



# Shikoku 訪日旅行 マーケット研究会2021

2021年9月16日  
(一社)四国ツーリズム創造機構

# 2021年度 インバウンド事業について

## 目標値・基本的な考え方

### 目標値

- ◆IATAでは世界の航空需要回復は2024年と予測していることから

**2024年に2019年実績  
(120万人／延べ宿泊者数)  
を目指す**

## 2021年度事業の基本的な考え方

- ◆「中国・香港・台湾」を重点的に取り組むとともに、単県で取り組むことが難しい「欧米豪、東南アジア」にも取り組む
- ◆BtoCは、デジタル化へシフトしていく⇒結果・効果の「見える化」
- ◆国内大規模イベントを活用
  - 東京オリンピック・パラリンピック(7月31日、8月1日)
  - ATWS(アドベンチャートラベル)／北海道(9月20～24日)
- ◆積極的で継続的な「安全・安心」のPR  
⇒感染防止対策を行っていることの「見える化」

## 2021年度実施予定事業

### 地域の観光資源を活用したプロモーション事業

- ◆中国・台湾・香港における訪日リピーター層向け四国周遊促進事業
- ◆タイ向けプロモーション事業
- ◆ILTMカンヌ旅行商談会出展 **※検討中**

### 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

- ◆「新たな生活様式を实践したコンテンツ」造成のためのワールドカフェin四国
- ◆お遍路×SDGs×アドベンチャートラベルをフックとした誘客促進事業
- ◆四国広域観光推進調査事業

### 自主財源事業

- ◆四国コンシェルジュデスク
- ◆欧州レップの設置
- ◆東京オリパラメディア対応
- ◆JNTO海外事務所との連携事業(シンガポール)
- ◆高雄旅行博共同出展 **※検討中**
- ◆アドベンチャートラベルATWS対応
- ◆海外メディア対応

# 令和3年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業

## 中国・台湾・香港における訪日リピーター層向け四国周遊促進事業

〔事業費：18,796千円（連携団体：JR四国）〕

【概要】 世界の新型コロナウイルス感染拡大状況と比較して、感染が抑えこまれている中国・台湾・香港については、需要の回復が早いと見込まれることから、積極的なプロモーションや現地商談会などを実施。なお、プロモーションについては、2020年度に実施した「東アジアにおけるアフターコロナを踏まえた旅行者分析(台湾・香港)」の調査結果をもとに展開。

### 【事業内容】

個別事業	事業内容
WEB／SNS等を活用した純広告	香港・台湾の訪日リピーター層を対象に、コロナ禍により生じた新たな観光様式（ニューノーマル）を踏まえた観光コンテンツ等に関する情報発信（WEB掲載）を実施。 ◆実施時期：9月～10月 掲載予定
BtoC向けオンラインイベント	日本在住の台湾・香港のインフルエンサーによる四国取材を実施。 その後、インフルエンサー出演のもと、取材時に撮影した動画等を活用し、高松会場（香川県）から現地（台湾・香港）に向けてオンラインイベントを開催。 ◆実施時期：未定（インフルエンサーによる取材は、7月に実施済み）
現地セミナー・商談会	国際線が徐々に復便されると予想している下期から2022年春の需要を獲得するため、中国・台湾・香港の各市場でBtoBの商談会を実施。 ◆実施時期：台湾（12月予定）、中国（上海）・香港（1月予定） ※新型コロナウイルスの感染状況等によりオンラインで開催

# 令和3年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業

## タイ向けプロモーション事業

〔事業費：7,000千円（連携団体：高松空港・JR四国）〕

【概要】 東南アジア市場は、延べ宿泊者数において東アジアに次ぐ有力な市場である。今後、チャーター便の運航、更には定期路線が就航することにより、東南アジア市場から四国への安定的な誘客が見込まれる市場である。

