

# ひろしま観光立県推進基本計画 (令和5年度～令和9年度)

令和5年2月

広島県

## はじめに

オール広島で、世界をもてなす。

「広島でしか得られない価値」とは何でしょう。  
例えば美しい自然。  
北に中国山地，南に瀬戸内海を抱え，  
県内のいたる所から山を見渡すことができ，  
まちには澄んだ川が流れ，  
少し足を伸ばせば瀬戸の島々を望むこともできます。

そして豊かな文化。  
古代から近代まで，歴史を雄弁に語る史跡や文化遺産は  
厳島神社と原爆ドームに限らず，壬生の花田植やひろしま神楽，鶺鴒など  
広島のすみずみにあります。

レモンに牡蠣，地魚に比婆牛。海の幸，山の幸も豊富に揃い，  
お好み焼やつけ麺など自慢のソウルフードもあります。  
それに加えて日本酒やワインなど，広島はお酒もおいしいんです。  
サイクリストの聖地もあるし，スポーツも盛ん…と，  
広島の魅力をあげれば枚挙にいとまがありません。

多彩な表情を持つ広島は，新しい出会いにあふれています。  
そして広島を訪れた人々に，たくさんの楽しみと喜びを与えます。  
それでもなお，「広島のポテンシャルはまだまだこんなものではない」  
私たちは，そう考えています。

広島には戦後，いくつもの困難を乗り越え，不屈の精神で，  
街の平和と復興の実現に尽力した人々のレガシーがあります。  
そのレガシーを引き継ぐ，県民との出会いや交流の場を  
多様な観光コンテンツの体験に加えることができたなら  
そして訪れた人々に，県民の情熱とホスピタリティを  
感じてもらうことができたなら，  
そこに広島でしか得られない価値を創出できるのではないかと，  
そう強く思うのです。

「広島に行けば，いつもハッとさせる驚きと感動がある」  
新しい自分と出会い，新たなステージへと一歩踏み出す，  
その希望と元気を与えられる場所へ。

さあ，広島という場所で，広島の人にしかできないおもてなしで  
世界中から訪れる人々に想像を超える感動を与えましょう。

オール広島で挑む，新しい挑戦のはじまりです。

# ひろしま観光立県推進基本計画

## 目次

1	計画概要	
(1)	位置付け	4
(2)	計画期間	4
(3)	本計画策定の意義	4
2	目指す姿	
	ビジョンのあるべき姿 30年後, 10年後	5
	本計画期間の目指す姿	5
3	現状	
(1)	全国の現状及び社会情勢の新たな変化	10
(2)	本県の現状	12
4	課題	
(1)	観光消費額の増加	16
(2)	好循環を生み出す観光	17
(3)	オール広島of体制づくり	18
5	施策の方向性と取組内容	
(1)	施策の方向性	19
(2)	取組内容	19
	① ブランド価値向上につながる魅力づくり	21
	② 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備	21
	③ 広島ファンof増加	22
	④ 3つの柱を支える土台作り	23
(3)	目標値	24

6 持続可能な観光地を目指して	
(1) 役割分担	26
(2) 特色を生かしたエリア別取組方針や市町域，県域を越えたテーマ別の取組	27
(3) 施策体系ロードマップ等	28
注目の特ピックス：イベントカレンダー	29
施策体系ロードマップ	30
【参考】 エリアマップ	32

#### 参考資料

・ ひろしま観光立県推進基本条例	34
・ 広島県観光立県推進会議委員名簿	38
・ 外部アドバイザー名簿	39
・ ワーキング部会名簿	39
・ 「本県でしか得られない価値」の検討チーム名簿	39
・ 策定の流れ	40

# 1 計画概要

## (1) 位置付け

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) 第 7 条に定める、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の計画であり、令和 2 年 10 月に策定した「安心▷誇り▷挑戦 ひろしまビジョン」(以下「ビジョン」という。)の観光における分野別計画として位置付けられています。

[広島県の経営戦略の全体像]

安心▷誇り▷挑戦ひろしまビジョン(総合計画)

安心▷誇り▷挑戦ひろしまビジョン  
アクションプラン(実行計画)

分野別計画

(第4次)ひろしま観光立県推進基本計画

## (2) 計画期間

令和 5 年度～令和 9 年度の 5 年間

## (3) 本計画策定の意義

本計画を策定することにより、県、県観光連盟(HIT)、市町、県民、観光関係団体(DMO、観光協会等)、観光関連事業者など、観光に携わるすべての者、さらにはすべての県民が、観光の意義を理解し、本県の観光の目指す姿が共有され、その実現に向け、それぞれの役割を担いながら、計画で示す施策の方向に沿って、県全体が一体となって観光施策を推進することを目的としています。

### ■観光とは(「ひろしま観光立県推進基本条例」前文から)

- ・訪れる人々と地域の人々の相互理解と交流の促進や、地域における雇用の増大と幅広い分野にわたる地域経済の活性化に寄与し、潤いある豊かな生活環境の創造等を通じて県民生活の安定向上に貢献するもの
- ・地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、本県の文化、歴史等に関する理解を深めるものとして、将来の定住につながる交流人口の拡大に重要な役割を担っていくもの

※令和 2 年度から、新たな観光推進体制に移行しており、県観光連盟(HIT)が、県の示す方向性に基づいて具体的な戦略を策定し、地域DMO等と連携しながら、県域の観光施策を一元的に実施しています。そのため、本計画では、ビジョンに掲げる目指す姿の実現に向けた大きな方向性を示しています。

## 2 目指す姿

次のとおり、ビジョンでは、概ね 30 年後のあるべき姿、10 年後の目指す姿を定めており、それらに沿って、本計画期間である 5 年後の目指す姿を設定しています。

### ビジョンで掲げる概ね 30 年後のあるべき姿

- ・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る。

### ビジョンで掲げる 10 年後の目指す姿(令和 12 年度)

- ・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」と思っていただけの観光地となっている。
- ・高齢者や外国人を含めたすべ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る。
- ・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る。
- ・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る。
- ・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る。

### ひろしま観光立県推進基本計画における 5 年後の目指す姿(令和 9 年度)

- ・広島を訪れる皆様が広島を好きになり、「他の人におすすめしたい」と思っていただけの観光地となっている。
- ・環境変化に強い観光産業へ、そして県民一人一人が観光を支える一員となる。

広島を訪れる皆様が  
広島を好きになり、「他の人におすすめしたい」と思っただけの観光地となっている。

### 目指す姿を達成するために必要な要素

- ① 観光に関するニーズや価値観の変化に伴う新たな「旅のあり方」を踏まえて、県内各エリアにおいて、ロングテールな観光プロダクト（※1）が積極的に開発されている。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

広島の魅力を最大限に活用し、SDGsを踏まえた様々なツーリズムが開発・展開され、地域を渡り歩きながら長く滞在する観光客が増加している。

例えば

- ・ゼロカーボンツーリズム：再生エネルギーで充電したEVカーでのドライブ
- ・ガストロノミーツーリズム（※2）：生産者の思いに触れながら地域の食材を使った料理を楽しむ体験
- ・スポーツツーリズム：広島東洋カープやサンフレッチェ広島の観戦ツアーやBMX等アーバンスポーツの世界大会の観戦ツアー
- ・夜型ツーリズム：商店街と連携した夜市、神楽の夜間公演、動物園・植物園・美術館等観光施設の夜間オープン
- ・インフラツーリズム：ダム、橋、港、歴史的な施設等インフラ施設の観光

- ② 安全・安心に観光を楽しむことができる受入環境が整備されている。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

Wi-Fiやキャッシュレス、多言語案内等のデジタルインフラが整備され、観光客はスマートフォンでスムーズに、バスやタクシー、レンタカー、レンタル自転車等の交通手段や宿泊施設、飲食店、観光コンテンツを予約できるなど、外国人観光客や高齢者を含めたすべての人がストレスなく安全・安心に観光できる受入環境が整っている。

- ③ 広島を訪れる人々が、旅の本質に深く入り込める楽しみ・もてなしを体験することで、本県でしか得られない価値を深く体感する。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

多島美を眺めるだけでなく、島に渡り、滞在して島民の農業・漁業を実際に体験するなど、地域に根付く伝統や暮らしなどの文化そのものを、地元の人々と交流しながら体験できる。そして、地元の人々とのふれあいによって、観光客は旅の本質に深く入り込み、もてなしを受けていると実感し、安心感と期待値以上の満足感が得られる。

- ④ 旅を通して、期待値以上の満足感が得られ、広島を好きになり、「他の人におすすめしたい」と思っただけ。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

地元の人々とのふれあいが旅の満足度を高め、訪れた人は広島をもっと好きになる。そして「他の人におすすめしたい」と積極的に情報発信するようになる。

※1…リピータブルな観光地の実現のため、多くの観光客が訪れる観光プロダクトを1か所（1個）開発するのではなく、観光客が適度に訪れかつ熱狂する観光プロダクトをたくさん開発すること。

※2…その土地の気候風土が生んだ食材・習慣・伝統・歴史などによって育まれた食を楽しみ、その土地の食文化に触れることを目的としたツーリズム

環境変化に強い観光産業へ、そして県民一人一人が観光を支える一員となる。

目指す姿を達成するために必要な要素

- ① 新型コロナにより深刻な影響を受けた観光事業者を支えることで、本県の観光産業が早期に回復し、個々の事業者において環境変化に対応しながら一層の成長が図られている。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

新型コロナにより落ち込んだ観光産業が回復基調となっている。また、DX推進等による新しい環境変化への対応も図られている。

- ② 様々な事業者が観光産業に参画することで新しいイノベーションが生まれ、多様性が発揮されている。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

様々な業種の事業者が観光産業に参入し、従来の観光プロダクトに異業種を掛け合わせたコラボコンテンツが多く誕生している。

例えば

- ・しまなみ海道サイクリング×陶芸体験
- ・里山サイクリング×農業体験
- ・森林セラピー×カヤック体験
- ・グランピング×クラシックコンサート など

- ③ 災害に強い「安全・安心」な受入環境がさらに整っている。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

