

第7章 滋賀県の観光

1. 概要

「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 ～「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3年度における観光施策の基本的な考え方

事業者に寄り添った事業継続支援を行うとともに、コロナの感染状況を見極めながら旅行や物産等における需要喚起の取組を実施することにより、観光需要の回復に結びつける。

また、本県の豊かな自然、豊富な歴史や文化をはじめとする観光資源を改めて「再発見・再評価」し発信するとともに、ワーケーション等の今までにないツーリズムの「創出」に取り組むことにより「新しい時代にあった観光振興」を展開し、新しい時代に選ばれる滋賀を目指す。

新しい時代にあった観光振興

両輪

観光事業者の支援継続

令和3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

基本戦略1 心を動かす体験	基本戦略2 心に残る交流	基本戦略3 心を掴む発信
<p>戦略① 健康寿命を支える「食」で誘う(いざなう)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 近江の地酒文化普及事業 ○ 「世界農業遺産」プロジェクト推進事業 ○ 食べて健康「滋賀の野菜」消費拡大事業 	<p>戦略④ 宿泊サービスや朝型・夜型観光で宿泊地として魅力を高める</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ワーケーション推進事業 ○ 「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業 ○ 安心安全な観光バスツアー補助事業 ○ 観光イベント推進事業 ○ 「滋賀の魅力」観光PR推進事業 	<p>戦略⑦ 見どころをビジュアルで発信し、感性に訴える</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 滋賀の戦略的県外PR事業 ○ 映像誘致・ロケ支援事業 ○ 「滋賀の魅力」観光PR推進事業
<p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「滋賀の魅力」観光PR推進事業 ○ 日本遺産・琵琶湖魅力発信事業 ○ 「びわ湖の日」活動推進事業 	<p>戦略⑤ 古くから息づくところで「おもてなし」を深める</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光人材育成等地域支援事業 ○ 「ウェルカム滋賀」推進事業 ○ スポーツボランティア支援事業 	<p>戦略⑧ 効果的な場面(とき・ところ)で売り込む</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ここ滋賀推進事業 ○ 滋賀の観光見える化・データ活用事業 ○ 教育旅行誘致事業 ○ 教育旅行誘致事業(ウェルカム滋賀・びわ湖教育旅行キャンペーン事業) ○ 物産販売・販路拡大支援事業
<p>戦略③ くらし・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</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ビワイチ観光推進事業 ○ ビワイチレンタサイクル助成事業 ○ 農山村ニューツーリズム推進事業 ○ 琵琶湖博物館魅力創造発信事業 	<p>戦略⑥ すべての人にやさしい交流・滞在環境で迎える</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 観光周遊機能構築事業 ○ 県域無料Wi-Fi整備促進事業 ○ 「ビワイチ」安全・安心な自転車利用促進事業 	<p>戦略⑨ 際立つ体験で外国人観光客を引きつける</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 国際観光推進事業 ○ 友好州省経済交流駐在員事業

観光関連事業者の支援に関する事業	
資金繰りの円滑化、雇用対策、相談窓口の強化等に関する事業	観光需要の回復等に関する事業
<ul style="list-style-type: none"> ○ 中小企業振興資金貸付金 ○ 中小企業振興資金保証料軽減補助事業 ○ 雇用シェアサポート事業 ○ 離職者早期再就職支援事業 ○ 離職者雇用型職業訓練推進事業 ○ 支援制度・相談窓口運営委託事業 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業 ○ 教育旅行誘致事業 (ウェルカム滋賀・びわ湖教育旅行キャンペーン事業) ○ 物産販売・販路拡大支援事業 ○ 安全安心な宿泊観光バスツアー補助事業 ○ ビワイチレンタサイクル助成事業 ○ 新型コロナウイルス感染症対策経営力強化支援事業 ○ 新型コロナウイルス感染症対策経営力強化支援事業【緊急枠】

