

大洲市観光まちづくり戦略会議

第13回会議資料

大洲市観光まちづくり戦略会議事務局

(大洲市環境商工部 観光まちづくり課)

目 次

○大洲市戦略会議 構成員名簿	1
○議案および報告事項	
報告第 1 号 委員等の変更について	2
報告第 2 号 令和 7 年度中間報告について	3
報告第 3 号 令和 7 年度仮収支決算について	3 2
報告第 4 号 専決事項について	3 3
議案第 1 号 次期戦略ビジョン策定方針及び策定手法について	3 4
議案第 2 号 会則の一部改正について	4 8

大洲市観光まちづくり戦略会議 構成員名簿

【委員】

令和8年1月1日

No.	所 属	職 名	氏 名	備 考
1	大洲市	市長	二宮 隆久	会長
2	大洲市議会産業建設委員会	委員長	山本 かずや	
3	一般社団法人キタ・マネジメント	代表理事	高岡 公三	
4	大洲商工会議所	会頭	久保 登	副会長
5	長浜町商工会	会長	鈴木 正一郎	
6	川上商工会	会長	大野 彰一	
7	大洲市観光協会	会長	藤岡 周二	副会長
8	大洲市物産協会	会長	原田 浩	
9	大洲商店会連合会	会長	中野 吉貴	
10	愛媛県料飲業生活衛生同業組合	大洲支部長	米澤 長幸	
11	愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合	大洲支部長	太田 一郎	
12	愛媛たいき農業協同組合	代表理事組合長	田淵 博幸	
13	大洲市森林組合	代表理事組合長	増岡 学	
14	大洲金融協会	会長	納田 崇	
15	大洲市自治会連絡会議	会長	小川 陽一	
16	大洲青年会議所	理事長	亀田 翔平	

【監事】

1	大洲市	会計管理者	矢野 雅之	
---	-----	-------	-------	--

【オブザーバー委員】

1	大洲婦道会	女性団体	上野 マリエ	
2	地域活性化起業人	民間企業	小山 亜希	
3	(一社) キタ・マネジメント	インバウンド誘客 担当	謝 環	

【事務局】

No.	所 属	職 名	氏 名	備 考
1	大洲市環境商工部	部長	徳石 伊重	事務局本部長
2	大洲市環境商工部観光まちづくり課	課長	押田 清	事務局長
3	〃	課長補佐	中塙 寛之	
4	〃	専門官	河野 悟久	
5	〃	係長	河野 誠	
6	〃	係長	久世 雄也	
7	〃	主事	久保 健介	

※一般社団法人キタ・マネジメントより数名参加

報告第1号

委員等の変更について

大洲市観光まちづくり戦略会議委員等の変更について、次のとおり変更する。

令和8年1月1日現在
(順不同・敬称略)

【委員】

機関・団体	新任者	前任者
大洲市議会産業建設委員会	山本 かずや	安川 哲生
大洲商工会議所	久保 登	城戸 猪喜夫
大洲市物産協会	原田 浩	玉井 正一郎
大洲金融協会	納田 崇	工藤 太張
大洲市自治会連絡会議	小川 陽一	口井 瞳雄
大洲青年会議所	亀田 翔平	西田 典正

令和8年1月30日
大洲市観光まちづくり戦略会議

報告第2号
令和7年度中間報告について

R7.11末時点

一般社団法人キタ・マネジメント

0.次第

01 | 観光客受入環境整備環境整備

オーバーツーリズム対策・多言語化・二次交通対策

02 | 地域資源の面的活用による高付加価値化

歴史的資源の活用・観光資源の分野拡大/対象エリアの拡大

03 | マーケティング及びプロモーション

インバウンド誘客・Visit Ozu・メディア露出・ブランディング
・観光客数・DMO連携

04 | 持続可能な観光地づくり

ゴールドランクに向けた取組み

05 | 地域における人材の採用・育成

ガイド育成

06 | コミュニティ形成・地域住民理解の促進

Ozu News・観光教育・シンポジウム・大洲まちづくり大学
・関係人口創出・インターナンシップ

01. 観光客受入環境整備環境整備

オーバーツーリズム対策/多言語化

01 | 内容

- 観光庁「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」を活用し、私有地への観光客の侵入や渋滞、観光施設の混雑を解消するため、デジタルMAP及び看板の設置等を実施

02 | 実績

- 地域協議会の実施
- デジタルMAPの整備
- 看板の整備
- AIカメラの設置



01 | 内容

- 観光庁「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」を活用し、インバウンドが増加する中で大洲の本質的な魅力を伝えるため、まちや観光施設の歴史的背景や町家再生のストーリーなどの多言語化を実施

02 | 実績

- 英語/繁体字/ハングルの3か国語に多言語化されたテキストとパネル、パンフレット

利用 NO 021_001-1

Ozu Discovery Center

Learn about the story of Ozu's castle town through the displays of historic photographs and images at the Ozu Discovery Center. The facility occupies the former storehouse of a nineteenth-century washi workshop set on 120 centimeter-high stone foundations to protect against river floods. It contains exhibits that tell the story of Ozu's growth from its development of trade in washi products. Exhibits inside trace the town's growth from the fourteenth century through boom times in the nineteenth century and subsequent decline, and to recent community-led revitalization efforts. The center provides information and brochures on local attractions, as well as a rest area.⁴¹

大洲歴史探訪館/大洲歴史探訪館の歴史・役割（カイタス）
大洲駅前案内所では、歴史的な写真や映像の展示を通して、大洲の地下町の物語を学ぶことができます。この施設は19世紀の製紙人の倉庫を利用しており、川の氾濫から倉庫を守るために高さ120センチの石造りの基礎の上に設置されています。この構造は、錦製品の貿易の路線によって大洲が避けた繁栄を象徴しています。内部の展示は、14世紀の町の発展から、19世紀の衰退期、その後の衰落、そして近年の町並みの再生への取り組みまで、この町の発展をどうぞご覧ください。この案内所では、地元の錦製品小売に関する情報やパンフレットを提供しており、休憩所も併設されています。

01.観光客受入環境整備環境整備

二次交通対策

01 | 内容

- 伊予大洲駅前からの観光の足の確保のため、レンタカー設置を誘致

02 | 実績

- トヨタレンタカー 1台整備



01 | 内容

- 多様な交通手段の確保のため、空飛ぶクルマや民間ヘリの導入

02 | 実績

- 空飛ぶクルマの実証実験 (R7.11)
- ヘリパッドの整備 (R8.2 : 実証実験予定 R8.4- 受入開始予定)



02.地域資源の面的活用による高付加価値化

歴史的建造物の活用①

01 | 内容



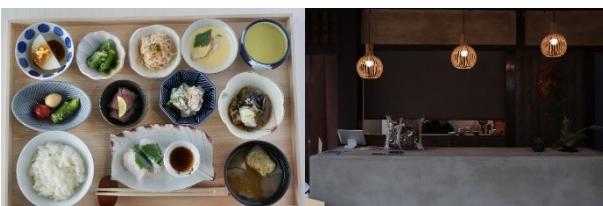
旧平田邸



左：旧宮崎邸 右：旧小倉邸



古民家モール旧藤本医院に進出したniko.358



旧城戸邸に進出した
古民家 栄

02 | 実績

◎開発物件

- ・ 旧平田邸
合同会社ヒトシマによりギャラリーが来年度オープン予定
- ・ 旧宮崎邸/旧小倉邸
Cafe&Hotel Palette STAYsが増床予定

◎新規出店（内容、出店場所）

- ・ niko.358（ステンドグラス及びアイシングクッキー：古民家モール旧藤本医院）
- ・ クレア商會（本屋：古民家モール旧藤本医院）
- ・ 古民家 栄（ランチなど：旧城戸邸）

02.地域資源の面的活用による高付加価値化

歴史的建造物の活用②

域内の区分	令和5年度	令和6年度	令和7年度
①再生した歴史的建造物※累計	31棟	<u>32棟</u>	<u>35棟</u>
②進出事業者数※累計	24事業者	<u>28事業者</u>	<u>34事業者</u>
③観光消費額	346百万円	—	—
④新規雇用者数※累計	153人	—	—
⑤移住者数※累計	33人	—	—

02.地域資源の面的活用による高付加価値化

観光資源の分野拡大/対象エリアの拡大①

01 | 内容

◎新規コンテンツ

- ・大洲城キャッスルバー
- ・観光人力車30分コース
- ・長浜 肱川あらし見学
- ・少彦名神社専門案内人プラン
- ・長浜ふぐブランディング事業

02 | 実績

令和7年度		
主要コンテンツ名	販売数	販売金額
OZU STORIES (大洲城下町再生の物語)	36件	921,600円
大洲城ナイトツアー	4件	58,160円
キャッスルダイニング	0件	0円
入城セレモニー	2件	1,980,000円
キャッスルステイ	9件	19,029,637円

03 | 肱川地域活性化支援業務

肱川地域において、講演会の実施や地域資源の発掘、コンテンツの実証などを行う。

受託金額：¥908,100（税抜）

状況 講演会×2回：完了

リスト作成：作業中

コンテンツ化実証実験：企画案作成中。肱川地区のコンテンツを組み込んだ宿泊プランの醸成+有識者によるモニターツアーで実施予定

02. 地域資源の面的活用による高付加価値化

観光資源の分野拡大/対象エリアの拡大②

01 | 內容

- ・ 地域の特性を生かしたお土産開発の実施
 - ・ インバウンドに対して特産品の販売の促進を行うため、商工産業課からの受託事業「特産品におけるインバウンド消費拡大支援業務」を実施

02 | 実績

- ・ 地域事業者と連携したお土産商品開発
 - ・ 地域特性を生かした商品の開発
 - ・ 多言語化パネル整備/WEB公開



志ぐれ

上で説明したとおり、小切手の発行を主目的とする「クレジットカード」は、上記の表示、大引出金額表示欄の右側に「—」記入。有効期限表示欄の右端の製造年月欄に「—」記入。左端の年月欄に「—」記入。右端の年月欄に「—」記入。

Sugarcane Sugarcane (Saccharum officinarum) is a grass that is widely cultivated throughout the tropics and subtropics for its sweet, sugary juice. It is a tall, erect, clumped grass with long, narrow leaves and a fibrous root system. The plant has a thick, hollow stem called a ratoon, which is used for making sugar, rum, molasses, and other products. Sugarcane is a major source of energy and a key part of the global economy.

的因素，包括政治、经济、社会、文化、军事等。这些因素对国家安全的影响是深远而复杂的。



大洲くらふとコーラ「ぞぶる

大別帽のタクツヨウである文庫からひととく。『ざぶる』は、歴史的小説が文庫で販売され活用して出版されました。日本版の歌謡小集の歌詞、シティックの歌が重なった、文庫ならではのグラフィックアートです。歌詞はなんどん、お詫びや風呂、フィギュアシンなどと並んでお読みいただけます。

Our Our Cola Zoham
Our Our Cola Zoham is a blend of our original rum, Our, and allspice and
Menthol and Spearmint products to create a unique and unique beverage.
It features The Rum is a blend of red朗姆酒, the heat of ginger, and the rich
depth of Shiitake mushrooms. It can be enjoyed with a variety of mixers,
including soda water, orange juice, milk or even like white chocolate.

