

令和6年度事業計画

我が国でも昨年5月に新型コロナウイルス感染症が2類相当から5類へ見直され、国民が行動制限なく国内外への旅行ができる日常が戻るとともに、インバウンド需要が急速に回復した。一方で、ロシアのウクライナ侵攻やイスラエルとパレスチナの紛争の影響等による世界的な物価と燃料費の高騰、長引く円安の影響もあり、多くの日本人は依然国内旅行を選ぶ傾向が見られる。

データ面からは、JNTOの推計値によると、令和5年の訪日外国人旅行者数は2,507万人で、コロナ前の令和元年の79%まで急回復しており、回復が遅れている中国を除くと102%の回復と、コロナ前を上回る訪日旅行者数となっている。さらに観光庁の令和5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5億9,275万人泊で、対前年比+31.6%、令和元年比で-0.5%と、ほぼコロナ前の水準に回復している。

また、コロナ禍を経て、国内外問わず団体旅行から個人旅行へのシフトが加速しているほか、有名観光地でのオーバーツーリズムを避けて、自分だけのこだわりの旅を求め、目的地を地方へと目を向ける旅行者も増えている。加えて、日本の人口減少と、時間外労働時間の上限設定による2024年問題に伴い各分野での人手不足が懸念されており、サービス業の集合体とも言える観光分野では特に、人材の確保・育成と環境の変化に対応した持続可能な受け入れ体制の整備が求められている。

そのような中、昨年愛媛県内では、大洲市の(一社)キタ・マネジメントが取り組む地域の持続可能な活動が評価され、2月にドイツで開催されたグリーン デスティネーションズ ストーリー アワードの文化・伝統保存部門で世界1位となり、海外から脚光を浴びたほか、松山空港の国際定期便では、ソウル線が復便、釜山線が新規就航、更にこの3月から台北線が復便したことに加え、7月の道後温泉本館の全館営業再開、秋のJR松山駅の高架化移転、10月のサイクリングしまなみ2024の開催など、愛媛県に国内外から観光客を呼び込む大きなチャンスが続く。

当協会としても、好機を取り込み経済波及効果が得られるよう、地域連携DMOとして県内事業者間のつなぎ役となり、令和4年度に策定した3か年の中期アクションプラン(行動計画)に基づき、ターゲットエリア毎の誘客、広域周遊の仕組みづくり、人材育成、DXを活用した販路開拓等に引き続き取り組み、愛媛県の観光物産振興に向けて戦略的に各種取組みを推進していく。

併せて物産関係でも、県産品の一層の販売促進と販路拡大により、会員事業者の満足度向上や新規開拓に繋げるなど、当協会への信頼感の醸成に努める。

まず観光分野では、来年開かれる大阪・関西万博に向けしっかりとインバウンドを呼び込めるよう、愛媛らしいコト消費・トキ消費を重視した広域周遊商品の造成や、協会取扱い着地型旅行商品の販売体制強化に取り組むこととしている。

商品企画・受入体制整備では、東・中・南予の事業者間交流と人材育成に引き続き取り組むとともに、新たな試みとして、サイクリングしまなみ 2024 と連携した高付加価値商品の造成・販売も行う。また、今後更なる増加が期待されるインバウンド向けに、観光庁の補助事業も活用し、欧米豪の富裕層をターゲットとしたアドベンチャートラベルガイドの実務研修を行うほか、新たに、車いすユーザーにも受入れられるようユニバーサルツーリズムに係る環境整備支援にも取り組むなど、多様な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・誘客活動については、行動制限が無くなったことも踏まえ、国内外の旅行会社へのリアル営業や、BtoB 商談会への積極参加に加え、昨年 11 月に友好交流協定を締結した釜山広域市観光協会との連携により釜山国際観光展へも初出展することとしている。このほか、協会旅行商品予約販売システムへの掲載商品拡充にも取り組む。

情報発信では、公式多言語版観光HPのリニューアルによる海外向け情報発信の強化、若者目線による体験プログラム等の動画作成・配信など、多様な情報ツールにより、ターゲット層を意識しながら、魅力ある観光コンテンツ等を国内外へPRし、愛媛を旅行先として選んでもらえるよう、タビマエ・ナカ・アトの各段階に求められる情報発信強化に継続して取り組む。

このほか、回復基調にあるコンベンションの開催支援、各関係団体との連携等も継続していく。

次に物産分野としては、コロナ鎮静化後の経済活動の活性化に伴い、「えひめ愛顔の観光物産館」への観光客の更なる誘客促進を図るとともに、会員事業者の意向・動向を含め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取り組むほか、新たに県内の道の駅と連携した「道の駅フェア」を企画し、観光地の紹介・宣伝も兼ねた特設展示による販路拡大に取り組む。

ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」は、多様化する販売チャンネルのなかでも、今後、役割や比重が高まることが想定されることから、魅力あるサイトへの整備を継続しながら、季節ごとのフェアや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、従来からの県内企業・団体等からの受注増加を働きかけるほか、ふるさと納税返礼品「かんきつ定期便」取扱いの拡充などにより、新たな顧客や販路の開拓に取り組む。

