

観光地域づくり法人形成・確立計画（様式１） 記入にあたっての留意点

- ・ 様式１について、本記入要領に従い、簡潔かつ明瞭に記入すること。
- ・ 各項目に設定された枠内に記載内容が収まらない場合は、枠組みを拡大する等して記入すること。
- ・ 各項目の記載枠については、適宜、行や欄の追加等を行ってよい。
- ・ 記入に当たっては、「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」を参照すること。
- ・ 記入に当たっては、各項目について構想段階のものであっても可能とする。
ただし、構想段階の項目は、必ず赤字で記入すること。
加えて、構想段階の項目については、設定された枠内に、必ず各項目の実現・実行に向けたスケジュール等を明確に赤字で記入すること。

※次ページ以降に記入し、提出すること。

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和 6 年 7 月 3 0 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) キタ・マネジメント	
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 愛媛県大洲市	
所在地	愛媛県大洲市	
設立時期	平成30年7月2日法人登記・8月9日発足(第1回社員総会)	
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	51人【常勤25人(正職員21人・出向等4人)、非常勤26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) ※必ず記入すること	(氏名) 高岡公三「兼務」 (出身組織名) (株)伊予銀行	(伊予銀行愛媛県庁支店長、公務営業部長、地域創生部長を歴任。(株)瀬戸内ブランドコーポレーション社外取締役を併任。現在は、伊予銀行営業本部参与。当法人の事業創設に当初から関わり、法人と地域の舵取りを担う。
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) ※必ず記入すること	(氏名) 井上陽祐「専任」 (出身組織名) 双日	大手商社の双日(株)5年間勤務。貿易業務や外国人採用、海外重要取引先への研修設計・運営、ベンチャー企業創生を担当。ベンチャー企業の創生業務を経験したことから、マーケティングやPR、事業投融資、経営に携わり、この経験を生かして本DMOのマーケティングを担う。(株)KITA代表取締役。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	(氏名) 高松孟虎「出向者」・「専任」 (出身組織名) (株)伊予銀行	(株)伊予銀行に15年間勤務。県内外支店での法人営業を通じて融資・M&A仲介・災害支援等を行う。大洲支店では当法人設立時から3年間担当者としてファイナンススキーム構築や事業者・物件紹介等に従事。2021年8月から当法人CFOに就任。歴史的建造物の活用事業等のファイナンスを担当する。

各部門（例：インバウンド）の責任者（専門人材） ※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること	（氏名） ディエゴ・コサ・フェルナンデス （出身組織名） 国籍：スペイン 法政大学大学院	法政大学大学院在籍中に、大洲城下町をはじめ肱川流域について研究を行う。スペイン、スウェーデン、フランス、日本など世界各国で河川沿いに発達したまちや、建築文化について研究。本市の建築文化の研究を当法人の建築文化研究所長として務め、インバウンド対応やプロダクト開発を行う。
各部門（例：インバウンド）の責任者（専門人材）	（氏名） 謝 璠 （出身組織名） 国籍：台湾 東呉大学	台湾でアートマネジメントの経験を経て、2016 年来日以降、ホテル・旅館などインバウンド向けの宿泊業で勤めていた。 国内旅行業務取扱管理者資格を取得しており、インバウンド対応や地方創生というテーマにした旅行商品開発を行う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	大洲市環境商工部観光まちづくり課 ※DMOワンストップ窓口 （マーケティング、観光まちづくり等） <div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="font-size: 4em; margin-right: 10px;">{</div> <div> <p>その他の関係部署</p> <p>商工業課 （創業支援、商店街活性化）</p> <p>環境生活課 （環境、エネルギー）</p> <p>文化振興課 （町並み調査、文化財）</p> <p>都市整備課 （都市計画、社会資本整備）</p> <p>地域振興課 （公共交通、移住・定住）</p> <p>農林振興課 （農業体験）</p> </div> <div style="font-size: 4em; margin-left: 10px;">}</div> </div>	
連携する事業者名及び役割	<p>【歴史的資源を活用した観光まちづくり連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・バリューマネジメント株式会社（宿泊・飲食事業） ・一般社団法人ノオト・株式会社NOTE（古民家再生） ・株式会社伊予銀行（地方創生・融資） <p>【地域住民グループ等との連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・NPO法人YATSUGI（町並み保全・地域づくり） ・肱南地区町並み活用イベント実行委員会 <p>【ファンド等の連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般財団法人民間都市開発推進機構 ・地域創生ソリューション株式会社 <p>【DMO連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一般社団法人せとうち観光推進機構（広域連携DMO） ・一般社団法人愛媛県観光物産協会（地域連携DMO） <p>【公共交通機関等の連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四国旅客鉄道株式会社（地域コンテンツ連携「四国家のお宝」） <p>【ブランディングに関する連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・セキ株式会社（ウェブサイト制作等） 	

	<p>【主な官公庁との連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 内閣官房 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携推進室 ・ 経済産業省（地域未来投資成長分野促進モデル事業） ・ 観光庁観光資源課（城泊事業、サステナブルツーリズム等） <p>【地域間連携】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 内子町 ・ 一般社団法人内子町観光協会
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	<p>（１）DMOの理事に幅広い分野の関係団体の代表者が参画 当法人の理事及び社員に大洲市及び商工会議所、観光協会等が参画し、法人の活動方針等の意思決定に関与している。</p> <p>（２）DMOの取組に関する連絡調整を行うため、協議会をDMOとは別に設置 市内関係団体の代表者で組織する「大洲市観光まちづくり戦略会議」（平成 29 年 7 月発足）を設置し、DMOの組成から事業実施に至るまで連絡調整機能を担っている。</p> <p>（３）その他関係者の合意形成が有効に行われる仕組みが存在</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史的資源を活用した観光まちづくり連携会議 平成 30 年 4 月開始。連携協定を締結した大洲市、バリューマネジメント、NOTE／ノオト、伊予銀行による官民連携会議。DMOも参画し、事業者等との意見調整を行っている。 ・ 内子・大洲エリア観光推進プロジェクト 平成 30 年 8 月開始。内子町、大洲市、JR四国、伊予銀行等による観光コンテンツ等を造成するプロジェクト。DMOも参画し、地域間連携を促進させる。
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>（１）地域住民説明会等の開催 設立初期段階は、地域住民、事業者及び各種団体に対し、仲間づくり、パートナーづくりを目的に、DMOの役割や事業内容の紹介する説明会を月 2 回程度の頻度で実施してきた。 現在は、地域住民向けに空き家の工事前後に説明会・見学会を実施するとともに、年 4 回の住民向けツアーを行い、地域づくりの当事者としての意識啓発・参画意識を引き続き醸成していく。また、市民から観光ガイドを募集し、育成講座を実施している。 小学校・中学校・高校の授業を一部担当し、観光教育を実施。 市民向けのまちづくり講座「ディエゴ・アカデミア」を実施。肱川テリトリーオと城下町のまちづくりをテーマに、地域住民が主体的に活動するロジックを含めて価値の落とし込みを実施している。</p> <p>（２）地域事業者向けの取り組み 令和 4 年 8 月からは、当地区への出店事業者（兼地域住民）を中心に「大洲まちづくり大学」を月 1 回の頻度で実施を開始。大洲城下町肱南地区内の事業者を対象とした、連携促進やまちづくり推進を目的とした定期開催の勉強会。本会は当法人が事務局として運用し、外部有識者による基調講演や、日々の営業に役立つデータや情報の共有などを通じて、大洲の観光まちづくりを事業者と連携し実</p>

