

提 言

『松山市中心部を観光・文化・情報の 交流拠点とするために求められる機能』

～経済まちづくりの視点から、道後との連携による
相乗効果を念頭に、観光振興とまちづくりの融合を図る～

平成 28 年 5 月



中予振興委員会

「松山市中心部を観光・文化・情報の 交流拠点とするために求められる機能」

**=経済まちづくりの視点から、道後との連携による
相乗効果を念頭に、観光振興とまちづくりの融合を図る=**

1 提言の趣旨

平成 25 年度の中予振興委員会においては、「松山のまちづくり」というテーマのもとに、検討を行った。期せずして、平成 25 年 8 月に国土交通省より、地方都市の街づくり政策の抜本的な見直しが提起され、郊外に広がった都市機能を中心部に集める「コンパクトシティ」を国主導で全国に広げる方針への転換が表明された。委員会の提言方針についても、こうした国の政策も鑑みて、「コンパクトシティの推進」をメインテーマとした。

『 県都松山市中心市街地におけるコンパクトシティの推進 』

～松山市駅周辺・L 字周辺・一番町交差点周辺を拠点とした松山市 3 核 2 モデルにおけるコンパクトシティの推進により、暮らしの場として地方都市中心市街地の再生を図る～

前回の提言においては、「コンパクトシティの推進」を核として、中心市街地活性化は商業機能の活性化を目指すことに注力するのではなく、そこに暮らす人を増やすことを目的とし、そのための街なか居住の推進・街なか居住者の快適な生活空間の創造に取り組むことの必要性について提言した。暮らしやすい都市を形成することで、中心市街地に住民や消費者を呼び戻し、「暮らしの場としての再生の視点」を持つことも、今後の重要な課題であるとの認識に基づいて、検討を重ねた。コンパクトシティとは、「ヒューマンスケール(歩いて行ける範囲の生活圏)における商・住・(職)近接型のまちづくりをめざすこと」である。中心市街地について、商業機能の枠に捉われず、もう一度投資対象として認識し、行政および民間（経済界や市民）、または産官民連携により、都市経営的な視点から投資効率と相乗効果を図りながら再生していく「地方都市再生」の視点から、多面的・複合的な検討を行った

平成 27 年度の中予振興委員会においては、前回の提言を継承しつつ、国の「地方創生」という戦略的指針も鑑みて、「経済まちづくり」の視点から、道後との連携を念頭に、「観光振興とまちづくりの融合」というスタンスのもとに、松山のまちに求められる観光・文化・情報の交流拠点としての多様な機能

の強化・整備への取り組み等について、検討を重ねてきた。

今回の提言においては、道後温泉旅館協同組合により公表された、2015 年の道後宿泊客 93 万人(15 年ぶりの高水準)、外国人宿泊客過去最多約 3 万 2 千人(前年比 73%の大幅増)の趨勢を踏まえ、第 2 期愛媛県観光振興基本計画、松山市中心市街地活性化基本計画、道後温泉活性化基本計画、及び地方創生を主眼とした松山創生人口 100 年ビジョン・先駆け戦略等との整合性を図りながら、中予振興委員会として戦略的提言を行うことを指針とした。

今回の提言における交流人口の拡大の新たな誘客ターゲットは、道後温泉を主とした近年増加傾向を示す観光客であり、大幅に増加しているインバウンド(訪日外国人客)も含めて、観光客の消費拡大(インバウンド消費の拡大も含めて)を図ることにより、中心部の商業機能の活性化に直接結びつけるための施策等を検討課題とし、提言に織り込んだ。

交流人口の拡大を図るためには、人の流れを創ること、すなわち公共交通機関・ICT(情報通信技術)を活用した、中心部における多様な人・情報の双方向性のネットワークの構築が必要不可欠である。

今回の提言方針の骨子は、「道後温泉を核とした地域資源の集客力の活用、街なか居住者の道後温泉街への来訪機会の拡大による、中心部の誘客機能の強化・整備、双方向性ネットワークの構築」である。

