

# MITOYO

# Kagawa

三豊市第3次観光基本計画

2025年度 - 2029年度

三豊をもっと好きになる。



## 「三豊市第3次観光基本計画」 アクションプラン実施計画書

2026年度



## 実施事業：基本戦略 #1 サステナブルな観光推進

|   | 具体的なアクション                 | 主体  | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|---------------------------|-----|---|------------------|
| 1 | ガイドラインに基づく<br>サステナブルな観光推進 | 共同  | ● 国際認証団体 Green Destinations による「TOP100 ストーリーズ」へのエントリー（紫雲出山のストーリー） | ● 2025年から2026年まで |
|   |                           | 三豊市 | ● GSTC認証の取得   |                  |
|   |                           | 三豊市 | ● 地域活性化企業人制度の活用による専門人材の設置   |                  |
|   |                           | 三豊市 | ● GSTCサステナブルな観光地研修の開催受入（7月7日～9日 予定）                               |                  |

### 目的

日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）に基づき、環境・文化・経済の観点からサステナブルな観光先進地を目指す。  
第三者機関による客観的評価を取得することで、以下を実現する。

- 国際的な信頼・ブランド力の向上
- 環境意識の高い欧米旅行者から選ばれる競争力の獲得
- 持続可能な観光地経営を通じた地域の持続性向上

これにより、三豊市観光基本計画のミッション・ビジョンの実現を図り、持続可能なまちを目指す。

## 実施事業：基本戦略 #2 ターゲットに合わせた情報発信・マーケティング

|   | 具体的なアクション   | 主体    | 実施内容                                 | 観光基本計画における着手期間               |
|---|-------------|-------|--------------------------------------|------------------------------|
| 1 | 海外へのプロモーション | 共同    | ● 旅行会社の送客ルート構築の調整、下準備                | ● 2025年（後期）から<br>2027年（前期）まで |
|   |             | 三豊市   | ● DMCとの連携強化                          |                              |
|   |             | 観光交流局 | ● 欧米系メディアへのマーケティング（FAMツアーの実施）の調整、下準備 |                              |
|   |             | 観光交流局 | ● 海外市場の商談会への参加                       |                              |

### 目的

“滞在目的地 Mitoyo” のブランドを確立し、国際的に評価される観光地となることを目的とし、三豊市の海外プロモーションは、短期市場（台湾・香港）と長期市場（欧米）を明確に分け、それぞれの需要特性に応じた戦略的アプローチが必要である。

特に欧米市場は、旅行トレンドの発信力が高く、富裕層や長期滞在型の旅行者が多いことから、三豊市を「瀬戸内の滞在目的地」として認知してもらう重要な市場と位置づける。

継続的なメディア露出や旅行会社による商品造成を進めるとともに、欧米市場への長期的なプロモーションと送客ルートの形成を図り、訪日客の誘客と地域への経済効果の創出につなげる。

## 実施事業：基本戦略#2 ターゲットに合わせた情報発信・マーケティング

|   | 具体的なアクション | 主体    | 実施内容   | 観光基本計画における着手期間   |
|---|-----------|-------|--|--|
| 2 | 秋冬の発信強化   | 観光交流局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>SNS発信 (@mitoyo_gram) + 公式HP + 地元インフルエンサー活用</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年（後期）から2027年（前期）まで</li> </ul> |

### 目的

観光資源の魅力と独自性を的確に発信することで、来訪意欲の向上と滞在価値の最大化を図り、持続可能な観光地域づくりを推進することを目的とする。

本市においては、春夏期に観光需要が集中する一方、秋冬期は宿泊稼働率の低下が課題となっている。このため、春夏期に偏った観光需要の季節分散を図り、年間を通じた安定的な観光振興を実現することが必要である。

特に、閑散期となっている秋冬期における宿泊稼働率の向上を目指し、市内周遊の促進および滞在時間の延伸につながる情報発信を強化する。

## 実施事業：基本戦略 #2 ターゲットに合わせた情報発信・マーケティング

|   | 具体的なアクション                | 主体    | 実施内容   | 観光基本計画における着手期間   |
|---|--------------------------|-------|--|------------------|
| 3 | 三豊らしい過ごし方<br>(モデルコース)の発信 | 三豊市   | ● 地域活性化企業人制度の活用による専門人材の設置                                  | ● 2025年から2026年まで |
|   |                          | 三豊市   | ● ウェブサイト「℃   瀬戸内三豊の島旅ガイド (粟島・志々島・荘内半島エリア)」における島観光モデルコースの発信 |                  |
|   |                          | 観光交流局 | ● ガイドブックにモデルコースを掲載   |                  |
|   |                          | 観光交流局 | ● 三豊市観光交流局のHPにモデルコースを掲載                                    |                  |

