

第3期観光振興基本計画に基づく施策実施状況報告書（令和6年度）

I 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政策

1. メインコンテンツを核としたツーリズムブランドの形成

＜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て、2年に1度開催している「サイクリングしまなみ2024」をはじめ、愛媛サイクリングの日に合わせた各市町との連携によるサイクリングイベントや海外サイクリスト向けのモニターツアーを実施するなど積極的なプロモーションに取り組んだほか、瀬戸内しまなみ海道の愛媛県側に広域サイクルツーリズム圏域「グレーターしまなみ・えひめ」を設定し、サイクリングを切り口とした滞在型観光の仕掛けづくりや環境整備に取り組んだ。

また、しまなみサイクリングや石鎚山登山、とべもりジップライン、滑床溪谷キャニオニングを本県の4大アクティビティに位置づけ、動画やSNSを活用した情報発信や、商談会・展示会等を通じたPRに注力した。

＜評価・方針等＞

「サイクリングしまなみ2024」を開催したほか、米国において世界最大級のライドイベントを運営する団体「バイクニューヨーク」、豪州のニューサウスウェールズ州にある自転車振興団体「バイシクル・ニューサウスウェールズ」とサイクリングを通じた交流促進にかかる覚書を締結した。また、2027年度には、全国初となる自転車国際会議（Velo-city）の開催が決定するなど、引き続き、サイクリングをフックとした観光誘客に取り組むこととしており、今後も市町と連携しながらサイクリングをはじめとした魅力的な体験コンテンツの創出と醸成を図り、県内を周遊する仕組みづくりを推進し、誘客促進と観光消費の拡大を図る。

2. 長期滞在型観光・リピーター獲得に向けた観光資源の魅力向上

＜主な施策実施状況＞

これまでに実施した「えひめ南予きずな博」等の地域振興イベントで育成されたコンテンツや4大アクティビティをはじめとした体験コンテンツのほか、新たに県内からのアクセスの良さを生かした3スキー場に焦点をあて、モニターツアーを実施。合わせて、各スキー場の特色を生かしたプロモーション動画の配信、交通事業者とスキー場関係者が連携し、二次交通を組み込んだセット商品を販売した。

また、農林漁家民宿の開業支援や農業体験できる環境整備など本県の豊かな自然を生かしたグリーン・ツーリズムの推進に取り組んだ。

さらに、長期滞在が期待でき、コロナ禍で需要が高まったアドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズム等の受入を推進するため、セミナーや専門家派遣等を通じて人材養成を行うなど観光事業者による受入体制の強化に取り組んだ。

＜評価・方針等＞

県内3スキー場のプロモーション動画の再生回数は、約64万回を記録し、来場者数についても前年比151%と順調な成果を収めた。

また、令和7年度には南予の豊かな自然、歴史・文化、食を生かした「えひめ夏旅なんよキャンペーン」を開催するなど、引き続き、長期滞在・リピーター獲得を目指して、地域が有する自然・歴史・文化を体験できるニーズに合ったコンテンツの充実を図るとともに、観光事業者の取組を支援し、観光資源の魅力向上を図る。

3. 愛媛の特性を生かしたインバウンド誘客

＜主な施策実施状況＞

昨年度に引き続き、ソウル線、台北線、釜山線の増便などで松山空港国際線の活性化に取り組んだほか、現地旅行会社や広告代理店、航空会社と連携し、県内視察ツアーや商談会等の誘客プロモーションを展開するとともに、中国人旅行者（20～30代女性）を対象にした口コミ型SNSを活用した県内のプロモーションを実施した。ベトナムについても昨年度に引き続き、チャーター便を運航したほか、現地旅行会社による県内視察ツアーや県内事業者との商談会、現地でのPRイベント等を通じて本県観光の魅力を発信した。

また、大阪・関西万博も見据え、消費単価の高い欧米豪市場からの誘客拡大を目指し、豪州をメインターゲットにした旅行商品造成に向けた現地でのトップセールスのほか、観光促進に関する連携としては全国初となる世界最大級の宿泊予約プラットフォーム「Airbnb」との連携協定締結による民泊事業の促進など受入環境整備に取り組んだ。

