



伊方町観光振興計画(戦略プラン)

2022年～2026年



- 目 次 -

はじめに

用語解説

第1章. 計画の目的と位置づけ

- 1. 計画策定の目的 1
- 2. 計画の位置づけ 1

第2章. 観光に取り組む意義

- 1. 観光に取り組む意義 2
- 2. 観光の必要性 3
- 3. 観光が地域に及ぼす効果 4
- 4. 持続可能な観光の取り組み 5
- 5. 伊方町の観光ビジョン 6

第3章. 伊方町の現状と課題

- 1. 伊方町の現状 7
- 2. 伊方町観光入込客の推移 8
- 3. 公式サイト(観光)データ 9
- 4. 伊方町の観光特性 10
- 5. 日本の観光の現状 11
- 6. 訪日観光客数データ 12
- 7. 令和3年伊方町観光入込客データ 13
- 8. 伊方町を起点とした観光入込客 14

第4章. 伊方町の観光戦略

- 1. 世界水準の観光地に向けたロードマップ 16
- 2. 重視するべきターゲット、市場 17
- 3. 伊方町観光戦略体系図 19
- 4. 観光戦略、推進分野と施策 20
 - 誘客促進分野▷ルート開発 21
 - 誘客促進分野▷商品造成 23
 - 誘客促進分野▷観光整備 26
 - 誘客促進分野▷インフラ整備 28
 - 地域づくり分野▷広域連携 30
 - 地域づくり分野▷人材 32
 - 管理・システム分野▷プロモーション 34
 - 管理・システム分野▷調査分析 36
 - 管理・システム分野▷推進体制 38
 - 管理・システム分野▷指標 43

観光政策をより発展させるために

はじめに

四国最西端に位置し、日本一細長い佐田岬半島で知られる本町には先人達から受け継がれてきた自然や文化と共に歩む暮らしが今日も育まれています。

それら地域資源を財産と捉え観光まちづくりをこれまで以上に戦略的かつ実践的に推進し、世界中の人から選ばれる「世界水準の観光地の形成」を実現することを目的に本書を作成しています。

地域での観光への取り組みの意義は、地域の経済的発展のみならず、地域文化の維持・継承、住民にとっても地域の繋がりや魅力を再発見するなど、包括的かつ持続可能な地域を築きあげる効果をもたらします。

本書は4つの構成からなります。第1章は、「計画の目的と位置づけ」を明確にし、第2章「観光に取り組む意義」を住民や利害関係者と方向性を共有します。第3章「伊方町の現状と課題」では、現在の観光の姿と課題を客観的に把握します。それら課題を解決する取り組みとして、第4章「伊方町の観光戦略」を設計し、「誘客促進分野」・「地域づくり分野」・「管理・システム分野」の3つの分野から戦略プランの具現化を図り、推進体制や役割分担を明確にするとともに、観光管理重要評価指標(KPI)の設定やPDCAサイクルの確立など、計画管理の基準を定めています。

佐田岬半島を核とする伊方町の観光政策が、持続可能な観光を促進する上で、観光に携わる事業者をはじめ利害関係者や地域にとって、包括的な社会的利益をも生み出すことにより、持続可能な観光振興、観光まちづくりを目指していきます。

今後とも、事業者・住民・行政など観光に関わる皆様と観光まちづくりの方向性を共有しながら、官民一体となった取り組みを推進してまいります。

用語解説

観光地域づくり法人(DMO)

観光地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに、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、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。観光地域づくり法人(DMO)は、観光庁の登録制度です。

国連世界観光機関(UNWTO)

国連世界観光機関（UNWTO）は、責任ある、持続可能で、誰もが参加できる観光の推進を責務とする国連機関です。

観光分野における主導的な国際機関として、UNWTOは経済成長、包摂的な発展、持続可能な開発の推進力として観光を促進し、世界全体の知見と観光政策の質を向上させるための先頭に立ち、観光部門に対する支援を行っています。

UNWTOでは、世界観光倫理憲章の実施を推奨しており、負の影響を最小限に抑えつつ、観光が社会経済に最大限寄与することを目指しています。また、「持続可能な開発目標（SDGs）」を達成する手段としての観光促進にも取り組んでいます。SDGsは、世界の貧困削減及び持続可能な開発の促進に向けて設定された目標です。

持続可能な開発目標（SDGs : Sustainable Development Goals）

持続可能な開発目標（SDGs : Sustainable Development Goals）とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標です。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（leave no one behind）」ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。

第1章

計画の目的と位置づけ

1. 計画策定の目的

観光振興計画(戦略プラン)は、これから伊方町が取り組む「世界水準の観光地の形成」に向けた、観光政策の方向性や観光戦略の目標値の設定を描いた観光まちづくりを実現するためのロードマップです。

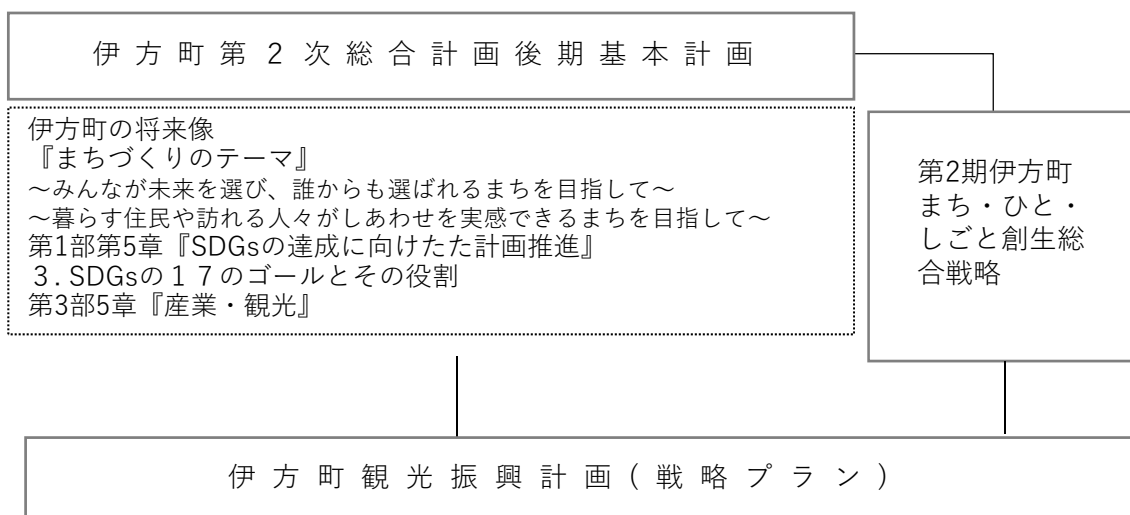
本書では、観光庁/UNWTOの「日本版持続可能なガイドライン」、持続可能な開発目標SDGsなどをもとに観光戦略の施策、観光に携わる利害関係者の役割と機能を明確化しています。

観光政策の実現に向け舵取り役を担う「観光地域づくり法人・(一社)佐田岬観光公社」(2021年設立)を町の観光地経営の中核として、地域の事業環境と需要、市場を牽引し、地域とともに観光バリューチェーンを構築することにより、伊方町の包括的な観光戦略策定を加速させます。

また、全ての取り組みに関するプロセスとKPI(重要業績評価指標)を設定し、成果を重要視します。利害関係者とともに事業の進捗を管理する体制を築きます。

持続可能な観光目標のもとで、目標を達成するために取り組む必要のある政策、規制、インフラ、仕組み、マーケティング、人材及び統計に基づく観光地経営を行います。

2. 計画の位置づけ



第2章

観光に取り組む意義

1. 観光に取り組む意義

我が国において急速に進む少子・高齢化により、人口の減少、産業の衰退、地域コミュニティの活力低下等、地域社会に大きな影響を与えることが懸念されます。

そのような状況下において、地域経済の活力を維持するためには、住民、企業、行政が一体となり、明確な地域の経営戦略に基づく事業を選択することにより、新たな産業が生まれ、経済的な自立を目指していくことが可能になります。

そのひとつが、地域外からの収入を呼び込む観光産業の推進です。観光は、地域経済を効率良く循環させる特徴を有しており、欧米諸国では観光産業を国家産業戦略の柱として位置づける国も多く、経済の安定に加えて豊かなライフスタイルを確立している例も少なくありません。

2020年12月に行われた日本政策投資銀行、日本交通公社の共同調査「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（第2回 新型コロナ影響度 特別調査）」では「次に海外旅行をしたい国」で日本はトップとなっています。独特の文化や自然が残り、安全な日本は、最も観光に適している国であると言えます。

このように、観光産業は、地域の資源と人材を有効に活かすことにより、成熟社会にあっても、なお伸びしろのあるリーディング産業といえます。

観光需要のグローバル化が進む中、地域内の消費活動に吸引力をもつ観光を核としたまちづくりに早期に取り組むことが求められています。

2. 観光の必要性

多岐にわたる地域産業へ波及



出典：世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)©
出典：U N W T O世界観光指標2018
国連世界観光機関(UNWTO)©



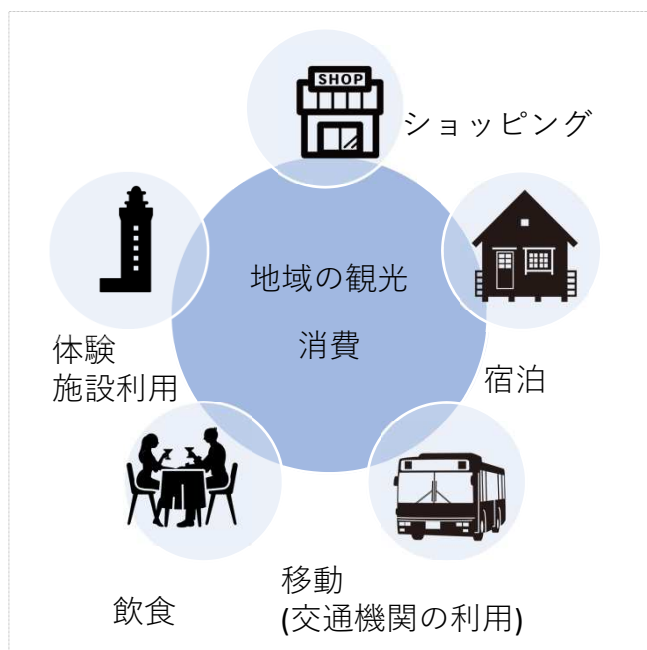
3. 観光が地域に及ぼす効果

観光客の増加による伊方町の地域経済への波及として、観光に関連する産業の売上の向上、新たな産業創出、消費の地域内循環による直接取引の向上などを見込むことができます。

その他、社会的効果として、新たな雇用創出に伴う定住効果、地域景観や自然環境そのものが観光資源となることから、地域の環境保全、持続可能な開発目標「SDGs」への社会貢献についても期待されます。

観光振興による地域経済と地域社会の影響（イメージ図）

観光客による消費効果



観光による経済波及効果

1次産業(農業・水産業)

生産の拡大
流通コスト削減(直接取引による)

2次産業(土産・加工事業者等)

新規市場の開拓
商品開発の多様性

3次産業(サービス関連)

運輸、施設、保険関連の需要拡大

地域社会に影響を及ぼす効果

所得の増加・雇用創出・定住促進・コミュニティの維持・地域力の向上
次世代への地域資源の継承

環境に影響を及ぼす効果

環境保全・SDGsの機運醸成 など

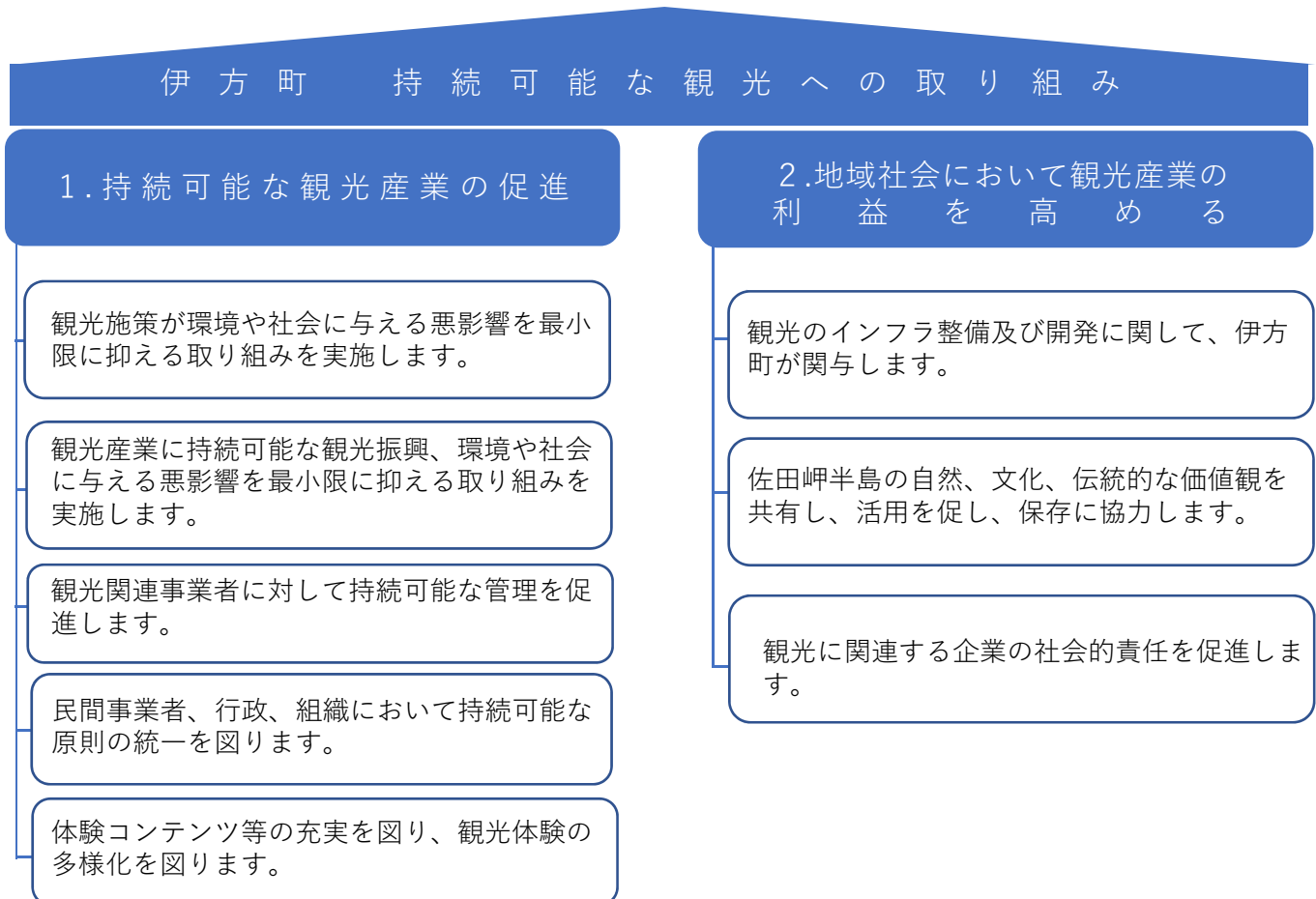
観光振興の影響(リスク)

