

（一社）愛媛県観光物産協会

令和7年度事業計画



2025年3月

①観光・物産を取り巻く環境

【インバウンド需要の急速な回復】

- ・訪日外国人旅行者数
2019（コロナ前）：約3,188万人
→2024（推計値）：約3,687万人
- ・訪日外国人旅行消費額
2019：4兆8,135億円（15.9万円/人）
→2024：8兆1,395億円（22.7万円/人）

【愛媛県内の動向】

- ・道後温泉本館全館営業再開（R6.7）
- ・JR松山駅高架化・新駅舎開業（R6.9）
- ・松山空港国際定期便（ソウル線、釜山線、台北線）の増便
- ・グリーンデスティネーションズによる「シルバーアワード」認定（大洲市）

【県内外での大型イベント（R7年度）】

- ・大阪・関西万博（R7.4～10）
- ・瀬戸内国際芸術祭
（R7.4～5、8、10～11）
- ・日本スポーツマスターズ2025（R7.9）
- ・えひめ夏旅なんよキャンペーン
（R7.6～9）

【地方の課題】

- ・外国人延べ宿泊者数の約7割が三大都市圏に集中（地方との格差拡大）
- ・人気観光地でのオーバーツーリズム（地域住民生活や自然環境への悪影響）
- ・国内の少子高齢化に伴う労働力人口減少（観光業界での人手不足）

令和7年度 重点施策

1 BtoBの取り組み

【観光】 旅行AGT向け着地型旅行商品の営業強化
【物産】 商社への営業強化

2 消費単価の向上

【観光】 富裕層向け高付加価値商品の造成・販売
【物産】 「えひめ愛顔の観光物産館」での高額商品の販売強化

3 ネット販売の強化

【観光】 OTA販売の充実強化（JTB BÓKUN等による販路拡大）
【物産】 EC販売の充実強化（越境ECでの販路拡大）

4 インバウンド需要の取り込み

【観光】 定期路線就航地（韓国・台湾）に加え、香港、豪州、タイを主要ターゲットとした積極的な誘客営業
【物産】 外国人向け売れ筋商品の充実、店内説明・POP等の充実

5 経営基盤の強化

【観光】 外部資金（国補助金）の獲得・活用による“売れる商品”の造成・販売
【物産】 店舗での話題性のある販売企画の実施、チャレンジショップを通じた販路拡大
【共通】 事務事業経費の節減・効率的な執行

観光部門

I 愛媛DMO事業

基本方針

予算額：40,658千円

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に基づき、国機関や県・市町、観光関係団体・事業者等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。

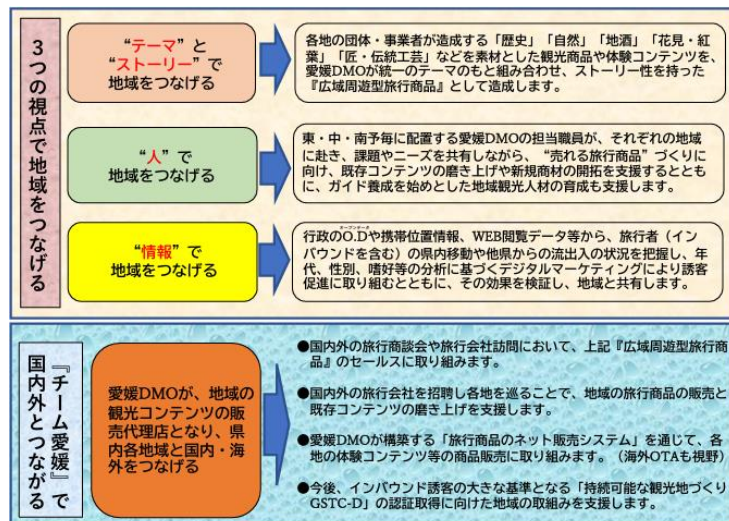
主な取組みと目指す姿

- ◎DMO推進チームの運営
- ◎県内の地域DMO等との連携
- 観光人材養成講座の開催
- 観光事業者満足度調査の実施

県内への誘客・周遊促進、旅行消費拡大

観光産業の強化・「儲かる観光」の実現

(参考) 愛媛DMOの役割



I-2. 旅行商品企画・受入体制整備

基本方針

予算額：14,111千円

“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、関係事業者・団体間のネットワーク強化を図る。特にインバウンド向けには、大阪・関西万博や瀬戸内国際芸術祭を見据え、ガイド育成等の受入環境整備支援等を行い、海外から旅行先として選ばれる観光地づくりを目指す。