	<p>施。本会を契機に、事業者連携のイベントの実施に至るなどの実績有。コロナ禍には GoTo キャンペーン等に伴う地域クーポンの説明会等を実施。</p> <p>(3) シンポジウム等 市観光まちづくり戦略会議と共同で、毎年持続可能な観光まちづくりシンポジウム等を開催している。</p>
法人のこれまでの活動実績	<p>【活動の概要】</p> <p>(年度)</p> <p>H30年度 (豪雨災害) 法人設立、諸準備 アセットマネジメント会社「㈱KITA」設立 大洲市観光まちづくり戦略ビジョン（素案）策定</p> <p>R01年度 本格事業開始 大洲まちの駅あさもや 指定管理受託 伊予大洲駅観光案内所 指定管理受託 おおず赤煉瓦館（市指定） 指定管理受託 大洲市ふるさと納税代行業務受託 町家改修事業（㈱KITA） ～5年間 せとうちDMOとのDMO連携（せとうちエリア発） 住民向けシンポジウム開催 伊予大洲駅観光案内所 JNTOカテゴリーⅡ取得 公式観光ウェブサイト「Visit Ozu」公開（統合サイト） インバウンド向けガイド「Feel Ozu」開設</p> <p>R02年度 (コロナ禍) 大洲城（国重文） 指定管理受託 臥龍山荘（国重文） 指定管理受託 城泊事業「大洲城キャスルスステイ」開始（日本初） 分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」11室開始 インバウンドウェブサイト「Visit Ozu」制作開始</p> <p>R03年度 加藤家住宅（国登録） 指定管理受託 盤泉荘（市指定） 指定管理受託 分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」20室へ増床 観光庁 JSTS-D モデル地区採択 2021 年度グッドデザイン賞「歴史的資源を活用した観光まちづくり」受賞（分類：地域の取り組み・活動） 重点支援 DMO 実地研修を実施 大洲産シルクを活用した「きぬものブランド」を開始 臥龍山荘文化体験事業（文化庁委託） MIGAKIBA 研修受入事業（環境省再委託） 南予きずな博「観光交流DMO関係」事業（県委託） 河辺・肱川プロダクト開発事業（内子・大洲協議会委託） 既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業（観光庁補助）</p> <p>R04年度 分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」28室へ増床 第14回観光庁長官表彰の受賞 世界の持続可能な観光地 2022 年 TOP100 の選定 2023 年 Green Destination Story Awards ITB Berlin の「Culture & Tradition」部門世界1位受賞</p>

	<p>歴史的資源を活用した観光まちづくり事業（観光庁委託） 看板商品創出事業（観光庁補助） 南予きずな博「インバウンドコンテンツのブラッシュアップ事業」（県委託） 南予きずな博「キャッスルダイニング実証実験」（市委託） 長浜地域コンテンツ調査事業（内子・大洲協議会委託）</p>	
	R O 5 年度	<p>世界の持続可能な観光地 2023 年 TOP100 の選定 分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」31 室へ増床改修した町家（村上長次郎邸）が国登録有形文化財に指定 サステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業（観光庁委託） 持続可能な観光推進モデル事業（観光庁委託） インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業（観光庁補助） 大洲まちの駅あさもや内併設、大洲観光総合案内所 J N T O カゴリーⅡ取得</p>
	R O 6 年度	<p>「第2のふるさとづくりプロジェクト」ターゲットニーズに着目した再来訪促進のためのモデル実証事業（観光庁委託）</p>
	(事業)	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	<p>・ R 1 年度 セとうちDMOとの連携事業 7 月、広域連携DMOと地域DMOが連携し、ターゲットを合わせ、戦略的な観光地域経営を推進していくため、セとうち観光推進機構、内子町観光協会、内子町、大洲市、当法人が瀬戸内7県で初めての「DMO連携協定」を締結。主に広域連携DMOがマーケティングを担い、地域DMOがプロダクト開発を担うこととした。</p> <p>・ R 1 年度～ ウェブサイト構築事業 これまで市、観光協会等が観光ウェブサイトを持続し運営しており、地域が一体化した情報発信、プロモーションができていなかったことから、統一の国内向け観光公式サイト「Visit Ozu」を構築。R 2 年 4 月から運営開始。</p> <p>・ R 2 年度～ J N T O との連携 当法人のディエゴ所長とまち歩きを楽しむ「Feel Ozu」事業を開始。城泊事業「大洲城キャッスルステイ」とともに、J N T O と連携した情報発信を行っている。toBをメインターゲットとした、インバウンドウェブサイト「Visit Ozu」（TXJ 実装）制作。</p>

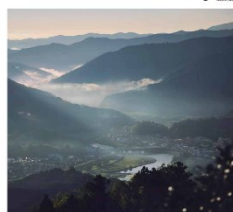


・ R 4 年度～ 観光まちづくりブランディング事業

国の歴史歴史資源を活用した観光まちづくり事業を活用し、本市の強みである官民連携のまちづくりシステムを紹介するウェブサイト及びまちづくりブックを制作。合わせて、キャッスルステイなどの新たな事業を開始した大洲城のウェブサイトを改修。

STORY BOOK

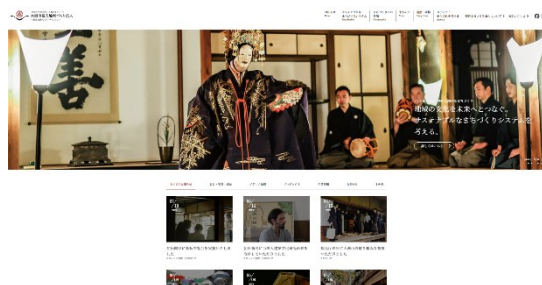
【大洲まちづくりブック】 歴史資源を活用した観光まちづくり事業



大洲城の歴史資源を活用した観光まちづくり事業

はじめての
まちづくり



大洲城の歴史資源を活用した観光まちづくり事業は、大洲城の歴史資源を活用し、大洲城の歴史資源を活用した観光まちづくり事業を紹介するウェブサイト及びまちづくりブックを制作。合わせて、キャッスルステイなどの新たな事業を開始した大洲城のウェブサイト



