

I 序 章

1 本県における観光の基本的考え方

(1) ひろしま観光立県推進基本条例

観光立国推進基本法(平成18年法律第117号)の制定を受け、広島県議会平成18年(2006年)12月定例会において、議員提案による政策条例として、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)が制定され、平成19年(2007年)1月1日から施行された。

この条例では、観光を「地域における雇用の増大と地域経済の活性化に寄与し、県民生活の安定向上に貢献するもの」と位置付け、観光立県の実現に向けて、県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等が協働して、観光施策を総合的かつ計画的に推進することを目指している。

制定趣旨

- ▶本県は、厳島神社と原爆ドームの二つの世界遺産をはじめとする地域の特色ある歴史や文化、伝統等がはぐくまれ、瀬戸内海という国際級の観光資源や中国山地など豊かな自然と、四季の変化に富んだ気候に恵まれるなど、多彩な観光資源が集積している
- ▶観光に係る基盤整備、環境形成は不十分な状態であり、観光旅行に対する需要の高度化、少人数旅行の増加等、観光をめぐる状況変化への的確な対応が必要
- ▶広く県民が観光立県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はぐくむことが重要
- ▶県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等が協働して取り組むことが必要



県の責務及び県民、観光事業者、観光関係団体の役割を規定

この条例に基づき、これまで平成20～24年度(2008～2012年度)及び平成25～29年度(2013～2017年度)の各5カ年について、それぞれ観光立県推進基本計画を策定している。

広島県における観光の意義としては、二つの世界遺産や瀬戸内海、中国山地等の多彩な観光資源を生かした、ありのままの日本を体験できることである。これらは観光を巡る今後の地域間競争に勝ち抜く上での大きな強みであり、今次計画ではこれらの魅力を発揮することを本県の観光推進の基本的な考え方とする。

(2) ひろしま未来チャレンジビジョン

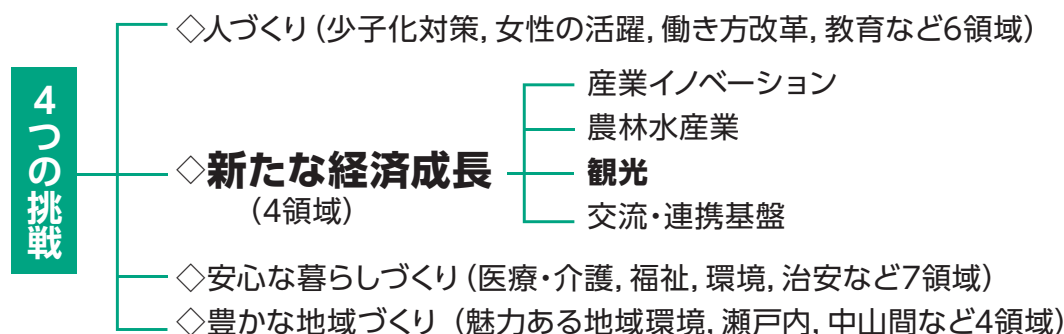
本県では、平成22年(2010年)10月に策定した「ひろしま未来チャレンジビジョン」を平成27年(2015年)10月に改定した。チャレンジビジョン策定後の社会経済情勢の変化に対応するとともに、4つの政策分野ごとに、これまでの取組の成果と課題を踏まえ、施策領域の整理及び目標や取組の方向の見直しを行った。

ひろしま未来チャレンジビジョン

基本認識 … 人口減少・少子高齢化を始めとする厳しい社会状況から、「時代の転換点に立っている」との認識に立ち、本県の目指す姿(将来像)を県民みんなで共有し、一緒に、新たな広島県づくりを推し進めることを目指す。



4つの政策分野ごとに、21領域の目指す姿、取組の方向等を示す。



ひろしま未来チャレンジビジョンの「観光」領域における目指す姿、取組の方向等

目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> ●「ひろしまブランド」や「瀬戸内ブランド」が確立され、国内外から訪れる多くの人々に感動と癒しを与えるとともに、県民にとっても世界に誇れる観光地となっています。 ●本県産業の柱である「ものづくり」に加え、観光が成長を支える産業の一つとなっています。
本県の持つ「強み」	<ul style="list-style-type: none"> ●厳島神社(宮島)・原爆ドームの2つの世界文化遺産を有しています。 ●多島美で風光明媚な瀬戸内海や、なだらかで山容美しい中国山地など、多くの景勝地を有しています。 ●サイクリストの間で「サイクリストの聖地」とも呼ばれ、海外の旅行情報サイトにおいて「世界で最もすばらしいサイクリングコース」の一つに選ばれたしまなみ海道を有しています。 ●外国人観光客を増加させるため、第2のゴールデンルートの形成を目指す「広域観光周遊ルート」の一つとして、「せとうち・海の道」ルートが国土交通大臣の認定を受けています。
目標	<ul style="list-style-type: none"> ●リピーターや外国人観光客等の増加による国内外からの観光交流人口の増加及び観光消費額の増加
取組の方向	<ul style="list-style-type: none"> ●「ひろしまブランド」・「瀬戸内ブランド」の確立に向けた観光情報発信の強化や地域の特色を生かした魅力ある観光地づくりに取り組みます。 ●観光人材の育成等による受入体制の整備を促進し、おもてなしの充実に取り組みます。 ●国際観光の確実な推進に取り組みます。

1 前計画のねらい

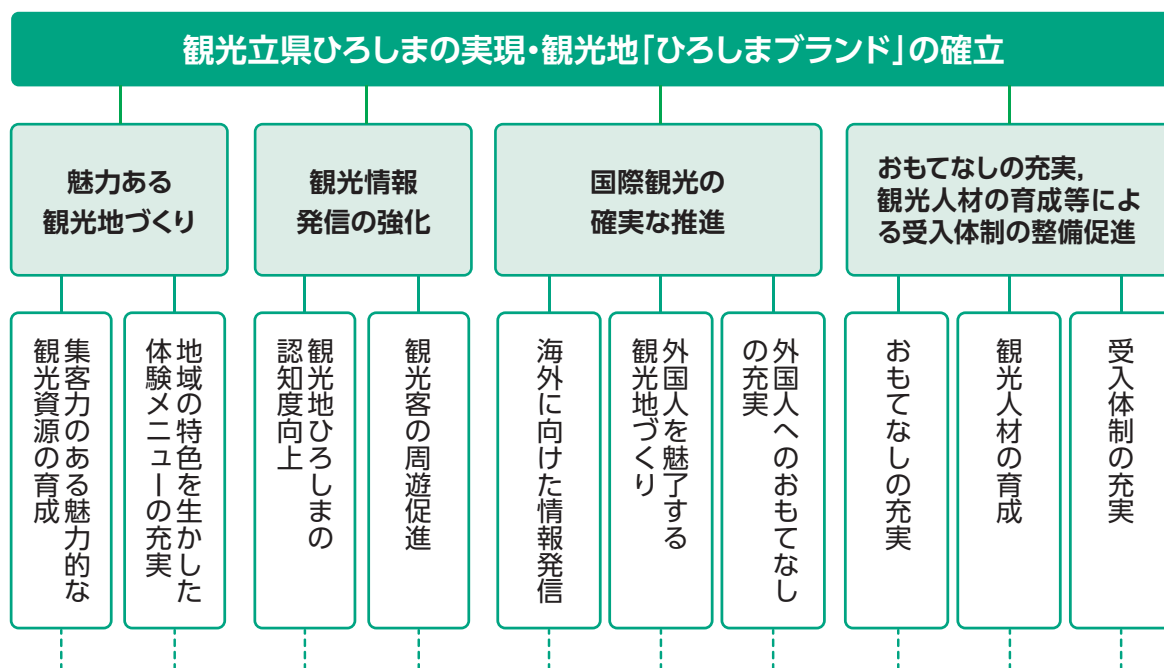
前計画では、観光立県の実現に向けて、市町・観光関係団体等と共に取り組むための目標及び課題を共有し、共に取り組む姿勢を明確にした。

また、本県が観光地として国内外に広く認知され、観光交流人口が増加することによって、将来的に県内の様々な業種の経済波及効果等を高め、雇用創出につなげていくことを目指した。