道後温泉地区、松山市駅周辺・L 字周辺・一番町交差点周辺の 3 核、それを繋ぐ銀天街・大街道の 2 モール、ロープウェイ街等の周辺部も含めて、

- ①「道後温泉を核とした地域資源の集客力を活用し、街なかへの誘客を図るために求められる機能の強化・整備に積極的に取り組む」
- ②「公共交通機関・ICT(情報通信技術)を活用し、中心部における人・情報の双方向性のネットワークの構築に積極的に取り組む」
- ③「双方向性ネットワークの構築により、街なか居住者の道後温泉街への来訪機会の拡大を図るための誘客機能の強化に積極的に取り組む」
- ④「観光振興を核として、地域資源を活用する多様な連携体制の構築、誘客機能の強化・整備のための組織づくりの検討を進める」

を提言方針としたい。

2 国・愛媛県・松山市の地方創生戦略との一体的推進を図る ために松山創生人口 100 年ビジョン・先駆け戦略を踏まえて

国は、平成26年（2014年）11月にまち・ひと・しごと創生法を定め、同年12月に「まち・ひと・しごと創生本部」を置くと共に、「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を閣議し、その後全国の自治体でも、「市町村まち・ひと・しごと創生総合戦略」の策定に取り組んでいる。

その根幹となる2つの分野がある。1つ目は、観光分野…「地域の観光資源の開発等を行う事業、日本版DMO等」であり、2つ目は、まちづくり分野…「コンパクトシティ、中心市街地活性化、小さな拠点等」である。

松山市は、日本最古の道後温泉という観光資源(地域資源)を有し、観光分野とまちづくり分野を融合し、総合的に捉えて、「経済まちづくり」の視点からトータルに相乗効果が図れるという、極めて優れた特性を持った都市であることに、本委員会は着目した。

他の都市にはない、この優れた特性(地域資源)を最大限に活用することにより、道後と中心部の連携による双方向性のネットワークを構築し、観光・文化・情報の交流拠点としての多様な機能の強化・整備に取り組むことが、可能なのである。

本市の持つ優位性については、愛媛県・松山市も認識するところであり、こうした認識をベースとして、第2期愛媛県観光振興基本計画、松山市中心市街地活性化基本計画、道後温泉活性化基本計画、及び地方創生を主眼とした松山創生人口 100 年ビジョン・先駆け戦略等が作成されている。これらの計画との整合性を図りながら、中予振興委員会としての戦略的提言を行うものである。

松山市においても、平成22年（2010年）以降、人口減少が始まっており、人口減少問題を待ったなしの重要課題と認識していることから、中長期的視点に立った取り組みを行うため、本市の人口の現状分析や人口推計、目指すべき人口の将来展望を「松山創生人口 100 年ビジョン（以下「松山市人口ビジョン」という。）」により示すと共に、人口減少対策の基本的計画として「松山創生人口 100 年ビジョン先駆け戦略」が策定された。

以下、今回の提言の基本的スタンスの指針とする「観光振興とまちづくりの融合」という考え方から、「松山創生人口 100 年ビジョン先駆け戦略」を抜粋すると、

「戦略的観光振興による経済活性化」においては、

- ① 広島地域の自治体や民間企業等の連携により設立した「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を中心として、瀬戸内エリアを周遊する観光商品開発やプロ

モーションなどにより、新たなツーリズムを創造・定着させると共に、国や交通事業者の戦略と連動して、圏域の観光集客の拡大を図るほか、「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を瀬戸内版観光DMO（「観光地経営」の視点に立って観光地域づくりを行う組織や機能）として構築させる取り組みを推進します。

② 外国人観光客について、広島地域との連携やWEBサイトの充実強化、各種メディアでのプロモーション、受入れ環境の整備のほか、姉妹友好都市・友好交流都市などとの幅広い分野での交流人口拡大などにより、本市への誘客を促進します。

