

令和7(2025)年度事業報告

令和 8(2026)年 6 月

一般社団法人広島県観光連盟(HIT)

目 次

I. 総論	
1. 現5カ年戦略(2021年度～2025年度).....	2
2. 令和7年度全体総括.....	4
II. 取組の詳細	
1. 魅力づくり.....	7
2. 受入環境整備.....	16
3. 広島ファンの増加(国内:メディアプロデュース).....	18
4. 広島ファンの増加(国内:セールス).....	28
5. 広島ファンの増加(海外:セールス).....	31
6. マーケティング.....	37
7. 会員サービス.....	40
8. 管理費.....	41
9. 理事会・総会の開催状況.....	43

I. 総論

1. 現5カ年戦略(2021年度～2025年度)

(1) 令和7年度の広島県観光の目標及び目指す姿

- 広島県の定める「安心・誇り・挑戦ひろしまビジョン」及び「ひろしま観光立県推進基本計画」において、令和7年度の観光における目標並びに目指す姿が掲げられている。HITでは、この目標及び目指す姿を達成すべく、「現5カ年戦略(2021年度～2025年度)」に取り組んできた。

「安心・誇り・挑戦ひろしまビジョン」(令和3年度～令和12年度)

- ▶ 観光消費額 8,000 億円

「ひろしま観光立県推進基本計画」(令和5年度～令和9年度)

- ▶ 広島を訪れる皆様が広島を好きになり、「他の人におすすめしたい」と思っ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

(2) 基本戦略

① ミッション: 団体戦でリピータブルな観光を実現する

- 広島県の観光課題として、県内にある2つの世界遺産は国内外からの認知度が高い一方、リピート率が低い¹が挙げられる。
- 今後、更なる集客増を図るためには、広島県を訪れる観光客の期待値を知り、満足度を高め、ファン化することが重要である。
- 観光客に期待値を超える満足を提供することにより、「①満足度の向上→②リピート客の獲得→①満足度の更なる向上…」 「①満足度の向上→②SNS等での口コミ拡散→③他者認知の広がり→④新規顧客の獲得→①満足度の更なる向上…」という好循環を生み出していく。
- このため、HITのミッションを「団体戦でリピータブルな観光の実現」と定め、ミッション達成に向けた戦略の2本柱として「品揃えを増やす」と「ファンを増やす」を掲げた。



② 戦略の2本柱: 「品揃えを増やす」「ファンを増やす」

ア 戦略1: 品揃えを増やす

- これまでは、2つの世界遺産など限られたメジャーなコンテンツに集客を頼っていた

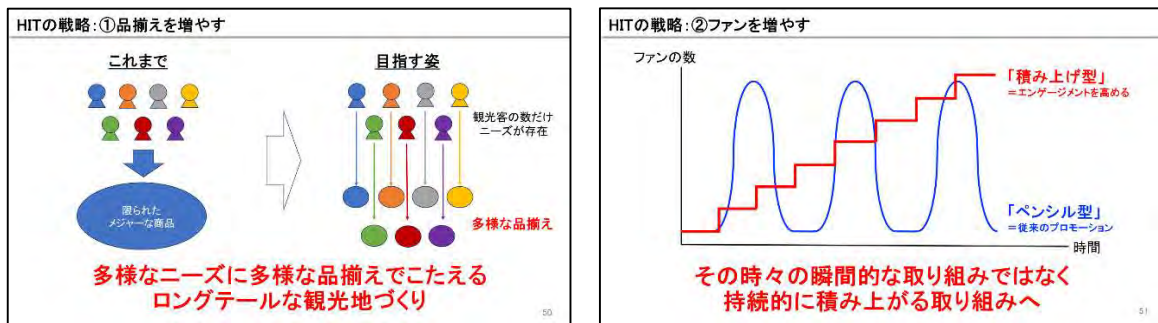
1 広島県のリピート率は63.2%(全国平均65.8%)。出典:日本観光振興協会「令和7年度版観光の実態と志向」

が、観光客の満足度を高めるためには、観光客の数だけ存在する多様なニーズに対して、多様な品揃えでこたえる必要がある。

- このため、「100 万人が集まるコンテンツを 1 ヶ所整備するのではなく、1 万人が集まるコンテンツを 100 ヶ所整備する」という考えのもと、ロングテールな観光地づくりに取り組んだ。

イ 戦略 2:ファンを増やす

- 従来型のプロモーションでは、一時的には認知度・関心が高まるが、その後下落する「ペンシル型」の構造になりがちであった。
- このため、広島に好感・愛着を持つ「ファン」を生み、かつファンの愛着度を引き上げることで、広島ファンを持続的に増やす仕組みづくりに取り組んだ。



(3)目標値と結果

- 令和 2 年に発生した新型コロナウイルス感染症により、総観光客数や宿泊客数が大幅に減少した。しかしながら、感染症法上の取り扱いが 5 類に引き下げられた令和 5 年 5 月以降、観光客は回復の一途をたどった。また、G7 広島サミット(令和 5 年)、大阪・関西万博(令和 7 年)、第 20 回世界バラ会議福山大会 2025(令和 7 年)等の大型イベントの開催が後押しとなり、外国人観光客を中心に順調な伸びとなった。一方、大阪・関西万博の効果は限定的であった。
- 「現 5 カ年戦略(2021 年度～2025 年度)」における令和 7 年(2025 年)の目標値及び結果(着地見込み)を以下に掲げる。

指標	令和元年 (確定値)	令和 7 年 (目標値)	令和 7 年 (着地見込み)	対令和元年 (確定値)比	対令和 7 年 (目標値)比
観光消費額	4,410 億円	6,300 億円	6,070 億円	138%	96%
総観光客数	6,719 万人	8,400 万人	6,344 万人	94%	76%
うち外国人観光客数	276 万人	725 万人	414 万人	111%	42%
観光消費単価	6,562 円/人	7,500 円/人	9,141 円/人	139%	122%
総宿泊客数	1,163 万人	1,500 万人	1,171 万人	101%	78%
うち外国人宿泊客数	132 万人	320 万人	212 万人	161%	66%
観光客の満足度	73.4%	90.0%	-	-	-

出典:広島県観光客数の動向、広島県観光客・宿泊客モニタリング月報、
「宿泊旅行統計調査」(観光庁)

2. 令和 7 年度全体総括

(1)取組の成果

① 観光消費額、過去最高を更新見込み

- 令和 7 年の総観光客数は令和 6 年を下回り、約 6,344 万人となる見込みである。一方、総宿泊者数は好調な外国人宿泊者が全体を押し上げ令和元年を上回るものの、前年(令和 6 年)をやや下回る約 1,170 万人泊となる見込みである。観光消費額については、HIT の各種施策成果に加え、円安や物価上昇の影響もあり、約 6,000 億円と過去最高を更新する見込みである。

② 観光プロダクトの開発と販路開拓

- 観光プロダクト開発プラットフォーム「HYPP²」における各種支援メニューを通じ、171 件の観光プロダクトを造成、販売が開始されたものは 110 件である。また、観光プロダクトの OTA³への登録数はそのうち 85 件となった。さらに、前年度に引き続き、旅行会社等に向けた商談会を開催し、販路開拓を推進した。さらに、開発された観光プロダクトを点から線、面へと広げることを目指し、呉市・尾道市において、散策時 MAP・ガイドブック等の制作、インバウンド向けバスツアーの催行などを行った。

③ 広島県地域通訳案内士の育成・フォローアップ、ユニバーサルツーリズムの推進

- 外国人観光客の満足度向上や県内周遊促進の担い手となる広島県地域通訳案内士については、育成研修の合格者数が 41 名となった。また、登録者数(育成数)は 38 名で、令和 7 年度までの累計が 382 名となり、目標(300 名)を上回った。このほか、フォローアップ研修(延べ 138 人が参加)、観光関連事業者とのマッチングイベント、OJT によるスキル習得などに取り組んだ。
- 鞆の浦(福山市)において、ユニバーサルツーリズム推進のための体制づくり・現地調査や意見交換など、地元関係者と連携した取組を開始した。

④ 広島ファンの増加と県内周遊の促進

- 「Dive! Hiroshima」の PV 数⁴は対前年 100%、UU 数⁵は同 95%と減少となった一方、SNS のフォロワー数は Instagram が同 119%、X(旧 Twitter)が同 110%と増加した。このほか、マスメディアを通じた効果的な情報発信に努めた。その結果、SNS での表示回数は約 12,135 万回となった。
- 「HIT ひろしま観光大使」の登録者数が 31,887 人となり、広島に愛着を持つファンによる発信力が強化された。また、Instagram における「#HIT ひろしま観光大使」の投稿数(2020 年 4 月からの累計)は約 20.7 万件、今年度の「#HIT ひろしま観光大使」

2 事業者が参画する、観光プロダクトを開発するためのプラットフォーム。「Hiroshima Yearning Product Platform(HYPP)」の略。

3 Online Travel Agent の略で、オンラインで取引を行う旅行会社のこと。

4 ページビュー数の略で、Web ページが閲覧された回数。

5 ユニークユーザー数の略で、特定の時間内にサイトを訪れた人数。

の新規投稿数は約 31,000 件となった。さらに、ひろしま観光アプリ「KINSAI」の登録者数は 40,051 人、今年度の新規登録者数は 5,975 人となったほか、チェックイン機能を活用したスタンプラリーキャンペーンの実施など観光客の県内周遊を促進した。

⑤ パートナーとの協働、OTA 登録促進、旅行会社への情報提供

- 事業者などのパートナーと HIT との連携強化策として、法人 CRM プラットフォーム (HubSpot⁶) を導入し、998 件の登録を行った。また、主要観光施設への OTA 導入を推進し、公共施設を含む 17 施設・体験が新たに登録された。さらに観光素材集「旅の素」を制作し、新たな観光資源を中心に情報提供を行った。

⑥ 外国人宿泊者数、過去最高を更新—戦略的プロモーションの成果

- 重点市場⁷でのプロモーションを実施したほか、航空会社、JR 西日本、OTA などと連携し、広島県への短期的／中長期的な誘客につながる情報発信を効果的に実施した。これらの取組により、令和 7 年の県内の外国人宿泊者数は約 212 万人泊(速報値)となり、過去最高を記録した。また、在広外国人等のリアルイベント参加、Facebook への記事投稿等を行った結果、Facebook コミュニティ登録者数が 45,524 人となった。

