

令和5年度事業報告

3年以上に及んだコロナ禍における各種規制は段階的に緩和され、令和5年5月8日から感染症法上の「5類」に引き下げられ、社会・経済活動はほぼ平時に戻った。観光分野ではコロナ禍からの反動等もあり、需要は急速に回復しており、特にインバウンドにおいては、歴史的な円安傾向といった背景もあり、日本政府観光局（JNTO）の発表によると、令和6年3月の訪日外客数（推計値）は約308万人で、コロナ禍前の平成31年同月比で11.6%増となり、単月として過去最高を更新するとともに、初めて300万人を突破した。一方で、オーバーツーリズムや観光業界における人材不足等、新たな課題も露呈している。

愛媛県内においても、令和5年3月に定期便の運航を再開したチェジュ航空の松山—ソウル線が、10月29日からは松山空港国際線としては初めてデイリー運航となったほか、韓国LCCエアプサンにより、松山と釜山とを結ぶ初めての定期便が11月10日に就航した。また、令和6年3月6日にはエバー航空による松山—台北線が4年ぶりに再開され、海外からの来客数の更なる増加が見込まれるとともに、松山空港国際線旅客ビルの拡張工事の完成や空港リムジンバス・市内電車での全国交通系ICカードの導入等、官民を挙げて受入体制の整備や利便性向上に向けた取組みが進められている一方、松山圏域に集中する観光客の他の地域への誘客等が重要な課題となっている。

このような状況の中、まず観光部門では、「地域連携DMO」として、県内市町や関係事業者・団体とのネットワークを構築し、地域との協働による誘客コンテンツや旅行商品の造成、ブラッシュアップに努めるとともに、国内・海外への営業・誘客活動や情報発信、外国人受入体制の整備等に積極的に取り組んだ。

具体的には、2階建て「オープントップバス」を活用し、県内の複数の市町の観光スポット等を巡りながら地元のグルメ等も楽しめる複数のバスツアーを企画・販売したほか、内子などの南予を起点に、2次交通手段としてE-bikeとサイクルバスを活用した周遊ツアーの造成、令和4年度に造成した宇和島養殖マグロー本釣り体験商品のブラッシュアップなど、県内周遊型旅行商品の造成やインバウンドの地方誘客を意識した取り組みを行った。

また、国内販路開拓では、愛媛DMO独自商品をエリアごとに造成するとともに、国内旅行会社への営業や商談会への参加はもとより、7月には愛媛DMOとして初めて主催となる商談会を東京で開催し、県内の事業者と首都圏の大手旅行会社との商談の機会を設定するなど、BtoBでの販路開拓を強化した。併せて、令和5年4月から個人旅行者向けに着地型旅行商品等を愛媛県公式観光HP「いよ観ネット」において販売を行っており、協会取扱い旅行商品の販売額は過去最高を2年連続で更新し、「愛媛DMO中期アクションプラン」で設定したKPI（目標額）である11,500千円（令和7年度）を2年前倒しで達成した。

一方、海外向け営業・誘客活動では、松山空港国際線の再開やチャーター便の運航等に併せた航空会社・旅行会社等への訪問・営業活動や、旅行博への出展等に加え、令和6年1月には、訪日リピーターが多い香港において、愛媛DMOが初めて主催する商談会を開催した。また、本格的に再開された台湾からの修学旅行の受入、県と連携したオーストラリアでのプロモーション活動、松山―釜山線就航に併せた釜山広域市観光協会との友好交流協定の締結等を実施した。

その他、次代の観光産業を担う人材の育成講座やアドベンチャーツーリズム専門ガイドの養成、サステナブルツーリズム関連研修等の人材育成に取り組んだほか、「いよ観ネット」及び令和6年3月に全面リニューアルを行った外国語版HP「Visit Ehime Japan」の運営、SNSによる観光コンテンツ等の情報発信、県内でのコンベンション開催に対する補助等を行った。

物産部門についても、県外催事や各種イベントの再開など経済活動は徐々に回復の兆しがみられる一方、燃料・原材料費をはじめとする物価高騰、賃金の上昇など、協会、会員事業者ともに、新たな変化への柔軟な対応が求められている。

こうした中、当協会では、新規エリアでの物産展の開催や、海外向けEC販売の強化、大手商社を通じた卸売機能発揮に向けた活動など、会員事業者の販路開拓・拡大に繋げる取り組みを積極的に行った。

物産観光情報発信拠点である「えひめ愛顔の観光物産館」においては、県内市町の物産展示販売・観光情報発信を行う特別コーナーを設け、月替わりで年間計8市町のフェアを実施し、あわせて、松山デザイナー専門学校生徒が制作したPOPを掲示するなど学校教育支援を兼ねた、店舗一画での新たな取り組みを行った。また、店舗奥の工芸品販売コーナーや店舗内のフローリングの改修など、お客様の好感度向上に繋がる取組みを進め、工芸品の売上拡大に効果が出始めたほか、多様化するキャッシュレス決済など顧客の利便性向上にも適切な対応を行った。集客の多い観光地近くの立地を生かし、デジタルサイネージによる情報提供やパンフレット等の配布、ソーシャルメディアを活用した国内外に向けた情報発信を継続し、県内観光地PRのほか、本県産品の紹介宣伝及びあつ旋による認知度向上・販売拡大に努めた結果、店舗売上は過去最高を達成した。

店舗外での県産品の販売については、経済情勢の回復に合わせて、法人会女性フォーラム愛媛大会やねりんピック等、県内イベントや大会を中心に、規模や参加層に合わせた物産展を開催し、県内外からの来訪者に県産品の紹介と販売を行うとともに、ふるさと納税共通返礼品の充実及び共通返礼品取扱市町の増強などにより、県産品の普及促進を図った。

ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」では、「えひめ愛顔の観光物産館」など常設展示場では展示しきれない県産品を含め幅広く取り扱うとともに、新商品の開拓や特集ページの作成、クーポンの発行などにより、県産品の販売促進に取り組んだ。楽天プラットフォームを活用し、酒、真珠、珈琲、化粧品、食品等55点のラインナップにより、令和4年度から開始した中国JD Mallへの出品に加え、令和5年度はMiau Mall、中国版TikTokへも販路を拡大するなど、海外向け販売にも注力した。

首都圏における情報発信拠点のアンテナショップ「香川・愛媛せとうち旬彩館」では、東京事務所と連携し、商品の発注、支払業務などの運営に協力するとともに、イベントスペース催事への出展希望業者の積極的な募集を行った。コロナ収束による人流・消費の回復、店外販売回数の増加のほか、円安の影響によるインバウンドの急回復などの背景が、売上拡大を後押しした。

