

滋賀デステイネーション キャンペーン (DC) について



観光文化スポーツ部
観光政策局



デスティネーションキャンペーン(DC)とは

- **J Rグループ6社**（北海道、東日本、東海、西日本、四国、九州）と**自治体等が協働**で全国から誘客を図る**大型の観光キャンペーン**
- 滋賀県での実施は**27**年ぶり！



DC決定通知書伝達式（2025.5）

■ 前回のキャンペーン
2000年1月～3月「いち、にの、さん、滋賀」

■ 国鉄時代のキャンペーン
1985年9月～12月「だから！滋賀」



デスティネーションキャンペーン(DC)とは

- 四半期(春・夏・秋・冬)ごとに目的地を設定

→ 滋賀県は「**秋**」(10.1~12.31)のキャンペーン

- **3** かに集中的な誘客を図る。





滋賀DCについて

コンセプト

めぐる、つながる、ひろがる こころとからだのリズムをととのえる旅

～滋賀をめぐる人たちが、地域に暮らす人や時間の流れとつながり、感動や発見、癒し、ワクワクやドキドキを共有することで、旅人、暮らす人、一人ひとりが Well-being を感じ、新しい世界がひろがる体験を～



癒しがいっぱい、
シガリズム。

滋賀 デスティネーションキャンペーン
2027.10.1 - 12.31

ロゴ

「癒し」を象徴するびわ湖(ブルー)と、豊かな自然(グリーン)、人々の出会いや交流(オレンジ)を柔らかなタッチで表現し、キャッチフレーズ「癒しがいっぱい、シガリズム。」の世界観をロゴマークに落とし込みました。

公募での応募件数
11,360件から

キャッチフレーズ

「癒しがいっぱい、シガリズム。」



滋賀DCで発信する 4 つの切り口

4つの切り口で滋賀の魅力的な観光コンテンツを整理し、発信する。

①ヘルス&ウェルネス



②ナイトコンテンツ



③推し・聖地巡礼



④歴史・文化・伝統





滋賀DCの推進体制

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

【役員】

会長：知事

副会長：ＪＲ京滋支社長

ＢＶＢ会長

旅館ホテル組合会長

監事：会計管理者、滋賀銀行

総会

事務局

協議会運営・予算決算
・基本方針等の承認

〔県観光政策局・ＢＶＢ〕

コンテンツ
部会

観光素材の開発・魅力向上
の取組の検討

誘客促進
部会

旅行会社等へのプロモー
ションの取組の検討

広報・
おもてなし
部会

全国への情報発信・観光客
の受入の取組の検討

協議会構成団体

滋賀県

滋賀県観光政策推進本部

…令和８年７月に設置。県の観光施策を総合的に推進。
オール滋賀県庁で滋賀DCに取り組む。

ＪＲ、ＢＶＢ、市町、観光協会、宿泊・物産関係団体、経済団体、旅行会社、交通事業者、農畜水産関係団体、文化団体、流通事業者、メディア、包括連携協定企業、その他関係分野の団体



滋賀DC事業 予算額について

・令和7年度、令和8年度の滋賀DC事業の予算額は、**合計 293,680千円**

《滋賀DC事業 直近2年度の予算額》（単位：千円）

令和7年度現計予算（2月補正後）

6月補正	実施体制の整備	6,226
	プレDCに向けた準備	12,000
	周知・機運醸成	6,500
11月補正	観光コンテンツ創出 ※R8年度へ全額繰越し	57,500
合計		82,226

令和8年度当初予算

当初	県外からの誘客の促進	32,000
	広報宣伝	81,000
	受入体制の整備・拡充	30,000
	事務局運営	7,354
	誘客プロモーション	61,100
合計		211,454

- ・実施体制の整備：推進協議会の設置、事務局体制の整備
- ・プレDCに向けた準備：素材集の作成、全国販促会議の準備
- ・周知機運醸成：キャッチフレーズ、ロゴ作成、特設サイト構築 等
- ・観光コンテンツ創出：観光事業者へのコンテンツ創出支援

- ・県外からの誘客促進：イベント、展示会出展 等
- ・広報宣伝：広報PR媒体(ポスター、ガイドブック等)作成、メディア広報 等
- ・受入体制の整備・拡充：二次アクセス対策支援 等
- ・誘客プロモーション：全国宣伝販売促進会議 等



