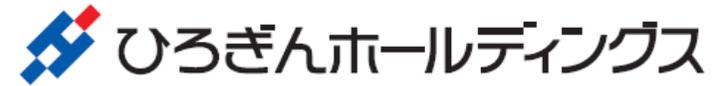


未来を、ひろげる。



# 広島県の観光のさらなる振興に向けて

～他県の事例を参考に～

2024年6月

株式会社ひろぎんホールディングス  
経済産業調査部

# 目次

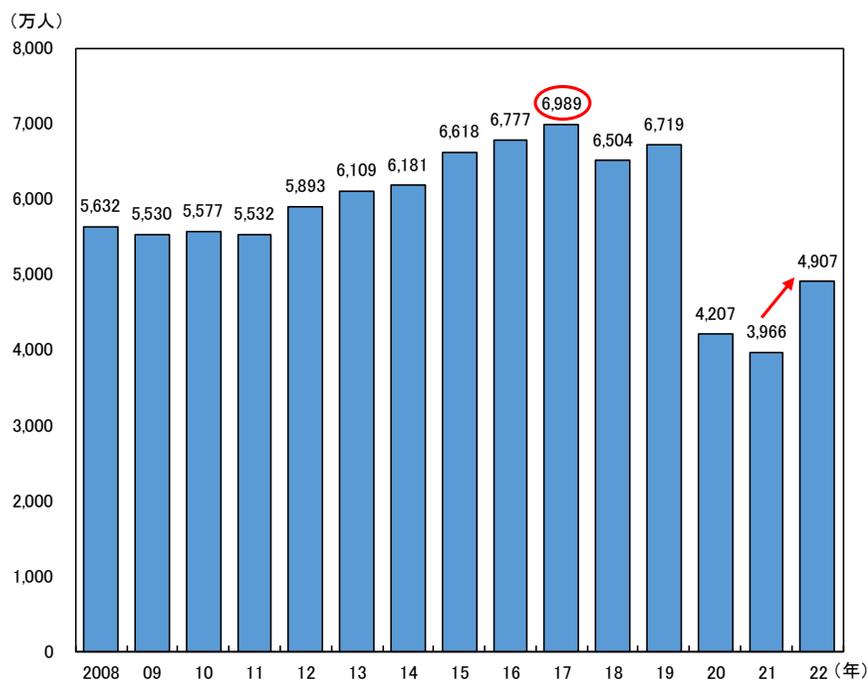
I. 広島県の観光の現状と課題		III. 広島県の観光振興に向けて	
1. 総観光客数	2	1. 静岡県の実施事例	14
2. 宿泊者数	4	2. 広島県の観光振興における参考点	16
【参考】アジア圏訪日客の傾向	7		
3. 観光消費額	9		
II. 広島県の取り組み			
1. ひろしま観光立県推進基本計画	10		
2. 実施事例	12		

- ◆ 本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。
- ◆ 本資料は、信頼できるとされる情報に基づいて作成されていますが、その正確性を保証するものではありません。また、本資料に記載された内容等は作成時点のものであり、今後予告なく修正、変更されることがあります。資料のご利用に関しては、お客さまご自身の責任において判断なされますよう、お願い申し上げます。
- ◆ 本資料に関連して生じた一切の損害については、責任を負いません。その他、専門的知識に係る問題については、必ず弁護士、税理士、公認会計士等の専門家にご相談のうえ、ご確認ください。
- ◆ 本資料の一部または全部を、当社の事前の了承なく複製または転送等を行うことを禁じます。
- ◆ 本件に関するご照会は、ひろぎんホールディングス経済産業調査部(082-247-4958)までお願いします。

# I. 広島県の観光の現状と課題 1. 総観光客数（全体推移）

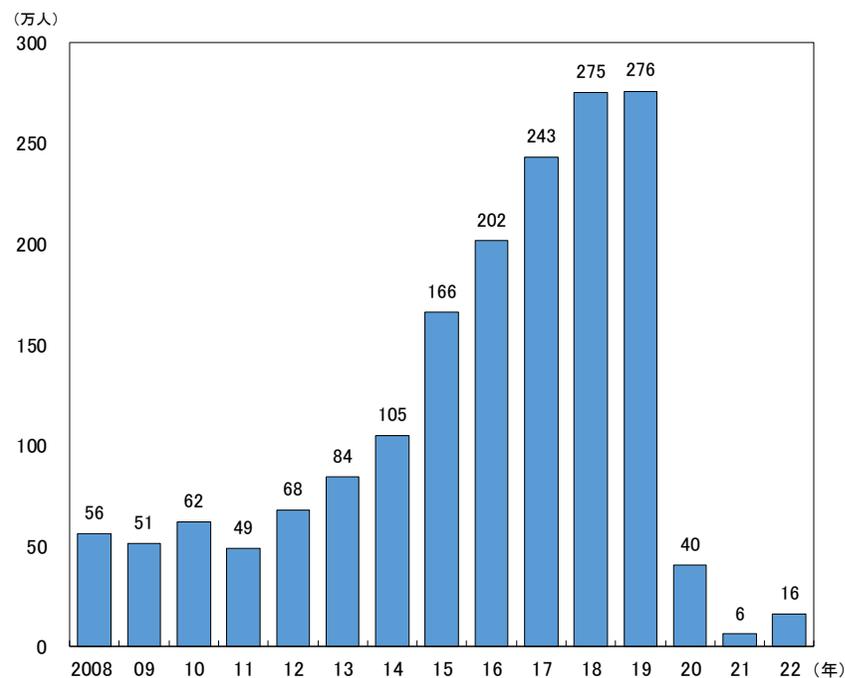
- 広島県の総観光客数は2012年以降、増加基調を辿り、2017年には6,989万人に達した。しかし、2018年には「平成30年7月豪雨」の発災により減少に転じ、2020年以降は新型コロナウイルス感染拡大により大きく落ち込んだ。その後、2022年は、新型コロナ影響が徐々に和らぐ中で「やっぱ広島じゃ割」を活用した国内観光客の増加から幾分持ち直した。
- 外国人観光客数も2012年以降、増加基調を辿り、2019年には276万人と過去最高を更新した。しかし、新型コロナ感染拡大に伴う入国制限を受けて大きく落ち込み、2021年はゼロ近傍で推移した。

