

令和 6 年度実績報告



2.各事業実績

(1) ①インバウンド誘客

01 | 内容

◎商談会への参加：7回

(開催地) 国内2回 海外5回

※シドニー2回、香港1回、台北2回

◎新規アプローチ数：71社・91名

※国内12社、豪州19社、香港13社、台北27社

02 | 実績

ツアー			
項目	R5年度	R6年度	昨対比
件数	29件	284件	817.2%
人数	521人	8,132人	1260.8%
販売額	1,627,938円	14,334,742円	8036.3%

FAM			
項目	R5年度	R6年度	昨対比
件数	18件	24件	133.3%
人数	104人	101人	97.1%
販売額	964,422円	3,057,394円	317%

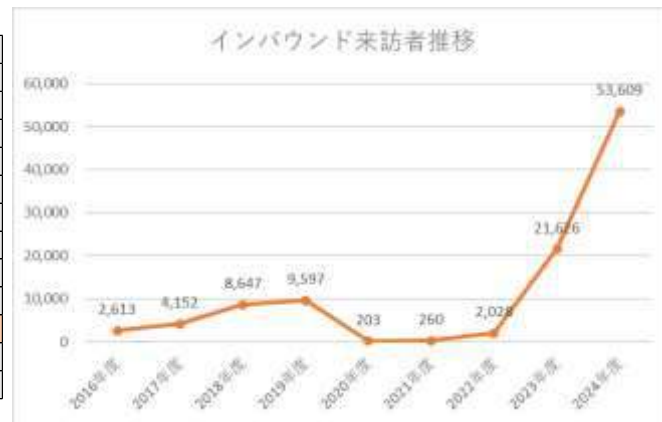
※観光部門にて売上が発生したツアーのみを集計

2.各事業実績

(1) ①インバウンド誘客（実績）

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）

	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
昨対数	958	1,170	1,619	2,014	1,133	2,318	2,945	3,753	3,855	3,510	3,925	4,783	31,983
昨対比	162.4%	208.5%	242.0%	295.9%	203.4%	305.1%	283.4%	218.5%	242.9%	247.3%	285.1%	280.8%	247.9%

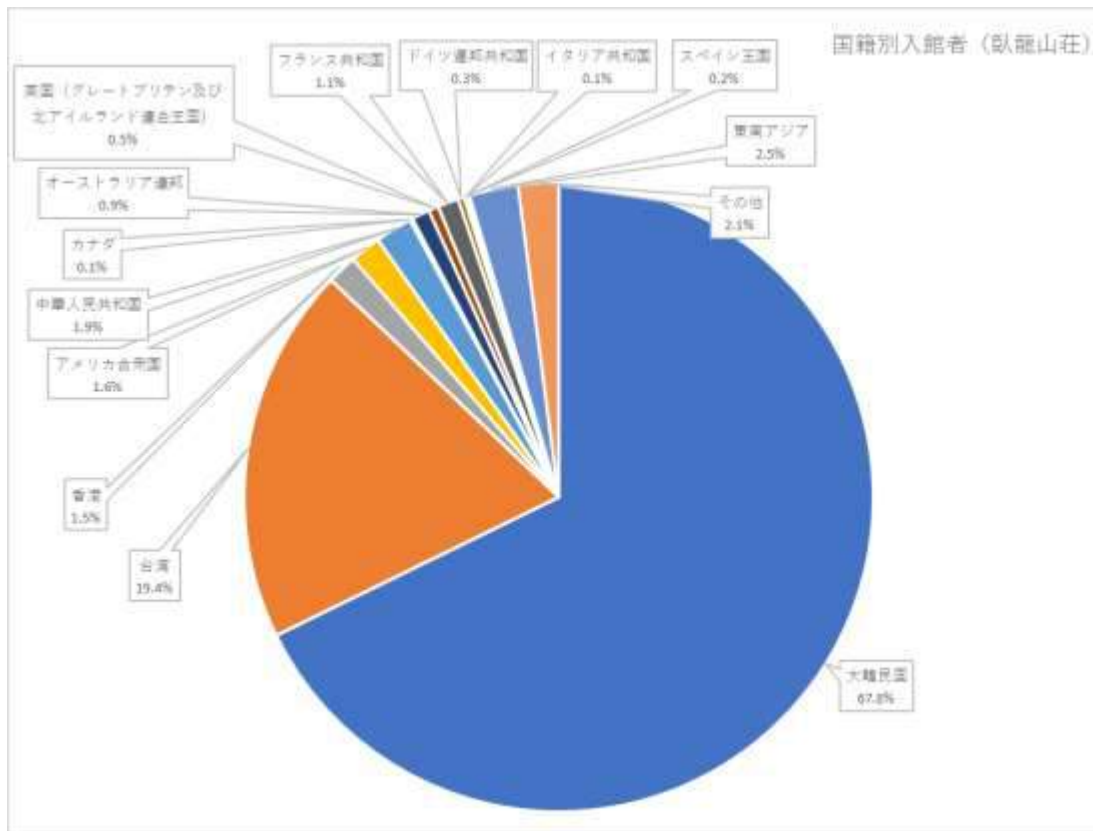


- ・旅行会社へのアプローチやメディア露出、割引チケットなどの効果により、**約53,000人**が来訪し、**昨対比248%**と順調に増加している。
- ・特に台湾のツアーは、コンテンツ滞在期間が長い、受注額が200万円を超えるケースもある。「国内ツアー客よりも消費額が高い傾向にある」との声を来店事業者からヒアリングしており、**経済波及効果が高い**と実感している。
- ・愛媛県の韓国向け入館料割引事業によって、盤泉荘を中心にインバウンド客が増加している。

2.各事業実績

(1) ①インバウンド誘客（実績）

02 | 国籍別インバウンド来訪者数（臥龍山荘）



- 傾向として、入館者の68%は韓国で、次に台湾が約20%、残りの10%は欧米豪・アジアの各国が占める。
- 大洲城については臥龍山荘と同様の傾向であるが、盤泉荘については98%を韓国が占めている。

2.各事業実績

(1) ②宿泊者誘客

01 | 内容

[国内/インバウンド]

◎商談会への参加：4回/7回

(開催地) 東京3回、大阪1回

/国内2回、海外5回

◎新規アプローチ数：26社/70社

02 | 実績 (NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町)

令和6年度	上半期(4～9月)	下半期(10～3月)	年間
販売額	17,703,563円	28,285,627円	45,989,190円
受注室数	277室	450室	727室
受注人数	831名	1,350名	2,181名

