

平成 29 年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプランの概要について

□平成 29 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 28 年度における取組の状況

- ・滋賀の多彩な魅力を虹になぞらえた、ターゲットを絞った情報発信を平成 27 年度から継続して実施
- ・日本遺産、ピワイチ、映画のロケ地などの観光資源の磨き上げと、これらを活用した誘客の推進
- ・地域におけるDMO[※]の形成・確立に向けた、観光まちづくりの取組支援による観光振興の仕組みづくりの推進

※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。

課題認識

滋賀県の“いいもの”が国内外に十分浸透していない

H30 の大型観光キャンペーンに向けた機運醸成と地域における受入体制整備が必要

より計画的・体系的なピワイチの推進が必要

DMOを中心とした観光振興の仕組みづくりが必要

平成 29 年度における事業展開

- ・滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに、滋賀への誘引の役割を担う首都圏情報発信拠点（平成 29 年 10 月にオープン予定）で、ターゲットを意識した戦略的な情報発信を行う。
- ・平成 30 年度の大型観光キャンペーンに向け、平成 29 年度に開催する「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」とも連動して、効果的なPRとプロモーションに取り組む。また、市町と連携して、旅行者の受入体制の整備に取り組む。
- ・「ピワイチ」を安心・安全に、多様な人々が楽しめるコンテンツとして確立していくため、官民協働により総合的な推進計画を策定することにより、体系的に施策を推進する。

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>

- ・首都圏情報発信拠点整備事業
- ・国際観光推進事業(情報発信)

<成果指標>

- ①観光意欲度 23 位
※地域ブランド調査
- ②東南アジアからの宿泊者数 50,000 人
※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・琵琶湖魅力発信事業
- ・ピワイチ観光推進事業

<成果指標>

- ①歴史・文化目的の入込客数 1,210 万人
- ②自然目的の入込客数 110 万人
- ③スポーツ・レクリエーション目的の入込客数 1,060 万人
- ④買物・食等目的の観光入込客数 600 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事業
- ・県域無料Wi-Fi整備促進事業

<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 75%
※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) 4,900 万人
 - ・外国人観光入込客数(延べ) 50 万人
 - ・宿泊者数 385 万人
 - ・外国人宿泊者数 40 万人
 - ・観光消費額 1,670 億円
- ※滋賀県観光入込客統計調査

平成29年度
滋賀県「観光交流」振興指針
アクションプラン

平成29年4月
滋賀県

平成29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28年度の取組（総括）

- 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する取り組みを、平成27年度から継続的に行いました。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、ターゲットを絞って情報発信を行いました。
- 日本遺産やビワイチをはじめとした体験型観光、忍者や戦国武将、近江牛をはじめとした食、さらには映画のロケ地などの観光資源を磨き上げるとともに、これらの多彩なコンテンツを活用し、滋賀ならではの旅づくりに取り組みました。
- 観光振興の体制づくりについては、地域におけるDMO^{※1}の形成・確立に向けて、観光まちづくりの取組を支援するとともに、自立的かつ継続的な観光振興の仕組みづくりを進めました。
- 観光振興の中核的組織として県域のDMOを担う、びわこビズターズビューローの体制強化を図り、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、観光施策を推進しました。



□課題認識

- 滋賀県には、琵琶湖をはじめとする滋賀の豊かな自然や歴史文化、その豊かな環境で育まれた食やモノなど“いいもの”がたくさんあるにも関わらず、国外はもとより、国内にも十分浸透していません。
- 平成30年度の大規模観光キャンペーン開催の機運を計画的に盛り上げていくとともに、旅行者の受入体制を早急に整えていく必要があります。
- 「ビワイチ」を安心・安全で誰もが楽しめるコンテンツとして確立するためには、より計画的・体系的なビワイチの推進が必要です。
- 訪日外国人が急増する中、また東京オリンピック・パラリンピックを控え、滋賀県にも外国人観光客を呼び込み、宿泊だけでなく県内を周遊してもらう取り組みが必要です。
- DMOを中心とした、マーケティングに基づく観光振興の仕組みづくりが求められています。