2. 令和2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。

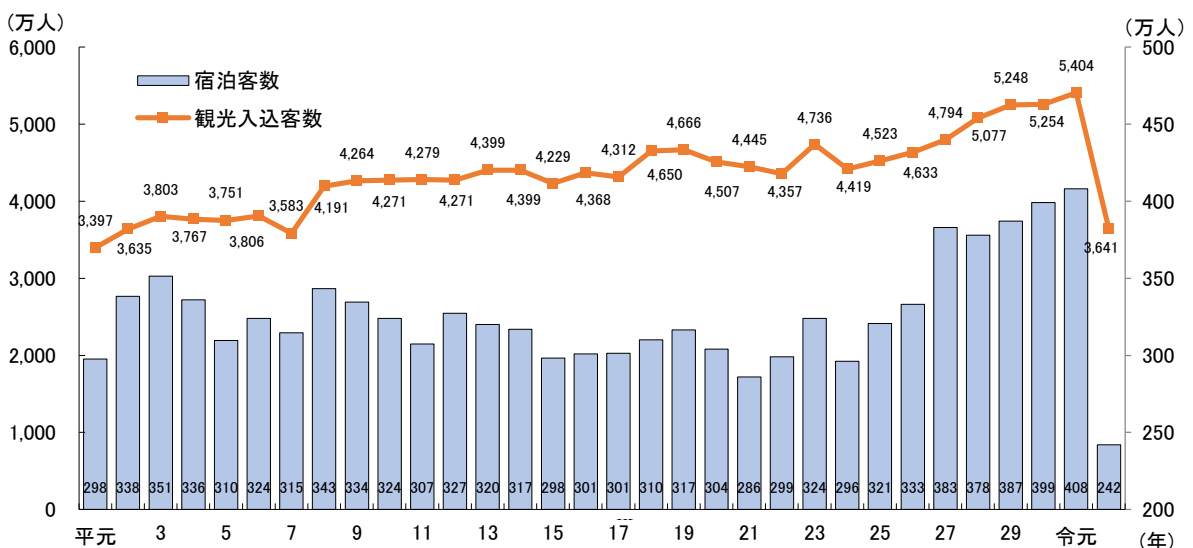
②宿泊旅行統計調査

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

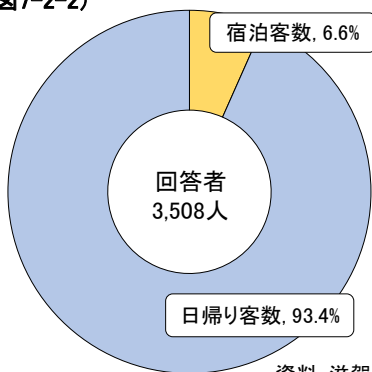
令和2年は、新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの観光施設で閉館、休業、入場制限等をされたこと、花火大会や祭りなどのイベントが中止になったこと、外国人の入国制限等の措置が取られたことなどから、日帰り客数および宿泊客数を合計した観光入込客数は、前年よりも17,621,800人少ない36,414,300人(▲32.6%)となり大幅に減少した。また、国のGo Toトラベルや県の宿泊周遊キャンペーン「今こそ滋賀を旅しよう!」、市町独自の施策等により6月以降回復傾向が見られたが、全体として前年の水準まで回復するには至らなかった(図7-2-1,2)。

◆観光入込客数の推移(図7-2-1)



資料: 滋賀県観光振興局「令和2年滋賀県観光入込客統計調査」

◆日帰り客数と宿泊客数の割合(R2) (図7-2-2)

