

資料 4

官民連携による歴史的資源を活用した観光まちづくり
—愛媛県大洲市—

愛媛県大洲市における基本計画の概要

計画のポイント

愛媛県大洲市に訪れる観光客は、年間193万人であり、訪日外国人旅行者もH27：2200人、H28：4100人と倍増しており、今後も入込客数の増加が期待できる。特に大洲市の観光の玄関口である肱南地区は、藩政時代大洲藩六万石の城下町エリアであり、明治以降、製蠟や製糸業で繁栄した歴史を持ち、いたるところに明治大正期の町家、古民家、蔵などの歴史的資源が存する。これらの重要な歴史的資源を保全していくためには、歴史的背景や建物のストーリー性など、その価値を最大限に生かしつつ、所有者の意向をくみながら民間事業者等により活用を進めていくことが最も効果的である。そこで、**町家・古民家等の歴史的観光資源を活用し、訪日外国人旅行者や国内観光客等をターゲットにした観光まちづくりを展開することにより高付加価値な地域経済牽引事業の促進を図り、雇用者の給与増等を通じて地域内での経済の好循環を目指す。**

促進区域

愛媛県大洲市

経済的効果の目標

付加価値額1.6億円の地域経済牽引事業を創出し、当該事業が促進区域で1.3倍の波及効果を与え、促進区域で2.08億円の付加価値を創出することを旨とする。

地域経済牽引事業の承認要件

【要件1：地域の特性を活用すること】

- ・大洲市の町家・古民家等の歴史的観光資源を活用した観光まちづくり分野

【要件2：高い付加価値を創出すること】

- ・付加価値増加分：3,793万円超

【要件3：いずれかの経済的効果が見込まれること】

- 取引額：2%増加
- 雇用者数：5%増加
- 売上げ：2%増加
- 雇用者給与等支給額：5%増加

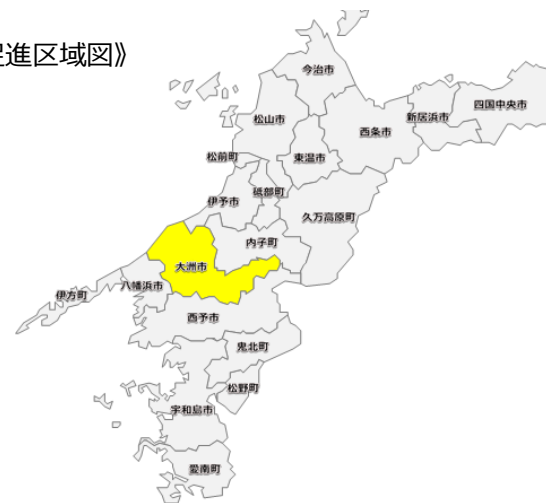
制度・事業環境の整備

- ・地方創生推進交付金を活用し、町家活用に要するイニシャルコストの軽減策（補助金）、創業支援、エリア計画の策定、プロモーション等を実施する予定。
- ・大洲市観光まちづくり戦略マーケティング計画に基づいて収集した統計データ等の市公式ホームページ等での公開、相談窓口の設置、町家等の歴史的資源活用のための中間事業者法人を設立し、連携。

