

観光振興指針改定に係る検討状況について

1. 観光の動向把握および滋賀県の現状と課題の整理

<日本の観光を取り巻く現状>

- ・国内人口の減少や高齢化が加速する中、国内宿泊観光客は横ばいを維持している。
- ・旅行消費額は減少傾向にあり、旅行に係る単価が減少していることが推測される。
- ・外国人観光客については、東アジア地域を中心に基本的に増加基調にあるものの、東日本大震災に伴う風評被害などの外的要因により大きくアップダウンする。
- ・このようななか、国では観光立国推進基本法に基づき、新たな「観光立国推進基本計画」を 2012 年 3 月 30 日に閣議決定し、引き続き、観光立国に取り組むこととされた。

<滋賀県の観光を取り巻く状況>

- ・観光入込客は、平成 19 年以降減少が続いたが、平成 23 年は大河ドラマ等の影響で過去最高を記録した。
- ・観光客の属性としては、日帰り観光客が 8 割以上を占める。また、県内居住者が全体の約 4 割、県外では近畿が約 6 割を占める。
- ・外国人観光客は東アジアを中心に増加。ただし、外的要因により大きくアップダウン。
- ・県では今年度から観光ブランド「ビワイチ」の取り組みを開始した。

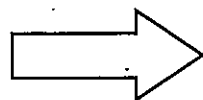


<滋賀県観光の「強み」「弱み」>

- 「強み」：豊富な観光資源、恵まれた交通アクセス、
大学等の立地、全国でも少ない「人口増加県」
- 「弱み」：低い「認知度」、不便な「2次アクセス」
宿泊・滞在型観光の割合が低い、「おもてなし」意識が高くない

2. 滋賀県観光の課題の抽出

- ・滋賀県は「よいもの」があるにも関わらず、知られていない。
- ・地域活性化にむけた戦略的な取り組み
- ・滋賀の特性を活かした観光振興
- ・多様なニーズへの適切な対応
- ・県をあげた「おもてなし」の雰囲気・体制づくり



今後、滋賀県の観光をどのようにするか？

滋賀県観光事業審議会におけるこれまでの主な議論

<指針全般>

- ・滋賀県は何のために観光客に来てほしいのか、指針で大きな方針を示すこと。
- ・「三方よし」の精神を全面に出すなど、滋賀らしいものとするべき。
- ・「滋賀ならではの観光」が指針の最初に来なければいけない。
- ・それぞれの主体がそれぞれの役割を前向きに果たしていくよう、観光に携わる全てのものが共有することが大切。

<認知度向上、情報発信>

- ・琵琶湖の価値を活かし、滋賀県のブランドイメージを高めることが必要である。
- ・イメージ戦略ではなく、具体的に魅力的な誘客をすすめるなかで認知度向上をはからなければならない。
- ・情報発信にあたっては、滋賀の特性を考え、ターゲットを絞って行うべきである。
- ・近畿圏の中で、「他にはない」ものを発信するべきである。
- ・来訪者にあわせて内容を精査し、効果的な発信を行うことが必要である。

<滋賀の強みを活かした観光振興>

- ・他府県と横並びではなく、滋賀の特性を活かした戦略的な観光振興に取り組むべきである。
- ・豊富な観光資源をストーリー性を持たせて売り出すことが必要である。
- ・高速道路網の整備など、交通利便性の向上を積極的に活用すべきである。
- ・他県から滋賀に来ている学生に在学中滋賀を体験いただく取り組みをすすめ、それぞれの故郷に発信してもらうことも重要である。
- ・まず県民が、県内の観光地を知る取り組みを推進することも必要である。
- ・「知る人ぞ知る」を極めるという方法もあるのではないか。

<地域づくり推進、受入体制>

- ・地域にお金が落ちることで「おもてなし」の文化も広がり、地域活性化にもつながるのではないか。
- ・外国人観光客受入にむけ、ソフト・ハード両面で「ウエルカム」の体制づくりをするべきである。
- ・様々なしかけを通じて「滞在したくなるまちづくり」をすすめることが必要である。
- ・「おもてなし」は、それぞれの地域の人たちの心の通い合いや、人との触れ合いではないか。
- ・訪れてもらう側は地域の資源を安売りすることなく、誇りを持って受け入れ、訪れる側は敬意を持って訪問する。そのような関係を築くことが重要である。