③ 俳句などの地域資源について、国際化・ブランド化を推進するほか、体感型観光の視点を取り入れるなど、様々な付加価値や魅力を加えて、新しい着地型旅行商品を開発し情報発信することで、修学旅行の誘致や国内外の観光客増加を推進します。

④ 次世代に誇れる道後温泉の継承・発展に向け、「道後温泉活性化計画」や「魅力向上・賑わい創りの総合的な対策」に基づき、新たな魅力ある温泉施設や回遊観光が楽しめる街並み景観の整備のほか、民間施設のサービスが充実する環境整備など、様々な取り組みを推進します。

⑤ 温泉とアート等を組み合わせるなど、話題性のある観光地として、全国に発信し、道後温泉への観光客増加を目指します。

⑥ 観光客の利便性を向上させるため、公衆無線LANの整備を促進します。

⑦ 本市にとって魅力的な新たな誘客施設について、調査研究を行います。
という、内容である。

「需要を創造する民間主体の経済まちづくりの推進」においては、

① 民間による中心市街地の再開発を支援し、現代の需要にあった商業床やオフィス床等を創出すると共に、企業誘致や空き店舗対策等を積極的に行い、3次産業の集積を推進します。あわせて、市民との協働による賑わいの創出など、中心市街地の活性化に資する環境整備に努めます。

② 本市への市内企業の増設移転計画や県外企業の投資意欲に応えるため、市域及び圏域において、商工業等の立地促進に向けた環境整備に努めると共に、トップセールスの推進及び宣伝・営業活動の強化に取り組みます。
という、内容である。

「都市のコンパクト化と交通ネットワーク形成」においては、

① 暮らしやすい都市づくり、地域づくりを進めていくために、医療・福祉施設、商業施設や住居等がまとまって立地し、高齢者をはじめとする住民誰もが生活利便施設に公共交通にてアクセスできるなど、行政と民間が一体となって

都市全体の構造を見直し、「コンパクトシティ・プラス・ネットワーク」を目指します。

② 松山外環状道路等の整備により、経済成長の妨げになる渋滞損失時間の削減を図ると共に、松山ICからのアクセス向上や、空港・港の利用、物流などの増加を図ります。また、広域都市圏中枢での渋滞解消による交通事故の削減など、安全性の向上を図ります。
という、内容である。

これまでは、「コンパクトシティ政策」の下に経済政策がぶら下がる政策構造であったが、今回の戦略においては、「経済まちづくり」の下にコンパクトシティがぶら下がる構造になっている点が特徴である。

既に人口減少が始まっている本市にあって、本市経済が縮小のスパイラルに陥ることなく、現在GDP1.6兆円の経済規模を将来にわたって維持・発展させるためには、中心部以外のエリアの商工業等産業立地を抑制することで、相対的に中心部の経済的価値を高めるのではなく、本市域全体の土地利用について、その経済的価値を高める政策を掲げることがまず重要であり、その中の一つとして、中心市街地活性化、つまり再開発や新たなまちの仕事づくり、集客装置づくりを進めることの重要性が掲げられている。

本委員会においては、こうした「経済まちづくり」の視点を踏まえて、都市の利便性・快適性・魅力を高めることによる地方創生を、「収益獲得」に繋げることを主眼とした提言を行う。観光において収益獲得し、都市においても収益獲得する、分野は違っても方向性は同じである。本市においては、道後との連携を高めることにより、投資の「選択と集中」を見極めた上での、「投資効率」「投資の相乗効果」の実現が可能という、他の都市にない優位性を最大限に活用する戦略が必要不可欠である。

3 「松山市中心部を観光・文化・情報の 交流拠点とするために求められる機能」についての提言

提言

国の「地方創生」という戦略的指針も鑑みて、「経済まちづくり」の視点から、道後との連携による相乗効果を、「観光振興とまちづくりの融合を図る」というスタンスのもとに、提言を行う。

