

令和2年度観光振興施策実施状況報告書(個票)

No.1

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上
(1) 愛媛ブランドの確立(オンリーワン愛媛)

| | |
|---|--|
| 施策名 | ①サイクリング観光の推進 |
| ねらい | |
| <p>「サイクリストの聖地」としての認知度が高まっている瀬戸内しまなみ海道を中心として、サイクリングの経済効果も念頭に置きつつ、引き続き県内全域で自転車を活用した観光振興を図り、次の5年間で愛媛県を「サイクリングパラダイス」として確立することを旨すとともに、四国の「サイクリングアイランド」を推進するなど、各種取組みを進める。</p> | |
| 事業実績 | |
| 実施者 | 取組内容 |
| 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○女性・ファミリー層への裾野拡大やサイクリングプロモーション展開など自転車新文化の普及推進 ○E-BIKEを活用した自転車通勤の実証実験による公共交通と自転車の併用促進 ○サイクリングガイドスキルアップ研修会の開催による現地对応型ガイド人材の育成 ○瀬戸内しまなみ海道における自転車通行料金の無料化や自転車道利便性向上事業の実施 など |
| 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○尾道市と連携した広域レンタルサイクルサービス(乗捨てシステムあり)の実施(今治市) ○自転車で町内を巡りながらミッションをクリアするスカベンジャーハントの開催(鬼北町) ○E-BIKEを始めとしたレンタサイクル事業及び愛媛サイクリングの日にあわせたイベント開催(各市町) など |
| 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○重信川サイクリングロードや市内のスポットを撮影し応募するフォトサイクリングの実施(東温市観光物産協会) ○町内の景勝地を巡り町特産品を使用した食事を提供するサイクリングイベントの開催(愛南町観光協会) ○地域の観光振興拠点におけるレンタサイクル事業の実施(各観光協会) など |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | |
| <p>新型コロナの影響によりサイクリングしまなみ2020や第10回石鎚ヒルクライムなどの大型イベントが中止となる中でも、E-BIKEの普及やガイド人材の育成等を通じた着実な裾野拡大に取り組んでおり、今後もサイクリングアイランド四国の実現に向けて、自転車新文化を推進する本県からサイクリングによる観光誘客を戦略的に進める。</p> | |

No.2

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上
(1) 愛媛ブランドの確立(オンリーワン愛媛)

| | |
|---|---|
| 施策名 | ②四国遍路の世界遺産登録推進 |
| ねらい | |
| <p>平成27年に日本遺産に認定された四国遍路について、四国4県で連携し、インバウンドの取り込みも視野に入れながら、世界遺産への早期登録に向けた各種取組みを進める。</p> | |
| 事業実績 | |
| 実施者 | 取組内容 |
| 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○文化審議会から示された「資産の保護措置」の実現に向けた「44番・大寶寺」「45番・岩屋寺」「46番・浄瑠璃寺」「48番・八坂寺」「49番・浄土寺」の史跡指定調査の実施 ○遍路道の保全・保護を行う団体等を支援するためガバメントクラウドファンディングを実施 |
| 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○四国のみち施設の維持管理・補修による利用者の安全確保及び満足度向上(西条市、西予市) |
| 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○これまでに開催したシンポジウムの概要を作成し国内外に発信するとともに、札所の史跡指定の統一的指針となる共通保存管理計画を策定(「四国八十八箇所霊場と遍路道」世界遺産登録推進協議会) ○日本遺産サミットin今治への出展(四国遍路日本遺産協議会) ○40番・観自在寺を参拝するお遍路さんへのお茶等によるお接待の実施(愛南町観光協会) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | |
| <p>日本遺産に四国遍路が認定されるなど外国人の四国遍路への関心度は高く、資産の保護措置の実現に向けて、平成30年度から札所の史跡指定等を四国4県で計画的に進め、遍路道も各市町で史跡指定に向けた調査を行うとともに、シンポジウム等により普遍的価値の証明にも取り組んでおり、引き続き世界遺産登録と遍路文化の継承に向けた取組を加速する。</p> | |

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上
 (1) 愛媛ブランドの確立(オンリーワン愛媛)

| | | |
|---|-----------------|--|
| 施策名 | ③県内主要観光エリアの魅力向上 | |
| ねらい | | |
| 全国的な認知度を誇る道後温泉を中心とした松山エリアを核として、国内外から本県への誘客促進に努める。また、国際サイクリング大会の開催等をきっかけとして、国内外における認知度が高まっている瀬戸内しまなみ海道を、新たな愛媛ブランドの柱として確立させることを目指す。さらに、豊かな自然・食・歴史文化を有する南予地域を、次の愛媛ブランドの柱として成長させる取組みを進める。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○「いやしの南予」観光プロモーション(商品造成、体験プログラム、バス助成など)を通じた誘客促進 ○南予地域の西日本豪雨災害からの復興を後押しする「えひめ南予さずな博」の開催準備 ○アウトドア体験プログラム間の連携や広域化を図るパッケージ化 など |
| | 市町 | ○リアル宝探しや巨大3D迷路などの体験型イベントを実施し松山城の魅力を発信(松山市) ○うかい船頭研修や小学生うかい体験を通してうかい観光の活性化(大洲市) ○伊方町観光交流拠点施設「佐田岬はなはな」のリニューアルオープン(伊方町) など |
| | 民間 | — |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 体験型コンテンツを核とした観光活性化を図るため、市町と連携して継続的な情報発信と誘客促進に取り組んでおり、豪雨災害からの創造的復興を後押しする「えひめ南予さずな博」の開催を契機に「いやしの南予」ブランドの魅力を更に高められるよう準備を進めることで、「道後」「しまなみ」に続き「いやしの南予」を全国に誇れる観光ブランドとして育成する。 | | |

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上
 (1) 愛媛ブランドの確立(オンリーワン愛媛)

| | | |
|---|--------------------|--|
| 施策名 | ④新たな観光資源の発掘とストーリー化 | |
| ねらい | | |
| 本県の実・山・川の豊かな食材や、ご当地グルメを活用するなど、食を切り口とした誘客活動を行います。また、平成27年に国定公園指定60周年を迎えた西日本最高峰の石鎚山の更なる魅力の創出とブランド力を図るなど、関係市町との連携のもと、愛媛の山観光の推進を図るほか、幅広い視点からオンリーワン愛媛の発掘とブラッシュアップに努める。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○オンライン工場見学の実施や「石鎚山々ガール」による東予東部地域の魅力を発信 ○東予の歴史文化資産を活用した交流人口の拡大(歴史文化PRグランプリ、モデルツアー、マップ作成等) ○東予の地酒を切り口に酒造会社・酒販店・飲食店が連携した地元食材と地酒を楽しめる事業展開 など |
| | 市町 | ○結婚7年目を祝う「銅」をテーマとしたツアーのリアル実施とオンラインツアーの同時開催(新居浜市) ○いしづち編集学校を開講し、地域資源を活用して活性化させる人材を育成(西条市) ○「SAKURA select」の商品開発や情報発信(東温市) など |
| | 民間 | ○石鎚山系でのエコツアー体験等を通じたエコツーリズム推進(県石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○ブランド推奨品として認定した穂田琉米、いちごジャムなどの販路拡大(東温市商工会) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 東予東部圏域振興イベント「えひめさん物語」の成果を継承し、コロナ禍を踏まえてオンラインも活用しながら、石鎚山をはじめとした山や工場など東予地域の新たな観光資源の魅力発信を図った。今後も、各地域の特色を活かした観光プログラムの開発など誘客力のある観光資源のブランド化を推進する。 | | |