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、観光・イベント情報をはじめとする本県の魅力発信に積極的に取り組み、県産品の販売促進と販路開拓に繋げる。

関西圏では、県大阪事務所と連携し、県人会で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国内未展開地域での物産展開催をはじめ、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、会員事業者への還元を念頭に、大手商社主催の見本市・商談会への参加や商品提案、マーケティング視点での商品開発支援など、幅広い販売機会の創出や商材の発掘や開発の促進にも努める。

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、中期アクションプラン(令和5～7年度の3カ年計画)に基づき、高付加価値な旅行商品の造成・販売や、旅行商品予約販売システムの拡充、タビマエ・ナカ・アト毎に求められる情報提供をはじめとした、旅行商品企画・受入体制整備、営業・誘客活動、情報発信等に引き続き取り組むとともに、来年開催される大阪・関西万博も見据え、インバウンドの愛媛への誘客策をより一層強力に推進していく。

各種事業の実施に際しては、国等の補助事業も積極的に活用しながら、観光地域づくりの牽引役として、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ほか、旅行需要の回復に対応するため、広域連携・地域連携・地域DMOや国機関、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、広域周遊につながる商品化・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

○県内の地域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、新たな試みとして、サイクリングしまなみ 2024 大会公認ツアーとして出走枠付き高付加価値商品の造成・販売を行うほか、昨年から引き続き、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、オープントップバスを使った商品造成・販売にも取り組む。

また、インバウンド向けでは、海外から旅行先として選ばれるよう、欧米豪の富裕層をターゲットとしたアドベンチャートラベルのガイド育成や広

域周遊旅行商品の造成、県と連携した持続可能な観光地づくりに係る（JSTS-D の認証取得）支援に継続して取り組むほか、日本観光振興協会四国支部と四国4県の観光協会と連携して、需要が急速に戻りつつある台湾からの訪日教育旅行の誘致に取り組むこととしている。更には、新たに四国運輸局と連携し、車いすユーザーをターゲットにしたユニバーサルツーリズムの受け入れ環境整備支援も行うことにより、観光客から選ばれる観光地づくりを目指す。

このほか、来館者数が回復している、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情報提供にも努める。

- サイクリングしまなみ 2024 との連携による商品造成・販売
- 愛媛愛と熱量のある県民との連携による旅行商品開発
- オープントップバスを活用した高付加価値旅行商品の造成・販売
- アドベンチャートラベルのガイド育成と商品化
- 日本版持続可能な観光ガイドラン（JSTS-D）認証取得支援
- 台湾訪日教育旅行受入支援
- ユニバーサルツーリズム環境整備支援
- 外国人観光案内所の継続運営 等

3 営業・誘客活動

引き続き、愛媛DMOの運営に必要な専門人材を確保しながら、国内向けでは、大都市圏や中四国・九州エリアの旅行会社への個別営業、ツーリズム EXPO 等の大規模観光イベントでの誘客活動をベースに、協会主催による商談会やファミトリップも効果的に実施することで、愛媛の体験コンテンツを取り扱ってもらえるよう仕入れ担当者に直接売り込む。

また、協会旅行商品の予約販売システムへの掲載商品拡充や、旅行会社作成パンフレット等への助成を行うことにより、愛媛を訪れる旅行者の増加を目指す。

- 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
- 協会主催による商談会、ファミトリップの実施
- 旅行商品予約販売システム掲載商品の拡充
- 旅行会社が企画・販売する募集型企画旅行に対する助成 等

一方、急速に回復しているインバウンドについては、台湾や香港等のアジアや欧米豪での商談会への参加のほか、新たな試みとして昨年11月に友好交流協定を締結した釜山広域市観光協会主催の釜山国際観光展へも初出展し、ゴルフ客を始めとした観光客の誘致と物産の宣伝を行うこととしている。

また、観光庁補助事業により造成したマグロの一本釣り商品や E-bike を使った広域周遊商品等のインバウンド向け商品の営業に精力的に取り組む。

更に、国や関係機関と5年度に策定した『「せとうちエリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくりマスタープラン』に基づき、関係機関、団体との連携のもと、しまなみ海道エリア及び周辺エリアへのインバウンド富裕層の誘致にも取り組む。

このほか、航空会社や旅行会社への働き掛け、国際クルーズ船の受け入れについても、関係機関との連携により積極的・効果的に進める。

- 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
- 釜山広域市観光協会との交流促進
- インバウンド向け商品の営業強化
- 「せとうちエリア」へのインバウンド富裕層誘致
- 国際航空便、国際クルーズ船への対応 等

4 情報発信

愛媛県観光HP「いよ観ネット」及び5年度末にリニューアルした多言語版観光HP「Visit Ehime Japan」の運営管理を行うとともに、若者目線による体験プログラム等のPR動画作成・配信など、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、ターゲット層を意識しながら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。

- 県公式観光ホームページの運営管理
- 協会着地型旅行商品のプロモーション動画作成・配信
- 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を引き続き行う。

