

## 日本版DMO形成・確立計画

## 1. 日本版DMOの組織

申請区分	地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	(一社) キタ・マネジメント	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	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)	
職員数	4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) 二宮隆久 (出身組織名) 大洲市	大洲市教育委員会教育長、大洲市長(1期目)を歴任し、文化財をはじめとした地域資源(歴史・文化・自然・風土)を生かした行政施策を推進。
各種データの分析・収集等(マーケティング)の責任者(専門人材) ※必ず記入すること	(氏名) 井上陽祐「専従」 (出身組織名) 双日(株)	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。特に外国人採用ではアメリカ、香港、上海、北京、タイ、シンガポールなどの海外トップ大学での採用を経験し、各国の志向性や文化性を把握。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、事業投融资、経営に携わり、この経験を生かして本DMOの観光ビジネスとしての事業マネジメントを担う。
その他事業、プロモーション等の責任者(専門人材)		
事業性評価・ファイナンスの責任者(専門人材)	(氏名) 兒玉洋平「専従」 (出身組織名) (株)伊予銀行	(株)伊予銀行に17年勤務。1級ファイナンシャル・プランニング技能士の資格を取得。本部営業企画及び大洲支店における法人融資営業部門経験により、観光分野で事業性評価等のファイナンスを担う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	大洲市産業経済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="border-left: 1px solid black; border-right: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>その他の関係部署</p> <p>商工産業課 (創業支援、商店街活性化)</p> <p>文化スポーツ課 (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>地域活力課 (公共交通、移住、定住)</p> </div>	
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)	

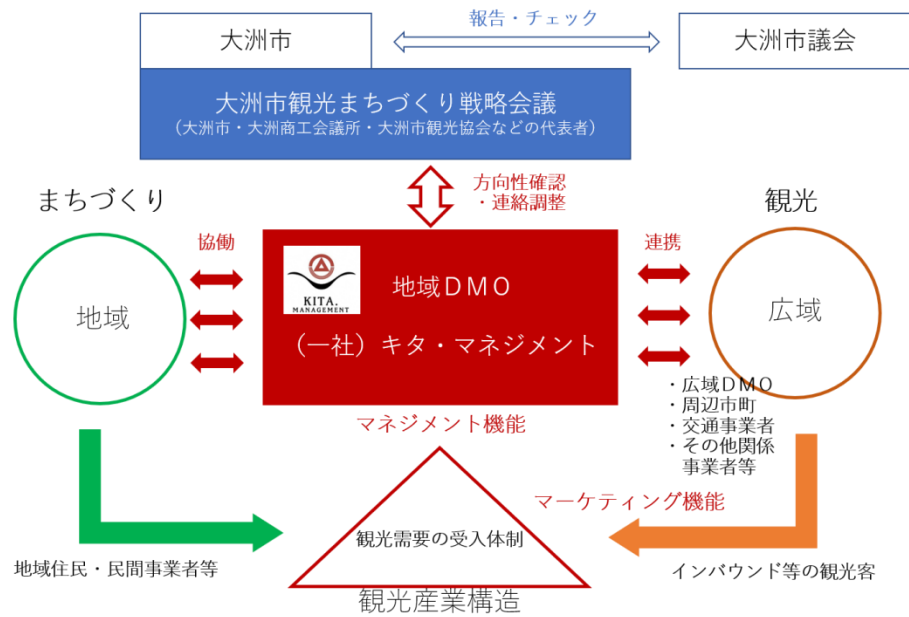
	<p>【地域住民グループ等との連携】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ N P O 法人 Y A T S U G I (町並み保全・地域づくり)</li></ul> <p>【ファンド等の連携】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 一般財団法人民間都市開発推進機構</li><li>・ 株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション</li></ul> <p>【DMO連携】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 一般社団法人せとうち観光推進機構 (広域連携DMO)</li></ul> <p>【マーケティング】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 株式会社矢野経済研究所</li></ul> <p>【公共交通機関等の連携】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 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」)</li></ul> <p>【主な官公庁との連携】</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 経済産業省 (地域未来投資成長分野促進モデル事業)</li><li>・ 愛媛県産業創出課 (創業支援)</li><li>・ 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</li></ul>
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>(該当する要件)</p> <p>①③④</p> <p>(概要)</p> <p>① DMOの理事に幅広い分野の関係団体の代表者が参画 理事及び社員に大洲市及び商工会議所、観光協会、古民家再生協会の代表者が参画し、法人の活動方針等の意思決定に関与している。</p> <p>③ 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>④ 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"><li>・ えひめ町並みミュージアム構想推進協議会 周辺3市町(内子町・大洲市・西予市)の行政及び関係団体で組織する協議会(平成14年発足)。インバウンドプロモーション及びDMOに関する情報共有などを行い、互いの連携を構築している。</li><li>・ 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月スタート。連携協定を締結した大洲市、バリューマネジメント、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。</li><li>・ 内子・大洲エリア観光推進プロジェクト 平成30年8月スタート。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。</li></ul>

