

シガリズム観光振興ビジョン  
第1期 アクションプラン  
(令和4年度～令和6年度)

令和4年(2022年)3月

滋 賀 県

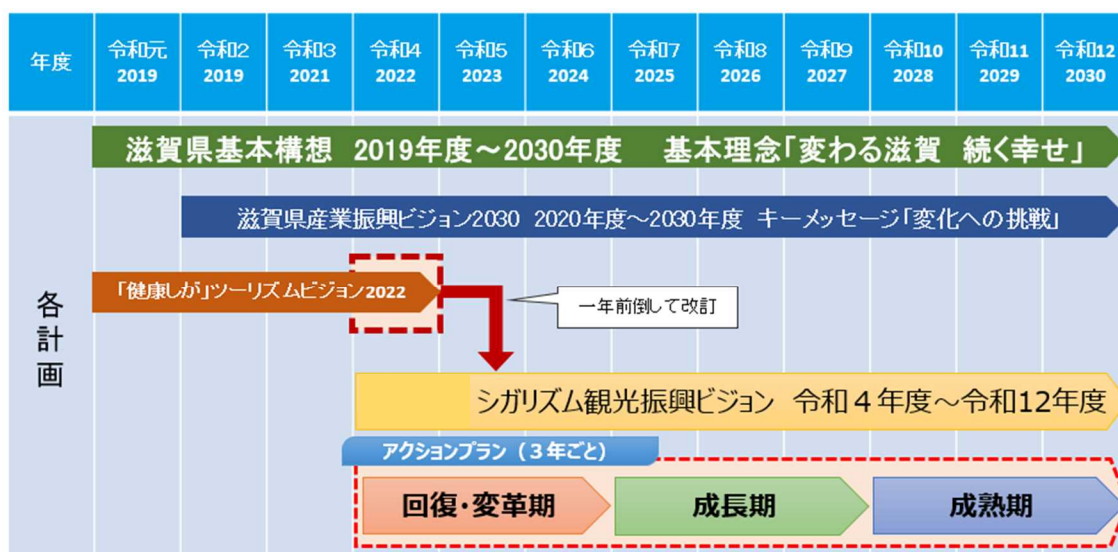
## 目次

第1章	アクションプランの位置づけ	- 2 -
第2章	第1期アクションプランにおける目標	- 3 -
第3章	第1期アクションプランにおける取組	- 4 -
1	コロナからの着実な回復	- 5 -
2	シガリズムの推進	- 6 -
	<重点分野ごとの概要>	- 9 -
(1)	体験・交流型観光	- 13 -
(2)	ビワイチ、ビワイチ・プラス	- 18 -
(3)	教育旅行	- 23 -
(4)	コンベンション、イベント等	- 26 -
(5)	訪日外国人旅行(インバウンド)	- 32 -
(6)	物産	- 38 -
第4章	関連事業一覧	- 44 -

## 第1章 アクションプランの位置づけ

シガリズム観光振興ビジョン（以下「ビジョン」という。）の目指す姿を実現するため、その行動計画となるアクションプランを3年ごとに策定することでその時々状況に応じた施策等を着実に進めるとともに、ビジョンの進捗状況を把握します。

期間	フェーズ	内容
第1期 (令和4年度～6年度)	回復・変革期	・新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ観光需要の早期回復に取り組むとともに、コロナ禍やコロナ収束後を見据えた新たな時代に対応する観光への変革を図る。
第2期 (令和7年度～9年度)	成長期	・回復・変革期に創出した新たな時代に対応した観光を更に発展させるとともに、広く横展開することで観光産業の着実な成長を図る。
第3期 (令和10年度～12年度)	成熟期	・成長した観光産業をその後の時代の変化にも柔軟に対応させながら、持続可能な産業として将来に引き継ぐため、さらに磨きをかけ、2030年に目指す姿の実現につなげる。



## 第2章 第1期アクションプランにおける目標

ビジョンで設定している成果指標について、第1期アクションプラン（令和4年度～令和6年度）における目標値は下表のとおりです。

成果指標		令和元年度 (実績)	令和2年度 (実績)	令和6年度 目標値	備 考	出典
観光客数	延べ観光入込客数	5,404 万人	3,641 万人	5,410 万人	・コロナ禍前の令和元年度の人数を上回る。ただし、可能な限り、早期達成を目指す。 ・調査の関係上、暦年の数値。	滋賀県観光統計調査
	延べ宿泊客数	408 万人	242 万人	410 万人		
	ビワイチ体験者数	10.9 万人	8.7 万人	11 万人		滋賀プラス・サイクル推進協議会調査
消費額	観光消費額単価 (日帰り)	4,387 円	4,387 円	4,600 円	・令和元年度の単価を令和6年度までに5%上げる。	滋賀県観光統計調査
	観光消費額単価 (宿泊)	20,010 円	20,010 円	21,000 円		
	観光消費額 (総額)	2,035 億円	1,329 億円	2,139 億円	・観光入込客数(実数)×観光消費額単価。	
満足度等	観光客満足度	87.4%	89.3%	100%	・県外旅行者のリピーター率。 ・コロナ禍前の令和元年度の率を上回る。	滋賀県観光統計調査
	リピーター率	68.8%	64.8%	70%		
	県民の滋賀県観光の推奨意向度	—	—	100%	・令和4年3月(実績): 65.4%。	県民向けアンケート調査
	事業者のシガリズム取組率	—	—	100%	・令和4年2月(実績): 78.8%。	びわこビズターズビューロー会員アンケート調査

### 第3章 第1期アクションプランにおける取組

第1章で示したとおり、第1期アクションプランは、「回復・変革期」の計画となります。

新型コロナウイルス感染症の感染状況については、いまだ収束が見通せない状況にありますが、県民の命と健康を守ることを最優先としつつも、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、低迷している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ります。

一方、健康志向や自然志向の高まり等により、旅行の少人数化や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ります。

そのためには、多様な関係者が連携しながら、ビワイチをはじめとした本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」の確保に加えて、「質」の向上に取り組む必要があります。

そこで、第1期アクションプランでは、これらの「コロナからの着実な回復」と「シガリズムの推進」の2つの観点から取組を進めます。

「コロナからの着実な回復」については、感染状況等に応じて、拡大防止への対応、事業継続支援策、観光需要喚起策を的確かつ機動的に講じることにより、観光関連産業のコロナからの着実な回復を図ります。

「シガリズムの推進」については、ビジョンにおいて今後重点的に取り組んでいくべき分野ごとに、観光事業者だけではなく、農林水産業や地場産業等の多様な主体とも連携し、滋賀ならではの地域資源やライフスタイルを堪能できる魅力的な体験・体感コンテンツの創出や、観光客の受入環境整備等に取り組むことにより観光振興を図ります。

## 1 コロナからの着実な回復

新型コロナウイルス感染症からの回復フェーズを「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、各段階に応じた施策を柔軟に展開します。

まず、感染拡大防止を徹底した安全・安心な観光により観光客を受け入れるため、「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します。

そして、感染状況等を踏まえ、安全安心な観光バスツアー補助事業、事業者の資金繰り支援・雇用維持支援、「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業などの事業継続支援策や観光需要喚起策を臨機応変に実施します。

また、ワーケーションなどコロナ禍に対応した取組も推進します。

これらにより感染拡大防止を徹底した安全・安心な観光を推進するとともに、新型コロナウイルス感染症の影響で落ち込んだ観光関連産業の着実な回復を目指します。

フェーズ1 県内・近隣回復期	フェーズ2 国内旅行回復期	フェーズ3 インバウンド回復期
感染拡大防止対策		
観光事業者の事業継続支援 (安全安心な観光バスツアー補助事業、資金繰り支援、雇用維持支援 等)		
県内・近隣をターゲットとした 需要喚起策  (「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業、 ウェルカム滋賀教育旅行誘致事業 等)		
国内をターゲットとした 需要喚起策		

## 2 シガリズムの推進

### ア 重点分野

ビジョンで設定した6つの重点分野ごとに取組を進めます。

#### ①体験・交流型観光

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」を感じてもらえる体験・交流型観光を推進します。

#### ②ビワイチ、ビワイチ・プラス

琵琶湖や湖岸周辺から離れた県内各地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ビワイチ、ビワイチ・プラスを推進し、観光振興および地域活性化を図ります。

#### 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<sup>注1</sup>であるMLGs<sup>注2</sup>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します。

#### ④コンベンション<sup>注3</sup>、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、滋賀がこれまで先進的に取り組んできた「環境」「水」「健康」などの会議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します。

また、大型イベント等の開催に合わせたプロモーションなどの実施により、本県の認知度を高め、観光周遊や宿泊型観光を促進します。

#### 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魅力創出・向上や外国人旅行者に受け入れられる

1 持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）とは、「誰一人取り残さない」持続可能でよりよい社会の実現をめざす世界共通の目標。

2 「琵琶湖」を切り口とした2030年の持続可能社会へ向けた目標。琵琶湖版のSDGs。

3 機関・団体、学会等が行う会議。

観光地づくりに取り組みます。

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図ります。

#### ◎物産

農畜水産物や地酒、地場産品等の県産品の魅力を発信するとともに、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もらうことで、観光誘客や新たな滋賀ファン獲得につなげます。



## イ 施策の柱

各重点分野について、次の4つの柱に基づいて取組を推進します。

### ①魅力向上と創出

本県観光の魅力向上に向けて、滋賀ならではの地域資源を活かした観光コンテンツの創出や磨き上げを推進し、「テーマやストーリー性があり、そこでしかできない体験や交流」ができる観光コンテンツとして商品化していきます。そして、それらの販売実績等をデータベース化するとともに、各種統計に基づく観光客の属性や周遊状況等のデータ分析を行い、更なる磨き上げにつなげ、繰り返し滋賀に来たくなる旅を演出していきます。

### ②受入環境整備

高齢化社会の進展や、今後の訪日外国人の回復等を見据え、土地利用や施設管理も含め、誰もが安全・安心に、かつ、快適に楽しむことができる受入環境整備やおもてなし力の向上に取り組めます。

また、環境負荷の低減を図るとともに都市部以外の周遊を円滑にするため、鉄道等の公共交通の利用を促進するとともに、鉄道駅からの二次アクセス利用の環境整備を図っていきます。

さらに、令和4年1月にSDGsの促進に向けた宣言書を発表した滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合などとも連携しつつ、SDGsやMLGsの実現に向けた観光施策を推進します。

### ③魅力の発信

県が魅力的な観光地として多くの人に認知してもらうためのプロモーションについては、「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に取り組めます。また、「ここ滋賀」「そこ滋賀」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、本県への誘客を促進します。

### ④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ぐモデルを創出できる、地域の観光産業をリードする専門人材を育成します。

さらに、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、情報共有や協働事業等を推進します。

<重点分野ごとの概要>

重点分野	重点分野ごとの成果指標 (令和6年度目標値)	現状・課題	必要な施策
体験・交流型観光	<p>・滋賀らしい観光コンテンツの創出数：200本 (R元・R2:－)</p>	<p>・地域での消費や滋賀ファン増加のためには滋賀の魅力を実際に体験・体感してもらうことが重要。</p> <p>・コロナ禍による自然志向や健康志向の高まりや、少人数旅行へのシフトなど観光形態に変化あり。</p> <p>・豊かな自然や歴史、文化などの多くの魅力ある地域資源を有している滋賀としては、その強みを生かす絶好の機会。</p> <p>・幅広い産業が連携しつつ、地域資源を活用した体験・体感コンテンツの創出を図り、交流や滞在、消費活動を促進する必要あり。</p> <p>・ターゲットに応じた戦略的かつ機動的な情報発信で効果的なプロモーションを図ることで、滋賀に誘客する必要あり。</p>	<p><u>【魅力向上と創出】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・滋賀らしい観光コンテンツの創出・商品化</li> <li>・観光コンテンツ販売システムの構築・運用</li> <li>・ここ滋賀での魅力向上と創出</li> </ul> <p><u>【受入環境整備】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者への受入環境整備等の支援</li> <li>・おもてなし力向上のための人材育成</li> </ul> <p><u>【魅力の発信】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットに応じた発信媒体を活用しての機動的な情報発信</li> <li>・ここ滋賀での魅力の発信</li> <li>・県内で撮影された映画やテレビ等を通じた魅力発信</li> </ul> <p><u>【推進体制強化】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コーディネーターの設置</li> <li>・観光専門人材の育成・活性化</li> <li>・ニューツーリズム推進協議会の活用</li> </ul>
ビワイチ、ビワイチ・プラス	<p>・ビワイチ体験者数：11万人 (R元:10.9万人、R2:8.7万人)</p>	<p>・令和元年11月に国からナショナルサイクルルートの指定。さらに、ビワイチ推進条例が新たに制定され、令和4年4月から施行。</p> <p>・ビワイチは、密を避けやすいことなどもありコロナ禍の影響を受けにくい。</p> <p>・ビワイチは、認知度は高いものの、体験者数は男性が多くを占めており、家族連れや女性への広がりが必要。また、宿泊者の一層の増加も必要。</p>	<p><u>【魅力向上と創出】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「ビワイチの日」「ビワイチ週間」の取組</li> <li>・ビワイチ商品開発支援</li> <li>・サイクリングマイレージ</li> <li>・ビワイチ・プラス等デジタルスタンプラリー</li> <li>・サイクリングガイドツアー振興支援</li> <li>・サイクリスト向け安全啓発</li> <li>・サイクリング体験・安全教室</li> <li>・青少年グループ等のビワイチ挑戦サポート等</li> </ul>

