観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３１日

１．観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを〇で囲むこと	広域連携ＤＭＯ･地域連携ＤＭＯ･(地域ＤＭＯ)	
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	５２人【常勤２２人（正職員２１人・出向等４人）、非常勤２７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） 髙岡公三「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。㈱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） 中島啓「出向者」･「専任」 （出身組織名） （株）伊予銀行	㈱伊予銀行 11 年間勤務。営業店での法人営業及び融資審査、取引先支援を行う。2024 年 8 月から当法人 CFO に就任し、総務・財務・人事の統括を行いながら、歴史的建造物の活用事業等のファイナンスを担当。
建築文化研究・持続可能なまちづくり専門人材	（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るとともに、サステナブルコーディネータ

様式１

		一として大洲市の持続可能なまちづくり推進に寄与。
インバウンド誘客専門人材	（氏名） 謝　瑠 （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務。 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や、営業等のインバウンド誘客促進、ガイド育成を実施。
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） （その他の関係部署 商工産業課　（創業支援、商店街活性化） 環境生活課　（環境、エネルギー） 文化振興課　（町並み調査、文化財） 都市整備課　（都市計画、社会資本整備） 地域振興課　（公共交通、移住・定住） 農林振興課　（農業体験） 教育総務課　（観光教育） 人権啓発課　（多文化共生））	
連携する事業者名及び役割	【歴史的資源を活用した観光まちづくり連携】 ・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） 【地域住民グループ等との連携】 ・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 【ファンド等の連携】 ・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 【ＤＭＯ連携】 ・一般社団法人せとうち観光推進機構（広域連携ＤＭＯ） ・一般社団法人四国ツーリズム創造機構（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） 【公共交通機関等の連携】 ・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」） 【ブランディングに関する連携】 ・セキ株式会社　（ウェブサイト制作等） 【主な官公庁との連携】 ・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）	

様式１

	【地域間連携】 ・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	（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。 （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。 （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 ・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	（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。その後は、市内団体等から希望があれば無償で講演等を実施している。 また、地域住民向けに空き家改修前後の説明会・見学会の実施や本市の城下町再生のストーリーを体験することが出来る住民向けツアー「ＯＺＵ　ＳＴＯＲＩＥＳ　大洲城下町再生の物語」の年４回以上の実施、まちづくり活動を掲載したニュースレターの月次発刊、年次事業活動報告の公開を行っており、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る。さらに、毎年市民を中心に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・高校において講演や出前授業を行い、観光教育を実施しており、授業の成果をシンポジウム等で高校生が発表している。 （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、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「大洲まちづくり大学」を月１回の頻度で実施を開始。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施している。本会を契機に、マイボトル推進などのサステナブルな取組みやアートイベントなど事業者連携の実施に至るなどの実績があり、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した。

様式１

	（３）シンポジウム等 　市観光まちづくり戦略会議等と連携し、毎年持続可能なまちづくりシンポジウム等を開催している。
法人のこれまでの活動実績	**【活動の概要】** （年度） 　Ｈ３０年度　　法人設立、諸準備 （豪雨災害）　　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 　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開始　～令和５年度 　　町家改修事業（㈱ＫＩＴＡ）　～５年間 　　せとうちＤＭＯとのＤＭＯ連携（せとうちエリア初） 　　住民向けシンポジウム開催 　　伊予大洲駅観光案内所　ＪＮＴＯカゴリー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 　Ｒ０２年度　　大洲城　（国重文）　　指定管理受託 　（コロナ禍）　　臥龍山荘（国重文）　　指定管理受託 　　城泊事業「大洲城キャッスルステイ」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 　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） 　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 　　ＧＤ「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 　　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）

Ｒ０５年度　ＧＤ「世界の持続可能な観光地」2023 年 TOP100 の選定（2 年連続）
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　ＪＮＴＯカゴリーⅡ取得