地域経済牽引支援機関

おおず版DMO（予定）、大洲市観光まちづくり戦略会議、ビークル（中間事業者）法人（予定）、地域の金融機関等

《促進区域図》



計画期間

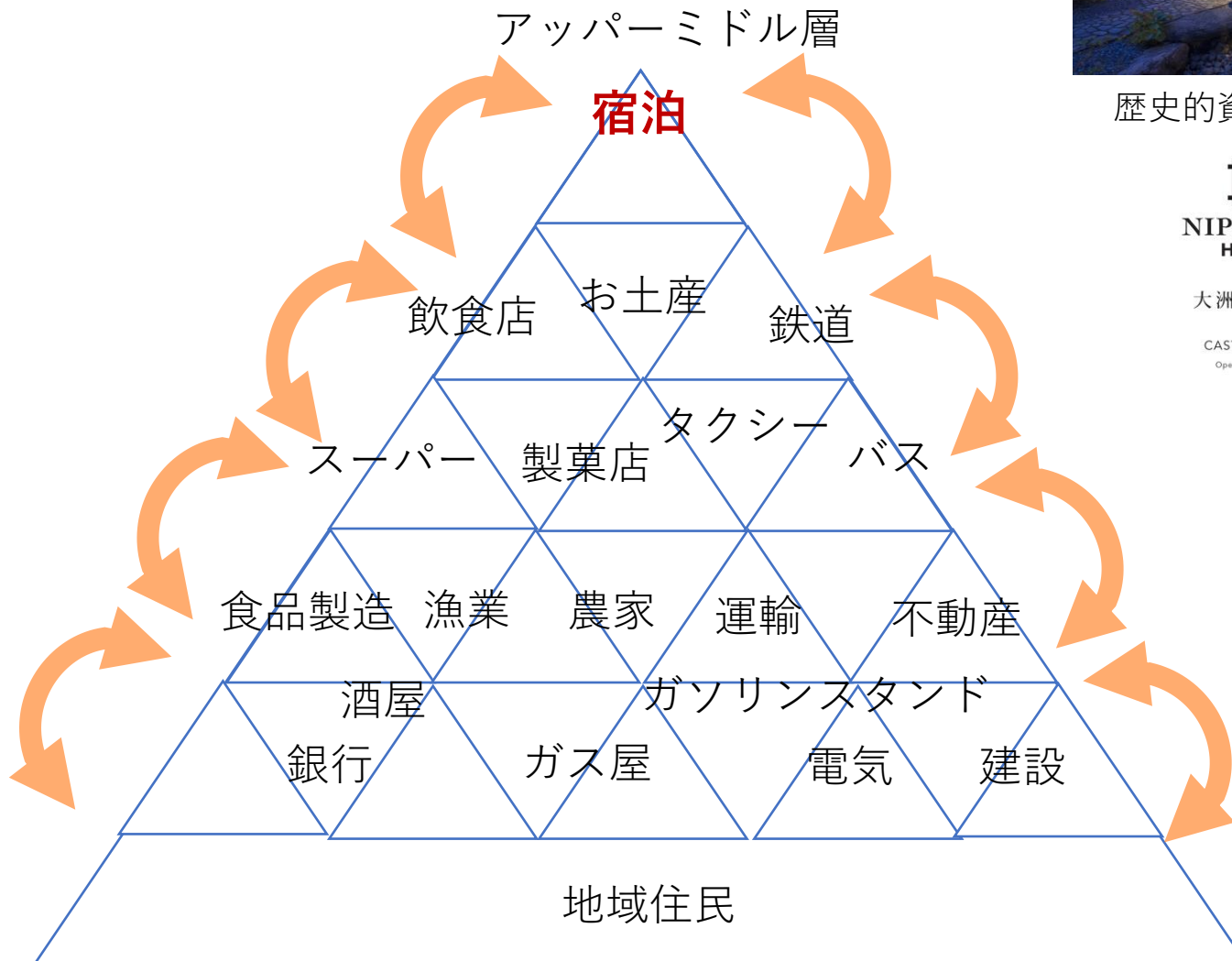
計画同意の日から平成34年度末日まで

地域経済への波及効果を狙う

地域経済への波及効果をもたらすためにさらなる高みへ



経済波及



歴史的資源を活用

卍
NIPPONIA
HOTEL

大洲 城下町
OZU
CASTLE TOWN
Operated by VMG



S A D A 棟 2020年7月オープン

浦岡家住宅

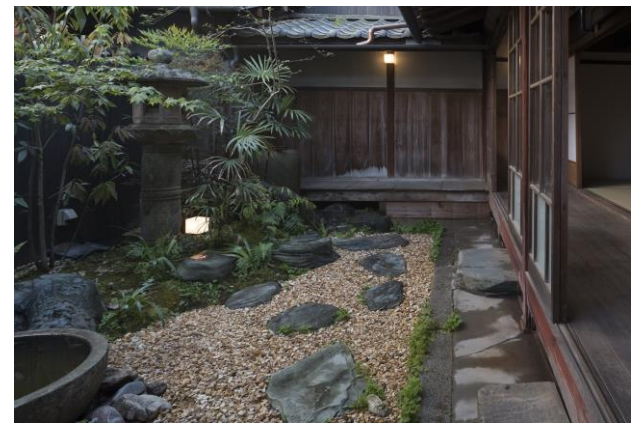
卍 NIPPONIA HOTEL

大洲 城下町

OZU

CASTLE TOWN

Operated by VMG



■ NIPPONIA HOTEL

大洲 城下町

OZU

CASTLE TOWN

Operated by VMG

OKI棟 2020年7月オープン

村上家住宅



いづみや別館



いづみや
NIPPONIA
HOTEL
大洲 城下町
OZU
CASTLE TOWN
Operated by VMG

TUNE 棟
2020年7月オープン



III
NIPPONIA
HOTEL

大洲 城下町
OZU
CASTLE TOWN
Operated by VMG

MITI 棟
2021年4月オープン

旧加藤家住宅
(国登録有形文化財)



卍
NIPPONIA
HOTEL

大洲 城下町
OZU
CASTLE TOWN
Operated by VMG

MUNE 棟
2021年8月オープン

村上家住宅
(長屋・土蔵群)

