



**令和7年度
第4回 理事会議案書**

一般社団法人ディスカバー東広島
令和8年3月23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

議案 1

令和 8 年度事業計画及び収支予算（案）

報告承認事項 1

第 6 期（令和 7 年度）現在までの活動報告

事業計画（ロジックツリー）

ビジョン **来る人・住む人がつながりにぎわう東広島**
地域経済の循環による持続可能な観光の地域づくり

KGI

総観光消費額：12,446,944千円

KSF

消費単価
の向上

来訪者数
の管理

需要の
平準化

認知向上

地域への
裨益

環境歴史
文化保全

KPI
地域全体の
成果

1人あたり
旅行消費額
3,149円

・観光客数395万人
・満足度81.4%

来訪者数の
平準化率
20.0%

認知度
53.6%

ふるさと納税
新規返礼品数
30件

住民の持続可
能な観光に対
する満足度
—%

R7年度 主な活動

○コンテンツ磨き上げ
・キーコンテンツ創出
・道の駅起点周遊促進
・マーケティングデータ提供

○受入体制整備
・ガイド確保と育成
・飲食店連携

○情報発信
・ヒガシルの情報拡充
・英語サイトの構築
・地域事業者等との情報発信連携

○ふるさと納税
・新規返礼品の追加
・特産品返礼品の追加
・特設サイトでの情報発信

○観光資源保全
・住民満足度調査の実施(新規)
・GSTC、JSTS-D推進

KPI達成状況

	項目	R7目標値	R8 2月末実績値 (消費額、客数、平準化率は1~12月数値)	進捗率（達成率）
達成領域	観光消費額（総額） ※登録DMOの必須KPI	12,446,944千円	12,383,735千円 (推計値)	達成率 99.5% 前期比 108.4%
	観光消費額（1人当たり） ※登録DMOの必須KPI	3,149円	3,400円 (推計値)	達成率 108.0% 前期比 109.1%
	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	123品	413.3%
継続評価領域	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	3,642,651人 (推計値)	達成率 92.2% 前期比 99.4%
	ヒガシルのアクセス数 ※総会時に設定した任意KPI	700,000回	650,383回	92.9%
	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	36ポイント	85.7%
中長期指標	来訪者数の平準化率 ※登録DMOの必須KPI	20.0%	18.5%	92.5%
	認知度 ※アクションプラン策定時に設定した任意KPI	53.6%	—	—
	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%	—

観光消費額は目標水準に達し、観光消費額単価も目標を上回った。一方で、来訪者数の拡大や受入環境の充実は引き続き強化が必要。

今年度は、4か年計画の初年度として、重点施策の立ち上げと基盤整備を進めた。来年度以降は、今年度整えた基盤を活用し、取組の定着・拡大を図る。

令和7年度 (今期・初年度)	令和8年度 (来期・2年目)	令和9年度 (3年目)	令和10年度 (最終年度)
立ち上げ・基盤整備 <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信基盤の整備 ・受入環境整備の着手 ・地域資源の磨き上げ ・周遊促進・データ活用の実証 	継続実施・磨き上げ <ul style="list-style-type: none"> ・重点施策の継続実施 ・コンテンツの改善・充実 ・周遊促進施策の強化 ・データ活用の実装 	拡大・展開 <ul style="list-style-type: none"> ・成果施策の横展開 ・地域事業者との連携拡大 ・消費拡大への接続強化 ・地域内波及の拡大 	定着・目標達成 <ul style="list-style-type: none"> ・取組の定着化 ・地域全体への波及 ・持続可能な観光地域づくりの推進 ・KGI達成に向けた仕上げ

今期の主な進捗：重点施策の立ち上げと基盤整備を中心

- ・西条酒蔵通りを核とした観光まちづくりの推進
- ・周遊促進、データ活用施策の実証
- ・ヒガシル・英語サイト等の情報発信基盤整備
- ・ガイド養成、多様な食対応等の受入環境整備
- ・ふるさと納税を通じた地域の認知拡大と財源確保

