

新居浜市 観光振興計画

2018-2027

平成 30 年 3 月



新居浜

はじめに

現在、国においては観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、平成29年度からの新たな「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、「世界が訪れたいくなる日本」を目指し、本計画を強力に推進しています。

人口減少や少子高齢化が急速に進行する中、地域の持続的発展のための手段として、観光振興は新たな成長産業として大きな期待が寄せられています。

また、観光の振興は、雇用の創出や地域経済の活性化など単に経済的効果だけではなく、多くの人々が来訪することにより市民の皆様が地域への誇りや愛着(シビックプライド)を持つことにもつながります。

新居浜市は四国の中北部に位置し、北は瀬戸内海の燧灘、南は赤石山系の豊かな自然に囲まれた風光明媚な土地柄であるとともに、元禄4年(1691年)の別子銅山開坑以来、住友関連企業を中心に高度な技術を持つ中小機械産業関連企業の集積により、四国屈指の工業都市として発展を遂げてきました。

別子銅山閉山以降も、市内には「東洋のマチュピチュ」として広く知られているマイントピア別子東平ゾーン(東平貯鉱庫・索道基地跡)や国の登録有形文化財である旧端出場水力発電所など、別子銅山の近代化産業遺産が数多く点在しています。また、四国三大祭の一つで豪華絢爛、勇壮華麗を誇る「新居浜太鼓祭り」には、毎年全国から多くの観光客が本市を訪れ、秋空に舞う太鼓の姿は観衆を魅了しています。

このように「自然」、「歴史」、「技」、「文化」が融合した本市の魅力あふれる地域資源を磨き上げるによりオンリーワンの観光資源へと発展させ、そこに住む地域住民や事業者、行政などが互いに連携し、かつそれぞれが担うべき役割を果たしていく仕組みを構築することが、本市における観光を産業として持続的に発展させていくための鍵であり、「チーム新居浜」一丸となって取り組むことが重要であると考えています。

このため、本計画の策定にあたっては、市民、観光関連事業者、商工業関係者、交通事業者、宿泊事業者、学識経験者などあらゆる分野からの委員で組織する「新居浜市観光振興計画策定委員会」を設置し、さらには、将来の本市観光振興を担うであろう地元高校生や県内外の大学に在籍する学生の参加によるワークショップを開催するなど、「訪れたい」、「住みたい」まちにするために今なにが必要なのかを「市民の視点」、「観光客の視点」から検討し、今後10年間の観光振興の方向性を定め、戦略的に推進していく指針として本計画を策定いたしました。

結びに、本計画の策定にあたり、熱心にご議論していただきました新居浜市観光振興計画策定委員会の委員各位をはじめ、市民の皆様から貴重なご意見、ご教示を賜りましたことに対し、心から感謝申し上げます。



平成30年3月

新居浜市長 石川 勝行

目 次

はじめに.....	1
第1章 計画の基本的な考え方	
1-1. 計画策定の背景.....	6
1-2. 計画の位置付け.....	6
1-3. 計画期間.....	7
第2章 新居浜市の概況	
2-1. 新居浜市の概況.....	10
2-1-1. 新居浜市の位置.....	10
2-1-2. 新居浜市の歴史.....	10
2-1-3. 新居浜市の自然.....	11
2-2. 新居浜市の社会状況と観光振興計画策定の意義.....	12
2-2-1. 新居浜市の人口.....	12
2-2-2. 新居浜市の産業.....	13
(1). 新居浜市の産業構造.....	13
(2). 産業連関表等に基づいた分析.....	13
2-2-3. 別子銅山近代化産業遺産群の保存・活用への取り組み.....	15
第3章 観光市場をめぐる動向	
3-1. 地方創生としての観光振興.....	20
3-2. 日本国内の観光動向.....	20
3-2-1. インバウンド観光客の動向.....	20
3-2-2. 国内旅行の市場動向.....	21
3-2-3. 日本国内の旅行消費額.....	23
3-3. 四国・愛媛県内の観光動向.....	24
3-3-1. 四国の観光動向(主要観光地の動向).....	24
3-3-2. 四国におけるインバウンド観光客の動向.....	25
3-3-3. 愛媛県の観光動向.....	27
3-4. 新居浜市の観光動向.....	29
3-4-1. 新居浜市観光統計.....	29
(1). 新居浜市における観光入込客数の推移.....	29
(2). 新居浜市における観光入込客数の推移(宿泊・日帰り別).....	29
(3). 新居浜市における観光入込客数の推移(県内容・県外客別).....	30
(4). 観光施設別観光入込客数の推移.....	30
(5). 外国人観光客数の推移.....	31
(6). 観光消費額.....	31
3-4-2. 新居浜市観光客アンケート調査.....	32
参考資料. 新居浜市観光客ヒアリング調査.....	38
3-4-3. 新居浜市観光ワークショップ.....	40
3-4-4. 新居浜市民に向けたアンケート調査.....	43
3-4-5. 外国人モニターツアー.....	45
3-5. 新居浜市観光動向の現状分析.....	46
3-6. 新居浜市の地域資源と課題整理.....	47
3-6-1. 新居浜市の地域資源.....	47
3-6-2. 新居浜市観光の課題.....	50
参考資料. JR新居浜駅におけるビジネス関連客ヒアリング調査.....	52
3-6-3. 新居浜市観光の強み・弱み・機会・脅威(SWOT分析).....	53

第4章 新居浜市観光振興の基本方針

4-1. 新居浜市観光振興のビジョン・KPI・戦略	56
4-1-1. 新居浜市観光振興ビジョン	56
4-1-2. 新居浜市観光振興ビジョンの重要業績評価指標(KPI)	57
4-1-3. KPI達成時の経済波及効果	60
4-1-4. 新居浜市観光振興ビジョンを実現するための戦略	61
4-2. 3つの基本戦略	62
4-2-1. 基本戦略1 産業遺産群を中核的な観光資源とした観光振興の実現	62
(1). 戦略1-1 産業遺産群を中核資源とした魅力整備戦略	62
(1)-1. 「マイントピア別子端出場ゾーン」の魅力創出、整備事業	62
(1)-2. 「マイントピア別子東平ゾーン」の魅力創出、整備事業	62
(1)-3. 産業遺産群に関連する取り組みの推進	64
(2). 戦略1-2 産業遺産群を中核資源とした観光需要創出戦略	65
(2)-1. 食事メニュー、特産品、お土産品の開発と提供	65
(2)-2. 情報発信、プロモーション、PRの推進	66
(3). 戦略1-3 産業遺産群を活用した新居浜市ブランド化戦略	67
(3)-1. 新居浜市地域ブランド化の推進	67
(3)-2. 新居浜市シティブランドプロモーションの推進	67
(4). 戦略1-4 観光資源の磨き上げと、次世代の観光資源の発掘	68
(4)-1. 新居浜市の伝統文化行事、建築物などの観光資源化	68
(4)-2. 新居浜市の自然を観光資源化する取り組みの推進(エコツーリズム)	70
(4)-3. まちの魅力創出への取り組み	71
(4)-4. スポーツツーリズムの推進	73
(4)-5. MICEやフィルムコミッションの推進	74
(4)-6. 「ものづくりのまち」の魅力の整備	74
4-2-2. 基本戦略2 観光施策を効果的・効率的に行うための観光マーケティング機能の導入	75
(1). 戦略2-1 観光市場データの収集・分析スキームの確立	75
(1)-1. 観光市場に関するオープンデータ情報収集、集計・分析スキームの確立	75
(1)-2. 観光客に関する情報収集、集計・分析スキームの確立	75
(2). 戦略2-2 PDCAサイクルの確立と実施体制	75
(2)-1. PDCAサイクルの確立	75
(2)-2. 観光マーケティング機能を持つ新組織設立に向けた取り組み	76
4-2-3. 基本戦略3 観光施策の効果を高める受入環境の整備	77
(1). 戦略3-1 ソフト整備事業	77
(2). 戦略3-2 ハード整備事業	78

第5章 新居浜市観光振興に向けた実践プランの提案

5-1. 実践プランの概要	80
5-1-1. 実践プラン1 産業遺産群と自然の資源を繋ぐことによる市内周遊の実現	81
5-1-2. 実践プラン2 ビジネス関連客をターゲットにした施策の実現	84
5-1-3. 実践プラン3 子育て世代・ファミリー層をターゲットにした施策の実現	85

第6章 新居浜市観光振興の推進体制

6-1. 各主体の役割分担と連携体制	88
6-2. 東予東部地域における広域連携の推進	89

終わりに..... 90

添付資料..... 91

第1章 計画の基本的な考え方

1-1. 計画策定の背景

新居浜市は、元禄4年(1691年)の別子銅山開坑によって繁栄し、現在では、沿岸地帯に住友関連企業の工場群が立地し、四国屈指の臨海工業都市を形成しています。昭和12年(1937年)には、新居浜、金子、高津の3か町村が合併し、人口約3万2千人の市制を施行しました。その後、周辺町村と合併を重ね都市規模を拡大し、平成15年(2003年)には、別子銅山という文化的歴史的背景を共有した別子山村と合併し、人口約12万人の都市として発展しました。

しかし、少子高齢化が急速に進行する中、新居浜市においても他の地方自治体と同様に、定住人口の減少という問題が顕在化しており、市の人口は昭和55年(1980年)をピークに減少を続け、今後もこの傾向は続くものと予測されています。

新居浜市は、工業都市として発展してきた経緯から、第二次産業中心の産業構造を形成しており、市内総生産における観光関連産業の割合が低い現状にあります。しかし、今後、少子高齢化、人口減少が進行する中、持続的な地域経済の発展を目指すためには、強みである第二次産業に加え、サービス業を中心とした観光関連産業にも強みを持つことが求められています。

また、新居浜市は「別子銅山の近代化産業遺産」や「新居浜太鼓祭り」などの伝統文化行事といった素晴らしい地域資源に恵まれており、これらの地域資源を活用した観光振興に取り組むことは、市民の新居浜市に対する誇りや愛着(シビックプライド)の醸成にも繋がっていきます。

一方、国においては、人口減少問題を克服し、活力ある地域経済を実現するため、様々な地方創生への取り組みを推進しています。とりわけ「観光」は、その高い経済波及効果から、地方創生の切り札として位置づけられ、「明日の日本を支える観光ビジョン」、「観光立国推進基本計画」など、観光立国の実現に向けた各種施策を強力に推進しています。

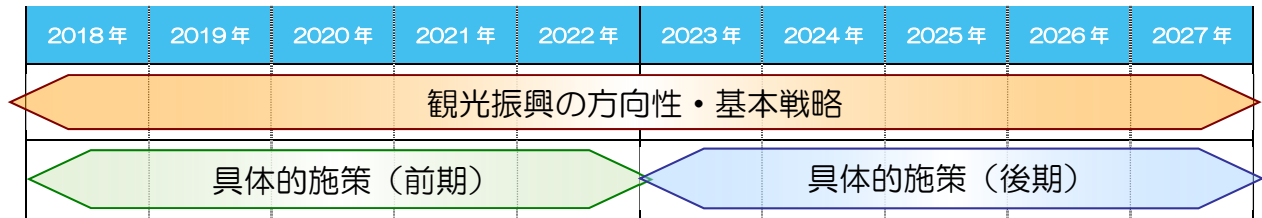
このようなことから、新居浜市では観光振興を今後の重要な施策と捉え、様々な調査、分析の結果から、新居浜市の地域資源の魅力や課題を洗い出し、観光振興の目指すべき姿を定めた「新居浜市観光振興計画」を策定します。

1-2. 計画の位置付け

新居浜市では、平成23年(2011年)に策定し、新居浜市のまちづくりの方向性を定めた「第五次新居浜市長期総合計画」に掲げる将来都市像「一あかがねのまち、笑顔輝く一産業・環境共生都市」の実現に向け、その施策である「観光・物産の振興」や、平成27年(2015年)に策定した「新居浜市総合戦略」の基本目標である「定住人口・交流人口の拡大」を具体化するため、今後10年間における観光振興の方向性や基本戦略、さらには、基本戦略に基づく具体的施策を定める計画として策定します。

1-3. 計画期間

本計画は、平成 30 年度(2018 年度)からの 10 年間を計画期間とします。なお、社会経済情勢等の変化に対応するため、中間年に見直しを行います。



第2章 新居浜市の概況

2-1. 新居浜市の概況

2-1-1. 新居浜市の位置

新居浜市は、東経 133 度 17 分、北緯 33 度 57 分に位置し、東は四国中央市、西は西条市、南は高知県に接し、北は瀬戸内海の燧灘(ひうちなだ)に面しています。



2-1-2. 新居浜市の歴史

新居浜地方には、数千年前の昔から人々が住みついていたことが、遺跡や発掘品からうかがえます。この地方は明治 22 年町村制の施行により、新居浜(明治 41 年町制実施)、金子、高津、垣生、神郷、多喜浜、大島、泉川(昭和 14 年町制)、船木、角野(昭和 14 年町制)、中萩(昭和 17 年町制)、大生院の 12 か村となりました。その後、昭和 12 年 11 月 3 日に新居浜、金子、高津の 3 か町村が合併し、人口 32,254 人の市制を施行、昭和 28 年 5 月 3 日に垣生、神郷、多喜浜、大島の 4 か村を、昭和 30 年 3 月 31 日に泉川、船木、中萩、大生院の 4 か町村を、昭和 34 年 4 月 1 日に角野町を、平成 15 年 4 月 1 日に別子山村をそれぞれ合併し、現在は人口 12 万 1,211 人(平成 29 年 4 月 1 日現在・住民基本台帳)、面積 234.46 km²(国土地理院)の県内第 3 の都市となっています。

元来、新居浜地方一帯は、農漁村に過ぎませんでした。元禄 4 年(1691 年)の別子銅山の開坑によって、住友関連企業群を中心に、四国屈指の工業都市として発展してきました。

新居浜市議会事務局平成 29 年度版「にいほま市政概要」より



2-1-3. 新居浜市の自然

新居浜市は、東は四国中央市、西は西条市、南は東赤石山を主峰とした赤石山系、別子山地域、四国山地を境に高知県に隣接しています。赤石山系は特異な自然環境を有し、ツガザクラを始めとする貴重な高山植物が群生しています。こうした貴重な自然環境もあり、昭和51年3月には愛媛県の自然環境保全地域に指定されています。

また、市の北側は瀬戸内海の燧灘に面しており、市内唯一の離島である新居大島には市営の渡海船が運航されています。このように、新居浜市は山と海両方の自然を満喫できる自然豊かな環境を有しています。こうした自然を活用し、「別子ライン」(市内中央部を流れる国領川上流に架かる朱色鮮やかな生子(しょうじ)橋からマイントピア別子・鹿森ダム・遠登志(おとし)溪谷・清滝等を経て、河又に至る延長約10kmの渓谷景勝地)や、新居浜市から四国中央市へと続く「別子・翠波はな街道」(愛媛県の東部、赤石山系・法皇山脈の山々を囲むように国領川と銅山川をつなぐドライブコース)などの自然豊かな観光資源があります。



ツガザクラ



別子ライン



新居大島



東赤石山



別子・翠波はな街道

2-2. 新居浜市の社会状況と観光振興計画策定の意義

2-2-1. 新居浜市の人口

新居浜市の人口は、昭和 55 年(1980 年)をピークに減少しており、合計特殊出生率(平成 20-24 年)は 1.80 と四国内で最も高いものの、2040 年の推計人口は、平成 22 年(2010 年)国勢調査人口 121,735 人から約 2 万 7 千人の減少が見込まれ、人口 10 万人を切ると推計されています。今後も、少子高齢化等に伴う自然減、10 代の転出超過等に伴う社会減の状態が継続すると予測されています。

特に、生産年齢人口の減少(2010 年：72,283 人⇒2040 年：49,584 人)が見込まれており、新居浜市を将来にわたり持続可能なまちへと発展させるためには、人口減少問題を克服し、地域経済の活性化を実現していくことが最重要課題となっています。

そのため、こうした人口減少に対し、観光振興によって観光客の増加による賑わいの創出や観光客の消費による経済の活性化を目指します。

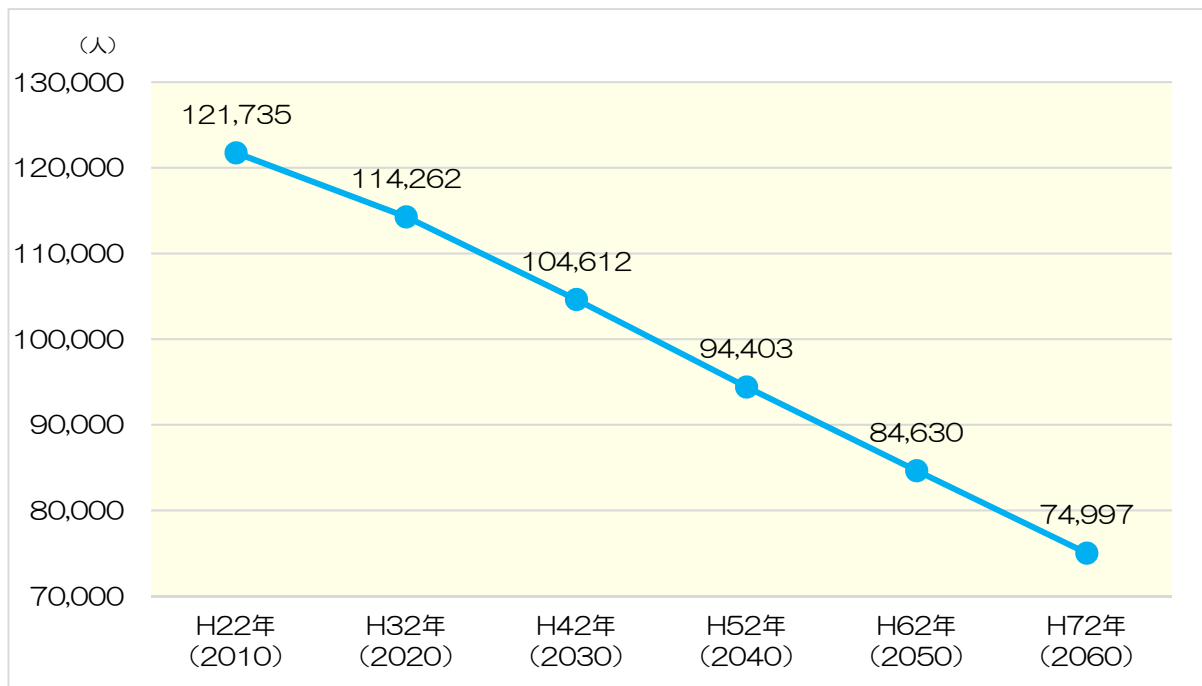


図 1. 新居浜市の人口の推移(国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」より)

観光振興への取り組みの意義

定住人口が減少する新居浜市において、交流人口の増加により、人が賑わう活力ある新居浜市を実現する。

2-2-2. 新居浜市の産業

新居浜市は、平成 26 年度に「地域経済構造分析調査」を実施し、「平成 24 年新居浜市産業連関表」を作成しました。新居浜市の産業の特徴として、以下が挙げられます。

(1). 新居浜市の産業構造

- 新居浜市内生産額は 1 兆 657 億円(愛媛県全体の約 1 割)
- 原材料やサービス等の購入額「中間投入額」は 5,740 億円、「粗付加価値額」は 4,917 億円
- 市内で生み出された粗付加価値額 4,917 億円に対し、市内で必要とされる需要額は 4,720 億円で、超過分 197 億円は新居浜市経済の黒字分となります。これは移輸出の超過(移輸出ー移輸入)にも現れています。
- 国、県と比べ移輸入、移輸出の割合がともに大きく、域外への移輸出に支えられた粗付加価値の超過(地域経済の黒字)が新居浜市の特徴となっています。

(2). 産業連関表等に基づいた分析

①製造業(域外市場産業)

- 市内生産額の構成比(13 部門)での製造業(53.9%)は、全国平均と比べても比重が高くなっています。
- 「地域雇用貢献(従業者数)」、「域外マネー獲得(移輸出)」、「所得創出(生産額、付加価値)」の観点からも製造業各部門が目立っており、新居浜市は製造業を中心とした域外市場産業に支えられている移輸出依存経済と言えます。

②非製造業(域内市場産業)

- 市内生産額の構成比(13 部門)におけるサービス業(14.3%)、商業(5.7%)の割合は、全国平均と比べて大きく下回る水準となっています。
- 市内就業者数では、商業や医療・介護、対個人サービスが上位となっており、「地域雇用貢献」産業となっています。
- 特に、商業は特化係数(全国比)が低く、市際収支も大幅な移輸入超過となっています。

以上の分析からも、新居浜市は、製造業を基盤とした移輸出依存経済であり、かつ観光関連産業の規模は小さいことが推測されます。交流人口の増加によって、新居浜市における観光関連産業の比重を拡大できれば、新居浜市経済はより盤石な産業構造を持つこととなります。また、こうした新しい産業振興は、新しい所得と雇用を地域にもたらします。

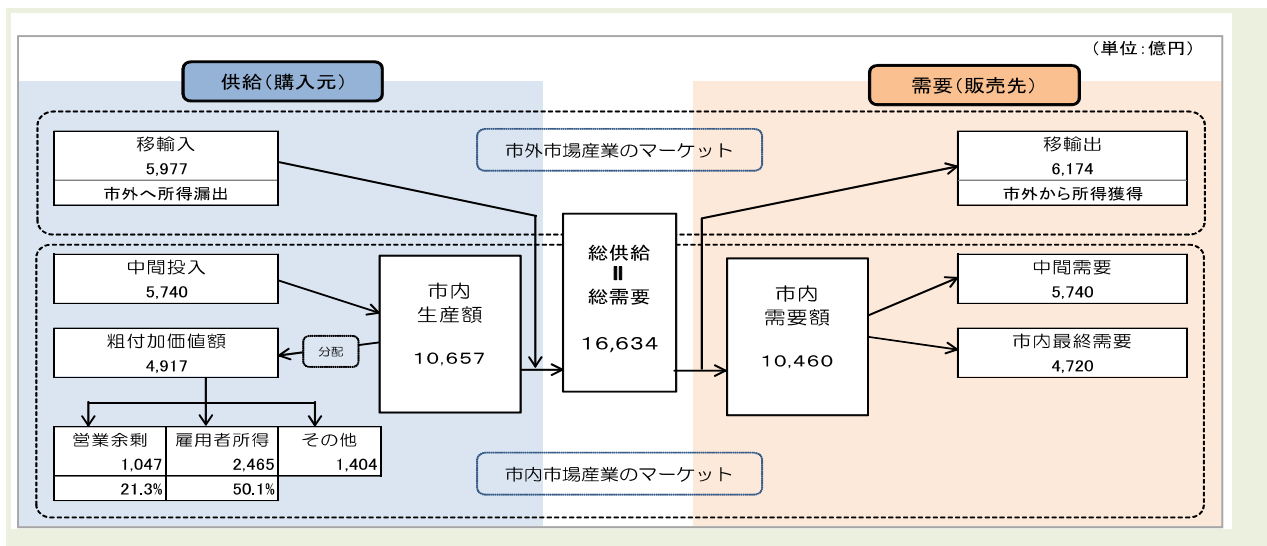


図 2. 新居浜市の財・サービスの流れ(平成 24 年版)

観光関連産業への取り組みを強化する意義

製造業に加え、観光関連産業においても強みを持つことにより

- 新居浜市におけるより盤石な産業基盤を形成する。
- 新たな所得・雇用を創出する。

2-2-3. 別子銅山近代化産業遺産群の保存・活用への取り組み

新居浜市には、多くの別子銅山関連の産業遺産(以下、「産業遺産群」と言う。)が残っています。元禄3年(1690年)に別子山中における露頭の発見により、住友家による別子銅山請負稼行が徳川幕府により認可され、翌年、元禄4年(1691年)に別子銅山が開坑しました。以来、昭和48年(1973年)の閉山まで283年にわたって、累計約65万トンもの銅を産出しました。別子銅山で産出された銅は、江戸時代から昭和に至る日本経済の成長を支え、近代化の礎となりました。また別子銅山は、様々な環境問題に直面し、煙害対策や植林事業など環境配慮型、自然共生型社会の先駆的事例ともいえる取り組みを行ってきた経緯もあります。

現在では、こうした別子銅山に関連する遺産の数々を、産業遺産群として保存・活用し、次世代へ継承していく取り組みを推進しています。

○産業遺産群の紹介

参照：新居浜市「-別子銅山と近代化遺産-未来への鉱脈」「四国新居浜 別子銅山案内マップ」

とうなる

東平エリア

-人々の暮らしがあった「東洋のマチュピチュ」-

明治35年(1902年)、延長1,759メートルの第三通洞が貫通し、明治44年(1911年)には日浦まで延長2,120mが貫通すると、東平は物資輸送の中継所となりました。大正5年(1916年)には、採鉱本部が東延(とうえん)から東平へ移転し鉱山町となります。採鉱事務所、貯鉱庫、選鉱場、索道基地、インクライン、変電所のほか、社宅、学校、劇場、接待館など文化施設も整っていました。最盛期には約5,000人を超えた人口も、昭和43年(1968年)の東平坑の閉坑により人の出入りはなくなりましたが、平成6年(1994年)のマイントピア別子東平ゾーンのオープンで産業遺産観光の場として再生を遂げました。東平エリアは「東洋のマチュピチュ」と呼ばれ、観光客に親しまれています。



東平貯鉱庫・索道基地跡



東平歴史資料館



第三通洞



インクライン跡

は で ば 端出場エリア

-産業と自然が共生する場所-

端出場エリアは、明治26年(1893年)の別子鉱山鉄道下部線の始発駅として発展し、昭和5年(1930年)から昭和48年(1973年)の閉山まで採鉱本部が置かれ、採鉱の拠点となりました。平成3年(1991年)には、産業遺産を活用した観光施設マイントピア別子端出場ゾーンがオープンし、多くの観光客で賑わっています。国の登録有形文化財となっている別子鉱山鉄道跡である端出場鉄橋や、端出場隧道など貴重な産業遺産が点在しています。また対岸には、明治45年(1912年)に操業が開始された旧端出場水力発電所(国の登録有形文化財)の煉瓦造りの建物があり、中にはドイツ・シーメンス社製の発電機をはじめとした操業時の発電関係機器がそのまま残っています。



マイントピア別子(端出場ゾーン)



旧泉寿亭特別室棟



旧端出場水力発電所



旧端出場水力発電所内 発電設備



端出場鉄橋・鉱山鉄道



第四通洞

ほしごえ
星越エリア

-生きた昭和のまち-

星越エリアは、大正 14 年(1925 年)に設置された旧新居浜選鉱場を中心に開発されたエリアです。別子鉱山鉄道の星越駅が置かれたことにより、関連企業の社宅群が建設されました。山田社宅は、平均 100 坪を超える生垣に囲まれた一戸建て住宅が連なり、現在も 30 戸余りの社宅が残っています。



旧星越駅舎



山田社宅（元住友共同電力(株)社長宅）

うわばら やまね
上原・山根エリア

-歴史を伝える静謐-

上原エリアには、別子銅山の近代化を主導し、「銅山中興の祖」である住友総理人 広瀬幸平の居宅であった旧広瀬邸(国指定重要文化財)、広瀬の顕彰施設である広瀬歴史記念館があります。また、山根エリアの山根製錬所跡周辺には、旧製錬所の煉瓦造りの煙突が佇んでいます。昭和 3 年(1928 年)には、製錬所跡に別子銅山鎮護の大山積神社が祀られ、境内には別子銅山記念館があります。



旧広瀬邸



広瀬歴史記念館



生子山（えんとつ山）



別子銅山記念館

こうした産業遺産群は、新居浜市の重要な地域資源です。このような地域資源を観光資源として積極的に利活用し、対外的に情報発信していくことは、新居浜市民にとっても新居浜市の魅力を再発見する重要な機会となります。こうした機会は、新居浜市民としての誇りや愛着（シビックプライド）の醸成や、歴史・文化の次世代への継承にも繋がっていきます。

