今治市
観光振興計画
(2021-2030)

今治市

i.i.imabari!
★ i'm into imabari! ★

はじめに

瀬戸内海のほぼ中央に位置し、四国の北西部の高縄半島と芸予諸島からなる今治市は、瀬戸内の豊かな自然に恵まれ、古くから歴史文化が栄えた地域です。本市はこれらを背景に、景勝地、展望台、山海の食材、伝統芸能、温泉地などの数多くの観光資源を活用した観光振興に取り組んでまいりました。特に最近では、平成 28 年に日本遺産として認定された村上海賊や、令和元年に第 1 次ナショナルサイクルルートに指定された「しまなみ海道サイクリングロード」を活かし、観光拠点の整備や情報発信に努めています。

しかしながら、令和 2 年に入り世界中で新型コロナウイルス感染症が拡大した影響により、近年右肩上がりに伸長してきた日本の観光市場は大打撃を受け、本市の観光関連事業者にも大きな影響が出ている状況です。

そのため国は、新型コロナウイルス感染症対策として「新しい生活様式」の実践の徹底を図りながら、旅行需要の回復や旅行中における地域の観光関連消費の喚起を図る「Go To トラベル事業」等を実施しています。

地方においても様々な形で対策が行われる中で、本市においては、今治地方観光協会とともに「ふるさと魅力再発見の旅」事業に取り組んでいます。この事業は市内の旅行業者、観光事業者を下支えするとともに、市民の方々が地域の魅力を再発見することに繋がる事業です。市民の方々が地域の良さを理解し、維持継承して、発信することができればより一層の観光振興につながるものと考えています。

本格的な人口減少社会を迎えた今、地域の活力を維持していくためには、観光がもたらす直接的な売上増加に向けた取組みのみならず、観光によって生まれる交流人口を、関係人口及び定住人口の拡大に結びつけ、以て地域活性化を図る取組みが必要不可欠です。

そうしたことから、観光を軸とした地域活性化に、市民、行政、民間事業者、各種関係団体などが連携して取り組むための指針とするべく「今治市観光振興計画」を策定いたしました。

本市といたしましても、関係者とさらに連携を深めながら、本計画に基づいた観光振興施策を実践し、未来に向けて持続可能な”いまばり”を、市民の皆様とともに創ってまいります。

最後になりましたが、本計画の策定にあたり熱心にご議論していただきました今治市観光振興計画検討会議の構成員の方々をはじめ、市民、市議会議員の皆様から貴重なご意見、ご教示を賜りましたことに対し、心からのお礼を申し上げます。

令和 2 年 12 月

今治市長　　菅　　良　二

目次

第 1 章 計画の基本的な考え方
1-1 計画策定の経緯 P.5
1-2 本計画の概要 P.5
1-3 本計画の期間 P.5
1-4 本計画のフォローアップと見直し P.5
1-5 本計画の位置づけ P.6
第 2 章　観光振興に向けた基本方針
2-1 本市観光振興の目指すべき姿(観光振興の目標)と KGI 及び KPI P.7
2-2 本市観光の課題 P.9
第 3 章 本市の観光戦略
3-1 戦略 1 観光消費増大に直結する取組み P.13
3-2 戦略 2 受入れ環境の改善に関する取組み P.14
3-3 戦略 3 持続的発展に向けた取組み P.14
第 4 章 アクションプラン P.16
4-1 アクションプラン「観光消費増大に直結する取組み」(表 1) P.17
4-2 アクションプラン「受入環境の改善に関する取組み」(表 2) P.18
4-3 アクションプラン「持続的発展に向けた取組み」(表 3) P.19

参考資料 P.20
参考資料 1 KGI 及び KPI の設定方法
1-1 KGI の設定方法 P.21
1-2 KPI の設定方法 P.21
参考資料 2 「2-2 本市観光の課題」における参考資料
2-1 「課題群 1 観光消費額増大に直結する課題」に係る参考資料 P.25
2-1-1 サイクルツーリズム P.25
2-1-2 産業観光 P.27
2-1-3 日本遺産 P.28
2-1-4 サッカーによる地域振興の事例 P.29
2-2 「課題群 2 受入環境整備に関する課題」に係る参考資料 P.30
2-2-1 ソフト面における受入環境不足 P.30
2-3 「課題群 3 持続可能な取組みに関する課題」に係る参考資料 P.31
2-3-1 災害に対する準備の必要性 P.31
2-3-2 民間事業者の誘致と投資促進 P.32
2-3-3 地域連携 P.33

参考資料 3 アンケート調査及びヒアリング調査結果

3-1 日本人観光客アンケート調査 P.37
3-1-1 調査概要 P.37
3-1-2 アンケート票 P.38
3-1-3 調査結果 P.41
3-2 コロナ禍における日本人観光客アンケート調査 P.59
3-2-1 調査概要 P.59
3-2-2 アンケート票 P.60
3-2-3 調査結果 P.63
3-3 今治市民アンケート調査 P.84
3-3-1 調査概要 P.84
3-3-2 アンケート票 P.85
3-3-3 調査結果 P.86
3-4 市内事業者等ヒアリング調査 P.90
3-4-1 調査概要 P.90
3-4-2 調査結果 P.91

参考資料 4 本市の各種状況

4-1 今治市の概況 P.96
4-2 人口動態と産業動向 P.100
4-2-1 人口動態 P.100
4-2-2 産業動向 P.103
4-3 観光市場の動向 P.108
4-3-1 世界市場の動向 P.108
4-3-2 日本の観光市場 P.111
4-3-3 四国の観光市場 P.114

第１章　計画の基本的な考え方

1-1 計画策定の経緯

これまでの今治市観光振興計画は平成 21 年に策定されたが、その後愛媛県知事の強力なリーダーシップのもと、県市一体となって瀬戸内しまなみ海道のサイクリングを推進したことから、本市の中心的な観光資源となり、今ではサイクリングを中心とした観光振興施策に取り組んでいるところである。

一方、本市においては本格的な少子高齢・人口減少社会を迎えている。このような社会において今後とも安定的な経済成長を維持していくためには、域外収入を獲得できる観光産業の発展が欠かせない。様々な資源(ヒト・モノ・カネ)の制約が強まる人口減少社会においては、いかに効果的な観光施策を実施して交流人口を増加させ、地域経済活性化に結びつけていくかが極めて重要であり、そのためには戦略的な観光施策が必要不可欠である。

こうした背景を踏まえ、本市の有する観光資源の魅力や課題、さらに変化していく外部環境を分析し、本市の観光における今後の方向性や目指すべき将来像、関係する主体がそれぞれ担うべき役割と具体的施策を定めた、戦略的な観光施策の指針となる「今治市観光振興計画」を策定することとした。

1-2 本計画の概要

本計画は、本市の観光施策の目指すべき姿と現状のギャップを埋めていくために、その戦略の方向性とアクションプランについて明確化するものである。そこで、本市の観光振興の目指すべき姿と計画の目標を提示し、効果検証のための定量的な指標としてKGI[1]及び KPI[2]を設定し、目標達成のための課題群を整理し、戦略とアクションプランを示した計画を策定する。

1-3 本計画の期間

本計画の計画期間は、2021 年度から 2030 年度までの 10 年間とする。

1-4 本計画のフォローアップと見直し

本計画については、毎年度 KGI 及び KPI を用いて、取組み状況のフォローアップを行う。また、計画期間の中間年度にあたる 2026 年度には、社会情勢の変化等を踏まえて全体的な見直しを行うこととするが、新型コロナウイルスによる観光市場への影響は大きく今後も市況は大きく変動していくことが予想されることから、状況に応じ適宜計

[1] KGI(Key of Goal Indicator)とは、計画の最終的な達成目標を示す数値。
[2] KPI(Key of Performance Indicator)とは、KGI に向けた進捗を示す数値。

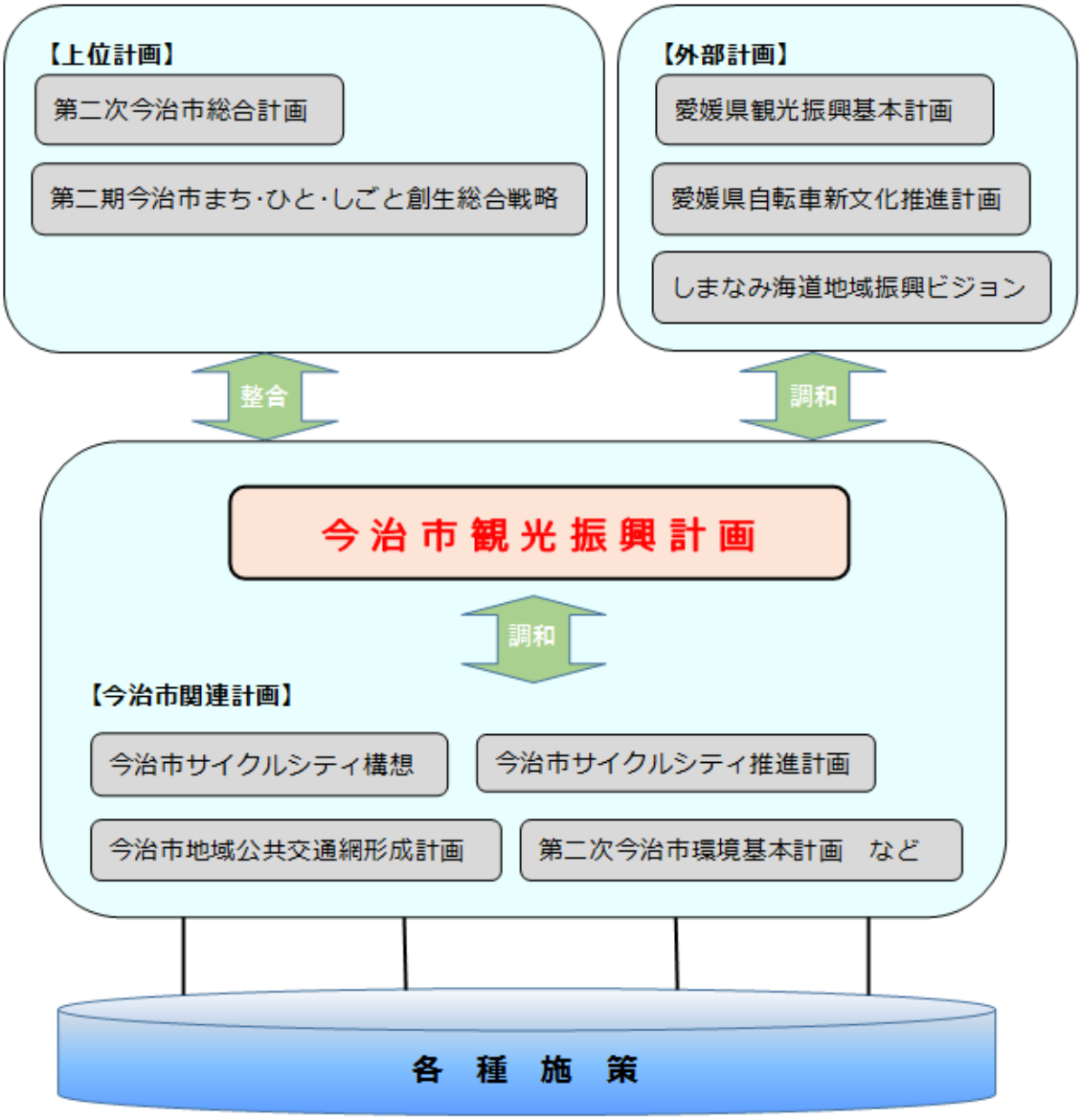
画の見直しを実施していくこととする。

1-5 本計画の位置づけ

本市における本計画の上位計画は、「第二次今治市総合計画」及び「第二期今治市まち・ひと・しごと創生総合戦略」である。また、関係計画としては、「今治市サイクルシティ構想」、「今治市サイクルシティ推進計画」、「今治市地域公共交通網形成計画」及び「第二次今治市環境基本計画」が挙げられる。

外部の関連計画としては、「愛媛県観光振興基本計画」、「愛媛県自転車新文化推進計画」及び「しまなみ海道地域振興ビジョン(策定中)」がある。

本計画については、これら内外部の計画と整合性を図りながら策定する。



第 2 章　観光振興に向けた基本方針

第 2 章では、本計画における本市の観光振興に向けた基本方針を示す。

2-1 本市観光振興の目指すべき姿(観光振興の目標)と KGI 及び KPI

本市においても人口減少が進み、内需の減少が予想されている。本計画ではこれまでの誘客だけに着目した観光振興から脱却するため、本市における観光振興の目指すべき姿と、これの達成のための目標を設定した。

(1) 本市における観光振興の「目指すべき姿」

「今治市が迎えつつある本格的な人口減少社会において、地域活性化(地域経済活性化・シビックプライドの醸成・自然や文化の保全及び活用等)を、観光振興施策により達成している状態」を目指すべき姿とする。

(2) 目指すべき姿の実現に向けた 4 つの目標

目標 1:観光産業の発展、特に民間事業者を主体とした観光産業の集積を目指す。
目標 2:「サイクルツーリズム」を中心的な取組みとして位置づけ、世界的なサイクルツーリズムの先進地を目指す。
目標 3:シビックプライドを醸成する様々な取組みを行い、「関係人口」を創出、その先にある「定住人口」の増加を目指す。
目標 4:継続的な観光需要を創出し、持続可能な地域の実現を目指す。

上記の本市における観光振興の「目指すべき姿」、及び４つの目標を達成していくための本計画の KGI を、以下のとおり設定した。具体的な数値の算出方法は、「参考資料１KGI 及び KPI の設定方法(P.21)」を参照。

本市観光振興計画における KGI：
2030 年の観光消費額 6,479,000,000 円を達成する（※2019 年（基準年）5,776,525,000 円）

さらに、この KGI を達成していくための KPI を、以下のように設定した。KPI の設定理由・算出方法はいずれも「参考資料１KGI 及び KPI の設定方法(P.21)」を参照。

KPI1 本市への観光入込客数
2019 年：2,755,594 人（基準年）
2021 年：2,100,000 人
2026 年：2,818,000 人
2030 年：2,953,000 人
KPI2 宿泊費
2019 年：3,449,497,000 円（基準年）
2021 年：2,631,000,000 円
2026 年：3,622,000,000 円
2030 年：3,868,000,000 円
KPI3 本市の主要な観光施設における物産消費額
2019 年：586,053,523 円（基準年）
2021 年：447,000,000 円
2026 年：631,000,000 円
2030 年：687,000,000 円

※上記 KGI 及び KPI は、新型コロナウイルスにより国内の観光市場が大きな打撃を受け、長期的な影響が見通せない中、2020 年 10 月時点で暫定的に設定した。今後、本計画に基づき施策を実行しながら、KGI 及び KPI に修正の必要が生じた時には随時再設定を行う。

2-2 本市観光の課題

本項では本市の観光の目指すべき姿と現状とのギャップを、本市観光の課題として3種類に区分し、以下に整理した。

課題群1 観光消費額増大に直結する課題

観光消費額を増大させるには、観光消費額を伸び悩ませている、もしくはもっと高めることができると考えられる事項について整理する必要がある。ただし、観光消費額などの数値に対しては絶対的な基準がなく、相対的に目標数値などから導出していく方法が採られるのが一般的である。課題群1では、観光消費額の増大に向けて何が必要かという視点から課題を整理している。

(1) マーケティング・リサーチの必要性

観光消費額を増加させていくためには、観光市場の動向や地域の現状課題を的確に把握していることが望ましい。本市及び周辺地域においては、こうした観光市場の動向調査が実施されているものの、情報を集約し分析していく体制が不在である。そのため、現状以上の情報収集と地域への共有体制を確立していくことが必要である。

(2) 観光コンテンツ拡充の必要性

観光消費額増加のためには、観光客が望むコンテンツの拡充と購買意欲の促進が不可欠である。本計画を策定するにあたり実施した日本人観光客アンケート調査によると、今治市の平均訪問地点は2.39箇所、平均滞在時間は「2時間以上6時間未満」が最も多いという結果が得られ（P47～P48)、通過型観光の傾向が確認された。

本市においてサイクルツーリズムは中核的な観光資源であり、特に今後、本市のサイクルツーリズムの競合は世界の観光地となる。サイクルツーリズムが盛んなヨーロッパにおいては地域や国を超えて広域的に連携し、定期的に会議なども開催されている他、サイクルツーリズムに関する研究や論文の発表、事例の共有などが図られている。今治市においても「しまなみ海道」を世界的なサイクルツーリズムの先進地として発展させていくためには、こうした発展的な取組みを行っている欧州諸国とも競合していく必要がある。

また、観光消費額を増加させるにはサイクリングだけでなくその他のコンテンツの開発や磨き上げも必要となってくる。コンテンツの具体的な先進事例については P.25～P.29 のとおりである。KGI 及び KPI を達成していくためには今後、より一層の高付加価値型のコンテンツの開発と提供、新規コンテンツの拡充が必要となる。

さらに、観光サービスだけでなくお土産品等の販売増加、新商品の開発やブランド化も必要となる。今治市民アンケート調査でも「Q4 今治市の観光の魅力を高めるために必要なものは何ですか」（複数回答可）の質問（P.88）に対し、「魅力的な店舗や

飲食店の増加」(14 項目中 3 番目)「魅力的な食べ物・メニュー作り」(14 項目中 4 番目）が挙げられており、市民が必要性を感じている。

(3) 情報発信、PR 方法の改善の必要性

本計画を策定するにあたり実施した今治市民アンケート調査の「Q4 今治市の観光の魅力を高めるために必要なものは何ですか」の問い(P.88)に対して、「情報発信 PR」(14 項目中 2 番目)が挙げられており、住民視点からも情報発信の必要性が指摘されている。KGI 及び KPI を達成していくためには、プロモーションの費用対効果や、より効果的なプロモーションの展開方法について検討していく必要がある。

(4) 多様なニーズに応じた滞在延長施策の必要性

本市での滞在延長や消費額を増加させる施策を打ち出していくためには、観光需要が多様化している市場状況を鑑みて、一般観光客だけでなくサテライトオフィスでの滞在やワーケーション、ブレジャー[3] などの新しい滞在ニーズに応じた施策を打ち出す必要がある。

また、スポーツ合宿や大会の誘致など、多彩なスポーツ施設を保有する本市の優位性を最大限に生かし、効果的なターゲットに向けた戦略的誘致活動の展開が必要である。

課題群 2 受入環境整備に関する課題

観光客の誘客拡大とリピーター化を達成していくためには、本市における観光満足度の向上が必要である。課題群 2 では、こうした観光満足度の向上のためにハード、ソフト両面における受入環境の更なる拡充という視点から課題を整理している。

(1) ハード面における受入環境不足

本市においてもサイクルツーリズムの受入れに向けて様々なハード整備を展開しているが、今後、本市のサイクルツーリズムのサービス水準を世界標準に押し上げていくためには更なるハード面の整備が必要である。欧州サイクリスト連盟においては、欧州において加盟する観光地において通行環境・サイン等のガイドラインや品質保証マニュアルが整備されている。またドイツにおける D-Netz[4]はドイツ全国自転車計画に基づいて設定された施策で、国を挙げてサイクリストのための長期滞在型のハード及びソフトを整備している。

また、サイクルツーリズムだけでなく、一般の観光客に向けた環境整備が不足して

[3] ブレジャー（bleisure）とは、「ビジネス（business)」と「レジャー（leisure)」を合わせた造語。業務目的の旅行の前後に余暇目的の旅行を組み合わせること。

[4] D-Netz とは、ドイツ各州と観光協会が合意し、整備することになっているドイツ国内の長距離自転車道路網。

いるとの意見も、本計画の検討会議などで挙がっている。観光客を受け入れる快適なトイレ環境、観光案内看板、道の駅等の休憩できる場所などの更なる環境整備を進める必要がある。

(2) ソフト面における受入環境不足

多様なニーズに対応するためハード整備とともに重要なのがソフト整備である。特にガイド不足については、検討会議などで指摘されている事項である。また、来訪者の観光満足度を向上させ、口コミによる新規観光客の獲得やリピーターを創出していくためには地域全体のおもてなし力を向上させる取組みも必要となる。このために多言語対応やキャッシュレス環境の整備などインバウンドを想定した取組みや二次交通の改善、受入先のホスピタリティを向上させる取組みの強化が必要である。

課題群 3 持続可能な取組みに関する課題

観光振興を考える上では、長期的な視点から持続的発展に向けた取組みを行い、継続的な需要を生み出すための施策を実施していくことも必要不可欠である。課題群 3 では、地域のブランディングや市民の愛郷教育、関連団体との連携や災害に対する備えといった視点から課題を整理している。

(1) 移住促進、観光地としての地域ブランド化への取組みの必要性

これまでの本市の観光施策は誘客に重点を置いたものが多かったが、観光客数の増加、高い消費単価、高いリピート率を達成するためには、地域ブランディングが必要不可欠である。移住促進への取組みは、交流人口及び関係人口の増加、そして最終的には定住人口を獲得することで人口減少の抑制に有効である。

(2) 市民の地域への思いを高める取組みの必要性

今治市民アンケート調査の「Q2 今治市は積極的に観光地化を進めるべきか」との問い（P.87）に対して、「そう思う」との回答が最も多く 104 件中 65 件の選択があった。これにはいくつかの解釈が可能であるが、本市における観光振興の効果を地域住民や民間事業者が十分に実感できているとは言い難く、実際に選択理由の中には「人口も減り寂れているので活性化が必要であるから」という回答も得られている。そこで、観光産業における人手不足の解消や人口流出防止、U ターンの促進のために、観光施策を起点とした愛郷教育を推進し、市民のシビックプライドの醸成に繋げる必要がある。また同様に観光施策によって本市の自然環境や文化財の保護及び活用につながっていく仕組みづくりも必要である。

(3) 災害に対する準備の必要性

災害時に本市に滞在している観光客への情報提供等の対応は必要であることから、有事の際の対応方法を検討しておくことは重要である。また新型コロナウイルスへの対応策としての新しい生活様式に即した安全管理体制の構築や対応は、ウィズコロナ・アフターコロナにおける観光地において必須となる。

(4) 民間事業者の誘致と投資促進

本市においても、移住者などによって開始される観光事業は存在しているものの、民間資本を積極的に誘致し、観光振興に活用した事例は少ない。

北海道ニセコ観光圏（北海道倶知安町・ニセコ町・蘭越町）の事例（P.32）では、外資系高級ホテルの進出によって急速に開発が進み、盛んな投資活動と宿泊施設の売上げで多額の資金を生み出す圏域となったが、その大部分は圏域外に流出し、圏域内では物価の高騰などにより住民が住みにくい環境となった。今後本市において民間事業者の誘致や投資促進に向けた施策を展開していく場合には、地域に、より高い経済効果をもたらすしくみを構築する必要がある。

(5) 地域内における一体的な取組みの不足

サイクルツーリズムを含む本市の観光全体の取組みの効果を拡大させていくためには、市内における行政、民間事業者、観光関連団体の一層の連携体制の強化、役割分担の明確化が必要である。

一般社団法人しまなみジャパンは、本市、上島町及び広島県尾道市で構成する地域連携 DMO 組織として平成 29 年に設立された。DMO とは地域の「稼ぐ力」を引き出し、地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づく戦略を実施し地域を牽引する組織である。しまなみジャパンには、しまなみ地域の「観光地経営」のリーダーとして地域をとりまとめ、事業者支援、商品造成や地域ブランディング等を主体的かつ一体的に取り組んでいくための体制づくりが早急に求められる。

(6) 近隣地域や関係地域と連携した取組みの拡充

現状でも近隣地域や関連地域とは連携体制を構築しているが、特に現在、新型コロナウイルスの影響が強く残る観光市場においては、国内観光客の誘客が重要な課題となり、地域間競争の激化が予想される。他地域といかに差別化し、近隣地域や関連地域と連携して誘客を図ることができるかが求められており、本計画に後述されているアクションプランの効果的及び効率的実行のために更なる連携強化が必要である。

第 3 章 本市の観光戦略

「第 2 章 2-2 本市観光の課題」に対処し、「第 2 章 2-1 本市における観光振興の目指すべき姿(観光振興の目標)と KGI 及び KPI」を達成していくためには、本市の観光施策の方向性を定める必要がある。以下ではこの観光施策の方向性である、本市の観光戦略について明確化する。

3-1 戦略 1 観光消費増大に直結する取組み

本市における観光消費額の増大に向けて本市が担うべき役割に焦点を当てていく戦略である。

1-① マーケティング・リサーチの強化

市場の動向を的確に把握し、実効性の高い施策を立案していくために「マーケティング・リサーチ」が必要となるが、観光市場における情報は様々な機関が実施しており、多くの 2 次情報が入手可能である。こうした 2 次情報を収集及び集約し、今後の本市の施策立案等に積極的に活用していく。

1-② コンテンツの魅力向上と新規発掘

本市における各種観光コンテンツの魅力を向上させていくことによって、観光客の滞在延長化を狙う。具体的にはサイクルツーリズム、日本遺産、産業観光等のコンテンツと連携し、ストーリー性を創造することで魅力の向上を図る。同時に新しい観光コンテンツの発掘にも注力する。具体的にはインフラツーリズムや、ガストロノミーツーリズムなどの新規コンテンツの造成を支援する。

1-③ 効果的なプロモーションの実施

コンテンツの効果的なプロモーションを展開するために、ターゲットの規模や予算額に応じた情報発信を実施する。特に WEB マーケティングの視点から費用対効果を考えたプロモーションを展開する。同様の考え方に依って、インバウンドやサイクリスト、ブレジャーなど特定ターゲットに向けた情報発信を展開する。

1-④ 会議や大会等の戦略的な推進

一般の観光客の誘客だけでなく、各種会議やイベントの実施及び誘致、市保有施設や豊かな自然を活かしたスポーツ等の合宿や修学旅行等の誘致を推進する。

3-2 戦略 2 受入れ環境の改善に関する取組み

観光振興に向けたハード及びソフトにおける観光基盤整備戦略である。

2-① 快適な旅行環境の提供

本市における観光客の快適な旅行環境をハード及びソフトの両面において提供していく。特にサイクルツーリズムに関する環境整備を積極的に推進していく。またインバウンド受入環境において重要となる多言語対応や、今後のハラール[5]やビーガン[6]などの対応に向けた施策も検討する。またその他 Wi-Fi や観光情報案内など、観光客の受入れに必要となる旅行環境の全体的な改善を図る。

2-② おもてなし力の向上

本市における観光満足度の向上を図るために、地域全体でのおもてなし力の改善を図る。ガイドの育成や、今後の本市の観光産業の発展に向けた観光業界人材育成などに取り組む。

3-3 戦略 3 持続的発展に向けた取組み

長期的な視点から、持続可能な地域となるために、継続的な需要を生み出すことを狙った戦略である。

3-① いまばりファンづくり

本市への移住・定住を最終的な目的として、「しまなみ海道」を核としたブランディングへの取組みの拡大、「i.i.imabari!」のロゴの積極的な活用、ふるさと納税制度の返礼品に観光サービスのラインナップを加えるなどの間接的な取組みに加え、リモートワーカー[7]の受入やコワーキングスペース[8]などの設置などによる誘客を起点とした移住促進のための取組みについても推進していく。

3-② シビックプライドの醸成

観光振興をテーマに、地域住民のシビックプライドを醸成していくための愛郷教育に取り組む。また観光振興が景観、文化財の保全及び活用に繋がる仕組み作りを検討していく。

---

[5] ハラールとは、アラビア語で「許された」という意味の言葉で、イスラム教の教義に則った生活規範（食や礼拝など）を指す。
[6] ビーガンとは、動物の肉と卵及び乳製品など、動物性食品を一切食さない人々を指す。
[7] リモートワーカーとは、所属している会社のオフィス以外で、自由に場所を選べて働ける人のことを指す。
[8] コワーキングスペースとは、別の会社に所属する会社員やフリーランサーなどが共同で仕事をするオープンスペースを指す。

3-③ 災害等リスクへの対応

観光客へ災害情報を正確かつ迅速に提供する仕組み、及び観光客が本市に滞在中に被災したケースを想定した対応策の整備を進める。またコロナ禍以降の新しい生活様式に即した観光事業などの展開が求められており、ウィズコロナ期に対応した本市の観光施策に合わせて検討していく。

3-④ 観光事業の集積

観光事業の集積に向けた民間事業者の支援や、一般社団法人しまなみジャパンが本市の観光振興をけん引する仕組み作りに取り組む。

3-⑤ 関係団体・事業者との役割分担と連携

本市の観光産業の発展に向けて、地域内での関係団体・事業者との役割分担の明確化、連携体制の強化を図る。

3-⑥ 広域連携

本市の観光産業の発展に向けて、本市近隣の観光関連団体との連携や、サイクルツーリズムで一体的な取組みを行っている地域との更なる連携体制の強化を図る。

第４章 アクションプラン

上記戦略に応じて実行すべきアクションプラン群を以下の表に整理した。新型コロナウイルスが収束するまでは、ウィズコロナ期に適合した取組み及び「新しい生活様式」への対策を推進する。また、コロナ収束後を見据えた反転攻勢に向けた準備も合わせて行う。受入環境の改善については、ウィズコロナ期においても引き続き推進する。

これらのアクションプランは、市場状況の変化によってターゲットを修正するなど必要に応じて更新、追加する。

また、本アクションプランは、今治市、愛媛県、一般社団法人しまなみジャパン、公益社団法人今治地方観光協会、民間事業者、その他関係団体で連携して取り組んでいく。

4-1 アクションプラン「観光消費増大に直結する取組み」(表 1)

施策		区分		具体的取組み	各関係団体の役割（◎は主体者、○は協力者）				
					県	市	しまなみジャパン	今治地方観光協会	民間
11	マーケティング・リサーチの強化	111	国内外の観光市場の情報収集、分析、活用	観光関連団体（JNTO、観光庁、DMO、民間情報会社等）による調査結果について、情報収集を行う。		◎	◎	○	
		112	市内の観光市場の情報収集、分析、活用	市内観光施設からの情報収集を行い、傾向を分析する。		◎	◎	◎	○
				市内事業者に協力を仰ぎ、ビジネスで今治市を訪れた方のニーズ調査を実施し傾向を分析する。		◎	○	◎	○
		113	レンタサイクルの情報収集、分析、活用	レンタサイクル利用者の顧客データを収集分析し、再来訪のきっかけとなるように、レンタサイクル利用者に最新情報の発信を行う。		◎	◎	○	
12	コンテンツの魅力向上と新規発掘	121	サイクルツーリズムのさらなる推進	サイクリストのレベル別に合わせたサイクリングコースの設定を検討する。	◎	◎	◎	○	◎
				サイクリングとその他コンテンツを組み合わせた商品造成を支援する。	◎	◎	○	○	◎
		122	日本遺産	村上海賊を核とした市内周遊観光パッケージの造成支援を行う。		◎	◎		◎
				村上海賊ミュージアムでの甲冑着付体験や潮流体験のような現地でしか味わえない体感・体験メニューを充実させる。		◎	◎		◎
		123	インフラツーリズム	本州四国連絡橋を活用した旅行の造成支援を行う。		◎		○	◎
		124	アートツーリズム	美術館等を活用し、市内を周遊してもらうための企画について検討する。		◎		○	◎
		125	産業観光	市内の産業観光コンテンツについて整理を行い、工場夜景クルーズなどの試験的ツアーの実施支援を検討する。		◎			○
		126	物産（お土産）の開発	土産品コンテストを開催し、優秀な商品に対して支援を行う。		○		◎	○
				日本人観光客に向けた飲食メニューの新規開発支援を行う。		○		◎	◎
		127	その他観光コンテンツの造成支援、磨き上げ	建築物、インフラ、スポーツ、ナイト、ロケ地、温泉（ヘルス）、ガストロノミーなどの市内観光コンテンツを活用したツアー造成について、試験的ツアーに協力し、観光事業者を支援する。		◎	◎	◎	◎
13	効果的なプロモーションの実施	131	費用対効果を考えたPRの実施	土産品や体験型コンテンツの訴求効果の高めるために、パンフレット作成やHPの見直しなどPR方法の改善を行う。	○	◎	◎	◎	○
				SNS投稿による情報発信を継続して行う。		◎			
				しまなみジャパンのHPに観光情報のリンクを貼るなど、観光情報が観光客の目に留まりやすい仕組み作りを検討する。		◎	○	◎	○
				民間事業者との合同出展や、旅行展示会（ツーリズムEXPOジャパン等）での効果的な広報活動を検討する。	◎	◎	◎	◎	○
				イベントやスポーツ大会開催時に今治のPR活動を実施する。	○	◎	◎	◎	○
				5GやVRなどの先進技術を活用したPRを検討する。	○	◎			
				食の魅力のPRとして、しまなみの新名物である「海賊むすび」をPRする。		◎	◎	○	○
				郷土料理普及協議会HPのリニューアルを行い、そこに誘導する仕組み作りを検討する。		◎		○	○
		132	インバウンドへの情報発信	海外からの閲覧状況に応じてしまなみジャパンのHPの見直しを行う。		○	◎		
				多言語サイトへの誘導を行う仕組み作りを行う。		○	◎		
				市内在住の外国人を対象に市内観光ツアーを実施し、SNS等で情報発信を行う。		◎	◎	◎	○
				市内在住の外国人を対象に市内観光を紹介する。		◎	○	◎	○
				今治市の観光施設や飲食施設の多言語マップを作成する。		◎		◎	○
		133	サイクリストへの情報発信	自転車専門誌やそのWeb版にて様々なテーマで最新情報を発信する。	◎	◎		○	
				関西圏からの誘客促進のため、関西の自転車店や自転車イベント、展示会でPR活動を実施する。		◎			◎
		134	ブレジャーへの情報発信	ビジネス客向けの飲食店や土産、観光スポット等の情報を集約し、チラシやパンフレット等を作成する。		○		◎	○
				海事、タオル、食品、石油精製事業者へブレジャー用のチラシを設置依頼する。		○		◎	○
14	会議や大会等の推進	141	学術会議等の会議の誘致、実施	学術会議等の現状を把握するため情報収集をし、市内教育機関、研究機関、民間団体と会議誘致に向けた協議を行い支援策を検討する。		◎			○
		142	サイクリングイベントの実施、支援、協賛	サイクルツーリズムと連動したしまなみ海道における誘客イベントを誘致し、国内外からサイクリストの誘客が可能なイベントを実施する。	◎	◎	◎	◎	○
		143	日本遺産をテーマにしたイベントの実施、支援、協賛	日本遺産に関するイベントの開催を企画する企業の支援を検討する。		◎	◎	◎	
				村上海賊ミュージアムが開催するイベントを充実させる。		◎			○
		144	地場産業イベントの実施、支援、協賛	バリシップ、カラーショー、タオルフェアの実施について継続して支援、協賛を行う。		◎			○
		145	その他イベントの実施、支援、協賛	集客効果のあるイベントを企画、誘致する。		○		◎	○
				eスポーツ合宿や大会の誘致支援を行う。		○		◎	○
				アウトドア関係の展示会やイベント誘致支援を行う。		○		◎	○
		146	合宿誘致	野球などの競技スポーツにおいて、充実した市内施設を活用するため、種目別に戦略的な合宿誘致を行う。		◎			○
				プロアマ問わず合宿の受入支援を検討する。		◎			○
				県内外の学校に対し、修学旅行、課外授業、自然の家等の体験学習を誘致するため、旅行会社や学校に働きかけを行う。		◎			○

4-2 アクションプラン「受入環境の改善に関する取組み」(表 2)

施策		区分		具体的取組み	各関係団体の役割（◎は主体者、○は協力者）				
					県	市	しまなみジャパン	今治地方観光協会	民間
21	快適な旅行環境の提供	211	サイクリング環境の改善	レンタサイクル事業のICT化を検討し、利用者の利便性を高めるとともに、車両管理の質の向上を図る。		◎	◎		◎
				しまなみサイクルセーバーの再開を検討する。		◎			◎
				民間事業者のサービスとの連携による相互補完を行う。		◎			◎
				サイクルパーツの自動販売機の設置箇所を追加する。		◎			◎
				輪行袋の無料貸出箇所の追加する。		◎			◎
				サドルカバーやバックミラー等の貸出により、サイクリング初心者や聴覚障がい者の方々にも安心、快適にサイクリングできる環境を整える。		◎			◎
				既存のサイクリングターミナルのサービス及び機能充実のため、着替え場所やシャワー設備の設置を検討する。		◎			
				自転車専用通行帯等と矢羽根の整備を計画に沿って行う。	◎	◎			
				ロケーションマーカーの周知を行う。	◎	◎			
		212	多言語対応	観光施設の展示物説明や注意喚起の多言語化、翻訳機器の導入等インバウンドの利用者が内容を理解できる環境整備を推進する。		◎			
				多言語パンフレットについて、ネイティブチェックや内容の見直し等全面見直しを行う。		◎	◎	◎	
				多言語を含む案内標識を設置する。		◎			
				誘導サインの多言語化を行う。		◎			○
				インバウンド観光客に向けた多言語メニューの作成を支援する。		◎			○
				QRコード等を活用しスマートフォンと連動した案内方法の導入についても検討する。		◎	◎	◎	◎
		213	多様な価値観への対応	ハラール・ビーガン・ベジタリアンといった多様な食習慣のニーズに対応する店の情報提供を行う。	◎	○	◎	◎	◎
				事業者へのハラールやビーガン対応研修の開催も検討する。	◎	○	◎	◎	◎
		214	旅行環境の改善	キャッシュレス決済の整備を検討する。		◎	◎	◎	◎
				チケットや入場券をインターネットで購入できるシステムの整備を検討する。		◎	◎	◎	◎
				観光地へのアクセス向上のための案内標識を整備する。		◎			
				成り立ちや歴史的背景の説明が必要なスポットに、QRコードを活用した案内、説明看板を整備する。		◎			
				市内観光施設等と連携し、音声ガイドの整備を検討する。	○	◎			
				民間事業者と連携し、手荷物配送預かりサービスの充実を図る。		◎			◎
				ブレジャーと呼ばれる出張時の観光促進のため、手荷物預かりシステムの導入を検討する。		◎			◎
				観光地のトイレ洋式化等の設備の充実化を検討する。	○	◎		○	○
				観光客が休憩できるようにベンチ等の増設を検討する。	○	◎		○	○
				Wi-Fiの需要拡大に伴い、レンタルWi-Fiルーターの貸出し制度を検討するなど、Wi-Fi環境の整備を行う。	○	◎	○	○	○
				観光案内所を訪れる多くの観光客の要望に対応するため連携を密にし、情報通信技術を活用して案内するなどサービス向上を促進する。		◎		◎	○
		215	二次交通の改善	交通事業者と連携し、フリー切符の発行や、イベント時の特別割引等の導入を検討する。		◎			◎
				レンタカーやタクシー事業者と連携し、割引や市内周遊定額プラン等の導入を検討する。		◎			◎
22	おもてなし力の向上	221	多様なニーズに対応するガイド育成	多言語ガイドや外国人ガイド、サイクルガイド等の有償ガイドの情報整理を行い、旅行会社や旅行者に情報提供を行う。また、ガイドの育成支援を検討する。	◎	◎	◎	◎	◎
				ボランティアガイドのスキル向上を図るため、今治地方観光協会と連携しガイドの台本やマニュアルを作成する等改善を検討する。		◎	◎	◎	◎
		222	観光業界人材育成	ホスピタリティ向上のために、観光関連事業者を対象におもてなし研修会を開催する。	○	○	◎	◎	◎
				地元観光事業者へのインターンシップ生の受入を推進する。		◎			◎

