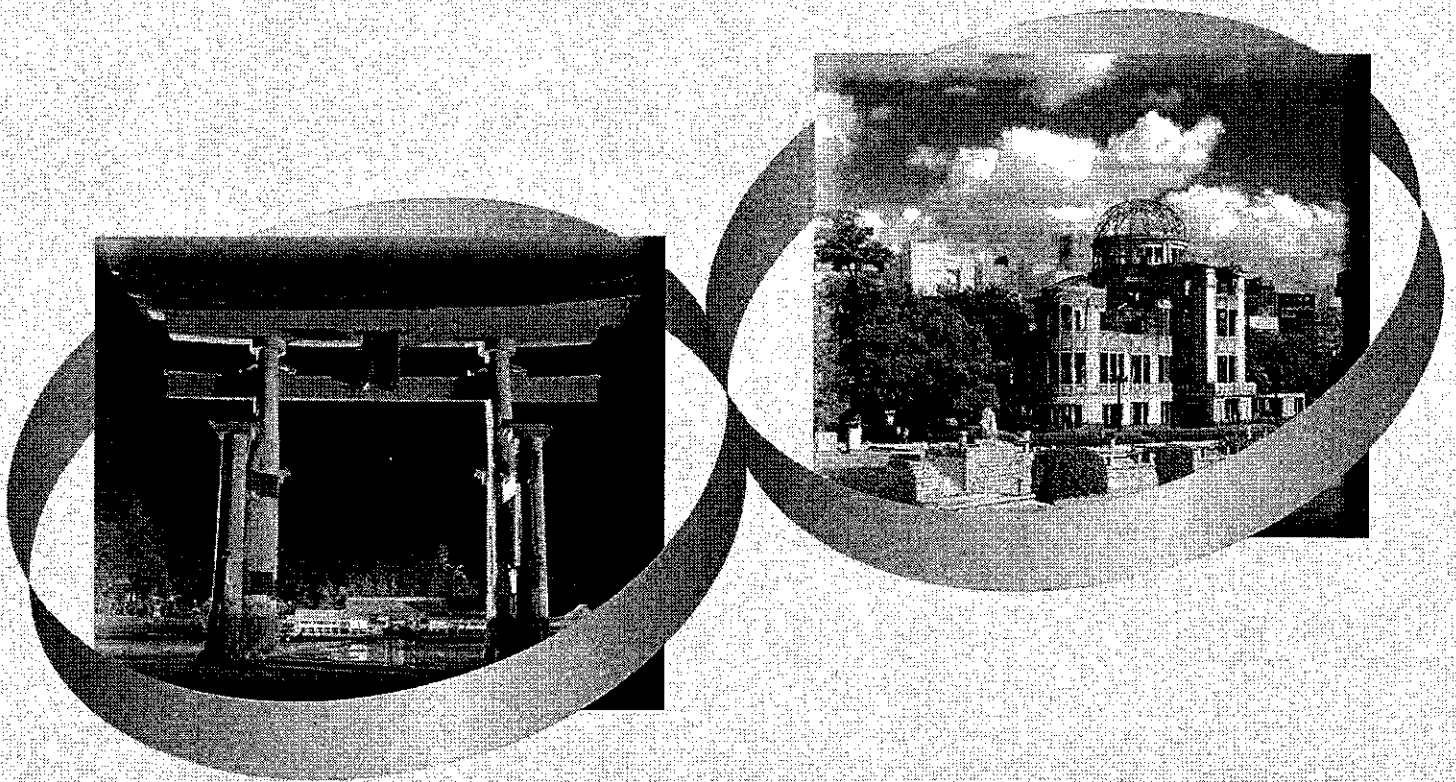


# ひろしま観光立県 推進基本計画



COOL  Hiroshima  
eight

平成20(2008)年4月  
広島県

## はじめに

観光は、本県を訪れる人々に対し、歴史、文化、自然、風土に対する理解を深め、地域の素晴らしさを知っていただき感動を呼び起こすだけでなく、そこに住む人々がふるさとの魅力に気づく契機になるとともに、地域産業への様々な経済波及効果を生み出すものでもあります。

申すまでもなく、本県は、世界に誇れる厳島神社と原爆ドームの二つの世界文化遺産をはじめ、多島美で風光明媚な瀬戸内海やなだらかで山容美しい中国山地を有するなど、豊かな自然と四季の変化に富んだ気候に恵まれており、多彩な観光資源が集積しています。

これまでも、こうした資源を活かした観光の振興に積極的に取り組む中で、本県では、さらに、県を挙げて「観光立県の実現」に努めるため、一昨年、「ひろしま観光立県推進基本条例」を制定したところであります。

本条例に基づく、この「基本計画」は、広く県民の皆様への観光に対する理解を深めていただくとともに、今後の具体的な施策の指針を明らかにするために策定したものです。

もとより「観光立県」は、一朝一夕に実現できるものではなく、行政、観光事業者、観光関係団体をはじめ、県民一人ひとりが、その担い手となって、着実に努力を積み重ねることにより、はじめて実現し得るものであります。

この計画によって、広島を訪れる旅行者に対する「おもてなしの心」が県民の皆様へ醸成され、さらに、関係者の皆様が、それぞれの立場において観光立県の実現に向けた取り組みを着実に進めていただくことで、観光による交流人口が拡大され、ひいては、「活力と安心、希望のある『元気な広島県』の実現」につながることを期待しております。

終わりに、計画の策定に当たり、熱心に御審議いただきました広島県観光立県推進会議の委員各位をはじめ、多くの県民の皆様から貴重な御意見、御教示を賜りましたことに対し、心からお礼を申し上げます。

平成20年3月

広島県知事

藤田雄山

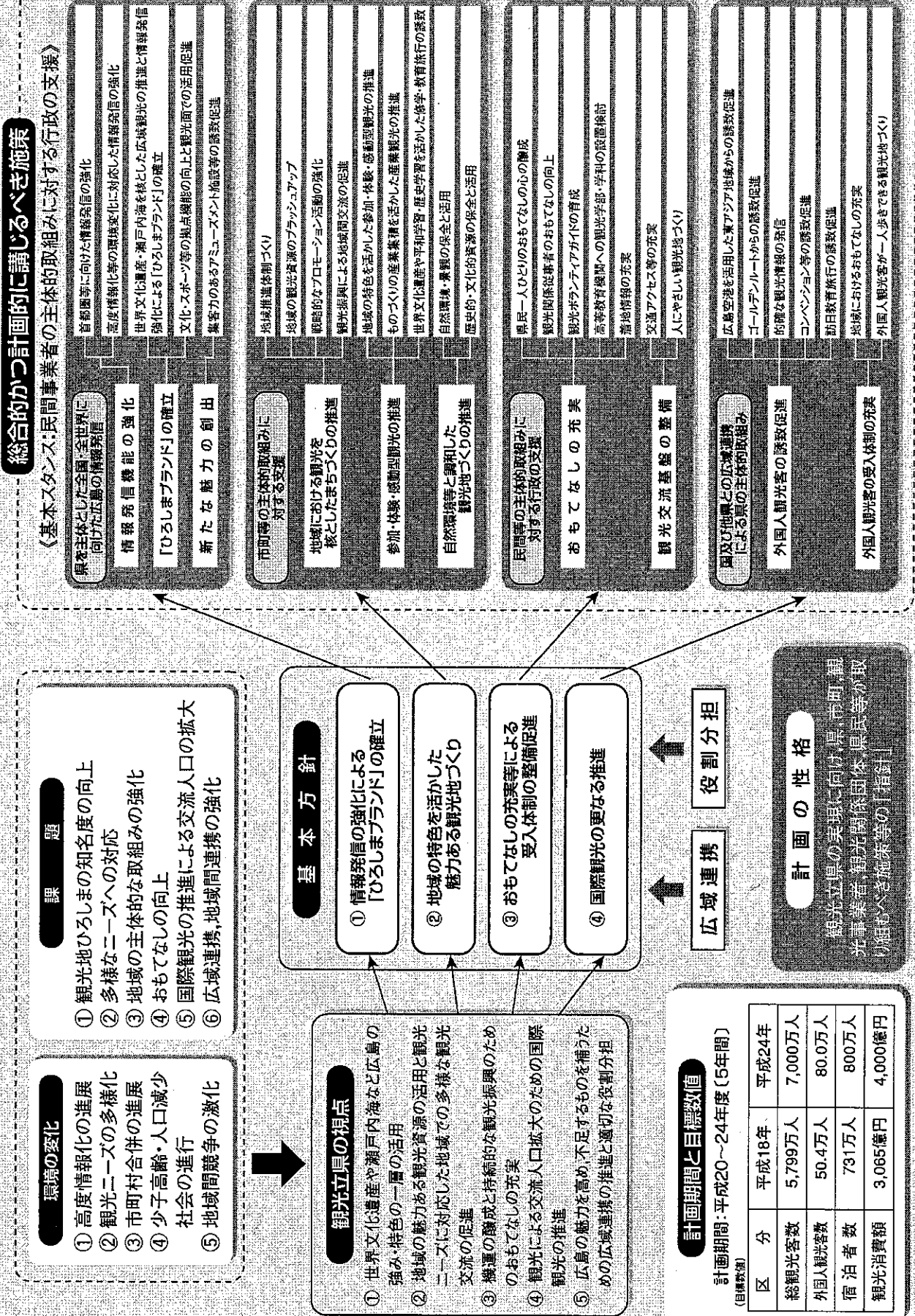


# 目次

ひろしま観光立県推進基本計画 体系図 .....	3~4
I 策定にあたって .....	5
① 観光振興の意義	
② 計画策定の趣旨	
③ 計画の性格	
II 本県観光を取り巻く環境変化と課題 .....	7
① 本県観光を取り巻く環境の変化	
② 本県の観光振興における課題	
III 観光振興に関する基本方針 .....	10
基本方針	
IV 観光立県の実現に関する計画期間と目標数値 .....	13
① 計画期間	
② 目標数値	
V 観光立県の実現を目指し、総合的かつ計画的に講じるべき施策 .....	14
① 情報発信の強化による「ひろしまブランド」の確立	
② 地域の特徴を活かした魅力ある観光地づくり	
③ おもてなしの充実等による受入体制の整備促進	
④ 国際観光の更なる推進	
VI 推進体制等 .....	28
① 計画の推進にあたっての責務・役割	
② 観光関係団体間における更なる連携強化に向けた方策の検討	
③ 観光に関する基礎データの整備	
VII 施策の実施主体、取組期間等 .....	30
VIII 資料編 .....	34
観光関係データ	
アンケート調査結果	
その他	

