

## 大洲市観光まちづくり戦略会議会則（案）

（名称）

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。

（目的）

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。

（事業）

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。

- (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。

（組織）

第4条 戦略会議は、会長、副会長、委員及び監事で組織する。

2 会長は大洲市長をもって充てる。

3 副会長は、委員のうちから、会長が指名する。

4 委員は、次に掲げる者のうちから、会長が委嘱する。

- (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
- (2) その他会長が必要と認める者

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。

（役員職務）

第5条 会長は、戦略会議を代表し、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、戦略会議の会計を監査し、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 戦略会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。

(2) 戦略ビジョンの策定及び進捗管理に関する事。

(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。

(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。

(5) 旧城下町エリアの町並みの保全と活用に関する事。

(6) 長浜・肱川・河辺など周辺エリアへの波及に関する事。

(7) 集客交流拠点施設(道の駅等)の検討に関する事。

(8) 事業計画及び事業報告に関する事。

(9) 収支予算及び決算に関する事。

(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。

(会議の招集及び議長)

第8条 会議は、会長が招集し、議長となる。

(定足数)

第9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)

第10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)

第11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)

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。

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)

第13条 戦略会議に、検討・専門部会を置く。

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。

3 検討・専門部会の委員は、会長が委嘱する。

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)

第14条 戦略会議の事務を処理するため、**商工観光**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、**商工観光**課長を事務局長に充てる。

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)

第15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)

第16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。

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)

第17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)

第18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)

第19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。

附則

1 この会則は、平成29年4月1日から施行する。

2 この会則は、平成29年7月3日（一部改正）から施行する。

3 この会則は、平成31年4月22日（一部改正）から施行する。

4 この会則は、令和4年4月15日（一部改正）から施行する。

5 この会則は、令和8年4月1日（一部改正）から施行する。

6 この会則は、令和8年5月8日（一部改正）から施行する。

別表 (第4条関係)

	関係機関・団体	備考
1	大洲市	会長
2	一般社団法人キタ・マネジメント	
3	大洲市議会	
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	

令和8年5月8日  
大洲市観光まちづくり戦略会議

報告第2号  
令和7年度実績報告について

R8.3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

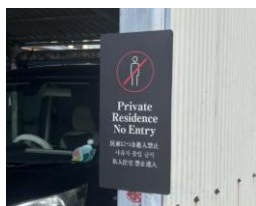
## オーバーツーリズム対策/多言語化

### 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/ハンガルの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

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 wax merchant set on 120-centimetre-high stone foundations to protect it from river floods. Its construction reflects the prosperity Ozu achieved from its development of trade in wax products. Exhibits inside trace the town's growth, from its beginnings in 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.

大洲歴史探訪館「大洲歴史探訪館の歴史-役割 (サイトス)」  
大洲歴史探訪館は、歴史的な写真や映像を展示し、大洲の町下町の物語を学ぶことができます。この施設は19世紀の蝋商人の遺産を利用しており、川の氾濫から建物を守るための高さ120センチの石造りの基礎の上に建設されています。この施設は、徳川幕府の町家の発展によって大洲が選んだ繁栄を象徴しています。内閣の展示は、14世紀の町の始りから、19世紀の好景況、その後の衰退、そして近年の地域主導による再生への取り組みまで、この町の発展をたどっています。この案内所では、地元の観光客向けに提供する情報やパンフレットを提供しており、休憩所も併設しています。



# 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: 実証実験実施 R8.4-受入開始)



## 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



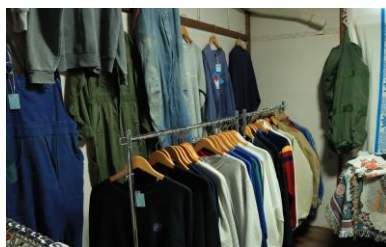
旧平田邸



左：旧宮崎邸 右：旧小倉邸



古民家モール旧藤本医院 左：niko.358 右：AFTER WARD



旧城戸邸 古民家 棧

#### 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2026年6月オープン予定
- 旧宮崎邸/旧小倉邸  
Cafe&Hotel Palette STAYsが5月に増床予定

##### ◎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）
- 古民家棧（ランチなど：旧城戸邸）
- AFTER WARD（古着屋：古民家モール旧藤本医院）

## 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	32棟	35棟
②進出事業者数※累計	26事業者	31事業者	37事業者
③観光消費額	2,403百万円	3,328百万円	3,379百万円
④新規雇用者数※累計	153人	166人	—
⑤移住者数※累計	33人	36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

#### 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）

内容 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：2/25実施  
肱川地区のコンテンツを組み込んだ宿泊プラン造成

#### 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)	52件	1,253,200円
大洲城ナイトツアー	7件	108,640円
キャッスルステイ	12件	23,201,818円



