

広島県の観光施策

一般社団法人 広島県観光連盟 (HIT)

自己紹介

治田 美樹

一般社団法人 広島県観光連盟 (HIT)
経営企画・マーケティング事業部 チーフ

- ◎ 出身地： 広島市
- ◎ HIT入社年： 2021年（4年目）
- ◎ 好きなこと： 異文化に触れること



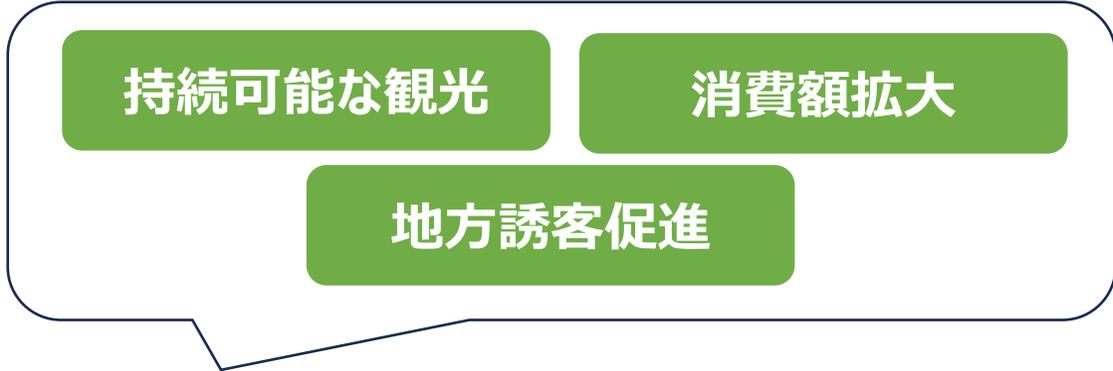
旅行は好きですか？

8兆円

2024年の訪日消費 過去最高
アパレル市場と並ぶ

2025/1/16 日経新聞

観光は 日本の成長戦略の柱、 地域活性化の切り札 (観光立国推進基本計画)



- 観光はコロナ禍を経ても成長戦略の柱、地域活性化の切り札。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

計画期間：
令和5～7年度
(2023～2025年度)

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- 地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる
(「住んでよし、訪れてよし」)

インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る

目標

■早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円

■2025年目標 (質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定)

地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】	100地域
インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】	20万円/人
	③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】	2泊
	④ 訪日外国人旅行者数	2019年水準超え
国内交流拡大	⑤ 日本人の海外旅行者数	アジア最大・3割以上
	⑥ 国際会議の開催件数割合	アジア最大・3割以上
	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数	3.2億人泊
	⑧ 国内旅行消費額	22兆円

主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内需要喚起
- ワーケーション、第2のふるさとづくり
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

- 活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している
- 万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び、「持続可能な観光」の先進地としても注目されている

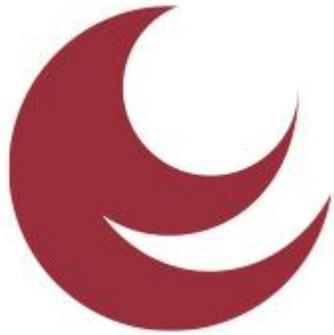
本日のアジェンダ

- 01** 広島県における観光施策の推進体制
- 02** 目指す姿と現在地
- 03** HITの取り組み

広島県における観光施策の推進体制

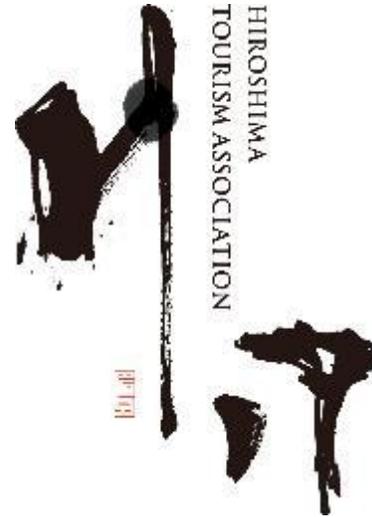
観光施策の推進体制（2020年～）

広島県は、2020年から観光施策の実施を広島県観光連盟（HIT）に移管しており、県域の観光施策はHITが一元的に推進している。



広島県

- 観光立県推進基本計画の策定
- 観光振興施策実施のための新たな財源の確保



広島県観光連盟（HIT）

- 観光立県推進基本計画に基づいた戦略策定及び施策の実施
- 県域全体の観光振興、他県や市町、市町DMO等との連携促進
- 観光産業の連携を促す仕組みづくりなど

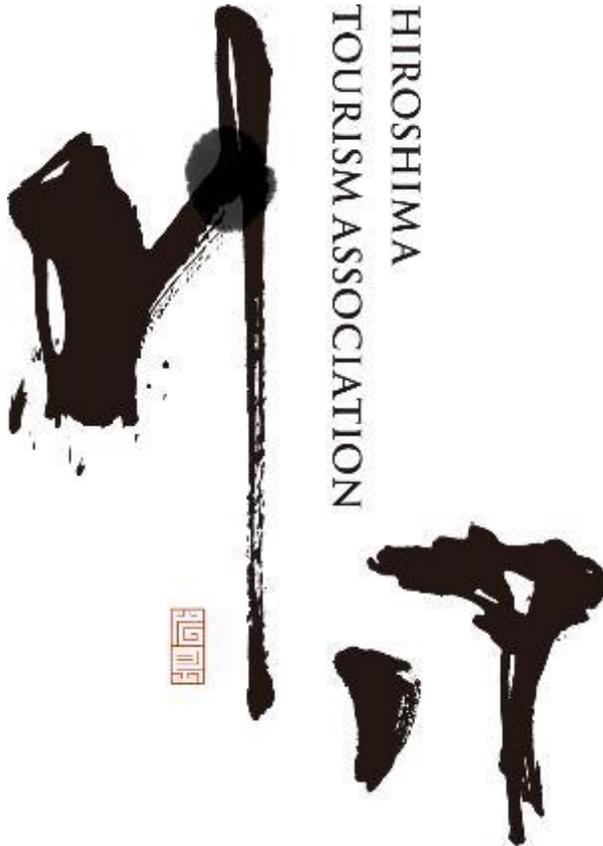


市町・市町DMO

- 各地域の特色を生かした観光資源開発
- 観光の視点に立ったまちづくりの推進
- 各地域の魅力発信 など

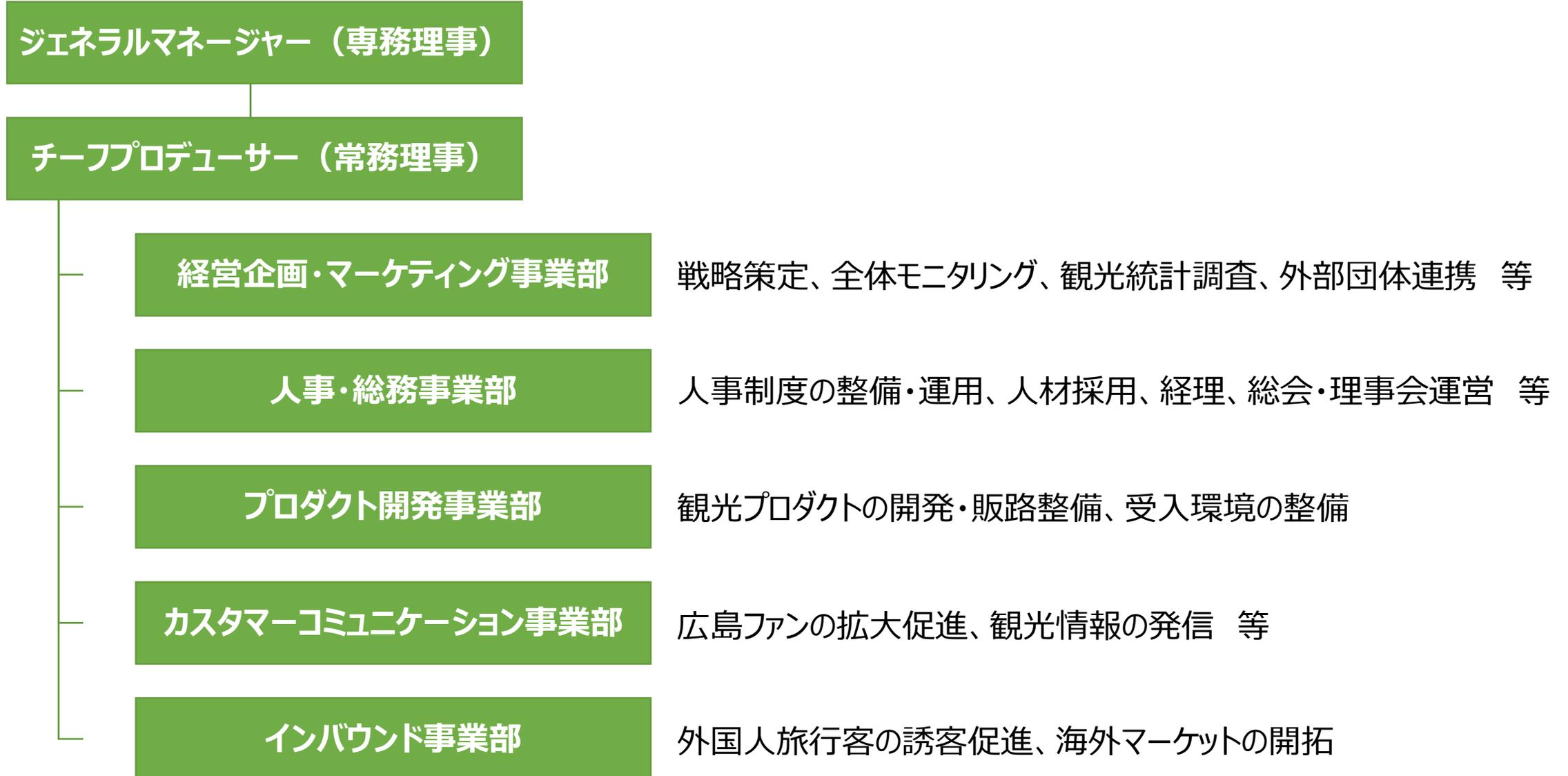
HITについて

2020年4月に県域の観光振興を一元的に担う組織として再編された。民間出身者をトップに採用し、「圧倒的顧客志向」、「爆速」をキーワードに県全体の観光振興に取り組んでいる。



