

## 令和5年度主要事業の成果

支出科目	款：商工費 項：観光費 目：観光費
担当課	観光課
事業名	広島サミットを契機とした地域の魅力発信事業（単県）

## 目的

新型コロナの影響により観光客が大幅に落ち込む中、今後の誘客促進につなげるため、国内外から大きな注目を集めるG7広島サミットの前後に、首都圏などに対して本県の魅力を発信する。

## 事業説明

## 対象者

国内メディア、観光客等

## 事業内容

(単位：千円)

内 容	当初予算額	最終予算額	予算執行額 [繰越額]
○ 広島サミット県民会議と連携し、アフターサミットの誘客につなげるため、首都圏などへ本県の多様な魅力の発信を行う。 ・サミット開催地という注目度を生かし、広島の旅の魅力をテレビ番組や雑誌を通じて発信 ・要人等が訪れた名所など、サミットによって生まれた資源を活かし、ウェブメディア等を通じて発信	20,000	20,000	19,998 [—]
合 計	20,000	20,000	19,998 [—]

## 令和5年度の成果目標と実績

- 事業目標：広島サミットを契機とした国内への魅力発信
- 実 績：

取 組	実 績	備 考
PRイベント(※)	2回	「瀬戸内さかなでおもてなし発表会」(4/26) 「日本酒でおもてなし発表会」(5/15)
TVタイアップ	13件	露出対象：比婆牛、瀬戸内さかな、日本酒、牡蠣、レモンなど
雑誌タイアップ	3件	露出対象：比婆牛、瀬戸内さかな
ウェブタイアップ	32件	露出対象：瀬戸内さかな、日本酒、カフェ、絶景など
プレスツアー	1回	「いろいろウェルネスコース」(4/19～20) (5媒体参加)

※PR露出件数(タイアップ/プレスツアー露出を除く)：671件

## 令和5年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 首都圏を中心に、本県の魅力を国内へ広く発信することができた。今後は、G7広島サミット開催による誘客効果を一過性で終わらせることなく、更なる誘客につなげていく必要がある。

## 令和6年度を取組方向

- G7広島サミットで高まった広島のパレゼンスを生かし、令和7年度に開催される大阪・関西万博や世界バラ会議福山大会なども見据えながら、県内各地の多彩な観光資源を組み合わせた情報発信の実施などにより、更なる誘客促進に向けた取組を強化していく。

## 令和5年度主要事業の成果

支出科目	款：農林水産業費 項：農業費 目：農業総務費
担当課	販売・連携推進課
事業名	広島サミットを契機とした 県産農林水産物魅力発信事業（一部国庫）

## 目的

新型コロナウイルス感染拡大の影響からの回復に向け、広島サミットの開催を契機として、本県の豊かな自然環境に育まれた多彩な食資産を、多様な主体と共創して磨き上げるとともに、広島和牛や瀬戸内の魚などと併せて効果的に情報発信することにより、農林水産物の販路・消費拡大につなげる。

## 事業説明

## 対象者

生産者、ホテル等のシェフ、国内外の消費者 等

## 事業内容

(単位：千円)

区分	内 容	当初 予算額	最終 予算額※	予算 執行額 [繰越額]
県産農林水産物を活用した食の磨き上げ支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ オールひろしま体制での事業推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多様な主体と連携した、食の魅力向上に向けたコンソーシアムの運営</li> </ul> </li> <li>※ コンソーシアム：互いに力を合わせて目的を達しようとする人の集まり</li> <li>○ 多様な主体と共創したひろしまの食の磨き上げ支援 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 飲食店やホテル等における「ひろしまらしさ」や「おもてなし」につながる食の磨き上げを支援</li> </ul> </li> </ul>	13,841	13,841	13,841 [—]
県産農林水産物を活用したおもてなし支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 県産農林水産物を活用したおもてなし・PR支援 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国内外メディア等へのおもてなし支援</li> </ul> </li> <li>○ サミット前後におけるホテル等での県産農林水産物の提供に向けたマッチング支援</li> </ul>	24,174	22,174	21,536 [—]
ひろしまの食の魅力発信支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 磨き上げたひろしまの食について様々な機会を捉えたPR</li> <li>○ 国内メディア・県民向けの情報発信</li> <li>○ 県産農林水産物を活用する飲食店の可視化等おもてなし環境の整備</li> <li>○ サミットで脚光を浴びた県産農林水産物を活用した「おいしい！広島」PRイベント等の開催</li> <li>○ 駅・空港・バスなどゲートウェイや移動手段への広告掲載や、グルメサイトでのPRなどプロモーションを強化</li> </ul>	40,440	100,440	100,440 [—]
合 計		78,455	136,455	135,817 [—]