(別添) 様式 1

<p>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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元説明会等の開催 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いる。</li> <li>また、市観光まちづくり戦略会議と共同で定期的（年2回程度）にマーケティング講習（分析結果の情報共有）、まちづくりシンポジウム等を開催している。</li> </ul>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一般社団法人キタ・マネジメント 平成30年7月法人登記、8月発足。これまでに地域住民等向けの活動説明会や会員募集活動等を実施。また、平成31年度からの本格事業開始に向けて諸準備を行っている。</li> <li>・主な実施事業             <ul style="list-style-type: none"> <li>①会員勧誘・管理事業</li> <li>②町家活用事業</li> <li>③ふるさと納税事業</li> <li>④旅行開発事業</li> <li>⑤指定管理事業</li> <li>⑥その他</li> </ul> </li> </ul> <p>(定量的な評価)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・31年度理事会等開催 3回</li> <li>・説明会、会員勧誘活動 20回</li> <li>・活用する町家の内諾数 10軒</li> <li>・ふるさと納税返礼品開発 2事業者</li> <li>・旅行業登録 地域限定旅行業登録</li> <li>・指定管理受託予定数 3施設</li> <li>・DMO連携 1DMO</li> </ul>
<p>実施体制</p>	<p>(実施体制の概要)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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本DMOの役割であり、大洲市の観光まちづくり戦略である。</p> <p>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年度策定予定）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。</p> <p>なかでも、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。</p> <p>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。</p>

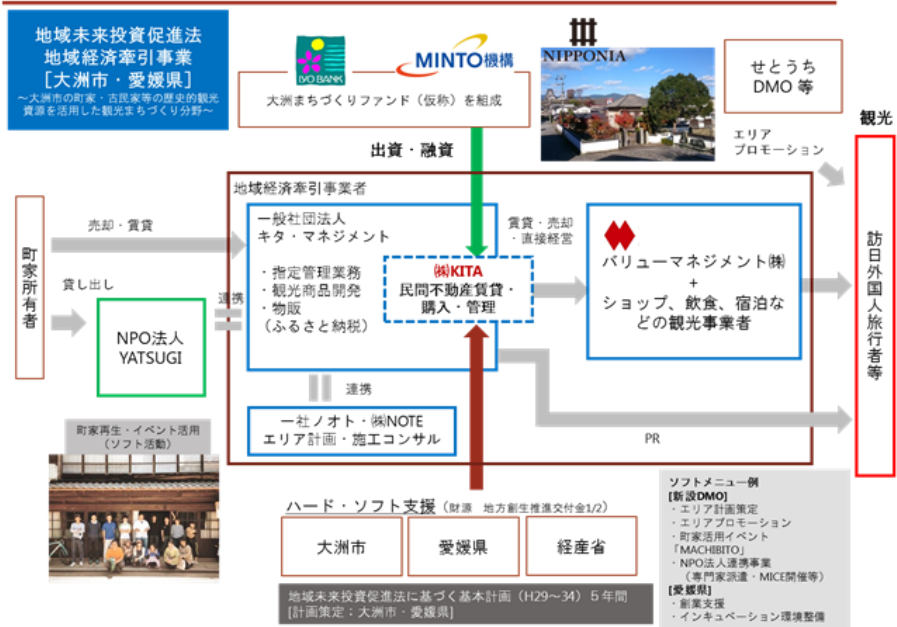
(実施体制図)

