



令和7年度 第3回 理事会議案書

一般社団法人ディスカバー東広島
令和7年11月19日

報告承認事項 1

第 6 期（令和 7 年度）現在までの活動報告

報告承認事項 2

令和 7 年度上期（4 月～9 月）収支決算状況

報告承認事項 3

予算編成に関する考え方

報告承認事項 4

宿泊税の概要（情報共有）

報告承認事項 1

第 6 期（令和 7 年度）現在までの活動報告

KPI達成状況

項目	R7目標値	R7 10月末実績値 (消費額、客数は1～9月数値)	進捗率（達成率）
観光消費額（総額） ※登録DMOの必須KPI	12,446,944千円	7,335,430千円 (推計値)	進捗率 58.9% 前期比 99.3%
総観光客数 ※アクションプラン策定時に設定した任意KPI	3,950,000人	2,596,189人 (推計値)	進捗率 65.7% 前期比 100.0%
観光消費額（1人当たり） ※登録DMOの必須KPI	3,149円	2,825円 (推計値)	達成率 89.7% 前期比 99.3%
来訪者数の平準化率 ※登録DMOの必須KPI	20.0%	—	—
認知度 ※アクションプラン策定時に設定した任意KPI	53.6%	—	—
ふるさと納税新規返礼品数 ※総会時に設定した任意KPI	30品	61品	203.3%
住民の持続可能な観光に対する満足度 ※登録DMOの必須KPI	—	37.7%	—
ヒガシルのアクセス数 ※総会時に設定した任意KPI	700,000回	482,031回	68.9%
JSTS-Dチェックリスト ※総会時に設定した任意KPI	42ポイント	32ポイント	76.2%

2. 活動報告 来る人（対観光客）へのアクション

【施策①】 特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ

☑：実施済・進行中 □：実施予定

西条酒蔵通りキーコンテンツ開発		インバウンド
R7年度 取組進捗	【取組進捗・結果】 ☒ 戦略・戦術の検討 ☒ 酒蔵・関係事業者へのヒアリング ☒ 物件活用検討 ☒ プレイヤーとなる事業者のリストアップ ☐ 個別の案件に合わせた協議・交渉 ☐ プレイヤーの選定 ☐ 整備内容に合わせた資金及び運営スキームの検討	県外在住者
	【現況・課題等】 物件活用意向調査や事業者タッピングなど実際に動き可能性が広がったことで、構想や優先順位を再検討し、再度ゴールイメージと優先順位について合意形成する必要がある。	

西条酒蔵通り周辺の保存・活用方針の検討	
R7年度 取組進捗	【取組進捗・結果】 ☒ 市横断型チームの協議に参加し、活動内容の情報共有及び景観保全や活用に必要な事項について提案
	【現況・課題等】 各課の動きについて収集・整理した情報が、キーコンテンツ開発事業の施策検討や行政への提案に活用されている。

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		安芸津
R6年度 取組	【取組内容】 観光相乗りタクシー事業実証実験 【課題】 ・相乗り観光タクシーは、常設コンテンツの不足と市場性の低さにより、催行数の確保が困難で、現状ではビジネスベースでの運用が成立しない。	県外在住者
	【仮説】 ・常設型コンテンツを設けず、イベント（ツアー）型に特化することで、限定感による集客とコスト効率を高め、収益の継続性を確保できる。 ・タクシーからマイクロバスに切り替えることで、輸送効率を改善し、単価を下げながら利益率を確保し、収益性を向上できる。 【取組進捗】 ☒ 市場に訴求できるコンテンツ選定（食×酒×ガイド） ☒ プレイヤーの発掘（日本酒フレンドリーが主体） ☒ JR呉線を活用したさざなみ線プロジェクトと連携 ☐ ツアー催行（1～3月で4回実施予定）	
R7年度 取組	【来期に向けた実施方法の検討】 ☐ タクシー運用の可否（採算性再評価） ☐ ツアー型のビジネスベースでの継続可否（1～3月ツアー内容のデータ検証）	
	活動指標 コンテンツ参加者数：72名	