重点分野	重点分野ごとの成果指標 (令和6年度目標値)	現状・課題	必要な施策
		<ul style="list-style-type: none"> <li>一部のサイクリストに対して苦情が多く、サイクリストの更なるマナーアップが求められる。</li> </ul>	<p><b>【受入環境整備】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>サイクルサポートステーションの拡充</li> <li>サイクリストにやさしい宿の利用促進</li> <li>ビワイチサイクリングナビアプリの活用</li> <li>自転車通行空間の整備</li> </ul> <p><b>【魅力の発信】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ビワイチ、ビワイチ・プラスのイメージアップ</li> </ul> <p><b>【推進体制強化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>滋賀プラス・サイクル推進協議会等を活用した多様な連携</li> </ul>
教育旅行	<ul style="list-style-type: none"> <li>教育旅行誘致人数：10万人 (R元:6.1万人、R2:6.9万人)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全国的にSDGs教育推進の高まり。</li> <li>琵琶湖をはじめとした豊かな自然等の本県ならではの学習素材を活かし、滋賀らしい教育旅行プログラムの創出が必要。</li> <li>旅行会社からは、滋賀での教育旅行の情報が不足しているとの指摘あり。</li> <li>コロナ禍の影響で、遠方地域からの来訪は落ち込んでいるが、この機に来訪した学校が継続して本県に来ている例もあり、遠方地域からの来訪取戻しに加え、新たな地域からの来訪定着を図ることが必要。</li> </ul>	<p><b>【魅力向上と創出】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>滋賀らしい教育旅行プログラムの磨き上げ・創出</li> </ul> <p><b>【受入環境整備】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「滋賀県における『安全安心な観光』に向けた対策手引き」の推進</li> </ul> <p><b>【魅力の発信】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社向けのキャラバン（訪問営業）や現地研修会の実施</li> <li>案内冊子や事前学習教材による発信・周知</li> <li>教育旅行サイトによる情報発信</li> <li>東北3県との相互交流</li> </ul> <p><b>【推進体制強化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>教育旅行関連事業者との連携強化</li> </ul>

重点分野	重点分野ごとの成果指標 (令和6年度目標値)	現状・課題	必要な施策
コンベンション、イベント等	<p>・コンベンション参加者数：5万人 (R元:1.9万人 R2:0人)</p>	<p>&lt;コンベンション&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・数年前から誘致活動が必要な場合もあり、開催情報の収集や、誘致に向けた情報発信が重要。</li> <li>・コロナ禍によるオンライン会議等の普及等により、コンベンションの開催が減少。</li> <li>・コンベンション施設の魅力向上や、滋賀ならではの地域資源を活かしたエクスカーション等の創出による滋賀らしいコンベンションの提供が必要。</li> </ul> <p>&lt;イベント等&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催を見据え、時機を捉えた周知キャンペーンや誘客イベント等が必要。</li> </ul>	<p>&lt;コンベンション&gt;</p> <p><u>【魅力向上と創出】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユニークメニュー等のコンベンション施設の魅力向上</li> <li>・滋賀ならではの地域資源を活用したエクスカーション等の創出</li> </ul> <p><u>【受入環境整備】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンベンション受入環境の強化</li> </ul> <p><u>【魅力の発信】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー・ワークショップ等による情報発信・情報収集等</li> <li>・MICE 担当者向け現地研修会等の実施</li> <li>・デジタルガイドブックによる情報発信</li> </ul> <p><u>【推進体制強化】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関係事業者との連携強化</li> </ul> <p>&lt;イベント等&gt;</p> <p><u>【魅力の発信】</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各プロジェクト等を見据えた周知キャンペーンや誘客イベント等の実施</li> </ul>

重点分野	重点分野ごとの成果指標 (令和6年度目標値)	現状・課題	必要な施策
訪日外国人旅行 (インバウンド)	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人延べ観光入込客数：68万人 (R元:67万人、R2:11.8万人)</li> <li>上記のうち宿泊客数：35万人 (R元:34.2万人、R2:4万人)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍により訪日外国人は激減。</li> <li>・一方、コロナ収束後の旅行先として日本への期待が高い。</li> <li>・訪日外国人は、情報源としてSNSを重視。</li> <li>・来県する訪日外国人の6割以上は東アジア。欧米豪は、自然アクティビティ等の観光コンテンツへの関心が高め。</li> <li>・中国湖南省に滋賀県誘客経済促進センター、京都に「そこ滋賀」を設置。</li> <li>・本県の認知度・知名度は低い。</li> <li>・本県の観光資源がどのような市場等に訴求するか把握が不十分。</li> <li>・県内観光関連事業者のHPの多言語化など受入環境整備が必要。</li> </ul>	<p><b>【魅力向上と創出】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド商品向けの発掘、販路開拓</li> <li>・そこ滋賀プロジェクトによるツアー造成や販売</li> <li>・関西観光本部と連携した広域ツアー造成や販売</li> </ul> <p><b>【受入環境整備】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンド受入環境整備への支援</li> <li>・全国通訳案内士の研修</li> </ul> <p><b>【魅力の発信】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・FAMトリップの実施</li> <li>・そこ滋賀プロジェクトによる発信等</li> <li>・広域連携での発信</li> <li>・市場別プロモーション(台湾、中国、欧米豪)</li> </ul> <p><b>【推進体制強化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内事業者や広域連携DMO等との連携強化</li> </ul>
物産	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光消費額(土産代)：500億円 (R元:475億円、R2:315億円)</li> <li>・ここ滋賀の売上額：2.35億円 (R元:1.54億円、R2:0.97億円)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本県の豊富な農畜水産物、地酒、多様な地場産業・伝統的工芸品等を活かして、滋賀の魅力を発信し、誘客につなげることが必要。</li> <li>・県産品と県のイメージとは結び付きが強いため、物産振興はもとより、本県の認知度やイメージの向上につながるよう、滋賀ならではの県産品の磨き上げも必要。</li> </ul>	<p><b>【魅力向上と創出】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・磨き上げ・ブランド力の向上(地酒のGI取得、「おいしがうれしが」キャンペーン事業による県産農畜産物の利用促進、地場産業・伝統的工芸品の新商品開発支援、ここ滋賀での企画催事や商談マッチング等)</li> </ul> <p><b>【魅力の発信】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント・物産展の開催、各種情報媒体を使った発信(大都市圏等での物産展、「滋賀地酒10,000人乾杯プロジェクト」の実施、フェア開催等による滋賀食材の魅力発信、伝統的工芸品の冊子作成、ここ滋賀での企画催事開催や発信等)</li> </ul> <p><b>【推進体制強化】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各協議会等を通じた連携強化</li> </ul>

## (1)体験・交流型観光

### ア 重点分野ごとの成果指標(令和6年度目標値)

- ・滋賀らしい観光コンテンツの創出数:200本(R元:ー、R2:ー)

### イ 現状・課題

・地域における幅広い消費を増やすためには、また、観光客の滋賀への愛着を増やし滋賀ファンになってもらうためには、より長く滞在してもらうとともに何度も来訪してもらうこと、さらに著名な観光スポットだけでなく地域を周遊してもらうことで、旅先での触れ合いや地域の暮らしを含めた滋賀の魅力を実際に体感してもらうことが重要となります。

・コロナ禍により、自然志向や健康志向への関心が高まるとともに、個人または少人数でその土地の文化や暮らしを体感し、ゆったり楽しむ旅を求めるなど観光形態（旅行需要）に変化が生じています。

・琵琶湖をはじめとした豊かな自然のほか、琵琶湖と共生してきた農林水産業、発酵食に代表される食文化、歴史、文化芸術、地場産品、暮らしの中で継承されてきた生活文化等の多くの魅力的な地域資源があり、かつ、大都市圏からの交通の利便性が高い滋賀県としては、その強みを生かす絶好の機会です。

・一方、滋賀県は日帰り客が約9割を占め、宿泊数も約8割が一泊のみであるとともに、旅行者が地域で消費する単価（観光消費額単価）についても全国と比較して低い傾向にあります。

・これらのことから、滋賀ならではの地域資源を活かした体験・交流型コンテンツの創出を図り、観光客の地域での交流や滞在、消費活動を促進する必要があります。

・また、観光客に対して効果的にプロモーションして滋賀への来訪につなげることができるよう、ターゲットに応じた広報媒体を活用し、戦略的かつ機動的な情報発信に取り組むことが重要です。

・さらに、宿泊施設や観光協会など地域が一体となって取組を進めるとともに、観光のみならず地域の幅広い産業において相乗効果を発揮するため観光業以外の業種とも連携することが必要です。

## ウ 必要な施策

### 【魅力向上と創出、受入環境整備、推進体制強化】

・主に「自然・環境」「スポーツ・アクティビティ」「歴史・戦国」「文化・芸術」「産業」「食・暮らし」の6つのテーマで、これまで観光コンテンツとして十分に活用されてこなかった県内各地の価値ある資源を再発見・再評価し、滋賀の魅力を経験・体感できる地域資源の掘り起こし、磨き上げを行い、観光コンテンツの商品化を行います。

・県内を8つの地域にわけ、観光コンテンツ創出に向けての調査や伴走支援を行うコーディネーターを配置します。そして、そのコーディネーターが地域に入り込み、地域との連携や現地ガイド・専門家等への聞き取り調査の中で、地域資源を発掘し、観光コンテンツとして素材の分析や磨き上げを行います。そして、その分析データを基に創出した観光コンテンツの更なる磨き上げを行います。

・創出した観光コンテンツについては、新たに販売システムを構築し、体験受入事業者の自社サイトだけでなく、観光協会や近隣宿泊施設等でも販売できるとともに、統一した在庫管理も行える仕組みを導入します。

・市町観光協会の職員等について、観光コンテンツ創出に携わる実務研修等を実施し、地域の中心となって観光地経営を担える人材の育成を図ります。

・「ここ滋賀」において、観光コンシェルジュを設置し、首都圏顧客のニーズ把握に努めるとともに、新たに旅行事業者と連携して店舗での旅行商品の販売を行うなど、実際の滋賀への誘客機能を強化します。