4-3 アクションプラン「持続的発展に向けた取組み」（表 3）

施策		区分		具体的取組み	各関係団体の役割（◎は主体者、○は協力者）				
					県	市	しまなみジャパン	今治地方観光協会	民間
31	いまばりファンづくり	311	「しまなみ海道」、サイクルシティを核としたブランディング	しまなみブループロジェクトを推進する。		◎	◎	○	○
				しまなみ海道完走証の検討を行う。		◎	◎	○	○
				しまなみ海道はサイクリストの聖地だけでなく、釣り、シーカヤック、SUP、キャンプ、海水浴などの海を活用したアウトドアのポテンシャルも高いため、「アウトドアの聖地」としても明確なコンセプトを打ち出し、合わせて必要に応じた施設整備等を施す。	○	◎	◎	○	○
				安全で快適な自転車利用環境を創出する道路の整備などの都市デザインを行うことにより、サイクルシティとしての価値を高める。	◎	◎	○		
				自転車マナー向上を図るべく、小中学校からマナー講習を受ける機会を設ける。また、訪れたサイクリストにも意識啓発を行う。	○	◎	○	○	
		312	「i.i.imabari!」のロゴマークの活用	「アイアイ今治キャンペーン」において、キャッチコピー「I'm into imabari！（今治にはまってます！）」とロゴマークをイベント時やHPで周知を行い、ステッカー配布等により今治市民等の積極的な利用を促進する。		◎			○
		313	移住促進のための取組	サテライトオフィスの誘致やリモートワーカー受入、コワーキングやコリビングの設置などのワーケーション体制整備を行うと同時に、リモートワーカーへ空家活用時の国県制度の情報提供行うなど、移住に繋がる仕組みを作る。	○	◎		○	○
				移住につながる「お試し移住」やグリーンツーリズムを通じた「農家民宿」「農業体験」等を推進する。	○	◎	○	○	
		314	ふるさと納税制度の活用	観光等の魅力的な体験型返礼品を増やし、実際に利用、体験してもらうことによって、いまばりのファンを増やす。		◎			◎
32	シビックプライドの醸成	321	愛郷教育	レンタサイクル使用料や観光施設の入場料金等に、市民割引制度の導入を検討する。		◎	○	○	○
				「サイクルシティIMABARI」の実現に向けて、自転車試乗会を実施するなどして市民が自転車に親しむことができる機会を増やす。		◎	○	○	○
				観光客と地元住民が体験観光を通じて交流できる仕組みづくりに取り組む。		◎	○	○	○
				ふるさとに愛着を持てるように、学校内や課外授業で郷土教育を行う。		◎	○	○	
				地場産業(タオル・海事・エネルギー)に関する出前講座などを広く行う。		◎	○	○	
				村上海賊から脈々と受け継がれる「今治の海の文化」を継承するため、出前講座などを広く行う。		◎	○	○	
				「いまばり博士検定」と連動した郷土教育の検討を行う。		◎	○	○	
				今治及び越智地方の獅子舞、大山祇神社における一人角力等の無形民俗文化財について、保存するために支援を行う。		◎	○	○	
		322	景観、文化財の保全	景観保全や文化財保護を目的とした募金や協力金の仕組み作り、また公的観光施設の有料化の検討を行う。		◎	○	○	
				募金や協力金、観光収益の一部で景観保全や文化財保護、観光客のマナー向上のために取組む仕組みの検討を行う。		◎	○	○	
33	災害等リスクへの対応	331	災害への備え	災害時に地理不案内な外国人及び市外からの来訪者の安全な避難を確保するため、誘導標識等ピクトグラムを活用するとともに地図及び英語併記とするよう検討する。		◎		○	○
				災害時の旅行者の安全確保について、国や県と連携して、避難情報等を正確に情報発信できる体制を構築する。	○	◎	○	○	○
				コロナ禍以降、新しい生活様式に即し安全安心に配慮した観光事業や飲食、イベントの実施を検討する。	◎	◎	◎	◎	◎
				民間事業者とも連携して、官民一体となったリスク管理を行う。	○	◎	◎	○	○
		332	被災後の対応	国や県と連携して避難情報等を正確に情報発信し、安全の確保を行う。	○	◎	○	○	○
		333	復興・再生へ向けての取組	観光事業者へ国、県の補助制度の周知を行い、活用を促す。	○	◎	○	○	○
				市の上乗せ支援・助成施策の立案検討など復興に向けた取組みを行う。		◎	○	○	○
34	観光事業の集積	341	事業者支援	地域観光経済牽引事業の支援を行う。		◎			◎
				事業者からの各種相談に対応するとともに、国県支援制度の補助について、随時情報提供を行う。	○	◎	○	○	○
		342	しまなみジャパンが地域を牽引する仕組みづくり	しまなみジャパンが主導して行政や関係団体をメンバーとするワーキンググループ等の意見を集約する体制の構築を検討する。		○	◎	○	○
				観光関連事業者への業務支援を通じて、課題や戦略を多様な関係者間で共有し、関係者間のネットワーク化を行う。	○	○	◎	○	○
				観光資源の磨き上げや地域が観光客に提供するサービスの品質管理・向上・評価する仕組みや体制を構築する。		○	◎	○	○
				観光客に対して地域一体となって戦略に基づく一元的な情報発信･プロモーションを行う。		○	◎	○	○
35	関係団体・事業者との役割分担と連携	351	エリアマネジメント強化	今治市、今治地方観光協会、しまなみジャパン、愛媛県観光物産協会、せとうち観光推進機構、四国ツーリズム創造機構等の役割分担を明確化し、各団体の特色を生かした事業に取組む。	○	◎	◎	◎	○
				観光コンテンツの造成、新規造成に際して、行政、民間、各観光関連組織(DMO、今治地方観光協会)と情報共有体制を強化し、緻密な情報交換を行う。	○	◎	◎	◎	○
		352	しまなみジャパンの機能強化	行政、文化、スポーツ、農林漁業、交通等の幅広い分野から意見を取り入れる仕組みを構築する。		○	◎	○	
				各種データ等の継続的な収集･分析を行い、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略を策定する。		○	◎	○	
				安定的な運営資金の確保のために収益を増やす取組みについて検討を行う。		○	◎	○	
				ターゲットに応じた体験コンテンツのメニューを増やし誘客を促進し、滞在時間増加を目指す取組みを行う。		○	◎	○	
		353	事業者との連携	観光関係事業者との間で包括連携協定を結ぶなどし、民間事業者と連携した取組みを検討する。		◎			◎
				観光関連事業者から観光事業について定期的にヒアリング調査を行い施策に反映させる。	○	◎	◎	○	○
				マーケティング・リサーチで得られた情報を関係事業者間で共有する。		◎	◎	○	○
36	広域連携	361	広域連携による取組	瀬戸内海での取組み、石鎚山系近隣地域における取組み、石鎚UFOラインと組み合わせたコンテンツ造成、その他愛媛県全体の観光地との連携など、周辺地域の魅力ある観光地と連携し誘客を図る。	○	◎	◎	○	◎
				ナショナルサイクルルートに指定された他地域のサイクリングロードと連携し、新たな取組みを検討する。	◎	◎	◎	○	○
				国内外から多くのサイクリング観光客やサイクリストが訪れる3エリア（しまなみ海道、ビワイチ、やんばる）が連携し、東京・富士山・京都など日本観光のゴールデンルートに並ぶ「サイクリングゴールデンルート」の形成・ブランド化に向け、一層の取組みを行う。	◎	◎	◎	○	○
				台湾日月潭と相互交流を通じて、しまなみ海道の世界的なブランド力向上に努める。	◎	◎	◎	○	○

参考資料

参考資料 1 KGI 及び KPI の設定方法

本計画における KGI 及び KPI の設定方法について補足する。KGI、KPI 共に計画策定時において直近確定値である 2019 年の各種数値を基準とする。

1-1 KGI の設定方法

今治市観光関連統計数値における観光消費額は宿泊費、物品購入費、交通費及びその他で構成されている。このうち宿泊費は市内宿泊施設への調査結果から算出しており、実態を把握していると言えるが、それ以外の項目は推計値のため算定根拠が明確でない。

このため、2019 年の観光消費額における宿泊費の占める割合を算出し、各年の宿泊費を同割合で割り戻して得た数値を観光消費額として目標値とする。

（1）2019 年の観光消費額における宿泊費の占める割合　59.7%

2019 年　観光消費額 5,776,525 千円　　宿泊費 3,449,497 千円

3,449,497/5,776,525×100＝59.715781≒59.7（%）

（2） n 年における観光消費額の計算式

n 年観光消費額＝ n 年宿泊費÷0.597

1-2 KPI の設定方法

① 観光入込客数

観光入込客数＝日本人観光入込客数＋外国人観光入込客数

新型コロナウイルスの影響を考慮し、国際航空運送協会（IATA）等の予測(※1)を参考として 2020 年 1～7 月実績をもとに日本人、外国人ごとに以下で求めた数値を合計したものを目標値とする。

日本人：2022 年に 2019 年のレベルまで回復、2023 年以降はそのレベルをキープ

外国人：2023～2024 年の間に 2019 年のレベルまで回復、2023 年以降は対前年比 10.0%で増加

② 宿泊費

宿泊費＝宿泊者数×宿泊単価

以下で求めた数値を年ごとに掛け合わせたものを目標値とする。

宿泊者数：①観光入込客数における対前年伸び率と同率で増加

宿泊単価：2021 年までは 2019 年と同単価、2022 年以降は対前年比 0.5%で増加

③ 主要観光施設の物産消費額

市内 6 カ所の主要観光施設（道の駅等）の購入者数及び購入者単価を調査

物産消費額＝購入者数×購入者単価

以下で求めた数値を年ごとに掛け合わせたものを目標値とする。

購入者数：①観光入込客数における対前年伸び率と同率で増加

購入者単価：2021 年までは 2019 年と同単価、2022 年以降は対前年比 1.0%で増加

※1 観光客の回復見込みについて

IATA（国際航空運送協会）は、2020 年 7 月に世界の航空需要がビフォアコロナの状態まで回復するのは 2024 年との見通しを示している(IATA「Recovery Delayed as International Travel Remains Locked Down」)。

・「Global passenger traffic (revenue passenger kilometers or RPKs) will not return to pre-COVID-19 levels until 2024, a year later than previously projected.」

・「世界の旅客輸送量（収入旅客キロまたは有償旅客）は、以前の予測より 1 年遅れた 2024 年までビフォアコロナの水準まで戻ることはない。」

一方、UNWTO(世界観光機構)は、2020 年 5 月に遅くとも 2021 年から国際観光需要が回復基調に入るとの予想を示している（UNWTO「INTERNATIONAL TOURIST NUMBERS COULD FALL 60-80% IN 2020, UNWTO REPORTS」)。

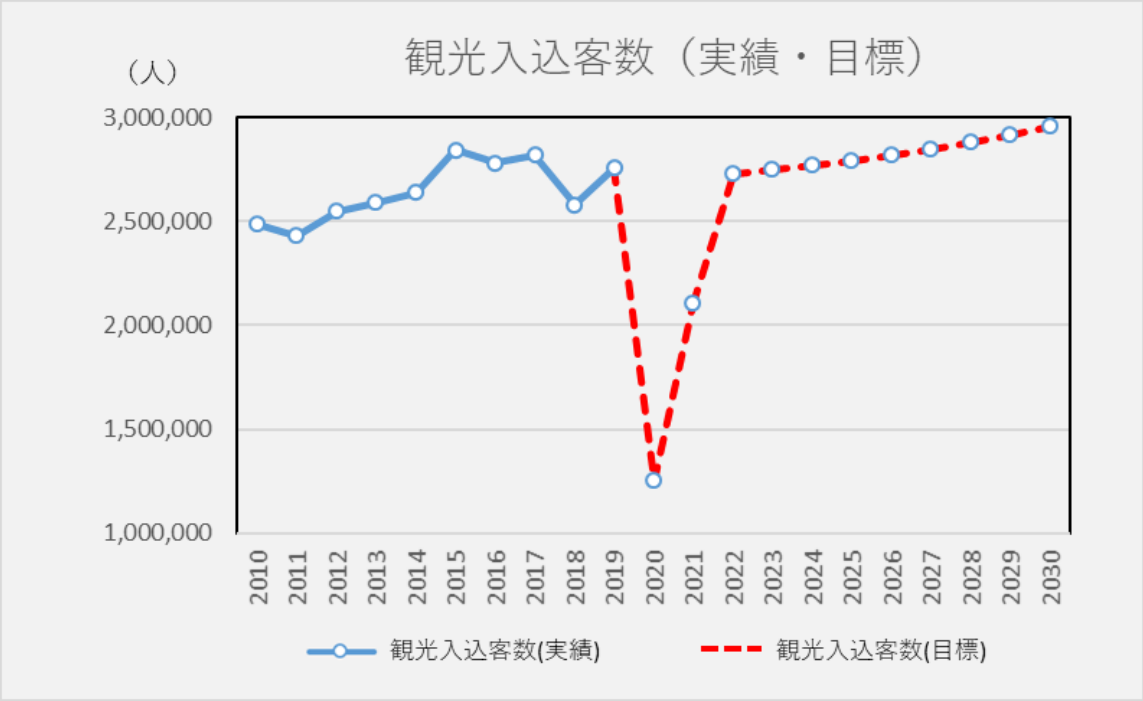
・「Experts see recovery in 2021 Domestic demand is expected to recover faster than international demand according to the UNWTO Panel of Experts survey. The majority expects to see signs of recovery by the final quarter of 2020 but mostly in 2021. Based on previous crises, leisure travel is expected to recover quicker, particularly travel for visiting friends and relatives, than business travel.」

・「国連世界観光機関(UNWTO)専門家委員会の調査によると、国内需要は国際需要を上回る速さで回復すると予測されている。その大多数は、2020 年の最終四半期までに回復の兆しが見えることを期待しているものの、観光需要の大部分が回復し始めるのは 2021 年になると予測している。過去の危機を踏まえると、ビジネス旅行よりも、特に、友人や親族への訪問といった休暇目的の旅行が、より早く回復すると予測している。」

この 2 つの予測を勘案し、「KPI① 観光入込客数」設定の参考とした。

表 4. 各年の KGI 及び KPI

			KGI	KPI1	KPI2	KPI3	
	西暦（年）	和暦（年）	観光消費額（円）	観光入込客数（人）	宿泊費（円）	主要観光施設物産消費額（円）	
実績値	2010	H22	5,166,018,000	2,487,220	3,042,080,000		
	2011	H23	4,642,104,000	2,426,376	2,595,092,000		
	2012	H24	4,995,650,000	2,544,788	2,858,897,000		
	2013	H25	5,013,892,000	2,589,686	2,833,493,000		
	2014	H26	5,207,755,000	2,636,515	2,975,193,000		
	2015	H27	5,375,997,000	2,841,271	3,017,290,000		
	2016	H28	5,733,674,000	2,781,514	3,406,976,000		
	2017	H29	5,825,586,000	2,818,694	3,446,935,000		
	2018	H30	5,449,916,000	2,578,918	3,267,411,000		
	2019	R1	5,776,525,000	2,755,594	3,449,497,000	586,053,523	基準年
目標値	2020	R2	2,623,000,000	1,250,000	1,566,000,000	266,000,000	
	2021	R3	4,407,000,000	2,100,000	2,631,000,000	447,000,000	
	2022	R4	5,749,000,000	2,725,000	3,432,000,000	586,000,000	
	2023	R5	5,817,000,000	2,745,000	3,473,000,000	596,000,000	
	2024	R6	5,894,000,000	2,767,000	3,519,000,000	607,000,000	
	2025	R7	5,977,000,000	2,791,000	3,568,000,000	618,000,000	
	2026	R8	6,067,000,000	2,818,000	3,622,000,000	631,000,000	
	2027	R9	6,157,000,000	2,847,000	3,676,000,000	643,000,000	
	2028	R10	6,256,000,000	2,879,000	3,735,000,000	657,000,000	
	2029	R11	6,363,000,000	2,914,000	3,799,000,000	671,000,000	
	2030	R12	6,479,000,000	2,953,000	3,868,000,000	687,000,000	



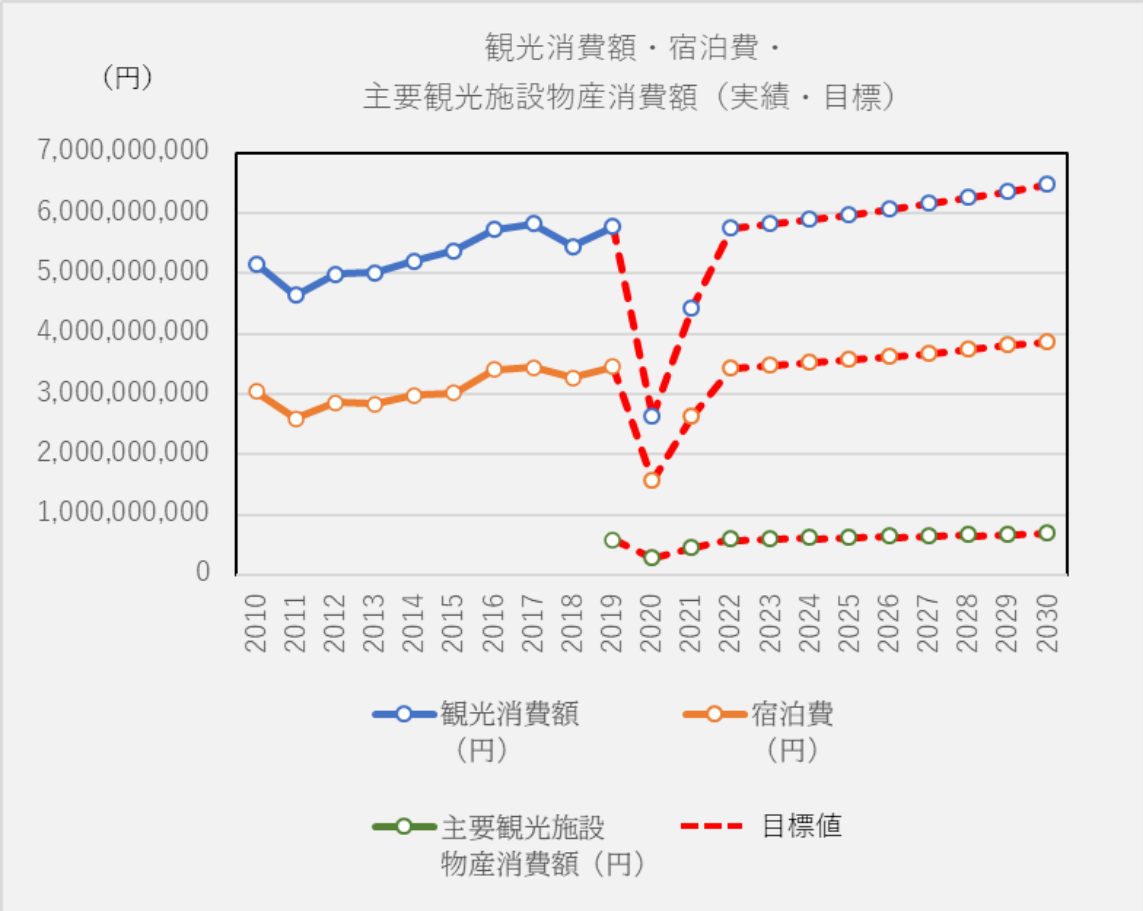


図 1.KGI 及び各種 KPI の実績・目標の推移

参考資料 2 「2-2 本市観光の課題」における参考資料

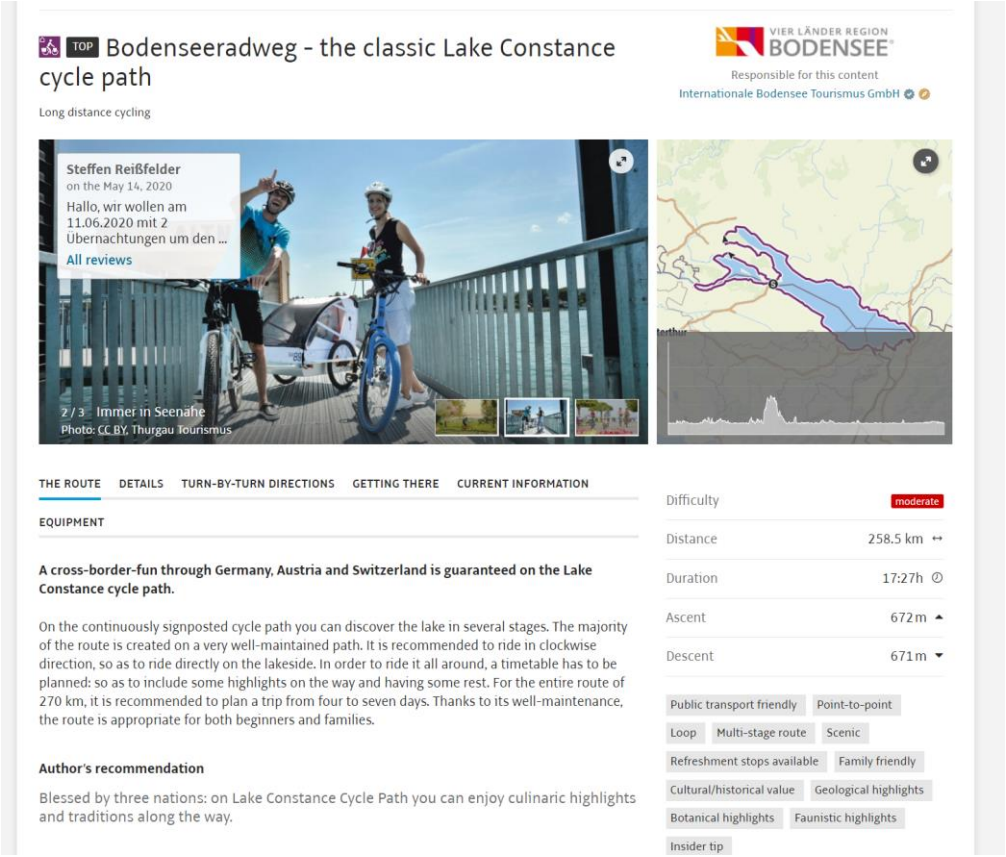
2-1 「課題群 1 観光消費額増大に直結する課題」に係る参考資料

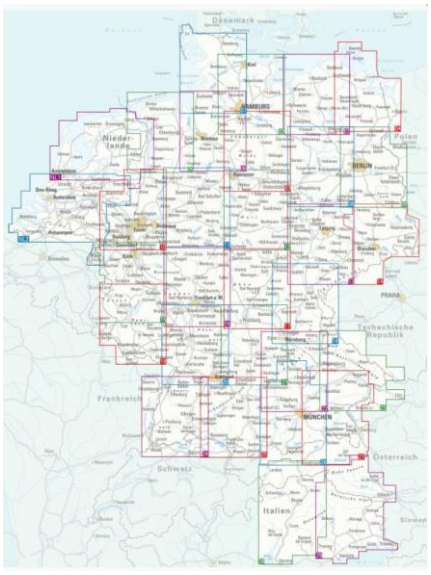
2-1-1 サイクルツーリズム

ドイツボーデン湖はサイクルツーリズムの先進地として知られている。ボーデン湖はドイツ、スイス、オーストリアにまたがる広大な湖である。当該地域では、インターナショナル・ボーデンゼー・ツーリスムス社が、地域の観光施策(主に観光マーケティング)を中心的に展開している。同社は日本でも導入が進んでいる DMO に該当する、地域の観光マネジメント会社である。

特に当該地域における観光客向けのサイクルツーリズムの情報発信や観光コンテンツの造成・販売等、当該地におけるツーリズムにおいて必要と思われるあらゆる情報が同社 HP で展開されている。本サイトは、ドイツ語・英語・イタリア語・オランダ語・フランス語での多言語対応がなされており、ヨーロッパ周辺諸国からの誘客を戦略的に展開していることがわかる。またサイクリストのニーズに応じたサイクルルートの案内機能を備えており、各ルートの所要時間・距離・長さ・高低差・ルート周遊にベストな季節、現在の天気や気温などの情報が集約されている。更に各ルートには、旅行者が質問できる掲示板を備えており、疑問を適宜解消することもできる。

またサイクルツーリズム先進地のドイツにおいてはサイクルマップが様々なメディアで提供されている。特に ADFC(全ドイツ自動車クラブ)の公式地図となっている BVA 社のものはドイツ全土を分離したシリーズの地図が出版されているだけでなく、専用のスマートフォン向けアプリケーション(「ADFC Karten」)として提供されている。利用者は必要に応じて、必要な地域のサイクリングマップを購入することで、サイクリングに必要な多様な情報を手にすることが出来る。





(上)図 2.インターナショナル・ボーデンゼー・ツーリスムス社 HP におけるサイクルルートの紹介

参照：https://www.bodensee.eu/en/what-to-do/active/cycling/tours/lake-constance-bike-route_touroute594

(下)図 3.スマートフォン向けアプリケーション「ADFC Karten」の画面

2-1-2 産業観光

産業観光の参考となる先進事例として、フランスにおける「サヴォワフェール（savoir-faire：モノづくりにおける知と技）観光」がある。これは工場見学や企業見学を通じた体験旅行である。フランスではこうした企業見学を観光コンテンツ化し、これらを取りまとめる協会まで組成されており、著名な企業がいくつも参画している。

図 4.「フランスの卓越したサヴォワフェール」施設カタログ

2-1-3 日本遺産

日本遺産は文化庁が認定した有形無形の文化財を統合化したストーリーを地域振興や観光振興に活用していく取組みである。全国に多くの日本遺産の事例があるが、日本遺産を活用した誘客、及びその効果の波及という点では、栃木県宇都宮市の日本遺産「大谷石文化」が参考になる。当該遺産では、日本遺産認定以前より大谷の博物館以外の地下遺構活用のため様々に取組みを進めていた。巨大な道の駅を地底湖クルーズツアーの発着地点にしており、ツアーは観光協会ではなく、民間によって運営されている。

その他、地下の冷たい水をポンプでくみ上げて夏イチゴの栽培や、地下空間を天然の保冷庫にする実証実験、遺産に関連する石倉の活用に取り組むなど、「石」をテーマに観光誘客に留まらない「地下遺構」を多角的に活用しようとする取組みを行っている。また「大谷振興室」という、大谷を様々な角度から振興していく部局を役場内に設置している。まちづくり、建物の移築、観光、農業などをここが一括でできる体制にしている。

また当該遺産の情報発信のサイトは多言語対応(英語)に対応しており、海外に向けた情報発信やインバウンド誘客にまで結び付けていく展開がなされている。

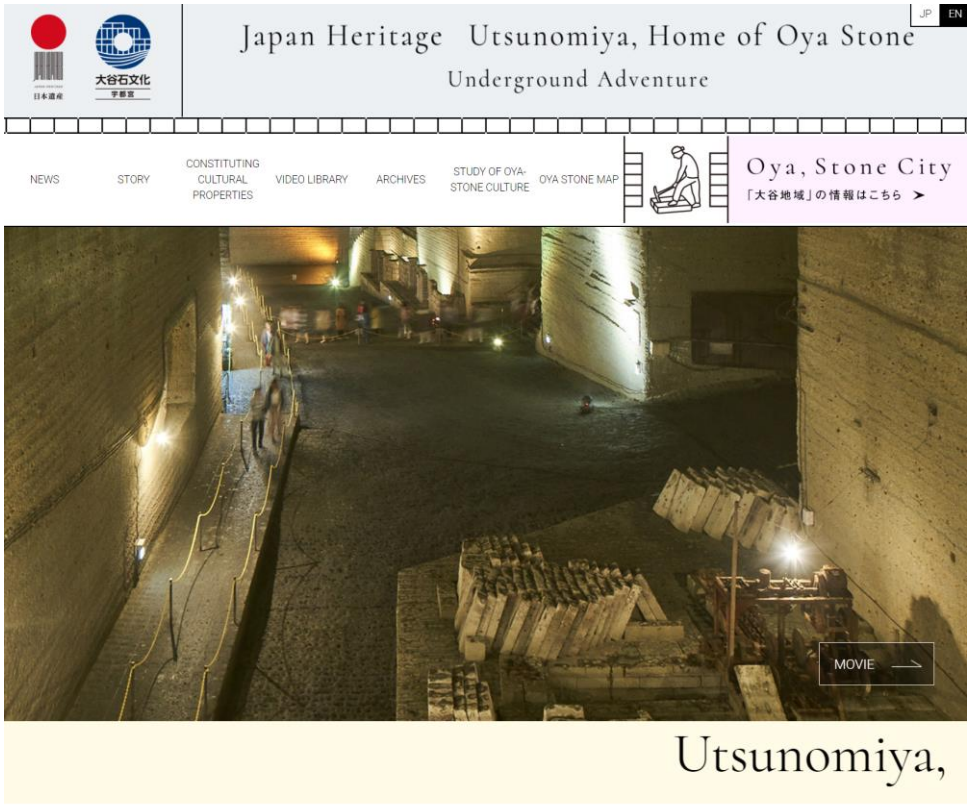


図 5.日本遺産「大谷石文化」の HP(英語)

参照：https://oya-official.jp/bunka_en/

2-1-4 サッカーによる地域振興の事例

Ｊリーグ加盟チームによる誘客では「アウェイツーリズム」が注目されている。これは、応援するチームの遠征試合にサポーターも帯同し、試合観戦を行う一連の行為を指し、試合を開催する地域にとってはこうしたサポーターは域外からの誘客となる。こうした「アウェイツーリズム」に関しては、その効果を示すいくつかのデータがある。

2016 年に徳島県で実施された徳島ヴォルティス対清水エスパルスの試合においては、全国からエスパルスのサポーターが 4,000 人程度訪れたとされている。また、2011 年に鳥取で実施された鳥取ガイナーレ対 FC 東京の試合では、FC 東京の J1 昇格がかかっていた試合であったことから全国から FC 東京のサポーター約 2,000 人が訪れた。

またＪリーグではＪリーグ加盟チームによる地域活性化に係る全般的な取組みを、地域貢献事業「シャレン」として実施している。この「シャレン」の活動には社会性のあるテーマ設定と 3 者以上の連携が求められる。例えばブラウブリッツ秋田では、中央大学と地元スポーツ教室と連携することによって「福＋(ふくたす)プロジェクト」をスタートさせている。ブラウブリッツ秋田の試合開催時に、中央大学が高齢者向けに様々な健康イベントを企画、地元スポーツ教室が実施している。この取組みでは、中央大学の学生の秋田への誘客、地域の高齢者の健康的な生活へのサポートなど、関係人口の創出と地域の公益の創出に貢献している。

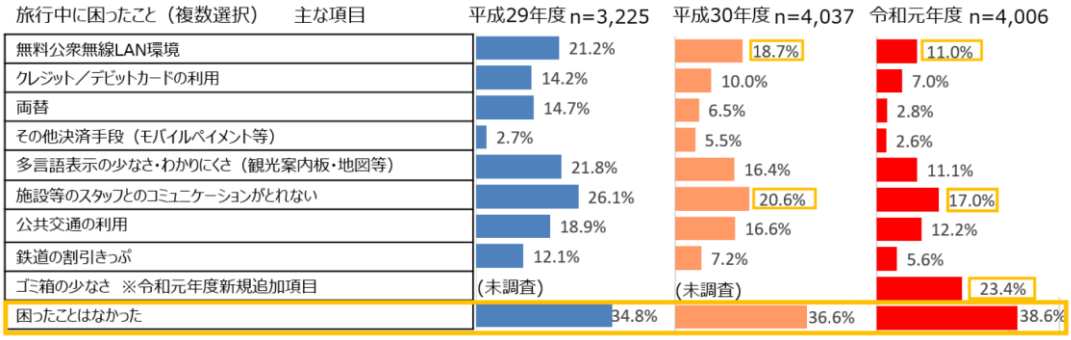
またヴァンフォーレ甲府では、明治大学、及び地元企業と連携することによって観戦ツアーと連動した地元企業への就職フェアを試合と併催している。これによってＵターンを促進している。

2-2 「課題群 2 受入環境整備に関する課題」に係る参考資料

2-2-1 ソフト面における受入環境不足

観光庁の令和元年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」調査結果によれば、4 割弱が困ったことはなかったと回答している。一方、困ったことの項目は、「ごみ箱の少なさ」「施設等のスタッフとのコミュニケーション」「公共交通の利用」「多言語表示の少なさ、わかりにくさ」「無料公衆無線 LAN 環境」の順に割合が高かった。

本市の主要観光施設におけるキャッシュレス環境、多言語対応、Wi-Fi の導入状況については下表のとおりである。



	キャッシュレス環境	多言語対応	Wi-Fi
サンライズ糸山	クレジットカード	宿泊：英語対応が可能なスタッフが1名 レンタサイクル：英語対応無し	独自のFree Wi-Fi整備
来島海峡展望館	モバイル決済	展示物の英語表記	えひめ Free Wi-Fi
野間馬ハイランド	無し	無し	無し
今治城	無し	パンフレットによって英語・中国語・韓国語に対応	独自のFree Wi-Fi整備
村上海賊ミュージアム	無し	英語・フランス語・韓国語のパンフレットを提供。主要な展示物には多言語による解説あり。	独自のFree Wi-Fi整備
大三島美術館	無し	無し	無し
ところミュージアム大三島	無し	無し	無し
伊東豊雄建築ミュージアム	無し	一部英語表記あり	一部で独自のFree Wi-Fi整備
岩田健母と子のミュージアム	無し	無し	無し
村上三島記念館	無し	無し	無し
玉川近代美術館	無し	無し	無し
タオル美術館	クレジットカード/交通系IC	無し	えひめ Free Wi-Fi
伯方の塩大三島工場	-	一部英語表記あり	独自のFree Wi-Fi整備
道の駅「今治湯ノ浦温泉」	クレジットカード	トイレ案内において英語・韓国語表記あり。	独自のFree Wi-Fi整備
よしうみいきいき館	クレジット・交通系IC・モバイル決済	看板・観光案内所では英語・中国語・韓国語の表記あり	えひめ Free Wi-Fi
よしうみローズ館	クレジット・交通系IC・モバイル決済	メニューにおいて英語表記あり	えひめ Free Wi-Fi

（上）図 6.観光庁令和元年度「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」調査結果

（下）表 5.本市の主要観光施設におけるキャッシュレス環境・多言語対応・Wi-Fi の導入状況（2020 年 10 月時点）

2-3 「課題群 3 持続可能な取組みに関する課題」に係る参考資料

2-3-1 災害に対する準備の必要性

公益社団法人北海道観光振興機構では下図のとおりインバウンド観光客向けの災害時対応マニュアルを作成している。観光客の災害対応策実施のチェックリストや、具体的な対応文例集など、災害時に直ちに使用できる内容となっている。

図 7.(公社)北海道観光振興機構「外国人観光客災害時初動対応マニュアル」(H31 年 2 月改訂)

2-3-2 民間事業者の誘致と投資促進

民間事業者の投資促進によって、観光地形成が進んだ事例として北海道のニセコ観光圏がある。図 8 は同観光圏における資金の動きを表している。これによると、同観光圏内には年間約 450 億円(推計値)の資金が流入しているが、そのうち 7 割の資金を圏外事業者が獲得している。これは建設事業者が圏外事業者であるケースが多いことや、宿泊施設のオーナーが海外事業者であるケースなどによって発生していることが主な理由と推察されている。

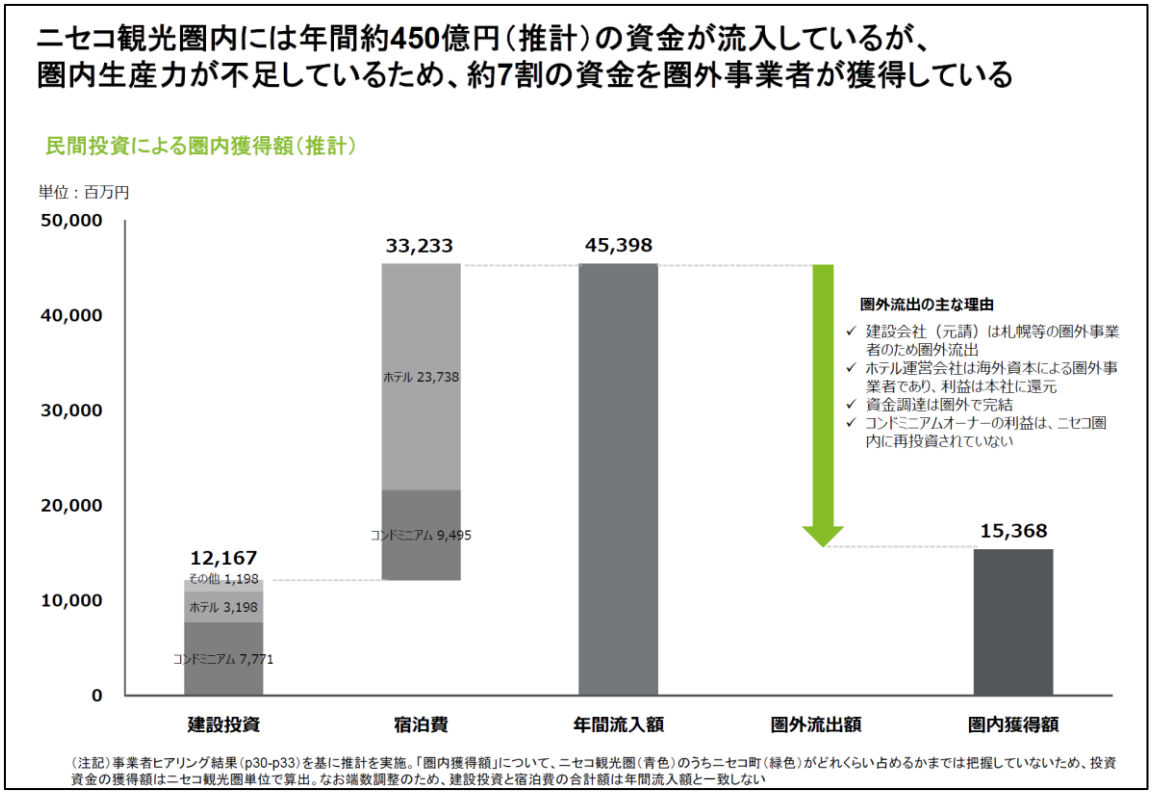


図 8.ニセコ観光圏内における資金の動き

出典：ニセコ町「地域経済循環強化戦略」(H29 年 3 月) より抜粋

2-3-3 地域連携

周辺の観光関連組織へのヒアリング結果、以下のご意見を頂戴している。いずれも、より一層の連携を求める意見が多い。

(1) 一般社団法人しまなみジャパン

・今後の自組織の観光政策の展開に向けてしまなみ海道に期待すること

これまでしまなみ海道を主に訪れていたサイクリストから非サイクリストに対して魅力を発信させることが出来るエリアになりつつあると感じている。

・今後の自組織の観光施策の展開に向けて、今治市の観光政策に期待すること

今治駅やサンライズ糸山の新ターミナルの整備などを期待している。観光客を迎え入れる整備が着々と進んでいるので、引き続きしまなみジャパンが取り組んでいる F1 層やインバウンドの受け皿体制の整備を進めてほしい。