□平成29年度の取組

- 滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに、滋賀への誘引の役割を担う首都圏情報発信拠点（平成29年10月にオープン予定）で、ターゲットを意識した戦略的な情報発信を行います。
- 平成30年度の大規模観光キャンペーンに向けて、平成29年度に開催する「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」とも連動して、効果的なPRとプロモーションに取り組んでいきます。また、市町と連携して、旅行者の受入体制の整備に取り組めます。
- 「ビワイチ」を安心・安全に、多様な人々が楽しめるコンテンツとして確立していくため、官民協働により総合的な推進計画を策定することにより、体系的に施策を推進していきます。
- インバウンドについては、東アジアや東南アジアに加えて、個人や欧米など新たな市場開拓を展開するとともに、多言語対応や無料Wi-Fi整備など、受入環境の向上に取り組めます。
- 地域におけるDMOの形成・確立に向けた取り組みを支援することにより、自立的かつ継続的な観光振興の仕組みづくりを進め、地域の交流人口の増加と、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

「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！

【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＞

- ・首都圏情報発信拠点整備事業
- ・体感型「ココル」魅力発信事業
- ・来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業
- ・首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業
- ・滋賀の戦略的県外PR事業
- ・プロスポーツを活用した滋賀の魅力発信事業
- ・国際観光推進事業(情報発信)

＜成果指標＞

- ①観光意欲度 23位
- ※①地域ブランド調査
- ②東南アジアからの宿泊者数 50,000人
- ※②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・琵琶湖魅力発信事業
- ・観光キャンペーン推進事業
- ・ピワイチ観光推進事業
- ・新琵琶湖博物館創造推進事業
- ・FOOD BRAND OH!MI 海外プロモーション
- ・近江牛魅力発信事業
- ・琵琶湖の魚消費拡大PR事業
- ・ミガシ滋賀姉妹県州50周年記念事業

＜成果指標＞

- ①歴史・文化目的の入込客数 1,210万人
- ②自然目的の入込客数 110万人
- ③スポーツ・レクリエーション目的の入込客数 1,060万人
- ④買物・食等目的の観光入込客数 600万人
- ※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」推進事業
- ・滋賀の美と祭りのこころを伝える人づくり事業
- ・観光まちづくり推進事業
- ・国際観光推進事業(受入体制強化)
- ・「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業
- ・県域無料Wi-Fi整備促進事業

＜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 75%
- ※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) 4,900万人
- ・外国人観光入込客数(延べ) 50万人
- ・宿泊者数 385万人
- ・外国人宿泊者数 40万人
- ・観光消費額 1,670億円
- ※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 観光意欲度 23位（平成28年 全国33位）
※ ①「地域ブランド調査」（ブランド総合研究所）
- ② 東南アジアからの宿泊者数 5万人（平成28年（速報値） 約3.9万人）
※ ②「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29年度においては、首都圏における情報発信の拠点を整備するとともに、この拠点を活用し、地場産業と伝統的工芸品の魅力を発信する「来て、見て、ふれ『メイド・イン滋賀』魅力発信・体感事業」、「ココクール」^{※2}の情報発信等を行う「体感型『ココクール』魅力発信事業」、生産者団体等と連携して「滋賀の食材」のブランド力強化を図る「首都圏『滋賀の食材』プロモーション・流通促進事業」を実施するなど、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 (H29 事業目標) | 担当課 |
|-----------------------------|--|-------------|--------------------------|---------------------|
| 首都圏情報発信拠点整備事業 | 滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに、滋賀への誘引の役割を担う拠点を整備する。 | 224,671 | 首都圏情報発信拠点の利用者数 18.8万人 | 広報課 |
| 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業 | 県が新たに整備する首都圏情報発信拠点等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。 | 6,470 | | 中小企業支援課 モノづくり振興課 |

| | | | | |
|----------------------------------|--|--------|---------------------------------------|-----------|
| 体感型「ココクール」 魅力発信事業 | 「ココクール」として首都圏情報発信拠点と連携した「ココクール」の体験型イベントを開催する。さらに、「ココクール」のセレクションのデジタルストーリーブックを含んだWebサイトを構築し、リアルとネットでの情報発信を複合的に実施することで、滋賀のファン開拓および滋賀への誘客につなげる。 | 7,431 | 「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 36,000PV | 商工政策課 |
| 首都圏「滋賀の食材」 プロモーション・流通 促進事業 | 東京オリンピック・パラリンピック開催を見据え、新情報発信拠点を最大限活用しながら、首都圏等における滋賀の「食」の情報発信、販路拡大を強化することで、「滋賀の食材」の認知度向上、消費拡大を図る。 | 19,232 | 新拠点での飲食利用者のうち、再度利用する意向を示した人の割合 60% | 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、来訪につなげます。