# ひろしま観光立県推進基本計画 体系図

## 観光立県ゆるしまの実現



# I 策定にあたって

## 1 観光振興の意義

人やモノ、資金、情報などが、国境を越え、めまぐるしいスピードで、しかも複雑に行き交う現代は、16世紀の「大航海時代」になぞらえて、「大交流時代」と言われています。

なかでも、人と人との交流を促進する「観光」は、旅行業、宿泊業、運輸業にとどまらず、飲食業、みやげもの販売を含む小売業、さらには農林水産業、製造業など、様々な産業への経済波及効果のある裾野の広い総合産業であり、21世紀のリーディング産業と言われています。

「観光」の振興は、こうした広範囲の産業を元気にするとともに、雇用の創出機会を生み出すなど、地域経済を力強いものにする「地域の原動力」となり得るものです。

また、「観光」は、旅行者が日常生活圏を離れて非日常を体験することであり、その言葉が示すとおり、訪れた地域の「光＝優れたもの、特色」を**観る**ことです。一方、地域にとっては、来訪者に自らの地域の誇りを示すことであり、そのことが、地域の歴史や文化、伝統等に対する理解を深め、地域に対する誇りと愛着を育てていく「まちづくりの原点」ともなるものです。

更には、少子高齢・人口減少社会を迎えた中で、地域の活力を維持していくためには、交流人口を拡大していくことにより、様々な産業への波及効果が期待できると同時に、自らの地域に対する誇りと愛着を育てていく「観光」の果たす役割は大きなものがあると考えます。

県民一人ひとりが、自らの地域に誇りと愛着を持ち、「観光」という切り口から、将来に誇れるまちづくりを進めていくことが、「元気な広島県」の実現に繋がるものであると考えます。

## 2 計画策定の趣旨

広島県では、平成11年3月に「広島県観光振興プラン」〈目標年次：平成20年〉を策定し、陸海空及び東西南北に広がる交通網の活用と隣県の優良観光地との連携による周遊観光ルートの形成や、国際観光の推進など、集客・交流人口の更なる増加を目指した様々

観る：視覚に限らず、広く感覚を働かして、探りとらえること



な観光振興施策の展開に努めてきました。

この間、広島県の観光客数は、平成11年の瀬戸内しまなみ海道開通後の反動から一時減少がみられたものの、平成16～17年に実施した大型観光キャンペーンの効果などもあり、ここ3年間は過去最高を更新するなど、概ね順調に推移してきています。

この観光振興プラン策定以降、少子高齢化の更なる進行、人口減少社会の到来など社会情勢の変化に加え、個人のライフスタイルの変化に伴う観光ニーズ・旅行形態の変化、若年層の旅行離れ、さらには団塊世代の大量退職時代の到来や、東アジアを中心とした外国人観光客の急増など、観光を取り巻く環境は変化してきており、これらに的確に対応していくことが求められています。

こうした状況の中、平成18年の第164回通常国会において、制定以来40年余りが経過した観光基本法が改正されて「観光立国推進基本法〈平成18年12月20日法律第117号〉」が制定され、同法に基づく観光立国推進基本計画が閣議決定〈平成19年6月29日〉されました。

また、平成18年12月の広島県議会において、観光立県を実現するための「ひろしま観光立県推進基本条例(以下「条例」という。 )〈平成18年12月26日条例第73号〉」が制定されました。

「ひろしま観光立県推進基本計画」(以下「本計画」という。 )は、この条例に基づき、観光立県の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定するものです。

既に述べたとおり、裾野の広い総合産業であり、まちづくりの原点とも言える「観光」の振興は、「元気な広島県」の実現には欠かせないものであり、本計画に基づき、県、市町、観光事業者、観光関係団体、県民等が協働して、「観光立県ひろしま」の実現を目指した取組みを進めていきます。

### ③ 計画の性格

本計画は、条例に基づき、「観光立県ひろしま」の実現を目指して、関係者がその向かうべき方向性を共有し、県、市町、観光事業者、観光関係団体、県民等が取り組むべき「指針」として活用していきます。

従って、県の施策のみにとらわれず、市町、観光事業者、観光関係団体、県民等の自主的活動を促進・誘導するための方策についても記述しています。

## II 本県観光を取り巻く 環境変化と課題

### 1 本県観光を取り巻く環境の変化

#### (1) 高度情報化の進展

地球規模でインターネットや携帯電話など、多様な情報通信システムの普及が急速に進み、観光客の情報入手や宿泊、交通等の予約・申込手段等として、観光業界においても、インターネット等を利用した幅広い各種情報の受発信が飛躍的に拡大しています。

#### (2) 観光ニーズの多様化

価値観の多様化、余暇時間の増加、個人のライフスタイルの変化などに伴い、自然や健康志向、「食」の安全への高まり、従来の「遊覧見物」・「団体」型の旅行から「体験」・「個人」型の旅行の増加など、旅行目的や形態の多様化が進展しています。

#### (3) 市町村合併の進展

平成の大合併により、全国的に市町村合併が進展し、本県においては86市町村から23市町に再編され、区域が大きく広がった新たな市町では、地域資源の増大とともに、地域づくり・まちづくりのための新たな取組みが進められています。

#### (4) 少子高齢・人口減少社会の進行

少子高齢社会が進行しており、国内における定住人口が減少しています。加えて、「レジャー白書2007」〈(財)社会経済生産本部〉によれば、観光・行楽系の活動は全体的に伸び悩みが見られ、特に若年層のレジャー離れが進んでいるとされています。

このため、有効な観光交流促進策を講じていかなければ、国内の限られた定住人口のもとでは、交流人口の拡大が難しくなっています。

#### (5) 地域間競争の激化

高速交通網の整備等による旅行者の行動圏域が拡大するとともに、インターネット等を通じた観光情報発信の充実などにより、観光客の選択肢が大きく広がり、国内の観光地間の競争激化に拍車をかけています。

国内における定住人口が減少する中で、今後大量退職する団塊の世代等、国内だけでなく海外を含め各地域での誘致合戦がますます激しくなっています。

## ② 本県の観光振興における課題

### (1) 観光地ひろしまの知名度の向上

被爆地としての「ヒロシマ」は、世界に広く知られていますが、本県には、世界に誇れる厳島神社と原爆ドームの2つの世界文化遺産に加え、多島美等の風光明媚な瀬戸内海を有しているにもかかわらず、観光地としての「ひろしま」の知名度は、決して高いとは言えません。

内外から幅広く観光客を誘致するためには、この2つの世界文化遺産や瀬戸内海といった、本県観光の最大の強みを積極的に情報発信することにより、観光地としての「ひろしまブランド」を確立することが重要です。

### (2) 多様なニーズへの対応

旅行の目的や形態が多様化したことにより、これまでにない新たな視点が観光に求められています。参加・体験・感動型の観光、本場で本物を見たいという本物志向や知的好奇心を満たす観光、環境保護や自然保護への理解を深める観光など、旅行者の関心はますます細分化していくものと考えられます。

このような多様なニーズを的確に捉え、地域資源の見直しなど、特色ある地域資源をニーズや志向に合った、魅力ある観光資源へとブラッシュアップし、地域における多様な観光による交流を推進していくことが重要です。こうした取組みが、伸び悩んでいる本県の宿泊者数の増加にも繋がるものと考えます。また、観光には「楽しめること」や「癒されること」が求められます。本県には、観光客に人気の高い、大人から子供まで楽しめるアミューズメント施設や全国的に知名度の高い温泉地等がないことから、中・長期的な視点で、豊かなエンターテイメント性をもつアミューズメント施設等の誘致に取り組み、新たな魅力を加えていくことも検討課題のひとつです。

### (3) 地域の主体的な取組みの強化

今後、更なる人口減少が進むことが見込まれる中で、本県の観光交流人口の拡大を



図っていくためには、県内の各地域における地域資源の見直しや既存の地域資源に創意工夫を加えるなど、特色あるものにし、観光客が地域の人々や文化、歴史、産業などに直接触れ合うことができる参加・体験・感動型観光等を創造する、地域の主体的な取り組みを強化して、魅力ある観光地づくりを推進していくことが重要です。

#### (4) おもてなしの向上

旅行の印象は、訪問した観光地の風景や食事等が判断の重要な要素のひとつですが、何よりも重要なのは、地域で直接触れ合う人々のあいさつや心遣いなどの旅行者を温かく迎え入れるおもてなしの心です。

また、「口コミ情報」の良し悪しが、旅行先を決定する際に最も重要な要素となっているため、広島を訪れる観光客が広島に来て良かったと思っただけのように、県民一人ひとりのおもてなしの心を醸成するとともに、旅行者が観光地で快適に過ごせるような環境の整備にも取り組む必要があります。

おもてなしの心の醸成は、決して観光事業者や大人たちだけに求められるものではなく、子供のころから旅の楽しさを知り、自らの地域に誇りと愛着を持ちつつ、旅行者に温かく接する気持ちを育てていくことも重要です。

