

## 令和5年度事業計画について

令和2年から長く続いた新型コロナウイルス感染症は、我が国でも本年5月に2類相当から5類へ見直されることとなり、今後はウイルスと付き合いながら経済を回していく「ウィズコロナ」時代にシフトすることとなった。

そのような中、観光分野ではいち早く旅行需要回復のための取組みが行われ、昨年4月から8月まで愛媛県独自で実施された県内宿泊割引「新みきゃん割」や、その後10月から全国に拡大された全国旅行支援及びインバウンド水際対策の大幅緩和により、観光客の動きもコロナ禍前に近い状態に戻ってきている。

データ面からは、観光庁の令和4年速報値によると、日本人及び外国人の延べ宿泊者数（全体）は、4億5,397万人泊でコロナ前の令和元年と比較するとまだ2割ほど少ないものの、対令和3年比では42.9%増加しており、顕著な回復傾向が見られる。

一方でコロナ禍を経て観光のスタイルにも大きな変化が見られた。国内では人ごみを避けたアウトドアブームが起り、スマートフォンとSNSによる個人での情報取得が定着するなど、団体旅行から、より趣味嗜好に基づく少人数や個人旅行へのシフトが加速した。また、海外では欧米豪を中心に自然・文化・体験が融合したアドベンチャーツーリズムが流行するなど、旅先として選ばれるためには持続可能性も重要なキーワードとなっている。

本県の観光を取り巻く環境も変化しており、DMOとして対応・解決すべき課題も多様化・複雑化している。コロナ、DX、価値観、ライフスタイルの変化等により交流人口拡大やインバウンドの受入のためには県内はもとより、県外近隣県との広域連携がより一層重要となっている。

今後、愛媛県の観光業界が地域間競争に勝ち残っていくため、令和7年の大阪・関西万博をインバウンド呼び込みの大きなチャンスと捉えた展開を行うとともに、国内誘客向けには、10月末に予定されている「ねんりんピック愛媛のえひめ2023」など、県外から大勢の方が来県する機会も逃さず愛媛の魅力を発信し旅行需要の回復へとつなげることが重要である。

こうした中、県が4年度に改定した第3期愛媛県観光振興基本計画で、今後の活動指標として県観光関連関与額を、元年の4億円から9年に10億円へと引き上げる目標を設定したところであり、愛媛DMOとしても目標、事業実施に向けたプロセスを共有するための3カ年の中期アクションプラン（行動計画）を策定したところである。今後は、県内の観光物産振興に向けてDMOとして戦略的に各種取組みを進めていく。

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、4年度に策定した中期アクションプランに基づき、3カ年の目標達成に向け、旅行商品企画・受入体制整備、営業・誘客活動、情報発信等を強力に推進していくとともに、大阪・関西万博も見据え、インバウンドの愛媛への誘客策にも取り組む。

商品企画・受入体制整備については、愛媛の次代の観光業界を支える人材の育成に取り組むとともに、新たな試みとして、旅行会社とタイアップしたマーケットインの商品造成のほか、ユニークベニユーの活用策にも取り組む。

また、本格回復が期待されるインバウンド向けには、海外から旅行先として選ばれるよう、近年、欧米豪の富裕層中心に関心が高まるアドベンチャーツーリズムのガイド育成や商品化をはじめとした高付加価値な旅行商品の造成のほか、新たに、各団体等の持続可能な観光地づくりに係る支援に取り組むなど、観光客から選ばれる観光地づくりを意識し、確実な誘客につなげる。

営業・誘客については、リアルとオンラインを組み合わせた旅行会社への営業・誘客活動に加え、直販システムの導入と拡充やデジタルツールを活用した体験商品の販売促進にも新たにに取り組む。

情報発信では、多様な情報ツールにより、魅力ある観光コンテンツ等を、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するなど、旅行先に愛媛を選んでもらえるよう、タビマエ・ナカ・アト毎に求められる情報発信強化に取り組む。

