

愛媛・しまなみ海道地域振興ビジョン

～しまなみのサイクルツーリズムを世界ブランドへ～
(2021年度～2030年度)

令和3年3月
愛 媛 県

目次

第1章 ビジョン策定の趣旨（背景・目的）	．．．．．	P 4
第2章 ビジョンの全体像	．．．．．	P 6
1 目指すべき姿		
2 ビジョン実現のための「3つの方針」		
3 ビジョン実現のための「4つの政策」		
4 ビジョン実現の目標期間		
第3章 ビジョン実現のための「3つの方針」が目指す目標	．．．．．	P 7
1 世界的なサイクルツーリズムブランドへ（誘客拡大・高付加価値化）		
2 観光産業を地域経済活性化のリーディング産業へ（誘客効果の波及・経済活性化）		
3 地域共生型／環境配慮型開発の先進地へ（持続的な地域振興）		
第4章 ビジョン実現のための「4つの政策」の具体的な施策	．．．．．	P 9
1 戦略的・政策横断的な振興政策	．．．．．	P 9
(1)「来島海峡大橋(クラウンブリッジ)」を核としたサイクルツーリズムブランドの形成		
(2)世界レベルのサイクルツーリズム先進地形成に向けた観光インフラの整備		
(3)サイクルツーリズムを核とした地域が主体となった着地型観光商品の造成 促進・体制構築支援		
(4)サイクルツーリズムに関するシンクタンク機能の強化		
2 観光産業集積・地域経済活性化に向けた政策	．．．．．	P 12
(1)しまなみエリアの特性を活かした投資誘致策、健全な競争環境整備に に向けた政策の立案・展開		
(2)県全体への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		
(3)しまなみエリアを起点とした県内への送客の仕組みづくり		
3 持続可能なエリア振興と環境保全の両立	．．．．．	P 13
(1)観光振興と環境・文化保全の共存		
(2)観光振興を起点とした地域への還元		
4 エリアマネジメント組織の形成	．．．．．	P 15
(1)しまなみエリアのマネジメント組織の形成		
(2)域内プレイヤーの発掘／支援体制の構築／域内プレイヤーの連携促進		
参考資料	．．．．．	P 17

第1章 ビジョン策定の趣旨（背景・目的）

しまなみが目指すもの、それは世界各国の人々がサイクリングを中心に様々なアクティビティを楽しむため訪れる特別なエリアです。またそれは、世界の人々に最上級の体験とおもてなしを提供し、来訪者が、何度でも訪れてみたくなる感動と癒しを得られるエリアでもあります。

今は、「夢物語」のように思えるかも知れませんが、しまなみの“ポテンシャル”を踏まえれば、十分に実現可能な将来ビジョンであると考えます。そのヒントが、わずか20年余りで、国際的スキーリゾートエリアへと発展を遂げた北海道の「ニセコ」にあります。

今やスイスのサンモリッツやカナダのウィスラーに匹敵する知名度を持つニセコですが、20数年前までは、夏場にラフティングが楽しめる国内に数あるアクティビティ・エリアの一つに過ぎませんでした。それが、2000年頃にオーストラリアのスキー客が現地を訪れ、「アイスバーンにならないパウダースノー」と評判になり、世界に拡散した結果、2006年頃から外国資本による不動産投資が加速し、今や、ニセコ町のほか、蘭越(らんえつ)町と倶知安(くっちゃん)町で構成される「ニセコ観光圏」には、世界ブランドのホテルやコンドミニアムの整備により、富裕層を中心とした外国人が多数訪れるようになり、2017年度の外国人延宿泊数は、約65万人泊(2007年度:18万人泊)と、10年間で3.6倍増加しています。

一方、1999年に開通した、しまなみ海道も、当初は、本州と四国を結ぶ3つの架橋ルートの一つに過ぎませんでした。3ルートの中で唯一、徒歩や自転車で島々を渡れるという特徴に着目し、約10年前に、県や地元市町等が中心となって、独自のサイクリング施策の検討を開始しました。その後、2012年に開催された「日台交流瀬戸内しまなみ海道サイクリング」で、台湾の自転車新文化基金會理事長(世界最大の自転車メーカーの会長)から、「サイクリング・パラダイス」との最大限の賛辞を頂いたことから、その魅力が一挙に全世界に広まり、その後の官民挙げた地元の取組みにより、2014年には、米国のCNNから「世界7大サイクリングロードの一つ」に選ばれるなど、世界で最も素晴らしいサイクリングコースの一つとして認知され、今や、国内外から、年間33万人のサイクリストが訪れる「サイクリスト聖地」としての地位を不動のものとしています。

また、エリア内では、民間事業者による宿泊施設の整備やクルージングやグランピングなど新たなサービスの創出が進みつつあり、まさしく、現在のしまなみは、ニセコ観光圏が海外からのスキー客等の急増等を受けて、ホテルやコンドミニウム等の整備などの民間投資等が加速した2006年前後の状況に非常に似ています。

ニセコ観光圏が、その後の10数年間で、国際的なリゾートエリアとして急速な発展を遂げたことを踏まえれば、しまなみも、今から10年後のビジョンを描き、地元自治体や関係団体、民間事業者、地域住民等が共有し、相互に連携・協働しながら、その実現に向け、戦略的・計画的な取組みを進めていく必要があります。

「愛媛・しまなみ海道地域振興ビジョン」は、このような考えのもと、しまなみエリアが、サイクルツーリズムを中心とした世界ブランドとしての認知を獲得し、「地域が人を呼び、人が人を呼ぶ」好循環を生み出すエリアへと発展していくための取組みの指針として策定したものです。

第2章 ビジョンの全体像

1 目指すべき姿

サイクルツーリズムを深化させ、しまなみエリアを世界ブランドに発展させることによって、持続的な地域振興を実現！

2 ビジョン実現のための「3つの方針」

1 世界的なサイクルツーリズムブランドへ（誘客拡大・高付加価値化）

- 世界のサイクリストが「しまなみ海道」を認知
- 特別なサイクルツーリズムの訪問地として認識
- 年間を通じ、多くのインバウンド観光客を受け入れ

2 観光産業を地域経済活性化のリーディング産業へ（誘客効果の波及・経済活性化）

- しまなみエリアの観光産業の経済効果が県内経済全体へ波及
- 域内外からの積極的な投資
- 地域の事業者・住民が観光振興による経済活性化を体感

3 地域共生型／環境配慮型開発の先進地へ（持続的な地域振興）

- 域外交流による地域住民のシビックプライドの醸成
- 交流から関係・定住人口拡大につなげる仕組みの確立・運用
- 地域社会・自然環境維持に貢献する仕組みの確立・運用

3 ビジョン実現のための「4つの政策」

1 戦略的・政策横断的な振興政策

- 「来島海峡大橋（クラウンブリッジ）」を核としたサイクルツーリズムブランドの形成
- 世界レベルのサイクルツーリズム先進地の形成に向けた観光インフラの整備
- 地域が主体となって取り組むサイクルツーリズムを核とした着地型観光商品の造成促進・体制構築の支援
- サイクルツーリズムに関するシンクタンク機能の強化

2 観光産業集積・地域経済活性化に向けた政策

- しまなみエリアの特性を活かした投資誘致策、健全な競争環境整備に向けた政策の立案・展開
- 県全体への高い経済波及効果の実現に向けた域内循環の仕組みづくり
- しまなみエリアを起点とした県内への送客の仕組みづくり

3 持続可能なエリア振興と環境保全の両立

- 観光振興と環境・文化保全の共存
- 観光振興を起点とした地域への還元

4 エリアマネジメント組織の形成

- しまなみエリア振興のマネジメント組織の形成
- 域内プレイヤーの発掘、連携促進、支援体制の構築

4 ビジョン実現の目標

ビジョン策定から10年後（2030年度）

「愛媛・しまなみ海道地域振興ビジョン」の概要

～サイクルツーリズムを世界ブランドへ～

10年後のしまなみエリアの目指すべき姿

サイクルツーリズムを深化させ、しまなみ海道を世界ブランドに発展させることによって持続的な地域振興を実現！

[3つの方針]

誘客拡大・高付加価値化	誘客効果の波及・経済活性化	継続的な地域振興
1.世界的なサイクルツーリズムブランドへ	2.観光産業を地域経済活性化のリーディング産業へ	3.地域共生型／環境配慮型開発の先進地へ
<p><目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ○世界のサイクリストが「しまなみ海道」を認知 ○特別なサイクルツーリズム訪問地として認識 ○年間を通じ、多くのインバウンド観光客を受け入れ 	<p><目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ○しまなみエリアの観光産業の経済効果が県内経済全体へ波及 ○域内外からの積極的な投資 ○地域の事業者・住民が観光振興による経済活性化を体感 	<p><目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ○域外交流による住民のシビックプライドの醸成 ○交流から関係・定住人口拡大につなげる仕組みの確立・運用 ○地域社会・自然環境維持に貢献する仕組みの確立・運用

[4つの政策]

1.戦略的・政策横断的な振興政策	2.観光産業集積・地域経済活性化に向けた政策	3.持続可能なエリア振興と環境保全の両立
<p><短期施策></p> <ol style="list-style-type: none"> ①来島海峡大橋(クラウン・ブリッジ)を核としたサイクルツーリズムブランドの形成 ②世界レベルのサイクルツーリズム先進地の形成に向けた観光インフラの整備 ③地域が主体となって取り組むサイクルツーリズムを核とした着地型観光商品の造成促進・体制構築の支援 ④サイクルツーリズムに関するシンクタンク機能の強化 	<p><短期施策></p> <ol style="list-style-type: none"> ①しまなみエリアの特性を活かした投資誘致策、健全な競争環境整備に向けた政策の立案・展開 ②県全体への高い経済波及効果の実現に向けた域内循環の仕組みづくり ③しまなみエリアを起点とした県内への送客の仕組みづくり 	<p><短期施策></p> <ol style="list-style-type: none"> ①観光振興と環境・文化保全の共存 ②観光振興を起点とした地域への還元