### 広島県の総観光客数の推移



(資料) (一社)広島県観光連盟(HIT)「広島県観光客数の動向」より当部作成

### 広島県の外国人観光客数の推移



(資料) (一社)広島県観光連盟(HIT)「広島県観光客数の動向」より当部作成

# 1. 総観光客数（市町別の県外客）

- 2022年の総観光客数を市町別にみると、世界遺産（原爆ドーム、厳島神社）のある広島市と廿日市市、しまなみ海道（サイクリングの聖地として世界的に有名）の起点である尾道市などが上位を占めている。
- 県外客の割合を市町別にみると、広島県平均（45.4%）を上回っているのは広島市、尾道市、廿日市市、福山市、呉市の5市で、その他の市町では県外客の割合は総じて低い。例えば、県外客が6割を超える尾道市に隣接する世羅町や三原市では県外客が2割以下に止まっており、観光客の目的地周辺への面的な広がりは乏しい状況が窺える。

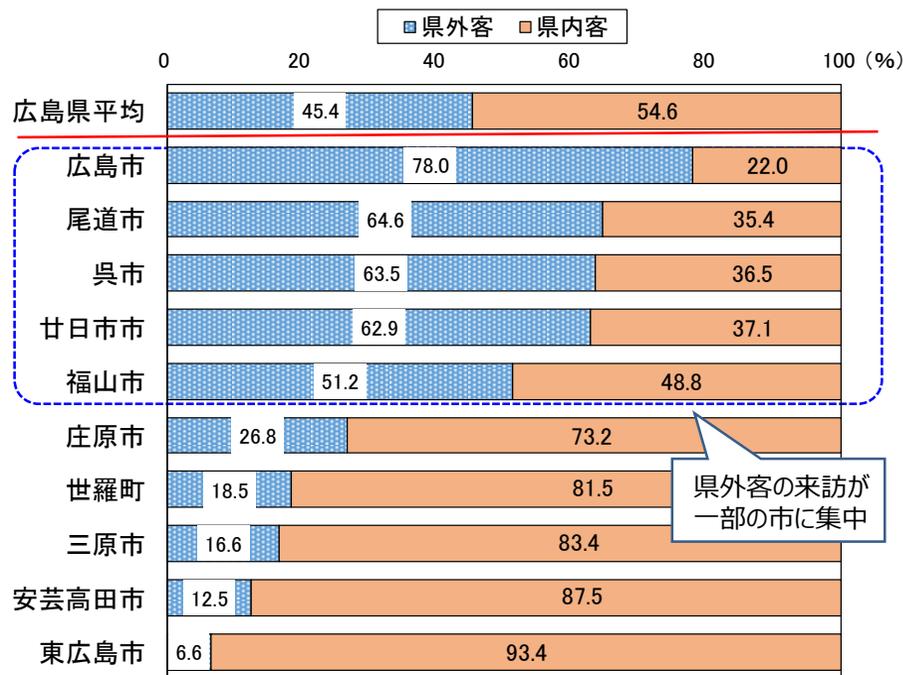
市町別の総観光客数と構成比  
(2022年、上位10市町)

(単位:千人、%)

順位	市町名	総観光客数	構成比
1	広島市	10,548	21.5
2	尾道市	5,657	11.5
3	廿日市市	5,366	10.9
4	福山市	4,357	8.9
5	三原市	2,849	5.8
6	東広島市	2,820	5.7
7	世羅町	2,181	4.4
8	安芸高田市	2,172	4.4
9	呉市	2,116	4.3
10	庄原市	2,001	4.1
広島県全体			100.0

(資料) (一社)広島県観光連盟(HIT)「広島県観光客数の動向」より当部作成

市別の県外客・県内客の割合  
(2022年、上位10市町)

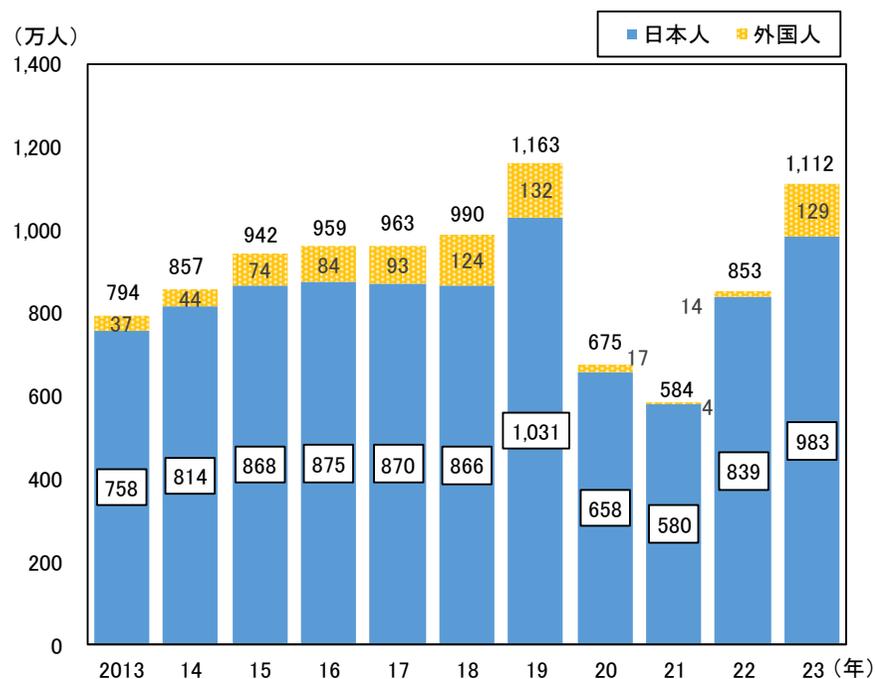


(資料) (一社)広島県観光連盟(HIT)「広島県観光客数の動向」より当部作成

## 2. 宿泊者数

- 広島県の延べ宿泊者数は、2015年以降、900万人台で推移した後、2019年には1,163万人と過去最高に達した。このうち日本人が初めて1,000万人を超えたほか、外国人も132万人に増加した。2020年以降は新型コロナウイルス感染拡大の影響で大きく落ち込んだが、2023年は新型コロナが収束に向かう中、入国制限の解除やG7広島サミット開催効果などから、1,000万人台を回復した。
- ただし、一人当たり宿泊数（延べ宿泊者数÷実宿泊者数）は、日本人、外国人ともに引き続き全国を下回って推移している。こうした宿泊を伴わない「通過型観光」は、観光消費額の伸び悩みの一因であり、広島県の観光の課題となっている。