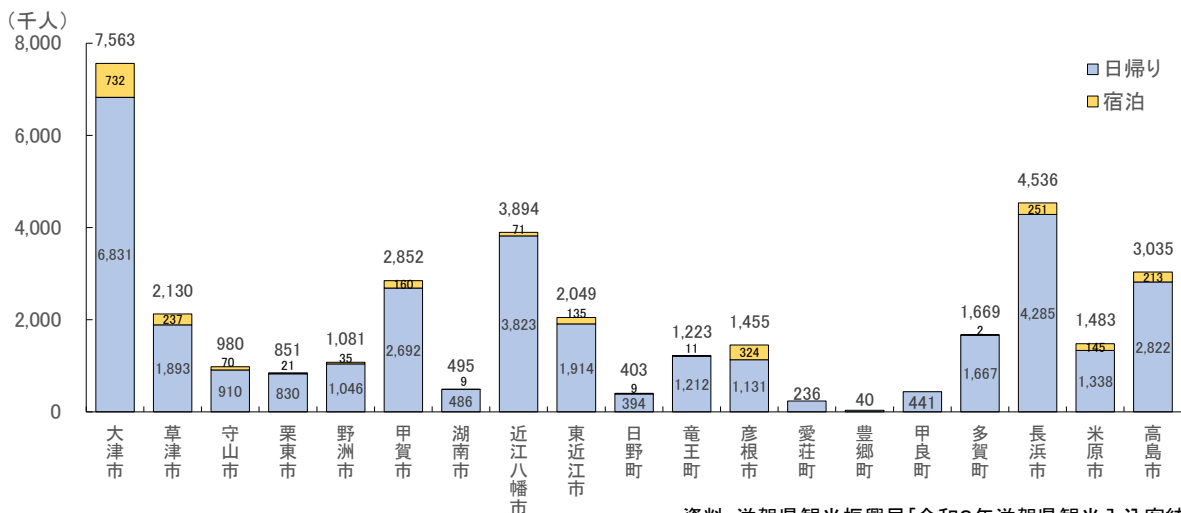


資料: 滋賀県観光振興局「令和2年滋賀県観光入込客統計調査」

(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756万人で一番多く、次いで「長浜市」約454万人、「近江八幡市」約390万人と続いている(図7-2-3)。

◆市町別観光客数(図7-2-3)



資料: 滋賀県観光振興局「令和2年滋賀県観光入込客統計調査」

(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28.5%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7-2-4)。

◆近畿府県の国・地域別延べ外国人宿泊数(図7-2-4)



注) 欧州はドイツ・英国・フランスの3カ国

東南アジアはシンガポール・タイ・マレーシア・インドネシア・ベトナム・フィリピンの6カ国

資料: 観光庁「宿泊旅行統計調査(令和2年)」

3. 令和2年の観光客の動向

(1) 滋賀県観光統計調査の結果概要

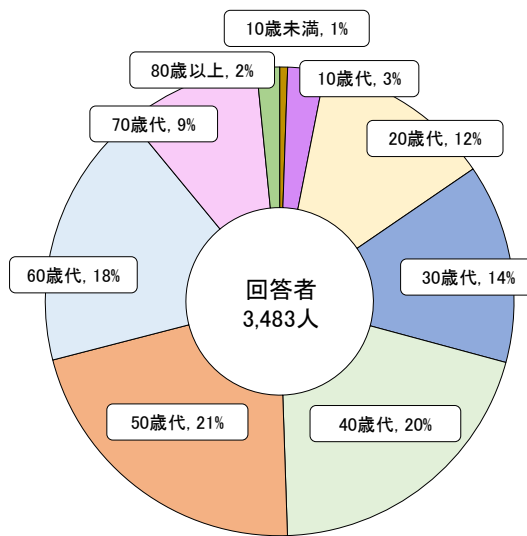
① 調査方法

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21.5%と最も多く、続いて「40歳代」が20.3%である(図7-3-1)。また、居住地別にみると、「滋賀県」が33.6%で最も多く、続いて「大阪府」、「京都府」、「愛知県」の順となっている(図7-3-2)。

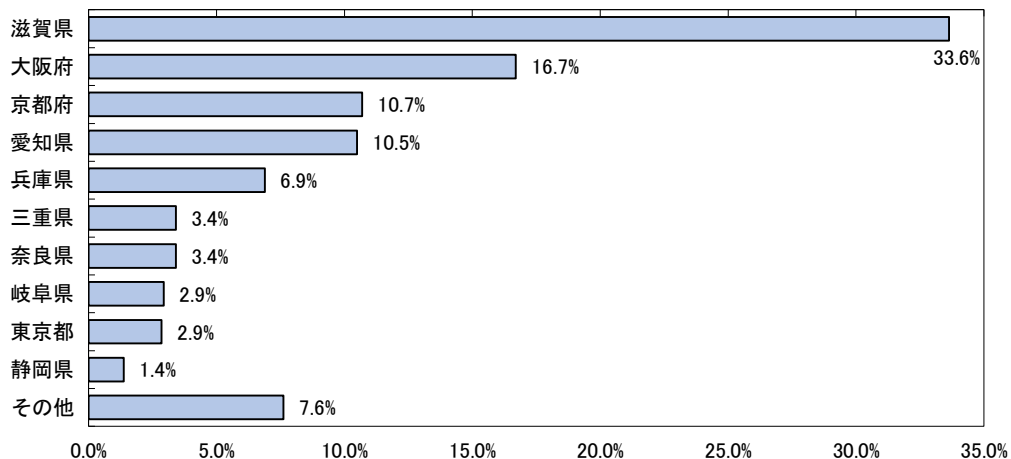
◆ 来訪者の内訳(年齢別)(図7-3-1)



