

一般社団法人 愛媛県観光物産協会
【愛媛 DMO】

中期アクションプラン

2023 年（令和 5 年）3 月

目 次

	頁
1. 計画の性格	1
2. 計画期間	1
3. 観光誘客の現状	1
4. コロナ禍での環境変化	2
(1) 観光者数の変化（量的変化）	2
(2) 観光動態の変化（質的变化）	3
5. 観光振興に向けた今後の動向	3
6. 第3期愛媛県観光振興基本計画（上位計画）のポイント	4
7. 愛媛 DMO のミッション	7
(1) 愛媛ブランド（オンリーワン愛媛）の確立	7
(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	7
(3) 旅行者への伴走型支援	7
(4) 持続可能な観光地経営のためのエリアマネジメント	8
8. ミッション実現に向けた戦略	8
(1) 愛媛ブランド（オンリーワン愛媛）の確立	8
戦略①トップ・コンテンツ（体験型）を更に磨き上げる	8
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	8
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	9
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	10
(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	11
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	11
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	11
戦略③着地型旅行商品の訴求力と販売力を強化する	13
戦略④ディスティネーションマーケティング/マネジメントを展開する	13
(3) 旅行者への伴走型支援	14
戦略①タビマエ、タビナカの情報発信を強化する	14
戦略②一人一人に最適化した観光情報を提供する	14
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	15
(4) 持続可能な観光地経営のためのエリアマネジメント	15
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	15
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	15
戦略③県内事業者の収益機会を確保する	16
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	16
戦略⑤県内消費拡大のための広域周遊の仕組みづくりに取り組む	17
9. DMO としての機能・体制の強化	18
(1) 観光地域づくりの司令塔としての機能強化に向けた基本的な考え方	18
(2) 安定した財政基盤の確立	18
(3) 観光と物産の総合力の発揮	18
10. 2025 年に向けたロードマップと KPI	19