2 前計画の施策体系

現計画では、施策の取組ごとに「魅力ある観光地づくり」、「観光情報発信の強化」、「国際観光の確実な推進」、「おもてなしの充実、観光人材育成等による受入体制の整備促進」の4つの柱に分け、取組を推進してきた。

《前計画の施策体系》



3 前計画の目標達成状況

目標として「総観光客数」、「外国人観光客数」、「宿泊客数」、「観光消費額」、「来訪者の満足度」を挙げたが、いずれも平成28年(2016年)には最終年の目標値を大きく上回った。

《前計画の目標値と達成状況》

指標	目標値 (H29, 2017年)	現状 (H28, 2016年)	データの出典
総観光客数	6,100万人	6,777万人	広島県観光客数の動向
外国人観光客数	90万人	201万人	広島県観光客数の動向
宿泊客数	770万人	913万人	広島県観光客数の動向
観光消費額	3,600億円	4,062億円	広島県観光客数の動向
来訪者の満足度	55.0%	73.6%	広島県観光入込客統計調査

※観光客数及び宿泊客数は、述べ人数である。

4 前計画における各施策の総括

(1) 地域の特徴を生かした魅力ある観光地づくり

前計画では、総観光客数の増加や、訪問地点数の増加による観光客の滞在時間延長に向けて、本県の有する多種多様な地域資源を絶えず磨き育てるとともに、新たな観光資源を開発・育成し、テーマ性・ストーリー性でつないだ周遊の促進を狙った。

そのために、市町が取り組む観光拠点づくりの支援等を実施し、支援した観光施設には一定の誘客効果がみられた。一方、観光客の県内観光地への訪問箇所数は増加しておらず、県内周遊にはつながっていない。

今後は、引き続き観光資源を磨き上げ、県内周遊の促進を図るとともに、その観光資源の商品化やサービス化により、観光消費につなげていくことが必要である。

《本県の主要観光施設の観光客数推移》

(単位:万人,%)

区 分	H25	H27	H27/25
補助対象施設29箇所	796	840	105%
補助対象以外の施設50箇所	666	666	100%
計	1,462	1,505	103%

(広島県調べ)

《観光客の本県観光地への訪問箇所数》

区 分	H25	H26	H27
平均訪問箇所数	1.71箇所	1.70箇所	1.75箇所

(広島県調べ)

(2) 「ひろしまブランド」や「瀬戸内ブランド」の確立に向けた観光情報発信の強化

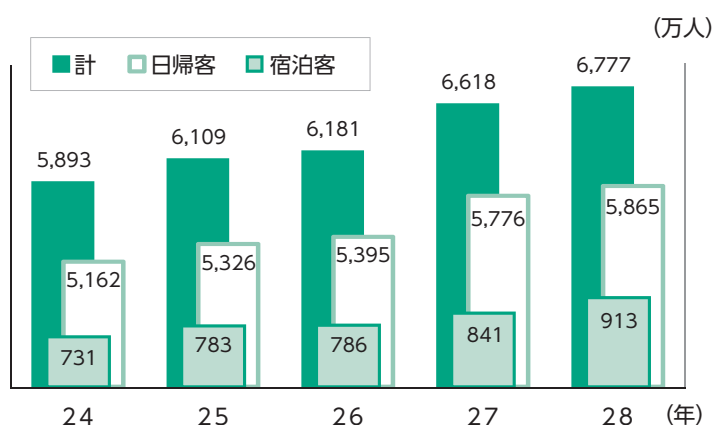
前計画では、観光客数の増加に向けて、観光地としての「ひろしま」、「瀬戸内」への憧れが形成され、常に旅行の目的地として思い浮かび、話題にのぼり、選ばれる広島県となることを目指した。

「ひろしまブランド」の確立に向けては、平成24～28年（2012～2016年）にタレントを活用した観光プロモーションを実施し、観光地「ひろしま」の認知度を高める取組を行ったほか、デスティネーションキャンペーン※や瀬戸内しまのわ2014※など、民間事業者や市町・近隣県と協力した誘客事業を切れ目なく展開してきたことによって、総観光客数や来訪意向は上昇する等、一定の効果があった。

なお、月別の観光客数を見た場合、8月（第1ピーク※）の観光客数は大きく増加したものの、4・5月及び10・11月（第2ピーク※）の観光客数は、第1ピークに比べると増加の伸びが低調であった。また、冬季の観光客数については増加していない状況にあることが判った。

今後、さらなる観光客数の増加に向けて、年間を通じた誘客につながる情報を発信していくことが必要である。

《本県の総観光客数の推移》



※端数を四捨五入しているため合計値が一致しない。

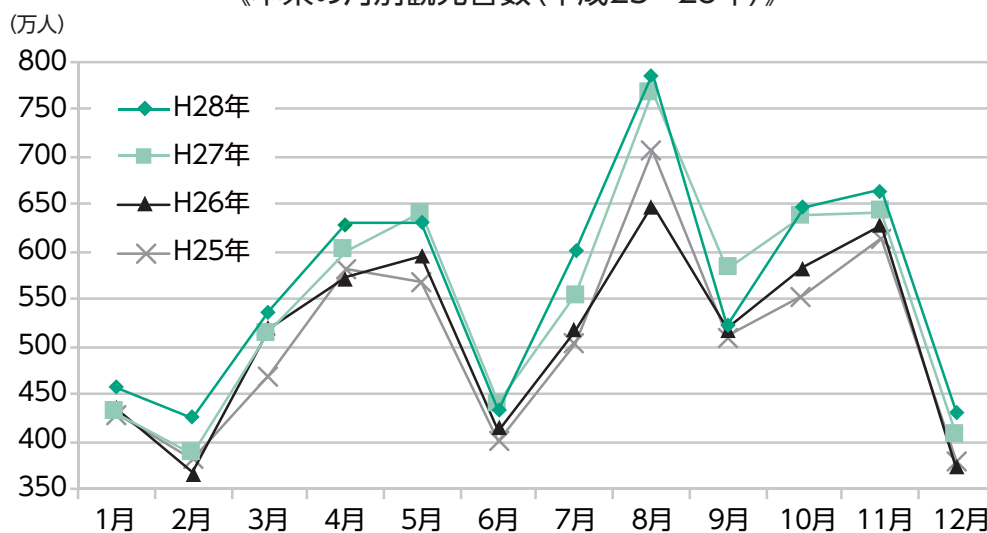
出典) 広島県観光客数の動向

《本県への来訪意向》

区分	H25	H26	H27	H28
来訪意向	36.4%	40.5%	43.7%	48.8%

(北海道・沖縄を除くインターネットによる調査結果 広島県調べ)

《本県の月別観光客数(平成25～28年)》



出典) 広島県観光客数の動向

※デスティネーションキャンペーン(DC)…デスティネーション(destination)とは、「目的地」の意。地元自治体・地元観光事業者などとJRグループ6社が一体となって全国から当該エリアへの誘客を図るキャンペーンのこと。

※瀬戸内しまのわ2014…平成26年(2014年)に広島県と愛媛県が共同開催した、広島県10市町と愛媛県3市町の島しょ部及び臨海部を舞台とした観光振興イベントのこと。

※第1ピーク…夏休み等で観光客が最も多い8月のことを指す。ピークシーズンやハイシーズンともいう。

※第2ピーク…観光客が第1ピークに次いで多い4・5月と10・11月のことを指す。いずれの時期も気候が良く、4・5月はゴールデンウィークがあり、10・11月は紅葉の時期を迎えることなどから観光客が増加する傾向がある。

「瀬戸内ブランド」の確立について、瀬戸内全体の観光ブランド化に向けて、マーケティングに基づいた戦略的な事業推進や新たな観光プロダクト開発*によって、世界に比肩できる持続可能な観光地経営を目指す、「せとうちDMO」が創設され、平成29年(2017年)11月に国の日本版DMO*の登録を受けた。

せとうちDMOは、マーケティングに基づく戦略策定とプロモーション等を実施する一般社団法人せとうち観光推進機構*と、「せとうち観光活性化ファンド」を活用して観光プロダクト開発支援等を行う株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション*で構成される。

