

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 7 年 10 月 24 日

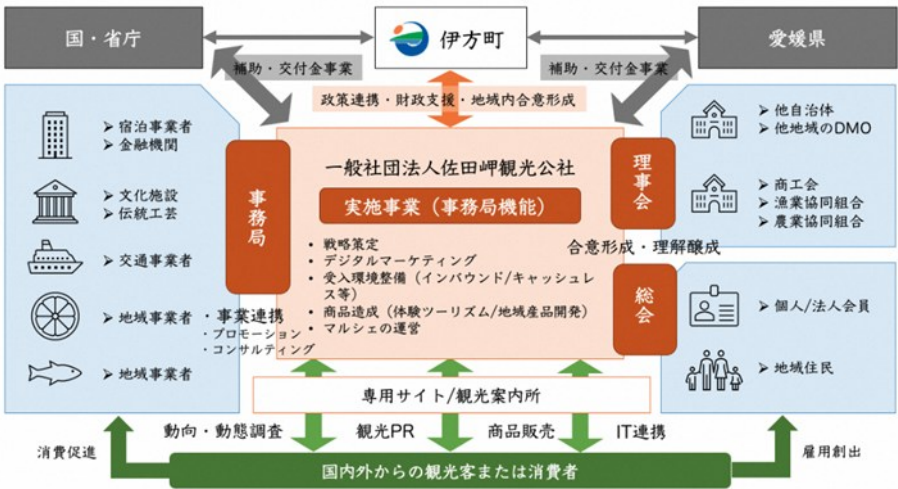
1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 佐田岬観光公社	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 伊方町	
所在地	愛媛県西宇和郡伊方町三崎 1700-11	
設立時期	2021 年 12 月 2 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	6 人【常勤 2 人（正職員 2 人）、町からの派遣 2 人、非常勤 2 人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	(氏名) 高月 芳人 (出身組織名) 農業従事者	伊方町議会議員 佐田岬観光公社の前身であるこれまで NPO 法人佐田岬ツーリズム協議会の事務局長を歴任し、運営及び観光イベントの主催を実施していた。また、旅行業務取扱管理者として愛媛県知事登録の二種旅行業を行い旅行者としての実績もある。さらに、町議として町の政策においても観光まちづくりについての必要性も認識している。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	(氏名) 河本 充夫「専従」 (出身組織名) (株) テレビ東京	テレビ局で 33 年間勤務。そのうち約 30 年間は報道記者、ディレクター、プロデューサーとして勤務。経済ニュース番組「ワールドビジネスサテライト」も担当。観光関連業界の動向や日本政府の観光政策などについて、取材や番組制作を通じて得た知識を活かして、佐田岬観光公社でマーケティング戦略の立案などを行っている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	(氏名) 村井 志保香「専従」 (出身組織名) (株) 三崎漁業協同組合	20 年の自営業で経理を経験、三崎漁業協同組合でも経理を 3 年間担当した。会社の経営継続のため、事業収支や財源確保に関して金融機関や行政と連携しながら財務基盤を構築していた。佐田岬観光公社で財務関係に従事している。
プロモーションの責任者	(氏名) 河本 充夫「専従」 (出身組織名) (株) テレビ東京	テレビ東京で国際ニュース部門に約 6 年間在籍。うち 3 年間はワシントン支局に勤務。国内での取材活動と海外駐在で培った多種多様な業界との幅広い人脈、テレビや新聞などメディア関係者との人脈を活かし、国内外に向けて伊方町の観光プロモーションを行う。 実用英語技能検定 1 級、HSK 5 級程度。

		国内旅行業務取扱管理者。 GSTC Professional Certificate in Sustainable
旅行商品の造成・販売の専門人材	(氏名) 松本 寿也 (出身組織名) (株) JTB	大手旅行代理店に約 40 年間勤務し商品造成に携わった経験を活かして地域の事業者と連携して旅行商品を開発、愛媛県内に加え、大分や広島の旅 行代理店にも幅広く商品提案を行っている。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	伊方町・観光商工課 (政策連携・財政支援・連絡調整・地域内合意形成)	
連携する事業者名及び役割	①商品造成 ■八幡浜漁業協同組合 ■愛媛県漁業協同組合三崎支所 ■朝日共販株式会社 ■株式会社クリエイト伊方 ■西宇和農業協同組合 ■伊方町商工会 ■伊方町商工業協同組合 ■さきおり保存会 ■佐田岬みつけ隊 ■岬藍 ■伊方サービス株式会社 ■伊方町生活研究協議会 ■伊方杜氏伝承会 ■島津農園 ■木嶋水産 ■読売旅行 ■愛媛新聞旅行 ■愛媛県観光物産協会 ■JR 四国ツアー ②宿泊 ■民宿まるやま ■篠沢荘 ■つるや旅館 ■民宿みちもと ■亀ヶ池温泉 ■民宿浜乃屋(本店) ■瀬戸アグリトピア ■えびすや旅館 ■民宿大岩 ■二名津わが家亭 ■Hanare STAY&SPACE	
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	(該当する要件) ①② ①多様な事業者からなる理事メンバー (概要) 当法人理事会のメンバーを金融機関、交通事業者、宿泊事業者、商工会、農業・漁業団体者、観光事業者等の観光まちづくり組織で構成、まちづくりに関連する各分野の関係団体が関与して意思決定を図ることで事業推進を円滑に進めることを目指している。	