・ R 5 年度～ インバウンドウェブサイトの強化

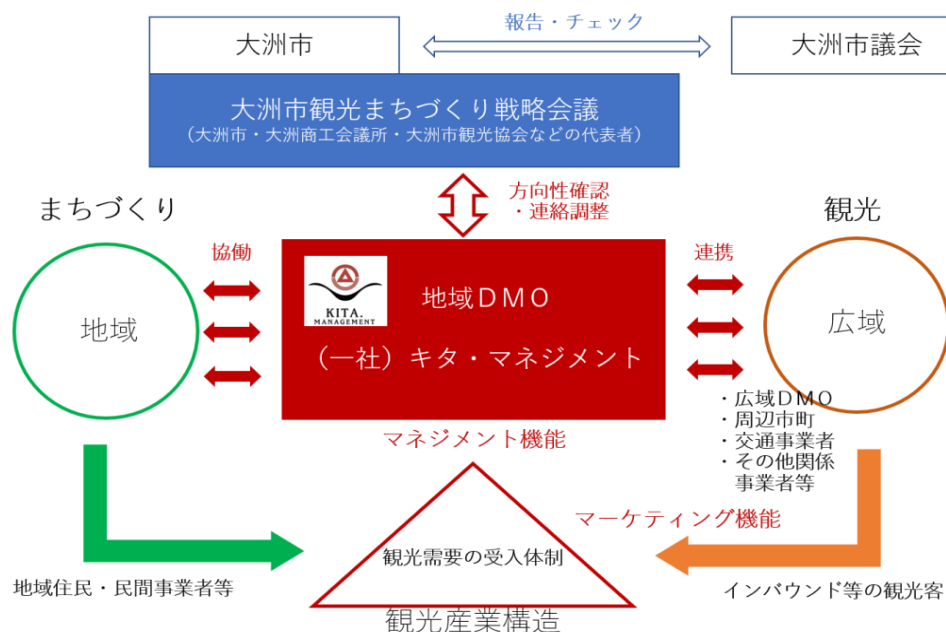
観光公式サイト「Visit Ozu」のインバウンド対応は、主に To B 向けを英語で制作していた。コロナ禍後のインバウンド集客を図るため、英語及び台湾語の To C 向けウェブサイトを構築し、R 6 年 3 月から公開。

また、愛媛県事業「トライアングル愛媛」において、インバウンド向けキュレーションサイト「MATCHA」での記

		<p>また、上記の古民家の活用において、城下町全体のエリアマネジメントを行っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ R 3 年度～ まち CRM システム開発及び運用開始 観光庁から観光拠点再生・高付加価値化事業の採択を受け、まち CRM 実証事業を通じて、リピーター獲得を目指し、「NIPPONIA HOTEL 大洲城下町」と連携し実施。 ・ R 5 年度～ 持続可能な観光推進モデル事業 国の持続可能な観光推進モデル事業を活用し、令和 5 年 8 月からウォーターサーバーやコンポスト設置による観光地内のゴミの排出削減などの実証事業を開始。 	
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> ・ R 1 年度～ 城泊事業「大洲城キャッスルステイ」 木造天守、重要文化財の櫓を活用して、日本初の城泊事業化を実施。R 1 年度に実証実験を行い、R 2 年 7 月開始。バリューマネジメント社との連携により 1 泊 1 0 0 万円を超える価格帯を実現。得た収益を文化財維持費に充てる新しい事業スキーム。これまでに 4 4 組の実績あり。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <ul style="list-style-type: none"> ・ R 3 年度～ 河辺・肱川プロダクト開発事業受託 FAM ツアーの受入を行いながら、肱川カヌーツアー（肱川文化体験）、ロングサイクリングツアー（大洲の里山近代文化体験）を主にインバウンド向けコンテンツとして造成。 ・ R 4 年度～ 川舟事業「おおず城下のお舟めぐり」を実施 観光庁から看板商品創出事業の採択を受け、肱川遊覧と観光名所「大洲城」「臥龍山荘」「盤泉荘」をメインとしたプランにて、ブロンプトン（小型自転車）での町めぐりも追加プランとして造成。 ・ R 5 年度～ サステナブルツーリズム商品造成「OZU STORIES 大洲城下町再生の物語」 国のサステナブルな観光に資する好循環の仕組みづくりモデル事業を活用して、サステナブルツーリズムの商品を造成。本市の観光まちづくりの取組みを学べるツアーの造成に留まらず、ツアーの売上の一部を地域団体に寄付するなど、観光を通して地域に好循環が生まれる仕組みも構築。 ・ R 5 年度～ 愛媛ナイトウォーク「迂回ラジオ」実施 	

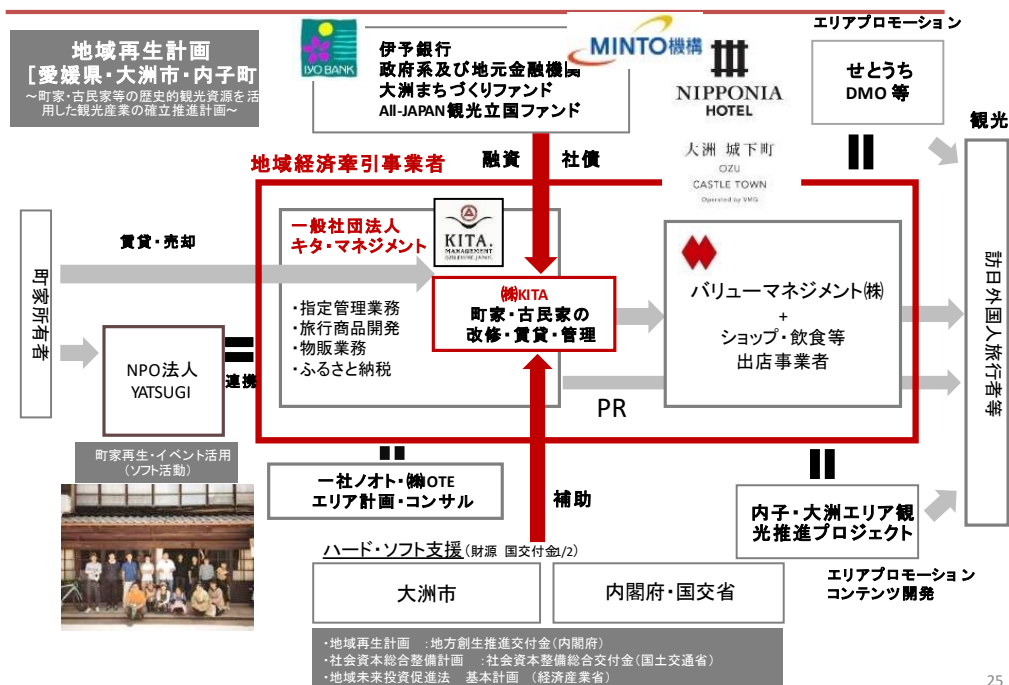
		愛媛県事業「トライアングル愛媛」において、音声ARとプロジェクションマッピングを用いたナイトエコノミーコンテンツを試験的に実施し、夜間のまち歩きの促進を図った。さらに、地域事業者が連携し、毎月1回、各店舗が夜間延長営業し、アルコール等を提供する「迂回バル」がR6年1月から開始。																																																
	その他	・R1年度～R5年度 ふるさと納税事業 令和5年度まで大洲市からの受託事業として、ふるさと納税代行業務を実施している。地域内事業者との連携により、魅力的な返礼品開発を行い、寄付額を増額させた。																																																
	【定量的な評価】																																																	
		<table><tr><td></td><td>R1</td><td>R2</td><td>R3</td><td>R4</td><td>R5</td></tr><tr><td>指定管理施設</td><td>3施設</td><td>5施設</td><td>7施設</td><td>7施設</td><td>7施設</td></tr><tr><td>分散型ホテル</td><td>0室</td><td>11室</td><td>20室</td><td>28室</td><td>31室</td></tr><tr><td>ふるさと納税</td><td>7千万</td><td>2億円</td><td>3億円</td><td>3億円</td><td>3.4億円</td></tr><tr><td>説明会等</td><td>50回</td><td>5回</td><td>15回</td><td>10回</td><td></td></tr><tr><td>職員数</td><td>30人</td><td>43人</td><td>48人</td><td>50人</td><td>51人</td></tr><tr><td>メディア露出換算額</td><td>-</td><td>-</td><td>2.5億円</td><td>7.4千万</td><td>5.5億円</td></tr><tr><td>経済波及効果</td><td></td><td></td><td colspan="3">28.8億円 (町家整備・NIPPONIA 売上・関連事業者売上・新規雇用)</td></tr></table>		R1	R2	R3	R4	R5	指定管理施設	3施設	5施設	7施設	7施設	7施設	分散型ホテル	0室	11室	20室	28室	31室	ふるさと納税	7千万	2億円	3億円	3億円	3.4億円	説明会等	50回	5回	15回	10回		職員数	30人	43人	48人	50人	51人	メディア露出換算額	-	-	2.5億円	7.4千万	5.5億円	経済波及効果			28.8億円 (町家整備・NIPPONIA 売上・関連事業者売上・新規雇用)		
	R1	R2	R3	R4	R5																																													
指定管理施設	3施設	5施設	7施設	7施設	7施設																																													
分散型ホテル	0室	11室	20室	28室	31室																																													
ふるさと納税	7千万	2億円	3億円	3億円	3.4億円																																													
説明会等	50回	5回	15回	10回																																														
職員数	30人	43人	48人	50人	51人																																													
メディア露出換算額	-	-	2.5億円	7.4千万	5.5億円																																													
経済波及効果			28.8億円 (町家整備・NIPPONIA 売上・関連事業者売上・新規雇用)																																															
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）。	【実施体制の概要】 地域DMOとして、インバウンド等観光客の需要受入機能を担う。 地域住民とともに、地域資源を保全し、価値を付与していく観光まちづくり機能を持つとともに、観光ビジネスを通して地域内に観光産業を確立していく機能を持つ。 入口の「まちづくり」から、出口の「観光ビジネス」までをつなげていくスキームを構築し、ステークホルダーである地域住民や事業者、関係機関などと連携し、観光まちづくりをマネジメントしていくのが当法人の役割であり、大洲市の観光まちづくり戦略である。 大洲市観光まちづくり戦略会議で策定予定の「戦略ビジョン」（平成30年度策定）に沿った事業運営を行うとともに、DMOの持つ機動力とビジネス感覚を生かして、関係機関や民間事業者との連携構築を、スピード感を持って行う。 その中でも、失われつつある地域資源「城下町の町並み」を活用した観光産業の確立を重要な事業ミッションとして推進する。 また、大洲市観光まちづくりマーケティング計画（平成29年度策定）に基づき収集中のマーケティングデータについて、広く関係事業者等と情報共有を行うとともに、分析結果に基づき事業展開に生かしていく。																																																	

