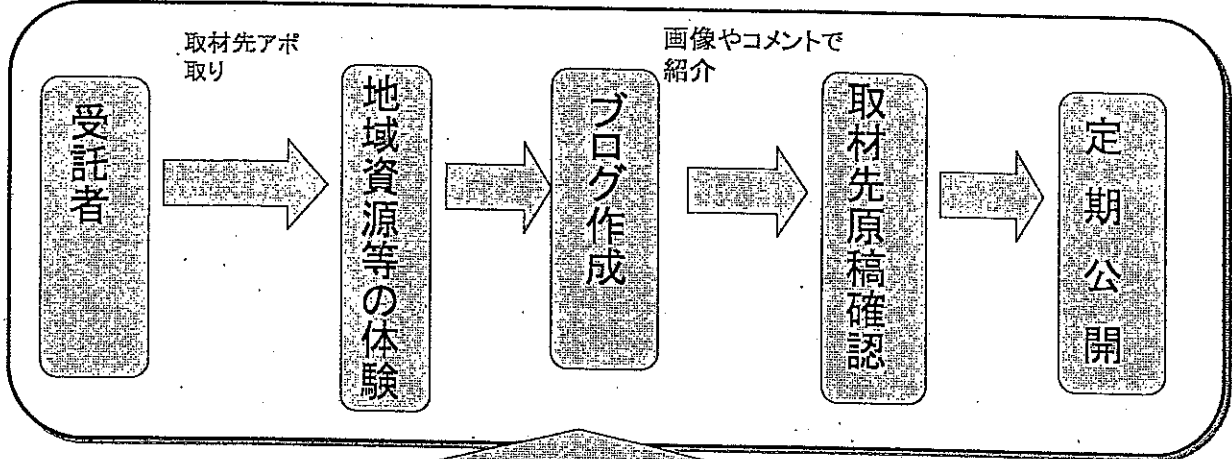


## 地域応援！「しが見聞録」魅力伝える事業

22年度予算額：10,550千円（21年度予算額：0千円）

地域資源の活用を促進し、また、滋賀の「魅力」を発信することによって、地域経済の活性化を図る。

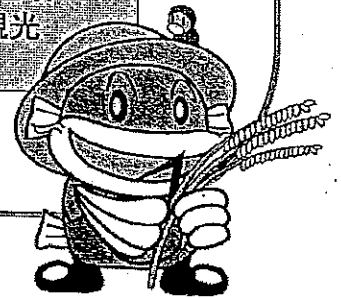
### 地域資源等を紹介するBlogの企画・運営を委託



メディアや既存のメーリングリスト、イベントとの連携を最大限活用したブログ広報（WEBによる県域にとられない広報）

ゆるキャラや自治体のブログという話題性によるPR

冊子化し、経済団体の他、図書館などに配布することにより、若年層にも地域資源などの「滋賀ならではの良さを知ってもらい、地場産業、伝統産業、観光産業などが広く消費者に受け入れられる土壌を作る。



### 3つの高める効果

- 地域資源等をクローズアップすることにより、「地域」への注目を高める。
- 県内外やこれまで地域資源等へのなじみの薄い層への広報を通じて、地域資源等への消費マインドを高める。
- 事業者の地域資源活用への取組意欲を高める。

# 滋賀の特性を活かした観光の推進

22年度予算額:322,953千円(21年度予算額:363,391千円)

## 新・滋賀県観光振興指針

### 基本方針

観光交流時代における新しい滋賀の創造と発信に向けて  
—来訪者との交流がもたらす活力ある地域社会の実現に向け、  
母なる琵琶湖に培われた「自然」と四季の彩り豊かな近江路の「文化」を活かした観光振興を目指す—