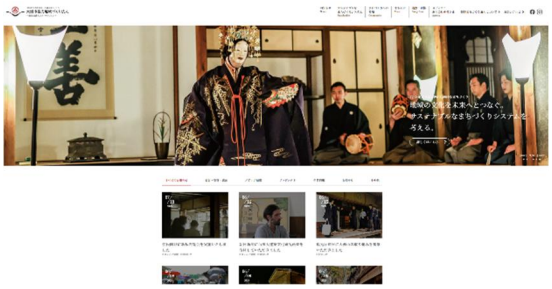
Ｒ０６年度　「第２のふるさとづくりプロジェクト」ターゲットニーズに着目した再来訪促進のためのモデル実証事業（観光庁委託）
大洲市関係人口創出プラットフォーム「大洲カンパニー」運用開始
ＧＤ「世界の持続可能な観光地アワード」シルバー受賞

Ｒ０７年度　オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業（観光庁補助）
地域観光資源の多言語解説整備支援事業（観光庁選定）

（事業）

事業	実施概要
情報発信・プロモーション	・Ｒ１年度～　せとうち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、せ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。 ・Ｒ１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保持し運営しており、地域として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、統一の観光公式サイト「Visit Ozu」をＲ２年４月に構築し、まちの紹介やコンテンツ、宿、食などの情報を掲載している。 ・Ｒ２年度～　ＪＮＴＯとの連携 城泊事業「大洲城キャッスルステイ」を中心とし、ＪＮＴＯと連携した情報発信を行っている。また、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）制作し公開を開始した。

・Ｒ４年度～　観光まちづくりブランディング事業
　国の歴史歴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した。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した。



・Ｒ５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、自動翻訳システム「ＷＯＶＮ」を搭載した英語及び台湾語の To C 向けウェブサイトを構築し、Ｒ６年３月から公開している。
　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」での記事投稿を開始し、認知度向上と「Visit Ozu」への流入を図る。

・Ｒ５年度～　インバウンド誘客の強化
　インバウンド誘客の専任職員を配置し、台湾を中心としたインバウンドの商談会の参加や直接訪問による営業を行い、宿泊を伴うツアーの誘致を実現している。Ｒ６年度からは地域活性化起業人とも連携し、宿泊を含めた誘客体制を構築している。

・Ｒ６年度～　関係人口創出プラットフォームの構築
　国の「第２のふるさとづくりプロジェクト」事業を活用し、来訪者が地域と関わり続ける仕組みを構築するため、大洲市公式関係人口創出プラットフォーム「大洲カンパニー」

		の運営を開始した。地域住民と登録者がコミュニケーションするアプリ「FANTS」や体験プログラム及び空き家情報等を掲載したサイトの公開により、再来訪や移住の促進を図る。 Ｒ７年度からは内子町と連携した独自のＦＡＭ実施など積極的なプロモーションを行う予定である。
	受入環境の整備	・Ｒ１年度～　町家・古民家等の歴史的資源活用事業 城下町の町並みを保全し、地域活性化を促進するため、分散型城下町ホテル「ＮＩＰＰＯＮＩＡ」への改修事業をＲ１年度から開始。 Ｒ２年７月新規オープン。初年度 11 部屋 Ｒ３年８月増床オープン。２年度 9 部屋、合計 20 部屋 Ｒ４年４月増床オープン。３年度 8 部屋、合計 28 部屋 Ｒ５年７月増床オープン。４年度 3 部屋 合計 26 棟 31 室 令和５年度で計画していた宿泊施設の増床は完了。今後は飲食店やショップなどへの活用を中心に改修を実施していく。 NIPPONIA HOTEL 大洲城下町 【ＮＩＰＰＯＮＩＡ以外のショップ等】 Ｒ５年５月　「ヒタキの庭」オープン Ｒ５年６月　「川久保珈琲」オープン Ｒ５年７月　「うなぎの寝床」オープン Ｒ６年７月　「古民家モール 旧藤本医院」オープン（雑貨屋、古道具屋、つまみ細工店など） Ｒ７年４月　「Seashore Uwajima Akoya Pearls 大洲店」オープン Ｒ７年　古民家ホテル「Palette STAYs」オープン予定 焼菓子店オープン予定 アートギャラリーオープン予定

