

2025年版「世界の持続可能な観光地TOP100選」において
四国から丸亀市、三豊市、黒潮町の3地域が選出！

(ブランディング)

持続可能な観光の国際的な認証団体であるグリーン・デスティネーションズ（GD）^(※1)が実施する表彰制度「世界の持続可能な観光地TOP100選」^(※2)において、四国から、香川県の丸亀市と三豊市、高知県の黒潮町の3地域が選出されました。丸亀市は2023年版に続いて2回目の選出、三豊市と黒潮町は初めての選出となります。これを受け、選出された3地域と当機構で共同記者発表を実施しました。

今回の「世界の持続可能な観光地TOP100選」では、日本から10の地域が選出されましたが、そのうちの3つが四国からの選出となっています。選出により、その証であるロゴマークの活用やグリーン・デスティネーションズのホームページで取り組みが掲載されるなど、持続可能な観光に取り組む地域として、国際的な認知度向上につながる事が期待されます。

＜各地域のテーマ／選出カテゴリー＞

(丸亀市) 「街が教室になる～次世代に繋ぐ、学びから始まる循環型観光～」／ビジネス & マーケティング

(三豊市) 「守り続けた海岸、奇跡の再生」／観光地管理における解決策

(黒潮町) 「国内最大級の津波想定を超えて～絶望を希望に変えた黒潮町民の総力戦～」／コミュニティの活性化

※1 グローバル・サステナブル・ツーリズム協議会（GSTC）が制定した観光の国際基準に基づき、持続可能な観光地を認証する団体。

※2 コンペティションに提出されたストーリーの中から、持続可能な観光開発のための素晴らしい取り組みを6つのカテゴリーに分けて、毎年世界から100地域を選考し、表彰している。

(実施日) 2025年10月2日 (木) 10:30～12:00

(実施場所) あなぶきアリーナ香川第1会議室 (香川県高松市)

(記者発表内容)

- ・ GDが実施する表彰制度「TOP100選」の概要説明
- ・ 丸亀市、三豊市、黒潮町における取り組み事例 など

(登壇者) ※敬称略

丸亀市	市長	松永 恭二
(一財) 丸亀市観光協会	理事長	高濱 和則
三豊市	市長	山下 昭史
(一社) 三豊市観光交流局	会長	樋口 憲一
黒潮町 産業推進室	室長	秋森 弘伸
(一社) 黒潮町観光ネットワーク	代表理事	森田 俊彦
国土交通省四国運輸局	観光部長	鎌倉 崇
(一社) 四国ツーリズム創造機構	代表理事	半井 真司

(機構参加者) 桑村本部長、伊藤統括副本部長 (ほか5名)

(取材メディア数) 11社



記者発表後の記念撮影の様子



ロゴマーク
「世界の持続可能な
観光地TOP100選」



香川県丸亀市



香川県三豊市



高知県黒潮町

「四国『持続可能な観光』推進ネットワーク」第11回会議を開催

(ブランディング)

10月22日（水）、高知県黒潮町で「四国『持続可能な観光』推進ネットワーク」第11回会議を、対面とオンラインのハイブリット方式で開催しました。会議では、今年度取り組んでいる事業の進捗報告に加え、国際的な認証団体であるグリーン・デスティネーションズ（GD）が表彰する、2025年版「世界の持続可能な観光地TOP100選」に選出された、香川県丸亀市、三豊市、高知県黒潮町における取り組み事例紹介等を行いました。また、7月に本ネットワークで実施した「GSTCサステナブルツーリズム研修」を受講しての感想やJSTS-Dロゴマーク取得に向けた取り組み等について、会員間で意見交換を行いました。

会議後には、黒潮町及び（一社）黒潮町観光ネットワークのご協力で、上記TOP100選に選出された同町の「防災ツーリズム」に関する取り組みについて、タワーのガイドなどを行っている「防災かかりがま士の会」会長の河内香氏より説明いただくとともに、「佐賀地区津波避難タワー」を視察しました。

