



令和8年度 第2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8月20日

報告承認事項

第7期（令和8年度）現在までの活動報告

報告承認事項

第7期（令和8年度）現在までの活動報告

KGI・KPIの達成状況

観光消費額は前年同期比 +8.8%。1人当たり消費額は目標水準で推移

必須KGI 暦年 | 2026年1～6月

総観光消費額

50.1 億円

5,012,787,759円

前年同期比

▲ +8.8%

2025年1～6月

46.1億円

年間目標 131.4億円

進捗率 38.1%

暦年50%経過

10月

酒まつり（約17億円規模）など、
下半期に大型需要が集中

必須KPI 1～6月

1人当たり観光消費額

3,122 円

達成率 97.4%

● 目標水準

目標 3,206円

2025年実績 3,277円

必須KPI 4～7月

公式WEBサイト
アクセス数

247,992

年度進捗 31.0%

● 概ね計画

年度目標 800,000

前年度実績 721,869

任意KPI 1～6月

総観光客数

160.5 万人

進捗率 39.2%

— 季節変動

目標 409.8万人

2025年実績 361.6万人

必須KPI 4～7月

地域事業者への
マーケティングデータ提供数

42 件

年度進捗 35.9%

▲ 計画線超

年度目標 117件

前年度実績 98件

※観光関連3指標は2026年1～6月の推計値。公式WEBサイトアクセス数・マーケティングデータ提供数は2026年度（4～7月）の累計値。縦線は期間経過率。

※延べ宿泊者数、来訪者数の平準化率および住民満足度は年末、来訪者満足度、JSTS-Dチェックリストおよび認知度は年度末の集計後に報告する。必須KGIである「経済波及効果」は、国の方針決定後、速やかに算出・分析する。なお、観光事業者の平均給与額は、国の方針変更により必須KPIではなくなったため算出および目標値の設定は行わない。

活動報告（主なもの） 西条酒蔵通りを核とした観光まちづくり

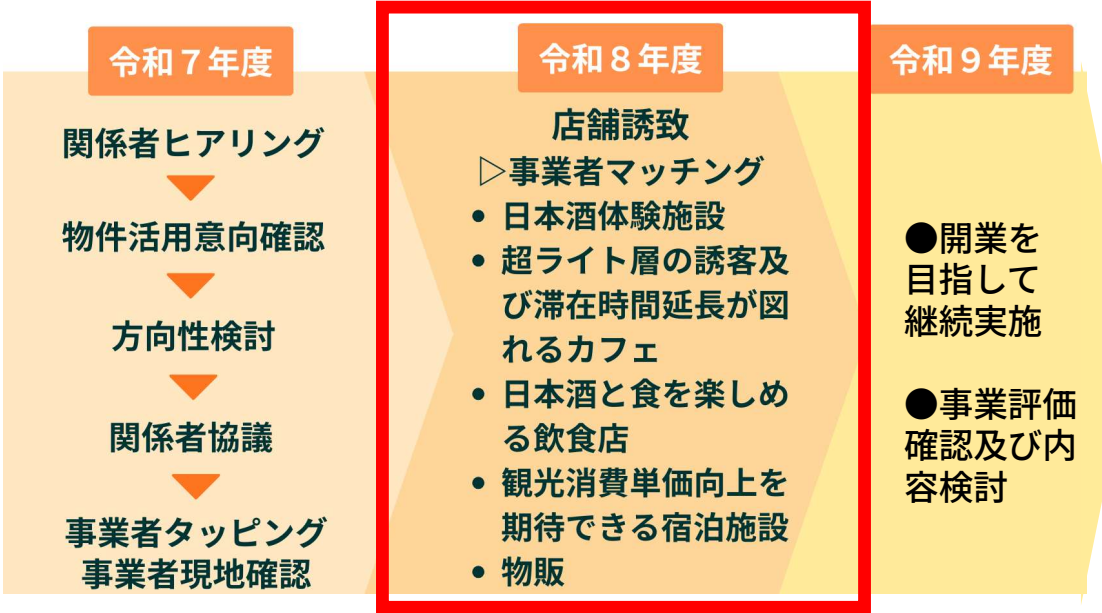
①特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ / ③受入体制の整備と観光資源の保全