産業遺産群の保存・活用への取り組みを強化する意義

新居浜市の重要な地域資源である「産業遺産群」を観光振興に活用することにより

- 新居浜市民としての誇りや愛着（シビックプライド）を醸成する。
- 歴史・文化の次世代への継承に繋がる。

第3章 観光市場をめぐる動向

3-1. 地方創生としての観光振興

現在、国は主要な政策として「観光立国の実現」に向けた各種施策に取り組んでいます。「明日の日本を支える観光ビジョン」(平成 28 年 3 月 30 日 明日の日本を支える観光ビジョン構想会議決定)、「観光立国推進基本計画」の改定(平成 29 年 4 月 25 日)をはじめ、これらのビジョン・計画を強力に推進するため、国の短期的な行動計画として、「観光ビジョン実現プログラム 2017」(観光ビジョンの実現に向けたアクション・プログラム 2017)を決定しました。これらの各種計画においては、観光振興が地方創生の重要な要素として位置づけられており、こうした観光振興への取り組みは、地方自治体においても重要なテーマとなっています。

3-2. 日本国内の観光動向

3-2-1. インバウンド^{※1}観光客の動向 ※1 インバウンド：訪日外国人旅行のこと

平成 28 年(2016 年)の訪日外国人旅行者数は、過去最高であった平成 27 年(2015 年)の 1,974 万人をさらに上回り、2,404 万人(対前年比 21.8%増)となり、4 年連続で過去最高を更新しました。

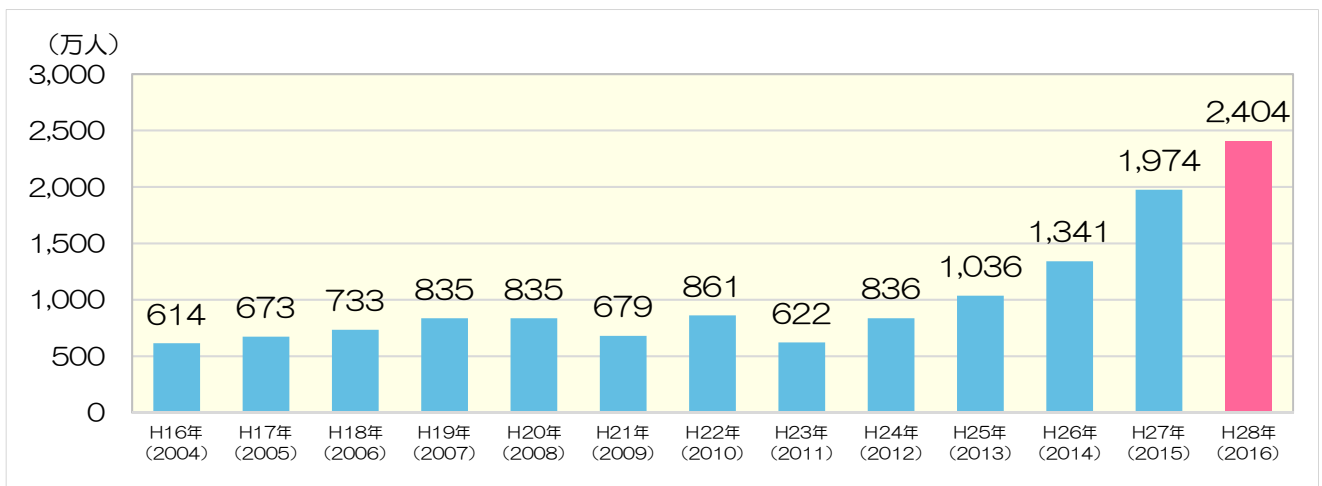


図 3. インバウンド観光客数推移(2004 年～2016 年)

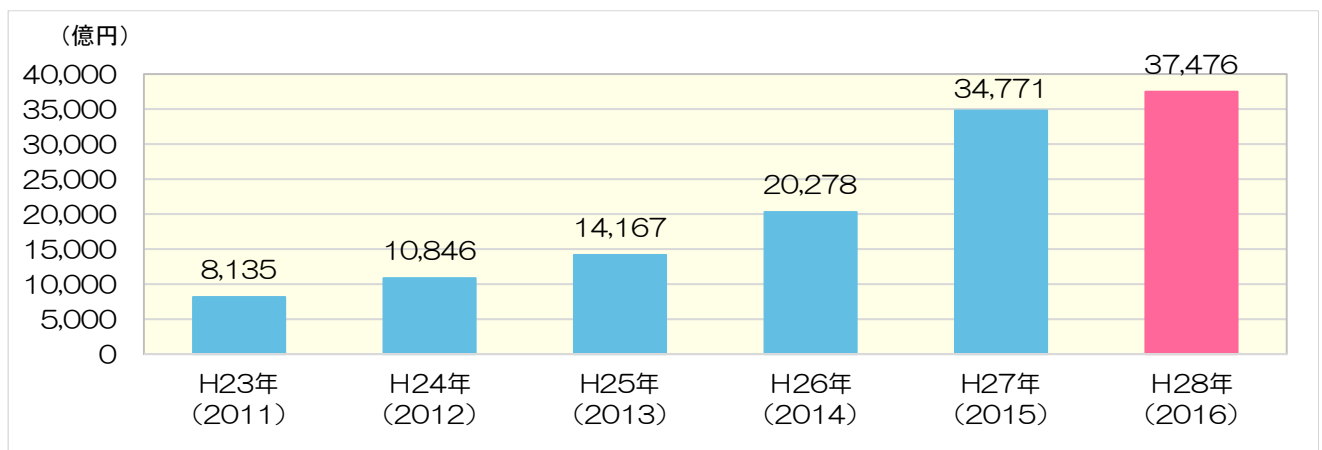


図 4. インバウンド観光客消費額推移(2011 年～2016 年)

資料：日本政府観光局 (JNTO) 資料に基づき観光庁作成

外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏と地方部で比較すると、三大都市圏で4.8%増、地方部で13.2%増となっており、地方部の伸びが、三大都市圏の伸びを大きく上回っています。

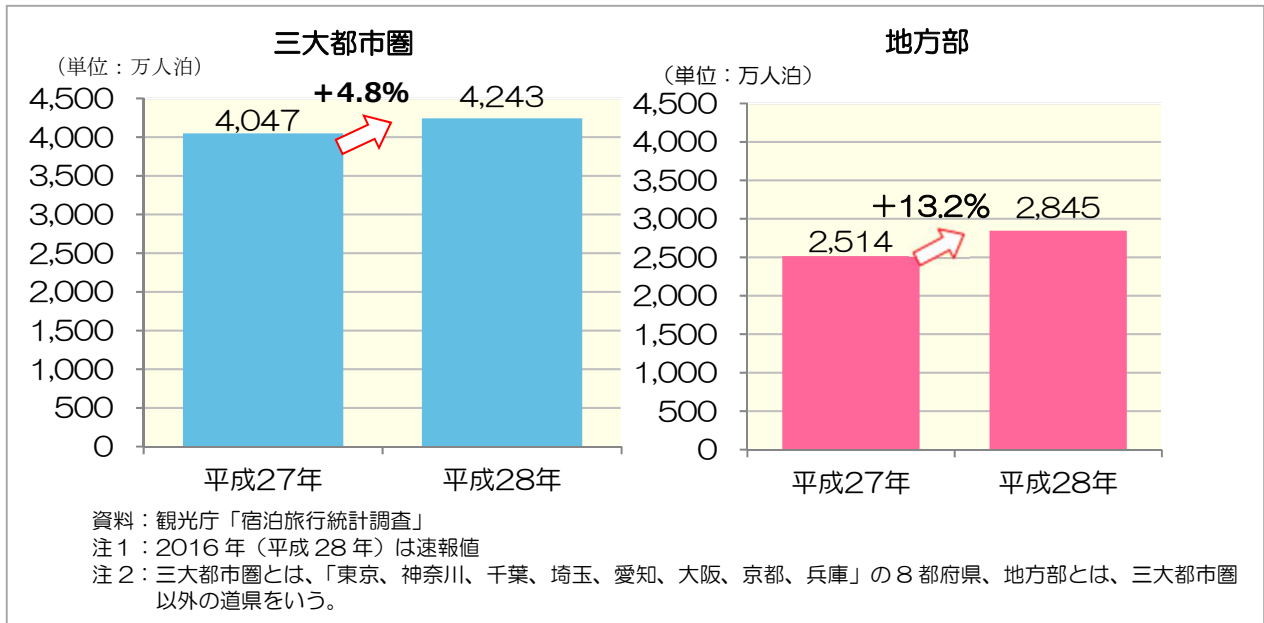


図5. 三大都市圏と地方部の比較(平成27年・平成28年)

3-2-2. 国内旅行の市場動向

平成23年(2011年)に発生した東日本大震災により減少していた国内旅行者数は、徐々に回復の傾向にありましたが、平成26年(2014年)の消費税率の引き上げにより、平成23年をさらに下回る水準まで減少しました。現在は、緩やかな回復基調にありますが、我が国において、人口減少が進展していくことを考えれば、日本人による国内旅行市場は「成熟期」を迎えて、市場は縮小していくことが予想されます。

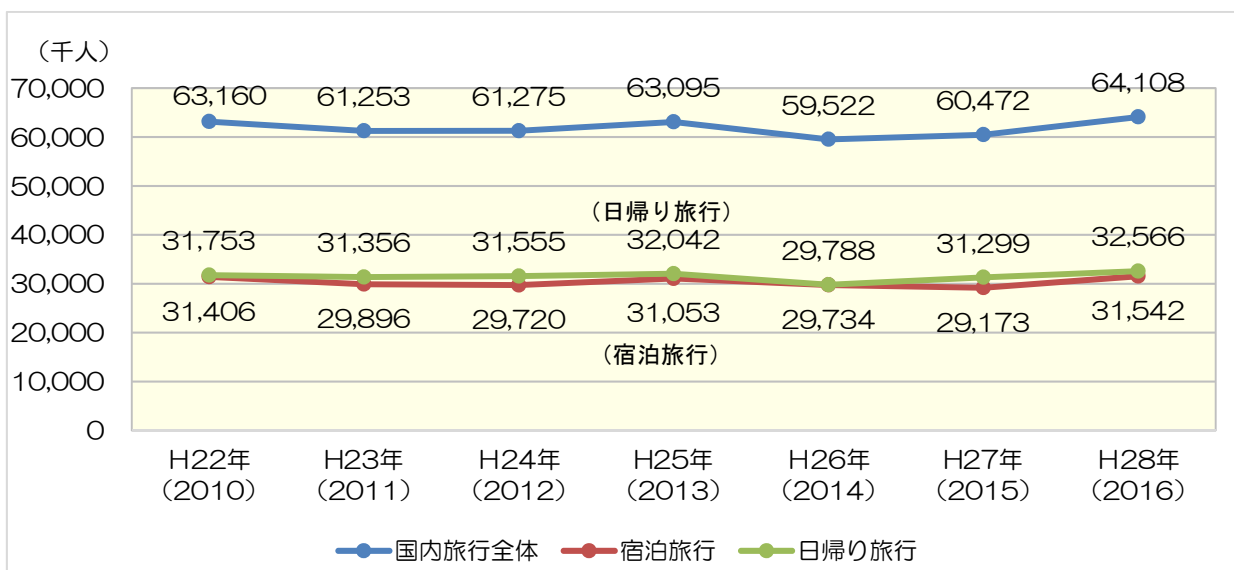


図6. 日本人国内旅行者数の推移(平成22年~平成28年)

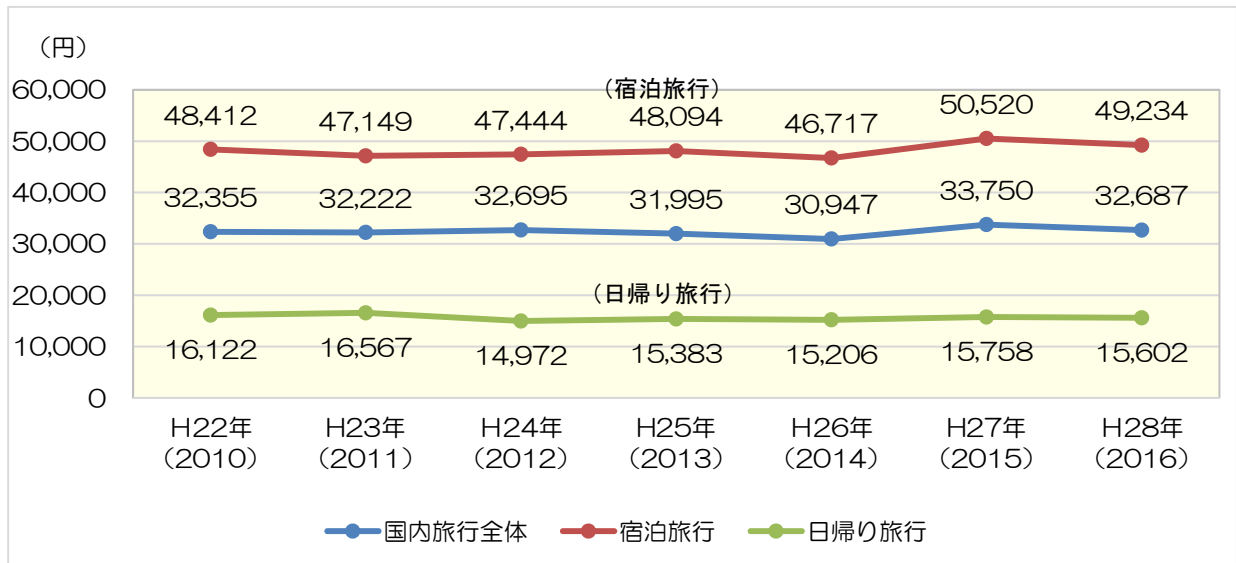


図7. 日本人国内旅行一人一回当たり旅行単価の推移(平成22年～平成28年)

日本国内のホテル・旅館等における延べ宿泊者数は、平成28年(2016年)は4億9,418万人泊、前年比2.0%の減少でした。そのうち、日本人延べ宿泊者数は4億2,330万人泊、前年比で3.5%の減少となりました。その理由としては、平成28年はゴールデンウィーク、シルバーウィークの日並びが悪く、前年と比べ連休の期間が短かったこと等の影響によるものと考えられます。

一方、外国人延べ宿泊者数は7,088万人泊(前年比8.0%増)となり、年々増加傾向となっています。

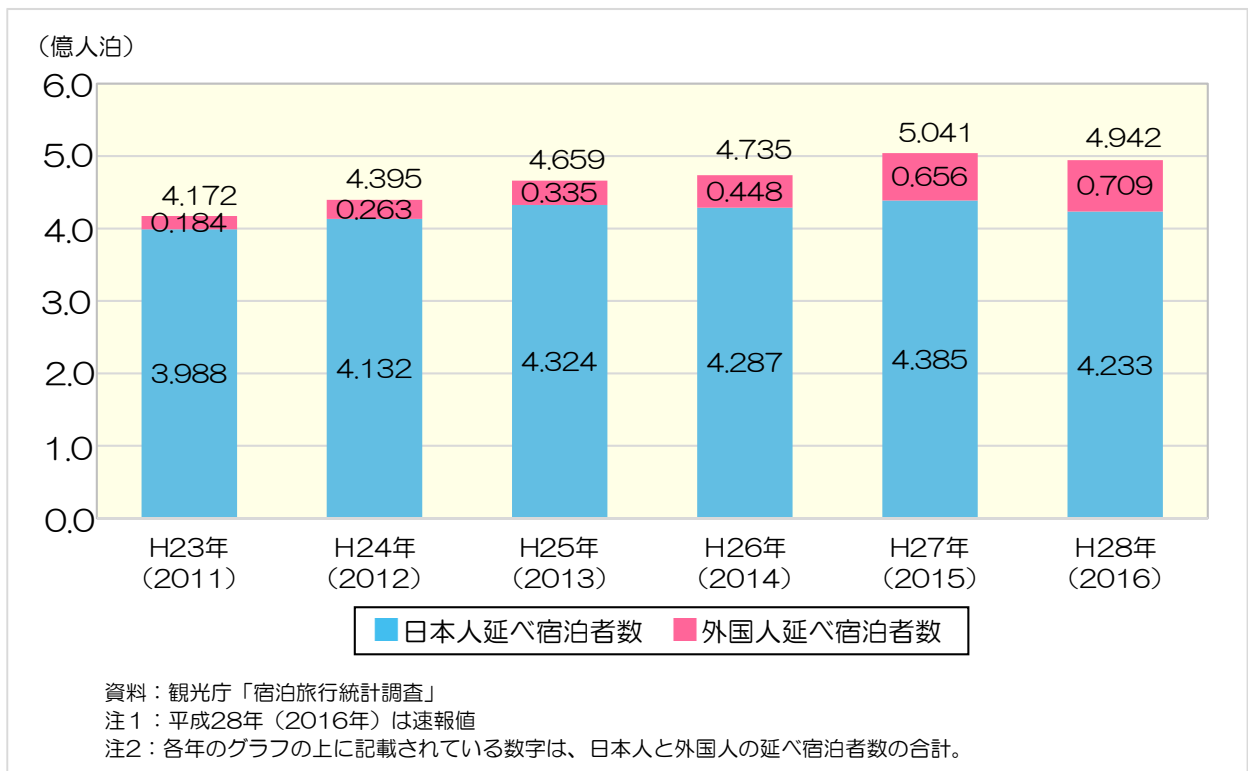


図8. 日本人延べ宿泊者数とインバウンド観光客宿泊者推移(2011年～2016年)

3-2-3. 日本国内の旅行消費額

平成 28 年(2016 年)の国内旅行消費額は 25.8 兆円と推定されています。経年の推移を見ると、日本人の国内旅行(宿泊・日帰り)は微増傾向にあるものの、人口減少の傾向を考えれば、今後の拡大は見込めません。一方で、訪日外国人旅行者数は増加しており、日本国内における旅行消費額は増加傾向にあります。

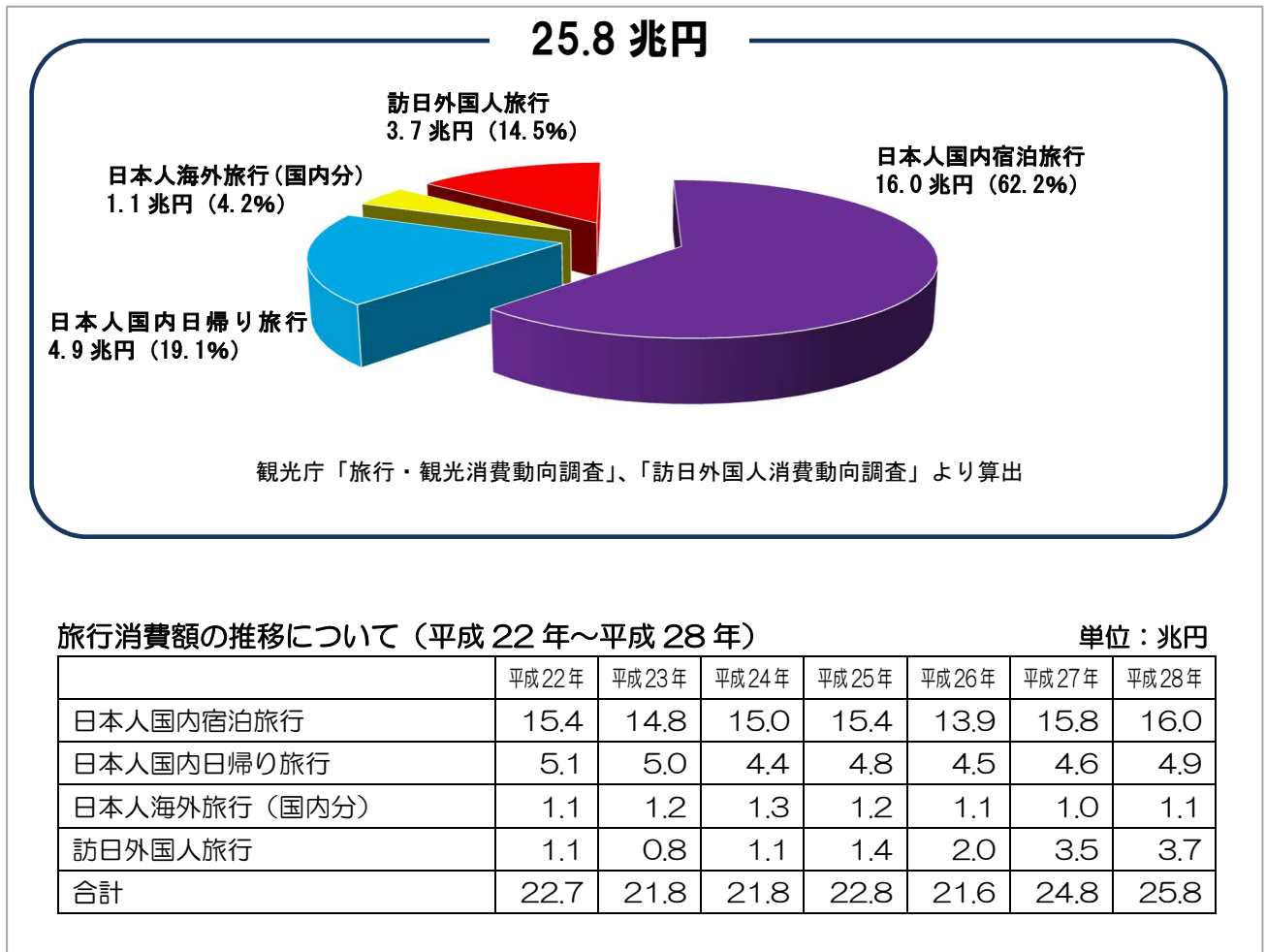


図 9. 観光庁「旅行・観光消費動向調査平成 28 年年間値(確報)」

3-3. 四国・愛媛県内の観光動向

3-3-1. 四国の観光動向(主要観光地の動向)

平成28年度(2016年度)における四国の主要観光地(59か所)への観光入込客数の合計は1,396万人となり、3.5%の増加となりました。内訳としては、徳島県が6.3%の増加、香川県が0.7%の増加、愛媛県が6.2%の増加、高知県が1.4%の減少となりました。

施設別では、マイントピア別子が対前年比118.3%増、太龍寺ロープウェイが対前年比48.2%増と大幅な増加となったほか、マイントピア別子、文化の森総合公園、地中美術館、瀬戸大橋記念館は過去最高の入り込みとなりました。

施設からの回答では、増加の要因として、瀬戸内国際芸術祭の開催、逆打ちのお遍路さんの増加、施設のリニューアル、イベントの増加等が挙げられています。また、四国の主要観光地を訪れる外国人の数も32.3%の増加となり、その要因としては、クルーズ船の寄港増、高松空港の海外便の増加と分析しています。

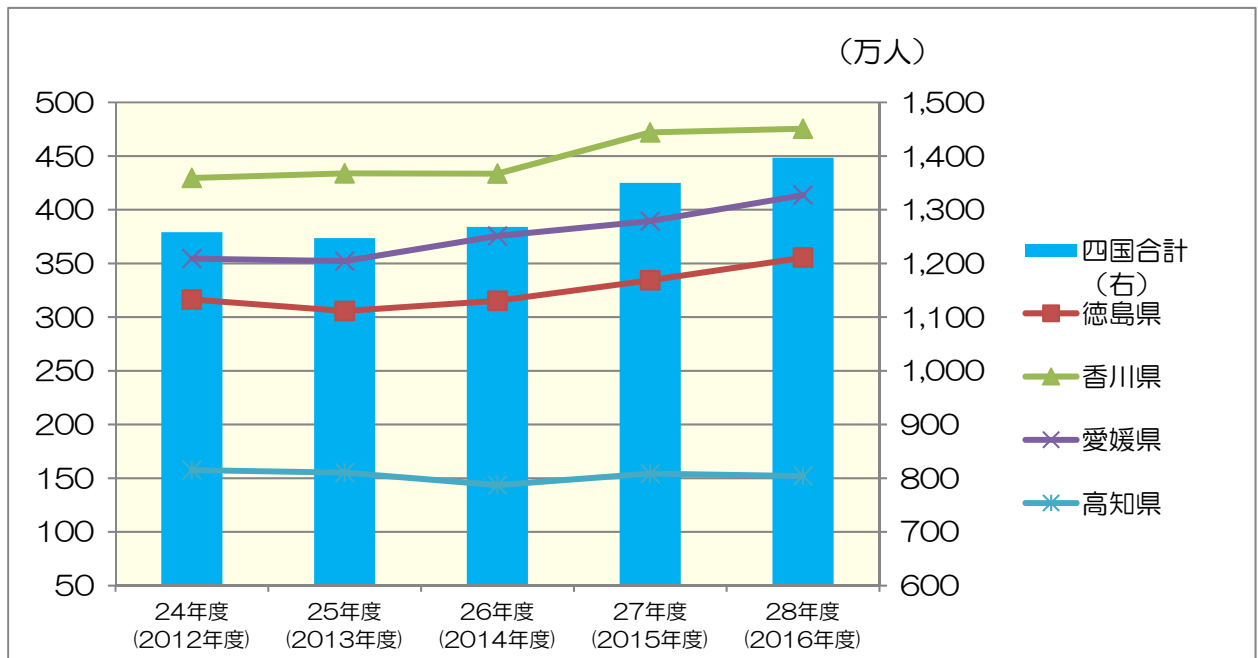


図10. 平成28年度四国内主要観光地入込数推移(平成24年度-平成28年度)

	平成28年度(2016年)		(参考: 24年度)	
1位	松山城ロープウェイリフト	130万人	松山城ロープウェイリフト	98万人
2位	文化の森総合公園	109万人	道後温泉旅館共同組合	80万人
3位	ニューレオマワールド	102万人	ニューレオマワールド	79万人
4位	道後温泉旅館共同組合	94万人	文化の森総合公園	70万人
5位	栗林公園	70万人	さぬきこどもの国	66万人
6位	マイントピア別子	67万人	栗林公園	60万人
7位	さぬきこどもの国	65万人	渦の道	52万人
8位	渦の道	51万人	国営讃岐まんのう公園	44万人
9位	国営讃岐まんのう公園	49万人	あすたむらんど徳島	43万人
10位	あすたむらんど徳島	47万人	マイントピア別子	38万人

図11. 平成28年度四国内施設別入込数ベスト10

出典: 国土交通省四国運輸局「平成28年度四国の主要観光地入込状況について」

3-3-2. 四国におけるインバウンド観光客の動向

平成28年(2016年)の四国における外国人延べ宿泊者数は45万人泊となっています。これは全国比の約0.7%となっています。都道府県別外国人宿泊者数ランキングを見ると、香川県が26位にランクインしているものの、四国4県における外国人宿泊者数はまだまだ絶対数が少ないことがわかります。しかし、増加率で見ると、平成28年の四国における外国人宿泊者数は前年に比べ47.2%伸長しており、今後も大きく成長する可能性を持った地域であることがわかります。

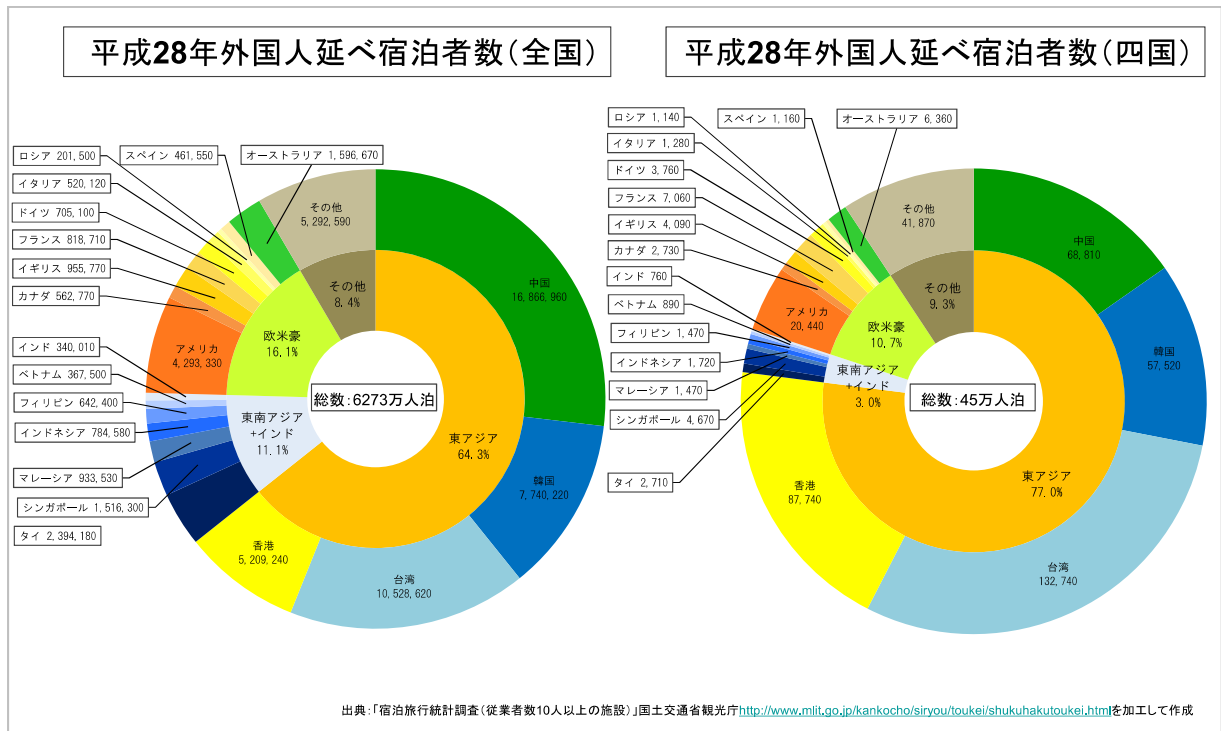


図 12. 平成 28 年外国人延べ宿泊者数(全国・四国比較)