<評価・方針等> ソウル線、台北線、釜山線の増便を中心に松山空港国際線の充実を図ることができ、令和6年の県内の訪日外国人延べ宿泊者数について、前年度を大幅に上回る水準となった。 また、豪州からの誘客を促すため、現地のメディアや観光事業者向けにトップセールスによる観光コンテンツのプロモーションを実施し、県内事業者と連携して旅行商品の造成に繋げた。 さらに世界最大規模の宿泊プラットフォームである「Airbnb」の強みを生かし、宿泊事業者や創業を検討されている方々にセミナーを開催するなど、県内における受入環境整備の充実を図ったほか、誘客に向けたプロモーションやインフルエンサーを招請した認知度向上など、密な連携により、一層のインバウンド誘客に取り組んだ。 引き続き、定期航空路線の維持に努めるとともに、各国・地域のニーズに応じた積極的なプロモーションを展開し、欧米豪の訪問が多い広島県からの誘客や豪州でのプロモーションなど戦略的に施策を展開しインバウンド誘客の拡大を図る。
4. デジタルマーケティングに基づく観光戦略とプロモーション活動
<主な施策実施状況> 国内旅行者、訪日外国人旅行者の位置情報データ、観光施設や経路等の検索履歴データ等を集約し、分析できる観光DMPを構築・活用して、効果的な施策立案に取り組んだ。 また、国内大手オンライン旅行会社と連携した誘客プロモーションを展開したほか、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や一般公募によるフォトコンテストに取り組むとともに、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、誘客促進に取り組んだ。
<評価・方針等> 国内大手オンライン旅行会社を活用した誘客プロモーションでは、宿泊プランを373件造成し、73,987人泊の利用につながった。 「ひめ旅部」による観光情報の発信では「いよ観ネット」や各部員による約70件の記事コンテンツを製作したほか、フォトコンテストでは約2,700件の投稿があり、効果的な情報発信につながった。 引き続き、オウンドメディアの観光情報を充実させるとともに積極的にSNSを活用するなど、データ分析を踏まえた戦略的なプロモーションに努め、本県の認知度向上・誘客促進を図る。

Ⅱ 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

1. 民間事業者の発想とノウハウを生かした観光産業の活性化
<主な施策実施状況> 民間事業者による、県内の地域資源を活用した国内旅行者の増加を促進する提案に加えて、インバウンド向けの受入環境整備の支援や新たな観光コンテンツの創出など、集客力向上に向けた取組を後押しした。さらに「Airbnb」と連携し、宿泊事業に関心のある方々を対象としたセミナーを東予・中予・南予エリアで開催した。
<評価・方針等> 民間事業者による、多言語対応可能な遊覧船のチケット券売機の導入を支援したほか、国内外の旅行者等を対象とした宿泊施設の開業に向けた取組や県内ゴルフ場の多言語対応への取組など12件を支援し、民間事業者による魅力的な観光コンテンツの創出やインバウンドの受入環境整備の取組を促進した。さらに「Airbnb」主催のセミナーには、約90名が参加し、民間事業者による県内宿泊の推進に努めた。 引き続き、県内市町や金融機関等と連携しながら民間事業者の前向きな取組を後押しし、観光産業の活性化に取り組む。

2. 実需創出に向けた国内外と繋がる誘客の仕組みづくり

<主な施策実施状況>

本県がターゲットとしている韓国、台湾、中国等に現地代理店を配置し、旅行会社への営業活動や現地の情報収集に努めたほか、定期航空路線のある航空会社との連携により、旅行会社を対象としたファムツアーや県内事業者との商談会等のプロモーションに積極的に取り組んだ。

また、四国・瀬戸内をエリアにした広域DMOとの連携を進め、四国ツーリズム創造機構や四国各県と連携して、東京で開催された国内最大規模の観光展示会「ツーリズムE X P O」に出展したほか、新たなインバウンド誘客の取組として、県内市町を対象にしたスーパーヨットの誘致に向けた勉強会を実施した。