組織名	一般社団法人広島県観光連盟（HIT）
代表者	会長 佐々木茂喜 (オタフクホールディングス株式会社代表取締役社長)
設立	平成4年4月1日
沿革	昭和25年4月1日 広島県観光連盟設立 昭和59年4月1日 広島県観光キャンペーン実行委員会設立 平成 4年4月1日 社団法人広島県観光連盟設立（法人化） 平成19年4月1日 広島県観光キャンペーン実行委員会を統合 平成25年4月1日 一般社団法人広島県観光連盟（移行） 令和 2年4月1日 新たな観光推進体制
社員数	44人*（プロパー職員、広島県出向者、民間・自治体出向者）
会員数	331団体*（自治体、観光協会、商工団体、事業者等）
HP	ひろしま公式観光サイト Dive! Hiroshima

HITの組織について



広島県における観光の目指す姿と現在地

**観光が地域にもたらす効果は
何だと思いますか？**



目指す姿



30年後のあるべき姿

“観光が**県経済を支える産業の一つ**になっている”

[ひろしまビジョン \(2021-2030\)](#)



5年後のあるべき姿

“広島を訪れる皆さまが広島を好きになり、「**他の人におすすめしたい**」と**思っていただけ**の観光地となっている”

“環境変化に強い観光産業へ、そして**県民一人一人が観光を支える一員**となる”

[ひろしま観光立県推進基本計画 \(2023-2027\)](#)

ひろしまビジョンに掲げる目標

2030年までに、

8,000億円

観光消費額

90%

観光客の満足度

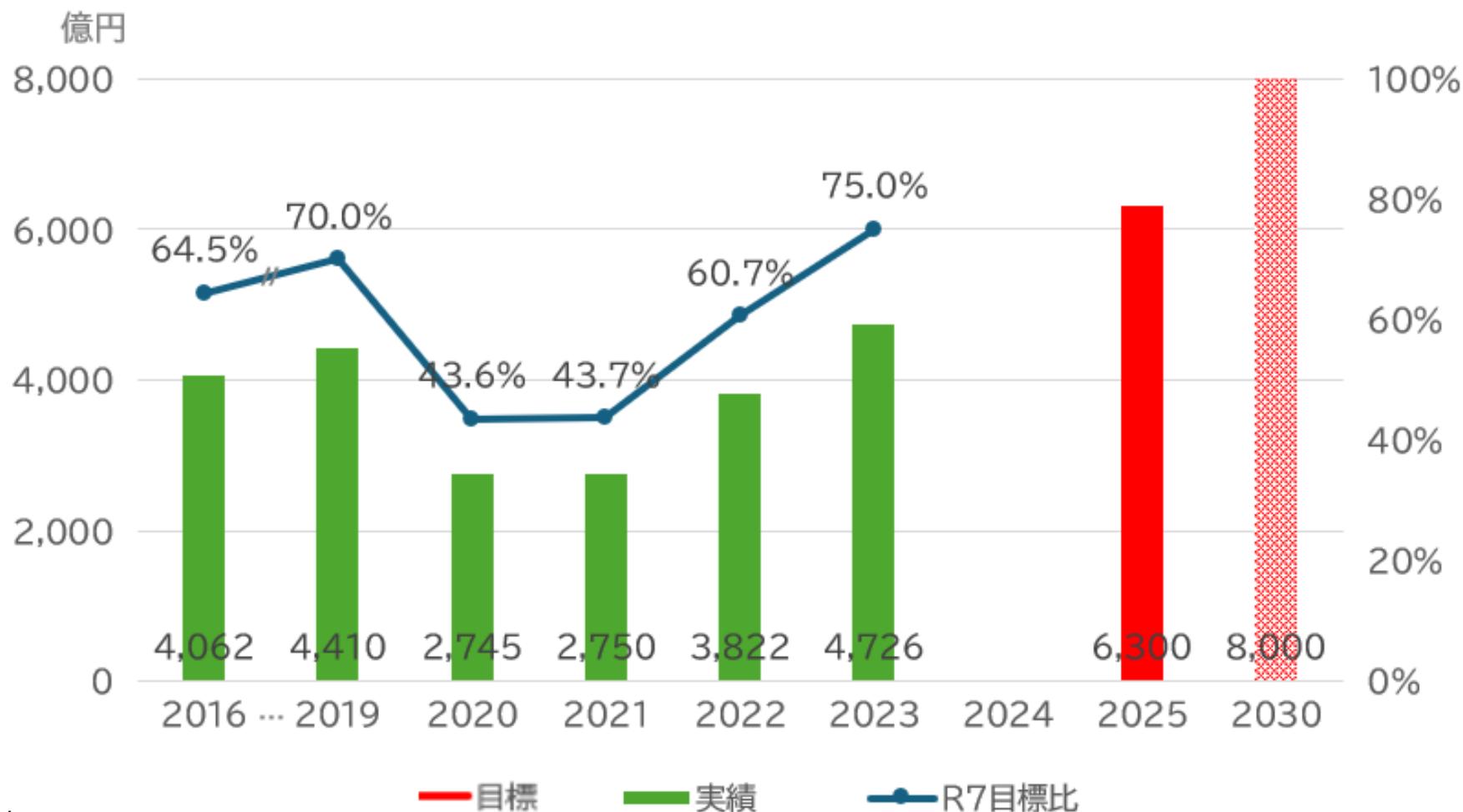
90%

住民の満足度

**観光消費額を
2030年までに2016年の2倍となる
8,000億円まで増大させる**

観光消費額

2030年に8,000億円、2025年に6,300億円を目指す
2023年はコロナ禍前を超え、2025年目標比は75%



観光消費額とは

旅行で消費する金額のこと。



交通費／宿泊費／飲食費／入場料／土産代／その他

A hand is shown in the upper right corner, placing a light-colored wooden block onto the top of a staircase-like structure. The structure is composed of several columns of wooden blocks, with each column being one block higher than the previous one from left to right. The blocks are arranged on a light-colored wooden surface. The background is a plain, light-colored wall.