インバウンド

県外在住者

中央

西条酒蔵通りキーコンテンツ開発	
R8年度 取組進捗	【取組進捗及び方向性】 ☒ 戦略・戦術の検討 ☒ 酒蔵・関係事業者へのヒアリング ☒ 物件活用を検討 ☒ 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】 ☐ 事業内容の詳細検討 ☐ 関係者との調整・協業 ☐ 事業者タッピングの継続実施



①特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ

県内在住者

全域

観光推進会議の意見・人流データから施策を立案し、3カ月ごとに検証・改善。成果は地域事業者への還元と他自治体への波及へ

PDCAによる施策の改善

3カ月ごとに循環

施策開始からの成果

2026年2月～7月末

Plan

意見・データから立案

観光推進会議の「市内周遊・滞在時間の伸長」という課題と、人流GPSデータによる主要拠点の前後訪問傾向を基に、公式LINEの周遊施策を設計。

Do

実証から通年運用

2026年2～3月の実証で効果を確認。4月から3カ月ごとに参画スポットを入れ替える通年運用へ移行。地域店舗・観光スポット・イベント等を組み合わせて実施。

Check

数値・周遊傾向を検証

参加者・スタンプ数、初回取得、前後訪問を分析。道の駅等の入口機能を確認する一方、春クールは参加者の約7割が1スポットで離脱。

Act

データに基づき改善

チラシ・ポスター掲出、ローカルメディアとの連携、LINE発信等を次クールへ反映。2スポット目以降への誘導を改善。

4,786人

LINE観光メニュー
利用者

803人

延べ参加者数

1,657個

獲得スタンプ数

707人

新規参加者数

参加の入口づくりと継続接点の獲得が進展

データ還元と他地域への波及

地域事業者へのマーケティングデータ還元

3カ月ごとにスタンプ取得数・前後訪問を分析し、参画スポットへ報告書を共有。2026年7月からは毎月の速報値も提供し、データ活用の機運を醸成。

※KPI「地域事業者へのマーケティングデータ提供数」に紐づく取組

CRM施策の他地域への波及

WEB報告書の公開・共有を契機に、県内他市町からCRMの仕組みに関する照会。竹原市は2026年7月末から同スキームを導入し、東京都の自治体からも導入方法に関する照会が寄せられている。

次のPDCA | 夏クールの効果検証

- 1 チラシ・ポスター掲出後、道の駅 西条のん太の酒蔵等のゲートウェイ参加者が次の行動につながったか、春クールと比較。
- 2 ローカルメディアとの連携により、安芸津エリア内の周遊が促進されたかを過去クールと比較。
- 3 「初回取得から2スポット目への移行率」を継続的な検証指標に設定。
- 4 参画スポットをジャンル別に分析。消費を伴う飲食・体験スポットの獲得スタンプを2個とし、利用・観光消費の促進効果を検証。

まとめ

意見・人流データを起点にPDCAを構築。接点獲得から、市内周遊・観光消費、事業者へのデータ還元、他自治体への展開へ成果が波及。

活動報告（主なもの） 特色を魅せる情報発信(1)



②特色を魅せる情報発信

県外在住者

県内在住者

【東広島おでかけ観光サイト「ヒガシル」の情報発信強化】

【4月～7月アクセス実績】

	実績	昨年対比
アクセス数 ※広告流入含む	252,917	93%
アクセス数 ※広告流入除く	247,992	92%
ページ閲覧数	413,571	92%
訪問者数	186,572	97%

