

令和7年度主要事業の成果

			領域	観光
支出科目	款：商工費	項：観光費	目：観光費	①
担 当 課	観光課			②
事 業 名	観光地ひろしま推進事業（一部国庫）			③

目的

インバウンド需要の高まり等を契機とし、大阪・関西万博及び世界バラ会議福山大会を見据えながら、観光施策を推進することにより、観光地としての「ひろしまブランド」の価値向上につなげることで、県民や観光関連事業者が誇りを持ち、観光が本県経済の成長を支える産業の一つとなることを目指す。

事業説明

対象者

観光客、市町、観光事業者、観光関係団体等

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]
マーケ ティング	○ マーケティングの実施 ・ 観光統計の基礎調査に加え、本県の観光に携わる関係団体を対象としたデータの活用の促進に向けた研修等の実施 ○ 観光客のニーズや動向の把握 ・ 観光アプリの利用促進に向けたコンテンツサービス等の機能強化 ○ 誘客・周遊を促す情報の整理 ・ 観光客に向けた適宜適切な情報発信を行うための県観光ホームページの見直し	244,538	240,538	230,033 [—]
魅力 づくり	○ 観光プロダクトの開発サポート ・ 観光以外の異業種も含む幅広い事業者に向けたワークショップやセミナーの開催や事業者とアドバイザーとの連携強化 ・ 多様化する観光客のニーズに対応した付加価値の高い観光プロダクトの開発や、事業者等が行う観光プロダクト開発・既存プロダクトの磨き上げへの助成	145,814	142,814	139,516 [—]
受入環境 整備	○ スマート観光の推進及びユニバーサルツーリズムの実現 ・ 観光関連事業者へのD Xツールの導入啓発 ・ 県内観光地におけるベジタリアン・ヴィーガン対応の飲食店や障がい者・高齢者や乳幼児連れ等に配慮した施設等の情報発信の強化 ○ 広島の様々な魅力を観光客に直接伝える広島県地域通訳案内士の育成及び活用促進 等	30,000	29,000	27,983 [—]

広島 ファンの 増加	○ 県内周遊・再来訪の促進 ・ マスメディアとのタイアップや県観光ホームページ・SNS等を通じた旬の観光情報の発信 ・ 口コミなどによる観光プロモーションの自走化を目指すためのHITひろしま観光大使の登録数増及び活動の促進 ・ 観光アプリを通じた県内周遊の促進及び持続的なファン増加の仕組みづくり ○ 海外における観光地としての認知度の向上及び誘客促進 ・ 商談会や旅行博等の現地イベント出展や海外オンライン旅行会社と連携したプロモーションの実施 ・ 関西、福岡及び首都圏等からの流入率の増加に向けた、交通事業者（鉄道・航空）や県域を越えたDMOなどの観光関連団体と連携したプロモーション	363,548	363,548	345,632 [一]
合 計		783,900	775,900	743,164 [一]

令和7年度の成果目標と実績

○ ワーク目標※：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
総観光客数	6,037 万人	8,400 万人	6,559 万人
外国人観光客数	268 万人	725 万人	512 万人
観光消費額単価	8,282 円/人	7,500 円/人	9,622 円/人
宿泊者数	1,157 万人	1,500 万人	1,163 万人
外国人宿泊者数	144 万人	320 万人	212 万人
ストレスなく楽しめたと感じる 観光客の割合	75.3%	90%	82.3%
県外から訪れた観光客の再来 訪意向	87.7%	90%	91.3%

○ 事業目標※：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
高付加価値(インバウンド向け) プロダクト数	131 個	170 個	171 個
リピート率	67.1%	70.0%	74.0%

※いずれも暦年（1～12月）の値

令和7年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 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。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。

- 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。
- 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、令和 7 年の宿泊者数は 1,163 万人、外国人宿泊者数は 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）を上回ったものの、依然、外国人宿泊者が三大都市圏※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。宿泊者数の増加に向けて、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。

※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。

令和 8 年度の実施方針

- 魅力ある観光地づくりの推進に向けて、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。
- さらなる受入環境整備の充実・強化に向けて、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。
- 広島ファンの更なる増加を図る観点から、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。また、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とともに、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。

令和7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 款：農林水産業費 項：農業費 目：農業総務費
担当課	観光課、販売・連携推進課
事業名	おいしい！広島推進事業（一部国庫）

目的

本県の豊かな自然環境に育まれた多彩な食資産の価値・魅力をさらに高めるとともに、実感されたおいしさの感動を広く伝えることで、県内外からの広島のおいしいイメージを醸成し、ひろしまブランドの強化を図ることにより、観光消費額の増加、農林水産物の消費拡大に繋げる。