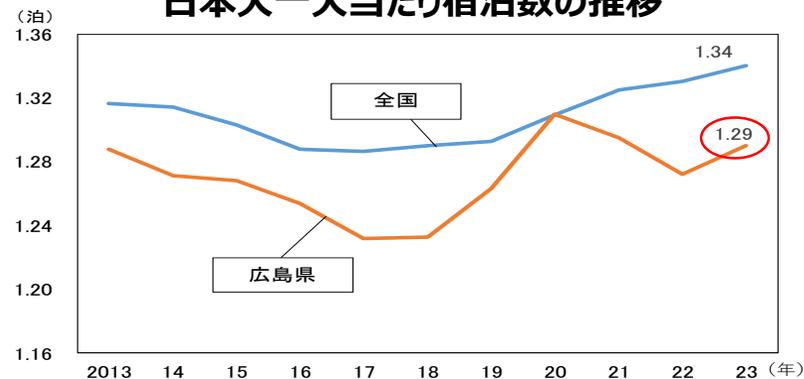
### 広島県の延べ宿泊者数の推移



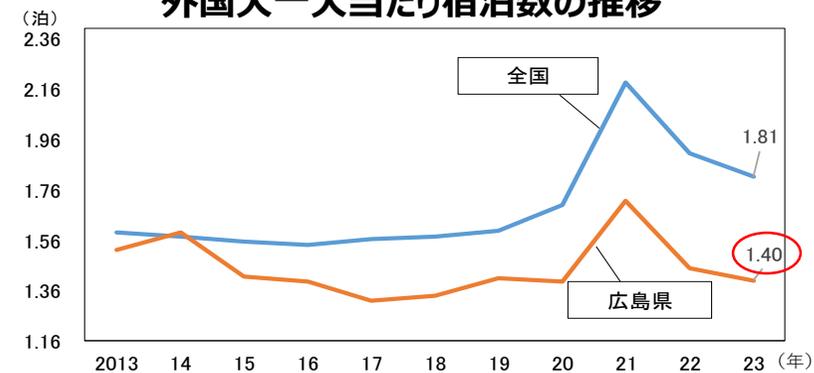
(注) 2023年は速報値 (以下同様)

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

### 日本人一人当たり宿泊数の推移



### 外国人一人当たり宿泊数の推移



(資料) 観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

## I. 広島県の観光の現状と課題 2. 宿泊者数（全国順位）

- 因みに、2023年の都道府県別の一人当たりの宿泊数は、沖縄県、東京都、大阪府、京都府が日本人、外国人ともに上位を占めている。
- 広島県は、日本人が1.29泊（全国第26位）、外国人が1.40泊（全国第24位）と、ともに全国平均（各1.34泊、1.81泊）を下回っており、とくに訪日外国人客の滞在時間の短さが窺える。

### 日本人一人当たりの宿泊数の全国ランキング（2023年） 外国人一人当たりの宿泊数全国ランキング（2023年）

(泊数)

順位	都道府県	一人当たりの宿泊数
1	沖縄県	1.65
2	東京都	1.46
3	大阪府	1.40
4	京都府	1.40
5	鹿児島県	1.39
6	北海道	1.39
7	佐賀県	1.38
8	青森県	1.37
9	宮城県	1.37
10	秋田県	1.36
⋮	⋮	⋮
26	広島県	1.29
⋮	⋮	⋮
全国		1.34

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

(泊数)

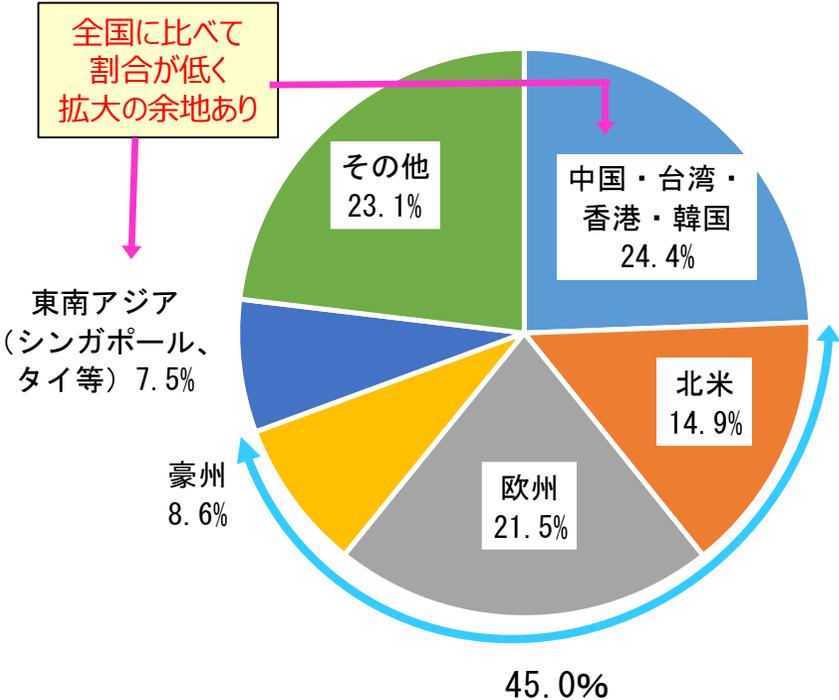
順位	都道府県	一人当たりの宿泊数
1	東京都	2.19
2	沖縄県	2.03
3	京都府	1.98
4	大阪府	1.82
5	新潟県	1.71
6	埼玉県	1.71
7	茨城県	1.69
8	山口県	1.62
9	愛知県	1.60
10	鹿児島県	1.60
⋮	⋮	⋮
24	広島県	1.40
⋮	⋮	⋮
全国		1.81

