

令和7年度事業計画

公益社団法人びわこビジターズビューロー

当事業計画案は令和7年(2025年)4月1日より施行する公益社団法人びわこビジターズビューロー第4期経営戦略「シガリズム宣言2.0」の考え方に基づき作成されています。

近年、日本の観光産業は、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)のパンデミックからの回復という大きな転換期を迎える中で、持続可能な観光の推進、デジタル技術の積極的な活用、そして多様化する観光客のニーズへの対応といった、新たな課題に直面しています。特に、今後ますます増加が見込まれる訪日外国人観光客(インバウンド)の誘致は、各地域にとって喫緊の課題であり、それぞれの地域が独自の魅力を効果的に発信し、国内外からの観光客を積極的に誘致する戦略が求められており、滋賀県も例外ではありません。

琵琶湖を中心とした豊かな自然環境、歴史的、文化的な資源、そして地域に根差した多様な産業といった滋賀県ならではの魅力を最大限に活かした、より戦略的な観光施策の強化が不可欠となっています。観光業における地域間競争が激化の一途を辿る中、滋賀県は、その独自性を明確に打ち出し、他の地域とは一線を画す、革新的な観光戦略を実行していく必要があります。

令和5年(2023年)は、日本の観光産業にとって、コロナ禍以前の水準への本格的な回復の兆しが見えた年となりました。特に、インバウンド需要の回復は目覚ましく、日本政府観光局(JNTO)の発表によれば、令和5年(2023年)の訪日外国人旅行者数は前年比で大幅な増加を記録し、令和元年(2019年)の水準まであと一步というところまで回復しました。この傾向は令和6年(2024年)以降も継続し、さらなる増加が期待されています。令和6年(2024年)1月には、訪日外国人旅行者数は268万8千人と、令和元年(2019年)同月比で5.6%増となり、過去最高を記録しました。しかしながら、観光客の消費行動の変化や、オーバーツーリズムの問題、地域間での観光客の誘致競争の激化など、新たな課題も顕在化しています。このような状況下において、観光客を都市部だけでなく、地方の観光地へ誘致する施策の重要性が高まっています。滋賀県も、その魅力的な観光資源を最大限に活用するため、より積極的かつ戦略的に観光誘客を進める必要があります。

滋賀県における観光入込客数は、令和4年(2022年)以降、着実に増加傾向にあります。令和5年(2023年)には5033万人を記録し、コロナ禍以前の水準(目標値5410万人)に近づきつつあります。また、観光消費額についても、国内旅行者および訪日外国人観光客の消費額が共に上昇しており、観光産業が地域経済に与える影響は、ますます大きくなっています。滋賀県観光統計によれば、令和5年(2023年)の観光消費額は前年度と比較して大きな伸びを示し、特に観光地における飲食業や宿泊業がその成長に大きく貢献しています。観光消費額の増加は、観光業の活性化が地域経済全体に好影響を及ぼすことを示す重要な指標です。しかしながら、今後の課題として、観光地の受入体制の整備や、多様化するニーズに

対応した観光コンテンツの充実が挙げられます。例えば、高齢化が進む社会においては、シニア層向けの観光サービスや、障害を持つ人々へのバリアフリー対応の充実が求められます。

また、近年、世界的に高まっているエコツーリズムや持続可能な観光への関心に応えるため、環境に配慮した観光施策を積極的に展開していく必要があります。滋賀県は、観光業の振興に加え、地域の物産業界とも密接に連携し、観光消費のさらなる拡大を目指した施策を推進しています。これまでにない斬新な観光体験や、地域独自の製品を巡る観光プログラムを提供することで、観光客に新たな魅力を提供しています。特に、滋賀ブランド「シガリズム」の認知度を向上させるためのこれまでの取り組みは、注目度を増しており、信楽焼や近江上布に代表される文化や風土に根差した伝統工芸品、滋賀県独特の食文化を代表する鮎ずしや近江牛、そして滋賀県の豊かな大地で育まれた近江米など、地域の特産品を活かした観光プログラムは、観光客から高い評価を受けています。これらの特産品は、単なる観光資源としてだけでなく、滋賀県の豊かな文化や歴史を体感できるものとして、観光客の心に深く残る特別な体験を提供しています。