国土交通省四国運輸局「ビジット・ジャパン(VJ)地方連携事業 四国ブロック方針」

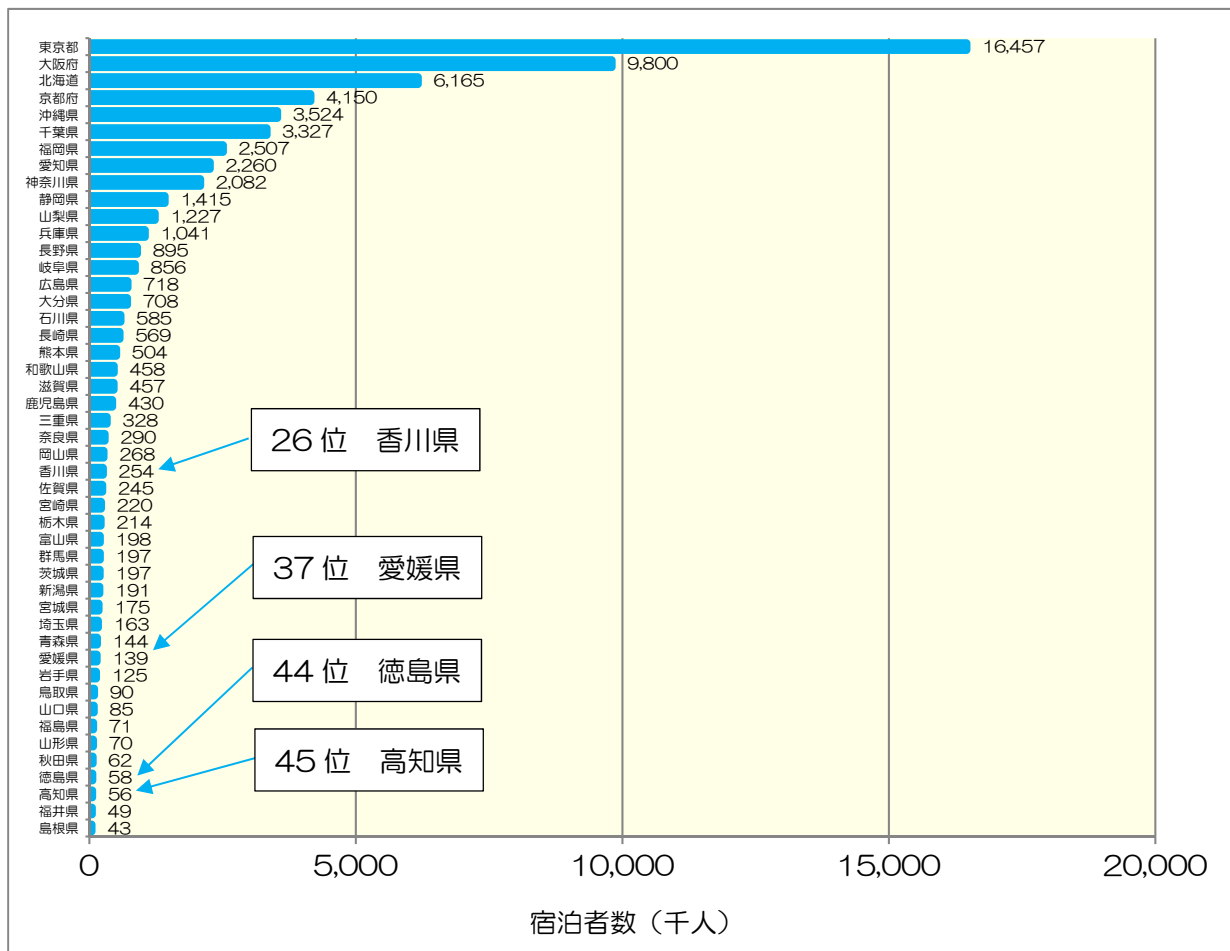


図 13. 都道府県別外国人宿泊者数ランキング

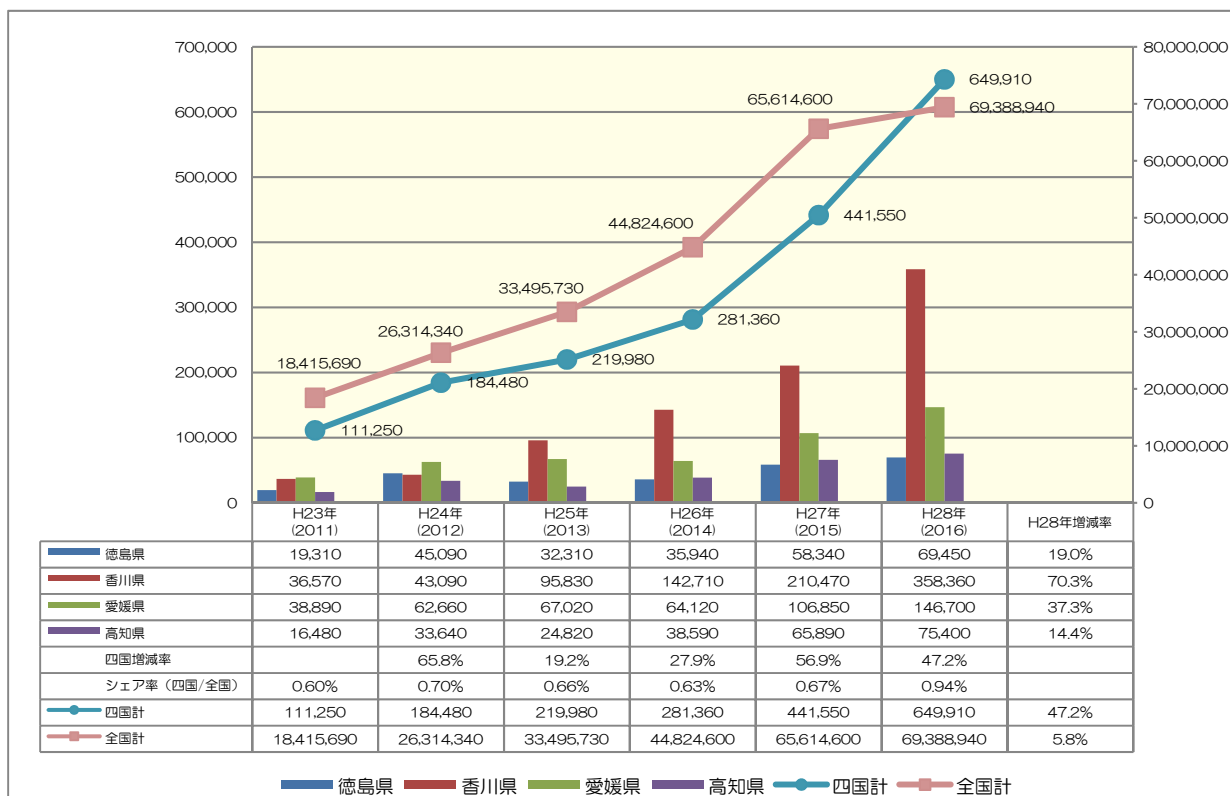


図 14. 四国における外国人延べ宿泊者数推移(県別)

3-3-3. 愛媛県の観光動向

愛媛県における平成 28 年(2016 年)の県外及び県内観光客総数は、27,455 千人(延)と推定され、瀬戸内しまなみ海道が開通した平成 11 年(1999 年)を初めて上回った前年の 27,085 千人に比べて 370 千人(延)(1.4%)の増加となっており、2 年連続で過去最高値を更新しました。観光客総数が増加した要因として、「えひめいやしの南予博 2016」の開催(南予 228 千人増)、松山圏域における「道後アート 2016」の開催、今治圏域における「サイクリングしまなみ 2016」の開催、村上海賊の日本遺産認定などが挙げられます。また、愛媛県内の主要観光施設における入込状況の推移を見ると、平成 28 年において、マイントピア別子が大きく入込みを増やしたことがわかります(対前年比 118.3%増)。

観光客消費総額は、1,107 億円と推定され、観光客数の増加により 6 億円(対前年比 0.5%)の増加となっており、瀬戸内しまなみ海道が開通した平成 11 年の 1,238 億円に次いで、過去 2 番目の数字を記録しました。

[地域別]

- 東予東部圏域で 105 千人(延)増加
- 松山圏域で 62 千人(延)増加
- 八幡浜・大洲圏域で 202 千人(延)増加
- 宇和島圏域で 26 千人(延)増加
- 今治圏域では 25 千人(延)減少

[観光客消費額]

- 観光客消費総額は、1,107 億円と推計で、過去 2 番目の数字。
- 宿泊費で 4 億円、域内交通費 1 億円、その他 2 億円増加
- 土産品購入費は 1 億円の減額。

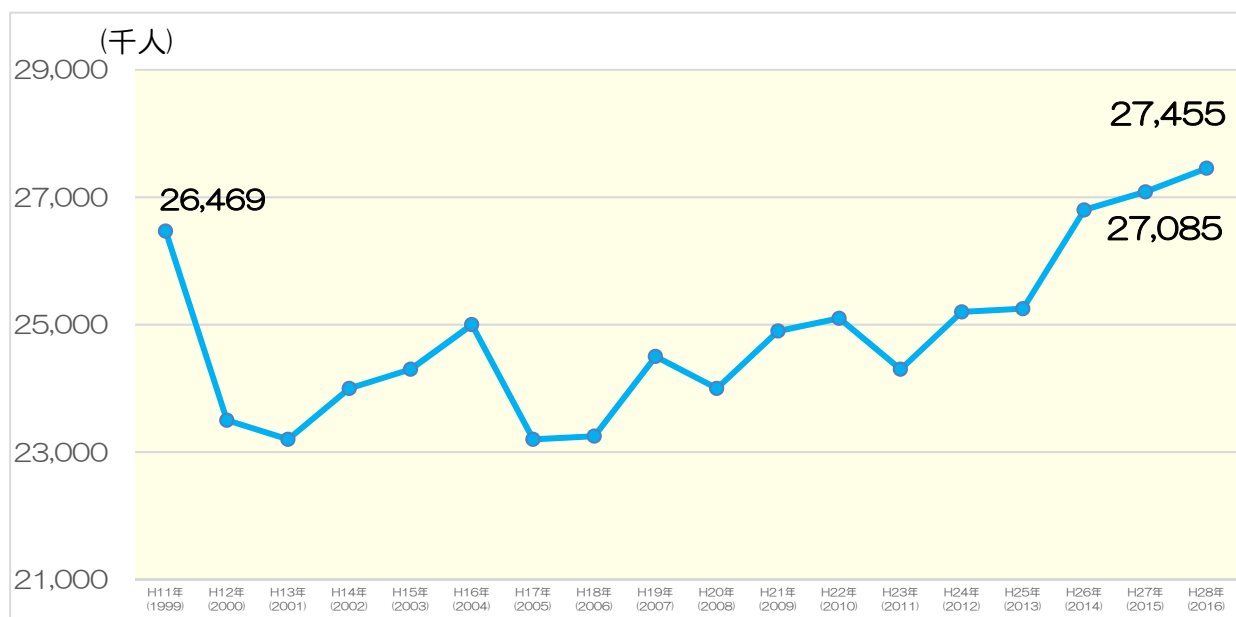


図 15. 愛媛県における観光客総数の推移(平成 11 年-平成 28 年)

愛媛県「平成 28 年観光客数とその消費額」

施設名	単位	24年度 (2012)	25年度 (2013)	26年度 (2014)	27年度 (2015)	28年度 (2016)	前年同期比	ピーク時	
道後温泉旅館共同組合・宿泊者：松山市	人	807,259	825,771	912,084	939,795	942,706	100.3%	S63	1,493,038
とべ動物園：砥部町	人	520,546	492,663	490,087	540,360	451,761	83.6%	S63	1,113,749
松山城ロープウェイ・リフト(上・下)：松山市	人	989,232	1,031,926	1,100,863	1,282,179	1,305,838	101.8%	S63	1,941,000
子規記念博物館：松山市	人	120,561	102,512	101,678	110,285	103,742	94.1%	H3	187,867
伊予かずり会館：松山市	人	84,827	64,837	65,314	48,324	49,384	102.2%	S63	549,950
坂の上ミュージアム：松山市	人	131,015	122,630	123,915	127,479	123,240	96.7%	H22	211,842
しまなみ街道レンタルサイクル：今治市	人	32,710	32,935	44,493	52,942	47,950	90.6%	H27	52,942
村上三島記念館：今治市	人	4,371	3,062	3,981	2,631	2,177	82.7%	H11	58,970
大三島美術館：今治市	人	35,389	32,941	37,267	31,355	28,591	91.2%	H24	35,389
村上水軍博物館：今治市	人	45,467	44,770	92,452	78,697	77,351	98.3%	H26	92,451
マイントピア別子：新居浜市	人	383,343	442,619	431,010	311,080	679,005	218.3%	H28	679,005
愛媛県総合科学博物館：新居浜市	人	245,607	213,887	241,985	245,698	206,891	84.2%	H7	359,915
内子座：内子町	人	31,031	30,372	29,999	34,080	35,130	103.1%	H16	88,342
伊達博物館：宇和島市	人	35,840	13,120	15,236	23,284	16,783	72.1%	H62	47,573
南楽園：宇和島市	人	77,682	67,885	65,170	65,966	66,205	100.4%	H62	220,334
		3,544,880	3,521,930	3,755,534	3,894,155	4,136,754	106.2%		

図 16. 愛媛県における観光客地別入状況(平成 24 年度-平成 28 年度)

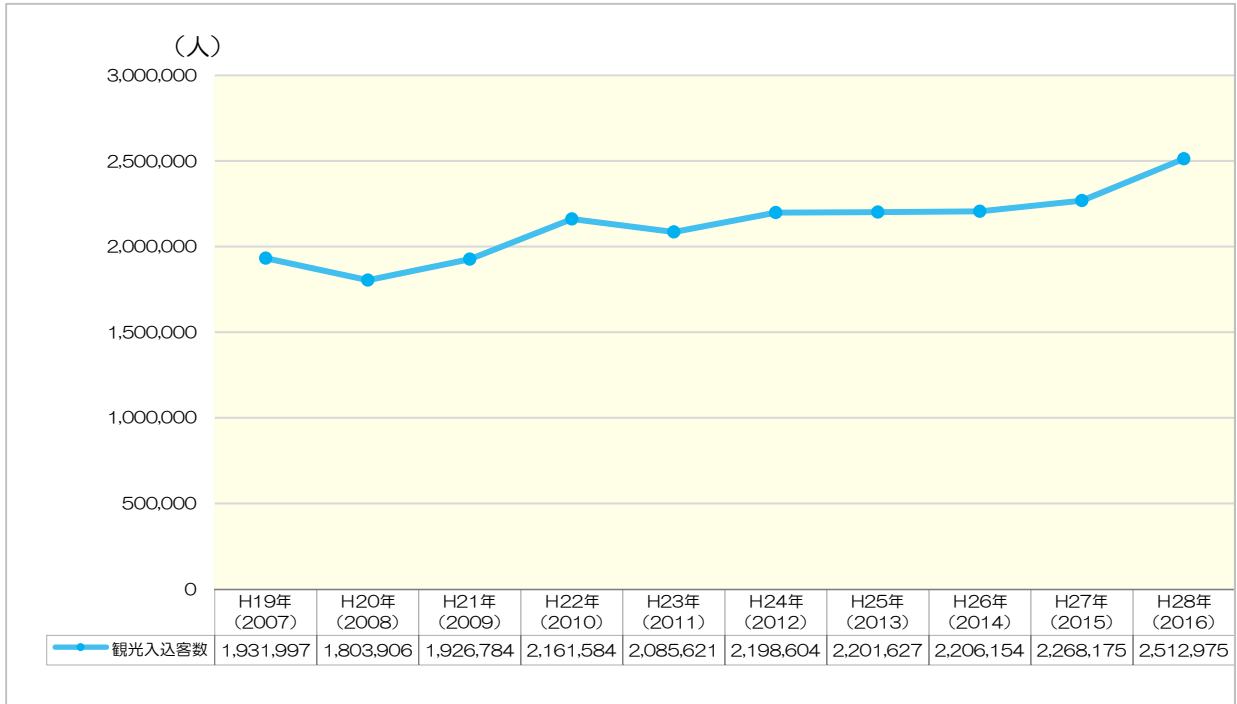
愛媛県「平成 28 年観光客数とその消費額」

3-4. 新居浜市の観光動向

3-4-1. 新居浜市観光統計

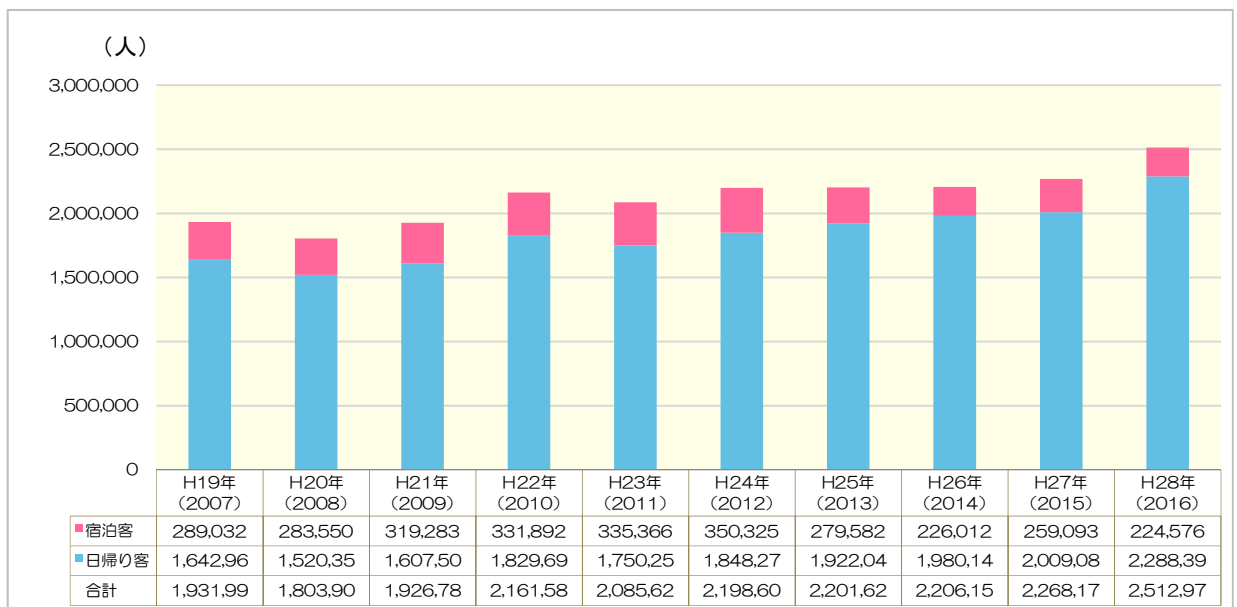
(1). 新居浜市における観光入込客数の推移

新居浜市における観光入込客数は着実に増加している傾向が見られます。



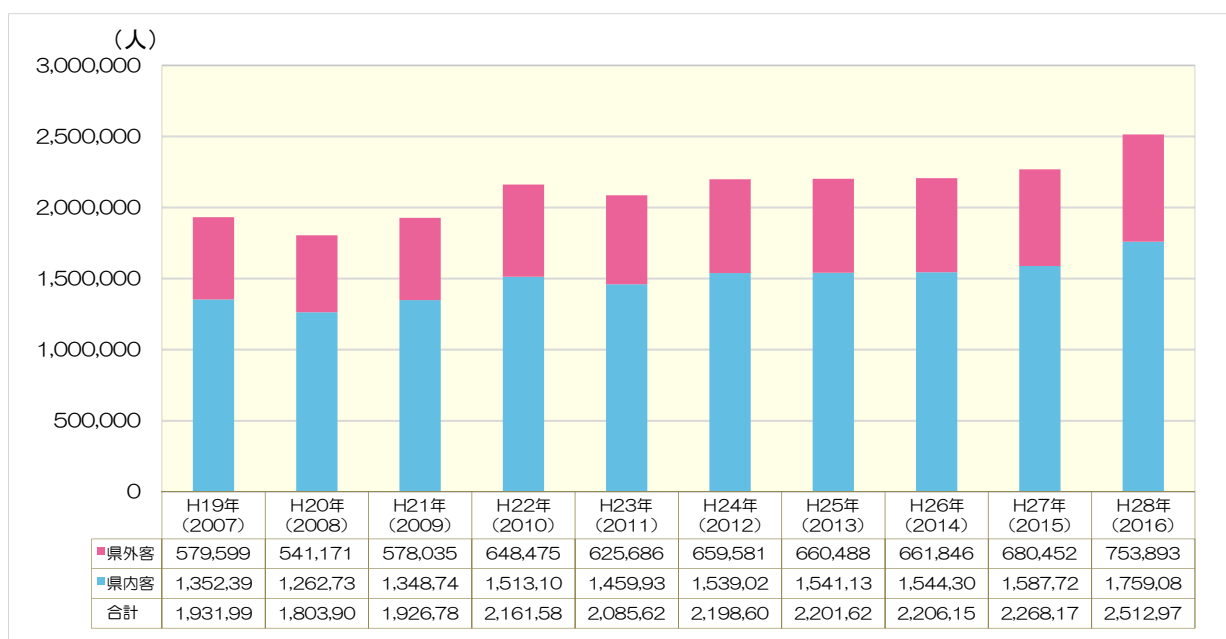
(2). 新居浜市における観光入込客数の推移(宿泊・日帰り別)

10年間を通して、日帰り客が多数を占める傾向が見られます。これは、新居浜市内に観光需要を充足する宿泊施設が不足していること、また愛媛県松山市や香川県高松市など四国における定番の宿泊地からのアクセスの良さが影響していることが推察されます。



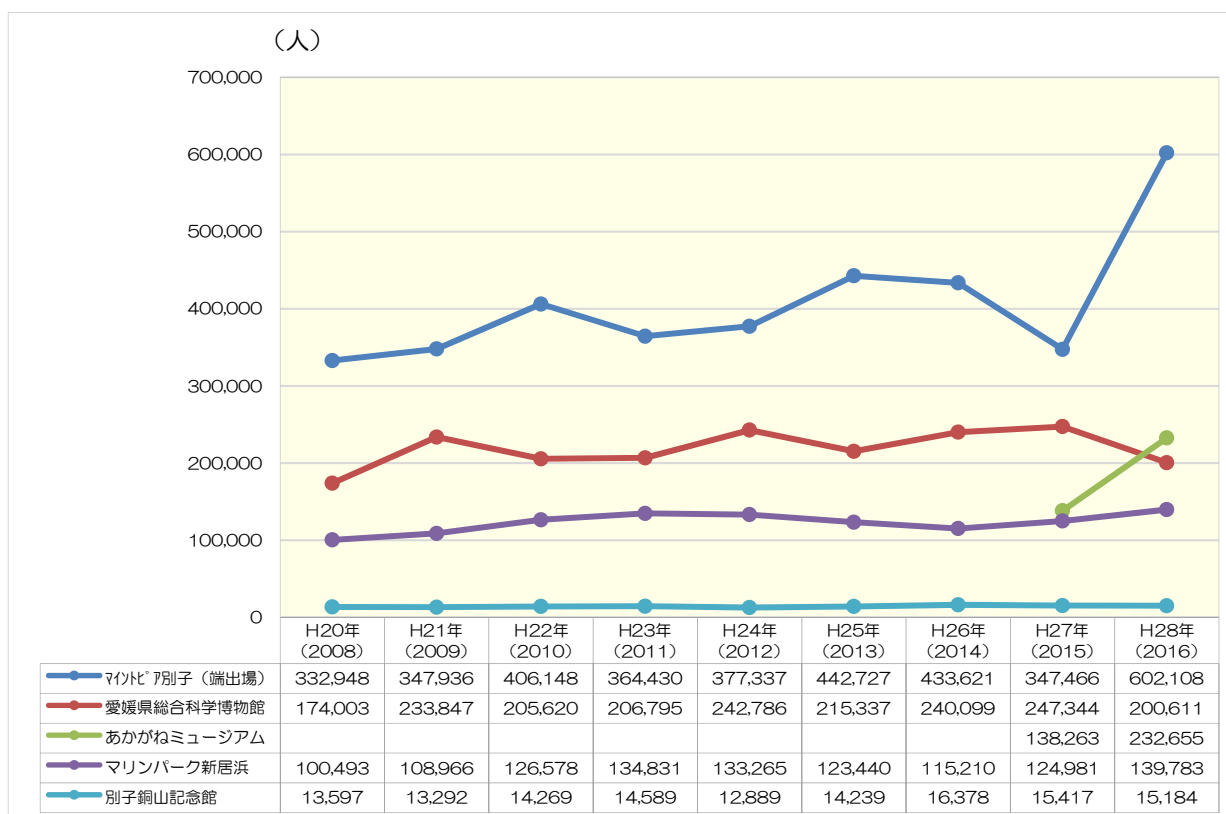
(3). 新居浜市における観光入込客数の推移(県内客・県外客別)

10年間を通して、県内客の構成比が高い傾向が見られます。これは、新居浜市観光市場における愛媛県内からの需要の重要性を示しています。



(4). 観光施設別観光入込客数の推移

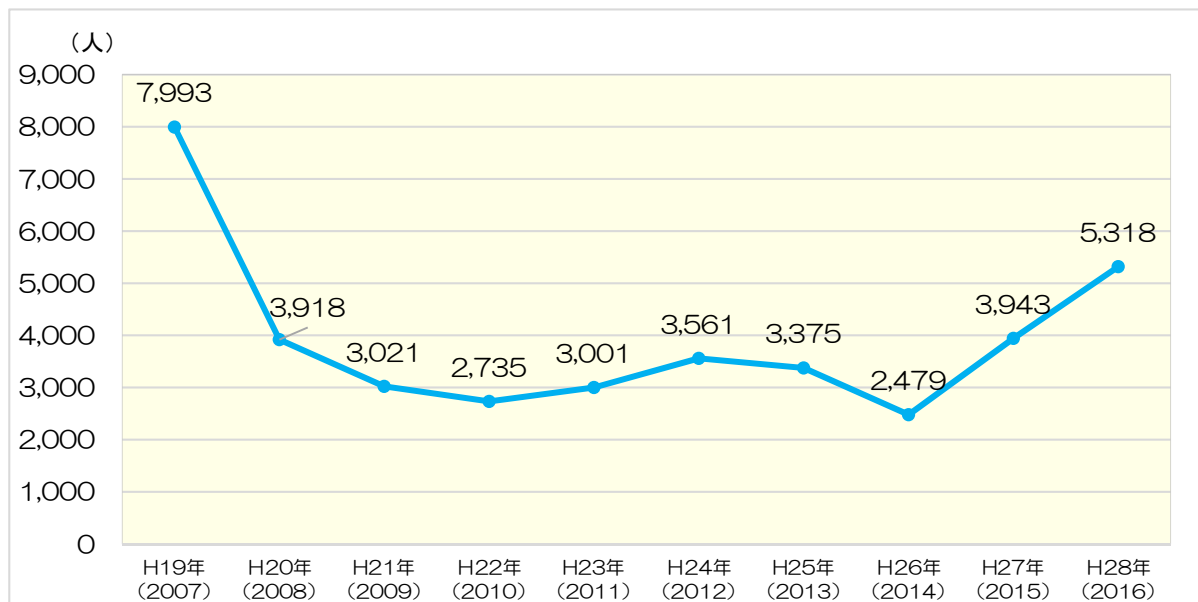
平成28年(2016年)には「マイントピア別子」が大きく入込客数を伸ばしました。これは「別子温泉～天空の湯～」、「あかがねキッズパーク」という2つの施設のリニューアルによる効果と考えられます。



