

【全国】

■過去最高水準の訪日需要と地方誘客競争・高付加価値化の加速

2025年のインバウンド市場は、記録的な円安と大阪・関西万博の集客効果を追い風に、訪日客数が年間4,000万人を突破(約4,268万人)し、過去最高を記録する歴史的な年となった。

○訪日外国人客数

過去最高であった2024年を580万人以上上回り、過去最高を更新

→2025年：約4,268万人（2024年比 約115.8%）

※出典：日本政府観光局（JNTO）

○訪日外国人旅行消費額

2年連続で過去最高を更新（全体・1人当たりとも）

→2025年：9兆4,549億円（約22.9万円/人）（2024年比 約116.4%）

※出典：観光庁「インバウンド消費動向調査」（旧「訪日外国人消費動向調査」）

○外国人延べ宿泊者数

2年連続で過去最高を更新

→2025年：1億7,787万人泊（2024年比 約108.2%）

※出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

■日本人の旅行需要は伸び悩み

○出国日本人数は約1,473万人で、訪日外国人数の約34.5%

○日本人延べ宿泊者数は4億7,561万人泊で、2024年比で約96.2%

【県内】

○えひめ夏旅なんよキャンペーン（2025.6～9）

○松山空港国際定期便の再開・増便（上海線・釜山線）※上海線は現在運休中

○こども本の森オープン（2025.7）

○日本スポーツマスターズ愛媛大会（2025.9）

○蜷川実花 with EiM × 道後温泉 DOGO ART（2025.10～）

○アートベンチャーエヒメフェス2025（2025.10～11）



○県内の外国人宿泊者数（2025年）は約580千人泊（2024年比約128%）

※出典：観光庁「宿泊旅行統計調査」

○松山空港国際線利用者数（2025年度）は約396千人（2024年度比約123%）

※出典：松山空港利用促進協議会

1 令和7年度第1回理事会(書面表決)

表決日 令和7年6月10日(火)
内 容 第1号議案 令和6年度事業報告について
第2号議案 令和6年度決算報告について

2 令和7年度第2回理事会

開催日 令和7年6月25日(水)
会 場 A N A クラウンプラザホテル松山 ローズルーム
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6年度事業報告について
・令和6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
・えひめ愛顔の観光物産館の運営について

3 令和7年度定時総会

開催日 令和7年6月25日(水)
会 場 A N A 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 第1号議案 令和6年度決算報告について
第2号議案 役員の選任について
会長表彰
報告事項
・令和6年度事業報告について
・令和7年度事業計画及び収支予算について
・令和7年度借入れ限度額の設定について
その他
・えひめ愛顔の観光物産館の運営について

4 令和7年度第3回理事会

開催日 令和8年3月25日(水)
会 場 A N A 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8年度事業計画(案)について
第2号議案 令和8年度収支予算(案)について
第3号議案 令和8年度借入れ限度額の設定について
第4号議案 令和8年度定時総会の開催日について
第5号議案 令和7年度決算の承認議決行為について
報告事項
・愛媛DMO財源計画

観光部門

I-1. 地域との協働

“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構築等に向け、県内各地域を精力的に訪問した。また、エリア別担当者会議を開催し、愛媛DMOや各市町・事業者の取組状況等を関係者で共有し、幅広く意見交換を行った。

【愛媛DMO職員の訪問実績（R7.4～R8.3）】

	総 数	内 訳			
		商品造成	視察・イベント 参加	会議・協議	その他
東予地区	48回	19回	13回	12回	4回
中予地区	48回	13回	7回	23回	5回
南予地区	31回	11回	9回	10回	1回



【エリア別担当者会議の開催実績】

【東予】

日 時：令和7年5月30日（金）13：30～
場 所：みなと交流センターはーばりー
事例発表：玉川みらいプロジェクトスローリバー
参加者数：33名

【中予】

日 時：令和7年5月29日（木）13：30～
場 所：愛媛県水産会館
事例発表：（一社）伊予市観光物産協会ソレイヨ
参加者数：28名

【南予】

日 時：令和7年5月23日（金）13：30～
場 所：西予市商工会館
事例発表：（一社）Umidas（ウミダス）
参加者数：37名

I-2. 人材の育成（講座開催）

令和4年度から、県内観光事業者・団体等の中堅・若手職員の育成を目的に人材養成講座を開催。令和7年度は、愛媛県や観光庁との連携によるセミナー・勉強会を実施。

【第1回 観光DXセミナー】

日 時：令和7年10月10日（金）14：00～16：00
場 所：愛媛県水産会館
テ マ：「愛媛の観光を変える！データで読み解く最新旅行トレンドと次の一手」
講 師：じゃらんリサーチセンター 森戸 香奈子氏
（株）リクルート地域創造部エリアプロデューサー 辰巳 大樹氏
概 要：「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2025」に基づく日本人の国内旅行動向と中四国エリアの観光・満足度・今後の展望、愛媛県観光DMPによる現状と課題の分析
参加者数：80名（オンライン参加者46名を含む）



【第2回 DMOガイドライン勉強会】

日 時：令和8年2月4日（水）14：00～16：00
場 所：NOSAIえひめ
概 要：DMO登録制度について（観光庁地域振興課）
トークセッション『四国における持続可能な観光地域づくり』
（登壇者：観光庁地域振興課、四国ツーリズム創造機構、伊予市観光物産協会ソレイヨ）
参加者数：42名