避難誘導に役立つシステムの導入など、観光における災害を意識した取組が進み、被害を極力抑える危機管理システムが構築できている。

例えば

- ・万一の災害に備えた、防災計画や防災システムの中に観光客も組み入れた体制の整備 など

- ④ 事業者や県民が地域の自然環境や文化等が有する魅力を再認識し、積極的に地域との関わりを持つなど、持続可能な地域社会となっている。

☞私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

県民もまた、広島の旅を楽しむ観光客との交流を通して、広島という土地、そしてそこで暮らすことに喜びと誇りを感じるようになる。

例えば

- ・県民が観光の「当事者」として、街並みや川をきれいにするSDGsプロジェクトを立ち上げる。
- ・県民を対象としていたサービスを観光コンテンツ化する試みにチャレンジする。など



- ⑤ H I Tひろしま観光大使（※3）をはじめとした広島ファンがさらに増えるなど、自らも観光を支える一員である誇りと自覚を持つようになっている。

☞ 私たちが目指す5年後の具体的な姿とは…

H I Tひろしま観光大使など、自発性や当事者意識を持った広島ファンが増えることで、広島全域に観光客をもてなすホスピタリティが醸成され、訪れた誰もが「自分はこのまちに歓迎されている」と思うようになるほか、観光客も新たな広島ファンとして、観光を支える一員となっている。

例えば

- ・しまなみ海道をサイクリング中に休憩する場所を探していたら、地元の人から休憩にぴったりのスポットを案内してもらおう。満足した旅行者と県民は、旅が終わった後も交流を続け、旅行者はまた会いたいと思う気持ちから広島のリピーターとなる。
- ・H I Tひろしま観光大使がSNSで紹介していた行きつけのお好み焼屋情報など、地元の人々ならではの観光情報をもとに実際に広島を訪れた観光客が、普通の旅では味わえない地元感、特別感を感じ、オリジナルな旅になったことで満足度がアップする。それにより広島のことの方がもっと好きになった観光客は、周りの友人知人に広島の旅を勧めたり、自らのSNS等で積極的に広島情報を発信するようになる。 など

※3…広島のことを好きで、その魅力を自発的に発信するほか、新しく開発された観光プロダクトの評価や県観光連盟（H I T）への情報提供等も行う。

## 参考: 広島県のブランド価値とは・・・

- ・ 広島には、活力にあふれる産業やスポーツ・文化、多彩で美味しい食資産、都市と自然が近接した暮らしなど、先人たちが築き上げてきた、語りつくせないほど多くの素晴らしさがあります。
- ・ このような広島の素晴らしさを本県では、「ひろしまの見られたい姿（ブランドステートメント）」として次のとおり取りまとめています。

### ひろしまの見られたい姿（ブランドステートメント）

ひろしまが誇る豊かで穏やかな風土、平和への想いと行動力は、  
すべての人へ、明日へ向かうエネルギーをもたらします。

ひろしまは、元気あふれるところです。

困難に直面しても、たくましく乗り越えていきます。

ひろしまの復興と活躍には、世界中の人々が注目し、勇気づけられています。

先人たちの開拓者精神は、今なお、県民に脈々と受け継がれ、

多岐に渡ってつながりを創り、

産業やスポーツ・文化に活気を生み出しています。

ひろしまは、美味しさの宝庫です。

海の幸にも、山の幸にも恵まれたひろしまには、

まだまだ知られていない風土と歴史に育まれた

豊かな食文化があります。

大地を味わう山の食。

その豊穡な山々の栄養が川を伝い注がれた、海の食。

瀬戸内の穏やかな気候も、活力と至福を届けます。

ひろしまは、暮らしやすさをつくります。

ヒスイ色の穏やかな海と四季を魅せる山々。

隣接する快適で開放的な都市機能。

この恵まれた環境は、人々の知を結集させ、

さまざまな価値を創出します。

職・住・遊を同時に充実させることができる豊かな暮らしと  
多様な人々が活躍するひろしまのダイバーシティは、  
次の日本のかたちです。

- ・ なお、本県では、この「ひろしまの見られたい姿」をよりどころに、ひろしまの素晴らしさを再認識し、誇り、自慢しながら、よりよいひろしまをみんなで創っていくための取組である「みんなで創るひろしまブランド」を推進しているところです。
- ・ 県民、市町、企業・団体など多様な主体と連携してひろしまの価値を磨き、発信していくこの取組は、本県のすべての施策を貫くものであり、観光施策においてもこの取組を踏まえて、目指す姿の実現に取り組みます。

### 3 現状

#### (1) 全国の現状及び社会情勢の新たな変化

##### ア 新型コロナの影響

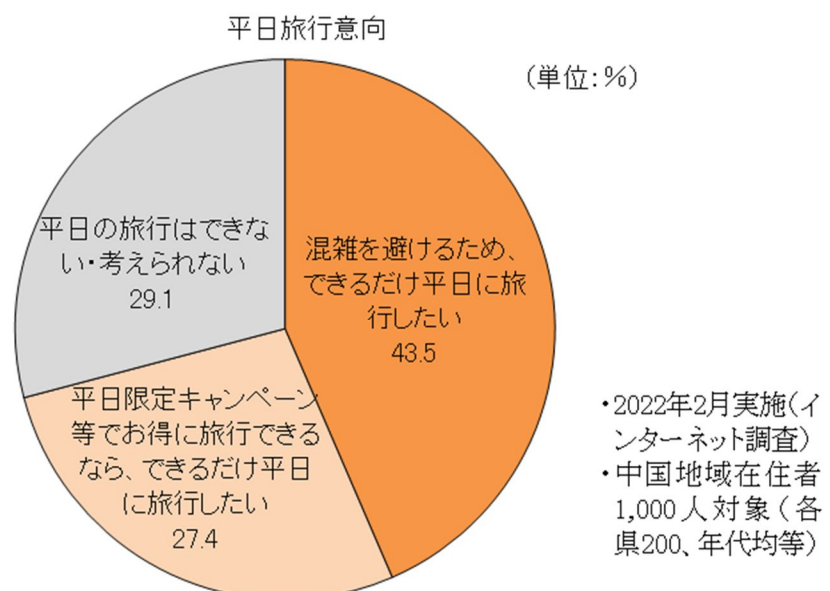
##### ○観光客数の大幅減

- ・日本国内の観光客数が減少しているほか、令和4年10月まで、水際対策が強化されていたことに伴い、インバウンドが大幅に減少するなど、厳しい状況が続いています。



##### ○ニーズ変化

- ・宿泊旅行ニーズが減少しているほか、混雑回避ニーズの高まりにより、平日旅行など分散型旅行の注目が高まっています。また、有名観光地などに短期で一斉に訪れるような物見遊山型ではなく、1つの地域に滞在し、その土地の文化や暮らしをじっくり楽しむ滞在型観光や、自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復、増進、保持する新しい観光「ウェルネスツーリズム」などが注目されています。



出典:中国地域在住者のコロナ禍における観光意識の変化に関する調査(中国経済連合会、日本観光振興協会中国支部)

#### イ 国際情勢の緊迫化に伴う平和への関心の高まりなど

- ・ロシアのウクライナ侵攻など国際情勢の緊迫化に伴い、「平和都市 広島」への関心が高まっています。
- ・世界経済フォーラムの2021年版旅行・観光開発指数では、日本が初めて首位を獲得しています。

#### ウ デジタル技術の普及

- ・ICTを活用した混雑回避や生産性向上、ワーケーションやバーチャルツアーなどデジタル技術による新しい観光のあり方が浸透してきています。

#### エ 持続可能な取組への関心の高まり

- ・SDGsや地球環境保護等への関心の高まりに伴い、ゼロカーボンツーリズムやエコツーリズムなど自然、文化の保全と観光を両立させる持続可能な観光(※4)の推進が注目されています。

※4…UNWTO（国連世界観光機関）による定義では、持続可能な観光とは、「観光客、産業、環境、地域の需要に適合し、経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光」とされている。

## (2) 本県の現状

### ア 前計画の振り返り

前計画期間（平成 29 年度～令和 4 年度）では、次の考え方にに基づき施策を実施してきましたが、新型コロナ等の影響により、目標達成は厳しい状況となっています。

#### 【前計画の基本的な考え方】

- ・観光消費額の増大を第一目標とする。
- ・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（特に観光消費額単価の高い外国人宿泊客を増加）させること等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。
- ・インバウンドのターゲット市場（※）ごとのニーズや旅行形態に応じて、年間を通じた情報発信を行う。  
※フランス、ドイツ、イギリス、アメリカ、オーストラリア、中国、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポール

#### 【目標値・現状】

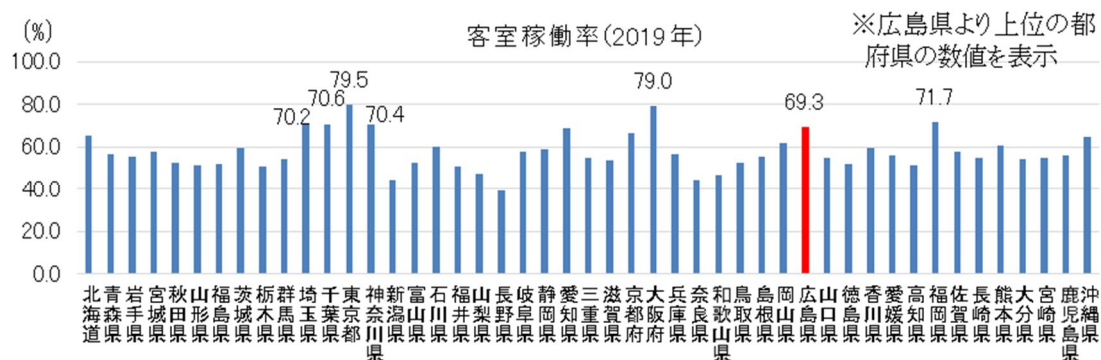
- ・総観光客数や宿泊客数は、豪雨災害の影響で平成 30 年は減少したものの、復興プロモーションなどの取組により回復基調にありましたが、令和 2 年以降は新型コロナの影響により厳しい状況が続いています。
- ・観光消費額単価は上昇傾向にあるものの、大きな伸びにはなっていません。
- ・令和 3 年の観光消費額は、新型コロナの影響により、約 10 年前の水準となっています。