事業説明

対象者

料理人（飲食店）、農林漁業者、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]
首都圏等プロモーションの実施 【商工労働局】	○ 首都圏等プロモーションの実施 ・ 食に対する興味関心が高い層をターゲットに、その特性も踏まえSNS等のメディアなどを活用した、本県の食の魅力を発信	210,000	208,500	207,054 [—]
おいしい！広島の受け皿づくり 【農林水産局】	○ 「おいしい！広島」イメージの更なる定着による県民の誇りの醸成 ・ 地域の食文化・食資産を活かし、魅力を高め合うことにより、県内の盛り上がりを創出する取組に加え、その成果を体感できる機会創出に向けた仕組みづくり ・ 将来の広島を担う若者が、広島の多様な食資産・食文化を学び、楽しむための企画やPR等の実施 ○ 首都圏等でのプロモーションと連動した魅力ある広島の食への誘導 ・ 「おいしい！広島」を体感できる店舗の可視化や、体感した広島のおいしさの評価の発信を誘導し、来広を検討中または滞在中の方へ伝える仕組みづくり等、来広者の動線を捉えた切れ目ない情報発信の実施 ・ 実際の店舗における料理人や店員、POP等を通じた広島の食の魅力を伝える取組を支援	52,389	51,799	51,490 [—]
合 計		262,389	260,299	258,544 [—]

令和7年度の成果目標と実績

○ 事業目標：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
① 県民のおいしい共感度 ※1	22.8%	24.6%	15.4%
② 首都圏のおいしい共感度 ※1	59.6%	61.6%	52.4%
③ 首都圏からの来訪者の観光消費額に占める食の消費額（R6からの増加額） ※2	—	1,851 百万円	8,572 百万円
④ 観光消費額に占める食の消費額単価 ※2	4,650 円/人	5,100 円/人	6,040 円/人

※1 県の独自調査における質問項目「美味しさの宝庫である」において、

① 県民のおいしい共感度：「非常にそう思う」と回答した県民の割合

② 首都圏のおいしい共感度：「非常にそう思う」もしくは「ややそう思う」と回答した首都圏在住者の割合

※2 暦年（1～12月）の値

令和7年度の目標と実績の乖離要因・課題

○ 首都圏等のプロモーションとして実施した「OK!!広島」は、首都圏 9.4%、県内 55.8%の認知を獲得し、プロモーションを認知している方の本県への来訪意向や、各食資産の認知度と正の相関関係にある結果となるなど、プロモーションとして一定の成果を得ることができた。

○ 「おいしい！広島」イメージの更なる定着による県民の誇りの醸成に向けて、“推し食”グランプリに取り組んだ結果、決勝ラウンドに進出した5組の“推し食”がメディアに多く取り上げられ、イベント出展の増加、商品（メニュー）の取扱店舗拡大などの成果が得られており、特にグランプリを受賞した「夜叉うどん」は、安芸高田市の神楽門前湯治村の来場者数増加やお土産用商品の売上増加など、経済効果にもつながっている。

○ 首都圏等でのプロモーションと連動した魅力ある広島の食への誘導に向けて、瀬戸内さかな、比婆牛、コウネなどを題材に、情報発信や様々な主体と連携した価値づくりの取組を実施し、各食資産の認知が上がったほか、実食にもつながった。

○ 県民、首都圏の「おいしい共感度」は令和5年度と比較するといずれも減少しているものの、「首都圏からの来訪者の観光消費額に占める食の消費額（R6からの増加額）」及び「観光消費額に占める食の消費額単価」は目標を達成した。

○ 「おいしい共感度」を高めるためには、引き続き「おいしい！広島」の認知を高めるとともに、おいしいと評価される食資産の磨き上げと実食につながる取組を強化する必要がある。

令和8年度の取組方向

○ おいしいと評価される食資産の磨き上げを行うため、生産者と料理人との連携と相互研鑽を促していく。

- 「おいしい！広島」プロジェクトによる各食資産への認知の高まりを、更なる実食体験につなげるため、首都圏等のホテルや飲食店等との連携したフェア等による広島の食の魅力発信、食体験を軸としたツアー等の企画造成及び来訪者の導線を捉えた情報発信により、食をテーマとした広島への誘客促進を図っていく。

令和7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	広島県宿泊税システム整備支援事業（単県）【新規】