大和の食 ZOBURU COLA
日本最初の大和市で有名な「大和飴飴可樂ZOBURU COLA」。児童の歯むき習慣を確立するための飲料として、多くの家庭で愛飲されています。大和の名物「大和飴」を配合した濃厚な味わい。主成分は砂糖、炭酸水、大和飴の配合で、炭酸水を多く含んでいます。甘さ控えめで、お子様にも安心して飲んでいただけます。

03.マーケティング及びプロモーション

インバウンド誘客（ツアーチャンネル）

01 | 内容

◎商談会への参加：4回

(開催地) 国内2回 海外2回

※松山1回、愛知1回、台北1回、メルボルン1回

◎アプローチ数：27社

※国内5社、アジア10社、欧米、豪11社

◎FAM・視察の受入：14回

(主催) 他団体7回 自主3回

※愛媛県5回、四ツ創1回、せとうちDMO 5回

※自主：欧米豪2回、香港1回

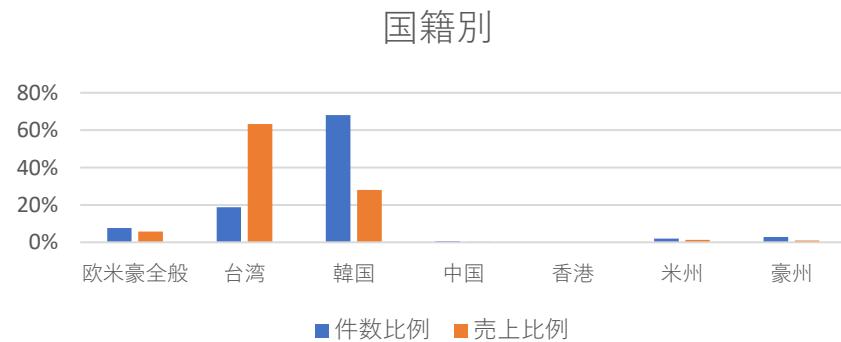
◎アプローチ数：47社

※アジア23社、欧米豪21社、メディア3社

02 | 実績

項目	件数	人数	売上	平均単価
R7年度	349	11,517	23,557,795	67,501
R6年度	308	8,233	17,392,136	56,468
昨対比	113%	140%	135%	120%

※観光部門にて売上が発生したツアーのみを集計



03.マーケティング及びプロモーション

Visit Ozu①

01 | 内容

- Visit OzuのSEO対策やお知らせの更新を多頻度で行うことで、検索順位・PV数を向上
- 若年層への認知獲得を目的に、Visit OzuのTik Tokアカウントを開設
- Instagram広告を①愛媛県内、②東京・大阪の都市部、③米豪、④台湾・香港に出稿することで、認知を拡大
- 観光庁「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」においてデジタルマップを構築



02 | 実績

SEO対策による検索順位の向上、Instagramへの広告出稿によってPV数が大きく増加した。また、デジタルマップを公開することで、大洲城下町内の周遊を促進した。

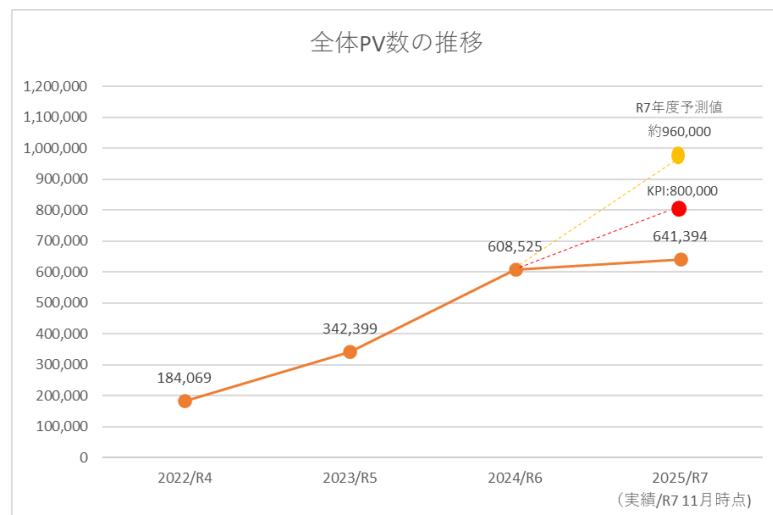
- Visit Ozu PV数：641,394PV (+ 59.5%)
- SEO平均掲載順位：6.7位 (2025年3月：8.8位)
- お知らせ/特集投稿：52回
- SNS投稿数：58回
- SNSフォロワー数：4542人 (+ 1977)
- Tik Tokフォロワー数：217人



03.マーケティング及びプロモーション

Visit Ozu②

項目	2023/R5	2024/R6	2025/R7 (実績 R7 11月時点)	昨対比 (増加数 R7 11月時点)	R8年度KPI	目標達成率 (%) R7 11月時点	調査方法
全体	342,399	608,525	641,394	+32,869	800,000	80.2%	根拠：Googleアナリティクス ・キタMが収集し、市に毎月報告
日本語	342,399	569,451	582,287	+12,836	700,000	83.2%	根拠：Googleアナリティクス ・キタMが収集し、市に毎月報告
英語	-	23,197	34,859	+11,662	50,000	69.7%	根拠：Googleアナリティクス ・キタMが収集し、市に毎月報告
繁体字	-	15,877	24,248	+8,371	50,000	48.5%	根拠：Googleアナリティクス ・キタMが収集し、市に毎月報告



- R711月時点でVisit OzuのPV数は昨対比超え、R7年度の全体PV数予測は960,000となり、認知度獲得に寄与している。
- 英語及び繁体字は内容の充実とSNS広告の効果もあり昨対比を大きく超えているが、KPI達成率はいずれも芳しくないため、R7年度末に向けて広告動画の差し替えを行うことでCVR（コンバージョン率）の向上及びKPI達成を図る。

03.マーケティング及びプロモーション

メディア露出

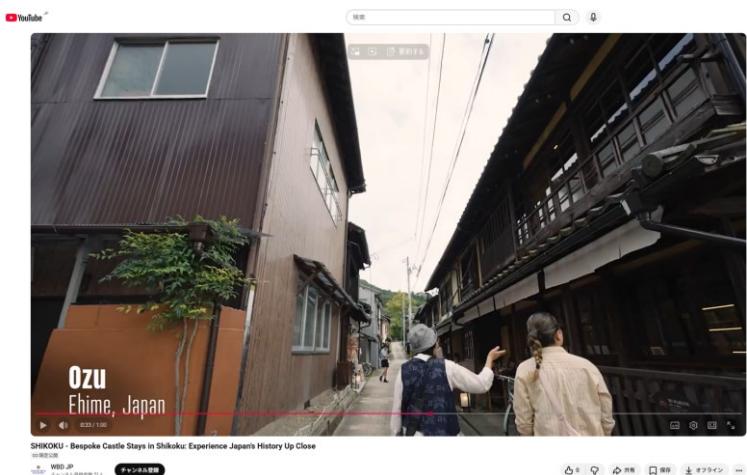
01 | 内容

- イベント開催に合わせて、プレスリリースを行い、メディアアプローチを実施。大洲への取材を受け入れる場合は、先方のニーズをヒアリングし、先方の希望と大洲市の宣伝効果を最大限に引き出せるようにアテンド対応を実施

02 | 実績

昨年に引き続き、「ナニコレ珍百景」「10万円ができるかな」「週刊情報チャージ！チルシル」などの全国放送や、「ディスカバージャパン」・「日本経済新聞」の全国紙をはじめ、61件のメディア媒体に露出。「ディスカバリー・チャンネル」の関連メディアにも掲載。

- メディア対応 : 14回（対面）
- 執筆 : 2回
- プレスリリース : 5回
- 広告換算効果 : 26年3月換算予定
- メディア露出 : 61件（25年11月末時点）



03.マーケティング及びプロモーション

ブランディング

01 | 内容

- 知名度向上のため、各種賞への申請を実施

02 | 実績

- ① 9月 「台湾大五回地域振興大賞」入賞
- ② 10月 一般財団法人都市みらい推進機構「令和7年度土地活用モデル大賞」国土交通大臣賞受賞（最優秀賞）
- ③ 10月 観光庁「先駆的DMO」選定
- ④ 10月 「POTLUCK AWARD 2025」最終審査ノミネート
- ⑤ 1月 「JAPAN TRAVEL AWARDS 2026」観光開発部門受賞



国土交通大臣賞
産官連携による歴史的資源を活用した観光まちづくり
栄螺島大洲市は、江戸朝の「下町」として発展し、明治以降は大帆や製糸業で栄えた地図です。現在も歴史的価値の高い古民家が多く残る中心市街地では、官民連携による観光まちづくりが進められており、その中核を担うのが、DMO「キラ・マネジメント」と、子会社「株式会社KITA」により運営されている戦略的に分散型ホテルの開発を中心とする古民家再生プロジェクトです。

- 土地面積 約 8,000 m²
- 不動産投資専門会社の会社KITAを一般社団法人キラ・マネジメント、MINOTE、伊予銀行グループとともに設立して投資資金を集中させて不動産投資を実施。

【栄螺島大洲市】

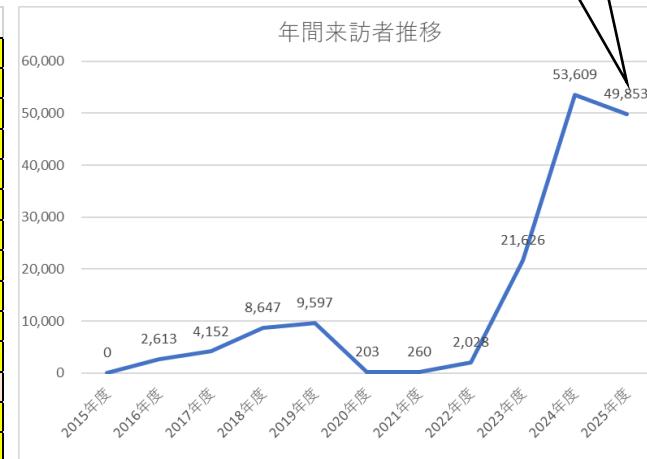
03.マーケティング及びプロモーション

観光客数①

最終見込 63,363人

01 | 主要5施設インバウンド来訪者数（臥龍山荘・大洲城・あさもや・盤泉荘・駅案内所）

【全体】													合計
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
2015年度	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2016年度	197	179	128	248	329	209	259	286	249	142	130	257	2,613
2017年度	317	211	247	259	266	229	415	722	418	339	338	391	4,152
2018年度	595	688	461	415	615	438	704	1,342	869	844	842	834	8,647
2019年度	1,047	954	805	965	754	629	844	1,402	919	788	424	66	9,597
2020年度	6	0	0	30	41	21	11	20	17	5	15	37	203
2021年度	42	0	3	17	18	32	24	50	19	13	18	24	260
2022年度	27	92	54	17	66	43	76	318	182	276	206	671	2,028
2023年度	1,535	1,078	1,140	1,028	1,096	1,130	1,606	3,167	2,697	2,383	2,121	2,645	21,626
2024年度	2,493	2,248	2,759	3,042	2,229	3,448	4,551	6,920	6,552	5,893	6,046	7,428	53,609
2025年度	7,049	6,896	6,092	4,649	4,351	5,192	7,855	7,769	0	0	0	0	49,853
昨対数	4,556	4,648	3,333	1,607	2,122	1,744	3,304	849	▼-6,552	▼-5,893	▼-6,046	▼-7,428	28,227
昨対比	282.8%	306.8%	220.8%	152.8%	195.2%	150.6%	172.6%	112.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	230.5%