せとうちDMOは、瀬戸内が有する幅広い観光資源を最大限活用しながら、効果的なマーケティング、戦略策定等を行い、主に外国人観光客に向けた情報発信・プロモーションを展開するとともに、瀬戸内の地域が主体となっていく観光地域づくりを支援している。この中で、“せとうち・海の道”の広域観光周遊ルート*形成に向けて、下関から神戸までの11箇所を「拠点地区」として位置付け、この拠点地区を効果的に周遊するための骨太な観光動線を、主要広域観光ルートとして設定している。こうした拠点地区や、瀬戸内全体の広域的な観点で、受入環境の整備、交通アクセスの円滑化、クルーズなど滞在コンテンツの充実等に、地元自治体や民間事業者等と連携し、取り組んでいる。

県としては、今後もせとうちDMOと連携し、“せとうち・海の道”ルートの形成に向け、観光プロダクト開発、外国人観光客の受入体制の充実、拠点地区から他地域への効果の波及に取り組み、広島県内への外国人の誘客や宿泊者数の増加を図る。



大久野島のうさぎ(竹原市)



鞆の浦(福山市)

*観光プロダクト…観光商品や観光サービス、地域産品等をいう。また、観光客が広島に来てから帰るまでの全ての体験のことともいえる。

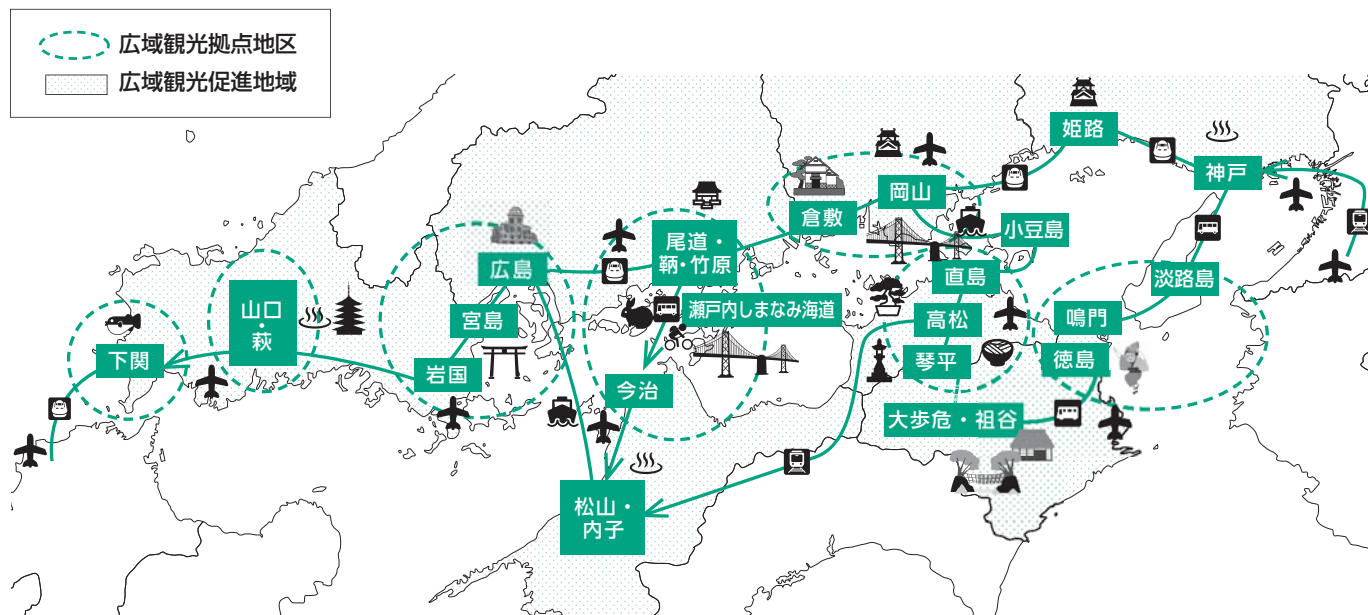
*DMO…DMO(Destination Management / Marketing Organization)は、国が平成28年(2016年)に策定した新たな観光ビジョンの中で推進している、従来の観光の枠組みを超え、多彩なプレイヤーの連携による地域を挙げた魅力づくりを目指す取組の中で中心的役割を果たす新しい組織のこと。平成32年(2020年)までに100団体を形成することを目指している。

*一般社団法人せとうち観光推進機構…平成25年(2013年)4月に瀬戸内を共有する7県(兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県)により発足した瀬戸内ブランド推進連合から発展改組し、平成28年(2016年)3月に民間事業者とともに一般社団法人として発足した。綿密な調査に基づくマーケティング戦略により瀬戸内の魅力を国内外の人々に発信し、新たな観光需要の創造を目指す。また、株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションと連携し、瀬戸内の魅力を体感できる新たな観光プロダクトの開発を促進する。

*株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション…平成28年(2016年)4月に、瀬戸内地域を中心とした金融機関と域内外の事業会社計46社の出資を得て設立された。せとうち観光推進機構と綿密な連携をとり、プロモーションを通じ創出された観光需要に対する受け皿として自主事業を展開するほか、事業開発支援、100億円規模のせとうち観光活性化ファンドを活用した観光事業者への経営支援や資金支援、せとうちDMOの会員組織の運営システム開発によるサービス基盤の提供を通じて、瀬戸内地域の価値の最大化を目指す。

*広域観光周遊ルート…2020年東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、外国人観光客を増加させるために国が新設した「広域観光周遊ルート形成促進事業」において、瀬戸内ブランド推進連合(現在の一般社団法人せとうち観光推進機構)が主体となって申請した“せとうち・海の道”ルートが、平成27年(2015年)6月に国土交通大臣の認定を受けた。

《主要広域観光ルート》



(3) 国際観光の確実な推進

前計画では、外国人観光客数の増加に向けて、ターゲット重点8市場(米国、フランス、オーストラリア、中国、香港、台湾、韓国、タイ)に絞ったプロモーションを実施するとともに、中国5県で連携した事業にも取り組んできた。また、外国人観光客に訴求する観光地づくりや、おもてなしの充実に向けた取組も実施した。

訪日観光客増加に向けた国の施策展開や、円安などの要因もあり、外国人観光客数も大きく増加したが、県内への外国人宿泊客数は増えていない。

今後は、さらに外国人観光客数を増加させるための取組に加えて、観光消費額単価の上昇につながる、宿泊消費額や飲食消費額の増加に向けた取組、あるいは、滞在時間の延長による消費機会増加に向けた観光プロダクトの開発や情報発信を行う必要がある。

《本県の外国人観光客数の推移》

(単位:万人、%)

市場	総観光客数実績					増加数	伸び率
	H24	H25	H26	H27	H28		
米国	9.6	14.2	18.2	23.0	26.6	17.0	279%
フランス	3.1	4.9	6.5	9.0	12.0	8.9	393%
豪州	5.4	7.9	11.4	14.1	17.6	12.2	324%
中国	4.4	4.8	5.8	10.5	15.4	11.0	350%
香港	0.5	1.4	1.8	6.0	17.3	16.8	3,267%
台湾	2.5	6.5	10.7	17.0	20.9	18.4	825%
韓国	4.4	4.3	4.3	5.2	5.8	1.4	132%
タイ	1.1	1.8	2.2	3.0	3.7	2.6	323%
その他	36.6	38.6	43.8	78.2	82.2	45.5	224%
計	67.7	84.4	104.7	166.1	201.5	133.8	298%

出典) 広島県観光客数の動向

《広島市を訪問する外国人観光客の日帰り割合》

区分	H24	H25	H26	H27
日帰り客の割合	41.2%	41.2%	41.2%	44.7%

出典) 広島市観光概況

(4) おもてなしの充実、観光人材の育成等による受入体制の整備促進

前計画では、観光客の満足度向上等に向けて、観光客と直接触れ合う県民一人ひとりが観光客を温かく迎え入れ、対応することにより、来訪者が「来て良かった」、「また来たい」と感じる広島県を実現することを目指した。

平成26年(2014年)8月から、観光事業者はもとより、県民一人ひとりが自ら実践する、観光客に対する「おもてなし」に関する取組内容を「おもてなし宣言」として広く募集し、宣言した内容を各自が実践することで、観光客を温かくお迎えすることを目的とし、「広島県『みんなで』おもてなし宣言」*事業を開始し、平成29年(2017年)11月末時点で20,737人(716団体等)の登録を得るなど、県内全体の機運醸成やおもてなしの充実等に向けたネットワークが形成されてきた。今後は、おもてなしに関する個別事項の満足度を上げ、本県への旅行への満足度をさらに上げることに取り組む必要がある。