## 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）

#### 01 | 内容

##### ◎商談会への参加：6回

（開催地）国内2回 海外4回

※松山1回、愛知1回、台北2回、メルボルン1回、シドニー1回

##### ◎アプローチ数：60社

※国内5社、台湾15社、豪32社、欧米4社、他アジア4社

##### ◎FAM・視察の受入：20回

（主催）他団体17回 自主3回

※愛媛県9回、せとうちDMO 4回、JNTO 1回、他2回

※自主：欧米豪2回、香港1回

##### ◎アプローチ数：56社

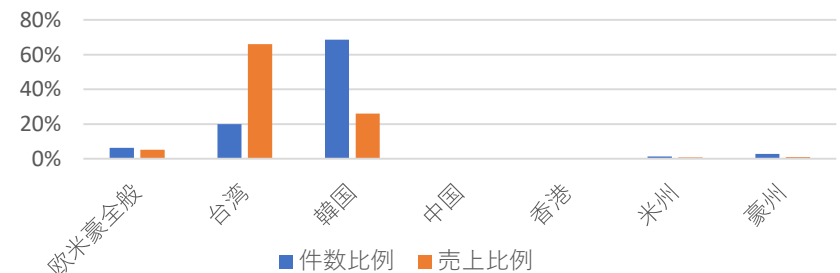
※アジア32社、欧米豪21社、メディア3社

#### 02 | 実績

項目	件数	人数	売上	平均単価
R7年度	546	19,028	37,551,295	68,775
R6年度	308	8,233	17,392,136	56,468
昨対比	177%	231%	216%	122%

※観光部門にて売が発生したツアーのみを集計

国籍別



## 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
- 特集ページ、アクセスページの新規記事作成によって、情報を拡充
- 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。

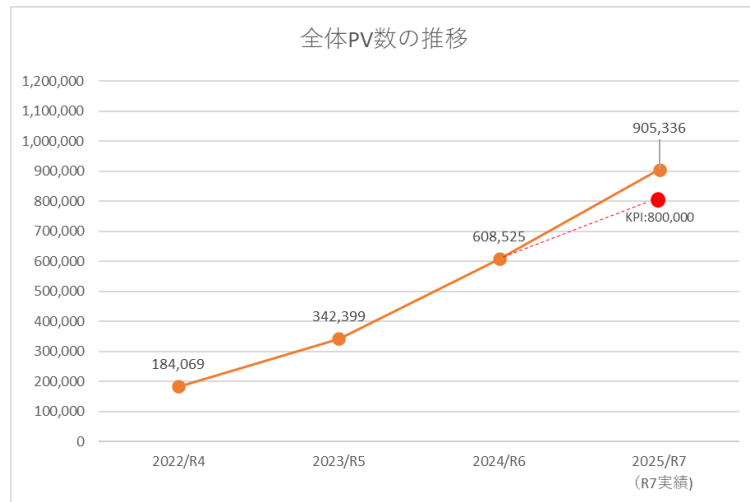
- Visit Ozu PV数：905,336PV（昨対比+48.7%）
- SEO平均掲載順位：6.1位（2025年3月：8.8位）
- お知らせ/特集投稿：44回
- SNS投稿数：33回
- SNSフォロワー数：5490人（+3,130）



### 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 (R7実績)	昨対比 (増加数)	R7年度KPI	R7年度目標達成率 (%)	調査方法
全体	342,399	608,525	905,336	+296,811	800,000	113.2%	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	816,007	+246,556	700,000	116.6%	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	49,026	+25,829	50,000	98.1%	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	40,303	+24,426	50,000	80.6%	根拠：Googleアナリティクス ・キタMが収集し、市に毎月報告



- R7年度のVisit Ozu全体のPV数は905,336（昨対比+48.7%）となり、大きく認知度獲得、旅マエの情報提供に寄与した。
- 英語及び繁体字はどちらもKPIには届かなかったものの、昨対比では2倍以上に伸びている。
- TOPページのレイアウト変更や新規の特集記事の公開、松山から大洲への行き方の公開によって、さらに情報を拡充することができた。

## 03.マーケティング及びプロモーション

### メディア露出

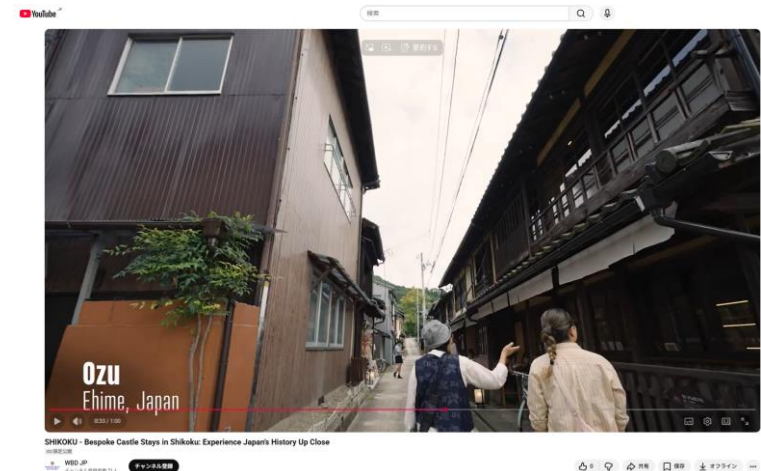
#### 01 | 内容

- ・ 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」「10万円でできるかな」「週刊情報チャージ!チルシル」「所さん!事件ですよ」などの全国放送や、「ディスカバリージャパン」・「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(米国放送)」の関連メディアにも掲載。

- ・ メディア対応 : 16回(対面)
- ・ 執筆 : 4回
- ・ プレスリリース : 5回
- ・ 広告換算効果 : 1,590,057,503円
- ・ メディア露出 : 220件(26年3月末時点)  
※内海外メディア28件



