

令和2年度  
滋賀県包括外部監査報告書

監査テーマ

「観光施策（関連する施策を含む）に関する財務事務の執行について」

令和3年3月

滋賀県包括外部監査人

公認会計士 野口 真一



# 目次

第1． 包括外部監査の概要	1
1． 監査の種類	1
2． 選定した特定の事件	1
3． 主な監査要点および手続	3
4． 包括外部監査人補助者	3
5． 本報告書の記載内容に関する留意事項	4
6． 利害関係	5
第2． 観光施策に関する概要	6
I 滋賀県の観光に関する基本情報	6
1． 観光入込客	6
2． 外国人の観光入込客	12
3． 観光消費額	13
4． 滋賀県の観光地	14
II 商工観光労働部観光振興局	21
1． 組織図	21
2． 事務分掌	22
3． 歳入・歳出の状況	24
III 観光計画	27
1． 全体像	27
2． 滋賀県基本構想	28
3． 「健康しが」ツーリズムビジョン2022	30
IV びわこビジターズビューロー	40
1． 組織図	40
2． 事務分掌	41
3． 業務内容	43
4． 事業計画および目標値	45
5． 計算書類	47
V ここ滋賀	50
1． 概要	50
2． 運営方針	51
3． 事務分掌	52
4． 歳入・歳出の状況	53

第3. 監査結果	55
I 全般的事項	56
1. 観光計画	56
2. 目標設定	77
3. 観光振興局と他部局等との連携	80
4. 個別事業の共通論点	86
II 個別事項	98
1. 個別事業	98
(1) ビワイチ観光推進事業	98
(2) 近江の地酒文化普及事業	113
(3) スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	115
(4) 観光イベント推進事業	118
(5) 「ウェルカム滋賀」推進事業	126
(6) 映像誘致・ロケ支援事業	133
(7) 忍者を活用した観光誘客促進事業	136
(8) 日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	138
(9) 「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業	143
(10) 観光人材育成等地域支援事業	150
(11) コンベンション招致事業	160
(12) 地域観光活性化支援事業	164
(13) 観光物産情報発信事業	167
(14) 教育旅行誘致事業	171
(15) 国際観光推進事業（海外への情報発信）	174
(16) 国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）	180
2. ここ滋賀（ここ滋賀推進事業）	183
3. 人件費	203
4. 出張旅費	209

# 第 1. 包括外部監査の概要

## 1. 監査の種類

地方自治法第 252 条の 37 第 1 項に基づく包括外部監査

## 2. 選定した特定の事件

### (1) 選定した特定の事件

観光施策（関連する施策を含む）に関する財務事務の執行について

### (2) 特定の事件の選定理由

滋賀県では、滋賀県基本構想において、県政運営の基本方針として「滋賀の魅力を磨き上げ、国内外に発信するとともに受入環境を整備し、交流人口と観光消費の増加に向けた取組を推進する」を掲げている。当該理念を実現するため、県における観光振興の基本的な考え方を定めた「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 に基づき、観光施策を効果的に展開するため、毎年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン（以下、「ツーリズムビジョンアクションプラン」という。）を策定し、県における観光関連事業を体系的に示し、関係者と連携して取組みを進めている。

県ではこれまでの継続的な観光施策の中で、東京・日本橋の情報発信拠点「ここ滋賀」のオープンや一般社団法人近江ツーリズムボードと公益社団法人びわこビジターズビューロー（以下、「びわこビジターズビューロー」という。）の日本版 DMO 登録、「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」や観光キャンペーン「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」の開催など、民間と行政が一体となって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観光振興に向けた様々な取組みを展開してきた。このような取組みの下、県への延べ観光入込客数は平成 23 年以降増加しており、訪日外国人旅行者の大幅な増加という観光客の属性の変化にも対応しながら、県での宿泊数および消費支出の増加を促す施策を推進してきたところである。

一方、令和元年に発生した新型コロナウイルス感染症によって、県の観光行政を取り巻く環境は急激に変化し、観光客特に訪日外国人旅行者の激減が当面見込まれる中、国内観光客の誘致を中心に観光産業をいかに立て直していくかという、大きな課題に直面しているところである。県では、このような状況を踏まえ、令和2年度の予算としてツーリズムビジョンアクションプランを堅持しつつ、新型コロナウイルス感染症対応施策も加えながら約13億円（令和元年度約9億円）を計画している。

未曾有の環境変化に対応しながら「健康しが」ツーリズムビジョン2022における目的を達成するためには、令和元年度までの観光施策の成果を分析、評価し次年度以降のプランに生かしていくプロセスを機能させていくことが県の観光行政にとって重要である。

上記に鑑み、他部局との連携を含めた観光施策が滋賀県基本構想や「健康しが」ツーリズムビジョン2022に沿ったものであるか、「健康しが」ツーリズムビジョン2022の取組や目標に対する結果は適切に評価されているか、びわこビジターズビューローの財務事務の執行や管理状況は適切か、ここ滋賀の運営状況や費用対効果の検証は適切か等を検証することは有用であると考え、本事件（テーマ）を選定した。

### **(3) 監査の対象期間**

令和元年度（自 平成31年4月1日 至 令和2年3月31日）。

ただし、必要に応じて過年度および令和2年度の一部についても監査対象とした。

### **(4) 監査の対象範囲**

令和2年度の監査テーマである「観光施策（関連する施策を含む）に関する財務事務の執行について」における監査の対象は、主に商工観光労働部観光振興局および所管する外郭団体とし、必要に応じて関連する部局も対象とした。

### **(5) 監査を実施した期間**

令和2年7月28日から令和3年3月18日まで

### 3. 主な監査要点および手続

#### (1) 主な監査要点

- ① 法令等に対する合规性
- ② 事業目的達成のための有効性
- ③ 事務・事業の実施に関する経済性・効率性
- ④ 他部局との連携を含めた観光施策と、滋賀県基本構想や「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 との整合性
- ⑤ 「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 の取組みや目標に対する結果についての評価の適切性
- ⑥ びわこビズターズビューローの財務事務の執行や管理状況の適切性
- ⑦ ここ滋賀の運営状況や費用対効果の検証の適切性

#### (2) 主な監査手続

- ① 関係者からの状況聴取（ヒアリング）
- ② 関係書類の閲覧、照合、分析
- ③ 現場視察および現物実査

### 4. 包括外部監査人補助者

公認会計士	菊池健太郎
公認会計士	福井智士
公認会計士	山尾勇介
公認会計士	足立将

## 5. 本報告書の記載内容に関する留意事項

本報告書では、監査の結果として「指摘事項」と「意見」とに区分して述べている。「指摘事項」は、法令、規則、条例等に違反している場合、あるいは違反ではないが現行制度下の運用上改善することが必要な事項、事業の有効性、事業目的との適合性からみてその意義を欠くと思われる事項を記載している。「意見」は、組織および運営の面で合理化に役立つものとして専門的見地から改善を提言する事項、あるいは法令等違反ではないが改善が望まれる事項を記載している。

本報告書の監査人による試算・推計の数値・金額は、監査人に提示のあった資料をもとに行ったもので、その数値・金額の正確性を保証するものではない。また、報告書中の表の合計は、端数処理の関係で、総数と内訳の合計が一致しない場合がある。

なお、本報告書における観光に関する用語の定義は以下のとおりである。

用語	定義
観光入込客	その者の居住地が観光地の範囲の中か外か、あるいは外出の距離の大小にかかわらず、主に自然、歴史・文化、温泉・健康、スポーツ・レクリエーション、都市型観光、行祭事・イベント等の目的で観光地に入り込んだ者
観光地	観光客が多数来訪し、観光活動の状況からみて一体をなしていると認められる区域

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

用語	定義
DMO	DMO（観光地域づくり法人）は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「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、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人

(出典：観光庁ホームページ)



用語	定義
観光	余暇、ビジネス、その他の目的のため、日常生活圏を離れ、継続して1年を超えない期間の旅行、また滞在する人々の諸活動
観光地点	観光・ビジネスの目的を問わず、観光客を集客する力のある施設又はツーリズム等の観光活動の拠点となる地点を意味し、日常的な利用、通過型の利用がほとんどを占めると考えられる地点は対象としない
行祭事	地域住民の生活において伝統と慣行により継承されてきた、恒例として日を定め執り行う歴史的催し・祭り、郷土芸能等の集合
イベント	常設又は特設の会場施設において行われる博覧会、見本市、コンベンション等
訪日外国人客	観光入込客のうち、日本以外の国に居住し、観光地点及び行祭事・イベントを訪れた者
観光地点等入込客数	観光地点、行祭事、イベントごとの観光入込客の総数
訪問地点数	観光入込客1人の1回の旅行において、当該都道府県内で訪問した観光地点の数
観光消費額単価	観光入込客1人の1回の旅行における当該都道府県内での観光消費額
観光消費額	当該都道府県を訪れた観光入込客の消費の総額で、観光入込客数と観光消費額単価を掛け合わせることで算出

(出典：国土交通省観光庁「観光入込客統計に関する共通基準（平成25年3月改定）」)

## 6. 利害関係

包括外部監査の対象とした事件につき、包括外部監査人および監査人補助者は地方自治法第252条の29の規定により記載すべき利害関係はない。

## 第2. 観光施策に関する概要

### I 滋賀県の観光に関する基本情報

#### 1. 観光入込客

##### (1) 延観光入込客数

県が令和元年（平成31年1月から令和元年12月まで）に行った観光入込客統計調査の結果は以下のとおりである。

（単位：千人）

項目	平成30年 ①	令和元年 ②	増減 ③=②-①	対前年増減率 ③÷①
日帰り客数	48,544	49,954	1,410	2.9%
宿泊客数	3,992	4,081	89	2.2%
延観光入込客数	52,536	54,036	1,499	2.9%

（出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」）

令和元年は平成30年と比較すると、日帰り客数が1,410千人、宿泊客数が89千人増加したため、延観光入込客数が1,499千人増加し、合計54,036千人となっている。

県の延観光入込客数の分析結果は以下のとおりである。

令和元年は、改元に伴う神社仏閣参拝者が増えたこと、さらに連続テレビ小説「スカーレット」の放送でメディア等に発信される機会が増えたことにより、「陶芸の森」（+23%）や近隣施設の「MIHO MUSEUM」（+47%）の日帰り客数が大幅に増加した。

また、令和2年放送の大河ドラマ「麒麟がくる」に関連付けた滋賀県観光キャンペーン「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」の展開等により、日帰り客数および宿泊客数を合計した延観光入込客数は、前年より1,499,900人多い54,036,100人（+2.9%）となり過去最高を更新した。

宿泊客数についても、新規宿泊施設開業等の要因により、前年より89,400人（+2.2%）の増加となり過去最高を更新した。

（出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」）

## (2) 目的別延観光入込客数

令和元年の目的別の延観光入込客数については以下のとおりである。

(単位：千人)

目的		令和元年	比率	対前年増減率	平成30年
観光地点	自然	1,116	2.1%	13.2%	986
	歴史・文化	12,496	23.1%	7.9%	11,577
	温泉・健康	2,348	4.3%	△0.3%	2,356
	スポーツ・レクリエーション	11,049	20.4%	1.2%	10,913
	都市型観光	8,612	15.9%	5.5%	8,162
	その他	14,734	27.3%	1.0%	14,588
	行祭事・イベント	3,682	6.8%	△6.9%	3,954
合計		54,036	100.0%	2.9%	52,536

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

県の目的別の延観光入込客数の分析結果は以下のとおりである。

<p>「歴史・文化」が全体の23.1%を占め、最も多い。(多賀大社、彦根城等)</p> <p>「スポーツ・レクリエーション」が全体の20.4%を占め、「歴史・文化」に次いで多い。</p> <p>(希望が丘文化公園、草津川跡地公園(区間2・区間5)等)</p> <p>なお、宿泊施設や道の駅等が含まれる「その他」が全体の27.3%を占めた。</p>
---

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

### (3) 季節別延観光入込客数

令和元年の季節別の延観光入込客数については以下のとおりである。

(単位：千人)

季節	令和元年	比率	対前年増減率	平成30年
春(3月～5月)	15,139	28.0%	4.6%	14,471
夏(6月～8月)	13,587	25.1%	△1.2%	13,758
秋(9月～11月)	14,374	26.6%	2.0%	14,099
冬(12月～2月)	10,935	20.2%	7.1%	10,209
合計	54,036	100.0%	2.9%	52,536

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

上記のうち、季節別の宿泊客数については以下のとおりである。

(単位：千人)

季節	令和元年	比率	対前年増減率	平成30年
春(3月～5月)	1,105	27.1%	6.7%	1,036
夏(6月～8月)	1,182	29.0%	△1.2%	1,196
秋(9月～11月)	1,043	25.6%	0.9%	1,034
冬(12月～2月)	751	18.4%	3.4%	726
合計	4,082	100.0%	2.3%	3,992

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

県の季節別の延観光入込客数および宿泊客数の分析結果は以下のとおりである。

<p>季節別割合の延観光入込客数については、「春」(3～5月)が28.0%で最も多く次いで「秋」(9～11月)が26.6%となった。</p> <p>延観光入込客数の対前年増減率では、天候不順等により「夏」(6～8月)が減少したものの、暖冬の影響等により「冬」(1,2,12月)は7.1%と増加した。</p> <p>季節別割合の宿泊客数については、「夏」(6～8月)が29.0%と最も多く、次いで「春」(3～5月)の27.1%であった。</p> <p>宿泊客数の対前年増減率では、延観光入込客数と同様、天候不順等により「夏」(6～8月)が減少したものの、ゴールデンウィーク10連休等の影響により、「春」(3月～5月)は6.7%増加した。</p>
---

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

#### (4) 地域別延観光入込客数

観光地について、大津、湖南、甲賀、東近江、湖東、湖北、湖西の7つのエリアに区分し、それぞれにおいて特色を有している。



(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

令和元年の地域別の延観光入込客数については以下のとおりである。

(単位：千人)

地域	令和元年	比率	対前年増減率	平成30年
大津	12,903	23.9%	△2.5%	13,231
湖南	6,897	12.8%	2.2%	6,748
甲賀	4,245	7.9%	8.7%	3,905
東近江	10,822	20.0%	4.7%	10,341
湖東	6,083	11.3%	4.5%	5,821
湖北	8,921	16.5%	5.7%	8,443
湖西	4,166	7.7%	2.9%	4,047
合計	54,036	100.0%	2.9%	52,536

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

上記のうち、地域別の宿泊客数については以下のとおりである。

(単位：千人)

地域	令和元年	比率	対前年増減率	平成30年
大津	1,348	33.0%	△2.5%	1,383
湖南	563	13.8%	7.4%	524
甲賀	222	5.4%	13.8%	195
東近江	360	8.8%	1.7%	354
湖東	463	11.3%	0.4%	461
湖北	667	16.3%	1.5%	657
湖西	458	11.2%	9.6%	418
合計	4,082	100.0%	2.3%	3,992

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

県の地域別の延観光入込客数および宿泊客数の分析結果は以下のとおりである。

延観光入込客数の地域別に占める割合では、「大津地域」が23.9%と最も多く、次いで「東近江地域」の20.0%の順であった。

延観光入込客数の地域別における対前年増減率では、「大津地域」で2.5%減少したものの、連続テレビ小説「スカーレット」が放送され、メディア等に発信される機会が増えたことで、「陶芸の森」や近隣施設の「MIHO MUSEUM」の日帰り客数が大幅に増えたことにより、「甲賀地域」で8.7%の増加となった。また、ローザンベリー多和田の新エリアオープン、黒壁30周年記念事業の開催等により「湖北地域」で5.7%増加した。

宿泊客数の地域別に占める割合では、「大津地域」が33.0%と最も多く、次いで「湖北地域」の16.3%の順であった。

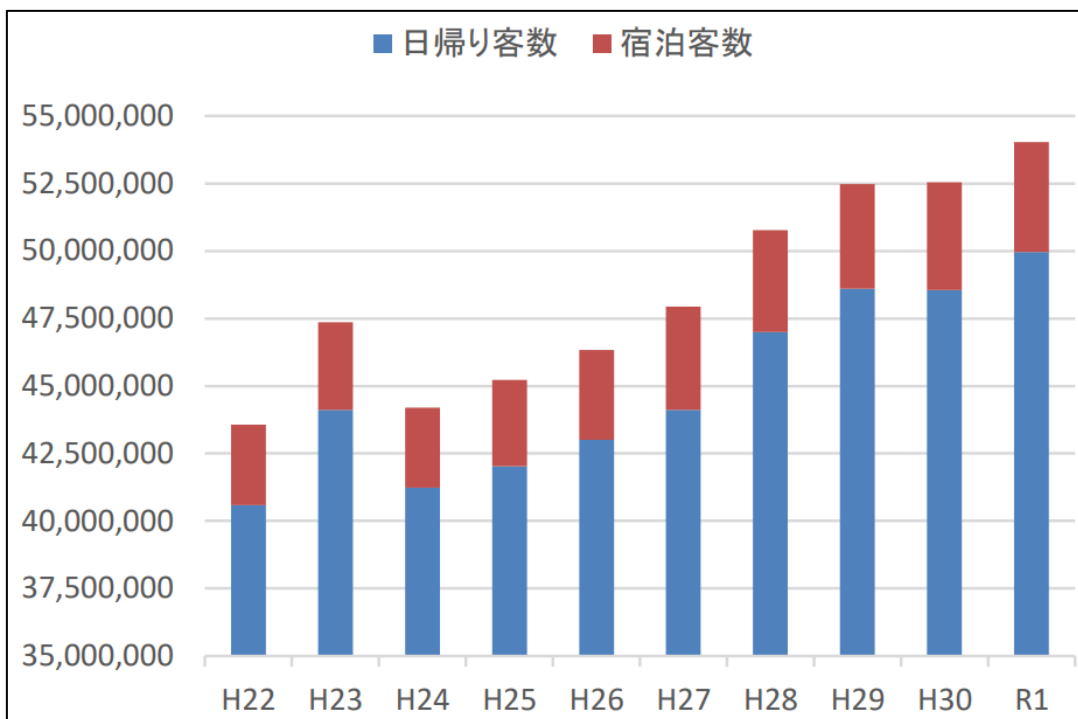
宿泊客数の地域別における対前年増減率では、「大津地域」で減少したものの、その他の地域では宿泊施設の増加などから「甲賀地域」で13.8%、「湖西地域」で9.6%増加し、全体では2.3%増加した。

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

### (5) 年別延観光入込客数の推移

平成 22 年から令和元年までの延観光入込客数、日帰り客数および宿泊客数は以下のとおりである。

(単位：人)



(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

(単位：千人)

年	延観光入込客数	対前年比	日帰り客数	対前年比	宿泊客数	対前年比
平成 22 年	43,573	98.0%	40,579	97.6%	2,994	104.5%
平成 23 年	47,357	108.7%	44,118	108.7%	3,238	108.2%
平成 24 年	44,191	93.3%	41,229	93.5%	2,962	91.5%
平成 25 年	45,226	102.3%	42,020	101.9%	3,206	108.2%
平成 26 年	46,328	102.4%	43,002	102.3%	3,326	103.7%
平成 27 年	47,941	103.5%	44,112	102.6%	3,828	115.1%
平成 28 年	50,767	105.9%	46,990	106.6%	3,777	98.7%
平成 29 年	52,481	103.4%	48,607	103.4%	3,873	102.5%
平成 30 年	52,536	100.1%	48,544	99.9%	3,992	103.1%
令和元年	54,036	102.9%	49,954	102.9%	4,082	102.2%

(出典：滋賀県「平成 30 年滋賀県観光入込客統計調査書」「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

## 2. 外国人の観光入込客

令和元年の外国人の延観光入込客数については以下のとおりである。

(単位：千人)

項目	平成30年 ①	令和元年 ②	増減 ③=②-①	対前年増減率 ③÷①
外国人日帰り客数	250	328	77	31.0%
外国人宿泊客数	350	342	△8	△2.4%
外国人延観光入込客数	600	670	69	11.6%

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

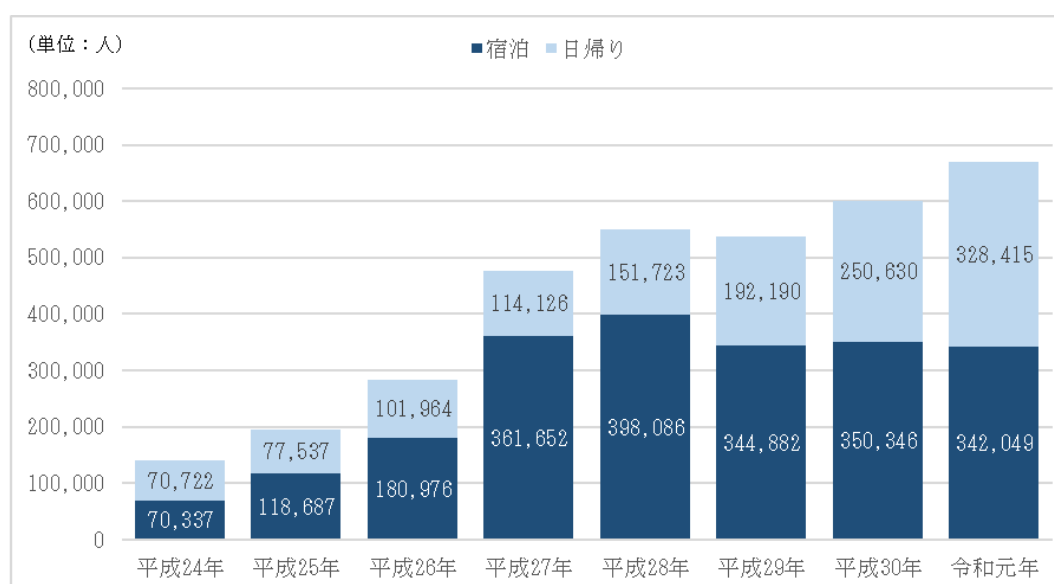
令和元年は平成30年と比較すると、外国人宿泊客数が8千人減少したものの、外国人日帰り客数が77千人増加したため、外国人延観光入込客数は69千人増加し、合計670千人となっている。

県の外国人延観光入込客数の分析結果は以下のとおりである。

外国人延観光入込客数については、平成30年と比較し宿泊客数が若干減少(△2.4%)したものの、「白鬚神社」(+77%)や「彦根城」(+11%)などの歴史的文化遺産への入込客数が大幅に増加し、前年より69,488人多い670,464人(+11.6%)となり過去最高を記録した。

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

平成24年から令和元年の外国人延観光入込客数は以下のとおりである。

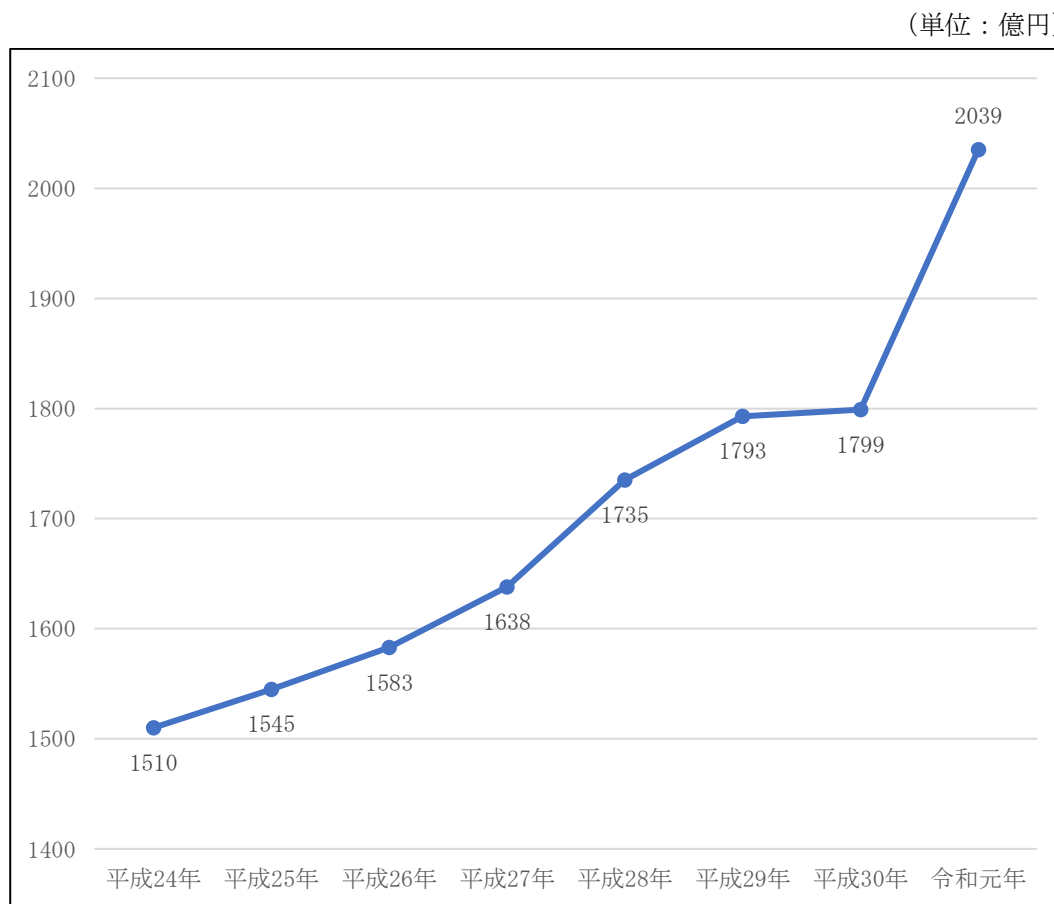


(出典：「健康しが」ツーリズムビジョン2022 資料編 に監査人が一部追加)



### 3. 観光消費額

県の観光消費額は、平成30年で1,799億円、令和元年で2,039億円となっており、平成24年から令和元年までの観光消費額は以下のとおりである。



(出典：各年度の滋賀県観光入込客統計調査、滋賀県観光統計調査報告書(パラメータ調査報告書)を監査人が加工)

## 4. 滋賀県の観光地

### (1) 全域

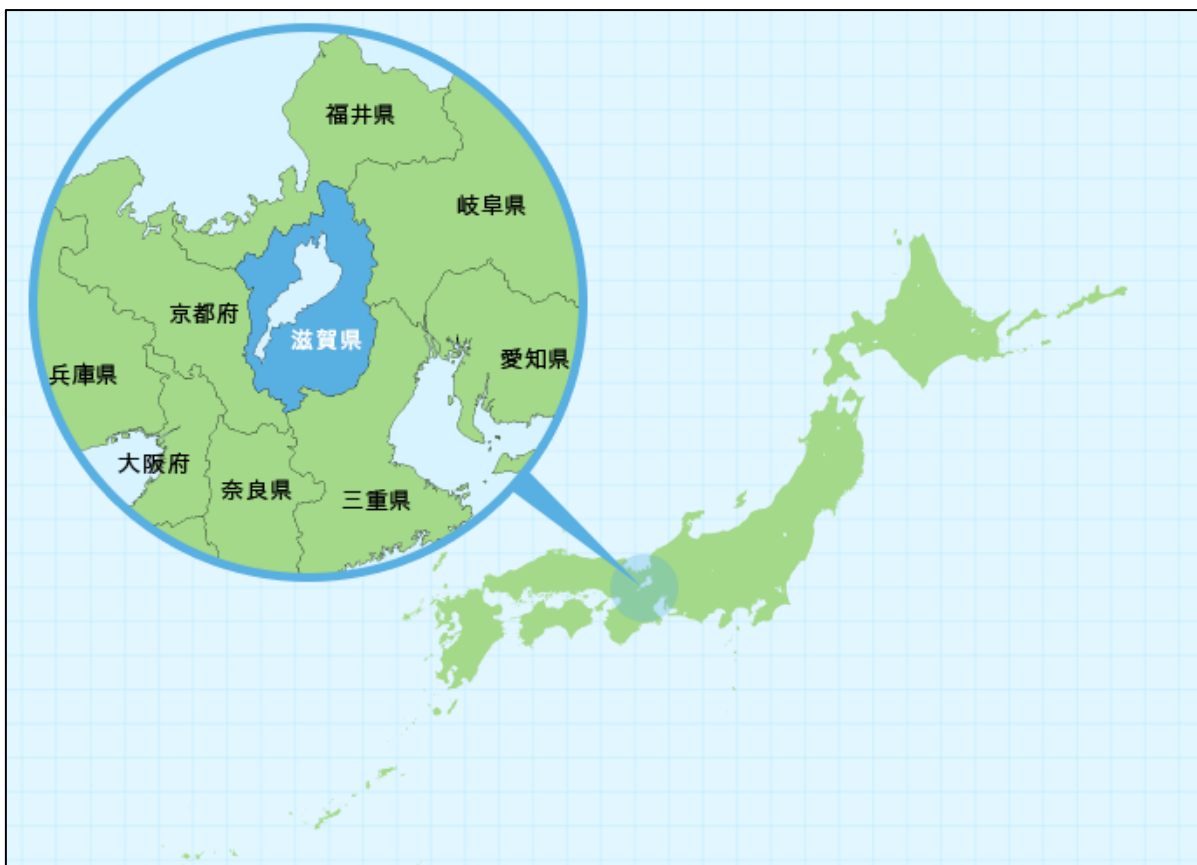
県の全域は以下のとおりである。

日本のほぼ真ん中に位置する滋賀県。

その中央に県土の約6分の1を占める日本最大の湖・琵琶湖を抱え、周囲には緑豊かな山々や田園風景が広がる、水と緑の豊かな自然にふれ合うことができます。悠々と水をたたえる琵琶湖と周囲が織りなす美しい風景は、季節の移ろいに応じた折々の景観として楽しむことができます。びわ湖の雄大さと変化に富んだ風景は、「琵琶湖八景」や「近江八景」として風光明媚な景色を紹介しています。

また、交通の要衝の地でもあり、古くから文化・経済の先進地として栄えたこの地には、古刹・名刹の歴史ある寺社や戦国時代をはじめとする英傑たちの足跡、歴史情緒が残る町並みなど、奥深い歴史文化があり、国内有数を誇る歴史文化資産は、今もなお県内のそれぞれの地域で大切に守り伝えられています。

(出典：びわこビジターズビューローホームページ)



(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

## (2) 琵琶湖

県は日本一の湖である琵琶湖を有しており、その内容は以下のとおりである。

琵琶湖	
面積	674 km <sup>2</sup>
周囲	約 235km
湖面標高	約 86m
最大水深	104m

(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

### 日本一の豊かな湖

400万年もの歴史を持つといわれる日本一の湖“びわ湖”。

淡路島がすっぽり入り込む広大な面積に溜められた豊富な水は、滋賀県だけでなく近畿1,400万人もの人々を支える貴重な水源となっています。

また、悠久の歴史を持つ琵琶湖では、様々な生物が豊かに育まれてきました。湖とその周辺には、1,000種以上の動植物が生息し、ビワマスやセタシジミなどの固有種も多く見られます。

冬には、たくさん水鳥が集い、羽を休める場として、夏には、湖上レジャーをはじめ、多くの観光客がやすらぎを求めるリゾートの場として、季節や時間帯によって、実に変化に富んだ眺望と多様な恵みをもたらしてくれています。私たちにとって琵琶湖は母なる湖、まさに“Mother Lake”です。

### 歴史を見守ってきた湖

権力者たちが見下ろした湖・歴史を動かす戦いを見守った湖

琵琶湖は、古来軍事や交通の要衝であり、湖の周辺には歴史上重要な役割を果たした場所がいくつもあります。

古くは、天智天皇が建都した近江大津京。安土山には、織田信長による日本初の本格的な石垣と大型天守を有する安土城が築城され、今もその城跡が残されています。

豊臣秀吉が初めて城主となった長浜や徳川幕府の譜代大名・井伊家の居城であった国宝・彦根城もあります。

また、歴史を動かす合戦も多く、日本古代最大の内乱であった壬申の乱（瀬田橋の戦い）や戦国時代の「姉川の戦い」、「賤ヶ岳の戦い」の舞台にもなっています。

びわ湖は、歴史を動かした英傑たちに眺められ、歴史を左右する戦いを見守ってきました。

(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

### (3) エリア別観光地

大津、湖南、甲賀、東近江、湖東、湖北、湖西の7つのエリア別の観光地の特色は以下のとおりである。

大津エリア (大津市)	
<p>&lt;大津港の花噴水&gt;</p> 	<p>万葉の昔から志賀の都としてひらけ、東海道の宿場町・湖上交通の要衝として栄えた大津は、近江八景で知られる風光明媚の地。</p> <p>比良、比叡の連山を背に、延暦寺、三井寺、西教寺の天台山総本山をはじめ、日吉大社、石山寺など、荘厳な社寺に感動を覚えます。</p> <p>大津港では、花噴水のお出迎え。湖上遊覧に出かけるもよし、湖畔をのんびり散策するもよし。</p> <p>また、北部に行けば、雄大な比良山系や白砂青松の美しい湖岸線など、豊かな自然が、四季折々の趣で楽しむことができます。</p>
湖南エリア (草津市・栗東市・守山市・野洲市)	
<p>&lt;守山の菜の花畑&gt;</p> 	<p>東海道と中山道の宿場町として栄えた湖南エリア。</p> <p>今も残る草津宿本陣が当時の繁栄を偲ばせます。</p> <p>美しい円錐形の姿から「近江富士」と呼ばれる三上山、平安時代の狛坂磨崖仏や奇岩・怪岩を見ることができる金勝山ではハイキング客で賑わい、湖岸に出れば、琵琶湖博物館やハスの群生地、なぎさ公園など、水辺のリゾートエリアが広がります。</p> <p>人気のレストランやカフェなど、バラエティ豊かな飲食店も数多く、おしゃれなランチ・ディナーも楽しめます。</p>

(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

甲賀エリア（湖南市・甲賀市）

<信楽焼>



紅葉狩りが楽しめる国宝の堂宇を有す湖南三山。

宿場町のたたずまいを残す水口・土山では往時を偲び、戦国の動乱を駆け巡った甲賀忍者の里では、忍びになりきり体験。

自然に包まれた山里に、無数の狸が出迎える陶器のまち・信楽で、お気に入りのうつわを探す窯元散策。

どれもこれも都会に忘れられた土の香りと自然のぬくもりを残して、人びとの心をやさしく包み込んでくれます。

東近江エリア（近江八幡市・東近江市・竜王町・日野町）

<八幡堀>



豊臣秀次の城下町・近江八幡。風情漂う八幡掘りを囲むように、商人屋敷やヴォーリズ建築が立ち並び、レトロな町並みが人気のスポット。

近江商人のふるさと、近江八幡、日野、五個荘では、商人たちが残した足跡と、活気あふれる町の賑わいが偲べれます。

さらに、戦国の霸王・織田信長が、天下統一の拠点とした安土。万葉ロマンにひたる蒲生野。聖徳太子ゆかりの古代信仰の地・太郎坊宮、そして、日本三大和牛の一つ「近江牛」のふるさと。

ここには幾重もの時代の表情と、人びとの歴史が息づいています。

(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

湖東エリア（彦根市・愛荘町・豊郷町・多賀町・甲良町）	
<p>&lt;国宝・彦根城&gt;</p> 	<p>堂々たる三重の天守が美しい天下の名城、国宝・彦根城。大名庭園やお堀めぐりでお殿様気分を味わい、城下町を再現した夢京橋キャッスルロードで町並み散策が楽しめます。</p> <p>彦根からひと足伸ばせば、「お多賀さん」で親しまれる延命長寿&amp;縁結びの多賀大社、秋には彩り鮮やかな天台宗の3名刹・湖東三山。また、アニメの聖地として有名なヴォーリズ建築の豊郷小学校旧校舎群。</p> <p>苔むした石垣、四季折々の花、歴史ある建築物、木々の狭間から望む琵琶湖。湖東平野に広がる風景は、まさに近江の感動絵巻です。</p>
湖北エリア（長浜市・米原市）	
<p>&lt;黒壁スクエア&gt;</p> 	<p>豊臣秀吉が築き、北国街道の宿場町としても栄えた長浜。ノスタルジックな町並みの黒壁スクエアは人気の観光スポットとして知られます。</p> <p>また、名だたる武将たちの熱き戦いに思いを馳せる賤ヶ岳・姉川の古戦場。やすらぎに包まれる観音の里やびわ湖に浮かぶパワースポット「竹生島」、日本百名山の一つ「伊吹山」など、県内屈指の観光エリアは、訪れる人びとを湖国旅情へと誘います。</p>
湖西エリア（高島市）	
<p>&lt;白鬚神社&gt;</p> 	<p>比良の山並みと紺碧の琵琶湖。美しい自然が広がる高島。</p> <p>湖中に大鳥居がそびえ立つ白鬚神社をはじめ、桜の名所・海津大崎やメタセコイア並木、畑の棚田など、滋賀を代表する名勝・景勝地の数々。</p> <p>夏はウォータースポーツやハイキングで賑わい、冬は雪山ゲレンデに若者の声が響きます。</p> <p>湖国の自然をそのまま残した心なごむ緑豊かな大空間が、訪れる人びとをやさしく包み込んでくれます。</p>

(出典：びわこビジターズビューローホームページ)

#### (4) 観光入り込み客数の上位 30 観光地

令和元年に観光入込客数が多かった上位 30 観光地（公開了承施設についてのみ）は以下のとおりである。

(単位：千人)

順位	観光地名	市町名	人数
1	ラ コリーナ近江八幡	近江八幡市	3,226
2	黒壁ガラス館	長浜市	2,227
3	多賀大社	多賀町	1,783
4	道の駅 藤樹の里あどがわ	高島市	855
5	希望が丘文化公園	野洲市、湖南市、竜王町	843
6	道の駅 妹子の郷	大津市	837
7	道の駅 あいとうマーガレットステーション	東近江市	782
8	草津川跡地公園（区間 2・区間 5）	草津市	774
9	彦根城	彦根市	766
10	日牟禮八幡宮	近江八幡市	715
11	道の駅 竜王かがみの里	竜王町	628
12	道の駅 びわ湖大橋米プラザ	大津市	559
13	比叡山ドライブウェイ	大津市	530
14	矢橋帰帆島公園	草津市	514
15	比叡山延暦寺	大津市	513
16	道の駅 アグリパーク竜王	竜王町	509
17	琵琶湖博物館	草津市	506
18	太郎坊宮	東近江市	499
19	マキノ高原・さらさ	高島市	450
20	陶芸の森	甲賀市	421
21	道の駅 せせらぎの里こうら	甲良町	420
22	道の駅 湖北みずどりステーション	長浜市	408
23	豊公園	長浜市	408
24	道の駅 塩津海道あぢかまの里	長浜市	404
25	道の駅 伊吹の里	米原市	390
26	田村神社	甲賀市	389
27	八幡堀	近江八幡市	367
28	びわ湖大花火大会	大津市	350
29	道の駅 アグリの郷栗東	栗東市	345
30	ファーマーズマーケットおうみんち	守山市	340

(出典：滋賀県「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」)

## (5) 滋賀県観光を取り巻く状況

令和元年度における県の観光を取り巻く状況は以下のとおりである。

- ・令和元年度は、朝の連続テレビ小説「スカーレット」（令和元年9月～令和2年3月）と連携した「ほっと滋賀色」キャンペーン、および大河ドラマ「麒麟がくる」（令和2年1月～12月）と連携した観光キャンペーン「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」を展開する中で、各地域で着地型観光プログラムを実施し、また本県観光や物産の魅力を発信したことにより、滋賀の観光への注目が高まってきている。
- ・「ビワイチ」について、日本を代表し、世界に誇りうるサイクリングルートであるとして、令和元年11月に国のナショナルサイクリングルートに指定された。
- ・「ここ滋賀」では、様々な企画催事をほぼ毎日開催する等、首都圏において滋賀県の魅力を発信しており、令和元年9月には来館者数が100万人を超えた。
- ・令和元年6月には、京都にいる個人観光客をターゲットに滋賀への誘客を図る「そこ滋賀」プロジェクトを始動し、また7月には中国湖南省に滋賀県誘客経済促進センターを開所した。
- ・令和元年夏頃から、日韓関係の悪化に伴う訪日韓国人の減少傾向が続いていることに加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う訪日外国人の減少、更に国内も含めた世界的な観光意欲の低減が本県観光にもたらす影響を、注視していく必要がある。

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

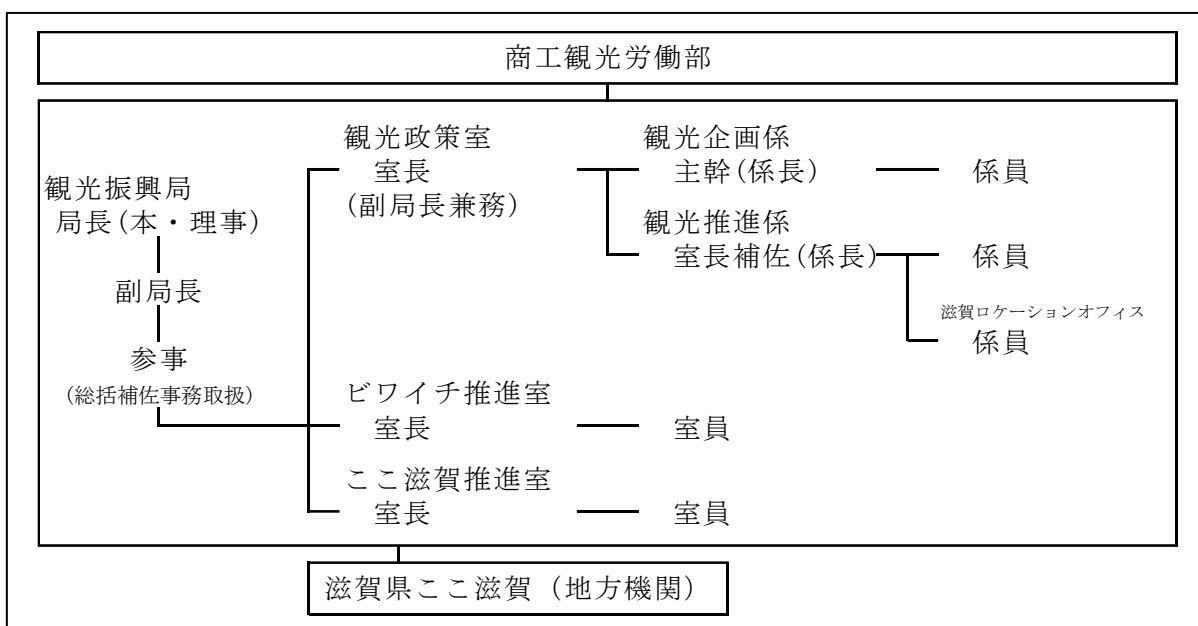


## II 商工観光労働部観光振興局

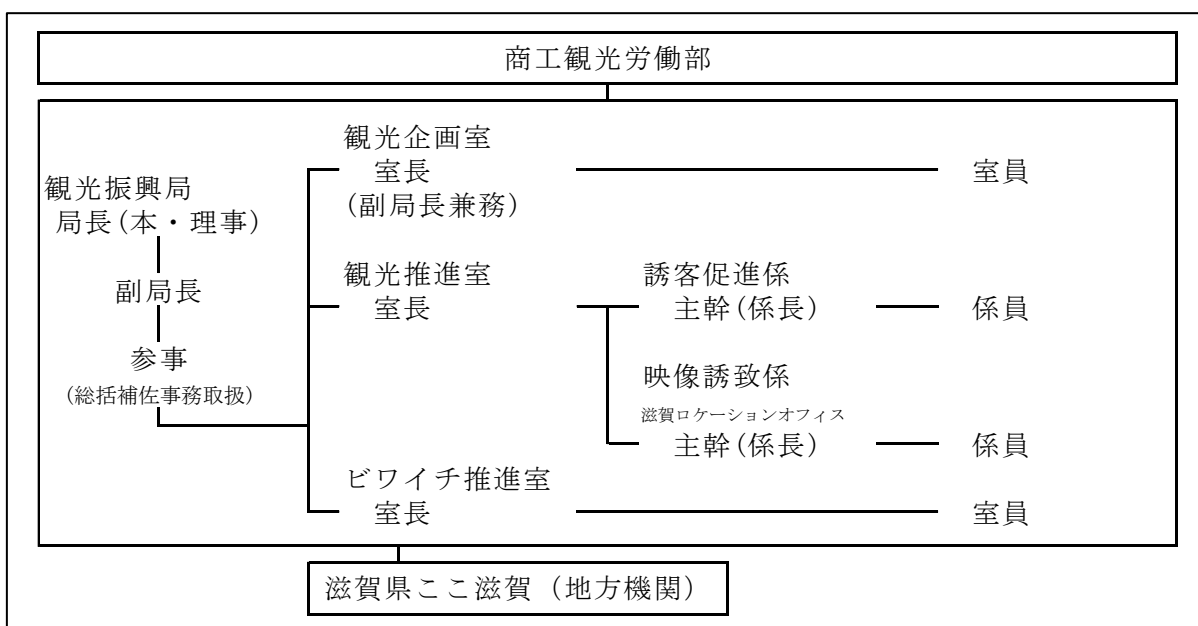
### 1. 組織図

商工観光労働部観光振興局の令和2年3月31日現在の現員数は22名であり、令和2年3月31日および令和2年4月1日現在の組織図は以下のとおりである。

(令和2年3月31日現在)



(令和2年4月1日現在)



(出典：商工観光労働部観光振興局)