今後は、このような地域資源と観光産業の連携をさらに強化し、訪日外国人観光客の訪問動向を詳細に分析した上で、ターゲットを絞った戦略的な誘客活動を展開していくことが重要です。また、近年の観光客は、より地域に根ざした、よりパーソナルな体験を求めており、滋賀県においても、地域住民との交流や、地域ならではの文化体験を提供する観光プログラムの開発が求められています。

令和7年度、公益社団法人びわこビジターズビューローは、第4期経営戦略『シガリズム宣言2.0』の初年度を迎えます。この戦略は、滋賀県の観光産業および物産業の持続的な発展を目指し、持続可能な観光地経営を推進することを基本目標としています。この目標を実現するために、「効率的な地域資源の魅力発信と高付加価値化」、「観光人材育成とデジタルトランスフォーメーション（DX）」、「組織強化と交流促進による地域魅力向上」という三つの重点テーマを設定し、観光誘客の強化と観光消費の拡大に向けた具体的な施策を展開していきます。また前年度に引き続き滋賀県北部地域（高島市、長浜市、米原市）の観光振興にも積極的に取り組むことで、県全体の活性化を目指します。

令和7年度は「びわ湖・滋賀での人々の暮らしを感じ、観ていただく観光の哲学」である「シガリズム」を推進する中核となる施策として、滋賀県観光キャンペーン「いこうぜ♪ 滋賀 びわ湖」を展開します。このキャンペーンは令和6年(2024年)9月21日から令和7年(2025年)10月31日までの期間で実施され、大阪・関西万博および国スポ・障スポ大会という絶好の機会を捉え、滋賀県への観光誘客を強力に推進します。

また滋賀の豊かな自然と歴史をテーマにした多様なプログラムや体験型ツアーを通じて、観光客の関心を惹きつけ、琵琶湖を中心とした水辺のアクティビティ、地域特産品の紹介、文化的なイベントなど、滋賀県ならではの魅力を最大限にアピールします。令和8年(2026年)1月に放送が開始される、NHK大河ドラマ「豊臣兄弟！」の放送や、「安土城築城450年」、世界遺産登録を目指す「国宝・彦根城」など、滋賀県が誇る歴史的な資源を活用し、国内外

への情報発信を強化することで、さらなる観光誘客を目指します。

コンベンション誘致においては、県内での開催支援や誘致のための助成、プロモーション活動を積極的に展開するとともに、関係団体との連携を強化し、首都圏を中心とした営業活動を強化します。コンベンション施設や会議・展示会等の誘致に特化した新たなパートナーシップを構築し、特定のターゲット市場に向けた誘致活動を強化することで、滋賀県が国内外の企業・団体にとって魅力的な会議・イベント開催地として選ばれるよう、地域密着型のサービス提供や観光と連携したイベントを通じて経済効果を高め、観光客誘致に繋げていきます。

教育旅行の誘致にも力を入れ、滋賀県ならではの観光資源や環境学習の素材を生かした事業展開と、誘致キャラバンや現地研修会、全国の学校に向けた情報発信などの誘致活動を積極的に実施します。教育旅行市場の拡大を目指し、琵琶湖の自然環境や歴史的遺産、文化体験などを通じて教育的な価値を提供するプログラムを開発し、学校のカリキュラムに合わせた観光コンテンツを提供することで、次世代の観光客を育成し、地域社会に対する観光の理解と関心を深める取り組みを強化します。

