



ひろしま 観光立県 推進基本計画





原爆ドーム (広島市)



大和ミュージアム (呉市)



花夢の里ロクタン (世羅町)



帝釈峡 (神石高原町)



三次の鶺鴒 (三次市)



西条酒蔵通り (東広島市)



国営備北丘陵公園 (庄原市)



旧千葉家住宅 (海田町)

ひろしま 観光立県 推進基本計画

はじめに

本計画書では、まずⅠ序章として、ひろしま観光立県推進基本計画を策定する趣旨として、ひろしま観光立県推進基本条例や、ひろしま未来チャレンジビジョンにおける観光の位置付けについて記すとともに、平成25年(2013年)に策定した前計画(計画期間:平成25~29年度, 2013~2017年度)の総括と、本県観光の現状及び社会情勢について記す。

次に、Ⅱ総論として、前計画での課題や社会情勢の変化等を踏まえた今次計画(計画期間:平成30~34年度, 2018~2022年度)のねらいや数値目標, 施策体系について記す。

そして、Ⅲ各施策の取組方向として、今次計画の各施策の取組内容等について記す。

最後に、Ⅳ施策の推進方法として、PDCAサイクルによるマネジメントや、マーケティングの強化, 市町等との協働や観光関連団体との連携といった、今次計画における施策の推進方法等について記す。

※本計画書では、平成25年(2013年)に策定した計画(計画期間は平成25~29年度, 2013~2017年度)を「前計画」、平成29年(2017年)に策定した計画(計画期間は平成30~34年度, 2018~2022年度)を「今次計画」とする。

ひろしま観光立県推進基本計画

目次

I 序章

第1 ひろしま観光立県推進基本計画策定の趣旨

- 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 …………… 6
 - (2) ひろしま未来チャレンジビジョン …………… 6

第2 前計画(H25～29年度, 2013～2017年度)の総括

- 1 前計画のねらい…………… 8
- 2 前計画の施策体系…………… 8
- 3 前計画の目標達成状況…………… 8
- 4 前計画における各施策の総括
 - (1) 地域の特色を生かした魅力ある観光地づくり…………… 9
 - (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… 9
 - (3) 国際観光の確実な推進…………… 12
 - (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… 13
- 5 前計画の総括と今後の課題…………… 14

第3 本県観光の現状と社会情勢

- 1 観光客数の動向
 - (1) 総観光客数の推移…………… 15
 - (2) 県内・県外観光客数の推移…………… 15
 - (3) 外国人観光客数の推移…………… 16
- 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…………… 17
 - (2) 交通インフラの整備…………… 19

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…………… 25
- 2 今次計画の目標…………… 25
- 3 今次計画の方向性…………… 25

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…………… 26
- 2 国及びせとうちDMOの目標値
 - (1) 国の目標値 …………… 26
 - (2) せとうちDMOの目標値 …………… 28
- 3 今次計画の個別の目標値について
 - (1) 目標値の考え方 …………… 29
 - (2) 観光消費額 …………… 29
 - (3) 総観光客数, 外国人観光客数 …………… 30
 - (4) 観光消費額単価 …………… 31
 - (5) 宿泊客数, 外国人宿泊客数 …………… 32
 - (6) 観光客の満足度 …………… 33
- 4 本県が目指す将来像…………… 34

第3 今次計画の施策体系…………… 35

第1 観光客数の増加

- 1 国内観光客数の増加…………… 37
- 2 外国人観光客数の増加…………… 38

第2 観光消費額単価の上昇

- 1 宿泊消費額の増加…………… 40
- 2 飲食消費額の増加…………… 41
- 3 滞在時間延長による消費額の増加…………… 42

第3 観光客の満足度向上

- 1 受入環境の充実…………… 44
- 2 おもてなしの充実…………… 46

第4 情報発信…………… 47

IV 施策の 推進方法

第1 マーケティングの強化	
1 現状把握・分析	50
2 マーケティングに基づく事業戦略	51
第2 PDCAサイクルによるマネジメント	52
第3 市町等との協働	
1 観光客数の増加	53
2 観光消費額単価の上昇	53
3 観光客の満足度向上	53
4 情報発信	53
第4 推進体制	54

参考資料

・ひろしま観光立県推進基本条例	56
・広島県観光立県推進会議委員名簿	60
・外部アドバイザー名簿	61
・策定の流れ	62

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

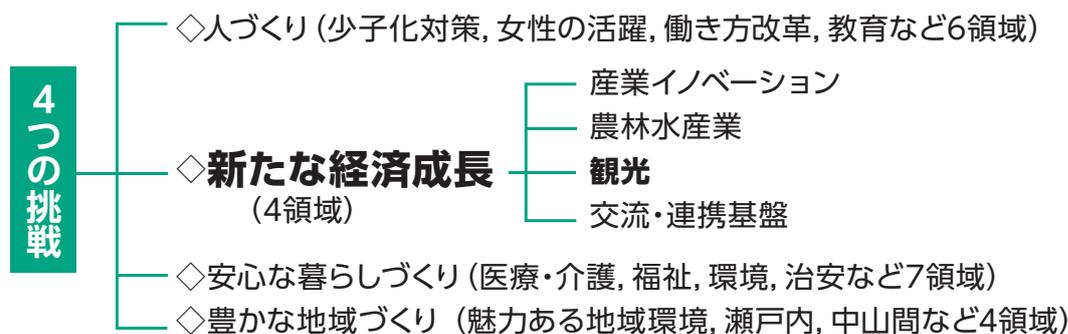
本県では、平成22年(2010年)10月に策定した「ひろしま未来チャレンジビジョン」を平成27年(2015年)10月に改定した。チャレンジビジョン策定後の社会経済情勢の変化に対応するとともに、4つの政策分野ごとに、これまでの取組の成果と課題を踏まえ、施策領域の整理及び目標や取組の方向の見直しを行った。

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

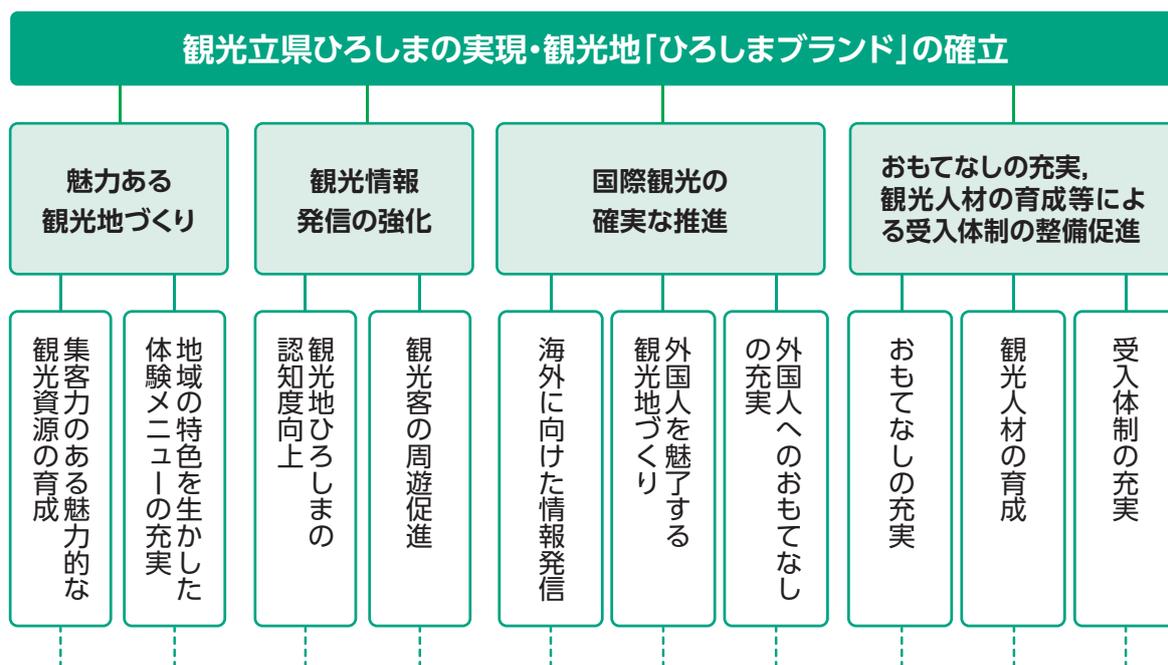
前計画では、観光立県の実現に向けて、市町・観光関係団体等と共に取り組むための目標及び課題を共有し、共に取り組む姿勢を明確にした。

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

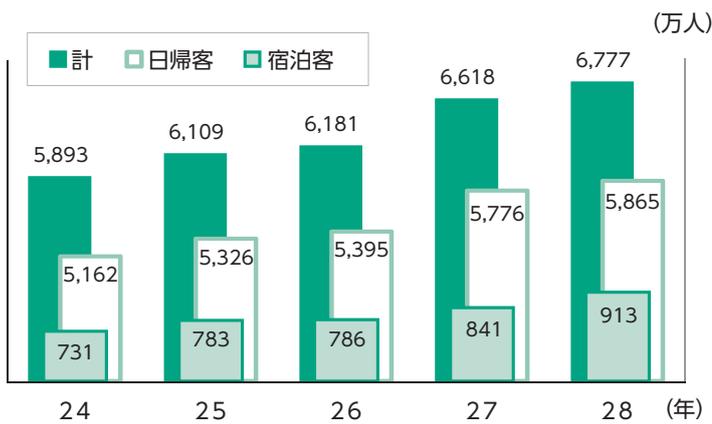
前計画では、観光客数の増加に向けて、観光地としての「ひろしま」、「瀬戸内」への憧れが形成され、常に旅行の目的地として思い浮かび、話題にのぼり、選ばれる広島県となることを目指した。