## 2. 事務分掌

観光振興局は観光企画室、観光推進室およびビワイチ推進室の3室を有しており、それぞれの事務分掌は以下のとおりである。

部署	分掌事務
観光企画室	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光施策の企画立案に関する事</li> <li>・観光施策に係る視聴・他団体との連携、調整に関する事</li> <li>・びわこビクターズビューローへの指導助言、連携、連絡調整に関する事</li> <li>・全国滋賀県人会連合会の連絡調整、指導に関する事</li> <li>・「健康しが」ツーリズムビジョン2022に関する事</li> <li>・滋賀県観光事業審議会に関する事</li> <li>・観光施策の企画に係る連携、調整に関する事</li> <li>・ディスティネーションキャンペーンの誘致に関する事</li> <li>・びわ湖大花火大会の庁内人員動員調整に関する事</li> <li>・新型コロナウイルス感染症対策に関する事</li> <li>・局予算の編成および経理、決算に関する事</li> <li>・びわこビクターズビューローの補助金・負担金に関する事</li> <li>・自治振興交付金に関する事</li> <li>・旅行業法に関する事</li> <li>・江州音頭の普及に関する事</li> <li>・人材育成等地域支援事業に関する事</li> <li>・教育旅行（訪日教育旅行を除く）に関する事</li> <li>・コンベンションに関する事</li> <li>・小型船舶・マリーナ指導要綱に関する事</li> <li>・滋賀県観光周遊促進事業（滋賀の観光見える化・データ活用事業、観光周遊機能構築事業および米原駅広域観光推進拠点化支援事業に限る）</li> <li>・観光入込客統計調査等に関する事</li> <li>・観光イベントに関する事</li> <li>・通訳案内士に関する事</li> <li>・福井・滋賀・京都三府県連携観光促進協議会に関する事</li> <li>・県人会への補助金に関する事</li> <li>・観光振興に係る表彰に関する事</li> <li>・観光ボランティアガイドに関する事</li> </ul>

(出典：商工観光労働部観光振興局)

部署		分掌事務
観光推進室	誘客促進係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文化財の活用による観光振興策の推進に関する事</li> <li>・日本遺産に関する事</li> <li>・びわ湖花火大会実行委員会等に関する事</li> <li>・戦国観光キャンペーン推進協議会に関する事</li> <li>・戦国観光キャンペーン（イベント・情報発信）に関する事</li> <li>・NHKドラマ推進プロジェクトチームに関する事</li> <li>・観光資源の発掘および磨き上げに関する事</li> <li>・山岳安全に関する事</li> <li>・国際観光の推進に関する事</li> <li>・広域連携に関する事（三府県連携を除く）</li> <li>・忍者を活用した観光誘客促進事業に関する事</li> <li>・地酒の振興に関する事</li> <li>・地域通訳案内士に関する事</li> <li>・「ここ滋賀」運営に係る庁内の連携・会議等に関する事</li> <li>・ここ滋賀推進会議、兼務職員会議に関する事</li> <li>・地域版「ここ滋賀」に関する事</li> <li>・滋賀の素材・魅力磨き上げに関する事</li> <li>・県内情報の収集と「ここ滋賀」への提供に関する事</li> <li>・物産振興に関する事</li> </ul>
	映像誘致係	<ul style="list-style-type: none"> <li>・係事務の総括に関する事</li> <li>・映像誘致・支援に関する事</li> <li>・ロケツアーリズムの企画立案に関する事</li> <li>・映像誘致・支援に関する事</li> <li>・ふるさと観光大使に関する事</li> <li>・ロケツアーリズムの推進に関する事</li> <li>・映像拠点誘致に関する事</li> </ul>
ビワイチ推進室		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ビワイチ推進総合ビジョンに関する事</li> <li>・ビワイチに係る推進体制の検討に関する事</li> <li>・ビワイチに係る地方創生推進に関する事</li> <li>・サイクルツーリズムに係る連携に関する事</li> <li>・事業者との連携事業推進に関する事</li> <li>・自転車活用推進計画に関する事（サイクルツーリズムに限る）</li> <li>・ビワイチに係るプロモーションに関する事</li> <li>・プラスサイクル推進協議会ツーリズムワーキングに関する事</li> </ul>

(出典：商工観光労働部観光振興局)

### 3. 歳入・歳出の状況

観光振興局の歳入および歳出の科目別の予算・決算額について、平成 29 年度から令和元年度までの状況は以下のとおりである。

【令和元年度】

(単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入 ①</b>	<b>5,368</b>	<b>5,302</b>
財産収入	678	678
諸収入	4,690	4,624
<b>歳出 ②</b>	<b>952,910</b>	<b>942,390</b>
<b>観光費</b>	<b>663,555</b>	<b>655,979</b>
報酬	2,233	1,807
給料	99,902	99,901
職員手当等	66,322	66,282
共済費	36,167	36,104
報償費	402	315
旅費	6,757	5,935
需用費	3,217	2,720
役務費	1,496	1,401
委託料	43,559	43,040
使用料及び賃借料	370	213
負担金補助及び交付金	403,130	398,256
<b>情報発信拠点推進費</b>	<b>289,355</b>	<b>286,410</b>
給料	26,875	26,607
職員手当等	25,988	25,644
共済費	11,670	11,669
報償費	230	104
旅費	3,347	3,070
需用費	6,693	6,230
役務費	2,335	1,780
委託料	88,559	88,556
使用料及び賃借料	111,727	111,523
備品購入費	7,456	6,821
負担金補助及び交付金	4,475	4,401
(参考) 一般会計の歳入および歳出の状況		
一般会計歳入合計 ③	588,258,678	555,316,026
一般会計に占める観光振興局の歳入割合 ①÷③	0.0%	0.0%
一般会計歳出合計 ④	588,258,678	539,929,794
一般会計に占める観光振興局の歳出割合 ②÷④	0.2%	0.2%

(出典：滋賀県「令和元年度 滋賀県歳入歳出決算事項別明細書」)

【平成 30 年度】

(単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入 ①</b>	<b>10,820</b>	<b>14,047</b>
財産収入	834	834
諸収入	9,986	13,213
<b>歳出 ②</b>	<b>935,487</b>	<b>930,151</b>
<b>総合政策総務費</b>	<b>66,402</b>	<b>66,081</b>
給料	26,662	26,649
職員手当等	27,706	27,448
共済費	12,034	11,983
<b>計画調査費</b>	<b>219,824</b>	<b>217,798</b>
報償費	465	283
旅費	5,290	4,824
需用費	6,342	5,633
役務費	1,930	1,638
委託料	85,755	85,753
使用料及び賃借料	113,387	113,270
備品購入費	2,245	2,209
負担金補助及び交付金	4,410	4,184
<b>観光費</b>	<b>649,261</b>	<b>646,271</b>
報酬	546	476
給料	100,737	100,737
職員手当等	62,770	62,749
共済費	35,735	35,722
報償費	340	160
旅費	5,121	3,561
需用費	2,693	2,650
役務費	2,891	2,415
委託料	11,426	11,416
使用料及び賃借料	2,551	2,392
備品購入費	177	177
負担金補助及び交付金	424,273	423,811
(参考) 一般会計の歳入および歳出の状況		
一般会計歳入合計 ③	572,404,466	544,507,311
一般会計に占める観光振興局の歳入割合 ①÷③	0.0%	0.0%
一般会計歳出合計 ④	572,404,466	530,341,619
一般会計に占める観光振興局の歳出割合 ②÷④	0.2%	0.2%

(出典：滋賀県「平成 30 年度 滋賀県歳入歳出決算事項別明細書」)

【平成 29 年度】

(単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入 ①</b>	<b>35,050</b>	<b>37,747</b>
使用料及び手数料	13,083	13,873
国庫支出金	1,198	1,198
財産収入	10,467	11,156
諸収入	10,302	11,520
<b>歳出 ②</b>	<b>970,721</b>	<b>961,972</b>
<b>国際費</b>	<b>362,931</b>	<b>356,849</b>
報酬	19,756	19,576
給料	74,875	74,713
職員手当等	42,683	42,482
共済費	26,785	26,648
賃金	1,797	1,776
報償費	393	260
旅費	13,764	12,801
需用費	5,509	4,356
役務費	5,391	4,641
委託料	87,802	86,092
使用料及び賃借料	1,682	1,326
工事請負費	8,208	8,208
備品購入費	180	82
負担金補助及び交付金	74,106	73,880
<b>観光費</b>	<b>580,554</b>	<b>577,888</b>
報酬	504	504
給料	85,454	85,333
職員手当等	48,195	48,020
共済費	27,344	27,218
賃金	1,668	1,647
報償費	500	403
旅費	4,637	4,366
需用費	2,102	2,050
役務費	1,787	1,537
委託料	12,272	12,049
使用料及び賃借料	9,313	9,165
負担金補助及び交付金	386,778	385,592
<b>観光物産情報センター費</b>	<b>27,236</b>	<b>27,234</b>
委託料	21,567	21,565
使用料及び賃借料	5,669	5,668
(参考) 一般会計の歳入および歳出の状況		
一般会計歳入合計 ③	556,931,085	539,164,442
一般会計に占める観光振興局の歳入割合 ①÷③	0.0%	0.0%
一般会計歳出合計 ④	556,931,085	527,391,742
一般会計に占める観光振興局の歳出割合 ②÷④	0.2%	0.2%

(出典：滋賀県「平成 29 年度 滋賀県歳入歳出決算事項別明細書」)

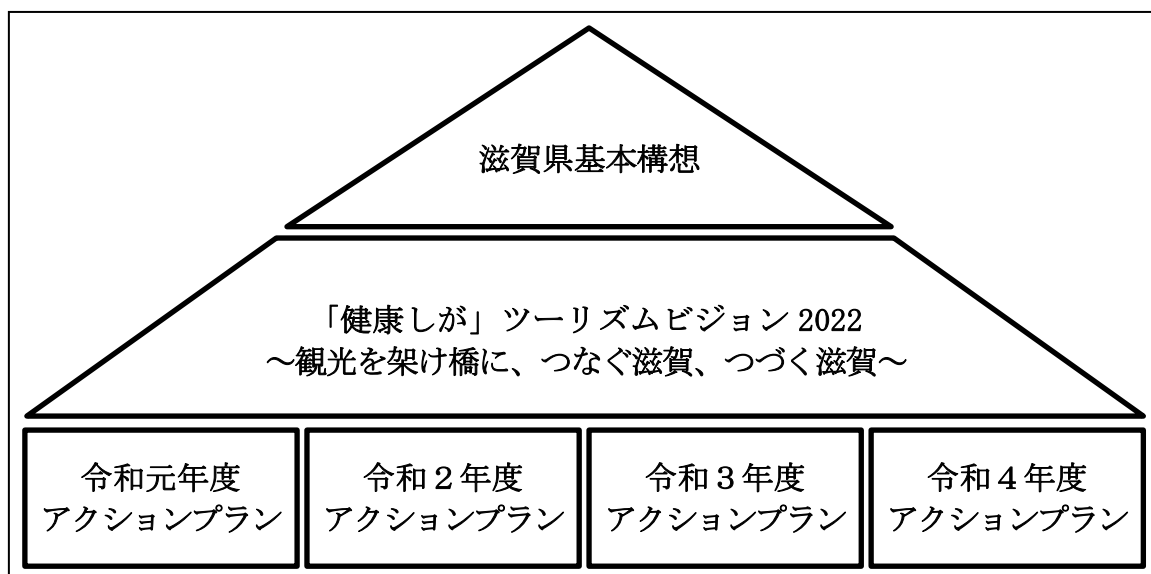
(注) 平成 29 年度はここ滋賀の所管部署が観光振興局ではなかったため、ここ滋賀の歳入・歳出は含まれていない。

### Ⅲ 観光計画

#### 1. 全体像

県は県政運営の基本方針である滋賀県基本構想において、観光施策の指針を示しており、その実現のための個別計画である「健康しが」ツーリズムビジョン2022を策定している。

県の観光施策に関する計画の全体像は以下のとおりである。



(出典：ツーリズムビジョンアクションプランを監査人が一部加工)

## 2. 滋賀県基本構想

### (1) 計画の概要

滋賀県基本構想は基本理念を「変わる滋賀 続く幸せ」として、令和元年度から令和12年度までの12年間の計画期間としており、世界が経験したことのないような未知の変化に直面する中、みんなで滋賀の未来をつくっていくための将来ビジョンとして、以下を構想している。

**●みんなの力を合わせて、目指す未来をつくります。**

この「滋賀県基本構想」は、みんなの力を合わせ滋賀の未来をつくっていくための将来ビジョンです。県は、その実現に向け、一緒に取組を進めます。

**●SDGs の特徴を生かします。**

この基本構想では、目指す令和12年の姿として、自分らしい未来を描くことができる生き方と、その土台として、将来にわたり持続可能な滋賀の姿を描きます。その実現のため、「経済」、「社会」、「環境」のバランスを図る統合的な取組であるSDGsの特徴を生かします。

(出典：滋賀県「滋賀県基本構想」)

### (2) 滋賀県基本構想における観光施策の位置付け

基本理念の実現に向け、令和12年度の姿を、「人」、「経済」、「社会」、「環境」の4つの視点で構想している。このうち、「経済」の中に観光施策に関する内容が以下のとおり記載されている。

**●滋賀を訪れる人が増加し、その効果が様々な産業に現れています。**

琵琶湖に代表される自然環境、滋賀ならではの文化芸術・食・地場産品・歴史遺産などの観光資源や滋賀の生活スタイルの魅力が発信されていることで、国内外から滋賀を訪れる人が増加し、地域が活性化しています。観光客をはじめとする交流人口（通勤、通学、買い物、文化鑑賞・創造、観光、スポーツなど、その地域を訪れる人）の増加により、その効果は様々な産業に波及しています。

**●グローバルな経営視点や先端技術等による競争力を有する強い県内産業の創出**

県内企業等が、多様な人材の経営参画のもと、積極的に先端技術や地域資源を活用し、社会的課題の解決やグローバルな経営視点から、成長市場や成長分野を意識した事業展開を図ることができるよう支援します。また、滋賀の魅力を磨き上げ、国内外に発信するとともに受入環境を整備し、観光客をはじめとする交流人口と観光消費の増加に向けた取組を推進します。

(出典：滋賀県「滋賀県基本構想」)



### (3) 滋賀県基本構想実施計画

滋賀県基本構想に基づく県の取組みを遂行する上で必要な主要政策を定めるために滋賀県基本構想実施計画を策定している。

滋賀県基本構想実施計画は、滋賀県基本構想の計画年度である令和元年度から令和12年度までの12年間の4年ごとの3期に分けて策定しており、第1期滋賀県基本構想実施計画の計画期間は令和元年度から令和4年度としている。

第1期滋賀県基本構想実施計画では、滋賀県基本構想の県の政策の方向性に沿って、18の政策で構成し、それぞれの政策ごとに、「政策の目指す方向」、「目標（4年間の目標および年次目標）」、「現状と課題」、「施策の展開」を整理しており、観光施策に関する内容は以下のとおりである。

項目	内容					
政策の目指す方向	滋賀の魅力を引き上げ、国内外に発信するとともに、受入環境を整備し、観光振興による交流人口と観光消費の増加に向けた取組を推進します。					
目標	(単位：万人)					
	目標	現状 (平成29)	年次目標			
			令和元	令和2	令和3	令和4
	延べ宿泊客数	387	415	430	440	450
延べ観光入込客数	5,248	5,500	5,700	5,850	6,000	
現状と課題	琵琶湖をはじめとする自然や歴史・文化、食や地場産業などの観光資源が国内でも十分に浸透していません。また、日帰り客が約4分の3を占めており、観光消費の拡大に向けて、宿泊・滞在型観光を推進していく必要があります。さらに、国内外からの観光客の受入に向け、外国人・高齢者などすべての人にやさしい交通・滞在環境の整備が必要です。					
施策の展開	<p>&lt;滋賀ならではの特色を活かした観光の創造&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自然や歴史・文化遺産および食や地場産業等の観光資源の魅力を磨き上げ、それらをつなぐとともに、「ビワイチ」の推進などの体験型観光の充実などにより、来訪や滞在・宿泊につなげます。</li> <li>「おもてなし」を深めるための取組や、すべての人にやさしい滞在環境の整備を進めるとともに、DMOを中心とした自立的・継続的な観光振興の仕組みづくりを推進します。</li> <li>「ここ滋賀」を中心とした首都圏での魅力発信、大観光地に近い立地を活かした誘客などにより、国内外からの観光客の増加につなげます。</li> </ul>					

(出典：滋賀県「滋賀県基本構想実施計画」)

### 3. 「健康しが」ツーリズムビジョン 2022

#### (1) 「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 の概要

滋賀県基本構想の理念を実現するための個別計画として「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 を策定している。今後の県の観光振興に係る基本的な考え方を関係者と共有し、相互に連携しながら総合的かつ効果的に推進するための指針としている。「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 で定める基本方針等は以下のとおりである。

##### 1) 基本方針

「観光を架け橋に、つなぐ滋賀、つづく滋賀」

##### 2) 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」

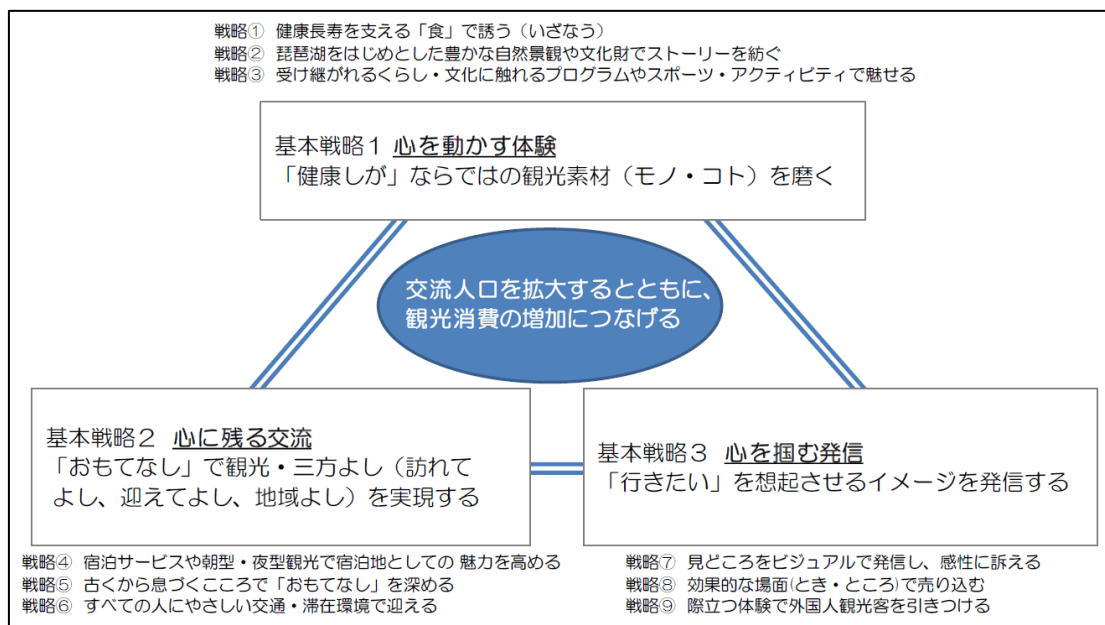
##### 3) 成果指標

項目	基準値 (平成 29 年実績)	目標値 (令和 4 年)
延べ宿泊客数 (滋賀県観光入込客統計調査)	387 万人	450 万人
観光消費額 (延べ観光入込客数に対応する額を算出)	1,793 億円	2,000 億円
延べ観光入込客数 (滋賀県観光入込客統計調査)	5,248 万人	6,000 万人

(出典: 「健康しが」ツーリズムビジョン 2022)

#### 4) 戦略

「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 では基本目標に従い、以下の3つの基本戦略と9つの戦略に沿って施策を展開している。



(出典：「健康しが」ツーリズムビジョン 2022)

## (2) 「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン

### 1) 全体像

「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 に基づき、観光施策を効果的に展開するため、毎年度ツーリズムビジョンアクションプランを策定し、県における観光関連事業を体系的に示し、関係者と連携して取り組んでいる。

令和元年度のツーリズムビジョンアクションプランにおいて、県は3つの基本戦略と9つの戦略を策定しており、全体像は以下のとおりである。

基本戦略1 心を動かす体験	基本戦略2 心に残る交流	基本戦略3 心を掴む発信
<b>戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う（いざなう）</b> <主な取組> ○近江の地酒文化普及事業 ○健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業 ○びわ湖のめぐみ魅力体感事業	<b>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</b> <主な取組> ○観光イベント推進事業 ○地域観光活性化支援事業	<b>戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える</b> <主な取組> ○滋賀の戦略的県外PR事業 ○体感型「ココクール」魅力発信事業 ○映像誘致・ロケ支援事業
<b>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</b> <主な取組> ○「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業 ○日本遺産・琵琶湖魅力発信事業 ○「近江の文化財」魅力発信事業	<b>戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める</b> <主な取組> ○スポーツボランティア支援事業 ○観光人材育成等地域支援事業 ○「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	<b>戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む</b> <主な取組> ○ここ滋賀推進事業 ○首都圏ネットワーク活用事業
<b>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</b> <主な取組> ○琵琶湖博物館魅力創造発信事業 ○スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業 ○ピワイチ観光推進事業	<b>戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える</b> <主な取組> ○県域無料Wi-Fi整備促進事業 ○公共交通を活用した観光誘客強化推進事業 ○「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	<b>戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける</b> <主な取組> ○国際観光推進事業（海外への情報発信） ○国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化） ○近江牛魅力発信事業
<b>&lt;主な事業目標&gt;</b> ①ピワイチ体験者数 14万人 ②戦国キャンペーン新規プログラム参加者数 20万人	<b>&lt;主な事業目標&gt;</b> ①スポーツボランティア新規登録者数 500人 ②「びわ湖 Free Wi-Fi」アクセスポイント設置数 1,560箇所	<b>&lt;主な事業目標&gt;</b> ①情報発信拠点「ここ滋賀」来館者数 45万人 ②ロケ実施件数 110件
<b>&lt;総合成果指標&gt;</b> ・観光入込客数（延べ） 5,500万人 ・宿泊者数 415万人 ・観光消費額 1,860億円 ・外国人観光入込客数（延べ） 65万人 ・外国人宿泊者数 45万人 ※滋賀県観光入込客統計調査		

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

## 2) 基本方針

### ア) 基本戦略1 心を動かす体験

基本戦略1は『健康しが』ならではの観光素材(モノ・コト)を磨くこと」を目的とし、戦略別の主な取組名、事業内容、予算額、事業目標および担当課は以下のとおりである。

#### 【戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う(いざなう)】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
近江の地酒文化普及事業	近江の地酒の魅力を県内外に発信するとともに、県内にあっては県産日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒を使用したもてなしとその普及促進を図る。また県外および海外においては認知度向上および情報発信を通じて、本県への誘客促進を図る。	3,384	・地酒講座3講座実施 ・(仮称)首都圏での商談会来場者数 1,100人	観光振興局
健康長寿日本一の滋賀育ち食材を活かした『滋賀めし』創造事業	「健康長寿日本一の滋賀育ち」の農畜水産物を活かした、滋賀の健康を支える「滋賀めし」を新たなブランドとして発信するとともに、県内の飲食店等において県産食材の魅力を伝える「食のおもてなし」を行うことで、県産食材の利用促進と生産意欲の向上を図り、県産食材の生産振興につなげる。	9,180	「滋賀めし」提供・協力事業者数 10件	食のブランド推進課
びわ湖のめぐみ魅力体験事業	地域のネットワーク構築を支援することにより、持続的に湖魚の取扱い情報が発信されるとともに、学校給食に湖魚が提供されることで、湖魚を食べる機会の増加、認知度向上や消費拡大を図る。	15,215	・びわ湖産魚介類を活用する事業者数 (琵琶湖八珍マイスター登録):220事業者 ・湖魚の学校給食への提供食数:9万食	水産課

(出典:ツーリズムビジョンアクションプラン)

【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】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
「戦国ワ ンダーラ ンド滋賀・ びわ湖」観 光 P R 推 進事業	本県ゆかりの戦国武将“明智光秀”が主 人公となる大河ドラマ「麒麟がくる」の 放映に合わせ、多様な主体が一丸となっ て取り組む「戦国」をテーマとした観光 キャンペーンを展開して、本県の戦国を 中心とした魅力を発信・PRし観光誘客 に繋げる。	103,000	戦国キャンペ ーン新規プロ グラム参加者 数  20 万人	観光振 興局
日本遺産・ 琵琶湖魅 力発信事 業	平成 29 年度に開催した「水の文化ぐるっ と博」で得た成果、課題を踏まえ、引き続 き日本遺産「琵琶湖とその水辺景観－祈り と暮らしの水遺産」の認知度向上のため、 日本遺産の情報発信に取り組む。	4,100	日本遺産構成 文化財が所在 する市の宿泊 者数 330 万 人	観光振 興局
「近江の 文化財」魅 力発信事 業	滋賀の文化財の多様な魅力を全国に向け て広く発信し、滋賀への来訪者の拡大を図 ることを目的に、「明智光秀」をテーマと して、首都圏での情報発信事業と県内文化 財を対象とした探訪交流事業を実施する。	600	滋賀県を訪れ たいと思った 東京シンポ・ 東京講座参加 者の割合 90% (予定募集人 数 380 人)	文化財 保護課

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

【戦略③ くらし・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】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
琵琶湖博物館魅力創造発信事業	博物館のリニューアル効果を高め、来館者の増加と定着を図るため、情報を広く発信するとともに、旅行会社、県内観光宿泊施設等との連携の強化や、県民参加型交流会の開催等による誘客促進の取組を行う。	27,775	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新聞、テレビ、雑誌等に取り上げられる件数 800 件</li> <li>・琵琶湖博物館と連携する企業・団体等の数 200 者</li> <li>・「倶楽部 LBM(LAKEBIWA MUSEUM)」会員登録者数 累計 18,000 人</li> </ul>	環境政策課 (琵琶湖博物館)
スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	NHK 連続テレビ小説「スカーレット」が放映されることを好機とし、ドラマに関連付ける県内各地の魅力を全国に発信し、認知度・魅力度の向上をはかり、県内全域に広く効果を波及させるため、魅力発信、産品開発支援、誘客促進に取り組む。	18,600	延観光入込客数 5,500 万人	観光振興局
ビワイチ観光推進事業	「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させるとともに、琵琶湖を中心に県内全体に広がる多様な資源を活かして県内全域への自転車による周遊観光を推進することを通じて、国内外からの来訪促進をはかり、地域活性化へつなげる。	30,278	ビワイチ体験者数 14 万人	観光振興局

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

## イ) 基本戦略2 心に残る交流

基本戦略2は「『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」を目的とし、戦略別の主な取組名、事業内容、予算額、事業目標および担当課は以下のとおりである。

### 【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】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
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、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 951,000人	観光振興局
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2次交通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	観光振興局

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

### 【戦略⑤ 古くから息づくこころで「おもてなし」を深める】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
スポーツボランティア支援事業	観客や企業とのつながり、会員組織運営ノウハウ、実践的な活動機会などを有するスポーツクラブ等と連携し、ワールドマスターズゲームズ2021 関西等、本県における大規模スポーツ大会等の開催を視野に、多様な場面で活躍いただけるボランティアの育成や活動機会の増加に取り組む。	24,490	スポーツボランティア新規登録者数 500人（平成32年度にスポーツボランティア登録者数2,000名を目指し、引き続き登録者の確保と、充実した研修・活動の機会を数多く提供できるよう取り組む。）	スポーツ課



取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
観光人材育成等地域支援事業	観光まちづくりをPDCAサイクルに基づき、戦略的に事業展開を行い牽引する人材を育成し、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	16,460	観光人材研修：5回 県域研修会：3回	観光振興局
「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。	1,000	文化財かるたを活用した文化財講座等に 参加した者 310人	文化財保護課

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

【戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
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。	5,382	無料Wi-Fi設置事業費補助によるアクセスポイント設置(30か所)	情報政策課
公共交通を活用した観光誘客強化推進事業	明智光秀や石田三成をはじめとする戦国武将や、海外で人気の高い忍者など、滋賀ならではの魅力を有する鉄道旅のコンテンツの磨き上げと海外や関西エリア等の国内向けの発信を強化する。	16,800	草津線、北陸本線、湖西線の定期外乗車人数 21,898人/日	交通戦略課
「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	「ビワイチ」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。	346,864	ビワイチ体験者数14万人	交通戦略課 道路課

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

### ウ) 基本戦略3 心を掴む発信

基本戦略3は「『行きたい』を想起させるイメージを発信する」を目的とし、戦略別の主な取組名、事業内容、予算額、事業目標および担当課は以下のとおりである。

#### 【戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 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。	22,300	県外向け情報の発信・メディアリリース 30回	広報課
体感型「ココクール」魅力発信事業	情報発信拠点「ここ滋賀」と連携し、体感型イベントやウェブサイトなどで複合的な情報発信を行い、滋賀のファン開拓および滋賀への誘客につなげる。	6,610	「ココクール」ウェブサイトのページビュー数150,000PV (累計)	商工政策課
映像誘致・ロケ支援事業	映画・テレビ等の映像を通じて本県の豊かな自然や歴史・文化遺産を広く発信することにより、本県のイメージアップと観光および地域の振興を図る。	3,626	ロケ実施件数：110件	観光振興局

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

#### 【戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
ここ滋賀推進事業	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情報発信拠点「ここ滋賀」を運営する。あわせて、「ここ滋賀」外への販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの拡大などにも取り組む。	211,917	情報発信拠点「ここ滋賀」の来館者数 45万人	観光振興局

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
首都圏ネットワーク活用事業	首都圏の滋賀ゆかりの人や企業、店舗、新たに滋賀とつながる人等の多様なネットワークを拡充・強化し、「ここ滋賀」との相乗効果により、滋賀の存在感を高める。	7,732	首都圏ネットワーク 店舗数 130 店	東京本部

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

【戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける】

取組名	事業内容	予算額 (千円)	令和元年度 事業目標	担当課
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、昨年度から行っている欧州の市場開拓も引き続き実施するほか、京都市内に滋賀県のPRブースを設置するなど、更なる外国人観光客の増加を目指す。	27,212	京都市内に滋賀県のPRブースを設置	観光振興局
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。	5,722	・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 100 件 ・おもてなし研修の実施 3 回	観光振興局
近江牛魅力発信事業	近江牛の地理的表示（GI）登録によりさらなるブランド力の向上を図るため、訪日外国人に向けて近江牛の魅力を発信する。	3,900	近江牛の指定店舗数（累計） 320 店舗	畜産課

(出典：ツーリズムビジョンアクションプラン)

## IV びわこビジターズビューロー

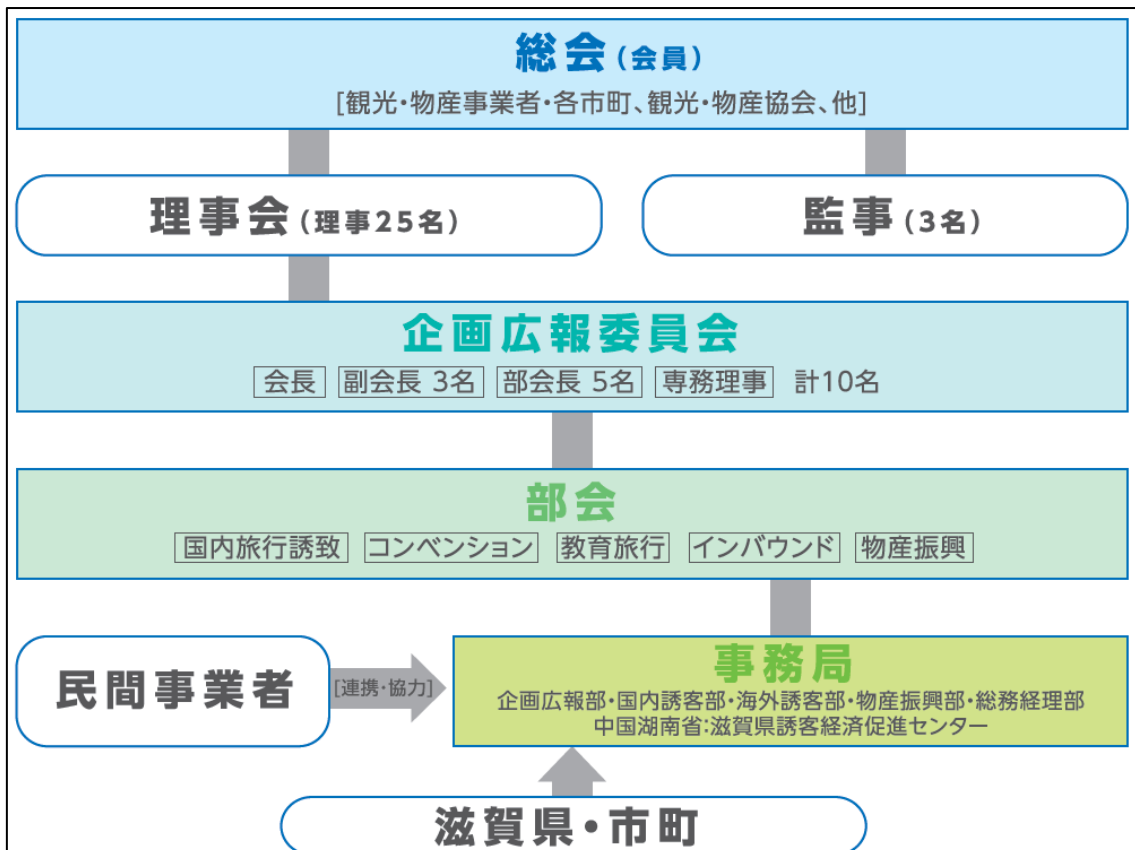
### 1. 組織図

平成 15 年 4 月に社団法人滋賀県観光連盟から名称を変更し、びわこビジターズビューローが設立された。

「びわこビジターズビューロー」の「びわこ」の名称は、日本一の湖「琵琶湖」をイメージするだけでなく、世界文化遺産である比叡山延暦寺を含めた滋賀県全体をイメージできるようにしている。また、「ビジターズビューロー」の名称は、観光に限らず、会議、商用も含めて国内外から広く訪問者をお迎えするという意味が込められている。

平成 25 年 4 月 1 日より公益社団法人としての役割と責任を果たすべく、滋賀の観光と物産の振興および発展のために様々な事業を展開している。

びわこビジターズビューローの組織の状況は以下のとおりである。



(出典：びわこビジターズビューロー「事業要綱」)

## 2. 事務分掌

びわこビジターズビューローは企画広報部、国内誘客部、海外誘客部、物産振興部、総務経理部の5部門を有しており、それぞれの事務分掌は以下のとおりである。

(令和2年3月31日現在)

部	業務	詳細な事務
企画広報部	企画広報事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広報事業の企画、実施に関する事</li> <li>・ 観光情報の更新、発信に関する事</li> </ul>
	企画広報委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企画広報委員会に関する事</li> </ul>
	地域連携 DMO	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域連携 DMO に関する事</li> <li>・ 中期計画に関する事</li> <li>・ 事業計画、事業報告に関する事</li> </ul>
	観光キャンペーン推進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公式ウェブサイトの構築・運営に関する事</li> <li>・ PRポスターの作成・配布に関する事</li> <li>・ 交通系媒体を活用した情報発信に関する事</li> <li>・ 観光展等出展事業に関する事</li> </ul>
	人材育成等地域支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人材育成等地域支援事業に関する事</li> </ul>
	びわこキャンペーン事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ びわこキャンペーン推進協議会に関する事</li> </ul>
	観光物産情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ WEB情報発信および管理に関する事</li> </ul>
	観光統計調査事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光統計調査受託事業に関する事</li> </ul>
	観光案内・観光相談業務	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 電話、カウンターでの来客問い合わせ対応に関する事</li> </ul>
国内誘客部	国内誘致事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域観光活性化支援事業に関する事</li> <li>・ ディスティネーションキャンペーンに関する事</li> </ul>
	観光キャンペーン推進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 観光キャンペーン運営全般に関する事</li> <li>・ 旅行会社向けプロモーションに関する事</li> <li>・ 戦国キャンペーン地域観光プログラム強化支援事業に関する事</li> <li>・ パンフレットの作成に関する事</li> </ul>
	日本遺産魅力発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本遺産推進協議会事業に関する事</li> <li>・ 日本遺産普及のためのプロモーションに関する事</li> </ul>
	国内旅行誘致部会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国内旅行誘致部会の運営に関する事</li> </ul>
	コンベンション事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コンベンション部会の運営に関する事</li> <li>・ コンベンション助成事業に関する事</li> </ul>
	教育旅行誘致事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 教育旅行誘致部会の運営に関する事</li> <li>・ 教育旅行キャラバンの企画、実施に関する事</li> <li>・ 旅行エージェント招請の企画、実施に関する事</li> </ul>
	おいでーな滋賀	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 滋賀体感フェア事業企画・実施（イナズマロックフェスティバル出展）に関する事</li> </ul>
	スポーツツーリズム	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ トレイルラン、ロングライド他に関する事</li> </ul>
	ビワイチ観光推進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ビワイチウォーク補助金、ビワイチガイドブックに関する事</li> </ul>
	他府県連携事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ NEXCO西日本連携事業（お国自慢カードラリー、ドライブパス）に関する事</li> </ul>
	観光ボランティアガイド活動支援事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 淡海観光ボランティアガイド事務局運営に関する事</li> </ul>
	首都圏情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 近畿6府県観光連絡会議に関する事</li> <li>・ 首都圏旅行会社へ営業や商談会に関する事</li> </ul>

部	業務	詳細な事務
海外誘客部	国際観光推進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・そこ滋賀プロジェクト推進事業に関すること</li> <li>・関西観光本部・中央日本総合観光推進機構事業に関すること</li> <li>・欧州FIT顧客促進事業（福井県連携事業）に関すること</li> <li>・近畿運輸局・中部運輸局連携事業に関すること</li> <li>・訪日教育旅行誘致事業に関すること</li> <li>・グランドサークルプロジェクト海外誘客事業に関すること</li> <li>・ホテルコンシェルジュによる情報発信に関すること</li> <li>・情報発信ツールの整備・英語版パンフレット作成に関すること</li> </ul>
	情報発信事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・WEBを活用した海外への情報発信に関すること</li> </ul>
	インバウンド部会事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド部会の運営に関すること</li> <li>・ラウンドオペレーターへのプロモーション・商談会に関すること</li> <li>・情報提供・研修の開催に関すること</li> </ul>
	受入環境整備促進事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊施設向け多言語コールセンター事業に関すること</li> <li>・おもてなし研修に関すること</li> </ul>
物産振興部	物産振興事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・滋賀特産物の振興に関すること</li> <li>・滋賀県物産の販路拡大に関すること</li> </ul>
	物産振興部会事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物産運営部会の運営に関すること</li> </ul>
	物産宣伝紹介事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各種物産展の企画・実施に関すること</li> <li>・物産紹介WEBの運営に関すること</li> </ul>
	観光土産品公正取引	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協議会の運営に関すること</li> <li>・観光土産品の審査に関すること</li> </ul>
	物産奨励事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物産奨励事業に関すること</li> </ul>
総務経理部	経理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・予算、決算に関すること</li> <li>・予算の執行管理に関すること</li> </ul>
	総務	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光事業功労者表彰等の推薦、表彰の実施</li> <li>・給与、諸手当および旅費に関すること</li> <li>・後援、協賛の承認に関すること</li> </ul>
	人事	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人事、サービス全般に関すること</li> <li>・職員研修に関すること</li> </ul>
	会員連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員通信に関すること</li> <li>・地域懇談会の企画、運営に関すること</li> </ul>
	会員管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員管理、入退会事務、会費徴収に関すること</li> </ul>
	県域観光物産振興組織事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県域観光物産振興組織補助金事業に関すること</li> <li>・観光物産振興事業負担金（運営費助成事業）に関すること</li> </ul>
	公益法人管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公益法人申請、登記に関すること</li> </ul>
共通	びわ湖大花火大会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・びわ湖大花火大会実行委員会に関すること</li> </ul>
	旅行業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行業に関すること</li> </ul>
	滋賀県誘客経済促進センター	<ul style="list-style-type: none"> <li>・滋賀県誘客経済促進センターに関すること</li> </ul>

(出典：商工観光労働部観光振興局)

### 3. 業務内容

びわこビジターズビューローの業務内容は以下のとおりである。

#### 【国内旅行誘致事業】

びわこビジターズビューローの観光宣伝事業や広域観光イベント事業等と部会員が密接に関わり、各種観光施設、宿泊施設、飲食店、土産物店などが一体となって本県の魅力を訴えかけることにより、他府県との差別化を図り、さらなる誘客に繋げていきます。

また、こうした魅力を全国の旅行会社やマスコミに対して積極的にPRするため、独自の情報発信ルートをもとに積極的な活動を行うとともに、部会員と協働して首都圏など全国の主要な地区で商談会を実施しています。

#### 【インバウンド推進事業】

韓国、中国、台湾、香港、東南アジア、欧州、北米、豪州地域からの滋賀県内への誘客を促進するために、旅行会社やメディアを招請し、部会員施設で宿泊、飲食、体験、視察、取材し、具体的に旅行商品造成、記事にしてもらう「ファムトリップ（滋賀県へ招いて視察して頂く事業）」を実施しています。

また、海外や国内で開催されている旅行博に、部会員と共同で出展し、「BtoB、BtoC」で滋賀・びわ湖の魅力を発信しています。なお、部会事業として案内する海外旅行博に参加する部会員には助成制度があります。併せて、部会員が自施設以外の観光資源を紹介できるように、外国人が多く訪れる県内地域への研修や、インバウンドに関係ある各種セミナーも実施しています。

#### 【教育旅行誘致事業】

次代を担う子供たちに、自然豊かなフィールドで「協調すること」や「工夫すること」、「考えること」を体験し、感性を育む教育旅行の誘致を進めています。年に3回、首都圏をはじめ東北、九州・沖縄、中国、東海各地区の旅行会社に教育旅行誘致のためのキャラバンを実施しています。

また、国内旅行会社への営業活動ならびにWEBによる情報発信を行うとともに、旅行会社教育旅行担当者を対象とした現地研修会を実施し、滋賀ならではの良さを感じていただき、心豊かな人づくりを目指して「考え、行動する力」を養うことができる環境を実際に体感していただきます。

#### 【コンベンション誘致事業】

琵琶湖を眺望しながらゆったり寛げる空間で会議を行い、その後は琵琶湖でのクルージングや歴史や史跡・旧跡などを訪ねることができるなど、滋賀県ならではのエクスカージョンが提供できることをセールスポイントに、国内外の全国大会や会議等のコンベンションを、県内に誘致するため活動を展開しています。具体的には、「地方都市コンベンション協議会」へ参画し、首都圏等のコンベンション主催者に対して合同セミナーや、合同セールスを実施してい

るほか、コンベンション施設やエキスカージョンの情報提供や土産品販売事業者を紹介するなど、会議等主催者への開催支援を行っています。

また、日本で唯一のコンベンション展示会「国際ミーティングエキスポ」への出展など、滋賀の魅力発信に努めています。

#### **【物産振興事業】**

滋賀県内で製造されている特産品の振興と地産地消推奨のため、県内だけでなく高島屋日本橋店やあべのハルカス等大都市圏の大型商業施設で物産展を開催し、同時に滋賀へ誘客するための魅力発信 PR も行っています。

また、販路拡大の取組みとして会員様とバイヤーとのマッチング商談会の開催や、県特産品振興の取組みとして東京日本橋にある情報発信拠点「ここ滋賀」取扱商品の審査等を行っています。

その他、滋賀県観光土産品公正表示等認定審査会を通しての認定や、全国観光土産品公正取引協議会への推奨等の業務を行っています。

#### **【滋賀県観光情報ウェブサイトの運営】**

県内の観光物産関連情報を集約し、効果的・効率的に“旬の”観光情報を発信しています。多言語対応ウェブサイトを構築する一方、モバイル端末や SNS にも対応するよう利用者の回遊性の向上を図ります。

また、会員の方々が自ら情報を登録することで、会員施設等の一層の利用促進が図れるとともに、マスコミや旅行会社、教育旅行関係、コンベンション関係者等法人向けに情報を的確に提供できるように努めています。

#### **【情報誌の発行】**

滋賀県の観光物産情報を継続的に、より効果的に発信をするために、観光情報物産情報誌を季刊ごとに発行するなど、一般消費者のみならず、マスコミやプレス、旅行会社などにタイミングよく、滋賀県の観光物産情報が伝わるように努めています。

また、滋賀県の来訪者向けに、滋賀県観光情報総合パンフレットや滋賀県観光地図など、県内の観光情報を提供するために作成・配布をしています。

#### **【滋賀県誘客経済促進センター】**

2019年7月、中国湖南省長沙市「長沙高新区国際科技ビジネスプラットフォーム」内に開設しました。湖南省を中心に滋賀の観光地やビワイチ、湖上でのアクティビティ等の紹介、近江米・近江茶・地酒など県の特産品展示など滋賀の魅力を PR し、観光客を滋賀に呼び込むための誘致活動を行っています。

(出典：びわこデジタルズビューローホームページ)



#### 4. 事業計画および目標値

びわこビジターズビューローは、県の「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 を踏まえ、平成 31 年 3 月に令和元年度から令和 4 年度までの 4 年間の第 2 期中期計画を策定し、以下の目標値および令和元年度の事業計画を策定している。

項目	目標値	
	令和元年度	令和 4 年度
観光消費額（億円）	1,860	2,000
延べ宿泊者数（万人）	415	450
延べ観光入込客数（万人）	5,500	6,000
物産展販売金額（千円）	214,000	150,000

（出典：びわこビジターズビューロー「令和 2 年度事業計画」）

##### 中期計画 重点テーマ 1

###### 「滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ」

これまでの観光キャンペーンで培われたノウハウや経験を継承しつつ、2019 年度の NHK 大河ドラマ「麒麟がくる」の放映を契機とした滋賀県観光キャンペーン「戦国ワンダーランド 滋賀・びわ湖」を広域的、統一的に展開する。滋賀ゆかりの戦国武将にまつわる史跡など、歴史資源や武将の人間の魅力に焦点をあてた観光素材のブラッシュアップ、魅力あふれるコンテンツの開発を進める。また、ビワイチを強力なコンテンツとして位置づけ魅力を情報発信することで国内外からの観光誘客を図る等、魅力的な観光素材の開発に努める。

物産振興では、滋賀県物産品の認知度向上と地産地消促進のため、各種の物産展等に出展する。特に、新たに県内で常設物産販売を開始するとともに、戦国キャンペーンに連動させた観光・物産展をあべのハルカスにて開催する。

##### 中期計画 重点テーマ 2

###### 「受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」

宿泊・滞在型観光を増やし、来訪者の再訪意欲を高めていくには、受入環境の整備が重要である。また、「コト消費」と言われる中、旅先でのふれあいや心のこもったおもてなしは、来訪者に深い感動を与え、再訪意欲を高めるものである。