## 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年度土地利用モデル大賞」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 2月 「JAPAN TRAVEL AWARDS 2026」観光開発部門受賞

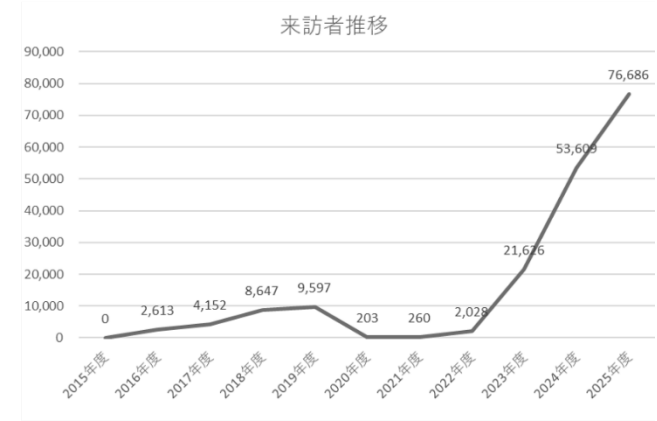


## 03.マーケティング及びプロモーション

### 観光客数①

#### 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】													
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計	
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	6,962	6,386	6,460	7,025	76,686	
昨対数	4,556	4,648	3,333	1,607	2,122	1,744	3,304	849	410	493	414	▼-403	23,077	
昨対比	282.8%	306.8%	220.8%	152.8%	195.2%	150.6%	172.6%	112.3%	106.3%	108.4%	106.8%	94.6%	143.0%	

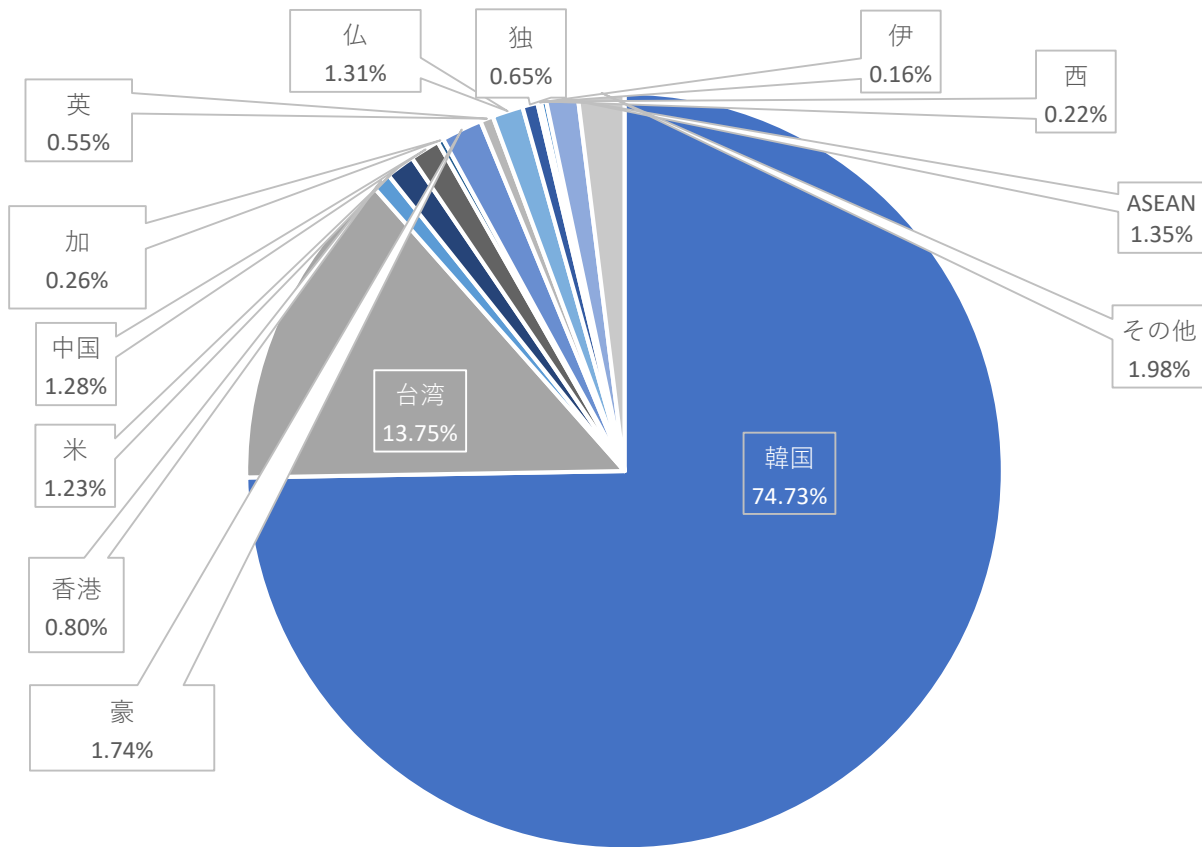


- 昨年度に比べ、**インバウンド数が23,077人増加で、全体で76,686人に到達し、過去最高記録値を更新した。**
- 内的要因としては、台湾やオーストラリア旅行会社への商談会やアプローチ、海外メディアの露出、Visit Ozuや施設の多言語化対応が考えられる。
- 特に台湾のツアーにおいては、1回の受注で消費額が100万円を超えるグループやガイドなどコンテンツを合わせたものが多く、国内のツアー客等よりも消費額が高い傾向であるとの意見を事業者よりいただいており、**経済波及効果が高いと実感している。**
- 30～40人の韓国人の旅行団体である「新世界」のツアーがほぼ毎日大洲へ来ていること、愛媛県の事業で韓国人に対して**大洲城や盤泉荘の観光施設の割引チケットが配布**されていることが、インバウンド数の押し上げになっている。
- 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インバウンドが他の地域にも流入、また近年**サステナブルツーリズムへの関心が高い傾向**が見られる。そのため、日本でも有数のサステナブル先進地である大洲への来訪者に繋がっている。

