

松山市観光振興計画の策定について

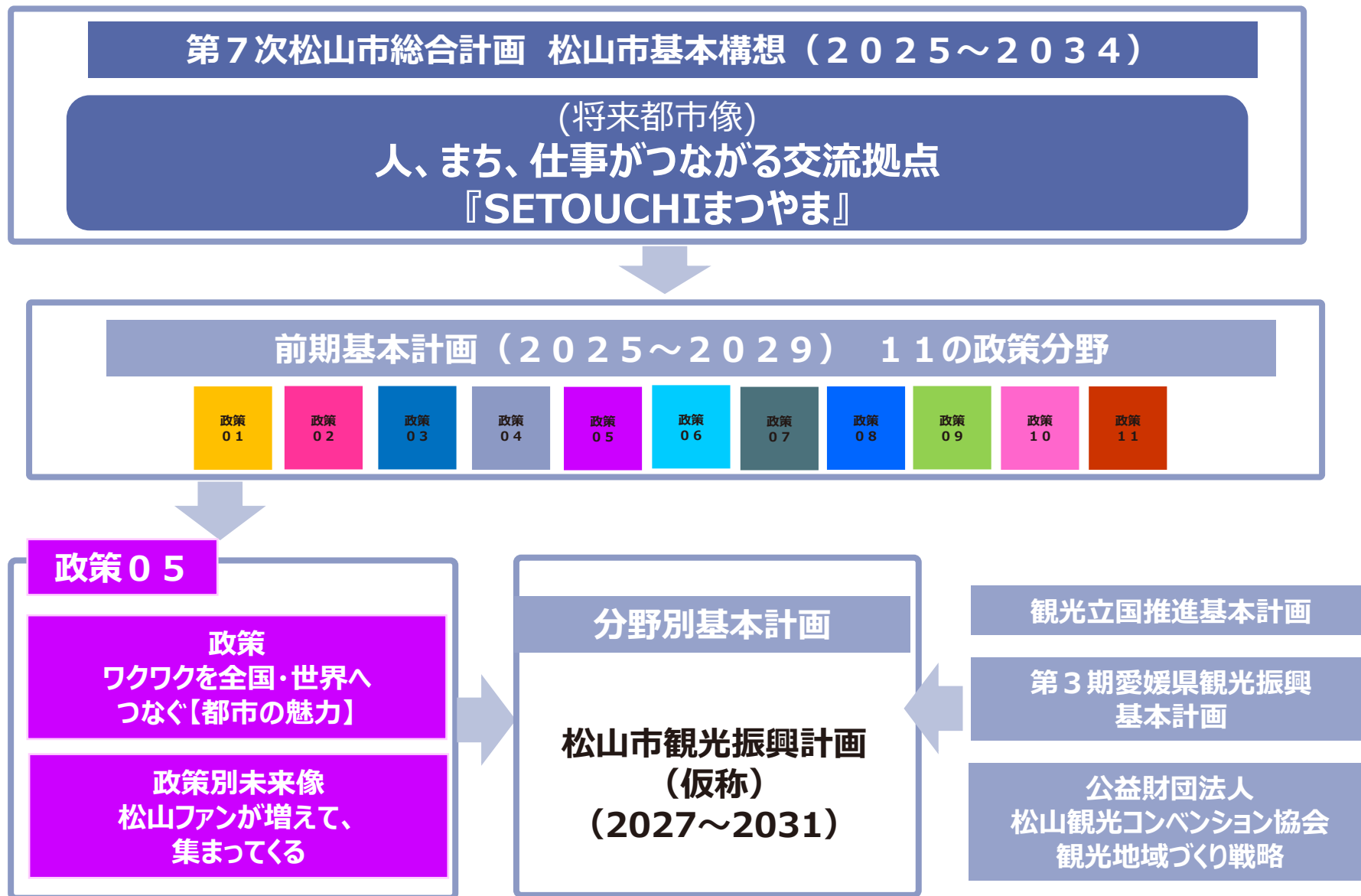
第1回 松山市観光振興計画 策定会議

2026年7月30日

(株)JTB松山支店 (株)JTB総合研究所

1. 松山市観光振興計画策定について（計画の位置づけ）

1



① 5年後、10年後に松山の観光が目指すべき姿を示すものとする。

②これまで重点的に進めてきた「瀬戸内・松山構想」に基づく広域周遊の取組を継承・発展させる。

③計画策定に 観光事業者や市民などの意見を適切に反映することで、一緒に推進できる計画を目指す。

④計画の構成や文章表現、冊子の見せ方を工夫するなど、分かりやすく、伝わりやすい計画を目指す。

⑤国の観光立国推進基本計画や愛媛県の観光振興基本計画、松山観光コンベンション協会の観光戦略などと整合性を図る。

2. 策定会議について

策定会議は、内容確定までの各プロセスにおいて4回実施させていただき、市内観光関連団体・事業者様の意見を計画に反映させていただき、最終的に内容について合意をいただきます。各回で想定している内容は下表の通りです。