平成29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」、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、ユニフォームへのロゴ等の掲示やアウェーゲームでのブース出展等により滋賀の魅力を発信する「プロスポーツを活用した滋賀の魅力発信事業」、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 (H29 事業目標) | 担当課 |
|----------------------|---|-------------|---|-------|
| 滋賀の戦略的県外PR事業 | 首都圏を中心とする県外の方々に対して滋賀の魅力を広め、認知度や好感度を高めるため、本県の魅力的な素材や旬の話題を取り上げ、メディアへの掲載・露出の拡大につながる情報発信を行う。 | 20,500 | 県外向け情報の発信 ・メディアリリース 36回 | 広報課 |
| 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、滋賀の魅力を発信し、地域の活性化につなげる。 | 10,300 | 県外における滋賀の魅力を伝えるためのチラシ等の配布数 18,000件 | スポーツ局 |
| 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。 | 14,757 | ・旅行博での発信強化 5地域 ・エージェンツ、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」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, 210万人 (平成27年 約1,153万人) |
| ② 自然目的の観光入込客数 | 110万人 (平成27年 約105万人) |
| ③ スポーツ・レクリエーション目的の観光入込客数 | 1, 060万人 (平成27年 約1,014万人) |
| ④ 買物・食等目的の観光入込客数 | 600万人 (平成27年 約572万人) |
- ※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29年度においては、「日本遺産^{※3} 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」を開催する「日本遺産・琵琶湖魅力発信事業」、大型観光キャンペーンの実施に向けたプロモーションを展開する「観光キャンペーン推進事業」、「ピワイチ」^{※4}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」、琵琶湖博物館のリニューアルを契機とした効果的な認知度向上に取り組む「新琵琶湖博物館創造推進事業」、県産農畜水産物の海外へのプロモーションを展開する「FOOD BRAND OH!MI 海外プロモーション事業」、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のブランド化を促進する「琵琶湖の魚消費拡大PR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 (H29 事業目標) | 担当課 |
|----------------|--|-------------|-----------------------------|-------|
| 日本遺産・琵琶湖魅力発信事業 | 日本遺産をテーマとした観光キャンペーン「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」を展開し、日本遺産の認知向上を図るとともに、実際に多くの来訪者へ取組検証や成功体験の積み重ねを図ることで、地域の持続的な活性化に繋がるツーリズムの定着を目指す。 | 45,000 | ・日本遺産構成文化財が所在する市の宿泊者数 300万人 | 観光交流局 |

| | | | | |
|------------------------------|---|--------|---|-------------------|
| 観光キャンペーン推進事業 | 平成 30 年度に大型観光キャンペーンを実施することから、平成 29 年度は「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」を中心としたプロモーション活動等を実施し、県内外における気運の上昇を図る。 | 75,000 | ・観光素材の開発 ・「水の文化ぐるっと博」を中心としたプロモーションの展開 | 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、来訪者を迎え入れる取組を県内に広く展開するなど、体験型観光を推進し、発信することによって、誘客促進および本県の認知度向上を目指す。 | 17,136 | ・サイクルサポートステーション整備箇所数 200ヶ所 | 観光交流局 |
| 新琵琶湖博物館創造推進事業 | 博物館のリニューアルの効果を高め、利用者の拡大と定着を図るため、県民参加型交流会や移動博物館の開催等、県民やリニューアルの趣旨に賛同する企業等と連携した効果的な認知度向上の取組を行うとともに、教育旅行のプロモート等による誘客促進の取組を行う。 | 17,500 | ・新聞等に取り上げられる回数 600回 ・連携する企業・団体等の数 120者 ・「倶楽部LBM」新規会員登録者数 3,000人 | 環境政策課 (琵琶湖博物館) |
| FOOD BRAND OH!MI 海外プロモーション事業 | 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、海外展示商談会への滋賀県ブース出展等を実施するとともに、東南アジア、北米等、有望地域へのプロモーションを効果的に実施する。 | 12,426 | 輸出推進に取り組む生産者団体等の数 7組織 | 食のブランド推進課 |
| 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推進する。 | 12,341 | 近江牛を核とした“しがのプレミアムツアー”(ロゴマーク使用)造成数 15ツアー | 畜産課 |
| 琵琶湖の魚消費拡大PR事業 | 「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚をより身近に魅力的に感じることのできる機会を創出、および事業者参画を促進することにより、湖魚の消費拡大・ブランド化を図る。 | 21,380 | 琵琶湖八珍を活用する事業者数 累計150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29年度においては、ミシガン州との姉妹交流50周年を祝した交流を推進する「ミシガン州滋賀県姉妹州50周年記念事業」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 (H29 事業目標) | 担当課 |
|---------------------|---|-------------|---------------------------|-------|
| ミシガン州滋賀県姉妹州50周年記念事業 | ミシガン州と滋賀県の姉妹交流50周年を祝し、記念式典を開催するとともに、特に若者、文化、芸術分野の重層的な交流を推進する。 | 10,700 | 滋賀県とミシガン州の友好交流の認知度 60% | 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祈りと暮らしの水遺産」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、「日本遺産・琵琶湖魅力発信事業」や「観光キャンペーン推進事業」を通じて、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、無料Wi-Fiや最寄り駅からの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26年 89.7%)
- ② 再訪意向の回答者の割合 75% (平成26年 70.9%)
- ※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8月 85%)
- ※「観光マップー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めます。