滋賀県北部地域の観光振興に向けては、北部地域の観光イベントや MICE 開催等を支援し、日本遺産観光 PR を促進します。これにより、観光客に地域の歴史や文化、自然を体感してもらい、北部地域の魅力を最大限に引き出します。地元の特産品を活用した観光プランの提供や、地域の特色を生かした体験型のプログラムを企画することで、観光客の滞在時間を延ばし、消費拡大を目指します。中京圏や北陸地方など、県内外からの誘客を促進し、観光客の流入を広げるための戦略を展開し、地域間連携を強化し、周遊観光を促進する施策を進め、観光地間の移動をスムーズにし、観光の一貫性と利便性を向上させます。

物産振興においては、東京、大阪、名古屋の三大都市圏および県内などで観光情報発信と連動しながら物産展を開催し、滋賀県の魅力的な商品や特産品を紹介することで、観光誘客と物産の販促を同時に進め、観光客に滋賀の魅力を一層深く理解していただきます。地元産品の認知度向上を目指し、消費者との接点を増やし、新たな販路の開拓を図ります。会員商品の認知度向上および PR 強化のため、滋賀県観光物産情報ウェブサイトなどで動画による商品紹介等を実施し、デジタルメディアを活用して、観光地の魅力や特産品を視覚的に紹介し、SNS 等でのシェアや拡散を促進します。インタラクティブな要素を取り入れたオンラインプロモーションにより、若年層をターゲットにしたマーケティング戦略を展開します。また、観光土産品の品質向上と信頼性を確保するための基準を設け、観光客に提供する商品が厳選されたものであることを保証するため、滋賀県観光土産品認定・コンプライアンスチェック機能を徹底します。アジア圏での物産展や商談会の展開を視野に入れた調査研究を実施し、アジア市場への進出を促進します。特に中国、台湾、韓国といった地域における滋賀ブランドの浸透を目指します。

インバウンド誘客に向けては、県内の文化資源等を複数活用して造成した高付加価値ツアーについて、欧州の旅行会社やランドオペレーターを中心に積極的に販売を展開します。滋賀の文化遺産や自然をテーマにしたツアーを欧州の観光業者や団体旅行客に向けて提供し、特に日本文化への関心が高い市場をターゲットに誘客活動を強化します。重点市場とし

て東アジア（台湾、中国、韓国）および開拓市場として欧米豪からの誘客を図るため、情報発信や現地プロモーションを展開します。SNS やインフルエンサーとの提携を活用して、デジタルでの PR 活動を強化し、観光客の誘致を促進します。加えてインバウンド受入に向けた環境整備として、県内観光関連事業者に対しインバウンド受入セミナーを実施するほか、事業者が実施する専門家招請や旅行会社視察受入、資材の多言語化等に対する経費の助成を行うなど、県全体のインバウンド受入体制の強化を図ります。インバウンド向けウェブサイトの改修も行い、外国語対応を充実させ、観光客がより快適に滋賀を訪れることができる環境整備を進めます。

観光 DX の推進に向けては、観光 DX 推進に必要な知識を習得し、観光データを収集・分析できる人材の育成に取り組みます。観光業界の中で DX を推進できる人材を育成するための研修プログラムを拡充し、デジタルツールやビッグデータ分析に基づいた意思決定を行えるスキルを持つ人材を輩出します。観光 DX 人材の育成により観光物産関連団体の組織力等の底上げを図り、業界全体の進化を促進します。さらに、観光入込統計調査等各種データの市町への展開をさらに高速化・効率化するため、BI ツール等を用いた観光 DMP（データマネジメントプラットフォーム）を構築し、県内観光事業者等のデータ活用を促進することで、観光産業の DX をさらに推進します。この DMP の構築とデータドリブンの概念の普及により、観光業務の効率化と効果的なプロモーション活動を実現します。また DMP で収集したデータを分析することで、観光客の属性、行動パターン、消費傾向などを把握し、それらの情報に基づいて、より効果的なマーケティング戦略や商品開発、サービス改善を行うことが可能となります。