※受注分を計上

2.各事業実績

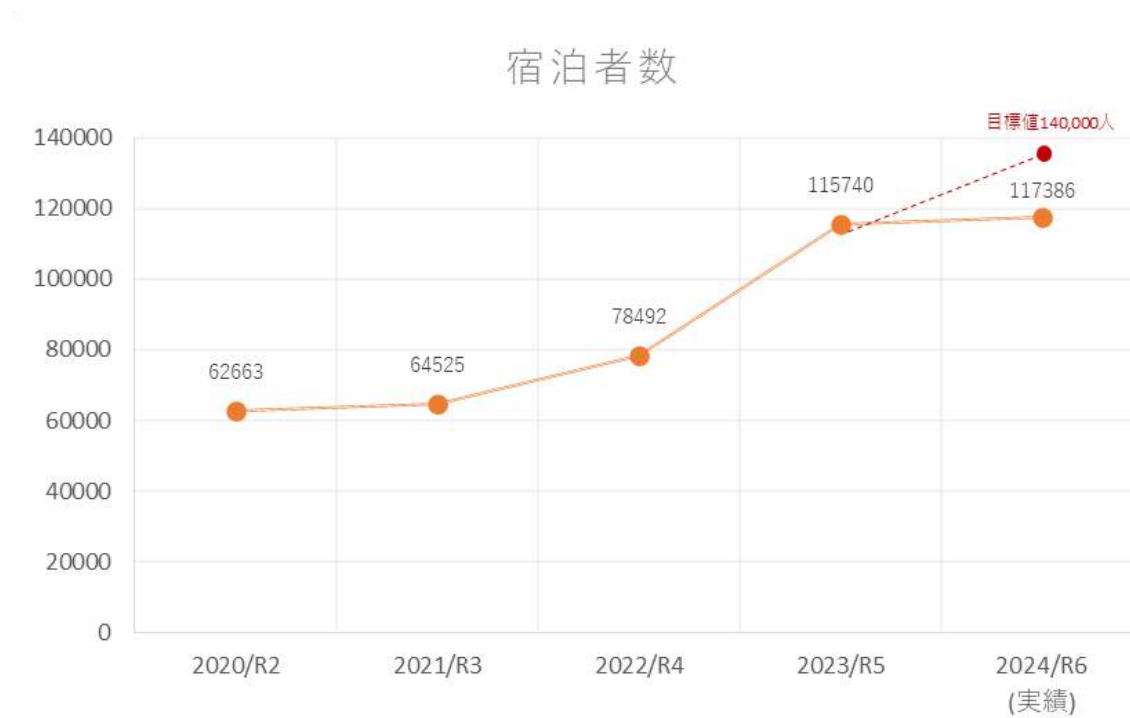
(1) ②宿泊者誘客（実績）

01 | 市宿泊統計

項目	2020/R2	2021/R3	2022/R4	2023/R5	2024/R5 (目標)	2024/R6 (実績)	昨対比 (増加数)	昨対比 (%)	目標達成率	調査方法
宿泊者数	62,663	64,525	78,492	115,740	140,000	117,386	1,646	101	83.8	根拠：大洲市統計観光客数とその消費額 ・大洲市が収集する県提出用データ
うち国内	62,562	64,478	78,350	114,640	138,000	115,068	428	100	83.4	根拠：大洲市統計観光客数とその消費額 ・大洲市が収集する県提出用データ
うちインバウンド	101	47	142	1,100	2,000	2,318	1,218	211	115.9	根拠：大洲市外国人宿泊者数統計調査 ・大洲市が独自で収集するデータ

2.各事業実績

(1) ②宿泊者誘客（実績）



- 約2.4万人の増加を目指していたが、増加数目標において**実績は7%程度に留まり、目標達成には至らなかった。**
- 全体の**増加数の約70%がインバウンド**であった。

2.各事業実績

(1) ②宿泊者誘客（実績）



- 国内の増加は、過去の伸び率から定めたもの（約20%増加）であったが、**増加率は約1%**と少なかった。
- **旅館は15%増、ビジネスホテルは2%減、簡易宿所は約4%増と、旅館以外は横ばいの結果**であった。
- 上昇しなかった要因として人員不足や人件費の高騰を想定するが、調査対象者に対してヒアリングを行うなど、原因の把握が必要である。

2.各事業実績

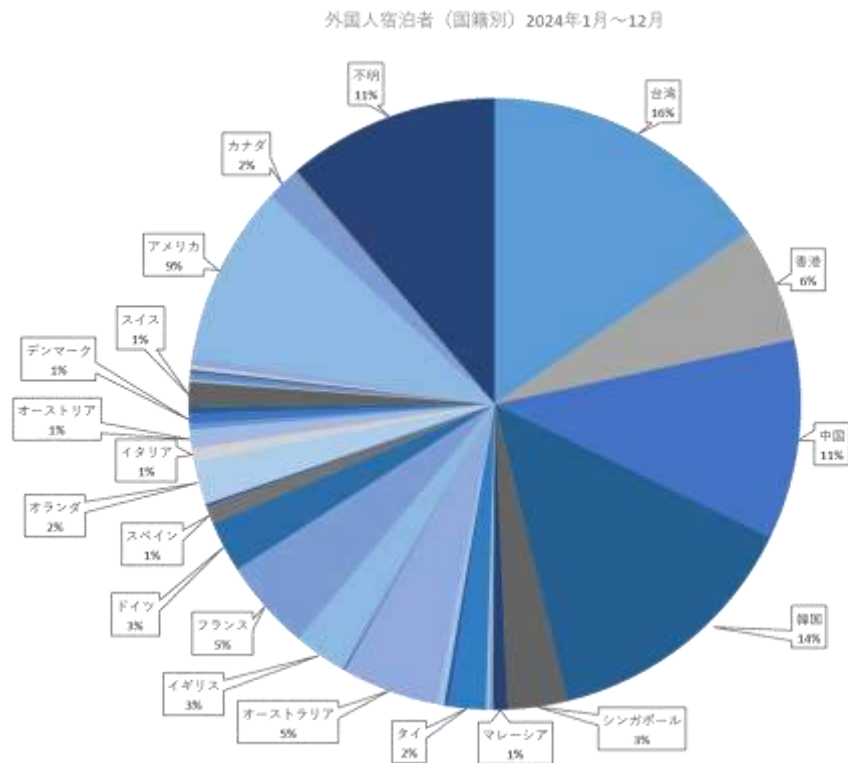
(1) ②宿泊者誘客（実績）



- 昨対比2倍以上の宿泊者が増加し、目標数値を達成した。
- NIPPONIA HOTELや肱南地区に比較的近い宿泊施設において著しく増加傾向である。
- ホテル全体でみると台湾、韓国の伸びが高く、さらにNIPPONIAでは台湾韓国中国など東アジア圏に加え、欧米豪州の宿泊者の国籍比率も愛媛県下の平均よりも高い傾向にあり、誘客の効果が出てきている。
- 香港のみ愛媛県下の国籍別来客数割合と比較すると少ない割合であり、まだ誘客出来ていない層である。

