

(一社) 愛媛県観光物産協会

令和8年度事業計画



2025年3月

1

★ DMOガイドライン改正と登録更新

- ガイドラインの改正：R7.10.1施行（更新登録要件を除く）、R9.4.1施行予定（更新登録要件）
- 愛媛DMOの登録：H30.7.31（初回登録）、R3.8.2（第1回更新）、R6.8.28（第2回更新）
- R9.4～7（第3回更新申請予定）

改正のポイント	主な内容	愛媛DMOの対応状況
1 観光地経営戦略策定を義務化	○策定すべき項目の明示 ○KGIの追加及び必須KPIの見直し (外部マネジメント指標の見直し、内部マネジメント指標の導入)	観光地経営戦略を策定予定（R8年度）
2 組織体制の更なる強化	○意思決定機関の設置と議事内容の公表 ○CMOの専従撤廃と常勤職員3名以上の配置 (CMO：Chief Marketing Officer)	・新任CMOの配置（R7.10.1付） ※地方銀行との兼務 ・意思決定機関に係る見直し検討（R8年度）
3 安定財源確保の強化	○KPIとして安定財源確保率を導入 ○実施計画に必要な予算と調達の見通しを示す財源計画の策定	愛媛DMO財源計画を策定（R7年度）
4 更新登録要件の導入	○これまでの活動の成果を定量的、定性的に評価 ○研修受講の要件化	必要な研修を順次受講中（R7～8年度）
5 審査方法の改善	○ヒアリングを導入し、1年間かけて審査。 ○更新要件を満たさなかった場合は、1年に限り留保	更新登録申請、審査（R9年4～7月）
6 DMO区分の見直し	広域連携DMO、地域連携DMO、地域DMO ↓ 広域連携DMO、都道府県DMO、地域DMO	都道府県DMOに自動移行（R7.10.1付観光庁より通知）

2

重点事項

★DMO登録更新（R9年度）に向けた準備

→ 「観光地経営戦略」の策定など



★持続可能な協会運営に向けた財源の確保

→ 「愛媛DMO財源計画」の着実な推進（※別途、説明）



★既存事業の高収益化と新規事業へのチャレンジ

→ DXの活用や異業種との連携

3

②令和8年度事業（案）方針

令和8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】 SNS・デジタル広告の活用・データ分析に基づく販売強化
【物産】 39ショップへの移行によるEC販売の強化

4 インバウンド需要の取り込み

【観光】 ガイド人材育成・受入体制強化
【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

4

観光部門

I 愛媛DMO事業

5

[参考] 観光を取り巻く環境

【全国インバウンドの状況】

訪日外国人旅行者数

2019年：3,188万人
2024年：3,687万人
2025年：4,268万人（対前年+15.8%）
対2019年比 +33.9%

出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

訪日外国人旅行消費額

2019年：4兆8,135億円
2024年：8兆1,257億円
2025年：9兆4,559億円（対前年+16.4%）
対2019年比 +96.4%

1人あたり消費額

2019年：15.9万円/人
2024年：22.7万円/人
2025年：22.9万円/人（対前年+0.9%）
対2019年比 +44.0%

出展：観光庁「インバウンド消費動向調査」

【愛媛県内の動向】

延べ宿泊者数

2019年：439万人
2024年：437万人
2025年：434万人（対前年-0.7%）
※全国 対前年-0.8%

日本人延べ宿泊者数

2019年：417万人
2024年：392万人
2025年：376万人（対前年-4.1%）
※全国 対前年-3.8%

外国人延べ宿泊者

2019年：22万人
2024年：45万人
2025年：58万人（対前年+28.3%）
※全国 対前年+8.2%

出展：観光庁「宿泊旅行統計調査」

6

基本方針

予算額：44,813千円

愛媛DMOの運営に当たっては、国・自治体・観光関係団体・事業者等との協働体制のもと、データに基づく観光地経営と持続可能な観光地域づくりを推進し、地域資源の磨き上げや広域周遊につながる商品化・事業化を通じて、地域の稼ぐ力と観光の質的向上を図る。

