

令和5年度
「北の近江振興
プロジェクト
コーディネーター
業務委託」

実施完了報告書

2024年3月
アインズ株式会社

目次

はじめに

1 当事業の概要について	
1-1 コンセプト	03
1-2 実施体制	04
1-3 実施者について	05
2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて	
2-1 コーディネーター事業実施スケジュールについて	07
2-2 北部振興ミーティングの議題と決定事項	08
3 アンケート調査の実施について	
3-1 調査目的	15
3-2 調査内容	15
3-3 調査期間	19
3-4 回収数	20
3-5 長浜市エリアのアンケート回答事業者名と事業者所在分布図	22
3-6 長浜市エリアのアンケート結果の概要	23
3-7 高島市エリアのアンケート回答事業者名と事業者所在分布図	28
3-8 高島市エリアのアンケート結果の概要	29
3-9 米原市エリアのアンケート回答事業者名と事業者所在分布図	34
3-10 米原市エリアのアンケート結果の概要	35
4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ	
4-1 ヒアリングの目的	41
4-2 ヒアリング内容について	41
4-3 ヒアリング訪問先について	42
4-4 事業者からのヒアリング調査で出てきたそれぞれの回答	43
4-5 事業者からのヒアリング調査で出てきたターゲットとニーズ	46
4-6 社会の動向（PEST分析）	47
5 3市合同ワークショップの開催概要	
5-1 実施の目的	49
5-2 実施方法	49
5-3 実施日時・会場選択について	50
6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ	
6-1 参加者について	52
6-2 タイムスケジュールについて	53
6-3 ワークショップ開催	54
7 共通テーマ(R6以降今後の方向性)について	
7-1 共通テーマ案の素案検討	67
7-2 共通テーマ案の検討（アドバイザーを交えた）	68
7-3 共通テーマ案の決定	69
8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について	
8-1 共通テーマ案の活用案について	71
8-2 関係人口について	74
8-3 共通テーマ案実施における年間スケジュールについて	75
別添1 アンケート全事業者回答報告書	
別添2 ヒアリング調査まとめ	

「北の近江振興プロジェクトコーディネーター業務委託」 実施完了報告書について

本報告書は、令和5年（2023年）9月1日付け）で滋賀県知事より「令和5年度北の近江振興プロジェクトコーディネーター」委嘱を受け令和6年（2024年）3月31日までの任期期間中に実施した「北の近江振興プロジェクトコーディネーター業務委託」の実施状況等を取りまとめたものである。

また、別添の「令和5年度北の近江振興プロジェクトアンケート全事業者回答報告書」は当事業振興を目的に長浜、米原、高島各3市の観光部局や観光協会および観光施設・事業者等へ当事業の趣旨説明の上、回答協力を依頼し得た結果等を取りまとめたものである。

1 当事業の 概要について

1 当事業の概要について

1-1 コンセプト

●テーマ 訪れたくなる滋賀県北部地域

豊かな自然、地場産物、世界に誇れる歴史的・文化的遺産を有する県北部地域（長浜市、高島市、米原市）の魅力を生かしたさらなる振興を目的とし、各地域に精通したコーディネーターをそれぞれに配置し、対象地域での関係者と密な連携及び現地調査を繰り返しながら細かく分析し、各エリアの特性に対応した観光モデルを組み立て、提案しながら、地域外からの交流人口と関係人口を増やす基礎施策と北部振興の基盤づくりを構築します。

●当事業の取組む課題

令和5年度	【目的】 3市の現状整理、共通テーマの設定 (事業実施期間：2023年9月1日～2024年3月31日)
	<ol style="list-style-type: none">1. 北部3市の有する地域資源の利活用状況（観光施策や関係人口創出施策について、北部3市観光部局や観光協会および県関連部局等に対するヒアリングの実施や、観光施設・事業者等へのアンケートによる調査・現地訪問などを通し、情報収集や課題把握を行う。2. 収集した情報を基に、北部3市の施策の体系化や課題整理を行い、3市で取り組める共通テーマを設定する。
令和6年度	【目的】 共通テーマ活用策の設定 (事業実施期間：2024年4月1日～2025年3月31日予定)
	北部3市の共通テーマに沿った各市事業案の組成。 実証実験などの実施。コミュニケーションツールの設定。
令和7年度	【目的】 国への交付金の申請を検討・申請 (事業実施期間：2025年4月1日～2026年3月31日予定)
	北部3市の共通テーマに沿った事業の展開。

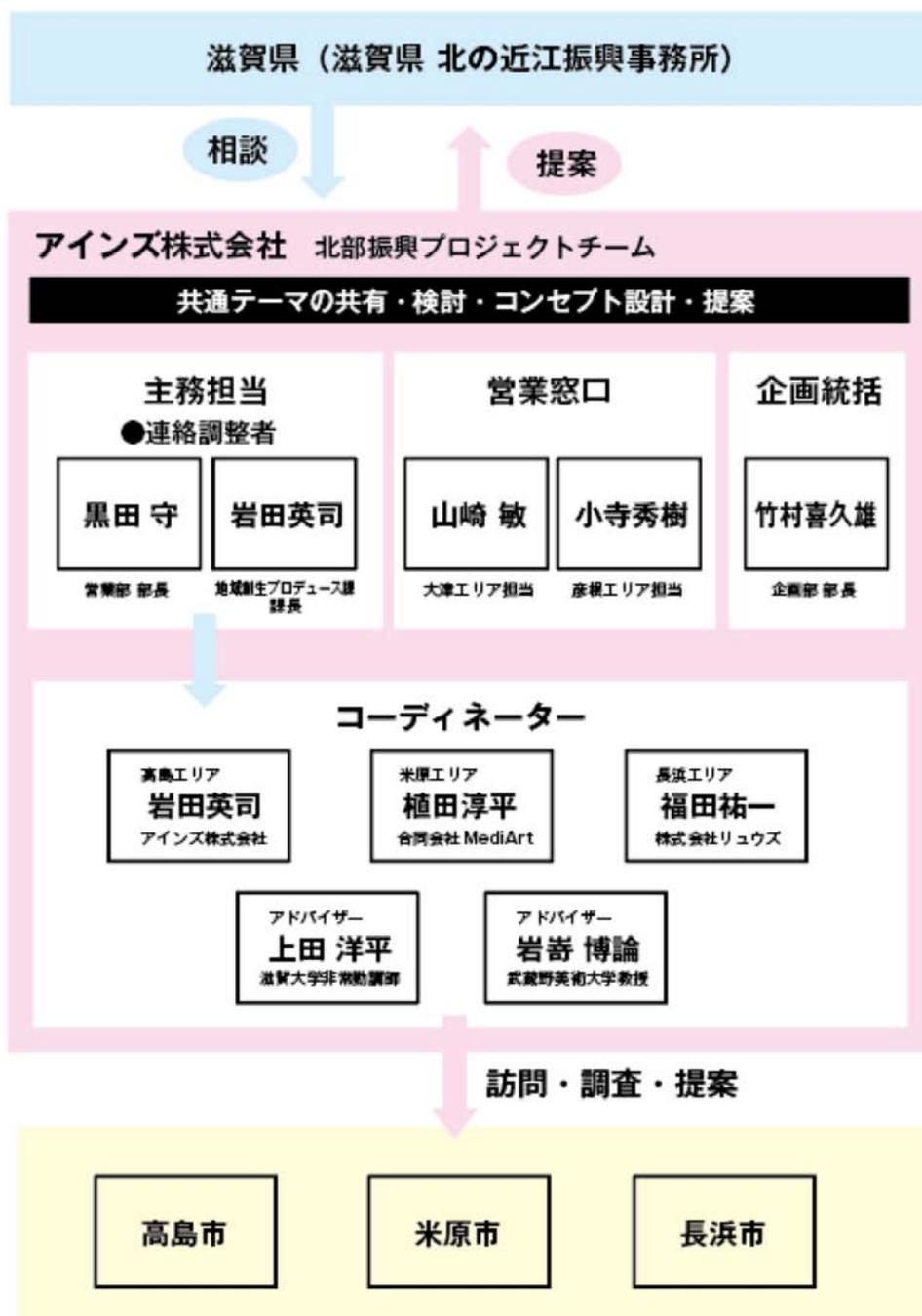
●当事業の最終的に目指すゴール

令和9年度	KPI：関係人口3,000人目標 (事業実施期間：2027年4月1日～2028年3月31日予定)
-------	--

1 当事業の概要について

1-2 実施体制

当事業を円滑に進行するため、下記の通りプロジェクトチームを組織構成し、各エリアに対する業務割合が平均的になるよう、また各エリアとの連絡調整担当者をそれぞれ1名配置し、人員体制を整え運営にあたりました。



1 当事業の概要について

1-3 実施者について

各市の観光部局や観光協会および県関連部局、観光施設・事業者等との連絡調整役として各市別にそれぞれ担当者を1名配置。さらにコーディネーターの活動実績報告や情報共有時など、情報の整理に対し、専門的検知からアドバイスなどを行う目的でアドバイザーを配置。

コーディネーター	<p>長浜市</p> <p>福田 裕一 (ふくだひろかず) 株式会社リュウズ 代表取締役社長 / CEO 兼 大手IT企業 新規事業推進部長</p> <p>1981年滋賀県長浜市生まれ。滋賀県立虎姫高等学校を卒業後に上京。明治大学を卒業し、東京の大手IT会社に就職。数々の社内表彰を受賞し、同期最速で課長に抜擢。アメリカシリコンバレーで新規ビジネス企画を担当。世界のスタートアップ企業の発掘と提携、新規ビジネス立ち上げを担当。2022年4月より大手IT企業の最年少部長としてDX事業化を推進しながら、地元の滋賀県長浜市で地域創生IT企業の株式会社リュウズを起業しCEOに就任。滋賀県北部地域の社会課題の解決に取り組んでいる。</p>
	<p>高島市</p> <p>岩田 英司 (いわた えいじ) アイNZ株式会社 地域創生プロデュース課 課長</p> <p>1992年4月アイNZ株式会社入社。勤続31年。広告デザイナー業務を経て、2018年からクラウドファンディング事業を担当。また同時に出版事業として「ランチパスポート滋賀」編集長を担当。滋賀県内の個人、企業、飲食店など主に県内の社会課題解決への取り組みを中心に地域活性化のため活動を行う。2023年からは地元竜王町の観光協会に抜擢され、理事にも就任。</p>
	<p>米原市</p> <p>植田 淳平 (うえだ じゅんぺい) 合同会社MediArt 代表 長浜市木之本在住</p> <p>2015年12月に滋賀県長浜市に地域おこし協力隊として東京から移住。(活動期間：2015年～18年) 地域振興策を企画・推進活動を行う。卒業後、2018年に合同会社MediArtを設立、地域資源のブランディング、販売促進を事業として行う。クラウドファンディング事業では地域活性化をサポートし、計100件以上のサポート、1.5億円以上の支援を集める。また、2021年3月より長浜、米原、高島地域のローカルニュースを配信する「長浜経済新聞」の運営をスタート(平均月ページビュー7万)。各地域に入り込み取材を行い日々ニュース配信を行う。</p>
アドバイザー	<p>上田 洋平 (うえだ ようへい) 滋賀県立大学地域共生センター特任講師、滋賀大学非常勤講師</p> <p>1976年京都府生まれ。滋賀県在住。滋賀県立大学地域共生センター特任講師。滋賀県立大学大学院人間文化科学研究科地域文化学専攻博士課程単位取得退学。専門は地域文化学、地域学。風土に根ざした暮らしと文化に関する研究と実践に取り組む一方、地域づくりを担う人材の育成や地域と連携した「共育プログラム」の開発・運営にも従事するほか、「まちづくりのホームドクター(かかりつけ医)」として地域に関わるあらゆる分野の相談に乗る。著書に『場づくりから始める地域づくり(共著・学芸出版、2021年)』『反集中(共著、NPO法人ミラック、2022年)』ほか。</p>
	<p>岩寄 博論 (いわさき ひろのり) 武蔵野美術大学 クリエイティブイノベーション学科 教授 / ビジネスデザイナー</p> <p>戦略思考とクリエイティブ思考を使って企業や地域の課題解決に従事している。地元滋賀のコミュニティ活動「KOKOKU」の立ち上げメンバーの一人。滋賀県長浜市出身。慶應義塾大学大学院修士課程、イリノイ工科大学Institute of Design修士課程修了。著書に『機会発見—生活者起点で市場をつくる』(英治出版)、共著に『パーパス「意義化」する経済とその先』(NewsPicksパブリッシング)など。イリノイ工科大学Institute of Design修士課程修了、京都大学経営管理大学院博士後期課程修了、博士(経営科学)。</p>

2 R5プロジェクト 進行内容と スケジュールに ついて

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-1 コーディネーター事業実施スケジュールについて

令和5年	9月	<p>1日(金)令和5年度北の近江振興プロジェクトコーディネーター委嘱 4日(月)湖北合同庁舎 4階 会議室にて契約等に向けた協議と顔合わせ 6日(水)3市コーディネーターオンラインによるミーティング 8日(金)アドバイザー(岩寄教授)と打ち合わせ(オンライン) 12日(火)アドバイザー(上田先生)と打ち合わせ(オンライン) 12日(火)長浜市役所へ当事業の趣旨説明訪問 13日(水)北部振興定例ミーティング(オンライン) 13日(水)米原市役所へ当事業の趣旨説明訪問 15日(金)高島市役所へ当事業の趣旨説明訪問 19日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン)、記者会見 22日(金)北部振興定例ミーティング(長浜市ピクニックベース) 26日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 岩寄教授</p>
	10月	<p>3日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 5日(木)滋賀県庁 森氏打合せ(3市訪問ヒアリング項目について) 10日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 11日(水)コーディネーターによる3市訪問開始 17日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 23日(月)アドバイザー(上田先生)と打合せ(県大訪問植田氏同行) 28日(土)アドバイザー(岩寄教授)と打合せ(長浜福田氏同行) 29日(日)東京日本橋ここ滋賀「北琵琶湖まつり」開催 30日(月)北の近江振興事務所訪問</p>
	11月	<p>11日(土)北部振興定例ミーティング(オンライン) 21日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 21日(火)3市へのアンケート調査封書による配送 22日(水)3市へのアンケート調査事業者へのヒアリング訪問開始 29日(水)北部振興定例ミーティング(オンライン)</p>
	12月	<p>5日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 12日(火)北の近江振興事務所訪問 12日(火)アドバイザー(岩寄教授)と打合せ(オンライン) 16日(土)北部振興定例ミーティング(ピクニックベース) WSについて 19日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 26日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン)</p>
令和6年	1月	<p>5日(金)北部振興定例ミーティング(オンライン) 観光交流局奥村氏 9日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 13日(土)北部振興定例ミーティング(オンライン) 16日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 18日(木)アドバイザー(岩寄教授)と打合せ(オンライン) 23日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 30日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン)</p>
	2月	<p>6日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 14日(水)北部振興定例ミーティング(オンライン) 18日(日)2/20合同ワークショップ事前準備(ピクニックベース) 20日(火)合同ワークショップ(ピクニックベース) 27日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 29日(木)北部振興定例ミーティング(オンライン)</p>
	3月	<p>5日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 6日(水)滋賀県庁訪問(次年度事業概要と体制について) 12日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 19日(火)北部振興定例ミーティング(オンライン) 21日(木)滋賀県庁訪問(次年度事業概要と体制について) 31日(日)令和5年度北の近江振興プロジェクトコーディネーター委嘱終了</p>

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-2 北部振興ミーティング議題と決定事項

議題日時	議題内容	決定事項
9月6日(水)	<ul style="list-style-type: none"> ・コーディネーター福田氏との役割確認 ・県との打ち合わせ結果フィードバック ・プロジェクト進行についての意見交換 	<ul style="list-style-type: none"> ・北部3市の地域資源の活用状況の検討や課題整理、共通テーマの設定 ・3市関係者参加するミーティング（オンラインもしくはオフライン）プロジェクト期間中に2-3回ほど。キックオフミーティング含む。 ・プロジェクト実行チームのミーティング（オンラインもしくはオフライン）月1回を想定 ・プロジェクト実行チームのコミュニケーションはチャットツール（slack、チャットワーク）などを検討。
9月8日(金)	アドバイザー岩寄教授の専門的知見からの助言方法について	<ul style="list-style-type: none"> ①業務範囲の共有 ②アドバイザーと県とのオンライン面談 ③キックオフについて
9月12日(火)	アドバイザー上田先生の専門的知見からの助言方法について 長浜市役所へ当事業の趣旨説明訪問	<ul style="list-style-type: none"> ①業務範囲の共有 ②アドバイザーと県とのオンライン面談 ③キックオフについて 当事業の趣旨説明（県森氏より） 参加者 中嶋未来創造部長 村崎未来こども若者局長 未来こども若者局 茂森様 政策デザイン課 山崎様 文化観光課 佐治様 政策デザイン課 柴田様 文化観光課 課長 小谷様
9月13日(水)	<ul style="list-style-type: none"> ・報酬について ・役割分担、ツールの確定 ・挨拶周りの共有（長浜市） ・キックオフの日程 ・キックオフまでに整理する情報 ・その他 米原市役所へ当事業の趣旨説明訪問	<ul style="list-style-type: none"> ・報酬については植田氏と調整 ・役割分担はたたき台案を作成、ツール確定（slackを利用） ・長浜市訪問の内容共有 ・キックオフ日程はアドバイザーの参加可能日を確認 ・キックオフの内容についてアドバイザー相談を実施する 当事業の趣旨説明（県森氏より） 参加者 政策推進課主任 石田昌也様 政策推進課課長補佐 高木義道様 まち整備部 川崎壮登様 まち整備部 酒居和哉様 びわ湖の素DMO 法邑英明様
9月15日(金)	高島市役所へ当事業の趣旨説明訪問	当事業の趣旨説明（県森氏より） 参加者 観光振興課主任 上原一晃様 商工観光部 藤田英治様 企画広報課主任 土手川雅智様 総合戦略課 課長 大浦剛様 企画広報課次長 大森康彦様