注) 無回答除く、択一回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

◆ 来訪者の内訳(居住地別)(図7-3-2)



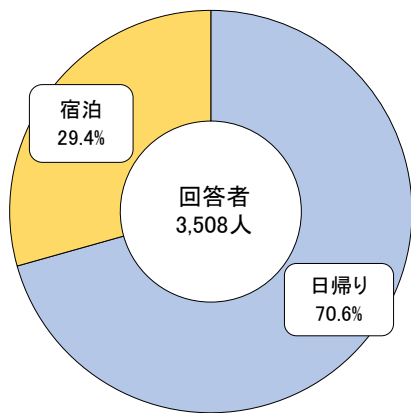
注) 回答者: 3,574人(※無回答除く、択一回答)

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

③日帰り・宿泊動向

「日帰り」旅行は70.6%、「宿泊」旅行は29.4%であった(図7-3-3)。宿泊数別にみると、「1泊」が87.1%と最も多くなっている(図7-3-4)。

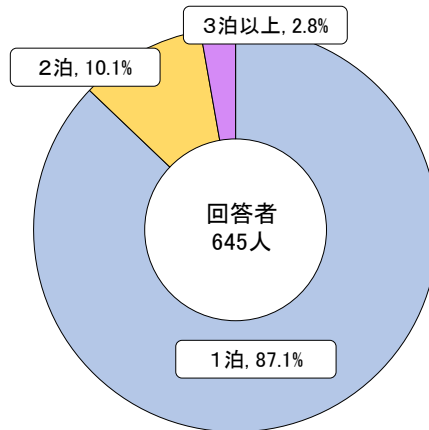
◆日帰り・宿泊動向(図7-3-3)



注) 無回答除く、択一回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

◆県内宿泊の泊数(図7-3-4)



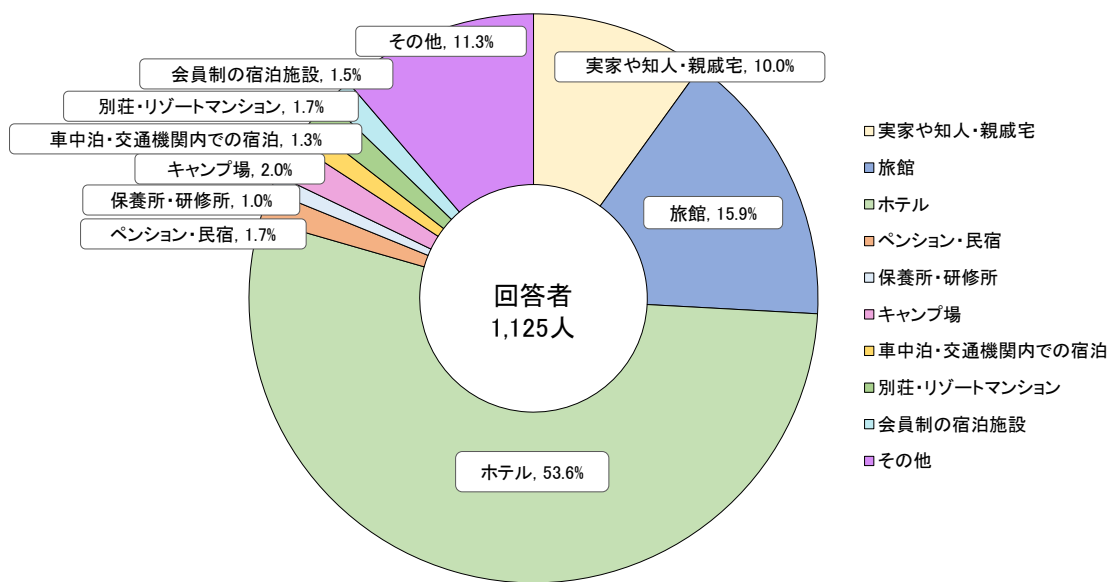
注) 択一回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2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53.6%と最も多く、続いて「旅館」が15.9%、「実家や知人・親戚宅」が10.0%となっている(図7-3-5)。