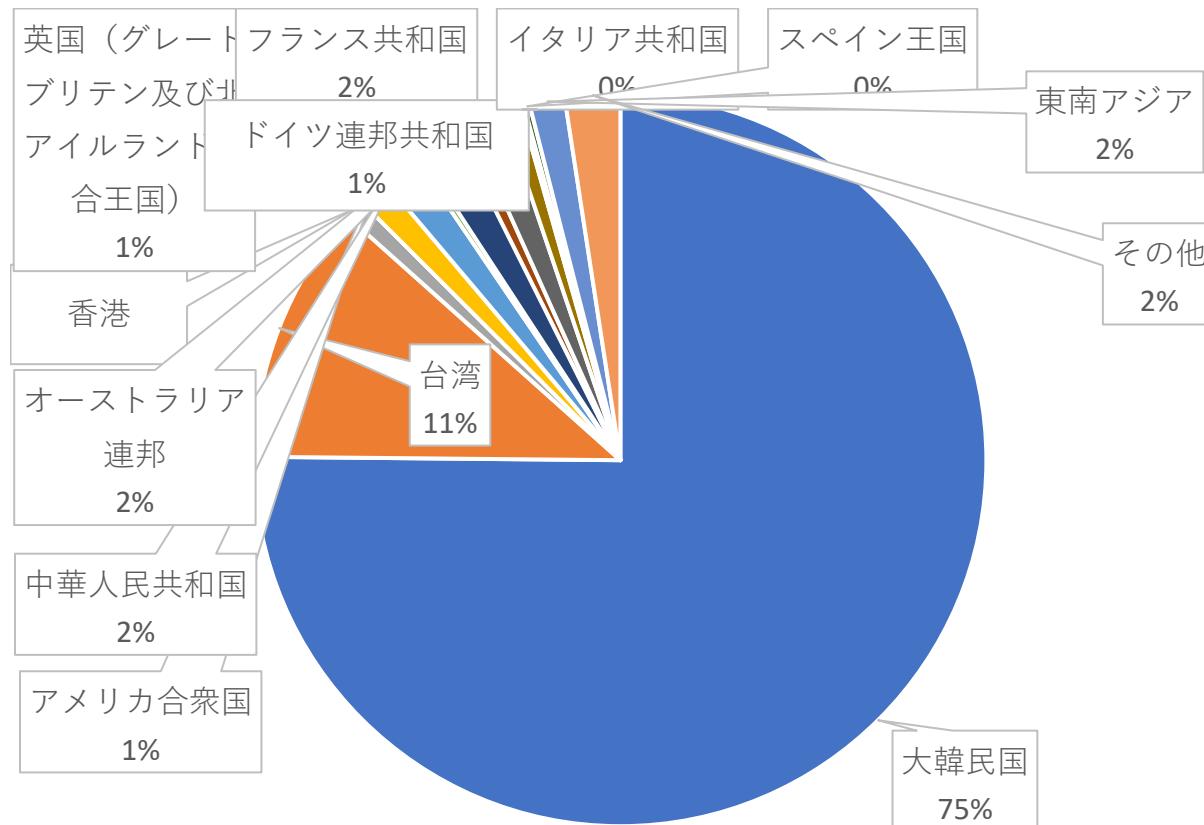


- 2025年度の最終見込みは11月までは実績で、12月以降は各施設の伸び率から算出。昨年度に比べ、インバウンドが約10,000人増加で、全体で約64,000人になる見込み。
- 内的要因としては、旅行会社への商談会やアプローチ、海外メディアの露出、Visit Ozuや施設の多言語化対応が考えられる。特に台湾のツアーにおいては、1回の受注で消費額が100万円を超えるグループやガイドなどコンテンツを合わせたものが多く、国内のツアー客等よりも消費額が高い傾向であるとの意見を事業者よりいただいていることから、経済波及効果が高いと実感している。
- 韓国の旅行団体である新世界のツアーがほぼ毎日来ていること、愛媛県の事業で大洲城や盤泉荘の観光施設の割引チケットが配布されていることで、韓国のインバウンドを獲得している。
- 外的要因としては、2025年も円安傾向であること、大阪万博目的で来た外国人旅行者が他の地域にも流入していることが考えられる。

03.マーケティング及びプロモーション

観光客数②

02 | 国籍別インバウンド来訪者数（臥龍山荘・大洲城・盤泉荘）



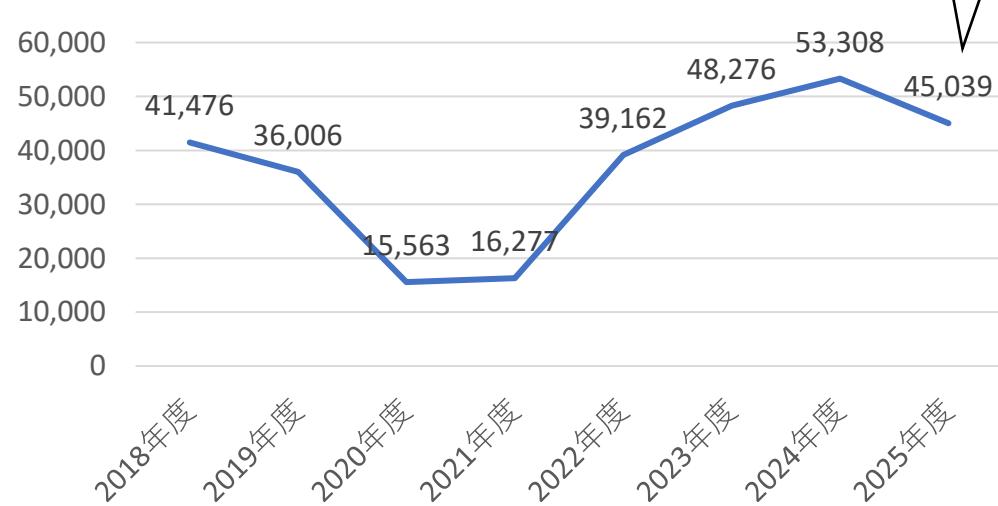
- 入館者の約75%が韓国、次に台湾が約11%、中国が2%とインバウンド来訪者の大多数は東アジア地域が占める。特に韓国は、新世界のツアー及び愛媛県の事業で、来訪が著しく増加している。
- 10%は欧米豪・アジアの各国が占める。
- 他の国に比べ、フランス共和国、ドイツ連邦共和国、オーストラリア連邦は、大洲へ立ち寄るツアーが独自で組まれているため、増加率が高い傾向が見える。
- 「世界の持続可能な観光地」文化・伝統保全部門で世界1位になったことと、グリーディスティネーションシルバーアワード受賞も増加要因として一役を担っている。

