

資料番号	3
------	---

令和4年7月27日
課名 商工労働局観光課
担当者 課長 石濱
電話 555-2010

次期ひろしま観光立県推進基本計画の骨子案について

1 要 旨

「ひろしま観光立県推進基本計画」について、新型コロナウイルス感染症などの社会情勢の変化等を踏まえ、次期計画を策定する。

2 策定の意義

計画を策定することにより、県、県観光連盟（HIT）、市町、県民、観光関係団体、観光関連事業者など、観光に携わるすべての者、さらには全ての県民が、観光の意義を理解し、本県の観光の目指す姿が共有され、その実現に向け、それぞれの役割を担いながら、計画で示す目標値や施策の方向に沿って、県全体が一体となって観光施策が推進できるようにする。

3 骨子案の概要

(1) 計画概要

○位置付け

- ・「ひろしま観光立県推進基本条例」（平成18年広島県条例第73号）第7条に定める、観光立県の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための計画
- ・「安心▷誇り▷挑戦 ひろしまビジョン」（令和2年10月策定）の観光における分野別計画

○計画期間

令和5年度～9年度（5年間）

(2) 目指す姿

「安全・安心に旅の本質を体感できる観光地」
<p>観光に関するニーズや価値観の変化に伴う新たな「旅のあり方」に対応した、旅の本質に深く入り込める楽しみ・もてなしなどが県内各エリアに数多く取り揃えられ、安全・安心な受入環境が整っている。</p> <p>そして、広島にお越しになる様々な方々が、地域の文化や暮らしなどを含めた本県でしか得られない価値をより深く体感することで、広島を好きになり、「他の人におすすめしたい」と思っただけの観光地となっている。</p>
「持続可能な地域社会の実現」
<p>新型コロナにより落ち込んだ観光事業者を支えることで、本県の観光産業が早期に回復し一層の成長が図られるとともに、幅広い事業者が観光に携わることで多様性が発揮され、事業者や県民が地域の自然環境や文化等が有する魅力を再認識し積極的に地域との関わりを持つなど、持続可能な地域社会となっている。</p>

(3) 現状

○全国の現状及び社会情勢の新たな変化

項目	内容
新型コロナの影響	・観光客数の大幅減 ・宿泊旅行ニーズの減，混雑回避ニーズの高まり
平和への関心の高まり	ロシアのウクライナ侵攻など国際情勢の緊迫化に伴う，「平和都市 広島」の注目の高まり
デジタル技術の普及	ICTを活用した混雑回避や生産性向上，ワーケーションやバーチャルツアーなど新しい観光のあり方の浸透
持続可能な取組への関心の高まり	SDGsやVUCAを意識したゼロカーボンツーリズムやエコツーリズムなどの推進など

○本県ならではの状況

項目	内容
宿泊について	新型コロナ前において，国内客の宿泊率や客室稼働率は，他県と比較して高い状況にあるが，宿泊単価は低い状況にある。
現地消費について	・本県の食が認知されてきているが，全国と比較して，飲食費の消費単価は低い状況である。 ・地域資源を活用したエリアごとに特色を持った観光プロダクトの開発が十分でない。 ・新型コロナにより，公共交通の需要が大幅に減少しており，既存の路線や航路等の維持が困難になるなど，厳しい経営状況となっている。
地域差等について	原爆ドームや厳島神社，しまなみ海道など沿岸部に入込が集中しており，地域の分散化が図れていない

(4) 課題

○「観光消費額の増加」

旅行ニーズの変化などに伴い，観光客数の増加だけでなく，質や満足度の高いサービスを提供すること等により，さらに観光消費額単価の増加に向けた取組を進めて行く必要がある。

○「コロナ禍の変化等を踏まえた対応」

新型コロナの感染拡大等に伴う社会・環境変化を踏まえ，持続可能な地域社会の実現を目指して，観光客，産業，環境，地域の需要に適合し，経済，社会，環境への影響に十分配慮した観光を促進する必要がある。

○「オール広島の体制づくり」

県全体が一体となって観光施策を推進するために，観光に携わるすべての者が各々の役割を理解し，環境変化等も踏まえながら，相互に連携しつつ取組を進めて行く必要がある。

※目標値については，新型コロナの状況やインバウンドの回復見込等を踏まえて設定する。

(5) 施策の方向性と取組イメージ

- 「ブランド価値向上につながる魅力づくり」
 - ・県内経済に結びつく消費の向上を図るための付加価値の高い、ロングテールな観光プロダクトの開発
 - ・海外富裕層などインバウンド需要を踏まえた持続可能な観光プロダクトの開発 など