主な取組みと目指す姿

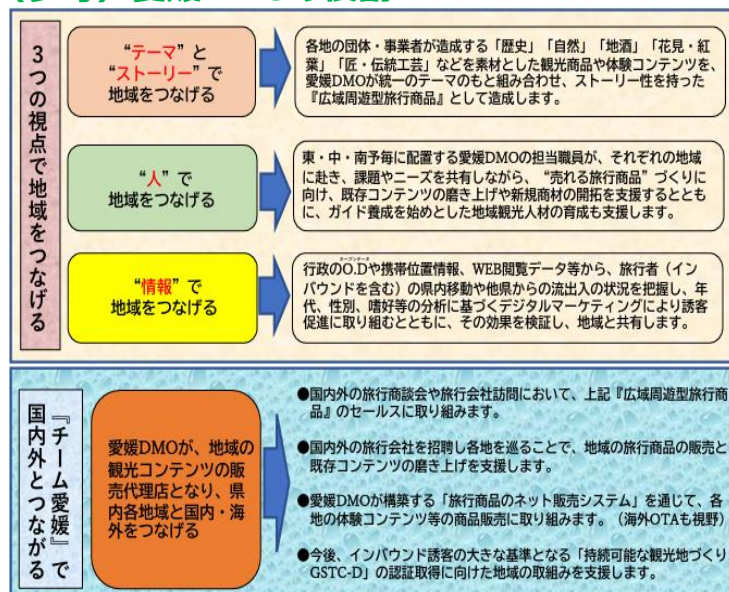
- ◎人材育成（観光人材養成講座等の開催）
- ◎データ取得・利活用（観光事業者満足度調査の実施、愛媛県DMPの活用等）
- ◎改正ガイドラインへの対応
- 地域との連携組織（エリア別担当者会議等）の運営 等

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

持続可能な観光地域「愛媛」の実現

(参考) 愛媛DMOの役割



7

I-2. 旅行商品企画・受入体制整備

基本方針

予算額：16,226千円

“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。特に増加が著しいインバウンド向けには、商品の更なるブラッシュアップやガイド育成強化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
- ◎インバウンド向けに造成した商品の更なるブラッシュアップ
- ◎アドベンチャートラベル（AT）ガイド育成 → 育成したガイドのネットワーク化（後述）
- ◎ガストロノミー（「食」と「文化」）に関するコンテンツ開発
- ◎愛媛で開催予定の大型イベント（南予キャンペーン、Velo-City 2027）に向けた対応
- ◎松山市旅行商品の造成・販売
- 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



インバウンド向けコンテンツブラッシュアップ



松山旅行商品の造成・販売



台湾教育旅行の受入

8

基本方針

予算額：23,170千円

国内向けでは、大手旅行会社等への個別セールスや、協会主催の商談会・ファムトリップ等の実施に加え、ネット販売の強化を図る。また、海外向け商談会への参加や、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
- ◎協会主催商談会、ファムトリップの実施
- ◎ネット販売（SNS広告・データ分析等）**[強化]**
- 旅行博、旅行商談会等への参加
- 旅行商品広告等に対する旅行会社への助成

海外向け

- ◎インバウンド向け商品の個別営業
（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
- 海外OTAを活用した着地型商品の販売
- 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



海外旅行会社への個別営業

I-4. 情報発信

基本方針

予算額：6,469千円

愛媛県観光HP「いよ観ネット」の運営管理や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の充実や広告配信等により、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。

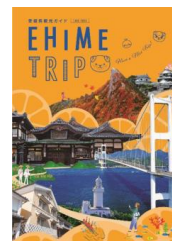
主な取組み

- ◎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
- ◎ネット販売の強化（SNS広告・データ分析の実施、掲載商品の見直し等）**（強化・再掲）**
- 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

県公式観光HPの運営・管理



県公式観光ガイドマップ



ノベルティグッズの作成



インバウンド向け商品のWebでの販売

Ⅱ 個別事業・その他観光事業

11

Ⅱ－１．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（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	登 録 更 新
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財源計画」の推進 〔既存事業の収益力強化と新規事業の具体 化〕	新 申	新 完
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開催の理事会で審議)	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〕	請	了

12

アドベンチャートラベルガイドの育成強化（継続・再掲）

※観光庁「広域連携観光促進事業」申請事業（一部）

目的・背景

予算額：5,146千円

○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、過去の研修受講者をはじめとするガイド人材のネットワーク化を図ることで、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ガイドとして必要な国際的な訴求力のある資格（WEAワークショップ資格）の取得に向けた研修

○英語スルーガイド育成のための研修

○育成したガイド人材のネットワーク化

※「愛媛県アドベンチャートラベルガイド協会（仮称）」の設立・運営支援[新規]