4. エリアマネジメント組織の形成

① 行政間での連携体制構築

② 民間プレイヤーのネットワーク化
官民連携プラットフォームの構築

③ 民間主導の組織づくり

現状の課題

- 宿泊施設やアクティビティが少ない（通過型観光地）
- 自転車・手荷物の搬送や公共交通
- 情報の乱立、意識共有・ネットワーク不足
- インバウンド対応の遅れ
- マンパワーの不足、現状維持での取り組み

第3章 ビジョン実現のための「3つの方針」が目指す目標

ビジョン実現のための「3つの方針」が目指す最終的な目標（10年後）と、短期的な目標（3年後）を、次のとおり設定します。

1 世界的なサイクルツーリズムブランドへ（誘客拡大・高付加価値化）

しまなみエリアを、世界のサイクリストが訪れる世界的なサイクルツーリズムの先進地に発展させます。

【最終目標】

- (1) 世界のサイクリストに、しまなみエリアが特別なサイクルツーリズムの訪問地として認知され、ブランドとして定着している。
- (2) 年間を通じ、国内観光客に加え、多くのインバウンド観光客を受け入れている。
- (3) 観光振興に向けて、地域が主体となって継続的に取り組んでいる。

【短期目標】

- (1) 誘客数がコロナ前の水準まで回復している。
- (2) サイクルツーリズムブランドの形成に向けたプランニングに基づき、マーケティング活動が展開されている。
- (3) 官民連携のプラットフォームが構築され、エリアマネジメント¹が機能している。
- (4) 世界のサイクルツーリズム先進地の状況を踏まえてプランニングした具体的な施策が展開され、環境整備が進んでいる。
- (5) 競争優位性²を持って海外の旅行会社やオペレーターと連携できる体制が構築されている。

※海外とコネクションを持った地域コーディネーター³、上質なコンテンツサプライヤー⁴、多言語対応可能な現地ガイド、これらのネットワーク

- (6) ニューノーマル⁵に対応したプロモーションやPRの手法・仕組みを確立している。

¹ エリアマネジメント…地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民、事業者、地権者等による主体的な取り組み

² 競争優位性…国内外の地域に対して観光地としてのブランド力や地域での受入体制が整備されており、集客力や各種観光コンテンツの提供価格等における優位性のこと

³ 地域コーディネーター…地域に精通し、海外旅行会社やランドオペレーター等への対応、交渉が可能な事業者

⁴ コンテンツサプライヤー…観光に関連するコンテンツを供給する体験事業者、宿泊事業者等

⁵ ニューノーマル…新型コロナウイルスの流行を踏まえた「新しい生活様式」に対応した社会の在り方

2 観光産業を地域経済活性化のリーディング産業へ(誘客効果の波及・経済活性化)

しまなみエリアにおける観光産業の集積を進め、地域経済活性化のリーディング産業に発展させます。

【最終目標】

- (1) しまなみエリアにおける観光産業の発展が起点となって経済効果が県全体に波及し、人口減少に伴う内需縮小による経済減退を抑制している。
- (2) しまなみエリアへ地域外から積極的に新規投資が行われている。
- (3) 地域の事業者・住民が、観光振興による地域経済の活性化を体感している。
- (4) 観光産業の発展による税収の増加で、地域の公共サービスが高い水準で維持されている。

【短期目標】

- (1) しまなみエリアへの投資を呼び込むための基礎調査や制度の創設を完了し、的確に運用されている。
- (2) 地域の観光インフラが充実し、コロナ禍による観光産業へのマイナスの影響が緩和されている。

3 地域共生型／環境配慮型開発の先進地へ(持続的な地域振興)

しまなみエリアを、世界的な地域共生型／環境配慮型の観光開発の先進地に発展させます。

【最終目標】

- (1) 地域住民のシビックプライドが醸成されている。
- (2) 観光開発と文化や自然環境を維持するための取組みの両立が図られている。
- (3) しまなみエリアの振興が、交流人口や関係人口の増加につながっている。

【短期目標】

- (1) コロナ禍における生活スタイルや働き方の変化を的確に捉え、しまなみエリアの特性を活かしたワーケーション⁶の誘致拡大など、交流人口や関係人口の増加につなげるための仕組みが構築されている。
- (2) しまなみエリア版GSTC-D⁷について検討し、方向性を明確化している。

⁶ ワーケーション…「Work(仕事)」と「Vacation(休暇)」を組み合わせた造語であり、観光地等の普段とは異なる場所でリモートワークを活用し働きながら休暇を取る過ごし方

⁷ GSTC-D…Global Sustainable Tourism Criteria for Destination。世界観光機構(UNWTO)において整備された持続可能な観光のための国際指標。なお、観光庁においては、GSTC-Dをベースに「日本版持続可能な観光ガイドライン」(JSTS-D)を整備

第4章 ビジョン実現のための「4つの政策」の具体的な施策

ビジョン実現のための「3つの方針」が目指す目標の達成に向けた「4つの政策」と、今後3年間で取り組む短期的な施策は次のとおりです。

1 戦略的・政策横断的な振興政策

しまなみエリアのブランドを確立するため、世界レベルのサイクルツーリズム先進地の形成に向けたインフラ整備、戦略的なマーケティングに取り組みます。

また、地域が主体となって継続的に取組みを進めていくための意識醸成を図るとともに、地域の意欲的な活動を支援します。

さらに、都市開発や交通など、他の政策との連携を見据えた柔軟性のある政策展開に努めます。

(1) 「来島海峡大橋（クラウンブリッジ）」を核としたサイクルツーリズムブランドの形成

<施策の方向性>

- ①効果的・効率的なマーケティングに向けた情報の集約、リサーチ機能の強化（新規調査の企画・実施、観光市場動向に関するモニタリング等）
- ②観光ICT・情報統合化システムの導入検討・推進
- ③国内外に向けたマーケティングやプロモーションの戦略を企画立案する機能の強化、関係者の連携による推進体制の拡充
- ④国内外に向けた戦略的なブランディングプランの策定・実行、関係者の連携による推進体制の拡充

<短期的施策>

I 「来島海峡大橋（クラウンブリッジ）」＝しまなみブランド化

- 観光消費額の拡大に向けて、インバウンド富裕層など、世界市場におけるターゲットを明確化したインフラ整備やコンテンツ造成
- 5Gしまなみロードムービー、モニュメント、キャッチコピー等を活用した情報発信・プロモーション
- 「しまなみコンシェルジュ（魅力発信）」機能を発揮するアプリの導入

II サイクリングポータルサイト「CYCLING EHIME」の進化、デジタルマネジメント力・情報発信力の強化

- しまなみエリア情報の充実、県内での誘客強化、OTA⁸・宿泊予約サイ

⁸ OTA…Online Travel Agent の略。オンライン上で取引を行う旅行会社

- トとの連携強化による実需創出を図るためのサイトの構築
- 民間事業者によるサイト運営（民間事業者へ移譲）の検討
 - ニューノーマルに対応したデジタルコンテンツの拡充、実際の来訪につながる効果的な情報を発信するための仕組みの構築

(2) 世界レベルのサイクルツーリズム先進地形成に向けた観光インフラの整備

<施策の方向性>

- ①世界レベルのサイクルツーリズム先進地を基準としたインフラ整備
- ②先端テクノロジーの導入による受入環境の強化
- ③アドベンチャートラベル(AT)⁹市場の開拓に向けた体制構築
- ④都市開発とサイクルツーリズム環境の整備が連動した政策展開(スマートシティ政策等)
- ⑤交通政策と連動したMaaS導入に向けた検討
- ⑥観光政策と移住政策との連携強化

<短期的施策>

I Local to Locals¹⁰ インバウンドシェアの検討

- 国内他地域（北海道等）の長期滞在型のインバウンド富裕層をリピーターとして獲得するためのシェアシステムの検討

II 「しまなみ版MaaS¹¹」の導入に向けた検討

- 「しまなみ版MaaS」の導入に関する事前調査・分析、実証実験等の実施と実装化に向けた検討（観光客の移動の最適化だけではなく、過疎化等に伴う地域の交通課題にも資する仕組み）
- 地域住民も利用できる交通結節点へのシェアサイクル導入の検討
- 上記の各種実証実験やシェアサイクル導入の検討等におけるICT事業者（包括連携協定事業者等）との連携

III 運送事業者等と連携した荷物配送システムの実証実験

- レンタサイクルの広域乗捨てシステム導入に向けた実証実験（尾道～今治～松山）

⁹ アドベンチャートラベル(AT)…Adventure Travel。自然・アクティビティ・文化体験の3つのうち2つ以上で構成される旅行

¹⁰ Local to Locals…地方と地方が都市やマスマーケットを介さず、安全に配慮した地方の磨き上げを行い、それぞれの地方の価値、強みを相互に理解し、ハイレベルのブランドを創出すること

¹¹ MaaS…Mobility as a Service の略。多種多様な交通サービスを、需要に応じて利用できる一つの移動サービスに統合すること。例えば、スマートフォンやアプリ等を活用し、地域住民や旅行者一人ひとりのトリップ単位（人がある目的を持って、ある地点からある地点へ移動する単位）での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外のサービスを最適に組み合わせる検索・予約・決済等を一括で行うサービス

