

Ⅱ 総論

第1 今次計画(H30~34年度, 2018~2022年度)のねらい

1 今次計画の目指す姿

「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になっている。

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柱の一つとなっている。

豊かな自然や伝統文化、内海と山々が織りなす食文化とそれを継承する人々、そして都市と自然が近接し、豊かな生活が楽しめることなど、ありのままの日本を体験できる場所としての価値が認められ、県民一人ひとりが地域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ている。

2 今次計画の目標

これまでの取組の結果、総観光客数は増加しており、総観光客数の増加に伴い観光消費額は増加した。しかし、観光消費額単価が伸びていない等の課題があった。

このため、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。

3 今次計画の方向性

総観光客数の増加に向けては、魅力ある観光地づくりに取り組むとともに、第1ピーク(8月)に比べて総観光客数に伸びしろのある第2ピーク(4・5月, 10・11月)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宿泊消費額の上昇を図るとともに、飲食消費額の上昇や滞在時間の延長を図る。

総観光客数の増加、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、広島資源の魅力をきめ細かく情報発信する。

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は、観光消費額の増大にとって不可欠な要素である。このため、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。

各取組を進める上では、データに基づくマーケティングを行うとともに、PDCAサイクル^{*}によるマネジメントを行う。各取組の実施に当たっては、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。

併せて、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する、その担い手であることについての認識をはぐくむ。

^{*}PDCAサイクル…Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Action(改善)の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する手法のこと。

第2 今次計画の目標値

1 今次計画での目標値の設定について

今次計画では観光消費額の増大を第一の目標とする。観光消費額を増加させる要素として総観光客数、及び観光消費額単価が高い外国人観光客数を目標値に挙げる。

また、観光消費額を増加させる要素として、前計画では取り上げていなかった観光消費額単価を目標値に挙げる。観光消費額単価を上昇させる要素として、宿泊客数と、観光消費額単価の高い外国人宿泊客数を目標値に挙げる。

また、観光客の満足度が向上することにより、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等による観光消費額単価の上昇にもつながるなど、観光消費額の増大に向けて不可欠な要素である。このため、今次計画でも引き続き観光客の満足度を目標値に挙げる。

《本県観光客の観光消費額単価》

(単位:円/人)

区分		H25	H26	H27	H28
日本人	日帰り	3,814	3,701	4,042	4,528
	宿泊	21,406	16,876	22,580	27,805
外国人	宿泊	55,241	55,873	50,996	41,227

出典) 観光庁共通基準による観光入込客統計

《今次計画の目標値》

指標	現状 (H28, 2016年)	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

※観光客数及び宿泊客数は、延べ人数である。

※今次計画では、宿泊客数のデータの出典を観光庁宿泊旅行統計調査とする(前期計画では広島県観光客数の動向からの出典)。

2 国及びせとうちDMOの目標値

(1) 国の目標値

国は「観光先進国」への新たな国づくりに向けて、平成28年(2016年)3月に新たな観光ビジョン「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定した。

①観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に、②観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に、③すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に、の3つの視点に基づき「世界が訪れたいくなる

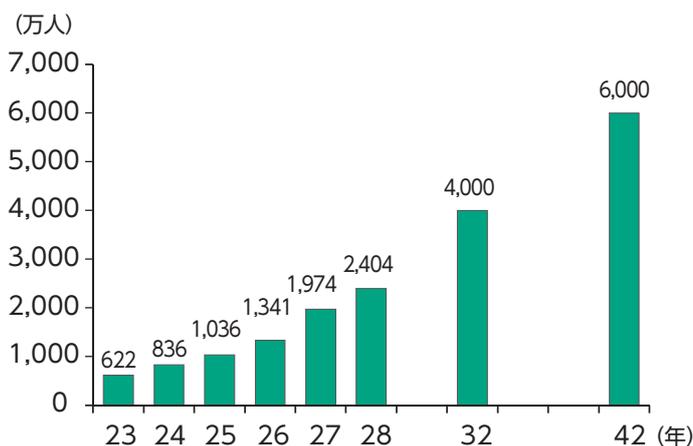
日本]を目指し、観光ビジョンの施策の実行に取り組むこととしている。

この中で、東京2020オリンピック・パラリンピックが開催される平成32年(2020年)の目標値として、①訪日外国人旅行者数、②訪日外国人旅行消費額、③地方部[※]での外国人延べ宿泊者数、④外国人リピーター数、⑤日本人国内旅行消費額を挙げている。

《参考：「明日の日本を支える観光ビジョン」目標値》

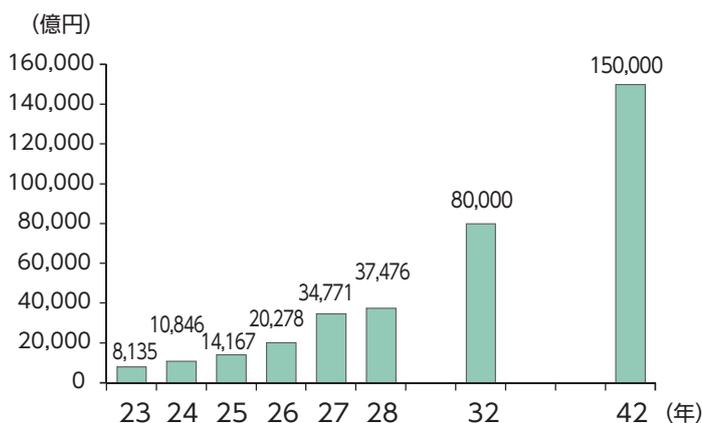
訪日外国人旅行者数

平成32年(2020年): 4,000万人
(平成27年の約2倍)
平成42年(2030年): 6,000万人
(平成27年の約3倍)



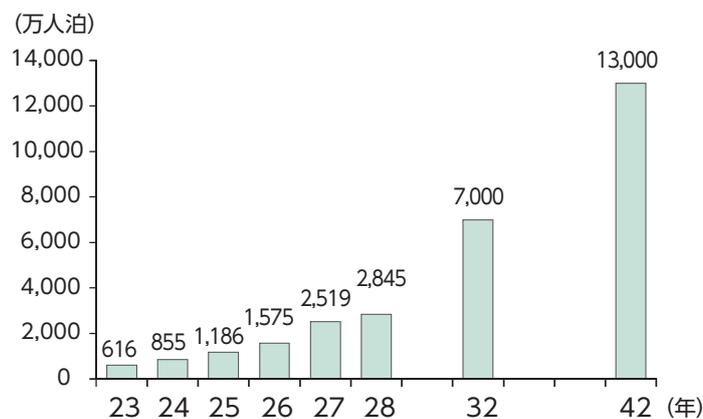
訪日外国人旅行消費額

平成32年(2020年): 8兆円
(平成27年の2倍超)
平成42年(2030年): 15兆円
(平成27年の4倍超)



地方部[※]での外国人延べ宿泊者数

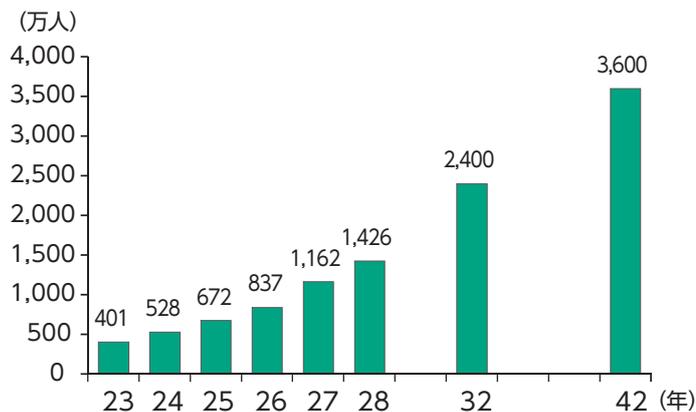
平成32年(2020年): 7,000万人泊
(平成27年の3倍弱)
平成42年(2030年): 1億3,000万人泊
(平成27年の5倍超)