・おもてなし力向上を図るため、ボランティアガイド等の育成を図ります。

### 【魅力の発信】

・観光コンテンツを地域別、季節別、テーマ別に抽出し、ターゲットに応じた発信媒体を活用し、機動的な情報発信を実施します。

・県の情報発信拠点である東京のここ滋賀のホームページを再構築し、ホームページやSNSを活用して効果的に情報発信を行います。

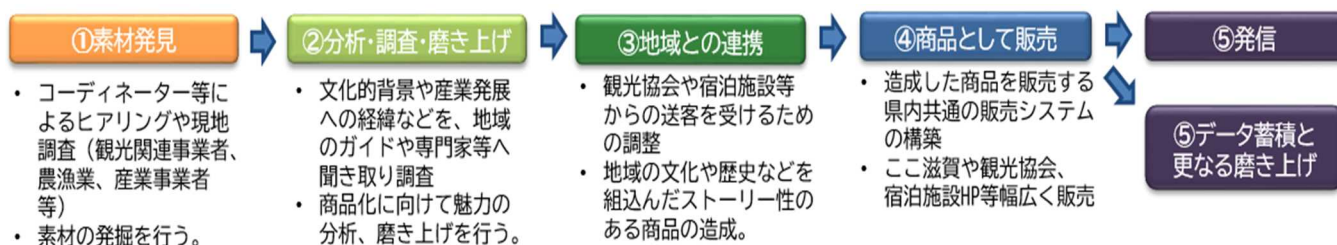
・県内において撮影支援を行った映画やドラマ等を活用し、滋賀の魅力を体感してもらえるようロケ地を巡るマップの作成・配布やデジタルスタンプラリー等を実施します。

### 【推進体制強化】

・行政やDMO、観光協会、交通事業者、農林水産業者・団体、製造業者・団体、マスコミ等の多様な分野の主体が連携するニューツーリズム推進協議会を活

用し、情報の共有や観光コンテンツの創出、魅力発信を行います。

＜観光コンテンツ創出の流れ＞



施策の柱	施策
魅力向上と創出	滋賀らしい観光コンテンツの創出・商品化 観光コンテンツ販売システム構築・運用 ここ滋賀での魅力向上と創出
受入環境整備	事業者への受入環境整備等の支援 おもてなし力向上のための人材育成
魅力の発信	ターゲットに応じた発信媒体を活用しての機動的な情報発信 ここ滋賀での魅力の発信 県内で撮影された映画やテレビ等を通じた魅力発信
推進体制強化	コーディネーターの設置 観光専門人材の育成・活性化 ニューツーリズム推進協議会の活用



エ 工程表

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度
魅力向上と創出	滋賀らしい観光コンテンツの創出・商品化		
	・地域資源の掘り起こし、磨き上げ、商品化 (8地域で64コンテンツ以上) (8地域で64コンテンツ以上) (8地域で64コンテンツ以上)		
	・商品の充実および多層化		
	・商品のデータ分析、更なる磨き上げ		
	観光コンテンツ販売システムの構築・運用		
	・販売システムの構築		
	・販売システムの運用・改善		
	・近隣宿泊施設や周辺施設との連携強化		
	ここ滋賀での魅力向上と創出		
	・観光コンシェルジュ設置・ニーズの把握		
・オリジナルの旅行プログラムの 造成および販売を促すためのク ーポンの作成			
・旅行者の声を反映した旅行プログラムの改善			
受入環境整備	事業者への受入環境整備等の支援		
	・商品化に向けた受入環境整備等に要する経費への支援		
	おもてなし力向上のための人材育成		
	・ボランティアガイド、スポーツボランティア人材等の育成		

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度
魅力の発信	ターゲットに応じた発信媒体を活用しての機動的な情報発信		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・時期や旬を捉えて地域別・季節別・テーマ別に発信</li> </ul>		
	(各種広報誌やHP・SNS・チラシ・ポスター等の広報媒体、メディア関係者向けツアー、広告会社を通じた発信)		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・彦根城世界遺産（国内で推薦候補に選定（令和4年度目標）にあわせた発信</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・彦根城世界遺産登録（令和6年度）にあわせた発信</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「聖徳太子薨去 1400 年」（令和4年度）にあわせた発信</li> </ul>		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・北陸新幹線敦賀駅開業（令和5年度）にあわせ、県北部の発信を強化</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪・関西万博開催（令和7年度）にあわせ、関西広域連合・関西観光本部と連携した発信</li> </ul>
	ここ滋賀での魅力の発信		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全館一体的活用の企画催事の実施</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来館者等からの発信を促す仕掛けづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ここ滋賀」来館者等からの発信</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ここ滋賀 HP を SNS と連動するよう再構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ここ滋賀 HP や SNS による情報発信</li> </ul>		
県内で撮影された映画やテレビ等を通じた魅力発信			
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロケ地マップやタイアップポスターの作成、デジタルスタンプラリーの実施等</li> </ul>			
推進体制強化	コーディネーターの設置		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・統括・地域コーディネーターの設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・統括・地域コーディネーターによる観光協会や地域の専門家との地元連携強化</li> </ul>	
	観光専門人材の育成・活性化		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・講座、グループワーク、観光コンテンツ創出に向けた実務研修等</li> </ul>		
	ニューツーリズム推進協議会の活用		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ニューツーリズム推進協議会を通じた関係者の連携強化</li> </ul>			

## (2)ビワイチ、ビワイチ・プラス

### ア 重点分野ごとの成果指標(令和6年度目標値)

・ビワイチ体験者数:11万人(R元:10.9万人、R2:8.7万人)

### イ 現状・課題

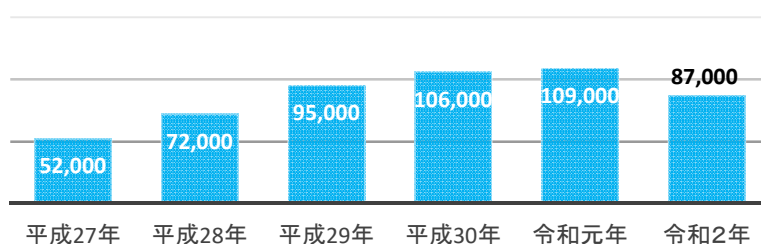
#### 【背景等】

- ・平成30年3月にビワイチ推進総合ビジョンを策定し、サイクルツーリズムを推進してきました。
- ・令和元年11月にビワイチが国のナショナルサイクルルートに指定され、琵琶湖一周だけでなく、県全域において地域独自の観光資源を活用したサイクルツーリズムの機運が高まっています。
- ・令和4年4月のビワイチ推進条例の施行を契機に、ビワイチの魅力をより一層高め、観光振興や活力ある地域づくりにつながる取組を加速させる必要があります。

#### 【体験者数等】

・コロナ禍の影響により、本県の令和2年の延べ観光入込客数は令和元年比で約3割減でしたが、サイクリングは3密を避けやすいことなどから、令和2年のビワイチ体験者数(8.7万人)は令和元年(10.9万人)比で約2割減にとどまりました。

ビワイチ体験者数推計値(人)



- ・ビワイチ体験者の宿泊割合は、令和元年に39%でしたが、令和2年に27%に低下しています。
- ・令和3年度に実施した「しがWebアンケートプラス調査」の結果によると、ビワイチの認知度は83.2%で、「サイクリングをしたい」と答えた人は48.2%でした。また、「サイクリングをしたい」と答えた人のうち、男性が52.3%、

女性が 42.1%であり、男性の割合がやや多かったものの、ビワイチサイクリングナビアプリの利用者においては男性が 86.1%を占め、女性の割合が低い状況です。

・一部のサイクリストに対してですが、「地域住民や自動車のドライバーに配慮を呼びかけてほしい」という苦情が多く、サイクリストの更なるマナーアップが求められています。

## ウ 必要な施策

### 【魅力向上と創出】

- ・ビワイチ推進条例の施行を契機に、家族連れや女性など、新たな層がサイクリングを楽しめるきっかけづくりを進めます。
- ・地域の観光地等を周遊するデジタルスタンプラリーや、走行距離に応じてポイントが貯めて景品に応募するサイクリングマイレージ事業を展開し、県全体でサイクリングを楽しむ雰囲気づくりを進めます。
- ・サイクリスト向け安全啓発リーフレットを作成し、関係団体や自転車販売店と連携して配布するなどサイクリストの交通ルール順守やマナーアップを進めます。

### 【受入環境整備】

- ・地域交流拠点であるサイクルサポートステーション<sup>注1</sup>の拡充やビワイチサイクリングナビアプリの活用、サイクリストにやさしい宿の魅力を高め、安心してサイクリングが出来る環境整備や、そこでしか味わえない特別な体験ツアー等につながる取組を進めます。
- ・自転車通行空間の整備、案内看板および路面表示の設置等を計画的に行います。

### 【魅力の発信】

- ・本県の自然、歴史文化等とサイクリングを組み合わせた動画等を SNS で国内外に広く発信するなど、ビワイチ、ビワイチ・プラスの魅力を一層発信し、イメージアップを図ります。

### 【推進体制の整備】

- ・関係者と連携したサイクルツーリズムを展開するため、滋賀プラス・サイクル推進協議会等を活用し、円滑かつ効果的な連携を進めます。

---

<sup>1</sup> 旅行者等との地域交流の拠点となり、トイレやスポーツバイクに対応した空気ポンプ、自転車用工具の貸し出しをはじめとしたサービスや、情報提供などの「おもてなし」を提供する施設。

施策の柱	施策
魅力向上と創出	「ビワイチの日」「ビワイチ週間」の取組 ビワイチ商品開発支援 サイクリングマイレージ ビワイチ・プラス等デジタルスタンプラリー サイクリングガイドツアー振興支援 サイクリスト向け安全啓発 サイクリング体験・安全教室 青少年グループ等のビワイチ挑戦サポート等
受入環境整備	サイクルサポートステーションの拡充 サイクリストにやさしい宿の利用促進 ビワイチサイクリングナビアプリの活用 自転車通行空間の整備
魅力の発信	ビワイチ、ビワイチ・プラスのイメージアップ
推進体制強化	滋賀プラス・サイクル推進協議会等を活用した多様な連携

エ 工程表

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度	
魅力向上と創出	「ビワイチの日」「ビワイチ週間」の取組			
	・ビワイチルート (記念式典・イベント開催、休憩スポットのキッチンカー巡り)	サポートステーション、キッチンカー、ビワイチ商品販売店と連携したキャンペーン	ビワイチルート、ビワイチ・プラスルート等を組み合わせたサイクリングイベントの開催	
	・ビワイチ・プラスルート (休憩スポットのキッチンカー・サポートステーション巡り) (市町と連携して地域再発見)	サイクリストにやさしい宿と連携した宿泊促進キャンペーン		
	ビワイチ商品開発支援			ビワイチ商品のブランド強化
	・企業等と連携したモデル商品の製作支援	・MLGsなどを反映した質の向上	・健康・環境等をテーマにした企業・大学等と連携した商品展開	
	サイクリングマイレージ			
	・システム構築、利用促進キャンペーン	・ビワイチ商品の販売促進と組み合わせたキャンペーン	・地域観光とサイクリングを組み合わせたキャンペーン	
	ビワイチ・プラス等デジタルスタンプラリー			
	・市町等の開催支援[市町エリア、広域エリア]			
	・地元商店利用など好事例収集		未実施エリアの活用促進	
	・魅力的なモデルコースづくり			
	サイクリングガイドツアー振興支援			ビワイチ・プラスを活用した地域再発見テーマ別スタンプラリー
			・地元特産品、グルメ、歴史文化、環境保全、地域交流等の拠点を周遊	
			付加価値の高いガイド付き体験交流ツアーの広報PR	
	・資格取得支援、ツアーPR	・地域観光のマッチング、好事例収集	・インバウンドなど長期滞在者向け、自然・歴史・地産地消をテーマにした高品質ツアーの開催支援	
	サイクリスト向け安全啓発			
・協賛企業と連携した啓発広報	・大学・企業と連携した啓発資材づくり、関係機関と連携した啓発			
サイクリング体験・安全教室			企業・団体・大学等と連携した安全サイクルツアーの開催	
・活動団体との連携	・内容の充実、開催場所の拡大			
青少年グループ等のビワイチ挑戦サポート				
・休憩場所や注意箇所の地図作成	・青少年ビワイチ応援施設のPR、好事例収集	・「ビワイチの子」応援事業PR		