大阪支部においても県大阪事務所と連携し、会員事業者への近畿圏の情報提供等を行いながら、大手企業本社ビルでの県産品販売会や県人会への県産品の紹介、事務所店舗における県産スイーツや農産品の限定品販売を実施し、販売促進と販路拡大に努めた。店舗客層・購買商品の傾向から、商品アイテムの展開に幅を持たせるため、店舗内の冷凍品販売什器を1台増設するなど、売上拡大策にも取り組んだ。

県外における物産展等の取組みについては、コロナ禍での販路維持を目的とした積極営業に伴い年間100件超に膨れ上がった県外催事について、会員事業者への収益性や将来性の確保、地域における宣伝効果等の観点から開催適否を検討したうえ、新規開拓24件を加えた前年比約30件減の68件を実施したが、売上で約1,000万円の増、手数料収入で約100万円増といずれも過去最高を達成するなど、効果的・効率的な開催に繋げた。また、秋田県や宮城県（仙台）等の未開拓地域での開催により、愛媛県産品の認知度向上や愛媛県内の観光や文化の紹介・宣伝による観光客の誘致にも努めた。

令和4年度から本格的に開始した大手商社主催の商談会への参加により、商社を通じて全国量販店等への会員事業者の紹介や新商品の提案を行い、商社と取引のない事業者の販路開拓・拡大にも取り組んだ。

新商品開発支援事業として、県立宇和島水産高校と県内企業とのコラボにより開発された缶詰の販売元となり、販売支援を継続して実施中。

さらに、過去に成功を収めた、ゴディバジャパン(株)と(株)一六の再コラボを実現し、新商品開発の調整役として両社との橋渡しを行い「一六タルトチョコレートプレミアム」の販売に繋げ、愛媛の名菓「タルト」の認知度向上にも努めた。

なお、世界的な物価・燃料費の高騰、長引く円安、観光業界における人手不足など厳しい環境が続く中、愛媛DMOの中期アクションプラン（令和4年度末策定）で掲げたKPIについて、当協会造成旅行商品販売額、えひめ愛顔の観光物産館売上金額など主要項目で、当初目標を前倒しで達成したことから、年度末に上方修正を行ったところであり、今後とも、観光と物産両部門を併せ持つ特性を生かした事業運営を着実に推進することとしている。

【観光部門】

I 愛媛DMO事業

1 DMOの運営等

(1) DMOとしての活動

①愛媛DMO推進委員会開催

第1回：12/27（中間報告・書面開催）

第2回：3/14（5年度取組み報告、KPI見直し等）

②「観光人材養成講座」開催

愛媛の次代の観光業界を支える人材の育成を目的に、現地研修等を組み合わせて開催

・第1回

日程：6/22、場所：リジェール松山、参加者数：37名

テーマ：「地域発のコンテンツの造成と磨き上げ」

講師：①クラブツーリズム(株)、②株読売旅行

・第2回 県外先進地視察

日程：8/30～9/1

場所：長崎国際観光コンベンション協会、阿蘇地域振興デザインセンター

参加者数：5団体8人参加（当協会含む）

・特別編（観光庁補助事業活用に向けた勉強会）

勉強会、エリア別協議

日程：10/13、場所：愛媛県水産会館、参加者数：56名

テーマ：「インバウンド誘客等に向けた補助事業の活用」

旅行商品体験

日程：10/14～15、場所：鬼北町・松野町

参加者数：運輸局職員等7名

・第3回 実務研修

日程等：南予：1/30～31、5団体5名参加・東予：2/15～16、4団体5名参加

内容：地域別観光コンテンツ体験、意見交換会

南予：保内町ガイドツアー、マーマレード作り、田力本願ストーリー（雑巾がけ、かまど炊き等）

東予：急流観潮船、島コスづくり、イノシシBBQ、ワーケーション施設宿泊、レモン懐石づくり等

③DMO通信の発行（6/1号、8/1号、10/3号、12/1号、2/1号、4/1号）

(2) 各種データの収集・分析等のマーケティング活動

①観光客満足度調査

・夏季、冬季の年2回、対面アンケート方式、対象地点12箇所

・調査・分析結果を協会HPで公開

②事業者満足度調査

・冬季のみ、WEB回答方式

・対象：協会会員やホテル等約1,000団体

2 国内営業・誘客活動

(1) 旅行会社へのセールス、情報収集活動の展開

- ・5/23 関西地区営業活動 旅行会社5社と商談
- ・6/5～6 関東地区営業活動 旅行会社6社と商談
- ・9/26 関西地区営業活動 旅行会社5社と商談
- ・10/4 東京都内営業活動 旅行会社5社と商談
- ・12/12～14 中国地区営業活動 旅行会社12社と商談
- ・12/19, 21～22 四国地区営業活動 旅行会社9社と商談
- ・1/25～26 九州地区営業活動 旅行会社11社と商談
- ・2/8 東京都内営業活動 旅行会社4社と商談

(2) 旅行博、旅行商談会等への参加

- ・5/22 JR 四国観光商品説明会 (大阪) ※協会旅行商品等説明
 - ・6/8 阪急交通社国内旅行推進協力会 中・四国支部商談会 (高知) 15回商談
 - ・7/21 瀬戸内・松山ツーリズム推進会議主催説明会・商談会 (松山) 13回商談
 - ・7/28 愛媛観光プロモーション&商談会(東京)※愛媛 DMO 主催 (7団体が7社と商談)
 - ・8/30 KNT-CT パートナーズ会四国連合会商談会 (松山) 5回商談
 - ・9/27 四ツ一創主催 四国観光商談会 (大阪) 6回商談
 - ・10/5 " 四国観光商談会 (東京) 12回商談
 - ・10/18 JR 西日本観光素材説明会 (大阪) ※オンラインで協会旅行商品等を説明
 - ・10/26～29 ツーリズム EXPO ジャパン(大阪)※県観光国際課が出展・観光 PR 実施
 - ・10/30 瀬戸内・松山ツーリズム推進会議観光商品説明会(大阪)※旅行商品等説明
 - ・11/21 JR 四国 四国特急体験研修に伴う意見交換会 (松山) ※同上
 - ・12/5 JTB 協定旅館ホテル連盟四国地区合同意見交換会 (松山) ※同上
 - ・12/13 阪急交通社国内旅行推進協力会 中・四国支部商談会 (広島) 18回商談
- 【令和5年度DMO 商品売上：13,290名利用、販売額11,519千円(R4年比2,961千円増)】

(3) 旅行会社パンフレット掲載への助成

①募集型企画旅行(添乗員同行)支援事業

2023年度上期商品：7件 875人泊、2023年度下期商品：20件 3,163人泊
拡充:成果連動型送客事業

上記①支援事業のうち50人泊以上の送客実績に応じて加算：計16件

②募集型企画旅行(個人型)支援事業

2023年度下期商品：2件 340人泊、2024年度上期商品：4件※現在販売中

③協会商品販売促進事業

2023年度下期商品：4件 0名、2024年度上期商品：3件※現在販売中

(4) ファムトリップ実施

①愛媛観光プロモーション&商談会参加者対象ファムトリップ

12/7～9、2/7～9開催、2社3名参加

②広域観光連携推進協議会(松山市・東温市・砥部町)テストツアー(手配協力)

