

平成28年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランについて

□平成28年度における観光施策の展開について

滋賀県「観光交流」振興指針(H26年1月策定)に基づく取組を、社会情勢の変化等を反映させながら加速していきます。

平成27年度における取組の状況

- ・「虹色エモーション」をテーマにテレビや雑誌、インターネットを活用したメディアミックスによる情報発信
- ・日本遺産認定の「琵琶湖とその水辺景観」を活用した情報発信と地域における組織づくり等の推進
- ・トッププロモーション、観光情報ウェブサイト構築、多言語通訳サービス提供などの国際観光の取組

- ・県内観光地における観光入込客数の増加
- ・本県を来訪する外国人観光客の増加

社会情勢の変化等を踏まえた課題

人口減少を見据えた、観光交流による地域社会の活性化が必要

H30の大型観光キャンペーンを見据えた地域における受入体制整備が必要

滋賀ならではの観光資源を磨き上げ、その多彩な魅力を発信することが必要

DMO※を中心とした観光振興の仕組みづくりが必要

※DMO：観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら戦略を策定するとともに、それを着実に実施する調整機能を備えた法人をいう。

平成28年度における新たな事業展開

- ・マーケティング分析を活用した、ターゲットを絞った効果的な情報発信の強化
- ・日本遺産、ピワイチに加え、忍者や戦国武将などの観光資源の磨き上げによる、これらの多彩なコンテンツを活用した滋賀ならではのツーリズムの展開
- ・DMOによる観光まちづくりの取組を支援することによる自立的、継続的な観光振興の仕組みづくりの推進

認知度、興味度の向上

「認知」の壁を破る!

特色あるツーリズムの展開

「来訪」の壁を破る!

満足度の向上
再訪へのつながり

「再訪」の壁を破る!

経済波及効果!
地域活性化!

□アクションプランにおける目標ごとの具体的な取組

□観光地「滋賀」の認知度向上

<戦略>

- 琵琶湖・滋賀をキーワードとしたブランドの創造と発信
- ターゲットを意識した継続的な情報発信強化

<主な取組>

- ・滋賀・びわ湖+DESIGNプロジェクト
- ・「ようこそ滋賀」魅力発信

<主な成果指標>

- ①認知度 45点
- ②観光意欲度 32点
- ※①、②地域ブランド調査
- ③東南アジアからの宿泊者数 40,000人
- ※③宿泊旅行統計調査

□「滋賀ならではの」特色あるツーリズムの展開

<戦略>

- 滋賀の特色を際立たせる誘客活動の推進
- 学生、地域住民等による「観光交流」の推進

<主な取組>

- ・日本遺産魅力発信
- ・ピワイチ観光推進

<主な成果指標>

- ①歴史・文化目的の入込客数 1,250万人
- ②自然目的の入込客数 150万人
- ③スポーツ・レクリエーション目的の入込客数 1,100万人
- ④買物・食等目的の観光入込客数 450万人
- ※滋賀県観光入込客統計調査

□「観光交流」推進の体制づくり

<戦略>

- 来訪者を温かく迎える人材の育成
- 「観光交流」推進に向けた基盤の整備

<主な取組>

- ・観光まちづくり推進
- ・県域無料Wi-Fi整備促進

<主な成果指標>

- ①満足との回答者の割合 90%
- ②再訪意向の回答者の割合 70%
- ※①、②旅行・観光消費動向調査
- ③外国人観光客滞在率 95%
- ※③RESAS(地域経済分析システム)

<総合成果指標>

- ・観光入込客数(延べ) 4,800万人
- ・外国人観光入込客数(延べ) 45万人
- ・宿泊者数 370万人
- ・外国人宿泊者数 35万人
- ・観光消費額 1,640億円
- ※滋賀県観光入込客統計調査

**平成28年度
滋賀県「観光交流」振興指針
アクションプラン**

**平成28年4月
滋賀県**

平成28年度 滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランのポイント

□平成27年度の取組（総括）

- 平成27年度は、「人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略」を策定し、広報、ブランド、食、文化芸術、交通、文化財など、様々な視点から、観光交流の振興に取り組みました。
- 特に、女子旅の取組において、歴、食、遊、癒、観、買、美などの本県の多彩な魅力を虹になぞらえ、「虹色エモーション」をテーマに、首都圏、関西圏等を中心に、テレビや雑誌、インターネットを活用してメディアミックスにより情報発信を行い、観光地としての認知度の向上を図りました。
- また、平成27年4月に日本遺産に認定された「琵琶湖とその水辺景観―祈りと暮らしの水遺産」を活用し、その魅力を国内外に発信するとともに、地域における組織づくり等を進めました。
- さらに、国際観光の取組においても、平成27年6月に国が認定した広域観光周遊ルートに、本県を含む「昇龍道」（中部広域観光推進協議会）、「美の伝説」（関西広域連合等）が認定される中、タイ・マレーシア「食と観光」トッププロモーションを実施するとともに、訪日観光客向けの観光情報ウェブサイトの構築や宿泊施設等での多言語通訳サービスの提供にも取り組みました。
- そのような中で、平成27年の観光入込客数は、やや増加するとともに、宿泊者数については、ふるさと旅行券の取組の効果等もあり、大幅に伸びる見込みです。