ゴミの増加・海洋資源の乱用・騒音など暮らしの影響による訴訟 など

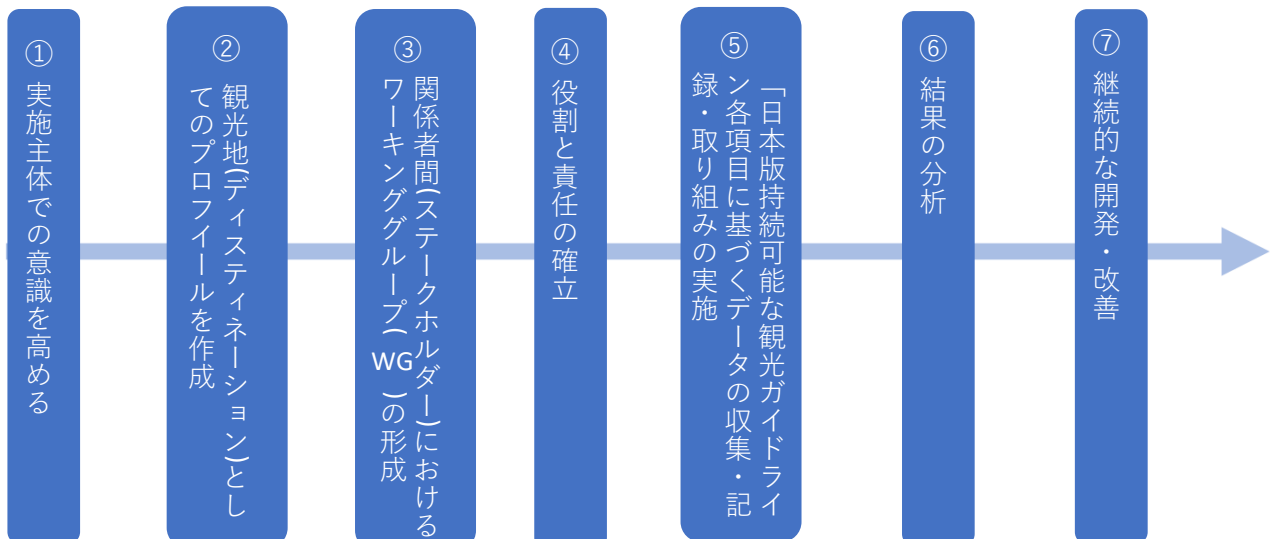
4. 持続可能な観光の取り組み

本町の観光に関する取り組みについては、本町がビジョンとして掲げる「小さなまちのSDGs」の理念のもと「日本版持続可能なガイドライン」(観光庁・UNWTO)の指標及び「持続可能な開発目標SDGs」、通称「グローバル・ゴールズ」に沿った観光政策及び観光開発を遂行するものとします。

取り組みについて




プ ロ セ ス



出典:日本版持続可能なガイドライン(観光庁・UNWTO駐日事務所)より作成

5. 伊方町の観光ビジョン

伊方町は、四国の最西端に位置し、全長約40kmの日本一細長い佐田岬半島を有し、瀬戸内と宇和海、二つの海に囲まれた大自然と文化を体感できる世界屈指のリラクゼーション空間を提供しています。下記に観光への取り組みに対するブランド指標を表します。

 伊 方 町	
ブランドコア	日本一細長い佐田岬半島
シビックプライド	先人が残した佐田岬半島の文化と自然、営み
ミッションステート	<p>町内及び関係者との協働による観光まちづくり</p> <p>世界水準の観光地に向けた活動</p> <p>地域経済の発展と住みよい町、調和のとれた観光振興</p> <p>継続的な観光運営「SDGs」の遵守</p>
戦略ビジョン	<p>利害関係者との合意形成</p> <p>重要業績評価指標(KPI)の目標設定と管理</p> <p>PDCA「Plan(計画)・Do(実行)・Check(確認/評価)・Action(改善行動)」に基づく商品管理と業務管理の実施</p> <p>来訪者が安全に旅行できる環境づくり</p>
社会的取り組み	持続可能な開発目標「SDGs」達成に向けた貢献

第3章

伊方町の現状と課題

1. 伊方町の現状

本町は、人口8,565人(2022年5月現在)。面積は94.37平方キロメートルで、佐田岬半島の基部から全体にかけて形成され半島の両側に急速に海に落ち込む地形をしており、大規模な河川はなく、平地はわずかであるために穏やかな傾斜地に集落と柑橘類などの耕作地が集中しています。

首都圏からの主な交通アクセスは、航空機を利用し松山空港から鉄道とバスを利用して約2時間程度、大分県(佐賀関)から国道九四フェリーを利用して三崎まで約70分となっています。自動車利用では、松山空港から松山自動車道を利用し約1時間30分という立地にあります。

主な観光資源としては、四国最西端に位置する佐田岬灯台、亀ヶ池温泉、名取の石垣、きらら館、佐田岬はなはな、せと風の丘パーク、ムーンビーチ井野浦等となっています。

このほか、三つの潮流が行き交う、日本屈指の豊かな漁場として知られる豊予海峡は、新鮮な魚介類を堪能でき、柑橘栽培も盛んで、佐田岬半島で採れる柑橘を原料とした特産品も豊富です。

以上のように、本町は、交通アクセス、観光資源、対外的なステータス(世界遺産やジオパーク)等、観光地としての高い魅力を備えている地域と言えます。

1-1. 伊方町の人口の推移

人口と産業3区分就業人口の推移

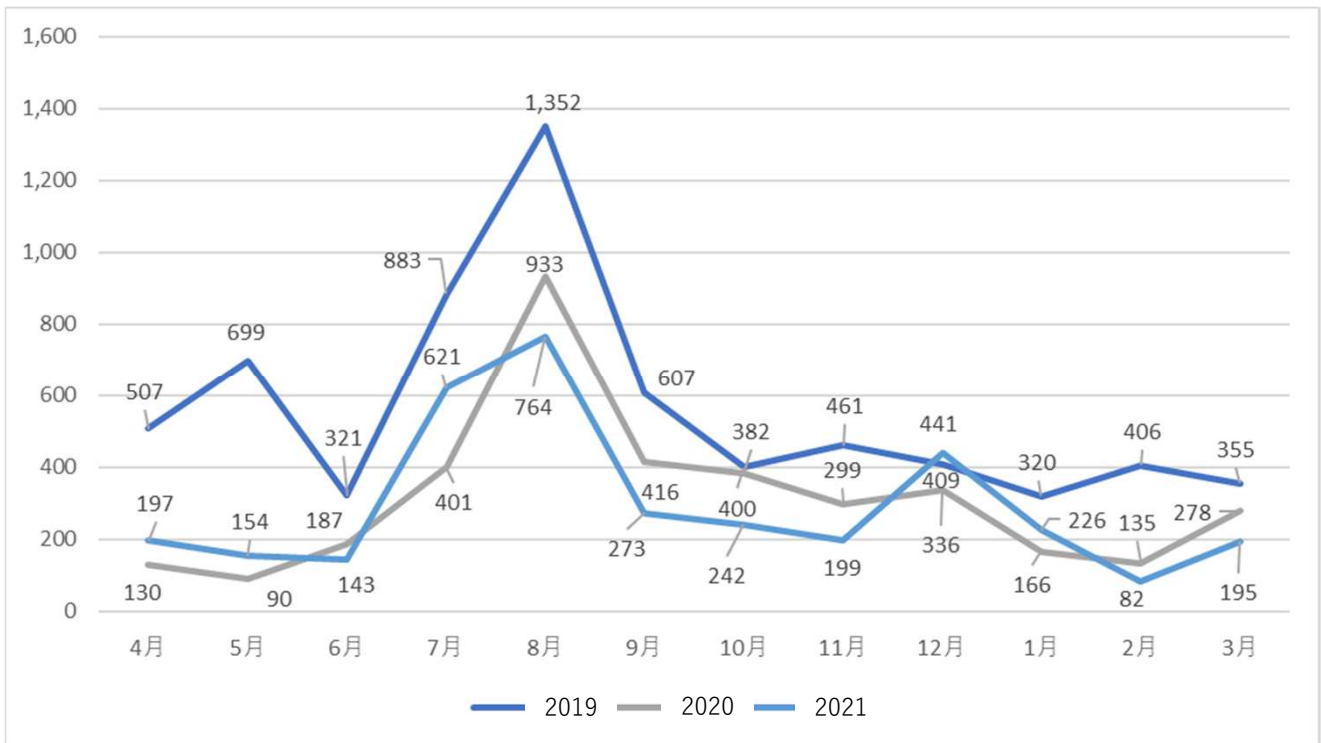
人口減少に伴い、1次、2次、3次、全ての産業区分での就業人口が減少傾向にあります。



出典：国税調査、国立社会保障・人口問題研究所推測

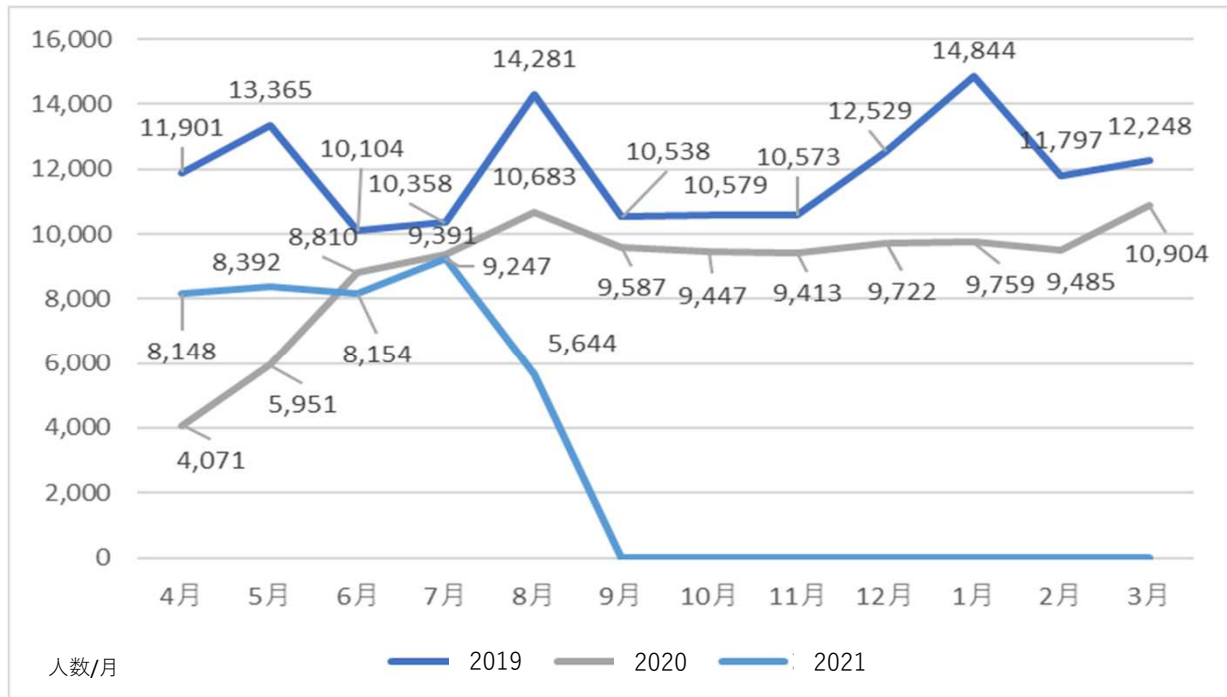
2. 伊方町観光入込客の推移

2-1. 主要宿泊施設(亀ヶ池温泉、瀬戸アグリトピア)の推移



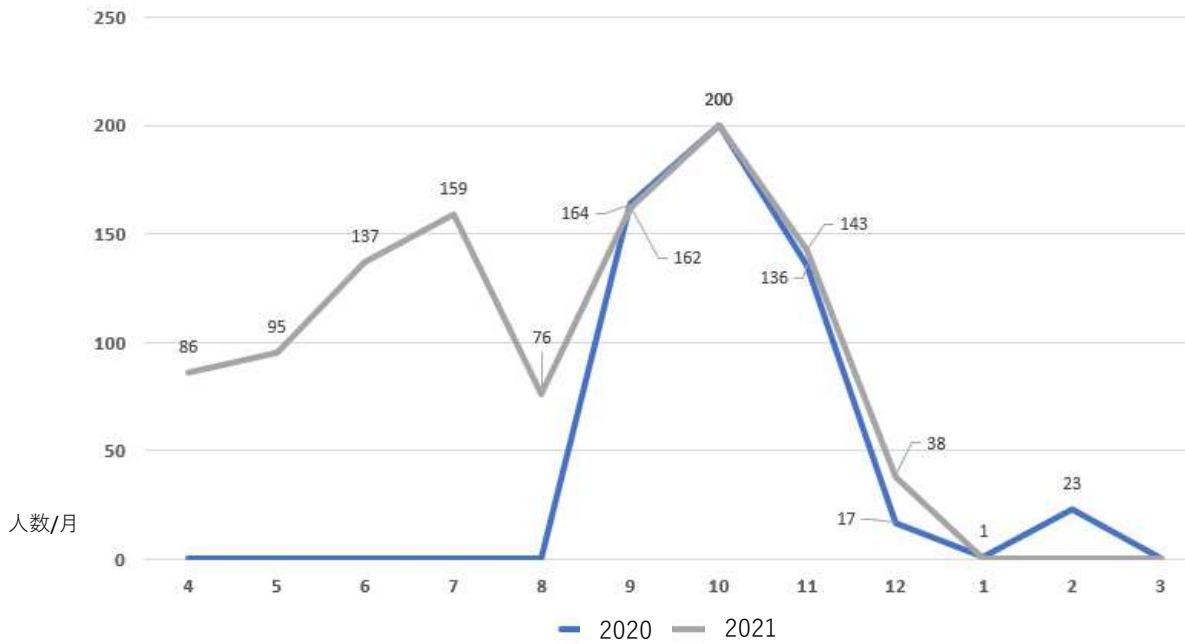
※亀ヶ池温泉は、火災により2021年8月19日から臨時休館

2-2. 亀ヶ池温泉の日帰り客の推移



※亀ヶ池温泉は、火災により2021年8月19日から臨時休館

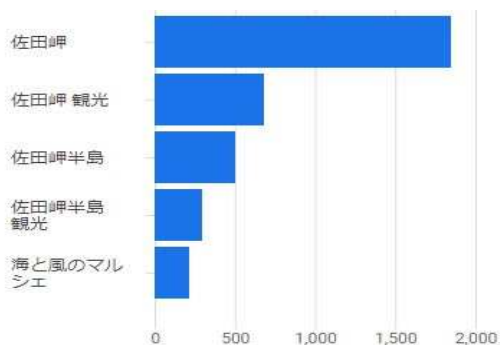
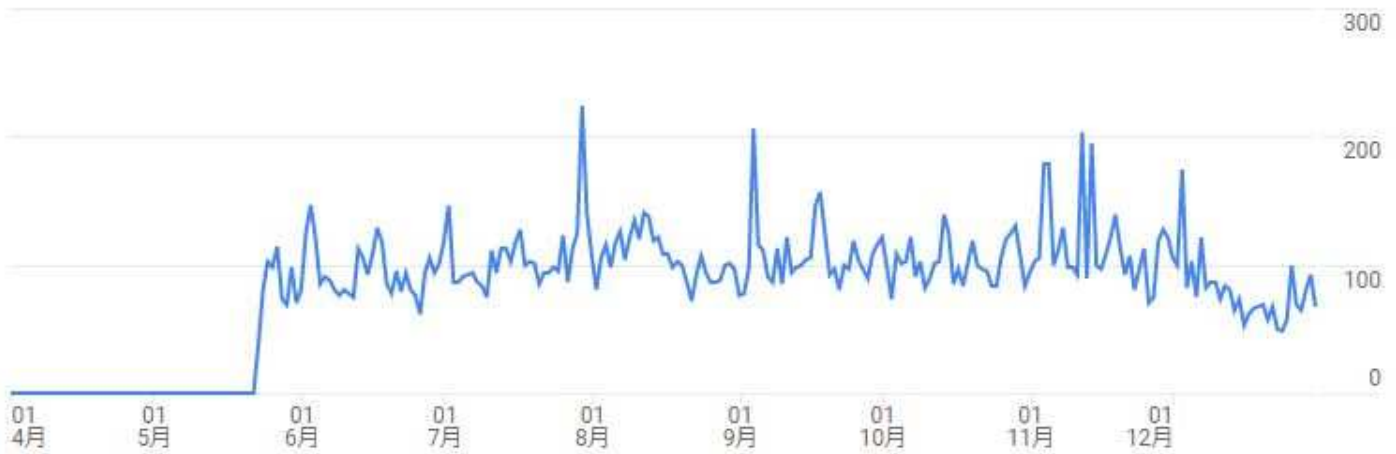
2-3. 体験コンテンツの利用者数