具体的な取組は？

1

観光素材の
開発・魅力向上

2

受入体制の
整備・拡充

3

広報宣伝

4

誘客促進





具体的な取組は？ 1

1 観光素材の開発・魅力向上

● 観光素材集の作成

→400以上の観光コンテンツを集約した
「観光素材集」を作成



※観光素材集(イメージ)

● 新たな観光素材の開発

・ 滋賀DC観光コンテンツ創出支援

→60件以上の開発を支援中
(さらに追加で支援予定)

・ シガリズムコンテンツ創出事業

→シガリズム体験のコンテンツを創出

<コンテンツの一例>



滋賀DCびわ湖花火・びわ湖玉



長浜 秋の曳山巡行 山曳き体験



食文化満喫トレイン(近江鉄道)



具体的な取組は？ 2

2 受入体制の整備・拡充

●「癒しがいっぱい、シガリズム。」サポーター

① 観光サポーター

→個人等がSNSなどで魅力発信

② おもてなしサポーター

→店舗・施設等での受入対応

登録
募集中！



● 着地の利便性向上

→滋賀県内での移動、駅から観光地への移動を便利に

- ・ 滋賀DC二次アクセス対策支援
- ・ Shiga Smart Access自動運転チャレンジ事業（交通まちづくり政策課）



具体的な取組は？ 3

市町での
P R も支援中

3 広報宣伝 ①

● PR媒体で発信！

プレDCに向けて作成中。

3連ポスター
観光ガイドブック (約15万部 発行予定)

プロモーション動画

滋賀DC特設サイト など

JRと連携し、
JR西日本管内
の多くの駅で
広く発信！

JR車両内でも
放映！

● 広報ノベルティで機運醸成！

- ・ 滋賀DC法被、テーブルクロス、のぼり
- ・ 鉄道事業者と連携したステッカー
- ・ ネームストラップ
- ・ 滋賀DCユニフォーム など





具体的な取組は？ 3

各種団体の
総会などでも！

3 広報宣伝 ②

● イベントや展示会でPR！

滋賀DCで出展、参加する主なもの

- 東京駅観光PRイベント

(7/25～26@JR東京駅)

- ツーリズムEXPO2026

(9/24～27@東京ビッグサイト)

- FEST.INAZUMA2026

「おいで～な滋賀」体感フェア

(9/19～21@烏丸半島)

● プレDCの オープニングイベント を開催！ (以下、予定)

- ・ 日時：令和8年10月4日（日）
- ・ 場所：JR大阪駅
- ・ 内容
 - 観光・物産PRブースの出展、
 - 体験コーナーの設置
 - ゆるキャラグリーティング
 - ステージイベント 等





具体的な取組は？ 4

4 誘客促進 ～to B～

● 全国の旅行会社をまわるキャラバン

→ プレDC期間の旅行商品造成に向けて、市町や観光協会とともに延べ43件、旅行会社を訪問しPR
(首都圏12件、関西10件、中京11件、中国・九州10件)

既に商品化につながった事例も！

● 旅行商品造成促進の支援

→ 旅行会社へ、滋賀の旅行商品造成を支援

- ① 滋賀DC旅行商品造成・プロモーション支援
- ② 戦国ディスカバリーツアー造成支援
- ③ 滋賀魅力体験観光バスツアー助成





具体的な取組は？ 4

4 誘客促進 ～to B～

重 全国宣伝販売促進会議【1日目】

全国から旅行会社等を滋賀に招待。プレゼンテーションや体験、エクスカージョンによるモデルツアー等を通じて、滋賀の観光の魅力を体感する機会を設け、滋賀DCに向けた旅行商品の造成・販売につなげる。（以下、予定）