### 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)



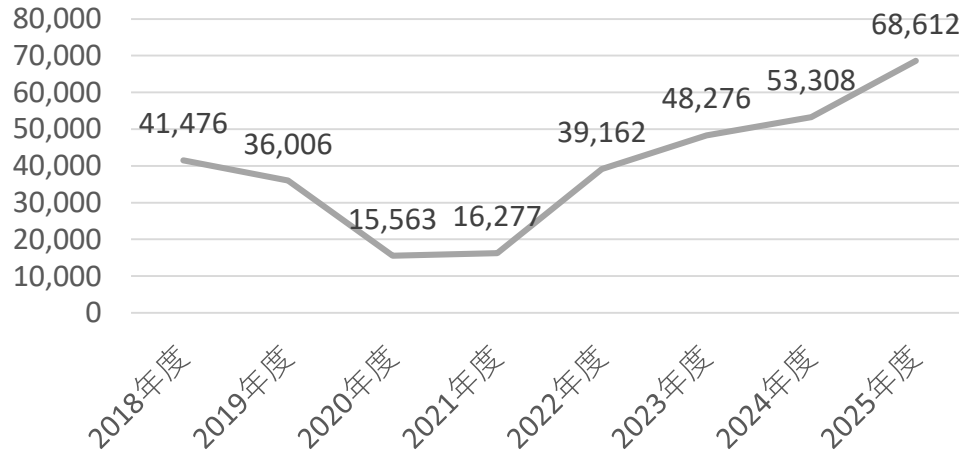
- 入館者の約75%が韓国、次に台湾が約14%、次にオーストラリアが約2%となっており、この3国がインバウンド来訪国別の約90%を占める。  
その中でも、東アジア地域は全体の約90%を占める。
- 特に韓国は、**新世界のツアー及び愛媛県の事業で、来訪が著しく増加している。**
- 全体の10%は欧米豪・アジアの各国が占める。
- 他の国に比べ、**フランス共和国、ドイツ連邦共和国、オーストラリア連邦**は、大洲へ立ち寄るツアーが独自で組まれているため、増加率が高い傾向が見える。特にオーストラリアは商談会等もあり、増加率が高くなっている。
- 「世界の持続可能な観光地」文化・伝統保全部門で世界1位になったことと、グリーディステイネーションシルバー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



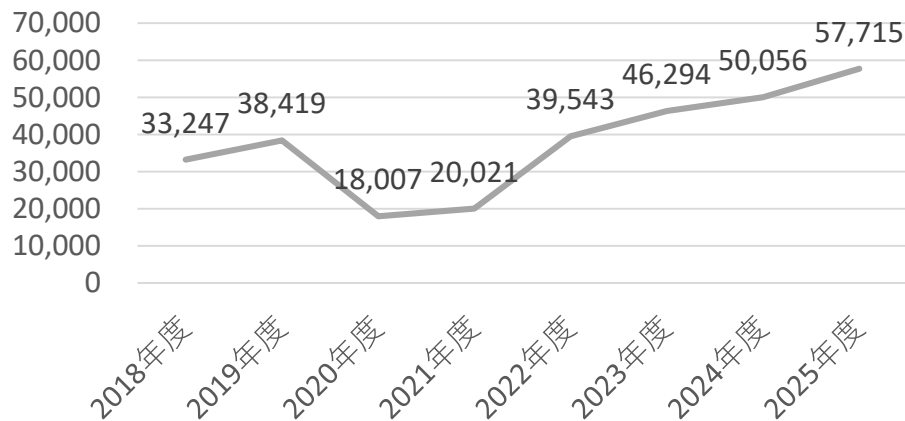
- 総入館者数に対するインバウンド割合は、**2024年度では約38%だったのに対し、2025年度は約46%に増加。**
- 新世界のツアーの影響もあり、全体のインバウンド数で**韓国が占める割合が、2024年度では約67%だったのに対し、2025年度は約70%**に増加している。
- 他で増加している国は、**フランス共和国 約177%(215人⇒380人)、ドイツ連邦共和国 約278%(64人⇒178人)、オーストラリア連邦 約209%(185人⇒506人)**である。増加率が昨対より150%上回っている国数は28カ国あった。
- 2025年度は昨対に比べ、**国内は約4,000人増加、インバウンドが約11,000人増加で、全体で約15,000人の増加に繋がった**
- 昨年度から**オーバーツーリズム対策**で、臥龍山荘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。
- 団体の予約割引について、2026年1月1日より新規予約を、2026年4月1日より予約済のツアーも含めて廃止を行っている。