DMO実施体制図



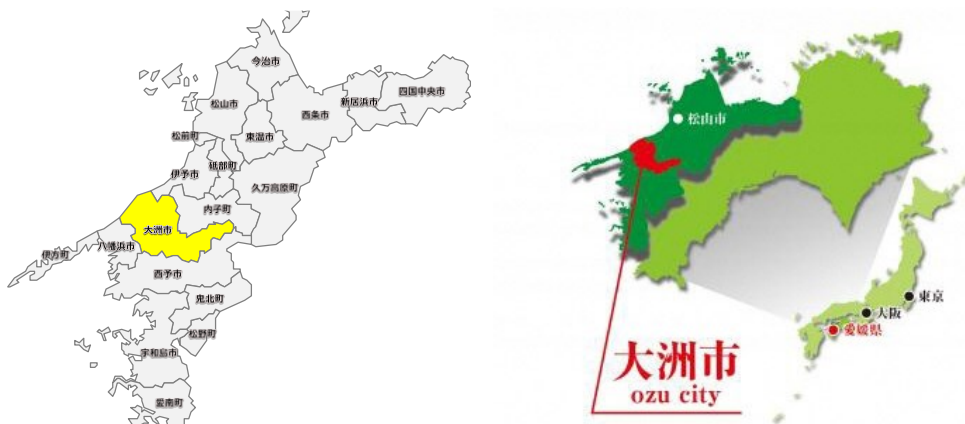
町並みを活用した観光まちづくり事業 実施スキーム図

全体スキーム図



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】

まちづくりは地域コミュニティ単位が出发点。まちづくりから観光ビジネスまでをマネジメントする地域DMOが機能するためには地方公共団体区域である大洲市区域が適切である。広域連携DMO、地域連携DMO等、明確かつ適切な役割分担のもと、地域DMOにおいては主として観光需要の受入れ機能を担う。

平成30年7月西日本豪雨災害

【観光客の実態等】

区 分	H29 (2017)	H30 (2018)	R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)
総観光客数	821,343	657,916	633,771	377,648	355,520	509,706	523,956
主要観光施設	577,745	429,707	448,012	328,866	340,973	455,221	468,538
うち 大洲城	37,269	33,247	38,419	18,007	20,021	39,543	46,294
うち 臥龍山荘	37,926	41,476	36,006	15,563	16,277	39,162	46,676
うち あさもや	177,965	181,292	106,217	45,067	30,779	52,317	65,310
外国人観光客数	5,820	11,004	9,953	296	434	2,472	24,134
外国人宿泊者数	628	1,006	976	101	47	158	1,100

【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】

区 分	大 洲	長 浜	肱 川	河 辺
歴史・文化・名勝	大洲城 臥龍山荘 城下町の町並み	長浜大橋 末永家住宅	小藪温泉 鹿野川荘 歌麿館	坂本龍馬脱藩の道 ふるさとの宿 御幸の橋
自然・アクティビティ	肱川・うかい カヌー・SUP お舟めぐり	肱川あらし 長高水族館 白滝	カヌー サイクリング	
食・特産品	いもたき しぐれ 大洲盆地の野菜	瀬戸内の海の幸 天然トラフグ	肱川ラーメン	アマゴ

	肱川の川の幸			
その他	NIPPONIA 製蠟業 養蚕・製糸業 ポコペン横丁			

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

区 分	大 洲		長 浜		肱 川		河 辺	
ホテル・旅館	14 施設	569 人	2 施設	29 人	1 施設	25 人		
公共宿泊施設					3 施設	120 人	2 施設	51 人
ユースホステル	0 施設	0 人						
民宿・ペンション			青少年交流の家 400				1 施設	5 人
キャンプ場ほか	3 施設	500 人						
計	17 施設	1069 人	2 施設	29 人	4 施設	145 人	4 施設	56 人