2.各事業実績

(1) ②宿泊者誘客（実績）



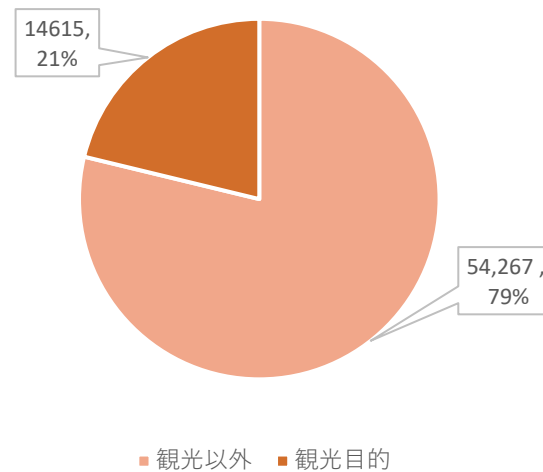
国	割合
台湾	16%
香港	6%
中国	11%
韓国	14%
シンガポール	3%
マレーシア	1%
タイ	2%
オーストラリア	5%
イギリス	3%
フランス	5%
ドイツ	3%
スペイン	1%
オランダ	2%
イタリア	1%
オーストリア	1%
デンマーク	1%
スイス	1%
アメリカ	9%
カナダ	2%
不明	11%

- ・ 宿泊者については、施設来訪者の属性（P4）と異なり、韓国に特化していない。
- ・ 台湾・韓国を筆頭にアジア圏が約半数を占め、アメリカを中心とする欧米豪州が40%を占めている。

2.各事業実績

(1) ②宿泊者誘客（実績）

宿泊者のうち「観光目的」の割合



- 宿泊者数のうち、観光目的の有無を把握している宿泊施設のみ抜粋して作成（該当16施設）
- 傾向として、宿泊者のうち約20%が観光目的で来訪であると想定している。

2.各事業実績

(1) ③歴史的建造物の活用

01 | 内容

- (株)KITAにおいて、古民家モール旧藤本医院の活用を開始し、古道具を扱う「WOLFMAN JACK ANTIQUES」や雑貨屋「マハリタ」など計4店舗が出店
- 新規物件として宮崎邸・平田邸を購入し、道後邸・佐田邸の賃貸を開始
- 古民家を活用して100年前の大洲を再現するイベント「城下のMACHIBITO」では古民家モール旧藤本医院にて8店舗が出店、高校生が道後邸で出店
- 和紙や木蠟など大洲にまつわる素材を活かしたイベント「OZU ARTS and CRAFTS」では旧藤本医院や道後邸、平田邸にてアートの展示やワークショップ、マルシェを開催

02 | 実績

新規物件を購入・賃貸することで、空き家の取り壊しを防ぎ、イベントで活用することで空き家活用の機運を醸成。

- 新規活用物件：1棟
- 新規出店：4店舗
(うち期間限定1店舗)
- 新規獲得物件：賃貸2戸・買取2戸
- 古民家活用イベント：2回

2.各事業実績

(2) ①城下町店舗状況（進出事業者・消費額・新規雇用・移住）

域内の区分	令和4年度	令和5年度	令和6年度
①再生した歴史的建造物※累計	3 1 棟	3 1 棟	+1 (旧藤本医院) <u>3 2 棟</u>
②進出事業者数※累計	2 2 事業者	2 4 事業者	+4 (花月・マハリ タ・ウルフマン ジャック・初衣) <u>2 8 事業者</u>
③観光消費額	3 4 5 百万円	<u>3 4 6 百万円</u>	—
④新規雇用者数※累計	1 3 4 人	<u>1 5 3 人</u>	—
⑤移住者数※累計	2 5 人	<u>3 3 人</u>	—

2.各事業実績

(2) ③コンテンツ造成/販売数

01 | 内容

◎新規コンテンツ

こたつ遊覧船

如法寺体験（座禅・写経）

ヨガ体験

和菓子作り体験

盤泉荘・呈茶体験

02 | 実績

令和6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)	45件	1,127,800円
大洲城ナイトツアー	7件	111,200円
キャッスルダイニング	2件	1,023,000円
キャッスルステイ (FAM含む)	16件	24,596,000円 (オプション料金含まず)

2.各事業実績

(2) ④視察研修

01 | 内容

◎コース

- (1) 日帰りコース (研修時間：4時間)
- (2) 1泊2日コース (研修時間：8時間)
- (3) 2泊3日コース (研修時間：16時間)

◎テーマ

- 1. 官民連携による歴史的資源を活用した観光まちづくり
- 2. 地域DMOの形成
- 3. 城泊「大洲城キャッスルステイ」
- 4. 持続可能な観光まちづくり「JSTS-D/Green Destinations」の取り組み
- 5. DMOのファイナンス
- 6. インバウンドの地域戦略
- 7. まち歩き体験（インバウンド向けコンテンツ）
- 8. 古民家分散型HOTEL（NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町）
- 9. OZU STORIES | 大洲城下町再生の物語

02 | 実績

令和6年度	
件数	23件
人数	172名
販売額	4,275千円
無償視察件数	
11件	

2.各事業実績

(2) ⑤関係人口創出

01 | 内容

- 観光庁「第2のふるさと事業」事業を受託
- 関係人口創出プラットフォーム「大洲カンパニー」を開設し、アプリ「FANTS」や専用WEBにて、大洲在住者と市外在住者の交流促進
- 東京・松山でイベントを実施し、周知
- 体験プログラムとして、野菜の収穫体験や肱川あらし撮影会、さつまを囲む会など、大洲の特色を活かした各種コンテンツを企画/実施
- 企業研修の新規メニュー「ウェルビーイングリーダーシップ研修」を、モニターツアーを経て造成

02 | 実績

東京・松山にて周知イベント実施し、登録者を確保した。大洲カンパニー内で開催した体験プログラムでは、多くの市外の方が参加した。また、企業研修では1人が研修中に大洲への航空券を手配し、再来訪につなげた。

- 4回以上の再来訪者数：10名
- イベント参加者：322人
- 大洲カンパニー登録者数：263人
- 体験プログラム企画数/実施数：21回/17回
- 体験プログラム参加者数：161人
- モニターツアー参加企業数：4社
- 研修メニュー造成数：1種

2.各事業実績

(2) ⑥プロモーション (WEB)

01 | 内容

- Visit OzuのSEO施策やお知らせ・特集の更新を多頻度で行うことで、検索順位・PV数を向上
- Instagramでリール動画を投稿し、フォロワー以外にもPR
- MATCHA及びソニーのトライアングル愛媛事業を受託し、南予エリアのインバウンドサイト「Southern Ehime Escapes」の立ち上げや路面へのプロジェクションマッピング・人流計測・店舗空き状況の可視化を実施