### 03.マーケティング及びプロモーション

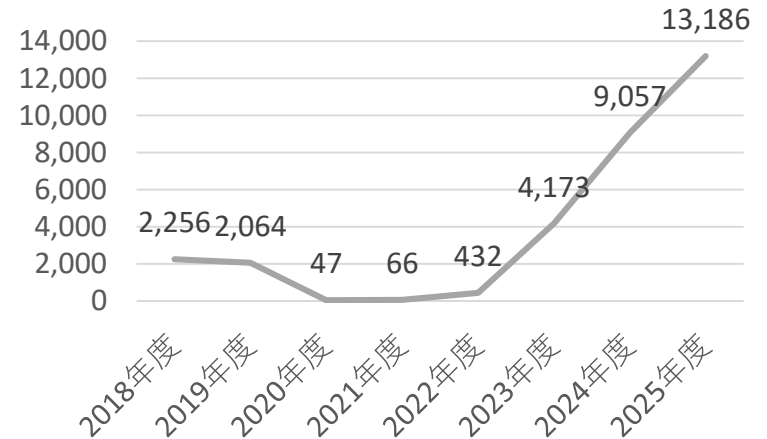
#### 観光客数④

#### 04 | 大洲城

総入館者数



インバウンド数



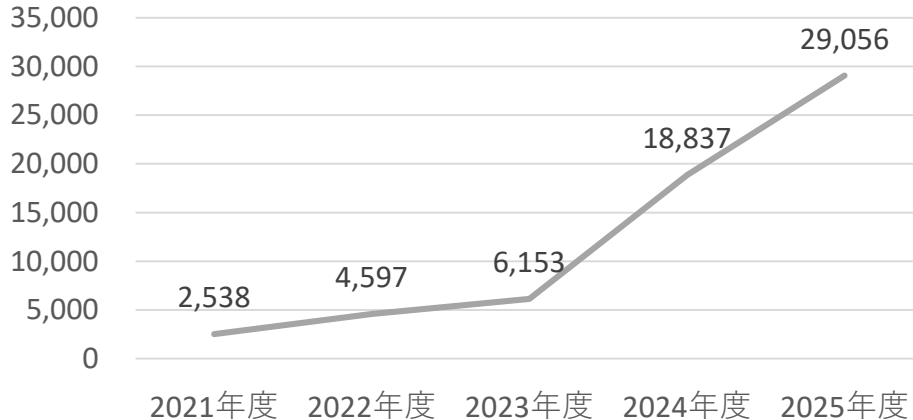
- 総入館者数に対するインバウンド割合は、2024年度では約18%だったのに対し、2025年度は約23%に増加。
- 全体のインバウンド数の中で韓国が占める割合が、2024年度では約67%だったのに対し、2025年度は約61%と減少している。要因は、韓国以外の国の来訪が上がっているために相対的に減少しているように見える。
- 他で増加している国は、スイス連邦 約242%(33人→80人)、フランス共和国 約193%(166人→321人)、オーストラリア連邦 約289%(129人→373人)である。増加率が昨対より150%上回っている国数は24カ国あった。
- 2025年度は昨年度に比べ、国内は約3,500人増加、インバウンドが約4,000人増加で、全体で約7,700人の増加となった。
- ツアーより、FITの来訪割合が大きいため、オーバーツーリズムについては現時点では特に起きていない。
- 団体の予約割引について、2026年1月1日より新規予約を、2026年4月1日より予約済のツアーも含めて廃止を行っている。