(実施日) 2025年10月22日（水） 13:30～17:00 ※会議は15:30まで

(実施場所) 会議：黒潮町役場本庁3階 大会議室

視察：佐賀地区津波避難タワー（高知県黒潮町）

(参加者) ネットワーク会員18団体ほか8団体（※）、42名

※ アドバイザー：四国運輸局

オブザーバー：徳島県、愛媛県、高知県、黒潮町、NPO砂浜美術館、（一社）奥四万十高知、

（株）百十四銀行、（株）四国銀行

(機構参加者) 桑村本部長、松本チームマネジャー、井上マネジャー、長山マネジャー



会議の様子



佐賀地区津波避難タワー視察の様子

香川大学ビジネススクール公開講座「地域活性化と観光創造」のご案内

(ブランディング)

12月11（木）から1月22日（木）の毎週木曜日に、香川大学大学院地域マネジメント研究科（ビジネススクール）で、公開講座「地域活性化と観光創造」（計5回）を実施します。

オンラインでの聴講（無料）も可能ですので、受講希望の方は、下記二次元コードからお申込みください。

登壇講師など
講座チラシはこちら



オンライン聴講の
お申込みはこちら



(開講日時) 2025年12月11日、18日 ※毎週木曜日

2026年1月8日、15日、22日 いずれも18:20～19:50

(受講場所) 香川大学幸町南キャンパス DRI棟 1階E11講義室

※オンラインの場合は、Zoom

12/11 (木)	12/18 (木)
安村 克己 氏 香川県立香川大学農学工学部農学系 准教授	高橋 司 氏 国際観光フォーラム 代表
1/8 (木) 海老塚 和秀 氏 1学期「国際観光」の専攻 准教授	1/15 (木) 平手 康市 氏 日本青年会議所香川支部 代表
1/22 (木) 向井 良太郎 氏 1学期「国際観光」の専攻 准教授	ご自身のQRコードから お申込みください

四国観光商談会2025を東京・大阪で開催

(マーケティング)

四国観光商談会2025を、10月6日(月)に第一ホテル東京で、同月16日(木)にホテルグランヴィア大阪で開催しました。この商談会は、四国への誘客に繋げるために、現地の旅行会社や運輸会社などを招待して最新の観光情報の提供や、四国内観光事業者との関係強化を目的に、毎年、東京と大阪で開催しているものです。

今年も昨年度と同様、第1部で四国4県などによる観光情報のプレゼンテーション、第2部で四国の観光事業者と旅行会社との商談会、第3部で参加者間の交流を図るレセプションの3部形式で実施しました。第2部の商談会では、東京・大阪ともに、多くの事業者様にご参加いただき、昨年度大阪会場でご不便をおかけするかたちとなった、四国からの参加者様を前半の部・後半の部に分けてお待たせする形式を変更した結果、常時、活発な商談を行うことができました。

第3部のレセプションにおきましても、多くの来賓の方々にもご参加いただき、四国の地酒やソフトドリンク、地元食材を使用した料理を挟みながら交流と親睦を深めていただくことができました。

(実施日/実施場所) 2025年10月6日(月) / 第一ホテル東京(東京都港区)
10月16日(木) / ホテルグランヴィア大阪(大阪府大阪市)

第1部: プレゼンテーション、第2部: 商談会の様子、第3部レセプションの様子



プレゼンテーション(東京)



商談会(東京)



プレゼンテーション(大阪)



商談会(大阪)



挨拶: 長崎 観光庁観光地域振興部長



挨拶: 蒲生(独) 国際観光振興機構理事長



挨拶: 河野 国土交通省海事局次長



地酒など試飲の様子

(来賓等) ※敬称略

<東京会場> 来賓

国土交通省 観光庁 観光地域振興部長 長崎 敏志

(独) 国際観光振興機構 理事長 蒲生 篤実

国土交通省 海事局 次長 河野 順 ※前四国運輸局長

乾杯 (株) 日本旅行 常務取締役 ツーリズム事業本部長 三好 一弘

中締め (株) JTB 執行役員 ツーリズム事業本部

事業推進部長スポーツビジネス戦略担当兼スポーツ・エンタテインメント共創部長 福井 貴裕

<大阪会場> 乾杯

(株) JTB 執行役員 西日本エリア広域代表 北村 豪

中締め (株) 日本旅行 執行役員 関西・北陸・中国・四国エリア代表 関 昌博

(参加者数)