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. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域

【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】

(単位：人)

区分	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)
総観光客数	758,819	824,168	821,343			
主要観光施設	551,359	596,104	577,745			
うち 大洲城	35,779	37,228	37,269			
うち 臥龍山荘	30,000	37,616	37,926			
うち あさもや	145,511	187,133	177,965			
外国人観光客数	2,253	4,148	5,820			
外国人宿泊者数	303	669	628			

※総観光客数にはイベント等の参加者を含む

【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	肱川あらし 長高水族館 白滝	カヌー	
食・特産品	いもたき しぐれ 大洲盆地の野菜 肱川の川の幸	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	製蠶業 養蚕・製糸業 ポコペン横丁			

(別添) 様式 1

【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	11 施設	423 人	2 施設	29 人	1 施設	25 人		
公共宿泊施設					3 施設	122 人	2 施設	51 人
ユースホステル	1 施設	6 人						
民宿・ペンション							2 施設	42 人
キャンプ場ほか	3 施設	540 人						
計	15 施設	969 人	2 施設	29 人	4 施設	147 人	4 施設	93 人

【宿泊者数の推移】

(単位：人)

区分	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)
ホテル・旅館	55,875	49,767	43,307			
公共宿泊施設	7,722	8,026	7,900			
ユースホステル	156	127	62			
民宿・ペンション	175	153	189			
キャンプ場ほか	63,433	62,824	63,459			
計	127,361	120,897	114,917			

【利便性：区域までの交通、域内交通】

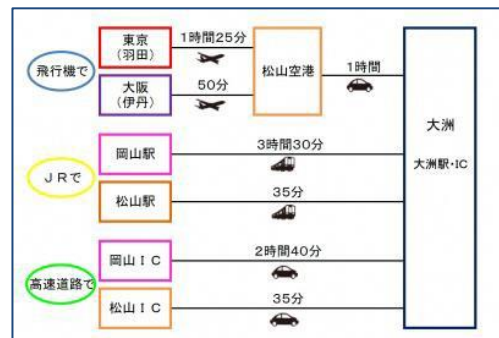
主な交通環境は右図のとおり。

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】

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。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