□課題認識

- 人口減少を見据え、交流人口の増加で経済効果をもたらし、地域社会の活性化を図ることが必要です。
- 大型観光キャンペーンを平成30年に開催するという目標を掲げ、地域における旅行者の受入体制を早期に整えることが求められています。
- 歴史、自然、生活文化等の滋賀の多彩な魅力を継続的に情報発信し、旅行者の認知度や興味度を向上し、より多くの方に来訪いただき、県内を周遊してもらうことが重要です。
- 日本遺産、ビワイチ、忍者・戦国武将などを滋賀ならではの観光資源に磨き上げていく必要があります。
- 国際観光では、宿泊だけでなく県内を周遊してもらうことが課題であり、東アジアや東南アジアからの誘客に加えて、個人や欧米からの旅行者など、新たな市場開拓を展開していくことも必要です。
- 国がDMO^{※1}を推進する中で、本県においてもDMOを中心にマーケティングに基づいて観光振興を行う仕組みづくりが求められています。

□平成28年度の取組

- 平成28年度においては、歴、食、遊、癒、観、買、美などの多彩な魅力を虹になぞらえ、その愛好者等のターゲットに対して効果的に発信していきます。また、インバウンドの推進についても、民間の発信力も活用しながら、ターゲットを絞り情報発信を強化していきます。
- 観光資源の磨き上げについては、日本遺産やビワイチをはじめとした体験型観光、さらには忍者・戦国武将など、多彩なコンテンツを活用し、滋賀ならではのツーリズムを展開していきます。
- 観光振興の体制については、地域におけるDMOの形成・確立に向けて、多様な主体が連携する観光まちづくりの取組を支援し、自立的かつ継続的な観光振興の仕組みづくりを進めます。
- 観光振興の中核的組織として県域のDMOを担う、びわこビジターズビューローの体制強化を図るとともに、市町、観光関連団体、観光事業者、県民の皆さんと有機的に連携しながら、総力をあげて取り組み、地域の交流人口を増加し、観光を通じた地域経済の活性化につなげていきます。

【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、滋賀県「観光交流」振興指針にまとめ、「『観光交流』を通じて活力ある地域社会の実現を目指す」ことを基本方針として、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。

**経済波及効果！
地域活性化！**

認知度、興味度の
向上

特色あるツーリ
ズムの展開

満足度の向上
再訪へのつながり

「認知」の壁
を破る！

「来訪」の壁
を破る！

「再訪」の壁
を破る！



【目標】 延べ観光入込客数 5,000万人
 宿泊者数 400万人
 観光消費額 1,700億円

※「人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略」の平成31年目標

**□観光地「滋賀」の
認知度向上**

＜戦略＞

- 琵琶湖・滋賀をキーワードとしたブランドの創造と発信
- ターゲットを意識した継続的な情報発信強化

＜主な取組＞

- ・滋賀・びわ湖+DESIGNプロジェクト
- ・ココールマガザレイク・セレクションPR事業
- ・ブランド力「滋賀の食材」発信
- ・滋賀の戦略的県外PR
- ・「ようこそ滋賀」魅力発信
- ・首都圏観光物産情報発信
- ・国際観光推進（情報発信）

＜主な成果指標＞

- ①認知度 45点
- ②観光意欲度 32点
- ※①、②地域ブランド調査
- ③東南アジアからの宿泊者数 40,000人
- ※③宿泊旅行統計調査

**□「滋賀ならではの」特色
あるツーリズムの展開**

＜戦略＞

- 滋賀の特色を際立たせる誘客活動の推進
- 学生、地域住民等による「観光交流」の推進

＜主な取組＞

- ・観光キャンペーン推進
- ・日本遺産魅力発信
- ・ピワイチ観光推進
- ・忍者を活用した観光誘客
- ・東京利比ッパ・ハリビッパ文化プログラム推進
- ・近江牛魅力発信
- ・住民・学生との連携

＜主な成果指標＞

- ①歴史・文化目的の入込客数 1,250万人
- ②自然目的の入込客数 150万人
- ③スポーツ・レクリエーション目的の入込客数 1,100万人
- ④買物・食等目的の観光入込客数 450万人
- ※滋賀県観光入込客統計調査

**□「観光交流」推進の
体制づくり**

＜戦略＞

- 来訪者を温かく迎える人材の育成
- 「観光交流」推進に向けた基盤の整備

＜主な取組＞

- ・「ウェルカム滋賀」推進
- ・「千年の美つたえびと」づくり
- ・観光まちづくり推進
- ・国際観光推進（受入体制強化）
- ・「ピワイチ」サイクルツーリズム促進
- ・県域無料Wi-Fi整備促進

＜主な成果指標＞

- ①満足との回答者の割合 90%
- ②再訪意向の回答者の割合 70%
- ※①、②旅行・観光消費動向調査
- ③外国人観光客滞在率 95%
- ※③RESAS(地域経済分析システム)

＜総合成果指標＞

- ・観光入込客数（延べ） 4,800万人
- ・外国人観光入込客数（延べ） 45万人
- ・宿泊者数 370万人
- ・外国人宿泊者数 35万人
- ・観光消費額 1,640億円
- ※滋賀県観光入込客統計調査

※1 DMO：観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら戦略を策定するとともに、それを着実に実施する調整機能を備えた法人をいう。

目標 1 観光地「滋賀」の認知度向上

滋賀県は、琵琶湖に代表される風光明媚な自然や美しい景観、比叡山延暦寺、彦根城などの「近江」の奥深い歴史文化に育まれた数多くの文化財、そして地域に根ざした祭りや伝統芸能、生活文化、さらにこれらとともに育まれてきた食材や食文化などを有しています。こうした本県の多彩な魅力を内外に強くアピールし、観光地「滋賀」に対する「認知の壁」を破り、多くの人に滋賀の地に訪れてもらうきっかけをつくります。

