上の位置づけを明確化した上で、運営上も、県の観光戦略において果たすべき役割という観点が必要である。(意見)	「徳島県観光振興基本計画」において、イベントの充実や『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の推進を掲げており、引き続き、戦略的な観光誘客に取り組む。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み

	<p>平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画（第2期）」において、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目中、「イベントの開催などによる集客」と明記し、本施設などの交流拠点を活用したイベントの充実を図ることで、交流人口の増加、観光客数の目標値の達成に繋げている。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	———
<p>平成23年度からの指定管理者の募集において、応募が1社しかなかったことは、観光戦略の観点においては消極的に評価せざるをえず、指定管理者選定における募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。（意見）</p>	<p>平成23年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が4団体、現地説明会の参加は2団体であった。</p> <p>指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の「1ヶ月程度」から「2ヶ月程度」への延長などを行ってきたが、今後は、より多くの広報媒体の活用や他県における取り組みの調査などを行い、さらなる情報提供に努める。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>平成23年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が4団体、現地説明会の参加は2団体であった。</p> <p>次回指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の延長などを行うとともに、「県HPトップページ」を活用するなど、募集案内の周知に努める。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	———
<p>指定管理者がより積極的な集客に努力するような報奨金制度を検討すべきである。（意見）</p>	<p>報奨金制度自体は一定のモチベーション維持に機能していると考え、今後、更なるモチベーション確保策について導入を図る。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
	<p>報奨金制度自体は一定のモチベーション維持に機能していると考えている。平成26年度末には、四国のみならず全国からも集客が見込める魅力のあるイベントを県が委託するなど、指定管理者の更なるモチベーションの確保に努めた。（にぎわいづくり課）</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	———
<p>修繕費について、集客目標等と連動した、中長期的な修繕計画を策定し、基本的には当該計画に基づいて修繕を実行させていくという考え方が必要である。（意見）</p>	<p>現在、所管施設全体の要修繕箇所の把握に努めており、指定管理者との連絡会議等での協議等を踏まえ、より長期的視点での修繕計画を策定する。（にぎわいづくり課）</p>	措置済み

			【平成25年8月末時点】	
			平成26年度に策定した公共施設等総合管理計画に基づき、より長期的視点で修繕を行うこととする。(にぎわいづくり課)	——
			【平成27年3月末時点】	
96-99	徳島県立渦の道及び徳島県立大鳴門橋架橋記念館	今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)	当施設の「徳島県観光振興基本計画」における位置づけは、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目において、「交流拠点を活用したイベントの充実」と明確に規定されており、この規定に基づき、指定管理者の募集の際には、「管理運営業務要求水準書」において、実施すべきイベントについての内容を提示し、また、指定管理者において自主的なイベント(自主事業)を行うよう指示している。 また、指定管理者が自主事業を行うにあたっては、事前に県へ事業案を提出させ、当事業が施設の設置目的や観光誘客方針と合致するかを審査した上で、県が事前承認を行っている。(にぎわいづくり課)	措置済み
			【平成25年8月末時点】	
			平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画(第2期)」における位置づけは、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目において、「交流拠点を活用したイベントの充実」と明確に規定されている。 この規定に基づき、指定管理者の募集の際には、「管理運営業務要求水準書」において、実施すべきイベントについての内容を提示し、指定管理者において自主的なイベント(自主事業)を行うよう指示し、「徳島県観光振興基本計画」の最終目標に合致したイベントの実施により、交流人口の増加、観光客数の目標値の達成に繋がっている。(にぎわいづくり課)	——
			【平成27年3月末時点】	
		本施設のように指定管理者制度を採っている施設においても、県の観光戦略上の位置づけを明確化した上で、運営上も、県の観光戦略において果たすべき役割という観点が必要である。(意見)	「徳島県観光振興基本計画」において、情報発信拠点として充実していくこととされており、現在、指定管理者において、鳴門地域の観光施設への誘客促進のため、周辺観光施設と連携して、共通チケットの販売等を実施している。(にぎわいづくり課)	措置済み
			【平成25年8月末時点】	
			平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画(第2期)」において、情報発信拠点として充実していくこととされており、現在、指定管理者において、県内各地の観光情報を積極的に提供するとともに、鳴門地域への誘客促進のため、周辺観光施設と連携して、共通チケットの販売等を実施	——

	している。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	
平成24年度からの指定管理者の募集において、応募が1社しかなかったことは、観光戦略の観点においては消極的に評価せざるをえず、指定管理者における募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)	平成24年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が2団体、現地説明会の参加は2団体であった。 指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の「1ヶ月程度」から「2ヶ月程度」への延長などを行ってきたが、今後は、より多くの広報媒体の活用や他県における取り組みの調査などを行い、さらなる情報提供に努める。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	平成24年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が2団体、現地説明会の参加は2団体であった。 指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の「1ヶ月程度」から「2ヶ月程度」への延長などを行うとともに、平成26年度から新たに「県HPトップページでの案内サイトを開設」するなど、募集案内の周知に努めた結果、平成26年度は募集要項の交付が3団体に増加した。(にぎわいづくり課) 【平成27年3月末時点】	——
指定管理者がより積極的な集客に努力するような報奨金制度を検討すべきである。(意見)	当施設は、収入が管理料を上回っているため、収入のうち一定額の県への納付金以外は指定管理者の収入となり、さらに一定額を超える収入超過があった場合は超過額の1/2は指定管理者の収入となるという、ある意味報奨金制度と同様の効果を有する納付金制度としており、一定のモチベーション維持に機能していると考え、今後、更なるモチベーション確保策の導入を図る。(にぎわいづくり課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	当施設は、収入が管理料を上回っているため、収入のうち一定額の県への納付金以外は指定管理者の収入となり、さらに一定額を超える収入超過があった場合は超過額の1/2は指定管理者の収入となるなど、報奨金制度と同様の効果を有する納付金制度として、一定のモチベーション維持に機能している。 平成27年度からは、さらに集客に努力するよう、基本協定書に入場者数の基準を設け、具体的な数値目標を設定することで積極的に集客に努力するよう制度とした。(にぎわ	——

