

■四国観光交流戦略

四国ツーリズム創造機構では、四国観光の現状と目標を明らかにし、その道筋を示す成長戦略が必要と考え、これまでの取り組みを踏まえ、平成28年度から平成30年度までの3年間における行動指針となる「第3次四国観光交流戦略」を策定しました。

戦略のコンセプト

「四国」を一つのフィールドとして、効果的なプロモーション等を展開し、誘客の拡大を図るとともに「四国のブランド化」に努め交流人口の拡大を図る。

地元自治体をはじめ運輸事業者や旅行会社と連携し、四国の魅力を高める観光地づくりに取り組み、四国の周遊旅行を促進し、地域経済の活性化を図る。

- (1) 四国ブランドの確立
- (2) 個人旅行者の誘客・四国周遊の促進
- (3) リピーターの獲得・拡大

数値目標

第3次戦略での目標設定においては、暦年の延べ宿泊者数の総数を基準とし、平成24～26年(暦年)の四国における宿泊者数(総数)の平均伸び率と平成26年の宿泊者数(総数)をベースに、目標を設定する。

- (1) 全体
四国外から訪れる延べ宿泊者数(総数)を平成30年(2018年)に1,068万人泊とする。
- (2) 国際
四国に訪れる外国人延べ宿泊者数(総数)を平成30年(2018年)に65.5万人泊とする。

誘客戦略

四国DC(デスティネーションキャンペーン)や広域観光周遊ルート形成計画、四国各県の大型イベントを活用するなど、「四国」を一つのフィールドに見立て、四国固有の遍路文化や豊かな自然環境の中で育まれた食など、統一したブランドの確立を目指し、魅力的な観光地づくりの推進とプロモーションを一体的に展開する。

多様な市場のニーズを捉えた旅行商品づくりやメディア等の様々なチャネルを通じて四国の観光コンテンツの個人旅行者への訴求を図り、旅行需要を喚起する。

地元自治体や旅行会社等と連携し旅行者に対して、四国ならではの感動を与えるとともに、きめ細かな情報を提供し、四国の魅力への理解を深めてもらい何度も来てもらえるリピーターの拡大に努め、更なる誘客を目指す。

戦略の柱

第3次戦略の目標を達成するため、次の3つの柱を軸に誘客促進を図る。

<戦略Ⅰ. 国内大都市などからの誘客戦略>

- (1) 運輸事業者等と連携した誘客
- (2) 旅行会社と連携した誘客
- (3) 個人旅行者の誘客
- (4) 四国DCを活用した誘客及び終了後の持続的な誘客

<戦略Ⅱ. インバウンド誘客戦略>

- (1) 広域観光周遊ルート形成計画等の推進
- (2) 四国のブランディング
- (3) 個人旅行者の誘客・四国周遊の促進
- (4) 市場ごとにテーマを設定した事業展開

<戦略Ⅲ. 四国の魅力を高める戦略>

- (1) 新たな観光素材の発掘・磨き上げ
- (2) エリアやテーマ別でのブランド化
- (3) 四国内の域内交流の促進
- (4) 効果的な情報発信
- (5) 産学官連携による人材育成

機構の運営基盤強化

- (1) 会員拡大による運営基盤強化
- (2) 会員等とのコミュニケーション強化
- (3) 顧問および他の広域観光組織との連携強化
- (4) 機構組織の法人化・日本版DMO登録の検討