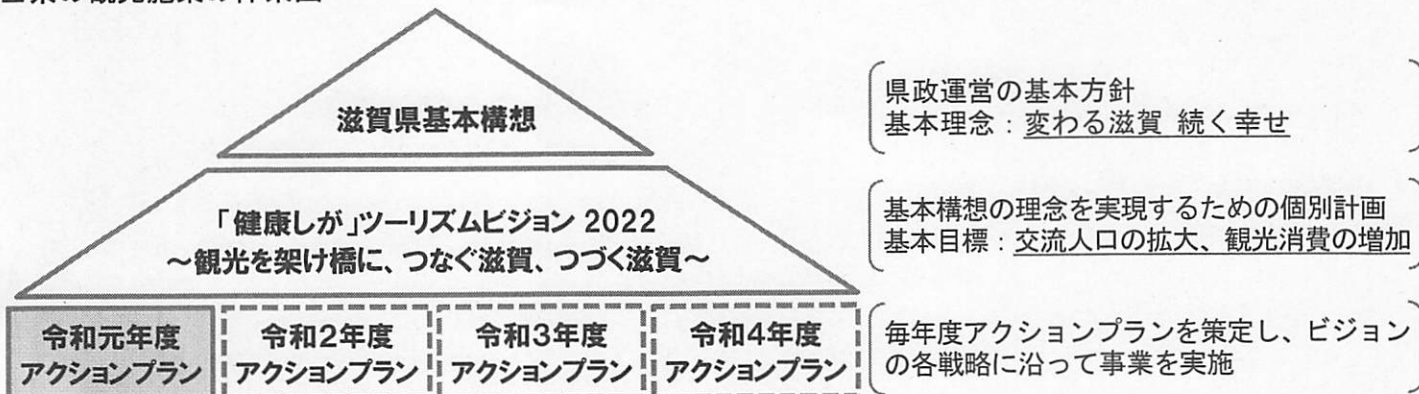


令和元年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプランについて

■県の観光施策の体系図



観光立国推進基本法（抜粋）

第4条 地方公共団体は、国との適切な役割分担を踏まえて、自主的かつ主体的に、その地方公共団体の区域の特性を生かした施策を策定し、及び実施する責務を有する。

■令和元年度アクションプランにおける主な事業

基本戦略 1 心を動かす体験	基本戦略 2 心に残る交流	基本戦略 3 心を掴む発信
戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う（いざなう） ○近江の地酒文化普及事業 ○健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業 ○びわ湖のめぐみ魅力体感事業	戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地としての魅力を高める ○観光イベント推進事業 ○地域観光活性化支援事業	戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える ○滋賀の戦略的県外PR事業 ○体感型「ココクール」魅力発信事業 ○映像誘致・ロケ支援事業
戦略② 琵琶湖をはじめとした豊かな自然景観や文化財でストーリーを紡ぐ ○「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業 ○日本遺産・琵琶湖魅力発信事業 ○「近江の文化財」魅力発信事業	戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める ○スポーツボランティア支援事業 ○観光人材育成等地域支援事業 ○「近江の心」を育む「伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた」作成・活用事業	戦略⑧ 効果的な場面（とき・ところ）で売り込む ○ここ滋賀推進事業 ○首都圏ネットワーク活用事業
戦略③ 暮らし・文化に触れるプログラムやスポーツ・アクティビティで魅せる ○琵琶湖博物館魅力創造発信事業 ○スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業 ○ピワイチ観光推進事業	戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える ○県域無料Wi-Fi整備促進事業 ○公共交通を活用した観光誘客強化推進事業 ○「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける ○国際観光推進事業（海外への情報発信） ○国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化） ○近江牛魅力発信事業

＜総成果指標＞

・観光入込客数（延べ）	5,500万人	・外国人観光入込客数（延べ）	65万人
・宿泊者数	415万人	・外国人宿泊者数	45万人
・観光消費額	1,860億円		

（※令和元年滋賀県観光入込客統計調査）

第1 指針の改定にあたって

1 改定の趣旨・位置づけ

現行「滋賀県『観光交流』振興指針」を継承しつつ、昨今の経済・社会情勢の変化や課題に対応するとともに、観光資源の発信や魅力の磨き上げおよび地域の受入環境の整備等の取組の経過も踏まえ、本県の優位性を活かした、より実効性のあるものとなるよう見直す。「人の健康」、「社会の健康」、「自然の健康」に取り組む「健康しが」の実現には、宿泊客の増加による地域活性化が特に重要であることから、宿泊・滞在型観光の推進に向けて重点的に取り組む戦略を定める。

2 計画期間

2019年度から4年間

第2 観光の動向

1 日本の観光を取り巻く状況

- 国内人口の減少・生産年齢人口の減少が加速
- 国内旅行人数は宿泊・日帰りとも上昇傾向
- 個人旅行の割合が増加
- 訪日外国人旅行者が急増
- 国が「明日の日本を支える観光ビジョン」と新たな「観光立国推進基本計画」に基づく取組を推進
- 日本版DMO登録制度の創設
- 住宅宿泊事業法の施行

2 滋賀県の観光を取り巻く状況

- 延べ観光入込客数は増加傾向ながら宿泊客数は横ばい
- 日帰り客が7割を超え、宿泊客は1泊が多い
- 観光客の居住地内訳は県内が2〜3割、県内を除く近畿と中部で約6割
- 宿泊客の消費支出は日帰り客の約5倍
- 来訪目的は自然風景や神社仏閣旧跡など

第3 滋賀県観光の現状と課題

1 滋賀県観光の強み

- 琵琶湖をはじめとした豊かな自然や景観
- 豊富な歴史的・文化的資産
- 琵琶湖が育んだ文化や環境に対する意識
- 健康長寿を育む滋賀の暮らしや食
- 広域交通ネットワークの充実による県外からの恵まれた交通環境

2 滋賀県観光の弱み

- 宿泊・滞在型観光の少なさ
- 来訪意欲につながる観光素材の認知度の低さ
- 滋賀県の観光の魅力を具体的に伝えられていない
- 観光客を受け入れる「おもてなし」の向上
- 駅から観光地へ、観光地から観光地への公共交通の不便さ

3 滋賀県観光の課題

- 滋賀ならではの魅力による宿泊・滞在型観光の推進
- 滋賀の魅力を伝える印象的なビジュアルの作成などによる認知度の向上
- 滋賀県の自然や歴史、暮らしを体感できる滋賀ならではの観光素材づくり
- 滋賀に行って食べてみたい、買ってみたいと思う滋賀ならではのモノづくり
- 地域住民が観光客とともに楽しむ機運の醸成
- 持続可能な観光を実現できる環境整備

第4 基本方針等

基本方針

観光を架け橋に、つなぐ滋賀、つづく滋賀

基本戦略1 心を動かす体験

「健康しが」ならではの観光素材(モノ・コト)を磨く

戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う(いざなう)

- ・旅行の最大の楽しみである「食」の魅力と認知度を向上し、宿泊者増につなげる
- ・健康長寿県を活かす
- 【施策の展開方向】
近江牛、近江米や近江の茶など豊富な食材のブランドイメージの発信 など

戦略② 琵琶湖をはじめとした豊かな自然景観や文化財でストーリーを紡ぐ

- ・周遊により滞在時間をのばすことで宿泊者増につなげる
- ・滋賀の強みである琵琶湖をはじめとした自然景観、歴史、文化財を活かす
- ・NHK大河ドラマ「麒麟がくる」放映の機会を活かす
- 【施策の展開方向】
「日本遺産」の活用や文化財、城跡などをストーリーで結ぶ歴史ツーリズム、まち歩き促進 など

