

令和8年度 事業計画

一般社団法人三次観光推進機構

令和 8 年度 基本的な事業計画の考え方

当機構は、本年度も第2次三次市観光戦略(令和 6 年度～令和 10 年度)に定められた三次市がめざす観光の将来像「住んでよし、訪れてよし、受け入れてよし、持続可能なみよしの観光」の実現に向け、市、当機構、観光事業者が連携した観光地域づくりを推進する。

観光消費額(KGI)の向上を図るため、①来訪者数の増加、②宿泊率の向上、③一人当たり旅行消費額の増加の三要素を主要な成長ドライバーとして位置付ける。そのため、来訪者構造の分析に基づき、県内日帰り市場による来訪者数の基盤維持、県外市場の拡大による宿泊比率の向上、滞在時間延伸による追加消費の創出を戦略的に推進する。

また、観光施策は単発的なイベントや情報発信に留めるのではなく、「認知→想起→来訪」の観光行動プロセスを踏まえた施策設計を行うことで、持続的な観光消費額の拡大を図る。

第2次三次市観光戦略「三次市がめざす観光の将来像」を実現するための考え方(要約)

① 地域資源を最大限に有効活用した「稼ぐ力」の向上

- ◇ 世代を超えた多様な市民や異業種との協働と連携により、三次市の観光地としての価値を高め、旅行ニーズの変化に対応し得る付加価値の高い観光プロダクトの開発・運用を行う。

② 質の重視による持続可能な観光の造成

- ◇ 地域全体に利益が循環する持続可能な観光地域づくりをめざす。

③ 多種多様な人々とのつながりによる観光推進体制の確立

- ◇ 観光業だけではなく、多くの関係者と協力、連携し、地域が一丸となった観光振興を推進する。
- ◇ インバウンド誘客を含めた観光客の需要を把握し、データに基づく事業計画の策定、実施した事業の検証・見直しサイクルが適切に機能することを重視する。

第2次三次市観光戦略「実現のための主な施策と取組の方向性」(要約)

【施策①】 地域資源を活かした新たな観光の魅力創出

- ・三次市の地域資源の発掘や掛け合わせにより、既存観光プロダクトの磨き上げと新たな開発を推進。

【施策②】 周遊・滞在を促すコンテンツ等の造成

- ・周遊促進による滞在時間の延伸と宿泊機会の創出により、宿泊者数の増加を図る。

【施策③】 DX を活用した観光体制の強化

- ・旅行スタイルやニーズの変化に対応し、人材不足を踏まえた受入体制を整備して収益向上を図る。

【施策④】 戦略的な情報収集と情報発信

- ・電子媒体を積極的に活用し、三次市来訪のきっかけづくりと再来訪機会の向上を図る。

【施策⑤】 市内外の関係者との連携による観光ネットワークの構築

- ・観光事業者に加え、多様な関係者や周辺自治体と連携し、観光サービスの質の向上を図る。

令和 8 年度 観光庁の DMO 登録ガイドラインに準拠した事業の整理

当機構では、観光庁が新たに制定した「観光地域づくり法人の登録制度に関するガイドライン」(令和 7 年 3 月 25 日改正, 同年 10 月 1 日施行)に基づき, 今年度以降の事業活動を次のとおり整備する。

【A】観光庁の地域DMOに関するガイドラインに沿った当機構の運営方針の整備

- 当機構は、観光地域づくり法人として「持続可能な観光地域づくりの実現」を使命とし、従来の取組を踏まえ、基本的な役割を次のとおり整理する。
 - ① 各種データの継続的な収集・分析を行い、明確なコンセプトに基づく 13 項目で構成される「観光地経営戦略」(観光庁指定様式)を整備する。なお、本戦略は「第 2 次三次市観光戦略(令和 6 年度～令和 10 年度)」との整合を図る必要があるため、その運用期間内の令和 9 年度から令和 10 年度までの 2 年間を対象期間とする。
 - (1) 観光地のビジョン, 重要目標達成指標(KGI)
 - (2) 観光地のビジョンに基づく観光地域づくり法人の使命
 - (3) データの活用方針
 - (4) 環境分析
 - (5) 観光地域マーケティング戦略
 - (6) 地域マーケティングミックス(4P)戦略
 - (7) 受入環境整備の方針(インバウンド対応, 二次交通, ガイドの確保・育成)
 - (8) 顧客管理(CRM)の方針
 - (9) 観光による受益を地域全体に行き渡らせる方針
 - (10) 戦略の重要成功要因(KSF)および重要業績評価指標(KPI)
 - (11) 実行計画
 - (12) 効果検証の体制および方法
 - (13) 上記観光地経営戦略を踏まえた成果分析, 評価, 見直し事項の整理(令和 10 年 4 月更新時に追記予定)
 - ② 観光資源の磨き上げ, 二次交通を含む交通アクセスの整備, 多言語表記等の受入環境整備など, 着地型観光の基盤整備を推進する。
 - ③ 各種観光関連事業と「観光地経営戦略」との整合を図るための調整および仕組みづくりを行うとともに, 戦略的なプロモーションを推進する。
 - ④ 上記の役割を達成するために必要な組織体制を確立するとともに, 安定的な財源の確保を図る。
- 「観光地経営戦略」に関する効果測定指標の設定(観光庁指定 KGI/KPI ツリー)
 - ① 重要目標達成指標(KGI): 総観光消費額, 経済波及効果
 - ② 重要業績評価指標(KPI): 1 人当たり旅行消費額, 延べ宿泊者数, 来訪者満足度, 月別来訪者数の平準化率, 観光事業者の平均給与額, 持続可能な観光に関する住民満足度
 - ③ DMO 活動による従属 KPI: 上記 KPI を説明するための DMO 独自の KPI を設定する。
 - ④ 組織経営 KPI: 職員満足度, 安定財源確保率, 各販促施策に関する投資収益率
- 新たな観光地域づくり法人組織要件への対応
 - ① マーケティング責任者(CMO)の配置
→データ分析にもとづくマーケティング戦略の統括

② 財務責任者(CFO)の配置

→ 安定的な運営資金の確保, 財務計画の策定, 安定財源確保率の設定および評価を担当。

- 多様な関係者との合意形成体制の継続

当機構が中心となり, 多様な関係者との合意形成の場として「(第 3 次)三次観光推進委員会(令和 8 年度~令和 9 年度)」を運営する。

観光庁がステークホルダーとして示す①地域の観光資源関係者、②宿泊事業者、③交通事業者、④行政に加え, 当機構では地域の「稼ぐ力」の向上を目的として, 従来どおり ⑤生産者、⑥飲食事業者を委員として加えた体制とする。

- 当機構のマネジメント区域

当機構のマネジメント区域は三次市内とする。加えて, 複数市町村にまたがる区域を一体の観光地域として捉え, マーケティングおよびマネジメントを通じて観光地域づくりを推進する。

【B】持続可能な観光地域づくり(サステナブル・ツーリズム)の取組開始

- 当機構は, 観光庁が推奨する持続可能な観光地域づくりの国際基準である Global Sustainable Tourism Council (GSTC) に沿った日本版持続可能な観光ガイドライン (Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations, 以下「JSTS-D」) に準拠した取組を行う団体に付与される「JSTS-D ロゴマーク」を令和 7 年 10 月 10 日に取得した。