			いづくり課) 【平成27年3月末時点】	
100-102	徳島県立神山森林公園	今後、観光施設として本施設が果たすべき戦略的役割を検討し、それに応じた計画案、報告体制を検討すべきである。(意見)	観光施設として当施設が果たすべき戦略的役割については、新たに「徳島県観光振興基本計画」に位置付けるとともに、平成26年度に導入予定の本四高速全国共通料金制度等による来県者の増加に対応した集客力向上を図るため、京阪神方面への積極的なPRを行う。 あわせて、当施設への来園者の状況等について、施設管理者、当課および観光部局が情報を共有する報告体制を整備する。(林業戦略課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画(第2期)」においても、広大な園内を活用した「自然体験活動等を通じた環境学習の推進」をする施設として位置付けている。 また、徳島市中心部からも近距離であることなども含めて県内外にチラシなどで積極的なPRを続けている。 あわせて、来園者情報について、施設管理者から毎月報告を受けており、この情報を関係部局へ提供するなど、情報を共有する体制を整備している。(林業戦略課) 【平成27年3月末時点】	——
		今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)	当施設の更なる魅力向上を図るため、平成25年7月に当施設の遊具の改良及び点検を実施した。 また、京阪神向けに、当施設の持つ魅力を周知するため、新たに県外客も視野に入れたパンフレットを作成するとともに、従来は配布していなかった県内の観光施設や京阪神の高速道路のSA・PA等に配布し、県の観光客誘致にも繋げる。(林業戦略課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			徳島市中心部から近距離に位置する広大な園内の200種、10万本を超える植栽樹木などを活用し、「保健休養の場」のみならず「森林・林業への理解度の向上」に資することを戦略目標に、県内外から幅広く誘客を進めている。 そのため、京阪神のSA・PA等に新たに作成したパンフレットを配置するとともに、平成26年8月からネーミングライツ制度の協力企業の県外店舗にもパンフレットを配置した。(林業戦略課) 【平成27年3月末時点】	——
103-105	徳島県鳴門ウチノ海	今後、観光施設としての利用、積極的なPR、県の観	「徳島県観光振興基本計画」において当公園の観光戦略上	

総合公園

光戦略上での位置付けを検討した上で、指定管理者に委託すべきである。(意見)	の位置付けを行い、次期指定管理者の募集要項等で計画に基づいた取り組みを求めていく。(都市計画課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	平成25年度に実施した「徳島県観光振興基本計画」における位置付けに引き続き、平成27年3月策定の「徳島県観光振興基本計画(第2期)」においても当公園の観光戦略上の位置付けを行った。 また、平成26年度に実施した次期指定管理者の募集において要項等の中で基本計画に基づいた取り組みを求めた。(都市計画課) 【平成27年3月末時点】	——
今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)	「徳島県観光振興基本計画」において当公園の観光戦略上の位置付けを行い、公園の景観の維持、向上及びPRに取り組み観光誘致に繋げる。(都市計画課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	魅力あるイベントの実施や園内清掃及び植栽管理の徹底等により、景観の維持向上を図り、公園利用者の増加に繋げるよう、指定管理者を指導した。 さらに、観光客誘致に繋がるよう公園の情報を発信するため、公式ウェブサイトの機能アップやイベント開催情報の発信強化等の新たな取り組みが指定管理者により平成27年度から実施される。(都市計画課) 【平成27年3月末時点】	——
指定管理者からの報告について、観光戦略上の観点からの記載を求めるべきである。(意見)	「徳島県観光振興基本計画」において当公園の観光戦略上の位置付けを行い、観光戦略上の観点からの記載を求めていく。(都市計画課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	年度末に指定管理者から提出される事業報告書において、魅力ある観光地づくりの観点から、園内清掃及び植栽管理の徹底並びに多彩なイベントの実施等に関する記載が行われた。(都市計画課) 【平成27年3月末時点】	——
平成24年度における指定管理者の選定において、他の応募が1社もなかったということは、今後、本施設を観光目的で積極的に活用すべきであるとの観点においては、消極的に評価せざるをえず、募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)	平成24年度からの指定管理者の選定における応募は1団体のみであるが、募集要項の交付が5団体、現地説明会の参加は4団体であった。 指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道機関への資料提供、応募期間の「1カ月程度」から「2カ月程度」への延長	措置済み