地域連携 DMO としての取り組みとしては、県全域を対象とする地域連携 DMO として、県内の各市町、各事業者が一体となって観光誘客を図れるよう、地域観光の舵取り役として多様な主体の連携を推進します。観光誘客による交流人口を増やし、地域の「稼ぐ力」を引き出すことで、地域の活性化につなげ、ひいては地域を訪れた観光客の周遊を促進します。観光に関する各種データを継続的に収集・分析し、科学的な根拠に基づく明確なコンセプトのもと観光誘客戦略を立案します。観光庁や文化庁の公募案件も積極的に活用し組織強化に努めます。

令和 7 年度の事業計画は、『シガリズム宣言 2.0』の基本目標である「未来に繋がる観光物産の構築と発展」の実現に向け、観光地経営の視点から持続可能な発展を推進する内容となっています。滋賀県の豊かな観光資源の魅力を最大限に引き出し、高付加価値な観光体験を提供することで、観光客の満足度向上と消費拡大を図るとともに、地域経済の活性化に大きく貢献していきます。滋賀県の観光と物産の可能性をさらに広げるため、本年度も引き続き、関係者一丸となって積極的に取り組んでまいります。

収 支 予 算 書

自 令和 7 年 4 月 1 日
至 令和 8 年 3 月 31 日

(単位 千円)

科 目	本 年 度	前 年 度	比 較	備 考
I 一般正味財産増減の部				
1. 経常増減の部				
(1) 経 常 収 益				
受取会費	9,400	9,400	0	
事業収益	109,909	107,777	2,132	
受取補助金等	457,016	298,708	158,308	
受取受託金	12,917	16,589	△ 3,672	
雑収益	525	525	0	
経常収益計	589,767	432,999	156,768	
(2) 経 常 費 用				
事業費	567,974	415,707	152,267	
管理費	28,955	23,888	5,067	
経常費用計	596,929	439,595	157,334	
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 7,162	△ 6,596	△ 566	
当期経常増減額	△ 7,162	△ 6,596	△ 566	
2. 経 常 外 増 減 の 部				
(1) 経常外収益				
経常外収益計	-	-	-	
(2) 経常外費用				
経常外費用計	-	-	-	
当期経常外増減額	-	-	-	
指定正味財産への振替額	-	-	-	
他会計振替額	-	-	-	
当期一般正味財産増減額	△ 7,162	△ 6,596	△ 566	
一般正味財産期首残高	270	544	△ 274	
一般正味財産期末残高	△ 6,892	△ 6,052	△ 840	
II 指定正味財産増減の部				
受取補助金等	-	-	-	
一般正味財産からの振替額	-	-	-	
一般正味財産への振替額	-	-	-	
当期指定正味財産増減額	-	-	-	
指定正味財産期首残高	77,130	77,130	0	
指定正味財産期末残高	77,130	77,130	0	
III 正味財産期末残高	70,238	71,078	△ 840	

収 支 予 算 内 訳 表

自 令和 7 年 4 月 1 日
至 令和 8 年 3 月 31 日

(単位 千円)

科 目	公益目的 事業会計	収益事業 等 会 計	法人会計	内 部 取 引 消 去	合 計
I 一般正味財産増減の部					
1. 経常増減の部					
(1) 経 常 収 益					
受取会費	1,800	0	7,600	-	9,400
事業収益	87,290	20,136	2,483	-	109,909
受取補助金等	426,487	11,861	18,668	-	457,016
受取受託金	12,917	0	0	-	12,917
雑収益	120	0	405	-	525
経常収益計	528,614	31,997	29,156	-	589,767
(2) 経 常 費 用					
事業費	535,467	32,507	0	-	567,974
管理費	0	0	28,955	-	28,955
経常費用計	535,467	32,507	28,955	-	596,929
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 6,853	△ 510	201	-	△ 7,162
当期経常増減額	△ 6,853	△ 510	201	-	△ 7,162
2. 経 常 外 増 減 の 部					
(1) 経常外収益					
経常外収益計	-	-	-	-	-
(2) 経常外費用					
経常外費用計	-	-	-	-	-
当期経常外増減額	-	-	-	-	-
指定正味財産への振替額	-	-	-	-	-
他会計振替額	77	△ 77	0	0	0
当期一般正味財産増減額	△ 6,776	△ 587	201	0	△ 7,162
一般正味財産期首残高					270
一般正味財産期末残高					△ 6,892
II 指定正味財産増減の部					0
受取補助金等					-
一般正味財産からの振替額					-
一般正味財産への振替額					-
当期指定正味財産増減額					-
指定正味財産期首残高					77,130
指定正味財産期末残高					77,130
III 正味財産期末残高					70,238