【参考】持続可能な観光(サステナブル・ツーリズム)とは、「自然」「文化」「伝統」「そこに暮らす人々」などの地域資源を活かし、旅行者の受入れによる地域経済の発展を図るとともに、自然環境や文化、伝統を守り、地域に暮らす人々の将来にも十分配慮する観光のあり方である。
当機構では、今後、JSTS-D に準拠した三次市の観光におけるサステナブルな取組の推進に努める。

- 令和 8 年度から, 当機構は各種関係者と連携し, サステナビリティ・コーディネーターを配置して, JSTS-D に沿った持続可能な観光地域づくりの体制整備およびその推進に取り組む。

令和 8 年度事業目標

当機構は、令和 8 年度も引き続き、第 2 次三次市観光戦略の目標達成に向けた取組を推進する。同戦略では、令和 10 年に総観光消費額 77 億円以上の達成を目標としていた。

しかしながら、総観光消費額は令和 6 年に 75 億円に到達しており、順調に推移している。さらに、令和 7 年には 80 億円規模の達成が見込まれており、当初計画の目標水準を前倒しで達成する見通しである。

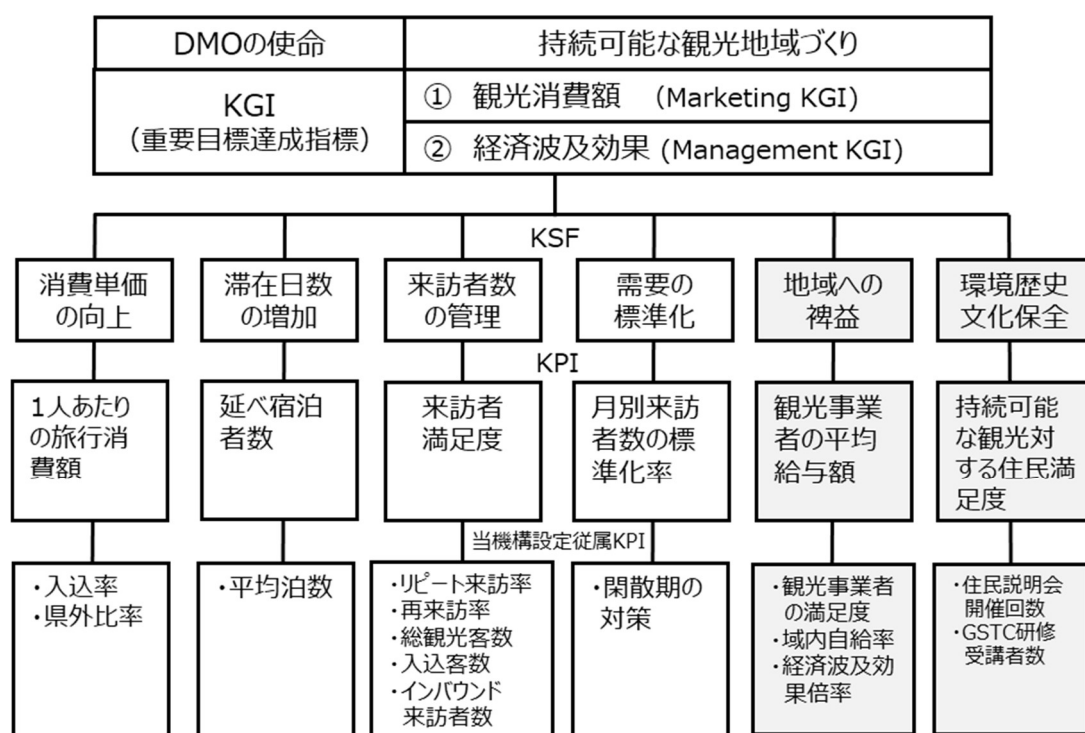
このため、令和 8 年度以降は次の成長フェーズとして、令和 15 年に総観光消費額 100 億円規模の達成を目指す方向で観光施策を展開する。

同時に、新たな観光庁ガイドラインに基づき、観光地域づくり法人としての達成目標およびその達成に向けた KGI・KPI を下記のとおり再整理する。

■ 観光地域づくり法人としての達成目標：「住んでよし、訪れてよし、持続可能な観光地域づくり」

- 当機構の使命：持続可能な観光地域づくり
- 重要目標達成指標：①「観光消費額」②「経済波及効果」
- 上記を達成するための重要成功要因(KSF、左下)と重要業績評価指標(KPI、右下)：
 - ①「消費単価の向上」 → 「一人当たりの旅行消費額」
 - ②「滞在時間の増加」 → 「延べ宿泊者数」
 - ③「来訪者数の管理」 → 「来訪者満足度」
 - ④「需要の標準化」 → 「月別来訪者数の平準化率」
 - ⑤「地域への裨益」 → 「観光事業者の平均給与額」
 - ⑥「環境歴史文化保全」 → 「持続可能な観光に対する住民満足度」
- 上記 KPI を説明する当機構独自の KPI を別途設定する。また、これに加えて当機構の組織経営 KPI として、「職員満足度」および「安定財源確保率」を設定する。