主な取組み

- ◎地域との連携による着地型商品開発
 - 南予エリアを特に重点的に実施
- ◎西瀬戸広域周遊ルート形成に向けた南予地域への周遊・誘客・滞在促進（新規）
- ◎アドベンチャートラベル（AT）ガイド育成
- ◎車いすユーザー向け商品造成
- ◎松山市旅行商品の造成・販売
 - 新規商品“たべてみんな”（夕食+入浴券）等
- 台湾訪日教育旅行受入支援
- 外国人観光案内所の運営 等

事業イメージ



地域との協働によるコンテンツ造成



ATガイド育成研修



車いすユーザー向け商品造成



外国人観光案内所の運営

基本方針

予算額：20,937千円

国内向けでは、大手旅行会社や新しい切り口での個別営業、大型観光イベントでのPR、協会主催の商談会やファムトリップ等を実施するほか、海外向けではアジアや欧米豪での商談会への参加や、関係機関との連携による航空会社・旅行会社への働き掛け、国際クルーズ船の受け入れ等により、富裕層をはじめとするインバウンド誘致に取り組む。

主な取組み

国内向け

◎旅行会社へのセールス、情報収集活動の展開
→関西・九州に重点（南予への周遊を意識）

◎協会主催商談会、ファムトリップの実施

○旅行博、旅行商談会等への参加

○旅行商品広告等に対する広告会社への助成

海外向け

◎アジア・豪州等の旅行博・商談会への参加

◎インバウンド向け商品の営業強化

（主要ターゲット）

欧米豪：日本に送客実績のあるAG

アジア：リピーター・FIT

○国際航空便、国際クルーズ船への対応 等

事業イメージ



国内大型観光イベントでのPR



国内旅行会社との商談会開催



ファムトリップの実施



海外での商談への参加

I-4. 情報発信

基本方針

予算額：6,969千円

愛媛県観光HP「いよ観ネット」の運営管理や多言語版観光HP「Visit Ehime Japan」への問い合わせ対応、SNS等を活用した国内外への情報発信に加え、愛媛DMO造成商品のWeb販売の掲載ラインナップを充実することにより、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。

主な取組み

◎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

◎予約販売システム（JTB BÓKUN）や万博公式予約サイト等への掲載商品の拡充

○県公式観光ホームページの運営管理

○県公式観光ガイドブックの発刊

○ノベルティグッズの制作 等

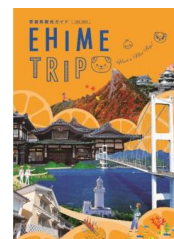
事業イメージ

いよ観ネット

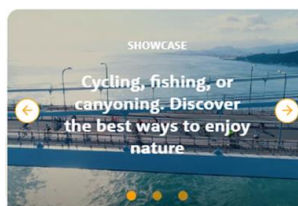


VISIT EHIME JAPAN

県公式観光HPの運営・管理



県公式観光ガイドマップ



インバウンド向け商品のWebでの販売



SNSでの情報発信（香港向けFacebook）

Ⅱ 個別事業・その他観光事業

Ⅱ－１．インバウンドの地方誘客等①

西瀬戸広域周遊ルート形成に向けた南予地域への周遊・誘客・滞在促進 (新規・再掲)

※観光庁「地域周遊・長期滞在事業」申請事業

予算額：5,020千円

目的・背景

- 「南予地域」では、豊かな自然や文化、食など、インバウンド向け観光のポテンシャルを有しておりながら、誘客に向けては受入環境等の課題がある。
- 「西瀬戸エリア」における広域周遊ルート形成に向け、「ミッシングリンク」である南予地域において、インバウンド向けコンテンツの造成と受入環境整備等を行い、周遊・宿泊に繋げることで、持続的な観光地づくりを目指す。

実施内容

- インバウンド向けコンテンツの造成
- モニターツアーの実施（ブラッシュアップに必要な施策等の洗い出し）
- インバウンド対応セミナー・個別伴走支援
- ターゲット国（豪州）等へのセールス
- えひめ夏旅なんよキャンペーンとの連携