このため、観光資源の発掘、観光ルートの設定、2 次交通アクセスの整備等の地域観光活性化の取り組みに助成するとともに、米原駅を利用して県内の観光地を訪問し米原駅を利用して県内の観光地を訪問し宿泊する教育旅宿泊する教育旅行行に対して助成する。

また、訪日外国人観光客の満足度を高め、更なる誘客拡大を図るため、宿泊施設・観光事業者等を対象としたおもてなし研修を実施する。

2020年5月に滋賀県で開催予定の「第63回日本糖尿病学会学術集会」に向け、周辺住民へのPR活動を強化し、来訪者を地域が温かく迎え入れ、ともに楽しむという「おもてなし」の機運の醸成を図る。

### 中期計画 重点テーマ3

#### 「情報発信の強化による認知度向上」

雑誌やパンフレットといった紙媒体に加え、SNS等を活用し「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」の管理運用を強化することで、国内外の観光客のニーズに応じた情報発信を的確に行う。

コアな滋賀ファンを増やしていくために、国内においては観光展・出展事業や、教育旅行誘致キャラバン事業、コンベンションセールスの実施、海外においては有力メディアの招請や、訪日教育旅行の誘致など、人対人の取組を積極的に行う。

また、京都駅周辺に訪日観光客をターゲットとした観光案内所を設置するとともに、友好県省である中国湖南省に「滋賀県誘客経済促進センター」を設置することで、国内外に向けた情報発信に努める。

### 中期計画 重点テーマ4

#### 「持続可能な観光・物産振興の体制構築」

「滋賀らしさを活かして、持続可能な観光をめざす」には、持続可能な観光・物産振興の仕組みづくりやSDGsの視点が求められる。継続的に観光客が訪れ、地域の観光消費額が拡大するには、情報・データの収集・分析、計画、実行、検証のPDCAサイクルをまわし、継続的に誘客できる体制の構築と組織運営が必要である。また、ビューローは、2018年3月日本版DMO法人に登録され、県内の観光・物産に関わる舵取り役として、会員をはじめ多様な関係者と協働しながら、観光地域づくり等の基盤整備に努める必要がある。そのため、戦略的な観光事業を展開・牽引できる人材を育成するとともに、ビッグデータを活用した地域支援を行う。

また、財政基盤や自主財源の取組みを図るため、旅行業事業に新たに取り組むとともに、ビューローと会員、あるいは会員相互の連携を図るとともに、市町・観光協会等をはじめ各種団体等との連携を強化する。

(出典：びわこビジターズビューロー「令和元年度事業計画」)

## 5. 計算書類

### (1) 正味財産増減計算書

平成 29 年度から令和元年度までの正味財産増減計算書は以下のとおりである。

(単位：千円)

科目	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
受取会費	7,720	7,710	7,770
受取補助金等	186,740	253,258	236,570
事業収益	106,470	104,911	102,396
受取受託金	17,327	5,713	8,480
雑収益	824	713	419
<b>経常収益計</b>	<b>319,082</b>	<b>372,308</b>	<b>355,637</b>
事業費	309,123	358,237	347,947
管理費	18,172	22,506	20,162
<b>経常費用計</b>	<b>327,296</b>	<b>380,743</b>	<b>368,109</b>
<b>当期経常増減額</b>	<b>△8,214</b>	<b>△8,435</b>	<b>△12,472</b>
経常外収益	2,236	129	25
経常外費用	1,214	-	-
<b>税引前当期一般正味財産増減額</b>	<b>△7,192</b>	<b>△8,305</b>	<b>△12,446</b>
法人税、住民税及び事業税	72	72	72
<b>当期一般正味財産増減額</b>	<b>△7,265</b>	<b>△8,378</b>	<b>△12,519</b>

(出典：びわこビジターズビューロー「計算書類」)

また、令和元年度の事業別の正味財産増減計算書内訳書は以下のとおりである。

(単位：千円)

科目	公益目的 事業会計	収益事業等会計		法人会計	合計
	観光振興事業	物産販売事業	部会事業等		
受取会費	3,885	-	-	3,885	7,770
受取補助金等	213,909	12,264	-	10,396	236,570
事業収益	81,400	17,537	1,500	1,958	102,396
受取受託金	8,480	-	-	-	8,480
雑収益	213	-	-	205	419
<b>経常収益計</b>	<b>307,889</b>	<b>29,801</b>	<b>1,500</b>	<b>16,446</b>	<b>355,637</b>
事業費	317,021	29,094	1,830	-	347,947
管理費	-	-	-	20,162	20,162
<b>経常費用計</b>	<b>317,021</b>	<b>29,094</b>	<b>1,830</b>	<b>20,162</b>	<b>368,109</b>
<b>当期経常増減額</b>	<b>△9,132</b>	<b>707</b>	<b>△330</b>	<b>△3,716</b>	<b>△12,472</b>
経常外収益	-	-	-	25	25
経常外費用	-	-	-	-	-
<b>税引前当期一般 正味財産増減額</b>	<b>△9,132</b>	<b>707</b>	<b>△330</b>	<b>△3,690</b>	<b>△12,446</b>
法人税、住民税 及び事業税	-	-	-	72	72
<b>当期一般正味 財産増減額</b>	<b>△9,132</b>	<b>707</b>	<b>△330</b>	<b>△3,762</b>	<b>△12,519</b>

(出典：びわこビジターズビューロー「計算書類」)

## (2) 貸借対照表

平成 29 年度から令和元年度までの貸借対照表は以下のとおりである。

(単位：千円)

科目	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
現金預金	68,617	76,908	122,129
未収入金	21,330	39,357	13,852
立替金	40	-	-
前払金	773	761	679
<b>流動資産</b>	<b>90,761</b>	<b>117,026</b>	<b>136,661</b>
退職給付引当資産	23,470	24,406	24,761
観光開発積立金運用資産	77,130	77,130	77,130
物産振興事業会計資産	8,762	8,762	8,762
差入保証金	2,776	2,776	2,822
<b>固定資産</b>	<b>112,140</b>	<b>113,076</b>	<b>113,477</b>
<b>資産合計</b>	<b>202,901</b>	<b>230,103</b>	<b>250,138</b>
未払金	79,047	111,609	127,166
未払法人税等	72	72	72
未払消費税等	403	-	461
前受金	859	429	1,021
預り金	1,398	2,430	1,644
賞与引当金	4,838	6,720	6,793
<b>流動負債</b>	<b>86,618</b>	<b>121,262</b>	<b>137,159</b>
退職給付引当金	23,470	24,406	41,064
<b>固定負債</b>	<b>23,470</b>	<b>24,406</b>	<b>41,064</b>
<b>負債合計</b>	<b>110,089</b>	<b>145,668</b>	<b>178,223</b>
指定正味財産	77,130	77,130	77,130
一般正味財産	15,682	7,304	△5,214
<b>正味財産合計</b>	<b>92,812</b>	<b>84,434</b>	<b>71,915</b>
<b>負債及び正味財産合計</b>	<b>202,901</b>	<b>230,103</b>	<b>250,138</b>

(出典：びわこビジターズビューロー「計算書類」)

## V ここ滋賀

### 1. 概要

平成 29 年 10 月に滋賀県のアンテナショップとして、東京都中央区日本橋にここ滋賀を開設している。滋賀県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の場、また、県産品の販路開拓や消費拡大、誘客等県外に展開する足がかりとなる場となることを目的としている。



(出典：ここ滋賀ホームページ)

## 2. 運営方針

ここ滋賀は「全国・世界から選ばれる滋賀へ」として、「1. 滋賀を語る 2. ともに創り・稼ぐ 3. 滋賀へいざなう」とすることを第1期運営期間（平成29年度から令和3年度まで）の運営コンセプトとしている。ここ滋賀の施設の賃借期間は平成29年4月1日から令和9年3月31日までの10年間となっている。

ここ滋賀の令和元年度の運営方針は以下のとおりである。

### 1. 基本的機能による効果の最大化

開設からの5ヶ年度計画における基準年度として、より効果的、効率的に発信するため、運営の基礎である接客サービスを強化するとともに、情報発信、企画催事、マーケット、地酒バー、レストラン、総合案内、テストマーケティング等、ここ滋賀の基本的機能のさらなる充実に取り組む。

### 2. 国内・海外への情報発信基地へ

メディアやインフルエンサーとの連携により国内・海外への情報発信を強化するとともに、屋上テラスの利用価値を高め、魅力発信につなげる。

特に、本県が舞台となるNHKの連続テレビ小説および大河ドラマが放映される機会を活用し、関係機関とも連携しながら観光誘客や県産品の振興につなげるほか、県の主要事業等と連携する。また、滋賀の最新情報を収集し、旬を捉えた効果的な情報発信を行う。

### 3. 全館まるごと地域プロモーションの促進

市町等による企画催事とマーケットやレストラン等の機能を連動させ、館全体の一体活用を促進する。

また、販路開拓の支援やショッピングサイトの運営等、拠点外での取組を展開するとともに、多様なチャレンジの機会を創出し、ここ滋賀を幅広く活用いただくことで、県民満足度の向上を図る。

### 4. ここ滋賀から滋賀へのいざない機能の強化

好立地にあって多くの人々が来館する「ここ滋賀」の強みを十分に発揮し、滋賀にいざなう機能を高めるため、相談体制を強化するとともに、滋賀への送客とコアな滋賀ファンの獲得につなげる。

#### 【数値目標】

来館者数：450,000人

拠点売上目標：199百万円

(出典：滋賀県「平成31年度『ここ滋賀』の運営について」)

### 3. 事務分掌

ここ滋賀の事務分掌は以下のとおりである。

(令和2年4月1日現在)

主担当者	分掌事務
所長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ここ滋賀運営の総括に関する事</li> </ul>
副所長	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事務事業の総括に関する事（第2期運営に向けた検討の総括を含む）</li> <li>・職員の身分、服務、その他人事に関する事</li> <li>・公印の管理に関する事</li> <li>・ここ滋賀の管理運営の全体調整に関する事（発信コンテンツ計画、ここ滋賀運営会議、懸念事項対策）</li> <li>・視察に関する事</li> </ul>
副参事	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ここ滋賀の管理運営に関する事（年度契約、ここ滋賀連絡会議、定例ミーティング）</li> <li>・ここ滋賀の発信計画・運營業務委託に関する事</li> <li>・ここ滋賀の効果分析、第2期運営に向けた検討に関する事</li> <li>・ここ滋賀取扱商品の総括に関する事（テストマーケティングを含む）</li> <li>・ここ滋賀ショッピングサイトに関する事</li> <li>・ここ滋賀庶務事務の総括および危機管理に関する事</li> </ul>
主幹	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企画催事の全体調整に関する事（市町・関係団体の活用促進を含む）</li> <li>・にぎわい創出事業に関する事</li> <li>・ここ滋賀取扱商品の庶務に関する事</li> <li>・チャレンジアートに関する事</li> <li>・滋賀ゆかりの企業等との連携に関する事</li> <li>・ここ滋賀の改修・修繕、維持管理および長寿命化予防保全に関する事</li> </ul>
副主幹	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ここ滋賀取扱商品等の販路開拓に関する事（首都圏販路開拓支援事業）</li> <li>・ここ滋賀における農畜水産物の魅力発信に関する事（関連の企画催事を含む）</li> <li>・「滋賀の食材」首都圏プロモーションのうち首都圏でのメニューフェア、マルシェ開催の支援に関する事</li> </ul>
主任主事	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SHIGA's GUIDEに関する事</li> <li>・屋上テラスの利活用に関する事</li> <li>・予算の編成および経理、決算に関する事</li> <li>・物品の購入および管理に関する事</li> <li>・文書の収受、発送および保存に関する事</li> <li>・照会・回答および庶務に関する事（「ここ滋賀ロゴマーク」を含む）</li> </ul>
主事	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報・情報発信、観光パンフレットラックの管理に関する事</li> <li>・東京オリパラ関連情報発信事業に関する事</li> <li>・3周年記念事業に関する事</li> <li>・観光誘客機能強化事業に関する事</li> <li>・他府県施設との連携および動向把握に関する事</li> <li>・東京本部業務</li> </ul>
全職員	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企画催事の運営補助および「ここ滋賀通信」に関する事</li> </ul>

(出典：商工観光労働部観光振興局)



#### 4. 歳入・歳出の状況

ここ滋賀推進事業の歳入および歳出の科目別の予算・決算額について、平成29年度から令和元年度までの状況は以下のとおりである。

【令和元年度】 (単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入</b>	<b>5,368</b>	<b>5,302</b>
財産収入	678	678
「ここ滋賀」売上納付金	4,668	4,615
関西広域連合負担金	22	9
<b>歳出</b>	<b>289,355</b>	<b>286,410</b>
給料	26,875	26,607
職員手当等	26,751	25,644
共済費	10,907	11,669
報償費	230	104
旅費	3,347	3,070
需用費	6,693	6,230
役務費	2,335	1,780
委託料	88,559	88,556
使用料及び賃借料	111,727	111,523
備品購入費	7,456	6,821
負担金補助及び交付金	4,475	4,401

【平成 30 年度】

(単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入</b>	<b>10,820</b>	<b>14,047</b>
財産収入	834	834
「ここ滋賀」売上納付金	4,833	4,909
関西広域連合負担金	-	30
「ちゃばら」滋賀県コーナー保証金返還金	4,552	7,672
情報発信拠点維持管理負担金返還金	601	601
<b>歳出</b>	<b>286,226</b>	<b>283,880</b>
給料	26,662	26,649
職員手当等	27,706	27,448
共済費	12,034	11,983
報償費	465	283
旅費	5,290	4,824
需用費	6,342	5,633
役務費	1,930	1,638
委託料	85,755	85,753
使用料及び賃借料	113,387	113,270
備品購入費	2,245	2,209
負担金補助及び交付金	4,410	4,184

【平成 29 年度】

(単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入</b>	<b>4,426</b>	<b>3,316</b>
財産収入	1,836	711
寄付金	100	100
雑収入	2,490	2,505
<b>歳出</b>	<b>329,389</b>	<b>326,283</b>
報償費	544	140
旅費	5,148	4,365
需用費	5,204	5,146
役務費	2,138	2,017
委託料	217,642	217,191
使用料及び賃借料	73,415	73,339
工事請負費	17,496	17,496
備品購入費	762	738
負担金補助及び交付金	7,040	5,848

### 第3. 監査結果

観光振興局の予算は、観光振興局（職員費を含む）、びわこビジターズビューロー、ここ滋賀（職員費を含む）、その他部局が主体となる事業に大別される。

（単位：千円）

実施主体	取組名	R1予算額	R1決算額	施策根拠	事業方式
観光振興局	職員費	202,097	202,057		
	観光振興指針推進事業	442	172		
	江州音頭普及事業	1,900	1,900		
	小型船安全対策事業	600	597		
	全国滋賀県人会連合会活動支援費	7,800	7,800		
	観光関連諸団体活動支援費	500	500		
	観光行政運営事務費	5,579	4,875		
	全国滋賀県人会連合会支援事務費	506	478		
	観光宣伝啓発事務費	3,154	2,819		
	観光統計調査事業	2,400	2,400		
	広域観光振興事業	6,203	6,203		
	近江の地酒普及促進事業	3,170	2,721		
	忍者を利用した観光客誘致事業	500	500		
	観光イベント推進事業	30,500	30,500		
	映像・ロケ支援事業	3,626	3,626		
	ビワイチ観光推進事業	20,968	20,548		
「ウエルカム滋賀」推進事業	250	250			
びわこビジターズ	県域観光物産振興組織事業推進費	174,651	173,156	「健康しが」 ツーリズムビジョンアクションプラン	補助金、負担金
	国際観光推進事業	34,590	33,973		補助金
	戦国キャンペーン推進事業	103,000	100,300		補助金
	日本遺産魅力発信事業	4,100	4,100		補助金
	観光人材育成等地域支援事業	16,460	16,460		補助金
	スカーレット魅力発信事業	40,559	40,044		補助金
ここ滋賀	ここ滋賀推進事業（職員費含む）	289,355	286,411		
	観光費 合計	952,910	942,390		
その他部局	その他部局が担当する46事業				

（出典：令和元年度決算および令和2年度予算一覧より監査人が加工）

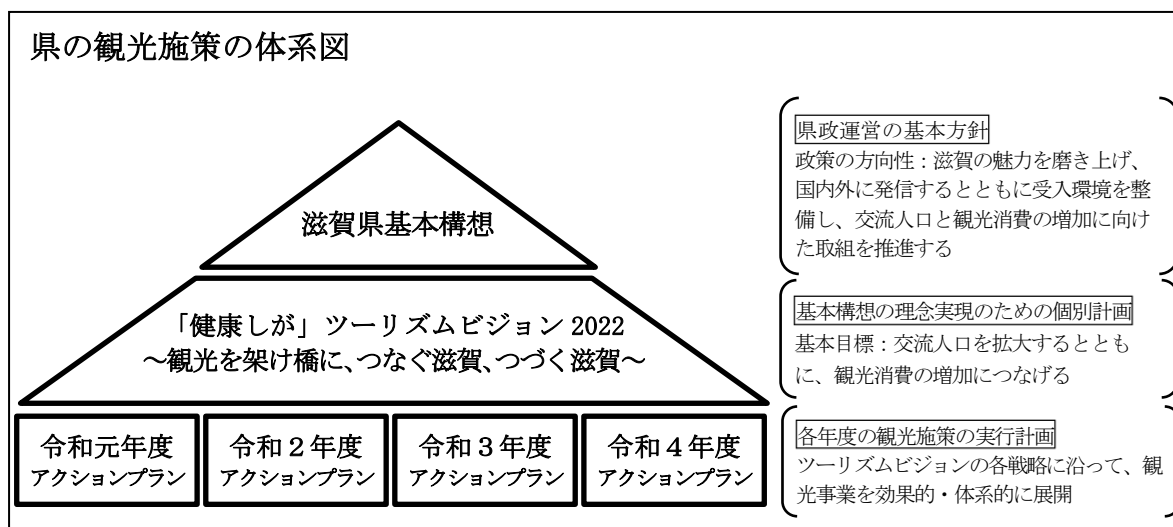
観光計画の立案および個別事業で共通する論点に係る意見等については、「Ⅰ 全般的事項」で記載している。また、観光振興局等が主体的に実施している事業に関する監査結果を「Ⅱ 個別事項 1. 個別事業」に、ここ滋賀が主体的に実施している事業に関する監査結果を「Ⅱ 個別事項 2. ここ滋賀（ここ滋賀推進事業）」に、職員費に関する監査結果を「Ⅱ 個別事項 3. 人件費」に、上記以外に関する監査結果については、「Ⅱ 個別事項 4. 出張旅費」に記載している。

## I 全般的事項

### 1. 観光計画

#### (1) 観光消費額単価の成果指標としての設定について（指摘事項）

滋賀県基本構想、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 およびツーリズムビジョンアクションプランの関係性は、以下のとおりである。



(出典：令和2年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプランを監査人が一部加工)

最も上位に位置する県政運営の基本方針である滋賀県基本構想において、観光に関連し、定められている指標は「観光消費額」である。

#### (P-44) 6. 政策の推進方法

### 4 進行管理

この基本構想において目指す姿の実現に向け、別に定める指標により、県の状況を毎年度把握します。また、実施計画では政策の目標を定め、毎年度評価します。

これらの結果は、議会や基本構想審議会、県民に報告するとともに、その後の政策展開に反映します。

#### (P-61) 滋賀県基本構想の指標一覧（上記の「別に定める指標」）

81	観光消費額	観光入込客統計調査（滋賀県）	毎年
----	-------	----------------	----

(出典：滋賀県基本構想)

この基本構想に基づき、県の取組みを着実に進める上で必要な主要政策が定められている滋賀県基本構想実施計画では、観光に関する「現状と課題」および「施策の展開」について、以下のとおり記述されている。

<p>(現状と課題)</p> <p>琵琶湖をはじめとする自然や歴史・文化、食や地場産業などの観光資源が国内でも十分に浸透していません。また、日帰り客が約4分の3を占めており、観光消費の拡大に向けて、宿泊・滞在型観光を推進していく必要があります。さらに、国内外からの観光客の受入に向け、外国人・高齢者などすべての人にやさしい交通・滞在環境の整備が必要です。</p> <p>(施策の展開)</p> <p>&gt; 自然や歴史・文化遺産および食や地場産業等の観光資源の魅力を磨き上げ、それらをつなぐとともに、「ビワイチ」の推進などの体験型観光の充実などにより、来訪や滞在・宿泊につなげます。</p> <p>&gt; 「おもてなし」を深めるための取組や、すべての人にやさしい滞在環境の整備を進めるとともに、DMOを中心とした自立的・継続的な観光振興の仕組みづくりを推進します。</p> <p>&gt; 「ここ滋賀」を中心とした首都圏での魅力発信、大観光地に近い立地を活かした誘客などにより、国内外からの観光客の増加につなげます。</p>
--

(出典：平成31年3月公表 滋賀県基本構想実施計画)

また県は、基本構想などの中長期的な目標を踏まえ、「健康しが」ツーリズムビジョン2022を策定しており、県観光振興の理念や目指すべき方向性を示している。その中では、成果指標および目標値を以下のように掲げている。

<p><b>3. 成果指標</b></p> <p>このビジョンの成果指標を、次のとおり設定します。</p>			
項目		目標値 (2022年)	基準値 (2017年実績)
延べ宿泊客数	◆滋賀県観光入込客統計調査	450万人	387万人
観光消費額	◆延べ観光入込客数に対応する額を算出	2,000億円	1,793億円
延べ観光入込客数	◆滋賀県観光入込客統計調査	6,000万人	5,248万人
<p>※算定根拠:過去4年間の平均伸び率等を元に設定</p>			

(出典：平成31年3月公表 「健康しが」ツーリズムビジョン2022)

基本構想の進行管理に「この基本構想において目指す姿の実現に向け、別に定める指標（＝観光消費額）により、県の状況を毎年度把握します。また実施計画では政策の目標を定め、毎年度評価します。」と記載されているとおり、毎年度、観光消費額について、「健康しが」ツーリズムビジョン2022に基づき、年度初めに設定するツーリズムビジョンアクションプランで実績値を公表している。

■令和元年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン目標値の達成状況

- ・延べ観光入込客数：5,395万人（目標値 5500万人）
  - ・延べ宿泊客数：408万人（目標値 415万人）
  - ・観光消費額：2,039億円（目標値 1860億円）
- ※各数値は、令和元年滋賀県観光入込客統計調査の速報値による

（出典：令和2年4月公表 令和2年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン）

この観光消費額は、国土交通省観光庁が公表している「観光入込客統計に関する共通基準」にて算出方法が以下のように定められている。

・観光消費額

当該都道府県を訪れた観光入込客の消費の総額です。観光入込客数と観光消費額単価を掛け合わせることで算出されます。

・観光入込客数

都道府県の観光地点を訪れた観光入込客をカウントした値で、例えば、1人の観光入込客が当該都道府県内の複数の観光地点を訪れたとしても、1人回と数えることとなります。

・観光消費額単価

観光入込客1人の1回の旅行における当該都道府県内での観光消費額です。

（出典：国土交通省観光庁「観光入込客統計に関する共通基準（平成25年3月改定）」）

つまり、県が基本構想にて掲げられている「観光消費額」を増加させるには、以下のどちらかの方法しかないと言える。

$$\text{観光消費額} = \text{観光入込客数 (①)} \times \text{観光消費額単価 (②)}$$

① 観光入込客数を増加させる

② 一人あたりの観光消費額単価を向上させる

①に対しては、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 でも成果指標として延べ宿泊客数および延べ入込客数を定め、毎年度実績を管理している。

一方、②の観光消費額単価については、成果指標として定められておらず、上述の資料以外の公表資料でも言及されているものはない。また、その内容からも観光消費額単価を高めるために遂行されている施策も特定することができない。

この背景には、平成 22 年度以降平成 30 年度までの観光消費額を算定する際、平成 22 年度の調査結果を継続的に使用していたことがある（観光消費額単価の継続的な使用に関する意見は、「観光消費額の調査について」で詳細に記載している）。そのため、観光消費額を増加させるための具体的な指標として、アクションプランや各事業の目標値で、観光消費額単価が採用されていなかったのである。

成果を測定する指標が正しく設定されていない場合には、取組内容の結果を正しく分析・評価することができず誤った結論を導き出す可能性があるとともに、計画を立て実行し、結果を評価し、その結果を次期の計画へ活かす、目標を達成するための管理システムである PDCA サイクルを有効に機能させることができない。したがって、今後は、観光入込客数のみではなく、成果指標として観光消費額単価を加えることが必要である。

この点、県は、令和元年度から令和 4 年度の 4 カ年画で策定していたツーリズムビジョンに対して、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う訪日外国人の減少、更に国内も含めた世界的な観光意欲の低減が、従来の計画で想定していた人々の観光に対する考え方、価値観に大きな変化を与えたとし、令和 5 年度からであった新ツーリズムビジョンを 1 年前倒しの令和 4 年度からの策定に向けて取組んでいる。その中で、現状掲げている成果指標（延べ宿泊客数、観光消費額、延べ観光入込客数）の数値の更新ではなく、そもそもこれらが設定指標として妥当であるか否かも含めて検討している。

そういった背景もあり、令和 2 年度のアクションプランでは観光消費額単価を高めるために施策を遂行することを明示しているものの、成果指標として観光消費額単価を明確に設定していない。

■令和 2 年度における観光施策の展開 （1）施策展開の方向性 （抜粋）  
・ 観光消費の増加に向けては、観光客の周遊行動を促進し、消費単価を高めることが必要なため、観光公式ホームページを改修して宿泊旅行サイトと連携する他、東北 3 県との教育旅行相互交流の促進、Wi-Fi データを活用した観光の「見える化」、MaaS を視野に入れた県東北部での観光周遊実践事業、「農泊」の推進や県産食材の魅力発信等により、宿泊・滞在型旅行の推進を図る。

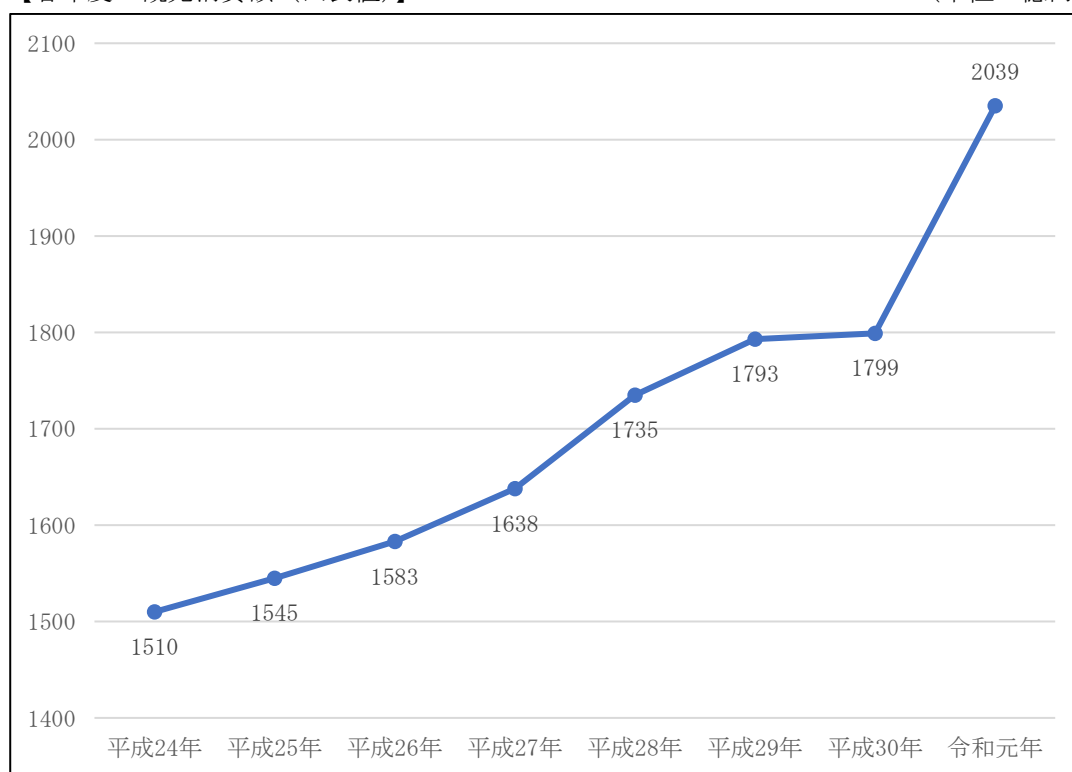
（出典：令和 2 年 4 月公表 令和 2 年度 「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン ※下線は監査人による）

## (2) 観光消費額単価の調査について（指摘事項）

2019年3月に公表した「健康しが」ツーリズムビジョン2022で示しているとおり、県は、4年後の2022年度（令和4年度）で観光消費額2,000億円を目標として、2019年度（令和元年度）より取組んでいる。

平成24年度から「健康しが」ツーリズムビジョン2022の初年度である令和元年度の観光消費額は以下のとおりに推移している。

【各年度の観光消費額（公表値）】 （単位：億円）



（出典：各年度の滋賀県観光入込客統計調査、滋賀県観光統計調査報告書（パラメータ調査報告書）を監査人が加工）

（注）平成30年および令和元年は速報値

平成30年度までは、前年度より微増（+2～5%程度）であるが、令和元年度においては明らかに大幅に増加（前年度比：+13%）している。これには観光消費額を算定する際に用いる観光消費額単価が大きく関係している。



ここで、県が算出している観光消費額の数式を確認すると、以下のとおりである。

【日帰り】 観光消費額：実日帰り客数（※） × 日帰り観光客消費額単価

【宿泊】 観光消費額：実宿泊客数（※） × 宿泊観光客消費額単価

上記合計が全体の観光消費額となる。

（※） 実日帰り客数、実宿泊客数

実日帰り客数：実入込客数（延べ入込客数 ÷ 平均立寄り数）×日帰り客割合

実宿泊客数：実入込客数（延べ入込客数 ÷ 平均宿泊数）×宿泊客割合

実日帰り客数、実宿泊客数を算出する数式の各要素には、仮定などの固定値はなく、すべて年度ごとに実績値である。そのため、延べ入込客数や平均寄り数などは毎年度実施している観光入込客統計調査の結果を利用している。

一方、観光消費額単価については、下表のとおり、平成30年度まで平成22年度調査に基づく同一の単価を使用していた。各年度の観光消費額を算定する際に使用した観光消費額単価の調査年度は以下のとおりである。

	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R元
調査年度	H22 調査結果							H30

平成30年度と令和元年度の入込客数および単価の増減を示すと以下のとおりである。

（単位：千人）

	H30年度 （確定値）	R元年度 （確定値）	増減	増加率
延観光入込客数	52,536	54,036	+1,499	+2.9%
内、日帰り客数	48,544	49,954	+1,410	+2.9%
内、宿泊客数	3,992	4,081	+89	+2.2%

（出典：各年度の観光入込客統計調査）

（単位：円）

	H30年度 （H22調査）	R元年度 （H30年調査）	増減	増加率
日帰り単価	3,800	4,365	+565	+14.9%
宿泊単価	19,237	19,910	+673	+3.5%

（出典：各年度の滋賀県観光統計調査報告書（パラメータ調査結果））

上表からも考察できるように、観光消費額の大幅な増加（+13%）には、もちろん延観光入込客数の増加（+2.9%）も寄与しているが、それ以上に単価の上昇（日帰り単価：+14.9%、宿泊単価：+3.5%）が大きく関係している。つまり、令和元年度は算定に使用する観光消費額単価を更新したことが、観光消費額の大幅な増加（+13%）の要因である。

観光消費額単価は各年度の様々な要因により増減するものである。そのため当然であるが、当該単価を利用して算出される観光消費額も、単価の増減をひとつの要因として、変動するはずである。

しかし、この単価が一定である場合、各年度の単価増減の要因が観光消費額に反映されず、観光入込客数の増減しか反映されない。これでは、算定された値が適切に当該年度の観光消費額を示しているとは言い難い。

単価増減の要因も適切に反映させるため、観光消費額単価についても毎年度の単価に関する調査結果（以下、「パラメータ調査」という。）を利用すべきである。また、その結果を用いて、観光入込客数および観光消費額単価の観点から分析することで、翌年度以降のツーリズムビジョンアクションプランの立案に役立てるべきである。

### (3) 「観光統計調査」結果の利用について（指摘事項）

県では、国土交通省観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、毎年度「観光統計調査」（観光入込客調査およびパラメータ調査）を実施しており、その結果を国土交通省観光庁へ報告している。

その調査概要（パラメータ調査のみ）は以下のとおりである。

本県を訪れる観光客から県内各主要観光地 10 箇所（別表参照）において、直接聞き取りによるアンケート調査を実施する。

#### 【調査内容】

県内の観光地において、四半期（1～3月、4～6月、7～9月、10～12月）別に各期 10 箇所、延べ 40 箇所で行い、国の共通基準に基づき調査結果のデータをクリーニングし、電子化する。

#### ①アンケート回収数

各箇所 1 回あたり概ね 85、各期合計 850 を目標とし、年間合計 3,400 以上とする。

#### ②アンケート内容

観光入込客の居住地、性別、年齢、日帰り・宿泊別、宿泊施設、旅行目的、同行者数、県内訪問観光地点名、県内観光消費額単価等の項目を聞き取る（調査票は別途指示）。

（出典：観光統計調査事業業務仕様書）

#### <抽出基準>

最低基準①：年間 20 万人超の観光入込客（年間を通じて実施できる地点）

最低基準②：季節によって著しい偏りがない

上記の条件を満たしたうえで、以下の基準を考慮

- ・ 日常利用が比較的少ないと考えられる地点
- ・ 観光入込客数に応じた地域別割り振りに考慮
- ・ その他実施に適していると考えられる地点

（出典：観光振興局の作成資料）

また、調査拠点については、平成 23 年度から平成 29 年度の調査は同一の 10 拠点を調査対象として選定している。

具体的な調査対象拠点は以下のとおりである。

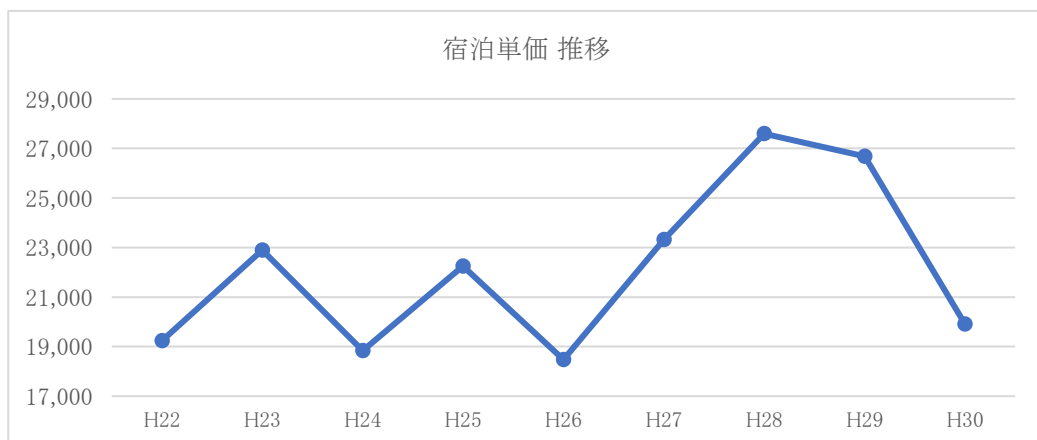
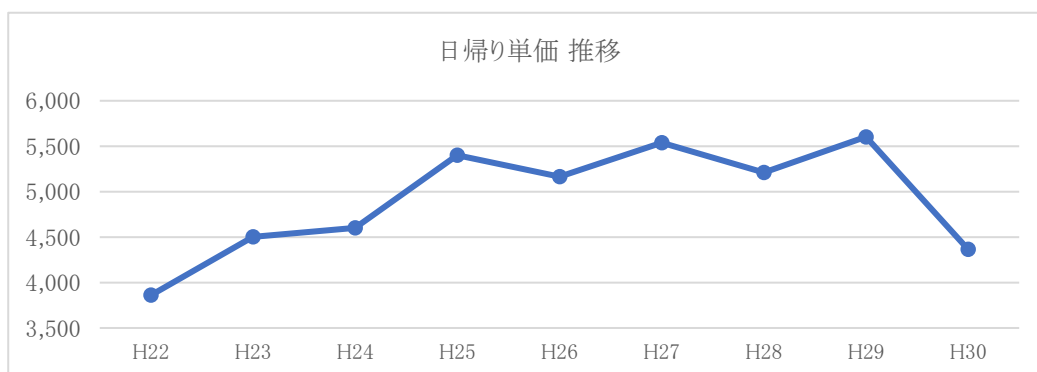
拠点		H23年～ H29年	H30年	R元年
1	八幡堀	●	●	●
2	ラ コリーナ近江八幡		●	●
3	道の駅「アグリの郷りっとう」		●	
4	陶芸の森（産業展示館・陶芸館）	●	●	●
5	グリーンパーク思い出の森		●	
6	滋賀県立びわ湖こどもの国		●	
7	道の駅「藤樹の里あどがわ」	●	●	●
8	ファーマーズマーケットおうみんち		●	
9	矢橋帰帆島公園		●	
10	琵琶湖博物館		●	
11	多賀大社		●	
12	びわ湖バレイ		●	
13	道の駅「びわ湖大橋米プラザ」		●	
14	比叡山延暦	●	●	●
15	近江神宮		●	
16	石山寺	●	●	●
17	道の駅「妹子の郷」		●	
18	園城寺（三井寺）		●	
19	黒壁ガラス館	●	●	●
20	木の本地蔵院		●	
21	道の駅「湖北みずどりステーション」	●	●	
22	道の駅「塩津海道あぢかまの里」		●	
23	太郎坊宮		●	
24	道の駅「あいとうマーガレットステーション」	●	●	●
25	道の駅「奥永源寺溪流の里」		●	
26	彦根城	●	●	●
27	道の駅「伊吹の里」		●	
28	滋賀県立近江富士花緑公園		●	
29	びわ湖鮎家の郷	●	●	●
30	道の駅「竜王かがみの里」		●	

以下にて、平成 22 年度から平成 30 年度の調査結果を示している。大規模調査とは、通常実施する 10 拠点超の拠点数で実施したものである。

年度	拠点数	日帰り単価	宿泊単価
H22 年度 (※)	50 拠点	3,800 円	19,237 円
H23 年度	10 拠点	4,502 円	22,901 円
H24 年度		4,600 円	18,831 円
H25 年度		5,409 円	22,248 円
H26 年度		5,164 円	18,476 円
H27 年度		5,537 円	23,322 円
H28 年度		5,210 円	27,594 円
H29 年度		5,603 円	26,687 円
H30 年度 (※)	30 拠点	4,365 円	19,910 円

(出典：各年度のパラメータ調査結果)

(※) 大規模調査



上表からわかるように大規模調査を除く平成23年度から平成29年度の調査結果には、年度ごとに相当のばらつきが生じている。

日帰り単価では、全ての年度で大規模調査と比べ、高単価となっており、大規模調査を除く、最高単価5,603円(平成29年度)と最低単価4,502円(平成23年度)の差額は1,101円(約24%：差額÷最低単価)生じている。宿泊単価は、大規模調査を下回る年度(平成24年度および26年度)もあるものの、多くの年度で大規模調査よりも高単価となっており、日帰り単価と同様の傾向であると言える。最高単価27,594円(平成28年度)と最低18,476円(平成26年度)の差額9,118円(約49%)が生じている。

一方、大規模調査に限って同様の計算をすると、日帰り単価の差額は565円(約14%)、宿泊単価は、673円(約3%)であり、毎年度の10拠点調査と比べ、ばらつきが生じていないと言える。

これらより、県が毎年度実施している10拠点の調査には以下の問題を抱えていると考察できる。

1つ目の問題点は、調査を実施している拠点が特定抽出された10拠点であり、あらゆる拠点から無作為に抽出されたサンプルではないことである。そのため、当該拠点の観光消費額単価の多寡などの特性が調査結果に反映されてしまっている。特に毎年度の調査では、No1八幡堀やNo7道の駅「藤樹の里あどがわ」などの観光消費額単価が高い地点を含む、一定程度の消費が見込まれている10拠点が対象となっているため、観光消費額の高い拠点到偏った調査になっていたと言わざるを得ない。

区分	拠点数	日帰り単価	宿泊単価
H23～H29年度の 10拠点	10拠点	5,703円	20,186円
その他の拠点	20拠点	3,655円	17,192円
差額	—	2,048円	2,994円

(出典：平成30年度 滋賀県観光統計調査報告書)

(注) 各単価は、対象拠点合計金額÷対象拠点数により算出している。

2つ目は、調査が年間を通しての実施ではなく、四半期(1～3月、4～6月、7～9月、10～12月)別の特定の日に実施しているため、どうしても調査実施日の状況に左右されてしまうことである。例えば、対象拠点自体はイベント開催日などを除いているが周辺施設のイベントの開催と重複している場合やヒアリング対象者の特性など、外的要因によって、単価が影響されてしまう可能性は否定できない。そのため、同一拠点であったとしても、下記のとおり、各年度の単価水準が毎年度一定になるとは言い切れない。

■調査地点別回収数一覧表

地点番号	調査地点名	市町村	地域	夏期調査 令和元年9月	秋期調査 令和元年10月	冬期調査 令和元年12月	春期調査 令和2年	合計
250100057	比叡山延暦寺	大津市	湖南	72	120	97	51	340
250100142	石山寺	大津市	湖南	84	90	94	86	354
251100051	道の駅藤樹の里あどがわ	高島市	湖西	92	87	86	85	350
250850003	陶芸の森(産業展示館・陶芸館)	甲賀市	湖南	85	101	90	90	366
250900006	びわ湖鮎家の郷	野洲市	湖南	66	96	139	66	367
251200015	あいとうマーガレットステーション	東近江市	湖東	89	96	86	90	361
250400015	八幡堀	近江八幡市	湖東	94	89	89	85	357
250400035	ラコリーナ近江八幡	近江八幡市	湖東	89	84	90	81	344
250200001	彦根城	彦根市	湖東	88	99	102	85	374
250306003	黒壁ガラス館	長浜市	湖北	86	89	89	84	348
合 計				845	951	962	803	3,561

(出典：令和元年度滋賀県観光統計調査報告書)

(3) 調査実施日

調査は休日調査とし、以下の日程で実施した。なお、業務の発注時期の関係で、春季調査は7月の実施となった。

【春季(4月～6月)調査】:平成30年7月28日(土)

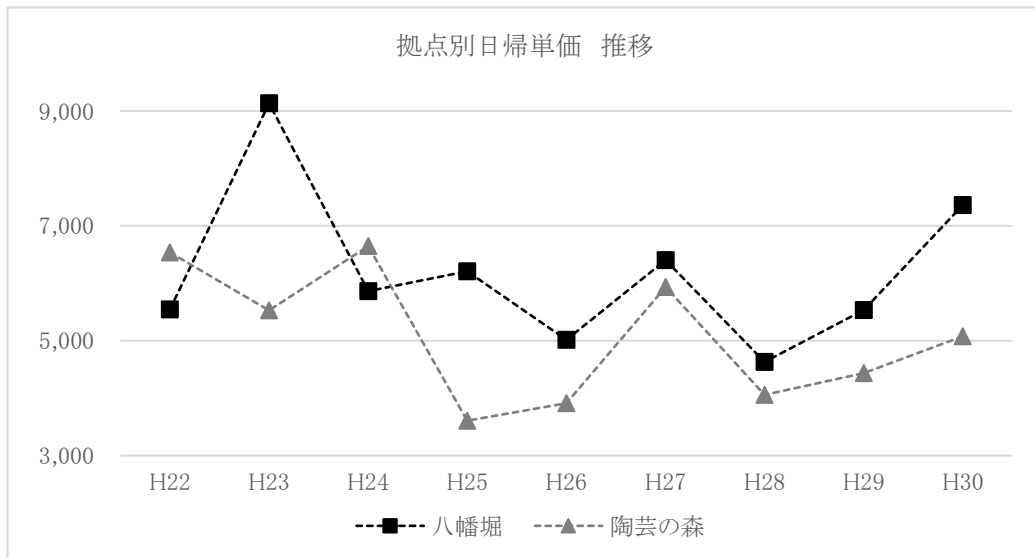
【夏季(7月～9月)調査】:平成30年9月29日(土)

【秋季(10月～12月)調査】:平成30年11月23日(金・祝)

【冬季(1月～3月)調査】:平成31年2月2日(土) ※びわ湖バレイのみ

平成31年2月9日(土) ※びわ湖バレイを除く29地点

(出典：平成30年度 滋賀県観光統計調査報告書)



(出典：各年度のパラメータ調査結果)

つまり、毎年度実施しているパラメータ調査が、大規模調査と比べ高単価であったことおよび年度ごとの調査結果にばらつきが生じたのには、これら2つの問題点が主な原因であったと考えられる。

そして、これら問題点を抱えている以上、毎年度実施しているパラメータ調査手法では、どうしても年度ごとにばらつきが発生してしまう。

一方、大規模調査（平成22年度や平成30年度）では、No.25道の駅「奥永源寺溪流の里」やNo.28滋賀県立近江富士花緑公園などの観光消費額単価が低い拠点も調査対象に含めて実施しているため、1つ目の問題点がある程度解消されている。また、調査拠点の増加に伴い、サンプル数も増えているため、統計学的な調査結果の信頼度も向上すると考えられる。