※地方部とは、三大都市圏(埼玉県,千葉県,東京都,神奈川県,愛知県,京都府,大阪府,兵庫県)以外の地域をいう。

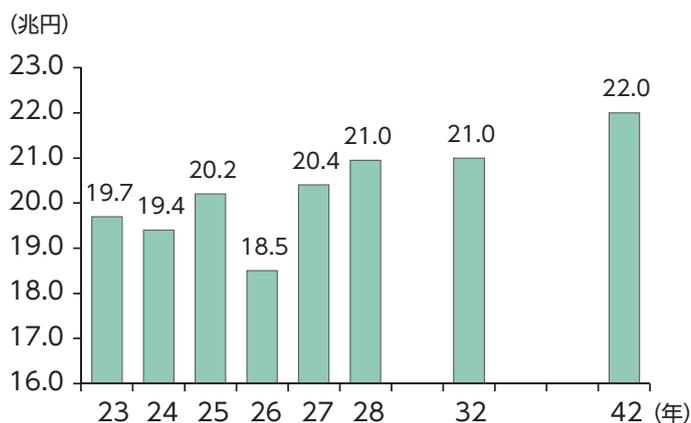
外国人リピーター数

平成32年(2020年): 2,400万人
(平成27年の約2倍)
平成42年(2030年): 3,600万人
(平成27年の約3倍)



日本人国内旅行消費額

平成32年(2020年): 21兆円
(最近5年間の平均から約5%増)
平成42年(2030年): 22兆円
(最近5年間の平均から約10%増)



(2) せとうちDMOの目標値

せとうちDMOは、瀬戸内への来訪意向度を、国内最大の観光ブランドである北海道・沖縄と同程度の50%とすることや、延べ宿泊者数(外国人)を、国が設定する平成42年(2030年)の目標を前倒しで平成32年(2020年)に達成することなど、7項目の目標を設定している。

《せとうちDMOの目標値》

指標	H26年(2014年)	H32年(2020年)
来訪意向度	29.5%	50%
リピート率	データ無し	50%
観光入込客数(外国人)	114万人	300万人
延べ宿泊者数(外国人)	154万人泊	600万人泊
観光総収入(外国人)	745億円	2,400億円
来訪者満足度	データ無し	90% (満足+大変満足)
住民満足度	データ無し	90% (満足+大変満足)

※瀬戸内を囲む7県(兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県)での目標値

3 今次計画の個別の目標値について

(1) 目標値の考え方

観光消費額の目標値は、国の「明日の日本を支える観光ビジョン」目標値（日本人国内旅行消費額及び訪日外国人旅行消費額）の伸び率（平成28年比24%増）を上回り、平成28年比約30%増の5,250億円と設定する。

総観光客数の目標値は、県内周遊を図り、県内滞在時間を延ばすことで、消費機会の増加、ひいては宿泊につなげていくことをねらいとするため、本県への来訪客数の増加を図るとともに、1人当たり訪問箇所数の平成27年実績（1.75箇所）から、周遊の促進により1人当たり訪問箇所数を1.85箇所に増加させることによって、総観光客数7,500万人と設定する。

観光消費額を効率的に増加させ、目標達成を図るために、国内客と比較して観光消費額単価が高い外国人観光客に着目する。外国人観光客数及び外国人宿泊者数については、いずれも、国の「明日の日本を支える観光ビジョン」地方部での外国人延べ宿泊客数目標値の伸び率（平成28年比188%増）を上回る約200%増で設定し、外国人観光客数は600万人、外国人宿泊客数は250万人を目標値とする。

なお、今次計画から、宿泊客数及び外国人宿泊客数の数値については、全国比較できる等の理由から、観光庁の宿泊旅行統計調査のデータを活用し、外国人観光客数の目標値設定にも、この宿泊旅行統計調査のデータを参考値として活用する。

観光消費額単価の目標値は、総観光客数7,500万人で観光消費額5,250億円を達成するために必要な観光消費額単価として、7,000円/人とする。

国内宿泊客数は、国民1人当たりの平均宿泊日数（直近6年間で10%増）の伸び率を上回る約20%増の1,000万人とし、外国人宿泊客数の目標値（250万人）と合計し、宿泊客数の目標値は、1,250万人と設定する。

また、観光客を迎え入れる上での基盤であり、観光消費額の増大に向けても不可欠な要素である観光客の満足度90%を目指す。

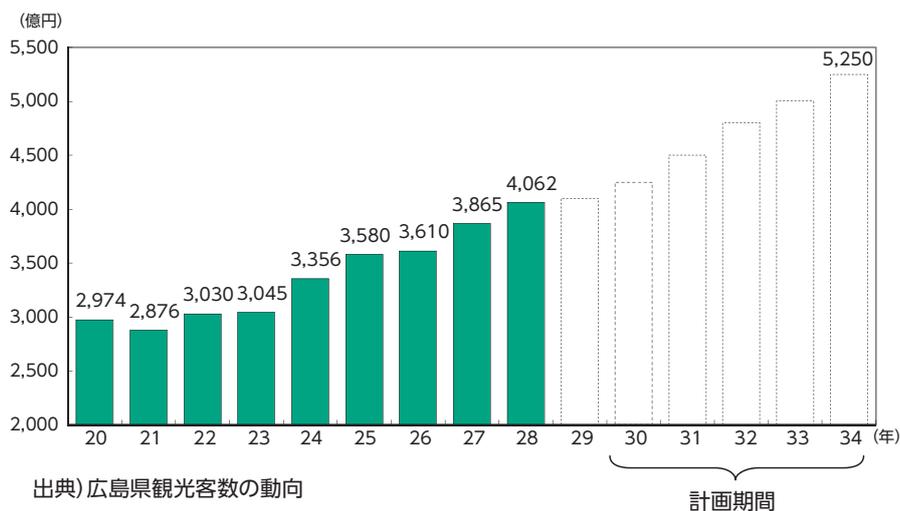
(2) 観光消費額

本県の観光消費額は、平成20年（2008年）から平成23年（2011年）の間は横ばいの状態が続いたが、平成24年（2012年）以降は増加に転じ、毎年過去最高値を更新し、平成28年（2016年）には初めて4,000億円を超え、4,062億円となった。

一方、国の観光消費額は、日本人国内旅行消費額が平成28年（2016年）に21.0兆円、訪日外国人旅行消費額が平成28年に3.7兆円、合計で24.7兆円となっており、今後の目標として「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で平成32年（2020年）には29兆円（日本人国内旅行消費額21兆円、訪日外国人旅行消費額8兆円）、平成42年（2030年）には37兆円（日本人国内旅行消費額22兆円、訪日外国人旅行消費額15兆円）と設定している。平成32年から平成42年までの観光消費額が直線的に推移すると仮定すると、今次計画の終期（平成34年、2022年）における国の観光消費額の目標値は30.6兆円と推定される。

今次計画の観光消費額の目標値は、国の現状（平成28年、2016年）の観光消費額から、平成34年（2022年）の目標値（推定）までの伸び率（平成28年比24%増）を上回り、平成28年の4,062億円から約30%増の5,250億円と設定する。

