

第2期観光振興計画に基づき推進する「4本柱」の主な施策実施状況
(平成29年度)

I 愛媛ブランド確立による観光資源の魅力向上

<p>1. 愛媛ブランドの確立（オンリーワン愛媛）</p>
<p><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、しまなみ海道はもとより、愛媛マルゴト自転車道でのサイクリスト誘客環境の整備や国内外への情報発信力を高めるとともに、四国一周チャレンジ1000kmプロジェクト推進による「サイクリングアイランド四国」の浸透を図るなどサイクリングを活用した観光振興に向けた取組みを着実に進展させた。 また、「いやしの南予」の観光ブランドの醸成や一層の魅力発信を図るため、観光プロモーションや誘客促進、受入体制整備など県内外に南予を訴求する取組みを実施し、東予東部圏域においては、東予東部圏域広域振興イベントの準備を進めるなど愛媛ならではの観光資源を活かした魅力創出を推進した。</p>
<p><評価・方針等> 道後温泉本館耐震改修工事を控えている中、持続的な観光客数の増加を図るには、本県観光トップブランドである「道後」以外の魅力向上が急務であり、「しまなみ・いやしの南予」の観光ブランド力をさらに磨き上げるとともに、東予東部圏域でのイベント開催を新たな観光ブランド化につなげるなど、愛媛ブランドの確立推進に取り組む。</p>
<p>2. 観光資源の魅力向上</p>
<p><主な施策実施状況> 地域資源を活用した持続的な観光誘客を図る新たな取組みへの支援のほか、グリーンツーリズムなど近年注目されているニューツーリズムの定着など滞在型観光を促進する取組みを展開した。 また、県内市町や民間事業者においても、山・まち歩き・酒蔵など独自資源を活用した個人向け旅行商品開発やインバウンド受入強化に向けた観光案内の多言語化に取り組む、観光地の魅力向上を図った。</p>
<p><評価・方針等> 県内各地において現地でしか体験できない「コト」消費を重視する旅行者のニーズ取り込みを推進しており、観光資源の掘り起しなど新たな観光需要を創造することは地方創生の観点からも重要であることから、引き続き、他県にはないオンリーワンの資源を活かした観光誘客に向けて付加価値の高い観光プログラムの充実に取り組む。</p>

II 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

<p>1. 愛媛の認知度の向上と観光客層に応じた情報発信</p>
<p><主な施策実施状況> 本県観光のさらなる認知度向上を図るため、女性をターゲットに伊予観光大使等を活用した総合観光キャンペーンを首都圏中心に展開したとともに、県観光サイト「いよ観ネット」の全面リニューアルによる利便性向上と観光客目線での情報発信を強化した。 物産面においても首都圏に民間の販売力等を活用した新たな情報発信拠点を開設するなど、県外での愛媛県産品PRを積極的に展開し、物産や食を目的とする観光振興を推進した。</p>
<p><評価・方針等> 本県の観光客数は高水準を維持しているが、今後、更なる誘客を促進するためには、国内の観光需要を獲得することが重要であるため、デジタルマーケティングの手法も取り入れながら、旅行ニーズの把握・分析により効果的に観光客層に応じた情報発信力の強化を図るとともに、観光資源としての物産や食のブラッシュアップにも取り組むなど観光と物産の一体的な情報発信により観光誘客につなげる。</p>
<p>2. 誘客機能の強化</p>
<p><主な施策実施状況> JR各社や四国ツーリズム創造機構と連携した四国デスティネーションキャンペーンを四国では14年ぶりに開催し、誘客拡大を図ったほか、せとうち観光推進機構とも連携した広域プロモーションを進め、国内外からの観光誘客を図った。 また、愛媛DMOでの、旅行会社への営業活動を通じて得た旅行ニーズに対応した着地型旅行商品の造成をはじめ、公共交通機関と連携した二次交通対策など観光客の利便性向上に取り組んだ。</p>
<p><評価・方針等> 観光の広域周遊が進む中、近隣県等との広域連携による観光客誘致が有効であるため、これまでも四国や瀬戸内圏域での受入環境整備を図ってきており、今後一層の誘客機能強化に向け、愛媛DMOによる観光誘客活動の積極展開や交通機関も含めた関係機関との連携強化を推進する。</p>