10/11～13開催 7社8名参加

(5) プロモーション活動

10/28 ねんりんピック愛媛のえひめ2023 開幕式での観光PR活動

11/23～26 仙台藤崎百貨店での物産展にあわせた観光PR活動

(6) その他

- 10/14、11/23 IBEX 仙台チャーター便出迎え
- 12/9 但馬空港チャーター便出迎え
- 12/16 静岡空港チャーター便出迎え

3 国内向け旅行商品企画・受入体制整備

(1) 旅行商品の企画・開発・販売等

①直販システムの導入

協会取扱商品を「いよ観ネット」上で直接販売できる予約・販売管理システム（JTB-BOKUN）を導入し、販売
掲載商品数：34商品、販売実績：72件 146名

(1—2) 旅行商品の企画・開発・販売等（愛媛県委託事業分）

②オープントップバスを活用した県内周遊型旅行商品造成事業

2階建てオープントップバスを活用し、複数市町の観光スポット等を巡りながら地元グルメ等も楽しめる8コースのバスツアー商品を企画・販売

- ・7/24 販売開始
 - ・9/16 関係者・メディア向けツアー実施（13名）
 - ・9/22、10/17、11/6、11、12 一般募集ツアー実施（5本・80名）
 - ・10/22、24、30（ねんりんピック）、11/7、9 団体・イベント利用（5本・78名）
- 計11本 171名利用

③地域資源活用ユニークベニュー推進事業

県内各地の歴史的・文化的建造物等を「見る」だけでなく「体験できる」施設として多面的に活用することで、新たな誘客コンテンツづくりに繋がるよう支援
県が指定するモデル事業者（3団体）の伴走支援と効果検証を実施

- ・砥部焼販売協同組合（砥部町）イベント9/17、フィードバック 9/30
- ・マイントピア別子（新居浜市）イベント 10/24、31・フィードバック 12/25
- ・三津浜クリエーターズ（松山市）イベント1/31、3/17・フィードバック 3/17

(2) 松山旅行商品化事業

松山の旅行商品造成、商品集制作、商品販売管理等の業務を松山市から受託

- ・5/18 2023（R5）年度下期商品集納品
- 10/24 2024（R6）年度上期商品集納品
- ・道後温泉本館保存修理工事C Fへの謝礼品対応（松山旅行商品提供：4/1～3/31）
- ・松山市内（道後温泉含む）宿泊施設との連携
ホテル自社サイト及びOTAで松山城関連チケットを組み込んだ宿泊プランの販売
（R4からの継続：2施設、R5年度中の新規取扱い：5施設 計7施設）
- ・「松山・広島割引きっぷ」利用促進キャンペーン（10/1～3/31）

(3) 人材育成に関する研修会

○サステナブルツーリズム関連研修（県国際観光テーマ地区推進協議会事業へ協力）

JSTS-Dセミナー：12/11久万高原町、12/12内子町

Leave No Trace トレーナーコース研修：1/16～17県総合運動公園、1/18～19八幡浜・大洲地区運動公園

○ふるさとふれあい塾（主催：当協会、松山商工会議所、松山市、松山コンベンション協会）

9/22～1/26 毎週金曜開催（松山大学の授業全15回、うち3回分の講師を協会から推薦）

4 海外営業・誘客活動

(1) 国際路線に係る航空会社・旅行会社への訪問

- ・11/2～6 台北市内旅行会社(10社)、台北国際旅行博 (ITF2023) での営業活動
- ・11/27～28 釜山市内旅行会社 (2社) への営業活動
- ・12/25 エバー航空 (台北) 等訪問 (県国際線要望活動同行)
- ・1/15 香港旅行会社 (5社) への営業活動
- ・1/23 エバー航空主催 台湾旅行商品造成セミナー参加
- ・2/5, 7 オーストラリア旅行会社 (3社) へ営業活動
- ・3/13～15 台湾旅行会社 (9社) への営業活動

(2) 旅行博、旅行商談会等への参加

- ・6/9 台湾旅行会社との商談会(松山) ※受託運営 計7社商談
- ・6/16 松山市・JR 四国連携協定 台湾ファミツアー商談会 (松山) 計10社と商談
- ・10/26～28 VISIT JAPAN トラベル&MICE マートでの商談会 (大阪) 計30社と商談
- ・11/3～5 北投温泉祭り (台北) で松山コンベンション協会等と観光PR 活動実施
- ・11/6～8 World Travel Market2023 (ロンドン) へ参加、市場調査実施
- ・11/14 韓国ゴルフ旅行会社との商談会・意見交換会 (松山) 8社に対しプレゼン
- ・11/28 愛媛県テーマ協主催ベトナム旅行会社との商談会 (松山) 20社に対しプレゼン
- ・12/5, 12 愛媛県テーマ協主催海マッチング商談会 (松山) 計20社と商談
- ・1/16 香港旅行社向けの観光説明会及び商談会 (香港) ※愛媛 DMO 主催事業 (愛媛10団体(代理含む)が9社と商談)
- ・1/25～28 Thai International Travel Fair (バンコク) 観光PR 実施
- ・2/5, 7 豪州「Japan Roadshow2024 (シドニー、パース) 27社に対しプレゼン、計10社と商談
- ・2/7 観光庁主催 旅行会社等対面商談会 (東京) 計7社と商談
- ・3/14 台湾旅行会社との商談会 計13社と商談
- ・3/15～17 大愛媛フェア (台北) 観光PR 実施
- ・3/25 中国旅行会社との商談会(松山) 計7社と商談 (中国側20社参加)

(3) ファムトリップ等対応

- ・6/6～10 台湾旅行会社ファミツアー※協会受託運営 (8社/8名)
- ・9/11～12 東京都主催 仏メディアファミツアー協力 (2社/2名)
- ・11/21～22 JNT0、四ツ一創主催 AU・NZ 旅行会社ファミツアー立会 (5社/5名)
- ・3/6～10 エバー航空メディアツアー対応 (エバー航空10名、メディア11社/11名)

(4) その他

- ・11/10 釜山広域市観光協会との友好交流協定締結 (松山)
- ・11/28 同協会設立60周年記念行事出席 (釜山)
- ・3/6 Japan Festival 「Revisit Japan」 (香港) への愛媛産品提供協力

5 インバウンド向け旅行商品企画・受入体制整備

(1) 旅行商品の企画・開発・販売等

①アドベンチャーツーリズムガイド育成支援事業 (愛媛県委託・観光庁補助事業)