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-2 北部振興ミーティング議題と決定事項

議題日時	議題内容	決定事項
9月19日(火)	3市訪問結果共有 15分 (各5分) 意見交換。30分 アドバイザーMTGの候補日を設定→依頼 アドバイザーに意見をもらうことを言語 化しまとめる。 キックオフまでに整理することをリスト アップ。 25日または22日の予定を決める 次回会議までのTODO整理 10分 その他	各市の該当事業者を選定させる。 リスト作成
9月22日(金)	今年度ゴール確認 ・北の近江振興プロジェクト コーディネーター業務における 交流・関係人口の定義を決める。 ・それに基づいた一緒に取り組めるテーマ 設定 どういった事業ができるのか？ (国の交付金なども検討)	・交流人口・関係人口の定義について は県とのすり合わせが必要 森氏と共有 (9/26定例MTGにて) ・訪問先リストアップ
9月26日(火)	北部振興まとめシートの説明 岩田 5分 以下意見交換 40分 ・各市初回訪問から事業を進めるのに 見えてきた課題についてのアドバイス ・リサーチ先と効果的なりサーチ方法 ・まとめ方 ・その他共有事項シェア 5分 ・次回スケジュール	交流・関係人口の定義について 岩寄教授よりレクチャー
10月3日(火)	・調査票の確定 ・振り返り 5分 ・調査票を確定させる 30分 ・今後のスケジュールと進め方 15分 ・次回TODO	アンケート案の素案を作成 内容について協議
10月5日(木)	北部振興プロジェクトにおける確認事項 1. アンケート項目の確認 県、北の近江振興3名のご意見をまとめる ※定例ミーティング実施日の策定 2. 各市別の事業者選定について ピックアップ事業者リストの共有と追加 検討各市への相談訪問日の設定 (北部担当者交え) 3. アンケート調査票調査送付 (10/16週～) 書面を印刷、返信封筒 (アインズ行)を同封し各市30箇所、 関係団体総数100箇所ほど ※住民の声も収集？ 4. 調査票調査回収締切日 5. アンケート結果でピックアップ事業者へ の訪問・インタビュー実施 6. アンケート分析→ 仮の共通テーマのキーワード洗い出し 7. 仮共通テーマ(キーワード)に対する 意見調査 ※キックオフ・ワークショップの実施	アンケートについて 1. 基本情報の設問部分で3市について チェックボックスで選んでもらいます が、いずれも広範囲で合併しておるの で、〇〇町まで聞き出せる方が良いの ではと意見あり。 2. 課題について 観光産業で不足している項目にチェッ クを入れるだけでなく、さらに具体的 に感じる事柄などを自由回答で追記し てはどうかとご意見 3. 優位性も同じく。 4. 将来像 でどのような人に訪れても らいたいのか？について実際にはヒアリ ングする際に聞き出せば良いが、ある 程度の選択肢を設けておいても良いの では？というご意見。 (<input type="checkbox"/> 若年層 <input type="checkbox"/> 富裕層 <input type="checkbox"/> インバウンド) 5. DMOについて DMOの意味を説明する。 (用語を知らない人が多いと想定)

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-2 北部振興ミーティング議題と決定事項

議題日時	議題内容	決定事項
10月10日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・スケジュールの共有（岩田から） ・今週の行動についての確認（各市への相談） ・その他 	
10月17日(火)	3市の事業者リスト作成について	アンケート送付先リストを業種別に分ける（業種の偏りを避ける目的）
10月23日(月)	アドバイザー(上田先生)の専門的知見からの助言	アンケート送付先リストの選定方法についてアドバイス。
10月28日(土)	アドバイザー(岩寄教授)ご挨拶	
10月30日(月)	①委嘱式 5分 ②プロジェクトの進捗状況 10分 <ul style="list-style-type: none"> ・進捗状況（岩田） ・上田先生意見交換（岩田） ・米原市訪問（植田） 再度確認すること <ul style="list-style-type: none"> ・アンケート送付進め方 議論すること <ul style="list-style-type: none"> ・進捗状況を踏まえてのスケジュール ・アウトプットイメージ 	アンケート送付は県からの届いたほうが開封率が高くなるのではないかと。アインズより滋賀県町名義で郵送(滋賀県庁の封筒入手) アンケート送付後のフォローとアンケート回収後のヒアリングの進め方などを認識合わせ
11月11日(土)	3市アンケート送付先事業者のリスト確定	各市30事業者候補＋関係者10 11月下旬 アンケート回収
11月21日(火)	アンケート調査郵送開始	戸別訪問によるヒアリングも同時進行とする
11月29日(水)	アンケート調査状況確認	長浜市...33件 米原市...4件
12月5日(火)	アンケート調査状況確認	長浜市...37件 米原市...7件 高島市...1件
12月12日(火)	テーマ（コンセプト設定）の案今後の進め方	テーマ（コンセプト設定）の案資料作成（別紙参照） 今後の進め方についてたたき台作成
12月16日(土)	テーマ（コンセプト設定）案資料共有今後の進行スケジュールたたき台共有	ワークショップ開催について実施スケジュールなど調整
12月19日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査状況確認 ・ヒアリング状況について情報共有 ・3市合同ワークショップについて 	2023/12/15で回収締切→73団体より回答 長浜市...45件 米原市...18件 高島市...10件 3市合同ワークショップ日程候補 ※調整さん,Slackにて調整実施
12月26日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート集計の準備 ・ヒアリング状況について情報共有 ・3市合同ワークショップについて 	3市合同ワークショップ日程候補については 事前に岩寄教授の日程確認を実施。 候補日を2月20日、3月5日、3月13日と設定（※上田先生参加も踏まえ） 各市への通達（1/5回答締め切り）

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-2 北部振興ミーティング議題と決定事項

議題日時	議題内容	決定事項
1月5日(金)	<ul style="list-style-type: none"> 観光交流局への当事業に関する現状報告 シガリズムとの兼ね合い、意見交換 	
1月9日(火)	<ul style="list-style-type: none"> 報告書作成について 合同ワークショップ内容について 	
1月13日(土)	<ul style="list-style-type: none"> ワークショップの方向性、役割分担 アジェンダ案作成について 	15日までに準備して共有
1月16日(火)	<ol style="list-style-type: none"> 18日についての事前打合せ 合同ミーティング内容について 各市進捗共有 報告書について 	<ol style="list-style-type: none"> ①イントロダクション <ul style="list-style-type: none"> 本日のアジェンダの説明 参加者の自己紹介 ②インプットセッション <ul style="list-style-type: none"> 県からの北の近江振興プロジェクトの概要説明 三市のアンケート・ヒアリング結果から各市の特色の共有 ③ワークショップ <ul style="list-style-type: none"> 3市の観光を通じた関係人口増加のための共通の課題を見つけよう 3市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう 3市が目指す将来の理想のペルソナ(観光客・関係人口になってほしい人)を決めよう 決めた共通テーマに沿った具体的な解決策とアクション案を考えよう ④まとめ(30分) <ul style="list-style-type: none"> 本日決めた内容の振り返り 今後の予定 質疑応答、ディスカッション
1月23日(火)	<p>ワークショップについて(福田) 30分 修正箇所確認 進め方について意見交換 18日に現地にて事前準備、13時～。 (福田、植田、岩田)</p> <p>報告書について(岩田) 20分 資料と報告書のすみ分け、確認 (アンケート結果→資料として報告書とは分ける等)</p> <p>その他、追加で盛り込むモノ。 共有事項があればシェア、まとめ 10分</p>	自治体、観光協会参加者向けに岩寄教授からワーク前にデザイン思考の考え方をレクチャーしていただくことは可能か？
1月30日(火)	<ul style="list-style-type: none"> インプット資料共有。(植田：20分) 高島市訪問資料の共有(5分) 各市に課す事前課題内容について→事前課題の必要有無を検討 合同ワークショップ前に各市に共有(事前送付)する内容について(10分) ※詳細は1/25の投稿を確認。 まとめ(10分) 	<ul style="list-style-type: none"> 懇親会については開催の方向 事前アンケートについて 今後の動き方について 「テーマ」の具体的な文言イメージについて認識を合わせたい

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-2 北部振興ミーティング議題と決定事項

議題日時	議題内容	決定事項
2月6日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・当日説明するインプット資料について 植田 (30分) ・テーマ、ターゲット設定について関係者で再度認識合わせ ・事前送付資料 (10分) <ul style="list-style-type: none"> ・事前アンケート ・アンケートデータ ・概要3、その他 (10分) ・デザイン思考のテキストおよび、レクチャーどうする？ ・懇親会人数確認 4、まとめ (10分) 	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン思考について岩寄教授のレクチャーは実施しない ・懇親会は魚丸にて15名参加
2月14日(水)	<ul style="list-style-type: none"> ・インプット資料の確認、フィードバック (10分) ・テーマ案 (決定) するまでのプロセスの明示について (20分) ・シェア 高校生プロジェクト (10分) ・20分予備 	<ul style="list-style-type: none"> ・3市合同ワークショップ→正式タイトル名の共有 「共通テーマ作成ワークショップ」 ・20日の案内状。アンケート集計結果で返信がなかった自治体に連絡
2月18日(日)	ワークショップ事前準備	会場のレイアウトなど現地にて確認
2月20日(火)	合同ワークショップ開催	
2月27日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・共通テーマ案の決め方について (出口戦略を踏まえて) キャッチコピー的なモノになっているので、テーマまで昇華させることが必要では。テーマ案の考え方も必要 (なぜそのテーマ案になったのか) ・報告書のまとめ方について意見 	
2月29日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書のまとめについて (岩田) 20分 ・共通テーマ案のブラッシュアップと決定 ・次年度の体制について 	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度は役割分担を明確にし、さらに増員し全体の体制を強化させる ・20日前後に次年度体制案を提案する
3月5日(火)	・共通テーマ案の考え方	<ul style="list-style-type: none"> ・共通テーマ最終案 「山と水と湖とつながる、北近江のくらし文化」 今後の課題 <ul style="list-style-type: none"> ・このテーマ (方向性) で、だれをターゲットにするか検討 ・具体的な事例、イメージをもつ ・方向性に合わない施策等については本テーマとは紐づけていかない そのあたりは各市にしっかり説明必須
3月6日(水)	・次年度事業体制について	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度実施に向けた体制や事業概要について 県庁への訪問、ヒアリング。
3月12日(火)	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度事業体制について共有 ・報告書まとめについて 	<ul style="list-style-type: none"> ・次年度実施に向けた体制や事業概要について 県庁への訪問、ヒアリング。

2 R5プロジェクト進行内容とスケジュールについて

2-2 北部振興ミーティング議題と決定事項

議題日時	議題内容	決定事項
3月19日(火)	・次年度以降の施策案について	
3月21日(木)	・次年度の体制案提案について (滋賀県庁森様訪問)	

3 アンケート調査 の実施について

3 アンケート調査の実施について

3-2 調査内容

(3)調査内容

対象事業者へのアンケート回答結果やインタビュー、調査から各市の「課題」「優位性」「将来性」「その他」を浮き彫りさせ、各市それぞれの強み、弱み、課題を整理する。整理した回答結果は別添1に記載。

滋賀県北部3市における観光事業や交流人口創出に関するアンケート調査	
<p>このたび、滋賀県北部地域(高島、長浜、米原)の観光関連産業において特徴的な事業活動をされている方等を中心にアンケートを送付させていただきます。新たな観光振興、交流人口創出のあり方の参考にさせていただきたいと考えています。 お忙しい中、お手数ですが、インタビュー調査へご協力をお願いいたします。 ※アンケートは裏面に掲載の二次元バーコードからでもお答えいただけます。</p> <p>質問への回答所要時間は約10分です。※交流人口とは、観光、レジャー、ショッピング、スポーツ等でその地域を訪れる人のこと。</p>	
【1.基本情報について】	
<p>■事業所名をご記入ください。</p>	<p>■業種、団体(例:旅館業、〇〇市等)</p>
<p>■ご担当者名</p>	<p>■役職</p>
<p>■お住いの地域(または事業所の所在地)</p> <p style="text-align: center;">高島市 長浜市 米原市</p>	<p>■市、以下の地名もご記入ください。※例:長浜市木之本</p>
【2.課題について】	
<p>■同市の観光産業で不足しているものは何だと思いますか？(複数回答可)</p> <p>①交通インフラ(駅から観光地、観光地から観光地へ) ②担い手(跡継ぎ) ③働き手(スタッフ) ④商業施設 ⑤観光客 ⑥宿泊施設 ⑦県、市の情報発信、PR ⑧行政サービス/サポート ⑨地域イベント ⑩観光スポット/名所 ⑪滞在型観光</p>	<p>■左記記載外のものがあればこちらに記入いたします。</p>
<p>上記番号をお書きください</p>	<p>■具体的に感じる事柄があれば教えてください。</p>
【3.優位性】	
<p>■観光事業/交流人口創出という軸における、同市の優位性と考えられるものは何だと思いますか？(複数回答可)</p> <p>①健康・長寿 ②食(郷土料理、湖魚、発酵食、米や肉等)に関するコンテンツが豊富 ③歴史的資産 ④神社仏閣 ⑤自然(琵琶湖、山、雪、等) ⑥地域で活躍するプレイヤーが豊富 ⑦伝統産業(ちりめんや、絹弦等) ⑧県外からの交通環境</p>	<p>■左記記載外のものがあればこちらに記入いたします。</p>
<p>上記番号をお書きください</p>	<p>■具体的に感じる事柄があれば教えてください。</p>
<p>■観光事業/交流人口創出という軸における、同市の自慢できることがあれば教えてください。</p>	

3 アンケート調査の実施について

3-2 調査内容

【4. 将来像】

■観光事業/交流人口創出という軸における、理想の顧客像（どのような人に訪れてもらいたいか？）			
若年層	富裕層	インバウンド	年配層
■観光事業/交流人口創出という軸における、理想の顧客像 自由回答（どのような人に訪れてもらいたいか？）			
■観光事業/交流人口創出という軸における、くらし・文化に触れるプログラムはどのようなものがあれば良いと思いますか？ 自由回答			
■観光事業/交流人口創出という軸における、あったらいいと思う滋賀のお土産 自由回答			

【5.連携について】

■行政(県・市町)と連携されていますか？		
連携している	連携したい	連携する予定はない
■観光協会と連携されていますか？		
連携している	連携したい	連携する予定はない
■DMOと連携されていますか？※観光事業者だけではなく、交通事業者や地域住民など、多様な主体を巻きこみながら、データ等も活用して観光地域づくりを進めて行く中心となる組織		
連携している	連携したい	連携する予定はない
■上記団体からどんなサポートがあったらいいと思いますか？		

ご回答のご協力をいただきありがとうございました。
ご記入後は同封の返信用封筒に入れて返送いただけますようお願い致します。



滋賀県北部3市における観光事業や交流人口創出に関するアンケート調査アンケートフォーム

3 アンケート調査の実施について

3-3 調査期間

- (1) 2023年11月27日付でアンケート依頼文を作成。2023年12月15日までに同封の返信用封筒を回収の締め切り目安と明記し郵送。
※アンケート回答用紙にはアンケート回答結果収集のグーグルフォームQRコードも記載し、返信用封筒のみの回答回収にならないなど、多くの回答回収を得られるよう工夫を行いました。

令和5年(2023年)11月27日
滋賀県総務部市町振興課

滋賀県北部振興に関するアンケート調査の協力について(依頼)

拝啓 時下ますますご清祥のこととお喜び申し上げます。平素は県行政に格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、本県では今年度より、北部地域(長浜市、高島市、米原市)の振興を図ることを目的とし、北部3市の交流人口や関係人口の創出に関する地域資源の利活用状況の現状把握・分析を実施すべく、各市における観光施設・事業者様への聞き込み調査を実施しようとしております。

各所より収集した情報は、北部3市で共通して取り組めるテーマを検討するうえでの基本情報として分析し、次年度以降に様々な連携や新規事業等の企画支援などに結びつけるものとして活用してまいりたいと考えています。

つきましては、時節柄大変お忙しいとは存じますが、別紙アンケート回答用紙にご記入の上、12月15日までに同封の返信用封筒にてご返送ください。

ご協力頂けますようどうぞ宜しくお願い致します。

※アンケートは10問(一部記入式)です。約10分程度で完結いたします。

※アンケート回答用紙記載のQRコードからでもご回答頂けます。

敬具

※当調査に関するご質問などございましたら下記までご連絡をいただければと存じます。

【調査主体】 滋賀県総務部市町振興課
〒520-8577 大津市京町四丁目1番1号
TEL:077-528-3231 (担当:森)
e-mail: chihouseisei@pref.shiga.lg.jp

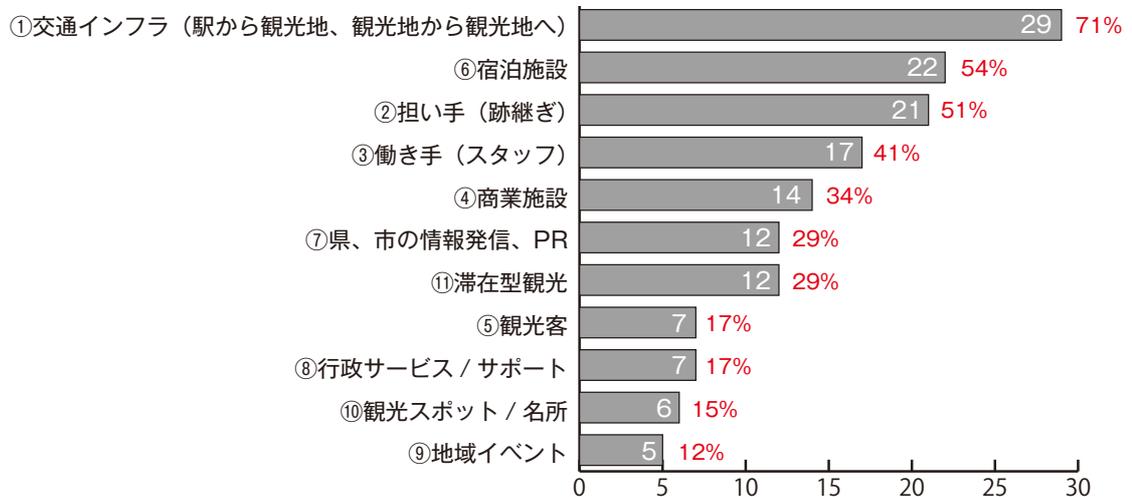
【委託先】 アンケート回収先:
アイズ株式会社 地域創生プロデュース課
〒520-2573 蒲生郡竜王町鏡 2291-3
TEL:0748-58-8104 (担当:岩田)
e-mail: e-rock@shiga-web.or.jp