Ⅲ 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

＜主な施策実施状況＞

東京オリンピック・パラリンピックを見据えた「愛媛」の認知度向上、誘客促進を図るため、中国、韓国及び台湾など東アジアを主なターゲットとして、現地商談会の開催や旅行博覧会等出展、SNSを活用した情報発信等を通じて本県の知名度向上を図った。特に、韓国においては、LCCの主な利用層である若者や女性、個人旅行者向けのプロモーションを通じて、松山ーソウル線を活用した観光客誘致に取り組むとともに、中国においては、上海での商談会の開催や、西安市に設置された観光・物産情報発信拠点の営業活動により、松山・上海線を利用した観光客誘致に取り組んだ。

また、サイクリングの人気の高い台湾、香港及び韓国等を中心に、しまなみ海道をはじめとした本県のサイクリング資源をPRするとともに、現地サイクリストとの交流を通じて、サイクリストの誘客を促進した。

さらには、受入環境の整備として、観光関係従事者を対象とした外国語による接客研修を実施したほか、多言語版観光情報サイト「Visit Ehime Japan」の構築（リニューアル）による情報発信力を強化した。

＜評価・方針等＞

平成29年11月から再開したソウル線のインバウンド利用が非常に好調であるほか、上海線の外国人利用者が4年連続で過去最高を更新したことから、今後も松山空港国際線の安定的な運航と路線維持に向けた効果的な対策に取り組んでいくとともに、アジア地域での認知度向上に向けたプロモーション活動や、サイクリングをはじめとした本県の魅力的な観光資源の情報発信を促進する。

2. 広域連携による外国人観光客の誘致促進

＜主な施策実施状況＞

東京オリンピック・パラリンピックを見据えた「東京プラスワン」の訪問地としての認知度向上や、「瀬戸内」、「四国」エリア内での広域周遊の促進に向け、東京都と中四国9県、航空・鉄道事業者が連携し、東京プラスワンの観光地としての情報発信を行うとともに、旅行会社と連携し、首都圏等から本県へのオプションツアーの造成・販売にも取り組んだ。

また、国の広域観光周遊ルートに認定されている「せとうち・海の道」と「スピリチュアルな島～四国遍路～」の認知度向上や受入環境整備を進めるとともに、近隣自治体と連携して、東南アジアでの商談会開催等によるツアー造成促進、海路を利用した九四ルートの形成・認知度向上に向けたメディアツアー等の実施、香港向けドライブ旅行のPRに向けたセミナー等の開催や、西日本のJR、バス及びフェリー等を組み合わせた周遊パスをメインとしたパスを活用した外国人観光客の誘客促進を図った。

＜評価・方針等＞

誘致エリア（瀬戸内・四国・愛媛）の認知度向上や観光ルートの情報発信など効果的な誘客施策を展開しているところであるが、引き続き、中国・四国・九州の関係県等と連携し、東アジア及び東南アジア地域での誘客促進活動を強化するとともに、東京オリンピック・パラリンピックを見据えた首都圏からの外国人観光客の誘致促進に取り組む。

Ⅳ 地域の総力を挙げた取組みの推進

＜主な実施状況＞

国内旅行者、訪日外国人旅行者を問わず、何度でも訪れたいくなる質の高い魅力ある観光地域づくりを進めるため、民間サイドの拠点である県観光物産協会を愛媛DMOとしてスタートさせ、旅行業資格の取得や日本版DMO候補法人の登録など体制整備を図ったほか、本県の優れた観光素材の情報発信や誘客活動に積極的に取り組んだ。

また、観光地について豊かな知識を持った人材を育成し、観光客の受入体制を充実させるため、県内各地で観光ボランティアガイドの育成を図り、おもてなしの向上、愛媛観光へのイメージアップとリピーター客の創出を図った。

＜評価・方針等＞

「観光振興」と「物産振興」の相乗効果による観光客の誘致拡大と「儲かる観光」を推進すべく、地域の舵取り役である愛媛DMOにおいて、市町、市町観光物産協会、観光・物産関係団体、経済団体等を巻き込み、観光サービスを向上させる仕組みを構築するなど地域との強固な連携のもと、オール愛媛体制で地域間競争に勝ち抜くための観光地域づくりを進める。

あわせて、観光地の基盤づくりに必要不可欠な観光人材の資質向上を図る有効な事業を展開し、更なるホスピタリティの充実を図る。