**観光消費額を増やすには
? と ? を増やす必要がある**

観光指標の2023年実績

4,726億円

観光消費額

75.2%

観光客の満足度

69.1%

住民の満足度

6,037
万人

総観光客数

268
万人

外国人観光客数

7,829
円

観光消費額単価

1,157
万人

総宿泊者数

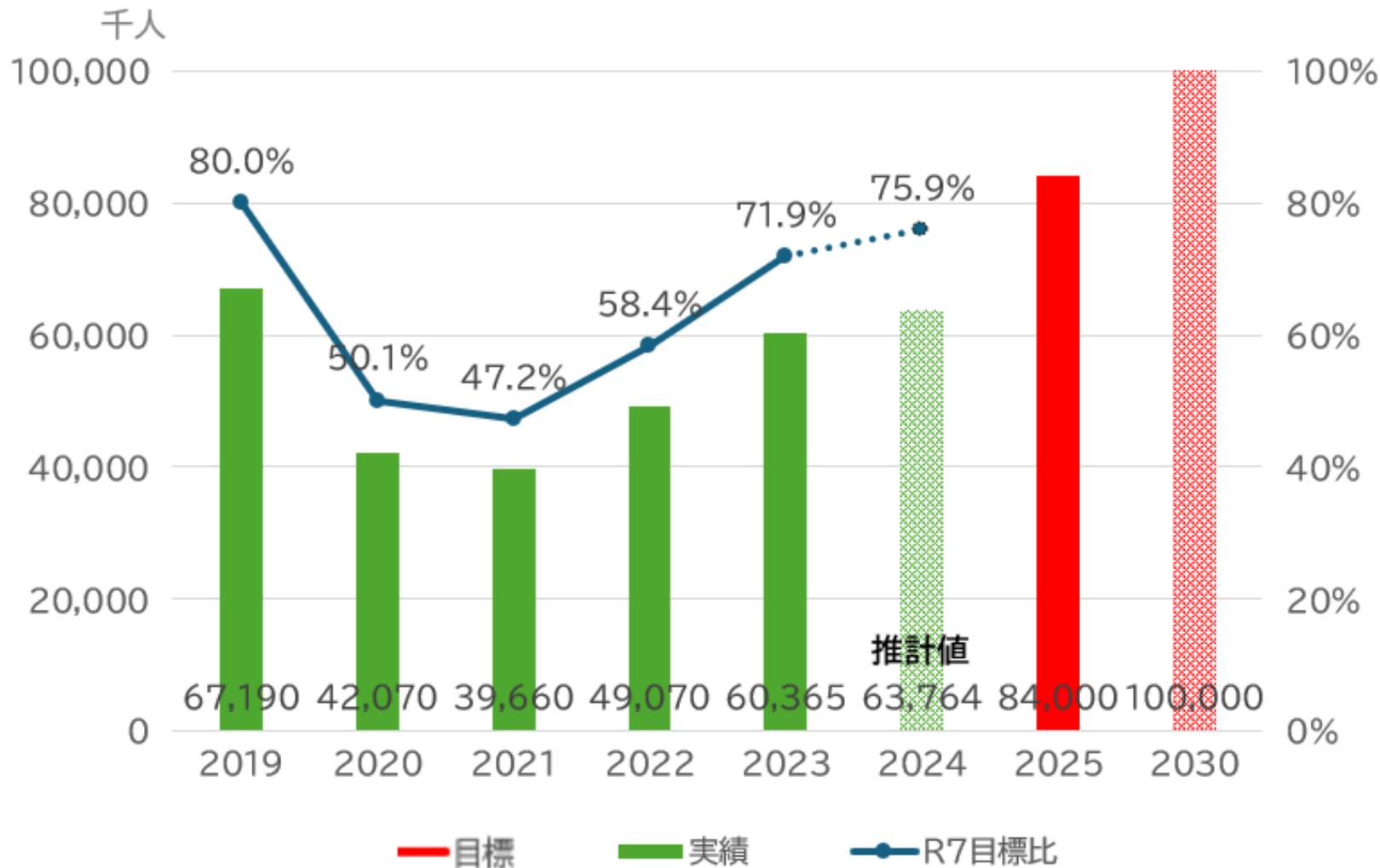
144
万人

外国人宿泊者数

2024年着地見込み：総観光客数

2030年に1億人、2025年に8,400万人を目指す

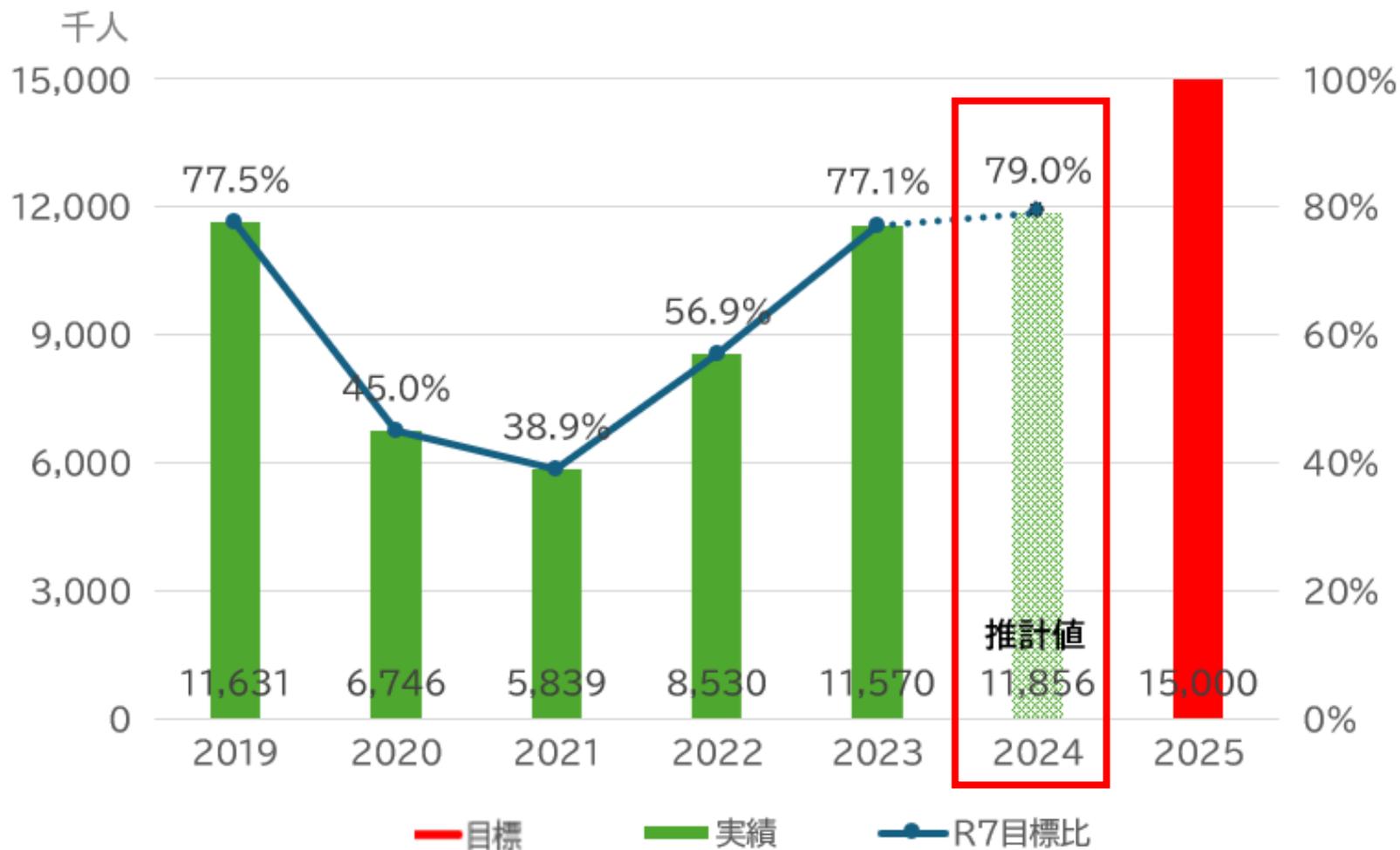
コロナ禍前の水準に回復基調も、2025年目標比は76%となる見込み



2024年着地見込み：総宿泊者数

2025年に1500万人泊を目指す

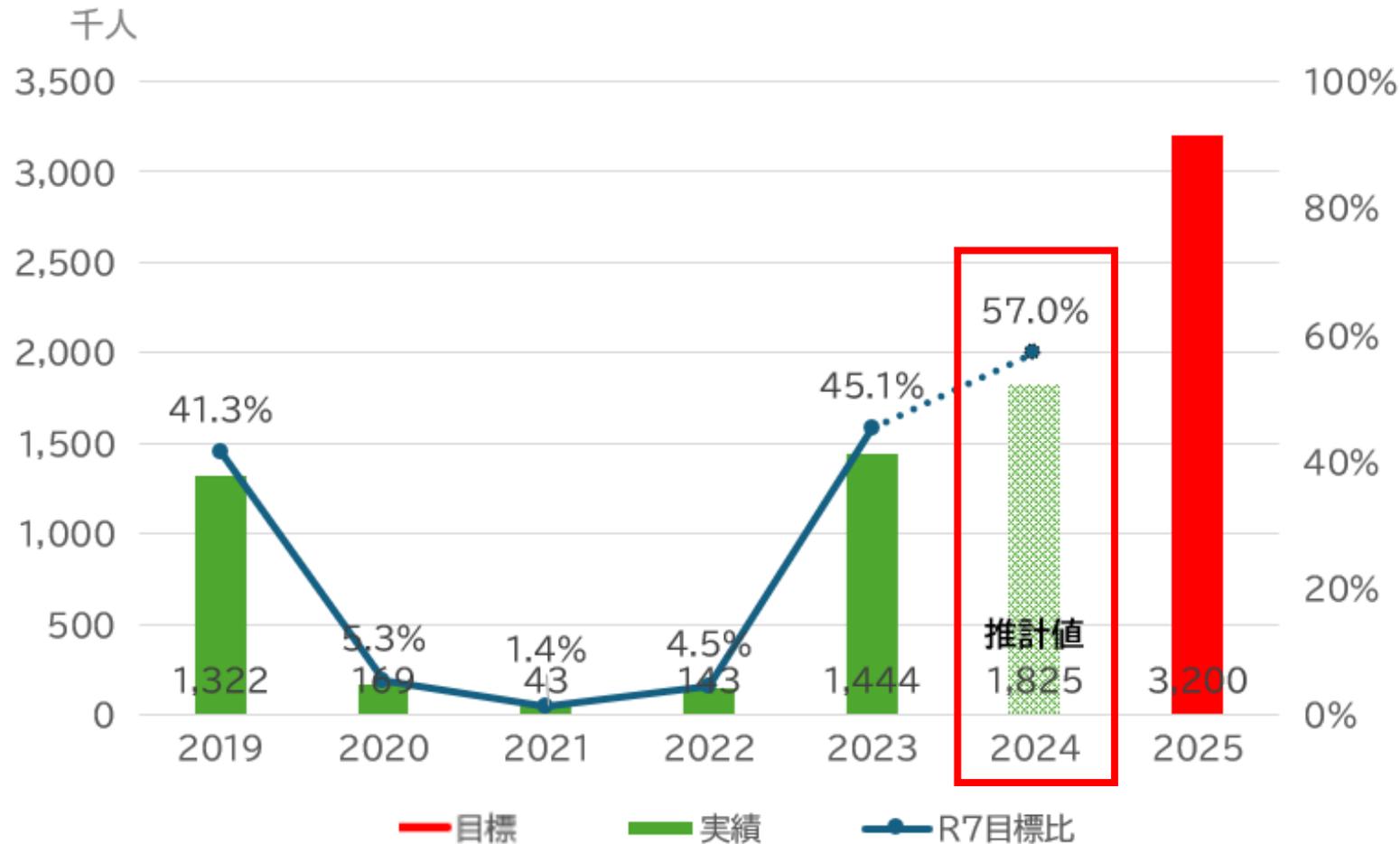
コロナ禍前より微増も、2025年目標比は79%となる見込み



2024年着地見込み：外国人宿泊者数

2025年に320万人泊を目指す

コロナ禍前を大幅に上回り、2025年目標比は57%となる見込み



広島県の特徴 – ここがスゴイ！

- ◎ 国際的な認知度 → **全国4位**※1
- ◎ 外国人旅行客に占める欧米豪比率 → **全国1位**※2
- ◎ 外国人に人気の観光スポットランキング → **8位、15位**※3
- ◎ 国内旅行客の総合満足度 → **全国8位***4
- ◎ 海、川、島、山、&「せとうち」と**豊かな自然**※5※6
- ◎ 世界遺産が県内に**2カ所**※7

※1：電通「[ジャパブランド調査2024](#)」におけるランキング。上位5位は東京都、大阪府、京都府、広島県、北海道。

※2：49%。〔全国平均24%〕外国人宿泊者に占める欧米豪比率上位3位は広島県、石川県、京都府。[観光庁「宿泊旅行統計調査（2023）」](#)

※3：宮島、原爆ドーム。[Tripadvisor「人気のある日本の観光スポット」](#)におけるランキング。10,000件以上のうち。

※4：88.8%〔全国平均85.8%〕[じゃらんリサーチセンター「じゃらん観光国内宿泊旅行調査2024【都道府県魅力度ランキング】](#)」

※5：島の数171島（全国25位）[国土地理院「我が国の島を数えました」（2023）」](#)

※6：森林率72%（全国14位）[林野庁「都道府県別森林率・人工林率（2023）」](#)

※7：原爆ドーム、厳島神社。1996年登録。世界遺産が2カ所以上あるのは13都道府県のみ。文化庁「[日本の世界遺産一覧](#)」

広島県の特徴 – ここがニガテ！

- ◎ リピーター比率が低い（52%）〔全国平均68%〕※1
- ◎ 県内全域への周遊観光が図れていない※2
- ◎ 県内で宿泊をしない通過型観光が多い※3
- ◎ 国際的な認知度（全国4位） > 外国人訪問率（全国13位） ※4,5
- ◎ 外国人旅行客に占めるアジア比率 → 全国47位※6

※1：52%。〔全国平均68%〕 2018年度じゃらんリサーチセンター調べ

※2：観光客が主要観光地（広島市、廿日市市、尾道市）周辺地域に偏っている。[ひろしま観光立県推進基本計画（2023-2027）](#)

※3：一人当たり泊数1.31〔全国平均1.41〕※延べ宿泊者数÷実宿泊者数で算出。[観光庁「宿泊旅行統計調査（2023）」](#)

※4：[電通「シャパンブランド調査2024」](#)におけるランキング。上位5位は東京都、大阪府、京都府、広島県、北海道。

※5：[観光庁「インバウンド消費動向調査（2023）」](#) 参考8]