(参考) 地域周遊イメージ



実施スキーム



Ⅱ-2. インバウンドの地方誘客等②

アドベンチャートラベルガイド育成支援事業（継続・再掲）

※観光庁「地域周遊・長期滞在事業」申請事業

予算額：4,113千円

目的・背景

- アドベンチャートラベル（AT）は、消費額が高く長期滞在の傾向にあり、地域への経済効果が期待されるが、ガイドに求められる水準が高く、対応できるガイドが限られ、ガイド数の確保とスキル向上等が課題である。
- 国際的な資格取得に向けた研修等を実施し、ATガイドのスキル向上を図るとともに、ガイド間のネットワーク構築を支援することで、ATのディステーションとしての受入環境を整備する。

実施内容

- ATガイドに必要な知識習得、国際的資格取得に向けた研修の実施
- 旅行会社でのOJT研修、英語ガイド研修の実施
- ATガイド及びガイド候補生による意見交換会の開催

実施スキーム



車いすユーザーフレンドリー事業（継続・再掲）

※観光庁「地域周遊・長期滞在事業」申請事業

予算額：3,949千円

目的・背景

- 高齢や障がいなどの理由により脚が不自由な訪日外国人旅行者及びその家族等の潜在的需要は大きく、今後の拡大が見込まれる一方、そうした方々が不安なく観光を楽しむことができるコンテンツはまだ限られている。
- 車いすユーザーや長時間の歩行に不安がある方でも愛媛県らしい観光を楽しむことができる選択肢を増やすことで、地域への長期滞在と周遊促進を図る。

実施内容

- 車いすフレンドリーなコンテンツの作成、磨き上げ、販売
- 受入側を対象としたセミナーの開催

実施スキーム



Ⅱ-3. その他の観光事業

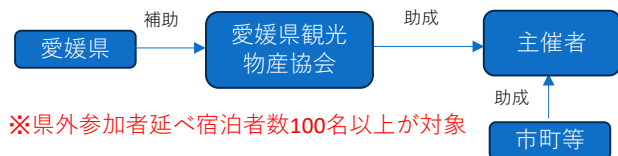
コンベンション開催支援（継続）

予算額：6,222千円

実施内容

愛媛県内で開催されるコンベンションを誘致するため、コンベンション主催者への助成や関係団体と連携した誘致活動を実施する。

実施スキーム



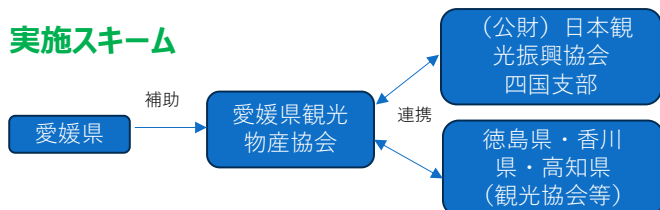
台湾訪日教育旅行受入促進（継続・再掲）

予算額：840千円

実施内容

- 訪日教育旅行受入促進に係る招請ツアーの実施
- 訪日教育旅行受入促進に係る広告宣伝、PR活動
- 研修会等への参加

実施スキーム



関係団体との連携・協働

予算額：39,878千円

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・広域連携DMO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・地域DMO等
- （公社）日本観光振興協会（本部・四国支部）
- 広域連携DMO（四ツ一創、せとうちDMO）
- 関係団体実施事業への参画
- ・日本スポーツマスターズ2025愛媛大会実行委員会
- ・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
- ・南予広域観光プロモーション協議会（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
- ・えひめ移住交流促進協議会 等

基本方針

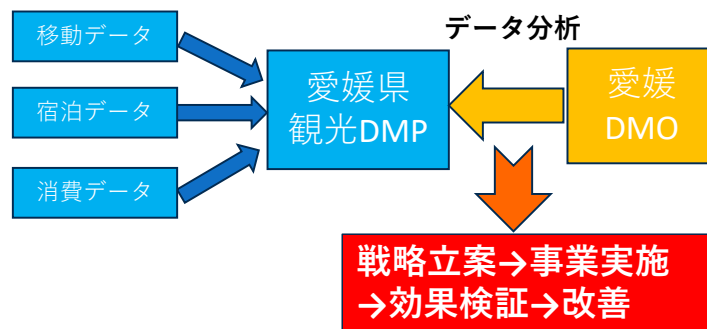
ゼロ予算（予定）

愛媛県が整備・運営する観光DMP（デジタルマーケティングプラットフォーム）を活用したデータ分析を行い、エリア別のマーケティング戦略の企画・立案や実施する事業の効果測定・改善というPDCAサイクルの循環を目指す。