※裂き織り体験、芋掘体験(2020年のみ)、漁船体験クルーズ、染物体験の合計数。

3. 公式サイト(観光)データ

(一社)佐田岬観光公社が管理運営する観光サイト「さだみさきナビ」のユーザーの推移と検索ワード。



上：ユーザー数。左：検索ワード上位5位。

※2022年5月よりgoogleアナリティクスを設定、2022年12月の推移。

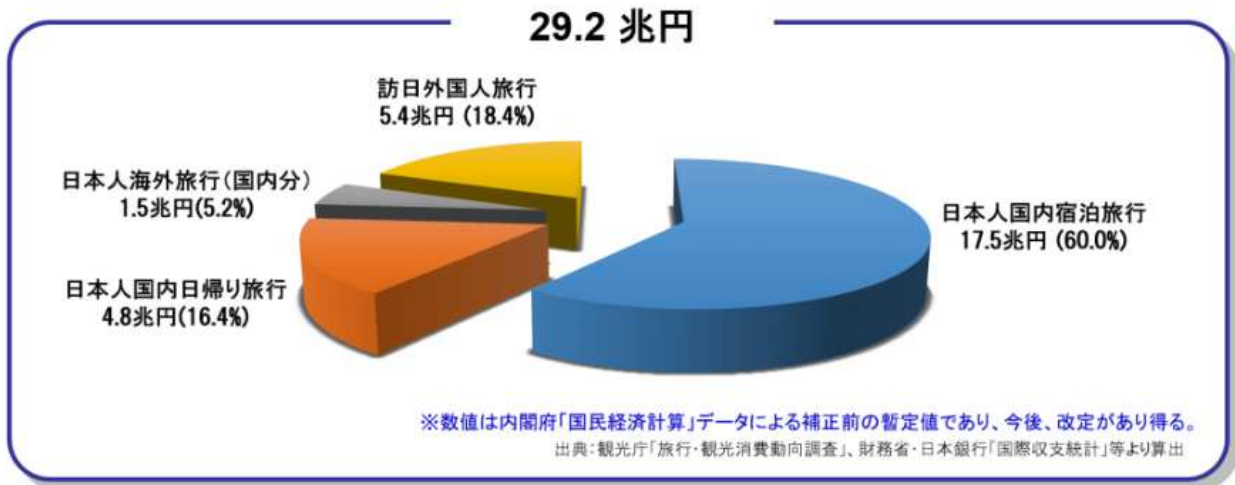
4. 伊方町の観光特性

伊方町の観光について、町内事業者との意見交換会、観光統計、伊方町でのワークショップをもとに、本町の観光における内部環境、外部環境をSWOT分析により整理しました。

内部環境	
強み(Strengths)	弱み (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ・佐田岬半島は、瀬戸内海国立公園に属し、日本一細長い岬として知られている。 ・観光資源として、佐田岬灯台、名取の石垣、せと風の丘パーク、亀ヶ池温泉等がある。 ・豊富な水産資源、新鮮な魚介類の料理が味わえる。 ・柑橘の種類が豊富である。 ・九州への最短フェリーが就航している。 ・佐田岬半島のリアス式の海岸は、スキューバダイビングやクルーズ、ハイキング等アウトドア体験を楽しめる。 ・中心部を国道が走り、サイクリングや眺めの良いドライブルートとしての景勝地が数多く点在する。 ・佐田岬みつけ隊等、住民で組織された地域づくり団体が複数ある。 ・1年を通して気温は3℃～29℃前後、過ごしやすい気候である。 ・基幹道路の他、各集落までのアクセスが整備されている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各観光スポットが連動して迎える仕組みがない。 ・宿泊施設は点在しているがキャパシティが少なく、また情報が整備されていない。 ・通過型観光となり宿泊等による経済効果が低い。 ・土産品や飲食店の認知が低く、観光消費額が低い。 ・観光案内所の発信機能が不十分であり、インバウンドに対応していない。 ・キャッシュレス対応が進んでいない。
外部環境	
機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ・愛媛県内への外国人観光客の増加（コロナ禍前） ・外国人観光客に人気の城泊を推進する大洲市や、道後はもちろん海路でアクセスの良い別府などが隣接する ・持続可能な開発目標「SDGs」による、価値観の変化。 ・ゴールドルート以外の観光の増加 ・ワーケーションなど働き方の変化 ・スポーツツーリズムの増加 ・アウトドア需要の増加 ・首都圏企業との包括提携等による連携の可能性。 	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺観光地との連携が取れていない。 ・鉄道や長距離バスなどの発着所がない。 ・高齢化と人口減少により観光人材の確保が困難。 ・地域間競争の激化。

5. 日本の観光の現状

5-1. 日本の観光消費状況 (2019年)



我が国経済への貢献度(経済効果)

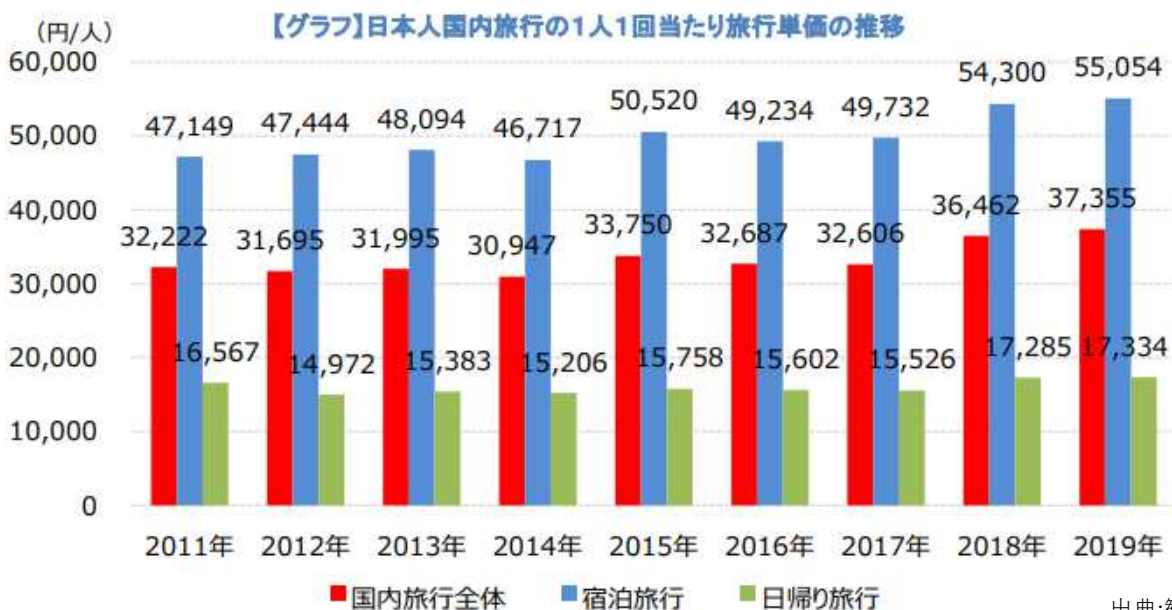
生産波及効果	55.8 兆円	… 5.3% (対国民経済計算 2019年産出額)
付加価値誘発効果	28.4 兆円	… 5.1% (対2019年名目GDP)
雇用誘発効果	456 万人	… 6.6% (対2019年全国就業者数)

(注)観光庁調査(旅行・観光消費動向調査、訪日外国人消費動向調査)の数値を加工して、UNWTO(国連世界観光機関)が定める基準に則って算出した数値である。

5-2. 日本の観光消費状況 (2019年)

■ 2019年 日本人国内旅行の1人1回当たり旅行単価 **37,355円** / 人

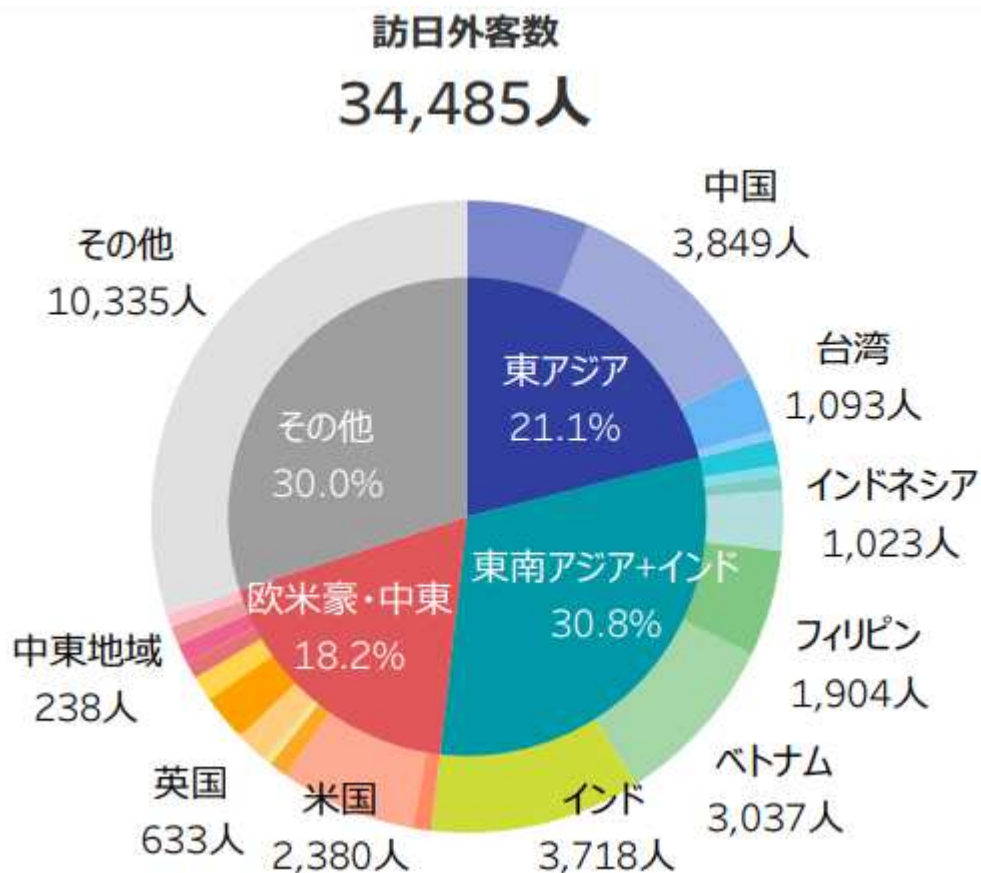
- 2019年における日本人国内旅行の1人1回当たり旅行単価は平均37,355円(前年比2.4%増)となった。
- 宿泊の有無でみると、宿泊旅行が55,054円/人(前年比1.4%増)、日帰り旅行が17,334円/人(前年比0.3%増)となった。



出典：観光庁

6. 訪日観光客数データ

訪日外国人旅行者の内訳 (2022年)



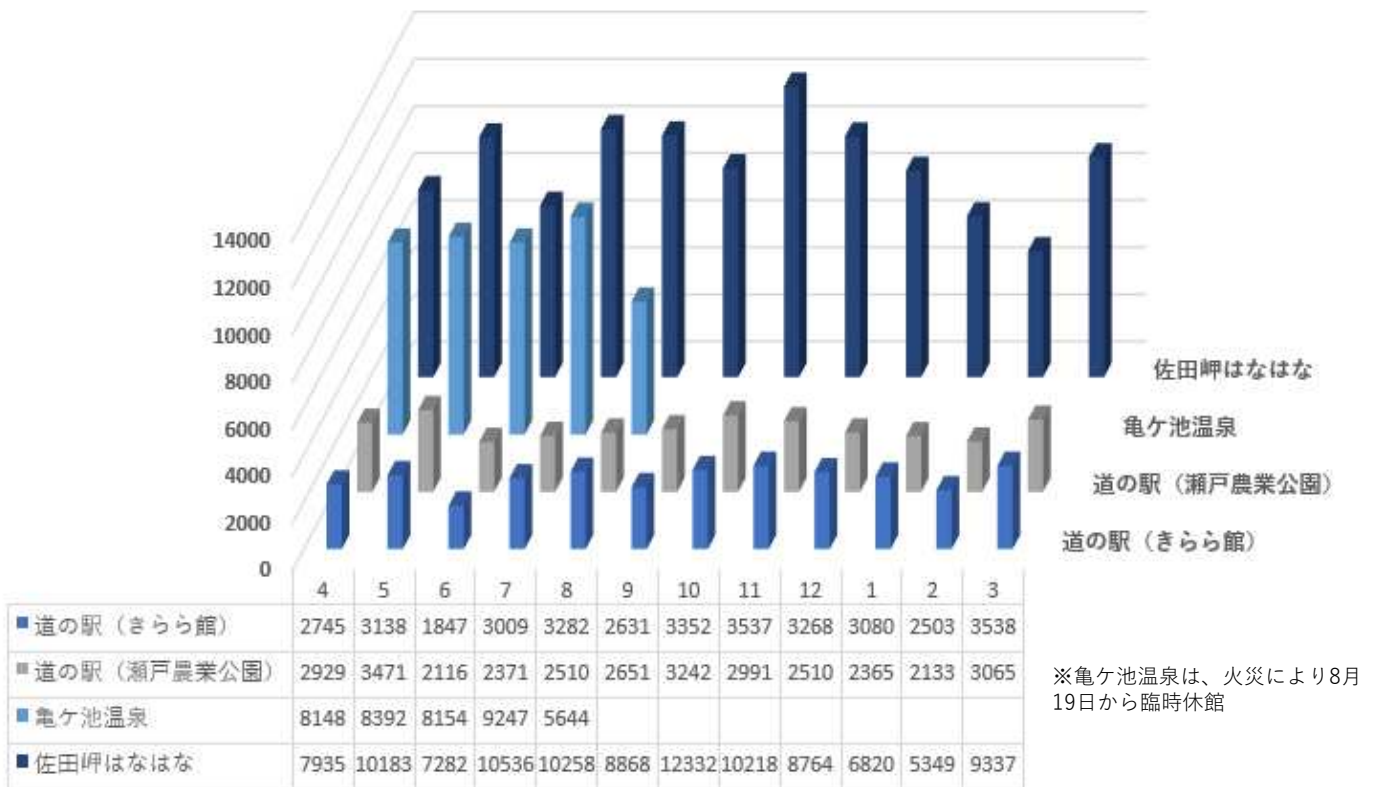
2019年旅行形態別の内訳(全体)