#### (5) 国際観光の推進による交流人口の拡大

少子高齢・人口減少社会を迎えた中で、観光交流人口の更なる拡大を図るとともに、宿泊者数を確保するためには、国内だけでなく、海外からの観光客の増大に向けた国際観光の取り組みを強化していくことが重要です。

本県は、従来から、欧米地域からの外国人観光客の割合が高く、こうした地域からの誘客促進はもとより、広島空港から国際定期便が就航し、全国的にも急増している東アジア地域からの外国人観光客をターゲットに、誘致促進を図っていく必要があります。

#### (6) 広域連携、地域間連携の強化

本県には、観光面で、2つの世界文化遺産や瀬戸内海、大規模商業施設の集積などの強みがありますが、知名度の高い温泉地やアミューズメント施設がないなどの弱みもあります。

こうした弱みを克服し、地域の総合力を発揮し、地域資源をブラッシュアップしながら観光客を誘致していくためには、近隣県との広域連携や県内における地域間の連携強化が不可欠です。

# Ⅲ 観光振興に関する 基本方針

## 基本方針

本県の観光を取り巻く環境は、めまぐるしく変化しています。

高度情報化の進展や個人のライフスタイルの変化等に伴う観光ニーズの多様化が進んでおり、これらの変化に伴い、地域の人々や固有の文化などと触れ合うことができる参加・体験・感動型の観光などへの需要が高まるなど、観光振興のあり方も変革を迫られています。

また、国内において、少子高齢化が進み定住人口が減少する中で、地域の活力を維持・発展させていくためには、国内はもとより、海外からの観光客の受入れを一層拡大し、観光振興を通じた交流人口を拡大していくことが不可欠となっています。

県内においては、市町村合併が進み、再編された市町において、合併後の一体となったまちづくりに向けた取組みが進められています。

こうした中で、本県の観光を振興していくためには、本県の強みである2つの世界文化遺産や瀬戸内海を一層積極的に活用するとともに、観光ニーズの変化に対応して、地域における多様な観光振興を活発化していく必要があります。

更には、観光による交流人口を拡大する観点から、本県を訪れる観光客が満足し、リピーターになっていただけるよう、地域におけるおもてなしの向上を促進するとともに、外国人観光客の誘致を促進するための海外への戦略的なプロモーション活動を強化していく必要があります。

こうしたことから、観光立県ひろしまを実現していくための「基本方針」を次のとおり定め、県、市町、観光事業者、観光関係団体、県民等が協働して施策を展開していきます。

## (1) 情報発信の強化による「ひろしまブランド」の確立

☆ 広島県の観光情報を、県が主体となって、全国・全世界に向けて発信していきます。

宮島の厳島神社、広島平和記念公園の原爆ドームの2つの世界文化遺産や多島美等の風光明媚な瀬戸内海を広域周遊ルートづくりなどに積極的に活用するとともに、内外に対する情報発信を強化して、観光地としての「ひろしまブランド」の確立に努めます。

本県にないアミューズメント施設など、観光客に快く受け入れられるエンターテインメント性の高い観光施設等の誘致を促進して、新たな魅力の創出にも努めます。

また、高度情報化や観光ニーズの多様化に対応して、個人旅行等の個別のターゲットや出発国・地域(発地)に応じた的確な広報・宣伝活動などの観光情報の発信を行います。

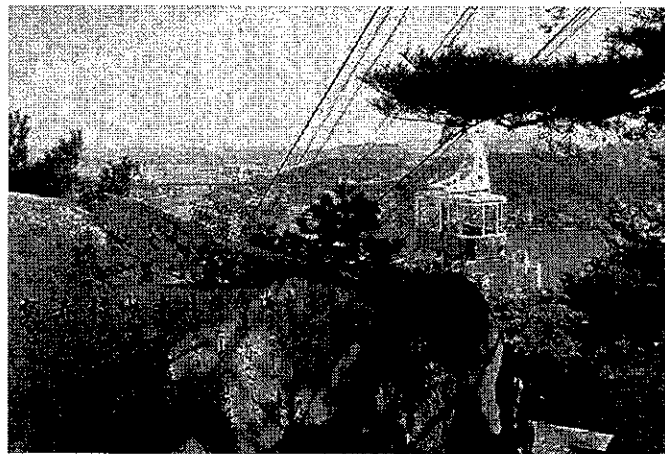
## (2) 地域の特徴を活かした魅力ある観光地づくり

☆ 市町や民間における魅力ある観光地づくりへの主体的取組みに対し、県は積極的な支援を行っていきます。

地域における観光を核とするまちづくりを促進するため、市町や地域で活躍する企業、県民などが一体となって取り組むための地域推進体制の構築を促進します。

観光ニーズの多様化等に対応して、それぞれの地域が特色ある地域資源の利活用を図り、魅力ある参加・体験・感動型観光を推進し、観光客と地域との多様な観光による交流を促進します。

また、自然環境の保全や魅力的な景観形成など、自然や社会環境と共生した地域づくりを進めるとともに、エコツーリズム等の新しい形態の観光を推進します。



尾道水道

### (3) おもてなしの充実等による受入体制の整備促進

☆ 県は、市町や民間における主体的取組みに対する支援を行うとともに、県民のおもてなしの心の醸成に努めます。

本県を訪れる内外の観光客が、訪れて良かった、楽しかったと満足していただけるよう、大人だけでなく子供達を含め、県民一人ひとりのおもてなしの心の醸成や、観光産業従事者、観光ボランティアの育成等を推進するとともに、観光地間の交通アクセスの整備促進、道路や観光施設のバリアフリー化等、人にやさしい観光地づくりを推進して、受入体制の整備を促進します。

### (4) 国際観光の更なる推進

☆ 国のビジット・ジャパン・キャンペーンや、他県との広域的な連携により、国際観光のための取組みを県が主体的に進めていきます。

少子高齢社会の進行に伴い、国内の人口減少傾向が続く中で、観光による交流人口を維持・拡大していくためには、外国人観光客の受入れの拡大が不可欠です。

国が展開している**ビジット・ジャパン・キャンペーン**や、周辺の各県及び県内の民間事業者等との密接な連携のもとに、広島空港から国際定期便が就航している東アジア地域を中心に、世界文化遺産や瀬戸内海などの知名度の高い観光資源を活用した戦略的なプロモーション活動を強化するとともに、地域における受入体制の更なる充実を図り、外国人観光客の誘致を促進します。

### (5) 広域連携の促進と適切な役割分担

(1)から(4)の施策の効果的な展開のため、国や市町、観光関係団体との適切な役割分担のもと、広島の強みや特色を活かしながら、広島に不足するものを補うための他県等との広域連携や、広域的な観光振興組織である「DISCOVER WEST<sup>ディスカバーウエスト</sup>連携協議会」、「中国地域観光推進協議会」、「瀬戸内国際観光テーマ地区推進協議会」などを活用した広域的な取組みを一層進めていきます。

---

ビジット・ジャパン・キャンペーン VJC:外国人旅行者の訪日促進のためのキャンペーン

# IV 観光立県の実現に関する 計画期間と目標数値

## 1 計画期間

平成20年度から平成24年度までの5年間とします。

また、常に変化する観光ニーズ等に対応し、的確な施策を展開していくため、平成24年度までの計画期間内において、適宜、本計画の内容の見直しを行っていきます。

## 2 目標数値

県、市町、観光事業者、観光関係団体、県民等が協働して、「基本方針」に基づく施策を展開することにより、平成24年における数値目標を次のとおりとします。

- ① より多く訪れてもらう ⇒ 観光客数を増やす
- ② より長く滞在してもらう ⇒ 宿泊者数を増やす
- ③ より多く消費してもらう ⇒ 観光消費額を増やす

	平成18年	平成24年
総観光客数	5,799万人 →	7,000万人
外国人観光客数	50.4万人 →	80.0万人
宿泊者数	731万人 →	800万人
観光消費額	3,065億円 →	4,000億円

# V 観光立県の実現を目指し、 総合的かつ 計画的に講じるべき施策

「観光立県ひろしま」の実現に向け、「Ⅲ 観光振興に関する基本方針」に従って、  
県、市町、観光事業者、観光関係団体、更には県民等が協働して、  
4つの掲げる施策に取り組みます。

## ① 情報発信の強化による「ひろしまブランド」の確立

### (1) 情報発信機能の強化

#### ①首都圏等に向けた 情報発信の強化

中国地方5県等と共同で、また県内の官民連携による首都圏を中心とした大都市圏等での観光プロモーション活動の充実や官民挙げての情報発信を進めます。

また、定期的な大型観光キャンペーンの実施についても検討を行います。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 中国地方各県、JR西日本と共同でDISCOVER WESTキャンペーンを展開するなど、首都圏等での観光プロモーション活動の強化
- 東京アンテナショップ「広島ゆめてらす」の活用などによる首都圏における情報発信の強化
- 定期的な大型観光キャンペーンの実施検討

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 大都市圏等での観光プロモーション活動の強化〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 東京アンテナショップ「広島ゆめてらす」と連携した観光情報コーナーの内容充実〈市町・観光事業者〉
- 定期的なミニ観光キャンペーン(仮称)の実施〈市町・観光事業者〉

#### ②高度情報化等の 環境変化に対応した 情報発信の強化

インターネット、多機能携帯電話等の急速な普及や観光ニーズの多様化・個性化に対応して、ホームページの充実、携帯電話等による着地情報の発信や、フィルムコミッション活動を通じた広島情報の発信など、本県の観光情報を迅速に分かりやすく発信します。

着地情報:旅行者が訪れる地域におけるより詳しい現地ならではの情報



### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 観光ホームページでのひろしま観光の「総合ガイド機能」の強化
- 着地情報としての携帯電話向けシステムの充実と利用促進のための取組みの強化
- 海外からの誘客促進のための海外メディア等への情報提供の強化

### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 観光情報の内容充実とともに、わかりやすい観光ホームページの作成  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 各ホームページの更新時期にあわせ、県観光ホームページとの円滑な情報リレーが行えるデータベースへの変更 〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- フィルムコミッション活動の充実 〈市町・観光関係団体〉

## (2) 「ひろしまブランド」の確立

### ①世界文化遺産・瀬戸内海を核とした広域観光の推進と情報発信強化による「ひろしまブランド」の確立

本県には、世界に誇れる宮島の厳島神社、広島平和記念公園の原爆ドームの2つの世界文化遺産と風光明媚な瀬戸内海、平成21年4月に開通10周年を迎えるしまなみ海道といった優れた観光資源があります。

本県の2つの世界文化遺産と平成19年に新たに世界文化遺産に登録された島根県の石見銀山を結ぶ世界遺産をテーマとする広域周遊ルートの開発・PRや、観光事業者によって検討されている様々な瀬戸内海クルーズなど、「ひろしま」ならではの観光の魅力を、内外に広く情報発信します。

これらの本県観光の強みを積極的に活用し、内外の人々に観光地としての「ひろしま」の魅力を強力に発信して、「ひろしまブランド」の確立に努めます。

### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 県内の2つの世界文化遺産と石見銀山を結ぶ世界遺産をテーマとした広域周遊ルートや、瀬戸内海やしまなみ海道をテーマとした広域周遊ルートの全国・全世界に向けた情報発信
- 「ひろしまブランド」の確立に向けた取組みへの支援とPR

### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 世界遺産や瀬戸内海をテーマとした広域周遊ルートの開発 〈観光事業者・観光関係団体〉
- 瀬戸内海クルーズや瀬戸内海の周遊・滞在型観光の展開 〈観光事業者・観光関係団体〉
- 「食」における「広島ええじゃん鍋」など、新たな「ひろしまブランド」の創造に向けたメニュー開発及び取組みの強化 〈観光事業者・観光関係団体〉
- ひろしま情報を内外に発信するための「観光特使」「観光博士」の取組みの強化や「ご当地検定制度」の推進 〈市町・観光関係団体〉

②文化・スポーツ等の拠点機能の向上と観光面での活用促進

本県には、広島交響楽団、カーブ、サンフレッチェという、文化、スポーツを代表する3つのプロ集団があります。平成21年には新球場がJR広島駅の隣接地にオープン予定で、近隣県などからの野球観戦が容易になります。

こうした中国・四国地方における文化・スポーツ面での拠点機能を高め、コンサート観賞やスポーツ観戦等を組み込んだ観光のアピールを行うとともに、演劇などエンターテインメントの積極的な誘致も促進していきます。

また、中国・四国地方最大の商業都市として集積が進んだ大型ショッピングモールなどの商業集積機能や、生産量日本一のかき、広島お好み焼などの食文化等を活かした広島らしい観光振興を進めます。

● 県が主体的に取り組むもの ●

- 広島県観光連盟等と連携した観光情報説明会等における広島らしい観光素材のPR強化

● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 食文化、音楽鑑賞、スポーツ観戦やアニメーションなどを組み込んだ旅行商品の開発・販売促進〈観光事業者・観光関係団体〉
- 新球場や商業集積機能などを活用した旅行商品の開発〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 演劇などのエンターテインメントの誘致促進〈観光事業者〉

### (3) 新たな魅力の創出

集客力のあるアミューズメント施設等の誘致促進

本県には、2つの世界文化遺産やものづくりの産業集積などの強みがある一方、観光客に人気の高いアミューズメント施設等や全国的に知名度の高い温泉地等がありません。本県観光を、国内はもとより、海外からも優れた観光地として高く評価される「ひろしまブランド」として発展させるためには、観光客に快く受け入れられるエンターテインメント性の高い施設等の誘致を促進し、現在の本県観光の強みなどと組み合わせることにより、誰もが訪れてみたくなる新たな魅力を創出していくことが望まれます。

今後、県内関係団体の緊密な連携により、民間が自主的に運営する集客力のあるアミューズメント施設等の本県への誘致を検討します。

● 県が主体的に取り組むもの ●

- 集客力のあるアミューズメント施設等に関する調査・研究
- 誘致に向けての方策の検討

## ② 地域の特色を活かした魅力ある観光地づくり

### (1) 地域における観光を核としたまちづくりの推進

#### ① 地域推進体制づくり

市町村合併によって行政区域が広がり、地域の様々な観光資源が一体化された市町において、幅広い産業への波及効果がある観光の振興は、今後のまちづくりを進めていく上で重要な切り口となります。

地域の特色ある観光資源の有効活用による活性化を図るため、官民連携による観光を核としたまちづくり推進体制の構築を促進します。

また、市町の行政区域を越え、より魅力的な観光地の形成を目指した、広域連携による推進体制についても一層促進していきます。

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 観光を核としたまちづくりを推進するための地域が一体となった推進体制の構築と、持続的な取組みのための地域観光リーダーの育成〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- より魅力的な観光地づくりを目指した、市町間の広域連携の推進  
(自然、歴史等において密接な関係が認められる観光地相互間の連携により、広域的な滞在型観光地を整備する「観光圏」の形成を目指した取組みの強化)  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

#### ② 地域の観光資源のブラッシュアップ

本県は、海、川、山などの豊かな自然環境、伝統的工芸品から先端技術までの幅広いものづくりの技術集積、瀬戸内の海の幸や中国山地の山の幸などを使った様々な食文化などの特色ある地域資源が、それぞれの地域に数多くあります。

こうした地域資源を見直し、安心・安全の県民ニーズに対応した地産地消の促進や、地域固有の自然、産業、伝統芸能などをより魅力的にブラッシュアップして、オンリーワンのキラリと光る観光地づくりを目指します。また、それぞれの地域において、既存の地域イベントにさらに創意工夫を加えて魅力あるものにしていくとともに、観光ニーズの高い日帰り、宿泊型の参加・体験・感動型の観光メニューや旅行商品づくり等の検討・取組みを促進します。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 地域固有の地域資源をブラッシュアップし、地域が一体となって、観光を核としたまちづくりを進める市町等に対する支援

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 観光資源のブラッシュアップと、参加・体験・感動型観光のメニュー化やルートづくりの推進、誘客対象地域や広報宣伝手法、地域ぐるみでの観光客へのおもてなし機運の醸成方法など、観光を核とした「まちづくり計画」の策定〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 既存の地域イベントを見直し、参加・体験・感動型の要素を組み入れるなど、新たな魅力の創出による観光客誘致の拡大〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

### ③戦略的なプロモーション活動の強化

各地域における参加・体験・感動型の観光交流を推進するため、旅行会社等との連携により、県内外の周辺地域や首都圏等に対して、魅力ある参加・体験・感動型観光メニュー・旅行商品(日帰り・宿泊型)等の戦略的なプロモーション活動を強化します。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 地域資源活用による魅力ある観光商品については、主として県外に対し、戦略的なプロモーション活動を展開

### ④観光振興による地域間交流の促進

県内では、厳島神社や原爆ドームの2つの世界文化遺産を有する広島市や宮島などの瀬戸内海沿岸の都市部に多数の観光客が訪れる一方、過疎化・高齢化が進む中山間地域などには観光客の入込みが伸びない状況が続いています。

中山間地域の活性化のためにも、観光振興による都市部との交流促進は重要であり、前述の①から③の取組みにより創出した参加・体験・感動型の観光メニューや旅行商品については、都市部と中山間地域の交流促進の手段として、積極的に活用する必要があります。

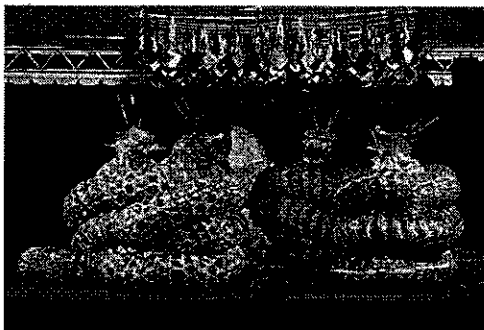
このため、都市部と中山間地域との観光交流を促進するための地域連携の強化に努めていきます。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

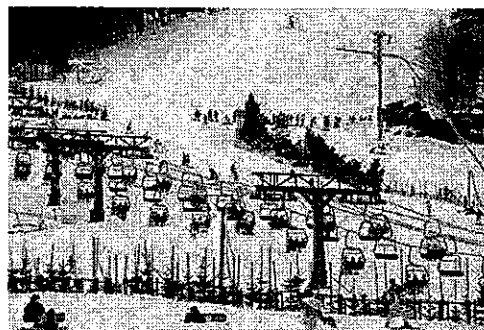
- 沿岸都市部と中山間地域との連携による観光交流促進への支援

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 沿岸都市部と中山間地域との観光交流促進に向けた方策の検討〈市町〉
- 主要観光地と中山間地域のタイアップによる新たな観光ルートの開発と情報交流の促進〈市町・観光事業者・観光関係団体〉



神楽



スキー場



## (2) 参加・体験・感動型観光の推進

### ①地域の特色を活かした参加・体験・感動型観光の推進

観光ニーズの多様化・個性化に伴い、従来の「団体型」から「個人型」観光への移行により、これまでの受動的な「鑑賞型」観光から、能動的な「体験」「学習」「交流」中心の観光への需要が高まっています。

こうした需要に対応して、瀬戸内海や中国山地などの豊かな自然環境、伝統的工艺品や先端技術産業などのものづくりの技術集積、神楽などの伝統芸能、多様な食文化など、地域の特色ある観光資源を活かした参加・体験・感動型観光を推進し、生活・文化・産業等に触れながら地元と交流するなど、多様な観光交流を促進します。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 参加・体験・感動型観光の普及啓発の強化
- 参加・体験・感動型観光の促進に向けた支援方策の検討