「住んでよし、訪れてよしの地域づくり」



新たな観光庁ガイドラインによる KGI/KPI 目標と実績状況

KGI (重要目標達成指標) (単位:千円)	第1次三次市観光戦略 総観光消費額目標 R5 (65.4億円)			第2次三次市観光戦略 総観光消費額目標 R10 (77億円)					三次市 総合計画
	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
総観光消費額(目標)	4,500,000	5,000,000	6,540,000	6,200,000	7,400,000	7,500,000	7,600,000	7,700,000	10,000,000
① 総観光消費額(実績) 赤字(見込)	5,262,300	6,277,827	7,076,133	7,535,689	8,684,040				
② 経済波及効果	—	—	—	9,305,449					
ー 経済波及効果倍率(参考)				1.37					
ー 域内自給率(参考)				90.3%					
ー 市内総生産(百万円)		191,625							
ー 観光の市内総生産(百万円)				5,399					
ー 観光の市内総生産の割合(%)				2.82%					
KPI (重要業績評価指標)	第1次三次市観光戦略(期間)			第2次三次市観光戦略(期間)					三次市 総合計画
	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
① 1人あたり旅行消費額 (カテゴリー別)(単位:円)									
旅行消費額(入込客平均)	¥7,505	¥10,708	¥10,160	¥11,326	¥11,905				
総観光客数(単位:人) 赤字(見込)	1,875,422	1,920,528	2,146,420	2,092,178	2,224,817				
(内訪日外国人) 赤字(見込)	303	837	2,755	2,191	4,216				
入込率(統計ベース 目標)	65%	68%	70%	71.0%	72%				
入込率(統計ベース 実績) 赤字(見込)	63.8%	68.1%	71.2%	66.4%	66.3%				
県外来訪者比率(目標)						28%	29%	30%	35%
県外来訪者比率(実績) 赤字(見込)	16.9%	21.0%	24.4%	24.7%	27.2%				
※入込率(統計):三次市の観光統計に基づき、総観光客数のうち三次市外からの来訪者の割合を示す指標である。広島県内・県外を区別せず、「三次市外からの来訪者」を対象として算出している。									
※県外来訪者比率(おでかけウォッチャー推計):スマートフォンの位置情報データをを用いた「おでかけウォッチャー」の発地分析に基づき、来訪者のうち広島県外からの来訪者の割合を示す指標である。									
出典:九州経済調査協会・ブログウォッチャー「おでかけウォッチャー」									
② 延べ宿泊者数	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
目標	140	150	180	160	172	175	178	180	200
実績(単位:千人) 赤字(見込)	139	155	171	170	178				
(内訪日外国人)(単位:人) 赤字(見込)	208	407	1,379	895	1,912				
平均泊数(ネット調査)	1.53	1.64	1.48	1.43	1.47				
③ 来訪者満足度 (n=1,800)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
来訪者満足度(目標)	62%	65%	67%	63%	64%	65%	66%	67%	70%
来訪者満足度(入込客)実績	59%	62%	62.9%	62.4%	61.3%				
リピート来訪率(目標)	75%	75%	75%	90%	90%				
リピート来訪率(実績)	87%	90%	91.3%	88.4%	88.6%				
再来訪意向率(目標)	75%	76%	77%	78%	79%	80%	80%	80%	80%
再来訪意向率(実績)	74.9%	79.3%	77.4%	78.6%	75.1%				
④ 月別来訪者数の平準化率 (単位:千人)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
(閑散期3か月間 来訪者数) 赤字(見込)	377	272	342	339	377				
閑散期の平準化率 赤字(見込)	20.1%	14.2%	15.9%	16.2%	16.5%				
⑤ 観光事業者の平均給与額	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
観光事業者の平均給与額					R8冬調査予定				
観光事業者の満足率					R9冬調査予定				
域内自給率				90.3%					
経済波及効果倍率				1.37					
⑥ 住民満足度 (n=458)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
来訪受入歓迎満足度	—	—	—	—	82.3%				
持続可能な観光に対する住民満足度	—	—	—	—	15.9%				
GSTC研修受講者数(人)	—	—	—	—	2				
⑧ 職員の満足度 (n=25)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
職員の満足度	—	—	—		64.0%				
⑧ 安定財源率	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)	2025年 (R7)	2026年 (R8)	2027年 (R9)	2028年 (R10)	2033年 (R15)
安定財源率	49.0%	57.4%	56.3%	55.1%	54.7%				

令和8年度「住んでよし、訪れてよしの地域づくり」のための連携推進

当機構は、KGI である「観光消費額」および「経済波及効果」の最大化に努める。あわせて、「住んでよし、訪れてよしの地域づくり」の推進に向け、行政や各種団体、地域住民等と連携し、持続可能な観光に対する住民満足度の向上に努める。

三次市内 自治会連合会		・当機構の活動紹介 ・地域イベントとの連携 ・各地域における観光資源保全活動の連携
三次商工会議所		・旧三次市域における商工事業連携 ・みよしフェスタの実施 ・グルメ冊子の制作・発行 ほか
三次広域商工会		・旧町村部における商工事業連携 ・地域事業者との各種連携事業の推進
地域の各種団体(公共・任意)		・DMO賛助会員との連携 ・三次スポーツコミッションとの連携 ・JAひろしま ・各経済団体との地域経済連携 ・江の川漁業協同組合との鵜飼事業連携 ・アシスタlab.との女性活躍推進連携 ・中国運輸局三次河川事務所との河川活用 ・中国やまなみ街道関連団体との広域観光連携
三次市	商工観光課	・三次市観光戦略の策定および運営管理
	都市建築課	・三次町にぎわい創出プロジェクト
		・巴峡三次かわまちづくり計画
		・三次町内観光資源の整備・管理
	まちづくり交通課	・市内交通整備(AIオンデマンドバス等)
		・芸備線を活用した観光施策
		・三次もののけミュージアムの運営管理
	共生社会推進課	・スポーツツーリズムの推進
	情報政策課	・DXコンソーシアム、観光DX推進
	教育委員会	・寺町廃寺跡地の整備 ・市内文化施設の運営管理
	農政課	・市内特産品のPR、みよしブランド認定
	秘書広報課	・シティープロモーション
		・ふるさと納税
	企画調整課	・三次町まちづくり計画 ・尾関山駅レールマウンテンバイク管理
その他関連部署		・サステナブル・ツーリズム全般

※現在実施している取組に限定せず、今後想定される連携内容を含めて記載している。

令和15年 目標観光消費額(100億)を達成するための基本的な考え方

総観光消費額(KGI)の向上には、①来訪者数の増大と、②一人当たり旅行消費額(客単価)の向上が必要である。

① 来訪者数の増大施策

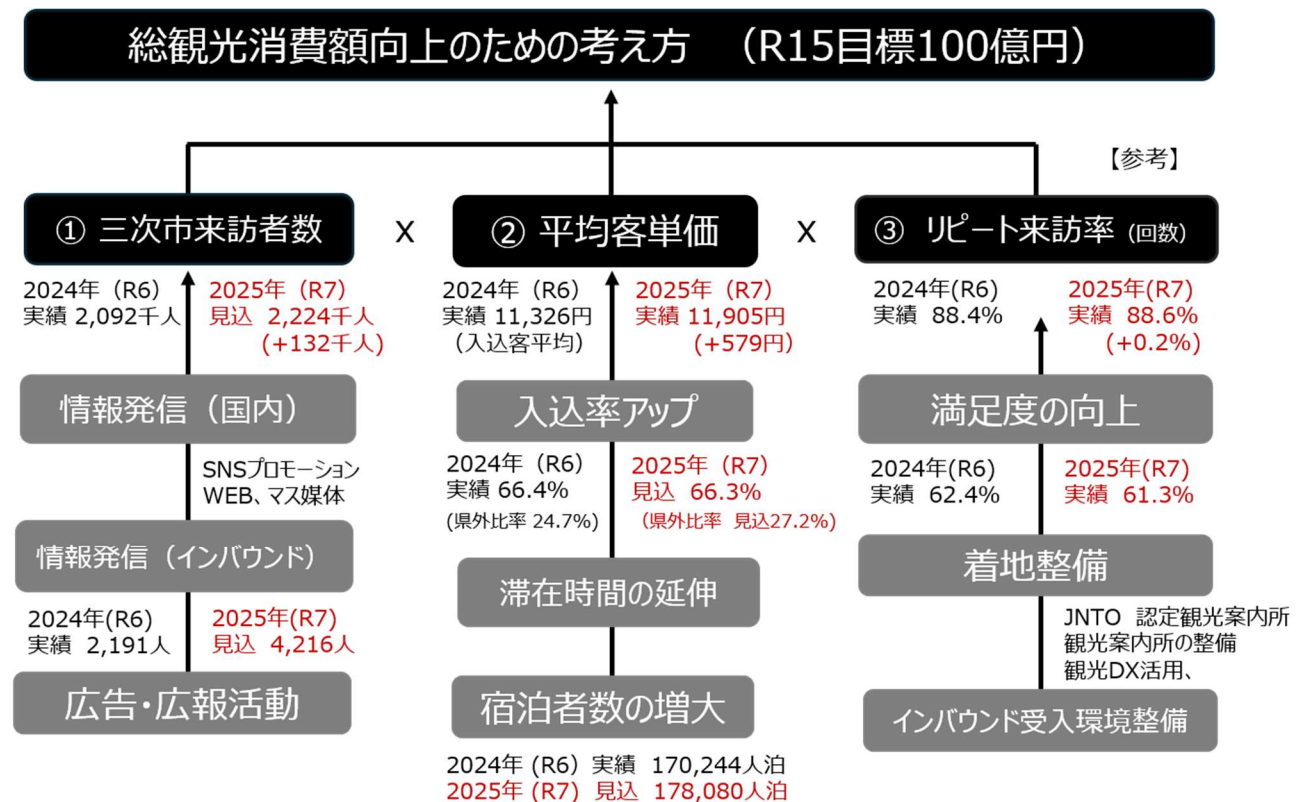
国内外への情報発信や広報・広告活動を強化し、新規来訪者の拡大を図る。特に、三次市の認知度向上および未訪問層への浸透率向上を重視し、広域的な情報発信と接触機会の拡大により来訪機会の創出を推進する。