○継続的な取組

滋賀県が有する豊富な観光資源、特産品の魅力を継続的に発信・アピールし、観光地としての滋賀県のブランド力を高めていきます。

あわせて、インターネットホームページやソーシャルネットワーキングサービス（SNS）を活用した発信、マスコミや旅行エージェントに対するプロモーション活動のほか、鉄道事業者と連携したキャンペーン活動や東京観光物産情報センターを核とした発信、大近江展をはじめとする物産展の開催等を継続して進めます。

〈主な成果指標〉

- ① 認知度 45点（平成27年 42.9点 全国28位）
- ② 観光意欲度 32点（平成27年 28.8点 全国39位）
- ※ ①、②「地域ブランド調査」（ブランド総合研究所）
- ③ 東南アジアからの宿泊者数 4万人（平成26年 約1.8万人）
- ※ ③、④「宿泊旅行統計調査」（観光庁）〔従業者数10人以上の施設対象〕

戦略 琵琶湖・滋賀をキーワードとしたブランドの創造と発信

滋賀県のシンボルである琵琶湖を中心に、「滋賀・びわ湖」をコンセプトに、琵琶湖の美しい水が育んだ歴史・風土や生活文化など、滋賀県の価値をイメージできる「ブランド」を構築し、内外にアピールします。また、「近江牛」、「信楽焼」など全国的に知名度が高い産品など、滋賀の様々な魅力をさらにしっかりと「滋賀」と結び付けることにより、「滋賀」のブランド化に向けた取組を進めていきます。

平成28年度においては、「滋賀の魅力」を全国に向け効果的に発信する「滋賀・びわ湖+DESIGNプロジェクト」、「ココクール」^{※2}の情報発信を行う『「ココクール マザーレイク・セレクション」首都圏発信事業』、地域が一体となってブランド化を進める食材のブランド力向上を図る「強める！ブランド力『滋賀の食材』発信事業」などを実施し、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)	KPI (H28事業目標)	担当課
滋賀・びわ湖+DESIGNプロジェクト	ブランディングディレクターの監修のもと、「滋賀ならではの素材」を用いた「滋賀の魅力」を、首都圏等で全国に向け効果的に発信することにより、滋賀の地域ブランド力を向上させる。	25,118	ブランド総合研究所 地域ブランド調査 「認知度」 18位以内	広報課

「ココクール マザーレイク・セレクション」首都圏発信事業	首都圏展示会等に出展し、「ココクール」の情報発信を行い、滋賀のブランド力の向上を図る。	2,414	展示会出展での来場者カード回収数 200件	商工政策課
強める！ブランド力「滋賀の食材」発信事業	地域が一体となってブランド化を進める品目について、地理的表示などの知的財産の取得を推進するためセミナーの開催や専門家派遣を行うとともに、首都圏、京阪神圏でのブランド力向上を図るため、レストランフェアやマルシェを開催する。	19,550	地理的表示・地域団体商標の申請数 5品目	食のブランド推進課

戦略 ターゲットを意識した継続的な情報発信強化

滋賀県の有する多彩な魅力について、マーケティング分析によりターゲットを明確にして、各種メディアやインターネット等、様々なツールを組み合わせることで効果的に情報発信することで、本県の観光地への興味を喚起し、来訪につながります。

平成28年度においては、メディアに滋賀の話題を数多く取り上げてもらえるように効果的に情報発信を行う「滋賀の戦略的県外PR事業」、マーケティング分析を活かしてメディアを活用してターゲットに訴求する「『ようこそ滋賀』魅力発信事業」、首都圏において大河ドラマや展覧会の機会を活かして観光PR等を展開する「首都圏観光物産情報発信事業」、東アジア、東南アジアさらには欧米といったターゲットにプロモーション活動を行い外国人観光客の増加を目指す「国際観光推進事業（海外への情報発信）」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)	KPI (H28 事業目標)	担当課
滋賀の戦略的県外PR事業	首都圏等のメディアとの連携を強化し、滋賀の旬の話題を数多く取り上げてもらうことにより、県外の方々に対し効果的に情報発信を行う。	24,168	県外向け情報の発信 ・メディアリリース 36回 ・プレスツアー 2回	広報課
「ようこそ滋賀」魅力発信事業	マーケティング分析を活かした訴求力の高いPRコンテンツの作成やメディア展開などにより、滋賀の魅力積極的に発信し、観光地「滋賀」の認知度向上と誘客促進を図る。	34,000	ターゲットを絞った情報発信を行うサイトへの年間アクセス件数 30万件	観光交流局
首都圏観光物産情報発信事業	首都圏において、大河ドラマの放映や、本県の文化財に関する展覧会の機会を活かして、観光PRや情報発信を積極的に展開することで、観光地「滋賀」の認知度向上を図るとともに、宿泊を伴う観光誘客を促進する。	11,311	東京観光物産情報センターへの来場者数 94,000人	観光交流局
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、欧米からの来訪者など新たな市場の開拓も行い、更なる外国人観光客の増加を目指す。	32,969	・旅行博での発信強化 5地域 ・エージェント、メディア等の招請数 20者	観光交流局

※2「ココクール マザーレイク・セレクション」：滋賀ならではの資源や素材を活かし、心の豊かさや上質な暮らしぶりといった滋賀らしい価値観を持つ商品・サービスを募り、その中から特に湖国・滋賀のイメージをクールに伝える素敵なものを選んだセレクション

目標2 「滋賀ならではの」の素材や強みを活かした特色のあるツーリズムの展開

滋賀県には、琵琶湖とそれを中心に広がる豊かな自然、国内有数の歴史遺産さらには悠久の歴史に育まれた生活文化、近江牛をはじめとする地域の食材等の「滋賀ならではの」の地域資源があります。これらを有効に活用することにより、他府県には真似のできない「滋賀ならではの」のツーリズムを展開し、観光地「滋賀」への「来訪の壁」を破ります。