### 観光振興戦略および施策の展開方向

戦略1. 滋賀ならではの観光ブランドの創造・発信

戦略2. 滋賀の観光情報の発信強化およびネットワーク化の推進

戦略3. 滋賀の優位性を活かした国際観光の展開

戦略4. 滋賀の素材を活かしたツーリズムの展開

戦略5. 受け入れる人びとの「おもてなし」の向上と居心地の良い「まちづくり」の推進

## 平成22年度主な事業

1. 東アジアから滋賀へ誘客事業 6,750千円  
訪日観光客数上位である東アジアの観光客誘致を強化するため、トップセールスを行った中国向けに招請事業を実施し、更なる認知度向上と観光客誘致を図る。
2. 湖国での「集い」(コンベンション)招致事業 5,100千円  
コンベンションを本県に誘致するため、大学や旅行会社関係者を対象に、セミナーを開催し、滋賀の魅力をもPRする。
- 新 3. 2010近江の文化財観光再発見事業 1,050千円  
県内の文化財を観光資源として活用するため、その魅力を最大限に伝える「地域の伝承者」や「専門家」をガイドとするツアーに補助することとし、文化財を活かした満足度の高い新しい観光スタイルを構築する。
- 新 4. 大河ドラマ「江」関連誘客促進事業 19,246千円  
2011年大河ドラマが、滋賀県ゆかりの浅井三姉妹の「江」に決定された機会を捉え、効果的な広報宣伝を行い、本県の認知度向上と誘客促進を図る。
- 新 5. 近江路・歴女プロガー旅紀行による情報発信事業 2,000千円  
戦国時代を中心とした滋賀県の歴史・文化遺産について、旅行者のブログにより情報発信することを目的として、「江」ゆかりの地などをめぐる旅紀行を募り、ブログを通じて情報発信する。
- 新 6. おいで～な滋賀体感フェア事業 1,500千円  
ふるさと観光大使のイベントに合わせて、滋賀ならではのエコツーリズムや体験観光をPRし、するとともに参加者を募ってモニターツアーを開催し、滋賀の魅力を発信する。
- 新 7. ニューツーリズム創出事業 600千円  
本県の大きな魅力である豊かな自然や生活文化を体験していただき、旅行者が心身ともに癒され、元気になる、滋賀ならではの体験型観光を推進する。

滋賀の特性を生かした観光の推進  
～東アジアから滋賀へ誘客事業～

22年度予算額:6,750千円

## 1. 事業概要

訪日観光客数が上位であり、本県の「新・観光指針」においてもメインターゲットとしている東アジアの観光客誘致を強化するため、誘客宣伝活動を行うとともに、前年度、知事のトップセールスを行った中国を対象に環境キーパーソン、旅行エージェントを対象とするファミツアー（下見招請旅行）を実施し、さらなる認知度向上と確実な旅行商品造成、誘客の拡大を図る。

## 2. 事業内容

### (1) 観光ミッション派遣（韓国、台湾、中国）

東アジア諸国に職員を派遣し、旅行会社、メディア等へのセールス活動を通じて、更なる認知度の向上を図る。

### (2) 環境観光キーパーソン招請事業

（中国の環境観光キーパーソン等を対象としたファミツアーの実施）

中国において、滋賀県オンリーワンの観光資源である、環境の「学び」を効果的に発信するため、その真の価値を理解することのできるキーパーソンを旅行エージェントとともに招請し、先進地視察旅行等の誘致につなげる。

### (3) 中国旅行エージェント招請事業

（知事トップセールスのフォローアップとなるファミツアーの実施）

経済成長の著しい中国において、富裕層を中心に、旅行ニーズが「物見遊山」、「ショッピング」から「学び」と「癒し」へと変化しつつある現状を捉え、知事トップセールスでつながりのできた主要旅行会社の担当者を招請し、新しいニーズを満たす滋賀県の観光資源の体験を通じて、より確実に旅行商品の造成に結びつける。

### (4) 台湾メディア取材協力事業

台湾の旅行番組を招請し、滋賀の魅力的な観光資源をきめ細かく紹介することで、認知度向上とより多くの誘客をねらう。

### (5) 京都府連携VJC台湾・香港メディア招請事業

国を挙げて訪日外国人旅行者数の増加に取り組む「VJC」（ビジット・ジャパン・キャンペーン）事業の一環として、京都府と連携し、台湾および香港のメディアを招請し、増加している個人旅行者の誘致を図る。