02 | 実績

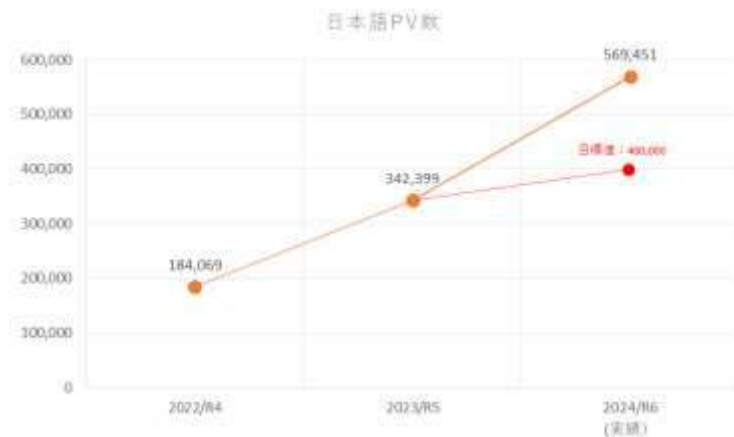
Visit Ozuで様々な施策を講じたことで、PDCAサイクルに必要なデータを収集した。南予エリアでインバウンドプロモーションを行うことで、広域での魅力発信に繋がられた。

- Visit Ozu PV数：569,451
- SEO平均順位：9.3（R6年4月：10.5）
- お知らせ/特集投稿：58回
- SNS投稿数：57回
- SNSフォロワー数：2,565（+395）
- Southern Ehime Escapes PV数：46,055
- MATCHA（南予）PV数：3,681

2.各事業実績

(2) ⑥プロモーション (WEB)

項目	2022/R4	2023/R5	2024/R6 (目標)	2024/R6 (実績)	昨対比 (増加数)	昨対比 (%)	目標達成率	調査方法
日本語	184,069	342,399	400,000	569,451	227,052	166.3	142.4	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	-	-	10,000	23,197	-	-	232.0	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	-	-	10,000	15,877	-	-	158.8	根拠：Googleアナリティクス ・キタMが収集し、市に毎月報告



- ・ 約20万PVの増加を獲得し、目標数値を達成した。
- ・ 令和4年度と比較すると約3倍に増加しており、認知度上昇に寄与している。
- ・ 英語及び繁体語は新設したため、過去の数値との比較が出来ないが、目標数値は達成した。

2.各事業実績

(2) ⑥プロモーション（メディア）

01 | 内容

- ・ イベントやトピック毎に積極的なプレスリリース実施やメディアアプローチを行った

02 | 実績

「真相報道バンキシャ!」、「DayDay」などの全国放送や「Casa BRUTUS」、「日本経済新聞」などの全国誌をはじめ、150件近くのメディア媒体に露出。海外では、インドネシアの「METRO TV」やオーストラリアの雑誌「INTERNATIONAL Traveller」、台湾のライオントラベルWebサイト、ASEAN JANPNセンターのWebサイトに掲載され、広告換算効果は587百万円（昨対比+約30百万円）に至った。

-
- ・ **広告換算費：587,659,775円**
（昨対比+106%）
 - ・ **メディア露出数：142回**
（昨対比+238%）
 - ・ メディア対応：19回（対面）
 - ・ プレスリリース：13回

2.各事業実績

(2) ⑥プロモーション（メディア）



- 広告換算費については、昨年度より約6%（+30百万円）の増加となったが目標値には至らなかった。
- 全国放送や著名人のYouTube投稿等の影響が大きかった。
- 露出回数については、昨対比で2倍以上となっており、幅広く周知を図ることが出来た。
- 傾向として、「サステナブル」をテーマとした露出が増加している。

2.各事業実績

(2) ⑦ブランディング

01 | 内容

- ◎「世界の持続可能な観光地アワード」申請
 - ・市と連携・協議を重ねて申請
 - ・「持続可能なまちづくり」について、市部課長研修会（11/13）で説明を実施
- ◎OZUサステナブルウィーク
 - ・大洲まちづくり大学が主体となり、8月1日～7日に開催。城下町エリアの23事業者が参画し、紙袋を再利用した「旅する紙袋」、給水アプリ「my mizu」の導入、電気使用の削減のための「打ち水」や「風鈴設置」を各店舗で展開
 - ・R6から実施しているペットボトルやカップ削減に努める「Ozu Refeel Project」のタンブラー・ウォーターボトルを継続して実施
 - ・迂回バルのカップ削減のため、ビアグラスを製作

02 | 実績

- ◎2024年9月 Green Destinations
「世界の持続可能な観光地アワード」
シルバーアワード受賞
- ◎2025年1月 観光庁
「サステナブルな旅アワード」 準大賞
- ◎2025年2月 共同通信社
「第15回地域再生大賞」 準大賞
- ◎2025年3月 せとうちDMO
「せとうちDMOアワード」
サステナブル部門最優秀賞

2.各事業実績

(2) ⑧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
- まちづくり大学内で企画し、「サステナブルウィーク」、「涼風スイーツ散歩」、「水上マーケット」、大洲初のアートイベントである「OZU ARTS and CRAFTS」を実施
- 次年度に向けて、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

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：10回（2月まで）
- 合計参加人数：約210人
- 開催イベント：4件
（新規3件、継続1件）

2.各事業実績

(2) ⑨観光教育

01 | 内容 02 | 実績 ◎令和6年度実績...4校235名を対象に32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、「関係人口」「大洲城復元」「まちづくり」をテーマに授業をし、大洲市のシンポジウムにて発表	32名	13回	3名
愛媛県立大洲高等学校商業科3年	古民家の活用方法を考え、城下のMACHIBITOで出店	36名	11回	3名
愛媛県立大洲高等学校商業科1・2年	大洲市の取組みと3年生が取組んだ城下のMACHIBITOについての講演	63名	1回	1名
愛媛県立大洲農業高等学校農業クラブ	大洲市の取組みを学びながら、町並み散策	20名	1回	1名
愛媛県立宇和島南中等教育学校有志	大洲市の取組みを学び、課題を協議・発表	26名	1回	2名
大洲市立大洲南中学校	現地調査を行ったのち、空き家を活用したアイデアを発表	58名	5回	4名

2.各事業実績

(2) ⑩ガイド育成

01 | 内容

- コロナ禍より休止していた、おおず歴史華回廊案内人養成講座の初級/中級を再開
- OZU STORIESのガイドである“紡ぎびと”を育成するサステナブルガイド育成講座を新規事業として開始（大洲市観光まちづくり戦略会議受託）

02 | 実績

初級編4回、中級編4回、サステナブルガイド5回を実施し、ガイドを育成した。

- 初級修了者：14人
- 中級修了者：11人
- 認定者：7人
- サステナブル修了者：9人
- 英語対応可：4人

2.各事業実績

(2) ⑪シンポジウム/住民向けツアー

01 | 内容

- 持続可能な観光まちづくりシンポジウムを企画したが、台風により中止（大洲市観光まちづくり戦略会議受託）
- 1/20ミニシンポジウムにて大洲高校生が観光教育での成果を発表