※6：24%。〔全国平均61%〕外国人宿泊者に占める東アジア+東南アジア比率。観光庁「宿泊旅行統計調査（2023）」 参考第1表]

HITの取り組み

**あなたは初めて広島県に旅行します。
どこに行きますか？**



広島は、必ず一度は訪れたいところ。
平和記念公園や宮島、そして
「せとうち」を訪れての満足感は
高いけど、それでおしまい。

何度も訪れたい街になっていないのではないか？

最重要ミッション

「リピータータブルな観光の実現」

HITの基本戦略

目指す姿

観光が県経済を支える産業の一つとなっている

「他の人におすすめしたい」と思っただけの観光地になっている

県民一人一人が観光を支える一員となっている

ミッション

リピータブルな観光の実現

戦略

お客さまのことを知る

戦略

品揃えを増やす

戦略

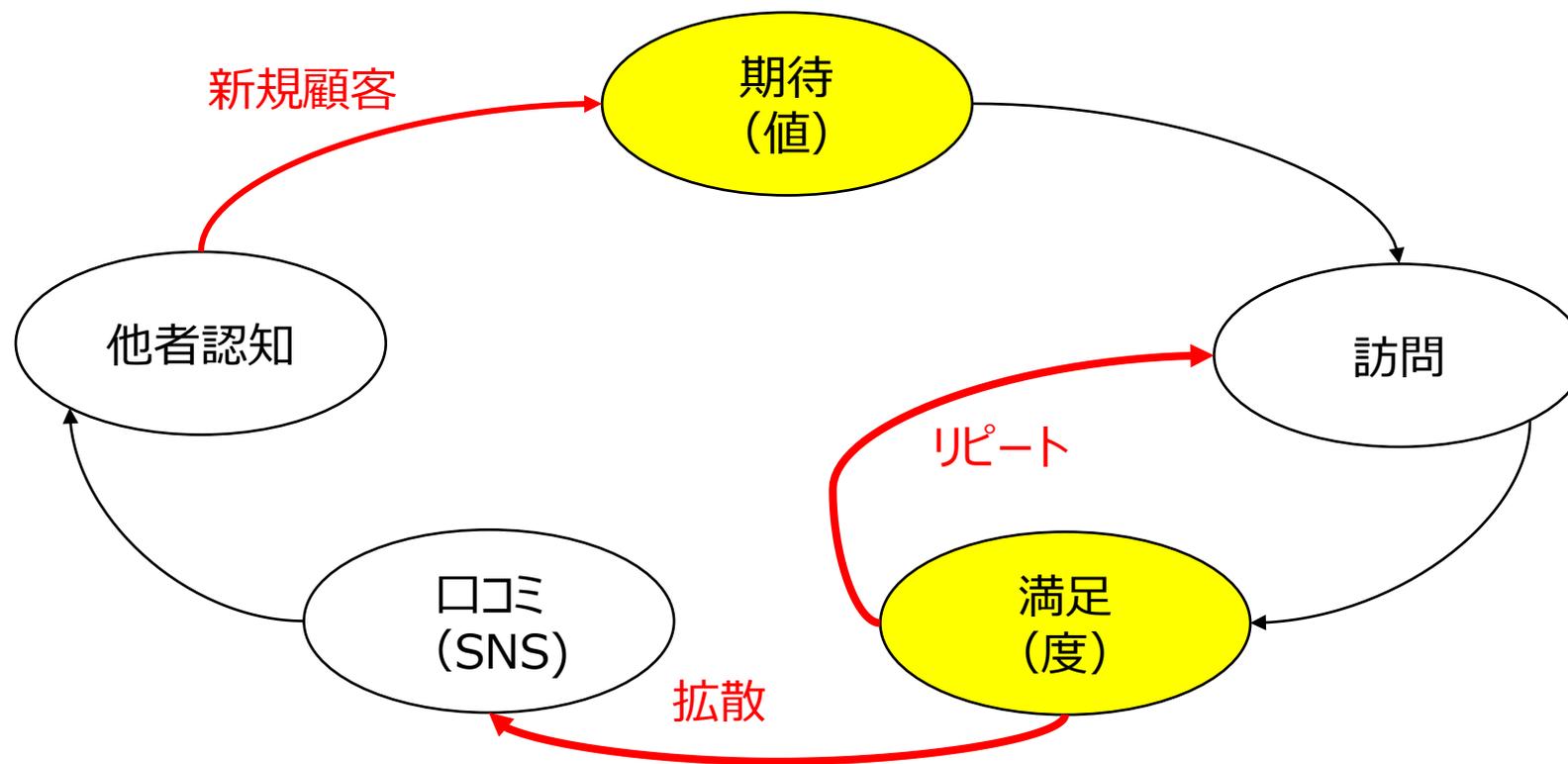
ファンを増やす

| 01

お客さまのことを 知る



お客さまの満足がリピートのポイント



お客さまの期待値を知る

データ活用サイクル

01 | データ収集

- 広島県の観光統計調査
- 観光庁の調査
- JNTOの調査
- 民間企業等の実施する調査
- 施策結果 等

02 | データ可視化

- Dive!Hiroshima「広島県の観光統計データ（DMP）」

04 | データ活用

- 戦略・各種施策への反映

03 | データ分析

- マーケティング勉強会 等



**観光施策の実施から組織の意思決定に至るまで、
さまざまなレベルでのデータ活用を促進する仕組みづくりが必要**

①データ収集：GPSデータによる人流把握サービスの導入

課題

アナログなやり方は作業量が多く、データ収集に時間がかかっていた

取組

GPSを活用した人流把握サービスの導入

- 県内市町及び観光協会/DMOに一斉に導入し、同じデータを見ながら協議できる体制を構築



県内の約2,000カ所の観光スポットの訪問客の情報が、**従来より簡易かつ比較可能な統一手法で収集可能になった**

②データ可視化：DMPの構築

課題

- 集めたデータが、
- 使いたい形になっていない
 - 共有されていない

取組

- DMP*の構築・公開
- データを整形してグラフ化
 - グラフ等をHP上で公開

*DMP…データマネジメントプラットフォームの略

**市町・観光協会・DMOのみならず、
誰でもデータにアクセスできる状態になった**



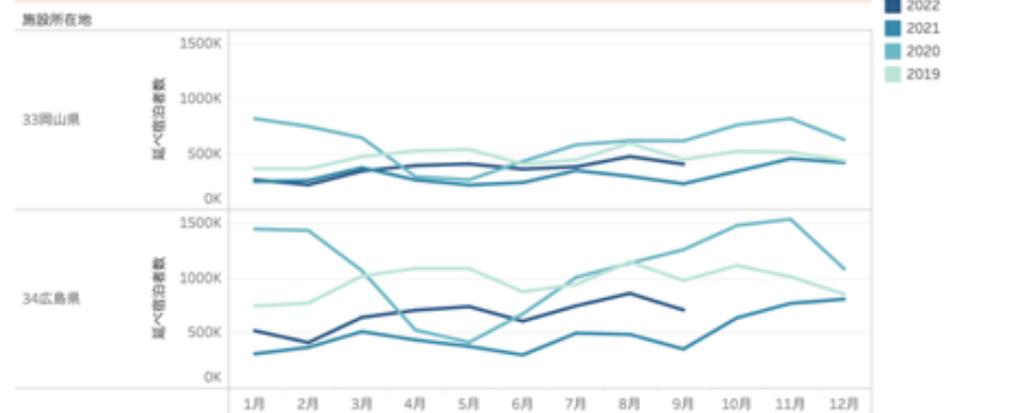
Dive! Hiroshima
[広島県の観光統計データ \(DMP\)](#)

都道府県比較

年別宿泊者数合計 単位：千人

施設所在地	2019	2020	2021	2022
33岡山県	5,661K	7,243K	3,705K	3,266K
34広島県	11,631K	13,060K	5,839K	5,934K

年別宿泊者数推移 単位：千人



スポットランキング



DMP画面イメージ

③データ分析：マーケティング勉強会の実施

課題

データがあっても・・・

- どう分析したらいいのか
- それを施策にどう活かすのか
- 担当者だけでは、どうしていいかわからない

取組

マーケティング勉強会の主催

- 2019年1月から毎月1回実施
- 市町・観光協会・DMOの担当者が有志で参加
- 2023年度は2023年度は延べ220人が参加

対象	テーマ	参加者数
市町等	・HITの基本戦略とマーケティングの重要性 ・Dive! Hiroshimaに掲載している観光統計(DMP) ・Dive! Hiroshimaへの情報掲載	31名
市町等	・担当者にとってのマーケティングの重要性 ・おでかけウォッチャーデータによる地域分析・地域カルテ	31名
市町等	・新DMPの紹介 ・おでかけウォッチャーデータの利用事例【みよしDMO】	29名
事業者等	・広島県DX推進事業の概要 ・遊び体験OTA掲載の意義や活用について	39名
市町等	・令和5年度広島県観光客数の動向について ・観光客と広島県民をつなげるアプリ「KINSAI」について	28名
市町等	・令和5年度パラメータ調査結果 ・おでかけウォッチャー地域カルテ	19名
事業者等	・OTAを導入した施設の取組紹介 ・OTAデータを見るときのポイント	32名
市町等	・対面アンケートから見る観光客の現状 ・遊び体験アクティビティ等のOTAの現状	19名

勉強会テーマの一例

**参加者アンケートからは次回以降の参加意向が高く、
実務レベルのマーケティングの意見交換の場として機能**

④データ活用：全体モニタリング

課題

取組の振り返りがされていない

- 見込んだ成果は得られたか？
- 仮説はあっていったか？
- 改善すべきことはないか？

取組

HIT全体モニタリングの実施

- 毎週HIT内でモニタリングを実施
- 各取組が目論見通り進捗しているか、過去の数値からどのような改善ができるかを協議



**取組が順調かポジションを確認し、
早期に改善のアクションに繋げる
データを閲覧する習慣をつける**



実際にデータを見てみましょう

Dive!Hiroshima | 広島県の観光統計データ

<https://dive-hiroshima.com/business/data/>

- ◎ 宿泊者数

https://dive-hiroshima.com/business/data/overnight-guests/#section_top

- ◎ 流入経路（インバウンド）

https://dive-hiroshima.com/business/data/ft-entry-points/#section_top

- ◎ イベントランキング

https://dive-hiroshima.com/business/data/rankings-event/#section_top



| 02

品揃えを増やす



多様化する旅行者のニーズ

従来型の観光 (マス・ツーリズム)