戦略③ 暮らし・文化に触れるプログラムやスポーツ・アクティビティで魅せる

- ・泊まらないと体験できない「暮らし」を売りにすることで、宿泊者増につなげる
- ・健康長寿につながる滋賀の暮らしという観光資源を活かす
- ・琵琶湖やその周囲をとりまく山々などの豊かな自然やスポーツ環境、大都市圏からの恵まれた交通の便を活かす
- ・オリンピック・パラリンピックやワールドマスターズゲームズ開催等によるスポーツツーリズムの気運の高まりを活かす
- 【施策の展開方向】
健康長寿の滋賀の暮らしを体験するツーリズムの推進、ピワイチの推進 など

基本戦略2 心に残る交流

「おもてなし」で観光・三方よし(訪れてよし、迎えてよし、地域よし)を実現する

戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地としての魅力を高める

- ・宿泊自体の魅力を高めることで宿泊者増につなげる
- ・繁忙期と閑散期の平準化、客室稼働率の向上
- 【施策の展開方向】
ライトアップ、イルミネーションイベントなど夜間限定で楽しめるイベントの開催 など

戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める

- ・心こもったおもてなしで、宿泊者増につなげる
- ・滋賀に息づく福祉、三方よし等の精神を活かす
- 【施策の展開方向】
「おもてなし」意識の醸成や「おもてなし」力の向上のための取組 など

戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える

- ・快適な滞在環境を整えることで宿泊者増につなげる
- 【施策の展開方向】
県域無料Wi-Fiの整備促進やスマートフォンアプリ等による情報収集・共有環境の整備 など

戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む

- ・遠方でのPRで宿泊者増につなげる
- ・大観光地に近い立地を活かす
- 【施策の展開方向】
「ここ滋賀」を中心とした首都圏での情報発信の強化 など

戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける

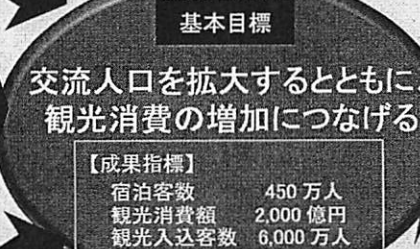
- ・滞在日数が長い外国人観光客を取り込むことで宿泊者増につなげる
- ・欧米には歴史・文化、アジアにはスキー等の自然の観光資源を活かす
- 【施策の展開方向】
忍者など滋賀のクールジャパンの活用と発信など

基本戦略3 心を掴む発信

「行きたい」を想起させるイメージを発信する

戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える

- ・ビジュアルで直接的に「行きたい」を喚起し、旅行の主目的地や宿泊地として選ばれることで宿泊者増につなげる
- ・認知度を上げる
- 【施策の展開方向】
フェイスブックやインスタグラム等のSNSを活用した発信 など



第5 滋賀の観光の持続的成長を推進する体制

- 観光に精通した専門人材の育成
- 統計情報の収集・分析によるマーケティングやIoT・イノベーションの活用
- 多様な主体が一体となった協働体制の整備

令和元年度
「健康しが」ツーリズムビジョン
アクションプラン

滋賀県

令和元年度 「健康しが」 ツーリズムビジョン アクションプランのポイント

□平成30年度の取組（総括）

- 「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」をテーマに、県・市町・事業者等と一体で総合的な観光キャンペーンを展開し、観光地「滋賀」の認知度向上を図るとともに、地域をあげた受入れ体制の整備を進めました。
- ビワイチについては、情報発信と受入環境整備を進めるとともに、特に琵琶湖岸以外の内陸部への誘客（「ビワイチ・プラス」）に取り組みました。
- 「ここ滋賀」において、市町・関係団体等の協力により、様々な企画催事をほぼ毎日開催するなど、首都圏において滋賀県の魅力を発信しました。
- インバウンドについては、自然・歴史・文化に関心が高い欧州市場を中心に、ターゲットに訴求する情報発信を強化することにより、目的地として選ばれる滋賀を目指して取り組みました。
- 令和元年度を始期とする新たな観光振興指針である「『健康しが』 ツーリズムビジョン2022」を策定し、今後、このビジョンに基づき、特に宿泊・滞在型観光に重点を置いて、観光振興に取り組むこととしています。

□課題認識

- 平成30年度の観光キャンペーン「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」の取組の成果を活かし、一過性のイベントに終わらない、継続的な観光振興につながる観光キャンペーンの展開が必要です。
- 地域の特性を活かした観光資源が宿泊や消費行動に十分に結びついておらず、観光消費額を伸ばし、地域経済の活性化につなげるためには、滞在時間を延ばし、宿泊して楽しんでいただく取り組みが必要です。
- 琵琶湖をはじめとする滋賀の豊かな自然や歴史、文化、その豊かな環境で育まれた食やモノなど、滋賀県の観光資源や魅力が観光意欲に十分に結びついていません。
- 訪日外国人が過去最高を記録する中、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ2021 関西などの国際的な大型イベントを控え、本県への外国人観光客の呼び込みと受入体制の整備が急務となっています。

□令和元年度の取組

- NHKの連続テレビ小説「スカーレット」、大河ドラマ「麒麟がくる」で立て続けに本県が舞台の作品が放映される好機を最大限に活かし、大河ドラマ関連では、「戦国」をテーマにした地域観光プログラムなどを展開し全国に発信する観光キャンペーンを、朝ドラ関連では情報発信や産品販売支援、イベント等を実施し、観光誘客はもとより、信楽焼をはじめとする県産品の振興にもつなげるとともに、県内全域にその効果が波及するよう事業を展開します。
- ビワイチについては、引き続き、情報発信と誰もがサイクリングを楽しめる環境づくりに取り組むとともに、官民が一体となって「ビワイチ」を推進する体制を構築します。
- 「ここ滋賀」については、屋上テラスを含めた全館を一体的に活用した企画催事の実施、インフルエンサーや滋賀ファン等の協力による情報発信の強化、専任コンシェルジュの設置などによる観光情報等提供機能の充実などにより滋賀へのいざないを強化します。
- インバウンドの推進については、京都市内での観光案内ブースの設置やホテルコンシェルジュによる情報発信などにより京都・大阪の訪日外国人観光客の誘引に取り組むとともに、宿泊施設・観光事業者等を対象としたおもてなし研修の実施などによる満足度の向上を図ります。
- これまでの観光まちづくりの仕組みの構築に取り組んできた成果を活かしつつ、その仕組みを継続的・安定的に運営することをめざし、地域で観光振興の中核を担う人材の育成に取り組めます。

【アクションプランの目的】

- ・県では、観光振興に係る基本的な考え方を、「健康しが」ツーリズムビジョン2022（滋賀県「観光交流」振興指針）にまとめ、「交流人口を拡大するとともに、観光消費の増加につなげる」ことを基本目標として、関係者と連携して取組を進めています。
- ・また、指針では、毎年度アクションプランを策定し、経済・社会情勢の変化に対応するとともに、取組を見直しながら効果的に事業を展開することとしています。

**基本戦略1
心を動かす体験**

戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う（いざなう）

＜主な取組＞

- 近江の地酒文化普及事業
- 健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業
- びわ湖のめぐみ魅力体感事業

