**［提言１］　被爆都市ヒロシマとダークツーリズム**

|  |
| --- |
| 世界的に知名度がある平和記念資料館や原爆ドームには年間１４０万人以上の方が訪れる。今後とも、被爆都市ヒロシマとしては更に多くの方に来広していただき被爆体験を伝承していく責務がある。そのためには、現存する被爆建物を積極的に活用するとともに教育委員会と連携した教育旅行などの推進を図っていく必要がある。具体的には、被服支廠、頼山陽文徳殿を始めとした被爆建物と被爆証言を組み合わせることや夜の原爆ドームの活用などにより、よりインパクトと集客力のある、体験・滞在型のツアーが可能となる。こうした平和施策と観光施策とを連携させるとともにダークツーリズムの観点も取り入れ、より効果的な施策を実施されたい。 |

**［提言２］　広島ブランドの充実とニューツーリズムの創出**

|  |
| --- |
| 平和都市広島はゆるぎない世界ブランドであるが、観光都市としての新たな広島ブランドとして、まちの魅力を磨いて発信していく必要がある。都市観光の魅力は、町や界隈・路地を回遊する楽しみや、海や川など自然に触れる楽しみ、買物、食、伝統・文化、スキーや海水浴などのスポーツ、夜景を含めたイブニングライフの楽しみにある。広島にはこうした豊富な資源があり、これら既存の資源を加工することや、見せ方、伝え方を変えることなどにより、広島ブランドに磨きをかけることが可能となる。さらに、旅の目的のスタイルが団体から個人へ、物見遊山的な観光旅行から、体験・交流型、テーマ性の強い旅へと変化している中、こうしたニーズも踏まえつつ、例えば、中央卸売市場を築地のように観光化する、比治山の活用、有名建築物巡り、電車を活用した観光プログラムの開発など、広島ブランドの充実とニューツーリズムの創出に、関係者と連携して積極的に取り組まれたい。 |

**［提言３］　インバウンド新時代に向けた戦略的取組と受入環境整備の充実**

|  |
| --- |
| 日本国内はもとより、世界各国から訪れる旅行者がストレスなく、安心かつ快適に観光を楽しめるよう、旅行者の移動や滞在を支える基盤をソフト・ハード両面から拡充していくことが重要である。　特に、前述したように、外国人観光客の来広は、被爆の実相を体感していただくだけでなく、地域の活性化にも大きな効果が期待できる。来広外国人旅行者が平成２７年には初めて１００万人を超え、今後も大きく増加することを見据えながら受入環境の整備を進める必要がある。このため、観光プログラムの開発と充実はもちろんのこと、観光情報や案内標識の多言語化、Ｗｉ－Ｆｉ環境の整備、滞在スタイルの多様化への対応（民泊等）、市民のおもてなし機運の醸成等受入環境の更なる充実や、海外への魅力発信の強化に向けた取組を、外国人の視点も意識しながら積極的かつ戦略的に推進されたい。 |

**［提言４］　広域観光プロモーションの推進と情報発信の強化**

|  |
| --- |
| 旅行者の広域観光ニーズへの対応、域内における旅行者の長期滞在・周遊性の向上等を進めていくためには、観光地単独の取組にとどまらず、広域にまたがる観光地同士が連携・協力を図ることが重要である。このため、「２００万人広島都市圏構想」に基づく連携を始め、広島県との協働等により、ストーリー性のある広域観光プロモーションを展開するとともに、情報発信の強化に取り組まれたい。 |

**［提言５］　グローバルＭＩＣＥ強化都市としての展開**

|  |
| --- |
| ＭＩＣＥは会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動の裾野が広く、また滞在期間が比較的長いと言われており、一般的な観光客以上に周辺地域への経済効果を生み出すことが期待されている。本市は平成２７年にグローバルＭＩＣＥ強化都市に選定されており、受皿となる会議場等のインフラ整備の具体的な検討を進めるとともに、他団体等と連携しながら、広島の強みや地域資源を活用したユニークベニューの導入等の戦略的な誘致活動に取り組まれたい。 |