※令和5年度9月補正予算を含む。

## 令和5年度の成果目標と実績

○ 事業目標：県産農林水産物の販路拡大

○ 実績：G7広島サミットの開催を契機として、「広島は“美味しい”」という世の中のイメージを創ることを目指して、コミュニケーションワードを「おいしい！広島」と設定し、本県の豊かな自然環境に恵まれた多彩な食資産を多様な主体と共創して磨き上げるとともに、広島和牛や瀬戸内の魚などと併せた効果的な情報発信に取り組んだ。

本取組により、生産者と飲食店等とのマッチングは700件を超えたほか、県産食材を積極的に活用した料理や商品を堪能できる「おいしい！広島 食べんさい店」の登録店舗数が1,200店舗を超えるとともに、県内各地の農林水産物を生かした食の磨き上げなど、生産者や事業者の新たなチャレンジへの意欲も高まっており、県内の多様な主体の参画による「おいしい！広島」のイメージづくりに向けた機運が醸成された。

内容		目標	実績 (R6.3末時点)
おもてなし 環境整備	「おいしい！広島 食べんさい店」登録店舗数	—	1,292店舗
	特設サイトのページ閲覧数	—	43万PV
磨き上げ・ 魅力発信	<代表団体枠> 食の磨き上げに参画した、ひろしまの食を代表する団体数	6団体	6団体
	<県民アイデア枠> 多様なアイデアを持つ事業者による食の磨き上げ採択数	30件	31件
	<協賛枠> 事業の趣旨に賛同し、自ら商品やメニュー等を磨き上げた事業者数	—	5事業者
マッチング 支援	生産者と飲食店とのマッチング件数	—	705件

## 令和5年度の目標と実績の乖離要因・課題

○ 広島サミットで高まったプレゼンスを追い風に、広島「おいしい」イメージを定着させ、ひろしまブランドの強化や県産農林水産物の販路・消費拡大につなげるため、ひろしまの食の価値・魅力を更に高め、県内外から広く共感を獲得していく必要がある。

## 令和6年度を取組方向

○ 広島「おいしい」に対する理解と共感の獲得に向けて、多様な主体と共創し、瀬戸内さかなや広島和牛、日本酒など、県産農林水産物等を用いた食の価値や魅力を高めるとともに、プロモーション・PRの強化などに取り組む。

令和5年度主要事業の成果

支出科目	款：商工費 項：商業費 目：貿易振興費
担当課	県内投資促進課
事業名	ポストサミットにおける海外進出支援事業（単県）【新規】

目的

G7広島サミットの開催を契機として、高い経済成長が見込まれるインド・ベトナム両国と、県内企業の進出支援や高度人材の獲得などの経済交流を進める。

事業説明

対象者

インド・ベトナムへの進出を志向する県内企業 等

事業内容

(単位：千円)

内 容	当初予算額	最終予算額 ※	予算執行額 [繰越額]
<b>【インド】</b> ○タミル・ナドゥ州との経済交流を再開し、県内企業の海外進出を支援するとともに、広島とインドにおける人材交流を促進する。 ○インド進出を検討する県内企業を対象としたセミナー等の開催 等	—	5,108	4,578 [—]
<b>【ベトナム】</b> ○G7広島サミットに合わせて、「日越ビジネスラウンドテーブル広島」を開催したことを契機に、ベトナム進出を検討する県内企業を対象としたセミナー等の開催 等	—	4,892	4,560 [—]
合 計	—	10,000	9,137 [—]