平成29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」や地域で文化財を守り伝えていくために必要な人材の育成を図る「滋賀の美と祭りのこころを伝える人づくり事業」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 (H29 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 740人 | 観光交流局 |

| | | | | |
|-----------------------|---|-------|--|--------|
| 滋賀の美と祭りのこころを伝える人づくり事業 | 地域の文化財の実地講座等や祭礼行事の保護団体の現地交流研修会を実施することにより、美術工芸品や祭礼行事などの文化財を地域で守り伝えていくために必要な人材の育成を図る。 | 1,150 | ・語り部づくり事業実施3地域、普及活動表明率70% ・担い手研修事業実施2地域 | 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29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地域を支援する「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充実などを図る「国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）」、自転車の安全・安心な利用のためのサイクリング環境の整備を行う「『ピワイチ』安全・安心な自転車利用促進事業」、国内外の旅行者が手軽にインターネットを利用できる無料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 (H29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。 | 18,200 | ・観光まちづくりに向けた合意形成 4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。 | 3,943 | ・訪日観光客向けパンフレット作成 ・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 |
| 「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業 | 「ピワイチ」をはじめ自転車を安全・安心に利用できる環境の構築や事故防止に向けた安全指導の強化、総合的に自転車情報を発信する環境の整備を進めるとともに、路面表示、走行空間整備などを進める。 | 137,121 | ・ピワイチサイクリスト 64,000人 (12,000人増) | 交通戦略課 道路課 |
| 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。 | 12,873 | ・無料Wi-Fi設置事業費補助によるアクセスポイント設置(200か所) ・県立施設Wi-Fi整備(7か所) | 情報政策課 |

〈平成29年度総合成果指標〉

○観光入込客数（延べ） 4,900万人

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27年（実績） 4,794万人

※ 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 385万人

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27年（実績） 383万人

※ 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） 50万人

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27年（実績） 48万人

※ 平成31年（目標） 60万人

○外国人宿泊客数 40万人

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27年（実績） 36万人

※ 平成31年（目標） 50万人

○観光消費額 1,670億円

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27年（実績） 1,638億円

※ 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 平成29年度滋賀県「観光交流」振興指針アクションプラン関連事業