特別感、非日常、ご褒美

観光名所、世界遺産

パッケージ旅行、効率的、安心

旅の動機

旅の目的

旅のスタイル

これからの観光 (オルタナティブ・ツーリズム)

共感、自己実現、趣味

自身の興味・関心の探求

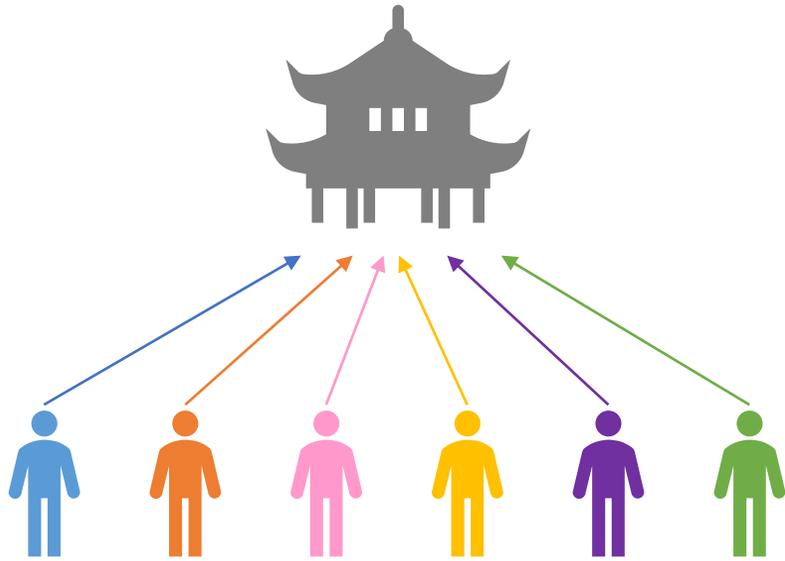
暮らすように旅行する、テーマ性
地元の人との交流

参考

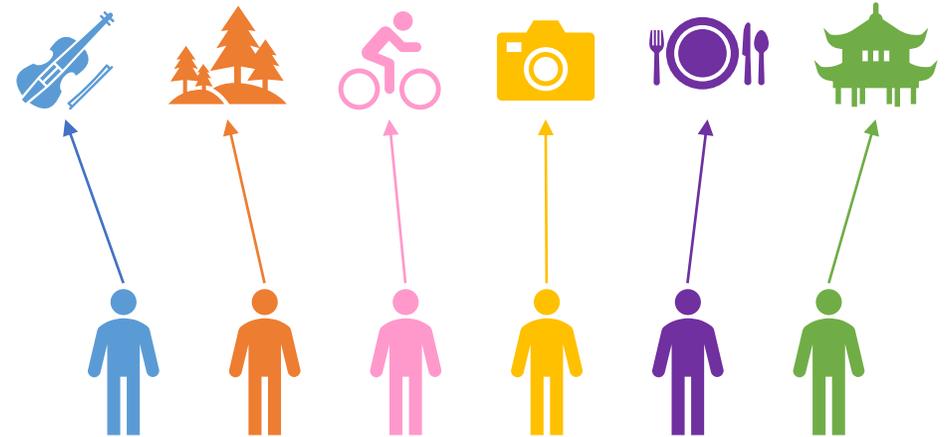
- JR東日本.“観光マーケティングで多様化する旅のニーズをとらえる”.andE. 2021-07-15. <https://www.andemagazine.jp/2021/07/15/future-of-thetrip-02.html>
- JTB総合研究所.“この10年の旅行者および旅行のあり方の変化について”. JTB総合研究所. 2022-06-20. <https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2022/06/shift-in-tourism/>
- [メタ観光推進機構「観光業多様化」に関する調査結果資料](#)

多様なニーズに多様な品揃えでこたえる

これまで



これから



**「100万人が集まる」×1カ所ではなく、
「1万人が熱狂する」×100カ所をつくる**

広島県の魅力はなんですか？



広島には、多種多様な 観光資源がある

山・川・海・島

ものづくり

スポーツ

文化

景色・風景

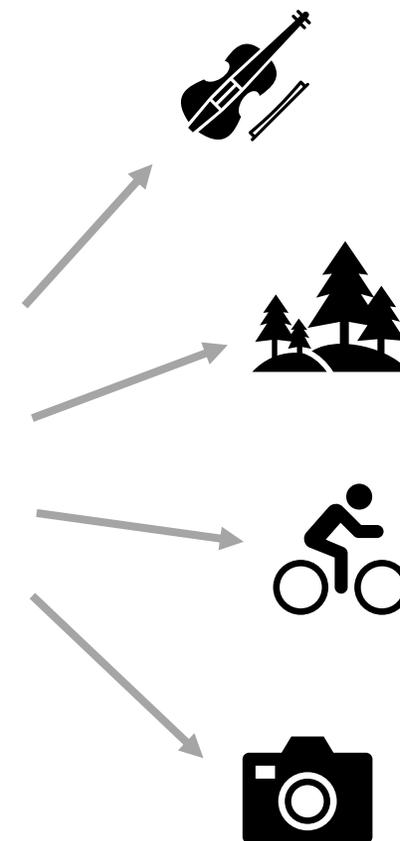
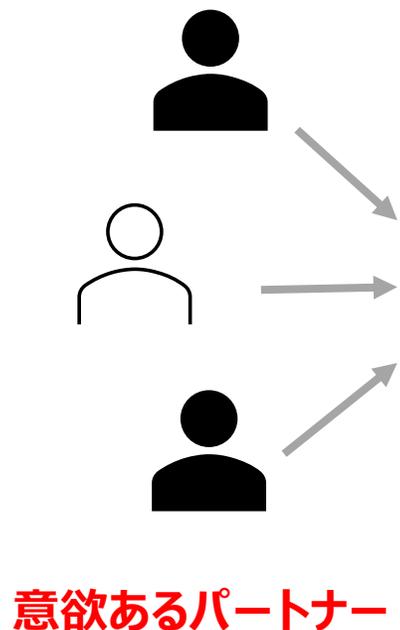
魚・肉・野菜

そして、人

HYPP (ハイプ) – 観光プロダクトを生み出すプラットフォーム



様々な支援メニューでプロダクト造成を支援



異業種のコラボレーションを促し、
多種多様なコンテンツを生み出す



県内20カ所で開催

HYPP Café

観光について気軽に語れる場をつくり、
新たな事業者の発掘や参加事業者の熱量増大を図る

計10回以上開催

ワークショップ／リレーセミナー

プロダクト開発に必要な知識を学べる研修を充実させ
異業種の方も参画しやすい環境を用意



旧JR三江線 尾関山駅レールマウンテンバイクツアー



廃線となった旧 J R 三江線のレールを活用し、電動アシスト付き E マウンテンバイクで走る西日本初のツアー。

旧尾関山駅から高架橋やトンネルなど1.5kmをマウンテンバイクで巡り、ここにしかない、高架からの風景を楽しむことができる。

エシカルデニムを巡る旅～環境に配慮したデニムづくりの現場から～



日本一のデニム産地、福山を舞台とした体験プロダクト。環境や社会に配慮したエシカルデニムづくりの現場を見学できるほか、3Dスキャンで自分にぴったりのジーンズをオーダーメイドすることができる。

2023年度の取り組み

村上海賊ゆかりの神社で鎧武者等祈願体験



村上海賊ゆかりの最古の大山神社で、鎧武者装束（大将、武将、組頭、姫武者、子供武者など）姿となり、ほら貝でのお出迎え～祈禱や出陣式、記念写真など、様々な体験が楽しめるツアー。

2024年度の取り組み

«HYPPで生まれ販売予定の商品①»

エタジマ ウミホタル ワンダーナイト (海の宝石ウミホタル鑑賞会)



広島から高速船で30分。
江田島の夜の海岸で、観光客自身が
ウミホタルを採取。
青い光を放つウミホタルの幻想的な
明かりを、様々な方法で鑑賞して楽しむ
ツアー。



《HYPPで生まれ販売予定の商品②》

広島漆芸（伝統工芸漆塗りとオリジナルコースターづくり）



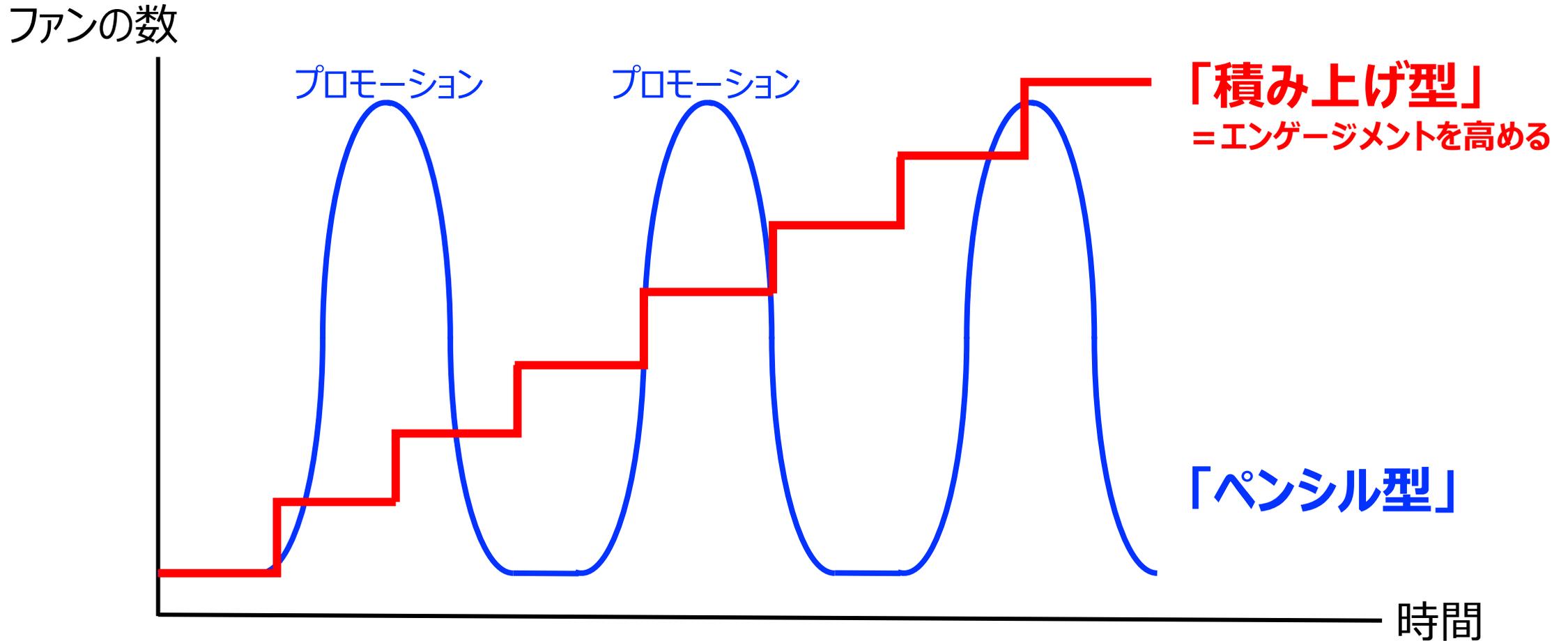
広島伝統工芸品である広島仏壇。その工程の一つ、「漆塗り」技術を活用した様々な食器を、見て、触って、その奥深さを体感。また、漆塗りで制作したコースターに広島をモチーフとした「金箔押し」を体験し、オリジナルコースターを制作。