	<p>②観光公社が主導して「観光客の受け入れ」「物産やイベント」「体験・アトラクション」の3分野別について公社会員が参加する「専門部会」を設置、町内事業者が連携して新たな観光資産の開発を目指すとともに、事業者や個人が主体的に観光振興に参画しやすい仕組みを構築する。</p> <p>今後も継続して町内外の事業者の参画を促していく。</p>
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	<p>【これまでの取組】</p> <p>2021 年 10 月 NP0 法人佐田岬ツーリズム協会を対象にした「伊方町の観光振興に関する意見交換」を開催。</p> <p>2022 年 5 月 伊方町の観光事業者の中核を担う理事、会員、伊方町が定期総会で DMO の運営に関して合意。総会の開催に際しては町内の全世帯に届く広報誌にて会員募集・総会案内の情報発信を行った。</p> <p>2022 年 4 月、5 月 ワークショップの開催。観光ガイドや宿泊関係者、街づくりに関心のある住民に対して、観光地域づくりをテーマに意見交換会を行った。</p> <p>2023 年 5 月 町内の全世帯に届く広報誌にて会員募集・総会案内の情報発信を行うとともに、総会で出席者に観光振興計画の説明や、観光まちづくりの効果についての意見交換会を実施した。</p> <p>2025 年度 伊方町の地域づくり団体「佐田岬みつけ隊」、「地域おこし協力隊」「地元の高校生」などのネットワークを形成し、協働により地域資源を発掘した旅行商品の造成を行っている。</p> <p>地域事業者が提供する体験イベントを集めた「佐田岬体験博」を夏～秋の4か月にわたって実施中。</p> <p>町内の郵便局や農協、温泉施設、コンビニエンスストアなどに体験博のパンフレットを置き、住民向け広報を通じて住民の意識啓発を行っている。</p> <p>冬～春も「佐田岬体験博」を実施するため体験商品の造成を行っていて、観光地域づくりについて住民の認知と理解の向上を目的に、県内および全国メディアに働きかけを行っている。</p> <p>観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進にむけたプロモーション例 「佐田岬体験博」 (テレビ放映) ・あいテレビ・愛媛朝日放送・テレビ愛媛でキックオフ記者発表をニュース放映 (6/30、7/2) ・あいテレビのローカル情報番組で10分余りの特集を放送 (7/18) (ラジオ放送) ・南海放送ラジオの30分番組に事務局長がゲスト出演し、佐田岬半島の魅力と体験博の内容を広報 (7/26) (新聞) ・愛媛新聞 (7/1) (SNS ほか) Instagram での広告配信、松山市中心部の商店街「銀天街」でビジョン広告を実施、ローカルテレビ局のCMでも開催を告知、県内のコンビニやスーパーほかでパンフレットを配布 (7/1～)</p>