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。

次に物産関係としては、「えひめ愛顔の観光物産館」では、アフターコロナ期における経済活動の正常化に伴い、引き続き感染症防止に留意しつつ、観光客の更なる誘客促進を図るとともに、業界の情報収集を積極的に行い新商品や話題性の高い商品の展示販売等による更なる売上拡大を目指すほか、キャッシュレス決済への対応などによる利用者の利便性の向上に取り組む。

ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」では、魅力あるサイトへの整備を継続しながら、新規商品、季節商品の随時募集や商品の登録数、同梱できる商品数を増加し、売上拡大を図るとともに、イベントに合わせてクーポンを継続的に発行しリピーターを増やすほか、SNS、メルマガ等による情報発信を行い、新規顧客の獲得に努める

外商関係では、県内企業・団体等への営業活動を継続して行うとともに、ふる

さと納税返礼品の充実などにより、受注増加を図るとともに、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。

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うとともに、新商品の提案や会員によるイベントを実施し、県産品の販路開拓とともに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。

また、愛媛県と連携をとりながら、県外百貨店や量販店での催事やイベントを通じて県産品の販売促進と販路拡大に取り組むとともに、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。加えて、大手商社主催の見本市・商談会への参加や商品提案など、商社を通じた県産品の販売促進・販路拡大に取り組む。

令和5年度においても、愛媛県及び会員事業者と十分連携しながら、県産品の販売促進はもとより新規会員の開拓や新商品の発掘・開発にも積極的に取り組み、物産事業と観光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 DMOの運営等

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、4年度に策定した中期アクションプランに基づき、高付加価値な旅行商品の造成や、直販システムの導入、タビマエ・ナカ・アト毎に求められる情報発信をはじめとした、旅行商品企画・受入体制整備、営業・誘客活動を強力に推進していくとともに、大阪・関西万博も見据え、インバウンド、特に欧米豪の愛媛への誘客策にも取り組む。

各種事業の実施に際しては、国補助金も積極的に活用していくとともに、観光客動向等にかかる各種データエビデンスも活用しながら進める。

また、観光・物産振興の牽引役として、愛媛の次代の観光業界を支える観光人材や、ガイド人材の育成に継続して取り組むとともに、旅行需要の回復を見据え、広域連携・地域連携・地域DMOや市町観光協会、各種観光関係団体等各地域との強固な連携のもと、引き続き、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ことにより、本県観光産業を強化し、儲かる観光の実現を目指す。

○観光人材養成講座の開催

○DMO推進チームの活動等を通じた地域人材との連携・育成、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、（株）ソラヤマいしづち、（一社）キタ・マネジメント、（一社）八幡浜ふるさと観光公社、（一社）佐田岬観光公社 等）との連携 等

#### 2 旅行商品企画・受入体制整備

国内向けでは、旅行需要の回復に合わせ、協会造成の旅行商品と宿泊施設を組み合わせた宿泊プラン商品の拡充・販売や、新たな取組みとして、旅行会社とタイアップしたマーケットインの商品造成のほか、地域の担い手として活動する熱量を持った方との連携による旅行商品開発や、ユニークベニューの活用策にも取り組む。

また、インバウンド向けには、海外から旅行先として選ばれるよう、近年欧米豪の富裕層中心に関心が高まるアドベンチャーツーリズムのガイド育成や商品化をはじめ、県内4大アクティビティやトップコンテンツを活用した新たな高付加価値旅行商品の造成を行うほか、新たに、各団体等の持続可能な観光地づくりに係る（JSTS-Dの認証取得）支援に取り組むなど、観光客から選ばれる観光地づくりを意識し、確実な売上につなげる。

この他、えひめ愛顔の観光物産館に設置の外国人観光案内所を継続運営し、来訪者への情報提供にも努める。

- 旅行会社とタイアップしたマーケットインの商品造成
- 愛媛愛と熱量のある県民との連携による旅行商品開発
- ユニークベニユーの活用
- アドベンチャーツーリズムのガイド育成と商品化
- 新たな高付加価値旅行商品の造成
- 日本版持続可能な観光ガイドラン（JSTS-D）認証取得支援
- 外国人観光案内所の継続運営 等

### 3 営業・誘客活動

愛媛DMOの運営に必要な人材を継続確保しつつ、ウィズコロナ時代に沿って、旅行会社への営業・誘客活動をリアルとオンラインを柔軟に組み合わせ展開するほか、旅行博・商談会等へも積極的に出展する。