○しまなみエリアにおける手荷物集配システム導入に向けた実証実験

(3) サイクルツーリズムを核とした地域が主体となった着地型観光商品の造成促進・体制構築支援

<施策の方向性>

- ①地域における観光人材の育成や、観光コンテンツの拡充に対する支援の強化（既存コンテンツのブラッシュアップ、新規コンテンツの造成）
- ②地域における主体的・継続的な取組みを推進するための体制構築
- ③競争優位性を持って海外の旅行会社やオペレーターと連携できる受入・オペレーション体制の構築

<短期的施策>

I 観光コンテンツの造成支援・ブラッシュアップ、販売促進

- 高付加価値型の新規コンテンツの造成支援
- 既存コンテンツのブラッシュアップと販売促進(高品質化とPR)

II 世界市場で競争優位性を持った受入体制の構築とオペレーション機能の強化

- 海外の旅行会社やオペレーターと連携が可能な受入体制の構築
- 競争優位性を持った受入体制を構築するための地域連携ネットワークの構築

III 世界市場で競争優位性を持ったエリアコーディネート機能の強化

- 海外の旅行会社やオペレーターとの人脈を形成できる地域コーディネーター(※)の育成・誘致、活動の支援
※地域に精通しており、観光事業者やガイドと連携して旅程の構築・提案、外国語でのガイディングの補助等ができる人物・法人

IV 世界標準のガイド育成の支援

- 上記の施策と連動し、多言語対応が可能で、高いホスピタリティ・ガイディングスキルを持つ世界標準のガイドの育成

(4) サイクルツーリズムに関するシンクタンク機能の強化

<施策の方向性>

- ①地域にある資源の発掘、モニタリング、評価機能の強化
- ②サイクルツーリズムを核にしたアドベンチャートラベル協会(ATTA : Adventure Travel Trade Association)との連携
- ③県・市町等による政策立案、提言、評価機能の強化

<短期的施策>

I 世界のサイクルツーリズムやしまなみエリアの地域資源に関する研究、マーケティング戦略の立案、政策評価体制の構築

○産学官連携による研究機関の設置検討（大学やDMO等で構成）

II 最先端観光ICTの導入に向けた調査・分析、実証実験等の実施

2 観光産業集積・地域経済活性化に向けた政策

観光産業をしまなみエリアの地域経済を活性化するための最重要産業と位置付け、地域への観光産業の集積を狙った政策を展開します。

更に、地域内の基幹産業である一次産業や二次産業の振興とのリンクの創出にも重点的に取り組みます。

(1) しまなみエリアの特性を活かした投資誘致策、健全な競争環境整備に向けた政策の立案・展開

<施策の方向性>

- ①民間事業者へのプロモーション・誘致活動の展開
- ②税制の優遇制度や各種助成制度の活用

<短期的施策>

I. 宿泊施設、アクティビティ事業者の誘致活動

- 不動産協会や宅地建物取引業協会等との連携の強化
- 観光産業の集積につながる政策展開に向けた民間事業者との連携

II 税制の優遇制度や各種助成制度の活用・検討

- 地域未来投資促進法¹²に基づく税制優遇、ローカル 10000 プロジェクト¹³等
- 新たな税制優遇制度や助成制度の検討、国・民間事業者等の実証実験の実施等

¹² 地域未来投資促進法…地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域の事業者に対する相当の経済的効果を及ぼす「地域経済牽引事業」を促進することを目的とする法律

¹³ ローカル 10000 プロジェクト…産学金官の連携により、地域の資源と資金を活用して、雇用吸収力の大きい地域密着型事業を全国各地で立ち上げるプロジェクト。具体的には、地域金融機関等から融資等を受けて事業化に取り組む民間事業者が、事業化段階で必要となる初期投資費用等について、地方公共団体が助成する経費に対し、地域経済循環創造事業交付金を交付

(2) 県全体への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

<施策の方向性>

- ①地産地消の推進
- ②高付加価値型の観光商品・物産開発に向けた支援
- ③観光コンテンツ造成に向けた異業種連携の支援

<短期的施策>

I 地産地消の推進

- しまなみエリアの宿泊施設や観光事業者のニーズと県内商品のマッチング(宿泊施設における今治タオル、砥部焼の器、県産食材の活用等)

II 産業の現状把握、目指すべき方向性の検討

- しまなみエリアにおける経済活動や産業構造の現状把握、地域経済の活性化策、県全体への波及効果の推定方法の検討等

(3) しまなみエリアを起点とした県内への送客の仕組みづくり

<施策の方向性>

- ①しまなみ広域サイクルツーリズム圏域の構築
- ②しまなみエリアと県内各エリアのDMOや観光関連組織の連携促進、連携企画の造成支援

<短期的施策>

I 域外からの交通結節点との連携強化

- 県外(海外)からの交通結節点であり、自転車でしまなみエリアへのアクセスが容易な松山市、西条市を含む広域サイクルツーリズム圏形成に向けた検討

II 各種DMO、観光関連組織との連携強化

- 愛媛DMO、せとうちDMO、四国ツーリズム創造機構等との機能分担の明確化、ソラヤマいしづち、キタマネジメント等との広域周遊商品の開発

3 持続可能なエリア振興と環境保全の両立

しまなみエリアを含む「瀬戸内国立公園」は、生物多様性に恵まれ、また雄大な景観を有する世界レベルの景勝地であり、最大の観光資源です。

これまで守られてきた自然環境や歴史文化の保全、シビックプライドの醸成、

地域の雇用創出等にも配慮しながら持続可能なエリア振興策を展開します。

(1) 観光振興と環境・文化保全の共存

<施策の方向性>

- ① エリア振興に関連するGSTC-D指標の取組みの推進
- ② 環境・文化保全、景観維持の取組みの推進、仕組みづくり

<短期的施策>

I 今後想定されるオーバーツーリズム¹⁴等への対応

- しまなみエリア版GSTC-Dの方向性の検討
- しまなみエリア版TID(法定分担金制度)¹⁵や観光目的税¹⁶等の導入可能性の検討
- 協力金・分担金・事業収入等による環境保全基金の設置、地域還元制度等の創設等の可能性の検討
- 地域住民参加型のイベント開催等の検討

(2) 観光振興を起点とした地域への還元

<施策の方向性>

- ① 観光振興による関係人口・定住人口の拡大につなげる仕組みづくり
- ② サイクルツーリズムに関する理解促進
- ③ 旅行者に対する地域社会への配慮に関する理解促進
- ④ 観光振興による域内での雇用創出につながる仕組みづくり

<短期的施策>

I 交流人口から関係人口・定住人口拡大への仕組みづくり

- ワーケーション誘致に向けた受入態勢の整備と域内外の民間事業者との連携体制の構築
- ワーケーション・二地域居住・移住等のための空き家の改修、販売に向けた検討

¹⁴ オーバーツーリズム…特定の観光地において、訪問客の著しい増加等が、地域住民の生活や自然環境、景観等に対して受忍限度を超える負の影響をもたらし、観光客の満足度を著しく低下させるような状況

¹⁵ TID…Tourism Improvement District（観光産業改善地区）の略。地域内のTID参加企業が自らの収入に対して一定料率の賦課金を課し、これらを原資とした地域の観光地経営を行っていく仕組み

¹⁶ 観光目的税…地方自治体が使用目的を決めた上で徴収できる「法定外目的税」の一つ

4 エリアマネジメント組織の形成

しまなみエリアには、複数のDMOや観光関連組織が存在し、その一方で、移住者等による地域おこしや観光関連の取組みも積極的に展開されています。

こうしたトップダウンの取組みとボトムアップの取組みをエリア全体でとりまとめしていくエリアマネジメント組織の形成を目指します。

(1) しまなみエリアのマネジメント組織の形成

<目的>

- ①既存組織(地元自治体・DMO等)の意見収集、意見交換の仕組みづくり
- ②本ビジョンの共有、意識醸成の仕組みづくり
- ③地域の状況を把握したエリアマネジメント組織の設立支援・機能強化
- ④エリアマネジメント組織の支援

<短期的施策>

I 地域マネジメントプラットフォームの構築

- しまなみ海道活性化実行委員会やDMO等の既存組織の機能拡充、発展的改組や統合の検討
- 本ビジョンや今治市観光振興計画等の共有、PDCAサイクルの構築
- しまなみエリアの交通政策や移住・定住政策等との調整

II 安定財源の確保と収益事業

- しまなみエリア版TID(法定分担金制度)や観光目的税等の導入可能性の検討(再掲)
- 今治市観光振興計画等に基づくしまなみジャパンの機能強化(安定的な運営資金確保に向けた収益事業の検討など)

(2) 域内プレイヤーの発掘／支援体制の構築(ボトムアップのための仕組みづくり)／域内プレイヤーの連携促進(観光ビジネスエコシステムの形成)

<目的>

- ①域内プレイヤーの発掘・創出、スキルアップに向けた仕組みづくり
- ②域内プレイヤーの意見収集、意見交換の仕組みづくり
- ③域内プレイヤー間の連携強化・ネットワーク化に向けた取組みの展開
- ④域内プレイヤーの事業及び域内プレイヤー間の連携事業に対する支援の仕組みづくり

