

第2章
3 施策領域

観光

あるべき姿(概ね30年後)

- 広島県を訪れる国内外の多くの人々に、平和への想い、穏やかな瀬戸内や里山といった自然と暮らしが一体となった情景、古代から戦後の復興までの重層的な歴史・文化、食などの多彩な魅力を通じた、本県でしか得られない価値を提供することで、日本を代表する観光地として評価され、そのことについて県民や事業者が誇りを持っているとともに、観光が県経済を支える産業の一つとなっています。

目指す姿(10年後)

- 真に価値のある観光プロダクトや多彩で魅力的な観光資源が整っていることで、観光地としての「ひろしまブランド」や「瀬戸内ブランド」の認知が高まり、広島県を訪れた国内外の多くの人々が、本県でしか得られない価値に触れ、「もう一度、時間をかけて体験したい」、「ほかの魅力にも接してみたい」と思っただけの観光地となっています。
- 高齢者や外国人を含めた全ての観光客がストレスなく、自然災害発生時等にも安全が確保され、便利に安心して旅行できる環境が整っています。
- 国内外の多くの方から高く評価され、選ばれる観光地となっていることについて、県民や観光関連事業者が誇りを持っており、県民一人一人が、より一層「おもてなし」の心を持って観光客に接しています。
- 高まった魅力や評価から得られる誇りを背景に、幅広い事業者が新たに観光に携わり、イノベーションに挑戦し続けることにより、急激な環境変化にも柔軟に対応しています。
- その結果、広島県のブランド価値がより高まり、更なる来訪の増加や評価の高まりにつながるといった好循環が生まれており、基幹産業であるものづくり産業に加え、観光が県経済の成長を支える産業の一つとなっています。

指標

	現状値(R1)	10年後の目標値(R12)
観光消費額	4,410億円	8,000億円
観光客の満足度	73.4%	90%
住民の満足度	—※1	90%

※1 <参考>せとうち7県の県民満足度調査 広島県:約72.6%(R1)

目指す姿の実現に当たって考慮すべき課題

- 人口減少・少子高齢化等による国内旅行市場の縮小や外国人観光客の誘致競争に加え、宮島、原爆ドームの二つの世界遺産を中心とした立ち寄り型の観光が多いことから、日帰りから周遊・宿泊へのシフトを進め、観光振興による経済効果を県内全体に波及させる必要があります。
- 自然災害の多発や新型コロナの拡大によって、観光においても安全・安心へのニーズが高まるなど観光客の意識や価値観が変容しているとともに、観光関連事業者が、新型コロナの影響によって大きなダメージを受けるなど、観光分野における急激な環境変化が生じており、その対応が求められています。

目指す姿の実現に向けた取組の方向

- 1 ブランド価値の向上につながる魅力づくり**
将来を見通すことが困難な状況の中、急激な環境変化や様々なリスクに柔軟に対応し、イノベーションに挑戦できるような観光関連事業者を支援していくとともに、市町等と連携し、安全・安心といった、「新しい生活様式」を踏まえながら、宿泊しなければ体験することのできない観光プロダクトの開発など、ブランド価値の向上につながる新たな魅力づくりに取り組みます。
- 2 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備**
外国人観光客を含む全ての観光客が、快適かつ安全・安心に周遊観光を楽しむことができ、何度も訪れていただけるよう、受入環境の整備に取り組むとともに、高まった魅力や評価から得られる誇りを背景に、県民・観光関連事業者のおもてなし意識の更なる向上と実践に取り組みます。
- 3 広島ファンの増加**
国内外からより多くの観光客が広島を訪れ、安心して楽しむことができるよう、新たな魅力や安全・安心情報といった広島島の観光情報を的確に発信することにより、広島を高く評価し、SNS等で自ら広島の魅力を発信する広島ファンの増加に取り組むことで、更なる来訪者の増加やブランド価値の向上といった好循環につなげます。



千光寺から見た尾道の町並み



紅葉の三段峡

用語解説 観光プロダクト…自然、文化、食など、地域の観光資源を活用した観光商品や体験プログラム等。