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上

(2) 観光資源の魅力向上

| | | |
|--|---|--|
| 施策名 | ⑤着地型観光プログラムの育成 | |
| ねらい | | |
| 着地型観光は交流人口の拡大をもたらし、地域活性化に大きく寄与することから、市町・民間事業者等と連携を図りながら、着地型観光プログラムの育成を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| 実施者 | 取組内容 | |
| 県 | ○オンライン商談会やデジタル旅行博の実施のほか、DXセミナーの開催等による事業者のデジタル化を支援 ○コロナの感染状況を見極めながら、県内宿泊旅行代金割引の実施 ○複数の事業者が連携して実施するマイクロツーリズムの推進を支援 など | |
| 市町 | ○俳句をテーマとしたまち歩きの実施や俳句ガイドの育成による観光誘客(松山市) ○酒蔵を活用した着地型広域観光旅行ツアーの開発(松山市、東温市、砥部町) ○地域の観光資源を活用した観光プログラムの開発による旅行商品化(各市町) など | |
| 民間 | ○観光事業関係者と連携し、地域の観光資源の強みを活かした着地型旅行商品の企画開発(愛媛DMO) ○面河溪でのトレッキングイベントの実施(おもご運営協議会) ○手ぶらで町内の文化施設や商店、飲食店を巡る小さな周遊旅チケットの販売(内子町観光協会) など | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 新型コロナウイルスの感染対策を図りながら落ち込んだ観光需要を喚起するため、県民を中心にマイクロツーリズムの定着と促進を図った。今後はアフターコロナを見据え、観光ニーズの変化を的確に捉えた着地型観光プログラムを開発するなど、持続的な観光誘客に繋がる新たな取組を支援する。 | | |

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上

(2) 観光資源の魅力向上

| | | |
|--|--|--|
| 施策名 | ⑥滞在型観光・ニューツーリズムなど多様な観光の推進 | |
| ねらい | | |
| 県内全域での旅行者の滞在日数の拡大を図るため、滞在型観光を推進する。また、様々なニューツーリズムや産業観光、アニメ・漫画等を活用した誘客等の取組みも生まれていることから、多様な観光を推進するとともに、多人数の宿泊により大きな経済波及効果を生み出すMICE誘致にも取り組む。さらに、観光客の様々な宿泊ニーズに対応するため、しまなみエリアや南予地域等において農林漁家民宿等を活用するなど、宿泊形態の多様化に向けた検討を行う。 | | |
| 事業実績 | | |
| 実施者 | 取組内容 | |
| 県 | ○スポーツクライミングジャパンツアーや国際ジュニアテニス大会の誘致、日本代表選手の強化合宿の支援 ○コロナ禍でホストタウン相手国と直接的な交流ができない中、動画応援メッセージやオンラインでの合同練習実施など、オリパラ後も見据えたスポーツ交流の拡大 ○農林漁家民宿開業支援や受入体制整備のための研修会開催等によるグリーンツーリズムの推進 など | |
| 市町 | ○広島・瀬戸内・松山ルートを定着させる修学旅行の誘致活動(松山市) ○農村で休暇を楽しむグリーンツーリズムの推進(内子町) ○亀ヶ池温泉を拠点に健康と美容をテーマとしたヘルスツーリズムプログラムを開発(伊方町) など | |
| 民間 | ○石鎚山系エコツーリズムの推進(石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○町並み保存地区にある古民家を宿泊施設として改修・整備(ProjectA.Y・内子まちづくり商店街協同組合) ○オンラインバードウォッチングの開催(佐田岬ツーリズム協会) など | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 多くの観光消費を生み出す滞在型観光の定着に向け、スポーツツーリズム、グリーンツーリズム、エコツーリズム、ヘルスツーリズムなど県内各地で宿泊を伴ったニューツーリズムの推進・定着化が図られており、今後も地域の特色を生かした滞在プログラムの開発・育成による新規観光客獲得とリピーター化を促進する。 | | |

1 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上

(2) 観光資源の魅力向上

| 施策名 | ⑦観光客にやさしいまちづくりの推進 | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|--|-----|------|---|---|----|---|----|---|
| ねらい | 観光客が安心感をもって滞在できる観光地とするために、観光案内、交通標識の充実など、観光客の視点に立ったまちづくりを推進する。 | | | | | | | | | |
| 事業実績 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施者</th> <th>取組内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○事業者のGoogleマイビジネスへの登録代行及び活用支援 ○コロナ禍で観光客が少ない期間を活用した観光施設等の受入環境の整備支援 ○県公式観光サイト「いよ観ネット」における利用者視点での観光情報発信 ○愛媛マルゴト自転車道コースへのブルーライン整備 など </td> </tr> <tr> <td>市町</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○多言語(英語・韓国語・中国語・フランス語・ドイツ語)翻訳QRコード観光情報看板を135ヶ所整備(内子町) ○町内9ヶ所の観光案内看板の回収及び掲載内容の更新(伊方町) ○観光拠点における案内所運営による観光客への情報提供及び域内周遊促進(各市町) など </td> </tr> <tr> <td>民間</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○県と連携し事業者のGoogleマイビジネスへの登録代行及び活用支援(愛媛DMO) </td> </tr> </tbody> </table> | | 実施者 | 取組内容 | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○事業者のGoogleマイビジネスへの登録代行及び活用支援 ○コロナ禍で観光客が少ない期間を活用した観光施設等の受入環境の整備支援 ○県公式観光サイト「いよ観ネット」における利用者視点での観光情報発信 ○愛媛マルゴト自転車道コースへのブルーライン整備 など | 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○多言語(英語・韓国語・中国語・フランス語・ドイツ語)翻訳QRコード観光情報看板を135ヶ所整備(内子町) ○町内9ヶ所の観光案内看板の回収及び掲載内容の更新(伊方町) ○観光拠点における案内所運営による観光客への情報提供及び域内周遊促進(各市町) など | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○県と連携し事業者のGoogleマイビジネスへの登録代行及び活用支援(愛媛DMO) |
| 実施者 | 取組内容 | | | | | | | | | |
| 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○事業者のGoogleマイビジネスへの登録代行及び活用支援 ○コロナ禍で観光客が少ない期間を活用した観光施設等の受入環境の整備支援 ○県公式観光サイト「いよ観ネット」における利用者視点での観光情報発信 ○愛媛マルゴト自転車道コースへのブルーライン整備 など | | | | | | | | | |
| 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○多言語(英語・韓国語・中国語・フランス語・ドイツ語)翻訳QRコード観光情報看板を135ヶ所整備(内子町) ○町内9ヶ所の観光案内看板の回収及び掲載内容の更新(伊方町) ○観光拠点における案内所運営による観光客への情報提供及び域内周遊促進(各市町) など | | | | | | | | | |
| 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○県と連携し事業者のGoogleマイビジネスへの登録代行及び活用支援(愛媛DMO) | | | | | | | | | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | <p>旅行中の優良な観光情報提供は観光満足度の向上にも資することから県内各地でWEBや観光案内所等を通じた周辺観光地情報や多言語での情報発信を継続しており、観光客目線でのストレスフリーな観光地域づくりに取り組んでいる。引き続き、旅行者への対応や滞在型観光の推進に向け、更なる観光案内機能の充実強化を図る。</p> | | | | | | | | | |