《本県の観光消費額の推移と目標値》



(3) 総観光客数, 外国人観光客数

ア 総観光客数

本県の総観光客数は次のグラフのとおり、平成20年(2008年)以降、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ている。

一方、本県の観光客1人あたりの平均訪問箇所数は平成27年(2015年)で1.75箇所と推定されており、平成27年の総観光客数(6,618万人)から、観光客の実人数は3,781万人と推定される。今次計画の終期(平成34年、2022年)の目標値として、周遊を促進することで観光客1人あたりの平均訪問箇所数を0.1箇所伸ばして1.85箇所とするとともに、観光客の実人数を約300万人増加させて4,050万人とし、総観光客数7,500万人を目指す。

イ 外国人観光客数

外国人観光客数も国内観光客数と同様に、平成24年(2012年)以降5年連続で過去最高値を更新している。特に、円安の影響もあり、平成26年(2014年)から平成27年(2015年)を比べると前年比59%増と高い伸び率となり、平成28年(2016年)には初めて200万人を突破した。

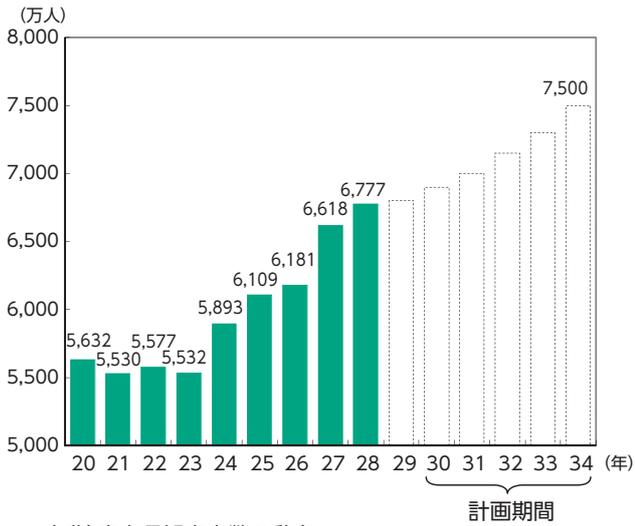
外国人観光客数に関する国の目標値については、「明日の日本を支える観光ビジョン」で、地方部での外国人延べ宿泊者数の目標値として、現状(平成28年、2016年)の2,845万人泊から、平成32年(2020年)には7,000万人泊、平成42年(2030年)には13,000万人泊と設定している。平成32年から平成42年までの地方部での外国人延べ宿泊者数が直線的に推移すると仮定すると、今次計画の終期(平成34年、2022年)における国の外国人延べ宿泊者数の目標値は、8,200万人泊と推定される。

今次計画の外国人観光客数の目標値は、国の現状(平成28年)の地方部での外国人延べ宿泊者数から、平成34年の目標値(推定)までの伸び率(平成28年比188%増)を上回り、平成28年の201万人から約200%増の600万人と設定する。

ただし、外国人観光客数については、外的要因による変動が大きく、ハンドリングできない要素が多分にあることから、実績数値のモニタリング等を十分に行った上で、必要に応じて目標値を見直すこととする。

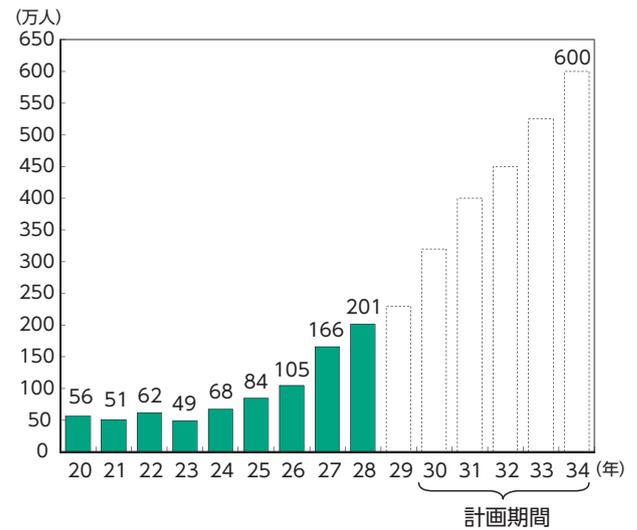
※外国人観光客数の目標値は延べ人数であることから、国の目標値のうち、同様に延べ人数の指標である「地方部での外国人延べ宿泊者数」を参考とし、目標値を設定する。

「本県の総観光客数の推移と目標値」



出典) 広島県観光客数の動向

「本県の外国人観光客数の推移と目標値」



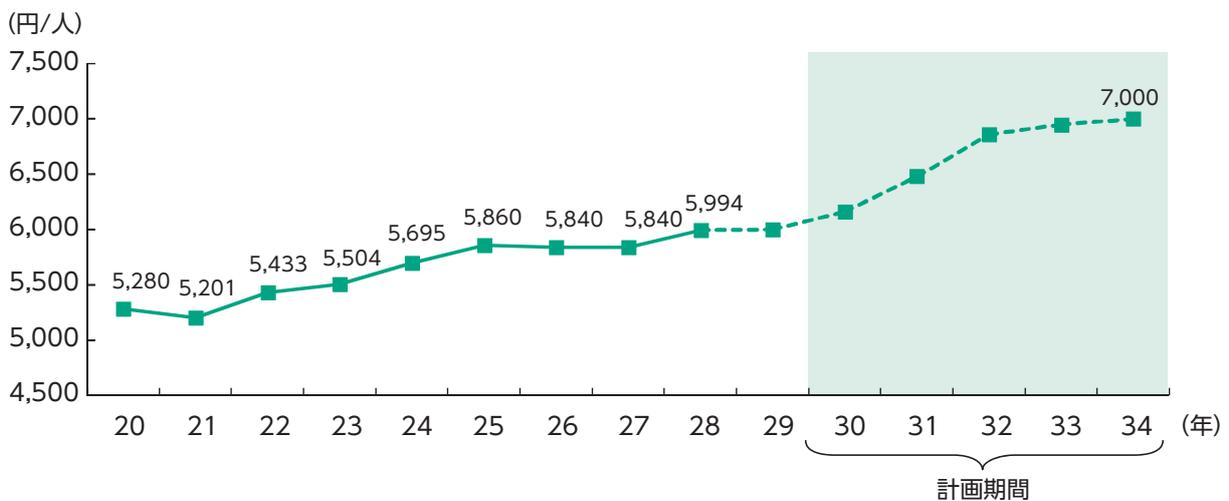
計画期間

(4) 観光消費額単価

観光消費額単価は、平成21年(2009年)から平成25年(2013年)までの間は増加を続けていたが、平成25～27年(2013～2015年)の間は横ばいの状態が続いた。平成28年(2016年)には3年ぶりに上昇に転じ、5,994円/人となった。

今次計画では、宿泊客数を平成28年の959万人から1,250万人に増加させるとともに、特に観光消費額単価の高い外国人宿泊客を平成28年の84万人から250万人に増加させることで、700円/人の単価上昇を目指す。併せて、観光客により多くの消費機会を提供するための観光プロダクト開発により、300円/人の単価上昇を目指す。観光消費額単価を平成28年から約1,000円/人増加させ、平成34年(2022年)までに7,000円/人を目指す。

「本県の観光消費額単価の推移と目標値」



出典) 広島県観光客の動向(観光消費額と総観光客数から算出)