・今後の自組織の活動と、今治市の観光政策との連携施策案

DMO として常に連携しているが、観光情報発信、サイクリング PR、しまなみ海道の魅力発信など今治市と連携し実施していきたい。

・現在策定中の今治市観光振興計画に記載しておくべき事項

サイクリスト以外の旅行者に対する取組みをぜひ記載して頂きたい。

(2) 株式会社ソラヤマいしづち

・今後の自組織の観光政策の展開に向けてしまなみ海道に期待すること

西条市側は瀬戸内海側に存在する町として、海から山までの距離が近く、しまなみとは違う海と山の魅力が両方味わえる地域である。しまなみサイクリングや島旅をきっかけにロングステイをされるお客様に向け、滞在時間を使って四国の山岳の魅力をお伝えできるような連携がもっと図っていきたい。そのためには当社でエリアの受入れ体制整備を牽引して進めて行かなければならないと考えている。

・今後の自組織の観光施策の展開に向けて、今治市の観光政策に期待すること

四国のインバウンドのゲートウェイで最多の高松と松山を結ぶ中間地点にある地区として、東予地域全体で四国周遊の拠点となるような動きが出来たらよいと思う。西条市はそらやま街道（194 号線）を通り、高知方面へのルートの入り口でもあるので、中国やまなみ街道→しまなみ海道→そらやま街道という連携も出来ると考えている。

(3) 愛媛県観光物産協会

・今後の自組織の観光政策の展開に向けてしまなみ海道に期待すること

愛媛県の代表的なイメージというと、まずは温泉であり、結果、若年層の観光客の取り込みが弱い。しまなみ海道は、レジャー志向の若年層への訴求力が高いこと、ウィズコロナに求められる開放的なアクティビティである自転車の聖地であり、愛媛の観光の底上げの一番手である。すでに高い知名度・認知度を誇っているが、広島も含めた広域連携の促進により、更なる誘客を期待している。

・今後の自組織の活動と、今治市の観光政策との連携施策案

いずれインバウンドが回復することを念頭に、広島に来る欧米豪の取り込みを進めたい。コンテンツの造成はもちろんだが、当 DMO であれば、今治市を核としたインバウンドファムツアーの実施も可能であり、ぜひ連携したい。

・現在策定中の今治市観光振興計画に記載しておくべき事項

すでにサイクリングを目的とする観光客には国内屈指の観光資源となっているが、それ以外の層の取り込みや、飛行機で（松山に）来県される層の取り込みが必要と思慮。そのためには、 二次交通の充実が必要であり、県や松山市等とも連携して取り組んでいただきたい。

特にマイカーもしくはレンタカー利用以外の観光客への市街地としまなみ沿線の島々を結ぶ二次交通の充実が急務と考える。

(4) 四国地方整備局

・しまなみ海道におけるインフラツーリズムについて

しまなみ海道の来島海峡大橋はインフラツーリズムとして非常にポテンシャルがあるにも関わらず活かしきれていない状況である。瀬戸大橋・明石海峡大橋などでは、年間を通じ塔頂ツアーなどが催行されているが、来島海峡大橋ではそれほど多くの塔頂ツアーが催行されているわけではない。よって今後、更なる活用の余地があると考えている。しかし、これには制約があることも事実である。

以上から、ガイド育成も含めて関係機関一体となりインフラツーリズムを通じた地域振興に努めていくことが計画に記載されていくことが良いと考えている。

(5) 四国ツーリズム創造機構

・今後の四国の観光政策の展開に向けて、しまなみ海道に期待すること

(株)日本政策投資銀行が令和２年６月に実施した「新型コロナに関する緊急インバウンドアンケート」によると、アジア及び欧米豪の四国訪問希望者が四国旅行に期待したいこととして、「自然体験アクティビティ」が上位に来ている。「しまなみ海道」と言えばやはり「サイクリング」であり、今まで以上に国外に向けてＰＲして頂きたい。更に四国（西側）への玄関口として来訪客をお迎えするに相応しい、地域が一体

となったおもてなしの継続的な実施や、世界的なサイクリストの聖地としての自覚を持ち、サイクリングに特化した新しいイベント等に果敢にチャレンジ頂きたい。特に直近１年程は国内誘客の促進中心に、コロナウイルスの収束と併せて徐々にインバウンドの誘客において、しまなみ海道の旅行誘客の牽引を期待する。

・今後の自組織の観光施策の展開に向けて、今治市の観光政策に期待すること

四国内の観光周遊だけでなく、中国地方の含めた中四国内の観光周遊が重要である。当機構でも「せとうちＤＭＯ」と連携を強化していきたいと考えるが、やはり自治体間の連携強化が重要と考える。特に今治市は、サイクリング等を通じて広島県自治体と連携した取り組みをしていると思うが、さらなる連携強化に向けた取組みを推進していただきたい。

またしまなみ海道、タオル美術館などの観光施設は市内から少し外れており、逆に市内への立ち寄るスポットや施設が少なく通過することが多いと感じられるため市内の賑わいの創出に期待している。全国的な話でもあるが、商店街の活性化は課題となっており今治市においても商店街の活性化に期待する。

・今後の自組織の活動と、今治市の観光政策との連携施策案

市単体で観光振興を進めるのではなく、広域的に連携し観光振興に取り組んでいく旨の記載（愛媛県、広島県、愛媛県内市町、愛媛県内外観光協会、尾道市、四国内自治体等）やサイクルツーリズムの四国での水平展開、自転車関連イベントでの出展協働が想定される。またしまなみ海道を目当てに旅行を計画する旅行客に対し、連泊で近隣県への観光・宿泊を図り四国周遊を促進したい。更にしまなみ海道を核とした四国観光モデルの構築や、しまなみ海道を核とした四国の石文化の構築、日本最大の海事都市としての魅力発信など。

・今治市の観光振興計画に記載しておけば良いと思う事項

日本三大急潮流である、鳴門海峡（徳島県）との合同プロモーションや、今治市の観光情報 PR（WEB などを活用したデジタルマーケティング）、快適な旅行のための環境整備として ICT 等を活用した多言語解説案内等の整備。また古代より瀬戸内の交通や国防の要衝の地である今治市の歴史に光を当てたコンテンツ開発の取組み。具体的には、古代の白村江の戦後に築城された「永納山」、中世から近世にかけての「村上海賊」の能島などの砦、築城の名手・藤堂高虎の手による瀬戸内防衛の要「今治城」、明治期にはロシア艦隊の侵攻への備え「小島（おしま）芸予要塞」などを、瀬戸内の交通や国防の要衝という性格で、悠久の歴史の流れの中、共通の縦串を通すことによる、プロモーションを期待する。

(6) せとうち DMO

・今後の自組織の観光政策の展開に向けて、しまなみ海道に期待すること

しまなみ海道はせとうち７県の観光資源の中でも、世界的にも一定以上の認知度と誘客力、来訪者に対する満足度を有する数少ない観光資源の一つと考えている。従って弊組織の今後のマーケティング活動においても引き続き中心的な役割を期待するとともに、しまなみ海道を活用した魅力的なコンテンツ造成においても、更なる連携の強化に期待している。

・今後の自組織の観光施策の展開に向けて、今治市の観光政策に期待すること

しまなみ海道を構成する中心的な自治体として、今まで以上に弊組織の観光施策との連携が実現できる観光施策に期待している。また、これは弊機構の課題でもあるが、尾道市との連携に比べて今治市様との連携が十分ではないと認識しているので、今回の観光振興計画策定を一つのきっかけとして更なる連携を実現していきたいと考えている。

・今後の自組織の活動と、今治市の観光政策との連携施策案

インバウンドマーケティングにおいては、弊組織の役割はマーケティングプラットフォームの構築および推進と、地域の観光コンテンツの造成支援およびターゲット市場への流通促進による販売支援と考えている。その観点において、今治市様との役割分担の相互理解を進めていけるような連携施策を考えていきたいと思う。

・現在策定中の今治市観光振興計画に記載しておくべき事項

基本方針として「だれもが訪れたいと感じる魅力あふれるふるさとを創ります」を掲げていらっしゃると思うが、マーケティングの観点から考えると、ターゲットを「だれもが」という施策の推進は難易度が高いと考える。ターゲットの優先順位をつけ、その優先順位をつけたターゲットに対して、何が「訪れたいと感じる魅力」になるのかを、整理した上での観光振興計画の策定を考慮頂ければ、実効性の高い計画になるのではないかと考えている。

参考資料 3 アンケート調査及びヒアリング調査結果

3-1 日本人観光客アンケート調査

3-1-1 調査概要

(1)目的　　：本市を訪れている日本人観光客の動態及び意向について把握するために実施した。

(2)実施日　　：令和元年 12 月 21 日（土）

(3)アンケート実施場所：今治駅・サンライズ糸山・道の駅多々羅しまなみ公園・村上海賊ミュージアム

(4)回収アンケート数　：観光客調査 150 サンプル(サンライズ糸山 28 サンプル、多々羅しまなみ公園 84 サンプル、村上海賊ミュージアム 34 サンプル、今治駅 4 サンプル)

3-1-2 アンケート票

No.　　調査員名　　調査場所

今治市 観光客アンケート

Q1. あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいの場合は都道府県をご記入下さい。また愛媛県にお住まいの場合は市町村名をご記入ください。

(都道府県名：　　)→愛媛県の場合：（市町村名：　　）

Q2. あなたの性別、年齢を選んでください。

性別：1. 男性　2. 女性
年齢：1. 10歳代　2. 20歳代　3. 30歳代　4. 40歳代　5. 50歳代　6. 60歳代　7. 70歳代　8. 80歳以上

Q3.どなたと一緒の旅行ですか。【あてはまるもの１つ】

1. ひとりで　2. 家族：（　　）人　3. 恋人　　4. 友人・知人：（　　）人　5. 旅行ツアー
6. 職場・学校等の団体　7. その他(　　)

Q4. あなたは今治市へ観光で来るのは何回目ですか。【あてはまるもの１つ】

1. 初めて　2. ２回目　3. ３回目　4. ４回目　5. ５回目　6. ６回目以上

Q5. この施設へ来るのは何回目ですか。【あてはまるもの１つ】

1. 初めて　2. ２回目　3. ３回目　4. ４回目　5. ５回目　6. ６回目以上

Q6. 今回の旅行の移動手段を教えてください。※今治市に着いた時点の手段【あてはまるもの１つ】

1. 自家用車　2. レンタカー　3. ツアーバス等　4. 公共交通(電車・バス)　5. タクシー　6. 自転車　7. バイク
8. 徒歩　　9.その他（　　）

Q7. 今回の旅行は宿泊ですか、日帰りですか。【あてはまるもの１つ】

1. 日帰り　　2. 宿泊・今治市に泊まる(施設名　　)
3. 宿泊・今治市以外に泊まる(場所　　)

Q8.（宿泊される方への質問）今回の旅行は、全行程で何泊何日の予定ですか。

（　　）泊（　　）日

Q9. 今回の旅行で、今治市での滞在時間はどのくらいですか。【あてはまるもの１つ】

1. ２時間未満　2. ２時間以上６時間未満　3. ６時間以上12時間未満　4. 12時間以上24時間未満
5. その他（　　日間）

Q10.今回の旅行で、今治市内で行った場所、またはこれから行く予定の場所を教えてください。

■今治市内で行った場所や観光施設、そこで体験したことをご記入ください。

場所・観光施設(記述)	体験した（する）こと（下の選択肢から選んで番号を記入してください）

■今治市内でこれから行く予定の場所や観光施設、そこで体験することをご記入ください。

場所・観光施設(記述)	体験した（する）こと（下の選択肢から選んで番号を記入してください）

今治市で体験した（する）こと
［あてはまる番号（複数可）を、場所・観光施設ごとに選んで、上の表に記入］

1. お遍路　2. サイクリング　3. 自然のレジャー　4. ドライブ・ツーリング　5. お祭り
6. イベント(　　)　7. 買い物　8. 食事　９. その他（具体的な内容を上に記入してください）

Q11. 今回、今治市を訪れたきっかけはなんですか。【あてはまる数字をすべてお選びください】

1. テレビ・ラジオ　2. インターネット　3. ガイドブックや雑誌　4. 新聞
5. フリーペーパー　6. クチコミ　7. ポスター・広告看板　8. 前に来てよかった
9. たまたま通りがかった　10. その他（　　）

Q11-1　きっかけとなった、番組名・サイト名・媒体名を教えてください。

番組名	
サイト名	
媒体名	

Q12. 今回のご旅行で、今治市において購入したものを教えてください。

■お食事

メニュー	価格

■お土産

品目	価格	個数

■その他

品目	価格	個数

Q13. 今治市の観光における以下の項目について教えてください。【各あてはまるもの１つ】

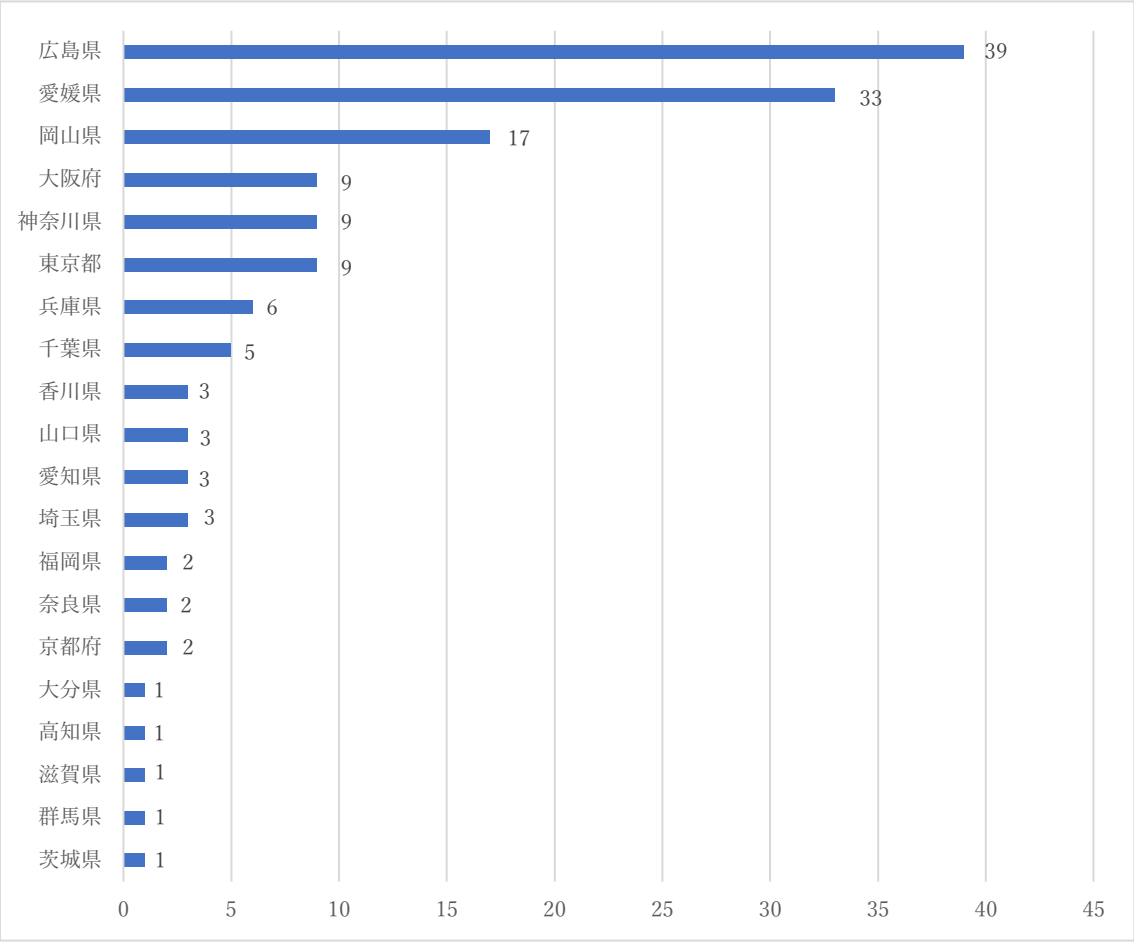
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	見ていない
①景観・雰囲気	1.自然景観や雰囲気	1	2	3	4	5	6
	2.町並の景観や雰囲気	1	2	3	4	5	6
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	泊まっていない
②宿泊施設	3.部屋の質	1	2	3	4	5	6
	4.従業員のおもてなし	1	2	3	4	5	
	5.価格の適切さ	1	2	3	4	5	
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	行っていない
③観光・文化施設	6.施設・体験の内容	1	2	3	4	5	6
	7.従業員のおもてなし	1	2	3	4	5	6
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	行っていない
④飲食施設	8.食事の内容	1	2	3	4	5	6
	9.店員のおもてなし	1	2	3	4	5	
	10.価格の適切さ	1	2	3	4	5	
⑤物販施設	11.商品の内容	1	2	3	4	5	6
	12.店員のおもてなし	1	2	3	4	5	
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	使っていない
⑥地域の二次交通(バス・タクシー等)		1	2	3	4	5	6
⑦観光案内情報		1	2	3	4	5	6
⑧今治市での観光全般の印象		1	2	3	4	5	

ここがよかった、満足した点を教えてください	期待したのに無かった、こんなものがあればよかったという点を教えてください

設問は以上です。ご協力ありがとうございました！

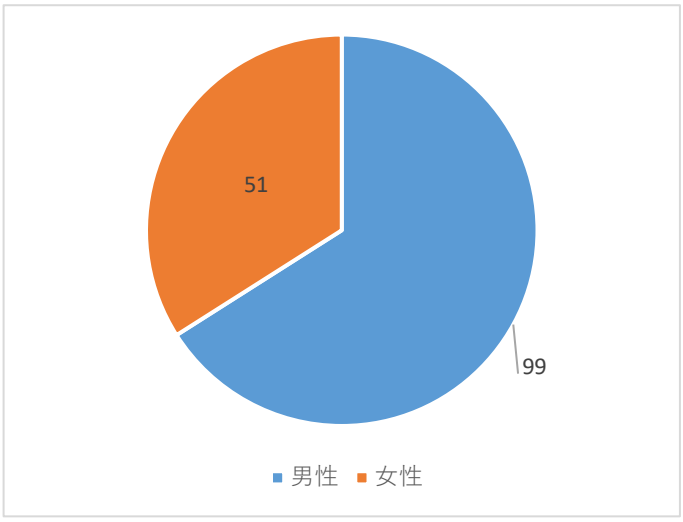
3-1-3 調査結果

Q1 あなたのお住まいはどこですか。



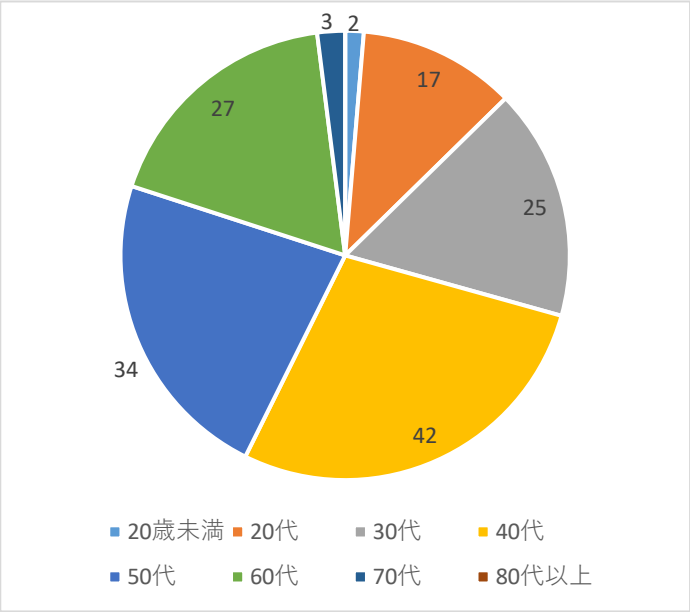
Q2-1 性別

男性	99
女性	51
合計	150



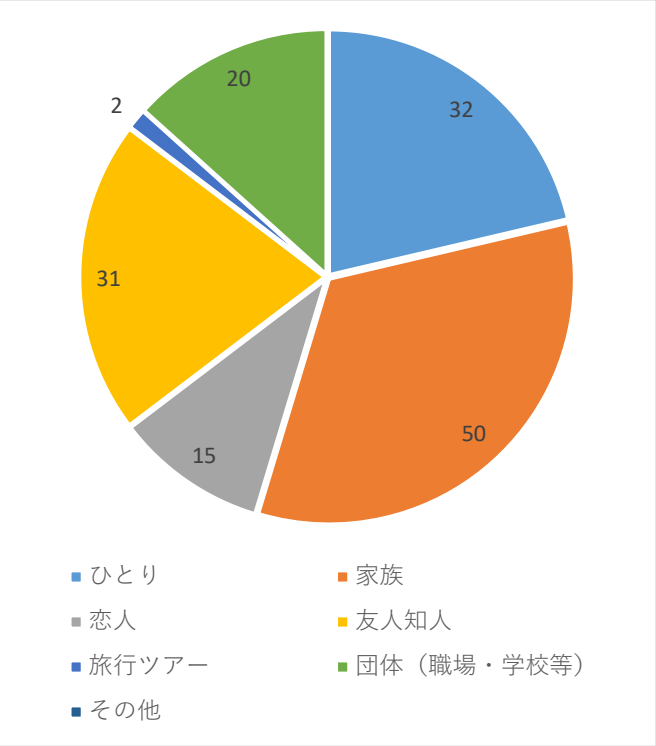
Q2-2 年齢

20 歳未満	2
20 代	17
30 代	25
40 代	42
50 代	34
60 代	27
70 代	3
80 代以上	0
合計	150



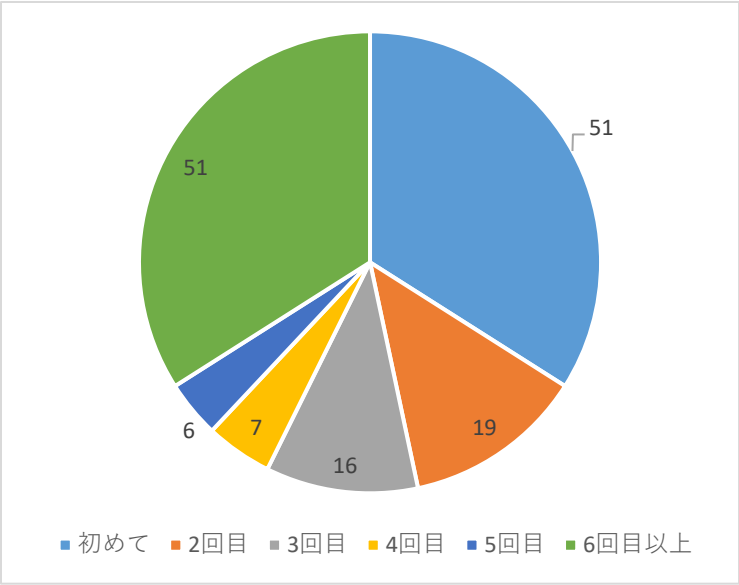
Q3 誰と一緒の旅行ですか。

ひとり	32
家族	50
恋人	15
友人知人	31
旅行ツアー	2
団体 （職場・学校等）	20
その他	0
合計	150



Q4 今治観光は何回目ですか。

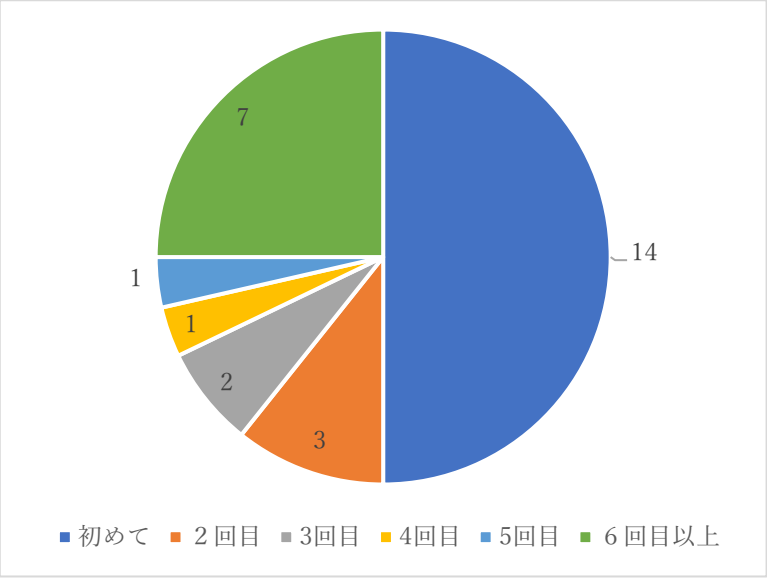
初めて	51
2 回目	19
3 回目	16
4 回目	7
5 回目	6
6 回目以上	51
合計	150



Q5 この施設へ来るのは何回目ですか。

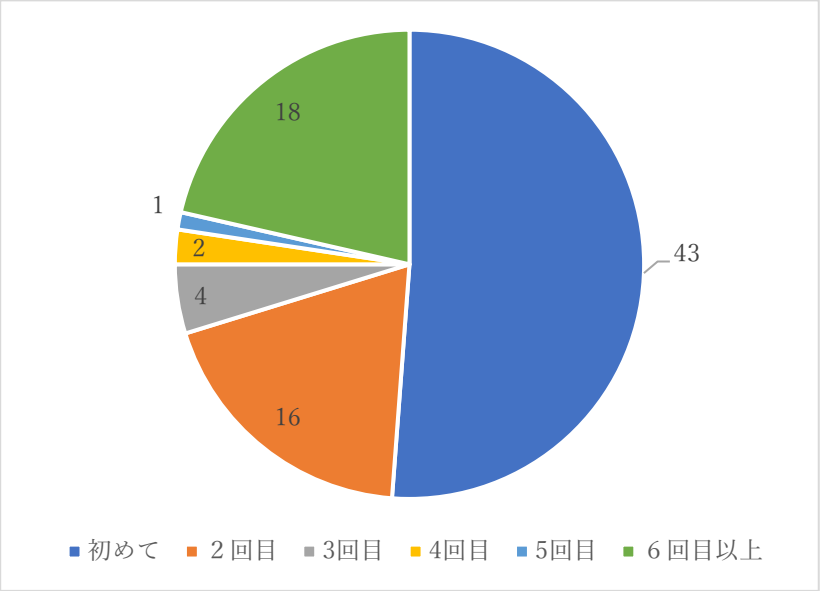
・サンライズ糸山

初めて	14
2 回目	3
3 回目	2
4 回目	1
5 回目	1
6 回目以上	7
合計	28



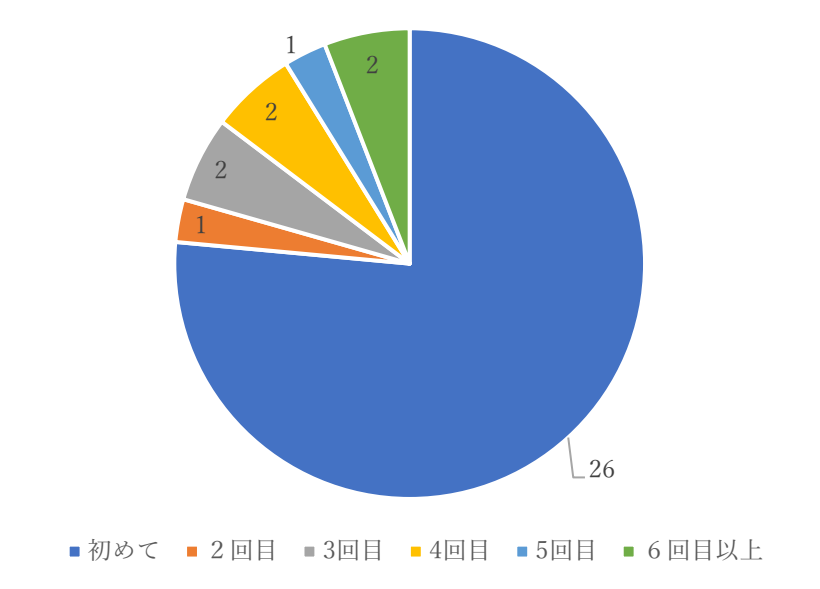
・多々羅しまなみ公園

初めて	43
2 回目	16
3 回目	4
4 回目	2
5 回目	1
6 回目以上	18
合計	84



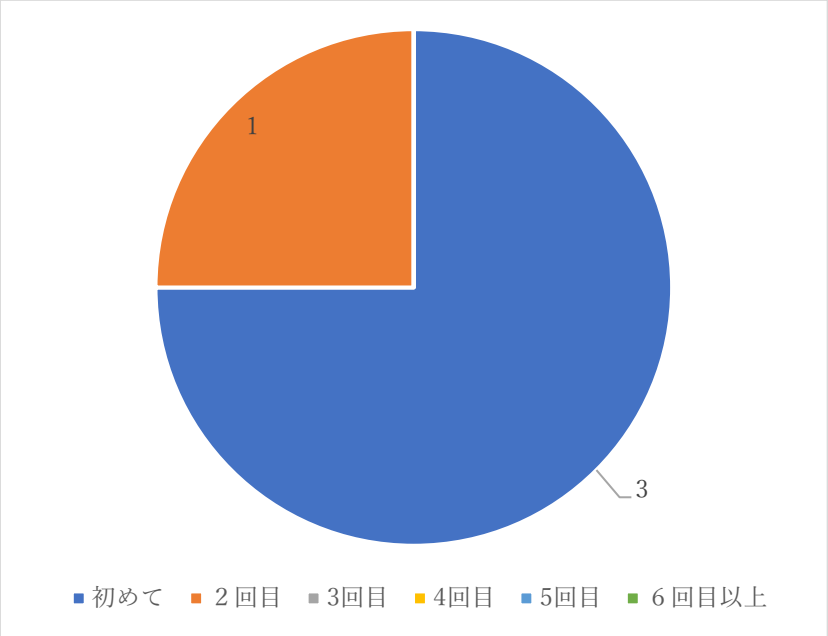
・村上海賊ミュージアム

初めて	26
2 回目	1
3 回目	2
4 回目	2
5 回目	1
6 回目以上	2
合計	34



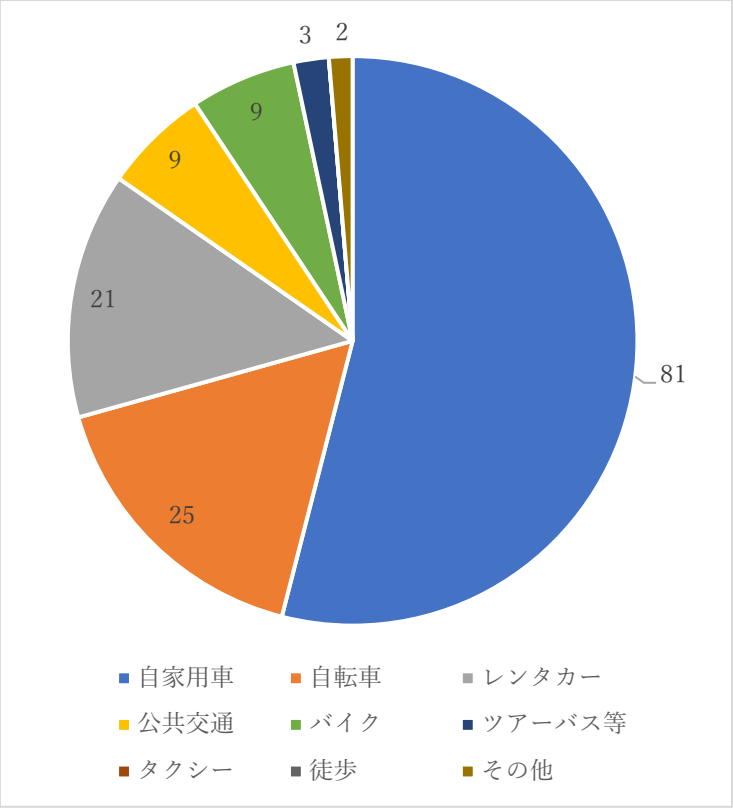
・今治駅

初めて	3
2回目	1
3回目	0
4回目	0
5回目	0
6回目以上	0
合計	4



Q6 移動手段

自家用車	81
自転車	25
レンタカー	21
公共交通 (電車・バス)	9
バイク	9
ツアーバス等	3
タクシー	0
徒歩	0
その他	2
合計	150

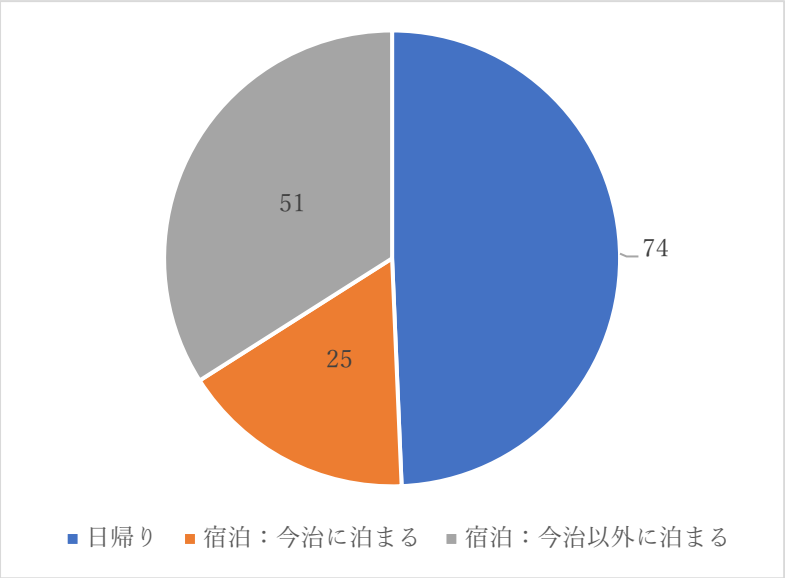


その他：

・フェリー、レンタサイクル

Q7 宿泊の有無

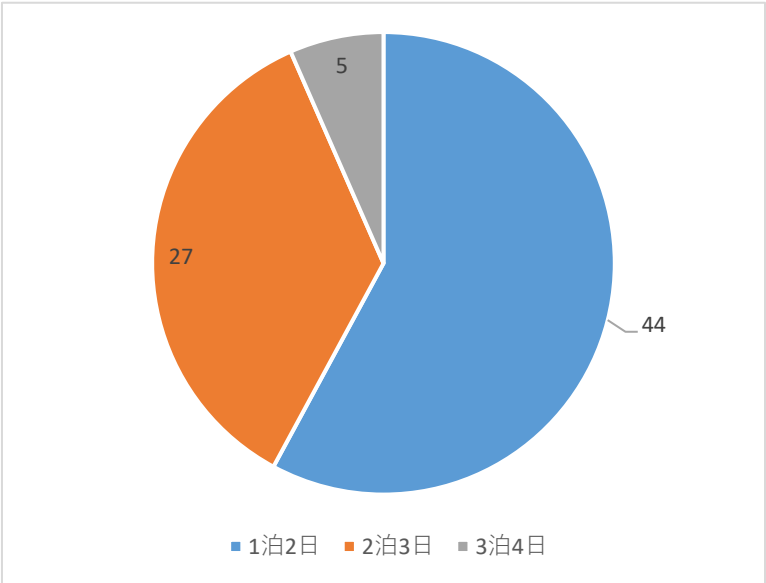
日帰り	74
宿泊： 今治に泊まる	25
宿泊： 今治以外に泊まる	51
合計	150



今治市に泊まる：IKIDANE HOSTEL & CAFE SHIMANAMI、鈍川温泉、サンライズ糸山、今治国際ホテル、今治湯ノ浦ホテル、今治アーバンホテルなど
今治市外に泊まる：松山市、尾道市、小豆島町、宇和島市、広島市など