(資料) 観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

# I. 広島県の観光の現状と課題 2. 宿泊者数（国籍別）

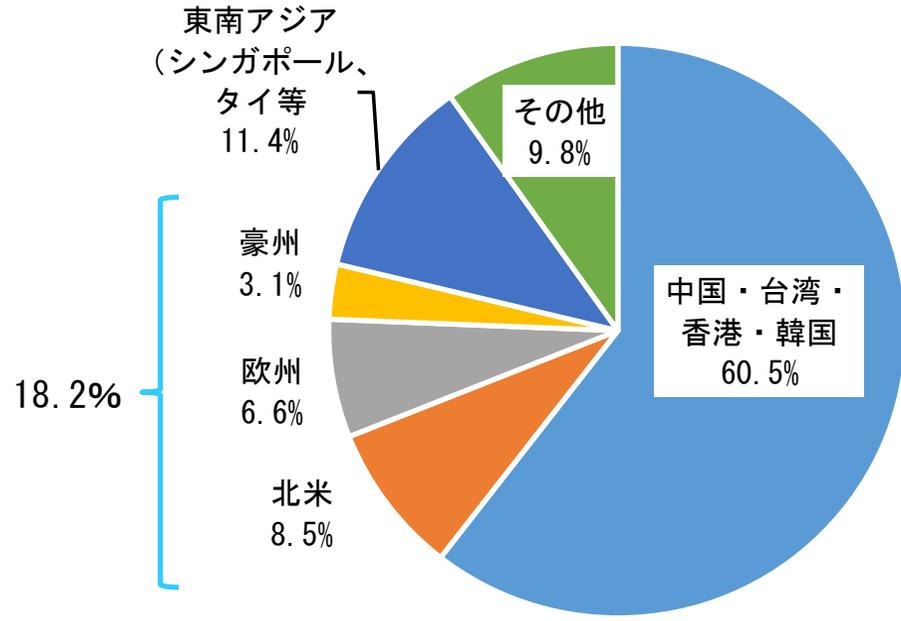
- 広島県の外国人延べ宿泊者数（2019年）は、北米、欧州、豪州といった欧米系の割合が45.0%と高く、全国（18.2%）を大きく上回っている。
- 逆に、中国・台湾・香港・韓国および東南アジアは31.9%と、全国（71.9%）の半分以下の割合にとどまっており、裏を返せば、これら地域からの観光客を誘客する余地は大きいと言える。

広島県の外国人延べ宿泊者数の国別構成比（2019年）



（資料）観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

全国の外国人延べ宿泊者数の国別構成比（2019年）



（資料）観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

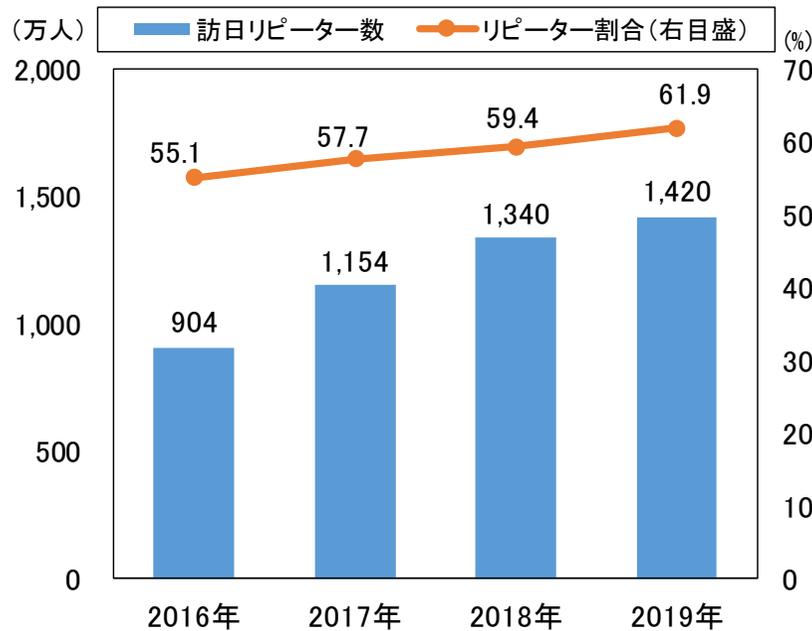
# I. 広島県の観光の現状と課題 【参考1】アジア圏訪日客の傾向（リピーター割合）

- 観光庁によると、2019年の観光・レジャー目的の訪日リピーター（※1）は、2016年の904万人から2019年には1,420万人と、1.6倍に増加し、リピーター割合（※2）も55.1%から61.9%に上昇した。
- 訪日リピーターは、とくに香港、台湾、韓国、シンガポール、タイなどアジア圏に多く、訪日回数10回以上の“ヘビーリピーター”の割合が1割を超える国・地域もある。すなわち、欧米の誘客に加えて、リピート率が高いアジア圏の観光客を着実に取り込むことが重要である。

（※1）訪日リピーター数：訪日外客数（クルーズ客除く）のうち、観光・レジャー目的かつ日本への来訪回数2回目以上の人数

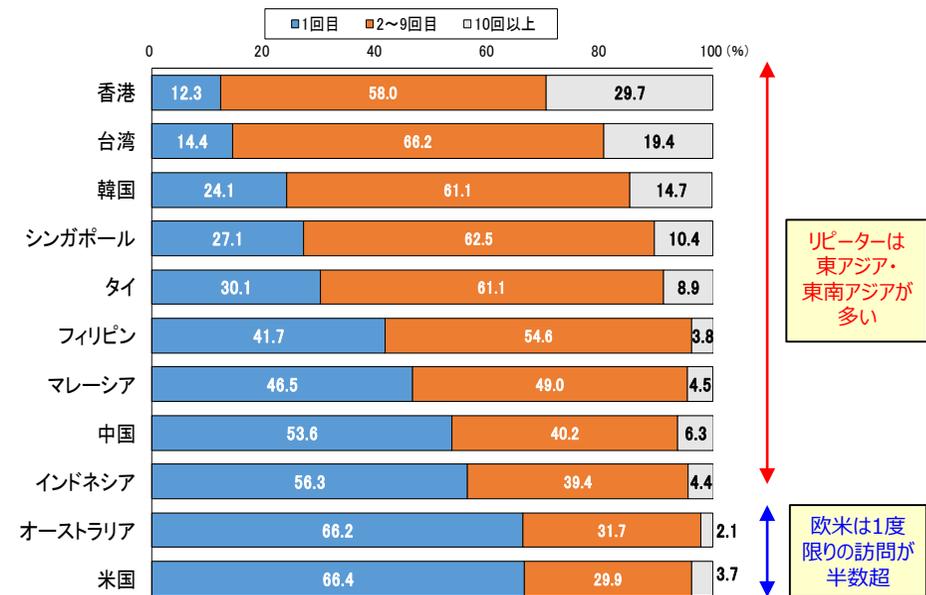
（※2）リピーター割合＝訪日リピーター数÷観光・レジャー目的の訪日外客数（クルーズ客除く）×100