(5) 宿泊客数, 外国人宿泊客数

ア 宿泊客数

本県の宿泊客数は平成25年(2013年)までは20年以上にわたり700万人前後で推移してきた。平成26年(2014年)以降は増加傾向となり,特に平成27年(2015年)には,ふるさと旅行券の発行や,後述する外国人宿泊客数の増加等により,前年から約100万人増加した。平成28年(2016年)には前年のふるさと旅行券発行の反動があったものの,前年から17万人増加した。

一方,国民1人当たりの平均宿泊日数は,平成23年(2011年)から平成28年までの6年間で,2.08泊から2.28泊と,約10%増加している(観光白書)。今次計画の国内宿泊客数の目標値は,この伸び率を上回る約20%増の1,000万人とし,外国人宿泊客数の目標値(250万人)と合計し,宿泊客数の目標値は1,250万人と設定する。

イ 外国人宿泊客数

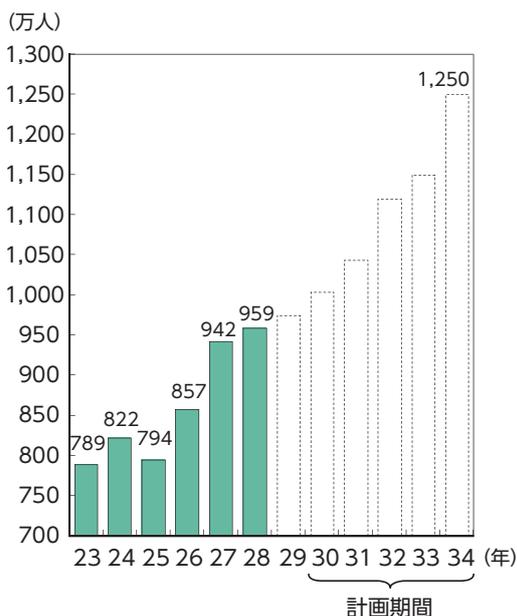
外国人宿泊客数は,円安の影響もあり平成26年(2014年)以降は増加を続けている。平成27年(2015年)には前年から約30万人増加(前年比70%増)しており,平成28年(2016年)も引き続き増加している。

外国人宿泊客数に関する国の目標値については,「明日の日本を支える観光ビジョン」で,地方部での外国人延べ宿泊者数の目標値として,現状(平成28年)の2,845万人泊から,平成32年(2020年)には7,000万人泊,平成42年(2030年)には13,000万人泊と設定している。平成32年から平成42年までの地方部での外国人延べ宿泊者数が直線的に推移すると仮定すると,今次計画の終期(平成34年,2022年)における国の外国人延べ宿泊者数の目標値は,8,200万人泊と推定される。

今次計画の外国人宿泊客数の目標値は,国の現状(平成28年)の地方部での外国人延べ宿泊者数から,平成34年の目標値(推定)までの伸び率(平成28年比188%増)を上回り,平成28年の84万人から約200%増の250万人と設定する。

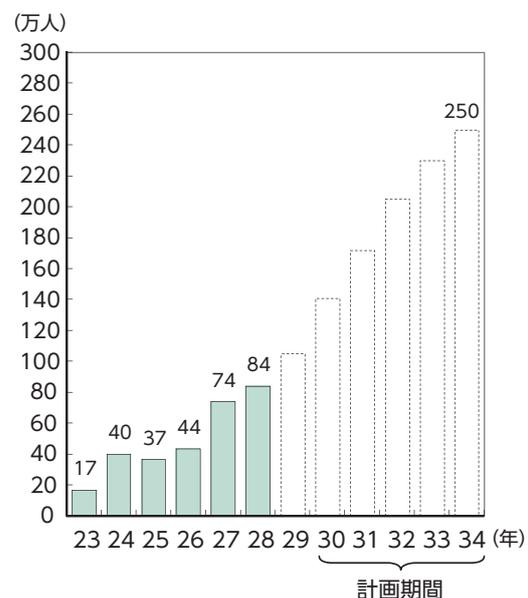
ただし,外国人宿泊客数については,外的要因による変動が大きく,ハンドリングできない要素が多分にあることから,実績数値のモニタリング等を十分に行った上で,必要に応じて目標値を見直すこととする。また,外国人観光客による利用が拡大している民泊についても,データを把握できれば外国人宿泊客の目標値に反映させることも検討する。

《本県の宿泊客数の推移と目標値》



出典)観光庁宿泊旅行統計調査

《本県の外国人宿泊客数の推移と目標値》



出典)観光庁宿泊旅行統計調査

(6) 観光客の満足度

本県の主要観光地を訪れた観光客に対するアンケート調査による満足度（「今回の広島県への旅行に満足したか」との問いに対し「そう思う」と回答した観光客の割合）は、平成24年（2012年）には50.5%だった。

その後、おもてなしの向上に向けた取組や、観光客の受入環境整備に向けた取組により観光客の満足度は向上し、平成28年（2016年）には73.6%まで上昇した。

また、民間調査会社によるインターネット調査によると、本県への宿泊旅行者の総合的な満足度は、平成20～24年（2008～2012年）は80%前後を推移していたが、平成24年以降は85%前後まで上昇し、順位も平成24年と平成26年（2014年）に5位に入るなど、全国と比較しても観光客の満足度が高まった。しかし、平成27年（2015年）、28年には観光客の満足度、全国順位ともに下降している。

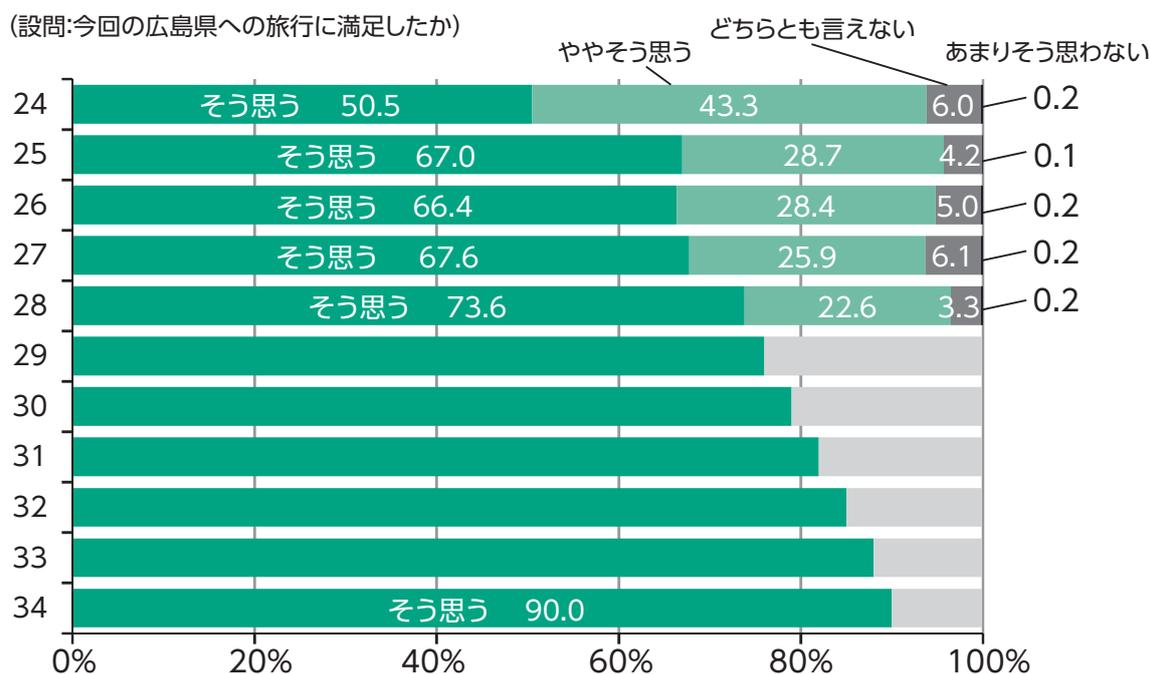
今次計画では、増加する外国人観光客等の受入環境整備や、引き続きおもてなし向上に向けた取組を行い、せとうちDMOの目標値と同様に、観光客の満足度90%を目指す。