※なお、本調査は、滋賀県が、アイズ株式会社に委託し実施しているものであります。

3 アンケート調査の実施について

3-6 長浜市エリアのアンケート結果の概要

【1.不足している課題について】



長浜市の事業者はJR長浜駅周辺もしくは駅に近い事業者からの回答が多かった。駅周辺でない事業者でも国道8号線沿いや琵琶湖湖周道路沿いなど車での移動が条件となるが、交通インフラの不足（不便）を回答された事業者は7割と高い。また、商業施設、滞在型観光地と宿泊施設が不足しているという意見が共に3割の回答があった。観光スポットや名所、地域のイベントが不足しているという回答は低いとされ、長浜の歴史観光や黒壁などの観光スポット、まつりなどは地域の中でもしっかり定着されているという感想もあるが、それらを結ぶ移動手段や道幅の狭さなどが課題として取り上げられている。

【2.1の回答以外で不足しているものについて】（自由回答より抜粋）

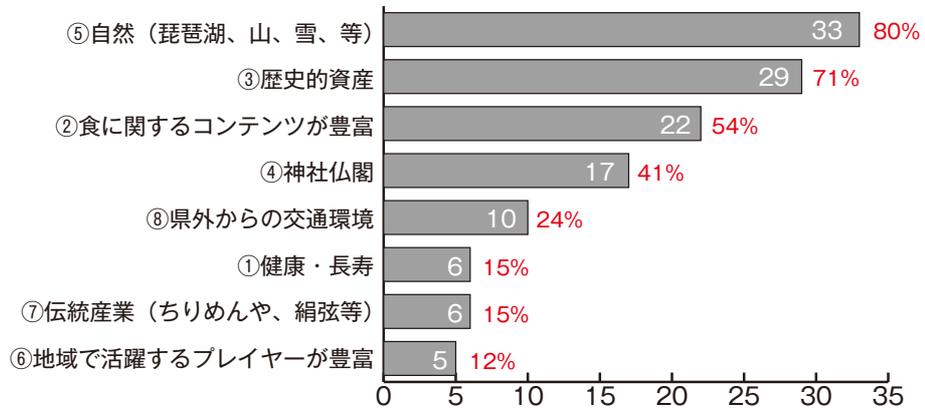
- ・お土産
- ・土日祝日の駐車場
- ・道幅（大型バス・観光バスが入れない）
- ・他者を受け入れる寛容さ
- ・子育て 福祉
- ・駅前の夜の賑わい。若者は比較的住んでいるが、夜間に遊ぶ場所が地域に少ないと感じる
- ・広域連携への巻き込み力
- ・路線バスの赤字4億5千万円。観光との相互乗り入れなどに手が付いてない。
- ・国より先取りした改革
- ・滞在型観光40万人のための受け皿
- ・デジタル化もできていない。
- ・情報共有の仕組み

長浜市の観光産業において、ブランディング不足や夜間の観光施設不足、手土産や宿泊施設不足など多岐にわたる課題が浮き彫りになっています。観光客数は比較的多いと感じられているものの、日帰り客ばかりとなり、如何に滞在客へのシフトをさせるかが課題解決の糸口となります。長浜の歴史観光や黒壁などの観光スポット、まつりを結びつけるコンテンツ開発が急務と感じられます。

3 アンケート調査の実施について

3-6 長浜市エリアのアンケート結果の概要

【3.市の優位性について】



歴史的資産、自然に対して優位性があるとの回答は8割。食についても半分の方で長浜の食は豊富であるとの認識がある。

【4.3の回答以外で優位性と感じられるものは何がありますか】（自由回答より抜粋）

- ・ 人柄
- ・ 土着の信仰（観音・真宗）
- ・ 他エリアとの連携可能性が高いと感じる
- ・ “渡来人文化、北前船、閉鎖性”
- ・ 長浜曳山祭
- ・ 地域が主体となって行うイベントが多い
- ・ “長浜、米原の閉鎖性 と 高島の開放感の対比
- ・ 白洲正子、藤沢周平、井上靖、司馬遼太郎など文人墨客との縁”
- ・ 歴史的資産が強み。大通寺だけでなく、高月の観音など。
- ・ 信仰の深さから歴史資産が残っていたのが長浜の特徴。
- ・ 昔の城下町の名残があることが長浜の強みだと思う。
- ・ 竹生島に行く団体が天候が悪いときは大通寺に来てくれることがある。
- ・ 歴史遺産が多いから天候が悪くてもつぶしがきく。
- ・ 歴史遺産、自然、食は全国にアピールできる強みだと思う。
- ・ 琵琶湖と培われた食文化ももっとアピールできる。

	順位	昨年	自治体名
住み続けたい街上位	①	③	長浜市
	②	①	守山市
	③	④	草津市
	④	⑥	大津市
	⑤	⑤	米原市
街の幸福度上位	①	②	竜王町
	②	①	栗東市
	③	③	米原市
	④	⑦	野洲市
	⑤	⑤	大津市

（大東建託調べ）

出典（大東建託（東京）
「いい部屋ネット住み続けたい街
ランキング2023<滋賀県版>」）

観光コンテンツ以外では「人柄・人」「信仰・まつり」といった「地」そのものの風土に優位性があるとも回答。長浜市は以前より住み続けたい町滋賀No1など様々な評価も高い。

3 アンケート調査の実施について

3-6 長浜市エリアのアンケート結果の概要

【5.その他、具体的に感じる事柄について】（自由回答より抜粋）

- ・ 景観に関しては琵琶湖を始め負けないものがあると感じる
- ・ 人の活気は凄いと思います。また若者の活力が上がってきている
- ・ 琵琶湖と伊吹山（雪）、歴史は湖北にしかないものだと思います。
- ・ 琵琶湖の生態系に因る郷土料理（鮎ずしをはじめとする熟れずし、小鮎等）
- ・ 神仏を大切にすること
- ・ オーバーツーリズム対策としての受け入れ地としての可能性。
北陸・中部・関西エリアの観光スポット、イベントとの連携可能性。
自然環境としての山脈、水脈としての連携可能性を感じる。
- ・ 「戦国時代」の歴史的魅力は一定ファンを確保できるので大切にすべき
- ・ 圧倒的に強いのは日本的な信仰。土着にしみ込んだ信仰。
おそらく海外の人は、東洋の文化として興味を持ってもらえる。
- ・ 日本的信仰に魅力を感じている富裕層の方をどのくらい取り入れられるかがポイント。これはオーバーツーリズムになってはいけない。しっかりしたガイドをつけてツアーを組むべき。
- ・ 観音を中心とした信仰と戦国は全国に売れる強さ。
- ・ 優位性の中から優先順位を決めて、できるところから入口を作っていくことをすぐに始めないといけない。
- ・ 新幹線が米原まで来ているのに、JRは1時間に1本しか北陸線は動いていない。
- ・ 黒壁を立ち上げてきた世代の人達（70オーバーの人）はしっかり自分の意見を持っている。自ら街づくりをしてきた実績。

長浜市の観光優位性には琵琶湖の美しさや戦国時代の歴史、活気ある若者層、地元ならではの信仰といった要素が挙げられています。一方で、これらの魅力が宣伝不足や夜間の観光不足といった課題にも直結しており、戦国時代の歴史や地域独自の信仰を強化し、優位性を最大限に生かす施策や特にソーシャルメディアを活用し、観光スポットや食文化の情報発信を強化することが求められています。

【6.市の自慢できる事について】（自由回答より抜粋）

- ・ 自然や神社仏閣など、湖北エリアは色々な顔を持っている。
海みたいな琵琶湖。きれいな川。伊吹山。四季に応じた様々な顔を持つ。
- ・ 交通アクセスが良いのに秘境っぽいところ。
- ・ 長浜市北部は自然と観音と戦国の3本柱。（江戸以前）
- ・ 近江のお城カードは大人気。
- ・ 固有の発酵料理がある。
- ・ 滋賀県は大河ドラマの舞台になりやすい。秀吉も家康も信長も滋賀に絡められる。
- ・ 高月と木ノ本を中心とした観音文化。観音文化が岐阜や北陸につながる。
仏教の繋がりでも他地域と連携できる。
- ・ 水の遺産/滋賀県の「ご水いん帳」を去年やった。カードは通年でやってほしい。
- ・ 竹生島の寺と神社は全国的に有名。最近はパワースポットとしても有名。
- ・ 竹生島は龍に関する伝説が残っている。辰年に訪れたい場所として言われている。

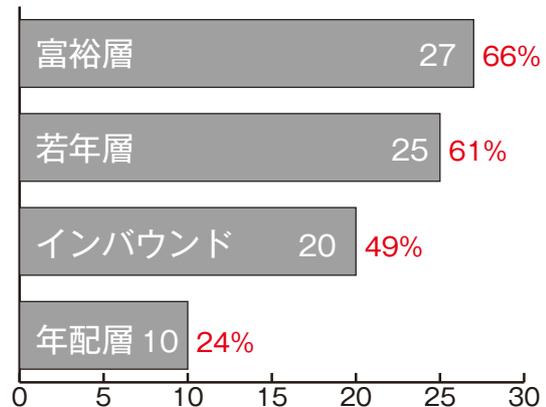
歴史に関する回答が圧倒的多数。市内全土で大河や映画など、織田・豊臣・徳川などの戦国武将ゆかりの地や関連史跡なども多いことから、広い範囲で歴史に関する観光コンテンツポイントは高いとされる。

3 アンケート調査の実施について

3-6 長浜市エリアのアンケート結果の概要

【7.将来の理想の顧客層について】

【将来の理想の顧客像は誰ですか】



【8.上記記載外でより具体的な理想の顧客像について】（自由回答より抜粋）

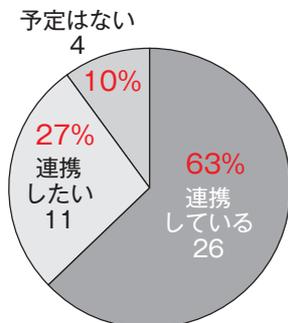
- ・ 20代が行きたいと思える場所に
- ・ 長浜の文化を楽しんでくれる人
- ・ 湖北のファンになってもらえる人。
- ・ この地域にもう一度訪れたいと思ってもらえる人
- ・ 女性に訪れてもらうと増えるのではないかと考えます。
- ・ VIP客、お金を使う意思がある人
- ・ 観光交流客から長浜暮らしを楽しんでくれる人々
- ・ ファミリー層
- ・ 訪問人数にはある程度こだわっていきたい。
- ・ 高単価、高付加価値は事業者さんがよくおっしゃるのは聞いている。
- ・ 観光という視点では、オーセンティックや「本物」を大事にしていきたい。
コロナをきっかけにして本当に来たい人しか来なくなった。来てもらうためには本物を提供できる街にしたい。
- ・ 京都は外国人の数がすごい。京都の寺院やいろんなところがインバウンド対策されているが長浜はまだインバウンド対策されていない。

富裕層と若年層。中でも女性顧客の来訪が今後のキーワードとなるのではないかと考察。特に若い方のSNSでの発信影響に期待値も高い。インバウンドでは中国系の方よりも欧米系の方のほうに可能性を感じておられる。ヨーロッパの方々は一回来て気に入ったら継続的に来てくれる可能性があると感じている。大通寺前では日本語表記の案内看板しかないが、少なくとも英語対応は必須。その点を考えると、まだまだインバウンド対策もされていない。

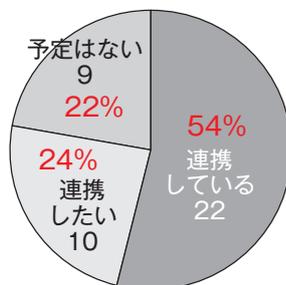
3 アンケート調査の実施について

3-6 長浜市エリアのアンケート結果の概要

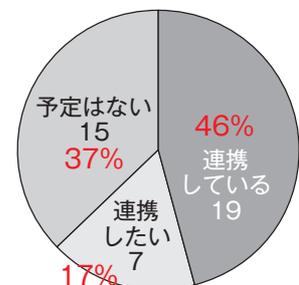
【9.長浜市・滋賀県との連携について】



【行政との連携について】



【観光協会との連携について】



【DMOとの連携について】

【10.上記団体からどんなサポートがあったらいいと思うか】（自由回答より抜粋）

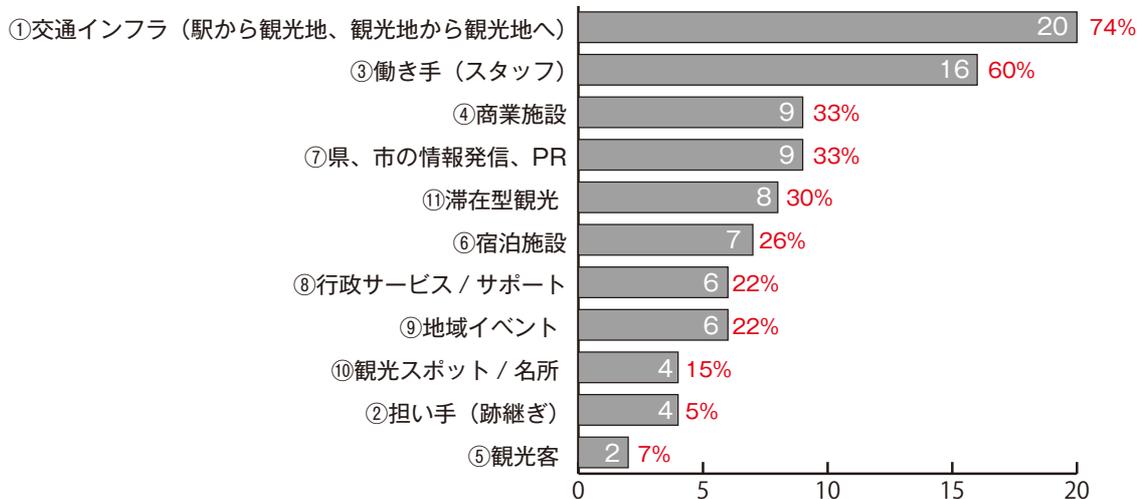
- ・ 所有されている情報の公開と共有
- ・ 現在、「誰が」「どんな目的を持って」該当地域を訪れているのかという情報の共有

行政との連携は63%と高い連携率であり、地域の観光や事業推進において、行政との協力が既に進んでいることを示唆している。観光協会との54%についても観光協会は地域の観光振興において中心的な役割を果たすため、これも強力な連携が行われていることを示唆している。しかしDMOとの連携については、46%が連携していると回答しているが、一方で、37%が連携する予定はないと回答している。総じて、行政や観光協会との連携が進んでいる一方で、DMOに対する連携は今後の課題となる。

3 アンケート調査の実施について

3-8 高島市エリアのアンケート結果の概要

【1.不足している課題について】



【2.1の回答以外で不足しているものについて】（自由回答より抜粋）

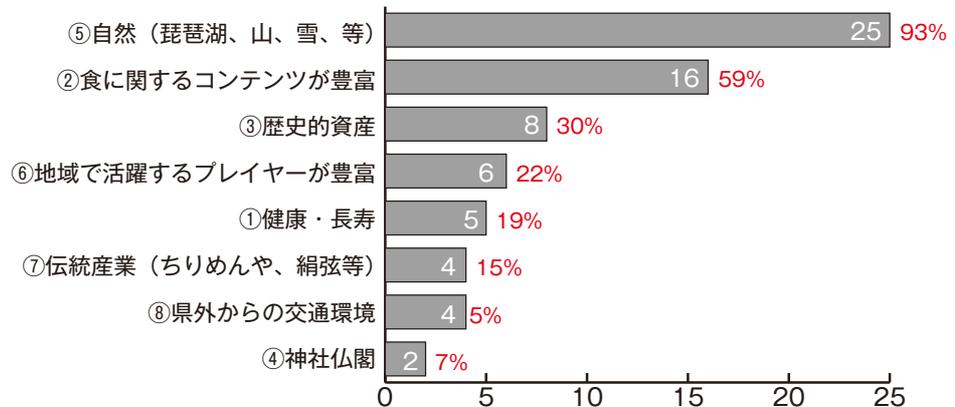
- ・知識
- ・大規模食事処、大規模駐車場、多国籍対応表示板
- ・風でJR湖西線が止まってしまうこと
- ・オーバーツーリズム!?人だけ押し寄せて還元されず、迷惑しているという地元の声もある
- ・周辺のコンビニや食料調達で消費に終わり町への経済効果が少ない。
観光客の来訪は多くなって来たが受け入れについて事業者と住民に差がある
- ・彦根城の様なキャッチーなキャラ。わかりやすいものがない。
- ・民泊を子連れでは泊まれない
- ・今津駅が今後のキーとなるが、市としてまとまっていない
- ・町全体で歓迎ムードがない、イメージもない
- ・観光に関わっている人が少ない
- ・マイナスイメージ
- ・個人プレーが多い
- ・施設の老朽化（築40年）
- ・人口減 朽木自体1500名程度・スタッフの高齢化
- ・大学が近くにないのが課題→大学生が出て行くそのまま帰って来ない