来期の主な方向性：回遊・消費・再訪の仕組み化

- ・西条酒蔵通りなど核となる観光資源の定着・拡充
- ・周遊促進・データ活用の本格運用
- ・情報発信の強化による認知拡大
- ・受入環境整備の充実と持続可能な観光の推進
- ・ふるさと納税を通じた地域の認知拡大と財源確保



1. 特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ / 3. 受け入れ環境整備

西条酒蔵通りを核とした観光まちづくり

インバウンド

県外在住者

中央

東広島観光の核である西条酒蔵通りを中心に、景観・回遊・滞在価値の向上に向けた取組を進めた。日本酒文化を生かした魅力発信と受入環境整備を通じて、地域全体への波及を図る。

西条酒蔵通りキーコンテンツ開発

【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

【現況・課題等】

- プロジェクトの存在意義
造る場所→訪れて体験・滞在する場所：価値拡張
通年で売り上げが立つエリアに
酒蔵の景観を使いながら守る仕組み化
- 日本酒好きに限定しないターゲット設定
超ライト層をライト層に
- 酒蔵通りにおける提供価値
買える・食べる／伝統・景観／経済活性化
- 戦略の柱
来街動機の創出（目的地として選ばれる理由）／
エリア全体での設計（全体集客の底上げ、新たな客層の流入）／酒蔵との連携／情報発信
- 店舗誘致
「歩くだけ」から「滞在して消費するエリアに転換する」ための核心的なアプローチ

R7年度
取組進捗

令和7年度

関係者ヒアリング

物件活用意向確認

方向性検討

関係者協議

事業者タッピング
事業者現地確認

令和8年度

店舗誘致

▷事業者マッチング

- 日本酒体験施設
- 超ライト層の誘客及び滞在時間延長が図れるカフェ
- 日本酒と食を楽しめる飲食店
- 観光消費単価向上を期待できる宿泊施設
- 物販

令和9年度

●開業を目指して
継続実施

●事業評価
確認及び内容検討

1. 特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ

道の駅 西条と連携した市内周遊企画の実施

県内在住者

県央

安芸津

中央

市公式LINEを活用したデジタルスタンプラリー（CRM推進）

R7年度
取組進捗

【取組内容・結果】

- ☑ 市外からの来訪者数も多く、周遊促進との親和性が高い道の駅西条をはじめとする拠点データの集計・分析を実施
- ☑ 市内28スポットが参画する周遊・消費促進企画として、デジタルスタンプラリーを実施（2026年2～3月）
- ☑ イベント出展や参画事業者との連携により、ターゲット層への認知形成・参加促進を実施
- ☑ 商工団体等との連携体制を構築し、参画スポットの選定・調整を実施
- ☑ 令和8年度からの通年開催化に向けた運用の方向性を整理

【現況・課題等】

- ☐ 安芸津エリアの常設拠点の検討
- ☐ 通年運用によるデータ蓄積と事業者への展開
- ☐ データドリブンによる企画立案の機運醸成
- ☐ 訪問スポット傾向に応じた情報発信による消費促進（CRM推進）
- ☐ 住民満足度アンケート等の回答者獲得への活用

