

観光文化委員会



3月9日(木) 広島市において、45名出席のもと、観光文化委員会を開催しました。

当日は、議事に先立ち、広島サミット県民会議の山根事務総長から講演をいただいた後、観光文化委員会の2022年度事業の実施状況報告および2023年度の事業計画(案)についての審議を行い、原案どおり承認されました。ここでは講演の概要を紹介します。

〔講演要旨〕

「G7広島サミットを通じた地域の魅力発信の取り組み(サミット開催に向けた県民会議の取り組み)」

広島サミット県民会議
事務総長
山根 健嗣 氏



■G7サミットとは

G7サミットは、仏・米・英・独・日・伊・加(議長国順)の7か国の首脳が参加し、毎年開催される国際会議で、自由、民主主義、人権などの基本的価値を共有するG7首脳が、世界経済、地域情勢、地球規模課題等について率直な意見交換を行う。サミットでは、開催県だけでなく全国各地で関係閣僚会合が開催されるほか、7か国以外の国も多数招待され議論が行われる。G7サミットの日本での開催は2023年5月が7回目で、前回は2016年5月にG7伊勢志摩サミットが開催された。

■G7広島サミットの開催の意義と期待

ロシアのウクライナ侵攻、大量破壊兵器の使用リスクの高まりなど、未曾有の危機に直面する中、広島でサミットが開催されることは、開催場所で何を議論するのがイメージしやすく、世界も納得する形で開催場所が決定した。サミット開催で、広島から力強い平和のメッセージを世界中に発信し、核兵器のない世界の実現に向けた機運を醸成するとともに、広島の魅力の世界に発信し、世界中の人々に広島を訪問していただくきっかけにできればと考えている。

■サミットの経済効果

伊勢志摩サミットでは、サミット開催の直接的な経済効果は開催地の三重県だけで約483億円、県外も含めると約1,070億円、さらに県外観光客数の増加などによるポストサミットの経済効果は約1,489億円と試算されている。広島サミットは、伊勢志摩に比べ開催期間が1日長いこと、さらに伊勢志摩サミットは、都市部から離れた観光地での開催であったが広島サミットは都市型開催であることを踏まえると、直接的な経済効果は伊勢志摩を超えることが期待できる。サミットには多数のメディアが訪れ、世界中に開催地の産品や観光の魅力が伝えられる。そのパブリシティ効果(広告費換算)は伊勢志摩で約3,098億円と試算されるなど莫大であり、広島でもその効果が一過性とならないような戦略が重要と考えている。

■魅力発信の取り組み

サミットの成功を目指し、2022年7月に、官民一体となってオール広島で構成される広島サミット県民会議が設立された。県民会議では、メディアを対象としたツアーの実施や広島ならではの食を提供する飲食店ガイドブックの制作、またサミットで提供される料理や使用される調度品等に県産品を活用してもらえよう外務省に働きかけを行うなど、地域の魅力発信に向け取り組んでいる。2025年には大阪・関西万博が開催され、国内外から約2,800万人の来場が見込まれている。ポストサミットでは、この来場者をいかにして広島さらには中国地方に取り込むかも重要な課題と認識しており、これも念頭に置きつつ、サミットでの効果的な魅力発信に努めていきたい。

(担当: 島末)