

(仮称) 滋賀県観光振興ビジョン 骨子案 1/2

～シガリズムでつなく 滋賀らしい観光の創出をめざして～

厚生・産業常任委員会 資料2-2
令和3年(2021年)11月10日(水)
商工観光労働部観光振興局

第1章 ビジョンの基本的事項

1 改定の趣旨

・コロナで落ち込んだ観光市場を早期に回復させ、観光関連産業を中長期的に成長させるため、「健康しが」ツーリズムビジョン2022を1年前倒しで改定する。
・滋賀県における観光振興の「目指す姿」を共有し、その実現に向けて多様な主体が連携しつつ、ともに取組を進めていくための新たなビジョンを策定する。

2 ビジョンの位置づけ

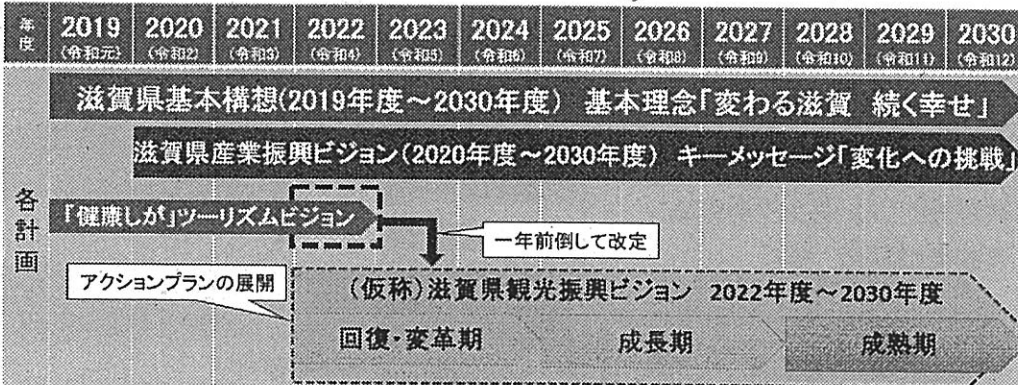
・滋賀県の最上位計画である滋賀県基本構想および、滋賀県基本構想に基づく部門別計画の一つである滋賀県産業振興ビジョン2030の理念を実現するための個別計画として位置づける。

3 計画期間

・令和4年度(2022年度)から令和12年度(2030年度)までの9年間

4 アクションプラン

・計画期間を3年ごとに「回復・変革期」、「成長期」、「成熟期」とし、行動計画となるアクションプランを策定する。



第2章 観光の動向等

1 日本の観光を取り巻く状況

- ・水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えにより、需要が大幅に減少
- ・全国の延べ旅行者数 (R2) 29,341万人 (前年比50.0%減)
- ・訪日外国人旅行者数 (R2) 412万人 (前年比87.1%減)
- ・コロナ後の海外旅行先として、日本は高い評価を得ている
- ・個人旅行の割合が増加し、団体旅行の割合が減少
- ・近場旅行(いわゆるマイクロツーリズム)の割合が増加

2 滋賀県の観光を取り巻く状況および予定

- ・外出自粛や観光施設の休業、入場制限等により、観光需要が大幅に減少
- ・観光入込客数 (R2) 3,641万人 (前年比32.6%減)
- ・外国人宿泊客数 (R2) 4万人 (前年比88.2%減)
- ・令和6年:彦根城世界遺産登録へ、北陸新幹線敦賀駅の開業
- ・令和7年:国スポ・障スポ開催、大阪万博の開催
- ・令和9年:リニア中央新幹線名古屋駅の開業

3 コロナが県内観光関連事業者へ与えた影響 (R2年度県調査)

- ・9割以上が「マイナスの影響があった」と回答
- ・R2年の売上が前年と比較して減少した事業者は8割以上

4 滋賀県観光の現状 (R2年滋賀県観光統計調査)