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体・県民が主体的に取り組むもの ●

- 伝統芸能、食、地産地消など地域の特色を活かした多様な参加・体験・感動プログラムづくりと、プログラムを実践するための指導者(インストラクター)の育成〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 地域における農家民泊等の可能性の検討とモデル的事業の実施〈市町・観光事業者・観光関係団体・県民〉

### ②ものづくりの産業集積を活かした産業観光の推進

本県には、筆などの伝統的工艺品や食品、自動車、鉄鋼、造船、電気などのものづくりの産業が集積しており、数多くのナンバーワン、オンリーワン企業もあります。

こうした産業集積を活かした産業観光に取り組んでいる企業も多数ありますが、今後は既存の産業観光の充実を図るとともに、そのネットワーク化を促進していきます。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 産業観光に対する企業等の理解に向けた普及啓発の強化
- 産業観光に関する企業等意向調査と支援方策の検討

#### ● 観光事業者・観光関係団体等が主体的に取り組むもの ●

- 産業観光振興のための工場等への観光客の受入促進〈企業等〉
- 産業観光と既存の観光地とをネットワークで結んだ多様で魅力的な商品開発〈観光事業者・観光関係団体〉

農家民泊:豊かな自然の中で昔ながらの農家の暮らしをまるごと体験できる農家ホームステイ

③世界文化遺産や  
平和学習・歴史学習  
を活かした修学・  
教育旅行の誘致

本県は、世界文化遺産である原爆ドームや平和記念資料館等での平和学習の中心地であり、また、呉、江田島、鞆の浦等との連携による歴史学習など、修学・教育旅行で求心力を持つ資源があります。しかしながら、近年の児童生徒数の減少から、全国の学校数も減少しており、修学・教育旅行全体が縮小傾向にあります。

このため、感動共有型の体験学習や、魅力的な観光資源を活かしたメニューづくり等により、激化する修学・教育旅行の地域間競争に対応し、関係事業者と一体となったプロモーション活動等の取組みを進めていきます。

● 県が主体的に取り組むもの ●

- 修学・教育旅行の誘致に向けた推進体制の整備
- 修学・教育旅行の促進に向けた支援方策の検討と、効果的な情報発信

● 市町・観光事業者・観光関係団体・県民が主体的に取り組むもの ●

- 修学・教育旅行の誘致促進を目指した学校訪問などPR活動の強化  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 平和学習及び歴史学習を軸に、体験メニューや瀬戸内海など魅力的な観光資源を活かしたメニューによる商品開発 〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 地域における農家民泊等の可能性の検討とモデル的事業の実施  
〈市町・観光事業者・観光関係団体・県民〉



ひろしまフラワーフェスティバル  
(朝鮮通信使400周年記念パレード)



海上自衛隊 第1術科学校





### (3) 自然環境等と調和した観光地づくりの推進

#### ①自然環境・景観の 保全と活用

夏のマリンスポーツや冬のスキーなど、四季を通じた豊かな自然を活用した観光を推進するとともに、自然、街並み等の地域固有の資源を活かした日本風景街道など景観づくりに努め、自然や環境と共生する観光地づくりを推進します。

また、自然や野生動物の観察をはじめ、農林漁業体験など地域の人々の生活や文化との触れ合いを通じて、地域への関心や理解を深めるエコツーリズム等の推進に努めます。

● 県が主体的に取り組むもの ●

- 国立公園・国定公園・県立自然公園の保全や活用と、瀬戸内海や中国山地の良好な環境等を将来に向け残していくための取組み
- エコツーリズム・グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの振興に向けた普及啓発の強化と情報発信

● 市町・観光事業者・観光関係団体・県民が主体的に取り組むもの ●

- 自然や環境と共生する観光地づくりの推進〈市町・観光関係団体・県民〉
- エコツーリズム・グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの多様なツアーメニューの開発と受入体制の充実〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- トレッキングなど通年を通じた観光客の確保によるスキー場等の活性化〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

#### ②歴史的・文化的資源の 保全と活用

本県固有の資源である歴史・文化遺産等を保護、保全するとともに、地域に伝わる伝統行事等の次世代への継承に努め、自然・社会環境と共生する持続可能な観光を推進します。

● 県が主体的に取り組むもの ●

- 地域の歴史的・文化的資源を活用した観光振興施策への支援方策の検討

● 市町・観光事業者・観光関係団体・県民が主体的に取り組むもの ●

- 地域の歴史的・文化的資源の保全や次世代への継承と、神楽をはじめとした広島らしい伝統芸能の有効活用など、多様なツアーメニューの開発〈市町・観光事業者・観光関係団体・県民〉
- 新たな世界遺産への登録や重要伝統的建造物群保存地区の選定に向けた取組み〈市町・観光関係団体・県民〉

V  
観光立県の実現を目指し、総合的かつ計画的に講じるべき施策



### ③ おもてなしの充実等による受入体制の整備促進

#### (1) おもてなしの充実

##### ① 県民一人ひとりのおもてなしの心の醸成

観光客受入対応の主役である県民一人ひとりのおもてなしの心を醸成し、広島のホテル・ホスピタリティの向上を図るため、行政、観光関係団体等が実施している各種の啓発事業の充実に努めます。

##### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 観光立県推進シンポジウムの開催による機運の醸成
- 観光おもてなし度調査の実施と調査結果の施策への反映
- 小・中学生などを対象とした観光副読本の作成・活用方策の検討

##### ● 市町・観光事業者・観光関係団体・県民が主体的に取り組むもの ●

- 地域において、一人ひとりが観光客を温かく迎え入れる心を醸成するための研修会等の取組み強化〈市町・観光事業者・観光関係団体・県民〉
- 旅行の楽しさを通じて、子どもたちのおもてなしの心を育む「旅育」への取組みの強化〈市町・観光関係団体〉

##### ② 観光関係従事者のおもてなしの向上

ホテル・旅館・民宿・土産品店・交通事業者など、観光関係従事者がお互いに切磋琢磨し、おもてなしの心のレベルアップにつながるよう、職場単位、業界単位で行われる研修会等の開催の促進に努めます。

##### ● 観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 職場・業界単位のおもてなし研修会の開催促進と内容充実〈観光事業者・観光関係団体〉
- バス、電車、タクシーなど二次交通事業者を対象とした観光おもてなし運動の検討〈観光事業者〉

##### ③ 観光ボランティアガイドの育成

観光ボランティアガイドの資質の向上を図るための研修会の開催に努めるとともに、その確保・育成についての検討を進めます。

##### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 「地域紹介・観光ボランティアガイド全国大会」の誘致検討
- 観光ボランティアガイドの確保・育成に対する支援方策の検討
- JR西日本と連携したウォーキングガイド事業の推進

##### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 観光ボランティアガイド「おもてなし研修会」の開催促進と内容充実〈観光関係団体〉
- 観光ボランティアガイドの確保・育成と、観光客とガイドを結びつけるための仕組みづくりと内容充実〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 地域への愛着心を醸成するとともに、来訪者に地域の魅力を伝える「観光子どもボランティアガイド」などの養成検討〈市町・観光関係団体〉
- JR西日本と連携したウォーキングガイド事業の実施〈市町・観光事業者・観光関係団体〉



**④高等教育機関における観光学部・学科の設置検討**

通訳案内士やランドオペレーター、コンシェルジュをはじめ、観光に関する実践的なノウハウを有する人材や、観光産業に従事するプロの人材育成を図るため、県内の大学等への観光学部・学科などの設置についての検討を行います。

● 県が主体的に取り組むもの ●

○県内の大学等への観光学部・学科の設置に向けた検討

**⑤着地情報の充実**

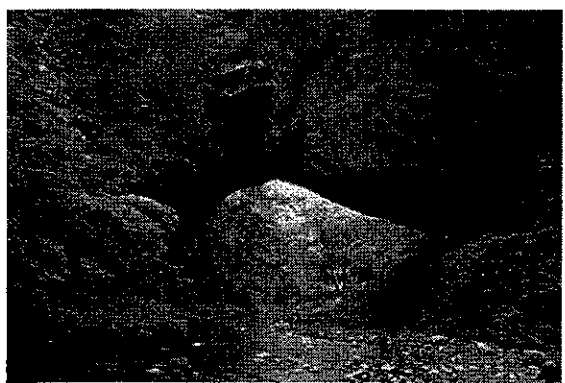
本県を訪問した観光客が、分かりやすく快適に旅行ができるよう、観光地における一人歩きマップ等の作成や、案内標識・観光案内板の充実などに努めるほか、外国人旅行者を対象とした案内所の充実、主要な公共交通機関における多言語案内表記の促進などに努めます。

● 県が主体的に取り組むもの ●

○着地情報としての携帯電話向けシステムの充実と利用促進のための取組みの強化

● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 一人歩きマップ、案内標識・観光案内板の内容充実と多言語表記  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 観光案内所の的確な対応と充実整備 〈市町・観光関係団体〉
- 公共交通機関における多言語案内表記・ビクトグラムを活用したユニバーサルデザイン化の促進 〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 宿泊施設における宿泊客への観光イベント情報等の提供のあり方等の検討 〈観光事業者〉



帝釈峡・雄橋



瀬の浦観光綱網

**ランドオペレーター:**他国や国内他地域の旅行業者の依頼を受けて、現地の交通手段や宿泊、オプションツアー等の地上手配を行う者  
**コンシェルジュ:**本来、ホテルの宿泊客のあらゆる要望・案内に対応する職務を担う人のことを指すが、そこから派生し、ホテルに限らず、観光施設や地域等での総合案内人的・総合世話人的な職務を担う人のことを指す。  
**ビクトグラム:**一般に「絵文字」「絵記号」などと呼ばれ、何らかの情報を示すために表示される視覚記号(サイン)のひとつ 資料編参照