道後温泉地区。松山市駅周辺・L字周辺・一番町交差点周辺の3核、それを繋ぐ銀天街・大街道の2モール、ロープウェイ街等の周辺部も含めて、道後との連携を念頭に置いて、

「松山市中心部を観光・文化・情報の交流拠点とするために求められる機能」をメインテーマとし、「道後温泉を核とした地域資源の集客力の活用。街なか居住者の道後温泉街への来訪機会の拡大。中心部の誘客機能の強化・整備」を命題とした。

交流人口の拡大を図るためには、人の流れを創ること。公共交通機関・ICT(情報通信技術)を活用した中心部における、多様な人・情報の双方向性のネットワークの構築に取り組むことが必要である。観光振興を核とし地域資源を活用する、多様な連携体制の構築。誘客機能の強化・整備のための組織づくりの検討などを進めることも重要な課題である。

交流人口の拡大における新たな誘客ターゲットは、道後温泉を主とした近年増加傾向を示している観光客であり、大幅に増加しているインバウンド(訪日外国人客)も含めた観光客の消費拡大を図ることにより、中心部の商業機能の活性化に直接結びつけるための施策等について検討を行い、以下のとおり提言する。

提言 1

道後温泉を核とした地域資源の集客力を活用し、街なかへの誘客を図るために求められる機能の強化・整備に積極的に取り組む。

(1) バスの「発着スペース」「憩いの空間」の整備

(2) 免税手続き一括カウンターの整備

松山市中心市街地活性化基本計画においては「松山市全体として、観光資源を連携・活用していくことが有効であることから、都心部と道後温泉地区とが連携しながら、道後温泉の魅力をまち全体で感じられるような一体的な観光振興策に取り組む必要がある。」とされている。今後の街なかでの誘客においては、道後との連携は不可欠である。

行政において策定された基本計画等では、街なか(松山市駅周辺・L字周辺・一番町交差点周辺の3核、それを繋ぐ銀天街・大街道の2モール、ロープウェイ街等)での、交流人口の拡大の新たな誘客ターゲットとして、道後温泉において近年増加傾向を示す観光客、特に大幅に増加しているインバウンド(訪日外国人客)を、街なかに誘客することにより、観光客の消費拡大(インバウンド消費の拡大も含めて)を図ることの重要性は認知されている。

今後、街なかにおいては、道後との連携による相乗効果を念頭に置いて、道後温泉を核とした地域資源の集客力を活用した、街なかへの誘客を図るために求められる機能の強化・整備に積極的に取り組むことが急務であり、街なかの商業機能の活性化に結びつけるための施策等の検討が、現時点における課題である。

道後との連携を図るためには、受け皿として何が必要か。この点について、街なかに求められる機能・施設について提言する。

まず第1に、観光客、特にインバウンドの消費拡大には、組織的な街なかでの受け皿の整備が急務である。観光バスに乗って、そのまま街なかに来訪できるような利便性を高めるためには、交通結節点の要所に観光バスの発着スペースの整備が必要がある。併せて、情報発信の基地としての機能を整備して、そこを起点とした回遊ルートの整備も必要である。回遊ルートの整備に必要なものは「憩いの空間」である。広場・公園・緑化スペース・ベンチ等の適正配置を行い、観光客の快適な買い物空間を創造していくことは、中心部の商業機能の活性化に間接的に貢献するものである。

しかし、こうした「発着スペース」「憩いの空間」等の整備は、それ自体が「儲けるスペース」ではないことから、民間主体では、なかなか整備が進まない。街なかでのそれらの種地の確保も、民間だけでは難しい。

近年、北九州市等で取り組まれている「リノベーションまちづくり」や、新宿区等で取り組まれている「公共空間を活用したオープンカフェ」等、公民の連携による新たな取り組みが全国で進められている。

松山市においても、中央商店街周辺地区公民一体型空間形成検討等が行われている。こうした「観光バスの発着スペース」「憩の空間」等の整備については、公民一体での取り組む必要がある。

