

# 広島県

素材研究  
(国内)



「カープ女子」が注目を集める市民球団「広島カープ」も訴求力は十分です



写真提供：広島県



世界文化遺産の「宮島」は外せない観光スポットの一つ



手作り体験も楽しめる広島名物「もみじ饅頭」



業界経験を生かして活躍する沖本部長(左)と勢子部長

三次市の鵜飼(右上)や尾道市の情緒あふれる坂道(左上)、潜水艦も見られる呉市の港(右下)、ドラマや映画のロケ地で知られる福山市鞆港(左下)など、県内各地にも地域ならではの魅力が…

## 着地型商品の造成と訪日旅行者の誘致を強化 世界遺産にとどまらない県内各地の魅力を発信

「原爆ドーム」と「宮島」という2つの世界文化遺産を持つ広島県では、観光連盟を中心に着地型商品の造成や訪日旅行者の誘致に向けて、県内各地の魅力を発信する取り組みが強化されてきています。

### 旅行会社向けパンフレットを増刷

広島県観光連盟は今年3月、旅行会社向けパンフレット『とっておきの旅ーお宝ある広島県』の改訂増刷を行いました。昨年10月に3万部を発行したパンフレットについて、同連盟事業グループの沖本節男部長は、「今年3月に中国横断自動車道の尾道松江線と東広島呉自動車道が全線開通しており、その情報も更新する形で最終的に9万部を作成した」と説明しています。近畿日本ツーリスト中国四国で管内の店舗から発地型商品で北海道や沖縄などへ送客していた沖本部長は、昨年4月に同連盟へ出向。その経験を生かして大都市圏からの送客を拡大してもらうため、着地型商品の造成に取り組んできました。

「旅行会社のパンフレットに全ての情報を盛り込むことはできないため、カウンター担当者などに広島をはじめとする中国方面への商品を紹介する際の補助ツールとして活用してもらえばと考えている」

### ワークショップ通じ素材集も作成

昨年10月には首都圏から旅行会社の担当者らを招請し、説明会や商談会に続いて視察旅行も実施しました。「昔は現地の関係者と膝を交えて交渉していたが、最近では忙しくて現地へ赴くことも難しい。それでも、実際に来てもらえば、思い入れも違うし、商品化に結びつくケースも出てきた」(沖本部長)

また、県内の市町や観光協会の担当者らを集め、昨年から4回にわたってワークショップを行い、各市町がアピールしたい観光魅力の情報を素材集にまとめています。『旅の素 Vol.1・2』では、県内の23市町に山口県岩国市と愛媛県今治市の2市を加えた25市町の41素材を取り上げ、広島市の「70年目の広島の旅」や呉市の「呉湾艦船めぐり」などを紹介。沖本部長によると、ワークショップを通じて各市町の担当者が意見交換し、「観光素材の魅力や訴求すべき市場セグメントなどへの意識を高める副次効果も生じている」ようです。

さらに、今年4月にANAセールスから同連盟に出向し、インバウンド旅行者誘致に取り組んでいる事業グループの勢子浩之部長は、「県としてインバウンド市場への取り組み強化を目指しており、国際会議誘致で実績を持つ広島観光コンベンションビューローなどとも連携しながら、訪日旅行拡大の翼を担っていききたい」と語っています。