| 03

ファンを増やす

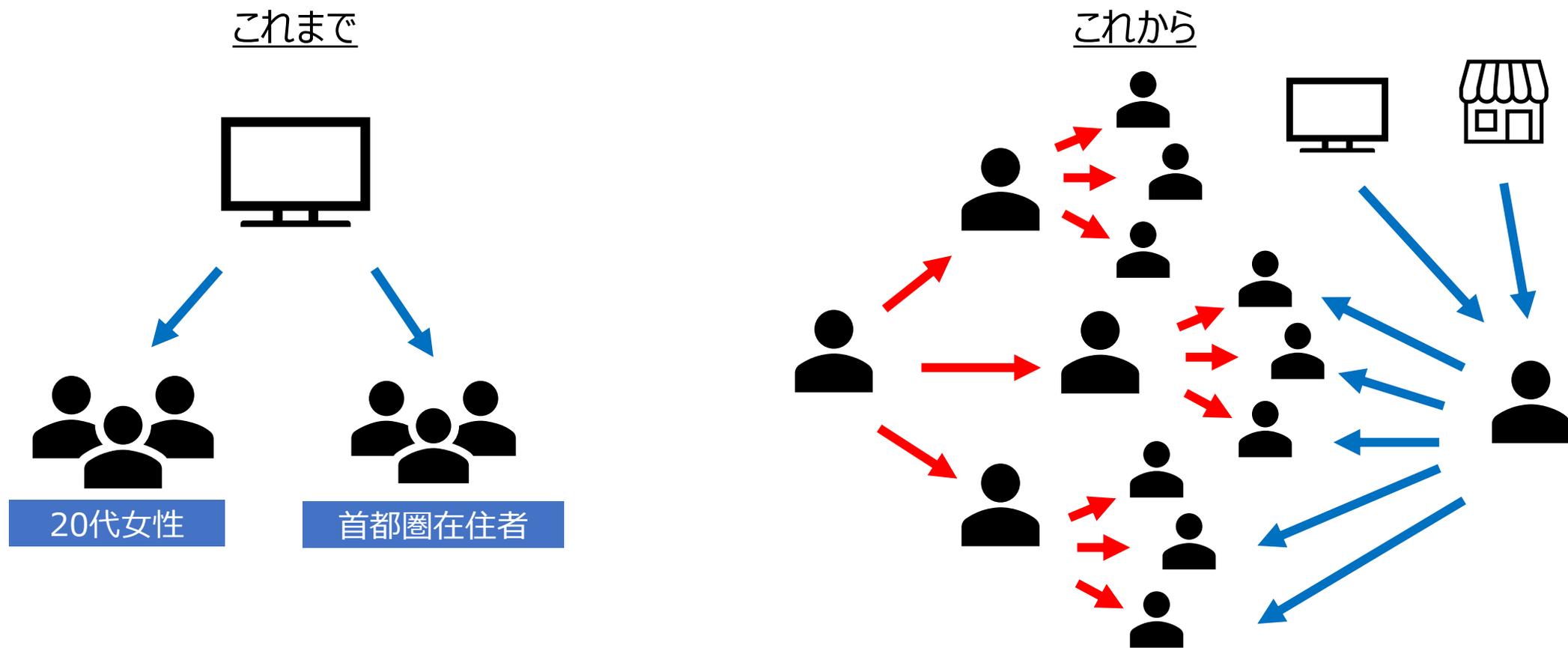


積み上げ式でファンを増やす



広島観光への興味・関心を
瞬間的に高めるのではなく、**積み上げて高めていく**

「マス」+「個」のプロモーションへ



SNS投稿や口コミ投稿を促し、

自立的・継続的に広島観光の情報が拡散される仕組みへ



応募条件
「広島が好き」

登録者数
28,000人
国内・国外

観光大使によるプロモーション効果

#HITひろしま観光大使

Instagramの投稿数
約170,000件！

広島の魅力の発信が毎週約1,000件！

通常のキャンペーンコスト
1投稿当たり300～500円

毎週30～50万円のキャンペーン効果



HITひろしま観光大使の活動



広島の魅力を発信

広島魅力をたくさんの人に伝えよう。



モニターツアーへの参加

HYPPで開発した観光プロダクトをいち早く体験！
皆さんの声がコンテンツの改善につながります。



広島好きな仲間とつながる

大使限定のオンライン／リアルイベントに参加し、
同じ趣味、興味をもつ仲間とつながろう。

広島観光の未来を創る

「当事者」づくり

2024年度の取り組み：③ファンづくり（国内）

《観光大使の活動活性化に向けた取り組み》



地域探求学習への観光大使活用事例（吉島小学校）




#ミタイケンひろしま
#HITひろしま観光大使
#ミタイケンな写真部
@visit_hiroshima

観光大使「写真部」活動開始

2024年度の取り組み：③ファンづくり（国内）

《観光大使が一同に会する大型イベントを開催予定》

**広島好きなら誰でも楽しめる、
広島の魅力大集合・再発見イベント!**

広島の観光、食、スポーツを楽しむ特別限定イベント!
グルメブースや特産品マルシェの他、観光PRにゆるキャラも来ます!
クイズ大会で豪華賞品があたるなど、来場者特典もご用意しています。
観光大使になれば、誰でも参加できます。
観光大使になって、広島を知り、広島をもっと楽しもう!

入場
無料

HIROSHIMA
TSUNAGARU
FESTA

広島 つな がる フェスタ

広島好き、全員来んさい

ファイナレに
スカイランタンを飛ばそう!



会場は エディオン
ピースウイング広島!!

広島が好きなら
誰でも、無料でなれる

HITひろしま観光大使

何歳でも、どこに住んでいても大丈夫!
広島の魅力をたくさんの人に伝えよう!
観光大使になってイベントを思いっきり楽しもう!
入場券は、毎週金曜日に配っている大使メールマガジンで
お送りしますので、入場口でご提示ください。

未登録の方はこちらから!
当日会場でも可!



2024年

11月24日

12:00~17:00 ※ステージは13:00~

会場 エディオンピースウイング広島
ひろしまスタジアムパーク芝生ひろば

ステージ

- オープニングセレモニー 13:00~
山陽高校和太鼓部“弾” 13:10~
- スポーツショー 14:00~
司会:うえむらちかさん
- インフルエンサーショー 15:00~
広島グルメらんちさん
- ひろしまMEGAMITEクイズ 16:00~
豪華賞品をゲット!!
- みんなで飛ばそう!!
スカイランタン 16:45~



コープD&L 副社長兼
天谷宗一郎氏



マツダスポーツ広場
アドバイザー
森崎浩司氏



広島フロンティアFM
岡崎修司氏

主催：一般社団法人広島観光推進機構（HT） 共催：中国新聞社
問い合わせ：中国新聞社ソリューション推進課 TEL:082-236-2342（平日9:30~17:30）

詳しくはこちら



ひろくま



LINEスタンプもあるよ



フォローしてね



お客さまとつながる



ひろしま観光アプリ KINSAI

KINSAIは「広島に“来(き)んさい”」を合言葉に、
広島に友達がいるような感覚で広島を楽しめるアプリです。
広島に関する質問や回答を気軽に投稿できるほか、
広島好きユーザーが作るマニアックな広島ガイドも掲載しています！



HITひろしま観光大使
大使No.1690000 ひろくま

登録無料!



