

第3期観光振興基本計画に基づく施策実施状況報告書（令和5年度）

I 地域資源の活用とデジタル技術を駆使した戦略的な観光政策

1. メインコンテンツを核としたツーリズムブランドの形成

<主な施策実施状況>

サイクリングパラダイス愛媛の実現に向けて、愛媛サイクリングの日に合わせた各市町との連携によるサイクリングイベントや海外サイクリスト向けのモニターツアーを実施するなど積極的なプロモーションに取り組んだほか、瀬戸内しまなみ海道の愛媛県側に広域サイクルツーリズム圏域「グレーターしまなみ・えひめ」を設定し、サイクリングを切り口とした滞在型観光の仕掛けづくりや環境整備に取り組んだ。

また、しまなみサイクリングや石鎚山登山、とべもりジップライン、滑床溪谷キャニオニングを本県の4大アクティビティに位置づけ、動画やSNSを活用した情報発信や、商談会・展示会等を通じたPRに注力した。

<評価・方針等>

滞在型観光の推進を図るとともに、本県が誇る体験コンテンツの認知度向上を図った。

今後も市町と連携しながら魅力的な体験コンテンツの創出や県内を周遊する仕組みづくりを推進し、誘客促進と観光消費の拡大を図る。

2. 長期滞在型観光・リピーター獲得に向けた観光資源の魅力向上

<主な施策実施状況>

これまでに実施した「えひめ南予きずな博」等の地域振興イベントで育成されたコンテンツや4大アクティビティをはじめとした体験コンテンツの専門家派遣等によるブラッシュアップに加え、体験予約サイト（OTA）への登録支援や特設サイトを開設してのキャンペーン等による販売促進に取り組んだほか、農林漁家民宿の開業支援や農業体験できる環境整備など本県の豊かな自然を生かしたグリーン・ツーリズムの推進に取り組んだ。

また、長期滞在が期待でき、コロナ禍で需要が高まったアドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズム等の受入を推進するため、セミナーや専門家派遣等を通じて人材養成を行うなど観光事業者による受入体制の強化に取り組んだ。

<評価・方針等>

多彩な体験コンテンツの創出、育成を図ったほか、アドベンチャーツーリズム等の新たな観光形態に対応するための受入体制の整備を進めた。

引き続き、長期滞在・リピーター獲得を目指して、歴史・文化を体験できるコンテンツなどニーズに合ったコンテンツの充実を図るとともに、観光事業者の取組を支援し、観光資源の魅力向上を図る。

3. 愛媛の特性を生かしたインバウンド誘客

<主な施策実施状況>

令和4年度末に再開したソウル線の増便や、台北線の再開、釜山線の新規就航などで松山空港国際線の活性化に取り組んだほか、現地旅行会社や広告代理店、航空会社と連携し、県内視察ツアーや商談会等の誘客プロモーションを展開するとともに、特に韓国については需要が見込まれるゴルフ旅行のPRや受入環境整備に積極的に取り組んだ。ベトナムについては令和4年度に続いてチャーター便を運航したほか、現地旅行会社による県内視察ツアーや県内事業者との商談会、現地でのPRイベント等を通じて本県観光の魅力を発信した。

また、大阪・関西万博も見据え、消費単価の高い欧米豪市場からの誘客拡大を目指し、海外の旅行会社にネットワークをもつ国内ランドオペレーターへの営業活動やプロモーションを強化したほか、豪州での商談会や現地メディアへのプロモーション活動に注力した。

<評価・方針等>

ソウル線の拡大など中心に松山空港国際線の充実を図ることができ、令和5年の県内の訪日外国人延べ宿泊者数は新型コロナ感染拡大前（令和元年）の94%まで回復している。

引き続き、定期路線の維持・拡大や運休中の上海便の再開を目指して、各国・地域のニーズに応じた積極的なプロモーションに取り組むとともに、欧米豪の訪問が多い広島県からの誘客や豪州でのプロモーションなど戦略的に施策を展開しインバウンド誘客の拡大を図る。