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度
受入環境整備	サイクルサポートステーションの拡充		
	・マップ、アプリでのPR、情報交換会の開催等		
	サイクリストにやさしい宿の利用促進		
	・整備に対する支援	・好事例の集約、情報交換会	・サイクリングガイドとの連携強化
	ビワイチサイクリングナビアプリの活用		
	・プランニング、ナビゲーション機能、観光ガイド、レンタサイクル予約システム、走行記録保存機能のPR		
	自転車通行空間の整備 【ビワイチ、ビワイチ・プラス】		
・自転車通行空間の整備、案内看板設置、路面表示等			
【ナショナルサイクルルート】			
自転車歩行者専用道路、青矢羽根等の路面標示			
魅力発信	ビワイチ、ビワイチ・プラスのイメージアップ		
	・SNSを活用した魅力発信、鉄道事業者と連携したキャンペーン		
	・バーチャル体験コンテンツの開発・PR	・サイクルイベント等のバーチャル体験の催事等	
推進体制強化	滋賀プラス・サイクル推進協議会等を活用した多様な連携		
	・アドバイザーの活用、民間事業者等との官民連携		

### (3)教育旅行

#### ア 重点分野ごとの成果指標(令和6年度目標値)

- ・教育旅行誘致人数:10 万人(R 元:6.1 万人、R2:6.9 万人)

#### イ 現状・課題

・教育旅行は、宿泊や体験活動だけでなく、交通事業者やお土産等の物産事業者等にも大きく影響し、幅広い経済効果が期待できます。

・学習指導要領において「持続可能な社会の創り手の育成」が明記されたこと等を背景に SDGs 教育の推進に向けたニーズが高まっており、今後、多くの学校から関連する学習プログラムの提供を求められることを踏まえ、滋賀らしい教育旅行プログラムの創出が必要です。

・本県には、県外からの交通アクセスに恵まれながら、雄大で美しい琵琶湖とその周辺の緑豊かな山野があるなど様々な学習素材が存在しています。

・本県の教育旅行誘致のメインターゲットである地域に対する誘致キャラバン（訪問営業）や大手旅行会社の教育旅行担当者を本県に招いた現地研修会等を行っている中で、旅行会社から、滋賀での教育旅行を学校に提案するための施設等の情報が不足していると指摘があるため、効果的な情報発信を行う必要があります。

・コロナ禍前の本県への来訪人数は、令和元年度は 61,490 人ですが、コロナ禍の影響を受け、キャンセルが急増したことから、助成制度により教育旅行の取戻しを図り、その結果、令和 2 年度は 69,001 人、令和 3 年度は約 81,000 人となっています。

・コロナ禍の影響を受けて、多くの学校が教育旅行先を変更しており、本県の誘致のメインターゲットである遠方地域からの来訪は大きく落ち込んでいます。一方、この機に初めて本県に来訪した地域の学校が継続して本県に来ている例もあります。そのため、誘致のメインターゲットである遠方地域からの来訪を取り戻すことに加え、新たに本県に来訪した地域からの教育旅行の定着を図ることが必要となっています。



## ウ 必要な施策

### 【魅力向上と創出】

・琵琶湖を通じてSDGsをアクションに落とし込む仕組みであるMLGsを学んだり、それらを体験・体感できるプログラムの磨き上げや創出に取り組むことにより、滋賀らしい教育旅行を提供していきます。

### 【受入環境整備】

・コロナ禍における、教育旅行に対して感じる不安を払拭するため、「滋賀県における『安全安心な観光』に向けた対策手引き」等により、安全安心に学生を受け入れていきます。

### 【魅力の発信】

- ・誘致のメインターゲットである地域の大手旅行会社へのキャラバン(訪問営業)や大手旅行会社の教育旅行担当者を滋賀県に招いた現地研修会の拡充等を行います。
- ・コロナ禍により来訪が減少している遠方地域の教育旅行の取戻しと、新たに本県へ来訪している地域からの教育旅行の定着を図るため、助成制度等を活用し誘致に取り組めます。
- ・滋賀県の情報を紙媒体やインターネットを活用し、より効果的に発信していきます。
- ・旅行会社や学校に対して滋賀県を売り込むための誘致ツールとして、本県のコンテンツを学校のニーズ等に沿って磨き上げるとともに、新たな学習素材等を盛り込んだ案内冊子や事前学習教材を作成し、発信・周知を行います。
- ・東北3県(岩手県、宮城県および福島県)と本県で相互に教育旅行を送客していく交流を推進していきます。

### 【推進体制強化】

- ・教育旅行関連事業者との連携強化を図ります。

施策の柱	施策
魅力向上と創出	滋賀らしい教育旅行プログラムの磨き上げ・創出
受入環境整備	「滋賀県における『安全安心な観光』に向けた対策手引き」の推進
魅力の発信	旅行会社向けのキャラバンや現地研修会の実施 案内冊子や事前学習教材による発信・周知 教育旅行サイトによる情報発信 東北3県との相互交流
推進体制強化	教育旅行関連事業者との連携強化

## エ 工程表

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度	
魅力向上と創出	滋賀らしい教育旅行プログラムの磨き上げ・創出			
	・教育旅行プログラムの調査・磨き上げ・創出	・教育旅行プログラム実施施設の掘り起こし・拡充		
受入環境整備	「滋賀県における『安全安心な観光』に向けた対策手引き」の推進			
	・手引きの周知	・手引きの更新		
魅力の発信	大手旅行会社へのキャラバン実施			
	・大手旅行会社へのキャラバンの実施			
	・キャラバン実施先旅行会社の新規開拓・拡充			
	旅行会社教育旅行担当等を対象とした現地研修会			
	・旅行会社向け現地研修会の実施			
	・実施地域・研修内容の拡充			
	教育旅行案内冊子による発信			
	・教育旅行案内冊子作成	・Web 版案内冊子の更新		
	・教育旅行プログラムの掲載 (SDGs、MLGs 等)	・旅行会社向け教育旅行案内冊子配布、周知		
		・配布や周知による効果の検証		
		事前学習教材による周知		
	・事前学習教材の作成（自然、歴史、MLGs 等）	・事前学習教材の配布、周知		
教育旅行専用サイトによる情報発信				
・教育旅行専用サイトの充実	・効果を検証しつつ、効果的なサイト運営を検討			
東北3県との相互交流				
・東北3県の相互交流の推進・相互に送客する体制づくり				
推進体制強化	教育旅行関連事業者との連携強化			
	・関連事業者（宿泊・物産・体験施設等）との連携強化			

#### (4)コンベンション、イベント等

##### ア 重点分野ごとの成果指標(令和6年度目標値)

- ・コンベンション参加者数:5万人(R 元:1.9 万人、R2:0 人)

##### イ 現状・課題

###### 【コンベンション】

・コンベンションの多くは、2泊3日など滞在期間が長期にわたることや、それに伴う飲食やお土産の利用、グレードの高い施設の利用が多いこと、参加者等が会場に来るための交通利用など、幅広い消費を生み出すことから、地域に大きな経済効果をもたらします。

・コンベンションは、規模の大きいものであれば3年以上前から誘致活動を行うことが必要であり、開催情報の収集や誘致に向けた情報発信が重要となります。

・コロナ禍の影響により、コンベンション自体の開催が減っていることや、オンライン会議等の急速な普及により、コンベンションの招致が難しくなっています。

・本県のコンベンション誘致人数は、コロナ前の令和元年度は、19,190 人でしたが、コロナの影響により令和2年度は0人、令和3年度は約2,850人と落ち込んでいます。

・琵琶湖を眺望しながらゆったり寛げる空間で会議を実施できること、終了後は琵琶湖でのクルージングや史跡・旧跡などを訪ねるなど滋賀らしい体験・交流型観光を提供できること、さらに、これまで「環境」「水」「健康」などをテーマとした様々な会議等を実施してきたことなどが本県の強みになります。

・コロナ収束後を見据えた安全安心な会議やハイブリット会議の開催、滋賀らしい素材を組み込んだ会議の提供等に向けて、コンベンション施設を有する事業者や物産事業者、体験施設等との連携強化が必要です。

#### 【イベント等】

・大型イベント等の開催を見据えつつ、適切な時機に周知キャンペーンや誘客イベント等を地域別や季節別、テーマ別に行い、滋賀への誘客につなげます。

- ・令和4年度：第72回全国植樹祭
- ・令和5年度：北陸新幹線敦賀駅開業
- ・令和6年度：彦根城世界遺産登録
- ・令和7年度：大阪・関西万博、第79回国民スポーツ大会・第24回全国障害者スポーツ大会

## ウ 必要な施策

### <コンベンション>

#### 【魅力向上と創出】

・ユニークベニュー<sup>注1</sup>等のコンベンション施設の魅力向上や、滋賀ならではの魅力ある地域資源を活用したエクスカーション<sup>注2</sup>等の創出により、滋賀らしいコンベンションを提供していきます。

#### 【受入環境整備】

・円滑な誘致に向けて、受入施設への働きかけ（早期予約の実現等）を行うとともに、ハイブリット会議等に対応していくためコンベンション関係者の IT リテラシー・スキルの向上や受入環境の充実を促進します。

#### 【魅力の発信】

・複数の地方都市と連携した地方都市コンベンション関連団体との首都圏合同セミナー・ワークショップ等を実施し、会議運営サービス会社および旅行会社への情報発信や、会議等の情報収集を行います。

・会議運営サービス会社および旅行会社の MICE <sup>注3</sup>担当者を本県に招いた現地研修会の実施、助成制度等の活用による誘致活動を行います。

・デジタルガイドブックの活用により、滋賀ならではの琵琶湖を眺望しながらゆったり寛げる空間やユニークベニューでの会議が開催できること等の情報発信を強化します。

#### 【推進体制強化】

・コンベンション施設を有する事業者や物産事業者、体験施設等との連携強化を図ります。

---

<sup>1</sup> 歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場。

<sup>2</sup> 訪れた場所で案内人の解説に耳を傾けながら参加者も意見を交わし、地域の自然や歴史、文化など、さまざまな学術的内容で専門家の解説を聞くとともに、参加者も現地での体験や議論を行い社会資本に対する理解を深めていく「体験型の見学会」。

<sup>3</sup> 企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語で、これらのビジネスイベントの総称。

施策の柱	施策
魅力向上と創出	ユニークベニュー等のコンベンション施設の魅力向上 滋賀ならではの地域資源を活用したエクスカーション等の創出
受入環境整備	コンベンション受入環境の強化
魅力の発信	セミナー・ワークショップ等による情報発信・情報収集等 MICE 担当者向け現地研修会等の実施 デジタルガイドブックによる情報発信
推進体制強化	関係事業者との連携強化

<イベント等>

【魅力の発信】

- ・本県の観光振興に直結する大きなプロジェクト等を好機と捉え、イベントやプロモーション活動等を行い、誘客につなげます。

施策の柱	施策
魅力の発信	各プロジェクト等を見据えた周知キャンペーンや誘客イベント等の実施

## エ 工程表(コンベンション)

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度
魅力向上と創出	ユニークベニュー等のコンベンション施設の魅力向上		
	・ 滋賀らしいユニークベニュー等の施設の魅力向上		
魅力向上と創出	滋賀ならではの地域資源を活用したエクスカーション等の創出		
	・ 滋賀ならではの地域資源を活用したエクスカーションの掘り起こし	・ 更なるエクスカーションの創出	
受入環境整備	コンベンション受入環境の強化		
	・ コンベンション受入環境の強化 (受入施設の早期予約実現への働きかけ、ITリテラシー・スキルの向上等)		
魅力の発信	セミナー・ワークショップの実施による情報発信・情報収集		
	・ 情報発信およびコンベンション開催情報の収集		
	・ 地方都市コンベンション関連団体の連携		
	MICE 担当者向け現地研修会等の実施		
	・ 現地研修会の実施	・ 現地研修会の拡充	
	・ ユニークベニュー等の滋賀らしいコンベンション施設の情報発信		
魅力の発信	デジタルガイドブックによる情報発信		
	・ デジタルガイドブックによる情報発信	・ デジタルガイドブックの内容更新による魅力発信の強化	
推進体制強化	関係事業者との連携強化		
	・ コンベンション受入施設との関係強化		
	・ 物産事業者・体験施設等との連携強化		

