

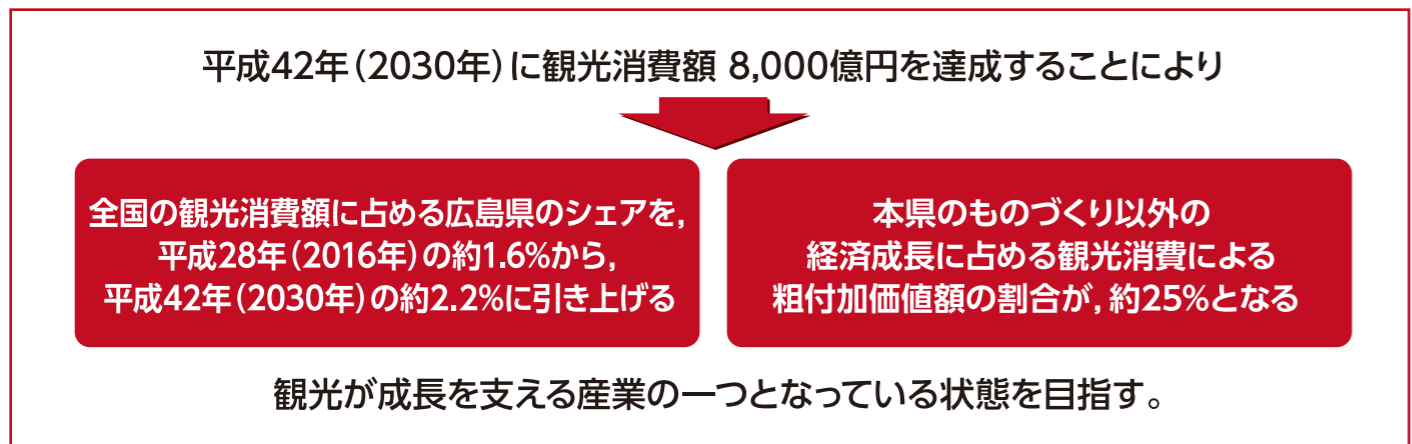
計画の目標値と本県が目指す将来像

① 個別の目標値

| 指標 | 現状(H28) | 目標値 [H32(2020年)] | 目標値 [H34(2022年)] | データの出典 |
|--------------------|------------------|---------------------|---------------------|--------------|
| 観光消費額 | 4,062億円 | 5,150億円 | 5,400億円 | 広島県観光客数の動向 |
| 総観光客数 うち外国人観光客数 | 6,777万人 201万人 | 7,500万人 450万人 | 7,600万人 600万人 | 広島県観光客数の動向 |
| 観光消費額単価 | 5,994円/人 | 6,850円/人 | 7,000円/人 | 広島県観光客数の動向 |
| 宿泊客数 うち外国人宿泊客数 | 959万人 84万人 | 1,180万人 205万人 | 1,300万人 250万人 | 観光庁宿泊旅行統計調査 |
| 観光客の満足度 | 73.6% | 84.0% | 90.0% | 広島県観光入込客統計調査 |

② 本県が目指す将来像

計画の策定に当たり、計画期間後の長期目標については、「観光が本県経済の成長を支える産業の一つとなっている」という方針を継続することが適当であるとの認識に立ち、国が設定している平成42年(2030年)までの長期的な目標値として、観光消費額を平成28年(2016年)の2倍となる8,000億円とする。



3つの連なる半円は、「豊かな観光資源」を象徴し、厳島神社やカーブなど、従来からよく知られている広島県のイメージを「赤」で、瀬戸内の穏やかな海や多島美を「青」で、中国山地の美しい山並みや渓谷美を「緑」で表しています。そして光は、見直し、発掘し、育てるべき「宝」をイメージしています。

広島県商工労働局観光課

〒730-8511 広島市中区基町10-52
 TEL 082-513-3388 (ダイヤルイン)
 FAX 082-223-2135
 メールアドレス: syokankou@pref.hiroshima.lg.jp

【表紙写真】
 左上: 帝釈峡・雄橋(庄原市)、右上: 井仁の棚田(安芸太田町)、左2段目: 神楽、右2段目: 道後山高原スキー場(庄原市)
 左3段目: 権伝馬競漕(大崎上島町)、右3段目: 厳島神社大鳥居(廿日市市)、左下: しまなみ海道サイクリング(尾道市)
 右下: 壬生の花田植え(北広島町)