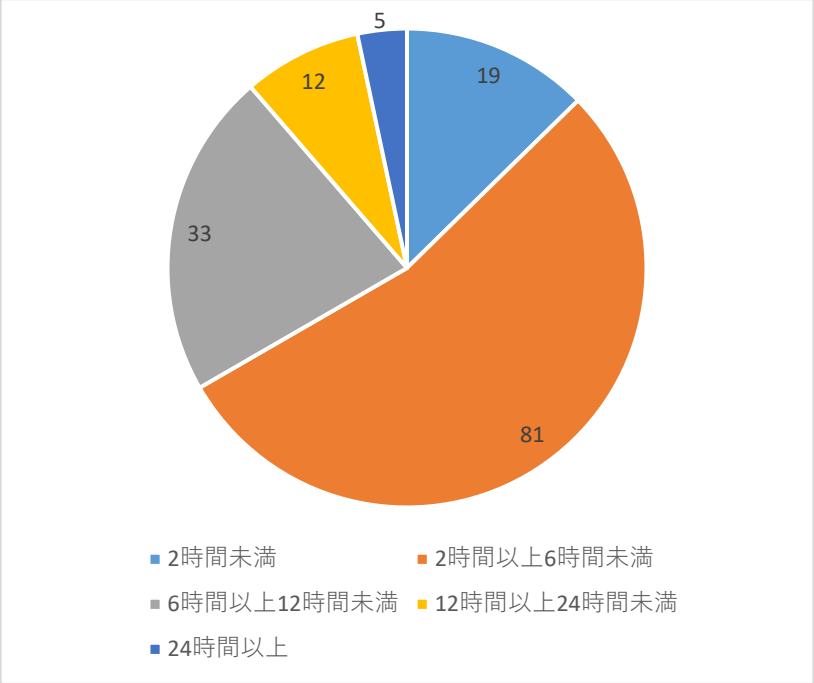
Q8 （宿泊する方）全行程で何泊何日ですか。

1 泊 2 日	44
2 泊 3 日	27
3 泊 4 日	5
合計	76

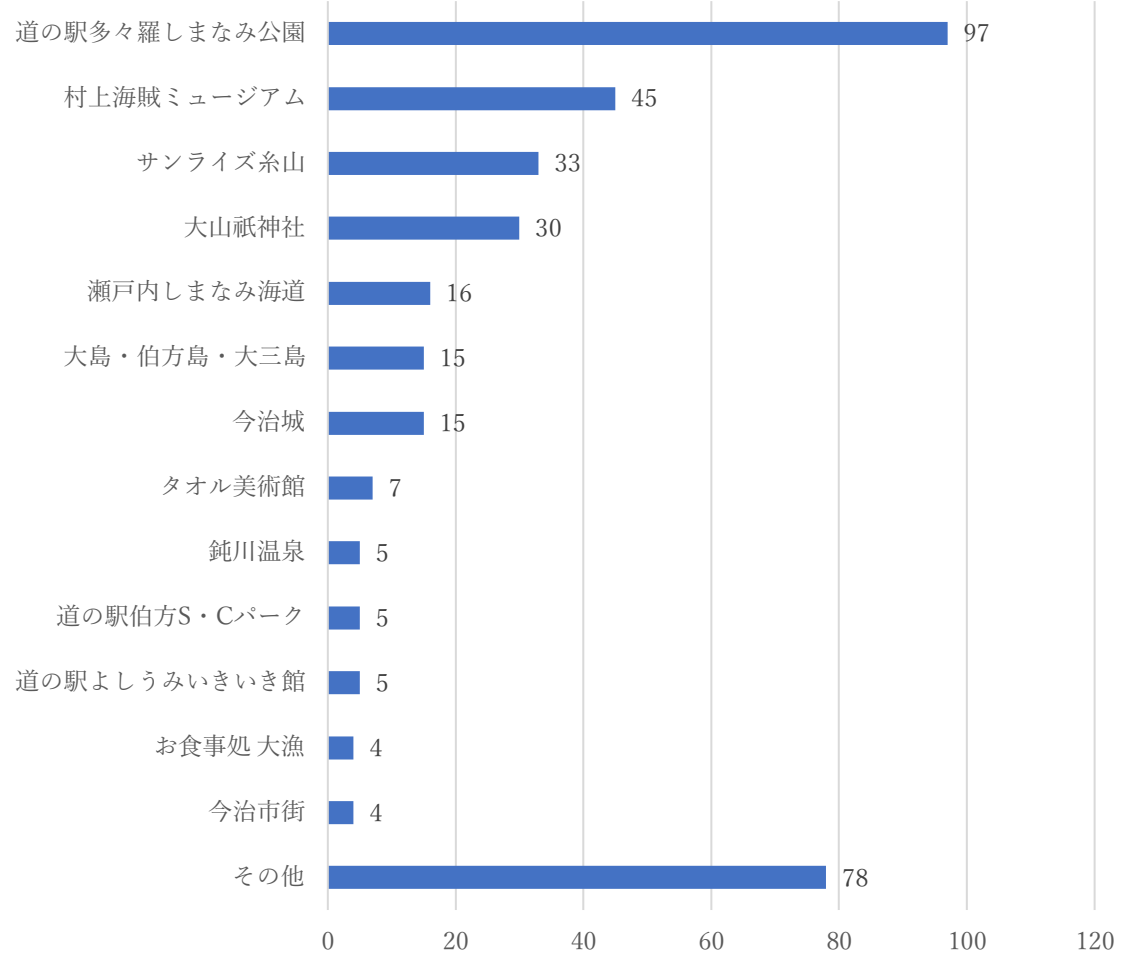


Q9 今治市内の滞在時間

2 時間未満	19
2 時間以上 6 時間未満	81
6 時間以上 12 時間未満	33
12 時間以上 24 時間未満	12
24 時間以上	5
合計	150



Q10-1 訪問（予定含む）箇所

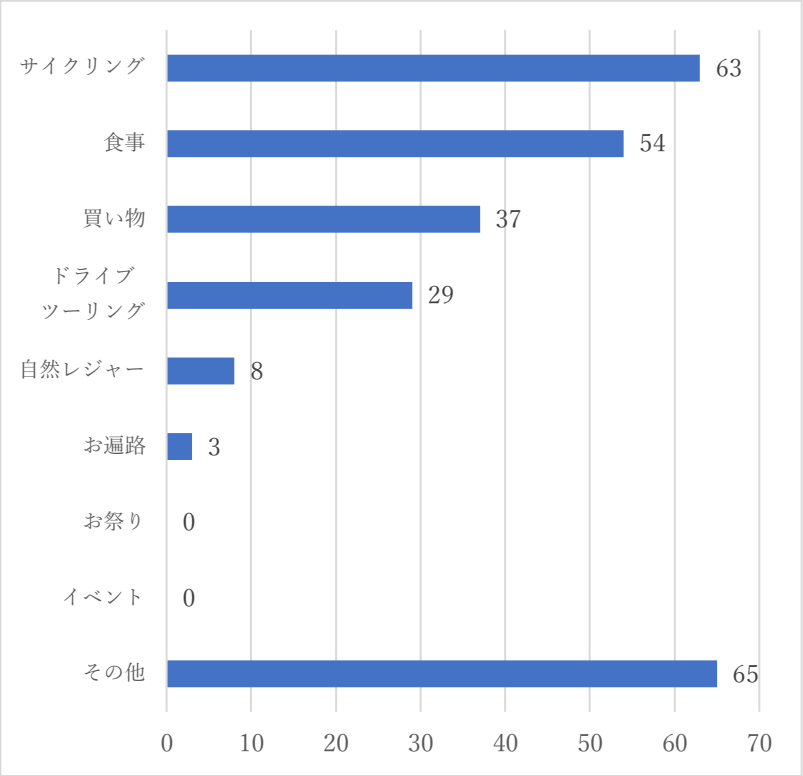


訪問(予定含む)場所が 1 か所の観光客	28
訪問(予定含む)場所が 2 か所の観光客	60
訪問(予定含む)場所が 3 か所の観光客	44
訪問(予定含む)場所が 4 か所の観光客	13
訪問(予定含む)場所が 5 か所の観光客	3
訪問(予定含む)場所が 6 か所の観光客	2
平均的な訪問か所数	2.39

※訪問（予定含む）箇所の集計に関し 3 名以下の回答の訪問場所は、「その他」の項目に集約している。また「平均的な訪問箇所数」は、サンプルから得られた標本分布(今回のアンケート調査の結果より得られる分布)から算出された平均値である。

Q10-2 訪問（予定含む）先ですること

サイクリング	63
食事	54
買い物	37
ドライブ ツーリング	29
自然レジャー	8
お遍路	3
お祭り	0
イベント	0
その他	65
合計	259

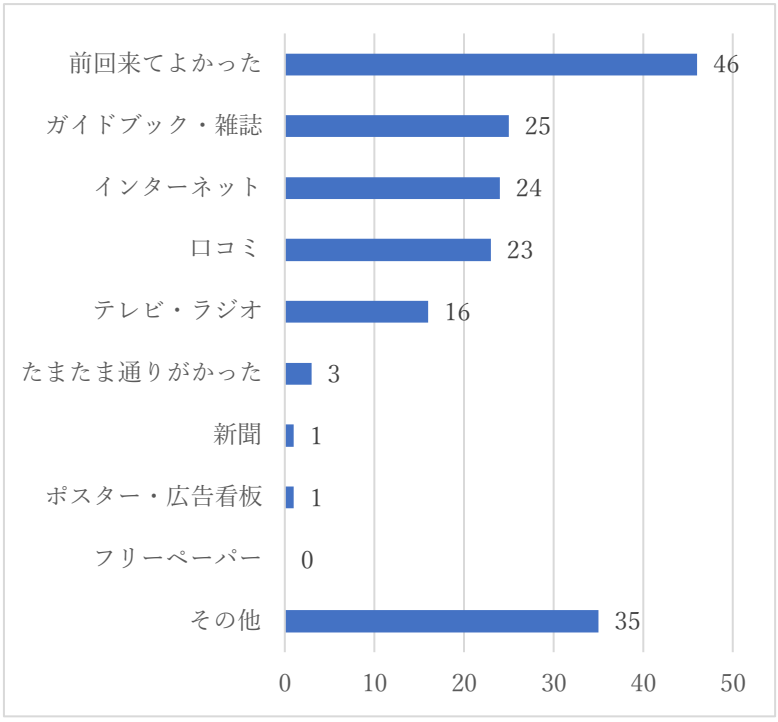


その他

見学（村上海賊ミュージアム、タオル美術館、亀老山展望公園等）、参拝（大山祇神社）、登山（大島の館山）、取材（部活動）、休憩（多々羅しまなみ公園等）、宿泊（鈍川温泉等）

Q11 訪れたきっかけ

前回来てよかった	46
ガイドブック・雑誌	25
インターネット	24
口コミ	23
テレビ・ラジオ	16
たまたま通りがかった	3
新聞	1
ポスター・広告看板	1
フリーペーパー	0
その他	35
合計	174



その他：

友人の誘い、旅行会社、仕事、
サイクリング、E-BIKE に乗りたかった、村上海賊の娘を読んでなど

Q12 今治市で購入したもの

食事

猪骨ラーメン、海鮮丼、オコゼ、牡蠣、BBQ、風のレストラン、さいさいきて屋、塩ラーメン、ソフトクリーム、焼豚玉子飯、鯛めし、タコ天、タコの唐揚げ、ヒラメ、マハタなど

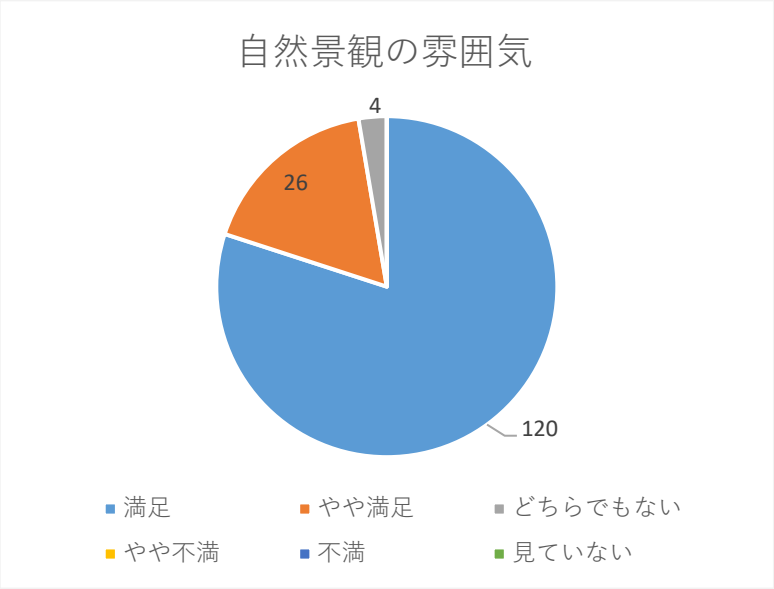
お土産品

みかん（愛果 28 号、紅まどんな）、今治タオル、神島まんじゅう、黒ニンニク、塩せんべい塩もち、バリィさんグッズ、みかんジュース、レモンクッキー、カレンダー、海産物、鯛せんべい、レモンケーキなど

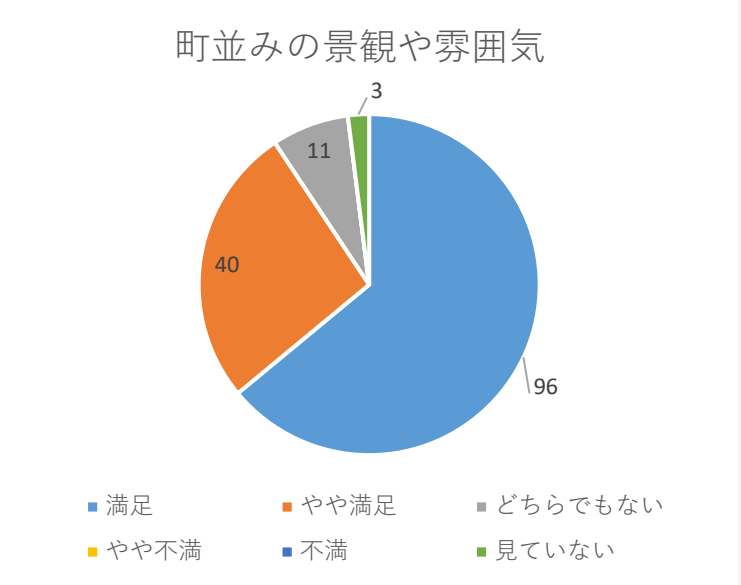
Q13 今治市の観光について

① 景観・雰囲気

	自然景観や雰囲気
満足	120
やや満足	26
どちらでもない	4
やや不満	0
不満	0
見ていない	0
合計	150

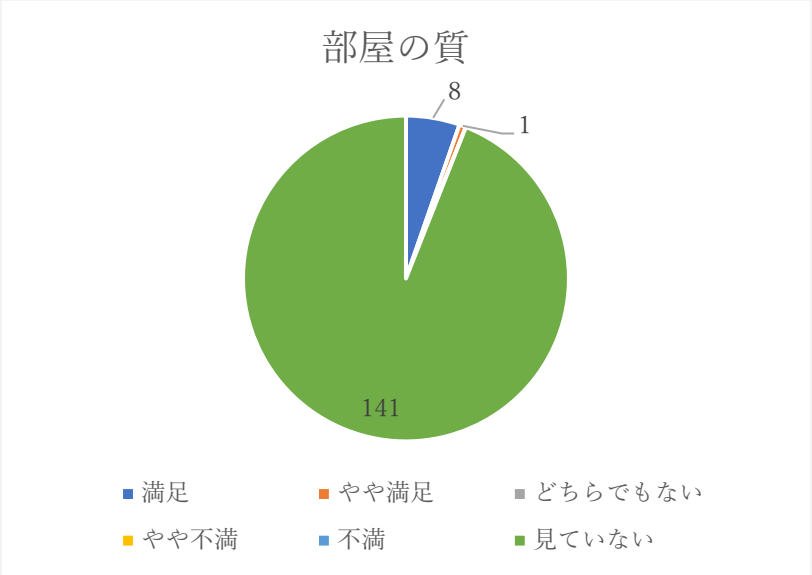


	町並みの景観や雰囲気
満足	96
やや満足	40
どちらでもない	11
やや不満	0
不満	0
見ていない	3
合計	150



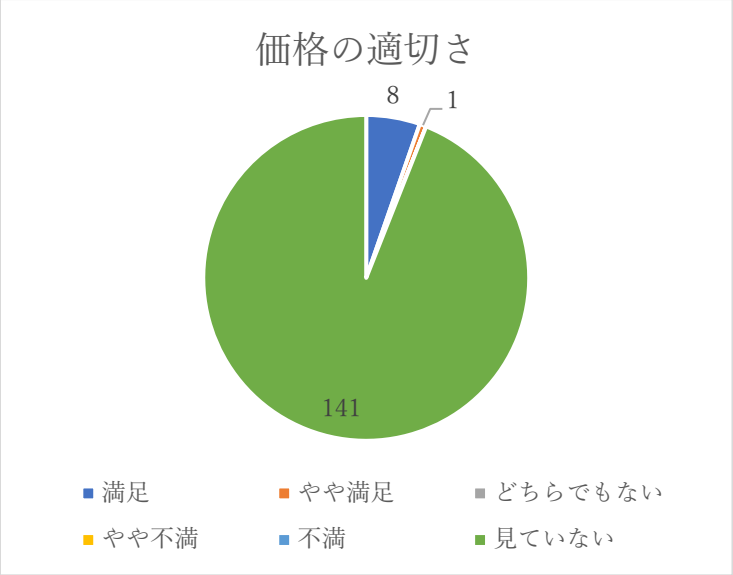
② 宿泊施設

	部屋の質
満足	8
やや満足	1
どちらでもない	0
やや不満	0
不満	0
泊まっていない	141
合計	150



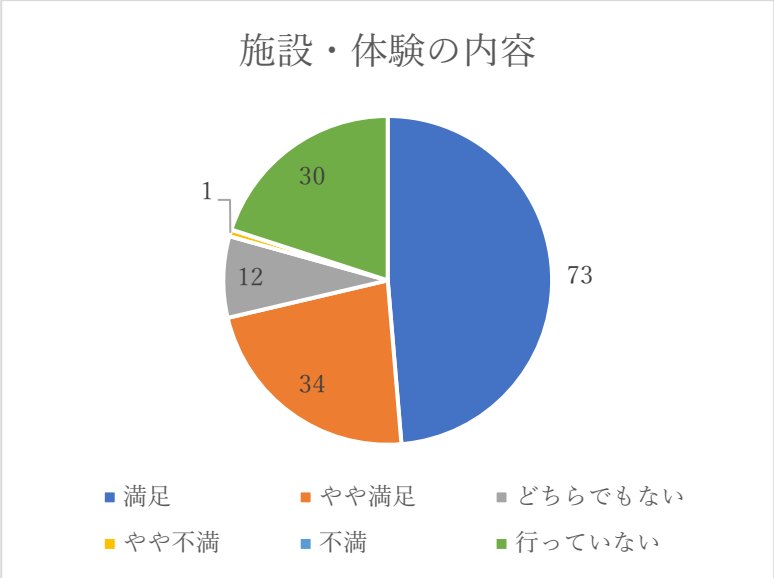
	従業員のおもてなし
満足	8
やや満足	1
どちらでもない	0
やや不満	0
不満	0
泊まっていない	141
合計	150

	価格の適切さ
満足	8
やや満足	1
どちらでもない	0
やや不満	0
不満	0
泊まっていない	141
合計	150

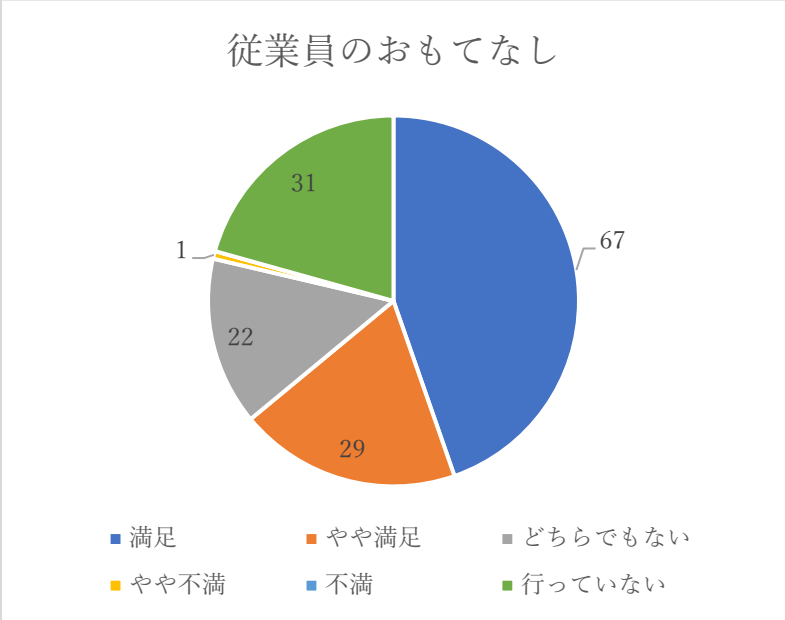


③ 観光文化施設

	施設・体験の内容
満足	73
やや満足	34
どちらでもない	12
やや不満	1
不満	0
行っていない	30
合計	150

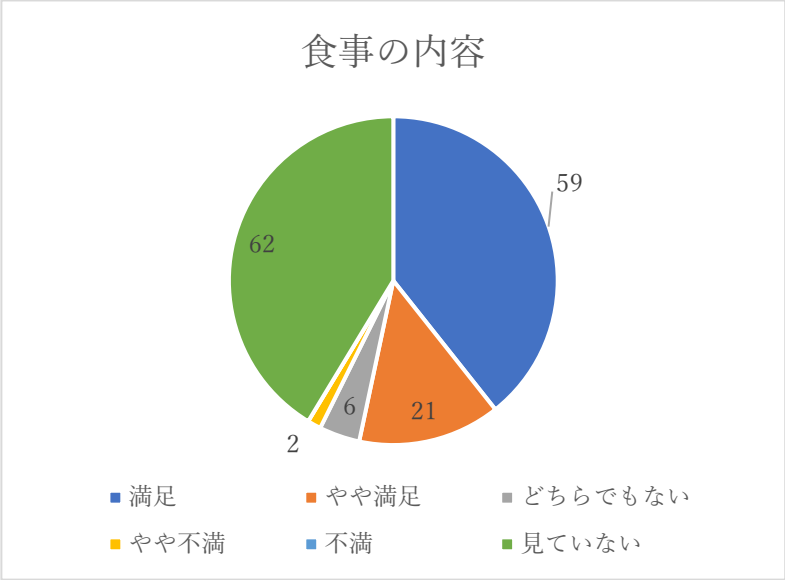


	従業員のおもてなし
満足	67
やや満足	29
どちらでもない	22
やや不満	1
不満	0
行っていない	31
合計	150

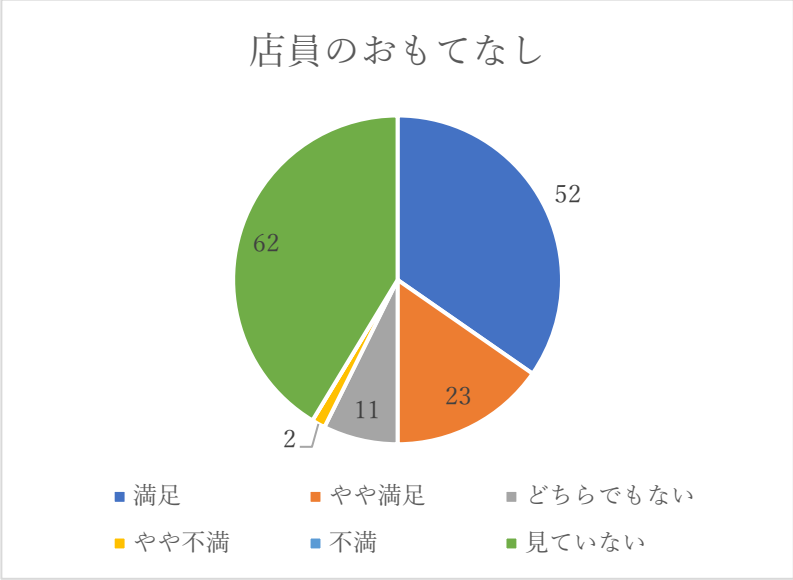


④ 飲食施設

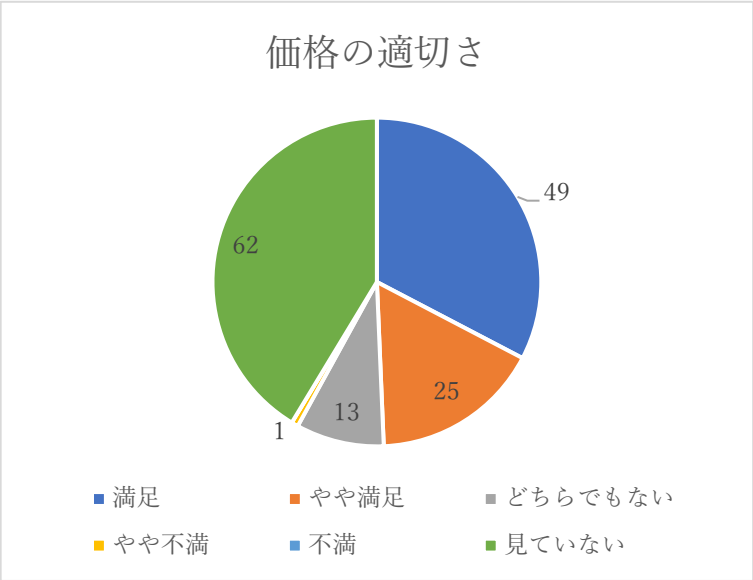
	食事の内容
満足	59
やや満足	21
どちらでもない	6
やや不満	2
不満	0
行っていない	62
合計	150



	店員のおもてなし
満足	52
やや満足	23
どちらでもない	11
やや不満	2
不満	0
行っていない	62
合計	150

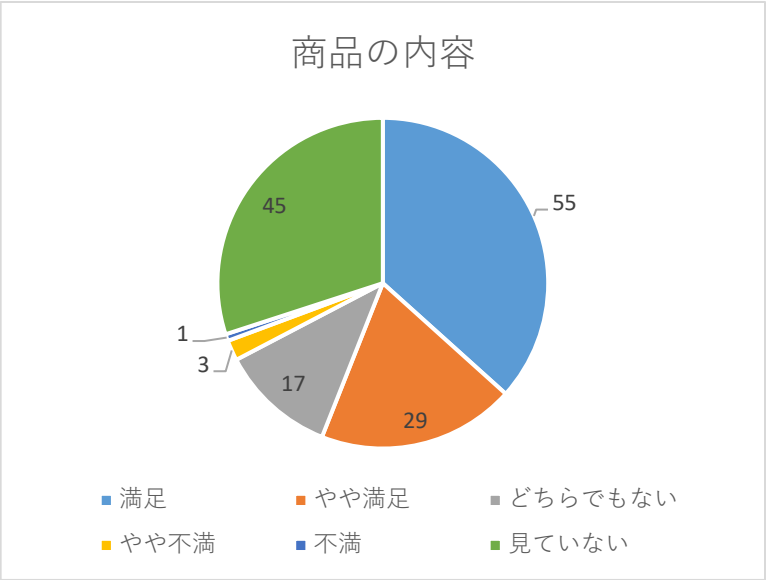


	価格の適切さ
満足	49
やや満足	25
どちらでもない	13
やや不満	1
不満	0
行っていない	62
合計	150

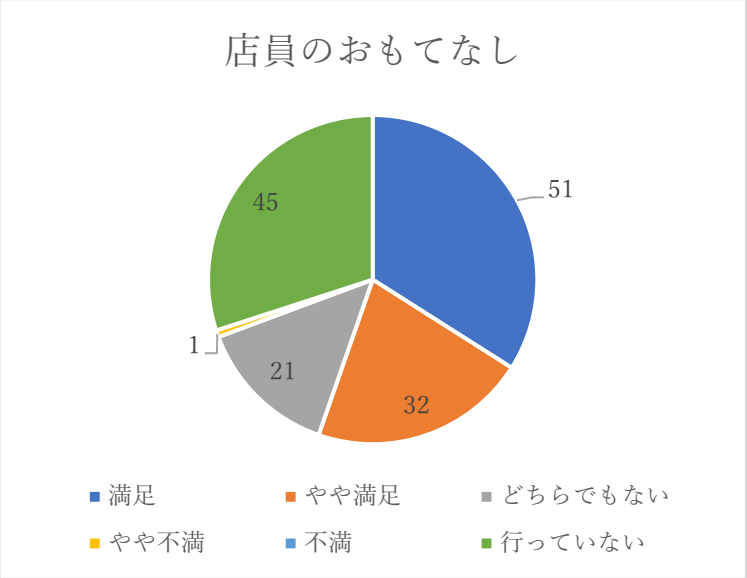


⑤ 物販施設

	商品の内容
満足	55
やや満足	29
どちらでもない	17
やや不満	3
不満	1
行っていない	45
合計	150

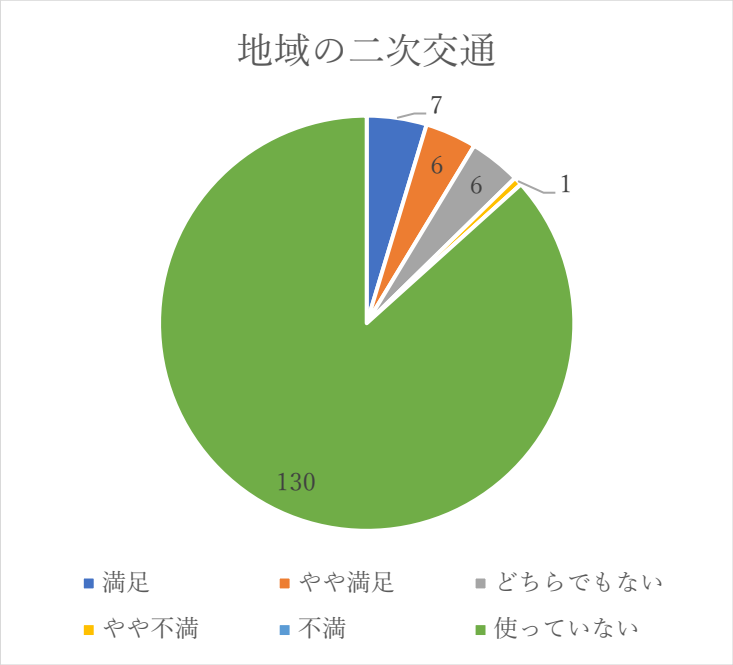


	店員のおもてなし
満足	51
やや満足	32
どちらでもない	21
やや不満	1
不満	0
行っていない	45
合計	150



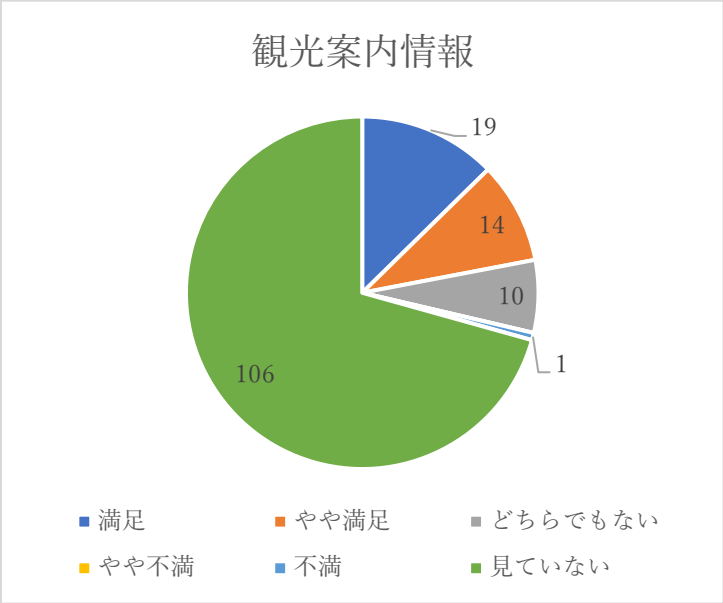
⑥ 地域の二次交通(バス・タクシー等)

	地域の二次交通
満足	7
やや満足	6
どちらでもない	6
やや不満	1
不満	0
使っていない	130
合計	150



⑦ 観光案内情報

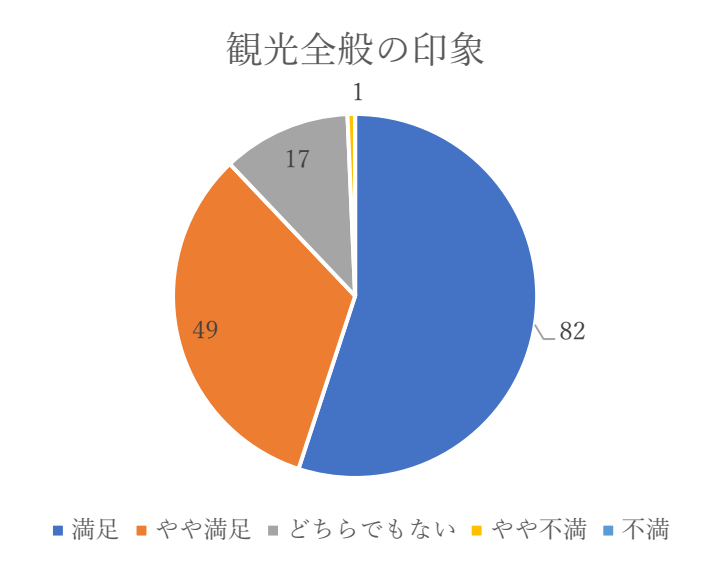
	観光案内情報
満足	19
やや満足	14
どちらでもない	10
やや不満	0
不満	1
使っていない	106
合計	150



⑧ 観光全般の印象

	観光全般の印象
満足	82
やや満足	49
どちらでもない	17
やや不満	1
不満	0
合計	149

※未回答１サンプル



3-2 コロナ禍における日本人観光客アンケート調査

3-2-1 調査概要

(1)目的　　：コロナ禍において本市を訪れている日本人観光客の動態及び意向を把握するために実施した。

(2)実施日　　：令和 2 年 8 月 11 日(火)

(3)アンケート実施場所：サンライズ糸山・道の駅多々羅しまなみ公園

(4)回収アンケート数　：150 サンプル(サンライズ糸山 22 サンプル道の駅多々羅しまなみ公園 128 サンプル)

3-2-2 アンケート票

No.　　調査員名　　調査場所

今治市 観光客アンケート

Q1. あなたのお住まいはどこですか。国内にお住まいの場合は都道府県をご記入下さい。また愛媛県にお住まいの場合は市町村名をご記入ください。

(都道府県名：　　)→愛媛県の場合：（市町村名：　　）

Q2. あなたの性別、年齢を選んでください。

性別：1. 男性　2. 女性
年齢：1. 10歳代　2. 20歳代　3. 30歳代　4. 40歳代　5. 50歳代　6. 60歳代　7. 70歳代　8. 80歳以上

Q3.どなたと一緒の旅行ですか。【あてはまるもの１つ】

1. ひとりで　2. 家族：（　）人　3. 恋人　4. 友人・知人：（　）人　5. 旅行ツアー
6. 職場・学校等の団体　7. その他(　　)

Q4. あなたは今治市へ観光で来るのは何回目ですか。【あてはまるもの１つ】

1. 初めて　2. 2回目　3. 3回目　4. 4回目　5. 5回目　6. 6回目以上

Q5. この施設へ来るのは何回目ですか。【あてはまるもの１つ】

1. 初めて　2. 2回目　3. 3回目　4. 4回目　5. 5回目　6. 6回目以上

Q6. 今回の旅行の移動手段を教えてください。※今治市に着いた時点の手段【あてはまるもの１つ】

1. 自家用車　2. レンタカー　3. ツアーバス等　4. 公共交通(電車・バス)　5. タクシー　6. 自転車　7. バイク
8. 徒歩　9.その他（　　）

Q7. 今回の旅行は宿泊ですか、日帰りですか。【あてはまるもの１つ】

1. 日帰り　2. 宿泊・今治市に泊まる(施設名　　)
3. 宿泊・今治市以外に泊まる(場所　　)

Q8.（宿泊される方への質問）今回の旅行は、全行程で何泊何日の予定ですか。

（　）泊（　）日

Q9. 今回の旅行で、今治市での滞在時間はどのくらいですか。【あてはまるもの１つ】

1. 2時間未満　2. 2時間以上6時間未満　3. 6時間以上12時間未満　4. 12時間以上24時間未満
5. その他（　　日間）

Q10.今回の旅行で、今治市内で行った場所、またはこれから行く予定の場所を教えてください。

■今治市内で行った場所や観光施設、そこで体験したことをご記入ください。

場所・観光施設(記述)	体験した（する）こと（下の選択肢から選んで番号を記入してください）

■今治市内でこれから行く予定の場所や観光施設、そこで体験することをご記入ください。

場所・観光施設(記述)	体験した（する）こと（下の選択肢から選んで番号を記入してください）

今治市で体験した（する）こと
［あてはまる番号（複数可）を、場所・観光施設ごとに選んで、上の表に記入］

1. お遍路　2. サイクリング　3. 自然のレジャー　4. ドライブ・ツーリング　5. お祭り
6. イベント(　　)　7. 買い物　8. 食事　9. その他（具体的な内容を上に記入してください）

Q13. 今治市の観光における以下の項目について教えてください。【各あてはまるもの１つ】

		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	見ていない
①景観・雰囲気	1.自然景観や雰囲気	1	2	3	4	5	6
	2.町並の景観や雰囲気	1	2	3	4	5	6
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	泊まっていない
②宿泊施設	3.部屋の質	1	2	3	4	5	6
	4.従業員のおもてなし	1	2	3	4	5	
	5.価格の適切さ	1	2	3	4	5	
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	行っていない
③観光・文化施設	6.施設・体験の内容	1	2	3	4	5	6
	7.従業員のおもてなし	1	2	3	4	5	6
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	行っていない
④.飲食施設	8.食事の内容	1	2	3	4	5	6
	9.店員のおもてなし	1	2	3	4	5	
	10.価格の適切さ	1	2	3	4	5	
⑤物販施設	11.商品の内容	1	2	3	4	5	6
	12.店員のおもてなし	1	2	3	4	5	
		満足	やや満足	どちらでもない	やや不満	不満	使っていない
⑥地域の二次交通(バス・タクシー等)		1	2	3	4	5	6
⑦観光案内情報		1	2	3	4	5	6
⑧今治市での観光全般の印象		1	2	3	4	5	

ここがよかった、満足した点を教えてください	期待したのに無かった、こんなものがあればよかったという点を教えてください

Q14. コロナ禍による家計の収入の変化をお聞かせください。

１．減少した　２．変わらない　３．増加した

Q15　コロナ禍以降、今治市を旅行先に選んだ理由は何ですか。【あてはまる数字をすべてお選びください】

１．前回来てよかったから　２．近場だから　３．市内感染者数が少ないから
４．帰省のため　５．知人・親戚に会うため　６．その他（　　）

Q16　コロナ禍の観光であなたが重視するものは何ですか。【あてはまる数字をすべてお選びください】

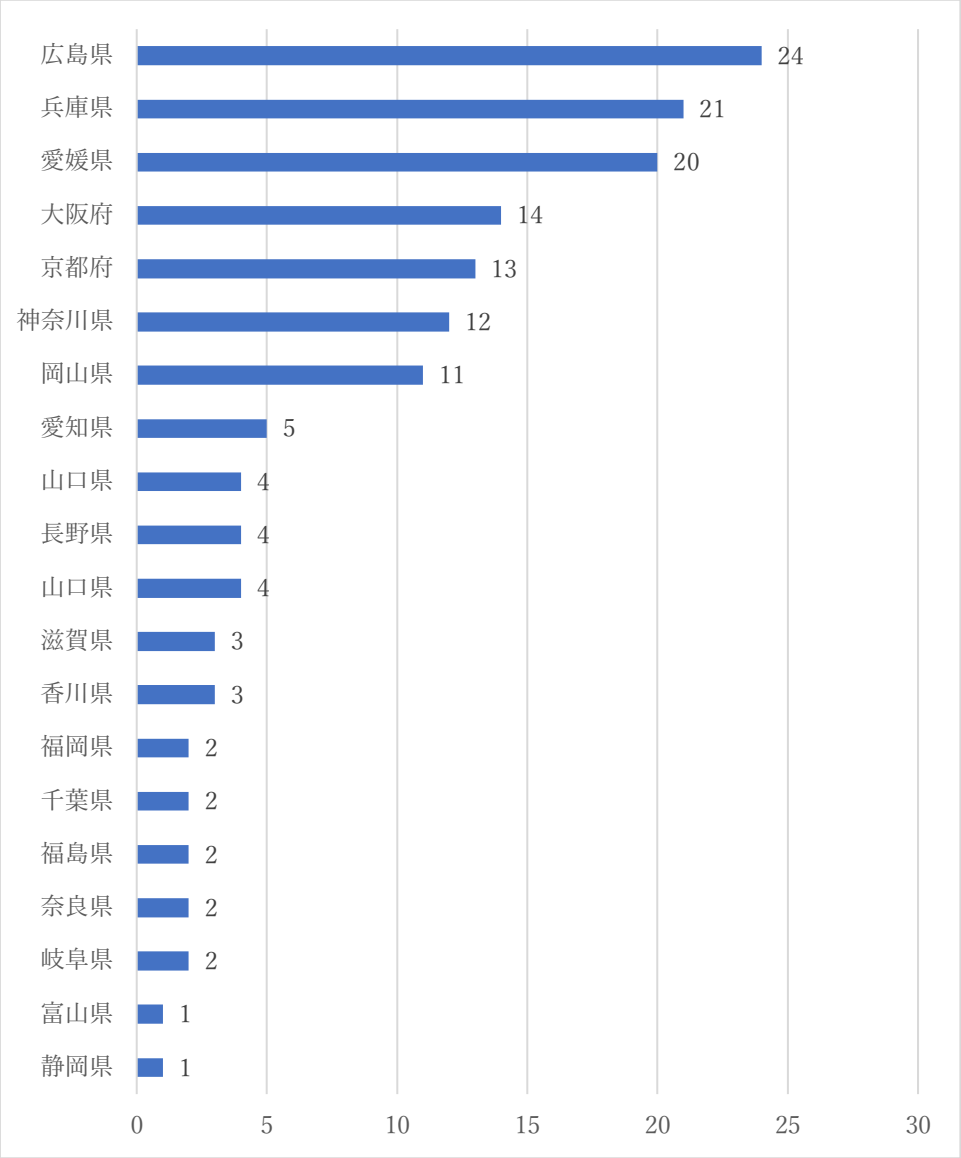
１．自家用車で行けること　２．衛生管理や消毒がしっかりしていること
３．換気がしっかりされていること　４．コロナ対策の情報が発信されていること
５．キャッシュレス決済が可能であること　６．その他（　　）