⑦ DMP⁸リニューアルに伴うデータ活用の推進、外部連携の強化

- 観光基礎データ(観光消費額、観光客数、観光客満足度など)に関する観光統計調査を継続的に実施し、「Dive! Hiroshima」にて可視化した。また、HIT 内外でデータ活用に向けた勉強会を実施し広島県の観光状況の共有を進めるとともに、人流データの取得・分析などで外部組織(NTT ドコモビジネス)との連携を強化した。

⑧ 組織基盤の強化と職場環境の整備

- 計画的な採用活動を行い、必要な人員を確保した。また、全職員が採用プロセスに関与するスキームを策定し、人材育成にも寄与した。さらに、事務所移転に伴う事務手続き等を着実に実行した。

(2)課題

① 各プラットフォームの連携と実効性の向上が必要

- 観光プロダクトの創出を支える「HYPP」、自発的な情報発信を促す「HIT ひろしま観光大使」、事業者と観光客をつなぐひろしま観光アプリ「KINSAI」の運用など、各プラットフォームの仕組みは整備されてきた。その一方で、これらの連携が不十分であるため、有機的な連携を図り、観光客の来訪につながる実効性のある施策へと発展させる必要がある。

6 打ち合わせや商談内容等の進捗状況を一元管理するセールスツール。

7 フランス、ドイツ、イギリス、アメリカ、オーストラリア、中国、韓国、香港、台湾、シンガポール、インド。

8 「Data Management Platform」の略で、データを一元的に管理するプラットフォームのこと。

② 観光客の行動を後押しする情報や環境整備の不足

- 観光客の満足度向上を目指し、多様化するニーズに対応した多種多様な観光プロダクトの開発や、ユニバーサルツーリズム推進など誰もが快適に過ごせる受入環境の整備に取り組んできた。しかし、こうした情報を観光客の欲しいタイミングや知りたい切り口で提供する編集的観点や仕組みが十分に整っていないことに加え、観光地の環境整備に向けた課題も多い。その結果、観光客の広島観光への行動を後押しできず、来訪や周遊の機会を逃している可能性がある。

③ 組織内連携の不足による共感を生む働きかけが不十分

- HIT の事業部間の連携を図り、またセールスツール「HubSpot」を導入することで、業務の重複解消やパートナー等への効率的なアプローチを推進したものの、まだ不十分であり、共感する事業者やパートナーを広げにくい状況となっている。今後も引き続き、事業部間の連携を強化し、情報を一元化することで、HIT の戦略や取組みの全体像を伝え、県域一体となって観光振興を推進する「団体戦」の体制を構築する必要がある。

II. 取組の詳細

1. 魅力づくり

(1)目的

- 多様な観光客のニーズに対し多様な品揃えで応え、広島を訪れる観光客に期待値を超える満足を提供する。

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 観光プロダクト開発プラットフォームの運用

- 観光プロダクト開発プラットフォーム(HYPP)において、専門家や、県内各地に配置したエリアパートナー、今年度より事業の進行管理を行うため設置したプロダクト造成管理チームにより、次の取組を実施し、新たなプロダクト開発事業者の発掘に加え、プロダクト開発を支援する機能の充実・強化を図った。
 - 事業者交流イベントの開催(HYPP Café)
 - プロダクト開発ワークショップの開催
 - プロダクト開発のための知識の習得に向けたリレーセミナーの開催
- この他、専門家による伴走支援、観光プロダクト開発促進補助金による支援、OTA登録支援のほか、クルーズ船・旅行会社等のニーズに応じたプロダクト開発を行った。

《専門家》

氏名	事業者名	担当部門・特徴など
山口 啓介 安藤 真雄 竹村 純 等	(株)JTB	主に食やスポーツ等の体験型プログラムの開発・伴走及び全体の進捗管理を担当。
佐藤 亮太	NPO 法人湯来 観光地域づくり 公社	主にアウトドアアクティビティプロダクトを担当。TripAdvisor が選ぶ日本の人気体験ランキング 2023 でシャワークライミングが全国 7 位になるなど、広島のアドベンチャートラベル開発の中心的役割を担う。
石飛 聡司	(株)mint	主にガイドングツアー等のプロダクト開発を担当。地域の特徴をストーリーに乗せて案内するガイドングで国内外の観光客から高く評価され、TripAdvisor で2021年の全国ツアー・体験部門でベスト10入りした。
安村 通芳	(株)TOWN DESIGN LABO	主に、DX・新技術関連のプロダクト開発を担当。 地元商工会青年部の活動を通じ、地域創業者の創出や地域の活性化、社会課題解決に取り組む。

ポール ウォルシュ	(株)JizoHat	主にインバウンドプロダクトの開発支援を担当。 観光庁派遣の専門家に登録され、インバウンド観光プロフェッショナルアドバイザーとして、全国で活躍中。
三村 理紗	(一社)My Japan	主に文化・伝統工芸等のプロダクト開発を担当。地域資源の磨き上げ、日本の伝統文化、伝統工芸、体験コンテンツの造成、インバウンドガイド研修を行う。
松村 健志	合同会社ファンあ	主に備後地域のプロダクト開発を担当。尾道・瀬戸田でのサイクリング・シーカヤックツアーや自治体のコンサルティングを実施。

《エリアパートナー》

エリア	氏名	事業者名等	特徴
江田島市	後藤 峻	(一社)フウド	観光、移住、コミュニティ、海洋環境などをテーマにまちづくりに取り組む。
安芸太田町	梅本 雅史	(一社)地域商社あきおおた	三段峡や恐羅漢山、龍姫湖をメインフィールドに川や湖、雪など「自然遊び案内人」として活動する。
北広島町	堀田 高広	(有)大朝交通	バス・タクシー会社を営みながら、旅行会社起業や NPO 法人の運営を通じて大朝地域の課題に取り組む。2021 年から北広島町観光協会会長に就任し、北広島町の観光振興に尽力している。
東広島市	山田 芳雅	合同会社ひとむすび	2019 年に総務省地域おこし協力隊ビジネスアワードを受賞。まちづくりに関する様々な団体支援に取り組む。
竹原市・大崎上島町	福本 博之	(株)いいね竹原	道の駅たけはらや市有文化施設の運営、ランドオペレーター事業など、地域資源を活用した持続可能なまちづくりに取り組む。
安芸高田市	戸田 邦昭	安芸高田市政策企画課	神楽を伝承する地元団体に所属し、公演への出演、後継者育成に励んでいる。
三次市	名越 陽介	(一社)三次観光推進機構	三次 DMO マーケティング & プロモーションマネージャー。各種プロモーション業務及びインバウンド促進業務を担う。多様な関係者と地道に「観光地域づくり」に取

			り組む。
庄原市	塩本 一平	シンセイアート (株)	印刷・広告業経営の傍ら、さとやま古代たたら倶楽部会長も務める。
世羅町	吉宗五十鈴	雪月風花 福智院	今高野山参道の元宿坊を修繕した日本茶カフェ・雪月風花福智院を営む。
三原市	泉 太貴	(株)KOTOYA	三原市中心市街地活性化の推進役である三セク会社(株)まちづくり三原の統括マネージャー。地域課題の解決に取り組む。
尾道市	山根 浩揮	(有)いっとく	尾道・福山市を中心に飲食店を営む。NPO空き家再生プロジェクト副代表理事に就任し、尾道の活性化に取り組む。
福山市	谷口 博輝	福山電業(株)	福山市中央公園のリニューアルや「iti SETOUCHI」の立ち上げに携わる。公共空間や遊休不動産の活用、人と場所のデザインがライフワーク。
府中市	小谷 直正	NPO 法人府中ノアンテナ	地域の魅力発信、産業観光や人材育成プロジェクトを展開。経済産業省や総務省等主催セミナーでの講演や研修事業を行う。
神石高原町	富山 公明	一般社団法人 神石高原町観光協会 <small>(R7年4月1日時点)</small>	観光振興に携わるとともに、さとやま SDGs に関連する活動を行い、地域資源の継承や地域の賑わいづくりに貢献。
広島市	石飛 聡司 佐藤 亮太	上記「専門家」リストに記載の通り	
安芸郡	三村 理紗		
呉市・ 廿日市市・ 大竹市	安村 通芳		

- 県内各地に配置されたエリアパートナーが開催した「HYPP Café」を通じ、新たな事業者を発掘するとともに、事業者同士の交流による意欲向上を促進した。また、ワークショップへの参加により、新たなプロダクトの造成が進んだ。

「HYPP Café 開催実績」

イベント名	実施日	場所	参加者数
事業者交流イベント 「HYPP Café」 (17回)	4月21日	広島市	87名
	5月30日	尾道市	45名
	6月30日	廿日市市・大竹市	41名

	7月25日	呉市・坂町	41名
	8月22日	安芸高田市	26名
	9月12日	庄原市	29名
	9月26日	東広島市	64名
	10月3日	府中市	23名
	10月10日	竹原市・大崎上島町	17名
	10月11日	神石高原町	10名
	10月31日	世羅町	14名
	11月7日	北広島町	39名
	11月14日	福山市	47名
	12月5日	三次市	13名
	12月12日	三原市	25名
	2月20日	江田島市	35名
	3月11日	広島市	36名
ワークショップ 「プロダクト ワークショップ」 (全3回地域×3回)	5月13日	広島市	30名
	5月28日		26名
	6月10日		27名
	6月24日	福山市	23名
	7月22日		21名
	8月19日		19名
	10月8日	三次市	17名
	11月12日		14名
	12月17日		26名

イ 観光プロダクト開発促進補助金

- HYPP で生まれた商品アイデア等の具現化を後押しするため、資金支援を必要としている事業者にプロダクト開発のための補助金を交付した。
- 補助金交付にあたっては、専門家による事前相談、伴走支援、HITひろしま観光大使による体験モニターを実施し、プロダクトの企画段階から HIT ひろしま観光大使等の意見や評価を開発に反映させるなど、カスタマーニーズを踏まえたプロダクト造成につなげた。

申請受付期間	一次募集:令和7年4月21日(月)~令和7年6月30日(月) 二次募集:令和7年8月1日(金)~令和7年8月29日(金)
補助上限額 補助率	補助額:上限500万円 補助率:定額(審査により決定)
補助実績	一次募集:13件 二次募集:4件 合計:17件