### 03.マーケティング及びプロモーション

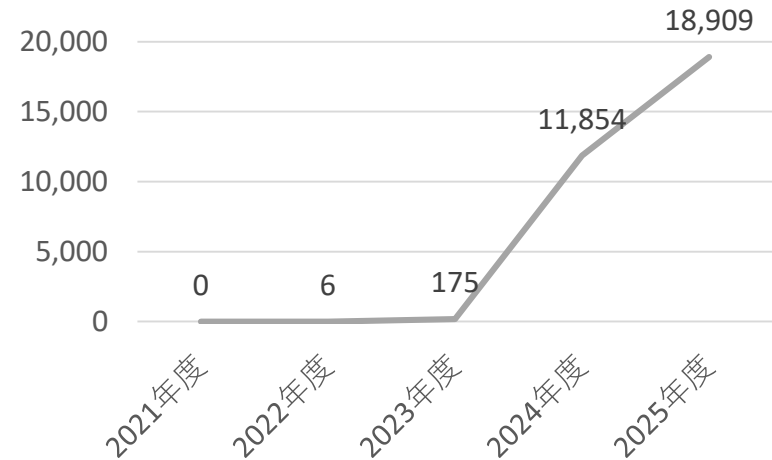
#### 観光客数⑤

##### 05 | 盤泉荘

総入館者数



インバウンド数



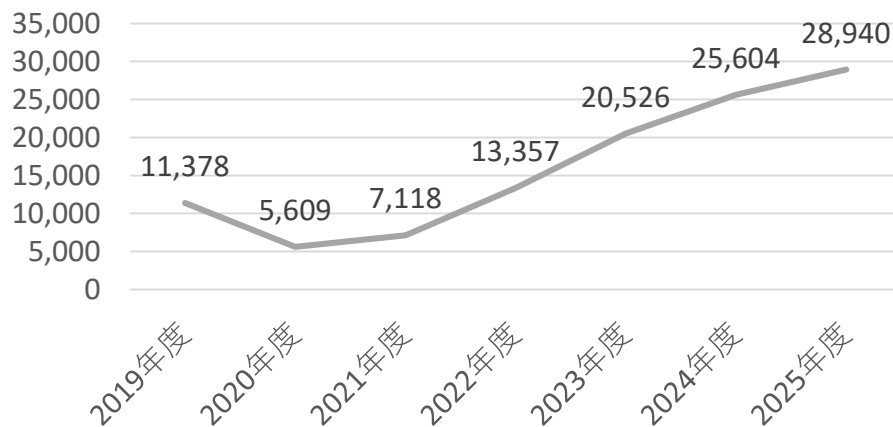
- 総入館者数に対するインバウンド割合は、**2024年度では約63%だったのに対し、2025年度は約65%に増加。**
- 新世界のツアーが来ていたが、2026年1月より希望者のみとなり、全体のインバウンド数の中で**韓国が占める割合が、2024年度では約97%だったのに対し、2025年度は約93%**で減少している。他にも、韓国以外の国の来訪が上がっているために相対的に減少しているように見える。
- 他で増加している国は、**フランス共和国 約459%(29人➡133人)、英国 約1460%(5人➡73人)、オーストラリア連邦 約674%(34人➡299人)**である。増加率が昨対より150%上回っている国数は24国あった。
- ツアーより、FITの来訪割合が大きいため、オーバーツーリズムについては現時点では特に起きていない。
- **団体の予約割引について、2026年1月1日より新規予約を、2026年4月1日より予約済のツアーも含めて廃止を行っている。**

### 03.マーケティング及びプロモーション

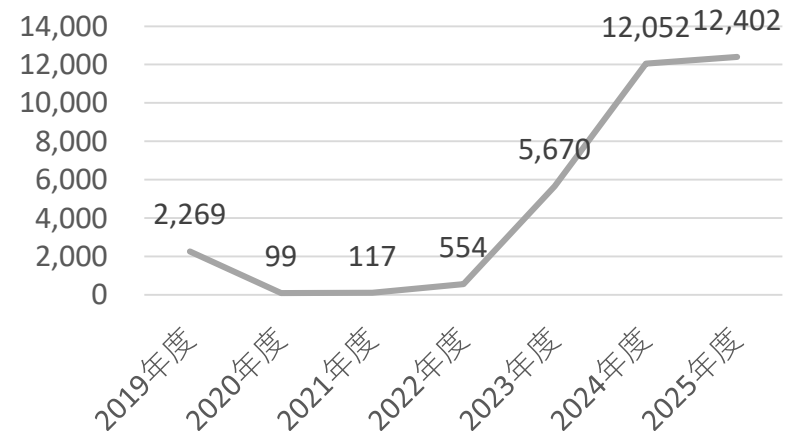
#### 観光客数⑥

#### 06 | 伊予大洲駅観光案内所

総入館者数



インバウンド数

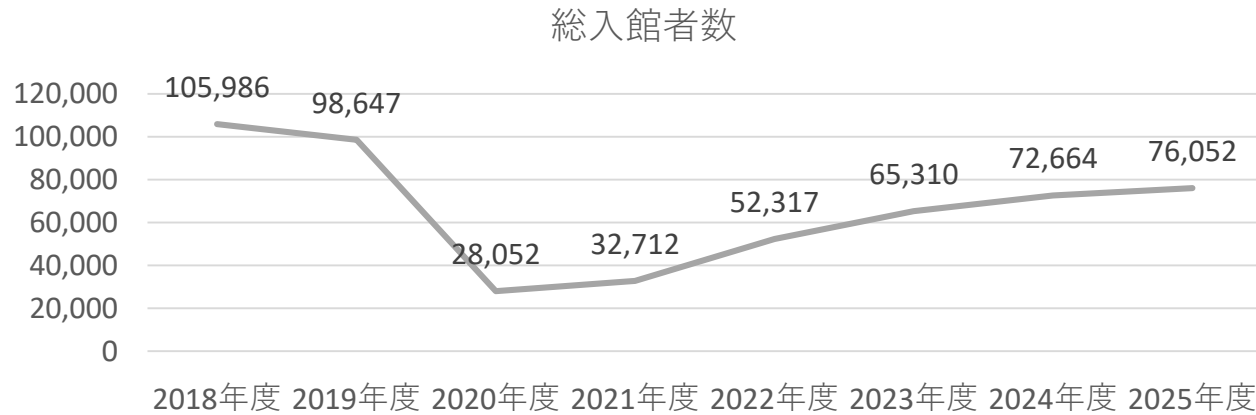


- 総入館者数に対するインバウンド割合は、**2024年度では約47%だったのに対し、2025年度は約43%と減少が見られる。**
- タクシー台数の減少、市内循環型バスの便数減少など、JR伊予大洲駅から肱南地区への2次交通の課題を抱えている。そこで、伊予大洲駅観光案内所にあるレンタサイクルはその解決策として、2024年度の貸出率は約6%だったことに対し、2025年度は16%と国内外の利用者が増えている。
- TVや新聞、数々の受賞などを経て露出が増えたことで、「〇〇を見て、大洲へ来ました！」という意見を言ってくれる国内来訪者が増えている傾向が見られる。**インバウンドについては、肱南地区へのツアー本数が増えても伊予大洲駅観光案内所には立地上来訪者に繋がりにくいため、他の施設と比べると微増。**
- 2025年度は昨年度に比べ、**国内は約3,000人増加、インバウンドが約300人増加で、全体で約3,300人の増加。**