■調査地点別回収数一覧表

番号	調査地点名	市町村	地域	春季調査 平成30年7月	夏季調査 平成30年9月	秋季調査 平成30年11月	冬季調査 平成31年2月	合計
1	八幡堀	近江八幡市	湖東	96	39	95	90	320
2	ラコリーナ近江八幡	近江八幡市	湖東	168	92	159	142	561
3	道の駅「アグリ郷りとう」	栗東市	湖南	96	66	108	74	344
4	陶芸の森（産業展示館・陶芸館）	甲賀市	湖南	50	13	60	32	155
5	グリーンパーク想い出の森	高島市	湖西	65	22	52	31	170
6	滋賀県立びわ湖こどもの国	高島市	湖西	35	9	39	20	103
7	道の駅「藤樹の里あどがわ」	高島市	湖西	87	57	106	107	357
8	ファーマーズマーケットおうみんち	守山市	湖南	97	88	128	123	436
9	矢橋舟帆島公園	草津市	湖南	30	5	35	30	100
10	琵琶湖博物館	草津市	湖南	91	49	124	117	381
11	多賀大社	多賀町	湖東	65	68	133	116	382
12	びわ湖バレイ	大津市	湖南	51	30	77	92	250
13	道の駅「びわ湖大橋米プラザ」	大津市	湖南	75	93	143	130	441
14	比叡山延暦寺	大津市	湖南	75	48	88	98	309
15	近江神宮	大津市	湖南	102	19	122	88	331
16	石山寺	大津市	湖南	86	22	77	60	245
17	道の駅「妹子の郷」	大津市	湖南	96	52	138	112	398
18	園城寺（三井寺）	大津市	湖南	58	21	77	42	198
19	黒壁ガラス館	長浜市	湖北	96	123	165	104	488
20	木の本地蔵院	長浜市	湖北	34	10	35	17	96
21	道の駅「湖北みずどりステーション」	長浜市	湖北	97	42	83	75	297
22	道の駅「塩津海道あぢかまの里」	長浜市	湖北	88	46	88	63	285
23	太郎坊宮	東近江市	湖東	44	15	55	41	155
24	道の駅「あいとうマーガレットステーション」	東近江市	湖東	90	98	103	53	344
25	道の駅「奥永源寺溪流の里」	東近江市	湖東	82	58	106	52	298
26	彦根城	彦根市	湖東	90	139	164	122	515
27	道の駅「伊吹の里」	米原市	湖北	87	70	98	51	306
28	滋賀県立近江富士花緑公園	野洲市	湖南	47	8	47	42	144
29	びわ湖鮎家の郷	野洲市	湖南	66	49	63	30	208
30	道の駅「竜王かがみの里」	竜王町	湖東	152	83	147	144	526
合計				2,396	1,534	2,915	2,298	9,143

（出典：平成30年度 滋賀県観光統計調査報告書）



これらを背景として、県は年度ごとの観光消費額を算定するに際し、観光消費額単価に毎年度のパラメータ調査結果を利用せず、直近の大規模調査結果を利用していたのである。しかし、過去の大規模調査結果では、当該年度の観光消費額単価を適切に示しているとは言えず、その時代背景と整合しない前提で算定された観光消費額となっており、利用者に誤った結果を公表していた可能性は否定できない。

今後、県が目指す方向性として、観光の質を高めることが重要であると明確に公表されており、その測定指標である単価調査の重要性は高くなるはずである。

政府は、観光を国の成長戦略の柱、地方創生への切り札であるとの認識の下、「観光先進国・日本」への飛躍を図るとし、取組を進めています。

今後、本県においても、定住人口の減少と高齢化が深刻となっていく中、地域の経済、交通、文化、コミュニティを維持・発展するためには交流人口の増加が不可欠であり、観光消費額を増加させ、地域経済を活性化するためのさらなる取組が必要です。

本県への延べ観光入込客は、平成 24 年以降以降増加しており、平成 30 年には 5,253 万人と過去最高となりました。さらに、本県を舞台とした NHK ドラマが連続して放送されるなど、今後も観光入込客の増大が見込まれます。

一方、世界の観光大都市や、日本でも京都市などで「オーバーツーリズム（観光公害）」という負の側面が目立ち始めています。

このような状況を踏まえ、まさに「万」載一遇のこのチャンスに、さらに観光誘客を促進するとともに、観光の「質」を高め、持続可能な滋賀の観光を作り上げていくことが必要です。

(出典：地域経済活性化のための今後の観光振興について ※下線は監査人による)

そのため、今後は、毎年度のパラメータ調査についても 10 拠点ではなく、30 拠点以上もしくは大規模調査と同水準の評価結果が得られるような調査を実施した上で、観光消費額の算定に使用すべきである。

#### (4) 観光消費額の確定値の速やかな公表について（意見）

県は、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 で「延べ宿泊客数（万人）」・「延べ観光入込客数（万人）」・「観光消費額（億円）」の3つを成果指標として設定している。

「(3)「観光統計調査」結果の利用について」で記載のとおり、観光消費額を算定する際に用いる観光消費額単価については、平成 29 年度まで平成 22 年度の調査に基づいた調査結果を利用し続けていたため、観光消費額は入込客数の増減によってのみ変動する。そういった意味でも非常に重要な指標であると考えられる「観光入込客統計調査」の結果は、速報値および確定値のそれぞれを公表している。

#### 調査結果

##### (1) 観光入込客調査結果

延観光入込客数: **53,949,700**人で、前年比**1,413,500**人（**2.7%**）増加。

宿泊客数: **4,082,300**人で、前年比**90,200**人（**2.3%**）増加。

##### (2) 主な増加要因

**連続テレビ小説「スカーレット」の放送や、ドラマに関連付けた観光キャンペーンの展開。**

※その他詳細要因については、現在分析中。

#### 確定値の公表

確定値は、データの精査や詳細な要因を分析したのち、**今年秋頃に公表を予定**。なお、今回発表した速報値と**結果が異なる**場合があります。

(出典：2020 年 3 月 13 日 令和元年滋賀県観光入込客統計調査（速報値）について)

## 調査結果概要

令和元年は、改元に伴う神社仏閣参拝者が増えたこと、さらに連続テレビ小説「スカーレット」の放送でメディア等に発信される機会が増えたことにより、「陶芸の森」(+23%)や近隣施設の「MIHO MUSEUM」(+47%)の日帰り客数が大幅に増加した。

また、令和2年放送の大河ドラマ「麒麟がくる」に関連付けた滋賀県観光キャンペーン「戦国ワnderランド滋賀・びわ湖」の展開等により、日帰り客数および宿泊客数を合計した延観光入込客数は、前年より1,499,900人多い54,036,100人(+2.9%)となり過去最高を更新した。

宿泊客数についても、新規宿泊施設開業等の要因により、前年より89,400人(+2.2%)の増加となり、過去最高を更新した。

外国人延観光入込客数については、平成30年と比較し宿泊客数が若干減少(▲2.4%)したものの、「白鬚神社」(+77%)や「彦根城」(+11%)などの歴史的文化遺産への入込客数が大幅に増加し、前年より69,488人多い670,464人(+11.6%)となり過去最高を記録した。

詳細については、以下のファイルを御参照ください。

(出典：2020年10月21日 令和元年滋賀県観光入込客統計調査)

したがって、「健康しが」ツーリズムビジョン2022に掲げられている3つの成果指標のうち、「延べ宿泊客数(万人)」および「延べ観光入込客数(万人)」は適時適切に情報開示を行っていると言える。

一方、下表のとおり、観光消費額は、平成30年度および令和元年度は速報値しか公表の対象となっていない。加えて、その公表方法も翌年度のツーリズムビジョンアクションプランの中における前年度実績として記載しているのみである。つまり、参考値としての公表であり、当該数値を公表することを主目的としているものではない。

### (2) 令和元年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン目標値の達成状況

- ・延べ観光入込客数：5,395万人(目標値 5500万人)
- ・延べ宿泊客数：408万人(目標値 415万人)
- ・観光消費額：2,039億円(目標値 1860億円)

※各数値は、令和元年滋賀県観光入込客統計調査の速報値による

(出典：令和2年4月公表 令和2年度 ツーリズムビジョンアクションプラン)

しかし、県の内部では、確定値を該当年度の観光消費額としての正式な数値として捉え、さまざまな検討材料として利用している。

「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 だけではなく、県政運営の基本方針である滋賀県基本構想で唯一、観光に関連し定められている成果指標である「観光消費額」が、速報値しか記載されていない年度は以下のとおりであり、県民が適切に成果を把握することができないことになる。

【各年度の観光消費額、公表の有無および観光消費額単価に使用した調査年度】

(観光消費額：億円)

		H28 年	H29 年	H30 年	R 元年
目標値	観光消費額	1,640	1,670	1,800	1,860
	(公表)	有	有	有	有
速報値	観光消費額	無	1,786	1,799	2,039
	(公表)	無	有	有	有
	観光消費額単価	H22 年			H30 年
確定値	観光消費額	1,735	1,793	1,972	2,035
	(公表)	有	有	無	無
	観光消費額単価	H22 年		H30 年	(※)

(出典：「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 等の県からの公表資料)

(※) H30 年調査に消費者物価指数を乗じて算出した単価

地域経済の活性化を数値的に測定するためにも観光消費額は非常に重要であり、今後は、観光消費額についても、観光入込客数と同水準の成果指標として考え、適時・適切な情報開示にむけて取組むことが望まれる。

## (5) 観光消費額単価の変更に関する公表について（意見）

「(2) 観光消費額単価の調査について」で記載のとおり、県は平成 30 年度の観光消費額（速報値）の算出まで、平成 22 年度のパラメータ調査（大規模調査）結果に基づいた観光消費額単価を使用していた。

しかし、前回の大規模調査からある程度の年数を経過したこともあり、平成 30 年度に、例年の 10 拠点ではなく、30 拠点の大規模なパラメータ調査を実施している。そのため、令和元年度の観光消費額（速報値）では、平成 30 年度の調査結果に基づいた観光消費額単価を用いて、観光消費額 2,039 億円を算出している。その結果、前年の平成 30 年度の速報値 1,799 億円と比べ、240 億円（約 13%）も増加している。ただし、この増加額には、観光消費額単価を変更したことによる影響が含まれている（詳細な変更前後の単価は 60 頁参照）。

観光消費額を算出するにあたり、観光消費額単価は非常に重要な要素であり、当該単価を変更したということは、観光消費額算定の大前提が変更されたとも言える。前提の大幅な変更は、県民の適切な理解のためにも明確に示すべきであり、今回のケースでは、令和元年度の速報値を公表する際に、その旨を明確に提示すべきであった。これまでは、観光入込客数が順調に推移してきたことや成果指標として特に単価には言及されていなかった背景もあるが、宿泊・滞在型旅行の推進などによって観光消費額単価の向上にも注力していく県の方針も鑑みると、今後は、単価に関する情報開示についても積極的に取組むべきである。

## (6) 目標値の適時の見直しについて（意見）

観光入込客数、観光消費額等の目標値は、将来を見据えて適切な水準で設定すべきである。その目標値と実績値の乖離要因を分析してこそ、実効性のある改善施策を立案することができる。そのため、不適切な水準で設定された目標値では、改善施策の立案にまでつなげることができない。

この点、県は「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 で令和 4 年度に観光消費額 2,000 億円を目標値として設定している。当該金額は過去の観光入込客数の伸び率を勘案して決定されており、単価の成長率については考慮されていない。つまり、目標値（2,000 億円）の単価は、平成 22 年度調査結果がベースとなっていると言える。

先に示した表のとおり、未公表であるものの、平成 30 年度の確定値は 1,972 億円と目標値である 2,000 億円にせまる数値となっている。実際、翌年の令和元年度には速報値で 2,039 億円と 3 年前倒して目標を達成している。これら数値は、前提とした平成 22 年度調査結果単価ではなく、日帰り・宿泊ともに増加した平成 30 年度調査結果単価を用いて計算したことが主な要因である。つまり、目標値の達成は、すべてが各種施策の結果によるものとは言い切れず、主として観光消費額算定の前提変更によるものと言える。

ここで、平成 30 年度調査結果単価が導き出されたパラメータ調査の実施日や各種資料の公表日等を整理すると以下のとおりである。

### (3) 調査実施日

調査は休日調査とし、以下の日程で実施した。なお、業務の発注時期の関係で、春季調査は 7 月の実施となった。

【春季(4月～6月)調査】:平成 30 年 7 月 28 日(土)

【夏季(7月～9月)調査】:平成 30 年 9 月 29 日(土)

【秋季(10月～12月)調査】:平成 30 年 11 月 23 日(金・祝)

【冬季(1月～3月)調査】:平成 31 年 2 月 2 日(土) ※びわ湖パレイのみ

平成 31 年 2 月 9 日(土) ※びわ湖パレイを除く 29 地点

(出典：平成 30 年度パラメータ調査結果)

項目	公表日	対象年度	目標値
「健康しが」ツーリズムビジョン 2022	平成 31 年 3 月	令和 4 年度	2,000 億円
令和元年度ツーリズムビジョンアクションプラン	平成 31 年 4 月	令和元年度	1,860 億円

パラメータ調査業務期間が3月末までであることを踏まえると「健康しが」ツーリズムビジョン2022に当該パラメータ調査結果を完全に反映させることは時系列に厳しいようにも考えられる。

しかし、平成22年度調査結果単価ではなく、新たな大規模調査のために予算を事前に確保し、社会情勢が変動した現状の単価水準を把握するため、平成30年度に大規模調査を実施した背景を鑑みると、「健康しが」ツーリズムビジョン2022の公表までに少なくとも秋季調査までの結果を反映させるなど平成30年度調査結果を加味すべきであったとも考えられる。

今後、同様に重要な前提情報が異なった場合、もしくは異なることが予見可能な場合には、目標値を適切な水準に設定するため、可能な限り新たな前提条件に基づいた目標値を設定することが望ましい。

なお、県はこれらの状況を受けて、令和2年度のツーリズムビジョンアクションプラン(令和2年4月公表)では、平成30年度調査結果単価を用いて算出した2,152億円を目標値に設定している。

### (3) 令和2年度の目標値(成果指標)

- ・より多くの方に滋賀を訪れていただけるよう、滋賀県の観光資源を磨き上げ、その魅力を国内外に発信していきます。

**延べ観光入込客数 5700万人**

- ・観光消費の増加に向けて、多くの方が県内で宿泊していただけるよう、観光周遊の促進や、宿泊につながるイベントの実施等に取り組みます。

**延べ宿泊客数 430万人**

- ・インバウンドの獲得に向けて、多言語対応等受入環境を整備し、情報発信と誘客活動に取り組みます。

**外国人宿泊客数 45万人**

- ・滋賀県観光のキーコンテンツである「ビワイチ」の魅力を国内外に発信し、滋賀への誘いにつなげます。

**ビワイチ体験者数 16万5千人**

- ・滋賀の観光振興の取組を通じて、地域経済の活性化に寄与します。

**観光消費額 2152億円**

(出典：令和2年度「健康しが」ツーリズムビジョンアクションプラン)

## (7) 評価の時期について（意見）

滋賀県観光事業審議会が平成 30 年度のツーリズムビジョンアクションプラン対象事業を評価しているものの、評価の時期が令和元年 10 月 31 日であり、事業完了から半年以上となっている。

個別事業の評価は課題の把握、分析等により翌事業年度の事業設計・遂行の改善に役立てる必要がある。評価の時期が遅い場合、翌事業年度に有効に活用できない可能性がある。

今後、個別事業を翌事業年度の事業に反映することができる時期に評価することにより PDCA サイクルを有効に機能させることが必要である。

## (8) 評価資料の公表について（意見）

県はツーリズムビジョンアクションプラン対象事業について、事業別に成果指標の実績を把握したうえで目標の達成度合を以下の記号を付しており、観光施策効果および今後の対応についての評価を行っている。

この評価結果については、滋賀県観光事業審議会の資料として、県民情報室に議事録および会議資料を縦覧に供しているものの、同資料をホームページに公表していなかった。

<達成度合の記号>

- |                |
|----------------|
| ◎：目標値以上の実績があった |
| ○：概ね目標通りの実績    |
| △：目標値に達しなかった   |
| ×：事業未実施        |

ツーリズムビジョンアクションプランは公表資料として県のホームページに掲載されており、個別の事業について成果指標を定めているが、この評価結果がホームページに公表されていないため、県民は目標を達成できたのかについて、容易に知りえない。

今後、県は個別事業の評価結果をホームページに公表することにより、県民等に対して事業の実施結果を周知することが必要である。このことにより、PDCA サイクルを有効に機能させ、観光振興局内部でのモチベーション、緊張感が高まるものと考えられる。



## 2. 目標設定

### (1) 上位目標と関連性を有する定量的な目標設定について（指摘事項）

「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 において、県観光振興に理念や目指すべき方向性を示したうえで、成果指標として延べ宿泊者数 450 万人、観光消費額 2,000 億円および延べ観光入込客数 6,000 万人を設定している。

当該目標を達成するために、個別事業をツーリズムビジョンアクションプランにおいて具体的施策として定めている。すなわち、個別事業における施策の成果指標は、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 における成果指標と有機的な繋がりを有し、成果指標も定量的にブレイクダウンされた目標として設定されていることが必要であると思われる。ところが、個々の事業における成果指標は、ビワイチ観光推進事業におけるビワイチ体験者数 14 万人や地域観光活性化支援事業における支援件数 25 件など、上位目標である「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 の目標にどのように繋がっていくのか判然としない成果指標が散見された。これでは、個別事業の成果指標の達成具合に基づき、次年度以降どのような改善を図って、より効果的な施策を策定していくかという、いわゆる PDCA サイクルを有効に機能させることができないと考えられる。少なくとも外部からは、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 の理念を達成するために、毎年ツーリズムビジョンアクションプランにおいて有効な個別事業が検討されていると納得感をもって理解することができない。したがって、定量的な成果指標を定めにくい事業を除き、上位目標である「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 における成果指標との関係性を十分に考慮した成果指標を、ツーリズムビジョンアクションプランにおいて設定・整理し、達成度合いに基づく PDCA サイクルを有効に機能させていくべきである。

また、「1. 観光計画（6）目標値の適時の見直しについて」で記載のとおり、観光消費額については、目標年度より 3 年前倒しで達成しており、現状の目標値が低いとも評価できる。この状況のもと、上位目標と関連性を有する定量的な目標設定を行った場合、個別事業の成果指標も相対的に低く設定されてしまう。この点を考慮し上位目標である「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 における成果指標は達成が容易に可能な目標値とならないよう注意が必要である。

## (2) 経済波及効果の目標設定の検討について（意見）

「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 における目標値の中で、特に延べ観光入込客数に焦点が当たっていたものの、観光振興の経済的寄与の側面に焦点を当てる機運が観光振興局の中で高まり、観光消費額を重視する傾向が強まりを見せている。実際に『1. 観光計画 (3)「観光統計調査」結果の利用について』でも記載のとおり、県の「地域経済活性化のための今後の観光振興について」において、観光消費額の増加、観光の「質」を高める、といった定性目標を明言し、経済的に寄与する観光振興施策を取組む県の姿勢は明らかである。

経済的寄与度を成果指標として定めるという観点からは、観光消費額のみならず、昨今の経済的寄与度を図るうえで使用頻度が高まっている経済波及効果を成果指標に取り入れることが有益であると思われるが、現状では成果指標とはされていない。

経済波及効果は、観光消費の直接的な経済効果のみならず、県に対してどのような効果をもたらすか産業別にもわかり、その全体的な効果を測定することができる。また、雇用、所得、税収への影響も定量的に把握することができ、事業の県全体に対する効果を具体的に認識することが可能となるため、PDCA サイクルにも寄与するものと考えられる。さらに、観光に資するプロジェクト投資を計画する場合の費用対効果を定量的に測定するツールとしても使用できることから、県としての投資の意思決定にも寄与するものと考えられる。実際、ここ滋賀における事業評価においては経済波及効果を取り入れている。他府県でも、経済波及効果を用いた効果測定や対外的な説明を実施しているケースも見られ、滋賀県においても導入する素地は整いつつあるものと考えられる。

今後、「健康しが」ツーリズムビジョン等において経済波及効果を成果指標として定め、当該大目標の達成に寄与するという観点から個別事業を策定することが望まれる。

### (3) 広告に対する目標設定について（意見）

県は観光施策の一環として以下に代表されるパンフレット等の広告媒体により県の観光地やイベントの情報を広く発信しているものの、広告効果についての成果指標を設定しておらず、また観光入込客数の増加に寄与するかの効果について十分には検証できていなかった。

戦国ワンダーランド 滋賀・びわ湖	滋賀県観光ガイド 滋賀ぐるっと旅	滋賀・びわ湖 観光マップ
		
ぐるっとびわ湖 サイクリングマップ	滋賀たび	Journey to Shiga (英語版)
		

広告は多種多様な内容を数多く掲載等すれば効果が出る可能性が高くなるが、県の観光施策として限りある財源から賄われる以上、最低限の支出で最大限の効果を得ることが重要である。しかし、県では広告に対する成果指標の設定や効果測定が十分にはできていないため、現状の広告が必要十分な施策であるかが不明である。

例えば、アンケート調査やクーポン券の利用等により、広告に対する成果指標の設定や広告効果の測定が可能と考えられるため、今後の検討が望まれる。

### 3. 観光振興局と他部局等との連携

#### (1) 他部局との連携について（意見）

県は、令和元年度以降、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 に基づき、年度初めである4月にその年度のツーリズムビジョンアクションプラン（32 頁参照）を公表しており、その目的は以下のとおり、他の部局と連携し、観光消費額の増加に繋げることが掲げられている。

「県では、観光振興に係る基本的な考え方を、「健康しが」ツーリズムビジョン 2022（滋賀県「観光交流」振興指針）にまとめ、「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」ことを基本目標として、関係者と連携して取組を進めています。」と記載されている。

（出典：ツーリズムビジョンアクションプラン）



（出典：「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 概要図）

そして、それらの事業は、3つの基本戦略と9つの戦略から構成されており、総数は63事業である。担当部局別としては、観光振興局が17事業、その他部局が46事業である。すなわち、事業数的には滋賀県観光行政の中心である観光振興局よりもその他の部局の方が多くの事業を担当することとなっている。

ツーリズムビジョンアクションプランが作成される手順は、以下のとおりである。

- ① 各部局は前年12月ごろにそれぞれの部局で掲げている計画をもとに、事業を策定する（観光振興局の場合は、「健康しが」ツーリズムビジョン2022）。
- ② 観光振興に寄与すると想定される事業を各部局が抽出する。
- ③ 観光振興局は、自部局で策定した事業と他部局から抽出された事業を「健康しが」ツーリズムビジョン2022の各戦略と紐づけて、単年度のツーリズムビジョンアクションプランとして整理する。

したがって、この手順により掲げられた63事業の中には、観光戦略として観光振興局が実施する事業と、観光振興局以外の部局が観光に寄与すると想定された事業があり、全ての事業が遂行されることによりツーリズムビジョンアクションプランが実現されることになる。

観光振興局としては、自らの担当する事業を確実に実施するとともに、他部局がツーリズムビジョンアクションプランに掲げた事業を確実に実施されることを確認することが必要である。今回の監査において、観光振興局に他部局との連携の状況をヒアリングしたところ連携の状況は具体的には提示されず、下記のとおりのお返答を得たが、連携の度合いとしては限定的であると思われた。

- ・アクションプラン掲載事業は、ビジョンの戦略を推進できると考えられる施策を他部局に照会し、関連する主な事業として取りまとめている。
- ・必ずしも観光振興局と具体的な連携ができる事業のみをアクションプランに位置付けているわけではなく、他部局事業の本来の目標を達成していただくことが、結果的に観光振興につながると考えられる事業も位置づけている。
- ・また、アクションプランに他部局の各関連施策を位置づけることで、各事業の本来の目的に加えて、各部局自らが「滋賀県の発信」や「滋賀県への誘客」等を意識しながら、各事業を構築・展開していただくことをお願いしている。
- ・ピワイチについては、組織として体制を強化し、部局が連携して実施しているが、多くの関連事業については、各事業が展開される段階において、随時、各担当者等が個別に協力や連携をしている。

観光振興局と他の部局とが連携を行いにくい背景には、部局単位の予算制度など縦割り行政の慣習による部局間の遠慮も背景にあるように思われる。しかし、ツーリズムビジョンアクションプラン実現のためには、その他部局が担当する事業に観光振興局がどのように連携すれば、どのような効用が得られ、全体として観光に関わる成果が得られるのかという視点を持つことも有用である。

例えば、下記の事業においては単独の部局ではなく、観光振興局を含む2つ以上の部局が交流・協力することで県として魅力がさらに発揮されたと思われる。

担当課	取組名	事業内容
モノづくり振興課	スカーレット放映を活かした信楽焼おもてなし発信事業	甲賀市信楽町を舞台に、女性陶芸家を主人公としたNHK連続テレビ小説「スカーレット」の放送が決定し、ドラマの放映をきっかけに観光に訪れた方や信楽焼に興味を持たれた方に対し、信楽焼の魅力伝えていくことで、陶芸の森への誘客とともに、信楽焼の購買、認知度の向上につなげるなど、陶芸文化の向上と陶器産業の振興を図る。
琵琶湖保全再生課	エコツーリズム推進支援事業	市町等とのネットワークを通じた情報共有等を行うとともに、関西圏の大学を中心とした学生会議や持続可能な社会の担い手づくりを目指したガイド人材育成講座、情報発信を行う。
文化財保護課	「近江の文化財」魅力発信事業	滋賀の文化財の多様な魅力を全国に向けて広く発信し、滋賀への来訪者の拡大を図ることを目的に、「明智光秀」をテーマとして、首都圏での情報発信事業と県内文化財を対象とした探訪交流事業を実施する。

また、下記の事業では他の部局が直面している課題に対し、観光振興局も関与することで課題が解消できたと思われる。

担当課	取組名	事業内容
交通戦略課道路課	「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	「ビワイチ」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。
食のブランド推進課・農村振興課	オーガニック米等販路開拓事業	首都圏等でオーガニック近江米、魚のゆりかご水田米の販路開拓を進める。

さらに、積極的に連携できない事業であっても、観光振興局より、観光客誘致の観点からのアドバイスや協力することなどの関わり方が考えられる。そのため、ツーリズムビジョンアクションプランに含まれる事業については、事業規模や効果の濃淡に関わらず、他部局が担当する事業のすべてについて、観光振興局から積極的に関わり、ツーリズムビジョンアクションプランの進捗状況を管理することが望まれる。

## (2) びわこビジターズビューローとの連携について（意見）

観光振興局の施策については、その多くについてびわこビジターズビューローを実施主体として選定している。びわこビジターズビューローには、長年観光振興局から事業の遂行役として諸々の事業を委ねており、年々その事業量は増加している。したがって、観光振興局とびわこビジターズビューローは十分な連携とコミュニケーションを図り、互いが有機的な連携をもって、最も効果的な事業方式を活用しながら、効率的に事業遂行を図る必要がある。この点、観光振興局とびわこビジターズビューローは県の観光振興の両輪として、個別事業の検討、予算段階から密に協議を重ねながら事業遂行を図っているとのことである。

ところが、「4. 個別事業の共通論点（1）成果指標の設定について」において記載のとおり成果指標がツーリズムビジョンアクションプランとびわこビジターズビューローで齟齬が生じているのと同様に、各事業の成果指標の目標数値に大きく齟齬が発生している点が見受けられる。また、「4. 個別事業の共通論点（5）事業報告の検証について」において記載のとおり、びわこビジターズビューローから提出された事業報告について十分な検証が実施されず、費用対効果が十分に発揮されていないと認められる点も見受けられる。このように、観光振興局とびわこビジターズビューロー間で、事業遂行上の重要な要素においてコミュニケーションが不十分なケースが認められる。

また、「4. 個別事業の共通論点（3）事業費の精算について」で記載のとおり、びわこビジターズビューローにおける事業費の精算において、県から委ねられている事業への事務費の案分計算およびチェック体制に改善が求められるケースが検出されており、特に間接部門（総務、管理部門）の充分性を勘案せず、管理面の事業遂行能力を超える事業を与えてしまう構図となっている可能性が否定できない。さらに、「Ⅱ個別事項 1. 個別事業（10）観光人材育成等地域支援事業」で取り上げたビッグデータを活用した地域支援事業は、本来の趣旨は、観光の質を高める（すなわち延べ観光入込客数だけを追うのではなく、消費単価の増加により施策の視点を当てる）ための具体的方策として、県に來られた観光客の各観光地への周遊情報のビッグデータを活用した分析情報として取得し、より観光客に満足してお金を落としてもらう仕組みづくりの基礎データとするというものである。この考え方と事業設計、そのための予算取りの努力は観光振興局がまさしく主導して行うことで令和元年度に具体的事業として具現化しており、今後数年をかけてうまく展開できれば画期的な価値をもたらさしめるものと、感心をもってヒアリングしていたところである。ところが、実際の事業遂行は事業設計から熱い思いをもって取組んできた観光振興局ではなく、びわこビジターズビューローに委ねている。この点について観光振興局からは、びわこビジターズビューローは地域版DMOで観光に関するデータ

を活用した施策展開に最も適した組織であり、人材もそろっているためびわこビジターズビューロー独自の事業への補助金という事業手法をとったとの説明を受けた。しかし、客観的に見て、このような大きな効果をもたらす可能性を秘めているが、前例のない事業は、これを最も研究し熱意のある組織が主体的に取り組むほうがより効果的に事業を遂行できると考えられる。その結果、「Ⅱ個別事項 1. 個別事業 (10) 観光人材育成等地域支援事業」で指摘したとおり、ビッグデータを有効活用できていない点や成果指標が定められていない点、ビッグデータ活用事業とは性質の違う観光人材育成事業と一緒に事業が取組まれてしまっている点などの弊害を生じさせている面がある。観光振興局は当該事業について、びわこビジターズビューローを事業主体にすることを前提とするのではなく、観光振興局が主導的に当該事業をコントロールできる委託方式を採用すべきであったと考えられる。

上記を勘案すると、観光振興局とびわこビジターズビューロー間において以下の点について、今後改善を図る必要があると考えられる。

1点目はコミュニケーションの質の向上である。

「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 およびツーリズムビジョンアクションプランにおいて達成しようとする目的、目標のために策定された施策のうち、多くの事業を委ねているのは、びわこビジターズビューローである。この組織を有効活用することと、観光振興局の直営で事業を実施することとの比較衡量で、より効果を発揮するとの判断があったからであるはずである。確かに多くの事業を一つの組織に委ねることで、意思疎通を円滑にし、効率的に委ねた複数の事業全体のパフォーマンスを上げることが期待できるが、これは観光振興局とびわこビジターズビューローのコミュニケーションの質が高いことが前提である。このため、事業遂行上不可欠な成果目標に関する事項や事業報告の検証などを効果的に実施できるようコミュニケーションの中身を見直し、質の向上を図るべきである。

2点目はびわこビジターズビューローの能力が最大限発揮されるような観光事業の役割分担と事業方式の検討である。

長年観光振興局はびわこビジターズビューローへ事業の遂行役として諸々の事業を委ねており、年々そのボリュームが増加していくなかで、多くの事業において補助金および負担金という事業方式が採用されており、これとは別に人件費補助金（令和元年度 85,331 千円）が計上されており、びわこビジターズビューローの事業上の財源が複雑になってしまっている。上述の事業遂行のキャパシティ、特に間接部門（総務、管理部門）の充分性が整っていない状態での複数の個別事業の実施は、びわこビジターズビューローの能力を活かすことにならない。また、補助金等



に頼らない自立性を計画的に達成していくべきびわこビジターズビューローにとって、中長期の自立性をもった事業計画を描きにくい状況を生んでしまっている。さらに、ビッグデータ活用事業の例のように、最適な事業方式をもって事業が実施されていないように映るケースもびわこビジターズビューローの能力を最大限活用する見地から改善が図られるべきであると考えられる。今後は、事業手法としての最適解は何なのか、びわこビジターズビューローへ事業を委ねることがベストであるのか、委ねるにしても補助金方式が最も適しているのか等の判断基準を明確にする必要がある。また、事業によってはびわこビジターズビューローを前提とするべきではなく、委託方式によって事業を最も有効かつ効率的に遂行できる組織へ発注するようにすべきである。

#### 4. 個別事業の共通論点

個別事業で記載の観光振興局が実施する事業において、共通して指摘している論点を総括すると以下のとおりである。

No	事業名	共通論点							
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧
1	ビワイチ観光推進事業	ア	イ			キ		ケ	
2	近江の地酒文化普及事業	ア	イ						
3	スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業		ア						
4	観光イベント推進事業		イ			オ	キ		
5	「ウェルカム滋賀」推進事業		イ				エ		
6	映像誘致・ロケ支援事業					ア	イ		
7	忍者を活用した観光誘客促進事業		ア						
8	日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	ア	イ						エ
9	「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業	ア		イ				カ	ウ
10	観光人材育成等地域支援事業	イ	ウ	エ		オ			
11	コンベンション招致事業	ア			○	イ		○	
12	地域観光活性化支援事業	ア			○			○	
13	観光物産情報発信事業	ア			○			○	
14	教育旅行誘致事業	ア			○			○	
15	国際観光推進事業（海外への情報発信）	ア	イ		ウ			エ	
16	国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）	ア			イ			○	

(注) 共通論点欄に記載するカタカナは、後述する「Ⅱ個別事項 1. 個別事業」に記載の監査結果の項目である。また、「○」は「Ⅱ個別事項 1. 個別事業」に記載しないが、共通論点として該当する項目である。なお、共通論点①～⑧の概要は以下のとおりである。

共通論点	概要
①	成果指標の設定について（指摘事項）
②	目標として相応しい成果指標の選定について（意見）
③	事業費の精算について（指摘事項）
④	複数の対象事業に対する補助金等の取扱いについて（意見）
⑤	事業報告の検証について（指摘事項）
⑥	補助事業確認書の確認日について（意見）
⑦	補助金等の実績報告書の記載について（意見）
⑧	事業内容の変更について（指摘事項）

(1) 成果指標の設定について (指摘事項) (共通①)

ツーリズムビジョンアクションプランに掲載されている個別事業の成果指標について、実施主体が定める成果指標と対比した結果、以下のとおりほぼ全ての事業において相違がみられた。

事業名	実施主体	成果指標																		
		ツーリズムビジョン アクションプラン	実施主体																	
ビワイチ観光 推進事業	滋賀プラス・サイクル推 進協議会 他	ビワイチ体験者数 14 万人	・ビワイチ推進による日帰 り・宿泊客の増加 22,150 人 (合計 142,750 人) ・日帰り・宿泊客の増加によ る経済波及効果 262,000 千円																	
近江の地酒文 化普及事業	滋賀県酒造組合	首都圏での商談会来場者 数 1,100 人	【事業計画 (概要) 書】 対象者 1,000 人																	
日本遺産・琵琶 湖魅力発信事 業	「琵琶湖とその水辺景 観 ～祈りと暮らしの水 遺産～」の事務局である 日本遺産「水の文化」ツ ーリズム推進協議会	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">項目<sup>①</sup></th> <th colspan="2">目標<sup>②</sup></th> </tr> <tr> <th>アクションプラン<sup>③</sup></th> <th>地域活性化計画<sup>④</sup></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>日本遺産関係 10 市の入込客数<sup>⑤</sup></td> <td>設定なし<sup>⑥</sup></td> <td>42,780,700 人<sup>⑦</sup></td> </tr> <tr> <td>日本遺産関係 10 市の宿泊者数<sup>⑧</sup></td> <td>3,300,000 人<sup>⑨</sup></td> <td>3,889,400 人<sup>⑩</sup></td> </tr> <tr> <td>県政世論調査等における「誇ることができる文 化」のうち、「魅力ある風景」の回答率<sup>⑪</sup></td> <td>設定なし<sup>⑫</sup></td> <td>50.8%<sup>⑬</sup></td> </tr> <tr> <td>日本遺産関連旅行商品<sup>⑭</sup></td> <td>設定なし<sup>⑮</sup></td> <td>77 件<sup>⑯</sup></td> </tr> </tbody> </table>	項目 <sup>①</sup>	目標 <sup>②</sup>		アクションプラン <sup>③</sup>	地域活性化計画 <sup>④</sup>	日本遺産関係 10 市の入込客数 <sup>⑤</sup>	設定なし <sup>⑥</sup>	42,780,700 人 <sup>⑦</sup>	日本遺産関係 10 市の宿泊者数 <sup>⑧</sup>	3,300,000 人 <sup>⑨</sup>	3,889,400 人 <sup>⑩</sup>	県政世論調査等における「誇ることができる文 化」のうち、「魅力ある風景」の回答率 <sup>⑪</sup>	設定なし <sup>⑫</sup>	50.8% <sup>⑬</sup>	日本遺産関連旅行商品 <sup>⑭</sup>	設定なし <sup>⑮</sup>	77 件 <sup>⑯</sup>	
項目 <sup>①</sup>	目標 <sup>②</sup>																			
	アクションプラン <sup>③</sup>	地域活性化計画 <sup>④</sup>																		
日本遺産関係 10 市の入込客数 <sup>⑤</sup>	設定なし <sup>⑥</sup>	42,780,700 人 <sup>⑦</sup>																		
日本遺産関係 10 市の宿泊者数 <sup>⑧</sup>	3,300,000 人 <sup>⑨</sup>	3,889,400 人 <sup>⑩</sup>																		
県政世論調査等における「誇ることができる文 化」のうち、「魅力ある風景」の回答率 <sup>⑪</sup>	設定なし <sup>⑫</sup>	50.8% <sup>⑬</sup>																		
日本遺産関連旅行商品 <sup>⑭</sup>	設定なし <sup>⑮</sup>	77 件 <sup>⑯</sup>																		
「戦国ワンダ ーランド滋賀・ びわ湖」観光P R推進事業	びわこビジターズ ビューロー	戦国キャンペーン新規 プログラム参加者数 20 万人	【補助金事業計画書】 ・延べ観光入込客数： 5,500 万人 ・宿泊客数： 410 万人 ・観光消費額： 1,910 億円																	
観光人材育成 等地域支援事 業	びわこビジターズ ビューロー	観光人材研修： 5 回 県域研修会： 3 回	観光人材アカデミー 延べ参加者数： 120 名																	
コンベンショ ン招致事業	びわこビジターズ ビューロー	支援件数 100 件	大会・会議への参加人数 35,000 人																	
地域観光活性 化支援事業	びわこビジターズ ビューロー	支援件数 25 件	なし																	
観光物産情報 発信事業	びわこビジターズ ビューロー	HPアクセス件数 650 万件	ウェブサイトアクセス数 412.5 万セッション																	

事業名	実施主体	成果指標																															
		ツーリズムビジョン アクションプラン	実施主体																														
教育旅行誘致 事業	びわこビジターズ ビューロー	本県への教育（修学）旅 行宿泊者数： 8万人	本県への教育（修学）旅行宿 泊者数： 10万人																														
国際観光推進 事業（海外への 情報発信）	びわこビジターズ ビューロー	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">No.</th> <th rowspan="2">対象事業</th> <th colspan="2">目標</th> </tr> <tr> <th>県</th> <th>ビューロー</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>観光ミッション派遣</td> <td>なし</td> <td>なし</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>特定ターゲットへのプロモーション</td> <td>なし</td> <td>なし</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進</td> <td>京都市内に滋賀県のPRブースを設置</td> <td>KTIC京都における訪日外国人観光客来訪促進業務10,000件</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>情報発信ツールの整備・充実</td> <td>なし</td> <td>なし</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>民間の発信力等を活用した情報発信の強化</td> <td>なし</td> <td>なし</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>訪日教育旅行の誘致</td> <td>なし</td> <td>なし</td> </tr> </tbody> </table> <p>（注）KTIC京都とは、関西ツーリストインフォメーションセンター京都のことである。</p>		No.	対象事業	目標		県	ビューロー	1	観光ミッション派遣	なし	なし	2	特定ターゲットへのプロモーション	なし	なし	3	訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進	京都市内に滋賀県のPRブースを設置	KTIC京都における訪日外国人観光客来訪促進業務10,000件	4	情報発信ツールの整備・充実	なし	なし	5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	なし	なし	6	訪日教育旅行の誘致	なし	なし
No.	対象事業	目標																															
		県	ビューロー																														
1	観光ミッション派遣	なし	なし																														
2	特定ターゲットへのプロモーション	なし	なし																														
3	訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進	京都市内に滋賀県のPRブースを設置	KTIC京都における訪日外国人観光客来訪促進業務10,000件																														
4	情報発信ツールの整備・充実	なし	なし																														
5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	なし	なし																														
6	訪日教育旅行の誘致	なし	なし																														
国際観光推進 事業（外国人観 光客の受入体 制強化）	びわこビジターズ ビューロー	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">No.</th> <th rowspan="2">対象事業</th> <th colspan="2">目標</th> </tr> <tr> <th>県</th> <th>ビューロー</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>民間の発信力等を活用した情報発信の強化</td> <td>訪日観光客向けパンフレット作成</td> <td>なし</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>外国人観光客の受入環境整備の促進</td> <td>宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件100件 おもてなし研修の実施3回</td> <td>なし</td> </tr> </tbody> </table>		No.	対象事業	目標		県	ビューロー	5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	訪日観光客向けパンフレット作成	なし	7	外国人観光客の受入環境整備の促進	宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件100件 おもてなし研修の実施3回	なし																
No.	対象事業	目標																															
		県	ビューロー																														
5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	訪日観光客向けパンフレット作成	なし																														
7	外国人観光客の受入環境整備の促進	宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件100件 おもてなし研修の実施3回	なし																														

個別事業を設計する際に、目的を達成するための定量的な成果指標を定め、委託等により県以外の実施主体により事業を遂行する場合は当該事業の成果指標を達成するように県は指導することが重要であるが、上記のような相違状況では、成果指標に基づく指導を十分に実施することができない。

成果指標が県と実施主体で相違した理由を確認したところ、県の担当者も実施主体の成果指標が正しいと認識しており、ツーリズムビジョンアクションプランに記載の成果指標の設定根拠が不明であった。成果指標の設定は事業評価に際して極めて重要であり、設定根拠が不明であってはならない。

そもそもの県の目標と実施主体の成果指標とが相違していれば、想定していた施策効果が発揮できず、また、達成状況の測定もできず有効な次の施策に繋がらない可能性もある。

今後、成果指標の設定する際には根拠を明確にしたうえで、県と実施主体で同じ認識を持つことが必要である。

## (2) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

成果指標の設定において、「地酒講座3講座実施」や「観光人材研修5回、県域研修会3回」、「京都市内に滋賀県のPRブースを設置」などの容易に達成可能な成果指標が設定されていた。

また、日本遺産・琵琶湖魅力発信事業において、「日本遺産関係10市の宿泊者数3,300千人」を成果指標として設定しているが、日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会が集計する日本遺産関係10市の宿泊者数の実績は平成27年以降すでに3,500千人以上となっているなどの不適切な成果指標が設定されていた。

事業の評価を行ううえで、事業目的を達成しているかを測定するための一定の指標を設けることは極めて有効であるため、適切な指標を選定したうえで事業評価に役立てることが重要である。

今後、事業を遂行する際に目的を明確にしたうえで、容易に達成可能、不適切な成果指標を選定することがないように、成果指標として相応しい目標を定めることが望まれる。

### (3) 事業費の精算について（指摘事項）（共通③）

びわこビジターズビューローにおいて、補助金事業、負担金事業を行った後、実績報告書を作成するため、および帳簿上で振替を行うために事業費の集計を行っている。事業費は直接的に発生した事業費と各事業で共通的に発生した事務費に大別されるが、事務費は事業毎に紐付けて集計することが難しいため、按分計算の資料を作成して金額の集計がなされている。各事業への事務費按分額、およびびわこビジターズビューローが認識している当該事務費の財源は以下のとおりである。

#### 【各事業への事務費按分額】

（単位：千円）

科目/事業	人材育成	戦国	海外誘客	物産振興	観光情報	首都圏	教育旅行
福利厚生費	24	54	-	-	14	-	-
旅費交通費	-	-	-	103	34	34	27
通信運搬費	174	349	466	349	116	116	93
消耗品費	158	316	421	316	249	105	84
印刷製本費	18	37	50	37	12	12	10
燃料費	14	28	37	28	9	9	7
賃借料	69	160	248	98	62	47	42
手数料	43	87	116	87	29	29	23
<b>計</b>	<b>503</b>	<b>1,035</b>	<b>1,340</b>	<b>1,021</b>	<b>529</b>	<b>354</b>	<b>288</b>

（単位：千円）

科目/事業	コンベンション	東海地区	おいでーな	国内旅行	企画広報	総務経理	計
福利厚生費	-	-	-	-	-	-	<b>93</b>
旅費交通費	27	6	6	68	103	68	<b>482</b>
通信運搬費	93	23	23	233	407	233	<b>2,679</b>
消耗品費	84	21	21	210	368	210	<b>2,568</b>
印刷製本費	10	2	2	25	44	25	<b>291</b>
燃料費	7	1	1	18	32	18	<b>215</b>
賃借料	42	5	5	51	89	1,074	<b>1,996</b>
手数料	23	5	5	58	102	428	<b>1,041</b>
<b>計</b>	<b>288</b>	<b>66</b>	<b>66</b>	<b>666</b>	<b>1,148</b>	<b>2,059</b>	<b>9,369</b>

## 【各事業の事務費の財源】

(単位：千円)

項目/事業	人材育成	戦国	海外誘客	物産振興	観光情報	首都圏	教育旅行
県補助金	453	921	950	-	-	-	-
県委託金	-	-	-	-	-	-	-
県負担金(事業執行)	-	-	-	-	355	299	-
県負担金(事務局運営補助)	-	-	390	1,021	174	55	288
その他	49	113	-	-	-	-	-
<b>計</b>	<b>503</b>	<b>1,035</b>	<b>1,340</b>	<b>1,021</b>	<b>529</b>	<b>354</b>	<b>288</b>

(単位：千円)

項目/事業	コンベンション	東海地区	おいでな	国内旅行	企画広報	総務経理	計
県補助金	-	-	-	-	-	-	2,325
県委託金	-	-	-	-	89	-	89
県負担金(事業執行)	-	42	41	2	-	-	742
県負担金(事務局運営補助)	288	23	24	602	59	559	3,487
その他	-	-	-	61	1,000	1,500	2,724
<b>計</b>	<b>288</b>	<b>66</b>	<b>66</b>	<b>666</b>	<b>1,148</b>	<b>2,059</b>	<b>9,369</b>