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) | 目標 |
|---------------------|-----------------------------|--|-------------|---|
| 東京本部(情報発信拠点)広報課 | 滋賀の魅力体感創造事業 | 首都圏情報発信拠点の開設に向けたPRとオープニングイベントを行う。また、拠点で体感できる滋賀の魅力を、メディアを活用し全国に発信する。 | 82,905 | 首都圏情報発信拠点の利用者数 18.8万人 |
| 東京本部(情報発信拠点)広報課 | 首都圏ネットワーク活用事業 | 滋賀ゆかりの人や企業ネットワーク、新たに滋賀とつながる人等を活用した首都圏での滋賀ファンの視野の拡大と営業活動の強化等を行う。 | 16,593 | 首都圏情報発信拠点の利用者数 18.8万人 |
| 東京本部(情報発信拠点)広報課 | 首都圏情報発信拠点整備事業 | 滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに、滋賀への誘引の役割を担う拠点を整備する。 | 224,671 | 首都圏情報発信拠点の利用者数 18.8万人 |
| 文化振興課 | アール・ブリュット魅力発信事業 | 県民をはじめより多くの方がアール・ブリュットの魅力に触れられるよう、県内施設でのアール・ブリュット作品の展示等を推進する。 | 4,500 | 展示施設へのアンケートでアール・ブリュット魅力発信に「大変効果があった」「効果があった」の回答の割合60% |
| 文化振興課 | アール・ブリュット振興事業 | アール・ブリュットに関する多様な分野の関係者で構成するネットワークの活動等を推進する。 | 2,710 | アール・ブリュットネットワークフォーラム参加者アンケート「たいへん良かった」「良かった」の割合85%以上 |
| 商工政策課 | 体感型「ココクール」魅力発信事業 | 「ココクール」として首都圏情報発信拠点と連携した「ココクール」の体験型イベントを開催する。さらに、「ココクール」のセレクションのデジタルストーリーブックを含んだWebサイトを構築し、リアルとネットでの情報発信を複合的に実施することで、滋賀のファン開拓および滋賀への誘引につなげる。 | 7,431 | 「ココクール」ウェブサイトのページビュー数 36,000PV |
| モノづくり振興課 | 滋賀の地域産業振興総合支援事業 | 本県の優れた地球資源である地場産業等の「稼ぐ力」を高め、地方創生の核となる新たな成長産業として育成するため、施策推進議会の運営を行うとともに、地場産業および地域特産品の振興のため戦略的な取組を支援する。 | 25,079 | 新商品開発等ブランド強化に取り組んだ組合数 10組合 |
| 中小企業支援課 モノづくり振興課 | 来て、見て、ふれ「メイド・イン滋賀」魅力発信・体感事業 | 県が新たに整備する首都圏情報発信拠点等において、本県の地場産業や伝統的工芸品の魅力を消費者等に発信し、体感いただくことで、県産品の消費拡大や本県への来訪者の拡大を図る。 | 6,470 | 首都圏情報発信拠点の利用者数 18.8万人 |
| 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、産品の特性、品質管理、産地との結びつきをしっかりと整理し、地理的表示などの知的財産の取得を推進する。また、登録産品の取り組みを広く県民に伝え、県民が誇れる産品への育成を図る。 | 5,324 | 地理的表示、地域団体商標の累積申請数 10品目 |
| 食のブランド推進課 | 首都圏「滋賀の食材」プロモーション・流通促進事業 | 東京オリンピック・パラリンピック開催を見据え、新情報発信拠点を最大限活用しながら、首都圏等における滋賀の「食」の情報発信、販路拡大を強化することで、「滋賀の食材」の認知度向上、消費拡大を図る。 | 19,232 | 新拠点での飲食利用者のうち、再度利用する意向を示した人の割合 60% |
| 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 | 推進店と生産者のマッチングを促進することにより、県民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。 | 1,719 | キャンペーンの推進にあたっては、消費者等へのアピール力が強く、料理を通じて県産食材の魅力を再発見できる「外食店舗」を中心に登録店舗数の増加を図る。 ・「おいしがうれしが」キャンペーンを推進する県内のホテル、飲食店、社員食堂の登録店舗数 330店舗 |
| 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年度からの米政策改革を見据え、県産の「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 | 日本穀物検定協会食味ランキングで「特A」を取得し、ブランドイメージを維持向上させる |
| 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。 | 4,100 | ・戦略に基づき新香味茶等を生産する経営体数 4経営体 |

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) | 目標 |
|-------|----------------------|---|-------------|--|
| 広報課 | 滋賀の戦略的県外PR事業 | 首都圏を中心とする県外の方々に対して滋賀の魅力を広め、認知度や好感度を高めるため、本県の魅力的な素材や旬の話題を取り上げ、メディアへの掲載・露出の拡大につながる情報発信を行う。 | 20,500 | 県外向け情報の発信 ・メディアリリース 36回 |
| スポーツ局 | 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、滋賀の魅力を発信し、地域の活性化につなげる。 | 10,300 | 県外における滋賀の魅力伝えるための チラシ等の配布数 18,000件 (Bリーグ観客数約 3,000人×6試合=の べ18,000件) |
| 観光交流局 | 観光物産情報発信事業 | 県内の観光物産関連情報(公社)ひわこピシタースビューローに集約し、情報の一元化を行い発信している観光物産情報ウェブサイトの管理運用を行うとともに、JRR西日本等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、県域全体の観光案内・観光相談窓口の整備を行う。 | 31,541 | HPアクセス件数: 570万件 |
| 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、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。 | 2,493 | ゆめぶらぎ滋賀来場者数 40,000人(4月～9月) |
| 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き、更なる外国人観光客の増加を目指す。 | 14,757 | ・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 20者 |