主な取組み

- ◎愛媛県観光DMPにおけるデータ利活用
- ◎市町・関係団体との連携によるエリア別の戦略立案
- ◎実施事業のデータに基づく効果測定
- ◎愛媛県が実施するDX勉強会への参画
- ◎予約販売システム（JTB BÓKUN）を活用した販売促進（再掲）

事業イメージ



観光DXとは

デジタル化によって収集されるデータの分析・利活用により、ビジネス戦略の再検討や、新たなビジネスモデルの創出といった変革を行うものと位置付け（観光庁HPより抜粋）

物産部門

I 普及・販路拡大事業

基本方針

予算額：165,000千円

「えひめ愛顔の観光物産館」では、本県観光・物産の情報発信拠点として、国際航空便の新規開設・増便等により、急増している訪日外国人観光客への対応強化をはじめ、観光誘客及び県産品の紹介宣伝・一層の販売促進に努める。

主な取り組み

- (1) 物産の紹介宣伝及びあつ旋
 - 会員事業者と連携した顧客満足度の向上
 - ・新商品や話題性の高い商品の効果的な陳列
 - ・企画コーナーの充実（発信力強化・売上拡大）
- (2) 物産の販売促進
 - ◎増加するインバウンド客への対応
 - ・外国人ニーズを踏まえた売れ筋商品の充実
 - ・免税条件や商品説明など、外国人に分かりやすい表示
 - ◎特設コーナーの設置
 - ・季節に応じた商品(特に柑橘類)の試食販売等
 - 入館数及び消費単価の増
 - ・観光客訪問拠点等への優待付チラシの効果的配布
 - ・高額商品（真珠等）の販売強化

事業イメージ



えひめ愛顔の観光物産館での道の駅フェアの開催



老朽化した冷蔵庫の入替え



外国人観光客向けPOPの設置

I-2. ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」

基本方針

予算額：42,300千円

E Cサイト運営会社との連動（季節イベントやセールへの参画、効果的なクーポン発行等）、SNSでの発信などを一層強化し、県産品の売上拡大に本格的に取り組む

主な取り組み

- (1) E Cサイトの最適化
 - 魅力あるサイト運営による顧客満足度向上
 - ・顧客目線での商品ページ改修
 - ・新商品・季節限定商品・予約販売商品のタイムリーな投入等
 - ・配送方法や送料の改善
- (2) 販促施策の効果的な実施
 - ◎顧客開拓・リピーター確保
 - ・効果的なクーポン発行（運営会社のイベントとの連携等）
 - ・SNS、メルマガ等による情報発信の強化
- (3) 越境での販路拡大
 - 運営会社と連携した販路開拓
 - ・中国越境E Cモールの季節イベントへの参加等
- (4) 各事業者との連携強化
 - ・県産品のメディア紹介時の販売促進体制強化
 - ・在庫や発送状況等の連携強化、配送ミス等の発生防止

事業イメージ



松山デザイナー専門学校製作商品ページ



メディア紹介等で爆発的に売上が伸びた商品

基本方針

予算額：44,000千円

昨年開拓した県外販路での売上拡大のほか、県内企業・団体等からの受注増加に向け、県内外での営業活動を強化する。

主な取組み

- (1) 県外販路の充実・強化
 - ◎ みきゃんパーク札幌、札幌開発㈱（いずれも愛媛県観光物産協会チャレンジショップ）を通じた北海道圏への販路拡大
- (2) 県内物産展の積極開催
 - ◎ 全国規模の展示会等にあわせた物産展開催
 - 県外催事への出展が困難な会員への機会創出
- (3) ふるさと納税返礼品の受注拡大
 - 取扱い市町の拡充やページ内容の充実
- (4) 県内企業・団体等への営業活動
 - ◎ 新商品の発掘・協会での取扱い拡充、新商品開発のサポート
 - 県内消費の拡大

事業イメージ



みきゃんパーク札幌(協会チャレンジショップ)



県内物産展(クルーズ船向け物販)

物産部門

Ⅱ 県外における紹介・宣伝及びあっ旋

基本方針

予算額（旬）： 8,997千円（手数料収入）
予算額（大）： 20,100千円

東京支部（県東京事務所）、大阪支部（県大阪事務所）と連携を密にしながら、せとうち旬彩館（東京）や大阪物産あっ旋所において、積極的な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む。

