

理事会承認事項

(2) 令和4年度事業計画について

令和3年度は、新型コロナウイルス感染症への対策の切り札として、希望する国民へのワクチン接種が進められた一方で、反転攻勢の開始時期として想定していた東京オリンピック・パラリンピックが、デルタ株など変異株の出現などの影響を受けて無観客開催となるなど感染拡大の影響は長引いている。

データ面からみても、2021年の日本人国内旅行消費額（速報）は9兆1,215億円で、2019年比58.4%減、前年比8.5%減と、さらなる落ち込みが表れている一方、日本人国内旅行消費額のうち、日帰り旅行消費額が2兆2,067億円で、前年比0.2%増となるなど、コロナ禍における新たな旅行形態の発生・増加傾向も窺える。

県内では、前年度に続いて実施された「県内観光周遊促進事業」の開始で年末にかけて回復の兆しが見えたものの、オミクロン株の出現により、令和3年年始から感染が拡大し、観光業界には引き続き苦難の年となった。

現在、ウクライナ侵攻など地政学リスクが顕在化してきているものの、国内では3回目のワクチン接種が順次始まり、感染拡大防止への効果が期待される。

また、四国内では、7月に予定されている全国高等学校総合体育大会のほか、全国的に知名度が高い「瀬戸内国際芸術祭 2022」トリエンナーレなど、集客力の高いイベントが次々と開催される予定である。

本県では、1年延期されていた「えひめ南予きずな博」がいよいよ4月から実施されるほか、7月には「プロ野球マイナビオールスターゲーム」、10月末には、4年ぶりとなる「サイクリングしまなみ 2022」が予定されており、これら大型イベントにより、本格的な旅行需要の回復へとつながることが期待される。

こうした中、愛媛県の観光と物産が一体となってオール愛媛体制で推進するDMO事業は、令和3年6月に1回目の更新手続きを終え、引き続き愛媛DMO推進委員会において関係団体との合意形成を図りながら事業を進めていくこととしており、令和4年度は特に、旅行需要の回復期到来を見据え、前年度から実施してきたWEBマーケティング等デジタルでの情報発信収集等のノウハウを活用した事業を展開することとしている。

併せて物産関係でも、県産品販売の更なる拡大を図るなど、時代の変化やニーズに応じた的確な支援を行い、会員事業者にとって、より身近で信頼される組織となるよう努める。

まず観光関係では、新型コロナウイルスの感染縮小を見極めたうえで、四国内や県内でのイベントを契機とした誘客促進のため、旅行博等にリアル参加するとともに、アンケート調査等を通じて市場調査を行い、より効果的なマーケティング実施につなげる。

また「観光客誘客促進事業費」「都道府県版“Go To トラベル”」等の県の施策展開に協力するとともに、近年関心が高まりつつある、アドベンチャートラベルの県内展開に向けた事業者支援に新規に取り組む。このほか旅行会社とタイアップした販促キャンペーンの実施も予定する。

さらに、インバウンド客受入再開を見据え、オンライン商談会等に積極的に参加するほか、旅行博へのリアル出展、航空会社・旅行会社への訪問なども実施する。

情報発信としては、旅行先に関する情報を得る主要な手段とされるSNS上での情報発信・情報収集に資するため、分析ツールを活用して調査を行うほか、本県の観光地の魅力等の情報発信を継続し、来県見込客の関心を維持・発掘するため、マスメディアやインターネット等様々なチャネルを活用し、魅力ある観光コンテンツ等を広く国内外へPRする。

このほか、コンベンションの開催支援、各関係団体との連携等を継続していく。

次に物産関係では、「えひめ愛顔の観光物産館」の来館者減少や百貨店催事・県内外イベントの中止・縮小など、新型コロナの影響は一定期間継続すると見込まれるが、引き続き感染防止に十分に配慮した運営に努めるとともに、魅力ある商品や食の発掘・育成・周知に努めるほか、情報収集等を積極的に行い、新たな顧客開拓や販路開拓などに取り組むなど、販売戦略を見直し、販売の回復・拡大に努める。

ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」では、魅力あるサイトの整備を継続し、リピート顧客増と新規顧客の獲得に努める。

