

アイアイ・エクスプローラー2025
プロジェクトチーム
最終報告

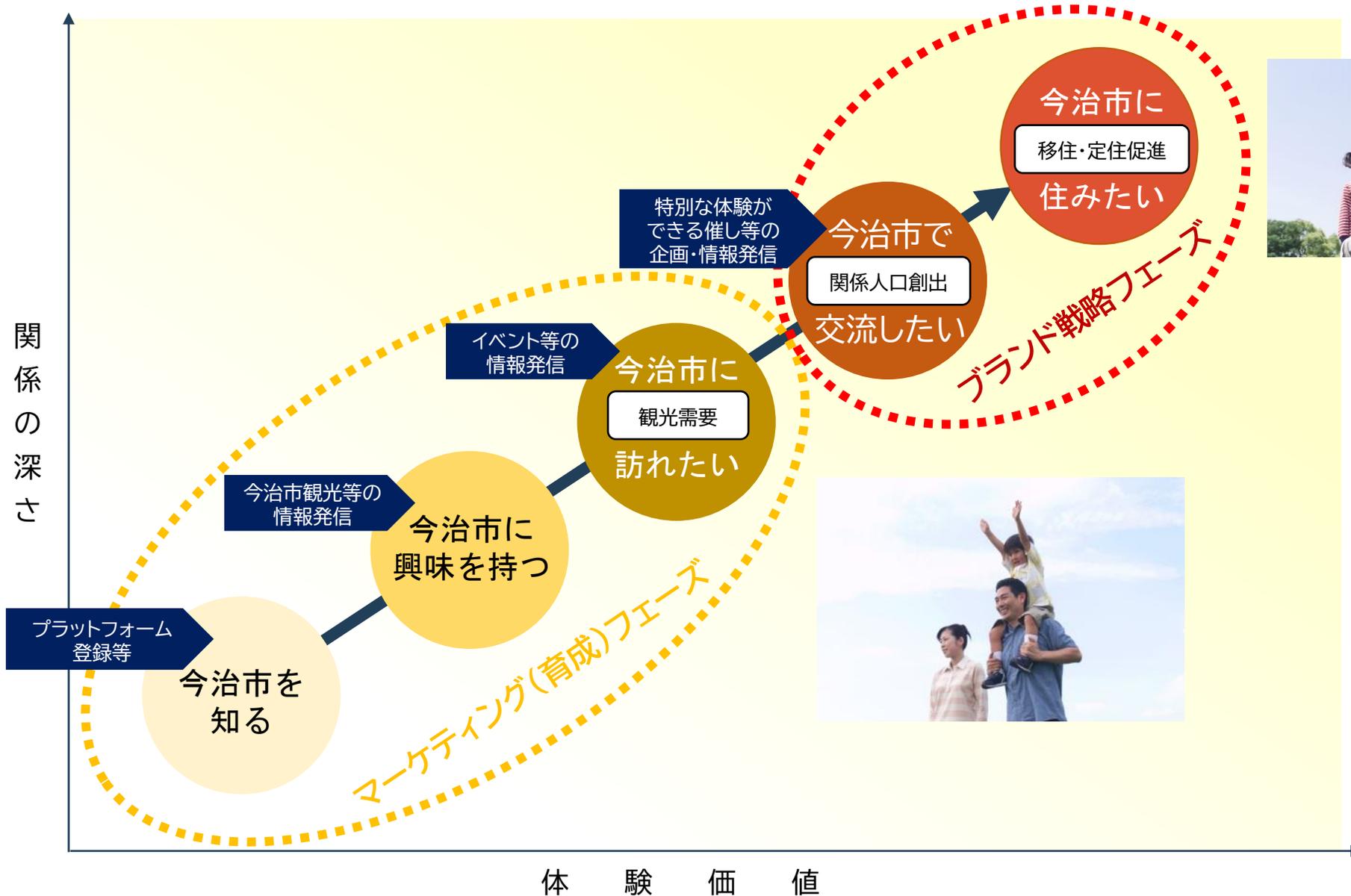
我々が目指すゴール

体験価値を高める地域ブランド育成

「今治市を訪れたい」というニーズを引き出したい

地域ブランド育成（プロセス構築のイメージ）

アイアイ・エクスプローラー2025



大阪・関西万博(EXPO2025)に国内外から多数の来場者が訪れることが予想されていることを踏まえ、本市の豊かな観光・地域資源の**戦略的なPRと誘客に結びつけるためのブランディングやインバウンド推進施策等**についての調査・検討を行い、「アイアイ・エクスプローラー2025」としてまとめる

