

## G7広島サミットを契機としたインバウンド誘客に向けた取組について

### 1 要旨・目的

世界中から注目が集まるG7広島サミット開催後のインバウンド需要を確実に取り込んでいくため、海外の有力メディアと連携した取組を実施した。

### 2 事業概要（実施主体：広島県観光連盟）

#### (1) 在外メディアを招請したプレスツアー

世界的な知名度を有するG7対象国の在外有力メディア10社を招請し、歴史・文化、酒、アドベンチャー、建築等のテーマに沿って県内各地を紹介した。

##### ①実施スケジュール

令和5年3月21日(火)～令和5年3月24日(金)

##### ②招請メディア

国	参加メディア	主な取材先
アメリカ	Traveler	竹原市内散策、瀬戸田散策（尾道市）
	COOL HUNTING	神勝寺（福山市）、広島市現代美術館（広島市）
カナダ	Daily Hive	SUP（江田島市）、ピースサイクリングツアー（広島市）
イギリス	VOGUE	瀬戸内醸造所（三原市）、ベラビスタ・スパ（尾道市） もののけミュージアム（三次市）
	CNN Travel	神勝寺（福山市）、鞆の浦散策（福山市）
フランス	VOGUE	瀬戸内醸造所（三原市）、尾道散策・千光寺頂上展望台（尾道市）
	GQ	神勝寺（福山市）、マツダミュージアム（府中町）
ドイツ	Tagesspiegel	福山城・鞆の浦散策（福山市）、ピースサイクリングツアー（広島市）
	JAPAN DIGEST	西条の酒蔵（東広島市）、竹原市内散策
イタリア	Vanity fair	恋しき・上下街並み（府中市）、茶道上田宗箇流（広島市）

##### ③実施結果（R5.5.18現在）

掲載済 6メディア（COOL HUNTING、VOGUE（フランス）、GQ、Tagesspiegel、JAPAN DIGEST、Vanity Fair）

掲載準備中 4メディア（6月末までに順次公開）

##### ④視察中の様子



もののけミュージアム



神勝寺

## (2) AP 通信社による広島の魅力発信動画の製作と配信

世界約 5,000 のテレビ局とラジオ局、約 1,700 の新聞社とのネットワークを持つ AP 通信社に動画製作を依頼するとともに、同社のチャンネルを通じて全世界に配信した。

また、G7 広島サミット国際メディアセンターにおいて当該動画を含む観光情報を発信した。

### ① 実施内容 計4本作成

動画名	動画の内容
Introduction	2つの世界遺産をはじめ、広島を代表する旅行先や日常を楽しむ体験、郊外の自然の美しさも盛り込んだ動画
Island Hopping	瀬戸内海国立公園沿いや、そこに浮かぶ離島めぐりの楽しさを提案する動画。様々な乗り物（クルーズ、自転車、車、電車）や、体験を紹介
Kendama	アーバンスポーツとして世界で人気広がる広島発祥のけん玉を紹介。けん玉ワールドカップ6位の広島県出身の IKKI による世界クラスのけん玉の技を紹介し、若い SNS 世代に広島を知ってもらう動画
Koi Story	広島のシンボル「鯉」。広島で育てられている錦鯉が、世界の錦鯉愛好家に愛されていることを、養鯉場の談話等を通じて紹介する動画

### ② 配信方法

AP 通信社が有する facebook、YouTube、ニュース記事広告等

### ③ 実施結果 (R5. 5. 16 現在)

視聴回数：約 1,460 万回



Hiroshima Introduction



Hiroshima Island Hopping

## (3) アメリカ NBC 社による広島の観光情報放送

アメリカの三大放送ネットワークの一つである NBC 社に撮影協力を行い、G7 広島サミット期間中に、全米向け情報番組「NEWS TODAY」において、広島の観光情報が放送された。

## 3 今後の対応

コロナ禍において希薄となった海外旅行会社や海外メディアとの関係強化を図るとともに、観光プロダクト開発や受入体制の充実強化を一層促進し、G7 広島サミット開催を契機としたインバウンド誘客に積極的に取り組んでいく。