

1 戦略ビジョンについて

(1) 目的

将来目指すべき方向性を多様な関係者が共有し、一貫性、一体性のある観光まちづくりを推進していくとするもの。

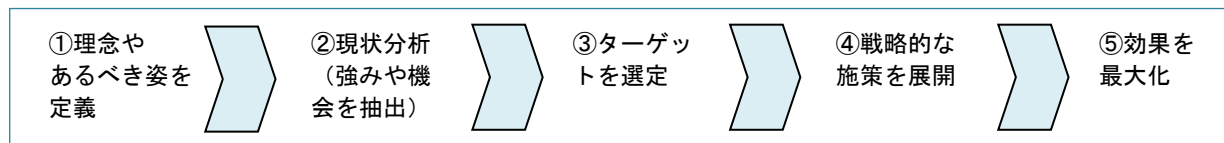
(2) 多様な関係者

地域住民をはじめ、行政、DMO、民間事業者、関係団体・機関など多様な関係者で戦略ビジョンを共有していくことが理想。

(3) 戦略ビジョンの構成

戦略ビジョンは、多様な関係者が共有するため、シンプルで分かりやすい構成が重要。

■構成



2 理念・あるべき姿

(1) 理念

ー地域の文化を未来へとつなぐー

歴史、文化、自然、風土など本市の地域固有の資源を保全し、かつ民間事業者との協働により新たな価値を創造し、また価値を高め、地域資源を徹底して観光まちづくりに生かすことで、地域に産業を根付かせ、地域経済の発展に寄与していく。

(2) あるべき姿

多様な関係者が互いに連携し、理念に基づいた戦略ビジョンを実行していくことで「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」をめざす。

3 現状分析（SWOT分析）

SWOT分析により、機会を生かして強みを伸ばし、弱みや脅威を克服、回避する戦略をとる。

	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？」 ・NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町のオープン等 ・城下町に残る歴史的な町並みや大洲城（日本初の城泊事業） ・周辺エリアに残る暮らしや風景 ・2022 世界の持続可能な観光地 TOP100 選定 ・2022 グリーンディステーションズストーリーアワード 「文化・伝統保全」部門で世界 1 位 など国際的な認証 など	弱み (Weaknesses) 「自地域で改善を必要とする弱みは何か？」 ・観光まちづくり組織の弱さ ・観光まちづくり専門人材の不足 ・インバウンド、観光客向けの宿泊施設不足 ・地域の民間投資の弱さ ・周辺市町との連携不足 ・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。 ・インバウンド回復に伴う受入体制 など
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 ・2025 大阪万博、瀬戸内芸術祭 ・古民家ホテルの流行 ・SDGs への貢献等旅行スタイルの変化 ・R4 年 10 月コロナ禍による入国制限の緩和 ・R5. 5. 8 から入国制限撤廃予定 など	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等 ・人口減少及びこれに伴う税収等の歳入減 ・新型コロナウイルス感染症の世界的流行 ・資材高騰 ・ロシアによるウクライナ侵攻 など

4 ターゲットの選定、マーケティング・プロモーション

- 狙う市場はインバウンド市場
- 第1ターゲットは、欧米豪の旅慣れた知的旅行者
- 第2ターゲットは、香港、台湾の旅慣れた知的旅行者
- 第3ターゲットは、第1ターゲットに感化された日本人旅行者
- インバウンド市場のマーケティングは、せとうちDMOと連携（2019年7月連携協定）
- 地域マーケティングは、マーケティング計画に基づき実施
- プロモーションは、ブランディング・プロモーション戦略計画に基づき実施

5 主要事業（戦略プログラム）

（1）地域DMOの形成・確立
・一般社団法人キタ・マネジメントの形成・確立・運営 ・観光関連施設指定管理者の連携及び統合 ・市観光協会との役割分担の調整 ・集客交流拠点施設（まちの駅あさもや、大洲駅観光案内所）の機能充実
（2）旧城下町エリアの町並み保全と活用
・町家・古民家等の歴史的資源の活用（「町家活用エリア実施計画」に基づき実施） ・旧松井家住宅、旧加藤家住宅の整備・活用 ・大洲城キャスルスステイの実施 ・城下のMACHIBITOの継続実施（おおず浪漫祭と統合し、継続実施） ・おおず歴史華回廊の継続実施 ・文化財観光施設を活用した高付加価値化事業の実施
（3）観光のデジタルシフトへの対応
「ブランディング・プロモーション戦略計画」等に基づき実施 ・観光情報ウェブサイト整備 VisitOzu（日本語）、VISIT0ZU（英語） など ・素材収集 ・ウェブマーケティング、ウェブプロモーション
（4）周辺エリア（長浜・肱川・河辺など）への波及
「内子・大洲周辺エリアプロダクト開発基本計画」に基づき実施 ・長浜・肱川・河辺など周辺エリアでのコンテンツ開発 ・内子町との地域連携 ・せとうちDMOとの広域連携 ・せとうちDMOとの広域連携（2019年連携協定）
（5）SDGsへの貢献と持続可能な観光まちづくりの推進
・SDGsへの貢献 ・持続可能な観光まちづくりの推進

6 スケジュール（5年）

主要事業（戦略プログラム）のスケジュール

（赤色線＝実施及び実施が決定しているもの）

1 年目 2019 年度	2 年目 2020 年度	3 年目 2021 年度	4 年目 2022 年度	5 年目 2023 年度	以降 2024 年度～
・戦略ビジョン 詳細検討（毎年度実施）					
・あさもや、JR 案内所、赤煉瓦館DMO指定管理					
	・大洲城、臥龍山荘DMO指定管理				
		・盤泉荘 旧加藤家住宅DMO指定管理			
・町家の整備（5 か年）					
	・大洲城キャッスルステイ実証実験 2020 年 7 月～稼働				
・おおず歴史華回廊（2020 年 4 月以降 DMOで展開）					
・城下の MACHIBITO（最終回）					
			・おおず浪漫祭と統合し、継続実施		
・観光 WEB サイト構築、ブランディング・プロモーション、マーケティング					
・内子・大洲エリア観光プロジェクト（最長 5 年） 周辺エリアのコンテンツ開発					
・せとうちDMOとの連携協定（インバウンド市場へのプロモーション等）					
				・持続可能な観光まちづくり推進計画策定	