「回遊ルートの整備」においては、下記の図のように、市内電車の活用により、交通結節点の要所である市駅前と大街道口を連携することにより、回遊ルートとしての循環の図式が完成してくる点に着目すべきである。大街道から銀天街を歩いて回遊し、市駅前から市内電車で大街道口へ還るという循環式の回遊ルートである。逆ルートも同様である。これにより、3核2モールの回遊ルートに加えることにより、多様な回遊ルートと連携されることになる。こうした点も、他市にない本市の利便性に優れた特性である。

回遊ルートとして位置付けされれば、市内電車を有効に活用することによって人の流れが円滑化し、松山市中心部の観光・文化・情報の交流拠点としての基盤整備にも繋がるものと示唆する。

その延長線には、市内電車で連携された道後地区と街なかとの人の流れの双方向性ネットワークの構築があり、両者のリンクによる相乗効果は大いに期待できる。



第2は、観光客の購買意欲を高める取り組みである。その一つが、特にインバウンド(訪日外国人客)に対する、買い物の利便性の向上である。平成27年4月1日から、地方における免税店の更なる拡大に向け、免税手続一括カウンターを運営する第三者に、まとめて免税手続を委託できる「手続委託型輸出物品販売場制度」が創設された。本制度を活用して、①岡山市の表町商店街・ロマンチック通り商店街、②金沢市の中心部5商店街においては、百貨店等のスペースを活用して免税手続一括カウンターが整備されている。松山市においても、交通結節点の要所周辺で、免税手続一括カウンターの整備を提言する。

提言 2

公共交通機関・ＩＣＴ（情報通信技術）を活用し、中心部における人・情報の双方向性のネットワークの構築に積極的に取り組む。

（１）街なかと道後の連携による情報の共有・共同発信を

「道後温泉地区、大街道・銀天街、それぞれへの誘客施策」について知恵を絞ることは、第２期愛媛県観光振興基本計画、松山市中心市街地活性化基本計画、道後温泉活性化基本計画、松山創生人口１００年ビジョン・先駆け戦略等において検討されている。

発想の転換で「どうやったら、道後の観光客を大街道・銀天街で受けることができるか、街なか居住者を道後温泉街で受けることができるのか。双方向性のネットワークの構築により、人・情報の流れを構築できるのか、その相乗効果として、いかにより多くの需要が創造できるのか」という視点で、双方向の立場からの検討が出来ることは本市の他市にない優位性である。

街なかと道後地区においては、観光客を中心とした外部への情報発信の重要性は認識されている。

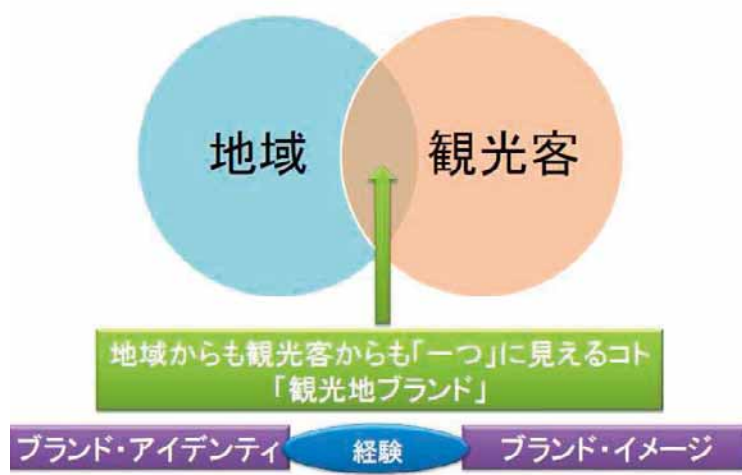
「松山市中心市街地活性化基本計画」においては、中心市街地内の情報発信施設の機能強化や、携帯電話を活用した商店街の情報発信事業の拡充により、情報発信力を強化。