<短期的施策>

I 域内プレイヤーの発掘、支援体制の構築

- しまなみサイクルツーリズム検討会議メンバー、しまなみエリア体験・観光プログラム作成研修会・交流会メンバー等のネットワーク化

Ⅱ 助成制度の新設

- 移住者による観光関連事業の起業に向けた助成制度の新設

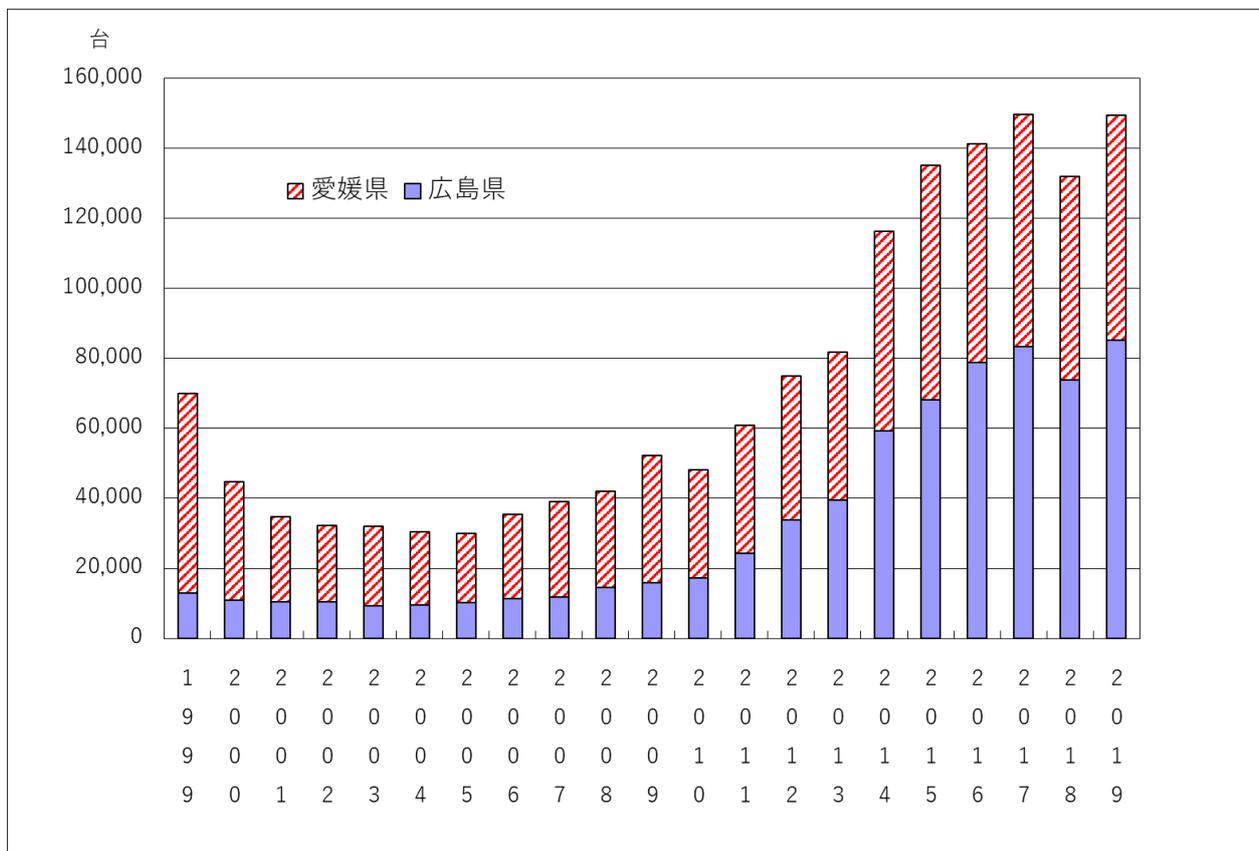
参考資料

1. しまなみ海道レンタサイクル貸出台数
2. しまなみエリア（今治市・上島町）観光入込客数、消費額等
3. アドベンチャートラベル
4. GSTC-D
(Global Sustainable Tourism Criteria for Destination)

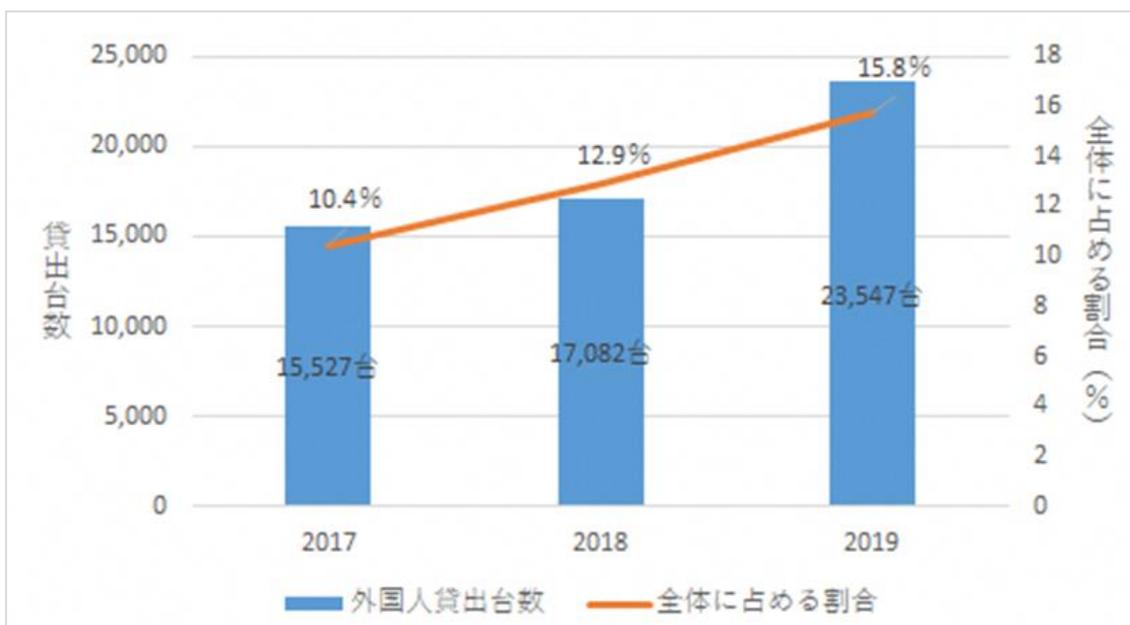
1 しまなみ海道レンタサイクル貸出台数

(1) 貸出台数実績

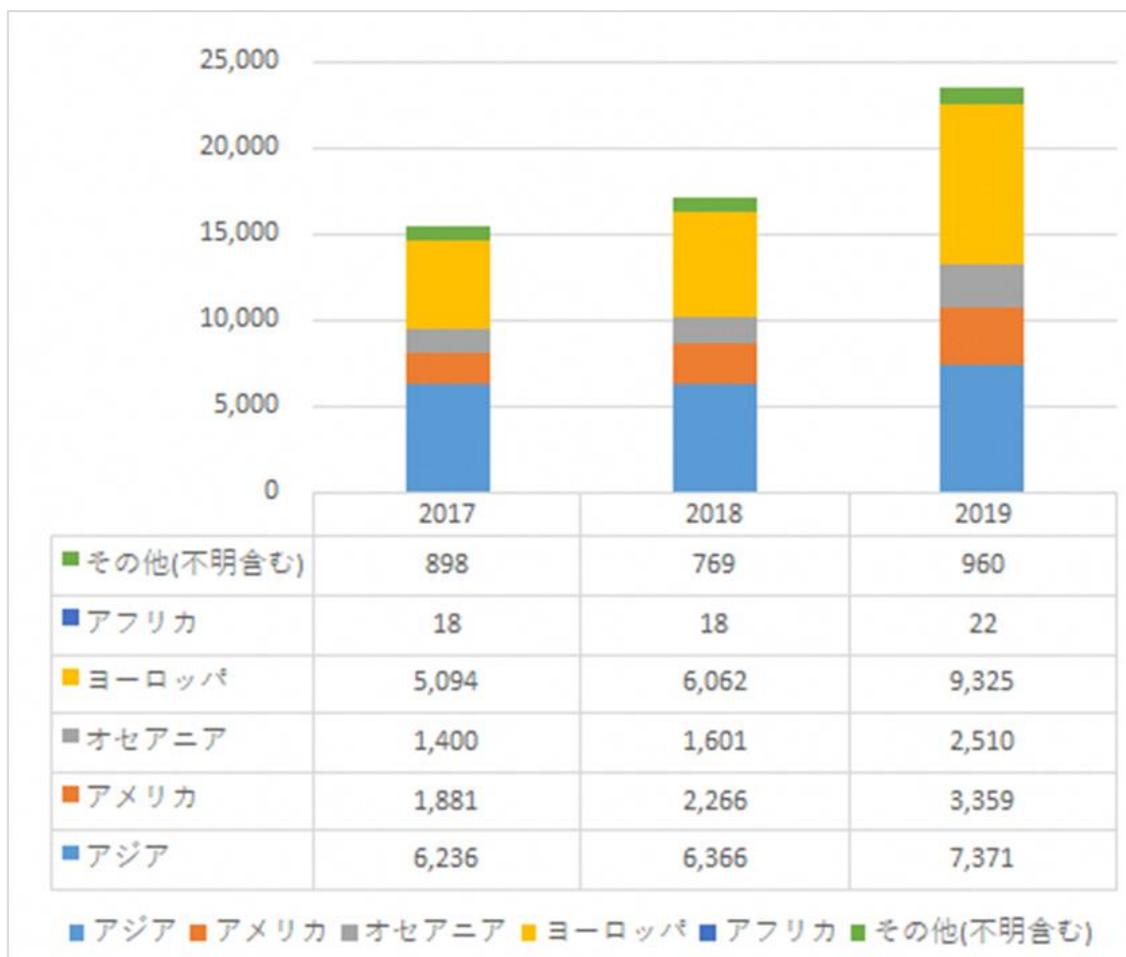
年度	広島県	愛媛県	合計	対前年比
1999	13,000	57,010	70,010	-
2000	10,879	33,929	44,808	64%
2001	10,549	24,257	34,806	78%
2002	10,469	21,693	32,162	92%
2003	9,425	22,522	31,947	99%
2004	9,461	21,016	30,477	95%
2005	10,274	19,622	29,896	98%
2006	11,389	24,089	35,478	119%
2007	11,924	27,110	39,034	110%
2008	14,531	27,395	41,926	107%
2009	15,844	36,335	52,179	124%
2010	17,336	30,842	48,178	92%
2011	24,327	36,622	60,949	127%
2012	33,750	41,122	74,872	123%
2013	39,623	42,228	81,851	109%
2014	59,186	57,117	116,303	142%
2015	68,217	67,012	135,229	116%
2016	78,857	62,348	141,205	104%
2017	83,368	66,372	149,740	106%
2018	73,771	58,304	132,075	88%
2019	85,201	64,164	149,365	113%