2. 活動報告 来る人（対観光客）へのアクション

【施策②】 特色を魅せる情報発信

☑：実施済・進行中 □：実施予定

東広島おでかけ観光サイト「ヒガシル」の発信強化		県外在住者	県内在住者
R7年度 取組進捗	【情報の拡充】 ☑旬な情報の発信（特集記事(まとめ記事等)、イベント情報等) ☑観光スポット、体験・見学コンテンツ、店舗情報のさらなる拡充 ☑掲載情報の精査と必要に応じて内容修正 →記事投稿更新数は指標達成に向け順調に推移、引き続き実施 【ユーザビリティに配慮した改修】 ☑観光推進組織の要望を踏まえた改修 ☑ユーザビリティ向上を図るための改修 →メニューの変更・Instagramのバナー追加など、随時実施中 【「日本酒10」コンテンツの一部再編】 ☐酒蔵紹介やイベント情報をヒガシルへ移行、日本酒10の方向性を検討 →日本酒10コンテンツの再編・検討は、現業務を鑑み、12月に実施予定 【体制強化による持続的な発信】 ☑東広島プロモーション会議の継続的な開催（情報共有・意見交換） ☐外注ライターとの連携強化等による記事作成及び更新体制の安定化 →月に1回ペースで会議を開催、体制の安定化は現業務を鑑み、12月に実施予定 【追加 ウェブサイト負荷軽減による表示の安定化】 ☑アクセス増加時のサーバー負荷軽減 ☑海外からの不正アクセスへの対応 →9月から10月にかけて、アクセス増加や海外からの不正アクセス等により、サイトが一時的に表示されない事象が発生。原因調査をしながら各対策を実施中。併せて、海外からの悪意あるアクセスに対する防止策も講じている。		
	活動指標 アクセス数(広告流入除く)：700,000回／年(2024年度：643,241回) →482,031回（達成率68%、対前年同月比：121%） 記事投稿更新数：202記事／年（2024年度：156記事／年） →154記事（達成率76.2%）		

【参考】ヒガシルのトップページ



【参考】ヒガシルの掲載コンテンツ数

R7.10月末時点	
観光スポット	98箇所
イベント	117件
体験見学コンテンツ	23件
飲食店・土産店	87店
ご当地グルメ・特産品	13件

【参考】ヒガシルのアクセス状況（2025年4～10月実績）

ヒガシル		前年度同月実績
アクセス数 (広告流入含む)	488,822回	東広島市観光協会HP 241,210回 東広島おでかけナビ 176,529回
アクセス数 (広告流入除く)	482,031回	東広島市観光協会HP 241,210回 東広島おでかけナビ 157,226回
訪問者数	351,955名	東広島市観光協会HP 187,210名 東広島おでかけナビ 134,532名
ページビュー数	810,364PV	東広島市観光協会HP 429,656PV 東広島おでかけナビ 265,156PV

2. 活動報告 来る人（対観光客）へのアクション

【施策②】 特色を魅せる情報発信

☑：実施済・進行中 □：実施予定

外国人向けウェブサイトの構築・公開		インバウンド	SNSや冊子などを活用した情報発信		県外在住者	県内在住者
R7年度 取組進捗	【外国語サイト（英語）の構築及び運用】 ☑構築に向けた契約事業者の選定 ☑仕様、デザイン、掲載コンテンツの決定 ☑掲載事業者へのヒアリングや情報ニーズの調査 →2025年10月2日公開 ・サイト名称「VISIT Higashihiroshima」 ・掲載コンテンツ数：観光スポット21箇所、イベント9件、体験見学5件、飲食店・土産店22店 ☑在住・来訪外国人と連携した体験記事の制作 →2025年10月開催の唼酒師フォーラムを取材・撮影。国際唼酒師の資格を有し、影響力を持つ外国人の方々が酒蔵関係者との交流や酒まつりを楽しむ様子取材。VISIT Higashihiroshimaにレコメンド記事として発信予定。		R7年度 取組進捗	【SNSの運用】 ☑Instagramの運用及び持続的な投稿体制の強化 →投稿実績 フィード投稿：55回、ストーリーズ：70回 ☑東広島市公式LINE・Xを活用した観光情報の発信 →投稿実績 LINE：14回、X：44回 【冊子の制作及び活用】 ☑東広島おでかけ観光マップ「ヒガシルマップ」の制作 →2025年10月15日、配布用マップとポスターが完成。道の駅などの観光施設や飲食店など50ヶ所以上で掲示等を開始。 □グルメ&飲食店冊子の制作及び配布 →10月より構成の検討開始、3月上旬より配布開始予定。 □ビジネスに伴う来訪者向け冊子の制作及び配布 →1月頃に制作を開始し、3月頃に配布開始予定。		
	活動指標	外国語サイト(英語)の公開		活動指標	・リーチ数(Instagram)：80,000人/年→32,358人(達成率40%) ・配信数(Instagram)：200,000回/年→347,535回(達成率173%) ・配信数(公式LINE)：28,800回/年→25,423回(達成率88%) ・ヒガシルマップ（現時点で6000部を配布）	
VISIT Higashihiroshima トップページ			ヒガシルマップ ポスター			

