

## 第7章 滋賀県の観光

## 第7章 滋賀県の観光

### 1. 概要

滋賀県「観光交流」振興指針に基づく取組の推進

滋賀県における観光振興は、平成31年3月に観光指針「『健康しが』ツーリズムビジョン2022」（以下「ビジョン」という。）を策定し、「宿泊客数450万人、観光消費額2,000億円、観光入込客数6,000万人」を2022年の成果指標に据え、市町、観光関連事業者等の様々な関係者と連携し、施策に取り組んでいる。

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～令和3年2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。

また、「ピワイチ」について、サイクリストや家族連れ、海外旅行者など多様な方が安全に周遊できることが高く評価され、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ルルートに指定された。

さらに、平成29年10月に東京・日本橋にオープンした情報発信拠点「ここ滋賀」では、令和元年9月に、当初の見込みより5か月早く来館者100万人を達成。滋賀の物産の販売や食事の提供の他、県の魅力を発信する行催事の実施や、観光コンシェルジュによる滋賀の案内等を行っており、令和元年度は約44万人の方に来館をいただいた。

外国人観光客の受入に関しては、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、滋賀の魅力をPRし外国人観光客の誘客を図った。

しかしながら、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う国内旅行需要の低下や訪日外国人の大幅な減少等により、観光を取り巻く環境が著しく変化し、本県観光業も非常に厳しい状況となっていることから、観光需要の回復に向けた施策に取り組んでいる。

「健康しが」ツーリズムビジョン2022に基づく取組の推進

ツーリズムビジョンの概要

(基本方針) 観光を架け橋に、つなぐ滋賀、つづく滋賀

(基本目標) 交流人口を拡大するとともに、観光消費の増加につなげる

(成果指標) 観光入込客数 6,000万人、宿泊客数 450万人、観光消費額 2,000億円

【基本戦略1】心を動かす体験 ～心を動かす「健康しが」ならではの観光素材(モノ・コト)を磨く～

【基本戦略2】心に残る交流 ～「おもてなし」で観光・三方よし(訪れてよし、迎えてよし、地域よし)を実現する～

【基本戦略3】心を掴む発信 ～「行きたい」を想起させるイメージを発信する～

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における主な事業

(アクションプランは毎年度策定し、ツーリズムビジョンの各戦略に沿って事業を実施してまいります)

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)

- 「世界農業遺産」プロジェクト推進事業
- 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
- 近江の地酒文化普及事業

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

- 「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業
- 「びわ湖の日」活動推進事業
- 歴史文化遺産魅力発信事業

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

- 琵琶湖博物館魅力創造発信事業
- ピワイチ観光推進事業

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

- 観光イベント推進事業
- 都市農村交流対策事業

戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める

- 観光人材育成等地域支援事業
- スポーツボランティア支援事業

戦略⑥ すべての人にやさしい交通・滞在環境で迎える

- 県域無料Wi-Fi整備促進事業
- 「ピワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業

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

- 「ココケール」魅力発信事業
- 映像誘致・ロケ支援事業
- 「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」観光PR推進事業

戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む

- ここ滋賀推進事業
- 滋賀県観光周遊促進事業

戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける

- 友好州省経済交流駐在員事業
- 国際観光推進事業

令和2年度目標値 延べ観光入込客 5,700万人 宿泊客数 430万人 観光消費額 2,152億円

## 2. 令和元年の観光入込客数

### 調査方法

#### ①滋賀県観光入込客統計調査

県内の年間入込客数が1,000人以上見込まれる観光地について、市町から寄せられた報告を集計。

#### ②宿泊旅行統計調査

国土交通省観光庁が宿泊事業所に郵送またはオンラインにより調査を実施。

### (1) 観光入込客数

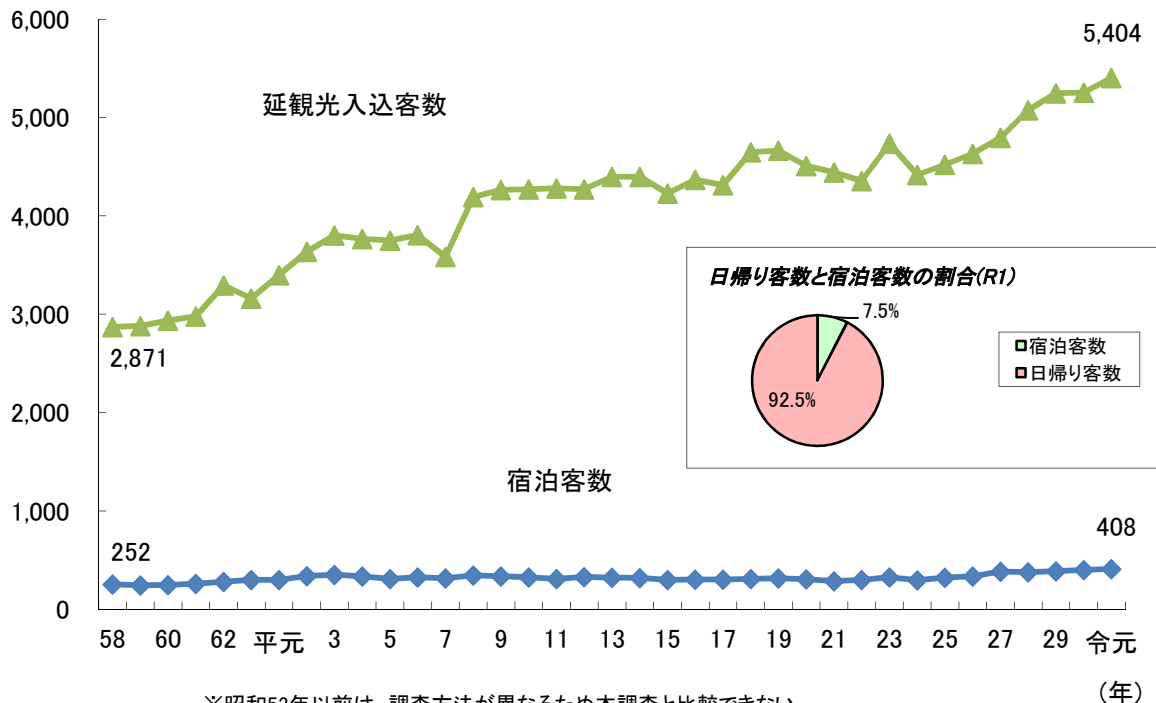
令和元年は、改元に伴う神社仏閣参拝者が増加したほか、連続テレビ小説「スカーレット」の放送でメディア等に発信される機会が増えたことにより、「陶芸の森」(23%増)や近隣施設の「MIHO MUSEUM」(47%増)の日帰り客数が大幅に増加した。

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%増)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%増)の増加となり、過去最高を更新した。(図7-2-1)

#### ◆観光入込客数の推移(図7-2-1)

(万人)



