

『えひめいやしの南予博2016』と南予の魅力について

日ごろ、愛媛県の観光行政にご協力いただきまして、たいへん感謝申し上げます。

今年3月から開催している「えひめいやしの南予博2016」と南予の魅力について、紹介させていただきます。

「実需」を重視した「南予全域」での観光まちづくり型イベント

南予においては、平成16年に、高速道路の宇和延伸を契機として、大洲・内子・宇和を中心とした南予一円において「えひめ町並博2004」（町並博）を、平成24年に、高速道路の宇和島延伸を契機として、宇和島圏域において「えひめ南予いやし博2012」（いやし博）を開催し、パビリオンを作らない、住民を主体にした観光まちづくりを重視したイベントを開催しました。

その結果、大洲市の「ポコペン横丁」、西予市の「雑巾がけレース」、松野町の「キャニオニング」、愛南町の「シーウオーカー」など、地域資源を活用した民間主導の体験観光プログラムが

生まれました。

一方、南予においては、昭和30年代から続く人口減少のスピードが加速するものと推測されています。（昭和35年486,034人↓平成22年280,815人↓平成52年約17万人推計）日本全体で出生数より死亡数が上回る中で、人口減少を食い止めることは一筋縄ではいきませんが、南予で生まれ、南予で育ち、南予で働くサイクルを少しでも維持することが県の役割と考えております。

そのため、「観光」を柱に、定住人口の減少をカバーする交流（流入）人口の増加・維持により実需の創出・拡大を図



南予博メインビジュアル

るとともに、さらに移住・定住につながる取組みとして、南予の市町、各種経済・農業団体、住民グループの皆さんと手を携えて、本年3月26日から11月20日までの期間、南予全域を舞台に、「えひめいやしの南予博2016」を開催することとなりました。



愛媛県経済労働部
観光交流局観光物産課
担当係長
尾田 裕明

中心テーマは「食」。食による「いざい」

皆様は南予と聞いて何を思い浮かべますでしょうか？

内子の八日市・護国地区や大洲のおはなはん通りなどの町並み、宇和島城や臥龍山荘などの歴史や伝統文化、佐田岬や遊子の段畑などの絶景…南予には、様々な地域資源があり、どれも素晴らしいものです。

ただ、南予博を進めるにあたり、県としては、松山市の「道後温泉」、今治市の「しまなみ海道」のように、南予を一言で表す力を持った言葉、言い換えるとテーマが必要と考えました。

南予は、あつあつのご飯に鯛の刺身を載せ、醤油、みりん、生卵などをつくっ

たタレを

かけて食

べる「宇

和島鯛め

し」、

鶏がら

ベース

のスープ

に、たっ

ぷりの野

菜、豚バ

ラ肉、蒲

鉾、じゃ

こ天など

豊富な具材で盛り付けた八幡浜市民のソ

ウルフード「八幡浜ちゃんぽん」、その

他、愛南町の「びやびやかつお」や鬼北

町の「きじ料理」、大洲市で売出し中の

「とんくりまぶし」など、美味しい食の

宝庫です。

美しいリアス式海岸が続く宇和海、牧

歌的な雰囲気醸し出す四国カルスト、

清流に潤う四万十川や肱川流域など、南

予は天与の自然に恵まれており、そこで

育まれた「食・食文化」は多種多様で、

そして、どれも一級品。これを効果的に

発信すれば、南予への集客につながりま

す。

南予博の中心テーマは「食」。南予に



南予の食

庫」、そして「いやしの空間」です。

根つこの部分が大事。基本は人づくり

「イベント」と聞くと、何か華やかなステージがあったり、花火が打ちあがったり、そんなイメージを想起される方も多いと思いますが、大事なことは人づくりです。

職場でも地域社会においても、若い人や後輩を、自分を超える人材に育てようと接し、導くこと、「人材」を「人材」に育成するサイクルを回すことが大事だと考えています。

幸い、南予には、産業の現場で新しい物産やサービスの開発に取り組んだり、地域において人々の交流イベントを企画したりする元気な人材がたくさんおられます。これらの人々が、自主企画イベントなど南予博に関わることをきっかけとして相互に連携し、活動をブラッシュアップさせるとともに、新たな担い手を育てていただくことを念願しています。

