

(重点戦略分野) 観光ビジネス

(ア) 背景・ねらい

観光は裾野の広い総合産業。愛媛のファンづくりが県経済の活性化につながる！

旅行形態の多様化・細分化	ニーズにあった旅行商品造成 / 情報発信力のある体験型メニュー等の開発 (オンリーワン、ナンバーワン)
地域に根ざした観光振興	地域密着型エージェント育成 / 高速道路開通イベント等の検討・実施
国内経済の成長停滞	成長著しい東アジアからの誘客促進 / 外国人観光客の消費増 / 定期国際航路の維持拡大 (インバウンド・ビジネス利用増)

観光は、旅行業、宿泊業、交通・運輸業などのいわゆる観光関連産業にとどまらず、農林水産業をはじめ様々な産業への経済波及効果が高く裾野の広い総合産業であることから、地域経済を活性化させるためには、その振興が重要である。

こうした認識のもと、本県では、21年12月議会において、観光振興施策を総合的かつ計画的に推進することを目的とした「えひめお接待の心観光振興条例」が制定されたところであり、本条例の基本理念・基本方針等を踏まえた各種施策を展開し、一層の本県観光振興に取り組む必要がある。

一方、近年の観光動向は、旅行形態やニーズの多様化、細分化、高度化等が進んでおり、本県観光を活用した地域経済の活性化を促進するためには、地域の特色を活かした情報発信力のある新たな観光資源の開発や既存資源のブラッシュアップ、さらにはニーズにあった旅行商品の造成等を促進し、観光客数はもとより、宿泊・滞在日数の拡大等による一層の経済効果の波及促進や持続的な需要確保に繋がる愛媛ファンづくりが重要である。

また、少子高齢・人口減少社会や国内経済の成長停滞という状況を踏まえ、単に国内にとどまらず、中国をはじめとした成長著しい東アジアをターゲットに外国人観光客の誘致を図るとともに、県内での消費促進や販路拡大等により本県経済の活性化につなげていく必要がある。

このような状況を踏まえ、時代のニーズ・潮流を見据えた観光資源開発やホスピタリティ向上等の受入態勢整備等により、リピーター確保や県産品の持続的な販売等につながる愛媛ファンを全国に広げるとともに、定期国際航路の拡充や免税店舗の設置をはじめとする消費環境等の受入態勢を整備することにより、外国人観光客や海外旅行エージェントから、上位に選ばれる国際観光地としての地位獲得を目指す。

(イ) 10年後の目指す姿

愛媛の魅力を満喫し、何度も訪れたいと思われる

『ファンで溢れる観光地えひめ』

東アジアの人々も満足し、一度は訪れたいと思われる

『選択される国際観光地えひめ』

(ウ) 『観光ビジネス分野』における《重点分野》【戦略】〔戦術〕構成

《重点分野A》愛媛ファンづくりの推進

【観A - 戦略1】滞在日数プラスワンの実践

- 〔観A1 - 〕 「坂の上の雲」等を踏まえた旅行商品の造成支援
- 〔観A1 - 〕 ホスピタリティの充実向上
- 〔観A1 - 〕 隣接県・広域市町等との連携推進

【観A - 戦略2】愛媛の魅力創造の推進

- 〔観A2 - 〕 高速道路の宇和島延伸記念イベント等の検討・実施
- 〔観A2 - 〕 地域密着型旅行エージェントの育成・支援
- 〔観A2 - 〕 体験型観光メニューのブラッシュアップ
- 〔観A2 - 〕 物産観光情報発信拠点の機能強化

《重点分野B》東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進

【観B - 戦略1】東アジアとの観光交流の推進

- 〔観B1 - 〕 上海交流拠点の整備検討【再掲】
- 〔観B1 - 〕 癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン(仮称)の展開
- 〔観B1 - 〕 えひめ“外国人にやさしいまちづくり”の整備
- 〔観B1 - 〕 外国人観光客消費環境の整備

(エ) 重点分野のアクションプログラム

観光 - 重点分野 A 愛媛ファンづくりの推進

〔重点分野とした背景〕

観光の持つ幅広い分野への経済波及効果や地域振興への役割認識等から、全国各地でも観光振興を地域活性化の主要な位置づけとし、積極的な施策を展開するなど、地域間競争は熾烈である。

こうした中で、時代の潮流や観光客のニーズを的確に把握するとともに、これらに対応した施策を展開し、「愛媛ファンづくり」を行うことが、持続的な本県の観光振興にとって重要である。