V  
観光立県の実現を目指し、総合的かつ計画的に講じるべき施策





## (2) 観光交流基盤の整備

### ①交通アクセス等の充実

県外から県内の交通拠点(駅,バスターミナル等)までの交通アクセスは概ね整備されていますが,近年の旅行の個人化,小グループ化の流れに対応するためには,交通拠点から観光地までを結ぶ二次交通の整備充実が不可欠となっています。

このため,公共交通機関やレンタカーを含め,総合的な交通アクセスの充実に努めていきます。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 公共交通機関やレンタカーなどによる総合的なアクセスの充実
- 「広島県新道路整備計画」に基づく着実なアクセス整備

#### ● 市町・観光事業者が主体的に取り組むもの ●

- 交通拠点から観光地を結ぶ二次交通の整備促進〈市町・観光事業者〉
- JR広島駅北口への第2バスセンター設置の検討〈観光事業者〉
- JR・バス・電車・アストラムライン・船舶でのICカード(ICOCA,PASPYなど)導入の推進〈観光事業者〉
- ETC割引の拡充などによる高速道路の利用促進〈観光事業者〉
- JR西日本と連携した新たなタクシー観光の開発や既存観光タクシーの充実など,タクシーを利用した観光の促進〈観光事業者〉

### ②人にやさしい観光地づくり

本県を訪れる高齢者や障害者,子ども,外国人観光客など,すべての人々が安全で快適に観光行動ができる観光地づくりを推進します。

これまで以上にバリアフリーやユニバーサルデザインの考え方を基本とする道路,交通機関,観光施設などの整備を進め,人にやさしい観光地づくりに努めます。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 「広島県福祉のまちづくり条例」及び「ユニバーサルデザインひろしま推進指針」に基づく総合的な施策の実施と県立施設等における整備促進

#### ● 市町・観光事業者が主体的に取り組むもの ●

- 「広島県福祉のまちづくり条例」及び「ユニバーサルデザインひろしま推進指針」に基づく関係施設の整備促進〈市町・観光事業者〉
- 観光関連施設におけるユニバーサルデザイン導入による快適性のある公衆トイレの設置など,バリアフリー化の促進〈市町・観光事業者〉
- 観光関連施設への車椅子やベビーカーの常備や,交通バリアフリーボランティアなどによる介助が必要な人に対する適切な案内誘導の促進〈市町・観光事業者〉

## 4 国際観光の更なる推進

### (1) 外国人観光客の誘致促進

#### ① 広島空港を活用した東アジア地域からの誘致促進

広島空港に就航している韓国、中国及び台湾との国際定期便などを利用して、東アジア地域から本県への観光客の誘致を更に促進します。各国の観光ニーズや旅行形態等の特徴に対応した旅行商品の造成や広報宣伝等を行うなど、戦略的なプロモーション活動を行います。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 国・JNTO(国際観光振興機構)・他県との広域連携による海外の旅行会社、マスコミ等の視察受入れや商談会等の開催
- 東アジア地域での国際観光展への出展
- 観光と物産を合わせた海外での効果的プロモーション活動の実施
- 国際定期便のない地域からのインバウンドチャーター便の誘致

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 本県へのマスコミ等の視察受入れへの協力や、県内での商談会・国際観光展への参加  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 県との連携による東アジア地域における観光プロモーション活動への参加  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

#### ② ゴールデンルートからの誘致促進

東京～富士・箱根～京都・奈良(～大阪)のいわゆるゴールデンルートを訪れる、主として欧米からの外国人観光客の誘致を促進します。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 国やJNTO(国際観光振興機構)との連携による欧米系の旅行会社等の視察受入れ、商談会の開催
- 国が実施する海外旅行会社等の商談会への参加
- 首都圏等と連携した海外プロモーション活動の検討
- 海外の旅行専門誌などの各種媒体を活用した欧米の消費者向けの情報発信の充実
- 国と連携した海外との観光交流年事業への協力

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 本県への視察受入れへの協力や県内での商談会への参加  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 県との連携による国が実施する海外の旅行会社等の大規模な商談会への参加  
〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

### ③的確な観光情報の発信

国際社会における高度情報化の進展に対応して、海外の旅行会社やマスコミ、個人観光客等に対して効果的な情報発信を行います。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- インターネット等を活用した多言語での情報発信
- 海外に対して広域周遊ルート等を紹介するPRツールの作成・配布  
(中国地方5県地図、瀬戸内海周辺地図、広域散策マップ等)
- 海外での効果的な広報宣伝に必要な素材(写真、DVD)の充実

### ④コンベンション等の誘致促進

(財)広島観光コンベンションビューローを中心とした大規模な国際会議や、インセンティブ(企業等の報奨旅行)、クルーズ船等の誘致を促進し、開催地としての知名度の向上と外国人観光客の誘致を促進します。

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 国際会議の主催者等へのセールスの強化〈市町・観光関係団体〉
- 観光に重点をおいたアフターコンベンションの充実〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 来訪者への歓迎行事の充実〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

### ⑤訪日教育旅行の誘致促進

海外の青少年の本県への教育旅行の誘致を促進し、本県の青少年との交流を通じた相互理解や友好交流を促進するとともに、本県の観光をPRすることにより、将来の観光交流の拡大(リピーターとしての再訪)に努めます。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- 海外の学校関係者等の視察受入れや情報交換の実施
- 学校訪問時における交流プログラムの企画・運営への支援
- 円滑な相互交流の実現に必要な海外関係団体との協力関係の強化

#### ● 市町・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 受入学校の選定・調整と受入時の交流プログラムの実施等への支援〈市町・観光関係団体〉



## (2) 外国人観光客の受入体制の充実

### ①地域におけるおもてなしの充実

国際観光の推進には、外国人観光客の受入に携わる民間事業者や県民一人ひとりが、外国人観光客を温かく迎え入れるために必要な知識やノウハウの習得は必要であり、そのための外国人向けボランティアガイド育成セミナー等を充実します。更に、観光施設や宿泊施設等の外国語表記等の促進により、地域としてのおもてなしの向上を図ります。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- セミナーの開催や先進事例の情報提供による意識の啓発

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体・県民が主体的に取り組むもの ●

- 外国人観光客の受入に直接携わる民間事業者等の人材育成〈観光事業者〉
- 交通機関、宿泊施設、飲食施設等における外国語表記の促進〈市町・観光事業者〉
- 善意通訳者(ボランティア通訳者)の育成と活用促進等〈観光関係団体・県民〉

### ②外国人観光客が一人歩きできる観光地づくり

広島空港やJR広島駅等から主要な観光地への多言語のアクセス情報の充実や、多言語による観光地の散策マップの作成、案内所の充実などを促進し、外国人観光客が、一人で気軽に、また快適に観光・滞在できる観光地づくりを推進します。

#### ● 県が主体的に取り組むもの ●

- JNTO(国際観光振興機構)と連携したビジット・ジャパン案内所の登録促進のための啓発

#### ● 市町・観光事業者・観光関係団体が主体的に取り組むもの ●

- 地図や観光資料等の着地情報の多言語化の促進と、観光資料等の効果的な配置〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 案内標識や看板等の多言語化・ピクトグラムを活用したユニバーサルデザイン化の促進〈市町・観光事業者・観光関係団体〉
- 観光案内所等でのテレビ電話を活用した通訳案内サービスの検討〈市町・観光事業者・観光関係団体〉

ビジット・ジャパン案内所:JNTOが指定する訪日外国人旅行者への対応が可能な観光案内所

# VI 推進体制等

## 1 計画の推進にあたっての責務・役割

### 【基本的考え方】

観光立県は県を挙げて取り組むべきものですが、観光は、その主役である「民間事業者」の積極的な取り組みが不可欠です。「行政」は、その「民間事業者」の取り組みの支援という基本的なスタンスを堅持しつつ、地域振興・地域活性化のための有効な手段として、観光事業者、観光関係団体、県民等との連携を図りながら、総合的に講ずべき施策の着実な実施に努めていきます。

また、行政間、行政と観光関係団体間などで重複する施策の見直し・改善については、条例に基づく「広島県観光立県推進会議」の場での議論等を通じ、関係者の合意を図りながら、順次進めていくこととします。

### (1) 県の責務

総合的な観光行政推進の観点から、本計画に盛り込まれた施策が着実に実施されるよう努めます。全国・全世界に向けた「観光立県ひろしま」の情報発信に努め、市町での対応が困難な国際観光に係る施策や県域を越えた広域的な施策、市町相互の連携・調整などに重点的に取り組むとともに、観光振興に当たって障害となる事項の撤廃に努め、国に対しても積極的な提案を行っていきます。

### (2) 市町に期待される役割

当該地域の観光施設(資源)の運営やPR、イベントの開催など地域の特性を活かした観光振興施策を講じつつ、観光関連人材の育成や観光客の受入体制の確保など地域密着型の施策や市町相互の連携・調整などに重点的に取り組むよう努めるものとします。

### (3) 観光事業者に期待される役割

事業活動を通じて快適なサービスと環境を提供するとともに、他産業との連携による地域経済の活性化に努め、県及び市町が実施する施策に協力するよう努めます。

#### (4) 観光関係団体に期待される役割

業界及び業種の枠を超えた連携を図りながら事業活動を行うよう努めるとともに、観光情報の発信、おもてなしの向上など受入体制の整備などに取り組み、行政と民間事業者との橋渡し役として、県及び市町の実施する施策に協力するよう努めます。

#### (5) 県民に期待される役割

「観光立県ひろしま」に対する理解と関心を深めるとともに、旅行者を温かく迎える「おもてなしの心」の醸成と、地域における観光振興に関する取組みに参加するよう努めるものとします。