この事務費の按分につき、以下の問題点がある。

- ① 県に提出している実績報告における事務費の金額と帳簿上で各事業に振り替えた事務費の金額が一致していない事業があった。  
一致していない理由を確認したところ、実績額が補助金交付決定額を上回っても補助金の追加は認められないことから、県に報告する収入と支出を同額にするための調整を行った結果との回答内容があった。
- ② 共通費の按分資料でありながら特定の事業にしか按分を行っていない費用や、1つの事業に直課されている費用があった。担当者に理由を確認したところ、内容として一部の事業のみに使用する事務費もあるとのことだったが、資料上ではその内容がわからない。
- ③ そもそも当該按分資料の計算、内容の読み取りおよび全体像の把握が非常に難しく、仮に急な担当者の退職等により引き継ぎが行われる場合などに困難が予想される。

- ④ 事務費の財源が、県からの補助金になっている事業、県からの負担金になっている事業、および複数にまたがっている事業など、財源が非常に複雑になっており整理が十分ではない。

このような状況になっている理由として、事務費を各々の事業の補助金および負担金に含めて計算し、補助金および負担金の給付が行われることが挙げられる。このような按分を行う以上、補助金、負担金を確保するべく、ある程度の恣意性が働く危険性を排除できない。また、財源を含む全体像が非常に複雑になっており、びわこビジターズビューロー内部の事業遂行能力を超える事業を与えてしまう構図となっている可能性がある。

このような問題が起こる根本理由は、事務費に関して按分計算を行うことにある。補助金の財源に国費が関係する事業があり、この按分計算を廃止することはできないとのことだが、まずは按分計算を行わない形での、より効率的な事務運営の形を検討すべきである。

そのような形での検討が難しい場合、少なくとも県とびわこビジターズビューロー内で、以下の手順を参考に効果的・効率的な事業遂行に向けた仕組みを構築する必要がある。

- ① 事前に事務費の按分ルールを明確化し、規程として文書化
- ② 複数人により、按分ルールに基づいて事務費が按分されていることを確認する体制を構築
- ③ 県への実績報告の記載ルールを統一化



#### (4) 複数の対象事業に対する補助金等の取扱いについて（意見）（共通④）

びわこビジターズビューローに対して、県は補助金や負担金などを交付しているが、1つの補助金等の中に2つ以上の複数の補助対象事業が含まれているものもあり、例えば観光物産振興事業負担金では以下の11事業が対象となっている。

(単位：千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	観光物産情報発信事業	32,155	31,980
2	地域活性化事業	14,000	13,681
3	国際観光推進事業	1,200	1,200
4	教育旅行誘致事業	2,950	2,900
5	コンベンション招致事業	3,857	3,857
6	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000
7	物産振興事業	8,046	8,046
8	東海地区観光物産情報発信事業	731	804
9	おいで～な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182
10	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405
11	運営費助成事業	16,698	16,698
	合計	83,553	82,753

負担金額は「定額（83,553千円以内）」と総額のみ記載されており、事業別の金額が記載されていなかった。びわこビジターズビューローから提出された申請書に添付されている観光物産振興事業負担金事業予算内訳において、対象事業別の負担金額が記載されており、当該事業の対象経費の交付決定を行っている。

この結果、事業別でみた場合、No.8 東海地区観光物産情報発信事業について、交付決定額731千円を超える精算額804千円となっている事業が見受けられるが、県は総額が交付決定額を超えていないため、精算額の全額を交付している。

本来は1つの補助金等の補助対象事業を1つとすべきであり、運営助成については最低限、単独で交付することが望まれる。もしくは、特段の事情により複数の事業を対象とするのであれば、事業間の流用上限などを交付要綱により明確化しておくべきである。特に、観光物産振興事業負担金事業の中にはNo.11 運営費助成事業といった個別事業とは完全に区別されるびわこビジターズビューローの運営補助が含まれており、当該金額については明確に区分することが必要である。

上記の負担金以外にも同様の事例が見受けられるため、県は観光施策に関する個別事業において必要経費を適切に見積もったうえで、適正な金額を交付することが望まれる。

#### (5) 事業報告の検証について（指摘事項）（共通⑤）

補助事業者等の事業の実施主体から県は報告を受けているが、十分に検証できていない事例が散見された。事業の効果を検証し今後の施策を決定するためにも、実施した事業内容を適切に検証することは重要である。

特に、大津曳山まつりに対する補助金で支出する労務費において人数や単価などの計算根拠が記載されていない点や、収支明細において、予算が1,000千円以上の支出区分のみしか明細が添付されていなかった点などが見受けられた。そのような点について、検証が不十分と考えられる事例であった。

また、観光人材育成事業について、びわこビジターズビューローが補助金の交付申請時に提出している事業計画書ではアカデミー講座の開催回数が1回減少しているが、計画書および事業費の積算の変更はしていなかった。これに対して県は適切に検証を行う必要があった事例であった。

事業の見直し等が行われた場合などに補助金支出の妥当性、必要性を適切に判断できるよう、可能な限り事業実施団体へ資料の提出の要請、および検証を行うことが必要である。

## (6) 補助事業確認書の確認日について（意見）（共通⑥）

補助金の実績報告を受けた際に、県は提出資料の内容を確認することとなるが、実績報告の提出日付が令和2年4月以降であったが、補助事業確認書は以下のとおり確認日が令和2年3月31日となっており、実績報告の提出日より前の日付の確認日となっている事例が見受けられた。

補助事業確認書	
補助事業の名称	〇〇
補助事業者名	〇〇
交付決定額	〇〇
交付決定日	令和元年〇月〇日
事業完了年月日	令和2年3月31日
所見	適正に執行されたものと認める。
特記事項	特になし。
確認日 令和2年3月31日	
確認者 滋賀県商工観光労働部観光振興局 〇〇 〇〇 印	

この点、地方自治法施行令第143条第1項第4号によると、「補助費の類で相手方の行為の完了があつた後支出するものは、当該行為の履行があつた日の属する年度」と定めている。しかし、地方財務事務提要（地方自治制度研究会編）において、「額の確定がなくても3月31日までに履行が確認できれば、その確認の日をもって、自治令第143条第1項第4号の規定にいう当該行為の履行があつたとみられるものであり」と記載されている。つまり、金額の確定ができなくても年度内に補助対象事業の履行のみの確認ができればその年度の補助金として取り扱うことができることとなり、県の「会計事務の手引き」においても同様の取扱いとなっている。なお、県では研修会等を実施し、補助金の履行確認の方法等について、周知が図られている。

履行確認の方法は、書類審査と現地調査等があるが、補助事業確認書において履行確認の方法は記載されていない。実績報告の提出日と同日であれば、実績報告をもって書類審査されたものと推認できるが、そうでない場合には補助事業確認書の「特記事項」等において履行確認の方法を記載すること等を検討することが望まれる。

また、補助事業が完了後速やかに実績報告を行うことを補助事業者に指導された。

(7) 補助金等の実績報告書の記載について（意見）（共通⑦）

補助金等の実績報告の際に、補助対象事業にかかる収支計算書を添付することを交付要綱等において定めているものの、具体的な記載方法を明記しておらず、補助対象事業全体の収支の状況や勘定科目別の収支を把握していない事例が見受けられた。

例えば、観光物産振興事業負担金の精算書を確認したところ、以下のとおり補助金額を限度とした支出の状況のみ記載されており、補助金額を超える支出額の記載がなく、勘定科目別にもなっていないかった。

（単位：千円）

部門事業	細目事業	交付決定額	精算額	差引増減額
	観光物産情報発信事業	32,155	31,980	175
	観光物産情報ウェブサイトの運用管理	9,410	9,410	-
	観光キャンペーン事業（JR 西日本共同事業）	20,000	20,000	-
	高速道路を活用した情報発信（NEXCO 西日本連携事業）	330	330	-
	観光展出演事業	250	75	175
	観光案内・観光相談業務継続事業	2,165	2,165	-
	地域観光活性化支援事業	14,000	13,681	319
	地域観光活性化補助金	14,000	13,681	319
	国際観光推進事業	1,200	1,200	-
	国際観光推進事業	1,200	1,200	-
	教育旅行誘致事業	2,950	2,900	50
	教育旅行誘致事業	250	250	-
	現地研修会、キャラバン拡充等	2,700	2,650	50
	コンベンション推進事業	3,857	3,857	-
	コンベンション招致事業	3,857	3,857	-
	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000	-
	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000	-
	物産振興事業	8,046	8,046	-
	郷土物産展開催事業	8,046	8,046	-
	東海地区観光物産情報発信事業	731	804	△73
	東海地区観光物産情報発信事業	731	804	△73
	おいで～な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182	-
	おいで～な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182	-
	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405	329
	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405	329
	運営費助成事業	16,698	16,698	-
	運営費助成事業	16,698	16,698	-
	計	83,553	82,753	800

補助金等は、公益上必要なものとして自助努力では成り立たない団体・事業等に対して交付すべきものであり、交付の必要性を把握するためには勘定科目別に事業全体にかかる収支状況を把握することは重要である。

また、他の補助金等との重複により補助対象経費がすべての補助金等の交付額の合計を満たしていないような場合や、自己収入等により多額の繰越金が生じているような場合、補助金の交付は不要もしくは減額などの措置が必要であるところ、勘定科目別の事業全体の収支状況を確認できていなければ、上記事実について把握できないため、必要な措置を講ずることができなくなる。

補助金の実績報告にかかる収支計算書等について標準的な記載方法を示し、勘定科目別に事業全体の収支状況を確認することが望まれる。

#### **(8) 事業内容の変更について（指摘事項）（共通⑧）**

新型コロナウイルス感染症拡大防止策として、県外からの不特定多数の参加者が見込まれるイベント開催の延期もしくは中止した影響で、当初予定していた事業内容が変更されたにもかかわらず、補助対象経費の合計が変更前後で同額となる事例が散見された。

日本遺産・琵琶湖魅力発信事業においては、イベントの開催を中止することにより経費が削減されているが、これに代わる変更案として、中止となった周遊型モニターツアーのコース情報等を Web サイトに掲載することと、日本遺産の PR に資するノベルティの普及資材を新たに作成した結果、補助対象経費の合計は変更前後で同額となっていた。

また、戦国キャンペーン広報・PR 事業の中で、1,295 千円の費用をかけて予定した 2 回のプレスツアーのうち、2 回目のプレスツアーが新型コロナウイルス感染症拡大の影響で中止されたが、プレスツアーの中止による経費の精算、増加の経費支出であるメインビジュアルの費用精算など変更項目につき最終的な変更契約は締結されずに、当初の見積どおりに支払が行われていた。

上記事業については、その必要性や経費の精算は県、びわこビジターズビューロー、委託事業者で協議された結果として変更後も同額にて執行しているが、補助対象事業の内容を変更する場合、補助金の交付による効果を最大限に得ることができると慎重に検証する必要がある。また、変更した事業内容を当該年度中に実施する必要性についても検討が必要である。そのうえで、不執行と判断した補助対象事業については減額の手続を実施する等により、地方自治法第 232 条の 2 が求める公益上の必要性に資する、適正な予算執行を担保することが必要である。

## II 個別事項

### 1. 個別事業

#### (1) ビワイチ観光推進事業

##### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略1 心を動かす体験 戦略③ くらし・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	
取組名	事業内容	
ビワイチ観光推進事業	「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させるとともに、琵琶湖を中心に県内全体に広がる多様な資源を活かして県内全域への自転車による周遊観光を推進することを通じて、国内外からの来訪促進をはかり、地域活性化へつなげる。	
成果指標	予算額	決算額
ビワイチ体験者数 14 万人	20,968 千円	20,548 千円

県は自転車で琵琶湖を一周する「ビワイチ」を安全で快適に誰もが楽しめるコンテンツとして確立させるとともに、県内全域への自転車による周遊観光を推進することを通じて、交流人口の増加を図り、地域活性化へつなげるため、サイクルツーリズムの推進に取り組んでいる。

滋賀県においては、自転車で琵琶湖一周する「ビワイチ」が人気を博し、サイクリング愛好家の間で「走ってみたいサイクリングコース」として、休日には数多くの方々がサイクリングを楽しむ姿が見られるようになってきており、自転車で琵琶湖1周する方も右肩上がりに増加しています。(推計値：平成27年(2015年)5万2千人、平成28年(2016年)7万2千人、平成29年(2017年)9万5千人)

「ビワイチ」の呼称は、「琵琶湖一周」の略称から始まったと言われています。Web上では平成13年(2001年)に一番古い表記が見られ、自転車もしくはバイク(自動二輪)での琵琶湖一周にも用いられていました。現在は、自転車、バイクの他、ランニング、ウォーキング、ドライブ、鉄道(琵琶湖線・北陸線・湖西線)、バスなど、様々な方法の「琵琶湖一周」に用いられています。

(出典：滋賀県「ビワイチ推進総合ビジョン」)

ビワイチは日本を代表すると認められる「ナショナルサイクルルート」に初めて国土交通省から指定されている。

ビワイチのほかに、茨城県の「つくば霞ヶ浦りんりんロード」と、広島県尾道市から愛媛県今治市までの「しまなみ海道サイクリングロード」がナショナルサイクルルートの指定を受けている。

#### 【ナショナルサイクルルートとは】

自転車は、それに乗ることそのものを楽しんだり、また、サイクリングツアーで地域をめぐり、沿線の魅力を楽しむことができ、全国各地で官民が連携し、自転車の活用による観光地域づくりが進められています。

ナショナルサイクルルート制度は、優れた観光資源を走行環境や休憩・宿泊機能、情報発信など様々な取組を連携させたサイクルツーリズムの推進により、日本における新たな観光価値を創造し、地域の創生を図るため、ソフト・ハード両面から一定の水準を満たすルート为国が指定することで、日本を代表し、世界に誇りうるサイクリングルートとして国内外にPRを行い、サイクルツーリズムを強力に推進していくものです。

(出典：国土交通省「ナショナルサイクルルート」ホームページ)

ナショナルサイクルルートのホームページに「2～3日かけて観光や食事を楽しむビワイチ」として、ビワイチの概要を以下のとおり紹介されている。

#### 【ビワイチの紹介】

ビワイチ (Biwaichi)

延長：193km

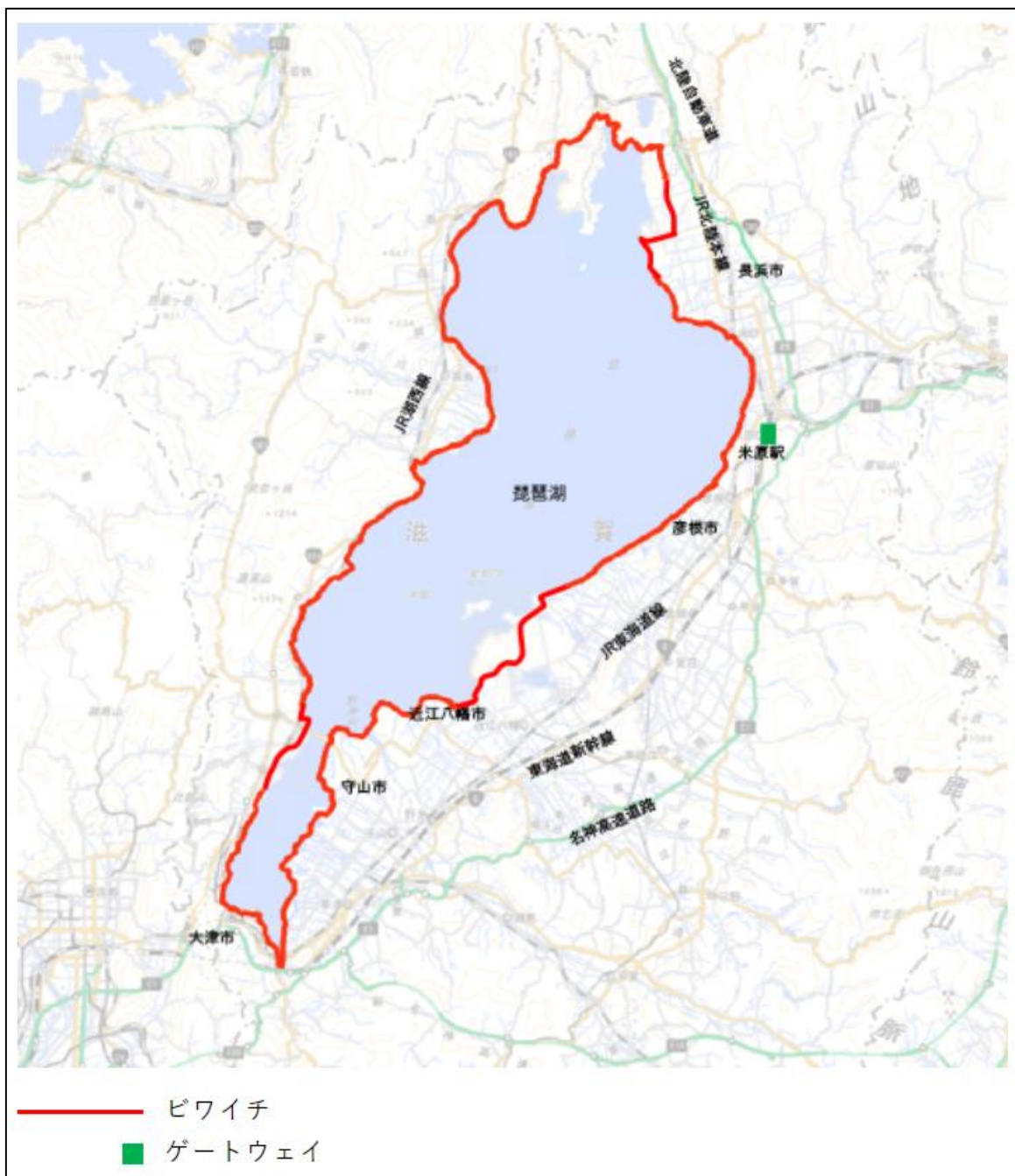
区間：琵琶湖岸一周（滋賀県）

ビワイチは、日本最大の湖琵琶湖「琵琶湖」を反時計回りに一周する約200kmのサイクリングコースです。走り慣れた人なら一日で走れる距離ですが、おすすめは2～3日かけて観光や食事を楽しむビワイチです。

一周完全走破だけでなく、琵琶湖大橋の北側（約150km）だけや南側（約50km）だけ、さらには船を組み合わせてショートカットすることもできます。

(出典：国土交通省「ナショナルサイクルルート」ホームページ)

【ピワイチルート】



(出典：国土交通省「ナショナルサイクルルート」ホームページ)



当事業は、主に滋賀プラス・サイクル推進協議会および公益社団法人びわこビジターズビューローが行う事業に対して補助金を支出しているものである。

(単位：千円)

区分	予算額	決算額	差引 増減額
滋賀プラス・サイクル推進協議会への補助			
① おもてなし力向上研修会の開催	380	356	△24
② サイクルツアーガイドネットワークの検討	530	110	△420
③ アプリ活用推進	5,500	5,655	155
④ 「ビワイチ」で稼ぐプラットフォーム作り	1,150	833	△317
⑤ 女性・親子連れにやさしい「ビワイチ」の推進	1,316	1,230	△86
⑥ 「ビワイチ」「ビワイチ・プラス」ルート確認、 発信	1,112	1,081	△31
⑦ 様々な主体と連携した「ビワイチ」プロモーション	2,220	2,237	17
⑧ 海外発信事業	1,500	1,813	313
⑨ ビワイチ総合窓口検討	500	390	△110
⑩ 推進体制、事務局体制の検討	3,600	3,335	△265
⑪ アプリのログ解析による「仮称ビワイチ推進機構」の成果検証	1,560	1,902	342
計	19,368	18,948	△420
公益社団法人びわこビジターズビューローへの補助			
① 発信用サイクリングマップ購入	500	500	-
② ビワイチウォーキング推進事業	500	500	-
計	1,000	1,000	-
職員旅費	600	600	-
合計	20,968	20,548	△420

また、観光振興局以外に交通戦略課において「「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業」（金額：18,784千円）が行われており、ビワイチ観光推進事業に関連するものとして、必要部分につき担当課にヒアリングを行った。

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

令和元年度のツーリズムビジョンアクションプランによる当事業の成果指標は「ビワイチ体験者数 14 万人」となっているところ、事業実施主体である滋賀プラス・サイクル推進協議会の掲げる成果指標は、県が地方創生交付金の申請時に策定した地域再生計画において掲げている数値目標と同様に、「ビワイチ推進による日帰り・宿泊客の増加 22,150 人（合計 142,750 人）」および「日帰り・宿泊客の増加による経済波及効果 262,000 千円」を成果指標として設定していた。

この結果、ツーリズムビジョンアクションプランでは経済波及効果の成果指標を設定しておらず、ビワイチ体験者数についても 2,750 人の相違がみられた。

事業の着実な推進について、その施策効果を上げるためには成果指標の設定は極めて重要であることから、今後、成果指標の相違があった場合、根拠を明確にし、補助金の事業実施主体等に理解が得られるよう説明を尽くすなど、県と関係者が同じ認識のもと、目指す方向性が一致するよう進めることが望まれる。

### イ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

県は当事業の成果指標として、ビワイチ体験者数を設定している。これは、ビワイチ体験者が増加することでツーリズムビジョンアクションプランに掲げられている成果指標である観光消費額に対して、プラスの効果があるものとして設定されたものである。

事業の評価を行ううえで、事業目的を達成しているかを測定するための一定の指標を設けることは有効である。このため、ビワイチサイクリングは、その多様性や独自性から一般的な観光イベントと異なり体験者数や当該人数に基づく観光消費額の把握が難しい面もあるが、観光消費を目的とした観光施策である以上、最終的な成果は人数でなく金額を成果指標とすることが望まれる。

### ウ) 成果指標の細分化について（意見）

観光消費額を伸ばそうと考える際、観光客は大きく日帰り客と宿泊客に分かれるが、観光消費額単価が高いのは宿泊客であり、日帰り客よりも宿泊客を増加させることで観光消費額を効率的に伸ばすことができる。ここで、ビワイチのルートは上級ルートと低速ルートに大別されるが、県に上級ルートと低速ルートの利用割合を質問したところ、そのような計測は行っていないとの回答であった。前述したとおり、宿泊客を増加させることが効果的に観光消費額を伸ばすことに繋がるが、この2つのルートであれば低速ルートの利用率の増加が宿泊客の増加に寄与すると考えられる。

現在の成果指標は「ビワイチ体験者数」というひと括りになっており、その内訳は不明である。人数を追うだけではなく属性や内訳などにも着目し、その内容が不明であればまずそこに費用を投じて状況を把握し、更にその内容に応じた対応を行うことでより効果的、効率的な施策となることが期待できる。

このため、ビワイチ関係者との連携のもと実情の把握に努められることが望まれる。

### エ) ナショナルサイクルルートの活用について（意見）

ビワイチにおける低速ルートは、令和元年に国が導入したナショナルサイクルルートに指定されている。ナショナルサイクルルートの公式ホームページにおいてビワイチは以下のように解説されている。

走り慣れた人なら一日で走れる距離ですが、おすすめは2～3日かけて観光や食事を楽しむビワイチです。

（出典：国土交通省 ナショナルサイクルルート公式ホームページ）

つまり、ナショナルサイクルルートを走行することで低速ルートの走行者の増加、つまり単に走行するだけでない宿泊客、観光客の増加、ひいては観光消費額単価の増加に寄与すると考えられる。

しかし、「コ) ビワイチ体験について」で後述するとおり、現状のビワイチ体験者においては、低速ルートがナショナルサイクルルートであるという認識は薄いと思われる。

このため、上級ルートと低速ルート（ナショナルサイクルルート）について、なお一層の周知のため、積極的かつ効果的なPRを進める必要がある。

ナショナルサイクルルートは、日本全国でビワイチを含めて3ルートしか認定されていない付加価値の高い制度である。当該情報の広報も併せて徹底することにより、より宿泊客、観光客数を増加させ、観光消費額単価を高めるための効果的な施策となることが期待できるため、検討が望まれる。

## オ) 成果指標の測定について (意見)

当事業の成果指標としてビワイチ体験者数 14 万人が設定されているが、成果指標実績測定方法については以下のとおりの推計となっている。

$$\text{ビワイチ体験者数} = \frac{A \times (B \div C)}{1}$$

A : 年間のびわ湖一周サイクリング認定証の発行数

B : 定点 4 箇所での任意の 2 日間におけるサイクリング者の目視によるカウント数

C : B のサンプル日におけるびわ湖一周サイクリング認定証の発行数

B において、サンプルが定点 4 箇所、任意の 2 日間でしか取られておらず、例えば定点を通らないサイクリストがいる場合は計測ができないことや、任意の 2 日における天候や気温などの気象条件、季節や曜日などによっても大きくサイクリングの体験者は左右されることが想像されるため、非常にブレが大きい測定方法であると考えられる。また、「ア) 成果指標の設定について」でも記載のとおり、現状は単純な人数のみしか把握ができておらず、その内訳は不明である。

数値を把握する意義は、一義的には情報を詳細に収集して施策効果を正確に測ること、および今後の戦略に反映させるためである。また、利用者数の把握を積極的に進めることで、利用者主体のビワイチ体験のあり方を考えたり、社会的意義や経済効果を外部に対してわかりやすく伝えるための基礎資料としても活用することができるため、正確な数値を把握することは非常に重要である。換言すれば、その集計数値が不正確であればそこから導き出される戦略も的外れなものになってしまう可能性があり、外部への情報発信に際してもその信憑性、信頼性が低くなってしまう。

昨今は、スマートフォンにおけるアプリや IoT の発達が目覚ましい。既に導入されている公式アプリ (BIWAICHI Cycling Navi) のデータ活用、その他技術のキャッチアップを行い、正確な実績把握方法の確立が望まれる。

### カ) 事業の収益性について（意見）

当事業は地方創生推進交付金の対象となっている。当交付金の評価基準の一つとして「自立性」が掲げられており、事業を進めていく中で、「稼ぐ力」が発揮され、事業推進主体が自立していくことにより、将来的（3～5年後）に本交付金に頼らずに、事業として自走していくことが可能となる事業であることが求められている。

この点、まず申請における重要成果指標としてビワイチ推進による日帰り・宿泊客の増加、およびそれらによる経済波及効果が掲げられているが、計算方法は下記のA×Bで算出された日帰り客数と宿泊客数の内訳数を、統計課が用意した経済波及効果分析ツールに入力して算出されたものである。

A：ビワイチ体験者数

B：ビワイチの日帰り客と宿泊客の割合（平成29年度アンケート結果）

このうち、Aに関しては「オ）成果指標の測定について」で述べたとおり、測定数値が推計値である。また、Bに関しても平成29年度のアンケート結果であり、実際にこの割合が令和元年度も使用できるかは慎重に検討する必要がある。

また、自立性の評価指標として当事業における直接的な収入も測定されているが、以下のとおり収入のみ把握されており、費用対効果の観点から、今後、検証を進める必要がある。

（単位：千円）

項目	平成28年度 （実績）	平成29年度 （実績）	平成30年度 （実績）	令和元年度 （実績）
アプリ広告収入	-	-	-	-
レンタサイクル事業	1,540	7,518	9,268	9,062
寄付収入	-	-	1,500	331
合計	1,540	7,518	10,768	9,393

（出典：2020年度地方創生推進交付金（先駆タイプ、横展開タイプ）実施計画、観光振興局）

つまり、現在のところ一定の数値指標はあるものの、今後どのように事業を展開していくか関係者としっかり将来計画を共有し、自立的な取組みが一層進むよう、収支計画の作成も見据えながら検討が必要と考える。

このため、まずどのような状態であれば収益性、自立性が確保できているかの定義を再度見直した上で、より収益性の高い効果的、継続的な施策を行うことが望まれる。

#### キ) 事業報告の検証について（意見）（共通⑤）

当事業の中でびわこデジタルズビューローが行うビワイチ観光推進事業に対して1,000千円の補助金が交付され、そのうち500千円については、令和元年11月に認定されたナショナルサイクルルートを反映した新しいビワイチサイクリングマップ5,000部の購入に使用されている。当該マップは年度末の完成直後に予定どおり購入されたが、次年度から速やかに配布することとしていた。

当該事業実績に関し、事業報告書においては新しいサイクリングマップ5,000部を購入した旨、および平成30年度以前に購入したサイクリングマップをイベントで1,600部配布した旨が記載されており、事業計画に対し、実績が時系列に記載されておらず事業効果の十分な検証が困難な状況となっていた。

すなわち、マップを活用してビワイチの魅力をアピールするという本来の事業目的を考慮すると、購入したマップについては購入した実績のみならず、ナショナルサイクルルートを反映したマップを今後どのように活用して事業目的を達成していくのか、例えば、幅広い層への誘客推進に関する方針などの情報を記載する必要があり、県は交付先であるびわこデジタルズビューローとの間で実績報告の適切な記入について十分に調整を図る必要があったと考えられる。

さらに、平成30年度以前に購入した1,600部の配布状況についてびわこデジタルズビューローにおいて確認を行ったところ、観光案内所やイベントにて配布したとのことであるが、過去の一部について配布先や配布部数の記録は残されておらず、在庫管理が適切に実施されていなかった。

事業の効果を検証し今後の施策を決定するためにも、当年度の購入部数に対する報告を行い、今後の予定も含めてマップがどれほど配布されたか、在庫がどれほどか、またイベントや関係者の反応はどうであったかなど、適切に把握することが望まれる。

#### ク) 補助金の必要性について (意見)

当事業の中に、発信用サイクリングマップ購入に関する補助金 500 千円が含まれており、公益社団法人びわこビジターズビューローに交付されている。公益社団法人びわこビジターズビューローにおける業務としては、当該補助金を以てビワイチサイクリングマップを購入して各観光案内所やイベントで配布および郵送を行うことである。上記事業内容であれば、県が独自に業務を行っても業務の遂行上は問題ないと考えられるが、この点を県に確認したところ、観光案内所と公益社団法人びわこビジターズビューローの方が普段からやり取りしており、県内で実施される観光イベントの情報が公益社団法人びわこビジターズビューローに集まることから、イベントでのマップ配布が計画しやすく、効率的であるとのことであった。

上記理由があつたとしても、補助金は漫然と支出するものではなく、個々の内容を十分に審査し、他に適切な方法がしっかり検討する必要がある。ケースによっては、県からびわこビジターズビューローへマップの保管や配布を委託するだけでも足りることも想定される。

今後も当該マップの扱いにつき、本当に補助金として予算を取る必要があるのか事業内容を慎重に見極めて実施することが望まれる。

ケ) 補助金等の実績報告書の記載について（意見）（共通⑦）

補助金等の実績報告の際に、補助対象事業にかかる収支計算書を添付することを交付要綱等において定めているものの、具体的な記載方法を明記しておらず、滋賀プラス・サイクル推進協議会および公益社団法人びわこビジターズビューローに対する補助金の収支精算書等を確認したところ、以下のとおり補助金額を限度とした支出の状況のみ記載されており、補助金額を超える支出額の記載がなく、勘定科目別にもなっていないかった。

【滋賀プラス・サイクル推進協議会】

（単位：千円）

収支決算書				
1. 収入の部				
区分	予算額	決算額	比較増減	摘要
補助金	18,948	18,948	-	
合計	18,948	18,948	-	
2. 支出の部				
区分	予算額	決算額	比較増減	摘要
	18,948	18,948	-	
1. おもてなし力向上研修会の開催	356	356	-	
2. サイクルアーガイトネットワークの検討	110	110	-	
3. アプリ(びわ仔サイクリングナビ)活用推進	5,655	5,655	-	
4. 「びわ仔」で稼ぐプラットフォーム作り	833	833	-	
5. 女性・親子連れにやさしい「びわ仔」の推進	1,230	1,230	-	
6. 「びわ仔」・「びわ仔・プラス」ルート確認・発信	1,081	1,081	-	
7. 様々な主体と連携した「びわ仔」プロモーション	2,237	2,237	-	
8. 海外発信事業	1,813	1,813	-	
9. びわ仔総合窓口検討	390	390	-	
10. 推進体制、事務局体制の検討	3,335	3,335	-	
11. アプリ(びわ仔サイクリングナビ)のログ解析による「仮称びわ仔推進機構」の成果検証	1,902	1,902	-	
合計	18,948	18,948	-	



## 令和元年度ビワイチ観光推進事業補助金収支精算書

## 1. 収入の部

区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
補助金額	1,000	1,000	-	
計	1,000	1,000	-	

## 2. 支出の部

区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
発信用サイクリングマップ購入	500	500	-	
ビワイチウォーキング推進事業	500	500	-	
計	1,000	1,000	-	

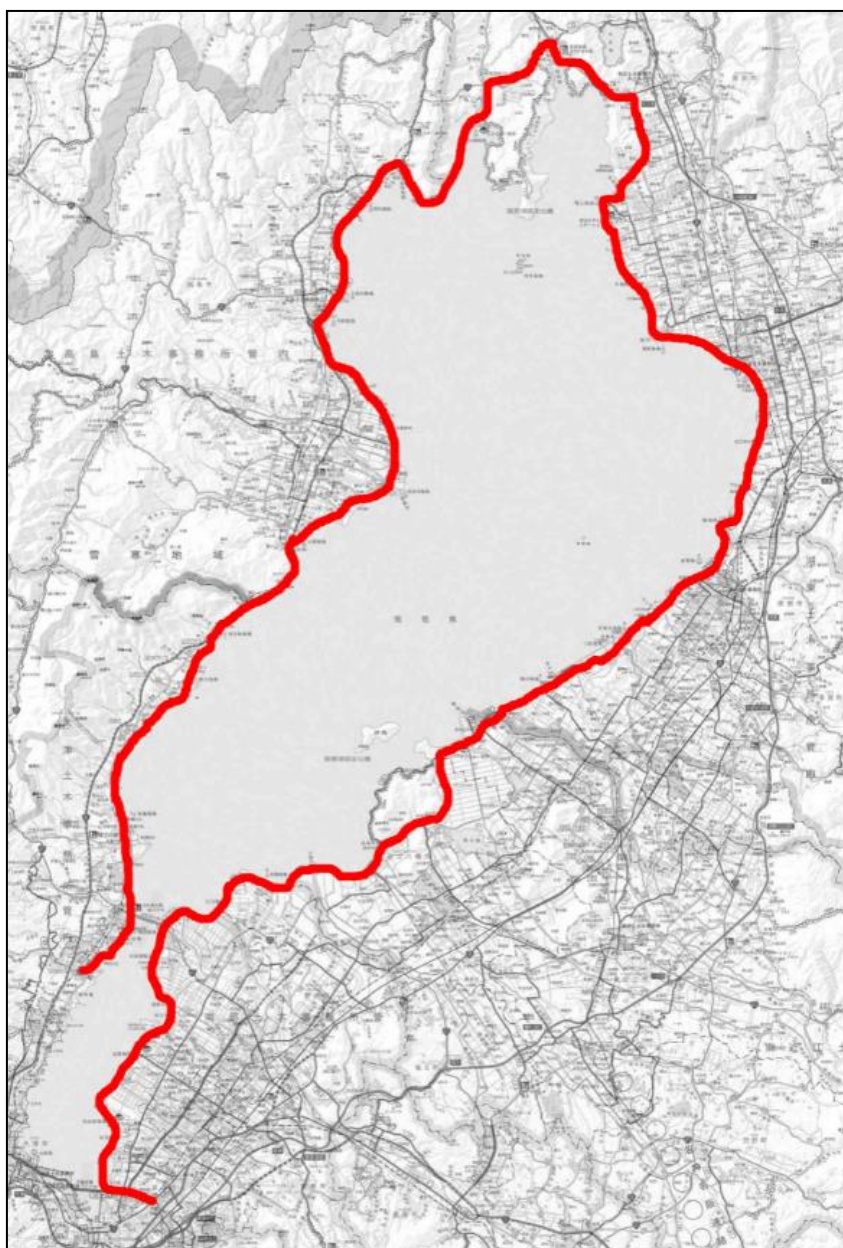
補助金等は、公益上必要なものとして自助努力では成り立たない団体・事業等に対して交付すべきものであり、交付の必要性を把握するためには事業全体にかかる収支状況を把握することは重要である。

補助金の実績報告にかかる収支計算書等について標準的な記載方法を示したうえで、事業全体の収支状況を確認することが望まれる。

## コ) ビワイチ体験について (意見)

外部監査人補助者がビワイチを体験した。ほとんどが初心者であったが、ルート上には、コースを案内する看板や路面標示が整備されており、地図等がなくてもほぼ琵琶湖を一周することができた。走行概要は以下のとおりである。

- ・スタート：JR 瀬田駅
- ・ゴール：おごと温泉 湯元館
- ・走行ルート：赤ライン
- ・走行距離：約 170km
- ・走行時間：約 11 時間 (休憩含む)



(出典：県提供資料を監査人が一部加工)

初心者の外部監査人補助者でも容易に走行することができ、既存の車道等をもとに県がビワイチのために整備等を図った対応内容はおおむね良かったものと感じられたが、今後、日本はもとより世界からも選ばれるルートづくりに向けて、以下について改善を検討いただきたい点も見受けられた。

- ①低速コースにおいて、舗装の凸凹や境界ブロック等の段差など、ロードバイクのタイヤと相性が悪く、安定した走行をしづらい箇所があった点
- ②青く色づけられている線や矢印が途切れる箇所もあり、特に高島市から大津市に入る前後の道は一旦停止しないと次に進むコースがわからなかった点
- ③ビワイチルートのコース設定として、スポーツ感覚としてサイクリングを楽しむ上級コースと、家族連れなどサイクリング初・中級者がゆっくりとサイクリングを楽しむ低速コース（ナショナルサイクルルート）があった。これら2つのコースについて、県HPやテレビ番組でPRが行われているが、今後、さらに多くの人に知ってもらえるよう効果的なPRが求められる点
- ④上級コースと低速コースの案内施設の整備は進んでいたが、一部の分岐点などにおいて迷った時もあったことから、さらにわかりやすい表示を進めていただきたい点
- ⑤交通量の多い車道を走行する際に、車と接触する危険性を感じることや車にクラクションを鳴らされるなどがあったことから、自転車に安心・安全に走行できるスペースの確保が必要と感じた点
- ⑥自転車歩行者専用道路や交通量の少ない生活道路がルートに設定されている低速コースで、高速で走行するロードバイクなどが走る場合は歩行者や地域住民との接触事故が生じる可能性があり危険である。特に白鬚神社の前は観光客も多く危険に感じたことから、県だけでなく各関係機関と連携し、安全対策を実施していただきたい点
- ⑦ビワイチアプリがビワイチプラスに特化しており、琵琶湖一周のために活用しやすく、内容や操作性について工夫していただきたい点

- ⑧ビワイチの体験者は軽装かつ目標ルートの走破を目的としている人が多く見受けられたことから、地域観光に結び付きやすい仕組みづくりや効果的な PR に関する施策が重要である点
- ⑨びわ湖一周サイクリング認定証について、ビワイチを体験していても事前に知らなかった人には認定証の存在に気づかないと感じたこともあり、ビワイチの関連情報の充実を図る必要がある点
- ⑩琵琶湖の東側に比べて西側は店舗や自動販売機等が少なく、自らの備えに対する PR はもちろん、空白地域の解消のためサイクルサポートステーションなどの拠点の充実を図る必要がある点

なお、令和2年11月11日付の産経新聞の記事によるとビワイチの自転車マナー違反が取り上げられており、自転車と地域住民とのトラブルが相次いでいるなどの記載がある。

自転車の通行空間整備は重要であるが、その利用者が交通ルールやマナーを守らないとトラブルの原因となる。地域住民が安全に生活できるために、ビワイチを体験する上でのルールやマナーを整理し、これを周知していく必要がある。

地域住民の生活を重視したうえで、上述した改善を検討いただきたい点についての対応を図ることが望まれる。

## (2) 近江の地酒文化普及事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略1 心を動かす体験 戦略① 健康長寿を支える「食」で誘う（いざなう）	
取組名	事業内容	
近江の地酒文化普及事業	近江の地酒の魅力を県内外に発信するとともに、県内にあつては県産日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒を使用したもてなしとその普及促進を図る。また県外および海外においては認知度向上および情報発信を通じて、本県への誘客促進を図る。	
成果指標	予算額	決算額
・地酒講座3講座実施 ・（仮称）首都圏での商談会来場者数1,100人	3,170千円	2,721千円

滋賀は酒米の栽培に最適な山よりの傾斜地である。県内の蔵元は約40あり、石高は決して大きくはないが、それぞれが独自性を追求した自社ブランドを持っている。

当事業は、日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒の普及促進を図るための地酒講座を開催すること、および県内の蔵元から組織される滋賀県酒造組合に対し、酒造組合が主に県外および海外の一般消費者向けに近江の地酒の普及促進のために開催する催事にかかる事前広報活動、情報発信、開発経費、その他必要と認められる事業に要する経費を補助する事業である。

(単位：千円)

区分	予算額	決算額	差引増減額
地酒講座関連費用	1,170	721	△449
補助金	2,000	2,000	-
合計	3,170	2,721	△449

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

令和元年度のツーリズムビジョンアクションプランによる当事業の成果指標は「首都圏での商談会来場者数 1,100 人」となっているところ、事業実施主体である滋賀県酒造組合が提出している事業計画（概要）書では、「対象者 1,000 人」となっており、不整合を起こしている。

この点につき理由を確認したが、事業実施主体に対して実施計画の事業目標をツーリズムビジョンアクションプランに合わせるための綿密な摺り合わせができていないとのことであった。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。

### イ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

成果指標の設定において「地酒講座 3 講座実施」という、容易に達成可能なアウトプット指標を目標として設定していた。

当事業の目的は「近江の地酒の魅力を県内外に発信するとともに、県内にあっては県産日本酒への愛着と誇りを醸成することを通じて、近江の地酒を使用したもてなしとその普及促進を図る。また県外および海外においては認知度向上および情報発信を通じて、本県への誘客促進を図る。」ことであり、講座の実施数そのものは目的とはならないはずである。

事業目標を達成するために講座数および内容が必要十分であるかを検討した上で、少なくとも講座への参加者を成果指標とすべきであるし、さらに言えばその講座によってどれほど地酒普及促進に寄与したか、また、県内への誘客促進に寄与したかを目標とすべきであり、本来の事業目的に沿った成果指標を定めることが望まれる。

### (3) スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業

#### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略1 心を動かす体験 戦略③ くらし・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	
取組名	事業内容	
スカーレット放映を活かした滋賀の魅力発信事業	NHK 連続テレビ小説「スカーレット」が放映されることを好機とし、ドラマに関連付ける県内各地の魅力を全国に発信し、認知度・魅力度の向上をはかり、県内全域に広く効果を波及させるため、魅力発信、産品開発支援、誘客促進に取り組む。	
成果指標	予算額	決算額
延観光入込客数 5,500 万人	40,559 千円	40,043 千円

当事業は、NHK 連続テレビ小説「スカーレット」が放映されることを好機とし、ドラマに関連付ける県内各地の魅力を全国に発信し、認知度・魅力度の向上をはかり、県内全域に広く効果を波及させるため、魅力発信、産品開発支援、誘客促進に取り組むものである。

具体的には、各種媒体での情報発信や、ドラマのストーリーにちなんだ大阪駅でのプロモーションイベントおよび大阪駅から信楽駅までの専用列車を使用したドラマヒロイン追体験ツアーなどの開催を各業者に委託している。なお、大阪駅でのプロモーションイベントおよびドラマヒロイン追体験ツアーは、ドラマの進行にともない追加予算を取って行われた事業である。

(単位：千円)

区分	予算額	決算額	委託先	契約方法
各種媒体での情報発信	18,582	18,067	NHK プラネット	プロポーザル方式による随意契約
大阪駅でのプロモーションイベント等	17,996	17,996	JR 西日本コミュニケーションズ	単独随意契約
ドラマヒロイン追体験ツアー	3,979	3,979	日本旅行	単独随意契約
合計	40,559	40,043		

## 2) 監査結果

### ア) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

当事業の成果指標は「延観光入込客数 5,500 万人」となっているが、この成果指標は県のツーリズムビジョンアクションプランにおける総合成果指標と一致している。

ツーリズムビジョンアクションプランの総合成果指標はあくまでも県全体の目標を達成するための目標数値であり、この数値を事業の目標にしたところでこの事業における具体的な指標にはならず、事業の振り返りも困難になってしまうため、各事業は総合成果指標をブレイクダウンした目標を設定する必要がある。

この点について質問をしたところ、公表はされていないが当事業にてパンフレットを 5 万部配布しその 1%、すなわち 500 人を直接滋賀に誘客することを目標にしていたとのことだったが、その内容は外部からはわからず外観的には成果指標がないも同然である。

今後、事業を遂行する際に目的を明確にしたうえで、容易に達成可能、不適切な成果指標を選定することがないように、成果指標として相応しい目標を定めることが望まれる。

### イ) 委託先の選定について（意見）

当事業を行うにあたり、JR 西日本コミュニケーションズおよび日本旅行に委託しているが、両者とも単独随意契約を行っている。単独随意契約に至った理由は、随意契約事前チェックリストにおいて以下のとおり記載されている。

<JR 西日本コミュニケーションズ>

JR 大阪駅ターミナルビルのイベント広場での体感を伴うプロモーションや、JR 車両への車体広告・車内広告を実施しようというものであり、ターミナルビルでのイベント開催や、JR 車両への車体広告の申込受付（受付、実施の可否、内容審査、金額等提示）は JR 西日本の関連会社である JR 西日本コミュニケーションズが専属的に行っており、当該事業のような JR 西日本の資産を活用したプロモーション実施にあたっては、他に代替しうる事業者が存在しない。



## <日本旅行>

事業では、JR 西日本の車両を借上げ、指定した日程と時間で団体臨時列車を大阪から貴生川まで走らせる必要があり、特に今回の事業では、一編成しかないラッピング列車を借り上げることが事業の重要な要素の一つとなっている。また、この事業は、別途事業で計画している大阪駅ターミナルビルのイベントと出発のタイミングをあわせて実施する必要がある。借上げ列車の手配の際、特定の車両を指定することは原則できないが、日本旅行は、JR 西日本の関連会社であり、JR 西日本とこうした車両手配の調整を行う事が可能である。また、イベントとあわせて借上げ列車を出発させるにあたり、頻繁に JR 西日本と調整を行う必要があり、旅行業の免許を持つ事業者で、これらの調整を全て行える事業者は日本旅行しかなく、他に代替しうる事業者が存在しない。

これらの理由につき、他の業者を選定する余地はないのか質問したところ、仮に他のイベント会社や旅行業者に委託したとしても最終的に JR 西日本コミュニケーションズおよび日本旅行を通すことになるとのことであり、今回の事業において単独随意契約したことに関しては一定理解ができる。