この他、旅行会社作成パンフレットへの助成や、ファムトリップも継続して実施する。

また、新たな試みとして、協会で旅行商品を直販できるよう販売システムを導入・拡充するほか、デジタルツールを活用した体験商品の販売促進に取り組む。

- 旅行会社へのセールス、情報収集活動の展開
- 旅行博、旅行商談会等への参加
- 旅行会社が企画・販売する募集型企画旅行に対する助成
- ファムトリップの実施
- 直販システムの導入・拡充
- デジタルツールを活用した誘客プロモーションの実施 等

今後の回復が期待されるインバウンドについては、マグロの一本釣り体験等の高付加価値商品の販売に加え、近隣県に入ってくる欧米豪観光客をターゲットにタビマエでの情報発信や、二次交通との連携による愛媛への誘客にも取り組む。

更に、国や関係機関と連携し、しまなみ海道から後背地への広域周遊化を目的に、サイクリングを核に、しまなみ海道エリア及び周辺エリアに特化した事業を展開し、インバウンドを中心とした富裕層旅行者の誘致に取り組む。

この他、航空会社や旅行会社への働き掛けや、海外旅行博・商談会についても、県や広域連携DMO等との連携により積極的・効果的に進める。

- 外国人向け高付加価値商品の販売
- ターゲットを定めた誘客促進
- 広域サイクルツーリズム圏域「グレーターしまなみ・えひめ」に係る事業推進
- 海外ターゲットエリアの旅行博・商談会等への積極的な参加 等

#### 4 情報発信

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を、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することで、旅行先に愛媛を選んでもらえるよう、タビマエ・ナカ・アトの情報発信強化に取り組む。

特に、タビマエでは、近隣県へ入ってくる欧米豪の愛媛への誘客を促す情報発信、タビナカでは、滞在中に選択可能な体験メニューの情報発信、タビアトでは、次回誘客や物産品のプロモーションに係る情報発信を強化する。

- 県公式観光ホームページの運営管理
- インターネット、SNS等を活用したタビマエ・ナカ・アトの情報発信
- 欧米豪向けタビマエ情報発信 等

## II その他観光事業

### 1 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。

### 2 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  
同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 等
- 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。
  - ・事務局運営（R4～5年度）
  - ・「四国おもてなし感激大賞」の継続実施 等
- 関係団体実施事業への参画
  - ・ねんりんピック愛媛のえひめ2023実行委員会（R5.10月開催）
  - ・第76回全国植樹祭愛媛県準備委員会（R8春開催）
  - ・四国観光立県推進愛媛協議会
  - ・愛媛県国際観光テーマ地区推進協議会
  - ・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
  - ・グレーターしまなみ・えひめ推進協議会
  - ・愛媛県自転車新文化推進協会
  - ・松山空港利用促進協議会
  - ・松山港クルーズ振興会
  - ・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
  - ・えひめ愛フード推進機構
  - ・愛媛県自然保護協会
  - ・愛媛県石鎚山系エコツーリズム推進協議会
  - ・愛媛県プロスポーツ地域振興協議会
  - ・愛媛県新幹線導入促進期成同盟会
  - ・産官学連携観光産業振興協議会
  - ・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 等

## 物産関係事業

### I 普及・販路拡大事業

#### えひめ愛顔の観光物産館

##### 1 「えひめ愛顔の観光物産館」における紹介宣伝及びあっ旋

新型コロナウイルスの終息を見据え観光誘客の促進に努めるとともに、県産品の紹介宣伝及びあっ旋を行う。

##### (1) 物産の紹介宣伝及びあっ旋

- 新商品や話題性の高い商品を集結・展示し、顧客満足度の向上を図る。
- 道の駅とも連携しつつ、個別市町の物産を集結した「市町フェア」を企画し、観光地の紹介・宣伝も兼ねた特設展示を行い、地域物産の販路拡大を図る。