○継続的な取組

花火大会や伝統的なまつりの支援、各地域で実施する誘客活動の支援、滋賀ロケーションオフィスと連携した映画を通じた魅力の発信などを継続的に進めるほか、波及効果が大きいコンベンション誘致や将来の滋賀県ファンを育てることもつなげる教育旅行の誘致等に粘り強く取り組みます。また、県民の皆さんにも滋賀の魅力を再発見いただく「旅の地産地消」や、学生による滋賀を周遊する旅のコンテストにも取り組みます。

〈主な成果指標〉

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| ① 歴史・文化目的の観光入込客数 | 1, 250万人 (平成26年 約1,202万人) |
| ② 自然目的の観光入込客数 | 150万人 (平成26年 約142万人) |
| ③ スポーツ・レクリエーション目的の
観光入込客数 | 1, 100万人 (平成26年 約1,040万人) |
| ④ 買物・食等目的の観光入込客数 | 450万人 (平成26年 約426万人) |

※滋賀県観光入込客統計調査

戦略 滋賀の特色を際立たせる誘客活動の推進

豊富な観光資源等の滋賀県の強みを有効に活用し、その魅力が最大限発揮されるようテーマ性・ストーリー性のある多彩なメニューの展開等を進め、国内外の観光客が興味を持ち、本県を訪れていただけるよう、「滋賀ならではの」の魅力あるツーリズムを展開します。

平成28年度においては、大型観光キャンペーンの実施に向けて企画検討や調整等を行う「観光キャンペーン推進事業」、日本遺産[※]について「水の文化」を軸とした観光ルートの開発や情報発信を行う「日本遺産魅力発信推進事業」、「ピワイチ」[※]に代表されるサイクルツーリズムを中心に滋賀を巡る旅づくりを推進する「ピワイチ観光推進事業」、忍者を日本文化として情報発信し、国内外から観光誘客を促進する「忍者を活用した観光誘客促進事業」、東京オリンピック・パラリンピックに向けた本県文化の魅力を世界に向けて発信する「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」、本県の「食」を代表する近江牛の魅力を発信する「近江牛魅力発信事業」、琵琶湖ならではの湖魚8種を観光資源として活用する「琵琶湖八珍ブランド化事業」などを展開することにより、歴史・文化、自然、スポーツ・レクリエーション、買物・食等を目的とする観光入込客数の増加を目指します。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (H28事業目標)	担当課
観光キャンペーン推進事業	大型観光キャンペーンの実施に向け、県内各市町や観光関連団体、観光事業者等と連携して推進協議会を設立し、その企画検討や調整を行うとともに、受入環境の整備を進める。	21,148	・推進協議会の設置 ・観光素材の開発 ・プレキャンペーンの検討	観光交流局
日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産を構成する文化財を中心に、「水の文化」を軸とした地域ならではの素材を活かし、観光ルートの開発や情報発信、地域のおもてなし環境の整備を推進し、観光振興につなげる。	20,962	・水の文化ぐるっと博 開催計画策定 ・情報発信事業 ・構成文化財所在6市の 宿泊者数240万人	観光交流局

ピワイチ観光推進事業	「ピワイチ」に代表されるサイクルツーリズムを中心に、滋賀を巡る旅づくりを推進し、自転車による観光を安心して楽しめる環境を整備するとともに、魅力ある観光資源を活かして、県内各地への周遊を促す取組を展開する。	24,146	・サイクルサポートステーション設置 100カ所 ・観光素材開発件数 15件	観光交流局
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拠出する。	20,000	忍者コンテンツ所在 5市観光入込客数 1,465万人	観光交流局
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、全国で展開される文化プログラムを本県文化の魅力を世界に向けて発信する機会と捉えるとともに、本県の文化力を高める取組を県民とともに進め、文化プログラム推進とともに本県の文化力向上に努める。	16,141	文化プログラムフェスティバル事業の来場者数 8,000人	文化振興課
近江牛魅力発信事業	近江牛の消費拡大と、近江牛を魅力あるコンテンツとして活用した地域活性化をはかるため、大消費地である東京や訪日外国人向けに近江牛の魅力を発信するとともに、急増する訪日外国人を対象に、近江牛を核としたインバウンド観光事業を産学官金の連携により推進する。	28,719	近江牛提供施設(宿泊施設、飲食店)で、H27年度に比べ外国人観光客が増えた実感した施設率 50%	畜産課
「琵琶湖八珍」ブランド化事業	安土城考古博物館から発表された「琵琶湖八珍」を滋賀の観光資源と位置付け、その価値を構築するため飲食店、旅館、土産物店など事業者による活用促進と観光客や消費者への利用訴求を展開する。	3,966	琵琶湖八珍活用に係る登録事業者数 50事業者	水産課

戦略 学生、地域住民等による「観光交流」の推進

「観光交流」の推進に向け、地域住民の皆さんの郷土への誇りを醸成するとともに、本県の大学に在籍する学生に本県の魅力を発見していただき、「滋賀県ファン」になっていただく取組を進めるなど、地域や大学等と連携した「観光交流」の推進を図ります。