しかし、そもそも上記業者を利用する理由は、今回の事業で大阪駅およびそれらに関連した電車の運行等、特定の業者でしか扱えない事業を行うこととしたためである。単独随意契約は競争原理が働かず、一般的に予算の効率性、公平性、透明性、事業効果の点でデメリットがある。

今回の事業で言えば、例えばヒロインが大阪から信楽に出てくることにちなんだイベント自体をプロポーザル方式で募集することで、大阪駅およびそれらに関連した電車の運行に限らず、より効果的なイベントを行える可能性もあったと考えられる。この点を県に確認したところ、ドラマの進行と共にストーリーが判明し、当事業の企画立案から実行までを早急に行う必要があったため、時間的制約の観点からも単独随意契約に至ったとのことであった。ただ、やはり単独随意契約はデメリットも多く存在するため、今後は 3E（\*）の観点から競争原理が働くような仕様設計を行うことが望まれる。

（\*） 経済性(Economy)、効率性(Efficiency)、有効性(Effectiveness)

- ・ 経済性

無駄な支出となっていないか、または財源確保に努めているか

- ・ 効率性

成果に対して最少の経費・労力で事業が執行されているか

- ・ 有効性

目的に見合った成果が表れているか

#### (4) 観光イベント推進事業

##### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略2 心に残る交流 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	
取組名	事業内容	
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、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。	
成果指標	予算額	決算額
対象イベントに係る観光 入込客数 951,000人	30,500千円	30,500千円

当事業は、下記項目および相手方に対し、イベントに関する補助金を支出する事業である。

(単位：千円)

項目	相手方	予算額	決算額
びわ湖大花火大会開催費補助金	びわ湖大花火大会実行委員会	18,000	18,000
北びわ湖大花火大会開催費補助金	北びわ湖大花火大会実行委員会	6,000	6,000
びわこペーロン大会開催費補助金	びわ湖ペーロン実行委員会	500	500
近江のまつり育成費補助金	山王祭（大津市）	1,500	1,500
	長浜曳山祭（長浜市）	1,500	1,500
	大津祭（大津市）	1,500	1,500
	近江八幡の火祭り（近江八幡市）	1,500	1,500
合計		30,500	30,500

## 2) 監査結果

### ア) 補助金の適切な執行について（指摘事項）

当事業は各種団体にイベントに関する補助金を支出する事業であるが、下記の理由により、実質的に既得権益となっている懸念がある。

- ・ 支出の項目および相手方について資料で確認できる限りでは、平成 28 年度の地域伝統芸能全国大会開催費に関する支出が行われたことを除き、平成 18 年度より項目および相手方が変更されていない
- ・ 補助金として交付するのであれば、補助金支出の効果測定等を含め項目や相手方につき毎年度見直しをすべきであるが、そういった記録が残されていない
- ・ 各イベントへの補助金に関する交付要綱が公表されていない
- ・ 近江のまつり 育成費補助金に関する補助対象の条件として、「観光入込客数 5 万人以上見込まれるまつり」という項目があるが、この人数の把握は主催者発表によるものであり、県として具体的にどのような把握方法であるかを確認していない
- ・ 近江のまつり 育成費補助金に関する補助対象の条件である「観光入込客数 5 万人以上見込まれるまつり」という項目につき、その妥当性について長年見直しがされていない
- ・ 要綱の記載において補助率等が「定額〇〇万円以内」といった記載になっており、補助対象経費が明示されていない

補助金は、社会情勢の変化に伴い、その目的や内容について随時見直しが行われるべきであるが、一度交付実績ができるとそれらの見直しがなされにくく、長期化・既得権化しがちなものであるため、毎年度継続的に見直しを行うことが必要である。当該補助金は、県から補助を受けていることによる一種のお墨付きという意味もあると聞いているが、もしそうであれば補助金ではなく協賛金という形も一案ではないかと考えられる。

補助対象者、補助対象項目、対象条件の精算・確認など、公平性の担保や費用対効果の検証を前提として、当補助金が真に必要な補助金であるかの判断、および必要な補助金であれば費用対効果の観点からどれほどの金額が適切なのか、毎年の検討が必要である。

#### イ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

令和元年度における当事業の成果指標は「対象イベントに係る観光入込客数 951,000 人」であるが、前年度の平成 30 年度目標と同一の「対象イベントに係る観光入込客数 951,000 人」を設定されており、平成 30 年度の結果 896,500 人を踏まえた成果指標の詳細な見直しは行われていなかった。

成果指標が機能しているとは言い難く実質的に目標がない状況とも解釈ができ、当事業について PDCA サイクルを有効に機能させることが出来ていない。

観光施策において、目標設定から効果検証を行い次回の目標へと反映させる流れは重要であるため、毎年の検討、見直しが望まれる。

### ウ) 損失補てん積立金について (指摘事項)

びわ湖大花火大会実行委員会の事務局がびわこビジターズビューロー内に設置されており、令和元年度の事業収支精算書を閲覧したところ、下記のとおり損失補填積立金 18,000 千円が積み立てられていた。

(単位：千円)

年度別	金額
平成 24 年度積立金	3,000
平成 25 年度積立金	3,000
平成 29 年度積立金	1,500
平成 30 年度積立金	6,500
令和元年度積立金	4,000
合計	18,000

内容を確認したところ、花火が荒天等により中止となった場合、興行中止保険が事業全体の支出額(約 200,000 千円)の 9 割補填となっており、残り 1 割の損失負担に向けて積み立てが行われていた。

積立は平成 24 年度から行われているが、毎年行われているものではなく、また、令和元年度の予算において積立は計上されず、実績として 4,000 千円を積み立てられているなど、ルールに基づいた積立とはなっていない。

この点、損失の発生可能性やその金額の詳細な内容および積立金の必要性について、実行委員会で協議を行っているものの、ルールとしての正式な決定には至っていない。このような積立金は見積りの要素が入るため、恣意性を排除するためにも、本来は厳格なルールのもとに積み立てる必要がある。

約 35 万人が集まる大型イベントについて、安定した大会運営を行うために、リスク管理の観点から、イベント中止に伴い生ずる一定の損失に備える必要性については理解するものではあるが、官民による運営の透明性をより高めるため、損失金額の詳細なシミュレーションをもとに、積立金のルールを正式に決定し、計画的な積立となるよう取組むことが必要である。

県は、びわ湖花火大会開催補助金として毎年度継続して固定的に 18,000 千円をびわ湖花火大会実行委員会に補助しているが、補助金額の決定に際して損失発生のシミュレーションにつきヒアリングを行い損失補てん積立金水準の妥当性を十分に吟味したうえで、補助金額の決定を行うべきである。

## エ) 事業規模に応じた補助金額の設定について（意見）

当事業における北びわ湖大花火大会の収支予算書は以下のとおりである。

なお、当補助金は、北びわ湖大花火大会の事務局（長浜市、彦根市）が隔年で変わることから、長浜市と彦根市へ隔年で支出をしており、令和元年度の支出は彦根市に対する補助である。

### 【収入】

（単位：千円）

科目	H30 予算 (長浜市)	R 元年予算 (彦根市)	増減	摘要
受取補助金	6,000	6,000	-	県補助金
受取補助金	7,000	6,000	△1,000	市補助金
協賛金	25,400	6,000	△19,400	企業協賛金 他
繰越金	-	1,688	1,688	前年度繰越金
雑収益	200	1	△198	預金利息等
合計	38,600	19,690	△18,910	

### 【支出】

（単位：千円）

科目	H30 予算 (長浜市)	R 元年予算 (彦根市)	増減	摘要
委託料	13,200	9,164	△4,035	台船設置、警備等委託料
煙火費	15,750	8,640	△7,110	煙火打上委託料
その他	9,650	1,882	△7,765	
合計	38,600	19,690	△18,910	

支出につき、令和元年度の彦根市の予算成立が遅れたことが影響して協賛金が集まらず、委託料および煙火費をはじめ支出予算が大幅に削減されているが、県からの補助金収入に関しては平成 30 年度予算の金額のまま据え置かれている。要綱においては県の補助金がどの費用に充当されるかの明記がないが、「彦根・北びわ湖大花火大会補助金執行計画書」によると、県費は委託料に 1,000 千円、煙火費に 5,000 千円充当されることが記載されており、平成 30 年度より委託料および煙火費の金額規模が大幅に縮小しているにも関わらず、県からの補助金が平成 30 年度と全く同額であるのは合理性に欠ける。

補助金は社会情勢の変化に伴い、その目的や内容について随時見直しが行われるべきである。補助金の支出および金額は、彦根市とも協議のうえ決定されたものとのことだが、一度交付実績ができるとそれらの見直しがなされにくく、長期化・既得権化しがちであるため、交付するかどうかだけでなく、金額についても妥当であるかどうかは常に見直しを行うことが望まれる。

### オ) 事業報告の検証について（意見）（共通⑤）

当事業において、大津曳山まつりに対する補助金が支出されており、収入および支出は以下のとおりである。

#### 【収入】

（単位：千円）

収入区分	予算	精算額	増減	摘要
県補助金	1,500	1,500	-	県補助金
市町村	9,516	9,516	-	市補助金
その他	3,314	3,434	120	企業協賛金、会費等
合計	14,330	14,450	120	

#### 【支出】

（単位：千円）

支出区分	予算	精算額	増減	摘要
労務費	8,900	8,905	5	各曳山町大工および山方人件費
支援活動費	940	1,510	570	曳き手ボランティア経費
設備費	650	166	△483	祭本部席、観覧席設営代
その他	3,840	3,866	28	
合計	14,330	14,450	120	

大津曳山まつりの予算、実績における支出区分として各曳山町大工および山方人件費に対する労務費が計上されており、各曳山に685千円、合計で8,905千円が支出されている。

この点、各山にまったくの同額が支出されており、人数や単価などの計算根拠は記載されておらず、労務費に対する支出と言うより実質的に各町に対する定額の補助になっているように見える。

また、収支明細につき、精算額は全ての支出区分について明細が添付されていたが、予算は1,000千円以上の支出区分のみしか明細が添付されていなかった。増減比較を行うと、例えば設備費が△483千円（予算比△74%）である一方、支援活動費が+570千円（予算比+61%）となっているが、増減内容について精査しようとしても予算の明細がないため、実績との比較検証が難しい。

実績報告においては明細項目の金額がゼロとなっているものも散見され、予定していたものの支出されなかったのか、元々支出を予定していなかったのかの判断がつかず、適切に補助金を使用されていたのか検証が難しい。

事業の見直し等が行われた場合などに補助金支出の妥当性、必要性を適切に判断できるよう、可能な限り事業実施団体へ資料提出の要請、および検証を行うことが望まれる。

カ) びわ湖ペーロン実行委員会への補助の必要性について（指摘事項）

当事業において、びわこペーロンに対して 500 千円の補助金が支出されている。当事業全体の収入内訳は以下のとおりである。

（単位：千円）

区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
参加料				
20人チーム	1,700	1,330	△370	¥70,000×19チーム
10人チーム	1,500	1,680	180	¥40,000×42チーム
企業協賛料	2,300	2,114	△185	協賛企業数13社
補助金				
滋賀県	500	500	-	
大津市	500	500	-	
計	6,500	6,124	△375	

上記のとおり、収入全体に占める滋賀県からの補助金の割合は8%程度である。補助金は、補助を受ける団体の自助努力を基本として足りない分を補助することが趣旨であるところ、この金額および割合で補助を行う必要性は乏しいように見える。また、報告書によると当イベントへの来場者数は参加選手約1,000名、観客約2,000名とのことであり、他のイベントに比べて明らかに規模が小さく「観光客の積極的な誘致を図るため、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。」という当事業の目的に沿った補助金支出であるかは甚だ疑問である。元々この補助金が交付される趣旨を県に質問したところ、中国との国際交流の観点からとのことであり、上記の事業目的に照らし補助金を交付する合理性は感じられなかった。

この件についてもやはり「ア) 補助金の適切な執行について」でも述べたように、長年見直しが行われることなく長期化・既得権化してしまったものと考えられるため、当補助金の必要性について補助の廃止を含めて検討されたい。



キ) 補助事業確認書の確認日について (意見) (共通⑥)

補助金の実績報告を受けた際に、県は提出資料の内容を確認することとなるが、びわ湖大花火大会補助事業について、実績報告の提出日付が令和2年4月10日であったが、補助事業確認書は以下のとおり確認日が令和2年3月31日となっていた。

補助事業確認書	
補助事業の名称	びわ湖大花火大会開催費補助金
補助事業者名	びわ湖大花火大会実行委員会 副会長 ○○ ○○
交付決定額	18,000,000 円
交付決定日	令和元年5月31日
事業完了年月日	令和2年3月31日
所見	適正に執行されたものと認める。
特記事項	特になし。
<p>確認日 令和2年3月31日</p> <p style="text-align: right;">確認者 滋賀県商工観光労働部観光振興局 ○○ ○○ 印</p>	

この点、県の「会計事務の手引き」において「事業の履行確認後に支出する補助金であって、年度内に補助金の実績報告や額の確定ができていなくても、年度内に履行が確認できれば、その年度の補助金となる。」と規定されている。

しかし、補助事業確認書には履行確認の方法は記載されておらず、実績報告を令和2年4月以降に受けていることから、実績報告書により書類審査したのであれば、履行確認日も令和2年4月10日とすべきある。ただし、履行確認の方法は書類審査以外にも認められているため、別の方法により履行確認が行われたのであれば、補助事業確認書の「特記事項」等にその旨記載しておくことが望まれる。

そもそも、びわ湖大花火大会は、令和元年8月に実施された事業であるので、速やかに実績報告を行うことを指導することも必要である。

## (5) 「ウェルカム滋賀」推進事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略2 心に残る交流 戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める	
取組名	事業内容	
「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。	
成果指標	予算額	決算額
県域協議会加入団体の観光ボランティアガイド会員数 750人	250千円	250千円

当該事業は、滋賀県内の観光ボランティアガイド団体の横断的な組織である淡海観光ボランティアガイド連絡協議会を補助事業者として、滋賀県内の観光ボランティアガイドに対する研修会の開催に要する経費に対し、観光ボランティアガイド研修事業補助金を交付する事業である。

観光ボランティアガイドの概要および団体一覧は以下のとおりである。

自分たちが暮らしている地域等を、無料もしくは低廉な料金で、ご案内・ご紹介しています。訪れる旅行者の方々を温かい心でお迎えし、地域の魅力を発信しています。

近年、全国各地でこのようなガイド活動が活発になっています。最近では地域の紹介にとどまらず、地域づくりに貢献するなど、観光ボランティアガイド活動が地域の活性化や交流に果たす役割の重要性は、ますます高まっています。

「おもてなしの心」を大切にしながら、地域を訪れる方々に喜んでいただけることを糧に、日頃から地域を知る努力や、新たな知識の習得に努め、日々活動に取り組んでいます。

(出典：びわこビジターズビューローホームページ「観光ボランティアガイド」)

エリア	団体名	主な観光地
大津	古都おおつ観光ボランティアガイドの会	世界遺産・比叡山延暦寺、日吉大社、三井寺、近江神宮、石山寺
湖南	草津市観光ボランティアガイド協会	国指定史跡草津宿本陣、追分道標、立木神社
	守山市ボランティア観光ガイド協会	ホテル地藏、天満宮、本願寺赤の井別院

エリア	団体名	主な観光地
	栗東市ボランティア観光ガイド協会	大野神社, 春日神社, 九品の滝, 金勝寺
	野洲市ボランティア観光ガイド協会	三上山, 銅鐸のまち, 妓王寺, 御神社, 兵主大社
	湖南市観光ボランティアガイド「あゆむ」の会	湖南三山(長寿寺、常楽寺、善水寺)、石部宿、三雲城址
甲賀	みなくち観光ボランティアガイド部	横田の渡し, 泉常夜灯, 水口城跡, 大池寺
	忍びの里こうなん・観光ボランティアガイド部	甲賀流忍術屋敷, 新宮神社表門, 矢川神社
	甲賀の郷観光ボランティアガイド会	白洲正子の歩いた「かくれ里」, 甲賀西国33観音霊場
	しがらきの郷・歴史ボランティアガイドの会	天平ロマン夢の跡, 陶芸の森, 窯元散策
東近江	近江八幡観光ボランティアガイド協会	近江商人屋敷, ヴォーリス建築めぐり, 八幡山
	安土町観光ボランティアガイド協会	信長の館, 安土城跡, 桑實寺, 観音寺城跡
	東近江市観光ボランティアガイド協会 八日市支部	船岡山, 金柱の宮, 太郎坊宮, 松尾神社
	東近江市観光ボランティアガイド協会 えいげんじ支部	永源寺, 白洲正子の訪ねた「かくれ里」
	東近江市観光ボランティアガイド協会 がもう支部	あかね古墳公園, ガリ版伝承館, 石塔寺, 願成寺
	東近江市観光ボランティアガイド協会 愛東支部	百濟寺, マーガレットステーション
	東近江市観光ボランティアガイド協会 五個荘支部	弘誓寺, 豪商の本宅, 観峰館
	東近江市観光ボランティアガイド協会 能登川支部	伊庭の水辺景観, 伊庭御殿跡, 朝鮮人街道と町並み, 猪子山散策・北向岩屋十一面観音
	日野観光ボランティアガイド協会 “わたむき”	近江日野商人館, 清水町の街並み, 信楽院
	竜王町観光ウェルカムガイド	義経元服池, 仁王尊, 龍王寺, 苗村神社
湖東	彦根ボランティアガイド協会	彦根城, 玄宮園, 佐和山城跡
	愛荘町観光ボランティアガイド協会	金剛輪寺, 中山道, 豊満神社
	豊郷町観光協会ボランティアガイド「扇会」	豊郷小学校旧校舎群, 中山道ウォーキング
	甲良町観光ボランティアガイド「せせらぎガイド」	八幡神社, 西明寺, 甲良豊後守宗廣記念館, 勝楽寺
	多賀観光ボランティアガイド	多賀大社, 延命地藏尊, 胡宮神社遊歩道
湖北	米原観光ボランティアガイド協会	曳山子供歌舞伎, 山城, 中山道国境
	NPO 法人 長浜観光ボランティアガイド協会	長浜城, 慶雲館, 黒壁スクエア, 竹生島
	奥びわ湖観光ボランティアガイド協会	北国街道木之本宿, 賤ヶ岳古戦場, 小谷城下町, 観音めぐり
湖西	マキノまちづくりネットワークセンター	メタセコイア並木, 重要文化的景観, マキノ高原
	今津ガイド勉強会	
	湖西夢ふるさとワイワイ倶楽部	
	高島町観光ボランティア協会	乙女ヶ池, 大溝城跡, 打下古墳公園, 白鬚神社

(出典：びわこビジターズビューローホームページ「観光ボランティアガイド」)

また、当該事業の予算額および精算額は以下のとおりである。

(単位：千円)

区分	予算額	精算額
<b>収入</b>	<b>1,350</b>	<b>1,341</b>
県補助金	250	250
研修費（参加者負担）	690	726
昼食（弁当代）（参加者負担）	410	365
<b>支出</b>	<b>1,350</b>	<b>1,341</b>
講師謝金等	30	30
手数料	2	1
旅費交通費	3	2
印刷・消耗品等	237	236
通信費・保険料	49	48
賃借料 ※1	433	432
交流研修会弁当代	410	405
ブロック別研修会交付金 ※1	103	81
雑費	83	55
繰越金	-	47

※1 補助事業者が補助対象経費として指定している経費

## 2) 監査結果

### ア) 事業の発展に向けた取組みについて（意見）

観光ボランティアガイドに対する研修会の目的は観光ボランティアガイド団体および各ガイドの交流・情報交換等を行い、ガイドの知識や技術の向上、ホスピタリティ意識の醸成を促すことで、県内のガイド全体の質の向上を図ることと考えられ、県の設定する成果指標「県域協議会加入団体の観光ボランティアガイド会員数750人」に直接寄与する施策とはなっていない。

全国的な高齢化の影響を県も受けており、観光ボランティアガイドの人数は平成28年度末で731人、平成29年度末で720人、平成30年度末で717人、令和元年度末で701人と逡減しているが、平成27年度以降の当該補助金額は毎年度250千円と一定であり、また観光施策の中ではかなりの少額となっている。

一方で、令和元年度の観光ボランティアガイドのガイド実績数は、案内人数176,215人、ガイド件数6,418件、出勤人数9,478人となっている。会員数701人に対して約250倍の案内人数となっていることから、会員数の増加はより多くの観光施策の効果が見込まれる点において重要である。

研修の参加にあたって研修費の参加者負担金が一人当たり2,000円、昼食（弁当代）が一人当たり1,000円となっており、研修に参加する際の自己負担額は3,000円となっているが、研修費については県ができる限り助成することで参加割合を高めることが望まれる。

また、ガイドの件数に応じた補助金の交付や、出勤時の最低限の交通費の助成など、観光ボランティアガイドの個人的な負担を軽減することで、人数を増やすことが望まれる。なお、高齢化の影響で簡単に人数を増やせない場合、現状のガイドのアナウンスをデータ化し、オンラインで配信するなどの少ない人数をシステムにより補完するなどの方法を検討することも重要である。

上記については県の限りある財源から新たに捻出することから十分に検討いただく必要があるが、ボランティア精神のある観光人材の増加は観光施策に十分寄与するものと想定されるため、事業を発展させる方向で検討いただきたい。そのうえで、当該事業の最終的に必要となる観光ボランティアガイドの案内人数の増加を成果指標として設定することで、事業を評価することが望まれる。

## イ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

当該事業の成果指標として県は「県域協議会加入団体の観光ボランティアガイド会員数 750 人」としているが、令和元年度末の実績は 701 人と目標を達成できていなかった。

観光ボランティアガイドの概要は上述したとおり、自身が暮らしている地域等を、無料もしくは低廉な料金で案内紹介し、訪れる旅行者を温かい心で迎えるとともに、地域の魅力を発信する、といった県民のボランティア精神により成り立っており、これを県がサポートすることは観光施策にとっても重要である。

このため、県の目標とする観光ボランティアガイド会員数を増やすことは有意義であるが、当該事業はあくまで淡海観光ボランティアガイド連絡協議会が開催する研修会に対して補助金を交付しているだけであり、設定すべき成果指標としては研修参加人数などが適切であると考えられる。なお、令和元年度の研修会の参加者数および参加割合は以下のとおりである。

### 【交流研修会】 (単位：人)

エリア	会員数①	参加者数②	参加割合②÷①
県全域	717	382	53.3%

### 【ブロック別研修会】 (単位：人)

エリア	会員数①	参加者数②	参加割合②÷①
大津・湖南	152	59	38.8%
甲賀	68	48	70.6%
東近江	172	中止（注）	-
湖東	140	52	37.1%
湖北	138	55	39.9%
湖西	47	中止（注）	-
合計	717	214	

（注）新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止

県は当該事業の成果指標として研修参加人数などの事業成果が適切に評価できる指標を選定し、翌年度以降の事業の評価を実施することが望まれる。

### ウ) 補助事業の変更の際の軽微な場合の取扱いについて（意見）

補助金の交付要綱を確認したところ、補助事業の変更等について第6条に規定しており、軽微な場合を除き、補助対象事業の内容を変更しようとする場合、知事の承認を受けなければならない旨が記載されているが、軽微な場合の取り扱いについて明記されていなかった。

軽微な場合についての取り扱いがない場合、補助事業者の判断によることとなり、県にとって軽微ではない事業内容の変更であっても、知事の承認がなく補助事業者が勝手に変更する恐れがある。また、補助事業者においてもどのような場合に県に変更申請を提出しなければならないかが不明となる。

この点、以下のとおり総務省が例示する大臣承認を必要とする事業費等の20%を一定の基準として採用することが考えられる。

#### 【大臣承認が必要な場合】

◆施設・設備費と用地取得費・道路費の経費の配分を変更するとき（いずれか低い額の20%を超えるもの）。・・・情報通信格差是正事業

例) センター施設の追加整備等

◆事業費の額を変更するとき（20%を超える減額に限る。ただし、入札等による減額は除く）。・・・地域情報通信基盤整備推進交付金

例) 接続施設やサービス提供エリアの縮小等

◆補助事業の内容を変更するとき（軽微な事項を除く）。・・・共通

例) アプリケーションの削除、BB整備からCATV整備への変更等

(出典：総務省ホームページ「補助事業等の適正執行に関する手引き（平成19年7月）」)

上記の考え方を参考に、県は20%以下の補助事業費の減額については軽微な扱いとすることを交付要綱または交付決定通知に記載している場合もあるが、当該補助金においては同様の取り扱いがなされていなかった。

今後、補助対象事業の内容変更について、軽微な場合の内容を明記することが望まれる。

## エ) 補助事業確認書の確認日について（意見）（共通⑥）

補助金の実績報告を受けた際に、県は提出資料の内容を確認することとなるが、実績報告の提出日付が令和2年4月3日であったが、補助事業確認書は以下のとおり確認日が令和2年3月31日となっていた。

補助事業確認書	
補助事業の名称	観光ボランティアガイド研修事業補助金
補助事業者名	淡海観光ボランティアガイド連絡協議会
交付決定額	250,000 円
交付決定日	令和元年5月7日
事業完了年月日	令和2年3月31日
所見	適正に執行されたものと認める。
特記事項	特になし。
確認日 令和2年3月31日	
確認者 滋賀県商工観光労働部観光振興局	
○○ ○○ 印	

この点、県の「会計事務の手引き」において「事業の履行確認後に支出する補助金であって、年度内に補助金の実績報告や額の確定ができていなくても、年度内に履行が確認できれば、その年度の補助金となる。」と規定されている。

しかし、補助事業確認書には履行確認の方法は記載されておらず、実績報告を令和2年4月3日に受けていることから、実績報告書により書類審査したのであれば、履行確認日も令和2年4月3日とすべきある。ただし、履行確認の方法は書類審査以外にも認められているため、別の方法により履行確認が行われたのであれば、補助事業確認書の「特記事項」等にその旨記載しておくことが望まれる。

また、実績報告を速やかに実施するよう補助事業者を指導されたい。



## (6) 映像誘致・ロケ支援事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える	
取組名	事業内容	
映像誘致・ロケ支援事業	映画・テレビ等の映像を通じて本県の豊かな自然や歴史・文化遺産を広く発信することにより、本県のイメージアップと観光および地域の振興を図る。	
成果指標	予算額	決算額
ロケ実施件数：110件	3,626千円	3,626千円

当事業は、滋賀県の観光および物産の振興を図るため、滋賀ロケーションオフィスが行う事業に要する経費の一部に対し、負担金を交付するものである。

滋賀ロケーションオフィスの主な活動内容は以下のとおりである。

- ・映画・ドラマなどの映像制作の誘致
- ・映像制作にかかる情報提供、現地立会いなどのロケ支援
- ・エキストラ等のサポーターの募集
- ・ホームページ等によるロケ支援作品の放映広報

(出典：滋賀ロケーションオフィスホームページ)

## 2) 監査結果

### ア) 事業報告の検証について（意見）（共通⑤）

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で以下のとおり、誘致活動費が1,385千円、撮影支援費が266千円減少している一方で、事務費が予算より769千円増加しており、トータル882千円の減少となっている。

（単位：千円）

科目	予算額	決算額	差引増減額	主な増減理由
誘致活動費	3,300	1,914	△1,385	観光キャンペーン事業と連動し、実施予定だったイベントを、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて中止したため
撮影支援費	2,000	1,733	△266	
事務費	3,166	3,936	769	老朽化に伴い、PCや周辺機器を買い替えたため
合計	8,466	7,584	△882	

上記事務費増加の理由について「老朽化に伴いPCや周辺機器を買い替えたため」となっており、予算外の不要不急な支出を行っているように見えるが、正しくは「年度途中の機器故障によるやむを得ない状況で執行したもの」であり、そのように明記すべきである。

事業環境も時の経過とともに変化し、臨機応変な対応が必要となる場合もあるが、その場合は当該変化、対応が外部から見ても納得できる理由となっているか注意深く検証をおこなうことが望まれる。

### イ) 補助事業確認書の確認日について（意見）（共通⑥）

補助金の実績報告を受けた際に、県は提出資料の内容を確認することとなるが、実績報告の提出日付が令和2年4月24日であったが、補助事業確認書は以下のとおり確認日が令和2年3月31日となっていた。

補助事業確認書	
補助事業の名称	平成31年度映像誘致・ロケ支援事業負担金
補助事業者名	滋賀ロケーションオフィス
交付決定額	3,626,000円
交付決定日	平成31年4月1日
事業完了年月日	令和2年3月31日
所見	適正に執行されたものと認める。
特記事項	特になし。
確認日 令和2年3月31日	
確認者 滋賀県商工観光労働部観光振興局	
〇〇 〇〇 印	

この点、県の「会計事務の手引き」において「事業の履行確認後に支出する補助金であって、年度内に補助金の実績報告や額の確定ができていなくても、年度内に履行が確認できれば、その年度の補助金となる。」と規定されている。

しかし、補助事業確認書には履行確認の方法は記載されておらず、実績報告を令和2年4月24日に受けていることから、実績報告書により書類審査したのであれば、履行確認日も令和2年4月24日とすべきある。ただし、履行確認の方法は書類審査以外にも認められているため、別の方法により履行確認が行われたのであれば、補助事業確認書の「特記事項」等にその旨記載しておくことが望まれる。

また、実績報告を速やかに実施するよう補助事業者を指導されたい。

## (7) 忍者を活用した観光誘客促進事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける	
取組名	事業内容	
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資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。	
成果指標	予算額	決算額
忍者コンテンツ所在5市 観光入込客数 1,570万人	500千円	500千円

県は日本忍者協議会の会費として、500千円の負担金を拠出している。日本忍者協議会は平成27年10月に以下の目的により発足している。

これまで謎に包まれてきた忍者という存在を日本の文化資産として世界に発信すべく作られた、自治体等によって構成される世界唯一の忍者の公式組織。

2020年を見据え、国をはじめ、自治体、大学、観光協会、民間団体、事業所があらゆる垣根を越えて集結。忍者の学術研究や情報収集・情報発信を行い、忍者による観光振興、文化振興、地域経済の活性化を図ることを目的とする。

(出典：日本忍者協議会ホームページ)

日本忍者協議会は日本の文化遺産として世界に発信すべく作られた自治体等によって構成された世界唯一の忍者の公式組織となっている。2019年のラグビーワールドカップと2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据えた訪日観光およびクールジャパンの推進等を活動理念としており、県は単体ではできない広域的な活動や大規模な事業を展開している当該協議会に正会員として参加している。

日本忍者協議会の会員として滋賀県のほか、県内の市町では甲賀市が会員となっている。

## 2) 監査結果

### ア) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

県は当該事業の効果測定として、忍者コンテンツが所在する甲賀市、湖南市、栗東市、彦根市、長浜市の5市の観光入込客数を成果指標としているが、甲賀市以外の4市において忍者との関係性に対する認知度はそれほど高くないものと考えられる。この点、日本忍者協議会のホームページを確認したところ、忍者関連施設団体等の一覧において滋賀県で紹介されている16施設・団体等のほとんどが甲賀市所在であり、唯一甲賀市以外で取り上げられているのは彦根市の旧池田屋敷長屋門であるが、県内には忍者ゆかりの地が甲賀市以外にもあり、例えば栗東市の「鈎の陣跡」、湖南市の「猿飛佐助」、彦根市の「彦根城」、長浜市の「長浜城」などが挙げられる。

しかし、当該業務は日本忍者協議会の会費を拠出しているに過ぎず、上述の忍者ゆかりの地の認知度を高める施策とはなっていないことから、甲賀市以外の4市の観光入込客数を効果測定の指標とすることは疑問を感じる。

日本忍者協議会に会費を負担することにより、忍者の情報発信が多くなった結果、県内の市町の観光誘客の増加を図る場合、甲賀市に限定した成果指標に変更することが望まれる。なお、甲賀市以外の4市を含めた成果指標とする場合であっても、まずは上述の忍者ゆかりの地の広報に力を入れるとともに、日本忍者協議会のホームページに上述の忍者ゆかりの地を取り上げてもらうように働きかけることにより、甲賀市以外の4市に対する忍者との関係性の認知度を向上させることが望まれる。

## (8) 日本遺産・琵琶湖魅力発信事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略1 心を動かす体験 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	
取組名	事業内容	
日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	平成29年度に開催した「水の文化ぐるっと博」で得た成果、課題を踏まえ、引き続き日本遺産「琵琶湖とその水辺景観－祈りと暮らしの水遺産」の認知度向上のため、日本遺産の情報発信に取り組む。	
成果指標	予算額	決算額
日本遺産構成文化財が所在する市の宿泊者数 330万人	4,100千円	4,100千円

(出典:令和元年度ツーリズムビジョンアクションプラン、商工観光労働部観光振興局)

地域の歴史的魅力や特色を通じて日本の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産」として文化庁が認定している。文化庁は東京で開催予定のオリンピック・パラリンピックに向け、訪日外国人旅行者が日本全国を周遊し、地域の活性化に結びつくようにするために、104件のストーリーを日本遺産に認定している。

なお、県内には以下の6つの日本遺産について認定を受けている。

日本遺産の名称	所在地
琵琶湖とその水辺景観 ～祈りと暮らしの水遺産～	滋賀県
忍びの里 伊賀・甲賀 ―リアル忍者を求めて―	滋賀県・三重県
きっと恋する六古窯 ―日本生まれ日本育ちのやきもの産地―	滋賀県・岡山県・福井県・愛知県・兵庫県
1300年つづく日本の終活の旅 ～西国三十三所観音巡礼～	滋賀県・岐阜県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県
海を越えた鉄道 ～世界へつながる鉄道のキセキ～	滋賀県・福井県
京都と大津を繋ぐ希望の水路 琵琶湖疏水 ～舟に乗り、歩いて触れる明治のひとつとき～	滋賀県・京都府

(出典:文化庁「日本遺産ポータルサイト」ホームページ)

当該事業は「琵琶湖とその水辺景観 ～祈りと暮らしの水遺産～」として日本遺産の認定を受けた事務局である日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会に対して日本遺産魅力発信事業補助金を交付する事業であり、当該補助金の交付要綱の補助対象事業および補助金額は以下のとおりである。

補助対象事業	補助率等
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」を契機として、地域が主体となる取組に繋げるため、日本遺産の魅力を発信することで地域への誘客を図るための事業 (1) 日本遺産公式 Web サイトの改修・運営 (2) 周遊型モニターツアーの実施 (3) 日本遺産の普及イベントの開催 (4) 協議会運営事務費	定額 (4,100 千円以内)

令和元年度における当該事業の実績は以下のとおりである。

区分	事業実績
(1) 日本遺産公式 Web サイトの改修・運営	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内の日本遺産に関する情報を発信する Web サイトに、平成 30 年度に追加認定された構成団体及びその構成文化財を追加</li> <li>・ 訪日外国人の誘客に繋げて行くための多言語表記による更新</li> </ul>
(2) 周遊型モニターツアーの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 複数の日本遺産の地域を繋ぐモニターツアーを県外の旅行会社向けに実施し、旅行商品化に繋げることを予定（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止）</li> </ul>
(3) 日本遺産の普及イベントの開催	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和 2 年 3 月 8 日に開催予定であった「光秀大博覧会」のオープニングイベントと連携し、「日本遺産」×「戦国」をテーマに普及イベントを予定（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止）</li> <li>・ 上記イベントの中止に伴い、イベントに代わる日本遺産の魅力発信媒体としてノベルティ等を作成</li> </ul>
(4) 協議会運営事務費	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本遺産連盟への参画</li> <li>・ 文化庁主催日本遺産 PR イベントの参加</li> <li>・ 日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会の運営</li> </ul>

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標と、事務局が文化庁に提出している地域活性化計画で設定している成果指標が、以下のとおり相違していた。

項目	成果指標	
	ツーリズムビジョン アクションプラン	地域活性化 計画
日本遺産関係 10 市の入込客数	設定なし	42,780 千人
日本遺産関係 10 市の宿泊者数	3,300 千人	3,689 千人
県政世論調査等における「誇ることができる文化」のうち、「魅力ある風景」の回答率	設定なし	50.8%
日本遺産関連旅行商品	設定なし	77 件

県は成果指標を 1 項目だけ設定しているが、地域活性化計画では 4 項目設定されている点で相違している。また、共通する「日本遺産関係 10 市の宿泊者数」の成果指標についても、県は 3,300 千人と設定しているが、地域活性化計画では 3,689 千人と相違している。

ツーリズムビジョンアクションプランにおいて事業を設計する県の成果指標と、事業の実施主体である日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会の成果指標が相違する場合、事業の実施内容において双方での認識の相違が生じることになり、事業にかかる時間や資金などの資源においても差が生じることになるため、問題である。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。



### イ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

成果指標の設定において「日本遺産関係 10 市の宿泊者数 3,300 千人」を成果指標として設定しているが、日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会が集計する日本遺産関係 10 市の宿泊者数の実績は以下のとおり平成 27 年以降において 3,500 千人以上となっている。

(単位：千人)

年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
宿泊者数	3,570	3,507	3,626	3,683	3,766

(出典：日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会

「日本遺産を通じた地域活性化計画における目標と期待される効果【定量的なもの】」)

過去の宿泊者数の実績が 3,500 千人以上で推移しているにもかかわらず、県の 3,300 千人の成果指標は容易に達成可能な人数であり、これを成果指標と掲げるのは過小評価であったと言わざるを得ない。

成果指標の設定に際して過去の実績を実施主体のみならず県も把握することは当然である。そのうえで、事業の遂行によって望ましい事業効果を発揮した場合を想定した目標値を設定することが望まれる。

### ウ) 日本遺産に関する情報発信について（意見）

県の観光情報はびわこビクターズビューローのホームページに掲載されており、当該事業の対象となる日本遺産「琵琶湖とその水辺景観 ～祈りと暮らしの水遺産～」についても掲載されているが、その他 5 つの日本遺産については掲載されておらず、リンク先等の情報も掲載されていなかった。

日本遺産として情報を公開することは県の観光入込客数の増加に寄与すると考えられる。また、日本遺産は地域に点在する文化財の把握とストーリーによるパッケージ化といった特徴を有しており、日本遺産が目当ての観光入込客が県内を周遊することから、観光消費額単価の向上にも寄与すると考えられる。

当該事業は県単独の日本遺産であり、その他 5 つの日本遺産は他の府県も含まれているものの、まずは県の観光情報を集約的に紹介しているびわこビクターズビューローのホームページには最低限情報を公開することが必要である。なお、県は令和 2 年度に改訂・増刷した日本遺産のパンフレットでは、県内に所在する 6 件の日本遺産を紹介するページを作成するとともに、そのデータをびわこビクターズビューローのホームページに掲載している。

## エ) 事業内容の変更について（意見）（共通⑧）

当該事業において周遊型モニターツアーの実施および普及イベントの開催を計画していたものの、新型コロナウイルス感染症拡大防止策として、県外からの不特定多数の参加者が見込まれるイベント開催の延期もしくは中止した影響で、周遊型モニターツアーおよび普及イベントを中止した。

しかし、中止により経費が削減されているが、これに代わる変更案として、中止となった周遊型モニターツアーのコース情報等を Web サイトに掲載し、日本遺産の PR に資するノベルティ（ボールペンとクリアファイル）の普及資材を新たに作成した結果、補助対象経費の合計は以下のとおり変更前後で同額となっていた。

（単位：千円）

区分	変更前予算	変更額	変更後予算
(1) 日本遺産公式 Web サイトの改修・運営	300	+206	506
(2) 周遊型モニターツアーの実施	1,300	△688	611
(3) 日本遺産の普及イベントの開催	2,400	+482	2,882
(4) 協議会運営事務費	100	±0	100
合計	4,100	±0	4,100

周遊型モニターツアーの中止に伴い、コース情報等を Web サイトに掲載する点については一定の理解はできるものの、新型コロナウイルス感染症拡大防止策が策定され、観光入込客が見込めない段階で、日本遺産の PR に資するノベルティの普及資材を余った予算を活用して追加的に作成することは、中止前の内容に対して十分な効果が期待できない変更となっているのではないかと感じる。

地方自治法第 232 条の 2 において、「普通地方公共団体は、その公益上必要がある場合においては、寄附又は補助をすることができる。」と定められており、補助金を交付するに際しては公益上の必要性が重視されるべきであるが、特定の補助対象者に対して補助金の効果が十分に期待できない交付は公益上必要とは言えない。

不要となった補助金については返還、もしくは交付を取り消すなど行ったうえで、翌年度以降に補助金の効果がみられる場合に改めて補助金として交付することが望まれる。

## (9) 「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略1 心を動かす体験 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	
取組名	事業内容	
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業	本県ゆかりの戦国武将“明智光秀”が主人公となる大河ドラマ「麒麟がくる」の放映に合わせ、多様な主体が一丸となって取り組む「戦国」をテーマとした観光キャンペーンを展開して、本県の戦国を中心とした魅力を発信・PRし観光誘客に繋げる。	
成果指標	予算額	決算額
戦国キャンペーン新規プログラム参加者数 20 万人	103,000 千円	100,300 千円

戦国時代、滋賀県は都に近く交通の要衝でもあったことから、様々な戦国ゆかりの観光資源が存在している。

当事業は、滋賀県ゆかりの戦国武将「明智光秀」が主人公となる大河ドラマの放映を機に、戦国をテーマとした観光キャンペーンを展開し、滋賀県の魅力発信を行い観光誘客に繋げるため、びわこビジターズビューローおよび滋賀ロケーションオフィスが行う観光キャンペーンに係る事業に要する経費に対し補助金を支出する事業である。

(単位：千円)

区分	予算額	決算額	差引増減額
びわこビジターズビューローへの補助			
①戦国キャンペーン広報・PR事業	70,100	70,592	492
②キャンペーンイベントおよび周遊促進事業	4,000	4,725	725
③戦国観光キャンペーン地域観光支援事業	8,000	7,025	△975
④DC誘致調査研究に要する経費	5,254	5,011	△243
⑤運営職員費	8,646	8,646	-
計	96,000	96,000	-
滋賀ロケーションオフィスへの補助			
情報発信に要する経費	7,000	4,300	△2,700
合計	103,000	100,300	△2,700

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

びわこビジターズビューローから提出された補助金事業計画書によると、本事業の成果指標は平成31年3月27日に開催された滋賀県戦国観光キャンペーン推進協議会設立総会において設定された目標を記載しているが、ツーリズムビジョンアクションプランの成果指標と以下のとおり相違していた。

事業名	実施主体	成果指標	
		ツーリズムビジョン アクションプラン	実施主体
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」 観光PR推進事業	びわこビジターズビューロー	戦国キャンペーン新規 プログラム参加者数 20万人	【補助金事業計画書】 ・延べ観光入込客数： 5,500万人 ・宿泊客数：410万人 ・観光消費額：1,910億円

びわこビジターズビューローにおいて原因を確認したが、数値の作成時点によるズレであり、目標設定について綿密な摺り合わせができていないとのことであった。今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。

### イ) 事業費の精算について（指摘事項）（共通③）

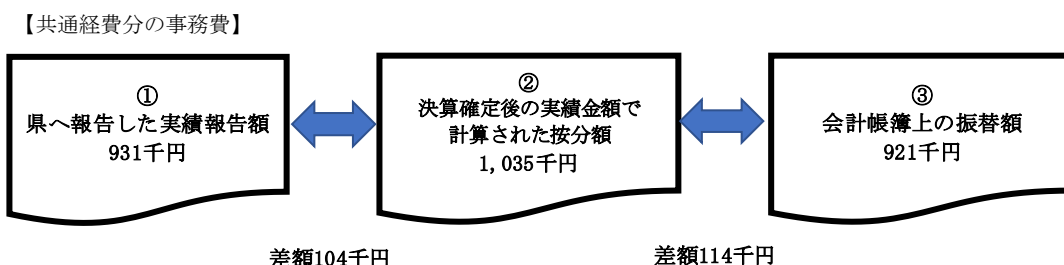
平成 31 年度戦国観光キャンペーン推進事業補助金として、96,000 千円がびわこビジターズビューローに支出されているが、下記のとおり収支精算書において事業内で多少の差異はあるものの、合計支出の予算額と精算額が完全に一致している。

（単位：千円）

区分	予算額	精算額	差引増減額
①戦国キャンペーン広報・PR 事業	70,100	70,592	492
②キャンペーンイベントおよび周遊促進事業	4,000	4,725	725
③戦国観光キャンペーン地域観光支援事業	8,000	7,025	△975
④DC 誘致調査研究に要する経費	5,254	5,011	△243
⑤運営職員費	8,646	8,646	-
計	96,000	96,000	-

96,000 千円という多額の事業を行うにあたり、予算と実績は多少の差異が出る事が予想され、合計が完全に一致するのは不自然である。

この内容についてびわこビジターズビューローにおいて確認を行ったところ、事業費を集計する際に、各事業で共通的に発生する共通経費分の事務費において概算額での計上が行われており、予算額と精算額が一致するよう計上していたとのことであった。そのため、実績報告に含まれている共通経費分の事務費は 931 千円のところ、決算確定後の実績金額で計算された実際の按分額は 1,035 千円であり、104 千円の差額が生じていた。また、会計帳簿上においても他事業より当事業への事務費の振替がなされているが、当事業に振替えられた金額の合計は 921 千円であり、この金額とも差額が生じていた。状況をまとめると以下のとおりである。



上図における①と②および②と③の差額について、生じている原因をそれぞれ確認したところ、下記のとおりであった。

#### 【①と②の差額原因】

県へ報告した実績報告において予算額と精算額を一致させるべく、事務費を概算で計上していたことが原因である。ただし、そもそも当事業の補助金交付要綱7条において、実績報告の提出期限につき「事業完了後30日以内、もしくは平成32年3月31日のいずれか早い日までに提出しなければならない」という規程があるため、通年で行われる当事業においては実績報告を出す期限が実質的に令和2年3月31日になってしまい、概算で計上して報告せざるを得ないという事情があった。つまり、確定額が判明する前に実績報告を提出しなければならず、実績報告の金額を一部概算で計上せざるを得ない状況となっていた。

