



地方創生SDGs
官民連携
プラットフォーム

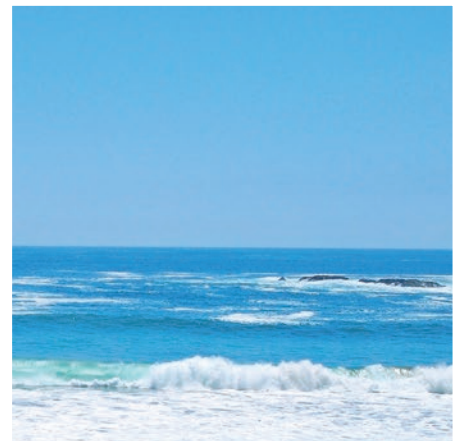
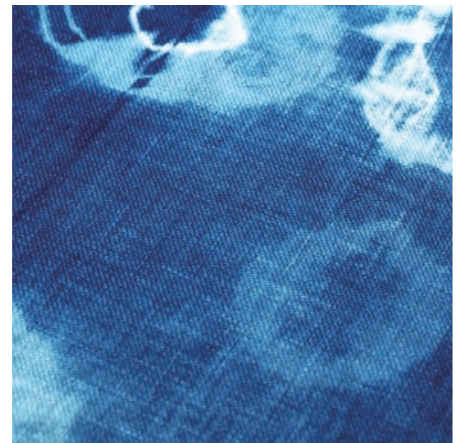
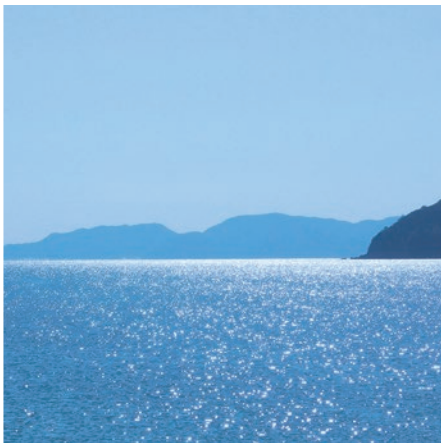


私たちは持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

(2024年4月改定)

第5次四国観光交流戦略

2021年 ▶▶▶ 2025年



TOURISM SHIKOKU

しあわせぐるり、しこくるり。

四国ツーリズム創造機構



代表理事 半井真司

四国ツーリズム創造機構は、2009年7月、地域の自治体、経済団体、運輸・旅行会社や地元企業との総力を結集し、「四国はひとつ」「民間の組織力、知力、資金の活用」という理念のもと、観光産業の振興、地域の活性化を目的に、官民一体となったオール四国の観光推進組織として誕生いたしました。

2018年12月に一般社団法人となり、2019年3月には、「広域連携DMO」として国に登録しております。

近年は、国のインバウンド拡大目標とも相俟って、着実に誘客実績を伸ばしてきましたが、2020年初めからの世界的な新型コロナウイルスの感染拡大の影響を受け、国内外の観光需要が大きく落ち込むなど、観光業を取り巻く状況が一変、未曾有の危機に直面いたしました。

こうした中、当機構は、四国の経済界を代表する四国経済連合会と、四国4県の地方銀行の包括提携組織である四国アライアンスと共同で、「四国の観光ビジョン」を2021年3月に初めて策定し、公表いたしました。

四国域内の個々に独自性を持つ、魅力溢れる自然と文化を繋ぎ、四国が一体となった広域周遊観光を実現することで、四国の認知度を飛躍的に高め、「四国ブランド」を確立することを目指したものです。

当機構では、このビジョンに基づきつつ、コロナで大きな影響を受けた観光業の現状を踏まえ、2021年度から「大阪・関西万博」が開催される2025年度までを計画期間とする「第5次四国観光交流戦略」を策定いたしました。

今回策定した戦略に基づき、当機構が「四国観光」の舵取り役となり、地域や組織の一体的な取り組みや連携と役割分担の上で、広域周遊観光を推進し、「四国ブランド」を確立したいと考えておりますので、四国の観光に関わる皆様をはじめ、様々な分野の皆様のご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

