

東広島市観光アクションプラン一覧表

ターゲット	エリア	事業内容	実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
						指標	基準値(2023)	目標実績	2024	2025	2026	2027	2028
コンテンツ開発													
インバウンド(酒造りをキーとした日本の伝統と食文化のコアな体験)													
	中央	西条酒蔵通り活性化キーコンテンツ創出	DMO	市 地域事業者	ブランド推進課		—	目標	準備	内容検討・関係者合意	設計	整備	→
								実績	準備	内部検討			
	中央	西条酒蔵通り周辺の保存・活用方針の検討	市	DMO	文化課 ブランド推進課		—	目標	関係者協議	方針検討	→	→	→
								実績		方針検討			
	中央	西条酒蔵通りや東広島の日本酒のコンセプトに基づいたコンテンツ開発支援	DMO	地域事業者	—	開発支援コンテンツ数	—	目標	—	コンセプト決定	2	2	2
								実績	—	1			
	中央	西条酒蔵通り新規出店支援事業補助金の実施	市	地域事業者	ブランド推進課	新規出店数	1	目標	1	1	1 内容検討	1	1
								実績		1			
	中央／安芸津	広島市交通事業者（タクシー事業者）との連携強化	DMO	—	—	連携コンテンツ開発数	—	目標	—	協議	1	→	→
								実績		ツアー実施			
	安芸津	正福寺山公園など瀬戸内の資源を活かしたコンテンツ開発支援	DMO	市 地域事業者	ブランド推進課	開発支援コンテンツ数	—	目標	—	—	コンセプト決定	1	1
								実績	—	—			
県外（多彩な銘柄×豊かな特産品メニューから織りなすペアリンググルメ体験）													
	中央	酒まつりの運営	市観光協会	市	ブランド推進課		運営	目標	運営	→	→	→	→
	中央	酒蔵通り活性化事業の実施（ほろ酔い散歩クーポン）	市観光協会	市 DMO	ブランド推進課	参加者数	3,430	目標	3,142	3,200	3,200	3,200	3,200
								実績	3,113	3,099			
	中央	東広島の日本酒やご当地グルメを楽しめる飲食店の拡充推進	DMO	市	ブランド推進課	セミナーへの参加店舗数	—	目標	16	20	20 認証制度検討	20 認証制度実施	20
								実績	16	59			
	共通	特産品を活用したグルメ、飲食店周遊企画の実施支援	DMO	地域事業者	—	周遊企画数	—	目標	—	1	1	1	1
								実績	—	1			
	安芸津	正福寺山公園など瀬戸内の資源を活かしたコンテンツ開発支援(再掲)	DMO	市 地域事業者	ブランド推進課	開発支援コンテンツ数	—	目標	—	—	コンセプト決定	1	1
	中央／安芸津	タクシーを活用した西条酒蔵通りから黒瀬・安芸津の酒蔵への周遊	DMO	地域事業者	—	コンテンツ参加者数		目標	10	72	144	200	200
								実績		38			
	共通	地域事業者へのマーケティングデータ提供	DMO	市	ブランド推進課	提供数	—	目標	—	60	117	141	169
								実績	—	98			

※1

東広島市観光アクションプラン一覧表

ターゲット	エリア	事業内容	実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
						指標	基準値 (2023)	目標 実績	2024	2025	2026	2027	2028
県内（地域の魅力を再発見する親と子の学び体験）													
	県央／安芸津	県内ファミリー層をターゲットにした産業・自然体験観光イベントの春夏定期開催	DMO	地域事業者	－	参画事業者数	7	目標	10	10	10	10	10
								実績	10	13			
	共通	道の駅西条と連携した市内周遊企画の実施	道の駅西条 DMO	地域事業者	－	周遊企画数	－	目標	1	1	1	1	1
								実績		3			
	県央	道の駅福富と連携した市内周遊企画の実施	道の駅福富 DMO	地域事業者	－	周遊企画数	－	目標	－	1	1	1	1
								実績	－	1			
	県央	里山フィールドを活用した体験型コンテンツ開発支援	DMO	地域事業者 近隣大学	政策推進監 ブランド推進課	開発支援コンテンツ数	4	目標	2	2	2	2	2
								実績	1	1			
	共通	市公式LINEを活用したCRM構築	DMO	市	ブランド推進課 DX推進監	観光メニュー利用者数	－	目標	－	－	4,852	5,822	6,986
								実績	－	4,049			

※1

2025年度から新たに設定。前年度実績の120％を目標値として設定。

※2

CRM構築による周遊・消費促進を目的とし、「プロモーション」から「コンテンツ開発」へ記載変更。指標を配信数からメニュー利用者数へ変更。前年度実績(4,049)の120％を目標値として設定。