2 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

(1) 愛媛の認知度の向上と観光客層に応じた情報発信

| 施策名 | ⑧インパクトのあるテーマに沿った総合的な観光プロモーションの展開 | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|--|-----|------|---|--|----|---|----|---|
| ねらい | 本県の魅力的な観光資源を全国に発信し観光客誘致に繋げるため、インパクトのあるユニークなキャッチコピーを用いたPR活動や、本県イメージアップキャラクターみきゃんを活用するなどの方法により、総合的な観光プロモーションの展開を図る。 | | | | | | | | | |
| 事業実績 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施者</th> <th>取組内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○愛顔感動ものがたり映像化コンテストの実施 ○発信力のある著名人4人を愛媛・伊予観光大使に委嘱するとともに、新たに若者応援枠を創設し県内で活躍する若者7人を委嘱 ○コロナ禍によるアウトドア志向の高まりを受け、屋外アクティビティを中心としたPR動画等を制作 など </td> </tr> <tr> <td>市町</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○大規模オンラインイベントでの新居浜太鼓祭りのPR(新居浜市) ○WEBでのリスティング広告による「見込み顧客群」への情報発信(内子町) ○驚きと感動をもたらすストーリー性のある動画の募集と受賞作品を観光PRに活用(伊方町) など </td> </tr> <tr> <td>民間</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○大手アウトドア総合メーカーとの連携による会報誌記事掲載及び大規模オンラインフェアでの石鎚山系の情報発信(県石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○オンラインで体験できるプログラムを提供するフェスを開催(佐田岬ツーリズム協会) </td> </tr> </tbody> </table> | | 実施者 | 取組内容 | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○愛顔感動ものがたり映像化コンテストの実施 ○発信力のある著名人4人を愛媛・伊予観光大使に委嘱するとともに、新たに若者応援枠を創設し県内で活躍する若者7人を委嘱 ○コロナ禍によるアウトドア志向の高まりを受け、屋外アクティビティを中心としたPR動画等を制作 など | 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○大規模オンラインイベントでの新居浜太鼓祭りのPR(新居浜市) ○WEBでのリスティング広告による「見込み顧客群」への情報発信(内子町) ○驚きと感動をもたらすストーリー性のある動画の募集と受賞作品を観光PRに活用(伊方町) など | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○大手アウトドア総合メーカーとの連携による会報誌記事掲載及び大規模オンラインフェアでの石鎚山系の情報発信(県石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○オンラインで体験できるプログラムを提供するフェスを開催(佐田岬ツーリズム協会) |
| 実施者 | 取組内容 | | | | | | | | | |
| 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○愛顔感動ものがたり映像化コンテストの実施 ○発信力のある著名人4人を愛媛・伊予観光大使に委嘱するとともに、新たに若者応援枠を創設し県内で活躍する若者7人を委嘱 ○コロナ禍によるアウトドア志向の高まりを受け、屋外アクティビティを中心としたPR動画等を制作 など | | | | | | | | | |
| 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○大規模オンラインイベントでの新居浜太鼓祭りのPR(新居浜市) ○WEBでのリスティング広告による「見込み顧客群」への情報発信(内子町) ○驚きと感動をもたらすストーリー性のある動画の募集と受賞作品を観光PRに活用(伊方町) など | | | | | | | | | |
| 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○大手アウトドア総合メーカーとの連携による会報誌記事掲載及び大規模オンラインフェアでの石鎚山系の情報発信(県石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○オンラインで体験できるプログラムを提供するフェスを開催(佐田岬ツーリズム協会) | | | | | | | | | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | <p>新型コロナウイルスの影響によりリアルのプロモーションイベント等が中止となる中、オンラインイベントの開催など新たな手法でのPRを展開しており、今後もデジタルマーケティングの手法を活用した情報発信などにより、効果的な観光プロモーション展開を図る。</p> | | | | | | | | | |

2 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

(1) 愛媛の認知度の向上と観光客層に応じた情報発信

| 施策名 | ⑨観光と物産の一体的な情報発信 | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|--|-----|------|---|---|----|--|----|---|
| ねらい | 観光地に関する情報や、本県の特産品等に関する情報発信拠点となる施設を県内外において充実・強化することにより、本県を訪れる観光客の利便性を高め、本県のイメージアップ、県産品のPR及び販路拡大を図るとともに物産や食を目的とする観光を推進する。 | | | | | | | | | |
| 事業実績 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施者</th> <th>取組内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○ECサイト「愛媛百貨店」の設置及び県産品の動画配信による認知度向上と商談機会の創出 ○首都圏アンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」での特産品販売、郷土料理提供及び観光情報発信 ○民間の発信力・販売力を活用した首都圏での新たな情報発信拠点「シン・エヒメ」運営支援 ○事業者とデザイナーの協働により伝統工芸品「桜井漆器」の商品開発 など </td> </tr> <tr> <td>市町</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○首都圏での砥部焼等のニーズ調査及び観光情報発信(砥部町) ○町公式観光サイト「内子さんぽ」での物販ページの充実(内子町) ○参加者に抽選で町特産品をプレゼントするデジタルスタンプラリーの実施(愛南町) など </td> </tr> <tr> <td>民間</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○「えひめ愛媛の観光物産館」での物産販売・観光情報発信、県外SCでの愛媛フェア開催(愛媛DMO) ○市特産品を取り扱うオンラインショップを立ち上げ、観光情報HPと一体的に運営(東温市観光物産協会) </td> </tr> </tbody> </table> | | 実施者 | 取組内容 | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○ECサイト「愛媛百貨店」の設置及び県産品の動画配信による認知度向上と商談機会の創出 ○首都圏アンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」での特産品販売、郷土料理提供及び観光情報発信 ○民間の発信力・販売力を活用した首都圏での新たな情報発信拠点「シン・エヒメ」運営支援 ○事業者とデザイナーの協働により伝統工芸品「桜井漆器」の商品開発 など | 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○首都圏での砥部焼等のニーズ調査及び観光情報発信(砥部町) ○町公式観光サイト「内子さんぽ」での物販ページの充実(内子町) ○参加者に抽選で町特産品をプレゼントするデジタルスタンプラリーの実施(愛南町) など | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○「えひめ愛媛の観光物産館」での物産販売・観光情報発信、県外SCでの愛媛フェア開催(愛媛DMO) ○市特産品を取り扱うオンラインショップを立ち上げ、観光情報HPと一体的に運営(東温市観光物産協会) |
| 実施者 | 取組内容 | | | | | | | | | |
| 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○ECサイト「愛媛百貨店」の設置及び県産品の動画配信による認知度向上と商談機会の創出 ○首都圏アンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」での特産品販売、郷土料理提供及び観光情報発信 ○民間の発信力・販売力を活用した首都圏での新たな情報発信拠点「シン・エヒメ」運営支援 ○事業者とデザイナーの協働により伝統工芸品「桜井漆器」の商品開発 など | | | | | | | | | |
| 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○首都圏での砥部焼等のニーズ調査及び観光情報発信(砥部町) ○町公式観光サイト「内子さんぽ」での物販ページの充実(内子町) ○参加者に抽選で町特産品をプレゼントするデジタルスタンプラリーの実施(愛南町) など | | | | | | | | | |
| 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○「えひめ愛媛の観光物産館」での物産販売・観光情報発信、県外SCでの愛媛フェア開催(愛媛DMO) ○市特産品を取り扱うオンラインショップを立ち上げ、観光情報HPと一体的に運営(東温市観光物産協会) | | | | | | | | | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | 首都圏アンテナショップ「せとうち旬彩館」「シン・エヒメ」での物産の販路拡大と観光情報の発信など県外での情報発信力の充実強化を進めているほか、オンラインを活用した特産品販売機会の創出にも力を入れており、今後も、県産品等を通じた本県の魅力向上を図る。 | | | | | | | | | |