指 標	目標値 (R4)	現 状 (R3)
観光消費額	5,400 億円	2,750 億円
総観光客数（うち外国人観光客数）	7,600 万人（600 万人）	3,966 万人（6 万人）
観光消費額単価	7,000 円/人	6,933 円/人
宿泊客数（うち外国人宿泊客数）	1,300 万人（250 万人）	584 万人（4 万人）
観光客の満足度	90.0%	新型コロナにより調査中止

## イ 本県ならではの状況

### ① 宿泊について

- ・新型コロナ前において、国内観光客の宿泊率や客室稼働率は、他県と比較して高い状況にあります。



(出典) 宿泊旅行統計(観光庁)

- ・宿泊単価の高いリゾートホテルや旅館より、ビジネスホテルの数が多いことなどから宿泊単価は他県と比較して低い状況にあります。
- ・一方で、近年、ヒルトン広島など客室単価の高い宿泊施設の開業が増えています。

### ② 現地消費について

#### 【食】

- ・観光プロモーションなどを通じて、牡蠣、お好み焼、レモンなど本県の食が認知されてきており、全国と比較して、旅行先を選んだ理由として「食・特産品」が上位であるほか、一人当たりの飲食消費も伸びています。
- ・一方で、宿泊施設を備えたレストランや地元出身のシェフ等を活用した取組などが十分でなく、全国と比較して、飲食費の消費単価は低い状況にあります。
- ・牡蠣やお好み焼などの認知度は高いものの、比婆牛や地魚、日本酒などの多彩な広島県の食の魅力が十分に知られていないといった課題があります。
- ・観光関連事業者から、地産地消を推進したいが、仕入れ先など異業種の関りがなく、どのように進めるべきか分からないといった声があります。

#### 【プロダクト】

- ・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など多彩な魅力を有しているが、地域資源を活用したエリアごとに特色を持った観光プロダクトの開発が十分でないといった課題があります。
- ・ファミリー、若者、海外富裕層や超富裕層といったターゲットカテゴリーに応じたプロダクト開発や情報発信が十分でないことから、全国と比較して、娯楽等消費サービスの消費単価は非常に低い状況にあります。

消費単価 (2019年、円/人)			宿泊費 (2019年、円/人)			飲食費 (2019年、円/人)			娯楽等サービス費 (2019年、円/人)		
順位	都道府県	消費単価	順位	都道府県	消費単価	順位	都道府県	消費単価	順位	都道府県	消費単価
1	沖縄県	68,990	1	沖縄県	11,270	1	沖縄県	9,790	1	千葉県	4,470
2	鹿児島県	34,620	2	石川県	8,510	2	北海道	5,860	2	沖縄県	3,850
3	北海道	32,940	3	新潟県	8,220	3	福岡県	5,410	3	大阪府	3,210
4	高知県	28,500	4	静岡県	7,130	4	鹿児島県	4,770	4	栃木県	2,500
5	新潟県	28,260	5	青森県	6,810	5	新潟県	4,680	5	和歌山県	2,340
6	石川県	27,960	6	鹿児島県	6,760	6	高知県	4,560	6	北海道	2,200
7	長崎県	26,770	7	群馬県	6,670	7	石川県	4,520	7	東京都	2,160
8	大分県	25,510	8	栃木県	6,500	8	青森県	4,320	8	山梨県	1,990
9	青森県	25,070	9	長崎県	6,470	8	香川県	4,320	9	福島県	1,960
10	千葉県	24,210	10	大分県	6,440	10	佐賀県	4,260	10	大分県	1,950
11	香川県	23,680	11	山梨県	5,940	11	宮城県	4,230	11	愛知県	1,830
12	群馬県	23,170	12	和歌山県	5,900	12	愛媛県	4,060	12	群馬県	1,750
13	島根県	23,130	13	北海道	5,890	13	京都府	3,950	13	香川県	1,720
14	山梨県	23,110	14	福島県	5,800	14	千葉県	3,940	13	神奈川県	1,720
15	静岡県	22,910	15	高知県	5,420	15	群馬県	3,860	15	兵庫県	1,710
16	福島県	22,840	16	鳥取県	5,170	16	大分県	3,780	16	長崎県	1,690
17	和歌山県	22,810	17	宮城県	5,160	16	福井県	3,780	17	福岡県	1,660
18	宮城県	22,710	18	山形県	5,080	18	東京都	3,750	18	新潟県	1,650
19	愛媛県	22,430	19	愛媛県	5,040	19	山形県	3,720	19	石川県	1,620
20	栃木県	21,960	20	福井県	5,010	20	長崎県	3,710	19	三重県	1,620
38	広島県	17,360	41	広島県	2,820	33	広島県	3,080	44	広島県	840

(出典) 旅行・観光消費動向調査(観光庁)

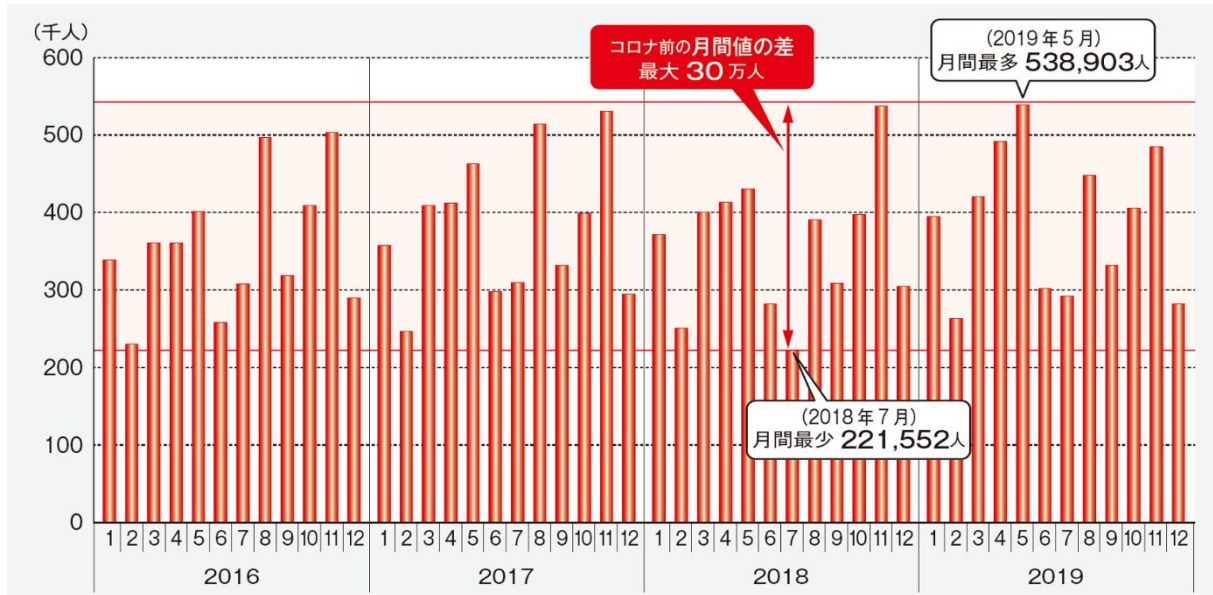
## 【公共交通】

- ・新型コロナにより、航空、鉄道、バスや旅客船などの公共交通の需要が大幅に減少しており、既存の路線や航路等の維持が困難になるなど、厳しい経営状況となっています。
- ・主要駅等から県内全域の観光地への二次交通が十分に整備されておらず、行きたくても断念せざるを得ない状況が生じています。また、多言語表記がないなど、特に外国人観光客の公共交通を活用した周遊が難しい状況が生じています。
- ・国際航空路線は一部路線を除き、運休が続いており、国際航空路線の復便に向けた総合的な取組の強化が必要となっています。

## ③ 地域差等について

- ・原爆ドームや厳島神社、しまなみ海道などに入込が集中しており、地域の分散化が図れていない状況となっています。
- ・新型コロナ前において、宮島など人気の観光地では、繁忙期と閑散期で観光客数に大きな差が生じています。
- ・地域の資源を生かしたエリアごとに特色を持った観光地づくりやブランディングが十分でなく、また地域マネジメントを行う体制が十分整っていないといった課題があります。

### 宮島来島者 月別推移 (2016年～2019年)



(出典) 宮島ルネサンス計画 (廿日市市, R4.3)



## 4 課題

「みんなで創るひろしまブランド」の取組（P9）など踏まえつつ、本県のブランド価値を高めながら、目指す姿の実現に向けて、次の課題に取り組む必要があります。

### （１）「観光消費額の増加」

観光が県経済を支える産業に発展するためには、観光消費額の増加が不可欠ですが、観光消費額増加に向けては、次の視点が必要です。

#### ① 満足度を高める

- ・観光客のニーズを踏まえた質の高い多彩な観光プロダクトを開発する等、観光客が求める楽しみ・もてなしを取りそろえる必要がある。
- ・外国人観光客や高齢者を含めたすべての人が、ストレスなく安全・安心に観光できる受入環境の整備を促進する必要がある。なお、多言語対応やトイレの洋式化など外国人観光客を対象とした受入環境整備については、G7広島サミットや大阪・関西万博等の開催を契機とした今後のインバウンドの回復を見込み、早急に対応する必要がある。
- ・質や満足度の高いサービスの提供に向けて、観光客に接する観光事業者や県民のホスピタリティの向上を図る必要がある。