4. デジタルマーケティングに基づく観光戦略とプロモーション活動

<主な施策実施状況>

国内旅行者、訪日外国人の位置情報データ、観光施設や経路等の検索履歴データ等を集約し、分析できる観光DMPを構築・活用して、効果的な施策立案に取り組んだ。

また、国内大手オンライン旅行会社と連携した誘客プロモーションを展開したほか、観光ポータルサイト「いよ観ネット」や公式SNSを活用した本県観光の情報発信に加え、著名なインフルエンサーや地元在住者で結成した「ひめ旅部」による本県の絶景や観光コンテンツの魅力発信や一般公募によるフォトコンテストに取り組むとともに、多言語観光サイト「Visit Ehime Japan」を改修し、5言語（英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語、ベトナム語）への対応や機能強化を図るなど、デジタルマーケティングを駆使しながら国内外での認知度向上、誘客促進に取り組んだ。

<評価・方針等>

国内大手オンライン旅行会社を活用した誘客プロモーションでは、宿泊プランを343件作成し、47,850人泊の利用につながったほか、「ひめ旅部」による観光情報の発信では「いよ観ネット」や各部署のInstagramにより201,654PV（1か月平均28,000PV以上）、フォトコンテストでは4,500件の投稿があり、効果的な情報発信につながった。

引き続き、オウンドメディアの観光情報を充実させるとともに積極的にSNSを活用するなど、データ分析を踏まえた戦略的なプロモーションに努め、本県の認知度向上・誘客促進を図る。

II 観光産業のみならず他産業への相乗効果を生み出す観光施策

1. 民間事業者の発想とノウハウを生かした観光産業の活性化

<主な施策実施状況>

民間事業者による、新たな観光コンテンツの創出などの集客力向上を図る取組や、インバウンド需要の回復に向けたコンテンツの高付加価値化など受入環境整備への取組を支援したほか、インバウンド誘客向けのビジネスプランを募集したコンテストを開催し、民間事業者による観光誘客の取組の後押しに取り組んだ。

<評価・方針等>

ビジネスプランコンテストでは、地域の農産物を活用したインバウンド向けのコンテンツ開発など8件の応募があり、最優秀プラン等として審査・表彰するなど民間事業者の取組の後押しを図ったほか、民間事業者が取り組む、道後地区におけるサイクリングベースの構築や富裕層向け宿泊棟整備のほか、古民家を生かした宿泊施設へのリノベーションや県内ゴルフ場の多言語化対応への取組など16件を支援し、魅力的な観光コンテンツの創出やインバウンドの受入環境整備を促進した。

引き続き、県内市町や金融機関等と連携しながら民間事業者の前向きな取組を後押しし、観光産業の活性化に取り組む。

2. 実需創出に向けた国内外と繋がる誘客の仕組みづくり

<主な施策実施状況>

本県がターゲットとしている韓国、台湾、中国、ベトナムに現地代理店を配置し、旅行会社への営業活動や現地の情報収集に努めたほか、定期路線のある航空会社との連携により、旅行会社を対象としたファムツアーや県内事業者との商談会等のプロモーションに積極的に取り組んだ。

また、四国・瀬戸内をエリアにした広域DMOとの連携を進め、四国ツーリズム創造機構や四国他県と連携して、大阪で開催された国内最大規模の観光展示会「ツーリズムEXPO」や北海道で開催された「アドベンチャートラベル・ワールド・サミット」への出展に取り組んだほか、せとうち観光推進機構と連携して、豪州での商談会等のプロモーションを初めて実施した。

<評価・方針等>

韓国・台湾では航空会社や現地旅行会社との関係強化を図ったほか、広域DMO等と連携し、瀬戸内・四国として訴求力のあるプロモーションを実施することで認知度向上を図った。