I-3. DMO登録更新に向けた取組み

主な更新要件の変更	～R7年度	R8年度	R9年度	
			第1 四半期	第2～第4 四半期
意思決定機関 (合意形成の仕組み) の設置	二段構成 ●決定機関 愛媛DMO推進委員会 ●報告機関 愛媛観光物産協会理事会 〔両組織の構成団体・メンバー混在〕	●一元化 愛媛県観光物産協会理事会 〔より幅広い分野（文化、スポーツ等）の 参画が求められており、次期改選時（R8.6） に一部見直しを検討〕	通年で審査 審査期間中 「登録DMO」 の位置付け	
観光地経営戦略 〔新規〕	●「愛媛DMO中期アクション プラン」 （R5～7年度） →R8年度末まで1年間延長 〔※従来の取組みを継続 KPI数値を見直し設定〕	○「愛媛DMO中期アクション プラン」 （延長後）の推進 ■「愛媛DMO観光地経営戦略」の策定 （R9.3開催の理事会で審議）	登 録 更 新 申 請	登 録 更 新 完 了
財源確保計画 〔新規〕	■「愛媛DMO財源計画」の策定 ※DMO推進委員会で承認、協会理事会 で報告（R8.3）	■「愛媛DMO財源確保計画」の推進 既存事業の収益力強化と新規事業の具体化		
事業計画書 （単年度）	観光物産協会＊事業計画書＆収支予算書 （R8.3開催の理事会で承認）	観光物産協会＊事業計画書＆収支予算書 R9年度以降は、観光地経営戦略を踏まえた事 業計画・収支予算を策定し、理事会承認を得る		

I-4. 愛媛DMO財源計画の策定

- 令和7年3月に一部改正されたガイドラインでは、DMOの安定的な運営資金の確保に関し、新たに「財源計画」の策定と、登録更新時における財源計画の分析、評価及び見直しが求められることとなった。
- 愛媛DMOの特性や地域の実情に応じた「愛媛DMO財源計画」を策定した。
※令和7年度観光庁「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」採択

【事業内容】

策定支援に関する以下の業務を委託

●委託内容

- 愛媛DMOの現状・課題等の把握・整理
- 関連データの収集・分析、個別調査、関係者ヒアリング等
- 関係者向け勉強会及び検討会の開催
- 安定財源確保のための具体的な施策の体系化と各施策の実現に向けた戦略立案・環境分析
- 安定財源確保率を含む計画（素案）作成

【実施状況】

●勉強会の開催

- 日 程：10/1（水）・12/18（木）
- 内 容：登録要件の見直し・「財源計画」策定意義、先進事例・KPI活用とPDCAサイクル等

●検討委員会の開催

- 計画策定に向け、持続可能な組織運営や具体的な施策について検討するため、民間事業者等を含めたメンバーで構成する検討委員会を臨時的に設置、11/13（木）、1/29（木）に委員会を開催。



検討委員会での意見等を踏まえ、素案を元に計画を策定

I-5. 各種データの収集・分析

県内の観光物産関係事業者の状況把握をはじめ、観光DMPの有効活用等により、今後の観光振興施策や愛媛DMO事業の企画・立案等につなげることを目指す。

(1) 事業者満足度調査

- 調査対象：県内の観光物産関係事業者 1,042社・団体等
- 調査方法：郵送及びWeb
- 調査期間：令和7年12月～令和8年2月
- 有効回答数：457（有効回答率：43.9%）
（委託先：（公財）えひめ地域活力創造センター）

(2) 愛媛県観光DMPの活用に向けた勉強会

回数	開催日	テーマ	人数
1	R7.4.23	【活用編①】観光DMP概要説明・事例紹介	3名
2	R7.7.17	【活用編②】新規格納データ説明・事例紹介	3名
3	R7.9.11	【実践編①】愛媛県の全体動向及びインバウンドの他地域比較	4名
4	R7.11.28	【実践編②】特定エリアでの活用事例	8名
5	R7.12.23	【分析編】ケーススタディによる分析ワークショップ	4名

～ M E M O ～



Ⅱ-1. インバウンドの地方誘客等

■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

※観光庁「地域周遊・長期滞在事業」採択事業

「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」広域周遊ルート形成に向け、南予地域における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・滞在促進を図る。

【実施状況】

- ①インバウンド向けコンテンツ造成
現地調査・協議を経て、5商品を造成
- ②インバウンド受入に関するセミナー実施
日程：令和7年11月10日（月）
場所：西予市商工会本所
内容：インバウンドマーケットの現状、受入環境レベルアップに向けた実践術等
- ③モニターツアー実施
日程：令和7年11月29日（土）～12月1日（月）
内容：専門家3名をモニターとして招聘
- ④ターゲット国等へのセールス
日程：令和8年2月11日（水・祝）～13日（金）
場所：豪州（シドニー）
内容：現地旅行会社8社へのセールスを実施
- ⑤その他
次年度以降の連携・周遊促進に向け、近隣県の観光団体と意見交換を実施



■しまなみガストロノミープレミアムインバウンドツアー

※観光庁「地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」採択事業

今治・しまなみエリアは近年、サイクリングにより認知度が高まり、インバウンド客が増加傾向にあるものの、「通過型観光地」であることが課題となっている。

地域の資源である「国内屈指の漁師」を核に、「プレミアムな体験」と「食事」、「宿泊」を組み合わせたツアーを実施することで、「滞在型観光地」への転換を図り、消費単価向上・地域内での消費額の拡大を目指す。

【実施状況】

- ①ツアーコースの企画・コンテンツ造成等
- ②モニターツアーの実施
時 期：令和7年11月26日（水）～28日（金）
内 容：専門家2名を招聘し、ツアーを実施
- ③プロモーション関係
内 容：SNS（Instagram）運用
英語版HP・パンフレット作成
海外営業（英・仏・西）
- ④プロジェクト管理
委託先：(株)伊予銀行
- ⑤効果測定
委託先：(株)いよぎん地域経済研究センター



