

令和元年度事業計画及び収支予算について

広島県観光連盟は、観光立県の実現のため、平成 29 年度に策定された「ひろしま観光立県推進基本計画」を踏まえつつ、計画的に施策を推進する。

平成 30 年度は、県や市町、観光関係団体等と連携しながら、広島県公式観光サイト「ひろしま観光ナビ」における着地型商品販売サイトとの連動や、特別にテーマを設定した重点広報、取材等に基づくリアルな情報発信、旅行商品造成支援の強化などに取り組んだ。

令和元年度は、2020 年 10 月から 12 月に実施する JR グループと広島県内自治体・事業者等が連携して行う「せとうち広島デスティネーションキャンペーン」の実施に向け、新たな取組に注力することとし、全国の旅行会社等が参加する「全国宣伝販売促進会議」及び県内視察（エクスカーション）、観光素材集の作成等、旅行商品造成に向けた取組とともに、1 年前イベントの開催等、機運の醸成に取り組む。

また、これまでの成果を踏まえ、広島県の『宝』！観光キャンペーンを展開することとし、観光情報発信においては、引き続き、「ひろしま観光ナビ」における着地型商品販売サイトとの連動や、取材等に基づくリアルで効果的な情報発信を行うこととする。

旅行商品の造成支援については、新たに、法人等への団体旅行の営業も視野に入れた観光素材集の作成、旅行商品造成担当者・販売担当者との関係強化のための意見交換会等の取組を強化する。

また、県内観光のホスピタリティの向上を図るため、新たに外国人旅行者が挨拶を交わす「あいさつ特区」を広島平和記念公園周辺エリアで設定し、周知、定着に取り組む。

さらに、引き続き、商品化を視野に入れた地域観光の魅力づくりの促進に取り組む。

なお、事業実施に当たっては、引き続き、広域連携、効果検証及び活動強化の視点を持ち、これまでの取組を深化させる。

【令和元年度重点事業】

(1) せとうち広島デスティネーションキャンペーン関係事業【新規】

- ア 全国宣伝販売促進会議の開催（エクスカーション実施、観光素材集制作）
- イ デスティネーションキャンペーンの機運醸成（1 年前イベント、宣伝素材作成）

(2) 観光情報発信

- ア 広島県公式観光サイトにおける着地型商品販売サイトとの連動
- イ 特別にテーマを設定した重点広報、取材等に基づくリアルな情報発信の実施

(3) 旅行商品造成支援

- ア 法人等への団体旅行の営業も視野に入れた観光素材集の作成
- イ 旅行商品造成担当者・販売担当者との関係強化

(4) おもてなし向上等受入体制整備

- ア 「あいさつ特区」の設定、外国人観光客への周知等取組の実施【新規】

(5) 広島県の『宝』！観光キャンペーン推進事業

- ア 地域観光魅力づくり事業

【事業編成】

事業	大区分	中区分	小区分	番号	事業名	首都圏等 対象事業	財源区分・特記事項
観光振	観光情報発信	Web等		1	・観光情報システムによる情報発信事業		一般, CP 拡充
				2	・SNSによる情報発信		CP
				3	・広島観光サイネージサービス等運用事業		CP
		情報誌等		4	・観光情報誌の発行		CP
				5	・観光ガイドマップの作成		CP
		イベント等	県内	6	・主要イベントにおける情報発信		CP
				7	・季節だよりの提供		一般
				8	・各種イベント等負担金		CP
			県外	9	・東京・大阪連絡会連携事業(イベント参加)	☆	CP
				10	・首都圏等観光 PR イベント出展事業	☆	CP
				11	・輸送キャリアとのタイアップ		CP
		観光アシスタント 等		12	・観光アシスタントによる情報発信		CP
				13	・観光特使等による広報活動		CP
				14	・観光案内等問合せ対応		CP
旅行商品造成 支援	旅行会社への 情報発信	素材集作成	1	・着地型旅行商品の造成支援事業		CP	
		意見交換会	2	・意見交換会等の開催	☆	CP	
		キャラバン	3	・キャラバンの実施	☆	CP, 拡充	
	商品化支援		4	・バス旅行商品助成		CP	
			5	・スキーバス助成事業		CP	
	教育旅行誘致		6	・教育旅行誘致事業		CP, 拡充	
おもてなし向 上等受入 体制整備			1	・おもてなし向上事業		一般	
			2	・あいさつ特区事業		一般, CP 新規	
			3	・広島県観光ボランティアガイド協議会支援		一般	
			4	・外国人観光客受入環境整備事業		CP	
			5	・観光宣伝資材の作成・配布		CP	
魅力づくり	広島県の『宝』! 観光 CP 推進		1	・「瑞風」おもてなし事業		CP	
			2	・地域観光魅力づくり事業		CP, 拡充	
			3	・ウインター新規コンテンツ企画支援		CP, 拡充	
DESTINATION キャンペーン	情報発信		1	・1年前イベント等実施, 宣伝媒体素材作成		DC, 新規	
	旅行商品造成		2	・全国宣伝販売促進会議の実施, 観光素材集等		DC, 新規	
	おもてなし向上		3	・幟, 横断幕作成等		DC, 新規	
会 員 サービス	会員サービス			1	・受入体制調査		一般
				2	・会員情報提供等事業		一般
				3	・観光関係団体等会議出席		一般
				4	・観光事業等の後援・協賛		一般

