



## 第1章 ビジョンの基本的事項

### 1 改定の趣旨

- ・コロナ禍で落ち込んだ観光市場を早期に回復させ、観光関連産業を中長期的に成長させるため、「健康しが」ツーリズムビジョン2022を1年前倒して改定する。
- ・滋賀県における観光振興の「めざす姿」を共有し、その実現に向けて多様な主体が連携しつつ、ともに取組を進めていくための新たなビジョンを策定する。

### 2 ビジョンの位置づけ

- ・滋賀県の最上位計画である「滋賀県基本構想」および「滋賀県基本構想」に基づく部門別計画の一つである「滋賀県産業振興ビジョン2030」の理念を実現するための個別計画として位置づける。

### 3 計画期間

- ・令和4年度(2022年度)から令和12年度(2030年度)までの9年間

### 4 アクションプラン

- ・行動計画となるアクションプランを3年ごとに策定し、その時々状況に応じた施策を進める。

年度	令和4 2022	令和5 2023	令和6 2024	令和7 2025	令和8 2026	令和9 2027	令和10 2028	令和11 2029	令和12 2030
計画	(仮称) シガリズム観光振興ビジョン 令和4年度～令和12年度								
	アクションプラン1年(3年ごと)								
	回復・変革期			成長期			成熟期		

## 第2章 観光の動向等

### 1 日本の観光を取り巻く状況

- 水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えにより、需要が大幅に減少
- ・全国の延べ旅行者数(令和2年) 29,341万人(前年比50.0%減)
  - ・訪日外国人旅行者数(令和2年) 412万人(前年比87.1%減)
  - ・コロナ後の海外旅行先として、日本は高い評価を得ている
  - ・個人旅行の割合が増加し、団体旅行の割合が減少
  - ・近場旅行(いわゆるマイクロツーリズム)の割合が増加

### 2 滋賀県の観光を取り巻く状況

- (1) 新型コロナウイルス感染症の主な影響  
外出自粛や観光施設の休業、入場制限等により、観光需要が大幅に減少
- ・観光入込客数(令和2年) 3,641万人(前年比32.6%減)
  - ・外国人宿泊客数(令和2年) 4万人(前年比88.2%減)
  - ・コロナ禍が県内観光事業者へ与えた影響  
9割以上が「マイナスの影響があった」と回答  
令和2年の売上が前年と比較して減少した事業者は8割以上
- (2) その他滋賀県観光の現状
- ・日帰り客数が観光客全体の9割以上を占める
  - ・県内での宿泊数は1泊が約8割を占める
  - ・観光客の約3割が県内居住者、約4割が大阪府、京都府、兵庫県等の近畿から、約2割が愛知県、三重県、岐阜県等の中部からとなっている
  - ・宿泊客の観光消費額単価は日帰り客の約5倍

### (3) 主なプロジェクト等

- ・令和5年度：北陸新幹線敦賀駅の開業
- ・令和6年度：彦根城世界遺産登録へ
- ・令和7年度：国スポ・障スポ開催、大阪・関西万博の開催
- ・令和9年度：リニア中央新幹線名古屋駅の開業

### 3 滋賀県の観光の特徴

- ・琵琶湖をはじめとした豊かな自然や景観
- ・豊かな歴史的・文化的資産
- ・琵琶湖が育んだ文化や環境に対する意識
- ・健康長寿を育む滋賀の暮らしや食
- ・広域交通ネットワークの充実による県外からの恵まれた交通環境
- ・開放的でゆとりある空間
- ・ピワイチをはじめとした豊富なアウトドア系のアクティビティ

※下線はコロナ禍で改めて注目されるようになったもの

### 4 滋賀県の観光の課題

- ・宿泊(閑散期)・滞在型観光の推進や認知度のさらなる向上への取組
- ・滋賀ならではの観光素材・モノづくりの促進
- ・地域住民が観光客とともに楽しむ機運の醸成
- ・持続可能な観光を実現できる環境整備
- ・県内各地をスムーズに周遊するための交通利便性の向上
- ・社会環境の変化等への対応(SDGsやCO<sub>2</sub>ネットゼロ、自然災害等)
- ・コロナ禍からの回復への対応(事業者支援、需要回復)
- ・観光の質の向上(観光資源の高付加価値化等)への取組
- ・人々の価値観やライフスタイルの変化を受けた観光ニーズへの対応