Q17　コロナ対策として今治市内の観光で気になった点はありますか。

Q18　コロナ収束後、どのような旅行を求めますか。（自由記載）

3-2-3 調査結果

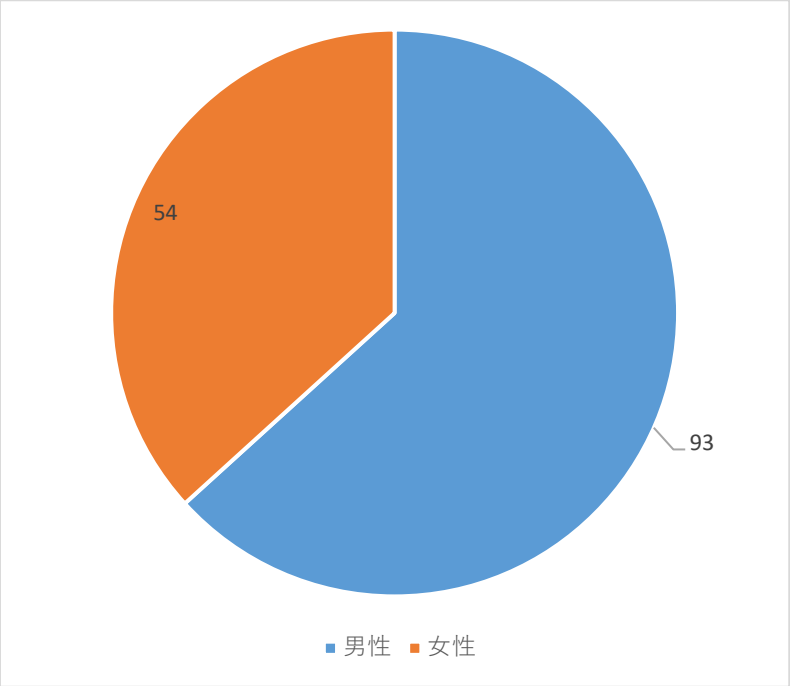
Q1 あなたのお住まいはどこですか。



Q2-1 性別

男性	93
女性	54
合計	147

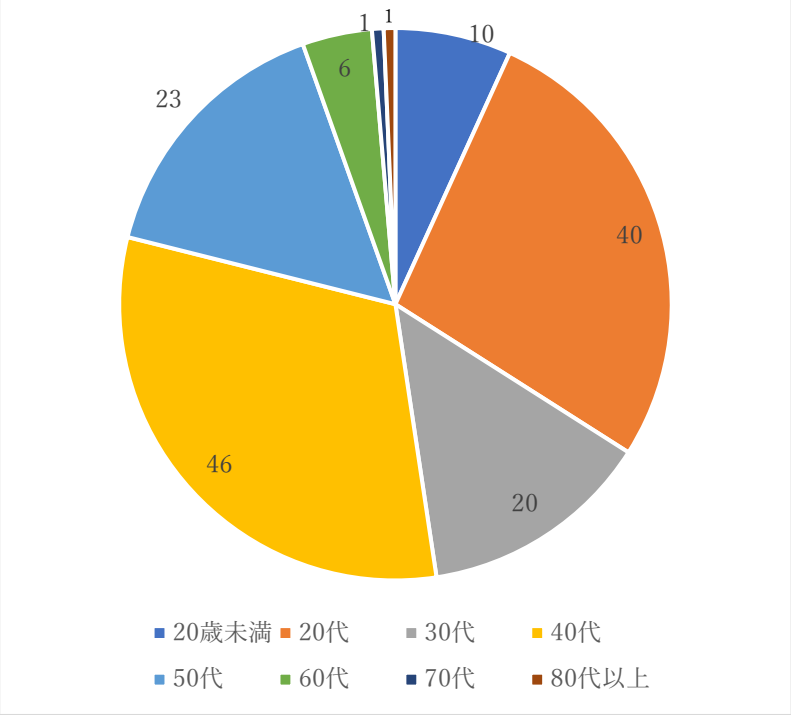
※未回答 3 サンプル



Q2-2 年齢

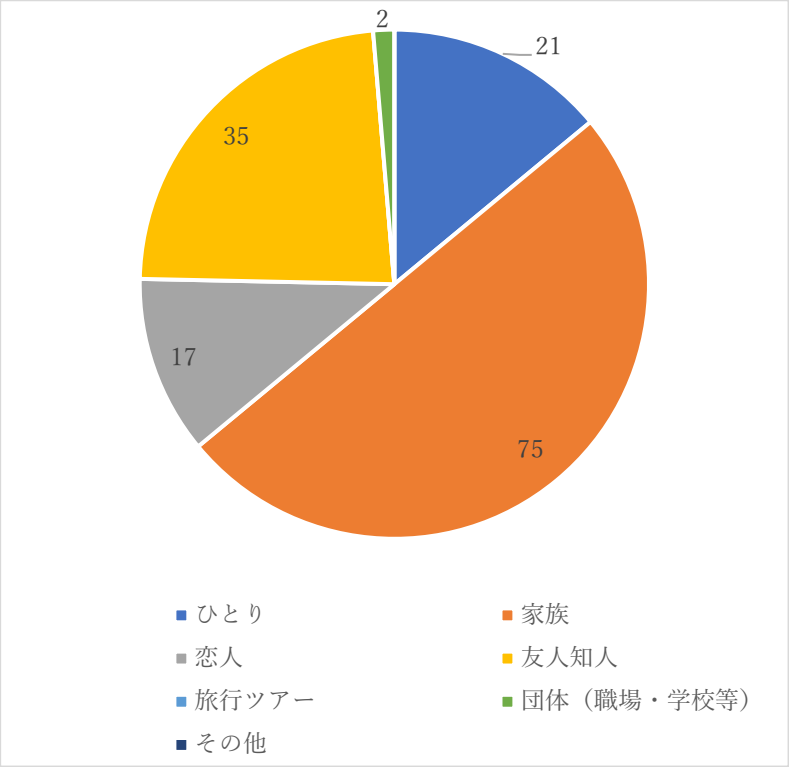
20 歳未満	10
20 代	40
30 代	20
40 代	46
50 代	23
60 代	6
70 代	1
80 代以上	1
合計	147

※未回答 3 サンプル



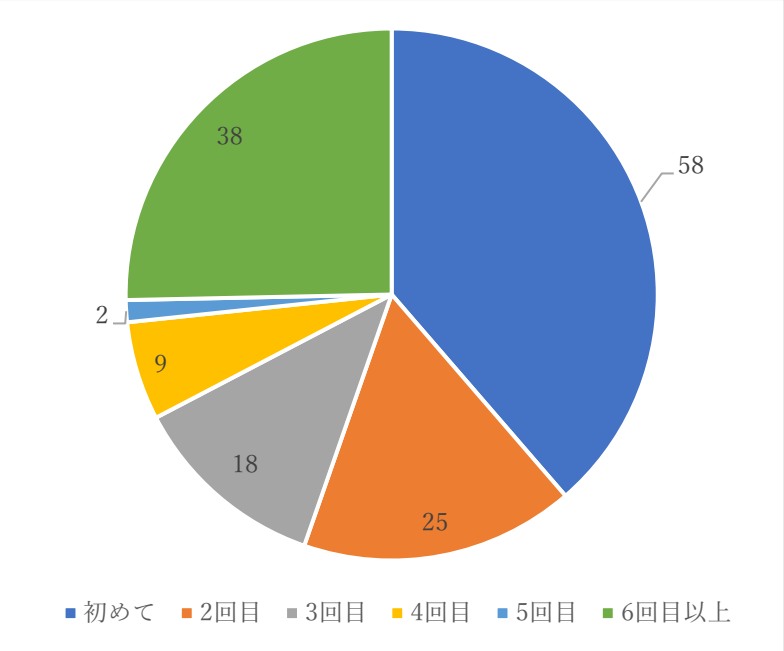
Q3 誰と一緒の旅行ですか。

ひとり	21
家族	75
恋人	17
友人知人	35
旅行ツアー	0
団体（職場・学校等）	2
その他	0
合計	150



Q4 今治観光は何回目ですか。

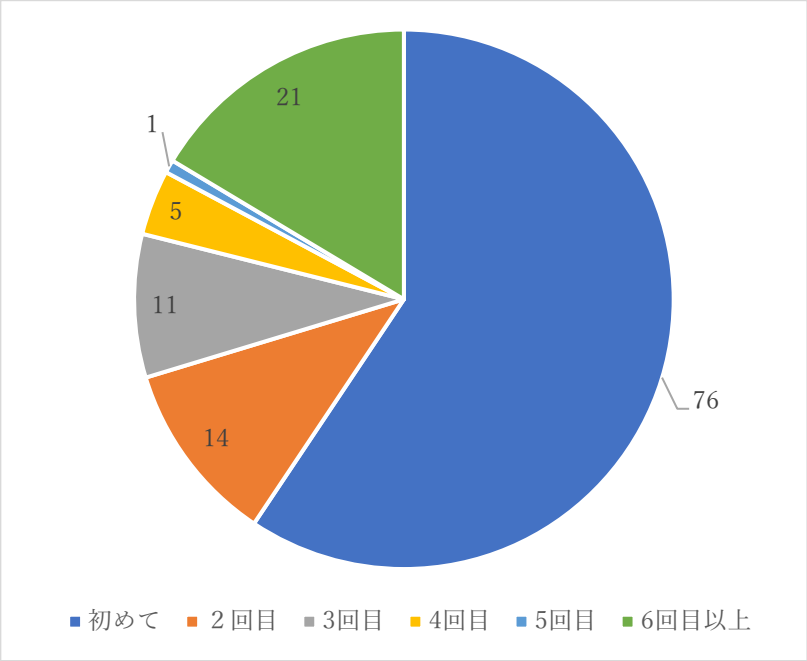
初めて	58
2 回目	25
3 回目	18
4 回目	9
5 回目	2
6 回目以上	38
合計	150



Q5 この施設へ来るのは何回目ですか。

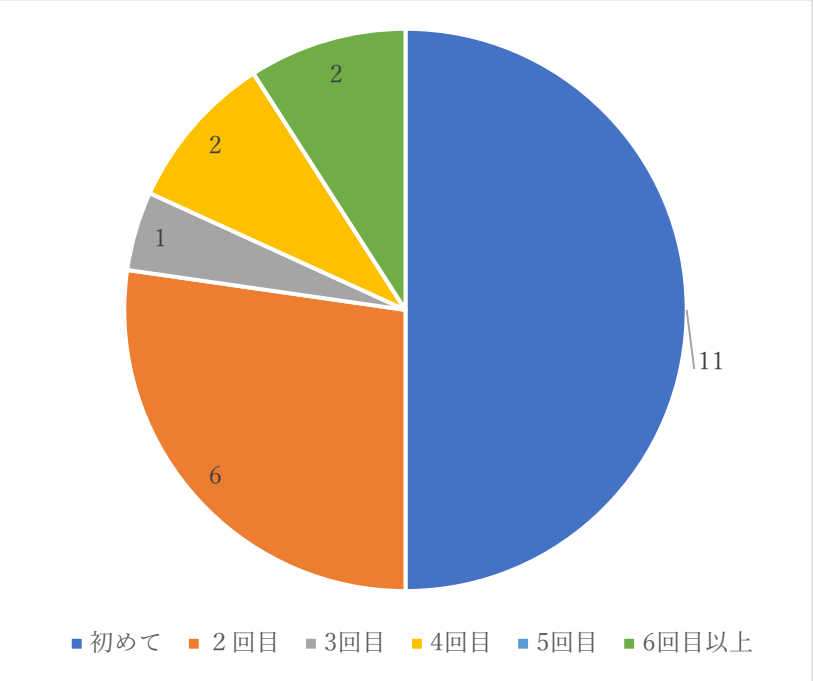
・道の駅多々羅しまなみ公園

初めて	76
2 回目	14
3 回目	11
4 回目	5
5 回目	1
6 回目以上	21
合計	128



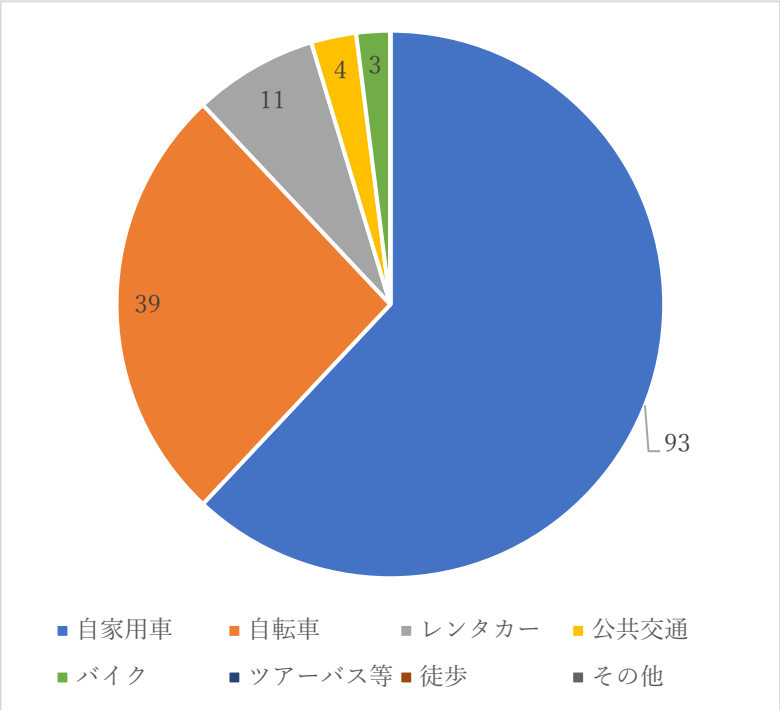
・サンライズ糸山

初めて	11
2 回目	6
3 回目	1
4 回目	2
5 回目	0
6 回目以上	2
合計	22



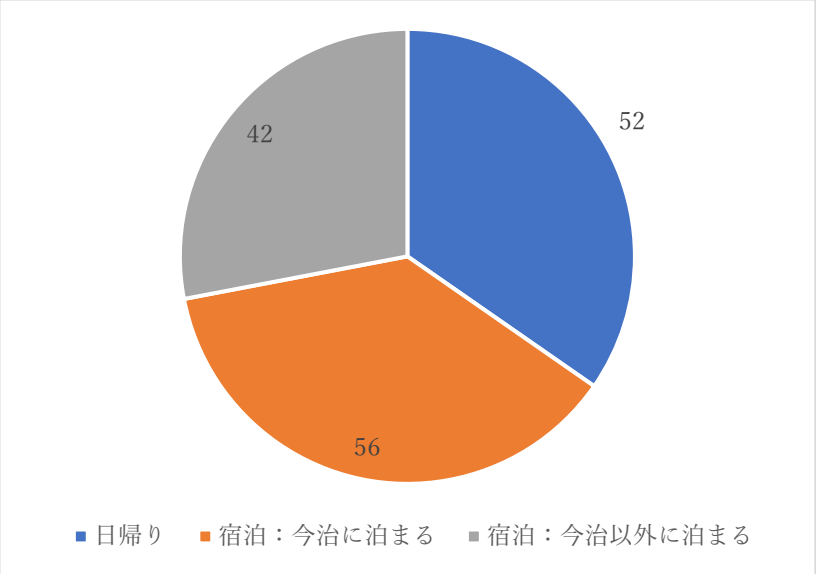
Q6 移動手段

自家用車	93
自転車	39
レンタカー	11
公共交通（電車・バス）	4
バイク	3
ツアーバス等	0
徒歩	0
その他	0
合計	150



Q7 宿泊の有無

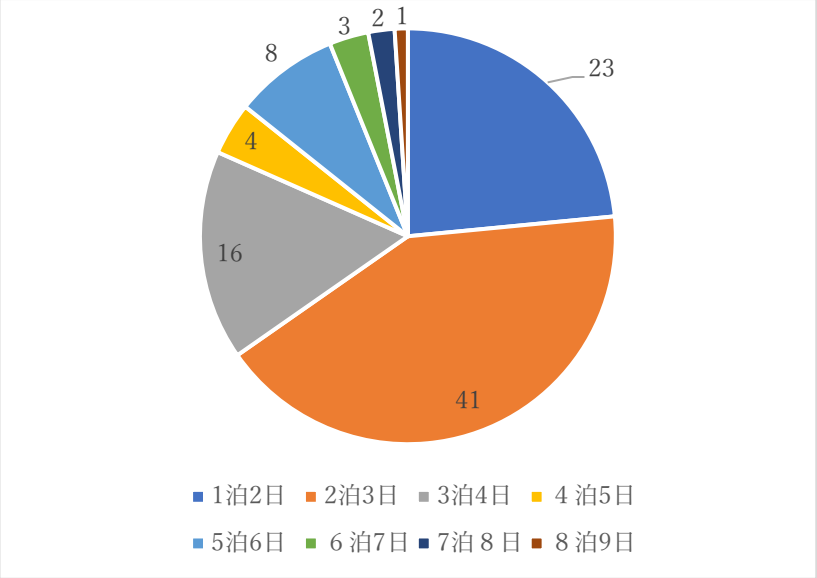
日帰り	52
宿泊：今治に泊まる	56
宿泊：今治以外に泊まる	42
合計	150



今治市に泊まる：ホテルクラウンヒルズ今治、WAKKA、ドルフィンファームしまなみオートキャンプ場、富士見園、ホテル菊水今治、ホテルアジュール汐の丸など
今治市外に泊まる：尾道市、松山市、新居浜市、倉敷市など
ビフォアコロナとの比較：ビフォアコロナにおいて実施されたアンケート結果と比較して「宿泊：今治市に泊まる」と回答した観光客が 2 倍近くに増えている傾向が確認された。

Q8 （宿泊する方）全行程で何泊何日ですか。

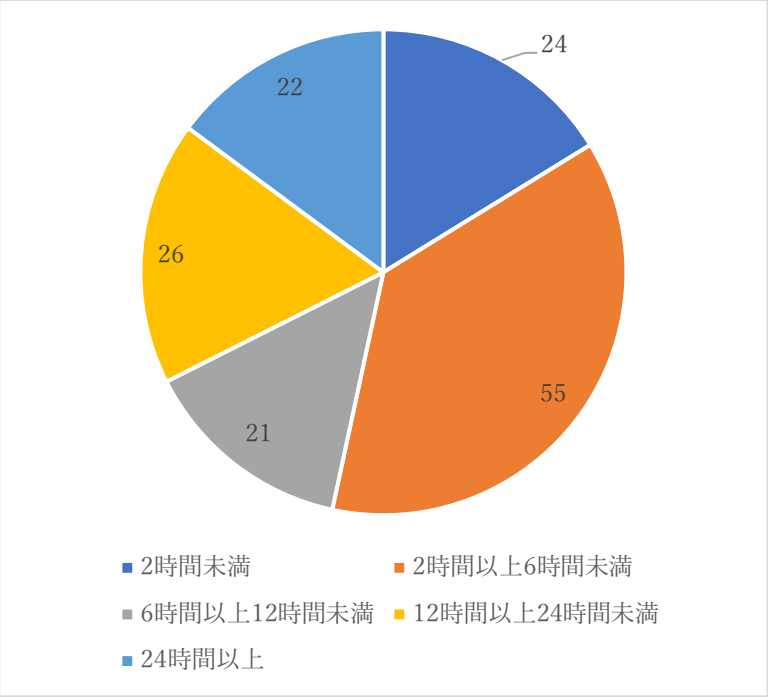
1 泊 2 日	23
2 泊 3 日	41
3 泊 4 日	16
4 泊 5 日	4
5 泊 6 日	8
6 泊 7 日	3
7 泊 8 日	2
8 泊 9 日	1
合計	98



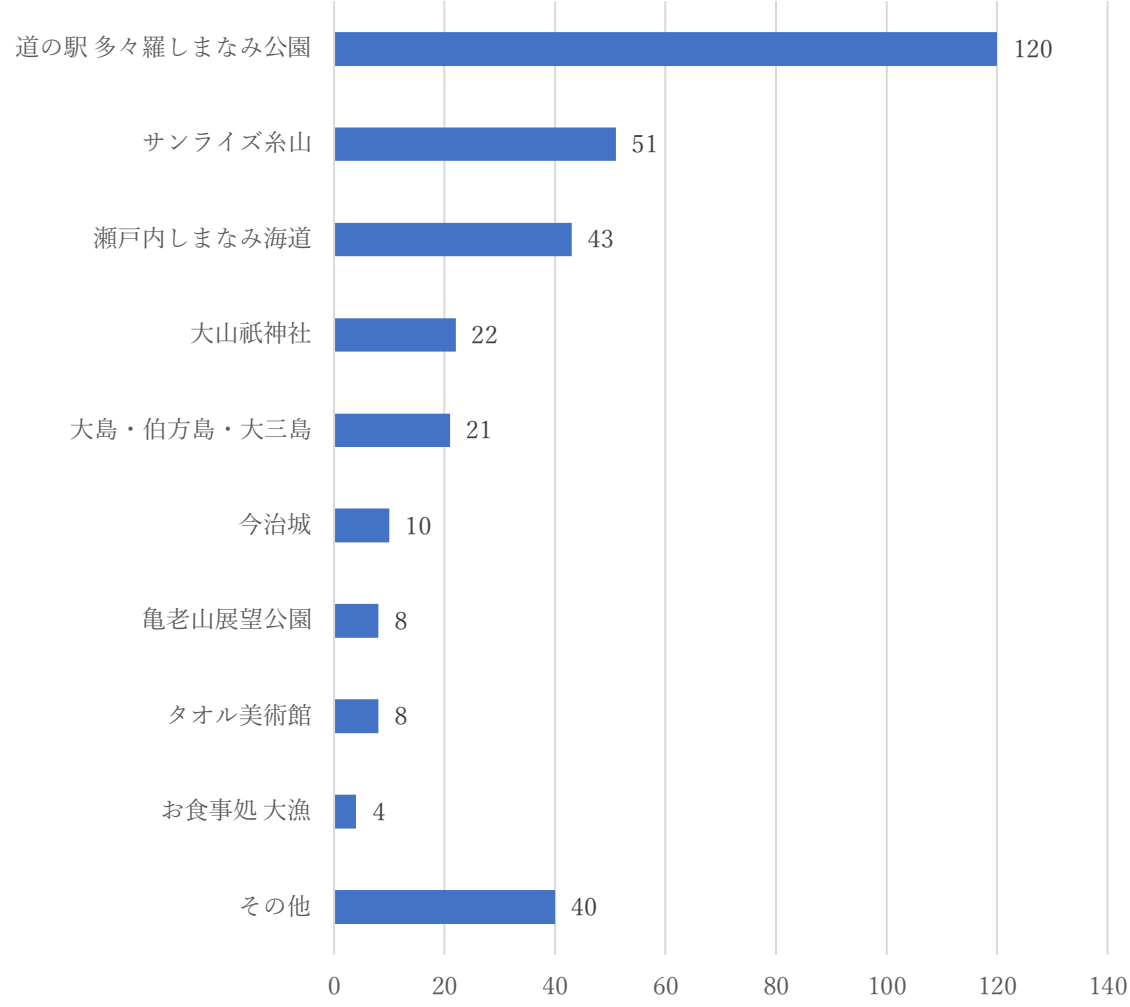
Q9 今治市内の滞在時間

2 時間未満	24
2 時間以上 6 時間未満	55
6 時間以上 12 時間未満	21
12 時間以上 24 時間未満	26
24 時間以上	22
合計	148

※未回答 2 サンプル



Q10-1 訪問（予定含む）箇所

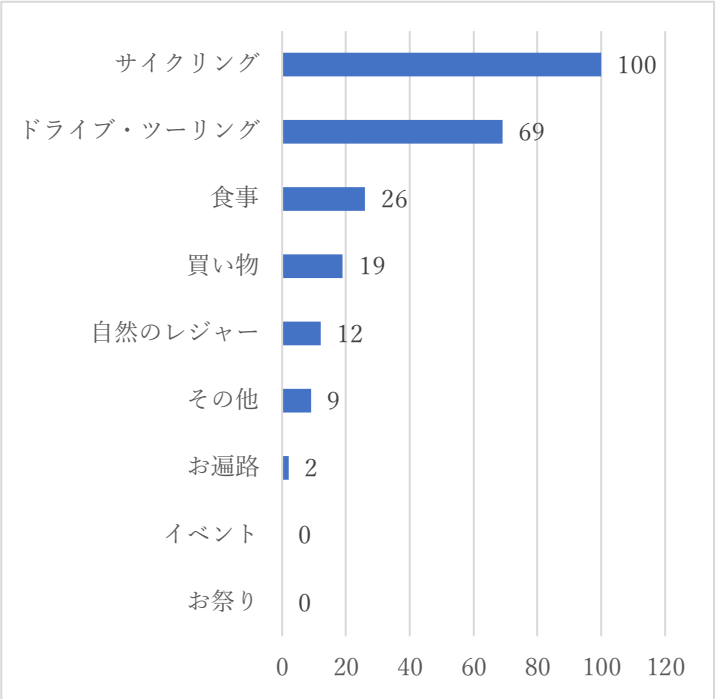


訪問(予定含む)場所が 1 か所の観光客	33
訪問(予定含む)場所が 2 か所の観光客	74
訪問(予定含む)場所が 3 か所の観光客	29
訪問(予定含む)場所が 4 か所の観光客	12
訪問(予定含む)場所が 5 か所の観光客	1
訪問(予定含む)場所が 6 か所の観光客	1
平均的な訪問か所数	2.18

※訪問（予定含む）箇所の集計に関し 3 名以下の回答の訪問場所は、「その他」の項目に集約している。また「平均的な訪問箇所数」は、サンプルから得られた標本分布(今回のアンケート調査の結果より得られる分布)から算出された平均値である。

Q10-2 訪問（予定含む）先ですること

サイクリング	100
ドライブ・ツーリング	69
食事	26
買い物	19
自然のレジャー	12
お遍路	2
お祭り	0
イベント	0
その他	9
合計	237



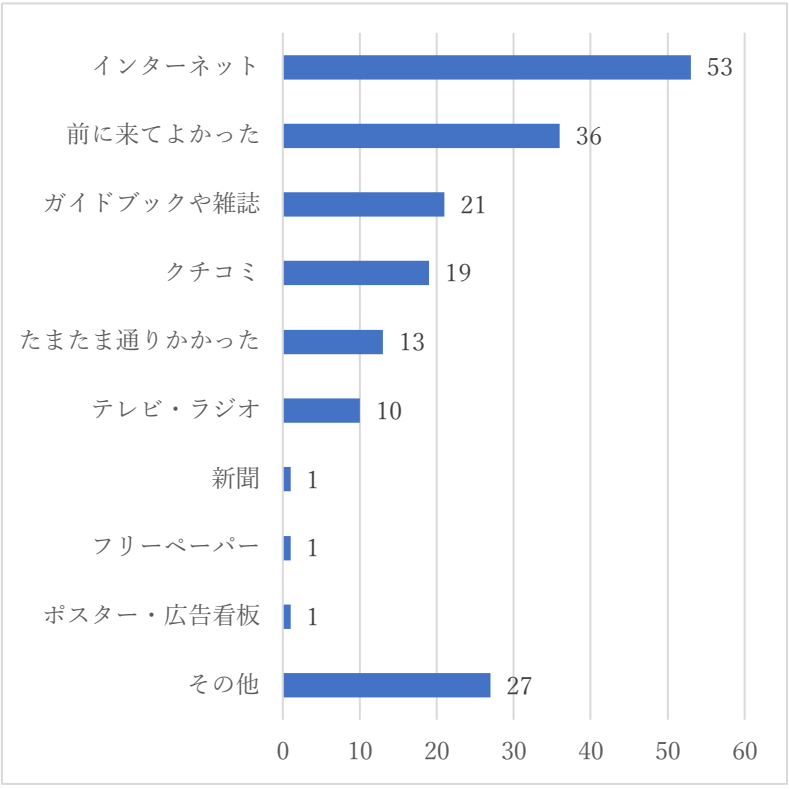
その他：

参拝、墓参りなど

ビフォアコロナとの比較：ビフォアコロナにおいて実施されたアンケート結果と比較して「ドライブ・ツーリング」との回答した観光客の増加が確認された。

Q11 訪れたきっかけ

インターネット	53
前に来てよかった	36
ガイドブックや雑誌	21
クチコミ	19
たまたま通りかかった	13
テレビ・ラジオ	10
新聞	1
フリーペーパー	1
ポスター・広告看板	1
その他	27
合計	182



その他：

インスタグラム、墓参り、
友人・知人の紹介など

Q12 今治市で購入したもの

食事

焼豚玉子飯、海鮮料理、ハタ料理、たこ天丼、カルボナーラ（レモン風味)、タコめし、鱧カツドッグ、しまなみドッグ、来島ちゃんぽん、はかたの塩ラーメン、レモンジュース、鯛釜飯定食など

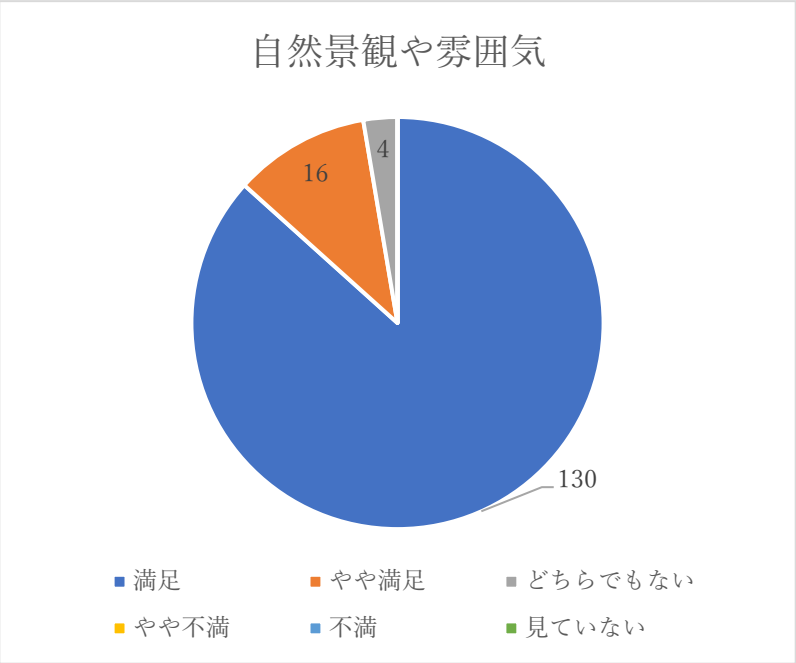
お土産品

みかんジュース、レモンシフォンケーキ、レモスコ、うずしおパイ、レモンそうめん、バリィさんの寝ざけ、みきゃんあめ、今治タオルなど

Q13 今治市の観光について

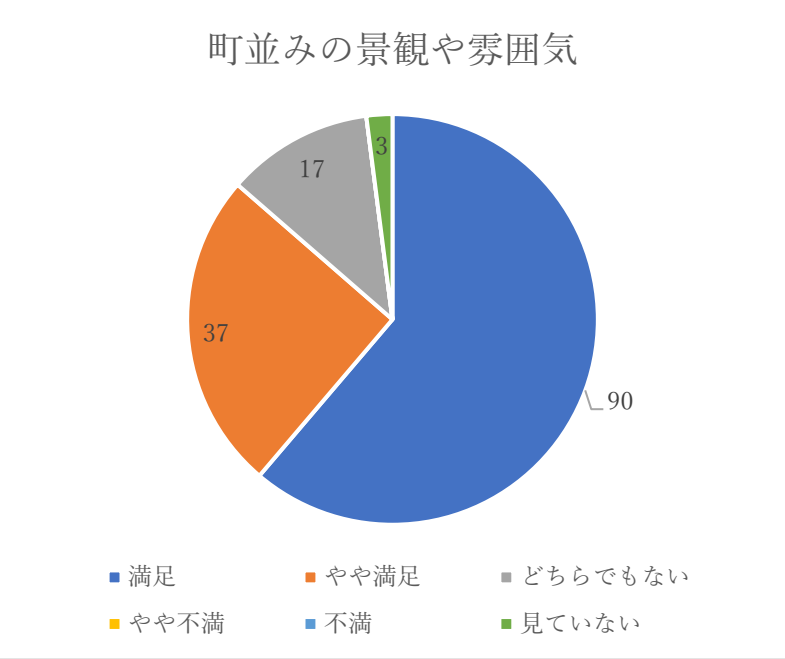
① 景観・雰囲気

	自然景観や雰囲気
満足	130
やや満足	16
どちらでもない	4
やや不満	0
不満	0
見ていない	0
合計	150



	町並みの景観や雰囲気
満足	90
やや満足	37
どちらでもない	17
やや不満	0
不満	0
見ていない	3
合計	147

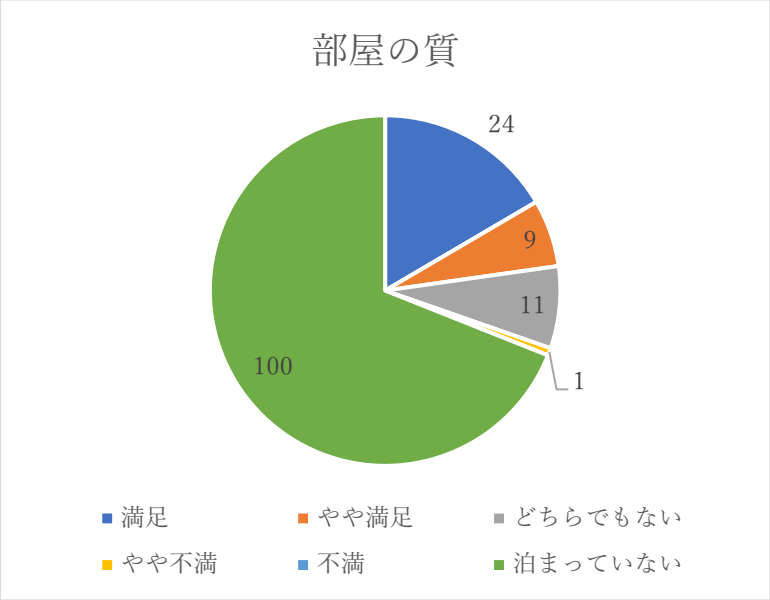
※未回答 3 サンプル



② 宿泊施設

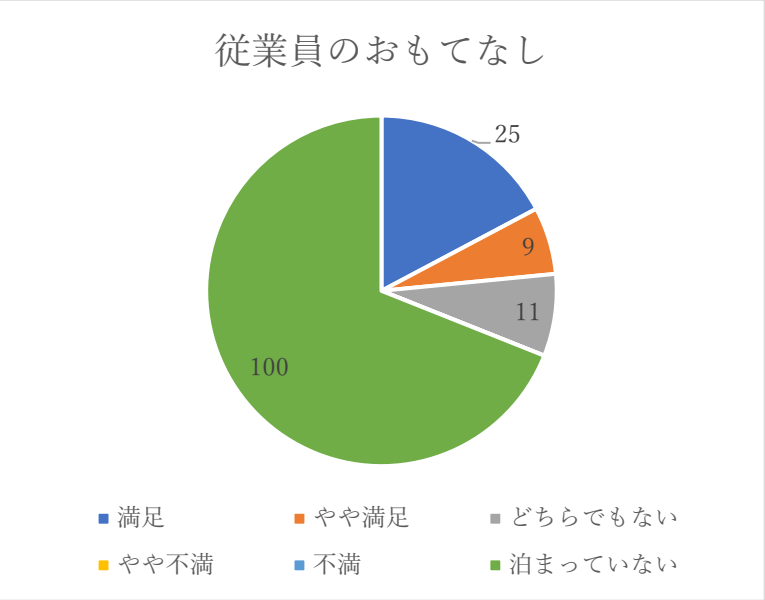
	部屋の質
満足	24
やや満足	9
どちらでもない	11
やや不満	1
不満	0
泊まっていない	110
合計	145

※未回答 5 サンプル



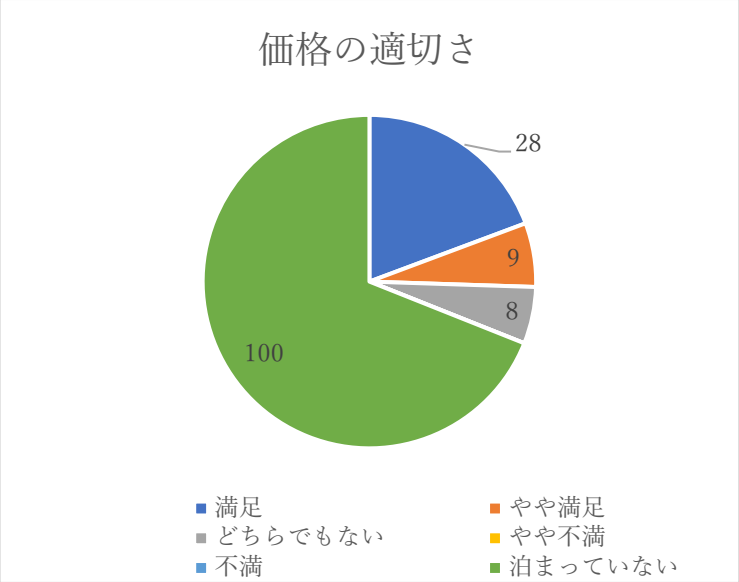
	従業員のおもてなし
満足	25
やや満足	9
どちらでもない	11
やや不満	0
不満	0
泊まっていない	100
合計	145