※昭和53年以前は、調査方法が異なるため本調査と比較できない。

資料：県観光振興局「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」

令和元年の延観光入込客数は約5,404万人

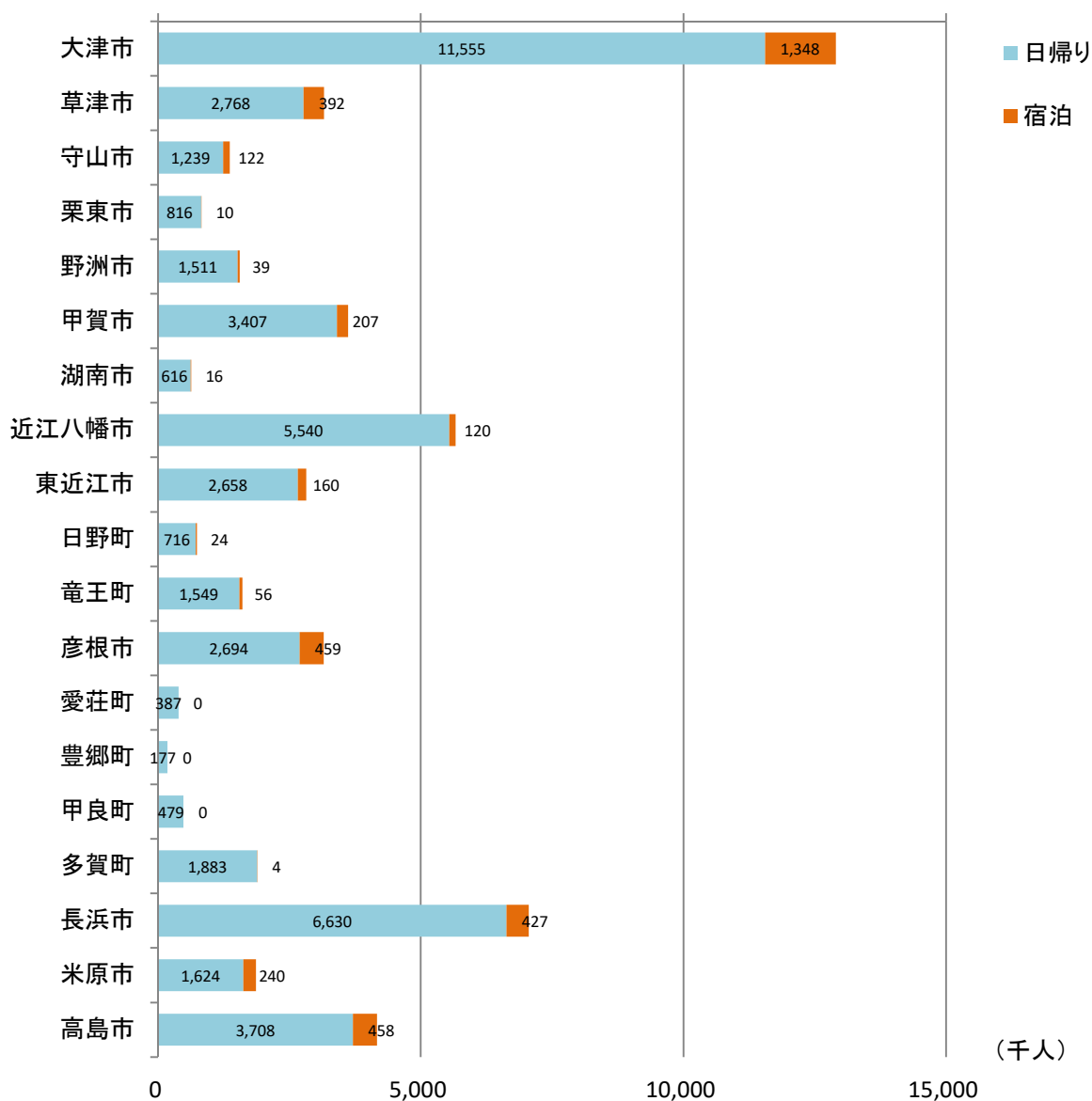
## (2) 市町別観光入込客数

市町別の観光入込客数は、宿泊客を含む延べ数で「大津市」が約1,290万人で一番多く、次いで「長浜市」約706万人、「近江八幡市」約566万人と続いている。

(図7-2-2)

◆市町別観光客数(図7-2-2)