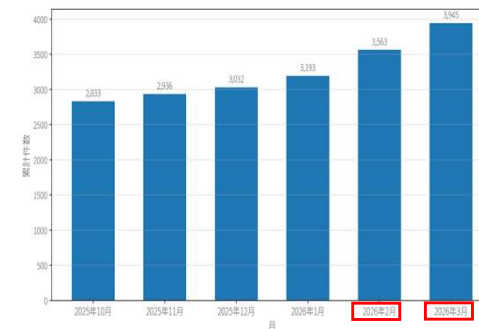
指標

【指標】
道の駅 西条と連携した市内周遊企画の実施：3件

▼CRM進捗 ※2026年3月16日現在

観光メニュー利用者数	3,945名
スタンプラリー参加者数	431名
獲得スタンプ数	861個
特産品応募者数 (6スタンプ以上獲得)	41件

観光メニュー利用者数推移



▼スポットランキング

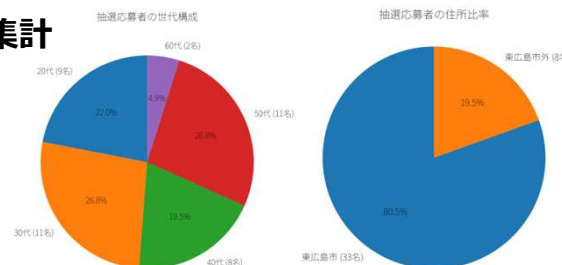
ひろしまド真ん中祭り	150件
市内映画館	93件
市内パン屋	73件



イベント出展風景(3月7・8日)

▼参加者属性とアンケート集計

- ・ 世代では30代と50代が最も多くなるものの20代から60代まで幅広く分布。
- ・ 住所別では、東広島市内が80.5%、市外が19.5%。



- ・ 企画認知経路は、市公式LINEが31.7%で最も多く、次いでプレスネット紙面、道の駅西条、QRコード掲載店舗。
- ・ 企画により「初めて行った場所」は平均1.74カ所、中央値1カ所。

2. 特色を魅せる情報発信

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

県央

安芸津

中央

■ R7年度取組進捗

: 実施済・進行中 : 実施予定

<p>情報の拡充</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>旬な情報の発信（特集記事(まとめ記事等)、イベント情報等) <input checked="" type="checkbox"/>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 <input checked="" type="checkbox"/>掲載情報の精査と必要に応じて内容修正 →記事の投稿・更新数は前年度を上回っており、順調に推移している。次年度も引き続き実施。また、ブランド推進課と連携し、IWC2026「SAKE部門」に合わせた特設ページを設置するなど、注目が高まる契機を生かした情報発信施策にも取り組んでいる。</p>
<p>ユーザビリティに配慮した改修</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>観光推進組織の要望を踏まえた改修 <input checked="" type="checkbox"/>ユーザビリティ向上を図るための改修 →ブランド推進課や観光案内所スタッフ等の要望を踏まえ、継続的に改修を実施している。一例として、旅行会社のニーズが高い情報を集約した「旅行会社向け特設ページ」を3月末に公開予定。</p>
<p>「日本酒10」コンテンツの一部再編</p>	<p><input type="checkbox"/>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・方向性の検討については、西条酒蔵通りキーコンテンツ開発事業と並行して進めることが望ましいため、次年度に実施予定。</p>
<p>体制強化による持続的な発信</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>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） <input checked="" type="checkbox"/>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1回程度のペースで継続的に会議を開催し、関係者間での情報共有・意見交換を実施。また、イベント記事については市内在住ライターと連携し、発信体制の強化を図っている。その他の記事についても、随時ライター等との連携強化を進めている。</p>
<p>ウェブサイト負荷軽減による表示の安定化</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/>アクセス増加時のサーバー負荷軽減 <input checked="" type="checkbox"/>海外からの不正アクセスへの対応 →11月に対策を講じて以降、海外からの攻撃は抑止できている。一方で、様々な負荷軽減策を適宜実施しているものの、アクセス増加時の耐久性には現状も課題があり、引き続き対応中。</p>

2. 特色を魅せる情報発信

東広島おでかけ観光サイト「ヒガシル」の発信強化

■ R7年度活動指標（KPI等） ※実績値は2026年2月まで

アクセス数 (広告流入除く)	R7目標値：700,000回／年（2024年度実績：643,241回） R7実績値：650,383回（達成率93%、対前年同期比：109%）
記事投稿更新数	R7目標値：202記事／年（2024年度：156記事／年） R7実績値：224記事（達成率110%）