#### ② リピータブルな観光地づくり

- ・何度も訪れてもらえる観光地となるためには、観光客の期待値を超える満足を提供し、観光客との深い信頼関係を築く必要がある。
- ・観光客のあらゆるニーズに対応できるよう、ロングテールな観光プロダクト開発を行う必要がある。
- ・宿泊旅行ニーズの減少や混雑回避ニーズの高まりなどから、旅行意欲の高いターゲットを意識し、ターゲットカテゴリーに応じたプロモーションを行う必要がある。
- ・国内の人口減少等を踏まえ、外国人観光客に対し、変容した各国の観光客のニーズも踏まえて、効果的なプロダクト開発やプロモーションなどを行う必要がある。また、広島空港や県内の港湾が中国・四国地方のゲートウェイとしての機能を果たすことが重要である。

#### ③ 消費単価の増

- ・観光消費額を上昇させるためには、観光客数の増加だけでなく、宿泊単価や現地消費等、観光消費額単価を上昇させることがより重要である。
- ・本県の食が認知されつつあるものの、食や体験プロダクトなど現地消費の消費単価は、全国平均と比較して低い状況にあり、十分に資源が活用されていない。
- ・MICE参加者をはじめとしたビジネス客をターゲットとした観光消費額単価の上昇に向けた取組を検討する必要がある。

## (2) 「好循環を生み出す観光」

新型コロナの感染拡大等に伴う社会・環境変化への対応や、インバウンドの回復を見据えて、本県が日本を代表する観光地となるためには、持続可能な観光を推進し、好循環を生み出す観光を促進していく必要があります。観光客のニーズを踏まえた施策を実施することで来訪者の増加を図り、インバウンドをはじめ、ビジネス客や修学旅行生等も含めた国内外からのあらゆる来訪者から得られたデータ等を施策に反映して更なる来訪増につなげる等、好循環を促し、その効果をあらゆる分野に波及させるためには、次の視点を持ち、観光産業の連携を促す仕組みづくりが必要です。

### ① 経済の視点

- ・ 自立的、継続的な観光産業の確立を目指し、災害や感染症など想定外の環境変化にも対応できる産業構造を構築する必要がある。
- ・ 交流人口及び関係人口（※5）の拡大や地産地消を通じた第一次産業との連携など、観光を通じた県内の幅広い産業への経済波及効果を促進する必要がある。

### ② 社会の視点

- ・ コロナ禍において、通訳ガイドや宿泊施設の従業員など観光産業を支える人材が離職等により不足しており、観光需要の回復を踏まえた人材の確保や、今後の観光産業を担う人材の育成を推進する必要がある。
- ・ デジタル技術による業務効率の改善や働きがいの向上などによる観光産業における働き方改革を推進する必要がある。

### ③ 環境の視点

- ・ 本県においては、2050年温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指す「みんなで挑戦 未来につながる 2050 ひろしまネット・ゼロカーボン宣言」や、2050年までに瀬戸内海に新たに流出するプラスチックごみをゼロにすることを目指す「2050 輝く GREEN SEA 瀬戸内ひろしま宣言」などによる地球環境保護の機運醸成を図っているところであり、環境分野における取組を踏まえた対応が必要である。
- ・ 自然環境の保全やゼロカーボンツーリズムの推進など、自然・文化資源の保全と観光利用の両立を図るとともに、観光産業における脱炭素・グリーンリカバリーを踏まえた受入環境の整備を促進する必要がある。

※5…移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる地域外の人々を指す言葉

### (3)「オール広島の体制づくり」

県全体が一体となって観光施策を推進するために、県民一人一人が観光を支える一員となるなど、観光に携わるすべての者が各々の役割を理解し、環境変化等も踏まえながら、相互に連携しつつ取組を進めて行く必要があります。

- ・令和2年度から県の観光施策の実施を県観光連盟（H I T）に移管したほか、県内各地で市町DMOの設立が進められている中、各団体の役割を明確にし、エリアごとの特色を発揮しつつ、オール広島で観光振興の取組を進める必要がある。
- ・県民一人一人が観光を支える一員として誇りと自覚を持っていただけるよう、本県の目指す姿を共有することや、県民等が自発的に活躍できるH I Tひろしま観光大使を拡大し、取組を加速していく必要がある。

## 5 施策の方向性と取組内容

### (1) 施策の方向性

施策の方向性について、ビジョンの実行計画であるアクションプランに掲げる3つの取組の方向である「ブランド価値向上につながる魅力づくり」、「誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備」、「広島ファンの増加」を中心に進めて行くほか、観光産業の環境変化も踏まえて「3つの柱を支える土台作り」を加え、4つの方向性を定めています。

なお、令和5年のG7広島サミットの開催は、本県の多様な魅力や価値を世界中に発信し、世界各国から広島を選び訪れてもらえる絶好の機会であり、また、令和7年には大阪・関西万博や、本県でも世界バラ会議福山大会の開催なども予定されていることから、アフターG7も見据え、サミット開催を契機とした観光振興施策を4つの施策の方向性に基づいて推進します。

#### 【4つの施策の方向性】

- ブランド価値向上につながる魅力づくり
- 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備
- 広島ファンの増加
- 3つの柱を支える土台作り

### (2) 取組内容

各方向性における取組内容については、課題とリンクさせながら、次のとおり実施していきます。

		課 題		
		観光消費額の増加	好循環を生み出す観光	オール広島の体制づくり
ブランド価値向上につながる魅力づくり	アクションプランに掲げる3つの柱	観光客のニーズを踏まえたロングテールな観光プロダクトの開発		
		インバウンド需要を踏まえた持続可能な観光プロダクトの開発		
		県内の幅広い産業を巻き込んだ、イノベーションに挑戦する意欲的な事業者の取組支援		
誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備		すべての人がストレスなく、安全・安心に観光できる受入環境整備		
		質や満足度の高いサービスの提供に向けた観光事業者等のホスピタリティの促進	自然・文化資源の保全と観光利用の両立や、脱炭素・グリーンリカバリーを踏まえた受入環境整備	
広島ファンの増加		来訪増や滞在増につなげるための各ターゲットに応じた効果的な手法や適切なタイミングでの情報提供		
		広島の魅力を自発的に発信してもらえるHITひろしま観光大使をはじめとした広島ファンの増加		
		本県魅力を広く知ってもらうことによるシビックプライドやエンゲージメントの向上		
3つの柱を支える土台作り		自立的・継続的な観光産業の確立を目指し、災害や感染症など想定外の環境変化にも対応できる観光産業の構造改革や推進体制の促進		
		すべての県民への本県観光の目指す姿の共有		
			人材の確保、今後の観光産業を担う人材育成及び働き方改革の推進	
		移住・スポーツ・農林水産・空港など観光に関連する県庁他部局や関係団体との連携の強化		
			環境変化等により観光産業が大きく打撃を受けた際の観光事業者の経営支援や需要喚起	

## ① ブランド価値向上につながる魅力づくり

### ○観光客のニーズを踏まえたロングテールな観光プロダクトの開発

- ・質と量を兼ねそろえた観光プロダクトを取りそろえ、滞在を促し、リピーターにつながるため、食・平和（教育旅行等）、神楽、ナイトタイムエコノミーやサイクリングなどのテーマに沿って、高付加価値の観光プロダクト開発を行い、現地消費額の増に取り組む。
- ・観光事業者による観光プロダクト開発に対し、補助金や専門家によるアドバイスなどにより支援する。
- ・上記の開発に当たっては、観光客のニーズを踏まえて実施するほか、HITひろしま観光大使などにモニターとして体験してもらい、意見を反映させるなど、観光客目線でブラッシュアップを行う。

### ○インバウンド需要を踏まえた持続可能な観光プロダクトの開発

- ・G7広島サミットを契機としたインバウンドのV字回復を目指し、ゼロカーボンツーリズムやアドベンチャーツーリズムをはじめとした持続可能なプロダクト開発など、特に外国人観光客の関心が高い観光プロダクトの開発に取り組む。
- ・海外富裕層や本県から移住した日系人など様々な方をターゲットとした観光プロダクトの開発に取り組む。
- ・国内観光客及び外国人観光客に対して、開発した観光プロダクト等をより魅力的かつ満足度の高い体験へ引き上げるため、ガイドの質向上に取り組む。

### ○県内の幅広い産業を巻き込んだ、イノベーションに挑戦する意欲的な事業者の取組支援

- ・幅広い事業者が集まり、連携が促進され、イノベーションが創出される場であるHYP P（※6）において、各エリアからの参加事業者が増えるよう働きかけを行うことなどにより参加事業者を増やすことで、数多くの観光プロダクトが生まれ、収益の確保につながるなど、事業者による自走化を目指していく。
- ・観光分野に関わらず、県庁内の他分野との情報共有・庁内連携を進め、必要な情報・機会を観光関係団体や事業者と共有できる仕組みづくりに取り組む。

## ② 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備

### ○すべての人がストレスなく、安全・安心に観光できる受入環境整備

- ・本県を訪れるすべての人がストレスなく快適に滞在できるよう、多言語対応、Wi-Fiの設置やトイレの洋式化など当たり前品質（※7）の向上に向けて、受入環境の整備やユニバーサルツーリズムを促進する。
- ・より満足度を高めるため、駅、空港、港などからの二次交通の整備に係る検討・実証を行うほか、災害時を想定した危機管理マニュアルの作成など、災害時であっても観光客に対して的確に対応できる仕組みづくりに取り組む。

※6…観光客のニーズを踏まえ質の高い観光プロダクトが開発され、各事業者の強みを生かした異業種連携を促進する、事業者間のネットワークを強化するためのプラットフォーム

※7…来訪者が観光地において満たしていることを想定している環境やサービスの品質

### ○質や満足度の高いサービスの提供に向けた観光事業者等のホスピタリティの促進

- ・観光客の不満を解消し，満足度を高めるため，口コミの分析などから，事業者が課題を認識し，自ら解決に向けて実践していく仕組みづくりに取り組む。
- ・本県が日本を代表する観光地となるために，宿泊施設，飲食店，小売店など観光客に接する様々な人々に対して，ホスピタリティの向上に取り組む。