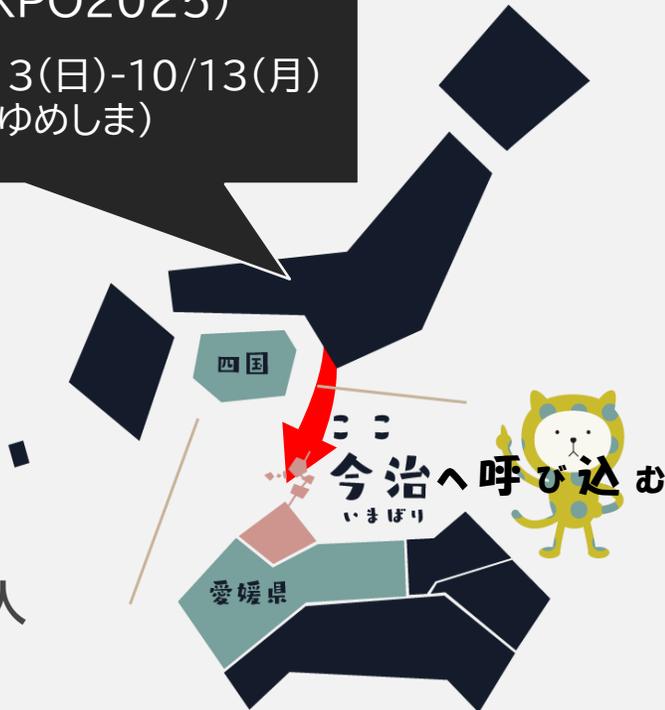
要求

大阪・関西万博(EXPO2025)

開催期間：2025/4/13(日)-10/13(月)
開催場所：大阪 夢洲(ゆめしま)

 海外来場者
約350万人

 国内来場者
約2,820万人

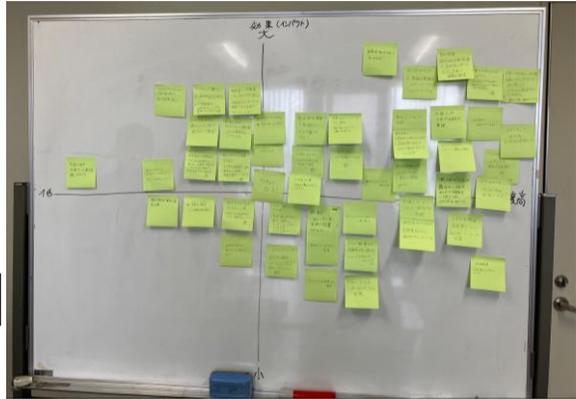


ターゲット

- 1 万博に来場した国内外からの観光客
- 2 松山空港を経由して万博に来場しようとする国外からの観光客
- 3 万博期間中、関西圏域が抱える課題に対し解決・貢献を検討する企業
- 4 万博が起点となり今治に興味を持った国内外からの観光客

現状(問題・課題)および施策分析(SWOT)