※2

東広島市観光アクションプラン一覧表

ターゲット	エリア	事業内容	実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
						指標	基準値(2023)	目標実績	2024	2025	2026	2027	2028
プロモーション													
インバウンド(日本の伝統と食文化を体感するまち東広島)													
	中央／安芸津	外国語サイト（英語）の構築及び運用	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	アクセス数	－	目標	－	－	15,000	20,000	30,000
								実績	－	4,605			
	中央／安芸津	外国語サイト（簡体字・繁体字・韓国語）の構築及び運用	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	アクセス数	－	目標	－	－	5,000	10,000	20,000
								実績	－	－			
	中央／安芸津	広島市や宮島等の観光施設、JRや空港等の交通機関、宿泊施設と連携した外国人向け情報発信	市 DMO	－	－	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→
								実績		実施			
	中央／安芸津	ターゲット国向けの展示会や旅行博等への出展	DMO	－	－	実施	－	目標	実施	→	→	→	→
								実績					
	中央／安芸津	VFR促進企画「Myおもてなしコンテスト」の実施	DMO	近隣大学 周辺市町DMO	－	VFRに係るパブリシティ数	2	目標	0	2	3	3	4
								実績	0	1			
	中央／安芸津	VFR促進バスツアーの企画実施	DMO	近隣大学	－	口コミ発信件数	0	目標	180	180	180	180	180
								実績	25	46			
県外（多彩な銘柄と地元の味を楽しむまち東広島）													
	共通	ヒガシルの構築及び運用	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	アクセス数	－	目標	構築	700,000	800,000	1,000,000	1,000,000
								実績	構築	721,869			
	中央／安芸津	ヒガシルでの日本酒ページの構築及びコンセプトの発信	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	アクセス数	－	目標	－	－	10,000	15,000	20,000
								実績	－	－			
	共通	広島市や宮島等の観光施設、JRや空港等の交通機関と連携した県外客向け情報発信	市 DMO	－	－	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→
								実績		実施			
	中央／安芸津	日本酒大学の開催	市	地域事業者	ブランド推進課	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→
								実績		実施			
	中央	ビジネスマン向け冊子の作成及び配布	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	配布数	－	目標	－	－	30,000	50,000	50,000
								実績		－			
	中央	観光交流事業の実施	市観光協会	市	ブランド推進課	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→

東広島市観光アクションプラン一覧表

ターゲット	エリア	事業内容	実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標								
						指標	基準値(2023)	目標実績	2024	2025	2026	2027	2028	
県内（遊びから学び、夢中にさせるまち東広島）														
	共通	ヒガシルの構築及び運用（再掲）	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	アクセス数	－	目標	構築	700,000	800,000	1,000,000	1,000,000	
	共通	SNS（Instagram・Facebook）を活用した情報発信	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	リーチ数	－	目標	35,099	80,000	150,000	200,000	250,000	
								実績		85,069				
	共通	ヤングファミリー向け冊子の作成及び配布	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	配布数	－	目標	－	－	15,000	30,000	50,000	
								実績		－				
	共通	東広島観光マスコット「のん太」の観光活用	市観光協会	市	ブランド推進課	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→	
	全ターゲット(共通)													
		共通	地域事業者(施設管理者・イベント主催者・飲食店・宿泊施設)と連携した観光情報の発信	DMO	地域事業者	－	連携数	－	目標	50	100	120	140	150
実績										101				
共通		マスメディア（新聞社やテレビ局）へのプレスリリース	DMO 市	地域事業者	ブランド推進課	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→	
								実績		実施				
共通		周辺市町DMOや県観光連盟と連携した観光情報の発信	DMO	地域事業者	－	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→	
								実績		実施				
共通		ホテルコンシェルジュとの連携による情報発信	DMO	地域事業者	－	実施	実施	目標	実施	→	→	→	→	
								実績		実施				
共通	来訪者によるSNS・口コミ促進企画の実施	DMO	地域事業者	ブランド推進課	参加者数	－	目標	－	200	500	800	1000		
							実績		0					
体制整備														
	共通	東広島プロモーション会議の定例開催	DMO	市 市観光協会	ブランド推進課	開催数	－	目標	12	12	12	12	12	
								実績	13	12				