- 「誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備」
 - ・全ての人が、ストレスなく安全安心に観光できる受入環境整備
 - ・コロナ禍の変化を踏まえた新たなインバウンド受入体制の構築 など

- 「広島ファンの増加」
 - ・各ターゲットに応じた効果的な手法、適切なタイミングでの情報の提供
 - ・本県ならではの魅力を県民に広く知ってもらうことによるシビックプライドやおもてなし意識の向上 など

- 「3つの柱を支える土台作り」
 - ・観光に携わるすべての者、さらには全ての県民への本県の観光の目指す姿の共有
 - ・デジタル技術などを活用した働き方改革や観光産業を支える人材の確保・育成
 - ・環境変化等により観光産業が大きく打撃を受けた際の観光事業者の経営支援や需要喚起 など

(6) 持続可能な観光地を目指して

項目	内容
役割分担	<p>県内において、市町 DMO 化が進むなど観光推進体制が変容しており、また広く県民の観光に対する理解を深め、一人ひとりがその担い手としての認識を育むことが重要であることから、様々な主体が本県の観光振興にどう関わるべきか整理する。</p> <p>【区分例】国、せとうち DMO、県、県観光連盟 (HIT)、市町・市町 DMO、観光関連事業者、県民</p>
エリア別取組方針の検討	<p>エリアごとに地域資源など現状や課題が異なるため、エリア別に特色を持った施策を進める必要があることから、計画期間内 (令和 5 年度～ 9 年度) において、県や県観光連盟 (HIT)、市町・市町 DMO、観光関連事業者等が集まって、各エリアの方向性を協議・検討し、今後の方針を決定し、取組を進める。</p> <p>【区分例】広島市エリア、廿日市・宮島エリア、呉・とびしまエリア、県央エリア、備後エリア、しまなみエリア、芸北エリア、備北エリアなど</p>
施策体系ロードマップ	<p>新型コロナの収束時期が見通せない中、本計画期間では、観光関連産業の回復に注力するフェーズと観光を促進していくフェーズに分けて施策展開する。</p> <p>【フェーズ例】観光産業支援期、国内回復期、国内拡大期、インバウンド回復期、インバウンド拡大期</p>

ひろしま観光立県推進基本計画骨子案【計画期間：R5～R9（2023～2027）】

1 計画概要

(1) 位置付け

- ・「ひろしま観光立県推進基本条例」（平成18年広島県条例第73号）第7条に定める、観光立県の実現に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための計画
- ・「安心▷誇り▷挑戦 ひろしまビジョン」（令和2年10月策定）の観光における分野別計画

[広島県の経営戦略の全体像]

安心▷誇り▷挑戦ひろしまビジョン(総合計画)

安心▷誇り▷挑戦ひろしまビジョン
アクションプラン(実行計画)

分野別計画

(第4次)ひろしま観光立県推進基本計画

(2) 計画期間

令和5年度～令和9年度（5年間）

(3) 次期計画策定の意義

計画を策定することにより、県、県観光連盟（HIT）、市町、県民、観光関係団体（DMO、観光協会等）、観光関連事業者など、観光に携わるすべての者、さらには全ての県民が、観光の意義を理解し、本県の観光の目指す姿が共有され、その実現に向け、それぞれの役割を担いながら、計画で示す目標値や施策の方向に沿って、県全体が一体となって観光施策を推進できるようにする。

■観光とは（ひろしま観光立県推進基本条例）

- ・訪れる人々と地域の人々の相互理解と交流の促進や地域における雇用の増大と幅広い分野の地域経済の活性化に寄与し、潤いある豊かな生活環境の創造等を通じて県民生活の安定向上に貢献するもの
- ・地域の住民が誇りと愛着を持つことができる活力に満ちた地域社会の実現を促進し、本県の文化、歴史等に関する理解を深めるものとして、将来の定住につながる交流人口の拡大に重要な役割を担っていくもの

■目指す姿（県ビジョン 30年後（R32年度））

- ・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る

※なお、令和2年度から、新たな観光推進体制に移行し、観光連盟（HIT）が、県の示す方向性に基づいて、具体の戦略を策定し、地域DMO等と連携しながら、県域の観光施策を一元的に実施することとなっているため、次期計画は、ビジョン等に掲げる目指す姿の実現に向けた大きな方向性を示すものとする。

2 目指す姿

ビジョンあるべき姿 30年後（令和32年度）

- ・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る。

ビジョンあるべき姿 10年後（令和12年度）

- ・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る。
- ・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る。
- ・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る。
- ・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できる。
- ・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る。