戦略② 琵琶湖をはじめとした豊かな自然景観や文化財でストーリーを紡ぐ

＜主な取組＞

- 「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業
- 日本遺産・琵琶湖魅力発信事業
- 「近江の文化財」魅力発信事業

戦略③ 暮らし・文化に触れるプログラムやスポーツ・アクティビティで魅せる

＜主な取組＞

- 琵琶湖博物館魅力創造発信事業
- スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業
- ピワイチ観光推進事業

＜主な事業目標＞

- ①ピワイチ体験者数 14万人
- ②戦国キャンペーン新規プログラム参加者数 20万人

**基本戦略2
心に残る交流**

戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地としての魅力を高める

＜主な取組＞

- 観光イベント推進事業
- 地域観光活性化支援事業

戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める

＜主な取組＞

- スポーツボランティア支援事業
- 観光人材育成等地域支援事業
- 「近江の心」を育む「伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた」作成・活用事業

戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える

＜主な取組＞

- 県域無料Wi-Fi整備促進事業
- 公共交通を活用した観光誘客強化推進事業
- 「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業

＜主な事業目標＞

- ①スポーツボランティア新規登録者数 500人
- ②「びわ湖Free Wi-Fi」アクセスポイント設置数 1,560箇所

**基本戦略3
心を掴む発信**

戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える

＜主な取組＞

- 滋賀の戦略的県外PR事業
- 体感型「ココクール」魅力発信事業
- 映像誘致・ロケ支援事業

戦略⑧ 効果的な場面（とき・ところ）で売り込む

＜主な取組＞

- ここ滋賀推進事業
- 首都圏ネットワーク活用事業

戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける

＜主な取組＞

- 国際観光推進事業（海外への情報発信）
- 国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）
- 近江牛魅力発信事業

＜主な事業目標＞

- ①情報発信拠点「ここ滋賀」来館者数 45万人
- ②ロケ実施件数 110件

＜総合成果指標＞

- ・観光入込客数（延べ） 5,500万人
- ・外国人観光入込客数（延べ） 65万人
- ・宿泊者数 415万人
- ・外国人宿泊者数 45万人
- ・観光消費額 1,860億円
- ※滋賀県観光入込客統計調査

基本戦略1 心を動かす体験

「健康しが」ならではの観光素材（モノ・コト）を磨く

戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う（いざなう）

滋賀県は豊富な食材と豊かな食文化を有する食の宝庫であり、「近江牛」をはじめとする滋賀のブランドを活用するとともに、健康長寿を支える食文化という他にはない強みを活かした発信により、滋賀の「食」の魅力と認知度を向上します。また、滋賀の食の背景や多彩さを発信することにより、食にまつわるツーリズムの推進や、食をきっかけとした宿泊者の増加につなげます。

令和元年度においては、首都圏での商談会や海外への発信などにより近江の地酒の魅力の普及に取り組む「近江の地酒文化普及事業」、滋賀の健康長寿を支える「滋賀めし」のブランドとしての確立をめざす「健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業」、湖魚のブランド化を促進し、認知度向上とともに消費拡大を図る「びわ湖のめぐみ魅力体感事業」を実施するなど、本県の強みである食を活用した誘客に取り組みます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
近江の地酒文化普及事業	近江の地酒の魅力を県内外に発信するとともに、県内にあつては県産日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒を使用したもてなしとその普及促進を図る。また県外および海外においては認知度向上および情報発信を通じて、本県への誘客促進を図る。	3,384	・地酒講座3講座実施 ・(仮称)首都圏での商談会来場者数 1,100人	観光振興局
健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業	「健康長寿日本一の滋賀育ち」の農畜水産物を活かした、滋賀の健康を支える「滋賀めし」を新たなブランドとして発信するとともに、県内の飲食店等において県産食材の魅力伝える「食のおもてなし」を行うことで、県産食材の利用促進と生産意欲の向上を図り、県産食材の生産振興につなげる。	9,180	「滋賀めし」提供・協力事業者数 10件	食のブランド推進課
びわ湖のめぐみ魅力体感事業	地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	15,215	・びわ湖産魚介類を活用する事業者数(琵琶湖八珍マイスター登録):220事業者 ・湖魚の学校給食への提供食数:9万食	水産課

戦略② 琵琶湖をはじめとした豊かな自然景観や文化財でストーリーを紡ぐ

観光資源自体の魅力と合わせて、その歴史的背景やそれにまつわる人々の営みなどのストーリーを一緒に発信することにより、他にはない「滋賀ならではの」魅力を伝えます。また、地域に点在する文化財等の観光資源を「面」として活用し、発信することで、複数の観光地への周遊を促し宿泊につなげるとともに、その地域の認知度を高め、魅力の再発見やブランド化等に貢献します。

令和元年度においては、大河ドラマ放映の機会を活かした「戦国」をテーマにした観光キャンペーン

を全県で展開する『「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業』や、明智光秀をテーマとした首都圏での情報発信と県内文化財を対象とした探訪交流事業を実施する『「近江の文化財」魅力発信事業』、日本遺産「琵琶湖とその水辺景観―祈りと暮らしの水遺産」の認知度向上に取り組む「日本遺産・琵琶湖魅力発信事業」などを展開することで、本県の強みである豊かな自然景観や文化財を活用した誘客に取り組めます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業	本県ゆかりの戦国武将“明智光秀”が主人公となる大河ドラマ「麒麟がくる」の放映に合わせ、多様な主体が一丸となって取り組む「戦国」をテーマとした観光キャンペーンを展開して、本県の戦国を中心とした魅力を発信・PRし観光誘客に繋げる。	103,000	戦国キャンペーン新規プログラム参加者数 20万人	観光振興局
日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	平成29年度に開催した「水の文化ぐるっと博」で得た成果、課題を踏まえ、引き続き日本遺産「琵琶湖とその水辺景観―祈りと暮らしの水遺産」の認知度向上のため、日本遺産の情報発信に取り組む。	4,100	日本遺産構成文化財が所在する市の宿泊者数 330万人	観光振興局
「近江の文化財」魅力発信事業	滋賀の文化財の多様な魅力を全国に向けて広く発信し、滋賀への来訪者の拡大を図ることを目的に、「明智光秀」をテーマとして、首都圏での情報発信事業と県内文化財を対象とした探訪交流事業を実施する。	600	滋賀県を訪れたいと思った東京シンポ・東京講座参加者の割合90%（予定募集人数380人）	文化財保護課

戦略③ 暮らし・文化に触れるプログラムやスポーツ・アクティビティで魅せる

滋賀県には、豊かな自然との関わりや日々の暮らしの中で受け継いできた生活文化が豊富にあり、これまでから「美の滋賀」として発信するとともに、最近では健康長寿県としても注目されています。美しく懐かしい風土のもと、滋賀ならではの生活文化を観光素材として、地域での生活体験に関心の高い旅行者に向けて発信し、農村滞在型観光の推進などの取組により、宿泊や長期滞在につなげます。

健康につながる県内の自然等の観光資源と食や運動の体験の要素を組み合わせたツーリズム資源の情報収集や情報発信に取り組めます。

また、スポーツやアクティビティをはじめとする体験・体感型の観光需要を大都市圏から呼び込み、県内への宿泊につなげます。また、東京オリンピック・パラリンピック競技大会などに向けたスポーツツーリズムの気運の高まりや大会などに併せて展開される文化プログラムを活かした誘客にも取り組めます。