アイアイ・エクスプローラー2025



		外部要因	
		機会(O)	脅威(T)
		①万博による消費拡大 ②関西圏域において、万博開催期間中の時差出勤、在宅勤務の協力呼びかけ ③ICTを使った情報発信の影響力拡大 ④インバウンドの回復 ⑤観光客の温泉に対する根強いニーズ ⑥観光客の“コト消費”“トキ消費”ニーズの高まり	①岡山市から広島市間+四国の都市は、岡山・倉敷市、広島市に比べ観光客の伸び悩み(地域ブランド戦略が弱い) ②地方創生による地域間競争の激化 ③今治市の観光入込客は、季別でバラつき
内部要因	強み(S)	①今治市は、瀬戸内地域の「中心」かつ本州側からの観光客の「入口」であるという地理的・アクセス的優位 ②デュアルスクール制度既導入 ③歴史的価値のある文化財の存在 ④温暖な気候 ⑤多島美景観と風光明媚なサイクリングロード ⑥良質な温泉資源(泉質) ⑦豊富な海資源(安心なビーチ、急潮) ⑧多彩な著名人との繋がり ⑨“Imabari”知名度の高さ	方向性 チャンスありのため進出する ●“ササ飯”を商品として深化 ●体験価値(ワーケーション)による地域ブランド創造のプロセスを構築 ↓ 具体策 ★提案② ササ飯デジタルクーポンで今治をお得に堪能 ★提案③ 大阪・関西万博を起点にした Work×IMA-Variation の推進
	弱み(W)	①国内外へのプロモーション力が弱い(情報到達度が低い) ②観光促進の視点に立った様々な役割の人の連携が希薄 ③宿泊キャパシティが未だ少ない	方向性 機会に乗じて弱みを克服・強化する ●アナログ手法で五感に働きかけるPR活動を行う ●関西圏でのプロモーション強化による誘客 ↓ 具体策 ★提案① PRブース出展で今治ファンの掘り起し
			方向性 強みを生かして脅威を回避する ●“Imabari”をブランドとして前面に打ち出した観光コンテンツの造成 ↓ 具体策 ★提案① IMABARI WEEK で今治らしさを満喫
			方向性 チャンスなしのため撤退する ●誘客+αは、ヒトの移動が多い時期を狙わない ↓ 具体策 ★提案 宿泊型観光客の増加が見込める(GWや大規模イベント開催を除いた)時期に実施

提案①

IMABARI WEEK

今治らしさを満喫できる7日間

PR DAYS in大阪 (5月頃)

IMABARI WEEK
(10.19-10.25)

万博開催期間(4.13-10.13)

提案① IMABARI WEEK で今治らしさを満喫

アイアイ・エクスプローラー2025

1 目的

多くの体験で「10月といえば今治」を定着化する

2 ターゲット

国内外からの観光客（主に関西圏域在住者や万博来場者）

3 内容

10月第4週に、国際サイクリング大会とIMBARI WEEKを隔年開催する
市域の産官民が協力した一体的な実施で、今治らしさを満喫できる7日間にする

※テーマ例：今治ミニ万博(令和7年)



10/19(日)	10/20(月)	10/21(火)	10/22(水)	10/23(木)	10/24(金)	10/25(土)
既存イベント連動開催  スポーツイベント 郷土芸能(継ぎ獅子)	 タオル工業	 農林水産業	 窯業・エネルギー産業	 桜井漆器・食品産業	 海運・造船業・石材業	既存イベント連動開催  フィナーレイベント 台湾夜市

官民施設利用(割引)

今治城・温泉・観潮船(干満差大の時期)・レンタサイクル・美術館・博物館・アシスタジアム見学など

4 期待される効果

市内宿泊需要の喚起

提案① IMABARI WEEK で今治らしさを満喫

アイアイ・エクスプローラー2025

IMABARI WEEK フィナーレイベント

台湾夜市

1 目的

インバウンド誘客を促進する

2 ターゲット

台湾・韓国等の外国人観光客
市内在住外国人

3 内容

ドンドビ芝っち広場で「台湾夜市 in IMABARI」を開催する



松山空港国際線利用者の市内宿泊を促進
市内在住外国人も主役としてイベントに参加(外国人も真ん中)



4 期待される効果

台湾 🇹🇼・韓国 🇰🇷 →
松山空港 → 今治



来る

台湾夜市の開催
→ 宿泊型観光

- ✓ 消費額増加
- ✓ 外国人にとって居心地のよい場所に変化

泊まる



SETOUCHI MINATO
Marché
せとうちみなとマルシェ
翌日 日曜日開催
せとうちみなとマルシェ

相乗効果

関西PRブース出展

1 目的

プッシュ型情報発信で、**今治ファンの掘り起こし**

2 ターゲット

関西圏域在住者・滞在者(大阪・関西万博の来場者を想定)

3 内容

大阪にブース出展し、「**地域資源×イベント**」情報を発信

- ✓ 職員 & **今治を熟知する通訳の派遣**(英語・中国語・韓国語)
- ✓ 特産品の販売(タオル、みかんジュース蛇口など)
- ✓ ふるさと納税相談窓口の設置
- ✓ ロードバイク展示、アンケート回答者抽選会