東京会場	延べ 団体数	延べ 参加人数	第1部	第2部	第3部
			人数	人数	人数
旅行会社	38	183	109	107	140
運輸会社	10	60	53	10	57
四国の観光事業者	70	117	95	107	109
来賓	3	8	2	0	8
合計	121	368	259	224	314

大阪会場	延べ 団体数	延べ 参加人数	第1部	第2部	第3部
			人数	人数	人数
旅行会社	23	85	72	66	76
運輸会社	7	32	26	6	32
四国の観光事業者	63	104	77	92	82
合計	93	221	175	164	190

(機構参加者) 半井代表理事、桑村本部長 ほか10名

「四国インバウンド商談会 in 愛媛」とFAMツアーを実施

(マーケティング)

10月27日(月)に愛媛県松山市で、欧米豪、東アジア、東南アジア地域の現地旅行会社や在日ランドオペレーターなどを招請して「四国インバウンド商談会 in 愛媛」を開催しました。また、商談会に先立って、25日(土)から27日(月)の2泊3日の行程で、商談会に参加する海外旅行会社を対象としたFAMツアーを実施しました。

FAMツアーでは、海外の旅行会社8社8名の方にご参加いただき、3コース(最終日は共通日程)に分かれて、四国各地の観光地の視察や文化体験などをさせていただきながら四国の魅力を感じていただきました。また、商談会では、バイヤーの数を大きく上回る四国の事業者様にご参加いただき、計15回にわたるセッションで積極的な商談が行われるとともに、商談会後に開催した意見交換会では、海外旅行会社やランドオペレーターとの更なる交流や関係構築を図ることができました。

今後はご参加いただいた旅行会社などへのアフターフォローを行うなど、四国の旅行商品造成に向けて、引き続き、取り組んでまいります。

【FAMツアー概要】

(実施日) 2025年10月25日(土)～27日(月) (2泊3日)

○ 徳島-愛媛コース

(参加者) タイ、シンガポール、香港 3社3名
(視察先) 阿波おどり会館、長尾織布(藍染体験)
道の駅藍ランドうだつ、落合集落
名頃かかしの里、祖谷のかずら橋
蕎麦打ち体験

○ 高知-愛媛コース

(参加者) 米国、仏国、豪州 3社3名
(視察先) 土佐和紙工芸村くらうど(紙漉き体験)
文本酒造、黒潮町防災ツーリズム見学
たけまさ商店(宗田鯉節工場見学)
グッドリバー滑床

○ 香川-愛媛コース

(参加者) 台湾、上海 2社2名
(視察先) 丸亀城・丸亀うちわ作り体験
中津万象園、中山千枚田、
小豆島オリーブ公園(循環型プログラム視察)

○ 共通コース ※2日目午後から3コース合流

(視察先) 大洲サステナブルセミナー&座談会
NIPPONIA HOTEL 大洲城下町
『OZU STORIES大洲城下町再生の物語』



藍染体験(徳島)



丸亀うちわ体験(香川)



紙漉き体験(高知)



大洲城下町(愛媛)

【商談会概要】

(開催日) 2025年10月27日(月)
(開催場所) ANAクラウンプラザホテル松山(愛媛県松山市)
(参加者数) 旅行会社、ランドオペレーターなど26社28名
四国内事業者57社100名
(機構参加者) 桑村本部長、伊藤統括副本部長、
竹内チームマネジャー、三好マネジャー



商談会の様子

なお、27日の大洲市内視察と商談会の様子を、あいテレビに取材いただきました。

Google 生成AI活用セミナーを実施

(その他)

10月1日(水)、職員の業務効率化と新たな観光戦略創出を目的に、グーグル合同会社による「AI Connect アカデミー」を機構内執務室で開催しました。本セミナーは、主に自治体や中央省庁など公共部門向けに提供されており、DMO(観光地域づくり法人)としては全国で初めての開催となりました。

当日はGrow with Google イベント事務局から3名の講師をお招きし、機構の全職員が参加しました。セミナーは3部構成で行われ、AIの基礎知識から、公共部門での具体的な活用事例、効果的なプロンプトの書き方まで、実践的な内容を学びました。