※画面デザイン等はイメージです。
実際と異なる場合がございます。

県域CRM構想

CRM・・・Customer Relationship Management

県内の観光事業者が、
観光客と
直接「やりとり」できる
仕組みをつくる



KINSAIでできること

開発中

観光客とのコミュニケーション

広島愛あふれる地元民が
あなたの質問に
お答えします！



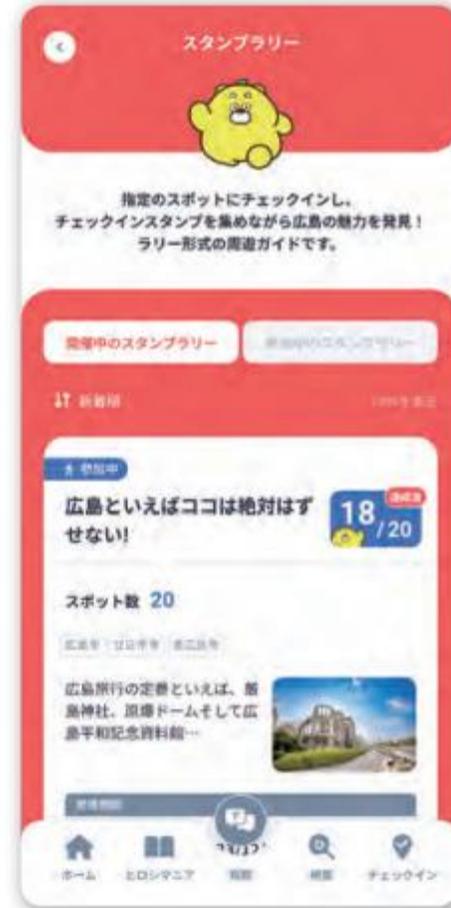
観光客への情報発信

広島好き
ユーザーが作る！
広島マニアックガイド



県内周遊促進

おすすめスポットを
巡って
プレゼントを当てよう！



+ 観光客へのメッセージ機能

旅マエも、
旅ナカも、
旅アトも。

HITも、
大使も、
観光事業者も。

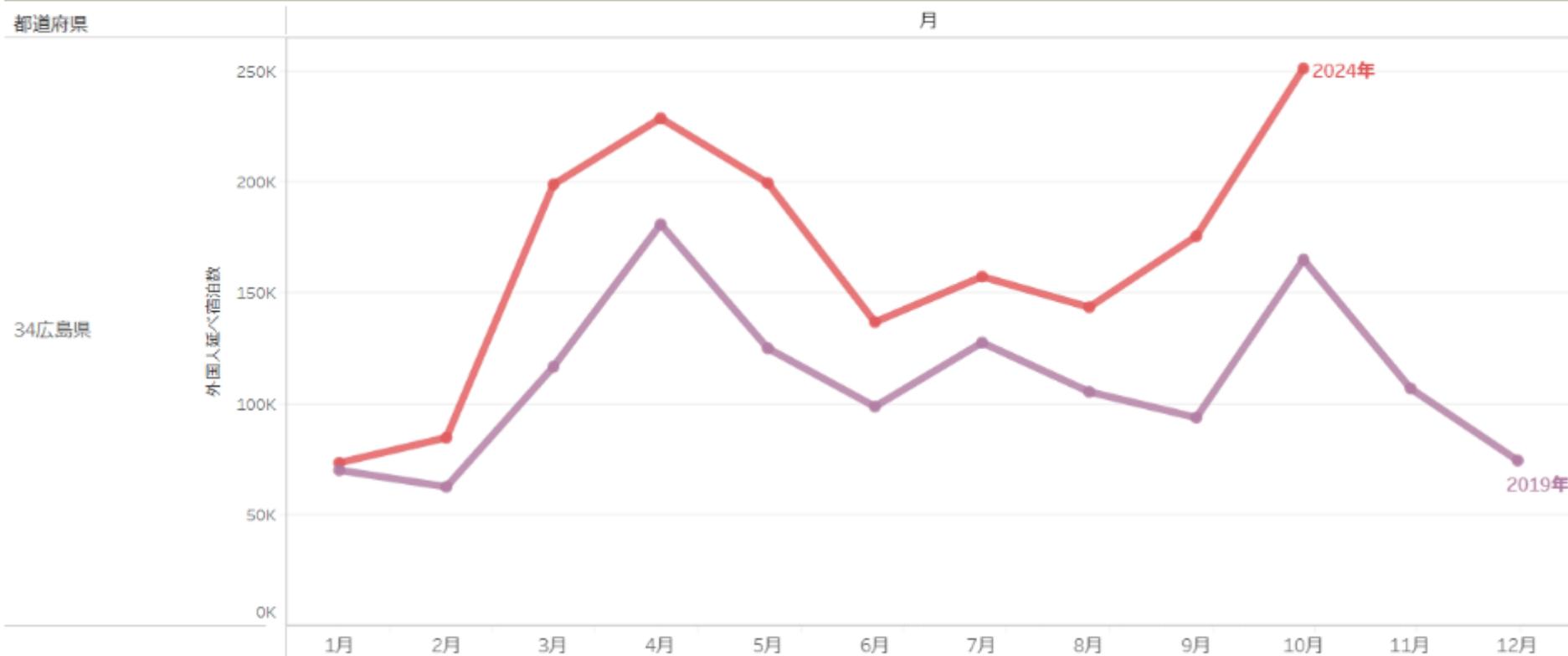
観光客への多角的な
アプローチが可能に

外国人宿泊者数は過去最高を記録しているが・・・

外国人延べ宿泊者数 都道府県選択1及び2のフィルターを使って都道府県比較ができます

都道府県	2019年	2024年
34広島県	1,322,290	1,645,800

外国人延べ宿泊者数推移 県ごとに数値の目盛りが変化します



3大都市圏や福岡と比べるとまだまだ伸びしろあり

外国人宿泊者数（出典：観光庁 宿泊旅行統計〔2024年1-10月〕）

都道府

13東京都

46,613,120

27大阪府

20,827,070

26京都府

13,659,740

40福岡県

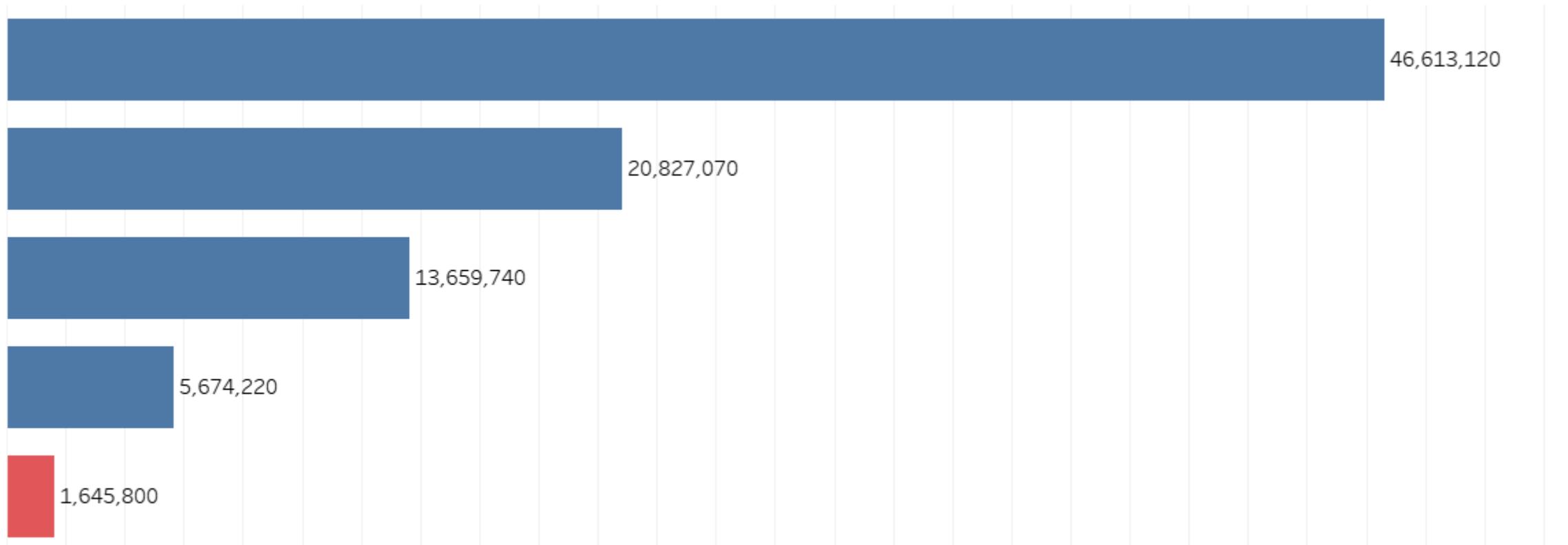
5,674,220

34広島県

1,645,800

0M 2M 4M 6M 8M 10M 12M 14M 16M 18M 20M 22M 24M 26M 28M 30M 32M 34M 36M 38M 40M 42M 44M 46M 48M 50M 52M

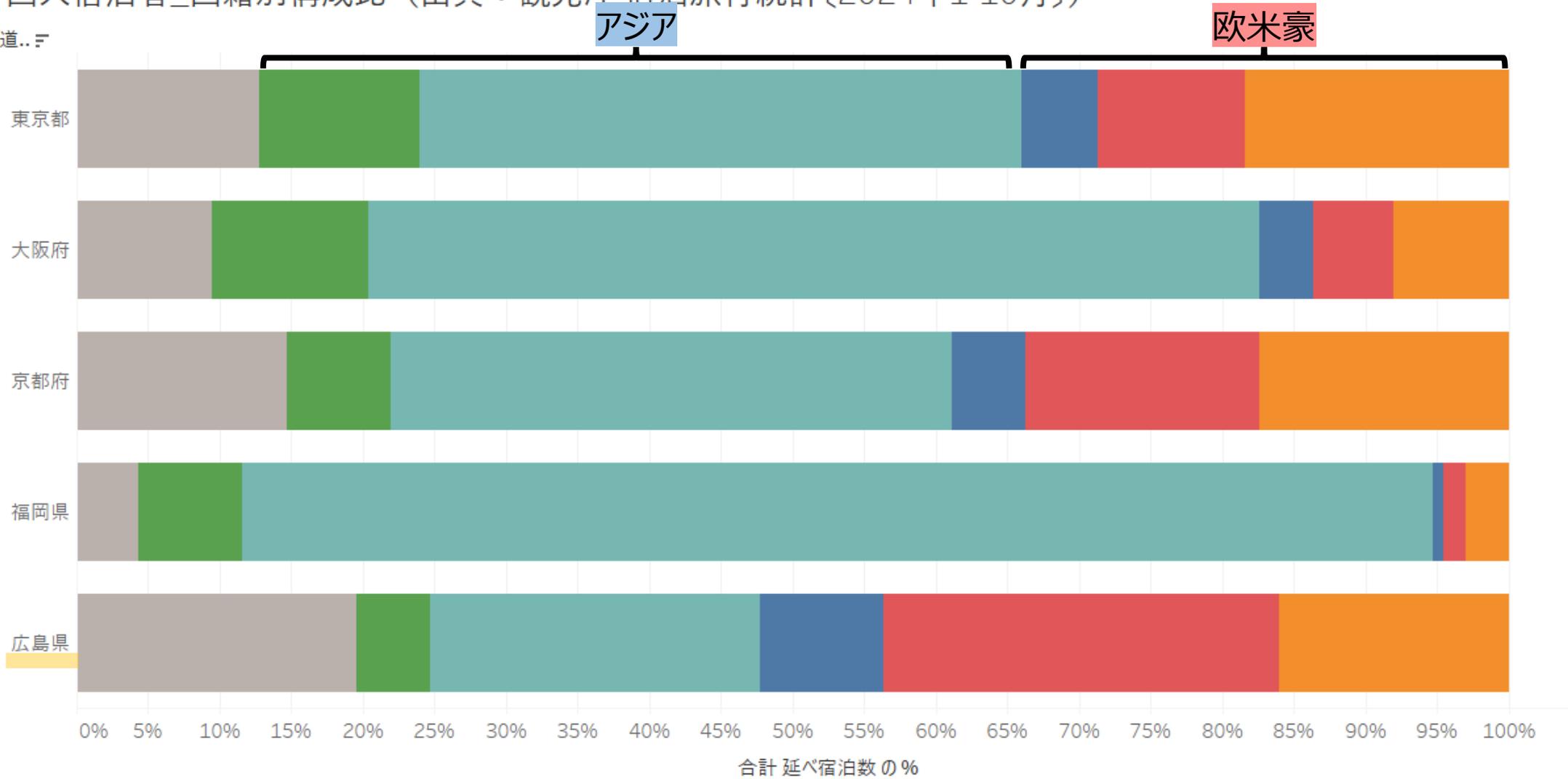
延べ宿泊数



欧米豪に強い = アジアに弱い

外国人宿泊者_国籍別構成比 (出典: 観光庁 宿泊旅行統計〔2024年1-10月〕)