「道後温泉活性化基本計画」においては、道後ブランドの新たな魅力発信新規顧客とリピーターに向けた情報発信や様々なプログラムを導入し続け、地域の活性化が持続的・発展的に展開されることを目指す。

今後重要なことは、道後と街なかの連携により、道後と街なかの距離感をなくすこと。道後と街なかにおいて、お互いをより身近な存在と感じさせることである。そのために、公共交通機関・ＩＣＴ（情報通信技術）を活用し、中心部における人・情報の双方向性のネットワークの構築に積極的に取り組むことが重要となる。

加えて、日本最古の道後温泉という観光資源（地域資源）を有し、観光分野とまちづくり分野を融合していくことは、道後温泉という観光地ブランドを一例に取っても、道後と街なかにおいて「オール松山」という地域としての連帯感を持ち、観光客も含めて、地域からも観光客からも観光地ブランドとして一つに見えるように、イメージを共有することが必要である。

その意味においても、道後と街なかの連携により距離感をなくすことが重要であり、「道後の観光客が街なかへ行き、街なかの居住者が道後へ行く」ことを考慮して、中心部における人・情報の双方向性のネットワークの構築に積極的に取り組むことが重要となる。



(出所) 松山商工会議所セミナー

「愛媛におけるインバウンド観光と地域活性化の課題」より

ここでもう一つ重要なのは、地域内(街なかと道後地区)における、情報の共有と、情報の共同発信である。

最終購買者である観光客・まちなか居住者に対して、各々が情報発信するのではなく、街なかのまちづくり松山・商店街振興組合等が道後の情報をまちなか居住者に発信し、道後地区の道後温泉旅館協同組合・商店街振興組合が街なかの情報を観光客に発信するといった、情報の共有・発信面での双方向性のネットワークの構築に積極的に取り組むことである。

情報の一元化だけでなく、セールスプロモーションの一元化への取り組みも、双方向性のネットワークの構築により可能となると考える。経済まちづくりの視点から、各種集客イベントへの相互参加、共同開催等の実施により、連携による相乗効果を念頭に、観光振興とまちづくりの融合へと繋げることが可能となる。

一般社団法人お城下松山より、今も昔も松山の中心であるお城下地区の魅力をもっと知ってもらいたいという思いから、「お城下パスポート」が本年2月29日に発行されている。

今後、地域を広げて、街なかと道後地区の連携により、観光客と地域住民をターゲットとしたパスポートの発行の検討を行うことも一つの具体例である。人・情報の双方向性のネットワークの構築を活かして、地域の「稼ぐ力」を引き出すことに発展させる取り組みが必要である。

提言 3

双方向性ネットワークの構築により、街なか居住者の道後温泉街への来訪機会の拡大を図るための誘客機能の強化に積極的に取り組む。

（１）道後から街なかへ、街なかから道後への人の流れの構築を

「道後温泉活性化基本計画」においては、今後のまちづくりの課題を踏まえ、将来像に導く視点が、「風景（街並み）」・「交通（回遊）」・「時間（歴史・くつろぎ）」・「にぎわい（消費）」・「つながり（連携）」の５つに整理されている。

道後温泉地区は、道後温泉本館・冠山を中心として、旅館・ホテル街、上人坂（一遍上人誕生地である宝厳寺界限）、伊佐爾波神社、道後公園、商店街、椿の湯、松山神社、石手寺といった様々な個性豊かなエリアが「環状」に結びついている。

そこで、この５つの視点をベースに基本方針・対策内容を導き出すと共に、これからが複合的に結びつき、「５つの環（わ）」になることで、道後温泉地区の各エリアの個性を活かしたまちづくりを育みながら、各々のエリアが連携・連動し、道後温泉地区全体が活性化することを目標としている。



（出所） 道後温泉活性化基本計画より

「つながり（連携）の環」においては、街なかとの連携も視野に入れている。この連携として、道後地区と街なかの双方向性ネットワークの構築により、道後地区から街なかへの人の流れだけではなく、街なかから道後地区への人の流れを構築することについて、提言したい。