2 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

(1) 愛媛の認知度の向上と観光客層に応じた情報発信

| 施策名 | ⑩メディア、スマホ、SNS等を通じた的確な発信 | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|--|-----|------|---|--|----|--|----|---|
| ねらい | 愛媛県の観光HPである「いよ観ネット」を愛媛観光の情報発信ツールの「核」として捉え、タイムリーで質の高い情報提供ができるツールや、観光客の目線に立った話題性のあるコンテンツを取り入れて充実を図る。 | | | | | | | | | |
| 事業実績 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施者</th> <th>取組内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○首都圏、近畿圏でのパブリシティ活動による情報発信力の強化及びメディアを通じた魅力発信(メディア掲載:延べ1,037件) ○県観光サイト「いよ観ネット」で市町等が実施するおもてなしを集約して発信 ○ねんりんピック愛媛大会HPに愛媛の観光・物産情報ページを作成 など </td> </tr> <tr> <td>市町</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○伊達なうわじま観光アプリの防災、健康や子育てモードとの連携による利用促進(宇和島市) ○町内の体験プログラムを中心としたWEBメディア掲載記事を制作(上島町) ○WEBサイト・SNS(フェイスブック・ツイッターなど)・メールマガジンによる観光情報発信(各市町) など </td> </tr> <tr> <td>民間</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ○専門学校とタイアップした若者目線での観光素材等PR動画の制作(愛媛DMO) ○石鎚山系の魅力をホームページやSNSによる情報発信(石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○松山の魅力をメディアやSNSにより発信(松山観光コンベンション協会) ○フォトジェニックタウン内子になるための写真や動画をSNSで配信(内子町観光協会) など </td> </tr> </tbody> </table> | | 実施者 | 取組内容 | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○首都圏、近畿圏でのパブリシティ活動による情報発信力の強化及びメディアを通じた魅力発信(メディア掲載:延べ1,037件) ○県観光サイト「いよ観ネット」で市町等が実施するおもてなしを集約して発信 ○ねんりんピック愛媛大会HPに愛媛の観光・物産情報ページを作成 など | 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○伊達なうわじま観光アプリの防災、健康や子育てモードとの連携による利用促進(宇和島市) ○町内の体験プログラムを中心としたWEBメディア掲載記事を制作(上島町) ○WEBサイト・SNS(フェイスブック・ツイッターなど)・メールマガジンによる観光情報発信(各市町) など | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○専門学校とタイアップした若者目線での観光素材等PR動画の制作(愛媛DMO) ○石鎚山系の魅力をホームページやSNSによる情報発信(石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○松山の魅力をメディアやSNSにより発信(松山観光コンベンション協会) ○フォトジェニックタウン内子になるための写真や動画をSNSで配信(内子町観光協会) など |
| 実施者 | 取組内容 | | | | | | | | | |
| 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○首都圏、近畿圏でのパブリシティ活動による情報発信力の強化及びメディアを通じた魅力発信(メディア掲載:延べ1,037件) ○県観光サイト「いよ観ネット」で市町等が実施するおもてなしを集約して発信 ○ねんりんピック愛媛大会HPに愛媛の観光・物産情報ページを作成 など | | | | | | | | | |
| 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○伊達なうわじま観光アプリの防災、健康や子育てモードとの連携による利用促進(宇和島市) ○町内の体験プログラムを中心としたWEBメディア掲載記事を制作(上島町) ○WEBサイト・SNS(フェイスブック・ツイッターなど)・メールマガジンによる観光情報発信(各市町) など | | | | | | | | | |
| 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○専門学校とタイアップした若者目線での観光素材等PR動画の制作(愛媛DMO) ○石鎚山系の魅力をホームページやSNSによる情報発信(石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○松山の魅力をメディアやSNSにより発信(松山観光コンベンション協会) ○フォトジェニックタウン内子になるための写真や動画をSNSで配信(内子町観光協会) など | | | | | | | | | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | パブリシティ活動の強化によるメディア露出拡大や「いよ観ネット」での掲載情報充実など様々な媒体を通じた情報発信により愛媛旅行への喚起を図っている。多様化する観光需要や関心に対応していくため、引き続きWEBやメディア等を通じた戦略的な情報発信により観光誘客を図る。 | | | | | | | | | |