資金調達および設備投資の見込みについて

自 令和 7 年 4 月 1 日

至 令和 8 年 3 月 31 日

1 資金調達の見込みについて

なし

2 設備投資の見込みについて

なし

令和 6 年度事業報告

公益社団法人びわこビジターズビューロー

令和 6 年度は、公益社団法人びわこビジターズビューロー（以下、「ビューロー」という。）にとって、第 3 期中期計画「シガリズム宣言!!」の最終年度という大きな節目にあたり、これまで積み重ねてきた取り組みを総括しながら、次期経営戦略への接続を見据えた一年となりました。新型コロナウイルス感染症による長期的な影響が依然として残る中、社会全体が正常化へと向かうなかで、観光や物産に対する需要にも徐々に回復の兆しが見られるようになっていきます。そうした環境のもと、「シガリズム」の理念に基づき、地域資源を活かした観光体験の創出や、国内外からの誘客、物産振興、教育旅行やコンベンションの推進といった多岐にわたる施策を、相互に連携させながら展開してきました。加えて、DX の導入や観光人材の育成など、持続的な体制構築に向けた基盤整備にも積極的に取り組みました。地域との協働を活動の根幹に据え、滋賀が有する本質的な魅力を改めて見つめ直し、多様な形でその価値を発信していく取り組みを着実に進めた一年であったといえます。

●重点テーマ A: コロナ禍からの着実な回復

新型コロナウイルス感染症が 5 類感染症へと移行し、全国的に観光活動が回復基調へと進む中、滋賀県においても徐々に観光客の動きが戻り始めました。しかしながら、長期にわたる行動制限や消費の落ち込みにより、地域の観光事業者は今なお経営基盤の回復に苦慮しており、根強い不安が残っているのが現状です。

こうした状況を踏まえ、ビューローでは、需要喚起策と観光事業者支援を両軸とした対応を重ねてきました。令和 5 年度までに実施した「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーンでは、県民や近隣府県からの需要を積極的に取り込み、宿泊施設や観光地への来訪を促進し、観光バスツアー補助事業を通じて、旅行会社による企画造成を後押することで団体旅行の再興にも寄与してまいりました。これらの取り組みの総括を通じ、施策の効果検証を実施し、次年度以降の誘客戦略への活用も視野に入れた改善策の提案に努めました。

加えて、令和 6 年度においては ANA あきんど株式会社と連携した親子向けワーケーションモニターツアーを実施し、新しい滞在スタイルの可能性を探るとともに、観光コンテンツとしての価値検証も行くとともに、国内旅行業者との商談会や視察会も積極的に展開し、新商品の造成や販路拡大への支援も実施しています。観光業界全体の段階的な回復に寄与すると同時に、県内の観光関連事業者が持続可能な形で再生していくための基盤づくりを進めた一年となりました。

●重点テーマ B: シガリズムの推進

「シガリズムの推進」はビューローの観光施策の根幹をなすものであり、令和 6 年度においても、滋賀の地域資源を活かした観光体験の創出と多面的な魅力発信に継続して取り組みました。「シガリズム」は、琵琶湖をはじめとする自然と共生する暮らしに根ざした「心のリズムを整えるツーリズム