■アドベンチャートラベルガイド育成支援事業

※観光庁「地域周遊・長期滞在事業」採択事業

海外で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トラベル(AT)は、地域への経済効果が期待されるが、対応できるガイドの確保が課題。

県内の自然や文化、アクティビティを活用したツアーに関し、海外の旅行会社から求められる品質・レベルに応えられるガイドを育成するための研修等を実施。

【実施状況】

① ATガイド育成セミナー

日 時：令和7年8月8日(金) 13:00~16:00

場 所：愛媛県県民文化会館

参加者数：35名

② 旅行会社におけるガイドOJT研修

内 容：実際の外国人对応ツアーでのサブガイドとしてOJT研修を実施

日 程：令和7年9月~11月に3回(各回1名)

③ WMTC/WFA(野外救急救命)講習

日 程：令和7年10月21日(火)~23日(木)

場 所：ニンジニアスタジアム・キャンプ場

参加者数(合格者)：10名

④ 英語ガイド育成研修

日 程：令和7年11月29日(土)~30日(日)、12月6日(土)~7日(日)

実施場所：しまなみ海道、大寶寺・岩屋寺等

参加者数：各回3名

⑤ ガイドの意見交換会

1 回 目：令和7年12月17日(水) 13:30~16:00

テーマ「お遍路」 参加者11名

2 回 目：令和8年1月14日(水) 13:30~16:00

テーマ「日本食」 参加者11名



II-2. 旅行商品の造成・誘客等

■車いすユーザーフレンドリー事業

※観光庁「地域周遊・長期滞在事業」採択事業

少しの工夫とお手伝いで、車いすユーザーにも体験が可能なコンテンツの洗い出しや商品造成、観光事業者を対象としたセミナー等を実施。

【実施状況】

① 観光コンテンツ調査・商品造成

観光コンテンツの洗い出し、実地調査等の上、5商品を造成、既存コンテンツの増売に向けたブラッシュアップを行い、OTAで販売中

② 「こころのバリアフリー」セミナー

日 程：令和7年12月16日(火)~17日(水)

場 所：愛媛県総合社会福祉会館

内 容：座学、グループワーク、接遇体験

参加者数：35名(2回)



■「新居浜太鼓祭り」の商品化

地元の商工団体・祭関係団体等と連携の上、「新居浜太鼓祭り」の桟敷席観覧券を商品化し、販売。

【実施状況】

日 程：令和7年10月17日（金）、18日（土）
販売期間：6月～9月
販売方法：「いよ観ネット」のほか、台湾旅行会社にも販売
販売数：94人（うち台湾7人）



Ⅱ-4. 外国人旅行者の受入体制整備

■外国人観光案内所の運営

○えひめ愛顔の観光物産館

外国語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。

- ・配置状況：年末年始（12/29～3）を除く毎日 10時～17時（原則）
- ・対応言語：英語（※）、中国語、韓国語、広東語、マレー語、スペイン語、イタリア語
- ・外国人立寄件数：22,068件
※スタッフ4名が交代で勤務、英語以外の対応可能言語はスタッフにより異なる。

○愛媛・松山観光インフォメーションセンター

松山三越内の愛媛・松山観光インフォメーションセンターにおける観光案内等の一部業務を委託。

- ・委託先：㈱まちづくり松山
- ・相談・案内件数：9,263件（うち外国人7,224件）

■台湾訪日教育旅行の受入

日本観光振興協会及び四国4県で連携し、台湾からの訪日教育旅行の受入を促進。

【実施状況】

- ①現地説明会
台北市（160名）、高雄市（128名）（R7.6.10～11）
四国単独3月現地説明会（R8.3.20）桃園市
- ②現地学校訪問
台北市（2校）、屏東縣（1校）（R7.6.10～11）
3月現地学校訪問（R8.3.20）桃園市（1校）
- ③国内招請ツアー（R7.10.21～22）
○参加者数：8名
○内 容：松山城視察、マイントピア別子視察、砂金採り体験、鉱山観光等
- ④教育旅行受入・PR活動
○台湾桃園市立観音高級中學（R7.4.21～22）生徒34名、引率2名
○台北市立明德国民中学（R7.7.3～4）生徒32名、引率4名
○台湾青年百億圓夢計畫「台湾青年遴選見学団」（R7.10.27～28）
生徒20名、引率2名

III-1. DMO主催商談会の開催

県内各地域と国内大手旅行会社とのビジネス機会の創出に向け、第3回となる愛媛DMO主催の商談会を7月に東京都内で開催。

【実施状況】

名称：愛媛観光プロモーション＆商談会

日時：令和7年7月16日（水）13:00～19:00

場所：東京国際フォーラム

内容：

第1部 観光プロモーション（13:00～13:15）

知事ビデオメッセージ放映

観光トピックス等の紹介

第2部 個別商談（13:25～17:00）

第3部 意見交換会（17:15～19:00）

商談会参加者：

旅行会社：13社37名

県内事業者：28社・団体41名

日程表	
主催	愛媛DMO（共催：愛媛県）
日時	令和7年7月16日（水）13:00～19:00（12:15～定例定例会）
場所	東京国際フォーラム（東京都千代田区丸の内7番地1号）6409会議室
商談相手	国内大手旅行会社の商品企画・仕入担当者を対象予定
第1部	観光プロモーション 13:00～13:15
内容	知事ビデオメッセージ放映 観光トピックス等の紹介 第2部 個別商談 13:25～17:00 （個別商談形式 13:25～17:00（15分程度）※要予約） 第3部 意見交換会 17:15～19:00 （懇話会形式 17:15～19:00（15分程度）※要予約） ※会場までの交通費・宿泊費等は（DMO）が負担いたします。
連絡先	一般社団法人愛媛県観光開発協会（愛媛DMO） 住所：松山市大黒通7丁目6-1 申込締切：令和7年6月20日（金） メール：info@dmoe.jp 申込先：info@dmoe.jp 担当：総務課 企画・推進課 TEL：089-924-4500（夜18～18:00）



