

デジタル田園都市国家構想交付金等の令和 6 年度実績について

No.	交付金 対象事業名	事業概要（目的）	事業内容	事業費及び交付金充当額	重要事業評価指標		
					評価指標	目標値（R7.3）	実績値（R7.3）
1	イーストとくしま DMOニューツーリズム推進による新たな事業創出による地域活性化の実現 <推進タイプ>	徳島県東部地域 15 市町村及び民間事業者が連携し、圏域外からの「外貨」の獲得と地域住民の活躍の場を創出できる“観光”を経済施策として捉え、観光コンテンツを魅力あるビジネスに成長させ、旅行者等による交流人口の拡大を図ること で、「訪れてよし」「住んでよし」の観光地域づくりを推進し、圏域経済を好循環させる仕組みを構築することにより、自立的で持続可能な観光地域づくりを目指す。	（負担金）1,430千円 1. ファム・メディアツアーや展示会・商談会の実施 2. Facebook・Instagram・X等を活用した観光スポットや体験型観光コンテンツにかかる情報発信 3. 住民の観光に関する意識調査の実施 4. スマホアプリ「しこくるり」を活用した、観光客の位置情報等のデータの蓄積 5. 徳島ならではの自然・食・文化を存分に楽しめるインバウンド向け高付加価値サイクルツアーを造成	事業費： 1,430千円 交付金充当額： 715千円	①徳島東部圏域の延べ宿泊者数 ②徳島東部圏域ひとり当たり観光消費額 ③徳島東部圏域の来訪者満足度 ④徳島東部圏域の住民満足度	①前年度比 5 万人増 ②前年度比 2 千円増 ③前年度比 1 %増 ④前年度比 1 %増	①前年度比28.7万人増 ②前年度比9千円増 ③前年度比7.1%増 ④前年度比1.5%増
2	3つの徳島県・地域連携DMOが協働する観光振興プログラム <推進タイプ>	関西を主要ターゲットに昨今高まっているマイクロツーリズム・ニーズを獲得するとともに、県内 3 DMOと連携して低迷している周遊・滞在型観光を促進する。 また、徳島ならではの観光資源の魅力発信やコンテンツ開発を行うとともに、国際観光の再開を見据えて戦略的にプロモーションを展開することで、観光振興を強力に推進していく。	（委託料）2,999千円 1. 市公式観光サイトの機能を強化 スマートフォンでの閲覧対応やルート検索機能、特集記事ページの追加などを行うとともに、即時の情報更新を可能とした。 2. インバウンド誘客を見据えた市観光情報の発信力強化 日本最大級の訪日メディアを運営する事業者との連携により、市の観光情報を訪日旅行を検討する層に効果的に発信した。また、閲覧データに基づく定期的なフィードバックを受け、インバウンドを意識した魅力ある記事作成など、コンテンツの充実を図った。	事業費： 2,999千円 交付金充当額： 1,350千円	①徳島県全域における宿泊旅行による旅行消費額 ②徳島県全域における客室稼働率 ③県観光情報サイト総アクセス件数	①前年度比202.91億円増 ②前年度比6.21%増 ③前年度比145万件増	①前年度比143.9億円減 ②前年度比4.8%減 ③前年度比108.47万件減

No.	交付金 対象事業名	事業概要（目的）	事業内容	事業費及び交付金充当額	重要事業評価指標		
					評価指標	目標値（R7.3）	実績値（R7.3）
3	なると満喫アクティビティ事業～ 寄りたい！泊まりたい！また行きたい！なるとCity～ <推進タイプ>	大鳴門橋自転車道の完成を見据え、地域の観光事業者などと連携し、サイクリングに楽しさをプラスする取り組みとして、市内に点在しているアクティビティを整理・整備し、鳴門ならではの魅力を有効活用したアクティビティを観光コンテンツとして磨き上げることで、新たな来訪者の取り込みや滞在の長期化、リピーターの増加に繋げる。	（委託料）12,410千円 1. 新アクティビティ運営事業 民間事業者が日常的にアクティビティを提供するための整備として、新規参入事業者に対して育成研修等を実施した。 2. イベント事業 関係人口・交流人口拡大を図るため、計2回のアクティビティイベントを開催した。 3. プロモーションサイト運営事業 アクティビティMAP、なるととりとリーと（アクティビティWebページ）の周知をするとともに、アクティビティ団体追加情報の収集などWEBサイトの情報更新等を行った。	事業費：12,410千円 交付金充当額：6,205千円	①観光入込客数 ②外国人観光客入込数	①前年度比30万人増 ②前年度比2万人増	①前年度比21万人増 ②前年度比1.4万人増
4	道の駅「くるくるなると」における交流拠点施設整備事業 <拠点整備タイプ>	神戸淡路自動車道、徳島自動車道、高松自動車道の3つのICに近接し、1日当たり約4万台の交通量のある国道11号沿いという「好立地の場所」に交流拠点施設を整備し、道の駅として登録する。こうした取り組みを通じて外部からの誘客を促進させ、地域の消費拡大を促し、地域活性化を促進する。 また、本施設が「食のテーマパーク」として、若い世代や女性に訴求することも念頭に置いたオリジナル商品の開発と豊富な品揃えを行うことで、来訪者自身がSNS等で自然とPRや共有したくなる話題性を複層的に提供し、若い世代等の本施設への目的地化の実現に繋げ、「まち」の賑わいを創出し、まちの魅力度向上を図る。	令和3年度に施設の建築工事に着手し、物産館、産直レストラン、カフェ、パン売り場、キッズルーム、体験交流研修室、情報発信施設等の整備を完了し、令和4年4月29日に開駅した。 	事業費：－ 交付金充当額：※交付金活用は令和3年度のみ	①本施設の売上額 ②本施設の新聞・メディアへの掲載回数 ③「地域ブランド調査」（ブランド総合研究所公表）の産品購入意欲度調査における「あなたは以下の地域において購入したい商品がありますか？」という問いに対する「具体的にある」と回答した回答者の割合	①6億2千万円 ②16回 ③0.8%	①20億3千万円 ②88回 ③－ ※「地域ブランド調査」において、当該調査項目が割愛