

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28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> サイクリング観光の振興に向け、ハード・ソフト両面からサイクリング環境のさらなる充実に努め、特に、「サイクリングしまなみ 2016」の開催による「サイクリストの聖地」瀬戸内しまなみ海道を国内外に向けて強力にPRし、日本遺産に認定された「村上海賊」などしまなみ地域の観光資源を活かした魅力発信にも取り組むなど「しまなみブランド」の強化を図った。 また、南予全域を舞台とした「えひめいやしの南予博 2016」を通じ、豊かな自然・食・歴史文化など南予の多彩な魅力を広く全国に発信し、道後・しまなみに次ぐ本県の観光ブランドとして、「いやしの南予ブランド」の育成に積極的に取り組んだ。</p>
<p><評価・方針等> これらの取組みが愛媛観光にとって追い風となり、過去最高となった観光客数の増加に大きく寄与したことから、今後も「道後・しまなみ・いやしの南予」の観光ブランド力をさらに向上させるとともに、本県ならではの地域資源を活用した「愛媛」の観光ブランド化に向けた環境づくりに取り組む。</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客の増加に寄与する取組みへの支援のほか、クルージングや山岳観光などテーマ性のある愛媛ならではの体験型観光プログラムの旅行商品化を推進した。 また、市町においても、村上海賊、俳句や酒蔵など地域特有の資源を活かした観光プログラムの開発・ブラッシュアップに取り組み、観光地としての魅力増大を図った。</p>
<p><評価・方針等> 歴史、山、鉄道など他の地域にはない恵まれた観光資源を活かした取り組みを進めているところであり、引き続き、旅行需要を喚起する観光資源の発掘や滞在型コンテンツの充実を図る。</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> 道後アート効果等により女性に人気の観光地として注目されている時機を逃さず、女子旅にスポットを当てた観光プロモーションを展開したほか、首都圏等での観光PRイベントの開催やメディアを通じた本県の多彩な魅力を発信するなど、大都市圏における本県の認知度向上と観光誘客を促進した。 また、首都圏における本県アンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」での特産品販売、郷土料理提供や観光情報発信に加え、対面販売や出張販売を強化し、本県のイメージアップを図った。</p>
<p><評価・方針等> 県・市町とも大都市圏での観光物産PRやWEB活用による情報発信に取り組み、着実に認知度向上を図っているところであるが、道後温泉本館の改修や新温泉施設のオープンを控え、戦略的・効果的な誘客に向け、愛媛を旅行先として選んでもらえるよう、観光と物産の両面で、これまで以上に的確かつ、しっかりとした情報発信を展開する。</p>
<p>2. 誘客機能の強化</p>
<p><主な施策実施状況> 四国ツーリズム創造機構との連携による四国デスティネーションキャンペーンに向けた旅行商品造成や、せとうち観光推進機構でのテーマ別観光プログラムの充実など受入環境整備を図ったほか、市町においても周辺自治体との連携による観光PR活動を展開した。 また、鉄道・フェリー・バス事業者等と連携した旅行商品造成や割引サービスなど観光客の利便性向上に取り組んだ。</p>
<p><評価・方針等> 周辺自治体や公共交通機関との連携による観光誘客活動を活発に展開し、観光客の受入環境の充実を図ってきており、今後も、第2期計画の目標達成に向け、これらの連携強化に努め、付加価値のある旅行商品の造成や広域周遊ルートの提案など新規誘客の拡大やリピーター化への取り組みを促進する。</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＞

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、現地旅行博覧会等イベント出展により、本県の知名度向上を図ったほか、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し、サイクリングしまなみ2016への参加など、サイクリングツアーの誘致を促進した。

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。その他、東京オリンピック・パラリンピックに向け、パッケージ型旅行商品造成や体験型アクティビティの情報発信など外国人個人観光客の誘客促進にも取り組んだ。

＜評価・方針等＞

ソウル線が9月から運休したものの、上海線の外国人利用者が3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、アジア地域での現地商談会などの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＞

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、東南アジアでのセミナー開催等によるツアー造成促進、いやしの南予博、四万十博を契機とした四国西南地域周遊プロモーションや、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。

また、首都圏から本県への外国人観光客の誘導に向けた取組みとして、東京都と中四国9県、航空、鉄道事業者とが連携し、東京と中四国地域双方の特色を活かした情報発信を行った。

＜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＞

本県への効果的な誘客を図るため、県観光物産協会を観光振興の民間サイドの拠点と位置づけ、民間の人材を配置して観光誘客体制を強化するとともに、愛媛版DMOの設立準備を進めた。また、しまなみ地域全体をマーケティングし観光戦略を実践するDMO組織「しまなみジャパン」が設立された。

さらに、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、市町を中心に観光ボランティアガイドの研修会等を開催して、おもてなしの向上に取り組み、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＞

県下において観光に関する多様な関係者の連携体制の整備が進められており、官民一体となった観光振興を推進していき、戦略的かつ効果的な観光誘客に取り組むことにより、観光分野における地域間競争に勝ち抜いていく。加えて、更なるホスピタリティの充実・向上に向け、観光人材の資質向上を図る有効な事業を展開する。