2 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

(1) 愛媛の認知度の向上と観光客層に応じた情報発信

| | | |
|--|---|--|
| 施策名 | ⑪コンテンツを活用した情報発信 | |
| ねらい | | |
| 本県において、様々な映画・テレビ・CM等の撮影が行われるとともに、本県を題材とした舞台作品の上演等も行われており、放映や上演等を通じて本県に大きな集客効果をもたらしていることから、引き続き情報提供やロケーションを誘致する機能の充実・強化を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| 実施者 | 取組内容 | |
| 県 | ○えひめフィルム・コミッションにおいてロケに関する情報提供や、道路・公共施設等の使用許可手続のサポートなど、本県を舞台とする映画やテレビドラマなどのロケ誘致活動を実施(誘致実績:27本) ○来島海峡SA内にロゴオブジェを設置し、しまなみ海道随一の景観を活かしたフォトスポットとして整備するとともに、SNSで写真投稿キャンペーンを実施 | |
| 市町 | ○町のイメージングによる魅力発信及び町のプロモーション映像を松山市の商店街等で放映(松前町) ○道の駅で町キャラクターと記念撮影し、SNS等で発信できるARアプリの制作(鬼北町) ○町観光PRソングと観光地、特産品等の映像を組み合わせた動画の制作し発信(愛南町) など | |
| 民間 | ○ゆるキャラ「バリイさん」を活用した市の知名度向上(今治地方観光協会) ○市イメージキャラクター「いのとん」の県内外のイベントへ(東温市観光物産協会) | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 2年度は、TV番組「世界の果てまでイッテQ」や4年に公開予定の映画「パスカヴィル家の犬」など27本の映画・TV・CM等のロケ支援等を行った。今後も本県のイメージアップと観光客誘致に向け、映像関係者への積極的なPR活動を展開し、効果の高いロケ誘致に取り組む。 | | |

2 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

(2) 誘客機能の強化

| | | |
|---|--|--|
| 施策名 | ⑫えひめファンづくり | |
| ねらい | | |
| 平成26年度に運用開始した、本県観光スマホアプリ「みかん人倶楽部」の機能充実を図るとともに、連携したイベント実施等により、えひめファンの増加と観光客の周遊促進を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| 実施者 | 取組内容 | |
| 県 | ○みきゃんプロモーション戦略プランに基づき、新たに加わった「こみきゃん」も効果的に活用しながら認知度向上活動を展開 ○えひめファンづくりの推進のため、スマートフォンを活用した観光パスポート「みかん人倶楽部」の運営及び県内周遊を図る各種ポイントラリーの実施 | |
| 市町 | ○町出身者やゆかりのある人で組織する「森の国応援団」に対し、広報誌や特産品の送付、ふるさと納税の呼びかけ及び町のイメージアップ活動を実施(松野町) | |
| 民間 | ○市町や地域DMO、県内メディア、インフルエンサー等と連携し、高原の観光地やサイクリングなど、3密回避に配慮した新しい旅の情報を発信するデジタル旅行博の開催(愛媛DMO) | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| みきゃんプロモーション戦略プランに基づいたキャラバン活動、こみきゃんの普及促進、SNS発信を通じた、みきゃんファンの拡大を図るとともに、観光アプリ「みかん人倶楽部」運用により全国でのえひめファン獲得やリピーター化に繋げている。今後も、全国的な知名度を誇る「みきゃん」を活用した県内外でのさらなる愛媛観光の認知度向上を図る。 | | |

2 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

(2) 誘客機能の強化

| | | |
|---|---|--|
| 施策名 | ⑬広域連携による誘客促進 | |
| ねらい | | |
| 平成27年に国の広域観光周遊ルートが認定され、受入環境整備や情報発信、プロモーション活動が進められていることから、これらの動きと連携し、新たな観光周遊ルートの創出や旅行商品造成等を促進し、国内外からの観光客誘致と地域活性化を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| 実施者 | 取組内容 | |
| 県 | ○四国ツーリズム創造機構と連携し、3年度に実施する四国DCIに向けた観光素材の磨き上げと全国宣伝販促会議の開催 ○せとうち観光推進機構と連携し、広域マーケティングやプロダクト開発・販売支援、受入環境整備等を実施 ○市町主体の愛媛・大分交流市町村連絡会議を設立し、大分県でえひめ南予きずな博等のPRを実施 など | |
| 市町 | ○「瀬戸内・松山」構想を基軸に広島をはじめとする広域エリアでの誘客を図るため、全国に向けたオンラインファミトリップ等を実施(松山市) ○宇和島圏域交流促進推進連絡協議会による道の駅と連携した誘客(宇和島市、松野町、鬼北町、愛南町) ○えひめさんさん物語フォローアップ協議会による住民活動の支援(新居浜市、西条市、四国中央市) など | |
| 民間 | ○四国DCIに向けた全国宣伝販促会議での観光PR(愛媛DMO) ○しまなみ海道全体でのマーケティングプロモーション・イベント等を実施(しまなみジャパン) ○高速道路が定額乗り放題となる「西日本観光周遊ドライブパス」の販売(四国ツーリズム創造機構) | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 四国ツーリズム創造機構やせとうち観光推進機構との連携による「四国」「瀬戸内」の魅力を高める情報発信や受入環境整備のほか、オンラインも含めた視察ツアー等による商品造成に取り組んでおり、県内においても共通資源を柱にした周辺自治体との連携が進むなど、今後も広域連携によるスケールメリットを活かした認知度向上と誘客促進を図る。 | | |

2 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

(2) 誘客機能の強化

| | | |
|--|---|--|
| 施策名 | ⑭物語性のある旅行商品造成 | |
| ねらい | | |
| 観光客により深い印象を与え、観光地を来訪・再訪してもらうためには、観光資源に物語があることが重要な要素となることから、観光地の歴史や成り立ちに注目し、物語性のある観光資源づくりに取り組む。 | | |
| 事業実績 | | |
| 実施者 | 取組内容 | |
| 県 | ○GoToトラベルキャンペーンに合わせた県内向け旅行商品の造成支援及び、ウィズコロナ・アフターコロナを見据えたデジタル旅行博の開催 | |
| 市町 | ○コロナ禍の中でも石鎚エリアでの着地型旅行商品を開発及び営業し誘客促進(西条市) | |
| 民間 | ○地域素材(菊間瓦、伊予生糸、佐田岬など)を活用した着地型旅行商品(7商品)の造成(愛媛DMO) ○佐田岬をテーマとしたアート作品を制作し、フォトスポットとして整備するとともにフォトブックを制作し誘客促進(佐田岬ツーリズム協会) | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 県内観光地域づくりの舵取り役を担う愛媛DMOを中心に、県内4地域での観光資源のブラッシュアップに取り組み、テーマ性を持った着地型旅行商品の造成を進めている。県内地域DMO等においても、各地の優れた観光資源を核とした地域づくりや旅行商品づくりが進展しており、今後も一層、観光客にとって魅力ある観光地域の形成を促進する。 | | |