		・Ｒ１年度～　観光施設管理事業 　観光戦略に基づき、城下町エリア内で一体的な受入環境を整備していくため、観光施設の指定管理を当法人が順次受託を行うこととし、現在全７施設を運用管理している。 　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。 ・Ｒ３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」と連携し実施している。 ・Ｒ５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した。 ・Ｒ６年度～　サステナブルガイド養成講座開始 　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」のガイドを養成する講座（日・英）を開始した。また、コロナ禍において休止していたおおず歴史華回廊案内人養成講座の初級・中級編も再開し、ローカルガイド育成を図っている。 ・Ｒ７年度～ 　オーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業及び地域観光資源の多言語解説整備支援事業にて、マナー啓発等の多言語看板やデジタルＭＡＰの導入、まちのストーリー等の多言語化表示などを実施予定。
	観光資源の磨き上げ	・Ｒ１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、日本初の城泊を事業化した。Ｒ１年度に実証実験を行い、Ｒ２年７月から提供を開始し、バリューマネジメント社との連携により１泊１００万円を超える価格帯を実現している。得た収益の一部を文化財維持費に充てる新しい事業スキームで実施しており、これまでに５４組（うちインバウンド９組）の実績あり。 ・Ｒ３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した。 ・Ｒ４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した。 ・Ｒ５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し、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した。 ・Ｒ５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。 ・Ｒ６年度～　企業向け研修メニューの造成 　国の「第２のふるさとづくりプロジェクト」事業を活用し、関係人口の入り口として、観光資源を活用した企業向け研修メニュー「ウェルビーイングリーダーシップ研修」を造成し、Ｒ７年度より提供を開始する。 ・Ｒ６年度～　アートイベントの実施 　㈱ＫＩＴＡと連携し、古民家を面的に活用したアートイベント「OZU ARTS and CRAFTS」を実施した。Ｒ７年度は海外のアーティストを招聘し、アーティストインレジデンスの実施を予定している。
	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】	

様式１

	Ｒ２	Ｒ３	Ｒ４	Ｒ５	Ｒ６
指定管理施設	５施設	７施設	７施設	７施設	７施設
分散型ホテル	１１室	２０室	２８室	３１室	３１室
ふるさと納税	２億円	３億円	３億円	３．４億円	－
説明会等	５回	１５回	１０回	３回	１０回
職員数	４３人	４８人	５０人	５１人	５１人
メディア露出換算額	－	２．５億円	７．４千万	５．５億円	５．８億円
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

【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っている。

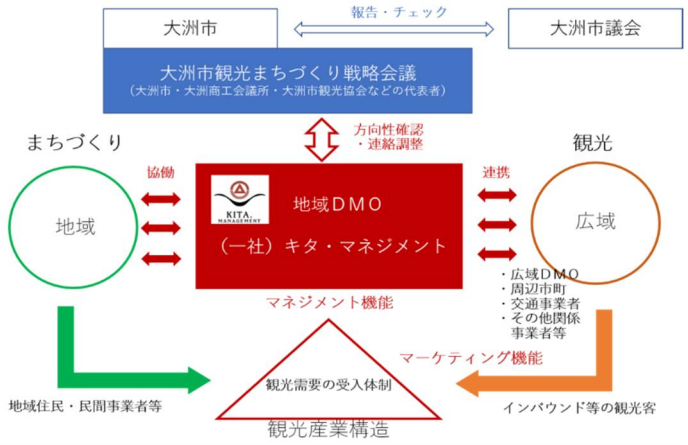
地域住民とともに、地域資源を保全し、価値を付与していく観光まちづくり機能や、観光ビジネスを通して地域内に観光産業を確立していく機能を持つ。

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ことを役割とし、大洲市の観光まちづくり戦略として推進している。

大洲市観光まちづくり戦略会議で策定した「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とともに、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いる。