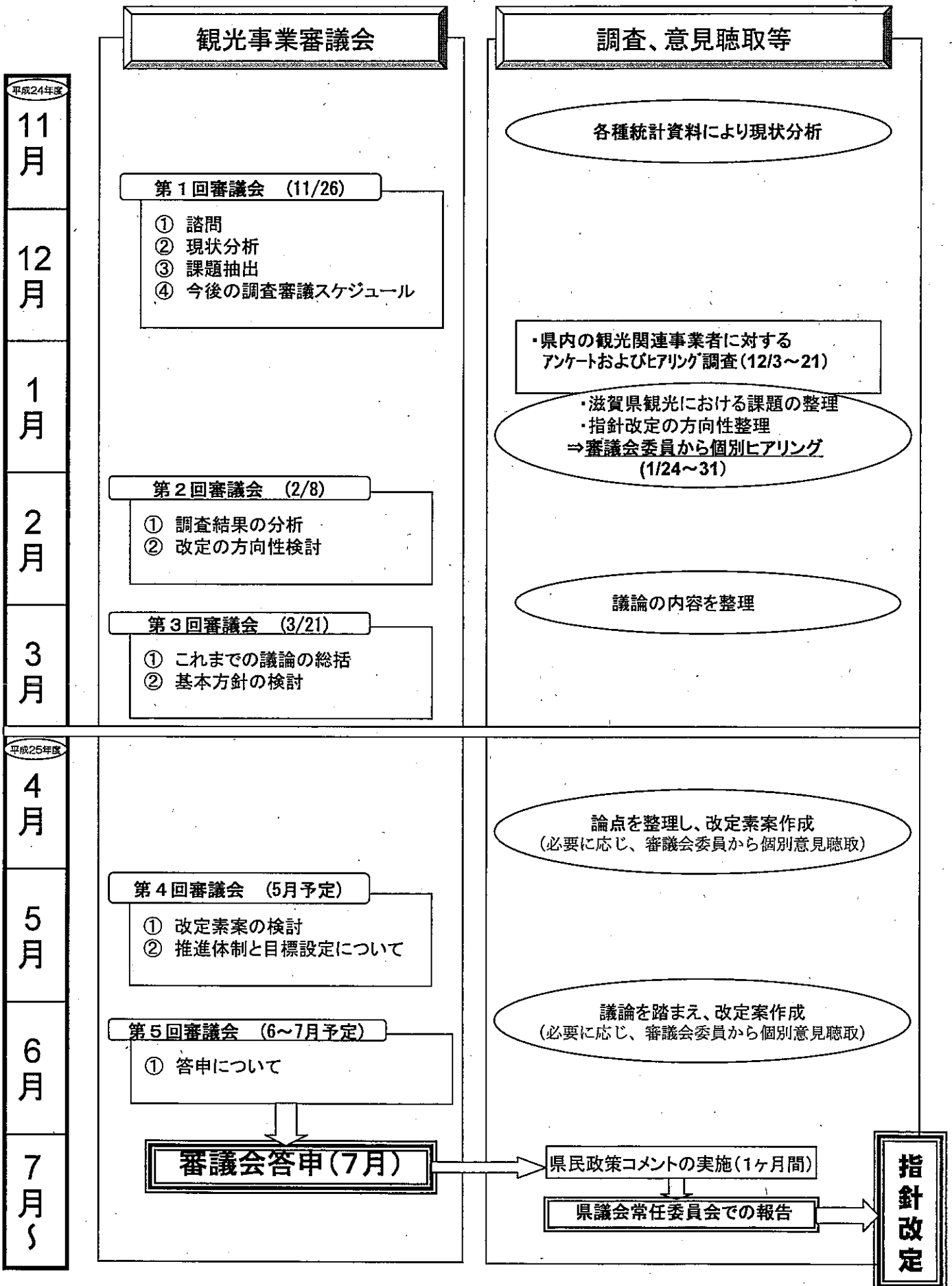
<推進体制、進捗管理>

- ・根本的課題を見極め、どこが何をするのか仕分けることが必要である。(行政がすること、民間がすること、地元住民がすることなど)
- ・滋賀県として明確なマーケティングのもと、短期ですること、中・長期ですることについて、それぞれ戦略をたててすすめるべきである。
- ・戦略機能を担うところをしっかりとさせて、ぶれずに決めたことを地道にしっかりとっていくことが必要である。
- ・いきなり大きなことを目指さなくとも、出来ることから少しずつ取り組みをすすめる。
- ・言いつばなしではなく、責任をもって観光振興を実行していくため、1年に1回は検証を行うべきではないか。

滋賀県観光振興指針における 数値目標の達成状況(平成23年)

項目	目標設定		実績		達成状況
観光入込客数 (延べ)	H19年(2007年) H25年(2013年)	4,666 万人 5,000 万人	H19年(2007年) H20年(2008年) H21年(2009年) H22年(2010年) H23年(2011年)	4,666 万人 4,507 万人 4,445 万人 4,357 万人 4,736 万人	94.7%
外国人入込客数 (延べ)	H19年(2007年) H25年(2013年)	19.6 万人 30.0 万人	H19年(2007年) H20年(2008年) H21年(2009年) H22年(2010年) H23年(2011年)	19.6 万人 20.6 万人 13.4 万人 17.7 万人 12.6 万人	42.0%
宿泊者数	H19年(2007年) H25年(2013年)	316 万人 330 万人	H19年(2007年) H20年(2008年) H21年(2009年) H22年(2010年) H23年(2011年)	316 万人 304 万人 286 万人 299 万人 324 万人	98.2%
外国人宿泊者数	H19年(2007年) H25年(2013年)	11.0 万人 20.0 万人	H19年(2007年) H20年(2008年) H21年(2009年) H22年(2010年) H23年(2011年)	11.0 万人 11.5 万人 6.6 万人 9.4 万人 7.8 万人	39.0%