VISIT Higashihiroshima トップページ



ヒガシルマップ ポスター



【その他の主な取り組み】

- 広島市や宮島などを訪れる観光客に、西条酒蔵通りの認知拡大を図るため取組む。
- 広島市および宮島で配布される外国人観光客向けフリーペーパーへの広告掲載
- 広島市内の宿泊施設における、西条酒蔵通りの認知向上に資する取り組み

中国新聞朝刊(2025/10/27)
地方紙面掲載

2. 活動報告 来る人（対観光客）へのアクション

【施策③】 受入体制の整備と観光資源の保全

☑：実施済・進行中 □：実施予定

インバウンドガイドの確保と育成		飲食店と連携したフードダイバーシティの促進	
		中央	インバウンド
R7年度 取組進捗	【取組内容・結果】 ガイド育成はガイド商品の需要拡大と両輪で取り組む必要がある。 ☑ガイド養成 ☑インバウンドガイド商品の需要拡大 R6年度ツアー参加者：38名 R7年度ツアー参加者（10月時点）：102名 【現況・課題等】 ・ガイド付き観光商品の参加者数は、2025年10月時点で昨年度比268%と大幅に増加しており、需要は大きく拡大。 ・ガイドの人数は現状では確保できており、催行自体は可能な体制（そのため研修は既存ガイドのスキルアップを中心に実施）。 ・運営側のマンパワー不足により、需要に応じた催行日数の拡充ができていない（機会損失の可能性）。 ・現在は、同一日の催行回数を増やすことで対応しているが、需要の伸びに追いついていない。 【今後の対応】 ①運営体制費用も含めたツアー料金体系の再設定によるリソース確保 ②運営業務の省力化（業務フローの見直しやツール導入等）	R7年度 取組進捗	【取組内容・結果】 ☑多様な食文化対応セミナー2回実施(9・11月) ☑メニュー開発支援 ・やまき醤油蔵：唐揚げ、カレーうどん等 ・ラ・ボエーム：フィッシュフライチリソース等 ・ちゅうしん蔵：串焼き、コースメニュー等 ・惣十郎：鶏肉の炭火焼、カレー ☑ロードマップ作成 ☑インバウンド向けグルメマップの作成 □英語サイトへの掲載 □外国人市民モニターによる試食会の実施とパブリシティによる認知形成 【現況・課題等】 ・飲食店提携問屋から調味料や食材の調達にハードルがあるものの、専門家からのアドバイスのもとメニューを開発。 ・取組手法ノウハウは組織に蓄積できたものの、利用可能な調味料や製品の知識は専門的な知識が必要。広域団体や周辺市町との連携により、専門家招聘やマニュアル共有、プロモーションを促進。
指標	【指標】 ガイド養成研修参加者数：30名（延べ数） →15名 / 達成率50%	指標	【指標】 WEB掲載事業者数：5件 →0件(達成率0%)

2. 活動報告 住む人（対地域）へのアクション

ふるさと納税返礼品開発の促進（認知向上、地域への裨益）

☒：実施済・進行中 ☐：実施予定

【収益事業】東広島市ふるさと寄附金（市からの受託事業）

■寄附金額・件数（4月～10月）

※実績数値については未確定のため非公開

■取組み内容（4月～10月）

①新規返礼品の追加⇒61品（KPI設定30品）

（ヤルキマントッキーズTシャツ、道の駅福富ジェラート、オーエイプロトグラスホルダー、ALLGREENケールセット、賀茂鶴光壽、リゾート沼口ライスグラタンなど）

②特産品返礼品の追加⇒13品（KPI設定10品）

（マルキン水産牡蠣むき身・カンカン焼き、さくらや酒まんじゅう、重見農園コシヒカリ、食協恋の予感、株式会社エムエイチこい地鶏わっぱめし・炭火焼きなど）

③紙面・webでのプロモーション、特設サイトでの情報発信

- ・日経新聞（プラス1）での広告で配布直後15万円の寄附
- ・楽天の上位表示広告経由で5月～9月累計で約1200万円の寄附有
- ・4月に開設した特設サイトにて毎月旬の特集記事や事業者にもスポット当てた事業者特集を発信（4～10月で6記事）