滋賀の特性を生かした観光の推進  
～2010近江の文化財観光再発見事業～

22年度予算額:1,050千円

## 1. 事業概要

県内各地には、国宝や重要文化財等と文化資源が点在しているが、「観光」の切り口でネットワーク化されていない。

- ①信仰関係 …… 延暦寺を頂点とする天台寺院群、湖北地域の観音群、  
湖南三山、御上、大笹原、苗村等の神社
- ②城郭関係 …… 彦根城、安土城跡、長浜城、小谷城跡
- ③古代遺跡関係 …… 大津宮、紫香楽宮、近江国庁

文化財はそれぞれが独自の歴史的、文化的、地域的な背景を持つが、実際の観光の場面では、ひととおりの見学に終わることが多く、本来の魅力が伝えきれていない。

学術的な解説で文化財が持つ背景を伝えることにより、観光客の知的好奇心は満たされ、これに本物の語り手と地域で文化財を守り受け継いできた人々との出会いと交流が加わることで、旅の満足度は飛躍的に向上するものと期待される。

県内の文化財を観光資源として活用するため、その魅力を最大限に伝える「地域の伝承者」や「専門家」をガイドとするツアーに補助することとし、文化財を活かした満足度の高い新しい観光スタイルを構築する。

## 2. 事業内容

地域で文化財を守り受け継いできた人々の経験、知識を活かした案内や大学教授、学芸員などが同行し、学術的背景を含め文化財を分かりやすく解説するツアーをモデル事業とし、その催行に必要な経費を補助する。

- ◇ 補助金： @350千円×3箇所 (定額補助)
- ◇ 補助対象：地域観光協会、NPO等民間団体など

滋賀の特性を生かした観光の推進  
～大河ドラマ「江」関連誘客促進事業～

22年度予算額:19,246千円

## 1. 事業概要

滋賀県ゆかりの戦国大名である浅井長政とお市の方の三女「お江」を描くオリジナル作品「江～姫たちの戦国～」が2011年（平成23年）NHK大河ドラマに決定された。

この機を捉え、滋賀県が有する琵琶湖を中心とした豊かな自然や貴重な歴史・文化の魅力を全国に情報発信するため、関係者が一堂に会し、今後の様々な観光振興施策の積極的な展開を図るための推進体制を整備した。今後、滋賀県全域において、認知度の向上、観光客の誘致及び経済の活性化に寄与する取組を展開する。

### 【推進体制】

H22.2.10「大河ドラマ「江～姫たちの戦国～」滋賀県推進協議会」を設置（60団体で構成）

- |     |   |
|-----|---|
| 会長  | 滋賀経済団体連合会会長 高田 紘一   |
| 副会長 | 県商工会議所連合会会長、県商工会連合会会長、県中小企業団体中央会会長、<br>滋賀経済同友会代表幹事、(社)滋賀経済産業会会長、<br>滋賀県知事、市長会会長、町村会会長 |
| 監事  | 彦根市長、(社)全国旅行業協会滋賀県支部長   |
| 委員  | 各地域観光協議会、J C、運輸関係、宿泊関係、旅行業者、マスコミ、<br>観光ボランティア協議会、各市町                                  |
| 事務局 | 滋賀県商工観光労働部観光交流局   |