2021年度は、その中でもコロナ前でも訪日旅行客が多く、比較的早いインバウンドの回復が期待できる「タイ市場」で事業を展開する。

### 【事業内容】

個別事業	事業内容
WEB/SNSを活用した四国観光情報発信	訪日リピーターFIT層を対象に、Instagram、Facebookを活用し、ウィズ/アフターコロナにおける新たな観光様式（ニューノーマル）を踏まえた四国観光コンテンツ等に関する情報発信を一定期間通じて行い、四国の認知度向上を図る。また、タイ語によるLPを作成し、四国の基本的な観光情報の補完を行う。 ◆実施時期：6月（下旬）～2月 ※タイ語LP作成のため、ライター取材を7月～8月に実施
オンラインセミナー・商談会	現地旅行会社を対象に、上記事業の情報を活用し、コロナ禍に配慮した形で現地完結型観光セミナーを開催する。併せて、双方の関係構築及び旅行商品の造成促進を図ることを目的に、オンラインによる商談会を実施する。 ◆実施時期：12月～1月頃予定



# 令和3年度 地域の観光資源を活用したプロモーション事業

## ILTMカンヌ出展事業

※取り止め検討中

〔事業費：4,020千円（連携団体：四国八十八ヶ所霊場会、JR四国）〕

【概要】これまで培ってきた旅行会社との関係性はこの1年で大きく様変わりしており、2021年度は、JNTO海外事務所と連携して旅行商談会に出展し、旅行会社との関係性再構築を図っていく。

### 【事業概要】

個別事業	事業内容
ILTMカンヌ 旅行商談会	<p>欧州各国の他、米国や豪州の旅行会社が参加する富裕層向け商談イベント（BtoB）である「ILTMカンヌ」のJNTOブースに出展し、知られざる四国の魅力を発信。認知度向上を図るとともに、コロナ禍後に向けた旅行会社との関係の再構築を図る。訴求コンテンツとしては、四国の唯一無二である「お遍路」を単なる巡礼の旅としてとらえるのではなく、アドベンチャーツーリズムとして他のアクティビティと組み合わせることにより、今までにないユニークな体験を通じて、自己が成長変革を感じることでできるコンテンツとして、ストーリー性を持って訴求していく。</p> <p>◆実施時期：12月予定</p>

# 令和3年度 広域周遊観光促進のための観光地域支援事業

事業名	事業内容
<p>「新たな生活様式を 実践したコンテンツ」 造成のための ワールドカフェin四国</p>	<p>四国における安全、安心な滞在と満足度向上のため、地域独自の観光資源を活用したコンテンツ等を外国人目線で体験してもらい検証、磨き上げを行う。</p> <p>◆実施項目            ◇コンテンツの洗い出し    ◇FAMツアーの実施            ◇海外旅行会社やランドオペレーターと地域事業者との意見交換会    など</p> <p>◆実施時期：11月            ◆事業費：10,032千円</p>
<p>お遍路×SDGs× アドベンチャートラベルを フックとした 誘客促進事業</p>	<p>サステナブルな観点で既存のコンテンツや受入環境を見直し、ターゲット顧客の心に刺さる旅行商品開発や求められるガイド力の向上を図る。</p> <p>◆実施項目            ◇体験型・滞在型コンテンツ等企画開発    ◇地域住民意識啓発セミナー            ◇OTA掲載    ◇体験型プログラム等のガイド育成    など</p> <p>◆実施時期：7月～1月            ◆事業費：9,731千円</p>
<p>四国広域観光推進 調査事業</p>	<p>世界各国の旅行者ニーズが変化し、時代に即したコンテンツ開発やブラッシュアップが早急に求められる中、四国全体として効果的な誘客戦略を計画・実施・検証するために、同じ指標により地域間で比較検討することができる統一的なアンケート調査を実施する。</p> <p>◆実施項目            ◇四国域内の地域連携DMO及び地域DMOと連携した一元化アンケート調査            ◇調査結果のフィードバック及び課題解決のための検討会</p> <p>◆実施時期：7月～2月            ◆事業費：8,100千円</p>

