

## ひろしま観光立県推進基本計画(案)の概要

### I 序章

#### 第1 ひろしま観光立県推進基本計画策定の趣旨

- ・本計画は、ひろしま観光立県推進基本条例（平成18年広島県条例第73号）に基づき策定するものである。

#### 第2 前計画（H25～29年）の総括

- ・前計画では、市町・観光関係団体等と目標及び課題を共有し、共に取り組む姿勢を明確化するとともに、観光交流人口が増加することによって、持続的に県内の様々な業種への経済波及効果等を高めていくことを目指した。目標値として設定した総観光客数、外国人観光客数、宿泊客数、観光消費額、来訪者の満足度はいずれも達成された。
- ・一方、観光客一人当たりの観光消費額単価は平成25年から3年間は横ばいの状態が続き、客数増加に伴う消費額上昇にとどまったことが課題であると認識している。そのため、さらなる観光消費額の増大に向けて、観光消費額単価をさらに上昇させることが必要である。

#### 第3 本県観光の現状と社会情勢

##### 1 観光客数の動向

- ・総観光客数、県内客数、県外客数はいずれも増加している。外国人観光客数は、円安の影響もあり平成24年以降5年連続で過去最高を更新し、特に平成28年は初めて200万人を突破した。

##### 2 社会情勢の変化への対応

- ・国内人口は、平成23～28年の6年間で0.7%減少しているものの、国民一人当たり国内宿泊旅行回数及び宿泊者数はともに6年間で約10%増加していることから、今後も国内観光需要を着実に取り込むとともに、更なる増加が見込まれる外国人観光客の誘客を推進する必要がある。
- ・本県を訪れる観光客が活用する交通機関（自家用車、鉄道、バス、船舶、航空機等）の現状を踏まえ、観光客数の増加に結び付けるための取組や、県内各地の観光地等を周遊し、県内滞在時間を延ばすことによる観光消費額単価の上昇に結び付けるための取組を進める必要がある。

## II 総論

### 第1 今次計画（H30～34年）のねらい

#### 1 今次計画の目指す姿

- ・「ひろしまブランド」や「瀬戸内ブランド」が確立され、国内外から訪れる多くの人々に感動と癒しを与えるとともに、県民にとっても世界に誇れる観光地になっている。
- ・本県産業の柱である「ものづくり」に加え、観光が成長を支える産業の一つとなっている。（ひろしま未来チャレンジビジョンより）

#### 2 今次計画の目標

- ・国内外からの観光客数の増加と、日帰り客を宿泊客にシフト（特に消費額単価の高い外国人宿泊客の増加）させることなどによる観光消費額単価の上昇により、観光消費額を増大させる。

#### 3 今次計画の方向性

- ・観光消費額の増大に向けて、観光客数の増加と観光消費額単価の上昇の両輪で取り組む。
- ・観光客数の増加については、魅力ある観光地づくりとともに、第2ピーク（春・秋）の誘客増につながる季節の魅力・強みを発信し、冬季を含めた年間を通じた誘客につなげる。
- ・消費額単価の上昇に向けては、日帰り客を宿泊客にシフトさせ、併せて飲食消費額の上昇を図る。
- ・観光客数の増加、観光消費額単価の上昇を図る上では、手法やターゲットを絞り込み、広島県の資源の魅力をきめ細かく情報発信する。
- ・観光客が滞在中に宿泊・飲食・購買・移動などスムーズに行えるよう受入環境の充実等を図り、観光客の満足度向上につなげる。
- ・各取組についてマーケティングに基づくPDCAを行う。
- ・県・市町・観光関係団体等で目標と課題を共有するとともに、協働して施策に取り組む。
- ・広く県民が観光立県に対する理解を深め、県民一人ひとりが広島県に誇りと愛着を持ち、国内外から魅力ある地域として選ばれる個性ある豊かな地域とする、その担い手であることについての認識をはぐくむ。

