

# 観光振興について

(滋賀県大型観光キャンペーンの実施に向けて)

平成28年2月9日

滋賀県

# 1. 滋賀県の観光の現状と課題

## 《 課題 》

**琵琶湖などの自然、歴史文化遺産のような素材も多いが、さらなる魅力の磨きあげや、受け入れ体制の整備が必要。**

観光地「滋賀」の  
認知度向上

滋賀独自の  
ツーリズムの  
確立

インバウンド向け  
情報発信と  
受け入れ体制整備

観光振興の  
推進体制づくり



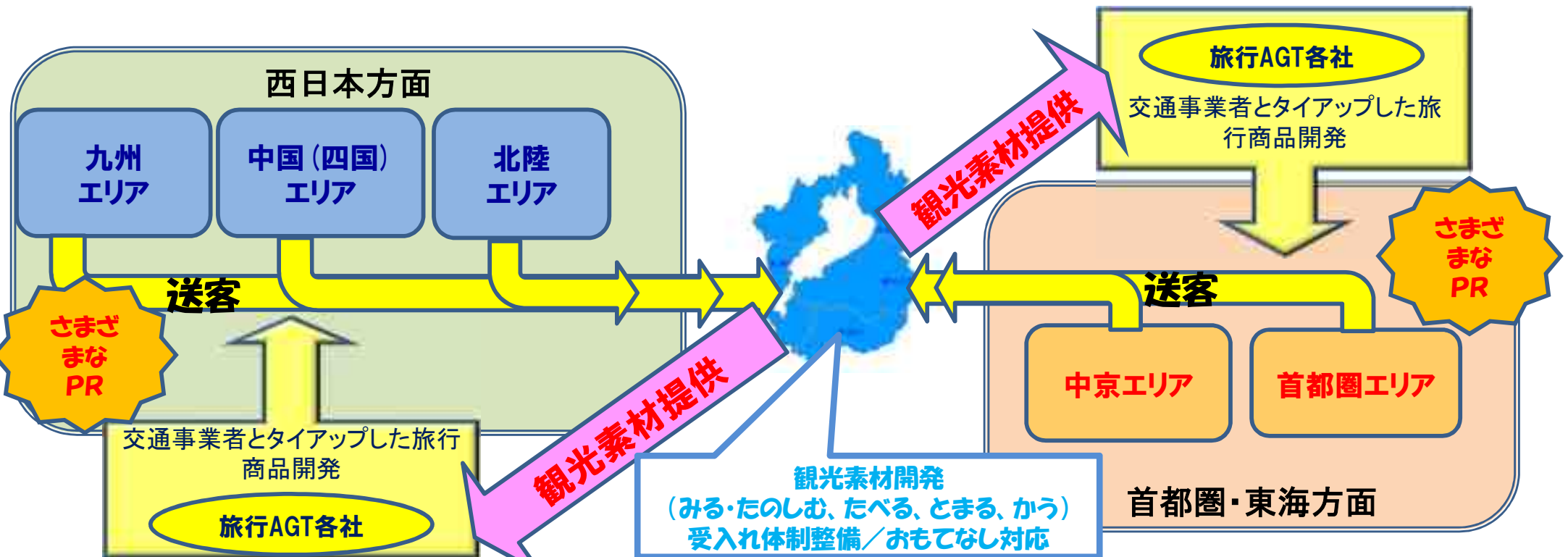
- ・ 特に滋賀県の認知度を向上させ、滋賀の魅力を発信するためには、大きな目標を設定し、県と市町、関係事業者が一体となって目標に向かって取り組むことが大事
- ・ 滋賀県の交流人口の拡大と観光振興の促進の起爆剤として「大型観光キャンペーン」の実施を検討

## 2. 大型観光キャンペーンの概要

### 滋賀県 大型観光キャンペーン 概要

- 目的：本県が有するさまざまな観光素材の磨きあげ、新しい観光素材の開発。キャンペーンを契機に、受入環境、おもてなし体制を整備し、観光を通じた地域の活性化を行う。
- 概要：県市町、交通事業者、観光団体、観光事業者、経済団体が連携し、旅行エージェントやマスコミ等の協力のもとプロモーションを実施。
- 時期：平成30年度（想定）

### 交通事業者とタイアップした大型キャンペーンのしくみ



### 3. キャンペーン実施による効果

#### ① 観光地としての認知度の向上

#### ② 観光入込客数増による観光消費の増加

- ・平成25年の広島県のdestinationキャンペーンでは、3,453億円（前年+97億円）の観光消費額。前年の「平清盛」放映時の過去最高額をさらに更新。
- ・島根県の平成24年のDCの観光消費額は1,266億円（前年+78億円）。
- ・和歌山県では、H26年のDC期間3カ月間の観光消費額で456.4億円（前年+13億円）