外商関係は、引き続き県内関係団体・企業への県産品の販売推進に努めるほか、県内外への県産品の販売拡大を図る。

首都圏のアンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」においては、県産品や観光・イベント情報の受発信を行い、販路開拓とともに新商品の提案や会員によるイベントを実施し、県内事業者の育成及び活性化を図る。関西圏では、県大阪事務所と連携し、県人会への販売やイベントの開催、物産展への参加等を通じて販売拡大を図る。

令和4年度においても、長引くコロナ禍からの県産品の販売回復を図るため、県及び会員の方々と十分連携しながら、観光事業と物産事業を相互に連携させ、より一体的で効果的かつ戦略的な事業を推進する。

各種事業の概要は、次のとおりである。

観光関係事業

I 愛媛DMO事業

1 運営方針

愛媛県全域を対象とする「地域連携DMO」である愛媛DMOの運営に当たっては、各地域との強固な連携のもと観光・物産振興の拠点として、また、営業・誘客活動、旅行商品企画・受入体制整備等を強力に推進していくとともに、大阪・関西万博を見据え計画的な施策を推進するための中期的なアクションプランを策定する。

各種事業の実施に際しては、観光客動向等にかかる各種データの収集・分析等を基に進める。

- 中期的に取り組むアクションプランの策定
- 推進委員会及び各地域に密着した地域別推進チームの開催

2 観光誘客等推進

愛媛DMOの運営に必要な人材を継続確保し、旅行需要の動向を見極めながら時宜をとらえた旅行会社への営業・誘客活動等を展開する。

当面は、県の「県内観光促進事業」や「都道府県版“Go Toトラベル”」等の施策展開に協力するなど、旅行需要の回復にむけたサポートを進めるほか、旅行会社とタイアップした販促キャンペーンを実施する。

また、デジタル面での取り組みとして、旅行需要の回復に資するよう、デジタル広告等を活用した誘客プロモーションを実施し、県内イベントへの集客につなげるほか、旅行博・商談会等に積極的に出展する。

さらに、近年関心が高まりつつある、アドベンチャートラベルの県内展開に向けた事業者支援に新たに取り組む。

併せて、県内外からの観光相談に適切に対応する等、様々な機会を通じて本県の観光コンテンツ等を広く宣伝する。

- デジタルマーケティングを活用した誘客プロモーションの実施
- 旅行会社へのセールス、情報収集活動の展開
- 旅行会社が企画・販売する募集型企画旅行に対する支援
- 旅行博、旅行商談会等への参加
- 旅行会社とタイアップした販促キャンペーンの実施
- アドベンチャートラベルの県内展開に向けた事業者支援

- ワーケーション誘致への取組み
- 4月から実施される「えひめ南予きずな博」への参画
- 営業用ツール（観光パンフレット、ノベルティグッズ、写真素材等）の拡充 等

また、インバウンドについては、来るべき回復期に向けて、外国人向け体験コンテンツの販売プラットフォームを拡充させるなど、商品露出の機会を高めるとともに、デジタル環境での商談会への出展及び海外誘客プロモーション活動を実施する。

さらに、「えひめ愛顔の観光物産館」内の外国人観光案内所の認定更新に合わせてカテゴリーを見直しグレードアップするとともに、より広域の情報提供を行う。

航空会社や旅行会社への働き掛けについては、県や広域連携DMO等との連携により効率的・効果的に進める。

- 外国人向け体験型コンテンツ企画・販売促進拡充
- 「香港旅行博（ITE）」等の海外の展示会等への積極的な参加
- 外国人観光案内所のカテゴリーの見直し、運営
- 観光国際化研修（愛顔のおもてなし講座）の開催 等

3 旅行商品企画・受入体制整備

旅行需要の回復に向け、造成済みの県内各地域の観光資源を活用した着地型旅行商品の造成について、販売経路を拡大し、確実な売上につなげるほか、受入体制整備に係る研修等を行う。

- 各種旅行商品の販路確保及び販売等
- 造成商品に係るモニターツアーの実施
- おもてなし向上促進に資する研修会（ふるさとふれあい塾（松山商工会議所等と共同開催））の開催
- DMO推進チームの活動を通じた地域の機運醸成や商品のブラッシュアップ 等