## 2. 事業内容

### (1) 事業内容

- ・大河ドラマ放映に合わせた観光振興施策の基本計画及び事業計画の策定・実施
- ・広報宣伝活動
- ・関係団体等との連絡調整、その他必要な事項 等

#### ○事業イメージ（平成22年度事業）

##### ①ドラマ制作支援

- ・NHKに対する情報提供およびロケハン・ロケ支援

##### ②広報宣伝

###### ア. 広報宣伝ツールの作成

- ・統一イメージ醸成のためのロゴ、ポスター、のぼり等

###### イ. 組織的、効果的な情報発信

- ・マスメディアを活用した広報宣伝、観光展・物産展の活用

###### ウ. イベント等の実施

- ・出演者トークショーの実施等

##### ③受入態勢の整備

- ・県内関連施設に設置するガイドブック・ガイドマップ等の作成
- ・新たな観光コースの発掘と県内周遊コース作り

##### ④旅行商品造成支援

- ・旅行業者説明会・プレスツアー等の実施

##### ⑤滋賀ならではの自然、歴史・文化の情報発信

- ・近江の城や姫など戦国時代に焦点をあてた情報発信等

☆具体的な事業内容は、推進協議会において、予算規模と効果を勘案しつつ議論・決定

☆事業実施にあたり、既存の県事業・(社)びわこビジターズビューロー事業との効果的連携を図る。併せて、市町・観光協議会等の実施する観光施策との連携を図る。

滋賀の特性を生かした観光の推進  
～近江路・歴女ブロッガー旅紀行による情報発信事業～

22年度予算額:2,000千円

## 1. 事業概要

戦国時代を中心とした滋賀県の歴史・文化資産について、一旅行者の目線で見てもらい、その内容を全国に広く情報発信することを目的として、各種サイトでブログを作成している旅行者を対象に募集し、宿泊観光旅行に招くとともに、それぞれのブログを通じて旅紀行を発信してもらおう。大河ドラマ「江～姫たちの戦国～」放映前から放映開始時における広報宣伝活動の一環として実施する。

## 2. 事業内容

各種ブログサイトで自身のブログを作成している方50名を有名旅ブログHPから募集

- ・自宅から滋賀県までの往復交通費を上限3万円まで負担する。
- ・宿泊施設業者の賛同を募り、宿泊費（夕・朝食込み）を自主提供
- ・プレスパスにより、県内観光施設等や交通機関（適用されない施設、交通機関あり）も無料で入場、乗車できる。
- ・旅行終了後、10日以内に旅行ブログサイト、自身のサイトにブログを発表。
- ・集まったブログをコンペ審査で表彰

### (参考)

#### ○背景：

- ・旅行前の情報収集におけるインターネット利用率37.0%
- 旅行情報収集・宿泊先を決める情報源は「家族、友人の口コミ」について、「インターネット」が急増している。（日本観光協会「第27回国民の観光に関する動向調査」より）

#### ○募集ブログの内容：

- ・浅井三姉妹、お市の方ゆかりの戦国武将ツアー、近江の姫・城探訪ツアーなど、「江」や戦国武将に関する名所旧跡と滋賀の食と土産物を楽しみながらブログにより発信してもらおう。

#### ○予想される事業の効果：（H21年度「元気やで！おいで～な滋賀」事業でのブログ募集の結果）

- ・PR効果大きい、アクセス数がのびた（募集・ブログ発信・ブログコンペの3段階で全国発信できた）
- ・ブログで紹介された個別のレストランや土産物店をPRすることにより県内事業者にもメリット（これまで個別の店の内容はビューローでは広報できなかった）
- ・参加者の訪問地のデータが収集できたことにより、モデルコースの設定と商品化につなげる。（旅行志向が把握でき、商品化にも応用。カフェ巡りなど、ビューローが持っていない情報を入手できた）