海外の富裕層を中心に新しい旅行スタイルとして定着しているアドベンチャーツーリズム (AT) ガイドの人材育成と、ガイド付き商品の造成・他のエリアとの広域周遊商品造成等を目的に実施

- ・東温市、新居浜市の2エリアを対象に実施
- ・座学講座：6/16東温市、@川内公民館、一般31名、行政9名参加

- 6/17新居浜市、@新居浜市消防防災合同庁舎、一般12名、行政8参加
講師：JTBグローバルマーケティング&トラベル 石山氏、ATガイド 馬上氏
- ・フィールドワーク：7/17～18東温(Kuromori、白猪の滝、音田地区)、4名参加
19～21新居浜(マイントピア別子、広瀬歴史記念等)、4名参加
- ・モニターツアー：9/25～26東温：小崎氏(地域おこし協力隊)をガイド役に実施
27～29新居浜：山下氏(株ハートネットワーク)をガイド役に実施
モニター：(株インアウト)仙台・松島：西谷氏
JTBグローバルマーケティング&トラベル：筒井氏(東温)、永野氏(新居浜)
- ・12月商品造成、1～2月旅行商品販売
- ②中国向け周遊旅行商品高付加価値化促進事業(観光庁補助事業)
当協会、愛媛県国際観光テーマ地区推進協議会(観光国際課)及び山口県との共同で、中国人観光客向け広域周遊旅行商品造成を目的に実施
 - ・11/17～20 中国旅行会社(4社4名)によるファムツアー(17日に道後能視察)
 - ・12月 商品造成・アフターフォロー、1～2月 旅行商品販売
- ③日本初!宇和島養殖マグロを活用したサステナブルツーリズム事業(観光庁補助事業)
新たな高単価看板ツアー商品としてR 4年度に造成した「養殖マグロー本釣り体験」商品を、インバウンド向けにブラッシュアップ
 - ・7月 動画編集・配信(英語版)
 - ・9/1 既存動画の編集完成(縦型・英語版)
 - ・9/16 モニターツアー実施(モニター：経済団体等20名+報道2名)
 - ・11/27 ファムツアー(8名参加)及びドローン撮影
 - ・11/30 JNTOに縦型ショート動画提出
 - ・1月 営業資料作成・欧米豪への営業
 - ・2/7 観光庁主催商談会参加
- ④E-bike とサイクルバスで巡る南予地域の文化・体験事業(観光庁補助事業)
大洲など南予宿泊地を拠点に E-bike とサイクルバスを使い周辺エリアを周遊させる仕組みづくり
 - ・7/21・25 コース及びコンテンツの洗い出し、ヒアリング実施
 - ・8/7～9/7 サイクリングコース及びツアーコース設定ミーティング
 - ・10/10 コンテンツガイド研修(大洲商工会議所及び町歩き、31名参加)
講師：(株)羅針盤 佐々木氏、(一社)キヤ・マネジメント 新田氏
 - ・10/11 サイクリングガイド研修：(内子自治センター・石畳、10名参加)
講師：We Ride Japan 大川氏
 - ・11/27～29 モニターツアー(外国人モニター8名参加)
佐田岬灯台コース、明浜・狩浜コース、内子五十崎コース
 - ・12/7 関係者全体会議
 - ・12/13 タリフ・パンフレット等作成
 - ・1/1～ アジア・中華圏及び欧米豪亜地域の訪日旅行会社に対する営業(メール)
 - ・1/15～25 インバウンド向けメルマガ発信
 - ・1/22～24 大阪・京都・東京の欧米豪向け日系大手オペレーターへ営業(10社)
- ⑤世界が認めた持続可能な観光地大洲と道後温泉・松山プレミアムコンテンツ造成事業(日本航空(株)からの受託事業)
 - ・異文化コミュニケーション研修会：12/21大洲(36名参加)、松山(16名参加)
 - ・航空会社機内誌等を活用したプロモーション(機内誌 SKYWARD 1月号)

⑥唯一無二の「ISHIZUCHI アドベンチャーリズム」構築事業

(日本航空株からの受託事業)

- ・航空会社機内誌等を活用したプロモーション(機内誌 SKYWARD 12月号)
- ・異文化コミュニケーション研修会:1/29西条(13名参加)、1/30松山(16名参加)

⑦道後温泉インバウンド向けナイトタイムエンターテインメント堪能事業

能・狂言等の伝統芸能をナイトタイムコンテンツとして開発

(実行委員会に参画)

- ・8/30 関係者全体会議
- ・8月 シナリオ作成、演目調整、翻訳、チラシ作成等
- ・10/2 販売開始(JTB 松山支店の JTB-BOKUN 活用、道後の宿泊施設でも販売)、BtoB プロモーション開始
- ・10/25 リハーサル
- ・10/27 公演開始(10回:10/27、28、11/3、9、10、11、17、23、24、25) 延372名観覧(販売48名)

⑧地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業モデル観光地選定

令和4年度に愛媛DMOが主体となりしまなみ広域交流圏(グレーターしまなみ・えひめ)エリアを申請、モデル観光地に当該エリアを含む「せとうちエリア」として選定

- ・5/12 エリア単位でのキックオフミーティング
- ・7/25 合同説明会(Web)
- ・8/7 ブランディングキックオフミーティング(Web)
- ・9/12.13 合宿(琴平町)
- ・10/31 中間報告会(Web)
- ・12/6,15 エリア会議(福山)
- ・12/20 芸予諸島ブランディング完成・報告、
- ・2/29 せとうちエリアマスタープラン完成
- ・3/4 最終報告会(Web)

⑨観光地域づくり法人の体制強化事業(観光庁補助事業)

インバウンドによる地域全体の経済効果を高めるための投資戦略やビジネスモデルを確立するための外部専門人材の登用(7/1~)

(2) 受入体制環境整備

①えひめ愛顔の観光物産館への外国語対応スタッフ配置

毎日10時~17時まで、外国語(主に英語、中・韓は交代制)対応スタッフを配置し、愛媛の観光情報、お土産などの案内を実施

外国人立寄件数:5,359件

②三越観光案内所との連携

外国語対応スタッフ配置、随時パンフレットの手配等を支援(R3年度から継続)
相談件数:5,178件(うち外国人2,974件)

(3) 訪日台湾教育旅行の誘致活動

①四国交流支援特使制度

四国を訪れた台湾の生徒が、将来に亘り四国と台湾との架け橋となって相互交流が図れるよう、産官学民の関係者が連携し支援を行うことを目的にR4年度に設置(愛媛県から10名委嘱)

- ・4/18 四国交流支援特使情報交換会(高松市)