◆利用宿泊施設の内訳(図7-3-5)



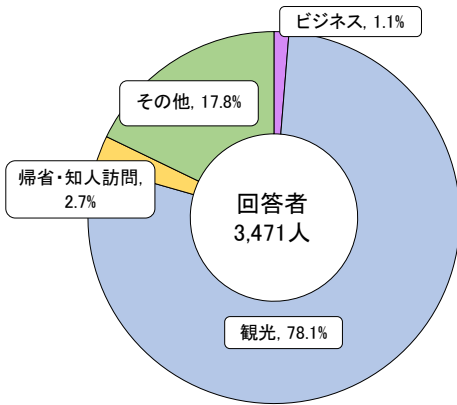
注) 複数回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

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18.6%で最も多く、続いて「自然の風景を見る」が15.8%、「琵琶湖」が13.5%、「買い物」が11.6%、となっている(図7-3-6,7)。

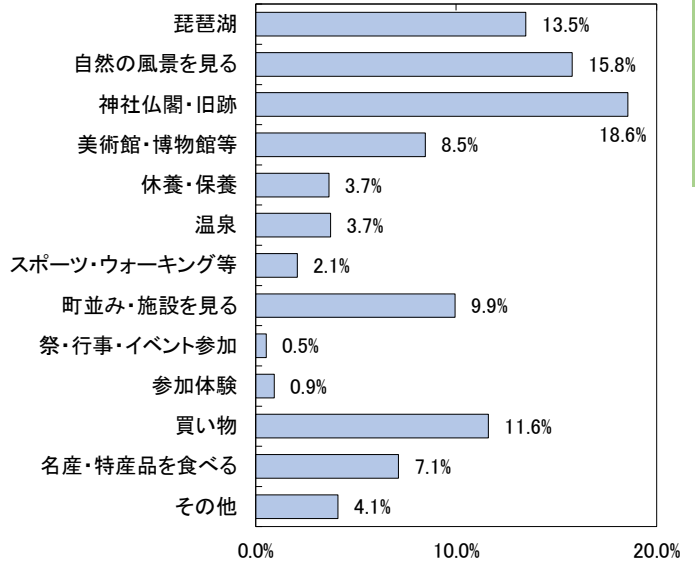
◆ 旅行の目的(図7-3-6)



注) 無回答除く、択一回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

◆ 観光目的の内訳(図7-3-7)



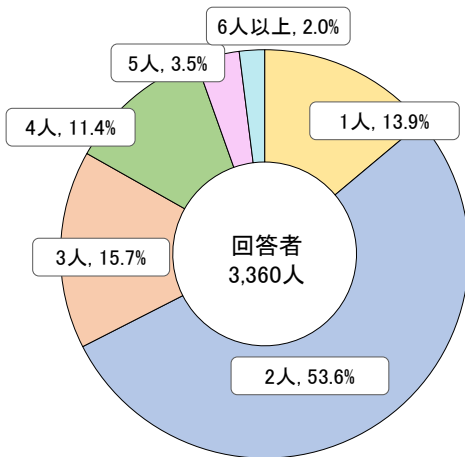
注) 回答者: 5,743人(※複数回答)

資料: 滋賀県観光振興局「令和2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53.6%と最も多く、続いて「3人」が15.7%、「1人」が13.9%である(図7-3-8)。また、2人以上の旅行者の同行者の内訳は、「家族」が73.2%と最も多く、続いて「友人」が22.0%となっている(図7-3-9)。

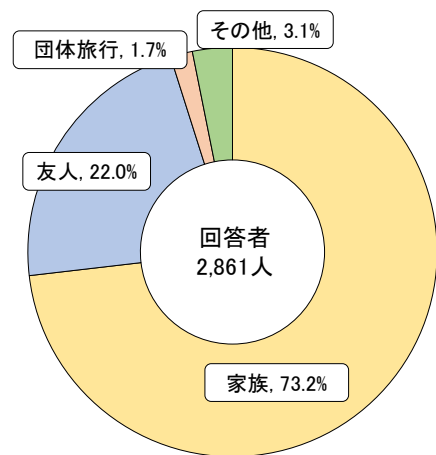
◆ 旅行人数と同行者(図7-3-8)



注) 択一回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

◆ 同行者種別(図7-3-9)