## 第2 今次計画の目標値

### 1 今次計画の個別の目標値

#### ・観光消費額

国の「明日の日本を支える観光ビジョン」目標値（日本人及び訪日外国人観光消費額）の伸び率（平成28年比24%増）を上回り、平成28年比約30%増の5,250億円と設定する。

#### ・総観光客数

県内周遊を図り、県内滞在時間を延ばすことで、消費機会の増加、ひいては宿泊につなげていくことをねらいとするため、本県への来訪客数の増加を図るとともに、一人当たりの平均訪問箇所数を平成27年実績の1.75箇所から1.85箇所に増加させることによって、総観光客数を7,500万人に設定する。

#### ・外国人観光客数及び外国人宿泊客数

観光消費額を効率的に増加させるためには、滞在日数や観光消費額が日本人を上回る外国人観光客に重点的に取り組む。

いずれも、国の「明日の日本を支える観光ビジョン」地方部での外国人宿泊客数目標値の伸び率（平成28年比188%増）を上回る約200%増で設定し、外国人観光客数は600万人、外国人宿泊客数は250万人を目標値とする。

#### ・観光消費額単価

総観光客数7,500万人で観光消費額5,250億円を達成するために必要な観光消費額単価として、7,000円/人とする。

#### ・宿泊客数

国内宿泊客数は、国民一人当たりの平均宿泊日数（直近6年間で10%増）の伸び率を上回る約20%増の1,000万人とし、外国人宿泊客数の目標値（250万人）と合計し、宿泊客数の目標値は、1,250万人と設定する。

#### ・来訪者の満足度

せとうちDMOの同じ目標値である90.0%と設定する。

	現状 (H28)	ビジョン 目標値 (H32)	目標値 (H34)	データの出典
観光消費額	4,062 億円	4,800 億円	5,250 億円	広島県観光客数の動向
総観光客数 うち外国人観光客数	6,777 万人 201 万人	7,000 万人 300 万人	7,500 万人 600 万人	広島県観光客数の動向
観光消費額単価	5,994 円/人	6,860 円/人	7,000 円/人	広島県観光客数の動向
宿泊客数 うち外国人宿泊客数	959 万人 84 万人	1,120 万人 205 万人	1,250 万人 250 万人	観光庁宿泊旅行統計調査
来訪者の満足度	73.6%	80.0%	90.0%	広島県観光入込客統計調査

## 2 本県が目指す将来像

今次計画の策定にあたり、計画期間後の長期目標については、「観光が本県経済の成長を支える産業の一つとなっている」という方針を継続することが適当であるとの認識に立ち、国が設定している平成42年（2030年）までの長期的な目標値として、観光消費額を平成28年の2倍となる8,000億円とする。

平成42年に観光消費額8,000億円を達成することにより、

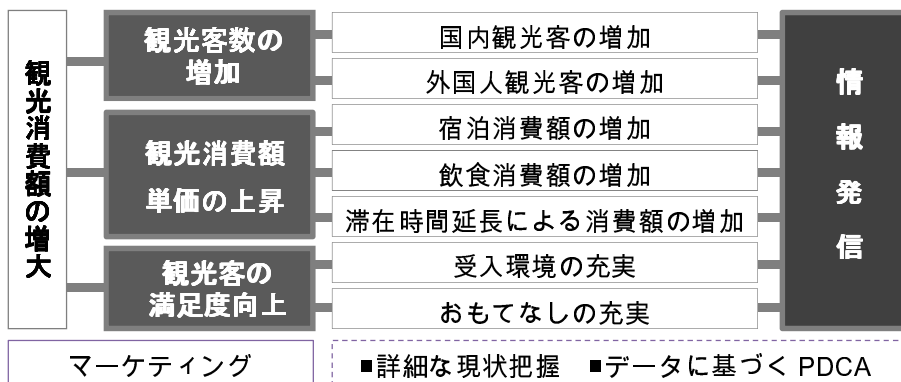
- ・ 全国の観光消費額に占める広島県のシェアを、平成28年の約1.6%から、平成42年の約2.2%に引き上げるとともに、
- ・ 本県のものづくり以外の経済成長に占める観光消費による粗付加価値額の割合が、約25%となり、