※未回答 5 サンプル



	価格の適切さ
満足	28
やや満足	9
どちらでもない	8
やや不満	0
不満	0
泊まっていない	100
合計	145

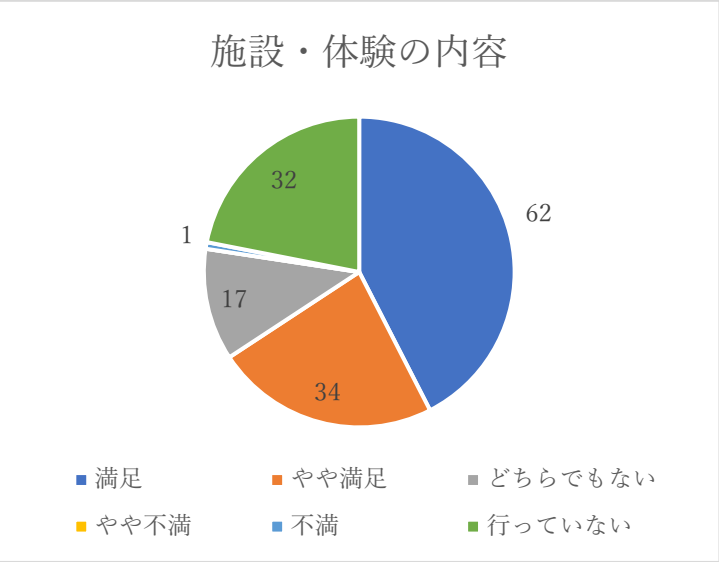
※未回答 5 サンプル



③ 観光文化施設

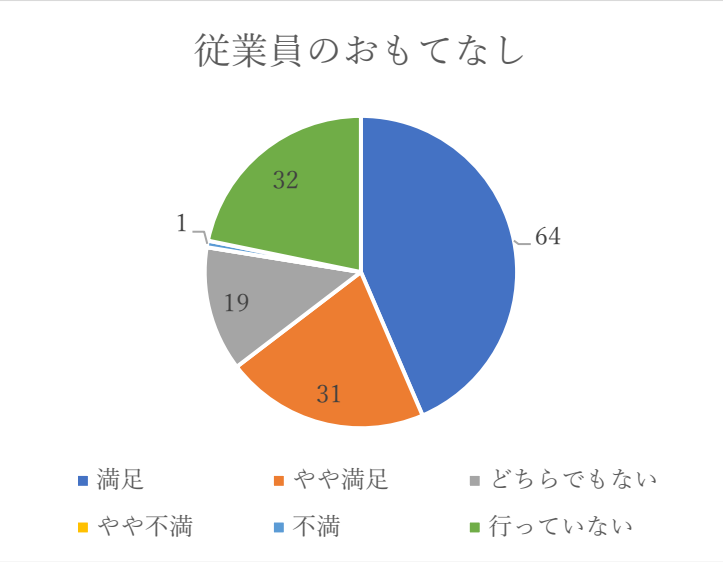
	施設・体験の内容
満足	62
やや満足	34
どちらでもない	17
やや不満	0
不満	1
行っていない	32
合計	146

※未回答 4 サンプル



	従業員のおもてなし
満足	64
やや満足	31
どちらでもない	19
やや不満	0
不満	1
行っていない	32
合計	147

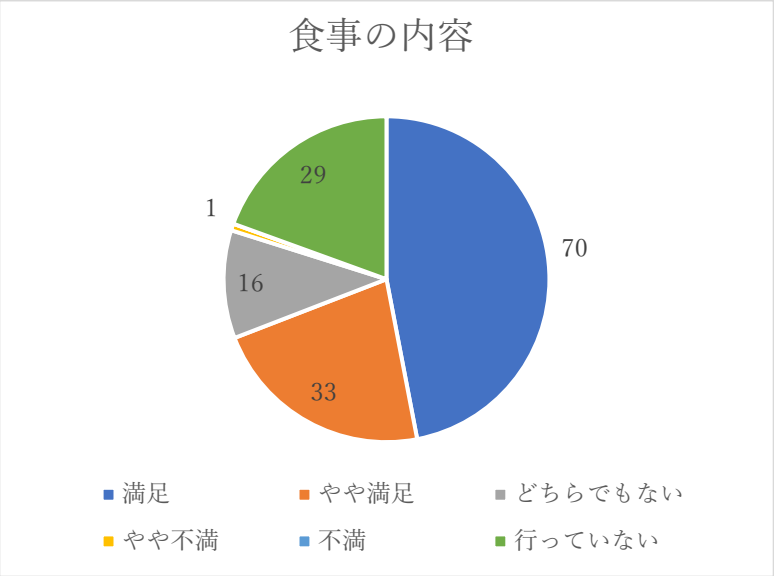
※未回答 3 サンプル



④ 飲食施設

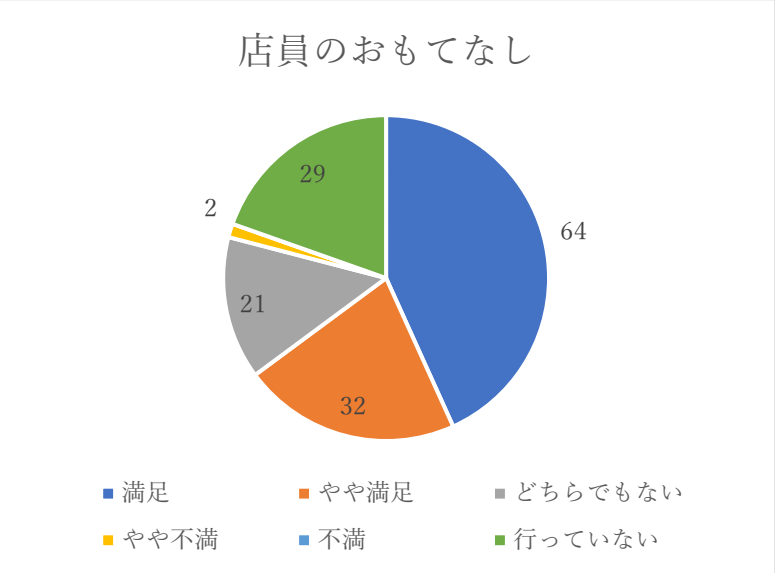
	食事の内容
満足	70
やや満足	33
どちらでもない	16
やや不満	1
不満	0
行っていない	29
合計	149

※未回答 1 サンプル



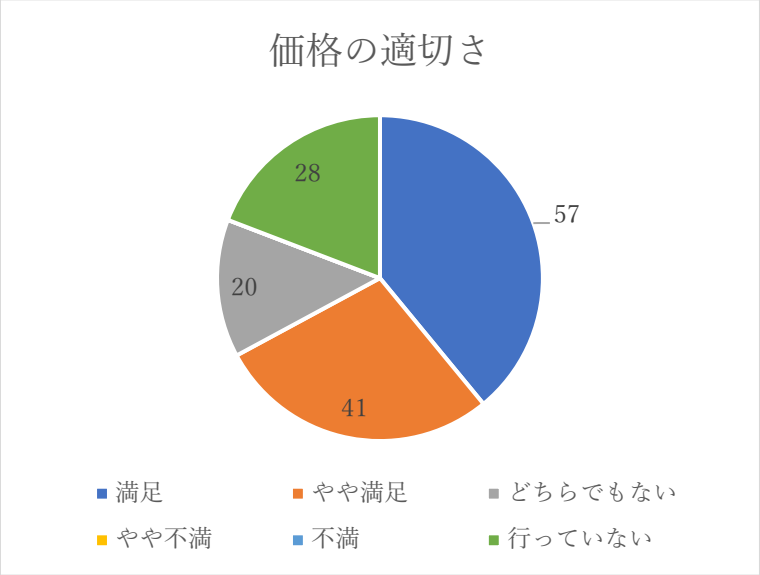
	店員のおもてなし
満足	64
やや満足	32
どちらでもない	21
やや不満	2
不満	0
行っていない	29
合計	148

※未回答 2 サンプル



	価格の適切さ
満足	57
やや満足	41
どちらでもない	20
やや不満	0
不満	0
行っていない	28
合計	146

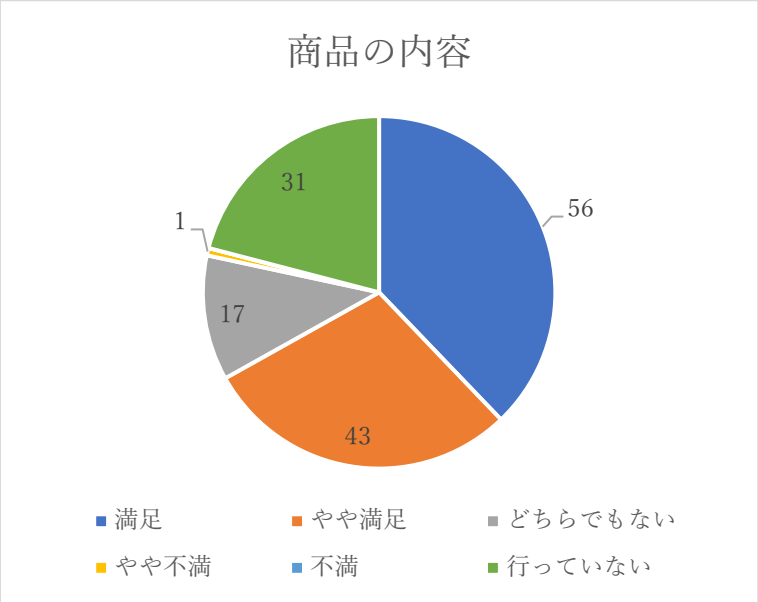
※未回答４サンプル



⑤ 物販施設

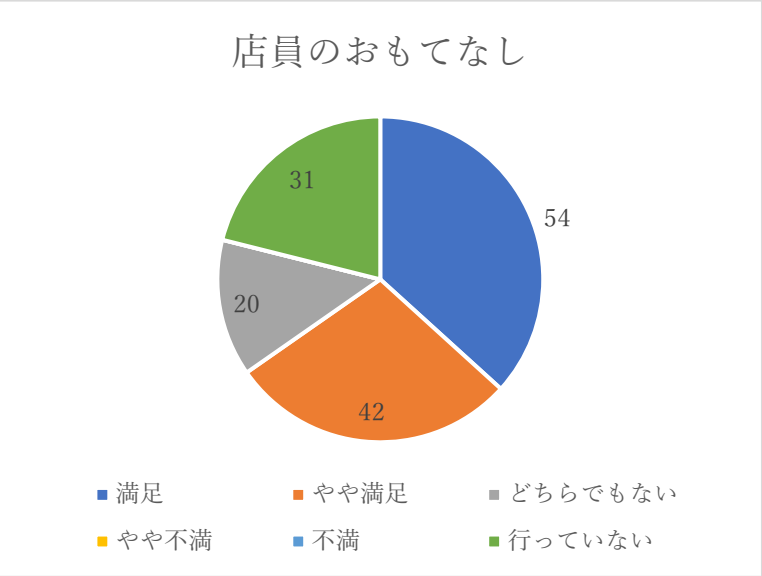
	商品の内容
満足	56
やや満足	43
どちらでもない	17
やや不満	1
不満	0
行っていない	31
合計	148

※未回答 2 サンプル



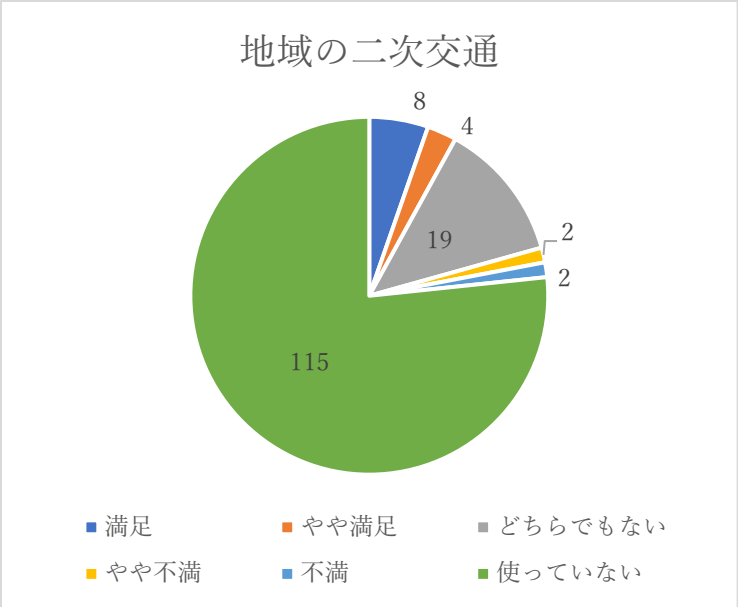
	店員のおもてなし
満足	54
やや満足	42
どちらでもない	20
やや不満	0
不満	0
行っていない	31
合計	147

※未回答 3 サンプル



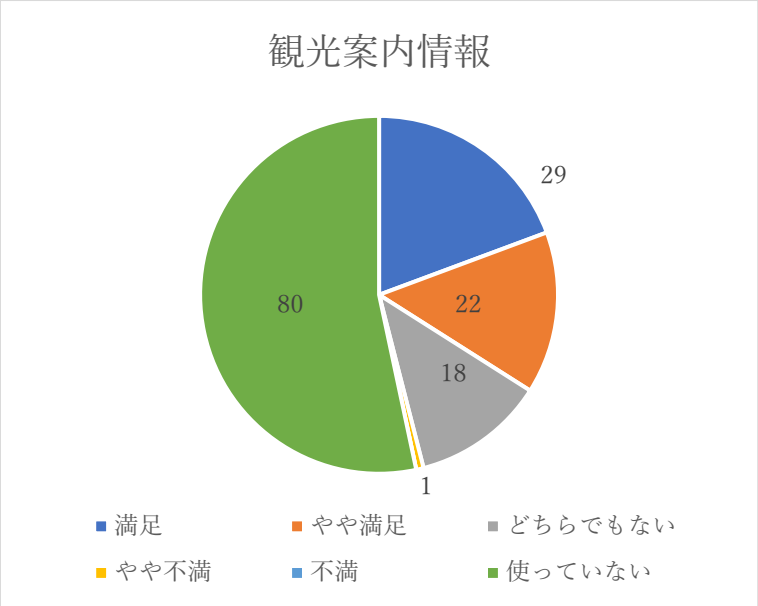
⑥ 地域の二次交通(バス・タクシー等)

	地域の二次交通
満足	8
やや満足	4
どちらでもない	19
やや不満	2
不満	2
使っていない	115
合計	150



⑦ 観光案内情報

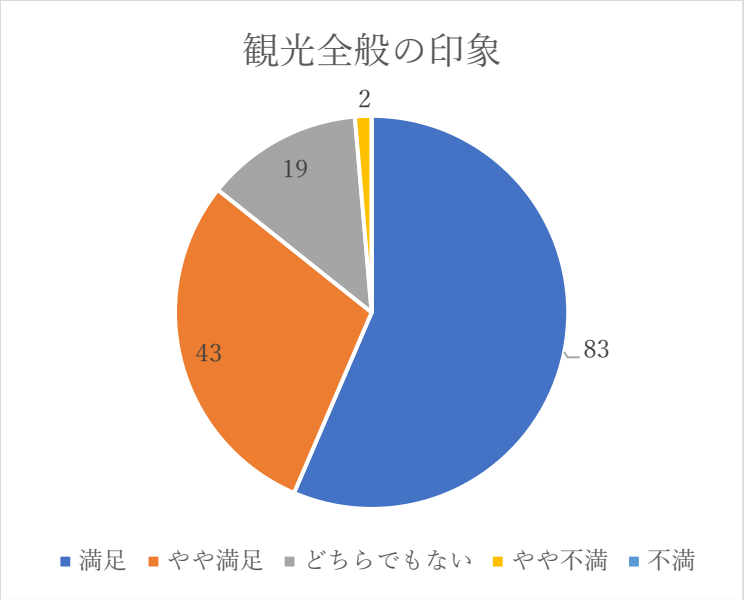
	観光案内情報
満足	29
やや満足	22
どちらでもない	18
やや不満	1
不満	0
使っていない	80
合計	150



⑧ 観光全般の印象

	観光全般の印象
満足	83
やや満足	43
どちらでもない	19
やや不満	2
不満	0
合計	147

※未回答 3 サンプル

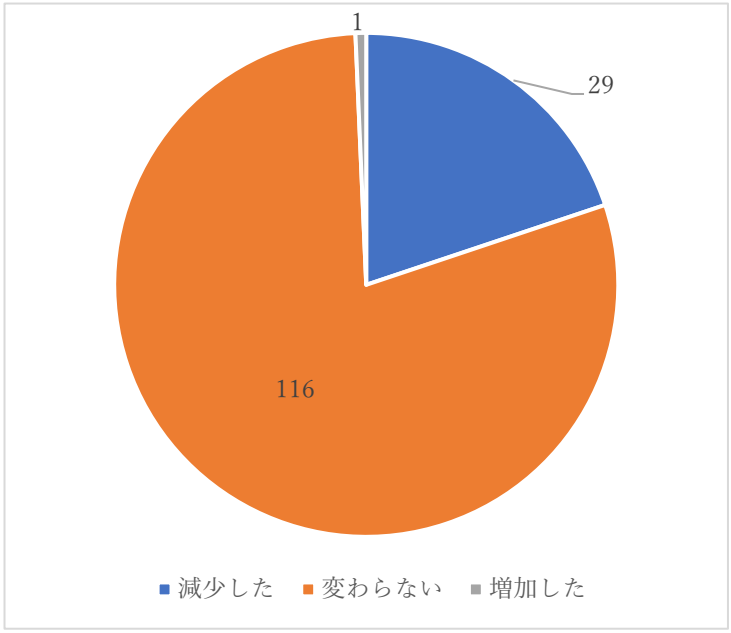


コロナ関係の設問

Q14 コロナ禍による家計の収入の変化をお聞かせください。

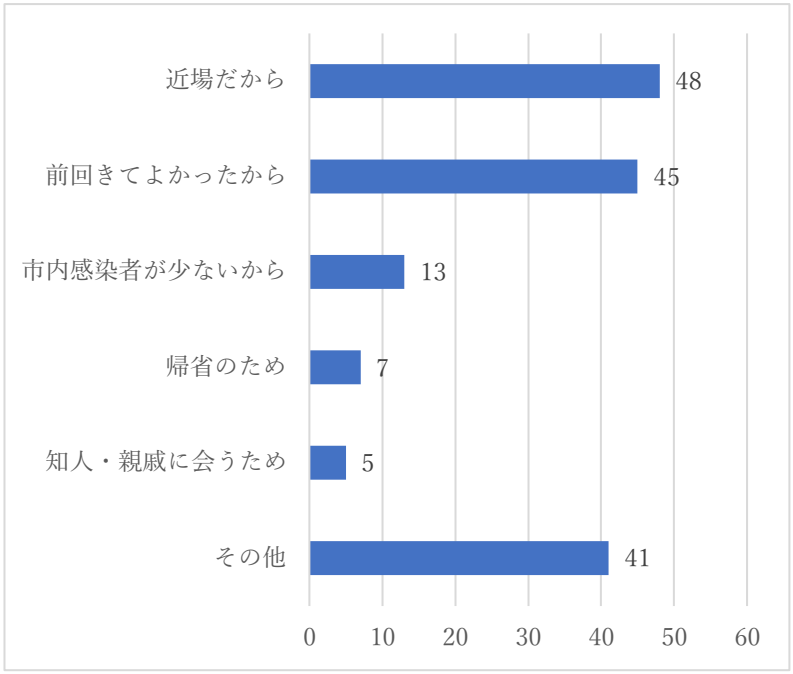
減少した	29
変わらない	116
増加した	1
合計	146

※未回答 4 サンプル



Q15 コロナ禍以降、今治市を旅行先に選んだ理由は何ですか。

近場だから	48
前回きてよかったから	45
市内感染者が少ないから	13
帰省のため	7
知人・親戚に会うため	5
その他	41
合計	159

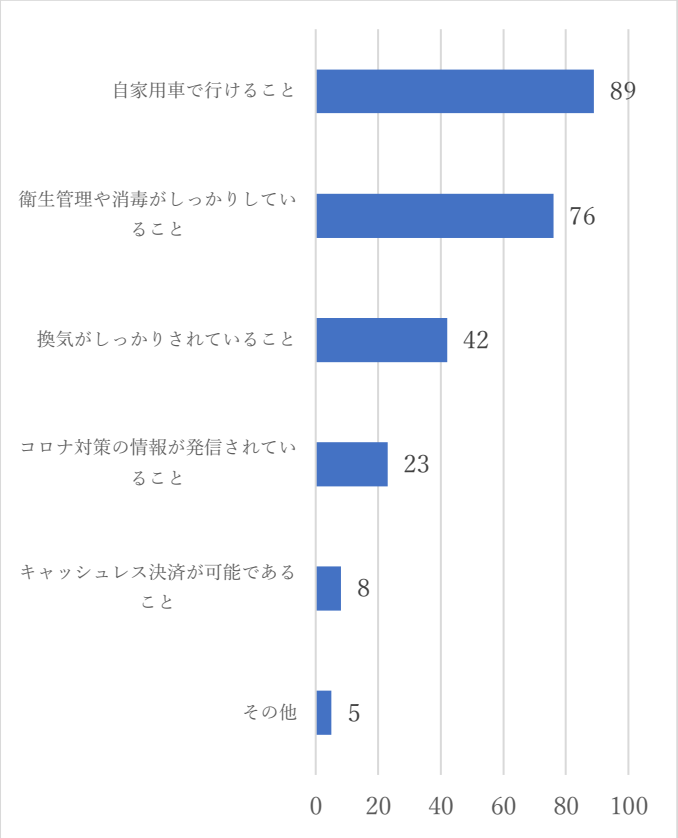


その他：友人のおすすめ、しまなみ海道サイクリング、墓参り、外で密にならないになど

ビフォアコロナとの比較：「近場だから」と回答した観光客の割合が最も多かった。これまでのビフォアコロナとの比較から今治市観光は、コロナ禍において近隣地域からの特にドライブ・ツーリングなどを目的にした「近場に宿泊する」というニーズを充足しているのではないかという仮説が得られる。

Q16 コロナ禍の観光であなたが重視するものは何ですか。

自家用車で行けること	89
衛生管理や消毒がしっかりしていること	76
換気がしっかりされていること	42
コロナ対策の情報が発信されていること	23
キャッシュレス決済が可能であること	8
その他	5
合計	243



その他：
なし、人が少ない、サイクリング

分析：最も多い回答が「自家用車で行けること」であり、コロナ感染リスクを鑑み公共交通の利用を控える傾向にあると推察される。その他、「コロナ対策の情報が発信されていること」との回答も見られ、観光地としてコロナ対応しているという情報発信の重要性も確認された。

Q17 コロナ対策として今治市の観光で気になった点はありますか。

・対策をされていると思うので安心して観光したい。
・消毒液等置かれていた　従業員の方マスクしていた。
・お店が開店しているのかわかりづらかった。
・船内のマスク着用の義務化。
・マスクしても暑くないコーナーの設置。
・消毒や 3 密回避の対策がよく出来ていた。
・特になし。皆さん消毒液やフェイスシールドを徹底されている印象。旅行客が、「室内」「交通機関」ではマスクをつけるなど、場によってもっと対策すべきかもしれない。
・コロナ対策は息苦しい感じで不満。

Q18 コロナ収束後、どのような旅行を求めますか。

・近場で色々な食が楽しめる旅行。
・遊園地など、密にならないもの。
・仕切りやマスクを着用しなくてよい気を使わない自由な旅行。
・マスクなしで出掛けたい。遠方へ行きたい。
・色々なところで人と話をしたい。
・マスクなしで旅行がしたい。
・自転車による旅行。
・海外旅行。
・海外、温泉（国内)。
・コロナより暑さ対策を求める。
・新しい生活様式にあった旅行。
・気がねなく、マスクをせずにできる旅行。
・地元のお祭りなどに参加したい。
・密が避けられるような自然の中での観光。
・マイクロツーリズム。
・マスクなしでワイワイ話しながら、行く旅行。

3-3 今治市民アンケート調査

3-3-1 調査概要

(1)目的　　：今治市民の観光振興に向けた意向を把握するために実施した。
(2)実施日　　：令和元年 12 月 21 日（土）
(3)アンケート実施場所：今治駅
(4)回収アンケート数　：104 サンプル

3-3-2 アンケート票

No.　　調査員名

今治市　市民アンケート

Q1. あなたの性別、年齢を選んでください。

性別　1. 男性　2. 女性
年齢　1. 20歳未満　2. 20歳代　3. 30歳代　4. 40歳代　5. 50歳代　6. 60歳代　7. 70歳代　8. 80歳以上

Q2. 今治市は今後積極的に観光地化を進めるべきだと思いますか。【あてはまるもの１つ】

1. そう思う　2. 少しそう思う　3. どちらでもない　4. あまりそう思わない　5. そう思わない

→その理由を教えてください。

Q3. 現在、観光客によって今治市における住みやすさなどが損なわれていると思いますか。【あてはまるもの１つ】

1. そう思う　2. 少しそう思う　3. どちらでもない　4. あまりそう思わない　5. そう思わない

Q4. 今治市観光の魅力を高めるために必要なものは何だと思いますか。【あてはまるものをいくつでも】

1. 交通の利便性の向上	2. 情報発信・PR	3. 魅力的な店舗や飲食店の増加
4.魅力的な食べ物・メニュー作り	5. 特産品・お土産品の充実	6. 新しいイベント・お祭り等の開催
7. 街並み景観の維持・魅力向上	8. 自然景観の維持・魅力向上	9. 新しい体験型アクティビティの開発
10. 案内・表示の整備	11. 観光施設のサービス向上	12. 地域のおもてなし
13. 歴史・文化資源の活用	14. その他（　　）	15.特になし

Q5. あなたが市外の人にぜひおススメしたいもの、実はあまり知られていないもの（例. 市内のお店や商品、逸品、景色のいい場所、面白い取組みをしている方など、何でも結構です）があれば教えてください。【自由記述】

Q6. 今治市は、観光振興施策は十分なものとなっているでしょうか。【あてはまるもの１つ】

1. そう思う　2. 少しそう思う　3. どちらでもない　4. あまりそう思わない　5. そう思わない

→その理由を教えてください。

Q7. 今後、今治市の観光振興は、誰が最も取り組むべきだと思いますか？【あてはまるもの１つ】

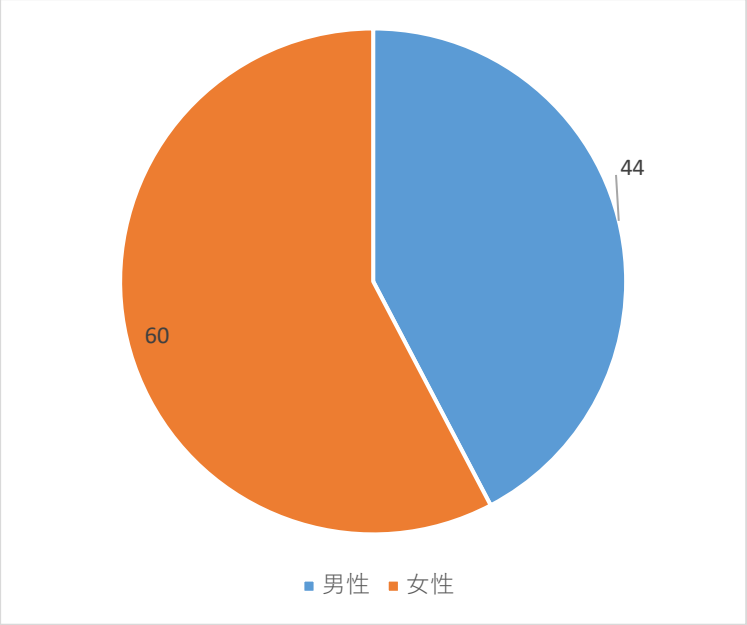
1. 行政　2. 民間企業・民間団体　3. 地域住民　4. 行政・民間企業・住民による協力体制

ご協力ありがとうございました

3-3-3 調査結果

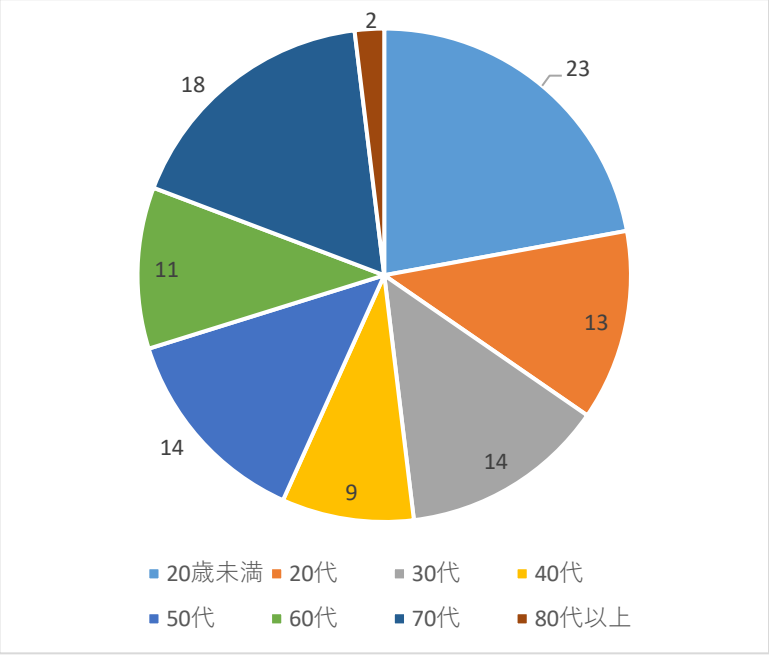
Q1-1 性別

男性	44
女性	60
合計	104



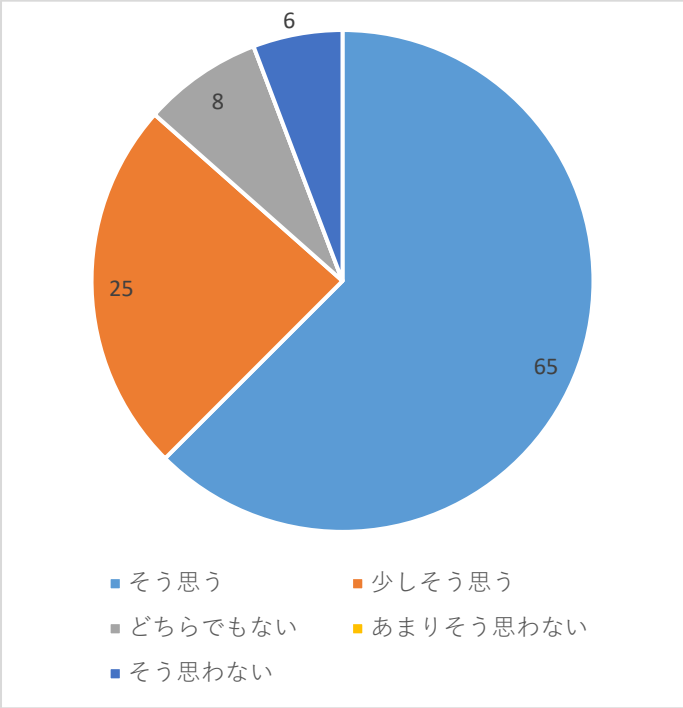
Q1-2 年齢

20 歳未満	23
20 代	13
30 代	14
40 代	9
50 代	14
60 代	11
70 代	18
80 代以上	2
合計	104



Q2 積極的に観光地化を進めるべきか

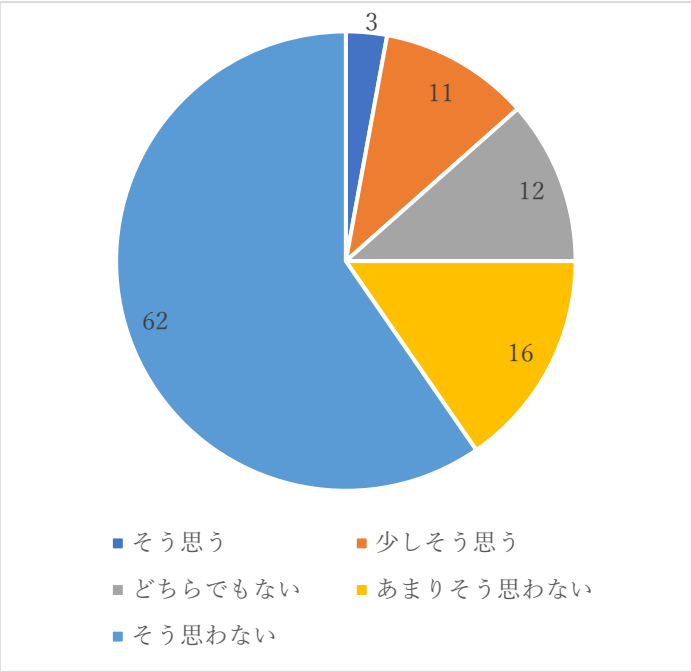
そう思う	65
少しそう思う	25
どちらでもない	8
あまりそう思わない	0
そう思わない	6
合計	104



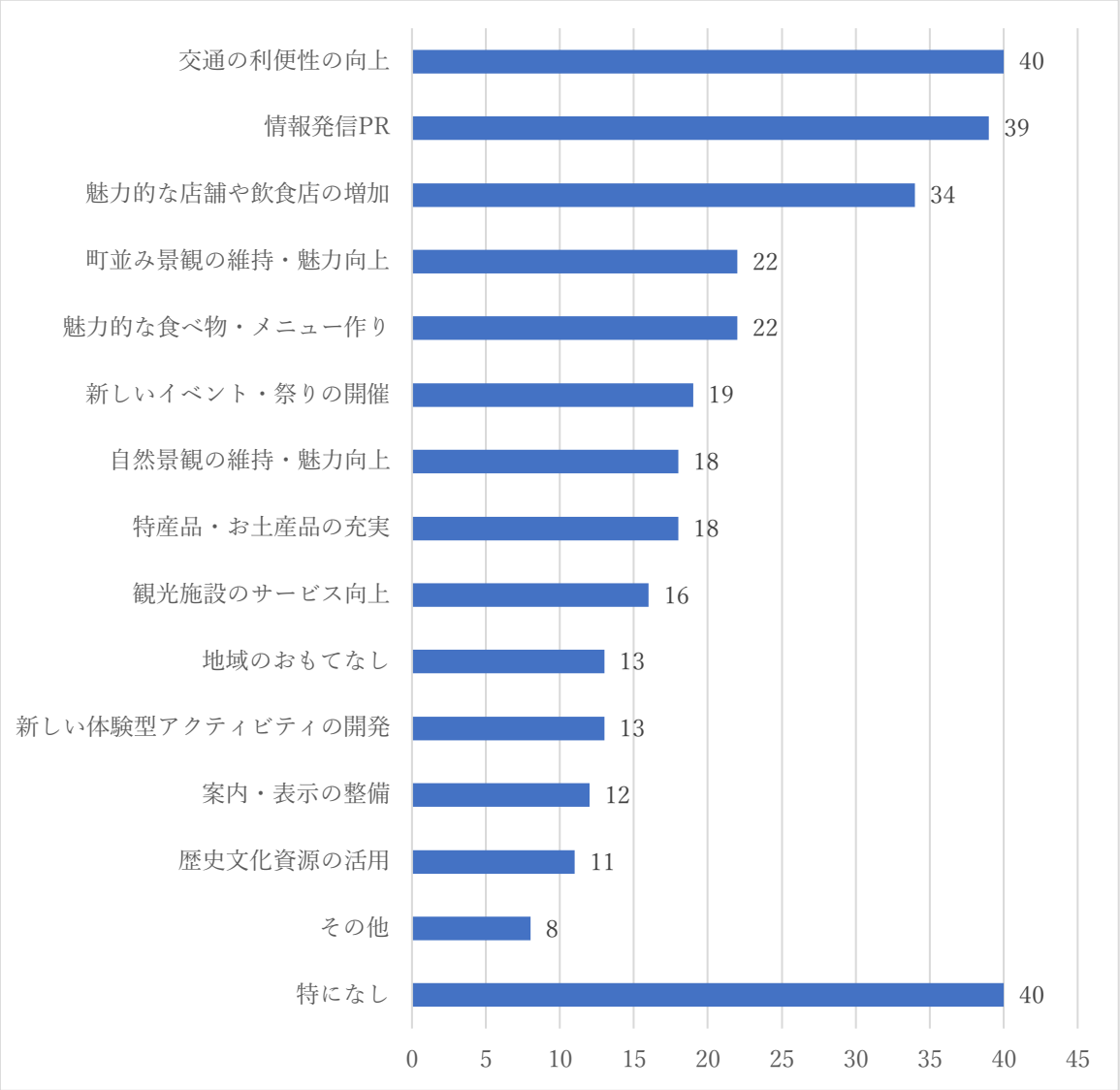
理由：しまなみ海道の PR 活動、地域活性化につながるから、交流人口の拡大につながるから、経済的な面で活性化してほしいから、人口も減り寂れているので活性化が必要であるからなど

Q3 観光客によって住みやすさが損なわれているか

そう思う	3
少しそう思う	11
どちらでもない	12
あまりそう思わない	16
そう思わない	62
合計	104



Q4 今治市の観光の魅力を高めるために必要なものは何ですか



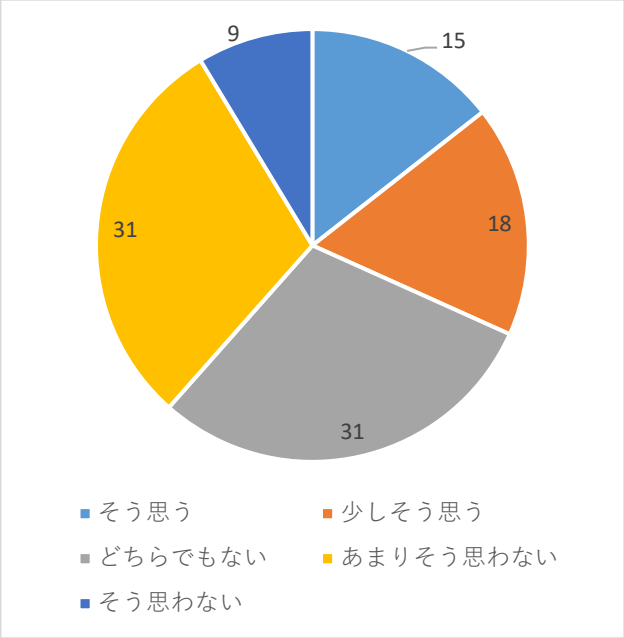
その他：施設整備（トイレ等）、グローバル化

Q5 市外の人にお勧めしたいもの

しまなみ海道の景色、サイクリング、今治城、亀老山展望公園、タオル美術館、今治タオル、今治焼豚玉子飯、おんまく、継ぎ獅子、カフェ、温泉（鈍川、湯ノ浦、マーレ・グラッシア大三島）、近見山からの景色、FC 今治、海鮮丼、村上海賊ミュージアム、伯方ビーチ、仙遊寺（58 番札所）からの景色、糸山公園、焼き鳥、大角の鼻、生樹の御門、大山祇神社、石風呂、伊予桜井漆器会館、海鮮料理、せんざんき、志島ヶ原の梅、波止浜公園、塩ラーメン、パン屋、はーばりー、小島の砲台跡など