引き続き、これらネットワークを活用しながら、国内外の商談会への参加や海外の旅行会社とのファムツアーの実施、営業活動等に積極的に取り組み、実需創出につながるよう県内への誘客促進を図る。

3. 高い経済波及効果実現に向けた域内循環の仕組みづくり

<主な施策実施状況>

域内消費の拡大に向けて県内周遊を促進するため、旅行者・交通機関等によるバスや観光タクシー等での東予・南予への周遊プラン造成・催行を支援したほか、体験コンテンツの消費拡大に向けて、コンテンツのブラッシュアップから、オンライン旅行サイトへの登録支援、サイト上での販促キャンペーンまで一気通貫で誘客促進に取り組んだ。

また、本県の食・グルメを通じた観光消費の拡大に向けて、県外でのフェアやトップセールスのほか、(一社)愛媛県観光物産協会による観光・物産の連携によるプロモーション活動等を通じて、県産品と本県観光を一体的にPRするとともに、宿泊施設等での県産品を使ったメニューの魅力向上につながるよう、県内のホテル・旅館・飲食店等と生産者との商談会を実施した。

<評価・方針等>

各種の周遊促進や観光消費拡大の取組に加え、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う観光需要の高まりもあり、令和5年の観光消費額は1,054億円となり前年比6.4%増加した。

引き続き、アプリも活用しながら効果的な東予・南予への周遊促進を図るとともに、コンテンツの高付加価値化に取り組むほか、愛媛県観光物産協会とも連携し、食の魅力を生かした観光プロモーションを展開するなど、経済波及効果の拡大に取り組む。

4. MICEの誘致活動の強化と受入環境の整備

<主な施策実施状況>

(公財)松山観光コンベンション協会や愛媛DMO等と連携して、コンベンションの誘致活動に取り組むとともに、本県へのMICE誘致に対する助成金制度を設け、100人以上の規模のコンベンションに対して助成金を交付し、開催支援を行った。また、県有地へのMICE受入機能を持った施設の誘致を検討するなど、環境整備にも取り組むこととしている。

<評価・方針等>

令和5年度は医学学会のコンベンションを中心に25件の支援を行い県内への集客につなげた。

引き続き、関係事業者や市町等と連携を密に行い、観光産業の振興・地域の活性化を図るため誘致活動に積極的に取り組んでいく。

III 将来にわたる持続可能な地域形成に向けた観光政策

1. 観光振興を起点とした環境・文化保全

<主な施策実施状況>

西予市・内子町の重要伝統的建造物群保存地区や指定重要文化財の保存修理・周知活用の取組に対して経費の一部を補助したほか、古民家等をリノベーションした分散型ホテルや大洲城キャッスルステイが注目を集めている大洲市も含め、海外旅行会社等のファムツアーを実施するなど南予の歴史的町並みの魅力発信に取り組んだ。

また、ユニークベニューの活用を希望する3つの団体等の取組を支援し、モデル事業としてイベントやモニターツアー等を実施したほか、継続実施に向けた課題等を抽出するため専門家を招聘して検討会を行った。

<評価・方針等>

西予市、内子町、大洲市等と連携し、インバウンドを含めた誘客促進を図ったほか、令和5年12月には新たに宇和島市津島町岩松地区が重要伝統的建造物群保存地区に選定された。また、民間事業者においてユニークベニューへの取組が主体的に継続されるよう支援したほか、会場となった施設の新たな活用方法の掘り起こしにつながった。

引き続き、歴史的な町並みを起点にした誘客促進に努めるとともに、民間事業者のユニークベニュー活用への取組を支援するなど、市町等と連携し歴史文化資源の保全や持続可能な観光地づくりに努めていく。

2. 多様な旅行者が安心して快適な旅行ができる受入環境整備

<主な施策実施状況>

観光ポータルサイト「いよ観ネット」やSNS等を通じた様々な観光・交通等の情報発信に加え、多言語観光サイト「Visit Ehime Japan」のリニューアルを行い、5言語（英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語、ベトナム語）への対応や機能強化、旅行会社や旅行者向けコンテンツの充実を図った。