## 工程表(イベント)

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度	
魅力の発信	各プロジェクト等を見据えた周知キャンペーンや誘客イベント等の実施			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>彦根城世界遺産（国内で推薦候補に選定（令和4年度目標）にあわせた発信</li> <li>「聖徳太子薨去 1400 年」（令和4年度）にあわせた発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>北陸新幹線敦賀駅開業（令和5年度）にあわせ、県北部の発信を強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>彦根城世界遺産登録（令和6年度）にあわせた発信</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪・関西万博開催（令和7年度）にあわせ、関西広域連合・関西観光本部と連携した発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>第79回国民スポーツ大会・第24回全国障害者スポーツ大会開催（令和7年度）にあわせた発信</li> </ul>
	第72回全国植樹祭（令和4年度）に関連する取組等			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>植樹祭開催</li> </ul>			
	彦根城世界遺産登録（令和6年度）に関連する取組等			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>シンポジウム開催</li> </ul>			
	県内各種イベントでパネル展示の実施等			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web サイト多言語化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web サイトによる広報</li> </ul>		
	北陸新幹線敦賀駅開業（令和5年度）に関連する取組等			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>湖西地域をメインに、旅行会社とコラボしたモニターツアーを企画</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社とコラボした企画の展開</li> </ul>	
	第79回国民スポーツ大会・第24回全国障害者スポーツ大会（令和7年度）に関連する取組等			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Web サイトによる広報（令和4年度にサイトリニューアル）</li> </ul>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>開催決定イベント開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>開催1年前イベント開催</li> </ul>			



## (5)訪日外国人旅行(インバウンド)

### ア 重点分野ごとの成果指標(令和6年度目標値)

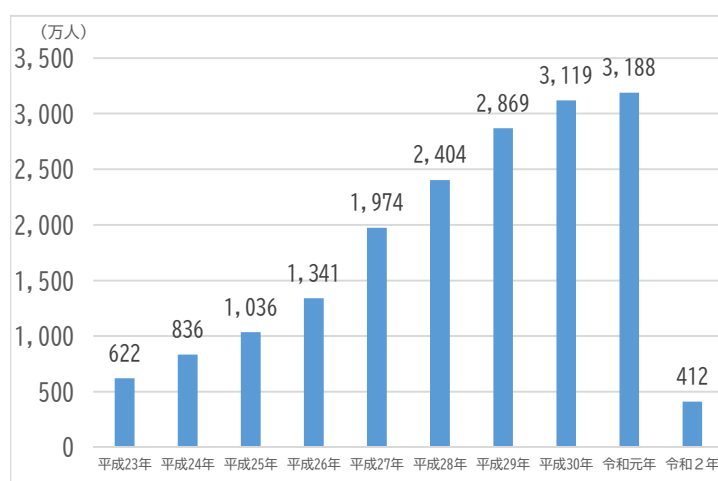
- ・外国人延べ観光入込客数:68 万人(R 元:67 万人、R2:11.8 万人)
- ・上記のうち宿泊客数 :35 万人(R 元:34.2 万人、R2:4 万人)

### イ 現状・課題

#### 【全国の様況】

- ・コロナ禍前の令和元年は年間 3,188 万人が訪日していましたが、コロナ禍で国境をまたぐ往来が制限され、令和 2 年には年間 412 万人に激減しました。

訪日外国人旅行者数の推移



資料：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」より作成

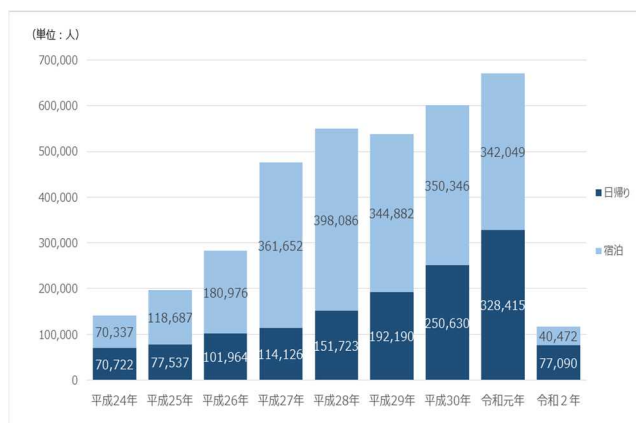
- ・「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査」（(株)日本政策投資銀行・(公財)日本交通公社：令和 2 年）によると、コロナ収束後の海外旅行先として、日本は、「食事がおいしい」「行きたい観光地・施設がある」「清潔」「体験したいツアー・アクティビティがある」等の理由で高評価を得ており、収束後は、多くの訪日が期待されます。

- ・「訪日外国人消費動向調査」（観光庁：令和元年）によると、海外旅行の目的として、「ショッピング」「繁華街の街歩き」といった『モノ消費』でなく、「自然体験ツアー・農漁村体験」「四季の体感」といった『コト消費』に期待が高まっています。また、同調査によると、出発前に役に立った情報源第 1 位は SNS で、コロナ禍においても、SNS の活用等、オンラインでの PR が重要であるといえます。

### 【本県の状況】

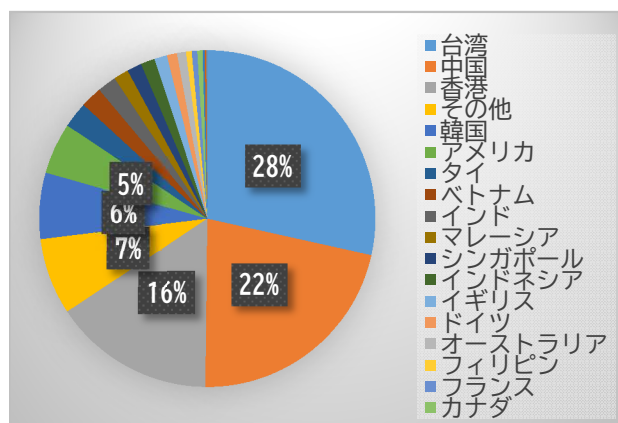
- ・本県においては、令和元年の外国人延べ観光入込客数が670,464人（うち宿泊客数342,049人）でしたが、令和2年には117,562人（うち宿泊客数40,472人）となり、令和元年度比で約82%減となっています。なお、本県の訪日外国人は全国の0.7%程度で、近畿2府4県で最小となっています。
- ・来県する訪日外国人の国別割合は、台湾をはじめとする東アジアの国が6割以上を占めていることから、インバウンドのターゲット市場として、東アジアを重点市場としています。また、本県の強みである歴史、文化、自然アクティビティといった観光コンテンツへの関心が高い欧米豪を開拓市場としています。
- ・令和元年には姉妹省である中国湖南省に滋賀県誘客経済促進センターを設置し、本県の観光推進拠点として活用しています。
- ・外国人観光客が多い京都や大阪から本県への誘引が必要であるため、京都タワー内にある関西ツーリストインフォメーションセンター京都（KTIC 京都）内に滋賀県案内ブース「そこ滋賀」を設置し、観光案内等を実施しています。
- ・過去の商談会等で行った現地旅行エージェントへのヒアリングによると、滋賀県を知らない方や訪れたことがない方が非常に多いことから、本県の認知度・知名度が低く、海外への情報発信が不十分です。また、本県の観光資源がどのような市場や属性に訴求するかの把握が不十分です。
- ・県内観光関連事業者のHPの多言語化等、一層のインバウンド受入環境整備が必要です。

滋賀県訪日外国人観光客数の推移



資料：滋賀県商工観光労働部観光振興局「滋賀県観光入込客統計調査」より作成

県内訪日宿泊旅行者数 国籍別（2019）



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」より作成

## ウ 必要な施策

### 【魅力向上と創出】

・琵琶湖等の豊かな自然や歴史・文化をはじめとした地域資源を活用した訪日外国人に訴求力が高い、滋賀らしいインバウンド向け観光コンテンツの発掘や商品造成、販路開拓の支援を行います。

・そこ滋賀プロジェクト<sup>注1</sup>の一環として、京都発着地型ツアーの造成、販売を行います。

・関西観光本部と連携して、広域ツアーの造成、販売を行います。

### 【受入環境整備】

・インバウンド受入環境の整備（AI（人工知能）翻訳機等の導入、社員等研修、施設内案内表示・メニュー・マップなどの多言語化、Wi-Fiの整備等）を支援します。

・本県の魅力発信やおもてなし力の向上を図るため、全国通訳案内士に対する研修を行います。

### 【魅力の発信】

・ランドオペレーター<sup>注2</sup>やインフルエンサー等に対する FAM トリップ<sup>注3</sup>を行います。

・そこ滋賀プロジェクトの一環として、京都等のホテルのコンシェルジュに対し研修を行います。また、KTIC 京都内の案内ブースにて、観光案内業務や商品販売を行います。

・関西広域連合や中央日本総合観光機構等と連携し、滋賀県を含む広域エリアの魅力発信を行います。

・台湾に対しては、広告効果を検証しつつ、オンラインプロモーションおよび誘客プロモーションを実施します。

・中国に対しては、SNS（WeChat<sup>注4</sup>等）を活用した情報発信を行います。

・欧米豪に対しては、北陸新幹線沿線地域での連携事業（グランドサークルプロジェクト）や福井県と連携したオンラインでの情報発信を行います。

### 【推進体制の整備】

・県内各市町、観光協会、観光事業者との連携を強化します。

---

<sup>1</sup> 訪日外国人の多い京都や大阪からの誘引のため、「すぐそこに滋賀がある」ことを近隣県でPRする事業のこと。

<sup>2</sup> 旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社のこと。

<sup>3</sup> Familiarization Trip の略。観光地の誘致促進のため、ターゲットとする国の旅行事業者やブロッガー、メディアなどに現地を視察してもらうツアーのこと。

<sup>4</sup> 中国で広く使用される無料メッセージアプリ。

- ・関西観光本部や中央日本総合観光機構等の広域連携 DM0 との関係強化を図り、各団体での取組に積極的に参画します。

施策の柱	施策
魅力向上と創出	インバウンド商品向けの発掘、販路開拓 そこ滋賀プロジェクトによるツアー造成や販売 関西観光本部と連携した広域ツアー造成や販売
受入環境整備	インバウンド受入環境整備への支援 全国通訳案内士の研修
魅力の発信	FAM トリップの実施 そこ滋賀プロジェクトによる発信等 広域連携での発信 市場別プロモーション（台湾、中国、欧米豪）
推進体制強化	県内事業者や広域連携 DM0 等との連携強化

エ 工程表

	入国制限	入国制限緩和	入国制限解除
魅力向上と創出	インバウンド向け商品の発掘、販路開拓		
	滋賀らしい観光コンテンツの創出、商品化		
		商品の販売促進、販路開拓支援	
	そこ滋賀プロジェクトによるツアー造成や販売		
	ツアー造成		
		ツアー販売	
	関西観光本部と連携した広域ツアー造成や販売		
	広域ツアーの造成		
	広域ツアーの販売		
受入環境整備	インバウンド受入環境整備への支援		
	AI 翻訳機等の導入、社員等研修、案内表示等の多言語化等		
		専門技能スタッフの設置支援等	
	全国通訳案内士の研修		
	基礎研修		
		実践を交えた研修	

	入国制限	入国制限緩和	入国制限解除
魅力の発信	FAMトリップの実施		
	エージェント、ランドオペレーター向け FAM トリップ		
	インフルエンサー、メディア向け FAM トリップ (在日)		
	インフルエンサー、メディア向け FAM トリップ (訪日)		
	そこ滋賀プロジェクトによる発信等		
	京都、大阪等のホテルコンシェルジュに対する研修		
	KTIC 京都内での窓口案内業務、商品販売		
	広域連携での発信		
	関西広域連合・関西観光本部と連携した発信		
	中央日本総合観光機構と連携した発信		
	KTIC 関西国際空港での窓口案内業務		
	市場別プロモーション		
	【台湾】		
	オンラインプロモーション	誘客キャンペーン	
【中国】			
滋賀県誘客経済促進センターを活用した情報発信 (SNS による情報発信、大型観光プロモーション会出展、 観光物産プロモーション・テスト販売等)			
Web 交流会	現地旅行会社向け FAM トリップ		
【欧米豪】			
北陸新幹線沿線地域との情報発信、福井県と連携した情報発信			
推進体制強化	県内事業者や広域連携 DMO 等との連携強化		
	県内各市町、観光協会、インバウンド向け観光事業者との連携強化		
	関西観光本部や中央日本総合観光機構等の広域連携 DMO との連携強化		