### 訪日リピーター数とリピーター割合の推移



（注）観光・レジャー目的  
（資料）観光庁資料より当部作成

### 国籍・地域別のリピーター割合（2019年）

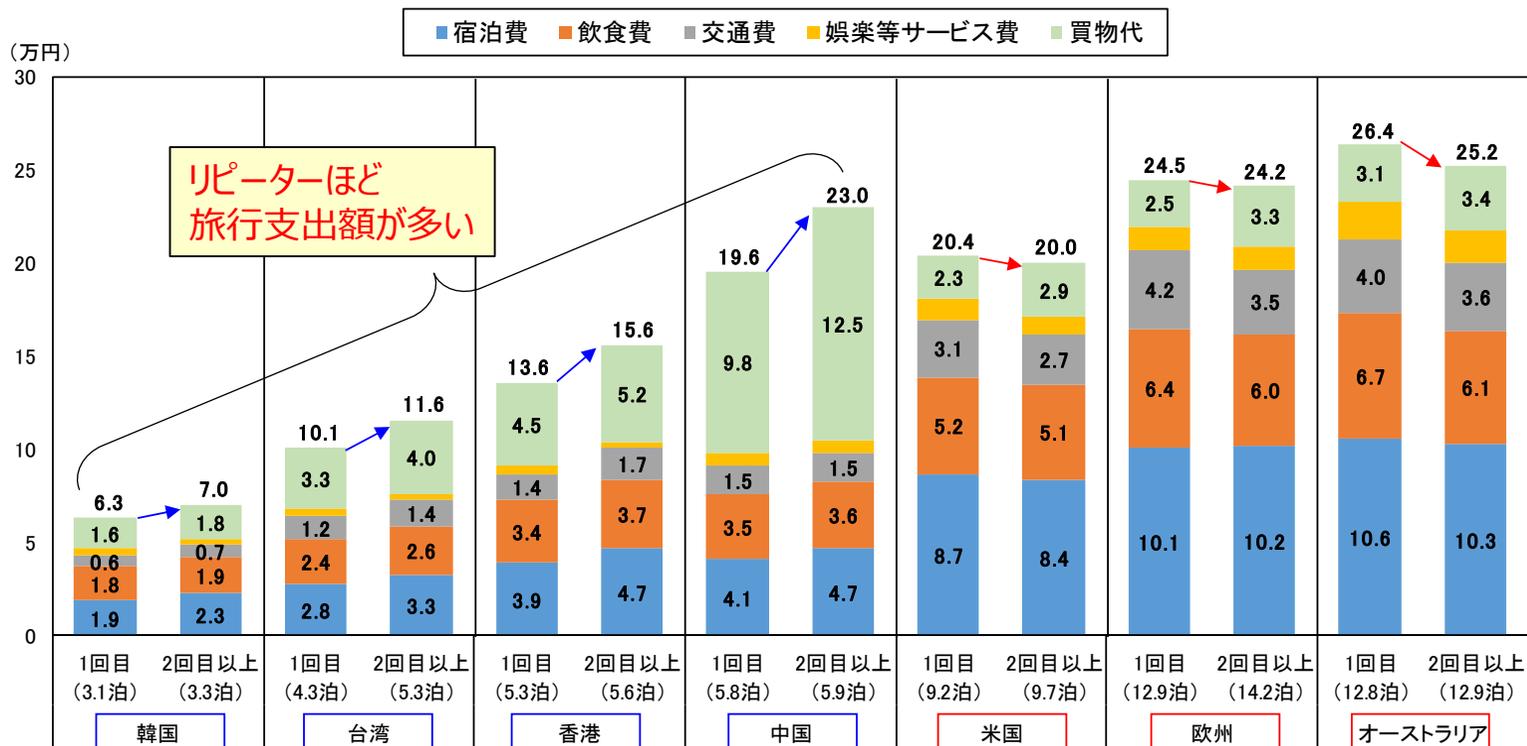


（注）観光・レジャー目的  
（資料）観光庁資料より当部作成

# I. 広島県の観光の現状と課題 【参考2】アジア圏訪日客の傾向（旅行支出）

- 2019年の訪日外客の一人当たり旅行支出をみると、欧米豪の訪日客は、滞在日数の長さから宿泊費や飲食費を中心に支出金額は相対的に大きいですが、リピート客の支出は初回客に比べて幾分減少している。一方、韓国、台湾、香港、中国などアジア圏の訪日客の支出金額は、全体として欧米豪に比べて少ないものの、買物代を中心にリピート客の支出は初回客を上回っている。
- こうしたことから、地理的に近く、リピートが期待できるアジア圏へのアプローチを強化していく取り組みは観光消費額の拡大に有効と考えられる。