(一社)四国ツーリズム創造機構の設立理念

2009年7月31日、四国観光立県推進協議会を発展的に解散し、四国ツーリズム創造機構を設立しました。

1. 民間組織力の活用

- 民間企業の組織ネットワーク、保有媒体の積極的な活用
- 民間企業の人的なネットワークの活用による事業効果の拡大と波及効果の発生
- 民間企業の専門知識に基づく効率的な事業の推進

2. 民間知力の活用

- 民間企業の市場を意識した思考の導入による戦略的・効率的な施策展開
- 発地側企業の情報・知識の活用による観光ニーズの迅速・的確な把握
- 多様な知識を持つ異業種の交流による相互の切磋琢磨

3. 民間資金の活用

- 投資に見合う目標の達成と効果の追求
- エリア均等意識に束縛されない効率的な事業実施
- 資金提供企業・団体による総合的な事業イメージの向上

四国の観光ビジョン (一社)四国ツーリズム創造機構、四国経済連合会、四国アライアンス

四国観光の将来像

広域観光デスティネーション『四国～Shikoku～』ブランドの確立

2025年度に向けた 指針・重点 推進項目

取り組み指針

繋がる 広げる 未来を拓く

重点推進項目

- 1 地域・組織の一体的な連携と協働
- 2 観光コンテンツの広域組成と販売促進・マーケティングのDX化
- 3 地域固有の自然・文化を紡ぐサステナブルツーリズムの推進

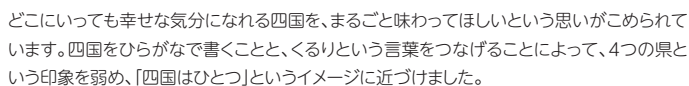
キャッチコピー

しあわせぐるり、しこくるり。

～巡る。四国～ 協力:Shikokuブランド(株)



(一社)四国ツーリズム創造機構では、当機構の取り組みにご賛同いただき、事業に参画していただくことなどにより、観光振興の面から四国の地域活性化を共に目指していく賛助会員を募集しています。詳しくは事業推進本部(TEL:087-813-0431)にお問い合わせください。



国合同庁舎側入口

ATMコーナー

ガレリア、ヨンデンプラザ方面からの通路

EVホール

女子トイレ

多目的トイレ

男子トイレ

IH Cafe

セキュリティ扉

EV

EV

EV

EV

こちらのインターホンで呼び出してくださいと、セキュリティを解除いたしますので、エレベーターで3階事務所までお越しください。

こちらのエレベーターからは、事務所にお越しいただけませんので、ご注意ください。

▼駅方面

▼駅方面

第5次四国観光交流戦略とは

ビジョン

広域観光の推進による四国ブランドの確立

～4つの顔、独自性を持つ、魅力溢れる自然と文化を繋ぎ、
四国がひとつとなった広域観光を通じて、国内外に開かれた
持続可能な地域づくりの一翼を担う～

指針

四国の広域観光推進の舵取り役として、四国ブランドの確立に貢献する。

第5次四国観光交流戦略の施策概要

ブランディング戦略

- 1 関係団体との連携
- 2 プロモーションの改革
- 3 オウンドメディアの改革
- 4 持続可能な観光への取組
- 5 人材育成・住民の満足度向上への貢献



1 関係団体との連携

- 観光庁、JNTO、四国運輸局との連携
- 四国4県、四国経済連合会、四国アライアンス等との連携
- 広域連携DMO、四国内DMOとの連携
- 観光関連事業者との連携
- 教育界との連携