## (6)物産

### ア 重点分野ごとの成果指標(令和6年度目標値)

- ・観光消費額(土産代):500 億円(R 元:475 億円、R2:315 億円)
- ・ここ滋賀の売上額 :2.35 億円(R 元:1.54 億円、R2:0.97 億円)

### イ 現状・課題

・滋賀県には、豊富な農畜水産物、地酒、多様な地場産業・伝統的工芸品等があり、それらを活かして滋賀県の魅力を発信し、滋賀への誘客につなげる必要があります。

・また、県産品と県のイメージとは結び付きが強いため、物産振興はもとより、本県の認知度やイメージの向上につながるよう、滋賀ならではの県産品の磨き上げも必要です。

#### 【物産展】

・コロナ禍による観光客の減少や、物産展・イベントの中止・延期により、観光物産事業者の販売機会が減少しています。

・一方、コロナ禍に対応するため、EC サイト等の販売経路の拡大やオンラインを活用した魅力発信が広がるなどの変化も生じています。

・そのため、物産展においても単に販売の場だけでなく、物産を通じた滋賀への来訪へのきっかけの場となるよう、県産品が生み出されるストーリーや素材へのこだわり、作り手の思いを併せて発信し、実際に本県を訪れたいくなるよう来場者へ強く訴求することが重要です。

#### 【地酒】

・「近江の地酒でもてなし、その普及を促進する条例」が平成 28 年 3 月に施行されたことを踏まえ、地酒を中心とした食文化（郷土料理、発酵食品、酒器など）への理解を深めることや、地酒で県外等からの滞在者や旅行者をもてなすという社会的気運の向上を図ることなどを目指し、地酒の普及促進を図っていく必要があります。

・地酒は飲む層が固定化されており、コロナ禍での飲食店における需要減少もあり販売量が落ち込んでいるため、地酒の需要喚起や魅力発信をしていく必要があります。

### 【農畜水産物】

・近江牛や近江米、近江の茶等については県内外の消費者に広く知られていますが、全国的にブランドが乱立し、産地間競争が激化しています。一方、品目によっては、県内ですら認知度が十分ではないものも多くあります。

・そのため、大都市圏での滋賀食材フェアの開催や海外への販路拡大支援、環境こだわり農産物・オーガニックの流通促進などに加え、近江米や近江牛、近江の茶など品目ごとのプロモーション等を展開することで県産農畜水産物の需要拡大やブランド力向上に取り組むことが必要です。

・湖魚については、販路の縮小や食生活の多様化により、食卓に上る機会が少なくなっています。そこで、消費の拡大や付加価値向上を目指す取組を支援し、県内産水産物の流通促進を図るとともに、湖魚のイメージ向上と定着を図る必要があります。

### 【地場産業・伝統的工芸品】

・「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」が平成 28 年 3 月に施行され、その中で振興対象とする近江の地場産品を設定しています。その中で地場産業として 9 つの産業が、伝統的工芸品として 40 品が指定されています。

・多くの事業者については、生産や売上は横ばい、または減少傾向であり、地場産業や伝統的工芸品の高付加価値化やブランド化を目指す必要があります。また、販路開拓や商品開発といった需要開拓に苦心しており、各産地のものづくり技術を十分に活かした市場へのアプローチや、情報発信力も強化する必要があります。



## ウ 必要な施策

### 【魅力向上と創出】

- ・地酒については、地理的表示保護制度<sup>注1</sup>（GI）取得を契機に、産地としてのイメージを向上かつ定着させるとともに、より積極的な PR を実施していきます。
- ・農畜水産物について、県内の観光資源とのタイアップを図り、国内外からの客へ県産品の提供を進めるとともに、農業・加工体験などのサービスの提供等と一体化させた新たな経営展開を促進します。
- ・県産魚介類については、フェアの開催等により、認知度向上を推進します。
- ・地場産品・伝統的工芸品については、需要拡大のため、新商品開発に対する支援、SNS 等を活用した取組への支援、新たな販路開拓への取組に対する支援を行います。
- ・県の情報発信拠点である東京の「ここ滋賀」においては、首都圏への販路拡大をめざす事業者を対象に、バイヤー等による商品評価を行うとともに、首都圏等での商談マッチングを実施します。

### 【魅力の発信】

- ・県産品を通じた県内観光周遊の促進に向けて、県内および大都市圏で物産展やイベント等を開催します。その際は、県産品の販売とともに製造過程、材料へのこだわり、作り手の思いなどの製品の背景にあるストーリーやその時の滋賀の旬の観光情報等を SNS 等も活用して発信します。
- ・近江の地酒の一層の普及と拡大を目指し、「滋賀地酒 10,000 人乾杯プロジェクト」や魅力の発信などを、Web と対面開催を組み合わせて取り組みます。
- ・農畜水産物について、台湾等の輸出拡大地域で、滋賀県フェアの現地開催等による PR により、滋賀の食材の魅力発信を行います。
- ・県産魚介類については、SNS や HP での魅力発信を行います。
- ・地場産業製品・伝統的工芸品については、その製造技術の高さ・実用性・美といった価値を広く伝え、あわせて販売を支援します。また、伝統的工芸品やそれを製作する作業風景の写真を掲載した冊子を作成します。さらに、体験や見学などの情報も掲載し、観光としての伝統的工芸品を発信します。
- ・東京の「ここ滋賀」のホームページを再構築するとともに、ホームページや SNS を活用して効果的に魅力発信を行います。

### 【推進体制の強化】

---

<sup>1</sup> 品質や社会的評価など確立した特性が産地と結び付いている産品について、その名称を知的財産として保護する制度。

- ・各協議会等を通じて、関係事業者や団体との連携を強化します。

施策の柱	施策
魅力向上と創出	磨き上げ・ブランド力の向上 (地酒のGI取得、「おいしが うれしが」キャンペーン事業による県産農畜産物の利用促進、地場産業・伝統的工芸品の新商品開発支援、ここ滋賀での企画催事や商談マッチング等)
魅力の発信	イベント・物産展の開催、各種情報媒体を使った発信 (物産展の開催、「滋賀地酒 10,000 人乾杯プロジェクト」の実施、フェア開催等による滋賀食材の魅力発信、伝統的工芸品の冊子作成、ここ滋賀での企画催事開催やHP・SNSを通じた発信等)
推進体制強化	各協議会等を通じた連携強化

エ 工程表

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度
魅力向上と創出	磨き上げ・ブランド力の向上		
	【地酒】		
	・地理的表示保護制度（GI）取得	・よりストーリー性のある商品の開発	
	【農畜水産物】		
	・「おいしが うれしが」キャンペーンによる県産農畜水産物の観光施設等での利用促進		
	・県産魚介類のフェア開催等	・県産魚介類の認知度向上の取組実施	
	【地場産業・伝統的工芸品】		
	・県内での展示販売会開催	・新商品の開発に対する支援、SNS 等を活用した取組への支援、新たな販路の開拓の促進	
	・海外展開戦略に係る取組支援		
	・技術提供や共同研究、商品開発等の取組支援		
	【ここ滋賀】		
	・バイヤー等による商品評価や首都圏等での商談マッチングの実施	・改善または新開発された商品の取扱	
・県内事業者が行う展示会や即売会の開催支援	・滋賀ファンのニーズに即した催事の実施		
・「ここ滋賀」 および EC サイトによる県産品販売促進			

	令和 4(2022)年度	令和 5(2023)年度	令和 6(2024)年度
魅力の発信	イベント・物産展の開催、各種情報媒体を使った発信		
	【物産展】		
	・県産品を通じた県内観光地周遊イベントの実施		
	・東京、大阪、名古屋で物産展を開催		
	【地酒】		
	・近江の地酒「滋賀地酒 10,000 人乾杯プロジェクト」の実施		
	・魅力発信の仕掛けづくり	・ここ滋賀や県内の旅館・ホテル等からの発信	
	【農畜水産物】		
	・大都市圏や台湾等でのフェア開催等による滋賀食材の魅力発信		
	・Web サイト「滋賀のおいしいコレクション」や SNS による魅力発信		
	・コアユやビワマスなどの県産魚介類の HP や SNS での魅力発信		
	【地場産業・伝統的工芸品】		
	・地場産品、伝統的工芸品の展示・実演や体験		
	・伝統的工芸品の冊子作成	・伝統的工芸品の冊子配布、PR	
	【ここ滋賀】		
・全館一体的活用の企画催事の実施			
・来館者等からの発信を促す仕掛けづくり	・「ここ滋賀」来館者等からの発信		
・ここ滋賀 HP を SNS と連動するよう再構築	・ここ滋賀 HP や SNS による情報発信		
推進体制強化	各協議会等を通じた連携強化		
	・近江の地酒もてなし普及促進協議会、しがの農畜水産物マーケティング推進会議等を通じた関連事業者や団体との連携強化		

第4章 関連事業一覧

※「関連する重点分野」「施策の柱」については、最も関連が深い1項目を選択している

番号	関連する重点分野	施策の柱	事業名	事業概要	R4 予算額 (千円)	R4 新規 事業	コロナ 対策 事業	担当課
1	体験・交流型観光	魅力向上と創出	近江文化発見・発信事業	滋賀ゆかりの文学作品等を通じて、県民が滋賀の歴史・風土・文化・自然等の魅力を改めて認識し、地域への愛着を深めるとともに、その魅力を発信する取組を行う。	6,000			文化芸術振興課
2	体験・交流型観光	魅力向上と創出	新マラソン大会開催事業	滋賀県を代表するフルマラソン大会を開催することで、スポーツを通じた心身の健康増進や、滋賀の魅力発信を行うとともに、環境意識の高揚を図るため、開催経費の一部を負担する。	51,000	○		スポーツ課
3	体験・交流型観光	魅力向上と創出	「近江の城」魅力発信事業	県内城郭「近江の城」全体への関心を高める取組を行い、県内各地の城郭を活用した体験・交流型観光の創出・発信を行い、地域の誇りの醸成や交流人口等の拡大による地域活性化につなげる。	11,937			文化財保護課
4	体験・交流型観光	魅力向上と創出	(仮称)新・琵琶湖文化館整備推進事業	(仮称)新・琵琶湖文化館の令和9年度中の開館に向け、整備を推進する。	90,967			文化財保護課
5	体験・交流型観光	魅力向上と創出	琵琶湖水源の森保全活用事業	長浜市木之本町金居原地区をモデルとして、琵琶湖の水源の森の保全を図るとともに、豊かな自然環境を活かしたエコツーリズムによる利用を促進し、森林生態系サービスの持続可能な利用のモデルづくりを行い、今後のエコツアーを担う人材育成や協働の森づくりへの意識高揚を図るため、森林資源調査、自然・歴史・文化調査による地域資源の掘り起こし、エコツアーの企画、基盤整備(歩道整備等)、地元ガイド育成のための研修会、エコツアーのモデル的实施等を行う。	4,300			自然環境保全課
6	体験・交流型観光	魅力向上と創出	淀川源流の森活用・保全事業	長浜市高時川源流域のトチノキ巨木林やブナ林等の豊かな森林生態系の持続可能な活用を図るためのエコツーリズムを実施するとともに、実施にあたっての活用区域と保全区域のゾーニング調査や検討会の開催により、活用と保全について合意形成を図る。	10,000	○		自然環境保全課
7	体験・交流型観光	魅力向上と創出	エコツーリズム推進支援事業	エコツーリズムの推進に向け、市町や関係事業者等との情報共有および連携を進め、琵琶湖やそれを取り巻く自然、暮らしを体験・体感する滋賀ならではのツーリズムの機運を醸成し、更なるエコツーリズムの推進を図る。	356			琵琶湖保全再生課
8	体験・交流型観光	魅力向上と創出	おもしろ下物(おろしも)ビオトープ水辺のにぎわい創生事業	下物ビオトープを南湖におけるビオトープ拠点としてヨシやハスの観察、魚つかみ等の自然と触れ合う場として周辺施設と連携しながら利活用し、烏丸半島の活性化を図り、水辺のにぎわいを創出する。	1,016			琵琶湖保全再生課
9	体験・交流型観光	魅力向上と創出	シガリズム魅力向上・発信事業(シガリズムコンテンツ創出事業)	県内各地の価値ある資源を体験・体感することができる滋賀らしいツーリズムを創出するため、観光素材の掘り起こし、魅力分析等を行い、誘客促進につなげる。	41,000	○		観光振興局
10	体験・交流型観光	魅力向上と創出	観光イベント推進事業	観光客の積極的な誘致を図るため、地域の特性を活かした観光誘客が見込める地域主催の観光イベントに対して助成する。	12,500			観光振興局
11	体験・交流型観光	魅力向上と創出	「世界農業遺産」プロジェクト推進事業	琵琶湖と共生する「滋賀の農林水産業」について、「世界農業遺産(GIAHS)」の認定に向けた取組を推進し、強い農林水産業づくり、地域活性化の契機とする。この取組のプロセスを通じて、県産物の高付加価値化や観光資源としての活用等につなげ、滋賀の農林水産業を健全な姿で次世代に引き継ぐ。	8,370			農政課
12	体験・交流型観光	魅力向上と創出	棚田地域総合保全対策事業	豊かな自然環境を有する棚田地域を保全するため、都市部のボランティアと棚田地域とのネットワークを構築するとともに、住民主体による継続的な棚田保全活動を推進する。	6,828			農村振興課
13	体験・交流型観光	魅力向上と創出	都市農村交流対策事業	各地で取り組まれている地域資源を活用した都市農村交流活動(農泊)の受入体制整備および魅力向上を目指した研修や活動内容等に関する情報発信を通じて都市と農村との交流を促進し、地域住民等が主体となった持続可能な農村地域の振興と都市住民の農業・農村に対する理解の向上を図る。	2,500			農村振興課
14	体験・交流型観光	魅力向上と創出	川の魅力まるごと体感事業	川に親しむ機会がない子育て世代の親子を対象に、川釣りの魅力を感じることで創出するとともに、釣り教室の開催など遊漁者の増加に向けた取組に対して支援する。	1,067			水産課

