

# 今年度の観光振興の取組結果を 踏まえた次年度以降の取組について

# 1. 今年度の観光振興の取組結果



## (1) 観光キャンペーン

### ① 「いこうぜ♪滋賀・びわ湖」

【期 間】 令和6年9月21日～令和7年10月31日

【概 要】 「大阪・関西万博」や「国スポ・障スポ大会」を契機として、本県へのさらなる観光誘客を図る。

【ターゲット】 大阪・関西万博や国スポ・障スポ大会を契機に、関西への旅行を計画する方

【テ ー マ】 「水・びわ湖」をテーマに「観る感動」、「体験する感動」、「食す感動」を提供



#### ● 万博旅行商品造成(バスツアー造成)

万博の入場と滋賀県での宿泊を組み合わせたツアーを造成した旅行会社に対して、1台あたり2万円を助成  
造成台数:148台 総客人数(推計):148台×40人=5,920人

#### ● びわ湖を楽しむ現地体験プラン

クルーズ船やびわ湖を一望できる比叡山坂本ケーブルなど、びわ湖を満喫できる体験プランに、オリジナルグッズ「アクリルスタンド」をプレゼント  
販売実績：959件



#### ● Wチャンススクラッチ

県内各所に掲示してある二次元コードを読み込むと、抽選で滋賀県の特産品があたるデジタルスクラッチキャンペーン  
参加件数：3,092件 キャンペーンサイトのアクセス数 233,688件

# 1. 今年度の観光振興の取組結果

## (1) 観光キャンペーン



### ② 「戦国ディスカバリー 滋賀・びわ湖」

【期 間】 令和7年11月8日～令和8年12月31日

【概 要】 安土城築城450年や大河ドラマ「豊臣兄弟！」を契機として、本県へのさらなる観光誘客を図る。

【ターゲット】 国内観光客（歴史に関心が高い層のみならず、一般観光客）

【テ ー マ】 武将、城、多文化共生、まちづくり、女性の活躍

#### ● オープニングイベント

11月8日(土)、安土文芸の郷公園(近江八幡市)にて、オープニングイベントを開催。  
大河ドラマ「豊臣兄弟！」の俳優2名にも参加いただき戦国キャンペーンをスタート

#### ● 「戦国メシ」プレゼントキャンペーン

「戦国」をテーマにしたメニュー、スイーツ等の開発・集約を行うとともに、  
関連店舗を巡る周遊企画を実施



@近江牛松喜屋  
豊臣秀長戦国御前

@四季彩  
三成井

#### ● スペシャルイベント「奥伊吹 冬の陣」

3月28日(土)、グランスノー奥伊吹(米原市)にて、大型イベントを開催。  
グランスノー奥伊吹の客層を活かした若年層への、本県の戦国の魅力を発信。  
花火打ち上げによる夜型観光の推進。米原市内での開催による北部振興。

### 「豊臣兄弟！北近江長浜ドラマ館」来館者数

2/1開館、2/19 来館者数1万人達成 (参考)「光る君へ」1/29開館、2/21 来館者数1万人達成

# 1. 今年度の観光振興の取組結果



## (2) インバウンド誘客

### ① 各市場へのプロモーション事業

- 現地代理事業者を通じた定期的な営業活動（台湾、アメリカ）
- 滋賀県経済交流駐在員による滋賀の魅力発信（中国、アメリカ）
- 旅行会社へのセールス活動（中国、台湾、韓国、フランス）
- 県内観光事業者と旅行会社との商談会（中国、台湾、韓国、フランス）
- 現地旅行博等での情報発信（台湾、韓国、香港、アメリカ、イギリス）
- 旅行会社やメディア等の県内視察ツアー（中国、台湾、韓国など）



現地商談会



現地セールス活動



「そこ滋賀」店舗装飾

### ② 受入環境整備事業

- 観光事業者のインバウンド受入環境整備への支援（多言語化等）
- インバウンド受入推進セミナーの開催（インバウンド向け商品の造成）

### ③ そこ滋賀事業

令和7年7月～令和8年2月の実績

- 対応人数 7, 666人
- 月平均 約958人
- 1日平均 約32人

エリア	割合	主な地域
欧州	64.1%	フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、イギリス 等
東アジア	12.1%	中国、台湾、韓国、香港 等
北米	7.6%	アメリカ 等
オセアニア	5.8%	オーストラリア 等
東南アジア	5.5%	インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール 等
その他	4.8%	

# 1. 今年度の観光振興の取組結果

## (3) デスティネーションキャンペーン

### ① 会議等の開催（滋賀県シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進協議会）

- 総会 第1回会議 令和7年7月18日 部会の設置、R7事業計画・予算  
第2回会議 令和8年3月12日 キャッチフレーズ、ロゴマークの決定
- 部会  
【コンテンツ部会】 コンテンツ開発  
【誘客促進部会】 全国宣伝販売促進会議の開催、観光素材集の作成、首都圏等での商談会の実施  
【広報・おもてなし部会】 キャッチフレーズ、ロゴマークの作成、おもてなしサポーター制度の創設
- 各種団体向け説明会等  
滋賀県市長会、滋賀県町村会、近江の地酒もてなし普及促進協議会、滋賀県印刷工業組合、滋賀県中小企業団体中央会、滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合、滋賀県印刷工業組合 他