「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。

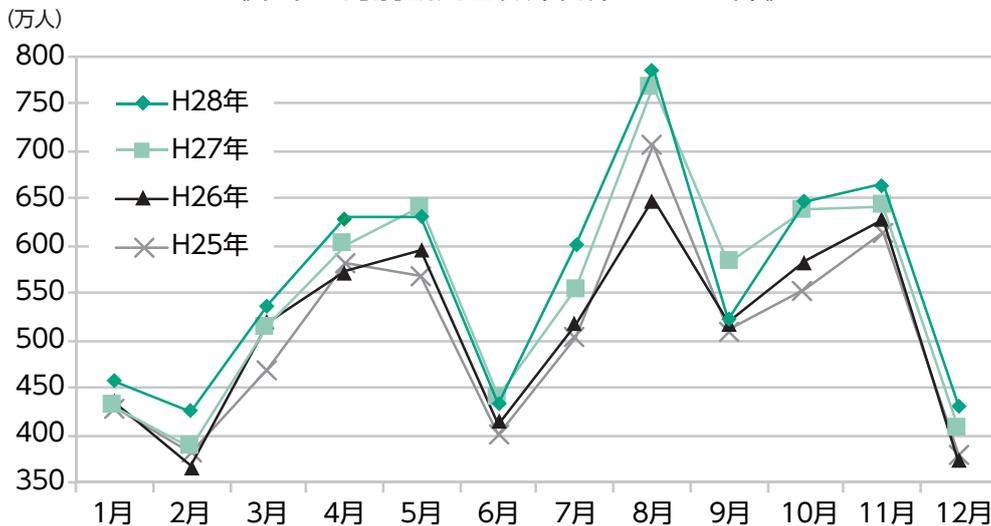
出典) 広島県観光客数の動向

《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。

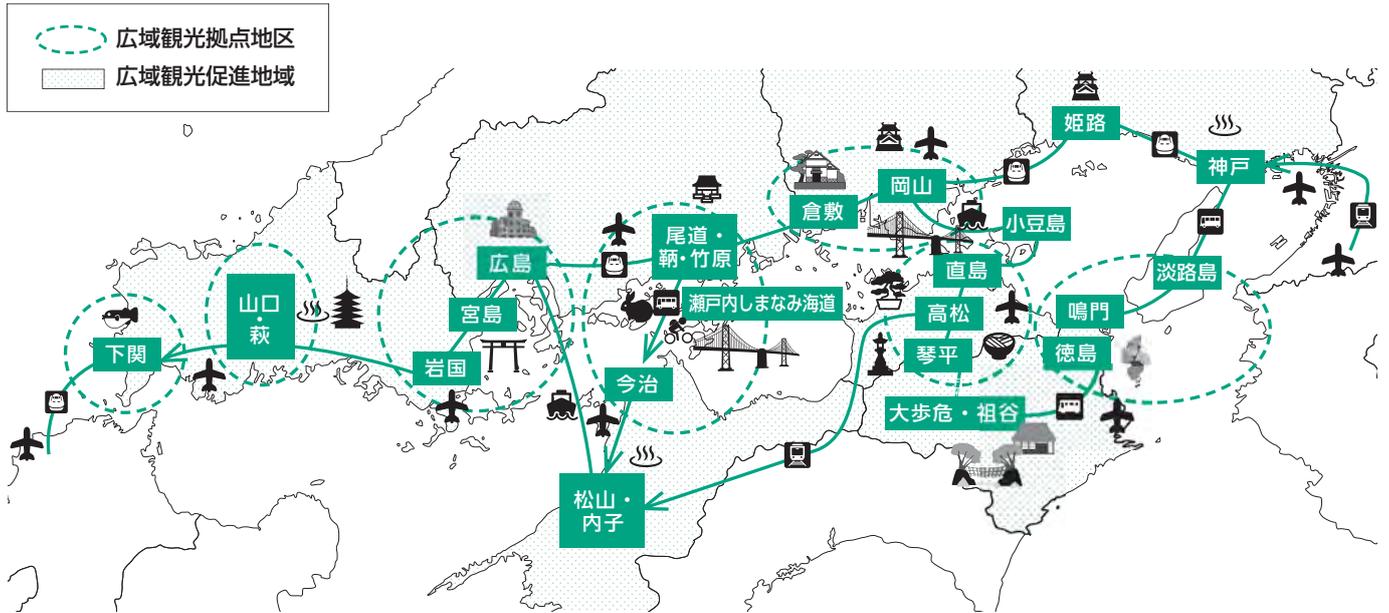
*DMO…DMO(Destination Management / Marketing Organization)は、国が平成28年(2016年)に策定した新たな観光ビジョンの中で推進している、従来の観光の枠組みを超え、多彩なプレイヤーの連携による地域を挙げた魅力づくりを目指す取組の中で中心的役割を果たす新しい組織のこと。平成32年(2020年)までに100団体を形成することを目指している。

*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。

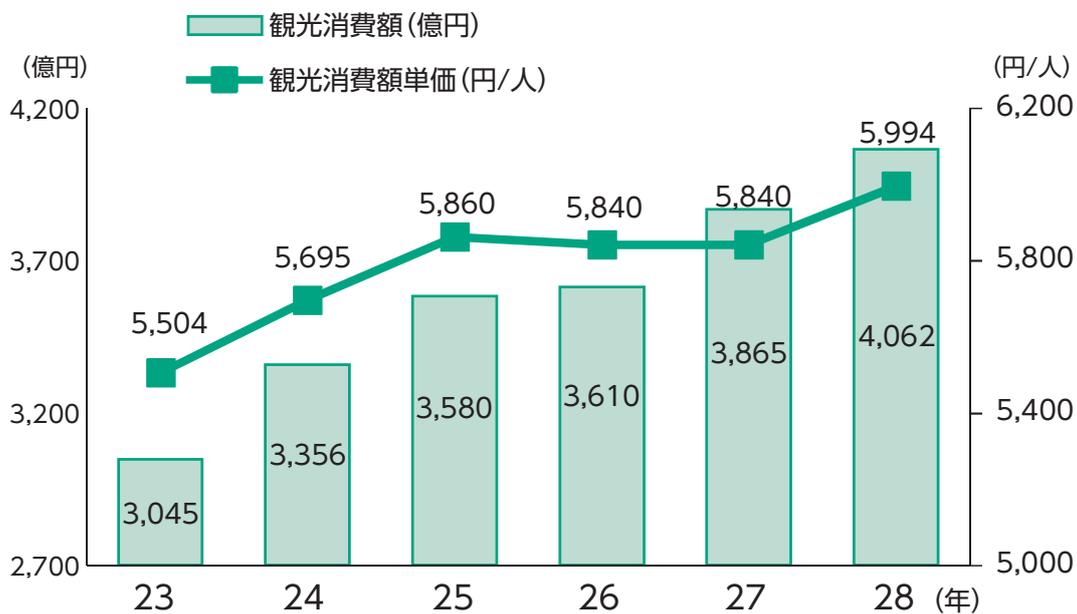
5 前計画の総括と今後の課題

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、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》



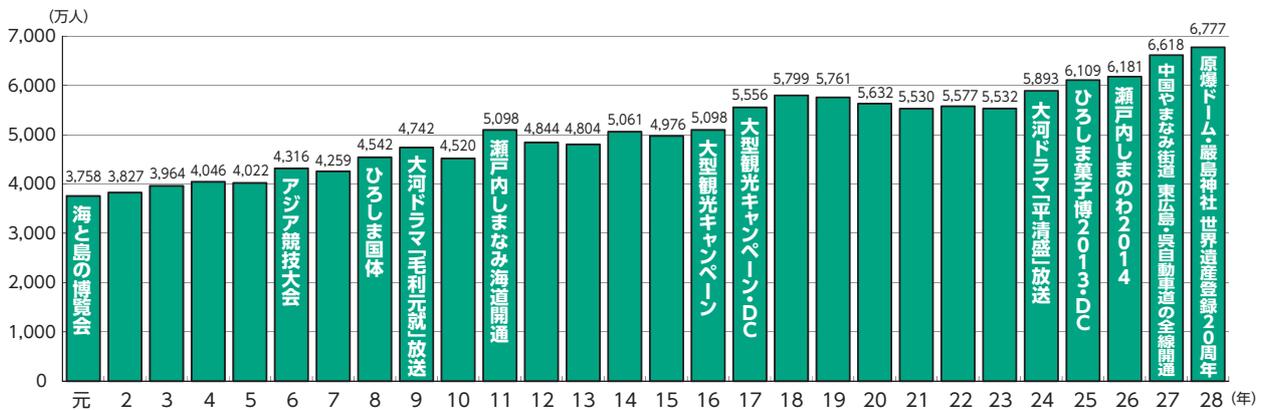
出典) 広島県観光客数の動向

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》



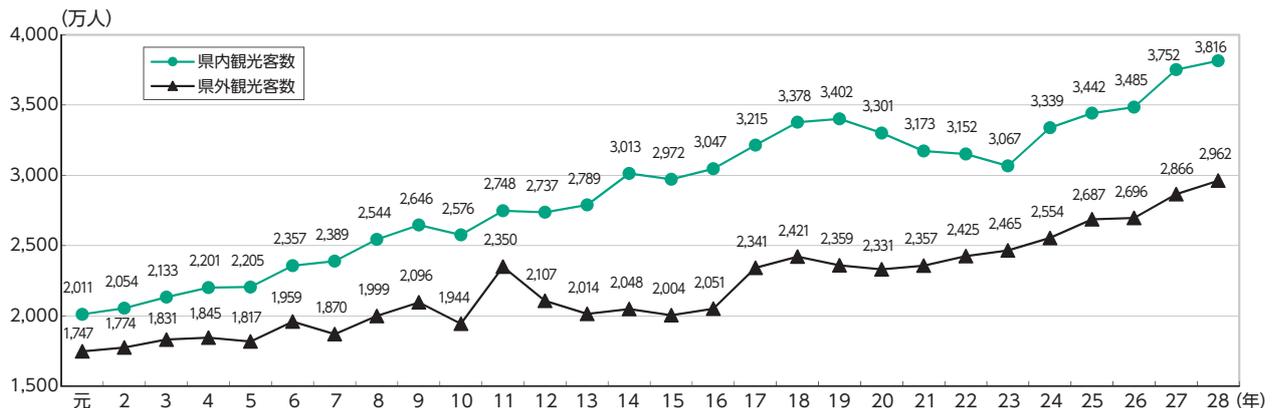
出典) 広島県観光客数の動向

(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》

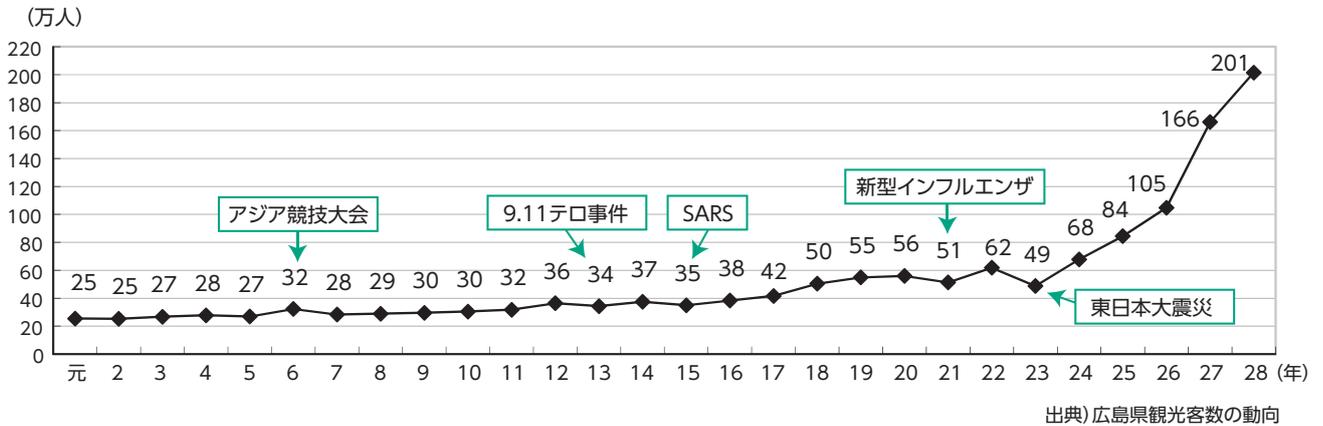


出典) 広島県観光客数の動向

(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。

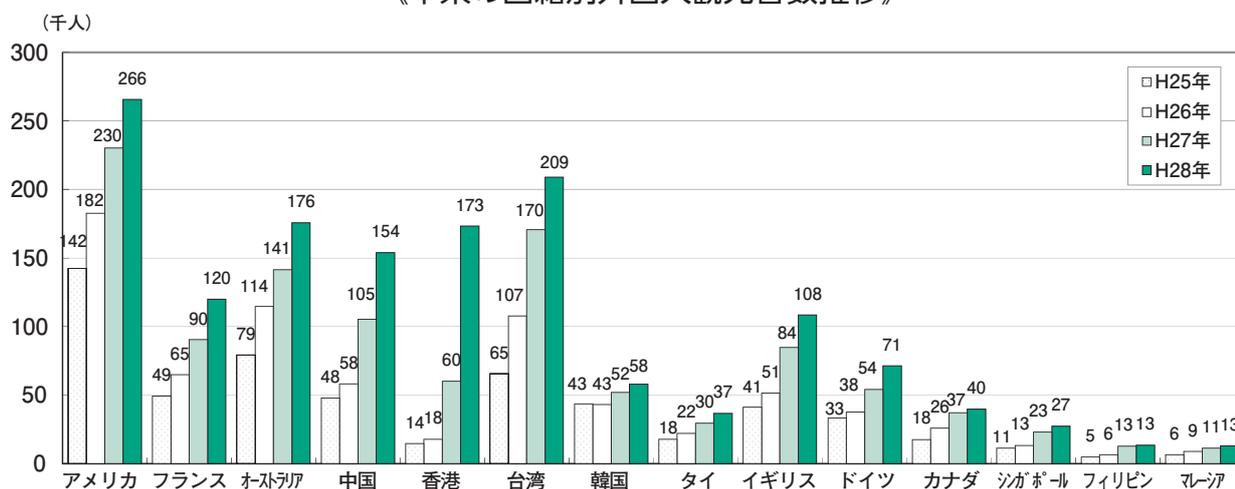
中国や台湾を中心としたアジアから本県への外国人観光客は、平成27年(2015年)に大きく増加しており、中国からの観光客の増加はビザ要件緩和の影響もあったものと考えられる。