第4章 関連事業一覧

※「関連する重点分野」「施策の柱」については、最も関連が深い1項目を選択している

番号	関連する重点分野	施策の柱	事業名	事業概要	R4 予算額 (千円)	R4 新規 事業	コロナ 対策 事業	担当課
15	体験・交流型観光	受入環境整備	スポーツボランティア支援事業	国スポ・障スポ大会など大規模スポーツイベントの開催を視野に、県内スポーツボランティアの組織化や活動支援を行う団体が実施する、活動機会の充実や研修会の開催等の取組に対して補助する。	10,000			スポーツ課
16	体験・交流型観光	受入環境整備	「ウェルカム滋賀」推進事業	観光ボランティアガイドの活動により、来訪者を温かく迎える「おもてなし」の向上を図り、地域の活性化や観光振興につなげる。	450			観光振興局
17	体験・交流型観光	魅力の発信	美の資源活用推進事業	アートや暮らしの中にある美の資源を活用して、地域を元気にする取組を行う民間団体等へ支援を行う。	6,351			文化芸術振興課
18	体験・交流型観光	魅力の発信	アール・ブリュットの魅力発信事業	アール・ブリュットの魅力を広く発信するため、宿泊施設等での作品展示等を行うとともに、アール・ブリュットネットワークの取組を推進する。	5,297			文化芸術振興課
19	体験・交流型観光	魅力の発信	美の魅力一體的発信事業	滋賀の多様な美の魅力を効果的に発信していくため、関係者と連携しながら一體的に発信するとともに、びわこ文化公園で交流や賑わいを創出するため、アートイベント等を行う。	7,000			文化芸術振興課
20	体験・交流型観光	魅力の発信	「びわ湖の日」活動推進事業	多くの人に環境保全をはじめ、食や農、観光や暮らしなど、様々な視点から琵琶湖の価値を認識してもらい、琵琶湖と関わっていただくため、「びわ活」をキーワードに、琵琶湖に関わる様々な情報発信や、多様な活動等にさまざまな施策を展開する。	7,910			環境政策課
21	体験・交流型観光	魅力の発信	琵琶湖博物館魅力創造発信事業	博物館のリニューアル効果を高めるため、生まれ変わった琵琶湖博物館のブランドを明確化し、その魅力を余すことなく発信することで、リピーター獲得を目指す取組を行う。	20,550			環境政策課
22	体験・交流型観光	魅力の発信	シガリズム魅力向上・発信事業 (シガリズムPR推進事業)	観光誘客につながる観光素材を様々な媒体を活用しながら、機動的に情報発信することで、「シガリズム」の普及推進を図る。	32,000			観光振興局
23	体験・交流型観光	魅力の発信	日本遺産・琵琶湖魅力発信事業	本県の日本遺産の認知度向上、周遊観光を促進するため、パンフレット・webページの作成、日本遺産周遊を企画するなど、琵琶湖を中心に点在する日本遺産を面的・広域的に活用した周遊・誘客を図る。	4,100			観光振興局
24	体験・交流型観光	魅力の発信	シガリズム魅力向上・発信事業 (ロケツーリズム推進事業)	県内での撮影を支援した映像作品のテーマ性等を活用し、ロケ地などを巡るPR事業を展開することにより、周遊・滞在型の観光機会を創出し、本県の認知度向上や観光誘客、地域振興を図る。	11,000			観光振興局
25	体験・交流型観光	魅力の発信	映像誘致・ロケ支援事業	映画、テレビ等の映像を通じて本県の豊かな自然や歴史・文化遺産を広く発信することにより、本県のイメージアップ、観光誘客および地域振興を図る。	3,085			観光振興局
26	体験・交流型観光	推進体制強化	シガリズム観光人材育成・活性化事業	地域の観光資源を活用した旅行商品を創出するため市町観光協会等の広域連携を図るとともに、観光地経営を担える観光人材の育成に取り組む。	10,600			観光振興局
27	ビワイチ、 ビワイチ・プラス	魅力向上と 創出	ビワイチ観光推進事業	「ビワイチ」「ビワイチ・プラス」の取組をさらに進め、国内外からの誘客を図るとともに、県内全域への自転車による観光周遊を促進する。	43,722			観光振興局
28	ビワイチ、 ビワイチ・プラス	受入環境整備	補助道路整備事業	「ビワイチ」をはじめとする自転車通行空間整備を推進することで更なる安心安全で快適な走行環境の確保を行い、サイクルツーリズムによる観光誘客と地域活性化を図る。	266,537			道路保全課

第4章 関連事業一覧

※「関連する重点分野」「施策の柱」については、最も関連が深い1項目を選択している

番号	関連する重点分野	施策の柱	事業名	事業概要	R4 予算額 (千円)	R4 新規 事業	コロナ 対策 事業	担当課
29	ビワイチ、 ビワイチ・プラス	受入環境整備	「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	「ビワイチ」をはじめ自転車を安全・安心に利用できる環境の構築や事故防止に向けた安全指導の強化、総合的に自転車情報を発信する環境の整備を進める。	16,000			道路保全課
30	ビワイチ、 ビワイチ・プラス	受入環境整備	「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業	日常・観光面での自転車利用を促進するため、自転車利用環境の向上を図るとともに利用促進啓発等を実施する。	2,500			交通戦略課
31	教育旅行	魅力の発信	MLGsツーリズム教材作成業務	学校教育においてMLGsを通じて琵琶湖の現状と課題を学び、持続可能な社会づくりに貢献できる人材育成のための教材の作成。	3,500	○		琵琶湖保全 再生課
32	教育旅行	魅力の発信	ウェルカム滋賀教育旅行誘致事業	滋賀県が教育旅行先として選ばれるための支援を実施するとともに、滋賀らしい体験型教育旅行を紹介するツール等を作成し、更なる教育旅行の誘致を図る。	64,500		○	観光振興局
33	教育旅行	推進体制強化	観光物産振興事業負担金 (教育旅行誘致事業)	本県への教育旅行誘致を積極的に推進するため、(公社)びわこビクターズビューローに設置している教育旅行部会が実施する事業に要する経費の一部を負担する。	4,050			観光振興局
34	コンベンション、 イベント等	魅力の発信	関西広域連合負担金 (うち関西パビリオン設置運営分)	2025年大阪・関西万博において、関西各府県市の観光・移住・産業振興等のゲートウェイとなる万博会場に関西パビリオンを出展する。	6,768	○		企画調整課
35	コンベンション、 イベント等	魅力の発信	国民スポーツ大会・全国障害者スポーツ大会開催準備事業費	国民スポーツ大会および全国障害者スポーツ大会の開催準備を円滑に進めるため、開催準備委員会に対して負担金の拋出等を行う。 併せて、市町の競技会場施設整備事業に要する経費に対し、補助金を交付する。	568,328			国スポ・障 スポ大会課
36	コンベンション、 イベント等	魅力の発信	彦根城世界遺産登録推進事業	彦根城世界遺産について、令和4年度の国内推薦、令和6年度の世界遺産登録に向け、情報発信等を行い機運醸成を図る。	25,000			文化財保護 課
37	コンベンション、 イベント等	魅力の発信	湖西線広域観光キャンペーン事業	湖西線利便性向上プロジェクト推進協議会が取り組む湖西線沿線への観光誘客を目的とした利用促進の取組に対して必要な支援を行う。	6,000			交通戦略課
38	コンベンション、 イベント等	魅力の発信	滋賀県草津線複線化促進期成同盟会 負担金	滋賀県草津線複線化促進期成同盟会が取り組む草津線の観光誘客に資する利用促進の取組に要する経費の一部を負担する。	1,200			交通戦略課
39	コンベンション、 イベント等	魅力の発信	滋賀・びわ湖鉄道の旅発信事業	琵琶湖環状線利用促進協議会が取り組む公共交通にこだわった観光誘客のための情報発信等の実施に対して必要な支援を行う。	5,175			交通戦略課
40	コンベンション、 イベント等	推進体制強化	観光物産振興事業負担金 (コンベンション誘致事業)	コンベンション開催に係る経費の一部を助成するとともに、地方都市コンベンション関連団体が首都圏で実施する合同セミナー等に参加し、情報収集とコンベンション誘致を行う。	3,568			観光振興局
41	訪日外国人旅行 (インバウンド)	魅力の発信	駐日外交団地方視察ツアー	駐日外交団による滋賀県への地方視察ツアーを実施し、本県の魅力発信および誘客促進に繋がるネットワーク構築を図る。	1,310			国際課
42	訪日外国人旅行 (インバウンド)	魅力の発信	友好州省経済交流駐在員事業	米国ミシガン州および中国湖南省に経済交流駐在員を配置するとともに、中国湖南省に事務所を設置し、これまで培ってきた強固な関係を活用し、観光誘客および経済交流の推進を図り、相互交流および県内経済の活性化を促進する。	14,378			国際課