《採択一覧 - 一次募集》

プロダクト名	交付先(所在地)
1. B-SIDETOUR 造成事業【カセットテープを聞きながら路面電車で広島から宮島までめぐるツアー】	B-SIDETOUR 製作委員会(広島市)
2. 横川商店街観光誘致促進事業【謎解き及びバーホッ	横川商店街連合会

ピングツアーの実施】	
3. ナースと行くひろしまの旅(安心のそばに思い出を) 【車椅子専用車を活用し、広島市内などを巡る体験】	株式会社 ALL Together(広島市)
4. セカンドハネムーンメモリアル(人生の節目を歩く二人の婚礼衣装体験)	テントカラー(広島市)
5. りゅうずの森の探検隊シリーズ【北広島町の駒ヶ滝でトレッキングや沢登などを体験】	Base camp 豊平(北広島町)
6. モビリティで旅する瀬戸内の島の冒険旅～mibot でいく感動トレイル【冒険マップ等を持ってミニモビリティで向島や生口島を巡る体験】	(有)いっとく(尾道市)
7. 広島県産材を活用した現像・フレーム製作体験による新規観光プログラム開発事業	伝統工芸(株)(府中市)
8. 原爆ドームと宮島大鳥居の二つの世界遺産を水の上から制覇する唯一無二な SUP ツアー	マジックアイランド(広島市)
9. 広島空港マラソン造成事業【広島空港の滑走路を特別に走るマラソン大会】	広島空港マラソン実行委員会(三原市)
10. 音楽×絶景の体験「KESHIKI」【様々な観光地(資源)と音楽を楽しめるイベント】	特定非営利活動法人 ANONYMOUSE(府中市)
11. ひとやま丸ごとレンタル～尾道・向島で自然と暮らしを独占する冒険体験～	(株)めじ(尾道市)
12. 旅行者が主体となり環境を変えるサステナブル・ツアー【海ごみを拾いアップサイクル商品を作る、環境課題を学び考える体験】	池田総研(有)(廿日市市)
13. いただきます、のその先へ【都会の OL だった猟師が案内する生口島の自然と食の体験】	生口島ごちそうの森(尾道市)

《採択一覧 - 二次募集》

プロダクト名	交付先(所在地)
14. 広島国際トレイルランレース企画・制作【世界最高峰のトレイルランレース UTMB ワールドシリーズを誘致に向けてトレイルランレースを広島で開催】	広島国際トレイルランレース実行委員会(広島市)
15. 着地型 福山・鞆の浦ユニバーサルツーリズム【電動車椅子に乗って、福山城や鞆の浦を巡る体験】	福山観光旅行株式会社(福山市)
16. 和心家 広島発インバウンド寿司×居酒屋体験プログラム【インバウンド向け、日本の居酒屋文化(魚をさばく、鮨を握るのを見学し、食べる体験】	株式会社 和心家(広島市)
17. 西日本一のアーチ式「温井ダム」見学ツアー造成事業【ガイドと迫力あるダム放流を間近で見学】	一般社団法人 NUKUI OUTDOOR FIELD(安

	芸太田町)
--	-------

ウ テーマ・エリア別プロダクトの開発

- 広島ならではの観光資源を活かし付加価値の高いプロダクトの開発に取り組んだ。また、「食」に関連するプロダクトには、「おいしい！広島プロジェクト⁹」と連動したプロモーションにより認知度向上を図った。
- 広島市に来られる観光客の周遊促進を図るため、呉及び尾道地域への観光を喚起するバスツアーやガイドブック・マップ制作などの取組を試験的に始めた。

テーマ種別	内容・実績
食	<p>「食」を旅の目的とした観光客に、全国一位の生産量を誇るかきやコウネなどの特産品を召し上がっていただけるよう、「おいしい！広島プロジェクト」と連携した取組を実施した。</p> <p><実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ <u>夏だっって牡蠣フェア</u> <ul style="list-style-type: none"> • 内容:エキニシ 23 店舗、ひろしまお好み駅前ひろば 11 店舗で県産牡蠣を使った夏の限定メニューを提供 • 開催期間:令和 7 年 7 月 25 日～令和 7 年 8 月 31 日(エキニシは 8 月 9 日～17 日は実施せず) ■ <u>牡蠣食う賢者の押し店</u> <ul style="list-style-type: none"> • 内容:牡蠣好きな専門家等 15 名が「観光客におすすめしたい店 15 店」を紹介 • 開催期間:通年 ■ <u>春の牡蠣祭り</u> <ul style="list-style-type: none"> • 内容・店舗等:県内 179 店舗 • 開催期間:令和 8 年 3 月 6 日(金)～4 月 19 日(日) ■ <u>コウネイベント</u> <ul style="list-style-type: none"> • 内容:県民の認知を高めるため、盆ダンスに出店。また、周知のため、テレビ CM、街頭ビジョン、新聞掲載などを実施。 • 開催期間:令和 7 年 8 月 9 日(来場者:12,000 名) ■ <u>コウネ店舗の出展</u> <ul style="list-style-type: none"> • 内容:福岡や県内でのイベントに出展(8 回) • 開催期間:令和 7 年 10 月 4～5 日、10 月 12～13 日、10 月 25～26 日、11 月 2 日、11 月 8～9 日、12 月 6～7 日、12 月 20～21 日、令和 8 年 1 月 11 日～12 日 ■ <u>コウネプロジェクト参画店舗</u> <ul style="list-style-type: none"> • 内容:コウネをメニューとして展開する店舗(250 店舗) • 開催期間:～令和8年3月 31 日
プロスポーツ	<p>「スポーツ鑑賞」を目的に来広する人をターゲットに、野球、サッカー、バスケットボールなどのプロスポーツの情報を集約するとともに、旅の提</p>

9 広島県が推進する取組で、広島ならではの多彩な食の魅力を発信し、「ひろしまは美味しさの宝庫である」というブランドイメージの向上と食文化の継承を目指す。

	<p>案を併せて行う情報を Dive! Hiroshima から発信した。 URL:「ひろしまに来るならスポーツ観戦じゃろ！」(https://dive-hiroshima.com/special/pro_sports/)</p>
神楽	<p>観劇意向と観劇後の満足度の高いインバウンドをメインターゲットに据え、外国人観光客向けOTAへの登録に係る支援等を行った。</p> <p><公演実績></p> <ul style="list-style-type: none"> ■ ひろしま神楽定期公演 2025 ※主催:広島県民文化センター <ul style="list-style-type: none"> ・ 場所:広島県民文化センター ・ 実施時期:令和 7 年 4 月 2 日～令和 7 年 12 月 24 日(計 39 回) ・ 総来場者数:13,328 人(うち外国人 6,380 人) ■ 広島あきたかた神楽 ※主催:安芸高田神楽協議会 <ul style="list-style-type: none"> ・ 場所:神楽門前湯治村 ・ 実施時期:毎月(計 85 回) ・ 総来場者数:13,952 人(うち外国人 147 人)
エリア	<p>広島市を訪れる観光客の周遊促進を図り、宿泊につなげるため、県内観光地、特に今年度は呉市・尾道市への周遊促進策について取り組んだ。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド向け呉・尾道周遊バスツアー 旅行会社等と連携し、広島から呉・尾道へ毎日催行のバスツアー(催行日 45 日前に 1 人以上の予約で催行)を 12 月 5 日から開始し、呉方面 22 名、尾道方面 44 名が参加した。 ・ベジタリアン・ヴィーガン対応 尾道市において、ベジタリアン・ヴィーガンに対応可能な飲食店の展開を進めており(取組店舗数:9 店舗)、ベジタリアン・ヴィーガン用メニュー開発や Google ビジネスプロフィール(GBP¹⁰)への情報登録を支援した。 ・観光地の活性化 呉市及び尾道市を訪れる観光客が食事等で商店街を訪れる際、まち歩きをより楽しめる取組を実施した。 尾道市:商店街等観光施設やフォトスポット等を表示する看板を設置 呉市:商店街を PR する看板の掲示等 ・呉市内周遊整備 呉市が所有するボンバス等を活用し、観光客が市内を周遊するための準備を行い、令和 8 年度運行開始。 ・散策等 MAP、ガイドブック等の制作 尾道市を訪れる観光客が観光地をより楽しめるよう、徒歩や自転車で散策を楽しむ MAP、ガイドブック等を製作した。 ・その他 旅前に、呉市及び尾道市を県外観光客に知ってもらうため、PR 冊子の作成、インフルエンサーの活用やフォトコンテストを開催した。 <p><u>インフルエンサー:</u></p>

10 Google 社が提供するビジネスオーナー向けの店舗情報管理サービス。

	<p>総フォロワー数 62.9 万人のインフルエンサー3 組を起用し、尾道市・呉市の誘客を図るため、リール動画 10 投稿、ストーリー10 投稿した。その結果、総再生回数約 192 万回、総リーチ数約 140 万人、HP 等への遷移数 11,866 回となった。</p> <p>フォトコンテスト: 実施期間:令和 7 年 10 月 9 日~令和 8 年 1 月 13 日 応募件数:呉市 554 件、尾道市 724 件 選賞:各市長賞、HIT 賞</p>
--	--

エ その他の取組

- 県内の観光事業者と旅行業者、ホテル等との交流・販路拡大を深めるため、「広島観光商品展示商談会」を令和 8 年 2 月 25 日に広島産業会館で開催した(出展者 64、来場者 406 人)。
- 広島の未来を共に創る担い手を増やし、地域イノベーションを促進するため、県内の企業、行政、NPO、HIT 職員が参加する「つなげる 30」の取組を実施した。本事業では、解決すべき社会課題(自己実現ができる会社、社会づくり、生きづらさを解決するためのサードプレイスづくりなど)を設定し、約 30 人の協働により、当事者として対応できる人材育成を行った。