#### 【②と③の差額原因】

会計帳簿上で当事業に集計されている事業費を補助金精算額と一致するように、振替を行っていることが原因であった。なお、差額の114千円はびわこデジタルズビューローの自主財源で賄っている金額を意味している。

原因の根底には、事業費の予算と精算額を一致させるよう、県とびわこデジタルズビューローとで話がなされていたことがあった。今回の事業においては、決算確定後の実績額が県への報告額を上回っているが、逆に下回った場合は補助金の返還が生じることとなる。

①と②の差額原因については、補助金の財源に国費が関わることから補助金交付要綱を変更することは困難であり、一部はどうしても概算計上せざるを得ないとのことだが、各資料は可能な限り実績に基づいた数値で計上し、予算額と精算額を無理に一致させることは避けるべきである。また、概算が含まれる部分については、事後的に実績金額と比較し、問題がないかの検証を行う体制を構築する必要がある。

当事業全体の所感としては、ターゲットやコンセプトが明確であることやパンフレット等のデザインも興味を引くものであるなど、観光客の増加に寄与し、県全体に活気をもたらしたものと考えている。精算方法などの事務的な業務にとらわれることなく、このような効果的なイベントが継続されるようにするためにも、実績精算の適切な処理が行われる仕組みを構築すべきである。

#### ウ) 事業内容の変更について（指摘事項）（共通⑧）

事業計画書によると、戦国キャンペーン広報・PR 事業の中で、1,295 千円の費用をかけて2回のプレスツアーを行う予定であったが、実績報告によると新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2回目のプレスツアーが中止された旨の記載がなされている。2回目のプレスツアーの費用は使用されなかったはずであるが、実績報告には使用されなかった費用がどのように扱われたか記載されておらず、県と協議は行っているものの、明確な記録が残されていなかった。

びわこビジターズビューローにおいて確認を行ったところ、2月末、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響でプレスツアーの2回目を中止せざるを得ない状況となり、直前かつびわこビジターズビューローの指示による中止であったため、準備に要した経費を委託者で負担したとのことであったが、当該事実を示す証憑は残されていなかった。また、その他にメインビジュアルを1体追加（605 千円）する変更も行っており、一括して多岐に渡る事業を委託していたことから、その都度精算することは現実的ではないため、委託事業完了時に一括して精算するとのことであったが、プレスツアーの中止、メインビジュアルの追加も含めて最終的な変更契約は締結されずに、当初の見積り通りに精算が行われていた。

当初の発注内容を変更すべき事象が発生した場合は内容を精査し、変更内容の協議記録および顛末の記録等も併せて残すことが必要である。また、事業報告がなされた際は、県として真に必要な事業に補助金を使用したか懐疑心を持ってチェックを行うことが必要である。

#### エ) 事務局事務費について（意見）

「平成 31 年度戦国観光キャンペーン推進事業補助金事業計画書（積算）」において各事業の積算がなされているが、各事業に事務局事務費が計上されており、その合計は 978 千円となっている。しかし、資料上で事務局事務費の計算根拠は示されておらず、県としても確認をしていない。なお、びわこビジターズビューローにおいて確認を行ったところ、過去実績を基準に事業費の約 1.2%を事務費として計上しているとのことであった。

積算の根拠が妥当であったとしても、資料からはそれが読み取れず、外部から見た場合に積算が妥当であるかの事前判断、および支出の内容が妥当であったかの事後判断が出来ないことにも繋がるため、県として積算の妥当性を確認する仕組みを確立することが望まれる。

### オ) 運営職員費について (意見)

「平成 31 年度戦国観光キャンペーン推進事業補助金事業計画書 (積算)」において運営職員費の積算がされているが、うち、嘱託職員の積算が以下のようになされている。

給料	203,400 円	×	12 月	=	2,440,800 円
通勤手当	12,000 円	×	12 月	=	144,000 円
時間外勤務手当	10,000 円	×	12 月	=	120,000 円
社会保険料	40,000 円	×	12 月	=	480,000 円
健康診断費	7,038 円	×	1 人	=	7,038 円
			合計		<u>3,191,838 円</u>

上記内容につき、社会保険料率は

$$40,000 \text{ 円} \div (203,400 \text{ 円} + 12,000 \text{ 円} + 10,000 \text{ 円}) = 17.7\%$$

と計算されるが、例えば全国健康保険協会発表の平成 31 年度保険料額表によると、法人負担分の料率は 15.3% (注) であり、積算過程における社会保険料率は過大となっているが、県は詳細について追及していない。また、びわこビジターズビューローにおいても当該内容を確認したところ、概算であり詳細な計算までは行っていないとの回答であった。

社会保険料は、積算の過程である程度正確な数値を持って計算が可能な項目であり、改善が望まれる。

注：介護保険第 2 号被保険者の場合で計算

労働保険料は 9/1000 で計算



### カ) 補助金等の実績報告書の記載について（意見）（共通⑦）

補助金等の実績報告の際に、補助対象事業にかかる収支計算書を添付することを交付要綱等において定めているものの、具体的な記載方法を明記しておらず、公益社団法人びわこビジターズビューローに対する補助金の収支精算書を確認したところ、以下のとおり補助金額を限度とした支出の状況のみ記載されており、補助金額を超える支出額の記載がなく、勘定科目別にもなっていないかった。

（単位：千円）

収支精算書				
（収入）				
区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
平成 31 年度戦国観光キャンペーン推進事業補助金	96,000	96,000	-	
計	96,000	96,000	-	
（支出）				
区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
①戦国キャンペーン広報・PR 事業	70,100	70,592	492	
②キャンペーンイベントおよび周遊促進事業	4,000	4,725	725	
③戦国観光キャンペーン地域観光支援事業	8,000	7,025	△975	
④DC 誘致調査研究に要する経費	5,254	5,011	△243	
⑤運営職員費	8,646	8,646	-	
計	96,000	96,000	-	

補助金等は、公益上必要なものとして自助努力では成り立たない団体・事業等に対して交付すべきものであり、交付の必要性を把握するためには事業全体にかかる収支状況を把握することは重要である。

補助金の実績報告にかかる収支計算書等について標準的な記載方法を示したうえで、事業全体の収支状況を確認することが望まれる。

## (10) 観光人材育成等地域支援事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略2 心に残る交流 戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める	
取組名	事業内容	
観光人材育成等地域支援事業	観光まちづくりをPDC Aサイクルに基づき、戦略的に事業展開を行い牽引する人材を育成し、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。	
成果指標	予算額	決算額
観光人材研修：5回 県域研修会：3回	16,460千円	16,460千円

県は上表のとおり、観光人材育成のため、補助事業者であるびわこビジターズビューローに対して、観光人材育成等地域支援事業補助金を交付している。当該補助金の補助対象事業は観光人材育成事業とビッグデータを活用した地域支援事業の2つの事業であり、これらをまとめて1つの補助金として交付している。

当該補助金の補助対象事業および補助金額は以下のとおりである。

(単位：千円)

事業	補助金額	補助対象事業
観光人材育成事業	6,260	ア 「(仮称)観光人材育成アカデミー」 ・全体コーディネイト 設計費・企画料・教育費等 ・講師派遣費用 派遣費・旅費等 ・会場費 ・報告書作成 ・管理費 イ 県域研修会 ・講師派遣費用 派遣費・旅費等 ・会場費
ビッグデータを活用した地域支援事業	10,200	・ビッグデータの取得 ・チーフマーケティングオフィサーの設置

令和元年度における事業実績は以下のとおりである。

事業	事業内容
観光人材育成事業	<p>市町観光協会等の職員を主な対象として3年間のカリキュラムで観光専門人材育成研修「しが観光人材育成アカデミー」を以下のとおり開講している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第1回：観光学、デスティネーション・マーケティング～基礎を学ぶ～</li> <li>・第2回：デザイン思考～クリエイティブな思考を学ぶ</li> <li>・第3回：観光実践～商品造成・観光プロモーションを学ぶ～</li> <li>・第4回：観光実践～訪日インバウンドの現状・体験コンテンツ造成を学ぶ～</li> <li>・第5回：マーケティング基礎～地域データ分析を学ぶ</li> </ul> <p>※アカデミー受講者：延べ128名</p> <p>また、アカデミー受講者に加え、市町・観光関連団体・観光事業者などの参加者を募集し、人材育成だけでなく、滋賀県のブランド力や観光まちづくりの取り組みなど県内全体での連携を検討できるプログラムで「県域研修会」を以下のとおり開催している。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第1回：地域ブランド形成のための物語化・ストーリー作り</li> <li>・第2回：効果的プロモーションによる人を集める観光地づくり</li> </ul> <p>なお、受講生を8グループに分けて、メンバーが所属するエリアについての体験プログラム・着地型旅行商品の企画やプロモーション施策等について成果発表会を予定していたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止となった。</p>
ビッグデータを活用した地域支援事業	<p>日本人観光客と訪日外国人の動態について、ビッグデータ（Wifi接続データやGPSデータ基地局データなど）を取得し、調査・分析を行っている。</p> <p>また、情報分析官（チーフマーケティングオフィサー）を設置している。ビッグデータからのマーケット分析をもとに、来県した観光客の旅行実態および潜在的ニーズを把握し、「しが観光人材育成アカデミー」の講座において、受講者の活動する地域の実情に合わせた戦略策定等の取組を支援している。</p>

## 2) 監査結果

### ア) 事業の必要性について（意見）

ビッグデータを活用した地域支援事業 10,200 千円のうち、5,500 千円については、来県した観光客の動態ビッグデータによるマーケティング調査と分析を行い、旅行実態および潜在的ニーズを把握するとともに、各地域において分析に基づいた戦略的な施策の策定を行える環境を整えることを目的とする事業を外部に委託している。

ただし、事業内容の詳細を確認したところ、ビッグデータを分析等した資料を委託業者が作成し、観光人材育成事業の研修会の資料として活用することを主な目的としていた。

県は、パラメータ調査において、滋賀県内の観光地に来訪する観光客から、観光目的・宿泊数・旅行費用などの情報をアンケートで聴き取り、DMO の必須成果指標である「旅行消費額」「延べ宿泊者数」「来訪者満足度」「リピーター率」を設定し、施策の効果的な立案のための基礎材料としているものの、観光客の周遊状況を十分に把握・分析できておらず、データに基づいた施策構築が実施できていないといった問題点を有している。日帰り観光客が多い県にとっては、周遊を促進させることで観光消費額単価を向上させ、観光消費額の増加につなげることが非常に重要であり、本事業はこの点に重点を置いたものとするべきであった。

周遊状況を連続性のあるデータにより把握・分析することは、より戦略的かつ効果的な施策の立案の材料として有益であり、周遊状況の見える化は、非常に重要な事業であると考えられるため、継続的な取組みを計画したうえで実行することが必要である。

当該事業は継続しなければ効果がなく、単年度で終わってしまうと高額であることも相まって、実施することが不要であったと判断されかねない。今後、事業の設計の際には長期的な視点に立って効果的に事業が継続されるように検討することが望まれる。

### イ) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標と、びわこビジターズビューローが掲げる成果指標が、以下のとおり相違していた。

対象事業	成果指標	
	県	びわこ ビジターズビューロー
観光人材育成等地域支援事業	観光人材研修：5回 県域研修会：3回	観光人材アカデミー 延べ参加者数：120名

県は当該事業の成果指標を、「観光人材研修：5回、県域研修会：3回」と設定しているが、びわこビジターズビューローの成果指標は「観光人材アカデミー延べ参加者数：120名」となっており、相違している。

当該事業の本来の目的は平成30年度から令和2年度までの3年間において、観光専門人材を20名育成することであり、そのための必要な研修の開催数が目標値として設定されている観光人材研修5回である。

本来、観光専門人材を3年間で20名育成するためには年度別に研修生を何名確保するかについて検討したうえで、実施計画を策定し、各年度における研修生を目標値とするなどのびわこビジターズビューローの設定する指標が適切と考えられる。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つとともに、目的に整合的な成果指標を設定することが望まれる。

#### ウ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

成果指標の設定において「観光人材研修5回、県域研修会3回」という、容易に達成可能なアウトプット指標を成果指標として設定していた。

当事業の目的は「観光まちづくりをPDCAサイクルに基づき、戦略的に事業展開を行い牽引する人材を育成し、観光振興のレベルアップと地域の活性化を目指す。」ことであり、研修会の開催数そのものは目的とはならないはずである。

また、当該事業は①人材育成と②ビッグデータの分析が含まれているが、このうち②ビッグデータの分析については成果指標を定めていない。

事業の評価を行ううえで、事業目的を達成しているかを測定するための一定の指標を設けることは極めて有効であるが、成果指標を定めていないため、②ビッグデータの分析についてその目的が達成されているのかが不明確となっている。

今後、事業を遂行する際に目的を明確にしたうえで、容易に達成可能な成果指標を選定することがないように、例えば観光客の周遊状況を把握・分析し、既存の周遊状況とは別の新たな周遊方法を5件設計するなどの成果指標を定めることが望まれる。

エ) 事業費の精算について（指摘事項）（共通③）

補助金の交付時の予算額と決算額が、まったくの同額となっていた。補助事業者であるびわこビジターズビューローから提出された収支精算書は以下のとおりであった。

（単位：千円）

区分	予算額	精算額
<b>収入</b>	<b>16,460</b>	<b>16,460</b>
県補助金	16,460	16,460
<b>支出</b>	<b>16,460</b>	<b>16,460</b>
観光人材育成事業	6,260	6,260
ビッグデータを活用した地域支援事業	5,500	5,500
チームマーケティングオフィサーの設置	4,200	4,200
事務費	500	500

この点について、びわこビジターズビューローの精算額のうち、支出額の内訳を総勘定元帳で確認したところ、以下のとおり予算額と精算額との差額はすべて他事業部からの振替といった共通費の按分となっている。

（単位：千円）

勘定科目	精算額
観光人材育成事業委託費	6,256
ビッグデータを活用した地域支援事業委託費	5,494
出向者の人件費・通勤手当（チームマーケティングオフィサーの設置）	4,198
旅費	36
契約印紙代	20
<b>直接経費計</b>	<b>16,006</b>
通信運搬費	230
消耗品費	120
燃料費	20
賃借料	53
手数料	30
<b>共通費計</b>	<b>453</b>
<b>合計</b>	<b>16,460</b>

共通費の配賦基準を確認したところ、人員数に基づいているが、すべての勘定科目において人員数を基準とすることに合理性がないため、共通費を勘定科目によって合理的な配賦基準に基づき案分することが必要である。

#### オ) 事業報告の検証について（意見）（共通⑤）

観光人材育成事業について、びわこビジターズビューローが補助金の交付申請時に提出している事業計画書ではアカデミー講座を6回程度開催することとしていたが、開催実績は5回であり、講座開催数を5回とする計画の変更等はなされていなかった。

5回とした理由は、研修会の対象となる観光協会職員等の出席率を上げるためであり、回数を1回減らす代わりに、1回あたりの時間を延ばすことで予定していた全てのカリキュラムの実施を担保しつつ観光繁忙期である秋季の開催を回避している。びわこビジターズビューローが補助金を申請したのちに、県と協議の上で決めたとのことであるが、計画書および事業費の積算の変更はなされていなかった。

県は、事業内容に変更があった場合は、計画の変更を行い、変更計画の事業費の積算を適切に確認の上、不用となった事業費については返還を求めることが必要となる。また、事業費の積算根拠について、例えば研修講師の派遣に関する謝金の相場は知名度等によって大きく差があるものの、県の予算の段階では県が認識する謝金の相場以上の申請はできないとのことであり、予算の積算の段階から実態を乖離したものとなっているとのことである。

今後、県は予算の積算・申請の際に適切な事業費となるように見積もることが望まれる。



### カ) 事業費の概算払いについて（指摘事項）

県は補助事業者であるびわこビジターズビューローからの観光人材育成等地域支援事業補助金執行計画書の提出を受け、四半期別に補助金を概算払いしているが、以下のとおり当該執行計画とびわこビジターズビューローの執行時期で一部乖離している状況が見受けられた。

【支出の執行計画】 (単位：千円)

区分	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	翌年度
観光人材育成事業	-	1,500	2,000	2,760	-
ビッグデータを活用した地域支援事業	-	1,500	2,500	1,500	-
チームマーケティングオフィサーの設置	1,050	1,050	1,050	1,050	-
事務費	-	150	200	150	-

【支出の実績】 (単位：千円)

区分	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	翌年度
観光人材育成事業	-	-	-	-	6,256
ビッグデータを活用した地域支援事業	-	-	-	-	5,494
チームマーケティングオフィサーの設置	1,063	1,035	1,064	1,035	-
事務費	-	26	13	17	-
	上記のほか、453千円の共通費を年度末に配賦しているが、配賦前の執行時期については不明である。				

上記のとおり、チームマーケティングオフィサーの設置に関する経費の執行時期は執行計画と実績でおおむね同額となっているが、業務委託している観光人材育成事業およびビッグデータを活用した地域支援事業については、年度末に業務の履行を確認したのちの支払となるため、実際の支払時期は翌年度の令和2年5月15日であるにもかかわらず、執行計画では令和元年度の第2四半期から第4四半期において支出の計画が生じている形で作成されている。

また、びわこビズターズビューローから補助金の請求時期の変更について、令和元年11月に以下の連絡を受けている。

本事業にかかる補助金執行計画書によるこの時期には、本来第3四半期分を請求すべきところである。

しかし、当事業の執行計画を見直したところ、本事業は7月から観光人材アカデミーが開始し、現在アカデミー2回、県域研修会1回が終了している。第3四半期には秋の行楽シーズンに該当するため、アカデミーなどの開催が2か月ほど行わないことから、執行上、この時期に第1、第2四半期分を合わせて請求しても今後の事業の執行が可能と判断しましたので、この時期に請求を行うものです。

なお、今後の補助金請求時期については、下記に基づき行う予定です。

記

第3四半期 1月中を予定

第4四半期 3月上旬を予定

以上

上記については業務委託先との契約締結後の連絡となっているが、第1、第2四半期分の支払時期を第3四半期に請求する点のみを変更している。その他についてはおおむね執行計画のとおりとなっているが、観光人材育成事業およびビッグデータを活用した地域支援事業の支払時期を変更していない。

県は滋賀県補助金等交付規則第15条第2項において、「知事は、補助金等の交付の目的を達成するため必要があると認めるときには、概算払いまたは前金払いにより交付することができる」と定めており、当該補助金の交付要綱においても同様に知事が認める場合に概算払いを認めている。すなわち、補助金は事業遂行後の後払いを原則としつつも、事業遂行に必要があると認める場合に知事が認める場合については例外的に概算払いを認めているにすぎない。

上記からすると、実態と乖離した支払時期を記載した執行計画書について、県は執行時期の精査を怠っていたと言わざるを得ない。

今後、補助金は原則として後払いである趣旨を県は適切に理解し、そのうえで事業遂行のために概算払いが必要であるかを確認することが必要である。

#### キ) 事業設計について (意見)

観光人材育成等地域支援事業には、①観光地域づくりを牽引する地域の観光振興の核となる人材を育成する事業と、②ビッグデータを活用した地域支援事業が含まれており、2つの事業は異なる目的となっているが、1つの事業に集約されていた。

本来は、滋賀県基本構想を達成するために、「健康しが」ツーリズムビジョン2022およびツーリズムビジョンアクションプランを策定し、そこで必要と判断された施策の目的を達成するための事業を設計すべきである。

この点、県は人材育成を目的とした事業として1つに集約したとのことであるが、①人材育成と②ビッグデータの分析では専門性が異なっており、1つの事業とする明確な理由とはなっていない。また、当該事業の補助金の交付先であるびわこビズターズビューローは当該事業を外部委託しているが、その際の観光人材育成等地域支援事業業務委託にかかる公募型プロポーザル実施要領において、①人材育成と②ビッグデータの分析の2つの事業を含めて委託先を選定しているが、前述のとおり、研修業務と分析業務では専門性が異なることから、必要十分な委託先を選定できない可能性を有している。

事業設計に際して、目的を明確にしたうえで必要と判断される事業を選定することが望まれる。なお、県は令和2年度において、当該事業から①人材育成と②ビッグデータを区分し、2つの事業として整理している。

## (11) コンベンション招致事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略1 心を動かす体験 戦略③ くらし・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	
取組名	事業内容	
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。	
成果指標	予算額	決算額
支援件数：100件	3,857千円	3,857千円

びわこビジターズビューローが実施する県の観光および物産の振興のための11事業に対して県が観光物産振興事業負担金を交付しており、当該事業は11事業のうちの1事業である。

(単位：千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	観光物産情報発信事業	32,155	31,980
2	地域活性化事業	14,000	13,681
3	国際観光推進事業	1,200	1,200
4	教育旅行誘致事業	2,950	2,900
<b>5</b>	<b>コンベンション招致事業(当該事業)</b>	<b>3,857</b>	<b>3,857</b>
6	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000
7	物産振興事業	8,046	8,046
8	東海地区観光物産情報発信事業	731	804
9	おいで～な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182
10	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405
11	運営費助成事業	16,698	16,698
合計		83,553	82,753

当該事業は国内外の会議や大会等のコンベンションを県に招致することを目的としており、令和元年度における当該事業の実績は以下のとおりである。

(単位：千円)

区分	事業実績	負担金
(1) セミナー・セールス事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>「地方都市コンベンション協議会」に参画し、6地区（新潟・松本・びわこ・和歌山・高松・長崎）と合同セールスや合同セミナーを実施し、首都圏におけるコンベンション情報の収集やPR活動を実施</li> </ul>	970
(2) 大手旅行会社等 MICE 担当者現地研修会	<ul style="list-style-type: none"> <li>大手旅行会社や運営事業者の MICE 担当者を滋賀県に招請し、会議会場や琵琶湖をはじめとする自然環境や神社仏閣の文化財を視察する現地研修会を実施</li> </ul>	498
(3) 滋賀県コンベンション開催助成金	<ul style="list-style-type: none"> <li>滋賀県内での国際会議・全国大会の開催を支援するため、コンベンション開催助成金を交付</li> </ul>	2,000
(4) 「第 63 回日本糖尿病学会学術集会」の啓発およびプロモーション事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和 2 年 5 月に県内で開催される予定の「第 63 回日本糖尿病学会学術集会」について、県民や周辺住民に広く告知</li> <li>第 62 回日本糖尿病学会学術集会の仙台会場において、次期開催地を PR</li> </ul>	389

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標と、びわこビジターズビューローが掲げる成果指標が、以下のとおり相違していた。

対象事業	成果指標	
	県	びわこ ビジターズビューロー
コンベンション招致事業	支援件数 100 件	大会・会議への参加人数 35,000 人

県は当該事業の成果指標を、支援件数と設定しているが、びわこビジターズビューローは大会・会議への参加人数で設定しており、相違している。

特に、県とびわこビジターズビューローが設定する指標も異なっているが、びわこビジターズビューローは誘致件数よりも、誘致した大会等への参加者の総数のほうが経済効果を測定する上で適切と判断している一方で、県が支援件数を指標としている理由は明確ではなかった。この点、県の担当者もびわこビジターズビューローが掲げる指標を県の成果指標と認識していた。

ツーリズムビジョンアクションプランにおいて事業を設計する県の成果指標と、事業の実施主体であるびわこビジターズビューローの成果指標が相違する場合、事業の実施内容において双方での認識の相違が生じることになり、事業にかかる時間や資金などの資源においても差が生じることになるため、問題である。

特に県の成果指標の場合、参加人数の少ない比較的に規模の小さいコンベンションを招致して支援件数を増やしても、観光入込客数の大幅な増加につながらないことから、観光施策に適した指標とは言えない。

びわこビジターズビューローが大会・会議への参加人数を成果指標としている理由は観光施策の観点においても適切と考えられ、県も同様の目標を設定することで事業の方向性を明確にすることが重要である。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。

### イ) 事業報告の検証について（意見）（共通⑤）

びわこビジターズビューローから提出を受けた実績報告によると、コンベンション招致事業により大会・会議への参加人数の実績は 31,472 人であったが、びわこビジターズビューローが保有する根拠資料を確認したところ、参加人数は 33,662 人となっており 2,190 人相違していた。

県が報告を受けている 31,472 人の根拠は不明であり、びわこビジターズビューローが実績報告に記載する人数を誤っていた。また、県が設定する成果指標は支援件数であるが、実績報告では人数のみの報告となっており、件数の報告を受けていなかった。

県はびわこビジターズビューローからの実績報告を受けた際に、その根拠となる資料を入手したうえで、内容を検証することが望まれる。

### ウ) 間接補助金の決定権者について（意見）

びわこビジターズビューローは当該負担金を受領し、県内で開催される国際的・全国的な大会・会議および学会等に対して開催に要する経費の一部を滋賀県コンベンション開催助成金として間接補助金を交付しているが、助成金額の決定権者を「知事」としていた。

当該助成金の交付要綱は以下のとおりである。

【滋賀県コンベンション開催助成金交付要綱別表 2】

補助対象経費	助成金額
コンベンションの開催に要する次の経費 ・会場借上費 ・会場設営費 (看板、会場内表示、発表機材、同時通訳設備等で会長が認めるもの)	次の金額を上限として、 <u>知事</u> が定める額 ①国内の大会・会議および学会 500 千円を上限とする。 ②国際的な大会・会議および学会 1,000 千円を上限とする。

びわこビジターズビューローが独自に助成金制度を設けているため、決定権者を法人内部の適切な役職者とする必要がある。びわこビジターズビューローは県の観光施策を県とともに相互に信頼して実施する関係性ではあるものの、補助金等の交付要綱などの資料については県と一線を置いて慎重に作成することは重要であり、その認識が欠落している事例と見受けられる。

県はびわこビジターズビューローに対して当該助成金の交付要綱を変更させるように指導することが望まれる。

## (12) 地域観光活性化支援事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略2 心に残る交流 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	
取組名	事業内容	
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。	
成果指標	予算額	決算額
支援件数：25件	14,000千円	13,681千円

びわこビジターズビューローが実施する県の観光および物産の振興のための11事業に対して県が観光物産振興事業負担金を交付しており、当該事業は11事業のうちの1事業である。

(単位：千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	観光物産情報発信事業	32,155	31,980
<b>2</b>	<b>地域活性化事業（当該事業）</b>	<b>14,000</b>	<b>13,681</b>
3	国際観光推進事業	1,200	1,200
4	教育旅行誘致事業	2,950	2,900
5	コンベンション招致事業	3,857	3,857
6	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000
7	物産振興事業	8,046	8,046
8	東海地区観光物産情報発信事業	731	804
9	おいで～な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182
10	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405
11	運営費助成事業	16,698	16,698
合計		83,553	82,753



当該事業は市町や地域観光振興協議会が行う地域観光活性化の取組みに対してびわこビジターズビューローが助成金を交付する事業である。

助成金の対象となる事業は、街歩きや体験観光などの着地型観光、特別公開などの観光資源の発掘、観光ルートの設定、複数の観光地を結ぶ2次交通アクセスの整備等であり、特に滋賀県観光キャンペーン「戦国ワンダーランド 滋賀・びわ湖」およびNHK連続テレビ小説「スカーレット」に関連する事業を重点的に支援している。

令和元年度に助成金を交付した事業主体および交付額の実績は以下のとおりである。

(単位：千円)

事業主体	交付額
公益社団法人びわ湖大津観光協会	500
びわ湖大津志賀観光振興協議会	929
公益社団法人彦根観光協会	176
びわ湖・近江路観光圏活性化協議会	1,107
びわこ湖東路観光協議会	1,115
公益社団法人長浜観光協会	711
一般社団法人北びわこふるさと観光公社	1,657
一般社団法人近江八幡観光物産協会	618
湖南地域観光振興協議会	275
守山市観光物産協会	641
栗東市観光物産協会	425
一般社団法人湖南市観光協会	1,775
公益社団法人びわ湖高島観光協会	435
一般社団法人東近江市観光協会	472
湖東三山観光振興連絡会	393
東近江観光振興協議会	1,636
東近江市・近江八幡市・愛荘町連携着地型ツアー連絡会	231
一般社団法人愛荘町愛知川観光協会	62
「スカーレット」で甲賀を盛り上げる推進協議会	221
大河ドラマ「麒麟がくる」近江八幡市推進協議会	245
甲賀市観光協会	57
合計	13,681

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標と、びわこビジターズビューローが掲げる成果指標が、以下のとおり相違していた。

対象事業	成果指標	
	県	びわこ ビジターズビューロー
地域観光活性化支援事業	支援件数 25 件	なし

県は当該事業の成果指標を、事業主体に対する支援件数 25 件と設定しているが、びわこビジターズビューローは設定していなかった。特に、事業を遂行するうえで、目標設定は重要であるにもかかわらず、びわこビジターズビューローが成果指標を設定していない点については事業目的が達成できるのかどうかを判断することに懸念が生じる。

県が定める事業の成果指標について、負担先であるびわこビジターズビューローに認識してもらい、県の事業目的を達成することができるようにびわこビジターズビューローに対して指導することは重要である。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。なお、成果指標を支援件数とした場合、観光入込客数の少ない取組みが増加しても県の望ましい形とは言えないため、成果指標を参加者数などとすることにより、観光入込客数の増加の効果測定に直結する目標を設定することも必要である。

### (13) 観光物産情報発信事業

#### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える	
取組名	事業内容	
観光物産情報発信事業	県内の観光物産関連情報を（公社）びわこビジターズ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、J R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・観光相談等の業務を行う。	
成果指標	予算額	決算額
HPアクセス件数 650 万件	32,155 千円	31,980 千円

びわこビジターズビューローが実施する県の観光および物産の振興のための 11 事業に対して県が観光物産振興事業負担金を交付しており、当該事業は 11 事業のうち 1 事業である。

(単位：千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	<b>観光物産情報発信事業（当該事業）</b>	<b>32,155</b>	<b>31,980</b>
2	地域活性化事業	14,000	13,681
3	国際観光推進事業	1,200	1,200
4	教育旅行誘致事業	2,950	2,900
5	コンベンション招致事業	3,857	3,857
6	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000
7	物産振興事業	8,046	8,046
8	東海地区観光物産情報発信事業	731	804
9	おいで～な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182
10	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405
11	運営費助成事業	16,698	16,698
	合計	83,553	82,753

令和元年度における当該事業の実績は以下のとおりである。

(単位：千円)

区分	事業実績	負担金
(1)「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」の管理運用	・観光情報を効果的に発信するため、県内観光物産関連情報を集約して情報の一元化を行うとともに、滋賀県を目的とした観光需要を喚起するために、フェイスブックなどのSNSを活用した観光物産情報を発信	9,410
(2)観光案内・観光相談業務	・観光・物産の問い合わせ等に対応するため、電話およびメールによる観光案内・観光相談業務を実施	2,165
(3)観光展出展事業	・関西観光展 in 大阪駅 ・関西観光展 in 横浜駅（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止） ・旅まつり名古屋（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止）	75
(4)高速道路を活用した情報発信（NEXCO 西日本連携事業）	・「お国じまんカードラリー」実施に伴いカード配布箇所を設置（設置箇所：道の駅塩津海道あぢかまの里、高島市マキノ農業公園マキノピックランド、安土城郭資料館、道の駅びわ湖大橋米プラザ、道の駅あいの土山）	330
(5)観光キャンペーン事業（JR 西日本共同事業）	・滋賀県観光情報誌「滋賀たび」の年4回の発行（JR 西日本の各駅置き9万部、県内3万部、他3万部の発行配信（冬号のみ各駅置き7万部））	20,000

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標について、以下のとおり5事業のうち4事業について成果指標が設定されておらず、また、県が成果指標を設定している1事業についてもびわこビジターズビューローが掲げる成果指標と相違していた。

対象事業	成果指標	
	県	びわこ ビジターズビューロー
(1)「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」の管理運用	HPアクセス件数 650万件	ウェブサイトアクセス数 412.5万セッション
(2)観光案内・観光相談業務	設定なし	設定なし
(3)観光展出演事業	設定なし	設定なし
(4)高速道路を活用した情報発信(NEXCO西日本連携事業)	設定なし	設定なし
(5)観光キャンペーン事業 (JR西日本共同事業)	設定なし	設定なし

(注) 成果指標の単位「件」と「セッション」はアクセス回数として同義である。

特に5事業のうち、「(5)観光キャンペーン事業（JR西日本共同事業）」の負担金の交付額は過半数を占めており、金額的重要性の観点からまずは当該事業について成果指標の設定が重要であるにもかかわらず、成果指標が設定されていない。

当該事業は滋賀県観光情報誌「滋賀たび」の発刊を主としていることから、「I 全般的事項 2. 目標設定 (3) 広告に対する目標設定について」を参考に成果指標を設定することが望まれる。

また、成果指標を設定している「(1)「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」の管理運用」について、県はHPアクセス件数を650万件と設定しているが、びわこデジタルズビューローのウェブサイトアクセス数412.5万セッションと相違している。

びわこデジタルズビューローは中期計画において、令和4年度に450万件のアクセス数を目標値としており、以下のとおり過去の実績からすると、びわこデジタルズビューローの設定する目標値は適切であったが、県が650万件を成果指標として設定することは不適切であり、達成困難な目標値を設定していると見受けられる。

(単位：万件)

項目	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R1年度
ウェブサイトの閲覧件数	379.3	394.0	419.4	429.1	399.5	444.0

(出典：びわこデジタルズビューローホームページ「事業報告」)

今後、成果指標の設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。なお、びわこデジタルズビューローは「公益社団法人びわこデジタルズビューロー 成果目標の設定(事業別目標)」においてウェブサイトアクセス数の目標値を412.5万セッションとしているが、びわこデジタルズビューローの令和元年度の事業計画に基づくウェブサイトアクセス数の目標値は405万回としており、県に提出した目標値がびわこデジタルズビューロー内部で設定する目標値と異なっていた。県は負担金を交付先において目標値が複数存在していないかを確認するとともに、複数存在している場合はいずれかの目標値に統一するとともに、成果指標として相応しい目標値となるように指導することも重要である。

## (14) 教育旅行誘致事業

### 1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む	
取組名	事業内容	
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ラバンの実施や旅行会社教育担当者現地研修会を開催する。	
目標	予算額	決算額
本県への教育(修学)旅行宿泊者数:8万人	2,950千円	2,900千円

びわこビジターズビューローが実施する県の観光および物産の振興のための11事業に対して県が観光物産振興事業負担金を交付しており、当該事業は11事業のうちの1事業である。

(単位:千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	観光物産情報発信事業	32,155	31,980
2	地域活性化事業	14,000	13,681
3	国際観光推進事業	1,200	1,200
4	<b>教育旅行誘致事業(当該事業)</b>	<b>2,950</b>	<b>2,900</b>
5	コンベンション招致事業	3,857	3,857
6	日本観光振興協会共同事業	1,000	1,000
7	物産振興事業	8,046	8,046
8	東海地区観光物産情報発信事業	731	804
9	おいで〜な滋賀体感フェア事業	1,182	1,182
10	首都圏観光営業推進事業	1,734	1,405
11	運営費助成事業	16,698	16,698
合計		83,553	82,753

令和元年度における当該事業の実績は以下のとおりである。

(単位：千円)

区分	事業実績	負担金
(1) 誘致キャラバン事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第1回誘致キャラバン（首都圏・東北等）</li> <li>・ 第2回誘致キャラバン（九州・沖縄等）</li> <li>・ 第3回誘致キャラバン（東海地区等）（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止）</li> <li>・ 東北3県教育旅行誘致担当者（ビューローなど）との情報収集ならびに情報交換等、相互交流に向けた準備</li> <li>・ JTB横須賀支店の教育旅行担当者と最近の傾向や今後の動向を座談会形式で議論し、終了後に交流会を実施</li> <li>・ 近畿日本ツーリスト関西の教育旅行担当者と校外学習等を含めた教育旅行プレゼンテーションと情報交換会を実施</li> </ul>	500
(2) 旅行会社現地研修会事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大手旅行会社（JTB、日本旅行、近畿日本ツーリスト）の教育旅行担当者等を対象にした県内現地研修会を実施</li> </ul>	1,200
(3) 誘致キャンペーン事業（県内周遊型教育旅行造成補助）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県内周遊型教育旅行造成支援の補助金実施要領に基づき、横須賀市内の中学校3校に対し補助金を交付</li> </ul>	1,200



## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の目標と、びわこビジターズビューローが掲げる成果指標が、以下のとおり相違していた。

対象事業	成果指標	
	県	びわこ ビジターズビューロー
教育旅行誘致事業	本県への教育（修学） 旅行宿泊者数：8万人	本県への教育（修学）旅 行宿泊者数：10万人

県は当該事業の成果指標を、県への教育（修学）旅行宿泊者数8万人と設定しているが、びわこビジターズビューローは10万人と相違している。

びわこビジターズビューローは中期計画において令和4年度の県への教育（修学）旅行宿泊者数の目標値を10万人と設定しており、令和元年度も同様の目標値としているが、県の8万人と設定する根拠は特になかった。令和元年度の実績は61,490人となっている。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。

(15) 国際観光推進事業（海外への情報発信）

1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける	
取組名	事業内容	
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、昨年度から行っている欧州の市場開拓も引き続き実施するほか、京都市内に滋賀県のPRブースを設置するなど、更なる外国人観光客の増加を目指す。	
成果指標	予算額	決算額
京都市内に滋賀県のPRブースを設置	28,868 千円	28,251 千円

びわこビジターズビューローが実施する海外からの更なる観光客の誘致を図るための7事業に対して県が国際観光推進事業補助金を交付しており、当該事業は7事業のうちの6事業に対する補助金と、旅費等の事業費3,366千円の合計である。

(単位：千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	観光ミッション派遣	300	300
2	特定ターゲットへのプロモーション	7,000	6,789
3	訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進	6,262	6,262
4	情報発信ツールの整備・充実	8,370	8,370
5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	5,100	5,100
6	訪日教育旅行の誘致	990	990
7	外国人観光客の受入環境整備の促進	3,202	3,202
合計		31,224	31,013

(注) No. 4に含まれる訪日観光客向け英語版パンフレットの作成2,520千円を除く。

令和元年度における事業実績は以下のとおりである。

区分	事業内容
(1) 観光ミッション派遣	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光ミッション（商談会やセールスコール等）の際に提供する地場産品等を購入し、円滑な業務の遂行と地場産品のPRの実施</li> </ul>
(2) 特定ターゲットへのプロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>イギリス、フランスにおいて、OTAの宿泊予約サイトにランディングページを作成し、県の有する観光素材を紹介することによる、認知度向上ならびに誘客促進</li> <li>福井県と連携して、フランス、イギリスからのメディア（インフルエンサー）招請や、旅行記事広告の掲載を実施</li> <li>訪日外国人観光客に人気の京都や金沢からの周遊促進を図るため、旅行情報サイトに旅行体験記を掲載したほか、その体験記を再構成した内容でフランス語リーフレットなどを作成</li> <li>BtoC向けフランス国際旅行博でのプロモーション（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止）</li> </ul>
(3) 訪日観光客の主要観光都市からの誘客促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>関西ツーリストインフォメーションセンター京都に来場される訪日外国人観光客に対して、県の魅力的な観光情報の提供、滋賀ブース（ポスターおよびパンフレットラック）の設置</li> <li>ホテルに滞在の観光客に県の観光情報を案内してもらうことを目的として、レクレドールジャパンの会員および京都市内等のホテルコンシェルジュを対象とした現地視察を実施</li> </ul>
(4) 情報発信ツールの整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規市場開拓に向けた「滋賀県（フランス語・英語併記）」パンフレットを9,000部増刷</li> <li>中国語（簡体字・繁体字）、韓国語各10,000部、タイ語版5,000部のパンフレットの作成</li> </ul>
(5) 民間発信力等を活用した情報発信の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>フランス人写真家やドイツのテレビ番組等を招聘し、欧州に向けての露出、関西観光本部等の広域連携の枠組みにより招聘されたメディアや旅行エージェントの県内取材・視察のアテンド</li> <li>グランドサークルプロジェクトによる動画を活用した広告やウェブサイトを活用した旅行情報提供などによる海外誘客</li> <li>福井県インバウンド推進連携協議会との連携を予定（新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止）</li> <li>海外のランドオペレーター、メディアに向けてニュースレターの配信やSNSによる海外向け情報提供</li> </ul>

区分	事業内容
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・福井県との連携により、クルーズ船「ダイヤモンドプリンセス」の敦賀港寄港時に歓迎事業を実施、県の観光案内および物産販売</li> <li>・国内旅行博や商談会、会議等への参加</li> </ul>
(6) 訪日教育旅行誘致の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・J N T O主催の台北・台中・高雄で開催された現地説明会に参加し、教育関係者（高級中学、国民中学等の教員）に対して、県の観光情報や体験メニュー等の情報提供、旅行エージェントへのセールスを実施</li> <li>・J N T Oと公益財団法人日本台湾交流協会が共催する交流座談会に参加し、台湾の教育関係者に対して、県の観光情報等を提供、国際交流受入校の実例紹介</li> <li>・台湾の現地学校訪問を通じて、リピーターの確保に向けたフォローアップ、新たな訪日教育旅行の誘致に向けた旅行エージェントへのセールスを実施</li> <li>・台湾やオーストラリアの高校や中学校等が来県するにあたり、学校交流を受け入れる県内の高校、中学校等との調整や当日のアテンド、また県内受入校への助成等</li> </ul>

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標と、びわこビジターズビューローが掲げる成果指標が、以下のとおり相違していた。

No	対象事業	成果指標	
		県	びわこビジターズビューロー
1	観光ミッション派遣	なし	なし
2	特定ターゲットへのプロモーション	なし	なし
3	訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進	京都市内に滋賀県のPRブースを設置	KTIC 京都における訪日外国人観光客来訪促進業務 10,000 件
4	情報発信ツールの整備・充実	なし	なし
5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	なし	なし
6	訪日教育旅行の誘致	なし	なし

(注) KTIC 京都とは、関西ツーリストインフォメーションセンター京都のことである。

訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進事業を除く 5 事業については県およびびわこビジターズビューローのいずれにおいても成果指標を設定していない。成果指標を設定することがそぐわない事業にまで無理に設定する必要はないものの、例えば特定ターゲットへのプロモーションの事業については、欧州市場へのプロモーション活動であることから、欧州誘客数の増加を成果指標とするなど、可能な限り成果指標を設定することは事業評価の観点から重要である。

また、県は当該事業のうち、訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進の事業（そこ滋賀プロジェクト）の成果指標を、京都市内に滋賀県のPRブースを設置することとしているが、びわこビジターズビューローは KTIC 京都における訪日外国人観光客来訪促進業務 10,000 件と相違している。なお、令和元年度の訪日外国人観光客への延べ案内件数は 11,399 件である。

今後、県は適切な成果指標を各種施策に対して可能な限り設定するとともに、成果指標の設定の際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。

#### イ) 目標として相応しい成果指標の選定について（意見）（共通②）

成果指標の設定において「京都市内に滋賀県のPRブースを設置」という、容易に達成可能なアウトプット指標を成果指標として設定していた。

当事業の目的は京都まで来ている個人観光客に対して、滋賀県の奥深い魅力を発信し、誘客をすすめることであり、PRブースを設置するだけでは成果とはならないと考えられる。

今後、事業を遂行する際に目的を明確にしたうえで、容易に達成可能な成果指標を選定することがないように、例えば観光客の案内件数などの成果指標を定めることが望まれる。

#### ウ) 複数の対象事業に対する補助金等の取扱いについて（意見）（共通④）

当該補助金の要綱において、交付事業者をびわこビジターズビューローに限定し、7事業を補助金の対象事業としているものの、補助金額は「定額（31,224千円を上限とする。）」と総額のみ記載されており、事業別の金額が記載されていなかった。びわこビジターズビューローから提出された申請書に添付されている国際観光推進事業収支予算書において、対象事業別の補助金額が記載されており、当該事業の対象経費の交付決定を行っている。

県は観光施策に関する事業を設計するうえで、さらにびわこビジターズビューローとの連携のもと、観光施策に関する事業設計を適切に行ったうえで、必要な金額を補助金として交付することが望まれる。

エ) 補助金等の実績報告書の記載について（意見）（共通⑦）

補助金等の実績報告の際に、補助対象事業にかかる収支計算書を添付することを交付要綱等において定めているものの、具体的な記載方法を明記しておらず、国際観光推進事業補助金の収支精算書を確認したところ、以下のとおり補助金額を限度とした支出の状況のみ記載されており、補助金額を超える支出額の記載がなく、勘定科目別にもなっていない。

（単位：千円）

収支精算書				
（収入）				
区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
国際観光推進事業補助金	31,224	31,013	△210 ※	※
計	31,224	31,013	△210	
（支出）				
区分	予算額	精算額	差引増減額	摘要
観光ミッション派遣	300	300	-	※
特定ターゲットへのプロモーション	7,000	6,789	△210 ※	1(2) 関 西北東 部への 欧州 FIT 誘 客促進 事業
主要観光都市からの誘客促進	6,262	6,262	-	
情報発信ツールの整備・充実	8,370	8,370	-	
民間の発信力等を活用した情報発信の強化	5,100	5,100	-	
訪日教育旅行の誘致	990	990	-	
外国人観光客の受入環境整備の促進	3,202	3,202	-	
計	31,224	31,013	△210	

補助金等は、公益上必要なものとして自助努力では成り立たない団体・事業等に対して交付すべきものであり、交付の必要性を把握するためには事業全体にかかる収支状況を把握することは重要である。

補助金の実績報告にかかる収支計算書等について標準的な記載方法を示したうえで、事業全体の収支状況を確認することが望まれる。

(16) 国際観光推進事業（外国人観光客の受入体制強化）

1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける	
取組名	事業内容	
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。	
成果指標	予算額	決算額
・ 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 100件 ・ おもてなし研修の実施 3回	5,722千円	5,722千円

びわこビジターズビューローが実施する海外からの更なる観光客の誘致を図るための7事業に対して県が国際観光推進事業補助金を交付しており、当該事業は7事業のうちの2事業に対する補助金である。

(単位：千円)

No	対象事業	交付決定額	精算額
1	観光ミッション派遣	300	300
2	特定ターゲットへのプロモーション	7,000	6,789
3	訪日観光客の主要都市（観光地）からの誘客促進	6,262	6,262
4	<b>情報発信ツールの整備・充実</b>	<b>8,370</b>	<b>8,370</b>
5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	5,100	5,100
6	訪日教育旅行の誘致	990	990
7	<b>外国人観光客の受入環境整備の促進</b>	<b>3,202</b>	<b>3,202</b>
合計		31,224	31,013