②教育旅行関係

- ・5/12 鶯歌高等工商専門学校（新北市）の松山南高校砥部分校訪問
- ・6/7～9 四国単独教育旅行説明会（高雄市ほか）
- ・6/12～13 台湾教育関係者現地説明会（台北6校、高雄11校面談）※JNTO と連携
- ・10/12～13 台北市幼華高級中学（生徒33名、教師2名）が愛媛大学・新居浜西高校訪問
- ・10/17 日台教育旅行関係者意見交換会（東京）
- ・10/17～21 台湾教育関係者国内招聘※JNTO との連携、（10/20松山での交流会）
- ・12/13 四国と台湾国際教育交流聯盟との包括連携協定締結
- ・12/12～15台湾教育部表敬訪問、学校訪問
- ・2/19 台北市立松山高級商業家事職業校と松山商業のオンライン交流
- ・2/22～23 新北市立新莊高級中学（生徒52名、教師等8名）の愛大附属高校訪問

6 情報発信

【国内向け】

（1）インターネット情報発信・分析

①愛媛県観光HP「いよ観ネット」の運営管理

ブログ機能実装、トップページ改修、
県観光キャンペーンページからの情報移管等
閲覧数 2,944,373件

②季節のイベント情報

季節（夏、秋、冬、春）のイベント情報を協会HP内でGoogle Map上に掲載

（2）動画・画像関係

①ディープなえひめ（観光物産振興プロモーション映像）制作

河原デザイン・アート専門学校の生徒により2本制作（仙龍寺翠波高原編、石手川ダム高縄編）令和元年から計22本制作

②デジタルサイネージによる観光物産PR映像等放映

「えひめ愛顔の観光物産館」入口にモニターを設置し、有料放映ツールとして運用
放映件数：5月下旬1件、6月2件、7月2件、8月4件、9月～3月2件
放映料収入：27,500円

（3）紙媒体関係

- ・愛媛県公式観光レジャーガイド「愛媛本2024版」発行
- ・愛媛県観光ガイド「EHIME TRIP」データ更新、10万部増刷
- ・いよてつMAPへ広告掲載（4万部）

【海外向け】

（4）インバウンド観光客に向けた情報発信

①愛媛県多言語版観光HP「Visit Ehime Japan」の運営管理

サイトの全面改修（3月末）
閲覧数 175,035件

②SNSによる情報発信

- ・英語版Facebookでの情報発信
37回投稿、フォロワー数16,379名(3月末時点)、総リーチ数(総閲覧者数)58,918名
- ・香港版（広東語）Facebookでの情報発信
44回投稿、フォロワー数2,557人(3月末時点)、総リーチ数(総閲覧者数)173,765名

II その他観光事業

1 コンベンション開催支援

100人以上の規模のコンベンション開催者へ助成。

R5年度実績：26件、5,350千円、延宿泊者数17,453人

2 観光物産振興団体連携事業・表彰関係

(1) 協会会長表彰 (6/28 R5年度定時総会で表彰)

観光物産事業功労者：磯村 良幸 (愛媛県観光物産協会)

観光物産事業優良従事者：稲田 大也 (ふなや)

水沼 克彦 (伊予鉄バス運転士)

田阪 淳 (伊予鉄道運転士)

(第7回おもてなし感激大賞2022) 優良賞：JR 四国 伊予灘ものがたり (松山市)

奨励賞：いwana荘 (大洲市)、東京第一ホテル (松山市)

(2) (公社)日本観光振興協会四国支部との連携

R5年度観光事業功労者及び優良従事者表彰 (6/6四国支部長表彰)

観光事業功労者：石井 一朗氏 (今治地方観光ボランティアの会会長)

(3) 四国観光協会連合との連携

第8回四国おもてなし感激大賞2023 (募集期間：6/21～12/31、3/6表彰式実施)

準大賞：五十崎凧博物館(内子町)

3 観光物産振興事業

令和5年度に後援・協賛・協力申請された19事業に対し、名義後援等を行った。

【物産部門】

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っ旋

情報発信拠点「えひめ愛顔の観光物産館」では、店舗床や一部販売棚の修繕を行うなど、施設機能の充実を図りながら、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販売を行った。

| | | | |
|------|-----------|-------|-----------|
| 売上額 | 179,851千円 | 前年度実績 | 155,577千円 |
| 来館者数 | 341,527人 | 前年度実績 | 300,321人 |

(1) 物産の紹介宣伝及びあっ旋

- 新商品・話題性の高い商品を展示販売し魅力ある売り場づくりに努めた。
- 市町フェア（5～12月、計8市町）を開催し、県内市町の特産品の宣伝紹介及びあっ旋を行い、県産品の認知度向上に努めた。

(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、魅力ある売り場づくりに努めた。
- 優待サービス券を主要ホテル及び観光施設に配布し誘客と売上増を図った。
- SNS等での告知と連動した商品展示など、顧客の満足度の向上に努めた。
- 四季折々の館内装飾を行い、季節感を演出した。

(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いてチラシ配置を行った。
- デジタルサイネージを活用し、最新の観光・イベント情報・県産品の画像や動画により、県内観光地や県産品をリアルタイムに宣伝し、誘客に努めた。
- ガイドブックや各種旅行・観光情報誌などを活用した広告宣伝を行い、観光物産館の利用促進や新たな顧客開拓に努めた。

(4) 安全・安心への取組み

- 店舗内防犯カメラを一部更新したほか、接遇・マナー研修を開催し、店舗スタッフをはじめとした職員のスキルアップに取組み、利用客が安心して利用できる環境整備に努めた。
- 自動消毒器等を設置し感染防止の取組を継続した。

(5) 環境問題への取組み

- 環境にやさしいバイオマスレジ袋の使用を継続し、プラスチックごみ・ナイロンごみの削減に努めた。

(6) 利便性の向上

- 自動釣銭機能付きのレジ端末機の導入により、来館者のレジ待ち時間の短縮や、釣銭誤りの防止と従業員の作業効率改善を図った。
- 近隣の「フラワーパーキングお城下」「新たまちゃんパーキング」との契約を継続し、自家用車での来館者に対応した駐車場割引サービスの実施により、来館者の利便性向

上を図った。

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「愛ある愛媛いいよかん」（楽天・ヤフー）において、新商品の開拓や特集ページの作成、クーポンの発行などにより、県産品の販売促進を図った。

| | | | |
|------|----------|-------|----------|
| 売上額 | 32,336千円 | 前年度実績 | 26,809千円 |
| 販売件数 | 6,186件 | 前年度実績 | 5,130件 |

(1) 利用促進・新規顧客開拓

○年度末に特設ページを作成したほか、季節商材を紹介するページを24回作成し、販促に努めた。

| 特設ページ | 実施期間 | 販売個数 | 売上高 |
|-----------|------------|------|----------|
| ① 冬の逸品フェア | 12月1日～1月下旬 | 215個 | 306,760円 |

