平成 30 年度 事業報告書

平成 30 年 4 月 1 日から平成 31 年 3 月 31 日まで

特定非営利活動法人湯来観光地域づくり公社

1　事業の成果

湯来ニューツーリズム部

今年で 12 年目となる広島市の小学生とその保護者を中心とした「JA 食育体験プログラム」は、田舎コンニャク作りと竹でバームクーヘン作りを選択できる形をとって 4 年目になる。バームクーヘン作り体験は人気だが、夏場は暑さに堪えられない。今年度の途中からアイスクリーム作りを取り入れ、対応した。多くの子供たちに「食」についての知識を深められ湯来特産品の知名度向上させるなど、湯来の自然を楽しめる体験を継続し、湯来の魅力を伝えた。「江戸の湯来を歩く」プログラムは月 1 回のペースで行った。2019 年が浅野入城 400 年あたることから参加者の増加が期待されたが思うように伸びなかった。集客のさらなる工夫が必要。このプログラムをはじめた当初からコースごとのリーフレットを作る予定であったが、現在までに完成しているのは、湯の山コース、石ヶ谷コース、湯来舩岩コースの 3 コースだけで、白井の瀧コースと十文字コースは、コースや解説内容の調査に手間取り未完成である。

湯来セールスマネージメント部

湯来交流体験センターの運営は、指定管理者(株式会社グリーンハウス)との協力体制のもと今年で 5 年目に入り、湯来地区の情報発信と地域活性化に寄与した。今年で 9 回目となった「恵方巻き」の新聞折り込みは止め、戸別にチラシを配布したが、売上は大きく変わらなかった。また市場館での酒類（日本酒、焼酎、ビール等）の販売は今年度約 42 万円と低迷している。広島県下（マリーナホップ観光物産展、アウトレット広島、廿日市桜まつり、に参加）、その他県外（東京広島県人会）への出店を行い、湯来ブランドのＰＲに力を注ぎ知名度を上げる事が出来た。

湯来パートナーシップ部

TBS 系のテレビ番組「有吉は木を切る」で檜風呂を授かる事になり、クラウンドファンディングを活用して資金を集め、湯来湯元露天風呂復活に着手した。
JA 広島市がやめることとなった巻き柿作りを、当社の事業として取り組むこととなり、JA 広島市と引き継ぎについて、打ち合わせを行い、次年度には生産活動に取り掛かる。

事務局

平成 30 年度も「となりの里山」は作成費等の都合で第 2 号は発行出来なかった。
開設 9 年目になる HP・ブログ・Twitter・フェイスブックは湯来の情報発信ツールとして沢山の方々に利用されており、特に桜、蛍、紅葉の時期にはアクセス数が多かった。
今年度で 9 年目となる冬季の「湯来温泉・湯の山温泉無料送迎バス運行」。今年は湯来ロッジが通年で無料バスの運行を行った。

＊平成 30 年度事業に係わる印刷物

印刷物	枚数	印刷物	枚数	印刷物	枚数
湯来ホタルマップ	2,000	有吉が木を切る、番組告知	2,500	湯来湯元露天風呂復活告知	3,500
恵方巻き予約チラシ	500				

２　諸会議報告
（１）理事会 18 回
（２）湯来セールスマネージメント部会 15 回

３　事業の実施に関する事項
(1)　特定非営利活動に係る事業

事　業　名	事業内容	実　施	実　施	従事者	受益対象者		事業費の金額
		日　時	場　所	人数	範囲	人数	（円）
交流・体験型観光及び広域・国際観光など集客交流に係る事業	①広島市内の小学生と保護者を対象の食育体験（酪農体験とバター・コンニャクづくり体験またはバームクーヘン作り・アイスクリーム作り）	平成30年5月～平成31年3月	湯来地区	4人	一般市民	315人	3,719,763
	②湯来交流体験センターの活用	平成30年５月１日～平成31年3月末日		3人	一般市民	45,658人	
	③江戸の湯来を歩く	平成30年4月2日～平成31年3月24日		2人	一般市民	17人	
	④露天風呂復興事業	平成30年11月～平成31年3月		5人	一般市民	370人	
農林・商工等の産業の発展に関する事業、地域のＰＲに関する事業	①市場館運営	平成30年4月～	湯来地区	5人	生産者	120人	7,761,001
					一般市民	53633人	
	②湯来特産品販売促進企画の実施	平成30年4月～		5人	利用者	10,000人	
	③湯来特産品のブランド化と湯来地区の知名度向上に向けた取組の推進	平成30年4月～	広島県内外	3人	一般市民	50,000人	
地域活動を行う個人、団体への支援に関する事業	③湯の山中湯治場利活用	平成30年4月～	湯来地区	2人	一般市民	300人	0

(2)　その他の事業
実施