02 | 実績

- ミニシンポジウム参加者：111人
- アンケート結果：満足以上93%

01 | 内容

- OZU STORIES-大洲城下町再生の物語-の住民向けツアーを実施

02 | 実績

- 実施回数：7回
- 延べ参加者：83人

2.各事業実績

(2) ⑫DMO連携

01 | 内容

◎せとうちDMO

- 「せとうちエリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくりへの参加（せとうちブランディングミーティング・戦略素材選定ミーティング・FAM受入）

◎大洲・内子

- 総会及び商談会への参加

02 | 実績

◎せとうちDMO

- 会議参加：2回※対面
- FAM：2回（OZU STORIES/キャッスルステイ）

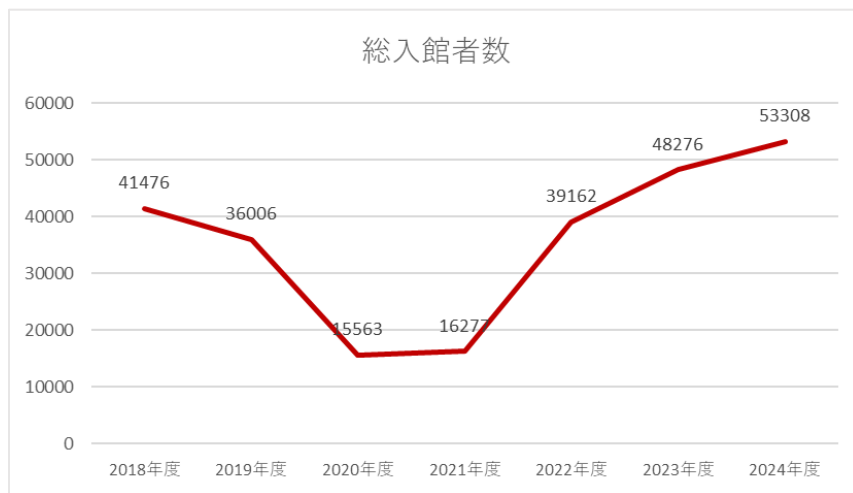
◎大洲・内子

- 総会：1回
- 商談会：3回（香港・東京）

2.各事業実績

(3) ①施設実績（臥龍山荘）

01 | 入館者数



- 2024年度が過去最高値を記録し、2019年度のコロナ前よりも1.5倍に増加。
- インバウンドについては、より伸び率が高く、約2倍に増加。全体に占める割合も約25%と、過去最高値を記録。今年度のインバウンド20,072人のうち、韓国が13,599人で、約68%の割合を占めている。
- 2024年度は、国内は約3,000人減り、インバウンドが約8,000人増加しているため、インバウンドの増加(約5,000人)が全体の増加に寄与。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（臥龍山荘）

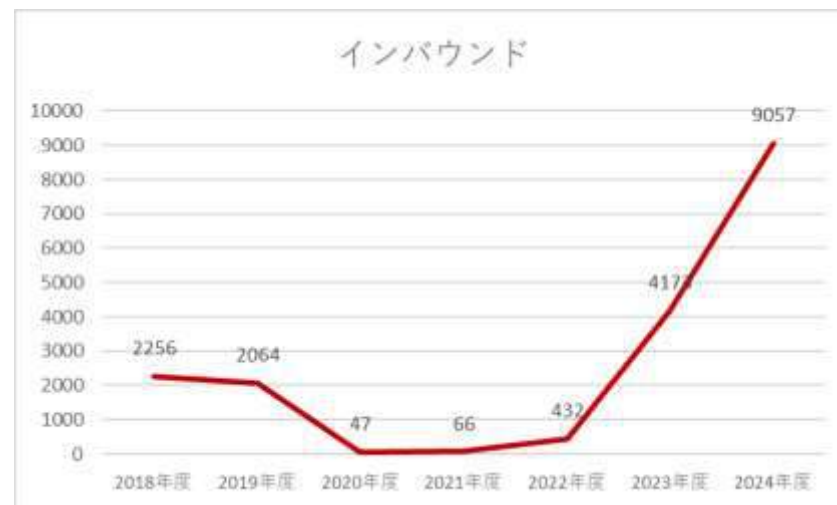
02 | 自主事業

- オーバーツーリズム対策として大洲観光総合案内所と連携し、団体客の事前予約制及び入場人数制限を開始
- 新商品の開発（木工細工、扇子など）
- 写真前撮り、特別貸切プラン、おもてなしお呈茶企画を継続実施
- 事前予約制について、旅行会社に連絡を行い、同時に入館する予定の団体客を調整したことで、施設内の同時収容人数を抑制することが出来た。
- 特別プランを造成することにより、体験する顧客の満足度向上に繋がった。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（大洲城）

01 | 入館者数



- 2024年度は、2019年度のコロナ前よりも1.3倍に増加し、過去10年間で最高値を記録。
- インバウンドについては、より伸び率が高く、約2倍に増加。全体に占める割合も約17%と、過去最高値を記録。今年度のインバウンド9,057人のうち、韓国が6,087人で、約67%の割合を占めている。
- 2024年度は、国内来訪者は約1,500人減ったが、インバウンドが約5,000人増加しているため、インバウンドの増加数が全体の増加（約4,000人）に寄与している。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（大洲城）

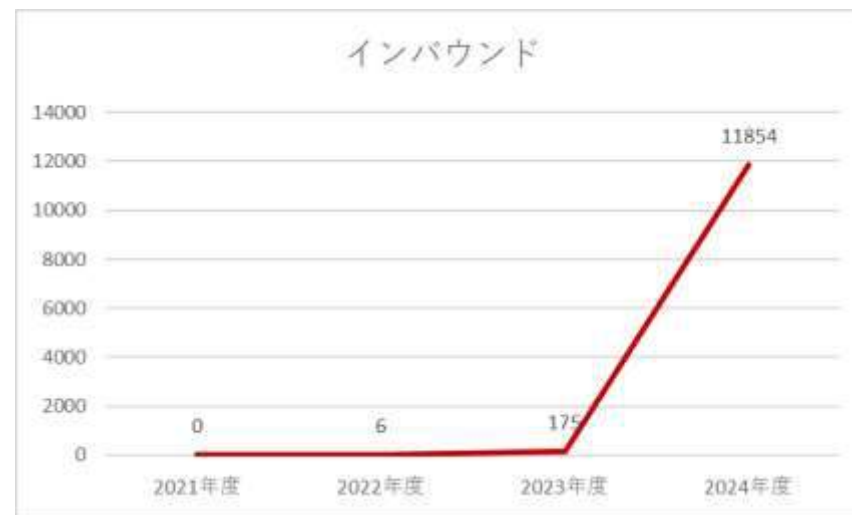
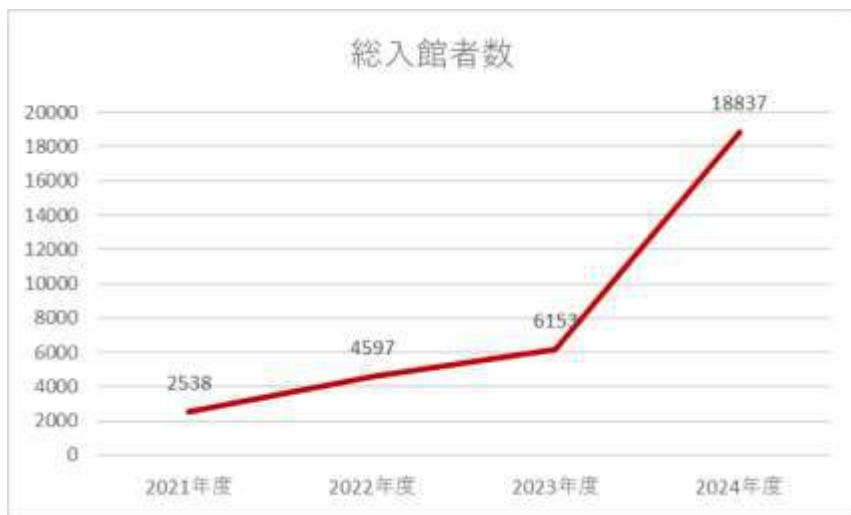
02 | 自主事業

