



わくわく感動する
観光地を創ろう

シガリズム魅力向上・発信事業

【背景および課題】

- コロナ禍による観光、旅行に対する変化として、「密にならない」、「静謐さを感じる」時間や空間が評価されている。
- こういったこれまで観光素材として十分に活用されてこなかった素材を再発見、再評価し、滋賀の魅力を高め、「観光先として選ばれる滋賀」を目指す。
- そのため、これまで観光コンテンツとして活用されていない農林水産業や地場産業などの分野も魅力的な観光素材と捉え、磨き上げることにより、滋賀ならではの新たなツーリズムの創出が必要。

【取組の方向性】

県内各地でシガリズムを「体験・体感」できる地域資源の掘り起こし、磨き上げを行うとともに、観光コンテンツとして商品化を促進し、地域資源を活用した地域の自立を促進する。また、ターゲットに応じて様々な媒体を用いた機動的な情報発信や観光物産PR展の開催により、本県への観光誘客につなげる。

【これまでの観光事業との違い】

- 観光地を単に巡るだけではなく、県民との出会い、交流の中で、地域の暮らし、歴史、文化などを深く感じられる体験・交流型観光を「シガリズム」として推進。
- 地域の資源を次世代に残したいという強い思いのある地域・事業者に対し、資源の磨き上げや商品化、販売流通等について伴走支援を行い、持続可能な観光をめざす。

地域への興味から共感、さらには愛着を生み出し、「また訪れてみたい」「おススメしたい」と感じる滋賀の旅へ。

シガリズムコンテンツ創出事業

①素材発見

- コーディネーター等によるヒアリングや現地調査（観光関連事業者、農林水産業、地場産業事業者等）。
- 素材の発掘を行う。



②分析・調査・磨き上げ

- 文化的背景や産業発展への経緯などを、地域のガイドや専門家等へ聞き取り調査。
- 商品化に向けて魅力の分析、磨き上げを行う。

③地域との連携

- 観光協会や宿泊施設等からの送客を受けるための調整。
- 地域の文化や歴史などを組んだストーリー性のある商品の造成。

④商品として販売

- 造成した商品を販売する県内共通の販売システムの構築
- ここ滋賀や観光協会、宿泊施設HP等幅広く販売

⑤発信

⑤データ蓄積と更なる磨き上げ



シガリズムで創出する多様なコンテンツ

～つなげる、つたえる、つづける～

【取組方針】

他部局、他分野、他業種との連携強化



【農林水産業、食】
漁船での漁師体験と、
湖魚料理の朝食



【生活文化、発酵、食】
酒の製造過程や酒文化を造り手
から学び、地酒を愉しむ酒蔵見学



【文化財、歴史】
観音の歴史や伝承を地元関係者から学び、
魅力に魅了される観音文化体験



【地場産業、モノづくり】
真綿の産地となった地形や
伝統技術を教わりながらの
近江真綿の制作体験



【地域の公共交通】
公共交通を使い、
自転車で巡る
ピワイチガイドツアー



【農業体験、食】
栽培起源などを地元農家の方から
教わりながらの、
伝統野菜の収穫体験



【農林水産業、食】
地元の漁師さんとともに琵琶湖の
暮らしに触れる漁業体験

【自然】
インストラクターの案内で
自然を感じるヨット体験



【伝統的工艺品、モノづくり】
受け継がれてきた技法や歴史を
教わりながらの組紐制作体験



【歴史、モノづくり】
聖徳太子から伝授された数珠づくりの
ふるさとでの木珠アクセサリーブクリ



【歴史、自然】
ガイドさんの案内でまわる歴史
ある寺院での自然体験、苔ワーク
ショップ



【地場産業、モノづくり】
職人さんから地域の魅力や信楽焼
の歴史を学ぶ工房見学と陶芸体験



【自然、農林水産業】
イケチョウガイへの核入れ体験、
養殖棚の見学クルーズ



シガリズムコンテンツ創出フロー

【漁船での漁師体験と、湖魚料理の朝食の事例】

他分野・他業種と連携し、地域の人を巻き込んで、これまで観光コンテンツとして活用されていなかった地域資源を、観光コンテンツとして磨き上げ、「滋賀を体験する旅」を創出していく。

① 県とBVBによる地域資源の再発見



- 地域資源を求めてまち歩き、聞き取り、文献調査などを実施
- えり漁に注目！

②-1 地元訪問・聞き取り（体験、情報収集）



- 観光協会職員とともに海津漁協を訪問
- 漁師にヒアリング
- えり漁体験

②-2 コーディネーター会議（素材ごとの検証）



- 漁師体験の可能性・課題を確認
- 商品化候補に選定

②-3 再度の地元訪問（深掘調査）



- えり漁の歴史、仕組み等ストーリー性の調査
- 食事体験など組合せ素材の調査

②-4 磨き上げや受入環境整備の支援



- 貸出用のライフジャケットの準備
- 朝食会場となる飲食店とのマッチング

②-5 商品化に向けた調整（期間、金額、人数等）



- 内容：氷魚漁と朝食の旅
- 期間：12月～2月
- 金額：1万円
- 人数：1回10人

③ 地域の連携事業者への販路拡大



- 宿泊施設等への商品紹介
- 販売手数料調整
- 5%で合意

④ シガリズム商品販売サイトの構築・商品登録（販売開始）



- BVBサイト内にシガリズム商品販売サイトを設置
- 事業者や宿泊施設、観光協会等と連動した販売サイトを構築
- 様々なチャンネルを活用し、販売機会を拡大
- 商品の申込、在庫管理、決済等を一元化

⑤ 販売実績データの分析（更なる磨き上げ）

- 分析結果
- 女性7割
- 寒いとの声が多数
- 日曜日は完売
- 更なる磨き上げ
- 防寒具・膝掛け準備
- 送迎サービスの追加
- 日曜日の漁船を追加

「滋賀をより深く体験する旅」の創出

交流人口の増・地域振興へ