市町別観光客数は増減はあるものの、上位市町は、昨年と変わらない



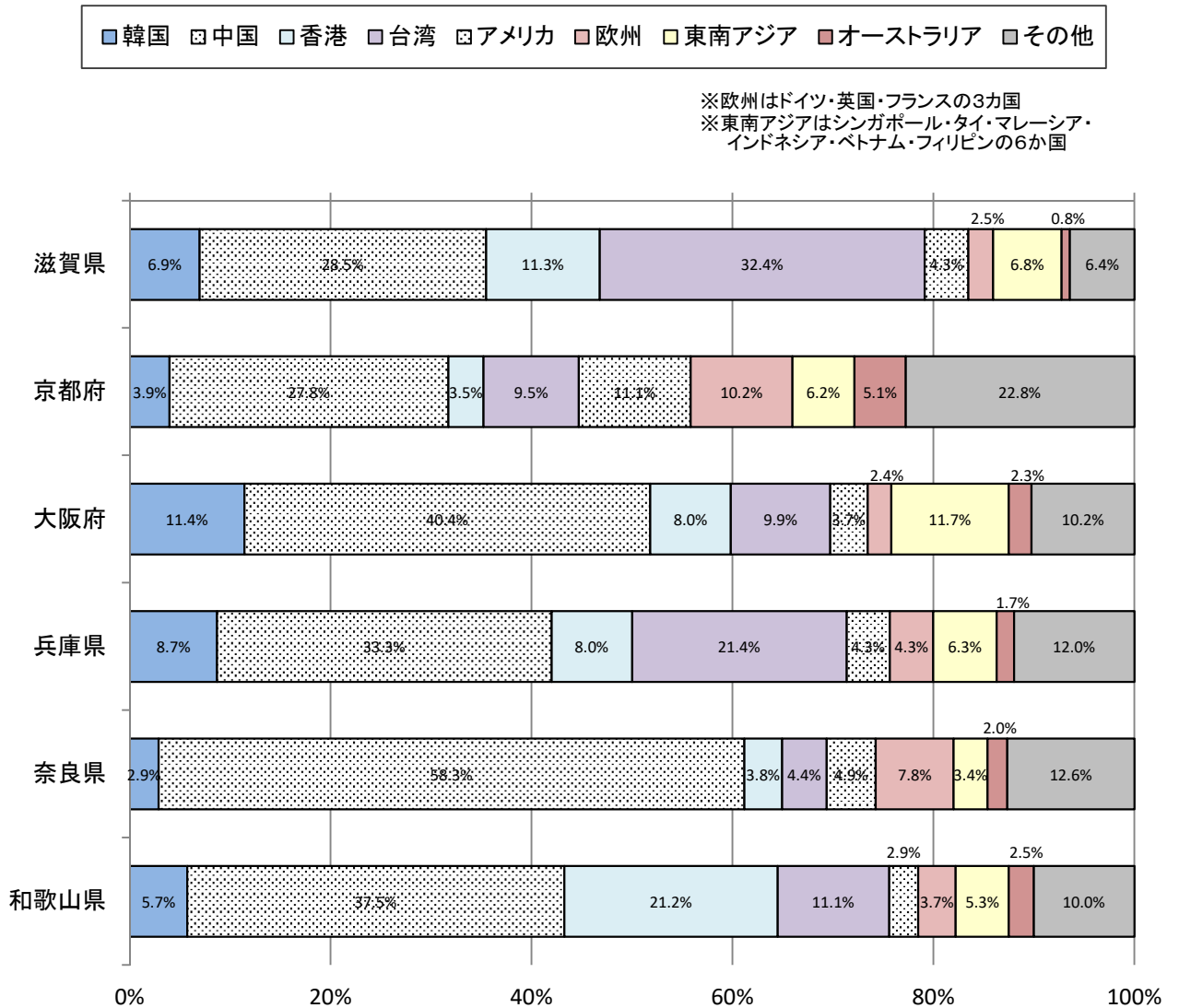
資料：県観光振興局「令和元年滋賀県観光入込客統計調査書」

本県の外国人宿泊者数は、台湾が一番多い

### (3) 近畿府県の国・地域別延べ外国人宿泊者割合

本県の外国人宿泊者数は、「台湾」が多く、全体の32.4%を占めており、これは、他の近畿府県と比較しても高い割合である。(図7-2-3)

◆近畿府県の国・地域別延べ外国人宿泊数(図7-2-3)



資料:国土交通省「宿泊旅行統計調査報告(令和元年)」

### 3. 令和元年の観光客の動向

#### (1) 滋賀県観光統計調査の結果概要

##### ① 調査方法

四半期ごとに県内の観光地10か所において、その地を訪れた観光客に聞き取り調査を実施。

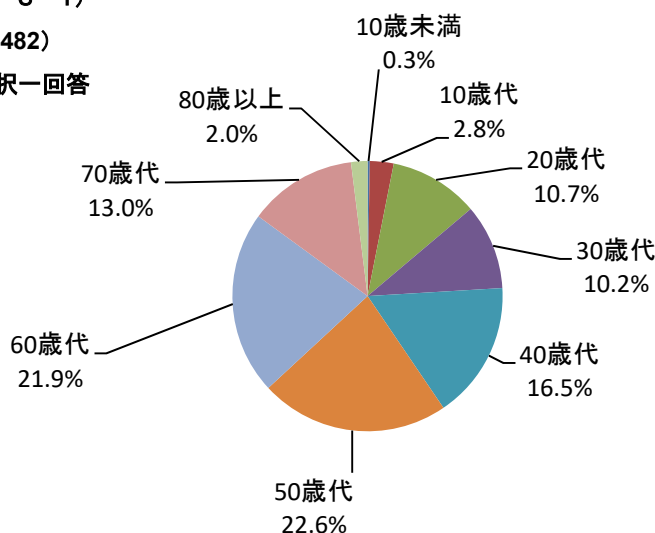
##### ② 来訪者の内訳

来訪者を年齢別にみると、「50歳代」が22.6%と最も多く、続いて「60歳代」が21.9%である。また、居住地別にみると、「滋賀県」が25.5%で最も多く、続いて「大阪府」、「愛知県」、「京都府」の順となっている。(図7-3-1)

##### ◆ 来訪者の内訳(図7-3-1)

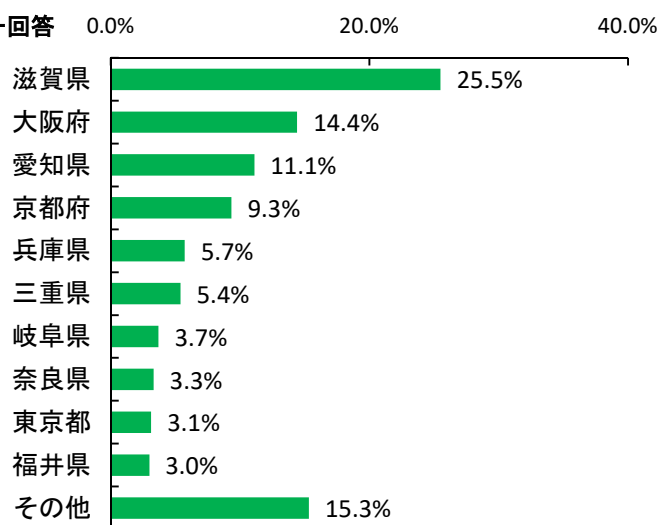
###### ■ 年齢別(n=3,482)

