

令和8年第1回滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 開催日時、場所

日 時: 令和8年9月10日(木)9:30～11:30

場 所: コラボしが 21 3階大会議室 C

2 出席者(敬称略、五十音順)

委 員: 池田典子、稲永明子、遠藤沙織(WEB)、遠矢健、西村典芳(副会長)、
野村ゆき子、峯俊智穂(会長)、宮下哲、森聖太、山本颯希、湯川雅史、
吉岡美紀

オブザーバー: 坂井肇、田村隆行

3 議題等

■ 園田観光文化スポーツ部長挨拶

■ 委員紹介

■ 議題(1) 令和7年度「シガリズム観光振興ビジョンアクションプラン」の評価について(資料1)

- ・ 事務局より、令和7年度「シガリズム観光振興ビジョンアクションプラン」の評価について説明。

(森委員)

- ・ 確認で2つお聞きしたいが、今の宿泊のところ、外国人の入込客数や宿泊の数字は延べ人数か。

(辻観光文化スポーツ政策室長)

- ・ 延べ人数である。

(森委員)

- ・ もう1つはシガリズムコンテンツの売上高が2億円ということだが、これは宿泊を含めた数字とあるが、シガリズムの宿泊プランと体験プランを販売しているということか。

(辻観光文化スポーツ政策室長)

- ・ そのとおりである。びわこビジタービジュアラーのホームページ内でシガリズムの販売をしているが、その中では大きく2つあり、いわゆるシガリズムの宿泊プランともう1つが日帰りでシガリズム体験をするという2つを販売している。それらをあわせての販売総額で2億円となっている。

(森委員)

- ・ 宿泊のサービスだけだと、もともと既存であったものだと思うため、新しく作ったシガリズム体験としてどれぐらいの売上があるのかがある程度分かればいいなと思ったので、ちょっとお聞きする次第。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ おっしゃるとおり2億 3,600 万円の大半は宿泊になるが、シガリズム体験だけでいうと約 720 万円程度である。

(西村委員)

- ・ 入込客数よりも宿泊をどう伸ばすかというのが消費額として一番大きい部分だと思う。
- ・ 入込客数が 5,233 万人、延べ宿泊者数が 409 万人、令和9年に向けて 450 万人ということは、41 万人増やさないといけない。
- ・ 入込客数を宿泊に転換するためには、どの地域、コンテンツ、時間帯に重点投資をしていくのか、特に夕方、夜、朝の体験の造成、そしてナイトタイム、朝のウェルネス体験、食との組み合わせでの体験化ができないのか。

(辻観光文化スポーツ政策室長)

- ・ 宿泊も入込客も増えるに越したことはないが、最終的な観光が目指す目標として滋賀県の観光産業を中心に、経済活動が持続可能なものになっていければと思う。そのためには、観光消費単価も伸ばしていく必要があると思うし、そのためにできるだけ長く滞在していただくとか、訪れていただくことを増やしていくとか、そういったことの取組が必要だと思う。
- ・ 今回、この後の説明でもあるが、特に DC では、ナイトコンテンツ、朝型、夜型観光の推進であるとか、物見遊山的にすぐに帰ってしまう観光ではなくて、できるだけ滋賀に長くいていただけるような体験コンテンツをつくり、ストーリー性をもった発信に力を入れていこうとはしているところ。

(稲永委員)

- ・ 非常にいろんな形で分析をしていただいております、単に客数だけが伸びているっていうだけではなく、単価とかそういうものをきっちり見ていただいております、非常に参考になる。
- ・ 私はやはり一番注目したいのは、リピーター率だと思う。そのリピーター率が結構よく、9年度の目標値をすでに達成している状況だが、もっと上げてもいいかなというぐらいに思っている。
- ・ やはり体験とか交流型観光というものが大事。例えばビワイチであったり、教育旅行の中でもこういうものが入ってくると思う。
- ・ 特にビワイチの方で見ているのが、層の変化をしていくというのが非常に大事なかなと思っている。今まではいわゆるサイクリストの方が琵琶湖を一周するというのが、イメージとしてあると思うが、

そうではなく、もっとライトな方々が滋賀を楽しむために自転車を使うというのに若干移行してきているのが、レンタサイクルの利用率とかが上がっているというのはそういうところかなと思う。このライトの方が自転車で回った時に、体験をするというのができると、宿泊数も伸びると思うし、そういうところで非常に効果的ではないかと思う。