レストラン



地域経済牽引効果による進出事業者

店舗・廊 村上邸

五郎にある天然リネンを利用した洋服店「Sa-Rah」のサテライト店



しずくや

愛媛の「すごいモノ」を取りそろえたショップ NIPPONIAで利用されている砥部焼などを販売



葵（出店内定2021年）M8

大洲市内の若者向け料理店。お昼のランチ営業と月1回の庭でのイベントを企画。



工芸ROSA（出店内定2021年）M9

松山市ロープウェイ街に店を構える工芸品店。NIPPONIA大洲 城下町のインテリアを担当。



ひらの屋（出店内定2021年）M11

その場で練る本格葛餅カフェを展開予定。大洲の伝統菓子「志ぐれ」をもっとも伝統的な作り方（無添加、無香料、無人工甘味料）にこだわって作る和菓子店。



あさもや

酒のさわだ（出店2021年1月～）

五郎にある愛媛のお酒と実際に店主が海外に足を運んで選んだワインを販売する酒店



IKEUCHI ORGANIC（出店内定2021年）

オーガニックコットンでの製造にこだわった今治タオルの製造と販売

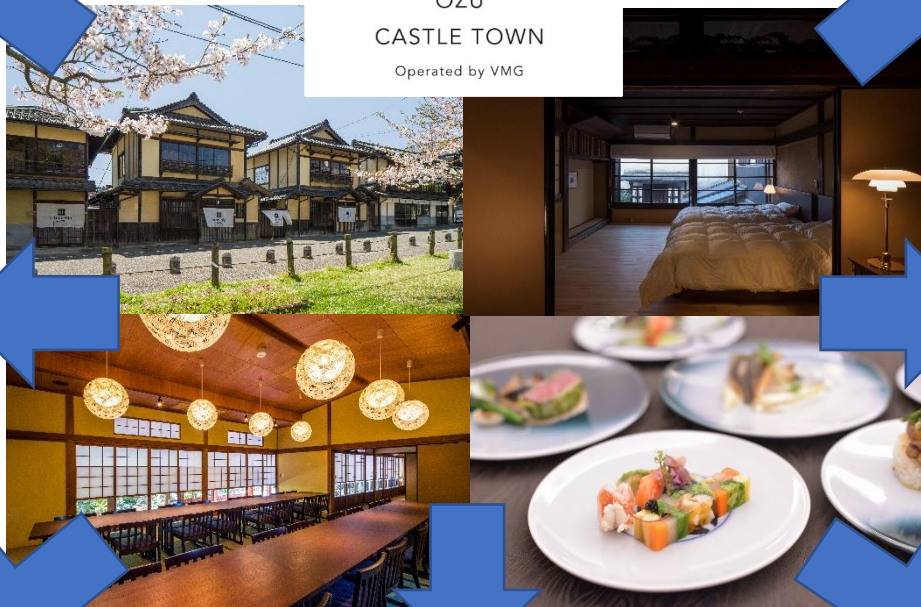


NIPPONIA HOTEL
大洲 城下町
OZU
CASTLE TOWN
Operated by VMG

ホテルがお試し体験の場に

三
NIPPONIA
HOTEL

大洲 城下町
OZU
CASTLE TOWN
Operated by VMG



ウェルカムドリンクの
茶菓子
⇒ひらの屋
⇒ふるさと納税

タオル・リネン
⇒IKEUCHI
ORGANIC

宿
⇒VM社
⇒ふるさと納税

食器
⇒しずくや

内装、家具
⇒工芸ROSA

シャンプー・リンス
⇒ユナイテッドシルク
⇒しずくや
⇒ふるさと納税

日本酒
⇒酒のさわだ
⇒地産の日本酒は
ふるさと納税で返
礼

連携協定

- ・日時 2018（H30）年4月5日（木）
- ・協定 愛媛県大洲市の町家・古民家等の歴史的資源を活用した観光まちづくり

	<p>宿泊事業等を展開し、 観光による地域経済を牽引</p>
<p>NOTE 一般社団法人ノオト 株式会社NOTE</p>	<p>計画策定サポート及び 活用ノウハウの提供</p>
	<p>資金提供等による支援を行い、 地域経済の成長発展に貢献</p>
	<p>地域DMOを設立 地域未来投資促進法による各種 支援を実施</p>



歴史的資源を活用した観光まちづくり連携協定



2018（H30）年4月5日

大洲まちづくりファンド有限責任事業組合



ファンドの概要

ファンド設立日	2020年2月26日
ファンドを組成した者	株式会社伊予銀行 一般財団法人民間都市開発推進機構（民都機構）
ファンドの所在地	愛媛県松山市南堀端町1番地（伊予銀行本店内）
ファンドの資金規模	2億円 （伊予銀行1億円・民都機構1億円）
ファンドの形態	L L P
ファンドの存続期間	2040年1月31日まで

