

第2章
3
施策領域

施策

観光

あるべき姿(概ね30年後)

- 広島県を訪れる国内外の多くの人々に、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、古代から戦後の復興までの重層的な歴史・文化、食などの多彩な魅力を通じた、本県でしか得られない価値を提供することで、日本を代表する観光地として評価され、そのことについて県民や事業者が誇りを持っているとともに、観光が県経済を支える産業の一つとなっています。

目指す姿(5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」と思っていたいただける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、快適に過ごせるとともに、地域住民の生活環境が維持・向上しています。また、自然災害発生時等にも観光客の安全が確保され、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、県民や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。

指 標

観光消費額	ビジョン策定時点 (R2)の現状値	現状値	5年後の目標値 (R12)
	4,410億円 (R1)	5,918億円 (R6)	▶8,000億円

目標設定の考え方

観光が県経済の成長を支える産業の一つとなることを目指し、平成28年(4,062億円)から倍増させていくことを目指して設定した。

観光客の満足度	ビジョン策定時点 (R2)の現状値	現状値	5年後の目標値 (R12)
	73.4% (R1)	79.9% (R6)	▶90.0%

目標設定の考え方

リピートによる総観光客数の増加や、観光地での消費意欲の喚起による観光消費額単価の上昇に不可欠な要素であることから、現状値も踏まえて、多くの観光客が満足している状態を目指して設定した。

観光地としての広島県を 誇りに思う住民の割合	ビジョン策定時点 (R2)の現状値	現状値	5年後の目標値 (R12)
	72.6%※1 (R1)	60.6% (R6)	▶90.0%

目標設定の考え方

観光は経済的な面だけではなく、来訪者と地域住民の相互理解や交流の促進などを通じて、県民の潤いのある豊かな生活にも貢献するものであることから、観光地としての広島県を誇りに思う住民の割合を目標とし、観光客の満足度と同様に、目標を設定した。

※1 《参考》せとうち7県の県民満足度調査の広島県の割合

目指す姿の実現に当たって考慮すべき課題

- 人口減少や少子化・高齢化等による国内旅行市場の縮小や、外国人観光客の誘致競争の激化に加え、観光客の訪問先が厳島神社、原爆ドームの二つの世界遺産を中心とした主要観光地に偏り、県内の各地域が有する地域資源のポテンシャルが十分に評価されていないことから、県内各地域で「泊まる・食べる・楽しむ」の更なる充実や受入環境の整備、情報発信・体験機会の提供を通じて周遊・宿泊を促進し、観光振興の経済効果を県域全体に波及させる必要があります。
- 人手不足の顕在化などに加え、物価高騰や人件費の上昇など、観光関連事業者を取り巻く厳しい経営環境に対応できる持続可能な観光産業の確立を図っていく必要があります。

目指す姿の実現に向けた取組の方向

① ブランド価値の向上につながる魅力づくり

市町等と連携し、国内外の観光客の新たな観光ニーズに対応した観光プロダクトの開発や磨き上げを進めるとともに、県内に点在する観光資源やプロダクトを、テーマやストーリーで結び付けた周遊ルートを形成することなどにより、滞在時間の延長や観光地としてのブランド価値の向上につながる新たな魅力づくりに取り組みます。

② 誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備

外国人観光客を含む全ての観光客が、地域住民の生活環境との調和を図り、その維持・向上にもつながるよう配慮しながら、快適かつ安全・安心に周遊観光を楽しむことができ、何度も訪れていただけるよう、受入環境の整備等に取り組むとともに、高まった魅力や評価から得られる誇りを背景に、観光関連事業者などのおもてなし意識の更なる向上と実践に取り組めます。

③ 広島ファンの増加

広島ならではの魅力や観光情報を的確に発信することにより、国内外からより多くの観光客が広島を訪れ、広島を高く評価し、SNS等で自ら広島の魅力を発信する広島ファンの増加に取り組むことで、来訪者の更なる増加やブランド価値の向上といった好循環につなげます。

④ 3つの柱(「ブランド価値の向上につながる魅力づくり」「誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備」「広島ファンの増加」)を支える土台づくり

新たな観光人材の育成・確保やデジタル技術を活用した生産性向上、観光関連事業者におけるサービスの高付加価値化の推進等に取り組むことで、自立的・継続的な観光産業の確立を図っていきます。

⑤ 「おいしい! 広島」の推進

ひろしまは美味しさの宝庫であることの認知・共感を高め、観光消費額の増加や農林水産物の消費拡大につなげられるよう、多様な主体と連携し、ブランドイメージを向上させる新たな強みの創出、多彩な食資産の磨き上げなどを行うとともに、食の魅力発信に取り組めます。

重点項目に関する主な取組

- 観光業界の人手不足等を背景に、新たな観光人材を育成・確保するための取組やデジタル技術等を活用した業務効率化など、観光産業を支える土台づくりを進めます。
- 県民及び県外からの来訪者にひろしまの多彩な食資産が十分に評価されていないことから、ひろしまは美味しさの宝庫であることの認知・共感を高める取組を進めます。