			<p>などを行ってきたが、今後は、より多くの広報媒体の活用や他県における取り組みの調査などを行い、更なる情報提供に努める。(都市計画課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	
			<p>平成26年度に実施した指定管理者の募集にあたっては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道機関への資料提供などを行った。</p> <p>結果として3団体から募集関係書類の交付要請があったが、応募は1団体のみであった。</p> <p>今後とも応募者数の増加を図るため、指定管理者制度を所管している部局とも連携しながら、更なる情報提供の手法について引き続き調査検討に努める。(都市計画課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
		<p>観光施設としてのより多くの利用を促進するため、他の指定管理施設で行われている報奨金制度等を参考に、何らかの基準を設け、指定管理者のモチベーションを上げる手法を検討すべきである。(意見)</p>	<p>当公園は有料施設はなく、気軽に楽しんでいただくことを目的に設置しているため、報奨金制度等の導入はなじまないと考えている。今後とも利用者の拡大や満足度の向上を図るため、県外へのPRや利用者アンケートの充実に努める。(都市計画課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>当公園には有料施設がないため、報奨金制度等の導入は直接にはなじまない。</p> <p>しかしながら指定管理者は、利用者の満足度向上及び地域に愛される公園を目指し、施設のPR活動、利用者アンケート及び地域住民と連携した自主事業等を実施することにより、利用促進に努めている。(都市計画課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
106-108	徳島県月見が丘海浜公園	<p>今後、観光施設としての利用、積極的なPR、県の観光戦略上での位置付けを検討した上で、指定管理者に委託すべきである。(意見)</p>	<p>「徳島県観光振興基本計画」において当公園の観光戦略上の位置付けを行い、次期指定管理者の募集要項等で計画に基づいた取り組みを求めていく。(都市計画課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成25年度に実施した「徳島県観光振興基本計画」における位置付けに引き続き、平成27年3月策定の「徳島県観光振興基本計画(第2期)」においても当公園の観光戦略上の位置付けを行った。</p> <p>平成27年度に予定している次期指定管理者の募集時には計画に基づいた積極的な取り組みを求めていく。(都市計画課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――

		<p>今後、より具体的に、どのような戦略で、県の観光客誘致の最終目標に繋げるのかという方針の明確化が必要である。(意見)</p>	<p>「徳島県観光振興基本計画」において当公園の観光戦略上の位置付けを行い、公園の景観を活かした体験型施設として観光誘致に繋げる。(都市計画課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>公園の景観及び体験型施設としての特色を活かした観光客誘致が図られるよう、園内清掃及び植栽管理の徹底並びに多彩なイベントの実施等について、指定管理者を指導した。(都市計画課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——
		<p>指定管理者からの報告について、観光戦略上の観点からの記載を求めべきである。(意見)</p>	<p>「徳島県観光振興基本計画」において当公園の観光戦略上の位置付けを行い、観光戦略上の観点からの記載を求めている。(都市計画課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>年度末に指定管理者から提出される事業報告書において、公園の景観を活かした体験型施設として観光誘致に繋げるための、民間の旅行サイトを通じた施設の情報発信や利用促進に繋がる多彩なイベントの実施等に関する記載が行われた。(都市計画課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——
		<p>観光施設としてのより多くの利用を促進するため、他の指定管理施設で行われている報奨金制度等を参考に、何らかの基準を設け、指定管理者のモチベーションを上げる手法を検討すべきである。(意見)</p>	<p>当公園の有料施設の運営については、使用料が指定管理者の収入となる利用料金制度を採用しており、現状においてもモチベーションの向上に繋がっているものと考えているが、より一層の利用者の増加が図れるよう、宿泊状況等を分析した上で指定管理者と協議を行う。(都市計画課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>当公園においては、宿泊施設の使用料が指定管理者の収入となる利用料金制度を採用しており、現状においてもモチベーションの向上に繋がっているものと考えている。</p> <p>これまでも繁忙期における開園日の増加等の提案が行われてきたが、平成26年度は新たに施設の Mascot キャラクターの設定及び関連イベントの実施等、指定管理者からの積極的な利用促進策が図られた。(都市計画課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——
109-119	南部圏域にかかる観光振興事業全般	<p>情報誌「四国の右下↑(みぎあがり)」につき、ホームページ、メールマガジンなどで部分的に復活させ、記事を掲載するなどして、同冊子の編集、発行で蓄積したノウハウを活かし、継続的に情報を発信することが期待される。(意見)</p>	<p>情報誌で使用した表紙の題字「四国の右下↑みぎあがり」は南部総合県民局の観光PRのためのロゴマークとして活用している。</p> <p>また、南部総合県民局管内の観光案内のためのホームページである「徳島県南部観光サイト四国の右下↑みぎあがり」</p>	措置済み

		<p>に情報誌の内容を掲載し、引き続き情報発信に努めている。 さらに、情報誌の作成の際に取材した資料等を活用するとともに、この事業により得られたノウハウを活かし、魅力的なパンフレットづくりを行っている。(南部総合県民局経営企画部)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	
		<p>情報誌で使用した表紙の題字「四国の右下↑みぎあがり」は南部総合県民局の観光PRのためのロゴマークとして活用している。 また、南部総合県民局管内の観光案内のためのホームページである「徳島県南部観光サイト四国の右下↑みぎあがり」に情報誌の内容を掲載し、引き続き情報発信に努めている。 さらに、平成26年6月の「るるぶ四国東南部」の発行や『室戸阿南海岸国定公園』指定50周年記念四国の右下イベントガイド」においても、情報誌の作成の際に取材した資料等を活用するとともに、この事業により得られたノウハウを活かし、魅力的なパンフレットづくりを行った。(南部総合県民局経営企画部、南部総合県民局産業交流部)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	<p style="text-align: center;">———</p>
	<p>南阿波井，南阿波鍋につき，各種旅行を組み合わせたツアー商品の開発や，県外でのイベント（たとえば，「新鮮 なっ！とくしま」号が参加するイベント）でのさらなるPR等を積極的に図るべきである。(意見)</p>	<p>平成24年12月に開催した食博覧会において南阿波井・南阿波鍋を味わっていただくツアーを実施した。引き続き平成25年11月開催予定の食博覧会においても実施する予定である。また，平成25年5月に大阪で開催された「食博覧会大阪」会場において，「新鮮 なっ！とくしま」号と連携し，南阿波井のPR販売を行った。今後とも，機会あるごとに積極的にPRを図っていく。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	<p>措置済み</p>
		<p>ツアー商品の開発については，平成24年12月に開催した「食博覧会」において南阿波井・南阿波鍋を味わっていただくツアーを実施した。さらに平成25年11月開催の「第3回食博覧会」では井・鍋に加えスイーツを開発し，平成26年1月には関西メディア・旅行会社等関係者を招き，『四国の右下』体験会」を実施した。平成26年11月の「全国井サミット」と同時開催した「第4回食博覧会」においても，「南阿波井」「南阿波スイーツ」等の「南阿波グルメ」と観光スポットを組み合わせたツアーを実施した。 また，県外イベントでのPRについては，平成25年5月に大阪で開催された「食博覧会大阪」会場において，「新鮮 なっ！とくしま」号と連携し，「南阿波井」のPR販売を行った。 さらに，平成25年10月に，福島市で開催された「全国</p>	<p style="text-align: center;">———</p>