### ○自然・文化資源の保全と観光利用の両立や，脱炭素・グリーンリカバリーを踏まえた受入環境整備

- ・ゼロカーボンツーリズムに係る実証事業や観光事業者による脱炭素・グリーンリカバリーを踏まえた受入環境整備を促進する。

## ③ 広島ファンの増加

### ○来訪増や滞在増につなげるための各ターゲットに応じた効果的な手法や適切なタイミングでの情報提供

- ・居住地や年齢等の属性だけでなく，行動パターンや趣向等に応じたより細かいターゲティングを行い，各ターゲットの特性に応じた最適な媒体や手法を用いた情報発信を行う。
- ・来訪や周遊を促すために，県内各エリアに点在する観光プロダクトをテーマに応じて編集しプロモーションを実施するなど，滞在時間の増加や周遊の促進に取り組む。
- ・G7広島サミットを契機としたインバウンドのV字回復を目指し，欧米豪市場においては，ゴールデンルートの旅行者をターゲットに，せとうちDMOや関西圏の観光関連団体等と連携した誘客促進を進めるほか，アジア市場においては，広島空港に加えて，アジアから国内に訪れる多くの観光客が利用する関西空港と福岡空港から本県への誘客につなげるため，両空港や日本政府観光局の海外事務所と連携したプロモーションの強化などに取り組む。

### ○広島の魅力を自発的に発信してもらえるHITひろしま観光大使をはじめとした広島ファンの増加

- ・HITひろしま観光大使の登録を増やすほか，観光客等に広島の魅力やおすすめを自発的に発信してもらおうよう取り組む。
- ・デジタル技術など新しい技術を活用し，観光客と事業者，又は観光客同士など双方向での交流や情報発信に取り組む。

### ○本県の魅力を広く知ってもらうことによるシビックプライドやエンゲージメントの向上

- ・HITひろしま観光大使などに対し，自発的な発信の促進や交流会の開催などを通して，自らも観光を支える一員であるという誇りと自覚の醸成に取り組む。
- ・広島への興味関心を高めるため，国内外へ継続的に情報発信を行うほか，共感を呼ぶプロモーションを実施する。

#### ④ 3つの柱を支える土台作り

##### ○自立的・継続的な観光産業の確立を目指し、災害や感染症など想定外の環境変化にも対応できる観光産業の構造改革や推進体制の促進

- ・ 地域の観光CRM(※8)を構築し、参加事業者や観光客など利用者の増加を図る。観光CRMから得られる利用者の行動や趣向データからニーズ分析を行い、各施策に反映するほか、観光CRMを活用した情報発信や利用者による自発的な発信を促進する。
- ・ 県内経済に結びつく消費向上に向けた施策につなげるため、県内における経済波及効果の把握について効果的な手法を検討した上で調査を実施し、施策の点検や検討を行う。
- ・ 観光振興施策の実施に必要な新たな財源について、適切な時期に導入できるよう検討を行う。

##### ○すべての県民への本県観光の目指す姿の共有

- ・ 市町、県民、観光関係団体(DMO、観光協会等)、観光関連事業者などに対し、本県観光の目指す姿の共有を継続して実施する。

##### ○人材の確保、今後の観光産業を担う人材育成及び働き方改革の推進

- ・ 若手を対象とした地域課題解決のワークショップ(例:広島をつなげる30人)の開催や、HITひろしま観光大使等を対象とした県民参加型の観光教室の開催などにより、新たな観光産業の人材育成に取り組む。
- ・ 県庁内の関係課と連携し、働きがいの向上など観光産業の働き方改革を促進する。

##### ○移住・スポーツ・農林水産・空港など観光に関連する県庁他部局や関係団体との連携の強化

- ・ 各分野の計画等に観光視点が盛り込まれているかなどについて庁内調整や連携を行うほか、県全体で本計画の目指す姿等が浸透しているか市町や観光関連団体等の取組について継続して確認を行う。
- ・ MICEの推進など県庁内の他分野との情報共有・庁内連携を進め、必要な情報・機会について観光関係団体や事業者と共有を図る。
- ・ 今後のインバウンド増を踏まえ、港湾の整備や広島国際空港株式会社(HIAP)における国際路線の拡充などを推進し、中国・四国地方のゲートウェイとして、地域全体の誘客を促進する。

##### ○環境変化等により観光産業が大きく打撃を受けた際の観光事業者の経営支援や需要喚起

- ・ 災害など大きな環境変化が生じた際は、観光産業の早期回復に向けて、観光関連事業者の経営力向上に向けた支援や、県内旅行・宿泊の割引支援などの観光需要喚起策に取り組む。

※8…サービスを提供する企業等が顧客との関係を良好に保つことで顧客と企業等の相互利益の向上を目指すマーケティング手法



### (3) 目標値

目標値については、新型コロナの状況やインバウンドの回復見込等を踏まえ、今後、国において観光立国推進基本計画が策定される際の目標値等を参照し、設定する指標も含めて、計画期間内に適宜更新を行います。

なお、令和7年は、大阪・関西万博の開催年であり、本県でも「第20回世界バラ会議福山大会」の開催や新しい施設の開業、リニューアルが予定されていることから（P29 イベントカレンダー参照）、計画期間内のマイルストーンとして現時点の目標値を定めることとします。

指標	目標値 (R5-6)	目標値 (R7)	目標値 (R8-9)	目標値 (R12)
観光消費額		6,300億円		8,000億円
総観光客数 (うち外国人観光客数)	随時設定	8,400万人 (725万人)	随時設定	1億人
観光消費額単価		7,500円/人		8,000円
宿泊客数 (うち外国人宿泊客数)		1,500万人 (320万人)		-
観光客の満足度		90.0%		90.0%

#### 参 考

##### 目標値 (R12) について

- ・令和12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、令和12年の約2.2%まで引き上げる。(令和元年：約1.6%、令和3年：約2.9%)
- ・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%となる(平成29年時点)。

##### 目標値 (R7) について

指標	13年前 (H21) との比較	コロナ前 (R元) との比較	現状 (R3) との比較
観光消費額	2.19倍	1.43倍	2.3倍
総観光客数 (外国人観光客数)	1.52倍 (14.22倍)	1.25倍 (2.63倍)	2.12倍 (120倍)
観光消費額単価	1.44倍	1.14倍	1.08倍
宿泊客数 (外国人宿泊者数)	3.05倍 (18.82倍)	1.29倍 (2.42倍)	2.57倍 (80倍)
観光客の満足度	—	1.23倍	—

参 考

指 標	H21 (※)	R 元	R3
観光消費額	2,876 億円	4,410 億円	2,750 億円
総観光客数 (うち外国人観光客数)	5,530 万人 (51 万人)	6,719 万人 (276 万人)	3,966 万人 (6 万人)
観光消費額単価	5,201 円	6,562 円/人	6,933 円/人
宿泊客数 (うち外国人宿泊客数)	492 万人 (17 万人)	1,163 万人 (132 万人)	584 万人 (4 万人)
観光客の満足度	—	73.4%	調査中止

※過去 15 年でコロナ禍を除き，一番観光消費額が落ち込んだ年

## 6 持続可能な観光地を目指して

### (1) 役割分担

オール広島で観光施策を推進するために、県民一人一人が観光を支える一員となるなど、観光に携わるすべての者が、各々の役割を理解し、環境変化等も踏まえながら、相互に連携しつつ取組を進めて行く必要があります。

#### 【背景】

- ・ 県では、令和2年度から、県の観光施策の実施を広島県観光連盟（HIT）に移管しているほか、せとうちDMOなどの広域DMOや、県内市町においても、市町DMO化が進むなど観光推進体制が変容しています。
- ・ 観光関連事業者においても、異業種からの観光分野への参入など、従来の観光産業から、さらに裾野が広がりつつあります。
- ・ 国内外の競争に打ち勝つことのできる「魅力ある観光地」を形成するためには、広く県民の観光に対する理解を深め、一人一人がその担い手としての認識を育むことが重要です。
- ・ SDGsなどを踏まえた持続可能な観光の推進が求められており、その実現に向けて、観光に携わるすべての者が共通の意識を持って、それぞれの役割の中で取組を進めることが重要です。

区分	主な役割
国	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光施策に関する法や制度整備（インバウンドの入国管理など）</li> <li>・ 観光産業の雇用維持や事業継続などの施策推進</li> <li>・ 都道府県への支援 など</li> </ul>
せとうちDMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県境を越えた広域の戦略策定やマーケティング</li> <li>・ 広域的な連結性を有するコンテンツ開発等に向けた各地域への働きかけ など</li> </ul>
県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中長期的な計画（ひろしま観光立県推進基本計画）の策定</li> <li>・ 庁内調整</li> <li>・ 観光振興施策の実施に必要な新たな財源の確保 など</li> </ul>
県観光連盟（HIT）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光立県推進基本計画に基づいた戦略策定及び施策の実施</li> <li>・ 県域全体の観光振興、他県や市町、市町DMO等との連携促進</li> <li>・ 観光産業の連携を促す仕組みづくり など</li> </ul>
市町・市町DMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各地域の特色を生かした観光資源開発、観光の視点に立った環境整備などまちづくりの推進</li> <li>・ 各地域の魅力発信 など</li> </ul>
観光関連事業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本県の魅力を生かした付加価値の高いコンテンツやサービスの提供</li> <li>・ 農林水産業など他産業との連携強化 など</li> </ul>
教育機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域振興や郷土理解などを通じた観光教育の実施</li> <li>・ 今後の観光産業を担う人材の育成 など</li> </ul>
県民	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 郷土の理解や地域貢献に向けた積極的な取組</li> <li>・ 観光客を温かく迎える意識 など</li> </ul>