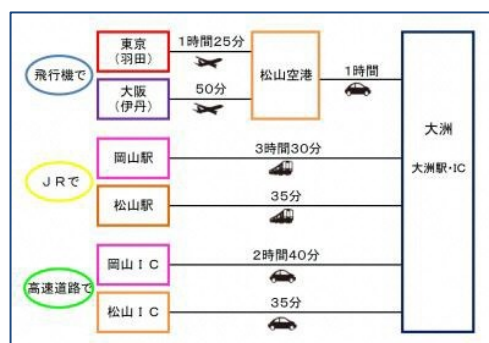
【利便性：区域までの交通、域内交通】

主な交通環境は右図のとおり。

そのほか、観光列車「伊予灘ものがたり」が松山-大洲間を運行している。

また、九州方面（大分県）から八幡浜港にフェリーが運航しているが、観光では、四国から九州をめざす旅行者の割合が多い。

インバウンドの交通手段は、JR四国の「ALL SHIKOKU Rail Pass」の利用、高松空港からのレンタカー利用（香港）が多い。関西-山陽方面から四国方面への誘客を促す周遊パス等の充実が課題。



【外国人観光客への対応】

設立時～ インバウンドの受入体制を整えることを主眼とする。

広域観光周遊ルート「せとうち・海の道」の拠点地区として、周辺市町との連携を軸に「町並み」等の歴史的風致を生かし、インバウンドの積極的な受け入れを図る。

R1年～ せとうちDMOと連携協定を締結。

R2年～ 大洲城キャッスルステイ、歴史的建造物を活用した NIPPONIA HOTEL 大洲城下町がオープンし、欧米豪をターゲットに、受入を行う。

R4年～ 組織体制強化として、事業課の中に、インバウンド誘客（台湾人責任者・スペイン人等6カ国語対応ガイド・事務）と国内旅行（責任者・ガイド・事務）における担当者を明確化し、戦略的に誘客及び受入を実施することとした。

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
観光客動向	本地域を訪れる観光客の動向及び消費額等を調査するため	JR伊予大洲駅及び大洲まちな駅あさもやで対面アンケートを実施。
訪日外国人旅行者動向	本地域を訪れるインバウンドの動向を調査するため	JR伊予大洲駅及び大洲城、臥龍山荘で対面アンケートを実施。

観光施設利用者動向	大洲城及び臥龍山荘を利用する観光客の発地、年齢層等の属性を調査し、ターゲット設定に反映する。	大洲城及び臥龍山荘利用者の発地の聴き取りを行うとともに、属性等を目視にて判断する。
宿泊施設利用者動向	宿泊施設利用者の観光客割合を調査し、割合を増やすKPIを設定する。また、外国人旅行者の国籍を調査し、ターゲット設定に生かす。	宿泊施設の協力を得て、観光客の割合を算出。また外国人旅行者は国籍を記録する。
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。	国内向けウェブで R1 年度からウェブマーケティングを実施中
旅行消費額	観光客誘客による地域経済波及効果などの成果を把握するとともに、ターゲット設定やプロモーション方法の設定に活かすため。	大洲市統計情報による算出及び大洲まちの駅あさもやでの顧客単価データの抽出、城下町エリア内事業者への年間売上の聞き取り調査の実施。
延べ宿泊者数	プロモーションなどの誘客促進施策の成果を把握するため。	大洲市統計情報による算出。
来訪者満足度	受入体制やコンテンツなどの現状を把握するため。	「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」の来訪者満足度を調査。
リピーター率	プロモーションや CRM での情報発信の成果を把握するため。	「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」のリピーター率を調査。

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

※地域経済、社会等の状況を踏まえた観光地域づくりの背景

大洲市では、若者の首都圏及び都市部への流出に伴う人口減少、過疎化、高齢化により、地域経済が縮小傾向にある。また、城下町エリアでは、所有者の高齢化、相続等の発生より歴史的な町並みの取り壊しが進み、歴史的資源が失われようとしている。地域DMOの当法人では、こうした城下町の歴史的資源を活用した観光まちづくりを実践するとともに、地域経済の好循環をつくり、若者の定住と人口増加を図ろうとしている。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p>強み (Strengths) 「自地域で積極的に活用できる強みは何か？」</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本最大の分散型ホテル「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」 城下町エリアに様々な観光事業者が存在 事業者間のコミュニティ形成 肱川がつくる自然美（臥龍淵、肱川あらし等） 肱川を活用した体験（うかい、SUP 等） 城下町に残る歴史的な町並み 木造復元の大洲城 日本初の城泊事業 数寄屋の名建築 臥龍山荘 新たな文化財観光施設の活用（盤泉荘・旧加藤家住宅） せとうちの海の幸、大洲盆地の野菜 周辺エリアに残る暮らしや風景 観光列車「伊予灘ものがたり」 松山空港まで約 1 時間 2022・2023 世界の持続可能な観光地 TOP100 選定 日本初の 2023 グリーン・ディスティネーションズ・ストーリー・アワーズ「文化・伝統保全」部門世界 1 位 DMO で多言語対応可能人材を登用 広域連携 DMO 等との連携体制 	<p>弱み (Weaknesses) 「自地域で改善を必要とする弱みは何か？」</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光組織の弱さ 観光の専門人材（経営面）が不足 周辺市町との連携不足 観光施設の規模や数に限りがあり、大量の観光客の受入が困難 持続可能な観光まちづくりについて地域住民等が認識・理解できる機会が少ない 愛媛県を案内する広域ガイドの不在 せとうち圏内や愛媛県内等を手配するランドオペレーターの不在、リレーション僅少 愛媛県をインバウンド向け観光商品として扱うエージェントの不足、リレーション僅少 トリップアドバイザーやブッキングドットコム等インバウンドの SNS 対策が不足 インバウンド宿泊者僅少 城下町エリアの人口減少、高齢化
外部環境	<p>機会 (Opportunity) 「自地域にとって追い風となる要素は何か？」</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光立国の推進 国の推進体制の充実 2025 年大阪万博、せとうち芸術祭 SNS 等情報化社会の進展 観光客ニーズの多様化 古民家ホテルの流行 サステナブルツーリズム等、SDGs 貢献に資する旅行スタイルへの変化 日本企業の ESG 投資等、企業における SDGs の推進や SDGs 研修の需要 R5.5 から入国制限撤廃 観光立国推進基本計画（第 4 次）「持続可能な観光」、「消費拡大」、「地方誘客促進」がキーワード 円安 円安による邦人企業の国内回帰 キャッスルスティを中心としたメディア露出 松山-台湾便就航再開 	<p>脅威 (Threat) 「自地域にとって逆風となる要素は何か？」</p> <ul style="list-style-type: none"> 国際情勢（東アジア） 災害の発生（地震・豪雨） 町並みを形成する町家の取り壊し 人口減少 資材高騰 ロシアによるウクライナ侵攻 パレスチナ問題 他地域での城泊開始 アメリカの利上げによる円高誘導 観光客の集中による観光施設や文化財へのダメージ

※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

○第 1 ターゲット層

欧米豪の旅慣れた知的旅行者

○選定の理由／○取組方針

わざわざ四国の辺境に訪れる旅慣れた旅行者は、都市化された日本よりも、日本の原風景を求める傾向にあるとされ、本市のもつ歴史的風致等地域資源との親和性が高いとともに、欧米豪の国際市場は大きいと、ターゲットとして有望と考えている。また、本地域は広域観光周遊ルート「せとうち