次期ひろしま観光立県推進計画

5年後（令和9年度）

「安全・安心に旅の本質を体感できる観光地」

観光に関するニーズや価値観の変化に伴う新たな「旅のあり方」に対応した、旅の本質に深く入り込める楽しみ・もてなしなどが県内各エリアに数多く取り揃えられ、安全・安心な受入環境が整っている。

そして、広島にお越しになる様々な方々が、地域の文化や暮らしなどを含めた本県でしか得られない価値をより深く体感することで、広島を好きになり、「他の人におすすめしたい」と思っただけの観光地となっている。

「持続可能な地域社会の実現」

新型コロナにより落ち込んだ観光事業者を支えることで、本県の観光産業が早期に回復し一層の成長が図られるとともに、幅広い事業者が観光に携わることで多様性が発揮され、事業者や県民が地域の自然環境や文化等が有する魅力を再認識し積極的に地域との関わりを持つなど、持続可能な地域社会となっている。

3 現状

(1) 全国の現状及び社会情勢の新たな変化

ア 新型コロナの影響

○観光客数の大幅減

- ・日本国内の観光客数の減，水際対策強化に伴うインバウンド大幅減，インバウンドの回復見込がたたない

○ニーズ変化

- ・宿泊旅行ニーズの減，混雑回避ニーズの高まりにより，平日旅行など分散型旅行や，有名観光地などに短期で一斉に訪れるような物見遊山型ではなく、1つの地域に滞在し、その土地の文化や暮らしをじっくり楽しむ滞在型観光などが注目されている。

イ 国際情勢の緊迫化に伴う平和への関心の高まりなど

- ・ロシアのウクライナ侵攻など国際情勢の緊迫化に伴う、「平和都市 広島」の注目の高まり
- ・世界経済フォーラムの2021年版旅行・観光開発ランキングで日本が初めて首位

ウ デジタル技術の普及

- ・ICTを活用した混雑回避や生産性向上，ワーケーションやバーチャルツアーなど新しい観光のあり方の浸透

エ 持続可能な取組への関心の高まり

- ・SDGsやVUCAを意識したゼロカーボンツーリズムやエコツーリズムなどの推進など

【注目のトピックス】※集計中

令和5年 G7サミット広島県開催

令和7年 大阪万博

世界バラ会議@福山市

(2) 新型コロナの影響を踏まえた本県観光の現状

ア 現行計画の振り返り

【現行計画の基本的な考え方】

- ・観光消費額の増大を第一目標とする。
- ・国内外からの観光客数の増加と、日帰り客を宿泊客にシフト（特に消費額単価の高い外国人宿泊客の増加）させること等による観光消費額単価の上昇により、観光消費額を増大させる。
- ・インバウンドのターゲット市場（※）ごとのニーズや旅行形態に応じて、年間を通じた情報発信を行う。

※フランス、ドイツ、イギリス、アメリカ、オーストラリア、中国、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポール

【目標値】

- ・総観光客数や宿泊客数は、豪雨災害の影響で平成30年は減少したものの、復興プロモーションなどの取組から、回復基調にあったが、令和2年以降は新型コロナの影響により厳しい状況が続いている。
- ・観光消費額単価は上昇傾向にあるものの、大きな伸びとはなっていない。
- ・観光消費額全体では、新型コロナの影響により、約10年前の水準となっている。

区分	目標値 (R4)	現状 (R2)
観光消費額	5,400 億円	2,745 億円
総観光客数（うち外国人観光客数）	7,600 万人（600 万人）	4,207 万人（40 万人）
観光消費額単価	7,000 円/人	6,525 円/人
宿泊客数（うち外国人宿泊客数）	1,300 万人（250 万人）	675 万人（17 万人）
観光客の満足度	90.0%	調査中止

イ 本県ならではの状況

①宿泊について

- ・新型コロナ前において、国内客の宿泊率や客室稼働率は、他県と比較して高い状況にある。
- ・宿泊単価の高いリゾートホテルや旅館よりも、ビジネスホテルが多いことなどから、宿泊単価は他県と比較して低い状況にある。
- ・一方で、Azumi Setoda や NIPPONIA、ヒルトンなど比較的高級な宿泊施設も増えている。

②現地消費について

【食】

- ・観光プロモーションなどを通じて、牡蠣、お好み焼き、レモンなど本県の食が認知されており、旅行先を選んだ理由として「食・特産品」が全国を比較して高いほか、一人当たりの飲食消費も伸びている。
- ・一方で、宿泊施設を備えたレストランや地元出身のシェフ等を活用した取組などが十分でなく、全国と比較して、飲食費の消費単価は低い状況である。
- ・牡蠣やお好み焼きなどの認知が高い一方で、広島和牛や地魚、日本酒などの多彩な広島の食の魅力が十分に知られていない。
- ・地産地消を推進したいが、仕入れ先など異業種の関りがなく、どのように進めるべきか分からない。