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る。

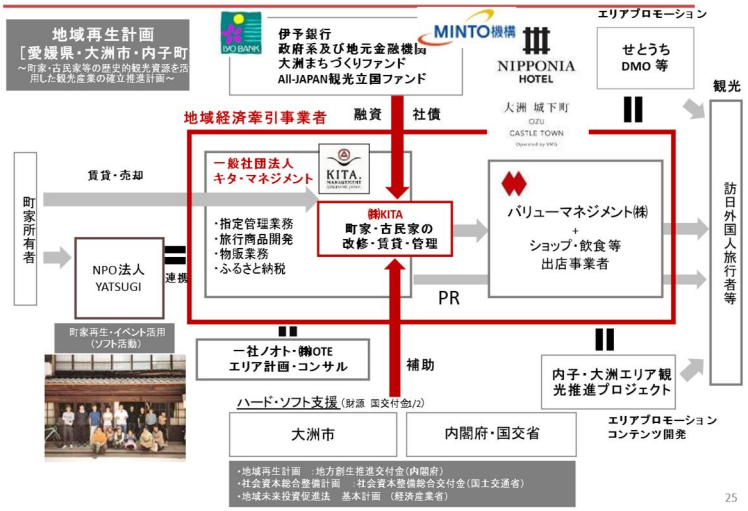
ＤＭＯ実施体制図



様式１

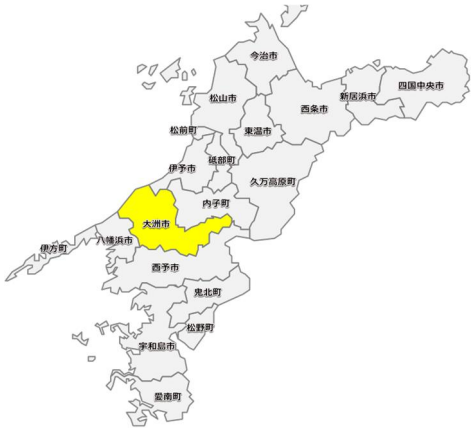
町並みを活用した観光まちづくり事業 実施スキーム図

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発点。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。

【観光客の実態等】

平成３０年７月西日本豪雨災害

区　分	H30（2018）	R1（2019）	R2（2020）	R3（2021）	R4（2022）	R5（2023）	R6（2024）
総観光客数	657,916	633,771	377,648	355,520	509,706	523,956	533,373
主要観光施設	429,707	448,012	328,866	340,973	455,221	468,538	487,108
うち 大洲城	33,247	38,419	18,007	20,021	39,543	46,294	50,056

うち 臥龍山荘	41,476	36,006	15,563	16,277	39,162	46,676	53,308
うち あさもや	181,292	106,217	45,067	30,779	52,317	65,310	72,664
外国人観光客数	11,004	9,953	296	434	2,472	24,134	58,971
外国人宿泊者数	1,006	976	101	47	158	1,100	2,318

【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 盤泉荘 おおず赤煉瓦館 神楽・大洲藩鉄砲隊	長浜大橋 末永家住宅	小藪温泉 鹿野川荘 歌麿館 神楽・文楽	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 伊予灘ものがたり	肱川あらし 長高水族館 白滝 伊予灘ものがたり	カヌー サイクリング	
食・特産品	いもたき しぐれ・月窓餅 大洲盆地の野菜 肱川の幸（アユ、カニなど）	瀬戸内の海の幸 天然トラフグ	肱川ラーメン	アマゴ
その他	NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町・古民家ショップ 製蝋業 養蚕・製糸業 ポコペン横丁 城下町再生のストーリー			

【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							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	3 施設	56 人