〔重点分野のねらい〕

愛媛ファンを全国から獲得することにより、リピーターの確保をはじめとする持続的な観光客の増加や県産品の消費拡大を図り、本県経済の活性化を図る。

観 A - 戦略 1...滞在日数プラスワンの実践

〔戦略骨子〕

観光による地域への経済効果を高めるためには、本県への観光客の増加はもとより、宿泊客数や宿泊日数の増加が必要不可欠である。このため、リピーター確保につながるホスピタリティの向上や、宿泊を伴う旅行商品の造成、公共交通機関（鉄道、高速バス、フェリー、飛行機等）との連携による利便性向上、滞在型・宿泊型の広域観光ルート形成等を図る。

戦術

観 A 1 - 「坂の上の雲」等を踏まえた旅行商品の造成支援

近年の観光動向は、高速交通体系の進展や高速道路料金の引下げなどによる経済・時間距離の短縮に伴い、行動範囲が拡大し、マイカー中心の日帰り観光客の増加が著しい状況にある。しかしながら、地域経済への波及という点では、宿泊客数や宿泊日数を増加させることが必要である。

折しも 21 年 11 月からテレビドラマ「坂の上の雲」が放送されるとともに、21 年 12 月に観光振興施策を総合的かつ計画的に推進することを目的とした「えひめお接待の心観光振興条例」が制定されたことなどから、これらを契機とし、旅行会社に対する県内宿泊等を要件とした旅行商品造成

を誘導するための施策を展開する必要がある。

具体的には、県内に宿泊し、東・中・南予いずれかの観光地を2箇所以上周遊する旅行商品を支援することにより、「坂の上の雲」の放送開始による全国からの観光客を東予・南予へと誘導するなど、宿泊・滞在型観光を促進する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・旅行商品造成に対する支援制度の創設及び支援
- ・送客実績の評価及び問題点の検証

〔中長期〕

24～26年度

- ・送客実績等を踏まえ、旅行会社とともに新たなルート整備を行うなど、売れる旅行商品づくりを促進するほか、旅行者の視点に立った観光資源の開発・磨き上げを推進する。

観A1 - ホスピタリティの充実向上

観光客の旅行形態が体験型・交流型へと変化する中、地域住民との交流機会は、今後ますます増加することが予想される。このため、観光関係者はもとより、全県をあげて観光客をあたたかく迎えることにより、旅行者の再訪意欲を高め、リピーターを確保することが重要となることから、受入体制整備の一環として、受入側の資質向上を図る研修会の開催や意識啓発運動の展開等により、ホスピタリティの向上を図る必要がある。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・受入側の資質向上を図る研修会の開催、意識啓発運動の展開

23年度

- ・顕彰制度の創設など意識啓発のための仕組みづくり

〔中長期〕

24～26年度

- ・ガイドなど観光人材のスキルアップ

観 A 1 - 隣接県・広域市町等との連携推進

しまなみ海道で結ばれている広島県や四国西南地域を共有する高知県など隣接する県や市町村との連携により、広域観光圏形成に向けた取組みを推進し、宿泊・滞在型の広域観光ルートの整備を目指す。

【アクションプログラム】**〔短期〕****22 年度**

- ・広域観光圏形成に向けた隣接県、市町村との協議検討

23 年度

- ・広域観光ルートの構築

〔中長期〕**24～26 年度**

- ・広域観光ルートの旅行商品化を目指す

観 A - 戦略 2 ... 愛媛の魅力創造の推進

〔戦略骨子〕

本県への誘客を促進するとともに愛媛ファンを獲得するためには、広く情報発信を行う必要があるが、その広報効果を高めるためには、独自性のある情報発信力を持ったコンテンツの開発、ブラッシュアップが必要不可欠である。

このため、近年、旅行者ニーズの高い体験型メニューの提供等の愛媛の魅力創造に取り組むとともに、これらの資源を旅行商品化する地域密着型旅行エージェントの育成・支援や情報発信に努める。

また、23年度中が見込まれる高速道路の宇和島延伸を記念したイベントの実施や、県内外での物産観光情報の発信拠点の機能強化等についても検討し、有機的な情報発信や誘客促進・物産販売策を展開する。

