

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の整備
- ・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上げと域内流動・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6年度の施策の実施状況（総括）

第3期計画2年目となる令和6年度は、日本人の旅行への関心が高まり、観光庁の発表によると、令和6年の国内旅行者（延べ）は約5億4,000万人となり、国内旅行消費額においては過去最高額となる約25兆1,500億円を記録しました。またインバウンドにおいても、円安の追い風を受けて同年の訪日客数が約3,700万人となり、消費総額は約8.1兆円と、いずれも過去最高を記録しました。

県内においては、令和5年に再開・新規就航した松山—ソウル線、松山—釜山線や、令和6年に再開した松山—台北線での安定的な搭乗率を確保するために、韓国、台湾の現地旅行会社・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、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、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みしました。

愛媛県がロケ地となり、令和6年度に放送されたTBS系列の「笑うマトリョーシカ」をはじめ、アニメ映画化された「がんばっていきまっしょい」の撮影支援を実施するとともに、テレビアニメ「サザエさん」のオープニングにおいて、県内の様々な観光コンテンツを紹介したほか、若者に圧倒的な人気を誇る「TGC MATSUYAMA 2024」を活用した若年層への魅力発信など、発信力の高い媒体を有効に活用し、県内外に本県の観光コンテンツを広く発信し、認知度向上に努めました。

また、県内の3スキー場（石鎚・久万・ソルファオダ）の日帰りコースを設定の上、旅行業者と連携したモニターツアーを実施したほか、各スキー場の特色を活かしたプロモーション動画

を配信するなど、観光コンテンツの魅力向上に努めました。さらに東予・南予エリアを相互周遊するデジタルアプリを活用したスタンプラリーや飲食店等で利用できる割引クーポン等を提供するキャンペーンを実施するなど、県内周遊の促進に取り組んだほか、南予地域の自然や歴史・文化、食を生かした「えひめ夏旅なんよキャンペーン」が令和7年度に開催されており、今後も県内全域の周遊の促進に努めていきます。

こうした中、令和6年の延べ宿泊者数は、4,373千人となり、日本人旅行者は、コロナ後の旅行需要が高まった前年と比べてやや減少したものの、県内における外国人延べ宿泊者数は前年比123%増の452千人となり、大幅に増加しました。理由としては、松山空港における国際線の運航や円安を背景とした訪日客の拡大等により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います。

◆将来到達目標の達成状況

	令和6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	926 億円	1,350 億円	68.5%
訪日外国人観光消費額	67 億円	100 億円	67.0%
< K P I >			
観光入込客数（総数）	23,042 千人	29,300 千人	78.6%
県外観光入込客数	9,923 千人	12,400 千人	80.0%
延べ宿泊客数	4,373 千人	5,500 千人	79.5%
外国人延べ宿泊客数	452 千人	430 千人	105.1%
国内観光客旅行消費単価	27 千円	30 千円	90.0%
訪日外国人旅行消費単価	46 千円	50 千円	92.0%
< 活動指標 >			
県観光関連関与額	7 億円	10 億円	70.0%