ム」として定義され、持続可能な観光のあり方を体現するモデルとして注目を集めています。

本年度は、「魅力の向上と創出」「受入環境整備」「魅力の発信」の三つの視点を軸に、「国内旅行誘客」「海外誘客」「教育旅行」「コンベンション誘致」「物産振興」など、関連施策を有機的に連動させて展開しました。観光商品の分野では、「シガリズムコンテンツ創出事業」により新たな体験プログラムの造成と既存商品の磨き上げを推進し、楽天トラベルや JTB との連携により 224 件の観光コンテンツを公開・販売し、約 1 億 6,730 万円の売上を記録しました。情報発信においては、西川貴教氏をアンバサダーに迎えた大型キャンペーン「いこうぜ ♪ 滋賀・びわ湖」を展開し、「イナズマロックフェス 2024」を皮切りに、SNS や情報誌、現地イベントなどを活用して県内外への広報を強化しました。

物産振興では、新たに京阪エリアなどで百貨店やショッピングセンターを対象とした催事を実施し、日本橋高島屋での「大近江展」では売場面積が縮小する中でも前年比 124%の売上を達成しました。また、動画による商品 PR にも取り組み、希望する会員企業の商品紹介動画を YouTube ショート形式で発信し、幅広い世代への訴求を図りました。

海外誘客では、欧州からの FAM ツアー受入や台湾・韓国での旅行博出展によりインバウンド市場の回復と新規顧客層の開拓を進めました。特に韓国ではゴルフツーリズムを中心としたプロモーションが奏功し、専用商品の造成にもつながっています。

教育旅行では、誘致にとどまらず、実施支援にも重点を置き、県内の受入体制強化や学校関係者との連携により、学習効果の高いプログラムの提供を支援しました。また、SDGs に資する体験型学習の開発を進め、修学旅行先としての魅力向上に努めました。

コンベンション誘致については、「JAPAN MICE EXPO2024」出展やコンベンション協議会への参画、文化・学術団体との連携により、複数の学会・大会を誘致し、県内の宿泊・交通・飲食事業者との協働により受入体制の整備を進めました。さらに、観光人材育成アカデミーの継続実施、多言語対応や通訳案内士の育成などを通じて、地域全体の観光受入環境の向上にも取り組みました。

●重点テーマ C:DMO 関連の取組強化

平成 30 年に観光庁の DMO 登録を受けて以降、ビューローは「地域の稼ぐ力の向上」と「地域への誇りと愛着の醸成」の両立を目指し、観光地域経営の司令塔としての役割を担ってきました。令和 6 年度は「シガリズム宣言!!」の最終年度にあたり、次期計画への移行を見据えた戦略的な取組が求められる重要な年となりました。

DX の推進に関しては、事務の電子化をはじめ、クラウド活用による業務の効率化やペーパーレス化を推進し、契約・申請・報告の標準化も進めました。

加えて、ウェブ会議システムや SNS、CMS 等のツールを活用し、内部の意思決定や情報発信の迅速化と質の向上を図っています。こうした取組により、次世代型 DMO に向けた土台を着実に構築しました。

また、「びわこキャンペーン推進協議会」の事務局を担い、市町や鉄道事業者との広域連携、観

光情報誌の共同編集、観光展の実施などにより、統一感のあるプロモーション体制を強化しました。

観光人材育成についても、アカデミーの 2 コース体制を継続し、OJT 型プログラムやマーケティング講座、さらに DX 時代に対応するデータ活用研修を実施することで、地域の実務人材のレベルアップを図りました。

令和 7 年度に施行予定の「シガリズム宣言 2.0」の策定に向けては、これまでの取組成果や収集したデータを分析・活用しながら、「地域密着型」「データ駆動型」「共創型」の視点に立脚した重点戦略を立案し、持続可能な観光振興をめざしています。