戦術

観 A 2 - 高速道路の宇和島延伸記念イベント等の検討・実施

高速道路の南予延伸に対応した地域振興策については、16年4月の西予・宇和インターの開通に合わせて、宇和・大洲・内子を中心に町並をテーマとした広域イベント「えひめ町並博 2004」を実施し、一定の成果をあげたところである。これを契機として広がった住民主体の観光まちづくりの取組みについて、県や関係市町等で構成する旅南予協議会においてフォローアップを図るなど、その後様々な支援等を行ってきた。

一方、高速道路の建設工事は着実に進捗しており、22年3月には宇和島道路（宇和島～津島間）が開通予定のほか、西予～宇和島間も23年度中の開通（津島までの全面開通）を目指して工事が進められている。

近年の高速料金の引下げ効果等もあり、全国的に高速道路を利用した観光客等の増加が見込まれる中で、引き続き津島以南の高速道路の整備を促進するとともに、高速道路の宇和島延伸を、依然として厳しい経済状況が続く南予地域の活性化の大きなチャンスと捉え、宇和島圏域を県内外に広く発信していく必要がある。

このため、県及び関係市町等が連携し、地域資源を最大限に活かした記念イベントの実施に向けて具体的な検討を進めるとともに、併せて住民主体の観光まちづくりの取組みを一層促進するなど、観光・交流を通じて地域の自立・持続的な発展につながる取組みを進めるものとする。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・記念イベントの基本計画の策定に着手するとともに、高速道路工事の進捗状況等も見極めながら、実行委員会の設立や実施計画の策定に着手

イベント実施前年度

- ・各種イベントの開催準備、PRキャンペーンの実施など

イベント実施年度

- ・記念イベントの開催

観 A 2 - 地域密着型旅行エージェントの育成・支援

これまでの旅行商品は、「発地型」といわれ、都市部の旅行会社が旅行商品を企画・開発してきたが、近年の旅行者嗜好の多様化等により、受入側である各地域がプランニングする「着地型」が注目される状況となっている。

こうした中で、先駆的な取組みとして、18年4月には㈱おおず街なか再生館が、地域の観光素材を活かした着地型旅行商品を自ら開発・販売する「地域密着型旅行エージェント」として営業を開始したほか、20年4月には南レク㈱が、また20年10月にはNPO法人佐田岬ツーリズム協会が、それぞれ同様の営業を開始したところである。県としても、町並博以降、前述の旅南予協議会の取組みとして、人材育成研修等を通じて、地域における観光振興の重要な担い手である地域密着型旅行エージェントの設立・活動支援を行っている。

一方、しまなみ地域においても、開通10周年記念事業を契機として、着地型旅行商品を販売する取組みがなされるなど、南予以外の地域でもこうした動きが広がりつつある状況を踏まえて、県内全域に目を向けた人材の掘り起こしや支援策の実施を検討する必要がある。

このため、南予地域における人材育成研修の効果も見極めながら、地域の関係者を対象とした講演会等の実施のほか、意欲ある人材の育成を目指した実践的な研修会等の開催を検討するなど、地域密着型旅行エージェントの設立等につながる全県的な取組みを促すものとする。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23 年度

- ・南予地域において人材育成研修を実施するとともに、その事業効

果も見極めながら、関係者を対象とした講演会等の実施を検討
〔中長期〕

24～26年度

- ・実践的な研修会等の実施、その他観光商品の開発・販売の支援などを検討

観 A 2 - 体験型観光メニューのブラッシュアップ

魅力ある着地型旅行商品を造成するためには、そのコンテンツとなる独自性のある体験型観光メニューの存在が不可欠である。このため、市町やエージェント等とも連携しつつ、各地域の住民グループ等が取り組む観光資源の発掘や体験型観光メニューの開発等の支援、既存メニューも含めた実施内容の充実を図るためのブラッシュアップの実施、意欲的な人材やその活動内容等に関する情報の発信などを通じて、地域に密着した魅力的な体験型観光メニューの提供につながる取組みを推進する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・各地域の取組状況等の情報収集を進めるとともに、意欲的な取組みについて情報発信

〔中長期〕

24～26年度

- ・ブラッシュアップ等に関する専門家の活用など体験型観光メニューの更なる開発等につながる支援策を検討

観 A 2 - 物産観光情報発信拠点の機能強化

観光客をはじめとする県内外の消費者やバイヤーに対して、県内各地域の特色ある商品の展示紹介や観光情報の提供を行うことで、本県の魅力を総合的に発信し、県産品の販売拡大につなげるため、県内における望ましい物産観光情報発信拠点のあり方について検討する。検討に当たっては、当該施設が民業圧迫とならないよう、立地条件、設置・運営主体、運営方法、アンテナショップ機能の強化等についても十分考慮する。