03.マーケティング及びプロモーション

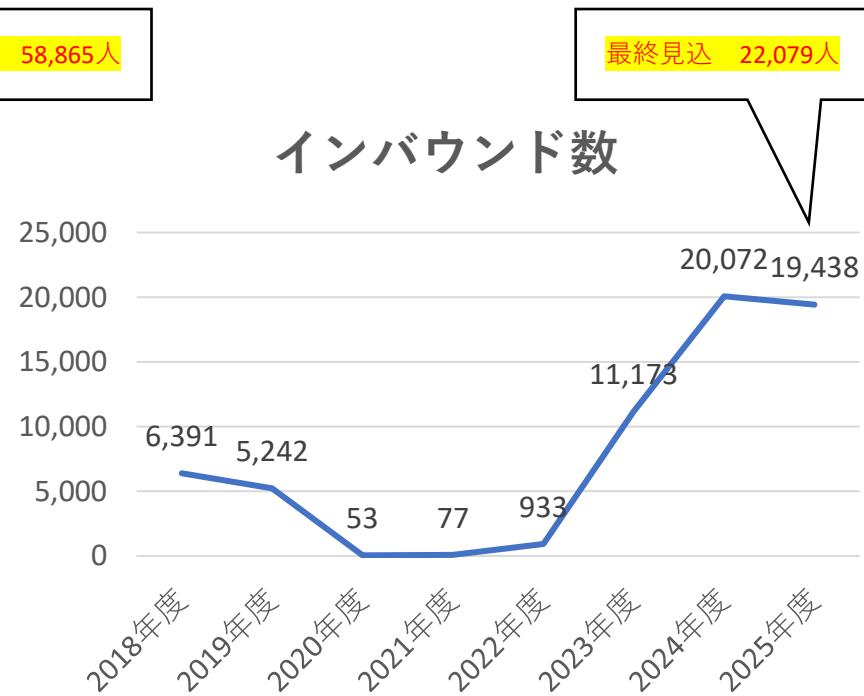
観光客数③

03 | 臥龍山莊

総入館者数



インバウンド数

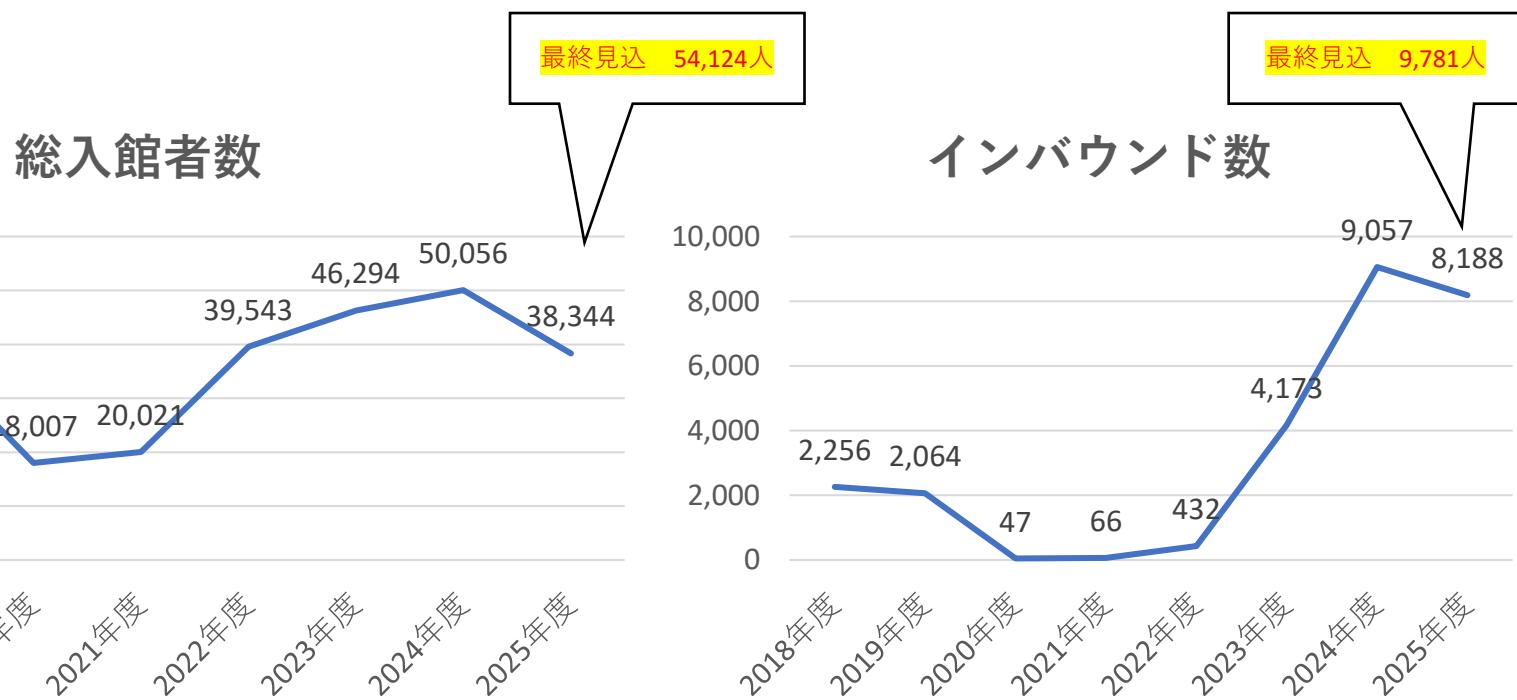


- ・ 総入館者数に対するインバウンド割合は、2024年度では約38%だったのに対し、2025年度は約43%に増。(11月末現在)
- ・ 新世界のツアーの影響で、全体のインバウンド数の中で韓国が占める割合が、2024年度では約67%だったのに対し、2025年度は約70%で増加している。他で増加している国は、フランス共和国 約134%(215人→290人)、ドイツ連邦共和国 約217%(64人→139人)、オーストラリア連邦 約209%(185人→387人)である。(11月末現在)
- ・ 2025年度の最終見込みは11月までは実績で、12月以降は昨年度の伸び率から算出。昨年度に比べ、国内は約3,000人増加、インバウンドが約2,000人増加で、全体で約5,000人の増加になる見込み。
- ・ 昨年度からオーバーツーリズム対策で、臥龍山莊に滞留するバス来訪人数を50名以下になるようにコントロール¹⁶
- ・ 2026年1月1日より新規予約を、2026年4月1日より全対象に団体割引の廃止。

03.マーケティング及びプロモーション

観光客数④

04 | 大洲城



- ・ 総入館者数に対するインバウンド割合は、2024年度では約18%だったのに対し、2025年度は約21%に増。(11月末現在)
- ・ 全体のインバウンド数の中で韓国が占める割合が、2024年度では約67%だったのに対し、2025年度は約59%で減少している。しかし、スイス連邦 約218%(33人→72人)、フランス共和国 約146%(166人→243人)、ドイツ連邦共和国 約124%(108人→134人)、オーストラリア連邦 約155%(129人→198人)で増加したため、割合は上がっている。(11月末現在)
- ・ 2025年度の最終見込みは11月までは実績で、12月以降は昨年度の伸び率から算出。昨年度に比べ、国内は約2,400人増加、インバウンドが約1,600人増加で、全体で約4,000人の増加になる見込み
- ・ 2026年1月1日より新規予約を、2026年4月1日より全対象に団体割引の廃止。

03.マーケティング及びプロモーション

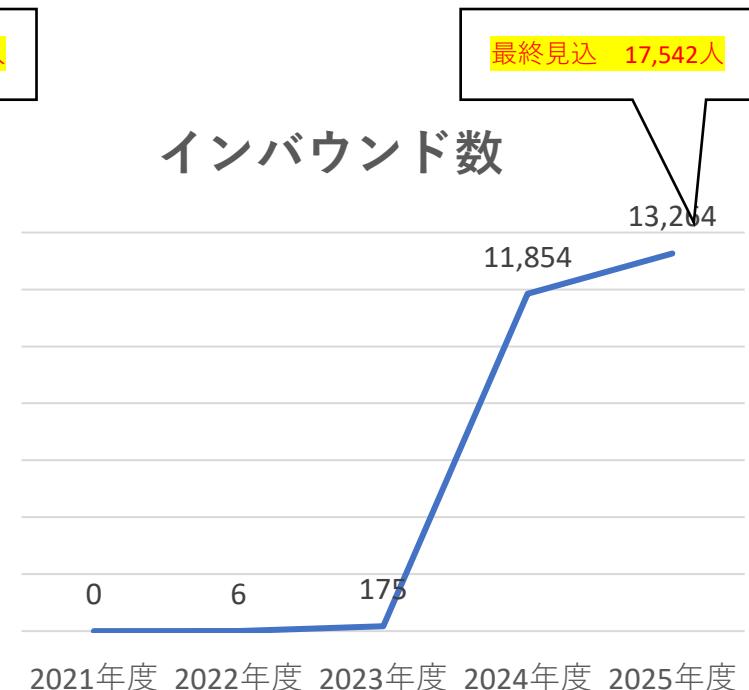
観光客数⑤

05 | 盤泉荘

総入館者数



インバウンド数



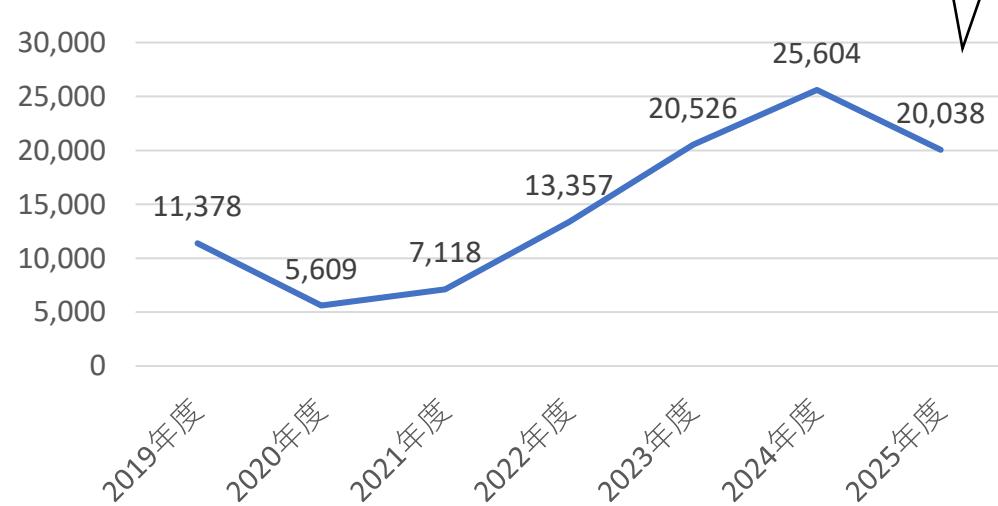
- ・ 総入館者数に対するインバウンド割合は、2024年度では約63%だったのに対し、2025年度は約67%に増。(**11月末現在**)
- ・ 新世界のツアーが来ているため、全体のインバウンド数の中で韓国が占める割合が、2024年度では約97%だったのに対し、2025年度は約93%で減少している。フランス共和国 約334%(29人→97人)、ドイツ連邦共和国 約625%(8人→50人)、オーストラリア連邦 約488%(34人→166人)が主に増加しているため。また、その他も国も微増している。**(11月末現在)**
- ・ 2025年度の最終見込みは11月までは実績で、12月以降は昨年度の実績から算出。新世界のツアーが2026年1月より来なくなるため、実績値より30日×40人×3ヶ月の3,600人は減少。それらを考慮し、昨年度に比べ、国内は約1,900人増加、インバウンドが約5,600人増加で、全体で約7,500人の増加になる見込み
- ・ 2026年1月1日より新規予約を、2026年4月1日より全対象に団体割引の廃止。