2 関係団体との連携

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、愛媛及び四国の認知度向上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通じ連携を深める。
- 関係団体実施事業への参画
 - ・サイクリングしまなみ 2024 実行委員会（R6年10月開催）
 - ・第76回全国植樹祭愛媛県実行委員会（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
 - ・えひめ移住交流促進協議会
 - ・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

3 国際サイクリング大会開催事業

しまなみ海道の魅力を国内外に広く情報発信するとともに、地域の振興を図るため、しまなみ海道を活用した国際サイクリング大会を関係機関と連携して開催する。

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

本県観光・物産両面の情報発信拠点として、訪日外国人観光客への対応強化も含め、観光誘客の促進に努めるとともに、床材や一部販売棚の更新を行った施設の機能を十分に活用し、積極的に県産品の紹介宣伝及び販売を行う。

(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展示し、顧客満足度の向上を図る。
- 県内の道の駅等と連携し、「道の駅フェア」を企画し、県内各地域の観光資源や地域物産の紹介・販路拡大を図る。

(2) 物産の販売促進

- 観光客の需要に応じた話題性の高い商品の取り揃えを強化する。
- 多様化しているキャッシュレス決済への対応を強化する。
- 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に努める。
- 季節に応じた商品(特に柑橘類)の特設コーナーを設け試食販売する。

(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、誘客に努める。
- 本格的なインバウンド復活に対応し、引き続き観光案内、物産販売促進スタッフ(外国語対応)を配置し、県内の観光スポット等の紹介・PRを行う。

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、コロナ鎮静化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

現在掲載中の商品ページを改善していくとともに、新規商品・季節商品を随時募集する。生果の予約販売も引き続き行う。また、お客様の利便性向上のため、配送方法や送料についても改善を検討する。

(2) 固定客づくり

購入が多くなる傾向のサイト運営会社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、メルマガ等により、顧客の五感や購買意欲に訴求する商品の魅力発信を行うほか、レビュー返信機能の活用によるショップイメージ向上にも取り組む。

(3) 新規顧客の開拓

実店舗・ECサイト兼用チラシ（紙媒体）を観光イベントや県内外での物販時に配布、観光客が来訪する市内施設へ設置し、新規顧客の開拓に繋げる。首都圏アンテナショップや物産展等の従来のも事業も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。

(4) 越境での販路拡大

中国人や華人（中国本土及び南半球在住）をターゲットに、特に真珠製品、食品の販売促進に努める。

(5) 事業者との連携強化

県産品のメディア紹介・掲載時の販売促進体制を強化するため、事業者からの情報をいち早く取得する体制を構築し、連動性を高める。

3 県産品の紹介・販路拡大事業

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) ふるさと納税返礼品「かんきつ定期便」取扱い市町の拡充やページ内容の充実により、県内外への県産かんきつの販売促進を図る。
- (3) 県民文化会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、せとうち旬彩館や大阪物産あつ旋所、百貨店や大型量販店を核として、積極的に愛媛県産品販売の拡大や観光・イベント情報の受発信に取り組み、県産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、新商品の紹介、イベントコーナーにおける対面販売についても、県内事業者に出展を呼びかけ、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

県外において愛媛県産品の振興と販路拡大を図るため、引き続き愛媛県と連携をとりながら、県外主要都市の百貨店や量販店等において物産展を開催する。物産展会場で展開するアンテナショップでは、特にこれまで出展できていない県内小規模事業者の商品を預かって展示・販売を行い、消費者、商社等販売元、報道関係者等の目に触れることにより、販路開拓の機会を創出する。加えて、物産展開催地での市場ニーズや消費者動向に関する様々な情報収集を行うとともに、会員事業者に対してこれらの情報の積極的な発信・提供に努めるほか、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

愛媛県産品の振興と販路拡大を図るため、愛媛県と連携し、県内外で開催される各種商談会の情報を幅広く収集して会員事業者等に周知し、積極的な参加を促す。

特に、これまで大手商社経由の販路を有していない事業者に積極的に声掛けし、商談会等における商品紹介や事業者情報の発信を行い、県外スーパーマーケットや量販店等小売業に対する商社経由の販路開拓をサポートする。

5 商品開発支援

県内の魅力ある農水産品や地域課題に直面している生産者等（1次産業）や、優れた加工技術を有する事業者（2次産業）の有するシーズに基づき、百貨店バイヤーをはじめとする流通関係の専門家からの市場ニーズや消費

者動向に関する様々な情報を収集・分析して、商品開発を一緒に行う生産者・事業者のマッチングを行うとともに、専門家や専門業者と協力しながら、商品や技術をどのように製造・販売・ブランディングしていくかを検討し、新商品の開発を支援する。特に、県外催事等の現場で培ったマーケティング視点でより実践的なアドバイスを行い、愛媛県産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支援などに取り組み、愛媛県産品の品質向上にも繋げる。

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とはもとより、ECサイト販売のほか、全国各地での物産展の実績を活かしてリアル店舗での販路支援も行う。

また、消費者との意見交換会の場を設けるとともに、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。