- 天守復元20周年に合わせ、オリジナルグッズを開発/販売
- 研修受入事業（ウェルビーイングリーダーシップ研修）にて、天守貸切「城禅」コンテンツを造成
- 地域還元イベント『夜桜マルシェ』の実施。
- キャッスルスティは15組受入れ、合計54組となった。
- 20周年グッズは、20周年特別御城印や天守復元時の木材から製作したグッズなど約10種類を作成し、販売した。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（盤泉荘）

01 | 入館者数



- 全体増加数18,837人のうち、インバウンドが11,854人で全体の約63%を占める。さらにインバウンド数の中でも韓国が98%を占めている。
- 入館者数は順調に増加している。主に韓国の増加となっており、その要因は愛媛県の事業であるチェジュ航空の割引チケットの効果が大きいと考えられる。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（盤泉荘）

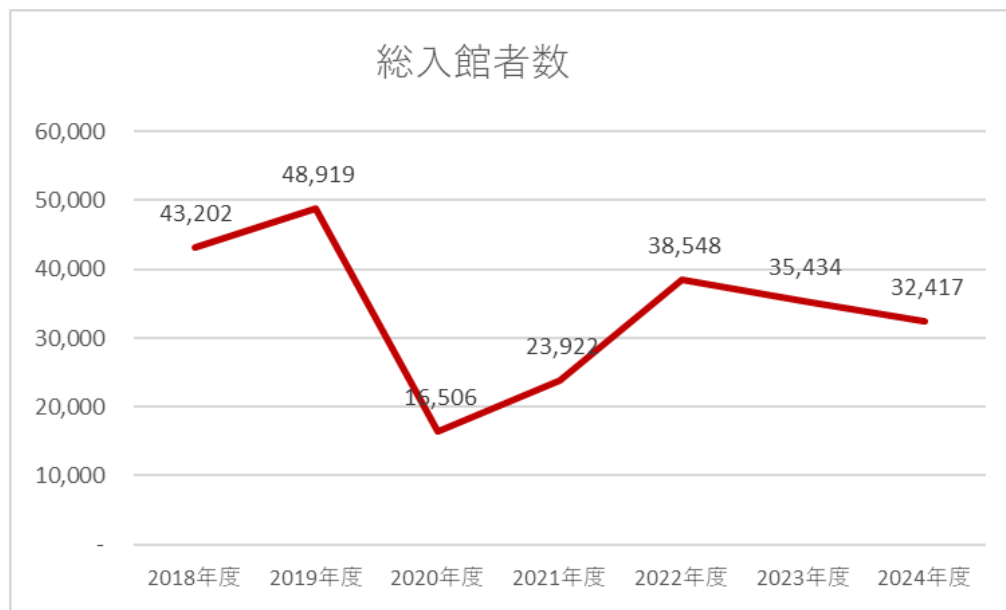
02 | 自主事業

- 地元住民への周知のため、宵の盤泉荘を企画/実施
 - オリジナルグッズを開発/販売
 - 海外富裕者層向け箏演奏コンテンツやキャッスルステイの貸切朝食を造成/販売
- 宵の盤泉荘では、営業時間後の紅葉ライトアップを行い、地域住民を中心に74名が来訪した。
 - 地元の「箏」、「呈茶」の先生を招き、台湾からのツアー客へ、高付加価値な体験コンテンツを提供した。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（おおず赤煉瓦館）

01 | 入館者数



- ・ コロナ前と比べ、入館者数は約66%となっている。人数減の大きな原因は、おおず赤煉瓦館2階で夏季に行っていたかき氷を中止したことでと推測される。
- ・ 昨年と比べても約91%に減少している原因は、多言語化対応が十分に出来ておらず、インバウンド客の誘客が出来なかったことと推測させるため、順次施設にあるPOPや案内等を多言語化している。
- ・ 2025年度は来館者数40,000人を目標に、他施設からの誘導及びおおず赤煉瓦館自身での広報発信に力を入れる。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（おおず赤煉瓦館）