※無回答除く、択一回答



###### ■ 居住地別(n=3,510)

※無回答除く、択一回答



資料: 県観光振興局「令和元年度滋賀県観光統計調査」

中年層の来訪、滋賀近隣からの来訪が多い

日帰り旅行  
が主流  
宿泊は1泊が  
最多

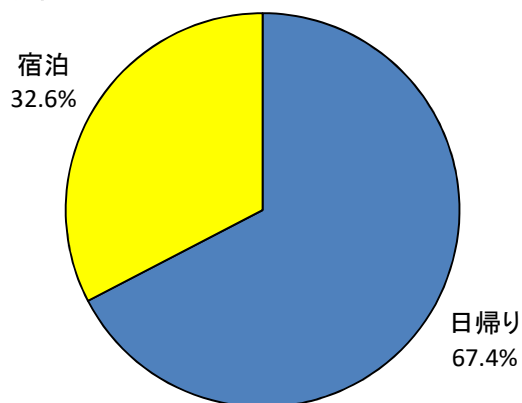
### ③日帰り・宿泊動向

「日帰り」旅行は67.4%、「宿泊」旅行は32.6%であった。宿泊数別にみると、「1泊」が84.1%と最も多くなっている。(図7-3-2)

#### ◆日帰り・宿泊動向(図7-3-2)

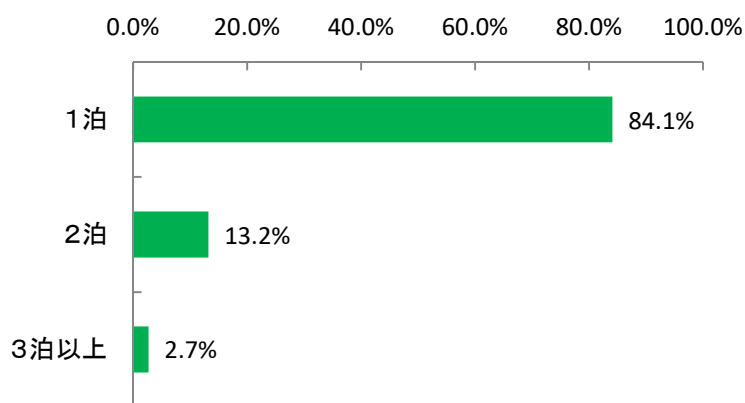
##### ■県内での日帰り・宿泊の内訳(n=3,510)