《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

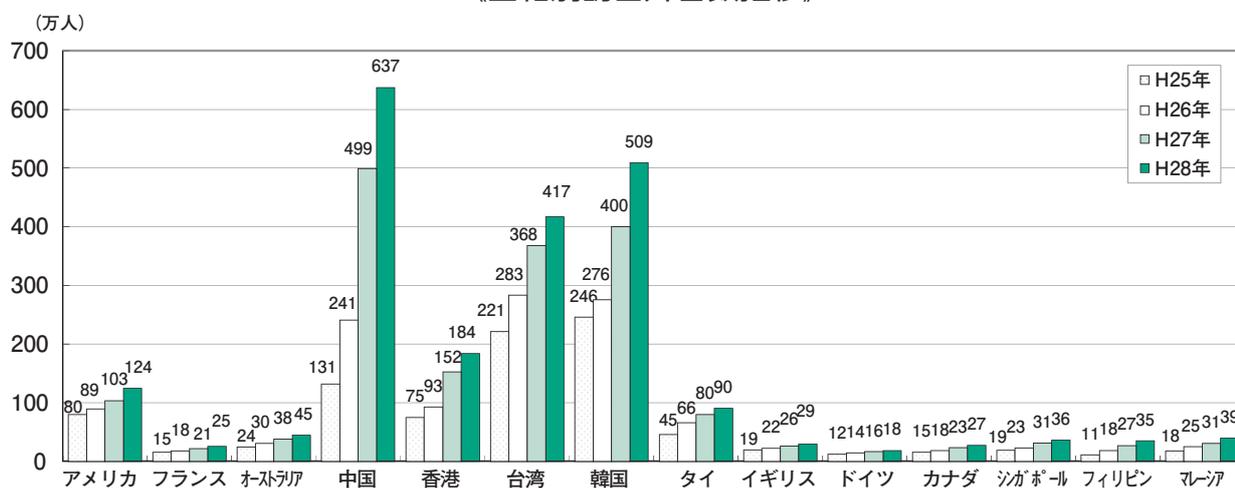
出典) 日銀 金融経済統計月報

《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

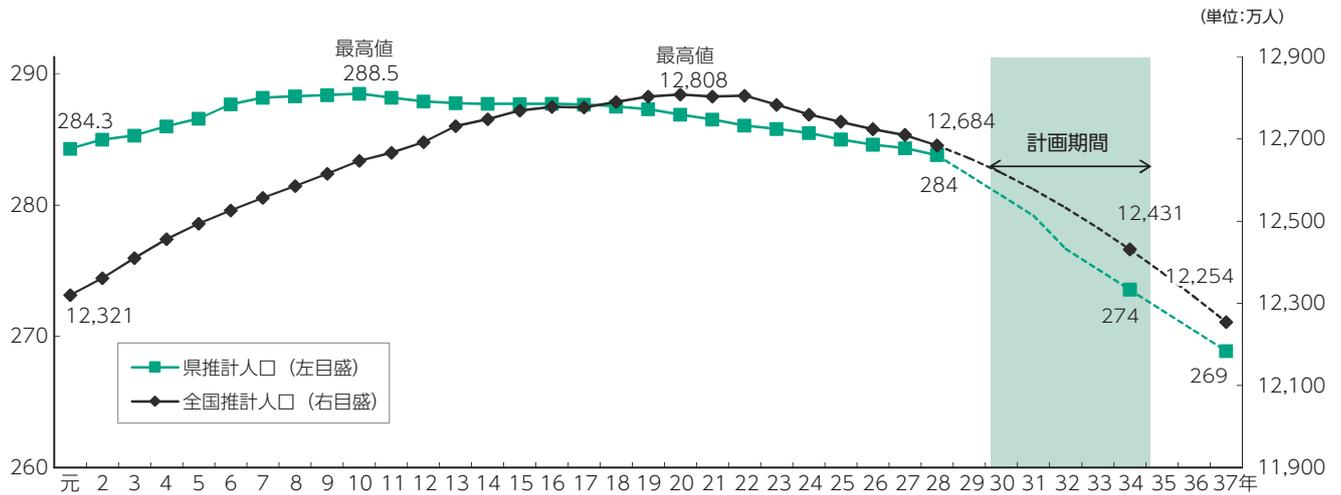
(1) 人口減少と旅行需要の変化

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。

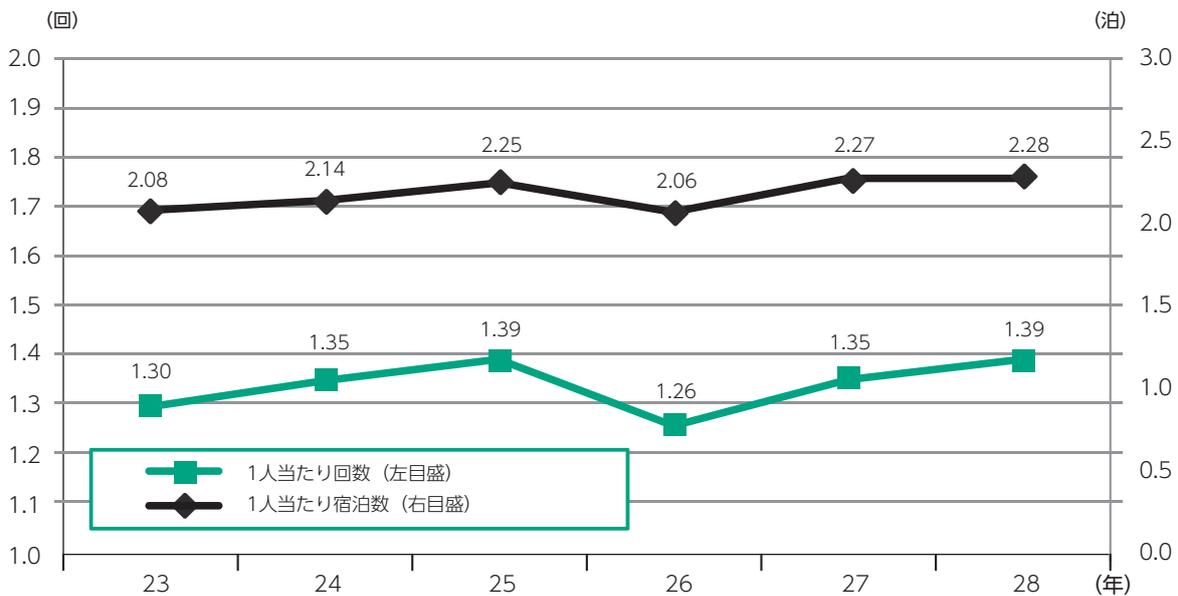
《県内・国内人口の推移と将来予測》



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

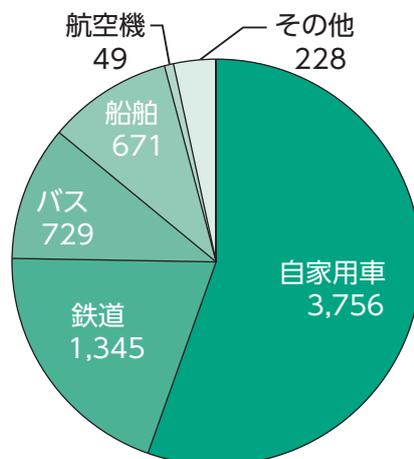
平成28年(2016年)から34年(2022年)までに国内人口は2.0%, 本県の人口は3.5%それぞれ減少することが予想されているものの, 平成23年(2011年)から28年までの国民1人当たり国内宿泊旅行回数及び宿泊者数はともに増加の傾向にあり, こうした国内の観光需要を確実に取り込み, 本県の観光消費額増加につなげる取組が必要である。

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った。

(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。

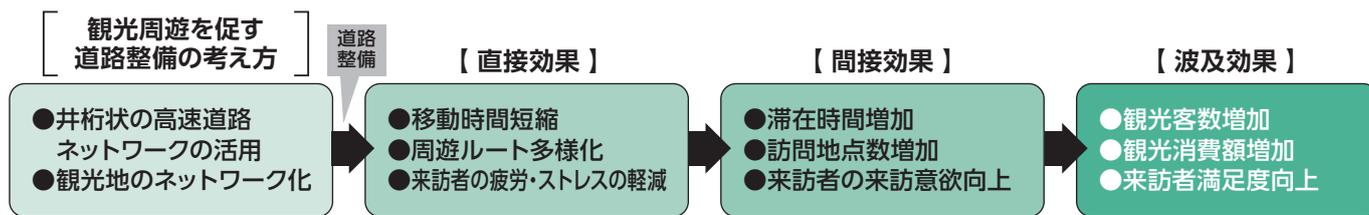


神楽門前湯治村(安芸高田市)

*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。

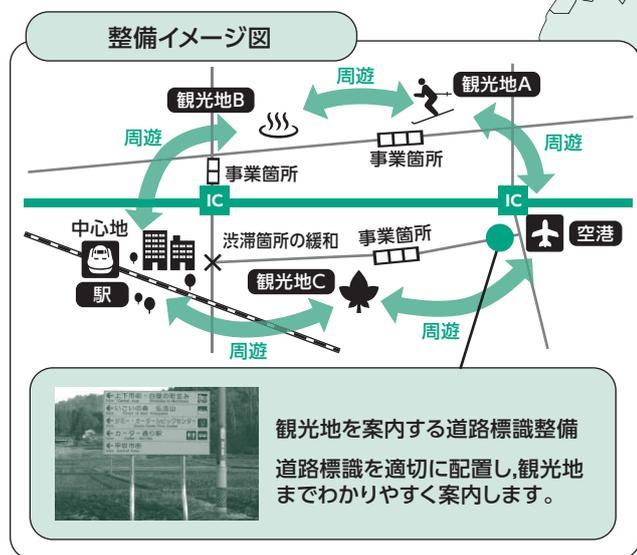
《観光周遊を促す道路ネットワークの形成について》



【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。

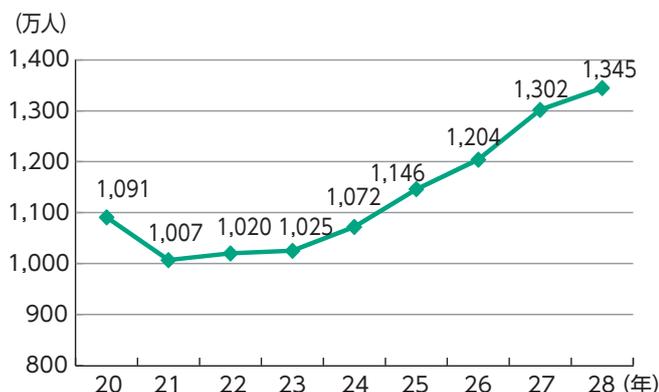
(イ) 今後の対応

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。

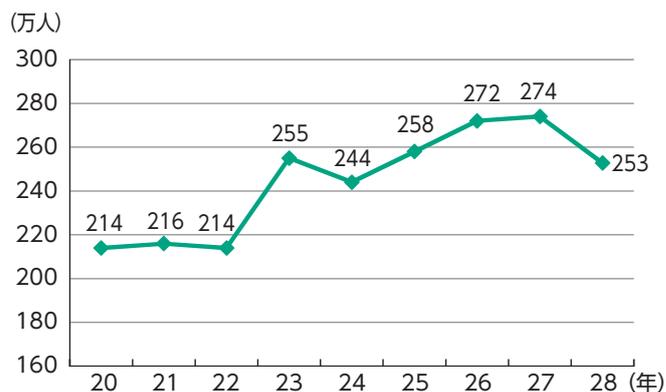
また、平成29年(2017年)6月から運行を開始した「TWILIGHT EXPRESS 瑞風※」を活用した誘客や情報発信に取り組んでいく。