また、増加している外国人観光客に対しては、多言語対応や利用ニーズの高い無料Wi-Fi*等、受入環境整備について十分とは言えない状況にあることから、今後、更なるおもてなしの充実を図るとともに、特に外国人観光客の受入環境整備を図る必要がある。

《本県の観光客満足度の推移》

区 分	H24	H25	H26	H27	H28
広島県への旅行についての満足度	51%	67%	66%	68%	74%↑
広島県に再来訪したいと思う人の割合	72%	78%	79%	80%	81%↑
以下個別事項への満足度					
地元の人へのホスピタリティ	50%	47%	39%	41%	39%↓
観光地の従業員のサービス・対応	65%	68%	63%	59%	59%↓
観光地までの道路・アクセスの整備	57%	60%	57%	53%	56%→
観光地までの案内標識の表示	53%	56%	51%	47%	52%→
観光地としての魅力	80%	83%	82%	78%	83%→
トイレなどの施設の整備	59%	57%	51%	50%	48%↓
食事などのグルメ	59%	56%	56%	51%	57%→
特産品や土産品	56%	50%	47%	45%	49%↓
無料Wi-Fiなどの情報通信環境	-	-	-	-	34%

出典) 広島県観光入込客統計調査

*広島県「みんなで」おもてなし宣言…観光事業者はもとより、県民一人ひとりが自ら実践する、観光客に対する「おもてなし」に関する取組内容を「おもてなし宣言」として広く募集し、宣言した内容を各自が実践することで、観光客を温かくお迎えすることを目的とする。

*無料Wi-Fi…Wi-Fiとは、スマホ、タブレット等のネットワーク接続に対応した機器を、無線(ワイヤレス)でLAN(Local Area Network)に接続する技術のこと。無料で利用できるWi-Fiはコンビニや飲食チェーン店等で普及が進んでいる。

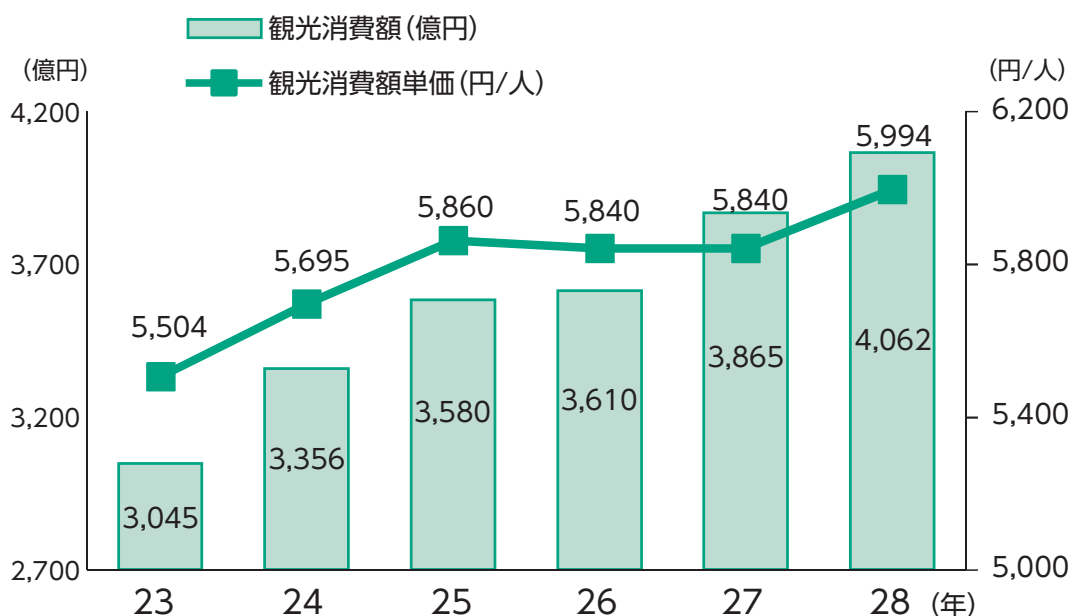
5 前計画の総括と今後の課題

前計画では、観光立県の実現に向けて、市町が取り組む観光拠点づくりの支援や、平成24～28年(2012～2016年)に実施したタレントを活用した観光プロモーションによる観光地「ひろしま」の認知度を高める取組、DESTINATIONキャンペーンや瀬戸内しまのわ2014など、民間事業者や市町・近隣県と協力した誘客事業を切れ目なく展開した結果、総観光客数が増加する等の成果があった。また、観光客数の増加に伴い、県内の観光消費額も増大しており、計画のねらいとしていた経済波及効果にもつながったと考えられる。

一方、観光客1人当たりの観光消費額を示す観光消費額単価は、平成25～27年(2013～2015年)の間は横ばいの状態が続いていることから、消費額増の効果はさらに伸ばすことができた可能性も考えられる。観光消費額単価が伸び悩んだ要因としては、前計画に基づいた観光資源の磨き上げなどの観光地づくりに注力し、観光消費に直接つながる観光商品、観光サービス等の開発が不足していたことが考えられる。平成28年(2016年)には観光消費額単価は再び増加に転じたが、観光消費額を増大させるためには、観光消費額単価をさらに増加させる必要がある。

そのため、今次計画では、観光による地域経済のさらなる活性化に向けて、観光客数をさらに増加させるとともに、観光プロダクト開発に取り組むことなどにより観光消費額単価を上昇させる必要がある。また、リピーター等による客数確保と消費意欲の喚起につながる観光客の満足度向上も、観光消費額の増大にとっては不可欠であることから、おもてなしや外国人に対する観光サービス等、受入環境の充実に取り組む必要がある。

《本県の観光消費額と観光消費額単価の推移》



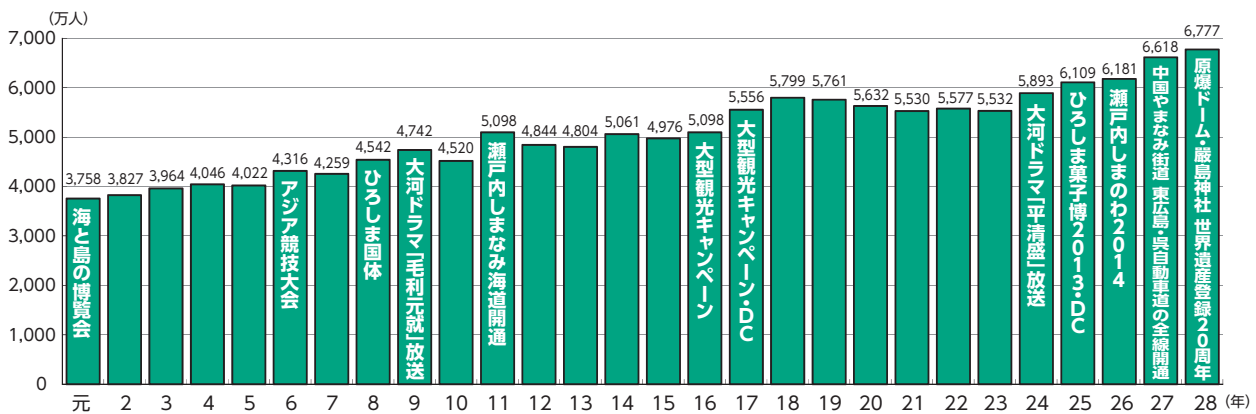
出典) 広島県観光客数の動向

1 観光客数の動向

(1) 総観光客数の推移

本県の総観光客数は、平成17年(2005年)に5,500万人を超えた後、5,500~5,800万人の水準で推移していたが、平成24年(2012年)以降は、大河ドラマ平清盛にあわせた観光キャンペーン(平成24年)、ひろしま菓子博2013(平成25年)、デスティネーションキャンペーン(DC)、瀬戸内しまのわ2014の開催(平成26年)、中国やまなみ街道(中国横断自動車道尾道松江線)と東広島・呉自動車道の全通(平成27年、2015年)、原爆ドーム・厳島神社世界遺産登録20周年事業の実施(平成28年、2016年)などにより、5年連続で過去最高値を更新した。