☆首都圏等(東京, 名古屋, 大阪, 福岡)

観光振興事業 (195,947千円)

I 観光情報発信事業 (42,311千円)

〈Web等〉

1 観光情報システムによる情報発信事業

広島県公式観光サイト「ひろしま観光ナビ」において、本県観光の旬な情報の発信に努める。

特に、着地型商品販売サイトとの連動や、特別にテーマを設定した重点広報、取材等に基づくリアルな情報発信を行うこととする。

2 SNSによる情報発信

情報収集及びコミュニケーション手段として利用者が増えている情報ツールSNS（ソーシャル・ネット・ワーキング・サービス）であるフェイスブック等による情報発信を強化し、本県のイメージアップと集客促進を図る。

3 広島観光サイネージサービス等運用事業

地域相互連携の観点から観光情報の共有と発信を行う「広島観光サイネージサービス」について、コンテンツの管理・作成、賛同事業者の拡大、放映モニターの調査等を行い効果的に運用する。

PR動画「LOVE Hiroshima」や会員市町等から提供された観光プロモーション映像について、放映場所の情報収集等を行い、積極的に活用する。

〈情報誌等〉

4 観光情報誌の発行

広島県及び近隣県市町のイベント等を掲載した観光情報誌「広島さんぽ」を発行し、観光案内窓口、ホテル・旅館、道の駅、県内外のスーパー等に配布する。

5 観光ガイドマップの作成

広島県及び近隣県市町の観光地をPRし、観光客の誘客を図るため、観光ガイドマップを作成・配布する。

〈イベント等・県内〉

6 主要イベントにおける情報発信

県内の主要なイベントへの観光アシスタントの派遣を行い、圏域全体の観光PRを行う。

7 季節だよりの提供

紅葉の状況や桜の開花状況を、ポスターやホームページ等でタイムリーに情報提供し観光客の誘致を図る。

8 各種イベント等負担金

ひろしまフラワーフェスティバル、福山観光鯛網等へ負担金を支出し、開催を支援する。

＜イベント等・県外＞

9 東京・大阪連絡会連携事業（イベント参加）☆

首都圏や関西圏等において、広島県東京事務所や広島県大阪情報センターと連絡会を組織し、イベントの開催・参加を通じて、広島県の魅力をPRし、観光客の誘客を図る。

10 首都圏等観光PRイベント出展事業☆

観光キャンペーンの宣伝効果を高めるため、首都圏等におけるイベントに出展し、誘客宣伝に努める。

11 輸送キャリアとのタイアップ

JR西日本や航空会社等の広島県向けのキャンペーンイベントとタイアップして、誘客促進を図る。

＜観光アシスタント等＞

12 観光アシスタントによる情報発信

観光キャンペーンの宣伝やイベントその他の諸行事において、観光アシスタントによる観光宣伝活動を行い、誘客促進を図るとともに、次期観光アシスタントの募集・選考を行う。

また、市町等の観光アシスタントを対象に研修会を実施する。

13 観光特使等による広報活動

広島商工会議所支店長会会員や、各地の広島県人会会員等に「広島県観光特使」を委嘱するとともに、当連盟に在籍した者を「広島県観光通信使」に任命し、各人のネットワークや広報媒体等を活用することにより、県内外に本県の観光の魅力の紹介・宣伝を行う。