Q6 今治市の観光振興施策は十分なものになっているか

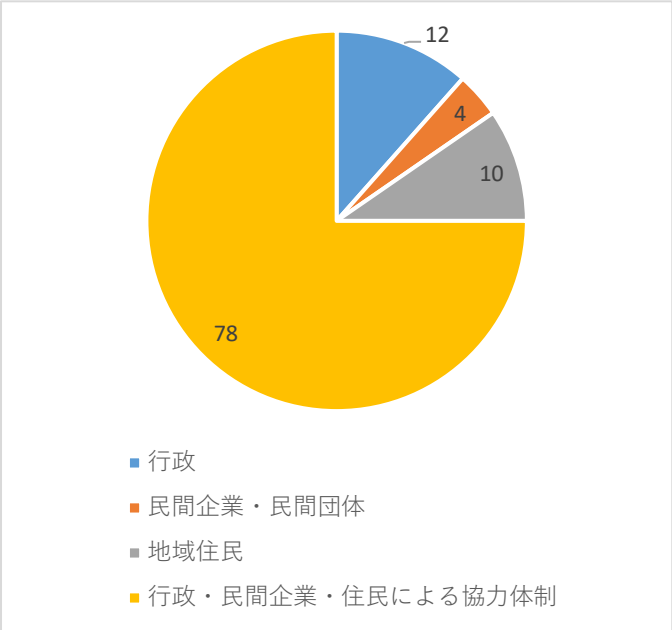
そう思う	15
少しそう思う	18
どちらでもない	31
あまりそう思わない	31
そう思わない	9
合計	104



理由：行政支援の不足、しまなみ海道の更なる PR、しまなみ海道以外の PR 不足、駅前の PR 不足 、バスの観光路線を開設してほしい、今治城の PR 不足、目玉スポットが少ない、素通りが多く宿泊者が少ない、子供向けの施設が少ないなど

Q7 今治市の観光振興は誰が最も取り組むべきか

行政	12
民間企業・民間団体	4
地域住民	10
行政・民間企業・住民による協力体制	78
合計	104



3-4 市内事業者等ヒアリング調査

3-4-1 調査概要

(1)目的　　:市内事業者等の観光振興に向けた意見を把握するために市内事業者等への対面ヒアリングを実施した。

(2)実施日　　:令和元年 11 月～令和 2 年 3 月

(3)ヒアリング件数　　:33 件

(4)ヒアリング先の内訳:産業関係事業者 8 件、伝統工芸事業者 2 件、飲食関係事業者 3 件、観光関係事業者 4 件、交通関係事業者 2 件、観光施設関係事業者 2 件、スポーツ関係事業者 2 件、宿泊事業者 8 件、教育関係者 2 件

3-4-2 調査結果

項目	意見	提案者
サイクリング	世界一のサイクルパラダイス構想を作り、10 年、20 年、30 年先を考えた観光計画を策定してほしい。	観光関係事業者
	サイクリング施設が点在しており、もっとサイクリング施設ができてもいいのでは。サイクリングでは尾道側に負けない施設を作って欲しい。	産業関係事業者
	サイクリング後のアフターファイブを楽しめる施設が必要。	観光関係事業者
	地元の子供たちにサイクリングの良さを体感させるために、自転車教室等を県または市の予算でできないか。	宿泊事業者
	3 月末～11 月中旬はサイクリング客が増し、しまなみも賑わっているが、12 月～2 月はオフシーズン。冬に誘客する観光アイデアが必要。	宿泊事業者
	ツールド玉川は 2018 年の西日本豪雨災害より中断している。アップダウンのあるコースでサイクリストにも人気があるので、再開したい。	観光関係事業者
	サイクリング客がサイクルトレインを利用する場合は、乗降車は波止浜駅であり、今治駅のサイクリングの盛り上がりは限定的。	交通関係事業者
	2020 年はしまなみ国際サイクリングの開催年であり、早期予約等でインバウンド客を受け入れたい。海外からのサイクリストをアテンドする人材が必要。	観光関係事業者
	しまなみ海道沿いでは、サイクリストをサポートするための自転車出張修理にも対応したいが、専門のエンジニアが随時対応できるように常駐する必要があり、現実には人を配置するのは難しい。	観光関係事業者

項目	意見	提案者
観光地・観光資源	糸山公園エリアでの観光施設、ホテル、サイクリング施設の拡充を期待したい。	産業関係事業者
	外国人観光客を伸ばすために、外国人旅行客への良いサービスの提供、インスタ映えするスポットを提供すべき。	宿泊事業者
	しまなみ海道沿い以外に、湯ノ浦温泉に向かう桜井方面でも観光施設等、観光客が来てもらう流れを作って欲しい。	産業関係事業者
	本市に桜井漆器があることを県内在住者でさえあまり知られていない。	伝統工芸事業者
	菊間の「かわら館」は場所がわかりづらく道も狭いため、観光バスが入ることができない。駅から近いため、電車での来場には向いている。体験型学習も可能である。	伝統工芸事業者
	菊間を抜ける 196 号線もサイクリングルートがあり、サイクリストを見かけることがあるが、立ち寄るもこともなく、瓦を購入することもない。	伝統工芸事業者
	今治の観光スポットは道後温泉を最終目的（宿泊地）とする観光客が立ち寄るところという認識が多い。	宿泊事業者
	観光の観点では、広島側の方が強いため、しまなみ海道については、本市は通過点になっている印象を持つ。	観光関係事業者
飲食・グルメ	B 級グルメ（焼き豚玉子飯、焼き鳥）をもっとＰＲすべき。	産業関係事業者
	焼き鳥は、ランチタイムの営業が少なく、焼き鳥目的の観光客を囲むことができない。焼き豚玉子飯は提供できる店舗が限られ、観光要素としての広がりが限定的。	宿泊事業者
	焼き豚玉子飯は全国に知れ渡っていると思われるが、県外の物産展等に出展した際に、9 割の方は知らない。	飲食関係事業者
	焼き鳥店の営業は 21 時までと早く閉店する店が多い。日曜日は定休日も多く、有名店は営業時間の延長に協力いただけないか。	飲食関係事業者
	「焼き鳥横丁」など市をあげてイベントを開催して、地元住民だけではなく、近隣の市町からも来場者を見込んではどうか。	宿泊事業者
	今治に焼き鳥等、屋台ができれば集客につながる可能性あり。	観光関係事業者
	釜揚げちりめん、仙高ポーク、海産物ではたこも有名。	伝統工芸事業者
	時間帯によっては、半分以上が外国人（昼食時以外の時間帯が多い）。	飲食関係事業者
	飲食店では人手不足。	飲食関係事業者

項目	意見	提案者
PR・情報発信	本市内はみどころは数多くあるが大きな観光素材がないため、観光客の期待値が低い。素材を探して、とにかく発信していくことが大事。	宿泊事業者
	今治の観光資源としては、海、山、景色、グルメ、タオル等色々とあるので、一緒にＰＲできないか。	伝統工芸事業者
	若い世代は SNS やインターネットで情報を得ているが、シニア層（70～80 代）へ情報を伝えるツールがあれば、観光にも効果があるのでは。	飲食関係事業者
	今治の見どころ（食、観光スポット等）をまとめたものを作り、特に外国人向けの情報提供を早急に行うべき。	飲食関係事業者
	観光客から、「観光スポット、宿泊施設」についての質問を受けることが多く、情報発信が必要。	飲食関係事業者
	観光地が点在しており、アクセス情報の提供が少ない。アクセスが悪い。	宿泊事業者
観光コンテンツ	滞在時間を長くするコンテンツ作りが必要。朝、昼、夜とそれぞれの施策が必要。アイアイ今治の応募で出てきたアイデアを検討すべき。	観光関係事業者
	「モノ」よりも「コト」に重きを置き、「体験型観光」を推進したい。	観光関係事業者
	サイクリング以外の観光コンテンツを考えていくべき	宿泊関係事業者
	「景色＋サイクリング＋歴史」をテーマに歴史と観光をテーマに展開してはどうか。	観光施設関係事業者

項目	意見	提案者
宿泊施設	今治駅前のホテルのまわりに、ホテル、飲食店等が更にできないか。	宿泊事業者
	ホテルが取れない、足らない。ホテル数が少ない。	飲食関係事業者
	県外、海外の方に宿泊施設のＰＲ、広報活動をする必要がある。	観光関係事業者
	しまなみ海道沿いのサイクリスト用の宿泊ホテルとして、外国人の利用者が全体の 6～7 割であり、その内の 9 割が欧米人である（多い順にフランス、英国、オランダ、北米、豪州となる)。	宿泊事業者
	サイクリングのピークシーズンでは人手が足りない。	宿泊事業者
	外国人対応に英語が必須となるが人材がいない。	宿泊事業者
	外国人に対応するメニュー対応（ビーガン、ハラール、ベジタリアン用等）に取り組む必要あり。	宿泊事業者
	旅館ホテルでは人材不足が悩み。松山市では道後温泉旅館組合が主体として、台湾からのインターンシップ受入があり、松山市が補助金を提供している。	宿泊事業者
	市内のホテルは、外国人は中国人の団体、欧米人は個人客が多い。週末はサイクリストの宿泊も多い。	宿泊事業者
	市内のホテルは、外国人が約 2 割で、香港、台湾、中国、韓国の順に多い。ほとんどがツアー客であり、一部が FIT 層。	宿泊事業者
	湯ノ浦温泉地に学生の合宿誘致を進めてほしい。2018 年愛媛国体で整備されたテニスコートはじめ、サッカー、バレーボール、バスケットボール、バトミントン、野球等。	宿泊事業者
	陸上競技等、スポーツ施設は今治において豊富にあり、合宿誘致に十分な設備と思われる。学生は合宿地を選ぶ基準として補助金があるかがキーとなるため、本市に補助金制度の導入の検討をお願いしたい（比較事例：松山市、愛南町)。	宿泊事業者
産業観光	産業観光である今治造船、日本食研の工場見学は他県にない大規模工場見学であり、集客できる要素と思われる。	産業関係事業者
	産業観光では、東予地区連絡協議会があり、次の 6 社が加盟している。タオル美術館、アサヒビール工場　四国工場（西条市)、日本食研、コカ・コーラボトラーズジャパン小松工場、伯方の塩、マイントピア別子（新居浜市)。産業観光は県内外での連携、旅行会社への営業が必要。	産業関係事業者
	スタジアムにおけるスポーツ観戦による誘客と連携した市内周遊施策など、今後は市と連携して検討していきたい。	スポーツ関係事業者

項目	意見	提案者
観光振興につながるアイデア	本市は観光資源自体は多いが、発信力が不足しているのが課題。アプリやネットツールを多用し、日本国内およびインバウンド客へリーチするようなマーケティングを行うべきと考える。例えば欧州とアジアでは、観光に求める要素が異なっている。欧州向けは自然、アジア向けには買い物やグルメなど、誘客したい国に向けてコンテンツを変えてアプローチしてゆく方法をとるのが良いと思う。そのためのマーケティングから始めてゆくと良い。	教育関係者
	地域活性化の問題に対しては、地域の人々自身が「住んで良い」街づくりを行ってゆく必要がある。現状、「今治に来ても大した観光地はない」と、多くの住民がマイナスイメージを持っているが、県外からの移住者が増加すると地域も活性化につながり、外部への今治魅力発信にもつながると考える。	教育関係者
	しまなみの通行料の値下げをして誘客につなげては。	観光関係事業者
	通行料が安ければ、週末を利用した日帰り観光客も増えると思われる。	観光関係事業者
	かんきつとタオルのコラボ等、異業種のコラボを実施しては。	観光関係事業者
	市内中心地の駐車場の確保も重要。	宿泊事業者
	しまなみのライトアップにつき、今治側は尾道と比べてライトアップが貧弱である。観光客の夜間滞在は、夕食、宿泊と観光客が落としてくれる金額が昼間に比べて大きい。夜間の観光客誘客のために施策が必要。	観光関係事業者
	本州と四国を結ぶ橋として、淡路島、瀬戸大橋に次いで、三番目にできたしまなみ海道は今後も右肩上がりに往来する人も増え、市場の期待も増えてくる。瀬戸内としまなみは一体として、他県との制作連携が必要。	観光関係事業者
	インバウンド向け、国内向けはいずれも大事であり、平行して政策すべき。	観光関係事業者
	海外の旅行会社への営業が必要。例えば、ハワイ、香港等、旅行会社への営業を行い、今治への集客につなげる必要がある。	観光関係事業者
	インバウンドを含めた今治への誘客は業種に限らず取り組むべき課題である。企業それぞれが単体で取り組んでも成果が出にくいため、行政（県）として海外旅行客を招聘したり、例えば松山空港を活性化させ、インバウンドの増加を狙っていくことも大事。	観光関係事業者

参考資料 4 本市の各種状況

4-1 今治市の概況

【成り立ち】

今治地方は、古墳時代の遺跡が多くあり、また 7 世紀には伊予国府がおかれていたように、古くから政治や経済、文化の中心地だった。中世には村上氏などの海賊が台頭し、戦国の動向に大きな影響を与えた。慶長 5 年（1600 年）には藤堂高虎が 20 万石の領主として、地名を「今張」から「今治」へと改め、今治城と城下町を築いて都市の原型を形成した。その後、松平（久松）氏の所領となり、明治 2 年の版籍奉還まで治めた。

明治 22 年には市町村制の施行により陸地部の中心が今治町となり、大正 9 年には日吉村と合併して本市が誕生。その直後に港湾の整備を進め、大正 11 年に今治港は四国初の開港場となった。

昭和に入り、周辺町村との合併・編入を経て、昭和 37 年には人口が 10 万人を突破。港を中心とした商業都市として、またタオル・縫製、造船・海運・船用などを基幹産業としてめざましい発展を遂げた。そして、平成 11 年には瀬戸内しまなみ海道が開通し、中四国の交流や流通の拠点となった。

平成 17 年 1 月 16 日には 12 市町村による広域合併を成し遂げ、松山市に次ぐ人口 18 万人の県下第 2 の都市、新「今治市」が誕生。こうして新しく生まれ変わった本市は、瀬戸内海の風光明媚な景観と、大山祇神社や村上海賊関連遺跡などの歴史遺産にも恵まれ、また日本最大の海事都市として、更にはブランド戦略により新たな飛躍を遂げたタオルの産地として、国内外に広く知られている。

【地勢及び気候】

本市は、総面積 419.21ｋ㎡（令和 2 年 7 月 1 日国土地理院調）、愛媛県の北東部に位置し、瀬戸内海のほぼ中央部に突出した高縄半島の東半分を占める陸地部と、世界有数の多島美を誇る大小およそ 100 の島々で形成される島しょ部から構成されている。豊かな自然と美しい景観に恵まれ、日本三大急潮の 1 つとして知られる来島海峡や中心市街地が位置する平野部、緑豊かな高縄山系など、変化に富んだ地勢が特徴。本市の年平均気温は 16～17 度程度、平均降雨量は 1,200～1,300ｍｍ程度で、台風やその他の自然災害が少なく、温暖少雨な瀬戸内海式気候区に属している。

【産業】

本市は、瀬戸内の海上交通の要衝として古くから海運業が発達してきた。2022 年に開港 100 年を迎える今治港は、平成 8 年には四国初のコンテナ用ガントリークレーンが設置され、国内外の物流の拠点となっている。海運業の繁栄により、各種船舶を建造する造船所も市内に 14 あり、その他の海事産業とともに国内最大の海事産業集積地を形成。また、次世代の人材育成と国際交流機会の創出を図るため、西日本唯一の国際海事展「バリシップ」が隔年で開催されるなど、世界に向けて海事都市今治を発信している。

タオルや縫製品などの繊維産業も盛んで、特にタオルの生産は、年間の生産量が約１万１千トン、全国の約６割のシェアを誇る。平成 18 年度からは、今治タオル工業組合と本市、愛媛県、今治商工会議所など、まさに地域一体となって「今治タオル」のブランド化に取り組んでいる。佐藤可士和氏を起用したこの「今治タオルプロジェクト」の取組みは、産地復活の成功事例として多くのメディアに取り上げられるなど、着実に成果を上げ、高品質を誇る「今治タオル」は、国内のみならず海外からも高い評価を得ている。

造船やタオル以外にも、全国的な競争力を持つ食品や石油・ガスなどの大手企業のほか、大島石の石材加工、伝統産業として桜井漆器や菊間瓦など地域に根ざした産業があり、ものづくりのまちとして、四国最大の製造品出荷額を誇る。穏やかな気候や美しい瀬戸内海、緑豊かな森林や里山などの自然環境を生かした農林水産業も盛んであり、多様な農作物、良質な木材、豊富な魚介類を生かした「食と農のまちづくり」に市民と行政が一体となって取り組むため、地産地消、食育、有機農業を３つの柱とした「今治市食と農のまちづくり条例」を制定し、様々な事業を先駆的に実施している。

【観光】

こうした歴史的・地理的な背景を持つ本市は、東洋のエーゲ海ともいわれる瀬戸内海の多島美や世界的な観光資源である瀬戸内しまなみ海道を始めとする素晴らしい景観、歴史文化遺産、伝統芸能、美術館・博物館、温泉地、海山の食材など、多彩な地域資源に恵まれている。本市と広島県尾道市の島々を橋で結ぶ瀬戸内しまなみ海道は、自転車や歩行者が橋上から多島美の織り成す絶景を眺めながら渡ることができるのが最大の特徴である。令和元年には、本市と尾道市を結ぶ全長 70km のサイクリングロードが国の第一次ナショナルサイクルルートに指定された。

本市では、海道を活かした様々なイベントが行われており、自動車専用道路の本線をコースとした国内最大級の国際サイクリング大会が隔年で開催されるなど、瀬戸内しまなみ海道は「サイクリストの聖地」として国内のみならず海外からも多くの観光客及びサイクリング客が訪れる、本市のシンボル的な存在である。サイクリングの他、ウォーキングイベントも行われ、毎年秋に行われる「瀬戸内しまなみ海道スリーデーマーチ」には全国からウォーキング愛好家が訪れている。

本市には温泉やグルメなどの地域資源も多数あり、温泉地としては、古くから知られる名湯「鈍川温泉」を始め、四国初の国民保養温泉地「湯ノ浦温泉」、海洋療法の考えを取り入れた海水温浴施設 「マーレ・グラッシア大三島」などがある。

また、ゆるキャラグランプリ 2012 王者で、愛らしいキャラクターから有名となった「バリィさん」は、全国的に認知され、子どもだけでなく老若男女に人気がある。

【歴史、文化及びスポーツ】

かつて村上海賊が瀬戸内海を縦横無尽に活躍し、波止浜沖の来島には来島村上家が、宮窪瀬戸と船折瀬戸の合流点にある能島には能島村上家がそれぞれ城を構えた。来島・能島村上家は、因島村上家などとともに、戦国の世の瀬戸内海で活躍。本市にはこれら村上

海賊の歴史の舞台となった多くの遺構が残されているほか、村上海賊が活躍した時代を肌で感じられる村上海賊ミュージアムがある。村上海賊を題材にした和田竜氏の小説「村上海賊の娘」は、2014 年本屋大賞を受賞するなど全国から注目を集めた。また、大三島の大山祇神社は、日本総鎮守の社号を持ち、宝物館には国宝や重要文化財に指定された鎧や刀剣類が多数収蔵・展示され、瀬戸内しまなみ海道沿線地域の人気観光スポットの１つになっている。また、藤堂高虎によって築城され、海水が引かれた広大な堀や城内の港として国内最大級の船入を備えた、日本屈指の海城であった今治城など、歴史的・文化的な地域資源が数多く点在している。

芸術分野では、美術館の「河野美術館」「玉川近代美術館」「大三島美術館」「ところミュージアム大三島」「伊東豊雄建築ミュージアム」「岩田健母と子のミュージアム」や本市本庁舎などの丹下健三氏設計の建築物群、高浜虚子・徳富蘆花などの文学碑がある。

市内各地に伝わる伝統的な行事や祭りとして、春祭りで各地の神社に奉納される継ぎ獅子を代表とする「今治及び越智地方の獅子舞」や菊間祭の「お供馬の行事」、大山祇神社で奉納される一人の力士が稲の精霊と相撲をとりその年の豊作を占う「一人角力（ひとりずもう）」は県の無形民俗文化財に指定されているなど、各地域それぞれに受け継がれてきた伝統行事がある。

海の恵みを生かした郷土料理「鯛めし」や「法楽焼（ほうらくやき）」のほか、ご当地グルメとして観光客にも人気の「今治焼き鳥」や「今治焼豚玉子飯」など、他では味わえない地域に根ざした食文化がある。

スポーツ分野では、日本サッカー協会（ＪＦＡ）が国内４校目の選手育成機関として「ＪＦＡアカデミー今治」を平成 27 年に開校し、サッカーのみならず人間的な面も重視した教育が行われている。また、元サッカー日本代表監督の岡田武史氏がオーナーとなったＦＣ今治の活躍が注目を集めるなど、サイクリングとともにサッカーによる交流も広がっている。

以下は、本市の主な地域資源を「自然資源」、「歴史・文化的資源」、「産業資源」、「イベント」に区分して整理したものである。

自然資源
●景勝地 瀬戸内しまなみ海道の風景、来島海峡、桜井海岸、志島ヶ原、世田山、鈍川渓谷、玉川ダム（玉川湖）、七五三ヶ浦海岸、能島（宮窪瀬戸）、船折瀬戸、ひょうたん島、入日の滝
●遊歩道 山桃のこみち、鷲ケ頭山自然研究路、大島自然研究路
●展望スポット 近見山、サンライズ糸山、来島海峡展望館、海山城展望公園、塔ノ峰公園、亀老山展望公園、カレイ山展望公園、立石展望台、多々羅展望台、鼻栗瀬戸展望台、ナガタニ展望台

●公園（自然）

のまうまハイランド、朝倉ダム湖畔緑水公園、大角海浜公園、鴨池海岸公園、星の浦海浜公園、歌仙公園、見近島架橋公園、しまなみアースランド、ふれあいの森「森林館」

●キャンプ場

龍岡キャンプ場、船折瀬戸キャンプ場、鵜小島キャンプ場、多々羅キャンプ場、台キャンプ場

●樹木・花の名所

別名の大楠、大熊寺のノダフジ、医王池の湿地植物、生樹の御門、よしうみバラ公園、開山公園、市民の森・フラワーパーク、玉川湖畔の里、大三島藤公園

●温泉・温浴

湯ノ浦温泉郷、鈍川温泉郷、クアハウス今治、鈍川せせらぎ交流館、マーレ・グラッシア大三島

歴史・文化的資源

●史跡

今治城、小島芸予要塞跡、野々瀬古墳群、妙見山古墳、証明寺跡、コウガ屋敷跡、宝篋印塔等の石塔群、今治藩主の墓、脇屋義助公廟、甘崎城跡、横殿宮跡、来島城跡、能島城跡、みたらしの水

●神社仏閣

延命寺、南光坊、泰山寺、綱敷天満神社、国分寺、栄福寺、仙遊寺、遍照院、加茂神社、高龍寺、禅興寺、喜多浦八幡神社、大山祇神社、阿奈波神社、救世観音堂、姫子島神社

●歴史的建造物

唐子浜の赤灯台、大下島灯台、丹下健三建築群

●歴史・文化施設

村上海賊ミュージアム、朝倉ふるさと美術古墳館、波方歴史民俗資料館、藤山歴史資料館、愛媛文華館、野間仁根バラのミュージアム、伯方ふるさと歴史公園、村上三島記念館、岩田健母と子のミュージアム、伊東豊雄建築ミュージアム、ところミュージアム大三島、河野美術館、玉川近代美術館、大三島美術館、大山祇神社宝物館

●伝統文化・芸能

四国遍路、和太鼓、継ぎ獅子（今治地方春祭り）、お供馬の走り込み、一人角力

●郷土料理及び食文化

鯛めし、せんざんき、いぎす豆腐、今治焼き鳥、今治焼豚玉子飯

産業資源

●産業体験・学習施設

テクスポート今治、かわら館

●特産品

今治タオル、練り製品、桜井漆器、伯方島の塩、菊間瓦、大島石、かんきつ製品

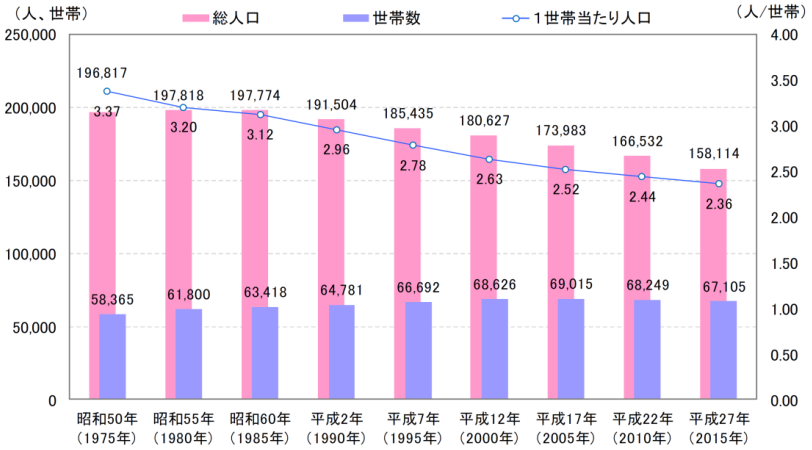
イベント
サイクリングしまなみ、今治伯方島トライアスロン、瀬戸内しまなみ海道スリーデーマーチ、今治市民のまつり「おんまく」

4-2 人口動態と産業動向

4-2-1 人口動態

本市の総人口は、昭和 55 年をピークに一貫して下がり続け、平成 27 年では、158,114 人（平成 22 年比 5.1%減）となっている。また本市の年齢 3 区分別の人口をみると、年少人口は減少し続けており、平成 27 年では 18,816 人（平成 22 年比 9.7%減）に、また、生産年齢人口も昭和 60 年代から減少傾向にあり、平成 27 年では 86,057 人（平成 22 年比 11.9%減）となっている。

一方、老年人口は一貫して増加し続けており、平成 27 年では 52,636 人（平成 22 年比 10.1%増）と、総人口に占める割合が 30%を超え、総人口の減少と少子高齢化の進行に伴い人口構成が徐々に変化している。



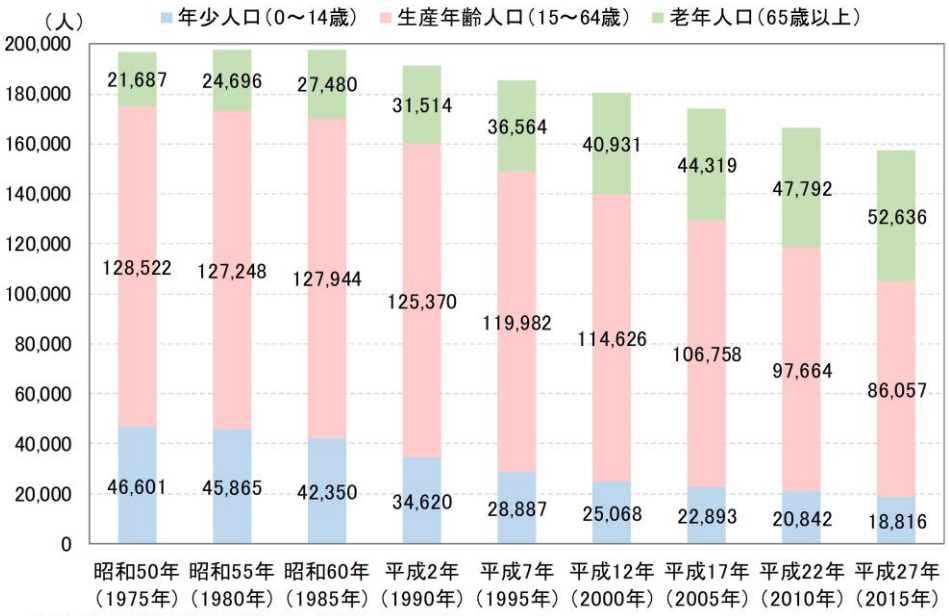
資料：「国勢調査（総務省統計局）」各年10月1日現在

（単位：人、世帯、%）

	昭和50年（1975年）	昭和55年（1980年）	昭和60年（1985年）	平成2年（1990年）	平成7年（1995年）	平成12年（2000年）	平成17年（2005年）	平成22年（2010年）	平成27年（2015年）
総人口	196,817	197,818	197,774	191,504	185,435	180,627	173,983	166,532	158,114
世帯数	58,365	61,800	63,418	64,781	66,692	68,626	69,015	68,249	67,105
1世帯当たり人口	3.37	3.20	3.12	2.96	2.78	2.63	2.52	2.44	2.36
人口・増加数		1,001	−44	−6,270	−6,069	−4,808	−6,644	−7,451	−8,418
人口・増加率		0.5	0.0	−3.2	−3.2	−2.6	−3.7	−4.3	−5.1
世帯・増加数		3,435	1,618	1,363	1,911	1,934	389	−766	−1,144
世帯・増加率		5.9	2.6	2.1	2.9	2.9	0.6	−1.1	−1.7

資料：「国勢調査（総務省統計局）」各年10月1日現在

（上）図 9.総人口・世帯数・1 世帯当たりの人口の推移
（下）表 6.総人口・世帯数・1 世帯当たりの人口の推移と増加率
（出典：今治市人口ビジョン[令和 2 年 3 月改訂]）



資料：「国勢調査（総務省統計局）」各年10月1日現在

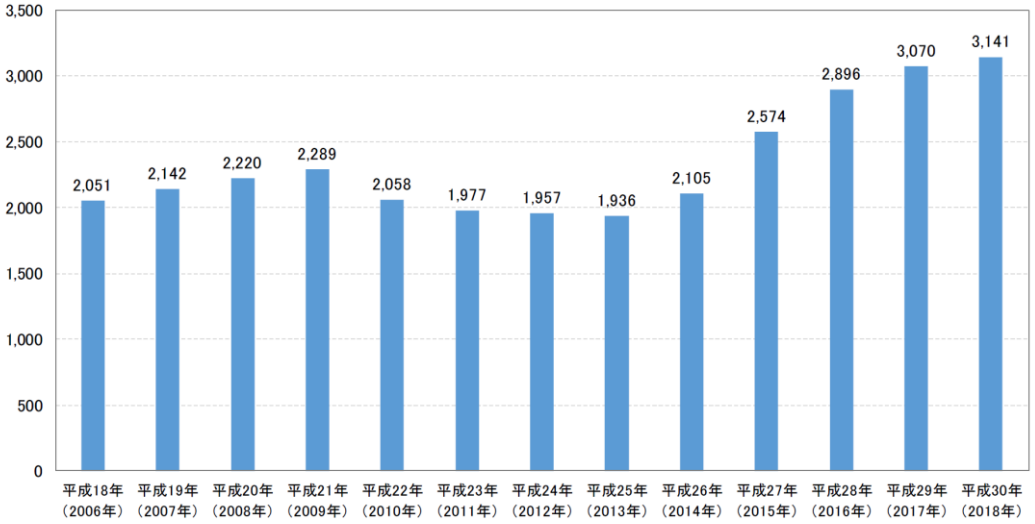
（単位：人、%）

	昭和50年（1975年）	昭和55年（1980年）	昭和60年（1985年）	平成2年（1990年）	平成7年（1995年）	平成12年（2000年）	平成17年（2005年）	平成22年（2010年）	平成27年（2015年）
総人口	196,817	197,818	197,774	191,504	185,435	180,627	173,983	166,532	158,114
年少人口（0～14歳）	46,601	45,865	42,350	34,620	28,887	25,068	22,893	20,842	18,816
生産年齢人口（15～64歳）	128,522	127,248	127,944	125,370	119,982	114,626	106,758	97,664	86,057
老年人口（65歳以上）	21,687	24,696	27,480	31,514	36,564	40,931	44,319	47,792	52,636
年少人口・構成比	23.7	23.2	21.4	18.1	15.6	13.9	13.2	12.5	11.9
生産年齢人口・構成比	65.3	64.3	64.7	65.5	64.7	63.5	61.4	58.6	54.4
老年人口・構成比	11.0	12.5	13.9	16.5	19.7	22.7	25.5	28.7	33.3
年少人口・増加率		−1.6	−7.7	−18.3	−16.6	−13.2	−8.7	−9.0	−9.7
生産年齢人口・増加率		−1.0	0.5	−2.0	−4.3	−4.5	−6.9	−8.5	−11.9
老年人口・増加率		13.9	11.3	14.7	16.0	11.9	8.3	7.8	10.1

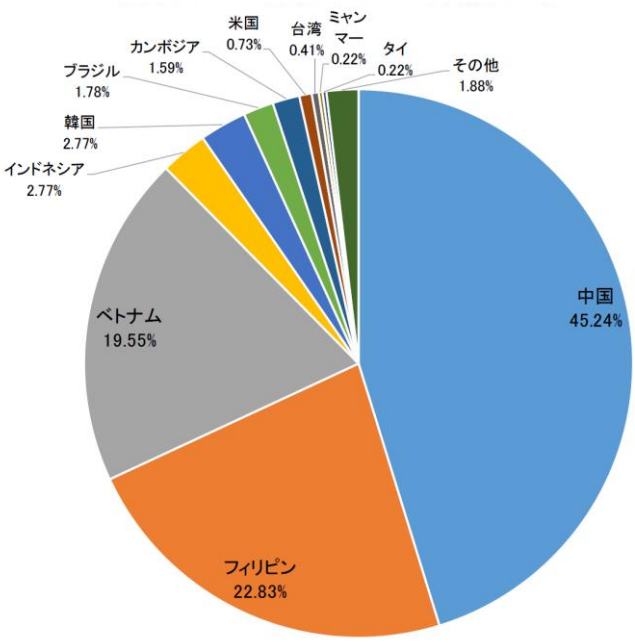
資料：「国勢調査（総務省統計局）」各年10月1日現在
（注）総人口数には、年齢不詳者が含まれるが、区分別人口においては含まない。

（上)図 10.年齢 3 区分別の人口・構成比の推移
（下）表 7.年齢 3 区分別の人口・構成比の推移
（出典：今治市人口ビジョン[令和 2 年 3 月改訂]）

また本市の外国人人口の推移をみると、平成 26 年以降は年々増加しており、平成 30 年では 3,141 人（平成 26 年比 49.2%増）となっている。平成 30 年における国籍別では、中国(45.24%)、フィリピン(22.83%)、ベトナム(19.55%）の 3 カ国で全体の約 88%を占めている。



資料:「平成18年～平成29年は今治市の統計、平成30年は今治市市民課」各年末現在



資料:「今治市市民課調べ」平成30年末現在

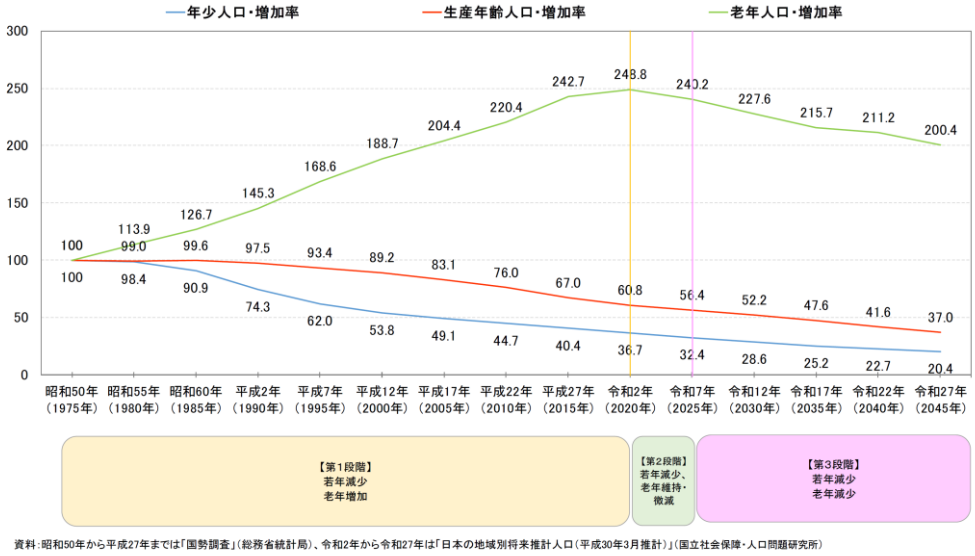
(上)図 11.外国人人口の推移

(下)図 12.外国人人口の国籍別内訳

(出典：今治市人口ビジョン[令和 2 年 3 月改訂])

人口減少の進み方は、地域ごとで異なるが大きく三段階に分けることができる。「第1段階（年少･生産年齢人口減少、老年人口増加)」、「第2段階（年少･生産年齢人口減少、老年人口維持・微減)」、「第3段階（年少･生産年齢人口減少、老年人口減少)」の順を経て進行する。東京都区部や中核市では「第 1 段階」であるが、地方部では既に「第2段階」に、山間部などでは「第3段階」に突入している地域もある。

国勢調査と国立社会保障・人口問題研究所（以下 「社人研」という。）の人口推計（平成30年3月推計）に基づき、年齢3区分別の人口をみると、本市は、現時点では「第1段階」に位置しているとみられるが、令和2年(2020年）に老年人口のピークを迎え「第2段階」に至ると見込まれる。そして令和7年(2025年）には、「第3段階」の本格的な人口減少時代に突入すると考えられる。



資料：昭和50年から平成27年までは「国勢調査」（総務省統計局）、令和2年から令和27年は「日本の地域別将来推計人口（平成30年3月推計）」（国立社会保障・人口問題研究所）

