

# 新居浜市観光振興計画（概要）

## □計画の位置づけ

本計画は、平成23年に策定し、本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」と、人口減少問題の克服と地方創生を目指すため、平成27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、本市固有の観光資源の魅力や課題を洗い出し、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明らかにするものとして策定します。

## □計画期間

本計画は、2018年度（平成30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。

## 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

## 本計画の目標指標（KPI）

指標項目	2016年度実績	2022年度(中間年)	2027年度(最終年)
観光入込客数	2,512,975人	2,750,000人	3,000,000人
観光消費額	3,633,595千円	4,850,000千円	6,000,000千円

## 目標指標（KPI）の達成への道筋

### 「新居浜市観光の課題」

#### 1 観光動態に関する課題

- ① 観光客が市内を周遊していない
- ② 観光客が市内に宿泊していない
- ③ 観光客が本市の特産品・お土産物を認識していない
- ④ 本市が四国周遊における重要な立ち寄り場所となっていない
- ⑤ インバウンド観光客の訪問が少ない
- ⑥ 本市を訪れている多くのビジネス関連客も①、③の傾向が見られる

#### 2 観光施策に関する課題

<ソフト面>

- ① 新規観光客獲得のための情報発信・PR不足
- ② 観光客の市内周遊を促すルートや体験メニューの不足
- ③ 観光客が本市に宿泊する観光動機の創出不足
- ④ 既存の地域の特産品・名物料理・お土産品のPR不足
- 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・お土産品の開発不足
- ⑥ 特産品・名物料理・お土産品のブランド化不足
- ⑦ 市内における観光関連事業者の強固な協力体制の不在
- ⑧ インバウンド観光客への情報発信PR不足
- ⑨ インバウンド観光客の受入態勢の整備不足

<ハード面>

- ⑩ 観光客を受け入れる宿泊施設数の不足
- ⑪ JR新居浜駅周辺における飲食店機能、物産機能の不足
- 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
- ⑬ 二次交通網

「観光客数」「市内滞在時間」「観光関連消費額」を低めている

外部環境・内部環境を網羅的に整理

### 新居浜市観光の「強み」「弱み」「機会」「脅威」

<ul style="list-style-type: none"> <li>別子銅山近代化産業遺産群</li> <li>住友グループ関係者からの知名度</li> <li>「新居浜太鼓祭り」などの伝統行事</li> <li>山川海、植物などの自然の資源</li> <li>工業都市としての知名度</li> <li>ビジネス関連客の多さ</li> <li>四国一の出生率の高さ</li> </ul>	<b>強み</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国、県による観光施策の強化</li> <li>アクティブシニア層の増加</li> <li>情報化社会の進展</li> <li>四国全体での「イバ」ブーム 観光客増加</li> <li>東予東部圏域振興イベントの開催</li> <li>法皇山脈ブランド化ステップアップ事業</li> </ul>	<b>機会</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>全国的な知名度の低さ</li> <li>宿泊する観光客の少なさ</li> <li>観光地としてのイメージが希薄</li> <li>特産品、名産品、お土産品の少なさ</li> <li>市民レベルでの観光への取組の熱量</li> <li>リピーターを生む仕掛け作り</li> <li>外国人観光客の受入体制</li> </ul>	<b>弱み</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費税の引き上げ</li> <li>松山道後温泉本館の改修</li> <li>北海道、北陸、九州新幹線の開通</li> <li>地域間競争の激化</li> <li>LCCの路線拡充</li> <li>四国における他自治体の積極的な取組→農泊など滞在時間を伸ばす取組</li> </ul>	<b>脅威</b>

「強み」を活かし「機会」を掴むための資源配分の方向性を明確化

#### 観光振興ビジョンを達成するための基本戦略

- 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

ターゲット・施策を明確化

「観光客数」「市内滞在時間」「観光関連消費額」等を改善

#### 観光振興ビジョンを達成するための実践プラン

##### 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

- ・マイントピア別子・ゆらぎの森セットプランの開発
- ・「花めぐり拠点」の整備
- ・旧別子観光センター跡地の活用

##### 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

- ・ビジネス関連客に向けた各種サービスプランの策定
- ・ビジネス関連客に向けたお土産品の開発
- ・ビジネス関連客に向けたJR新居浜駅周辺の利活用

##### 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

- ・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
- ・市内の公園施設等の充実と利活用

様々な主体との連携を強化した「チーム新居浜体制」で対応

「新居浜市民」「観光関連事業者」「各種関連団体」「行政」との連携を強化し、「チーム新居浜体制」で取り組みます。また、周辺自治体との連携も強化し、東予東部・愛媛県・四国観光全体の魅力増進にも取り組みます。

## 『3つの基本戦略』

### 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

- ①「マイントピア別子端出場ゾーン」の魅力創出、整備事業
- ②「マイントピア別子東平ゾーン」の魅力創出、整備事業
- ③産業遺産群に関連する取り組みの推進



#### 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

- ①食事メニュー、特産品、お土産品の開発と提供
- ②情報発信、プロモーション、PRの推進



#### 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

- ①新居浜市地域ブランド化の推進
- ②新居浜市シティブランドプロモーションの推進



#### 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

- ①新居浜市の伝統文化行事、建築物などの観光資源化
- 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)
- ③まちの魅力創出への取り組み
- ④スポーツツーリズムの推進
- ⑤MICEやフィルムコミッションの推進
- ⑥「ものづくりのまち」の魅力の整備



### 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 観光市場データの収集・分析スキームの確立

- 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
- ②観光客に関する情報収集、集計・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

- ①PDCAサイクルの確立
- 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



### 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 ソフト整備事業

- ①ホスピタリティ研修の実施
- ②事業者向けの観光セミナーの実施
- ③ガイド後継者育成のための認定制度や講習会の実施
- 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
- ⑤市内事業者の交流会の実施
- ⑥地域人材の育成



#### 戦略3-2 ハード整備事業

- ①観光施設、スポットにおける受入環境整備
- ②各種サインの多言語化
- ③市内二次交通への環境整備
- ④交通サインの整備



## 『3つの実践プラン』

### 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」

- ターゲット  
「マイントピア別子を訪れている観光客」「関西地方・中国四国地方の登山客」「関西地方・中国四国地方における自然学習旅行」
- 具体的施策  
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す。



### 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」

- ターゲット  
「新居浜市を訪れているビジネス関連客」
- 具体的施策  
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。そこで、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う。

### 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」

- 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」
- 具体的施策  
市内の観光資源を繋ぎ、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、ターゲットの需要の獲得を狙う。



## 実施体制

- ①「チーム新居浜体制」  
「新居浜市民」「観光関連事業者(観光施設、宿泊施設、飲食店、物産販売、交通事業者等)」「各種関連団体(観光協会、商工会議所、物産協会、地元企業、NPO等)」「新居浜市」による協力・連携体制の推進
- ②広域連携  
東予東部地域・愛媛県・四国など、各階層における広域連携の推進

## 計画期間

2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度
観光振興ビジョン・基本戦略									
実践プラン(前期)					実践プラン(後期)				