《本県の総観光客数の推移》



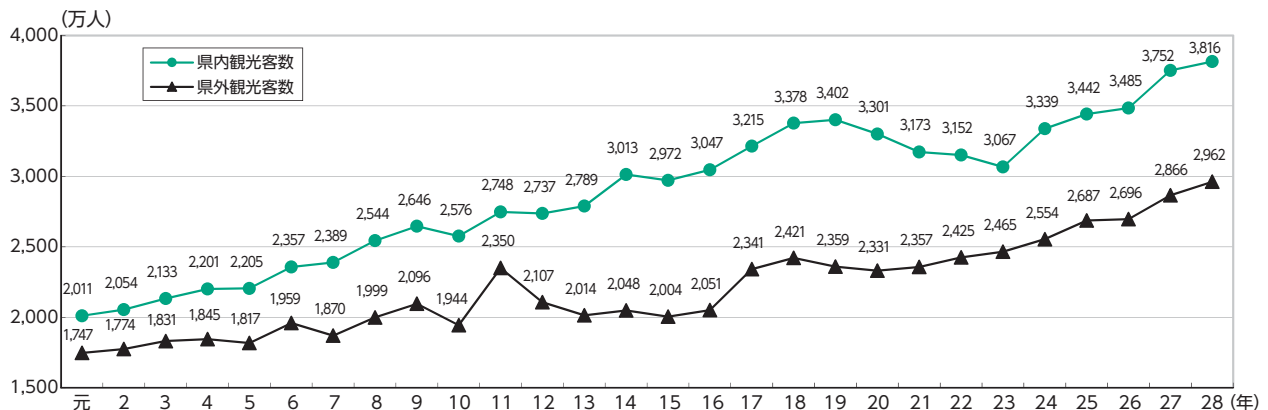
出典) 広島県観光客数の動向

(2) 県内・県外観光客数の推移

県内観光客数は平成19年(2007年)をピークに減少が続いたが、県内市町等の協力の下、自治体広報誌や会員誌、タウン情報誌等を活用した観光地・イベント情報の発信などを実施し、平成25年(2013年)以降は4年連続で過去最高を更新した。

一方、県外観光客数は平成21年(2009年)以降は増加が続いており、平成24~28年(2012~2016年)に実施したタレントを活用した大規模な観光プロモーションや、平成27年(2015年)の中国やまなみ街道及び東広島・呉自動車道全通等の効果もあり、7年連続で過去最高を更新した。

《本県の県内及び県外観光客数の推移》

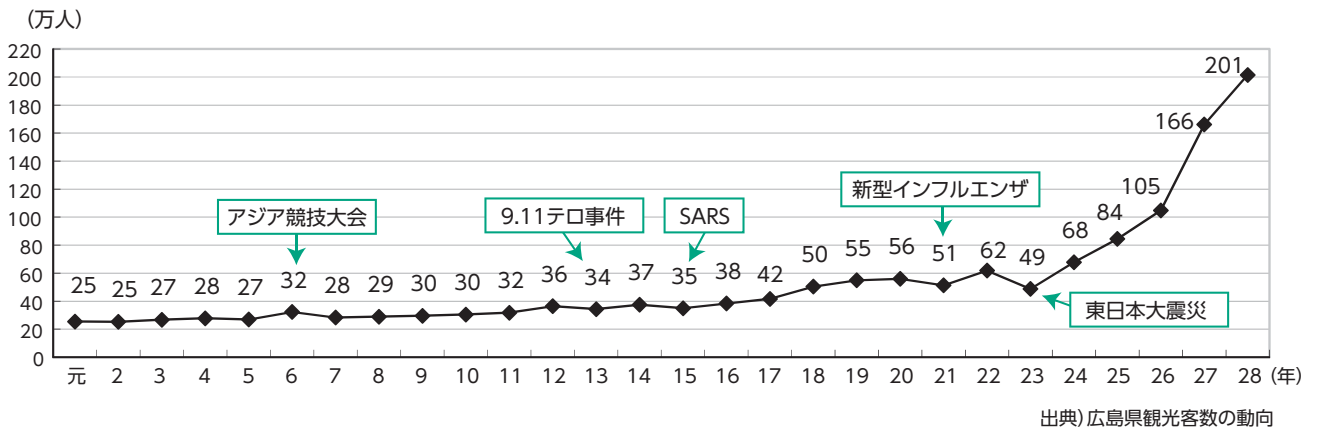


出典) 広島県観光客数の動向

(3) 外国人観光客数の推移

本県を訪れる外国人観光客数は、平成23年(2011年)に東日本大震災の影響で減少したが、円安の影響等もあり、平成24年(2012年)以降は一転して増加し、5年連続で過去最高を更新した。平成28年(2016年)にはオバマ大統領の来訪により注目を集めたこともあり、初めて200万人を突破した。

《本県の外国人観光客数の推移》



本県を訪れる外国人観光客の国籍を見ると、訪日観光客全体と比較して、欧米豪からの観光客が多いことが特徴である。欧米豪からの訪日観光客数は、平成23年(2011年)の東日本大震災等の影響により大きく減少したが、平成24年(2012年)以降は一転して増加している。

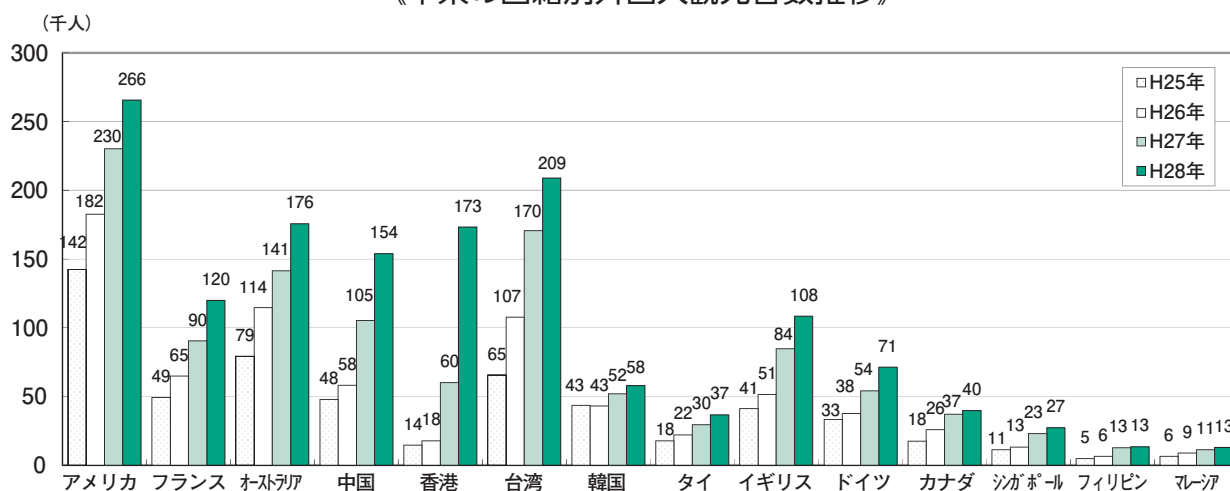
中国や台湾を中心としたアジアから本県への外国人観光客は、平成27年(2015年)に大きく増加しており、中国からの観光客の増加はビザ要件緩和の影響もあったものと考えられる。

《為替相場(1ドルにつき円)》

年	為替相場
H20	90.28
H21	92.13
H22	81.52
H23	77.57
H24	86.32
H25	105.37
H26	119.80
H27	120.42
H28	117.11

