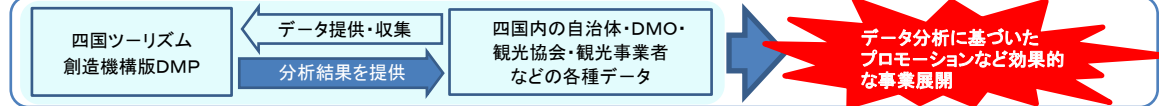


2022年度基本方針

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
	観光アプリ「しこくるり」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
主要国内誘客事業	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"> ◆ 機構会員との連携強化 <ul style="list-style-type: none"> ・四国各県で意見交換会などを実施。 ◆ 四国内外DMOや関係団体との連携強化 <ul style="list-style-type: none"> ・四国内外DMOや四国経済連合会、四国アライアンス等と連携を強化。 ◆ ツーリズムEXPO出展事業 <ul style="list-style-type: none"> ・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。
2. プロモーションの改革	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 四国の魅力発信事業 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ◆ 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"> ・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。
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"> ◆ サステナブルツーリズム推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 
5. 人材育成・住民満足度向上への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 公開講座 <ul style="list-style-type: none"> ・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。

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"> ◆ 四国周遊型ワーケーション推進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ◆ 四国をぐるっと楽しむ旅アプリ「しこくるり」 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 
2. 国内誘客事業	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 航空タイアップキャンペーン事業 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ◆ 日本の旬 <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ◆ 四国観光商談会 <ul style="list-style-type: none"> ・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)) ◆ JR周遊促進事業 <ul style="list-style-type: none"> ・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。
3. 訪日誘客事業	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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"> ・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。 ◆ 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"> ・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。 ◆ 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"> ・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。

組織戦略

1. 組織・ガバナンス	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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 outward 者との連携強化
2. 会員、観光関連事業者との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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	<ul style="list-style-type: none"> ◆ ITリスク管理のための機構内ルールの確立と運用 ◆ 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IT化の推進 ◆ 機構内のITナレッジ、スキル向上
4. 人材育成	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 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

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。