大洲市観光まちづくりマーケティング計画に基づきデータ収集・分析を実施している。

収集するデータ	収集の目的	収集方法
観光客動向	本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。

(別添) 様式 1

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	大洲城及び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。	次年度以降、収集方法を検討し実施予定。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<p><b>強み (Strengths)</b>  <b>「自地域で積極的に活用できる強みは何か？」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 肱川がつくる自然美 (臥龍、あらし等)</li> <li>・ 肱川を活用した体験 (鵜飼、SUP等)</li> <li>・ 城下町に残る歴史的な町並み</li> <li>・ 木造復元の大洲城</li> <li>・ 数寄屋の名建築 臥龍山荘</li> <li>・ 瀬戸内の海の幸</li> <li>・ 大洲盆地の野菜</li> <li>・ 観光列車「伊予灘ものがたり」</li> <li>・ 松山市・松山空港まで約1時間</li> </ul>	<p><b>弱み (Weaknesses)</b>  <b>「自地域で改善を必要とする弱みは何か？」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光組織の弱さ</li> <li>・ 観光の専門人材 (経営) が不足</li> <li>・ 財政力の弱さ</li> <li>・ インバウンド、観光客向けの宿泊不足</li> <li>・ 地域の民間投資の弱さ</li> <li>・ 周辺市町とのオペレーション連携</li> </ul>
外部環境	<p><b>機会 (Opportunity)</b>  <b>「自地域にとって追い風となる要素は何か？」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 安定政権</li> <li>・ 好景気、アベノミクス、観光立国の推進</li> <li>・ 国の推進体制の充実</li> <li>・ 訪日外国人旅行者 (インバウンド) の増加</li> <li>・ 2020 オリパラ</li> <li>・ SNSなど情報化社会の進展</li> <li>・ 観光ニーズの多様化</li> <li>・ 古民家ホテルの流行</li> <li>・ 民間事業者の観光産業への投資熱の上昇</li> <li>・ せとうちDMOの誕生</li> <li>・ 高松空港の頑張り</li> <li>・ 道後温泉旅館の宿泊キャパシティ低下</li> </ul>	<p><b>脅威 (Threat)</b>  <b>「自地域にとって逆風となる要素は何か？」</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際情勢 (東アジア)</li> <li>・ 災害 (地震・豪雨)</li> <li>・ 町並みを形成する町家の取り壊し等</li> <li>・ 人口減少</li> <li>・ 九州、山陰、東北の頑張り</li> <li>・ 人口減少に伴う収税等の歳入減</li> <li>・ 道後温泉改修工事</li> </ul>

## (2) ターゲット

<p>○第1ターゲット層 欧米豪の旅慣れた知的旅行者</p>
<p>○選定の理由、○取組方針 四国の辺境にわざわざ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などの地域資源は親和性が高い。欧米豪は国際市場が大きく、ターゲット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」の拠点地区であり、せとうちDMOの第1ターゲットと戦略が合致しており、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>【活用データ】 観光コンテンツブラッシュアップ（せとうち・海の道）報告書ほか</p>
<p>○第2ターゲット層 香港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。 香港人を第2ターゲットに置き、英語を中心とした多言語化を進め、欧米豪にも対応していく戦略を描く。</p> <p>【活用データ】 四国地域における観光地域支援事業の実施に関する方針（案）ほか</p>
<p>○第3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。</p> <p>【活用データ】 市観光まちづくりマーケティング調査ほか</p>



### (3) コンセプト

#### 観光のコンセプト

①コンセプト	—Authentic OZU 100— <b>100年前の古き良き日本を体感 (仮)</b>
②コンセプトの考え方	・ 肱川沿いに佇む城下町「大洲」。江戸期以降、流域には木蠟、製糸、和紙、材木など多くの産業が隆盛した。特に約 100 年前の 20 世紀初頭は、人、物、経済がこの地域に集積し、まちは活気だっていた。 ・ DMOは大洲が最も栄えた 100 年前の賑わいを取り戻すため、城下町の町家を活用し宿泊施設の整備、町家活用型イベント「城下の MACHIBITO」の開催、臥龍山荘を利用したリトリート、120 年の時を超え甦った大洲城でのリトリート、肱川での鵜飼など受け継がれた食文化とともに観光客に提供していく。 ・ なお、観光客に対する消費者目線のプロモーション及びブランディングのコンセプトは、連携するDMO等と創り上げながら打ち出していく予定であり、現時点では仮設定とする。

#### まちづくりのコンセプト

①コンセプト	◆ <b>基本理念 (コンセプト)</b> — <b>地域の文化を未来へとつなぐ</b> — 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 (民間投資の誘発) ◆ <b>DMOの目的</b> 地域の資源を民間の力で新たな価値に変換する ※ <b>地域の資源</b> 歴史、文化、自然、風土など ※ <b>価値の変換</b> 観光、リノベーション、物販などを手段に、価値を変換 ◆ <b>結果として・・・</b> 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「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もつ。