第1部: AIの概要 AI(人工知能)の基礎、種類とテクノロジーについて学びました。

第2部: AIの活用 公共セクターでのAI活用事例などが紹介されました。

第3部: 仕事でAIを活用する NotebookLMやGeminiの使用例など、実際の業務に役立つAIの生産性向上術をライブデモを交えて学びました。

当機構では、AIなどの最新トレンドを活用しながら、四国への誘客に取り組んでまいります。

(実施日) 2025年10月1日(水)

(実施場所) 機構執務室(香川県高松市)

(受講者) 機構職員全員



セミナーの様子

「四国JALパック会 首都圏研修」に参加

(その他)

10月7日(火)、ジャルロイヤルケーティング(株)羽田工場で「四国JALパック会 首都圏研修」が開催され、同会の会員企業の皆さまと一緒に参加しました。例年、当機構が実施する四国観光商談会の前後で開催されることもあり、当機構の会員さまからも多くの参加がありました。

当日は、ジャルロイヤルケーティングスタッフによる、機内食ならではの品質管理、衛生管理方法などの講話を聞きながら、実際のJAL国際線(ホノルル線)で提供されているビジネスクラスの機内食の試食体験をさせていただきました。

(開催日) 2025年10月7日(火)

(開催場所) ジャルロイヤルケーティング(株)羽田工場
(東京都大田区)

(参加者) 当機構会員さまを含む四国JALパック会会員ほか

(機構参加者) 桑村本部長、松本チームマネジャー



ジャルパックパック 平井社長の挨拶

四国運輸局と香川県観光業界との意見交換会に参加

(その他)

10月14日(火)、四国運輸局と香川県の観光関係業界との意見交換会が開催されました。

当機構からは事業説明やインバウンドの状況を説明したほか、出席者の方々からは、それぞれの業界の現状について説明があり、活発な意見交換がなされました。

(開催日時) 2025年10月14日(火) 10:00~11:30

(開催場所) サンポート合同庁舎南館(香川県高松市)

(参加者) 田村四国運輸局長、鎌倉四国運輸局観光部長
黒川香川運輸支局長 ほか

(機構参加者) 桑村本部長



会議の様子

観光庁への要望活動に参加

(その他)

10月16日(木)、全国10地域の広域連携DMOから構成される「広域連携DMO政策研究会」で、観光庁の木村次長を訪問し、「地方誘客実現に向けた広域連携DMOへの支援拡大に関する要望書」を提出しました。

当機構からは半井代表理事が参加し、広域DMOの果たす役割が一層重要になるなか、主体的かつ安定的に活動できる制度的・財政的な後押しが不可欠であることを説明しました。

今回の要望を踏まえ、観光庁とは継続的な意見交換を進め、全国の広域連携DMOが持続的に活動できる体制づくりを目指してまいります。

(訪問日時) 2025年10月16日(木) 9:30~10:30

(訪問場所) 観光庁(東京都千代田区)

(訪問先) 木村 典央 観光庁次長

(機構参加者) 半井代表理事、伊藤統括副本部長



要望書提出の様子

令和7年度第1回観光地域づくりに向けた意見交換会に参加

(その他)

10月24日(金)、(一社)イーストとくしま観光推進機構主催の、「令和7年度第1回観光地域づくり意見交換会」に出席しました。前半では、ヴィーガン・ハラールなどのフードダイバーシティ対応について、フードダイバーシティ(株) 守護代表取締役役に講話いただき、それぞれの食の多様性に個別対応しようとするのではなく、共通点を整理したうえで、既存のメニューに少しの配慮を施すことが重要であるという学びを得ることができ、今後DMOとしてどのように飲食事業者等に働きかけていくべきかを考える機会となりました。

後半では、徳島県東部の二次交通対策と万博後の観光誘客について意見交換を行いました。二次交通については、宿泊先から徳島駅までの間でのタクシーの台数不足やレンタサイクルの乗り捨て場所の整備などが課題として挙げられ、また、万博後の観光誘客については、地方での宿泊施設や飲食店への影響について、全体として特段のアフター万博効果は実感できていないとの意見が聞かれました。

