

愛媛DMO中期アクションプラン 施策体系一覧

ミッション① 愛媛ブランド（オンリーワン愛媛）の確立

戦略① トップ・コンテンツ(体験型)を更に磨き上げる

- ◆ サイクリストの聖地「しまなみ海道サイクリング」
- ◆ 世界遺産登録を目指す「四国遍路体験」
- ◆ 西日本最高峰に挑む「石鎚登山」

戦略② 統一テーマで観光資源をグループ化し、愛媛の“特徴・魅力”を強く打ち出す

- ◆ 豊富な地酒「日本酒の隠れ里」（東予七蔵 等）
- ◆ ダイナミックな海釣り体験（南予・宇和海）
- ◆ アクセスの良いスキー場（中・東予山間部）
- ◆ 瀬戸内を眺望できるゴルフ場（松山周辺）
- ◆ 名湯の里（伊予の三湯：道後・鈍川・本谷温泉）
- ◆ その他、歴史、花見、街道、匠、アート、癒し など

戦略③ 「生業」、「食」、「人」にフォーカスした新たな観光資源を生み出す

- ◆ 水産養殖業の“餌やり”“養殖マグロ”の一本釣り等をテーマとした観光商品
- ◆ モノづくり企業の工場見学（生産体験）、地域の「食」資源にスポットを当てた観光商品
- ◆ 日本の伝統文化を体感できるインバウンド向け観光商品
- ◆ 地域の魅力を“よそ者”が語る体験・交流型旅行商品 など

戦略④ インバウンド富裕層をターゲットとした誘客コンテンツを強化する

- ◆ 「しまなみ海道サイクリング」「四国遍路」「石鎚登山」「地酒」「海釣り体験」「水産養殖」「伝統工芸」等のコンテンツのブラッシュアップ
- ◆ 特別な体験が得られるアクティビティの開発（ユニーク・ベニュー等）
- ◆ 地場の高付加価値な食材等を活用したグルメツアー など

ミッション③ 旅行者への伴走型支援

戦略① タビマエ、タビナカの情報発信を強化する

- ◆ HPやSNS等の特性を使い分けたタビマエ情報提供機能の強化
- ◆ コンテンツの多言語化の促進やAIを活用した24時間対応体制の構築
- ◆ スキマ時間にも対応できる体験コンテンツの充実
- ◆ 宿泊施設や観光案内所等と連携したタビナカ情報発信
- ◆ 近隣県を訪問するインバウンドを対象とした誘客アプローチ

戦略② 一人一人に最適化した観光情報を提供する

- ◆ One to One マーケティングによる愛媛ファンの創出
- ◆ DXを活用した「おすすめ周遊プラン」の自動生成

戦略③ タビアトを狙ったプロモーション戦略を展開する

- ◆ 再訪促進に向けたリターゲティング・プロモーション
- ◆ 後追い消費促進に向けたプロモーション
- ◆ 愛媛ファンをターゲットにしたデジタル県民づくり

ミッション② ターゲットを明確にしたディステーションマーケティング

戦略① 旅行者の移動・消費データからターゲット国・エリアを絞り込む

- ◆ データエビデンスに基づくターゲットエリアの選定

	国内	海外
既存ターゲット	首都圏、関西圏、中国・四国	台湾、韓国、中国、香港
新規ターゲット	東北、九州（北部）	ベトナム他、東南アジア 欧州、米国、豪州

戦略② ターゲット国・エリアの特性に応じた誘客アプローチを行う

- ◆ マーケット特徴の把握 ◆ 旅行者の動向の把握 ◆ 旅行者の嗜好性分析

戦略③ 着地型旅行商品の訴求力と販売力を強化する

- ◆ 旅行会社、OTAと連携した売れる着地型商品の造成（マーケットインの導入）
- ◆ テーマ（サイクリング、歴史、食）毎にストーリー化した商品造成
- ◆ 愛媛DMOによる旅行商品直販システムの構築

戦略④ ディステーションマーケティング/マネジメントを展開する

- ◆ 愛媛観光DMPを活用したターゲット国・エリア毎のプロモーション
- ◆ データ収集・分析機能の強化による顧客動向の変化の把握

ミッション④ 持続可能な観光のためのエリアマネジメント

戦略① 県内の市町、観光団体、事業者等との連携を強化する

- ◆ 地域ニーズや課題の共有と対応策の検討
- ◆ 広域周遊型旅行商品造成に向けた協業体制の構築

戦略② 観光ニーズの変化に対応した人材育成を強化する

- ◆ 観光関連事業者や県内自治体への情報提供機会の充実
- ◆ 専門性を有するガイド養成と活用場の提供

戦略③ 県内事業者の収益機会を確保する

- ◆ 県内旅行商品の販路拡大
- ◆ 観光×物産による新規需要の創出

戦略④ 観光地域づくりを通じて県民のシビックプライドを向上させる

- ◆ 住民主役の観光振興に向けた機運醸成
- ◆ 持続可能な観光地づくりGSTC-Dの認証取得に向けた支援

戦略⑤ 県内消費拡大のための広域周遊のしくみづくりに取り組む

- ◆ 地域DMO等との連携による県内周遊の促進
- ◆ 広域連携DMOとの連携による瀬戸内・四国内周遊の促進
- ◆ 広域サイクルツーリズム圏域(GSE)での周遊促進

DMOとしての機能・体制の強化

- ①観光地域づくり司令塔としての機能強化に向けた基本的考え方
- ②安定した財政基盤の確立
- ③観光と物産の総合力の発揮

3段階の目標

「愛媛ファンの開拓」
⇒「交流人口の拡大」
⇒「持続的に儲かる観光産業の育成」