4 情報発信

コロナ禍の影響下でも、本県の観光地の魅力等の情報発信を継続し、来県見込客の関心を発掘・維持するため、愛媛県観光ホームページ「いよ観ネット」及び外国語サイト「Visit Ehime Japan」の運営管理を行うとともに、インターネットやSNS等多様な情報ツールにより、魅力ある観光コンテンツ等、ターゲット層を認識したうえで、タイムリーに広く国内外へPRする。

また、令和3年度事業で得られた、しまなみ海道沿線を中心とした国内外の旅行者の人流に関するビッグデータについて、周遊状況や宿泊動向など、さらなる分析を行い、より効果的な情報発信につなげる。

5 観光産業強化支援事業

旅行需要の回復を見据え、地域連携・地域DMOや市町観光協会、各種観光関係団体等が行う観光資源の掘り起こしや観光商品のブラッシュアップをはじめ、商品化・事業化等の取組みを支援するとともに、協会自らが周遊型旅行商品の企画・販売や体験型プログラムの商品開発・販売に取り組むこと等により、本県観光産業を強化する。

- DMO推進チームの活動等を通じた地域人材との連携、地域DMO設立や地域の主体的な取組推進の仕組み作り支援、及び旅行商品造成等を目指した個別議論の深化
- 対象地域の共通するDMO等（（一社）せとうち観光推進機構、（一社）四国ツーリズム創造機構、（一社）しまなみジャパン、（一社）キタ・マネジメント、（一社）八幡浜ふるさと観光公社、（株）ソラヤマいしづち等）との連携

6 物産事業との連携

SNSや商談会等様々な手段や機会を捉え、物産部門と連携のもと情報発信を行うなど、県産品の売り上げ増加等に寄与できるよう、幅広い取組みを進める。

II その他観光事業

1 県内観光誘客促進事業

令和3年度に続き、県が実施する県内観光促進事業の実施にあたっては、県内旅行社や宿泊事業者と連携し、効果的な運用に努める。

2 コンベンション開催支援

愛媛県内でのコンベンションを誘致するため、国際ミーティング・エキスポ等の誘致活動や、コンベンション主催者への助成等を行う。

3 関係団体連携

県内各団体はもとより、四国4県、四国4県観光関係団体や近隣各県等と連携し、愛媛及び四国のイメージアップと入込客の誘致拡大を図る。

- 県内各市町観光物産協会等との連携
 - 県内各市町観光物産協会等との連携を深め、チーム愛媛としての活動推進力をより強めていく。
- （公社）日本観光振興協会との連携
 - （公社）日本観光振興協会が中央事業として実施する国際観光の振興や全国ベースの事業を通じた地域の活性化の事業と連携を深める。
- （公社）日本観光振興協会四国支部との連携
 - 四国4県の観光宣伝、観光客誘致を図るため、四国ブロック広域観光振興事業推進協議会が行う事業に参画する。
 - ・特使制度を活用した訪日台湾教育旅行の誘致、専用HPの立上げ
- 四国観光協会連合との連携
 - 四国観光協会連合（四国4県観光（コンベンション）協会で構成）において、四国各県の情報交換を図るとともに、四国域内の観光交流の活性化等について四国一体となった取組みを進めていく。
 - ・観光PRキャンペーン（各県大型ショッピングモール等で開催）
 - ・「四国おもてなし感激大賞」の継続実施
- 関係団体実施事業への参画
 - ・えひめ南予きずな博実行委員会（R4.4～12月）
 - ・全国高校総体実行委員会広報・報道専門委員会（R4.7～8月）
 - ・サイクリングしまなみ2022実行委員会（R4.10月）
 - ・ねんりんピック愛媛のえひめ2023実行委員会（R5.10月）
 - ・四国観光立県推進愛媛協議会
 - ・南予広域連携観光交流推進協議会（旅南予協議会）
 - ・四国西南地域観光連絡協議会
 - ・しまなみサイクルトレイン利用促進協議会
 - ・愛媛県国際観光テーマ地区推進協議会
 - ・松山空港利用促進協議会
 - ・愛媛・韓国経済観光交流推進協議会
 - ・愛媛県グリーン・ツーリズム推進協議会
 - ・愛媛県自然保護協会
 - ・石鎚山系エコツーリズム推進協議会
 - ・愛媛国際映画祭実行委員会
 - ・愛媛県プロスポーツ地域振興協議会
 - ・産官学連携観光産業振興協議会
 - ・松山市道後温泉活性化計画審議会
 - ・愛媛県地域貿易振興協議会