- ・ 教育旅行では、やはりガイドの役目、そこでどう説明するのかというのは、特に若い方には必要かなと思うため、ぜひ連携していただければと思う。

(森委員)

- ・ インバウンドは、その中で教育旅行などカテゴリーが分かれると思うが、教育旅行を重点分野にされていて、かつインバウンドも重点分野にされているので、教育旅行とインバウンドを掛け算した施策というのもありかなと思うが、インバウンドの中で、特定のターゲットを狙ったりなどということはあるのか。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ インバウンドのベースは東アジア、一番来訪が多い台湾、中国、韓国が多いため、ここを重点市場として、開拓市場としては欧米豪にプロモーションしているというのが大きな流れ。
- ・ 教育旅行では、台湾からというのはコロナ禍前に多かったというのもあり、一定の可能性はあると思う。その事業としては、まとまってはできてないが、例えば台湾ではいわゆるレップを置いているので、旅行会社にビワイチを含めた滋賀ならではのコンテンツをセールスしている。8月末にはびわこビジターズビューローが台湾のセールスに行っており、そういったところで教育旅行につながるようなセールスは行っているというのが実態。

(森委員)

- ・ 国単位ではなく、目的単位。アドベンチャーとか教育旅行とかで、今は商談会でもテーマごとに結構細分化されてきているため、滋賀の場合はテーマ性のツアーが多いのかなと。シガリズムもコンテンツだと思うため、広く門戸を広げて商談会に参加するというよりそういうテーマ型のもありなのかなという意見。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ 国ごとやエリアごとなど、今後どのようにしていくか考えていく。

(森委員)

- ・ そのほうが、打率が高くなるのではないかと思う。

■ 議題(2) 令和8年度の取組状況について(資料2)

(3) 滋賀デスティネーションキャンペーンについて(資料3)

- ・ 事務局より、令和8年度の取組状況についてと滋賀デスティネーションキャンペーンについてを一連で説明。

(西村委員)

- ・ ビワイチに関して、体験者数が 11.5 万人と高水準ではあるが、経済効果をさらに高めるために、食、温泉、文化、宿泊への誘導などビワイチプラスの成果の把握が重要。アプリデータと消費立ち寄りデータを結びつけることが大切と思うが、現状どうなっているか。

(中野ビワイチ推進室長)

- ・ アプリ利用者の GPS データを取り込むことができるため、データを活用して、食、温泉、文化等こういったところに魅力を感じているかを把握、分析し、コンテンツのプロモーションや、コンテンツの掘り起こしに活かしていきたい。ただし、アプリデータでどこまで詳細な情報がとれるかが課題であり、難しい面もあるが、今後も考えてまいりたい。
- ・ ビワイチ実施者の観光消費額は一般の旅行者と比べてかなり高いというアンケート結果もあり、直近の調査では、宿泊者の客単価は約 26,000 円であった。さらにたくさんの方に宿泊いただくための方策を考えていきたい。
- ・ 米原のレンタサイクルの利用者では8割近くの方が宿泊されており、一定の成果は出ていると考えている。
- ・ レンタサイクルは返却のために出発地に帰着しなければならないという制約がある。利用者の利便性からは課題であり、途中返却の充実による利便性向上の可能性があると考えている。

(西村委員)

- ・ 米原出発の利用者の宿泊が高いことの要因は。

(中野ビワイチ推進室長)

- ・ 米原出発で反時計周りをとる場合、ライト層の方であれば距離の関係で高島、旧志賀町あたりで宿泊されて、近江八幡を通過して帰ってこられるのが定番コースとなっており、宿泊率が高くなっていると考えている。
- ・ 大津のサイクルステーションにおいても宿泊される方は増加傾向にあり、伸ばしていきたい。

(西村委員)

- ・ 滋賀 DC について、ウェルネスという言葉が出ているが、来週から滋賀大学において森委員とともに「ウェルネスツーリズムプロデューサー養成講座」を担当する。滋賀 DC において、4つの切り口の第一にヘルス&ウェルネスが挙げられており、非常に素晴らしいことだと思うが、単な

る癒しのイメージだけではなく、琵琶湖を歩く、自転車、食、温泉、地域交流などを組み合わせた滞在型商品としての体系化ができるかというのではないか。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ シガリズムというコンセプトを推進していることもあり、ヘルス&ウェルネスは滋賀の強みであると考えている。人それぞれによってウェルネスは異なるため、様々なウェルネスをプレ DC においてはコンテンツとして収集しているところ。DC 本番でどのような形で全国に発信できるかということは検討してまいりたい。