	<p>「佐田岬灯台一般公開」 (テレビ放映)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前プレスツアーをあいテレビが夕方ニュースで特集 (7/28) ・愛媛新聞に記事掲載 <p>そのほかの佐田岬及び伊方町への今年のメディア取材実績</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「ナゼそこ」テレビ東京系列 (10月2日全国放送) ・「村長さんに聞いてみた」テレビ東京系列 (9月6日全国放送) ・「情報 7Days」TBS 系列で三崎地区の秋祭りを特集放送 <p>ほか多数</p>								
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年「佐田岬体験博」事業 <p>域内の事業者が提供する 30 の体験型商品を集めて、佐田岬半島の伊方町全域を会場にした 4 か月間のイベントを開催。伊方町ならではの食やアトラクション、文化体験を発信。開幕前日にキックオフ記者発表を開催し、県内のテレビ、新聞および地域 CATV が放送・記事化。</p> <p>また、ローカルテレビ局が夕方のニュース番組で 10 分 (7/18) と 6 分 (7/28) の特集を放送。</p> <p>県内の最大人口都市・松山市で大型ビジョン広告も実施しイベント及び佐田岬の認知向上、誘客に努めた。</p> </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年インバウンド受け入れ事業 <p>域内の事業者と最新の翻訳アプリ情報を共有し、インバウンド受け入れ態勢強化に向けて、利用を推奨。</p> <p>災害等の非常時のインバウンドへの情報発信や安全・安心対策として、政府観光局 (JNTO) のインバウンド向け Safety Information Card を宿泊施設はじめ域内の各事業者提供。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年宿泊施設再生事業 <p>「観光客受け入れ」にかかわる事業者の専門部会を設置し、DMO、行政、地域事業者が受け入れ環境整備の道筋を討議する枠組みを構築する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁が募集する宿泊事業者向け「観光産業再生促進事業」の情報を共有するなど、宿泊施設の設備更新及び DX 化を後押しする。 </td></tr> <tr> <td>観光資源の磨き上げ</td><td> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年「佐田岬体験博」事業 <p>冬の閑散期対策として、7 月に開幕した「佐田岬体験博」と同規模・同期間程度の「体験博」を冬にも実施する予定。将来に向けた観光資源の磨き上げプラットフォームとして活用することを目指している。今冬に向けても「大わらじづくり」や「やぐら餅つき」「鯖ぞう煮」など地域の伝統文化行事などを体験商品化するため地域の住民らと協議を行っている。</p> </td></tr> </tbody> </table> <p>【定量的な評価】</p> <p>佐田岬体験博は 7 月 1 日の開幕から約 1 か月で予約件数が 77 件、予約人数が 192 人 (8 月 4 日現在) となっている。(昨年実績は 2 か月半で 243 人)</p> <p>今年は夏休みに入る 7 月 19 日から 27 日までの 9 日間、地元テレビ局でスポット CM54 本、松山市中心部の商店街でビジョン広告 184 本を打ち、愛媛県の最</p>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・2025 年「佐田岬体験博」事業 <p>域内の事業者が提供する 30 の体験型商品を集めて、佐田岬半島の伊方町全域を会場にした 4 か月間のイベントを開催。伊方町ならではの食やアトラクション、文化体験を発信。開幕前日にキックオフ記者発表を開催し、県内のテレビ、新聞および地域 CATV が放送・記事化。</p> <p>また、ローカルテレビ局が夕方のニュース番組で 10 分 (7/18) と 6 分 (7/28) の特集を放送。</p> <p>県内の最大人口都市・松山市で大型ビジョン広告も実施しイベント及び佐田岬の認知向上、誘客に努めた。</p>	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・2025 年インバウンド受け入れ事業 <p>域内の事業者と最新の翻訳アプリ情報を共有し、インバウンド受け入れ態勢強化に向けて、利用を推奨。</p> <p>災害等の非常時のインバウンドへの情報発信や安全・安心対策として、政府観光局 (JNTO) のインバウンド向け Safety Information Card を宿泊施設はじめ域内の各事業者提供。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年宿泊施設再生事業 <p>「観光客受け入れ」にかかわる事業者の専門部会を設置し、DMO、行政、地域事業者が受け入れ環境整備の道筋を討議する枠組みを構築する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁が募集する宿泊事業者向け「観光産業再生促進事業」の情報を共有するなど、宿泊施設の設備更新及び DX 化を後押しする。 	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・2025 年「佐田岬体験博」事業 <p>冬の閑散期対策として、7 月に開幕した「佐田岬体験博」と同規模・同期間程度の「体験博」を冬にも実施する予定。将来に向けた観光資源の磨き上げプラットフォームとして活用することを目指している。今冬に向けても「大わらじづくり」や「やぐら餅つき」「鯖ぞう煮」など地域の伝統文化行事などを体験商品化するため地域の住民らと協議を行っている。</p>
事業	実施概要								
情報発信・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> ・2025 年「佐田岬体験博」事業 <p>域内の事業者が提供する 30 の体験型商品を集めて、佐田岬半島の伊方町全域を会場にした 4 か月間のイベントを開催。伊方町ならではの食やアトラクション、文化体験を発信。開幕前日にキックオフ記者発表を開催し、県内のテレビ、新聞および地域 CATV が放送・記事化。</p> <p>また、ローカルテレビ局が夕方のニュース番組で 10 分 (7/18) と 6 分 (7/28) の特集を放送。</p> <p>県内の最大人口都市・松山市で大型ビジョン広告も実施しイベント及び佐田岬の認知向上、誘客に努めた。</p>								
受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・2025 年インバウンド受け入れ事業 <p>域内の事業者と最新の翻訳アプリ情報を共有し、インバウンド受け入れ態勢強化に向けて、利用を推奨。</p> <p>災害等の非常時のインバウンドへの情報発信や安全・安心対策として、政府観光局 (JNTO) のインバウンド向け Safety Information Card を宿泊施設はじめ域内の各事業者提供。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2025 年宿泊施設再生事業 <p>「観光客受け入れ」にかかわる事業者の専門部会を設置し、DMO、行政、地域事業者が受け入れ環境整備の道筋を討議する枠組みを構築する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁が募集する宿泊事業者向け「観光産業再生促進事業」の情報を共有するなど、宿泊施設の設備更新及び DX 化を後押しする。 								
観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・2025 年「佐田岬体験博」事業 <p>冬の閑散期対策として、7 月に開幕した「佐田岬体験博」と同規模・同期間程度の「体験博」を冬にも実施する予定。将来に向けた観光資源の磨き上げプラットフォームとして活用することを目指している。今冬に向けても「大わらじづくり」や「やぐら餅つき」「鯖ぞう煮」など地域の伝統文化行事などを体験商品化するため地域の住民らと協議を行っている。</p>								

	<p>大人口都市である松山市で「佐田岬体験博」のプロモーションを強化した効果と考える。</p>
<p>実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。</p>	<p>【実施体制の概要】 佐田岬観光公社の理事会メンバーには、まちづくり団体、交通事業者、農水産業、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営体制を実施している。 25 年度中に「観光客の受け入れ」「物産やイベント」「体験・アトラクション」の3分野で会員事業者が参加する「専門部会」を設置し、地域の事業者が積極的に観光公社と協力・連携できるよう実施体制を強化する。 会員事業者数の拡大と、より多くの地域住民の参加を目指し、宿泊や飲食、農漁業などの地域の事業者等を訪問して意見や要望をきき、積極的に観光公社の事業運営に反映している。 また、国からの助成事業や広域団体や行政からの各種統計、セミナー情報・資料などの情報を会員事業者とメールで共有し、地域住民の観光まちづくりへの関心を高め、参加意識の醸成を図っている。 マーケティングでは、訪問者にグーグルフォームを使った QR コードアンケートを行うなど、各種データの収集と分析を行っている。これを今後の観光公社の施策や事業者の経営にも反映して活用する予定。 今後はふるさと納税の商品開発や、比較的単価の高いアウトドア系の体験メニューを造成して国内外に向け販売し、安定的な運営資金の確保に努める。</p> <p>【実施体制図】</p> 

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

本町には四国最西端に位置する日本一細長い佐田岬が育んだ、自然、文化、営み、神社仏閣等の観光資源が数多くある。住民協働のもと観光資源等を活用し「佐田岬ブランド」を推進してきた。こうした活動を引き継ぎ、発展的に活動を行うためにも伊方町全域を設定区域とすることが適切と判断した。