平成28年度においては、史跡等で地域住民と来訪者の交流に取り組む「人と地域が輝く歴史遺産活用モデル事業」や県内大学の留学生と連携して観光施設等の多言語対応に取り組む「留学生と連携した外国人旅行者のおもてなし環境充実」など、地域と連携して観光交流を進めます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (H28事業目標)	担当課
人と地域が輝く歴史遺産活用モデル事業	県内の史跡等でモデル地区を設定し、地域で活用の担い手となる大人や子供を募集し、学習会などで人材を育成する。さらに、担い手の自発的な企画による探訪などにより、来訪者との交流に取り組む。	585	・モデル地区探訪1回 講座1回、イベント等 ・一般地区探訪9回、 講座1回	文化財保護課
留学生と連携した外国人旅行者のおもてなし環境充実	県内大学の留学生と連携し、施設やメニューの多言語対応を行い、外国人旅行者のおもてなし環境を充実する。	—	施設やメニューの多言語対応の実施	観光交流局

※3 日本遺産：我が国の文化・伝統を語るストーリーを文化庁が「日本遺産」として認定し国内外に発信していく制度で、本県からは平成27年に「琵琶湖とその水辺景観一折り暮らしの水遺産」が認定された。

※4 ピワイチ：琵琶湖の周りをサイクリングやウォーキングで一周することをいう。

目標3 来訪者、居住者双方がともに満足できる「観光交流」推進の体制づくり

人口減少社会において、「観光交流」の推進は、来訪者のみならず、お迎えする地域社会全体にとっても、地域の活性化や経済効果など大きな恩恵をもたらします。このため、地域において観光振興が自立的、継続的に推進される仕組みづくりを進めるほか、「観光交流」推進の前提となる来訪者の滞在環境の向上や、訪日外国人に安全・安心を体感してもらえる基盤づくりに向けて取り組むなど、地域ぐるみでソフト・ハード両面にわたって、「観光交流」の体制づくりを行います。これらの取組を通じて来訪者の満足度を向上させ、リピーターとなっていただくことで、観光地「滋賀」への「再訪の壁」を破ります。

○継続的な取組

ボランティアガイドの研修支援等を通じた人材育成のほか、受入基盤整備として、景観保全や来訪者にも優しい環境づくり、最寄り駅からの2次交通アクセス整備の支援等を進めます。

〈主な成果指標〉

- ① 満足との回答者の割合 90% (平成25年 88.2%)
- ② 再訪意向の回答者の割合 70% (平成25年 62.6%)
- ※①、②「旅行・観光消費動向調査」(観光庁)
- ③ 外国人観光客滞在率 95% (平成26年9月～平成27年2月 90%)
- ※「観光マップ-国籍別平均滞在者数」(地域経済分析システム「RESAS」)より、
(外国人昼間滞在者数) / (外国人夜間滞在者数)

戦略 来訪者を温かく迎える人材の育成

地域への愛着と誇りを持ち来訪者を温かく迎える人材の育成を進め、人間味溢れる交流を通じて、来訪者が「滞在したくなるまち」、「もう一度訪れたいまち」を目指し、地域において実際に観光客におもてなしを行う観光ボランティアの育成等に取り組みます。

平成28年度においては、来訪者を温かく迎える観光ボランティアガイドの「おもてなし」の向上を図る『ウェルカム滋賀』推進事業や歴史遺産の魅力由来訪者に伝えるガイド養成のモデル事業を実施する『千年の美つたえびと』づくり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、再訪につなげます。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (H28 事業目標)	担当課
「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 715人	観光交流局
「千年の美つたえびと」づくり事業	新生美術館におけるサポーター育成のため人材を養成し、社寺などで歴史遺産の魅力由来訪者に伝える講座を実施する。	1,543	講座参加者 200人	文化財保護課

戦略 「観光交流」推進に向けた基盤の整備

観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役となるDMOの形成・確立や、観光まちづくりの仕組みづくりに取り組みます。また、観光客に満足して滞在していただき、リピーターになってもらえるよう、受入環境の整備を進めます。

平成28年度においては、多様な主体が連携し観光をキーにまちづくりに取り組む「観光まちづくり推進事業」、訪日旅行者向けのパンフレットや多言語対応の向上などを図る「国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）」、「ビワイチ」サイクルの環境整備を行う『「ビワイチ」サイクルツーリズム促進事業』、「忍者」をテーマにしたコンテンツの魅力向上や受入環境の整備を行う『「忍者」を起爆剤とした地域の公共交通利用促進・活性化事業』、訪問先でインターネットが利用できる無料Wi-Fi環境の充実を図る「県域無料Wi-Fi整備促進事業」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。また、外国人観光客の県内での周遊を促進し、昼間における滞在率の向上を図ります。

取組名	事業内容	予算額 (千円)	KPI (H28事業目標)	担当課
観光まちづくり推進事業	県内各市町や観光関連団体、観光事業者、住民など、多様な主体が参加、連携し、観光をキーにまちづくりに取り組み、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	20,000	・観光まちづくりに向けた合意形成 3地域 ・県内DMO展開加速化支援 1地域	観光交流局
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。	7,094	・訪日観光客向けパンフレット(6言語)の更新・作成 ・宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件数 500件	観光交流局
「ビワイチ」サイクルツーリズム促進事業	サイクルステーションやレンタルバイク、路面標示によるルート案内等の環境整備により、「ビワイチ」サイクリストの増加や地域の活性化につなげる。	73,600	・米原駅サイクルステーション整備 1カ所 ・路面標示によるルート案内等 22km	交通戦略課 道路課
「忍者」を起爆剤とした地域の公共交通利用促進・活性化事業	草津線の利用促進や沿線地域の活性化を図るため、沿線地域の官民が一体となって、「忍者」をテーマにしたコンテンツの魅力向上や受入環境の整備、情報発信に取り組む。	50,000	草津線乗車人員(1日当たり定期外) 4,150人	交通戦略課
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。	9,164	・無料Wi-Fi設置事業費補助金によるアクセスポイント整備 100カ所 ・県立施設無料Wi-Fi整備によるアクセスポイント整備 7カ所	情報政策課