投資対象エリア

本ファンドは、地域の課題を踏まえ、大洲市の中心市街地（肱南地区・肱北地区）及びその周辺において実施される民間まちづくり事業に投資します。

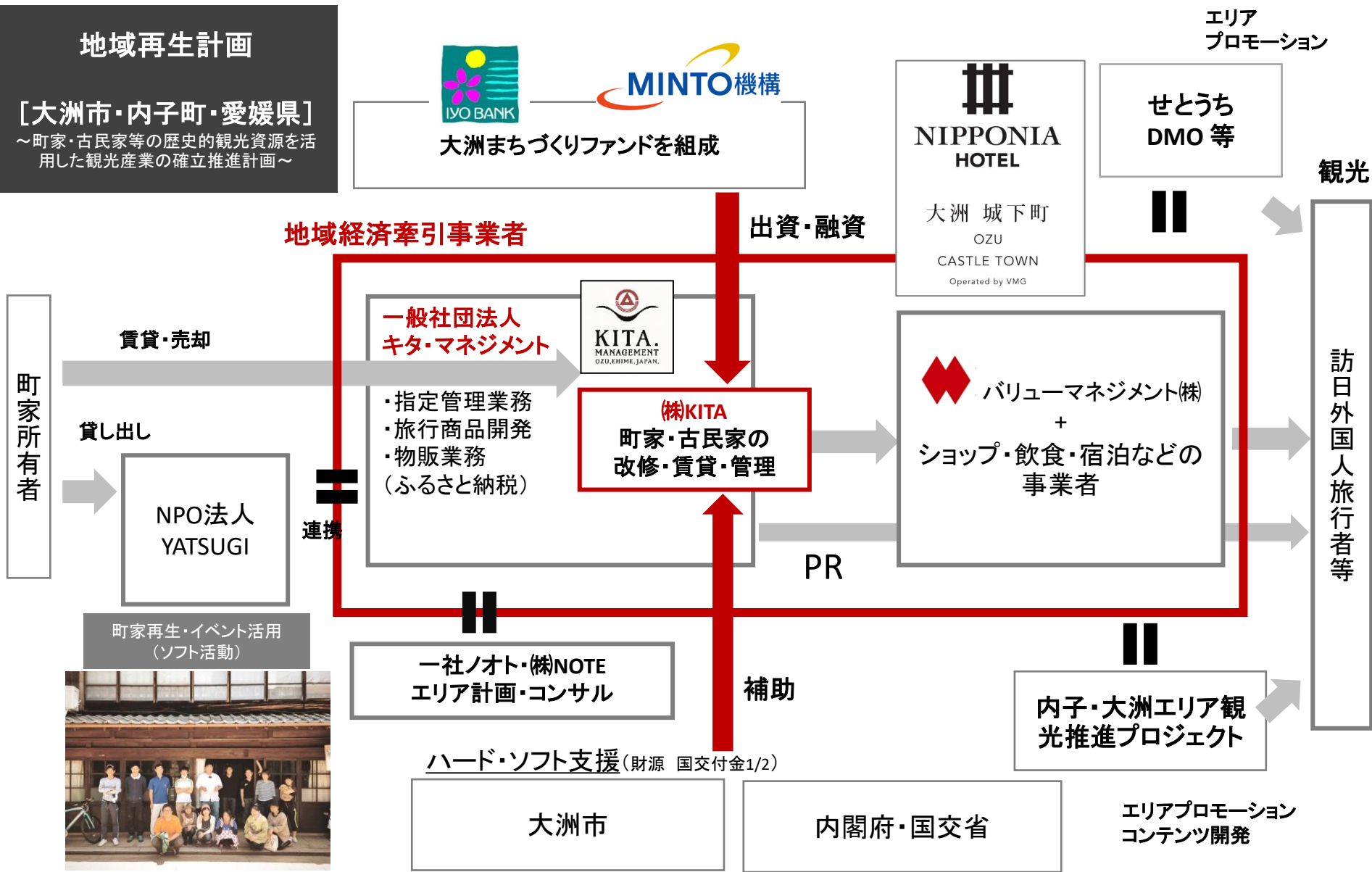
投資対象事業の考え方

投資対象エリアにおいて、町家、古民家、空き家、空き店舗等をリノベーション等により活用し、宿泊施設、飲食施設、物販施設等を整備・運営することで地域の課題解決に資する事業を投資対象とします。