高島市の観光産業において、最も不足しているとされた要素は交通インフラで、74%の回答。どの業種からも挙げた最も主要な回答です。観光客数は十分であると捉えられているのか、回答は2事業者だけでした。交通インフラと直結して考えると、JR湖西線が風の影響ですぐに停まる事。また駅の観光窓口がすぐに閉まる、車での来訪がほぼメインだが、観光地に大きな駐車場がない、食事処も少ない、海外観光客への配慮が出来ていないなど観光客の受け入れ体制が総合的な課題であると考えられます。担い手(後継ぎ)不足は感じておられないのか、それ以前に働き手人員不足が深刻な問題とされています。

3 アンケート調査の実施について

3-8 高島市エリアのアンケート結果の概要

【3.市の優位性について】



自然に対して優位性があるとの回答は9割。食についても6割。前述の交通インフラの不足課題が大きいのか、優位性を優位性と認識されないのか、県外からの交通環境を優位性と考えられる方は、京都から電車で1時間圏内で大自然が満喫できる事が優位性との認識。

【4.3の回答以外で優位性と感じられるものは何がありますか】（自由回答より抜粋）

- ・ ウェルビーイングな癒し空間の広がり
- ・ エシカルでロハスな生活空間
- ・ びわ湖高島栗マラソン（健康・自然・食）
- ・ アイカ・おもてなしパスポート（アプリ展開）
- ・ 市外の方には地域通貨をプレゼント・農業者が元気！（泰山寺・みなくちファーム）
- ・ あるものが無い中で生きていける
- ・ 時間とお金を自分のためだけに好きな事に使える
- ・ 仕事しながら手仕事＝暮らし方が直結している
- ・ 鯖街道（京都と福井の通り道）
- ・ 集客（トレイル）などは十分である。
- ・ 京都東ICより1時間圏内で必ずトイレ休憩として利用される。
- ・ 道の駅では売上トップクラス
- ・ 中江藤樹先生関連施設の入口として
- ・ 子育て施策に力を入れている
- ・ 高校生まで給食費、医療費など無料
- ・ 冊子による外へのアプローチ
- ・ 市内でのサポーター募集※ボランティア事例はまだない

「ウェルビーイング」「ロハス」など暮らしに優位性を感じられるとの回答が圧倒的に多く。高島市民は「スローライフ」「地産地消」といった自らの生活リズムを楽しみながら、この地にあるものだけを工夫して時間とお金を自分たちのためだけに好きな事に使うライフスタイルを謳歌されている。

3 アンケート調査の実施について

3-8 高島市エリアのアンケート結果の概要

【5.その他、具体的に感じる事柄について】（自由回答より抜粋）

- ・優位と言えるほど、外から見た分かりやすいものがない。魅せる切り口が必要。
- ・高島の市民性（ホスピタリティの特性）
- ・自然豊かで食も美味しい高島の良さを知ってもらえる【マラソン大会】はありますが、長浜市さんの「長浜ツーデーマーチ」や「びわ100」のような【歩行大会】があれば、もっと高島市の自然や食文化を楽しんでもらえるように感じます。
- ・（民間主導）大溝マルシェ（BVB補助金活用）※来場者3,000人規模のイベントに育つ。
- ・（民間主導）高島市今津地域住民自治協議会（市の運営補助有）
- ・今津駅のライトアップ、琵琶湖周航の歌の普及など、意欲的に取り組んでおられる。
- ・（行政主導）大溝陣屋総門改修事業
大溝陣屋総門は【国指定】重要文化的景観、【市指定】文化財建造物。
当時の景観に戻せるよう、改修工事を実施中。R6.4オープン予定
- ・（団体主催）高島ええものフェアの開催
- ・スタンプラリーを実施中（去年は150件の施設掲載）
- ・英訳通訳士を配置
- ・ゲストハウスの取り組み
- ・メディア「たかしまじかん」の様な展開を充実させる
- ・のんびりしている・急いでいない
- ・何もする事がないという贅沢（＝静か）
- ・道の駅は17年目で安定した客入り（去年は過去4番目の売上）
- ・日常的に自然と触れ合える
- ・子どももののびのびと育てられる

【6.市の自慢できる事について】（自由回答より抜粋）

- ・自然豊かという点に魅力を感じ、非日常を体感できるリゾート地としての強み
- ・自然を軸としたロケーション発酵食品の種類の多さ
- ・スキー、スノーボード
- ・びわ湖からの朝日が綺麗
- ・レイライン（今津浜からちょうど東に竹生島と伊吹山が重なってて、春分の日・秋分の日には、竹生島・伊吹山の方向から朝日が昇ります。
- ・どこにでもあるような商業施設が少なく、自然や家並みが地域の特色を残しているの、移動するだけでも感動がある（ですが、いわゆる「観光」という面においては、そのようなわかりやすい商業施設がないことで、産業としては弱い）。
- ・がんばる高島応援チラシ
- ・たかしま実践型創業塾（人を支援）※8回開催約20名が参加
- ・高島ええものグランプリ→新商品開発→ブランドイメージ化
- ・人を通じて見えて来た高島が良い。この人たちがキレイな水を作って来た。
- ・自然が多い 雲海、桜、紅葉、鮎
- ・スローライフ
- ・オンラインイベント（オヴィス）※アバター（メタバースっぽい）活動を実施。
顔が見えないという利点がある。公式ラインには300名登録。内20～30名が参加

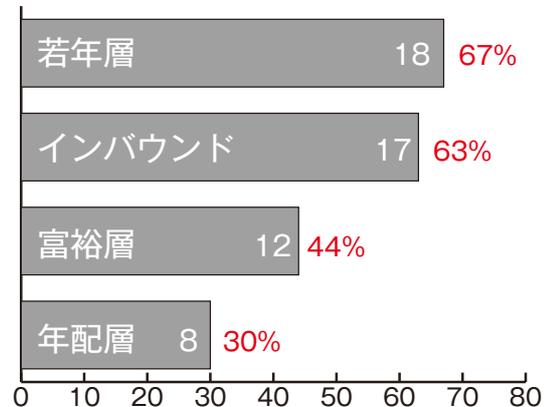
高島市の観光優位性は多岐にわたります。市民性の高さや自然の豊かさ、美味しい食文化などが挙げられ、地域の魅力となっています。「何もする事がないという贅沢」は先述の「優位性」で挙げられた項目とも合致しており、あまり手を加えていない「自然」の魅力は、高島市民にとっては最も自慢できる強みであると言えます。

3 アンケート調査の実施について

3-8 高島市エリアのアンケート結果の概要

【7.将来の理想の顧客層について】

【将来の理想の顧客像は誰ですか】



【8.上記記載外でより具体的な理想の顧客像について】（自由回答より抜粋）

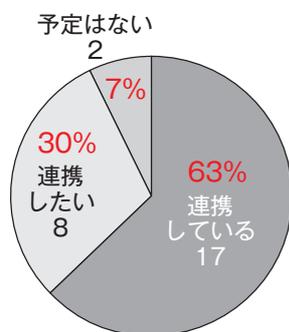
- ・年配層は、元々多い地域だが、移住でも増えている。人口の少ない地域なので、偏った層だけでなく、多様な人が交流できる開かれた土地になればいいと思う。
- ・富裕層にはワーケーションのような過ごし場として
- ・年配層には終の棲家として”
- ・滞在型観光客
- ・大自然を満喫したい顧客。
- ・自然の恵みを活かした健康的な料理を味わいたい顧客。
- ・普段、忙しくされてる方に、高島でゆっくりと癒やされてもらいたい。
- ・学校や地域団体による利用・教育旅行
- ・何度も訪れて、高島の暮らし・人・地域文化を理解しようとしてくれる方（道路近辺でごみを持って帰らない、白髭神社の写真だけ撮って帰る等はNG）。
- ・インバウンドの来市経路をハッキリさせる「地球の歩き方」からなのか「インスタ」からなのかなど
- ・若い子（ライフスタイル、スローライフにあこがれ）、セカンドライフ
- ・京都から高島へインバウンド客を流す取り組みを始めようとしている（ゲストハウス運営）
（＝京都・セントリア空港経由で名古屋から、北陸新幹線開通後は近江今津に力を入れたい）

高島市では「若年層」の来訪を望まれています。一連した「自然」「スローライフ」「暮らし」というワードを含んだ多くの回答群から、高島への来訪は一度訪れて終わりという単発ではなく、滞在型あるいは連続性または永住に近い地域としてアプローチをする事で高島の魅力を「若い方」に感じてもらう事が最も重要なポイントとして考えられています。続く「インバウンド」も事業者によって意見にバラツキはあるものの、現在でも多くのインバウンド観光客は訪れていると感じておられますが、目立っていない（オーバーツーリズムになっていない）と感じられている事業者が多いとされています。この辺り市内での情報整理がもっと整えば共有できるのでは？との意見もありました。

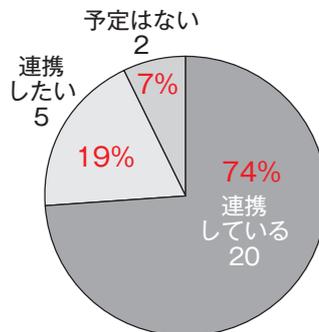
3 アンケート調査の実施について

3-8 高島市エリアのアンケート結果の概要

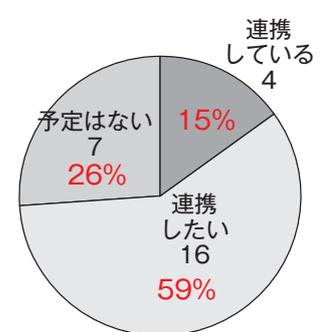
【9.高島市・滋賀県との連携について】



【行政との連携について】



【観光協会との連携について】



【DMOとの連携について】

【10.上記団体からどんなサポートがあったらいいと思うか】（自由回答より抜粋）

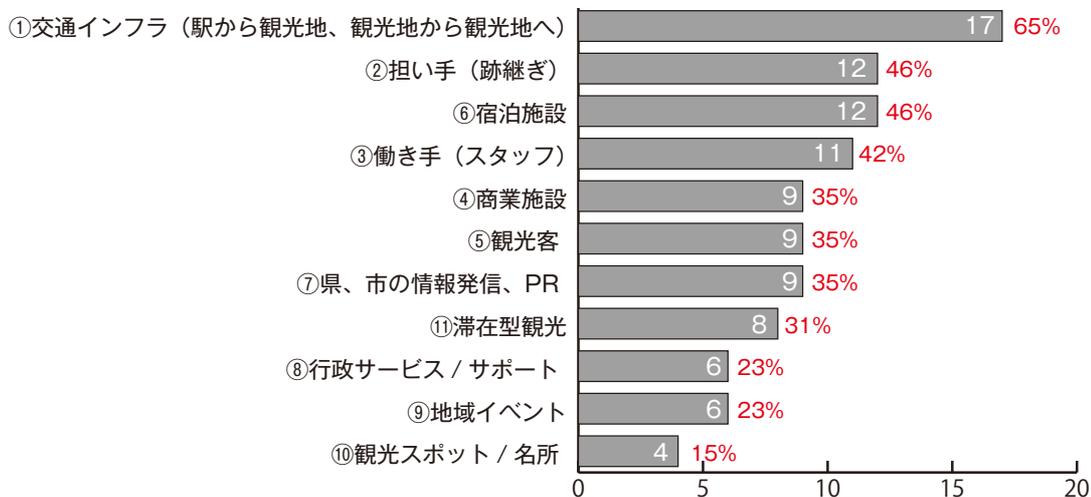
- ・ 行政からは業務の一部を委託して頂き、連携をとりながら進めている。
一方、どの団体も、日々の実務が忙しいようなので、サポートしてほしいと思えることは見つからない。何がサポートしてもらえるのかも、見えていない。
- ・ インバウンド対応の強化策（ex,通訳士の養成、インバウンド受入体制のインフラ整備（案内板、リーフレットの多国籍対応の充実））
- ・ 行政との連携について、興味はあります。
- ・ DMOと連携されていますか？→連携したいが組織がない。
- ・ 宿泊・観光・レジャーを一括したパンフレット
一過性ではなく、継続性のある集会等
- ・ より一層県外への働きかけ、仕掛けづくり。
- ・ 北陸新幹線が来年3月に敦賀駅まで開通することは、北陸の人たちに高島へ来てもらえるチャンスなので、JR西日本さんにはとにかく湖西線を止めずにゆっくりでも運行してもらえるとというサポートをしてもらいたいです。
- ・ つないでほしい。情報がほしい。
- ・ 資金面でのサポート。
イベント等の人的サポートがあるとありがたいです。
- ・ 市役所（気持ちと距離が遠いのでは？）時間がかかる

行政との連携は63%と高い連携率、地域の観光や事業推進において、行政との協力が既に進んでいることを示唆している。また観光協会との連携していると回答された74%についても高い連携が行われていることを示唆している。しかしDMOとの連携については、高島市内に現在DMO団体が存在しないため59%と高い期待があり、半数以上の市内事業者が連携したいと回答している。（エリア的にはびわ湖ビジターズビューローが高島市を管轄している）

3 アンケート調査の実施について

3-10 米原市エリアのアンケート結果の概要

【1.不足している課題について】



【2.1の回答以外で不足しているものについて】（自由回答より抜粋）

- ・複数の地域資源とプレイヤー同士をつないで地域の魅力や新たな事業展開をブラッシュアップできる仕組み・拠点・プロデューサーの存在
- ・地域性なのか、伊吹、山東、米原の連携が少ない。広すぎる？
- ・SNSによる販促
- ・観光情報のネットワーク化と旬の観光情報等
- ・「山城の町、まいばら」という割には、観光協会（DMO）での取り上げが皆無。PRが足りない
- ・大型商業施設、駅前の発展、びわ湖湖岸のリゾート化
- ・PR、雨の日どこに行けばいいか困る。雨の日でも楽しめる場所
- ・温泉、食事処がない
- ・アピールできる場所（ネット媒体など）、告知PR
- ・農業担い手不足。耕作放棄地→景観が保たれているのは、農業があるから。

米原市の主な課題は、駅から観光地への**交通インフラ**不足。次に、担い手（跡継ぎ）と**宿泊施設**が不足と回答。

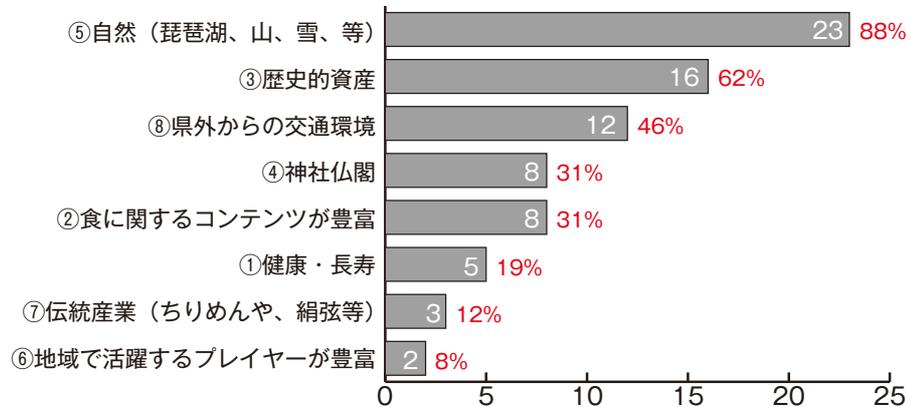
県内で唯一新幹線停車駅でもあるが、単なる通過駅となってしまう。後述の3の優位性の回答結果で「自然」を優位性と回答が高かったが、その自然を象徴する「伊吹山」をはじめとした観光拠点までの駅からの人流動線などがいちばんの課題であると読み取れます。

また市内に点在する観光情報がうまく発信されていないと感じておられる回答も多くありました。

3 アンケート調査の実施について

3-10 米原市エリアのアンケート結果の概要

【3.市の優位性について】



自然に対して優位性があるとの回答は約9割。歴史的遺産が6割。前述の交通インフラ不足課題が大きいのか、滋賀県唯一の新幹線駅は優位性と感じられていない。駅からの各観光地への動線確保及び解決が最大の課題と見られる。

【4.3の回答以外で優位性と感じられるものは何がありますか】（自由回答より抜粋）

- ・ 水（伊吹・霊仙からの湧水や琵琶湖と水源林など）
- ・ 空き家バンク
- ・ 市役所職員や市長の親近感
- ・ アウトドア
- ・ 丁度よい田舎
- ・ 豊富な水
- ・ 東西文化の分岐点
- ・ 街並み（柏原）
- ・ 水。雪解け水。
- ・ 霊仙、伊吹山、サイクリング、釣り、バイク、ハイキングが最寄駅から近いところで楽しめる。
- ・ それなりのインフラはある
- ・ 知恵を持った人材が多い。
- ・ 大阪、名古屋など大都市圏からのアクセスの良さ
- ・ 鉄道（JR、近江鉄道）、車（米原IC、国道、湖周道路）等交通の要所。
- ・ 四季がはっきりしている。紅葉は別格。

圧倒的に「水」との回答が多い。2つの名水を有する米原市には、ほかにも多くの美しい湧き水や滝、そして水にまつわる生活文化も数多く存在します。関西と東海・関東との交通アクセスの要拠点として、市の自然にまつわる優位性の情報拡散は継続しながらも、交通インフラ解決が大いに期待されています。