令和元年度においては、琵琶湖博物館のリニューアルを契機とした効果的な認知度向上に取り組む「琵琶湖博物館魅力創造発信事業」、NHK連続テレビ小説放映の機会を活かし、信楽や信楽焼はもとよりドラマに関連させて県内全域の地域資源や観光資源をつなぐことで誘客促進の取組を展開する「スカールット放映を活かした滋賀の魅力発信事業」、「ビワイチ」コンテンツの確立と県内全域への自転車による

周遊観光を推進する「ビワイチ観光推進事業」などを展開することで、本県の強みである暮らしや文化、スポーツ・アクティビティを活用した誘客に取り組みます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
琵琶湖博物館魅力創造発信事業	博物館のリニューアル効果を高め、来館者の増加と定着を図るため、情報を広く発信するとともに、旅行会社、県内観光宿泊施設等との連携の強化や、県民参加型交流会の開催等による誘客促進の取組を行う。	27,775	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞、テレビ、雑誌等に取り上げられる件数 800件 ・琵琶湖博物館と連携する企業・団体等の数 200者 ・「倶楽部LBM(LAKE BIWA MUSEUM)」会員登録者数 累計 18,000人 	環境政策課 (琵琶湖博物館)
スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	NHK 連続テレビ小説「スカーレット」が放映されることを好機とし、ドラマに関連付ける県内各地の魅力を全国に発信し、認知度・魅力度の向上をはかり、県内全域に広く効果を波及させるため、魅力発信、産品開発支援、誘客促進に取組む。	18,600	延観光入込客数 5,500万人	観光振興局
ビワイチ観光推進事業	「ビワイチ」を安心・安全に、多様な人々が楽しめるコンテンツとして確立させるとともに、琵琶湖を中心に県内全体に広がる多様な資源を活かして県内全域への自転車による周遊観光を推進することを通じて、国内外からの来訪促進をはかり、地域活性化へつなげる。	30,278	ビワイチ体験者数 14万人	観光振興局

基本戦略2 心に残る交流**「おもてなし」で観光・三方よし（訪れてよし、迎えてよし、地域よし）を実現する****戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地としての魅力を高める**

宿泊地としての魅力を高めることにより、「泊まりに行きたくなる、宿泊先として選ばれる滋賀」を目指した取組を推進します。滋賀に泊まりに行くこと自体が観光の目的となるような宿泊サービスや落ち着いてくつろげる宿泊環境の魅力発信、グランピングなどの体験型の宿泊施設の発信、保養や安らぎが目的の旅行者や長期休暇の外国人旅行者に向けての里山・湖畔リゾートイメージの発信、朝型・夜型観光の充実などにより、四季を通じた宿泊需要を取り込み、宿泊者の増加を図ります。

令和元年度においては、花火大会など地域主催のイベントへの支援により観光客誘致を図る「観光イベント推進事業」、ライトアップといった夜型観光の推進などを支援する「地域観光活性化支援事業」などにより、ダイレクトに宿泊に結びつく観光施策に取り組みます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
観光イベント推進事業	観光客の積極的な誘致を図るため、観光誘客が見込める地域主催のイベントに対して助成する。	30,500	対象イベントに係る観光入込客数 951,000人	観光振興局
地域観光活性化支援事業	県内各地域観光振興協会等の行う観光活性化およびJR等の駅を利用した2次交通アクセスの利便性の向上のための事業を支援し、誘客を図る。	14,000	支援件数：25件	観光振興局

戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める

観光事業者はもとより、直接、観光関連事業に従事していない方々を含め、県を挙げて来訪者を迎えられるような「おもてなし」の機運づくりにより「滞在したくなるまち」「もう一度訪れたいまち」を目指し、地域における主体的な観光まちづくりを促進するとともに、自立的・継続的な観光振興のための仕組みづくりに取り組みます。

令和元年度においては、東京オリンピック・パラリンピック、ワールドマスターズゲームズ 2021 関西などの大規模スポーツイベントを見据えたスポーツボランティアの育成を支援する「スポーツボランティア支援事業」や、地域で観光振興の中核を担う人材を育成する「観光人材育成等地域支援事業」、「文化財かるた」の作成・活用により滋賀の文化財と地域の魅力を自ら語り、継承できる人づくりに取り組む『「近江の心」を育む『伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた』作成・活用事業』などを実施することにより、来訪者の満足度を向上し、リピーターの獲得につなげます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
スポーツボランティア支援事業	観客や企業とのつながり、会員組織運営ノウハウ、実践的な活動機会などを有するスポーツクラブ等と連携し、ワールドマスターズゲームズ	24,490	スポーツボランティア新規登録者数 500人(令和2年度にスポ	スポーツ課

	2021 関西等、本県における大規模スポーツ大会等の開催を視野に、多様な場面で活躍いただけるボランティアの育成や活動機会の増加に取り組む。		ーツボランティア登録者数 2,000 名を目指し、引き続き登録者の確保と、充実した研修・活動の機会を数多く提供できるよう取り組む。）	
観光人材育成等地域支援事業	観光まちづくりをPDCAサイクルに基づき、戦略的に事業展開を行い牽引する人材を育成し、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	16,460	観光人材研修：5回 県域研修会：3回	観光振興局
「近江の心」を育む 「伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた」作成・活用事業	「文化財かるた」を作成し、その活用により県民に郷土と文化財の魅力を発信することで、滋賀の文化財と地域の魅力や価値を理解し、自ら語り、継承できる人づくりと郷土への誇りの醸成を図る。	1,000	文化財かるたを活用した文化財講座等に参加した者 310人	文化財保護課

戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える

観光客にとって旅先の安全・安心で居心地のよい滞在環境は重要です。家族連れ、外国人、高齢者、障害のある人など、すべての人にやさしい交通や滞在環境を整え「宿泊したい」「また来たい」と思っただけでことにつなげるとともに、NHK大河ドラマ放映や大規模スポーツ大会開催などに向けて、受入環境の整備を進めます。

令和元年度においては、国内外の旅行者が手軽にインターネットを利用できる無料 Wi-Fi 環境の充実を図る「県域無料 Wi-Fi 整備促進事業」、鉄道旅のコンテンツの磨き上げと国内外への発信に取り組む「公共交通を活用した観光誘客強化推進事業」、自転車の安全・安心な利用のためのサイクリング環境の整備を行う「『ピワイチ』安全・安心な自転車利用促進事業」などを実施することにより、来訪者に快適な滞在環境を提供し、継続的な誘客につなげます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
県域無料 Wi-Fi 整備促進事業	国内外から滋賀への訪問者をはじめ、誰でも手軽に観光地などの訪問先でインターネットが利用できる無料 Wi-Fi 環境の一層の整備促進と利用方法などの利便性向上により、滋賀の「おもてなし」環境の充実を図る。	5,382	無料 Wi-Fi 設置事業費補助によるアクセスポイント設置 (30か所)	情報政策課
公共交通を活用した観光誘客強化推進事業	明智光秀や石田三成をはじめとする戦国武将や、海外で人気の高い忍者など、滋賀ならではの魅力を有する鉄道旅のコンテンツの磨き上げと海外や関西エリア等の国内向けの発信を強化する。	16,800	草津線、北陸本線、湖西線の定期外乗車人数 21,898人/日	交通戦略課
「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	「ピワイチ」をはじめ自転車を安全・安心に利用できる環境の構築や事故防止に向けた安全指導の強化、総合的に自転車情報を発信する環境の整備を進めるとともに、路面表示、走行空間整備などを進める。	346,864	ピワイチ体験者数 14万人	交通戦略課 道路課