引き続き、課題解決に向けて、現場の事業者様と密に連携を取りながら、更なる観光振興推進に向けて取り組んでまいります。

(開催日時) 2025年10月24日(金) 13:30~15:30

(開催場所) 徳島県経済産業会館(KIZUNAプラザ)

(参加者) 徳島県内の宿泊事業者及び飲食事業者
徳島県観光協会等のオブザーバー含む 計24名
(事務局除く)

(機構参加者) 竹内チームマネジャー、長山マネジャー



会議の様子

今月のオウンドメディア情報等

(清水CMOからの情報)

今月も先月に引き続いて、「SBNR (Spiritual But Not Religious)」についてご紹介します。

「SBNR」×「四国遍路」の切り口で、当機構がおへんろ交流サロンで実施しているアンケート調査結果（米国、仏国、独国、豪州）を分析したところ、約50%が宗教的要素から離れてスピリチュアルや精神性といった側面で四国遍路に訪れていただいていることがわかりました。

以下、この結果を踏まえ、国（市場）別に、どのような切り口でSBNRの価値観を有する層に訴求することが効果的であるか考察します。なお、下記で記載しております戦略案や施策例はあくまで一例にすぎないことをご承知おきいただましたら幸いです。

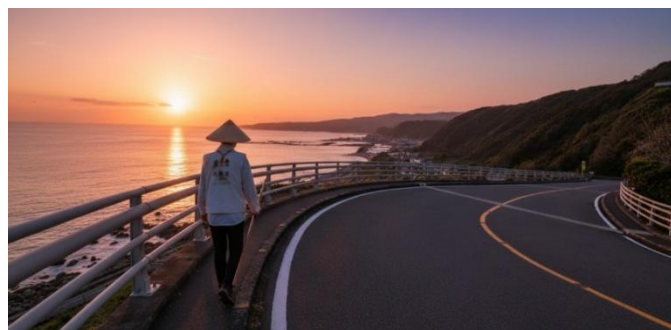
1. アメリカ市場

○ 特徴

アメリカ市場は、SBNRの価値観が最も浸透している市場といえ（[2023, Spirituality Among Americans, Pew Research Center](#)）、人生の転機などに自己の内面と向き合い、精神的な成長を促す「[トランスフォーマティブトラベル](#)」への関心が非常に高い傾向にあります。アンケート調査にもあった「**人生の次の章を始める前に、四国の文化を体験し、自分自身と向き合う時間を持つため**」という回答は、この特徴を端的に捉えているものと考えられます。このように、単なる観光ではなく、旅を通じて自分自身を再発見し、新たな視点を得ることを目的としています。



当機構の[四国遍路ページ](#)



コンセプトイメージ：
「A Journey of Transformation (自己変革の旅)」
キービジュアルイメージ (生成AIで作成)

○ 戦略案

『自己変革の旅』としてのコンテンツマーケティングを強化し、四国遍路を「人生の次の章を始めるため、自分と向き合うための異文化体験の道」として訴求。四国遍路が人生の転機に気づきを与える旅であることを訴求。

○ 施策例

新たな切り口での四国遍路のデジタルコンテンツを拡充・発信

「A Journey of Transformation」をコンセプトとする、自己変革に繋がる切り口から、四国遍路を特集記事などで発信。具体的には、「人生の転機を迎える30代のための四国遍路」や「心をリセットする7日間コース」など、「精神的な成長」がイメージできるプランを複数提示。プランには四国遍路だけではなく、瞑想や地域文化に触れる体験・アクティビティを盛り込むことも有用と考えられます。

なお、アメリカのSBNR層は、特に女性が多い傾向にあります（前出・Pew Research Center調査より）が、当機構のアンケート調査では四国遍路への参加者は男性が多い状態にあります。このような状態から、アメリカの女性層を獲得するポテンシャルはまだあると考えられることから、宿泊施設（宿坊含む）やトイレなどの衛生・インフラ面、治安などの安全面を分かりやすく情報発信することで四国遍路のハードルが下がり、より多くのかたにお越しいただけるのでは考えられます。