目的

宿泊税の導入を見据え、宿泊税の登録特別徴収義務者（宿泊事業者等）に対し、宿泊税の導入に伴う宿泊事業者等のシステム整備を支援することで、宿泊事業者等の事務負担の軽減及び宿泊税の円滑な徴収を図る。

事業説明

対象者

県内宿泊税の登録特別徴収義務者（宿泊事業者（ホテル、旅館、簡易宿所、民泊）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]
広島県宿泊 税システム 整備費補助	○ 宿泊税の導入に伴う登録特別徴収義務者（宿泊事業者等）のシステム改修等のための経費を支援 【助成率】10/10 【参考：宿泊税の徴収・納入スキーム】 特別徴収義務者（宿泊事業者等）は、県に代わり、納税者である宿泊者から宿泊税を徴収し、県に納入する。	400,950	235,651	181,927 [—]
合 計		400,950	235,651	181,927 [—]

令和7年度の成果目標と実績

- 成果目標：県内登録特別徴収義務者（宿泊事業者等）の事務負担の軽減及び宿泊税の円滑な徴収
- 実 績：213事業者のシステム整備に係る支援を実施した。

令和7年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 宿泊税の徴収に必要となるパソコンや複合機、POSレジ等のハードウェアの購入に要する経費や、ホテル管理システム等のソフトウェアの改修に要する経費などを支援したことで、宿泊事業者等の事務負担の軽減及び宿泊税の円滑な徴収に寄与した。
- 宿泊税導入後においても、宿泊料金の見直し等により、新たに特別徴収義務者となる事業者が見込まれるため、引き続き支援していく必要がある。

令和8年度の方針

- 宿泊事業者等の事務負担の軽減及び宿泊税の円滑な徴収を図るため、引き続きシステム整備に係る支援を実施する。

令和7年度主要事業の成果

支出科目	款：農林水産業費 項：畜産業費 目：畜産振興費	領域	農林水産業
担当課	畜産課	取組の方向	⑥ 持続可能な広島和牛生産体制の構築
事業名	広島和牛ブランド構築事業（単県）		

目的

広島和牛を食べる場の創出や、味の特長の調査など、本県の独自性等を活かした付加価値向上に取り組むことにより、広島和牛の「ひろしま」ブランドとしての強化を図る。

事業説明

対象者

畜産関係団体、飲食店等

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]
広島和牛 ブランド 構築事業	○ 食べる場づくり・流通の円滑化 ・ 取扱店舗の拡大に向け、県内高級飲食店における定期提供を実施 ・ 全ての部位が有効活用され、価値に見合った価格による供給体制づくりを支援 ○ 広島和牛の魅力を訴求するための飼養管理方法の開発 ・ おいしさに関わる成分を高めるための方法を開発・実証 ○ ブランドイメージ醸成に向けた取組 ・ 生産者と料理人との共創による付加価値向上と情報発信を実施	26,487	26,487	25,808 [—]
合 計		26,487	26,487	25,808 [—]

令和7年度の成果目標と実績

○ ワーク目標：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
肥育経営における比婆牛飼養頭数	443 頭	800 頭	【R8.12 判明】

○ 事業目標：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
新規提供店舗数（累計）	25 店舗	37 店舗	47 店舗

令和7年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 県内の高級飲食店に対して、広島和牛（比婆牛）を提供し誘客を促進するグルメフェアを開催するなど、比婆牛のブランドイメージ醸成に向けた情報発信を強化した結果、令和7年度に新たに比婆牛を取り扱った飲食店が10店舗追加となり、新規提供店舗数（累計）の事業目標を達成した。
- 牛肉の流通を担う流通事業者と連携を強化し、広島市内の高級飲食店に対する定期的に比婆牛が提供できる流通体制を構築するとともに、料理人同士の研鑽会を通じて、従来、高級飲食店では使用が難しかった部位の活用やおいしさに関する科学的な裏付けへの認知が広がったことにより、常時取り扱う高級飲食店が11店舗に増加した。
- 広島和牛の魅力を訴求するための飼養管理方法の開発に向けては、肉質を高める給餌方法などについて研究が進んでおり、今後、実証を重ねていくことにより確立していく必要がある。
- これらの取組により、肥育経営から高級飲食店までのバリューチェーンが構築されつつあるものの、繁殖経営には比婆牛のブランド力を高める戦略が十分に伝わっておらず、生産拡大が目標どおり進んでいないことから、繁殖経営に対して広島血統和牛の歴史や伝統を生かしたブランド価値を高めることの有効性の理解を促し、広島血統和牛の生産に対する意識向上を図り、生産から流通、販売に至るまでのバリューチェーンをより強固なものとする必要がある。
- また、これまでの取組で蓄積した和牛のブランド化のノウハウを踏まえ、これらの成果を広島和牛全体に拡大する必要がある。