<評価・方針等>

韓国・台湾では航空会社や現地旅行会社との関係強化を図ったほか、県内におけるスーパーヨットの誘致に向け、勉強会を開催し、県内市町とともに知識を深め、新たなインバウンドの誘客策を共有した。さらに、広域DMO等と連携し、瀬戸内・四国として訴求力のあるプロモーションを実施することで認知度向上を図った。

引き続き、これらネットワークを活用しながら、国内外の商談会への参加や海外の旅行会社向けのファムツアーの実施、営業活動等に積極的に取り組み、実需創出につながるよう県内への誘客促進を図る。

3. 高い経済波及効果実現に向けた域内循環の仕組みづくり

<主な施策実施状況>

域内消費の拡大に向けて県内周遊を促進するため、デジタルアプリを活用した東予・南予への相互周遊を含めたキャンペーンを実施したほか、体験コンテンツの消費拡大に向けて、コンテンツのブラッシュアップから、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気通貫で誘客促進に取り組んだ。

また、本県の食・グルメを通じた観光消費の拡大に向けて、県外でのフェアやトップセールスに加え、飲食関係団体等と連携し、県産食材を使った魅力を発信するイベントとして、「フード・ディスカバリー」を令和7年2月に松山市内で開催し、これらを通して県内の食をテーマとした本県の観光振興に努めた。

<評価・方針等>

各種の周遊促進や観光消費拡大の取組に加え、地域の観光事業者や飲食店等の協力を得て、割引クーポン等のインセンティブを提供するキャンペーンを開催し、期間中の東予・南予の施設・店舗の利用者数は、延べ13,432人となり、令和6年の観光消費額の増加に貢献できた。

引き続き、アプリも活用しながら効果的な東予・南予への周遊促進を図るとともに、コンテンツの高付加価値化に取り組むほか、愛媛県観光物産協会とも連携し、食の魅力を生かした観光プロモーションを展開するなど、経済波及効果の拡大に取り組む。

4. M I C E の誘致活動の強化と受入環境の整備

<主な施策実施状況>

(公財)松山観光コンベンション協会や愛媛DMO等と連携して、コンベンションの誘致活動に取り組むとともに、本県へのM I C E 誘致に対する助成金制度を設け、100人以上の規模のコンベンションに対して助成金を交付し、開催支援を行った。また、県有地へのM I C E 受入機能を持った施設の誘致を検討するなど、環境整備にも取り組むこととしている。

<評価・方針等>

令和6年度は医学学会のコンベンションを中心に31件の支援を行い県内への集客につなげた。

引き続き、関係事業者や市町等と連携を密に行い、観光産業の振興・地域の活性化を図るため誘致活動に積極的に取り組んでいく。

Ⅲ 将来にわたる持続可能な地域形成に向けた観光政策

1. 観光振興を起点とした環境・文化保全

<主な施策実施状況>

県内で指定されている国・県指定文化財の所有者等が実施する保存修理や周知活動に対して一部補助したほか、古民家等をリノベーションした分散型ホテルや大洲城キャッスルステイが注目を集めている大洲市も含め、海外旅行会社等のファムツアーを実施するなど南予の歴史的町並みの魅力発信に取り組んだ。

<評価・方針等>

各市町と連携し、インバウンドを含めた誘客促進を図ったほか、「グリーン・ディステーションアワード」による「世界の持続可能な観光アワード」において、令和6年10月に大洲市が「シルバー・アワード」を受賞し、欧米豪などのインバウンド客に向けた更なる認知拡大が図られた。引き続き、歴史的な町並みを起点にした誘客促進に努めるとともに、民間事業者の新たな取組を支援するなど、市町等と連携し、歴史文化資源の保全や持続可能な観光地づくりに努めていく。

2. 多様な旅行者が安心して快適な旅行ができる受入環境整備

<主な施策実施状況>

観光ポータルサイト「いよ観ネット」やSNS等を通じた様々な観光・交通等の情報発信に加え、多言語観光サイト「Visit Ehime Japan」では、5言語（英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語、ベトナム語）に対応した記事の掲載や旅行会社、旅行者向けコンテンツの充実を図った。