### ② キャッチフレーズ・ロゴマーク

- 全国から応募のあった11,360件の中から、  
キャッチフレーズを『癒しがいっぱい、シガリズム。』に決定  
ロゴデザインとともに3月12日に発表



- 観光列車「はなあかり」  
7月5日(土)～9月28日(日)まで土日限定で運行
- 豪華寝台列車「TWILIGHT EXPRESS瑞風(みずかぜ)」  
令和8年春、「びわ湖周遊・せとうちコース」が誕生

## 2. 次年度以降の取組

### (1) 観光キャンペーン（戦国ディスカバリー 滋賀・びわ湖）

#### ①コンテンツの創出や磨き上げ

- 映像作品等を活用した新たな体験型観光コンテンツの造成や関連商品・サービスの開発支援
- シガリズム体験の充実
- 観光まちづくりに資するコンテンツの創出
- 地域と連携した夜型観光等を活用した特別企画および観光バスツアーの造成
- DCの好機を捉えた観光コンテンツの創出



#### ②大河ドラマの放送、安土城築城450年などを捉えたプロモーションの展開

- シガリズム・DC推進協議会の行うイベント・広報、全国宣伝販売促進会議の開催等
- 戦国キャンペーンに連動した周遊企画の実施やイベントの開催など
- 安土城築城450年に関連する企画の実施および支援
- 大河ゆかりの3県周遊企画やNHKと連携したイベント実施、北近江豊臣博覧会との連携等
- 酒蔵と連携した周遊企画の実施



## 2. 次年度以降の取組

### (2) インバウンド誘客

#### ①各市場に応じたプロモーション

東アジアを重点市場、欧米豪を開拓市場に位置づけて地域に応じたプロモーション等を実施

- 東アジアをターゲットとしたプロモーション事業【中国、台湾、韓国、香港】
- 欧米豪をターゲットとしたプロモーション事業【米国、欧州】

#### ②受入環境整備事業

- インバウンド受入環境整備への支援
- インバウンド受入推進セミナーの開催

#### ③そこ滋賀事業

- 「そこ滋賀」での観光案内・情報発信の実施
- 「そこ滋賀」でのクーポン配布による観光施設等への周遊促進

#### ④誘客促進事業

- 外国人観光客の旅行を手配する旅行会社への助成による観光誘客
- 旅行会社やメディア等を対象とする県内視察の実施 など



## 2. 次年度以降の取組

### (3) デスティネーションキャンペーン

#### ① 観光素材の開発・魅力向上

- 観光素材の開発

  - 誘客につながる観光コンテンツの創出

- 県内各地への周遊促進

  - JRによる送客を県内各地への周遊につなげるためのスタンプラリー等の県域での周遊企画の実施

#### ② 誘客促進

- 全国宣伝販売促進会議

  - 全国の旅行会社を滋賀に招き、各地域のプレゼンテーションやモデルツアーを通じた滋賀の魅力の発信

    - 日程 令和8年11月4日(水) 全体会議 於：びわ湖大津プリンスホテル

    - 令和8年11月5日(木)・6日(金) エクスカーション

- 旅行商品造成促進

  - プロモーション等の支援を通じて旅行会社による商品造成

#### ③ 広報宣伝

- ガイドブック・ポスター、広報資材等の作成

  - 各種広報資材等を活用し、全国に向けて滋賀DCを周知

- 広報、メディアとのタイアップ

  - ホームページやSNS、各種メディアを通じて滋賀DCに関する情報の発信。

## 2. 次年度以降の取組

### (3) デスティネーションキャンペーン

#### ④ 受入体制の整備・拡充

- 二次アクセス対策

部会での二次アクセスに関する協議を踏まえ、地域での試行的事業の実施

- おもてなし機運の醸成

おもてなし力の向上に向けた研修の開催や連携企画の展開を通じて、おもてなしサポーター活動の活性化

#### ⑤ 誘客目標

- コロナ前、過去最高だった令和元年の入込客数5,404万人を約20%上乗せし、年間入込客数 **6,000万人** を目指す

##### ■期間中（10月～12月）の誘客目標

###### 延べ観光入込客数

令和元年10～12月 1,321万人 → **令和9年10～12月 1,600万人**

###### 延べ宿泊客数

令和元年10～12月 98万人 → **令和9年10～12月 120万人**

###### 観光消費額

令和元年10～12月 494億円 → **令和9年10～12月 600億円**



令和9年  
延べ観光入込客数  
**6,000万人**