2 プロモーションの改革

- ペーパーレス化、デジタルへの傾斜
- 根拠に基づいた、緻密なマーケティングの実践

3 オウンドメディアの改革

- ホームページの拡充、SNSでの情報発信
- ホームページ、SNSの多言語化や内容拡充の推進
- 自社所有の画像の拡充と動画制作

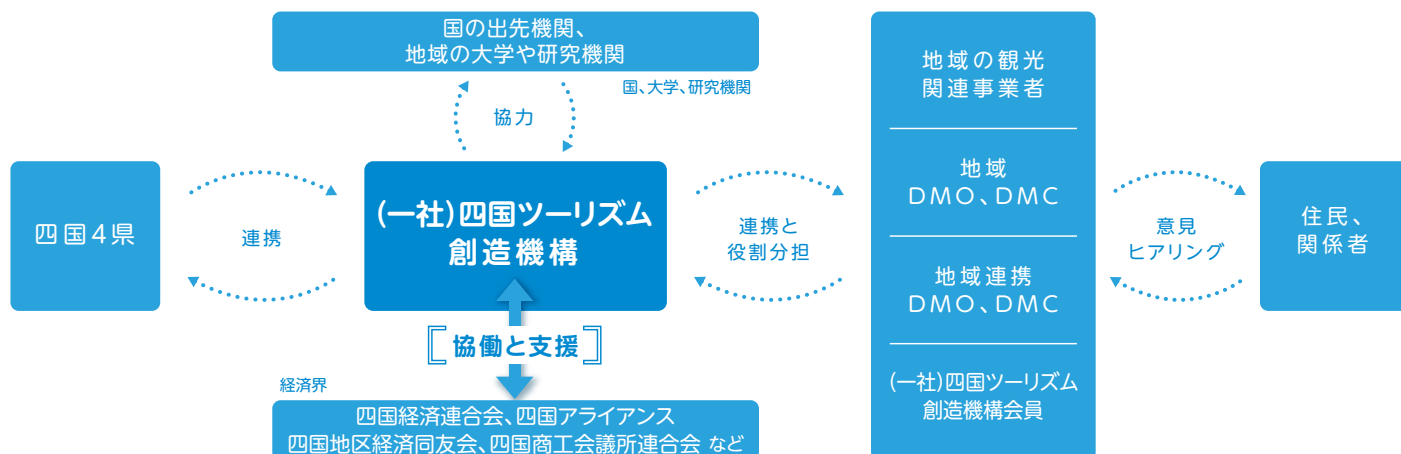
4 持続可能な観光への取組み

- SDGsを意識し、日本版持続可能な観光(JSTS-D)への取組と、GSTC認証に向けた活動を推進

5 人材育成・住民の満足度向上への貢献

- 四国4県の大学と連携した観光人材の育成
- 観光事業者及び住民向けセミナーの実施
- 現地ガイド育成につながる努力

推進体制 「(一社)四国ツーリズム創造機構」を扇の要とする四国の観光ビジョン推進体制



DX化(デジタル技術への対応)

- 紙媒体や対面方式からデジタルを用いた情報発信へのシフト
- 2023年3月に導入したDMP(Data Management Platform)の活用と関連団体の活用推進
- 「3:6:1=作る:届ける:測る」を意識したデジタル予算の配分によるPDCAの実践
※「作って終わり」から「いかに届けるか」を重視する。

スローガン

しあわせぐるり、しこくるり。

2025年度に向けた重点推進項目

- 四国を一つのエリアとする、広域周遊型観光の推進
- デジタル技術によるマーケティングの強化
- 持続可能な観光の推進による四国ブランドの確立

マーケティング戦略

- 1 観光コンテンツの広域組成・プロモーションと観光消費額の向上
- 2 国内誘客事業
- 3 訪日誘客事業
- 4 収益事業の検討

組織戦略

- 1 組織・ガバナンス
- 2 会員、観光関連事業者との連携強化
- 3 IT基盤の強化
- 4 人材育成

1 観光コンテンツの広域組成・

プロモーションと観光消費額の向上

- 四国固有の広域的なコンテンツの磨き上げとプロモーション(四国遍路、アドベンチャーツーリズム、スポーツツーリズム、ワーケーション等)
- 付加価値向上による観光消費額の向上

2 国内誘客事業

- 運輸事業者との連携(JRグループ、航空会社、その他交通事業者)
- 旅行会社、OTAとの連携
- 旅行商談会の実施と旅行会社への営業
- 四国で行われるイベントとの連動

3 訪日誘客事業

- 観光庁・JNTOと連動した事業の推進
- JNTOメディアと連動したプロモーション
- 根拠に基づいた国別のマーケティングの実施
- 四国コンシェルジュデスクの継続
- 欧州における四国の営業拠点の開始
- 海外メディアの効果的な活用
- 大阪・関西万博等、世界的なイベントでの四国プロモーション

4 収益事業の検討

- 自主事業の検討

1 組織・ガバナンス

- 組織の存在価値を高める職員の意識向上
- レベルの高い、コンプライアンス遵守(IT、個人情報、著作権等の法令順守)
- 組織としてのリスク管理の徹底と継承
- 個人の成長、やりがいのある組織風土醸成
- 元出向者との連携強化