また、9言語に対応した多言語コールセンターを引き続き設置し、電話やテレビ通訳、簡易翻訳サービスを実施するとともに、多言語対応の「えひめFree Wi-Fi」の運営、民間事業者によるインバウンド客向けの受入環境整備への支援に取り組んだほか、一部市町において、多言語に対応した観光案内看板の設置や観光施設でのクレジットカードなどのキャッシュレス決済への対応にも取り組んでいる。

<評価・方針等>

多言語観光サイト「Visit Ehime Japan」でアクセス数は約1割増加したほか、インバウンド受入環境整備について旅館の開業や観光施設等での多言語対応など10件の取組を支援した。

引き続き、市町や民間事業者とも連携しながら、様々なツールを活用した効果的な情報発信やインバウンド客の受入環境整備に努め、旅行者の利便性向上を図る。

3. 持続的な成長発展に向けた担い手の確保・育成

<主な施策実施状況>

県内周遊旅行をテーマとしてオンラインや実地研修によるガイド育成講座を実施したほか、愛媛県観光物産協会や松山観光コンベンション協会、松山商工会議所等と連携してボランティアガイド育成講座を開催した。また、持続可能な観光地づくりに向けて、日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）の普及セミナーを県内1か所（愛南町）で開催したほか、専門家を招聘してアドベンチャーツーリズムガイドの育成講座（DMO）や、観光コンテンツの造成・磨き上げ等をテーマとした観光人材養成講座を開催し、地域の観光を支える担い手の育成に取り組んだ（DMO）。

<評価・方針等>

ボランティアガイド育成講座は215名、JSTS-D普及セミナーは8名が参加するなど県内観光関連事業者の人材育成の強化を図った。

引き続き、JSTS-D普及セミナーを開催したエリアにおいて認証基準の取得に向けた支援を継続するなど、アドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズム等の担い手の確保に取り組み、観光関連従事者のおもてなしの向上や欧米豪の富裕層を中心とした外国人観光客の受入拡大を図る。

4. 交流人口から関係人口への仕組みづくり

<主な施策実施状況>

企業の誘致活動と合わせた移住促進をはじめ、首都圏等での移住フェアや県内自然公園での自然体験等を通じたワーケーションツアーを実施するなど、移住・ワーケーションの推進に取り組んだ。また、教育旅行は県外高校生等に愛媛の環境や産業の魅力を知ってもらえる機会となることから、市町と連携して、学校・旅行会社への営業活動やプロモーションを実施するなど誘致に取り組むとともに、グリーン・ツーリズムの推進や農林漁家民宿の開業支援など受入体制の整備を図った。

<評価・方針等>

令和6年度の本県への移住者数は6,910人となった。また教育旅行に関しては84校、11,822名を受け入れた。

引き続き、関係人口の増加に向けて、観光・移住を組み合わせたフェアの実施や、ワーケーションや教育旅行の誘致活動に市町と連携を密に取り組む。

5. 観光まちづくりを起点としたシビックプライドの醸成

<主な施策実施状況>

映画やテレビドラマなどのロケや国際会議等のMICE、大規模イベントの誘致をはじめ、国内外の航空路線やクルーズ船の誘致を通じ、県民の地元への誇りを育むとともに、高校生を対象に東予の歴史文化資源の活用をテーマとしたワークショップの開催など、地域住民と連携した自然・歴史・文化等の観光まちづくりを推進し、地元愛、郷土愛の醸成に取り組んだ。

<評価・方針等>

ロケの誘致では、TBS系列で全国放送されたドラマ「笑うマトリョーシカ」や「がんばっていきまっしょい」がアニメ映画化され全国公開されたほか、大規模イベントとしては「TGCMATSUYAMA 2024」を誘致し、来場者延べ約7,000人、配信視聴数延べ約82万人を記録した。

引き続き、映画等のロケや大規模イベント等の誘致に努めるとともに、地域の観光まちづくりや賑わい創出等の取組を後押しし、地域住民のシビックプライドの醸成、交流人口の拡大を図る。