### 目的

本市では、特定スポットへの来訪集中や短時間滞在が見られることから、市内周遊の促進および宿泊を伴う滞在型観光への転換が課題となっている。

このため、ターゲットの旅行動向や志向を踏まえたモデルコースを造成・発信し、「行ってみたい」から「こう過ごしたい」へと意識を転換させる。これにより、滞在時間の延長、市内周遊の促進、観光消費額の増加を図り、宿泊を伴う滞在型観光への転換と通年で選ばれる観光地づくりを推進するものである。

## 実施事業：基本戦略 #3 満足度向上のためのコンテンツ造成

|   | 具体的なアクション            | 主体    | 実施内容                   | 観光基本計画における着手期間   |
|---|----------------------|-------|------------------------|------------------|
| 1 | 地域資源を活用した<br>コンテンツ造成 | 共同    | ● コンテンツ造成に向けた研修支援      | ● 2025年から2026年まで |
|   |                      | 三豊市   | ● 粟島芸術家村事業におけるワークショップ  |                  |
|   |                      | 三豊市   | ● 各地域の祭り行事や地域イベントの開催支援 |                  |
|   |                      | 観光交流局 | ● 秋冬の滞在型コンテンツ造成        |                  |

### 目的

地域の暮らしや文化に触れる体験型コンテンツの造成を推進し、来訪者の満足度向上を図るとともに、滞在時間の延長および観光消費額の増加につなげる。

具体的には、マリンアクティビティ、里山体験、文化体験、農漁業体験、ナイトツーリズムなどを開発・磨き上げ、季節ごとの魅力を活かした商品造成を行うことで、滞在型観光への転換と地域経済への波及効果の最大化を目指す。

## 実施事業：基本戦略 #3 満足度向上のためのコンテンツ造成

|   | 具体的なアクション                    | 主体 | 実施内容   | 観光基本計画における着手期間   |
|---|------------------------------|----|--|--|
| 2 | 高付加価値な<br>体験コンテンツの開発<br>サポート | 共同 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 専門家の招聘、セミナー、ワークショップの開催</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2025年から2026年まで</li> </ul> |

### 目的

本市に点在する自然、食、文化、産業などの価値ある地域資源を活用し、地域の事業者や住民と協働しながら磨き上げを行うことで、三豊市でしか味わうことのできない特別な体験として提供できる、持続可能かつ収益性の高い観光商品へと発展させる。

これにより、滞在時間の延長および観光消費額の増加を図るとともに、地域の誇りや主体性を高め、観光を通じた地域経済の活性化と地域価値の向上につなげる。

## 実施事業：基本戦略 #3 満足度向上のためのコンテンツ造成

|   | 具体的なアクション         | 主体    | 実施内容   | 観光基本計画における着手期間  |
|---|-------------------|-------|--|---|
| 3 | 視察受け入れの<br>パッケージ化 | 三豊市   | <ul style="list-style-type: none"> <li>市内の視察内容の把握</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年（後期）から<br/>2027年（前期）まで</li> </ul> |
|   |                   | 観光交流局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光交流局が受付を窓口化し、市内の宿泊・飲食施設へ優先的に送客する仕組みづくりの検討</li> </ul> |   |

### 目的

近年、三豊市を先進事例とした視察が全国から増加している一方、行政、観光交流局、民間事業者がそれぞれ個別に対応している状況にある。

そこで、視察受け入れを体系的に整理し、プログラムとしてパッケージ化することで、関係機関が連携した効率的かつ質の高い受け入れ体制を構築する。

また、視察を単なる見学にとどめず、体験や交流を組み合わせた「ビジネス観光」として付加価値を高めることで、宿泊・飲食等の地域消費を促進し、地域経済への波及効果の最大化を図る。