また、9言語に対応した多言語コールセンターを引き続き設置し、電話やテレビ通訳、簡易翻訳サービスを実施するとともに、多言語対応の「えひめFreeWi-fi」の運営、民間事業者によるインバウンドの受入環境整備への支援に取り組んだほか、一部市町において、多言語に対応した観光案内看板の設置や観光施設でのクレジットカードなどのキャッシュレス決済への対応にも取り組んでいる。

<評価・方針等>

多言語観光サイト「Visit Ehime Japan」のリニューアルでアクセス数は約1割増加したほか、インバウンド受入環境整備についてはホテルや観光施設等での多言語対応など10件の取組を支援した。

引き続き、市町や民間事業者とも連携しながら、様々なツールを活用した効果的な情報発信やインバウンドの受入環境整備に努め、旅行者の利便性向上を図る。

3. 持続的な成長発展に向けた担い手の確保・育成

<主な施策実施状況>

県内周遊旅行をテーマとしてオンラインや実地研修によるガイド育成講座を実施したほか、愛媛県観光物産協会や松山観光コンベンション協会、松山商工会議所等と連携してボランティアガイド育成講座を開催した。また、持続可能な観光地づくりに向けて、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）の普及セミナーを県内2か所（久万高原町、内子町）で開催したほか、専門家を招聘してアドベンチャーツーリズムガイドの育成講座や、観光コンテンツの造成・磨き上げ等をテーマとした観光人材養成講座を開催し、地域の観光を支える担い手の育成に取り組んだ。

<評価・方針等>

ガイド育成講座は31名、JSTS-D普及セミナーは55名が参加するなど県内観光関連事業者の人材育成の強化を図った。

引き続き、JSTS-D普及セミナーを開催したエリアにおいて認証基準の取得に向けた支援を継続するなど、アドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズム等の担い手の確保に取り組み、観光関連従事者のおもてなしの向上や欧米豪の富裕層を中心とした外国人観光客の受入拡大を図る。

4. 交流人口から関係人口への仕組みづくり

<主な施策実施状況>

企業の誘致活動と合わせた移住促進をはじめ、首都圏等での移住フェアや県内自然公園での自然体験等を通じたワーケーションツアーを実施するなど、移住・ワーケーションの推進に取り組んだ。また、教育旅行は県外高校生等に愛媛の環境や産業の魅力を知ってもらえる機会となることから、市町と連携して、学校・旅行会社への営業活動やプロモーションを実施するなど誘致に取り組むとともに、グリーン・ツーリズムの推進や農林漁家民宿の開業支援など受入体制の整備を図った。

<評価・方針等>

令和5年度の本県への移住者数は過去最高となる7,254人となった。また教育旅行に関しては102校、11,961名を受け入れた。

引き続き、関係人口の増加に向けて、観光・移住を組み合わせたフェアやワーケーションや教育旅行の誘致活動に市町と連携を密に取り組む。

5. 観光まちづくりを起点としたシビックプライドの醸成

<主な施策実施状況>

映画やテレビドラマなどのロケや国際会議等のMICE、大規模イベントの誘致をはじめ、国内外の航空路線やクルーズ船の誘致、県内で開催された「ねんりんピック愛媛のえひめ2023」を通じ、県民の地元への誇りを育むとともに、高校生を対象に東予の歴史文化資源の活用をテーマとしたワークショップの開催など、地域住民と連携した自然・歴史・文化等の観光まちづくりを推進し、地元愛、郷土愛の醸成に取り組んだ。

<評価・方針等>

ロケの誘致では、インターネットドラマ「離婚しようよ」の世界配信があった。また「ねんりんピック愛媛のえひめ2023」には観客を含めて51万人が参加したほか、「東京ガールズコレクション松山2024」の開催決定に至った。