【参考】ヒガシルのアクセス状況（2025年4月～2026年2月実績）

	実績	前年度同期実績
アクセス数(広告流入含む)	660,014回	東広島市観光協会HP 340,167回／東広島おでかけナビ 283,821回
訪問者数	479,096名	東広島市観光協会HP 263,012名／東広島おでかけナビ 218,692名
ページビュー数	1,100,775PV	東広島市観光協会HP 617,689PV／東広島おでかけナビ 409,191PV
検索流入数(Google)	356,582回	東広島市観光協会HP 未集計／東広島おでかけナビ 114,156回

■ 今年度生じた主な課題

・アクセス増加時の耐久性

→今年度の状況を踏まえ、これまで講じてきた対応策の効果検証を行うとともに、サーバーの冗長化（2台体制）など、負荷軽減策を早急に実施する必要がある。

・定量・定性データに基づく記事の充実化

→記事の公開・更新に相当の時間を要し、十分な分析や改善に充てる時間の確保が難しかった。今後は、市内在住ライターによる記事発信体制をさらに強化し、利用者ニーズや定量・定性データに基づいた記事コンテンツの充実を図る必要がある。

・ヒガシルへの導線強化

→ウェブサイトを閲覧してもらうための仕掛けが十分ではなく、ヒガシルへの導線強化が課題となっている。現在、Dive! Hiroshima掲載記事のリライトを実施する他、広島市内・宮島の宿泊施設と連携した情報発信の仕組みづくりを検討している。

2. 特色を魅せる情報発信

外国人向けウェブサイト（VISIT Higashihiroshima）の構築・公開

インバウンド

中央

■ R7年度取組進捗

☑：実施済・進行中 □：実施予定

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 ☑在住・来訪外国人と連携した体験記事の制作 →2025年10月2日に「VISIT Higashihiroshima」を公開した。公開後は、記事の拡充に加え、掲載情報の更新を継続的に実施している。また、広島市及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掲載や、広島県への来訪外国人を対象としたInstagram広告の実施等により、認知拡大に取り組んだ。
--------------------------	---

■ R7年度活動指標（KPI等） ※実績値は2025年10月～2026年2月まで

アクセス数（広告流入除く）	R7実績値：3,599回（R7目標値：未設定）
----------------------	-------------------------



■ 今年度生じた主な課題

・ 定量・定性データに基づく記事の充実化

→記事の公開・更新に相当の時間を要したことから、分析や改善に向けた十分な時間の確保が課題となった。今後は、業務バランスを考慮し、利用者ニーズや定量・定性データに基づく記事コンテンツの充実を図る必要がある。

・ VISIT Higashihiroshimaへの導線強化

→ウェブサイト閲覧につなげるための仕掛けが十分ではなく、VISIT Higashihiroshimaへの導線強化が課題。インバウンド向け観光冊子「るるぶFREE」への掲載や、広島県に在住又は訪問する英語圏ユーザーを対象としたInstagram広告を実施したが、さらなる流入促進に向け、広島市内・宮島の宿泊施設と連携した情報発信の仕組み等を検討。



るるぶFREE（英語版） | 西条酒蔵通り

2. 特色を魅せる情報発信

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

県央

安芸津

中央

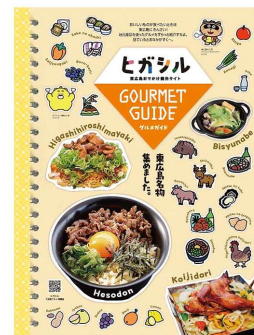
■ R7年度取組進捗

☑：実施済・進行中 □：実施予定

<p>SNSの運用</p>	<p>☑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：82回、ストーリーズ：102回。また、IWC2026「SAKE部門」の開催を契機とし、市民等の機運醸成を図るため、ブランド推進課と連携し、Instagramを活用した参画型キャンペーンの実施に向けた検討・調整を進めている。</p> <p>☑東広島市公式LINEを活用した観光情報の発信 →投稿実績 LINE：21回</p>
<p>冊子の制作及び活用</p>	<p>☑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月に配布を開始。東広島市内外の施設・店舗（観光施設・飲食店・市内郵便局・ひろしま夢ぷらざ・各イベント等）で配布しているほか、小学校での出前講座でも活用している。</p> <p>☑「ヒガシルグルメガイド」の制作及び配布 →東広島のご当地グルメや特産品を使ったメニューを提供する市内82店舗を掲載し、3月末より配布開始予定。</p> <p>□ビジネスに伴う来訪者向け冊子の制作及び配布 →他業務の逼迫により、次年度に制作予定。</p>