全体スキーム図

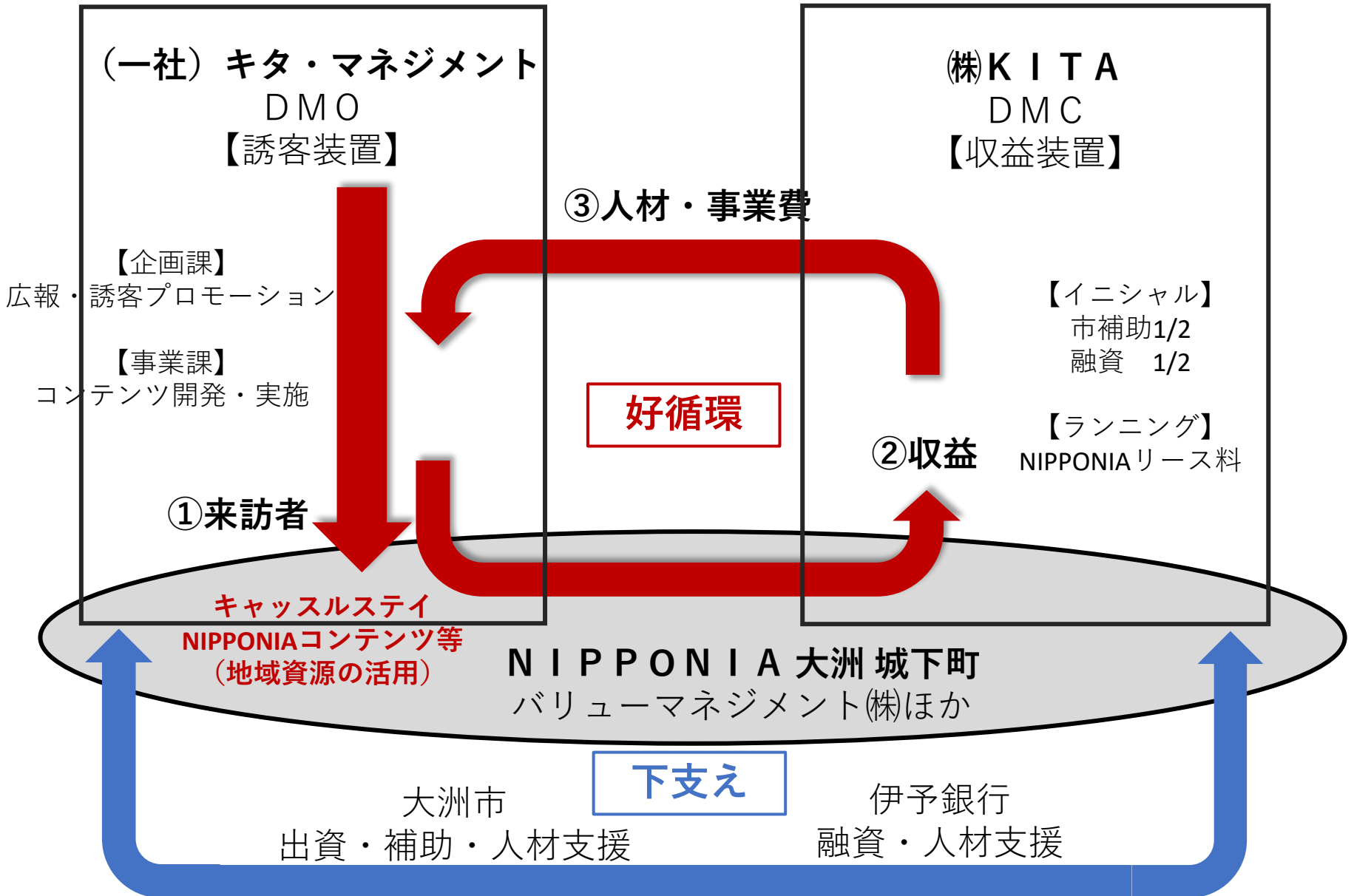
地域再生計画

[大洲市・内子町・愛媛県]
 ~町家・古民家等の歴史的観光資源を活用した観光産業の確立推進計画~



- ・地域再生計画 : 地方創生推進交付金 (内閣府)
- ・社会資本総合整備計画 : 社会資本整備総合交付金 (国土交通省)
- ・地域未来投資促進法 基本計画 (経済産業省)

誘客装置（DMO）と収益装置（DMC）の役割分担図



A photograph of a traditional Japanese building at dusk. The building has a dark wooden frame and a tiled roof. The interior is lit up, showing a room with a tatami floor and a sliding door. A courtyard with a stone path and a small garden is in the foreground. The sky is a deep blue.

まとめ

- 1 宿泊業が地域経済を牽引することを意識
- 2 官民連携による役割分担を意識
- 3 面的なエリアマネジメントを意識

愛媛県大洲市では、まちのコンセプトを伝える歴史的建造物ホテルを核にして、観光を手段とした「まちづくり」を面的に進めています。

行政、金融、民間事業者が連携し、地域DMOがこの調整役となって、地域特性を生かして高付加価値化を図り、面的な観光まちづくりを進めています。

参 考 資 料

大洲城キャスルステイ (城泊)