(稲永委員)

- ・ 滋賀 DC においてポイントとなってくるのは二次交通ではないか。滋賀は鉄道を使って来県することは非常に便利であるが、駅から観光地に行く際に二次交通が重要になってくる。受入体制の整備・拡充において、着地の利便性向上が記載されているが、そこに自転車も入れていただきたい。
- ・ 自転車の活用はヘルス&ウェルネスにもつながっていくことだと思う。レンタサイクルを借りられる場所は来県者には意外と知られていない場合もあるため、情報発信も是非お願いしたい。

(中野ビワイチ推進室長)

- ・ レンタサイクルの情報発信は現在もウェブで実施しているが、それを利用したいと考える皆さんに届くような効果的なプロモーションについては引き続き考えてまいりたい。

(池田委員)

- ・ 滋賀県は JR で一周できるが、駅から移動しようと思うと何か使わないといけない部分がある。二次交通に関し、例えばバス等について何か具体的に考えていることはあるか。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ 県でバスを直接走らせることは考えていないが、プレ DC において市町、観光協会や交通事業者が走らせる取組に対して補助を行っている。例えば、長浜市においてはこれまではなかったルートでバスを運行されようとしている。

(池田委員)

- ・ これはプレ DC だけの取組なのか。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ プレとアフターも含めて考えている。現時点では、実証的に走らせてみて、お客さんの反応等の情報を収集しながら実施するもの。実証の結果を踏まえ、継続して実施するのか、新たなル

ートを検討されるのか議論される。

(湯川委員)

- ・ 滋賀県を訪れる観光客にとっては、琵琶湖を見たいという人が多いと思う。しかし、本日の資料にある写真を見ても琵琶湖のどこを写しているか分からない。「琵琶湖を見るならここ」というように、あるポイントから見える琵琶湖の美しい景色を、統一的なイメージで打ち出して、そのポイントに行きたくさせる戦略的な情報発信が必要ではないか。
- ・ また、より気軽に体験できる観光コースを造成することも有効だと考える。例えば、JR のキャンペーン等と連携し、湖西線のとある駅からレンタル自転車を利用して数駅程度の区間、湖岸を巡りながら、琵琶湖の美しい景観ポイントを訪れ、到着駅で自転車を気軽に返却できるような、短時間で楽しめる周遊型のコースなども考えられる。
- ・ 歴史文化においては、安土城が今年築城 450 年と聞くが現時点でどの程度の誘客につながっているのか、効果が見えにくい部分もある。滋賀県には彦根城をはじめ、全国的に有名な城が複数あるが、特に安土城は知らない人がいないくらい有名である。
- ・ 安土城は有名な城であるにもかかわらず、先日訪れた際には、必ずしも多くの人で賑わっている状況ではなかった。安土城周辺については、もう少し賑わいを創出していく必要があるのではないか。ただし、大規模な開発を行う必要はなく、当時の雰囲気や歴史を感じられるような整備を行うことが重要だと考える。
- ・ 滋賀県には歴史・文化に関する資源が数多くあるため、それらをつなぎ、県内を巡ることのできるコースを設定しやすい県だと思う。例えば、今後、彦根城の世界遺産登録が認められれば、大きな話題になることが期待される。その機会も捉え、彦根城、安土城、長浜城、小谷城などを巡る歴史・文化観光のコースを整備してはどうか。

(辻観光文化スポーツ政策室長)

- ・ DCをきっかけに、滋賀を目的地として来ていただく集中的な取組をしっかりと発信していくことが大事だと考えている。
- ・ 本日の説明にはなかったが、先日、滋賀 DC のホームページを更新した。現在、情報発信をより一層加速させているところである。後は、単に情報を発信するだけでなく、ストーリー性を持たせた情報発信を行っていくことも必要だと感じている。
- ・ 安土城については、築城 450 年に合わせて、バーチャルによる復元を体験できるようになっている。こうしたコンテンツを来城者に体験してもらうための受入環境の整備や、案内看板の設置、外国人観光客にも対応できる環境づくりなどについても、今回の DC をきっかけとして、少しでも整備を進めていきたい。そのため、関係する皆さまにも引き続きご協力をお願いしたい。

(遠藤委員)