基本戦略3 心を掴む発信

「行きたい」を想起させるイメージを発信する

戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える

滋賀県の風景や名産品を美しい映像やインパクトある画像により発信し、数ある観光地から選ばれるように取り組むとともに、SNSや口コミ等により滋賀の魅力を発信していただくことを目指します。

また、あまり知られていない土産物や今までにない切り口で捉えた風景などを感性や感情に訴えるビジュアルでターゲットを定めて発信するとともに、テレビドラマや映画のロケーションの誘致により、新たな需要の創出や認知度の向上を図り、来訪者や宿泊客の増加につなげます。

令和元年度においては、本県の魅力的な素材や旬の話題を取り上げ、メディアへの掲載・露出の拡大につながる情報発信を行う「滋賀の戦略的県外PR事業」、情報発信拠点「ここ滋賀」を活用して「ココクール」の情報発信等を行う「体感型『ココクール』魅力発信事業」、ロケ支援により映像を通じた滋賀県の発信とイメージアップを図る「映像誘致・ロケ支援事業」などを展開することで、ターゲットとする地域や旅行者層からの観光客数の増加を目指します。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
滋賀の戦略的県外PR事業	首都圏を中心とする県外の方々に対して滋賀の魅力を広め、認知度や好感度を高めるため、本県の魅力的な素材や旬の話題を取り上げ、メディアへの掲載・露出の拡大につながる情報発信を行う。	22,300	県外向け情報の発信 ・メディアリリース 30回	広報課
体感型「ココクール」魅力発信事業	情報発信拠点「ここ滋賀」と連携し、体感型イベントやウェブサイトなどで複合的な情報発信を行い、滋賀のファン開拓および滋賀への誘客につなげる。	6,610	「ココクール」ウェブ サイトのページビュー 数 150,000PV (累計)	商工政策課
映像誘致・ロケ支援事業	映画・テレビ等の映像を通じて本県の豊かな自然や歴史・文化遺産を広く発信することにより、本県のイメージアップと観光および地域の振興を図る。	3,626	ロケ実施件数：110件	観光振興局

戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む

宿泊者の増加に向けて、ターゲットを明確にしてポイントを絞ったPRを行うとともに、旅行者の消費行動に沿った場所やタイミングを捉えた戦略的な情報発信により、「滋賀に行こう」「滋賀に泊まろう」という意思決定を促すよう取り組みます。京都・名古屋など近隣の大観光地の宿泊需要の取り込みや遠方からの来訪を促す取組、近年主流であるインターネット予約に対応した情報発信等により、宿泊客の増加につなげます。さらに、北陸新幹線の敦賀駅開業を見据えて、北陸各県との連携による周遊促進を図ります。

令和元年度においては、首都圏において情報発信拠点「ここ滋賀」を活用した情報発信と滋賀への誘客を強化する「ここ滋賀推進事業」、「ここ滋賀」とも連携しながら、首都圏での多様なネットワークを拡充・強化する「首都圏ネットワーク活用事業」を実施するなど、観光地としての「滋賀」の認知度の向上を目指します。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
ここ滋賀推進事業	滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに滋賀への誘引の役割を担う情報発信拠点「ここ滋賀」を運営する。あわせて、「ここ滋賀」外への販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの拡大などにも取り組む。	211,917	情報発信拠点「ここ滋賀」の来館者数 45万人	観光振興局
首都圏ネットワーク活用事業	首都圏の滋賀ゆかりの人や企業、店舗、新たに滋賀とつながる人等の多様なネットワークを拡充・強化し、「ここ滋賀」との相乗効果により、滋賀の存在感を高める。	7,732	首都圏ネットワーク 店数 130店	東京本部

戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける

滋賀ならではの地域資源を活かした外国人向けの体験・体感型観光の充実と魅力発信を強化することで、宿泊客の増加につなげます。また、欧米には歴史や日本文化の体験、アジア諸国には自国では体験できないスキー等、国や地域の嗜好に合わせたプロモーションなどにより、滋賀県観光の認知度向上を図ります。さらに、中国湖南省に「滋賀県誘客経済促進センター」を開設し、中国からの誘客に取り組みます。併せて、二つの国際空港から1時間から1時間半圏内の好立地を活かし、広域連携による周遊促進に取り組めます。

令和元年度においては、市場に応じたプロモーション活動などにより外国人観光客の増加をめざす「国際観光推進事業（海外への情報発信）」、訪日旅行者を本県に誘致するための多言語対応やおもてなしの充実など受入環境の向上を図る「国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）」、近江牛の魅力を発信する「近江牛魅力発信事業」などを展開することにより、本県の多彩な観光資源を活かした外国人観光客の誘致を促進します。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	R1 事業目標	担当課
国際観光推進事業（海外への情報発信）	訪日旅行者を本県に誘致するため、訪日外客数上位である東アジアや伸びが大きい東南アジアを中心にプロモーション活動を実施する。併せて、県内での観光周遊が見込まれる個人旅行やグループ旅行のほか、昨年度から行っている欧州の市場開拓も引き続き実施するほか、 <u>京都市内に滋賀県のPRブースを設置</u> するなど、更なる外国人観光客の増加を目指す。	27,212	<u>京都市内に滋賀県のPRブースを設置</u>	観光振興局
国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）	訪日旅行者を本県に誘致するため、パンフレットの充実や多言語対応など、受入環境の向上を図る。	5,722	・訪日観光客向けパンフレット作成 ・宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件数 100件 ・おもてなし研修の実施3回	観光振興局
近江牛魅力発信事業	近江牛の地理的表示（GI）登録によりさらなるブランド力の向上を図るため、訪日外国人に向けて近江牛の魅力を発信する。	3,900	近江牛の指定店舗数（累計）320店舗	畜産課

〈令和元年度総合成果指標〉

○観光入込客数（延べ） 5,500万人

実績を踏まえ、着実に入込客数を増加させることを目指して設定

※ 平成30年（速報） 5,265万人

○宿泊客数 415万人

実績を踏まえ、着実に宿泊客数を増加させることを目指して設定

※ 平成30年（速報） 399万人

○外国人観光入込客数（延べ） 65万人

近年の急激に伸びた水準を維持し、着実に増加させることを目指して設定

※ 平成29年 54万人

○外国人宿泊客数 45万人

近年の急激に伸びた水準を維持することを旨して設定

※ 平成29年 34万人

○観光消費額 1,860億円

実績を踏まえ、着実に観光消費を増加させることを目指して設定

※ 平成30年（速報） 1,799億円

◎ 「滋賀県観光入込客統計調査」による。

※次ページ以降には、滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランに関連する重点事業の一覧を掲載しています。

別添1 令和元年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプラン関連事業

基本戦略1 心を動かす体験

戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う(いざなう)