※無回答除く、択一回答



##### ■県内宿泊の泊数(n=842)

※択一回答



資料：県観光振興局「令和元年度滋賀県観光統計調査」

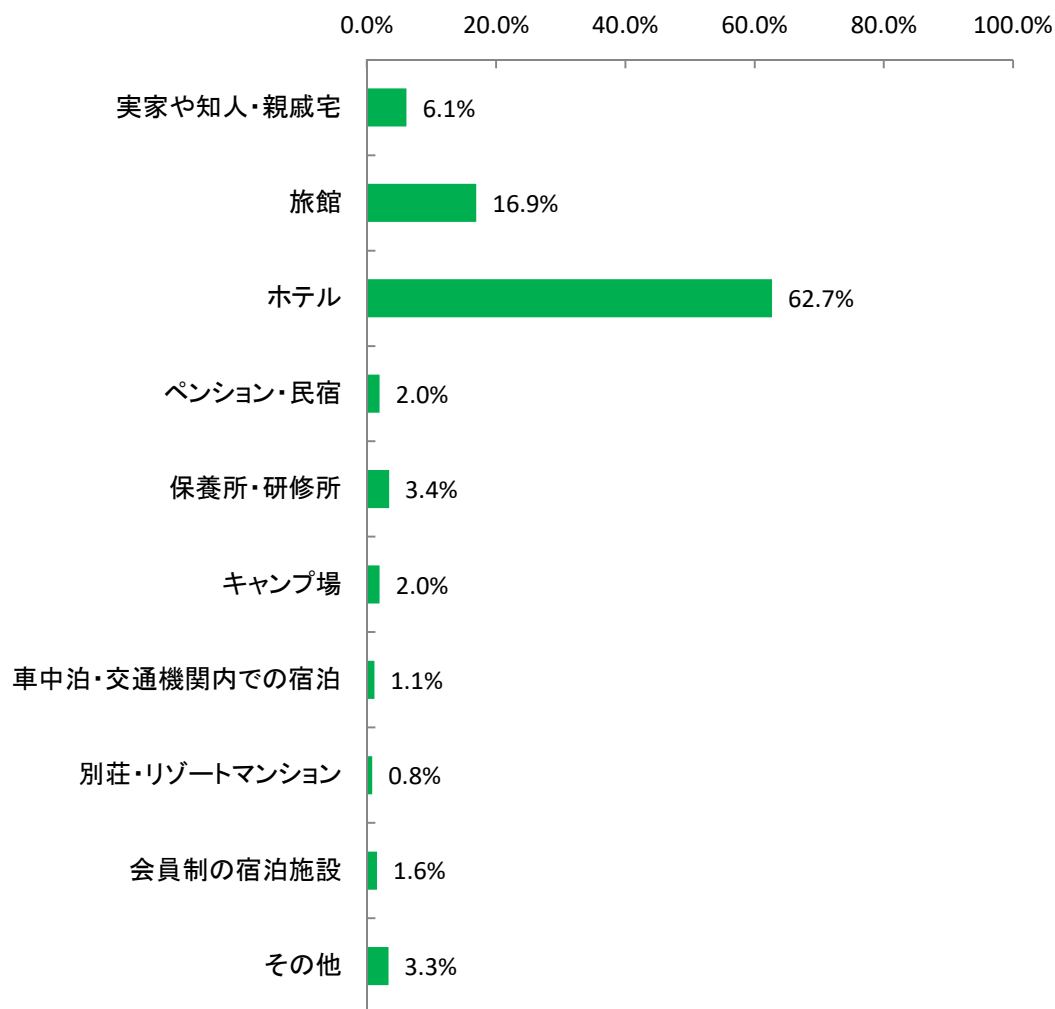


#### ④県内利用宿泊施設の内訳

県内宿泊者のうち、「ホテル」の利用が62.7%と最も多く、続いて「旅館」が16.9%、「実家や知人・親戚宅」が6.1%となっている。(図7-3-3)

##### ◆利用宿泊施設の内訳(n=962)(図7-3-3)

※複数回答



資料：県観光振興局「令和元年度滋賀県観光統計調査」

ホテルを利用した宿泊が最多

「神社仏閣・旧跡」「自然の風景を見る」を目的にした旅行者が比較的多い

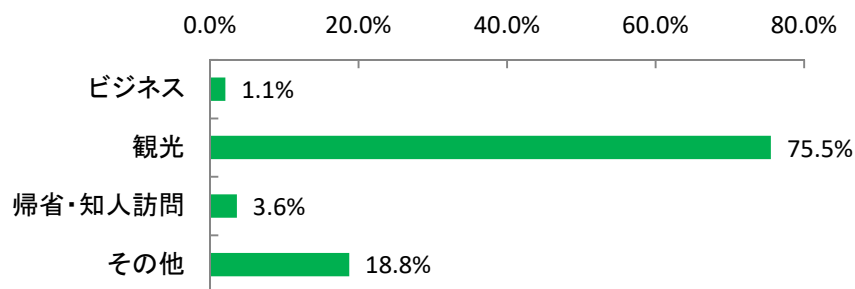
## ⑤旅行の目的

旅行の目的別にみると、7割以上が観光であり、その内訳は、「神社仏閣・旧跡」が17.9%で最も多く、続いて「自然の風景を見る」が17.4%、「琵琶湖」が13.1%、「買い物」が12.7%、となっている。(図7-3-4)