## 第3章 観光振興の方向性

### 1 基本的な方向性

- ・感染拡大防止と経済活動を両立させるため、安全・安心な観光を推進し、時期を捉えて事業者支援に取り組みながら、観光需要の回復に向けた対策を機動的に講じていく必要がある。
- ・コロナ禍を経て、健康志向の高まりや人々の価値観の変化等により、旅行の少人数化や、アウトドア、自然の中でのアクティビティ等が注目されるなど、観光ニーズが多様化・細分化しており、「健康しが」の理念を活かしながら、これらの新たな需要を確実に取り込んでいく必要がある。
- ・多様な関係者が連携しながら、ピワイチをはじめとした滋賀県の強みとなる観光資源の魅力向上を図ることにより、『量』(観光入込客数等)の確保に加え、『質』の向上(観光資源の高付加価値化等)に向けて観光振興に取り組む必要がある。

### 2 2030年にめざす姿

#### (1) 観光の好循環

コロナ禍を経た、アウトドア、健康・ウェルネスへの関心の高まりなどの観光トレンドの変化を受けて、本県の良さが注目されており、本県観光に追い風となっていることから、県内の多様な主体が連携し、本県の自然や歴史、文化、暮らし、営みなどを、体験・体感できるシガリズムを提供することで、観光の好循環を生み出していく。



#### (2) めざす姿

人(観光客と県民)	県民と観光客の交流を通じて「人のつながり」が広がるとともに、絆が深まり、滋賀のリズムで心身の健康が保持されている。 【観光客】滋賀を深く体験・体感することで、感動や共感の輪が広がり、県民と同様に地域を大切にしている。 【県民】観光客との交流を通じて、滋賀の魅力や評価を再認識することで、滋賀への誇りや地域への愛着が高まっている。
経済(観光関連産業)	社会環境や人々の価値観の変化に合わせて、柔軟に観光関連産業が変化し、その経済効果が県内各地に及ぶことで、地域経済が活性化している。
社会(地域)	滋賀県の歴史や文化が活用されることで、地域の誇りが醸成され、より良い街づくりに繋がり、未来へと受け継がれている。
環境(自然)	琵琶湖やそれを取り巻く自然の活用を通じて、人と自然との共生が実現され、環境保全やCO <sub>2</sub> ネットゼロにも寄与している。

「シガリズム」の提供を通じて、より良い地域社会が実現し、持続可能な観光を推進する滋賀県

### 3 基本方針

#### シガリズムを共通コンセプトとした観光の推進

- ・観光地を単に巡るだけでなく、滋賀の自然に触れ、滋賀に暮らす人々と出会い、交流することで、ゆっくりていねいに暮らしてきた滋賀の時間の流れ、暮らしに息づく生活文化、営み、歴史、伝統などを、より深く体験・体感し、心のリズムを整えることができる新たなツーリズムを「シガリズム」として推進する。
- ・このシガリズムを本県における観光の共通コンセプトとすることで、観光事業者だけでなく、農林水産業や製造業等の事業者や、環境、文化、スポーツに関係する団体など、多様な関係者の連携を生み出し、地域の価値ある資源を「再発見・再評価」とともに、それらを磨き上げ、観光資源として活かし、新たなツーリズムを展開していく。

#### シガリズムが大切にすること



①新型コロナウイルス感染症からの着実な回復(感染拡大防止と経済活動の両立)をめざす。

②コロナ禍を経た新たな時代に対応する滋賀らしいツーリズムを「シガリズム※」として推進する。

※「シガリズム」とは、『琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、ていねいに暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、「心のリズムを整える新たなツーリズム』の総称。

# (仮称) シガリズム観光振興ビジョン 原案概要 2/2

## 第4章 観光振興に向けた施策展開

### 1 3つの視点

連携 ~つながる~	変化 ~かわる~	持続 ~つづく~
多様な主体（観光事業者、農林水産業や製造業、県民、観光客等）がつながり、共に創る観光地域づくり	人々の価値観や社会環境等の変化に柔軟に対応し、新たな価値のあるツーリズムの創出や観光DXを推進	経済、社会、環境への影響に十分に配慮するとともに、自然や暮らしそのものが活かされる持続可能な観光を推進