Your **Japan.**
Your **2020.**
Your **Way.**



バリューマネジメント株式会社

「日本の文化を紡ぐ」を理念とした会社で
歴史的建造物に特化した事業活動を実施

文化保全やまちづくりに取り組みたい**若者への機会創出**

シンポジウムでの登壇
市議会への説明
委員会の参加機会にて
積極的に説明



大洲市

城下町の老朽化や空き家問題などの課題

歴史的資源を活用し、新しい観光需要を
創出することで**仕事の創出、移住の安定**につなげたい

反対する方も将来への危惧は持っている
説明会等、延50数回の説明
地道な説得活動



連携協定

大洲市
伊予銀行
㈱NOTE
バリュー
マネジメント㈱

城泊事業推進へ



地域の合意形成



城泊事業実現へ

「観る文化財から活用する文化財」

大洲城キャスルスステイ

官民連携による

文化財観光施設を活用した歴史体験事業

- ・大洲市の歴史的な観光資源での、歴史に基づいた特別な体験の提供
- ・文化財が本来持っている価値を最大限に活用することで、さらなる認知拡大を図る
- ・大洲城・城下町の町家・古民家等の歴史的資源を活用し、観光産業の確立を目指す
- ・文化や歴史に感度の高い国内・国外の人をターゲットに展開
- ・特別な料金を得ることで文化財保存・整備環境を持続可能なものにする
- ・1組限定 一泊110万円～（2人 税込）



大洲城キャッスルステイ

大洲城キャッスルステイでは、宿泊するお客様に城主気分を体験していただく非日常を提供するものです。木造復元天守に泊まる日本初の城泊では、天守の他に西曲輪に設置した特別室での優雅なひと時をお過ごしいただけます。特別室からは大洲城を眺めることができるのも魅力です。



臥龍山莊文化体験事業



臥龍山莊文化体験事業



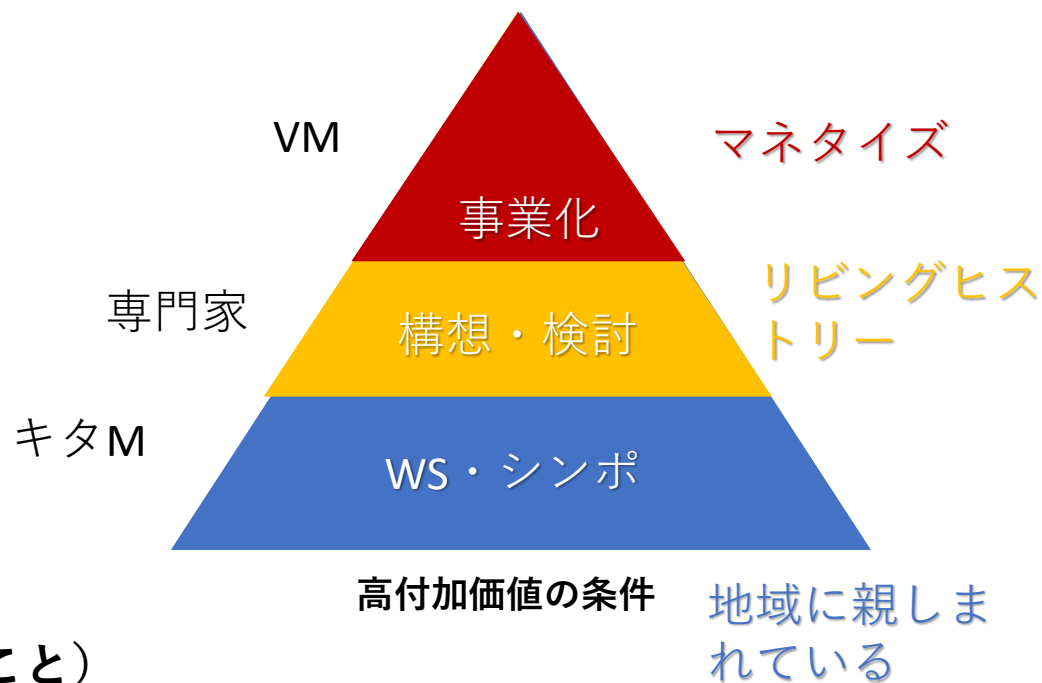
令和3年度
一般社団法人キタ・マネジメント



高付加価値化の条件

◎高付加価値とは

- ・マネタイズ
- ・リビングヒストリー
- ・地域に親しまれている



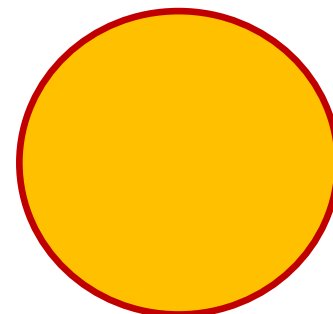
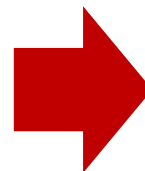
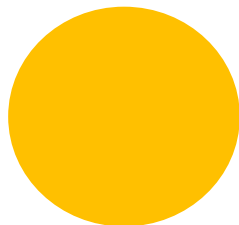
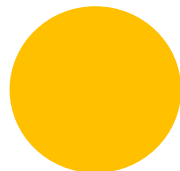
◎仕組みづくり (持続的であること)