日 時： 令和8年11月4日（水）

場 所： びわ湖大津プリンスホテル

参加者： 旅行会社、マスコミ、関係者等 400～500名

内 容： ○エリアやテーマ別の観光プレゼンテーション
○各市町や滋賀県などの観光PRブース

※菓子工業組合、旅館ホテル組合等の関連団体とも連携

○地域資源を体験するブース
○レセプション、屋台ブースの出展

近江牛、湖魚、焼き鯖そうめん、
鮎ずし・佃煮セット、地酒コーナー
やクラフトビールコーナーなど

県内各地の事業者・団体
（ローザンベリー、比叡山延
暦寺など）や観光協会（栗東、
甲賀など）等が地元をPR！

競技かるた（大津）
仏壇の箔押し（彦根）
刀鍛冶の名入れ（草津）
BIWAKOアクリルキーホルダー（長浜）など



参考：会議（山口県）



参考：体験ブース（山口県）



参考：屋台ブース（広島県）

具体的な取組は？ 4

4 誘客促進 ～to B～

● 全国宣伝販売促進会議(エキスカッション)【2・3日目】

旅行会社等に対して、県内各地を案内するモデルツアーを実施。実際に滋賀の魅力を体験してもらい、旅行商品の造成につなげる。

コース事例 (案)

湖北コース (宿泊)

醒井養鱒場、ローザンベリー多和田、賤ヶ岳古戦場、余呉湖、竹生島、黒壁スクエア など



湖西コース (宿泊)

白鬚神社、針江生水の郷
川島酒造・喜多品老舗・淡海堂
メタセコイア並木 など



大津コース (宿泊)

大津祭曳山展示館、ミシガンクルーズ、西教寺、比叡山延暦寺
近江神宮、三井寺 など



湖南コース (日帰り)

琵琶湖大橋検査路ツアー、兵主大社、琵琶湖博物館、草津宿本陣、栗東ワイナリー など



湖東コース (宿泊)

西明寺、愛知川びんてまりの館、豊郷小学校旧校舎群、多賀大社、彦根城、多景島遊覧 など

東近江コース (宿泊・日帰り)

<宿泊> 太郎坊宮、東近江大風会館、八幡堀巡り
日牟禮八幡宮、鏡神社、日野祭曳山体験見学 など
<日帰り> 安土城考古博物館、沖島散策・調理体験
ラ コリーナ近江八幡



甲賀コース (日帰り)

善水寺、甲賀流リアル忍者館、信楽高原鉄道乗車・信楽駅散策、信楽陶芸村、山本園 など



具体的な取組は？ 4

4 誘客促進 ～to C～

● 周遊キャンペーンで滋賀へ

● 実施中

- ・ シガリズム体験利用促進企画 (7/1～12/31)
- ・ 近江の武将カード集め周遊企画 (7/14～12/20)
- ・ 近江の地酒周遊企画 (パ酒ポート)(7/17～12/31)
- ・ 戦国メシ周遊企画 (7/25～12/20)