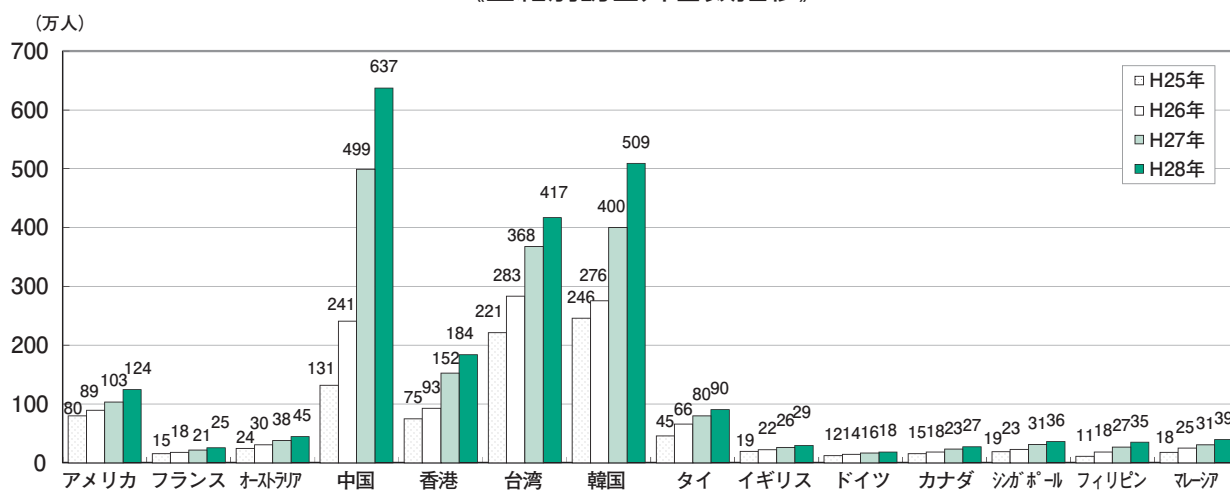
出典) 日銀 金融経済統計月報

《本県の国籍別外国人観光客数推移》



出典) 広島県観光客数の動向

《国籍別訪日外客数推移》



出典) 日本政府観光局 (JNTO) 訪日外客統計

2 社会情勢の変化への対応

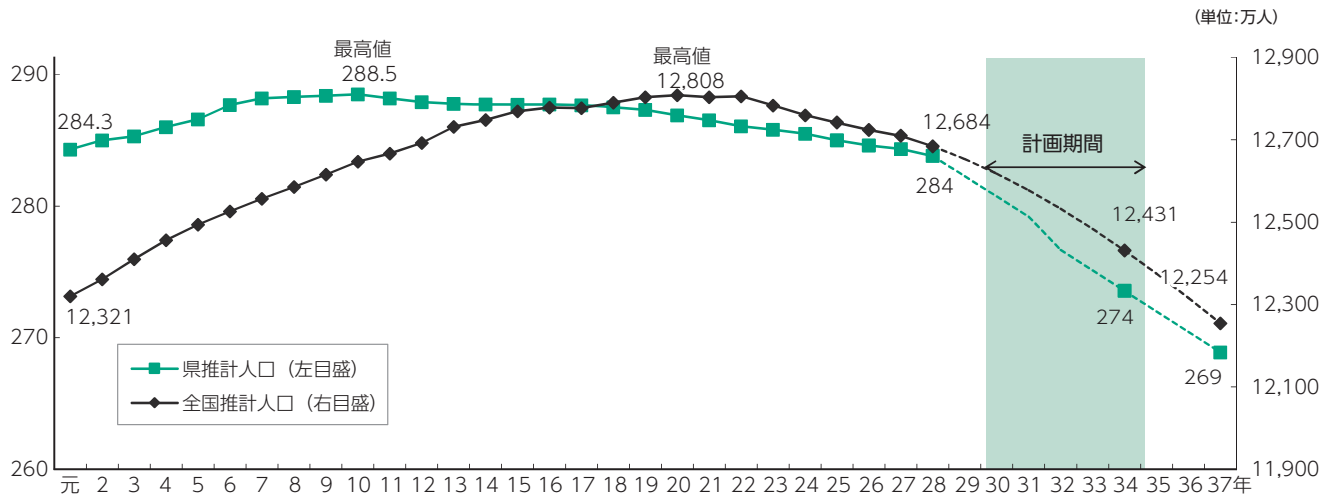
(1) 人口減少と旅行需要の変化

ア 現状

本県の人口は、平成10年(1998年)をピークに減少が続き、将来的には更に減少することが見込まれている。平成34年(2022年)には、現状(平成28年, 2016年)から約3.5%の減少が見込まれている。

国内人口も、平成20年(2008年)をピークに減少局面に入っており、平成23年～28年(2011～2016年)の6年間で0.7%減少している。平成34年(2022年)には、現状から約2.0%の減少が見込まれている。

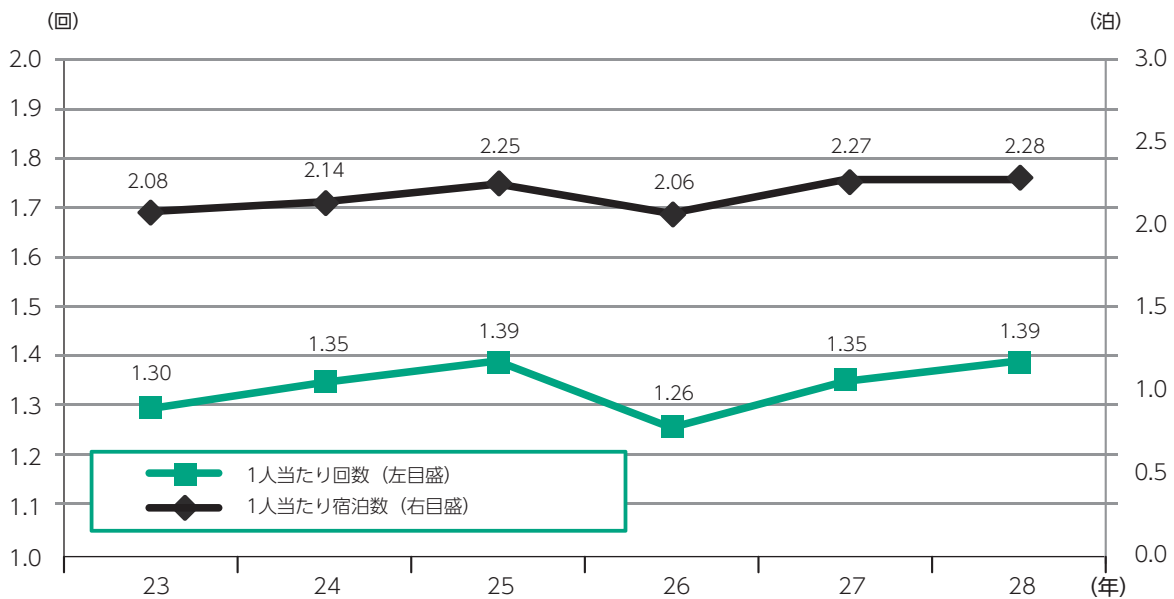
《県内・国内人口の推移と将来予測》



出典) 国勢調査, 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成29年推計)」・「日本の地域別将来推計人口(平成25年3月推計)」

国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数, 国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数ともに, 平成23年(2011年)以降は増加の傾向にあったが, 平成26年(2014年)は同年4月の消費税率引上げの影響もあり減少に転じた。平成27年(2015年)は前年の落ち込みの反動もあり, 再び増加に転じ, 平成28年(2016年)も引き続き増加した。

《国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移》



出典) 観光庁「平成28年度観光の状況」及び「平成29年度観光施策」(観光白書)

イ 今後の対応

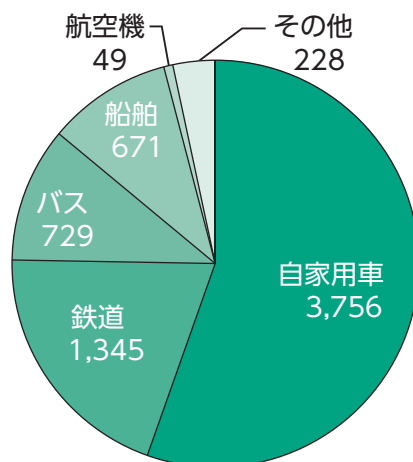
平成28年(2016年)から34年(2022年)までに国内人口は2.0%, 本県の人口は3.5%それぞれ減少することが予想されているものの, 平成23年(2011年)から28年までの国民1人当たり国内宿泊旅行回数及び宿泊者数とともに増加の傾向にあり, こうした国内の観光需要を確実に取り込み, 本県の観光消費額増加につなげる取組が必要である。

このため, 原爆ドームや宮島といった訴求力の高い観光地情報とともに, 神楽やうさぎの島(大久野島)など, 新たな魅力や深い情報を発信することによって, 旅の目的地として選択される取組, 即ち観光客数増加に向けた取組を進めるだけでなく, 新たな観光プロダクトの開発等によって滞在時間を伸ばすこと, あるいは泊まりたくなる魅力的な宿を誘致することによって, 他地域ではなく本県に宿泊してもらうことによって宿泊消費額を増加させるなど, 限られた国内需要を確実に本県の観光消費額増加につなげることに取組まなければならない。