III-2. テストツアー／営業活動の実施（受託業務）

■瀬戸内・松山ツーリズム推進会議カスタム観光テストツアー

愛媛県内への誘客・広域周遊促進に向け、関係団体との連携・協力し、大都市圏の旅行会社等を招聘し、カスタム観光テストツアーを企画・実施。

【実施状況】

日程：令和7年12月10日（水）～12月12日（金）

※うち愛媛県内は12月11日（木）～12日（金）

内容：地元観光関連事業者（17団体21名）との観光商談会

蜷川実花 with EiM × 道後温泉 DOGO ART視察

慈眼寺（新居浜）、いとまち・四国鉄道文化館（西条）

観光列車「伊予灘ものがたり」、大洲城下町（大洲）

参加者数：8社13名

（委託元：瀬戸内・松山ツーリズム推進会議）

■旅行商品PR・助成金制度周知等業務

愛媛県内への誘客促進を図るため、関係団体と連携・協力し、旅行商品のPR及び助成金制度の周知に向けた営業活動を実施。

【実施状況】

九州及び広島地域の旅行会社に対し、令和6年度に造成した旅行商品及び新たに創設した助成金制度の周知を通じ、対象地域への誘客促進を図り、送客拡大につなげる。

（委託元：広域観光連携推進協議会／松山市・東温市・砥部町）

Ⅲ-3. 営業・誘客活動

愛媛DMOが、地域の観光コンテンツの販売代理店となり、県内各地域と国内・海外をつなげることを強く意識し、個別営業や商談会等への参加を継続的に実施。

(1) 商談会等への参加

内容（主催等）	会場	時期
阪急交通社	徳島	5月
JR四国	大阪	5月
愛媛DMO主催	東京	7月
日本旅行訪日旅行部	松山	8月
KNT-CT	琴平	9月
ツーリズムEXPO	愛知	9月
四ツ一創（四国観光商談会）	東京	10月
四ツ一創（四国観光商談会）	大阪	10月
瀬戸ツー観光商品説明会	東京	11月
阪急交通社	広島	12月
読売旅行	岡山	1月
KNT-CT	岡山	2月
（インバウンド向け）		
四ツ一創（海外OTA）	オンライン	9月
四国インバウンド商談会	松山	10月
陝西省商談会	西安	10月
せとうちDMO（インバウンド）	松山	11月
台湾商談会（愛媛県）	台北	1月

(2) 旅行会社への個別営業

営業エリア	実施時期	延べ訪問社数
大阪・名古屋	5月	10社
首都圏	5月	7社
九州	5月	26社
香川・徳島・高知	6月	17社
岡山	6月	13社
首都圏	10月	7社
広島	10月	10社
大阪・神戸	10月	7社
仙台	11月	1社
九州	11月	26社
広島	12月	3社
岡山	1月	9社
広島	2月	11社
大阪	3月	6社
（海外）		
韓国（釜山）	11月	3社
台湾（高雄・台中・台北）	1月	17社
豪州（シドニー）	2月	8社

Ⅲ-4. 旅行商品の販売促進等

■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

2025年度上期商品：8件 1,602人泊

2025年度下期商品：13件

553人泊

【成果連動型送客事業】

上記①支援事業のうち40人泊以上の送客実績に応じて加算：11件

②募集型企画旅行（個人型）支援事業

2025年度下期商品：3件 1,364人泊

2026年度上期商品：3件

※現在販売中

③協会商品販売促進事業

2025年度下期商品：3件

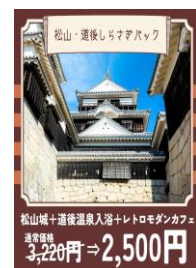
2026年度上期商品：2件

※現在販売中

■着地型商品販売の強化

SNSアカウント（Instagram等）を活用し、WEB広告によるBtoC向けプロモーションを展開。関東・関西・広島在住の旅行に関心のある若年層（18歳～24歳）をターゲットに、学生旅行需要を意識した松山城や道後温泉周辺で利用可能な商品の認知拡大と販売促進につなげた。