### 2 施策の柱

施策の柱	内容	県の主な施策例
1 新型コロナウイルス感染症からの着実な回復	・回復フェーズを「感染拡大防止、県内・近隣回復期」、「国内旅行回復期」、「インバウンド回復期」の3段階に分け施策を柔軟に展開 ・『滋賀県における「安全安心な観光」に向けた対策手引き』や『業種別感染予防ガイドライン』等の一層の浸透や定着等を推進 ・県内周遊を促進するキャンペーンなど、観光需要を喚起する取組を推進	○安全・安心な観光を推進するための感染拡大防止対策 ○観光需要の回復対策 等
2 魅力向上と創出	・滋賀の魅力体験・体感できる地域資源（歴史や文化、自然やアウトドア等）の掘り起こし、観光素材として磨き上げて、誘客につながる観光コンテンツ・手段等を創出 ・琵琶湖やそれを取り巻く自然や歴史、産業など、滋賀ならではの素材を活用するとともに、琵琶湖版SDGsであるMLGsの視点を取り入れた探求型学習を行えるコンテンツを創出 ・多様な主体の連携強化や事業者の参入を促し、新たな事業機会の提供等を通じて、琵琶湖や地域の観光資源を活用した滋賀らしい観光の創出を推進	○魅力ある体験・交流型コンテンツの創出 ○ピワイチ、ピワイチ・プラスの取組強化 ○滋賀らしい教育旅行コンテンツの創出 等
3 受入環境整備	・地域の実情に応じて多言語案内、Wi-Fiの整備、インターネットを介した情報提供、キャッシュレス対応等の推進 ・観光地と交通事業者の連携による二次交通対策を推進 ・誰もが楽しめる旅行（ユニバーサルツーリズム等）を推進 ・観光産業における人材の確保、育成や県全体で来訪者を「おもてなし」する機運づくり ・観光客に対し、観光地でのルール・マナー等について周知・啓発	○誰もが楽しめる観光地に向けた安全安心で快適な環境整備 ○「おもてなし」力の向上や意識の醸成 等
4 魅力の発信	・プロモーションを「旅マエ（旅行前）」、「旅ナカ（旅行中）」、「旅アト（旅行後）」のフェーズに分け、ターゲットごとに最適な内容やタイミングで情報発信 ・「ここ滋賀」をはじめとする情報発信拠点を最大限活用し、効果的な情報発信に取り組むとともに、滋賀への誘客を促進 ・県内の大型イベントの開催等に着目したプロモーションや、彦根城の世界遺産登録に向けた取組を各関係機関と連携して実施	○情報発信拠点機能の最大化（ここ滋賀、そこ滋賀、滋賀県誘客経済促進センター） ○戦略的なプロモーションの強化 ○ロケツーリズムの推進 等
5 推進体制強化	・データの活用等を通じて、新たなビジネスや稼働モデルを創出して高付加価値化を実現できる、地域の観光産業をリードする専門人材の育成 ・多業種間の連携を促し、広域観光周遊を促進するため、観光関連団体の連携機能の強化を図り、情報共有や共同事業等を推進	○観光人材の育成、活性化 ○観光関連団体の連携強化 等

### 3 重点分野

・めざす姿の実現に向けて、3つの視点と5つの施策の柱に基づき、滋賀県全体として観光振興に向けて取り組んでいく。その中でも、シガリズムをコンセプトとした観光を推進する上で、重点的に取り組む6つの分野を設定し、具体的な事業を展開していくものとする。

#### (1) 体験・交流型観光

・本県の琵琶湖をはじめとする自然景観や文化財、自然との関わりや日々の暮らしの中で受け継いできた生活文化、健康長寿を支える豊かな食文化、伝統産業等の多様な資源を掘り起こし、磨き上げ、「シガリズム」や「健康しが」を感じていただける体験・交流型観光を推進する。主な体験・交流型観光として6つのテーマを設定し、ツアー化や発信等を行う。