※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「めいぶる一ぶ」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バークルーズや、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。

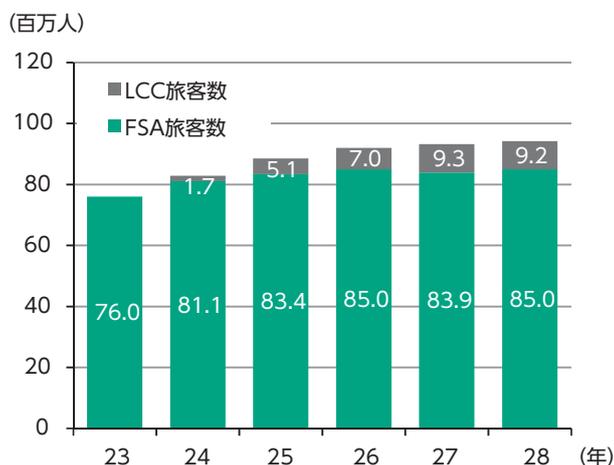
また、観光客の利便性向上やくつろぎ・賑わいの創出に向け、港周辺施設の整備に引き続き取り組むとともに、海からの観光地訪問や瀬戸内クルージングを促進するため、クルージング需要の掘り起こしを図る。

オ 航空ネットワークの充実

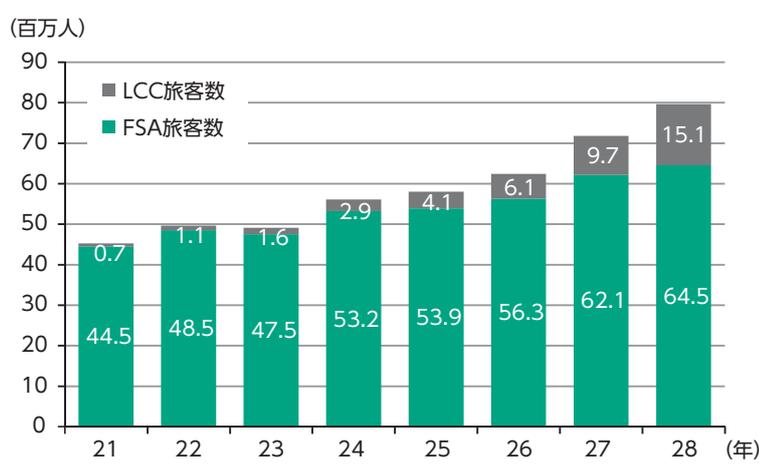
(ア) 現状

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》



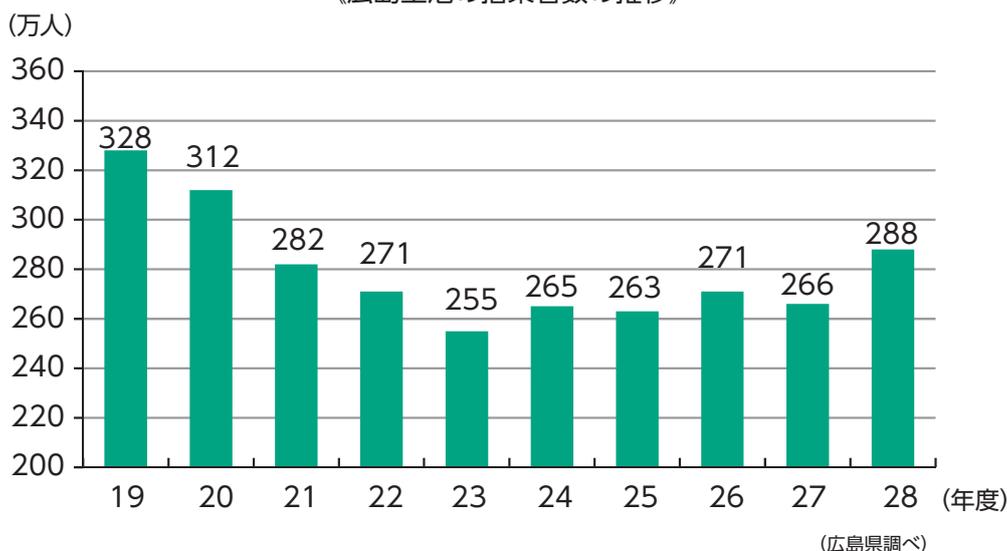
出典) 国土交通省「我が国におけるLCC参入促進」(元データは国土交通省航空局暦年の統計)

※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。

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、広島のリソース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

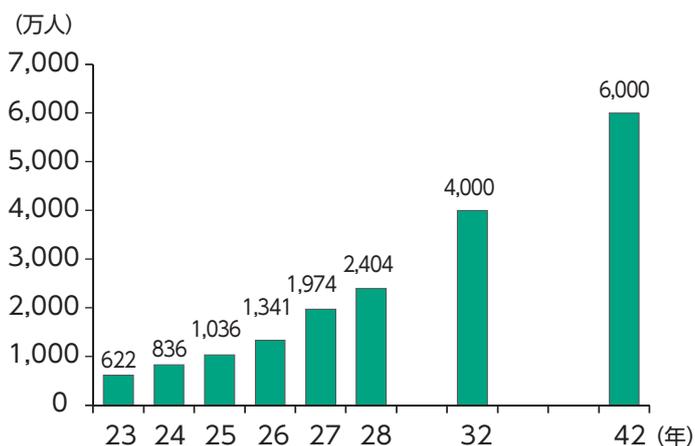
日本]を目指し、観光ビジョンの施策の実行に取り組むこととしている。

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》

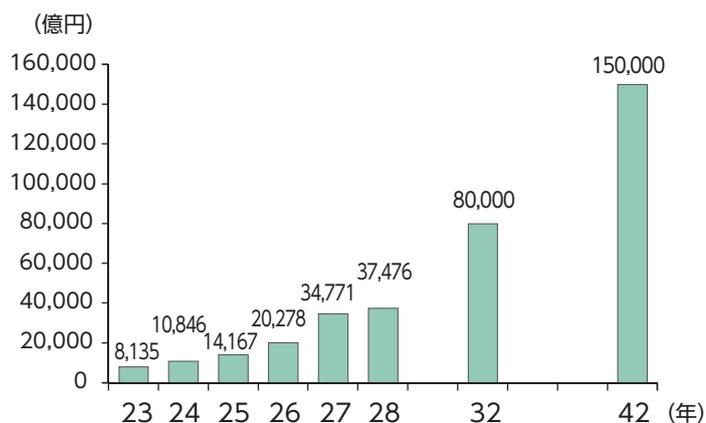
訪日外国人旅行者数

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)



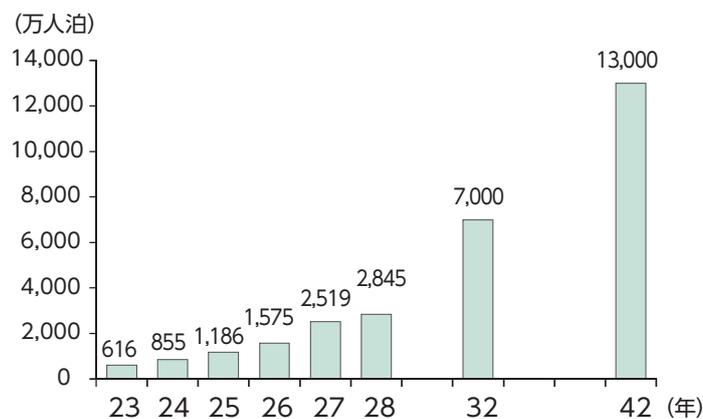
訪日外国人旅行消費額

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

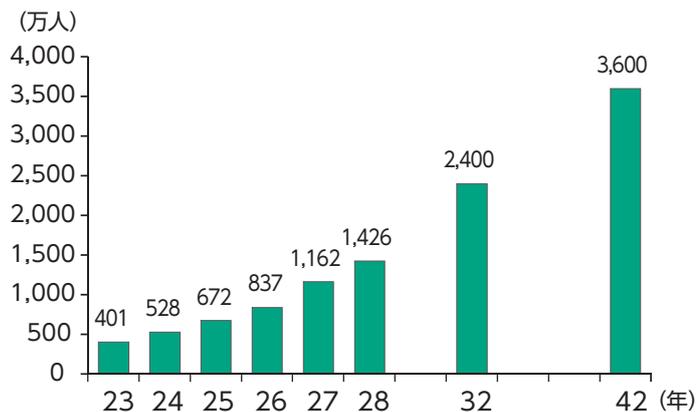
平成32年(2020年): 7,000万人泊
(平成27年の3倍弱)
平成42年(2030年): 1億3,000万人泊
(平成27年の5倍超)