■ R7年度活動指標（KPI等） ※実績値は2026年2月まで

<p>Instagramリーチ数</p>	<p>R7目標値：80,000人/年 R7実績値：75,619人（達成率94%）</p>
<p>Instagram配信数</p>	<p>R7目標値：200,000回/年 R7実績値：580,528回（達成率290%）</p>
<p>ヒガシルマップ配布数</p>	<p>R7目標値：10,000部 R7実績値：14,000部（達成率140%）</p>



ヒガシルグルメガイド

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～3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～3月）

①新規返礼品の追加⇒123品（KPI設定30品）

（道の駅福富ジェラート、オーエイプロトバイク、堀田木工所学習ディスク、ハイマックスキャンプストーブ、しゃくなげ館えごまドレッシングなど）

②特産品返礼品の追加⇒21品（KPI設定10品）

（マルキン水産牡蠣むき身・カンカン焼き、さくらや樽最中、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、ファーム・おだヒノヒカリなど）

③web広告、特設サイトでの情報発信

楽天・ふるさとチョイスの上位表示広告を中心に、5月～12月で約2000万円の寄附。特設サイトにて旬の返礼品特集や事業者にスポット当てた事業者特集を発信（4～3月で12記事）

④クラウドファンディングの実施

昨年の瀬戸内海の牡蠣へい死の影響により生牡蠣の返礼品の受付を一部中止。東広島市では、牡蠣の養殖業者の方々を支えるための支援を緊急で実施。集まった寄附金は、牡蠣事業者への復興経費支援や海洋環境の改善に向けた調査研究及び対策費用などに活用予定。

受付期間：2025年12月11日～2026年3月31日 目標金額：1,000万円

3.30時点受付金額：1,005万円



毎年家族で集まるときには必ず安芸津の牡蠣をいただいています！身がぷりぷりでとても美味しいです。大変な状況だと思いますが、微力ながら応援いたします！
2026年2月7日 17:55

⑤登録事業者向け勉強会の実施（3.17実施）

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書類の書き方などの勉強会を実施。また楽天の講師をお呼びしてトレンド情報、アクセス数がUPするようなページ作成のコツなどのセミナーを実施。（参加事業者30社）