《本県の宿泊旅行者の満足度と全国順位》

年	満足度	全国順位
H20	80.3%	17位
H21	79.6%	25位
H22	81.5%	34位
H23	80.9%	21位
H24	85.7%	5位
H25	86.1%	11位
H26	87.8%	5位
H27	84.5%	13位
H28	82.9%	21位

出典) じゃらん宿泊旅行調査

《本県における観光客の満足度の推移と目標値》



出典) 広島県観光入込客統計調査

4 本県が目指す将来像

今次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。

平成42年に観光消費額8,000億円を達成することにより、

- ・ 全国の観光消費額に占める広島県のシェアを、平成28年の約1.6%から、平成42年の約2.2%に引き上げるとともに、
- ・ 本県のものづくり以外の経済成長に占める観光消費による粗付加価値額の割合が、約25%となり、観光が成長を支える産業の一つとなっている状態を目指す。



恋しき(府中市)



工場夜景(大竹市)

第3 今次計画の施策体系

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、リピーター確保や情報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、「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。

・観光客数の増加

国内観光客数及び外国人観光客数の増加に向けた施策に取り組む。

・観光消費額単価の上昇

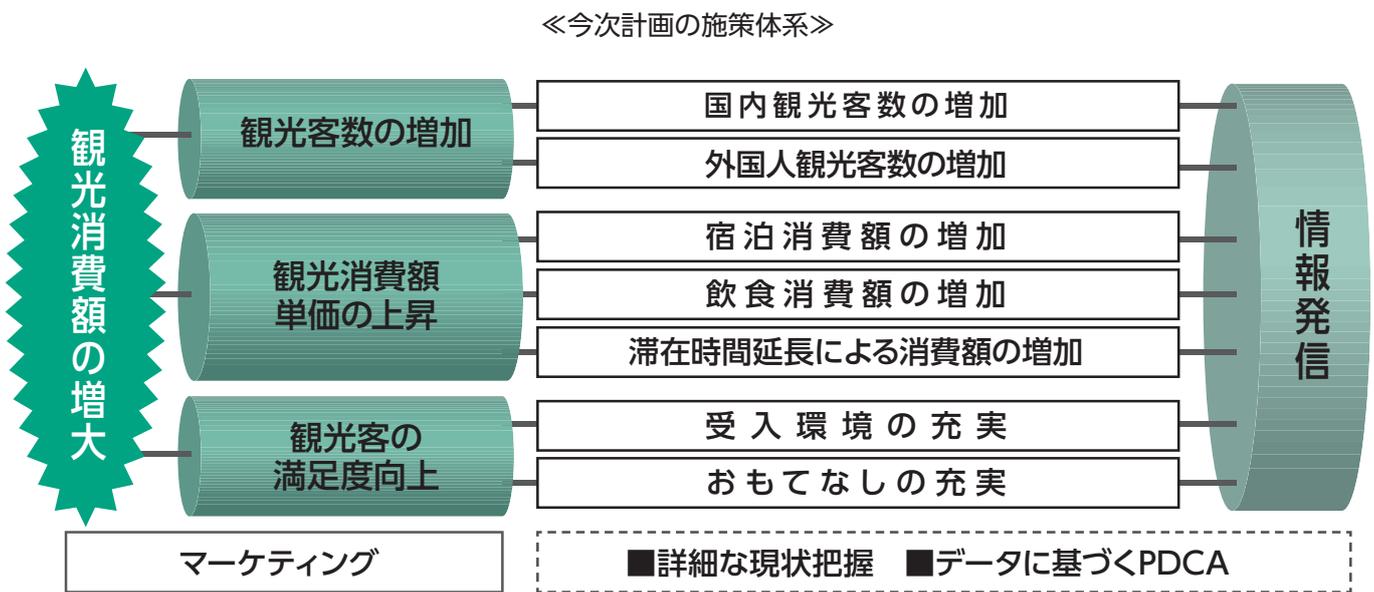
消費の構成要素のうち、構成比が高い宿泊消費額, 飲食消費額の増加とともに、それぞれの消費額の増加にもつなげる体験プログラム等の観光プロダクトによる消費額の増加に向けた施策に取り組む。

・観光客の満足度向上

受入環境の充実とおもてなしの充実に向けた施策に取り組む。

・情報発信

観光客数の増加, 観光消費額単価の上昇, 観光客の満足度向上に向けた情報発信に関する施策に取り組む。



Ⅲ 各施策の 取組方向

第1 観光客数の増加

施策の目的

観光消費額の増大に向けて、国内外からの観光客数をさらに増加させる。

1 国内観光客数の増加

(1) これまでの取組

これまで、次の取組等を実施した結果、国内観光客数は平成24年(2012年)以降、5年連続で過去最高を更新するとともに、本県への来訪意向も上昇している。

- ・タレントを活用した観光プロモーション(平成24~28年, 2012~2016年)
- ・島根県と連携した情報発信や誘客促進及び雪山を中心とした冬季観光客誘致の促進
- ・旅行の第1目的地となる強い集客力のある観光地をつくるための外部専門家を活用した事業計画策定支援、ターゲット毎の訴求コンテンツの発掘・造成
- ・観光資源の価値向上を図り、県内周遊の拠点を育成するために市町が取り組む観光地づくりの支援

(2) 課題

年間の観光客数は伸びているものの、第1ピーク(8月)の観光客数に比べて、それ以外の期間の観光客数は伸び悩んでおり、年間を通じた誘客につながっていない。

(3) 本計画での取組の方向性

年間を通じた誘客につなげるための観光プロダクトを開発するとともに、季節の魅力等をきめ細やかに情報発信する。

(4) 取組内容

年間を通じた誘客につながる観光プロダクト開発に取り組む市町や民間事業者の支援や、夜及び早朝の観光プロダクトの開発に取り組む[第1-2-(4)に記載]。

また、春夏秋冬の季節ごとの広島の魅力、強みを発信することにより、各シーズン、特に第2ピーク(4・5月、10・11月)の誘客を図るとともに、他の地域にはない広島の冬の魅力を発信することにより、年間を通じた観光客数の増加につなげていく。季節に応じた広島の魅力を訴求し、再度広島に行ってみたいと思わせることで、リピーターの増加につなげていく。

併せて、引き続き島根県と連携し、中国やまなみ街道沿線地域の観光情報の発信や、道の駅や海の駅を含めた周遊につながる情報を発信する。

2 外国人観光客数の増加

(1) これまでの取組

これまで、次の取組等を実施した結果、本県の外国人観光客数は平成24年(2012年)以降5年連続で過去最高値を更新するなど、大きく増加している。

- ・世界遺産登録20周年観光キャンペーンによる厳島神社(宮島)、原爆ドームの2つの世界遺産の認知度向上
- ・8つの国・地域に定めた重点市場(米国, フランス, オーストラリア, 中国, 香港, 台湾, 韓国, タイ)に対する、国・地域ごとのニーズ・旅行形態に応じた情報発信
- ・中国5県で連携したプロモーションや、せとうちDMOとの連携による、中国地方や瀬戸内での周遊の促進及び広島への誘客