<p>ち・海の道」の拠点地区に認定されており、せとうち DMO の第 1 ターゲットと戦略が合致していることから、せとうち DMO とのプロモーション等の連携により相乗効果を図る。</p>	
<p>○ターゲット層 香港・台湾の旅慣れた知的旅行者</p>	
<p>○選定の理由／○取組方針 四国を訪れる外国人の国・地域別の特徴は、香港と台湾で過半数を占める。香港人の志向性として、欧米人と感覚が似ており、受入体制の整備など第 1 ターゲットを攻めていく上で有効である。四国・高松空港には香港 LCC が定期就航しているが、着地後はレンタカーを利用し、周遊性が高いことも判明している。 香港と台湾を第 2 ターゲットに置き、英語を中心に多言語化を進め、欧米豪にも対応していく戦略を描く。</p>	
<p>○ターゲット層 第 1 ターゲットに感化された日本人旅行者</p>	
<p>○選定の理由／○取組方針 欧米人に人気の観光スポット等に感化される日本人旅行者を第 3 ターゲットとする。 国内市場として今後もある程度の需要が見込める国内旅行市場を押さえ、関東・関西地区を中心とした都市部のハイクラス層をねらう。 受入キャパシティの小さい本市の観光戦略上、できるだけハイクラス層をターゲットとすることでその需要を取り込むとともに、またオペレーションにおいてもハイクラスオペレーションが可能な事業者との協業連携を構築する。</p>	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	<p>◆基本理念（コンセプト） 一地域の文化を未来へとつなぐー 歴史文化を保全する（地域資源の保全と活用） 地域経済を活性化させる（民間投資の促進）</p> <p>◆DMOの目的 地域の資源を民間の力で新たな価値に変換する ※地域の資源 歴史、文化、自然、風土など ※価値の変換 観光、リノベーション、物販などを手段に、価値を変換</p> <p>◆結果として・・・ 住む人も訪れる人も、働く人も心が豊かになる地域づくりを目指す</p>
②コンセプトの考え方	<p>地域 DMO として、地域住民主体の「まちづくり」から出口の「観光」へとつないでいくことを重視する。 地域 DMO は、地域住民にとって大切な地域資源を保全し、価値付けを行い、観光等へと活用していくことで、地域経済を活性化させていく使命を持つ。</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
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>戦略の共有を行う上で、協議会等の共有・合意形成は行政との協力関係のもと、大洲市観光まちづくり戦略会議（H29.7 発足）の場を中心に行うこととしている。（年2回程度開催）</p> <p>事業者等との共有においては、パートナーの地域金融機関とともに、多様な関係事業者と連携を取り、資本提携、業務提携等の将来構想を練るなど、観光ビジネスとしての戦略共有を行うこととしている。一方で、地域住民とは地域イベントやボランティア活動を通して、人と人とのつながりの中で、多様な関係者の巻き込みを図っている。</p> <p>特に設立初期段階は、地域住民、事業者及び各種団体に対し、仲間づくり、パートナーづくりを目的に、DMOの役割や事業内容の紹介する説明会をこれまで月2回程度の頻度で実施してきた。令和4年8月からは、当地区への出店事業者（兼地域住民）を中心に「大洲まちづくり大学」として月1回の頻度で勉強会を実施。令和5年10月からは有料の会員制に移行予定。</p> <p>コロナ禍にはGOTOキャンペーン等に伴う各クーポン説明会を随時実施している。</p>
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	<p>観光客に提供するサービスのベクトル合わせを行うこととしている。具体的には、キタ・マネジメントにおいて、歴史地区内の観光施設等を一元的に管理し、サービスの質を統一することとしている。</p> <p>また、まちのCRMによるマーケティングデータや再訪を促すプッシュ通知も活かしながら歴史的建造物を活用したNIPPONIA HOTEL 大洲城下町との協業により、品質の管理やブランディングを行っている。</p> <p>また「大洲まちづくり大学」においても、外部有識者による基調講演や、日々の営業に役立つデータや情報の共有などを通じて大洲の観光まちづくりを事業者と連携し実施している。</p>
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	<p>市、市観光協会、市総合宣伝推進協議会等、複数の情報発信、プロモーションが行われていたため、ブランディング・プロモーション戦略計画を策定し、ホームページ等情報発信及びオペレーションの統一を実施してきた。</p> <p>また、インバウンドの発地等へのプロモーションについては、広域連携DMO等との連携により推進する。</p>

※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		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	800 (2)	1,600 (10)	2,500 (20)	2,700 (80)	3,000 (90)	3,500 (100)
	実績	1,748 (-)	2,131 (-)	2,403 (67)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	50,000 (100)	100,000 (1,000)	120,000 (1,000)	140,000 (2,000)	150,000 (3,000)	160,000 (4,000)
	実績	64,525 (47)	78,492 (142)	115,740 (1,100)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90% (90%)	90% (90%)	90% (90%)	90% (90%)	90% (90%)	90% (90%)
	実績	94.0% (-)	93.4% (-)	92.6% (-)			
●リピーター率 (%)	目標	5% (-)	10% (-)	12.5% (-)	15.0% (-)	17.5% (-)	18.0% (-)
	実績	6.7% (-)	8.6% (-)	15.9% ()			

※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】

DMOのKPIにおいては、大洲市と協議して決定しており、大洲市観光まちづくり戦略会議で諮り、策定している大洲市観光まちづくり戦略ビジョン記載のKPIと整合性のあるものとしている。DMO設立以前の統計情報については、変更が困難であるものもあり、新たに補足として調査を行い、KPIに追加している。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

「大洲市統計観光客数とその消費額」における旅行消費額については、宿泊者数、入込観光客等に一定の係数を掛け合わせ算出されているものを採用している。客数を増やせば消費額が伸びるデータとなっている。そのため、当法人においては観光施設での売上単価や歴史的建造物を改修した施設の売上を調査し、その結果を補足し、旅行消費額の動向を把握している。

また、大洲まちの駅「あさもや」での一人当たりの平均単価を算出し、旅行消費額の参考としている。

●延べ宿泊者数

「大洲市主要観光施設入込状況調」における「宿泊施設別宿泊客延べ人数大洲市統計情報」より算出している。

●来訪者満足度

当 DMO の設立趣旨より、当面は歴史的建造物を活用した宿泊施設の動向の把握が必要であることから、「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」宿泊者に対する満足度調査結果を採用している。

●リピーター率

当 DMO の設立趣旨より、当面は歴史的建造物を活用した宿泊施設の動向の把握が必要であることから、「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」宿泊者のリピーター率を採用している。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●NIPPONIA HOTEL 部屋数 (室)	目標	20 (-)	26 (-)	31 (-)	31 (-)	31 (-)	31 (-)
	実績	20 (-)	28 (-)	31 (-)			
●町家活用数 (棟)	目標	10 (-)	6 (-)	6 (-)	2 (-)	2 (-)	1 (-)
	実績	10 (10)	6 (6)	4 (-)			
●観光コンテン ツ数 (件)	目標	1 (1)	2 (2)	2 (2)	3 (2)	3 (2)	3 (2)
	実績	8 (2)	5 (1)	5 (2)			
●プレイヤー数 (件)	目標	5 (-)	5 (-)	3 (-)	3 (-)	3 (-)	3 (-)
	実績	7 (-)	5 (-)	3 (-)			
●Web サイト 「Visit Ozu」 PV 数 (回)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	400,000 (20,000)	500,000 (60,000)	600,000 (80,000)
	実績	- (-)	- (-)	342,399 (-)			
●ガイド育成数 (人)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	5 (1)	5 (1)	5 (1)
	実績	- (-)	- (-)	()			
●コンテンツ売 上額 (千円)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	45,000 (-)	50,000 (-)	60,000 (-)
	実績	- (-)	- (-)	41,664 (-)			
●MICE・視察受 入数 (件)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	32 (-)	36 (-)	40 (-)
	実績	- (-)	- (-)	29 (-)			
●連泊件数 (件)	目標	- (-)	- (-)	- (-)	200 (-)	250 (-)	300 (-)
		-	-	161			