観光消費額	H17年(2005年) H25年(2013年)	2,666 億円 3,000 億円	H17年(2005年) H22年(2010年)	2,666 億円 1,251 億円	41.7%
ウェブサイトへの アクセス人数	H19年(2007年) H25年(2013年)	3,875,176 人 7,750,352 人	H19年(2007年) H20年(2008年) H21年(2009年) H22年(2010年) H23年(2011年)	3,875,176 人 3,866,585 人 4,478,903 人 5,560,079 人 5,584,806 人	72.1%
国際コンベンション 開催数	H19年(2007年) H25年(2013年)	1 件 20 件	H19年(2007年) H20年(2008年) H21年(2009年) H22年(2010年) H23年(2011年)	1 件 8 件 4 件 8 件 2 件	10.0%

観光振興指針改定にむけた検討スケジュールについて



滋賀県観光事業審議会委員名簿

氏名	所属等
今井 克美	長浜市産業経済部長
上田 洋平	滋賀県立大学 地域づくり教育研究センター
遠藤 糸子	滋賀県商工会議所女性会連合会長
王 小娟	関西観光情報センター 所長
大澤 恵理子	株式会社メリーデイズ ローザンベリー多和田 代表取締役
北川 宗忠	神戸海星女子学院大学 ※会長
佐藤 郁子	日本旅行業協会関西事務局
佐藤 典司	立命館大学 経営学部 教授
佐藤 祐子	株式会社国華荘 びわ湖花街道 代表取締役社長
塚本 八重子	淡海ボランティアガイド連絡協議会 副会長
戸祭 達郎	成美大学 学長
中井 保	琵琶湖汽船株式会社 代表取締役社長
贄川 美代子	公募
西本 椰枝	旅行作家
前田 正久	株式会社インターグループ 専務取締役
松井 徹夫	西日本旅客鉄道 近畿統括本部 営業課 観光推進室長

<オブザーバー>

氏名	所属等
梅染 昭子	近畿運輸局 企画観光部 観光地域振興課長
加藤 新輔	(社)全国旅行業協会滋賀県支部 事務局長
北沢 繁和	(社)びわこデジタルズビューロー 専務理事

※五十音順