引き続き、映画等のロケや大規模イベント等の誘致に努めるとともに、地域の観光まちづくりや賑わい創出等の取組を後押しし、地域住民のシビックプライドの醸成、交流人口の拡大を図る。

IV 地域振興を目指すエリアマネジメント組織の形成に向けた施策

1. 県・愛媛DMOの役割分担の明確化・推進体制の見直しの検討

<主な施策実施状況>

愛媛県観光物産協会を核として設立した愛媛DMOにおいて、関係機関との役割分担・連携のもと、観光と物産が一体となったオール愛媛体制の観光営業本部としての活動を展開し、専門人材を登用して民間のノウハウを生かし、国内外の旅行会社へのセールス活動や着地型旅行商品の販売など BtoB を中心に取り組んだ。県としても、観光戦略を共有するとともに、海外でのプロモーションやツアーガイド等の人材養成、観光・物産フェア等で連携して取り組んだ。

<評価・方針等>

県内市町や地域DMO、四国ツーリズム創造機構等の広域DMOとの意見交換を行い、他県の取組等も参考に、組織で抱える課題や役割を見直すとともに、愛媛DMOをはじめ関係事業者と連携して、多様な観光客から選ばれる観光まちづくりを目指し、オール愛媛での観光振興に取り組んでいく。

2. 愛媛DMOの機能強化

<主な施策実施状況>

地域連携DMOとして県内市町や関係観光事業者・団体とのネットワークを構築するとともに、新たにオープントップバスを活用したバスツアーの企画・販売や、二次交通手段としてE-BIKEとサイクルバスを活用した周遊ツアーの造成を行うなど、地域との協働による誘客コンテンツや旅行商品の充実や販売に努めたほか、愛媛DMO取扱商品を観光ポータルサイト「いよ観ネット」上で直接販売できる予約・販売管理システム（JTB-BÔKUN）を導入しインターネットでの販売促進に取り組んだ。

また、四国ツーリズム創造機構が実施する商談会に参加するなど広域DMOとの連携にも取り組んだ。

<評価・方針等>

愛媛DMOの取扱旅行商品の販売額は過去最高額を2年連続で更新し、愛媛DMO中期アクションプランで設定した目標額 11,500 千円（令和7年度）を2年前倒しで達成した。

引き続き、データ分析に基づきながら、魅力ある県内周遊型旅行商品の造成やインバウンドの地方誘客を意識した取組を行い、愛媛DMOの機能強化を進めていく。

3. 市町・観光関係団体等の連携

<主な施策実施状況>

市町や地域DMOと連携して商品造成や海外旅行会社を招請したファミツアーの実施や地元観光事業者との商談会の開催などに取り組んだほか、市町や観光事業者を対象にした観光庁補助事業に関する勉強会等を開催しインバウンド誘客に向けた補助事業の活用にも努めるとともに、東・中・南予それぞれエリア担当者を配置し各エリアの個別訪問を実施した。

<評価・方針等>

エリア担当者が合計 167 回の県内個別訪問等により、県内市町や観光関係事業者・団体との積極的な情報交換に努めた。

引き続き地域の実情を踏まえた観光まちづくりに向けて連携強化に取り組む。

4. 観光振興にかかる財源の確保

<主な財源措置状況>

令和5年度当初予算に加えて、年度途中においても、定期航空路線の新規・増便に合わせたプロモーション等の予算のほか、令和7年度に開催される大阪・関西万博を見据えて欧米豪をターゲットに営業活動を実施するための予算、バスや観光タクシー等を活用した県内周遊ツアーの造成・催行を支援するための予算を補正予算で措置した。

<評価・方針等>

観光振興に係る財源の確保については、各事業のPDCAサイクルを通じた分析や本県観光を取り巻く環境の変化等を踏まえながら、市町や宿泊施設等の観光に関わる関係者はもとより、県民の理解を前提としつつ必要性等を検討していく。