※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。

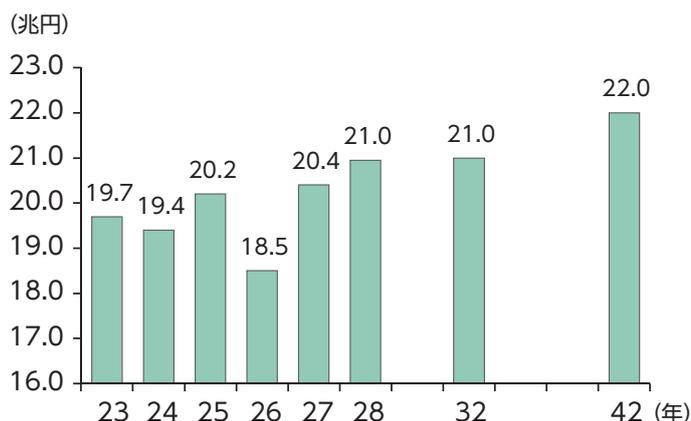
外国人リピーター数

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。

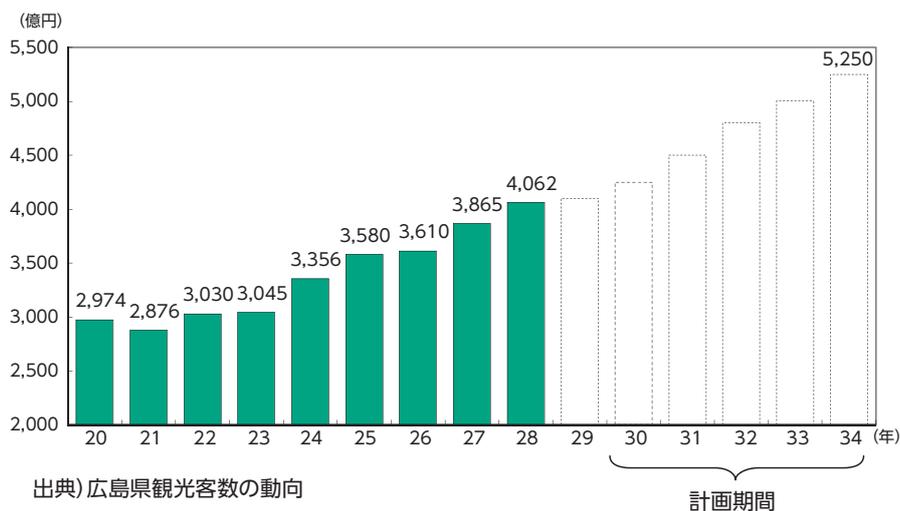
(2) 観光消費額

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。

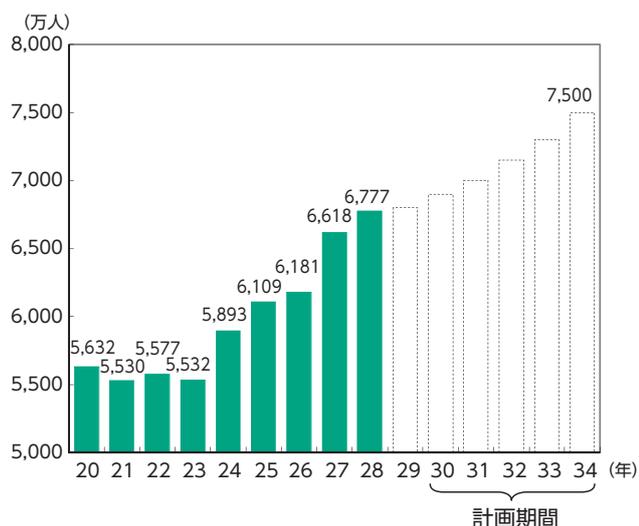
外国人観光客数に関する国の目標値については、「明日の日本を支える観光ビジョン」で、地方部での外国人延べ宿泊者数の目標値として、現状(平成28年、2016年)の2,845万人泊から、平成32年(2020年)には7,000万人泊、平成42年(2030年)には13,000万人泊と設定している。平成32年から平成42年までの地方部での外国人延べ宿泊者数が直線的に推移すると仮定すると、今次計画の終期(平成34年、2022年)における国の外国人延べ宿泊者数の目標値は、8,200万人泊と推定される。

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。

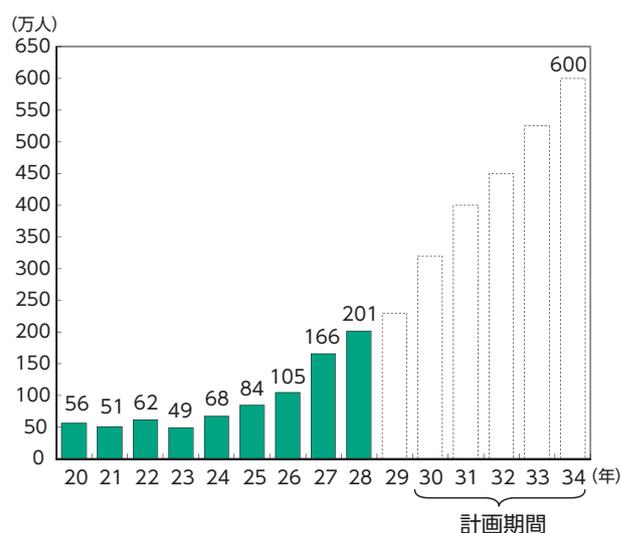
※外国人観光客数の目標値は延べ人数であることから、国の目標値のうち、同様に延べ人数の指標である「地方部での外国人延べ宿泊者数」を参考とし、目標値を設定する。

「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」

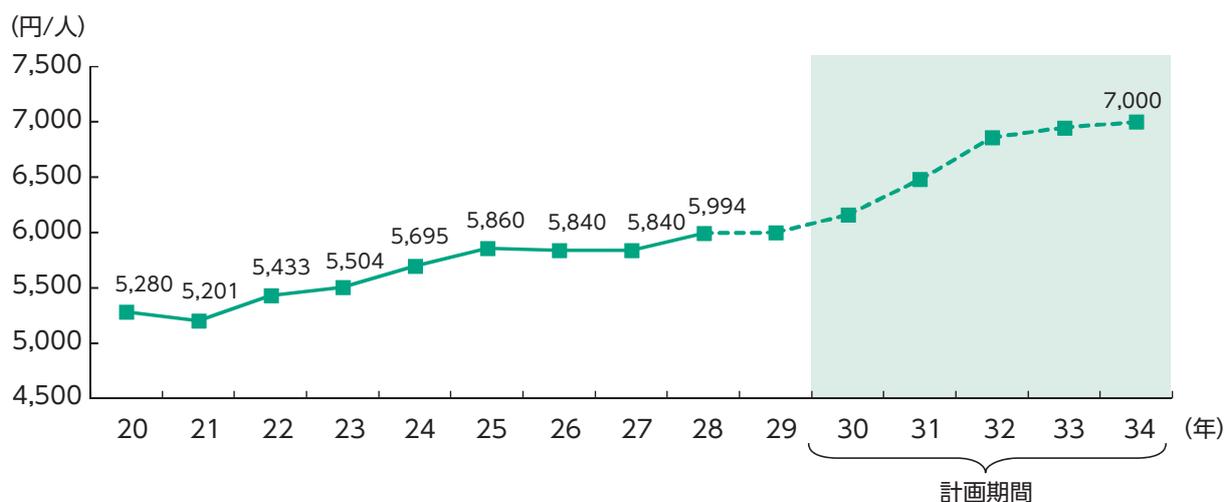


(4) 観光消費額単価

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

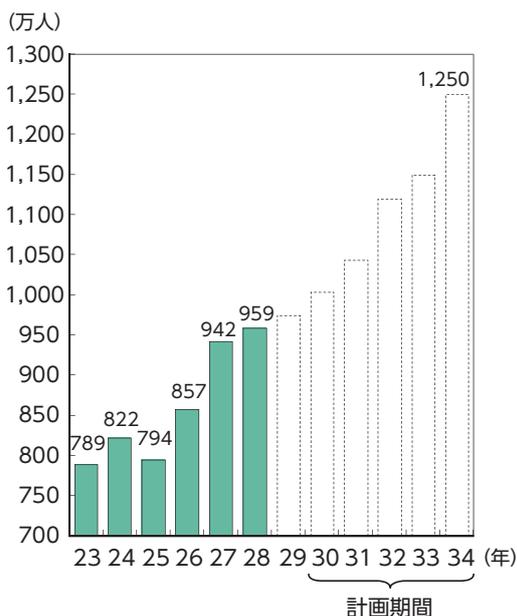
外国人宿泊客数は、円安の影響もあり平成26年(2014年)以降は増加を続けている。平成27年(2015年)には前年から約30万人増加(前年比70%増)しており、平成28年(2016年)も引き続き増加している。

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。

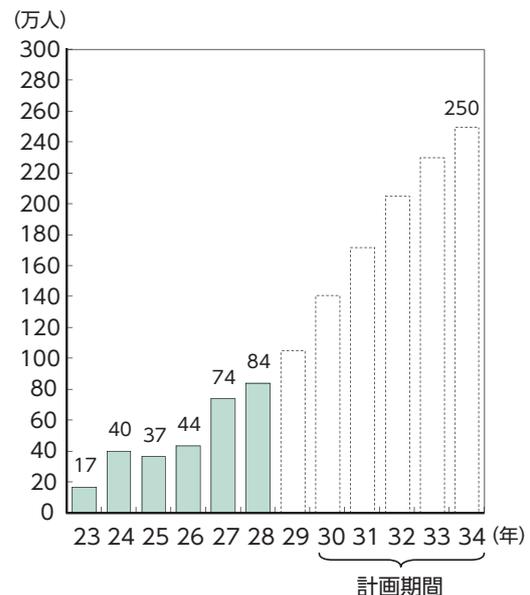
ただし、外国人宿泊客数については、外的要因による変動が大きく、ハンドリングできない要素が多分にあることから、実績数値のモニタリング等を十分に行った上で、必要に応じて目標値を見直すこととする。また、外国人観光客による利用が拡大している民泊についても、データを把握できれば外国人宿泊客の目標値に反映させることも検討する。

《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。

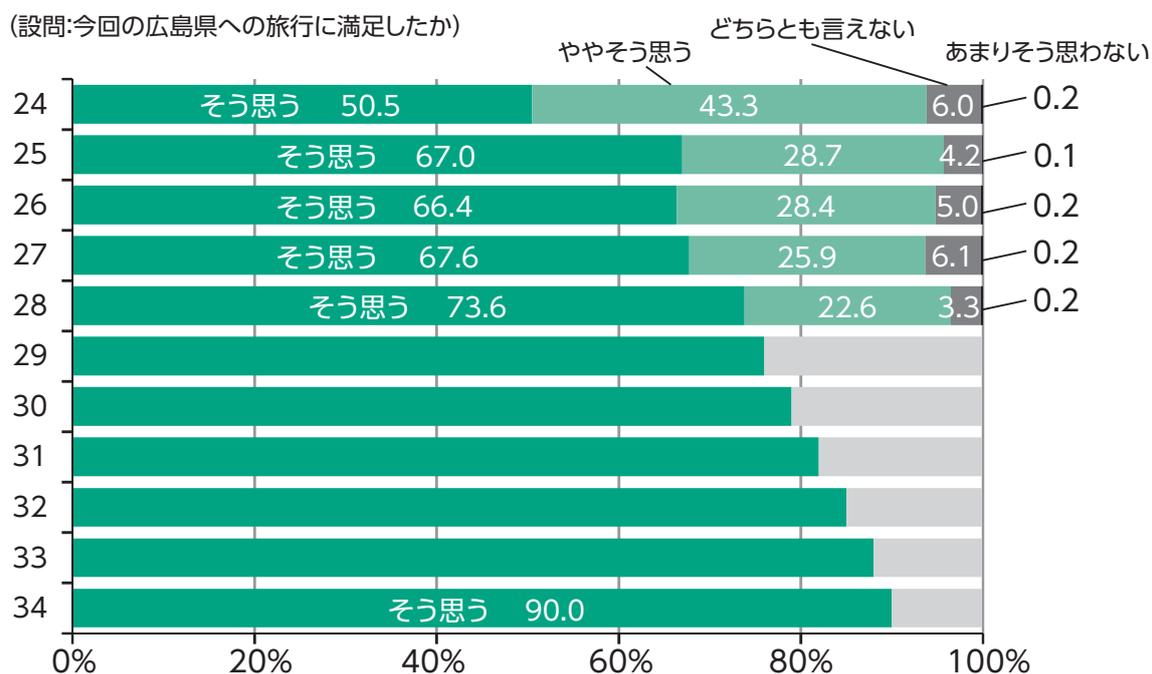
今次計画では、増加する外国人観光客等の受入環境整備や、引き続きおもてなし向上に向けた取組を行い、せとうちDMOの目標値と同様に、観光客の満足度90%を目指す。