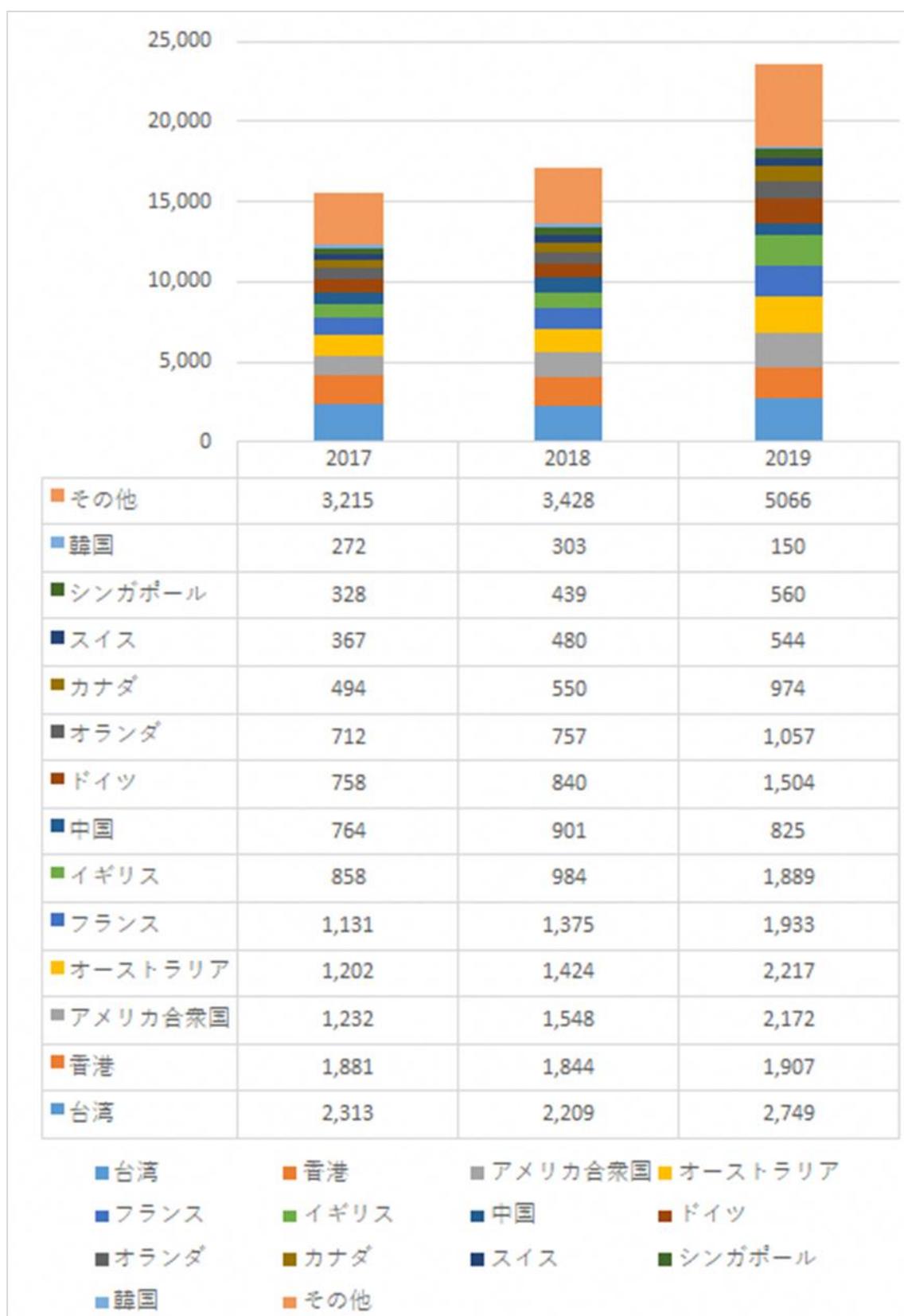
(2) 外国人の貸出台数・全体に占める割合の推移 (2017~2019)



(3) 外国人の貸出台数・地域別推移 (2017~2019)



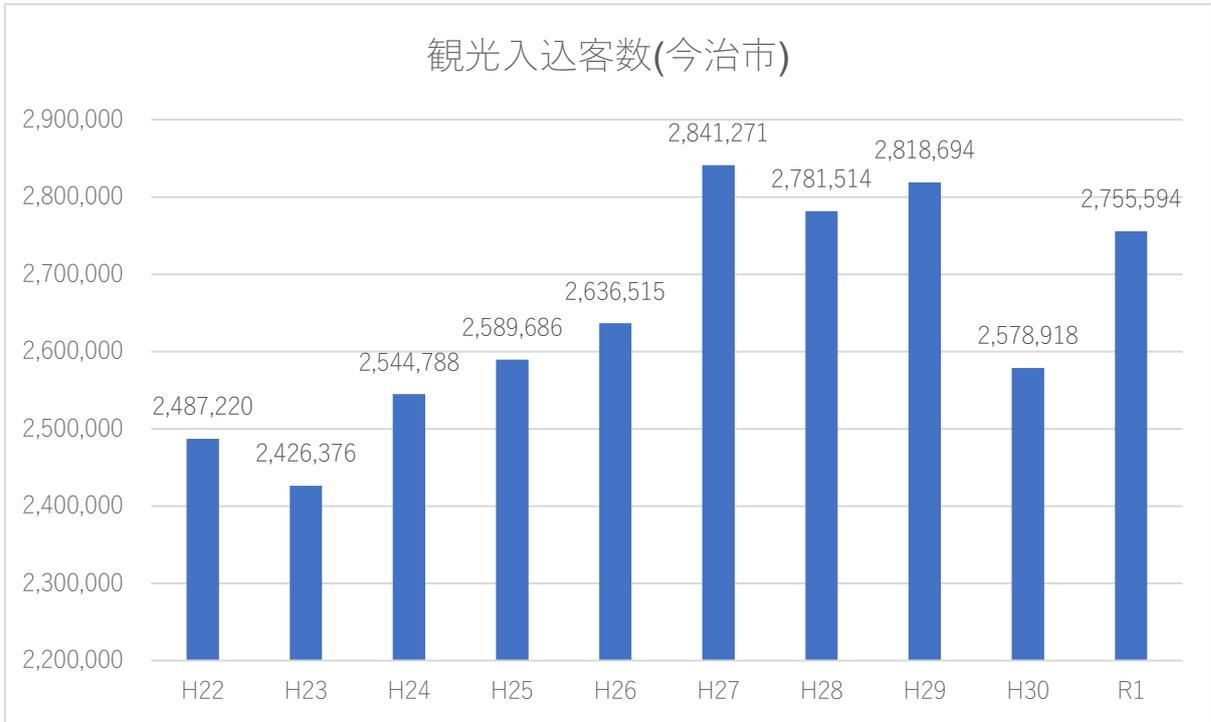
(4) 外国人の貸出台数・国籍別推移 (2017~2019)