〈平成28年度総合成果指標〉

○観光入込客数（延べ） 4,800万人

平成31年における目標達成に向けて、着実に入込客数を増加させることを目指して設定

※ 平成26年（実績） 4,633万人

※ 平成31年（目標） 5,000万人 ※人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略

○宿泊客数 370万人

平成27年に大幅な伸びを示した水準を維持することを目指して設定

※ 平成26年（実績） 333万人

※ 平成31年（目標） 400万人 ※人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略

○外国人観光入込客数（延べ） 45万人

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26年（実績） 28万人

※ 平成31年（目標） 60万人

○外国人宿泊客数 35万人

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26年（実績） 18万人

※ 平成31年（目標） 50万人

○観光消費額 1,640億円

平成31年における目標達成に向けて、着実に観光消費を増加させることを目指して設定

※ 平成26年（実績） 1,583億円

※ 平成31年（目標） 1,700億円 ※人口減少を見据えた豊かな滋賀づくり総合戦略

◎「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 滋賀県「観光交流」振興指針アクションプラン関連事業（重点事業）

基本目標1 観光地「滋賀」の認知度向上

戦略 琵琶湖・滋賀をキーワードとしたブランドの創造と発信

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
広報課	滋賀・びわ湖+DESIGNプロジェクト	ブランディングディレクターの監修のもと、「滋賀ならではの素材」を用いた「滋賀の魅力」を、首都圏情報発信拠点も活用し、全国に向け効果的に発信することにより、滋賀の地域ブランド力を向上させる。	25,118
文化振興課	世界に向けた滋賀のオール・ブリュット魅力発信事業	近年高い評価と注目を集めているオール・ブリュットを通して、文化を通じた国際交流を促進するとともに、新生美術館の開館や文化プログラムに合わせて、オール・ブリュットを鑑賞するために国内外から多くの人々が滋賀を訪れるよう、作品の魅力の世界に向けて発信する。	3,404
文化振興課	オール・ブリュット拠点形成戦略事業	滋賀の誇る美の一つであるオール・ブリュットの国内外に向けた魅力発信に取り組むとともに、県民や地域、全国の拠点と繋がりがながらオール・ブリュット振興を総合的に推進し、発信拠点の整備やオリパラ文化プログラムの展開に向けて戦略的に事業を推進する。	8,838
商工政策課	「ココクール マザーレイク・セレクション」首都圏発信事業	首都圏展示会等に出展し、「ココクール」の情報発信を行い、滋賀のブランド力の向上を図る。	2,414
食のブランド推進課	強める！ブランド力「滋賀の食材」発信事業	地域が一体となってブランド化を進める品目について、地理的表示などの知的財産の取得を推進するためセミナーの開催や専門家派遣を行うとともに、首都圏、京阪神圏でのブランド力向上を図るため、レストランフェアやマルシェを開催する。	19,550
食のブランド推進課	「おいしがうれしが」キャンペーン推進事業	県民が推進店を巡るラリー企画を実施するとともに、推進店と生産者のマッチングを促進することにより、県産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。	3,620
食のブランド推進課 農業経営課	みんなが育てる「みずかがみ」ブランド支援事業	平成30年産からの米政策改革を見据え、県育成の「みずかがみ」を近江米ブランドを牽引する品種として、「守り、育てる」生産者自らの組織的な活動を支援するとともに、マスメディアを利用したPRで認知度を高めることにより、近江米需要の安定的な確保を図る。	15,414
農業経営課	新たな消費者ニーズの創出で「近江の茶」産地改革支援事業	「近江の茶」の新たな価値を創り出し、「近江の茶」のブランド力を高めるため、消費者ニーズへの対応や新たな市場を開拓するための新たなお茶の生産体制の整備および首都圏における販売店舗拡大に向けた取り組みに対して支援を行う。	6,500

戦略 ターゲットを意識した継続的な情報発信強化

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
スポーツ課	プロスポーツを活用した滋賀の魅力発信事業	プロスポーツの持つ集客力や全国的な発信力を滋賀の魅力を広く伝えるツールとして位置付け、滋賀のブランド力向上に取り組む。	9,380
観光交流局	観光物産情報発信事業	マスコミに向けた情報発信や季節ごとの観光・イベント情報誌による情報発信、JR西日本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、首都圏等で開催される観光展への出展による滋賀の魅力のPR、観光物産情報ホームページによる効果的、効率的な情報発信などを通じ、多様な観光資源やイベント等の情報を効果的に発信する。	36,964
観光交流局	首都圏観光物産情報発信事業	首都圏において、大河ドラマの放映や、本県の文化財に関する展覧会の機会を活かして、観光PRや情報発信を積極的に展開することで、観光地「滋賀」の認知度向上を図るとともに、宿泊を伴う観光誘客を促進する。	11,311