(5). 外国人観光客数の推移

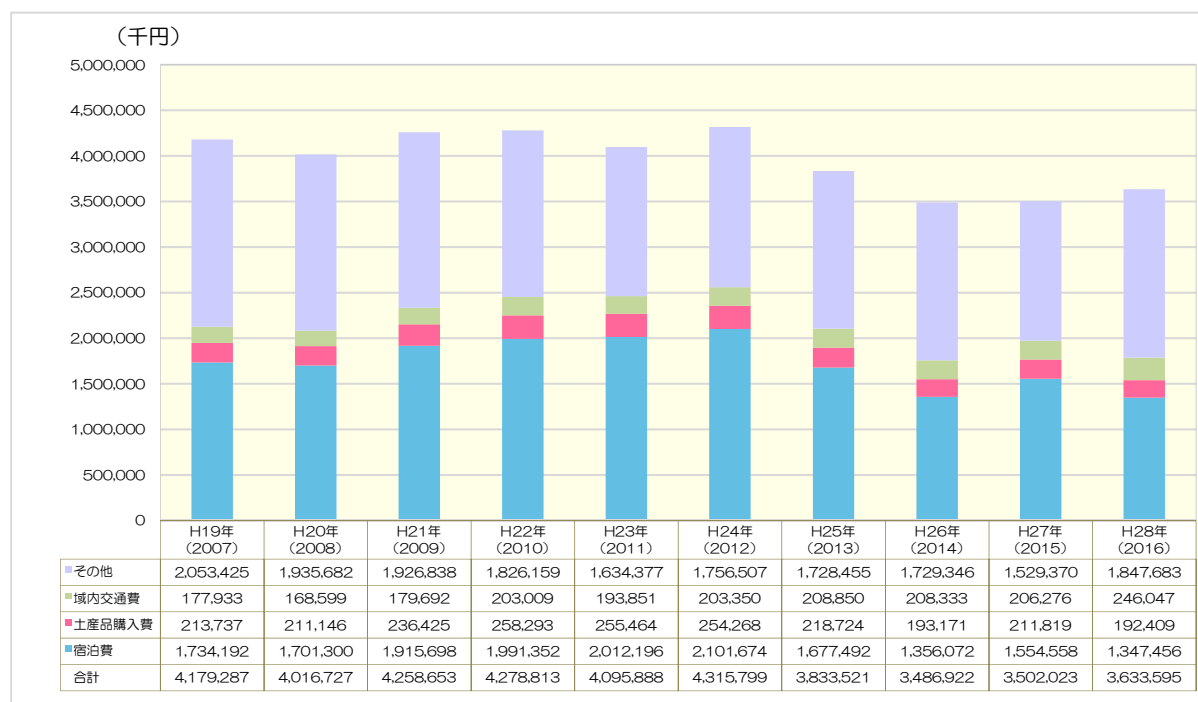
新居浜市における外国人観光客は、通常の観光客と、ビジネス関連客に大別されます。10年間の推移の特徴として、平成19年(2007年)の数値の高さは、地域周辺における開発等により、外国人ビジネス関連客が長期間滞在したという要因があります。

また、平成26年(2014年)以降は、四国における外国人観光客の伸長と連動する形で数字を伸ばしています。



(6). 観光消費額

観光消費額は、単価の高い宿泊費に影響を受け推移している傾向が見られます。また、新居浜市における宿泊施設の多くがビジネスホテルであり、いわゆるシティ・リゾート型ホテルや旅館が少ないことから、この宿泊費はビジネス関連客の宿泊の動向に影響を受けていることが推察されます。



3-4-2. 新居浜市観光客アンケート調査

本計画を策定するにあたり、市内の主要観光施設 2 地点(マイントピア別子・愛媛県総合科学博物館)において、アンケート用紙の配布、回収によるアンケート調査を実施しました。

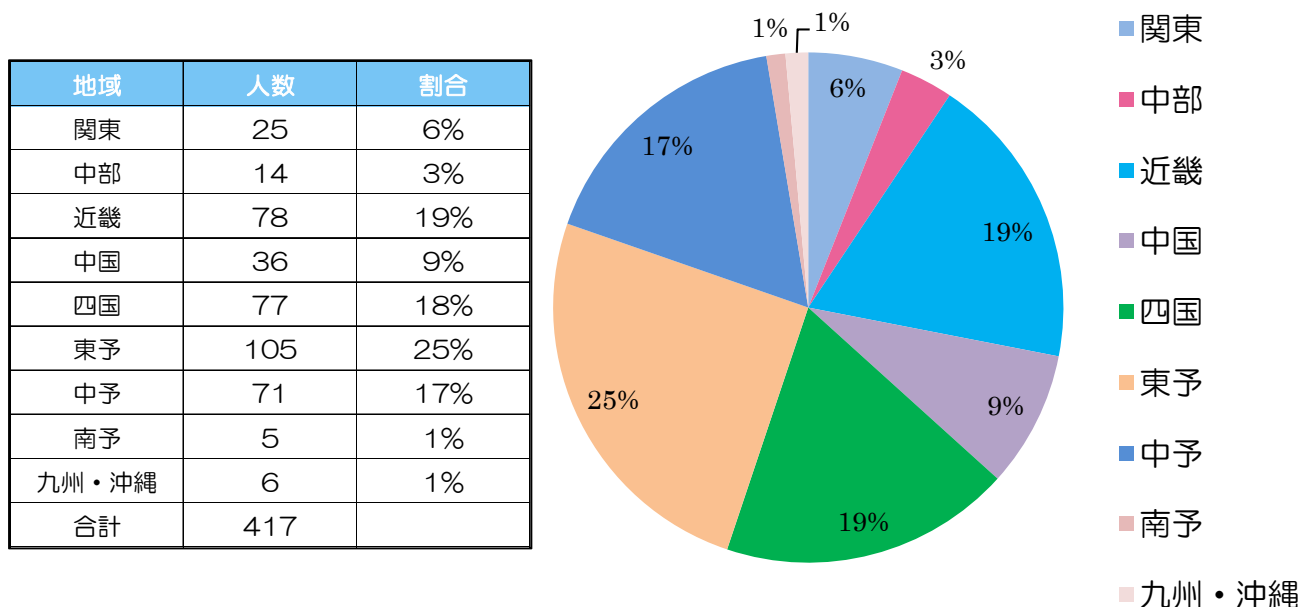
調査概要

実施日

- ・マイントピア別子：平成29年9月/平成30年3月 サンプル数件 209 件
- ・愛媛県立総合科学博物館：平成29年9月/平成30年1月 サンプル数 208 件

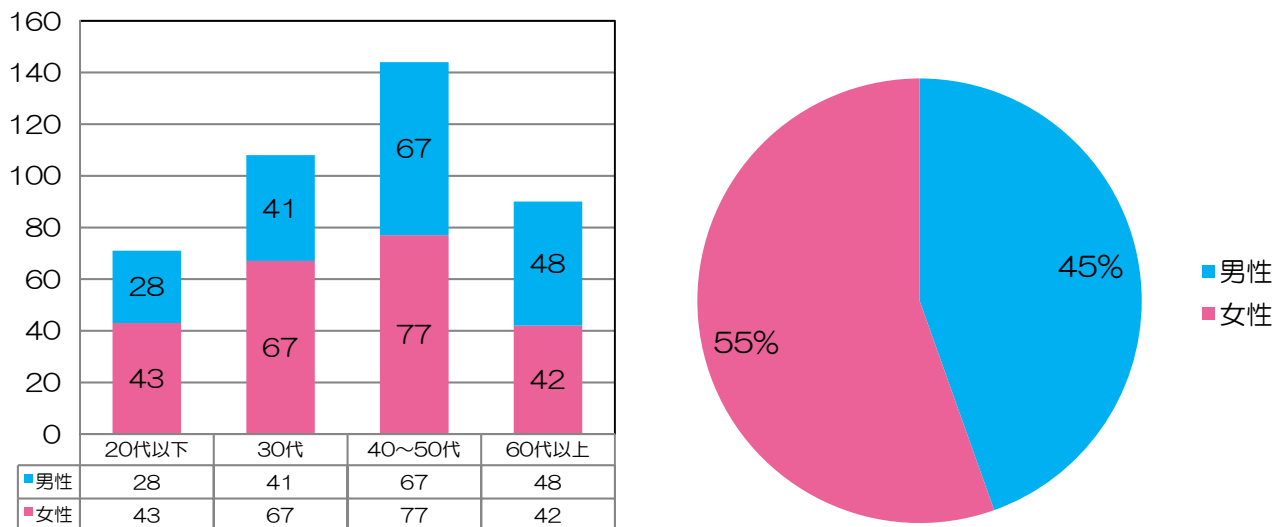
①都道府県別観光客数（母数=417）

愛媛県(東予・中予・南予)からの観光客数が最も多いことがわかります。



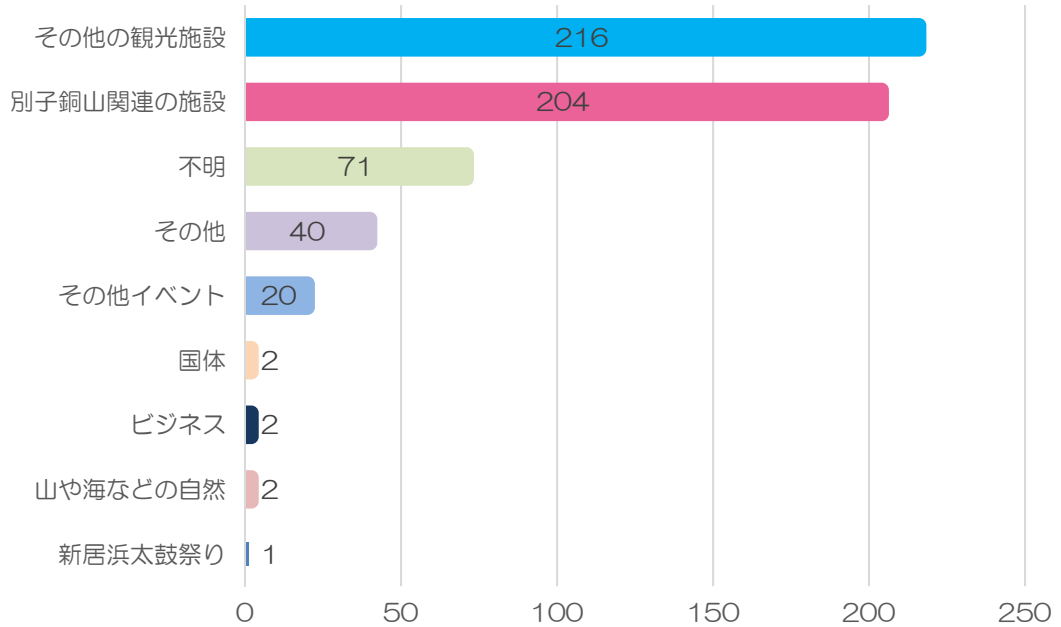
②性別、年代別観光客数（母数=413）

40代・50代の男性が最も多いことがわかります。全体を見ると女性の比率が高いことがわかります。



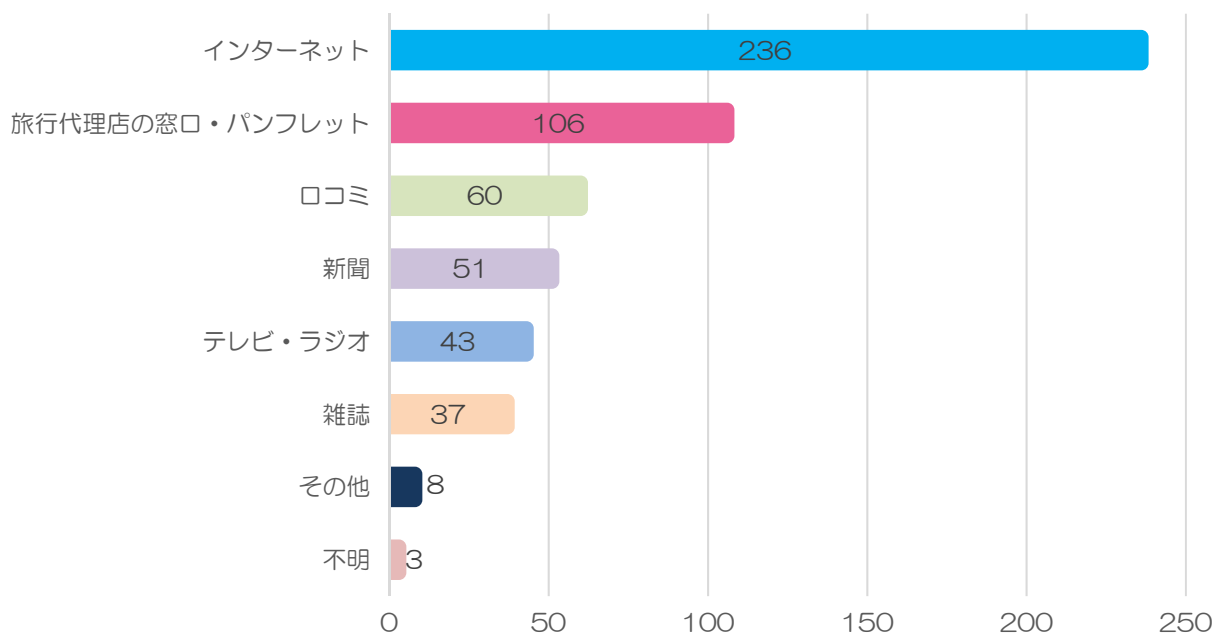
③観光の目的(母数=417) 複数選択

観光の目的は、「その他観光施設」が最も多く、次いで「別子銅山関連の施設」となっています。「その他観光施設」は、アンケート実施場所である愛媛県総合科学博物館を示しています。



④観光のきっかけ(母数=417) 複数選択

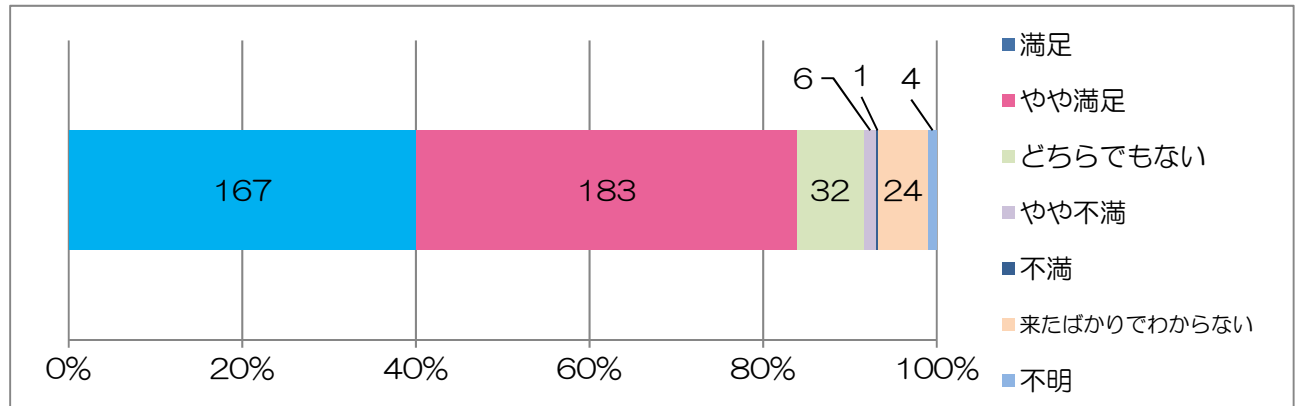
観光のきっかけは「インターネット」が最も多く、次いで「口コミ」であり、インターネットにおける情報検索が一般化した現代においても、「口コミ」の重要性がうかがえます。また、「雑誌」「旅行代理店の窓口・パンフレット」の比率も高いことが特徴として見られます。



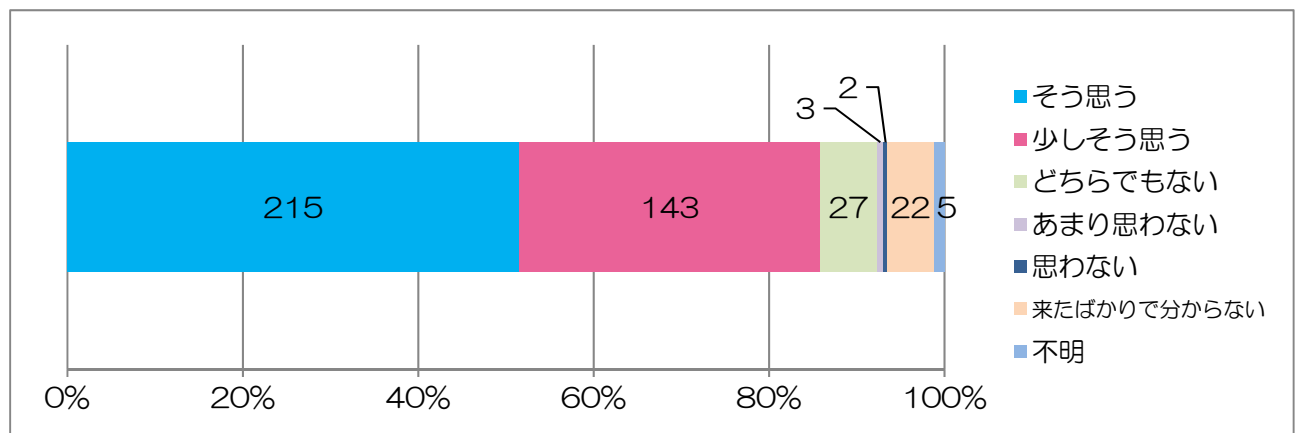
⑤新居浜市観光の満足度、紹介意向、再来訪意向

80%近い観光客が、新居浜市の観光に対し肯定的な意見(満足・やや満足)を示しており、評価の高さがうかがえます。また、「紹介意向」、「再来訪意向」ともに肯定的な意見(そう思う・少しそう思う)が90%と高いことから、口コミによる新規誘客、リピーターを生むサイクルが確認できますが、あくまで意向であり、実際の新規観光客の誘客やリピーターの創出に繋がっているかは検証を要します。

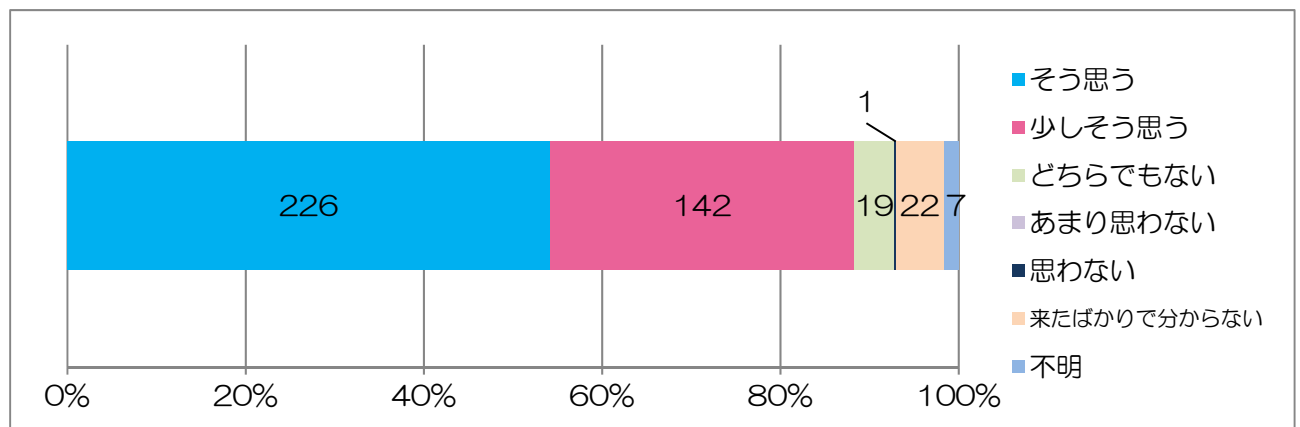
新居浜市観光全体の満足度（母数=417）



紹介意向（母数=417）



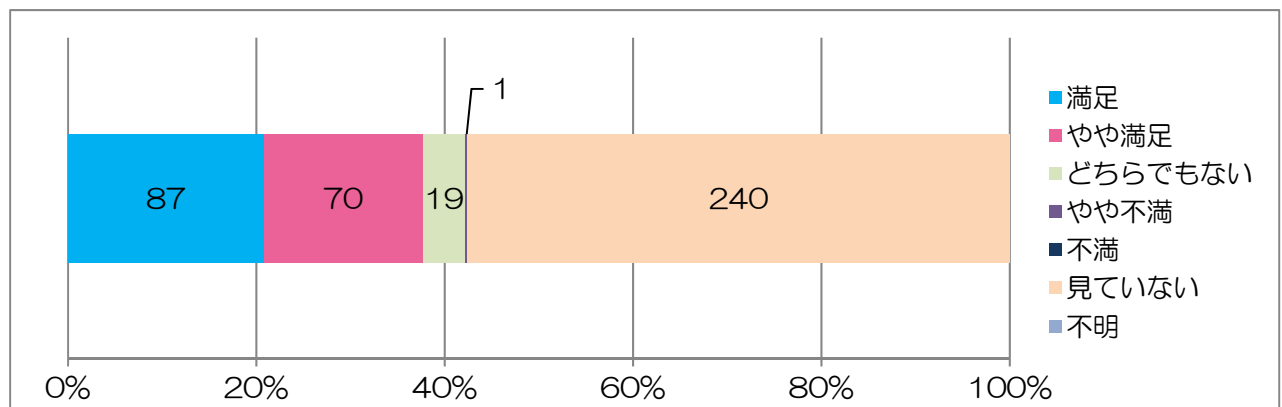
再来訪意向（母数=417）



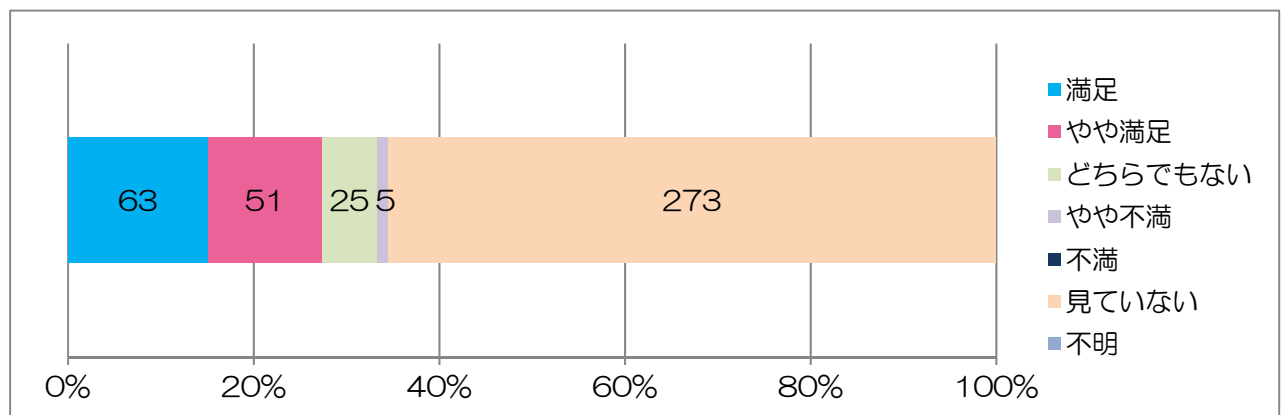
◎新居浜市観光の満足度(項目別)

総合的に新居浜市観光の「満足度」、「紹介意向」、「再来訪意向」は高かったものの、項目別の満足度を見ると新居浜市観光の課題が明らかになります。例えば、「自然景観や雰囲気への満足度」、「街並みや雰囲気への満足度」からは、多くの人が新居浜市内の自然や、街並みなどを見ていないことがわかります。「宿泊」からは、ほとんどの観光客が市内に宿泊しないことがわかります。また「飲食施設の食事の内容」「物販施設の商品の内容」からは、多くの観光客が、観光において重要な消費行動の場である飲食施設、物販施設に行っていない傾向が見られます。