## 国・地域別、訪日回数別の一人当たり旅行支出（2019年）

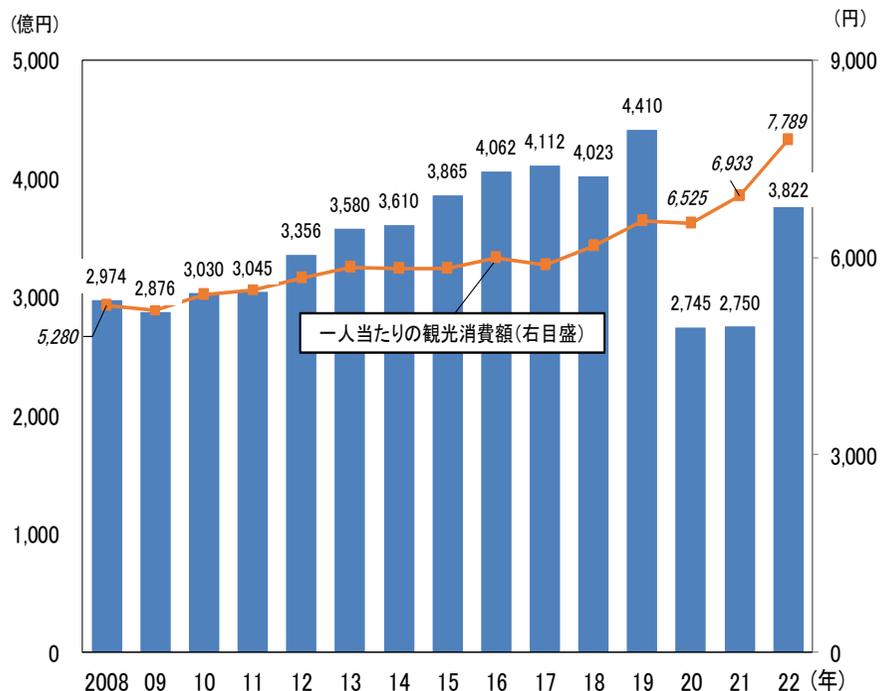


(注1) 観光・レジャー目的 (注2) カッコ内の数値は平均宿泊数  
 (資料) 観光庁資料より当部作成

# I. 広島県の観光の現状と課題 3. 観光消費額

- 広島県の観光消費額は、近年緩やかな増加傾向を辿る中で2019年には4,410億円と過去最高を記録した。その後、新型コロナの影響により大きく落ち込んだが、2022年には3,822億円まで回復している。
- この間、一人当たりの観光消費額（単価）は緩やかな上昇基調を辿り、とくに2022年は7,789円と大幅な伸びとなったが、これには外出や移動の自粛で支出が抑えられた反動増の側面もあるとみられる。なお、2019年の広島県の一人当たり観光消費額は国内客で全国第38位、国外客で第23位と低位にとどまっている。

### 広島県の観光消費額の推移



(資料) (一社)広島県観光連盟(HIT)「広島県観光客の動向」より当部作成

### 一人当たりの観光消費額の全国ランキング (2019年)

【国内客】

【国外客】

(単位:円/人)

都道府県名	1人当たりの観光消費額
1 沖縄県	68,990
2 鹿児島県	34,620
3 北海道	32,940
4 高知県	28,500
5 新潟県	28,260
6 石川県	27,960
7 長崎県	26,770
8 大分県	25,510
9 青森県	25,070
10 千葉県	24,210
⋮	⋮
38 広島県	17,360

(単位:円/人)

都道府県名	1人当たりの観光消費額
1 北海道	120,801
2 東京都	109,111
3 沖縄県	96,725
4 埼玉県	73,905
5 大阪府	73,468
6 福岡県	70,629
7 鹿児島県	62,838
8 愛知県	61,019
9 香川県	55,830
10 茨城県	54,770
⋮	⋮
23 広島県	40,750

(資料) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」より当部作成

# 1. ひろしま観光立県推進基本計画（3本の柱）

- 2023年2月、広島県は「ひろしま観光立県推進基本計画」（令和5年度～令和9年度）を策定した。
- 本計画では、コロナ禍で大きな影響を受けた観光産業の状況を踏まえて環境変化に強い観光を目指すとし、（1）観光消費額の増加、（2）好循環を生み出す観光、（3）オール広島の体制づくりの3本の柱を掲げている。このうち、「観光消費額の増加」については、観光客の満足度の向上とリピータブルな観光地づくりによる「観光客数の増加」、および「消費単価の増加」に取り組むとしている。

## 「ひろしま観光立県推進基本計画」における3本の柱

### （1）観光消費額の増加

①満足度を高める	観光ニーズを踏まえた質の高い多彩な観光プロダクトを開発する等、観光客が求める楽しみ・もてなしを取りそろえることなど
②リピータブルな観光地づくり	何度も訪れてもらえる観光地となるため、観光客の期待値を超える満足を提供し、観光客との深い信頼関係を築くことなど
③消費単価の増加	観光客数の増加だけでなく、宿泊単価や現地消費等、観光消費額単価を上昇させることなど

### （2）好循環を生み出す観光

①経済の視点	自立的、継続的な観光産業の確立を目指し、災害や感染症など想定外の環境変化にも対応できる産業構造を構築することなど
②社会の視点	コロナ禍における、通訳ガイドや宿泊施設の従業員など観光産業を支える人材の離職等を防止し、観光需要の回復を踏まえた人材の確保や、今後の観光産業を担う人材の育成を推進することなど
③環境の視点	自然環境の保全やゼロカーボンツーリズムの推進など、自然・文化資源の保全と観光利用の両立を図るとともに、観光産業における脱炭素・グリーンリカバリーを踏まえた受入環境の整備を促進することなど

### （3）オール広島の体制づくり

（資料）広島県「ひろしま観光立県推進基本計画」より当部作成

## Ⅱ. 広島県の取り組み 1. ひろしま観光立県推進基本計画（目標値）

- 因みに、同計画では、2030年の総観光客数を1億人（2019年比+48.8%）、観光消費単価を8,000円/人（同+21.9%）とし、観光消費額8,000億円（同+81.4%）を目指すとしており、2025年の中間目標も設定している。

### ひろしま観光立県推進基本計画の目標値

指標	2019年 実績	2025年 目標値	2030年 目標値
観光消費額	4,410億円	6,300億円	8,000億円
総観光客数	6,719万人	8,400万人	1億人
（うち外国人観光客数）	（276万人）	（725万人）	
観光消費額単価	6,562円/人	7,500円/人	8,000円/人
宿泊客数	1,163万人	1,500万人	—
（うち外国人宿泊客数）	（132万人）	（320万人）	