	井サミットinふくしま2013」,平成27年3月,首都圏の百貨店での「四国の物産展」において「南阿波井」のPRを行った。今後とも機会あるごとに積極的にPRを図っていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成27年3月末時点】	
「南阿波アウトドア道場」につき,費用対効果を測定するとともに,観光客の生の意見を集め,更によりよい内容にするべく努めることが期待される。(意見)	「南阿波アウトドア道場」を各イベント会場や観光案内所で配布,広報した結果,掲載している各種イベントやツアーの利用者増につながった。また,平成24年度に開催されたアウトドアイベントのうち4会場において,参加者の生の意見を確認し,平成25年度実施事業において,開催時期の見直しや,イベント告知方法の見直しを行うことで,より参加者に喜ばれるイベントに改善した。今後ともこの事業で得られたノウハウを活用し,魅力ある広報を行っていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	「南阿波アウトドア道場」を各イベント会場や観光案内所で配布,広報した結果,掲載している各種イベントやツアーの利用者増につながった。また,平成24年度に開催されたアウトドアイベントのうち4会場において,参加者の生の意見を確認し,平成25年度実施事業において,開催時期の見直しや,イベント告知方法の見直しを行うことで,より参加者に喜ばれるイベントに改善した。引き続き,26年度実施イベントにおいても,参加者の生の意見を確認し,コースの見直しや地域特産品の提供等よりよい内容に見直しを図った。今後ともこれらの事業で得られたノウハウを活用し,魅力ある広報を行っていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成27年3月末時点】	——
「だれも知らない四国の右下」につき,有名観光スポットがない地方であっても,取り上げ方次第で様々な魅力を発信し,観光スポットを開発できることを示す好例であるので,南部圏域に留まらず,県内の他の地域でも,このノウハウを活かして,同様の観光スポットの発掘等の取り組みが期待される。(意見)	引き続き新たなスポットを発掘した結果,平成24年度末で150箇所のスポットを見つけることができた。今後ともさらに魅力ある観光スポットの発掘を行うとともに,それらを貴重な観光資源として,有効に活用していきたい。また,この事業により得られたノウハウを他機関等と共有し,新たな観光スポットの発掘に役立てていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成25年8月末時点】	措置済み
	引き続き新たなスポットを発掘した結果,平成24年度末で150箇所のスポットを見つけることができた。今後ともさらに魅力ある観光スポットの発掘を行うとともに,それらを貴重な観光資源として,平成26年度にはメディアを有効に活用し,CATVでの放送やホームページへの掲載を行っ	——

			た。また、この事業により得られたノウハウを他機関等と共有し、新たな観光スポットの発掘に役立てていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成27年3月末時点】	
		「四国の右下」PR活動は、徳島県における観光政策全体における位置付け、他の観光振興事業(他の圏域におけるものを含む)との情報交換・提携等が十分であるとまではいいがたい面がある。「四国の右下」の独自性を活かしつつも、徳島県全体の観光振興の一環として共通のキャッチフレーズ、イメージキャラクター等の活用を図ったり、本事業で得られたノウハウ等の成果を他の観光振興事業に反映させたりすることを検討すべきである。(意見)	「四国の右下」PR活動については、地域の独自性を強調しつつ、徳島県全体の観光振興策の一環としての共通キャラクター「すだちくん」等と連携した情報発信をホームページ等で行うことにより、徳島県南部としての地域情報を発信することに努めている。今後とも他の観光振興事業と連携をとりながら、より一体的な観光情報の発信を行っていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			「四国の右下」PR活動については、地域の独自性を強調しつつ、徳島県全体の観光振興策の一環としての共通キャラクター「すだちくん」等と連携した情報発信をホームページ等で行うことにより、徳島県南部としての地域情報を発信することに努めている。さらに、西部圏域と連携し平成26年度は剣山国定公園指定50周年事業「ぐるっと剣山交流促進事業」の実施や、平成25、26年度の9月、3月には、「あゝ徳島」において物産展を開催しPRに務めた。今後とも他の観光振興事業と連携を図りながら、より一体的な観光情報の発信を行っていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成27年3月末時点】	——
120-124	体験型観光推進事業、体験型観光連携推進事業	体験型観光ないしコンベンションを推進ないし誘致する事業など、内容が類似する事業につき、相互に提携し、情報を交換して、相乗効果を上げるように努めるべきである。(意見)	県観光協会や西部地域受入団体等の関係機関と連携し、「全国ほんもの体験フォーラム」を開催することで、全国に向けた効果的な魅力発信を行った。この開催により得られたノウハウを活かし、今後とも連携や情報交換により、より一層効果が上がるよう努める。(南部総合県民局産業交流部) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			県観光協会や西部地域受入団体等の関係機関と連携し、「全国ほんもの体験フォーラム」を開催することで、全国に向けた効果的な魅力発信を行った。この開催により得られたノウハウを活かし、魅力的な体験プログラムの開発やインストラクターやガイドの育成に取り組んだ。平成27年2月には「南阿波よくばり体験10周年記念講演会」を開催することで、体験型観光の今後の展開について検討の機会を持った。さらに県観光協会等、関係する機関との情報交換により、より一層効果が上がるよう取り組みを進めていく。(南部総合県民局産業交流部) 【平成27年3月末時点】	——