② 一人当たり旅行消費額(客単価)の向上施策

宿泊の可能性が高く客単価の高い市外・県外からの来訪者の流入率(県外来訪比率)の向上を図るとともに、滞在時間の延伸および宿泊者数の増加を促進する。また、来訪者満足度の向上や受入環境の整備を通じて滞在価値を高め、追加消費の促進につなげる。

※県外来訪比率の KPI 追加について

従来用いていた統計上の入込率は、調査地点の限定や推計方法の影響を受けるため、地域全体の来訪構造を把握する指標としては精度に一定の限界がある。このため、発地分析や来訪構造をより正確に把握できるスマートフォン位置情報による人流データを活用し、県外(県内)来訪比率を新たな KPI として設定することで分析精度の向上を図る。なお、従来の入込率指標についても参考指標として必要に応じて併用する。



来訪者のターゲット層分析

【各種調査による顧客属性分析】

区分	デモグラフィック (旅行者属性・同行形態)	サイコグラフィック (心理特性)	ジオグラフィック (地理的属性)
国内	①夫婦旅行層(29.3%) ②ファミリー層(28.7%) ③自分1人で(25.0%)	①気分転換型(50.6%) ②子ども重視型(17.8%) ③特定分野探求型 (例:妖怪、サブカル、人形制作等の Special Interest Hunter)	下記「エリア別ターゲット設定 (国内、海外)」のとおりに
インバウンド	①団体客(台湾の大半) ②個人旅行(FIT)(欧米豪の大半)	①団体旅行者:安心・おまかせ志向 ②個人旅行(FIT):知的旅行志向 (Educated Traveler)	

注記

- ・国内の数値は、令和7年に実施した当機構の来訪者調査結果(ネット調査)を基にして整理。
- ・インバウンドの国別比率は、JNTO「訪日外客統計」および広島県・せとうちDMOの試乗データを参考に整理。

【エリア別ターゲット設定(国内)】

ターゲット市場	主な発地	旅行形態	戦略上の役割	発地シェア(%)
県内日帰り市場	広島県内	日帰り	量の維持拡大	72.8 (三次市内除く)
近隣県日帰り市場	山陰地方	日帰り	県外来訪比率の底上げ	8.6 (島根県・鳥取県)
未開拓市場 (重点開拓市場)	関西圏	立寄り 宿泊転換	宿泊転換	3.7 (関西2府4県)
認知拡大市場	関東 九州 (福岡県) 四国	認知拡大 立寄り 宿泊転換	長期的ブランド認知	関東 3.4 福岡県 1.5 四国 1.7

※発地シェアデータ 出典:九州経済調査協会・ブログウォッチャー「おでかけウォッチャー」

エリア別ターゲット設定については、以下の役割分担に基づき戦略を展開する。

- ① 県内日帰り市場(広島県):来訪者数の基盤市場として、イベントやSNS等による情報発信により接触機会を増やし、観光需要の裾野の維持・拡大を図る。
- ② 近隣県市場(島根・鳥取等):県外来訪比率の底上げを担う市場として、ドライブ観光との親和性を活かし、広域連携や周遊施策により来訪頻度の向上を図る。
- ③ 関西市場(重点開拓市場):宿泊転換の主要市場として、宿泊商品造成や旅行商品化により宿泊者数の増加を図る。
- ④ 関東・九州市場:長期的なブランド認知市場として、SNSやメディア露出を通じて三次市の認知度向上を図る。

【エリア別ターゲット設定(アジア インバウンド)】

ターゲット市場	発地(国)	旅行形態(予測)	観光戦略上の役割	発地シェア(%)
中核市場(アジア)	台湾	団体旅行 個人旅行(FIT)	メインターゲット	37.0
準中核市場(アジア)	香港	個人旅行(FIT)	中国語(繁体字)・英語 横展開	2.7
(参考)	ベトナム	技能実習等	潜在市場。技能実習等が主体で観光用途は限定的。	13.1
	韓国	個人旅行	潜在市場。ハングル語への言語対応など課題あり	6.3
	フィリピン	技能実習等		5.5
	中国	団体旅行		5.1
	シンガポール	個人旅行(FIT)		1.3

台湾市場に対しては、これまで実施してきた現地商談会、ITF 台北国際旅行博への出展、台湾の旅行会社を招いた FAM ツアー等の取組について、効果を検証・改善しながら継続的に実施する。あわせて、旅行会社との連携による旅行商品造成および販売促進を図ることで、来訪者の拡大を推進する。

香港市場については、個人旅行(FIT)を中心とした市場特性を踏まえ、台湾市場と同じ繁体字圏であり、英語の普及率も高いことを活かし、他国向けプロモーション資源を横展開した効率的な情報発信を行う。

【エリア別ターゲット設定(欧米豪 インバウンド)】

ターゲット市場	発地(国)	旅行形態(予測)	観光戦略上の役割	発地シェア(%)
中核市場	アメリカ カナダ	個人旅行(FIT)	欧米におけるメインターゲット	アメリカ 6.1 カナダ 3.7
モデル市場	フランス	個人旅行(FIT)	高付加価値 FIT の実証市場	フランス 0.8
(参考)	ドイツ イギリス	個人旅行(FIT)		ドイツ 2.7 イギリス 1.8
	オーストラリア	個人旅行(FIT)		0.4
	その他・不明	混合		5.9

※発地シェアは三次市統計調査データ(令和7年 予測値)

米市場については、来訪者数の規模を踏まえ、アメリカおよびカナダを主要なターゲット市場とし、個人旅行(FIT)を中心とした情報発信を行う。

また、フランス市場については、高付加価値型 FIT 旅行のモデル市場として位置付け、文化・体験志向の強い旅行スタイルを参考としながら、その志向に近い英語圏旅行者を主な対象として、英語による情報発信の横展開を図る。