事業イメージ



実施スキーム（観光庁補助事業分）



13

Ⅱ-3. その他の観光事業

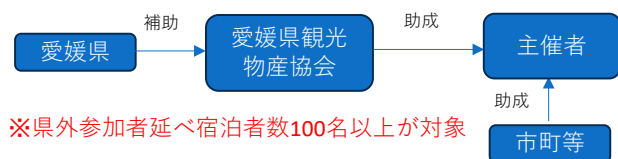
コンベンション開催支援（継続）

実施内容

予算額：6,226千円

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



※県外参加者延べ宿泊者数100名以上が対象

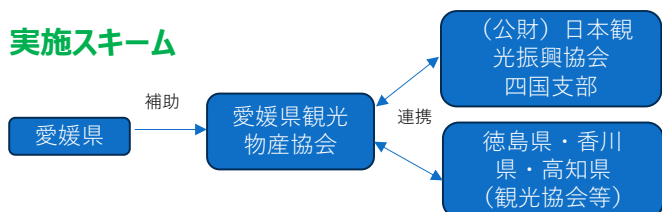
台湾訪日教育旅行受入促進（継続・再掲）

実施内容

予算額：840千円

- 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
- 訪日教育旅行受入に係る各種支援

実施スキーム



関係団体との連携・協働

予算額：48,779千円

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
 - ・第76回全国植樹祭愛媛県実行委員会（R8.5開催予定）
 - ・Velo-city 2027Ehime 実行委員会（R9.5開催予定）
 - ・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議会
 - ・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

国際サイクリング大会開催事業 予算額：75,000千円

関係機関と連携し、しまなみ海道の魅力発信と誘客促進を目的とした国際サイクリング大会を開催

14

物産部門

I 普及・販路拡大事業

15

I-1. 「えひめ愛顔の観光物産館」における紹介宣伝およびあっ旋



基本方針

予算額：170,000千円

「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、訪日外国人観光客への対応強化など利用者の満足度と利便性の向上を図り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一層の販売促進に取り組む。

主な取組み

事業イメージ

- ◎物産の紹介宣伝及びあっ旋
 - 新商品の積極的な開拓
 - 会員事業者と連携した話題性の高い商品の展開
- ◎物産の販売促進
 - 新免税制度への対応や外国語での商品説明展示などインバウンド客向けのサービスの展開
 - 季節に応じた商品(特に柑橘類)の特設コーナーの設置と試食販売の実施
 - 近隣駐車場と連携した駐車料金サービスの提供
- 観光情報・県産品情報の発信
 - デジタルサイネージを活用した最新の観光・イベント情報等の宣伝
 - 観光案内、物産販売促進スタッフ(外国語対応)による観光スポット等の紹介・PRの実施



とべ動物園と連携した店舗イベントの実施

愛媛県庁から寄贈されたみきゃんのデザインボウルの設置

16

基本方針

予算額：40,000千円

39ショップへの移行により販売価格が分かりやすいサイトづくりに取り組むとともに、ECサイト運営会社の連動（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することにより、新規顧客の獲得に取り組む。

主な取り組み

◎39ショップへの移行 **[強化]**

- 購入時の心理的負担(送料)の軽減
- 適切な販売価格設定(送料価格転嫁等)による売上・利益の確保

◎商品開発 **[強化]**

- 入口商品(1,000円(税・送料込)等)の開発
- お中元、お歳暮等各イベントに合わせた福袋や詰合せ商品の開発

◎販売計画に基づく販促施策の継続的实施

- 販売計画に基づく季節の催事・季節商品(柑橘等愛媛ならではの商品)展開・強化
- 運営会社の各イベント・キャンペーン計画に基づく効率的な販促施策の実施等

○新規顧客の開拓

- 観光イベントや各種催事でのネットショップQRコード入りチラシ等の配布
- 首都圏アンテナショップや物産展等との連動企画の実施

○事業者との連携強化

- 県産品の各種メディア紹介・掲載時の販売促進体制、在庫管理や発送状況等の連携強化

※「39(サンキュー)ショップ」とは、楽天市場の同一店舗で合計3,980円(税込)以上購入すると、送料が無料になる店舗の総称です。



17

I-3. 外商（県産品の紹介・販路拡大事業）

基本方針

予算額：52,200千円

従来からの県内企業・団体等からの受注増加を図るとともに、新規顧客の獲得および新たな販路の開拓に取り組み、県産品の普及・啓発ならびに販売促進を図る。

主な取り組み

◎県外販路の充実・強化

- みきゃんパーク札幌、札幌開発(株)（いずれも愛媛県観光物産協会チャレンジショップ）を通じた北海道圏の販路の充実。
- 東北、首都圏、東海、関西等におけるチャレンジショップ認定数増 **[強化]**