【プロダクト】

- ・平和への想いや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有しているが、地域資源を活用したエリアごとに特色を持った観光プロダクトの開発が十分でない。
- ・富裕層（超富裕層）、ファミリー、若者といったターゲットカテゴリーに応じたプロダクト開発や情報発信が十分でないことから、全国と比較して、娯楽等消費サービスの消費単価は非常に低い状況にある。

【公共交通】

- ・新型コロナにより、鉄道やバス、旅客船などの公共交通の需要が大幅に減少しており、既存の路線や航路等の維持が困難になるなど、厳しい経営状況となっている。
- ・主要駅等から県内全域の観光地への二次交通が十分に整備されておらず、行きたくても断念せざるを得ない状況が生じている。

③地域差等について

- ・原爆ドームや厳島神社、しまなみ海道など沿岸部に入込が集中しており、地域の分散化が図れていない。
- ・新型コロナ前において、宮島など人気の観光地では、繁忙期と閑散期で大きな差が生じている。
- ・地域の資源を生かしたエリアごとに特色を持った観光地づくりやブランディングが十分でなく、また地域マネジメントを行う体制が十分整っていない。

4 課題

○「観光消費額の増加」

旅行ニーズの変化などに伴い、観光客数の増加だけでなく、質や満足度の高いサービスを提供すること等により、さらなる観光消費額単価の増加に向けた取組を進めて行く必要がある。

- ・観光消費額を上昇させるためには、観光客数の増加だけでなく、宿泊単価や現地消費等、観光消費単価の上昇がより重要である。
- ・本県の食が認知されつつあるものの、食や体験プロダクトなど現地消費の消費単価は、全国平均と比較して低い状況であり、十分に資源が活用されていない。
- ・宿泊旅行ニーズの減少や混雑回避ニーズの高まりなどから、旅行ニーズのあるターゲットを意識し、ターゲットカテゴリーに応じたプロモーションやニーズの変化を踏まえた観光プロダクト開発が必要である。
- ・高齢者やインバウンドを含めた全ての人が、ストレスなく安全・安心に観光できる受入環境の整備を促進する必要がある。
- ・国内の人口減少等を踏まえ、インバウンドについて、国内外の感染状況や入国制限緩和を注視しつつ、変容した各国のニーズも踏まえて、効果的なプロダクト開発やプロモーションなどを行う必要がある。
- ・質や満足度の高いサービスの提供に向けて、観光客に接する観光事業者や県民のホスピタリティの向上を行う必要がある。

○「コロナ禍の変化等を踏まえた対応」

新型コロナの感染拡大等に伴う社会・環境変化を踏まえ、持続可能な地域社会の実現を目指して、観光客、産業、環境、地域の需要に適合し、経済、社会、環境への影響に十分配慮した観光を促進する必要がある。

- ・繁忙期と閑散期の平準化や地域への分散化をすすめ、災害や感染症など想定外の環境変化にも対応できる産業構造を構築する必要がある。
- ・デジタル化による業務効率の改善など働き方改革の推進や、地産地消を通じた第一次産業との連携など県内の幅広い産業への経済波及効果を促進する必要がある。
- ・自然環境の保全やゼロカーボンツーリズムの推進など、自然・文化資源の保全と観光利用の両立を図るとともに、観光産業における脱炭素・グリーンリカバリーの受入環境の整備を促進する必要がある。

○「オール広島体制づくり」

県全体が一体となって観光施策を推進するために、観光に携わるすべての者が各々の役割を理解し、環境変化等も踏まえながら、相互に連携しつつ取組を進めて行く必要がある。

- ・令和2年度から県の観光施策の実施を県観光連盟（HIT）に移管したほか、県内各地で市町DMOが進められているが、各団体の役割を明確にし、エリアごとの特色を発揮しつつ、オール広島で取組を進める必要がある。
- ・コロナ禍において、通訳ガイドを始めとした観光産業を支える人材が離職等により不足しており、観光需要の回復を踏まえた人材の確保や、今後の観光産業を担う人材の育成を推進する必要がある。