【観光客の実態等】

九州と四国を最短で結ぶフェリー航路拠点の三崎港があり、物流トラックや観光バス、観光客の自家用車の往来が盛ん。

ただ、多くは四国内の有名観光地に向かう、もしくはフェリーに乗って九州に向かうため、通過型の観光地となっており、観光消費額は1人当たり1500円程度と少ない。

域内での滞在や周遊を促す仕掛けの構築を模索している。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

《観光資源》

自然・歴史・文化・公園	佐田岬灯台（国有有形文化財）、御籠島、椿山展望台、ムーンビーチ井野浦、川之浜海岸、塩成海岸、須賀公園、レッドウィングパーク、室鼻公園 あこう樹（国指定天然記念物）、裂織り（伝統工芸）、法通寺のナギの木（県指定天然記念物）、須賀の森（県指定天然記念物）
観光・商業施設	瀬戸アグリトピア、大久展望台、亀ヶ池温泉、佐田岬はなはな（みなとオアシス）、佐田岬半島ミュージアム（道の駅）、伊方きらら館（道の駅）

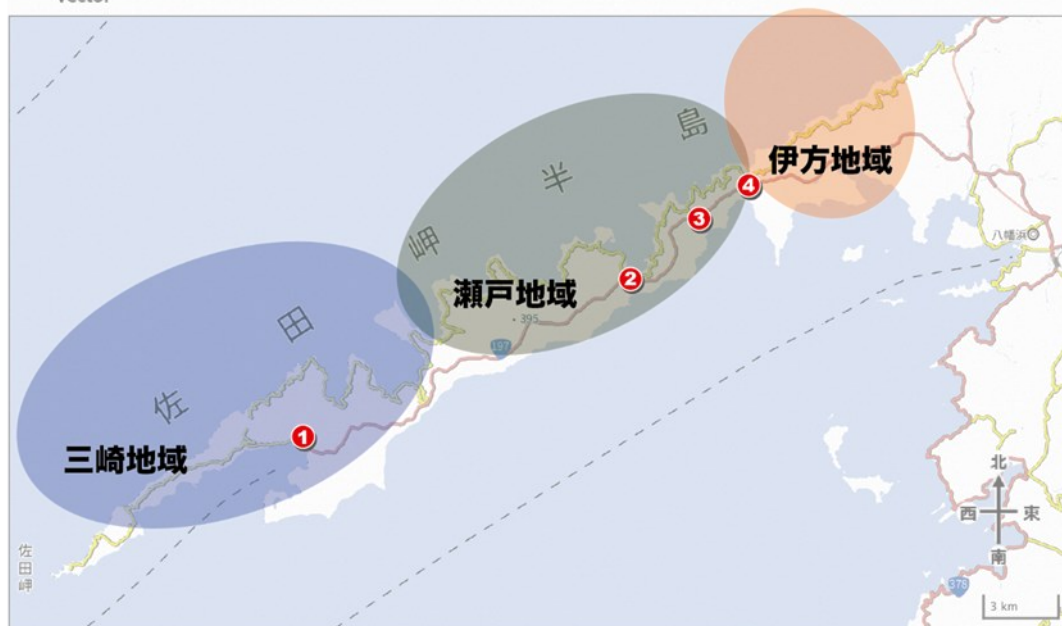
イベント・祭り	はなはな祭り（毎年5月上旬）、きなはいや伊方まつり（毎年7月下旬）瀬戸の夕凧まつり、（毎年8月上旬）、各地の秋祭り・供養祭（10月）、イルミネーション（毎年12月～1月）
食材・食文化	柑橘、しらす、じゃこ天・じゃこカツ、伊勢海老、あわび、さざえ、鯛・はまち・鰯の養殖
産業観光	みかん狩りなど農業体験、しらす漁など漁業体験

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】公社HPで確認

《宿泊施設》

伊方地域					
つるや旅館	10室	民宿 まるやま・群	25室	民宿浜乃屋 伊方店	7室
民宿篠沢荘	12室	アート旅館	4室	亀ヶ池温泉	12室
ビジネスハウス トシ	5室	旅館井倉	13室	guesthouseBLUESTONE	1室
瀬戸地域					
瀬戸アグリトピア	10棟	岩宮旅館	5室	薫風荘	2室
民宿浜乃屋 本店	8室				
三崎地域					
民宿大岩	19室	すぎやま旅館	6室	金沢旅館	3室
えびすや旅館	5室	菊屋旅館	1室	HANARESTAY&SPACE	1室

地理院地図 加工して作成
Vector



地図上に番号を振った施設の名称

- 1 佐田岬はなはな（みなとオアシス）
- 2 佐田岬半島ミュージアム（道の駅）
- 3 亀ヶ池温泉
- 4 伊方きらら館（道の駅）

【利便性：区域までの交通、域内交通】

・松山方面から
鉄道、高速バスは隣の八幡浜までとなっており、路線バスは八幡浜と伊方町を結ぶ路線があるが本数は少ない。公共交通によるアクセスは悪く、八幡浜からのレンタカーかタクシー、自家用車による移動が主となる。

・九州方面より
九州の佐賀関港と四国側の三崎港を 70 分で結ぶ航路がある。三崎港から八幡浜方面への移動手段が乏しい。

・域内交通
電動アシスト自転車や E-Bike 貸し出しの取組を行っているが、利用は周辺観光にとどまる。域内の移動は自家用車やレンタカーがほとんどで、2 次交通の整備は急務。半島内を周回する町営バスはあるものの、各地区に停車するため移動に時間がかかり、利用者のほとんどが町民になっている。