14 観光案内等問合せ対応

電話や来訪、ホームページ等での問合せに対し、観光情報を提供する。

II 旅行商品造成支援事業 (19,797千円)

＜旅行会社への情報発信・素材集作成＞

1 着地型旅行商品の造成支援事業

テーマ性のある広域周遊ルート開発，参加・体験型メニュー等の造成につながる観光資源の洗い出しとブラッシュアップを行い，着地型旅行商品の素材集を作成する。

あわせて，法人等への団体旅行の営業を視野に入れた観光素材集を作成する。

＜旅行会社への情報発信・意見交換会等＞

2 意見交換会等の開催☆

旅行商品造成担当者・販売担当者に対する個別視察・社員研修の支援等により本県の観光素材をPRし，商品造成を促進する。

また，旅行会社，市町及び会員の意見交換会の実施を通じ，商品造成力・商品提案力の強化を図る。

＜旅行会社への情報発信・キャラバン＞

3 キャラバンの実施☆

首都圏等の旅行会社へのキャラバンを行い，本県の観光素材をPRし，商品造成を促進する。特に，例年旅行会社向けに開催している観光情報説明会を休止する代わりに，各社を訪問する本取組を拡充し，効果的に実施する。

＜商品化支援＞

4 バス旅行商品助成

バス旅行商品に対する助成を行い，本県への旅行商品の造成を推進する。

5 スキーバス助成事業

スキーバスへの助成を通じて積極的な誘致活動を展開し，冬季ブランドの確立に努める。

＜教育旅行誘致＞

6 教育旅行誘致事業

学生時代の教育旅行における平和学習と多彩な体験学習を通じて，広島県ならではの良さを体感し地域の人々との感動を共有するとともに，将来の広島県へのリピーターとなるよう，旅行会社や学校，関係団体等に対する誘客・宣伝活動の強化を図る。

III おもてなし向上等受入体制整備事業 (9,111千円)

1 おもてなし向上事業

おもてなし講演会の開催などを通じて，本県観光地のおもてなし向上を図る。

また，平和記念公園周辺エリアを「あいさつ特区」として，県民によるあいさつ運動を促進する。

- 2 広島県観光ボランティアガイド協議会への支援
県内観光地におけるボランティアガイドの資質とホスピタリティの向上を図るため、観光ボランティアガイドの団体が加入する広島県ボランティアガイド協議会の活動を支援するとともに、各団体が行う研修事業等の活動を支援する。
- 3 外国人観光客受入環境整備事業
外国人観光客等に対する誘客支援事業に取り組む。
- 4 観光宣伝資材の作成・配布
観光キャンペーンを効果的に展開するため、観光地としての広島県をPRする販促用資材等を作成し、配布する。

IV 魅力づくり事業 (5,353千円)

〈広島県の『宝』！観光キャンペーン推進〉

- 1 「瑞風」おもてなし事業
JR西日本が運行する「瑞風」の歓迎機運の醸成を行う。
- 2 地域観光魅力づくり事業
市町等と連携して地域観光の魅力づくりを促進する事業に取り組む。
- 3 ウィンター新規コンテンツ企画支援
地域連携により実施する冬山体験イベントの周知・宣伝を図るとともに、新規コンテンツ企画支援等を通じて、冬季ブランドの確立に努める。

V デスティネーションキャンペーン事業（「広島県へ行こう！」）

(119,375千円)

〈情報発信〉

- 1 1年前イベント等実施、宣伝媒体素材作成
「せとうち広島デスティネーションキャンペーン」(DC)前年において機運を醸成するため、県外でPRイベントを開催するとともに、ポスター、動画等、宣伝に必要な素材の作成等を行う。

〈旅行商品造成〉

- 2 全国宣伝販売促進会議の実施、観光素材集等
DCの成功に向けて旅行商品の造成を進めるため、本県の観光素材を周知するための「観光素材集」を作成するとともに、全国の旅行会社を本県に招請し、観光素材をPRする全国宣伝販売促進会議及びエクスカージョンを実施する。