- ・愛媛マラソン実行委員会
- ・坊っちゃん劇場子ども舞台芸術体験サポートシステム後援会

物産関係事業

I 普及・販路拡大事業

1 「えひめ愛顔の観光物産館」における紹介宣伝及びあつ旋

新型コロナウイルス感染防止に引き続き十分に配慮し、来館者と職員双方の安全を確保しながら運営を行う。

感染緩和・収束を見据え観光客への本県産品の紹介宣伝及びあつ旋による認知度向上と販売拡大に継続して取り組む。

新たなターゲットとして、地元顧客への告知と利便性向上を図り新たな需要を喚起する。

(1) 物産の紹介宣伝及びあつ旋

- 会員の商品展示・販売
- 新商品・話題性の高い商品を集積展示し顧客満足度を高める。
- 新規会員商品の販売や紹介・宣伝も兼ねた特設展示を強化し飽きられない店づくりを推進する。

(2) 物産の販売促進

- 観光客の需要に応じた話題性の高い商品の取り揃えを強化。
- SNS等で告知されている商品を展示に反映させ、感性の高い顧客の満足度の向上を図る。
- 季節に応じた商品の特設コーナーを設け販売する。
特に夏場は涼感のある商品、冬場は柑橘生果など、生産者の顔が見えるよう工夫する。
- 新会員・新商品の集積展示コーナー設置により、飽きさせない、また来てみたいと思わせる魅力ある商品構成の工夫を図る。
- 地産地消の推進として近隣住民も含めた多方面のターゲットに対し自家需要品の販売を行い、満足度と利便性の向上に努め、足腰の強い店舗づくりを目指す。

(3) 観光情報・県産品情報の発信

- コロナ収束後を見据えた観光客集客促進のツールとして空港、駅、港、

ホテル、主要観光施設等におけるチラシ配置を行う。

- デジタルサイネージを活用し、最新の観光・イベント情報・県産品の動画等より、県内観光地や県産品をリアルタイムに宣伝し、誘客に努める。
- インバウンドの復活を見据え、引き続き外国語対応スタッフを配置するとともに、外国語のチラシやPOPの作成を検討し外国人観光客の利便性向上を図る。

(4) 安全・安心への取組み

- 来館者の自動体温測定器や自動消毒器等は設置済みであるが、引き続き、新型コロナウイルス感染防止の取組みを行う。

2 ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」の運営

「楽天市場」と「Yahoo! Japan ショッピング」に開設している「愛ある愛媛いいよかん」の活用促進を図り、ますます需要が高まるネットショッピングにおける県産品の紹介及び売上拡大を図る。

(1) 利用しやすいECサイトづくり

利用者が必要な情報を得られるよう、検索しやすく利用しやすいネットショップとするため、新商品や「旬」の商品を集中掲載するなど定期的なサイトのメンテナンスを行い、購買意欲を喚起する魅力あるサイトづくりを行う。

(2) 固定客づくり

データ（属性、クリック回数、検索ワードなど）を取得し、調査・分析等を行い、サイトの改良等につなげていく。

新規商品や季節商品など特設ページの開設やテーマ性のあるキャンペーンの展開（中元・歳暮時期等に合わせたセット商品の開発や割引クーポンの発行など）により魅力あるサイトづくりに努め、リピーターを増加させる。

また、SNS等による情報発信を行い、魅力ある商品を選定し掲載することにより、リピーターづくりを推進する。

(3) 新規顧客の開拓

期間限定のキャンペーンや時宜を得た効果的な広告を実施するなどにより新規顧客の開拓を図る。さらに、県の進めるデジタルマーケティングを活用した県産品販売促進事業とも連携し、サイトの知名度向上と新規顧客獲得を推進する。

3 県産品の紹介・販路拡大事業

新型コロナウイルスの影響による社会環境の変化に対応した、新しい商談・営業スタイルの確立及び販売手法の実践により新たな顧客や販路の開拓に取り組み、県産品の普及・啓発を促進する。