また、県外に向けた本県のイメージアップと販路拡大をさらに推進するため、県外拠点施設の拡充についても検討を進める。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・新しい物産観光情報発信拠点施設の設置検討

〔中長期〕

24～26年度

- ・新拠点施設の検討、設置

観光 - 重点分野 B 東アジアをターゲットとしたインバウンドの推進

〔重点分野とした背景〕

少子高齢・人口減少社会を迎えるとともに、成長鈍化が見られる国内市場という状況の中で、更なる観光交流人口の拡大を図るためには、単に国内にとどまらず、成長著しい中国を中心とする東アジアをターゲットにした戦略的な取組みが重要である。

特に本県においては、上海便・ソウル便の定期航空路線の交流基盤や、上海における四国産品常設売場、四国アンテナショップ開設等の実績を有することなどから、即効性が高く幅広い分野での関連が深い、観光・物産をキーワードに施策を展開する。

〔重点分野のねらい〕

情報発信等の交流拠点整備やインバウンド優遇措置の拡充、消費環境整備等により、関係機関等とも連携を図りながら、観光交流人口拡大、県産品販路拡大、松山空港国際定期路線の利用促進等による一層の地域経済活性化を図る。

観 B - 戦略 1 ... 東アジアとの観光交流の推進

〔戦略骨子〕

東アジアからの誘客を促進するための各種施策を展開するとともに、一層の経済効果を高めるため、外国人観光客の県内消費環境等を整備する。

また、市場規模・将来性など、特に有望な市場である上海には交流拠点を整備し、観光客誘致、販路拡大に向けた継続的な取組みを展開する。

戦 術

観 B 1 - 上海交流拠点の整備検討【再掲】

東アジアの中でも、中国・上海は、市場規模や将来性から、特に有望な市場であることから、販路開拓や観光客誘致に向けた継続的かつ積極的な取組みを展開するため、上海事務所やアンテナショップ、観光センターなどを設置し、モノ（小売機能、商社機能）、ヒト（旅客誘致機能、人的交流機能）、情報（宣伝広報機能、情報収集機能）の交流を促進するための拠点整備について検討する。

また、この取組みを補完するものとして、中国との交通ネットワークの

構築や農林水産物に対する輸入規制をはじめとする交流障壁の撤廃、緩和、海外ビジネスの相談窓口等の支援体制の充実など、交流環境の整備にも併せて努める。

最終的には、四国4県での取組みを目指す、足並みが揃わない場合は、当面、本県のみ、又は賛同を得られた県のみで取り組む。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・四国各県の上海拠点の活動状況の収集・整理

23年度

- ・本県としての上海交流拠画像（イメージ）の作成
- ・上海市政府との経済交流方策に関する検討

〔中長期〕

24～26年度

- ・早期の開設に向けた諸準備、関係先との協議・調整
- ・上海市政府との経済交流事業の実施

観B1 - 癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン(仮称)の展開

本県は、お接待の文化と四季折々の美景、食・温泉をはじめとした優れた観光資源を有しており、訪れる人の心と体を癒すスポットとしての資質に溢れている。

このため、外国人の心と体への「癒し」をキャッチフレーズに掲げ、本県のPR強化と、松山～上海便、ソウル便の優位性を活かした外国人観光客の来訪を促すツアーの造成・催行を促進するため、国のビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）と連動して「癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーン」を展開する。

（キャンペーン内容）

- ・四国4県、瀬戸内各県との連携による海外プロモーションの実施
- ・国際観光展への参加(WTF(世界旅行博)、CITM(中国国際旅遊交易会)等)
- ・海外映画・ドラマによる観光資源等のPR

外国人観光客の誘致を図るため、本県を舞台とした海外の映画やドラマなどのロケ誘致を通じ、映像作品による観光資源等のPRに努める。特に、中国においては、「四国遍路」を題材とした映像製作実績をもつNPO法人や現地の映画教育機関等と連携し、映画の作成及びインターネットや映画館上映等による情報発信を支援・促進する。

- ・中国・韓国市場への影響力のある新聞・雑誌広告等への宣伝

- ・松山～上海便、ソウル便利用によるインバウンド優遇措置の実施 等
{
 - 松山空港国際線と大都市空港との航空料金の格差是正
 - 観光施設使用料への助成
 - 移動費助成
 - インセンティブ(報償旅行)、コンベンション(国際会議)助成 外}
- ・中国・韓国市場以外の東アジア諸国(台湾、香港等)との交流促進を図るため、相互チャーター便の利用促進支援等を検討