- ・ DCの取組で、地域側の課題として感じていることがある。観光協会の協会員である観光事業

者の皆様にDCが始まるということを浸透させていくことが非常に難しいと感じている。

- ・ 8月末くらいから、DCのネックホルダーを職員全員で着用し、会員事業者様に説明はしているが、観光事業者でさえ「DCって何なの」というような温度差がある。プレが10月から始まれば、もう少し可視化されると思うが、引き続き地域の構成団体としては周知させて巻き込んでいきたいと思っている。
- ・ また、今後は、BtoC(一般消費者向け)の取組をもう少し強化していく必要があるのではないかと考えており、市町としては、むしろ受入環境の整備や課題の洗い出しに予算を振り向けた方がよいのではないかなど、現在、さまざまな議論を始めているところである。
- ・ 市町においても、地域が来年度の取組に向けて、さまざまな事業の予算確保を行い、取組を強化していきたいと考えている。そのため、県においても、次年度の取組の方向性や全体像をできるだけ早い段階で示していただけると、各地域における予算確保や関係者の巻き込みについても、早めに動き出すことができると考えている。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ 滋賀 DC については、現時点では、観光事業者への認知・浸透がまだ十分ではないと感じており、課題として認識している。
- ・ 今回、27年ぶりのDC開催となる中で、ようやくプレス発表等も行うことができ、今後はDCのロゴだけでなく、さまざまなビジュアルや具体的な取組が展開されていく予定である。
- ・ 今年10月から12月の期間は、そうしたビジュアルも活用しながら広報を行うとともに、具体的な取組を通じてDCの認知度向上を図り、来年度に向けた機運の醸成、ひいてはDC全体の取組の活性化につなげていきたいと考えている。
- ・ また、こうした取組は県だけで実施できるものではないため、市町をはじめ、高島市を含む関係者の皆さまと連携・連動しながら進めていきたい。
- ・ 来年度の予算については、滋賀県においても新年度予算の編成に向け、今年度の取組も踏まえながら、必要な事業や今後の取組について検討を開始しているところである。
- ・ 今年度のプレDCでは、BtoB(事業者向け)の取組が多いと感じている一方、カードラリーなどの取組も実施している。今後は、DCならではの企画を含め、BtoC(一般消費者向け)の取組についても、さらに強化していく必要があると認識している。
- ・ そのため、今後どのような取組を実施していくのかについて、関係者との会議等を通じて、できるだけ早い段階で市町や観光関係者の皆さまに方向性を示していくことが重要だと考えている。

(遠矢委員)

- ・ 滋賀DCで目指すものについて2点教えていただきたい。1点目は、新たな分野との連携とあるが、どのような分野との連携を考えていらっしゃるのか。2点目は、2028年のアフターDCがどのような取組を想定されているか、お話いただける範囲で教えていただきたい。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ 1点目については、これまで観光分野との連携が十分ではなかった農業、地場産業、漁業などの地域産業について、シガリズム体験を足掛かりとして観光との接点をつくり、新たな価値を創出していきたいと考えている。
- ・ 2点目のアフターDC については、今回、彦根城が世界遺産の候補となったことも踏まえて検討している。最短のスケジュールで世界遺産登録が実現すれば、アフターDC の時期と重なることになるため、そうした機会も捉えながら、今後の取組について検討しているところである。

(宮下委員)

- ・ 先程話にあった安土城について、安土城は建物が何もない状態であり、QR コードで案内があるということだが、なかなかイメージが湧いてこない。
- ・ 安土城については、現地ガイドによる案内を充実させることが重要である。また、織田信長には現在も熱心なファンが多いことから、ガイドが信長や安土城に対する思いを交えながら案内することで、安土城の歴史や織田信長の人物像をより身近に感じてもらうことができると考える。

(辻観光文化スポーツ政策室長)

- ・ 近江八幡にも「おもてなし武将隊」をはじめ、ガイドも頑張っている団体もいる。そうしたところとの連携を行い、おもてなし力を高めていきたいので、委員のほうからもお言葉添えをしていただきたい。
- ・ もう一度来なくなったり、誰かにお勧めしなくなったりするような、リピート率や満足度も高まるようにしたいと考えている。

(野村委員)

- ・ 滋賀 DC の目標設定で、2027 年の年間入込客数が 6,000 万人となっているが、2028 年のアフターDC では更なる拡大数値を目標としているか。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ 今後、第3期のアクションプランが作成される予定のため、アフターDC だけの目標ではなく、令和 10 年～12 年の目標値の中で令和 10 年はどのような数字を設定するかという議論が出てくると考えている。今後はそのようなところも示し、この場を含めて議論いただくことになると思う。