※端数処理の関係で積み上げた数値と合計額が異なる場合がある。

※令和5年度9月補正予算

令和5年度の成果目標と実績

○ 事業目標：インド・ベトナムとの経済交流の推進

○ 実 績：

対象国	内容
インド	○ タミル・ナドゥ州との間で経済交流を推進するための覚書を締結。本協定は平成22年11月に締結した覚書を改定するもので、広島県とタミル・ナドゥ州との間の人材交流、双方向での企業進出や投資を促進することなどを盛り込んだ内容に改めた。 ○ インド進出に関するビジネスセミナーを2回開催し、延べ100名以上の参加があった。
ベトナム	○ ベトナム進出に関するビジネスセミナーを1回開催し、45名の参加があった。

### 令和5年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 経済交流を促進する覚書の締結等、インド・ベトナム両国との友好関係の強化により、県内企業の進出を支援する環境が整い、進出に興味を持つ県内企業も多いことが確認できた。一方、業種や進出形態、地域は多岐にわたっていることから、それぞれ個社ごとのニーズに寄り添った、きめ細かい海外進出支援が必要である。

### 令和6年度を取組方向

- インド・ベトナムとの経済交流を推進するため、両国政府機関等との連携を強化するとともに、セミナーの開催等を通じた県内企業の海外進出機運の醸成に取り組む。
- 県内企業が抱える課題やニーズをしっかりと把握し、引き続き、それぞれのニーズに寄り添った海外進出支援を行っていく。

令和5年度主要事業の成果

支出科目	款：商工費 項：商業費 目：商業振興費
担当課	観光課
事業名	サミット効果を活用した県産品販路拡大事業（国庫）【新規】

目的

G7広島サミットの開催による広島への注目度・関心度・ブランド力の高まりを生かし、県産品の販路拡大に取り組むことにより、物価高騰等の影響を受けている県産品関連事業者を支援する。

事業説明

対象者

県産品関連事業者

事業内容

(単位：千円)

内 容	当初予算額	最終予算額※	予算執行額 [繰越額]
広島県内において、県外各地のバイヤーを招へいした商談会を実施し、県産品の販路拡大を図る。 【対象】 ・G7広島サミットで活用された県産品（加工食品、飲料、工芸品など） ・外務省へ提出した広島産品推薦リスト掲載の県産品 ・市町からの推薦商品 など	—	9,500	9,491 [—]
合 計	—	9,500	9,491 [—]

※令和5年度9月補正予算

令和5年度の成果目標と実績

- 事業目標：県産品の販路拡大（成約件数 140 商品）
- 実 績：成約件数 188 商品

令和5年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 令和6年2月に開催した本商談会にはG7広島サミット関連商品等の県産品関連事業者137社及び首都圏をはじめとする県内外のバイヤー48社（2日間延べ93社）が参加し、2日間で600商談を行った。
- 商談会前の事前対策セミナーの実施やバイヤーとの事前マッチング等の成約率を高める取組により、成約件数は目標を上回った。
- また、商談会参加事業者からは自社商品の改善点の明確化や他事業者・バイヤーとの関係構築等にもつながったとの声もあり、県内事業者の販路拡大に一定の効果があった。

令和6年度を取組方向

- 令和6年度は、事業者の販路拡大機会の創出のため、ひろしまブランドショップT A Uにおいて商談会の拡充を行うとともに、テストマーケティング、催事出展などを通して商品の磨き上げやP R機会の創出を支援することで、引き続きT A U等を活用した県産品の販路拡大や魅力発信に取り組んでいく。

令和5年度主要事業の成果

支出科目	款：商工費 項：商業費 目：貿易振興費
担当課	県内投資促進課
事業名	サミット効果を活用した日本酒海外販路拡大事業（国庫）【新規】

目的

G7広島サミットで首脳やメディアに提供されたことにより、注目が高まった県産日本酒について、その効果を活用し、フランスを中心としたEUでの更なる販路拡大・消費拡大につなげることで、物価高騰等の影響を受けている県内事業者（酒蔵）を支援する。

事業説明

対象者

フランスをはじめとするEUの日本酒バイヤー、レストランシェフ、メディアなど

事業内容

(単位：千円)