(2) 県産品販売促進

○キャンペーン、イベント等に合わせてクーポンの発行を実施し、販売額の増加に努めた。

| | |
|-----------|------------|
| クーポン利用売上額 | 6,568,052円 |
| クーポン金額 | 474,648円 |
| クーポン利用件数 | 1,167件 |

(3) 越境ECの拡大

○令和4年度より楽天プラットフォームを活用し、中国 JDmall への出品を開始した。令和5年度は MiauMall、中国版 TikTok へも販路を拡大した。取扱商品点数は55点。酒、真珠、珈琲、化粧品、食品を出品。

| | |
|------|------------|
| 販売件数 | 56件 |
| 売上金額 | 2,789,496円 |

3 県産品の紹介・販路拡大事業

県内物産展に積極的に出店し、参加者への県産品の販売に努めた。また「かんきつ定期便」を含むふるさと納税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普及促進を図った。

| | | | |
|------|----------|-----|----------|
| 外商 | 42,767千円 | 前年度 | 41,789千円 |
| 業務受託 | 2,557千円 | 前年度 | 7,441千円 |
| 手数料 | 935千円 | 前年度 | 9千円 |
| 合計 | 45,950千円 | 前年度 | 49,239千円 |

(1) 物産展

| | 会期 | 大会名 | 場所 | 売上 |
|----|-------------------|------------------|--------------|-----------|
| 1 | R5.5.27(土) | 豪華客船MSCベリッシマ入港 | 松山港 | 152,476 |
| 2 | R5.6.5(月) | 豪華客船MSCベリッシマ入港 | 松山港 | 110,725 |
| 3 | R5.6.9(金) | 労働者福祉中央協議会全国研究集会 | 松山市民会館 | 60,686 |
| 4 | R5.6.23(金)・24(土) | 日本言語聴覚学会 | 愛媛県民文化会館 | 514,689 |
| 5 | R5.7.3(月) | 全国管工事業協同組合 全国大会 | 愛媛県民文化会館 | 462,332 |
| 6 | R5.7.23(日) | 書道パフォーマンス甲子園 | 伊予三島運動公園体育館 | 41,625 |
| 7 | R5.9.28(木)・29(金) | 日本臨床精神神経薬理学会 | 愛媛県民文化会館 | 190,932 |
| 8 | R5.11.11(土)・12(日) | 日本卓球リーグ大会 | 愛媛県総合運動公園体育館 | 83,745 |
| 9 | R5.11.25(土)・26(日) | 日本死の臨床研究会 | 愛媛県民文化会館 | 1,510,407 |
| 10 | R6.2.10(土)・11(日) | 愛媛マラソン | 城山公園 | 52,900 |
| | | 合計 | | 3,180,517 |

※「日本言語聴覚学会」については、個別出展事業者から販売手数料として15,277円受領。

○法人会全国女性フォーラム物産展（受託事業）

令和5年4月13日(木)、アイテムえひめにおいて「第17回法人会全国女性フォーラム 愛媛大会」に係る物産展を企画・運営した。

税抜売上金額 19,238,050円

出展事業者数 41社

手数料収入 919,625円

(2) 業務受託

自治体や団体からの委託を受け、カタログギフトの作成、記念品の受注・発送や、物産展の企画・運営を行った。

○法人会全国女性フォーラム愛媛大会 物産展事業委託業務 176,000円
物産展の企画・運営

(事業者募集、パンフレット掲載情報とりまとめ、お買い物チケット換金 等)

業務委託期間：令和4年12月～令和5年4月

○松山市高齢福祉課 100歳長寿祝品 2,380,785円

松山市100歳長寿祝品 195人へ発送

カタログ掲載商品数 17点

業務委託期間：令和5年7月～令和6年2月

(3) ふるさと納税返礼品

愛媛県共通返礼品第4弾として、新たに3事業者5商品掲載し、22品の共通返礼品受注・発送を行った。

売上実績 5,082,622円

令和4年度より取り扱いを開始した「かんきつ定期便」掲載サイト数増加等により、受注件数・売上実績ともに増加した。

受注件数 332件 (対前年比247件増)

売上実績 8,447,170円 (同6,219,600円増)

(4) 県外青果店や道の駅等10社への県産品のあっせん販売

売上実績 4,032,818円

【参考】

カネツル青果 2,400,354円

道の駅とうべつ 820,475円

ユナイテッドベジーズ 655,860円

(5) 簡易カタログによる県産品紹介・販売

コロナ渦中の「県産品応援キャンペーン」で培った官公庁や関係団体、企業とのネットワークを活用して、季節に応じた簡易カタログによるフェアを企画し、県産品のPRと販売促進を図った。

○「えひめ夏のお酒と手みやげフェア」

- ・実施時期 令和5年7月～8月
- ・商品数 51商品（お酒31、食品20）
- ・協力 県、関係団体、金融機関、各市町など47団体
- ・売上

お酒 611本（セット） 2,081,450円

食品 494個（セット） 1,006,300円 合計 3,087,750円

○「年末年始えひめお酒とギフトフェア」

- ・実施時期 令和5年11月～12月
- ・商品数 52商品（お酒37、食品15）
- ・協力 県、関係団体、金融機関、各市町など50団体
- ・売上

お酒 677本（セット） 2,137,950円

食品 871個（セット） 1,272,280円 合計 3,410,230円

4 県内企業の商品開発支援等

新商品開発支援の一環として、県立宇和島水産高校と県内企業とのコラボにより開発された缶詰「鯛がキューピッド」の販売元となり、観光物産館での販売はもちろん、全国量販店における「愛媛フェア」での取扱いに加え、ECサイト、カタログでの販売など、各種販売支援に取り組んだ。

また、過去に成功を収めた、ゴディバジャパン(株)と(株)一六の再コラボを実現し、新商品開発の調整役として両社との橋渡しを行い「一六タルトチョコレートプレミアム」の販売に繋げた。

II 県外における紹介・宣伝及びあっせん事業

1 「せとうち旬彩館」運営支援

商品の発注、支払業務のほか、イベントスペース催事への出展希望を会員事業者へ広く周知するなど、運営に協力した。

コロナの収束により人の流れや消費が戻り、店外販売の回数、売上も増えている。円安の影響もあり、インバウンドも回復傾向にある中、前年度比111%となる売上を達成した。(愛媛分)

| | | | |
|-------|-----------|-------|-----------|
| 売上額 | 399,381千円 | 前年度実績 | 324,937千円 |
| うち愛媛分 | 209,827千円 | 前年度実績 | 188,082千円 |
| 来所者数 | 350,323人 | 前年度実績 | 334,202人 |