設置場所 候補①



設置場所 候補②



4 期待される効果

顧客ニーズを把握しながら情報を届けられる

提案②

地方創生インターンシッププログラム「TURE-TECH」考案

ササ飯(ととのう、今治。)

デジタルクーポン

今治をお得に堪能できる割引券

市支援による普及拡大を促進

近い将来の自走に向けて取組…

万博開催期間(4.13-10.13)

提案② ササ飯デジタルクーポンで今治をお得に堪能

アイアイ・エクスプローラー2025

1 目的

今治市への訪問と、市内での消費活動を促進する

2 ターゲット

国内外からの観光客
〔 海外 → 松山空港 → 関西万博 〕
〔 国内 → 愛媛県内 〕

3 内容

TURE-TECHメンバーにPR協力を依頼する
ササ飯デジタルクーポンをオンライン販売し、登録店舗でサービスを提供する



ササ飯 ととのう、今治。

参考 物味湯産手形とは



(一社)長野県観光機構「物味湯産手形とは」,信州物見遊山手形.<https://www.monomiyusan.jp/about>.(参照2025-2-28)



4 期待される効果

スマホひとつで「手軽・便利・お得な旅」の実現化で観光客数の増加 / 購買行動の活性化による観光消費単価の向上

提案③

Work × IMA-Variation

大阪・関西万博を起点にしたワーケーション推進

Innovation

革新

+

Motivation

意欲・刺激

+

Activation

活性化

提案③ 大阪・関西万博を起点にしたワーケーション推進

なぜいまワーケーションに取り組むのか・・・？

万博開催期間中の交通混雑緩和(TDM)への取り組み

移動量・配送量を削減	オフピーク時期・時間帯へ変更	交通混雑を避けた場所・ルートへ変更
万博会場が混雑する期間に、会場周辺等で、移動量等を削減する取組により、鉄道や道路での交通混雑を緩和	万博会場が混雑する期間や来場者のピーク時間帯を避けた取組により、鉄道や道路での交通混雑を緩和	Osaka Metro中央線や阪神高速道路等の混雑区間を避けた取組により、鉄道や道路での交通混雑を緩和
 テレワーク	 時差出勤	 通勤ルートの変更 (混雑区間を迂回)
 在宅勤務	 フレックスタイム	 配送ルートの変更
 オンライン会議の 推進	 商談・打合せ時間の 調整	 影響の低いエリア にある倉庫の活用 など
 共同配送	 リードタイム (納品時期・時間)の 変更	
 イベント開催場所・ 時期の変更	 配送時間の変更	
など	など	

“2025年大阪・関西万博 交通円滑化推進会議(第3回)「万博TDMトライアル」のチャレンジ”.公益社団法人関西経済連合会.2024-8-30.
<https://www.kankeiren.or.jp/topics/2024/08/2025-503.html>,
(参照2025-02-28)

