

戦略の柱 全国に通用する観光地づくり

取組方針1  
核となる観光拠点の形成

県内各地域への誘客を促進するため、これまでの取組等を通じて生まれてきた全国に発信できる施設や、自然や体験観光などで地域ブランドとして一定のまとまりがあるエリアを、その地域への全国からの誘客の目玉となる観光拠点として磨き上げていきます。

- <これからの対策>
- 地域の観光拠点づくりの推進
  - こうち旅広場のエントランス機能、ハブ機能の充実

取組方針2  
観光資源の発掘・磨き上げの推進

これまで各地域で取り組んできた体験プログラムなどの成果やノウハウ等を生かしながら、地域の観光資源を磨き上げ、商品化を図る取り組みをさらに促進させるとともに、リピーターにもつながるよう、満足度を高めるための観光商品づくりを進めます。

また、地域に潜在化している地域資源の中から、様々な視点で観光素材を発掘し、テーマ性、ストーリー性などを盛り込みながら、より多くの新たな観光資源を生み出し、地域での観光客の受け皿を拡大します。

- <これからの対策>
- 満足度の高い観光商品づくり
  - 新たな観光資源の創出
  - 産業間連携による観光消費の拡大

取組方針3  
広域観光の推進

観光拠点を中心として周辺の観光地等を巡る周遊プランをつくるなど、地域の面的魅力を高めるための地域コーディネート機能の強化を図ります。

また、広域ブロックや県域を超える多様な連携を進めることで、本県への誘客及び県内の周遊を促していきます。

- <これからの対策>
- 地域コーディネート機能の強化
  - 県内各地域との連携による周遊観光の推進
  - 県域を越えた連携の推進

取組方針4  
効果的な広報・セールス活動の推進

これまでの博覧会の開催を通じて培った広報・セールス活動のノウハウを生かしながら、旅行マーケットの動向を踏まえつつ、ターゲットにあわせた効果的な広報やセールス活動を展開していきます。

また、多くの入込客が期待できる全国大会や教育旅行、波及効果が期待できるロケ撮影など、多様な誘致活動を進めます。

- <これからの対策>
- 統一キャッチフレーズ・キャンペーンの実施
  - ターゲットを明確にした広報・セールス活動の展開
  - 四国ツーリズム創造機構等との連携による情報発信
  - 全国大会や教育旅行、企業研修等の誘致
  - 企業CMなどフィルムコミッションによるロケーション撮影の誘致

取組方針6  
おもてなしの向上

県民挙げてのおもてなし気運の醸成を図るとともに、きめ細かな観光情報の提供や交通の利便性の向上など、観光客の快適性を高めるため、ハード・ソフトの基盤整備に取り組んでいきます。

- <これからの対策>
- おもてなしの気運の醸成
  - 観光ガイドの育成、技術の向上【再掲】
  - きめ細かな観光情報の提供
  - 県内の観光地を結ぶ移動手段の確保
  - 観光基盤の整備

取組方針7  
スポーツツーリズムの推進

プロスポーツ・アマスポーツ合宿などの誘致を進めるとともに、オフシーズンも含めて切れ目なく観光客が訪れることを目指して、地域で様々なスポーツイベントを実施します。

- <これからの対策>
- 推進体制の強化及び受入態勢の充実
  - 年間を通じたスポーツイベント等の開催
  - アマチュアスポーツ合宿等の誘致活動

目指すべき4年後の姿

- ・地域観光の担い手が育ち、特色ある観光商品が次々と生み出され販売されている
- ・核となる観光拠点を中心に県内の地域周遊が進み、道の駅や直販所などでの観光消費が拡大している
- ・様々なイベントなどが年間を通じて開催され、新たな観光客の獲得ができている

県外観光入込客数400万人  
観光消費額1,100億円の実現

取組方針5  
人材の育成

地域が自ら継続して観光商品を次々と生み出し販売していく地域観光の担い手の人材育成に取り組んでいきます。

また、専門家を活用して観光客の受入を担う人材の育成を図っていきます。

- <これからの対策>
- 観光産業を担う人材の育成
  - 観光ガイドの育成、技術の向上
  - 観光事業者等へのおもてなし研修の実施
  - 社会教育、学校教育における本県の文化・歴史等の学習機会の確保

取組方針8  
国際観光の推進

主要なターゲットである東アジアを中心に、各国の特性と本県の強みをマッチングさせたきめ細かい戦略により、本県への誘致活動を進めるとともに、観光案内板の多言語化や観光事業者への研修を実施するなど受入態勢の充実を図っていきます。

- <これからの対策>
- 国別戦略に基づく誘致活動
  - 受入態勢の充実
  - 四国4県連携によるプロモーション活動の推進