随時目標を設定

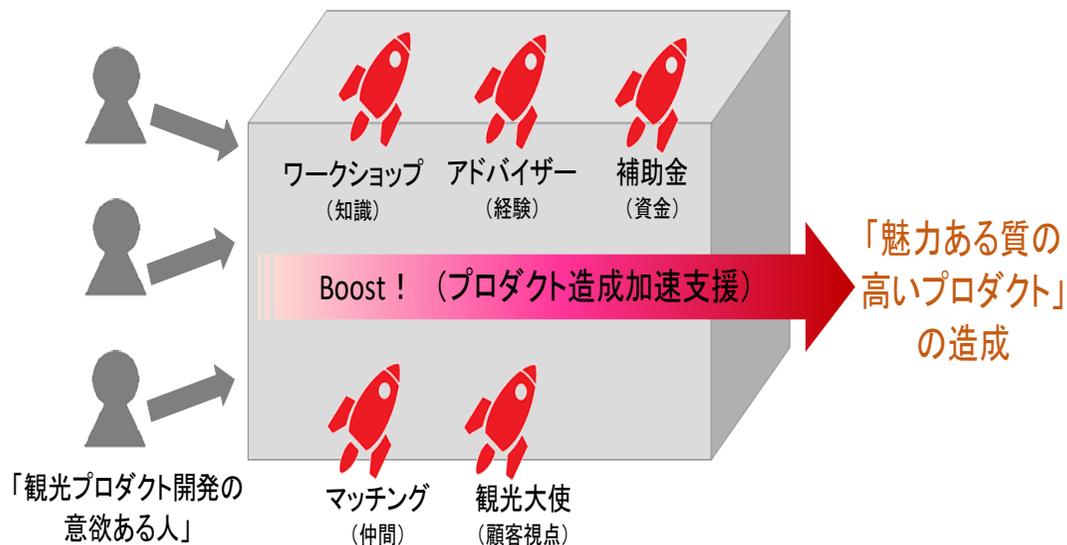
（資料）広島県「ひろしま観光立県推進基本計画」より当部作成

## Ⅱ. 広島県の取り組み 2. 取組事例（観光プロダクトの開発）

### 観光商品開発プラットフォーム「HYPP」を構築 ～観光プロダクトの開発と事業者支援～

- HYPP（ハイブ）は「Hiroshima Yearning Product Platform」の略で、広島県観光連盟（HIT）による事業者の観光プロダクトの造成および販売支援を行うプラットフォームである。
- 近年、観光客はインターネットで宿泊施設や交通チケットを予約するとともに、併せて、ネット上の口コミを参考にアクティビティ（体験型観光コンテンツなど）を購入するケースが多い。このため、多種多彩で質の高い観光プロダクトを造成し、観光客が求める楽しみやもてなしを取りそろえることが極めて重要となっている。

#### 「HYPP」のしくみ



(資料) 一般社団法人広島県観光連盟 (HIT)

#### 「HYPP」の主な支援内容

主な支援内容
販売支援（観光プロダクトに適した販路の拡大）
専門アドバイザー支援
補助金の上限（R5年度実績） （単独事業者：400万円、異業種連携：1,000万円）
参加者同士の交流
マーケティング調査

(資料) 一般社団法人広島県観光連盟 (HIT)資料より当部作成

## II. 広島県の取り組み 2. 取組事例（期待値を超える満足の提供）

### 観光CRMアプリを活用 ～観光客の期待値を把握しリピートにつなげる～

- 広島県観光連盟（以下、HIT）では“観光客の期待値を把握し、旅の満足度を向上させる”ことを目的に、広島に関する質問ができるアプリ「KINSAI」を開発した（2024年3月正式リリース、9月目途にリニューアル予定）。これは、広島観光に関心がある人や旅行を予定している「広島の事を知りたいユーザー」と、広島県民をはじめとした「広島に詳しいユーザー（HITひろしま観光大使）」の双方がユーザー登録して、アプリ上で質問に回答する仕組みである。観光客は「タビマエ」に広島の地元ならではの情報を得、「タビナカ」でも随時新しい情報を知ること、行きたい場所が増え、県内の滞在時間を増やすと期待される。
- また、「KINSAI」は、観光関連事業者がパートナーとして参画することで自社のPRやHIT主催のキャンペーンへの参加が可能で、将来的にはデジタルマーケティングへの活用も展望する。アプリ上で観光客、HITひろしま観光大使、そして事業者が繋がることで、「タビアト」の情報発信ツールとしても期待される。

#### ひろしま観光アプリ「KINSAI」の概要



（資料）一般社団法人広島県観光連盟（HIT）

#### KINSAIアプリのトップページ



（資料）一般社団法人広島県観光連盟（HIT）

事例 1

観光連携「黄金KAIDO」 ～静岡・山梨・長野・新潟4県を繋ぐ広域連携～

<p><b>観光連携「黄金KAIDO」の概要</b></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 静岡、山梨、長野、新潟の4県は2014年から「山の洲（くに）」経済圏を結成。コロナ禍の2021年には「バイ・山の洲」と題して、4県相互の県産品の購入を促進するキャンペーンを実施した実績がある。</li> <li>■ 2021年には中部横断自動車道の静岡～山梨間が全線開通し4県周遊の利便性が向上。さらにNHK大河ドラマで徳川家康が取り上げられ、所縁のある同地域に注目が集まる中、静岡県の発起で観光連携にも取り組むこととなった。</li> <li>■ 「黄金KAIDO」は、静岡県「土肥金山」から新潟県「佐渡金山」をフェリーと高速道路で結ぶルートの中で、ルート上に4県の金山があることに由来して命名された。外国人観光客に向けては「GOLD ROAD」と英語表記をしている。</li> </ul>
<p>域内周遊の 仕組みづくり ①</p>	<p><b>交通費負担の軽減 (割引プランの設定)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 定額で4県間の高速道路が乗り放題となる高速道路ETC周遊割引「中央日本周遊プラン（4日間18,300円）」を開発（NEXCO東日本に業務委託）。上記周遊割引利用客のフェリー料金を往復最大49%割引。</li> <li>■ 高速道路ETC周遊割引は、元々は同一県内や隣接する県間でのプランであったが、NEXCO東日本に特別に依頼し4県を通じたプランとしている。</li> </ul>
<p>域内周遊の 仕組みづくり ②</p>	<p><b>観光資源を繋ぐ誘客 (テーマ性)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 4県には徳川家ゆかりの文化財が数多く存在。これらを活用した「『葵の御紋』巡礼の旅」を展開。</li> <li>■ 24箇所の文化財を巡る本イベントは、新規客の周遊に加えて、一度の滞在では訪問できない地域へのリピート訪問を意識。</li> </ul>
<p>域内周遊の 仕組みづくり ③</p>	<p><b>情報発信 (アクセシビリティの向上)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 域内周遊にかかる各種情報を「黄金KAIDO」公式ホームページに集中し、利用者の情報へのアクセシビリティを向上。SNSや旅番組等による情報発信も展開。</li> <li>■ 「黄金KAIDO」ブランドとして商談会や旅行博等に出展。観光関連事業者を中心に協賛企業を募り事業者との連携を強化。</li> </ul>
<p>域内周遊の 仕組みづくり ④</p>	<p><b>ツアー商品の造成</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 旅行会社に働きかけて、首都圏、名古屋圏、関西圏などのほか、札幌市や福岡市など、静岡県に就航便のある都市を発着とする宿泊ツアー商品を開発・造成。</li> <li>■ 造成した全てのツアー名称に「黄金KAIDO」を使用。静岡県ではツアーを造成し販売する旅行会社に対し、団体バスに対する補助などの支援を実施。</li> </ul>