- ・事業者の参画 (DMO+プレイヤー)
- ・金融の参画
- ・地域の参画

実施体制図

価値を最大化

文化財所有・規制



行政

大洲市

地域DMO

(一社) キタ・マネジメント

宿泊・サービス

バリューマネジメント(株)

【観光まちづくり課】

- ・市組織内部の調整
- ・文化財の観光施設としての所有
- ・文化財の観光活用

【都市整備課】

- ・史跡名勝（公園）の管理

【文化スポーツ課】

- ・文化財の指定・登録・解除
- ・文化財の活用
- ・現状変更の規制等
- ・保存に影響を与える行為の規制等

- ・本事業の申請、事業実施
- ・文化財観光施設の管理（指定管理）
- ・文化財観光施設の活用の検討
- ・収益の文化財への還元
- ・地域事業者、地域住民の参画促進
- ・専門家による知見の集約
- ・エリアマネジメント ほか

専門家
地域事業者

- ・NIPPONIA HOTELの運営
- ・コンテンツ造成
- ・消費者志向の反映
- ・質の高いサービスの提供
- ・マーケティング ほか

まちのCRM

Customer Relationship Management

観光庁 既存観光拠点の再生・高付加価値化事業



観光拠点再生計画（愛媛県大洲市）

～官民連携による歴史的資源を活用した観光まちづくり～



<凡例>

- ▬ 本事業
- ▬ 本事業外補助金活用
- 観光関連施設

観光庁 既存観光拠点の再生・高付加価値化事業
 まちのCRM 全体概要と施策説明

観光庁 既存観光拠点の再生・高付加価値化事業

地域等が作成した「観光拠点再生計画」に基づき
 地域全体で魅力と収益力を高める事業について、短期集中で強力に支援する。

大洲市の事業計画

〈観光拠点〉 大洲城下町・肱南地区
 〈事業内容〉 まちのCRMの実装とリピーター獲得
 〈ターゲット〉 ミドルアッパー以上の宿泊客

城下町エリアのミドルアッパー層以上の宿泊ゲスト（＝NIPPONIAゲスト）
 を対象にしたまちのCRM機能を構築し、**まちに何度も足を運んでくれるファンを増やしていこう**、という計画。

※CRMとは

顧客との良好な関係を構築・維持するための施策
 デジタルで顧客データをとって再購買を促すことなども含まれる。

ファンづくりのための一連の仕組みづくり

デジタルの仕組み

- まちのデータベースの整備
 ↳顧客データの蓄積・管理
- 顧客データを活用したマーケティング
 ↳再来訪の促進・まちのコンテンツのブラッシュアップ

アナログの仕組み

- まち全体でのおもてなし
 ↳個々の施設ではなく、面での受入環境整備、満足度創出
- まちのファンづくり
 ↳大洲で得られる特別感、まちづくりへの人々の想いに対しての共感・認知・愛着の醸成



大洲パスポート

宿泊者のみが受け取れる証明書。掲載されている協力店舗で買い物をすると少し特別なおもてなしが受けられる。大洲への宿泊回数に応じてグレードが上がる。
パスポート保持者をまちが視認できることでまちぐるみでのおもてなしを可能にする。

LINE公式アカウント



位置情報に応じた観光案内や特別なおもてなしを配信し、旅の利便性と満足度を向上させる**LINE公式アカウント**で顧客とまちが繋がる。旅ナカで得られた顧客の行動データやコンテンツ取得データをもとに旅アトにまちの旬な情報をお届けし、再来訪やふるさと納税へと繋げる。