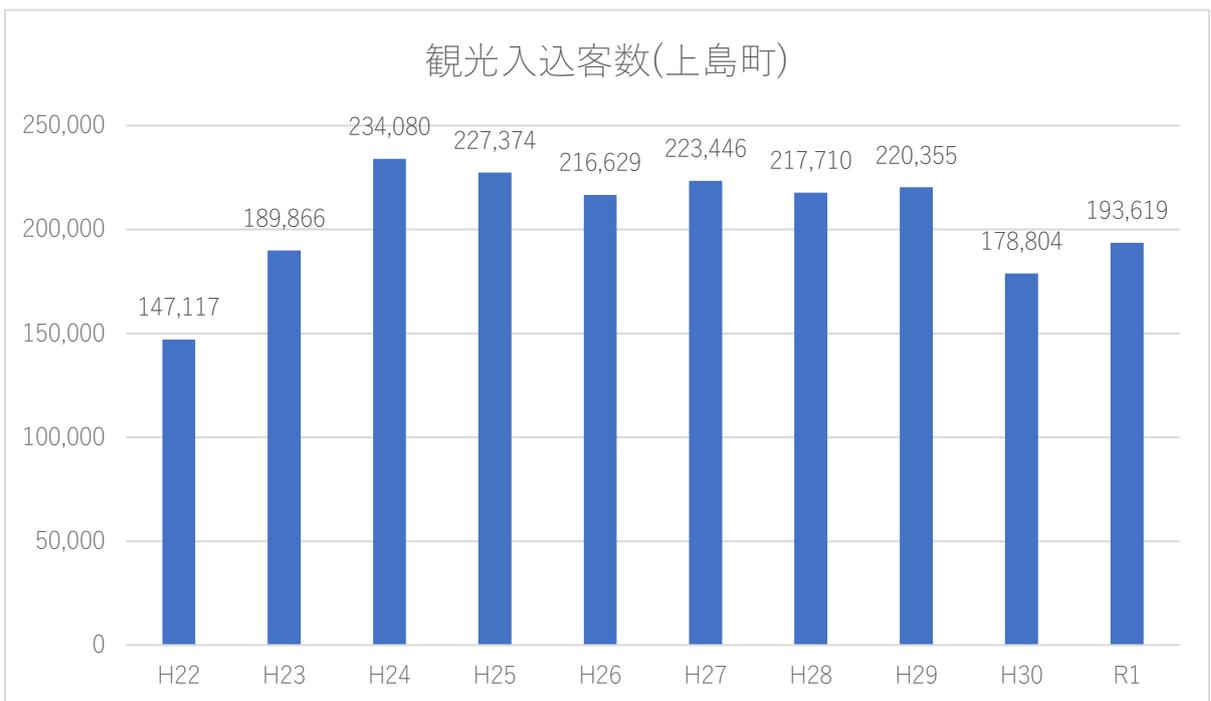
2. しまなみエリア（今治市・上島町）観光入込客数、消費額等

(1) 観光入込客数

単位:人

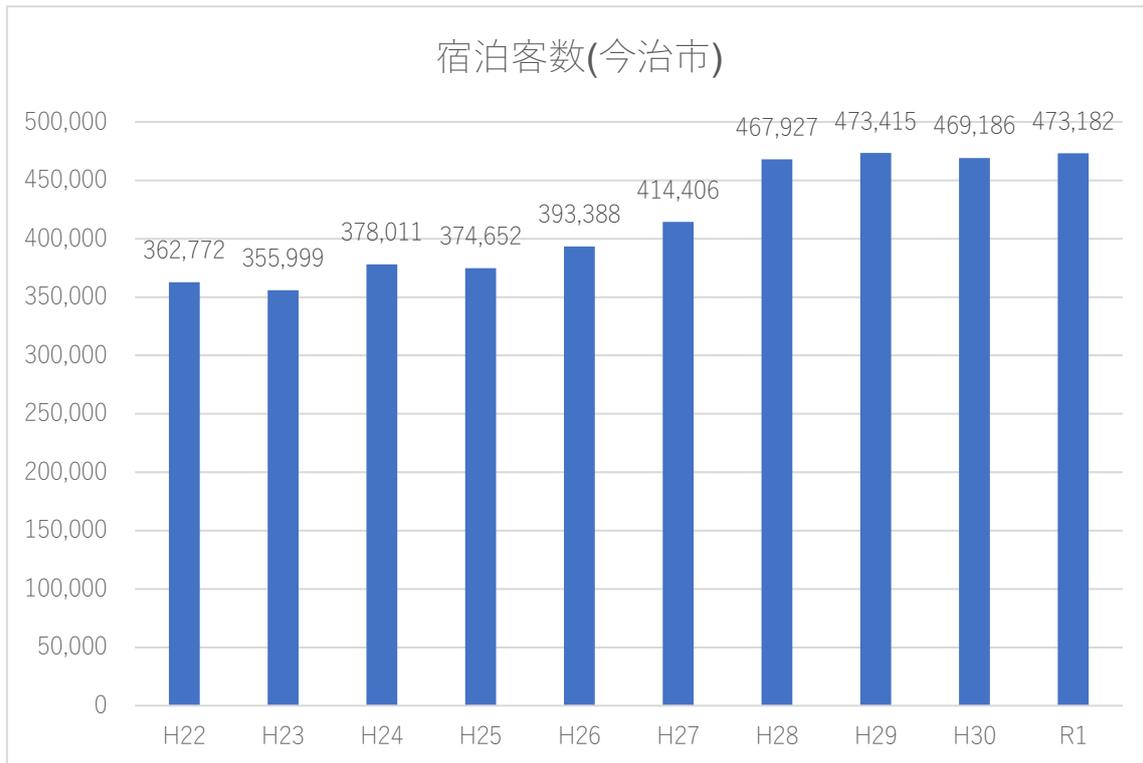


単位:人

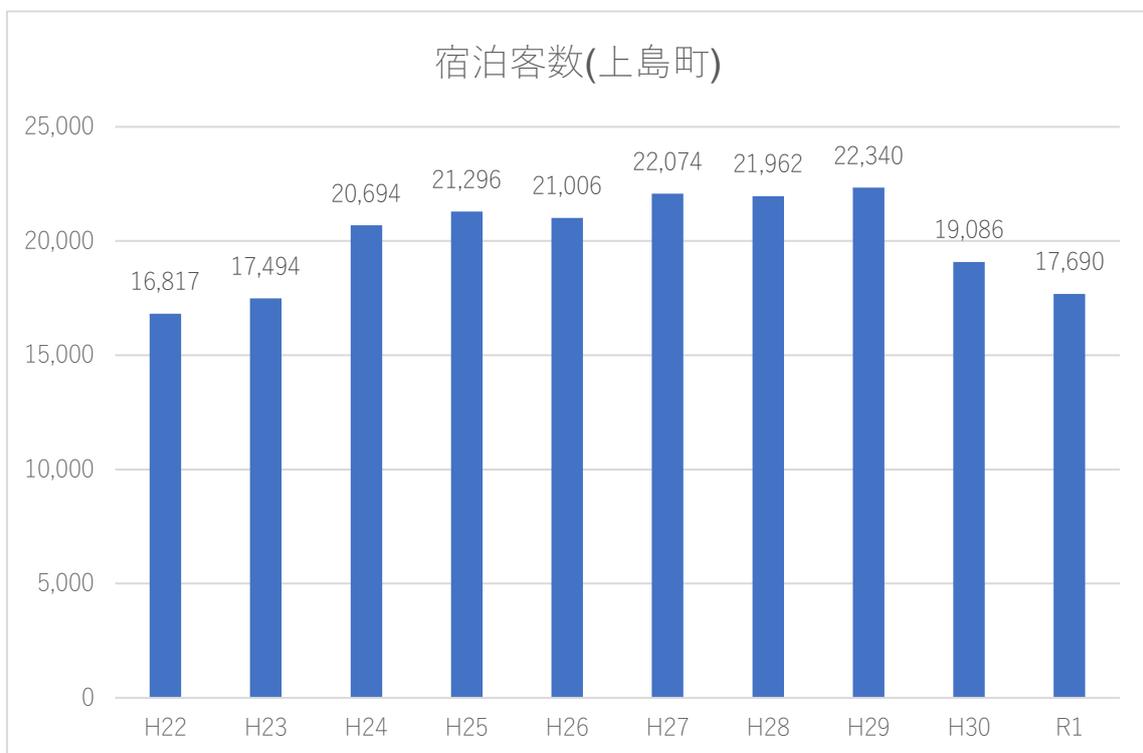


(2) 宿泊客数

単位:人

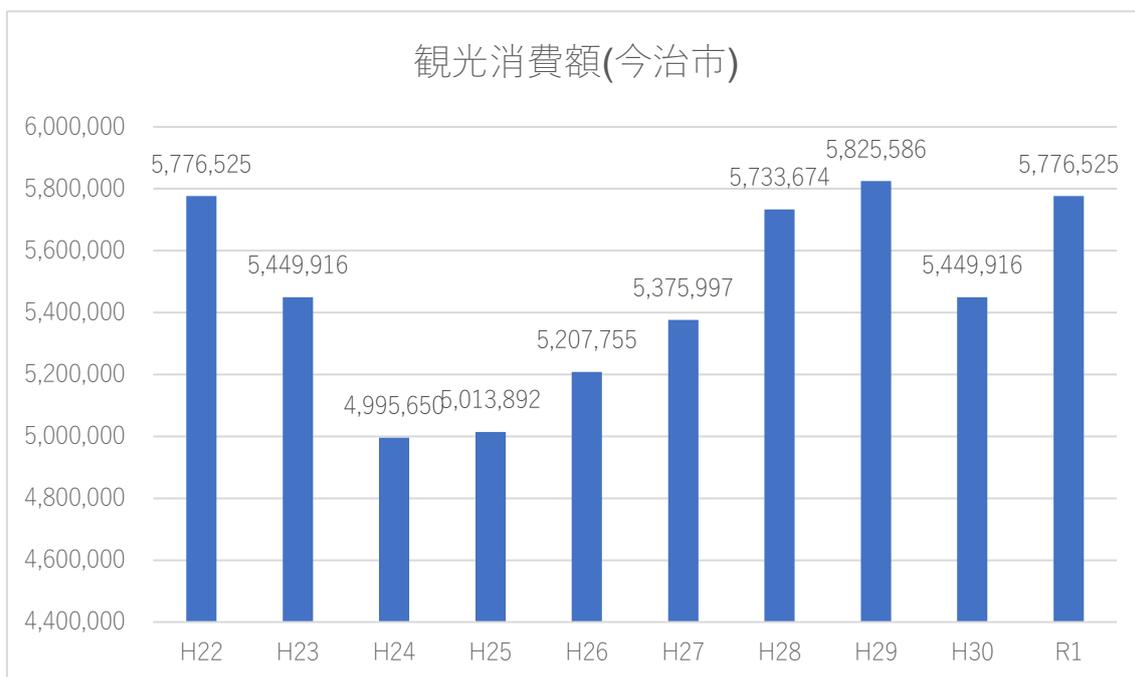


単位:人

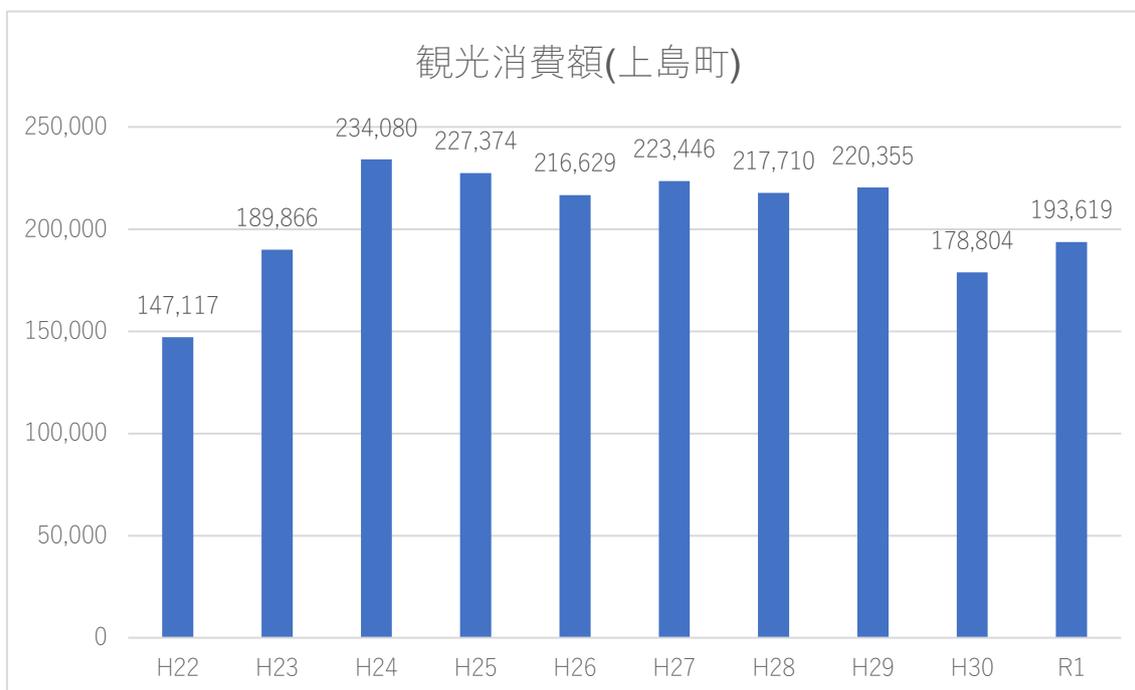


(3) 観光消費額

単位:千円



単位:千円

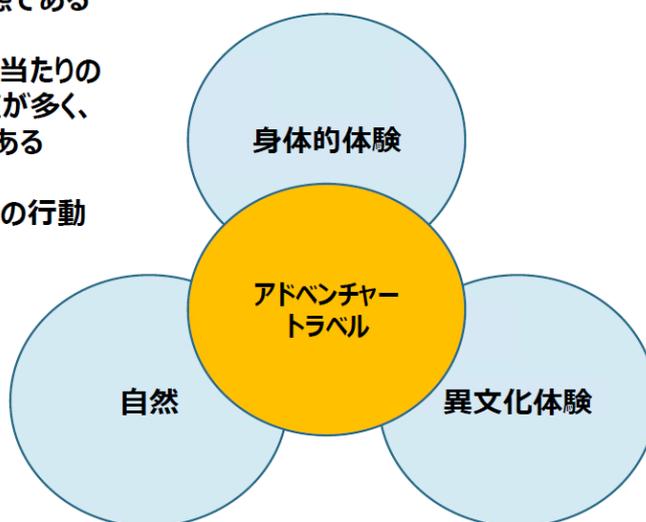


3. アドベンチャートラベル

アドベンチャートラベル（A T）とは



- ・アドベンチャートラベルとは「自然」「異文化体験」「アクティビティ」の3要素のうち、2つ以上を含む旅行形態である
- ・市場規模は欧米を中心に約50兆円とされ一人当たりの平均支出額は訪日外国人の約2倍、長期滞在が多く、教育水準の高く富裕層の割合が大きい市場である
- ・アドベンチャーの意味合いは広く捉えられ旅行者の行動を促すものを指す



(出典：(公社) 北海道観光振興機構 AT 推進本部「アドベンチャートラベル市場への取り組みが地域にもたらす効果と現状の課題について」)

A T市場の特徴について



アドベンチャーツーリズムは、自然や異文化といった軸ではエコツーリズムやグリーンツーリズムと 共通項を持つものの、レジャーとしての「楽しみ」の要素が中核にあるため、旅行者が自らより積極的にお金を費やす魅力があり、市場も拡大していると考えられている。

日本国内における市場規模

	アドベンチャーツーリズム 約1兆円	エコツーリズム 59億円	グリーンツーリズム 43億円
概要	アクティビティ・異文化と自然における「楽しみ」と直結しており、レジャーとしての観光の側面を核に持ち合わせている。	資源の保護 + 観光業の成立 + 地域振興の融合をめざす観光の考え方であり、社会貢献・サステナビリティを重視。	職業体験の要素が中核にあり、それを通して自然や異文化にも触れあうといった観光の側面ももった活動。
構成要素	「アクティビティ」「自然」「異文化体験」のうち2つ以上で構成	「歴史」「自然」「文化」の3要素すべてを満たす必要がある	「農林水産業」「自然」「文化体験」の3要素すべてを満たす必要がある
経済効果	アクティビティにおける各種ギアや、異文化（エンタメ、食を含む）など消費拡大に貢献する要素が含まれており、経済振興に対する期待が大きい。	A Tにおいても重要な要素だが、事業機会の創出や消費拡大へのインパクトは限定的。そのため地域産業や観光事業者への経済振興への寄与はA Tほど大きくない。	