■今後の展望

①引き続き新規返礼品の増加を目指す。（+40品）

②体験型返礼品の開発の強化。（+5品）

観光誘客や関係人口の創出に繋げるため、体験・宿泊・食事券などの返礼品を増やす。

③リピーター獲得の取組み強化

寄附金の活用事例の共有、事業者の取組みの発信、観光情報・旬の情報などのチラシ同梱などの実施し、東広島市のファンづくりに繋げる。

④寄附者向けのリアルイベントへの参加

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。

3. 活動報告 その他アクション一覧

来る人（対旅行者）戦略

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

	事業内容	進捗状況
1	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）	<input checked="" type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> 来期実施の仕組みを検討
2	白市文化財 観光コンテンツへの磨き上げ	<input checked="" type="checkbox"/> 活用物件の検討と関係団体視察受入（県庁土木建築局・広島国際空港） <input type="checkbox"/> 来年度観光庁・文化庁補助金申請の検討
3	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	<input checked="" type="checkbox"/> 目的に合わせたアンケートの設計・収集・分析 <input checked="" type="checkbox"/> アンケート内容のフィードバック <input checked="" type="checkbox"/> 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	インバウンド向け書道コンテンツの造成支援	<input checked="" type="checkbox"/> 企画内容の検討 <input checked="" type="checkbox"/> 開催場所の調整 <input checked="" type="checkbox"/> モニターツアーの実施（2回） <input type="checkbox"/> 定期的な実施（当面は1/月回） <input type="checkbox"/> 補助金申請補助
5	さざなみ線活用	<input checked="" type="checkbox"/> さざなみ線協議会（4市で構成）への参画 <input checked="" type="checkbox"/> モニターツアーの実施（連携1回、単体3回）参加者47名 <input type="checkbox"/> JR・旅行会社・関係事業者との事業化可能性検討
6	道の駅 西条と連携した市内周遊企画の実施 市公式LINEを活用したデジタルスタンプラリー（再掲）	<input checked="" type="checkbox"/> 市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 <input checked="" type="checkbox"/> 周遊消費促進に係る企画実施（2026年2～3月） <input type="checkbox"/> R8年度以降通年運用によるCRM推進と事業者へのデータ展開 <input type="checkbox"/> データドリブンによる企画立案の機運醸成
7	道の駅 西条と連携した市内周遊企画の実施 イベントアンケート調査支援	<input checked="" type="checkbox"/> 人流GPSデータ等を基にした定例ミーティングと駐在開始 <input checked="" type="checkbox"/> 周遊促進、消費促進に係るイベント来場者へのアンケート調査と分析実施 <input type="checkbox"/> 分析結果を基にしたイベント内容のブラッシュアップと新規企画の計画
8	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	<input checked="" type="checkbox"/> 春夏で継続開催し、延べ13の団体が参画 <input checked="" type="checkbox"/> オンライン予約を伴う参加者人数は、488名
9	里山フィールドを活用した体験型コンテンツ開発支援	<input checked="" type="checkbox"/> ニーズ調査から開発コンテンツを選定し、地域団体と夏季イベントを開催 <input checked="" type="checkbox"/> プレスリリース・メディア報道(7社)による認知形成と集客(約4,400名) <input checked="" type="checkbox"/> 県央エリアで、APブランドイメージに沿ったコンテンツ開発と定着促進

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

特色を魅せる情報発信

	事業内容	進捗状況
1	HIT・周辺市町とのプロモーション連携	<input checked="" type="checkbox"/> 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) <input checked="" type="checkbox"/> 国内外の旅行会社への新素材情報や既存素材商品の共同発信 <input type="checkbox"/> 業務内容の棚卸と役割分担に向けた連携調整
2	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	<input checked="" type="checkbox"/> 空港と連携したオーストラリア向けSNS広告(3月2日開始)
3	取材対応	<input checked="" type="checkbox"/> 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
4	VFR促進企画「Myおもてなしコンテスト」の実施	<input checked="" type="checkbox"/> 文化財（旧木原家住宅）をユニークベニューとして活用 <input checked="" type="checkbox"/> プレスリリースによるパブリシティとVFR機運の醸成（NHK放送：12月15日）
5	VFR促進バスツアーの企画実施	<input checked="" type="checkbox"/> 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 <input checked="" type="checkbox"/> 造成したツアーをモデルコースとして留学生アルバイト体験レポ形式で英語サイトに掲載 <input checked="" type="checkbox"/> 白市(12月),安芸津(3月)で2本催行し多言語レビュー投稿促進
6	市公式LINEを活用した観光情報発信	<input checked="" type="checkbox"/> DMO公式WEBサイト掲載情報を定期配信（2回/月） <input checked="" type="checkbox"/> 市外居住者への登録促進（WEB広告、イベント出展等） <input checked="" type="checkbox"/> 興味関心カテゴリーと属性の定期集計と公開
7	ターゲットニーズ把握・情報発信	<input checked="" type="checkbox"/> ツーリズムEXPOジャパン愛知出展（9月） <input checked="" type="checkbox"/> 東広島商工会議所からの案内により3月上旬「ひろしまど真ん中祭り」観光ブース出展
8	ターゲット国向けの展示会や旅行博等への出展 オーストラリア酒フェス（メルボルン、シドニー）	<input checked="" type="checkbox"/> インバウンド向けツアーのオンラインプロモーション <input checked="" type="checkbox"/> 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