《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。

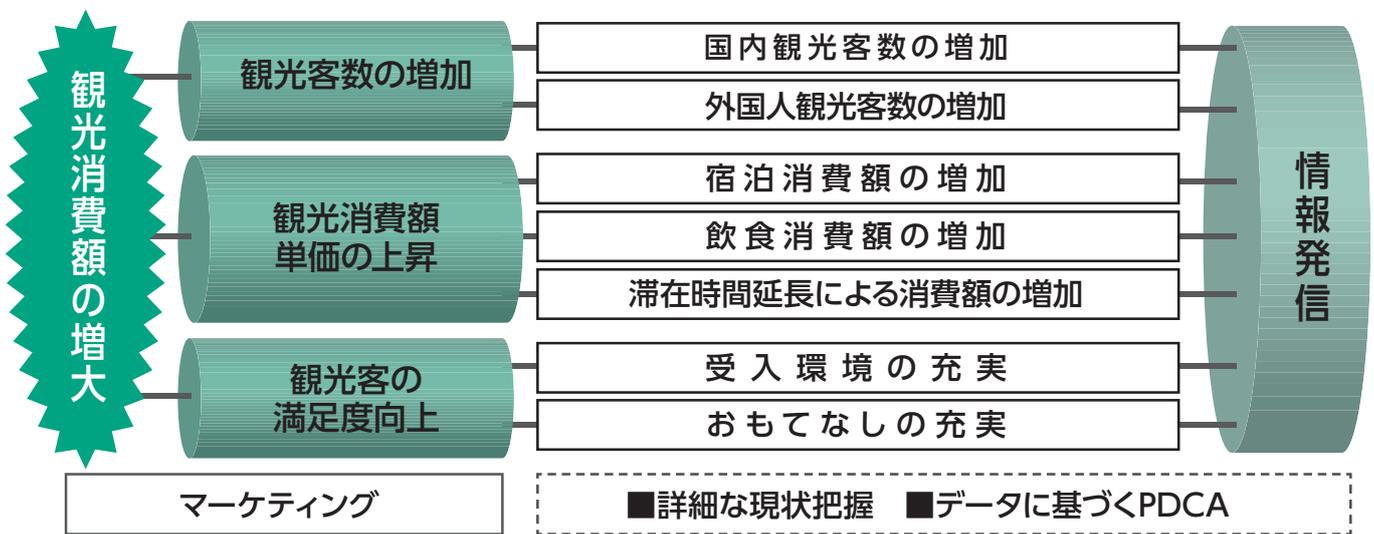
・観光客の満足度向上

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。

《今次計画の施策体系》



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。



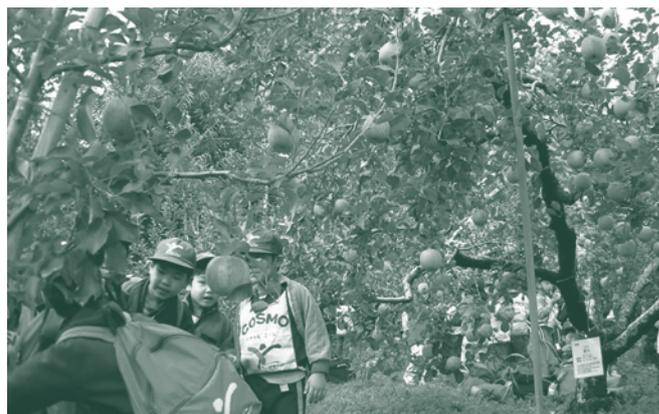
FISE* (2018年開催予定, 広島市)



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

IV 施策の 推進方法

第1 マーケティングの強化

各施策における個別の事業を計画・実施するに当たっては、現状の把握や分析、それらに基づく仮説の設定、戦略の策定が不可欠である。そのため、国の統計や民間の調査結果など、既存の資料の活用や、必要であれば新たな調査等を行うことによって、必要となるデータを収集し、その分析を行う。さらに、その分析に基づく事業戦略の策定等を行うなど、マーケティングを一層強化し、各施策の取組を下支えする。

1 現状把握・分析

観光に関連するデータは、国・県・市町・観光関係団体等が様々な調査を継続して実施し、公表している。観光施策を検討する上では、先進地や近隣地等の他地域や過去との比較検討も重要であり、県で実施している以外の統計調査も活用しながら、施策検討に活かしていくことが有効である。

また、現在収集していないが、効果検証や施策検討に必要なデータは、既存のデータから推計することを検討するとともに、必要に応じて、市町・観光関係団体等と役割分担の上で調査を実施するなど、新たに収集することも検討する必要がある。

【参考資料：活用している主な統計調査】

国	県	市町	観光関係団体等
<ul style="list-style-type: none">・ 宿泊旅行統計調査（観光庁）・ 共通基準による観光入込客統計（観光庁）・ 旅行・観光消費動向調査（観光庁）・ 訪日外国人消費動向調査（観光庁）・ 訪日外客統計（JNTO）	<ul style="list-style-type: none">・ 広島県観光客数の動向・ 広島県観光入込客統計調査・ おもてなし度調査	<ul style="list-style-type: none">・ 観光客数の動向（市町調査）・ 共通基準による観光入込客統計（市町調査）・ 主要観光地における観光客モニタリング調査・ 市町個別調査	<ul style="list-style-type: none">・ 瀬戸内ブランド実態調査（せとうちDMO）・ 住民満足度調査（せとうちDMO）等

2 マーケティングに基づく事業戦略

各施策における個別の事業を計画する際には、的確な現状把握やこれまでの取組の効果を検証し、より効果的な事業戦略を構築することが求められる。事業戦略を策定する上では、ターゲット（誰に）、コンテンツ（何を）、手法（どうやって）といった基本的な内容を明確にした上で、時期や規模も含めたものにする必要がある。

マーケティングの目的：的確な現状把握と分析を行うことにより、施策の効果検証及びより効果的な取組の検討を行い、具体的な方針や施策を決定する

区分	分析に基づくターゲット	現状のマーケティングに基づく施策	モニタリングデータ
国内観光客数の増加	・30～40代女性 ・A, B, Cエリア	・第2ピークを重点的に伸ばすための季節に応じた魅力を深掘りして発信	・速報による月毎の総観光客数推計
外国人観光客数の増加	・重点市場	・市場ごとの特性に応じた情報発信（旅行形態、情報収集手法、嗜好、ゲートウェイ等）	・宿泊旅行統計調査
宿泊消費額の増加	・外国人観光客 ・Aエリア	・宿泊キャパの増加 ・第2ピークの稼働率上昇	・宿泊旅行統計調査
飲食消費額の増加	・全ての観光客	・広島ならではの飲食ができる機会の場の提供	・広島県観光入込客統計調査
滞在時間の延長による消費額の増加	・特に宿泊重点ターゲットである外国人観光客	・夜・早朝を中心とした観光プロダクトの開発 ・周遊商品の充実	・共通基準による観光入込客統計
観光客の満足度向上	・全ての観光客	・移動、飲食、宿泊等における観光客が必要とするサービス等の提供	・広島県観光入込客統計調査 ・じゃらん宿泊旅行統計調査

＜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

※国・地域の成長性や訪日需要の動向を踏まえて定める。上記8カ国は平成29年11月時点のもの。

＜エリア説明＞

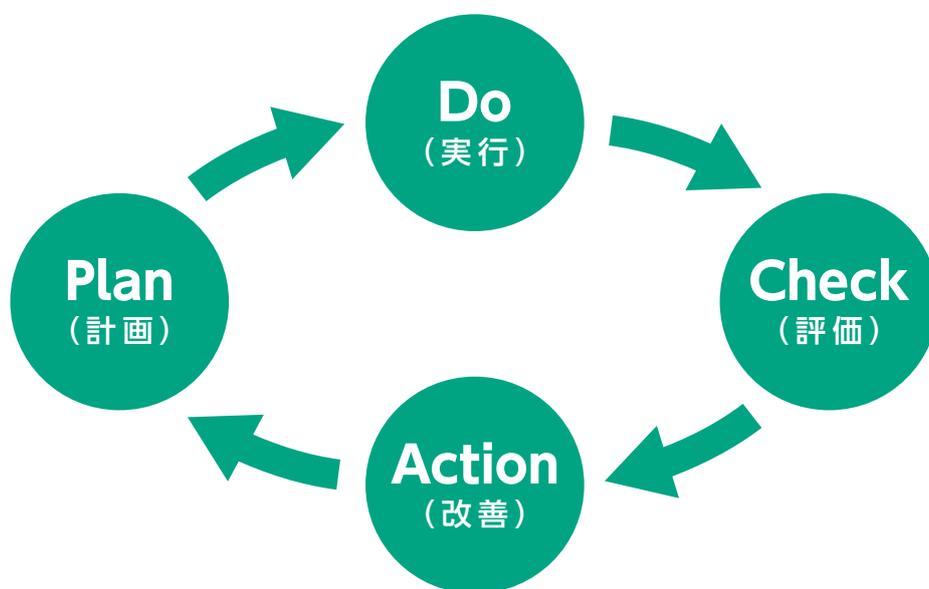
エリア区分	都道府県	説明
Aエリア	東京都、大阪府、福岡県	人口が多く、来訪者の絶対数を確保できるとともに、ブランド力の向上につながるエリア
Bエリア	熊本県、鹿児島県	今後來訪する可能性が高まるエリア
Cエリア	岡山県、山口県、鳥取県、島根県、香川県、愛媛県	来訪するのに便利なエリア

第2 PDCAサイクルによるマネジメント

今次計画の目指す姿の実現に向けて、今次計画の目標を達成していくためには、各施策の取組内容を実効性のある事業へと具体化するとともに、事業を実施する中で生じた問題点や課題を把握し、事業を設計した時点の仮説を検証し、必要に応じて軌道修正を加えるなど、適切な進行管理を行うことが重要である。

このため、各施策の事業をPDCAサイクル[計画(Plan)－実行(Do)－評価(Check)－改善(Action)]によりマネジメントする。各施策の事業は、各年で策定する事業計画において目的を明確にし、目的を達成するための仮説及び成果指標・活動指標を設定する。これにより進捗状況を点検評価しながら、遅れや問題点があれば、より効果的な事業となるよう計画の見直しを図ることとする。また、このPDCAサイクルが全ての事業で機能し、今次計画の目標や目指す姿の実現に寄与するように、マネジメント手法についても試行と改善を繰り返し実施する。

各施策の事業における成果や課題などは、広島県観光立県推進会議で毎年報告して評価を受けるとともに、同会議で寄せられた意見を翌年度以降の事業へ反映していく。



筆の里工房・世界一の大筆(熊野町)

第3 市町等との協働

今次計画の目指す姿の実現に向けては、県と市町等が共に目指すことのできる目標を掲げ、実現に至るまでの課題を共有し、ともに取り組むことが重要である。このため、今次計画を関係者で共有し、一体となって施策を推進する。

特に、観光を取り巻く状況はめまぐるしく変化することから、毎年の広島県観光立県推進会議における各施策の報告・評価のみならず、県と市町等とのデータや事業戦略等の情報共有を密にし、目標達成に向けて協働で取り組む。

1 観光客数の増加

これまで、市町が行う観光拠点づくりを中心に支援をしてきた結果、観光資源としての集客力の向上には一定の効果がみられた。今後は各観光資源の魅力向上を観光消費額の増大につなげる必要があることから、これまでの個別観光資源を対象とした支援から、県内周遊を促進するための広域を対象とした資源や外国人観光客をターゲットとした資源の磨き上げが必要であり、民間主導の商品化も促進する必要がある。