		<p>「全国ほんもの体験フォーラム」の誘致は、大規模な体験型観光ないしコンベンションの事例として評価しうるものであり、今後も同様の誘致の取り組みが期待される。(意見)</p>	<p>平成25年3月に「全国ほんもの体験フォーラム」を開催した。今回の誘致、開催により得られた効果や問題点を検証しながら、今後とも引き続き、体験型観光を推進していく。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成25年3月に「全国ほんもの体験フォーラム」を開催した。今回の誘致、開催により、主催者としても豊かな自然や食文化など県南の魅力を再認識するとともに、全国に向け効果的な魅力発信ができ交流人口の拡大につながった。今後とも魅力的な体験プログラムの開発や、拡大する民泊ニーズに対応できるよう、引き続き、体験型観光を推進していく。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——
		<p>本事業では、体験型観光の推進のためにパンフレット・ポスター等を作成しているが、総じて工夫されており、一定の広報効果を上げているものと評価できるので、そのノウハウを他の事業にも活かしていくべきである。(意見)</p>	<p>平成25年3月に発行したパンフレット「四国の右下みぎあがりbook」において、この事業により得たノウハウを活かした広報を行った。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成25年3月、平成26年3月に発行したパンフレット「四国の右下みぎあがりbook」や、「室戸阿南海岸国定公園指定50周年記念四国の右下イベントガイド」において、この事業により得たノウハウを活かした広報を行った。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——
		<p>本事業は、相当の実績を上げているものと評価できるが、南阿波よくばり体験の利用料金が平成26年度から増額される予定であるので、料金の改定にもかかわらず、より一層、利用者を増やせるように、更に魅力的なプログラムの開発、円滑な運営等に取り組むべきである。(意見)</p>	<p>魅力的なプログラムの開発、円滑な運営について、他実施団体の状況確認や利用者の意見を聞きながら、より利用者に喜ばれる体験を提供できるよう、引き続き検討する。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>魅力的なプログラムの開発、円滑な運営について、他実施団体の状況確認や利用者の意見を聞くとともに、平成27年2月には「南阿波よくばり体験10周年記念講演会&総合研修会」を開催し、魅力的な体験プログラムの開発や民泊料理として南阿波グルメとして開発した「南阿波鍋」の講習会等を実施し、より利用者に喜ばれる体験を提供できるよう取り組んだ。(南部総合県民局産業交流部)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	——
130-133	総論(1)	戦略目標、個別目標について、一応の数値目標を立て	戦略目標の達成に効果的に繋がるものとするため、今後は、	

147	観光関連事業の実施状況の評価について	<p>ていることは、基本的には評価できるが、両目標における達成状況の乖離の原因について、十分に検討する必要がある。</p> <p>個別目標が概ね順調に推移していることが戦略目標の達成状況に十分に反映されていないとすれば、戦略目標と個別目標との連携について、再考する必要がある。(意見)</p>	<p>各取り組みの進捗状況に応じて、個別目標の内容の修正や、新たな個別目標の設定など、不断の見直しを行い、戦略目標と個別目標との着実な連携を図っていく。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成27年3月策定の「観光振興基本計画(第2期)」においても、本県の観光振興を図るため、戦略目標を設定、3つの核となる重点施策を掲げるとともに、具体的な個別目標を設定し、施策展開を図ることとしている。なお、策定後についても、不断の見直しを行い、戦略目標と個別目標との着実な連携を図っていく。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
133-137 147-148	総論(2) 統括的な機能の強化について	<p>ア 戦略目標達成へのコントロールについて</p> <p>一定の困難が伴うとしても、各イベント、各施設等において、できる限り具体的な数値目標を明確化し、その積み上げにより目標達成に至るまでの道筋を描くべきである。</p> <p>仮に、その目標値に到達しなかった場合には、個別具体的に検証してその原因を明確にすることによって、どのイベント、どの施設等にいかなる問題があるかを把握し、積上計算を含め、再度、全体的な方策を練り直すという過程を繰り返すべきである。(意見)</p>	<p>各イベントや各観光施設においては、目標集客者数、目標年間来館者数などの数値目標を設定しており、この数値目標の達成に向けて実施計画、年次計画を策定のうえ、事業展開を図っているところである。</p> <p>今後は、こうした数値目標の達成状況を踏まえ、各イベントや各観光施設ごとに、県内での観光周遊や宿泊に繋がっているか等について定期的な効果検証を行った上で、個別の目標値について必要な見直しを行い、戦略目標の達成を目指していく。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
		<p>イ 相乗効果、ノウハウの一元化・共有化について</p> <p>各事業等を全庁的に把握し、各担当課の枠を超えて、横断的に各事業等を束ねる可能性を探り、ブランド化や、相乗効果を狙う機能を強化すべきである。</p> <p>また、各事業を担当課内で終結させるのではなく、関連する事業を行っている各課が計画段階から共同で協議を行い、まず、「誰に」「何を」「どのように」提供する事業なのかという事業の要素を明確化し、過去に各担当課が蓄積したノウハウを活かせないか、事業の要素を付け加えることにより事業の拡張性を図れない</p>	<p>各イベントや各観光施設においては、目標集客者数、目標年間来館者数などの数値目標を設定しており、この数値目標の達成に向けて実施計画、年次計画を策定のうえ、事業展開を図っているところである。</p> <p>「観光振興基本計画(第2期)」においても、同様に、数値目標の達成状況を踏まえ、毎年度、成果を検証の上、PDCAサイクルにより、必要な見直しを行い、戦略目標の達成を目指していく。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成27年3月末時点】</p>	――
			<p>県産品の振興においては、例えば平成25年4月26日から5月6日の間に開催された「13食博覧会・大阪」において観光国際局や農林水産部などの連携による取り組みを行うなど、部局間の連携を図り、一体的な情報発信によるブランド化や相乗効果を狙った取り組みを始めており、各事業担当課で実施するイベント等についても、計画段階での連携を強化し、より一層の相乗効果の発揮や、ノウハウの共有を図っていく。(観光政策課)</p> <p style="text-align: right;">【平成25年8月末時点】</p>	措置済み