② 取組の成果

- 各種取組を通じて、171件の観光プロダクトを開発し、110件が販売を開始した。

《プロダクト開発状況》

開発状況	HYPP 支援・造成	171件(うち、販売開始110件)
	うちプロダクト開発補助金	17件

- 観光プロダクトの OTA 等への登録数は 85 件となった。
- 観光プロダクトの旅行会社販売数は 25 件となった。

③ 次年度に向けた課題

- 専門家による伴走支援やワークショップについては、事業者がプロダクト造成の手法を習得するうえで効果が高く今後も効率的に行えるよう、実施方法を検討する必要がある。
- 体験モニターの実施など、事業者の体制を整える段階までに至らないので、目標達成に向けて取組を継続する意欲ある事業者を確保する必要がある。
- 観光プロダクト開発促進補助金については、例年より早く 4 月から募集し、7 月には造成を開始したことから、例年より早いペースで造成が進みつつある。今後も、このようなスケジュール感での取組が求められる。
- これまでのプロダクト開発により、県内各地で様々なプロダクトが生まれつつあるものの、各事業者による「点」の取組にとどまっている。また、観光客の満足度をさらに高めるため、今年度から、呉市・尾道市のエリアを「線」「面」で観光客が訪れることができるよう、バスツアーの造成や商店街の活性化につながる取組、散策できるマップの作製などに取り組み始めたものの、緒に就いたばかりの状態である。

(3)決算額

区分	金額(千円)
魅力づくり	154,174
合計	154,174

2. 受入環境整備

(1)目的

- 観光客にストレスフリーな旅行環境を提供することにより、広島を訪れることによる観光客の満足度を高め、「もう一度来たい」と思う観光客を数多く生み出す。

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 広島県地域通訳案内士の育成・フォローアップ

- 外国人観光客の満足度向上や県内周遊促進の担い手となる広島県地域通訳案内士について、質の高い通訳ガイドの養成に向けた育成研修を実施した。また、実践的なガイドスキルや稼働率の向上に向けたフォローアップ研修、観光関連事業者等とのマッチングイベント、OJT によるスキル習得の取組を行った。加えて、ひろし・みやこ同盟¹¹の一環として、通訳ガイドを接点とした広島-京都間の相互誘客を目的とした広島県と京都市の地域通訳案内士の交流企画を実施した。

《育成研修》

実施期間	令和7年8月9日～令和7年10月5日
資格要件	英語:TOEIC730点以上もしくは実用英語技能検定準1級以上 中国語:中国語検定2級以上もしくはHSK5級以上
研修受講者数	申込者数:90名(英語:80名、中国語10名) 受講者数:48名(英語:42名、中国語6名) 合格者数:41名(英語:35名、中国語6名)

《登録者数(育成数)》

年度	R2まで	R3	R4	R5	R6	R7	累計
登録者数(育成数)	191	51	26	29	47	38	382

イ 多様な観光客の需要に対応する取組

- 障がいのある方の旅行を支援するため、昨年度ユニバーサルツーリズムの特設サイトを開設し、対応施設の情報や、車いすで巡る観光モデルコースの紹介動画などを掲載しており、今年度は、観光施設の情報の充実を図った。
- また、鞆の浦(福山市)において、ユニバーサルツーリズムを推進する体制づくりや、まち歩きマップの制作、宿泊施設における入浴介助支援などの取組を、障がい者の方の参加を得て開始した。

11 広島県観光連盟(HIT)と京都市観光協会(DMO KYOTO)が締結している連携協定の名称。

② 取組の成果

- 地域通訳案内士は、育成研修の合格者数が 41 名となった。また、登録者数(育成数)は 38 名で、令和 7 年度までの累計が 382 名となり、目標(300 名)を上回った。
- 地域通訳案内士の稼働向上を図るため、フォローアップ研修(延べ 138 名が参加)を行うとともに、はじめてガイドを行う方等を対象に、先輩ガイドとの交流や、クルーズターミナルに訪れる外国人に対するガイドツアーへの同行(8 回 39 名参加)等を実施した。
- Dive! Hiroshima にユニバーサルツーリズムの特設サイトを開設しており、今年度は観光スポットの掲載を充実させた。
 - URL:「安心して楽しめるひろしまの旅にでかけよう！」
(<https://dive-hiroshima.com/special/hiroshima-universaltourism/>)
- 鞆の浦(福山市)でユニバーサルツーリズムの取組を始める機運が高まり、地元の住民と連携した体制づくりを進めた。

③ 次年度に向けた課題

- 地域通訳案内士の稼働率向上に向けた取組を、引き続き進める必要がある(目標6割、令和 7 年実績 56%)。
- 外国人観光客の増加等を踏まえたユニバーサルツーリズムの取組として、ベジタリアン対応の飲食店や障害者・高齢者、乳幼児連れ等に配慮した施設の情報量を増やし一元的に発信する仕組み等を導入し、多様な観光客がストレスなく観光できる受入環境整備を整える必要がある。

(3)決算額

区分	金額(千円)
受入環境整備	36,540
合計	36,540

3. 広島ファンの増加(国内:メディアプロデュース)

(1)目的

- 広島に愛着を持つファンが持続的に積み上がる仕組みを構築し、ファンを通じて他者認知(口コミによる拡散)や、周遊及び再来訪を促進する。

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 旬の情報発信やキャンペーンによる来訪・周遊促進

- 観光地としての広島県の認知・理解を高めるため、オウンドメディア(Dive! Hiroshima、SNS(Instagram、X)等)の運用やマスメディアとのタイアップ、「おいしい！広島プロジェクト」や「ひろしま国際建築祭 2025」等の大型イベントと連携したコンテンツ(特集・モデルコース)作成により、旬の観光情報を効果的に発信した。また事業部横断の「編集会議」を設置し、組織として一貫性のある発信を行った。《Dive! Hiroshima》

PV数 ¹² (年間)	約 884 万 PV (2025/4/1-2026/3/31) (昨年同期:約 885 万 PV)
UU数 ¹³ (年間)	約 373 万人 (昨年同期:約 394 万人(昨年比-21 万人))
特集ページ	全 38 件(HIT 新規作成コンテンツ) <ul style="list-style-type: none">• 【広島県】夏のおすすめ観光スポット9選 #HIT 編集部 https://dive-hiroshima.com/feature/summer-recommended-spots/• 【広島県】雨の日でも楽しめる！広島のおすすめ観光スポット https://dive-hiroshima.com/feature/feature-98332/ 艶やかにライトアップされた紅葉 https://dive-hiroshima.com/feature/kouyou-lightup/• 【秋の広島】泊まってこそ楽しめる夜ふかし旅 ライトアップと夜グルメ https://dive-hiroshima.com/feature/feature-99213/• 【旬旅】泊まったついでに秋の味覚に触れてみてよかった 3 選 https://dive-hiroshima.com/feature/feature-99423/• いつ来ても今が旬！？四季折々の出会いを楽しめる「瀬戸内さかな」 https://dive-hiroshima.com/feature/seafood/• 【おいしい広島】海の幸だけじゃない！中国山地が育んだ、極上の黒毛和牛「比婆牛」 https://dive-hiroshima.com/feature/feature-102146/

12 ページビュー数の略で、Web ページが閲覧された回数。

13 ユニークユーザー数の略で、特定の期間内にサイトを訪れた人数。

	<ul style="list-style-type: none"> <p>• 【三連休におすすめ】子どもが喜ぶ秋の自然体験旅 森に泊まって秋を満喫</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-100200/</p> <p>• 電車も、船も、潜水艦も！自由研究にもおすすめの広島「乗り物」特集</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-101185/</p> <p>• 【広島秘境】すごいパワーにめざめそうなホットスポット</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-100182/</p> <p>• 【まとめ】広島好きに、聞きました！ご当地おみやげなにがいい？特集</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-102842/</p> <p>• 【2025 年最新】日帰りでも泊まっても！週末に行きたい登山旅 山と温泉</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-103010/</p> <p>• 【2025 年版】広島を満喫！おすすめ観光体験8選 #HIT編集部</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-105167/</p> <p>• 【2025 年秋】尾道・福山で楽しむ街なかアート旅 建築祭と現代アート展</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-103686/</p> <p>• 【広島流星群】宇宙の話がしたくなる絶景天体観測スポット</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-105882/</p> <p>• 【広島モーニング】2026 年版広島通が教える！おすすめ朝食4選</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-103525/</p> <p>• 【2026 年版】広島の温泉 22 選 日帰り・温泉宿・絶景・秘湯までエリア別まとめ</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/wakuwaku-onsen/</p> <p>• 【2025 年版】広島県のイルミネーション・クリスマスイベント特集</p> <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-110895/</p> <p>• 【2025-2026】広島のスキー場まとめ スキーバス情報も！ ひろしま HOT! SNOW</p>
--	--

	<p>https://dive-hiroshima.com/feature/ski/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【ひろくま旅】ひろくま電車のあの景色はどこ？ ひろくまの足跡をたどる広島旅 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-110142/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【ひろくま旅】ひろくまの足跡をたどる1泊2日の広島旅 <p>https://dive-hiroshima.com/course/course-111685/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【2025-2026 年版】心あたたまる”冬の広島”へ 広島県 冬のおすすめ観光体験8選 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-111397/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 広島牡蠣完全ガイド！1年中美味しい理由から旬、必ず食べたいグルメまで徹底解説！ <p>https://dive-hiroshima.com/feature/kaki/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【広島島根】豊かさって何だろう、と考えたくなる旅 ひろしまね旅 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-114392/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【広島島根】縁結びの聖地 出雲大社 へと続く、古き良き歴史旅 ひろしまね旅 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-114472/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【広島島根】美肌の湯 玉造温泉 の道中で行く、外さない定番旅 ひろしまね旅 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-114552/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【2026 年版】広島でホテル観賞できる人気スポット特集 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-117645/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【2026 年版】広島の潮干狩りはいつできる？時期&干潮情報の基本ガイド <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-117678/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 宮島や原爆ドームへ直行！広島を走る路面電車「広電」徹底ガイド <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-115508/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【2026 年版】夜桜・一本桜・桜まつり 絶景スポット&開催情報まとめ <p>https://dive-hiroshima.com/feature/sakura/</p> <ul style="list-style-type: none"> • 【2026 年春版】広島の桜の名所・お花見スポットまとめ！定番から穴場まで一挙ご紹介 <p>https://dive-hiroshima.com/feature/feature-89290/</p>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> 港町・鞆の浦をひろくまと巡る、フィルムレトロさんぽ https://dive-hiroshima.com/feature/feature-116566/ 広島県の「道の駅」特集！グルメやお土産など 21 施設の魅力をエリア別にご紹介 https://dive-hiroshima.com/feature/feature-117777/ 【尾道観光】坂道めぐりと海辺さんぽ、しまなみ海道まで魅力を一挙ご紹介 https://dive-hiroshima.com/feature/feature-117415/ 【2026 年版】広島県のひな祭りイベント特集 華やかなおひなさまに会いに行こう！ https://dive-hiroshima.com/feature/feature-118191/ 【2026 年版】広島のいちご狩りスポット 9 選 https://dive-hiroshima.com/feature/feature-118204/ 広島の花畑はここへ行こう！春・夏・秋の見頃とおすすめ絶景名所 https://dive-hiroshima.com/feature/flower/ 【2026 年版】広島のイチオン観光体験が決定！～HYPP AWARD 受賞プロダクト～ https://dive-hiroshima.com/feature/feature-119089/ 広島・世羅町の絶景花畑！季節の見頃とイベント・楽しみ方を紹介 https://dive-hiroshima.com/feature/feature-115804/
--	--