〈おもてなし向上〉

- 3 幟、横断幕作成等
DCの機運醸成を図るため、幟、横断幕、ノベルティ等を作成する。

再掲 首都圏等（東京，名古屋，大阪，福岡）で行う事業

- | | | |
|----|----|--------------------------------------|
| I | 9 | 東京・大阪連絡会連携事業（イベント参加）（県人会，他県と連携し開催参加） |
| | 10 | 首都圏等観光PRイベント出展事業（観光ブースの出展） |
| II | 2 | 意見交換会等の開催（首都圏等発地旅行会社担当者を招請） |
| | 3 | キャラバンの実施（東京，大阪，名古屋，福岡で実施） |
| V | 1 | 1年前イベント等実施（大阪で実施） |

会員サービス事業（1,651千円）

I 会員サービス事業

1 受入体制調査

市町，業界団体・事業者などの当連盟の幅広い観光関係の会員等から，現場の生の声を伺い，県や国等の観光振興施策等に反映させるため，インフラの整備，規制緩和等の受入体制の充実に係る調査を行う。

2 会員情報提供等事業

国・県等からの観光関連情報や，会員が情報発信を希望する情報等について，会員に情報提供を行う。

3 観光関係団体等会議出席

市町及び観光関係団体が行う会議等に参加し，意見交換や情報交換を行い，観光振興事業について支援する。

4 観光事業等の後援・協賛

後援・協賛を通じて，観光関係団体が行う観光振興事業について支援する。

令和元年度広島県観光連盟事業実施の視点等

◆ 基本的考え方

2020 年秋に開催の全国から本県への誘客を行う大型観光キャンペーン「せとうち広島デスティネーションキャンペーン〔DC〕」に向けて、前年に開催のプレDC事業の実施や本番に向けた準備に重点を置くとともに、引き続き広域連携、効果検証及び活動強化の取組をさらに深化させ、効果的に事業を展開する。

◆ 事業実施の視点

1 大型観光キャンペーンによる販売促進【新規】

- ・連盟会員等には、DC期間の観光素材等の商品造成を促し、これらの情報を積極的に発信する。
- ・連盟の既存事業は、統合等を行い効果的に実施する。

【具体的な主な取組例】

- ・全国宣伝販売促進会議の開催（10月16日）、エクスカージョンの実施（10月17～18日）
- ・一年前PRイベントの開催
- ・ひろしま観光ナビからの情報発信

2 広域的な取組

県内市町や隣県との広域的な視点を持った事業を引き続き実施、拡充する。

【具体的な取組例】

- 相互情報発信
県内外の機関との連携拡充
 - ・観光ポスター等の設置場所の拡充、デジタルサイネージによる動画配信等
- 広域事業
地域の取組に対して助成等を含めた支援の実施

3 効果検証

【具体的な取組例】

- 観光情報発信
他のサイトと比較した専門家等による課題等の抽出及び改善
 - ・ひろしま観光ナビ品質向上懇話会（仮称）の設置による専門家等の評価検証【新規】
- 旅行商品造成
事業を大括りにした指標と水準を設定して効果検証を実施
 - ・指標：旅行会社において、観光情報素材集「旅の素」を組み込んだ旅行商品の造成数
 - ・水準：H30年度目標 旅の素掲載件数：45件，うち新規：15件
〔参考 H31年度見込み 掲載件数：40件，うち新規：12件〕

4 職員による活動強化

引き続き、観光情報発信及び旅行商品造成支援等の強化を図る。

【具体的な取組例】

- (1) 観光情報発信
 - 質の向上
リアルな情報発信（口コミの情報発信）の強化
 - ・職員による取材活動の強化
 - ・第三者との連携強化
 - ・体験型販売サイトの積極的活用

- 発信情報量の増大
営業活動の強化や他機関と連携による量の増大
- 重点広報の設定
テーマ設定による観光サイトへの特集ページ設置又は広報誌「広島さんぽ」への掲載
 - ・広島城浅野氏入城 400 年(2019 年)
 - ・福山城築城 400 年(2022 年)事業の関連として水野氏入封 400 年(2019 年)
- (2) 旅行商品造成支援
旅行会社等との関係構築等の強化や商品造成の強化
 - ・企業、団体などの法人を対象とした団体旅行の誘致
 - ・冬のアクティビティや雪のイベントを組み込んだ旅行商品化【拡充】
 - ・教育旅行の誘致～雑誌編集者招聘【新規】
- (3) おもてなし向上等受入体制整備
 - ・あいさつ特区（仮称）の創設【新規】
- (4) 地域観光魅力づくり
 - ・市町等が取組む商品づくりの支援【拡充】