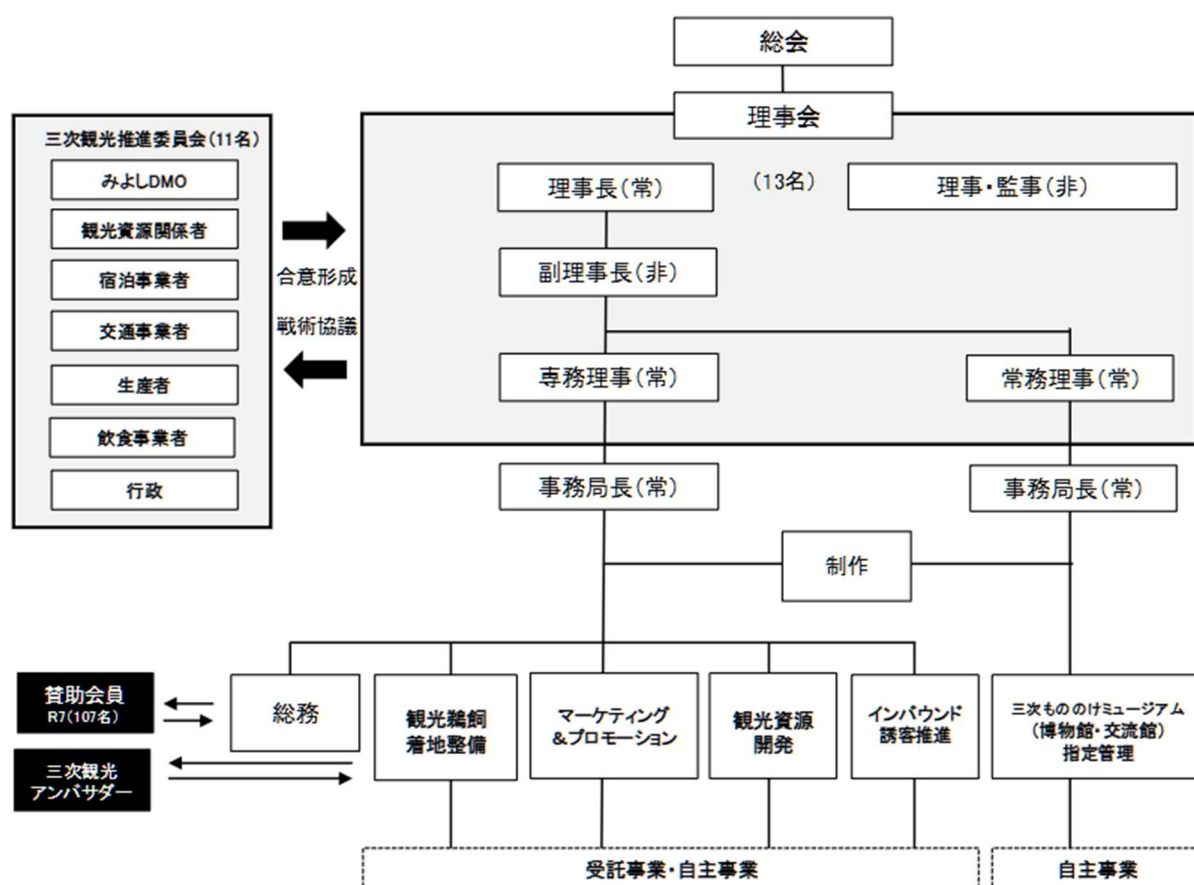
令和 8 年度 当機構の組織運営体制

令和 8 年度は、既存の部門別組織(総務, マーケティング&プロモーション, 着地整備&観光鶺鴒, 観光資源開発, インバウンド推進, 三次もののけミュージアム指定管理)に加え、当機構の強みである「制作部門」を部門横断的な機能別組織として新たに設置する。制作部門は各現業との兼務体制とし、広報物制作, 情報発信, プロモーション素材制作等の機能を集約することで、観光プロモーションの質の向上および各部門の事業推進を支援する。

また、部門間連携を強化し、各部署が保有する観光資源, 事業情報, プロモーション素材等を共有することで、当機構全体としての施策効果の最大化を図るとともに、業務の役割分担の明確化および情報共有を通じて組織運営の適正化を推進する。

さらに、解決すべき課題に応じて部門横断的に取り組む「プロジェクトチーム体制」についても、引き続き継続する。

令和 8 年度 一般社団法人三次観光推進機構(組織図)



令和 8 年度事業と予算について

■ 宿泊税について

令和 8 年 4 月から、広島県は観光の振興を図る施策に要する費用の財源として宿泊税を導入する。三次市は、観光振興予算として「宿泊税交付金(宿泊割合分)」および「宿泊税交付金(提案分)」の 2 種類の交付を受ける。

「宿泊税交付金(宿泊割合分)」は、三次市を通じて当機構への補助金の一部として交付されるものであり、当機構は三次市内の観光振興施策に充当する。

「宿泊税交付金(提案分)」は、三次市が新たな観光振興コンテンツの造成や既存観光コンテンツの拡充等について広島県へ提案し、採択された場合に追加予算として交付されるものであり、三次市を通じて当機構に交付される予算である。

・宿泊税交付金(宿泊割合分): 令和6年度 三次市内宿泊者数 170,244人相当 2,096千円
(補助金の一部に充当)

・宿泊税交付金(提案分):	「三次の鵜飼」の屋形船の造船	5,000 千円
	「三次の鵜飼」の鵜飼乗船場環境整備	3,000 千円
	三次産ワインツアー・収穫体験推進事業	1,130 千円
	合計	9,130 千円
	(三次市内での観光コンテンツ拡充の追加予算)	

■ 全体予算 218,400 千円（本部 131,632 千円、指定管理部門 86,768 千円）

【参考】 第2次三次市観光戦略の主な施策①～⑤との関連業務を【 】に施策番号で記載。

1. 総務部門 予算額 67,910 千円（令和 7 年度予算 67,078 千円）

《施策》

- (1) 組織運営を円滑に実施するための仕組みづくりと管理
- (2) 総務業務の DX 化推進(電子決裁, 経費精算, 電子契約, 勤怠管理など)
- (3) みよし DMO コーポレートサイトの管理運営(法人情報公開, ニュースリリース, 採用情報)
- (4) みよし DMO 通信の継続発行
- (5) 社内研修とリスクリングの推進
- (6) もののけ小路の維持管理及びテナントとの連携
- (7) サステナブル・ツーリズム推進
- (8) 職員の満足度調査
- (9) 観光庁指定研修の受講管理

2. 着地整備&観光鶏飼部門

予算額 27.969 千円（令和 7 年度予算 19.189 千円）

【着地整備】

予算額 3,179 千円（令和 7 年度 3,539 千円）

《施策》

- (1) 三次市内観光案内所 2 拠点(三次駅前、三次もののけミュージアム交流館)の着地機能整備

- (2) 繁忙期や主要イベント時における観光 PR ブースの出展・運営(目標:年間 7 日)
- (3) 各種観光情報冊子の増刷, 広島県内における配置施設の新規開拓および在庫管理の強化
【施策④】
- ① 広島空港, 広島バスセンター, 道の駅(たかの, 安芸高田, 世羅等)への配架を強化する。
- ② 三次駅~三次町方面の「歩き方マップ」を制作し, 観光案内所カウンターで配布する。
- (4) 令和 9 年度三次観光アンバサダー・セレモニースタッフによる各種 PR の実施と三次観光アンバサダーの運営管理
- (5) 「きりこちゃんグッズ」第 3 弾の新商品開発および販売の実施

【観光鵜飼】

予算額 24,790 千円(16,790 千円+宿泊税補助金 8,000 千円)(令和 7 年度予算 15,650 千円)

《施策》

- (1) 乗船者数 2,400 人以上 (令和 7 年度 実績 2,352 人)
- (2) 三次の鵜飼 宿泊プラン利用者数 190 人泊以上 (令和 7 年度 実績 71 組,173 人泊)
- (3) 売上高(乗船料,売店,協力金,広告料,雑収) 9,290 千円以上 (令和 7 年度 実績 8,519 千円)