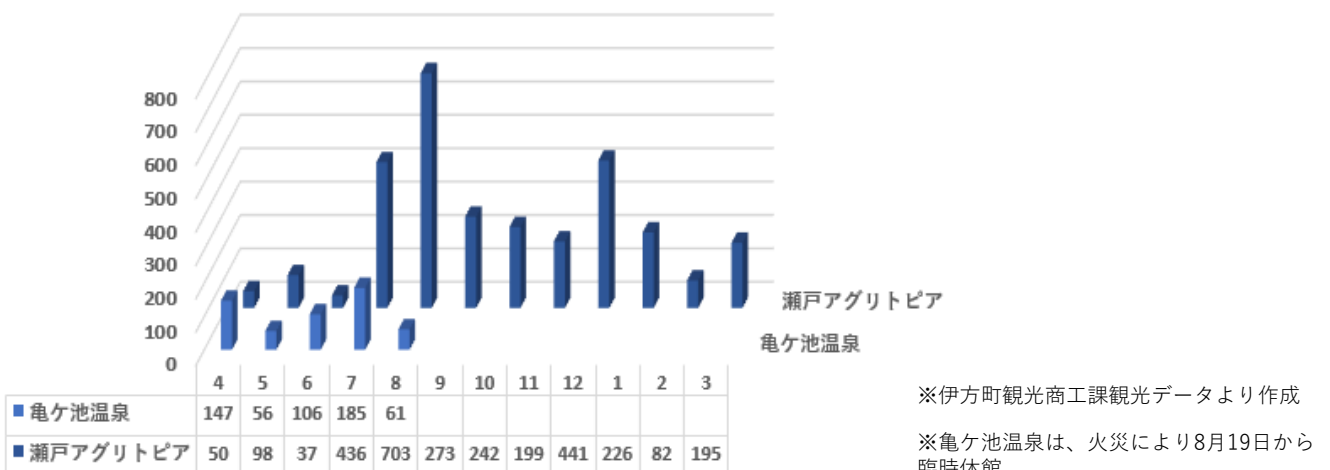
出典:日本政府観光局(JNTO)

7. 令和3年伊方町観光入込客データ

7-1. 令和3年(2021年)伊方町の観光入込客(月別)

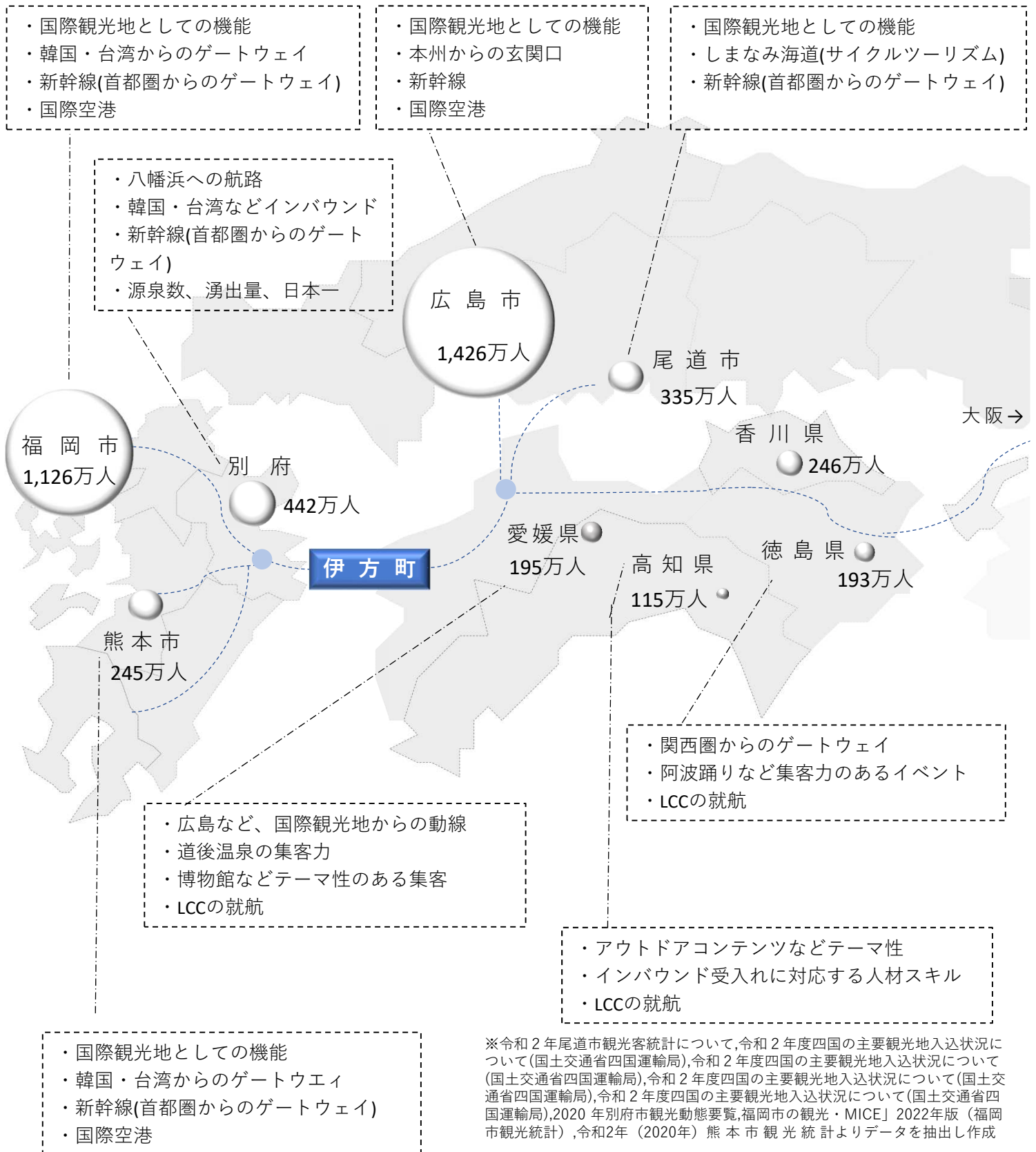


7-2. 令和3年(2021年)伊方町の観光入込客(月別)



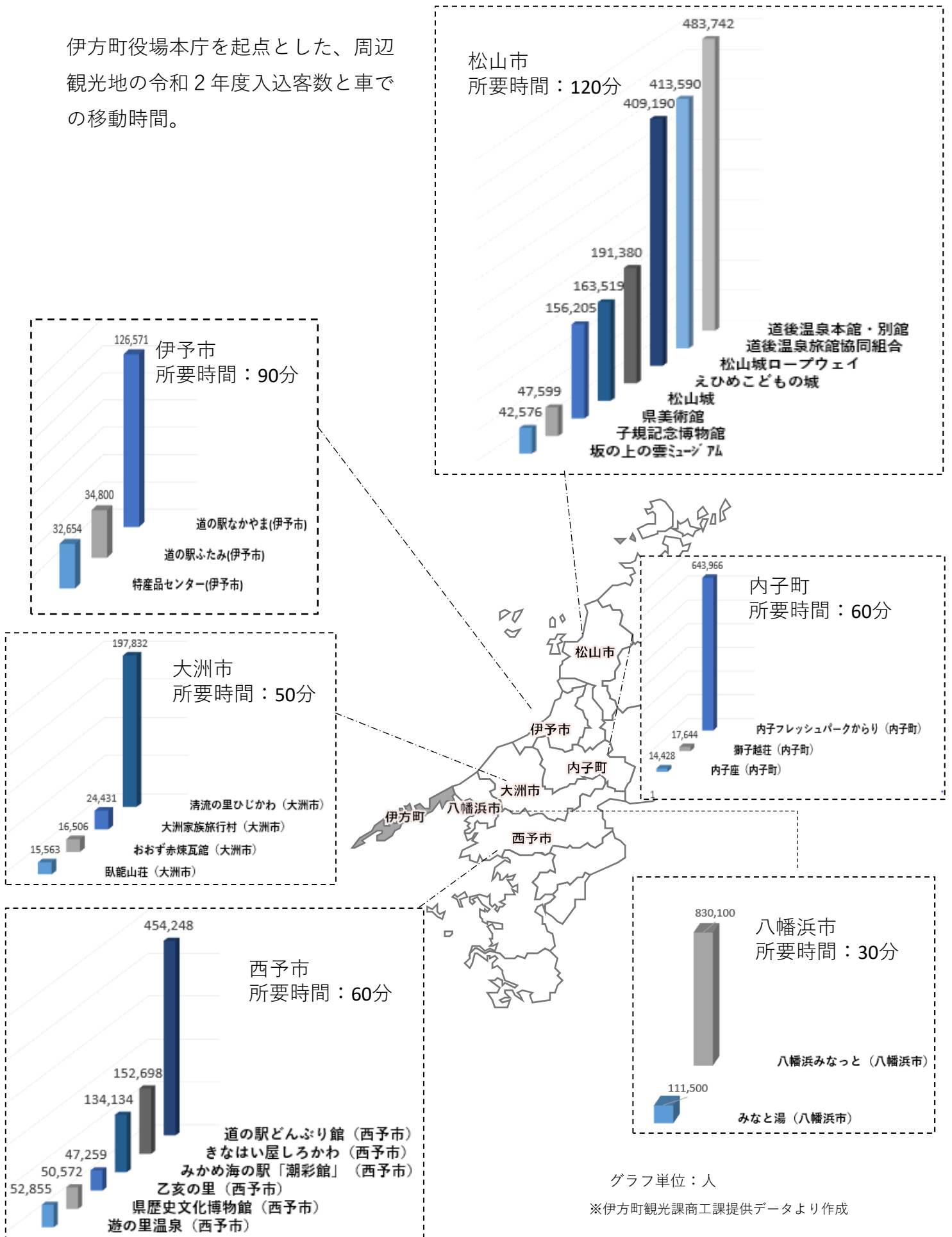
8. 伊方町を起点とした観光入込客

8-1. 広域の観光入込客



8-2. 近隣の観光入込客

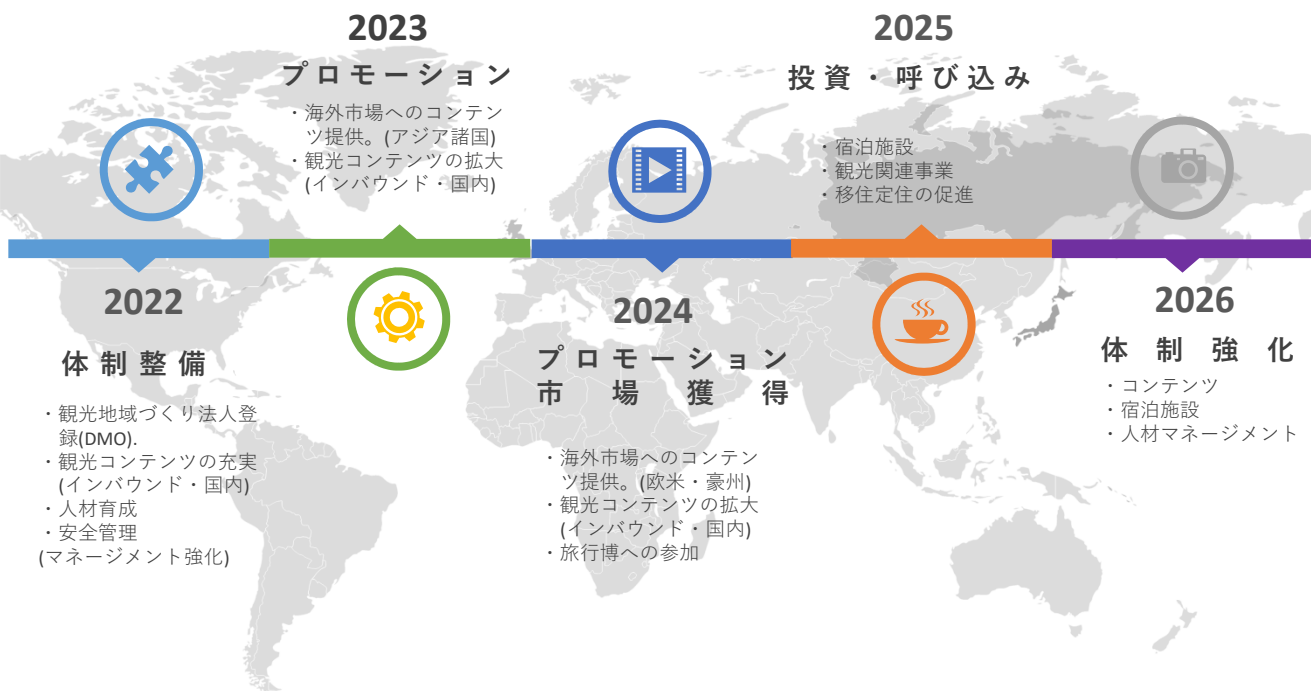
伊方町役場本庁を起点とした、周辺観光地の令和2年度入込客数と車での移動時間。



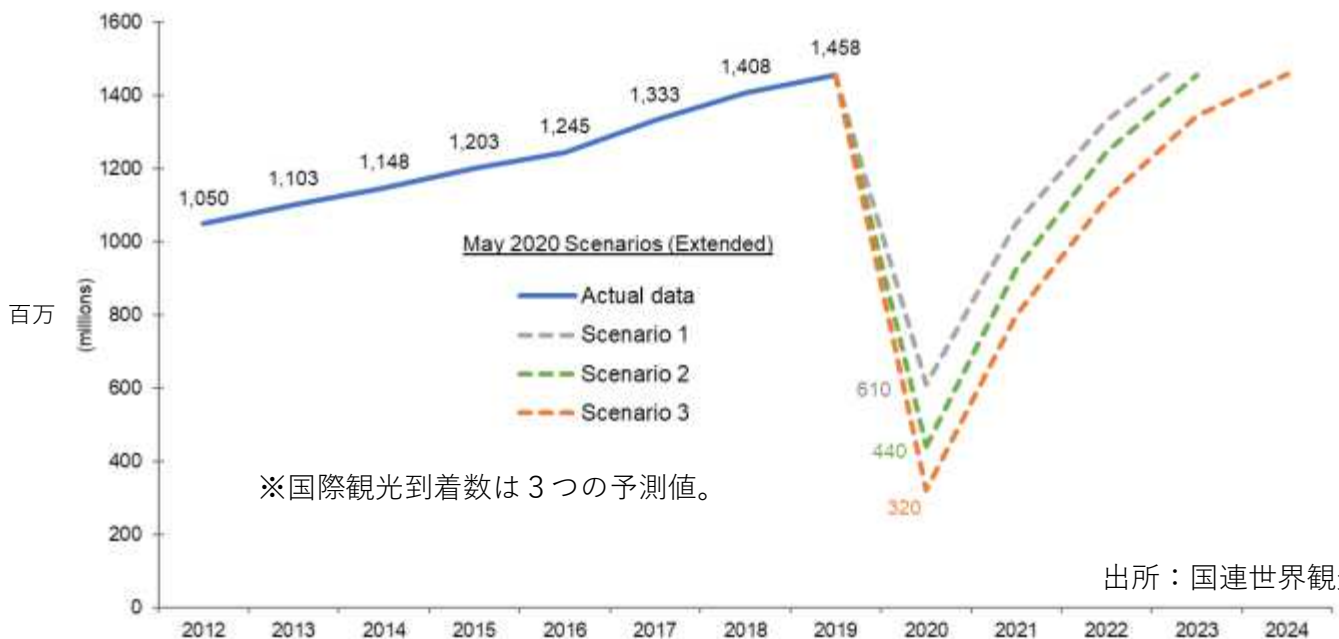
第4章 伊方町の観光戦略

1. 世界水準の観光地に向けたロードマップ

本町の観光資源を国内外に周知を図り、受入れ体制を整備し、新たな観光経済を獲得することを目的として、(一社)佐田岬観光公社(地域DMO)と協働のもと「世界水準の観光地」づくりに取り組みます。



国際観光到着数のシナリオ(2020-2024)