(野村委員)

- ・ 昨年の秋口から中国からの訪日来航者数が落ち込んでおり半分以下となっている。中国人はお金を落とされるため、消費額にも非常に影響を及ぼしている状況。今年度は同じ状況が続くそうだが、来年度は明るい兆しがあるためいい要素になるのではないかと。
- ・ 滋賀 DC に関して、ターゲットごとの施策を設定される方がいいのではないかと。

(奥本シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・ 滋賀 DC が国内メインで幅広い層に訴求する形となっており、現時点でターゲットごとの施策ができていない。プレ DC で課題感も出てくると思われるため、本番に向けてはそのような観点も大事にしたい。

(吉岡委員)

- ・ 本番の DC はマス向けのプロモーションがメインになってくるが、ターゲットを定めながら将来に向けて持続的に実施、ブラッシュアップ、深掘りするきっかけづくりにしたいため、皆様にも協力をお願いしたい。
- ・ アフターDC については、プレと本番の流れを見て、時代の流れも踏まえながら考えていくことになる。それ以降の話はあえて一般向けには発信していないが、一刻も早く我々側からも依頼ができるように進めていくことが仕事であると考え。
- ・ 二次交通について、鉄道版ビワイチパス等を通じてバス会社や京阪やレンタサイクルの紹介等もしているところである。
- ・ ユーザー側の視点に立ち、どのような回り方をされるのか等カスタマージャーニーの視点でプロモーションを考えていくことが必要。

(山本委員)

- ・ 滋賀 DC で発信する4つの切り口について、ナイトコンテンツや聖地巡礼は若者やファミリー層がターゲットだと思うが、学生が夏休み等にこれらを全て回ろうとすると交通手段が自転車ではなく、車になると思う。そのため学生が通りやすい道のマップがあれば助かる。

(辻観光文化スポーツ政策室長)

- ・ 若い方たちにも訪れてほしいため、そのようなインフォメーションもできるようにしていきたい。
- ・ 山本委員を中心に、若い方たちにも滋賀 DC の発信を担っていただきたい。おもてなしサポーター等みんなで力を合わせて滋賀の魅力を伝えていきたいため、ぜひそのようなところも一緒をお願いしたい。

(坂井オブザーバー)

- ・ シガリズム観光振興ビジョンアクションプランに基づき、資源の磨き上げや体験、交流型観光の推進、ビワイチ、教育旅行の誘致等に継続して取り組んでいること、観光を地域の成長につなげる取組として着実に推進されていることを大変心強く感じる。
- ・ シガリズムが目指す滞在型、体験型観光やリピーターの創出は、国の第5次観光立国推進基本計画にも合致する。
- ・ 近畿運輸局では、関西あったかプロジェクトを通して、関西全体の周遊促進やリピーター創出

に取り組んでいる。

- ・ 大阪・関西万博を契機として関西地域への関心が高まる中、効果を一過性のものとするのではなく、万博後も関西各地への誘客や周遊につなげていくことが重要と考える。
- ・ 滋賀県においては滋賀 DC 等の機会も活かしながら、シガリズムによる滞在型、体験型観光をさらに発展させ、多くの方に繰り返し訪れていただける地域となることを期待しており、近畿運輸局としても、引き続き関係機関の皆様と連携しながら、滋賀県の観光振興に協力してまいりたい。

(田村オブザーバー)

- ・ 皆様から様々な意見をいただき、現場としても参考になる。
- ・ デスティネーションキャンペーンがどのようなものかきちんと説明しないとなかなか理解いただけないため、説明の仕方を工夫していかなければならない。
- ・ 8月 31 日に滋賀 DC の総会があり、3連ポスターや観光ガイドブックの周知も進められるようになったため、活用して PR していきたい。

(森委員)

- ・ 滋賀 DC の説明スライドからは地域の人の顔が見えず、具体的に地元の方に対してどのような形で還元していくのかが見えないため、そのあたりを教えていただきたい。

(奥本シガリズム・DC 推進室長)

- ・ シガリズム観光振興ビジョンに県民の方と観光客が交流を通じて、ウェルビーイングを感じていただくような方向性を示している。ビジョンの大きな方向性を元に、それらを滋賀 DC の3年間でさらに推し進めたいと考えており、DC だけではなく、DC 以降も観光は続いていくと考えている。

■中嶋観光政策局長挨拶

<閉会>