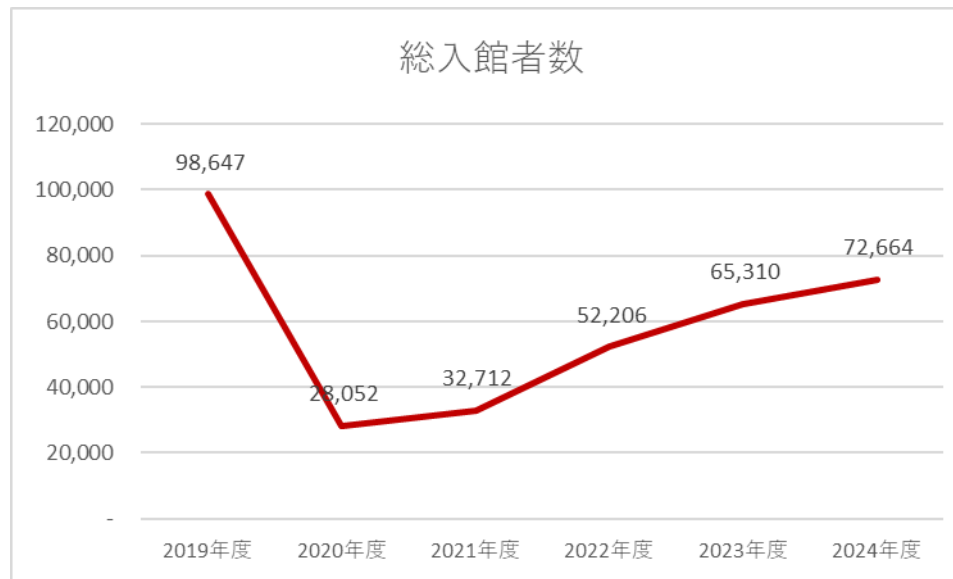
02 | 自主事業

- ① 令和6年8月に自主事業イベントとしてHORROR NIGHTを企画・実施
 - ② 令和6年12月に自主事業イベントとしておおず赤煉瓦館音楽祭を実施
 - ③ 貸館利用案内POPの作成及び広報発信
 - ④ 令和7年2月に消費税免税店（TAX FREE）の登録
 - ⑤ Instagramのアカウントの作成
- ① 期間内での総入館者数は1,013人集客。
 - ② 新規の施設利用の問い合わせが増加した。今年度の貸館利用料金は昨年度を越えることができた。
 - ③ 2、3月の利用件数は合計で17件。インバウンド誘客の施策として、情報発信に力を入れていく。
 - ④ 週に1回SNSで継続投稿。現在フォロワー数が245名。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（大洲まちの駅あさもや）

01 | 入館者数



- コロナ前と比べ、入館者数は73%となっている。人数減の大きな原因は、カウント方法の変更を行ったからである。
- 昨年と比較し11%増加した。増加の要因はインバウンドツアー増加によるものと推測されるが、インバウンド客は国内ツアーに比べ、店舗に入ってくる割合は低いため、増加率は低い傾向。
- 2025年度は来館者数80,000人を目標に、自主事業イベントや広報発信に力を入れる。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（大洲まちの駅あさもや）

02 | 自主事業

- ① 令和6年8月に自主事業イベントとして
ぷち夏祭りを企画・実施
- ② 令和6年12月に自主事業イベントとして
福くじを実施
- ③ 地元事業者主体の迂回バルに参加
- ④ 県内のイベント時に臨時出店
- ⑤ ベビーカーの貸出、授乳室の設置

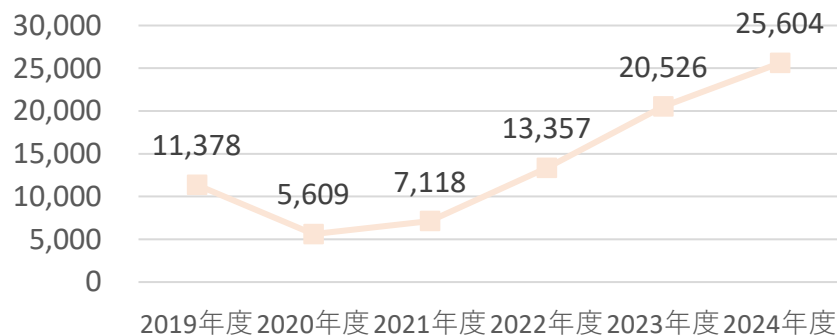
- ① 期間内での総入館者数は1,522人となった。
- ② 当日の総入館者数は1,052人となった。
- ③ 地域事業者との連携イベントの一環として、
月に1回開催。あさもやも全て参加した。
- ④ 今年度の店舗外の出店件数は6件。周知と認
知向上のために、今後も積極的に行ってい
きたい。
- ⑤ 子育て中のお客様も安心して観光が楽しめる
ように、お客様サービスの向上を行った。

2.各事業実績

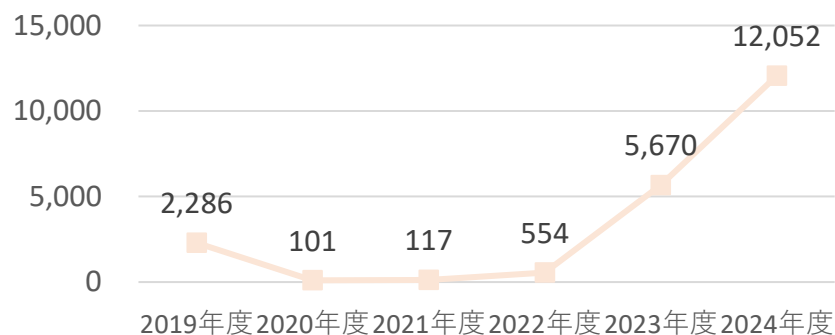
(3) ①施設実績（伊予大洲駅観光案内所）

01 | 入館者数

総入館者数



インバウンド



- 順調に増加傾向となっており、コロナ前と比べ、入館者数は225%の増加となっている。
- インバウンドについては、コロナ禍前と比較し、約5倍の増加で、昨対比でも約2倍となっている。大きな要因は、松山空港から韓国と台湾の直通便が増えたことが挙げられる。特にインバウンドはレンタサイクルの利用率が非常に高いので、施設の売上増加にも寄与している。
- 2025年度は来館者数28,000人を目標に、自主事業イベントや広報発信に力を入れる。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（伊予大洲駅観光案内所）

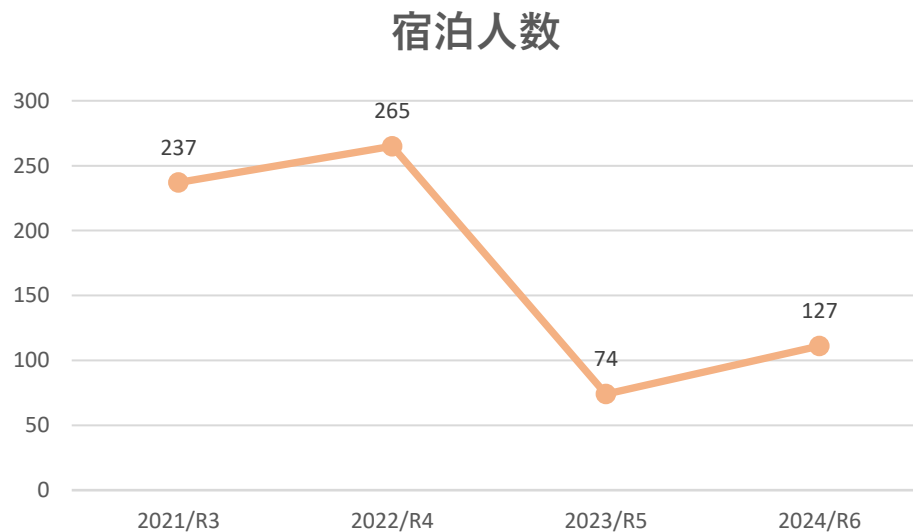
02 | 自主事業

- ① レンタサイクルの料金改正
 - ② レンタサイクルの予約サイトの整備
 - ③ Instagramの広報発信
 - ④ 肱北地区のMAP作成
- ① **令和7年1月にレンタサイクルの料金プランの改正を実施。特に今年度は利用率が高かった。**
 - ② 電話のみの受付対応からオンラインで受付ができるように整備。**サイト経由でも300件以上の申込**がある。
 - ③ Instagramは、他施設との差別化を図り、日本語+英語で常時発信を行っている。フォロワー数は300人。
 - ④ 近隣でのお食事処などのMAPを独自で作成し、周辺の経済波及にも寄与。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（旧加藤家住宅）