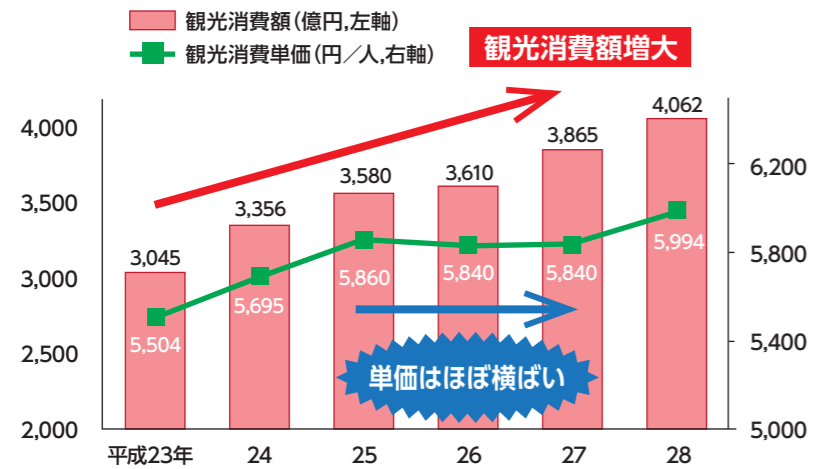
ひろしま
観光立県
推進基本計画

—— 概要版 ——



計画 [H30～34年度 (2018～2022年度)] のねらい

1 前計画 [平成25～29年度 (2013～2017年度)] の総括



観光客1人当たりの観光消費額単価は平成25年から3年間は横ばいの状態が続いた。観光消費額単価を上昇させることによって、客数増加による増大にとどまっていた観光消費額をさらに増大させることが可能。

2 計画の目標

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) させることなど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。

3 計画の方向性

観光消費額の増大に向けて、観光客数の増加と観光消費額単価の上昇の両輪で取り組む。

観光客数の増加

観光客数の増加については、魅力ある観光地づくりとともに、第2ピーク (春・秋) の誘客増につながる季節の魅力・強みを発信し、冬季を含めた年間を通じた誘客につなげる。

観光客が滞在中に宿泊・飲食・購買・移動などスムーズに行えるよう受入環境の充実等を図り、観光客の満足度向上につなげる。

観光客数の増加、観光消費額単価の上昇を図る上では、手法やターゲットを絞り込み、広島県の魅力をきめ細かく情報発信する。

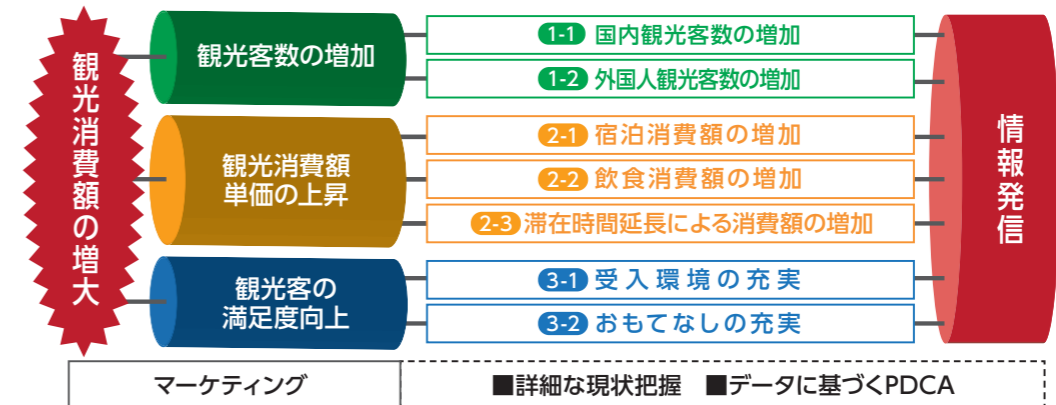
観光消費額単価の上昇

消費額単価の上昇に向けては、日帰り客を宿泊客にシフトさせ、併せて飲食消費額の上昇を図る。

- 各取組についてマーケティングを行い、PDCAサイクルによるマネジメントを行う。
- 県・市町・観光関係団体等で目標と課題を共有するとともに、協働して施策に取り組む。
- 広く県民が観光立県に対する理解を深め、県民一人ひとりが広島県に誇りと愛着を持ち、国内外から魅力ある地域として選ばれる個性ある豊かな地域としての認識をはぐくむ。