【掲載コンテンツ総数】

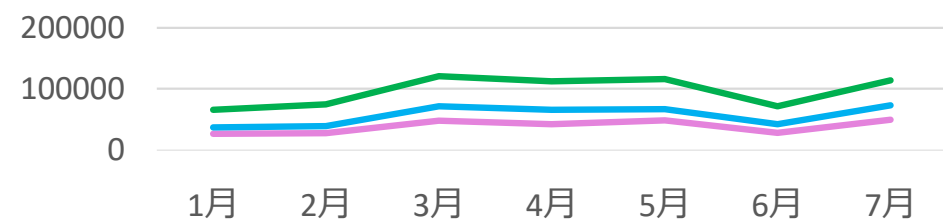
	R8.7現在	(参考) R7.7
観光スポット	98	98
イベント	186	84
体験見学コンテンツ	24	23
店舗情報	92	85

【R8年度取組進捗】

☑：実施済・進行中 □：実施予定

- ☑旬のイベント情報への導線強化
- ☑観光情報のさらなる拡充
- ☑ユーザビリティ向上のための定期的なメンテナンス
- ☑アクセス集計・分析
- 消費額の高い県外観光客向けページの拡充
- モデルコースの拡充
- ・広告流入を除くアクセス数
247,992回(目標：800,000回)
- ・記事更新数
80記事(目標：200記事)

2026年1月～7月アクセス推移



— 新規ユーザー — アクセス数※広告除く — ページ閲覧数

活動報告（主なもの） 特色を魅せる情報発信(2)

②特色を魅せる情報発信

インバウンド 県内在住者 県外在住者

【R8年度取組進捗】 ☒：実施済・進行中 ☐：実施予定

Visit Higashihiroshima (英語WEBサイト) ユーザビリティを強化し 観光地としての利便性や認知向上 来訪意欲の促進に繋げる	☒繁体語・韓国語導入 (R8年12月完了見込み) ☐掲載記事の精査・更新 ☐HITや周辺市町と連携し、外国人 観光客人流データを基にした モデルコースの造成 ・広告流入を除くアクセス数 4,174回(目標：10,000回)
Dive! Hiroshima (広島県観光連盟運営サイト) 県内外在住者への 東広島市の魅力発信をし、 市内への来訪促進へ繋げる	☒掲載記事の精査・更新(5件) ☒HITとの情報交換

情報発信に関する体制整備 (市内関係団体との連携) 持続的かつ効果的な 情報発信体制を構築する	☒東広島プロモーション会議の定例開催 (4回開催) 各媒体の発信状況を共有・ 分析するとともに、観光情報や 企画について意見交換を行い、 効果的な情報発信につなげる
---	--

他団体との連携 観光資源に関する 情報発信の強化	☐空港にてブース出展予定 ※11月 ☒相互リンクの設置
紙媒体を活用した 情報発信	☒英語版るるぶFree制作 ☒英語版グルメガイド制作 ☒英語版酒蔵ツアーガイド制作

英語版グルメガイド



英語版酒蔵ツアーガイド



活動報告（主なもの） 特色を魅せる情報発信(3)

②特色を魅せる情報発信

県内在住者

県外在住者

【公式SNSの活用】

- ・Instagramによる情報発信を「ヒガシルインスタ部」として関係機関と連携し実施。
- ・市内で開催されるイベントや店舗情報などを日常的に発信し、タイムリーな情報発信の場として活用。
- ・IWC SAKE部門の開催期間中は「ヒガシルインスタ部」を活用し、積極的な情報発信を展開。投稿数・リーチ数・閲覧数が大きく伸びた。

【Instagram運用実績(年間)と目標値】

年度	リーチ数	閲覧数	投稿数	達成率 (リーチ)	達成率 (閲覧数)
R8.4～7実績	76,697回	335,073回	75件	76%	47%
R8年度目標値	100,000回	700,000回	108件	-	-

【IWC SAKE部門関連の投稿詳細】

月	リーチ数	閲覧数	自主投稿数	共同投稿数
R8.4～6実績	66,490回	145,562回	15件	9件

▼通常情報発信(平常時)