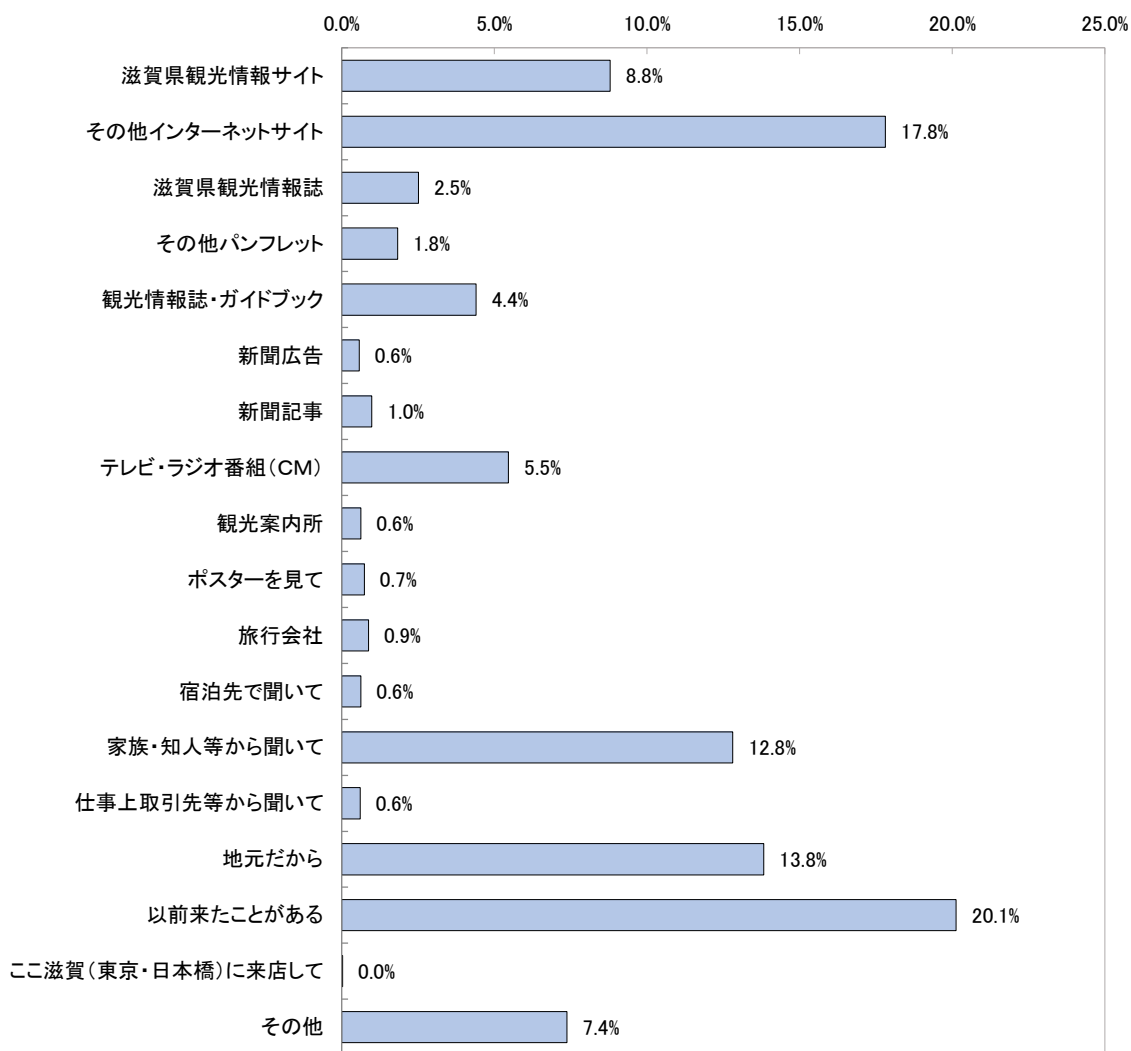
注) 無回答除く、複数回答

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」

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20.1%で最も多く、続いて「その他インターネットサイト」が17.8%、「地元だから」が13.8%、「家族・知人等から聞いて」が12.8%となっている(図7-3-10)。

◆旅行のきっかけ(図7-3-10)



注) 回答事業者3,661人(※無回答除く、複数回答)

資料: 滋賀県観光振興局「令和2年度滋賀県観光統計調査」