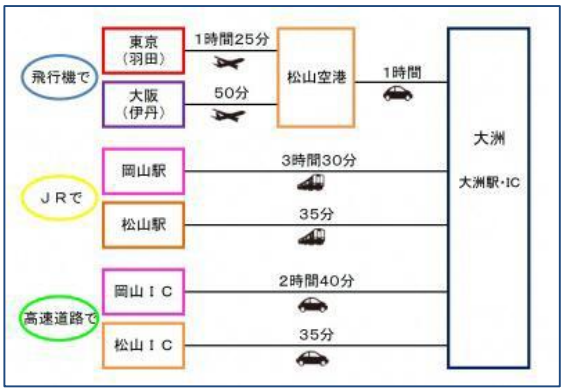
【利便性：区域までの交通、域内交通】

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。
現在、富裕層向けにヘリパッドの整備や空飛ぶクルマの導入検討を進めている。



【外国人観光客への対応】
設立時においては、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、インバウンド誘客（台湾人責任者・スペイン人等６ヵ国語対応ガイド・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の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、盤泉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ため	大洲城及び臥龍山荘、盤泉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
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を設定し、外国人旅行者の国籍を調査し、ターゲット設定に生かすため	宿泊施設の協力を得て、観光客の割合を算出 外国人旅行者は国籍を記録
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
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

様式１

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

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	**強み（Strengths）** **「自地域で積極的に活用できる強みは何か？」** ・ 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 ・ 2024 グリーン・デスティネーションズ「世界の持続可能な観光地アワード」シルバーアワード受賞 ・ 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	**弱み（Weaknesses）** **「自地域で改善を必要とする弱みは何か？」** ・ 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	**機会（Opportunity）** **「自地域にとって追い風となる要素は何か？」** ・ 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 ・ キャッスルステイを中心としたメディア露出 ・ 松山-台湾便就航再開	**脅威（Threat）** **「自地域にとって逆風となる要素は何か？」** ・ 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

（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ため、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・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。 旅行会社を通した富裕層 FIT を基本としますが、国内の都市圏に支社を持つ外資系企業が行うインセンティブ旅行等の少人数の団体の誘致も視野に入れる。
○ターゲット層 **香港・台湾の旅慣れた知的旅行者**
○選定の理由／○取組方針 四国を訪れる外国人の国・地域別の特徴として、香港と台湾で過半数を占めている。また、香港・台湾の志向性として、サステナブルな思考など欧米人と感覚が似ているとともに、英語が対応可能な方が多く、受入体制の整備など第１ターゲットと合わせて対策が可能であるから。高松空港や松山空港には上記２国の定期便就航があり、着地後はレンタカーを利用するなど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。 通常の FIT を基本としながらも、旅行会社を通した富裕層小グループへのアプローチも行う。
○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**
○選定の理由／○取組方針 日本人観光客のうち欧米人に人気の観光スポット等に感化されやすい日本人旅行者を第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の FIT に加え、サステナブルな取組みや歴史文化に感度の高い企業の研修、インセンティブ旅行も視野に入れる。 受入キャパシティの小さい本市の観光戦略上、ハイクラス層をターゲットとし的確に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。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	**◆基本理念（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） **◆ＤＭＯの目的** 地域の資源（歴史、文化、自然、風土など）を民間の力で新たな価値に変換（観光、リノベーション、物販など）する **◆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

②コンセプトの考え方	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している。 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と考えている。

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	戦略の共有・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） 事業者等との共有については、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し、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。 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し、現在 20 事業者が会員となっている。 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。
観光客に提供するサービスについて、維持･向上・評価する仕組みや体制の構築	観光客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。 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。 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。
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	市や市観光協会、市総合宣伝推進協議会等によって複数の情報発信・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。 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している。

６．ＫＰＩ（実績・目標）

（１）必須ＫＰＩ

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	1,600	2,500	2,700	3,500	4,000	4,500
		(10)	(20)	(80)	(220)	(300)	(400)
	実績	2,131	2,403	3,328			
		(-)	(67)	(171)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	100	120	140	150	160	170
		(1)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	実績	78	115	117			
		(0)	(1)	(2)			
●来訪者満足度（%）	目標	90	90	90	90	90	90
		(90)	(90)	(90)	(90)	(90)	(90)
	実績	93.4	93.2	93.8			
		(-)	(-)	(-)			
●リピーター率（%）	目標	10	12.5	15.0	17.5	18.0	18.5
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	8.6	15.9	22.4			
		(-)	(-)	(-)			