《SNS》

	フォロワー数	投稿数	リーチ数
Instagram	50,505 人 (昨年比+8,070 人)	119 投稿	約 1,251 万リーチ
X(旧 Twitter)	15,756 人 (昨年比+1,477 人)	524 投稿	約 325 万リーチ
合計	66,261 人	643 投稿	約 1,576 万リーチ

《マスメディア》

テレビ	<ul style="list-style-type: none"> 関西テレビ「ウラマヨ！」(令和 7 年 9 月 13 日) 山邊 CP 出演、ひろくま紹介、コウネを流行らせたいんじゃ紹介 TBS「王様のブランチ」(令和 7 年 9 月 27 日) 首都圏広報との連携により、西条酒蔵通り、minamoa の紹介 広島ホームテレビ「ピタニュー」(令和 7 年度 32 回放送)
-----	---

	<p>HIT オススメ観光情報(主に HYPP プロダクトから紹介)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 広島テレビ「テレビ派」(令和 7 年度毎週木曜日) 山邊 CP のコメンテータ出演 (令和 7 年 7 月 3 日、星野佳路対談「広島観光のミライ」) • 広島テレビ「テレビ派」(令和 7 年 4 月 23 日、6 月 25 日) HIT ひろしま観光大使制度の紹介 • 日本テレビ「news every.」(令和 7 年 8 月 6 日) 尾形さん(HIT ひろしま観光大使)出演 • テレビ朝日「マツコ & 有吉かりそめ天国」(令和 7 年 7 月 4 日、8 月 1 日) 情報提供、映像提供 • テレビ朝日「ワイドスクランブル」(令和 7 年 4 月 30 日) 首都圏広報との連携により世羅高原農場から中継 • テレビ朝日「帰れマンデー見っけ隊！」(令和 7 年 7 月 5 日) 情報提供、映像提供、ナレーション原稿確認 • 日本テレビ「遠くへ行きたい」(令和 8 年 3 月 1 日) 首都圏広報との連携により鞆の浦(福山市)の体験コンテンツの紹介 • 日テレ「メシドラ 兼近 & 真之介のグルメドライブ」(令和 7 年 12 月 28 日) 尾道のドライブスポットの紹介 • テレビ朝日「大人の修学旅行」(令和 7 年 10 月 12 日) ドローン映像提供 • BS テレビ東京「飯尾和樹のずん喫茶」(令和 7 年 10 月 12 日) • ドローン映像提供 • 日テレ「満点☆青空レストラン」(令和 7 年 12 月 27 日) 首都圏広報との連携により福山市の紹介 • TSS「新春釣り SP チョコプラ鍋」(令和 8 年 1 月 4 日) 首都圏広報との連携により尾道の紹介
ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> • 広島 FM「だん RUN ラジオ」(令和 7 年度 11 回放送) おすすめスポットやイベントを 3 ヶ所紹介 • JWAVE「生田絵梨花の DRIVING WITH YOU」(令和 7 年 7 月 10 日) 広島観光情報の紹介 • RCC ラジオ「本名正憲のおはようラジオ」(令和 7 年 9 月 23 日) 秋のおすすめスポット、Dive! Hiroshima、サンフレッチェ広島 コラボ企画の紹介

- 広島県観光アシスタント「広島きんさいと」を新たに 2 名選出し、各地のイベント等に派遣し、広報活動を行った。

《広島きんさいと活動状況》

イベント名	実施日	場所	活動内容
-------	-----	----	------

2025ひろしまフラワーフェスティバル	令和7年5月3日、5日	広島市平和通り	花車乗車
福山ばら祭2025	令和7年5月18日	福山駅周辺	パレード参加他
第28回全国菓子大博覧会・北海道あさひかわ菓子博2025	令和7年5月31日	北海道旭川	ステージ PR 他
J-WAVE ラジオ	令和7年7月20日	カバーエリア:首都圏	ラジオ出演
Kobe Love Port・神戸みなとまつり 2025	令和7年7月27日	兵庫県神戸市	観光 PR
神戸メディア訪問 (神戸新聞社、ラジオ関西、KissFM)	令和7年7月28日	兵庫県神戸市	観光 PR
来てつかあさい♥上下夏まつり	令和7年8月15日	広島県府中市上下町	観光 PR、パレード等
ふるさと全国県人会まつり2025	令和7年9月7日～8日	名古屋市久屋大通公園	ステージ PR 他
一般社団法人東京広島県人会 令和8年新春懇親パーティー	令和8年1月27日	東京都渋谷区	ステージ PR 他
第29回広島県雪合戦大会 雪合戦ひろしま2026in 高野	令和8年2月1日	広島県庄原市	イベント補佐
JR カープラッピングトレイン 出発式	令和8年3月24日	広島県広島市	式典立会
広島 FM	令和7年度毎月末土曜	広島市	ラジオ出演

イ 県域の CRM プラットフォーム(ひろしま観光アプリ「KINSAI」)の開発と運用

- 令和7年6月に多言語(英語・繁体字中国語)翻訳機能をリリースした。これにより、英語・繁体字中国語ユーザーにも HIT 及び観光大使をはじめとした県内ユーザーからの情報が届けられるようになった。
- 令和8年2月にユーザーの利便性向上のため、観光大使に質問依頼が届く回答リクエスト機能、質問者から回答者にお礼を送ることができるベストアンサー機能、スタンプラリー達成時に即時にアプリ上で告知する機能などをリリースした。
- 新機能の開発に加え、ユーザー活性化に向けたメールマガジン・ユーザー抽選などの運用や、Web マーケティング、サンフレッチェ広島との協業などを通じて、登録者の募集活動に取り組んだ。

- KINSAI のチェックイン機能を活用した周遊促進として、複数のスタンプラリーキャンペーンを実施した。

企画名	実施期間	対象エリア	参加者数
KINSAI でおトクにはしご酒	令和 7 年 2 月 1 日 ～6 月 30 日	広島市 65 か所	148 人
HAGW 2025 県内のアートギャラリーや関連スポットをめぐる GW のお出かけコース	令和 7 年 4 月 27 日 ～5 月 6 日	県内全域 26 か所	55 人
モンスターサンチェ★おもてなし企画2025	令和 7 年 10 月 1 日 ～31 日	広島市 50 か所	465 人
KINSAI 宮島スタンプラリー	令和 7 年 10 月 20 日 ～令和 8 年 2 月 15 日	廿日市市 12 か所	1,835 人
SKIめぐり 雪山スタンプラリー 2025 - 2026	令和 7 年 12 月 2 日 ～令和 8 年 3 月 1 日	庄原市・廿日市市・安芸高田市・北広島町 29 か所	325 人
広島子どもたちオススメ観光地ラリー	令和 8 年 2 月 2 日 ～3 月 15 日	広島市・呉市・竹原市・尾道市・福山市・三次市・庄原市・東広島市・廿日市市・安芸太田町・大崎上島町・安芸高田市 25 か所	474 人

ウ HIT ひろしま観光大使の登録促進と活動機会の創出

- 各種イベントにおける募集活動や、企業や学校等を通じた団体登録促進の取組を実施した。
- 登録を促進するための、登録フォーム並びに運用フローの見直しを実施。ユーザーがより登録しやすく、なお且つ管理業務効率化やWeb3 技術の活用を見越した DB 管理を行うべく、新たな運用フローを検証。現状 DB のクレンジング業務も並行して実施している。
- 県内小学校(牛田新町小学校、吉島東小学校など)の総合学習と連携した、こども目線で観光を考えるプロジェクト「#がっこうでかんこう」を実施。学校側のニーズである①学びによる地域貢献②活動の可視化 を満たせるようパッケージ化。(A:オリジナル授業 B:名刺・任命状授与のみ)広島県の新たな魅力発掘やオーバーツーリズム問題などの学習を通じてシビックプライド醸成に繋げた。また、HP 掲載や各種メディア連携を図ることで、HIT ひろしま観光大使に関する情報を効率的に発信した。

- 新規登録促進及び既存大使の活動量 UP を目的とした連動施策を実施。
Instagram での#投稿キャンペーンに参加したユーザーへ、アンバサダーの活動を讃えるイベント(HIT AWARD 2025)の周知を実施。またキャンペーン入賞者に対しては同イベント内で表彰するなど、一貫したコミュニケーションで、新規登録から活動量 UP を促すための連動施策を企画・検証した。
- HIT ひろしま観光大使の認知度向上と登録を促進するため、HIT ひろしま観光大使のシンボルである「ひろくま」が、各種イベントや SNS 公式アカウント(総フォロワー: 15 万人突破)等で広報活動を行ったほか、広島県が行う「おいしい! 広島」との連携事業として、広島の様々なグルメが描かれた「ひろくま切手」を販売した。

《ひろくま活動状況》

活動区分	イベント名	実施日/期間	場所
広報活動	ひろくま切手販売開始に伴う知事表敬	令和 7 年 5 月 15 日	広島県
	ひろしまブランドショップ TAU 祝・来館者 1000 万人記念セレモニー	令和 7 年 5 月 27 日	東京都
	大阪・関西万博 広島県ブースオープニングセレモニー	令和 7 年 8 月 5 日	大阪府
	香港旅行博	令和 7 年 9 月 25 日 ~28 日	香港
	ツーリズム EXPO	令和 7 年 9 月 27 日 ~28 日	愛知県
	大丸OK広島フェア	令和 7 年 10 月 11 日	兵庫県神戸市
	郵便局年賀状発売開始セレモニー	令和 7 年 10 月 30 日	広島県広島市
	クリスマス点灯式・ブランドプリンスホテル	令和 7 年 11 月 7 日	広島県広島市
	広電ひろくまラッピング電車お披露目式	令和 7 年 12 月 12 日	広島県廿日市市
	広島ふるさと祭り2026	令和 8 年 1 月 10 日	東京都上野公園
	島根ふるさとフェア 2026	令和 8 年 1 月 18 日	広島県広島市
	ひろしまど真ん中祭り	令和 8 年 3 月 7 日 ~8 日	広島県広島市