2. ドイツ市場

○ 特徴

ドイツ市場は、当機構のアンケート調査においても、米国、仏国、台湾に次いで回答者（≒来訪者）が多く、四国の国別宿泊者数（観光客全体）と比較すると、突出して四国遍路への来訪率が高い市場です。また、アンケート調査のSBNR要素の分析においても、SBNRに該当する回答率は58.1%と最も高く、有望な市場といえます。



元々、ドイツでは、自然を好む趣向性やハイキング文化があり、アンケート調査結果にもあった「**精神的な旅、肉体的な挑戦、冒険のため**」という回答は、この趣向に近い回答であるといえます。

四国遍路では、長い道のりの巡礼と時には厳しい自然の中を歩むといった過程から、身体・精神ともに達成感や充足感が得られることが、同国からの参加率が高くなっている要因とも考えられます。



← 当機構の
[アドベンチャートラベル](#) LP

コンセプトイメージ： →
「Eine Spirituelle Herausforderung（魂の挑戦）」
キービジュアルイメージ（生成AIで作成）

○ 戦略案

四国遍路を自然を楽しむといった単なるハイキング的な側面だけではなく、「手つかずの自然に挑み、心身を鍛え、精神性を高める」といった側面から、アドベンチャートラベルとして訴求。

○ 施策例

アドベンチャートラベルとして、「ハイキング&ウェルネス」の切り口から四国遍路関連の旅行商品を拡充・発信
例えば、「へんろころがし」と呼ばれる焼山寺の山岳コース（難所）の体験と、神山温泉などの温泉地での湯治などを組み合わせて「挑戦と癒し」と題したパッケージツアーを造成。

なお、ドイツは元来四国への来訪が少ない市場であることを鑑みると、現地でハイキングやウェルネスを専門的に扱う旅行会社と四国内のDMCが共同で商品造成と販路構築に取り組む必要があると考えられます。また、ガイドが必須となる旅行商品となることから、ガイドの手配など、現地事業者と四国内事業者の役割分担を明確にしたうえで取り組む必要があります。

3. フランス市場

○ 特徴

フランス市場は、当機構のアンケート調査ではSBNRに該当する回答率は48.0%となっています。フランスでは、ユネスコの世界遺産にも登録される「[サンティアゴ・デ・コンポステーラの巡礼路](#)」に代表されるように「巡礼」そのものに馴染みがあり、巡礼の背景にある歴史や文化に対して高い知的好奇心を有しています。アンケート調査においても、端的に「**ハイキングが楽しみ、好奇心から**」という回答が得られていることから、宗教的な側面からではなく、歩くこと自体の楽しみや、これらに伴う知的な刺激に関心が強いといえます。また、美意識が高い市場であることから、旅の「雰囲気」や「物語」は重視されます。



○ 戦略案

四国遍路を文化的にアプローチ。サンティアゴ・デ・コンポステーラ巡礼路と並ぶ世界的な「文化遺産の道」として位置づけ、その歴史的・文化的価値を探求する旅であることを訴求。文化・芸術的なものとして四国遍路を発信し、知的好奇心を強く刺激。

○ 施策例

フランスのメディアやインフルエンサーと連携した情報発信
遍路の歴史、寺院の芸術性、食文化などをテーマにした特集記事や動画を制作。とりわけ、道中の風景や歴史、文化をストーリーとして紹介することで、閲覧者の興味関心を喚起。



PR動画イメージ

(2018,Hidden Japan Iya-Valley and other Wonders Tokushima , Shikoku, にし阿波 剣山・吉野川観光圏)



また、「持続可能な観光」への関心が高い市場でもあることから、遍路とともに、サステナブルな取り組みを併せて訴求することも有用と考えられます。

4. オーストラリア市場

○ 特徴

オーストラリア市場は、当機構のアンケート調査ではSBNRに該当する回答率は42.3%となっています。オーストラリアでは、アクティブな冒険や定番な観光スポットというよりも本物志向の旅を求める傾向があります。アンケート調査結果にもあった「興味深い文化体験 + 歩くのが好きのため」というシンプルな回答は、理屈よりも「楽しそうだから」「面白そうだから」という、体験そのものへの純粋な動機を反映しているものとも考えられます。また、FIT（個人旅行）や車での旅への意欲が極めて高い市場でもあります。