2 会員、観光関連事業者との連携強化

- 会員に対する満足度向上への取組
- 会員入会の推進
- 観光関連事業者との連携強化
- 会費制度の検討

3 IT基盤の強化

- ITリスク管理のための機構内ルール確立と運用
- 各種マニュアルの作成
- 情報セキュリティ徹底への取組
- 機構内のIT化の推進
- 機構内のITナレッジ、スキルの向上

4 人材育成

- 機構内での計画的な能力開発、専門性向上のための教育制度の確立
- 観光庁の外部専門人材制度を活用した機構職員の教育
- 働き方改革への取組、デジタル活用による職場の充実
- プロパー職員の拡充

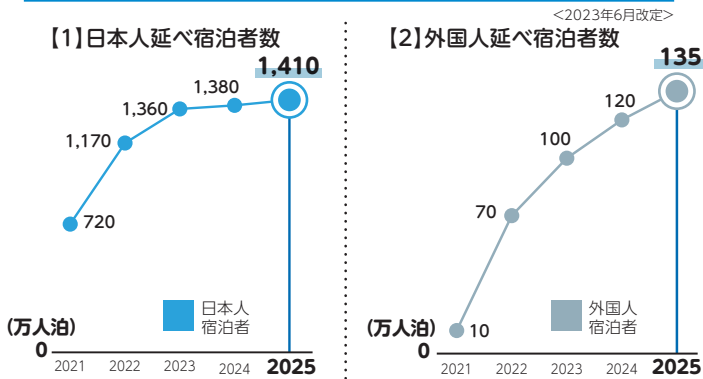
- デジタルマーケティングが有効に機能
- 四国の観光プラットフォームを構築し、域内事業者および来訪者が有効活用

2025年までの数値目標

1

延べ宿泊者数

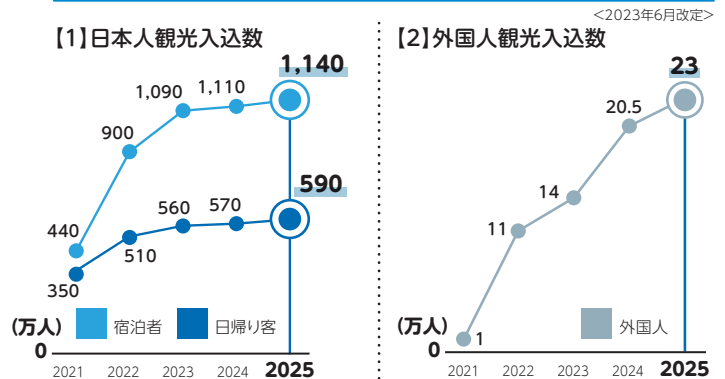
国内客は2022年までに
1月1日～12月31日
外国人客は2024年までにコロナ前の水準に!



2

観光入込客数

国内客は2022年までに
1月1日～12月31日
外国人客は2024年までにコロナ前の水準に!