▼IWC開催期間中の特別発信

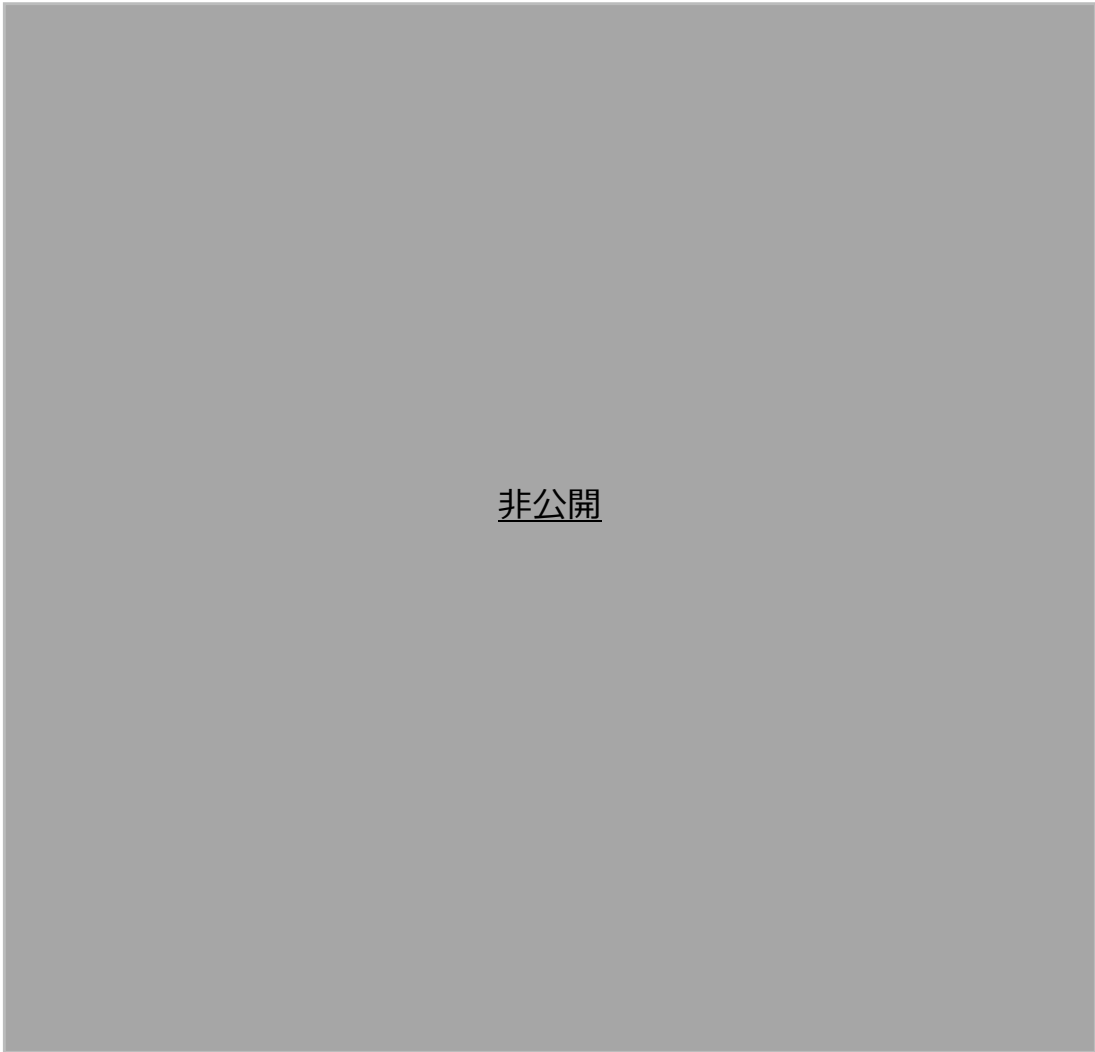


②特色を魅せる情報発信

※住む人（対地域）へのアクション

【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～7月）



令和8年KPI設定	目標数
返礼品数（累計）	562（前年＋30品）
特産品の新規返礼品数	5

①現状



②取組み内容

- 新規返礼品の追加(23品)
リゾートライスグラタン、ジビエレザー小物、ゴルフレッスン等
- 検索連動型広告の実施



- 特設サイトでの特集記事の発信 毎月1記事×4回
毎月旬の特集記事や事業者にスポットを当てた事業者特集を配信。

③今後の展望

- 特産品の追加登録
こい地鶏ラーメン、こい地鶏半身セット、こい地鶏生ハム・炭火焼きセット等



来る人（対旅行者）戦略

①特色を活かした観光コンテンツの磨き上げ

☑：取組結果 □：展望

	事業内容	取組結果と展望
1	西条酒蔵通りを核とした観光まちづくり	☑プレイヤーの選定（再掲） □整備内容に合わせた資金及び運営スキームの検討（再掲）
2	食と酒を切り口としたペアリンググルメ体験の促進	☑事業内容・スキームの検討、関係者へのヒアリング実施
3	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	☑宿泊税を活用した「さざなみ線」沿線地域との連携調整
4	白市文化財 観光コンテンツへの磨き上げ	☑HIT等の補助制度の活用を想定した町並み散策コンテンツの開発支援
5	地域事業者へのマーケティングデータ提供	☑道の駅福富のレストランにおけるアンケートの設計・集計分析支援 ☑道の駅福富における閑散期の集客施策（多目的ホールの活用）の検討支援 ☑日本庭園における外国人モニターアンケートの設計・集計分析支援 ☑地域団体の広告運用支援および消費データ分析に基づく配信セグメントの設定支援 ☑デジタルスタンプラリーの月次速報データの提供開始(2026年7月～)
6	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	☑夏季イベントに延べ9団体が参画 ☑日本庭園におけるファミリー層向け誘客促進企画の実施支援 □商工団体が実施する産業観光イベントとの連携
7	道の駅西条・福富と連携した市内周遊企画の実施	☑デジタルスタンプラリーの通年実施と参画スポットに関する冊子等の掲出(再掲)
8	里山フィールドを活用した体験型コンテンツ開発支援	☑福富町における耕作放棄地を活用したひまわり畑の取組支援（3年目）