● 実施予定

- ・ 鉄道を活用した観光周遊企画
- ・ 安土城築城450年子ども向け周遊事業
- ・ 映像作品を活用した体験型観光企画 など

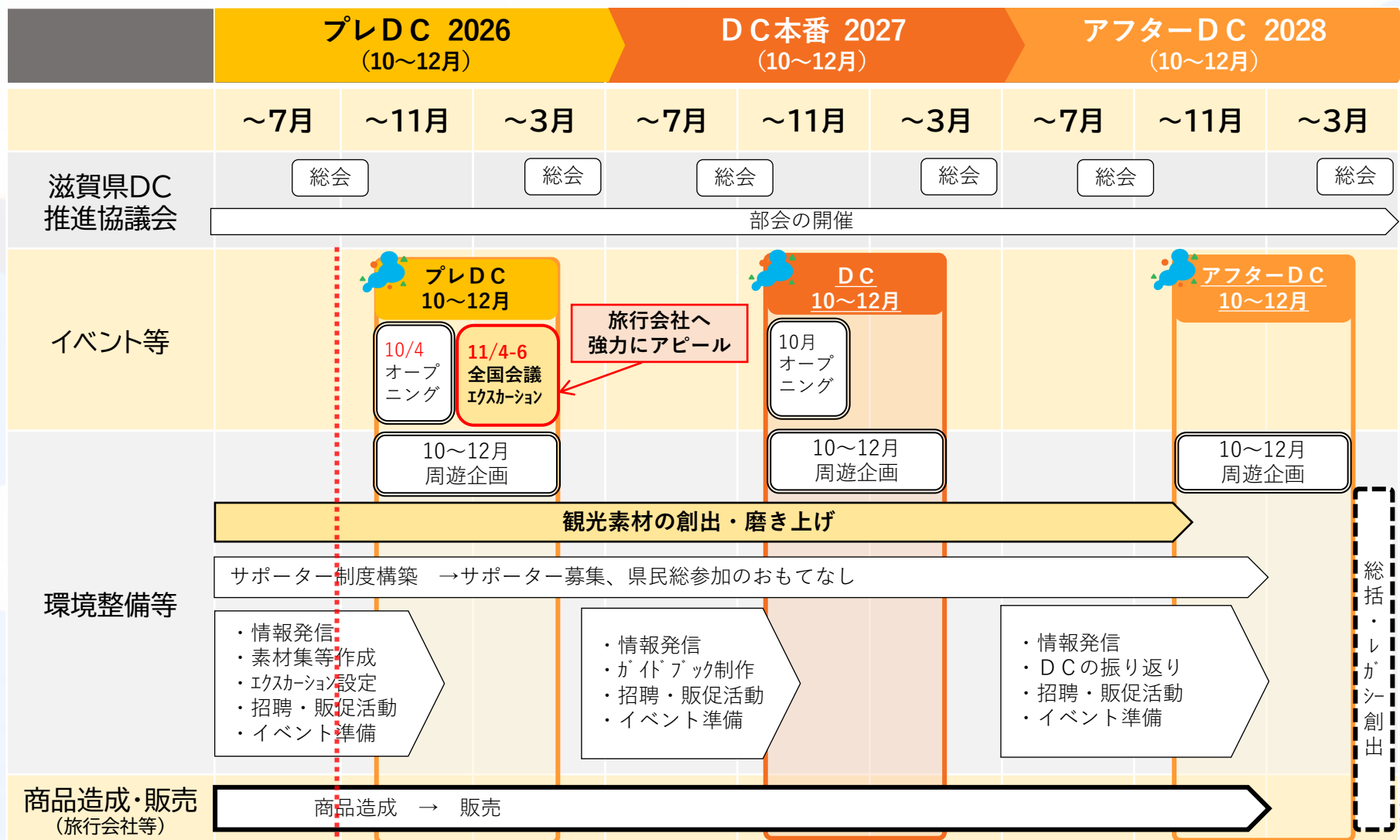
● JRと連携したキャンペーン

- ・ 鉄道版ビワイチパス、比叡山おでかけパス
- ・ 特別列車「瑞風」や観光列車「はなあかり」で滋賀を旅するツアーの催行
- ・ tabiwaトラベル 湖北観音めぐり など





3か年の取組と現在地





滋賀DCで目指すもの①

新たなデータ分析・効果検証の手法を活用し
施策のブラッシュアップ、目標の達成につなげる

年間入込客数

令和元年 **5,404**万人



令和9年 **6,000**万人

〔 令和12年 6,400万人
第2期アクションプラン 〕

目標値

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(DC期間中) **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(DC期間中) **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(DC期間中) **600**億円

※ コロナ前の令和元年の同期（10～12月）と比較して、入込客数を約20%上乗せし、併せて観光消費額の向上を目指す。



滋賀DCで目指すもの②

持続可能な観光まちづくりの推進

地域全体で観光振興を図る「観光まちづくり」を進め、観光客も滋賀に暮らす方も**"Well-being"**（心身の健康、幸福感、つながり）を実感できる豊かな滋賀を目指す。

滋賀DCを通じたシガリズムの進化(深化)

観光素材の 開発・魅力向上

新たな観光コンテンツの開発や磨き上げにより滋賀の魅力の向上を図る

受入体制の 整備・拡充

受入環境の充実により観光客の満足度の向上につなげる

広報宣伝

集中的なプロモーションにより滋賀の魅力为全国に向けて発信する

誘客促進

旅行会社へのセールス、様々なイベントやキャンペーンの展開などを通じて滋賀への誘客を促進する

DC後を見据えた
豊かな滋賀
の実現

滋賀DCで 大事にしたい視点

- 近隣府県との連携
- 交通事業者との連携
- 新たな分野との連携
- データの活用