策定会議の流れ	
第1回 7月30日	● 計画策定の目的、計画の構成案、策定の視点、調査結果等について事務局より説明 <議論内容> □ 策定の視点、策定プロセスについて合意を得る □ 松山市観光の現状における課題についての意見聴取 □ 今後の観光振興の方向性・ビジョンについての意見聴取
第2回 10月〇日	● 素案について事務局より説明 <議論内容> □ 課題整理、基本方針、具体的施策案について修正 + 加筆点など意見を聴取
第3回 〇月〇日	● 原案(大枠の作成が終了した段階)について説明 <議論内容> □ 施策等について最終的な修正点などを確認 □ 推進主体、市内での連携体制、役割分担について確認
第4回 〇月〇日	● 完成直前の計画を確認いただき、最終的な合意を得る

3. 松山市観光振興計画の構成案

観光振興取組方針の基本構成	各章の記載内容／ポイント
第1章. 計画の概要 □本計画策定の目的 □本計画の位置付け □本計画の計画期間 □本計画の目標	●総合計画等、関連計画との関連からみた計画の位置づけの明確化 ●松山市の産業・地域活性化に資する取り組みとしての観光の位置づけの明確化 ●国の観光政策、県の計画等との紐づけ など
第2章. 観光の現状 □松山市の観光・交流資源 □国の観光の現状 - 国の観光政策 - 国の観光動向 □愛媛県の観光の現状 - 愛媛県の観光政策／観光動向 □観光をとりまく環境の変化 □新しい観光の潮流	●国、県の観光政策／施策の概要と近年の観光動向を整理（JSTS-Dなど） ●観光の潮流（旅行者の意識・旅行行動の変化） ●新しい観光の動向・トレンドにおいて、松山市が参考にすべき先進事例のポイントの整理 ex. フード(ガストロノミー)、アート、スポーツ、ウェルネスなど面としてコンテンツを束ねるツーリズムなど ●生活・文化等を含めた面としての資源・コンテンツや、観光の潮流においてポテンシャルの高い資源・コンテンツを再整理 ex.ワーケーション、関係人口等を含む ●MICEの動向について整理
第3章 松山市の観光の課題 □松山市観光の現状分析 □松山市観光の課題 □現行プランの進捗状況確認 □松山市観光の方向性	●松山市の観光動向（既存統計、本業務の調査結果）による現状分析・課題の整理 ●これまでの施策展開の概要と成果の整理 ●SWOT分析×クロスSWOT分析(P20参照)による課題と方向性の整理

観光振興取組方針の基本構成	各章の記載内容／ポイント
第4章. 基本方針と施策の方向性 ☐ 基本方針 ☐ 施策の方向性	● スローガン／コンセプト（基本理念） ※ マーケット視点とシビックプライドの両面から設定 ● 施策の基本方針・方向性は、コンテンツ造成、プロモーション展開、受入環境整備、連携体制の構築等における諸施策・取り組みの上位目標として、現状の課題等から整理
第5章. 観光振興へ向けた施策 ☐ 施策の体系 ☐ 施策の内容	● 個別施策については、4章の施策の方向性ごとに必要となる施策をブレイクダウン ● 各施策における推進主体の明確化と実施期間（スケジュール）、KPIの設定
第6章. 計画の推進へ向けて ☐ 推進体制／スケジュール及び重点施策 ☐ 最重点施策のイメージ	● 個別施策の主体／全体を統括する推進主体・体制を明確に示す

(1)観光資源・コンテンツの再検討・造成

道後温泉など主要観光地への来訪集中と、市街地や忽那諸島・三津地区等への回遊・分散の不足、体験型・ナイトタイム・食のコンテンツの弱さ、俳都松山やSDGsなど地域の独自テーマとの連動不足等の課題を踏まえ、より深く松山市の魅力を体験してもらうことを目的とした、テーマ性があり「質」の高いコンテンツ造成、高付加価値化の方向性について検討。