(2) 交通インフラの整備

本県を訪れる観光客の来訪手段は自家用車が最も多く、次いで鉄道、バス、船舶、航空機となっている。各来訪手段の現状等については次のとおりである。

《本県を訪れる観光客の来訪手段》



(単位：万人)

出典) 広島県観光客数の動向(平成28年実績)

ア 道路交通網の整備

(ア) 現状

平成27年(2015年)3月に、中国やまなみ街道及び東広島・呉自動車道が、共に暫定2車線で全線開通した。これにより、県境を越える井桁状の高速道路ネットワーク*が形成され、県内及び近県から各観光地へのアクセスが大幅に向上した。

同時に、道の駅の整備が進み、来訪者数増加による観光消費額増加の効果があつた。

(イ) 今後の対応

今後は、高速道路ICから観光地までの道路や観光地をネットワーク化する道路の整備を進め、観光周遊を促進し、観光客の県内での滞在時間の延長や来訪者の満足度向上等につなげる。また、道の駅の来訪者数の維持・増加、及びその地域での滞在時間延長に向けて取り組む。

さらに、観光地の渋滞対策として、駐車場混雑時におけるパーク&ライド*や空いている駐車場への円滑な案内誘導等に取り組み、観光客の満足度やリピート率向上につなげていく。

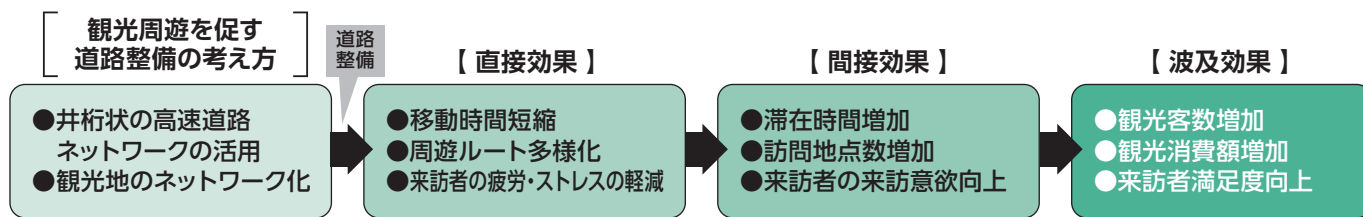


神楽門前湯治村(安芸高田市)

*井桁状の高速道路ネットワーク…中国縦貫自動車道、山陽自動車道を横軸に、広島自動車道、浜田自動車道、東広島・呉自動車道、中国やまなみ街道(中国横断自動車道尾道松江線)、しまなみ海道(西瀬戸自動車道)を縦軸に形成される高速道路ネットワーク。

*パーク&ライド…観光地の渋滞緩和のため、自家用車で最寄りの駅、バス停、港等まで行き、車を駐車させた後、鉄道、バス、船舶などの公共交通機関を利用して目的地に向かうシステムのこと。

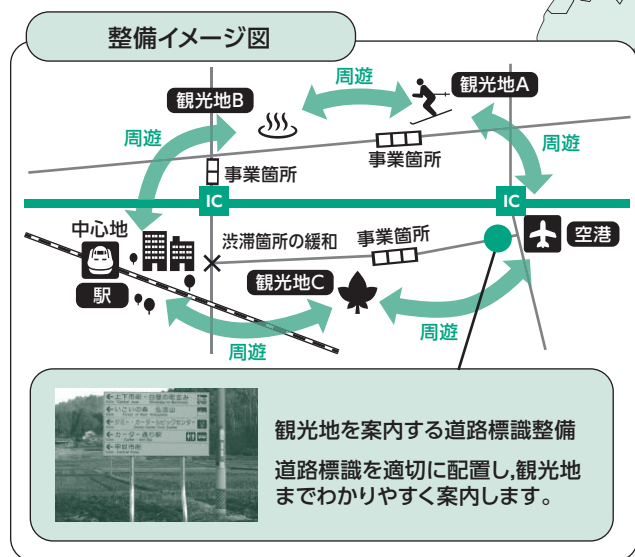
《観光周遊を促す道路ネットワークの形成について》



【観光周遊を促す道路ネットワークの形成】

a: 高速ICと観光地をつなぐ道路
 b: 広島空港や市町中心地と観光地をつなぐ道路
 c: 隣接し合う観光地をつなぐ道路

※観光地とは拠点的観光施設を有する地域



出典) 広島県道路整備計画2016

イ 観光客の鉄道利用状況

(ア) 現状

平成23年(2011年)3月の九州新幹線の全線開業以降、本県の観光客のうち鉄道を利用した観光客数は毎年増加しており、開業前の平成22年(2010年)と平成28年(2016年)を比較すると約32%増加している。

九州から本県への観光客数についても平成25年以降は増加傾向にあり、平成28年(2016年)4月に発生した熊本地震の影響により、九州からの観光客数は減少したが、今後の復興に併せて再び観光客が増加することが期待される。

また、外国人観光客が活用できる特別企画乗車券により、外国人観光客が新幹線を始めとした鉄道利用による国内周遊が増加している。

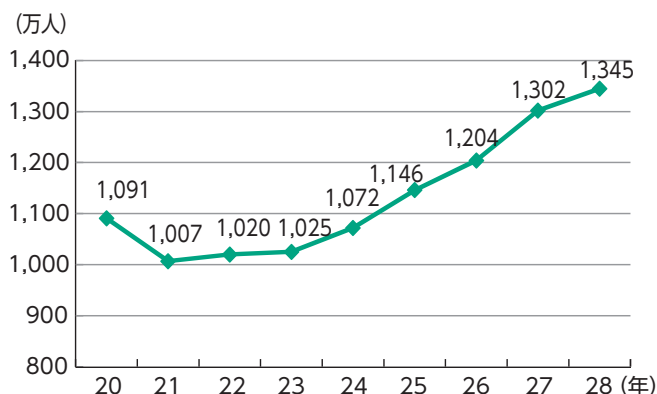
(イ) 今後の対応

新幹線により多くの誘客が期待できる関東・関西地区に加え、九州地区に対しても本県の観光情報を発信していく。

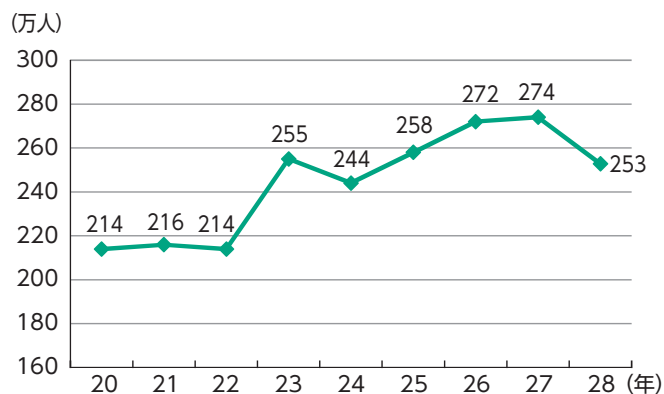
また、平成29年(2017年)6月から運行を開始した「TWILIGHT EXPRESS 瑞風※」を活用した誘客や情報発信に取り組んでいく。

※TWILIGHT EXPRESS 瑞風・・・JR西日本が平成29年(2017年)6月17日に運行を開始した周遊型臨時寝台列車(クルーズトレイン)。京阪神地区と山陰山陽エリア間で運行している。

《本県の鉄道利用観光客数の推移》



《九州から本県への観光客数の推移》



出典) 広島県観光客数の動向

ウ 観光客のバス利用状況

(ア) 現状

本県では、首都圏・関西圏・中四国・九州等、本県と他の都府県とを結ぶ高速乗合バスや、広島市と県内各地を結ぶ高速乗合バス、広島空港と県内各地を結ぶリムジンバス、県内各地の路線バスが運行されている。また、市街地を循環するバスが運行されている市町もあり、これらについては観光客にも活用されている。特に、外国人観光客向けのバス利用パス「Visit Hiroshima Tourist Pass」があり、利用状況も好調である。また、広島市内の観光拠点を周遊する「めいぶる一ぷ」も、外国人観光客の利用が多くなっている。