令和 6 年度における一連の取組は、単なる個別事業の実施にとどまらず、地域社会全体と連携しながら滋賀県の観光と物産振興の土台を支える大きな役割を果たしました。観光資源の磨き上げや、情報発信の戦略的強化、物産展開の多様化、そして教育やコンベンションとの有機的連携により、地域経済の活性化と住民の誇り醸成に貢献しています。また、DX の推進と人材育成によって組織の対応力と展開力も一段と高まりつつあり、これらの成果は、令和 7 年度から始動する「シガリズム宣言 2.0」へとしっかりと受け継がれていきます。ビューローは今後も、地域と共に歩み、滋賀の可能性を最大限に引き出すため、柔軟かつ着実な歩みを進めてまいります。

正味財産増減計算書

自 令和 6 年 4 月 1 日
至 令和 7 年 3 月 31 日

(単位 円)

科 目	本 年 度	前 年 度	比 較
I 一般正味財産増減の部			
1 経常増減の部			
(1) 経常収益			
特定資産運用益	151,445	121,100	30,345
受取会費	9,150,000	9,310,000	△ 160,000
事業収益	111,423,600	117,913,241	△ 6,489,641
受取補助金等	297,632,413	3,196,941,596	△ 2,899,309,183
受取受託金	17,682,516	11,711,768	5,970,748
為替差益	-	110,210	△ 110,210
雑収益	675,099	655,592	19,507
経常収益計	436,715,073	3,336,763,507	△ 2,900,048,434
(2) 経常費用			
事業費	415,778,437	3,316,763,393	△ 2,900,984,956
管理費	24,216,673	19,852,465	4,364,208
経常費用計	439,995,110	3,336,615,858	△ 2,896,620,748
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 3,280,037	147,649	△ 3,427,686
評価損益等計	-	-	-
当期経常増減額	△ 3,280,037	147,649	△ 3,427,686
2 経常外増減の部			
(1) 経常外収益			
退職給付引当金戻入	17,921,636	-	17,921,636
経常外収益計	17,921,636	-	17,921,636
(2) 経常外費用			
経常外費用計	-	-	-
当期経常外増減額	17,921,636	-	17,921,636
税引前当期一般正味財産増減額	14,641,599	147,649	14,493,950
法人税、住民税及び事業税	513,800	421,100	92,700
当期一般正味財産増減額	14,127,799	△ 273,451	14,401,250
一般正味財産期首残高	270,289	543,740	△ 273,451
一般正味財産期末残高	14,398,088	270,289	14,127,799
II 指定正味財産増減の部			
当期指定正味財産増減額	-	-	-
指定正味財産期首残高	77,130,000	77,130,000	-
指定正味財産期末残高	77,130,000	77,130,000	-
III 正味財産期末残高	91,528,088	77,400,289	14,127,799

正味財産増減計算書内訳表

自 令和 6 年 4 月 1 日
至 令和 7 年 3 月 31 日

(単位 円)