滋賀の特性を生かした観光の推進  
～おいで～な滋賀体感フェア事業～

22年度予算額:1,500千円

## 1. 事業概要

ふるさと観光大使のイベントに合わせて、滋賀ならではのエコツーリズムや体験観光をPRするとともに参加者を募ってモニターツアーを開催し、滋賀の魅力を発信する。

## 2. 事業内容

滋賀ふるさと観光大使の「イナズマロックフェス」に合わせて、県内各地域の自慢の観光を発信し、滋賀に根付いた、自然と共生する暮らし、モノを大切にできる心を体験できる観光資源をPRする「おいで～な滋賀体感」フェアを開催する。滋賀ならではのゆっくり歩いて本物を感じる旅、たとえば、ウォーキングや自転車によるエコツーリズムや農林漁業体験、住民参加のまちづくりなど体験観光をPRするブースを設置するとともに、本県の魅力を発信し、イベントに来られた方々を滋賀にいざなう。あわせてサブステージを設営し、県内各地からの取り組みの発表の場を設け、滋賀の魅力を発信する。また、びわ湖体感ツアーを実施し、参加者を募ってモニターツアーを開催、びわ湖を知ってもらい、滋賀の良さを実感していただき、事後感想を収集して今後の展開の参考とする。

(参考) イナズマロックフェスについて

イナズマロックフェス＝琵琶湖の環境と音楽を融合させた観光イベント

- ・出展対象者 各観光協会、環境・まちづくりNPOなど
- ・イベントの日程・場所・規模 平成22年9月18～19日草津市烏丸半島芝生広場  
1. 5万人 × 2日間 = 3万人
- ・イベントの開催時間 14時から20時まで (開場: 12時)

### ○特徴

- ・滋賀県初の体験観光フェア。環境問題を考えながら音楽を楽しむイベントと共同開催
- ・滋賀を代表する体験観光メニューが一堂に集結、滋賀の名物「ゆるキャラ」と一緒に魅力をアピール。(今までにない出展内容)
- ・サブステージにおいては、ゆるキャラがご当地をPR
- ・滋賀にしかできない、京都や大阪にはない観光の楽しみ方を提案し、全国発信。

### ○メリット

- ・全国からの来客者に滋賀ならではの観光メニューを紹介できる
- ・ゆるキャラとともに地域の情報を全国に発信できる

### ○モニターツアーの実施

バスを借り上げ、琵琶湖博物館、農業体験と取れたての野菜を使った昼食、かばた見学と地域の取り組み見学など、手作りの体験観光コースを50人の県外からの参加者を募ってモニターツアーを実施。参加者からのアンケートを今後の体験観光の参考資料として活用する。