2 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

(2) 誘客機能の強化

| | | |
|--|---------------------------|---|
| 施策名 | ⑮多様化する観光客のニーズに対応した的確な誘客活動 | |
| ねらい | | |
| ビッグデータ等を活用した戦略的な取組みなど、多様化する観光客ニーズに対応した的確な誘客活動を行う。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○オンライン旅行会社サイトに本県の特設ページを掲載し、WEB広告による同ページへ誘導と宿泊予約につなげる仕組みの構築 ○いよ観ネットへの旅行検討層の誘導促進及びサイト閲覧履歴によるニーズ分析 ○コロナ禍によるアウトドア志向の高まりを受け、屋外アクティビティを中心としたPR動画等を制作 など |
| | 市町 | ○新型コロナの影響によりクルーズ船入港は中止となったが、船会社の実施するトライアルクルーズに参加(松山市) ○石鎚山系公式サイトで植生調査や事故調査の収集及び発信(西条市) ○新型コロナの感染状況を見極めながらGoToせいよジオツアーキャンペーンを実施(西予市) など |
| | 民間 | ○旅行会社向け商談会参加、首都圏等の旅行会社セールス活動など旅行者ニーズの把握(愛媛DMO) ○旅行会社へのパンフレット作成経費や視察旅費の助成、メディアへの取材経費の助成(愛媛DMO) ○町公式観光サイト「内子さんぽ」でのオンライン宿泊予約システムの運営(内子町観光協会) など |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 安全・安心重視やアウトドア志向など、新型コロナの影響による旅行者のニーズの変化を的確に捉えるため、引き続き、各種データを分析検証しながら、豊かな自然あふれる本県の優位性を活かした誘客活動を展開するとともに、観光資源のブラッシュアップにも繋げ、観光地としての魅力度を高める。 | | |

2 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

(2) 誘客機能の強化

| | | |
|--|-------------|---|
| 施策名 | ⑯公共交通機関との連携 | |
| ねらい | | |
| 航空・鉄道・船等の公共交通機関と連携し、観光客の利便性向上につながる取組みを進めるとともに、観光客誘致につながるような各種企画の展開や、旅行商品造成等に取り組む。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○JR四国や南予地域の路線バス等と連携し、観光型MaaSの実証実験を実施 ○JR四国との連携によるサイクルトレインの運行などサイクリストの二次交通を支援 |
| | 市町 | ○サイクルトレインの運行・活用による地域への誘客促進(今治市、松野町) ○観光列車「伊予灘ものがたり」での特産品プレゼントやおもてなし(沿線市町) |
| | 民間 | ○航空会社タイアップした特典付き旅行商品の造成による誘客促進、機内誌での情報発信(四国ツーリズム創造機構) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| これまでも交通・運輸事業者と連携協力した県外誘客や県内周遊に取り組み、二次交通への対応など関係強化を図っており、今後も、公共交通機関等の利用促進及び観光客の利便性向上の両面から、多様な主体の連携による観光地までの交通アクセスの充実・創出を推進する。 | | |

3 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

(1) 海外での認知度の向上と外国人観光客の受入環境の整備

| | | |
|---|------------------------------------|---|
| 施策名 | ⑰東アジア、東南アジア等をターゲットとした誘客・プロモーションの展開 | |
| ねらい | | |
| 松山空港ソウル線・上海線やチャーター便を活用した韓国、中国、台湾からの誘客に加え、訪日熱が高まっている東南アジア等からの誘客に取り組む。また、本県の認知度向上を目指して、現地展示会への出展や旅行会社へのプロモーション等を行うとともに、「サイクリング」や「瀬戸内」など本県の魅力ある観光素材をフックとした誘客を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○オンライン旅行会社サイト等を活用した誘客スキームを構築し、新型コロナ収束後の反転攻勢体制を整備 ○台湾における認知度向上プロモーションや県内事業者と台湾の旅行会社とのオンライン商談会の実施 ○新型コロナ収束後の誘客促進に向け、国内在住のインフルエンサーの招請等を実施 など |
| | 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○台北市をメインターゲットとし、諸外国の旅行会社やメディアに広域観光ルートや国際観光温泉文化都市・松山の魅力を発信(松山市) |
| | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○香港人の嗜好に合う記事を画像や動画とともにSNSで発信(愛媛DMO) ○タイの旅行会社向けに四国の観光素材やアクセス等を集約したテキストブックを制作し配布(愛媛DMO) ○台湾市場向けのオンライン商談会等への参加(愛媛DMO) など |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| <p>新型コロナの影響により海外との往来の制限や松山空港を発着する国際定期路線の運休が長期化する中、オンラインを活用したプロモーションや商談会の実施等により、可能な範囲での営業活動に取り組んでおり、引き続き、収束後に選ばれる観光地となることを目指し感染状況を注視しながら取組みを推進する。</p> | | |

3 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

(1) 海外での認知度の向上と外国人観光客の受入環境の整備

| | | |
|--|------------------------------|--|
| 施策名 | ⑱おもてなしの心を伝える外国人観光客受入環境の充実・強化 | |
| ねらい | | |
| 日本遺産として認定を受けた「四国遍路」で培われた「おもてなしの心」を活かし、さらなる外国人観光客の誘致につなげるため、外国語案内表記や多言語版パンフレット、FreeWi-Fi等の受入環境整備を促進するとともに、来訪者に対するおもてなし外国語研修などを通じた人材育成を推進する。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○えひめFreeWi-Fiアクセスポイントの整備及び多言語対応ポータルサイトでの情報発信強化 ○観光関連従事者を対象に、オンラインで外国語による接遇や翻訳アプリ活用法等の講座を開催 ○地図検索サービスや海外オンライン旅行会社のサイトへの登録情報の充実など、新型コロナ収束後の受入環境を整備 |
| | 市町 | <ul style="list-style-type: none"> ○市内観光施設に導入したキャッシュレス決済を継続運用(松山市) ○案内板等に設置したQRコードでの多言語音声案内、キャッシュレス決済環境の整備、公衆トイレの洋式化及びピクトサイン設置(内子町) ○外国語版観光パンフレット等の制作(各市町) など |
| | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○えひめ愛顔の観光物産館(外国人観光案内所カテゴリー1)への外国語対応スタッフを配置(愛媛DMO) ○外国語に対応できる観光案内所の運営(松山観光コンベンション協会) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| <p>これまで、FreeWi-Fiのアクセスポイントの拡大、スマホに対応した多言語観光サイトの開設、通訳コールセンターの設置などを進めてきたほか、市町・民間においても案内所やキャッシュレス決済環境が整備も進んできており、新型コロナ収束後のインバウンド需要回復を見据え、更なる受入環境の充実に取り組む。</p> | | |