（本プロモーションを通じて対象商品の販売は前年比164%と大きく増加）



Ⅲ- 5. 旅行商品の販売促進等

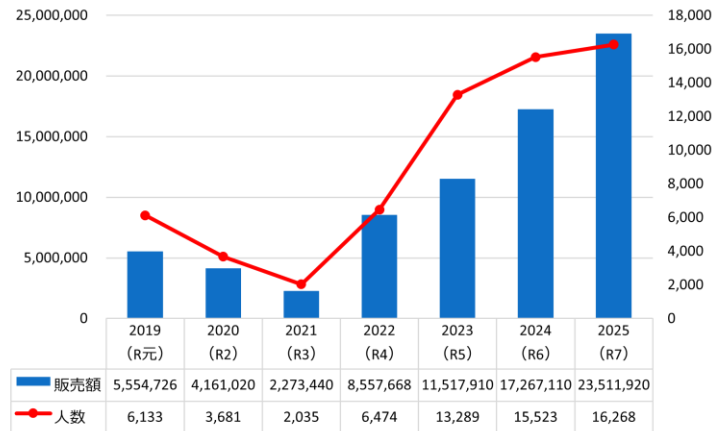
■着地型旅行商品の販売状況

2025（R7）年度 年間販売実績

○販売額：23,512（千円） 対前年比：136.2%

○人 数：16,268（名） 対前年比：104.8%

旅行商品販売実績推移（R元～R7）



■WEB販売（いよ観ネット・協会HP販売）

※2023（R5）年度より愛媛県公式観光サイト「いよ観ネット」にて販売を開始

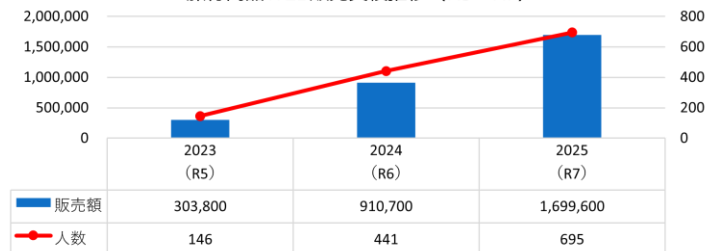
2024（R6）年度より協会ホームページでも販売

2025（R7）年度 年間販売実績 ※上記の実績に含む

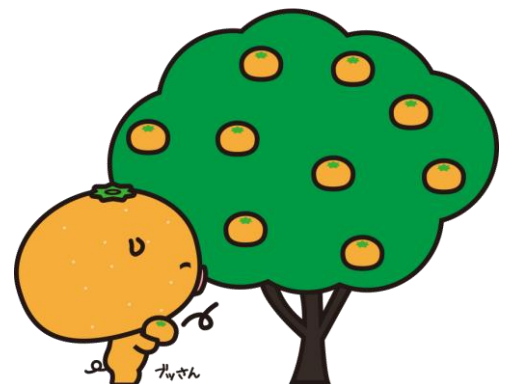
○販売額：1,699（千円） 対前年比：186.6%

○人 数： 695（名） 対前年比：157.6%

旅行商品WEB販売実績推移（R5～R7）



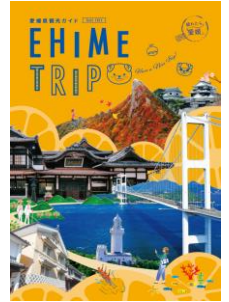
～ M E M O ～



Ⅳ- 1. 情報発信

【主な取り組み】

- ①県公式観光ホームページ「いよ観ネット」の運営管理
保守管理、最新情報の追加、特集記事更新等
- ②季節のイベント情報の掲載
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
- ③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
- ④愛媛県公式観光レジャーガイド「愛媛本2026」監修
- ⑤愛媛県観光ガイド「EHIME TRIP」データ更新・増刷
- ⑥SNSによる情報発信（Instagram、Facebook）
- ⑦航空会社機内誌を活用したプロモーション



航空会社機内誌（海外向け）への本県観光資源の記事掲載

Ⅳ- 2. その他観光事業

【主な取り組み】

- ①物産部門と連携したプロモーション活動
仙台藤崎百貨店「えひめ・松山の物産と観光展」での観光PR（R7.11.13～24）等
- ②「ふるさとふれあい塾」への協力
松山商工会議所、松山市、松山コンベンション協会と連携し、事業運営に協力した。
- ③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主催者への助成を行った。
令和7年度実績：23件、4,975千円、延宿泊者数24,947人
- ④観光物産振興団体連携事業・表彰関係
当協会会長表彰のほか、(公社)日本観光振興協会四国事務局への推薦等を実施した。
- ⑤観光物産振興事業
令和7年度に後援・協賛・共催・協力申請された17事業に対し、名義後援等を行った。

物産部門

I-1. 「えひめ愛顔の観光物産館」における紹介宣伝及びあっせん

「えひめ愛顔の観光物産館」では、店舗内企画コーナーの充実及び商品の認知度向上を目的として、工芸品を中心に松山城ロープウェイ駅舎へ展示コーナーを新設。

上記に伴い既存店舗にできたスペースを有効活用したほか、高額商品の販売強化、近隣顧客に向けた新米の販売等、デイリー商材の導入に取り組んだ。

【物産館売上及び来館者】

R7年度売上額	161,986千円	前年度実績	161,654千円
R7年度来館者数	307,997人	前年度実績	316,037人

(1) 物産の紹介宣伝及びあっせん

- 新商品・話題性の高い商品の展示販売
- 企画コーナーにおける、県産品の宣伝紹介及びあっせん
- 松山城ロープウェイ駅舎商品展示コーナー新設
- みかんジュース蛇口を砥部焼洗面鉢・媛ひのきの台に刷新
- 売上が増加している個包装商品の陳列棚拡充



ロープウェイ駅舎
での県産品展示

(2) 物産の販売促進

- 季節の「旬」コーナー等を展開
- 優待サービス券を主要ホテル及び観光施設に配布
- SNS等での告知と連動した商品の展示
- 四季折々の館内装飾を行い季節感を演出



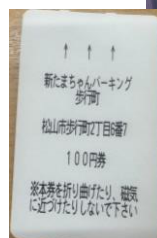
(3) 観光情報・県産品情報の発信

- 空港、駅、港、主要観光施設等でのチラシ配置
- デジタルサイネージを活用した最新の観光・県産品情報の発信
- ガイドブックや観光情報誌等による観光物産館の広告宣伝の実施

(4) 利便性の向上

- 自動釣銭機能付きのレジ端末機による、レジ待ち時間の短縮・釣銭誤りの防止・作業効率改善
- 提携駐車場の料金割引サービスの実施
- 店内及び商品を美しく照らすため光量の多いLEDライトに交換