		<p>か、各担当課との事業の相乗効果を狙うことはできないか、といった検討を重ねることによって、ノウハウを共有・蓄積させるべきである。(意見)</p>	<p>観光や物産に関するPRイベントのほか、各事業担当課が実施する様々なイベント等においても、計画段階から、政策創造部や農林水産部、県土整備部など部局間の連携を図り、相乗効果の発揮や、ノウハウの共有を図っている。(観光政策課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	———
	<p>ウ 他の自治体、観光事業者、観光関係団体との連携、協力について</p> <p>各担当課が個別に連携等の可能性を探るのではなく、たとえば、観光政策課において、市町村、観光事業者、観光関係団体等の有するイベント・施設等の情報を一元的に管理し、連携についてのノウハウを一元的に蓄積し、さらに、情報交換、批判、検討等を行うに当たっても窓口を一つにすることにより、より効果的、効率的に問題点の解決への道筋を描くべきである。(意見)</p>	<p>市町村、観光事業者等が実施するイベントや観光施設の催事等については、徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」により、情報の一元化を行っている。平成25年3月には同サイトをリニューアルしており、随時、最新の観光情報をより多くサイト利用者に提供できるよう、例えば、トップ画面の「新着情報」に連携して、県内の市町村等のイベントや観光情報を一元的にかつ最新の状態で利用できるようにしたほか、各市町村や各市町の観光協会がイベント等の記事を同サイトに直接、編集、新規作成を行えることなどにより、市町村等との更なる連携や情報交換の緊密化を図っており、更なる活気にぎわいを創出していく。(観光政策課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み	
		<p>平成25年にリニューアルした徳島県観光情報サイト「阿波ナビ」の本格活用により、市町村、観光事業者等が実施するイベントや観光施設の催事等の情報の一元化を図っており、利用者に対し最新の観光情報等を提供している。市町村や各市町の観光協会自らが編集権限を持つため、リアルタイムで最新情報が提供できることから、それらの情報を活用し季節に応じた特集を組むなど、関係者間の情報共有や連携も図っている。(観光政策課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	———	
137-141 148	<p>総論(3) マスコットキャラクター、キャッチフレーズ等を活用した統一的な観光イメージ戦略について</p>	<p>すだちくんを始めとするマスコットキャラクター、「近いよ！徳島」などを始めとするキャッチフレーズ等につき、徳島県の観光政策における貴重な資源として位置付けた上で、これらを組み合わせて総合的に活用することで、統一的な観光イメージ戦略を推進していくべきである。(意見)</p>	<p>これまでも観光誘客イベントや誘客キャンペーンをはじめ様々な誘客活動において、すだちくんを積極的に活用してきた。平成25年7月公表の本四高速への全国共通料金制度の導入を契機とした本県の魅力を全国発信していく「おどる宝島！とくしま・PRロゴマーク」でも、すだちくんを本県のイメージキャラクターとしており、このPRロゴマークの観光誘客活動での積極的な活用を図ることにより、観光イメージ戦略に繋げる。(観光政策課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
		<p>これまでの誘客活動においても、すだちくんを積極的に活用している。また、平成25年7月公表の本四高速への全国共通料金制度の導入を契機とした本県の魅力を全国発信していく「おどる宝島！とくしま・PRロゴマーク」でも、すだ</p>	———	