《観光鵜飼事業推進上の対応策》

- (1) 継続する取組
 - ① 週 4 日間運航(金・土・日・月)の継続
 - ② SNS(X)による鵜飼開催状況の配信
 - ③ 新規遊覧船船頭の募集および育成(船頭会体制の強化, 来訪者への解説対応の充実)
 - ④ 各種イベント・コラボ船の企画
 - ⑤ QR コードによるアンケート調査キャンペーンの実施(うちわを活用)
既存顧客への予約事前受付キャンペーン DM 等の送付
- (2) 新たな取り組み
 - ① シーズンパスの導入(期間中の無制限乗船権(15,000 円, 事前予約制)
 - ② サステナブル・ツーリズム(JSTS-D)への対応
 - ◇ 伝統文化の場における来訪者管理および安全・治安対策
 - ◇ マナー看板の設置(釣り糸・針の放棄, 酔客, 飼犬の放飼い, 喫煙, 立小便, 騒音バイク等の禁止事項の周知)
 - ◇ 危機管理:AED の設置および備北消防署による救命講習の実施(鵜飼関係者全員対象), 猛暑対策としてブルームテントの設置など安全対策の実施
 - ◇ アクセシビリティの改善:高齢者および身体障害者への対応として, 鵜飼乗船場に隣接したトイレラックを設置
 - ③ インバウンド対応(CIR との連携)
 - ◇ 鵜飼の英語解説チラシの制作(日本語・英語対応)
 - ◇ 船頭向けワンポイント英語レッスンの実施(LINE 研修)
 - ④ 鵜飼の旅前理解の促進(日本語)
 - ◇ DMO ホームページから鵜飼解説パンフレットのダウンロード提供
 - ◇ 「三次の鵜飼」FAQ の掲載

3. マーケティング&プロモーション部門

予算額 11,415 千円（令和 7 年度予算 18,470 千円）

令和 8 年度から、投資対効果が測定可能な施策については、観光庁が定める計測方法に基づき、「投資収益率」により効果測定を行う。

《施策》

（1）観光消費額向上のための「広域プロモーション（市外における認知向上）」の施策

① 日本自動車連盟（JAF）との連携【施策②】

JAF ドライブスタンプラリーへの参画（目標：三次市内 6 カ所、2000 スタンプ）

ジ・アウトレット広島における JAF 主催観光 PR イベントへの出展

② 広域周遊連携事業の展開【施策⑤】

庄原 DMO との連携を予定し、「備北地域」全体での認知度向上と周遊促進を図る。

③ SNS プロモーション（分析と投稿数の増大推進）

令和 7 年度実績として Instagram フォロワー数 10,000 人超を達成した。次年度は、観光地としての三次市の認知度向上を図るとともに、具体的な観光情報の発信を強化する。

目標：フォロワー 1,500 人増

Instagram2 アカウント（@miyoshidmo,@miyoshi_event）年間合計閲覧数 150 万回

【施策④】

（2）観光消費額向上のための「滞在時間延伸」の施策【施策②】

① ドライブ割プロモーションの継続（目標：300 回利用）

三次来訪者の約 9 割を占めるマイカー来訪者への周遊促進を促す。

② 三次市内グルメスタンプラリーの継続（目標：900 スタンプ）

市内飲食店の認知向上と来店促進を図り、地元飲食店の販売促進を支援する。

③ 三次市内カフェめぐりスタンプラリーへの協賛（依頼があった場合）

（3）観光消費額向上のための「三次市内宿泊推進プロモーション」【施策②】【施策③】

① 宿泊施設と連携し、特典付き宿泊プランの造成を推進する。（目標 4,000 人泊増）

（例）来訪者への特典提供（1 人当たり 日帰り 1,000 円、宿泊 2,000 円）。

（4）各種調査

① 三次市来訪者調査（ネット調査）

➤ 毎月 150 サンプルを回収し、年間 1,800 サンプルを収集する。

② 広島県観光客統計調査

➤ 市内の主要観光施設・宿泊施設等における観光客数を把握し、その動向について調査・分析を実施。

③ 無人観光スポットでのセンサー人流調査（市内 3 カ所）

➤ 高谷山、尾関山、もののけ小路に設置しているセンサーで来訪者の人流動向を把握する。

④ 持続可能な観光に対する住民満足度調査（インターネットフォーム）

➤ DMO ホームページ、DMO 通信、広報みよし、三次市公式 LINE 等で周知し、住民の意識や満足度の把握を行う。

⑤ 観光事業者の平均給与額調査

- 観光関連事業者の平均給与額を把握し、観光産業における雇用環境の動向を分析する。
- ⑥ 経済波及効果測定
 - 観光消費額を基礎とした経済波及効果を算出し、観光施策の経済的影響を把握する。

4. 観光資源開発部門

予算額 1,688 千円(558 千円＋宿泊税補助金 1,130 千円) (令和 7 年度予算 1,008 千円)

《施策》

(1) 三次市内観光コンテンツの継続的な情報発信 【施策④】

ウェブ制作(三次市内観光コンテンツの取材)

年間 6～10 カ所程度の観光コンテンツを取材、ウェブ制作を行い情報発信を行う。

(2) 既存体験観光商品の磨き上げと販促支援、または新たな観光コンテンツの造成

① 既存体験観光コンテンツの制作支援および改善支援

既存の体験観光コンテンツについて、ウェブサイトやチラシ等の制作支援を行い、販促および内容改善を図る。

② 新規体験観光商品の造成支援

「三次産ワインツアー・収穫体験推進事業」(宿泊税活用)など。

5. インバウンド推進部門

予算額 4,848 千円 (令和 7 年度 予算 6,983 千円)

《長期施策》

インバウンド分野の専門知識を有するアドバイザーを本年度も活用し、助言を得ながら施策を推進する。これらは段階的かつ継続的に取り組む施策であり、効果の発現までには一定の期間を要する見込みである。

(1) 三次市インバウンド観光ブランドの整理

① インバウンド観光ブランドおよびコンセプトの検討

② ロケーションハンティングおよび観光ルートの検討・整理

(2) 三次市のインバウンド認知度向上

① SNS(Instagram, TikTok)および JNTO 賛助会員制度を活用した情報発信の強化

② 予約・購入・決済機能を備えた英語等ウェブサイトの内製構築による情報発信基盤の整備

③ 三次市の魅力を効果的に発信するための写真素材の整備およびコンセプトに沿った WEB デザイン制作

《短期施策》

(1) 観光事業者のインバウンド対応力向上

① 三次の鵜飼における LINE を活用した外国人対応研修

② 観光事業者向け多言語対応支援

(2) サイクリングおよび歩行者向け三次市街地周遊マップの作成

① サイクリングや歩行者向け三次市街地周遊マップの作成

② 三次市内ウォーキング音声ガイドの整備

(3) その他

CIR の活用および観光事業者との連携による随時対応

6. 受託業務

予算額 17,202 千円（令和 7 年度予算 14,762 千円）※自主事業含む

(1) 三次市からの受託業務(予定)

①観光プロモーション業務

- ・ プロモーション業務
- ・ 事務局運営業務

②観光案内・観光情報提供業務

- ・ 観光案内業務
- ・ 観光情報提供業務

③その他業務

- ・ 鵜飼伝統文化振興会事務局業務
- ・ 三次町にぎわい創出プロジェクト「もののけ AR」の運用

(2) その他団体からの受託業務(予定)