2 観光消費額単価の上昇

観光消費額単価の上昇に向けては、観光プロダクトを販売する民間事業者が中心となり、観光客の活動を消費につなげていくことが必要である。市町が有する観光資源や文化・歴史などを観光プロダクトとして商品・サービス化するための取組を支援するとともに、市町等と連携し、これらの観光プロダクトが消費につながるよう情報発信していく必要がある。

3 観光客の満足度向上

観光客の満足度を向上させるには、観光客と直に接する各事業者等が受入体制やおもてなしの更なる充実を図ることが重要である。このため、各地域における研修などの取組を進めるとともに、広島県おもてなし向上ネットワーク会議を中心に、県内全体の機運醸成を図ることが必要である。

また、お好み焼き事業者等により組織される一般財団法人お好み焼アカデミーに「おもてなし部会」が設置されるなど、事業者による自主的な活動も生まれており、今後は交通や宿泊等の他の分野においても、取組が生まれるよう機運の醸成を図る必要がある。

また、大学や観光事業者等と連携を図りながら、観光消費につながる土産物や観光メニュー等の企画立案ができる観光人材の育成を図る必要がある。

4 情報発信

観光消費額を増大させるには、観光客の周遊を促進し滞在時間の延長を図ることが重要である。観光客の周遊を促進するためには、観光地をエリアでとらえた複数市町による共同プロモーションや県・観光連盟等、広域な観光推進団体と連携したプロモーションが効果的である。

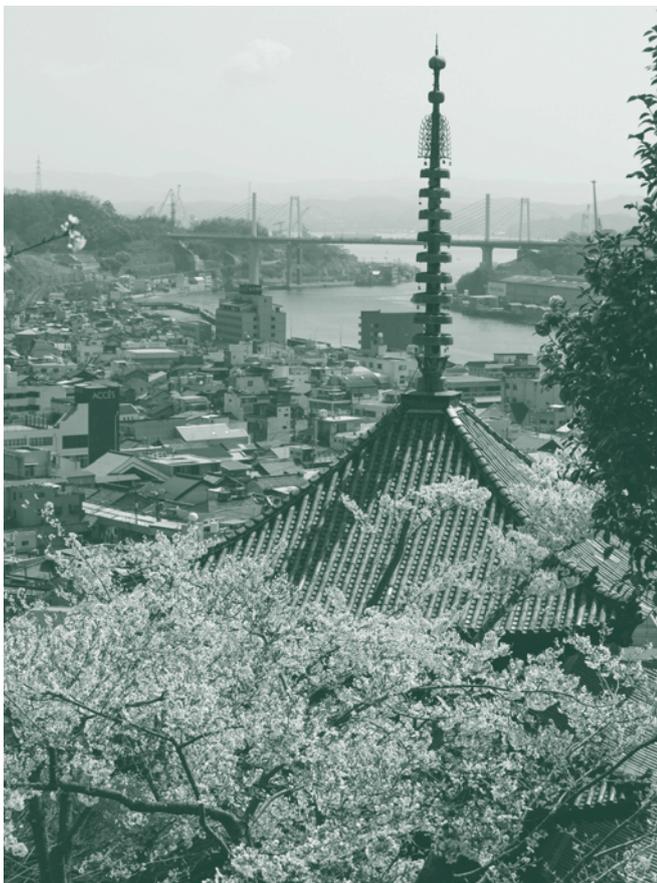
また、観光客の半数を占める県内観光客については、主に市町や観光協会を中心としたプロモーションにより、県内の周遊を促進することが効果的である。

第4 推進体制

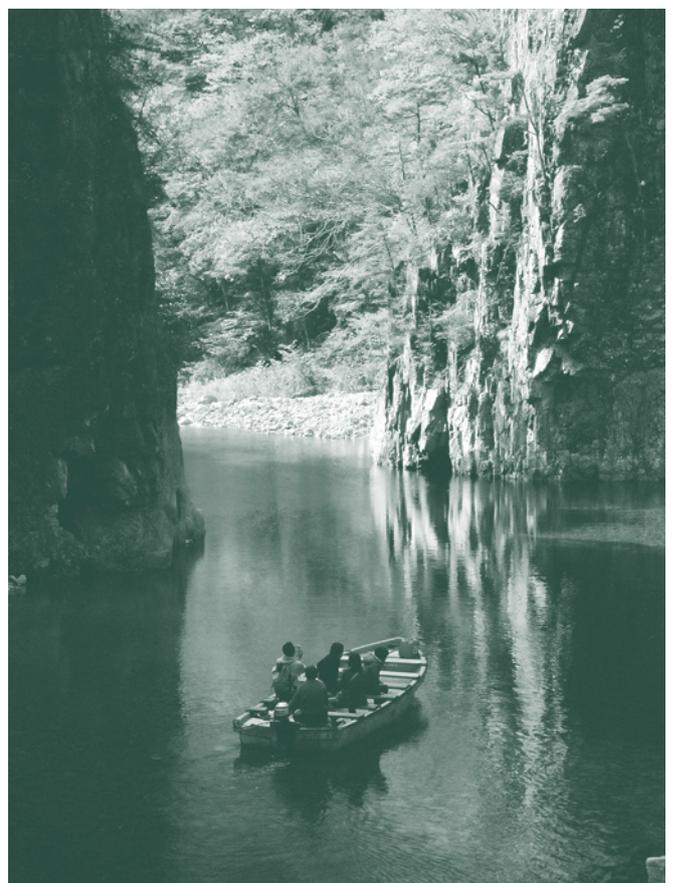
これまで地域における観光振興に関しては、国・県・市町・観光連盟・観光協会・民間事業者等が連携しながら、重層的に進めてきたところである。近年、訪日外国人観光客が急増し、今後も更なる増加が見込まれる中、外国人観光客の多くが、複数の自治体に跨る広域エリアを旅行する傾向にある。このため、単独自治体によるプロモーションではなく、複数の自治体エリアが連携して取り組むことが求められる。

平成28年(2016年)の広域観光周遊ルートの認定以降、全国で広域を対象としたDMOが設立されており、地域連携DMOや地域DMOを含め、日本版DMOが41件、日本版DMO候補法人が133件登録されている(平成29年, 2017年11月時点)。県内では、せとうちDMOが日本版DMOとして登録されている。今後、県内でDMOが増えてくれば、各DMOをつなげるネットワークを構築するとともに、各DMOの役割分担を明確化する必要がある。

観光における地域間競争は、今後更に激しさを増すことが予想され、観光地としてのブランディングや観光地経営の視点が日々重要になってくるとともに、効率的・効果的な体制により、県全体の観光振興を図る必要がある。こうしたことを踏まえ、観光推進体制のあるべき姿について、今後検討していく必要があると考えられる。



尾道水道(尾道市)



三段峡(安芸太田町)

參考資料

○ひろしま観光立県推進基本条例

平成十八年十二月二十六日条例第七十三号

ひろしま観光立県推進基本条例をここに公布する。

ひろしま観光立県推進基本条例

目次

前文

第一章 総則(第一条—第六条)

第二章 基本的施策

第一節 ひろしま観光立県推進基本計画等(第七条・第八条)

第二節 魅力ある観光地の形成(第九条—第十一条)

第三節 観光産業の競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成(第十二条・第十三条)

第四節 国際観光の振興(第十四条・第十五条)

第五節 観光旅行の促進のための環境の整備(第十六条—第二十二条)

第三章 広島県観光立県推進会議(第二十三条—第二十七条)

附則

観光は、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サービス業、農林水産業、製造業など幅広い分野にわたる地域経済の活性化に寄与するとともに、潤いの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である。

また、少子高齢社会の到来の中で、観光は、地域の住民が誇りと愛着を持つことの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である。

本県においては、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。

しかし、観光立県の実現に向けた基盤の整備及び環境の形成は、いまだ不十分な状態であり、本県を来訪する国内外の観光旅行者等の状況は、世界に通用するヒロシマの知名度にふさわしいものとは言えず、また、ゆとりや安らぎを求める志向など観光旅行に対する需要の高度化、少人数による観光旅行の増加など近年の観光をめぐる様々な状況変化への的確な対応も求められている。

これらに適切に対処し、観光立県を実現するためには、観光をリーディング産業として更に発展させ、国内外の誘客競争に打ち勝つことのできる「魅力ある観光地」を形成していくことが不可欠であり、このためには、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である。

ここに、県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等が協働して、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため、この条例を制定する。

第一章 総則

(目的)

第一条 この条例は、観光立県を実現するための基本理念を定め、県の責務並びに県民、観光事業者(主として観光旅行者を対象として事業を行う事業者その他観光に関連する事業を行う事業者をいう。以下同じ。)及び観光関係団体(観光事業者で組織される団体並びに観光の振興を目的として観光事業者及び行政機関等で組織される団体をいう。以下同じ。)の役割を明らかにするとともに、観光立県の実現に関する施策の基本となる事項を定めることにより、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、もって活力ある地域づくり、本県経済の持続的な発展及び県民生活の向上に資することを目的とする。

(基本理念)

第二条 観光立県の実現に関する施策は、地域における創意工夫を生かした主体的な取組を尊重しつつ、魅力ある観光地の形成を図るとともに、県内外からの観光旅行を促進することが、県民が誇りと愛着を持つことができる豊かで活力に満ちた地域社会の形成及び潤いのある県民生活の実現のため重要であるとの認識の下に講じられなければならない。

2 観光立県の実現に関する施策は、県内外の観光旅行者への快適なサービスを提供できる環境を整備するとともに、地域の歴史、文化、伝統等に関する理解を深め、観光振興の担い手となる人材の育成及び地域のおもてなしの向上が図られるよう講じられなければならない。

3 観光立県の実現に関する施策は、本県が被爆県として世界の恒久平和のために果たすべき役割にかんがみ、国際平和及び国際相互理解の増進の観点に立って講じられなければならない。

4 観光立県の実現に関する施策を講じるに当たっては、観光が、県及び地域の経済社会において重要な役割を担っていることにかんがみ、県、市町、県民、観光事業者、観光関係団体等による相互の連携が確保されるよう配慮されなければならない。

(県の責務)

第三条 県は、前条に規定する基本理念(以下「基本理念」という。)にのっとり、観光立県の実現に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

2 県は、市町が当該地域の特性を生かした観光立県の実現に関する施策を講じるに当たって必要な助言及び調整を行うとともに、市町が参画し、及び実施する広域的な観光振興施策に関して総合調整を行うことにより、市町相互の連携を図るものとする。

3 県は、市町、県民、観光事業者及び観光関係団体が、相互に連携して観光の振興に関する取組を進められるよう総合調整を行うものとする。

(県民の役割)

第四条 県民は、観光立県の意義に対する理解及び関心を深め、魅力ある観光地の形成に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

2 県民は、観光旅行者を温かく迎え、地域における観光の振興に関する取組に参画するよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

第五条 観光事業者は、基本理念にのっとり、事業活動を通じて観光旅行者に快適なサービス及び環境を提供するとともに、地域における他の産業と連携することにより、地域の活性化に努めるものとする。

2 観光事業者は、県及び市町が実施する観光立県の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第六条 観光関係団体は、基本理念にのっとり、業界及び業種の枠を超えた連携を図りながら事業活動を行うよう努めるとともに、観光情報の発信、観光旅行者の誘致、おもてなしの向上など受入れの体制の整備等に取り組むよう努めるものとする。