3 アンケート調査の実施について

3-10 米原市エリアのアンケート結果の概要

【5.その他、具体的に感じる事柄について】（自由回答より抜粋）

- ・個々には素晴らしい資源やプレイヤーが市内にたくさん存在するが、取り組みがバラバラで、トータルに活かしきれていない感じがします。つくる未来展など、プレイヤー同士が知り合う機会は一定ありますが、中長期的な視点をもって、観光に限らず環境・福祉・子育てなど分野横断的な幅広い業種を能動的・戦略的に人と事業をつなぎ、より創造的に地域展開をシカケていく必要があると思います。
- ・プレイヤーや市の取り組みが不足しているのではと感じます。
- ・行政が観光に力を入れているようには感じない。
- ・周辺に大型のショッピングモールがない 近いところでも岐阜や近江八幡
- ・発信力が弱く 発信する為のツールが古い感じがします。
- ・外国人向けの案内情報、伊吹山等のシカ等の動物被害
- ・観光地から観光地への交通インフラが不足していると感じる。
また、観光地から観光地に誘導する観光メニュー、案内、PRも不足している。
- ・日帰りの観光客が多いと思うのです、何泊もしてもらえような町作り。
また、駅に降りてもらえような雰囲気づくり。
またはアウトドアの聖地化。交通の整備(ツーリング、登山、他)
- ・(観光客から梅花藻をもっと取り上げたらいいのに)という声があった。
- ・伊吹山へのアクセスが不良(山頂・登山口)。
- ・奥伊吹(日本遺産)へのアクセス不良。
- ・ボランティアガイドの高齢化。
- ・地域が湧くような仕掛けを行政が主導する。
- ・観光客が訪れる魅力のある店が少ない(金沢に比べて)

【6.市の自慢できる事について】（自由回答より抜粋）

- ・霊峰伊吹山、東西&南北日本の気候
- ・生態系の境界交流点、子育てしやすい環境
- ・優位性のコンテンツに関しては既に確立出来ているものが多くあると感じます。
- ・名古屋、京都から近い
- ・丁度いい田舎
- ・新幹線が停まる・又、高速道路のインターがある。
- ・レンタカーユーザーでも運転しやすい
- ・新幹線駅があり市外県外国外からの観光客にとって利便性が高い。
- ・伊吹山～琵琶湖、古民家
- ・村全体が職人の村。橋がたくさんかかっている村。
- ・伊吹山の特殊な自然環境は全国的に見ても魅力があると感じます。
- ・米原市の公式ホッケータウン認定、スポーツツーリズムに期待。
- ・自然(伊吹山～琵琶湖)山、湖、雪と恵まれている。もっと子供達が小さい頃から米原市が仕掛けて、自然に触れ合い、地元民の強みとして教育していく。
地元民の魅力が人を呼び込む力になる気がします。
- ・季節ごとに楽しめる場所がある、遊べる、楽しめる施設があること

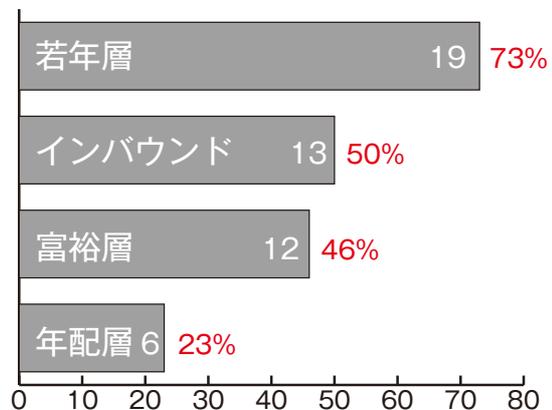
米原市の自慢できる要素は霊峰伊吹山を中心に、田舎の風情と新幹線駅の存在が絶妙に調和し、観光客やレンタカーユーザーにとっても利便性が高い点が魅力と言えます。公式ホッケータウン認定やスポーツツーリズムにも期待が寄せられています。伊吹山の活用については地域の魅力を最大限に引き出す鍵であり、これを活かすことが観光事業や交流人口の創出に繋がる可能性が高いと考えられます。

3 アンケート調査の実施について

3-10 米原市エリアのアンケート結果の概要

【7.将来の理想の顧客層について】

【将来の理想の顧客像は誰ですか】



【8.上記記載外でより具体的な理想の顧客像について】（自由回答より抜粋）

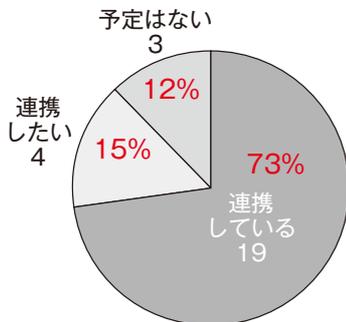
- ・多地域居住も含め、過疎地域のコミュニティの担い手の一翼になってくれるような潜在的移住希望者
- ・自然などの他と比べて有意性を持っているものに対して、見せ方や楽しみ方を工夫することで反応する顧客。
- ・若年層と子連れのファミリー層・子育て世代
- ・40代～50代のゆとり世代の方に来訪いただきたい。
- ・自然や歴史を大切にして下さる方で市の価値を見つけて下さる方。
- ・物づくりに感心のある方
- ・マナーの良い人。
- ・自然、スポーツ等のアクティビティを求めのお客様。
- ・地域の生活文化を体感することが目的に訪れ、一時的に地域で暮らすように訪れる、滞在型のリピーター客。
- ・次世代の若者が歴史遺産等地味な文物に興味を持って求め歩いて欲しい。
- ・ファミリー層
- ・暮らしを大切にする人。

米原市でも「若年層」が最も多い回答で73%。続く「インバウンド」も50%の回答。3市ともに理想として票は少なかったが、「年配層」などゆとり世代への来訪も意見としては多く見られた。優位性や市の自慢できるポイントとして「水」という他の質問結果から水にまつわる生活文化を考えた先の「発酵」「食」「酒」などといった食に対する大人（年配層）向けへのコンテンツアプローチも他の3市と違い期待値も大きいとされる。

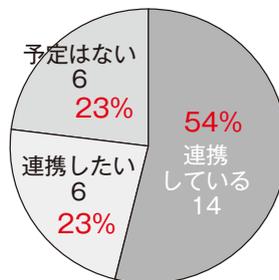
3 アンケート調査の実施について

3-10 米原市エリアのアンケート結果の概要

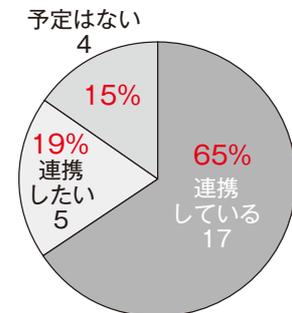
【9.米原市・滋賀県との連携について】



【行政との連携について】



【観光協会との連携について】



【DMOとの連携について】

【10.上記団体からどんなサポートがあったらいいと思うか】（自由回答より抜粋）

- ・異業種交流・マッチング、コラボ企画の創出、情報発信、個々の商品やサービスのトータルプロデュース など
- ・プロデュース業務の民間委託
- ・定期的な情報交換と事業創造の機会共有
- ・観光事業や地場産業創出等の交付金や助成金。
- ・米原ものづくりツアーなどの体験型のツアー
- ・PR、パンフレットの制作
- ・マスコミや各種メディアを通じた連携企画
- ・イベント事業の共催、協力。展示会等への共同出展。
- ・十分サポートしていただいておりますが、職員の数少なすぎる為に、様々なイベントや広報に配慮がまわりきっていないように感じます。
もし、観光にもう少し力を入れていくのであれば、サポートする側の人手不足の解消は急務かと思えます。
- ・規模の大きな観光業者に偏ったサポートではなく、地域の小規模な幅広いプレーヤーをきめ細かくサポートするものであってほしい。
- ・観光協会、DMOとの連携は十分でないと感じる。
観光協会を設立し常駐で観光データのやり取りができる組織をつくって欲しい。我々では不可能。
- ・合同イベントを企画する部署が立ち上げられないか。もしくは協議する場。イベント周遊、バラツキがでないように。
- ・あなたの山、水田はこのように価値があると気づいてもらう。
使いたい人はたくさんいる。受け入れを自治体に協力をしてもらいたい

行政との連携は73%と3市の中では最も連携意識が高い。また観光協会と連携していると54%の回答についても高い連携が示唆している。が米原市における観光協会の存在が（＝DMO）と直結している認識も薄く、票が割れる結果となった。観光協会（DMO）にはさらなる期待感を持っておられる事業者も少なくないと回答結果で感じられる。市や関連団体と何かと一緒にやっとう、やっていきたいという連携力の高さが伺える。

4 各市への ヒアリング実施 結果のまとめ

4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ

4-1 ヒアリングの目的

アンケート調査だけでは拾いきれなかった県北部3市（長浜市、高島市、米原市）地域で活動される団体・事業者などの熱意や想いを各コーディネーターが感じ汲み取る目的で実施。対面（※一部オンライン実施も考慮）にて実施するものとする。ヒアリングで得た回答や情報については、アンケート結果同様、共通して取り組めるテーマ案を検討するうえでの基本情報として分析し、次年度以降に様々な連携や新規事業等の企画支援などに結びつけるものとして活用します。

4-2 ヒアリング内容について

(1)ヒアリング実施対象者

アンケートにご協力いただいた各市の事業者、個人、小規模観光事業者（これから芽が出そうな団体など）それぞれ10団体を選定。

※選定の基準は特段設けていないが、アンケートの回答に熱意を感じられる、各市の観光部局や観光協会への相談や紹介などから訪問先を決定した。

(2)ヒアリング方法

基本的には現地へ直接訪問しヒアリングを実施。

（日時の調整都合などの理由により一部オンラインでの実施も行った。）

各市の「課題」「優位性」「将来像」について

アンケートの回答を更に掘り下げた具体的な項目や具体例などについてヒアリングを行った。合計35団体

（※別添2.ヒアリング調査まとめにヒアリング内容を報告）

4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ

4-4 事業者からのヒアリング調査で出てきたそれぞれの回答

課題

- ・ **2次交通が弱い。観光地間の交通インフラの欠落。**
- ・ 一部の史跡では**看板での詳しい説明不足**。何を見てほしいの説明が不足。
- ・ 自分たちがやっていることに手ごたえを感じられずに立ち上がれない。
- ・ 近江人の及び腰なところが課題が根深い
- ・ 事業者の知識不足。周りの事業者さんも知らないのではないかと感じた。
- ・ ITや集客についてのノウハウが不足している
- ・ 良いサービスがあるのに周知がうまくない。**プロモーションが下手**
- ・ **若者が夜に遊びに行く店が少ない。**
- ・ 本業ではないようなことにパワーを取られる
- ・ 外国語対応できる案内人は長浜駅のみ。木ノ本などは日本語の案内人のみ。
- ・ 発案者や企画者はいるが、実務を回せる人の数が足りていない。ノウハウが俗人的になっている。**拠点・プロデューサーの存在**
- ・ 本来は観光協会や行政がプロモーションをがんばってほしい。
- ・ 観光振興も地域振興も商工振興も整理がついていない。
- ・ 定住人口が抜け落ちていることに大きな問題を抱えている。
- ・ 長浜市が生き残るためには観光都市化するべき。
- ・ 若い世代は自家用車で来られるが、駐車場が休日代に足りない。
- ・ **周りの道が狭くて大型バスが入ってこられない。**
- ・ 後継者がいなくて閉まっている店が増えてきた。
- ・ 中心市街地は交通の便が良いが、北の方や東の方がなかなか行きにくい。
- ・ 宿泊施設も中心市街地しかない。日帰り観光が多くなってしまった。
- ・ 県や市の情報発信も不足している。
- ・ 高島との連携はこれまであまりなかった。長浜は滞在型観光が弱い。
- ・ 県のいろいろな部署がツアーしていても、それらが共有されずにバラバラでやっている。曳山博物館は運営母体は違うが連携しながらやっている。
- ・ 城泊や**新たな活用などしていきたいが、それをするためには別途予算が必要。**
- ・ 事前PRや広報の余裕がなくてバタバタして十分なPRができていない。
- ・ 湖岸沿いは県が管轄している
- ・ 琵琶湖が活かしきれていない印象
- ・ 観光資源が分散
- ・ 滞在型観光のためには受け皿を作らないといけない。
- ・ **デジタル化もできていない。**
- ・ JRが風の影響で本数が減少される
- ・ **休みの日に行くところがない。駅周辺の盛り上がりがない**
- ・ 大学が近くにないのが課題
- ・ 中から流出人口減少を減らす事が課題
- ・ **単独で人を集客できていないのが課題。**
- ・ 施設の老朽化
- ・ 高齢化問題と人手不足
- ・ 過疎化が避けられない
- ・ **町全体で歓迎ムードがない、イメージもない**
- ・ 観光に関わっている人が少ない
- ・ **どの地域も良いものはたくさんあるが、点が線で繋がっていない。**
- ・ **値引きでは人が継続してこない。**
- ・ インバウンド案内で市内でピラ配っても意味がない
- ・ 人だけ押し寄せて還元されず、迷惑しているという地元の声もある
- ・ 情報がほしい、つないでほしい
- ・ 直ぐに成果が見えないことは後回しになっているように感じる。
- ・ 大きなイベントがない
- ・ ブラッシュアップできる仕組み
- ・ 事業所単体で行うPRは限界がある。
- ・ 体験型のツアーのサポートをもっとしてほしい
- ・ 行政と地域住民、事業者の一体化がうまくできてない

4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ

4-4 事業者からのヒアリング調査で出てきたそれぞれの回答

優位性

- 日本的信仰に魅力を感じている富裕層の方をどのくらい取り入れられるかがポイント。
- しっかりしたガイドをつけてツアーを組むべき。
- **観音を中心とした信仰と戦国は全国に売れる強さ。**
- 自然だけでは弱いので、自然+歴史、自然+信仰で勝負することが大事。
- ファンになってくれる人が湖北の物の先にいる価値観に触れたいという人になってくる。
- 1日2日から宿泊ではなく、空気感が感じられる長期滞在の宿へ
- 自然や神社仏閣など、湖北エリアは色々な顔を持っている。
- **交通アクセスが良いのに秘境っぽいところ。**
- 長浜市北部は自然と観音と戦国の3本柱。
- **近江のお城カードは大人気。**
- **作られた観光地ではないところが強み。**
- もともと住んでいる人が地元の個性を発揮したいという意識を持っていることが強み。
- 食は滋賀=発酵
- 高月と木ノ本を中心とした観音文化
- 自然は伊吹山をかいして岐阜と連携できる。
- 高島や米原は琵琶湖をテーマに連携できる。
- **最大の強みは「町衆文化」。**
- もし黒壁がなければ長浜は成り立たない。
- 食はこれから大きなキーワードになる可能性
- 歴史的資産が強み。
- 信仰の深さから歴史資産が残っていったのが長浜の特徴。
- 歴史施設は長浜市と米原市の小学生を無料にしている。米原は同じエリアとして考えている。
- 紫式部は長浜市を通過して福井に行き歌を残したりしている。
- がんざんたいしはおみくじを初めて作った人。
- 竹生島の寺と神社は全国的に有名。
- 竹生島は観光地化がまだ中途半端。
- 竹生島は龍に関する伝説が残っている。辰年に訪れたい場所として言われている。
- **まずは人それぞれに一度行きたいというジャストワンになることが大事。**
- **歴史は強み**
- **作られた町ではなく生活感が感じられることに魅力**
- **いまの観光客は物を買うのではなく空気感を味わいに来ている。**
- **程よく都会、程よく否か**
- 色々な取り組みをされている方が実は多い。
- インバウンド客は多いと感じている。
- **日常的に自然と触れ合える 子どもものびのびと育てられる**
- **何もする事がないという贅沢 (=静か)**
- 地域で活躍するプレイヤーが豊富
- **あるものが無い中で生きていける**
- 手仕事=暮らし方が直結
- **山、びわ湖、川 すべてのアクティビティが揃っている**
- 市役所職員や市長の親近感
- 食が豊か。ゲストハウスで提供しているが反応が良い。
- ワークショップが人気。

4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ

4-4 事業者からのヒアリング調査で出てきたそれぞれの回答

将来性

- お客様を迎える体制のことが大きく問われる。いくつかの試みはなされている。
- 持続できる若い担当者・プロデューサーがいるべき。
- 観光協会インバウンド委員会作って英語看板の作りましょう
- 理想の顧客像は薄利多売ではなく価値に見合ったお金を払ってくれる人。
- ここならではの体験をしたいというお客さんが多い。
- 協会としては訪問人数にはある程度こだわっていきたい。
- カードは通年でやってほしい。収集系はお客さん喜ぶ。集めモノの問い合わせは多い。
- 中国系の方よりも欧米系の方のほうに可能性を感じる
- 「本物」が大事。
- これから大事なキーワードは「女性」。
- 女性が定住するようになると人口が増える。
- どこにでもある観光地を作ってはいけない。本物を追求する姿勢を見せないと人は来てくれない。
- 3市みんなで一緒にやろうというのは本当は反対。湖北は一つと言っても広すぎた。
- 特にインバウンドは英語表記の説明をつけていきたい。
- 千円で4か所に行けるロマンパスポートが一時期流行った。オリジナルの戦国武将カードを配布した時は観光客がかなり増えた。
- 城泊や一日城主体験
- 今年は秀吉気分で花火を見ようというプレミアム席は4日間とも完売した。20分に10万円払っていただいた。
- 戦国には一定ファンが必ずいる。大河ドラマは1年間集客を見込める。
- 富裕層に季節ごとに来てもらえるようなPRが必要。ジャストワンで富裕層が何度も通ってほしい。
- 観光スポットに英語表記が少ない。
- インバウンドに全振りして、長浜城や大通寺に泊まれるようにするのは非常に面白い。
- 観光を産業化していくために雇用促進も進めていきたい
- 琵琶湖の水面、湖岸は県の管轄なので、県と一緒にやることで何かで考えられたら
- 地元民が先導して案内できるツアーを実施できれば
- プロモーションの方向を変える
- くつきはいろいろな意味でチャンスの場合だと感じる
- 新しく事業を始めるときの助成金。クラファンも検討