IV 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

1. 県・愛媛DMOの役割分担の明確化・推進体制の見直しの検討

<主な施策実施状況>

愛媛県観光物産協会を核として設立した愛媛DMOにおいて、関係機関との役割分担・連携のもと、観光と物産が一体となったオール愛媛体制の観光営業本部としての活動を展開し、専門人材を登用して民間のノウハウを生かし、着地型旅行商品の造成・ブラッシュアップ、OTA販売の強化等に取り組んだ。県としても、観光戦略を共有するとともに、海外でのプロモーションやツアーガイド等の人材養成、観光・物産フェア等で連携して取り組んだ。

<評価・方針等>

県内市町や地域DMO、四国ツーリズム創造機構等の広域DMOとの意見交換を行い、他県の先行事例も参考にしながら、観光を取り巻く環境変化やトレンドに迅速かつ的確に対応できるよう、愛媛DMOをはじめ関係事業者と連携して、多様な観光客から選ばれる観光まちづくりを目指し、オール愛媛での観光振興に取り組んでいく。

2. 愛媛DMOの機能強化

＜主な施策実施状況＞

地域連携DMOとして県内市町や関係観光事業者・団体とのネットワークを構築するとともに、新たにオープントップバスを活用したバスツアーの企画・販売や、「しまなみ海道開通 25 周年」を記念した商品、限定グルメを楽しめる 15 コースのバスツアーを企画・造成し、地域との協働による誘客コンテンツや旅行商品の充実や販売に努めたほか、愛媛DMO取扱商品を観光ポータルサイト「いよ観ネット」上で直接販売できる予約・販売管理システム（JTB-BÓKUN）を活用し、インターネットでの販売促進に取り組んだ。また、四国ツーリズム創造機構が実施する商談会に参加するなど広域DMOとの連携にも取り組んだ。

＜評価・方針等＞

愛媛DMOの取扱旅行商品の販売額は過去最高額を 3 年連続で更新し、愛媛DMO中期アクションプランで設定した目標額 11,500 千円（令和 7 年度）を大きく上回る 17,267 千円であった。

引き続き、愛媛県観光DMPを活用したデータの分析結果等に基づきながら、魅力ある県内周遊型旅行商品の造成や受入体制整備、インバウンドの地方誘客を意識した取組を行い、愛媛DMOの機能強化を進めていく。

3. 市町・観光関係団体等の連携

＜主な施策実施状況＞

市町や地域DMOと連携して着地型旅行商品の造成や海外旅行会社を招請したファムツアーの実施、地元観光事業者との商談会の開催などに取り組んだほか、地域連携DMOが、市町や観光事業者向けに、インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けたアドベンチャーツーリズムガイドの育成支援や、車いすユーザーが安心して観光できるコンテンツの掘り起しや磨き上げを目的としたセミナーを開催した。

また、各地域での旅行商品の造成を目的にそれぞれのエリアに担当者を配置し、各エリアの事業者等に個別訪問を実施した。

＜評価・方針等＞

地域連携DMOが、市町及び観光事業者向けに、アドベンチャーツーリズムガイドの育成支援や、車いすユーザーが安心して観光できるコンテンツの掘り起しなどを目的としたセミナーを開催するなど、市町や観光団体が主となり地方誘客や消費拡大に繋がる取組を後押しした。

エリア担当者が、商品造成や視察・イベント参加、会議・協議など、合計 101 回の個別訪問等により、県内市町や観光関係事業者などとの積極的な情報交換に努めた。

引き続き地域の実情を踏まえた観光まちづくりに向けて連携強化に取り組む。

4. 観光振興にかかる財源の確保

＜主な財源措置状況＞

令和 6 年度当初予算に加えて、年度途中においても、定期航空路線の増便に合わせたプロモーション等の予算のほか、令和 7 年度に開催される大阪・関西万博会場内の催事施設における本県のブース出展に向けた計画の予算を補正予算で措置した。

＜評価・方針等＞

観光振興に係る財源の確保については、各事業のPDCAサイクルを通じた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、市町や宿泊施設等の観光に関わる関係者はもとより、県民の理解を前提としつつ必要性等を検討していく。