2 観光関係団体は、県及び市町が実施する観光立県の実現に関する施策に協力するよう努めるものとする。

第二章 基本的施策

第一節 ひろしま観光立県推進基本計画等

(ひろしま観光立県推進基本計画)

第七条 知事は、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、ひろしま観光立県推進基本計画(以下「基本計画」という。)を定めなければならない。

2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 観光立県の実現に関する施策についての基本的な方針

二 観光立県の実現に関する目標

三 観光立県の実現に関し、県が総合的かつ計画的に講じるべき施策

四 前三号に掲げるもののほか、観光立県の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

- 3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、県民等の意見が反映されるよう必要な措置を講じるとともに、第二十三条に定める広島県観光立県推進会議の審議を経るものとする。
- 4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なくこれを公表するものとする。
- 5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

(財政上の措置)

第八条 県は、観光立県の実現に関する施策を推進するため、必要な財政上の措置を講じるよう努めるものとする。

第二節 魅力ある観光地の形成

(国際競争力及び国内競争力の高い魅力ある観光地の形成)

第九条 県は、国際競争力及び国内競争力の高い魅力ある観光地の形成を図るため、市町、観光事業者その他の関係者との連携による観光地の特性を生かした良質なサービスの提供の確保並びに宿泊施設、食事施設、案内施設その他の旅行に関連する施設(以下「旅行関連施設」という。)及び公共施設の整備等に必要な施策を講じるものとする。

(観光資源の活用による魅力ある観光地の形成)

第十条 県は、自然、文化、歴史、産業等に関する観光資源の活用による地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るため、史跡、名勝、天然記念物等の文化財、歴史的風土、優れた自然の風景地、良好な景観、温泉その他文化、産業等に関する観光資源の保護、育成及び開発に必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行者の来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備)

第十一条 県は、観光旅行者の国際競争力及び国内競争力の高い観光地への来訪の促進に必要な交通施設の総合的な整備を図るため、空港、港湾、鉄道、道路、駐車場その他の観光の基盤となる交通施設の整備等に必要な施策を講じるものとする。

第三節 観光産業の競争力の強化及び観光の振興に寄与する人材の育成

(観光産業の競争力の強化)

第十二条 県は、県内観光産業の競争力の強化を図るため、観光事業者相互の有機的な連携の促進、観光旅行者の需要の高度化及び観光旅行の形態の多様化に対応したサービスの提供の確保、工場、産業体験施設等を活用した産業観光など地域の産業との連携の促進等に必要な施策を講じるものとする。

(観光の振興に寄与する人材の育成)

第十三条 県は、観光の振興に寄与する人材の育成を図るため、観光事業に従事する者等の知識及び能力の向上、地域の固有の文化、歴史等に関する知識の普及の促進等に必要な施策を講じるものとする。

第四節 国際観光の振興

(外国人観光旅客の来訪の促進)

第十四条 県は、外国人観光旅客の来訪の促進による国際観光の振興を図るため、本県の伝統、文化等を生かした海外における観光宣伝活動の重点的かつ効果的な実施、県内における交通、宿泊その他の観光旅行に関する情報の提供、国際会議等の誘致の促進、通訳案内のサービスの向上その他外国人観光旅客の受入れの体制の確保等に必要な施策を講じるものとする。

(国際相互交流の促進)

第十五条 県は、本県と外国との間における経済交流、青少年による国際交流等を通じて、国際観光の振興を図るために必要な施策を講じるものとする。

第五節 観光旅行の促進のための環境の整備

(観光旅行者の本県への来訪の促進)

第十六条 県は、観光旅行者の本県への来訪の促進を図るため、県内の観光地に関する広報宣伝活動及び観光情報の提供を行うとともに、県内外における広域的に連携した観光の振興に関する取組など必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行者に対する接遇の向上)

第十七条 県は、観光旅行者に対する接遇の向上を図るため、接遇に関する教育の機会の提供、旅行関連施設の整備、本県の優れた伝統芸能、食文化、映像文化その他の文化芸術、産業等の紹介の強化、地域の特色を生かした

魅力ある商品の開発等に必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行者の利便の増進)

第十八条 県は、観光旅行者の利便の増進を図るため、高齢者、障害者、外国人等が円滑に利用できる旅行関連施設及び公共施設の整備並びにこれらの利便性の向上等に必要な施策を講じるものとする。

2 県は、情報通信の技術を活用した観光に関する情報の提供等に必要な施策を講じるものとする。

(観光旅行の安全の確保)

第十九条 県は、観光旅行の安全の確保を図るため、観光における事故の発生の防止等に必要な施策を講じるものとする。

(新たな観光旅行の分野の開拓)

第二十条 県は、新たな観光旅行の分野の開拓を図るため、自然体験活動、農林水産業に関する体験活動等を目的とする観光旅行、心身の健康の保持増進のための観光旅行、食文化への理解を深めるための観光旅行、将来の定住につながる滞在型観光旅行その他の多様な観光旅行の形態の普及等に必要な施策を講じるものとする。

(観光地における環境及び良好な景観の保全)

第二十一条 県は、観光地における環境及び良好な景観の保全を図るため、観光旅行者による自然体験活動を通じた環境の保全に対する理解の増進、屋外広告物に関する制限等に必要な施策を講じるものとする。

(広報等)

第二十二条 県は、県民の観光立県に対する意識の高揚、おもてなしの心の醸成及び地域における観光の振興に関する取組への参画を促進するため、広報、啓発及び情報の提供に努めるものとする。

第三章 広島県観光立県推進会議

(広島県観光立県推進会議)

第二十三条 県は、基本計画について審議し、及びその実施を推進するため、広島県観光立県推進会議(以下「推進会議」という。)を設置する。

(組織等)

第二十四条 推進会議は、会長及び委員三十人以内をもって組織する。

2 会長は、知事をもって充てる。

3 委員は、県議会の議員、市町の長、観光事業者、観光関係団体の長、観光に関する学識経験を有する者、関係行政機関の職員その他知事が必要と認める者のうちから、知事が任命する。

4 委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

5 委員は、再任されることができる。

(会長)

第二十五条 会長は、会務を総理し、推進会議を代表する。

2 会長に事故があるときは、会長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(会議)

第二十六条 推進会議の会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。

2 推進会議の会議は、委員の半数以上が出席しなければ開くことができない。

3 推進会議の会議の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(委任)

第二十七条 この章に定めるもののほか、推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この条例は、平成十九年一月一日から施行する。

広島県観光立県推進会議 委員名簿(平成29年11月現在)

区分	所属	職	氏名
会長	広島県	知事	ゆづき ひでひこ 湯崎 英彦
県議会議員 (2人)	広島県議会	議員	いはら おさむ 井原 修
	広島県議会	議員	こだま ひろし 児玉 浩
市町の長 (2人)	廿日市市	市長	しんの かつひろ 眞野 勝弘
	世羅町	町長	おくだ まさかず 奥田 正和
観光事業者 (3人)	西日本旅客鉄道株式会社広島支社	支社長	いせ まさふみ 伊勢 正文
	西日本高速道路株式会社中国支社	支社長	こはし けいぞう 小橋 慶三
	全日本空輸株式会社広島支店	支店長	にわ あきお 丹羽 明夫
観光関係 団体の長 (10人)	(一社) 広島県観光連盟	会長	ささき しげき 佐々木 茂喜
	(公財) 広島観光コンベンションビューロー	理事長	ふかやま ひでき 深山 英樹
	広島県商工会議所連合会	会頭	ふかやま ひでき 深山 英樹
	広島県商工会連合会	会長	くまたか いちお 熊高 一雄
	広島経済同友会	代表幹事	いけだ こうじ 池田 晃治
	(公社) 広島県バス協会	会長	むくだ まさお 椋田 昌夫
	広島県旅客船協会	会長	にった いちろう 仁田 一郎
	(一社) 日本旅行業協会中四国支部	支部長	おおこだ ひろゆき 大小田 博之
	広島県ホテル旅館生活衛生同業組合	理事長	きむら たつし 木村 龍史
(一社) 日本ホテル協会中国四国支部	支部長	ごきゅう ひろふみ 五弓 博文	
学識経験者 (2人)	広島大学大学院	教授	フンク カロリン
	比治山大学	教授	やまだ ともこ 山田 知子
関係行政機関 (4人)	中国運輸局	局長	かわなか くにお 川中 邦男
	中国経済産業局	産業部長	こたき よしあき 小滝 義昭
	中国地方整備局	企画部長	よしだ としはる 吉田 敏晴
	広島県商工労働局	局長	さいき やすし 佐伯 安史
その他知事が 必要と認め るもの (5人)	広島商工会議所支店長会	会長	たなか かずし 田中和 志
	ひろしま通訳・ガイド協会	会長	ふるたに あきこ 古谷 章子
	広島県観光ボランティアガイド協議会	副会長	とくなが きょうこ 徳永 京子
	(公社) 日本青年会議所中国地区広島ブロック協議会	会長	くろせ ひでや 黒瀬 秀哉
広島県飲食業生活衛生同業組合	副理事長	きむら みちえ 木村 美智江	
計			29人

外部アドバイザー名簿

専門分野	所属	職氏名	
観光文明学・文化開発論 (前計画外部アドバイザー)	北海道大学 観光学高等研究センター	特別招聘教授	いしもりしゅうぞう 石森 秀三
観光施策・インバンド振興等 (世界に誇れる広域観光周遊ルート 検討委員会委員)	東洋大学 国際観光学科	准教授	やがさき のりこ 矢ヶ崎 紀子



ベイサイドビーチ坂(坂町)



国民宿舎湯来ロッジ(広島市)

策定の流れ

日付	会議名等	内容
28.10.31	広島県観光立県推進会議	前計画の取組状況, 今次計画の方向性に係る審議
29.1.11	市町との意見交換会 (北部)	観光振興の現状等に関する意見交換
29.1.17	市町との意見交換会 (西部)	観光振興の現状等に関する意見交換
29.1.18	市町との意見交換会 (東部)	観光振興の現状等に関する意見交換
29.2.9	計画策定に関するワーキング会議①	前計画の取組の総括に係る協議
29.3.1	計画策定に関するワーキング会議②	前計画の取組の総括に係る協議
29.3.22	広島県観光立県推進会議	前計画の取組の総括, 今次計画における重点施策の考え方に係る審議
29.5.18	広島県議会広域・国際観光振興対策特別委員会	今次計画骨子の報告
29.5.19	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画骨子の報告
29.6.1	計画策定に関するワーキング会議③	今次計画案に関する協議
29.6.27	計画策定に関するワーキング会議④	今次計画案に関する協議
29.7.12	広島県観光立県推進会議	今次計画案の審議
29.8.18	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画案の説明
29.8.31	計画策定に関するワーキング会議⑤	今次計画案に関する協議
29.9.1	広島県議会広域・国際観光振興対策特別委員会	今次計画案の説明
29.9.7	県・市町等観光担当課長会議	今次計画案の説明及び意見交換
29.9.15	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画案の審議
29.10.3 ～11.2	県民意見募集 (パブリックコメント)	今次計画案に対する意見募集 «2人(12件)の意見をいただいた。»
29.10.19	広島県議会警察・商工労働委員会	今次計画案の審議における意見への対応方針説明
29.11.27	広島県観光立県推進会議	今次計画案の最終審議



広島牡蠣



お好み焼



瀬戸内の魚介類



広島和牛



日本酒



あなご飯



瀬戸内広島レモン



三原タコ

ひろしま 観光立県 推進基本計画



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。

【表紙写真】

左上：帯紙峡・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）

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