01 | 利用者数



- 2021/R3 年度にオープン後、2年間は年間200名を超えたが、2023/R5年度以降ニッポニアホテルの増室及び、旧加藤家住宅と同等のスイートランクの部屋が城下町に増えたため、宿泊人数は減少傾向にある。
- 2025/R7年度は宿泊のみならず自主事業の造成にも注力し、認知度の向上を目指す。

2.各事業実績

(3) ①施設実績（旧加藤家住宅）

02 | 自主事業

- 地域住民への周知のため、旧加藤家住宅主屋及び大洲城三の丸南隅櫓公園内覧会を企画/実施

日程：2025年3月2日
時間：13:30～14:30
（30分×2部制）
人数：各班20名程度

- ・ 「NIPPONIA HOTEL 大洲 城下町」のスイートルームとして使用している主屋を特別に公開し、加藤家の歴史とともに無料でご案内。地域の方を中心に計44名が参加した。

2.各事業実績

(3) ②職員研修（接客マナー研修）

- 日程 : 7月10日(水)
- 時間 : ①午前の部 8:30~12:30
②午後の部 13:30~17:30
- 講師 : バリューマネジメント株式会社
ホスピタリティマネジメント担当者
- 参加者 : 各指定管理施設職員
- 目的 : ①接客サービスの質の向上により、
職員のモチベーションや自信に繋げるため
②基礎的なマナーやクレーム対応を学び、
誠実で丁寧な対応を心掛けることで
新規顧客の獲得に繋げたいため
③適切な接客力や対応力を高めることで、
顧客満足度を高めるため

[総評]

各指定管理施設では、自分の働く場所以外のスタッフのことを知らないという現状もあり、こういった社内研修で交流機会を設けることも各施設の連携力強化に一役を担うと感じた。講習内容は非常に分かりやすく、各職員真剣に取り組んでいた。定期的を開催することで、各施設の「おもてなし力」を向上させていきたい。

2.各事業実績

(3) ②職員研修（サステナブル研修）

日程： 6月27日(木)
10月11日(金)
時間： 10:00～12:00
講師： 一般社団法人キタ・マネジメント
ディエゴ・コサ・フェルナンデス
参加者： 各指定管理施設職員
目的： ①グリーンディステーションについて
②世界一とシルバーアワードの違い
③サステナブルな考え方とは
③各施設でも出来る、サステナブルの取り組み

〔総評〕

2024年、大洲市はグリーン・ディステーションズのシルバーアワードを受賞したが、継続する為には各施設での取り組みが大事になる。まずは、グリーン・ディステーションズやサステナブルについて各施設の職員に浸透させることからスタートし、研修を行った。来年度も引き続き各職員への研修を行いつつ、実際に店舗で出来るサステナブルな取り組みを実行していきたい。

2.各事業実績

(3) ②職員研修（職員まち歩き研修）

日程 : 11月10日（月）
時間 : 10:00～12:00
講師 : 大洲市認定案内人
参加者 : 新規職員
案内場所 : 肱南地区及び各指定管理施設
目的 : ①肱南地区及び各指定管理施設の
知識の習得
②事業者の店舗の紹介

[総評]

本年度も新規雇用職員に対して、大洲市認定案内人による町並み研修を実施した。

参加する新規職員は、一般の観光客の立場で大洲市肱南地区について色々な案内を受けてもらった。

和やかな雰囲気の中、各職員ともメモを取りながら大洲についてよく理解を深める時間に費やすことができた。

ここ最近の肱南地区の変化は著しく、働いている職員でも分からないことが多いので、来年度は施設に従事しているスタッフを対象にも実施していく。

2.各事業実績

(3) ②職員研修（緊急時対応研修会）

日程 : 5月22日(水)
時間 : 14:00～15:30
主催 : おおず歴史華回廊案内人倶楽部
講師 : 市立大洲病院
緊急看護認定看護師
場所 : 大洲イノベーションセンター（OIC）
参加者 : 一般社団法人キタ・マネジメント職員及び
肱南地区事業者
目的 : ①緊急時の初期対応方法
②緊急時を想定した肱南地区全体での連携

〔総評〕

今年度もおおず歴史華回廊案内人倶楽部主催で、緊急時対応研修会を開催した。
観光客を対象とした緊急対応の仕方、また車椅子の体験や操作などについて講習を受けた。
特に車椅子などは乗ってみないと分からないこともあり、参加者も貴重な体験を受けることができた。
また参加者の一部には肱南地区事業者の方もおり、肱南地区全体で連携できるようになれば、観光客の方も安心して来れる町になるのではないかと思います。
来年度も定期的に行っていきたい。

2.各事業実績

(3) ②職員研修（着物でおもてなし：ちょい乗り人力車）

日程：毎月 第一水曜日
時間：10:00～12:00
場所：おはなはん通り
参加者：大洲市認定案内人各職員
目的：①大洲市認定案内人による無料説明
要望あれば有料案内に切り替えも可。
②大洲市認定案内人による無料案内
③おはなはん通り間で
ちょい乗り人力車を運行

【総評】

観光で来たお客様へおはなはん通り休憩所にて大洲市認定案内人が無料案内を実施。
大洲歴史をはじめ、観光名所や町のお店など大洲への理解を深めてもらい、リピーターの創出を狙う。
そのまま有料案内の利用も可能。
また、晴天時はちょい乗り人力車も実施。
おはなはん通り区間のみを500円で体験できる。
お客様からも好評で、有料案内に発展した実績もある。
今後も継続して行っていく。

2.各事業実績

(3) ③インターンシップ

01 | 内容

- サマーインターンシップ制度を整備し、愛媛大学をはじめとした県下の各大学に加え、同志社大学、國學院大學、東洋大学、和歌山大学、東京女子大学などでインターン生を募集
- 9名の募集があり、東京女子大学から1名、東洋大学から1名、和歌山大学から1名を採用
- インターン生を中心にして7月から9月の夏季休暇中にインバウンド向けアンケート調査を臥龍山荘や伊予大洲駅観光案内所にて実施

02 | 実績

観光学部もしくは観光関連教育を実施している大学とのリレーション構築をするとともに、アンケートを参考にしたPR戦略立案を構築した。

- インターン生：3人
- アンケートデータ：163件

3.その他

■その他

- 「インバウンドサミットin瀬戸内」のスタディツアーを大洲で実施
（講演/OZU STORIES 47人参加）
- 第4回新しい地域経済・生活環境会議有識者会議参加

[市受託事業]

- 肱川船舶運航実証事業（大洲城下のお舟めぐり）
- うかい乗合船受付等業務委託事業