03.マーケティング及びプロモーション

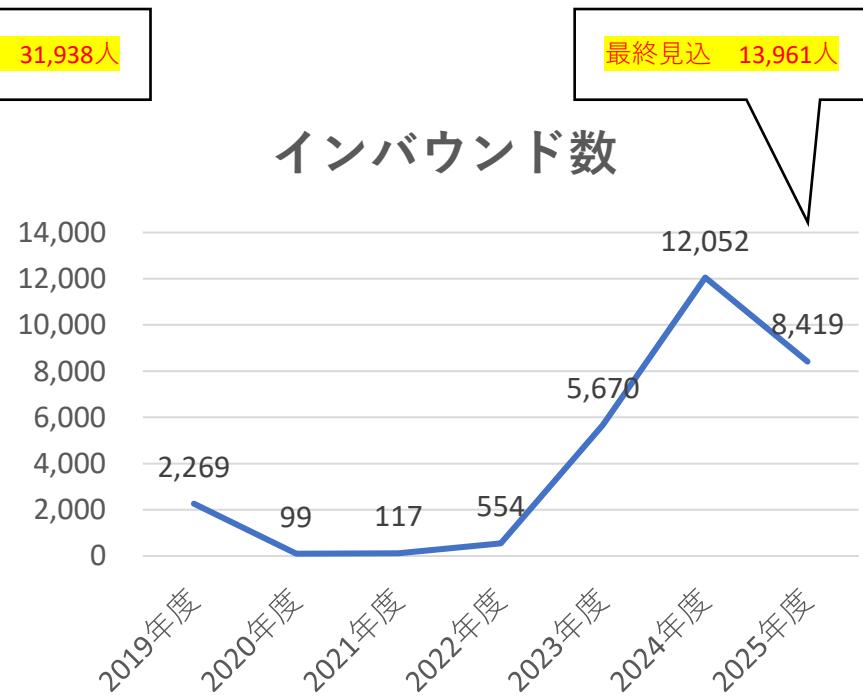
観光客数⑥

06 | 伊予大洲駅観光案内所

総入館者数



インバウンド数

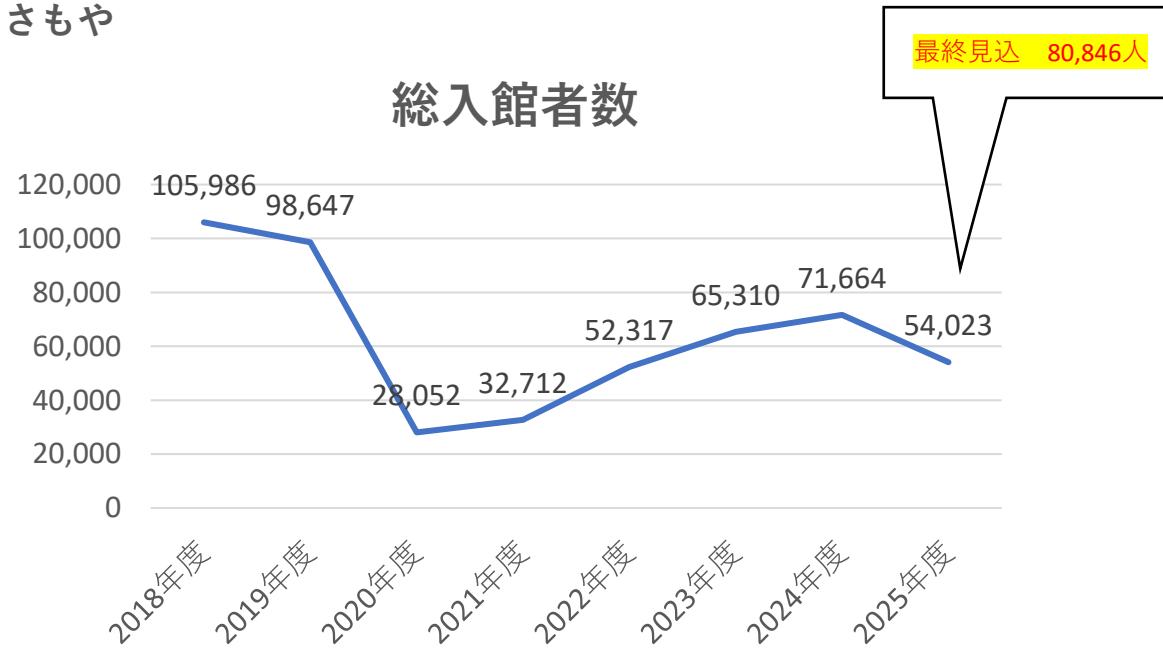


- ・ 総入館者数に対するインバウンド割合は、2024年度では約47%だったのに対し、2025年度は約42%。(11月末現在)
- ・ JR伊予大洲駅から肱南地区までの2次交通の課題を抱える中で、伊予大洲駅観光案内所にあるレンタサイクルは国内外の利用者が増えている。
- ・ TVや新聞などの露出が増えたことで、大洲へ来ましたという国内来館者が増えている意見をよく聞くようになった。
- ・ 松山空港から韓国の釜山とソウル、台湾の台北への直行便が増えたことでインバウンドは増加傾向である。
- ・ 2025年度の最終見込みは11月までは実績で、12月以降は昨年度の伸び率から算出。昨年度に比べ、国内は約4,400人増加、インバウンドが約1,900人増加で、全体で約6,300人の増加になる見込み。

03.マーケティング及びプロモーション

観光客数⑦

07 | 大洲まちの駅あさもや



- 2025年度の最終見込みは11月までは実績で、12月以降は昨年度の伸び率から算出。最終見込みは、昨年度より約9,200人の増加。
- 2020年より、人数計測の仕方をレジ件数×3の定数から、目視でのカウントに変更した。こちらの方がより実数に近い数値である。特にコロナ禍以降、入館者数は最高値を年々記録している。
- 新世界のツアーが4月よりほぼ毎日来ていることもあり、入館者が伸びている。

03.マーケティング及びプロモーション

DMO連携

01 | 内容

内子・大洲エリア観光推進プロジェクト連携協議会

1. 商談会出展
2. FAMトリップ招請
3. ガイド育成研修

せとうちDMO

1. FAMトリップ招請
2. 先進地視察研修

四国ツーリズム創造機構

1. 四国「持続可能な観光」推進ネットワーク
2. GSTC研修

JNTO

1. パリ事務所 SNSキャンペーン採用 (Instagram掲載)
2. 令和7年度JNTO広域連携プロモーション事業
(ディスカバリーチャンネル内の広告にてPVを掲載)

02 | 実績

内子・大洲エリア観光推進プロジェクト連携協議会

- 7/29-31 FAMトリップ: UNTOLD JAPAN (東京) 2名
8/26 sokoiko! (コソイコ) (株)mint 飛石氏座学
8/28-30 FAMトリップ: My Asia Tours (台湾) 1名
9/26-27 VISIT JAPAN トラベル&MICE2025
10/27 四国インバウンド商談会in松山
3/31まで予定 (準備中)

せとうち観光推進機構

- 9/3 FOLLOW ME JAPAN PTE.LTD. (シンガポール) 1名
9/15 サステナブルな観光でつなぐせとうちエリアへの誘客
促進事業 モニター2名
9/23 アメリカジャーナリスト1名
11/11オーストラリアジャーナリスト2名
11/12R7訪日外国人旅行者の四国への誘客に向けた旅行商品
造成促進事業 国内DMC (3社)

四国ツーリズム創造機構

- 6/19 四国「持続可能な観光」推進ネットワーク第10回会議
7/3-5 GSTC研修@丸亀市
7/31 四国DMO会議
10/22 市国「持続可能な観光」推進ネットワーク第11回会議
12/18 「Another Japan」取材

04.持続可能な観光地づくり

ゴールドランク取得に向けた取組み

01 | 内容

- グリーン・デスティネーションズの次回アワード申請に向けた体制整備
- 2026年度の申請に向け、大洲市における体制を整備し、協力体制を目指したヒアリングを実施
- 24年度の申請内容を翻訳し、全庁に展開

02 | 実績

- 市及びキタ・マネジメント職員で構成するサステナブルチームを構成し、定例会を実施
- GSTCのサステナブル・ツーリズム試験(STTP試験)を受験し、「GSTC Professional Certificate in Sustainable Tourism」を1名が取得
- 大洲市関連部署へのヒアリングを実施
- 前回の英語による申請内容を和訳し、関係者へ配付
- 四国ツーリズム創造機構やせとうちDMOが主催する会議、研修に参加



05.地域における人材の採用・育成

ガイド育成

01 | 内容

①おおず歴史華回廊案内人 養成講座

実施時期：令和7年6月～10月

実施回数：計8回

②サス旅 養成講座 (OZU STORIES 紡ぎ人養成)

実施時期：令和7年12月～令和8年2月

実施回数：6回



02 | 実績

①おおず歴史華回廊案内人 養成講座

- ・初級修了者：13人
- ・中級修了者：12人
- ・認定者：7人
- ・内、英語対応可：4人

②サス旅 養成講座

- ・受講者：5人
- ・修了者：未定
- ・内、英語対応可：2人

06. コミュニティ形成・地域住民理解の促進

Ozu News

01 | 內容

- **目的**
DMOの活動を中心とした観光まちづくりの取組み内容を広く周知
 - **内容**
毎月活動内容やイベント情報などを記載
 - **方法**
情報誌「Ozu News」を作成し、HP等での公開及び肱南地区のみ回覧



02 | 実績

- 5月から毎月発刊



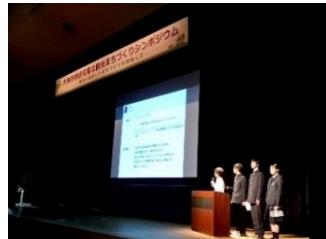
06. コミュニティ形成・地域住民理解の促進

観光教育

01 | 内容

02 | 実績
◎令和7年度実績... 7校241名を対象に39回観光教育を実施（11月末）

学校名	授業内容	生徒数	回数	講師
愛媛県立大洲高等学校普通科1年	良知の時間を活用し、「食品ロス」「モビリティ」をテーマに取組み、シンポジウムにて発表	16名	10回	2名
愛媛県立大洲高等学校商業科3年	OAC 2025 + TAIWANにて、作品やアーティストを紹介するコンテンツを造成し提供	27名	12回	2名
大洲市立大洲南中学校1年生	古民家を現地調査し、空き家を活用したアイデアを発表	75名	5回	4名
大洲市立大洲小学校6年生（予定）	世界的な視点でのSDGsと大洲の取組みを学習	30名	1回	1回
大洲市立長浜小学校3年生	商店街の魅力化、長浜の魅力を再発見し、小学生目線で長浜のPRを考案	29名	4回	2名
大洲市立新谷中学校3年生	大洲藩加藤家末裔の空き家の価値用方法を考える	36名	5回	2名
愛媛県立宇和島南中等教育学校有志	大洲城の見学及びまちづくりの視点を学ぶ	1回	15名	1名
愛媛県立大洲農業高等学校有志	大洲市の取組みを学びながら町並み散策	1回	5名	1名

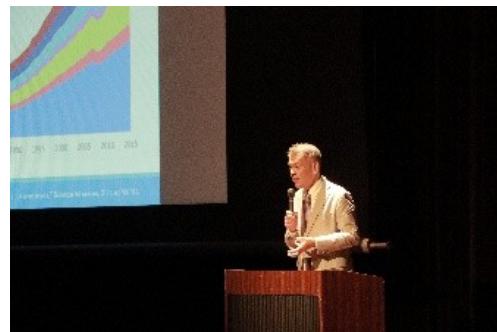


06. コミュニティ形成・地域住民理解の促進

シンポジウム

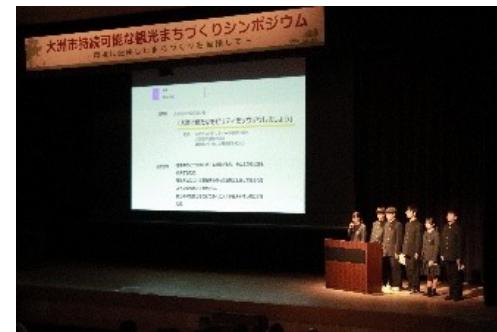
01 | 内容

- ・ 地域一体となった持続可能なまちづくりの推進のため、市民及び地域事業者を対象としたシンポジウムを実施し、市の環境対策の取組みの周知と意識醸成を推進
- ・ 大洲市民会館にて、市環境生活課からの受託事業として「持続可能なまちづくりシンポジウム」を開催
- ・ 同シンポジウムにて、大洲高校普通科1年の「良知の時間」の成果も発表



02 | 実績

- ・ 2025年12月21日（日）13:30～15:00
- ・ 大洲市民会館大ホールにて開催
- ・ 同志社大学経済学部原田准教授に、「川から考える持続可能な観光地づくり」について講演いただいた
- ・ 大洲高校より「食品ロス班」「モビリティ班」が登壇し、成果発表
- ・ 来場者 約100名
- ・ シンポジウム満足度 97.9%



06. コミュニティ形成・地域住民理解の促進

大洲まちづくり大学

01 | 内容

- 月に一回、肱南地区の事業者とまちづくり大学を開催し、新しい企画やイベントの実施、情報共有を実施
- Instagramの運用に関する勉強会を開催
- 「涼風スイーツ散歩」、「OZU ARTS and CRAFTS 2025 + TAIWAN」を継続実施
- 城下町で使える金券や新商品の開発、イベントについて協議
- 研修先の検討