## 実施事業：基本戦略 #3 満足度向上のためのコンテンツ造成

|   | 具体的なアクション             | 主体 | 実施内容   | 観光基本計画における着手期間   |
|---|-----------------------|----|--|--|
| 4 | 教育旅行の市場調査、<br>受入団体の整備 | 共同 | <ul style="list-style-type: none"> <li>先進地事例視察や聞き取り等による需要調査</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年から2026年まで</li> </ul> |

### 目的

教育旅行の誘致を推進するため、教育旅行市場の動向やニーズを把握する市場調査を行い、三豊市に適した受入内容やターゲットの明確化を図る。

また、地域内の事業者や関係団体と連携し、教育旅行の受入体制を整備することで、継続的かつ安定した受入を可能とし、交流人口の拡大と地域経済への波及効果の創出を目指す。

## 実施事業：基本戦略#4 「食」の魅力創出と連携

|   | 具体的なアクション     | 主体  | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|---------------|-----|---|--|
| 1 | 「食」の魅力創出と磨き上げ | 三豊市 | <ul style="list-style-type: none"> <li>外部人材の活用</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年から2026年まで</li> </ul> |

### 目的

三豊市が持続可能なまちを目指すうえで、地域の食材を地域で消費する「地産地消」の推進は重要な柱の一つである。市内には高品質で特色ある農畜産物が多数存在する一方で、その魅力が十分に発信されていないという課題がある。

このため、飲食店等における地元食材の利用を促進するとともに、地元食材を活用する店舗の掘り起こしや情報発信を行うことで、地域経済の循環を促進し、観光の質の向上および地域の食文化の継承につなげる。

## 実施事業：基本戦略#5 リピーター・ファンの創出

|   | 具体的なアクション        | 主体 | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|------------------|----|---|--|
| 1 | 父母ヶ浜を拠点に<br>観光案内 | 共同 | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光交流局の移転による父母ヶ浜の観光案内所運営</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2026年から2027年まで</li> </ul> |

### 目的

三豊市を訪れる観光客の多くが訪れる父母ヶ浜を拠点として、観光案内や受入機能の充実を図り、来訪者の満足度向上を通じてリピーターやファンの創出につなげる。

また、父母ヶ浜に集中する観光客を市内各地へ誘導することで、滞在時間の延長や周遊率の向上につなげるとともに、地域事業者への経済効果の拡大を図る。

## 実施事業：基本戦略#5 リピーター・ファンの創出

|   | 具体的なアクション | 主体    | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|-----------|-------|---|--|
| 2 | ふるさと納税の活用 | 観光交流局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドブック「MITOYO Guide」に掲載、宿泊施設で配布</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年から2026年まで</li> </ul> |
|   |           | 共同    | <ul style="list-style-type: none"> <li>ANAとの連携ツアーを考案</li> </ul>                   |  |

### 目的

観光振興や地域資源の磨き上げを推進するため、ふるさと納税を活用し、三豊市の魅力を広く発信するとともに、安定した財源の確保を図る。

また、返礼品として三豊の「食」や「体験」を提供することで、観光客が帰宅後も地域とつながり続ける関係づくりを進めるとともに、寄付を観光資源の保護や磨き上げに活用する循環の創出を目指す。

## 実施事業：基本戦略#5 リピーター・ファンの創出

|   | 具体的なアクション      | 主体  | 実施内容                  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|----------------|-----|-----------------------|------------------|
| 3 | 県外の三豊出身者への働きかけ | 三豊市 | ● 出身者向けデジタルニュースレターの配信 | ● 2025年から2026年まで |

### 目的

県外の三豊市出身者へ、三豊市の魅力や取組を継続的に発信することで、地域への関心や愛着を高める。

また、情報発信や交流の機会を通じて関係人口の拡大を図るとともに、観光での来訪や帰省のきっかけづくりにつなげる。

さらに、ふるさと納税や地域活動への参画など、さまざまな形で三豊市を応援してもらい関係づくりを進め、地域の活力向上や持続的な地域づくりにつなげることを目指す。

## 実施事業：基本戦略#6 受入体制の整備（ハード整備）

|   | 具体的なアクション | 主体  | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|-----------|-----|---|--|
| 1 | 景観の整備     | 三豊市 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 景観条例等を含む保全制度の検討</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 2025年から2026年まで</li> </ul> |
|   |           | 三豊市 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ガイドラインの検討</li> </ul>       |  |