図 13.年齢3区分別の人口の減少予測
（出典：今治市人口ビジョン[令和2年3月改訂]）

4-2-2 産業動向

(1) 産業別人口

本市の産業別就業人口を見てみると、第1次産業の減少が続いており、平成2(1990)年からの20年間で半数以下となっている。

第2次産業において、平成7(1995)年まで3万人台で推移していたが、平成12(2000)年以降減少傾向が顕著になり、第3次産業においても平成 12(2000)年をピークに減少に転じ、市全体の就業人口も減少している。各産業の区分、男女比などは下記表9の通りとなっている。

年次	就業者数				構成比（%）		
	総数	第１次産業	第２次産業	第３次産業	第１次産業	第２次産業	第３次産業
昭和50年	94,488	17,244	36,441	40,622	18.25	38.57	42.99
55	95,178	14,866	35,963	44,292	15.62	37.78	46.54
60	92,688	12,802	34,764	45,073	13.81	37.51	48.63
平成２年	91,579	10,101	35,422	46,024	11.03	38.68	50.26
7	90,254	9,170	33,719	47,297	10.16	37.36	52.40
12	84,721	7,043	29,609	48,048	8.31	34.95	56.71
17	79,938	6,539	26,501	46,659	8.18	33.15	58.37
22	73,907	4,752	23,598	44,236	6.43	31.93	59.85
27	72,296	4,132	22,476	43,800	5.87	31.92	62.21

資料：情報政策課「国勢調査（総務省統計局）」各年10月１日現在
注）　総数には「分類不能の産業」を含む。

表 8.産業(3 部門別)別就業者数の推移
(出典：今治市の統計 平成 30 年度版)

区分		男	女	総数	割合(%)
総数		40,261	32,035	72,296	100.00
第一次産業	農業	2,180	1,417	3,597	4.98
	林業	31	5	36	0.05
	漁業	438	61	499	0.69
	小計	2,649	1,483	4,132	5.72
第二次産業	鉱業、採石業、砂利採取業	134	20	154	0.21
	建設業	5,138	875	6,013	8.32
	製造業	11,198	5,111	16,309	22.56
	小計	16,470	6,006	22,476	31.09
第三次産業	電気・ガス・熱供給・水道業	251	54	305	0.42
	情報通信業	301	135	436	0.60
	運輸業、郵便業	3,082	690	3,772	5.22
	卸売業、小売業	4,936	6,067	11,003	15.22
	金融業、保険業	574	882	1,456	2.01
	不動産業、物品賃貸業	427	345	772	1.07
	学術研究、専門・技術サービス業	1,087	622	1,709	2.36
	宿泊業、飲食サービス業	1,203	2,404	3,607	4.99
	生活関連サービス業、娯楽業	867	1,236	2,103	2.91
	教育、学習支援業	1,109	1,626	2,735	3.78
	医療、福祉	2,174	7,620	9,794	13.55
	複合サービス事業	575	393	968	1.34
	サービス業(他に分類されないもの)	1,844	1,173	3,017	4.17
	公務(他に分類されるものを除く	1,552	571	2,123	2.94
	小計	19,982	23,818	43,800	60.58
分類不能の産業		1,160	728	1,888	2.61

資料：情報政策課「国勢調査（総務省統計局）」平成27年10月１日現在

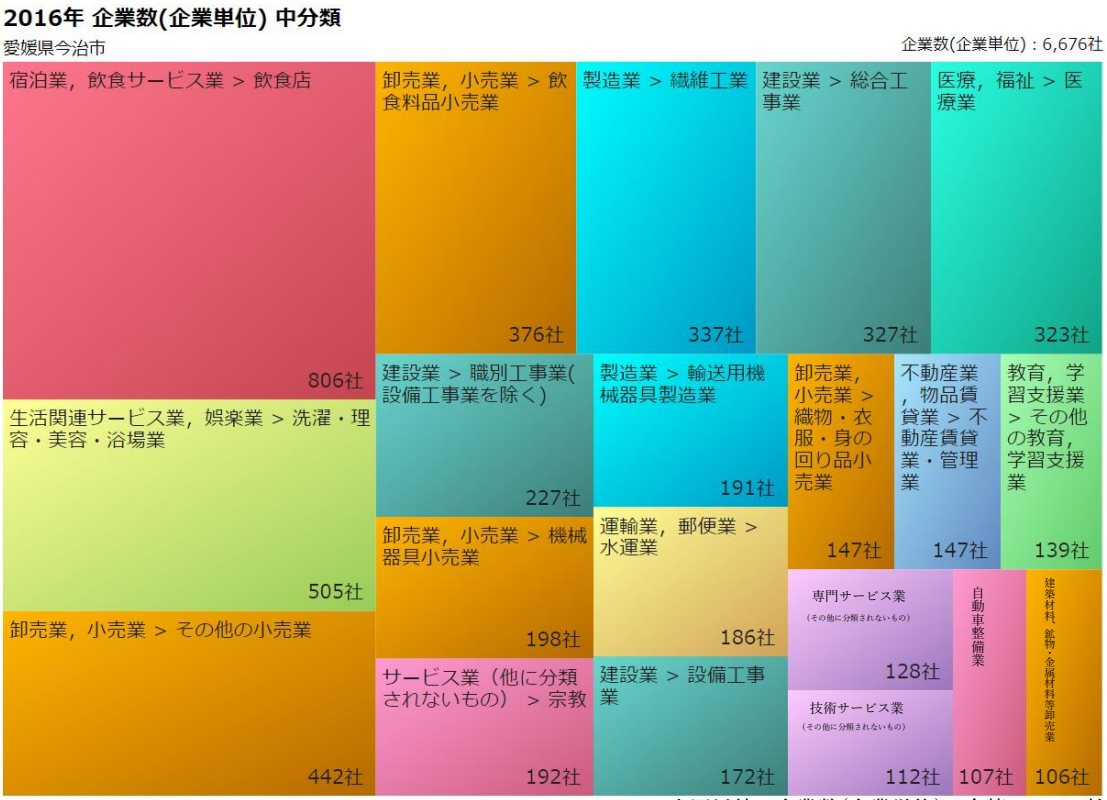
表 9.産業(大分類)別就業者数
(出典：今治市の統計 平成 30 年度版)

(2) 産業構造

「RESAS」によれば、2016 年の本市の産業構造は以下のとおりとなっている。まず、中分類における企業数の分類をみると本市では「飲食店」が最も多く 806 社となっている。また次に「洗濯・理容・美容・浴場業」が 505 社、「その他の小売業」が 422 社と続く。次いで「飲食料品小売業」が 376 社、「繊維工業」が 337 社、「総合工事業」が 327 社、「医療業」が 323 社と続く。この様に企業数でみると、本市はサービス業・製造業の会社数が多いことが分かる。

一方で従業者数が多いのは「医療業」で 5,491 人、「輸送用機械器具製造業」が 5,481 人、「繊維工業」が 4,343 人、「飲食店」が 3,713 人、「その他の小売業」が 3,543 人であることが分かる。この様に「医療業」と「輸送用機械器具製造業」が本市の雇用を吸収していることが分かる。最後に付加価値額をみると、「輸送用機械器具製造業」が 89,663 百万円、「医療業」が 21,471 百万円、「飲食料品卸売事業」が 20,129 百万円と続く。この様な産業が本市の所得を生み出していることが分かる。

図 14.今治市の産業構造[(本頁)企業数・(次頁上)従業者数・(次頁下)付加価値額]
(出典：RESAS)

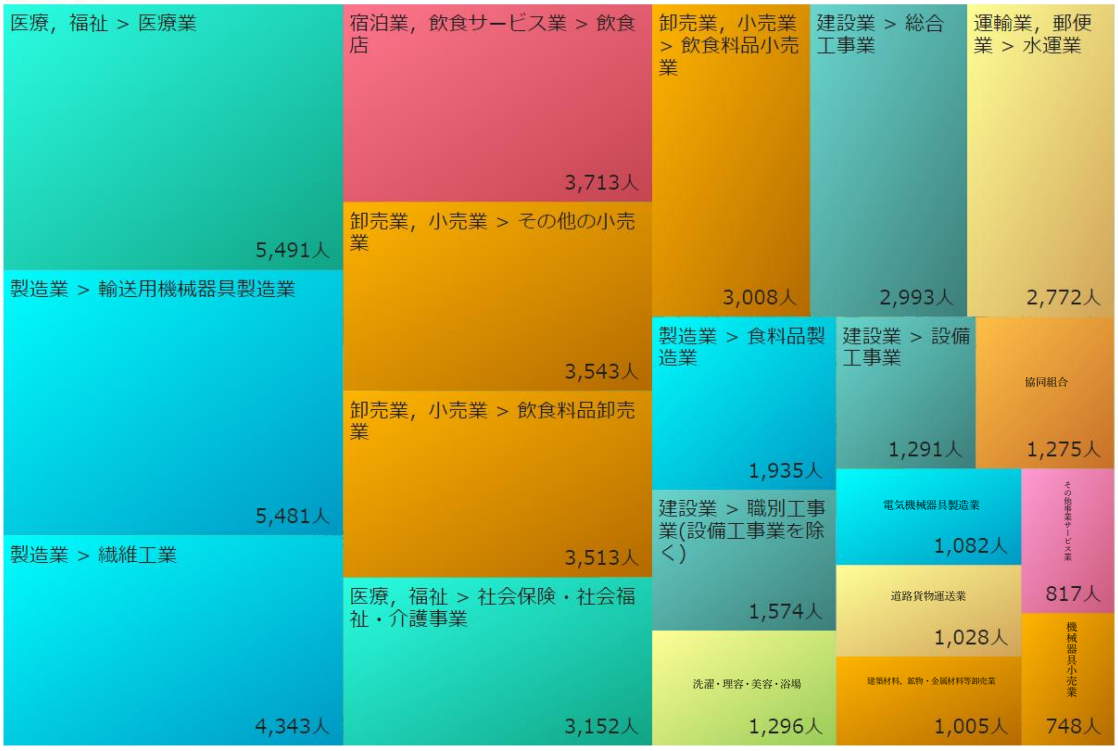


上図以外の企業数(企業単位)の合算：1,508 社

2016年 従業者数(企業単位) 中分類

愛媛県今治市

従業者数(企業単位)：64,755人

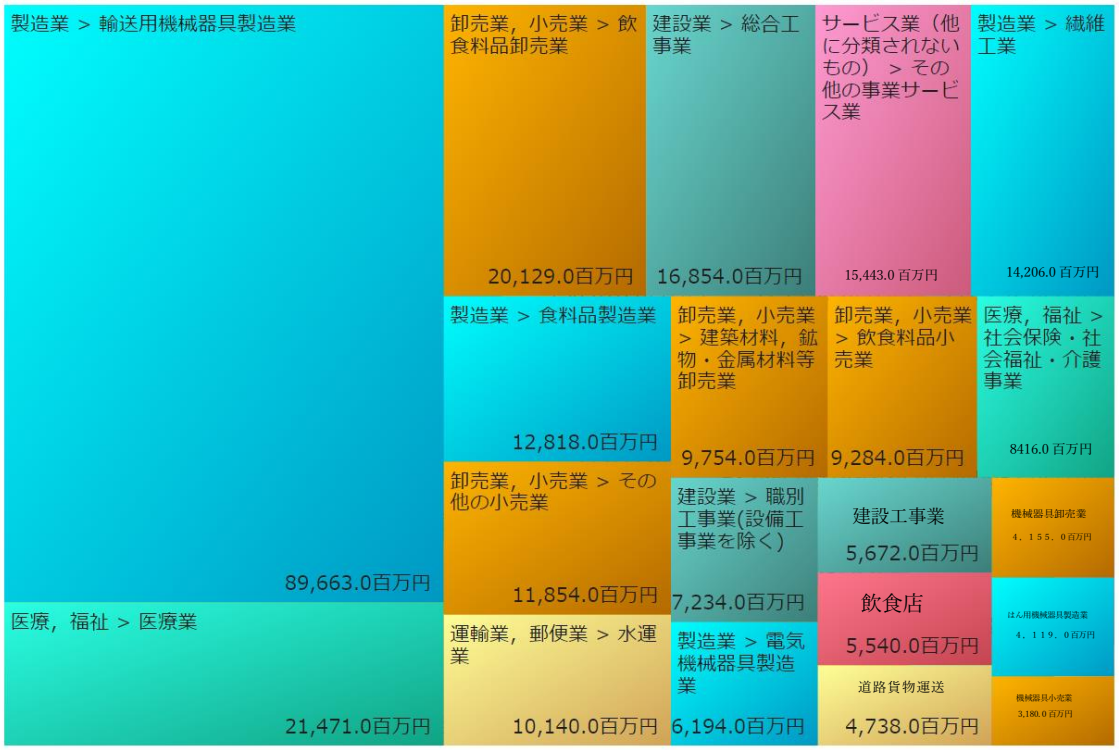


上図以外の従業者数(企業単位)の合算：14,695 人

2016年 付加価値額(企業単位) 中分類

愛媛県今治市

付加価値額(企業単位)：338,160百万円



上図以外の付加価値額(企業単位)の合算：57,295 百万円

(3) 観光振興による産業活性化の方策

下図は RESAS データで作成された本市の地域経済循環図である。これによると、本市は経済循環率が 100%を超えており(地域経済循環率 104.8%)、一度得られた外貨は域内を循環する構造が読み取れる。

経済振興策による地域活性化には、2 つのポイントがある。1 つは外貨の獲得量、もう 1 つは産業同士の連関度である。この連関度が地域経済活性化においては重要な意味合いを持っており、地域での経済波及効果を高めるためには、観光消費額だけでなく、観光消費を通じて提供される財・サービスに関する域内調達率(どれだけ今治市産の財が、生産に用いられているのか)が重要となる。

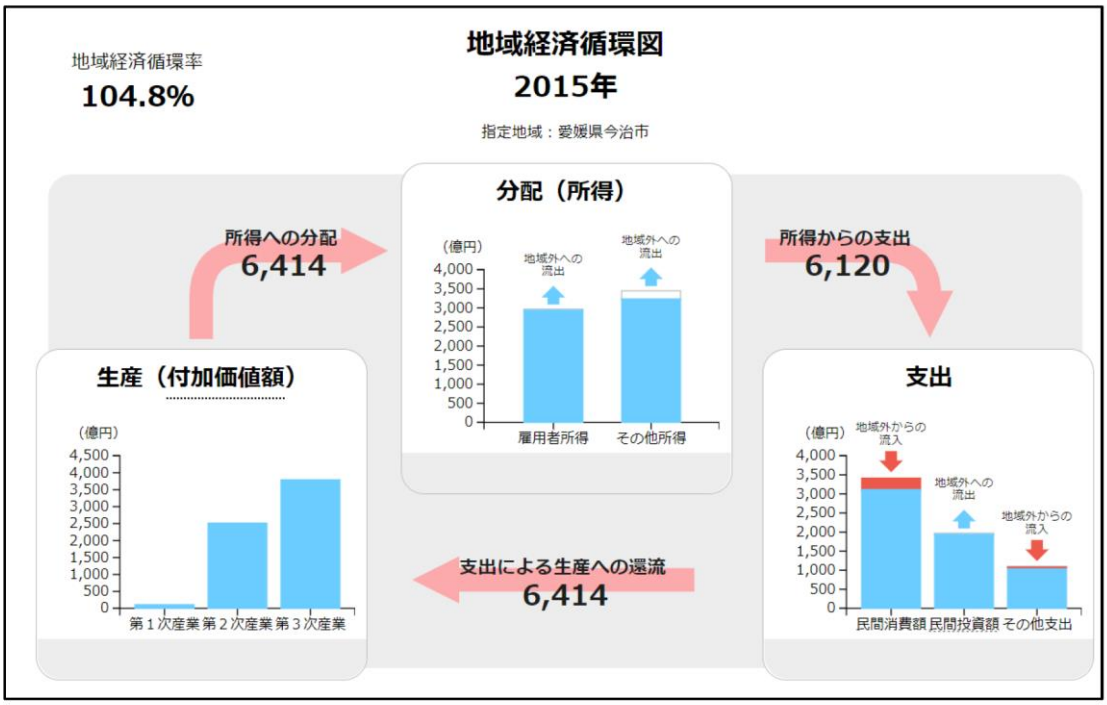


図 15.今治市の地域経済循環図
(出典：RESAS)

4-3 観光市場の動向

4-3-1 世界市場の動向

UNWTO「Tourism Highlights 2019 Edition」によれば、2019 年の世界の国際旅行者到着数は前年比約 5%増加の 14 億人となり、世界の国際観光収入は前年比約 4%増加 1 兆 7,000 億 US ドルとなった。

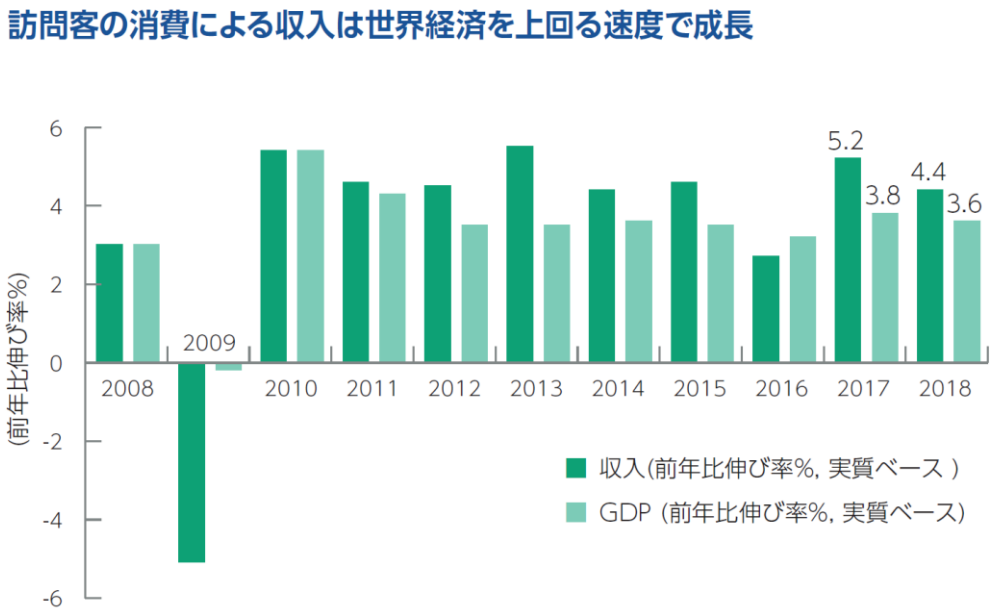
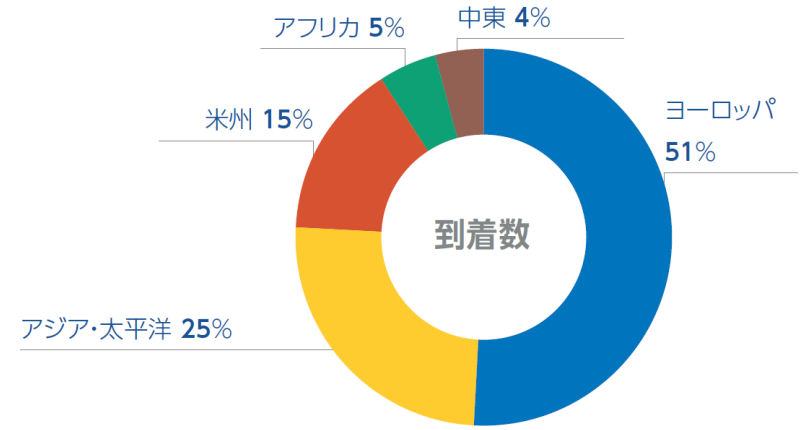
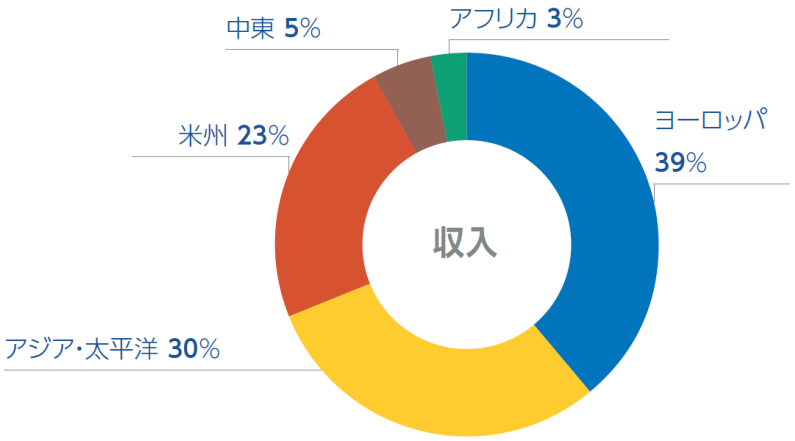


図 16.国際観光収入および世界の GDP(前年比伸び率%)
(出典：UNWTO「Tourism Highlights 2019 Edition」)





(上)図 17.国際観光到着数 2018(%シェア)
(下)図 18.国際観光収入 2018(%シェア)
(出典：UNWTO「Tourism Highlights 2019 Edition」)

この国際旅行者到着数の地域別のシェアはヨーロッパが 51%、アジア･太平洋が 25%、米州が 15%、アフリカが 5%、中東が 4%となっている（図 17)。これを国別に見てみると、1 位はフランス、2 位はスペイン、3 位は米国、4 位は中国、5 位はイタリア、6 位はトルコ、7 位はメキシコ、8 位はドイツ、9 位はタイ、10 位は英国となっている（図 20)。一方で、世界の国際観光収入の地域別のシェアはヨーロッパが 39%、アジア・太平洋が 30%、米州が 23%、中東が 5%、アフリカが 3%となっている（図 18)。これを国別に見てみると、1 位が米国、2 位がスペイン、3 位がフランス、 4 位がタイ、5 位が英国、6 位がイタリア、7 位がオーストラリア、8 位がドイツ、9 位が日本、10 位が中国となっており、国際観光収入のランキング 9 位にてやっと日本が登場する（図 20)。

また国際的な移動手段の内訳は 58%が「空路」、37%が「道路」、4%が「航路」、2%が「鉄道」となっている。また国際旅行の目的の内訳は 56%が「レジャー、レクリエーション、休暇」、27%が「知人・親戚等訪問（VFR)、健康、宗教、その他」、13%が「ビジネス及び業務」、4%が「その他」となっている（図 19)。

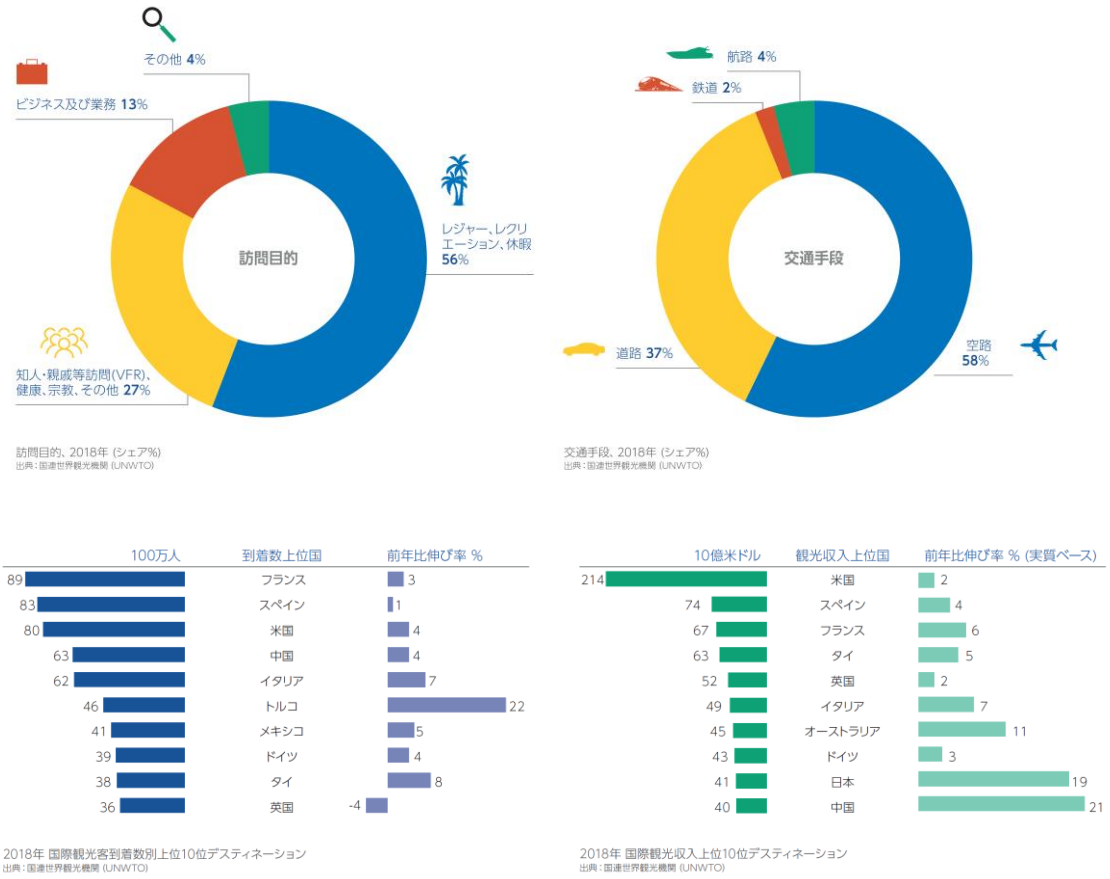
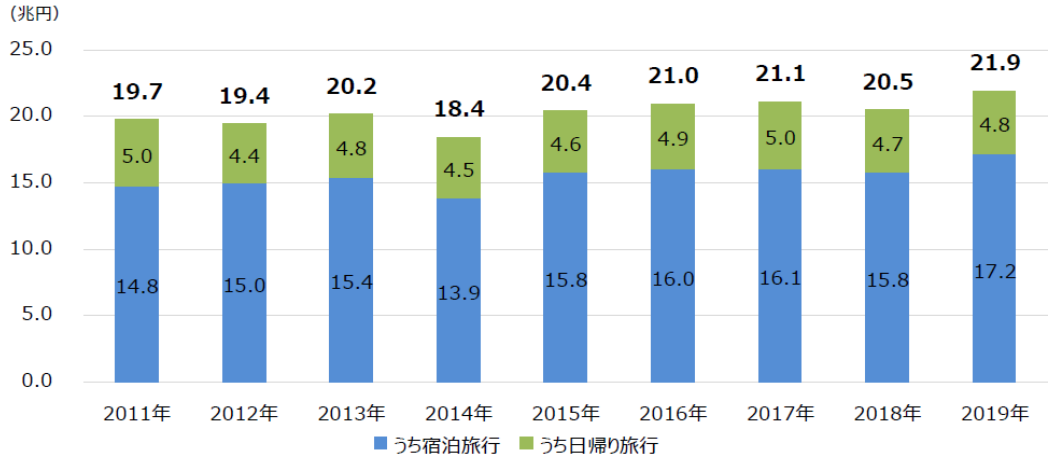


図 19.世界の観光市場動向[訪問目的・交通手段]

図 20.国際観光客到着数別上位 10 位デスティネーション・
国際観光収入上位 10 位デスティネーション
（出典：UNWTO「Tourism Highlights 2019 Edition」）

4-3-2 日本の観光市場

2019 年の日本人国内旅行消費額は 21 兆 9,312 億円（前年比 7.1%増）となった。日本人国内旅行消費額のうち、宿泊旅行消費額は 17 兆 1,560 億円（前年比 8.6%増)、日帰り旅行消費額が 4 兆 7,752 億円（前年比 2.0%増）となった。



国内旅行全体			うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	消費額	前年比	消費額	前年比	消費額	前年比
2011年	197,369	-3.4%	147,841	-3.8%	49,529	-2.2%
2012年	194,208	-1.6%	149,710	+1.3%	44,498	-10.2%
2013年	201,871	+3.9%	154,101	+2.9%	47,770	+7.4%
2014年	184,204	-8.8%	138,909	-9.9%	45,295	-5.2%
2015年	204,090	+10.8%	158,120	+13.8%	45,970	+1.5%
2016年	209,547	+2.7%	160,335	+1.4%	49,212	+7.1%
2017年	211,130	+0.8%	160,798	+0.3%	50,332	+2.3%
2018年	204,834	-3.0%	158,040	-1.7%	46,794	-7.0%
2019年	219,312	+7.1%	171,560	+8.6%	47,752	+2.0%

図 21.日本人国内観光消費額及び前年比(単位：億)

表 10.日本人国内観光消費額の推移(宿泊旅行・日帰り旅行)

(出典：観光庁「旅行・観光消費動向統計調査(2019)」)

2019 年の日本人国内延べ旅行者数は 5 億 8,710 万人（前年比 4.5%増)、うち宿泊旅行が 3 億 1,162 万人（前年比 7.1%増)、日帰り旅行が 2 億 7,548 万人（前年比 1.8%増）となった。また 2019 年の日本人国内旅行の 1 人 1 回当たり旅行単価は 37,355 円/人(前年比 2.4%増)、宿泊の有無で見ると、宿泊旅行が 55,054 円/人(前年比 1.4%増)、日帰り旅行が 17,334 円/人（前年比 0.3%増）となった。

国内旅行全体			うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	延べ旅行者数	前年比	延べ旅行者数	前年比	延べ旅行者数	前年比
2011年	61,253	-3.0%	31,356	-1.3%	29,896	-4.8%
2012年	61,275	+0.0%	31,555	+0.6%	29,720	-0.6%
2013年	63,095	+3.0%	32,042	+1.5%	31,053	+4.5%
2014年	59,522	-5.7%	29,734	-7.2%	29,788	-4.1%
2015年	60,472	+1.6%	31,299	+5.3%	29,173	-2.1%
2016年	64,108	+6.0%	32,566	+4.0%	31,542	+8.1%
2017年	64,751	+1.0%	32,333	-0.7%	32,418	+2.8%
2018年	56,178	-13.2%	29,105	-10.0%	27,073	-16.5%
2019年	58,710	+4.5%	31,162	+7.1%	27,548	+1.8%

国内旅行全体			うち宿泊旅行		うち日帰り旅行	
	旅行単価	前年比	旅行単価	前年比	旅行単価	前年比
2011年	32,222	-0.4%	47,149	-2.6%	16,567	+2.8%
2012年	31,695	-1.6%	47,444	+0.6%	14,972	-9.6%
2013年	31,995	+0.9%	48,094	+1.4%	15,383	+2.7%
2014年	30,947	-3.3%	46,717	-2.9%	15,206	-1.2%
2015年	33,750	+9.1%	50,520	+8.1%	15,758	+3.6%
2016年	32,687	-3.2%	49,234	-2.5%	15,602	-1.0%
2017年	32,606	-0.2%	49,732	+1.0%	15,526	-0.5%
2018年	36,462	+11.8%	54,300	+9.2%	17,285	+11.3%
2019年	37,355	+2.4%	55,054	+1.4%	17,334	+0.3%

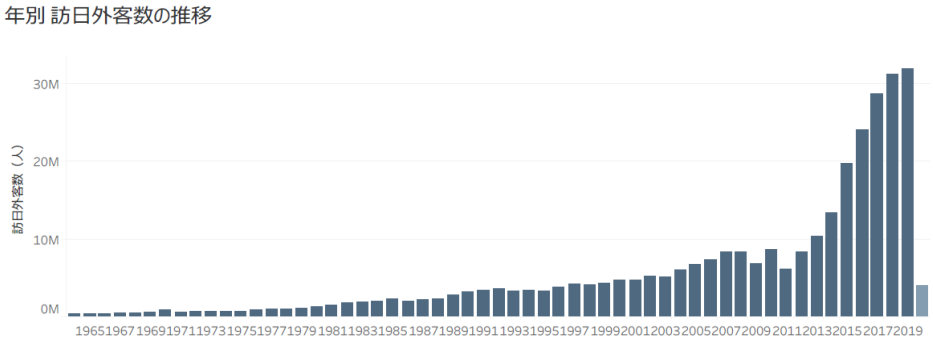
表 11.日本人国内延べ旅行者数および前年比(単位：万人)

表 12.日本人国内旅行の 1 人 1 回当たり旅行単価及び前年比(単位：人)

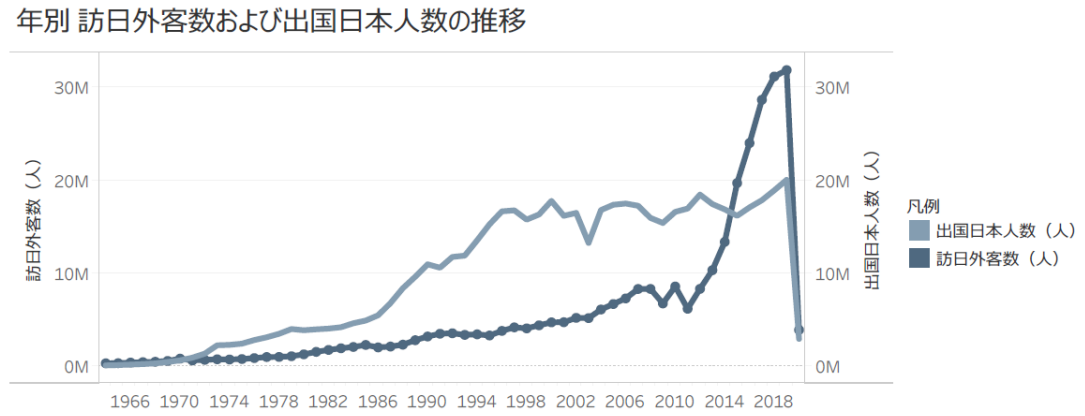
(出典：観光庁「旅行・観光消費動向統計調査(2019)」)

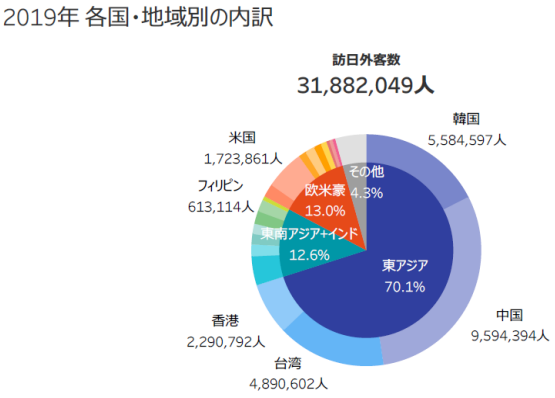
訪日外客数は近年急増しており、2019 年は 31,882,049 人であった。訪日外国人の国籍は以下の構成となっている。こうした訪日外客数増加は 2010 年代前半から始まり 2010 年代中盤には出国日本人数を超えた。また、各国・地域別の内訳を見ると、東アジアが約７０％を占めている。しかし、2020 年は新型コロナウイルスの世界的な蔓延により、訪日外客数及び出国日本人数はともに激減している。

© 日本政府観光局（JNTO）



© 日本政府観光局（JNTO）



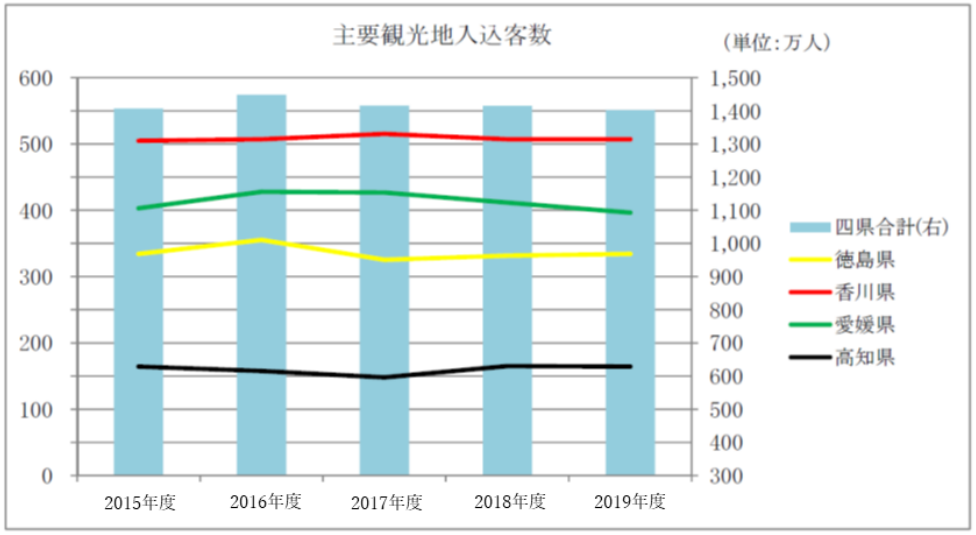


(上)図 22.年別訪日外客数の推移　(中)図 23.年別訪日外客数及び出国日本人数の推移
(下)図 24.2019 年各国地域別の内訳(出典：JNTO「日本の観光データ」)

4-3-3 四国の観光市場

令和元（2019）年度の四国の主な観光施設合計では、観光客数は 1,402 万人となり、対前年度比では、0.9%の減少となった。四県の内訳では徳島県は 0.8%の増加、香川県は 0.04%の増加、愛媛県は 3.6%の減少、高知県は 0.6%の減少となった。

また、令和元(2019)年度に四国の主要な観光施設を訪れた外国人観光客数は 503,795 人、対前年度比 100.3%であった。このうち 4 月～1 月は 482,120 人、対前年度比 117.0%であったが、2 月～3 月は 21,675 人、対前年度比 24.1%と急減した。これは、新型コロナウイルスの世界的な蔓延により訪日外客数が激減したことによるものである。



	2018年度（万人）	2019年度（万人）	増減率（%）	施設が挙げる増減の主な要因	
徳島県	332	334	0.8	【増加】	GW10連休
				【減少】	天候不良、新型コロナ
香川県	507	507	0.04	【増加】	瀬戸内国際芸術祭、GW10連休
				【減少】	お盆時期の台風、新型コロナ
愛媛県	411	396	▲ 3.6	【増加】	H30.7月豪雨の平準化、GW10連休 しまなみ海道開通20周年ｲﾍﾞﾝﾄ
				【減少】	お盆時期の台風、新型コロナ
高知県	165	164	▲ 0.6	【増加】	GW10連休、施設のリニューアル
				【減少】	お盆時期の台風、新型コロナ
四県合計	1,415	1,402	▲ 0.9		

（上）図 25.主要観光地入込客数推移(下）表 13.四国における主要観光地入込客数
（出典：四国運輸局「令和元年度 四国の主要観光地入込状況について」）

四国の主要な観光施設を訪れた外国人観光客　（人）

期間	4月～1月	2月～3月	合計
2018年度	412,049	90,063	502,112
2019年度	482,120	21,675	503,795
増減数	70,071	-68,388	1,683
対比	117.0%	24.1%	100.3%

※60施設中、回答のあった28施設の合計

表 14.四国の主要な観光施設を訪れた外国人客

（出典：四国運輸局「令和元年度 四国の主要観光地入込状況について」）

今治市観光振興計画

令和２年１２月

発行：今治市

〒794-8511 愛媛県今治市別宮町１丁目４番地１

TEL 0898-32-5200　FAX 0898-32-5211

編集：今治市産業部観光課

今治市