### ◆旅行の目的(図7-3-4)

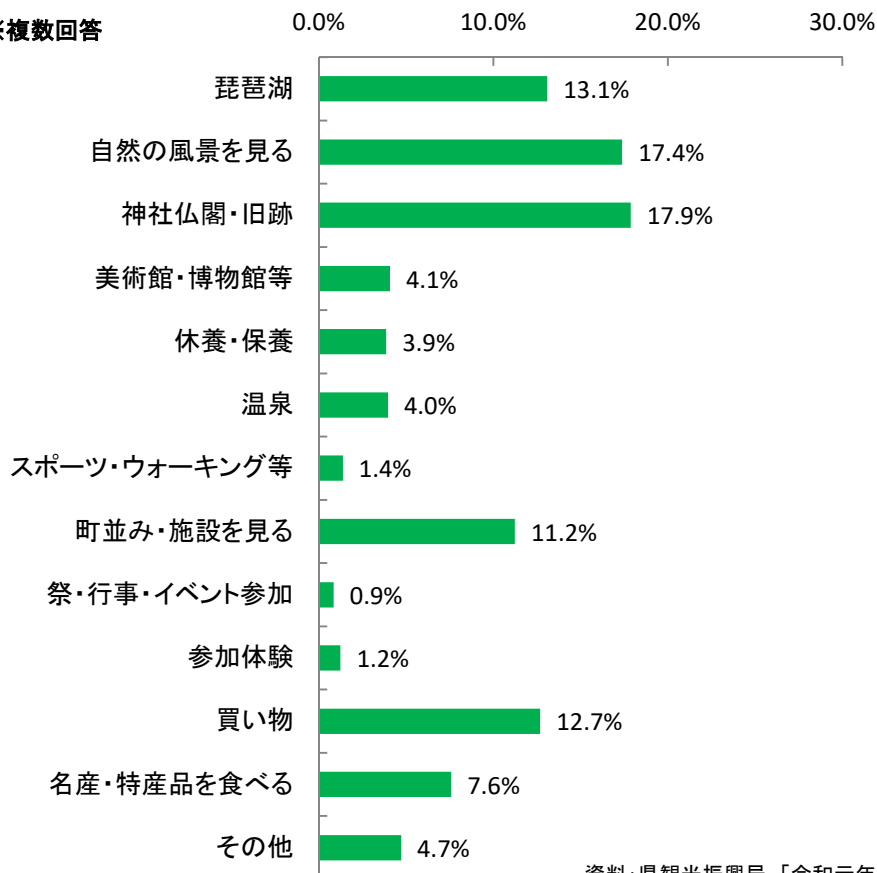
#### ■目的別(n=3,482)

※無回答除く、択一回答



#### ■観光目的の内訳(n=5,719)

※複数回答



資料: 県観光振興局「令和元年度滋賀県観光統計調査」

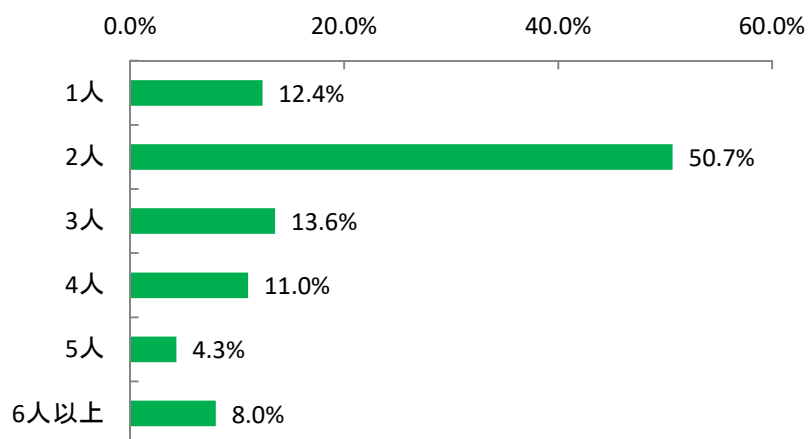
## ⑥旅行人数・同行者種別

人数別にみると、「2人」が50.7%と最も多く、続いて「3人」が13.6%、「1人」が12.4%である。また、2人以上の旅行者の同行者の内訳は、「家族」が67.0%と最も多く、続いて「友人」が22.1%となっている。  
(図7-3-5)

### ◆旅行人数と同行者(図7-3-5)

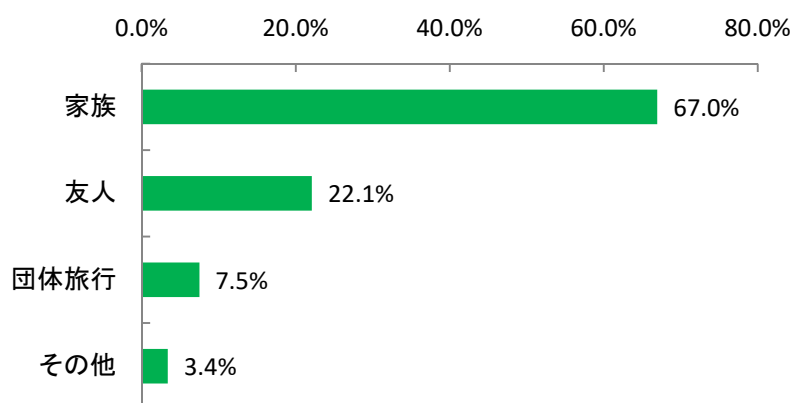
#### ■旅行人数(n=3,335)