主な取組み

- (1) 「せとうち旬彩館」運営支援
 - 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県内事業者への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) 「大阪物産あっ旋所」管理運営
 - 県内市町の販売会やイベント開催
 - ◎県人会、大手企業本社ビル等での県産品販売会への参加
 - 県人会会員向けギフト好適品（中元・歳暮等）の紹介

事業イメージ



せとうち旬彩館



大阪物産あっ旋所

Ⅱ-2. 県外催事（愛媛フェアの開催）

基本方針

予算額：10,340千円（手数料収入）

過去の実績を勘案しながら、百貨店や商業施設での催事を継続し収益確保に努めるほか、愛媛県庁と連携して戦略的に営業活動を行い、新規催事会場の確保に取り組む。

主な取組み

- 継続開催（11道府県、21件）
 - ・ 過去の販売実績や主催者側の要望、地理的な分布等を踏まえた計画的開催
 - ・ 新商品の提案、小規模事業者のテスト販売など戦略的な取組み
- ◎ 新規開催（重点地域：東北・東海ブロック）
 - ・ 近隣の催事開催にあわせた、市場調査、計画的な営業活動
 - ・ 各種メディア等と連携した本県の知名度向上
- 会員事業者の積極的な参画推進
 - ・ 催事開催地での市場ニーズや消費者動向などの情報収集・還元
 - ・ 会員事業者（新規・催事出展未経験）の参画サポート

事業イメージ



みきゃん登場イベントでの人だかり



大人気の蛇口ミカンジュース



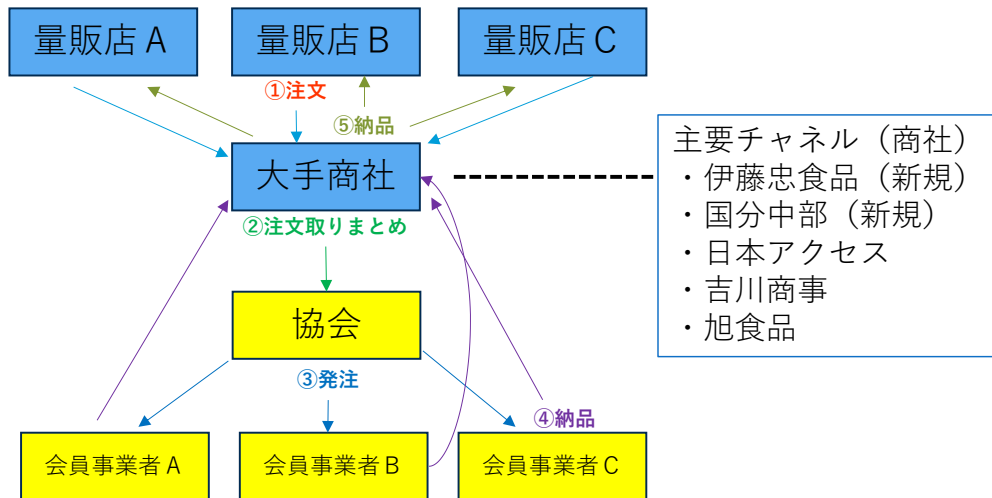
会員事業者の商品を集めたアンテナショップ

基本方針

予算額：600千円（手数料収入）

商社経由の販路開拓をサポートするため、愛媛県と連携し、県内外で開催される各種商談会情報を幅広く収集し、会員事業者の積極参加を促す。
昨年契約をした伊藤忠食品及び国分中部を新たに加え、これまで以上に大手商社経由の販路開拓・拡大に取り組む。

事業イメージ



伊藤忠食品商談会の様子



日本アクセス商談会の様子

物産部門

Ⅲ その他県産品の紹介宣伝等

主な取組み

- 機構主催事業への参画
 - ・「えひめ愛ある食の市」（2月の毎週土曜日）等
- ◎広告宣伝物の販売（令和7年4月～）
 - ・協会が主体となった「愛媛産には、愛がある。」グッズの販売



予算額：1,000千円



Ⅲ－２．エイチ・ツー・オー商業開発との連携

主な取組み

- イズミヤでの催事の拡充
 - ・従来の11月に加え、6月も開催（体験型等）
- ◎大阪・関西万博における連携
 - ・県・協会事業との効果的な連携



エイチ・ツー・オー商業開発(株)との
協定締結式



イズミヤ千里丘店での催事開催