## 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年度は昨年度より、約3,300人の増加。増加理由としては、新世界のツアーが4月よりほぼ毎日大洲へ来訪しているところが多い。
- 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更新している。
- 台湾やオーストラリアなど、海外の商談会の成果もあり、各施設を含めて増加傾向が見られる。
- 入場者数の全体割合としてはFITでの来訪者(国内外を含む)約5割、国内ツアー旅行者約3割、国外ツアー旅行者約2割となっている。
- 閑散期を含む毎週末駐車場が満車になり(繁忙期になるにつれ、満車時間が長くなる)、近隣の交通渋滞を引き起こしている。

## 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. 商談会出席
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! (ソコイコ) (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

##### 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、全庁的に展開



#### 02 | 実績

- 市及びキタM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、サステナブルコーディネーターの資格を2名取得
- 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：9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：5人
    - ・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

### 観光教育

01 | 内容    02 | 実績    ◎令和7年度実績... 7校233名を対象に39回観光教育を実施

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」をテーマに取り組み、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	69名	5回	4名
大洲市立大洲小学校3年生	大洲の取組みと台湾での事例紹介	39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	27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	35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	15名	1回	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	5名	1回	1名



## 06.コミュニティ形成・地域住民理解の促進

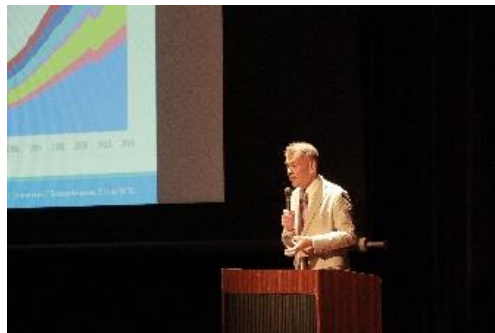
### シンポジウム

#### 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：11回
- 合計参加人数：161名
- 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

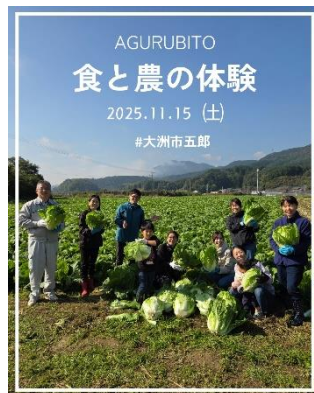
##### ②古民家清掃体験

タイトル：河野邸をきれいにしよう

日時：令和8年3月実施

場所：大洲市柚木

参加数：13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



サマーインターンシップの最終成果報告会の様子



スプリングインターンシップのイベントの様子

#### 02 | 実績

<サマーインターンシップ>

東京女子大学 1名

和歌山大学 1名

國學院大学 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

<スプリングインターンシップ>

東京大学 5名

<サマーインターンのアンケート実績>

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

<スプリングインターンでのイベント>

大洲高生6名と盤泉荘前の「河野邸」の清掃活動やワークショップの実施

## ① 第3期観光まちづくり戦略ビジョン (R9~R11年度) 策定について

### ■ 策定方針・手法

第13回戦略会議で決定した方針/手法に基づき、次なる3年間の羅針盤となる「第3期戦略ビジョン」を令和8年度中に策定。

### ■ ビジョン構成項目 (案)

理念・位置付

コンセプト

役割分担

現状分析

ターゲット

KGI / KPI

主要事業

展開エリア/分野

財源候補

### ■ 策定体制

① 戦略会議 (意思決定)  
中間報告の審議、最終策定の決議



② 月例分科会 (実務)  
大洲市・キタ・マネジメントによる  
全体構成/項目/内容の作成・関係者調整等



③ 住民・事業者 (ボトムアップ)  
WS、アンケート、ヒアリング

## 策定スケジュール詳細

実施項目 / 月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
① 戦略会議		● 開始					● ※書面決議 中間 報告				● 最終 決議	
② 分科会		全体構想・項目の決定						内容記入・精査			会議 諮問	修正
③ ワークショップ						意見 反映						
④ アンケート			Googleフォーム・チラシ併用調査 (6月展示会による対面調査)									
⑤ ヒアリング	市内プレイヤー（宿泊・物販等）現状把握											

※ 分科会は毎月開催し、各プロセスを管理する。

## ② 大洲アンバサダー制度の創設

# 関係人口創出を目的とした住民アクション設計

## 現状と課題

### 👤 関係人口（大洲ファン）の獲得

観光客が急増する中、一度きりの来訪で終わらせず、何度も訪れ、ふるさと納税等で応援したくなる「大洲のファン（関係人口）」の創出が不可欠です。その核となるのは、来訪時における**地域住民とのつながり**です。

### 🔗 既存プラットフォームとの連動

- 大洲カンパニー：キタ・マネジメント運用関係人口創出プラットフォームとのシナジー（関係人口の可視化）
- 歴史華回廊案内人：既存の地域人材のロールモデル化
- 大洲まちづくり構想：民間提案の受け皿としての機能
- ふるさと住民登録制度：総務省事業の導入検討（関係人口の可視化）



- 地域を愛し、来訪者に魅力を伝える**地域住民をアンバサダーとして認証**
- 地域人材の育成・発掘を公式・可視化し、シビックプライドを醸成する**受け皿の整備**