街なかから、市内電車で僅か10分の距離に位置する道後地区を、街なか居住者のライフスタイルに組み入れない手はないと考える。平成25年の提言においては、街なか居住者の増加、快適な生活空間の創造（ヘルスケア・ネットワークコミュニティ構想）の視点でまとめた。

今回は、特に高齢者夫婦を対象としたライフスタイルの多様性の創造に着目し、「週末は道後でナイト」といった、道後の宿泊客が減少する日曜日に焦点を絞った街なかからの誘客機能の強化に、道後と街なかの連携により積極的に取り組むことを提言する。

日本最古の道後温泉という観光資源（地域資源）を有し、観光分野とまちづくり分野を融合し、総合的に捉えて「経済まちづくり」の視点からトータルに相乗効果が図れるという点が、本市の持つ極めて優れた特性である。

健康な定年前後の人の地方移住を促す「日本版C C R C」構想を、松山市において検討・実現化するためにも、道後地区と街なかの双方向性ネットワークの構築によって、本市の優れた特性を最大限に活用することが必要である。

提言 4

観光振興を核として、地域資源を活用する多様な連携体制の構築、誘客機能の強化・整備のための組織づくりの検討を進める。

(1) 「まつやま観光まちづくりDMO」の発足を

「松山創生人口 100 年ビジョン先駆け戦略」の「戦略的観光振興による経済活性化」においては、

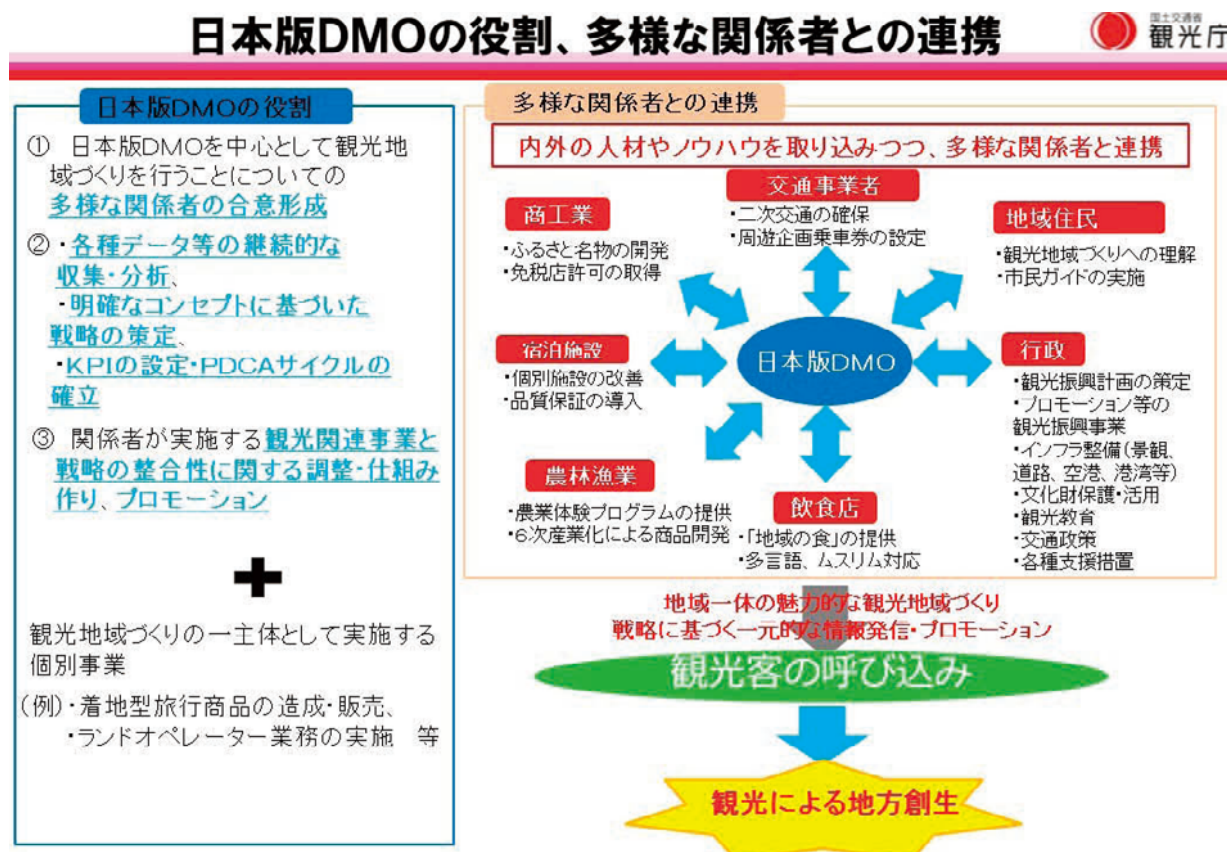
広島地域の自治体や民間企業等の連携により設立した「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を中心として、瀬戸内エリアを周遊する観光商品開発やプロモーションなどにより、新たなツーリズムを創造・定着させると共に、国や交通事業者の戦略と連動して、圏域の観光集客の拡大を図るほか、「瀬戸内・松山ツーリズム推進会議」を瀬戸内版観光DMO（「観光地経営」の視点に立って観光地域づくりを行う組織や機能）として構築させる取り組みを推進するとしている。