3

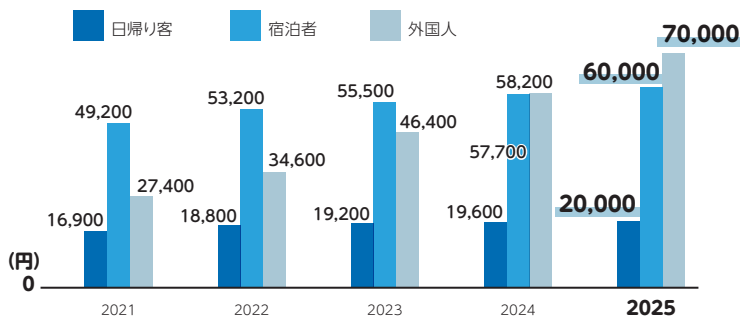
観光消費額

外国人消費額を22%UP
1月1日～12月31日

コロナ前(2019年)と2025年を対比して

【日本人日帰り客6%UP(2019年:18,800円)】

【日本人宿泊客12%UP(2019年:53,200円)】【外国人22%UP(同年:57,000円)】



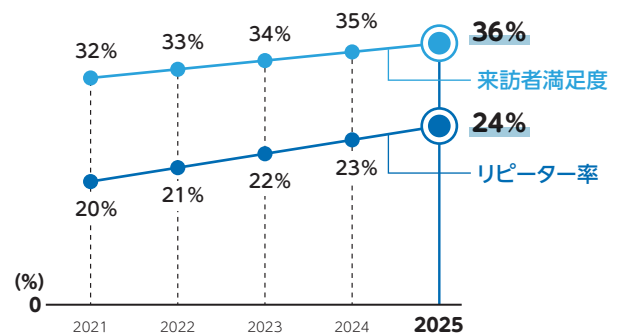
4

外国人観光客

満足度を向上させリピーター率4ポイントUP
4月1日～3月31日

外国人観光客の来訪者満足度とリピーター率

『四国旅行の総合満足度で「大変満足」と回答した割合』を指標とする。



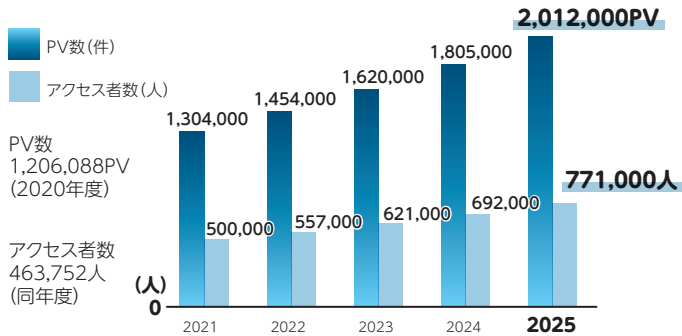
5

オウンドメディア

各項目50%UP
4月1日～3月31日

【1】日本語ホームページ(PV数、アクセス者数)

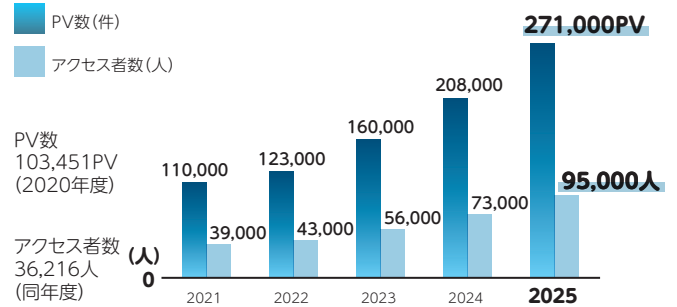
<2023年6月改定>



【2】多言語ホームページ(PV数、アクセス者数)

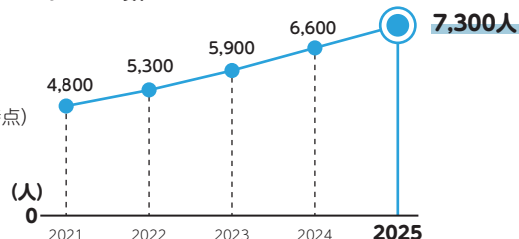
<2023年6月改定>

※英語、繁体字、簡体字、韓国語、フランス語 サイト計



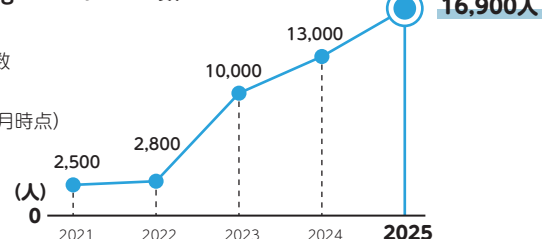
【3】Facebookフォロワー数

フォロワー数
4,276人
(2021年5月時点)



【4】Instagramフォロワー数

フォロワー数
2,364人
(2021年5月時点)



6

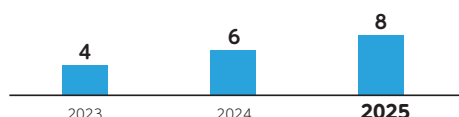
持続可能な観光地域づくりに関する取り組み

4月1日～3月31日

<2023年6月新設>

【1】Green Destinationsが認定する

「世界の持続可能な観光地100選」に累計で8地域選出



【2】JSTS-D (日本版持続可能な観光ガイドライン)に沿って

観光庁の承諾を受けたロゴマークを16団体取得