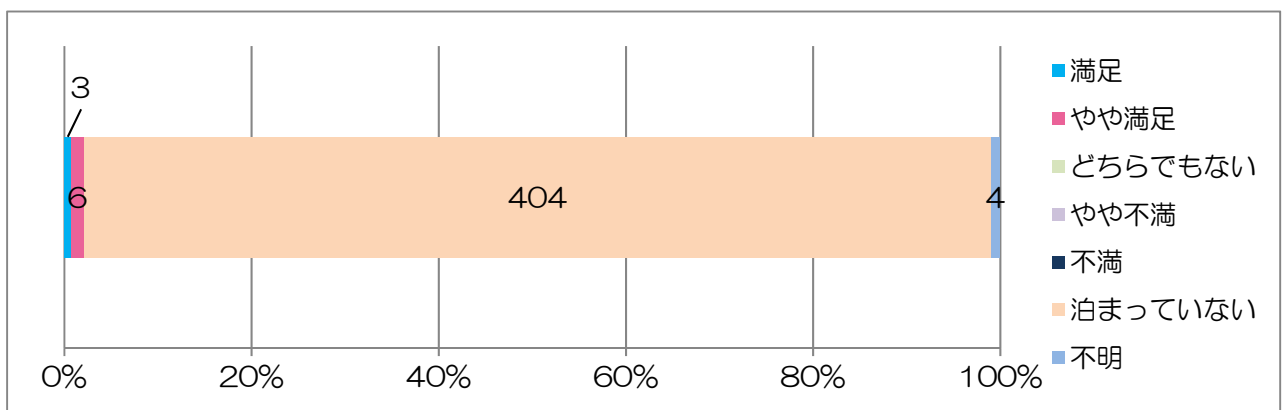
自然景観や雰囲気への満足度（母数=417）



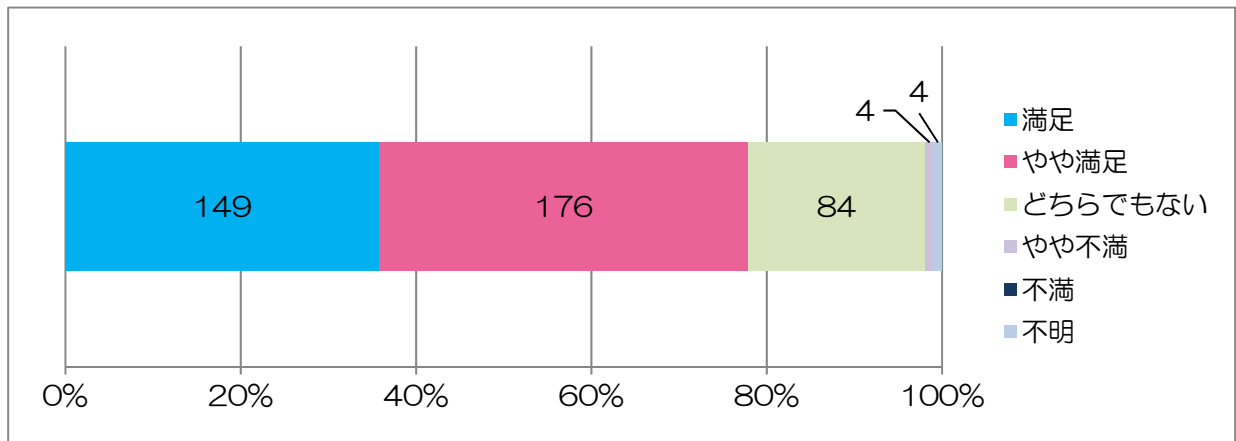
街並みや雰囲気への満足度（母数=417）



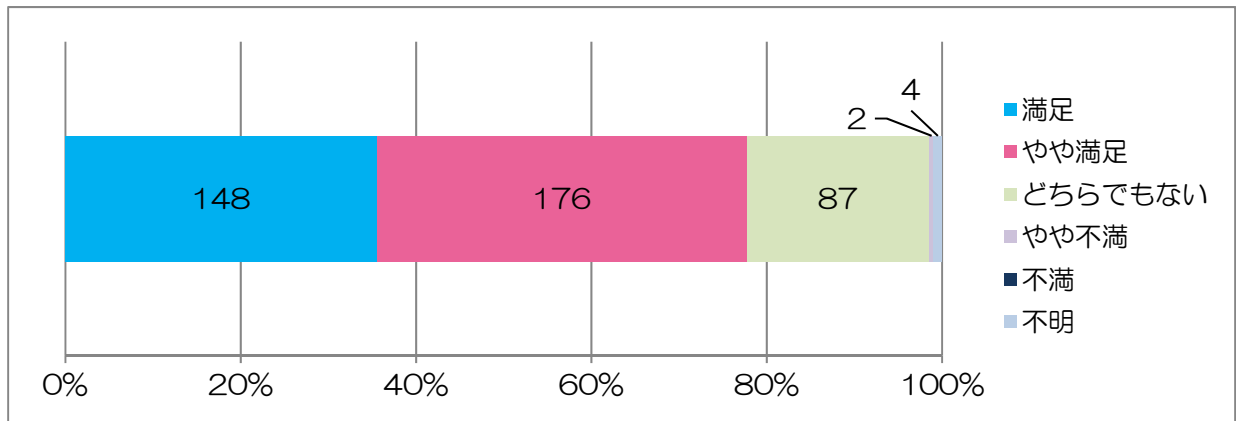
宿泊（母数=417）



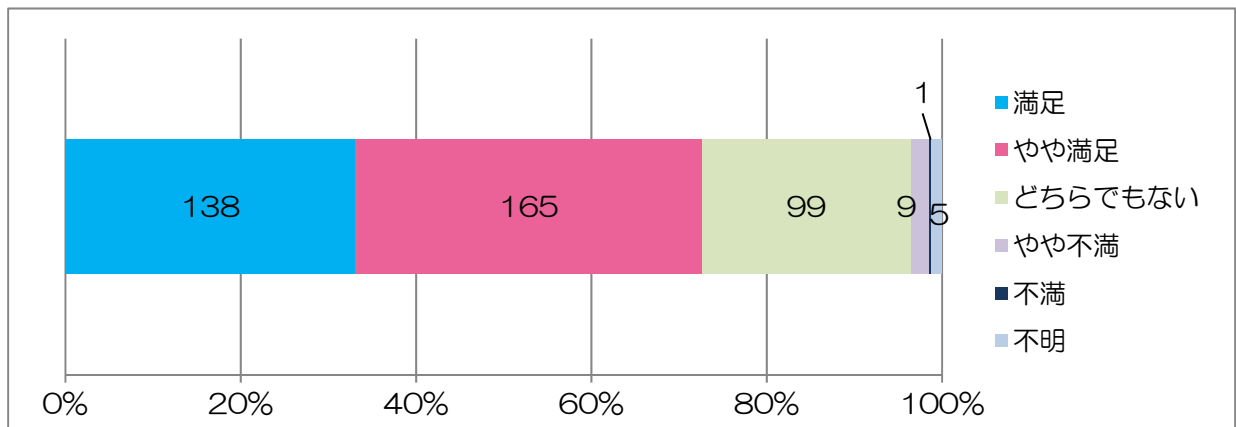
観光文化施設の内容・体験への満足度（母数=417）



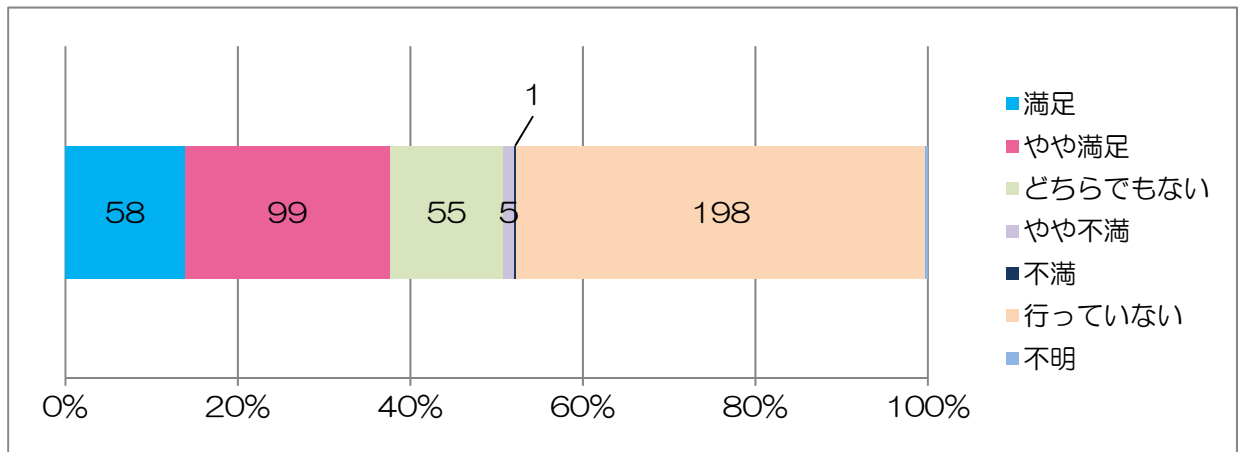
観光文化施設の従業員のおもてなしへの満足度（母数=417）



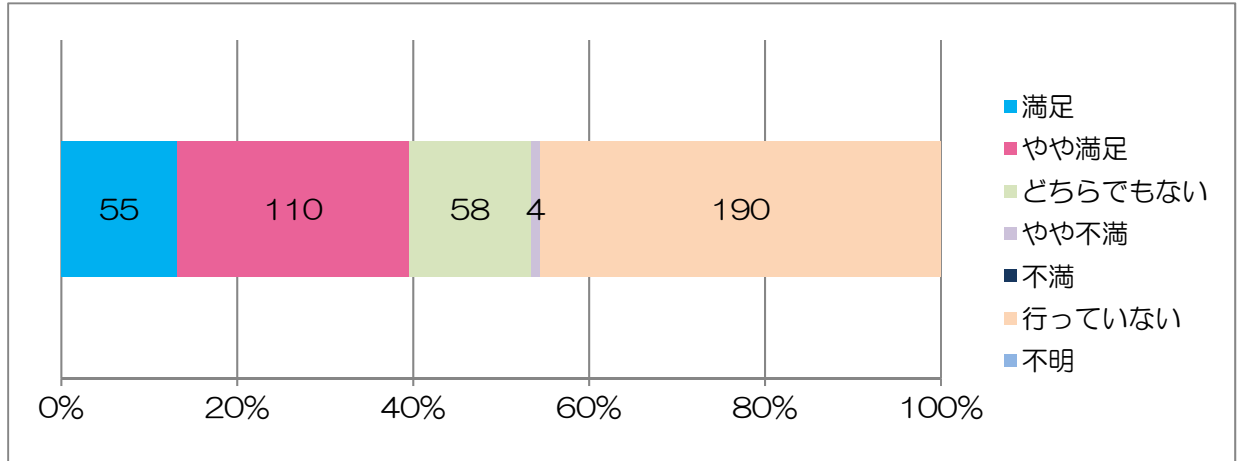
観光文化施設の費用の適切さ（母数=417）



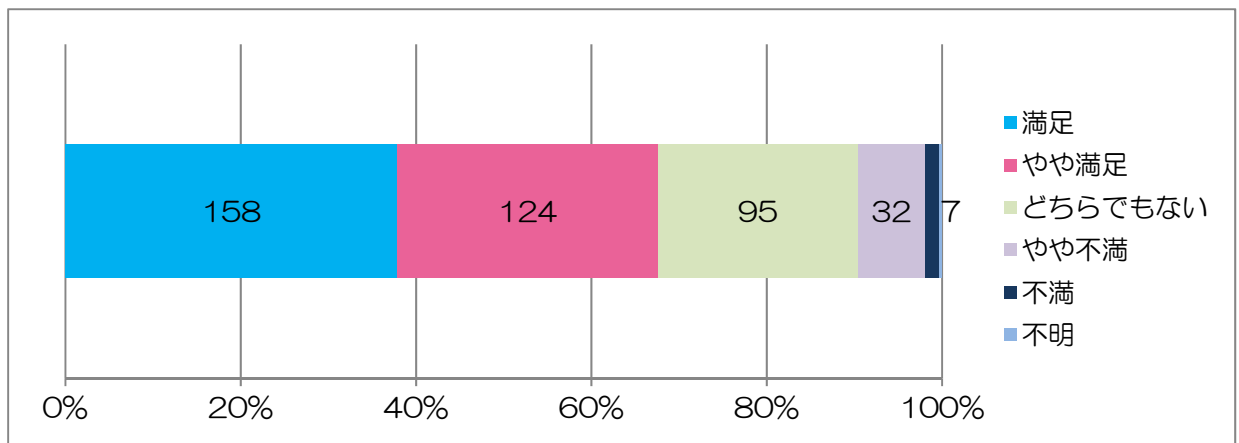
飲食施設の食事の内容（母数=417）



物販施設の商品の内容（母数=417）



地域における交通の便（母数=417）



参考資料. 新居浜市観光客ヒアリング調査

アンケートによる定量調査だけでは把握できない、定性的な観光客の傾向を探るために、マイントピア別子を訪れている観光客、及び東平歴史資料館を訪れている観光客を対象に、調査員の対面によるヒアリング調査を行いました。以下では、そのヒアリング調査結果の一部を掲載しています。

「マイントピア別子」

対象：50代・夫婦・2名

滋賀県・宿泊(松山市)・自家用車

新居浜訪問経験：初めて

来訪動機・きっかけ：初めての愛媛県旅行の下調べの時にガイドブックでマイントピア別子や東平が載っているのを見て、さらにインターネットで調べて主人が行きたいと言ったので「マイントピア別子」に来ることになった。

施設への感想：時間の問題で端出場ゾーンは見えていない。これから東平に行く予定である。この施設に関しては少し見て回っただけだが気軽に入れるし、車も止められたし満足している。また、お土産はマイントピア別子では買っていない。ここが旅の最終地点ではないのがその理由であるが、ここでしか買えないお土産というのが良くわからなかった。限定などのポップをつけて欲しい。銅製品なんかも百貨店で買ってしまう。

また、マイントピアで食事はしていない。この施設は団体だと良いかもしれないが、2人で寄るには長居するところではないと感じた。新居浜市全体としては自然の景色などは特に良いと感じた。

対象：40代・男性・1名

香川県・宿泊(松山市)・自家用車

新居浜訪問経験：出張で5回ほど来ているが、観光では初めて。

来訪動機・きっかけ：別子銅山関連の施設を見に来た。住友グループの発祥の地だと聞いていたので興味が沸いた。

施設への感想：色々あって良い施設だと思う。まだ何も買っていないが、後で別子銅山関係の書籍を購入する予定である。端出場ゾーンは、東平に行くバスの時間の関係で行っていない。また、食事に関してだが、「道の駅 自慢の一品ララー」に記載があったので「いよかんソフト」を買おうと思っている。施設のインフォメーションが施設の入り口当たりにあると良い。さらに、そこで新居浜市内の観光情報なども扱っていると良いのではないかな。これから東平と別子銅山記念館に行く予定である。

対象：50代・男性・1名(団体客)

愛媛県(東温市)・宿泊(松山市)・観光バス

新居浜訪問経験：子どもと総合博物館に8回くらい。マイントピア別子は3回目くらい。

来訪動機・きっかけ：職場のツアーで来た。

施設への感想：東平には今回初めて行った。ガイドが付いて色々説明していただいたのは良かった。逆にガイドがいないと全然楽しめなかったと思う。私は、ツアーで来ているので時間的に勝手ができないが、個人で来て時間があれば色々楽しめる施設だと感じた。特に2階にいたボランティアガイドは、この地域の歴史のことを沢山説明してくれて素晴らしかった。

お土産としてお酒と別子飴、アメジスト、饅頭を購入した。ただ、新居浜市観光と言えばこれだというお土産品が見当たらなかった。新居浜は銅山の街というイメージが強く、1次産業のイメージが無い。次は、特に紅葉の時期などに訪れたい。

対象：50代・男性・1名

徳島県・宿泊(新居浜市)・自家用車

新居浜訪問経験：初めて

来訪動機・きっかけ：別子銅山関連の施設が気になって来た。元々仕事が住友企業関連で、話には聞いていた。

施設への感想：今、東平へのバスを待っている。端出場ゾーンは観光坑道がとても良かった。展示も良いと感じた。費用は少し安ければ良いかなと思うが、学べる内容が多いので満足である。また、今日は駅からバスできたが、本数が少なく苦労した。事前にHPなどで調べても公共交通の情報や、東平まで行くのも、こういった予約が必要なのかよくわからなかった。この後、別子銅山記念館や広瀬歴史記念館なども行こうと考えていたが、交通の便が悪く断念した。この後は今治へ行く予定である。また、観光案内パンフレットなどには詳細な情報が載っているが、具体的に散策する場合の時間やアクセスについて載っていないのが残念である。

「東平歴史資料館」

対象：50代・男性・1名

岡山県・宿泊(新居浜市)・自家用車

新居浜訪問経験：4回目(東平2回目)

来訪動機・きっかけ：歌手・声優の水樹奈々氏のファンであることが新居浜市来訪のきっかけである。新居浜市は自然も美しいが、それを知ったのも新居浜市が水樹奈々氏の出身地であるから。

施設への感想：新居浜市観光について意見を言えば、観光サイトが非常に分かりづらい。東平に行くにしても、その奥に行くにしても、例えば何分かかるとか、山であるならばどのような服装がいいとか、丁寧な説明が必要だと思う。観光という点で言えば、駅からの交通の便を良くするべき。ルートバスなどの拡充が必要。また、おみやげ品に関してだが、マイントピアで石や銅関係のものを販売しているのは良いと思うが、「新居浜まちゅり」などのキャラクター商品がもっとあっても良いのではないかな。

対象：20代・男女グループ(男性1名・女性2名)

三重県・宿泊(西条市)・レンタカー

新居浜訪問経験：初めて

来訪動機・きっかけ：四国旅行を計画している時に、るるぶとまっぴるに「東洋のマチュピチュ」とあったので行きたいと考え、四国旅行の旅程に入れた。新居浜市への目的は東平とマイントピアだけである。そもそも他に何があるのか雑誌では分からなかった。東平は圧倒される迫力で良い。また、この施設(東平歴史記念館)も、昔ここに人々が住んでいたのが分かる。非常に良かった。ただ、もう少し体験型の展示があったら、さらに良くなると思う。

東平までの道のりが非常に怖かった。この奥にも遺産があるようなので見に行きたいが、軽装なので断念した。こういう情報は事前に分かるようにしてほしい。観光情報全体が愛媛県自体少ないかなという印象である。現在、四国を回っているのでこれから高知県に行く予定である。

3-4-3. 新居浜市観光ワークショップ

実施概要

本計画の策定にあたり、特にこれからの新居浜市の将来を担う地域の若年層や、近隣地域の若年層からの意見が重要です。そこで「愛媛県立新居浜南高等学校ユネスコ部」、「国立大学法人愛媛大学」、「国立大学法人香川大学」にご協力いただき、3回のワークショップ(以下、WS (Work Shop) と言う。)と、愛媛大学公開講座を開催しました。こうしたWSや公開講座は、総勢 100 名以上の地域の高校生や大学生らと、新居浜市観光について深く考える機会となりました。

第 1 回 新居浜市観光WS

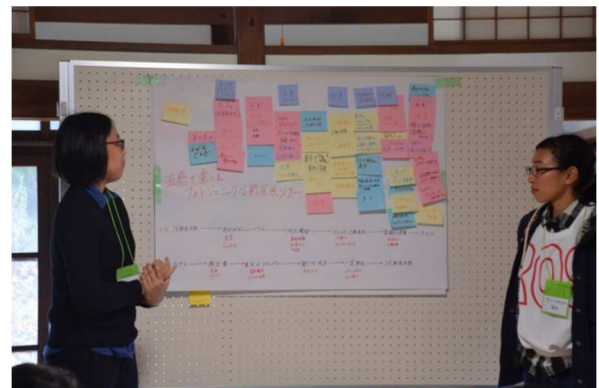
開催日時 平成 29 年 11 月 11 日
開催場所 星越エリア 山田社宅 元住友共同電力株式会社社長宅
参加者 22 名
参加組織

「愛媛県立新居浜南高等学校 ユネスコ部」、「香川大学経済学部 西成研究室」、「新居浜市役所 運輸観光課」、「株式会社 JTB 中国四国 松山支店」、「株式会社いよぎん地域経済研究センター」、「株式会社矢野経済研究所」

実施概要

山田社宅群、旧新居浜選鉱場、旧星越駅舎などの産業遺産が点在する星越エリアの「元住友共同電力(株)社長宅」を会場として、地域の若年層である「愛媛県立新居浜南高等学校ユネスコ部」や、外部の視点として「香川大学経済学部 西成研究室」にご協力いただき、新しい観光資源の掘り起しや、交流人口拡大に向けたアイデアについてグループワークを行いました。

その結果、『女子による女子のための美しく生まれ変わる新居浜女子旅』、『五感で楽しむフォトジェニックな新居浜ツアー』、『冬の新居浜 超プレミアム体験ツアー -魅惑の夜景クルーズ-』、『新居浜桜の旅』といった産業遺産群を中心にしながら、今までにない新しいアイデアによる様々な新居浜市の資源を活用したツアー案が提案されました。



第2回 新居浜市観光WS

開催日時 平成29年11月13日
開催場所 香川大学 幸町キャンパス
参加者 27名
参加組織

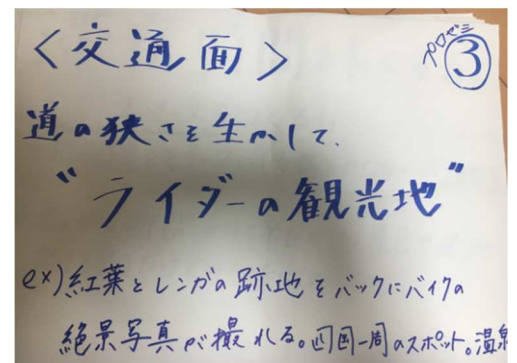
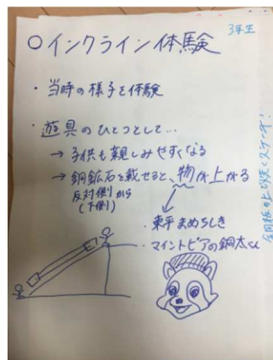
「香川大学経済学部 西成研究室」、「株式会社 JTB 中国四国 松山支店」、「株式会社 矢野経済研究所」

実施概要

香川大学経済学部 西成准教授にご協力いただき、WSを行いました。

第1回WSに参加していない学生も含め、総勢27名で新居浜市の魅力的な観光資源や、新しいツアーについての提案、新居浜市観光の問題点などをグループに分かれ話し合い発表しました。

この結果、『東平におけるインクライン体験』、『目玉となる東平フードの開発』、『二次交通の不備を逆手に取ったライダーの聖地化』、『産業遺産へのプロジェクションマッピング』など、大学生独自の視点から多くのアイデアが提案されました。



平成29年度 愛媛大学公開講座 in 新居浜市

開催日時 平成29年11月18日
開催場所 新居浜市役所 消防庁舎4階
コミュニティー防災センター
参加者 74名(アンケート回答者数)

実施概要

愛媛大学の実施している地(知)の拠点整備事業(COC事業)と連携し「新居浜市における観光振興の実現に向けて」をテーマに公開講座を開催しました。愛媛大学社会共創学部 井口 梓准教授が「地域資源を活かした着地型観光」と題した講演の後、株式会社



ジェイティービー日本版 DMO サポート室長 山下 真輝氏が「地方創生のための『きょうそう』戦略を考える」と題した講演を行いました。

また、愛媛県立新居浜南高等学校ユネスコ部によるプロジェクトの研究発表や、「新居浜市にもっと人を呼び込むために必要なこと」をテーマにしたパネルディスカッションを実施しました。



井口 梓氏



山下真輝氏



新居浜南高等学校ユネスコ部

第3回 新居浜市観光WS

開催日時 平成29年11月27日
 開催場所 愛媛大学 城北キャンパス
 参加者 80名
 参加組織

「愛媛大学社会共創学部」、「株式会社 JTB 中国四国 松山支店」、「株式会社いよぎん 地域経済研究センター」、「株式会社矢野経済研究所」

実施概要

愛媛大学公開講座と連動し、愛媛大学社会共創学部 井口准教授にご協力いただき、愛媛大学の学生を集め、総勢80名で新居浜市の魅力的な観光資源や、新しいツアーについての提案を、グループに分かれ話し合い発表しました。

失恋した人をターゲットとした『別子だから、「失恋旅行』』、ファミリーをターゲットにスタンプラリー・ライトアップを提案した『イルミネーションを活用した「家族×Electric walk』』、大学生をターゲットにした『銅山の中に秘密基地をつくらう!』』といった、地域の大学生ならではの視点から、数多くのアイデアが提案されました。



3-4-4. 新居浜市民に向けたアンケート調査

本計画の策定にあたり、市政モニター制度を利用したアンケートを実施しました。

実施概要

調査対象者 平成29年度 市政モニター 180人
 調査期間 平成29年9月1日(金)～平成29年9月15日(金)
 調査方法 郵送またはインターネット

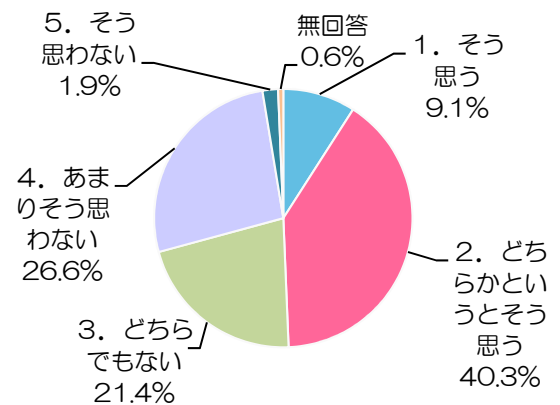
主要なアンケート結果は次のとおりです。

問. 新居浜市はこれまで観光に力を入れてきたと思いますか。(1つ選択)

「2. どちらかというと思う」(40.3%)と答えた人が最も多く、次いで「4. あまりそう思わない」(26.6%)、「3. どちらでもない」(21.4%)の順となっています。

この結果から、市民意識として、新居浜市と観光というイメージがあまり結びついていないことがわかります。

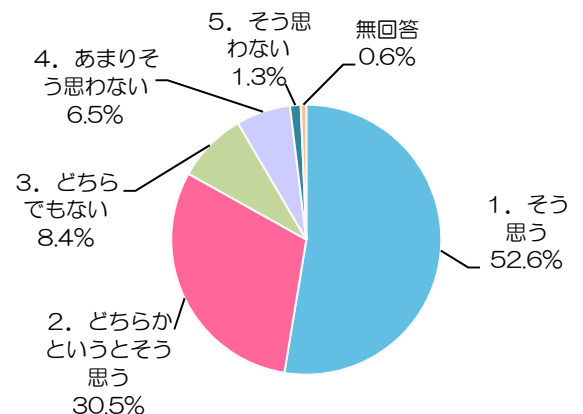
1. そう思う	14人
2. どちらかというと思う	62人
3. どちらでもない	33人
4. あまりそう思わない	41人
5. そう思わない	3人
無回答	1人
合計	154人



問. 新居浜市は、今後観光に力を入れていくべきだと思いますか。(1つ選択)

「1. そう思う」(52.6%)と答えた方が最も多く、「2. どちらかというと思う」(30.5%)を合わせると、全体の8割以上の方が、新居浜市も今後は観光に力を入れていくべきであると考えており、地域経済の活性化や地方創生の方策として、観光振興が有効な手段であると認識している人が多いことがわかります。

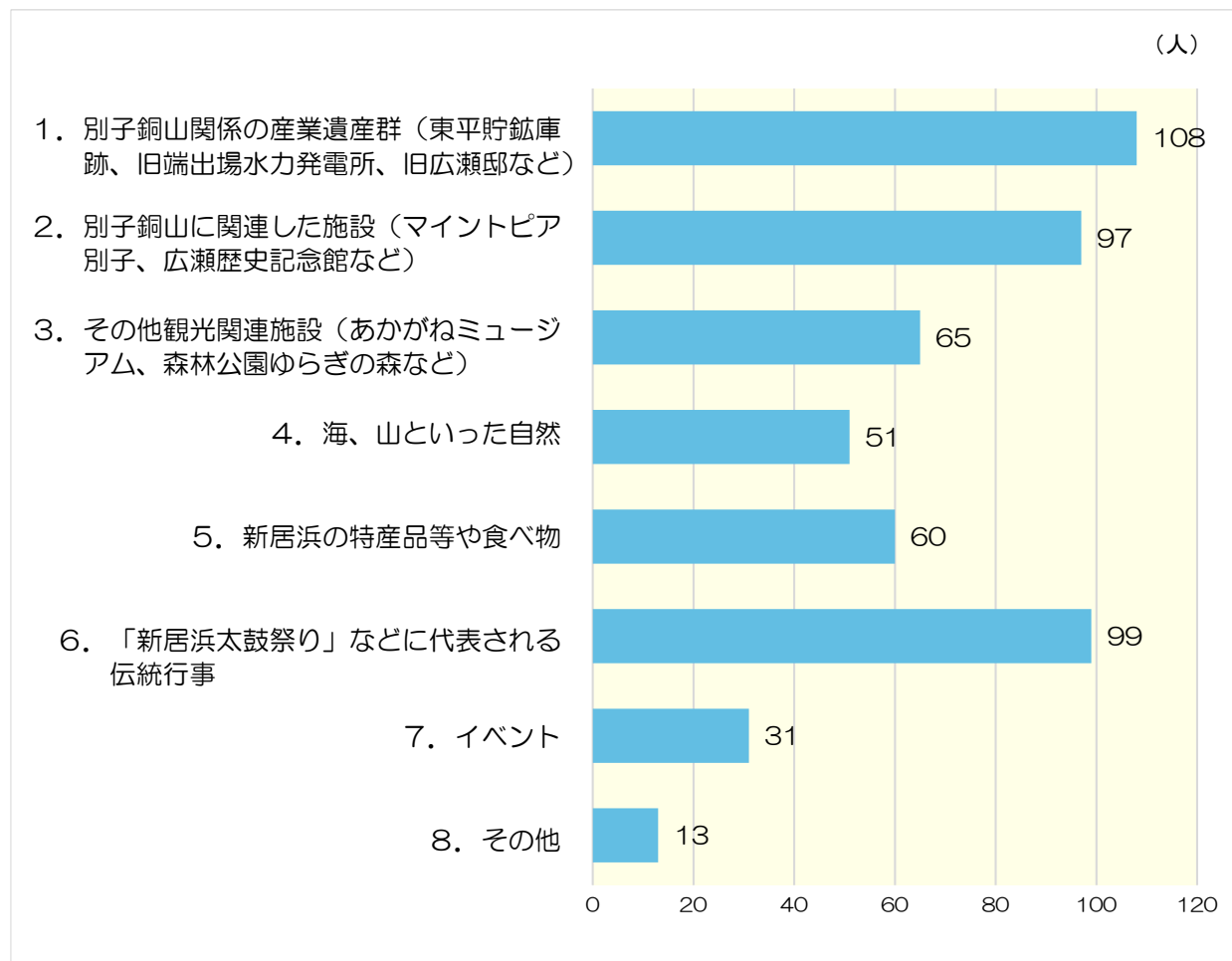
1. そう思う	81人
2. どちらかというと思う	47人
3. どちらでもない	13人
4. あまりそう思わない	10人
5. そう思わない	2人
無回答	1人
合計	154人