(イ) 今後の対応

既存路線の維持を図るとともに、高速乗合バス等を活用した周遊促進による誘客に取り組む。

エ 観光客の船舶利用状況

(ア) 現状

本県には、広島－呉－松山の旅客船航路を有し、四国からの観光客の海の玄関となっている広島港や、宮島－宮島口など、多くの旅客船航路を有している。また、原爆ドームと宮島という2つの世界遺産を結ぶ「ひろしま世界遺産航路」や、宮島－広島、宮島－呉などの主要観光地を結ぶ旅客船航路もある。さらに、広島駅から平和記念公園を結ぶリパークルーズや、呉港おさんぽクルーズ、尾道水道クルーズなど、瀬戸内の多島美を楽しむミニクルーズが運航されている。

また、サイクリストに対しては、旅客船航路を利用してせとうちエリア内を周遊するための、せとうちサイクルーズPASSを発行する取組を行っている。

本県に寄港するクルーズ客船については、宇品外貿ふ頭に加え、平成27年度(2015年度)から五日市－11、－12岸壁への受け入れを開始したことから、平成28年度(2016年度)には入港数が増加した。

また、港周辺や海の駅の整備により、観光客の利便性向上やくつろぎ・賑わいの創出を図ってきた。



ひろしま世界遺産航路(広島市)

《本県へのクルーズ客船入港数の推移》

区分	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
広島港※	29	18	32	51	55※
福山港	1	0	0	2	未定
尾道糸崎港	1	0	1	3	未定
合計	31	18	33	56	未定

※広島港の着岸場所は宇品外貿ふ頭及び五日市-11, -12岸壁
 ※平成29年度の広島港入港数は10月31日時点の予定

(広島県調べ)

(イ) 今後の対応

現在運航しているミニクルーズや、旅客船航路を活用した周遊観光を促進するとともに、引き続きクルーズ客船誘致に取り組む必要がある。

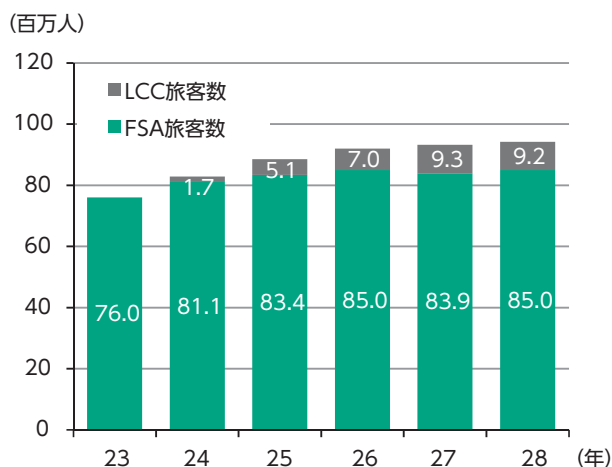
また、観光客の利便性向上やくつろぎ・賑わいの創出に向け、港周辺施設の整備に引き続き取り組むとともに、海からの観光地訪問や瀬戸内クルージングを促進するため、クルージング需要の掘り起こしを図る。

オ 航空ネットワークの充実

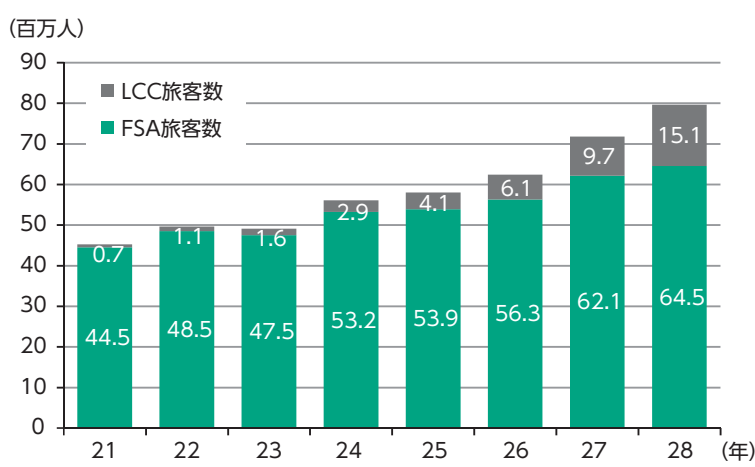
(ア) 現状

平成21年(2009年)に国際線で、平成24年(2012年)に国内線で運航を開始したLCC※の路線拡大もあり、国内空港にける旅客数は国内線・国際線ともに増加している。

《全国の国内線航空旅客数の推移》



《全国の国際線航空旅客数の推移》



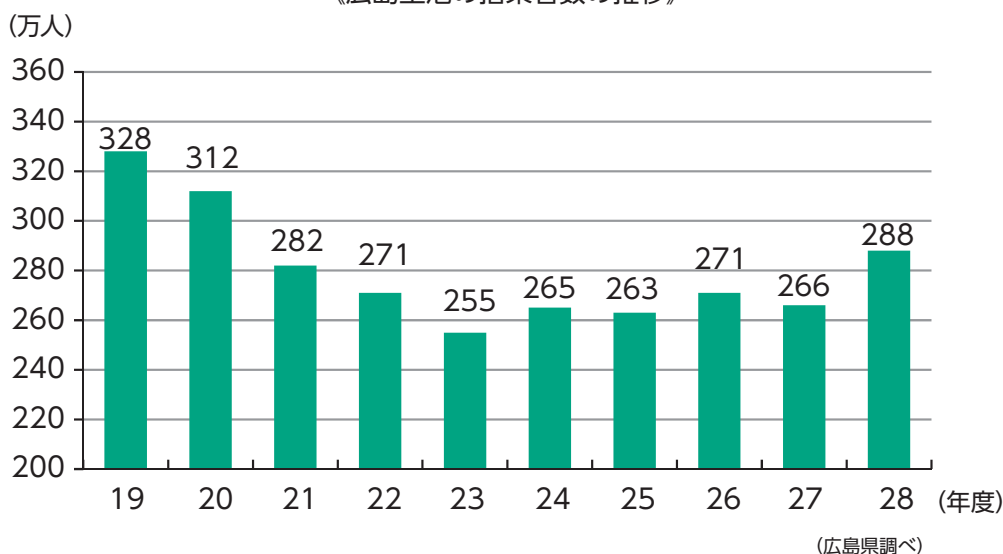
出典) 国土交通省「我が国におけるLCC参入促進」(元データは国土交通省航空局暦年の統計)

※LCC・・・格安航空会社(Low Cost Carrier), それに対して一般の航空会社をFSA(Full Service Airline)と呼ぶ。

広島空港は平成5年(1993年)の開港から24年を迎え、平成29年(2017年)11月時点で国内5路線、国際6路線(うちLCC国内1社1路線、国際2社2路線)が就航し、中四国地方最多の航空ネットワークを有している。平成29年(2017年)10月にはシンガポール便が就航し(平成15年、2003年以来)、シンガポール等の東南アジアからの誘客が期待されている。

広島空港の搭乗者数は、路線数の減少もあって平成21年度(2009年度)に300万人を下回って以降は260万人前後を推移していたが、平成28年度(2016年度)には前年から約20万人(8.2%)増加し、288万人となった。この要因としては、東京便が好調であったことに加えて訪日客の増加でLCCをはじめとした国際線搭乗者数が伸びたことが挙げられる。

《広島空港の搭乗者数の推移》



《広島空港の路線数の推移》

区分	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H29.11月
国内線	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
国際線	7	8	7	6	6	6	5	5	5	5	5	6

※平成19～29年の路線数は当該年の1月1日時点のもの

(広島県調べ)

(イ) 今後の対応

引き続き、国内外からの観光客の誘致や交流を促進するため、広島空港の航空ネットワークの充実に向け、新たな路線の就航、既存路線の維持・拡充に取り組む必要がある。特に、外国人観光客については、広島空港と同じ国の路線を持つ近隣県の他の空港と連携を図り、県を越える広域周遊観光の推進を図っていく。

また、既存路線の維持・拡充に向けて、県民による広島空港利用を促す取組を行う。

一方、広島空港は平成33年(2021年)頃に空港経営改革(民間委託)の実施を計画している。これにより、空港全体の戦略投資(民間ノウハウの活用)による更なる路線拡大や旅客数増加、空港活性化に向けた地域の関係者と運営権者との連携した取組の活発化等が期待される。