令和8年度を取組方向

- 新規提供店舗に対して、これまでの取組によって構築した比婆牛の流通体制の利用を促すとともに、幅広い部位の活用方法、おいしさの裏付け等の情報を提供し、常時取扱い店舗の拡大を図る。
- また、更なる提供店舗の拡大を目指し、飲食店等が比婆牛に関する情報が容易に入手でき、仕入れや販売促進に活用できるプラットフォームを構築する。
- バリューチェーンをより強固なものにするため、おいしさの特長を安定的に引き出せる飼養管理方法の開発・実証や繁殖経営を巻き込んだ体験会、料理人同士の研鑽会を実施するとともに、これらの取組を映像化しSNSやイベント等を通じて情報発信する。
- 更には、これまで蓄積されたブランド化のノウハウを生かし、神石牛などへの展開を検討する。

令和7年度主要事業の成果

支出科目	款：農林水産業費 項：水産業費 目：水産業振興費	領域	農林水産業
担当課	水産課	取組の方向	⑩ 瀬戸内の地魚の安定供給体制の構築
事業名	瀬戸内さかなブランド化推進事業（単県）		

目的

瀬戸内の魚が持つ強みや特長を生かした広島の食のブランド化の取組を推進し、認知・評価を高め、消費拡大につなげることにより、漁業経営の収益性向上を図るとともに、持続的な沿岸漁業の構築を目指す。

事業説明

対象者

県内漁業者、市場流通関係者、飲食店等

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]
瀬戸内 さかな ブラン ド化推 進事業	○ 瀬戸内さかな共感店舗の拡大 ・ 季節ごとの瀬戸内さかなを満喫できる料理の提供によりブランド化を牽引する共感店舗の拡大 ○ 瀬戸内さかなのブランド化に向けた連携及び情報発信 ・ 広島 of 漁業者、流通、飲食等関係者の連携による「こだわり漁師」を軸とした流通強化の支援 ・ 顧客視点に立った魅力ある情報を、SNS等を通じて発信 ※瀬戸内さかな：瀬戸内海で獲れる多様な魚介類を表す総称として令和5年4月にネーミング	26,000	26,000	25,937 [—]
合 計		26,000	26,000	25,937 [—]

令和7年度の成果目標と実績

○ ワーク目標：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
I C T漁獲技術導入地区数(累計)	3地区	6地区	6地区

○ 事業目標：

指 標 名	基準値 (令和5年度)	目標値 (令和7年度)	実績値 (令和7年度)
取組参加店舗数(累計)	17店	50店	48店

令和 7 年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 瀬戸内さかな共感店舗について、魚介類の料理を提供している店舗に対し、季節ごとに旬の瀬戸内さかなを堪能できる「瀬戸内さかなグルメフェア」への参加を働きかけた結果、新たなジャンルとして洋食店舗も参画するなど、広島市を中心に大竹市、廿日市市、江田島市、東広島市、呉市を含む 48 店舗に拡大し、概ね目標は達成した。
- また、「瀬戸内さかなグルメフェア」での顧客アンケートでは、84%が広島らしさを非常に感じるとの回答を得ることができ、さらに、「こだわり漁師」と対話しながら、料理人がその魅力を伝える「瀬戸内さかな体験会」を開催したところ、より高い顧客満足度を得ることができたことから、瀬戸内さかなのブランド価値を高めるためには、来店した顧客に印象に残る形で魅力を伝え、他者に薦めたいくなるような店舗づくりが必要であることが明らかになった。
- 「こだわり漁師」を軸とした流通強化については、漁業者や市場関係者に対し、「美味しさの源」である漁場や漁法、取扱いのこだわりを見える化する本取組が顧客への提供価値を高め、漁業経営の収益性向上につながる取組であることを浸透させるとともに、こうした「こだわり漁師」の特別な競りを年間通じて実施したことにより、21 名の漁業者の参画が得られた。
- 顧客視点に立った魅力ある情報発信について、瀬戸内さかな公式 Instagram を通じて、「こだわり漁師」の漁場・漁法・取扱いの様子や共感店舗の料理などの動画を発信したところ、フォロワー数は 2,451 人、年間 351 万回の再生回数（3 月末時点）となり、認知の獲得につながっている。