◎「愛媛産には愛がある」包装資材等の販売

- 愛媛県産柑橘等の認知度向上および販促を目的とする広告宣伝物・包装資材の販売

○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

○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

事業イメージ



県内物産展(愛媛マラソンゴール地点)



県内物産展(えひめ愛ある食の市)

18

物産部門

Ⅱ 県外における紹介・宣伝及びあっ旋

19

Ⅱ－１．「せとうち旬彩館」及び「大阪物産あっ旋所」

基本方針

予算額（旬）：10,000千円（手数料収入）
予算額（大）：23,100千円

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

- ◎「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
 - 協会専用ページを活用した事業者への積極的な情報提供の実施
 - SNSを活用したイベント告知による集客・来店誘致の実施
- ◎「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強化
 - 移住促進関連スペースの改修に併せ、より集客力ある空間にするため店舗を改修
 - 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

20

基本方針

予算額：13,495千円（手数料収入）

県産品の振興と販路拡大を図るため、愛媛県との連携のもと、主要都市の百貨店等において物産展を実施する。加えて、従来物産展を実施していない地域や百貨店等を新規開拓し、県産品の知名度向上に繋げる。

主な取組み

◎物産展の実施

- 物産展開催地の市場ニーズや消費者動向に関する情報収集及び出展会員事業者への情報提供の実施
- 物産展アンテナショップにおける小規模会員事業者(催事未出展)の商品の展示・販売の積極的実施
- 会員事業者(新規・催事未経験)の参画サポート

◎観光部門との連携

- 物産展において、観光ポスター掲示や各種パンフレット配布、メディア露出等により観光情報の発信を実施

事業イメージ



催事を盛り上げるとともに県内への観光誘致を目的とするゆるキャラの出演



県と連携した物産展への出展
(写真は大阪・関西万博)



会員事業者の商品を集めたアンテナショップ

21

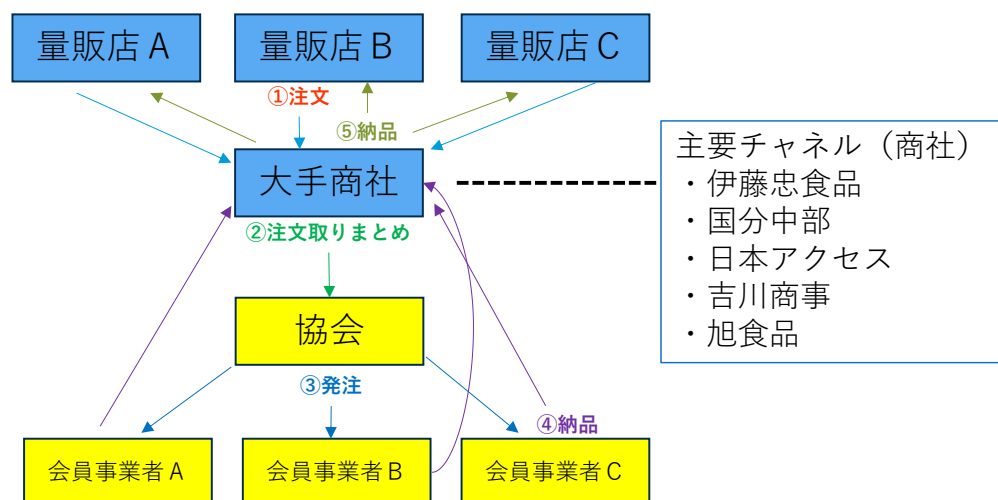
Ⅱ－３．商社への県産品の紹介・提案の充実強化

基本方針

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、大手商社経由の販路を有していない事業者に対し、商談会等における商品紹介や事業者情報の発信を行い、県外量販店等に対する商社経由の販路開拓をサポートする。**[強化]**

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

22

物産部門

Ⅲ その他県産品の紹介宣伝等

23

Ⅲ-1. えひめ愛フード推進機構との連携（再掲）

主な取組み

- ◎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
- 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



Ⅲ-2. エイチ・ツー・オー商業開発との連携

主な取組み

- ◎イズミヤ千里丘店での催事の実施
→6月、11月の年2回
→VRサイクリング等体験型イベントの実施
- フードトラックでの愛媛県産品販売
→お正月時期に合わせた鯛商品詰合せセットなどの販売の実施



エイチ・ツー・オー商業開発(株)のフードトラック販売



イズミヤ千里丘店での催事開催

24