02 | 実績

新規イベントとしてサステナブル ウィークなどを開催し、閑散期に集客を図ることができた。

- 大学開催回数：8回（11月まで）
- 合計参加人数：約210人
- 開催イベント：2件（継続）



06. コミュニティ形成・地域住民理解の促進

関係人口創出

01 | 内容

- ・ 大洲カンパニーのプラットフォームを利用して、体験イベントなどを実施し、関係人口創出を実施
- ・ 来年度以降2拠点生活者向けのイベントや大洲ビジョンにおける移住施策とリンクさせ拡大実施

02 | 実績

①白菜収穫体験

タイトル：食と農の体験～白菜収穫編～
日 時：令和7年11月15日（土）10:00～12:30
場 所：大洲市五郎の畑
参加数：10名

②古民家清掃体験

タイトル：松井家をきれいにしよう
日 時：令和8年3月実施予定
場 所：大洲市柚木
参加数：10名

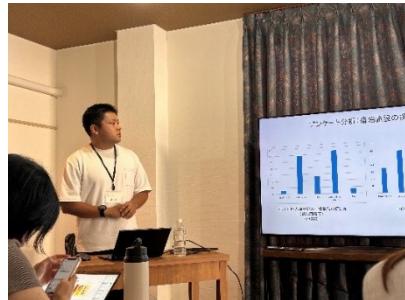


06.コミュニティ形成・地域住民理解の促進

インターンシップ

01 | 内容

観光学部のある大学生に対してサマーインターンシップを募集。長期滞在していただきながら観光客向けのアンケート調査を実施



課題	お祭りやイベントをたくさん実施しているのに、あまり認知度がない
現状	四季を感じる自然資源があふれているのに、周知されていない うかいや伊豆灘ものがたりの知名度は上がってきたから、他のシーズンにもたくさん見どころがあることを伝えていりたい
経緯	施設の方が来館前花園を作り、一時期それで集客をしてみたが、お茶以外の機能もないあまり効率が悪かった。しかし、自分ではこういった層は作れない、といったお話を聞いたのがきっかけ
工夫点	内所だからある意味アドバイスしてもらいたい あらゆる層の人への声を得られるようにした。
効果	観光客の波が少しにくくなり 分割が図られる 日本らしさをさらに味わってもらえる 観光客が来訪が恒常化してくれる
影響	観光客だけでなく、住民も大洲を再認識することができる 観光客だけでなく、住民も大洲のおすすめポイントや穴場ポイントを共有しやすくなり、地域一帯で大洲を見つめなおせる

02 | 実績

東京女子大学 1名
和歌山大学 1名
國學院大學 1名

上記3名が7月末から9月末まで大洲入りし、に観光客向けアンケート調査を実施

日本人 134名
インバウンド 271名 (昨年度のデータと累積)

アンケート調査によるデータ収集と分析

報告第3号

令和7年度 仮収支決算について

大洲市観光まちづくり戦略会議の令和7年度における仮収支決算について
下記のとおり報告します。

1. 収入

(単位：円)

項目	内容	予算額 ①	決算額 ②	増減 ②-①	備考
負担金		4,438,000	4,438,000	0	・大洲市負担金
預金利子		2,000	4,850	2,850	・通帳預金利子
その他収入		304,750	304,750	0	・前年度繰越金
合計		4,744,750	4,747,600	2,850	

2. 支出

(単位：円)

項目	内容	予算額 ①	決算額 ②	増減 ②-①	備考
会議費	会議運営費	250,000	228,500	△21,500	コピーダイ、郵便代、OZU NEWS印刷費等
戦略プログラム実施費	外国語翻訳機能ランニングコスト	3,388,000	3,388,000	0	・多言語翻訳機能「WOVN」運用管理
	サステナブルツアーア育成委託料	400,000	400,000	0	・サステナブルツアーガイド育成
	サイト改修費	400,000	400,000	0	VisitOzuの改修
(小計)		4,188,000	4,188,000	0	
予備費		306,750	0	△306,750	
合計		4,744,750	4,416,500	△328,250	

3. 収支差引

収入決算額4,747,600円 - 支出決算額4,416,500円 = 差引額331,100円

報告第4号

専決事項について、次のとおり報告する。

事業名	事業内容
多言語翻訳機能 「WOVN」運用管理	<p>令和5年度に、観光総合サイト「Visit Ozu」に英語および繁体字へ自動翻訳可能な多言語翻訳機能を搭載し、国内のみならずインバウンドに向けた情報発信を行っている。</p> <p>令和8年度以降も当該多言語翻訳機能を継続して使用し情報発信を行うため、4月1日付で契約を締結する予定であり、これに係る専決事項について事前に報告するものである。</p> <p>【業務発注】</p> <ul style="list-style-type: none">・業務名 多言語翻訳機能「WOVN」運用管理業務・事業者 セキ株式会社・請負額 3,252,000円・期間 R8.4.1～R9.3.31 <p>【業務内容等】</p> <ul style="list-style-type: none">・翻訳監修・運用管理

議案第 1 号

次期戦略ビジョン策定方針及び策定手法について

第 2 期大洲市観光まちづくり戦略ビジョンが令和 8 年度末で期間が終了することから、令和 9 年 4 月策定予定の次期戦略ビジョンを別添資料のとおりの方針及び手法に基づき策定することとする。

議案第1号

次期戦略ビジョン策定方針及び策定手法について

➤ 次第

① 背景 これまでの実績/現状と課題

-1実績 -2現状 -3課題

② 方針 背景を踏まえた主な変更点

-1テーマ/デザイン -2KPI再設定 -3エリア/分野拡大
-4事業再整理 -5各計画の統合

③ 手法 令和8年度の具体的な取組み

-1分科会の設置 -2市民への周知/参加促進
-3現場意見の反映

➤ ①背景-1実績

✓ 第1期ビジョン（2019-2023）

- ターゲットの明確化／DMOの形成
- 城下町エリア町並み保全・活用
- 歴史的資源の活用（大洲城キャッスルステイ等コンテンツ）
- 市観光情報サイト「VisitOzu」整備
- プロモーション・ブランディング

▶ 誘客基盤の整備



✓ 第2期ビジョン（2024-2026）

▶ 誘客促進

- DMO安定化（人材・経営など）
- 城下町エリア・コンテンツへの誘客（商談会など営業強化）
- 大洲市公式観光情報サイト「Visit Ozu」運用強化（HP・SNS）
- ブランディング（サステナブル認証など）
- 地域連携/貢献（観光教育など）



①背景-2現状



上位計画の反映

- 第3次大洲市総合計画の策定
 - ・ 基本計画9年 (R9-R17)
 - ・ 中期ビジョン3年 (R9-R11…)



[参考] 民間主体まちづくり構想

- おおず未来のまちづくり構想
リジェネラティブ共創型まちづくり
 - ・ R8.3-※5年計画の予定

策定主体：キタ・マネジメント/バリューマネジメントなど



先駆的DMO選定

- キタ・マネジメント先駆的DMO選定
 - ・ 「世界的DMO」のモデル形成を目指し、観光庁が選定して戦略的に支援を行うDMO (11法人)
 - ・ R7-R9にかけて指摘された課題に対して観光庁が人的・財源的支援
 - ・ 主な課題「データ取得」「地域全体への波及」「インバウンド向けプロモーション」不足



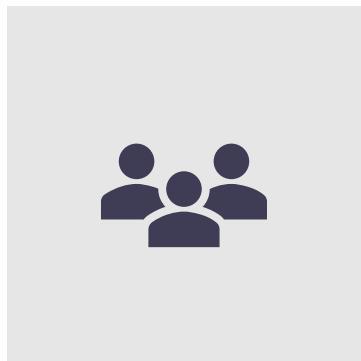
DMOガイドライン改訂

- 観光庁ガイドラインの改訂
 - ・ 消費額調査/経済波及効果の測定
 - ・ 職員研修要件化
 - ・ 地域全体への観光による裨益波及

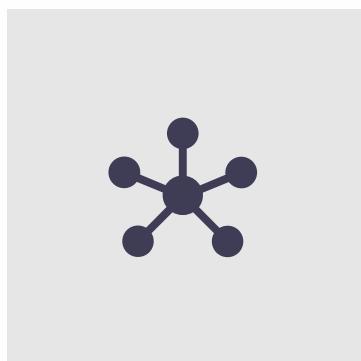
➤ ① 背景-3課題



KPIの見直し
消費額・経済波及効果の継続的な測定方法/財源



地域の巻き込み
地域事業者や城下町エリア外の意見



事業/役割の明確化
ターゲット誘客への具体的な取組みと担当/財源

➤ ②方針-1テーマ/デザイン

関係者のみ見るビジョン



市民も見るビジョン

[従来]

- ワードによる文書形式
- 詳細な数値や根拠の提示

2 理念・あるべき姿・期間・役割分担

(1) 理念
—地域の文化を未来へとつなぐ—
歴史、文化、自然、風土など本市の地盤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、地域に観光産業を根付かせ、地域経済の発展に寄与し、その恩恵が、地域住民に還元されていくことを理念とします。

(2) あるべき姿
市、地域DMO、地域住民、観光事業者、関係団体・機関等は、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」をめざします。

(3) 期間
第2期戦略ビジョンは、令和6年度から令和8年度までの3年間を計画期間とします。

(4) 役割分担
本計画を推進するにあたり、市、地域DMO、観光事業者、観光協会、関係団体・機関等、地域住民が協働で取り組みを行なうことが必要不可欠です。そのため、下記のとおりそれぞれの役割分担を設定し、本計画を推進していくこととします。

市
【財政支援及び基盤整備】
○各関係者と共に施設整備を図りながら、地域一体となった持続可能な観光まちづくりを推進する。
○地域DMOや関係団体・機関、観光協会、観光事業者等がそれぞれの役割における施策を遂行するため、各施策における財政支援及び基盤を整備する。
○市や県、他市町村、JNTO、せとうちDMO等と連携し、広域観光の推進を図る。
○地域下町エリアのみならず、肱北・県浜・肱川・河辺など両辺部への移住及び効果を生むべく、観光まちづくりにおける対象エリアの拡大を行う。

5 ターゲット選定

(1) 理念
○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
○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する

第1ターゲット：欧米豪の旅慣れた知的旅行者
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ます。香港人や台湾人の旅行者は、サステナブルな思考など欧米の旅行者と感覚が似ていることに加え、英語対応ができる方が多いことから、受入体制の整備など第1ターゲットと合わせて実施することが可能です。また、高松空港や松山空港には上記2国に定期便の就航があり、周遊性が高いことも判明しています。さらに、台湾に関しては半導体需要の背景に経済成長率は高く、高付加価値旅行の需要も上昇することが想定されるとともに、訪日回数が多いことからゴルフデンタルト以外の選択肢の可能性が高いと考えられます。
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います。

[第3期-]

- 図や画像を用いたスライド形式
- 要点を絞った数値の提示



パラダイムシフト：量的拡大から「質の追求」へ

Current State: 従来の観光モデル（訪問者数の最大化）は、地域環境と住民生活に負荷をかけ、持続可能性を脅かしている。

Future State:
私たちが目指すのは「再生型観光（Regenerative Tourism）」。経済的利益だけでなく、社会、文化、環境を豊かにする観光地経営への転換が必要である。●