基本目標2 「滋賀ならではの」の素材や強みを活かした特色のあるツーリズムの展開

戦略 滋賀の特色を際立たせる誘客活動の推進

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
文化振興課	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	東京オリパラの開催効果を活かし、全国で展開される文化プログラムを本県文化の魅力の世界に向けて発信する機会と捉え、本県の文化力を高める取組を県民とともに進め、文化プログラム推進とともに本県の文化力向上に努める。	11,604
文化振興課	地域の元気創造・暮らしアート事業(「美の滋賀」創造事業)	美の資源を活用して地域を元気にする取組の支援や、それらの取組のネットワーク化・広域展開を図る取組を委託することにより、多彩な文化プログラムの展開および発信力のある新たなアートプロジェクトへの発展を加速させ、県全体で文化プログラムに取り組む機運を高める。	15,056
スポーツ課	東京オリンピック・パラリンピックスポーツ交流創出事業	東京オリパラに向けて、滋賀ならではの事前合宿等の誘致を行うことにより、湖上スポーツのメッカとして本県の世界的な知名度を向上させるとともに、本県でスポーツを楽しむ国内外からの来訪者と県民との交流を創出する。	23,886
環境政策課(琵琶湖博物館)	新琵琶湖博物館創造推進事業	琵琶湖博物館の知名度向上や新規来館者の開拓を図り、平成32年度には来館者60万人を達成する。また、外部資金の確保等のため、企業・団体連携を推進し、博物館活動の充実等につなげる。	27,300
障害福祉課	障害者芸術・文化活動推進事業	障害者が安心して芸術・文化活動に取り組むことができる環境づくりを進め、障害のある人の社会参加の促進と地域生活の充実を図る。併せて、東京オリンピック・パラリンピックに向けた文化プログラムの一つとして、魅力あふれる滋賀らしい文化として発信する。	28,000
観光交流局	観光キャンペーン推進事業	大型観光キャンペーンの実施に向け、県内各市町や観光関連団体、観光事業者等と連携して推進協議会を設立し、その企画検討や調整を行うとともに、受入環境の整備を進める。	21,148
観光交流局	教育旅行誘致事業	滋賀ならではのモデルコースを企画提案するほか、旅行代理店や学校教員に対するPRにより、修学旅行の誘致を積極的に進め、若い世代に滋賀ファンを増やし、将来の観光誘客につなげる。	2,967
観光交流局	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。	16,000
観光交流局	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、滋賀の魅力をもPRする。	2,970
観光交流局	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、一定の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。	42,000
食のブランド推進課	しが「食のおもてなし」プロジェクト実践支援事業	県産食材の消費拡大、生産振興につなげるため、平成30年度を目標に検討中の大型観光キャンペーンに向けて、宿泊施設、生産者、流通関係者等で組織するプロジェクトチームで「食のおもてなし」を検討、実践する。	1,000
農村振興課	しがの里をめぐるものがたり応援事業	地域活性化のための活動を主体的に行っている地域に光を当て、それらを繋げるものがたりを作成することで「(仮称)しがの里“故郷”」として一体的にPRし、交流人口の増加に繋げる。また、サポーター制度による外の人材活用や、活動団体が一堂に会し交流する場を設けることで、活動へのモチベーションの増加や新たな活動の展開に繋げる。	2,900
交通戦略課	湖西線利便性向上対策事業	湖西地域が持続的に発展するうえで、重要な幹線交通である湖西線について、利用者の増加によるダイヤ改善、利便性向上へつなげるため、湖西地域の魅力や認知度の向上、地元や旅行者の利用促進および強風対策等に取り組む。	7,000
交通戦略課	北びわこエリア地域交通活性化推進事業	北陸本線直流化10周年を契機に、今後の高速鉄道ネットワークの整備も見据え、さらなる北びわこ地域の鉄道利用者の増加を図り、広域鉄道網における北びわこエリアの優位性を高める。	5,000
文化財保護課	「世界遺産」・「日本遺産」登録推進事業	「彦根城」の世界文化遺産登録の準備のため引き続き彦根市を支援するとともに、新たな「日本遺産」の認定の推進に取り組む。	900
文化財保護課	世界遺産を次代につなぐ国宝延暦寺根本中堂等保存修理魅力発信事業	長期間、保存修理に入る国宝延暦寺根本中堂・重文同廻廊の保存修理事業の期間中、観光客の減少をできるだけ少なくするため、所有者が実施する魅力発信事業に対して支援する。	5,000
文化財保護課	「戦国の近江」魅力発信事業	城跡や古戦場などの戦国時代の遺跡の魅力を発信する探訪や講座を県内外で開催し、県来訪者の増加に取り組む。	751
水産課	「しがの水産物」流通拡大対策事業	養殖ビワマス「びわサーモン」のイメージアップ活動や、生産者が開催する直売会による消費促進活動に対して支援する。	700
水産課	「琵琶湖八珍」ブランド化事業	安土城考古博物館から発表された「琵琶湖八珍」を滋賀の観光資源と位置付け、その価値を構築するため飲食店、旅館、土産物店など事業者による活用促進と観光客や消費者への利用訴求を展開する。	3,966
水産課	魅力ある河川漁業推進事業	河川漁業の振興のため、魅力ある河川漁場づくりと遊漁者の増加に向けた取組を実施する。	1,111

戦略 学生、地域住民等による「観光交流」の推進

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
文化財保護課	「近江の心」を伝えるまつり継承・支援事業	まつりの保護団体と来訪者が交流する現地探訪会を実施し、まつりの魅力を地域と来訪者が共感できる場づくりを行う。	779
文化財保護課	人と地域が輝く歴史遺産活用モデル事業	県内の史跡等でモデル地区を設定し、地域で活用の担い手となる大人や子供を募集し、学習会などで人材を育成する。さらに、担い手の自発的な企画による探訪などにより、来訪者との交流に取り組む。	585