4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ

4-5 事業者からのヒアリング調査で出てきたターゲットとニーズ

富裕層	
<p>【ヒアリングでの意見】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 知的富裕層・ ワークেশョンのような過ごし場として・ 富裕層に来ていただき、地域の文化を支えてほしい・ 季節ごとに来てもらえる・ 一回の旅行に使う金額が圧倒的に高い・ 経済的に豊かな人に来てほしい。量より質。	<p>【求められているニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 「今だけ、ここだけ、あなただけ」・ 自分だけの特別な体験を求めている・ 都会では食べれない、その土地の食を食べたい
インバウンド	
<p>【ヒアリングでの意見】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 中国系の方よりも欧米系の方のほうに可能性を感じる。・ 暮らし事態を体験して頂きたい・ インスタなどSNSでの投稿きっかけで訪問に繋がっている・ 京都から流れてきてもらう	<p>【求められているニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 何気ない風景、日本人の営みに関心がある・ 学びと発見に価値を感じる
若年層	
<p>【ヒアリングでの意見】</p> <ul style="list-style-type: none">・ ライフスタイル、スローライフに興味を持っての方に・ 学校や学生団体の利用・ 教育旅行での活用・ 高校生に依頼してSNSで発信してくれるサークルを作る・ 寺院文化財巡りが好きな方	<p>【求められているニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 写真映えする地域・ 地域の人と交流したい・ 土や川に触れたい
ファミリー層	
<p>【ヒアリングでの意見】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 普段いそがしくされている方に、家族でゆっくり過ごしてほしい・ 子育て世代に来てほしい・ 北陸の人たち・ おためし移住を体験したいファミリー	<p>【求められているニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 子どもと一緒に体験したい
年配層	
<p>【ヒアリングでの意見】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 暮らし、人、地域文化を理解しようとしてくれる方・ 子育て終了世代(40~50代) ゆっくりとセカンドライフを堪能してもらいたい	<p>【求められているニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none">・ ゆっくりと過ごしたい・ 歴史を知りたい・ 美味しいごはんを食べたい
マニア層	
<p>歴史に限らずに発酵マニアとか登山マニアとか釣りマニアとかマリンスポーツマニアとか日本酒マニアとかウイスキーマニアとか滋賀北部に遠方からその目的のために何度も訪れてくれそうな人</p>	<p>【求められているニーズ】</p> <ul style="list-style-type: none">・ もっと深く歴史の事を知りたい、発酵の事を学びたい

4 各市へのヒアリング実施結果のまとめ

4-6 社会の動向（PEST分析）

PEST分析とは、自社を取り巻く外部環境が、現在もしくは将来的にどのような影響を与えるかを把握・予測するためのフレームワークのこと

政治（Politics） <ul style="list-style-type: none">・ 滋賀県、北部振興に向けて積極的に取り組む方針・ 地域とつなぐサービス提供事業者への支援を開始（関係人口創出、拡大のための対流促進事業）	経済（Economy） <ul style="list-style-type: none">・ 進む円安とインバウンド再開・ 世界の富裕層旅行市場は2024年に22兆円に拡大
社会（Society） <ul style="list-style-type: none">・ 震災などもあり、できるだけ安心できる生活環境を模索している・ ライフシフト人生100年時代がベストセラーに。生き方についても見直されている。・ SDGs、エシカル消費、などのキーワードに敏感・ 近場旅行（いわゆるマイクロツーリズム）の割合が増加・ コロナ禍を経て、自然志向や健康志向が高まるなど、観光トレンドの変化・ 地方移住への関心が増えている	技術（Technology） <ul style="list-style-type: none">・ シェアリングエコノミーサービスの普及。・ 地方創生DAO（例：山古志村がNFTをデジタル住民票を発行）・ バーチャル空間などのオンラインでの交流サービスの普及。・ リモートワークの普及

5 3市合同 ワークショップ の開催概要

5 3市合同ワークショップの開催概要

5-1 実施の目的

県北部地域のさらなる振興を図ることを目的とし、北部3市で、観光を切り口として事業を行って事業者約71事業者に対してアンケート調査を実施、関連団体への波及などを含め94件の回答が得られた。さらに回答を寄せていただいた事業者の中から直接訪問しヒアリング（約30件）を実施し、3市それぞれの「課題」、「優位性」、「理想の将来像」等をヒアリングした。このヒアリングで得た回答をまとめた結果を基に当事業の今年度の目的である「共通テーマ案」を決める為の各市で関連する関係者を招きワークショップを実施し、「共通テーマ案」の設定を図るものとする。（県と三市の共有・共感・協調）

目的 **観光を切り口とした関係人口
創出に向けての共通テーマ案
を決めること**

5-2 実施方法

北部3市の施策の体系化や課題整理を行い、3市で取り組める共通テーマを設定する。

手法については、各市の観光部局や観光協会の担当者を招き、専門家を交えた座組でのワークショップを実施。それぞれの市での「課題」「優位性」「将来性」「連携」について、事前に各市事業者等へのアンケート結果、現地調査・現地訪問などを通して、得られた回答を共有しながら意見交換を行い共通テーマ案の設定を行った。

5 3市合同ワークショップの開催概要

5-3 実施日時・会場選択について

当合同ワークショップの主役はあくまでも、各市の観光部局や観光協会の担当者の方とするが、日程候補を決定する段階においては、まずはアドバイザーの日程調整を優先させ候補日を調整した。

日にち候補

※各自の出欠状況を変更するには名前のリンクをクリックしてください。

出欠表をダウンロードする

日程	○	△	×	岩巻	植田	福田	岩田	上田	高島市観光振興課 上原主任	市町の森、北近江3人衆	びわ湖高島観光協会 観光振興課長 迫藤 沙織様
2/18(日)13:00-16:00を想定	4人	0人	4人	○	○	○	○	×	×	×	×
2/20(火) 13:00-16:00を想定	8人	0人	0人	○	○	○	○	○	○	○	○
2/23(金) 13:00-16:00を想定	3人	0人	5人	○	○	○	×	×	×	×	×
2/25(日) 13:00-16:00を想定	3人	0人	5人	○	○	○	×	×	×	×	×
3/5(火) 13:00-16:00を想定	8人	0人	0人	○	○	○	○	○	○	○	○
3/8(金) 13:00-16:00を想定	4人	0人	4人	○	○	○	○	×	×	×	×
3/10(日) 13:00-16:00を想定	3人	0人	5人	○	○	○	×	×	×	×	×
3/12(火) 13:00-16:00を想定	3人	0人	5人	○	○	×	○	×	×	×	×
3/13(水) 13:00-16:00を想定	8人	0人	0人	○	○	○	○	○	○	○	○
コメント											

参加メンバーの日程調整に便利な「調整さん」ツールを利用した。

会場は3会場を候補とするが、予約条件などから③の会場とした。

- ①長浜カイコー 平日の使用は不可（高校生向けの場所としての為）
- ②長浜ビジネスサポートセンター フューチャールーム
(https://nagahamabiz.com/?page_id=39)

2/20(火) 13時以降は可能だがフューチャールーム定例会見の為11時から13時は使用できません。

※事前準備ができない。

20日に参加が多い場合は、開始時間の調整が必要

3/5(火) フューチャールーム使用可能です。

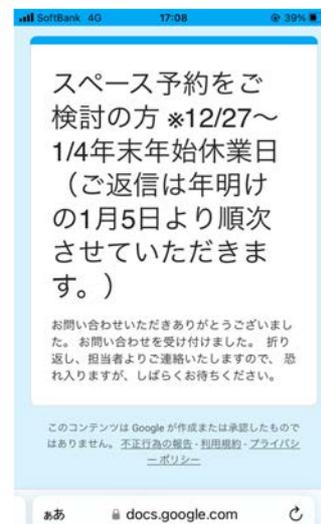
ミーティングルーム③使用される予定の為、仕切をさせていただきます。

※ミーティングには支障なし

3/13(水) フューチャールーム使用可能です

- ③ピクニックベース

2/20と3/5は予約可能、3/13は先約ありでNG



6 3市合同 ワークショップの 実施状況報告と まとめ

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-2 タイムスケジュールについて

ワークショップを中心にイントロダクションでは冒頭挨拶と参加者の自己紹介（一人1分程度）

インプットセッションで事業の概要説明と今回の最終目的である「3市共通テーマ案」の設定を説明。

【2/20(火)三市合同ワークショップ】タイムスケジュール

時間	全体スケジュール	To Do	所要時間	福田 (司会/ファシリテーター)	若田 (司会/タイムキーパー)	橋田 (ファシリテーター)	森 (ファシリテーター)	北の近江 振興事務所	岩崎 上田	各市参加者	備品等
	前日までの準備	□ワークショップの全体進行(パネルの準備: 福田 □インプットセッション資料: 橋田さん □マイク&スピーカー: ビデオカメラ □30インチモニター: ビデオカメラ □30インチノートパソコン □大皿(備用紙(10枚以上)): 若田さん □ペン(人数分+予備): 若田さん □付箋(400枚以上): 若田さん+キード事前記載(コーディネーター) □飲み水(500cc以上): 若田さん □お菓カール: 岩田さん									
12時00分	<会場設営>	会場に上記備品等を準備、レイアウト作り、当日の流れ確認	30分	○	○	○	○	○	○	○	-
12時30分	<受付>	当日受付→各市で(ABCD)にておぼて置いたはく	30分	○	○	○	○	○	○	○	受付表、名札
13時00分	1. イントロダクション	1-①はじめに 挨拶・本日のアジェンダの説明	5分	○	○	○	○	○	○	○	プロジェクター
13時05分		1-②参加者の自己紹介(1人約1分)	20分	○	○	○	○	○	○	○	プロジェクター
13時35分	2. インプットセッション	2. 北の近江振興PRのアンケートとアンケート結果の共有	30分	-	-	-	-	-	-	-	プロジェクター
13時55分	<休憩>	※予定通り進んでいけば10分、おしえていけば5分		-	-	-	-	-	-	-	-
14時05分	3. ワークショップ	3-①三市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう	3-①合計50分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
14時05分		事前に運営側でまとめた強みを見ながら各市の同士をグループワークしてまとめていき、参加者が自由に思い浮かべたものを発表し合い、強みと掛け合わせよう	10分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
14時15分		グループワークの中で参加者が個人的に特に強みと強みと強みのシールを3つ貼る。票の多さを参考にしながら3〜6個の強みを決める	10分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
14時25分		強みと強みを参考に「北の近江の共通の強みは〇〇」と決める。強みと強みを一つに絞る(強みは〇〇×〇〇×〇〇)から絞り込む。議論の結果、個別の市の強みと共通の強みは「〇〇市の強みは〇〇」と記載する。	15分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
14時40分		各グループからの発表(1チーム5分)	15分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
14時55分	<休憩>	※予定通り進んでいけば10分、おしえていけば5分		-	-	-	-	-	-	-	-
15時05分		3-②(ブランチ) 3市の機会・脅威を整理して、3-①のワークショップの強みと掛け合わせよう	3-②合計50分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
15時05分		事前に運営側でまとめた強みを見ながら各市の同士をグループワークしてまとめていき、参加者が自由に思い浮かべたものを発表し合い、強みと掛け合わせよう	10分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
15時15分		上のワークで整理した強みと強みを参考に、強みと掛け合わせ、北の近江の共通テーマをキャッチコピーにグループワークで決める。	10分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
15時25分		各グループから3分で共通テーマのキャッチコピーを発表し、全体ディスカッションして共通テーマを決める。議論の結果、個別の市のテーマと共通の強みは「〇〇市のテーマは〇〇」と記載する。	30分	○	○	○	○	○	○	○	事前に用意した課題付箋 備用紙、ペン
15時55分	<休憩>	※予定通り進んでいけば10分、おしえていけば5分		-	-	-	-	-	-	-	-
16時05分		3-③、共通テーマに沿った具体的な施策案を考えよう	3-③合計25〜35分	○	○	○	○	○	○	○	付箋、ペン
16時05分		個人で共通テーマを元に考えられる観光施策案を考えて付箋に書き出す(3〜5分)	3〜5分	○	○	○	○	○	○	○	付箋、ペン
16時10分		グループワークでそれぞれ考えた施策案を発表し、自分から似たものをグループワークする(3〜5分)	3〜5分	○	○	○	○	○	○	○	大皿(備用紙、ペン)
16時15分		グループワークで整理した施策案と実現性のナリカにマインドマップで優先順位をつける(5〜10分)	5〜10分	○	○	○	○	○	○	○	大皿(備用紙、ペン)
16時25分		各グループから優先度の高い施策案を発表する(5分×3=15分)	15分	○	○	○	○	○	○	○	大皿(備用紙、ペン)
16時40分	4. まとめ	本日の振り返りと今後の予定共有	5〜10分	○	○	○	○	○	○	○	プロジェクター
16時50分		質疑応答	5分	○	○	○	○	○	○	○	プロジェクター
16時55分		クロージング(挨拶・森さんか田中議長から)	5分	-	-	-	-	-	-	-	プロジェクター
17時00分				17時までに終了し運営は後片付けと撤収作業、参加者は休憩後に移動							
17時30分〜		懇親会									

ワークショップは以下の3つを議題に実施した。

- ①三市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう
- ②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう
- ③共通テーマ案に沿った具体的な施策案を考えよう

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

①三市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう

アンケートおよびヒアリング結果から抜き出した各市で挙げられた市の「強み」となるワード（付箋紙）を見ながら、似たもの同士をグルーピングしてまとめる。（10分）

※新たに思いついたワードの追記も可とする。



付箋紙を見ながら模造紙に自由に貼る
（グループA）



似たようなワードを分類しグルーピングし
まとめる（グループA）

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

①三市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう



付箋紙を見ながら模造紙に自由に貼る
(グループB)



似たようなワードを分類しグルーピングしまとめる (グループB)



付箋紙を見ながら模造紙に自由に貼る
(グループC)



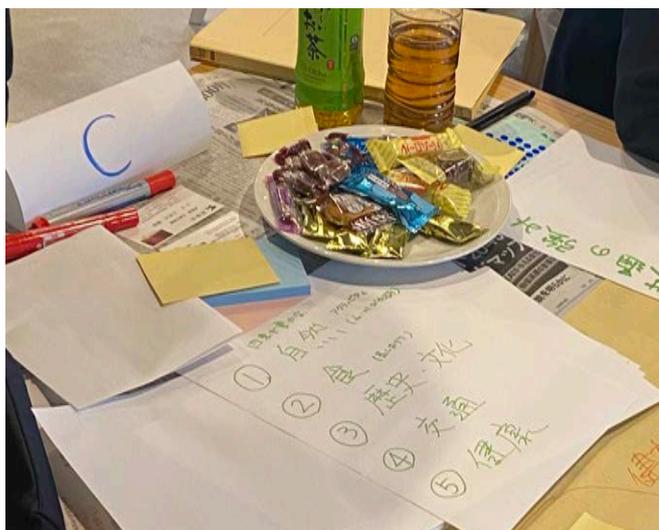
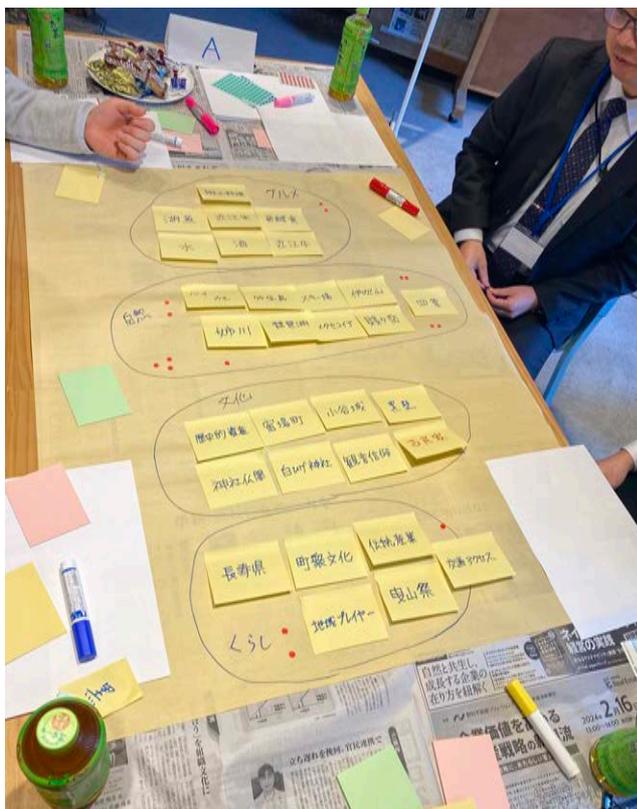
似たようなワードを分類しグルーピングしまとめる
(グループC)

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

①三市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう

グループした強みの中で重要な強みだと思えるものにシールを貼り投票（一人3票）
投票を参考にしてグループ内で強みTOP5を決めて用紙に書き出す（10分）



各テーブルごとにグルーピングした強み群からひとり3つまで最も強みだと思えるものに投票し、ベスト5を出してもらった。

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

①三市の観光を通じた関係人口増加のための共通の強みを見つけよう

強みTOP5を参考にして「三市の共通の強みは●●」と決める。(15分)
※強みがひとつに絞れない場合は掛け合わせでも可とする。



アドバイザー上田先生にも各テーブルを回っていただき、それぞれに対してアドバイスを行っていただいた。



各テーブルごとで考えた「三市の共通の強み」を発表(1チーム5分×3チーム)

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう

「強み」と同じく予め準備しておいた別のワードを書いた付箋を「機会」と「脅威」に分けて貼っていく。似たものがあればグルーピングする。(10分)