令和 8 年度の方針

- 瀬戸内さかな共感店舗については、「こだわり漁師」の魚の仕入れを希望する店舗に対し、グルメフェアへの参加を働きかけながら、60 店舗まで拡大することを目指す。
- さらに、顧客に印象に残る店舗づくりについては、季節ごとの旬の瀬戸内さかなを積極的に仕入れ、食材の価値を顧客にとっての味覚価値へと変換し、提供の合間等に効果的に伝達するモデル店舗を創出し、その成果を他の店舗に拡大させられるよう取り組む。
- 流通強化については、漁協や市場関係者から良質な魚を出荷している漁業者の情報を収集しながら、新たな「こだわり漁師」の掘り起こしを進めるとともに、「こだわり漁師」の魚の価値を流通事業者や共感店舗の料理人に理解を深めてもらう取組として「マッチング品評会」を定期的を実施することにより、良質・良価な魚の需要と供給の拡大を図る。
- 情報発信については、料理人や消費者に届きにくい、漁師や市場関係者だけが知る瀬戸内さかなの「美味しさの秘密」にフォーカスし、その奥深さを SNS 等で発信することで、県内外への認知の拡大を図る。

令和7年度主要事業の成果

支出科目	款：土木費 項：空港費 目：航空対策費	領域	交流・連携基盤
担 当 課	空港振興課	取組 の 方向	① 世界とつながる空港機能の強化
事 業 名	空港振興事業（一部国庫）【一部新規】		

目的

空港運営権者や関係機関と連携し、広島空港の航空ネットワークの拡充や空港アクセスの利便性向上に取り組むことにより、国内外のビジネス、観光等の交流を拡大するとともに、県民の利便性を高める。

事業説明

対象者

広島空港利用者、航空会社、アクセス事業者、グランドハンドリング事業者

事業内容

(単位：千円)

区 分	内 容	当初 予算額 ※1	最終 予算額 ※2	予算 執行額 [繰越額]
エアポート セールス	空港運営権者と連携した航空会社等へのセールス活動	5,483	2,766	2,706 [—]
国際航空 ネットワーク 再構築支援	国際定期路線を新規就航等に伴う航空会社への支援（空港業務の委託経費など、運航経費の一部）	196,640	151,488	136,556 [—]
	グランドハンドリング事業者の体制整備支援（応援派遣の受入れに要する経費の一部）	10,947	10,947	2,107 [—]
空港アクセス 利便性向上	空港アクセスの路線拡充に向けた実証実験等に必要な経費の一部を負担	12,876	—	— [—]
	空港アクセスにおける訪日外国人の受入環境整備に向けて、福山路線の交通事業者のキャッシュレス決済導入経費の一部を負担【新規】	3,334	—	— [—]
広島空港振興 協議会負担金	広島空港の利用促進に係る活動を展開する協議会の活動経費の一部を負担	50,000	50,000	50,000 [—]
合 計		279,280	215,201	191,368 [—]

※1 令和6年度2月補正予算を含む。

※2 令和6年度2月補正予算及び令和7年度9月補正予算を含む。

※ 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 7 年度の成果目標と実績

○ ワーク目標：

指 標 名	基準値 (令和元年度)	目標値 (令和 7 年度)	実績値 (令和 7 年度)
国際線路線数・便数	5 路線 26 便/週	7 路線 31 便/週	7 路線 40 便/週
広島空港と主要拠点をつなぐ公共交通ルート数	10 ルート	12 ルート	13 ルート

令和 7 年度の目標と実績の乖離要因・課題

- 広島空港の国際線は、上海線が増便・デイリー化（週 7 便）し、更に韓国・清州線が新規就航するなどし、目標を達成した。
- 広島空港と主要拠点を結ぶ公共交通ルート数は、既存路線である「福山路線」について、乗合タクシーによる新ルートの実証運行を実施し、事業者による自主運行が開始されたため、1 ルート増加して 13 ルートとなり、目標を達成した。

令和 8 年度の取組方向

- グランドハンドリング人材不足や物価高騰を背景としたグランドハンドリング等の経費の上昇が生じ、新規就航を検討する航空会社の負担が増加していることから、引き続き、空港運営権者と連携して、航空会社等への支援等を行い、国際線航空ネットワークの拡充に取り組むとともに、増加するインバウンド需要を確実に取り込めるよう、効果的な利用促進策を実施するなど、旅客需要の拡大に取り組む。
- 空港アクセスについては、広域的かつ利便性の高い空港アクセスネットワークの構築に向けて、空港運営権者や交通事業者、地元市町などの関係者と連携し、路線の拡充に向けた市場分析等や既存路線の維持・強化に向けた検討会議を運営するなど、空港アクセスの利便性向上に取り組む。