基本目標3 来訪者、居住者双方がともに満足出来る「観光交流」推進の体制づくり

戦略 来訪者を温かく迎える人材の育成

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
スポーツ課	スポーツボランティア支援事業	スポーツを「支える」立場から、スポーツイベントやスポーツ事業の運営やに携わる一般ボランティアを養成し、2020東京オリンピック・パラリンピックや関西ワールドマスターズゲームズ2021を経て、2巡目国体の円滑な運営につなげるため、ボランティアネットワークの構築とボランティアの養成を行う。	778
観光交流局	「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
文化財保護課	「千年の美つたえびと」づくり事業	新生美術館におけるサポーター育成のため人材を養成し、社寺などで歴史遺産の魅力を来訪者に伝える講座を実施する。	1,543

戦略 「観光交流」推進に向けた基盤の整備

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
広報課	滋賀・びわ湖ブランド推進事業 (首都圏情報発信拠点整備)	滋賀の食やモノをはじめとする多彩な魅力を「滋賀・びわ湖ブランド」として首都圏で総合的に発信するための新たな拠点を整備する。	222,452
文化振興課	みんなで創る美術館プロジェクト	新生美術館が地域や社会とつながりながら美の魅力を発信し、滋賀を元気にする「美の滋賀」の拠点としての役割を果たすことができるよう、整備過程の公開・共有、魅力発信や県内各地との連携を深めるプログラムを展開していく。	9,789
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、第1期分C展示室および水族展示の実施設計に基づき、建築工事および展示の制作および設置等を行う。また、第2期分交流空間の設計業務を行う。	784,589
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。	9,164

別添2 滋賀県「観光交流」振興指針アクションプラン関連事業（重点事業）

（地方創生加速化交付金を活用した事業）

※国の地方創生加速化交付金を活用し、平成27年度補正予算で計上したものを、平成28年度に繰越を行って実施する事業

基本目標1 観光地「滋賀」の認知度向上

戦略 琵琶湖・滋賀をキーワードとしたブランドの創造と発信

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
観光交流局	「ようこそ滋賀」魅力発信事業	マーケティング分析を活かした訴求力の高いPRコンテンツの作成やメディア展開などにより、滋賀の魅力積極的に発信し、観光地「滋賀」の認知度向上と誘客促進を図る。	34,000
モノづくり振興課	滋賀の地域産業振興総合支援事業	県および地域産業関係者の協働により推進方を定め、ブランド発信ネットワークづくりや、地場産業組合および地域産業組合の戦略的な取組を支援する。	26,039

戦略 ターゲットを意識した継続的な情報発信強化

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
広報課	滋賀の戦略的県外PR事業	首都圏等のメディアとの連携を強化し、滋賀の旬の話題を数多く取り上げてもらうことにより、県外の方々に対し効果的に情報発信を行う。	24,168
観光交流局	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、欧米からの来訪者など新たな市場の開拓も行い、更なる外国人観光客の増加を目指す。	32,969

基本目標2 「滋賀ならではの」素材や強みを活かした特色のあるツーリズムの展開

戦略 滋賀の特色を際立たせる誘客活動の推進

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
文化振興課	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	東京オリパラの開催効果を活かし、全国で展開される文化プログラムを本県文化の魅力向世界に向けて発信する機会と捉え、本県の文化力を高める取組を県民とともに進め、文化プログラム推進とともに本県の文化力向上に努める。	4,537
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。	16,800
観光交流局	日本遺産魅力発信推進事業	日本遺産を構成する文化財を中心に、「水の文化」を軸とした地域ならではの素材を活かし、観光ルートの開発や情報発信、地域のおもてなし環境の整備を推進し、観光振興につなげる。	20,962
観光交流局	ビワイチ観光推進事業	「ビワイチ」に代表されるサイクルツーリズムを中心に、滋賀を巡る旅づくりを推進し、自転車による観光を安心して楽しめる環境を整備するとともに、魅力ある観光資源を活かして、県内各地への周遊を促す取組を展開する。	24,146
観光交流局	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拠出する。	20,000
食のブランド推進課	「滋賀の食材」海外展開スタート支援事業	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、生産者等の状況に応じたセミナーや、海外展示商談会への出展等を実施するとともに、商工観光労働部と連携して有望な国へ知事のトッププロモーションを行う。	16,656
畜産課	近江牛魅力発信事業	近江牛の消費拡大と、近江牛を魅力あるコンテンツとして活用した地域活性化をはかるため、大消費地である東京や訪日外国人向けに近江牛の魅力を発信するとともに、急増する訪日外国人を対象に、近江牛を核としたインバウンド観光事業を産学官金の連携により推進する。	28,719
交通戦略課	近江に根ざして120年・「近江鉄道」沿線魅力再発見・創出事業	近江鉄道創立120年を契機として、鉄道利用の促進と沿線地域の活性化を図るため、沿線地域が連携して地域の魅力を発信するとともに、新たな観光資源の創出に取り組む。	4,000

基本目標3 来訪者、居住者双方がともに満足出来る「観光交流」推進の体制づくり

戦略 来訪者を温かく迎える人材の育成

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
観光交流局	観光まちづくり推進事業	県内各市町や観光関連団体、観光事業者、住民など、多様な主体が参加、連携し、観光をキーにまちづくりに取り組み、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	20,000

戦略 「観光交流」推進に向けた基盤の整備

担当課	取組名	事業内容	予算額 (千円)
観光交流局	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。	7,094
交通戦略課 道路課	「ピワイテ」サイクルツーリズム促進事業	サイクルステーションやレンタルバイク、ルート案内表示板等の環境整備により、「ピワイテ」サイクリストの増加や地域の活性化につなげる。	73,600
交通戦略課	「忍者」を起爆剤とした地域の公共交通利用促進・活性化事業	草津線の利用促進や沿線地域の活性化を図るため、沿線地域の官民が一体となって、「忍者」をテーマにしたコンテンツの魅力向上や受入環境の整備、情報発信に取り組む。	50,000