3 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
 (1) 海外での認知度の向上と外国人観光客の受入環境の整備

| | | |
|--|------------------------------|---|
| 施策名 | ⑱訪日外国人誘客につながる観光資源の発掘、活用と情報発信 | |
| ねらい | | |
| 瀬戸内しまなみ海道サイクリングやキャニオニング等魅力ある観光資源を活用したアクティビティ着地型旅行商品の充実や、本県の食材や歴史・文化、農林漁業等地域資源を活用した体験メニューの開発など、インバウンド観光資源のブラッシュアップを図るとともに、それらの情報発信等を促進する。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○VR観光動画や台湾・韓国・中国との交流動画を作成し、仮想愛媛旅行体験やリモート交流会を実施 ○外国人の嗜好にあった伝統的特産品の商品開発・ブラッシュアップ支援 |
| | 市町 | ○コト消費を求める欧米豪のFIT層をターゲットに、宇和島の漁村を中心とした「暮らしを旅する」ガイドツアーを展開するため英語でガイドできる人材を導入(宇和島市) |
| | 民間 | ○多言語版観光情報サイト「Visit Ehime Japan」を活用した体験型メニュー等の情報発信(愛媛DMO) ○外国人向け体験型コンテンツの商品情報をJNTO観光コンテンツ多言語サイトに掲載(愛媛DMO) ○ウイズコロナ・アフターコロナを見据えた「えひめデジタル旅行博」の開催(愛媛DMO) ○東アジアにおけるアフターコロナを見据えた旅行者需要の分析(四国ツーリズム創造機構) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 各種データ等を活用しながら、新型コロナウイルスの影響による外国人旅行者の旅行ニーズの変化を的確に捉え、収束後の反転攻勢に向け、密の発生しにくい安全・安心な屋外アクティビティを中心にコンテンツの磨き上げと情報発信に取り組む。 | | |

3 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
 (2) 広域連携による外国人観光客の誘致促進

| | | |
|---|----------------------|---|
| 施策名 | ⑳広域観光周遊ルート等を活用した誘客促進 | |
| ねらい | | |
| 四国遍路と瀬戸内をテーマとした広域観光周遊ルート形成促進事業に積極的に取り組み、近隣各県や関係団体等と連携し、テーマ性やストーリー性のある観光ルートの設定や情報発信等を推進するなど、関係団体等との役割分担をしながら効率的な誘客施策の展開を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○他県等と連携した山陰・瀬戸内四国観光周遊ルート等の情報発信及び山陽新幹線を主とした誘客 ○せとうち観光推進機構や四国ツーリズム創造機構と連携した広域マーケティング、プロモーション、プロダクト開発・販売支援及び受入環境整備等を実施 |
| | 市町 | — |
| | 民間 | ○四国遍路を柱とした旅程作成サイトの充実、バス事業者の時刻表データのGTFS化、海外旅行会社とのオンライン商談会の開催(四国ツーリズム創造機構) ○海外旅行会社に対する交通アクセスや宿泊施設、アクティビティ等の情報提供、定期的なオンラインミーティングの実施(せとうち観光推進機構) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 新型コロナウイルスの影響により海外との往来が制限される中、せとうち観光推進機構や四国ツーリズム推進機構を中心に瀬戸内や四国が一体となった切れ目ない情報発信や受入体制の充実に努めており、引き続き、アフターコロナにおける誘客促進に向け体制整備に取り組む。 | | |

3 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
 (2) 広域連携による外国人観光客の誘致促進

| | | |
|--|---------------------------------|--|
| 施策名 | ㉑近隣県と連携した国のビジット・ジャパン地方連携事業による誘客 | |
| ねらい | | |
| 外国人観光客の一層の誘致を図るためには、誘致エリアの認知度向上が重要となることから、中国四国各県と連携し、国のビジット・ジャパン地方連携事業を活用して、四国一周サイクリングルートやしまなみサイクリングなど共通の観光素材をテーマとしたプロモーション等に取り組む。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○四国4県が連携した海外旅行会社向けオンラインツアーや在日海外メディアを招いてファミツアーの実施 ○四国及び瀬戸内・山陰の10県等が連携した訪日外国人向けのドライブマップの改定 ○四国一周チャレンジ1000kmプロジェクト等のサイトの多言語化やSNS等での情報発信 |
| | 市町 | — |
| | 民間 | ○JNTOが実施するテーマ別キャンペーン「知られざる絶景」に参加し、SNSを活用したフォトコンテストや広告配信を実施(四国ツーリズム創造機構) ○JNTO主催の英国現地旅行会社に対するオンラインセミナーで瀬戸内エリアの情報を発信(せとうち観光推進機構) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 新型コロナウイルスの影響により海外との往来が制限される中、せとうち観光推進機構や四国ツーリズム推進機構を核に近隣県や国機関と連携しながら、オンラインも活用して瀬戸内や四国が一体となった情報発信を継続しており、引き続き、収束後の誘客促進に向けた活動を展開する。 | | |

3 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
 (2) 広域連携による外国人観光客の誘致促進

| | | |
|---|-------------------------|---|
| 施策名 | ㉒東京都等と連携した外国人観光客の本県への誘導 | |
| ねらい | | |
| 令和2年の東京オリンピック・パラリンピック開催を絶好の機会と捉え、東京都や旅行会社等と連携し、本県への誘客に向けた情報発信や誘導方策の検討等に取り組むなど、「東京プラスワン」の外国人観光客誘致を推進する。また、東京オリンピック・パラリンピック開催を契機として、訪日外国人が増加すると考えられることから、個人旅行が多く滞在日数が長い傾向にある欧米豪についても誘客の促進を図る。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | ○東京プラスワンの観光地として情報発信するため東京都設置の協議会に参画し、中四国各県等と連携して共同サイト「CHUGOKU+SHIKOKU×TOKYO」を運営 |
| | 市町 | — |
| | 民間 | ○海外の旅行会社や国内のランドオペレーターを対象としたオンライン商談会の開催(四国ツーリズム創造機構) ○国内のDMCやランドオペレーターを対象としたファミツアーの実施(せとうち観光推進機構) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 東京都設置の協議会に継続参画しながら、首都圏訪問外国人の誘客に向けた取り組みを着実に進めている。東京オリンピック・パラリンピックは無観客開催となったが、引き続き、広域連携DMOとも情報共有し、海外の旅行会社との関係強化やWEBでの情報発信を図る。 | | |