2 大阪物産あっ旋所管理運営

コロナ禍で中止となっていた日本生命本社や損保ジャパンでの物販も再開され、店外販売の売上は前年度から約90万円アップした。目立った新規イベントはなかったものの、集客を見込める大型イベント等で販売商品を拡充したことにより、業務負担の増加を抑えながらの売上増を実現した。

アンテナショップに2台目の冷凍ケースを導入したことにより、これまで取扱いを見送ってきた冷凍商品を販売できるようになり、安定的な売上増に繋がった。

| | | | |
|------|----------|-------|----------|
| 売上額 | 19,917千円 | 前年度実績 | 18,564千円 |
| 来所者数 | 44,301人 | 前年度実績 | 38,699人 |

3 百貨店・量販店イベント等物産展の開催

百貨店や量販店などにおいて、県産品の販売を行う「愛媛フェア」を開催するとともに、県外での県産品販売イベントに参加し、県産品を通じた愛媛県の認知度向上、魅力発信に努め、愛媛県への誘客に努めた。

| | | | |
|-----|-----------|-------|-----------|
| 売上額 | 203,967千円 | 前年度実績 | 193,587千円 |
| 手数料 | 11,647千円 | 前年度実績 | 10,853千円 |

催事と売上額

| | 開催店舗名 | 時期 | 事業者数 | 売上(円単位) |
|----|--------------------|-----------|------|------------|
| 4月 | 井上アイシティ21(長野県) | 4/5~4/11 | 2 | 1,796,735 |
| | 近鉄百貨店草津店(滋賀県) | 4/5~4/11 | 1 | 2,199,085 |
| | 川西阪急(兵庫県) | 4/5~4/11 | 3 | 1,909,789 |
| | 高知大丸(高知県)アンテナ | 4/18~4/24 | 12 | 631,250 |
| | JR京都伊勢丹(京都府)アンテナ混載 | 4/18~5/7 | 16 | 3,547,534 |
| | 近鉄百貨店橿原店(奈良県) | 4/19~4/25 | 1 | 2,171,195 |
| | 鶴屋百貨店(熊本県) | 4/19~4/25 | 25 | 19,393,050 |
| | イズミヤ千里丘店(大阪府) | 4/20 | 1 | 298,800 |
| | 福屋八丁堀本店(広島県) | 4/27~5/3 | 1 | 522,519 |
| | ロブレ(栃木県)アンテナ | 4/27~5/22 | 17 | 1,258,975 |
| 5月 | トキハ本店(大分県) | 5/3~5/9 | 2 | 753,473 |
| | 京阪百貨店守口店(大阪府) | 5/3~5/9 | 2 | 641,053 |
| | 新潟伊勢丹(新潟県) | 5/17~5/29 | 1 | 844,245 |

| | | | | |
|----------------|-----------------------|---------------|----------|--------------|
| | 大丸松坂屋名古屋店 (愛知県) | 5/24~5/30 | 1 | 2, 756, 115 |
| 6月 | あべのハルカス近鉄本店 (大阪府) | 6/14~6/20 | 27 | 29, 905, 453 |
| | 近鉄百貨店和歌山店 (和歌山県) | 6/16~6/20 | 1 | 1, 250, 695 |
| 7月 | ボンベルタ成田 (千葉県) アンテナ | 7/5~7/11 | 21 | 569, 138 |
| | そごう広島店 (広島県) | 7/5~7/11 | 8 | 188, 626 |
| | テラスモール湘南 (神奈川県) | 7/7~7/16 | 9 | 650, 260 |
| | 近鉄百貨店橿原店 (奈良県) | 7/12~7/15 | 1 | 920, 665 |
| | JR名古屋高島屋 (愛知県) | 7/12~7/18 | 18 | 7, 627, 705 |
| | 福島空港 (福島県) | 7/14~8/27 | 12 | 1, 714, 497 |
| | 近鉄百貨店橿原店 (奈良県) | 7/16~7/18 | 1 | 539, 694 |
| | 川西阪急 (兵庫県) | 7/19~7/25 | 10 | 3, 087, 089 |
| | 近鉄百貨店和歌山店 (和歌山県) | 7/30 | 1 | 179, 898 |
| | 8月 | 高崎タカシマヤ (群馬県) | 8/9~8/21 | 11 |
| エキュート大宮駅 (埼玉県) | | 8/21~9/10 | 1 | 2, 173, 785 |
| そごう広島店 (広島県) | | 8/29~9/4 | 1 | 1, 133, 560 |
| 近鉄百貨店橿原店 (奈良県) | | 8/30~9/5 | 1 | 391, 618 |
| 9月 | エキュート大宮 (埼玉県) | 9/1~9/4 | 1 | 878, 434 |
| | 道の駅 味の蔵たけとよ (愛知県) | 9/2~11/12 | 6 | 272, 500 |
| | 広島三越 (広島県) | 9/13~9/19 | 1 | 605, 003 |
| | 川崎アゼリア (神奈川県) | 9/14~9/20 | 4 | 420, 760 |
| | JR東日本商事「JAPAN SERECT」 | 9/15~9/18 | 6 | 121, 044 |
| | トヨタ生協メグリア (愛知県) | 9/20~9/26 | 16 | 6, 036, 595 |
| | 京王百貨店聖蹟桜ヶ丘店 (東京都) | 9/27~10/2 | 16 | 607, 168 |
| トキハ本店 (大分県) | 9/27~10/4 | 1 | 327, 129 | |
| 10月 | イオンレイクタウン (埼玉県) | 10/17~10/23 | 8 | 990, 543 |
| | 高知大丸 (高知県) アンテナ | 10/18~10/31 | 12 | 705, 152 |
| | 西部東戸塚SC (神奈川県) アンテナ | 10/25~10/31 | 8 | 407, 080 |
| | JR京都伊勢丹 (京都店) | 10/31~11/12 | 3 | 1, 578, 527 |
| 11月 | 川崎アゼリア (神奈川県) | 11/3~11/7 | 9 | 1, 162, 040 |
| | イズミヤ千里丘店 (大阪府) | 11/14~11/20 | 34 | 7, 942, 858 |
| | 仙台藤崎百貨店 (宮城県) | 11/16~11/27 | 15 | 16, 717, 884 |
| | エキュート大宮 (埼玉県) | 11/27~12/10 | 2 | 4, 107, 121 |
| | 福屋 呉店 (広島県) | 11/30~12/3 | 1 | 187, 804 |
| 12月 | 青森THREE (青森県) | 12/1~12/14 | 17 | 3, 330, 035 |
| | そごう広島店 (広島県) | 12/2~12/10 | 1 | 847, 199 |
| 1月 | 井上アイシティ (長野県) | 1/6~1/14 | 10 | 7, 731, 070 |
| | トヨタ生協メグリア (愛知県) | 1/16~1/23 | 7 | 2, 866, 698 |