※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」においての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」宿泊者に対しての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。

様式１

（２）その他の目標

指標項目		2022 （Ｒ４） 年度	2023 （Ｒ５） 年度	2024 （Ｒ６） 年度	2025 （Ｒ７） 年度	2026 （Ｒ８） 年度	2027 （Ｒ９） 年度
●NIPPONIA HOTEL 部屋数（室）	目標	26	31	31	31	31	31
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	28	31	31			
		(−)	(−)	(−)			
●町家活用数（棟）	目標	6	6	2	2	1	1
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	6	4	1			
		(6)	(−)	(−)			
●観光コンテンツ数（件）	目標	2	2	3	3	3	3
		(2)	(2)	(2)	(2)	(2)	(2)
	実績	5	5	5			
		(1)	(2)	(3)			
●プレイヤー数（件）	目標	5	3	3	3	3	3
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	5	3	4			
		(−)	(−)	(−)			
●Web サイト「Visit Ozu」PV 数（回）	目標	−	−	420,000	800,000	1,000,000	1,000,000
		(−)	(−)	(20,000)	(100,000)	(160,000)	(200,000)
	実績	−	342,399	608,557			
		(−)	(−)	(39,106)			
●ガイド育成数（人）	目標	−	−	5	5	5	5
		(−)	(−)	(1)	(1)	(1)	(1)
	実績	−	−	11			
		(−)	(−)	(4)			
●コンテンツ売上額（千円）	目標	−	−	45,000	50,000	60,000	70,000
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	−	41,664	30,075			
		(−)	(−)	(−)			
●MICE・視察受入数（件）	目標	−	−	32	36	40	44
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	−	29	23			
		(−)	(−)	(−)			
●連泊件数（件）	目標	−	−	200	800	1,000	1,200
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	−	161	682			
		(−)	(−)	(−)			
●住民満足度（%）	目標	−	−	90.0	90.0	90.0	90.0
		(−)	(−)	(−)	(−)	(−)	(−)
	実績	90.3	88.2	93.0			
		(−)	(−)	(−)			

様式１

●観光関連事業者新規雇用者数（人）	目標	－	－	9	9	9	9
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	39	28	19			
		(－)	(－)	(－)			
●観光関連移住者数（人）	目標	－	－	2	3	4	4
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	3	2	8			
		(－)	(－)	(－)			
●サステナブル認証項目達成率（%）	目標	－	－	40	80	80	90
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	－	－	76			
		(－)	(－)	(－)			
●若者のまちづくりへの関心度（%）	目標	－	－	85.0	87.5	90.0	90
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	72.0	82.4	79.4			
		(－)	(－)	(－)			
●若者のまちづくりへの参加意向（%）	目標	－	－	80.0	82.5	85.0	87.5
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	64.0	78.0	78.0			
		(－)	(－)	(－)			
●メディア露出換算額（千円）	目標	－	－	600,000	650,000	700,000	750,000
		(－)	(－)	(－)	(－)	(－)	(－)
	実績	74,559	556,764	587,659			
		(－)	(－)	(－)			

※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１～２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、毎月 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年度から再開している。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。R6 年度に 70%以上を達成し、シルバーランクを受賞した。令和８年度にゴールドランク（80%以上）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）

様式１

		【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 実績	**261,996,768（円）**	**経常収益** **【受取会費】** 1,020,000 円 **【指定管理事業】** 167,219,446 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】** 83,669,451 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】**7,105,000 円 （出向・監査負担金） **【その他補助金】** 1,030,000 円 （GD 費用、助成金等） **【雑収益】** 1,952,871 円
2025（Ｒ７） 年度 計画	**300,200,000（円）**	**経常収益** **【受取会費】** 1,020,000 円 **【指定管理事業】** 200,000,000 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】** 90,980,000 円 （観光・受託・城泊・視察研修等） **経常外収益**