受入体制の整備と観光資源の保全

	事業内容	進捗状況
1	飲食店と連携したフードダイバーシティ促進	☑多様な食文化対応セミナー2回実施(9・11月) ☑飲食店4店舗へのメニュー開発支援と英語サイトへの掲載 ☑多様な食文化推進ロードマップの作成と目標数値の決定 ☑インバウンド向けグルメマップの作成 ☑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
2	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
3	グリーンディステーションズ・JSTD（アセスメントレポート）による評価と基準準拠	☑GSTC研修の修了(2人目) ☑12月 小豆島視察(せとうちDMO事業)とせとうちサステナブル協議会への参画 □グリーンディステーションズTOP100ストーリー申請 □東広島サステナブル協議会の定期開催
4	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）
5	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アンケート調査実施と調査分析事項のアクションへ反映
6	訪日観光客へのアンケート調査の実施	☑調査員配置による取得サンプル数の増 □調査分析事項をアクションへ反映と来年度調査手法と設問のブラッシュアップ
7	体験予約決済の多言語化支援	☑空き家を活用した民泊開設支援 □造成したコンテンツのOTA登録
8	MICE促進	☑広島日印協会事務局(サタケ)との情報交換 ☑広島観光CBVと連携した視察受入調整

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

その他

	事業内容	進捗状況
1	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） ☑観光庁・中国運輸局視察受入（12月15日）酒蔵通り現場視察とDMO活動・新ガイドラインに対するヒアリング
2	周辺市町地域DMOや広島空港との定期連携会議の実施	☑呉・三原・世羅・竹原・三次のDMOとの定期MTG（2024年6月から現在までに計9回実施） ☑広島空港との定期MTG（2026年1月より隔月）と共有スプレッドシートによるリアルタイム情報交換・連携提案体制の構築
3	先進地域視察	☑DMO中核・実務人材のための観光地経営人材育成研修の修了 ☑島根県視察（山陰インバウンド機構・足立美術館・由志園等）
4	IGES連携調整	

3. 活動報告 その他アクション一覧

住む人（対住民）戦略

☑：実施済・進行中 □：実施予定

	事業内容	進捗状況
1	観光推進会議から収集した意見に対するアクション	<ul style="list-style-type: none"> ☑ DMO活動進捗に係る定期的な情報共有（2026年3月現在：4回（周遊促進(ヒガシルマップ)、牡蠣GCF、受入環境整備(食の多様性)、周遊促進企画等) ☑ 欠席団体(福富町観光協会)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 □ 酒蔵通りキーコンテンツ創出・周遊促進企画の進捗共有
2	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	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 道の駅や宿泊施設、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（2026年3月現在累計◎事業者） ☑ 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 ☑ 主要観光拠点定期駐在の開始(11月～道の駅 西条、1月～酒蔵通り観光案内所、2月～道の駅 福富) □ 公式HP「お知らせ」欄の記載から、TOPページメニュー欄へ記載することにより、視認性の向上
3	住民満足度調査の実施	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 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と回答の分析、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
4	外国人市民アンケート調査の実施	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 2024年VFR市場動向を中心に設問設計し、調査を実施 ☑ 回答を集計・分析し、公式WEBサイト上から公開、アクション ☑ 来年調査設計
5	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	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 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、児童等に対して解説（2026年2月時点：6回） □ 講座申込を公式HP「お知らせ」欄の記載から、TOPページメニュー欄へ記載することにより、視認性の向上

第1号議案

令和8年度 事業計画及び収支予算（案）

1. 令和8年度 事業計画（案）

（略）

2. 令和8年度 収支予算（案）

（略）