	実績	(-)	(-)	(-)			
●住民満足度 (%)	目標	-	-	-	90.0	90.0	90.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	90.3	88.2			
		(-)	(-)	(-)			
●観光関連事業者新規雇用者数 (人)	目標	-	-	-	9	9	9
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	28	39	28			
		(-)	(-)	(-)			
●観光関連移住者数 (人)	目標	-	-	-	2	3	4
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	9	3	2			
		(-)	(-)	(-)			
●サステナブル認証項目達成率 (%)	目標	-	-	-	40	50	60
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	-	-			
		(-)	(-)	(-)			
●若者のまちづくりへの関心度 (%)	目標	-	-	-	85.0	87.5	90.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	72.0	82.4			
		(-)	(-)	(-)			
●若者のまちづくりへの参加意向 (%)	目標	-	-	-	80.0	82.5	85.0
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	-	64.0	78.0			
		(-)	(-)	(-)			
●メディア露出換算額 (千円)	目標	-	-	-	600,000	650,000	700,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	256,501	74,559	556,764			
		(-)	(-)	()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

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】

大洲市と協議して決定しており、大洲市観光まちづくり戦略ビジョン記載の KPI と整合性のあるものとしている。

【設定にあたっての考え方】

●NIPPONIA HOTEL 部屋数

歴史的建造物の改修予定数に合わせて、宿の部屋数を設定した。令和5年度で計画していた部屋数は確保できたため、その後は現状を維持する方針である。

●町家活用棟数

歴史的建造物の改修予定数に合わせて、活用棟数を設定した。令和5年度で計画していた町家改修が完了したが、その後も空き家は増加していることから、年に2棟を目安に活用を予定している。

●コンテンツ数

来訪者の満足度向上及び地域内への経済波及効果を図るため、毎年新たなコンテンツの造成を行うこととしている。

●プレイヤー数

町家の活用に合わせ、新たな観光事業者を誘致・創出することとしている。

●Web サイト「Visit Ozu」PV 数

観光地としての認知度向上・興味関心度の確認や、メディア露出などのプロモーション成果の確認のため、毎年2回PV数及びアクセス分析などを行い、市に報告している。結果は、プロモーション施策立案のための材料とする。

●ガイド育成数

地域住民のまちづくり参加の1つの指標として掲げている。コロナウイルスの影響で、育成講座を中止していたが、令和6年度から再開する。特に、英語対応可能なガイドの育成は急務であり、毎年1名以上の育成を予定している。

●コンテンツ売上額

造成したコンテンツの売上額を確認し、地域内消費額の1つの指標とするとともに、コンテンツのブラッシュアップなどの検討材料とする。

●MICE・視察受入数

「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」は80名程度までの団体の受入が可能となっており、団体客の獲得を目指す。また、DMOの財源として一定の収入となっていることから、目標を定め獲得を目指している。

●連泊件数

リピーター率に加え、「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」の連泊を上昇させることで、地域内消費額の上昇を図る。早朝や夜間のコンテンツ造成を推進しており、本指標を参考にコンテンツのブラッシュアップやプロモーション施策に反映させる。

●住民満足度

大洲城下町肱南地区の住民を対象としたアンケート調査で住民満足度を確認している。

●観光関連事業者新規雇用者数

経済波及効果の1つの指標として掲げている。

●観光関連移住者数

少子高齢化が進行する中、地域の担い手の確保のため、観光部門においても移住者獲得を目標としている。

●サステナブル認証項目達成率

観光地としてのブランディング及び持続可能な観光まちづくりの推進のため、行政などと連携してグリーン・デスティネーションズのサステナブル認証の項目達成に対して目標を設けて取り組んでいる。60%以上の達成でブロンズランクとなることから、令和8年度にブロンズランク取得を目指している。

●若者のまちづくりへの関心度

観光教育の成果を図るため、毎年高校生を対象にアンケート調査を実施している。

●若者のまちづくりへの参加意向

観光教育の成果を図るため、毎年高校生を対象にアンケート調査を実施している。

●メディア露出換算額

プロモーションの成果を図るとともに、施策のブラッシュアップのため、毎年外部機関に委託し換算額を算出している。

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）
2021（R3） 年度	226,860,535（円）	経常収益 【受取会費】 830,000 円 【指定管理事業】 110,111,548 円 （指定管理受託料・物販売上・入館料等） 【観光まちづくり事業】 107,452,695 円 （観光・受託・城泊・ふるさと納税・視察研修等） 経常外収益 【大洲市法人運営補助金】 6,514,000 円 （出向・監査負担金） 【雑収益】 1,952,292 円
2022（R4） 年度	253,475,753（円）	経常収益 【受取会費】 850,000 円 【指定管理事業】 144,997,635 円 （指定管理受託料・物販売上・入館料等） 【観光まちづくり事業】 99,522,298 円 （観光・受託・城泊・ふるさと納税・視察研修等） 経常外収益 【大洲市法人運営補助金】 6,520,000 円 （出向・監査負担金） 【その他補助金】 1,290,940 円 【雑収益】 294,880 円
2023（R5） 年度	280,326,823（円）	経常収益 【受取会費】 1,010,000 円 【指定管理事業】 156,361,042 円 （指定管理受託料・物販売上・入館料等） 【観光まちづくり事業】 115,569,984 円 （観光・受託・城泊・ふるさと納税・視察研修等） 経常外収益 【大洲市法人運営補助金】 7,160,000 円 （出向・監査負担金） 【雑収益】 225,797 円
2024（R6） 年度 計画	230,000,000（円）	経常収益 【受取会費】 1,010,000 円 【指定管理事業】 160,000,000 円

		(指定管理受託料・物販売上・入館料等) 【観光まちづくり事業】 60,700,000 円 (観光・受託・城泊・視察研修等) 経常外収益 【大洲市法人運営補助金】 8,120,000 円 (出向・監査負担金・G D関連費用) 【雑収益】 170,000 円
2025 (R 7) 年度 計画	230,000,000 (円)	経常収益 【受取会費】 1,010,000 円 【指定管理事業】 160,000,000 円 (指定管理受託料・物販売上・入館料等) 【観光まちづくり事業】 60,700,000 円 (観光・受託・城泊・視察研修等) 経常外収益 【大洲市法人運営補助金】 8,120,000 円 (出向・監査負担金・G D関連費用) 【雑収益】 170,000 円
2026 (R 8) 年度 計画	230,000,000 (円)	経常収益 【受取会費】 1,010,000 円 【指定管理事業】 160,000,000 円 (指定管理受託料・物販売上・入館料等) 【観光まちづくり事業】 60,700,000 円 (観光・受託・城泊・視察研修等) 経常外収益 【大洲市法人運営補助金】 8,120,000 円 (出向・監査負担金・G D関連費用) 【雑収益】 170,000 円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R 3) 年度	187,089,183 (円)	経常費用 【指定管理事業】 104,438,515 円 (指定管理施設の物販原価・人件費等) 【観光まちづくり事業】 69,499,756 円 (情報発信・プロモーション・受入整備・コンテンツ 開発・マーケティング・ガイド育成等) 【一般管理費】 11,745,861 円 (総係費、出向者負担金等) 経常外費用 【その他費用】 1,405,051 円 (リース利息等)
2022 (R 4) 年度	248,976,482 (円)	経常費用 【指定管理事業】 138,037,388 円