東広島市観光アクションプラン一覧表

ターゲット	エリア	事業内容	実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
						指標	基準値(2023)	目標実績	2024	2025	2026	2027	2028
受入体制整備													
インバウンド(日本の伝統と食文化を体感するまち東広島)													
	中央	西条酒蔵通り活性化キーコンテンツ創出（再掲）	DMO	市地域事業者	ブランド推進課		—	目標	準備	内容検討・関係者合意	設計	整備	→
	中央	インバウンドガイド育成	DMO	市観光協会市	ブランド推進課	研修参加者数	—	目標 実績	20 —	30 15	30	30	30
	中央	英語対応可能な観光案内所の運営	市市観光協会	—	ブランド推進課		運営	目標	運営	→	→	→	→
	中央	西条酒蔵通りの看板設置及び維持管理	市	地域事業者	ブランド推進課		実施	目標	実施	→	→	→	→
	中央	西条酒蔵通りの交通整備や標識整備	市	地域事業者	都市整備課		実施	目標	実施	→	→	→	→
	中央	飲食店と連携したフードダイバーシティの促進	DMO	地域事業者	—	メニュー提供店舗WEB掲載数（累計）	0	目標 実績	0 0	5 8	7	9	11
	中央	MICE促進制度の創設	市	DMO	ブランド推進課		—	目標 実績	検討 検討	検討 検討	実施	→	→
	中央	体験予約決済の多言語化支援	DMO	—	—	OTA登録数	0	目標 実績	1 —	1 0	1	1	1
	共通	訪日観光客へのアンケート調査の実施	DMO	市観光協会地域事業者	—	調査結果数	—	目標 実績	— 159	100	300	500	700
	安芸津	正福寺山公園の景観整備	安芸津観光協会	市	ブランド推進課		実施	目標	実施	→	→	→	→
県外（多彩な銘柄×豊かな特産品メニューから織りなすペアリンググルメ体験）													
	共通	来訪者及び非来訪者への観光実態調査の実施	DMO	地域事業者	—		実施	目標	実施	→	→	→	→
	中央	観光案内所の運営	市観光協会	市	ブランド推進課		運営	目標	運営	→	→	→	→
	中央	西条酒蔵通りの看板設置及び維持管理（再掲）	市	地域事業者	ブランド推進課		実施	目標	実施	→	→	→	→
	中央	西条酒蔵通りの交通整備や標識整備（再掲）	市	地域事業者	都市整備課		実施	目標	実施	→	→	→	→
	安芸津	正福寺山公園の景観整備（再掲）	安芸津観光協会	市	ブランド推進課		実施	目標	実施	→	→	→	→
県内（地域の魅力を再発見する親と子の学び体験）													
	県央	福富町観光協会への補助支援	市	福富観光協会	ブランド推進課		実施	目標	実施	→	→	→	→
								実績	実施	実施			
	共通	地域イベントの運営支援	市	DMO市観光協会	ブランド推進課		実施	目標 実績	実施 実施	→ 実施	→	→	→
観光資源保全													
	共通	グリーンディステーションズによる評価と基準準拠	DMO	市	ブランド推進課文化課環境先進都市推進	表彰取得	—	目標	—	表彰取得	—	—	—
								実績	—	未申請			
	共通	JSTS-Dチェックリストによる評価と基準準拠	DMO	市	ブランド推進課文化課環境先進都市推進	合計スコア	—	目標	32	42	52	62	72
								実績	32	36			
	共通	酒蔵通り脱プラスチック促進に係る企画実施支援	DMO	市観光協会地域事業者	—	マイおちょこ販売数	—	目標 実績	300 0	500 0	700	900	1100

※1 指標を英語サイト掲載飲食店数からフードダイバーシティメニュー提供店舗数に変更(目標数値に変更なし)

東広島市観光アクションプラン一覧表

ターゲット	エリア	事業内容	実施主体	連携団体	市所管課・室	評価指標							
						指標	基準値 (2023)	目標 実績	2024	2025	2026	2027	2028
対地域戦略													
事業者													
非観光産業事業者連携													
共通	県内ファミリー層をターゲットにした産業・自然体験観光イベントの春夏定期開催（再掲）		DMO	地域事業者	－	参画事業者数	7	目標	10	10	10	10	10
観光DX化による生産性向上													
共通	地域事業者が実施する体験コンテンツに関する予約決済システムの導入による業務負担軽減の促進とデータ収集・分析支援		DMO	地域事業者	－		－	目標	実施	→	→	→	→
ふるさと納税返礼品開発の促進													
共通	特産品のふるさと納税返礼品への登録(DMO・市)		DMO	市	ブランド推進課	返礼品新規登録数	－	目標	7	10	5	5	5
								実績	7	21			
道の駅との連携													
共通	道の駅西条と連携した市内周遊企画の実施（再掲）		道の駅西条 DMO	地域事業者	－	周遊企画数	－	目標	1	1	1	1	1
共通	道の駅福富と連携した市内周遊企画の実施（再掲）		道の駅福富 DMO	地域事業者	－	周遊企画数	－	目標	1	1	1	1	1
地産地消の促進													
共通	県央特産品のブランディング（セントルマルシェプライム認定）		県央商工会	市	ブランド推進課	認定数	－	目標	－	5	－	5	－
								実績	－	8			
住民													
住民参画と観光教育													
共通	児童・生徒を中心とした地域コミュニティに対する観光教育の提供		DMO	市	ブランド推進課 生涯学習課	講座実施数	－	目標	5	5	5	5	5
								実績	5	6			
住民満足度調査													
共通	住民の持続可能な観光に対する満足度調査とそれに対するアクションの見える化		DMO	市	ブランド推進課	住民満足度	－	目標	－	37.7	40.1	42.6	45.0
								実績	－	37.7			

※1 アンケート調査を実施し、目標数値を設定

※1