4 地域の総力を挙げた取組みの推進

| 施策名 | ㉓観光人材の育成及びおもてなしの取組みの強化 | | | | | | | | | |
|---------------------------|--|--|-----|------|---|-----------------------------------|----|-------------------------------------|----|---|
| ねらい | 県民が愛媛に誇りを抱き、愛媛の魅力の発信者になるとともに、さらなるホスピタリティの充実・向上や観光産業の強化に向けて、各種普及啓発活動に加えて、より具体的に、目に見える形の施策展開を図り、特に次世代の育成に留意する。 | | | | | | | | | |
| 事業実績 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施者</th> <th>取組内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県</td> <td>○インバウンド観光客受入強化に向けた観光関連従事者の接客研修を実施</td> </tr> <tr> <td>市町</td> <td>○松山観光文化コンシェルジュ講座「ふるさとふれあい塾」の開講(松山市)</td> </tr> <tr> <td>民間</td> <td>○おもてなしにより観光客に感激・感動を与えた四国内の観光関係事業者等を表彰(愛媛DMO) ○語学講座による市民の外国語能力を活用した語学ボランティアガイドへの登録(松山国際交流協会) ○観光ボランティアガイドによる案内やガイドの養成・スキルアップ(各市町観光協会) など</td> </tr> </tbody> </table> | | 実施者 | 取組内容 | 県 | ○インバウンド観光客受入強化に向けた観光関連従事者の接客研修を実施 | 市町 | ○松山観光文化コンシェルジュ講座「ふるさとふれあい塾」の開講(松山市) | 民間 | ○おもてなしにより観光客に感激・感動を与えた四国内の観光関係事業者等を表彰(愛媛DMO) ○語学講座による市民の外国語能力を活用した語学ボランティアガイドへの登録(松山国際交流協会) ○観光ボランティアガイドによる案内やガイドの養成・スキルアップ(各市町観光協会) など |
| 実施者 | 取組内容 | | | | | | | | | |
| 県 | ○インバウンド観光客受入強化に向けた観光関連従事者の接客研修を実施 | | | | | | | | | |
| 市町 | ○松山観光文化コンシェルジュ講座「ふるさとふれあい塾」の開講(松山市) | | | | | | | | | |
| 民間 | ○おもてなしにより観光客に感激・感動を与えた四国内の観光関係事業者等を表彰(愛媛DMO) ○語学講座による市民の外国語能力を活用した語学ボランティアガイドへの登録(松山国際交流協会) ○観光ボランティアガイドによる案内やガイドの養成・スキルアップ(各市町観光協会) など | | | | | | | | | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | 観光満足度を高める鍵となる住民のホスピタリティ意識向上に向け、市町や民間を中心にガイド養成や研修を通じた観光産業人材の育成に取り組んでおり、引き続き、愛媛ファンの拡大とリピーターの確保に向けたおもてなし機運の醸成、地域の実践的な観光人材の育成強化を図る。 | | | | | | | | | |

4 地域の総力を挙げた取組みの推進

| 施策名 | ㉔住民・民間・行政が連携した推進体制の整備 | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|--|-----|------|---|---|----|---|----|--|
| ねらい | 地域間競争が激化する中で、本県の観光振興を図るには、オール愛媛による取組みが必要であることから、住民・民間・行政が連携した推進体制の整備を進める。 | | | | | | | | | |
| 事業実績 | <table border="1"> <thead> <tr> <th>実施者</th> <th>取組内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>県</td> <td>○県観光物産協会を核とする愛媛DMOを観光地域づくりの舵取り役として、地域が儲かる観光を推進 ○四国ツーリズム創造機構及びせとうちDMOへの参画による広域連携での観光振興推進 ○高校生によるサイクリングを通じた地域の魅力発信とマルゴト自転車道の清掃、サイクリストへのおもてなし など</td> </tr> <tr> <td>市町</td> <td>○地域限定電子マネーを活用した観光・サービス業の活性化支援(松山市) ○町屋古民家等を宿泊施設等として利用するための改修を支援(大洲市) ○金融機関と協力・連携した町産品の販路拡大、観光振興及び人材育成(伊方町) など</td> </tr> <tr> <td>民間</td> <td>○多様な関係者からなる推進委員会での愛媛DMO事業推進戦略等の検討及び、県内3地域での地域別推進チーム会議の開催による主体的な観光地域づくりの取組促進(愛媛DMO)</td> </tr> </tbody> </table> | | 実施者 | 取組内容 | 県 | ○県観光物産協会を核とする愛媛DMOを観光地域づくりの舵取り役として、地域が儲かる観光を推進 ○四国ツーリズム創造機構及びせとうちDMOへの参画による広域連携での観光振興推進 ○高校生によるサイクリングを通じた地域の魅力発信とマルゴト自転車道の清掃、サイクリストへのおもてなし など | 市町 | ○地域限定電子マネーを活用した観光・サービス業の活性化支援(松山市) ○町屋古民家等を宿泊施設等として利用するための改修を支援(大洲市) ○金融機関と協力・連携した町産品の販路拡大、観光振興及び人材育成(伊方町) など | 民間 | ○多様な関係者からなる推進委員会での愛媛DMO事業推進戦略等の検討及び、県内3地域での地域別推進チーム会議の開催による主体的な観光地域づくりの取組促進(愛媛DMO) |
| 実施者 | 取組内容 | | | | | | | | | |
| 県 | ○県観光物産協会を核とする愛媛DMOを観光地域づくりの舵取り役として、地域が儲かる観光を推進 ○四国ツーリズム創造機構及びせとうちDMOへの参画による広域連携での観光振興推進 ○高校生によるサイクリングを通じた地域の魅力発信とマルゴト自転車道の清掃、サイクリストへのおもてなし など | | | | | | | | | |
| 市町 | ○地域限定電子マネーを活用した観光・サービス業の活性化支援(松山市) ○町屋古民家等を宿泊施設等として利用するための改修を支援(大洲市) ○金融機関と協力・連携した町産品の販路拡大、観光振興及び人材育成(伊方町) など | | | | | | | | | |
| 民間 | ○多様な関係者からなる推進委員会での愛媛DMO事業推進戦略等の検討及び、県内3地域での地域別推進チーム会議の開催による主体的な観光地域づくりの取組促進(愛媛DMO) | | | | | | | | | |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | 地域の特性を活かした分野での稼ぐ力の好循環を実現すべく県内各地における連携体制の構築や地域DMO等の設立など、持続可能な観光地域づくりに向けた体制が強化されており、引き続き、多様な関係者の参画を促し、愛媛DMOを核とした競争力を有する魅力ある観光地域づくりの形成を促進する。 | | | | | | | | | |

4 地域の総力を挙げた取組みの推進

| | | |
|--|----------------------------|---|
| 施策名 | ⑳異業種・異分野における、観光を意識した取組みの強化 | |
| ねらい | | |
| 裾野の広い総合産業としての本県観光の更なる振興を図るため、より魅力的な観光資源の創出や効果的な情報発信に向け、異業種・異分野と連携した取組みを進める。 | | |
| 事業実績 | | |
| | 実施者 | 取組内容 |
| | 県 | <ul style="list-style-type: none"> ○四国最大級のとべもりジップラインの整備、とべ動物園での3Dアートや空き獣舎を活用したアート作品展の実施 ○景観形成アドバイザーの派遣による地元との合意形成のための検討会等を支援 ○文化財の保存・活用の方向性や今後の取組方針を明確化した文化財保存活用大綱の策定 など |
| | 市町 | — |
| | 民間 | <ul style="list-style-type: none"> ○石鎚山系でのエコツアー体験等を通じた自然環境保全意識の向上及び普及啓発、情報発信などの事業展開による石鎚山系エコツーリズムの推進(石鎚山系エコツーリズム推進協議会) ○南レク公園の活性化イベントの開催及び、南レク公園イベントサポート事業への助成による南レク公園の利用促進(ホッと南レク活性化全体協議会) |
| 総括(計画期間における達成度、効果、今後の方針等) | | |
| 都市公園や文化財の美装化など観光資源としての価値を高め、魅力を磨き上げる取組が進められており、多様な観光ニーズに対応するため、引き続き、新たな観光コンテンツとしての可能性を有する本県の歴史文化資源や自然観光資源などを活用した観光振興をより一層推進する。 | | |

