

## 1 はじめに

愛媛県では、議員提案により制定されることとなった「えひめお接待の心観光振興条例」が平成22年4月1日から施行され、県民、観光事業者、観光関係団体及び四国各県その他の地方公共団体との連携と協働の下に、観光旅行者への温かな心配りなどお接待の心で観光の振興を図り、地域経済の発展と活力に満ちた地域社会の実現に努めています。

平成23年3月に同条例に基づき「愛媛県観光振興基本計画」を定め、平成27年度をもって目標年次に達したことから、これまでの取組み状況や本県観光を取り巻く環境の変化等を踏まえ、平成28年に「第2期愛媛県観光振興基本計画」を策定し、国内外からの観光誘客と県内観光の振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図っています。

令和2年度に第2期計画の最終年度でしたが、新型コロナウイルス感染症の世界規模での流行により観光を取り巻く環境は大きな影響を受けており、感染状況や旅行者の意識変化、旅行需要の回復度合などを見通すことが極めて困難な状況であったことから、終期を延長し、同計画に基づく施策を基本としつつ、コロナ禍により変化する旅行者のニーズに合わせた取組みを実施してきたところです。

## 2 報告の根拠規定等

この報告書は、条例第10条第5項の「知事は、毎年度、観光振興基本計画に基づき講じた施策の実施状況について、議会に報告するとともに、これを公表しなければならない。」との規定に基づき、議会に報告し、公表するものです。

## 3 令和4年度の施策の実施状況（総括）

令和4年度は、新型コロナの感染拡大と収束が繰り返されましたが、10月には水際対策が緩和され、全国旅行支援が始まるなど、観光地は少しずつ賑わいを取り戻してきました。県では、本県観光の目指すべき将来像「お接待の心でもてなす愛顔の愛媛」を実現するために掲げる3つの方向性「人材の育成」「誘客機能の強化」「観光資源の魅力向上」に基づき、「国内外に向けたSHIKOKU・EHIMEの発信と、オンリーワン愛媛の確立」を重点テーマに、下記4本柱の25施策について、市町及び民間も含め、感染拡大防止とのバランスを見極めながら取組みを進めてきました。

- ・愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上
- ・インパクトのある観光PRの展開等による誘客機能の強化
- ・東京オリンピック・パラリンピックを契機とした国際観光の一層の推進
- ・地域の総力を挙げた取組みの推進

第2期計画終期の令和4年度は、上半期は新型コロナの影響により海外との往来が大幅に制限されるとともに、令和3年度に引き続き、大小様々なイベントが制限付きでの開催となる中、感染状況を見極めながら、県民や隣接県民を対象とした県内宿泊旅行や全国支援による国内旅行の推進、オンラインを活用したプロモーションや商談会等の実施、ウィズコロナを踏まえた受入環境の充実などに取り組み、コロナ禍で落ち込んだ観光需要の喚起と反転攻勢に向けた施策を展開しました。

主な施策としては、サイクリングしまなみ等の各市町で開催されたサイクリングイベントによる「サイクリング観光の推進」のほか、えひめ南予きずな博の開催による「県内主要観光エリアの魅力向上」や、ドラマ「離婚しようよ」のロケ支援など「コンテンツを活用した情報発信」などを推進しました。

<主な施策成果>

### ○サイクリング観光の推進

- ・新型コロナの感染状況を見極めながら令和4年10月に開催された、サイクリングしまなみ2022では、国内・海外あわせて6,371人が参加されました。その他、石鎚山ヒルクライムをはじめとした、サイクリングイベントが県内各市町で開催され、サイクリング観光を推進することができました。さらに、しまなみ海道と隣接する愛媛県側のエリアに「グレーターしまなみ・えひめ」を設定し、交流人口の拡大を目的として取り組みました。

○県内主要観光エリアの魅力向上

- ・令和4年4月から12月に開催されたえひめ南予きずな博では、昨年度延期となった集客イベントが実施され、開催期間中、およそ54万4千人が参加し、平成30年7月豪雨災害から復興する南予の姿を全国に発信するとともに、「いやしの南予」ブランドの魅力をさらに高めることができました。

○コンテンツを活用した情報発信

- ・愛媛県がロケ地として撮影された連続ドラマ「離婚しようよ」などについて、市町や各機関と連携し、全面的なロケ支援を行いました。県庁本館など県内各地で撮影が実施され、愛媛県の認知度向上に努めました。

こうした中、令和4年の観光入込客数は、新型コロナによる制限の緩和のほか、県民割・全国旅行支援により増加が見られ、前年比23.0%増の20,108千人（うち県外客が8,500千人（前年比29.1%増）、県内客が11,608千人（前年比18.8%増））となりました。

また、1人当たりの消費額は4,928円（前年比4.0%減）の微減となりましたが、高い水準を保っており、また観光客消費額は991億円（前年比18.1%増）となりました。理由としては、県内宿泊割引キャンペーンに付随する地域限定クーポン「えひめぐりクーポン」等により、購買意欲の促進に繋がったことや、全国旅行支援などにより、観光客総数が増加したことが要因ではないかと推察されます。

外国人観光客については、世界的に、国境を跨ぐ移動が大幅に制限された影響により、県内における外国人延べ宿泊者数は前年比5.3%減の33千人となりました。

コロナ禍から回復していくために、人々の意識や価値観、ライフスタイルの変化を念頭に、アウトドアやマイクロツーリズムなどの新たな旅行スタイルに対応し、データを活用した効果的なプロモーションを実施するとともに、愛媛が誇る豊かな自然や歴史・文化、食、産業の更なるブランド化の推進、4大アクティビティ等の体験型コンテンツの活用、インバウンド誘客の加速化など、愛媛DMOとも連携しながら落ち込んだ観光入込客数の早期回復と地域経済の活性化を図っていくことが重要と考えております。

◆将来到達目標の達成状況

	第2期計画 目標(A)	令和4年実績 (B)	達成率 (B/A)	第3期計画 目標値	
観光客消費額	1,200億円	991億円	82.5%	1,350億円	
訪日外国人観光消費額	未設定			100億円	新規
観光入込客数（総数）	29,000千人	20,108千人	69.3%	29,300千人	
県外観光入込客数	12,000千人	8,500千人	70.8%	12,400千人	
宿泊客数	5,300千人	4,141千人	78.1%	5,500千人	
外国人宿泊客	297千人	※33千人	11.1%	430千人	
国内観光客旅行消費単価	未設定			30千円	新規
訪日外国人旅行消費単価	未設定			50千円	新規

※観光庁「宿泊旅行統計調査」の確定値による。これ以外の実績は県による推計値。

◆観光客数の推移