(2) 課題

本県の外国人観光客数は順調に増加してきたが、県内での宿泊や周遊滞在につながっていない。

(3) 本計画での取組の方向性

宿泊や周遊滞在につながる観光プロダクトの開発と、国・地域ごとのニーズ・旅行形態に応じた情報を発信することで、来訪動機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とその情報発信等に取り組む。

(4) 取組内容

ア 国・地域ごとの訪日旅行特性に応じた観光プロダクトの開発と情報発信

(ア) 観光プロダクトの開発及び情報発信の方針

国・地域の成長性や訪日需要の動向を踏まえて、引き続き重点市場を定め、各ターゲットの嗜好に応じた広島の観光資源の持つ魅力・価値を発信する。

また、歴史や文化・自然・アクティビティなど、市町や民間事業者が主体となって取り組む、外国人観光客の来訪動機につながる観光プロダクトの開発を支援するとともに、旅行会社等と連携し、広島宿泊商品・周遊ルート情報を、外国人の訪日旅行シーズンに合わせて、より効果的な手法により発信する。

併せて、東京2020オリンピック・パラリンピックで、日本が世界の注目を集める好機を生かし、広島への誘客に向けた情報発信を強化する。

(イ) 国・地域ごとの訪日旅行特性に応じた情報発信

欧米豪の観光客は、多くがWEBで情報収集、旅行手配をする個人・小グループであることから、出発前の訪日客へ宿泊情報等を発信することにより、広島での宿泊決定・予約へつなげる。

アジアの観光客は、現地旅行会社の商品利用や、情報収集や目的地を決定する過程において現地旅行会社のホームページ等を参考にしていることから、現地旅行会社等と連携したプロモーションを展開することにより、広島宿泊商品の造成・利用促進や、広島での宿泊につなげる。また、広島空港へのLCCを含めた定期国際路線の誘致及び定期国際路線等を利用した誘客に取り組むとともに、近年増加している個人旅行者を対象とした情報発信も行う。

イ 夜や早朝の観光プロダクトの開発と情報発信

独自性が高く、宿泊につながる魅力的な観光プロダクトとして、外国人観光客が興味を抱く夜や早朝の魅力づくりに取り組む。

また、歴史・文化体験など訪日外国人に人気のコンテンツや、飲食・お酒等、直接的な消費につながるもの、広島ならではの独自性が高いものの中から有効な観光プロダクトを洗い出すとともに、実証実験を行い、取り組むべきものを選定する。

選定した観光プロダクトについては、広島の人気が高く、自由度が高い個別手配による旅行客が大半を占める欧米豪からの観光客をターゲットとした情報発信を行う。

ウ MICE※誘致の促進

MICEについては、その開催を通じて、国内外から企業や学会関係者が集うことによる幅広いネットワークの構築に結びつくことや、参加者・出展者等による宿泊、飲食、観光等の経済波及効果につながることで、さらに、開催都市の国際的な認知度やブランド力の向上といった効果が期待できる。

このため、公益財団法人広島観光コンベンションビューロー等と連携し、ユニークベニューを含めた会場確保等により、積極的にMICE誘致に取り組むとともに、大規模な国際会議や展示会・見本市などについて、経済界等と連携し、そのニーズの把握等を含めた検討を進めていく必要がある。

さらに、広島市内では時期によって宿泊施設を確保しにくい状況となっていることから、規制緩和と誘致活動により宿泊施設の増加に向けた取組を行う(第2-1に記載)。

エ 中国5県及びせとうちDMOとの連携

引き続き、中国5県と連携し、商談会や視察ツアーの実施や、WEBやSNS等での情報発信等により、中国地方での外国人観光客の周遊を促し、本県への誘客を図る。

また、せとうちDMOと連携し、瀬戸内地域での外国人観光客の周遊を促し、本県への誘客を図る。



夜神楽公演(広島市)



縮景園の早朝開園(広島市)

※MICE・・・企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字。多くの集客交流が見込まれる行事・催事などの総称。通常「マイルス」と読む。

※ユニークベニュー・・・会議・レセプションを歴史的建造物、文化施設や公的空間等で行うこと。

第2 観光消費額単価の上昇

施策の目的

観光消費額の増大に向けて、日帰り客を宿泊客にシフトさせることによる宿泊消費額の増加、宿泊消費額に次いで消費額の大きい項目である飲食消費額の増加、及び宿泊・飲食消費につながる滞在時間延長に向けた取組を行い、観光消費額単価を上昇させる。

1 宿泊消費額の増加

(1) これまでの取組

これまで、県内周遊を促進するための各エリアの拠点となる観光地点の育成や、県内の観光地点の周遊を促す情報発信を行ってきた。

(2) 課題

広島市内ホテルの客室稼働率は平均で8割を超えており、第1ピーク(8月)は9割を超えるなど、観光客が希望する時期に希望する形態の宿泊施設に宿泊できていない可能性がある。

また、これまでの取組により、県内全体の観光客数は増加しているが、観光客の県内での平均訪問箇所数は増加しておらず、県内滞在時間の延長につながっていないために、来訪者の県内宿泊に結びついていない。

(3) 本計画での取組の方向性

県内ホテルの客室数は、平成28年(2016年)から平成32年(2020年)までに広島市内を中心に約2,000室増加する見込みとなっている。今後、県内での新たな宿泊施設の誘致に向けて、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で、客室数を増加させる。

また、広域周遊を促し、県内滞在時間を延ばすことにより、宿泊客数を増加させる。

併せて、宿泊客の構成比を伸ばすために、年間を通じた宿泊客の増加を図るとともに、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り、宿泊客の県内各地への分散を図る。

(4) 取組内容

ア 規制緩和と誘致による宿泊施設の増加

今後の更なる宿泊施設の進出や客室数の増加に向け、民間投資の誘発を図るため、市町と連携し容積率の緩和等の規制緩和や誘致を推進する。

宿泊施設の誘致に当たっては、観光客のニーズが多様化していることを踏まえ、富裕層向けの施設、ビジネス利用も想定した施設、バックパッカー向けの施設等、様々な形態の宿泊施設を誘致する必要がある。このため、それぞれの形態の事業者との情報交換を行い、誘致に向けた取組を進めていくこととする。

併せて、外国人観光客からの人気の高い、伝統的な日本家屋を活用した宿泊施設等の整備に向けて、旅館業法等の規制緩和を推進する。

イ 広域周遊促進による宿泊客数の増加

せとうちDMOと連携し、クルーズ、サイクリング、瀬戸内らしい宿の充実等により、瀬戸内を周遊する観光客を増やし、県内での宿泊客の増加につなげる。

ウ 宿泊消費額の増加に向けた情報発信

年間を通して宿泊客数を増加させるため、第2ピーク(4・5月、10・11月)の誘客増につながる季節の魅力を発信するとともに、冬季については他の地域にはない広島冬の魅力の発信等により誘客に取り組む。

また、県内周遊につなげるため、観光客からの認知度の高い広島・廿日市(宮島)・尾道の魅力と併せて、県内各地の魅力を発信し、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への宿泊客の分散を図る。

また、魅力的な宿泊施設そのものの情報を発信するだけでなく、飲食や滞在時間延長につながる観光プロダクトの開発を進め、それらの情報と宿泊施設の情報を組み合わせて発信する。