#### ③ 地域の魅力再発見により、地域イメージの向上と魅力ある地域づくりの促進

#### ④ 地域産業の活性化など

# 大型観光キャンペーンの展開イメージ

キャンペーンテーマ

(検討中)

平成30年度に向け、観光素材の開発・磨き上げ  
受入れ体制の整備

想定される観光素材

- ◆ 日本遺産（水の文化ぐるっと博）の展開
- ◆ ビワイチ自転車・ウォーキング
- ◆ ビワイチマテリアル（更なる開発）
- ◆ 女子旅
- ◆ ロケ地観光
- ◆ 忍者・観音
- ◆ 神社・仏閣・街並み
- ◆ しがのええもん・うまいもん …… など



キャンペーン実施に向けた課題

●数多くの来訪者を迎えるために

- 県域全体の共通の目標設定
- 県・地域の推進体制の整備
- 客観的なデータ分析
- 統一感のある滋賀の情報発信
- 滋賀ならこれ！という観光素材の開発
- おもてなし体制の確立
- コーディネーター・ボランティアガイドの育成

来訪者

滋賀の観光素材の磨き上げとおもてなし体制のレベルアップ

大型観光  
キャンペーン

更なる観光  
キャンペーン  
(DC)

H32 東京オリンピック  
H33 関西WMG  
H36 滋賀国体

検討会議・  
基本計画書策定

推進協議会の設置

プレ  
キャン  
ペーン

平成16年度以降 「びわこキャンペーン推進協議会」事業の展開（JR西日本、県、BVB、市町、広域観光協議会）

平成27年

平成28年

平成29年

平成30年

平成31年以降

## 4. 県・市町・観光協会・関係事業者の具体的な役割

### ①滋賀県・びわこビジターズビューロー

- ・各団体やJRとの連絡調整、観光キャンペーンの広報宣伝  
推進協議会事務、補助金による地域の活動支援

### ②市町・観光協会・広域観光協議会

- ・観光素材の開発、素材の磨き上げ、受け入れ体制の整備（地域の仕組みづくり）

### ③観光事業者

- ・高いサービスの提供、おもてなしの中心的役割、快適な観光地づくりの推進

### ④鉄道事業者・旅行エージェント

- ・広告宣伝、企画商品開発、観光素材の商品化、プロモーション展開

### ※ 経費負担

- ・引き続き検討



各者が一致協力して「滋賀・びわ湖」の発信と観光誘客に取り組み、これを契機に継続した観光事業の展開をすることが、地域の発展につながる。

## 6. 大型観光キャンペーンに向けた平成28年度の県の取組（案）

日本遺産  
関連市町

- 日本遺産による支援
  - ・ 文化庁補助金事業
  - ・ 県独自支援事業

すべての  
市町  
観光協会

### 地域での取り組みに対する補助事業

- 着地型観光整備事業
- おもてなし環境整備事業
- 地域協議会の活動支援
- 個人・着地型観光プログラム造成支援
- 多彩な観光素材の創出支援

モデル地域を  
含む市町

- 観光まちづくり展開支援（DMO）

## 日本版DMOの役割

- ① 日本版DMOを中心として観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- ② 各種データ等の継続的な収集・分析、  
明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、  
KPIの設定・PDCAサイクルの確立
- ③ 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション



観光地域づくりの一主体として実施する個別事業

(例)・着地型旅行商品の造成・販売、  
ランドオペレーター業務の実施 等

## 多様な関係者との連携

内外の人材やノウハウを取り込みつつ、多様な関係者と連携



地域一体の魅力的な観光地域づくり  
戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション

観光客の呼び込み

観光による地方創生



## 7. 今後のスケジュール（平成27年度、28年度）

### 【平成27年度】

- |      |        |                           |
|------|--------|---------------------------|
| 2月9日 | 首長会議   | ・ 大型観光キャンペーンの実施について意見交換予定 |
| 2月中  | 第1回準備会 | ・ 基本計画書(案) について意見交換       |
| 3月中  | 第2回準備会 | ・ 基本計画書(案) について最終確認       |

### 【平成28年度】

4月頃～6月頃

- ・ 観光キャンペーン推進協議会の設置準備

夏以降

- ・ 推進協議会の設置
- ・ キックオフイベント（推進協議会主催）の実施
- ・ 具体の事業を進める