2. 重視すべきターゲット、市場

第1 - ターゲット層

◎アウトドア志向の30～40代のリピーター

○エリア：国内・海外（アジア諸国、欧州、豪州 等）

○選定理由

伊方町は、本州と四国を結ぶしまなみ街道の第2のサイクリングの地としてイベントやグループ等、多くのサイクリストが訪れている。また、日本一細長い佐田岬半島には、スキューバダイビングスポットやリアス式の海岸線を活かした、トレイルなど、インバウンド客を含む富裕層をターゲットにしたアウトドアコンテンツ開発の可能性があります。

主な獲得年齢層30代～40代をメインターゲットとして市場を展開することにより、次の市場となる50代、比較的時間のある60代への市場への波及を想定しています。

○取組方針

各、アウトドア市場に向けた商品造成を強化、専門ショップや旅行会社等へのセールス体制を築いていきます。同時に、受け入れ体制整備を強化、受け入れガイド、予約、支払いの電子マネー化など整備が必要です。その他、満足度調査の充実などにより再来訪意向につながる要因を分析し、分析結果に基づいてターゲット層に訴求しコンテンツのPDCAを実施します。

第2 - ターゲット層

◎3世代ファミリー層

○エリア：愛媛県内、四国

○選定理由

域内の人流データから、佐田岬半島の西側（大分県側）と中央に観光拠点は集積しており、東側の伊方地域での人や消費の流れが作れていませんでした。この地域での滞留や消費を促すために定期的なイベントを開催することで、消費の効果はもちろん、地域の弱みの一つであった地域住民への認知不足を解消する狙いがあります。

○取組方針

伊方町役場本庁周辺の遊休スペースを活用した定期的なイベント（移動販売車も活用したマルシェ）を開催し、地域の物産や愛媛県内外の人気店の商品の販売を行い、地域住民への認知度・満足度の向上をきっかけとして、隣接・遠方からの来訪を促進します。

2. 重視すべきターゲット、市場

第3 – ターゲット層

◎30～50代の女性を中心としたリピーター

○エリア：国内・アジア

○選定の理由

南の宇和海側はなだらかな白砂の連なる海岸、北の瀬戸内海側はリアス式海岸を形成しており、美しい自然の中に1年を通じて新鮮な海産物を楽しむことができます。また、温暖な海洋性気候で育てられた多品種のかんきつは、半年間味わうことができ、それらの資源を活用した食のメニューを核に体験コンテンツ及び宿泊を組み合わせ、地域内循環を高めることを想定しています。

ターゲットとなる30代～50代の女性は、ライフスタイルを意識したコト消費を好む傾向にあり、かつソーシャルメディア等での拡散力等も期待ができ、佐田岬半島の自然環境が育んだグルメと女性が好む体験などを組み合わせることにより、地域の価値を高めるターゲット層であると想定できます。

○取組方針

女性を中心とした女性向け旅行商品造成に向けたワークショップや協議を重ね、女性の視点での旅行企画を商品化します。フォトジェニックスポットを選定しInstagram等ソーシャルメディアでの情報発信を及び拡散を強化し、旅行会社との提携や個人客を獲得していきます。

第4 – ターゲット層

◎インバウンド

○エリア：台湾・韓国・ベトナム・タイ・中国など

○選定理由

コロナ前の訪日旅行の状況（観光庁）データよりアジアからの来訪客が88%以上を占めています。そのデータから松山空港に就航（予定含む）している国際便や観光需要の期待できる台湾、韓国、ベトナム、中国を誘客のターゲットとして、ターゲットの国々を調査分析して誘客を図ります。その他、愛媛県との誘客や企画面での連携及び情報共有を図り、尾道、佐田岬半島、九州への新たな観光ルートを開拓し広域での誘客を図ります。

○取組方針

ターゲットとする国々の旅行会社への企画提案等のアプローチを行います。その他、個人客に向けてのソーシャルメディアを活用した情報発信、有名ブロガーやテクニカルビジット等にも取り組みます。

情報発信については、日本政府観光局及び愛媛県観光国際課と綿密な連携を図り情報共有と発信を行うとともに、ホームページやパンフレットの多言語化及び体験型コンテンツの充実を図っていきます。中期的には、欧米諸国にアウトドアコンテンツを提供していきます。

3. 伊方町観光戦略体系図

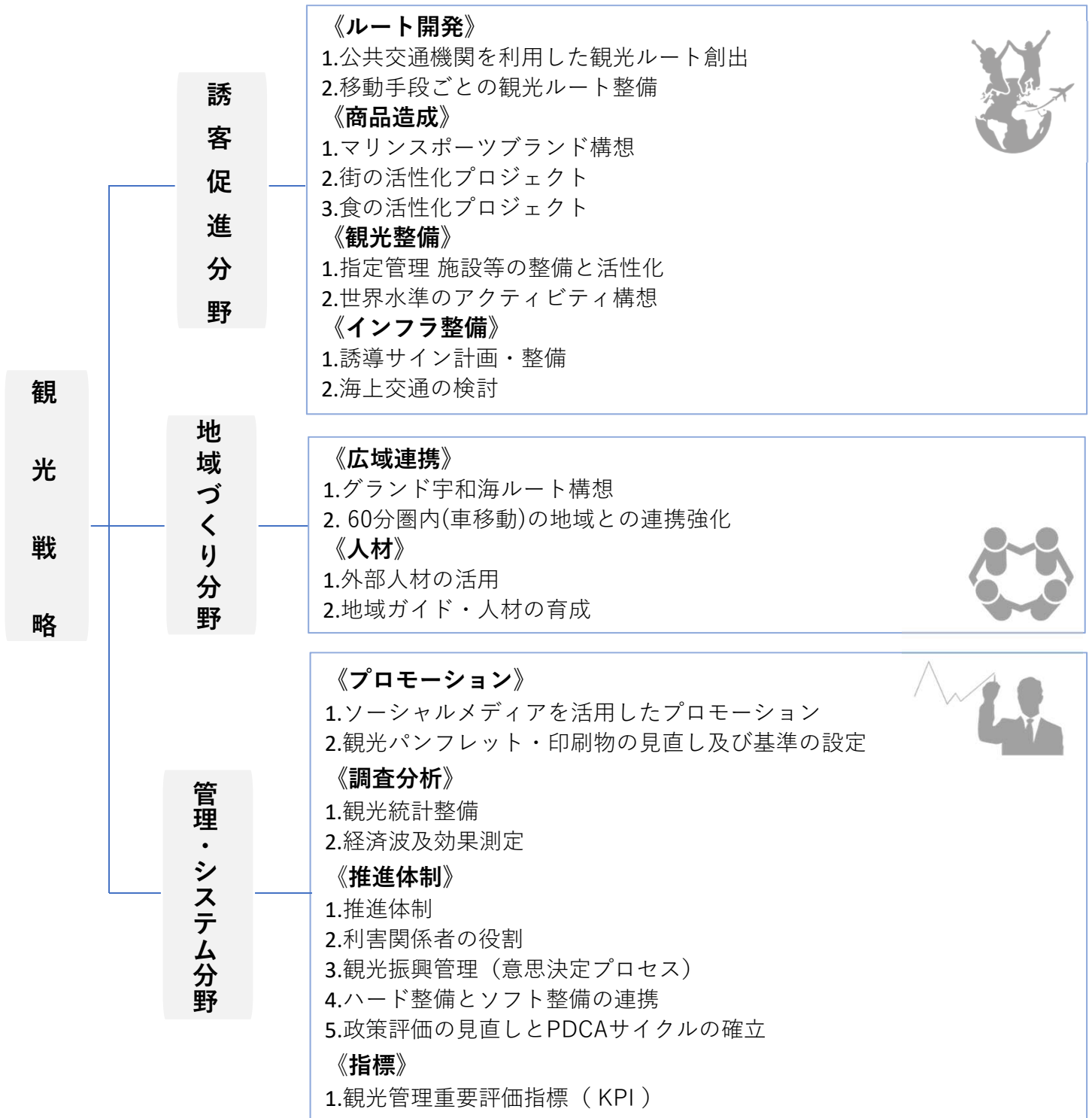
《重視するターゲット・市場》

観光データや地域特性、社会環境によりターゲットを設定

	内容	エリア・国
第1ターゲット層	アウトドア志向の30～40代のリピーター	国内・海外(アジア諸国、欧州、豪州 等)
第2ターゲット層	3世代ファミリー層	愛媛県内・四国
第3ターゲット層	30～50代の女性を中心としたリピーター	国内・アジア
第4ターゲット層	インバウンド	台湾・韓国・ベトナム・タイ・中国など

《3つの戦略分野と23の施策》

市場獲得に向けた戦略と施策



4. 観光戦略、推進分野と施策

伊方町観光戦略についての整理

戦 略		施 策	行政	DMO
誘客促進分野	ルート開発	1. 公共交通機関を利用した観光ルート創出	○	○
		2. 移動手段ごとの観光ルート整備	○	
	商品造成	1. マリンスポーツブランド構想	○	○
		2. 街の活性化プロジェクト	○	◎
		3. 食の活性化プロジェクト	○	○
	観光整備	1. 指定管理 施設等の 整備と活性化	○	
		2. 世界水準のアクティビティ構想	◎	◎
	インフラ整備	1. 誘導サイン計画・整備	○	
		2. 海上交通の検討	○	
	地域づくり分野	広域連携	1. グランド宇和海ルート構想	○
2. 60分圏内(車移動)の地域との連携強化			○	△
人材		1. 外部人材の活用	○	
		2. 地域ガイド・人材の育成	○	
管理・システム分野	プロモーション	1. ソーシャルメディアを活用したプロモーション		○
		2. 観光パンフレット・印刷物の見直し及び基準の設定	○	
	調査分析	1. 観光統計整備	○	
		2. 経済波及効果測定	○	
	推進体制	1. 推進体制	○	
		2. 利害関係者の役割	○	○
		3. 観光振興管理（意思決定プロセス）	○	
		4. ハード整備とソフト整備の連携	○	○
		5. 政策評価の見直しとPDCAサイクルの確立	○	
	指標	1. 観光管理重要評価指標（KPI）	◎	○



2022年～2026年
までの優先事項

- I. 事業者の参画
- II. ツアー造成
(2次交通の活用)
- III. レンタカー会社
との連携
- III. 観光ドライバー
の養成

2022年～2026年
までの目標値

- ・観光による2次交通利用者：年間200名
毎年10%上昇
- ・観光ドライバー：2名
- ・カーシェア及びレンタ
カー会社連携：2社

8 働きがいも
経済成長も



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



1. 公共交通機関を利用した観光ルート創出

取り組みテーマ

観光客の利便性の促進、2次交通問題の緩和のため、今後、益々需要が高まると予想される個人旅行への対応及び人口減少により利用率の減少が見込まれる公共交通機関、路線バス、フェリー、タクシー、レンタカーを活用することにより地域インフラ経済に貢献します。

その他、地域交通をコミュニケーションの移動手段として活用し新たな魅力を創出します。

具体的な取り組み

1. 宿泊や着地型ツアーに地域内移動として公共交通機関など、地域交通(タクシー含む)を取り入れます。

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
検討	→	→	→	→
	ツアー造成・集客		修正、継続	

2. 観光タクシー、ドライバーガイドの養成 (検討)

佐田岬半島の観光名所を解説できるタクシードライバーを養成。受入れ体制の整備として支援制度の検討。

3. レンタカープランの充実

レンタカー会社と提携、モデルルートの造成や観光コンテントの促進。

想定される効果：公共交通の利用率上昇、地域内周遊の促進

2. 移動手段ごとの観光ルート整備

取り組みテーマ

佐田岬半島を訪れる観光客のニーズの拡大を図ることを目的として、「マイカー」・「サイクリング」・「徒歩/ハイキング」の旅行者向けにモデルルートを造成、情報発信を行います。

具体的な取り組み

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
	→ ワークショップ/検討			
		→ ルート調査/造成		

① マイカールートの造成

景観、安全性、経済性を踏まえたルート開発を基本として造成します。

② サイクリングルートの造成

これまでのルートの実地検証を行い、景観、安全性、経済性を考慮したルートにマイナーチェンジを図ります。

③ 徒歩ルートの造成

観光施設、宿泊施設、文化施設を拠点とした散策ルートを造成します。

想定される効果：多様な観光客の受入れ体制の確立



2022年～2026年
までの優先事項

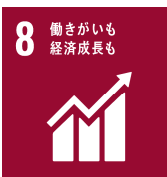
I. 事業者とのワークショップによるルート造成

II. 安全性の確認

III. プロモーション

2022年～2026年
までの目標値

- ・マイカールート：50
- ・サイクリングルート：30
- ・徒歩ルート：30



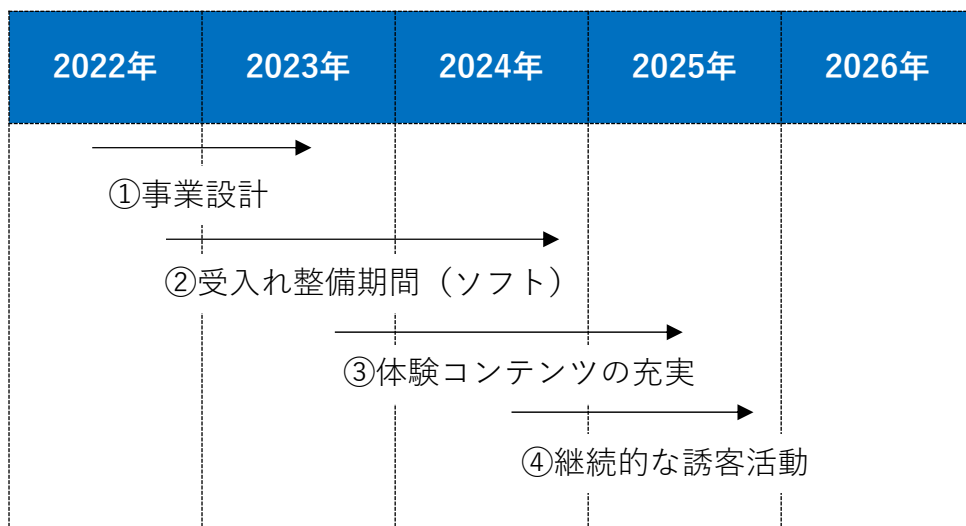
1. マリンスポーツブランド構想

取り組みテーマ

海に囲まれた佐田岬半島の優位性を活かし、スキューバダイビング、サーフィンなどマリンスポーツの環境づくりの推進及び受入れ環境の整備を図ります。

地域内外の専門的ノウハウを持つ事業者との提携や協力体制を築き、プログラム造成や誘客を促進します。

具体的な取り組み



① 事業設計

- ・スキューバダイビングの振興策を検討
- ・室鼻公園、須賀公園等の活用策の検討

② 受入れ期間

- ・受入れ整備及び誘客活動の開始

③ 体験コンテンツの充実

- ・多様な事業者の参画、ブランドメーカーとの提携

④ 継続的な誘客活動

想定される効果：海の資源の活用、観光の直接経済効果



2022年～2026年
までの優先事項

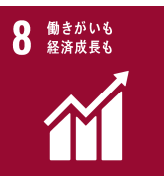
I. 事業設計

II. 受入れ環境の構築

III. 誘客体制

2022年～2026年
までの目標値

- ・旅行者へのブランド浸透率：40%
- ・ツアー造成：50
- ・メディア掲載2（年間）
- ・誘客：1,000名



2. 街の活性化プロジェクト

取り組みテーマ

伊方町役場本庁前の駐車場を活用して、地域事業者のチャレンジの場の創出と誘客促進を目的して「海と風のマルシェ」を定期的で開催します。

(一社)佐田岬観光公社(地域DMO)が地域の事業者と連携して開催、民間主導の商業イベントの浸透を図ります。

具体的な取り組み

「海と風のマルシェ」の開催。月1回。

	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
販売額 (千円)	1,500	1,650	1,800	1,950	2,100
参加事業者数(延べ)	100	110	120	130	140