移動手段の拡充のため、2024 年度中に、三崎港の観光案内所にカーシェアリング設置した。

【外国人観光客への対応】

- ・佐田岬観光案内所が日本政府観光局外国人観光案内所カテゴリ 2 に登録。
- ・多言語ホームページを開設。(2025 年度)
- ・観光案内窓口に翻訳アプリをインストールしたタブレット端末を設置(2025 年度)
- ・英語、中国語、韓国語で佐田岬の観光案内チラシを作成、観光案内所で配布
- ・非常時対応のため域内の宿泊施設に政府観光局 (JNTO) のインバウンド向け Safety Information Card を配布。
- ・広域 DMO の海外商談会に参加し、台湾、中国等に向けインバウンド旅行会社に地域の特色を生かした旅行商品を提案し、商談を行っている。(2025 年度)

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	伊方町が実施する「観光客数とその消費額」調査から算出
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	伊方町が実施する「観光客数とその消費額」調査から算出。
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	QR コードを使ったアンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	QR コードを使ったアンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	Google Analytics を活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測るため。	町広報誌に活動報告を掲載するのに合わせて全世帯に郵便はがきでアンケート実施予定。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

定住人口の減少による域内市場の縮小や、農林水産業における従事者の高齢化等により、既存産業は衰退傾向にある。また、観光においては、町内の2つの道の駅、港オアシス、温浴施設は入込数は大きいものの、宿泊やその他の消費額と比べて分析すると消費額は少なく、非滞在通過型の観光地となっている。

2次交通の課題も顕著で、訪問者の域内交通のほとんどが自家用車かレンタカーとなっている。課題は多方面であるものの、柑橘や新鮮な魚介類を中心に、農林水産資源は豊富で、キャンプ場などアウトドアに最適な環境を有している。

この地域の特色に着目して、消費や滞在時間を伸ばすためのコンテンツの開発や、インバウンド受け入れを基本とした観光コンテンツの開発・強化を図る。

さらに情報発信を強化することで、国内外からの誘客や消費により、地域産業全体の振興及び新たな雇用の創出が実現すると考える。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 佐田岬は、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。 ・ 豊富な水産資源を持ち、新鮮な海鮮料理が味わえる。 ・ 栽培される柑橘の種類が豊富でみかん狩りが盛ん。 ・ 九州への最短フェリーが就航している。 ・ リアス式の海岸ではフィッシングやサーフィン、自然が多く残る陸地ではキャンプやハイキング等、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。 ・ 旧国道は宇和海や瀬戸内海の眺望を楽しみながら走れるサイクリングルートになっている。 ・ 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。 	<p>弱み (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 域内の各観光スポットが連動して訪問者を迎える仕組みが弱い。 ・ 宿泊施設は点在しているがキャパシティが少なく、また DX 化が進んでいない。 ・ 通過型観光となり宿泊等による経済効果が薄い。 ・ 土産品や飲食店の認知が低く、「佐田岬にしかない」観光資源の磨き上げや商品開発が不足している。こうしたことから観光消費額が少ない。 ・ 2次交通が整備されていない。 ・ 国道九四フェリーやしまなみ海道を使って大分や広島などを結ぶ広域の観光ルートが構築されていない。
外部環境	<p>機会 (Opportunity)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 愛媛県内へのインバウンド観光客の増加。 ・ インバウンド観光客に人気の城泊を推進する大洲市や、有名な温泉地である別府へのアクセスが容易。 ・ 持続可能な開発目標「SDGs」による、価値観の変化。 ・ スポーツツーリズムの増加 ・ アウトドア需要の増加 	<p>脅威 (Threat)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺観光地との連携不足。 ・ 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る観光人材の確保難。 ・ 強みが類似する市町村が全国で多数台頭している。

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

<p>○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：中国・近畿エリア</p>
<p>○選定の理由 「自然景観」という既存の資源を最大限活用する必要がある、それを活かすカテゴリーとして、「スポーツ/アウトドア」を選定した。 愛媛県は中村知事が先頭に立ちサイクリングツーリズムに力を入れている。 レンタサイクルの利用者の3割が外国人ともいわれるしまなみ海道を例に見てもわかるように、インバウンド観光客にもサイクリングツーリズムは受け入れられやすい。 伊方町でも隣接市の八幡浜市と連携しレンタサイクル事業を展開しており、佐田岬半島を横断し九州に上陸するルートは注目を集め始めている。 このように、愛媛県全体の施策とのシナジーによる集客効果と、すでにサイクルステーションやレンタサイクルなどインフラが整っているところから始めたい。 一方、町内唯一の温浴施設「亀ヶ池温泉」は新たにキャンプ場を開設し、アウトドア客の取り込みを強化している。 さらに「佐田岬みつけ隊」などの住民グループや行政と連携して佐田岬を縦断するトレイルコースの開発なども着手しており、自然景観を生かした健康意識の高い富裕層向けのコンテンツの可能性を模索している。</p> <p>○取組方針 各アウトドア商品の造成を強化、専門ショップや旅行会社等へのセールス体制を築く。同時に、受け入れ体制を整備し、受け入れガイドの育成、受け入れ事業者のDX化を進めていく。 その他、満足度調査の実施により再来訪意向につながる要因を分析し、ターゲット層に訴求するコンテンツの改善を常に行う。</p>
<p>○第2ターゲット層 ファミリー層および三世代ファミリー層 エリア：愛媛県内、伊方町より半径200km圏内の九州中国地方</p>
<p>○選定の理由 域内の人流データから、西側（大分側）と愛媛県中央地域に観光拠点は集積しており、伊方地域での人や消費の流れが作れていなかった。 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る。 また、伊方町より半径200km圏内の九州中国地方をターゲット層に設定することでターゲットエリアにはない魅力を伝え来訪を促進する。</p> <p>○取組方針 域内の事業者の商品サービスを体験商品として造成し、イベントにする「佐田岬体験博」を定期的で開催する。 県内の新聞・テレビといった大手メディアへの働きかけを行い、情報発信を強化することで誘客の増大と住民認知度・満足度の向上を目指す。 また、九州、中四国のDMO等の団体と広域連携を行うことで誘客の促進と情報の発信を強化し伊方町の魅力と来訪意欲を向上させる。</p>
<p>○第3ターゲット層 30代～50代の女性を中心としたリピーター エリア：全国</p>
<p>○選定の理由 観光入込客数の上位を占める「観光交流施設 港オアシス はなはな」は、伊方町名産であるしらすを活用した料理や、海を臨むフォトジェニックなスポットとして有名になってきた。 はなはなのある三崎地域は人気コンテンツであるクルーズの発着地であり、新鮮な海鮮料理を食べるグルメ体験とあわせて女性の関心や期待が高いことがうかがえる。</p>