●…新規取組み



I-2. ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん(楽天・ヤフー)」の運営

ECサイト「愛ある愛媛いいよかん」の楽天ショップにおいて、クーポンの配付に継続して取り組むほか、検索結果の上位に表示されるよう訴求力を高める方策を実施するなど、商品の露出強化及び販売機会の拡大に努めた。

また、新たな売上拡大に向けた取組みとして、R8年3月に「39ショップ※」へ移行。

【ネットショップ「愛ある愛媛いいよかん」】

R7年度売上額	25,548千円	前年度実績	36,631千円
R7年度注文数	4,875件	前年度実績	7,141件

(1) ショップの魅力向上

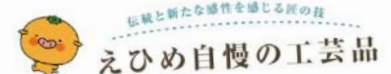
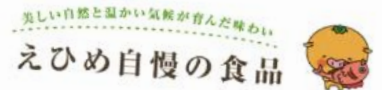
- 新規イベントページ作成(年1回)
- 季節商材を紹介する特設ページ作成(年24回)
- トレンドやメディアで話題のアイテムをトップページに掲載(随時更新)
- 売上ランキングを随時更新しページのにぎわい感を演出
- おすすめの商品ページをメールマガジンにより送信(週1回程度)



(2) 越境EC

- 楽天プラットフォームを活用した中国JDMallへの出品(酒、真珠、コーヒー、化粧品、食品を掲載)

販売件数	売上
17件	1,001千円



楽天ショップのカゴテリ

(3) 県産品販売促進

- 特集ページやキャンペーン、イベント等に合わせたクーポンの発行
- えひめ自慢の食・工芸のカゴテリを掲載し、販促力向上を図った。

クーポン利用件数	クーポン金額	クーポン利用売上
268件	92千円	1,519千円



※「39ショップ」

楽天市場の同一店舗内の購入金額が税込3,980円以上(離島・一部地域は9,800円以上)になると、送料無料になる店舗の総称



I-3. 県産品の紹介・販路拡大事業

北海道チャレンジショップ関連取引に加え、県内イベントへ積極的に参加したことが奏功し、販売は好調に推移した。また、今年度から販売を開始した『愛媛産には、愛がある。』関連商品については、柑橘シーズンを中心に県内外の事業者から多くの注文を受けたほか、イベント出展や夏・冬のカatalog販売にも継続的に取り組み、売上の伸張につなげた。

【外商売上額】

R7年度売上額	49,725千円	前年度実績	34,187千円
---------	----------	-------	----------

(1) 県内物産展

○クルーズ船の寄港や県内の各種コンベンション・イベント等での県産品の販売

出展イベント数	イベント参加人数(累計)	イベント売上
10件	30,200人	1,980千円

(R7出展イベント：えひめ愛ある食の市(2回)、第63回愛媛マラソン、コンベンション等5回、クルーズ船寄港2回)



(2) ふるさと納税返礼品

○愛媛県共通返礼品「かんきつ定期便」受注・発送

受注件数	売上
236件	7,334千円

(R7年返礼品：【11月】日の丸みかん【12月】紅まどんな 【1月】伊予柑 【2月】不知火【3月】せとか【4月】河内晩柑)



(3) 県外青果店や道の駅等への県産品のあっせん販売

○宇和島市の姉妹都市である当別町「道の駅とうべつ」等へのみきゃんグッズ・菓子類等のあっせん

受注件数	売上
51件(7社)	1,855千円



(4) 「愛媛産には、愛がある。」関係商品販売

○愛媛県産柑橘を販売するための包装資材として「みきゃん段ボール」等を販売

受注件数	売上
206件(120顧客)	12,444千円



(参考) 業務受託

○自治体の委託(松山市100歳長寿祝品)によりカatalogギフトを作成記念品の受注・発送を行った。

委託期間	カatalog掲載商品	配送数	売上
R7.7~R8.2	18点	229人	2,775千円

(5) 簡易カタログによる県産品紹介・販売

○県内の官公庁や関係団体、企業等を対象とした、季節に応じた簡易カタログによるフェアを企画。普段、催事に出席が困難な小規模事業者の商品を掲載するなど、幅広い県産品のPRと販売促進に取り組んだ。

【えひめ夏のご褒美フェア】

実施期間	カタログ掲載商品	販売先	売上
R7.7～R7.8	79点	45団体	2,287千円

【えひめ年末年始ご褒美フェア】

実施期間	カタログ掲載商品	販売先	売上
R7.11～R7.12	84点	45団体	2,234千円



【夏カタログ】



【年末年始カタログ】

真夏のカレーフェアを実施し、レトルトカレー等8品を掲載。すき焼き用の牛肉等、年末年始に合わせた商品を選定。

(6) 愛媛県観光物産協会チャレンジショップの認定

○県産品の流通拡大を目指すエリア・地域において、愛媛産品の販売等を行う店舗を、当協会の『チャレンジショップ』として認定。

チャレンジショップに、会員事業者の商品や商品を使用したメニューの販売を働きかけ、令和7年度においては、カツオ及び河内晩柑を提案し、採用された。

【チャレンジショップ1号 みきゃんパーク札幌】

取扱商品数	売上高
50商品	684千円

【チャレンジショップ2号 札幌開発(株)】

取扱商品数	売上高
4商品	7,643千円



【札幌開発(株)運営 「串鳥」 グランドメニュー】

I-4. 県内企業の商品開発支援

県立とべ動物園への愛媛県外からの更なる集客を図るため、しろくまピースをモチーフにした新商品を開発。



○とべ動物園と、各種OEM商品の開発に実績を有する会員事業者とのマッチングを実施。

新たな関連商品の開発支援に取り組んだ。

○新規開発した商品については、全国的に人気の高いしろくまピースの関連商品と併せ、全国各地で実施する愛媛フェアにおいて販売。

○愛媛フェア会場内には、とべ動物園の観光PRブースを設け、観光情報の発信を通じ、広く誘客に努めた。

○12月には、当協会店舗において『とべ動物園フェア』を開催し、しろくまピースのぬいぐるみなど人気商品を販売したほか、フェア期間中にピースの着ぐるみとのグリーティングを実施した。