観光が成長を支える産業の一つとなっている状態を目指す。

## 第3 今次計画の施策体系

観光消費額の増大に向けては、観光消費額を構成する要素である「観光客数の増加」、「観光消費額単価の上昇」に加え、リピーター確保や情報拡散などにつながる「観光客の満足度向上」の3つの目的に対して、それぞれの施策を位置付ける。

また、3つの目的の達成に対しては、「情報発信」が必要であり、これを加えた4つの柱で施策を構成する。



### Ⅲ 各施策の取組方向

#### 第1 観光客数の増加

##### 1 国内観光客数の増加

年間の観光客数は伸びているものの、第1ピーク（8月）の観光客数に比べて、それ以外の期間の観光客数は伸び悩んでおり、年間を通じた誘客につながっていないことが課題であることから、年間を通じた観光客数の増加につなげるための観光プロダクト開発や情報発信を重点的に行う。

- ・年間を通じた誘客につながる観光プロダクトの開発に取り組む市町や民間事業者への支援
- ・特に第2ピーク（4・5月、10・11月）の誘客を図るための季節に応じた広島の魅力や強みの発信

##### 2 外国人観光客数の増加

本県の外国人観光客数は順調に増加してきたが、県内での宿泊や周遊滞在につながっていないという課題がある。

そのため、まずは国・地域ごとのニーズや旅行形態に応じた情報発信を行うことで旅行需要を創出するとともに、宿泊や周遊滞在につながる観光プロダクトの開発等に取り組む。

- ・国・地域ごとの訪日旅行特性に応じて、歴史や文化・自然・アクティビティなど来訪動機につながる情報の発信
- ・外国人観光客が興味を抱く夜や早朝の観光プロダクトの開発
- ・MICE誘致の促進
- ・中国5県やせとうちDMOと連携した周遊の促進

#### 第2 観光消費額単価の上昇

##### 1 宿泊消費額の増加

広島市内ホテルの客室稼働率は平均で8割を超えており、第1ピーク（8月）は9割を超えている現状で、観光客が希望する時期に希望する施設形態の宿泊施設に宿泊できていない。また、観光客の県内での平均訪問箇所数は増加しておらず、県内滞在時間の延長につながっていないために、来訪者の県内宿泊に結びついていないことが課題である。

このため、宿泊施設の増加に向けて取り組むとともに、周遊促進等により県内滞在時間の延長を図ることによって、宿泊客数の増加を推進する。

- ・新たな宿泊施設の誘致や宿泊施設に関する規制緩和を、市町と連携して推進することによる客室数の増加
- ・広域周遊を促し、滞在時間を延ばすことによる県内での宿泊客数の増加
- ・年間を通じた宿泊客の増加に向けた、季節ごとの広島の魅力・強みの発信
- ・宿泊施設が不足する第1ピーク（8月）における広島市以外のエリアの情報発信による宿泊客の県内各地への分散

## 2 飲食消費額の増加

6～9月のかきや年間を通した広島和牛などの食材は、需要に対する生産量が少なく、取り扱う飲食店も少ないことが課題であることから、広島ならではの飲食を年間を通して楽しむことができるよう供給量の確保や店舗数の拡大、さらにそうした「食」を楽しみたくなるような情報の発信に取り組む。

- ・かき、広島和牛、瀬戸内の魚介類等の食材の生産・流通量の確保
- ・広島ならではの食材と飲食店とのマッチングによる提供店舗数の拡大
- ・食材の持つストーリーや提供店舗に関する情報の発信

## 3 滞在時間延長による消費額の増加

これまでの取組により、観光客数は増加しているが、観光客の県内観光地への訪問箇所数は増加しておらず、県内周遊や滞在時間延長による観光消費額の増加にはつながっていないことが課題である。