※NOTEBOOKLMによりイメージを生成

➤ ②方針-2KPI再設定



消費額の算出

- ・現地でのアンケート調査結果を用いたデータ収集
- ・毎年実施
- ・先駆的DMO支援事業で手法/財源等を確立



経済波及効果の算出

- ・現地でのアンケート調査結果を用いたデータ収集
- ・5年に1回（県産業連関表を活用）
- ・先駆的DMO支援事業で手法/財源等を確立



その他

- ・来訪者数の平準化率
- ・観光従事者の平均給与額
- ・住民の持続可能な観光に対する満足度（R7-実施）

➤ ②方針-3エリア/分野拡大

肱北エリア

- 伊予大洲駅から城下町エリアまでの動線の検討（空き店舗活用/二次交通/コンテンツなど）



周辺エリア

- 里山、肱川、海などのエリアにおけるコンテンツ開発（体験/ビュースポット/宿など）



他分野連携

- 増加する観光客に向けたお土産/メニュー開発（ものづくり商品/地産地消/食ブランドイング/農業体験など）



➤ ②方針-4事業再整理

古民家再生

歴史文化活用

観光事業者

誘客促進

+

+

+

+

空き店舗活用

里山/海/川

商業/農業/林業

オーバーツーリズム対策

再整理/役割分担

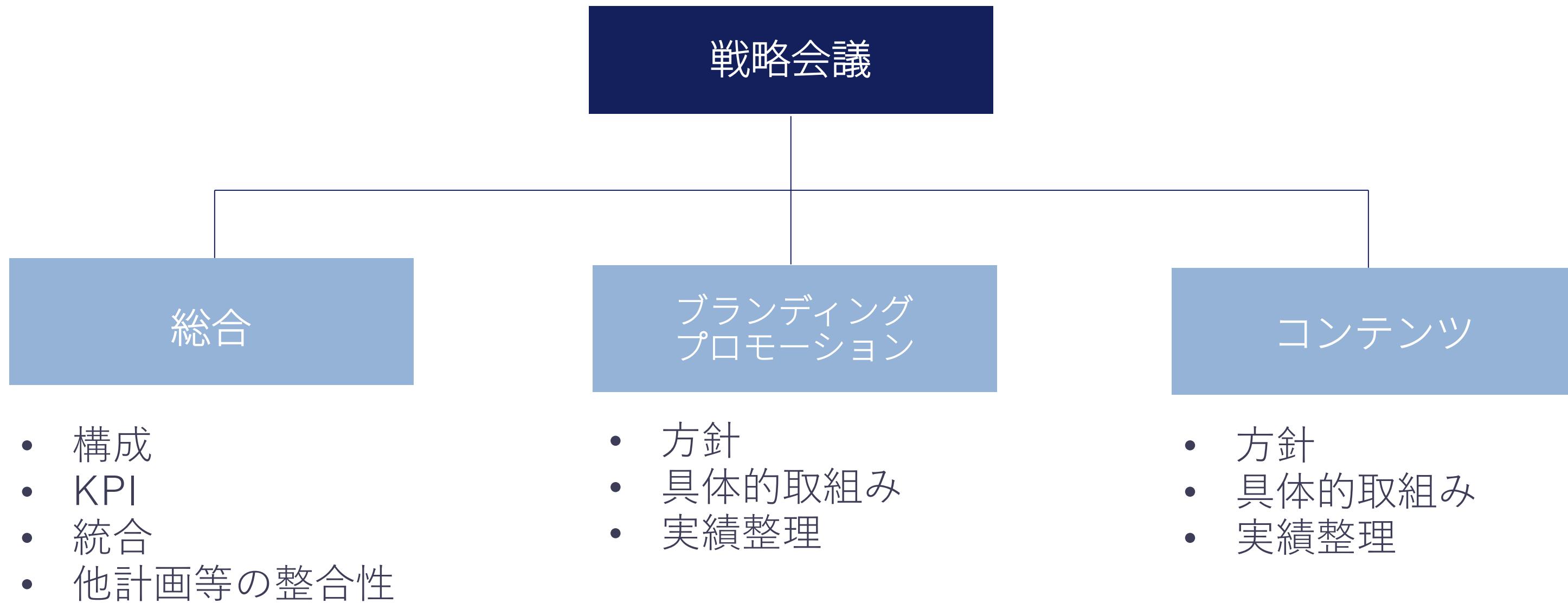
➤ ②方針-5各計画の統合

第3期大洲市観光まちづくり戦略ビジョン

ブランディング・プロモーション計画

マーケティング計画

➤ ③手法-1分科会の設置

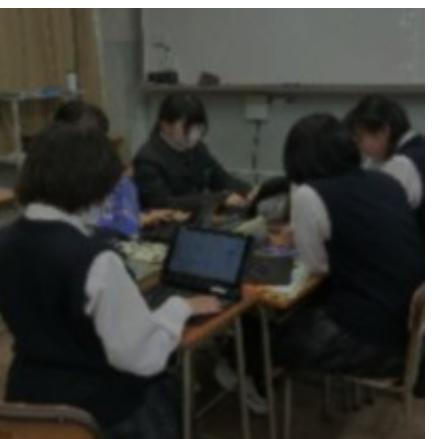


➤ ③手法-2市民への周知/参加促進



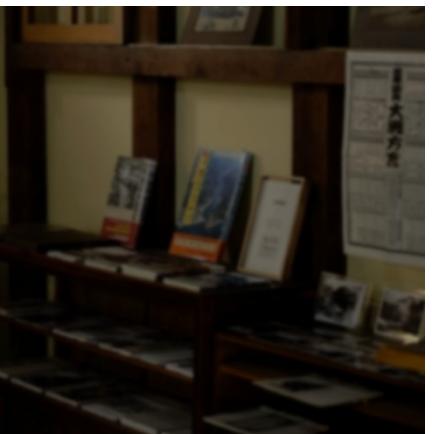
住民ワークショップ

- ・大洲まちづくり大学
- ・一般公開



アンケート

- ・WEB/紙
- ・対面式/設置式

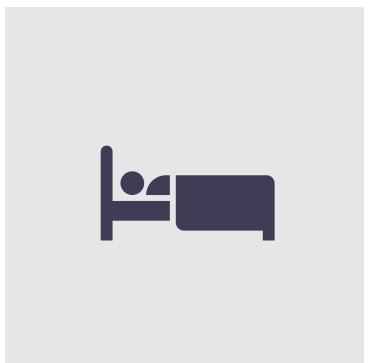


まちづくり情報の周知

- ・住民を対象とした城下町エリア以外でのまちづくりに関する展示会（図書館など）

➤ ③手法-3 現場意見の反映

地域事業者へのヒアリングを通して、これまでとこれからの観光まちづくりに関する意見を聴取



宿泊事業者

- 新規/城下町エリア以外の宿泊事業者



地域事業者

- 城下町エリア事業者及び肱北地区等の飲食店など

議案第 2 号

会則の一部改正について

大洲市観光まちづくり戦略会議会則を次のとおり一部改正するものです。

(改正理由)

組織の見直しに伴うもの。

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）	旧	備考欄
<p>(名称)</p> <p>第1条 本会は、大洲市観光まちづくり戦略会議（以下「戦略会議」という。）と称する。</p> <p>(目的)</p> <p>第2条 戦略会議は、「大洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、「えひめいやしの南予博2016」（以下「南予博」という。）の成果を継承しつつ、中長期の観光まちづくり計画「大洲市観光まちづくり戦略ビジョン」（以下「戦略ビジョン」という。）を策定及び進捗管理し、官民の協働・連携体制を整え、地域資源を活かした戦略的な観光プログラム等（以下「戦略プログラム」という。）を企画・実施することで、交流人口の拡大、地域内消費の拡大を図り、将来にわたって活力ある地域を維持していくことを目的とする。</p> <p>(事業)</p> <p>第3条 戦略会議は、前条の目的を達成するために、次に掲げる事業を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 戦略ビジョンの策定及び進捗管理に関すること。 (2) 南予博の承継プログラム及び戦略プログラムの企画・実施に関すること。 (3) 地域DMOの形成・確立及び観光関連組織の再編の検討に関すること。 (4) 旧城下町エリアの町並みの保全と活用に関すること。 (5) 長浜・肱川・河辺など周辺エリアへの波及に関すること。 (6) 集客交流拠点施設（道の駅等）の検討に関すること。 (7) その他、戦略会議の目的を達成するために必要な事業に関すること。 	<p>(名称)</p> <p>第1条 本会は、大洲市観光まちづくり戦略会議（以下「戦略会議」という。）と称する。</p> <p>(目的)</p> <p>第2条 戦略会議は、「大洲市まち・ひと・しごと創生総合戦略」に基づき、「えひめいやしの南予博 2016」（以下「南予博」という。）の成果を継承しつつ、中長期の観光まちづくり計画「大洲市観光まちづくり戦略ビジョン」（以下「戦略ビジョン」という。）を策定及び進捗管理し、官民の協働・連携体制を整え、地域資源を活かした戦略的な観光プログラム等（以下「戦略プログラム」という。）を企画・実施することで、交流人口の拡大、地域内消費の拡大を図り、将来にわたって活力ある地域を維持していくことを目的とする。</p> <p>(事業)</p> <p>第3条 戦略会議は、前条の目的を達成するために、次に掲げる事業を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 戦略ビジョンの策定及び進捗管理に関すること。 (2) 南予博の承継プログラム及び戦略プログラムの企画・実施に関すること。 (3) 地域DMOの形成・確立及び観光関連組織の再編の検討に関すること。 (4) 旧城下町エリアの町並みの保全と活用に関すること。 (5) 長浜・肱川・河辺など周辺エリアへの波及に関すること。 (6) 集客交流拠点施設（道の駅等）の検討に関すること。 (7) その他、戦略会議の目的を達成するために必要な事業に関すること。 	