		(指定管理施設の物販原価・人件費等) 【観光まちづくり事業】 90,562,751 円 (情報発信・プロモーション・受入整備・コンテンツ 開発・マーケティング・ガイド育成等) 【一般管理費】 16,464,973 円 (総係費、出向者負担金等) 経常外費用 【その他費用】 3,911,370 円 (リース利息、退職給付費用等)
2023 (R5) 年度	272,970,412 (円)	経常費用 【指定管理事業】 155,712,244 円 (指定管理施設の物販原価・人件費等) 【観光まちづくり事業】 99,563,670 円 (情報発信・プロモーション・受入整備・コンテンツ 開発・マーケティング・ガイド育成等) 【一般管理費】 12,461,986 円 (総係費、出向者負担金等) 経常外費用 【その他費用】 5,232,512 円 (リース利息、減損損失等)
2024 (R6) 年度 計画	230,000,000 (円)	経常費用 【指定管理事業】 160,000,000 円 (指定管理施設の物販原価・人件費等) 【観光まちづくり事業】 54,000,000 円 (情報発信・プロモーション・受入整備・コンテンツ 開発・マーケティング・ガイド育成等) 【一般管理費】 15,000,000 円 (総係費、出向者負担金等) 経常外費用 【その他費用】 (リース利息等) 1,000,000 円
2025 (R7) 年度 計画	230,000,000 (円)	経常費用 【指定管理事業】 160,000,000 円 (指定管理施設の物販原価・人件費等) 【観光まちづくり事業】 54,000,000 円 (情報発信・プロモーション・受入整備・コンテンツ 開発・マーケティング・ガイド育成等) 【一般管理費】 15,000,000 円 (総係費、出向者負担金等) 経常外費用 【その他費用】 (リース利息等) 1,000,000 円

2026（R8） 年度 計画	230,000,000（円）	経常費用 【指定管理事業】 160,000,000 円 （指定管理施設の物販原価・人件費等） 【観光まちづくり事業】 54,000,000 円 （情報発信・プロモーション・受入整備・コンテンツ 開発・マーケティング・ガイド育成等） 【一般管理費】 15,000,000 円 （総係費、出向者負担金等） 経常外費用 【その他費用】 （リース利息等）1,000,000 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

観光事業、エリアマネジメントによる観光施設指定管理による安定収入、歴史的建造物等の活用を基本とする。

詳細は、法人会費収入、観光施設の指定管理業務受託収入、町家・古民家等の歴史的資源を活用した不動産賃貸収入、観光まちづくり事業収入（視察研修収入、コンサルティング収入、受託業務収入、滞在型旅行事業の企画運営収入、コンテンツ収入）等。

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

愛媛県大洲市は、一般社団法人キタ・マネジメントを当該市における地域DMOとして登録したいため、一般社団法人キタ・マネジメント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】

エリアが重複する（一社）愛媛県観光物産協会「以下、愛媛DMO」とは、年に数回の連絡会において、各取組の意見交換を行っている。

【区域が重複する背景】

愛媛県下全体のプロモーション、旅行商品造成機能を担う愛媛DMOが地域連携DMOとして地域のマーケティング等が実施されている。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

地域連携DMOの愛媛DMOでは、複数地域を周遊する旅行商品造成やプロモーションを実施しており、地域DMOの当法人においては、地域の文化財や歴史的資源等の保全・活用等のまちづくりを行いながらコンテンツ造成が行われている。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

資金調達を行ったうえで、地域固有の資源を活用したプロダクト開発を行うのは、まちづくり機能をもつ地域DMOが最も効率的効果的な活動の遂行が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	久世 雄也
担当部署名（役職）	企画課 課長
郵便番号	795-0012
所在地	愛媛県大洲市大洲 649 番地 1
電話番号（直通）	0893-24-7060
FAX番号	0893-24-7086
E-mail	yuya.kuse@kita-m.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	大洲市
担当者氏名	宇高 将志
担当部署名（役職）	大洲市環境商工部観光まちづくり課（専門員兼まちづくり係長）
郵便番号	795-8601
所在地	愛媛県大洲市大洲 690 番地の 1
電話番号（直通）	0893-24-1717
FAX番号	0893-24-1350
E-mail	masashi.utaka@city.ozu.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】

愛媛県大洲市

【設立時期】 H30年8月9日

【設立経緯】

①区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 代表理事 高岡 公三

【マーケティング責任者(CMO)】 井上 陽祐

【財務責任者(CFO)】 高松 孟虎

【職員数】 51人(常勤25人(正職員21人・出向等4人)、非常勤26人)

【主な収入】

自主事業 115百万円、指定管理事業 155百万円(R4年度決算)

【総支出】

自主事業 115百万円、指定管理事業 155百万円(R4年度決算)

【連携する主な事業者】

バリューマネジメント(株)・(株)NOTE・(株)伊予銀行ほか

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月30日

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	800 (2)	1,600 (10)	2,500 (20)	2,700 (80)	3,000 (90)	3,500 (100)
	実績	1,748 (-)	2,131 (-)	2,403 (67)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (人)	目標	50,000 (100)	100,000 (1,000)	120,000 (1,000)	140,000 (2,000)	150,000 (3,000)	160,000 (4,000)
	実績	64,525 (47)	78,492 (142)	115,740 (1,100)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90 (90)	90 (90)	90 (90)	90 (90)	90 (90)	90 (90)
	実績	94.0 (-)	93.4 (-)	92.6 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	5 (-)	10 (-)	12.5 (-)	15 (-)	17.5 (-)	18.0 (-)
	実績	6.7 (-)	8.6 (-)	15.9 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

第1 欧米豪の旅慣れた知的旅行者

第2 香港・台湾の旅慣れた知的旅行者

第3 感化された日本人旅行者

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

大洲市観光まちづくり戦略ビジョン及びブラン

ディング・プロモーション戦略計画による

【観光地域づくりのコンセプト】

ー地域の文化を未来へとつなぐー

歴史文化を保全する(地域資源の保全と活用)・

地域経済を活性化させる(民間投資の促進)

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・キャッスルステイ
- ・キャッスルダイニング
- ・おおず城下のお舟めぐり
- ・サステナブルツーリズム

【受入環境整備】

- ・分散型城下町ホテル整備
- ・まちのCRMシステム
- ・町家を活用したショップ等展開

【情報発信・プロモーション】

- ・広域連携DMOとの連携
- ・観光サイト統合事業
- ・インバウンド向けウェブサイト構築
- ・まちづくりウェブサイト&冊子

【その他】

- ・大洲まちづくり大学
- ・観光教育
- ・観光人材育成