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) | 目標 |
|---------------|------------------------------|--|-------------|---|
| 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 | 東京オリンピック・パラリンピックの開催効果を活かし、滋賀ならではの文化の魅力を世界に向けて発信するため、推進会議の開催やフェスティバル事業などを実施する。 | 10,908 | フェスティバル参加者アンケートで「大変良かった」「よかった」の回答の割合80% |
| 文化振興課 | 近江文化発見・発信事業 | 滋賀ゆかりの文学作品等を通じて、県民が滋賀の歴史・風土・文化等を改めて認識し、地域への愛着を深めるとともに、その魅力を発信するための取組を推進する。 | 2,000 | コンクール応募者数 50件 |
| 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) | NPOなど多様な主体が実施する、アートや暮らしの中にある美の資源を活用して地域を元気にする取組を支援し、ネットワーク化および広域展開を促進することで、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目指す。 | 11,973 | 探検団体アンケートで地域の元気創造に「たいへん効果があった」「効果があつた」の回答の割合 |
| スポーツ局 | 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 | 2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、滋賀の特性を生かした競技や、観光・産業・教育・文化など様々な分野において将来的に本県との関係発展が期待される国をターゲットとした交流事業の実施や事前合宿の誘致等を通じて、国内外からの来訪者と県民との交流を創出し、地域の活性化を推進する。 | 16,791 | ホストタウンについて 県内登録件数 4件 |
| 環境政策課(琵琶湖博物館) | 新琵琶湖博物館創造推進事業 | 博物館のリニューアルの効果を高め、利用者の拡大と定着を図るため、県民参加型交流会や移動博物館の開催等、県民やリニューアルの趣旨に賛同する企業等と連携した効果的な認知度向上の取組を行うとともに、教育旅行のプロモート等による誘客促進の取組を行う。 | 17,500 | ・新聞、テレビ、雑誌等に取り上げられる回数 600回 ・琵琶湖博物館と連携する企業・団体等の数 120者 ・「倶楽部LBM(LAKE BIWA MUSEUM)」新規会員登録者数 3,000人 |
| 琵琶湖保全再生課 | エコツーリズム推進支援事業 | 琵琶湖にまなぶエコツーリズムの推進のため、地域や業種を越えた関係者の連携により県内の現状把握、先進事例等の情報共有を行うネットワークを構築するとともに、収集した情報の集約と発信を行う。 | 995 | 会議開催 2回 |
| 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。 | 15,000 | 体験交流イベント開催回数 2回 |
| 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 | ・障害者アート公募展への応募者数 275人 ・音楽等表現活動を支える人材育成 8人(新規) |
| 観光交流局 | 日本遺産・琵琶湖魅力発信事業 | 日本遺産をテーマとした観光キャンペーン「日本遺産 滋賀・びわ湖水の文化ぐるっと博」を展開し、日本遺産の認知度向上を図るとともに、実際に多くの来訪者へ取組検証や成功体験の積み重ねを図ることで、地域の持続的な活性化に繋がるツーリズムの定着を目指す。 | 45,000 | ・日本遺産構成文化財が所在する市の宿泊者数 300万人 |
| 観光交流局 | ピワイテ観光推進事業 | 「ピワイテ」に代表されるサイクルツーリズムを中心に、来訪者を迎え入れる取組を県内に広く展開するなど、体験型観光を推進し、発信することによって、誘客促進および本県の認知度向上を目指す。 | 17,136 | ・サイクルサポートステーション整備箇所数 200ヶ所 |
| 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遺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。 | 500 | 忍者コンテンツ所在5市観光入込客数 1500万人 |