## (2) 特色を生かしたエリア別取組方針や市町域、県域を越えたテーマ別の取組

### 【背景】

- ・観光客のニーズを踏まえたロングテールな観光プロダクト開発により、県内各地に、楽しみやもてなしが数多く取り揃えられている必要があります。
- ・県内のエリア（観光地）ごとに地域資源などの現状や課題が異なることを踏まえ、各エリア（観光地）別に特色を持った施策を進める必要があります。観光客のニーズを踏まえて、宿泊、食事、体験や交通手段などを検証し、エリア（観光地）を整備する必要があります。
- ・また各エリア（観光地）をけん引していくリーダーを発掘する必要があります。
- ・さらに、周遊を促し、滞在を増やすためには、各エリア（観光地）に点在する地域資源や魅力をテーマごとに再編集するなど、市町域や県域を越えて連携した取組が必要です。
- ・県、市町、事業者などオール広島で、中国地方及びせとうちの観光をけん引し、地域全体の周遊を促進するよう、リーダシップを発揮して、県域を越えた連携を進める必要があります。

### 【方針】

- ・各エリアにおけるテーマごとの今後の方針や資源の掘り起こしなどを支援します。
- ・観光客のニーズを踏まえたロングテールなプロダクト開発を進めるにあたっては、エリアごとに、埋もれている資源や今後エリアをけん引していくリーダーとなる方々を発掘していきます。
  - （例）HYPPエリアパートナーなど
- ・エリア整備を行う場合は、国や県、民間の補助金や規制緩和などの積極的な活用を検討します。
  - （例）古民家（空き家）を活用した宿泊事業、自家用有償旅客運送など
- ・県内各地に点在しているプロダクトをテーマごとに編集し、ターゲットの興味関心により訴求させ、周遊や長期滞在につなげるよう取り組んでいきます。
  - （例）酒をテーマとした魅力発信など
- ・特にインバウンドについては、市町域または県域を越えて連携し、中四国の観光をリードし、広域的に観光推進施策を展開していきます。
  - （例）ひろし・みやこ同盟（県観光連盟・京都市観光協会）など

### (3) 施策体系ロードマップ等

#### 【考え方】

- ・新型コロナの収束時期が見通せない中、本計画期間では、観光関連産業の回復に注力するフェーズや観光を促進していくフェーズなどを整理した上で、各段階に応じて必要な施策を切れ目なく展開します。
- ・令和5年2月時点では、国内観光客については、国内回復期の状況、外国人観光客については、水際対策の緩和により、インバウンド回復期に入った状況と想定しています。  
国内：県内の感染状況は高い水準にあるものの、病床のひっ迫は防ぐことができている状態であり、全国を対象とした誘客促進事業を実施している状況  
国外：令和4年10月11日から、外国人観光客の個人旅行が解禁され、外国人観光客が回復しつつある状況
- ・なお、感染拡大の波は一定期間繰り返されることが想定されることを踏まえ、今後、災害など想定外の環境変化が生じた際は、観光産業の回復フェーズに戻るなど弾力的に対応します。

#### 【フェーズの定義】

観光産業支援期…徹底した感染拡大防止対策を行うほか、観光産業の回復・維持に注力する期間

国内回復期…需要喚起策などを活用し、段階的に国内需要を回復する期間

国内拡大期…今後、安定的に拡大の傾向が続くと見込まれる期間  
(2019年の水準程度に回復)

インバウンド回復期…水際対策の緩和など国の施策にあわせて段階的に国外需要を回復する期間

インバウンド拡大期…今後、安定的に拡大の傾向が続くと見込まれる期間  
(2019年の水準程度からさらに拡大)

## 【注目のトピックス：イベントカレンダー】

	日程	メガ級イベント	MICE等	新規行事・周年行事等
令和5年	5月19日-5月21日	G7広島サミット @広島市		
	5月28日-6月2日		第11回分裂酵母国際会議 @広島市	
	9月26日-9月29日		第5回国際セルロース会議 @広島市	
	10月			広島空港開港30周年
	11月5日-11月11日		第20回国際有害有毒藻類 学会@広島市	
	11月7日-11月10日		第13回国際疲労学会 @広島市	
令和6年	2月			サッカースタジアム開業 @広島市
	4月-11月			瀬戸内海国立公園指定90周年 記念関連事業 @岡山県・香川県
	6月2日-6月7日		第15回国際カイアシ類会議 @広島市	
	8月			中央公園広場エリア開業 @広島市
	10月23日- 10月25日		第12回JFPS国際シンポジ ウム@広島市	
令和7年				広島駅新駅ビル開業 @広島市
				大和ミュージアムリニューア ルオープン@呉市
	4月13日-10月13日	Expo2025大阪・関西 万博@大阪府		
	5月18日-5月24日		第20回世界バラ会議福山 大会 2025@福山市	
	8月6日			被爆80周年
令和8年				厳島神社・原爆ドーム 世界遺産登録30周年
令和9年		ワールドマスターズ ゲーム関西 @大阪府他		
		2027国際園芸博覧会 @神奈川県		

メガ級…日本を代表する大規模イベントであり，国内外から大きな誘客が期待できるもの

MICE等…国外の参加者を想定している MICE や式典等（平和記念式典等，定例的な式典は除く）

新規行事等…県内外から誘客が期待できる新規イベントや周年行事，また大型の新施設の開業など

■ 施策体系ロードマップ

		観光産業の回復フェーズ		促進フェーズ		
		観光産業支援期	国内回復期	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	
観光客のニーズを踏まえたロングテールな観光プロダクトの開発	観光客のニーズを踏まえ、補助金や専門家のアドバイザーなどにより事業者を支援し開発を促進	<p>早期に各エリアに数多くの観光プロダクトを取りそろえるため、県観光連盟(HIT)により高付加価値の観光プロダクトの開発</p> <p>HITひろしま観光大使など観光客目線でブラッシュアップ</p>				事業者の自発的な開発を促進
		<p>観光プロダクトのガイドの質向上に向けた取組支援</p> <p>インバウンド向けのプロダクト開発を促進 (例:アドベンチャーリズムやゼロカーボンツールズなど)</p>				事業者の自発的な開発を促進
		<p>幅広い事業者が集まり、連携が促進され、イノベーションが創出される場の構築・促進 構築 →→→ 拡大(参加者の増) →→→ 自走化に向けた支援 →→→</p> <p>県庁内の他分野との情報共有・庁内連携を進め、必要な情報・機会を観光関係団体や事業者と共有できる仕組みづくり</p>				事業者による自走化
ブランド価値向上につながる魅力づくり	インバウンド需要を踏まえた持続可能な観光プロダクトの開発					
	県内の幅広い産業を巻き込んだ、イノベーションに挑戦する意欲的な事業者の取組支援					

		観光産業の回復フェーズ		促進フェーズ		
		観光産業支援期	国内回復期	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	
誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備	すべての人がストレスなく、災害時等に安全・安心に観光できる受入環境整備	<p>全ての観光客がストレスなく快適に滞在できる受入環境の整備・ユニバーサルリズムの促進</p> <p>より満足度を高めるための受入環境整備の促進 <b>検討・実証</b> (例:2次交通の整備など)</p> <p>(例:災害時の危機管理マニュアルの作成など)</p>				事業者の自発的な受入整備を促進
		<p>観光客の不満を解消し、満足度を高めるため、事業者が課題を認識し、自ら解決に向けて実践していく仕組みづくり (例:クチコミ分析など)</p>				管理・運用 事業者の自発的な取組を促進
		<p><b>検討・実証</b> ゼロカーボンツールズに係る実証事業や 脱炭素・グリーンリカバリーに向けた受入環境整備の促進</p>				事業者の自発的な取組を促進
	質や満足度の高いサービスの提供に向けた観光事業者等のホスピタリティの促進					
	自然・文化資源の保全と観光利用の両立や、脱炭素・グリーンリカバリーを踏まえた受入環境整備					

観光産業の回復フェーズ		促進フェーズ		
観光産業支援期	国内回復期	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	
来訪増や滞在増につなげるための各ターゲットに応じた効果的な手法や適切なタイミングでの情報提供	<b>安全・安心情報の発信</b> 【国内】旅行ニーズのあるターゲットに向けて発信 (例: SNS活用, 需要喚起策などを活用したプロモーション) 【海外】旅行ニーズのあるターゲットに向けて発信 【海外】プロモーション強化 アフターG7や大阪万博等の契機の活用 G7広島サミットを契機としたプロモーション 来訪や周遊を促すよう、各ターゲットごとの発信や仕組みづくり 事業者による 自発的な取組の促進	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	
	広島の魅力を自発的に発信してもらえ HITひろしま観光大使をはじめとした広島 ファンの増加	広島ファンによる自発的な発信による仕組みづくり HITひろしま観光大使の構築 → → → 拡大(参加者の増加, 自発的な発信を促す) → → → <b>検討・実証</b> 新しい技術を活用した双方向での交流・情報発信 広島ファンによる 自発的な発信の促進 事業者による 自発的な取組の促進	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期
	本県の魅力を県民に広く知ってもらうことによるシビックプライドやエンゲージメントの向上	国内外への継続的な情報発信・共感メッセージの発信(広島への関心のつなぎ止め) 観光分野に限らず、幅広い分野を通じた、シビックプライドの醸成・促進 (例: 教育・スポーツ・文化振興など幅広い事業との連携強化)	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期