想定される効果：賑わいの創出、観光の直接経済効果



取り組みの 優先事項

- I. 事業者数の増加
- II. 売上額の増加
- III. 地域外からの誘客

2022年～2026年 までの目標値

- ・売上額：9,000千円
(5年間合計)
- ・事業者の参画数:140



3. 食の活性化プロジェクト

取り組みテーマ

佐田岬半島の地域の1次資源を活用した、食をテーマにしたコンテンツ造成及びイベントを開催し、「佐田岬半島＝質の高いグルメの地」として誘客の拡大とガストロノミーツーリズムとしてのブランド化の促進を図ります。また、「佐田岬いーものセレクション」制度を確立し、食を含めた地域ブランディングを強化します。

具体的な取り組み

- ①食の専門家や地域の1次産業関連団体の参画による観光食のブランド検討機関「食のコミッティ」組織を設立し、看板商品の造成を図ります。
- ②釣りワーケーション
宿泊施設、飲食店を巻き込んだ、長期滞在向け企画を推進します。
- ③釣りマスター愛媛の海（「釣ってさばいて甲子園IN三崎」）大会
地域や団体とタイアップして、釣って、さばいて、食べるまで一連の技やアイデアを競います。
- ④「佐田岬いーものセレクション」との連動
「佐田岬いーものセレクション」制度との連動により、情報発信の強化及びタウンプロモーション事業への貢献を図ります。

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
→				
①食のコミッティ設立と運営				
→				
②釣りワーケーション事業設計から実施				
→				
③釣りマスター事業設計から実施				
→				
④「佐田岬いーものセレクション」との連動				

想定される効果：佐田岬半島、食のブランド化



取り組みの優先事項

- I.観光食のブランド検討機関「食のコミッティ」の設立と運営
- II.企画、運営まで継続的なイベント運営の体制づくり
- III.利害関係者の調整
- IV.地域外からの誘客

2022年～2026年までの目標値

- ・参加人数：300人
(5年間合計)
- ・直接経済効果
:10,000千円



1. 指定管理施設等の整備と活性化

取り組みテーマ

町内指定管理施設(佐田岬はなはな、亀ヶ池温泉、きらら館等)の活性化を図り、個々の施設の特性を活かした連動戦略を検討します。そのために必要な基盤整備に取り組みます。

具体的な取り組み

- ①観光関連指定管理施設、佐田岬はなはな、亀ヶ池温泉、きらら館の運営方針や経営状況を分析し、地域全体での活性化戦略を検討します。
- ②各指定管理施設の連動を図るための調査・戦略検討を実施します。
- ③令和5年夏にオープンする佐田岬半島ミュージアムは、佐田岬半島の「歴史・文化」の拠点であるとともに「観光」の拠点としても位置付け、各指定管理施設との連携を図り、新たな観光ルートを形成します。特に瀬戸アグリトピアを両軸とした瀬戸頂上線活用コンテンツの開発と周知を図ります。

また、今なお伝承され、SDGsにマッチしている「裂き織り」や新たな取り組みとして注目されている「藍染」などの魅力について広く発信します。

	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
指定管理施設検討		分析・協議		実施	
各指定管理施設の連動強化		調査	実施	基盤整備	
観光ルート造成		検討・開発		実施	

想定される効果：施設の連動波及効果、新たなコンテンツの造成



取り組みについての
優先事項

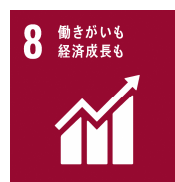
I.各施設の現状把握と
運営戦略の検討

II.施設個性を考慮した
連動戦略の実施

III.効果的なPR

2022年～2026年
までの目標値

- ・持続可能な運営の検討
- ・運営戦略の作成



2. 世界水準のアクティビティ構想 (Sea to Mountain project)

取り組みテーマ

佐田岬半島の地域資源である、海、陸(半島)を活用して世界の観光客に訴求する観光地開発を図ります。

1. 海の整備プロジェクト

2. 陸のプロジェクト：「佐田岬トレイル」の整備、運用
グランピング施設の検討

具体的な取り組み

- ① 「海の整備プロジェクト」構想から実現に向けての活動
- ② 「佐田岬トレイル」構想から実現に向けての活動

	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
海の整備プロジェクト	調査マスタープラン策定	検証	実現に向けての調整設計	広報活動・誘客	
陸の整備プロジェクト	調査・計画 営業ツール作成	広報活動・誘客			

想定される効果：インバウンド、佐田岬半島のブランド化

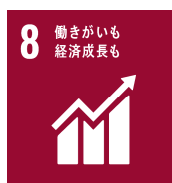


取り組みについての
優先事項

- I. 地域の合意形成
- II. マスタープランの策定
- III. 誘客に向けた活動

2022年～2026年
までの目標値

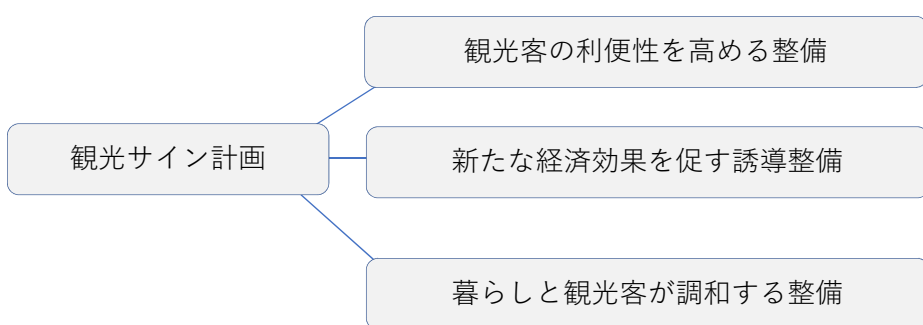
- ・国内観光客：2,000人
- ・インバウンド客：600人



1. 誘導サイン計画・整備

取り組みテーマ

誘導サイン計画・整備について「暮らしと観光客が調和する整備」、「観光客の利便性を高める整備」、「新たな経済効果を創出する整備」を3つの柱としたサイン計画の充実を図ります。



具体的な取り組み

①伊方町内、誘導サインの管理、機能について

伊方町の観光サイン(案内板)のリスト作成と管理、定期的な確認を実施、修繕、新設(撤去)を行います。

- ・観光案内所等での観光客の意見収集と整理
- ・専門家の意見を整理
- ・国、愛媛県との調整

②主要観光施設のサインの多言語化

町内の観光主要施設については、英語、中国語のサインを計画的に設置し、インバウンドに対応する施設を目指します。

想定される効果：旅行者の利便性の向上



取り組みについての
優先事項

I. 観光看板の状況把握。

II. 優先順位の決定

2022年～2026年
までの目標値

・観光客の満足度の向上

8 働きがいも
経済成長も



11 住み続けられる
まちづくりを



17 パートナースHIPで
目標を達成しよう



2. 海上交通の検討

取り組みテーマ

富裕層は、海からのアクセスを新たな魅力として捉えており、観光客の海上アクセス手段の一つとして広島や松山空港からの「海上交通」の充実を検討していきます。それに伴い、町内の適地におけるヨットハーバー的活用方法を検討し、地区の活性化へと繋がります。

具体的な取り組み

①ヨットハーバー構想(検討)

松山空港、広島方面からの新たなアクセスとして適地にヨットハーバー的活用方法を検討します。

②町内間海上交通による活性化(検討)

町内の海に面した主要観光地を船で結び、佐田岬半島ならではの海から臨む景観を楽しむとともに、二次交通としての機能について検討します。

③三崎港周辺の活性化

既存施設の活用、宿泊施設の誘致など、三崎港周辺を佐田岬半島の観光拠点として整備を検討します。

	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
ヨットハーバー整備		→ 検討	→ 計画	→ 実施	
三崎港周辺の活性化		→ 検討	→ 計画	→ 実施	

想定される効果：新たな市場の獲得、佐田岬半島のブランド化

※開発を伴うハード整備のスケジュールについては検討事項とします。



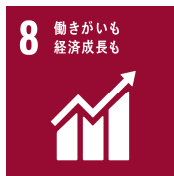
取り組みについての
優先事項

I. 検討、市場把握

II. 受入れ整備

2022年～2026年
までの目標値

- ・国内観光客：500人
- ・インバウンド客：100人





2022年～2026年
までの優先事項

I. ルート設計と関係づくり

II. 広報活動の充実

III. 多様な利害関係者の
参画

1. グランド宇和海ルート構想

取り組みテーマ

佐田岬半島を中心とした瀬戸内、別府を繋ぐ「グランド宇和海ルート」の創設とブランド化を広域連携により実現し、周辺の観光地からの相互誘客を促進します。行政のみではなく民間企業の広域連携の充実を図り広域経済を活性化に導きます。

具体的な取り組み

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
	①ルート設計/広域エリアの関係づくり			
	②検討			
		③広報		
			④ブランド検証	

2022年～2026年
までの目標値

・旅行者へのブランド浸透率：40%

・関連ツアー：5(年)
・メディア掲載：2(年)

① ルート設計/関係づくり

- ・対象地域への交流促進(イベントの参加等)
- ・対象地域の自治体、観光団体への説明

② 検討

- ・関係自治体や機関との調整

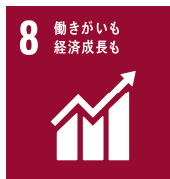
③ 広報

- ・Webでの告知
- ・マスメディア及び業界関係者への広報活動

④ ブランド検証

- ・認知度の検証

想定される効果：新たなルート創出による誘客促進



2. 60分圏内(車移動)地域との連携強化

取り組みテーマ

八幡浜市や大洲市、内子町との共同イベントや企画の共同開発を行い、広域エリアでのブランドイメージを創出し、認知度の向上を図ります。

具体的な取り組み

①別府、八幡浜フェリーの観光利用

年間400万人の集客を誇る別府との連携強化を図り、佐田岬半島沿いを運航するフェリーからの景色を活用します。さらに、体験コンテンツと組み合わせることで相乗効果を図り、八幡浜や大洲、内子との企画連携による相互の発展を目指します。

②松山ー内子ー大洲ー八幡浜ー佐田岬半島ルートの周遊ルートの構築

③インバウンド市場に向けての共同プロモーション

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
	→ 検討・調整			
		→ 連携事業開始	→ 検証	



取り組みについての
優先事項

I. 広域観光経済の理解と
合意形成

II. 役割分担

III. 持続可能な運営の検討

2022年～2026年
までの目標値

- ・フェリーからの観光客の誘客：2,000人
- ・広域ルート造成：20ルート

8 働きがいも
経済成長も



13 気候変動に
具体的な対策を



14 海の豊かさを
守ろう



15 陸の豊かさも
守ろう



17 パートナシップで
目標を達成しよう



想定される効果：広域連携による地域のブランド力向上

1. 外部人材の活用

取り組みテーマ

少子・高齢化と人口減少が加速する本町にとって、観光人材の獲得は、経済活動にも影響を及ぼします。外部人材を積極的に活用し、観光経済の安定化を図ります。

具体的な取り組み

① 地域おこし協力隊の活用

総務省の「地域おこし協力隊」制度を利用し、主要観光プロジェクトや施策での活用を促進します。

② 民間・外部人材の活用

観光の専門人材や高いスキルを持つ人材を活用し、地域の事業者のスキルアップを図ります。

③ シルバー人材の活用

観光ガイドやイベントスタッフなど、シルバー人材を活用していく仕組みを構築することで、働き方や過ごし方の充実を図るとともに行政コストの削減を図ります。

④ 地域人材の活用（登録制度）

観光に関心のある地域の団体と個人をリスト化し観光ガイドやイベントスタッフなど、地域人材を活用していく仕組みを構築します。(2023年より)

想定される効果：観光の専門性、新たな人材活用



取り組みについての
優先事項

I.地域おこし協力隊の活用

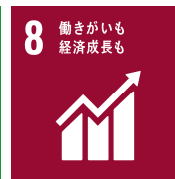
II.地域人材の発掘

III.専門人材の活用

2022年～2026年
までの目標値

・外部人材及び地域人材
の登用による経済効果

5,000千万円(売上額)



2. 地域ガイド・人材の育成

取り組みテーマ

地域ガイドや体験人材の育成や支援は、佐田岬観光の価値を旅行者に伝える効果、滞留時間の増加から経済効果にも貢献します。その他、高齢者の活用や雇用にも効果を発揮します。観光従事者のスキルアップを行うことにより、旅の魅力の向上につながり、リピーター増加やコアなファン層の獲得が期待できます。

具体的な取り組み

- ①ガイド人材及び観光事業者の研修
 - ・定期的な研修を実施、解説スキル、安全管理を習得
- ②ガイド管理体制の構築
 - ・新規ガイドの育成
- ③体験講師のスキルアップ支援及び育成

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
	研修と体制整備 ※研修、年1~2回を定期的に行う			

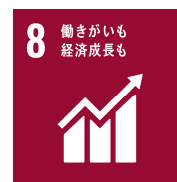


取り組みについての
優先事項

- I.ガイドの必要性の理解
- II.ガイドの公募
- III.スキルアップ研修

2022年～2026年
までの目標値

- ・研修参加人数：50人
- ・ガイド登録：30人



想定される効果：観光客へのサービス向上、新たな地域雇用

1. ソーシャルメディアを活用したプロモーション

取り組みテーマ

マーケティング及びデータを活用した、効果的なプロモーション活動の仕組みを構築、観光公式サイトへのアクセス数の向上やデータ分析を行います。

具体的な取り組み

① ソーシャルメディアの獲得数の指標と分析

対象メディア

- ・ ツイッター
- ・ フェイスブック
- ・ インスタグラム

② 旅行会社や団体への広報活動、データ整備

旅行会社や団体など提携数や契約数など広報活動の仕組みを構築します。



取り組みについての優先事項

I. システムの構築

II. 達成指標の設定

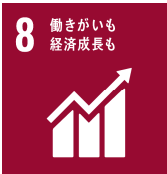
III. ソーシャルメディア戦略

2022年～2026年までの目標値

- ・ 公式Webサイト
：150万アクセス
- ・ インスタグラム
2023年度
：500フォロアー
毎年5%上昇

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
① SNS関連指標策定				
目標に向けての活動				
② 広報活動方向性の決定		広報活動の実施(年2回、定期的な報告の実施)		

※検証、修正、指標に向けた活動



想定される効果：データに基づく観光振興



取り組みについての
優先事項

I. 複数年予算の算出

II. 印刷物の効果基準の設定

III. 既存パンフレットの
見直しによるコスト削減

2022年～2026年
までの目標値

・パンフレット配布率
：70%

17 パートナースhipで
目標を達成しよう



2. 観光パンフレット・印刷物の見直し 及び基準の設定

取り組みテーマ

観光印刷物やイベントの効果指標を導入し、観光客の満足度の向上や予算の削減を図ります。

具体的な取り組み

- ① 既存、観光パンフレットの内容を検討し全体のブランドイメージの統一を図ります。
- ② 観光パンフレット、イベントの効果検証制度の導入を推進します。
- ③ 既存イベントの明確な目的と効果を整理し見直しを図ります。

2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
	→		→	
	既存パンフレットの検証		検証制度の導入	
	→		→	
	目的整理		イベントの見直し	
	※研修、年1～2回を定期的に開催			