南予博を契機とした「人材」育成のサイクルを回すことで、文化・伝統の継承と発展、チャレンジ精神の喚起など内発的な地域活性化につながります。

南予には、大洲や西予などに、坂本竜馬が脱藩したといわれる道が残っています。日本の夜明けを信じた坂本竜馬のよ

南予の応援団・ファンづくり

外からの応援、つまり二度・三度と南予を訪れてくれたり、南予の産品を選んで買ってくれる南予の応援団・ファンづくりを増やすことも、重要な取り組みです。

「実需」を重視する南予博では、簡単に言うと、観光消費をいかに伸ばすか、ポイントとは、滞在時間の延長と宿泊の促進、そして旅行商品化、さらには「道の駅」の機能強化の4点です。

滞在時間延長の取組みとして、松山発着の10のおすすすめ日帰りルートや、各種施設の特典が受けられるクーポン、対象施設のスタンプ8施設分を集めて、応募すると、抽選で74（なんよ）人に、南予の特産品が当たる周遊ラリーを一冊にまとめた「南予ぐるっとクーポン」を発行し、道の駅等で配布しています。



クーポン

また、南予での宿泊を促進するため、75の宿泊施設の情報をもとめた「えひめ西南の旅 南予御宿帖」を発行し、旅行



会社等で配布しています。さらに、確実に南予に送客してもらうために欠かせないのが、旅行会社とのタイアップです。専門家に旅行商品の作り込みと営業活動を委託するほか、節目節目でモニターツアーや住民グループ等との商談会を実施しています。旅行会社とのコネクション・リレーションを「財産」ととらえ、南予博後も継続的に南予へ誘客できる仕組みづくりを進めています。

最後に、物産と観光の拠点「道の駅」の機能強化も重視しています。高速道路の整備も進み気軽に南予に行きやすくなった現在、道の駅を目的にしたドライブが増えていると実感しています。南予博では、道の駅の従業員を対象にした接遇研修や旬な食材にテーマをあてたキャンペーンを展開しており、7月9日(出)から18日(月・祝)の期間、「納涼」をテーマに、桃やスイカ、トマトなどを、南予の道の駅等で集中的に販売する「南予ぐるっと旬グルメ」を開催します。ぜひ、南予の道の駅を目指

して観光してください。

新しい切り口での集客方法

皆様、「青文字系」って知っていますか？

正直、同僚から、「青文字系モデルに南予を旅してもらいます。」と聞いたときに意味が分かりませんでした。

「青文字系」とは10〜20代の女性に人気の、いわゆる「読者モデル」のことを指すようです。「インスタグラム」というスマートフォンアプリでのフォロワーが多数おり、彼女らが「インスタグラム」で発信すると全国の方のスマホやタブレットに南予の写真やコメントがダイレクトに届きます。4月に、10万人を超えるフォロワーを持つ「青文字系」モデル2人を招いて、南予を旅してもらい、情報発信をもらうとともに、旅の模様をタウン誌に掲載しました。

また、「ダーククミキヤンを探そう」企画も展開しています。道の駅をはじめとする南予の観光施設や南予博のイベント会場など合計74か所に、ダーククミキヤンが描かれたチラシを貼り、これを撮って「インスタグラム」で投稿すると、抽選で5名の方に、「ダーククミキヤンぬいぐるみ」をプレゼントするものです。

このように、若い世代に訴求するツールを使い、新たな南予ファンの開拓に努めているところです。

お接待の心でもてなす愛顔の愛媛

愛媛県では、平成27年度に第2期愛媛県観光振興基本計画を策定しました。地域の総力を挙げた取り組みや東京オリピック・パラリンピックを契機とした国際観光を一層進めることにより、平成29年の四国DCやえひめ国体も踏まえ、平成32年に県全体の観光客数を29,000千人(平成26年26,468千人)にすることとしており、南予においては、南予博の目標である平成28年における年間800万人の観光客を維持することとしております。高い目標ではありますが、人口減少により社会が「縮む」中、地域の活力を維持するためには、一定規模の観光客数を受け入れる必要がありますと考えています。

南予には、「食」をはじめとする素晴らしい地域資源があり、「人」の手によってそれらが磨きかけられ、人を惹きつける「いやしの空間」になります。皆様と一緒に愛顔の愛顔づくりを進めるとともに、引き続き、南予の観光振興にご理解とご協力をお願いいたします。拙稿を終わらせていただきます。



キャニオニング