(資料) 静岡県資料、ヒアリングにより当部作成

事例2

インバウンドの誘客活動 ～リピート率の高いアジアをメインターゲットに～

- 静岡県では、シンガポール、中国、韓国、台湾に駐在員事務所を設置し、県内企業の海外展開支援のほか、インバウンド誘客にかかる活動を行っている（広島県の場合、業務委託の形で中国、フランス、台湾に拠点を設置）。
- 現地での主な誘客活動は、日本政府観光局等が主催する日本に関連するイベント・商談会への出展やSNSによる情報発信である。静岡県の担当者によると、「親日の人が多いシンガポールはリピート率も高く、静岡県のコアな情報を知りたがっている人が多い。こうした人たちに丁寧に情報発信をすることで、県の認知度が高まり、来県意向の裾野が広がると考えている」という。
- こうした取り組みによって、2023年の静岡県の外国人延べ宿泊客数は2019年比で、シンガポールが+160.1%、マレーシアが+91.3%、インドネシアが+82.7%などと、アジア圏が大きく増加した。なお、2023年にはコロナ禍前に7割を占めていた中国からの観光客の回復に向け、県内で「中国向け商談会」を開催した。

静岡県の国・地域別の外国人延べ宿泊客数（2019年／2023年）

（単位：人泊、%）

国籍・地域名	2019年	2023年	2019年比	国籍・地域名	2019年	2023年	2019年比
中国	1,491,470	150,240	▲89.9	シンガポール	13,120	34,130	+160.1
台湾	99,590	107,690	+8.1	マレーシア	19,960	38,180	+91.3
香港	46,250	67,930	+46.9	インドネシア	14,680	26,820	+82.7
韓国	67,090	65,410	▲2.5	ベトナム	27,340	52,510	+92.1
欧米豪	130,470	150,330	+15.2	フィリピン	5,580	10,060	+80.3
タイ	55,500	49,130	▲11.5	その他	101,700	81,180	▲20.2
インド	13,910	16,930	+21.7	合計	2,493,790	1,027,640	▲58.8

（注）国籍不明があるため内訳と合計は一致しない。  
（資料）観光庁「宿泊旅行統計」より当部作成

### Ⅲ. 広島県の観光振興に向けて

## 2. 広島県の観光振興における参考点

- 静岡県は、圧倒的な知名度を誇る「富士山」を有し、2019年の外国人宿泊者数は広島県の約2倍に達している。しかし、同県は、東京都と愛知県の大都市圏に挟まれ、観光は広島県同様の「通過型」で、日本人・外国人ともに一人当たりの宿泊日数は広島県よりも短い。
- こうした中での観光消費額増加に向けた静岡県の取り組みは緒に就いたばかりであるが、同様の課題を有する広島県の観光にとって参考となる点は多い。広島県においても、とくに以下の2点を意識して、観光消費額の増加に取り組むことが今後の方向性の一つであると考えられる。

### (1) 広域連携と徹底した域内観光の仕組みづくり

- 「観光客の周遊を促す」方向性は広島県と同様であるが、単一県の取り組みにとどまるのではなく、4県が連携した「広域連携」であること、そして、単に連携するのではなく、実効性を担保するため、徹底して仕組みを構築していることが重要な点である。すなわち、「黄金KAIDO」というストーリーを前面に打ち出すとともに、統一性を確保することにより、4県域内の存在感を高めていると考えられる。
- 例えば、前述の、①「徳川家」という共通のテーマ性を持ち、一度の来訪では完結しないリピート訪問を意識した観光プロダクトの開発、②交通費負担の軽減などの周遊インセンティブの提供、③各種情報を「黄金KAIDO」公式ホームページに集中させることによる利用者のアクセシビリティとインパクトを高める工夫、④域内に就航便のある都市発着ツアー造成の働きかけなどの事例は、具体的な活動を検討する上でのヒントになると思われる。

### (2) ターゲットの明確化と嗜好に合わせた細やかな誘客

- 前述の通り、2023年の静岡県のインバウンド宿泊者数は、コロナ禍前に7割を占めていた中国の落ち込みが続き、全体でも6割以下にとどまっている。しかし、シンガポールをはじめ東南アジア諸国の宿泊者数は大きく増加している。
- これには、現地駐在員事務所の存在も大きいとみられるが、中国をはじめとするアジア圏を誘客のターゲットとして明確化するとともに、各国観光客の嗜好を把握・分析して、それぞれに合わせた、よりきめ細やかな情報発信を実施している。
- 広島県においては、「欧米豪からのインバウンド」に加えて、距離的に近い「アジア圏のインバウンド」を2大ターゲットとして明確化し、誘客に取り組む意義は大きいと思われる。その際、国ごとの嗜好の違いに応じた情報発信と観光プロダクトの開発も併せて求められる。