想定される効果：経費削減、観光客へのサービス向上

1. 観光統計整備

観光データの取得と分析までのフロー図です。行政やDMOと協働のもとデータを取得活用していきます。

目標に向けて業務プロセスが適切に実行
されているか 判断するための主要な指標

「観光庁の指標に基づくKPIデータ」

延べ宿泊者数
旅行消費額
来訪者満足度リピーター

「住民調査データ」

事業者へのヒアリング、シン
ポジウムでのアンケート調査
等、地域視点の調査

「関係業者データ」

観光関連事業者とのワーク
ショップ、ヒアリング等、
の意見を反映

《データ×住民の声×事業者の声を反映》

《多様な関係者・専門家による分析》

・目標達成のための重
要成功要因を導き出し
ます。
・業務の「見える化」
によりの確なマネジメ
ントを実施。

・ツアー収入、会費収入。
イベント収入等のKPI
指標を作成。

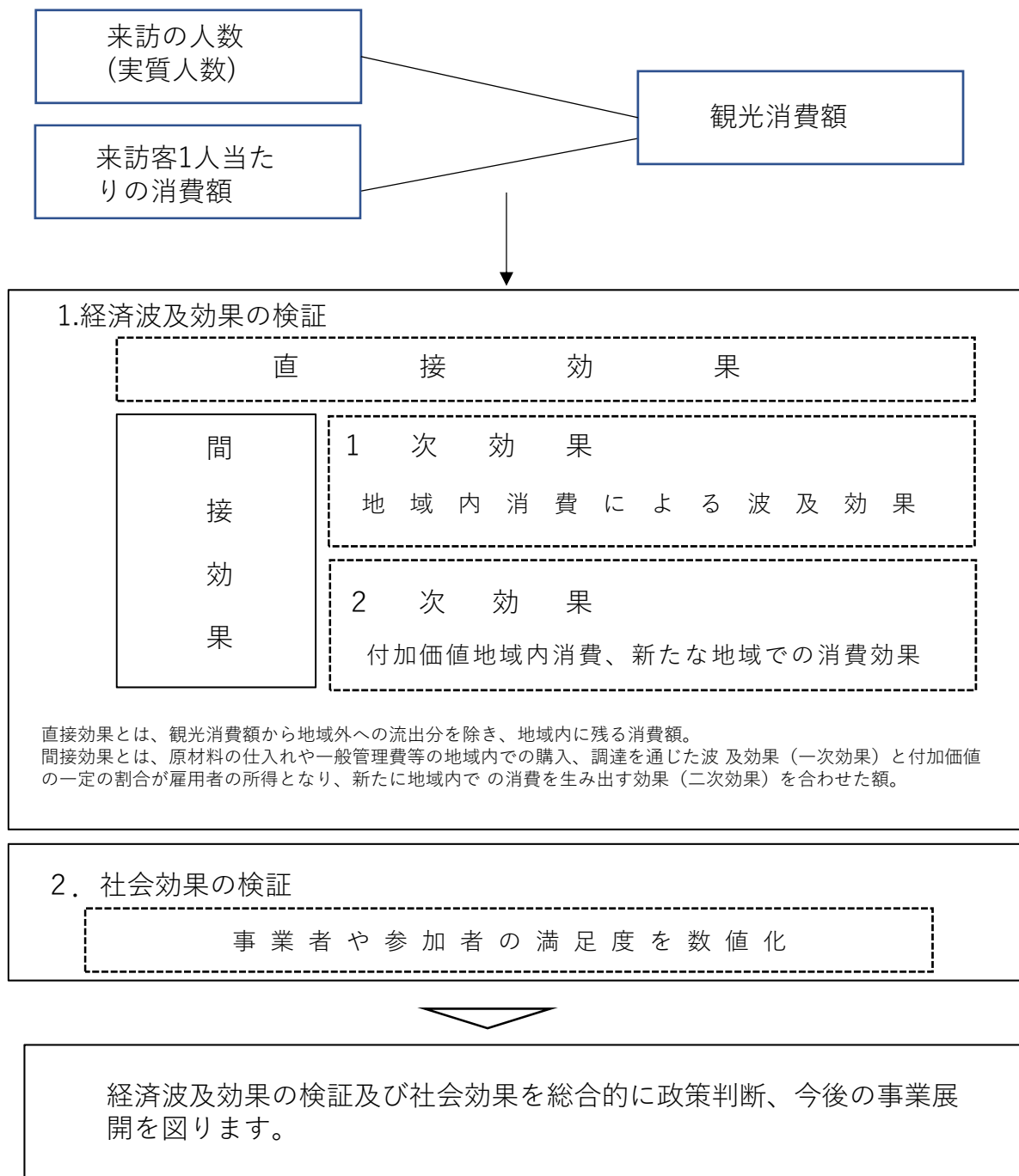
・重要成功要因の共有、
管理、連携した取組を
着実に推進させるため
の共通手段を構築。

《伊方町観光管理重要評価指標（KPI）の設定》

P D C Aサイクルを導入し、**Plan**（計画）→**Do**（実行）→**Check**（評価）→**Action**（改
善）の4段階を繰り返すことにより、取組に関する評価・検証を繰り返すことによって目
標達成をします。

2. 経済波及効果測定

予定規模100人を超えるイベントまたは経費100万円を超える支出を伴う施策については、経済波及効果と社会的効果を測定します。必要に応じて関係機関への説明を実施します。



2022年	2023年	2024年	2025年	2026年
		→ 検討	→ 検証開始	

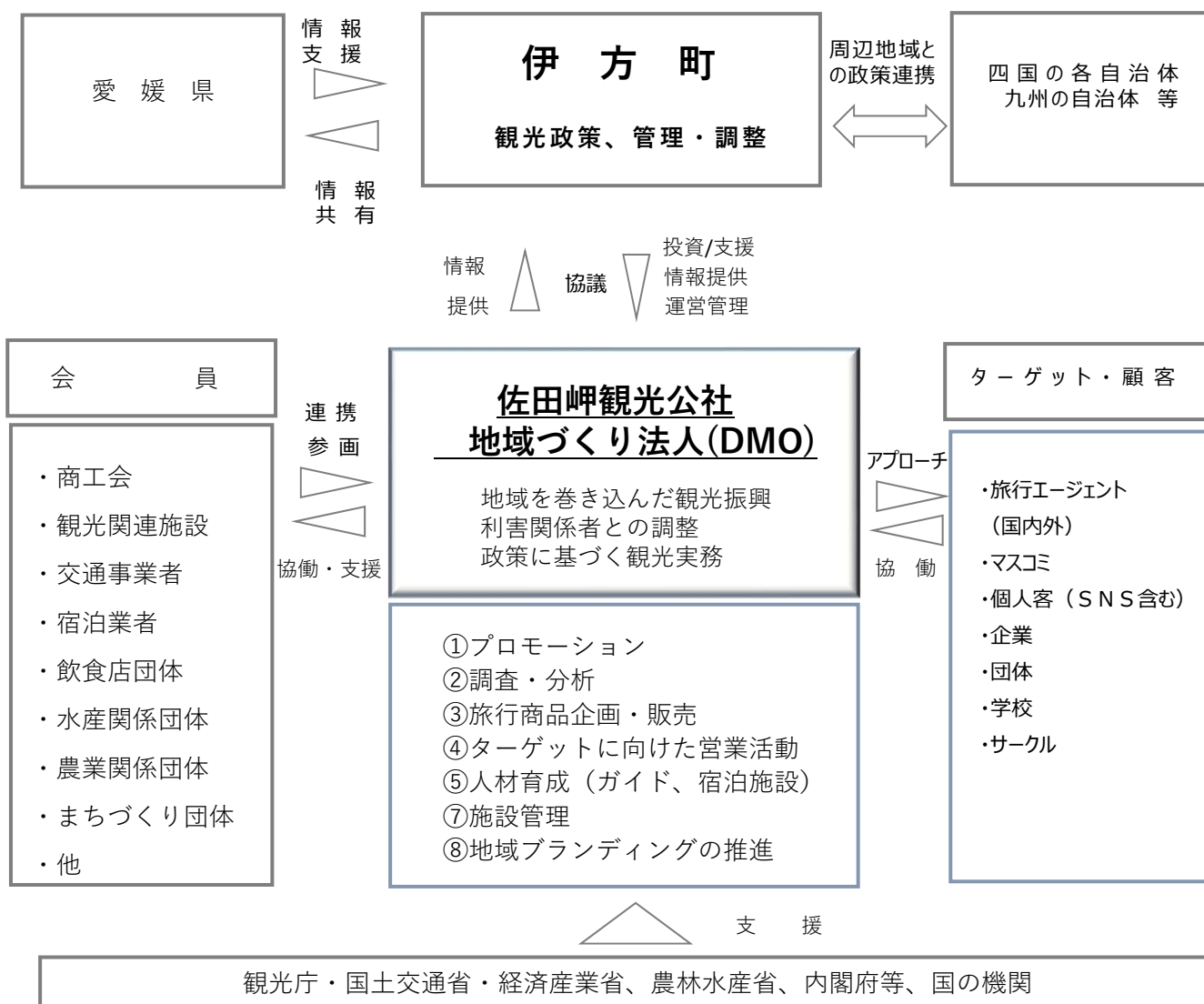
想定される効果：観光効果の可視化

1. 推進体制

「世界水準の観光地域づくりの実現」に向けて、民間主導の観光まちづくりプラットフォーム「(一社)佐田岬観光公社(地域DMO)」を基軸として、本計画で示した基本方針に基づき、施策を下記の体制図で推進していきます。下記4点を方針として定めます。

1. 住民、事業者と十分な議論を重ね観光振興が関係者、社会とともに成長を遂げるよう取り組みを推進します。
2. 行政内組織の横断的機能の充実を図り、取り組みに対して関心を高めます。
3. より多くの観光客が訪れるために、伊方町と佐田岬観光公社がそれぞれの役割を理解し観光振興に取り組みます。
4. 取り組み事業及び施策に関して、PDCAサイクルを用いて検証を行います。

《推進体制図》



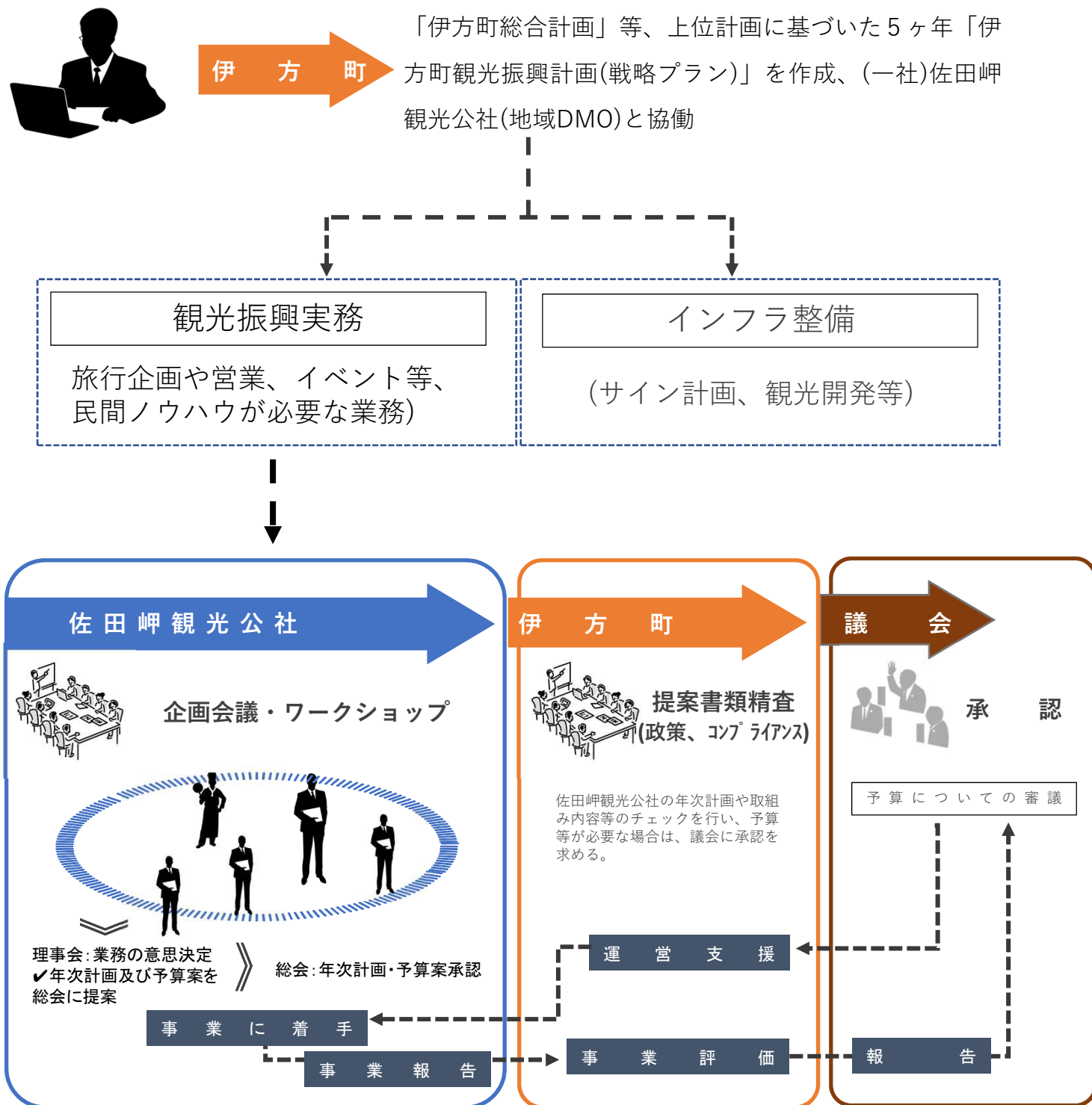
2. 利害関係者の役割

伊方町の観光振興を円滑かつ効率的に進めるために、行政、DMO、事業者/住民の役割について整理をしています。

項目	内容	行政	DMO	事業者/住民
計画策定	・観光基本計画、中長期計画の策定	○		
管理	・DMO実施施策の管理・助言 ・観光に関する投資の決定（議会承認） ・観光予算の確保	○		
経営指標 (KPI) 設定	・施策、集客数値の経営指標の設定及び実務	○	◎	
合意形成	・観光計画に基づく、企画の提案と実務 ・ステークホルダーとの合意形成	○	◎	
インフラ整備・規制緩和	・道路整備や景観条例の策定 ・サイン計画の策定及び整備計画	○		
観光地の新たな魅力づくり	・新たな観光施設の整備	○		
情報提供	・国・県、地方局等からの情報収集と共有(DMO)	○	○	
調整	・住民への観光まちづくりの理解、議会説明 ・役場内での部署間調整と連携	○	○	
マーケティング事業	・観光データ収集及び分析		○	
旅行事業	・体験商品、旅行商品の開発 ・旅行代理店との折衝・調整 ・宿泊、飲食店への誘客		○	○
観光施設管理・運営	・観光案内所の物販施設の管理・運営		○	○
プロモーション事業	・各種媒体への掲載、観光Webサイト運営、パンフレットの作成 ・旅行博への出席	○	◎	○
人材育成	・観光ガイド育成や事業者のスキルアップ	◎	○	