観光産業の回復フェーズ		促進フェーズ		
観光産業支援期	国内回復期	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	
3つの柱を支える土台作り	観光CRMシステムの整備・運用 → → → 拡大(利用者増, 対象店舗増) → → → 【マーケティング】利用者の行動や趣向データなどを蓄積して、ニーズ分析等を実施し、各施策に活用 【来訪・周遊】利用者への情報発信により来訪を促すほか、周遊を図る取組を実施 【発信】利用者が観光CRMシステムを活用し、自発的にすすめる発信 県内経済に結びつく消費向上に向けた取組 (例: 経済波及効果の調査, 調査を踏まえた事業の実施など) 観光振興施策の実施に必要な新たな財源の確保への検討	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期 観光CRMシステムを活用した 事業者等による自発的な 取組の促進	
	すべての県民への本県観光の目指す姿の共有	市町, 県民, 観光関係団体(DMO, 観光協会等), 観光関連事業者などに対し, 本県観光の目指す姿の共有を継続して実施	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期
	人材の確保, 今後の観光産業を担う人材育成及び働き方改革の推進	若手を対象とした地域課題解決のワークショップや県民参加型の観光教室の開催 (例: 広島をつなげる30人, HITひろしま観光大使を対象とした観光教室など)	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期
移住・スポーツ・農林水産・空港など観光に関連する県庁他部局との連携強化	各分野の計画に観光視点が盛り込まれているかなど県庁内調整・連携の実施, 県全体で浸透しているか市町・事業者の取組を継続して確認	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	
環境変化により大きく観光産業が打撃を受けた際の観光事業者の経営支援や需要喚起	経営支援や需要喚起策の実施 (例: 感染防止対策等補助金, GoToトラベル, 県民割など)	国内拡大期・インバウンド回復	インバウンド拡大期	



# 街も、海も、山も、魅力あふれるALL広島で 世界をもてなそう!



三段峡  
(安芸太田町/北広島町)



スキー場バギー  
(北広島町)



霧の海  
(三次市)



観光農園  
(三次市など)



帝釈峡  
(庄原市/神石高原町)



古民家ステイ  
(庄原市)



備北  
エリア



神楽  
(芸北エリアなど)



E-MTB  
(広島市など)



安芸  
エリア



夕呉クルーズ  
(呉市)



御手洗町並み  
保存地区  
(呉市 大崎下島)



大久野島  
(竹原市)



備後  
エリア



世羅高原  
(世羅町)



福山城  
(福山市)



しまなみ海道  
サイクリング  
(尾道市)



座禅体験  
(福山市)



16人乗り自転車  
(尾道市)



## 參考資料

ひろしま観光立県推進基本条例をここに公布する。

ひろしま観光立県推進基本条例

目次

前文

第一章 総則（第一条—第六条）

第二章 基本的施策

第一節 ひろしま観光立県推進基本計画等（第七条・第八条）

第二節 魅力ある観光地の形成（第九条—第十一条）

第三節 観光産業の競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成（第十二条・第十三条）

第四節 国際観光の振興（第十四条・第十五条）

第五節 観光旅行の促進のための環境の整備（第十六条—第二十二条）

第三章 広島県観光立県推進会議（第二十三条—第二十七条）

附則

観光は、訪れる人々と地域の人々の相互理解と交流の促進や、地域における雇用の増大とサービス業、農林水産業、製造業など幅広い分野にわたる地域経済の活性化に寄与するとともに、潤いのある豊かな生活環境の創造等を通じて県民生活の安定向上に貢献するものである。

また、少子高齢社会の到来の中で、観光は、地域の住民が誇りと愛着を持つことのできる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、本県の文化、歴史等に関する理解を深めるものとして、将来の定住につながる交流人口の拡大に重要な役割を担っていくものである。

本県においては、厳島神社と原爆ドームの二つの世界遺産をはじめとする地域の特色ある歴史や文化、伝統等がはぐくまれ、瀬戸内海という国際級の観光資源や中国山地など豊かな自然と、四季の変化に富んだ気候に恵まれるなど、多彩な観光資源が集積している。

しかし、観光立県の実現に向けた基盤の整備及び環境の形成は、いまだ不十分な状態であり、本県を来訪する国内外の観光旅行者等の状況は、世界に通用するヒロシマの知名度にふさわしいものとは言えず、また、ゆとりや安らぎを求める志向など観光旅行に対する需要の高度化、少人数による観光旅行の増加など近年の観光をめぐる様々な状況変化への的確な対応も求められている。

これらに適切に対処し、観光立県を実現するためには、観光をリーディング産業として更に発展させ、国内外の誘客競争に打ち勝つことのできる「魅力ある観光地」を形成していくことが不可欠であり、このためには、広く県民が観光立県に対する理解を深め、一人ひとりがその担い手としての認識をはぐくむことが重要である。

ここに、県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等が協働して、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、この条例を制定する。

第一章 総則

（目的）

**第一条** この条例は、観光立県を実現するための基本理念を定め、県の責務並びに県民、観光事業者（主として観光旅行者を対象として事業を行う事業者その他観光に関連する事業を行う事業者をいう。以下同じ。）及び観光関係団体（観光事業者で組織される団体並びに観光の振興を目的として観光事業者及び行政機関等で組織される団体をいう。以下同じ。）の役割を明らかにするとともに、観光立県の実現に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって活力ある地域づくり、本県経済の持続的な発展及び県民生活の向上に資することを目的とする。

（基本理念）

**第二条** 観光立県の実現に関する施策は、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、魅力ある観光地の形成を図るとともに、県内外からの観光旅行を促進することが、県民が誇りと愛着を

持つことができる豊かで活力に満ちた地域社会の形成及び潤いのある県民生活の実現のため重要であるとの認識の下に講じられなければならない。

- 2 観光立県の実現に関する施策は、県内外の観光旅行者への快適なサービスを提供できる環境を整備するとともに、地域の歴史、文化、伝統等に関する理解を深め、観光振興の担い手となる人材の育成及び地域のおもてなしの向上が図られるよう講じられなければならない。
- 3 観光立県の実現に関する施策は、本県が被爆県として世界の恒久平和のために果たすべき役割にかんがみ、国際平和及び国際相互理解の増進の観点に立って講じられなければならない。
- 4 観光立県の実現に関する施策を講じるに当たっては、観光が、県及び地域の経済社会において重要な役割を担っていることにかんがみ、県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等による相互の連携が確保されるよう配慮されなければならない。

(県の責務)

**第三条** 県は、前条に規定する基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、観光立県の実現に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 県は、市町が当該地域の特性を生かした観光立県の実現に関する施策を講じるに当たって必要な助言及び調整を行うとともに、市町が参画し、及び実施する広域的な観光振興施策に関して総合調整を行うことにより、市町相互の連携を図るものとする。
- 3 県は、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が、相互に連携して観光の振興に関する取組を進められるよう総合調整を行うものとする。

(県民の役割)

**第四条** 県民は、観光立県の意義に対する理解及び関心を深め、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

- 2 県民は、観光旅行者を温かく迎え、地域における観光の振興に関する取組に参画するよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

**第五条** 観光事業者は、基本理念にのっとり、事業活動を通じて観光旅行者に快適なサービス及び環境を提供するとともに、地域における他の産業と連携することにより、地域の活性化に努めるものとする。

- 2 観光事業者は、県及び市町が実施する観光立県の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

**第六条** 観光関係団体は、基本理念にのっとり、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、観光旅行者の誘致、おもてなしの向上など受入れの体制の整備等に取り組むよう努めるものとする。

- 2 観光関係団体は、県及び市町が実施する観光立県の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

## 第二章 基本的施策

### 第一節 ひろしま観光立県推進基本計画等

(ひろしま観光立県推進基本計画)

**第七条** 知事は、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、ひろしま観光立県推進基本計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならない。

- 2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。
  - 一 観光立県の実現に関する施策についての基本的な方針
  - 二 観光立県の実現に関する目標
  - 三 観光立県の実現に関し、県が総合的かつ計画的に講じるべき施策
  - 四 前三号に掲げるもののほか、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項
- 3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、県民等の意見が反映されるよう必要な措置を講じるとともに、第二十三条に定める広島県観光立県推進会議の審議を経るものとする。

4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なくこれを公表するものとする。

5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

(財政上の措置)

**第八条** 県は、観光立県の実現に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講じるよう努めるものとする。

### 第二節 魅力ある観光地の形成

(国際競争力及び国内競争力の高い魅力ある観光地の形成)

**第九条** 県は、国際競争力及び国内競争力の高い魅力ある観光地の形成を図るため、市町、観光事業者その他の関係者との連携による観光地の特性を生かした良質なサービスの提供の確保並びに宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設（以下「旅行関連施設」という。）及び公共施設の整備等に必要な施策を講じるものとする。

(観光資源の活用による魅力ある観光地の形成)

**第十条** 県は、自然、文化、歴史、産業等に関する観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るため、史跡、名勝、天然記念物等の文化財、歴史的風土、優れた自然の風景地、良好な景観、温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発に必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備)

**第十一条** 県は、観光旅行者の国際競争力及び国内競争力の高い観光地への来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備を図るため、空港、港湾、鉄道、道路、駐車場その他の観光の基盤となる交通施設の整備等に必要な施策を講じるものとする。

### 第三節 観光産業の競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

(観光産業の競争力の強化)

**第十二条** 県は、県内観光産業の競争力の強化を図るため、観光事業者相互の有機的な連携の促進、観光旅行者の需要の高度化及び観光旅行の形態の多様化に対応したサービスの提供の確保、工場、産業体験施設等を活用した産業観光など地域の産業との連携の促進等に必要な施策を講じるものとする。

(観光の振興に寄与する人材の育成)

**第十三条** 県は、観光の振興に寄与する人材の育成を図るため、観光事業に従事する者等の知識及び能力の向上、地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進等に必要な施策を講じるものとする。

### 第四節 国際観光の振興

(外国人観光旅客の来訪の促進)

**第十四条** 県は、外国人観光旅客の来訪の促進による国際観光の振興を図るため、本県の伝統、文化等を生かした海外における観光宣伝活動の重点的かつ効果的な実施、県内における交通、宿泊その他の観光旅行に関する情報の提供、国際会議等の誘致の促進、通訳案内のサービスの向上その他外国人観光旅客の受入れの体制の確保等に必要な施策を講じるものとする。

(国際相互交流の促進)

**第十五条** 県は、本県と外国との間における経済交流、青少年による国際交流等を通じて、国際観光の振興を図るために必要な施策を講じるものとする。

### 第五節 観光旅行の促進のための環境の整備

(観光旅行者の本県への来訪の促進)