○新商品（ZOOっと食べたい とべ動物園グミ）発表会（3月22日）後、当協会店舗でフェアを開催し、新商品の周知及び販売促進を図った。



とべ動物園フェア
（えひめ愛顔の観光物産館）



販売中のしろくまピース関連商品の一例
（「ZOOっと食べたいとべ動物園グミ」(株)あいさと）

～ M E M O ～



赤ちゃんの頃のしろくまピース

II-1. 「せとうち旬彩館」運営支援

- 香川・愛媛の特産品の展示販売、観光案内、郷土料理、食材の提供を通じ、物産の販路拡大と観光情報の発信を図るとともに、両県のイメージアップに努めた。
- 週替わりでイベント開催。実演・体験型のイベントなどインパクトのある企画を実施した。
- 「今月の隠れた逸品コーナー」で取り扱う話題性のある商品を提案するなど、愛媛県産品の販路拡大に努め、旬彩館の円滑な運営を支援した。



【物産販売状況（愛媛県分・香川県分総計）】

R7年度売上額	432,498千円	前年度実績	414,334千円
うち愛媛分	244,091千円	前年度実績	221,341千円
レジ通過者数	345,550人	前年度実績	366,742人

II-2. 大阪物産あっせん所管理運営

- 大阪府内で中四国9県観光物産展・ご当地キャラEXPO等の各種イベントに参加。
観光PRや県産品の販売促進に取り組んだ。
- 企業社内販売のほか、協会本部と共同でイズミヤ・阪急梅田駅にて県産品の販売や観光PRを実施。
- 大阪事務所前にて今治タオル・地酒・ブランド柿・海産物など各市町の商品を販売。販路拡大に努めた。
- 関西万博プレイベントで大阪駅に出展するなど、県産品の認知度向上に積極的に取り組んだ。
- Instagramによる情報発信及び冷凍ケースの更新・品揃え拡充により、認知度向上と安定的な売上確保に努めた。



【物産販売状況】

R7年度売上額	22,024千円	前年度実績	19,533千円
レジ通過者数	10,753人	前年度実績	10,431人

【店舗でのイベント状況】

名称	販売商品・事業者名等
南予フェア	じゃこ天、県産のお茶を使用したお菓子
初夏のえひめフェア	タオル製品、ケール食品
えひめ夏のタオルフェア	タオル製品
新居浜市フェア	銘菓、タオル製品、日本酒等
えひめ・まつやま美味しいものフェア	プリン、ジャム、海鮮珍味
えひめ西条フェア	あんぱ柿、柑橘、日本酒、石鎚黒茶、銘菓等
えひめ・せいよし美味しいもん市	栗菓子、柑橘、ハンドクリーム、日本酒等
媛小春試食販売会	媛小春の試食及び販売会を開催
四国うまいもの市	じゃこ天、塩大福、柑橘等

Ⅱ-3. 大手商社を通じた卸売機能の強化及び物産展の開催

【商社・催事 件数及び売上状況】

R7年度商社成約社数	12社	前年度実績	10社
R7年度商社売上	12,629千円	前年度実績	7,657千円
R7年度催事件数	84件	前年度実績	91件
R7年度催事売上	242,222千円	前年度実績	249,899千円
手数料収入（合計）	14,448千円	前年度実績	13,743千円

（商社関連の取組み）

◎国分中部(株)

- 7月開催の商談会に初参加。県内事業者3社が出展し、うち2社が成約。
初参加ながら好成績を収め、新たな販路開拓に向けた幸先の良いスタートとなった。
今後も継続的な参加を通じ、さらなる取引拡大が期待される。

◎日本アクセス(株)

- 1月開催の商談会に2社が出展し、うち1社が成約。
引き続き出展社数の拡大と成約率の向上を目指し、事業者への参加促進に取り組む。

◎伊藤忠食品(株)

- 7月・1月の2回にわたり商談会へ参加。7月5社・1月6社の計11社が出展し、うち5社が成約。
成約事業者のうち2社は定番商品としての採用が決定し、継続的な販売が見込まれる。
- 前年度成立の取引が本格始動。近鉄百貨店・フジ・イオンのお中元・お歳暮ギフトやコープカタログへの採用が実現。
- ギフト商品では継続採用の案件も複数あり、愛媛の地域性・素材の魅力を打ち出した商品を中心に、ラインアップ拡充と取引規模の拡大が期待される。
- 商談会出展に向け、伊藤忠食品(株)担当者を県内に招き、展示レイアウト・販促資料作成・営業スキル向上を目的とした勉強会を実施。
- バイヤーの要請に応じ、県内事業者の工場・生産現場へのアテンドを実施。
産地や製造工程への理解を深め、採用決定に向けた信頼関係の構築に貢献。



採用されたカタログギフト



商談会の様子

(催事関連の取組み)

県外の百貨店・量販店等での「愛媛フェア」開催や各種販売イベントへの参加を通じて、県産品の販売促進及び魅力発信に積極的に取り組んだ。

こうした県外での活動を継続的に展開することで、県産品を通じた愛媛県の認知度向上及び県外からの誘客促進に努めた。

【県外催事实績】

●北信越・東海ブロック

- ◎アピタ松任
- ・イオン新潟亀田インター
- ・うすい百貨店
- ・遠鉄百貨店
- ・ジェイアール名古屋タカシマヤ
- ・中部セントレア空港
- ・トヨタ生協メグリア