ほかにも建設から 107 年を迎える四国最西端の灯台・佐田岬灯台や、宇和海と瀬戸内海の両方を一望できる「せと風の丘パーク」など、フォトジェニックスポットが町内に複数存在している。

さらに、女性の人気が高いために藍染体験や裂織り体験といった地域の伝統文化を体験するコンテンツもある。

これらを目的に多くの観光客、特に女性の観光客が訪れることを期待したい。

○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する。

フォトジェニックスポットを選定し SNS での情報発信及び拡散を強化し、旅行会社とも提携して個人客を獲得していく。

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>—繋がる・楽しい・美味しい—</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中国地方（しまなみ）から九州（別府・阿蘇）へと『繋がる』新たなゴールデンルートを確立 ・アウトドア、キャンプやマリナクティビティ、農業体験など佐田岬ならではの『楽しい』を提供 ・豊富な海産物や柑橘などの農作物を通じてホンモノの『美味しい』を提供
②コンセプトの考え方	<p>伊方町は、年間平均気温 16℃という温暖な気候、四国最西端の灯台、全長約 40km の日本一細長い半島の風光明媚な景観を有する。</p> <p>その自然環境を活かしたこの地ならではのアウトドアアクティビティであるハイキング、サイクリング、キャンプ等と地域の特産品を組み合わせ、誘客に結びつけていく。</p> <p>また、広島、尾道と九州の陸路移動での中間点に位置する立地を活かし、新たな国際観光ルートを開拓していくことで、他地域との差別化を図っていく。</p> <p>インバウンドについては、アウトドアアクティビティと自然環境の維持・保全に向けた取り組みなどを明確に打ち出し、スペシャルインタレストツアー等で、アジア圏さらには欧州圏からの誘致活動も図っていく。</p> <p>域内での消費促進のために、地域事業者と協働した「体験博」を定期的開催し、地域産品を PR するとともに、地域住民の理解醸成を図っていく。</p> <p>今後展開する様々なコンテンツは、国際的な観光地を目指すためにも、自然・環境保護の観点から、「サステナビリティ」の視点を意識した取組を強め、地域産業の活性化と雇用の創出に繋げる。（25 年 7 月には職員が GSTC サステナブルツーリズム研修を受講し、修了証書を受けた。）</p>

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
<p>戦略の多様な関係者との共有</p> <p>※頻度が分かるよう記入すること。</p>	<p>多様な事業者が参画する当公社会員で 25 年度中に「観光客の受け入れ」「物産やイベント」「体験・アトラクション」の 3 分野の専門部会を設置し、月に 1 回程度の部会を開いて、観光公社との協力体制、事業者間の連携を強化する。</p> <p>観光データなどの業界関連情報を週に 2 回程度、会員向けメールで共有している。</p>

	年に1回、当法人会員に向けた、総会を開催、年間を通した活動の意義・内容・成果、KPI の達成状況や取組による地域経済・社会への影響と変化の分析等を記載した事業報告書を作成し、地域の関係者に説明を行う。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	観光客からの評価を把握するために観光客向けアンケート・ヒアリングを実施、結果を会員と共有し、客観的数値を基に評価を図る。 その他、評価に対し改善策を検討し、サービスの維持向上を図っていく。 また、観光関連事業者を対象に、先進事例等を学ぶ研修会を定期的に行い、人材育成も図っていく。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	法人のホームページで会員事業者が提供している食や土産品、体験型コンテンツ等を掲載し、観光客に対する情報発信を一元化する。 「Google アナリティクス」など WEB データを取得し、専門家等との分析結果を踏まえ、政府や愛媛県の補助事業も活用しながら、戦略的な誘客を図っていく。 町とも連携して、公式 SNS (Facebook・Instagram・Twitter・TikTok・Line) や公式 Youtube チャンネルなどを通じたタイムリーな情報発信を行う。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（１）必須K P I

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●旅行消費額 (百万円) * 暦年数字	目標	458	467	578	690	710	732
		(—)	(—)	(—)	(3)	(5)	(7)
	実績	482	567	670			
		(—)	(—)	(—)			
●延べ宿泊者数 (人) * 暦年数字	目標	—	18000	19000	25700	26400	27200
		(—)	(—)	(—)	(100)	(150)	(200)
	実績	15734	18492	25023			
		(—)	(—)	(—)			
●来訪者満足度 (%)	目標	55	70	74	76	78	80
		(—)	(—)	(—)	(60)	(65)	(70)
	実績	69.9	72	40			
		(—)	(—)	(—)			
●リピーター率 (%)	目標	10.0	5.0	5.6	50	52	54
		(—)	(—)	(—)	(—)	(1)	(2)
	実績	4.6	5.1	65			
		(—)	(—)	(—)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

