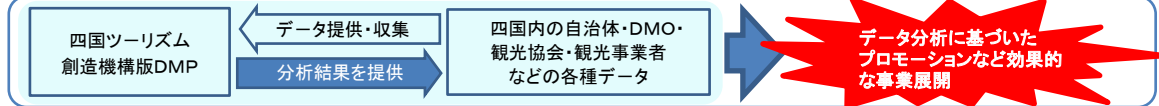


## 2022年度基本方針

今年度は、昨年度に策定した「第5次四国観光交流戦略」に掲げる「デジタル化」への移行を促進。DMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)を構築し、収集したデータの分析に基づき、効果的にプロモーションや事業を展開するほか、四国4県や観光協会、四国内DMOにも情報を提供し、ALL四国で観光誘客を促進するとともに「四国(SHIKOKU)のブランド化」に繋げていく。

また、今後の新型コロナウイルス感染の影響が見通せず、2022年度も外国人観光客が見込めないことから、昨年度と同様に「ブランディング事業」及び「国内誘客事業」に注力する。一方で、訪日誘客事業については状況を見ながら、流動的に対応することとする。昨年10月にLonely Planetが「Best in Travel 2022」の地域部門で、四国が第6位に選出されたことも含め、その効果を判断しながら、訪日観光客復活(2023年度想定)に向け施策を展開する。

### 【方針① DMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)の構築】





### 【方針② ブランディング事業・国内誘客事業に注力】

主要 ブランディング事業	オウンドメディアの運用	HP、SNSの更なる運用・改善、ロンリープラネットを活用した魅力発信
	持続可能な観光への取組	四国が先進地域となるよう自治体等と連携した取り組み
主要 国内誘客事業	観光アプリ「しこくuri」展開	掲載施設数の増加など機能の充実や、ユーザーデータの取得・分析
	新しい旅行需要の創出	四国周遊型ワーケーション、アドベンチャーツーリズムの推進
	アフターDC(4月～6月)	アフターDC用のHP開設、ガイドブック配布(21年度予算で作成)など
	日本の旬(4月～9月)	JTBグループ最大の国内キャンペーン「日本の旬」を四国で展開


## 事業概要

### ※主要事業のみを記載

#### ブランディング戦略

1. 関係団体との連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 機構会員との連携強化                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国各県で意見交換会などを実施。</li> </ul> </li> <li>◆ 四国内外DMOや関係団体との連携強化                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国内DMOや四国経済連合会、四国アライアンス等と連携を強化。</li> </ul> </li> <li>◆ ツーリズムEXPO出展事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国4県、JR四国、本四と共同で、9月に東京で開催される「ツーリズムEXPO」に出展。</li> </ul> </li> </ul>
2. プロモーションの改革	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 四国の魅力発信事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国を横断的に紹介する2種類のPR動画を制作するなど、四国の魅力を発信。</li> </ul> </li> <li>◆ ロンリープラネットをフックとしたプロモーション事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロンリープラネットで、2022年のおすすめの旅行先地域部門において、四国が第6位に選ばれたことから、国内外に向け情報発信。</li> </ul> </li> </ul>
3. オウンドメディアの改革	
4. 持続可能な観光への取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ サステナブルツーリズム推進事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国を「持続可能な観光の先進地域」にするため、自治体やDMOに向けて啓蒙活動を実施。</li> </ul> </li> </ul> 
5. 人材育成・住民満足度向上への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 公開講座                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・香川大学大学院地域マネジメント研究科と連携し、観光に関する公開講座を実施。</li> </ul> </li> </ul>

#### 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 四国周遊型ワーケーション推進事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・モニターツアーを実施するほか、ワーケーションの施設やモデルコースを紹介するプラットフォームを構築に構築。</li> </ul> </li> <li>◆ 四国をぐるっと楽しむ旅アプリ「しこくuri」                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食店、観光スポットや多言語機能を追加するなど機能を充実し、利用者の満足度や利便性を向上させ、利用促進を図る。</li> </ul> </li> </ul> 
2. 国内誘客事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 航空タイアップキャンペーン事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・航空会社2社が展開する、「JAL麗らかキャンペーン(4月～9月)」及び、「ANA誘遊四国キャンペーン(10月～3月)」への支援。</li> </ul> </li> <li>◆ 日本の旬                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・JTBグループが実施する、国内旅行キャンペーン「日本の旬四国」(4月～9月)への支援。</li> </ul> </li> <li>◆ 四国観光商談会                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏及び関西圏で、「四国観光商談会」を実施。大阪商談会(10月20日(木))、東京商談会(10月27日(木))</li> </ul> </li> <li>◆ JR周遊促進事業                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・四国アフターDC(4月～6月)や、駅レンタカーの利用促進などの施策を展開。</li> </ul> </li> </ul>
3. 訪日誘客事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 東アジア向けインバウンド商談会in四国2022(予定)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・東アジア市場をターゲットに、在日ランドオペレーターなどを招請し、四国でインバウンド商談会を実施。</li> </ul> </li> <li>◆ 四国の文化・アクティビティ商品流通環境整備事業(予定)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・有識者を招聘しモニターツアーの実施や、コンテンツ造成及びOTA掲載。</li> </ul> </li> <li>◆ アドベンチャートラベルに対応したガイド及びコーディネーター育成実地研修事業(予定)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>・アドベンチャートラベルを四国に根付かせるため、満足度を高めるガイド育成のための実地研修を実施。</li> </ul> </li> </ul>

#### 組織戦略

1. 組織・ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 組織の存在価値を高める職員の意識向上</li> <li>◆ 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)</li> <li>◆ 組織としてのリスク管理の徹底と継承</li> <li>◆ 個人の成長、やりがいのある組織風土醸成</li> <li>◆ 元 outward 者との連携強化</li> </ul>
2. 会員、観光関連事業者との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 会員に対する満足度向上への取組</li> <li>◆ 会員入会の推進</li> <li>◆ 観光関連事業者との連携強化</li> <li>◆ 会費制度の検討</li> </ul>
3. IT基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ ITリスク管理のための機構内ルールの確立と運用</li> <li>◆ 各種マニュアルの作成</li> <li>◆ 情報セキュリティ徹底への取組</li> <li>◆ 機構内IT化の推進</li> <li>◆ 機構内のITナレッジ、スキル向上</li> </ul>
4. 人材育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 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</li> <li>◆ 観光庁の外部専門人材制度を活用した機構職員の教育</li> <li>◆ 働き方改革への取組、デジタル活用による職場の充実</li> <li>◆ プロパー職員の拡充</li> </ul>

### DMP(データ・マネジメント・プラットフォーム)構築事業

国の機関や各団体が所有するデータ(国内動態、訪日動態、属性)を可視化。ここで得られたデータを県、四国内DMO、観光協会や観光事業者などで共有。毎年実施の調査データを蓄積し経年変化を把握することで、さらに精度の高いデータとなる。これらのデータを新規事業構想の際のエビデンスとしての活用。また、訪日外国人の動態を把握することで、訪日外国人向けの着地商品開発など、データに基づいた事業を展開し、四国への誘客に繋げる。