(2)観光・交流に関する情報の再編集とプロモーションの方向性の検討

松山市は温泉と景観を楽しむ街としてのイメージが強い一方、非来訪経験者にはそれ以外の楽しみ方が十分に伝わっていない。情報発信やプロモーション手法は大きく変化しており、ターゲット（国別、属性別、志向性別）ごとに最適なアプローチが求められる。

また、松山空港の国際線再開・拡充により、海外からのダイレクトアクセスが強化されているため、インバウンド向けの情報発信・プロモーションの再設計が不可欠である他、高付加価値コンテンツの場合は、各コンテンツに対応するエージェントやメディアとの連携、ターゲットをセグメントした適切なアプローチが求められる。

(3)インバウンド対応の強化

松山市の外国人旅行者は、台北線の再開、釜山線の増便などを背景に、2024年は53.5万人と過去最高を記録。国内需要の伸びが鈍化する中、インバウンドの取り込み、特に欧米豪は非常に重要。

国別にターゲット層をセグメントし、ターゲットを想定したコンテンツ造成、情報発信を行うとともに、交通インフラや多言語による情報提供、通信環境の整備等の早急な受入環境整備が必要。

(4)マーケティング展開・業務効率化のためのデータ活用（観光DX）

地域の観光施策の展開において、マーケティング視点から必要となるデータは何かを整理し、県、基礎自治体、観光推進団体（DMO）、観光協会、観光関連事業者間の役割を明確にした上で、効率的なデータ収集と分析のフレームを構築する必要がある。

また、人手不足と生産性が大きな課題となっている宿泊事業などでは、PMS（顧客予約管理システム）や業務効率化・省力化のためのシステム等の導入を促すことに加え、顧客管理データを地域で共有することによる価格設定や在庫管理等のレベニューマネジメント、DMPの構築による各種誘客促進策の展開等も考えられる。

(5)受入環境の整備／観光危機管理

観光施設、公共施設等におけるユニバーサルデザインの導入、街中の休憩スポットの充実など、旅行者が安心して快適に過ごすことのできる（地域住民にとっても過ごしやすい）環境を整備するとともに、災害などの発生時における旅行者の避難誘導や、災害後の適切なリカバリー、事業継続（BCP/DCP）などを想定した観光危機管理についても、計画内で具体的に示す。

(6)持続可能な観光

オーバーツーリズムによる各種弊害に対する備えということだけではなく、旅行者の増加による、歴史・文化、自然資源や生活環境への影響、観光によるベネフィットの市内への還元など、観光振興計画におけるサステナビリティの視点が求められている。

(7)推進組織と市内連携体制の構築

松山市観光の司令塔として、マーケティング視点で地域全体の振興を検討し、市内の多様な主体との連携を通して確実に策定した計画を推進していく主体（DMO）の機能強化が不可欠。

本計画策定において、必要となる機能と、機能に求められる人材の確保・育成、必要となる財源の確保等について整理し、DMOの機能強化について段階的な施策を示す。

5. ワークショップについて

市内の観光関係団体・事業者の業務に関わられている方、及び、市民、大学生に参加いただき、松山市観光の今後の展開についてアイデアをいただきます。

ワークショップ概要		
テーマ		松山市における観光・交流のこれからを考えるワークショップ
W S 内 容	第1回 8月7日	☞ 松山市の観光の現状と今後の方向性について ● 観光振興計画の策定におけるWSの位置づけ、松山市観光の現状について事務局より説明 ※ 観光振興計画策定の概要、松山市における観光振興の現状、調査結果から見た松山市観光の課題、その他市内の諸資源等の資料を作成し事前に送付 <WS> □ 松山市観光の課題／資料から感じたこと・その他松山市の観光について感じていること □ 松山市の魅力（誰にどのような魅力を来て・感じてほしいか） など…
	第2回 10月〇日	☞ 振興計画素案の評価と具体的施策展開について ● 観光振興計画の素案の内容について事務局より説明 <WS> □ 計画内容に対する疑問点・改善点など □ 具体的施策・取り組みについてのアイデア出し □ 市の観光振興に対する意見・要望

6. 計画策定のスケジュール

[illegible]