## 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	<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 2-3 回開催）</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とり、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、地域住民とは既存の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>また、市、戦略会議、DMOと共同で定期的（年 2 回程度）にマーケティング講習（分析結果の情報共有）、まちづくりシンポジウム等を開催し、多様な関係者との戦略を共有している。</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については、観光関連事業者への業務支援（コンサルティング等）を通じた共有方法が最良である。観光ビジネスとして、同じベクトルで事業展開を図ることは経済需要面においてメリットが大きい。また、観光客にとっても観光地の魅力が統一されており、伝わりやすく効果が高いと考えている。現時点で業務支援の実績はないが、今後体制を整えていく中で徐々に実績と結果を残していく。</p>
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るため、次年度以降、ホームページ等情報発信及びオペレーションの統一を順次実施していく。</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>

**6. KPI (実績・目標)****(1) 必須KPI**

指標項目	単位	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)
●旅行消費額	円	—	—	—	計測中		
●延べ宿泊者数	人	127,361 (303)	120,897 (669)	114,917 (628)	計測中	110,000人 (800人)	115,000人 (1000人)
●来訪者満足度	%	—	—	—	計測中	30年度に調査を行い、31年度に目標値を設定	
●リピーター率	%	—	—	—	計測中		

## ※年次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】**

大洲市観光まちづくりマーケティング計画（H29策定）に基づき、KPIを設定。  
現在、調査実施中であり、集計結果をもとに目標値を設定する。

**【設定にあたっての考え方】**

## ●旅行消費額

観光需要の受入を担当する地域DMOとして最も重要な指標である。  
現在、対面アンケートにより収集中であり、今後分析を加えKPIに反映させる。

## ●延べ宿泊者数

これまで大洲市で収集したデータがあり、集計が可能。  
ただ、ビジネス・観光など宿泊目的が多様かつビジネス利用者が多い本地域において、観光による効果が表れにくい特徴をもつ。  
観光客に限定した集計について、現在検討中。

## ●来訪者満足度

DMOでは、地域住民とともに観光客をウエルカムに受け入れる環境づくりを目指しており、指標として採用。現在、対面アンケートにより調査を実施中であるが、比較的満足度が高めに出してしまう特徴がある。調査分析手法に工夫が必要。

## ●リピーター率

再訪意欲が喚起されることが持続的な交流人口の拡大につながることから、KPIに設定。  
現在、対面アンケートにより調査を実施中であるが、近郊からの来訪も多く、比較的反復率が高めに出してしまう特徴がある。調査分析手法に工夫が必要。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標

指標項目	単位	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	H31 (2019)	H32 (2020)
●町家活用軒数	軒	—	—	—	—	5 軒	5 軒
●雇用者数	人	—	—	—	—	—	10 人
●インバウンド来訪者数(欧米豪)	人	—	—	—	計測中	30 年度に調査を行い、31 年度に目標値を設定	
●インバウンド来訪者数(香港)	人	—	—	—	計測中		

※項目及び年次・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の主要事業の進捗を計測するために、観光産業を確立する上で重要となる町家を活用した民間事業者の進出をアウトプット(活動)指標として設定。また、プロモーション活動に伴うアウトカム(成果)指標として、インバウンド来訪者数(欧米豪・香港)を設定。

【設定にあたっての考え方】

●町家活用軒数

民間事業者が町家を活用し事業を開始した時点の軒数を集計。成果は必須KPIの消費額や宿泊者数に反映する。

●雇用者数

民間事業者の進出に伴う雇用者数を集計。産業の付加価値額として別途、経済効果測定に反映する。

●インバウンド来訪者数

第1ターゲット、第2ターゲットの欧米豪・香港の来訪者数を集計。現在、実施している大洲城・臥龍山荘での対面アンケートによる。来訪者数と占有率の分析によりプロモーション等の効果を図る。