**第十六条** 県は、観光旅行者の本県への来訪の促進を図るため、県内の観光地に関する広報宣伝活動及び観光情報の提供を行うとともに、県内外における広域的に連携した観光の振興に関する取組など必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行者に対する接遇の向上)

**第十七条** 県は、観光旅行者に対する接遇の向上を図るため、接遇に関する教育の機会の提供、旅行関連施設の整備、本県の優れた伝統芸能、食文化、映像文化その他の文化芸術、産業等の紹介の強化、地域の特色を生かした魅力ある商品の開発等に必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行者の利便の増進)

**第十八条** 県は、観光旅行者の利便の増進を図るため、高齢者、障害者、外国人等が円滑に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備並びにこれらの利便性の向上等に必要な施策を講じるものとする。

2 県は、情報通信の技術を活用した観光に関する情報の提供等に必要な施策を講じるものとする。  
(観光旅行の安全の確保)

**第十九条** 県は、観光旅行の安全の確保を図るため、観光における事故の発生の防止等に必要な施策を講じるものとする。

(新たな観光旅行の分野の開拓)

**第二十条** 県は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため、自然体験活動、農林水産業に関する体験活動等を目的とする観光旅行、心身の健康の保持増進のための観光旅行、食文化への理解を深めるための観光旅行、将来の定住につながる滞在型観光旅行その他の多様な観光旅行の形態の普及等に必要な施策を講じるものとする。

(観光地における環境及び良好な景観の保全)

**第二十一条** 県は、観光地における環境及び良好な景観の保全を図るため、観光旅行者による自然体験活動を通じた環境の保全に対する理解の増進、屋外広告物に関する制限等に必要な施策を講じるものとする。

(広報等)

**第二十二条** 県は、県民の観光立県に対する意識の高揚、おもてなしの心の醸成及び地域における観光の振興に関する取組への参画を促進するため、広報、啓発及び情報の提供に努めるものとする。

### 第三章 広島県観光立県推進会議

(広島県観光立県推進会議)

**第二十三条** 県は、基本計画について審議し、及びその実施を推進するため、広島県観光立県推進会議(以下「推進会議」という。)を設置する。

(組織等)

**第二十四条** 推進会議は、会長及び委員三十人以内をもって組織する。

2 会長は、知事をもって充てる。

3 委員は、県議会の議員、市町の長、観光事業者、観光関係団体の長、観光に関する学識経験を有する者、関係行政機関の職員その他知事が必要と認める者のうちから、知事が任命する。

4 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

5 委員は、再任されることができる。

(会長)

**第二十五条** 会長は、会務を総理し、推進会議を代表する。

2 会長に事故があるときは、会長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(会議)

**第二十六条** 推進会議の会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。

2 推進会議の会議は、委員の半数以上が出席しなければ開くことができない。

3 推進会議の会議の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(委任)

**第二十七条** この章に定めるもののほか、推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

### 附 則

この条例は、平成十九年一月一日から施行する。

広島県観光立県推進会議 委員名簿（令和5年2月現在）

区分	所属	職	氏名
会長	広島県	知事	湯崎英彦
県議会議員 (2人)	広島県議会	議員	吉井清介
	広島県議会	議員	窪田泰久
市町の長 (2人)	竹原市	市長	いまえとしひこ 今 榮 敏彦
	世羅町	町長	おくだまさかず 奥 田 正和
観光事業者 (3人)	西日本旅客鉄道株式会社中国統括本部広島支社	支社長	ひろおかけんじ 広 岡 研 二
	西日本高速道路株式会社中国支社	支社長	さな のぶ ゆき 真 伸 行
	日本航空株式会社広島支店	支店長	やすみつとしふみ 安 光 利 文
観光関係 団体の長 (11人)	(一社)広島県観光連盟	会長	ささき しげき 佐々木 茂 喜
	(公財)広島観光コンベンションビューロー	理事長	いけだこうじ 池 田 晃 治
	広島県商工会議所連合会	会頭	いけだこうじ 池 田 晃 治
	広島県商工会連合会	会長	ひらたけいじ 平 田 圭 司
	広島経済同友会	代表幹事	たむらこうぞう 田 村 興 造
	(公社)広島県バス協会	会長	むくだまさお 椋 田 昌 夫
	広島県旅客船協会	会長	にったいちろう 仁 田 一 郎
	(一社)日本旅行業協会中四国支部	支部長	ときながゆきお 時 永 幸 雄
	広島県ホテル旅館生活衛生同業組合	理事長	ありもとたかや 有 本 隆 哉
	(一社)日本ホテル協会中国・四国支部	支部長	たぬまなおゆき 田 沼 直 之
広島県飲食業生活衛生同業組合	理事長	ちだまとしゆき 千 玉 敏 之	
学識経験者 (2人)	広島大学大学院	教授	フンク カロリン
	比治山大学	教授	やまだともこ 山 田 知 子
関係行政 機関(4人)	中国運輸局	観光部長	たかやままさひろ 高 山 正 浩
	中国経済産業局	産業部長	ちかむらまこと 近 村 淳
	中国地方整備局	企画部長	にしざわけんたろう 西 澤 賢 太 郎
	広島県商工労働局	局長	かわぐちかずなり 川 口 一 成
その他知事 が必要と認め るもの(4人)	広島商工会議所支店長会	会長	よしぎゆうじ 吉 儀 有 史
	(一社)ひろしま通訳・ガイド協会	会長	うねぎまさこ 榎 崎 雅 子
	広島県観光ボランティアガイド協議会	会長	とくながきよこ 徳 永 京 子
	(公社)日本青年会議所中国地区広島ブロック協議会	会長	しまだしゅうすけ 島 田 宗 輔
計			29人

## 外部アドバイザー名簿

専門分野	所属	職氏名	
観光政策・インバウンド 振興など	東京女子大学	教授	や が さき のり こ 矢 ケ 崎 紀 子
観光マーケティング, 地域ブランドなど	近畿大学	教授	たか はし かず お 高 橋 一 夫
観光マーケティング, 持続可能な観光推進など	(株)地域ブランディ ング研究所	代表取締役	よし だ ひろ し 吉 田 博 詞

## 次期ひろしま観光立県推進基本計画策定に関する ワーキング部会名簿

所属	職氏名	
比治山大学	教授	やま だ とも こ 山 田 知 子
(一社)広島県観光連盟	会長	さ さ き しげ き 佐 々 木 茂 喜
竹原市	市長	いま え とし ひこ 今 榮 敏 彦
西日本旅客鉄道株式会社中国統括本部広島支社	支社長	ひろ おか けん じ 広 岡 研 二
広島県旅客船協会	会長	にっ た いち ろう 仁 田 一 郎
(一社)日本旅行業協会中四国支部	支部長	とき なが ゆき お 時 永 幸 雄
(一社)日本ホテル協会中国・四国支部	支部長	た ぬま なお ゆき 田 沼 直 之
(一社)ひろしま通訳・ガイド協会	会長	うね ざき まさ こ 畝 崎 雅 子
広島県商工労働局	局長	かわ ぐち かず なり 川 口 一 成

## 次期ひろしま観光立県推進基本計画策定に関する 「本県でしか得られない価値」の検討チーム名簿

所属	職氏名	
(一社)広島県観光連盟	会長	さ さ き しげ き 佐 々 木 茂 喜
	事業本部長	や ま べ しょうたろう 山 邊 昌 太 郎
(一社)せとうち観光推進機構	事業本部長	さか もと ひろし 坂 元 浩
(株)地域ブランディング研究所	代表取締役	よし だ ひろ し 吉 田 博 詞
広島国際空港(株)	代表取締役社長	なか むら やす ひろ 中 村 康 浩
(一社)ひろしま通訳・ガイド協会	会長	うね ざき まさ こ 畝 崎 雅 子
広島県ブランド・コミュニケーション戦略チーム	担当監	よしの ひで き 吉 野 英 城



## 策定の流れ

日付	会議名等	内容
R3.10.5	広島県観光立県推進会議	前計画の取組状況, 今次計画の方向性に係る審議
R3.11.29	市町・観光関連団体との意見交換会	観光振興の現状等に関する意見交換
R3.11.30	市町・観光関連団体との意見交換会	観光振興の現状等に関する意見交換
R4.2.9	計画策定に関するワーキング会議	前計画の取組の総括, 今次計画の方向性に係る協議
R4.2~順次	事業者等へヒアリング	現状・課題等のヒアリング
R4.3.29	計画策定に関するワーキング会議	今次計画骨子案の作成に係る協議
R4.4.27	広島県観光立県推進会議(書面開催)	今次計画の策定スケジュールに係る審議
R4.5.19	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画策定スケジュール等に係る報告
R4.6.28	計画策定に関するワーキング会議	今次計画骨子案に係る協議
R4.7.1	広島県観光立県推進会議	今次計画骨子案に係る審議
R4.7.19	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画骨子の報告
R4.7.27	広島県議会国際平和・観光振興対策特別委員会	今次計画骨子の報告
R4.8.5	「本県でしか得られない価値」検討チーム	「本県でしか得られない価値」に係る協議
R4.9.8	「本県でしか得られない価値」検討チーム	「本県でしか得られない価値」に係る協議
R4.9.12	計画策定に関するワーキング会議	今次計画案に関する協議
R4.10.4	計画策定に関するワーキング会議	今次計画案に関する協議
R4.10.7	広島県観光立県推進会議	今次計画案の審議
R4.10.12	市町・県観光連盟等観光担当課長会議	今次計画案の説明
R4.11.18	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画案の説明
R4.12.6	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画案の審議
R4.12.7 ~R5.1.6	県民意見募集(パブリックコメント)	計画案に対する意見募集 ≪3人(14件)の意見をいただいた。≫
R5.1.19	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画案の審議における意見への対応方針説明
R5.1.25	計画策定に関するワーキング会議	今次計画案に関する協議
R5.1.30	広島県議会国際平和・観光振興対策特別委員会	今次計画案に関する報告
R5.2.6	広島県観光立県推進会議	今次計画案の最終審議