

松山市観光振興計画 第1回ワークショップ

■日時・場所

日時： 令和8年8月7日（金）14時30分～16時30分

場所： 子規記念博物館 1階視聴覚室

■出席者

別添「出席者名簿」のとおり

■議事内容

1. 開会
2. あいさつ
3. 司会進行

ワーク①松山市観光について感じている事、課題

調査結果を見て感じたことや、観光客増加による変化、今後改善すべき点を議論する。

ワーク②松山市の魅力について、どんな方法で誰に伝えたいか

松山といえば何か、人にどう説明するかを考える。

観光地だけでなく、食・歴史・文化・景観・人・暮らしなど、自分が好きな松山の魅力を洗い出す。

誰に向けて魅力を伝えるのか。どのような資源や特徴を活用して発信するのか。

将来どのような観光都市になってほしいのかを意見として整理する。

グループ毎に発表

グループ①

松山市の観光について、課題

- ・ 観光客が松山城・道後温泉周辺に集中し、それ以外の地域への回遊が少ない。
- ・ 空港から市内へのアクセスが弱く、公共交通の利便性や料金にも課題がある。
- ・ 地元住民と県外観光客が評価する観光資源にギャップがある。
- ・ 若者や女性向けの観光コンテンツや情報発信が不足している。
- ・ 地元住民自身が松山の魅力を十分に知らない。

松山市の魅力・伝え方

- ・ まず地元の若者に松山の魅力を再発見してもらう。
- ・ SNSを活用し、カフェや映えるスポットなど若者・女性向け情報を発信する。
- ・ インバウンド向けには体験型観光（文化体験、買い物、お遍路体験など）を強化する。
- ・ 修学旅行生向けに歴史・文化資源の認知向上を図る。
- ・ 既存の観光資源のPR強化により、知られていない魅力を掘り起こす

グループ②

松山市の観光について、課題

- ・ 観光地が道後・松山城周辺に偏在している。

- 郊外エリアへの二次交通が弱い。
- 観光ルートが固定化し、短期滞在になりやすい。
- 夜間観光の魅力や滞在時間が不足している。
- 観光資源同士のつながりやストーリー性が不足している。

松山市の魅力・伝え方

- 温泉、食、文学、街並みなど多様な資源をテーマで結びつける。
- 日本の日常風景や路地裏文化など、松山らしさを発信する。
- 20～30代女性向けにInstagramなどSNSを活用した情報発信を強化する。
- 道後温泉を入口として、他エリアへの周遊を促進する。
- 外国人観光客が求める写真映え・日本らしい風景を活用する。

グループ③

松山市の観光について、課題

- 二次交通や移動手段の不便さ。
- 観光資源は豊富だが目新しさが感じられない。
- 観光ニーズの多様化に対応しきれていない。
- 地元の魅力が十分に活用・発信されていない。

松山市の魅力・伝え方

- 地元住民や若者を観光振興の主体として活用する。
- 観光客と地元住民と一緒に魅力を発見する仕組みを作る。
- 路面電車、景観、食文化などの魅力を再整理する。
- 都市圏だけでなく近隣地域からの誘客にも注力する。
- SNSを活用して魅力発信とフィードバックの循環を作る。

グループ④

松山市の観光について、課題

- インバウンド客は増加しているが消費額が伸びていない。
- 韓国入客に偏りがあり、高消費層（欧米豪）の取り込みが課題。
- 公共交通の料金や周遊環境に課題がある。
- 夜間観光を支える人材や店舗運営体制が不足している。
- 情報発信プラットフォームが弱く、情報が十分届いていない。
- 離島や体験観光の予約・情報取得がアナログで不便。

松山市の魅力・伝え方

- 欧米豪など高付加価値市場への訴求強化。
- 海・山・島を含めた面的な観光を推進。
- 若者主体のアイデア創出や観光づくりを進める。
- 飲食店の質の高さを観光資源として発信する。
- 観光情報や予約を一元化したプラットフォーム整備を進める。

・事務局より

次回開催日程、場所案内

■ワークショップ風景