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）	旧	備考欄
(組織) 第4条 戰略會議は、会長、 <u>副会長</u> 、委員及び監事で組織する。 <u>2 会長は大洲市長をもって充てる。</u> <u>3 副会長は、委員のうちから、会長が指名する。</u> <u>4 委員は、次に掲げる者のうちから、会長が委嘱する。</u> <u>(1) 別表に掲載する関係機関・団体を代表する者又はその推薦を受けた者</u> <u>(2) その他会長が必要と認める者</u> <u>5 監事は、委員のうちから、会長が1名指名し、委員に委嘱されていない者から、1名会長が委嘱する。</u> (役員の職務) 第5条 会長は、戦略會議を代表し、会務を総理する。 2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名する副会長が、その職務を代理する。 3 この会が行う契約その他の行為のうち、この会と会長との利益が相反する行為及び民法（明治29年法律第89条）第108条の規定の適用を受ける行為については、副会長が会長の職務を代理する。 4 監事は、戦略會議の会計を監査し、必要があるときは、会長に対し意見を述べることができる。 (オブザーバー) 第6条 戰略會議にオブザーバーを置くことができる。 2 オブザーバーは、会長が委嘱する。 3 オブザーバーは、会議に出席し、意見を述べることができる。 (会議の機能) 第7条 会議は、次に掲げる事項を審議し、決定する。 (1) 会則に関する事項。	(組織) 第4条 戰略會議は、会長、委員及び監事で組織する。 2 委員は、次に掲げる者のうちから、会長が委嘱する。 <u>(1) 関係機関若しくは関係団体を代表する者又はその推薦を受けた者</u> <u>(2) その他会長が必要と認める者</u> 3 会長は、必要があると認めるときは、委員を追加することができる。 (役員) 第5条 戰略會議に次の役員をおく。 <u>(1) 会長</u> <u>(2) 副会長</u> <u>(3) 監事</u> (役員の選任) 第6条 会長は大洲市長をもって充てる。 2 副会長は、委員のうちから、会長が指名する。 3 監事は、会長が委嘱する。ただし、委員と兼ねることはできない。 (役員の職務) 第7条 会長は、戦略會議を代表し、会務を総理する。 2 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるときは、あらかじめ会長が指名する副会長が、その職務を代理する。 3 この会が行う契約その他の行為のうち、この会と会長との利益が相反する行為及び民法（明治29年法律第89条）第108条の規定の適用を受ける行為については、副会長が会長の職務を代理する。 4 監事は、戦略會議の会計を監査し、必要があるときは、会長に対し意見を述べることができる。	追加・修正 削除 削除

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）	旧	備考欄
<p>(2) 戦略ビジョンの策定及び進捗管理に関すること。</p> <p>(3) 南予博の承継プログラム及び戦略プログラムの企画実施に関すること。</p> <p>(4) 地域DMOの形成・確立及び観光関連組織の再編の検討に関すること。</p> <p>(5) 旧城下町エリアの町並みの保全と活用に関すること。</p> <p>(6) 長浜・肱川・河辺など周辺エリアへの波及に関すること。</p> <p>(7) 集客交流拠点施設（道の駅等）の検討に関すること。</p> <p>(8) 事業計画及び事業報告に関すること。</p> <p>(9) 収支予算及び決算に関すること。</p> <p>(10) その他、戦略会議の目的を達成するために必要な事項に関すること。</p> <p>（会議の招集及び議長）</p> <p>第<u>8</u>条 会議は、会長が招集し、議長となる。 (定足数)</p> <p>第<u>9</u>条 会議は、委員の2分の1以上の出席がなければ、議事を開き、議決することができない。 (議決)</p> <p>第<u>10</u>条 会議の議決は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。 (委任)</p> <p>第<u>11</u>条 やむを得ない理由のため会議に出席できない委員は、あらかじめ通知された事項について、他の者を代理人として表決を委任することができる。この場合において、表決委任者は、前2条の規定の適用については、会議に出席したものとみなす。 (専決処分)</p>	<p>(オブザーバー)</p> <p>第<u>8</u>条 戦略会議にオブザーバーを置くことができる。</p> <p>2 オブザーバーは、会長が委嘱する。</p> <p>3 オブザーバーは、会議に出席し、意見を述べることができる。 (会議の構成)</p> <p>第<u>9</u>条 会議は、会長、委員及び会長が必要と認める者をもって構成する。 (会議の機能)</p> <p>第 10 条 会議は、次に掲げる事項を審議し、決定する。</p> <p>(1) 会則に関する事項。</p> <p>(2) 戦略ビジョンの策定及び進捗管理に関する事項。</p> <p>(3) 南予博の承継プログラム及び戦略プログラムの企画実施に関する事項。</p> <p>(4) 地域DMOの形成・確立及び観光関連組織の再編の検討に関する事項。</p> <p>(5) 旧城下町エリアの町並みの保全と活用に関する事項。</p> <p>(6) 長浜・肱川・河辺など周辺エリアへの波及に関する事項。</p> <p>(7) 集客交流拠点施設（道の駅等）の検討に関する事項。</p> <p>(8) 事業計画及び事業報告に関する事項。</p> <p>(9) 収支予算及び決算に関する事項。</p> <p>(10) その他、戦略会議の目的を達成するために必要な事項に関する事項。</p> <p>（会議の招集及び議長）</p> <p>第 11 条 会議は、会長が招集し、議長となる。 (定足数)</p> <p>第 12 条 会議は、委員の2分の1以上の出席がなければ、議事を開</p>	削除

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）	旧	備考欄
<p>第12条 会長は、会議を招集する暇がないと認めるときは、会議の議決すべき事項を専決処分することができる。</p> <p>2 会長は、前項の規定により専決処分したときは、次の会議において報告しなければならない。 (検討・専門部会)</p> <p>第13条 戰略会議に、検討・専門部会を置く。</p> <p>2 検討・専門部会は、戦略会議で付託された事項について調査検討を行う。</p> <p>3 検討・専門部会の委員は、会長が委嘱する。</p> <p>4 前項に定めるもののほか、検討・専門部会に関し必要な事項は、会長が定める。 (事務局本部及び事務局)</p> <p>第14条 戰略会議の事務を処理するため、<u>観光まちづくり課に事務局本部及び事務局を置き、環境商工部長を事務局本部長、観光まちづくり課長を事務局長に充てる。</u></p> <p>2 事務局本部及び事務局に関し必要な事項は、会長が定める。 (経費)</p> <p>第15条 戰略会議の経費は、市負担金及びその他の収入をもって充てる。 (会計年度等)</p> <p>第16条 戰略会議の会計年度は、4月1日に始まり、翌年3月31日に終わる。この場合において、当該会計年度に属すべき出納の整理期間は、当該会計年度の終わりに属する年の4月1日から5月31日までとする。</p> <p>2 戰略会議の会計処理に関し必要な事項は、会長が定める。 (解散)</p> <p>第17条 戰略会議は、第2条に規定する目的が達成されたときは、会議</p>	<p>き、議決することができない。 (議決)</p> <p>第13条 会議の議決は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。 (委任)</p> <p>第14条 やむを得ない理由のため会議に出席できない委員は、あらかじめ通知された事項について、他の者を代理人として表決を委任することができる。この場合において、表決委任者は、前2条の規定の適用については、会議に出席したものとみなす。 (専決処分)</p> <p>第15条 会長は、会議を招集する暇がないと認めるときは、会議の議決すべき事項を専決処分することができる。</p> <p>2 会長は、前項の規定により専決処分したときは、次の会議において報告しなければならない。 (検討・専門部会)</p> <p>第16条 戰略会議に、検討・専門部会を置く。</p> <p>2 検討・専門部会は、戦略会議で付託された事項について調査検討を行う。</p> <p>3 検討・専門部会の委員は、会長が委嘱する。</p> <p>4 前項に定めるもののほか、検討・専門部会に関し必要な事項は、会長が定める。 (事務局本部及び事務局)</p> <p>第17条 戰略会議の事務を処理するため、<u>大洲市環境商工部に事務局本部、観光まちづくり課に事務局を置く。</u></p> <p>2 事務局本部及び事務局に関し必要な事項は、会長が定める。 (経費)</p>	修正

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）	旧	備考欄
<p>の議決により解散するものとする。 (剰余金及び欠損金)</p> <p>第<u>18</u>条 戦略会議が解散する際に、剰余金又は欠損金が生じたときは、会議の議決により処理するものとする。 (その他)</p> <p>第<u>19</u>条 この会則に定めるもののほか、戦略会議の運営に関し必要な事項は、会長が定める。</p> <p style="padding-left: 2em;">附則</p> <p>1 この会則は、平成29年4月1日から施行する。</p> <p>2 この会則は、平成29年7月3日（一部改正）から施行する。</p> <p>3 この会則は、平成31年4月22日（一部改正）から施行する。</p> <p>4 この会則は、令和4年4月15日（一部改正）から施行する。</p> <p>5 この会則は、令和8年4月1日（一部改正）から施行する。</p>	<p>第18条 戦略会議の経費は、市負担金及びその他の収入をもって充てる。 (会計年度等)</p> <p>第19条 戦略会議の会計年度は、4月1日に始まり、翌年3月31日に終わる。この場合において、当該会計年度に属すべき出納の整理期間は、当該会計年度の終わりに属する年の4月1日から5月31日までとする。</p> <p>2 戦略会議の会計処理に関し必要な事項は、会長が定める。 (解散)</p> <p>第20条 戦略会議は、第2条に規定する目的が達成されたときは、会議の議決により解散するものとする。 (剰余金及び欠損金)</p> <p>第21条 戦略会議が解散する際に、剰余金又は欠損金が生じたときは、会議の議決により処理するものとする。 (その他)</p> <p>第22条 この会則に定めるもののほか、戦略会議の運営に関し必要な事項は、会長が定める。</p> <p style="padding-left: 2em;">附則</p> <p>1 この会則は、平成29年4月1日から施行する。</p> <p>2 この会則は、平成29年7月3日（一部改正）から施行する。</p> <p>3 この会則は、平成31年4月22日（一部改正）から施行する</p> <p>4 この会則は、令和4年4月15日（一部改正）から施行する。</p>	

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）		旧	
別表 (第4条関係)			
関係機関・団体			備考
1 大洲市			
2 一般社団法人キタ・マネジメント			
3 大洲市議会産業建設委員会			
4 大洲商工会議所			
5 長浜町商工会			
6 川上商工会			
7 大洲市観光協会			
8 大洲市物産協会			
9 大洲商店会連合会			
10 愛媛県料飲業生活衛生同業組合			
11 愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合			
12 愛媛たいき農業協同組合			
13 大洲市森林組合			
14 大洲金融協会			
15 大洲市自治会連絡会議			
16 大洲青年会議所			
会議構成表			
	所 属	職 名	備考
1 大洲市		<u>市長</u>	会長
2 一般社団法人キタ・マネジメント		<u>代表理事</u>	
3 大洲市議会産業建設委員会		<u>委員長</u>	
4 大洲商工会議所		<u>会頭</u>	
5 長浜町商工会		<u>会長</u>	
6 川上商工会		<u>会長</u>	
7 大洲市観光協会		<u>会長</u>	
8 大洲市物産協会		<u>会長</u>	
9 大洲商店会連合会		<u>会長</u>	
10 愛媛県料飲業生活衛生同業組合		<u>大洲支部長</u>	
11 愛媛県旅館ホテル生活衛生同業組合		<u>大洲支部長</u>	
12 愛媛たいき農業協同組合		<u>代表理事組合長</u>	
13 大洲市森林組合		<u>代表理事組合長</u>	
14 大洲金融協会		<u>会長</u>	
15 大洲市自治会連絡会議		<u>会長</u>	
16 大洲青年会議所		<u>理事長</u>	
監事			
	所 属	職 名	備考
1 大洲市		<u>会計管理者</u>	
事務局			

議案第2号 会則の一部改正について

新・案（赤字改正箇所）	旧		
	所 属	職 名	備考
1 大洲市環境商工部	部長	(事務局本部長)	
2 大洲市観光まちづくり課	課長	(事務局長)	