様式１

		【大洲市法人運営補助金】7,105,000 円 （出向・監査負担金・ＧＤ関連費用） **【雑収益】** 1,095,000 円
2026（Ｒ８） 年度 計画	**313,200,000（円）**	**経常収益** **【受取会費】** 1,020,000 円 **【指定管理事業】** 213,000,000 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】** 90,980,000 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】**7,105,000 円 （出向・監査負担金・ＧＤ関連費用） **【雑収益】** 1,095,000 円
2027（Ｒ９） 年度 計画	**323,200,000（円）**	**経常収益** **【受取会費】** 1,020,000 円 **【指定管理事業】** 223,000,000 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】** 90,980,000 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】**7,105,000 円 （出向・監査負担金・ＧＤ関連費用） **【雑収益】** 1,095,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 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（Ｒ４） 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

様式１

		（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 実績	**268,974,120（円）**	**経常費用** **【指定管理事業】** 160,598,120 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】** 91,921,520 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】** 15,831,404 円 （総係費、出向者負担金等） **経常外費用** **【その他費用】** 623,076 円 （リース利息等）
2025（Ｒ７） 年度 計画	**281,000,000（円）**	**経常費用** **【指定管理事業】** 173,000,000 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】** 88,500,000 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】** 19,000,000 円 （総係費、出向者負担金等） **経常外費用** **【その他費用】** 500,000 円 （リース利息等）

2026（Ｒ８） 年度 計画	290,500,000（円）	**経常費用** **【指定管理事業】** 183,000,000 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】** 87,000,000 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】** 20,000,000 円 （総係費、出向者負担金等） **経常外費用** **【その他費用】** 500,000 円 （リース利息等）
2027（Ｒ９） 年度 計画	297,500,000（円）	**経常費用** **【指定管理事業】** 189,000,000 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】** 87,000,000 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】** 21,000,000 円 （総係費、出向者負担金等） **経常外費用** **【その他費用】** 500,000 円 （リース利息等）

（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及び物販等による自主事業収入、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として当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	中島　啓
担当部署名（役職）	総務課（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	kita-management@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	河野　誠
担当部署名（役職）	大洲市環境商工部観光まちづくり課（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	makoto.kohno@city.ozu.ehime.jp

（登録）【登録区分：地域DMO】一般社団法人　キタ・マネジメント

様式２

記入日：　令和7年7月31日

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　髙岡　公三
【マーケティング責任者（CMO）】 井上　陽祐
【財務責任者（CFO）】 中島　啓
【職員数】
52人（常勤22人（正職員21人・出向等4人）、非常勤27人）
【主な収入】
自主事業　94百万円、指定管理事業　167百万円（R6年度決算）
【総支出】
自主事業　108百万円、指定管理事業　160百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
バリューマネジメント㈱・㈱NOTE・㈱伊予銀行ほか

KPI（実績・目標）

※（　）内は外国人に関するもの。

項目		2022（R4）年度	2023（R5）年度	2024（R6）年度	2025（R7）年度	2026（R8）年度	2027（R9）年度
旅行消費額（百万円）	目標	1,600（10）	2,500（20）	2,700（80）	3,500（220）	4,000（300）	4,500（400）
	実績	2,131（－）	2,403（67）	3,328（171）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	100（1）	120（1）	140（2）	150（3）	160（4）	170（5）
	実績	78（0）	115（1）	117（2）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	90（90）	90（90）	90（90）	90（90）	90（90）	90（90）
	実績	93.4（－）	93.2（－）	93.8（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	10（－）	12.5（－）	15（－）	17.5%（－）	18.0%（－）	18.5（－）
	実績	8.6（－）	15.9（－）	22.4（－）	—	—	—

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】
・大洲城キャッスルステイ/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
・企業研修メニュー
・アートイベント

【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
・ガイド育成

【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
・関係人口創出プラットフォーム構築

【その他】
・持続可能な取組みの推進
・大洲まちづくり大学
・観光教育/人材育成
・住民向けツアー