内 容	当初予算額	最終予算額 ※	予算執行額 [繰越額]
<p>○G7広島サミットにより注目の高まった県産日本酒について、フランスやEUの日本酒のバイヤー、レストランシェフ等を本県に招へいし、県産日本酒への理解促進や興味・関心の向上を図り、海外への販路拡大につなげる。</p> <p><b>【招へい者】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・フランスを中心にEUに販路をもつ日本酒のバイヤー</li> <li>・今後県産日本酒を取り扱う可能性の高い現地著名レストランシェフ</li> <li>・現地有力メディア関係者等</li> </ul> <p><b>【実施内容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・酒づくり現場の視察や日本酒をはじめとする県産食材等を使った食体験</li> <li>・海外メディアによる、バイヤーやシェフの酒蔵視察や食体験の様子を含めた、県産日本酒の歴史や魅力等の発信</li> </ul>	—	20,000	19,314 [—]
合 計	—	20,000	19,314 [—]

※令和5年度9月補正予算

令和5年度の成果目標と実績

○ 事業目標：フランス等での県産日本酒取扱本数の拡大

指 標 名	基準値 (令和4年度)	目標値 (令和5年度)	実績値 (令和5年度)
重点品目（日本酒）の輸出額	3.8億円	4.2億円	【R7.2判明】

## 令和5年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 日本酒は近年、海外で目覚ましい普及を遂げており、ワイン大国フランスにおいても高級フランス料理店などで提供される機会が増えるなど、優れた酒類であるとの認識が高まっている。吟醸酒発祥の地とも言われる広島県では、この歴史ある日本酒を世界屈指の美食の国であるフランスを中心に、海外への輸出促進に取り組んでいる。
- 今後、フランスをはじめとしたEU市場への更なる輸出拡大を目指して、食において世界的な影響力・発信力を有する著名なシェフやメディア、日本酒バイヤーなどを招へいし、あらためて県産日本酒の魅力を歴史、気候風土、原材料、製造方法など多面的に発信する機会を設けることで、理解深耕を促し、その価値をより一層高める必要がある。

## 令和6年度を取組方向

- EU市場において、県産日本酒と県産かきを組み合わせる相乗効果を狙いながら、現地での認知度向上のためにプロモーションや商談会の実施によりブランド化を進めることで、アジアを含めた市場へ県産日本酒の魅力を発信し、更なる販路拡大を図る。

## 令和5年度主要事業の成果

支出科目	款：商工費 項：観光費 目：観光費
担当課	観光課
事業名	広島県宿泊促進キャンペーン事業（国庫）【新規】

## 目的

G7広島サミットの開催効果を生かした宿泊需要を県内全域に確実に取り込むため、物価高騰や人手不足等の課題を抱える県内の宿泊事業者を支援する。

## 事業説明

## 対象者

県内の宿泊事業者

## 事業内容

(単位：千円)

内 容	当初予算額	最終予算額 ※	予算執行額 [繰越額]
G7広島サミットの開催効果を持続させるため、夏や秋の観光シーズン終了後の冬の閑散期をターゲットとした宿泊キャンペーンを実施する。			
○大手オンライン旅行会社を通じて、宿泊料金の割引クーポンを発行 ・クーポン額面：2,000円/泊 ・発行枚数：20万枚 ・実施期間：令和5年11月～令和6年2月（年未年始を除く）	—	420,000	419,858 [—]
合 計	—	420,000	419,858 [—]

※令和5年度9月補正予算

## 令和5年度の成果目標と実績

## ○ 事業目標：

指標名	目標値	実績値
宿泊客数	延べ20万人泊	延べ約26万人泊

## 令和5年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 割引クーポンの発行が新たな宿泊需要を創出した結果、目標を大きく上回り、閑散期である冬季の宿泊者数を押し上げる効果が一定程度あった。
- 本事業の実施に併せ、オンライン旅行会社のサイト内に特集ページを設け、観光スポット、グルメ、伝統文化など、本県の観光資源を広く周知することができた。

## 令和6年度を取組方向

- 令和7年度開催の大阪・関西万博や世界パラ会議福山大会などを見据え、今後も引き続き、誘客促進に向けた取組を強化していく。