- (1) 県内企業、団体等への営業活動を継続して行うことにより、県内消費の拡大にも取り組み、県産品の更なる販売推進を図る。また、県産品のPRと地産地消による情報発信を図る。
- (2) ふるさと納税の共通返礼品の充実を図ることにより、県内外への県産品の販売促進を図る。
- (3) 新型コロナウイルス感染症の収束状況を見極めつつ、県民文化会館や県武道館等で開催される全国的な展示会や各種イベントに出展する。

II 県外における紹介・宣伝及びあつ旋

県外大都市圏における販売については、新型コロナウイルスの影響によりアンテナショップの売上減少や百貨店等での物産展の中止等大きな打撃を受けている。このため、県外における県産品販売の回復・拡大に向けて事業を展開する。

1 「せとうち旬彩館」運営支援

首都圏における販売拠点であるアンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」の運営支援を引き続き行うとともに、愛媛県産品や観光・イベント情報の受発信を行い、販路開拓とともに地場産業の育成及び活性化を図る。また、新商品や新会員の出展に積極的に取り組む。さらに、イベントコーナーにおける対面販売についても、広く会員に出展を呼びかけ、特産品の販売拡大を図る。

- アンテナショップ機能（物産・観光）の強化
- 首都圏消費者ニーズ等の把握と情報のフィードバック
- 店舗内外における県産品の販売拡大の強化
- 県内市町村、団体、生産者等の販売支援

2 大阪物産あつ旋所管理運営

愛媛県大阪事務所との連携のもと、県内事業者の営業活動をサポートするとともに、同所における県内市町の販売会やイベント開催の実施のほか、県人会、物産展、大手企業本社ビルでの県産品販売会などに参加し販売拡大に努める。

また、県人会会員向けに中元・歳暮やその他ギフト好適品を紹介し、県産

品の利用促進を図る。

3 県外物産展の開催等

新型コロナウイルス感染拡大の影響で開催中止や縮小とになった百貨店や量販店などのフェアや物産展については、再開に向けての情報収集や交渉を行い、食品や工芸品などの優れた県産品を各地の消費者へ販売する場を提供することにより、一層の販路拡大を支援するとともに、引き続き県営業本部と連携し、東北・北越・東海地域や新規開催店の開拓を行い、販路拡大を図る。県外催事の開催に当たっては、観光ポスター掲示やパンフレット配布、メディア露出等により観光情報を発信し、物産と観光両面から、本県の知名度向上を図る。

また、県内においては、一昨年度から取り組んでいる地元商業施設での物産展をさらに進化させ、県産品のPRと地産地消による情報発信を図る。新たな取組みとして、大規模や商談展示会などへの出展支援や、流通関係者との個別商談会を開催し、県内事業者の販路拡大に向けて、商社的な役割を担っていく。

4 商品開発支援

変化する市場ニーズ（ライフスタイルの変化や環境配慮など）に対応した製品の開発・改良を促進する。会員により新たに生産された原材料と、会員である加工事業者をマッチングするなど新商品の開発支援を行うとともに、販売先の開拓にも取り組む。

首都圏等の大消費地に向けた高付加価値化商品の開発・改良について、百貨店バイヤーをはじめとする流通関係の専門家や消費者との意見交換会の場を設けるとともに、マーケティング視点で実践的なアドバイスを行い、取組みをサポートすることで、県産品の価値を高める。併せて、開発・改良された商品については、各種展示会等を通じて支援する。

さらに、食品衛生の専門家による講座やセミナー等を開催するほか、食品表示等安全性向上に関する専門家アドバイスやテスト販売によって商品のブラッシュアップを支援し、県産品の安全・安心を高め信頼性向上に努める。

5 県支部の活動促進

東京支部（県東京事務所）、大阪支部（県大阪事務所）と連携を密にし、情報収集と販路拡大を促進する。

Ⅲ その他県産品の紹介宣伝等

えひめ愛フード推進機構との連携を図り、県産品紹介あつ旋のための事業参加を行う。

Ⅳ 業務運営の効率化

業務内容や費用対効果を検討の上、収益の拡大と業務の外部委託や経費節約意識を徹底し、経費の節減を図る。