2 飲食消費額の増加

(1) これまでの取組

本県への観光客に対するアンケート調査の結果、観光客からの魅力度は高いものの、年間を通じて提供できる店舗数が少ない牡蠣と、取扱い飲食店が少ない広島和牛について対応策を検討し、広島市内で食材と飲食店とのマッチング等を実施してきた。

(2) 課題

牡蠣は、6～9月に供給可能な三倍体牡蠣^{*}の生産量が少ない。6～9月に飲食店で提供されているのはほとんどが冷凍牡蠣であり、旬の素材として取り扱う飲食店が少ない。

広島和牛については需要に対する生産量が少なく、併せて飲食店向けの流通量が少ない。

(3) 本計画での取組の方向性

観光客の多い夏場を含め、年間を通して広島ならではの飲食を楽しんでもらうため、牡蠣、広島和牛、瀬戸内の魚介類等、広島ならではの食材の生産・流通量を確保しながら、飲食店とのマッチングを進め、提供店舗数を拡大する。

さらに、そうした「食」を楽しみたくなるような情報の発信に取り組む。

^{*}三倍体牡蠣・・・通常の牡蠣が身痩せする夏場でも身痩せしにくい性質を持つ牡蠣で、広島県水産海洋技術センターが開発し、広島県栽培漁業協会が種苗生産される「かき小町」が生産・流通している。

(4) 取組内容

ア 食材の確保

食材の確保に向けて、県・市町の農林水産部局、関係団体、生産者と連携し、飲食店側のニーズや必要数量について情報共有しながら、必要数量の確保・販売流通経路の構築に取り組む。

イ 飲食店とのマッチング

これまで広島市内を中心に実施してきた食材と飲食店のマッチングを、県内に拡大し、飲食店とのマッチングを図る。

ウ 飲食消費額の増加に向けた情報発信

アンケート調査で魅力度が高い、お好み焼き、牡蠣、広島和牛、瀬戸内の魚介類、レモン、日本酒など、広島ならではの魅力的な食材に関して、一般的に知られている情報だけでなく、広島ならではのストーリーとその魅力を発信する。併せて、それらの食材を提供する飲食店の情報を発信する。

3 滞在時間延長による消費額の増加

(1) これまでの取組

観光資源の価値向上を図り、県内周遊の拠点を育成するために市町が取り組む観光地づくりを支援した。その結果、支援した施設での観光客の伸び率が高まるなど、一定の成果があった。

(2) 課題

これまでの取組により、観光客数は増加しているが、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。

(3) 本計画での取組の方向性

県内での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、宿泊消費や飲食消費にもつなげる。

(4) 取組内容

県内の多様なロケーションの関係者や観光事業者等と意見交換を行いながら、アウトドア体験や文化体験などの体験型プログラムを開発するとともに、予約から決済までをワンストップで行うサイトを構築する。

また、アートを活用した定例的な展示イベントや、しまなみ海道に続く魅力的なサイクリングエリアの創出等、観光プロダクト開発に取り組む。その情報発信に当たっては、バス・船舶等の利用やアクセス情報を一体的に発信する。

併せて、これまで市町が育成してきた観光資源について、その資源のテーマ性やストーリー性で結びつけた、複数の市町が連携して取り組む広域周遊につながる観光プロダクトの開発を支援する。



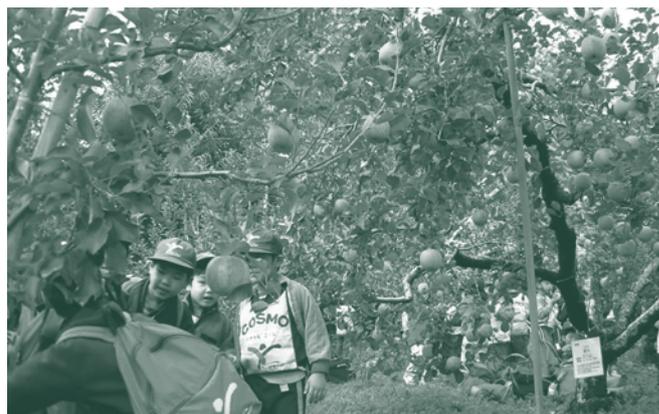
FISE* (2018年開催予定, 広島市)



マツダスタジアム (広島市)



かき小屋



果物狩り体験 (三次市)



海と山のアート回廊 (2017年, 尾道市) 山本基《瑠璃の龍》



江田島サイクリング (江田島市)



宮島での日本文化体験 (廿日市市)



筆づくり体験 (熊野町)

*FISE・・・東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会で新たに正式種目となるスケートボード, BMXやスポーツクライミングなど都市型スポーツ (アーバンスポーツ) の世界大会 (Festival International des Sports Extrêmes)。平成30年 (2018年) 4月に広島市で「FISE Hiroshima 2018」が日本で初めて開催される。

第3 観光客の満足度向上

施策の目的

観光客の受入体制の整備や、県民によるおもてなしにより、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。

1 受入環境の充実

(1) これまでの取組

外国人観光客の受入環境整備に向けて、移動、飲食、宿泊などにおける外国人観光客が必要とする基本サービス等の状況について現状把握し、課題等について整理してきた。

交通・観光インフラの充実に向けては、道の駅・海の駅の整備や観光案内版の充実等に取り組んできた。

観光人材の育成に向けては、魅力ある観光地づくりに向けたアドバイザーの派遣や、大学への講師の派遣等を行った。

(2) 課題

これまで県や市町、観光事業者の取組により、観光客の受入環境は徐々に整ってきているが、増加する外国人観光客の受入環境はまだ十分に整備されていない。

(3) 本計画での取組の方向性

多言語対応、観光サービス情報のプラットフォーム化、観光インフラの充実等、増加する外国人観光客の受入環境の整備に重点的に取り組む。

(4) 取組内容

ア 多言語対応

飲食店での多言語化対応に向けて、セミナー等により多言語メニューの作成を促す。

宿泊施設に対しては、受入ノウハウや必要な設備についてのセミナー等により、外国人観光客受入環境の整備を促す。

公共交通における多言語対応に向けては、官民で課題を共有した上で、多言語案内看板など受入環境の充実に取り組む。

イ 観光サービス情報のプラットフォーム化

外国人観光客が必要とする情報を収集の上、WEB上で一元化し、外国人観光客のニーズに応じた情報を提供する。

ウ 観光地までの交通インフラの充実

主要観光地へのアクセス向上に向けた対策としては、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るとともに、バスやレンタカー等による広島空港等の交通拠点及び観光地と観光地を結ぶ二次交通の充実を図るため、バス路線拡大や利用促進、パスによる周遊の促進等について民間事業者と連携して推進していく。また、レンタカーについても同様に民間事業者と連携の上で活用を推進する。

併せて、主要観光地の駐車場混雑対策として、関係機関と連携し、駐車場混雑時における円滑な駐車場案内誘導の実施や、パーク&ライドの推進等に取り組み、観光客の満足度向上と再来訪につなげる。

エ 観光インフラの充実

(ア) 無料Wi-Fiの整備

外国人が必要な情報を手に入れるとともに、SNS等で情報発信するための環境整備として、広島市や通信事業者と連携し、無料Wi-Fiが整備されていない観光施設に対して設置に向けた働きかけを行う。また、無料Wi-Fiの利用案内や認知度向上を図るとともに、外国人観光客の通信環境の向上に向けて、検討を行う。