## ② 観光関係団体間における更なる連携強化に向けた方策の検討

観光関係団体は、これまでも、それぞれの団体において、観光情報の発信や観光客の受入体制の整備などに取り組んできていますが、観光立県の実現に向け、こうした取組みをより効果的に行うために、団体間の更なる連携を強化していく必要があります。

このため、「広島県観光立県推進会議」の場において、関係者のご意見をいただきながら、観光関係団体間の更なる連携強化に向けた方策についての検討を進めていきます。

## ③ 観光に関する基礎データの整備

観光立県の実現に向け、効果的な施策を行うためには、可能な限り正確な観光に関する基礎データを把握しておくことが重要です。

国においても、平成22年度からの実施を目指し、「国民の観光に関する統計の整備」に取り組むこととされており、こうした動向をも見極めつつ、現在、それぞれの市町独自の方法により行われる観光客数調査等について、市町等の理解と協力を得て、その調査方法や推計方法等の統一を図り、より正確で比較可能なデータとして整備することに努めていきます。

# VII 施策の実施主体,取組期間等

基本方針	施策項目	施策の展開	実施主体					着手時期	取組期間				
			県・国	市町	観光事業者	観光関係団体	県民(企業)						
① 情報発信の強化による「ひろしまブランド」の確立	(1) 情報発信機能の強化	① 首都圏等に向けた情報発信の強化	1 中国地方各県, JR西日本と共同でDISCOVER WESTキャンペーンを展開するなど, 首都圏等での観光プロモーション活動の強化	○					継続	長期			
			2 東京アンテナショップ「広島ゆめてらす」の活用などによる首都圏における情報発信の強化	○					前期	短期			
			3 定期的な大型観光キャンペーンの実施検討	○					継続	長期			
			4 大都市圏等での観光プロモーション活動の強化		○	○	○		継続	中期			
			5 東京アンテナショップ「広島ゆめてらす」と連携した観光情報コーナーの内容充実		○	○			継続	長期			
			6 定期的なミニ観光キャンペーン(仮称)の実施		○	○			前期	短期			
	② 高度情報化等の環境変化に対応した情報発信の強化	② 高度情報化等の環境変化に対応した情報発信の強化	1 観光ホームページでのひろしま観光の「総合ガイド機能」の強化	○					前期	短期			
			2 着地情報としての携帯電話向けシステムの充実と利用促進のための取組みの強化	○					継続	短期			
			3 海外からの誘客促進のための海外メディア等への情報提供の強化	○					継続	長期			
			4 観光情報の内容充実とともに, わかりやすい観光ホームページの作成		○	○	○		継続	長期			
			5 各ホームページの更新時期にあわせ, 県観光ホームページとの円滑な情報リレーが行えるデータベースへの変更		○	○	○		継続	長期			
			6 フィルムコミッション活動の充実		○		○		継続	長期			
	(2) 「ひろしまブランド」の確立	① 世界文化遺産・瀬戸内海を核とした広域観光の推進と情報発信強化による「ひろしまブランド」の確立	① 世界文化遺産・瀬戸内海を核とした広域観光の推進と情報発信強化による「ひろしまブランド」の確立	1 県内の2つの世界文化遺産と石見銀山を結ぶ世界遺産をテーマとした広域周遊ルートや, 瀬戸内海やしまなみ海道をテーマとした広域周遊ルートの全国・全世界に向けた情報発信	○					継続	長期		
				2 「ひろしまブランド」の確立に向けた取組みへの支援とPR	○					前期	長期		
				3 世界遺産や瀬戸内海をテーマとした広域周遊ルートの開発			○	○		継続	中期		
				4 瀬戸内海クルーズや瀬戸内海の周遊・滞在型観光の展開				○	○	継続	中期		
				5 「食」における「広島ええじゃん鍋」など, 新たな「ひろしまブランド」の創造に向けたメニュー開発及び取組みの強化				○	○	継続	短期		
				6 ひろしま情報を内外に発信するための「観光特使」・「観光博士」の取組みの強化や「ご当地検定制度」の推進			○		○	継続	長期		
		② 文化・スポーツ等の拠点機能の向上(観光圏)の活用促進	② 文化・スポーツ等の拠点機能の向上(観光圏)の活用促進	1 広島県観光連盟等と連携した観光情報説明会等における広島らしい観光素材のPR強化	○					継続	長期		
				2 食文化, 音楽鑑賞, スポーツ観戦やアニメーションなどを組み込んだ旅行商品の開発・販売促進				○	○	継続	長期		
				3 新球場や商業集積機能などを活用した旅行商品の開発		○	○	○		前期	中期		
				4 演劇などのエンターテインメントの誘致促進				○		継続	長期		
				(3) 新たな魅力	③ 新たな魅力	1 集客力のあるアミューズメント施設等に関する調査・研究	○					前期	長期
						2 誘致に向けての方策の検討	○					前期	長期

○着手時期について  
 継続→平成19年度以前からの継続  
 前期→1～3年以内に着手  
 後期→4～5年以内に着手

○取組期間について  
 短期→1～3年程度の取組  
 中期→計画期間内での取組  
 長期→計画期間を超えた取組, 或いは継続検討

基本方針	施策項目	施策の展開	実施主体					着手時期	取組期間	
			県(国)	市町	観光事業者	観光団体	県民企業			
② 地域における観光を核としたまちづくりの推進	① 地域推進体制づくり	1 観光を核としたまちづくりを推進するための地域が一体となった推進体制の構築と、持続的な取組みのための地域観光リーダーの育成		○	○	○		継続	中期	
		2 より魅力的な観光地づくりを目指した市町間の広域連携の推進 (自然、歴史等において密接な関係が認められる観光地相互間の連携により、広域的な滞在型観光地を整備する「観光圏」の形成を目指した取組みの強化)		○	○	○		前期	中期	
		② 地域の観光資源のブラッシュアップ	1 地域固有の地域資源をブラッシュアップし、地域が一体となって、観光を核としたまちづくりを進める市町等に対する支援	○					前期	短期
			2 観光資源のブラッシュアップと、参加・体験・感動型観光のメニュー化やルートづくりの推進、誘客対象地域や広報宣伝手法、地域ぐるみでの観光客へのおもてなし機運の醸成方法など、観光を核とした「まちづくり計画」の策定		○	○	○		前期	中期
			3 既存の地域イベントを見直し、参加・体験・感動型の要素を組み入れるなど、新たな魅力の創出による観光客誘致の拡大		○	○	○		継続	長期
	③ 戦略的なプロモーション活動の強化	1 地域資源活用による魅力ある観光商品については、主として県外に対し、戦略的なプロモーション活動を展開		○				前期	中期	
		④ 観光振興による地域間交流の促進	1 沿岸都市部と中山間地域との連携による観光交流促進への支援	○					継続	長期
			2 沿岸都市部と中山間地域との観光交流促進に向けた方策の検討		○				前期	短期
	3 主要観光地と中山間地域のタイアップによる新たな観光ルートの開発と情報交流の促進			○	○	○		前期	中期	
	(2) 参加・体験・感動型観光の推進	① 地域の特色を活かした参加・体験・感動型観光の推進	1 参加・体験・感動型観光の普及啓発の強化	○					継続	長期
			2 参加・体験・感動型観光の促進に向けた支援方策の検討	○					継続	長期
			3 伝統芸能、食、地産地消など地域の特色を活かした多様な参加・体験・感動プログラムづくりと、プログラムを実践するための指導者(インストラクター)の育成		○	○	○		前期	長期
			4 地域における農家民泊等の可能性の検討とモデル的事業の実施		○	○	○	○	前期	短期
		② 産業観光の推進	1 産業観光に対する企業等の理解に向けた普及啓発の強化	○					前期	長期
			2 産業観光に関する企業等意向調査と支援方策の検討	○					前期	長期
			3 産業観光振興のための工場等への観光客の受入促進					○	継続	長期
			4 産業観光と既存の観光地とをネットワークで結んだ多様な魅力的な商品開発			○	○		継続	長期
		③ 修学・教育旅行の誘致	1 修学・教育旅行の誘致に向けた推進体制の整備	○					前期	短期
			2 修学・教育旅行の促進に向けた支援方策の検討と、効果的な情報発信	○					継続	長期
			3 修学・教育旅行の誘致促進を目指した学校訪問などPR活動の強化		○	○	○		継続	長期
4 平和学習及び歴史学習を軸に、体験メニューや瀬戸内海など魅力的な観光資源を活かしたメニューによる商品開発				○	○	○		継続	中期	
5 地域における農家民泊等の可能性の検討とモデル的事業の実施				○	○	○	○	前期	短期	
(3) 自然環境等と調和した観光地づくりの推進		① 自然環境と活用	1 国立公園・国定公園・県立自然公園の保全や活用と、瀬戸内海や中国山地の良好な環境等を将来に向け残していくための取組み	○					継続	長期
			2 エコツーリズム・グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの振興に向けた普及啓発の強化と情報発信	○					継続	長期
	3 自然や環境と共生する観光地づくりの推進			○	○	○		継続	長期	
	4 エコツーリズム・グリーンツーリズム・ブルーツーリズムの多様なツアーメニューの開発と受入体制の充実			○	○	○		継続	長期	
	5 トレッキングなど通年を通じた観光客の確保によるスキー場等の活性化			○	○	○		継続	長期	
	② 歴史的・文化的資源の保全と活用	1 地域の歴史的・文化的資源を活用した観光振興施策への支援方策の検討	○					後期	短期	
		2 地域の歴史的・文化的資源の保全や次世代への継承と、神楽をはじめとした広島らしい伝統芸能の有効活用など、多様なツアーメニューの開発		○	○	○	○	継続	長期	
		3 新たな世界遺産への登録や重要伝統的建造物群保存地区の選定に向けた取組み		○		○	○	継続	長期	