- （主なテーマと展開例）
- ①自然・環境：地元ガイドと周り、環境について学ぶトレイル、エコツーリズム
  - ②スポーツ・アクティビティ（アウトドア体験等）：ガイドの案内で初心者でも安心して楽しめるSUP、スノーシューハイキング、湖岸や森林でのキャンプ
  - ③歴史・戦国：ガイドや専門家が案内する安土城跡巡り、聖徳太子ゆかりの神社仏閣巡り
  - ④文化・芸術：深く祈りの文化を体験できる観音さまや村人との出会い・触れ合い体験
  - ⑤産業（農林水産業、伝統産業等）：伝統野菜などのルーツを教わりながらの収穫・料理体験
  - ⑥食・暮らし：農家民宿でオーナー家族と一緒に楽しむ農家体験 など

#### (2) ピワイチ、ピワイチ・プラス

・琵琶湖や内陸部の豊かな自然や文化等の魅力にふれながらサイクリングで巡ることができるピワイチ、ピワイチ・プラスを推進し、観光振興および地域活性化を図る。

- （主な取組）①観光・地域経済の振興：ピワイチの日・ピワイチ週間の取組、サイクリストにやさしい宿の認定制度、ピワイチ商品開発／②安全で気軽にサイクリングを楽しめる環境整備：ピワイチサイクリングアプリの活用等／③県民による地域再発見の推進等：デジタルスタンプラリー／④推進体制の整備：多様な関係者と連携した推進体制 等

#### (3) 教育旅行

・本県には美しい琵琶湖や豊かな歴史・文化や琵琶湖版のSDGsであるMLGsなど、子どもたちに「見せたい」、「伝えたい」、「体験させたい」といったことに対応できる様々な学習素材が存在しており、これらの素材の魅力を存分に活かして、「生きる力」と「感性を育む」滋賀らしい教育旅行を提供する。

- （主な素材）歴史・文化体験、MLGs（SDGs）の体験学習、自然スポーツ体験、アスレチック体験・チームビルディング、産業体験・見学、自然環境学習体験、ものづくり体験、農林水産業体験 等

#### (4) コンベンション、イベント等

・琵琶湖を眺望しながらゆったり寛げる空間での会議や、「環境」、「水」、「健康」など滋賀ならではのテーマを強みとして、国内外の大会や会議等の誘致を推進する。

・令和7年の国スポ・障スポ、大阪・関西万博をはじめとする大型イベント等の開催に合わせたプロモーションや、交通事業者等と連携した時機を捉えたキャンペーンの実施により、本県の認知度を高め、観光周遊や宿泊型観光を促進する。

#### (5) 訪日外国人旅行（インバウンド）

・入国制限期においては、市場・属性別ニーズに即した情報発信を実施するとともに、外国人旅行者を想定したシガリズム魅力創出・向上や外国人旅行者に受け入れられる観光地づくりに取り組む。

・入国制限緩和・解除期においては、県民の実生活と誘客のバランスに留意しつつ、入国制限期において実施した取組の改善や継続した情報発信を展開し、本県の認知度を向上させ着実な誘客を実現する。

#### (6) 物産

・農林水産物や地酒、地場産品等の県産品の魅力や県産品購入時の地元の方との会話や交流をきっかけに滋賀に興味を持っていただき、観光誘客や新たな滋賀ファン獲得につなげる。

## 第5章 各主体の役割・体制

・県、市町、観光関連団体、観光事業者、県民等の各主体がそれぞれの役割を果たすと同時に、相互に連携し、地域の独自性の高い価値ある資源を掘り起こし、磨き上げることで、滋賀らしいツーリズム「シガリズム」を推進する。

## 第6章 成果指標

※目標値については、アクションプランで設定することとし、まずは、「回復・変革期」において、コロナ禍前の令和元年水準を上回ることを目標とする。

### 【消費額】

- ①観光消費額単価（日帰り）
- ②観光消費額単価（宿泊）
- ③観光消費額（総額）

### 【満足度】

- ①観光客満足度
- ②リピーター率
- ③県民の滋賀県観光の推奨意向度
- ④事業者のシガリズム取組率

### 【客数】

- ①延べ観光入込客数
- ②延べ宿泊客数
- ③ピワイチ体験者数