## 7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

## (1) 収入

年度	総収入 (円)	内訳
2018 (H30) 年度	(円) 3,040,000	(円) 【大洲市観光まちづくり戦略会議からの補助金】 3,040,000  ※資本の部 【大洲市からの出損金】 10,000,000
2019 (H31) 年度	(円) 137,180,000	(円) 【市負担金】 10,000,000 【市補助金】 10,000,000 【売上収入等】 74,760,000 【委託料等】 42,420,000
2020 (H32) 年度	(円) 173,265,000	(円) 【市負担金】 14,500,000 【売上収入等】 114,145,000 【委託料等】 44,620,000
2021 (H33) 年度	(円) 179,150,000	(円) 【市負担金】 10,500,000 【売上収入等】 119,030,000 【委託料等】 49,620,000
2022 (H34) 年度	(円) 191,825,000	(円) 【市負担金】 10,500,000 【売上収入等】 131,705,000 【委託料等】 49,620,000

## (別添) 様式 1

## (2) 支出

年度	総支出	内訳
2018 (H30) 年度	(円) 8,040,000	(円) 【法人運営】 200,000 【町家活用】 2,000,000 【ふるさと納税】 1,700,000 【旅行開発】 300,000 【指定管理】 800,000 【総務管理】 3,040,000
2019 (H31) 年度	(円) 137,652,000	(円) 【法人運営】 2,500,000 【ふるさと納税】 2,500,000 【旅行開発】 13,750,000 【指定管理】 59,402,000 【物販】 29,000,000 【広報宣伝】 8,000,000 【スポット】 3,000,000 【総務管理】 19,500,000
2020 (H32) 年度	(円) 173,152,000	(円) 【法人運営】 2,500,000 【ふるさと納税】 2,500,000 【旅行開発】 14,550,000 【指定管理】 98,602,000 【物販】 29,000,000 【広報宣伝】 8,000,000 【スポット】 3,000,000 【総務管理】 15,000,000
2021 (H33) 年度	(円) 182,617,000	(円) 【法人運営】 2,500,000 【ふるさと納税】 2,500,000 【旅行開発】 17,375,000 【指定管理】 105,602,000 【物販】 29,000,000 【広報宣伝】 8,000,000 【スポット】 3,000,000 【総務管理】 14,640,000
2022 (H34) 年度	(円) 195,102,000	(円) 【法人運営】 2,500,000 【ふるさと納税】 2,500,000 【旅行開発】 20,000,000 【指定管理】 105,602,000 【物販】 29,000,000 【コンサル】 5,000,000 【広報宣伝】 8,000,000 【スポット】 3,000,000 【総務管理】 19,500,000

(別添) 様式 1

※1 一般社団法人キタ・マネジメントの収益的収支とする。

※2 収入・支出ともに現時点で詳細な積算が困難であり、計画提出時点の試算とする。

※3 (株) KITA による町家等の活用に伴う収益は現時点では算入しない。

※4 資産形成に伴う資本的収支は算入しない。

### (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

- ・ 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
- ・ コンサルティング収入
- ・ スポット業務受託収入
- ・ ふるさと納税業務受託収入
- ・ 物販業務収入
- ・ 滞在型旅行事業の企画運営収入
- ・ 観光コンテンツ企画運営収入 等

## 8. 日本版DMO形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

大洲市は、一般社団法人キタ・マネジメントを大洲市における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人キタ・マネジメントとともに申請します。

## 9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	兒玉洋平
担当部署名(役職)	一般社団法人キタ・マネジメント(総務課長)
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(直通)
FAX 番号	0893-24-1350
E-mail	takering325@gmail.com

## 10. 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	村中 元
担当部署名(役職)	大洲市産業経済部観光まちづくり課(専門員)
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(直通)
FAX 番号	0893-24-1350
E-mail	hajime.muranaka@city.ozu.ehime.jp