- ・ 2026 マツダスタジアム外野年間指定席チケット販売業務

7. 自主事業

コインロッカー, レンタサイクル, 書籍販売に加え, きりこちゃんグッズ第2弾エコバッグ等の販売, またグッズの委託販売と通信販売促進で売り上げアップをめざします。

《施策》

(1) レンタサイクル事業

保有台数:電動アシスト自転車 4 台, 普通自転車 2 台(計 6 台)

令和 8 年度売上目標:22 万円 (令和 7 年度見込み:20 万円)

(2) コインロッカー事業(荷物預り含む)

令和 8 年度売上目標:18 万円(令和 7 年度見込み:17 万円)

(3) 物販事業

令和 8 年度売上目標 63 万円(令和 7 年度見込み:53 万円)

新たな, きりこちゃんグッズの商品開発等で売上アップを目指す。

8. その他事業

予算額 600 千円 (令和 7 年度予算 1,688 千円)

(1) 中学生鵜飼乗船体験(三次市補助事業)

市内中学生が社会に出る前に, ふるさと納税を活用し「三次の鵜飼」に関する学習および乗船体験を実施する。地域の伝統文化への理解を深め, 将来的な郷土意識の醸成を図る。

乗船目標数 200 人, 7 月 8 月の火曜日 8 日間催行。(令和 7 年度実績 42 人)

9. 指定管理部門(三次もののけミュージアム)

予算額 86,768 千円(令和 7 年度予算 72,363 千円)

(1) 基本方針

本施設の設置目的である「観光・交流の拡大および郷土への誇りの醸成と, 交流による創造的な活動の活性化」を再確認し, その実現に向け, 長期的視点を踏まえた効果的な事業および広報活動を積極的に展開する。

また, 日本で唯一の妖怪博物館として, 資料の収集や展示, 各種シンポジウムの開催, 印刷物の配布など, 学芸部門がその役割を十分に果たすことができるよう, 関係機関との協力体制

のもと、環境整備および支援を行う。

近年の年間入館者数はおおむね4万人程度で推移している。令和6年度は特別展の開催により5万人を超えたものの、令和7年度においては4万5千人前後と推測される。令和8年度は情報発信力の強化を目的としてウェブサイトのリニューアルを計画するとともに、SNSやマスコミ等を活用した積極的な情報発信や旅行会社等との連携を進め、年間入館者目標5万人の達成を目指す。

(2) 部門目標値(KPI)

No.	項目	単位	令和8年度 目標額 (KPI)	令和7年度 実績 (2月末現在)	令和6年度 実績 (参考)
1	年間入館者数	人	50,000	42,952	45,452
2	入館料 売上	千円	34,000	25,380	21,738
3	ミュージアムショップ 売上	千円	16,000	11,199	15,123
4	交流館売店 売上	千円	2,700	2,362	1,870
5	団体予約 件数	件	130	128	109
◎備考：令和6年度入館者数は、石黒亜矢子企画展入館者を含んでおりません。(石黒展含む入館者数は、54,135人)					

(3) 施策

- ① 7周年を迎え、10周年を目標年とする年次計画を作成し、計画的な運営の充実を図る。
- ② 入館料の変更を受け、長期的視点での施設管理計画の策定やより地域に密着した賑わいの拠点となる施設運営を行う。
- ③ 常設展の妖怪作品や資料の展示とあわせ、魅力あるコーナー「チームラボ 妖怪遊園地」などの紹介に努め、入館を促す。
- ④ 館長もののけトーク(常設展の展示解説会): 年度12回
- ⑤ 企画展示の開催に合わせ、関連イベントの実施
 - (ア) サロントーク, スペシャルトーク, 記念講演会: 年度4回
 - (イ) ワークショップ: 年度3回
 - (ウ) もののけギャラリートーク(企画展の展示解説会): 年度12回
 - (エ) 企画展オープンセレモニーを実施し、メディアに告知する。
- ⑥ 毎月最終日曜日の「もののけの日」や春夏秋冬の各「もののけまつり」などを通して、季節の行事にあわせた話題性・娯楽性を高め、顧客満足度を高めることで、リピーター及び口コミによる集客UPを図る。
- ⑦ 交流館事業としての、芝生広場や交流スペースを活用したイベントの実施や作品の展示や発表会等を誘致する。
- ⑧ テレビ・ラジオ番組や雑誌の取材機会を多くするために各会社へのアプローチを行うとともに、新聞への広告掲載(中国新聞のシリーズ連載記事等)を行う。
- ⑨ 旅行業者や観光業者からの送客を目的とした法人営業を強化する。
- ⑩ 他館・他施設・市内周辺地域・各学校とのこれまで以上の連携強化による集客の促進を図る。
- ⑪ 顧客満足度の向上に向けて接遇を中心とした職員研修の充実を図り、来館者に親しまれ、リピーターの増加する施設を目指す。
- ⑫ 国内全国への情報発信の強化のため、ウェブのリニューアルを計画する。

湯本豪一記念日本妖怪博物館(三次もののけミュージアム)Yumoto Koichi Memorial JAPAN YOKAI MUSEUM Miyoshi Mononoke Museum 令和8(2026)年度 展示会・行事のご案内

