

観 光

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。

ビジョン指標	当初値	現状値 (R5)	目標値 (R7)	目標値 (R12)
観光消費額	4,410 億円 (R1)	4,726 億円	6,300 億円	8,000 億円
観光客の満足度	73.4% (R1)	75.2%	90%	90%
住民の満足度	—※1	69.1%	80%	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)

主な取組

- **ブランド価値向上、受け入れ環境整備、広島ファンの増加**
- **観光プロダクト開発促進のための幅広い事業者間ネットワーク(プラットフォーム)の形成**
プラットフォーム参加事業者数 約 **1,029** 事業者 [R6.3 時点]
- **観光プロダクト開発への支援補助金**: 補助件数 **68** 件[R6.3 時点]
- 観光関連事業者の生産性向上と観光客等の利便性向上のための
観光 DX 推進事業: 補助件数 **217** 件
- **広島県地域通訳案内士**の育成: 登録人数 **284** 人[R6.3 時点]
- G7 広島サミットの開催効果を活かした宿泊事業者支援**宿泊促進キャンペーン**の実施
利用人数約 **260,000** 人

① ブランド価値の向上につながる魅力づくり

【5年間(R3～R7)の取組の方向】

- 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、多様化する中、デジタルデータの分析や観光客等へのヒアリングなど、様々な手法を活用して精度の高いマーケティングを行い、観光を取り巻く環境変化を的確に把握します。
- 市町やDMO等と連携し、急激な環境変化や様々なリスクにも柔軟に対応するため、イノベーションに挑戦する意欲的な観光関連事業者の取組を支援します。
- 多様化する観光客の意識や価値観の変化を踏まえた上で、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、多彩な魅力をストーリーやテーマでつなぎ合わせた、本県でしか得られない高い価値を提供できる観光プロダクトを数多く取り揃えるよう、開発に取り組めます。

KPI		R3	R4	R5	R6	R7
総観光客数	目標	5,600 万人	7,600 万人	7,850 万人	8,100 万人	8,400 万人
	実績	3,966 万人	4,907 万人	6,037 万人		
	達成状況	未達成	未達成	未達成		
外国人観光客数	目標	100 万人	600 万人	630 万人	670 万人	725 万人
	実績	6 万人	16 万人	268 万人		
	達成状況	未達成	未達成	未達成		
観光消費額単価	目標	6,900 円/人	7,000 円/人	7,200 円/人	7,350 円/人	7,500 円/人
	実績	6,933 円/人	7,789 円/人	7,829 円/人		
	達成状況	達成	達成	達成		

【評価と課題】

- 令和5年度においては、コロナ禍を経た新たな観光ニーズを踏まえながら、県内各地で、本県の多彩な魅力を生かした観光プロダクトの開発に取り組むとともに、そうした観光プロダクトの開発における異業種を含む幅広い事業者間連携の推進、観光関連データを市町等と共有する基盤整備などに取り組んできた。
- また、新型コロナの5類移行による観光需要の増加により、令和5年の総観光客数は 6,037 万人、外国人観光客数は 268 万人と令和4年から大幅に増加し、物価高騰等の影響もあったことから、観光消費額単価も上昇した。
- 一方で、G7広島サミットの開催によって、本県に対する世界的な関心が高まったものの、コロナ禍後の最初の旅行先として、東京や大阪など、定番の観光地を選ぶ傾向にあったため、総観光客数と外国人観光客数は目標値に至らなかった。
- 更なる観光消費額単価の上昇と観光客数の回復に向けては、引き続き、観光ニーズの変化に対応した、付加価値の高い観光プロダクトの開発に取り組み、魅力ある観光地づくりを進める必要がある。

【主な事業】・ 観光地ひろしま推進事業……………442 ページ

【令和6年度の取組】

- 令和7年度開催の大阪・関西万博や世界バラ会議などの世界的イベントも見据え、関西圏・福岡圏からの外国人観光客の流入拡大に向け、交通事業者(鉄道・航空)や海外オンライン旅行会社と連携したプロモーションなどに取り組む。
- また、新型コロナの拡大や自然災害の多発などによる観光客の意識、価値観の変容や、令和5年度の新型コロナの5類移行やG7広島サミットの開催による観光需要の急速な高まりなど、観光を取り巻く環境変化に柔軟に対応していくためには、観光関連事業者だけではなく幅広い事業者が観光に携わり、イノベーションに挑戦し続けていくことができる、自立的・継続的な観光産業を確立していくことが重要と考えている。
- このため、事業者間連携等による新たな観光プロダクト開発に引き続き取り組んでいくとともに、開発したプロダクトの販売推進を図る。

② 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備

【5年間(R3～R7)の取組の方向】

- 高齢者や外国人観光客を含めた全ての観光客がストレスなく安全・安心に広島で周遊観光を楽しめるよう、より利便性の高い移動手段の確保や快適なトイレの整備など、観光地におけるストレスフリーな受入環境の整備に取り組みます。
- 観光施設等における混雑状況の可視化や人との接触を避けるためのキャッシュレス環境の整備など、デジタル技術等を活用し、「新しい生活様式」に対応した受入環境の整備に取り組みます。
- 「来て良かった」と思われる心地よさを提供するため、観光関連事業者自らが、従業員への研修や啓発などを通じて、おもてなし意識の向上や受入機運の醸成に取り組めるよう支援するとともに、様々な機会を通じて、子どもを含む県民の観光に対する興味や理解を促進します。