	JR カープラッピングト レイン 出発式	令和 8 年 3 月 24 日	広島県広島市
	minamoa1 周年記念	令和 8 年 3 月 26 日	広島県広島市
グッズ販売	ポップアップショップ	令和 7 年 7 月 29 日 ～8 月 17 日	広島 PARCO
	ポップアップショップ	令和 8 年 2 月 6 日 ～18 日	東京都新宿区
テレビ出演	広島テレビ 「テレビ派！」	令和 7 年 6 月 25 日 OA	広島市
	関西テレビ 「ウラマヨ！」	令和 7 年 9 月 13 日 OA	関西圏
	RCC 天気予報	令和 7 年 11 月 24 日 OA	広島県広島市

他 42 件

- 連携協定を結ぶ NTT ドコモビジネスが人型映像の AI 観光大使を開発し、宮島口の観光施設 etto にて多言語観光案内の実証実験を実施した。

② 取組の成果

- 各種情報発信や来訪意欲を喚起する取組を推進するとともに、市町・観光協会・DMO 等との連携を深め、旬の情報を最適なタイミングで発信した。これにより、広島県の多彩な魅力を効果的に発信し、観光地としての認知度向上及び誘客促進につなげた。

《SNS》

表示回数	約 12,135 万回(年間目標進捗 212%)
------	--------------------------

- 登録フォームや運用フローといった登録制度を根本から検証・再設計した。一貫したコミュニケーションで Instagram#投稿キャンペーンと表彰式(HIT AWARD 2025)を連動させることにより、新規登録して終わりではなく継続したコミュニケーションの機会を創出した。並行して次世代の広島を担う若年層(今年度は特に小学校)へのアプローチを強化し、194 人の小学生が新たに観光大使となった。そして目標として掲げていた大使制度運用に必要な「登録・運用・育成」それぞれの足場強化を実現した。

《HIT ひろしま観光大使》

登録者数	31,887人
新規登録者数	2,041 人(年間目標進捗88%)
Instagram における 「#HIT ひろしま観光大使」の投稿数 (2020 年 4 月からの累計)	約20.7 万件

「#HIT ひろしま観光大使」の新規投稿数	約 31,000 件(年間目標進捗 47%)
-----------------------	------------------------

- KINSAI の運用強化によるサービス・機能向上により、アプリ登録者数が増加したほか、「ヒロシマニア」や「質問」のコーナーでガイドブックには無い地域のニッチな口コミ情報を多数掲載した。また、チェックイン機能を活用したスタンプラリーキャンペーンの実施により、観光客の県内周遊を促進した。

《KINSAI》

登録者数	40,051 人	
新規登録者数	5,975 人(年間目標進捗 99.5%)	
ヒロシマニアへの投稿	1,948 件(昨年度末比+655 件)	
「質問」コーナーへの投稿	質問数	3,304 件(昨年度末比+1,008 件)
	回答数	12,305 件(昨年度末比+2,572 件)
チェックイン数	71,607 回(昨年度末比+43,178 件)	

③ 次年度に向けた課題

- オウンドメディアを中心とした発信であるため、情報の受け取り手が限定的である。
- KINSAI 独自開発及び利用拡大への費用/人的リソースが共にひっ迫。改善・拡張のスピードが追い付かず、利用者利便性が向上せず。
- HIT ひろしま観光大使の周知が不足しており、登録者数が伸びていない。また、大使に求めることや制度の設計が不明確であるため、登録した大使の活動も限定的である。

(3) 決算額

区分	金額(千円)
広島ファンの増加(国内:メディアプロデュース)(※)	90,674
合計	90,674

※このうち、「観光大使」「CRM」に係る決算は、「6.マーケティング」に計上

4. 広島ファンの増加(国内:セールス)

(1)目的

- 広島県全体の観光振興につながる「団体戦」の体制を構築し、広島県の観光地としての認知度向上などに資するパートナーとの協働を推進する。

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 「団体戦」体制の構築に向けた基礎作り

パートナーと連携した企画の進捗状況を可視化し、協議などから得た知見を蓄積・一元管理するため、法人 CRM プラットフォーム(HubSpot)の利用を開始し、市町や事業者等のパートナーとの信頼関係に基づく協働が推進できる体制を構築している。

利用開始日	令和7年9月10日
企画・協議等登録件数	998件
登録内容	・パートナー等訪問・協議履歴 ・企画進捗状況 ・今後の進め方などのコメント・アドバイス

イ 周遊促進に向けた OTA 登録の推進

- 県内の周遊促進につなげるため、複数の OTA と連携し、17の観光施設の登録した。

施設名等	内容	所在地	登録 OTA
縮景園	入場券	広島市	Klook・アソビュー
広島サッカーミュージアム	入場券	広島市	Klook
安佐動物公園	入場券	広島市	Klook・アソビュー
MAZDA ZoomZoom スタジアム	入場券	広島市	Klook
広島漆芸	漆塗り体験	広島市	Klook
Nippon Journey	書道体験	広島市	Klook(楽しい広島パス ¹⁴)
ひろしまきもの遊び	着付け体験	広島市	Klook(楽しい広島パス)
福屋	商品券	広島市	Klook(楽しい広島パス)
広島城遊覧船	乗船券	広島市	アソビュー・じゃらん
CROSS	着付け体験	広島市	じゃらん
呉湾艦船めぐり	乗船券	呉市	Klook
平山郁夫美術館	入館券	尾道市	Klook
SUIGUN RIBTOURS	クルーズ体験	尾道市	Klook・アソビュー・じゃらん
神勝寺	入場券	福山市	Klook

14 複数の交通・観光施設の割引クーポンなどがセットになったチケット。

仙石庭園	入場券	東広島市	Klook
世羅高原農場	入場券	世羅町	Klook・アソビュー
三景園	入場券	三原市	Klook

- Dive! Hiroshima など HIT のオウンドメディアに掲載している観光情報について、観光客の興味関心を高め、県内周遊につながるようリバイスを進めるほか、パートナーなどへの個別訪問での説明を通じて情報拡充を図っている。

ウ 地域の観光素材を活用した誘客促進

県内市町などが有する観光資源やHYPPで造成した観光コンテンツの情報を集約し、BtoB プロモーションに活用する観光素材集「旅の素」を制作し、旅行会社との商談会などで情報提供を行い、旅行商品造成への働きかけを実施している。

《商談会》

商談会名	日程	実施場所	商談数
阪急交通社 中四国支部 商談会	令和 7 年 5 月 14 日	JR ホテルクレメント 徳島	10 社
阪急交通社 中四国支部 商談会	令和 7 年 12 月 3 日	ANA クラウンプラ ザホテル広島	11 社
全国旅行業協会 広島県支部 商談会	令和 7 年 12 月 8 日	ヒルトン広島	15 社
KNT-CT パートナ ーズ会中国四国連 合会 商談会	令和 8 年 2 月 9 日	岡山 杜の街グレー ス	9 社
全国旅行業協会 九州支部 商談会	令和 8 年 3 月 13 日	福岡国際会議場	10 社

《訪問》

訪問先	日程	地域	訪問数
広島湾バイエリア・ 海生都市圏研究協 議会 九州プロモーション	令和 7 年 6 月 19 日 ~20 日	福岡、熊本、佐賀、 長崎	22 社
愛知エージェン ト訪問	令和 7 年 9 月 9 日 ~10 日	愛知	9 社
広島湾バイエリア・ 海生都市圏研究協 議会 関東プロモーション	令和 7 年 12 月 16 日 ~19 日	東京、埼玉、千葉	20 社
関西エージェン ト訪問	令和 8 年 1 月 26 日 ~28 日	京都、大阪、兵庫	21 社

「旅行博」

旅行博	日程	実施場所	来場数
九州旅行博覧会 ～ トラベラーズフェス 2026～	令和 8 年 2 月 21 日 ～22 日	福岡国際センター	300 人

② 取組の成果

- HIT 内での円滑な情報共有を通じて、「オール広島」での観光振興の基盤整備を促進した。
- パートナー等と積極的なコミュニケーションを図り、誘客施策を展開する前提となる広島県内の観光施設や体験型コンテンツの OTA 登録などの推進を図り、広島県内の周遊促進に資する協業活動を実施した。

新規 OTA 登録数	17施設・体験(年間目標 25 施設・体験)
Dive! Hiroshima の情報改修	113 件 (年間目標 78 件)

- 観光素材集を活用し、旅行会社などへ広島の新たな観光の魅力について情報提供を実施した。

③ 次年度に向けた課題

- 観光地としての広島県の魅力を訴求するために、パートナーなどが実施する取組と HIT の施策を連動させ、広島県全体としてより効果的な観光振興につなげる必要がある。
- 広島県への誘客促進のため、オウンドメディアの情報拡充や OTA に登録されている広島県内の観光施設や体験型コンテンツを更に増やしていく必要がある。また、広島の観光地としての魅力発信や予約・来訪に伴う口コミなどについて、OTA 上での情報の充実が不十分な状況である。
- 関連団体との連携による誘客促進を引き続き強化する必要がある。

(3) 決算額

区分	金額(千円)
広島ファンの増加(国内:セールス)	1,989
合計	1,989

5. 広島ファンの増加(海外:セールス)

(1)目的

- 重点市場と位置付けている香港、シンガポールなどからの誘客拡大に向け、「日本に来たら必ず行くべき観光地」としての認知を拡大し、令和7年に外国人宿泊者数320万人泊を達成する。

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 航空会社、JR等との連携施策による周遊促進

- 航空会社と連携し、個人旅行者に向け、発地－羽田・成田空港－広島空港間の航空券の割引キャンペーンを実施している。また、団体旅行向けとして、宿泊と航空券をセットにした商品を旅行会社経由で販売している。さらに、将来的な来訪増に向けて、各連携事業体のウェブサイトに広島特集ページ等を設置し、訪日関心層等に向けた広島の認知向上にも取り組んでいる。

航空会社	プロモーション実施期間	対象市場	実績
JAL	令和7年9月～ 令和8年3月	印	7社新規7商品造成
ANA	令和7年4月～ 令和8年1月	星 ¹⁵ 、豪、タイ、印	対前年比 100%