④周辺市町との情報交換の実施

竹原市、三原市、北広島町のふるさと納税受託事業者との情報交換を実施。

⑤「大ふるさと納税会議」の参加

全国から141の自治体が集まり、市場動向や自治体の成功事例などの紹介有。



■今後の展望

①引き続き新規返礼品の増加を目指す。（登録控え商品約50品）

②12月の需要期に向けてプロモーションの実施。

（楽天、ふるさとチョイスの上位表示広告の実施。予算150,000円）

③メイン画像のブラッシュアップ 50品（※20品は変更済）

返礼品のサムネイルは購入を決定づける重要な情報のため、売上上位50品のサムネイルを一目で情報が分かるように画像に内容量やキャッチコピーを加える。



④事業者勉強会の実施（2.3月予定）

来年令和8年10月よりふるさと納税制度が厳格化。新たな認定基準の説明や申請資料など書き方のレクチャー、また合わせてアクセス数がUPするようなページ作成のコツなどを説明予定。

⑤寄附者向けのリアルイベントへの参加（2027年度予定）

ポータルサイトが運営する寄附者向けのふるさと納税イベント。寄付者と対面での交流ができ地域の魅力を伝えることができるため周辺市町と共同出店を検討中。

2. 活動報告 住む人（対地域）へのアクション

観光教育と住民満足度調査の実施

☑：実施済・進行中 □：実施予定

住民参加と観光教育	
R7年度 取組進捗	【取組内容・結果】 ☑広島大学情報科学部インターン 講座とGW支援 ☑西条小学校5年生総合学習 講座実施 □研究授業シンポジウム（11/21）
	【現況・課題等】 ・目指す姿「来る人・住む人がつながりにぎわう東広島」を講座内で、児童に対して解説。 ・団体リソースに鑑みて、5回/年の実施をKPIとし、公式WEBサイトから講座申込案内と過去の講座、セミナー内容を更新。 ・現状の公式WEBサイト「お知らせ」欄の記載から、TOPページメニュー欄へ記載（サイト改修）することにより、視認性を向上させる。
指標	【指標】 講座実施数：5件 →4件(達成率80%)

▼地域コミュニティや学生を対象にした講座実施例

2024年12月	広島大学インドネシア同窓生ネットワーク	「東広島の魅力」
2024年6月	広島県立賀茂高等学校	「魅力発信」
2024年2月	志和町内住民自治協議会連携会議	「DMOの取り組みについて」

住民の持続可能な観光に対する満足度調査	
R7年度 取組進捗	【取組内容・結果】 ☑観光庁KPI手引きや先進地域、JSTS-D設問例を基にアンケート調査設計 ☑市LINE公式アカウントを活用した調査の実施 ☑回答の集計と分析、データ公開 ☑R10年度までの住民満足度目標値の決定 □分析結果から満足度向上に係る事業をアクションプランへ反映
	【現況・課題等】 ・内製で調査を実施し、目標を上回る398件の回答を取得。今後、観光庁が示す目安サンプル数（1,000）を目指し、ローカルメディアや市民団体等との連携を進める。 ・「満足・大変満足」と回答した住民は37.7%と約4割。 ・40～50代の満足度が高い一方で70代以上は「満足・大変満足」が25.0%と低く、「不満・大変不満」が36.4%と全年代で最も高い不満度。 ・不満の最大の要因は、「地元経済への還元不足」と「交通インフラへの負荷」の2点となり、「文化・伝統」の不満は高齢層で突出して高い。 ・DMOアクションプランの推進と観光による「経済還元」の可視化。
指標	【指標】 目標数値の設定 →R10までに満足度45%、回答数1,000