KPI		R3	R4	R5	R6	R7
ストレスなく楽しめたと感じる観光客の割合	目標	82.0%	84.0%	86.0%	88.0%	90.0%
	実績	—※	80.0%	75.3%		
	達成状況		未達成	未達成		

※新型コロナにより未調査

【評価と課題】

- G7広島サミットの開催効果によるインバウンド需要の回復を見据えた、デジタル化対策、省エネ対策などの受入環境整備の支援、観光関連事業者の生産性向上や観光客等の利便性向上につなげるためのDXツールの導入支援、広島県に関する深い知識を持った質の高いガイドの充実に向けた地域通訳案内士の育成、及び観光関連事業者等のおもてなし意識の向上などに取り組んだ。
- 一方で、取組による一定の成果はあったものの、急激な観光需要の回復や観光関連事業者における人的リソース不足等により、主要な観光施設や飲食店・土産物店等で混雑が発生したことなどもあり、ストレスなく楽しめたと感じる観光客の割合が75.3%と目標値に達していないため、更なる受入環境の充実・強化が必要と考えている。

【主な事業】・観光地ひろしま推進事業……………442 ページ

【令和6年度の取組】

- 新型コロナの拡大や自然災害の多発などによる観光客の意識、価値観の変容や、令和5年度の新型コロナの5類移行やG7広島サミットの開催による観光需要の急速な高まりなど、観光を取り巻く環境変化に柔軟に対応していくためには、観光関連事業者だけではなく幅広い事業者が観光に携わり、イノベーションに挑戦し続けていくことができる、自立的・継続的な観光産業を確立していくことが重要と考えている。
- また、DXツールの活用による利便性や導入における敷居の低さが観光関連事業者に浸透しておらず、普及がまだ十分ではないため、引き続き、事業者に向けたDXツールの導入啓発を行っていくほか、外国人観光客のニーズに基づいたガイドができる通訳案内士の育成に向けた研修などに取り組んでいく。

③ 広島ファンの増加

【5年間(R3～R7)の取組の方向】

- 新型コロナによる国内観光客の価値観の変化を踏まえ、数多くの魅力的な観光プロダクトの情報を、安全・安心情報や観光客の共感を得られるメッセージとあわせて、各ターゲットに応じた効果的な手法を用いて、適切なタイミングで届けます。
- 国外からの観光客に対しては、新型コロナの状況を踏まえた上で、宮島、原爆ドームの2つの世界遺産をフックに、本県でしか得られない価値を、SNS等のデジタル媒体の活用や近隣県、DMO等の関係機関と連携した誘客の取組などにより、観光客の様々なタイミングに合わせて発信します。
- 広島での観光を楽しみ、満足していただくことで、広島を高く評価し、広島の魅力を自発的に発信してもらえるような広島ファンの増加と、それに伴う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の実現に取り組めます。

KPI		R3	R4	R5	R6	R7
宿泊者数※1	目標	680 万人	1,300 万人	1,360 万人	1,420 万人	1,500 万人
	実績	584 万人	853 万人	1,157 万人		
	達成状況	未達成	未達成	未達成		
外国人宿泊者数※1	目標	50 万人	250 万人	270 万人	290 万人	320 万人
	実績	4 万人	14 万人	144 万人		
	達成状況	未達成	未達成	未達成		
県外から訪れた観光客 の再来訪意向	目標	84.0%	86.0%	87.0%	88.0%	90.0%
	実績	—※2	87.7%	87.7%		
	達成状況		達成	達成		

※1 宿泊者数は、観光庁宿泊旅行統計調査結果

※2 新型コロナにより未調査

【評価と課題】

- 令和5年度においては、海外からの訪日観光客の利用数が多い、関西、福岡等から広島への誘客を図るため、航空会社、空港、JR等との連携や、ゴールデンルートからの取り込みとして、京都市DMOとの連携などに取り組んできた。
- また、令和4年10月の新型コロナの水際対策緩和や、G7広島サミットの開催効果により、宿泊者数 1,157 万人、外国人宿泊者数 144 万人とコロナ前の令和元年(宿泊者数 1,163 万人、外国人宿泊者数 132 万人)同水準まで回復した。
- 一方で、新型コロナの5類移行が5月だったため、令和5年1～3月の外国人宿泊者数が伸びなかったことや、国際便復便の遅れなどから、目標は未達となった。
- 引き続き、本県の魅力を国内外に発信し「観光地広島」への認知・関心を高める取組が重要となっている。

【主な事業】・ 観光地ひろしま推進事業……………442 ページ

【令和6年度の取組】

- 令和7年度開催の大阪・関西万博や世界バラ会議などの世界的イベントも見据え、関西圏・福岡圏からの外国人観光客の流入拡大に向け、交通事業者（鉄道・航空）や海外オンライン会社と連携したプロモーションなどに取り組む。
- また、広島を高く評価し、広島の魅力を自発的に発信してもらうことで広島ファンの増加に寄与する、「HITひろしま観光大使」の登録促進に向けたキャンペーンの実施や、大使の活動の場の創出により、情報発信の更なる強化に取り組んでいく。