			ちくんをイメージキャラクターとして活用し、観光イメージ戦略に繋げてきた。 さらに、平成26年9月以降は、様々な機会を捉え、本県の共通コンセプト「vs東京」を活用し、自然・文化・食など徳島ならではの優れた資源を発信、徳島の知名度の向上、ブランドイメージの定着化を図っている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	
142-145 148-149	総論(4) 実行委員会が主催する大型イベントについて	ア 支出の内容やその適否等の審査について 徳島県が負担金交付等の方法により支援する以上は、実行委員会の収支等について各経費支出の必要性や収入の中身も含めて審査するのは当然であり、例外を設けることなく、全てのイベントについて十分な審査がなされるべきである。(指摘)	県が負担金等を支出するイベントにおいては、県も実行委員会の委員として会議の場で収支状況の詳細な報告を受けて審査を行っているところであるが、負担金等の交付段階での書類審査を徹底する観点から、実績報告書においても平成25年度以降は詳細なものの提出を求めていく。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			県が負担金等を支出するイベントにおいては、県も実行委員会の委員として会議の場で収支状況の詳細な報告を受けて審査を行っているところであるが、負担金等の交付段階での書類審査を徹底する観点から、平成25年度以降、詳細な実績報告書の提出を求めている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
		イ イベント内容の改善を図る仕組みについて 実行委員会が主催するイベントであるから、実行委員会が運営の中心的役割を担うのは当然であるが、県としても、負担金を交付する以上は、イベントの内容や運営方法についても積極的に意見を述べるべきである。 また、イベントに関して県に届いた意見や寄せられるクレーム等について、担当課が集約した上で、多く寄せられる意見はないか、毎年継続して寄せられるクレームはないかといった分析・検討を行うことが要請される。 さらに、かかる分析・検討を行った上で、主催者側に書面等を用いた明確な方法で改善要望を行い、主催者側からは各要望についていかなる措置を採ったかという措置結果について書面等で報告を受け、その後、当該クレームが減少したか否かをチェックしていくという、事後のフォローを行うといった仕組み、体制を作ることが要請される。(指摘)	実行委員会の場においては、これまでもイベント内容や運営方法について積極的に意見を述べているが、県に寄せられる意見等についても分析・検討を行い、イベントの充実・改善見直しに繋げていくよう実行委員会に働きかける。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			実行委員会の場においては、これまでもイベント内容や運営方法について積極的に意見を述べているが、県に寄せられる意見等についても分析・検討を行い、イベントの充実・改善見直しに繋げていくよう実行委員会に働きかけている。 また、イベントの関係機関に対して寄せられる意見についても、会議の場に持ち寄り、改善策を協議の上、次回イベントに反映させている。 例えば、「とくしまマラソン」では、会場やインターネット上で実施したアンケート調査に寄せられた意見を参考に、関係者と協議を行い、ランナーのトイレ利用やスタート整列等のマナーアップの取組みや、年代別賞の創設等、運営方法の改善を行った。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
	ウ 実行委員会のメンバーについて		平成25年度以降、各種イベントにおいて、参加者アンケ	

		<p>実行委員会のメンバーに、参加者の目線に立った意見を述べるることができる者など、一部新しい人材を得て、より多方面からの意見を取り入れることも検討すべきである。(意見)</p>	<p>ートを徹底するなど、より多くの参加者の意見を収集し、参加者の目線をより意識したイベント運営を図っていくよう実行委員会に働きかける。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成25年度以降、各種イベントにおいて、参加者アンケートを徹底するなど、より多くの参加者の意見を収集し、参加者の目線をより意識したイベント運営を図っていくよう実行委員会に働きかけている。 例えば、「とくしまマラソン」では、会場やインターネット上でのアンケート調査で幅広く意見を聴取し、「とくしまマラソン実行委員会」の企画委員会等の協議を経て、運営方法等に反映させるよう改善しており、加えて、平成26年10月には、県内ランニングクラブやランナーを中心とした「とくしまマラソン♥サポートランナーズ協議会」の設立に協力し、積極的に協議会に参加するなど、多方面からの意見を取り入れている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】</p>	――
145-146 149	総論(5) スポーツイベントについて	<p>ア 観光戦略上の位置づけについて 今後、各イベントを束ねること等により、相乗効果を狙うといった戦略が必要であり、そのような戦略を策定した上で、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。(意見)</p> <p>イ 安全性、円滑な運営について イベントによっては、参加者への安全性の配慮が十分でないものがあり、今後、計画段階から医師等の意見を反映させ、イベント開催の条件等について事前の基準を策定する必要がある。また、この安全性の基準</p>	<p>県内各地でマラソン大会やサイクルレースなどのスポーツイベントが開催されており、こうしたイベントと県が実施するスポーツイベントや各種アウトドアスポーツ拠点の情報を一体的に発信することを通じて、アウトドアスポーツの楽園である徳島の魅力を効果的に発信し、観光誘客の拡大を図る。 また、こうしたイベントを核とした施策においては、観光入込客数や宿泊者数といった戦略目標の達成に繋がる有効な施策となっているか、との観点での中間進捗管理や効果検証を行った上で、施策内容について必要な見直しを行い、戦略目標の達成を目指していく。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
			<p>平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画(第2期)」において、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目中、「スポーツによるにぎわいづくり」と明記し、スポーツ文化の振興やにぎわいの創出を図ることで、交流人口の増加、宿泊者数、観光客数の目標値の達成に繋げる。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】</p>	――
			<p>例えば「とくしまマラソン」では、運営マニュアルにおいて、従来より、気象条件等により中止の判断を行う場合の決定方法を定めているほか、平成24年度からは、新たに「とくしまマラソン実施本部」に「医療スタッフ協議会」を設置し、医療関係者の医学的見地からの意見を聞くよう定めるな</p>	措置済み