「一般社団法人せとうち観光推進機構」は平成 28 年 3 月 23 日、瀬戸内ブランドコーポレーション等と連携し「せとうちDMO」を発足し、今春からの事業開始を発表した。当機構は、瀬戸内を共有する兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県による「瀬戸内ブランド推進連合」が発展改組した組織である。今回、新たに発足した「せとうちDMO」は、従来の観光の枠組みを超えた新しい組織体として、複数の自治体による瀬戸内ブランドの確立により、交流人口の拡大を図り地域経済の活性化に取り組むものである。「DMO」とは「Destination Management/Marketing Organization」の略で、戦略策定、各種調査、マーケティング、商品造成、プロモーションなどを一体的に実施する組織体を表わしている。「日本版DMO」は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定しながら、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人である。このため、「日本版DMO」が必ず実施する基礎的な役割・機能（観光地域マーケティング・マネジメント）としては、

- (1) 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション等が、挙げられている。

地域の官民の関係者との効果的な役割分担をした上で、例えば、着地型旅行

商品の造成・販売やランドオペレーター業務の実施など地域の実情に応じて、日本版DMOが観光地域づくりの一主体として個別事業を実施することも考えられる。



(出所)国土交通省 観光庁 HP より

本市においても、松山のまちを観光・文化・情報の交流拠点とするための、多様な機能の強化・整備に積極的に取り組むためには、オール松山という地域としての連帯感を持って、道後と街なかを核とした、多様な主体の連携体制の構築によって、「まつやま観光まちづくりDMO」を発足させることの検討を進めることを提言する。

観光振興を主軸とした、誘客機能の強化・整備、双方向性ネットワークの構築ための組織づくりの検討を進めることが必要である。

組織整備によって始めて、道後と街なかの距離感をなくし、経済まちづくりの視点から、道後との連携による相乗効果を考慮した、観光振興とまちづくりの融合を図ることが可能となる。それは、地域の「稼ぐ力」を引き出すことに繋がる。

中予振興委員会

代表幹事	薬師神 績	星企画(株)	代表取締役
〃	本田 元広	(株)愛媛銀行	頭取
委員長	脇水 雅彦	(株)愛媛銀行	常務取締役
副委員長	鈴木欽次郎	四国ホーム(株)	代表取締役社長
〃	鶴居 康行	(株)鶴居商店	代表取締役
〃	中村 眞	(医)佑心會 堀江病院	事務長
〃	日野 二郎	(株)ファースト	代表取締役
〃	宮内 隆	(株)愛媛CATV	代表取締役社長