

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」と思ってい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※1	当初値	現状値	目標値 (R7)	目標値 (R12)
観光消費額	4,410 億円 (R1)	5,918 億円 (R6)	6,300 億円	8,000 億円
観光客の満足度	73.4% (R1)	79.9% (R6)	90%	90%
住民の満足度	—※2	60.6% (R6)	80%	90%

※1 いずれも暦年(1～12月)の値

※2 <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、受入環境整備、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**1,166**事業者 [R7.3時点]
- **観光プロダクト開発への支援補助金**: 補助件数 **98**件[R7.3時点]
- おもてなしの質向上に向けた観光関連事業者による**ストレスフリー化の推進**
 - ・オンライン予約導入支援: OTA 導入施設数 **6**施設[R7.3時点]
 - ・ベジタリアン・ヴィーガン研修会の実施: 参加延べ人数 **54**名[R7.3時点]
 - ・ベジタリアン・ヴィーガン向けメニュー新規開発コンサルティング: 参加事業者数 **10**事業者[R7.3時点]
- **広島県地域通訳案内士**の育成: 登録人数 **340**人[R7.3時点]
- 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、各ターゲット国に向けた**プロモーション**の実施
 - ・羽田等ー広島便を活用した航空券の割引キャンペーンの実施
 - ・関西・福岡圏からの誘客促進に向け、JRと連携した広島特集のウェブサイトへの誘導や複数商品のセット販売の実施
 - ・各連携事業体のウェブサイト広島特集ページ等を設置等

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、開発に取り組みます。

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	6,474 万人	
	達成状況	未達成	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	422 万人	
	達成状況	未達成	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	9,141 円/人	
	達成状況	達成	達成	達成	達成	

※いずれも暦年(1～12月)の値

【評価と課題】

- 令和6年度においては、観光客の多様なニーズを踏まえながら、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や、広島を高く評価し自ら広島の魅力を発信する広島ファンの拡大、顧客視点に基づくおもてなしの質の向上に向けた事業者による自発的な取組を促進してきた。
- インバウンド需要の高まりを背景に、令和6年の総観光客数は 6,474 万人、外国人観光客は 422 万人と令和5年を上回ったものの、観光客が三大都市圏(東京・大阪・京都)に集中する傾向が続いており、目標値には至らなかった。
- 一方で、観光消費額単価は、物価高による飲食代や土産代等が高騰している中、旅行自粛が続いたことの影響による旅行消費意欲の高まりや、遠方からの観光客数や宿泊客数が増加したことなどに伴い、9,141 円と過去最高となった。
- 更なる観光客数と観光消費額単価の上昇に向けて、引き続き、多彩で魅力的な観光プロダクト開発に向けた様々な支援を行い、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……………366 ページ

【令和7年度の取組】

- これまで観光プロダクト開発プラットフォームを運営し、新たなプロダクト開発を支援するためのワークショップ、セミナーの開催や専門家による伴走支援等を行ってきた。これに加えて、これまで開発されたプロダクトの磨き上げの実施や、海外オンライン旅行会社等での販売促進の強化を図っていく。
- また、観光客の満足度をさらに高めていくため、観光客のニーズに対応したプロダクト商品の拡大や、質を担保するための磨き上げを行っていく。

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※1		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	—※2	80.0%	75.3%	80.4%	
	達成状況		未達成	未達成	未達成	

※1いずれも暦年(1～12月)の値

※2新型コロナにより未調査

【評価と課題】

- 快適性・利便性を高めるスマート観光の実現に向け主要観光施設等へのオンライン予約導入支援や、ベジタリアン・ヴィーガン向けメニューの新規開発の促進、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等に取り組んだ。
- 一方で、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80.4%と目標値に達していないため、更なる受入環境の充実・強化が必要である。

【主な事業】・ 観光地ひろしま推進事業……………366 ページ

【令和7年度の取組】

- 観光関連事業者の生産性や観光客の利便性の向上に向けた、オンライン予約導入等の観光DX推進については、前向きに進めている施設がある一方で、DXの必要性に対する理解が十分でないなど取組に消極的な施設もあるため、引き続き、事業者にオンライン予約導入に向けた啓発を行い、導入施設拡大を進めていく。
- また、増加する外国人観光客の満足度向上に向け、ベジタリアン・ヴィーガン向けメニューの新規開発のほか、地域通訳案内士の稼働率向上に向けたスキルアップ研修、育成研修の実施など、ガイドの更なる活躍を促進する取組を進めていく。

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みます。

KPI※1		R3	R4	R5	R6	R7
宿泊者数※2	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	1,207 万人	
	達成状況	未達成	未達成	未達成	未達成	
外国人宿泊者数※2	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	196 万人	
	達成状況	未達成	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	—※3	87.7%	87.7%	88.8%	
	達成状況		達成	達成	達成	

※1いずれも暦年(1～12月)の値

※2宿泊者数は、観光庁宿泊旅行統計調査結果

※3新型コロナにより未調査

【評価と課題】

- 自ら広島の魅力を発信するHITひろしま観光大使の拡大により、広島に愛着を持つファンによる発信力が強化された。
- また、アジアの重点市場として位置付けている香港・シンガポールの旅行博への出展や、複数の海外オンライン旅行会社と連携した、欧米豪を始めとする各ターゲット国に向けたプロモーション等による誘客促進を行った。
- さらに、ゴールデンルートからの流入に向け、大阪、京都、福岡に関心のある方に対して、海外オンライン旅行会社等のウェブサイトを設置した広島特集ページに誘導する広告を実施した。
- 外国人観光客数の大幅な伸びを背景に、宿泊者数 1,207 万人、外国人宿泊者数 196 万人とコロナ前の令和元年(宿泊者数 1,163.1 万人、外国人宿泊者数 132.2 万人)を上回ったが、外国人宿泊者数が三大都市圏(東京・大阪・京都)に集中する傾向が続いており、目標値には至らなかった。

- 引き続き、国内外の広島ファンのさらなる増加を図り、「観光地ひろしま」としてのブランド力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……………366 ページ

【令和7年度の取組】

- 関西圏・福岡圏からの外国人観光客の流入拡大に向けて、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等に取り組む。
- 広島を訪れたいと思う外国人旅行客の増加に向けては、在広・在日外国人を中心とした情報発信やその拡散を促進する仕組みづくりを進める。
- また、自ら広島魅力を発信するHITひろしま観光大使の拡大に向けた取組に加えて、エリアやジャンル別に大使の活動の場を創出し、情報発信の更なる強化に取り組んでいく。