(出典：(公社) 北海道観光振興機構 AT 推進本部「アドベンチャートラベル市場への取り組みが地域にもたらす効果と現状の課題について」)

ATの経済効果について



アドベンチャートラベルの旅行者は一般の旅行者より、地域への経済効果、地域に還元される旅行消費額が大きいと考えられている。その理由は自分自身の内面からの変化や視野の拡大を求めるため、より地域に留まろうとするためである。

MARKET IMPACT (ATTA調べ)

	アドベンチャートラベラー	宿泊旅行者	クルーズ旅行者
1万ドルの経済効果に必要な人数	4人	10人	1人 × 96
地域に還元される旅行消費額	65%	—	14% (マストゥーリズム)
10万ドルで生み出す雇用	1人 × 2.6	—	1人 × 1.5 (マストゥーリズム)

アドベンチャートラベラーはより深く地域（地域のストーリー）を知ろうとする傾向があるため地域での取り組み（メニュー）が多いほど消費と新たな雇用を生み出す可能性を持っている

4

(出典：(公社)北海道観光振興機構 AT 推進本部「アドベンチャートラベル市場への取り組みが地域にもたらす効果と現状の課題について」)

AT市場のキープレーヤーであるATTA



AT市場を牽引しているのはATTA (Adventure Travel Trade Association) であり、このマーケットでは世界最大の組織である。会員事業だけでなくAT市場発展のためトレードショーなどの活動を行っている。



ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION

アドベンチャートラベルの持続的な発展を目標として、様々なネットワークやソリューションの提供を行っていくことを目的とした団体

- 100ヶ国1300会員からなるAT領域最大の協会**
 Adventure Travel Trade Association (以下ATTA)は、1990年に設立された世界最大のアドベンチャーツーリズム組織団体。各国・地域のメディア、政府観光局、観光協会、DMO、ツアーオペレーター、アウトドアメーカー等で構成され、およそ100か国から1300会員を擁する。
- 調査分析、ネットワーキング、データベース構築を実施**
 業界の発展のための各種活動（調査分析・会員間のコネクション構築・データベース構築等）を行っている。UNWTO（国連世界観光機関）と共同でGlobal Report on Adventure Tourismを発行するなど世界で最も権威のあるアドベンチャーツーリズム組織団体として認知されている。
- 良質なAT関連会員向けプロモーション機能を提供**
 またATTAの特筆すべき特徴は、会員専用ウェブ（HUB）上で広報が出来ること、ナショナル・ジオグラフィックやフォーブス誌に関わる一流のライターや写真家、映像作家、BBCなどの放送局関係者などのメディア関係者が多い点である。