##### (2) 物産の販売促進

- 新商品や季節の「旬」コーナー等を展開し、新鮮な情報提供と売上拡大に取り組む。
- 多様化する利用者ニーズを把握し、商品構成及び展示方法に反映させ利用者の満足度向上を図るとともに、多様化するキャッシュレス決済への対応や近隣駐車場と連携した駐車料金サービスの提供など、利便性の向上による販売促進を図る。
- 外国人観光客の増加に対応し、外国人のニーズを踏まえた商品展示や紹介方法に努める。

##### (3) 観光情報・県産品情報の発信

- 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し県内の観光スポット等の紹介・PRを行う。

##### (4) 安全・安心への取組み

- 食品衛生法・食品表示法などの法令の理解と遵守による安全・安心の取組みの徹底を図るとともに、政府や県の示す方針に従いながら当面感染



症防止の取組みを継続する。

## 2 ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」の運営

ECサイトは、コロナ禍によりリアル店舗での売上げが低迷する中、これに代わる県産品の販路として大きな役割を果たしてきたが、コロナ終息後も、県産品の重要な販売手段の一つとして更なる売上拡大が求められることから、季節ごとのフェアや各種イベントに併せた新商品の募集・掲載、効果的なクーポン発行などにより、県産品のPRと販売促進を図る。

### (1) ECサイト掲載商品の見直し

現在掲載中の商品の見直しを図るとともに、新規商品、季節商品を随時募集する。商品の登録数や同梱できる商品数を増やし、売上増加へ繋げる。

### (2) 固定客づくり

購入が多くなるサイトのイベントに合わせてクーポンを継続的に発行し、リピーターを増やす。また、SNS、メルマガ等による情報発信を行う。

### (3) 新規顧客の開拓

実店舗とECサイト両用のチラシ（紙媒体）を観光イベントや県内外での物販時に配布、観光客が来る市内施設へ設置し、新規顧客の開拓を図る。首都圏アンテナショップや物産展等の従来の事業もECとの連動を図ることで相乗効果を高め、より一層の販売拡大を図っていく。

## 3 県産品の紹介・販路拡大事業

アフターコロナ期への移行による経済活動の正常化に伴い、従来からの県内企業・団体等からの受注増加を見込むとともに、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、県内消費の拡大に取り組み、県産品の更なる販売推進を図る。

(2) 「かんきつ定期便」を含むふるさと納税の共通返礼品の充実及び共通返礼品取扱市町の増強により、県内外への県産品の販売促進を図る。

(3) 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へ積極的に出展する。

## 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、経済活動の復活に合わせて、積極的に愛媛県産品販売の回復・拡大や観光・イベント情報の受発信に取り組み、県

製品の販売促進と販路開拓を図る。

#### 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い、県産品の販売促進による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み、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、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、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

県外において愛媛物産品を紹介・宣伝するため、愛媛県と連携をとりながら、百貨店や量販店での催事や各種イベントでの物販に努める。また、県外での販売動向についての情報収集を行い、百貨店や量販店などの販路の新規開拓に積極的に取り組み、地域物産品の販路拡大に努める。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。

#### 4 商社への県産品の紹介・提案の充実強化

愛媛県と連携し県外大手商社主催の見本市や商談会への出展支援や、商社を通じた県産品の販売を促進するため、会員事業者との連絡調整や商品開拓など、商社への県産品の紹介・提案機能の充実強化を図る。

#### 5 商品開発支援

ライフスタイルの変化や環境配慮に対応した製品の開発・改良を促進するため、愛媛県産の原材料と会員加工事業者とのマッチングや、県外大手メーカーと会員事業者とのコラボ商品開発など、新商品の開発支援を行うと

もに、販売先の開拓にも取り組む。

また、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、県外催事等で把握した都市部の顧客の嗜好や動向も考慮しながら、マーケティング視点でより実践的なアドバイスを行い、会員事業者の取組みをサポートすることにより、首都圏等の大消費地に向けた高付加価値商品の開発を図る。

併せて、バイヤーからの市場のニーズや動向に関わる様々な情報の収集を行うとともに、これらの情報を積極的に提供し、商品開発を支援するとともに、開発・改良された商品については、大手商社の商談会や各種展示会等を通じて販路拡大に努める。

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の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、信頼性の向上に努める。

## 6 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。