- ・日帰り客数が観光客全体の9割以上を占める
- ・県内での宿泊数は1泊が約8割を占める

- ・観光客の約3割が県内居住者、約4割が大阪府、京都府、兵庫県などの近畿から、約2割が愛知県、三重県、岐阜県などの中部からとなっている
- ・宿泊客の観光消費額単価は、日帰り客の約5倍

5 滋賀県の観光の特徴

- ・琵琶湖をはじめとした豊かな自然や景観
- ・豊かな歴史的・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
- ・開放的でゆとりある空間
- ・ピワイチをはじめとした豊富なアウトドア系のアクティビティ

※下線はコロナ禍で改めて注目されるようになったもの

6 滋賀県の観光の課題

- ・滋賀ならではの観光素材・モノづくりの促進
- ・観光客を受け入れるおもてなし力の向上に向けた取組
- ・認知度のさらなる向上への取組
- ・宿泊(閑散期)・滞在型観光の推進
- ・多様な主体の連携に向けた取組
- ・社会環境の変化への対応(SDGsやCO₂ネットゼロ)
- ・コロナ禍からの回復への対応(事業者支援、需要回復)
- ・観光の質の向上(観光資源の高付加価値化等)への取組
- ・人々の価値観やライフスタイルの変化を受けた観光ニーズへの対応

第3章 観光振興の方向性

1 基本的な方向性

- ・感染拡大防止と経済活動を両立させるため、安全安心な観光を推進し、時期を捉えて事業者支援に取り組みながら、観光需要の回復に向けた対策を機動的に講じていく必要がある。
- ・コロナ禍を経て、人々の価値観やライフスタイルの変化等により、旅行の少人数化やアウトドア、自然の中でのアクティビティ等が注目されるなど、観光ニーズが多様化・細分化しており、これらの新たな需要を確実に取り込んでいく必要がある。
- ・多様な関係者が連携しながら、滋賀県の強みとなるピワイチをはじめとする観光資源の魅力を上し、『量』(観光入込客数等)の確保に加え、『質』の向上(観光資源の高付加価値化等)に向けて観光振興に取り組む必要がある。

- ①新型コロナウイルス感染症からの着実な回復(感染拡大防止と経済活動の両立)
- ②コロナ禍を経た新たな時代に対応する滋賀らしいツーリズムを「シガリズム※」として推進

※「シガリズム」とは、『琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、ていねいに暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、「心のリズムを整える新たなツーリズム』の総称。

2 2030年に目指す姿

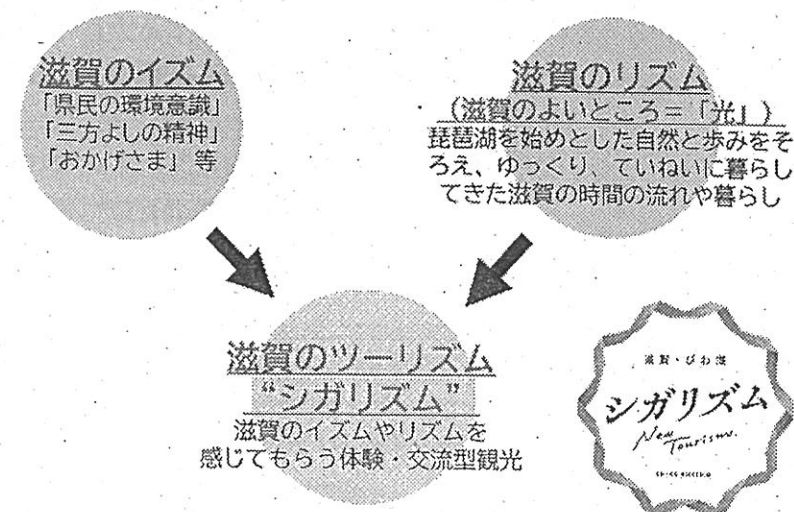
人 (県民と観光客)	県民と観光客の交流を通じて「人のつながり」が広がるとともに、絆が深まり、滋賀のリズムで心身の健康が保持されている。
経済 (観光関連産業)	社会環境や人々の価値観の変化に合わせて、柔軟に観光関連産業が変化し、その経済効果が県内各地に及ぶことで、地域経済が活性化している。
社会 (地域)	滋賀県の歴史や文化が活用されることで、地域の誇りが醸成され、より良い街づくりに繋がり、未来へと受け継がれている。
環境 (自然)	琵琶湖を中心とする自然の活用を通じて、人と自然との共生が実現され、環境保全やCO ₂ ネットゼロにも寄与している。