科 目	公益目的 事業会計	収益事業 等 会 計	法人会計	内部取 引消去	合 計
I 一般正味財産増減の部					
1 経常増減の部					
(1) 経 常 収 益					
特定資産運用益	151,445	-	-	-	151,445
受取会費	1,150,000	-	8,000,000	-	9,150,000
事業収益	85,660,849	23,779,827	1,982,924	-	111,423,600
受取補助金等	269,081,777	14,802,273	13,748,363	-	297,632,413
受取受託金	16,780,630	-	901,886	-	17,682,516
為替差益	-	-	-	-	-
雑収益	336,338	13,612	325,149	-	675,099
経常収益計	373,161,039	38,595,712	24,958,322	-	436,715,073
(2) 経 常 費 用					
事 業 費	380,918,806	34,859,631	-	-	415,778,437
管 理 費	-	-	24,216,673	-	24,216,673
経常費用計	380,918,806	34,859,631	24,216,673	-	439,995,110
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 7,757,767	3,736,081	741,649	-	△ 3,280,037
評価損益等計	-	-	-	-	-
当期経常増減額	△ 7,757,767	3,736,081	741,649	-	△ 3,280,037
2 経常外増減の部					
(1) 経 常 外 収 益					
退職給付引当金戻入	13,606,107	2,290,385	2,025,144	-	17,921,636
経 常 外 収 益 計	13,606,107	2,290,385	2,025,144	-	17,921,636
(2) 経 常 外 費 用					
経 常 外 費 用 計	-	-	-	-	-
当期経常外増減額	13,606,107	2,290,385	2,025,144	-	17,921,636
指定正味財産への振替額	-	-	-	-	-
他会計振替額	852,857	△ 852,857	-	-	-
税引前当期一般正味財産増減額	6,701,197	5,173,609	2,766,793	-	14,641,599
法人税、住民税及び事業税	-	-	513,800	-	513,800
当期一般正味財産増減額	6,701,197	5,173,609	2,252,993	-	14,127,799
一般正味財産期首残高	△ 23,071,457	28,299,636	△ 4,957,890	-	270,289
一般正味財産期末残高	△ 16,370,260	33,473,245	△ 2,704,897	-	14,398,088
II 指定正味財産増減の部					
当期指定正味財産増減額	-	-	-	-	-
指定正味財産期首残高	77,130,000	-	-	-	77,130,000
指定正味財産期末残高	77,130,000	-	-	-	77,130,000
III 正味財産期末残高	60,759,740	33,473,245	△ 2,704,897	-	91,528,088

貸 借 対 照 表

令和7年3月31日 現在

(単位 円)

科 目	本 年 度	前 年 度	比 較
I 資産の部			
1 流動資産			
現金預金	35,694,231	190,451,205	△ 154,756,974
未収入金	20,392,742	24,019,066	△ 3,626,324
立替金	-	118,454	△ 118,454
前払費用	713,549	699,509	14,040
流動資産合計	56,800,522	215,288,234	△ 158,487,712
2 固定資産			
(1) 特定資産			
退職給付引当資産	19,850,838	2,938,752	16,912,086
観光開発積立金運用資産	77,130,000	77,130,000	-
物産振興事業会計資産	8,762,725	8,762,725	-
特定資産合計	105,743,563	88,831,477	16,912,086
(2) その他固定資産			
投資有価証券	391,400	-	391,400
長期前払費用	189,882	-	189,882
差入保証金	2,822,700	2,822,700	-
その他固定資産合計	3,403,982	2,822,700	581,282
固定資産合計	109,147,545	91,654,177	17,493,368
資産合計	165,948,067	306,942,411	△ 140,994,344
II 負債の部			
1 流動負債			
未払金	51,955,646	165,888,351	△ 113,932,705
未払法人税等	511,700	421,100	90,600
未払消費税等	1,073,200	348,800	724,400
前受金	504,310	553,560	△ 49,250
預り金	4,275,886	30,710,465	△ 26,434,579
賞与引当金	7,545,068	6,387,180	1,157,888
流動負債合計	65,865,810	204,309,456	△ 138,443,646
2 固定負債			
退職給付引当金	8,554,169	25,232,666	△ 16,678,497
固定負債合計	8,554,169	25,232,666	△ 16,678,497
負債合計	74,419,979	229,542,122	△ 155,122,143
III 正味財産の部			
1 指定正味財産			
指定正味財産合計	77,130,000	77,130,000	-
(うち特定資産への充当額)	(△ 77,130,000)	(△ 77,130,000)	(-)
2 一般正味財産			
(うち特定資産への充当額)	(△ 8,762,725)	(△ 8,762,725)	(-)
正味財産合計	91,528,088	77,400,289	14,127,799
負債及び正味財産合計	165,948,067	306,942,411	△ 140,994,344