※新たに思いついたワードの追記も可とする。

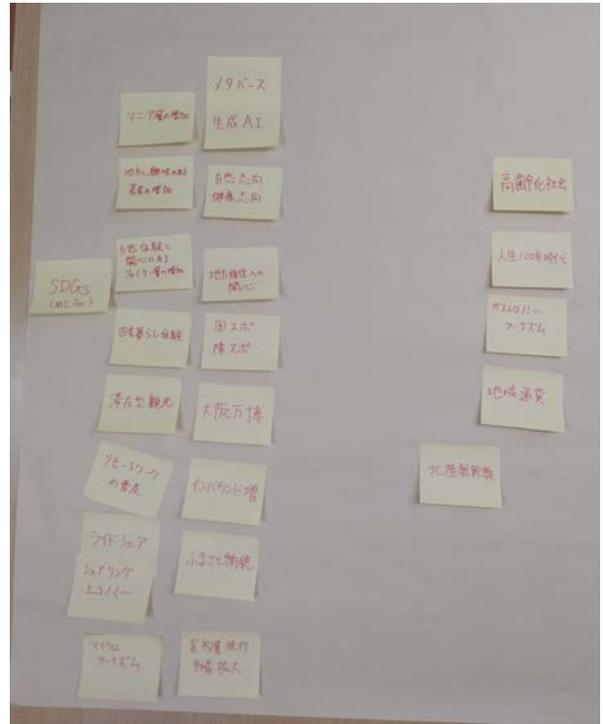


6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう

各テーブルごとでまとめられた「機械と脅威」について



6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう

①のワークの「三市の共通の強み」と機会と脅威の付箋を掛け合わせて、「共通テーマ案」を決めよう。（10分）

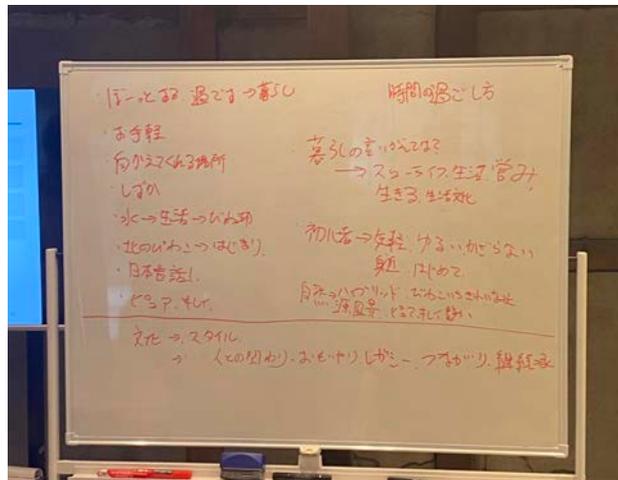
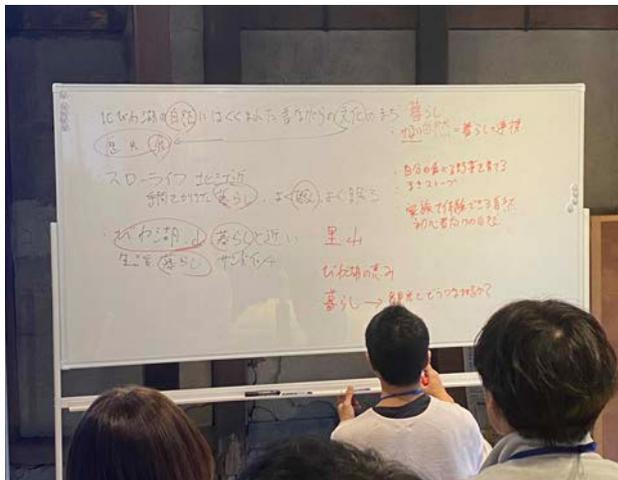


各テーブルで考えた
「共通テーマ案」
を発表。
（3分×3チーム）

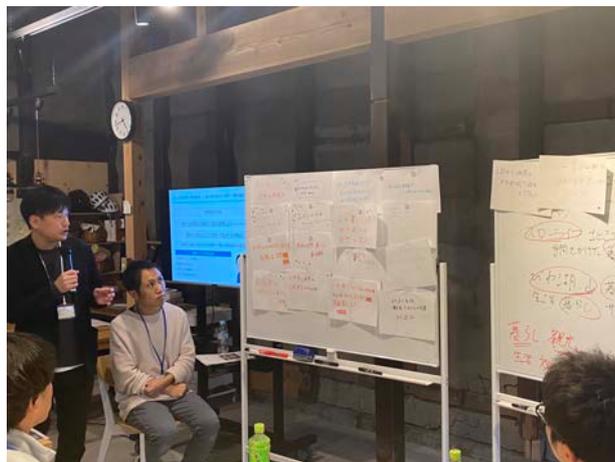
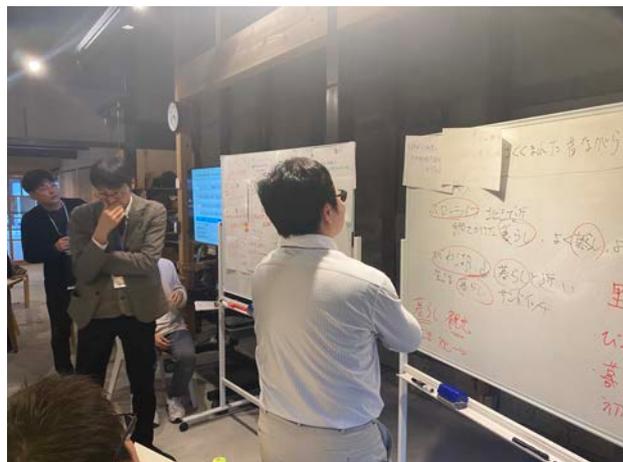
6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう



各テーブルで考えられた「共通テーマ案」が出揃い、ワードの言い換えや連想した文章に変換しようと議論を行うが、アドバイザーのレクチャーもあり、ホワイトボードに出たワードを参考に全参加者が共通テーマ案を出し合うことにした。



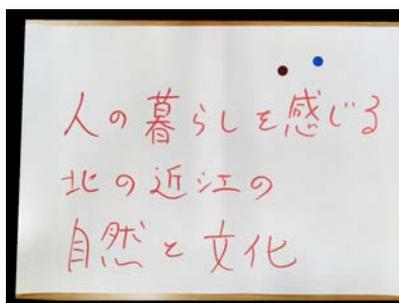
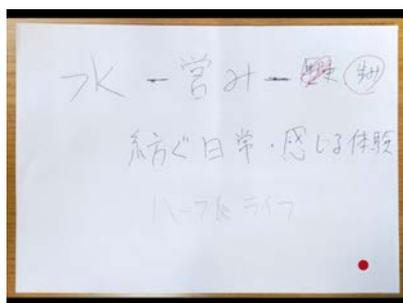
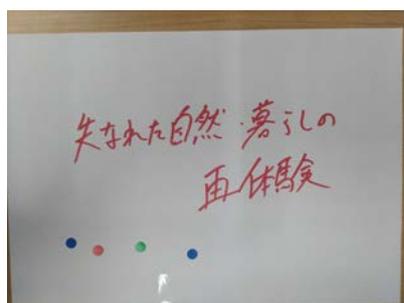
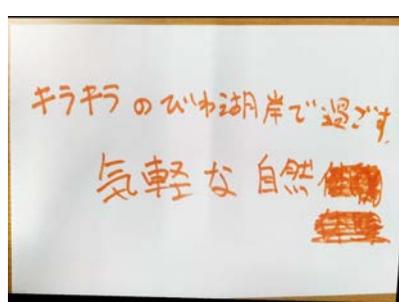
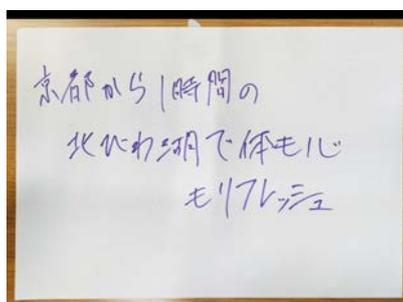
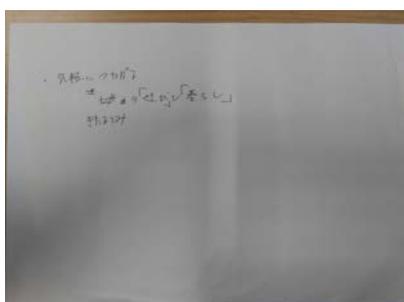
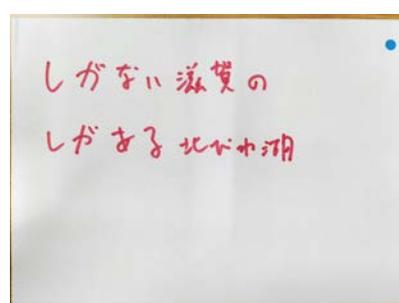
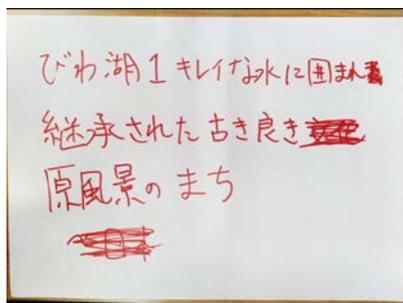
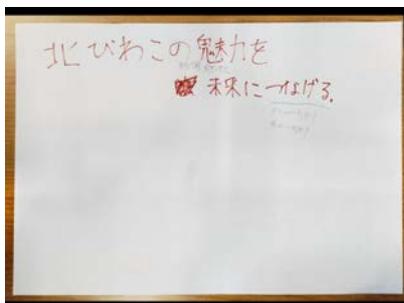
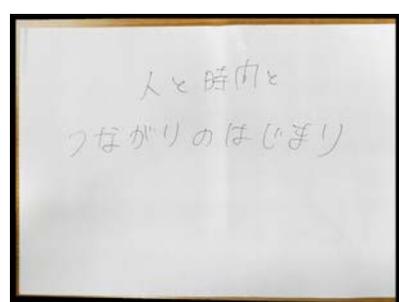
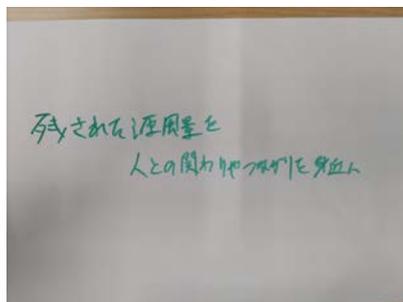
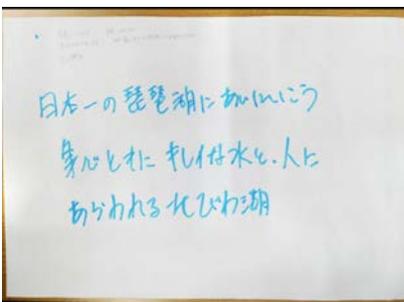
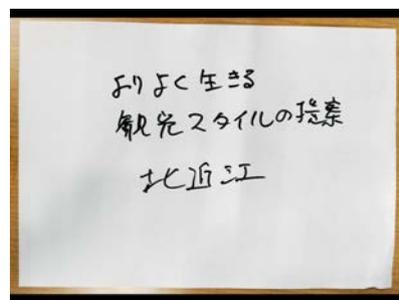
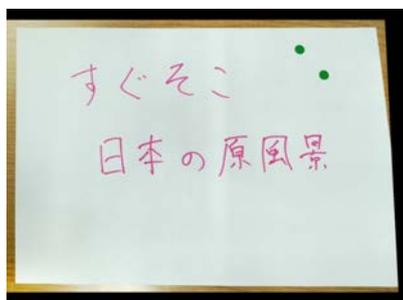
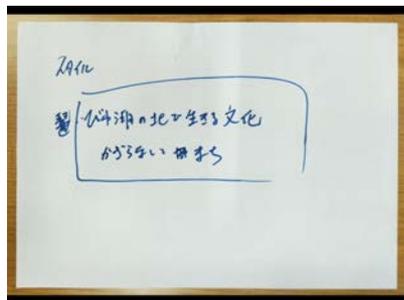
全参加者から提案された共通テーマ案に対し、一人2つのみ気に入った案に対しシールを貼って投票。最終的には3案まで絞り込んだ

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう

全員から提出された「共通テーマ案」候補

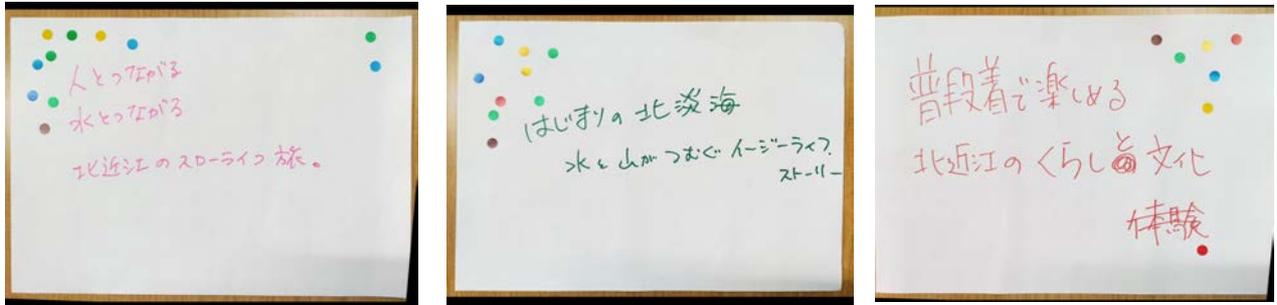


6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう

最終的に投票で決まった3つの「共通テーマ案」候補



投票数 共通テーマ案候補

11	人とつながる 水とつながる 北近江のスローライフ旅
9	はじまりの北淡海 水と山がつむぐイージーライフストーリー
7	普段着で楽しめる北近江のくらしと文化体験
4	失なれた自然・暮らしの再体験
2	人の暮らしを感じる北の近江の自然と文化
2	すぐそこ日本の原風景
1	しがない滋賀のしがる北びわ湖
1	水 営み 歩み 紡ぐ日常。感じる体験 ハーフ&ライフ
0	京都から1時間の北びわ湖で体も心もリフレッシュ
0	キラキラのびわ湖岸で過ごす気軽な自然
0	びわ湖1キレイな水に囲まれ継承された古き良き原風景のまち
0	北びわこの魅力を未来につなげる
0	気軽につながるきたおうみの「遊び」と「暮らし」
0	人と時間とつながりのはじまり
0	残された源風景を人との関わりやつながりを身近に
0	日本一の琵琶湖にあいにいこう 身心ともにキレイな水と、人にあらわれる北びわ湖
0	よりよく生きる 観光スタイルの提案 北近江
0	よりよく生きる 観光スタイルの提案 北近江

6 3市合同ワークショップの実施状況報告とまとめ

6-3 ワークショップ開催

②三市の機会・脅威を整理して、強みと掛け合わせた共通テーマ案を導き出そう

最終的に決まった3つの「共通テーマ案」候補

①人につながる 水とつながる 北近江のスローライフ旅。

②はじまりの北淡海 水と山がつむぐイージーライフストーリー

③普段着で楽しめる北近江のくらしと文化体験。

※予定していたワークショップ 「③共通テーマ案に沿った具体的な施策案を考えよう」 は時間の都合上実施を見送り。



【アドバイザー総評】

「自然」と「生活」、「暮らし」だけだとどこでも言える。ここ（北近江）ならではの自然てなんだろう？敷居が低いとか、簡単に楽しめるとかそういったものが出てきたりとか。「暮らし」の方も結構深い議論が出てたと思います。これがすごくポイントかなと思って。ワークショップ中にこっそりとチャットGPTで聞いてみたんです。でもチャットGPTでは通り一辺倒のことしか言わないんです。

やはり人間が考えるほうが優れてるなど改めて思ったわけで、これはなぜ考えられるのかという皆さんが地域でそれぞれの立場で活動されているからこそ出てきた言葉なんだと。これはチャットGPTでは体験できないわけで。それはすごく大切にしていきたいなと思います。あともうひとつは三市合同でやるということがすごく大事だということ。

どうしても各市町、各DMOで、とかと思うんですけど、それは三市合同で。滋賀県ではどうしてもそれが出来なくて、常々もったいないなと感じていました。一番もったいないと思っているのが「歴史」。戦国とか全然つながっていないです。なのでこの取組みは三市で出来ること、やろうという感じで、ぜひ皆さんと一緒に、継続出来たらと思いました。お疲れ様でした。ありがとうございました。