# アドベンチャーツーリズム関係事業

事業名	事業内容
<p>地域の観光資源を活用したアドベンチャーツーリズムのモデルツアー造成事業</p> <p>※実施主体：百十四経済研究所</p>	<p>欧米豪の活動的な知的富裕層を主たるターゲットに置き、各国に認知度が高い「四国遍路」をAT推進の核に据え、「四国遍路」にストーリーで紐づけられた体験型コンテンツを四国東部エリアで造成し、訴求力のあるATモデルツアーに仕上げるとともに、ガイドやコーディネーターの育成を併せて行う。</p> <p>◆実施項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇コンテンツ及びモデルツアー造成(徳島県・香川県)</li> <li>◇知見のある外国人を中心としたコンテンツの課題抽出と磨き上げ</li> <li>◇ガイド、コーディネーターの育成</li> <li>◇ATの浸透に向けた地域関係者、住民を対象のセミナー実施</li> </ul> <p>◆実施時期：6月～9月</p> <p>◆事業費：25,000千円</p>
<p>アドベンチャートラベル、ロングトレイルをテーマとする四国遍路の受入環境再構築に向けた実証事業</p> <p>※実施主体：百十四経済研究所</p>	<p>アドベンチャートラベルの観点から、四国遍路を複数のトレイルコースや観光スポットなどで構成する巨大な体験型回遊エリア「四国遍路トレイル(仮称)」として捉え、外国人旅行者の快適な回遊に必要と考えられるテスト環境を構築し、外国人及び専門家等によるモニター調査を行う。</p> <p>また、現在、ハイカーや歩き遍路として四国遍路を回遊する外国人旅行者数の把握が十分にできておらず、観光振興の基礎データとしての必要性が認識されていることから、併せて調査を行う。</p> <p>◆実施項目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◇テスト環境の構築 (モデルコース等の設定、サービス拠点の選定、登録システムの策定、遍路道情報センター機能の構築、外国人旅行者の入込者数の把握)</li> </ul> <p>◆実施時期：5月～3月</p> <p>◆事業費：12,000千円</p>

# 四国ツーリズム創造機構 独自事業

事業名	事業内容
四国コンシェルジュデスク	<p>旅マエ、旅ナカでの四国に関する英語での問い合わせに対応するため「コンシェルジュデスク」を2020年6月に設置。</p> <p>昨年度は、当機構の会員向けに「新型コロナウイルス感染症対策セミナー」を開催し、東アジア4ヶ国の状況や各国のコロナ対策、日本のガイドラインとの相違点などについてコンシェルジュデスク受託者から説明した。</p>
欧州レップの設置	<p>四国のプロモーション、旅行会社への情報発信等を現地で継続的に実施することで四国の認知度向上と一層の誘客を図るため欧州レップを設置する。</p> <p>※2020年度設置予定であったがコロナの影響により設置できず</p>
東京オリパラメディア対応	<p>東京オリンピック・パラリンピック開催時に設置されるメディアブースに出展し、海外へのメディア関係者に四国の魅力を発信。</p> <p>◆出展日：7月31日、8月1日</p> <p>◆実施内容：お砂踏み展示(協力:四国八十八ヶ所霊場会)</p>
JNTO海外事務所との連携事業	<p>JNTOシンガポール事務所と連携しプロモーションを実施。 ※実施内容については協議中</p> <p>[2020年度の取組み]</p> <p>JNTOシンガポール事務所が実施するテーマ別キャンペーン「知られざる絶景」に日本側パートナーとして参加し、Instagramを活用したフォトコンや広告配信などのプロモーションを実施。また、2020年8月にシンガポールと岡山・四国(栗林公園)を繋ぐオンラインイベントに参加。</p>
アドベンチャー・トラベル・ワールドサミット	<p>9月20日～24日に北海道で開催される「アドベンチャートラベルワールドサミット北海道」(※バーチャル開催)に対応。</p>
高雄旅行博(KTF冬)への共同出展	<p>高雄旅行博(KTF冬)に日本観光振興協会四国支部と共同出展(地プロ)。</p> <p>※現在の状況を受けて出展はせず、事業内容を変更予定</p>
海外メディア対応	<p>外国人記者クラブへのプレスリリースやナショナルジオグラフィック、ロンリープラネットなど世界的に有名で影響力のあるメディアへの掲載など。</p>