伊方町が実施している「観光客数とその消費額」調査および観光公社が今年度から実施しているQRコードアンケートに拠って算出を行った。

目標設定については、伊方町観光商工課と佐田岬観光公社の代表理事と過去データを踏まえて検討を行い数値を決定した。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

伊方町が実施する「観光客数とその消費額」調査の年間入込客数から目標を設定し、今後目標の達成に向けた取り組みを予定している。旅行会社への企画提供及び「佐田岬体験博」などのイベントプロモーション効果を考慮して、2025年度以降は3%の上昇としている。

●延べ宿泊者数

伊方町が実施する「観光客数とその消費額」調査の年間入込客数から算出。これまでの事業報告書では域内の旅館・ホテルの宿泊者数を実績として報告していたが、今回の報告書からは民宿なども含めた域内の宿泊者数すべての数を報告するよう過去にさかのぼって実績数値を変更した。宿泊と体験を組み合わせた旅行企画の販売等を見込んで3%の上昇としている。外国人観光客に関しては、2026年度からの増加を見込む。

●来訪者満足度

2023 年度までは春から秋にかけて実施していたクルーズ船ツアー参加者にアンケートを行っていた。24 年度はクルーズ船ツアーの実施がなく、観光案内所で行った手書きアンケートに収集方法を変更したため、目標値に対する実績値には大きな差が出ることとなった。さらに今年度からは、QR コードを使ったアンケートに収集方法を変更し、実施する拠点も 4 か所に増やしたことで、アンケートの回収数は飛躍的に向上している。データを参考にして観光インフラの整備や各事業者のサービスの質を向上させ、毎年 2 ポイントの上昇を目指す。

●リピーター率

2023 年度までは春から秋にかけて実施していたクルーズ船ツアー参加者にアンケートを行っていた。24 年度はクルーズ船ツアーの実施がなく、観光案内所で行った手書きアンケートに収集方法を変更したため、目標値に対する実績値には大きな差が出ることとなった。さらに今年度からは、QR コードを使ったアンケートに収集方法を変更し、実施する拠点も 4 か所に増やしたことで、アンケートの回収数は飛躍的に向上している。データを参考にして観光インフラの整備や各事業者のサービスの質を向上させ、毎年 2 ポイントの上昇を目指す。

(2) その他の目標

指標項目		2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度	2027 (R 9) 年度
●年間観光入込 客数 (人)	目 標	426400	640000	652800	526000	541800	558000
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実 績	—	393295	510712			
●体験コンテン ツ利用者数 (人)	目 標	235	350	450	600	700	800
		(0)	(30)	(50)	(15)	(25)	(50)
	実 績	—	209	510			
●WEB サイトア クセス数 (回)	目 標	—	12000	52800	91800	101000	111000
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実 績	—	48000	61248			
		(—)	(50)	(300)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

伊方町が実施している「観光客数とその消費額」調査および観光公社が今年度から実施しているQRコードアンケートに拠って算出を行った。

目標設定については、伊方町観光商工課と佐田岬観光公社の代表理事と検討を行い数値を決定した。

【設定にあたっての考え方】**●年間観光入込客数**

伊方町が実施する「観光客数とその消費額」調査の年間入込客数から目標を設定し、今後目標の達成に向けた取り組みを予定している。旅行会社への企画提供及び「佐田岬体験博」などのイベントプロモーション効果を考慮して、2025年度以降も3%の上昇としている。

●体験コンテンツ利用者数

旅行会社への企画提供及び「佐田岬体験博」などのイベントプロモーション効果を考慮して、2025年度以降の目標を設定した。

●WEBサイトアクセス数

2025年4月からWebサイトをリニューアル、またSNSとの連動でサイトへのアクセスを流入すること年で10%のアクセス数増加とする目標値を決定した。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（１）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（R4） 年度	23,160,943（円）	【補助金等】 21,604,059 円 【事業収益】 1,398,913 円 【会 費】 152,000 円 【雑 収 益】 5,971 円
2023（R5） 年度	32,057,193（円）	【補助金等】 29,530,824 円 【事業収益】 2,232,354 円 【会 費】 130,000 円 【雑 収 益】 164,015 円
2024（R6） 年度	42,031,116（円）	【補助金等】 36,170,000 円 【事業収益】 4,675,585 円 【会 費】 0 円 【雑 収 益】 1,185,531 円
2025（R7） 年度	34,054,000（円）	【補助金等】 30,954,000 円 【事業収益】 2,800,000 円 【会 費】 0 円 【雑 収 益】 300,000 円
2026（R8） 年度	34,054,000（円）	【補助金等】 30,954,000 円 【事業収益】 2,800,000 円