このため、滞在時間延長につながる観光プロダクトを開発し、そのプロダクトによる消費とともに、飲食消費にもつなげる。

- ・サイクリングやアートといったアウトドア・文化体験等の体験型プログラムの開発
- ・市町が磨き上げを行ってきた観光資源については、その資源をストーリーやテーマで結びつけた、複数の市町を広域周遊する観光プロダクトの開発

## 第3 観光客の満足度向上

### 1 受入環境の充実

これまで県や市町、観光事業者の取組により、観光客の受入環境は徐々に整ってきているが、増加する外国人観光客の受入環境はまだ十分に整備されていない。このため、外国人観光客の受入環境の充実に重点的に取り組む。

- ・飲食店におけるメニューや交通表示等の多言語対応
- ・外国人観光客が必要とする情報の一元化による、外国人観光客のニーズに応じた情報の提供
- ・国内外の観光客がストレスなく移動するための交通インフラの整備促進
- ・無料Wi-Fiやカード決済端末等の観光インフラ整備
- ・県内の大学との連携等による、観光人材の育成

### 2 おもてなしの充実

これまでの取組により、おもてなしの取組は広がりつつあるが、県民全体で取り組む機運は整っていない。

このため、広島県「みんなでおもてなし宣言等により、観光事業者や一般県民によるおもてなしをさらに向上させる取組を行う。また、広島県おもてなし向上ネットワーク会議において、観光事業者のおもてなし向上に向けた具体的な議論や情報提供を行う。

#### 第4 情報発信（再掲を含む）

##### 1 国内観光客数の増加に向けた情報発信

年間を通じた誘客につなげるため、第2ピーク（4・5月、10・11月）や冬季の誘客増加につながる情報を発信する。

##### 2 外国人観光客数の増加に向けた情報発信

重点市場を定め、国・地域ごとの訪日旅行特性に合わせて、来訪の促進と宿泊や周遊滞在につながる情報を発信する。

##### 3 観光消費額単価の上昇に向けた情報発信

宿泊消費額の増加に向け、年間を通じた宿泊客の増加につながる情報等を発信する。

飲食消費額の増加に向け、広島ならではの食材と、その提供店舗に関する情報を発信する。

滞在時間延長に向けて、周遊につながる観光プロダクトの情報を発信する。

##### 4 観光客の満足度向上に向けた情報発信

外国人観光客の受入環境に関する情報等を発信する。

### IV 施策の推進方法

#### 第1 マーケティングの強化

各施策における個別の事業を計画・実施するにあたっては、現状の把握や分析、それらに基づく仮説の設定、戦略の策定が不可欠である。

そのため、国の統計や民間の調査結果など既存の資料の活用や、必要に応じて新たな調査等を行うことによってデータを収集・分析し、さらに、その分析に基づく事業戦略の策定等を行うなど、マーケティングを一層強化し、各施策の取組を下支えする。

#### 第2 PDCAサイクルによるマネジメント

各施策の事業をPDCAサイクルによりマネジメントする。各施策の事業は、各年で策定する事業計画において目的を明確にし、目的を達成するための仮説及び成果指標・活動指標を設定する。これにより進捗状況を点検評価しながら、遅れや問題点があれば、より効果的な事業となるよう計画の見直しを図ることとする。また、このPDCAサイクルが全ての事業で機能し、今次計画の目標や目指す姿の実現に寄与するように、マネジメント手法についても試行と改善を繰り返し実施する。

#### 第3 市町等との協働

観光を取り巻く状況はめまぐるしく変化することから、毎年の広島県観光立県推進会議における各施策の報告・評価のみならず、県と市町等とのデータや事業戦略等の情報共有を密にし、目標達成に向けて協働で取り組む。

#### 第4 推進体制

観光における地域間競争は、今後更に激しさを増すことが予想され、観光地としてのブランディングや観光地経営の視点が益々重要になってくるとともに、効率的・効果的な体制により、県全体の観光振興を図る必要がある。こうしたことを踏まえ、観光推進組織のあるべき姿について、今後検討していく必要がある。