

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7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、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豪州サイクリスト誘客促進に向けたファム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>

令和6年度にサイクリングを通じた交流促進に関する覚書を締結した、米国の世界最大級のライドイベント運営団体及び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と連携し、ブース出展等を通じて県内サイクリングの魅力を積極的に発信するとともに、県内への豪州サイクリスト誘客に向けたファムツアーを実施した。

また、令和9年度に開催予定の自転車国際会議（Velo-city）に向けた準備を進めるとともに、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>

本県の観光キャッチコピー「疲れたら、愛媛。」の世界観を踏まえた「癒やし」を軸に県内体験コンテンツの造成やブラッシュアップを実施したほか、「えひめ夏旅なんよキャンペーン」では、旅行会社に対して首都圏等を発着とするツアー商品の造成・催行を支援するなど南予への誘客に取り組んだ。さらに、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したほか、交通事業者とスキー場関係者との連携による二次交通を組み込んだセット商品の販売など、スキーの誘客促進にも取り組んだ。

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>

専門家により、13件の体験コンテンツの造成やブラッシュアップを行ったほか、県内スキー場に焦点をあてたプロモーションでは、令和7年度に制作した県内在住技能実習生等向けPR動画の再生回数が23万回を記録したほか、関係機関と連携して原田雅彦氏（全日本スキー連盟会長）によるトークショーを開催した。

また、南予への誘客促進のため、首都圏・関西圏・近隣圏・東予地域の若者・ファミリー層をターゲットに、南予でしか体験できない夏の体験コンテンツ等にスポットを当てた「えひめ夏旅なんよキャンペーン」を実施し、開催期間中における南予地域の主要観光施設入込客数は、昨年度同時期と比べて4万8千人増加した。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>

松山空港との定期便が就航する韓国、台湾、中国の現地旅行会社や航空会社等と連携し、県内視察ツアーや商談会を開催することで、本県への旅行商品の造成を働き掛けたほか、SNSの活用等による誘客プロモーションを展開した。

また、将来的な定期便の就航に向け、ベトナムとのチャーター便の運航を支援した。

加えて、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を造成したほか、全国古民家再生協会と包括連携協定を締結し、欧米豪を中心としたインバウンドに人気の高い古民家の活用に向けた支援に取り組んだ。

<評価・方針等>

松山空港国際線の高い搭乗率を維持するとともに、釜山線の増便や上海線の運航再開により、令和7年の県内の訪日外国人延べ宿泊者数について、前年を上回る水準となった。

また、豪州からの誘客を図るため、JNTO 商談会への出展や観光フェアの開催を通じて、メディアや観光事業者を対象に観光コンテンツのプロモーションを実施した。

さらに古民家等の活用に向けて、全国古民家再生協会と連携したセミナーを開催したほか、インフルエンサーを招請したプロモーションによる認知度向上など、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・拡充に努めるとともに、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するほか、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、一般公募によるフォトコンテストを実施するとともに、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>

大阪・関西万博開催期間中や万博後に、関西圏域を対象とした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365件造成し、52,052人泊の利用実績を得た。

「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80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5,000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の整備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、古民家等を活用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、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」との連携によるセミナーには、55 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、台湾等に現地代理店を配置し、現地の旅行会社への営業活動や情報収集に努めたほか、定期航空路線を運航する航空会社と連携し、現地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を開催するなど、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、愛知で開催された国内最大規模の観光展示会「ツーリズムEXPO」に出展したほか、せとうち観光推進機構と連携して、スーパーヨットの誘致に向けたプロモーション等に努めた。

＜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、県内へのスーパーヨットの誘致に向けて、豪州やタイでの商談イベントに参加するとともに、現地事業者へのセールスコールを実施し、寄港地に必要な施設の情報収集等を行なった。

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＞

新たに誕生した「東予・洋風焼き鯛めし」の地域での普及・定着や、東・中・南予の三つの鯛めしの特長を表現した「活き・炊き・焼き」のキャッチコピーを活用したプロモーションに取り組んだほか、「えひめ夏旅なんよキャンペーン」では、主要オンライン旅行会社等と連携し、南予の宿泊施設や体験コンテンツを対象とした割引クーポンを発行・配布し、域内消費の拡大を図った。

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、ブランド産品を始めとした豊富な食材や食文化の魅力を発信するイベント「えひめ愛ある食の市」を令和 8 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＞

オンライン旅行会社と連携した割引クーポンの利用により、南予地域の宿泊施設や体験コンテンツ施設への利用促進が図られたほか、「洋風鯛めし」を提供する飲食店も増加し、県内周遊促進や観光消費の拡大につなげた。

引き続き、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. MICE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MICE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MICE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7年度は科学・工学学会のコンベンションを中心に23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>

重要文化財や南予の重要伝統的建造物群保存地区の保存修理の取組に対して経費の一部を補助した。また、海外旅行会社等のファムツアーを実施するなど本県の歴史的町並みの魅力発信に取り組んだ。

<評価・方針等>

西予市・内子町・宇和島市の重要伝統的建造物群保存地区の保存修理の取組に対して経費の一部を補助した。また、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。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」のアクセス数は前年度比で約1割増加したほか、観光交流拠点の整備や宿泊施設の開業、観光施設等での多言語対応など9件の受入環境整備にかかる取組を支援した。

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（伊方町）で開催したほか、環境倫理プログラムである Leave No Trace 研修を県内2か所（松山市・愛南町）で開催した。また愛媛県観光物産協会では、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。

<評価・方針等>

ボランティアガイド育成講座は145名、JSTS-D普及セミナーは9名、Leave No Trace 研修は19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>

首都圏等での移住フェアや、企業の誘致活動と合わせた移住促進、ワーケーションの誘致・再訪促進による関係人口の創出に取り組んだ。

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7年度の本県への移住者数は7,172人となった。また教育旅行に関しては90校、14,855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地域の地域資源の魅力を体験するツアーの実施など、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・支援では、TVアニメ「私を喰べたいひとでなし」が放送され、PRに努めたほか、劇場版「旅人検視官道場修作」では関係市町や各機関と連携し撮影地の紹介等の支援を行った。また、海外作品のロケ地誘致として国際会議において通訳の補助を行ったほか、県内のロケ地を紹介する「愛媛ロケーションガイド」を作成した。

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。

また、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、団体向け商品の造成・販売を行うなど、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-BÔKUN）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23,512千円であった。

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。

また、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127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7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。