POINT1

万博期間中における
テレワーク需要



POINT2

地域解決型
ワーケーション需要



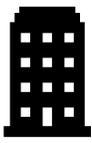
ワーケーションを実施する先進自治体の声は・・・？

ワーケーションのトレンドは「地域課題解決型」
情報収集のため、WAJ(ワーケーション自治体協議会)に参加してみてもどうか？



先進自治体

一方、企業は・・・



企業

補助金をもらうよりは、企業の人に来てくなるようなイベント をしてもらった方が今治に行きやすい

この数年大三島でワーケーションをしているが、今後も 今治市で続けるには工夫が必要

新たな課題として
再検討が必要！

提案③ 大阪・関西万博を起点にしたワーケーション推進

アイアイ・エクスプローラー2025

1 目的

万博開催関連の施策(TDM)など、今後の全国的な動きをチャンスと捉えワーケーションを推進する

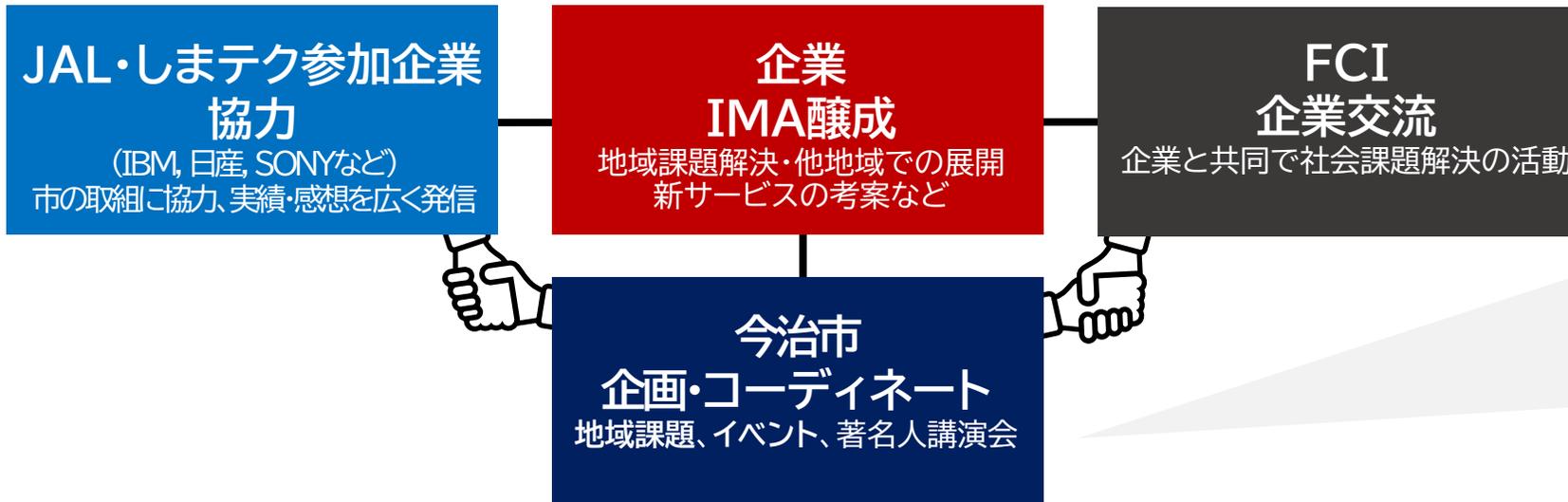
2 ターゲット

企業(主に関西圏域)

3 内容

WAJ(ワーケーション自治体協議会)や官民協議会等へ参加して情報収集イベント等を企画し、既関係企業やFCIに協力を依頼する

多様な環境に恵まれた今治で、**社員の好奇心を刺激し、創造性を高め、意欲を向上**させる



4 期待される効果

マーケティング活動を通じた**関係人口の創出・移住定住の促進**
企業は、社会課題解決に貢献しながら**企業価値を向上**

例:ワーケーションイベントの開催

1DAYごとのテーマで**座学**や**FW**を実施

DAY1 少子化による学校の統廃合
廃校の活用法を考える

DAY2 離島
関前諸島の現状をFW



DAY3 後継者不足
事業継承に悩む市内の事業者の声を聞く

✓様々な地域課題を視察することで、**地域の“リアル”に触れてもらう**

✓課題に取り組む行政担当者やゲストとの**交流会**を実施



ご静聴ありがとうございました

インタビューにご協力いただいた皆様、ありがとうございました！

- 和歌山県 地域振興部 地域政策局 地域振興課 移住戦略推進班 ご担当者様
- 和歌山市 企画政策部 移住定住戦略課 ご担当者様
- (株)しまなみリーディング ご担当者様
- (株)オオシマスペース ご担当者様
- 日本IBM(株) 「しまテク」ご担当者様
- 日産自動車(株) 「しまテク」ご担当者様
- SONY(株) 「しまテク」ご担当者様
- (株)A T O M i c a ご担当者様
- P a r k B i z ご担当者様
- (株)ワカヤマモリ舎 ご担当者様
- (株)ファミリーマート ご担当者様
- 日本航空(株) ご担当者様
- 今治市 総合政策部 企画政策局 市民が真ん中課
交流振興局 観光課、サイクルシティ推進課
地域振興部 しまなみ振興局 しまなみ振興課
産業部 産業政策局 i. i. imabari ! 推進課