問. 新居浜市の観光資源のうち、何によって観光客の増加を図るべきだと思いますか。(複数選択)

「別子銅山関係の産業遺産群」、「別子銅山に関連した施設」と回答した人が最も多く、新居浜市が全国に誇るべき観光資源であると認識されていることがわかります。しかし、自由意見ではアクセス性の悪さや、PRが十分できていない、あるいは市民自身が産業遺産に関する知識がないなどの意見が寄せられ、今後、さらに観光資源化していく上での課題や、産業遺産に関する市民意識のギャップが浮き彫りとなっています。

また、「新居浜太鼓祭り」についても多くの方が観光資源であると認識していますが、毎年のように鉢合わせが発生しているという負の要素もあり、今後、全国に誇れる観光資源としてPRしていくためには、市民や観光客が安全、安心に楽しめる環境作りが不可欠であると考えます。



3-4-5. 外国人モニターツアー

開催日時 平成30年1月27日

開催場所 旧広瀬邸

参加者 6名

参加組織

「株式会社JTB中国四国 松山支店」、「株式会社矢野経済研究所」

実施概要

第1回WSにて提案されたアイデアである『「旧広瀬邸」における茶道体験』という観光メニューを、外国人視点から評価するために松山市在住の外国人を対象とした「外国人モニターツアー」を実施しました。新居浜市在住の裏千家茶道講師の方々にご協力いただき、旧広瀬邸の新座敷を利用した茶道体験会を実施しました。

参加者の声

女性・27歳(ベトナム)：お茶を飲むだけでなく、日本の伝統のお菓子を歴史ある建物（旧広瀬邸）で味わえたことは、非常に楽しい体験でした。新居浜市の他の歴史的な遺産も見たいと思いました。

女性・21歳(中国)：立派な日本建築の家を見られたこと、そこで茶道を体験できたことは貴重な体験となりました。

女性・45歳(アルゼンチン)：抹茶を自分で入れるのは初めての経験でしたが、講師やアシスタントの方が非常に丁寧に教えてくださり、楽しく抹茶を入れることができました。また、茶道だけでなく歴史・文化についてもたくさん教えていただき、勉強になりました。



3-5. 新居浜市観光動向の現状分析

新居浜市への観光入込客数は増加傾向にあります。日帰りの観光客が多くを占めていることがわかりました。これは、新居浜市内において観光需要を充足する宿泊施設の不足や、松山市、高松市といった四国における定番の宿泊地からのアクセスの良さが影響していると考えられます。また、多くの観光客は愛媛県内から来訪していることがわかりました。

観光客アンケートでも上記と同様の傾向が確認された他、各施設への満足度は高いものの、「自然景観」、「街並み」などは観光客からの関心が低く見ていないこと、「飲食施設」、「物販施設」への関心も低いこと、新居浜市観光において特定の施設だけが目的地となり、新居浜市内を周遊していないことなどの傾向が把握されました。

また、「新居浜市観光振興計画策定委員会」においては、新居浜市内では観光施設が点在していることや、各種観光施設にアクセスするための二次交通が整備不足であること、観光施設間の連携した取り組みも不足していることや、宿泊客やビジネス関連客が夜に楽しめる飲食店やアクティビティが不足していることなどの意見が出されました。

さらにWSやモニターツアー、市政モニターアンケートを通して、新居浜市の地域資源や観光振興について多くの意見をいただきました。これらを踏まえ、次節において、新居浜市の地域資源や、観光振興に関する課題等を整理します。

3-6. 新居浜市の地域資源と課題整理

3-6-1. 新居浜市の地域資源

本計画の策定にあたり実施した各種調査から、新居浜市の地域資源を一覧表にまとめました。

	有形資源	無形資源	複合資源
自然資源	<ul style="list-style-type: none"> ・「赤石山系」 ・「高山植物」 ・「新居大島」 ・「銚子の滝」、「清滝」、「魔戸の滝」 ・「瀬戸内海」 ・「温泉」 ・「エコロジャイト」 天然記念物 <ul style="list-style-type: none"> ・国指定文化財「一宮神社のクスノキ群」・県指定文化財「瑞応寺のイチョウ」「赤石山高山植物」「久貢山のソテツ」・市指定文化財「バクチノキの群生」「ミヨウショウジザクラ」等 	<ul style="list-style-type: none"> ・「四季」 ・「気候」 	<ul style="list-style-type: none"> ・「別子・翠波はな街道」 ・「別子ライン」
歴史・文化的資源(産業遺産群を含む)	産業遺産群 <ul style="list-style-type: none"> ・「旧端出場水力発電所」 ・「端出場鉄橋」「端出場隧道」 ・「東平貯鉱庫・索道基地跡」 ・「生子山(えんとつ山)」 ・「星越地区の社宅群」 など 建物 <ul style="list-style-type: none"> ・「一宮神社」「瑞応寺」などの神社仏閣 特産品 <ul style="list-style-type: none"> ・各種特産品 →「新居浜の逸品」 	伝統文化・芸能 <ul style="list-style-type: none"> ・「新居浜太鼓祭り」 ・「飾り幕職人の技術」 ・「大島とうどおくり」 ・「食文化」 ・「お手玉」 ・「船木のかぶと踊り」 ・「垣生のじょうさ節」 歴史 <ul style="list-style-type: none"> ・「住友諸企業の歴史」 ・「別子銅山の歴史」 イベント <ul style="list-style-type: none"> ・「にいほま納涼花火大会」など 	公園 <ul style="list-style-type: none"> ・「滝の宮公園」、「池田池公園」「山根公園」などの公園施設 文化施設 <ul style="list-style-type: none"> ・「広瀬歴史記念館」 ・「あかがねミュージアム」 ・「別子銅山記念館」 ・「マイントピア別子(端出場ゾーン・東平ゾーン)」 ・「別子山ふるさと館」 ・「マリパーク新居浜」 ・「森林公園ゆらぎの森」 ・「愛媛県総合科学博物館」 ・「塩の博物館」 ・「各種体育施設」 ・「新居浜ふるさと観光大使」
産業に関する資源	<ul style="list-style-type: none"> ・「工業地帯」 ・「各種医療施設」 ・「鹿森ダム」 	<ul style="list-style-type: none"> ・市内企業の持つ技術力 →「新居浜ものづくりブランド」、「新居浜ものづくりマイスター」 	<ul style="list-style-type: none"> ・「工業地帯の景色(夜景等)」

参考文献：須田寛(2009)『観光 新しい地域づくり』学芸出版社

新居浜ふるさと観光大使

全国的に知名度のある郷土出身者や新居浜市にゆかりのある人に、その人の職域や人脈などを通して、新居浜市の観光や物産などの魅力ある情報を発信していただき、新居浜市の知名度の向上と観光振興を図ることを目的に、平成 21 年度(2009 年)に創設しました。

大使一覧

- 水樹 奈々さん(声優・歌手)
- 高見 知佳さん(タレント)
- 福西 崇史さん(サッカー解説者、元プロサッカー選手)
- 近藤 勝也さん(アニメーター、イラストレーター)
- 鴻上 尚史さん(作家、演出家)
- 三宅 重行さん(ラーメン店「風雲児」店主)
- 井川 香四郎さん(作家)



(左)水樹奈々さんの新居浜ふるさと観光大使委嘱式(平成 22 年 2 月 20 日)



(右)井川香四郎さんの新居浜ふるさと観光大使委嘱式(平成 29 年 11 月 3 日)

新居浜ものづくりブランド

新居浜市では、市内企業が有する優れた製品や技術を「新居浜ものづくりブランド」として認定し、愛媛県の「すご技データベース」に登録された製品・技術とも連携を図りながら、重点的な販路開拓や受注拡大に努めています。



新居浜ものづくりマイスター

新居浜市では、技能尊重気運の醸成と優れた技能・技術の維持・伝承や、次代のものづくり産業を担う人材を育成することを目的として「新居浜ものづくりマイスター認定事業」を実施しています。

「新居浜ものづくりマイスター」は、新居浜市のものづくりの基盤技術を支える技能・技術者の中から、特に優れた技術を有し、人材育成や技能・技術の伝承等に意欲のある人の推薦を公募し、選考委員会による審査等を経て、新居浜市長が認定します。

新居浜の特産品・郷土料理

新居浜市には、「白いも」や「えび天、えび竹」、「ざんき」といった伝統的な食品から、「別子飴」や「ハタダ栗タルト」といったお菓子まで、様々な特産品があります。

郷土料理としては、「ふぐざく」があります。「ふぐざく」は、ふぐの切り身、皮、ネギ、カワハギの肝に薬味を加えて、ポン酢で味付けをした新居浜市発祥の郷土料理です。また、「いもだき」は秋の風物詩として親しまれている名物料理です。



ふぐざく

新居浜の逸品

新居浜市には、様々な優れた製品があります。その中から、新居浜商工会議所を中心に、行政や各団体で構成する「新居浜逸品カタログ推進協議会」が、特に優れた特産品として認定した製品が「新居浜の逸品」です。



<酒類>

七福芋焼酎「あんぶん」、純米酒「華姫桜」

<お菓子類>

「かなみ」、「抹茶大福 指月」、「瀬戸の源氏巻」など

<郷土料理等>

「えび天」、「ふぐざく」など

<製造品等>

「うろこ取り名人」「オリジナルオーダークロップ」、「オリジナルレオタード」など

3-6-2. 新居浜市観光の課題

本計画に係る各種調査結果から、新居浜市観光の課題を次のとおり整理しました。検討にあたっては、各種調査によって得られた新居浜市の観光動態のうち、観光振興による経済波及効果を阻害していると考えられる観光動態を「新居浜市の観光動態の課題」として整理するとともに、これら課題の要因として想定されるものを、「新居浜市観光施策の課題」として整理しました。

新居浜市の観光動態の課題

課題1 観光客が新居浜市内を周遊していない。

→目的地が1箇所ないし2箇所程度に留まっており、新居浜市内の主要観光施設や飲食施設を周遊しない。

課題2 観光客が新居浜市内に宿泊していない。

→宿泊を伴わない観光動態が多数派となっている。

課題3 観光客が新居浜市の特産品・お土産品を認識しておらず、具体的な消費に結びついていない。

→「新居浜といったら〇〇」と観光客がイメージできるお土産品や特産品が少なく、具体的な消費に結びついていない。

課題4 四国外から来ている観光客にとって、新居浜市が四国内周遊における重要な立ち寄り場所となっていない。

→新居浜市の観光は、愛媛県内及び四国3県からの需要に支えられており、四国外から来ている観光客にとっての重要な立ち寄り場所となっていない傾向が見られる。

課題5 インバウンド観光客の訪問が少ない

→インバウンド観光客数が少ない。

課題6 新居浜市を訪れている多くのビジネス関連客においても、「市内を周遊していない」「特産品、お土産品を認識しておらず、消費に結びついていない」などの傾向が見られる。

→新居浜市の特徴として、四国随一の工業都市として多くのビジネス関連客が訪れていることが挙げられるが、それらビジネス関連客においても、一般的な観光客と同様の傾向が見られ、宿泊、交通以外の具体的な消費に結びつけられておらず、需要の取りこぼしがある。

新居浜市の観光施策の課題

<ソフト面>

- 課題1 新規観光客獲得のための情報発信・PR不足
- 課題2 観光客の市内周遊を促す周遊ルートや体験メニューの整備不足
- 課題3 観光客が新居浜市に宿泊する観光動機の創出不足
- 課題4 既存の地域の特産品、名物料理、お土産品の周知PR不足
- 課題5 地域資源と観光客ニーズを結びつける特産品、名物料理、お土産品開発不足
- 課題6 特産品、名物料理、お土産品のブランド化不足
- 課題7 新居浜市内における観光関連事業者(観光・物産・交通・宿泊)の強固な協力体制の不在
- 課題8 インバウンド観光客への情報発信・PR不足
- 課題9 インバウンド観光客の受入態勢の整備不足

<ハード面>

- 課題10 観光客を受け入れる宿泊施設数の不足
- 課題11 JR新居浜駅周辺における飲食店機能、物産機能の不足
- 課題12 インバウンド観光客の受け入れのための環境整備不足(多言語サイン・キャッシュレス環境等)
- 課題13 二次交通網

参考資料. JR新居浜駅におけるビジネス関連客ヒアリング調査

「新居浜市には多くのビジネス関連客が訪れているが、具体的な消費に結びついていないのではないか」という仮説を検証するために、JR新居浜駅に調査員を配置しビジネス関連客へのヒアリング調査を実施しました。以下にヒアリング調査結果の一部を掲載します。

主要な意見

「新居浜市でお土産を購入したことがない」

「何が新居浜市の特産品、お土産かもわからない」

「新居浜市では特に立ち寄る場所がないし、何かあるのかもわからない」

「新居浜駅周辺に立ち寄れる飲食店・物販店などがない」

ビジネス関連客の声(一部抜粋)

東京都 50代 男性

→新居浜市には何度か出張で来ているが、「別子銅山」を新居浜駅に置いてある観光マップを見て初めて知った。お土産は、松山にて購入する予定であり、新居浜で購入する予定はない。

愛媛県 30代 男性

→新居浜市には何度も来ているが、新居浜市でお土産を購入したことがない。愛媛県民でも新居浜の名物が何かわかっていない。観光について別子銅山も東平も、行くコストに見合うほどのものがあるとは思えないので、今更行こうとは思わない。新居浜市に限らず、東予全体が工業都市のイメージであり、観光に来るイメージはない。

京都府 60代 男性

→新居浜市に来るのは4回目であるが、今までお土産を購入したことがない。

→昨日は新居浜市に一泊したが、食事はスーパーで惣菜を購入しホテルで食べた。本当は新居浜市の地元の料理を食べたかったのだが、新居浜駅周辺に飲食店が何もないので仕方なくそうした。

→新居浜市に何度か来ている人にも、新居浜市の観光といった場合に何かあるのか知られていないと考える。PR、情報発信不足である。

東京都 50代 男性

→お土産は松山空港に行って買う予定である。新居浜市のお土産と言われてもすぐに思い浮かばない。仕事で関わる新居浜市の方に聞いたことがあるが、これといったおすすりも無い。

→新居浜市には観光で来たいとは思えない。そもそも市内の交通の便がよくない。今朝も宿泊したホテルにタクシーを予約したが、朝はタクシーが混んでいて予約できなかった。

神奈川県 50代 男性

→新居浜市でお土産を購入する予定はない。どんなお土産があるのか知らないし、そもそもここから空港まで電車で持ち歩くのに邪魔である。

→新居浜市に何かあるかよく知らない。しかし、新居浜市には山も海もあるのだから、こうした地場のものを積極的に利用した飲食店など、魅力的なものはたくさん作れるポテンシャルはあるのではないかと考える。

3-6-3. 新居浜市観光の強み・弱み・機会・脅威（SWOT分析）

観光市場の動向も含む外部環境を踏まえて、新居浜市の観光における強み・弱み・機会・脅威を次のように整理しました。

特に、内部環境である「強み(Strength)」と「弱み(Weakness)」は、さらに「素材」、「立地」、「イメージ」、「推進力」に関する事項に分類しています(「素材」はさらに、「ソフト」、「ハード」に分類しています)。「機会(Opportunities)」と「脅威(Threats)」は、「全国」、「四国」における事項に分類しています。

内部環境	強み (Strength)	機会 (Opportunities)	外部環境
	<p>【素材】 ソフト</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内企業が保有する先進技術 ビジネス関係の出張客の多さ <p>ハード</p> <ul style="list-style-type: none"> 別子銅山関係の産業遺産群 産業遺産群に関連する建築物や街並み、風景 「新居浜太鼓祭り」などに代表される伝統行事 新居浜市内の山川海、高山植物といった豊富な自然の資源 日本の200名山としても知られる東赤石山 ビジネスホテルの施設数、ベッド数の多さ <p>【立地】</p> <ul style="list-style-type: none"> 松山自動車道、JRなど四国の周遊ルートにおける主要な動線上に位置している <p>【イメージ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 住友グループ発祥の地として、グループ内外からの知名度の高さ 四国における工業都市としてのイメージ <p>【推進力】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光振興に向けた近隣自治体や行政機関等との連携体制（東予ものづくり三市連携推進協議会・NS観光推進協議会（新居浜市・四国中央市）） 	<p>【全国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高齢者の増加による、アクティブシニア層の国内旅行需要の増大 東京オリンピック・東京パラリンピックの開催に伴うインバウンド観光客の増加見込み 国策としての観光振興への取り組み インバウンド観光客の増加（日本全体） <p>【四国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 四国全体におけるインバウンド観光客への取り組み インバウンド観光客の増加（四国内） 東予東部圏域振興イベントの開催 法皇山脈ブランド化ステップアップ事業 	
	<p style="text-align: center;">弱み (Weakness)</p> <p>【素材】 ソフト</p> <ul style="list-style-type: none"> 名物料理、特産品、お土産品の不足 インバウンド観光客の受入態勢（言語対応、インバウンド向け観光メニューの少なさ） 市内を周遊させる仕組みやメニューの不足 地域における観光ガイド機能の不足 <p>ハード</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光客をターゲットとした宿泊施設の不足 四国遍路の札所がない 二次交通の整備 インバウンド観光客の受入体制（多言語サイン・パンフレット、Wi-Fi、キャッシュレス環境等） <p>【立地】</p> <ul style="list-style-type: none"> 松山空港、高松空港といった四国における主要な空港からのアクセスの悪さ <p>【イメージ】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光地としてのイメージが希薄 全国的に知名度が低い <p>【推進力】</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光推進体制の基盤が弱い マーケティング機能が弱い（情報収集、戦略的な情報発信、PRの実施） 市民レベルでの観光施策への関心度 	<p style="text-align: center;">脅威 (Threats)</p> <p>【全国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費税率の引き上げによる旅行需要の縮小 人口減少による旅行需要の縮小 北海道、北陸、九州新幹線の全線開通 国内外におけるLCC路線の拡充 日本国内における観光の地域間競争の激化 <p>【四国】</p> <ul style="list-style-type: none"> 松山道後温泉本館の改修 四国における他自治体の積極的な取り組みによる地域間競争の激化（農泊など、滞在時間を伸ばす取り組み） 	

図 17. 新居浜市観光における SWOT 分析

第4章 新居浜市観光振興の基本方針

4-1. 新居浜市観光振興のビジョン・KPI・戦略

新居浜市の観光振興に向け、前章のSWOT分析を基に、「弱み」を踏まえ(または「強み」に転化し)、「強み」を活かしながら「機会」を掴み、「脅威」に対処していく施策と体制が求められます。

しかし、これらの施策の実施体制を構築していくにあたり、投下される地域資源である「人的資源」、「観光資源(モノ・コト)」、「資金」、「時間」等は有限です。つまり、これらの資源制約下において、施策の実施体制構築による効果を最大化していくためには、新居浜市観光が目指す「観光振興ビジョン」、そのビジョンに紐づく具体的な「重要業績評価指標(KPI)」、そしてこれらの達成に向けた資源配分を決定付ける「戦略」が必要となります。

新居浜市観光振興計画を推進していくにあたり、今後10年間における新居浜市の「観光振興ビジョン」「重要業績評価指標(KPI)」「戦略」を次のように定めます。

4-1-1. 新居浜市観光振興ビジョン

新居浜市の地域資源を戦略的に活用した観光施策により、継続的な地域経済の活性化を実現する

新居浜市の地域資源を効果的かつ効率的に活用した観光施策の実施により、一時的な観光振興ではなく、継続的な地域経済の活性化を目指した取り組みを推進します。

そのためには、観光市場における新居浜市の現状を正しく認識し、地域における資源制約を踏まえた上で、資源投下の効果を最大化する施策を立案・実施していく戦略的な発想が必要です。その戦略が効果的に発現できるよう、地域における観光マーケティングの導入を推進します。

継続的な効果の発現による地域経済の活性化を実現することで、新居浜市において「観光」という新しい産業の創出を目指します。

4-1-2. 新居浜市観光振興ビジョンの重要業績評価指標(KPI)

新居浜市観光振興ビジョンを、数値目標で表現したものが「新居浜市観光振興ビジョンの重要業績評価指標(KPI)」となります。2つのメイン指標として、地域への経済波及効果へ直接影響を与える「観光入込客数」及び「観光消費額」をKPIとして設定しました。

また「観光入込客数」を構成する「マイントピア別子への観光入込客数」、「新居浜太鼓祭りへの入込客数」、「外国人観光客数」及び「観光消費額」を構成する「宿泊費」、「土産品購入費」をサブ指標として設定しました。

メイン指標1 「観光入込客数」

2016年実績	2,512,975人
2022年(中間年)	2,750,000人
2027年(最終年)	3,000,000人

<指標の意味>

観光施策の効果を把握する最も基本的な指標となります。

<目標値の設定方法>

2016年実績の2,512,975人から、中間年では約10%の増加を目指し2,750,000人、最終年では約20%の増加を目指し3,000,000人と設定しました。

過去10年間における観光入込客数の推移を見ると、平均で年2%程度の伸びを示していましたが、国内旅行市場の縮小傾向や地域間競争の激化、さらには急速な人口減少の進行を踏まえると、これまでの伸び率を維持することは非常に困難になることが予測されるため、マイントピア別子を核とする産業遺産観光の充実や新居浜太鼓祭りへの誘客促進、さらにはインバウンド需要の取り込みなどにより、これまでの伸び率を維持することを目標としました。

サブ指標1-1 「マイントピア別子への観光入込客数」

2016年実績	679,005人
2022年(中間年)	715,000人
2027年(最終年)	750,000人

<指標の意味>

「マイントピア別子」は、産業遺産観光の拠点となることから、メイン指標1「観光入込客数」の重要な構成要素と考え、サブ指標として設定しました。

<目標値の設定方法>

平成28年度のリニューアルオープンによる入込客増の効果を継続的に維持させるため、鉱山鉄道や売店のリニューアルなど新規観光客やリピーター需要の取り込みを推進することにより、2022年(中間年)においては約5%増加の715,000人、2027年(最終年)には約10%増加の750,000人を目指し、目標値を設定しました。

サブ指標 1-2 「新居浜太鼓祭りへの入込客数」

2016年実績	178,000人
2022年(中間年)	250,000人
2027年(最終年)	300,000人

<指標の意味>

「新居浜太鼓祭り」は、新居浜市における大切な伝統文化であり、同時に貴重な観光資源でもあることから、メイン指標1「観光入込客数」の重要な構成要素と考え、サブ指標として設定しました。

<目標値の設定方法>

「新居浜太鼓祭り」の魅力を対外的に発信する取り組みを強化することに加え、より安全性・利便性が高い観覧環境の整備や団体客の受入体制を整備することにより、2022年(中間年)においては約40%増加の250,000人、2027年(最終年)には約69%増加の300,000人を目指し、目標値を設定しました。

サブ指標 1-3 「外国人観光客数」

2016年実績	5,318人
2022年(中間年)	18,500人
2027年(最終年)	29,500人

<指標の意味>

今後、日本の人口減少が進む中で、観光振興において「外国人観光客」への取り組みはより一層重要となります。国や県でも様々な施策が進むことから、こうした傾向を、新居浜市観光における重要な機会と捉え、サブ指標と設定しました。

<目標値の設定方法>

2016年実績における外国人観光客数は、全体比で約0.2%と極めて低い状況であることを踏まえ、国における目標値(2020年で4,000万人・2015年の約2倍、2030年で6,000万人・2015年の約3倍)や愛媛県における目標値(2020年で134千人・2014年の約2倍)との整合を図るとともに、地方部におけるインバウンドの需要の高まり、特に四国におけるインバウンド受入の可能性を考慮し、2022年(中間年)においては約250%増加の18,500人(全体比で約0.7%)、2027年(最終年)には約460%増加の29,500人(全体比で約1%)を目指し、目標値を設定しました。

メイン指標 2 「観光消費額」

2016年実績	3,633,595千円	(観光客単価：約1,400円)
2022年(中間年)	4,850,000千円	(観光客単価：約1,800円)
2027年(最終年)	6,000,000千円	(観光客単価：約2,000円)

<指標の意味>

メイン指標1「観光入込客数」と同様に、観光施策の効果を把握する最も基本的な指標となります。

<目標値の設定方法>

新居浜市の観光動態の課題である、観光客が市内を周遊していないことや、飲食店や物販施設に立ち寄っていないという点を踏まえ、滞在時間延伸への取り組み、特産品・お土産品のPR強化と滞在中の適切な情報伝達、魅力ある物産の開発等を推進することにより、2022年(中間年)では約33%増加の4,850,000千円(観光客単価約1,800円)、2027年(最終年)では約65%増加の6,000,000千円(観光客単価約2,000円)を目指し、目標を設定しました。

サブ指標 2-1 「宿泊費」

2016年実績	1,347,456千円
2022年(中間年)	1,485,000千円
2027年(最終年)	1,620,000千円

<指標の意味>

メイン指標2「観光消費額」の中でも、構成比が高く重要な指標であることから、サブ指標として設定しました。

<目標値の設定方法>

観光施設間の連携強化による市内周遊を促進することにより、2022年(中間年)には約10%増加の1,485,000千円、2027年(最終年)には約20%増加の1,620,000千円を目指し、目標を設定しました。

サブ指標 2-2 土産品購入費

2016年実績	192,409千円	(観光客単価：約77円)
2022年(中間年)	570,000千円	(観光客単価：約207円)
2027年(最終年)	923,000千円	(観光客単価：約308円)

<指標の意味>

メイン指標2「観光消費額」の中でも、特に重要となるのが「土産品購入費」です。本計画では、この「土産品購入費」の増加によって、メイン指標2「観光消費額」を増加させることを目的に高い数値目標を設定しました。

<目標値の設定方法>

新居浜市を訪れる多くのビジネス関連客をターゲットとしたお土産品の開発等に取り組むことにより、2022年(中間年)には約200%増加の570,000千円(観光客単価約207円)、2027年(最終年)には約380%増加の923,000千円(観光客単価約308円)を目指し、目標を設定しました。

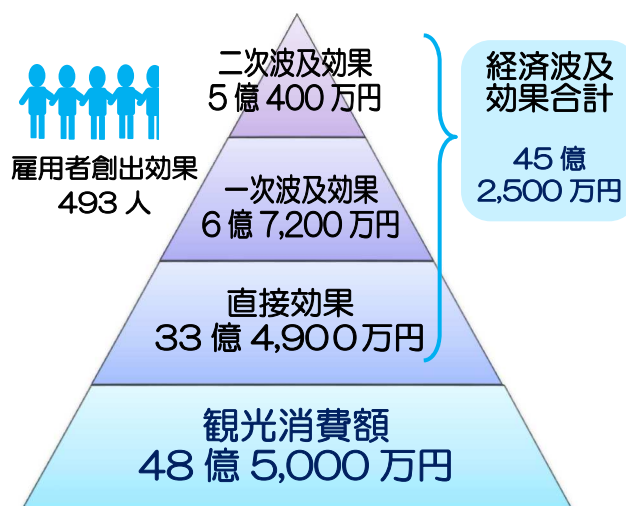
4-1-3. KPI達成時の経済波及効果

メイン指標である「新居浜市への観光入込客数」、「観光消費額」の目標値を達成した場合の、計画の中間年(2022年)、最終年(2027年)それぞれの年における地域への経済波及効果を「平成24年新居浜市産業連関表」を用い算出しました。

①メイン指標2「観光消費額」2022年(中間年)：48億5,000万円達成のケース

最終需要額をメイン指標2「観光消費額」の2022年(中間年)目標値より48億5,000万円とし、関連産業へ産業格付けを行い、経済波及効果を算出した結果、直接効果33億4,900万円、一次波及効果6億7,200万円、二次波及効果5億400万円となり、経済波及効果合計額は45億2,500万円、雇用者創出効果は493人となりました。