コンセプトイメージ： →
「Discover Authentic Japan on Foot（歩いて発見する、本物の日本）」
キービジュアルイメージ（生成AIで作成）



○ 戦略案

『カルチャー & アクティブ』を両立する旅として、四国遍路を文化に触れながら、自分のペースで楽しめるアクティブな旅として訴求。

○ 施策例 レンタカでの周遊と遍路のウォーキングを併せて提示

四国に点在する札所と景勝地をレンタカーで効率的に巡り、好きな場所で車を停めて歩くというスタイルをモデルコースとして提案することで、オーストラリア人の「冒険心」と「自由な旅」へのニーズを満たします。

例えば、モデルコースイメージとしては、「絶景の海岸線を歩く遍路道と秘境・祖谷溪ドライブ3日間」といったものが考えられます。

前月と今月にわたり、SBNRについて、当機構が実施する遍路に関する調査をもとに考察しました。調べていく中で、四国遍路に関する情報を発信する、ドイツ出身の [Oliver Dunskus 氏](#) が「[Shikoku Japan 88 Route Guide](#)」の冊子内で下記の言葉を記されていることが印象的でした。

～What is most important is not reaching the goal, but the journey itself. The warm hearts of the people you meet and the beautiful nature of Shikoku you see will perfectly complement your action of doing the pilgrimage.～
～大切なのは目的地に到達することではなく、旅そのもの。そこで出会う人々の温かい心と、四国の美しい自然は、巡礼というあなたの行動を完璧に引き立ててくれるでしょう～

この内容は宗教の枠を超え、SBNR層に対して四国遍路が魅力的に映る言葉ではないかと感じます。引き続き、当機構では、四国が持つ唯一無二の文化として「四国遍路」を国内外へ発信してまいります。

代表理事の主な動静

- 10月2日（木）2025年度版「世界の持続可能な観光地TOP100選」選出に関する共同記者会見
- 6日（月）四国観光商談会2025（東京開催）
- 16日（木）観光庁への要望活動
四国観光商談会2025（大阪開催）
- 20日（月）定例会議・推進会議（当機構の会議）

後援・協賛等

事業名	主催	期間	備考（公式サイト等）
第18作 「新 鶴姫伝説～鎧に白い花を～」	坊っちゃん劇場	2025年4月29日（火） ～2026年3月 予定	https://www.botchan.co.jp/production.html
デジタルスタンプラリー「四国巡りんく」	本州四国連絡高速道路（株）	2025年5月1日（木） ～12月31日（水）	https://www.love-setouchi.jp/megulink2025/
四国コンテンツ映像フェスタ2025	四国総合通信局	2025年6月6日（金） ～12月（予定）	https://www.shikoku-ictcon.jp/scvf/
第6回 SB Student Ambassador 四国ブロック大会	SB Student Ambassador 四国ブロック大会 事務局	2025年9月4日（木） ～11月8日（土）	https://www.sbsa26.com/shikoku

11月以降の主な予定表

区分	11月	12月	1月	2月	3月
マーケティング (国内)	ANA誘遊四国キャンペーン2025（9月～3月） JAL麗らか四国キャンペーン2025（4月～11月）※瀬戸芸商品（11/9まで）				
マーケティング (国際)	WTM出展 (11月4日～6日/英国)	第17回FITフェア (11月21～23日/タイ)	ATガイドネットワーク構築 (12月22日/高松市)		
ブランディング	四国「持続可能な観光」 フィールドワーク (11月13日/鳴門市)	第2回意見交換会 (11月19日/徳島市)	臨時理事会 (11月21日/高松市)	四国「持続可能な観光」 先進地視察 (2月2、3日/小豆島)	
第2回ジオツーリズムセミナー (11月11日/高松市)	Greater WEST JAPAN 連携会議 (11月28日/米子市)		第3回意見交換会 (1月19日/松山市)		

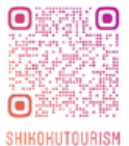
（一社）四国ツーリズム創造機構

事業推進本部 ブランディングチーム 神野、藤井

TEL : 087-813-0431 FAX : 087-813-0312

Facebook <https://www.facebook.com/t.shikoku>

Instagram <https://www.instagram.com/shikokutourism/?hl=ia>



SHIKOKUTOURISM