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
商工政策課	「発酵産業」成長促進化プロジェクト推進事業	事業者、大学、市町、商工会等有識者からなる「研究会」を開催し、今後の方向性を示す「報告書」をとりまとめ、具体的な施策を展開し、「発酵産業」の成長促進化を図る。	4,400	商品開発件数 1件/年度
観光振興局	近江の地酒文化普及事業	近江の地酒の魅力を県内外に発信するとともに、県内にあっては県産日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒を使用したおもてなしとその普及促進を図る。また県外および海外においては認知度向上および情報発信を通じて、本県への誘客促進を図る。	3,384	・地酒講座3講座実施 ・(仮称)首都圏での 商談会来場者数 1,100人
農政課	「世界農業遺産」プロジェクト推進事業	琵琶湖と共生する滋賀の農林水産業について、「世界農業遺産」の認定に向けた取組を推進し、強い農林水産業づくり、地域活性化の契機とする。この取組のプロセスを通じて、県産物の高付加価値化や観光資源としての活用等につなげ、滋賀の農林水産業を健全な姿で次世代に引き継ぐ。	12,625	「世界農業遺産」認定
食のブランド推進課	健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業	「健康長寿日本一の滋賀育ち」の農畜水産物を活かした、滋賀の健康を支える「滋賀めし」を新たなブランドとして発信するとともに、県内の飲食店等において県産食材の魅力伝える「食のおもてなし」を行うことで、県産食材の利用促進と生産意欲の向上を図り、県産食材の生産振興につなげる。	9,180	「滋賀めし」提供・協 力事業者数 10件
食のブランド推進課	おいしがうれしが「食」の情報発信総合事業	推進店と生産者のマッチングを促進することにより、県民の県産食材の購入機会と推進店における取扱量の増加、さらには県産食材の生産振興につなげる。	4,441	「おいしがうれしが」 キャンペーン県内推 進店舗数 1550店舗
食のブランド推進課 農業経営課	近江米生産・流通ビジョン推進事業	今後の米づくりの指針として策定された「近江米生産・流通ビジョン(H30年3月 近江米振興協会)」の実現に向け、県や関係団体が一丸となった取組を進める。	24,100	全国の主食用米需要 量に占める近江米 シェアを高める
食のブランド推進課 農村振興課	オーガニック米等販路開拓事業	首都圏等でオーガニック近江米、魚のゆりかご水田米の販路開拓を進める。	6,250	オーガニック農業(水 稲)作付面積270ha
水産課	「しがの水産物」流通拡大対策事業	びわサーモン振興協議会による養殖ビワマス「びわサーモン」のイメージアップや流通拡大の活動に対して支援する。	200	びわサーモンの新メ ニュー開発や大消費 地でのPR
水産課	びわ湖のめぐみ魅力体感事業	地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	15,215	・びわ湖産魚介類を 活用する事業者数 (琵琶湖八珍マイス ター登録):220事業 者 ・湖魚の学校給食へ の提供食数:9万食
水産課	川の魅力まるごと体感事業	川に親しむ機会がない子育て世代の親子を対象に、川釣りの魅力を感じることでできる機会を創出するとともに、釣り教室の開催など遊漁者の増加に向けた取組に対して支援する。	834	川の魅力を体験して いただいた人数(事 業参加者数)160人

戦略② 琵琶湖をはじめとした豊かな自然景観や文化財でストーリーを紡ぐ

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
琵琶湖保全再生課	おもしろ下物(おもしろ)ピオトープ水辺のにぎわい創生事業	下物ピオトープを南湖におけるピオトープ拠点としてヨシやハスの観察、魚つかみ等の自然と触れ合う場として周辺施設と連携しながら利活用し、烏丸半島の活性化を図り、水辺のにぎわいを創出する。	1,016	下物ピオトープ自然 観察会の開催 2回/ 年
観光振興局	「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業	本県ゆかりの戦国武将「明智光秀」が主人公となる大河ドラマ「麒麟がくる」の放映に合わせ、多様な主体が一丸となって取り組む「戦国」をテーマとした観光キャンペーンを展開して、本県の戦国を中心とした魅力を発信・PRし観光誘客に繋げる。	103,000	戦国キャンペーン新 規プログラム参加者 数 20万人
観光振興局	日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	平成29年度に開催した「水の文化館と博」で得た成果、課題を踏まえ、引き続き日本遺産「琵琶湖とその水辺景観-折りと暮らしの水遺産」の認知度向上のため、日本遺産の情報発信に取り組む。	4,100	日本遺産構成文化財 が所在する市の宿泊 者数 330万人

流域政策局	ダムの魅力発信ツーリズム推進事業	ダム周辺地域の住民や観光に携わる人々と県内ダムを巡る周遊マップを協働で作成することにより、ダム周辺の魅力を地域と共有するとともに、ダムツーリズムの魅力やダムの役割を県民に発信する。	3,800	ダム周遊ガイドマップ作成・配布(36,000部)
文化財保護課	「近江の文化財」魅力発信事業	滋賀の文化財の多様な魅力を全国に向けて広く発信し、滋賀への来訪者の拡大を図ることを目的に、「明智光秀」をテーマとして、首都圏での情報発信事業と県内文化財を対象とした探訪交流事業を実施する。	600	滋賀県を訪れたいと思った東京シンポ・東京講座参加者の割合90%(予定募集人数380人)
文化財保護課	映像記録「よみがえる幻の安土城」の制作と活用	特別史跡安土城跡調査・整備事業の成果をまとめた映像記録「よみがえる幻の安土城」を制作し、テレビで放映する。また、完成記念セミナーを開催して上映するほか、DVD化による貸出等、様々な活用する。	7,644	映像記録の制作本数5本

戦略③ 暮らし・文化に触れるプログラムやスポーツ・アクティビティで魅せる

担当課	取組名	事業内容	予算額(千円)	目標
文化芸術振興課	アール・ブリュットの魅力発信事業	県民をはじめより多くの方がアール・ブリュットの魅力に触れられるよう、県内施設でのアール・ブリュット作品の展示等を推進する。	3,270	展示施設へのアンケートでアール・ブリュット魅力発信に「大変効果があった」「効果があった」の回答の割合70%
文化芸術振興課	アール・ブリュット振興事業	アール・ブリュットに関わる多様な分野の関係者で構成するネットワークの活動を推進する。	2,533	アール・ブリュットネットワークフォーラム参加者アンケート「たいへん良かった」「良かった」の割合85%以上
文化芸術振興課	美術館整備事業	近代美術館の老朽化対策のための改修工事に向けた設計や琵琶湖文化館の機能継承に係る検討等を実施する。	80,042	美の滋賀の拠点となる美術館の整備を推進する。
文化芸術振興課	「美の滋賀」プロジェクト推進事業	アートや暮らしの中にある美の資源を活用して、地域を元気にする取組を行う民間団体等へ支援を行うとともに、発信力のあるアートプロジェクトへの発展を図るため、ネットワーク化等を促進する。	10,800	探訪団体アンケートで地域の活性化に「たいへん効果があった」「効果があった」の回答の割合80%
文化芸術振興課	みんなで創る美術館プロジェクト	県内各地で地域の施設や学校、団体等と連携し、子どもをはじめ多くの県民が美術の魅力に出会い楽しむことができるワークショップや講座などを実施する。	19,846	・参画・連携した団体数 230団体 ・事業参加者数 14,000人
文化芸術振興課	東京オリンピック・パラリンピック文化プログラム推進事業	東京オリンピック・パラリンピックの開催効果を活かし、滋賀ならではの文化の魅力を世界に向けて発信するため、外国人向け文化情報紙の発行やフェスティバル事業などを実施する。	12,631	フェスティバル参加者アンケートで「大変良かった」「よかった」の回答の割合80%
環境政策課(琵琶湖博物館)	琵琶湖博物館魅力創造発信事業	博物館のリニューアル効果を高め、来館者の増加と定着を図るため、情報を広く発信するとともに、旅行会社、県内観光宿泊施設等との連携の強化や、県民参加型交流会の開催等による誘客促進の取組を行う。	27,775	・新聞、テレビ、雑誌等に取り上げられる件数 800件 ・琵琶湖博物館と連携する企業・団体等の数 200者 ・「倶楽部LBM(LAKE BIWA MUSEUM)」会員登録者数 累計 18,000人
環境政策課(琵琶湖博物館)	琵琶湖博物館展示交流空間再構築事業	「新琵琶湖博物館創造基本計画」に基づき、第3期リニューアルとしてA展示室およびB展示室の整備・改修を行う。	225,300	・展示施工出来高 30%
森林政策課	「山を活かす、山を守る、山に暮らす」都市交流モデル事業	森林山村地域を活性化し、人口減少に伴うさまざまな課題を解決するため、森林山村地域の魅力を発見し、都市住民との交流を通じて森林山村地域への就労や定着を支援する。	15,000	体験交流イベント開催回数 3回
琵琶湖保全再生課	エコツーリズム推進支援事業	市町等とのネットワークを通じた情報共有等を行うとともに、関西圏の大学を中心とした学生会議や持続可能な社会の担い手づくりを目指したガイド人材育成講座、情報発信を行う。	5,648	県民の環境保全行動実施率80%以上