ATTAの組織としてのビジネスモデル

会員事業

コンサルティング

トレードショーの開催

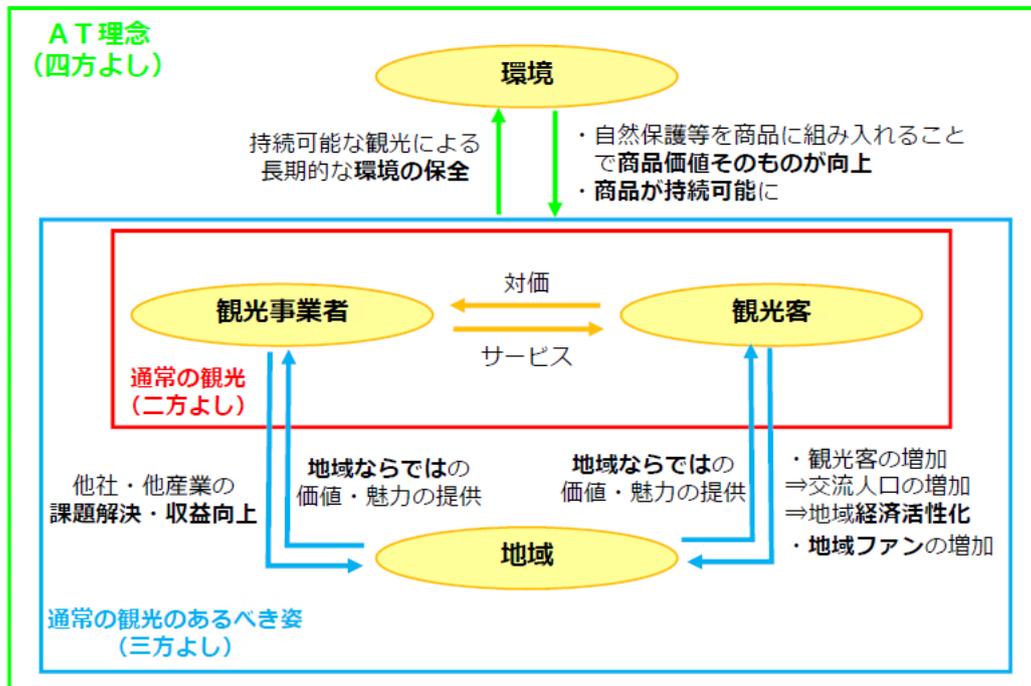
ADVENTURE TRAVEL WORLD SUMMIT

ADVENTURE ELEVATE

ADVENTURE NEXT

(出典：(公社)北海道観光振興機構 AT 推進本部「アドベンチャートラベル市場への取り組みが地域にもたらす効果と現状の課題について」)

四方よし(観光客よし、観光事業者よし、地域よし、環境よし)

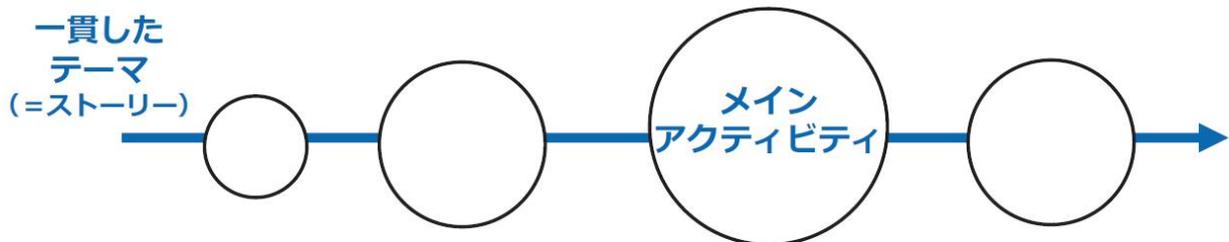


※特にDMOは「四方よし」を実現・マネジメントするために重要な役割を果たす

3

(出典：国土交通省北海道運輸局「北海道 AT 推進・マーケティング戦略」)

アドベンチャートラベラーが求めるコンテンツ



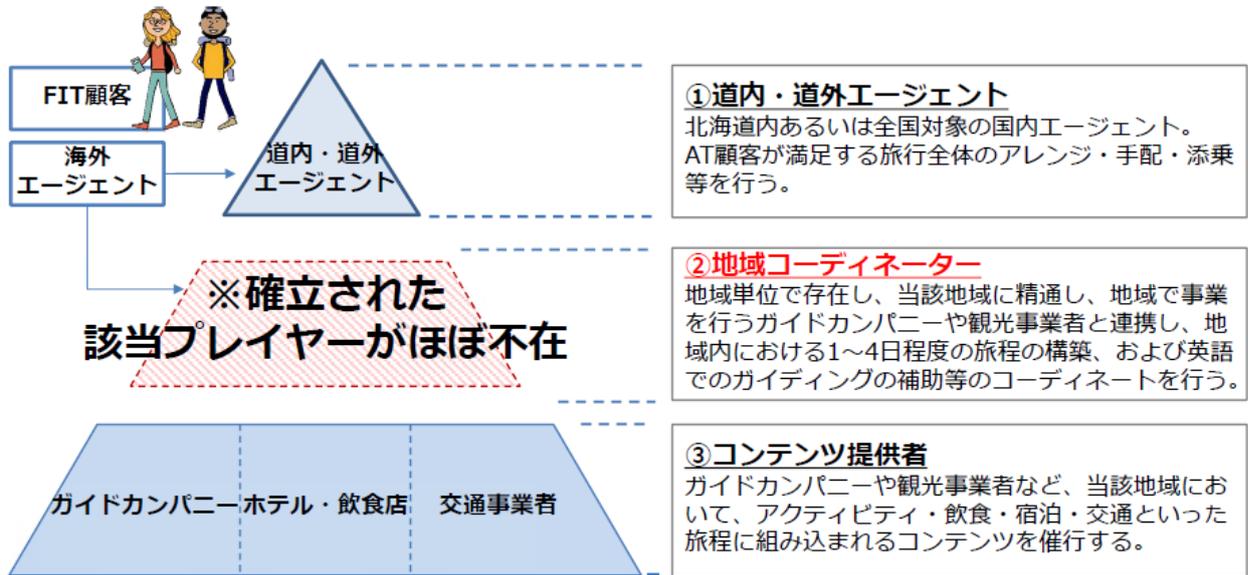
ATTAが提唱する5つの体験価値

ATTAでは、AT旅行の要素としての自然、文化、アクティビティが含まれるという考え方の他に、AT旅行者の体験として、5つの体験価値を提唱している。これらの体験価値が高いコンテンツ/ツアーは、ATとして価値のあるものと見なすことができる。

JTB総合研究所作成「ATコンテンツ作成時の指針」より

- ① Novel and Unique / いままでにないユニークな体験
- ② Transformation / 自己変革
- ③ Wellness / 健康であること
- ④ Challenge / 挑戦
- ⑤ Impact / ローインパクト

(出典：国土交通省北海道運輸局「地域をアドベンチャートラベルでデザインするために」)



(出典：国土交通省北海道運輸局「地域をアドベンチャートラベルでデザインするために」)

地域コーディネーターの生み出す価値

地域ならではのストーリー

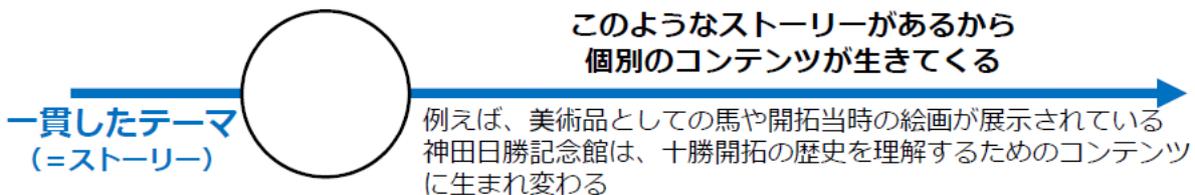
地域ならではの魅力



地域のみなさんだからこそ組み立てることができる価値！！

(例) 十勝のストーリー

「明治16年（1883年）の入植時から始まる十勝開拓の歴史において**林業・農耕のためにばん馬**があり、このおかげで**森を開き、豆や小麦などの農耕ができ、馬と人が密接に関わってきて現在の十勝がある。**」



(出典：国土交通省北海道運輸局「地域をアドベンチャートラベルでデザインするために」)

4. GSTC-D (Global Sustainable Tourism Criteria for Destination)

(2) 「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」のベースとなる国際指標GSTC-D

「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」はグローバル・サステナブル・ツーリズム協議会 (GSTC: Global Sustainable Tourism Council[※]) が開発した国際基準である観光指標をベースとしている。

GSTCは、持続可能な観光の推進と持続可能な観光の国際基準を作ることを目的に、2007年に発足した国際非営利団体である。2008年には観光産業向けの指標 (GSTC-I: Global Sustainable Tourism Criteria for Industry)、2013年には観光地向けの指標 (GSTC-D: Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations、2019年12月に改訂を行い現在はGSTC Destination Criteriaという名称 (略称はGSTC-Dのまま) となっている) を開発し、管理・普及活動を行っている。

GSTC発足以前から世界ではすでに、特定の地域で独自に開発されたものなど、多数の持続可能な観光指標やエコラベル等が存在していたが、GSTCは世界で唯一国連世界観光機関 (UNWTO) の指示の下開発された指標であり、国際連合環境計画 (UNEP) などの国連機関、民間企業、NGOなど世界150以上の団体と連携し、その適切性がモニタリングされている。

GSTC-Dは、国連において、観光地が「最低限順守すべき項目」と位置付けられ、加盟国での順守が求められている。こうした背景を踏まえ、観光庁は、国際基準に準拠した観光指標として「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」を開発するには、GSTC-Dをベースとすることが最適と判断した。

※ GSTC: Global Sustainable Tourism Council
<https://www.gstccouncil.org/>

GSTC-Dの特徴



○ マルチステークホルダーによるビジョンの共有

国連の機関や公共、民間やNGOの各セクターなど、観光に関わる150以上の団体と持続可能な観光ビジョンを共有し、持続可能な観光基準に関して先導的な役割を担う。このため、世界各国・地域との情報共有が可能

○ 基準や指標の柔軟性

社会変化や地域性への対応に積極的に取り組み、多様な観光地からの意見を取り入れながら、継続的に見直しと更新を行っており、内容が時代に適合している

○ 3つの側面 (経済・社会・環境) のバランス重視

UNWTOが提唱する持続可能な観光のトリプルボトムライン「経済・社会・環境」に加え、観光地マネジメントを踏まえたものになっており、総合的なバランスが取れている

○ 汎用性と地域性

多様な文化や地政学的な背景が反映され、世界中の国や地域で適応可能であり、改善策・解決策を提示できる

(出典: 観光庁・UNWTO駐日事務所「日本版持続可能な観光ガイドライン」)