【アクションプログラム】

〔短期〕

22年度

- ・癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーンの開始
 訪日観光客優遇措置実施
 インセンティブ等の実態調査の実施
 海外映画・ドラマの製作支援

23年度

- ・癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーンの継続
 訪日観光客、インセンティブ優遇措置実施
 海外映画・ドラマによる観光資源等のPR実施

〔中長期〕

24～26年度

- ・癒しの郷“愛媛”ウエルカムキャンペーンの強化
 国、団体等の動向を見ながら内容拡充
 映像情報(海外映画・ドラマ等)による観光資源等のPR
 継続

国の22年度予算に「訪日外国人旅行者を将来的に3,000万人、その第1期として2013年までに1,500万人」を目指す「訪日外国人3,000万人プログラム第1期」が盛り込まれた。

観B1 - えひめ“外国人にやさしいまちづくり”の整備

本県を訪問する外国人観光客が、潤い、癒し、感動等を持ち帰り、自ずと再度の来訪地として選択されるためには、ハード、ソフトの両面から受け入れ態勢の充実・強化に取り組み、“観光旅行者への温かな心配り”にあふれ、外国人観光客が安心感をもって滞在できる観光地づくりをさらに推進し、“外国人にやさしいまち”として、本県が認知されるように努める必要がある。

このため、主要観光施設や交通機関等における外国語表記による案内標

識や展示説明等の整備・拡充や外国語による県内観光マップの作成等に取り組むほか、外国人観光客に対するホスピタリティやおもてなしの気風の醸成に向け、観光産業従事者等の接遇技術の向上やボランティアガイドの育成等に努める。

また、外国人観光客が必要に応じて観光情報を入手し、充実した周遊観光ができるよう、外国人に魅力のある観光地の開発やモデルルートの造成に努めるとともに、市町や独立行政法人国際観光振興機構と連携して、「ビジット・ジャパン案内所」の拡充等に取り組むほか、県内観光情報の発信拠点である「愛媛県観光協会」を核に、宿泊、交通、観光等の情報共有化や各案内所のネットワーク化を推進する。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22～23年度

- ・関係者による外国人観光客受入態勢整備の検討
- ・関係施設等への外国語表記整備への働きかけ
- ・外国人が見やすい情報提供（県HPの改善等）を推進
- ・外国語・外国人接遇研修の実施等受入態勢面での強化
- ・観光情報の共有化検討
- ・ビジット・ジャパン案内所の拡大（南予地域（未整備）に重点化）

〔中長期〕

24～26年度

- ・受入態勢整備内容の拡大

観 B 1 - 外国人観光客消費環境の整備

外国人観光客の訪日動機については、「伝統文化」や「温泉」とともに、「ショッピング」が重視されている。特に東アジアにおいてはその傾向が顕著であり、本県が外国人から選択される観光地となるためには、外国人に魅力のある商品を提供できる商業集積の拡充や、消費環境の整備を促進することが重要な課題となっている。

また、特に、中国については、5,000米ドル相当までという外貨持ち出し制限があることから、訪日（海外）旅行においては、中国人民銀行の主導により2002年に発行が開始され、中国国内で16.5億枚以上普及している「銀聯カード」が決済手段として用いられている。旺盛な消費意欲を持つ中国人の購買力を支えるツールとしても着目されており、東京に新設されたアウトレット大型店「ヴィーナズフォート」においては、同カードを全店舗で使えるようにするなど、急速に全国に普及しつつあり、本県にお

いても、早急に使用環境を整備する必要がある。

このような状況を踏まえ、外国人観光客の買い物の利便性を高めるとともに、県内消費の拡大を図ることを目的に、銀聯カード使用可能店舗の普及・拡大を図るとともに、免税店（消費税免税店）の創設並びに複数の免税店舗を隣接したゾーニング化に努める。

【アクションプログラム】

〔短期〕

22 年度

- ・関係者による外国人観光客受入態勢整備の検討
- ・銀聯カード使用可能店の拡大（県内主要観光施設等）
- ・免税店舗の創設準備

23 年度

- ・免税店舗の拡大（大型ショッピングセンター、商店街での開始）

〔中長期〕

24～26 年度

- ・免税店舗のゾーニング化（商店街等）