第4章 関連事業一覧

※「関連する重点分野」「施策の柱」については、最も関連が深い項目を選択している

番号	関連する重点分野	施策の柱	事業名	事業概要	R4 予算額 (千円)	R4 新規 事業	コロナ 対策 事業	担当課
43	訪日外国人旅行 (インバウンド)	魅力の発信	国際観光推進事業	外国人観光客に支持される観光素材の磨き上げや商品化による受入体制整備を推進するとともに、インバウンド誘客向けの拠点を活用したPR等を実施する。	34,178			観光振興局
44	訪日外国人旅行 (インバウンド)	推進体制強化	観光物産振興事業負担金 (国際観光推進事業)	(公社)びわこビジターズビューローのインバウンド部会事業をはじめ、本県のインバウンド振興にかかる情報発信・情報収集等にかかる経費の一部を負担する。	1,200			観光振興局
45	物産	魅力向上と 創出	近江の地域産業振興総合支援事業	本県の優れた地域資源である地場産業等の「稼ぐ力」を高め、地方創生の核となる新たな成長産業として育成するため、施策推進協議会の運営を行うとともに、地場産業および地域特産品の振興のため戦略的な取組を支援する。	30,550			モノづくり振興課
46	物産	魅力向上と 創出	「しがの水産物」流通拡大対策事業	びわサーモン振興協議会による養殖ビワマス「びわサーモン」のイメージアップや流通拡大の活動に対して支援する。	200			水産課
47	物産	魅力向上と 創出	多様で革新的な流通モデル実践事業	今後の高齢化による琵琶湖漁業の構造変化を見据え、漁業組織が経営スキルの強化を目的に、流通事業者と連携して新たな流通モデルの検討・実践を行う取組を支援する。	10,000	○		水産課
48	物産	魅力の発信	伝統的工芸品の魅力発信事業	統一感のある訴求力の高い伝統的工芸品の冊子を作成する。併せて伝統工芸品に関連する観光情報(体験や実演等)を盛り起こし、冊子に掲載する。	3,986			モノづくり振興課
49	物産	魅力の発信	「滋賀県モノづくり・匠の技展」開催事業	伝統的工芸品等の手仕事の技術の高さ・実用性・美といった価値を広く県民に伝えるため、体験・実演・展示・販売の総合的な取組を実施する	3,000			モノづくり振興課
50	物産	魅力の発信	シガリズム魅力向上・発信事業 (観光物産PR推進事業)	県内物産事業者の販売機会を創出し、物産をきっかけとした滋賀ファンの拡大や滋賀への観光誘客につなげるため、観光物産PR展を開催する。	9,500			観光振興局
51	物産	魅力の発信	近江の地酒文化普及事業	近江の地酒に関するイベント開催や魅力の発信を通じ、需要の掘り起こしや新たなファン獲得を行い、滋賀への誘客促進を図る。	4,000			観光振興局
52	物産	魅力の発信	観光物産振興事業負担金 (観光物産情報発信事業、物産振興事業)	滋賀県の観光物産情報ウェブサイトによる観光情報を発信するとともに、観光物産展に出展し本県の観光物産情報の発信をする。また、大消費地である都市圏等において一般消費者向けの物産展等を開催し、県産品の販売促進を図るとともに、本県の様々な魅力ある物産等を通じた本県の魅力を発信する。	40,701			観光振興局
53	物産	魅力の発信	ここ滋賀推進事業	第2期(令和4年度～令和8年度)の運営事業者と連携して、東京・日本橋の情報発信拠点「ここ滋賀」を運営し、滋賀の魅力を実際に見て、触れて、食べることができる体験型の発信を行うとともに、滋賀への誘引と関係人口の創出につなげる。	227,266			ここ滋賀
54	物産	魅力の発信	世界に広げる「滋賀の食材」海外プロモーション事業	生産者や関係団体、ジェトロ滋賀と連携し、ターゲットとする市場や生産状況に応じた戦略的なプロモーションを実施することで、海外市場での県農畜水産物の販路拡充と需要拡大を促進する。	12,680			食のブランド推進課
55	物産	魅力の発信	つなげる！応援店「滋賀の食材」県外プロモーション事業	首都圏や京阪神の「滋賀の食材」取扱飲食店を“応援店”と位置付け、応援店と連携した魅力発信や販路拡大の機会を創出することで、県外飲食店と県内生産者との継続的な関係を構築し、「滋賀の食材」の認知度向上、消費拡大を図る。	12,570			食のブランド推進課
56	物産	魅力の発信	「おいしがうれしが」食の魅力発信事業	「おいしがうれしが」キャンペーンによる事業者と連携したプロモーションと、県産食材ポータルサイト「滋賀のおいしいコレクション」を母体としたメディアミックスによるプロモーションにより、滋賀の食材の消費行動を促し、そのニーズを生産振興に繋げることで、「滋賀」の地域ブランド力の向上を図る	5,000			食のブランド推進課



第4章 関連事業一覧

※「関連する重点分野」「施策の柱」については、最も関連が深い1項目を選択している

番号	関連する重点分野	施策の柱	事業名	事業概要	R4 予算額 (千円)	R4 新規 事業	コロナ 対策 事業	担当課
57	物産	魅力の発信	農村女性がつなぎ・かがやく滋賀の「食と農」魅力発信事業	本県農村女性の「個人」の活動を通じて滋賀の「食と農」の魅力を発信し、都市部に暮らす農村女性のファンを創出、拡大することにより、農村女性のさらなる活躍に結び付ける持続的な仕組みを構築する。	3,580			農業経営課
58	物産	魅力の発信	魚のゆりかご水田米販路開拓事業	首都圏や京阪神等の米卸商や小売業者を滋賀県内の「魚のゆりかご水田」現地に招くとともに、説明会(および商談の機会)を実施する。 また、京阪神等のショッピングモールなどにおいて「魚のゆりかご水田」の啓発活動を実施。	1,600			農村振興課
59	物産	魅力の発信	水産物流通促進対策事業	水産加工業協同組合による水産加工品評会の開催や、PR冊子の作成など、消費拡大のための普及宣伝事業に対して支援する。	500			水産課
60	物産	魅力の発信	しがの漁業担い手販売スキルアップ事業	意欲ある担い手を対象に、儲かる漁業の意識醸成を図るとともに、琵琶湖産魚貝類の魅力発信スキルの向上を図る。	4,000	○		水産課
61	物産	魅力の発信	びわ湖のめぐみ紹介WEBサイト運用事業	琵琶湖八珍WEBサイトと活用し、担い手の取り組み湖魚PR活動を発信。湖魚取扱店舗情報とともに、「びわ湖のめぐみ」の魅力を県内消費者や観光客に届ける。	1,500			水産課
62	物産	魅力の発信	新時代の近江牛応援団づくり事業	コロナ禍で外食やインバウンド需要が激減する中、消費拡大へ向け、新たな挑戦が求められている。本事業では、県内の児童等が、近江牛や食の安全に対する理解を深めることによって将来の近江牛ファンを育てるだけでなく、職業としての農業、食肉販売業等について知り、担い手としての可能性を醸成するとともに、関係事業者同士が有機的なつながりを持ちPR事業を行うことにより、全国の新たな近江牛応援団を獲得するきっかけとする。	1,974	○		畜産課
63	—	魅力向上と創出	DX推進支援事業	デジタル活用やDXに関する県内自治体および事業者からの相談への対応や、専門スキルを有する企業・人材とのマッチングを通して、滋賀の魅力の向上や創出に繋がる新たな取組等を支援する。	4,279	○		情報政策課
64	—	受入環境整備	県域無料Wi-Fi整備促進事業	国内外から滋賀への訪問者をはじめ、誰でも手軽に観光地などの訪問先でインターネットが利用できる無料Wi-Fi環境の一層の整備促進と利用方法などの利便性向上により、滋賀の「おもてなし」環境の充実を図る。	3,687			情報政策課
65	—	受入環境整備	観光周遊機能構築事業	「まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアム」が実施する米原駅を拠点とした広域観光周遊等の取組を支援することで、県東北部の観光周遊機能を強化し、観光誘客につなげる。	7,000		○	観光振興局
66	—	魅力の発信	滋賀の戦略的県外PR事業	首都圏を中心とする県外や海外の方々に対して滋賀の魅力を広め、認知度や好感度を高めるため、本県の魅力的な素材や旬の話題を取り上げ、メディアへの掲載・露出の拡大につながる情報発信を行う。	20,292			広報課
67	—	魅力の発信	首都圏ネットワーク活用事業	首都圏における積極的な本県の魅力発信や滋賀ゆかりの人や企業等とのネットワークの拡充・強化を図る。	10,400			東京本部
68	—	魅力の発信	デジタルプラットフォーム展開事業	県・市町等の取組の一体的な発信や行動データ分析のためのデジタルプラットフォームを導入し、施策の効果的な連携を図りながら、関係人口の創出を通じた地域活性化や移住・定住の促進を図る。	33,000	○		市町振興課
69	—	魅力の発信	「幻の安土城」復元プロジェクト	謎に包まれた安土城の実像を解明し、目に見える形で復元することにより、安土城の価値・魅力を広く発信する。	77,491			文化財保護課
70	—	魅力の発信	観光物産振興事業負担金(東海地区観光物産情報発信事業)	滋賀県名古屋観光物産情報センターが行っていた機能の一部を(公社)びわこビジターズビューロー本部で引継ぎ、東海地区への観光物産情報の発信を行う。	731			観光振興局

第4章 関連事業一覧

※「関連する重点分野」「施策の柱」については、最も関連が深い項目を選択している

番号	関連する重点分野	施策の柱	事業名	事業概要	R4 予算額 (千円)	R4 新規 事業	コロナ 対策 事業	担当課
71	—	魅力の発信	観光物産振興事業負担金 (首都圏観光営業推進事業)	(公社)びわこビジターズビューローにおいて首都圏における商談会や営業活動を行い、本県の観光物産情報の発信事業を展開する。	1,534			観光振興局
72	—	推進体制強化	シナリズム創出データ活用モデル事業	モデル地域において地域課題に沿った観光データ等を分析し、その活用に向けた方策を検討・提案することにより、観光関連事業者等の具体的な事業展開につなげる。	8,000			観光振興局
73	—	推進体制強化	観光統計調査事業	観光に関する統計調査を実施し、観光振興施策の効果的な推進を図るための基礎資料とする。	3,500			観光振興局
74	—	—	事業継続支援事業	新型コロナウイルス感染症の拡大により影響を受けた県内中小企業等を対象として、国の事業復活支援金への上乘せを実施する。	2,525,000		○	商工政策課
75	—	—	小規模事業者等への支援策周知事業	小規模事業者等に対し各種支援策の周知を図るため、商工会議所等経済団体において、緊急雇用対策として事業実施に必要な人員を雇用する。	69,700		○	中小企業支援課
76	—	—	支援制度・相談窓口運営委託事業	新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、影響を受けている事業者等の相談体制を強化するため、ワンストップ相談窓口を設置する。	9,934		○	中小企業支援課
77	—	—	中小企業等への支援による地域経済活性化事業	県内中小企業・小規模事業者の実情を熟知する商工団体等が、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた地域の事業者を応援するために行う様々な取組に要する経費を助成する。	185,000		○	中小企業支援課
78	—	—	中小企業振興資金貸付金	県内金融機関への預託により融資を実施する。	30,203,000		○	中小企業支援課
79	—	—	中小企業振興資金保証料軽減補助費	一部の中小企業振興資金貸付金に係る保証料について、補助金を交付することにより、事業者が負担する保証料を軽減する。	362,058		○	中小企業支援課
80	—	—	ワーケーション推進事業	滋賀らしい体験や地域活動等を組み込んだワーケーションプランへの宿泊助成や企業へのPR等を実施することにより、ワーケーションを通じた誘客を図る。	16,000		○	観光振興局
81	—	—	「今こそ滋賀」観光推進事業	県内旅行への補助を実施し、県内への旅行需要を喚起することにより、宿泊や観光周遊を促進する。	561,552		○	観光振興局
82	—	—	観光関連産業継続支援事業	県内観光バス利用と滋賀らしい観光素材を行程に組み込んだ団体旅行を催行する旅行事業者を助成することで、団体旅行の需要を創出し、県内観光関連産業を支援する。	180,000		○	観光振興局
83	—	—	江州音頭普及事業	本県の代表的な郷土芸能である江州音頭を広く県内外に普及し、本県のイメージアップを図る。	1,900			観光振興局
84	—	—	観光物産振興事業負担金 (地域活性化支援事業)	びわこビジターズビューローが支援する各地域の観光地活性化のための事業に対して補助を行う。	13,000			観光振興局
85	—	—	観光物産振興事業負担金 (日本観光振興協会共同事業)	地域における観光振興の一層の推進を図るため、(公社)びわこビジターズビューローが(公社)日本観光振興協会に対して拠出する経費に対して負担金を交付する。	1,000			観光振興局