- 広島空港直行便を活用した来訪増に向け、航空会社及び広島空港振興協議会と連携し、オンライン広告等の取組を強化している。

対象市場	連携先	取組内容	実施期間	実績
台湾	チャイナエアライン、広島空港振興協議会	オンラインプロモーション	令和7年7月～令和8年3月	宿泊者数 2024年同月比 105%
韓国	チェジュ航空、広島空港振興協議会	オンラインプロモーション	令和7年6月～令和8年3月	宿泊者数 2024年同月比 107%
	エアロK、広島空港振興協議会	オンラインプロモーション	令和7年9月～令和8年3月	
香港	香港エクスプレス	オンラインプロモーション	令和7年7月～令和8年3月	宿泊者数 2024年同月比

15 シンガポール。

			(日中関係を鑑み一部延期)	124%
中国	中国国際航空、中国東方航空、広島空港振興協議会	オンラインプロモーション	(日中関係を鑑み中止)	—

- JR 西日本及び JR 東海と連携し、JR 周遊パスチケットや個札チケット、アクティビティの販売力がある OTA(オンライン旅行会社)の Klook において、広島県のコンテンツを JR チケットと組み合わせて販売することで、関西・福岡・首都圏からの誘客及び県内周遊を進めている。

連携先	実施期間	対象市場	実績
JR 西日本	令和 7 年 5 月～9 月	韓国(大阪 IN)	前年対比 120%
JR 西日本	令和 7 年 12 月 ～令和 8 年 3 月	韓国(福岡 IN)	前年対比 201%
JR 西日本	令和 8 年 1 月～3 月	香、台、星、欧米豪	前年対比 124%
JR 東海	令和 7 年 11 月 ～令和 8 年 3 月	欧米豪中心	前年対比 121%

イ OTA(オンライン旅行会社)を活用した誘客促進と情報発信

- 欧米豪の旅行者の利用率の高い OTA と連携し、東京・京都・大阪を検索している層をターゲットとした広告を実施。広告から誘導した広島特集ページでは、日帰り可能な 2 つの世界遺産に加え、各市場の嗜好に合わせた県内各地の魅力(ドライブ周遊、ご当地グルメなど)を発信することで、広島での宿泊増につなげた。

OTA	実施期間	対象市場	実績
Trip Advisor	令和 7 年 6 月 30 日 ～令和 8 年 3 月 31 日	米、豪、英、仏、独、伊、西 ¹⁶	対前年比 113%
Expedia	令和 7 年 7 月 14 日 ～10 月 31 日	米、加、豪、西	対前年比 117%
Expedia	令和 8 年 2 月 1 日 ～3 月 31 日	米、加、豪、西、伊	対前年比 180%
Expedia (東京都連携)	令和 7 年 9 月 3 日 ～12 月 2 日	米、豪	対前年比 116%
Japan	令和 7 年 7 月 1 日	仏、独、伊、西	対前年比

16 スペイン。

Experience	～11月28日		127%
Japan Experience	令和8年1月 ～3月31日	仏、独、伊、西	対前年比 128%

- アジア、北米エリア等において、JR 周遊パスチケットや個札チケット、アクティビティの販売力がある OTA(オンライン旅行会社)の Klook と連携し、JR チケットと組み合わせたエリア周遊商品¹⁷の「Klook Pass Hiroshima」を販売し、関西・福岡・首都圏からの誘客及び県内周遊を進めている。東京、大阪・京都、北海道、沖縄など日本の主要観光地で利用できるエリア周遊パス商品の中で、「Klook Pass Hiroshima」は東京に次ぐ売上となっている。

OTA	広告掲載期間	対象市場	実績
Klook	令和7年7月21日 ～11月30日	米、豪、星、香、台	対前年比 196%

ウ 在広、在日外国人による口コミ施策の展開

- BtoC 向け旅行博に出展し、広島県の魅力発信や「ひろくま」を活用したプロモーションを実施した。

イベント名	実施期間	実施場所	来場者数
香港ホリデー&トラベル エキスポ2025	令和7年9月25日 ～28日	香港	25万人

- BtoC 向け旅行博に出展し、広島県の魅力発信を行うとともに、ニーズの把握など市場調査を実施している。

イベント名	実施期間	実施場所	来場者数
Japan Expo 2025	令和7年7月3日 ～6日	フランス (パリ)	25万人
広東国際旅遊産業博覧 会2025	令和7年9月12日 ～14日	中国 (広州)	15万人
Manga Barcelona	令和7年12月5日 ～8日	スペイン (バルセロナ)	16万人
Los Angeles Travel & Adventure Show	令和8年3月7日 ～8日	アメリカ (ロサンゼルス)	1.7万人

- BtoB 向け旅行博に出展し、現地旅行会社との商談などにより広島への来訪ルートを組み込んだ旅行商品造成の協議を計画したが、現地の治安悪化により中止。

イベント名	実施期間	実施場所	来場社数
-------	------	------	------

17 複数種類の関連商品をセットで販売する商品。

Japan Roadshow 2025 (現地治安悪化により中止)	令和7年11月17日 ~21日	インド (デリー・ムンバイ・バンガロール)	60社 (当初見込)
---	--------------------	--------------------------	---------------

- 航空会社(チャイナエアライン)、広島空港振興協議会と連携して BtoC 向け旅行博に出展し、4月からより台湾の方が利用しやすいダイヤとなった広島-台北便を活用した広島旅行の情報発信を行った。

イベント名	実施期間	実施場所	来場者数
2025台北国際観光博覧会	令和7年5月23日 ~26日	台湾 (台北)	36万人
2025台北国際旅行博	令和7年11月8日 ~9日	台湾 (台北)	36万人

- 広島情報の発信や、メンバー同士の情報交換の場として、台湾・香港・シンガポール向けの SNS コミュニティを運営し、広島ファンの拡大を図っている。

対象市場	Facebook コミュニティ登録者数	R7年10月31日 時点比
台湾	35,351人	114.8%
シンガポール	4,325人	100.5%
香港	5,848人	113.5%
合計	45,524人	113.1%

- SNS などで発信力を持つ海外インフルエンサー(KOL¹⁸)、海外旅行会社、新聞社、雑誌社を対象に FAM トリップを実施し、観光地としての広島の認知拡大、広島ファンづくりを行っている。

対象者	取材期間	概要
独 新聞社	令和7年5月22日 ~26日	被爆80周年に合わせ、広島市を取材
仏 雑誌社	令和7年6月1日 ~5日	福山、尾道、広島、大竹において、「アート」「建築」に特化した取材
仏 YouTuber	令和7年6月27日 ~29日	被爆80周年に合わせ、平和記念公園・大久野島において、被ばくからの再生ストーリーを取材
香港 KOL	令和7年7月30日	広島、宮島、尾道において、「食」に特

18 キーオピニオンリーダー 特定の分野において専門的な知識や見識をもち、その領域で高い信頼性と影響力を持つ者。

	～8月1日	化した取材
香港 TV局	令和7年9月17日 ～23日	総合エンターテインメントテレビチャンネル「viuTV」の番組企画として「お仕事体験」の撮影
仏 旅行会社	令和7年10月2日 ～4日	マルセイユ BtoBtoC 専門旅行会社。40～60代ファミリー、シニア層をターゲットとしたコンテンツを取材
台湾 KOL	令和7年10月8日 ～13日	40代女性をターゲットとし、「家族旅行の目的地としての広島」という切り口で、レンタカーを使った子供が楽しめる体験コンテンツを中心に取材
仏 雑誌社	令和7年10月11日 ～13日	日本の秋をテーマに、尾道と広島間のエリアの日常や職人の技を取材
台湾 KOL	令和7年11月15日 ～19日	20代女性をターゲットとし、「女子旅の目的地としての広島」という切り口で、グルメやショッピングを中心に取材
香港 KOL	令和8年2月17日 ～19日	東広島、尾道、瀬戸田を周遊しながら、地元の食・日本酒などの魅力を「共感できるリアルな体験」としてストーリーづけを行う取材
スウェーデン 雑誌社	令和8年3月4日 ～7日	JNTOからの依頼 旅行雑誌「Vagabnd」によるしまなみサイクリングを中心とした取材

- Klook が主催するイベント「Kreatorverse(クリエイターバース)2025」を広島に誘致し、情報発信力の高いインフルエンサー120名以上が世界15か国から来広した。インフルエンサーは、県内各地を巡り、平和文化や世界遺産、瀬戸内の自然や食などを体験・取材し、その様子を SNS で発信することにより、若い世代へ広島の認知拡大、広島ファンづくりや OTA を通じた旅行予約を促進した。

② 取組の成果

- 重点市場におけるプロモーション等の実施により、広島県の観光地としての認知度向上及び広島県への誘客を促進した。
- 航空会社、JR、OTA 等との連携により、直接的な広島への来訪増のための情報発信を効果的に実施した。

2025年1～12月のインバウンド宿泊者数(速報値)	212万人泊(年間目標320万人泊)
----------------------------	--------------------

2024年1~12月比	108%
-------------	------

- 広島県を訪問したインバウンド客による自主的な投稿や、旅行前の質問が Facebook グループ内で増加した結果、コミュニティ全体の広島ファンが拡大した。

広島ファンの増加	令和7年10月31日	40,238人
	令和8年3月31日	45,524人
	113.1%(10月31日時点から+13.1%)	

③ 次年度に向けた課題

- 関西・福岡・首都圏からの誘客を図るため、関係団体との連携を強化する必要がある。
- 2つの世界遺産以外のエリアへの周遊促進や宿泊増に向け、2つの世界遺産プラス1の情報発信の取組みを強化していく必要がある。
- 一過性のプロモーション(フロー型)だけに依存せず、口コミ等が蓄積・拡散されるストック型の情報発信により、自走的かつ持続的に外国人旅行者を増やす取組が必要である。

(3)決算額

区分	金額(千円)
広島ファンの増加(海外:セールス)	299,620
合計	299,620

6. マーケティング

(1) 目的

- 観光に関するデジタルデータの分析等を通じて、多様化する観光客のニーズや観光を取り巻く環境変化を把握し、観光施策に反映する。
- 得られたデータを事業パートナーと共有し、県域において一体的に観光施策を実施するための仕組みを構築して、リピータブルな観光地づくりにつなげる。