「シガリズム」の提供を通じて、より良い地域社会が実現し、持続可能な観光を推進する滋賀県

3 基本方針

シガリズムを共通コンセプトとした観光の推進

多様な関係者が連携しつつ、地域の価値ある資源を「再発見・再評価」とともに、それらを磨き上げ、観光資源として活かし、滋賀らしいツーリズムを展開することで、2030年に目指す姿を実現する。



(仮称) 滋賀県観光振興ビジョン 骨子案 2/2

第4章 観光振興に向けた施策展開

1 3つの視点

連携 ~つながる~	変化 ~かわる~	持続 (SDGs) ~つづく~
多様な主体（観光事業者、農林水産業や製造業、県民、観光客等）がつながり、共に創る観光地域づくり	人々の価値観やライフスタイル、社会環境等の変化に柔軟に対応し、新たな価値のあるツーリズムを創出	経済、社会、環境への影響に十分に配慮するとともに、自然や暮らしそのものが活かされる持続可能な観光を推進

2 施策の柱

施策の柱	内容	県の主な施策例
1 新型コロナウイルス感染症からの着実な回復	<ul style="list-style-type: none"> ・R4～6年度を「回復・変革期」として、コロナからの回復フェーズを「感染拡大防止、県内・近隣回復期」、「国内旅行回復期」、「インバウンド回復期」の3段階に分け、各段階に応じた施策を柔軟に展開する。 ・感染拡大防止を徹底した安全安心な観光により観光客を受け入れるため、『滋賀県における「安全安心な観光」に向けた対策手引き』や『業種別感染予防ガイドライン』等の一層の浸透や定着等を推進する。 ・観光関連産業の回復に向けて、県内周遊を促進するキャンペーンや効果的なプロモーションなど、観光需要を喚起する取組を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○安全・安心な観光を推進するための感染拡大防止対策 ○観光関連事業者の事業継続支援 ○観光関連産業の回復につながる観光需要の回復対策 等
2 魅力向上と創出	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀の魅力体験・体感できる地域資源の掘り起こし・魅力分析を行い、観光素材として磨き上げて、誘客につながる観光コンテンツや周遊ルート等の開発を支援する。 ・琵琶湖をはじめとする自然や歴史、産業や地域版SDGsであるMLGsなどの滋賀らしい素材を活用した探求型学習を行えるコンテンツを創出する。 ・宿泊、飲食、交通、農林水産業、製造業、歴史・文化、自然、環境等の多様な主体の連携を強化し、新たな事業機会の提供等を通じて、地域の観光資源を活用した滋賀らしい観光の創出を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○魅力ある体験・交流型コンテンツの創出 ○ピワイチ、ピワイチ・プラスの取組強化 ○滋賀らしい教育旅行コンテンツの創出 ○観光ビジネス連携の支援 等
3 受入環境整備	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地の安全・安心で快適な滞在環境の整備を図るため、地域の実情に応じて多言語案内、Wi-Fiの整備、スマートフォンアプリによる情報提供、キャッシュレス対応等を推進する。 ・自転車や公共交通を活用した観光周遊の促進など、観光地と交通事業者の連携による2次交通対策を推進する。 ・誰もが楽しめる旅行（ユニバーサルツーリズム等）を推進する。 ・新型コロナや災害発生時等に旅行者へ適切な情報を提供する。 ・観光関連事業者をはじめ、県民を含めて県全体で来訪者を「おもてなし」する機運づくりや、観光産業における人材の確保、育成に取り組む。 	<ul style="list-style-type: none"> ○誰もが楽しめる観光地に向けた安全安心で快適な環境整備 ○観光産業における人材の育成、確保 ○「おもてなし」力の向上や意識の醸成 等
4 魅力の発信	<ul style="list-style-type: none"> ・滋賀県が魅力的な観光地として多くの人に認知してもらうためのプロモーションについては、「旅マエ（旅行前）」、「旅ナカ（旅行中）」、「旅アト（旅行後）」のフェーズに分け、ターゲットごとに最適な内容やタイミングで情報発信に取り組む。 ・県内や関西を中心とする大型イベントの開催等に着眼したプロモーションを、国、地方行政、鉄道会社、高速道路会社、空港等の各関係機関と連携して実施し、国内外からの誘客を促進する。 ・「ここ滋賀」の拠点機能の最大化を図り、効果的な情報発信に取り組むとともに、滋賀への誘客を強化する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○戦略的なプロモーションの強化 ○情報発信拠点機能の最大化（ここ滋賀、そこ滋賀、滋賀県誘客経済促進センター） ○ロケツーリズムの推進 等
5 推進体制強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ポストコロナを見据え、新たなビジネスや稼働モデルを創出して高付加価値化を実現できる、地域の観光産業をリードする専門人材の育成に取り組む。 ・多業種間の連携を促すため、観光関連団体の連携機能の強化を図り、情報共有や共同事業等を推進する。 	<ul style="list-style-type: none"> ○観光人材の育成、活性化 ○観光関連団体の連携強化 等