# にぎわいのまちづくり総合支援事業

22年度予算額：24,795千円（21年度予算額 27,295千円）

## 1. 背景・目的

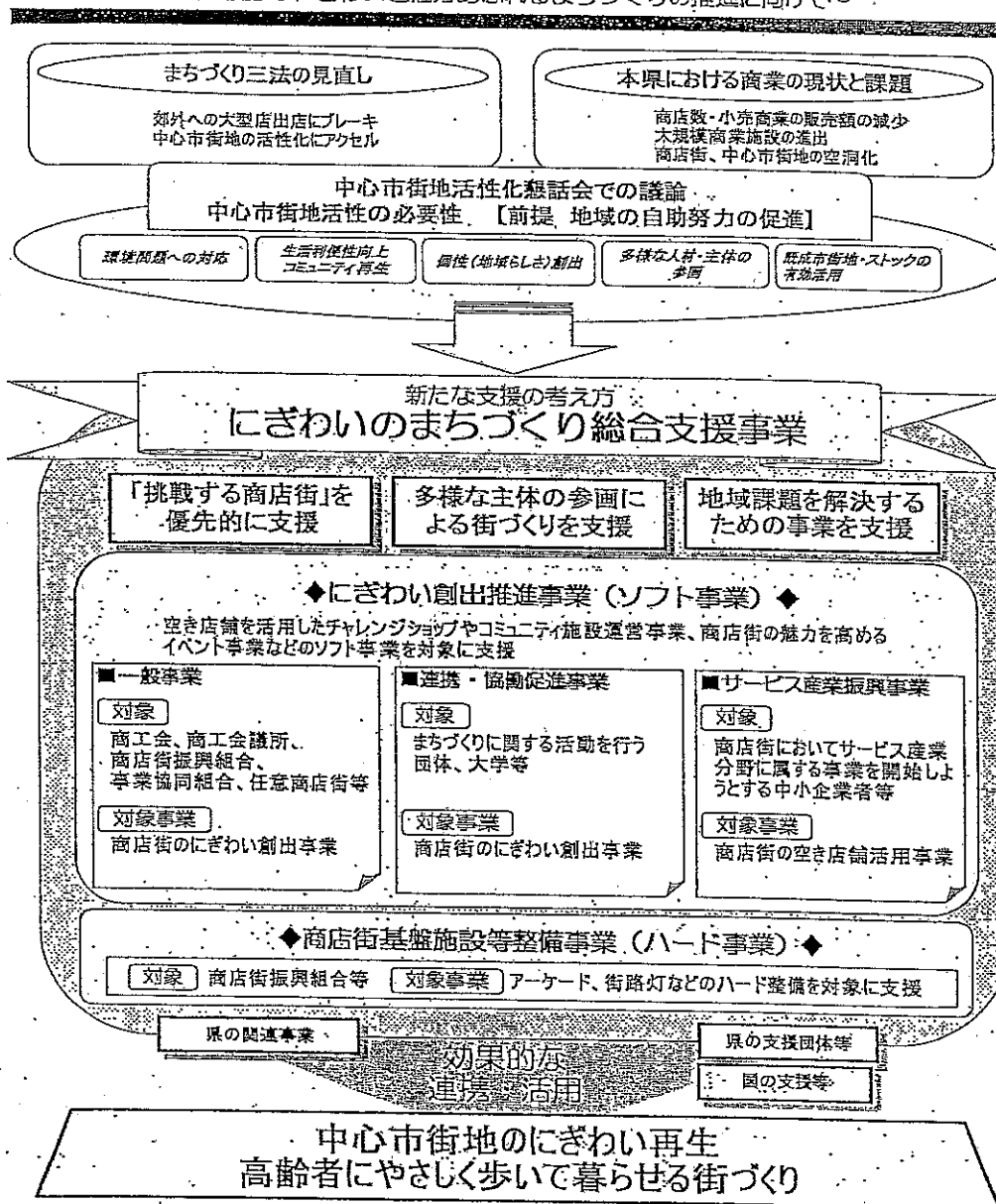
中心市街地や地域の商店街は、地域の独特の文化や伝統を育んできた地域コミュニティの核であり、住民の暮らしと地域の振興に大きな役割を果たしてきたが、消費者ニーズの変化や郊外への大型店の進出等により、商店街を取り巻く環境は非常に厳しい状況にある。

こうした状況を打開するため、平成19年度において中心市街地活性化懇話会を設置して今後の方策について議論いただいたが、まちのにぎわいを回復させるためには、商業者自らの努力とともに、地元で地域を愛する人(土の人)と外から来て新しい風を吹かせる人(風の人)がお互いに刺激し合い、連携することが大切であるという意見が出されている。

にぎわいのまちづくり総合支援事業は、この懇話会での議論を踏まえて、平成20年度に商店街向け施策を再編成するとともに、まちづくりへの多様な主体の参画や異業種との連携を促進する事業を補助メニューに加え創設したものであり、子育て、高齢化、環境問題、防犯・防災などの地域課題に対して、商店街という場所や機能を活用して取り組み、商店街のにぎわいを回復しようとする事業を支援し、持続可能でにぎわいと魅力あふれるまちづくりを推進することを目的としている。

## 2. 施策の考え方

～持続可能でにぎわいと魅力あふれるまちづくりの推進に向けて～





## 商店街いきいき再生事業（緊急雇用創出特別推進事業）

22年度予算額：28,600千円（21年度当初補正予算額7,242千円）

### 1. 背景・目的

各商店街においては、商店街の活性化事業等で設置した、空き店舗活用によるコミュニティ施設や農産物販売所等を運営しているが、その多くが休日のみか短時間のみの運営となっており、地域のニーズに応え利便性を向上させるためには、常時、施設での来客等の対応ができる職員が必要である。