(注) No.4のうち、訪日観光客向け英語版パンフレットの作成2,520千円のみ対象。



令和元年度における事業実績は以下のとおりである。

区分	事業内容
(1) 情報発信ツールの整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日観光客向け英語版パンフレット「GoodLuckTrip2019-2020」2万部の作成</li> </ul>
(2) 外国人観光客の受入環境整備の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・京都府、京都市、奈良市、大津市と連携し、宿泊施設向け24時間多言語コールセンター事業を実施英語、中国語、韓国・朝鮮語、ポルトガル語、スペイン語、タイ語、フランス語、ベトナム語、インドネシア語、タガログ語の10言語について、24時間対応の電話通訳サービスとメール翻訳サービスを提供することにより、本県を訪れる外国人観光客が安心、安全に滞在できるよう受入環境を充実化</li> <li>・県を訪れる訪日外国人観光客の満足度を高め、リピーターの確保や更なる誘客拡大を図るため、県内の宿泊施設・観光事業者を対象とした「おもてなし研修」を3回実施</li> </ul>

## 2) 監査結果

### ア) 成果指標の設定について（意見）（共通①）

県がツーリズムビジョンアクションプランで公表している当該事業の成果指標と、びわこビジターズビューローが掲げる成果指標が、以下のとおり相違していた。

No	対象事業	成果指標	
		県	びわこ ビジターズビューロー
5	民間の発信力等を活用した情報発信の強化	訪日観光客向けパンフレット作成	なし
7	外国人観光客の受入環境整備の促進	宿泊施設向け多言語通訳サービス 対応件数 100件 おもてなし研修の実施 3回	なし

県は当該2事業の成果指標を、訪日観光客向けパンフレット作成や、宿泊施設向け多言語通訳サービス対応件数100件、おもてなし研修の実施3回と設定しているが、びわこビジターズビューローは設定していなかった。特に、事業を遂行するうえで、目標設定は重要であるにもかかわらず、びわこビジターズビューローが成果指標を設定していない点については事業目的が達成できるのかどうかを判断することに懸念が生じる。

県が定める事業の成果指標について、負担先であるびわこビジターズビューローに認識してもらい、県の事業目的を達成することができるようびわこビジターズビューローに対して指導することは重要である。

今後、成果指標を設定する際には県と実施主体で同じ認識を持つことが望まれる。

### イ) 複数の対象事業に対する補助金等の取扱いについて（意見）（共通④）

当該補助金の要綱において、交付事業者をびわこビジターズビューローに限定し、7事業を補助金の対象事業としているものの、補助金額は「定額（31,224千円を上限とする。）」と総額のみ記載されており、事業別の金額が記載されていなかった。びわこビジターズビューローから提出された申請書に添付されている国際観光推進事業収支予算書において、対象事業別の補助金額が記載されており、当該事業の対象経費の交付決定を行っている。

県は観光施策に関する事業を設計するうえで、さらにびわこビジターズビューローとの連携のもと、観光施策に関する事業設計を適切に行ったうえで、必要な金額を補助金として交付することが望まれる。

## 2. ここ滋賀（ここ滋賀推進事業）

### (1) 概要

担当課	ツーリズムビジョンアクションプランとの関係	
観光振興局	基本戦略3 心を掴む発信 戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む	
取組名	事業内容	
ここ滋賀推進事業	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情報発信拠点「ここ滋賀」を運営する。あわせて、「ここ滋賀」外への販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの拡大などにも取り組む。	
成果指標	予算額	決算額
情報発信拠点「ここ滋賀」の来館者数 45万人	207,999千円	207,252千円

当該事業の歳入および歳出の科目別の予算・決算額は以下のとおりである。

(単位：千円)

科目	予算額	決算額
<b>歳入</b>	<b>5,368</b>	<b>5,302</b>
財産収入	678	678
「ここ滋賀」売上納付金	4,668	4,615
関西広域連合負担金	22	9
<b>歳出</b>	<b>289,355</b>	<b>286,410</b>
給料	26,875	26,607
職員手当等	26,751	25,644
共済費	10,907	11,669
報償費	230	104
旅費	3,347	3,070
需用費	6,693	6,230
役務費	2,335	1,780
委託料	88,559	88,556
使用料及び賃借料	111,727	111,523
備品購入費	7,456	6,821
負担金補助及び交付金	4,475	4,401

なお、ここ滋賀推進事業の事業費として記載している予算額 207,999 千円および決算額 207,252 千円と、上記の歳出金額の予算額 289,355 千円および決算額 286,410 千円との差額は、職員費である給料・職員手当等・共済費の合計の予算額 64,533 千円および決算額 63,922 千円と、職員の宿舍費等の生活費に係る経費（B 経費）の予算額 16,828 千円および決算額 15,236 千円である。

また、歳出の決算額のうち、使用料及び賃借料の主な内容はここ滋賀の所在するビルの賃借料 103,680 千円と、職員宿舍の賃借料 7,512 千円である。また、委託料、負担金補助及び交付金の内訳は以下のとおりである。

【委託料】

(単位：千円)

No	事業名	予算額	決算額
1	イチオシ PR 事業	28,500	28,499
2	ここ滋賀ショッピングサイト運営事業	4,992	4,991
3	経済効果等測定事業	4,897	4,896
4	ここでも滋賀売込推進事業	19,900	19,899
5	ここ滋賀発信計画案作成・発信促進事業	15,000	15,000
6	「ここから滋賀ひろがり隊」情報発信事業	3,498	3,498
7	「ここ滋賀屋上テラス」からの魅力発信強化事業	4,998	4,997
8	「ここ滋賀」滋賀へのいざない機能強化事業	6,774	6,773
合計		88,559	88,556

【負担金補助及び交付金】

(単位：千円)

No	事業名	予算額	決算額
1	首都圏情報発信拠点維持管理負担金	4,420	4,360
2	会議・研修会等負担金	55	41
合計		4,475	4,401

## (2) 監査結果

### 1) 成果指標の設定について（意見）

ここ滋賀の目標値として公表されている来館者数と売上金額について、その目標および実績は以下のとおりである。

【来館者数】 (単位：人)

年度	目標	実績	達成率
平成 29 年度	187,500	272,285	145.2%
平成 30 年度	405,000	525,375	129.7%
令和元年度	450,000	440,229	97.8%

【売上金額】 (単位：千円)

年度	目標	実績	達成率
平成 29 年度	83,000	83,501	100.6%
平成 30 年度	179,000	163,647	91.4%
令和元年度	199,000	153,853	77.3%

来館者数について、平成 29 年度および平成 30 年度は目標値を大きく上回っている。令和元年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止策のため、令和 2 年 3 月 9 日から短縮営業となり、28 日と 29 日を休館とした影響で 3 月の来館者数が減少したこともあり、目標を達成できていない。売上金額について、平成 29 年度は目標を達成したものの、平成 30 年度以降は目標を達成できていない。

なお、上記の目標の達成の有無がここ滋賀の目的の達成を図る指標となっているのかについて疑問が残る。ここ滋賀は「1. 滋賀を語る 2. とともに創り・稼ぐ 3. 滋賀へいざなう」を運営コンセプトとして開設された首都圏情報発信拠点である。つまり、首都圏での消費を目的としたものではなく、あくまで滋賀県のファンになってもらい、県の振興および誘客などを目的としているところ、来館者数と売上金額を成果指標としてもここ滋賀の目的の達成の有無を判断できない。

この結果、目標を達成することでここ滋賀の目的に寄与するのか、寄与していたとしてどれほど寄与したのかが測定できず、PDCA サイクルを有効に機能させる土台が固まっていないと言える。

もちろん、来館者数が増加すれば間接的に目的の達成に寄与することは想像できるが、測定しやすい首都圏での来館者数を「健康しが」ツーリズムビジョン 2022 の目的とするだけでは、そもそもの趣旨を見失う可能性もあると考えられる。

また、経済波及効果についても目標値を設定しており、平成 29 年度から令和元年度の目標および実績は以下のとおりである。

【経済波及効果】 (単位：百万円)

項目	目標	実績	達成率
拠点	584	561	96.1%
拠点外	543	256	47.1%
観光誘客	538	227	42.2%
メディア・情報発信	495	702	141.8%
<b>合計</b>	<b>2,160</b>	<b>1,746</b>	<b>80.8%</b>

(注)「拠点」とは東京日本橋のここ滋賀店舗のことである。

さらに、ここ滋賀としても令和元年度の目標値を以下のとおり設定している。

【ここ滋賀としての目標】

項目	目標内容	目標	実績
ここ滋賀運營業務の改善に向けた進行管理（県民満足度および来館者満足度の向上）	①消費者満足度	①80.0%	①70.9%
	②商品・企業イメージアップ満足度	②40.0%	②17.8%
滋賀へのいざないに向けた発信（情報発信の強化）	観光誘客に伴う経済波及効果	81,206 千円	77,343 千円
レストランの改善について（来館者満足度の向上）	売上目標の達成率	100%	59.8%
販路拡大に向けた取組（県民満足度の向上）	①商談数	①150件	①163件
	②継続商談もしくは契約数	②80件	②123件

上記のうち、「販路拡大に向けた取組」については産業振興の観点であり、直接的な観光施策とはなっていない。観光施策であるその他3項目についてはすべて目標を達成できていない。令和元年度において新型コロナウイルス感染症拡大の影響があったとは言え、設定したすべての目標が達成できていない状況である。

なお、「(1) 概要」に記載した以下の事業については成果指標を設定していなかった。

No	事業名
1	イチオシ PR 事業
2	ここ滋賀ショッピングサイト運営事業
3	経済効果等測定事業
5	ここ滋賀発信計画案作成・発信促進事業
6	「ここから滋賀ひろがり隊」情報発信事業
7	「ここ滋賀屋上テラス」からの魅力発信強化事業
8	「ここ滋賀」滋賀へのいざない機能強化事業

上述したここ滋賀の成果指標の設定については課題が3点見受けられるため改善を図ることが望まれる。

1点目として、成果指標の設定については、ここ滋賀の目的に寄与する大目標である成果指標をツーリズムビジョンアクションプランにおいて設定するとともに、それをブレイクダウンした個別具体的な成果指標は、それがどのように大目標に寄与するかを想定した上で設定することが重要である。この点、県としての大目標であるツーリズムビジョンアクションプランにおいて、ここ滋賀来館者数のみが目標として設定されているが、観光施策としてここ滋賀を位置づけるのであれば、東京におけるここ滋賀の来館者数ではなく最終的に県全体にどれほどの金額的影響があったのか、言い換えると投資効果を判断するための経済波及効果をツーリズムビジョンアクションプランにおける成果指標とすることが望まれる。

2点目として、大目標の達成度合を判断することに寄与する成果指標を中目標として設定することが重要である。この点、県が設定する成果指標の来館者数と売上金額が中目標に該当するものと判断される。ただし、これ以外に首都圏における滋賀県の認知度の向上等が定量的にわかる成果指標の設定が必要であり、例えば滋賀県観光統計調査の調査項目で設定している滋賀県旅行のきっかけの回答項目「滋賀県情報発信拠点『ここ滋賀』（東京・日本橋）に来店して」の回答数・割合や、ここ滋賀の会員数、SNSのフォロワー数などを成果指標とすることが望まれる。

3点目として、個別事業について適切な成果指標を設定することが考えられる。上述した大・中目標を達成するために、個々の目的を達成するための事業を設計することになることから、上位目標を意識した個別事業の目標設定は、事業成果を判断することにおいて重要である。この点、各事業につき内部的に一定の成果指標を定めているものもあるが、定めていたとしても上位目標とのつながりは明確でなく、これらを見直して体系的に再整理する必要がある。個別事業についても、適切な成果指標を設定し、事業の必要性・重要性を判断することにより、最終的にここ滋賀全体でのPDCAサイクルが適切に機能する体制を構築することが望まれる。

## 2) ここ滋賀の効果検証について（意見）

ここ滋賀は、県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の場、また、県産品の販路開拓や消費拡大、誘客等県外に展開する足がかりとなる場となることを目的とするアンテナショップとして開設しており、観光施策を主目的としている。しかし、産業振興等のその他の施策についての東京に関係する業務も行っているため、歳出額の効果検証にあたって、観光施策のみで測ることはできない状況となっている。

ここ滋賀は東京都中央区日本橋といった首都圏の一等地にあり、県の他の施策について、東京での発信等を行う場合にここ滋賀を活用することは効率的ではあるものの、ここ滋賀としての事業を評価する場合、観光施策として東京で実施すべき内容に絞ったうえで、効果を検証することが重要である。

ここ滋賀に関する歳入歳出の状況は以下のとおりである。

（単位：千円）

科目	平成 29 年度		平成 30 年度		令和元年度	
	予算額	決算額	予算額	決算額	予算額	決算額
歳入	4,426	3,316	10,820	14,047	5,368	5,302
歳出	329,389	326,283	286,226	283,880	289,355	286,410

上記のうち、ここ滋賀推進事業の歳出から歳入を控除した金額が、東京でアンテナショップを開設した投資・運営にかかる金額であり、その結果として得られる経済波及効果が投資金額を上回っていることが観光施策として事業を継続する条件となる。

投資効果を検証する数値としては、東京で実施するここ滋賀事業に係る歳入・歳出を使うべきであるが、ここ滋賀ショッピングサイト運営事業や経済効果等測定事業については必ずしも東京で実施すべき事業ではなく、滋賀県でも実施できる事業であり、歳入・歳出の金額が純粹に観光施策として東京で実施すべきものとはなっていない。

また、賃借料の職員の宿舍費についても、公舎に居住する職員の場合、県の保有不動産のため歳出金額がないが、借上宿舍に居住する職員の場合、賃借料が発生する。ここ滋賀に勤務する7名のうち、3名は公舎に空きがなかったため借上宿舍に住んでおり、この分の賃借料が発生しているが、公舎の空きの有無により効果を検証するための歳出額が増減すべきではない。なお、国に出向している県職員1名の賃借料についてもここ滋賀推進事業に含まれているが、ここ滋賀の運営に関係しないため、効果を検証するためには除外すべきである。



県の実施したここ滋賀における経済波及効果の調査結果は以下のとおりである。

【経済波及効果（平成 29 年度～令和元年度）】 (単位：百万円)

	目標	実績	達成率
拠点	584	561	96.1%
拠点外	543	256	47.1%
観光誘客	538	227	42.2%
メディア・情報発信	495	702	141.8%
<b>合計 ①</b>	<b>2,160</b>	<b>1,746</b>	<b>80.8%</b>
費用 ②	917	899	98.0%
費用対効果 ①÷②	2.36	1.94	-

(注)「拠点」とは東京日本橋のここ滋賀店舗のことである。

調査結果によると全体的に 80%の達成率となっており、特に観光施策として最も重視すべき「観光誘客」の経済波及効果の達成率は 50%に満たない。

また、県は、費用対効果が 1.94 倍となっており投じた歳出額に対して約 2 倍の効果があつたものと評価しているが、経済波及効果合計 1,746 百万円の主なものは「メディア・情報発信」の 702 百万円であり、県に対する直接的経済効果が実感できるものではない。ここ滋賀が、県外での財政支出であることを考えれば、施策の効果が最終的に県の税金としてどれほど還元されるか、という視点も重要であることから、経済波及効果で判断するとともに、県への直接的経済効果を図る手段として税収効果の分析も検討する必要があると考えられる。

県は毎年度約 3 億円の財源を投じて運用しているここ滋賀について、上述した内容を加味して適切に効果検証を行ったうえで、今後の事業継続の必要性について慎重に検討することが望まれる。

### 3) 委託業者の選定方法について（意見）

県はここ滋賀の運営を民間事業会社に委託し、委託料0円で店舗売上のうち3%を納付金として徴収するのみとなっており、商品や食材の調達については基本的には委託業者の判断となっている。

委託業者が商品や食材の調達を選定する場合、店舗売上を伸ばすための売れ筋商品等をラインナップする誘因が働くため、幅広い滋賀県産のラインナップを希望する県の要望と相反する結果となる。

また、「1) 成果指標の設定について」で記載のとおり、売上高について平成30年度以降は目標値を下回る実績となっており、特に以下のとおり、物販については概ね目的を達成しているものの、飲食が目標の60%程度の実績となっている。

(単位：千円)

年度	目標		実績		達成率	
	物販	飲食	物販	飲食	物販	飲食
平成29年度	38,000	45,000	58,911	24,590	155.0%	54.6%
平成30年度	82,000	97,000	97,257	66,390	118.6%	68.4%
令和元年度	91,000	108,000	89,254	64,598	98.1%	59.8%

この点、県はここ滋賀の第2期運営期間（令和4年4月1日から令和9年3月31日まで）の方向性を検討する際に、第1期運営期間について「一定の成果を上げている」と評価し、ここ滋賀の基本的機能を引き継ぐこととしている。

しかし、飲食については、好評な1階部分の「SHIGA's BAR」を継続することは理解できるが、ここ滋賀の飲食における実績は目標の60%程度であり、飲食の売上高の大半を占める2階部分のレストランの運営を継続することに疑義がある結果となっているが、全体的に「一定の成果を上げている」と評価した結果、基本的機能を見直さないことは問題と言わざるを得ない。

ここ滋賀における商品や食材の調達の選定方法と飲食における基本的機能を見直すことが重要である。県はここ滋賀の情報発信機能の強化ができるように、県が選定した商品や食材をラインナップするとともに、飲食については1階部分の「SHIGA's BAR」と2階レストラン部分の効果も分析し、ここ滋賀の2階部分のあり方を再検討した上で、委託業者の選定を行うべきである。

なお、委託業者の選定にあたり、上記の基本的機能を再検討した上で、レストランを継続する場合であっても、上記のような低迷した運用結果が継続しないように、年度ごとに運営事業者を変更できるように契約内容を見直すことが望まれる。

#### 4) 施設・設備・備品等の維持管理費について（意見）

施設・設備・備品等の維持管理に関する経費について以下のとおり県が負担している経費が見受けられたが、県が負担すべき根拠が明確ではなかった。

（単位：千円）

細節	支出内容	支出額
その他需用費	店内壁紙・2階建具修繕	275
その他需用費	「ここ滋賀」1階ファサード（ガラス）壁面什器修繕	2,200

維持管理に関する県と委託業者の負担関係についての契約および仕様書の内容は以下のとおりである。

#### 【業務委託契約書第6条（一部抜粋）】

<p>第6条 甲（滋賀県）および乙（委託業者）は、次項から第5項までに定めるところにより、運営業務に必要な経費を負担する。</p> <p>2 乙は、基本的機能「魅力体感」のうち「企画催事」および「食の体感」、「マーケット」、「水先案内」の通常の運営に加え、テスト販売等売れ筋以外の商品を打ち出していくために要する経費、滋賀という地域の魅力を伝えるための知識の習得や創意工夫に要する経費を負担する。</p> <p>(6) <u>オープン時に整備した施設・設備等（県が整備したものを含む）の維持管理、点検、修繕等に係る経費</u></p> <p>(7) 乙が独自に設置する必要がある備品等の整備および維持管理、発信ツールによる情報発信、維持管理、点検、修繕等に要する経費</p> <p>3 甲は、前項にかかる経費について、甲の利用に供する部分に相当する経費を負担する。</p>
--

#### 【業務委託仕様書 7 運営の実施条件（一部抜粋）】

<p>(3) 経費負担</p> <p>事業実施の条件のうち、経費負担については以下のとおりとします。</p> <p>① <u>県が負担する経費</u></p> <p>エ <u>拠点内装整備費（整備時に一体的に設置する必要のある商品棚、商品ケース、バックヤード等の備品・什器類を含む。）</u></p> <p>② <u>運営事業者が負担する経費</u></p> <p>イ <u>オープン時に整備した施設・設備等（県が整備したものを含む）の維持管理、点検、修繕等にかかる経費</u></p> <p>ウ <u>運営事業者が独自に設置する必要がある備品等の整備および維持管理、発信ツールによる情報発信、維持管理、点検、修繕等に要する経費</u></p>
--

契約書によると、ここ滋賀の施設・設備等の維持管理や修繕等に係る経費は県の利用に供する部分に相当する経費以外はすべて委託業者が負担すると定められている。そのため、上述したその他需用費として県が支出している維持管理や修繕等に係る経費は県が負担すべきではなく、委託業者が負担すべきと考えられる。

一方で、仕様書によると県が負担する経費として拠点内装整備費と明記されている。県は当該記載をもって、一部の維持管理や修繕等に係る経費について、県も負担する必要があると認識している。この結果、維持管理や修繕等の案件が出た際に、県は委託業者と協議し、どちらの負担とするかを決定しているとのことである。

契約書および仕様書を見た限り、ここ滋賀の通常の維持管理や修繕等の経費負担は委託業者にあると想定され、県に負担義務はないと考えられるが、委託業者との負担関係について明確な定めが必要と考えられる。契約更改の際にはリスク分担表等において詳細な負担関係を明確にすることが必要である。

#### 5) 「ここ滋賀からひろがり隊」情報発信事業について（意見）

「ここ滋賀からひろがり隊」情報発信事業は、滋賀ファンやインフルエンサー等で構成する「(仮称) ここ滋賀からひろがり隊」を組織し、写真や動画など、SNSを通じて、隊員それぞれが滋賀の良さを全国、世界へ発信することを目的としているが、インフルエンサーを多く抱える業者に委託しているだけであった。

この点、県は一般社団法人日本インタラクティブ広告協会が定める「インターネット広告掲載基準ガイドライン」に準拠しており、「広告であることの明示」の対策も図っているため、合規性や倫理性の観点で問題はないものと認識している。

しかし、事業目的に鑑みると、「(仮称) ここ滋賀からひろがり隊」の組織化を首都圏で図るのであれば、ここ滋賀に来場した人や、ここ滋賀が開催するイベントに参加した人の中から隊員を募集し、SNSを通じて情報を発信しやすい環境等を整備するための施策を検討・構築することが重要である。

この点、県の実施している業務の内容は、SNSのフォロワー数10,000人以上のインフルエンサーを抱える業者に委託し、ここ滋賀での写真等をSNSでアップしてもらっているに過ぎない。

このような事業は広告宣伝費として継続的に同額3,500千円の事業費が必要となることから、長期的な観点で「(仮称) ここ滋賀からひろがり隊」を組織できているとは言い難く、滋賀ファンが増えることにつながるとは考えにくい。

今後、ここ滋賀の来場者等が、SNSで発信しやすい工夫をすることに事業費を投じることにより、滋賀ファンを過増させることが望まれる。

## 6) ここ滋賀屋上テラスからの魅力発信強化事業について（意見）

ここ滋賀屋上テラスの利用者増加および、滋賀への誘い喚起を強化することを目的として、4,997千円の金額を投じて下記の施策が実施されている。

- ・ 屋上テラスに、滋賀への誘い喚起を強化することを目的とし、滋賀県の代表的な風景を大型シートで計4回掲出
- ・ 屋上テラスへの誘導を目的とし、イベント（クイズ）とアンケートを実施

この事業の趣旨は、屋上の利用率が低いことから屋上の利用率を上げることである。しかし、当事業については成果指標が設定されておらず、実績として屋上の利用率は約2%から約5%に増加しているが、事前の成果指標が設定されていない以上、この数値で事業効果が必要十分であったかの事後検証ができない。また、屋上の利用率自体は一つの指標にはなるものの、最終目標になるものではない。ここ滋賀の趣旨を考えれば、例えば、屋上利用者のアンケートにおける滋賀への訪問意欲などを指標にすることも一案である。

ただ、そもそもここ滋賀開設から2年経過した時点で屋上テラスのテコ入れを行っていること、また、約5百万円の金額を投じたにも関わらず事前に成果指標を設定せず効果検証も曖昧なままの現状を鑑みると、そもそも屋上テラスの利用についてここ滋賀開設当初からしっかりと検討されていたのか疑問であるし、この事業自体の合理性についても疑問を感じざるを得ない。

屋上テラスの利用がどのように滋賀への誘客に繋がるのかを再度熟慮した上で、場合によっては屋上テラスの必要性も含めてそのあり方および運営方法の見直しが望まれる。

## 7) ここ滋賀ショッピングサイト運営事業について（意見）

当事業は県産品の販売および情報発信を趣旨として、ここ滋賀ショッピングサイトを運営する業務であり、実際の運営、広報・プロモーション、受発注業務、精算等に関しては滋賀県中小企業団体中央会に委託している。当事業について、平成30年8月より開始されているが、売上の推移は以下のとおりである。

	売上（千円）
平成30年度（9か月）	409
令和元年度	706

そもそも令和元年度の委託料が4,900千円のところ年間売上高が706千円という実績であり、情報発信拠点としての成果が出ているとは言い難い状況である。なお、令和2年度では民間のショッピングサイトに出店したこと等により、売上高が10,000千円以上となる見込みとのことであるが、ここ滋賀ショッピングサイトに関するコストとの比較で利益が出ているか検証できていない以上、委託金額に対して十分な効果を発揮しているとは評価しがたい。

また、当事業の成果指標を質問したところ、ひとまずの目標として売上額を委託額である4,900千円まで伸ばしたいという回答があったのみであった。このため、ここ滋賀ショッピングサイトがここ滋賀の事業目的に寄与し続けているか否かという観点から、PDCAサイクルを有効に機能させるような成果指標は設定されていないと評価せざるを得ない状況である。

さらに当事業の委託については単独随意契約で行われており、理由は随意契約事前チェックリストにおいて以下のとおり記載されており、ショッピングサイトの構築・運営であれば同様のサービスを提供している事業者は多く存在するため、例えばプロポーザル方式を利用して別の専門業者に委託する選択肢もあったと考える。

### 【特命随意契約の理由】

本件委託業務については、滋賀県中小企業団体中央会において、県産品を販売するECサイトの構築・運営にすでに一部取り組まれており、新規にECサイトを構築・運営するよりも安価に実施できること、また物流面においても複数事業に県内約350団体、約12,000社の会員を有しており、本委託業務に係る県内事業者との調整等を円滑に進められると想定されることから、本件委託業務を実施できるのは滋賀県中小企業団体中央会においてほかにない

上記のとおり、滋賀県中小企業団体中央会が運用するECサイト「滋賀県の名品ショッピングサイト」があり、ここ滋賀ショッピングサイトと内容に大きな違いが見受けられない。

以上のことから、平成 30 年度、令和元年度の滋賀県中小企業団体中央会への委託実績は、ここ滋賀本来の目的である「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情報発信拠点、および「ここ滋賀」外への販路拡大に向けた支援や、首都圏での滋賀ファンの拡大」に十分に寄与しているとは評価できず、令和 3 年度以降、次の 2 点について検討する必要がある。

- ① ここ滋賀ショッピングサイトを継続する方向であるならば、ここ滋賀ショッピングサイトに関し、今後の利益計画を設定したうえで、当該計画を最も効果的、効率的に達成しうる委託業者をプロポーザル等の手段で選定すること。
- ② 今後の利益計画策定段階で、ここ滋賀ショッピングサイト運営に関するコストを回収することができない場合には、ここ滋賀ショッピングサイト運営自体がここ滋賀の目的でない以上、当事業は廃止し、貴重な人材および資金を別事業に活用することを検討すること。

## 8) 滋賀へのいざない機能強化事業について（意見）

当事業において、ここ滋賀来訪を契機に参加したいと思えるオリジナルツアーの造成がなされているが、結果は以下のとおりである。

ツアー	参加人数 (人)	備考
びわ湖さんぽ	822	うち、関東エリア（東京、神奈川、千葉、群馬、埼玉、栃木）からの参加は188名であり、その他は他府県からの参加
松茸&近江牛あばれ食い 滋賀三重日帰りツアー	1,252	25回催行されているが、発着が新大阪であり、大半が京阪神からの参加と見込まれる
長浜名物と近江牛すき小鍋のご昼食&盆梅展 滋賀日帰りツアー	63	3回催行されているが、発着が新大阪であり、大半が京阪神からの参加と見込まれる
絶景の秋・湖西を巡る滋賀「彩」日帰りツアー	中止	最少催行人数に満たなかったため
京都・嵐山花灯路と世界遺産・比叡山延暦寺・琵琶湖パノラマ紀行	中止	最少催行人数に満たなかったため
滋賀県大周遊 見どころ8景めぐり	中止	最少催行人数に満たなかったため

上記結果につき、以下の問題点がある。

- ・ 6ツアーのうち3ツアーが最少催行人数に満たなかったため、中止になっている。
- ・ 6ツアーのうち2ツアーは、発着が新大阪であり大半が京阪神からの参加と見込まれるため、ここ滋賀で当該ツアーを組成する必要性がない

上記内容については県も重く受け止めており、次年度においてはオリジナルツアーの造成は事業として廃止しているとのことであった。

しかし発着が新大阪であるツアーなどは、そもそもここ滋賀で行う必要があったかなど、事前に検討すべき課題もあったと考えられる。再度ここ滋賀の意義を念頭に置いた上で、より効果的な施策を行うことが望まれる。



## 9) 物品の現物実査について

ここ滋賀が管理する物品のうち、以下の7点の物品の保管状況を確認するため、現物を確認した結果、発見された不備について記載する。

### 【現物確認の対象とした物品】

品目 コード	品目	品目補記	物品番号	数量 (個)	取得金額 (千円)	使用・ 保管場所
2669	ハードディスク レコーダー	レコーダー	17004841	1	47	ここ滋賀
1199	その他机 ・台類	ディスプレイ什器	17004369	1	124	ここ滋賀
1599	その他棚 ・箱類	パンフレットラック	17004394	1	186	ここ滋賀
1599	その他棚 ・箱類	「ここ滋賀」1階カウ ンターバック什器	19003805	1	1,496	
1799	その他室内 装飾用具類	坪庭セット	17004481	1	320	ここ滋賀
2799	その他電気情 報通信機器類	ここ滋賀 4 連サイネ ージコントローラー	17004556	1	530	ここ滋賀
4399	その他厨房 機器類	真空包装機	17004532	1	280	ここ滋賀

ア) 改造品の取り扱いについて（指摘事項）

ディスプレイ什器について、以下のとおり同じ物品が物品管理システムに 13 個登録されていた。

【現状の物品管理システムの登録状況】

品目コード	品目	品目補記	物品番号	数量(個)	取得金額(千円)	使用・保管場所
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004366	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004367	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004368	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004369	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004370	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004371	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004372	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004373	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004374	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004375	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004376	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004377	1	124	ここ滋賀
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器	17004378	1	124	ここ滋賀

上記の物品について、現物を確認したところ、以下のとおり 6 個を 1 式とする改造品が 2 式あり、単品が 1 個あった。

【ディスプレイ什器6個で1式】



物品管理システムにおいて、現状の13個で登録している場合、現物確認する際に実際に13個の物品がないため、現物を確認することができなくなる。また、当該物品を処分する際に、物品管理システムに該当する物品を認識することができず、処分の登録が漏れる可能性がある。

複数の物品を改造し、1つの物品として使用する場合、物品管理システムにおいても以下のとおり、1式として登録する方法に改善することが必要である。または、6個で1式であることがわかるように枝番で管理することが必要である。

【改善案の物品管理システムの登録方法】

品目コード	品目	品目補記	物品番号	数量(個)	取得金額(千円)	使用・保管場所
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器(単品1個)	×××	1	124	ここ滋賀1階販売フロア
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器(6個の1式)	×××	1	744	ここ滋賀1階販売フロア
1199	その他机・台類	ディスプレイ什器(6個の1式)	×××	1	744	ここ滋賀1階販売フロア

### イ) 備品標示票（シール）の貼付について（指摘事項）

ここ滋賀4連サイネージコントローラーについて、備品標示票（シール）が貼付されていなかった。

#### 【現状の物品管理システムの登録状況】

品目コード	品目	品目補記	物品番号	数量(個)	取得金額(千円)	使用・保管場所
2799	その他電気情報通信機器類	ここ滋賀4連サイネージコントローラー	17004556	1	530	ここ滋賀

#### 【ここ滋賀4連サイネージコントローラー】



備品標示票の貼付は物品管理システムに登録している物品と現物を紐づけるために重要な目印である。滋賀県財務規則第165条において、以下のとおり、物品について備品標示票を貼付することが規定されており、合規性違反である。

#### 【滋賀県財務規則第165条】

物品出納命令者は、県の管理に属する備品については、備品標示票を別に定めるところによりはり付けなければならない。ただし、備品の形状等により備品標示票をはり付けることが困難なときは、県の備品である旨および物品番号を記載した標示票をはり付けることをもってこれに代えることができる。

当該物品について早急に備品標示票を貼付するとともに、他の物品についても貼付漏れがないか確認することが必要である。

### ウ) カウンターバック什器

カウンターバック什器について、以下のとおり物品管理システムに1個登録されていた。

#### 【現状の物品管理システムの登録状況】

品目コード	品目	品目補記	物品番号	数量(個)	取得金額(千円)	使用・保管場所
1599	その他棚・箱類	「ここ滋賀」1階カウンターバック什器	19003805	1	1,496	

#### (i) 使用・保管場所の登録について(指摘事項)

物品管理システムの使用・保管場所について、上記のとおり何も入力されていなかった。

同じ物品が複数ある場合に登録した物品を特定するためには、使用・保管場所の情報がなければ特定できない場合もあるため、物品の使用・保管場所の記載情報は、現物を確認する上で重要である。

物品を取得した際には物品管理システムに使用・保管場所を必ず入力するとともに、入力漏れが発見された場合には使用・保管場所を調査したうえで、入力することが必要である。

なお、ここ滋賀が管理する物品の使用・保管場所は、ここ滋賀が所在するビルとは別に、事務局オフィスが所在する別のビルがあり、複数の所在地があるが、物品管理システムの使用・保管場所にはすべて「ここ滋賀」としか入力されていない。この点についても、「ここ滋賀2階倉庫」や「事務局オフィス会議室」のような具体的な場所を記載することで、容易に現物を特定できるようにすることにご留意いただきたい。

#### (ii) 複数資産の1式の登録について(意見)

物品管理システムに1個の物品として登録されていたが、以下のとおり棚板2枚とキャビネット1個で1式であったが、1式の内容について物品管理システムの登録されている内容には明確となっていなかった。

複数の物品が独立して機能する場合、それぞれを物品として登録することが必要である。また、当該資産については物品管理システムに使用・保管場所が入力されていなかったため、入力することが必要である。

【棚板2枚とキャビネット1個で1式】



物品管理システムに登録されている内容からすると、1個のキャビネットだけが登録されている物品に該当すると誤って判断する恐れがあるため、1式の内容がわかるようにすることは重要である。

複数の物品を1式で登録する場合、1式の内容がわかるように備考欄等に1式の内容を入力するか、枝番管理することが必要である。

上記の使用・保管場所と複数資産の1式の登録について、以下のとおり登録方法を改善することが必要である。

【改善案の物品管理システムの登録方法】

品目コード	品目	品目補記	物品番号	数量(個)	取得金額(千円)	使用・保管場所
1599	その他棚・箱類	「ここ滋賀」1階カウンターバック什器(キャビネット)	××-1	1	×××	ここ滋賀1階カウンター裏
1599	その他棚・箱類	「ここ滋賀」1階カウンターバック什器(棚板上)	××-2	1	×××	ここ滋賀1階カウンター裏
1599	その他棚・箱類	「ここ滋賀」1階カウンターバック什器(棚板下)	××-3	1	×××	ここ滋賀1階カウンター裏

### 3. 人件費

#### (1) 時間外勤務の管理方法

長時間労働の是正対策として、「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」(平成 30 年法律第 71 号)により、国家公務員においても人事院規則の改正により超過勤務命令を行うことができる上限等を定める等の措置を講じることとされた。

これにより県も国家公務員との均衡や職員の健康管理に努める必要から「職員の勤務時間、休日及び休暇に関する規則」が改正され、時間外勤務命令を行うことができる上限時間が令和元年度より適用されている。具体的には、「時間外勤務命令の上限遵守のための取組要領」を定め、県全体で時間外勤務命令の上限遵守を遂行している。

詳細な内容は以下のとおりである。

<上限時間>

- ① 原則部署 (②以外の部署) : 月 45 時間以下、年 360 時間以下
- ② 他律的業務※の比重が高い部署 : 月 100 時間未満、年 720 時間以下、2~6 箇月平均 80 時間以下、月 45 時間超過月数 6 箇月以内

<他律的部署における取組>

「上限時間遵守に向けた取組について」参照

(出典：時間外勤務命令の上限遵守のための取組要領)

※ 他律的業務とは、業務量、業務の実施時期その他の業務の遂行に関する事項を自ら決定することが困難な業務。具体的には、議会对応や市民応対などが該当する。令和元年度において、観光振興局は他律的業務の比重が高い部署に該当すると判断されている。

# 上限時間遵守に向けた取組について



(出典：上限時間遵守に向けた取組について)



また、具体的な時間外勤務に関する申請および承認フローは以下のとおりであり、大きくは以下の3段階に区分することができる。

**① 事前承認**

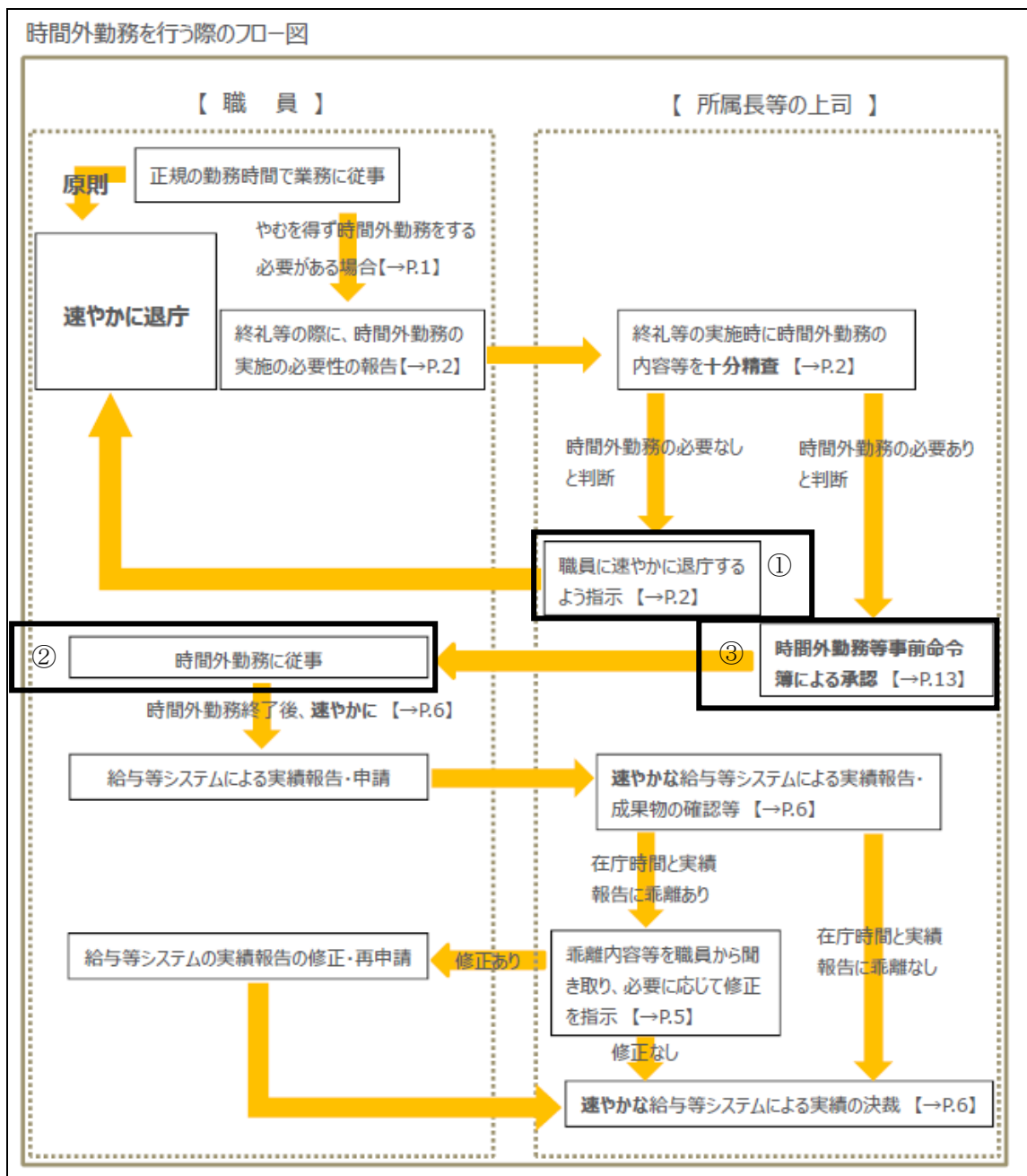
時間外勤務を実施する必要があると係長などの上司が判断した場合には、該当職員は、時間外勤務等事前命令簿（excel）に予定時間や理由などを記入し、上司の承認を得る。

**② 実績報告**

時間外勤務に従事後、時間外勤務等事前命令簿に実績時間を記入後、給与等システムにも実績時間を入力する。

**③ 乖離確認**

給与等システムに入力された実績時間と在庁時間（パソコンの起動時間）がシステム内で自動照合され、時間の乖離有無が把握される。乖離がある場合には、上司は職員への聞き取りを行い、必要に応じて実績時間の修正を指示する。



(出典：「遵守事項等の概略」 囲みは監査人による)

この申請および承認フローに従い実際に適切に運用されているか、令和2年3月における時間外勤務からサンプルを抽出して確認したところ、特に問題となる事項は検出されなかった。

しかし、監査手続を実施するにあたり、時間外勤務以外も含めた勤怠管理の一連の流れを確認した結果、把握した効率性の観点に関する意見を記載する。



## 2) 給与等システムの改修について（意見）

職員は、時間外勤務等事前命令簿により所属長等の上司から命令を受けた上で時間外勤務に従事後、時間外勤務等事前命令簿に実績時間を所属長等の上司が記入するとともに、給与等システムにも職員が実績時間を入力している。つまり、実績時間を時間外勤務等事前命令簿と給与等システムの双方に入力しているのである。このうち、実際の給与計算に反映されるのは給与等システムに入力された時間外勤務時間であり、時間外勤務等事前命令簿には、事前の申請および承認を得た時間と実績時間の乖離の有無を確認するために入力しているのである。これは、時間外勤務等事前命令簿が給与等システムとは別個で excel 管理されているためである。

仮に給与等システムでの事前命令から実績確認までができるように改修することができるのであれば、事前命令との乖離有無もシステム内で自動照合が可能となり、時間外勤務に係る手続全体の省力化が図られることになる。もしくは、時間外勤務等事前命令簿から給与等システムへの入力を RPA による簡略化や、時間外勤務の申請時間とパソコンのログオフ時間の乖離確認について係長等が決裁時に確認できるような給与等システムの改修等により効率化を図ることが考えられる。改修による県全体での改善工数および効用と対応するコストを勘案し検討されたい。

## 4. 出張旅費

### (1) 実施した手続

県は、滋賀県旅費支給条例で旅費の支給に係る手順や算定式を制定している。この条例に従い、実務的には旅費管理システムを通じて、申請および承認などの管理を行っている。

この旅費管理システムは出発地、経由地および目的地を入力することで旅費が自動的に算出される仕組みであり、当該金額が出張者へ翌月に立替経費分として振込まれる流れとなっている。

令和元年度の監査対象期間のうち、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、都道府県間の移動自粛の要請期間であった令和2年3月の出張について、サンプルでその内容の確認を実施した。

No	出張日（日帰り）	出発地	目的地	旅費金額
1	令和2年3月30日	県庁	東京都千代田区	29,960円
2	令和2年3月25日	自宅	栃木県宇都宮市	38,600円
3	令和2年3月30日	自宅	東京都中央区	29,480円
4	令和2年3月25日	自宅	愛知県名古屋市中区	33,250円
5	令和2年3月4日	自宅	東京都中央区	29,080円

旅費金額については、旅費管理システムで自動的に算出されるため、監査手続上、特に重要視したのは、実際に出張が行われたか否かの観点である。

宿泊の場合には、出張報告書とともに宿泊に関する証憑が必要となるため、当該証憑により出張が行われたことを客観的に確認することが可能である。一方、日帰りの場合は、新幹線や特急列車を利用した場合でも特に証憑の提出が求められていない。そのため、直接的に出張が行われたことを確認することはできない。そこで上記サンプルについて、出張先で実施された会議の議事録やヒアリングメモなどを閲覧することで、出張の有無を確認した。

## (2) 監査結果

### 1) 出張に係る復命の徹底について（指摘事項）

上記監査手続を実施した結果、No. 1、2、5については、復命書、ヒアリングメモを確認することで間接的に出張が行われた事実を確認することができた。一方、No. 3、4については、復命書などは作成されておらず、出張が行われた事実を確認することができなかった。

この点、滋賀県職員服務規程第17条は「職員は、公務旅行から帰庁した場合には、すみやかに文書をもって復命しなければならない。ただし、特殊または軽易な事件については口頭をもってすることができる。」としており、滋賀県では「特殊または軽易な事件」に該当しない限り、文書での復命が必要となる。No. 3、4については、「特殊または軽易な事件」に該当しないと考えられ、文書での復命を徹底することが必要である。

### 2) 出張精算に係る証憑の取扱いについて（意見）

上記監査手続を実施した結果、No. 1からNo. 5のすべてについて、日帰りの出張であったため、公共交通機関の利用証憑の資料が見受けられなかった。

この点、県は実費精算を採用しておらず、「国家公務員等の旅費に関する法律」の考え方に準拠して規定された「滋賀県旅費支給条例」第7条において、「旅費は、最も経済的な通常の経路および方法により旅行した場合の旅費により計算する。」としており、定額支給を採用している。

しかし、多くの民間企業や、一部の国の公的機関などでは、在来線などの少額な公共交通機関の利用証憑までは求めないとしても、金額が比較的多額となる新幹線や特急列車の利用に関する証憑は必要なものとして取り扱われている。適正な経費精算の徹底という観点からは、新幹線等の高額な公共交通機関の利用証憑の提出を必要とするルールを採用を検討すべきである。

以上