| | | | | |
|-----------|-------------------------------|--|--------|--|
| 観光交流局 | 観光キャンペーン推進事業 | 平成30年度に大型観光キャンペーンを実施することから、平成29年度は「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」を中心としたプロモーション活動等を実施し、県内外における気運の上昇を図る。 | 75,000 | 観光素材の開発 「水の文化ぐるっと博」を中心としたプロモーションの展開 |
| 観光交流局 | 教育旅行誘致事業 | 本県への教育旅行誘致を積極的に推進するため、首都圏や九州方面への誘致キャンペーンの実施や旅行会社教育担当者現地研修会を開催する。 | 2,050 | 本県への教育(修学)旅行宿泊者数: 85,000人 |
| 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。 | 14,000 | 支援件数: 25件 |
| 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PRする。 | 2,970 | 支援件数90件 |
| 観光交流局 | 近江の地酒普及促進事業 | 地酒に関する条例制定など、地酒振興の気運が上昇しているこの機会を捉え、酒蔵めぐりの促進や一般消費者に近江の地酒に触れる機会を提供する。 | 2,872 | 滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト参加協力店 200店舗 |
| 観光交流局 | 全国菓子大博覧会参加事業 | 「お伊勢さん菓子博2017(第27回全国菓子大博覧会)」の開催にあたり、滋賀県菓子工業組合が出展するブースの事業経費に一部助成をすることにより、本県のイメージアップと土産物産業の振興を図る。 | 1,500 | 菓子だけでなく県内の地場産業の紹介も実施 |
| 観光交流局 | 2017食博覧会出展事業 | 大阪で4年に1度開催される「食博覧会・大阪」において、県産品の展示即売会を実施し、滋賀ならではの観光情報の発信と県産品の販路拡大を図る。 | 2,000 | 売上100万円以上 |
| 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。 | 30,500 | 対象イベントに係る観光入込客数 |
| 観光交流局 | 琵琶湖周航の歌100周年記念びわ湖周遊促進事業 | 琵琶湖周航の歌が100周年を迎える機会を活かして、水とともに育まれた地域の魅力を再確認し、日本遺産をはじめ周囲の観光資源を発信することにより、観光誘客を促進する。 | 3,000 | 地域協賛を通じた観光素材の開発、モニターツアーの実施、情報発信 |
| 食のブランド推進課 | 「おいしがうれしが」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を配置、「食のおもてなし」を検討、実践する。 | 7,578 | 食の発信企画の実施 |
| 食のブランド推進課 | FOOD BRAND OH!MI 海外プロモーション事業 | 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、海外展示商談会への滋賀県ブース出展等を実施するとともに、東南アジア、北米等、有望地域へのプロモーションを効果的に実施する。 | 12,428 | 輸出推進に取り組む生産者団体等の数 7組織 |
| 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推進する。 | 12,341 | 近江牛を核とした「しがのプレミアムツアー」(ロゴマーク使用)造成数 15ツアー |
| 農村振興課 | しがの里をめぐるのがたり応援事業 | 農村地域が滋賀県の周遊観光の一翼を担える体制づくりを目指すため、多彩な農村資源の磨き上げ(様々な体験メニューの開発等)支援や地域活動支援体制の構築を図る。 | 550 | 新たな都市農村交流メニューの開発 5件 |
| 交通戦略課 | 滋賀の魅力を活かした公共交通利用促進事業 | 鉄道の利便性向上を図るため、公共交通の利用促進に向けた情報発信や環境整備を推進する。 | 17,340 | 鉄道の乗車人員 365,000人/日 |
| 文化財保護課 | 「戦国の近江」地域の魅力発信事業 | 地域に存在する城跡や古戦場などの戦国時代の遺跡の新たな魅力を掘り起こし発信する探訪や講座等を県内外で開催することで、県内外からの来訪者の拡大と探訪コースとして定着することを目指す。 | 600 | ・探訪参加人数850人 ・シンポジウム参加者700人 |
| 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 | ・びわサーモンの新メニュー開発や大消費地でのPR ・直売会等による生産者のPR活動 12回 |
| 水産課 | 琵琶湖の魚消費拡大PR事業 | 「琵琶湖八珍」をはじめとする湖魚をより身近に魅力的に感じることのできる機会を創出、および事業者参画を促進することにより、湖魚の消費拡大・ブランド化を図る。 | 21,380 | 琵琶湖八珍を活用する事業者数: 累計150事業者 |
| 水産課 | 川の魅力まるごと体感事業 | 川に親しむ機会がない子育て世代の親子を対象に、川釣りの魅力を感じることでできる機会を創出するとともに、釣り教室の開催など遊漁者の増加に向けた取組に対して支援する。 | 1,100 | 川の魅力を体験していただいた人数(事業参加者数)160人 |