		【会 費】 0 円 【雑収益】 300,000 円
2027 (R 9) 年度	34,054,000 (円)	【補助金等】 30,954,000 円 【事業収益】 2,800,000 円 【会 費】 0 円 【雑収益】 300,000 円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2022 (R 4) 年度	22,770,051 (円)	【一般管理費】 7,058,217 円 【情報発信・サイトプロモーション】 2,156,139 円 【コンテンツ開発】 2,417,290 円 【プロモーション費】 11,138,405 円
2023 (R 5) 年度	32,062,258 (円)	【一般管理費】 14,995,620 円 【情報発信・サイトプロモーション】 2,157,210 円 【コンテンツ開発】 2,990,823 円 【プロモーション費】 11,918,605 円
2024 (R 6) 年度	41,729,921 (円)	【一般管理費】 16,700,246 円 【情報発信・サイトプロモーション】 8,740,483 円 【コンテンツ開発】 2,497,781 円 【プロモーション費】 13,791,411 円
2025 (R 7) 年度	34,054,000 (円)	【一般管理費】 15,000,000 円 【情報発信・サイトプロモーション】 3,150,000 円 【コンテンツ開発】 3,850,000 円 【プロモーション費】 12,054,000 円
2026 (R 8) 年度	34,054,000 (円)	【一般管理費】 15,000,000 円 【情報発信・サイトプロモーション】 3,150,000 円 【コンテンツ開発】 3,850,000 円 【プロモーション費】 12,054,000 円
2027 (R 9) 年度	34,054,000 (円)	【一般管理費】 15,000,000 円 【情報発信・サイトプロモーション】 3,150,000 円 【コンテンツ開発】 3,850,000 円 【プロモーション費】 12,054,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

・域内の事業者が体験商品を提供する「佐田岬体験博」に観光公社も今冬から自社事業として体験商品を提供・販売する。

具体的には現在行っているレンタサイクル事業と地域特産品のプロモーションを兼ねて、レンタサイクルで佐田岬灯台に行くと、地元特産のかんきつジュースをプレゼントする。

また、域内事業者の体験商品を発掘、磨き上げて着地型商品として販売し、販売手数料収入の増大を図る。

・町からの委託事業収入（プロモーション、観光案内所内レンタサイクル事業運営など）

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

愛媛県伊方町は、(一社)佐田岬観光公社を当該町における地域DMOとして登録したいので、(一社)佐田岬観光公社とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

現時点でマネジメントエリアが重複するDMOは存在しないが、隣接する八幡浜市のDMOとは広域の連携協議会を設置し、JR駅のある八幡浜から、フェリー乗り場のある三崎港および佐田岬半島西端の佐田岬灯台への観光客の流れを促進するため、サイクリングやウォーキングイベントを共同で行っている。

また、松山市から海岸沿いを通して三崎港につながるルート上にある、伊予市・大洲市・八幡浜市のDMOとの連携に向けて協議体の設置を話し合っている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	河本 充夫
担当部署名（役職）	事務局 長
郵便番号	796-0801
所在地	愛媛県西宇和郡伊方町三崎 1700-11
電話番号（直通）	0894-54-2225
FAX番号	0894-54-2221
E-mail	kawamoto@sadamisaki.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	愛媛県西宇和郡伊方町
担当者氏名	田所 孝之
担当部署名（役職）	観光商工課 課長
郵便番号	796-0301
所在地	愛媛県西宇和郡伊方町湊浦 1993-1
電話番号（直通）	0894-38-2657
FAX番号	0894-38-1371
E-mail	t.tadokoro@town.ikata.ehime.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

愛媛県西宇和郡伊方町

【設立時期】2021年12月1日

【設立経緯】

NPO 法人佐田岬ツーリズム協会を解散し、2021年12月に（一社）佐田岬観光公社を新設。22年10月DMO登録。

【代表者】高月芳人

【マーケティング責任者(CMO)】河本充夫

【財務責任者(CFO)】村井志保香

【職員数】6人(常勤2人(正職員2人)、町からの派遣2人、非常勤2人)

【主な収入】

収益事業 4.6百万円、補助金等 36百万円(24年度決算)

【総支出】

事業費 23百万円、一般管理費 16百万円(24年度決算)

【連携する主な事業者】

亀ヶ池温泉、えびすや旅館、八幡浜漁業協同組合、西宇和農業協同組合、伊方町商工会、さきおり保存会、伊方サービス、クリエイイト伊方

KPI (実績・目標)

記入日： 令和7年10月24日

※ () 内は外国人に関するもの。

項目		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
旅行 消費額 (百万円)	目標	458 (—)	467 (—)	578 (—)	690 (3)	710 (5)	732 (7)
	実績	482 (—)	567 (—)	670 (—)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (人) * 暦年数字	目標	— (—)	18000 (—)	19000 (—)	25700 (100)	26400 (150)	27200 (200)
	実績	15734 (—)	18492 (—)	25023 (—)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	55 (—)	70 (—)	74 (—)	76 (60)	78 (65)	80 (70)
	実績	69.9 (—)	72 (—)	40 ()	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	10.0 (—)	5.0 (—)	5.6 (—)	50 (—)	52 (1)	54 (2)
	実績	4.6 (—)	5.1 (—)	65 (—)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

中国、近畿エリア在住のアウトドア志向の30～40代。愛媛県内(特に隣接市町や松山市)居住のファミリー層

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

佐田岬の自然を生かしたアウトドア商品の開発ファミリーで楽しめる体験イベントの開発及び愛媛県内向けプロモーションの強化

【観光地域づくりのコンセプト】

—繋がる・楽しい・美味しい—

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

・イベントのコンテンツに地域事業者が提供する30の体験商品を盛り込んだ「佐田岬体験博」を実施中。
今冬～春にも体験を実施する。

【受入環境整備】

・町内宿泊施設の指定管理者が変わり宿泊棟の半分を建て替え中。
・インバウンド向け安全情報の発信体制強化と各施設での翻訳アプリ導入

【情報発信・プロモーション】

・ローカル局に働きかけ、ニュース番組やラジオ番組で「佐田岬体験博」の特集放送など情報発信を強化。
・佐田岬灯台の内部を8月、9月の土曜日に一般向けに公開し、誘客と認知度向上を図っている。