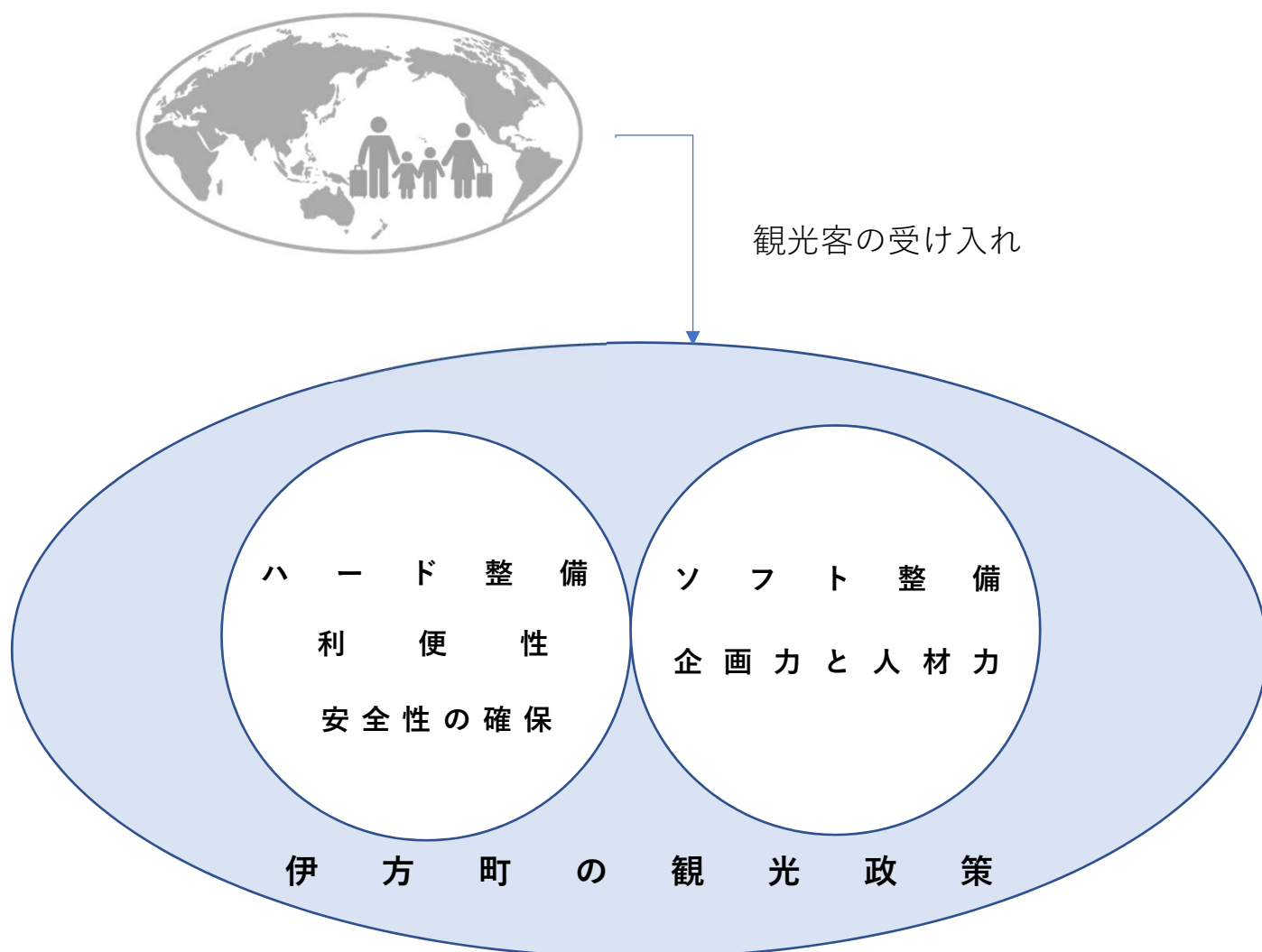
3. 観光振興管理（意思決定プロセス）

本町の観光振興計画を最大限に活用するために、伊方町、伊方町議会、観光地域づくり法人「(一社)佐田岬観光公社」、観光事業者など利害関係者を巻き込んだ、観光振興の企画・施策プロセスについて記載しています。



4.ハード整備とソフト整備の連携

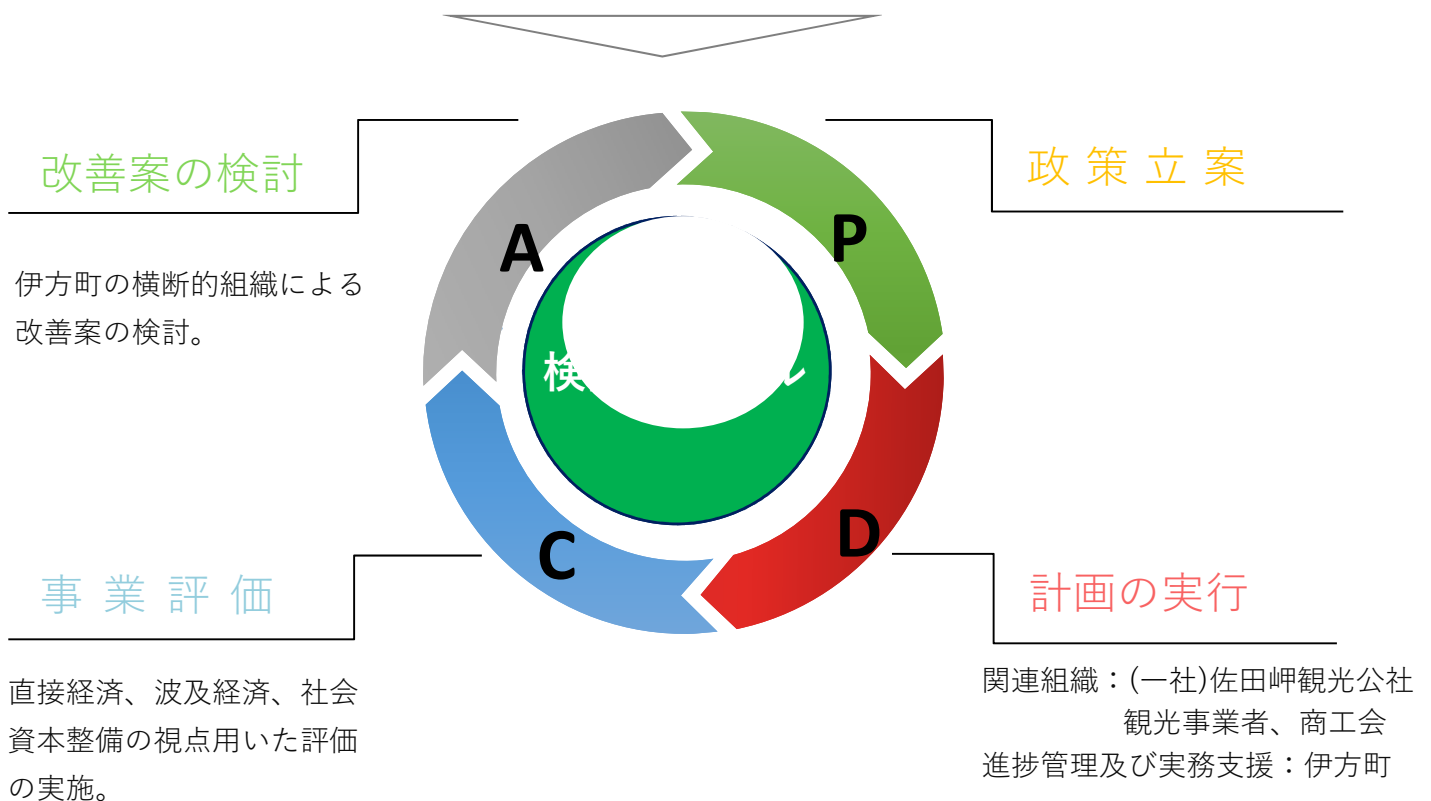
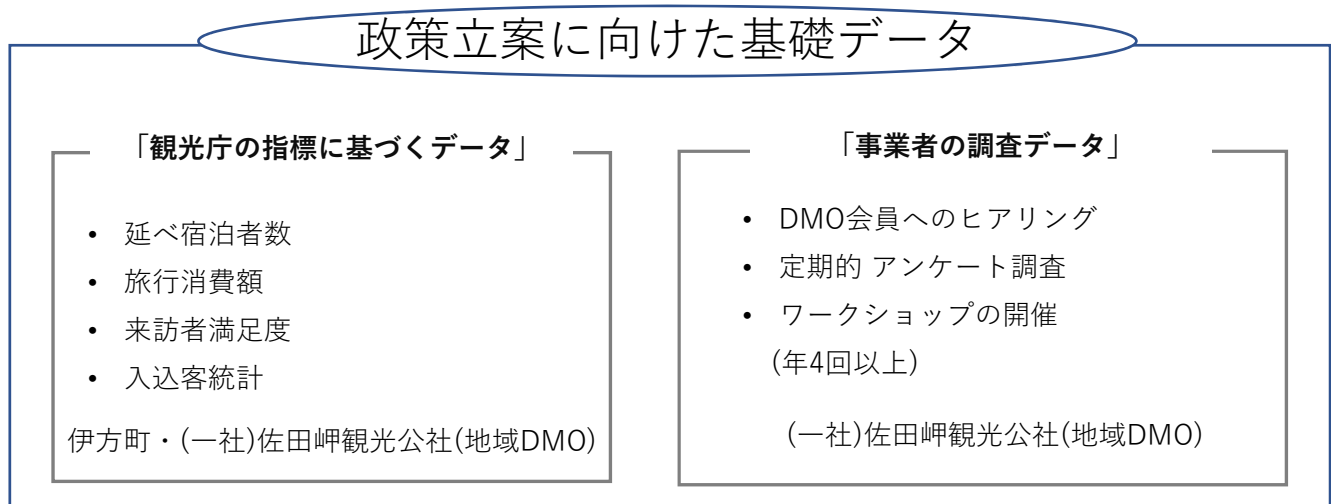
観光客の多様なニーズを満足させるには、ハード整備による観光客の利便性の向上を図るとともに、ソフト面の充実による質の高いサービスの確立が求められています。ハード整備(施設整備・道路改良・観光サイン計画)における重要ポイントは、観光事業者の意見を踏まえ、利用者目線での整備と安全の確保が第一であり、ソフトの充実(おもてなし・人材育成・企画)については、ハードを有効に活用する企画力に富んだ人材を配置することで、観光振興効果を高めることです。また、計画時からハードとソフトの有機的な連携を検討することが重要です。



**バランスのとれた観光整備が
発展へと導く**

5. 政策評価の見直しとPDCAサイクルの確立

政策においてPDCAサイクルを導入し、Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（改善）の4段階を繰り返すことで、地域の価値を高めていく仕組みを導入します。



1. 観光管理重要評価指標(KPI)

指標項目	単位	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)
観光消費額 *1	千円	382,144	458,000	467,200	476,500	480,000	485,000
主要観光施設入込客数 *2	人	270,885	279,000	287,000	295,000	304,000	313,000
観光案内所来訪者 *3	人	7,324	7,540	7,760	7,990	8,220	8,460
団体旅行送客数	人	—	—	令和5年度中に目標値設定			
延べ宿泊者数 *4	人	5,112	5,700	5,800	6,000	6,100	6,200
来訪者満足度 *5	%	—	70	72	74	76	78
リピーター率 *5	%	—	—	5	10	12	14
Webサイトレビュー数 *6	回	—	12,000	24,000	36,000	48,000	60,000
メディア掲載 *7	回	—	—	5	7	7	7
佐田岬観光公社会員数 *8	団体	—	78	80	82	83	85
域内調達率 *9	%	—	—	—	令和6年度より導入		
新規企業の観光投資 *10	社	—	—	—	令和6年度より導入		
観光関連の雇用増加数 *11	人	—	—	—	令和6年度より導入		
事業者及び個人のワークショップ参加人数 *12	人	—	75	78	82	86	90
佐田岬半島ミュージアムへの誘客数 *13	人	—	—	令和5年度中に目標値設定			

*1 DMO形成計画に準ずる。

*2 佐田岬はなはな、きらら館等の延べ入込客数、年約3%上昇。

*3 佐田岬観光案内所の延べ来訪者数。年約3%上昇。

*4 DMO形成計画に準ずる。

*5 DMO形成計画に準ずる。

*6 DMO形成計画に準ずる。

*7 令和4年度より新規設定。

*8 令和4年度を基準に、毎年約2%増加。

*9 検討中、令和6年度より導入。

*10 検討中、令和6年度より導入。

*11 令和6年度より導入。

*12 令和4年から毎年約5%上昇。

*13 令和5年度より実施。

地域の文化価値を高めることを目的として、ツアーコンテンツに取り入れます。

観光政策をより発展させるために

「伊方町観光振興計画(戦略プラン)2022-2026」を実現するために最も重要なことは、地域の利害関係者の合意形成と地域が一丸となった運営体制を政策として築くことと、その進行管理を忠実に行うことです。

伊方町の観光資源である自然景観・歴史・文化・優れた地場産業の技術は長い年月を経て先人が築きあげた貴重な財産であり、時として、観光振興は、観光事業者の経済のみが優先され方向性が決まることがあります。しかし、観光資源とは地域の暮らしを守るために必要となる経済活動として利用していくものです。

持続可能な観光の発展を続けるには、地域資源を守り継承してきた地域住民の理解と協力なくしては成り立ちません。その背景を理解し、地域全体の合意形成と住民生活への配慮、コンプライアンスを遵守することにより、伊方町の資産を良好な状態で未来に引き継ぎ、真の意味での「観光まちづくり」を進めることが可能になります。

本書の観光管理重要評価指標（K P I）を、利害関係者全員が共有し、達成に向けた活動を行うことが必要です。

資 料 編

観光戦略策定までの過程

年月日	内容
2021年8月	伊方町観光商工課での検討会議
2022年4月	伊方町観光振興計画(戦略プラン)に関するデータの収集
2022年7月	伊方町議会議員全員協議会で伊方町観光振興計画(観光戦略プラン)を作成することについて了承
2022年12月	策定委員会による検討委員会
2023年2月	策定委員会による検討委員会

委員名名簿

	氏名	所属及び役職	備考
1	濱松 一良	伊方町副町長 (一般社団法人 佐田岬観光公社副理事長)	
2	蔭山 尊	一般社団法人 佐田岬観光公社事務局長	
3	榊田 朋知	伊方町商工会事務局長	
4	篠澤 朝勝	伊方町商工業協同組合旅館部会長	
5	米田 光孝	西宇和農業協同組合伊方支店長	
6	佐藤 圭介	三崎漁業協同組合参事	
7	佐々木 伊津子	伊方町観光交流拠点施設佐田岬はなはな支配人	
8	兵頭 信之	伊方町観光交流拠点施設亀ヶ池温泉支配人	
9	阿部 徳章	株式会社ジェイアール四国企画常務取締役	
10	山下 善仁	国道九四フェリー株式会社三崎営業所長	
11	村瀬 剛二	株式会社トヨタレンタリース西四国レンタル部統括	
12	松本 秀信	伊方町観光アドバイザー (グローバル観光戦略研究所株式会社代表取締役)	
13	菊池 嘉起	伊方町総合政策課長	
14	菊池 暁彦	伊方町農林水産課長	
15	清水 浩二	伊方町観光商工課長	
16	阿部 茂之	伊方町教育委員会事務局長	

策定委員会の開催

●第1回

日時：令和4年12月15日 15:00～17:00

場所：伊方町役場 本庁6階大会議室

内容：①伊方町観光振興計画（戦略プラン）策定委員会設置要綱について
②佐田岬半島・観光資源のポテンシャルについて
③伊方町観光振興計画（戦略プラン）の策定について
④伊方町観光振興計画（戦略プラン）素案について

●第2回

日時：令和5年2月2日 13:30～15:10

場所：伊方町役場 本庁3階会議室

内容：①伊方町観光振興計画（戦略プラン）素案に対する意見等について
②伊方町観光振興計画（戦略プラン）（案）について