(2) 令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 戦略・施策へのデータ活用

- 「ひろしま観光立県推進基本計画」等において指標となっている観光消費額、観光客数、観光客満足度等の観光基礎データに関する観光統計調査を実施した。収集した基礎データはひろしま公式観光サイト「Dive! Hiroshima」の統計ページに DMP を整備し、可視化・公開した。

≪観光統計調査の実施実績≫

調査種別	調査方法	取得データ内容
広島県観光客数の動向	市町毎の調査(施設等へのヒアリング)を基に推計	観光消費額、総観光客数 等
観光地点パラメータ調査(日本人/外国人)	対面調査(20 地点)/四半期ごと 日本人:2,000 人、外国人:300 人	消費額単価、訪問地点数 等
インターネットを用いた日本人パラメータ調査	WEB 調査/年 2 回、7 月、12 月実施 対象者:広島県旅行者1,800人	再来訪意向度 等
県民向け観光振興に対する住民満足度調査	WEB 調査/年 1 回 1~3 月実施 対象者:広島県内在住 1,000 人	満足度、観光施策認知度 等

- 事業進捗を確認し、改善へと繋げるため、毎週 HIT 内で可視化した週次データを用い、モニタリング会議を実施した。
- データの活用を進めるため、観光統計調査では把握しにくい消費行動データ等の収集に向けて、ビッグデータを有する企業(株式会社リクルート、株式会社 NTT ドコモ)と連携協定を締結している。ドコモとは、KINSAI アプリで対象店舗に QR チェックインをすると特典が得られる「おトクにはしご酒」キャンペーンの実施で連携した。
リクルートからは、じゃらんの宿泊・遊び体験の予約等のデータやキャッシュレス決済データをダッシュボードで提供してもらい、データ分析に基づくセールス事業部の施策に役立てている。
- 本年度は新たに NTT ドコモビジネス・早稲田大学との協働で、ビッグデータを活用した分析を通じて、マーケティングに活かす実証実験を開始し、インバウンド観光客を対象にした人流分析・ソーシャル分析を実施の他、国内観光客を対象として人流分析、ひろしま観光大使の SNS 投稿と活動分析を継続している。また宮島口の観

光施設 etto にて、AI を搭載した人型映像「デジタルヒューマン」を用いた多言語観光案内を試行的に行った。

- 実務に活かせるデータ活用方法の浸透を目指し、従来実施している市町等向け勉強会を 6 回開催した。

《市町等を対象にした勉強会の実施実績》

実施日	対象	テーマ	参加者数
7月31日	市町等	・HIT におけるデータ活用 ・Dive! Hiroshimaに掲載している観光統計(DMP) ・おでかけウォッチャー操作方法	19名
9月18日	市町等	・おでかけウォッチャー活用勉強会	25名
10月28日	市町等	・地域経済分析システム RESAS ～ データ活用実践講座 観光編 ～	29名
11月25日	市町等	・インバウンド人流データ・ソーシャル分析の事例紹介 -NTT ドコモビジネスとの実証実験より-	15名
1月28日	市町等	・2025年広島県来訪者の動向	19名
2月17日	市町等	・統計が覆す観光戦略の常識 -その KPI は成長につながるか-	20名

イ 外部連携推進

- リクルート・NTT ドコモ・NTT ドコモビジネス×早稲田大学との連携に加えて、京都市観光協会(DMO KYOTO)とのガイド研修事業を継続するほか、安田女子大学とは、観光課題解決に向けた取組の検討を継続している。

② 取組の成果

ア 戦略・施策へのデータ活用

- 観光統計の調査やデータ収集を計画通り実施し、収集したデータを DMP で公開することで、広島県の状況を客観的に把握することにつながった。
- 市町や観光協会・地域 DMO に対しては、データの活用に向けて外部講師や県内 DMO の活用事例、分析事例を交えながら勉強会を開催したほか、随時寄せられる統計・データに関する問合せへの対応を行った。

イ 外部連携の推進

- NTT ドコモビジネスとの連携を通じ、AI を搭載した人型映像「デジタルヒューマン」を用いた多言語観光案内を試行し、将来的な可能性を確認することができた。また、国内観光客を対象とする人流分析、ひろしま観光大使の SNS 投稿と活動分析を継続実施している。さらに、来年度以降の施策形成を見据え、インバウンド観光客を主な対象とする人流分析・ソーシャル分析を行い、市町訪問を通じてデータの共有や意見交換を行っている。

③ 次年度に向けた課題

- 効果的な施策の立案、実施・効果検証のため、より多様なデータを確保する必要がある。また、データの解釈や読み取り方を深化させていくことに加え、HIT 内に限らず、市町・観光協会・DMO や観光関連事業者における更なるデータ活用を促進する必要がある。
- 外部連携については、これまでの取組を総括し、連携効果を検証する必要がある。
- 市町や観光協会等関係各所と連携を強化するとともに、広島県の総合計画やひろしま観光立県推進基本計画の改定状況等を踏まえながら、次期5カ年戦略を策定・推進する必要がある。

(3)決算額

区分	金額(千円)
マーケティング	151,272
観光大使(※)	35,060
CRM(※)	70,088
合計	256,420

※マーケティングにて決算計上、取組内容は「3.広島ファンの増加(国内:メディアプロデュース)」に記載

7. 会員サービス

(1)目的

- 観光関連情報を収集し、会員に共有するとともに連携を強化

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 会員への情報提供

- 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、会員宛のメールを通じて随時情報提供した。

イ 観光関連団体等の主催する会議への出席

- 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、連携して観光振興に取り組んだ。

ウ 観光事業等の後援・協賛

- 観光関係団体が行うイベント等の観光振興事業について、後援・協賛を通じて支援した。

② 取組の成果

- HIT と会員の取組内容等を相互に共有することで、オール広島での観光振興に向けた機運を醸成した。

③ 次年度に向けた課題

- 会員数の維持・増加に向け、会員サービスの向上が必要である。

(3)決算額

区分	金額(千円)
会員サービス	6,347
合計	6,347

8. 管理費

(1)目的

- 個々の持てる力を最大限発揮できる職場環境の構築により、HIT 全体の組織力を強化する。

(2)令和7年度事業報告

① 取組内容

ア 新たな人事制度

- 各職員に求められる役割を明確にした「ミッショングレード」の設定とミッショングレードに連動した評価制度などの運用を、引き続き実施している。
- 職員のスキルアップや組織としての成長を図るため、研修を引き続き実施するとともに、新たにHIT ミッション・バリューの浸透やAIの動向と活用をテーマとした研修を実施した。

イ 中長期でHITを支える人材確保

- 人事異動に左右されないナレッジの蓄積に向けて、また、宿泊税を活用した施策の業務量増に対応するため、採用計画を策定し、採用活動を実施した。
- 採用活動の一環として導入しているビジネス SNS へ、全メンバーによるストーリーを掲載した。

ウ 本来業務への傾注に向けた時間創出

- 昨年度改善したマニュアル等に基づき、新規採用職員への研修を行い、早期の業務理解度の促進を図っている。
- 管理部門の定型・定例業務を対象にBPR¹⁹を実施し、導き出された改善提案を基に翌年度以降の業務改善を検討する。

エ 働きやすい職場づくり

- アンケート調査を実施し、職員が抱く不安やニーズを洗い出し、改善策を実施した(定例ミーティングや面談を活用したフィードバック機会の提供、オンライン・オフラインを併用したコミュニケーションの活性化、職員・マネジメント層への研修等)。
- 事務所の退去期限が1年後に迫る中、令和8年度中の移転可能な物件の選定を進めるとともに、移転の準備に着手した。

② 取組の成果

- 職員の配置計画に基づき採用活動を行い、必要な人員を確保した。
- 全職員が採用プロセスに関与するスキームを策定し、人材育成にも寄与した。
- 事務所移転に向けて、現在の仕様面積と同規模の移転先を決定し、仮契約を締結した。

19 Business Process Re-engineering の略。既存の業務プロセスを見直し再構築することで業務を改革する取組。

③ 次年度に向けた課題

- 採用活動や人材育成、各種事務の標準化・体系化などを含め、引き続き組織力を強化するための取組を継続する必要がある。
- 定型・定例業務へのデジタルツールの活用拡大など、事務作業の簡素化を中心とした時間創出に取り組む必要がある。
- 新事務所への移転等を含め、より良い職場環境づくりに向け、引き続きメンバーのニーズを定期的に聴取し、改善策を実行する必要がある。

(3) 決算額

区分	金額(千円)
管理費	149,195
合計	149,195

9. 理事会・総会の開催状況

定款に基づき、令和7年度理事会・総会を次の通り実施した。

《開催状況》

会議名	開催日	開催場所	協議事項	参加者数
第1回理事会	令和7年5月16日	オンライン開催	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年度事業報告及び決算 役員の改選 等 	16名
通常総会	令和7年6月5日	ヒルトン広島2階「太田川」	<ul style="list-style-type: none"> 令和6年度事業報告及び決算 令和7年度事業計画及び収支予算 役員の改選 等 	260名
第2回理事会	令和7年6月5日	ヒルトン広島2階「江の川」	<ul style="list-style-type: none"> 会長及び副会長並びに専務理事の選任 	19名
第3回理事会	令和7年7月15日	(みなし決議)	<ul style="list-style-type: none"> 臨時総会の開催 新規会員の加入 	—
臨時総会 (委任状開催)	令和7年8月18日	一般社団法人広島県観光連盟(HIT)「会議室」	<ul style="list-style-type: none"> 役員の改選 新規会員の加入の報告 	272名
第4回理事会	令和7年9月13日	(みなし決議)	<ul style="list-style-type: none"> 副会長の選任 顧問の選任 	—
第5回理事会	令和7年11月28日	リーガロイヤルホテル広島3階「音戸」	<ul style="list-style-type: none"> 補正予算 顧問の委嘱 事務所の移転 等 	19名
第2回臨時総会 (委任状開催)	令和7年12月22日	一般社団法人広島県観光連盟(HIT)「会議室」	<ul style="list-style-type: none"> 役員の改選 補正予算の報告 等 	262名
第6回理事会	令和8年3月23日	広島市文化交流会館3階「銀河」	<ul style="list-style-type: none"> 令和8年度事業計画及び収支予算 令和7年度事業報告及び現5カ年戦略の総括並びに決算見込 重要な使用人の選任 等 	19名