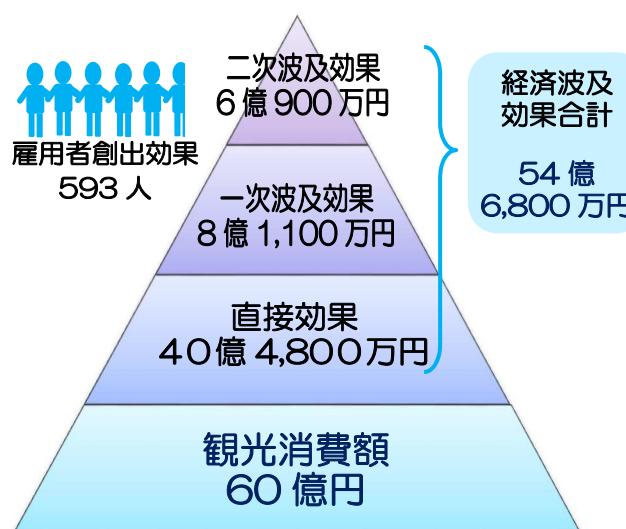
特に経済効果の高い産業分野として「対個人サービス」「飲食料品」「運輸・郵便」「商業」が挙げられます。



②メイン指標2「観光消費額」2027年(最終年)：60億円達成のケース

最終需要額をメイン指標2「観光消費額」の2027年(最終年)目標値より60億円とし、関連産業へ産業格付けを行い、経済波及効果を算出した結果、直接効果40億4,800万円、一次波及効果8億1,100万円、二次波及効果6億900万円となり、経済波及効果合計額は54億6,800万円、雇用者創出効果は593人となりました。

特に経済効果の高い産業分野として「対個人サービス」「飲食料品」「運輸・郵便」「商業」が挙げられます。



4-1-4. 新居浜市観光振興ビジョンを実現するための戦略

「観光振興ビジョン」及び「KPI」を達成していくために、地域資源をいかに傾斜配分していくかの方向性を示すものが「戦略」です。今後の新居浜市における観光振興を実現していくにあたり、とりわけ重要となるのが別子銅山に代表される「産業遺産群」の利活用です。

そのため、「基本戦略1 産業遺産群を中核的な観光資源とした観光振興の実現」、「基本戦略2 観光施策を効果的・効率的に行うための観光マーケティング機能の導入」、「基本戦略3 観光施策の効果を高める受入環境の整備」の3つを基本戦略として決めました。

「3つの基本戦略」の体系

基本戦略1 産業遺産群を中核的な観光資源とした観光振興の実現

- 戦略 1-1 産業遺産群を中核資源とした魅力整備戦略
- 戦略 1-2 産業遺産群を中核資源とした観光需要創出戦略
- 戦略 1-3 産業遺産群を活用した新居浜市ブランド化戦略
- 戦略 1-4 観光資源の磨き上げと、次世代の観光資源の発掘

基本戦略2 観光施策を効果的・効率的に行うための観光マーケティング機能の導入

- 戦略 2-1 観光客データの収集・分析スキームの確立
- 戦略 2-2 PDCAサイクルの確立と実施体制

基本戦略3 観光施策の効果を高める受入環境の整備

- 戦略 3-1 ハード整備事業
- 戦略 3-2 ソフト整備事業

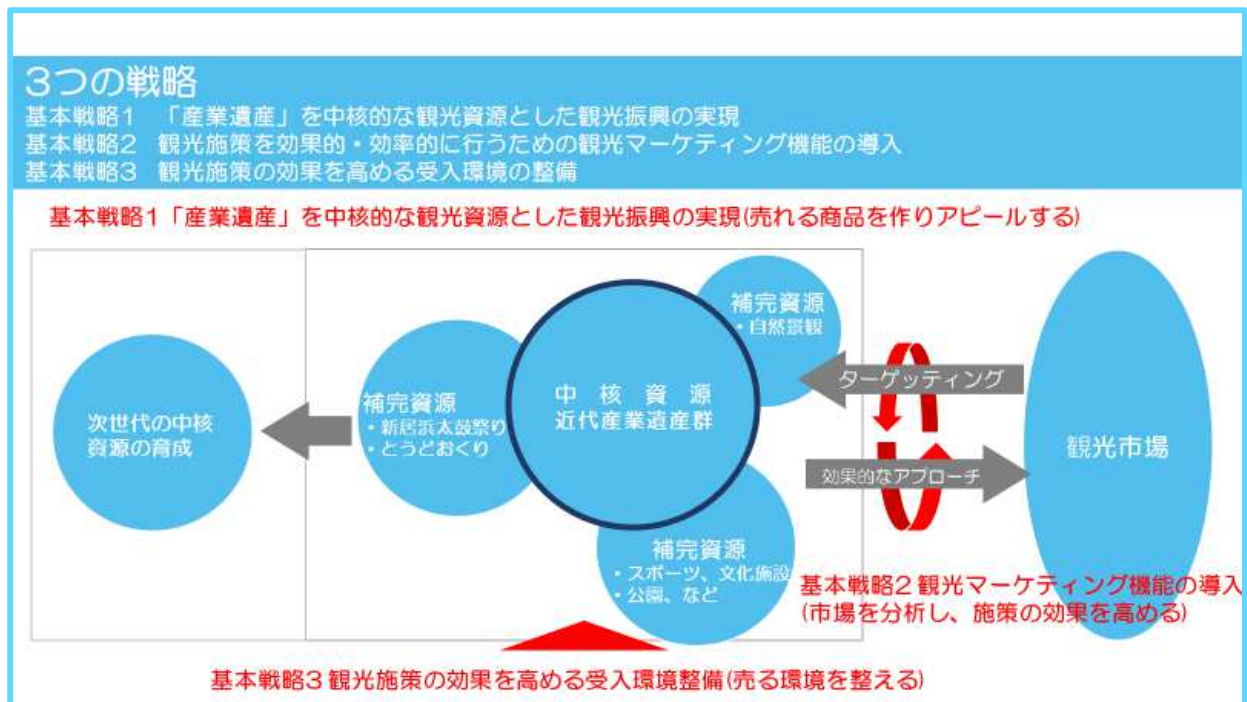


図 18. 「3つの基本戦略」の概念図

4-2. 3つの基本戦略

4-2-1.

基本戦略 1 産業遺産群を中核的な観光資源とした観光振興の実現

今後の新居浜市の観光においては、新居浜市の「強み」である産業遺産群を中核的な観光資源とした観光振興に向けて4つの戦略を定めます。産業遺産群を活用し、新居浜市の観光の魅力を高めていくことを目指した「戦略 1-1」、こうした魅力を確認な集客と観光関連消費支出に結びつけていくことを目指した「戦略 1-2」、さらに産業遺産群を活用した新居浜市のイメージ向上やブランド化に結びつけていくことを目指した「戦略 1-3」、新居浜市における産業遺産群の補完資源として、様々な地域資源を発掘し、磨き上げることにより、産業遺産群にも匹敵する次世代の中核資源への成長を目指す「戦略 1-4」から構成されます。

(1). 戦略 1-1 産業遺産群を中核資源とした魅力整備戦略

別子銅山を中核とした新居浜市の偉大なる産業遺産群の魅力向上を図ることにより、新規観光客の獲得だけでなく、何度でも訪れたくなる産業遺産観光のまちづくりを目指します。

(1)-1. 「マイントピア別子端出場ゾーン」の魅力創出、整備事業

マイントピア別子端出場ゾーンを、新居浜市における産業遺産観光の集客、情報発信、ゲートウェイ^{※2}機能等の役割を担う重要拠点として位置づけ、次の施策に取り組みます。

※2 ゲートウェイ：玄関口のこと

- ①施設・展示内容等のリニューアル(体験型展示・アクティビティの拡充など)
- ②マイントピア別子を中心にした産業観光ルートマップの作成(自家用車・公共交通・自転車等)

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
-	◎	-	○

(1)-2. 「マイントピア別子東平ゾーン」の魅力創出、整備事業

「東洋のマチュピチュ」と呼ばれている「東平貯鋳庫・索道基地跡」を有する「マイントピア別子東平ゾーン」は、現在も新居浜市の重要な観光資源です。この観光資源の魅力をさらに高め、新居浜市の観光の中心的な役割を果たす場として、今後も様々な利活用に取り組みます。

- ①東平歴史資料館の展示内容のリニューアル(体験型展示・アクティビティの拡充など)。
- ②「東平貯鋳庫・索道基地跡」周辺の新しい活用方法(高山植物、フォトジェニックな風景など)の検討、情報発信やPR。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
-	◎	-	○

※具体的な取組事例①：マイントピア別子における取り組み

マイントピア別子は、新居浜市の産業基盤の礎となった別子銅山の施設跡を利用した鉱山観光のテーマパークであり、最後の採鉱本部が置かれていた「端出場ゾーン」と、最盛期の拠点であった「東平ゾーン」があります。

端出場ゾーンには、日本初の山岳鉱山鉄道で使われていた蒸気機関車「別子 1 号列車」を復元した鉱山鉄道、銅山の歴史や坑道の様子を人形や模型で再現した観光坑道、平成 28 年(2016 年)にリニューアルオープンした「別子温泉～天空の湯～」、親子で遊んで楽しめる「あかがねキッズパーク」などの施設があります。また、東平ゾーンは、「東洋のマチュピチュ」と呼ばれている東平貯鉱庫・索道基地跡が、多くの観光客が訪れる人気のスポットとなっています。端出場ゾーンにおける施設リニューアルの効果により、平成 28 年には過去最高の約 67 万人の入込客数を記録しました。

平成 30 年(2018 年)3 月には売店施設のリニューアルに伴い、新たなスポットとして「しあわせ通洞」が開設されました。通洞内には「祈愛(いのり)の鐘」があり、夫婦やカップルが集うパワースポットとして、また、「銅婚の里・新居浜」のシンボルとして、さらなる集客効果が期待されます。

また、鉱山鉄道列車の「別子 1 号列車」のリニューアルプロジェクトも進行しています。このプロジェクトはマイントピア別子と、新居浜市に拠点を置く中小製造業者 78 社で組織する「新居浜機械産業協同組合」と共同で取り組んでいます。地元企業の技術を結集して製作する「新別子 1 号列車」は、「ものづくりのまち・新居浜」を全国に向けて発信することにも繋がります。

これらの取り組みに加え、マイントピア別子と他の観光施設をめぐるレンタサイクル事業や、東平ゾーンへの冬季観光ツアーの検討など、新たな観光客やリピーターの獲得に向けた様々な取り組みを推進しています。



「しあわせ通洞」完成パース



「別子 1 号列車」(復元)

(1)-3. 産業遺産群に関連する取り組みの推進

産業遺産を次世代に繋いでいくための教育や、魅力を再考する機会を創出するなど、産業遺産群の魅力を高める施策に取り組みます。

- ①産業遺産群の魅力を次世代に継承していくための教育、セミナー等の実施
- ②書籍「例：別子銅山、その他関連書籍」、映像「新居浜ふるさと映画」等に代表されるメディア展開の推進
- ③産業遺産群の魅力をインバウンド観光客に伝えるための取り組みの推進
- ④産業遺産群の街並みの観光資源化の検討
 - ・産業遺産群に関連した街並みの魅力の発掘
 - ・産業遺産群に関連した街並みの観光ルート策定及びマップ作成
 - ・産業遺産群に関連した街並み観光に向けたガイド養成

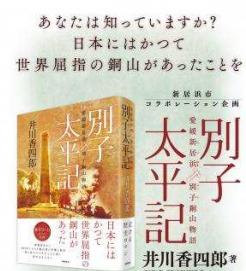
取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	◎

※具体的な取組事例②：「別子銅山」「新居浜ふるさと映画」

「別子銅山」

新居浜市の礎を築き、日本の産業近代化に大きな役割を果たした別子銅山を題材とした小説を、徳間書店と新居浜市のコラボレーション企画として、新居浜市出身の作家、井川香四郎氏の執筆により全国発売しました。別子銅山を軸としながら、日本の歴史を彩った様々な人々を色鮮やかに描く、大河ロマンとなっています。



「新居浜ふるさと映画」

市制施行 80 周年を記念し、オール新居浜ロケによるふるさと映画を制作しました。映画制作をきっかけに、新居浜市全体の一体感を持つことに加え、新居浜に縁のある方々に関わってもらうことにより、新居浜市を対外的にアピールし、世界中へ新居浜市の魅力を発信することで、ロケ地巡りなど、観光振興への効果も見込まれます。

監督は、映画「海すずめ」「瀬戸内海賊物語」「ポプラの秋」などの作品を手掛けた大森研一監督。(愛媛県出身・写真右)



(2). 戦略 1-2 産業遺産群を中核資源とした観光需要創出戦略

「戦略 1-1. 産業遺産群を中核資源とした魅力整備戦略」で創出した魅力を、具体的な観光需要に結びつけていくことを目指します。

(2)-1. 食事メニュー、特産品、お土産品の開発と提供

①産業遺産群にちなんだ飲食メニューの開発

観光客のニーズを的確に捉え、「白いも」など新居浜市特産の食材や産業遺産群にちなんだ飲食メニューを開発し、市内飲食店において提供していきます。

②産業遺産群にちなんだ特産品、お土産品の開発

産業遺産群にちなんだ特産品、お土産品の開発に取り組みます。特に、銅製品や金属加工品など、市内企業と連携して取り組みます。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
—	◎	◎	◎

※具体的な取組事例③：食の新居浜ブランド形成事業

新居浜市では、「ざんき」や「ふぐざく」といったご当地食に注目し、その成り立ちや歴史、さらには、新居浜市ならではのストーリー性や付加価値を創出することで、その魅力を広く発信するとともに、食による交流人口の拡大を目指した「食の新居浜ブランド形成事業」を推進しています。

今後も「白いも」など新居浜市特産の食材や、市民に親しまれている料理などのブランド化を展開し、メニューを提供する飲食店のマップ等の作成や情報発信を行い、地元グルメの定着や、食べ比べを楽しみながら市内周遊ができる仕掛けづくりに積極的に取り組みます。



「ざんき&ふぐざく」リーフレット作成例



「ざんき&ふぐざく」ステッカー作成例

(2)-2. 情報発信、プロモーション、PRの推進

①利用者目線に立った新居浜市周遊観光パンフレットの作成

利用者目線に立ち、所要時間、公共交通機関、距離等を明記した新居浜市周遊観光パンフレットを作成します。特に、女性や産業遺産観光のマニア層など、ターゲットを明確にし、デザイン、記載コンテンツにバリエーションを持たせるなどの工夫を行います。

②ターゲットを明確にした情報発信、プロモーションの展開

- 新居浜市を訪れた観光客に向けた情報案内、提案機能の強化
観光客に向けて、歴史、自然、ロケ地等を伝える案内板の整備に取り組みます。
- 新規観光客獲得に向けた情報発信、プロモーションの展開
四国を周遊する観光客に向けて、産業遺産群をはじめとする新居浜市の観光の魅力を的確に発信することにより、四国周遊観光における立ち寄り観光地としての存在感を高めていくことを狙います。特に、今後増加が予想されるFIT^{※3}観光客に向けた情報発信、プロモーションを強化します。

※3 FIT：(Foreign Independent Tour または、Free Individual Traveler) 団体旅行やパッケージツアーに対して、個人や少人数で、コースや日程・宿泊施設などを自由に決めて行う旅行のこと。

- リピーター客の創出に向けた情報発信、プロモーションの展開
一度来訪した観光客に向け、常に新しい新居浜市の観光の魅力(四季・イベント・伝統行事)を発信することにより、リピーター客の創出を図ります。
- 新居浜出身者に向けた情報発信
かつて新居浜市に住んでいた人に向け、新居浜市の懐かしい風景や、季節の景色などを発信することにより、郷里へ足を運びたいくなる情報発信を図ります。
- SNS等を活用した市民一人ひとりによる情報発信
情報機器の進歩、SNSの普及により、市民一人ひとりが情報発信を行える時代となりました。今後は、市民とも連携を図り、新居浜市の観光の魅力をもとに発信していきます。

③「新居浜ふるさと観光大使」との連携強化

平成21年度に創設した「新居浜ふるさと観光大使」制度を活用し、今後もより一層の連携を図ることにより、新居浜市の観光や物産などの魅力ある情報の発信や、新居浜市の知名度の向上に取り組みます。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	◎

(3). 戦略 1-3 産業遺産群を活用した新居浜市ブランド化戦略

産業遺産群を活用した新居浜市の地域ブランド化に取り組みます。多くの人々に新居浜市を知っていただき知名度を上げ、さらに新居浜市民や地域外の人々から特別なイメージ(産業遺産群のまち、ものづくりのまち、住みやすいまちなど)を連想いただくことを目的として、様々な施策に取り組みます。

(3)-1. 新居浜市地域ブランド化の推進

新居浜市を対外的に広めるために「銅婚の里^{※4}」や、「新居浜ものづくりブランド」

「新居浜の逸品」といった既存の取り組みを促進し、「別子銅山や産業遺産群」、「ものづくりのまち」といった新居浜市特有のイメージと結び付けた地域ブランド化を推進します。

※4 銅婚の里：新居浜市では、結婚7年目の安定した時期を銅にたとえ、その記念日を祝う「銅婚式」と、かつて世界有数の産銅量を誇った別子銅山のイメージを重ね合わせ、「銅婚の里」として全国に広くPRしています。

(3)-2. 新居浜市シティブランドプロモーションの推進

「新居浜市シティブランド戦略」により、市民の新居浜市に対する誇りや愛着を高めるとともに、市外にも新居浜市のファンを増やしていく取り組みを推進します。

また、別子銅山や産業遺産群を連想する新たな事業や、市民が誇れるスポット等を観光資源として活用していきます。



「新居浜市シティブランド戦略」
シンボルマーク



銅婚の里ツアー

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	○	◎	◎

(4). 戦略 1-4 観光資源の磨き上げと、次世代の観光資源の発掘

「新居浜太鼓祭り」などの観光資源のさらなる磨き上げを図るとともに、新しい地域資源を発掘し、次世代の中核資源となりうる観光資源への成長を目指します。

(4)-1. 新居浜市の伝統文化行事、建築物などの観光資源化

①伝統行事を活用した観光の推進

新居浜市を代表する祭りである「新居浜太鼓祭り」における観光客受入環境整備（平和運行の実現、観光客用プランの造成など）に取り組みます。

また、大島地区で平安時代から受け継がれている「とうどおくり」などの伝統文化行事を、観光資源として活用していくことにも取り組みます。



新居浜太鼓祭り



とうどおくり

※具体的な取組事例④：太鼓台を活用した観光振興

四国三大祭の一つで、豪華絢爛、勇壮華麗を誇る「新居浜太鼓祭り」には、毎年全国から約 18 万人の観光客が訪れます。

新居浜市では、観光客が祭りを安全・安心して観覧できる環境整備を図るため、祭り会場周辺の交通整理や警備体制の充実、さらには仮設トイレの設置や運行情報に関するパンフレットの作成など、祭典の安全性、利便性を向上させる取り組みに対し、積極的に支援しています。



山根グラウンド統一寄せ

また、「新居浜太鼓祭り」を全国に広くアピールし、太鼓台の魅力を発信する取り組みとして、毎年松山空港のロビーにおける太鼓台展示や、市外で行われる各種イベントへの太鼓台派遣等に対する支援を行っています。

今後、「新居浜太鼓祭り」を次世代の中核的な観光資源へと成長させるため、太鼓台の魅力の情報発信や各種イベント等への太鼓台派遣など、市外からの観光客に向けたPRの強化に加え、祭り会場までのアクセス性の向上、団体での誘客を狙ったツアーの造成や受入体制の整備、さらには、力強い「かき比べ」や「さし上げ」、一糸乱れぬ「寄せ太鼓」など、観衆を魅了するパフォーマンスを重視した「魅せる太鼓祭り」を目指した取り組みなど、市民、太鼓台関係者、行政が一丸となり、観光資源としてのさらなる磨き上げを推進します。

＜観光資源への磨き上げに向けた取り組み＞

- ・「新居浜太鼓祭り観覧ツアー」の造成
- ・観光客の受入環境整備やバリアフリー化の促進等に対する支援
- ・観光バス駐車場等、団体客の受入体制の充実
- ・安全性、利便性が高い祭り会場の検討
- ・祭り会場へのシャトルバスの運行など、アクセス性向上に向けた取り組み
- ・市民の誇りとしての「新居浜太鼓祭り」を根付かせる機運の醸成



松山空港ロビー展示



「地域伝統芸能全国フェスティバル」(H22年)

②伝統的な建造物などを活用した観光の推進

市内に点在する神社仏閣や、旧広瀬邸などの伝統的建造物の魅力を発掘し、情報発信に取り組みます。



一宮神社



瑞応寺



旧広瀬邸

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	○

(4)-2. 新居浜市の自然を観光資源化する取り組みの推進(エコツーリズム)

①山の魅力の発掘、磨き上げ、PRの推進

- 登山の振興、積極的なPR(登山ルートへの提案・受入体制の整備)
- 高山植物の情報整備、紅葉スポット等の情報提供の強化
→山野草・高山植物観賞拠点エリアとしての「森林公園ゆらぎの森」の活用
- 渓谷景勝地である「別子ライン」の魅力発信
- アウトドアアクティビティの整備
→キャンプ、釣り、トレッキング、アスレチックなど



西赤石山とアケボノツツジ



森林公園ゆらぎの森「オーベルジュゆらぎ」

②海の魅力の発掘、磨き上げ、PRの推進

- 新居大島観光の推進(サイクリング、マリンレジャー、歴史・街並み観光など)
- クルーズ観光の推進
- マリンパーク新居浜の活用(合宿誘致・大会誘致)



新居大島



マリンパーク新居浜

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	◎

(4)-3. まちの魅力創出への取り組み

伝統・文化建造物や自然といった魅力だけでなく、市内に点在する施設の魅力を高めることによって、まち自体の魅力の創出に取り組みます。

①既存施設の観光、交流拠点としての活用

「あかがねミュージアム」、「塩の学習館」などの施設を、市民だけでなく観光客も含めた交流拠点施設として活用していきます。



あかがねミュージアム



太鼓台ミュージアム(あかがねミュージアム内)



塩の学習館



ミニ塩田「ソルティ多喜浜」

②市内の公園の整備と観光への利活用

市内の各公園を、観光への利活用も視野に入れた整備を推進します。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	◎

※具体的な取組事例⑤：公園の利活用

新居浜市には、旧広瀬邸(国指定重要文化財「旧広瀬家住宅」、国指定名勝「旧広瀬氏庭園」)を有する広瀬公園をはじめ、市内の各地域に市民の憩いの場として親しまれている公園が点在しています。これらの公園を「地域づくり拠点公園」として位置づけ、歴史的、文化的、自然的資源を活かした新たな魅力創出と受入環境を整えることにより、観光の拠点として活用していきます。

① 広瀬公園

別子銅山の近代化を指導し「銅山中興の祖」である住友総理人 広瀬幸平の居宅であった旧広瀬邸(国指定重要文化財・名勝)、広瀬の顕彰施設である広瀬歴史記念館(展示館)が隣接し、園内の亀池周辺は桜の名所として市民に親しまれています。



② 滝の宮公園

金子山を中心に滝の宮大池などの自然的資源を利活用した風致公園。

今後、園内にある遊戯施設や小動物園のリニューアルを図り、さらに老木化した桜の植え替えを実施することで桜の名所を復活させ、今まで以上に公園の魅力を増進します。



③ 山根公園

体育館、温水プール、テニスコートなどの運動施設が充実し、市民の健康維持と体力の増進を図ることを目的とした総合公園。隣接して生子山(えんとつ山)エリアがあり、平成29年に角野船木線が全線開通し、新居浜ICからのアクセスが改善されたことから、今後はマイントピア別子や東平エリアと一体となった活用を図ります。



④ 黒島海浜公園

隣接するマリナーと一体化した海洋レクリエーションゾーンの拠点として整備した風致公園。

スケートパーク、3on3等の運動施設を整備し、スポーツの拠点として市民や圏域内外より広く利用されています。



⑤ 池田池公園

農業用の大きなため池の特性を活かした、水と自然にふれあえる風致公園。自然環境を生かした菖蒲園等が整備されています。



(4)-4. スポーツツーリズムの推進

①各種スポーツのハード設備を利用した大会、合宿の誘致

新居浜市には、様々なスポーツが行える施設が揃っています。こうした施設を活用したスポーツ大会の開催や、学生、社会人、同好会などのスポーツ合宿の誘致に取り組むことで、観光地への誘客に取り組みます。



えがお
「笑顔つなぐえひめ国体」

②各種スポーツに対する環境整備とイベントの実施

新居浜市では各種スポーツのイベントが行われています。こうしたイベントも重要な観光資源と捉え、観光施設等への誘客を促進する仕組みづくりなど、今後も積極的に取り組みます。



あかがねマラソン

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	◎

(4)-5. MICE^{※5}やフィルムコミッション^{※6}の推進

①新居浜市内各種施設を利用したMICEの誘致

市内各種施設におけるMICEの誘致、また、産業遺産群のユニークベニュー^{※7}としての活用を検討します。

②新居浜市におけるフィルムコミッションの推進

新居浜市では、既に多くのドラマ、映画、ミュージックビデオ等の舞台になっているロケーションが存在しています。今後は、より一層の映像作品の舞台の誘致を目指し、新居浜市におけるフィルムコミッションの設置を検討します。

※5 MICE：Meeting(会議・研修)、Incentive(招待旅行、travel, tour)、Conference(国際会議・学術会議)またはConvention、Exhibition(展示会)またはEventの4つの頭文字を合わせた言葉。

※6 フィルムコミッション：ロケーション撮影を支援する非営利公的機関のこと。

※7 ユニークベニュー：歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のこと。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	○	◎	○

(4)-6. 「ものづくりのまち」の魅力の整備

新居浜市には素晴らしい技術力を持った企業や、新居浜工業高等学校、新居浜工業高等専門学校などの教育機関が存在します。こうした企業や教育機関との連携をさらに強化し、新居浜市の「ものづくり」という魅力の発信に取り組みます。

①ものづくりのまちを活かした体験メニューの拡充

②工場の景観(夜景クルーズ等)の魅力発信

③新居浜工業高等学校、新居浜工業高等専門学校等と連携した産学連携の強化

④塩田の歴史・技術を伝える体験メニューの拡充

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	○

4-2-2.

基本戦略2 観光施策を効果的・効率的に行うための観光マーケティング機能の導入

基本戦略1における各種事項を、効果的かつ効率的に実施していくためには、観光マーケティングの導入が必要です。しかし、こうしたマーケティング機能を、地域が直ちに備えていくことは難しく、地域においてマーケティング機能の導入を謳いながらも実際には機能しないケースが散見されます。そこで、こうした観光マーケティング機能を新居浜市に導入していくために、実施可能な範囲で段階的に取り組んでいきます。

(1). 戦略2-1 観光市場データの収集・分析スキームの確立

観光市場の動向に関するデータを常に収集分析し、観光施策立案への活用を目指します。

(1)-1. 観光市場に関するオープンデータ情報収集、集計・分析スキームの確立

既存統計の収集

観光市場の動向やトレンドを把握するために、多くの有用な既存統計情報が公開されています。こうした情報を常に収集し、市場動向の把握に努めます。

既存統計の例

観光庁各種統計・JNTO各種統計・RESAS等

(1)-2. 観光客に関する情報収集、集計・分析スキームの確立

①観光客アンケートの実施

観光客がどこから来るのか、また、新居浜市観光に対しどのような感想を持ったのかといった事項や、KPIの把握のためには、観光客アンケートの実施が必要となります。そこで、現在市内における各観光施設で実施されている独自アンケート調査の中で、観光客の動向を把握するための設問の追加、もしくは統一化を図ることにより、観光客アンケートを実施できる体制を構築します。

②収集したアンケートの分析と施策立案

既存統計の情報、観光客アンケートの結果から、新居浜市の観光客の傾向や施策の効果进行分析、評価することにより、新しい施策の立案や新しいターゲットの選定などを行います。

(2). 戦略2-2 PDCAサイクルの確立と実施体制

観光関連施策を効果的かつ効率的に実施していくためには、PDCAサイクルが必要となります。そのため、新居浜市においてPDCAサイクルの導入と実施体制の確立を目指します。

(2)-1. PDCAサイクルの確立

新居浜市における観光振興のPDCAサイクルは、次のとおりとなります。

PLAN（計画）…………… 新居浜市観光振興計画
 DO（実行）…………… 戦略・実践プランの実施
 CHECK（評価）…………… 観光客アンケートの実施・集計・分析
 ACT（改善）…………… 戦略・実践プランの改定、新たな戦略・実践プランの策定

P D C Aサイクルの中でも特に、CHECK・ACTが重要であり、こうした機能をいかに地域に備えていくかが重要です。中長期的に新居浜市版DMO^{※8}(仮称)がその機能を担うことで、「稼げる観光」が可能となります。

※8 DMO：(Destination Management Organization) 観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。

(2)-2. 観光マーケティング機能を持つ新組織設立に向けた取り組み

観光関連施策を効果的かつ効率的に実施していくためには、情報収集、分析も含めたP D C Aサイクルの各事項の実施を、同一の主体により一体的に行うことが求められます。しかし現状では、こうした機能を一貫して担える組織体が新居浜市には存在しません。

そこで、中長期的には観光関連事業者や各種団体が組織の枠を越えて、新居浜市の観光に取り組むための新たな枠組みとして「新居浜市版DMO(仮称)」の設立を検討します。

この新居浜市版DMO(仮称)の設立によって、マーケティング機能はもちろんのこと、地域内外の利害調整を図る「マネジメント機能」や「資金調達機能」など様々な機能の導入が期待されます。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
○	◎	◎	◎

4-2-3.