5 施策の方向性と取組イメージ

		課 題		
		観光消費額の増加	コロナ禍の変化を踏まえた対応	オール広島の体制づくり
アクションプランに掲げる3つの柱	ブランド価値向上につながる魅力づくり	<p>県内経済に結びつく消費の向上を図るための付加価値の高い、ロングテールな観光プロダクトの開発</p> <p>海外富裕層などインバウンド需要を踏まえた持続可能な観光プロダクトを開発</p> <p>県内の幅広い産業を巻き込み、イノベーションに挑戦する意欲的な事業者の取組支援</p>		
	誰もが快適かつ安心して楽しめる受入環境整備	<p>全ての人々が、ストレスなく安全安心に観光できる受入環境整備</p> <p>質や満足度の高いサービスの提供に向けた観光事業者や県民のホスピタリティの促進</p>	<p>自然・文化資源の保全と観光利用の両立のため、脱炭素・グリーンリカバリーの受入環境整備</p> <p>コロナ禍の変化を踏まえた新たなインバウンド受入体制の構築</p>	
	広島ファンの増加	<p>各ターゲットに応じた効果的な手法、適切なタイミングでの情報の提供</p> <p>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</p> <p>本県ならではの魅力を県民に広く知ってもらうことによるシビックプライドやおもてなし意識の向上</p>		
土台作り	3つの柱を支える	<p>移住・スポーツ・農林水産・空港など観光に関連する県庁他部局や関係団体との連携の強化</p> <p>観光に携わるすべての者、さらには全ての県民への本県の観光の目指す姿の共有</p>		
		<p>時間の分散・繁忙期と閑散期の平準化や地域への分散化をすすめ、災害や感染症など想定外の環境変化にも対応できる産業構造改革や推進体制の促進</p> <p>デジタル技術などを活用した働き方改革や観光産業を支える人材の確保・育成</p>		
		<p>環境変化等により観光産業が大きく打撃を受けた際の、観光事業者の経営支援や需要喚起</p>		

※目標値については、新型コロナの状況やインバウンドの回復見込等を踏まえて設定する

6 持続可能な観光地を目指して

(1) 役割分担

【考え方】

- ・県では、令和2年度から、県の観光施策の実施を広島県観光連盟（HIT）に移管しており、またせとうちDMOなどの広域DMOや、県内市町においても、市町DMO化が進むなど観光推進体制が変容している。
- ・観光関連事業者においても、異業種からの観光分野の参入など、従来の観光産業から、さらに裾野が広がりつつある。
- ・国内外の競争に打ち勝つことのできる「魅力ある観光地」を形成するためには、広く県民の観光に対する理解を深め、一人ひとりがその担い手としての認識を育むことが重要である。

【区分】※例

国、せとうちDMO、県、県観光連盟（HIT）、市町・市町DMO、観光関連事業者、県民

(2) エリア別取組方針の検討

【考え方】

- ・エリアごとに地域資源など現状や課題が異なるため、各エリア別に特色を持った施策を進める必要がある。
- ・各エリア別に、県や県観光連盟（HIT）、市町・市町DMO、観光関連事業者等が集まって、各エリアの方向性を協議・検討し、各エリアをけん引していくリーダーが中心となって取組を進める必要がある。
- ・計画期間内（令和5年度～9年度）において、各エリアの今後の方針を決定し、取組を進めて行く。

【区分】※例

広島市エリア、廿日市・宮島エリア、呉・とびしまエリア、県央エリア、備後エリア、しまなみエリア、芸北エリア、備北エリアなど

(3) 施策体系ロードマップ

【考え方】

- ・新型コロナの収束時期が見通せない中、本計画期間では、観光関連産業の回復に注力するフェーズと観光を促進していくフェーズに分けて施策展開する。
- ・令和4年6月時点では、国内回復期中盤、インバウンド回復期に入った状況。
国内：県内の感染状況は高い水準にあるものの、病床のひっ迫は防ぐことができている状態であり、中国・四国地方を対象とした誘客促進事業を実施している状況。
国外：令和4年6月10日から添乗員付きツアーに限定して、外国人観光客の受入が再開された状況。
- ・なお、感染拡大の波は一定期間繰り返されることが想定されるほか、今後、災害など想定外の環境変化が生じた際は、観光産業の回復フェーズに戻るなど弾力的に対応する。

【フェーズの定義】

観光産業支援期・・・徹底した感染拡大防止対策を行うほか、観光産業の回復・維持に注力する期間

国内回復期・・・需要喚起策などを活用し、段階的に国内需要を回復する期間

国内拡大期・・・今後、安定的に拡大の傾向が続くと見込まれる期間
(2019年の水準程度に回復)

インバウンド回復期・・・水際対策の緩和など国の施策にあわせて段階的に国外需要を回復する期間

インバウンド拡大期・・・今後、安定的に拡大の傾向が続くと見込まれる期間
(2019年の水準程度に回復)