3. 活動報告 その他アクション一覧

来る人（対旅行者）戦略

☑：実施済・進行中 □：実施予定

	戦略	事業内容	進捗状況
1	特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ	吟醸街道まつりの実施支援 （にぎわい創出補助金（市補助金）を活用した活動の支援）	☑西条～安芸津～竹原を吟醸街道と見立て、それぞれのエリアの酒と食を楽しみ、歴史を知れるイベントの実施 □来期実施の仕組みを検討
2	特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ	白市文化財 観光コンテンツへの磨き上げ	☑ 活用物件の検討と関係団体視察受入（広島県庁・広島国際空港） □ 来年度観光庁・文化庁補助金申請の検討
3	特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ	酒まつりアンケート分析、酒まつりデジタル裏マップの制作支援	☑ 目的に合わせたアンケートの設計・収集・分析 ☑アンケート内容のフィードバック ☑酒蔵以外の地域事業者（希望者のみ）の出店内容のデジタルマップ化
4	特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ	インバウンド向け書道コンテンツの造成支援	☑企画内容の検討 ☑開催場所の調整 □定期的な実施（当面は1/月回）
5	特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ	道の駅等を起点とした市内周遊企画の実施	☑市外県外からの来訪が多く周遊と親和性の高い拠点データの集計・分析 □周遊消費促進に係る企画調整
6	特色を魅せる情報発信	広域団体・周辺市町とのプロモーション連携	☑ インバウンド向け観光情報をSNSから共同投稿の開始(1回/月) ☑ 国内外の旅行会社への新素材情報や既存素材商品をまとめたものに係る共同発信 □ 業務内容の棚卸と役割分担に向けた連携調整
7	特色を魅せる情報発信	取材対応	☑ JNTO事業において、持続可能な観光に取り組む地域として酒蔵体験ツアー風景の情報発信
8	特色を魅せる情報発信	オーストラリア酒フェス（メルボルン、シドニー）観光ブースへの出展	☑ インバウンド向けツアーのオンラインプロモーション ☑ リアル会場でのプロモーション(チラシ配布、動画上映など)

3. 活動報告 その他アクション一覧

来る人（対旅行者）戦略

☑：実施済・進行中 □：実施予定

	戦略	事業内容	進捗状況
9	特色を魅せる情報発信	VFR促進企画の実施	☑文化財（旧木原家住宅）をユニークベニューとして活用調整 □プレスリリースによるパブリシティとVFR機運の醸成
10	特色を魅せる情報発信	VFR促進バスツアーの企画実施	☑多様性メニュー提供店舗をコースに含んだツアーを留学生アルバイトと企画調整 □白市(12月)・安芸津(3月)で2本実施予定
11	特色を魅せる情報発信	市公式LINEを活用した観光情報発信	☑DMO公式WEBサイト掲載情報を定期配信（2回/月） ☑居住エリア別興味関心の集計とニーズに沿った情報配信 □市外居住者への登録促進
12	受入体制の整備と観光資源の保全	地域事業者向けMEOセミナーの実施	☑商工団体と連携し、約20名の事業者・団体が参加 □Googleビジネスプロフィールなど口コミ形成促進企画の実施
13	受入体制の整備と観光資源の保全	広域DMOと連携した持続可能な観光地形成	☑GSTC研修の修了(2人目) □12月 小豆島視察(せとうちDMO事業) □東広島サステナブル会議の定期開催
14	受入体制の整備と観光資源の保全	酒蔵通り活性化コンテンツ（ほろ酔い散歩クーポン）の多言語化	☑WEB上での多言語（英語、繁体語、韓国語）紹介 ☑リアルでの多言語案内掲示（一部のみ）
15	受入体制の整備と観光資源の保全	来訪者及び非来訪者への観光実態調査の実施	☑観光庁必須KPI等を含む対面実態調査の実施(10月～) ☑観光推進会議で得られた意見の設問反映（お土産需要、空港・市内からの外国人観光客誘客手法） □WEBアンケート調査設問設計と実施
16	受入体制の整備と観光資源の保全	訪日観光客へのアンケート調査の実施	☑対面アンケート依頼の追加によるサンプル数の増 □来年度調査手法と設問のブラッシュアップ

3. 活動報告 その他アクション一覧

来る人（対旅行者）戦略

☑：実施済・進行中 □：実施予定

	戦略	事業内容	進捗状況
17	その他	視察受入	□大分県庁事業「おおいたツーリズム大学」有償視察受入（12月16日）
18	その他	地域DMO連携会議の実施	☑呉・三原・世羅・竹原のDMOとの定期MTG（2024年6月から現在までに計7回実施）
19	その他	ターゲットニーズ把握・情報発信	□東広島商工会議所からの案内により3月上旬開催予定「ひろしまど真ん中祭り」観光ブース出展