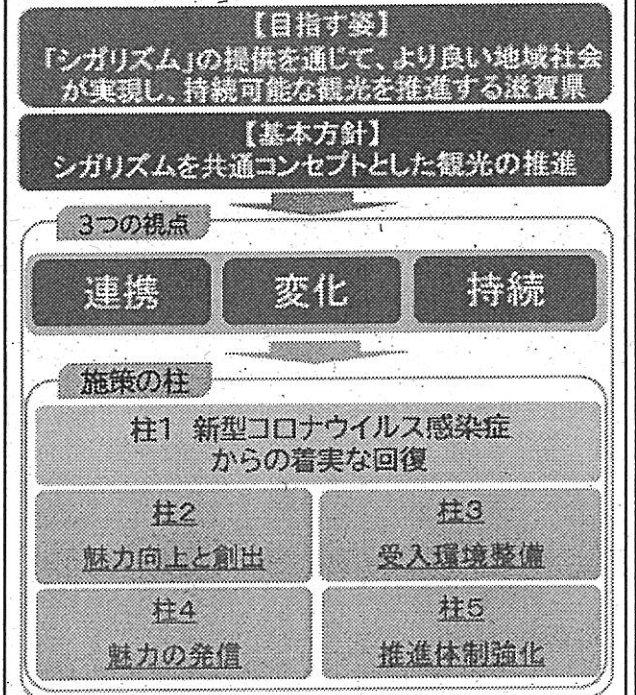
3 重点分野

・目指す姿の実現に向けて、3つの視点を踏まえながら、施策の5つの柱に沿って「重点分野」に取り組む。

【重点分野】

- ピワイチ、ピワイチ・プラス
- 体験・交流型観光
- 教育旅行
- コンベンション
- インバウンド
- 物産、地酒

【全体スキーム】



【重点分野】

- ピワイチ、ピワイチ・プラス
- 体験・交流型観光
- 教育旅行
- コンベンション
- インバウンド
- 物産、地酒

第5章 各主体の役割・体制

・各主体がそれぞれの役割を果たすとともに、多様な主体が連携し、地域の価値ある資源を活用した滋賀らしいツーリズム「シガリズム」を推進する。

第6章 成果指標

※従来の成果指標である観光消費額や観光入込客数等に加え、観光の「質」に関する成果指標（観光客満足度等）を検討中