健康寿命推進課	みんなでつくる「健康しが」事業	県民一人ひとりが輝ける健やかな滋賀の実現に向けて、多様な主体が、各々の活動内容を共有し、アイデアを持ち寄り、語り合い、協力関係を構築して、県民の健康づくりに資する活動の創出につなげていく場として、「健康しが」共創会議を設けるとともに、「健康しが」ポータルサイト等により健康長寿県としてのイメージを広く発信し、県民運動としての機運の向上を図ることで、県民の健康意識の醸成・主体的な健康への取組を推進する。また、県内居住者が県内を周遊・観光するきっかけとして、「健康」をキーワードに、滋賀県の自然等観光資源と食や運動の体験の要素を組み合わせたメニューを提供することにより、若い人、健康づくりを意識しない人に、生活習慣を改善する楽しいきっかけをつくる。	15,100	「健康しが」共創会議の参加団体数 150 団体
障害福祉課	障害者アート公募展開催推進事業	障害者の社会参加の促進、造形活動の裾野拡大、障害者理解の促進を図るため、在宅の知的障害者や精神障害者など、従来作品出展の機会が少なかった県内の造形作品を広く公募し、展覧会を開催する。併せて、心を動かす体験に資する文化プログラムとして内外に発信する。	4,700	・障害者アート公募展への応募者数 280人
障害福祉課	障害者造形活動推進事業	障害のある人の造形作品の紹介にとどまらず、一般アーティストの作品とともに並列して見せる企画展の開催など、ボーダレス・アートミュージアムNO-MAが行う活動に対し、補助を行う。	18,000	・展覧会の来場者数 前年度の来場者数以上
モノづくり振興課	スカーレット放映を活かした信楽焼おもてなし発信事業	甲賀市信楽町を舞台に、女性陶芸家を主人公としたNHK連続テレビ小説「スカーレット」の放送が決定し、ドラマの放映をきっかけに観光に訪れた方や信楽焼に興味を持たれた方に対し、信楽焼の魅力を伝えていくことで、陶芸の森への誘客とともに、信楽焼の購買、認知度の向上につなげるなど、陶芸文化の向上と陶器産業の振興を図る。	2,400	延観光入込客数 5,500万人
観光振興局	スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	NHK連続テレビ小説「スカーレット」が放映されることを好機とし、ドラマに関連付ける県内各地の魅力を全国に発信し、認知度・魅力度の向上をはかり、県内全域に広く効果を波及させるため、魅力発信、産品開発支援、誘客促進に取り組む。	18,600	延観光入込客数 5,500万人
観光振興局	ピワイチ観光推進事業	「ピワイチ」を安心・安全に、多様な人々が楽しめるコンテンツとして確立させるとともに、琵琶湖を中心に県内全体に広がる多様な資源を活かして県内全域への自転車による周遊観光を推進することを通じて、国内外からの来訪促進をはかり、地域活性化へつなげる。	30,278	ピワイチ体験者数 14万人
観光振興局	コンベンション招致事業	国内外の会議や大会等のコンベンションを本県に招致するため、大学や会議主催者、旅行会社関係者等を対象に、滋賀の魅力をPRする。	3,857	支援件数:100件

基本戦略2 心に残る交流

戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地としての魅力を高める

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
観光振興局	観光イベント推進事業	観光客の積極的な誘致を図るため、観光誘客が見込める地域主催のイベントに対して助成する。	30,500	対象イベントに係る観光入込客数 951,000人
観光振興局	地域観光活性化支援事業	県内各地域観光振興協議会等の行う観光活性化およびJR等の駅を利用した交通2次アクセスの利便性の向上のための事業を支援し、誘客を図る。	14,000	支援件数:25件

戦略⑤ 古くから息づく「おもてなし」を深める

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
文化芸術振興課	近江文化発見・発信事業	滋賀ゆかりの文学作品等を通じて、県民が滋賀の歴史・風土・文化等を改めて認識し、地域への愛着を深めるとともに、その魅力を発信するため、学生によるフィールドワークや、その成果を発信する取組を行う。 また、様々な歴史小説の舞台となっている安土城をテーマとして、歴史家、小説家、建築家などの様々な視点から安土城を紐解く連続講座を開催する。	2,945	成果発表会参加者アンケートで滋賀県の文化に対する理解が「たいへん深まった」「深まった」の回答の割合 80%
スポーツ課	スポーツボランティア支援事業	観客や企業とのつながり、会員組織運営ノウハウ、実践的な活動機会などを有するスポーツクラブ等と連携し、ワールドマスターズゲームズ2021関西等、本県における大規模スポーツ大会等の開催を視野に、多様な場面で活躍いただけるボランティアの育成や活動機会の増加に取り組む。	24,490	スポーツボランティア新規登録者数 500人 (令和2年度にスポーツボランティア登録者数2,000名を目指し、引き続き登録者の確保と、充実した研修・活動の機会を数多く提供できるよう取り組む。)
観光振興局	「ウェルカム滋賀」推進事業	観光ボランティアガイドの活動により、来訪者を温かく迎える「おもてなし」の向上を図り、地域の活性化や観光振興につなげる。	250	県域協議会加入団体の観光ボランティアガイド会員数 750人

観光振興局	観光人材育成等地域支援事業	観光まちづくりをPDCAサイクルに基づき、戦略的に事業展開を行い牽引する人材を育成し、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	16,460	観光人材研修:5回 県域研修会:3回
文化財保護課	「近江の心」を育む「伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた」作成・活用事業	「文化財かるた」を作成し、その活用により県民に郷土と文化財の魅力を発信することで、滋賀の文化財と地域の魅力や価値を理解し、自ら語り、継承できる人づくりと郷土への誇りの醸成を図る。	1,000	文化財かるたを活用した文化財講座等に 参加した者 310人
文化財保護課	文化財継承人づくりアクティブ・ラーニング・モデル事業	中高生を対象に、文化財を活用したアクティブ・ラーニング(AL)による講座を行うことにより、将来、文化財を主体的に保存継承できる人材の育成を図るとともに文化財を活かしたAL学習事例の蓄積を目指す。	229	将来、保存継承にか かわりたいと思った 参加者の割合70%(予 定募集人数180人)
文化財保護課	文化財を未来へつなぐ「びわこMyぶん祭」開催事業	埋蔵文化財との出会いと楽しみを通じ、若い視点や発想による文化財の新しい楽しみ方や魅力を絵画等で表現、創造してもらい、その作品を「びわこMyぶん祭」で発信することで、若い世代の文化財への関心と愛着を育み、保存継承を支える世代の拡大を図る。	260	文化財への関心の高 まりや親しみを持った 人の割合70%

戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
情報政策課	県域無料Wi-Fi整備促進事業	国内外から滋賀への訪問者をはじめ、誰でも手軽に観光地などの訪問先でインターネットが利用できる無料Wi-Fi環境の一層の整備促進と利用方法などの利便性向上により、滋賀の「おもてなし」環境の充実を図る。	5,382	無料Wi-Fi設置事業 費補助によるアクセ スポイント設置(30か 所)
交通戦略課	公共交通を活用した観光誘客強化推進事業	明智光秀や石田三成をはじめとする戦国武将や、海外で人気の高い忍者など、滋賀ならではの魅力を有する鉄道旅のコンテンツの磨き上げと海外や関西エリア等の国内向けの発信を強化する。	16,800	草津線、北陸本線、 湖西線の定期外乗車 人数 21,898人/日
交通戦略課 道路課	「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	「ピワイチ」をはじめ自転車を安全・安心に利用できる環境の構築や事故防止に向けた安全指導の強化、総合的に自転車情報を発信する環境の整備を進めるとともに、路面表示、走行空間整備などを進める。	346,864	ピワイチ体験者数 14万人

基本戦略3 心を掴む発信

戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
広報課	滋賀の戦略的県外PR事業	首都圏を中心とする県外の方々に対して滋賀の魅力を広め、認知度や好感度を高めるため、本県の魅力的な素材や旬の話題を取り上げ、メディアへの掲載・露出の拡大につながる情報発信を行う。	22,300	県外向け情報の発信 ・メディアリリース 30回
商工政策課	体感型「ココール」魅力発信事業	情報発信拠点「ここ滋賀」と連携し、体感型イベントやウェブサイトなどで複合的な情報発信を行い、滋賀のファン開拓および滋賀への誘客につなげる。	6,610	「ココール」ウェブサ イトのページビュー数 150,000PV(累計)
モノづくり振興課	滋賀の地域産業成長戦略支援事業	本県の優れた地域資源である地場産業等の「稼ぐ力」を高め、地方創生の核となる新たな成長産業として育成するため、施策推進協議会の運営を行うとともに、地場産業および地域特産品の振興のため戦略的な取組を支援する。	23,900	新商品開発等ブラン ド強化に取り組んだ 組合数 12組合
モノづくり振興課	地域ブランド戦略フォーラム事業	地場産業および地場産品等の認知度向上を図るため、産学官金ならびに生産から販売までの関係者、県下の全自治体を対象としたプラットフォームを形成することにより、効果的・効率的な地域ブランドの発信やバイヤーとのマッチング等を図る。	760	フォーラムへの参加 総数 140名
観光振興局	観光物産情報発信事業	県内の観光物産関連情報を(公社)びわこビジターズビューローに集約し、情報の一元化を行い発信している観光物産情報ウェブサイトの管理運用を行うとともに、JR西日本等との共同による観光客誘致促進のためのキャンペーンの展開、県域全体の観光案内・観光相談等の業務を行う。	32,155	HPアクセス件数:650 万件
観光振興局	映像誘致・ロケ支援事業	映画・テレビ等の映像を通じて本県の豊かな自然や歴史・文化遺産を広く発信することにより、本県のイメージアップと観光および地域の振興を図る。	3,626	ロケ実施件数:110件

戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
中小企業支援課 モノづくり振興課	来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体験事業	情報発信拠点「ここ滋賀」等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。	5,300	「ここ滋賀」の来館者数 45万人
東京本部	首都圏ネットワーク活用事業	首都圏の滋賀ゆかりの人や企業、店舗、新たに滋賀とつながる人等の多様なネットワークを拡充・強化し、「ここ滋賀」との相乗効果により、滋賀の存在感を高める。	7,732	首都圏ネットワーク店数 130店
観光振興局	ここ滋賀推進事業	滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに滋賀への誘引の役割を担う情報発信拠点「ここ滋賀」を運営する。あわせて、「ここ滋賀」外への販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの拡大などにも取り組む。	211,917	情報発信拠点「ここ滋賀」の来館者数 45万人
観光振興局	教育旅行誘致事業	本県への教育旅行誘致を積極的に推進するため、首都圏や九州方面への誘致キャラバンの実施や旅行会社教育担当者現地研修会を開催する。	2,950	本県への教育(修学)旅行宿泊者数:8万人
食のブランド推進課	首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業	首都圏のおいしがりやが推進店や滋賀のゆかりの店(ネットワーク店)および情報発信拠点「ここ滋賀」等を活用して滋賀の「食」の情報発信、販路拡大を強化することで、首都圏をはじめとする大都市の発信力を活かした「滋賀の食材」の認知度向上・消費拡大を図る。	16,891	・メニューフェア協力店等利用者のうち、再度利用する意向を示した人の割合 60% ・首都圏における「おいしがりや」推進店数累計105店舗
畜産課	GI登録!「ブランド近江牛」流通パワーアップ事業	観光ガイド、デジタルサイネージ等による「近江牛」の広告掲載を行うことにより、近江牛の流通を拡大し、近江牛販売店等関連企業の活性化につなげる。	1,052	近江牛取扱い店舗数 2019年度:320店舗

戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)	目標
観光振興局	国際観光推進事業(海外への情報発信)	訪日旅行者を本県に誘致するため、訪日外客数上位である東アジアや伸びが大きい東南アジアを中心にプロモーション活動を実施する。併せて、県内での観光周遊が見込まれる個人旅行やグループ旅行のほか、昨年度から行っている欧州の市場開拓も引き続き実施するほか、京都市内に滋賀県のPRブースを設置するなど、更なる外国人観光客の増加を目指す。	27,212	京都市内に滋賀県のPRブースを設置
観光振興局	国際観光推進事業(外国人観光客の受入体制強化)	訪日旅行者を本県に誘致するため、パンフレットの充実や多言語対応など、受入環境の向上を図る。	5,722	・訪日観光客向けパンフレット作成 ・宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件数 100件 ・おもてなし研修の実施3回
観光振興局	忍者を活用した観光誘客促進事業	忍者を日本固有の文化資産として情報発信するとともに、国内外からの観光誘客を促進するため、関係自治体等が連携して結成した日本忍者協議会に対して負担金を提出する。	500	忍者コンテンツ所在5市観光入込客数 1,570万人
国際課	友好州省経済交流駐在員事業	米国ミンガン州および中国湖南省に経済交流駐在員を配置するとともに、中国湖南省に事務所を配置し、これまで培ってきた強固な関係を活用し、国際経済交流の推進・訪日教育旅行の促進を図る。	12,366	中国湖南省に滋賀県誘客経済促進センターを設置
食のブランド推進課	FOOD BRAND OH!MI 海外プロモーション事業	県産農畜水産物の海外展開を促進するため、JETRO等と連携して、海外展示商談会への滋賀県ブース出展等を実施するとともに、アジア等の有望地域へのプロモーションを効果的に実施する。	9,517	輸出推進に取り組む生産者団体等の数 20組織
畜産課	近江牛魅力発信事業	近江牛の地理的表示(GI)登録によりさらなるブランド力の向上を図るため、訪日外国人に向けて近江牛の魅力を発信する。	3,900	近江牛の指定店舗数(累計)320店舗