

1 はじめに

愛媛県では、議員提案による「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28年3月に「第2期愛媛県観光振興基本計画」を、令和5年3月に「第3期愛媛県観光振興基本計画」を策定し、PDCAサイクルを通じた取組状況の分析や本県観光を取り巻く環境の変化等を踏まえながら、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。

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 第3期観光振興基本計画の概要

計画期間を令和5年度から令和9年度までの5年間とし、本県観光の目指すべき将来像として、

- ・観光産業にとどまらず、農林水産業、製造業など幅広い分野との相乗効果を生じさせ、地域経済の発展に貢献する
- ・県民の地域への誇りと愛着が訪れる人々を満足させ、その評価を通じて、県民が自らの地域の良さを再認識することができる活力に満ちた地域社会の実現を促進する

を掲げており、これらを実現するため、次の政策の3本柱と4つの施策を展開しています。

(政策の3本柱)

- ・来訪の動機となる愛媛のブランド化と受入態勢
- ・科学的なデータ分析に基づくコト消費を重視した地域資源の磨き上げと域内流通・消費行動の促進
- ・SDGsの達成に貢献する持続可能な観光地づくりの推進

(4つの施策)

- ・地域資源の活用とデジタル技術を駆使した戦略的な観光施策
- ・観光産業のみならず他産業への相乗効果を生み出す観光施策
- ・将来にわたる持続可能な地域の形成に向けた観光施策
- ・地域振興を目指すエリアマネジメント組織の形成に向けた施策

4 令和5年度の施策の実施状況（総括）

第3期計画初年度となる令和5年度は、令和5年5月8日から新型コロナウイルス感染症が感染症法上の5類に移行したことで、観光需要は急速に回復し、特にインバウンドにおいては歴史的な円安もあり、日本政府観光局(JNTO)の発表によると、令和6年3月の訪日外客数(推計値)が約308万人で、単月として初めて300万人を突破し過去最高を更新しました。

県内においても、令和5年3月に松山ーソウル線が再開し、同10月29日から松山空港国際線として初めて毎日(デイリー)運航となったほか、同11月10日には松山ー釜山線の定期便が初めて就航しました。また、令和6年3月6日には松山ー台北線が4年ぶりに再開され、海外からの来客の更なる増加が見込まれており、本格的なインバウンドの回復に向けて、現地の旅行会社・航空会社等と連携し、県内視察ツアーや観光商談会等の誘客プロモーションを展開したほか、欧米豪をターゲットにランドオペレーター等への営業活動の強化やコンテンツの高付加価値化など受入環境整備等に積極的に取り組みました。

また、地域間競争が激しさを増す中、観光DMPを構築・活用して効果的な施策立案に取り組むとともに、観光ポータルサイト「いよ観ネット」や公式SNSを活用した本県観光の情報発信に加え、著名なインフルエンサーや地元在住者で結成した「ひめ旅部」による本県の絶景や観光コンテンツの魅力発信に取り組んだほか、多言語観光サイト「Visit Ehime Japan」を改修し、5言語(英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、ベトナム語)への対応や機能強化を図るなど、デジタルマーケティングを駆使しながら国内外での認知度向上及び誘客促進に取り組みました。

さらには、体験コンテンツの育成・創出や、オンライン旅行サイトへの登録支援、サイト上での販促キャンペーンまで一貫通貫した誘客促進に取り組んだほか、旅行業者・交通機関等による

バスや観光タクシー等での東予・南予への周遊プラン造成・催行を支援し、県内周遊の促進と経済波及効果の拡大に努めました。

こうした中、令和5年の観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴う旅行需要の高まりなどにより、前年比13.3%増の22,782千人(うち県外客が9,785千人(前年比15.1%増)、県内客が12,997千人(前年比12.0%増)となり、観光消費額は1,054億円(前年比6.4%増)となりました。また、外国人観光客については、県内における外国人延べ宿泊者数は前年比480%増の203千人となりました。理由としては、円安を背景とした訪日客の拡大等で観光客総数が増加したことが影響していると推察されます。

5 今後の方針等

第3期計画で定めた目標の達成に向けて、データを活用した効果的なプロモーションの強化を図るとともに、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や、4大アクティビティ等の体験型コンテンツの活用、大阪・関西万博を契機としたインバウンド誘客の加速化など、愛媛DMOや市町等と連携しながら、高付加価値化や長期滞在等による消費の好循環を促し、観光消費額や観光客数の持続的な増加につながる有効な施策を推進し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

	令和5年実績(A)	第3期計画目標(B) (令和9年)	達成率(A/B)
< K G I >			
観光消費額	1,054億円	1,350億円	78.1%
訪日外国人観光消費額	44億円	100億円	44.0%
< K P I >			
観光入込客数(総数)	22,782千人	29,300千人	77.8%
県外観光入込客数	9,785千人	12,400千人	78.9%
延べ宿泊客数	4,693千人	5,500千人	85.3%
外国人延べ宿泊客数	203千人	430千人	47.2%
国内観光客旅行消費単価	35千円	30千円	116.7%
訪日外国人旅行消費単価	45千円	50千円	90.0%
< 活動指標 >			
県観光関連関与額	6億円	10億円	60.0%

◆観光客数の推移