(イ) カード決済端末の導入

外国人観光客がスムーズに消費行動を取れるように、飲食店や土産店等に対し、カード決済端末の導入を促す。

(ウ) トイレ等施設の整備

トイレ等施設の整備については観光客の満足度が低く、市町等と連携し、充実を図る。

(エ) サイクリング環境の整備

サイクリストが快適かつ安心してサイクリングを楽しめるよう、県内の主要なサイクリングコースでの水分補給等のサービスが受けられる休憩場所の充実など、サイクリング環境の更なる整備に向けて検討する。

(オ) 高齢者・障害者・子育て世代への対応

広島県福祉のまちづくり条例に基づき、啓発活動を展開し、観光施設等のハード、ソフト両面のバリアフリー等に関する取組を推進する。

また、「子育て応援イクちゃんサービス」(子育て支援パスポート事業)の全国共通展開を実施し、子育て世代の観光客がストレスなく観光できる環境整備を促す。

オ 災害時等の対応

「広島県防災Web」により、気象情報、観測情報及び避難情報などを提供するとともに、身の周りの災害危険箇所・避難場所など、「命を守る」ための情報を知っていただくためのポータルサイト「広島県『みんなで減災』はじめの一歩」を開設するなど、「広島県『みんなで減災』県民総ぐるみ運動」を展開している。観光事業者との連携により、外国人を含む観光客に、災害を察知するための方法や、災害へ備えて適切な行動を取っていただくための情報を提供する。

また、外国人観光客が滞在中に不慮のケガ・病気になった際に備え、観光庁と連携し、外国語診療が可能な訪日外国人旅行者受入医療機関の情報を発信する。

カ 観光人材の育成

観光関連学科・コースを有する県内の大学・専門学校のカリキュラムにおいて、観光人材の育成に向けた教育が図られていることから、こうした大学・専門学校と連携し、本県の観光の動向に関する情報提供を行うとともに、産学官連携による職業体験等を通じて、観光人材の育成を支援する。

また、県立高等技術専門校の職業を転換しようとする人を対象とした委託訓練の中で開設している観光ビジネス科において、観光英語やマナー、マーケティング等、観光に関連する技能や資格の習得を支援する。

併せて、観光事業者を含むサービス産業を対象とした、業務効率化のためのIT利活用などの生産性向上支援に取り組む中で、観光関連産業の働き方改革に効果的な施策についても検討していく。

2 おもてなしの充実

(1) これまでの取組

平成26年(2014年)から広島県「みんなでおもてなし宣言」の募集・登録を開始し、平成29年(2017年)11月末時点で20,737人(716団体等)まで広がっている。

平成27～28年(2015～2016年)には、広島を代表する食であるお好み焼き店で、飲食事業者が主体となって、観光客とのコミュニケーション向上を図るためのツールを作成・活用した。

また、広島県「みんなでおもてなし宣言」登録者同士の情報交換や意識啓発等を目的に、平成28年(2016年)から観光事業者・団体で構成される広島県おもてなし向上ネットワーク会議を開催している。

同じく平成28年から、事業者が主体的におもてなしパワーアップ月間を設定し、観光客に対するあいさつ等、おもてなし向上に向けて取り組む内容を主体的に設定・宣言してもらう取組を進めた。

(2) 課題

これまでの取組により、おもてなしの取組は広がりつつあるが、県民全体でおもてなしに取り組む機運は整っていない。

(3) 本計画での取組の方向性

これまでの取組により、おもてなしの取組は広がりつつあるが、県民全体で取り組む機運は整っていない。

このため、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。また、広島県おもてなし向上ネットワーク会議において、観光事業者のおもてなし向上に向けた具体的な議論や情報提供を行う。

(4) 取組内容

県全体でのおもてなしの向上に向けて、広島県「みんなでおもてなし宣言」登録者及びおもてなしパワーアップ月間への参加者をさらに増やすための取組を行う。

また、広島県おもてなし向上ネットワーク会議については、おもてなしのテーマや対象ごとに部会を設置し、より具体的な議論や情報提供を行い、観光事業者のおもてなしの更なる向上を図る。

第4 情報発信

施策の目的

広島のリソースや魅力をきめ細かく情報発信し、観光客数の増加、観光消費額単価の上昇、観光客の満足度向上につなげる。

1 これまでの取組

国内観光客に対しては、タレントを活用した大規模なプロモーションを実施してきた[第1-1-(1)に記載]。外国人観光客に対しては、8重点市場を定めて国・地域ごとのニーズ・旅行形態に応じた情報発信を行ってきた[第1-2-(1)に記載]。

また、宿泊等による観光消費につなげるため、県内の観光地点の周遊を促す情報発信を行ってきた[第2-1-(1)に記載]。

2 課題

第1ピーク(8月)の観光客数に比べて、それ以外の期間の観光客数は伸び悩んでおり、年間を通じた誘客につながっていない。また、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。

外国人観光客数も増加しているが、周遊・滞在にはつながっていない。

また、受入環境整備やおもてなしに関する情報は十分に発信されていない。

3 本計画での取組の方向性

国内観光客数の増加に向けては、年間を通じた誘客につなげるため、第2ピーク(4・5月、10・11月)や冬季の誘客増加にもつなげる情報を発信する。

外国人観光客の増加に向けては重点市場を定め、国・地域ごとの訪日旅行特性に合わせた来訪の促進と、宿泊や周遊滞在につなげる情報を発信する。

観光消費額単価の上昇に向けては、宿泊消費額や飲食消費額の増加、滞在時間延長につなげる情報を発信する。

観光客の満足度向上に向けては、外国人観光客の受入環境に関する情報等について発信する。

4 取組内容

(1) 国内観光客数の増加に向けた情報発信

春夏秋冬の季節ごとの広島の魅力、強みを発信することにより、年間を通じた観光客数や宿泊客数の増加につなげていく[第1-1-(4)に記載]。

(2) 外国人観光客数の増加に向けた情報発信

国・地域の成長性や訪日需要の動向を踏まえて、引き続き重点市場を定め、各ターゲットの嗜好に応じた情報を発信する[第1-2-(4)に記載]。

(3) 観光消費額単価の上昇に向けた情報発信

ア 宿泊消費額の増加及び滞在時間延長に向けた情報発信

年間を通して宿泊客数を増加させるため、季節の魅力を発信する。

また、県内での周遊につなげるため、観光客からの認知度の高い広島・廿日市(宮島)・尾道の魅力と併せて、県内各地の魅力を発信する。

併せて、飲食や滞在時間延長につながる観光プロダクトの開発を進め、それらの情報と宿泊施設の情報を組み合わせて発信する[第2-1-(4)に記載]。

イ 飲食消費額の増加に向けた情報発信

広島ならではの食材や、飲食店の情報を発信する[第2-2-(4)に記載]。

ウ 滞在時間延長に向けた情報発信

滞在時間延長に向けて、周遊に繋がる観光プロダクトの情報を発信する[第2-3-(4)に記載]。

(4) 観光客の満足度向上に向けた情報発信

外国人観光客が必要とする情報を収集の上、WEB上で一元化し、外国人観光客のニーズに応じた情報をきめ細かく発信する[第3-1-(4)に記載]。

また、観光客が来て良かった、また来たいと感じる広島のおもてなしについて情報発信し、リピーターの増加につなげる。



観光地ひろしま!おもてなし県民運動シンボルマーク

広島の「ひ」をモチーフとして、広島の魅力である海(青色)、山(緑色)及び歴史(建造物)(赤色)を組み合わせることで表現しています。

『広島県「みんなde」おもてなし宣言』登録者は、ホスピタリティあふれる広島県の魅力を広く発信していただくために、自由にこのシンボルマークを使用することができます。



外国人観光客へのガイド