| | | | | |
|----|--------------------|-----------|----|-------------|
| | ららぽーと豊洲（神奈川県） | 1/19～1/26 | 1 | 713,000 |
| | イオンモール新潟南店（新潟県） | 1/19～1/23 | 29 | 7,071,706 |
| | JAPANSERECT（東京都） | 1/20～1/21 | 1 | 97,200 |
| | イオンモール新利府店（宮城県） | 1/25～1/28 | 13 | 5,986,299 |
| | イオンモール秋田御所野店（秋田県） | 1/27 | 2 | 1,600,371 |
| 2月 | 羽田空港マルシェ（カナコレ）TV東京 | 2/6 | 1 | 110,784 |
| | 伊予鉄高島屋（カナコレ）TV東京 | 2/14～2/20 | 8 | 2,218,080 |
| | イオン福岡（福岡県） | 2/15～2/18 | 10 | 6,411,341 |
| | 川西阪急（兵庫県） | 2/21～2/27 | 1 | 1,100,000 |
| | そごう広島店（広島県） | 2/21～2/27 | 1 | 2,165,000 |
| | イオンレイクタウン（埼玉県） | 2/21～2/25 | 15 | 15,959,068 |
| | 中部セントレア空港（愛知県） | 2/24～3/4 | 12 | 491,978 |
| | イオン中四国祇園店（広島県） | 2/22～2/26 | 9 | 3,695,581 |
| 3月 | 新潟伊勢丹（新潟県） | 3/6～3/13 | 1 | 1,934,602 |
| | 高知大丸（高知県） | 3/12～3/19 | 1 | 432,818 |
| | イオン近畿大日店（大阪府） | 3/15～3/19 | 10 | 5,789,921 |
| 開催 | 68回（うち新規24回） | | | 203,966,819 |

4 大手商社を通じた卸売機能の強化

県産品の販売促進策として、愛媛県営業本部と連携し大手商社（日本アクセス）が開催する商談会に参加し県外への販路開拓に努めた。当該商社に口座のない会員事業者にも門戸を広げたが、バイヤーから多数の見積もり依頼があり、新規契約成立に繋がった。

令和6年度は、日本アクセスに加えて三菱食品や三井食品などの商談会にも積極的に参加し、成約件数・金額の増加を図ることとしている。

| | | | |
|---------------|----------------|---------------|-----------------|
| 本年実績 | 7,439千円 | 前年実績 | 10,946千円 |
| 本年成約件数 | 43件 | 前年成約件数 | 22件 |
| 本年成約社数 | 12社 | 前年成約社数 | 9件 |

Ⅲ 愛媛DMO事業

再掲

1 観光物産館における「市町フェア」の開催

各市町の特産品の展示販売及び観光情報発信を行い、地域物産の販売促進と、観光・物産両面からの振興を図るため、令和5年5月～12月に、観光物産館特設コーナーにおいて、「市町フェア」を開催した。

2 ねんりんピック 飲食・物販・観光案内コーナーの運営

令和5年10月末に開催された「ねんりんピック愛媛のえひめ2023」において、飲食・物販・観光案内コーナーを運営し、県内外から来場した選手（購買力の高い高年

年齢層)を中心に、県産品の展示販売をはじめ、愛媛県の魅力を広く発信した。

3 新たなエリアにおけるフェア開催

これまでの実績を踏まえ、より効果的・効率的なフェア開催にシフトする中、未開拓地域(青森県、秋田県、宮城県(仙台)、長野県)での開催により、愛媛県産品の認知度向上や愛媛県内の観光や文化の紹介・宣伝による観光客の誘致にも努めた。

また、国際定期便復便を契機として、台湾においても、新たに「愛媛フェア」を開催し、物産・観光両面から魅力発信を行うなど、インバウンド需要取込に努めた。

4 商品開発支援

新商品開発支援の一環として、県立宇和島水産高校と県内企業とのコラボにより開発された缶詰「鯛がキューピッド」の販売元となり、観光物産館での販売はもちろん、全国量販店における「愛媛フェア」での取扱いに加え、ECサイト、カタログでの販売など、各種販売支援に取り組んだ。

また、過去に成功を収めた、ゴディバジャパン(株)と(株)一六の再コラボを実現し、新商品開発の調整役として両社との橋渡しを行い「一六タルトチョコレートプレミアム」の販売に繋がった。

5 帳合機能を有した営業活動

百貨店やスーパー等において、これまでの関係を活かして、新たな販路となりうる店舗等への訪問など積極的な営業活動を行い、新たな取引に繋がった。

愛媛県営業本部と連携し、大手商社(日本アクセス、吉川商事等)に会員事業者の商品を紹介し、全国のスーパーや量販店への販路拡大に努めた。

6 インターネット販売強化

新商品の掲載や積極的なクーポン発行等を実施することにより顧客を誘引するサイト作りに努めるなど、協会公式ECサイト「愛ある愛媛いいよかん」の活性化を継続したほか、新たに、地酒の香りを「見える化」する「日本酒アロマチャート」を掲載し、未購買層へのアプローチ強化による日本酒の購買人口の増加を図った。

加えて、出演ライバーに林萍氏(日本在住、weibo フォロワー数570万人のTOP KOL)を迎え、当協会として初めて中国向けECライブコマース(16企業23商品の販促)を実施し、好評を得た。

共通事業

○ 会議開催

1 令和5年度第1回理事会(書面表決)

表決日 令和5年6月13日(火)
内 容 第1号議案 令和4年度事業報告について
第2号議案 令和4年度決算報告について

2 令和5年度第2回理事会

開催日 令和5年6月28日(水)
会 場 ANAクラウンプラザホテル松山 ルビールーム
出席者 理事・監事
内 容 第1号議案 役員の選任について
その他
・令和4年度事業報告について
・令和4年度決算報告について
・会長表彰について
・会員の異動について

3 令和5年度定時総会

開催日 令和5年6月28日(水)
会 場 ANAクラウンプラザホテル松山 ダイヤモンドボールルーム
出席者 会員及び理事・監事
内 容 会長表彰
第1号議案 令和4年度決算報告について
第2号議案 役員の選任について
報告事項
・令和4年度事業報告について
・令和5年度事業計画について
・令和5年度収支予算について
・令和5年度借入れ限度額の設定について

4 令和5年度第3回理事会

開催日 令和6年3月27日(水)
会 場 ANAクラウンプラザホテル松山 ルビールーム
出席者 理事・監事
内 容 第1号議案 令和6年度事業計画(案)について
第2号議案 令和6年度収支予算(案)について
第3号議案 令和6年度借入れ限度額の設定について
第4号議案 令和6年度定時総会の開催日について
第5号議案 令和5年度決算の承認議決行為について
報告事項
・令和5年度活動報告