○着手時期について  
 継続→平成19年度以前からの継続  
 前期→1～3年以内に着手  
 後期→4～5年以内に着手

○取組期間について  
 短期→1～3年程度の取組  
 中期→計画期間内での取組  
 長期→計画期間を超えた取組、或いは観測検討



基本方針	施策項目	施策の展開	実施主体					着手時期	取組期間	
			県(国)	市町	観光事業者	観光団体	県民企業			
◎ おもてなしの充実等による受入体制の整備促進 (1) おもてなしの充実	① 県民一人ひとりのおもてなしの心の醸成	1 観光立県推進シンポジウムの開催による機運の醸成	○					前期	短期	
		2 観光おもてなし度調査の実施と調査結果の施策への反映	○					前期	中期	
		3 小・中学生などを対象とした観光副読本の作成・活用方策の検討	○					前期	中期	
		4 地域において、一人ひとりが観光客を暖かく迎え入れる心を醸成するための研修会等の取組み強化		○	○	○	○	継続	長期	
		5 旅行の楽しさを通じて、子どもたちのおもてなしの心を育む「旅育」への取組みの強化		○		○		前期	中期	
	② 観光関係事業者のおもてなし	1 職場・業界単位のおもてなし研修会の開催促進と内容充実			○	○		継続	長期	
		2 バス、電車、タクシーなど二次交通事業者を対象とした観光おもてなし運動の検討			○			継続	長期	
	③ 観光ボランティアガイドの育成	1 「地域紹介・観光ボランティアガイド全国大会」の誘致検討	○					後期	長期	
		2 観光ボランティアガイドの確保・育成に対する支援方策の検討	○					継続	長期	
		3 JR西日本と連携したウォーキングガイド事業の推進	○					継続	中期	
		4 観光ボランティアガイド「おもてなし研修会」の開催促進と内容充実				○		継続	長期	
		5 観光ボランティアガイドの確保・育成と、観光客とガイドを結びつけるための仕組みづくりと内容充実		○	○	○		継続	長期	
		6 地域への愛着心を醸成するとともに、来訪者に地域の魅力を伝える「観光子どもボランティアガイド」などの養成検討		○		○		前期	中期	
		7 JR西日本と連携したウォーキングガイド事業の実施・推進		○	○	○		継続	中期	
	④ 観光関連施設・サービスの充実	1 県内の大学等への観光学部・学科の設置に向けた検討	○					後期	長期	
	⑤ 着地情報の充実	1 着地情報としての携帯電話向けシステムの充実と利用促進のための取組みの強化	○					継続	短期	
		2 一人歩きマップ、案内標識・観光案内板の内容充実と多言語表記		○	○	○		継続	長期	
		3 観光案内所の的確な対応と充実整備		○	○	○		継続	長期	
		4 公共交通機関における多言語案内表記・ピクトグラムを活用したユニバーサルデザイン化の促進		○	○	○		継続	長期	
		5 宿泊施設における宿泊客への観光イベント情報等の提供のあり方等の検討				○		前期	短期	
	(2) 観光交流基盤の充実	① 交通アクセス等の充実	1 公共交通機関やレンタカーなどによる総合的なアクセスの充実	○					継続	長期
			2 「広島県新道路整備計画」に基づく着実なアクセス整備	○					継続	長期
			3 交通拠点から観光地を結ぶ二次交通の整備促進		○	○			継続	長期
			4 JR広島駅北口への第2バスセンター設置の検討			○			後期	長期
			5 JR・バス・電車・アストラムライン・船舶でのICカード(iCOCA, PASPY など)導入の推進				○		継続	長期
			6 ETC割引の拡充などによる高速道路の利用促進				○		継続	長期
			7 JR西日本と連携した新たなタクシー観光の開発や既存観光タクシーの充実など、タクシーを利用した観光の促進				○		継続	長期
	② 人ややさしい観光地づくり	1 「広島県福祉のまちづくり条例」及び「ユニバーサルデザインひろしま推進指針」に基づく総合的な施策の実施と県立施設等における整備促進	○					継続	長期	
2 「広島県福祉のまちづくり条例」及び「ユニバーサルデザインひろしま推進指針」に基づく関係施設の整備促進			○	○			継続	長期		
3 観光関連施設におけるユニバーサルデザイン導入による快適性のある公衆トイレの設置などバリアフリー化の促進			○	○			継続	長期		
4 観光関連施設への車椅子やベビーカーの常備や交通バリアフリーボランティアなどによる介助が必要な人に対する適切な案内誘導の促進			○	○			継続	長期		

○着手時期について  
 継続→平成19年度以前からの継続  
 前期→1～3年以内に着手  
 後期→4～5年以内に着手

○取組期間について  
 短期→1～3年程度の取組  
 中期→計画期間内での取組  
 長期→計画期間を超えた取組、或いは課題検討



基本方針	施策項目	施策の展開	実施主体					着手時期	取組期間	
			県・国	市・町	観光事業者	観光関係団体	県民企業			
④ 国際観光の更なる推進 (1) 外国人観光客の誘致促進	① 広島空港を活用した東アジア地域からの誘致促進	1 国・JNTO(国際観光振興機構)・他県との広域連携による海外の旅行会社、マスコミ等の視察受入れや商談会等の開催	○					継続	長期	
		2 東アジア地域での国際観光展への出展	○					継続	長期	
		3 観光と物産を合わせた海外での効果的プロモーション活動の実施	○					前期	中期	
		4 国際定期便のない地域からのインバウンドチャーター便の誘致	○					前期	中期	
		5 本県へのマスコミ等の視察受入れへの協力や、県内での商談会・国際観光展への参加		○	○	○			継続	長期
		6 県との連携による東アジア地域における観光プロモーション活動への参加		○	○	○			継続	長期
	② ゴールデンルートからの誘致促進	1 国やJNTO(国際観光振興機構)との連携による欧米系の旅行会社等の視察受入れ、商談会の開催	○					継続	長期	
		2 国が実施する海外旅行会社等の商談会への参加	○					継続	長期	
		3 首都圏等と連携した海外プロモーション活動の検討	○					前期	中期	
		4 海外の旅行専門誌などの各種媒体を活用した欧米の消費者向けの情報発信の充実	○					継続	長期	
		5 国と連携した海外との観光交流年事業への協力	○					前期	短期	
		6 本県への視察受入れへの協力や県内での商談会への参加		○	○	○			継続	長期
		7 県との連携による国が実施する海外の旅行会社等の大規模な商談会への参加		○	○	○			継続	長期
	③ 的確な観光情報の発信	1 インターネット等を活用した多言語での情報発信	○					継続	長期	
		2 海外に対して広域周遊ルート等を紹介するPRツールの作成・配布(中国地方5県地図、瀬戸内海周辺地図、広域散策マップ等)	○					継続	長期	
		3 海外での効果的な広報宣伝に必要な素材(写真、DVD)の充実	○					継続	長期	
	④ コンベンション等の誘致促進	1 国際会議の主催者等へのセールスの強化		○		○		継続	長期	
		2 観光に重点をおいたアフターコンベンションの充実		○	○	○		継続	長期	
		3 来訪者への歓迎行事の充実		○	○	○		継続	長期	
	⑤ 訪日教育旅行の誘致促進	1 海外の学校関係者等の視察受入れや情報交換の実施	○					継続	長期	
		2 学校訪問時における交流プログラムの企画・運営への支援	○					継続	長期	
		3 円滑な相互交流の実現に必要な海外関係団体との協力関係の強化	○					継続	長期	
		4 受入学校の選定・調整と受入時の交流プログラムの実施等への支援		○		○			継続	長期
	(2) 外国人観光客の受入体制の充実	① 地域におけるおもてなしの充実	1 セミナーの開催や先進事例の情報提供による意識の啓発	○					継続	長期
			2 外国人観光客の受入れに直接携わる民間事業者等の人材育成			○			継続	長期
			3 交通機関、宿泊施設、飲食施設等における外国語表記の促進		○	○			継続	長期
			4 善意通訳者(ボランティア通訳者)の育成と活用促進等				○	○	継続	長期
② 外国人観光客が一人歩きできる観光地づくり		1 JNTO(国際観光振興機構)と連携した「ビジット・ジャパン案内所」の登録促進のための啓発	○					継続	長期	
		2 地図や観光資料等の着地情報の多言語化の促進と、観光資料等の効果的な配置		○	○	○		後期	長期	
		3 案内標識や看板等の多言語化・ピクトグラムを活用したユニバーサルデザイン化の促進		○	○	○		継続	長期	
		4 観光案内所等でのテレビ電話を活用した通訳案内サービスの検討		○	○	○		継続	長期	

○着手時期について  
 継続→平成19年度以前からの継続  
 前期→1～3年以内に着手  
 後期→4～5年以内に着手

○取組期間について  
 短期→1～3年程度の取組  
 中期→計画期間内での取組  
 長期→計画期間を超えた取組、或いは課題検討

# COOL Hiroshima eight

## COOL eight Hiroshimaとは?

COOL(クール)の意味は「冷たい」だけではなく、「かっこいい!」とも使われます。

外国の方が、日本の伝統・文化にふれ、そして素敵に感じることを、「COOL JAPAN!」と呼んでいるそうです。

「元気があって、かっこいい! 広島県」をみんなでつくっていきましょう!

広島県へ日本中や世界中からたくさんのお客様に来ていただきましょう!

そしてゆっくりと泊まっていただきながら(平成24年の目標数値 外国人観光客数 **80**万人、宿泊者数 **800**万人)。

広島県を楽しんでいただきましょう!

との願いを込めて副題としました。



広島県観光キャンペーン

ええじゃん 広島県

広島県商工労働局観光課

〒730-8511 広島市中区基町10-52

代表 ☎ 082-228-2111

直通 ☎ 082-228-9903

URL:<http://www.kankou.pref.hiroshima.jp>