

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※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)	6,310 億円 (R7)	6,300 億円	8,000 億円
観光客の満足度	73.4% (R1)	82.2% (R7)	90%	90%
住民の満足度	—※2	60.0% (R7)	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)の運用**
プラットフォーム参加事業者数 約 **1,380** 事業者[R8.3 時点]
- **観光プロダクト開発への支援補助金**: 補助件数 **115** 件[R8.3 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**
 - ・主要観光施設におけるオンライン予約導入支援: OTA 導入施設数 **18** 施設[R8.3 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 **152** 名[R8.3 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 **16** 事業者[R8.3 時点]
- **広島県地域通訳案内士**の育成: 登録人数 **383** 人[R8.3 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・成田ー広島便を活用した航空券の割引キャンペーンの実施[R8.3 時点]
 - ・関西・福岡・首都圏等からの誘客及び県内周遊の促進に向け、JR 及びオンライン旅行会社と連携した複数商品のセット販売の実施[R8.3 時点]
 - ・各連携事業体のウェブサイト広島特集ページ等を開設 など

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	6,477 万人	6,559 万人
	達成状況	未達成	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	512 万人
	達成状況	未達成	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	8,282 円/人	9,137 円/人	9,622 円/人
	達成状況	達成	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7年度においては、多様化する観光客のニーズを踏まえながら、県内全域で、本県の多彩な魅力を生かした付加価値の高い観光プロダクトの開発や、既存プロダクトの磨き上げへの支援を行うとともに、観光プロダクトの開発を担う事業主体の裾野拡大に向けて、観光以外の異業種を含む幅広い事業者間連携の推進などに取り組んだ。
- 継続するインバウンド需要の高まり等を背景に、令和7年の外国人観光客数は512万人と過去最高を記録した。総観光客数は6,559万人と令和6年を上回ったが、物価高騰の影響などにより、国内観光客の観光需要が低下したことから、目標値には至らなかった。
- 一方で、観光消費額単価は、物価上昇に伴う飲食費や土産代等の高騰が継続しているほか、人件費の上昇や富裕層向け高級ホテルの開業などにより宿泊費の単価が上がるなど、9,622円と過去最高となった。
- 更なる観光消費額の拡大と観光客数の増加に向けて、引き続き、多彩な観光資源を活用した魅力づくりや高付加価値化に向けた支援を行うことなどにより、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……………314ページ

【令和8年度の取組】

- 引き続き、観光プロダクト開発プラットフォームを活用し、市町や観光協会等が中心となって取り組む、地域の魅力向上に資する観光プロダクトの新規開発や既存プロダクトの磨き上げの伴走支援、販売促進等を行う。
- また、本県でしか得られない価値を提供できるよう、地域の観光資源を、歴史や文化、自然、産業などのテーマやストーリーでつないだ周遊ルートの形成や情報発信、オンライン旅行会社など国内外の旅行会社への販路拡大等に取り組む。

② 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備

【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%	82.3%
	達成状況	—	未達成	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】

- 観光客にストレスフリーな旅行環境を提供するため、主要観光施設に対するオンライン予約の導入支援や、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など、多様な観光客の需要に対応する取組を行った。
- 一方で、ストレスなく楽しめたと感じる観光客の割合は 82.3%と令和6年を上回ったものの、観光関連事業者における人的リソース不足等により、繁忙期における観光地や飲食店・土産物店等で混雑が発生したことなどもあり、目標値に達しておらず、更なる受入環境の充実・強化に向けて取り組む必要がある。

【主な事業】・ 観光地ひろしま推進事業……………314 ページ

【令和8年度の取組】

- すべての観光客が快適かつ安心して観光を楽しめるよう、県内の宿泊施設や観光施設等が実施するユニバーサル化や、キャッシュレス決済の導入等のDXに資する施設整備への支援を実施する。
- また、増加する外国人観光客の満足度の向上に向けて、引き続き、ベジタリアン・ヴィーガン向けメニューの新規開発への支援のほか、旅行者のニーズに応じた通訳ガイドの確保・育成のため、地域通訳案内士の対象言語拡大や、稼働率向上に向けたスキルアップ研修の実施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	1,163 万人
	達成状況	未達成	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	212 万人
	達成状況	未達成	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%	91.3%
	達成状況	—	達成	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(いずれも延べ宿泊者数)

※³新型コロナにより未調査

【評価と課題】

- 国内誘客の促進に向けて、自ら広島魅力を発信する「HITひろしま観光大使」の登録者数の増加や、活動機会の創出に向けた取組により、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、重点市場として位置付けている香港・シンガポールなど海外からの誘客拡大に向けて、交通事業者(鉄道・航空)等と連携したキャンペーンや情報発信、旅行博への出展等を行い、本県の観光地としての認知度向上及び誘客促進を図った。
- 各ターゲットに応じた効果的な手法及び適切なタイミングでの情報発信やプロモーション等に取り組んだ結果、県外から訪れた観光客の再来訪意向は91.3%と前年を上回るとともに、目標値を達成した。
- 訪日需要の高まりや円安の影響などによる外国人観光客数の大幅な伸びを背景に、宿泊者数 1,163 万人、外国人宿泊者数 212 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)を上回ったが、依然、外国人宿泊者数が三大都市圏※に集中する傾向が続いていることに加え、宿泊単価の

上昇や物価高騰の影響等により日本人宿泊者数が伸び悩んでいることなども影響し、目標値には至らなかった。

※三大都市圏とは、「埼玉、千葉、東京、神奈川、愛知、京都、大阪、兵庫」の8都府県をいう。

- 引き続き、本県の魅力を国内外に発信し、「観光地ひろしま」への認知・関心を高めていく必要がある。

【主な事業】・ 観光地ひろしま推進事業……………314 ページ

【令和8年度の取組】

- 国内観光客の誘客に向けて、近場で、短期間で、比較的手軽に行ける宿泊旅行への需要トレンドを捉え、関西や福岡、近隣エリアからの誘客を図るため、交通事業者やオンライン旅行会社等と連携したプロモーションを実施する。
- 外国人観光客の誘客に向けては、引き続き、関西、福岡及び首都圏等からの流入率の増加に向け、交通事業者(鉄道・航空)やオンライン旅行会社、DMOなど観光関連団体と連携したプロモーションを実施する。
- また、訪日数の伸び率や広島への訪問率・日帰り率などが高い国を新規市場として位置付け、現地イベントへの参画などのPRやオンライン旅行会社と連携したプロモーション等を実施する。