※択一回答



#### ■同行者種別(n=2,872)

※無回答除く、複数回答



資料：県観光振興局「令和元年度滋賀県観光統計調査」

家族での旅行が最も多い

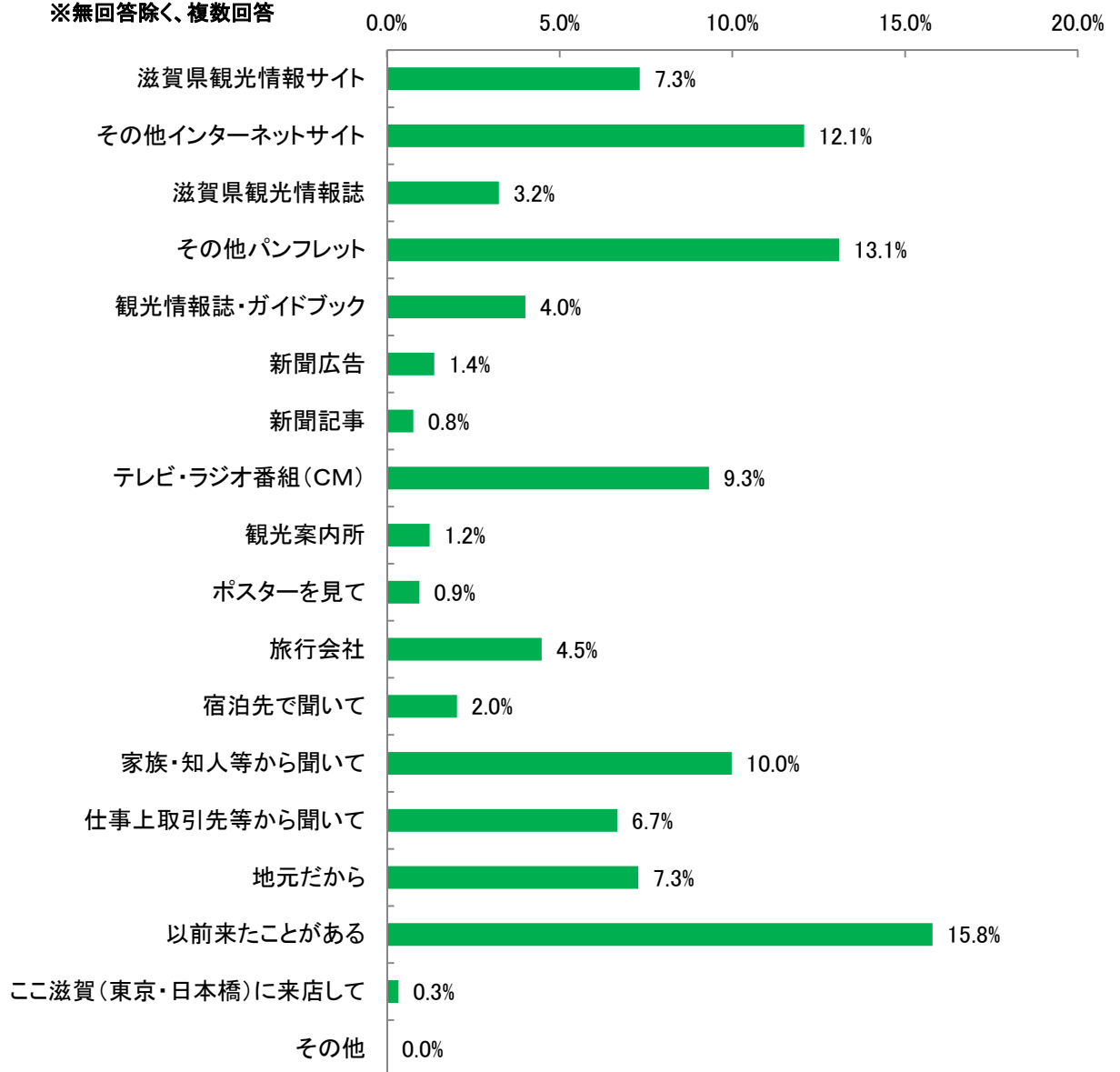
多様な情報が活用され、リピーターが多い

### ⑦旅行を思い立ったきっかけ

観光目的の旅行者のうち、旅行を思い立ったきっかけを尋ねたところ、「以前来たことがある」が15.8%で最も多く、続いて「その他パンフレット」が13.1%、「その他インターネットサイト」が12.1%、「家族・知人等から聞いて」が10.0%となっている。(図7-3-6)

◆旅行のきっかけ(n=4,438)(図7-3-6)

※無回答除く、複数回答



資料：県観光振興局「令和元年度滋賀県観光統計調査」