

### 第1 指針の改定にあたって

#### 1 改定の趣旨・位置づけ

現行「滋賀県『観光交流』振興指針」を継承しつつ、昨今の経済・社会情勢の変化や課題に対応するとともに、観光資源の発信や魅力の磨き上げおよび地域の受入環境の整備等の取組の経過も踏まえ、本県の優位性を活かした、より実効性のあるものとなるよう見直す。「人の健康」、「社会の健康」、「自然の健康」に取り組む「健康しが」の実現には、宿泊客の増加による地域活性化が特に重要であることから、宿泊・滞在型観光の推進に向けて重点的に取り組む戦略を定める。

#### 2 計画期間

2019年度から4年間

### 第2 観光の動向

#### 1 日本の観光を取り巻く状況

- 国内人口の減少・生産年齢人口の減少が加速
- 国内旅行人数は宿泊・日帰りとも上昇傾向
- 個人旅行の割合が増加
- 訪日外国人旅行者が急増
- 国が「明日の日本を支える観光ビジョン」と新たな「観光立国推進基本計画」に基づく取組を推進
- 日本版DMO登録制度の創設
- 住宅宿泊事業法の施行

#### 2 滋賀県の観光を取り巻く状況

- 延べ観光入込客数は増加傾向ながら宿泊客数は横ばい
- 日帰り客が7割を超え、宿泊数は1泊が多い
- 観光客の居住地内訳は県内が2~3割、県内を除く近畿と中部で約6割
- 宿泊客の消費支出は日帰り客の約5倍
- 来訪目的は自然風景や神社仏閣旧跡など

### 第3 滋賀県観光の現状と課題

#### 1 滋賀県観光の強み

- 琵琶湖をはじめとした豊かな自然や景観
- 豊富な歴史的・文化的資産
- 琵琶湖が育んだ文化や環境に対する意識
- 健康長寿を育む滋賀の暮らしや食
- 広域交通ネットワークの充実による県外からの恵まれた交通環境

#### 2 滋賀県観光の弱み

- 宿泊・滞在型観光の少なさ
- 来訪意欲につながる観光素材の認知度の低さ
- 滋賀県の観光の魅力を具体的に伝えられていない
- 観光客を受け入れる「おもてなし」の向上
- 駅から観光地へ、観光地から観光地への公共交通の不便さ

#### 3 滋賀県観光の課題

- 滋賀ならではの魅力による宿泊・滞在型観光の推進
- 滋賀の魅力を伝える印象的なビジュアルの作成などによる認知度の向上
- 滋賀県の自然や歴史、暮らしを体感できる滋賀ならではの観光素材づくり
- 滋賀に行って食べてみたい、買ってみたいと思う滋賀ならではのモノづくり
- 地域住民が観光客とともに楽しむ機運の醸成
- 持続可能な観光を実現できる環境整備

### 第4 基本方針等

#### 基本方針

## 観光を架け橋に、つなぐ滋賀、つづく滋賀

#### 基本戦略1 心を動かす体験

「健康しが」ならではの観光素材(モノ・コト)を磨く

##### 戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う(いざなう)

- ・旅行の最大の楽しみである「食」の魅力と認知度を向上し、宿泊者増につなげる
- ・健康長寿県を活かす
- 【施策の展開方向】
- 近江牛、近江米や近江の茶など豊富な食材のブランドイメージの発信 など

##### 戦略② 琵琶湖をはじめとした豊かな自然景観や文化財でストーリーを紡ぐ

- ・周遊により滞在時間をのばすことで宿泊者増につなげる
- ・滋賀の強みである琵琶湖をはじめとした自然景観、歴史、文化財を活かす
- ・NHK大河ドラマ「麒麟がくる」放映の機会を活かす
- 【施策の展開方向】
- 「日本遺産」の活用や文化財、城跡などをストーリーで結ぶ歴史ツーリズム、まち歩き促進 など

##### 戦略③ 暮らし・文化に触れるプログラムやスポーツ・アクティビティで魅せる

- ・泊まらないと体験できない「暮らし」を売りにすることで、宿泊者増につなげる
- ・健康長寿につながる滋賀の暮らしという観光資源を活かす
- ・琵琶湖やその周囲をとりまく山々などの豊かな自然やスポーツ環境、大都市圏からの恵まれた交通の便を活かす
- ・オリンピック・パラリンピックやワールドマスターズゲームズ開催等によるスポーツツーリズムの気運の高まりを活かす
- 【施策の展開方向】
- 健康長寿の滋賀の暮らしを体験するツーリズムの推進、ビワイチの推進 など

#### 基本戦略2 心に残る交流

「おもてなし」で観光・三方よし(訪れてよし、迎えてよし、地域よし)を実現する

##### 戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地としての魅力を高める

- ・宿泊自体の魅力を高めることで宿泊者増につなげる
- ・繁忙期と閑散期の平準化、客室稼働率の向上
- 【施策の展開方向】
- ライトアップ、イルミネーションイベントなど夜間限定で楽しめるイベントの開催 など

##### 戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める

- ・心のこもったおもてなしで、宿泊者増につなげる
- ・滋賀に息づく福祉、三方よし等の精神を活かす
- 【施策の展開方向】
- 「おもてなし」意識の醸成や「おもてなし」力の向上のための取組 など

##### 戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える

- ・快適な滞在環境を整えることで宿泊者増につなげる
- 【施策の展開方向】
- 県域無料Wi-Fiの整備促進やスマートフォンアプリ等による情報収集・共有環境の整備 など

##### 戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む

- ・遠方でのPRで宿泊者増につなげる
- ・大観光地に近い立地を活かす
- 【施策の展開方向】
- 「ここ滋賀」を中心とした首都圏での情報発信の強化 など

##### 戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける

- ・滞在日数が長い外国人観光客を取り込むことで宿泊者増につなげる
- ・欧米には歴史・文化、アジアにはスキー等の自然の観光資源を活かす
- 【施策の展開方向】
- 忍者など滋賀のクールジャパンの活用と発信など

**基本目標**  
交流人口を拡大するとともに、観光消費の増加につなげる

【成果指標】

宿泊客数	450万人
観光消費額	2,000億円
観光入込客数	6,000万人

#### 基本戦略3 心を掴む発信

「行きたい」を想起させるイメージを発信する

##### 戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える

- ・ビジュアルで直接的に「行きたい」を喚起し、旅行の主目的地や宿泊地として選ばれることで宿泊者増につなげる
- ・認知度を上げる
- 【施策の展開方向】
- フェイスブックやインスタグラム等のSNSを活用した発信 など

### 第5 滋賀の観光の持続的成長を推進する体制

- 観光に精通した専門人材の育成
- 統計情報の収集・分析によるマーケティングやIoT・イノベーションの活用
- 多様な主体が一体となった協働体制の整備