計画の施策体系

- 観光消費額の増大に向けては、観光消費額を構成する要素である「観光客数の増加」、「観光消費額単価の上昇」に加え、リピーター確保や好評価に関する情報の拡散などにつながる「観光客の満足度向上」の3つの目的に対して、それぞれの施策を位置付ける。
- また、3つの目的の達成に対しては、各施策に関してきめ細かな「情報発信」が必要であり、これを加えた4つの柱で施策を構成する。
- さらに、これらの施策を下支えするために、マーケティングを行い、適時適切な状況把握を行うとともに、データに基づいたPDCAを行い、必要に応じて施策の内容や目標値、ターゲットを見直すなど、適切な進行管理を行う。



各施策の取組方向 (各取組の情報発信の内容を含む)

1 観光客数の増加

1-1 国内観光客数の増加

年間を通じた観光客数の増加につなげるための観光プロダクト開発や情報発信を重点的に行う。

- 年間を通じた誘客につながる観光プロダクトの開発に取り組む市町や民間事業者への支援
- 特に第2ピーク (4・5月、10・11月) の誘客を図るための季節に応じた広島の魅力や強みの発信

1-2 外国人観光客数の増加

国・地域ごとのニーズや旅行形態に応じた情報発信を行うことで旅行需要を創出するとともに、宿泊や周遊滞在につながる観光プロダクトの開発等に取り組む。

- 国・地域ごとの訪日旅行特性に応じて、歴史や文化・自然・アクティビティなど来訪動機につながる情報の発信
- 外国人観光客が興味を抱く夜や早朝の観光プロダクトの開発
- MICE誘致の促進
- 中国5県やせとうちDMO等関係団体と連携した周遊の促進

2 観光消費額単価の上昇

2-1 宿泊消費額の増加

宿泊施設の増加に向けて取り組むとともに、周遊促進等により県内滞在時間の延長を図ることによって、宿泊客数の増加を推進する。

- 新たな宿泊施設の誘致や宿泊施設に関する規制緩和を、市町と連携して推進することによる客室数の増加
- 広域周遊を促し、滞在時間を延ばすことによる県内での宿泊客数の増加
- 年間を通じた宿泊客の増加に向けた、季節ごとの広島の魅力・強みの発信
- 宿泊施設が不足する第1ピーク (8月) における広島市以外のエリアの情報発信による宿泊客の県内各地への分散

2-2 飲食消費額の増加

広島県ならではの飲食を年間を通して楽しむことができるよう供給量の確保や店舗数の拡大、さらにそうした「食」を楽しむための情報の発信に取り組む。

- 牡蠣、広島和牛、瀬戸内の魚介類等の食材の生産・流通量の確保
- 広島県ならではの食材と飲食店とのマッチングによる提供店舗数の拡大
- 食材の持つストーリーや提供店舗に関する情報の発信

2-3 滞在時間延長による消費額の増加

県内周遊や滞在時間延長につながる観光プロダクトを開発し、そのプロダクトによる消費とともに、飲食消費にもつなげる。

- サイクリングやアートといったアウトドア・文化体験等の体験型プログラムの開発
- 市町が磨き上げてきた観光資源については、その資源をストーリーやテーマで結びつけた、複数の市町を広域周遊する観光プロダクトの開発

3 観光客の満足度向上

3-1 受入環境の充実

増加する外国人観光客の受入環境の充実に重点的に取り組む。

- 飲食店におけるメニューや交通表示等の多言語対応
- 外国人観光客が必要とする情報の一元化による、外国人観光客のニーズに応じた情報の提供
- 国内外の観光客がストレスなく移動するための交通インフラの整備促進
- 無料Wi-Fiやカード決済端末等の観光インフラ整備
- 県内の大学との連携等による、観光人材の育成

3-2 おもてなしの充実

広島県「みんなで」おもてなし宣言等により、観光事業者や一般県民によるおもてなしをさらに向上させる取組を行う。