そこで、こうした職員を置くことによって、施設におけるイベント開催等により、収益性向上等を図り、今後の自主的な施設運営につなげていき、また、こうした施設の有効活用を図ることにより、商店街の活性化につなげることを目的としている。

### 2. 事業概要

緊急雇用対策事業を活用し、商店街の空き店舗等を活用したコミュニティ施設や農産物販売所等の利便性向上のために、常時職員を置き、来客等の対応や施設におけるイベント開催等を実施することにより、収益性の向上等を図り、今後の自主的な施設運営につなげるために実施する。

### 3. 対象施設

- ① 商店街の空き店舗を活用したコミュニティ施設や農産物販売所等
- ② 商店街とは、一定地域において小売商業もしくはサービス業を営む者が10店舗以上の集団を形成し、共同事業等の事業活動を行っているもの。
- ③ 商店街等が独自に設置した施設の他、県や国等の補助を受けて設置した施設を対象とする。（ただし、NPO法人、民間企業等が実施する場合は県の支援を受けて設置した施設に限る。）

### 4. 受託団体

商店街振興組合、事業協同組合、任意商店街、商工会、商工会議所、一般社団法人等  
その他知事が認める団体（県の支援を受けて設置した施設を運営するNPO法人、民間企業等）

### 5. 対象経費

賃金 臨時的任用職員（月21日以内）

共済費（健康保険・厚生年金保険・児童手当拠出金・雇用保険・労災保険料）

事務費（雇用に必要な事務費）

消費税

### 6. 予算額

雇用者1人あたり 2,200千円×13箇所=28,600千円

### 7. 事業実施期間

平成22年4月1日～平成23年3月31日

### 8. 計画協議

- ① 市町・商工会議所・商工会を通じて要望調査
- ② 予算の範囲内で、1団体につき複数名の雇用も可能とする
- ③ 要望が予算を超える場合は、県の支援を受けて設置した施設を優先する
- ④ その他知事が認める団体については、にぎわいのまちづくり総合支援事業の採択団体あて要望を調査する

## 地場産業新戦略支援事業

22年度予算額:10,610千円(21年度予算額:15,174千円)

### ■事業概要

地場産業は、地域の歴史、風土など地域資源を活かした、地域経済の基盤となっている産業であり、地場産業を振興していくことは、県において重要な課題である。ブランド力を高め、市場ニーズに変化に対応するためには、地域の特徴を生かした新しい付加価値を生み出していく必要がある。こうした地場産業の組合等の創意工夫や意欲ある取組みを促進することで、産地の活性化を図る。

#### 1. 地場産業団体支援事業 (2,000千円 定額補助)

滋賀県中小企業団体中央会が地場産業の振興を目的にして行う、地場産業団体に対するブランド構築や新事業創出のための啓発活動や指導事業に対して助成する。

#### 2. 後継者育成補助金 (2,500千円 間接補助 定額補助 1,500円/時間)

地場産業の組合の支援をとおして、後継者育成への以下の取組みに対して助成を行う。

##### ①研修生受入事業

研修生(インターンシップ)に対して技術・技能の継承を行う指導者の人件費に対する補助

##### ②後継者育成事業

雇い入れた若年労働者に対して技術・技能の継承を行う指導者の人件費に対する補助

#### 3. 地場産業支援補助金 (6,000千円 間接補助、補助率1/2)

地場産業の組合等が行う、地場産業の地域の特性を生かしたブランド構築や感性的付加価値を高める取組みに対して助成する。

## 伝統産業ブランド魅力発信事業

22年度予算額:9,000千円(21年度予算額:6,000千円 緊急雇用創出特別対策事業)

### ■事業概要

地域の資源を活用した魅力ある商品について、アンテナショップを活用した市場調査・販路開拓の取組みを支援する。

- ・ テスト販売・市場調査・販路開拓における販売スタッフ補助員を雇用
- ・ 東京等大消費地で集客力の高いアンテナショップを活用
- ・ 委託先:地場産業の組合や団体 (3,000千円×3件)