			令和7年度												260621記載			2026/6/24 17:25		
活 動	分 類	内 容	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月					
展 示 活 動	企画展	企画展示室	令和8年度 春の企画展 「狐と《変化物語》」 3/13(金)～6/23(火) 稲荷社の眷属などとしての神聖を持ちながら、人を化かす妖怪としても知られる「狐」。なかでも、江戸時代の丹後国を舞台とした《変化物語》は、狐が登場する妖怪物語の白眉と言える作品です。本展では、所蔵する絵巻3巻と写本2冊を、未公開場面も含めて、たっぷりと紹介します。 ●3/21(土) ●4/18(土) ●5/16(土) ●6/20(土)				令和8年度 夏と秋の企画展 「つくもがみ 道具が妖怪になっちゃった！展」 6/26(金)～11/10(火)【前期】6/26(金)～9/1(火)、【後期】9/3(木)～11/10(火) 人間に捨てられたうらみで、道具が妖怪になっちゃった！そう、それが「つくもがみ」です。古い時代の絵巻で暴れまわった彼らも、江戸時代にはふしぎでゆかいなキャラクターとして大活躍します。そんな彼らが今も昔も変わらず伝えてくれるのは、“ものを大切にしよう！”というメッセージ。今こそ「つくもがみ」と、サステナブル（持続可能）な社会について、考えてみませんか？ ●7/18(土) ●8/15(土) ●9/19(土) ●10/17(土)				令和8年度 新春企画展 「日本妖怪博物館 新春もののけ逸品展2027」(仮) 11/13(金)～3/9(火) 当館では5,500点にのぼる膨大な妖怪コレクションを所蔵し、平成31(2019)年の開館以来、多種多様なテーマ展示を通じて、その魅力を発信してまいりました。 本展では、所蔵品の中から、皆様より反響の大きい名品や初公開資料、さらに、最新の収蔵品を厳選し、新春を彩る特別展示として公開いたします。 ●11/21(土) ●12/19(土) ●1/16(土) ●2/20(土)				企画展 「幻獣 人魚展」(仮) 3/12(金)～6/22(火) ●3/20(土)					
		もののけギャラリートーク (企画展示室)第3土曜日																		
	常設展	常設展示室 ●「日本の妖怪」 ●「稲生物怪録」 △「チームラボ妖怪遊園地」	春の常設展 3/26(木)～6/16(火)			夏の常設展 6/18(木)～9/15(火)			秋の常設展 9/17(木)～12/15(火)			冬の常設展 12/17(木)～3/23(火)								
	パネル展	平太郎サロン	令和8年度 夏の防災パネル展 「百鬼騒乱 ～災いと妖怪伝承～」 7/16(木)～9/23(水・祝) 無料 日本はこれまで地震、風水害、土砂災害や感染症など、数多くの「災害」に見舞われてきました。各地の伝承を紐解くと、神や妖怪など「人知を超えた存在」を介し、土地の記憶が留めていることがわかります。本展示では伝承そこから得られる教訓、人々の祈りや願いの形、そして災害に関する科学的な視座と最新の技術などを、展示や映像、解説を通じて紹介します。																	
学 習 支 援 活 動	まなぶ	もののけスペシャルトーク・サロントーク(平太郎サロン) 記念講演会(ふれあい会館)	●3/14(土) スペシャルトーク (名誉館長)		●5/9(土) サロントーク (館長)				●9/26(土) 記念講演会 (小松和彦)				●1/31(日) 館長もののけ トークスペシャルVer.		●3/13(土) スペシャルトーク (名誉館長)					
	楽しくまなぶ	もののけワークショップ もののけツアー (芝生広場・平太郎サロン)		●4/5(日) ワークショップ (学芸員)				●8/2(日) ワークショップ (学芸員)				●12/20(日) ワークショップ (学芸員)								
	もののけの日	もののけの日 (芝生広場・平太郎サロン等) 毎月最終日曜日	■3/29(日) もののけ神楽 館長もののけトーク	■4/26(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■5/31(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■6/28(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■7/26(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■8月30(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■9/27(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■10/25(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■11/29(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■12/20(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■1/31(日) 館長もののけ トークスペシャルVer.	■2/28(日) 館長もののけ トーク(常設展)	■3/28(日) 館長もののけ トーク(常設展)					
	もののけまつり	もののけ(春夏秋冬)まつり もののけ初もうで等 (芝生広場・平太郎サロン等)		○4/26(日) 開館記念日 (7周年)	○4/25(土)～29(水祝) もののけ春まつり 4/29鵜飼PR実演			○8/15(土) もののけ夏まつり (もののけ盆踊り)	○10/25(日) もののけ秋まつり (もののけハロウィン)		○12/19(土)～25(金) もののけクリスマス		○1/2(土)～5(火) もののけミュージアムに初もうで2027	○2/1(月)～2(火) もののけ冬まつり (もののけ節分)						
休館日 (※臨時開館・臨時休館)			毎週水曜日 ※12日休館	毎週水曜日 ※29日開館	毎週水曜日 ※6日開館	毎週水曜日 ※25日休館	毎週水曜日	休館日無 ※毎週水曜日開館 5・12・19・26日	毎週水曜日 ※23日開館	毎週水曜日	毎週水曜日 ※12日休館	毎週水曜日 ※23日開館	毎週水曜日 ※2日から開館	毎週水曜日	毎週水曜日 ※11日休館					
			年末年始休館12/26～1/1																	
活 動	分 類	内 容	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月					
連 携 事 業	地域連携	地域連携行事		◇4/1(水)～4/12(日)三次さくら祭夜桜ライトアップ ◇4/29(水・祝)三次本通りフェス、栄町・太歳通り れとりーとふえすていばる				◇8/15(土)三次地区盆踊り大会(未定) ◇尾関山紅葉ライトアップ(未定)												
	館連携	当館連携事業		小泉・水木・当館三館連携事業(パスポート発行)(行事)予定				YOKAI EXPO 2027(小豆島・妖怪美術館) ●2月21(日)												
	館協力	当館企画事業	8/1(土)～2027.2/14(日)特別展「百鬼繚乱 妖怪WORLD」(台湾・北投文物館) ← 8/1(土)～10/12(月・祝)企画展「もののけ宝箱」展(愛知県・三河武士のやかた 家康館) ← 静岡市美術館「水木しげ ●4月18日(土)記念講演会(湯本名誉館長) るの妖怪 百鬼夜行展」 ← 4月25(土)～6月14(日)巡回展「妖怪・幻獣づくし」兵庫県立歴史博物館 ●8月29日(土)記念講演会(湯本名誉館長)																	
		他館貸出事業	映画「腰擦りの森」全国公開 高橋一生主演 4/10(金)～ 7月4日(土)～8月30(日)巡回展「妖怪・幻獣づくし」鳥取県立博物館 ●8月9(日)記念講演会(湯本名誉館長) 7月11(土)～9月23(水・祝)巡回展「オバケ?展」ふくやま美術館 9/13(金)～2026年11月22日「日本の魂－妖怪」展(スウェーデン・国立民族学博物館) 3月または4月～2028年10月「日本の魂－妖怪」展(スウェーデン・世界文化博物館) 10/17(土)～2027.4/4(日) 企画展「Myths, Monsters, and Manga :The Art of Fantasy in Asia」(香港・M+Museum)																	
		国際協力	国際交流基金 「妖怪大行進」展	2026.3/13～5/17アメリカ合衆国アトランタ(オグレスープ大学美術館) 12月以降 ブラジル各地 2026.5月～7月アメリカ合衆国ボストン 2026.7月～9月下旬アメリカ合衆国ワシントンD.C.(未定)																

湯本豪一記念日本妖怪博物館（三次もののけミュージアム） 令和8(2026)年度 資料収集・調査研究活動スケジュール

			2026/6/24 17:25												
			令和7年度												
活 動	分 類	内 容	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	1 0 月	1 1 月	1 2 月	1 月	2 月	3 月
資料 収集 調査 研究 活動	資料 収集	資料収集活動(妖怪資料)		妖怪資料の収集・保管活動(実物・映像・画像・図書等)											
		もののけミュージアム湯本豪一 名誉館長新規寄贈資料受入事業 (既存及び新規資料分類整理)	方針決定	寄贈資料の受入、既存資料・新規資料分類整理作業											
	調査 研究	「日本の妖怪文化研究」 「《稲生物怪録》総合研究」 「テーマ研究(次年度企画展)」	方針決定	大学・他館・他研究機関等との連携により「妖怪文化研究・情報発信センター(拠点)」をめざした「日本の妖怪文化研究」											
			方針決定	「《稲生物怪録》総合研究」(「《稲生物怪録》悉皆調査」「《稲生物怪録》湯本豪一コレクション調査」及び「《稲生物怪録》調査報告書及び図書刊行」)											
			方針決定	テーマ研究 (令和9年度企画展「幻獣 人魚」展(仮)・特別企画展「広島県内の《稲生物怪録》」展(仮))											

令和8(2026)年2月20日発売
湯本豪一名誉館長著『妖怪&幻獣 妖々よろず絵巻 湯本豪一コレクション』(パイインターナショナル)刊行
2025年に当館へ寄贈されたばかりの新収蔵資料も多数掲載。