活動報告（その他活動一覧）

来る人（対旅行者）戦略

②特色を魅せる情報発信

☑：取組結果 □：展望

	事業内容	進捗状況
1	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	☒ 広島空港の中国市場担当者へのパンフレット提供連携 ☒ 広島空港が実施する台湾商談会へのパンフレット提供連携 ☒ 英語版ツアーの一覧資料作成および観光案内所への展開（再掲） ☒ 英語版グルメ冊子の作成・配布
2	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	☒ 「広島ふるさと祭り」との連携に向けた調整
3	周辺市町DMOや県観光連盟と連携した観光情報の発信	☒ せとうちDMO、広島県観光連盟（HIT）および県内DMOとの定例会議の設置・連携強化 ☐ 人流や観光客ニーズを基にしたモデルコース(ターゲット：県外・国外)の造成
4	外国語サイト(繁体字・韓国語)の構築	☒ visit higashihiroshimaへ導入。2026年12月完了見込み・(再掲)

来る人（対旅行者）戦略

③受入体制の整備と観光資源の保全

☑：取組結果 □：展望

	事業内容	進捗状況
1	英語対応可能な観光案内所の運営	☒ 英語版ツアーの一覧資料作成および観光案内所への展開（再掲）
2	飲食店と連携したフードダイバーシティの促進	☒ 英語版グルメ冊子の作成・配布
3	JSTS-Dチェックリストによる評価と基準準拠	☒ 地球環境戦略研究機関（IGES）との連携に向けた調整

住む人（対住民）戦略

☑：取組結果 ☐：展望

	事業内容	進捗状況
1	DMO活動共有と多様な関係者との体制構築	☑令和8年度東広島市観光推進会議の実施調整 ☑DMO団体公式WEBサイト(事業者・観光関連団体向け)の改修
2	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	☑道の駅西条の多目的展示室等における予約・利用手続のDX化支援 ☑観光ガイド団体における予約・決済手続のDX化に向けた検討
3	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	☑寺西小学校5年生を対象とした観光講座の実施
4	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	☑じゃらんリサーチセンターのヒアリングへの対応 ☑福富花火大会および黒瀬ふれあい祭りにおける駐車場・交通渋滞対策としてのパークアンドライド試行に向けた調整・検討