●中国ブロック

- ・広島そごう
- ・広島福屋
- ・広島三越

●四国ブロック

- ・高知大丸
- ・高松三越
- ・JR高松駅

●九州ブロック

- ◎鶴屋百貨店
- ・博多阪急
- ・大分トキハ本店
- ・大丸福岡天神店

●北海道ブロック

- ・札幌大丸

●東北ブロック

- ◎仙台藤崎百貨店
- ・福島空港

●関東ブロック

- ・ロブレ小山
- ・KITTE丸の内
- ・日本橋三越
- ・イオンレイクタウン
- ・羽田空港
- ・西部東戸塚

●近畿ブロック

- ◎あべのハルカス近鉄本店
- ・阪急うめだ本店
- ・宝塚阪急
- ・大丸京都
- ・イオン京都桂川
- ・イズミヤ千里丘
- ・阪急梅田駅

【催事実施状況】

◎鶴屋百貨店「四国・瀬戸内の物産と観光展」(4月23日～4月29日)

毎年恒例の催事で常連のお客様も多く、地元テレビ局の放送も後押しとなり盛況であった。愛媛県内から、18事業者が出展した。

◎あべのハルカス近鉄本店「四国四県味と技めぐり」(6月4日～6月10日)

愛媛県内からは、16事業者が出展。催事期間は1週間であったものの、愛媛県事業者のみで2,500万円以上を売り上げた。

◎仙台藤崎百貨店「えひめ・松山の物産と観光展」(11月13日～11月24日)

旬のみかん、話題のスイーツやグルメなど幅広く出展した。

売上については、百貨店側の提示した目標をクリアするなど、期間中大盛況であった。

◎アピタ松任店(石川県)「愛媛フェア」(12月4日～12月8日)

開園45周年を迎えると動物園のPRに注力し、動物園の人気者

「しろくまピース」をメインに据えた広報活動を実施。

今後、北陸方面での販路開拓を強化する上での足掛かりとなる催事となった。



Ⅲ-1. 新たな百貨店等におけるフェア開催（一部再掲）

- 4月に開催した日本橋三越のほか、大丸京都店など主要都市の旗艦店舗において「愛媛フェア」を実施。
- 8月27日～8月31日に大阪・関西万博内に設置された「愛媛県ブース」に物販コーナーを出展。
- 県産品販売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。



愛媛県ブースの入口。大きなみきゃんがお出迎え。大迫力の書道パフォーマンスに沢山の観客

8月30日は初の20万人越えの客入り

Ⅲ-2. ロープウェイ駅舎への県産品展示スペースの開設（再掲）

- 松山観光コンベンション協会と連携し、県内有数の観光拠点施設である松山城ロープウェイ駅舎内の既存の松山市産品の常設展示場に併設する形で、県内各地域の産品を展示するコーナーを開設。
- 展示に当たっては、松山デザイナー専門学校の協力により、装飾等のデザインを考案・作成。

Ⅲ-3. 商品開発支援（再掲）

- 県立とべ動物園へ愛媛県外からの更なる集客を図るため、しろくまピースを活用した新商品の開発を実施。
- 同園と、各種OEM商品の開発に長けた会員事業者とをマッチング。

Ⅲ-4. インターネット販売強化（再掲）

- 楽天市場における顧客の購買意欲促進のため、3,980円以上の商品購入時(各種条件有)送料が無料となる「39ショップ」へ移行。(令和8年3月～)
- 愛媛県営業本部及び(株)博報堂が「日が沈む前、クラフトビールで乾杯を！」をコンセプトに県内のクラフトビール文化を盛り上げることを目的とした愛媛のブルワリー横断プロジェクト「ハピアワ！」を実施。(令和6年11月～)



Ⅲ-5. 伊藤忠食品(株)との取引開始（一部再掲）

○令和7年度、大手食品商社 伊藤忠食品(株)との取引継続

○伊藤忠食品(株) 個別勉強会

日時：令和7年10月10日・11日

場所：愛媛県庁

内容：同社主催の展示会に出展するための勉強会。バイヤー視点からの商品の訴求力を高める方法が教授された。6社が参加。



○伊藤忠食品(株) 全国バイヤー向け展示会「FOOD WAVE 2025 NAGOYA」

日時：令和7年7月9日・10日

場所：インテックス大阪

日時：令和8年1月21日・22日

場所：ポートメッセなごや

内容：仕入権限を持つ全国のバイヤー1,500名を対象とした展示会。6社が出展。

※勉強会を受講した事業者のみが出店可能。

全国の百貨店、スーパーのお歳暮、お中元や定番商材、コープカタログなどで採用拡大中。

Ⅲ-6. (株)エイチ・ツー・オー商業開発との連携

○令和6年8月26日、愛媛県・(株)エイチ・ツー・オー商業開発及び当協会の三者で連携協定を締結。

○企業版ふるさと納税(人材派遣型)を活用して、同社商品部の社員を当協会マネージャー職として愛媛DMOに受入れ。

○伊藤忠食品(株)等の大手商社との新規口座開設・商品提案・展示会出展準備、全国の「愛媛フェア」における運営全般等を担当し、愛媛県の魅力発信・誘客に尽力。

○令和7年度から同社の運営するイズミヤ千里丘店における催事拡充（年1回→年2回）

○イズミヤ各店舗（5店舗）で愛媛フェア開催。



【三者協定締結の様子】



【イズミヤ千里丘店での催事】