住む人（対住民）戦略

	戦略	事業内容	進捗状況
1	その他	観光推進会議から収集した意見に対するアクション	☑ DMO活動進捗に係る定期的な情報共有（周遊促進(ヒガシルマップ)、白市視察） ☑ 欠席団体へのフォロー ☑ 白市町並み保存会視察 □ 観光実態調査(お土産ニーズ・インバウンド誘客)の分析結果共有
2	その他	地域事業者・団体への観光データ提供と公式WEBサイトでの情報公開	☑ 4～10月までに累計67事業者(道の駅、宿泊施設、イベント主催事業者、観光案内所等)に対して、観光データを提供 ☑ 観光消費額、入込客数、インバウンドアンケート調査結果をWEBサイト上で毎月更新 □ 「お知らせ」欄の記載から、TOPページメニュー欄へ記載（サイト改修）することにより、視認性の向上
3	その他	外国人市民アンケート調査の実施	☑ 2024年VFR市場動向を中心に設問設計し、調査を実施中 □ 集計、分析、公開、アクション □ 来年調査設計

報告承認事項 2

令和 7 年度上期（4 月～9 月）収支決算状況

1. 収支決算状況

【支出】		2025年9月30日現在（単位：円）								
	予算額	4月	5月	6月	7月	8月	9月	総計	執行残額	執行率
1 給与等	18,881,000	0	1,000,316	3,257,500	1,432,732	992,564	1,609,448	8,292,560	10,588,440	43.92%
2 委託料	3,218,000	127,600	193,310	477,275	149,325	158,015	158,015	1,263,540	1,954,460	39.26%
3 需要費	334,000	503	13,935	26,694	9,032	39,733	8,703	98,600	235,400	29.52%
4 役務費	484,000	1,430	8,652	27,004	28,566	25,867	29,391	120,910	363,090	24.98%
5 使用料賃借料	1,434,000	112,640	73,464	155,790	107,109	91,680	165,255	705,938	728,062	49.23%
6 旅費	240,000	0	1,170	54,320	55,235	12,604	48,864	172,193	67,807	71.75%
7 備品購入費	480,000	0	0	16,400	0	191,573	0	207,973	272,027	43.33%
8 会費・支払手数料	548,000	39,600	32,955	158,700	33,190	22,060	33,984	320,489	227,511	58.48%
9 公租公課	36,000	800	20,200	1,000	0	0	0	22,000	14,000	61.11%
事務費計	25,655,000	282,573	1,344,002	4,174,683	1,815,189	1,534,096	2,053,660	11,204,203	14,450,797	43.67%
10 調査分析	3,080,000	0	0	0	0	0	0	0	3,080,000	0.00%
11 コンテンツ開発	16,100,000	0	921,413	72,537	12,033	22,355	1,970	1,030,308	15,069,692	6.40%
12 プロモーション	11,015,000	352,000	473,398	211,528	240,715	253,147	226,632	1,757,420	9,257,580	15.95%
活動費計	30,195,000	352,000	1,394,811	284,065	252,748	275,502	228,602	2,787,728	27,407,272	9.23%
A ふるさと納税	181,541,000	0	15,387,525	6,170,765	6,627,651	6,941,956	9,839,042	44,966,939	136,574,061	24.77%
総計	237,391,000	634,573	18,126,338	10,629,513	8,695,588	8,751,554	12,121,304	58,958,870	178,432,130	24.84%

【収入】		2025年9月30日現在（単位：円）								
	予算額	4月	5月	6月	7月	8月	9月	総計	執行残額	執行率
市補助金	50,179,000	40,637,000	0	0	0	0	0	40,637,000	9,542,000	80.98%
市負担金	4,376,000	0	0	0	0	0	0	0	4,376,000	0.00%
予約決済システム利用イベント販売金	－	0	233,313	42,495	2,055	3,895	196,253	478,011	▲ 478,011	－
ふるさと納税	185,622,000	0	4,019,795	4,794,767	6,180,282	6,758,054	11,135,718	32,888,616	152,733,384	17.72%
受取利息	－	0	0	0	0	0	71,313	71,313	▲ 71,313	－
繰越金	－	65,826,567	0	0	0	0	0	65,826,567	▲ 65,826,567	－
総計	240,177,000	106,463,567	4,253,108	4,837,262	6,182,337	6,761,949	11,403,284	139,901,507	100,275,493	58.25%

報告承認事項 3

予算編成に関する考え方

1. 内部留保の取扱い

(略)

1. 内部留保の取扱い

(略)

2. 令和 8 年度予算（案）作成に係る主要事項

(略)

報告承認事項 4

宿泊税の概要（情報共有）

1. 宿泊税の概要（情報共有）

（略）