### 目的

観光の推進と景観の維持のバランスを保つため、観光拠点における適切な保全制度について調査・検討を行い、必要な整備を進める。これにより、地域住民と来訪者双方の満足度向上を図り、持続可能な観光地域づくりにつなげる。

あわせて、「風景が観光を育む」というビジョンのもと、来訪を契機として地域の景観が維持される仕組みの構築を図る。

## 実施事業：基本戦略#6 受入体制の整備（ソフト整備）

|   | 具体的なアクション | 主体  | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|-----------|-----|---|--|
| 1 | ガイド育成     | 三豊市 | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域活性化起業人制度の活用による専門人材の設置</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年から2026年まで</li> </ul> |
|   |           | 三豊市 | <ul style="list-style-type: none"> <li>認定制度の研究調査</li> </ul>               |  |

### 目的

来訪者に地域の魅力を分かりやすく伝え、高付加価値な観光体験を提供できるガイドを育成することにより、本市を通過点ではなく滞在先として選ばれる観光地とすることを目指す。

これにより、観光客の滞在時間の延長および市内消費額の増加を図るとともに、本市の魅力を活かした高付加価値な観光サービスの提供につなげる。また、ガイド等の担い手として市民が関わる場合には、地域の魅力への理解が深まり、シビックプライドの醸成にもつながることが期待される。

## 実施事業：基本戦略#6 受入体制の整備（ソフト整備）

|   | 具体的なアクション | 主体    | 実施内容   | 観光基本計画における着手期間   |
|---|-----------|-------|--|--|
| 2 | インバウンド対策  | 共同    | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光拠点における多言語情報整備</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2025年から2026年まで</li> </ul> |
|   |           | 観光交流局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>デジタルを活用した多言語対応</li> </ul>   |  |
|   |           | 三豊市   | <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者向けインバウンド対応力向上</li> </ul> |  |

### 目的

外国人旅行者が言語や文化の違いによる不安を感じることなく、三豊市内を安心して回遊し、滞在・消費できるよう、多言語対応を中心とした受入環境の整備を進める。

これにより、インバウンド旅行者の満足度向上と地域消費の拡大を図る。言葉の壁だけでなく、文化・習慣の違いを尊重した受入体制を整え、「世界から選ばれる三豊」を実現する。

## 実施事業：基本戦略#6 受入体制の整備（ソフト整備）

|   | 具体的なアクション     | 主体  | 実施内容              | 観光基本計画における着手期間   |
|---|---------------|-----|-------------------|------------------|
| 3 | ワーキングツーリズムの推進 | 三豊市 | ● 「地域の人事部」との連携の検討 | ● 2025年から2026年まで |

### 目的

旅行をしながら働きたい層やローカルでの就労に関心を持つ人材と、市内事業者をマッチングすることで、産業の担い手不足解消を図るとともに、地域との継続的な関係を生むワーキングツーリズムを推進する。

初期段階においては行政が導入支援や事例共有を行い、事業が軌道に乗った段階で、事業者ネットワークなどを中心とした自走型の運営へと移行する。

## 実施事業：基本戦略 # 7 観光DXの推進

|   | 具体的なアクション        | 主体    | 実施内容  | 観光基本計画における着手期間   |
|---|------------------|-------|---|--|
| 1 | 観光DXの推進に向けた検討    | 共同    | <ul style="list-style-type: none"> <li>観光DX活用領域、課題の整理</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2026年から2027年まで</li> </ul> |
| 2 | 観光関連データの集約・分析・活用 | 観光交流局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>地域OTA導入による地域の宿泊施設一括検索・予約</li> </ul>        |  |
|   |                  | 共同    | <ul style="list-style-type: none"> <li>宿泊に関するデータ収集・可視化（電子申請システム・地域OTA）</li> </ul> |  |
|   |                  | 観光交流局 | <ul style="list-style-type: none"> <li>主要観光地の入り込み客数のデジタル化（候補地：父母）</li> </ul>      |  |

### 目的

現在、観光入込客数や宿泊者数、イベント来場者数等の把握が事業者への聞き取りやアナログ集計に依存しており、データの精度・即時性・活用に課題がある。

このため、観光関連データの収集・集約をデジタル化し、来訪者属性や移動動向等を可視化することで、観光施策や補助事業の効果検証、観光地経営の高度化につなげる。