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) | 目標 |
|--------|----------------------------|--|---------|---|
| 観光交流局 | ミシガン州滋賀県姉妹県州50周年記念事業 | ミシガン州と滋賀県の姉妹交流50周年を祝い、記念式典を開催するとともに、特に若者、文化、芸術分野の重層的な交流を推進する。 | 10,700 | 滋賀県とミシガン州の友好交流の認知度80%(アンケートを実施) |
| 文化財保護課 | 文化財継承人づくりアクティブ・ラーニング・モデル事業 | 中高生を対象に、文化財を活用したアクティブ・ラーニング(AL)による講座を行うことにより、将来、文化財を主体的に保存継承できる人材の育成を図るとともに文化財を活かしたAL実例の蓄積と指導法の構築を目指す。 | 400 | 将来、保存継承にかかわりたいと思った参加者の割合70%(予定募集人数120人) |
| 文化財保護課 | 文化財を未来へつなぐ「びわこMyぶん祭」開催事業 | 埋蔵文化財との出会いと楽しみを通じ、若い視点や発想による文化財の新しい楽しみ方や魅力を絵画等で表現、創造してもらい、その作品を「びわこMyぶん祭」で発信することで、若い世代の文化財への関心と愛着を育み、保存継承を支える世代の拡大を図る。 | 400 | 文化財への関心の高まりや親しみを持った人の割合70% |

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) | 目標 |
|--------|---|---|-------------|--|
| スポーツ局 | 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、ボランティアとしてのスポーツ活動への積極的な参加、機会づくりを支援し、県内で開催されるスポーツイベントや大会の円滑な運営につなげる。 | 1,318 | スポーツボランティア登録者2,000名(平成32年度)を目指し、そのための普及、啓発を行う。また、登録者の資質向上のため、研修会を実施する。 |
| 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 | 県域協議会加入団体の観光ボランティアガイド会員数 740人 |
| 文化財保護課 | 滋賀の美と祭りのこころを伝える人づくり事業 | 地域の文化財の実地講座等や祭礼行事の保護団体の現地交流研修会を実施することにより、美術工芸品や祭礼行事などの文化財を地域で守り伝えていくために必要な人材の育成を図る。 | 1,150 | 語り部づくり事業実施3地域、普及活動表明率70% 担い手研修事業実施2地域 |
| 文化財保護課 | 「近江の心」を育む「伝えたい・残したい郷土の魅力～文化財かるた」作成・活用事業 | 「文化財かるた」を作成し、その活用により県民に郷土と文化財の魅力を発信することで、滋賀の文化財と地域の魅力や価値を理解し、自ら語り、継承できる人づくりと郷土への誇りの醸成を図る。 | 300 | 読み札作成応募者数1,410人 |

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) | 目標 |
|---------------|-------------------------|---|-------------|---|
| 文化振興課 | 新生美術館整備事業 | 新生美術館のオープンに向けて、美術館建物の工事、コミッションワークの制作準備などを行う。 | 689,768 | ・平成29年10月着工 ・平成32年3月オープン |
| 文化振興課 | みんなで創る美術館プロジェクト | 地域の施設や団体等との連携を深め、美術館の目指す姿を多くの県民と共有できるプログラムを展開する。 | 14,237 | ・企画・連携した団体数 90団体 ・事業参加者数 5,000人 |
| 文化振興課 | 美術館広報・マーケティング事業 | 新生美術館のオープンに向けて、期待感の醸成と開館後の集客につながる事業を県内外において戦略的に実施する。 | 21,400 | ・企画・連携した団体数 90団体 ・事業参加者数 5,000人 |
| 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」に基づき、第2期リニューアルとして交流空間の再構築を行うため、樹冠トレイルやディスカバリールーム、大人のディスカバリー、レストラン・ショップ、IBUNEP施設等の整備・改修にかかる業務を行う。 | 34,500 | 【平成29年度末出来高】 ・交流空間(展示施工)47% ・IBUNEP施設(建築工事)100% ・樹冠トレイル(土木工事)30% 【来館者数】 ・平成29年度来館者数 51万人 |
| 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。 | 12,873 | ・無料Wi-Fi設置事業費補助によるアクセスポイント設置(200か所) ・県立施設Wi-Fi整備(7か所) |
| 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。 | 18,200 | ・観光まちづくりに向けた合意形成 4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。 | 3,943 | ・訪日観光客向けパンフレット作成 ・宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件数 500件 |
| 交通戦略課 道路課 | 「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業 | 「ピワイチ」をはじめ自転車を安全・安心に利用できる環境の構築や事故防止に向けた安全指導の強化、総合的に自転車情報を発信する環境の整備を進めるとともに、路面表示、走行空間整備などを進める。 | 137,121 | ・ピワイチサイクリスト 64,000人(12,000人増) |