基本戦略3 観光施策の効果をもつる受入環境の整備

基本戦略1、基本戦略2の効果を高めていくためには、新居浜市における観光客の受入環境をソフト・ハードの両面から整備していく必要があります。

(1). 戦略3-1 ソフト整備事業

地域におけるホスピタリティの醸成や郷土教育の実施により、観光地としての魅力向上を目指します。

①ホスピタリティ研修の実施

観光関連事業者に向けたおもてなし研修等を実施します。

②事業者向けの観光セミナーの実施

観光関連事業者の意識醸成に向けたセミナーやインバウンド対応セミナー等を実施します。

③ガイド後継者育成のための認定制度や講習会の実施

新居浜市の魅力を伝えていくために必要不可欠な、ガイドの育成に向けた認定制度の検討や、ガイド養成に向けた講習会などを実施します。

④着地型旅行商品造成を目的とした住民ワークショップ等の実施

新居浜市の魅力を再発見していくため、住民参加型のワークショップなどを実施します。

⑤市内事業者の交流会の実施(観光関連事業者間、他業種間の交流促進)

観光関連事業者を中心に、あらゆる業種の交流を促すことによって、新居浜市における観光関連事業の新規シーズの創出を図ります。

⑥地域人材の育成(歴史、文化等の郷土教育の実施)

新居浜市の歴史や文化の魅力を外部の人々に誇りを持って伝えていくには、まず地域においてその魅力を知ることが必要になります。観光振興という枠にとらわれず、新居浜市の歴史、文化の郷土教育の推進に努めます。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
◎	◎	◎	◎

(2). 戦略3-2 ハード整備事業

観光客の受入環境の整備や、交通環境等の整備により、観光地としての魅力向上を目指します。

①観光施設、スポットにおける受入環境の整備

キャッシュレス環境、W i - F i 環境、バリアフリー、洋式トイレ、ベビールームの設置など、外国人観光客も含めた観光客の過ごしやすい環境整備を図ります。

②各種サインの多言語対応

外国人観光客に向けた誘導サイン、観光パンフレット、施設における展示物の多言語化対応を推進します。

③市内二次交通への環境整備

市内周遊を促すためにレンタサイクルの導入や観光地を結ぶ周遊バスの整備など市内における二次交通の環境整備に努めます。

④交通サインの整備(対車・対自転車・対人)

市内の移動における利便性を高めるため、観光地までの距離表示等の交通サインの整備を推進します。

取組主体 ◎：中心主体 ○：関連主体

新居浜市民	観光関連事業者	各種関連団体	新居浜市
-	◎	-	◎

第5章 新居浜市観光振興に向けた実践プランの提案

5-1. 実践プランの概要

第5章では、前章で示した3つの基本戦略から「市場におけるターゲット」、「実施の効果」を明確にし、新居浜市の現状を踏まえた実施可能性の高い施策を「実践プラン」として決めました。

実践プランは、新居浜市の実態を反映した戦略の具体化案であり、今後5年間で重点的に取り組むべき施策となります。

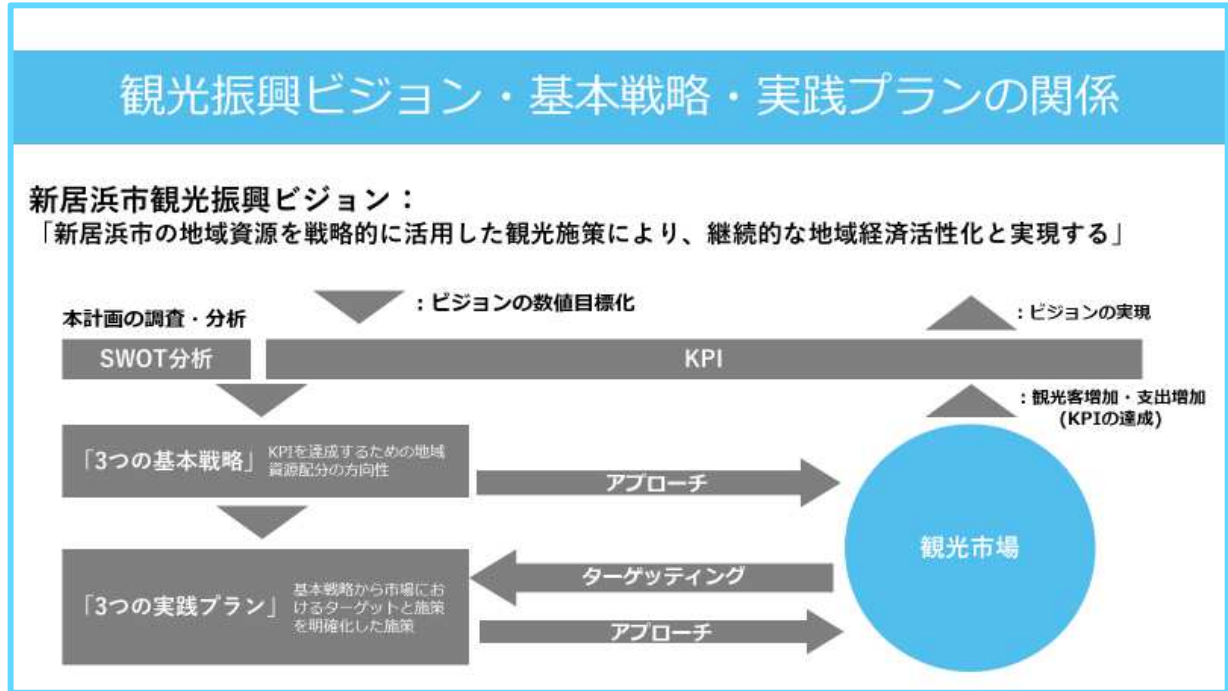


図 19. 「新居浜市観光振興ビジョン」「KPI」「基本戦略」「実践プラン」の関係図

ターゲット

「マイントピア別子を訪れている観光客」

→既にマイントピア別子を訪れている観光客に、他の産業遺産群や自然の魅力を伝えることにより、市内周遊を促す。

「関西地方・中国四国地方の登山客」

→日帰り登山が可能な範囲からの誘客を実現する。

「関西地方・中国四国地方における自然学習旅行」

→日帰りでの学習も可能な範囲からの誘客を実現することにより、段階的に全国の学習旅行ニーズの獲得を狙う。

「実践プラン1」の概要

観光客調査においては、観光客が市内周遊をしない傾向と、多くの観光客が新居浜市の自然景観を見ていない傾向がわかりました。そこで、新居浜市における産業遺産群に代表される観光資源と、豊かな自然の観光資源を結びつけることによって、価値の高い「周遊型観光」「自然の体験型観光」を実現し、新しい新居浜市の観光の魅力創出を目指します。これにより、既存観光客のリピーター化及び新規観光客の獲得を狙います。

特に年間約 67 万人の観光客が訪れている、マイントピア別子端出場・東平ゾーンと別子山地区との連携を強化し、産業遺産群や各季節における自然景観、植物の見所などを提案することにより、滞在時間の延長を図ります。

「関西地方・中国四国地方の登山客」の誘客に向けては、各季節における自然景観や植物の見所も含めた登山ルート等の情報発信に努めます。

「関西地方・中国四国地方における自然学習旅行」の誘致に向けては、当該地区における学習効果の高さについての情報発信や、自然の魅力を味わえるアクティビティの開発に努めます。

期待される効果

①観光振興への効果

「新規観光客の獲得」「新居浜市の滞在時間の延長」「観光消費単価の改善」

②他の行政施策への効果

「産業遺産群の保存・継承」

「実践プラン1」の具体的な内容

実践プラン1の実現に向けては、別子山地区において「自然・産業遺産群の観光拠点機能」、「登山拠点機能(飲食機能・物販機能)」、「レクリエーション機能」、「学習拠点機能」、「宿泊機能」が必要になります。

そこで、別子山地区全体を次のようにゾーニングし、観光振興に向けた基本方針を整理しました。各エリアの魅力を高めつつ、エリア相互の連携を強化することにより、ターゲットの周遊を図ります。

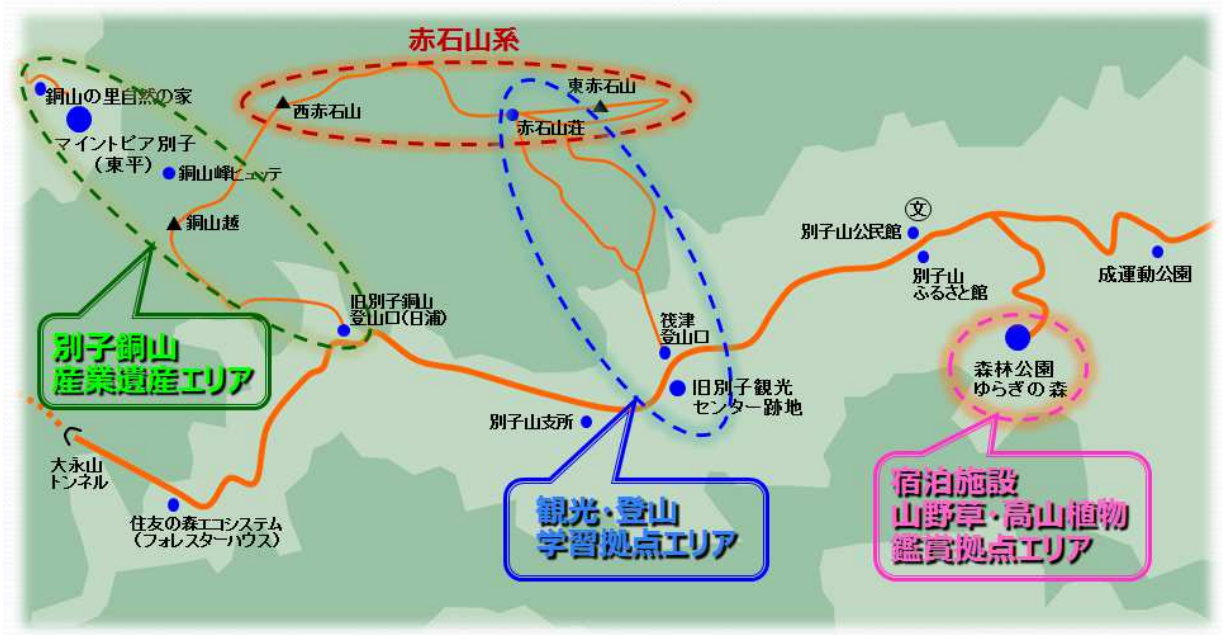


図 20. 別子山地区の観光振興ゾーニング図

実践プラン1の実現に向けた別子山地区の観光振興基本方針

①別子銅山産業遺産エリア

- ・マイントピア別子端出場ゾーン・東平ゾーンとの連携強化による誘客促進
- ・別子銅山の歴史や環境学習の拠点としての活用

②観光・登山・学習拠点エリア

- ・旧別子観光センター跡地活用による拠点施設の整備
- ・赤石山系への登山拠点としての機能強化
- ・筏津坑を活用した産業遺産学習の拠点整備

③宿泊施設、山野草・高山植物鑑賞拠点エリア

- ・森林公園ゆらぎの森を拠点とした周遊型・体験型観光の推進
- ・パーゴラ、遊歩道の活用による山野草、高山植物鑑賞拠点機能の強化

各エリアの連携の具体例

①マイントピア別子・ゆらぎの森セットプランの開発

マイントピア別子端出場・東平ゾーン観光と森林公園ゆらぎの森「オーベルジュゆらぎ」の宿泊を、登山客向け、学習旅行の需要に合致したパッケージ化による旅行商品化を目指します。

②「花めぐり拠点」の整備

森林公園ゆらぎの森のパーゴラ及び遊歩道の活用による山野草、高山植物の鑑賞拠点機能を強化し、マイントピア別子から森林公園ゆらぎの森、さらには四国中央市の翠波高原、霧の森へと続く広域型の花めぐり周遊ルートを構築します。

③旧別子観光センター跡地の利用

基本方針の実現には、各エリアをつなぐ拠点施設が必要になります。そこで、地理的にも機能的にも重要性の高い「旧別子観光センター跡地」の活用を図ります。「産業遺産観光・学習」、「登山」、「飲食・物産販売」、等の拠点としての機能を連携強化し、エリア全体の魅力を高めていきます。

ターゲット

「新居浜市を訪れているビジネス関連客」

→既に新居浜市を訪れている多くのビジネス関連客をターゲットにすることにより、観光関連消費の拡大を狙う。

「実践プラン2」の概要

新居浜市は工業都市として発展し、多くの住友関連企業が立地していることから、多くのビジネス関連客が新居浜市を訪れています。しかし、本計画に係る調査によって、ビジネス関連客の支出は、宿泊や交通などの最低限の消費に留まっており、大きな機会損失であるため、早急に対策を講じる必要があります。

そこで、これらのビジネス関連客のニーズに合わせた観光や、お土産品などを積極的に提案することにより、観光消費単価の改善を狙います。

期待される効果

①観光振興への効果

「観光消費単価の上昇」

②他の行政施策への効果

「新居浜市シティブランド戦略」「新居浜ものづくりブランド」「新居浜の逸品」

「実践プラン2」の具体的な内容

①ビジネス関連客に向けた各種サービスプランの策定と提案

新居浜市に宿泊しているビジネス関連客に向け、ビジネスホテル周辺の飲食店マップ(クーポン付き)の作成や、マイントピア別子「別子温泉～天空の湯～」との連携によるビジネス割引などの各種サービスプランを策定し、積極的に提案していきます。

②ビジネス関連客に向けたお土産品の開発

新居浜市の資源や技術を活用し、ビジネス関連客のニーズに合致したお土産品の開発に取り組みます。観光のお土産品という発想の枠にとらわれず、ビジネス小物等の様々な商品開発に取り組みます。例えば、別子銅山をモチーフとした銅で作られた名刺入れ、ネクタイピン、スマホケースなどを、市内の各種団体、民間事業者、教育機関等と共同で開発、販売します。

③ビジネス関連客に向けた JR 新居浜駅周辺の利活用

多くのビジネス関連客が利用していると推察される JR 新居浜駅及びその周辺施設の効果的な利活用により、ビジネス関連客の消費増加を狙います。観光情報発信機能、お土産品の物販機能(上記②で開発したお土産の販売)、飲食機能、その他ビジネス客のニーズに合致したサービス提供機能の整備を図ります。

ターゲット

「中国・四国地方における子どもを持つファミリー層」

→ファミリー層の需要を確実に取り込むために、日帰り可能な中国・四国地方を範囲としました。特に中国・四国地方内には子どもが一日中楽しめる施設が、首都圏・関西圏等の都市部と比べて少ないことから、「子どもを持つファミリーが一日楽しめる新居浜観光」を提案することによって、需要の獲得を狙います。

「実践プラン3」の概要

新居浜市では現在、「新居浜市シティブランド戦略」に取り組んでいます。この戦略では、「新居浜市以外の出身(転入者)、20代後半から30代で、小さな子ども(未就学児)がいるママ」をシンボルターゲットに、様々な側面で子育てのしやすい環境の整備を図っています。

また、新居浜市の合計特殊出生率は1.80(平成20-24年)であり、四国内で最も高く、愛媛県全体の1.50(平成20-24年)、日本全体の1.43(平成23年)を大きく上回っていること、さらには、「主婦が幸せに暮らせる街」ランキング全国813市中9位(学研パブリッシング：雑誌「aene(アイーネ)」平成26年)であることなど、子育てのしやすい環境に関する実績もあります。

こうした背景に加え、新居浜市には「マイントピア別子端出場ゾーン」における「あかがねキッズパーク」「別子温泉～天空の湯～」や「愛媛県総合科学博物館」を筆頭に、「滝の宮公園」「山根公園」「黒島海浜公園」といった緑豊かな公園や、海水浴やバーベキューを楽しめる「マリンパーク新居浜」など、家族で楽しめる様々な観光資源が点在しています。

こうした観光資源を繋ぎ、ファミリーで「テーマパーク」のように一日中楽しめる新居浜観光を提案することによって、ターゲットである「中国・四国地方における子どもを持つファミリー層」の需要の獲得を狙います。

期待される効果

①観光振興への効果

「観光消費単価の上昇」「新規観光客数の増加」

②他の行政施策への効果

「新居浜市シティブランド戦略」「定住・移住者の増加」

「実践プラン3」の具体的な内容

①ファミリー層に向けた周遊プランの策定(新居浜市のテーマパーク化)

各観光施設等の連携により、子どもを持つファミリー層が一日中新居浜市を楽しめる周遊プランの策定や情報発信を図ります。単に施設を回るだけでなく、季節ごとに異なったイベント等を実施することによって、リピーターを生む仕掛けを工夫します。

②市内の公園施設等の充実と利活用

市内の公園施設において「大型複合遊具」や「幼児専用遊具」の整備を検討するなど、ファミリー層に向け積極的な活用を図ります。こうした整備・活用は、観光振興だけでなく、市民の生活の質や満足度を改善することにも繋がります。



テーマ	観光施設・公園等
学び・遊びゾーン	あかがねミュージアム、愛媛県総合科学博物館、マイントピア別子 滝の宮公園、山根公園、黒島海浜公園
スポーツ・ アクティビティゾーン	マリンパーク新居浜、黒島海浜公園、グリーンフィールド新居浜 山根公園
癒し・団らんゾーン	滝の宮公園、池田池公園、森林公園ゆらぎの森、マイントピア別子

図 21. 新居浜市のテーマパーク化(イメージ)

第6章 新居浜市観光振興の推進体制

6-1. 各主体の役割分担と連携体制

本計画を推進していくためには様々な主体が、それぞれの役割を積極的に担うこと、そして協力・連携していくことが必要です。そこで、各主体に期待する役割を次のように定めます。

新居浜市民

新居浜市にある多様な自然、歴史、素晴らしい文化を、まずは市民が知り、誇りや愛着を持つことが重要です。こうした誇りや愛着を持って主体的に新居浜市の観光振興へ関わっていくことが、本計画を推進していく重要な原動力となります。

また、新居浜市を来訪する観光客の皆様を、感謝とおもてなしの心で迎える気持ちを、市民全体で共有していきます。

観光関連事業者

観光施設、宿泊施設、飲食店、物産販売、交通事業者は観光産業の中心的役割を果たすことから、常におもてなしと感謝の心で観光客を迎え入れるとともに、観光客の満足を生む質の高いサービスとは何かを考え、改善していく意識を共有していきます。

各種関連団体

本計画に記載されている各事項は、多分野にわたることから、観光協会、商工会議所、物産協会、地元企業、NPO等の各種団体とも積極的な連携が不可欠です。今後はさらなる組織間の交流を図って、新しい価値の創出に取り組みます。

新居浜市

各主体が連携できる仕組みを構築するとともに、観光にかかる様々な分野での積極的な支援を推進します。またハード設備の整備など、行政にしかできない役割を果たしていきます。

上記各主体の連携体制として、官民が一体となった「チーム新居浜」体制によって、本計画を推進していきます。

6-2. 東予東部地域における広域連携の推進

観光客の視点においては、旅行先における行政区分の違いはそれほど重要ではありません。つまり、新居浜市観光だけでなく、東予東部観光、愛媛県観光、四国観光といった階層における観光動態を把握し、四国内の各自治体、組織と連携した取り組みを推進していくことが重要です。

特に東予東部地域は、地理的条件・歴史・文化的背景の多くを共有しており、地域間連携によって一層の相乗効果が見込まれる地域です。

・東予東部地域における連携事業の推進

- ①東予東部圏域振興イベントの開催
- ②法皇山脈ブランド化ステップアップ事業
- ③東予ものづくり三市連携推進協議会事業
- ④NS 観光推進協議会事業

・愛媛県との連携

「愛媛県観光振興計画」においては、愛媛県内を「東予東部ゾーン」「しまなみ街道周辺ゾーン」「中予ゾーン」「南予ゾーン」と4つのゾーンに分け、その特性を踏まえ「4つのゾーンと観光客の流れ」の創出に向けた施策の展開を明記しています。

こうした施策との連携も積極的に行い、愛媛県全体の観光の魅力向上に取り組まします。

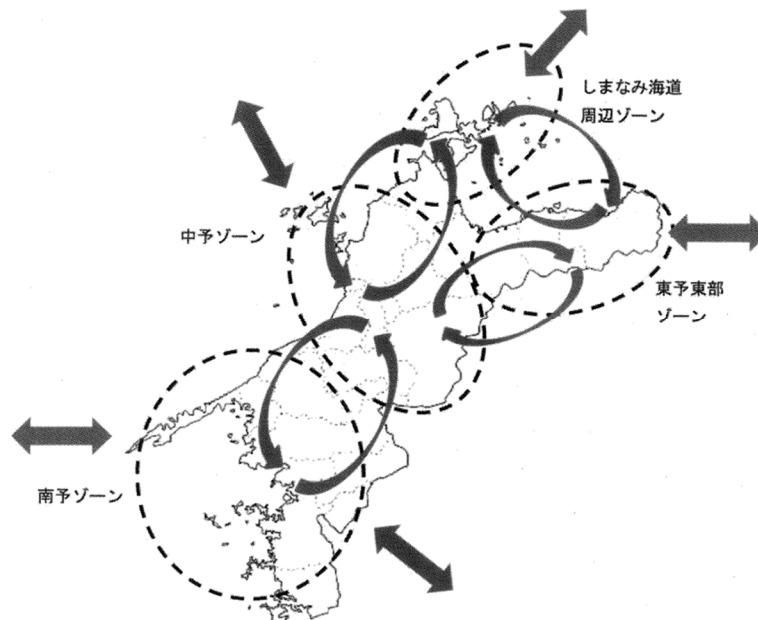


図 22. 4つのゾーンと観光客の流れ(出典：愛媛県観光振興計画)



新しい交流が繋ぐ
新居浜市の過去と未来

新居浜市観光振興計画の策定にあたり、新居浜市内外の多くの皆様から、新居浜市の魅力や地域資源についてたくさんのご意見をいただきました。こうしたご意見をまとめていくと、新居浜市は産業遺産群を中心に、豊かな地域資源によって彩られていることに改めて気付かされます。

こうした地域資源の多くは、新居浜市の偉大なる先人達が築き上げ守ってきたものです。新居浜市の観光振興に取り組むということは、新居浜市民一人ひとりが「偉大なる先人達が築き上げた豊かな新居浜市を次世代に引き継ぎ、明るい未来へ繋げていくこと」であると思います。

本計画が、希望に溢れる新居浜の未来を実現する一助となることを願い、この計画の結びとします。

添付資料

新居浜市観光振興計画策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 本市が有する観光資源の魅力や課題を抽出し、本市における観光のテーマや今後の方向性、目指すべき将来像を定め、観光分野における具体的戦略である「新居浜市観光振興計画」を策定するため、新居浜市観光振興計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 本市が有する観光資源の現状分析及び課題の抽出に関する事項
- (2) 計画の基本方針に関する事項
- (3) 計画案の検討及び決定に関する事項
- (4) その他目的を達成するために必要な事項

(組織)

第3条 委員会は、次に掲げる委員（以下「委員」という。）で組織し、委員は市長が委嘱又は任命する。

- (1) 観光関係事業者及び施設管理者
- (2) 商工業関係者
- (3) 交通事業者
- (4) 宿泊事業者
- (5) 地域住民を代表する者
- (6) 学識経験者
- (7) 行政関係者
- (8) 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める者

2 委員会に次の役員を置く。

- (1) 委員長 1人
- (2) 副委員長 2人

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、平成30年3月31日までとする。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(役員を選任及び職務)

第5条 委員長、副委員長は委員の互選により定める。

2 委員長は、委員会を代表し、その会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集し、その議長となる。

2 会議は、原則として公開するものとし、その手続きは、新居浜市の例により行うものとする。

3 委員長が必要と認めるときは、関係者の会議への出席を求めて、その意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、経済部運輸観光課において処理する。

(その他)

第8条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この要綱は、平成29年6月15日から施行する。

(失効)

2 この要綱は、平成30年3月31日限り、その効力を失う。

新居浜市観光振興計画策定委員会委員名簿

区分	団体名等	役職名	氏名	備考
観光関係事業者・施設管理者	愛媛県総合科学博物館	館長	上城戸 裕子	
	別子銅山記念館	館長	永井 誠司	
	株式会社マイントピア別子	代表取締役専務	船越 豪晴	
	森実運輸株式会社	取締役	近藤 貴計	
	(一社)新居浜市観光協会	事務局長	吉本 さやか	
	新居浜市物産協会	会長	白石 尚寛	
商工業関係者	新居浜商工会議所	観光まちおこし委員会委員長	妹尾 次郎	副委員長
	新居浜料飲組合	組合長	藤田 修生	
交通事業者	新居地区旅客自動車協同組合	代表理事	渡部 光男	
	瀬戸内運輸株式会社	運輸部観光課長	佐津間 英樹	
	四国旅客鉄道株式会社	営業部誘客戦略室 愛媛県統括マネージャー	森 昌樹	
宿泊事業者	新居浜市ホテル旅館組合	(株)ニューグランド ホテル専務	岡部 泰和	
地域住民代表	新居浜市連合自治会	会長	日野 幸彦	
	新居浜観光ガイドの会	会長	石川 潔	
学識経験者	愛媛県立新居浜南高等学校	教諭 ユネスコ部顧問	河野 義知	
	国立大学法人愛媛大学	社会共創学部 特任教授	山崎 正人	委員長
行政関係者	企画部	部長	原 一之	
	新居浜市教育委員会	事務局長	武方 弘行	
	経済部	部長	鴻上 浩宣	副委員長

新居浜市観光振興計画策定の経緯


策定委員会開催日	議 題 等
第1回策定委員会 開催日：平成29年7月20日	1. 委員の委嘱、委員会の設置及び会長、副会長の選任 (1) 委嘱状交付 (2) 委員自己紹介 (3) 事務局紹介 (4) 新居浜市観光振興計画策定委員会設置要綱について (5) 委員長、副委員長の選任 2. 委員長あいさつ 3. 新居浜市観光振興計画の概要について 4. 計画策定のスケジュールについて
第2回策定委員会 開催日：平成29年9月25日	1. 国内観光市場の概況について 2. 本市における観光の現状と課題について 3. 地域資源を活用した課題解決の方向性について 4. 今後の計画策定スケジュールについて ・ワークショップの開催について
第3回策定委員会 開催日：平成29年11月28日	1. ワークショップの実施について（報告） 2. 市政モニターアンケートの実施及び調査結果について 3. 新居浜市観光振興計画骨子（案）について
第4回策定委員会 開催日：平成30年1月22日	1. 前回までのまとめ (1) 計画骨子の修正点 (2) 重要業績評価指標（KPI）の設定について 2. 新居浜市観光振興計画素案について 3. 市民意見提出制度（パブリックコメント）の実施について
第5回策定委員会 開催日：平成30年3月22日	1. パブリックコメントの実施結果について 2. 新居浜市観光振興計画（案）の修正について 3. 新居浜市観光振興計画の決定について

新居浜市観光振興計画

作成：新居浜市経済部運輸観光課 発行：平成 30 年 3 月

〒792-8585 愛媛県新居浜市一宮町一丁目 5 番 1 号

Tel : 0897-65-1261 Fax : 0897-65-1305

 新居浜市