予算規模：約20,000円(印刷・周知費)

## 制度内容・スケジュール（案）

### 制度内容

- ・ **公式認証**：戦略会議で「大洲アンバサダー」を認証
- ・ **インセンティブ（活動支援）**：
  - 観光施設の入館料無償化
  - 研修のための体験コンテンツ利用支援
- ・ **顕彰制度**：大洲カンパニーへの紹介実績等に応じた表彰。活動実績に応じたグレード制の導入。（大洲カンパニー/ふるさと住民登録制度等への紹介実績など）

### 今後のロードマップ

- |       |                              |
|-------|------------------------------|
| 5月～9月 | 制度設計・協議<br>関係者との調整および詳細要件の定義 |
| 10月   | 制度創設<br>戦略会議（書面決議）による公式化     |
| 11～1月 | 人材募集・広報<br>チラシ配布・周知活動の実施     |
| 2月    | 第一期 認証式<br>市長による認証書の授与       |

### ③ 肱南地区・肱北地区商店街空き店舗調査の実施

観光波及効果の面的拡大と導線最適化に向けた基礎調査

～城下町の活気を周辺エリアへ波及させ、消費額の最大化を図る～

#### 📈 駅利用客の増加と導線課題

JR伊予大洲駅観光案内所の利用客は着実に増加しており、インバウンドを中心に「駅から城下町（肱南地区）」への徒歩移動が増加。

JR伊予大洲駅観光案内所 利用客数推移

11,378人 (R1) → 28,940人 (R7) ※+154%

#### ⚠️ 解決すべき3つの課題

- ・ **2次交通問題**：タクシー不足により徒歩移動を余儀なくされる状況。
- ・ **導線のミスマッチ**：魅力ある商店街を通過せず、国道沿いを移動。
- ・ **波及効果の限定**：消費が城下町に集中し、周辺の裨益が不足。

予算：0円（全額DMO事業費活用）

#### 📍 重点調査エリア

##### 1. 肱北地区の商店街

駅から肱南地区への導線上に位置。既存店舗と空き店舗の活用により、移動満足度の向上と消費機会を創出する。

##### 2. 肱南地区 本町1丁目

城下町内にありながら未開発。「城下テラス」整備に伴い、大洲城～臥龍山荘の新たな導線として一体的な整備計画が必要。

## 内容・スケジュール・予算

### 実施内容と位置付け

#### ● 実態把握とヒアリング

商店街および空き店舗の権利関係・現状を市で把握。地域事業者・商店街にヒアリングを実施。

#### ● 公式計画への格上げ

戦略会議として本件に取組み、「戦略ビジョン」に付随する個別計画として位置付け。令和9年度以降の財源獲得に向けたエビデンスとする。

#### ● DMO事業との連携

キタ・マネジメントが先駆的DMO事業内で策定する「新エリア計画」と連動し、古民家再生とは異なる開発手法を模索。

### 今後のロードマップ（予定）

5-6月	現状把握・協議 先駆的DMO事業への事業反映を実施
7-9月	詳細調査・エリア計画検討 空き店舗調査および具体的活用案の策定
10月	戦略会議：中間報告 書面決議による現状の共有
2月	戦略会議：計画決議 エリア計画の正式承認・位置付け完了

## ④ 歴史的資源を活用した観光まちづくり展示について

～城下町再生のストーリーを、市民の「学び」と「誇り」へ～

### 展示の目的

大洲市が進める「町家再生」は観光振興ではなく、過疎化や空き家問題という**深刻な地域課題を解決するための手段**です。肱南地区の成果を「自分たちの町の物語」として広く市民へ周知し、理解と関心を深め、**郷土への誇り（シビックプライド）を醸成**します。



#### 日時

令和8年6月2日（火）～7日（日）

10：00-17：00

※2日は13:00開始、7日は16：00まで



#### 場所

大洲市立図書館1Fコミュニティホール

## 展示計画：静寂と学びの空間づくり

### 📖 構成内容

- ・ **パネル展示（12枚）**：「大洲ストーリーブック」をベースに城下町再生の軌跡を可視化。
- ・ **映像コーナー**：ビジュアル重視でまちの変化を提示。静寂に配慮しヘッドホン等で対応。
- ・ **滞在型閲覧スペース**：クッションやソファを配置し、関連書籍をリラックスして読める空間を演出。
- ・ **対面案内**：担当職員によるミニ説明会をスポット実施。



会場イメージ：心地よさとやすさを考慮したレイアウト

## 関連イベントと予算規模

### ☕ 連動企画①：図書テラスカフェ

日時：6月6日(土)・7日(日) 10:00～15:00

内容：誘客のため、屋外テラスにてコーヒー・スイーツ店が出店。読書×食×休息の心地よい空間を実証実験として創出。

### 🗣️ 連動企画②：説明会

- ・6/6(土) 13:30～：案内人講座 募集説明会（現役案内人の活動紹介）
- ・6/7(日) 11:00～：観光まちづくり講演会（プロジェクト担当者による解説）

### ¥ 予算・体制

約 50,000円

※パネル制作費および消耗品費として。大洲市観光まちづくり戦略会議が負担。

主催：大洲市商工観光課 / 戦略会議

共催：キタ・マネジメント、案内人倶楽部

人員：課職員1名以上が責任を持って案内・管理

