

県計画とDMOアクションプランの関係

愛媛県第3期観光振興基本計画 R5～9年度(5か年間)

基本戦略をミッショ
ンとして落とし込み

愛媛DMO中期アクションプラン R5～7年度(3か年間)

○基本戦略(政策の3本柱)

- (1) 来訪の動機となる愛媛のブランド化と受入体制の整備
- (2) 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き上げと域内流動・消費行動の促進
- (3) SDGsの達成に貢献する持続可能な観光地づくりの推進

○愛媛DMOのミッション

- (1) 愛媛ブランド(オンリーワン愛媛)の確立
- (2) ターゲットを明確にしたディスティネーションマーケティング
- (3) 旅行者への伴走型支援
- (4) 持続可能な観光地経営のためのエリアマネジメント
- (5) DMOとしての機能・体制の強化

○4つの施策

- (1) 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
- (2) 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
- (3) 将来にわたる持続可能な地域の形成に向けた観光施策
- (4) 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

○施策に基づくDMO戦略(一部抜粋)

- ・サイクリング、四国遍路等トップコンテンツの磨き上げ
- ・「地酒」「釣り体験」「名湯」など統一テーマでのグループ化による情報発信力強化
- ・データエビデンスに基づくターゲット国・エリアの絞り込みと誘客アプローチ など
- ・「生業(なりわい)」「食」「人」にフォーカスした観光資源化
- ・モノづくり企業での生産体験を取り入れた観光商品の造成
- ・観光×物産による新規需要の創出(新規物産開発と旅行商品化) など
- ・観光ニーズの変化に対応した人材(ガイド等)の育成
- ・住民主役の観光振興に向けた機運醸成
- ・持続可能な観光地域づくりGSTC-Dの認証取得支援 など
- ・DMO(観光地域づくりの司令塔)としての機能・体制の強化
- ・県内市町、観光団体、事業者等との連携強化 など

○将来到達目標

- 【KGI】 観光消費額
- 【KPI】 外国人宿泊客数・宿泊客数
県外観光入込客数・観光入込客数
- 【活動指標】 **県関与観光消費額**

愛媛DMOが、県関
与観光消費額の2
割を生み出すこと
を目標とする。

○KPI

- 【観光】
 - ◆県HP(いよかんネット、VisitEhime)の表示回数、ユーザー数
 - ◆**着地型旅行商品の利用者数、売上金額**
 - ◆**パンフレット助成による誘客者数**
- 【物産】
 - ◆店舗、Eコマース、レジ通過者数、売上前数・金額