	<p>については、各スポーツイベントを行う担当課において、共通認識とし、各イベントにおいて活用していくべきである。</p> <p>さらに、イベントを行う際には、事前準備として、担当課の枠を超えて幅広く意見聴取を行う等の方法により、万全の態勢を整えておく必要がある。(指摘)</p>	<p>ど、イベント当日の天候等、開催の可否が問われるような場合に備えて安全性の観点からの判断基準を策定しており、イベントの実施時においても警察、消防、医療機関と連携した安全確保体制を構築している。こうした基準の情報共有を図っていくことにより、各イベントの安全性の更なる向上に繋げていく。(観光政策課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	
		<p>例えば「とくしまマラソン」では、運営マニュアルにおいて、従来より、気象条件等により中止の判断を行う場合の決定方法を定めているほか、平成24年度からは、新たに「とくしまマラソン実施本部」に「医療スタッフ協議会」を設置し、医療関係者の医学的見地からの意見を聞くよう定めるなど、イベント当日の天候等、開催の可否が問われるような場合に備えて安全性の観点からの判断基準を策定しており、イベントの実施時においても警察、消防、医療機関と連携した安全確保体制を構築している。こうした基準の情報共有を各イベント担当課で行うことにより、イベントの安全性の更なる向上に繋げている。(観光政策課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	—
	<p>ウ 意見聴取、反映について</p> <p>イベントの意見聴取において判明した問題点は、引き継ぎを行った上で改善状況をモニターすべきであり、また、他のスポーツイベントを所管する担当課とも情報を共有すべきである。(意見)</p>	<p>例えば「とくしまマラソン」では、参加者や動員者、医療スタッフ、ボランティアなどからアンケートで聴取した意見を「とくしまマラソン実行委員会」の企画委員会等で報告し、情報を共有するとともに、運営方法等の改善にこれらの意見を反映させており、平成25年度以降は、こうした取組みを踏まえ、イベント開催後に問題点の抽出や解決方法の検討を行うとともに、類似イベントの担当課間で問題点等の情報を共有することを通じて、各イベントの改善と更なる魅力向上を図る。(観光政策課)</p> <p>【平成25年8月末時点】</p>	措置済み
		<p>例えば「とくしまマラソン」では、参加者や動員者、医療スタッフ、ボランティアなどからアンケートで聴取した意見を「とくしまマラソン実行委員会」の企画委員会等で報告し、情報を共有するとともに、運営方法等の改善にこれらの意見を反映させており、平成25年度以降、こうした取組みを踏まえ、イベント開催後に関係者を交え問題点の抽出や解決方法の検討を行っている。これら検討の結果について、南部総合県民局が開催するアウトドアイベントでのおもてなしの改善に繋げるなど、イベントの改善と更なる魅力向上を図っている。(観光政策課)</p> <p>【平成27年3月末時点】</p>	—

146 149-150	総論(6) 観光施設について	ア 観光戦略上の位置づけについて 各施設における観光戦略上の位置づけを明確にし、その上で指定管理者が行うべき取り組み、報告体制等を検討し、ひいては、徳島県観光振興基本計画における最終的な戦略目標との繋がりを検討すべきである。(意見)	県営施設については、それぞれの目的を持って設置、運営されているが、施設によっては、本来の目的に加えて、観光施設としての一面もあるところであり、こうした施設については、観光振興基本計画における位置づけを明確にし、観光誘客への積極的な活用を図る。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			平成27年3月に策定した「徳島県観光振興基本計画(第2期)」において、『阿波とくしま』らしいにぎわいの創出の項目中、「交流拠点を活用したイベントの充実」と明記し、にぎわいの創出を図ることで、宿泊者数、観光客数の目標値の達成に繋げる。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
		イ 指定管理者のモチベーションについて 報奨金等の指定管理者のモチベーションを上げる方策が行われていない施設、報奨金等の制度を設けているが、報償金の基準が現状の収支等と乖離しており、指定管理者のモチベーションに有効に作用しているとは思えない施設も見受けられるので、他の施設を参考にすることで、指定管理者のモチベーションを上げるために適切な対策を講じるべきである。(意見)	本県では、施設の性質や社会情勢の変化を踏まえつつ、指定管理者のモチベーションの維持に努めており、指定管理者の更なるモチベーション向上に繋げていく手法については、先進事例の把握と研究に努めながら、不断の見直しを加えて、その確立を図る。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			本県では、施設の性質や社会情勢の変化を踏まえつつ、指定管理者のモチベーションの維持に努めており、指定管理者の更なるモチベーション向上に繋げていく手法については、先進事例の把握と研究に努めながら、不断の見直しを加えて、その確立を図っている。(観光政策課) 【平成27年3月末時点】	——
		ウ 指定管理者の選定について 指定管理者の選定において、十分な応募が得られるように、募集期間、情報提供等を再度検討する必要がある。(意見)	応募者の拡大や利便性の向上を図るため、情報提供の方法について改善を図ってきたところであり、競争性、公平性は確保されているものと考えている。引き続き、十分な応募が得られるよう、多様な広報媒体の活用を図り、より分かりやすく情報提供するなど創意工夫を行っていく。(観光政策課) 【平成25年8月末時点】	措置済み
			指定管理者の選定においては、応募者の拡大を図るため、県ホームページ上への募集要項の掲載や報道関係への資料提供、応募期間の「1ヶ月程度」から「2ヶ月程度」への延長などを行うとともに、平成26年度から新たに「県HPトップページでの案内サイトを開設」するなど、募集案内の周知に努めた。その結果、例えば「渦の道」・「大鳴門橋架橋記念館」では、募集要項の配付団体が増加するなどの効果があった。今後についても、引き続き応募者の拡大に向けた工夫を行っていく。(観光政策課)	——