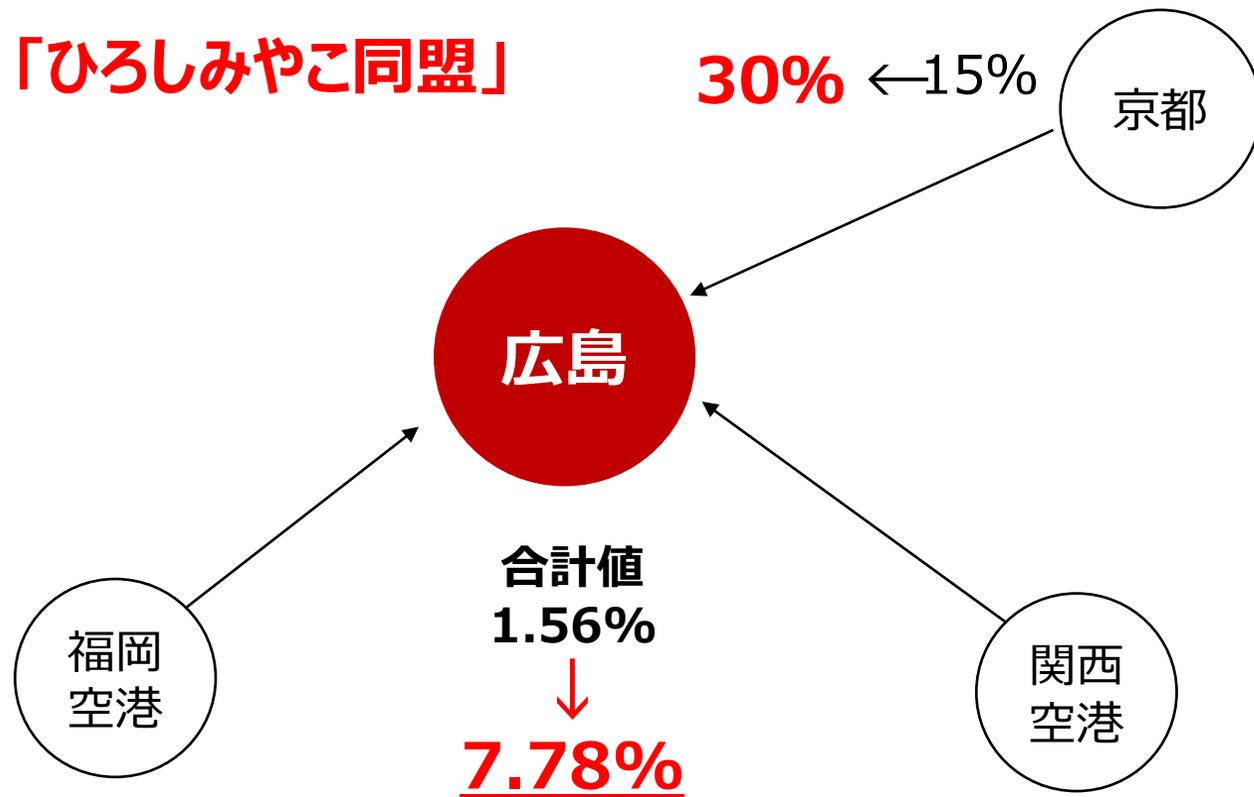
都道府



- 国籍 (エリア)
- 1.北米
 - 2.ヨーロッパ
 - 3.オーストラリア
 - 4.東アジア
 - 5.東南アジア
 - 6.その他

1. インバウンド誘客戦略の概要（ターゲットの明確化）

①「血流改善」の周遊戦略



課題①

「ゴールデンルート」である京都から、その先の広島までの動線が滞っている（主に欧米豪）

- ・京都市DMOとのタイアップ、補完事業
- ・在京都のDMCへの瀬戸内エリア紹介

課題②

・インバウンドの主要空港である関西空港や福岡空港からの動線が滞っている

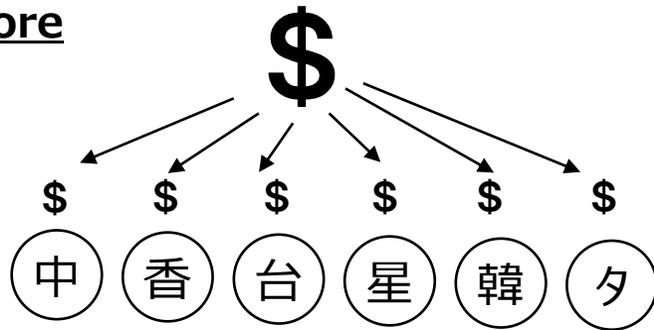
・Hiapへの路線就航には時間を要する（アジア）

- ・JRとの協働（S7サミット等）
- ・アジア各国に向けたリピート戦略（後述）
- ・海外AGTとの関係強化やメディア発信

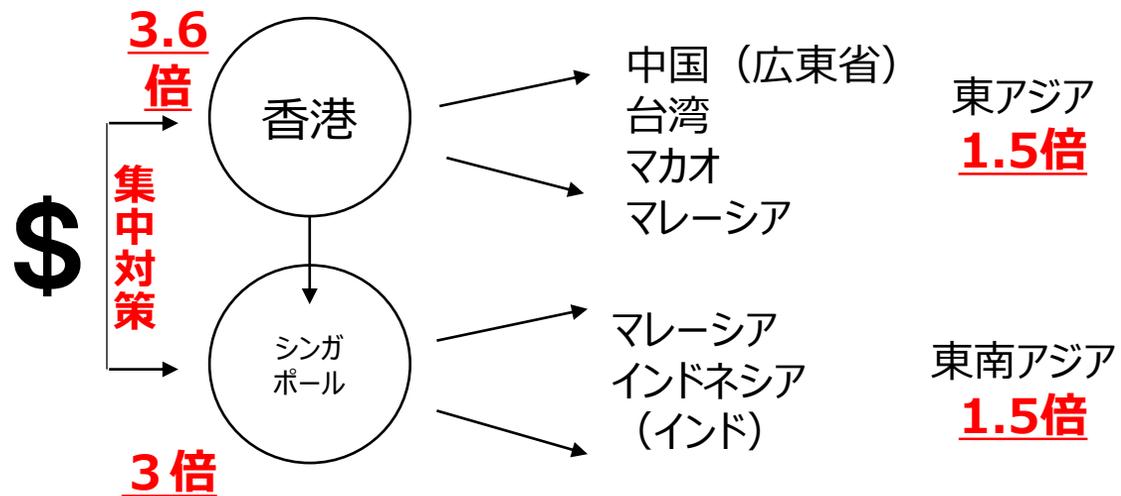
1. インバウンド誘客戦略の概要（ターゲットの明確化）

②トレンドセッター戦略

Before



After



課題

取組対象国へのメリハリが無く、
結果的に中途半端な取組に終わっている



**アジア市場において、他国への影響が強い
香港・シンガポールへ集中対策を行う。
(鹿児島県で実績あり)**

2024年度の取り組み：④ファンづくり（海外）

《重点市場でのイベント・旅行博出展》



《香港最大のB to C旅行博「香港BookFair」に出展》



《シンガポールで
B to C旅行博に出展》

関西万博との
コラボステージ



《香港ショッピングモールでの
広島キャラクターでのプロモーション》

2024年度の取り組み：④ファンづくり（海外）

《航空会社・JRとの連携による誘客促進》



From SGD 698 to Hiroshima.
Jet-set to Hiroshima with ANA, and explore Japan's Tranquil Treasure.
Hiroshima has it all. Sales ends 10/09/2024.

JAPAN'S TRANQUIL TREASURE

Singapore to **HIROSHIMA**

From **SGD 698**
ALL - IN RETURN

Sales Period: 28 August - 10 September 2024
*T&Cs apply.

ANA Inspiration of JAPAN

《航空会社連携による首都圏からの誘客促進》

Get unlimited rides **from Kansai to Hiroshima**!
It also includes the use of JR-West Miyajima Ferry for **Miyajima Island**!

Kansai-Hiroshima Area Pass

[Reserve Now!](#)

- Valid Train Routes
- Prices
- Train Accommodations
- Eligibility
- Purchasing a rail pass
- Availability and Use
- Reserving a Reserved Seat Ticket
- Changes
- Refunds
- Related information
- NOTICE



+

HAVE FUN IN JAPAN 広島! ひろしま 楽しいパス

¥ 3,200 ~~¥3,500~~

[パッケージを選択](#)

フォトギャラリー

- 広島県内にある対象施設から3つ選んで楽しむのよ!
- あなたの楽しみ方に合わせて広島観光をもっとお楽しみ!

《JR連携による関西エリア等からの誘客促進》 69

2024年度の取り組み：④ファンづくり（海外）

《OTA連携による誘客促進》

Klook Pass Hiroshima

Up to 14% off

Hiroshima

One pass. Multiple experiences.

Get access to Hiroshima Peace Memorial Museum + 2 of Hiroshima's top activities perfect for your city adventure!

Hiroshima Peace Memorial Museum Ticket is only available on Klook!

This branded pass offers access to a variety of featured attractions, activities and more.

See more >

Offers for you

What is the Klook Pass?

《広島バンドルパス／Pass Hiroshimaの販売開始》

Tripadvisor

Hiroshima Prefecture

Hotels Things to Do Restaurants Flights Vacation Rentals Cruises Rental Cars

Sponsored by Hiroshima Tourism

The many pathways to peace in Hiroshima

Discover Hiroshima, a haven where nature and peace harmonise in perfect balance

Learn more

《OTAサイトでの認知／販売促進》

【再掲】ひろしまビジョンに掲げる目標

2030年までに、

8,000億円

観光消費額

90%

観光客の満足度

90%

住民の満足度

**観光消費額を
2030年までに2016年の2倍となる
8,000億円まで増大させる**

多様なパートナーと包括連携協定を締結し、
目標達成に向けた協力体制を築いています



プラットフォーム
人と地域がつながる“場”をつくり、**当事者**を増やす



HITひろしま観光大使登録はこちら↓