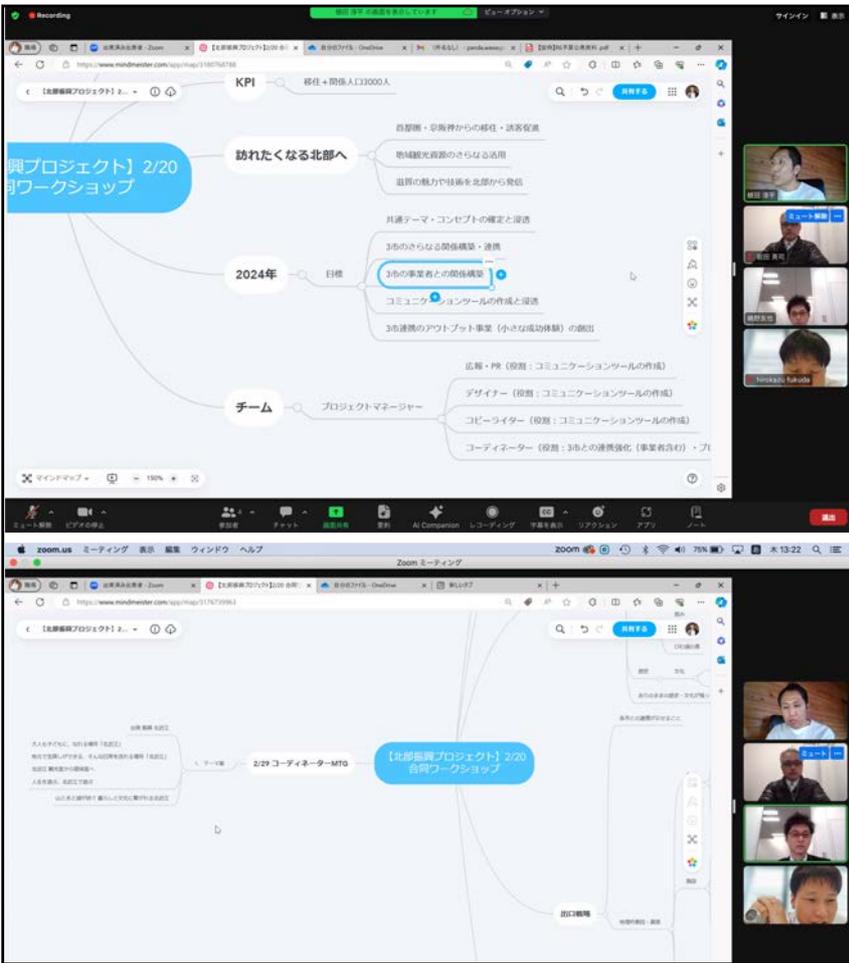
7 共通テーマ (R6以降今後の 方向性)について

7 共通テーマ(R6以降今後の方向性)について

7-1 共通テーマ案の素案検討

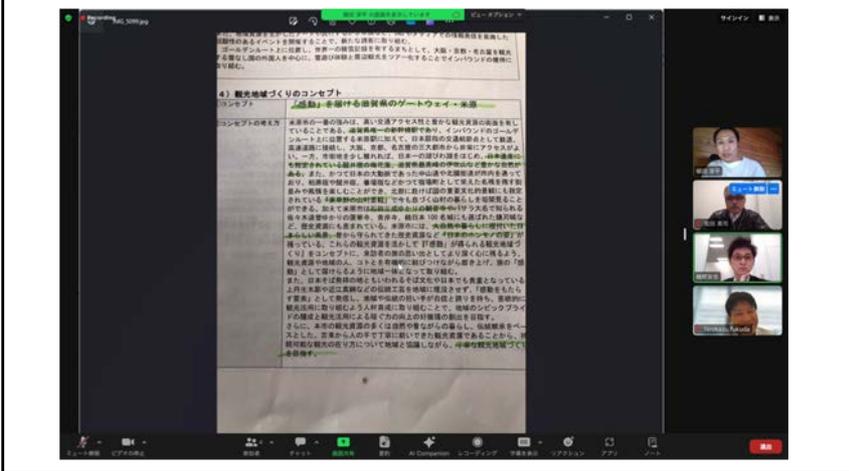
(参考) 2/20の合同ワークショップで選ばれた3案

- 人とつながる 水とつながる 北近江のスローライフ旅
- はじまりの北淡海 水と山がつむぐイージーライフストーリー
- 普段着で楽しめる 北近江の暮らしと文化



2/20（火）開催の合同ワークショップで最終的に設定した「共通テーマ案」をひとつのテーマ案にまとめるべく、コーディネーター3名により素案を作成。

(2/29(木)開催の定例ミーティング内で検討。



案がまとまらないため、3/5(火)にアドバイザーを交えたオンラインによる検討会を実施。

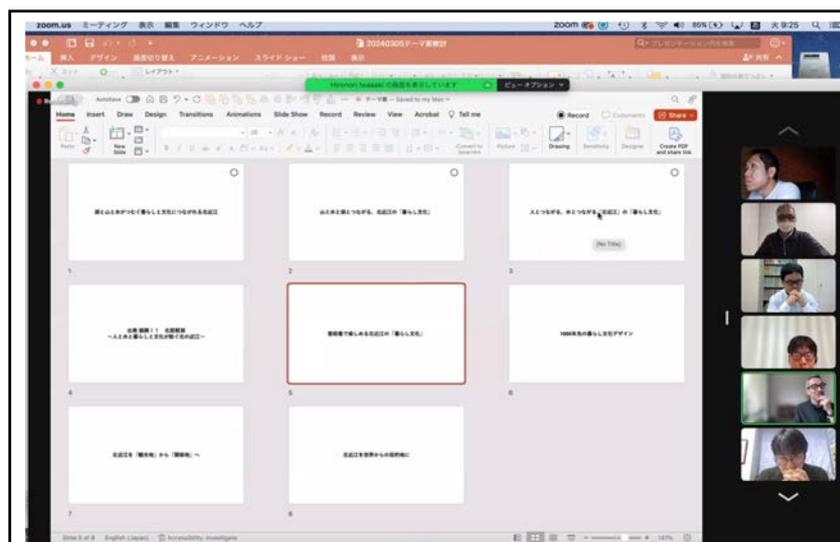
それまでに素案をまとめることを課題とした。)

7 共通テーマ(R6以降今後の方向性)について

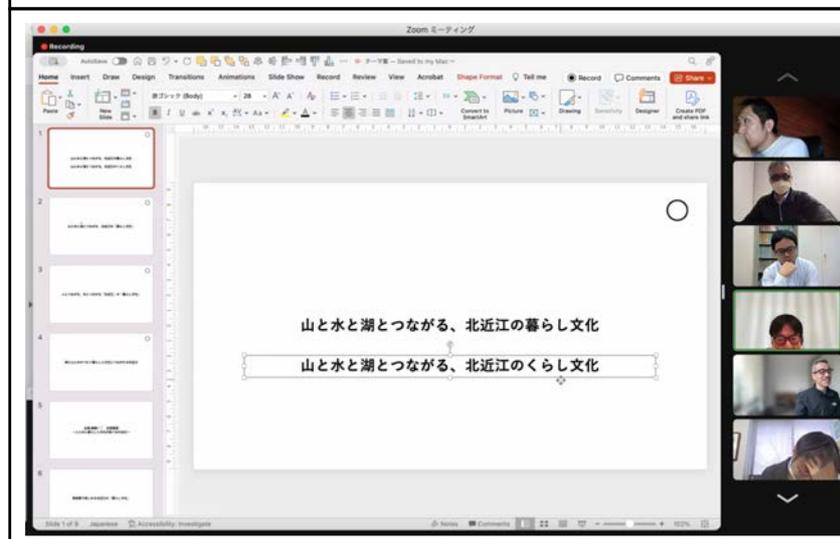
7-2 共通テーマ案の検討 (アドバイザーを交えた)

最終的に決まった3つの「共通テーマ案」を基にひとつにまとめた案

湖と山と水がつむぐ暮らしと文化につながる北近江
出発 振興！！北琵琶湖～人と水と暮らしと文化が紡ぐ北の近江～
1000年先の暮らし文化デザイン
山と水と湖とつながる、北近江の「暮らし文化」
北近江を「観光地」から「関係地」へ
人とつながる、水とつながる「北近江」の「暮らし文化」
北近江を世界からの目的地に
普段着で楽しめる北近江の「暮らし文化」



上記記載の案から消去法で候補対象外を選別し、絞り込む。
アドバイザーの2名（岩寄教授、上田先生）も加わりオンラインにて協議を行った。



表記で「」をつけた場合と外した場合

暮らしをひらがなに表記した場合など

見え方、読ませ方についても協議した。

7 共通テーマ(R6以降今後の方向性)について

7-3 共通テーマ案の決定

最終的な「共通テーマ案」まとめ案

山と水と湖とつながる、 北近江の暮らし文化

どこにでもある自然や街並みや食べ物の地域には
旅行に行こうと思わない

琵琶湖は湖としての歴史も大きさも日本一だが湖南も湖東も含めて滋賀県全域のもの。

唯一の場所という部分をどう打ち出せるかという点から
テーマのみで唯一無二の場所を特定できることを重視。



- ・湖と山と水がつむぐ 自然と文化が調和した日本の原風景の暮らしにつながる
ことができる
- ・日本古来の文化と自然に囲まれた暮らしを体験できる
- ・山だけなら富士山や有名な山がたくさんある。
- ・水だけなら日本各地に綺麗な水の名所がたくさんある。
暮らしと文化だけなら日本の地方に残っているところはたくさんある。

しかし、
これら全てを満たせる地域は北近江のみ。

これらがすべて昔のまま残っているのは北近江のみで、
そこに価値がある。

8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について

8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について

8-1 共通テーマ案の活用案について

議論した共通テーマ案は県と協議の上、決定後、合同ワークショップ参加者にも共有。決定した共通テーマ案をもとに次年度以降、テーマの確定、コミュニケーションツール（ロゴやコピー）を作成、浸透を行っていく。

共通テーマ最終候補案：山と水と湖とつながる、北近江の暮らし文化

3市共通のテーマ（コンセプト）とし、地域資源、特性を活かした事業の展開



目的

- ・人流を作る→関係人口・交流人口 3,000 人につなげる
- ・現実的継続的なインフラを整える機会（観光資源として残せるものにする）

ターゲット	プロジェクトタイトル（表題）	概要
PR	北部3市ローカルメディアサミット 〈想定開催時期〉令和6年度	滋賀北部内で情報発信をしている方を登壇者に迎え、媒体側を知ることで情報の伝え方を学ぶイベントを開催。地域内からの発信力を高めることが目的。例：米原-まいばらんど、長浜-長浜経済新聞、高島-たかしまじかん。+ 地方新聞記者やびわ湖放送などにも参加を打診。
PR	「山と水とつながる、北近江の暮らし文化」専用ホームページ制作 〈想定開催時期〉令和6年度	テーマの浸透と北の近江振興プロジェクトの情報発信を目的とした専用ホームページの制作。また、一方的な発信ではなく株式会社リュウズが2024年6月リリース予定の新しいデジタルふるさとコミュニティサービスを活用し、3市からの一方的な発信ではなく観光客との双方向のコミュニケーションを実現し、観光客を関係人口にする取組を行う。

8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について

8-1 共通テーマ案の活用案について

ターゲット	プロジェクトタイトル（表題）	概要
食	#勝手に発酵姉妹都市 発酵サミット2024 〈想定開催時期〉令和6年度	目的：発酵食（郷土料理）の発信と交流。 北部3市の暮らしの発酵に携わっている方（団体）に参加していただき、各地域の発酵食（郷土料理）を提供＋トークイベントを実施。 地元の人も離れつつある、地域の食文化を再確認してもらう。
サイクリングファン、釣りファン	北近江自然体験ツアー 〈想定開催時期〉令和6年度	北近江の自然を体験できるサイクリングイベントや釣りイベントなどの開催を地元長浜青年会議所で検討。
歴史ファン インバウンド	大通寺宿泊歴史体験ツアー 〈想定開催時期〉令和6年度	北近江の最大の寺院の大通寺に宿泊し、お寺ならではの体験ができるツアー。 大通寺は映画のロケにもよく使われており、趣のある雰囲気は海外観光客にも人気。株式会社リュウズは以前より大通寺と体験型宿泊プランを検討。
東京在住の北部三市 関係人口候補者、 台東区 関係人口候補者 （仮	東京長浜リレーションズイベントに米原市と高島市の関係者を招待 〈想定開催時期〉令和6年度 長浜市役所予算確保済	コロナで中断していた東京での長浜市の関係人口創出イベントを令和6年度から再開し、株式会社リュウズが運営する予定。これまでは長浜市だけの取組であったが、米原市と高島市の方にも参加いただき北部三市と東京を繋ぐ関係人口の活動を広げる。また、長浜市の連携都市の台東区から関係人口候補をゲスト招待することも検討。
若年層 年配層 ゆるキャラ ファン	北びわこリアル謎解きラリー 〈想定開催時期〉令和6年度	三市それぞれのご当地キャラを案内役とし、公式LINE（コミュニケーションツールで検討）を使い、各市に秘められた謎を出題。参加者は登録後に実際に現地へ赴き、回答（周遊）して頂く。 すべての問題にクリアされた方に証明書と地元の名産品を抽選で進呈。 公式LINE(コミュニケーションツールで検討)に登録させる事を狙う。
若年層 こども ファミリー カードマニア	北びわこ●●●カード 〈想定開催時期〉令和6年度	マンホールカード、ダムカードのような三市ゆかりで統一した事柄(北びわ湖に生息の魚や虫など、山名、武将、酒造など)を記載したカードを三市それぞれの観光スポットに設置。 (カードは無料)
歴史ファン	長浜城下町遺産ツアー 〈想定開催時期〉令和6年度	長浜市が力を入れている城下町遺産を巡るツアーを開催。2023年に株式会社リュウズ主催で歴史オンラインツアーと歴史現地ツアーの案内をしていただいた淡海歴史文化研究所の太田先生が城下町遺産を解説しながら巡るツアー。長浜青年会議所と株式会社リュウズで事業検討中。

8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について

8-1 共通テーマ案の活用案について

ターゲット	プロジェクトタイトル（表題）	概要
若年層 年配層 富裕層	北近江振興クラウドファンディング 〈想定開催時期〉令和6年度	北近江の産品を一堂に集め、集まった施設で使用できるお買い物券（商品券）を発行する。（20～30%のプレミアムを上乗せする） 上乗せ分は補助金などの活用を想定
若年層 年配層 富裕層	北近江共通通貨「きたのコイン」 〈想定開催時期〉令和6年度	三市共通で使用できる紙幣的な専用通過デジタルコインなどで対応。 購入時にプレミアム分を上乗せし販売する。（例：10000円分で20%のプレミアムを載せた12000円分のコイン発行）
若年層 年配層 富裕層 インバウンド	北の体験ツアー「キタヘキタノ」 〈想定開催時期〉令和6年度	三市で様々な体験を連続して体験して頂くツアー。 〇〇工房体験、農作業体験、山トレイル制覇。琵琶湖横断ツアー、発酵体験など、各種プログラムを開催時期や種類など準備する。3～6日程度の長期滞在を実施。宿泊は三市を日替わりで移動。各市の民泊施設、ホテル、グランピング施設で宿泊連泊。 各市内での移動はレンタサイクル、タクシー・バスなど利用。ツアーガイドは現地に依頼。参加者が支払う旅行代金は補助金の活用で必要最小限の安価で設定できれば。
若年層 年配層 ウォーキング 愛好家	北びわこ●●kmウォーキング 〈想定開催時期〉令和6年度	米原市駅周辺地をスタート地点と設定し、琵琶湖沿いに北上し高島市をゴール地点とする想定50km～100kmの距離を歩くウォーキングイベント。 休憩ポイントでは地元の産物を味わっていただきながら、三市の移りゆく山、湖の風景を味わって頂く。 宿泊はコース上にある宿泊施設に協力いただく。土曜の朝～日曜正午の開催に設定すれば、米原での前泊が期待できる。
若年層 こども ファミリー	北びわこパスポート 〈想定開催時期〉令和6年度	アインズ発行の「ランチパスポート滋賀」のような各市の飲食店、お土産、観光名所を紹介した訪問者には割引や特典がもらえるサービス・クーポンブックの発行。（半年に1回発行） アプリ化のシステム構築や編集ノウハウは既にあるため立ち上げやすい。

8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について

8-2 関係人口について

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉。

関係人口には、地域の産業創出、地域づくりのプロジェクト企画・運営・協力、地域づくりボランティア活動等に参加する人から、地域においてテレワーク又は副業を行う人、地域の人との交流イベント、体験プログラム等に参加する人、地域での消費活動や趣味活動を楽しむ人など、地域と様々な関わりを持つ人が存在する。



全国の「関係人口」は 1,800 万人超

関係人口の来訪が多い地域は、三大都市圏からの移住も多い

— 関係人口(訪問系)の流動(人数ベース) —

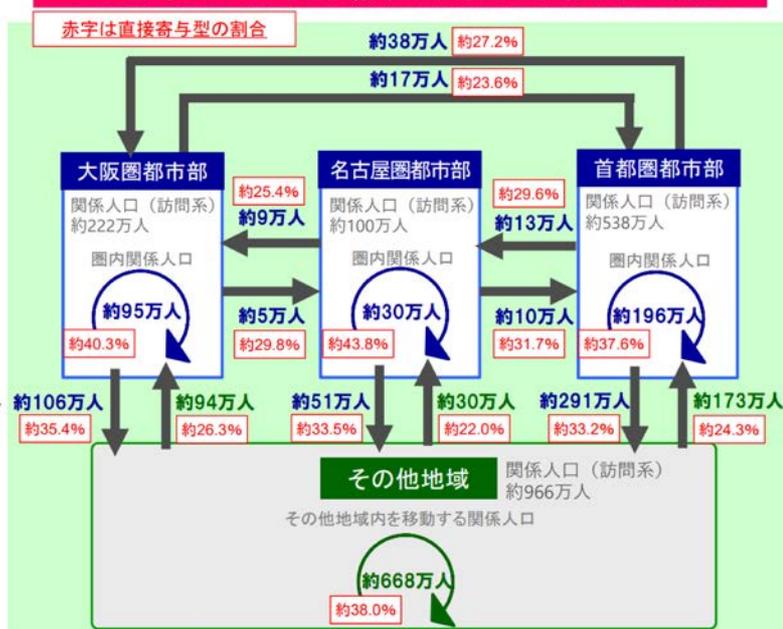
全国の関係人口(訪問系)は約1,827万人と推計

- 地方部(その他地域)から三大都市圏への流動よりも、三大都市圏から地方部(その他地域)への流動の方が大きい。
- 同一圏内に関わる関係人口及び三大都市圏から地方部(その他地域)に関わる関係人口については、直接寄与型の割合が大きくなっている。

【新型コロナウイルス感染症拡大直前】



三大都市圏とその他地域間関係人口(訪問系)の流動



※ 四捨五入の関係上、合計が一致しない場合がある

(出典) 「地域との関わりについてのアンケート」(国土交通省、令和2年9月実施)、人数ベース

8 今後の事業展開に向けた共通テーマの活用案について

8-3 共通テーマ案実施における年間スケジュールについて

令和6年度の共通テーマ案の活用における年間スケジュールを仮定しました。重きは主体となる長浜、米原、高島3市各市の観光部局や観光協会および観光施設・事業者等を優先し、調整に徹しながら、小さな成功体験を創出し、令和7年度以降の事業展開に結びつけていきたいと考える。

