

令和7年度第2回滋賀県観光事業審議会 議事概要

1 開催日時、場所

日 時：令和8年3月18日（水）14:00～16:30

場 所：滋賀県庁危機管理センター1階会議室1

2 出席者（敬称略、五十音順）

委 員：青谷 実知代、池田 典子、稲永 明子、遠藤 沙織、小川 さつき、
西村 典芳、野村 ゆき子、峯俊 智穂、森 聖太、山本 颯希、湯川 雅史
オブザーバー：木村 敦（代理出席）、森田 正志

3 議題等

■ 岡田商工観光労働部長挨拶

■ 定足数の確認

■ 議題（1）シガリズム観光振興ビジョン第2期アクションプランの一部改訂（案）について

事務局より、シガリズム観光振興ビジョン第2期アクションプランの一部改訂（案）について説明。

（西村委員）

- ・観光消費額を目標値とされているが、経済波及効果についての言及はないのか。一般的には観光消費額の1.2～1.5倍程度と推察されるが、観光施設の食材や清掃業者などの第一次波及効果、給与などの第二次波及効果も踏まえて検討することも1つの考え方はないか。

（高田企画係長）

- ・経済波及効果についても試算ツールを用いて算出し、資料として活用している。アクションプランにおいては、当初の計画で経済波及効果を目標値として設定していなかったため、今回の改定では新たに記載する予定はないが、今後第3期アクションプランを策定する際には検討材料としたい。

■ 議題（2）令和7年度取組状況について

事務局より、令和7年度の取組状況について説明。

(森委員)

- ・滋賀の文化観光推進事業では具体的にどのような滋賀の文化・文化財を活用したのか。

(千秋シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・昨年2月に知事がトッププロモーションを実施したこともあり、今回はフランスをターゲットとして、彦根城などをPRした。県内観光事業者をフランスに同行させ、現地で販売促進を行った。

(森委員)

- ・アクションプランにトランスフォーマティブ・トラベルというキーワードがあるが、非常に滋賀に合った概念だと思う。今回のフランスでのプロモーションにおいては、彦根城などの史跡を主に取り上げられたとのことで、トランスフォーマティブ・トラベルについてはそこまで強く意識されてはいなかったのか。

(千秋シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・短時間でのプロモーションであったため、深く掘り下げることは難しかったかもしれないが、現地では「本当の日本を知りたい」「日常の日本人の暮らしを知りたい」という要望が多く聞かれた。京都とは異なり、滋賀では人と人との出会いがあることや、じっくりと滋賀の食を味わっていただけること、また混雑のなく文化財をゆったりと見ていただけることをPRした点においては、トランスフォーマティブな、人生の認知を変えるような体験が得られるということを十分にアピールできたと考えている。

(森委員)

- ・じっくりと時間をかけて理解していただくストーリーであるため、プロモーションも「何でもあります」「すぐ来てください」という軽いトーンではなく、落ち着いたトーンで、地に足のついた、噛めば味が出てくる魅力があることを伝える方が、長期的には効果的だと思う。

(千秋シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・おっしゃったとおり、滋賀ならではの魅力を伝えることが非常に重要だと改めて感じた。京都や東京はすでによく知られているが、その次の日本を知りたいというニーズがあり、例えば福井や岐阜など、滋賀に隣接する地域がまだ十分に知られていない。その中で滋賀は、京都からJR新快速でわずか9分で来られる立地の良さがあり、これを活かすことが重要だというアドバイスをいただいた。今後もこの点を踏まえ、じっくりと

長期的に取り組んでいきたい。

(森委員)

- ・滋賀は訪日教育旅行にも適していると思う。今年度、アメリカの高校生の団体を何組かガイドする機会があり、針江や信楽を案内したが、生徒たちの目が非常に輝いていた。

(千秋シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・教育旅行にも力を入れており、私立学校から好評を得ている。環境への意識が高いことや、自然やアートをゆっくり楽しむこと、混雑していない場所で現地の人と交流できることが滋賀の重要なアピールポイントであり、これらを中心にシガリズムの体験教育についても積極的に発信していきたい。

(池田委員)

- ・11月29日の「イイニクの日」にここ滋賀の「近江牛ガチャ」に約200名並ばれたということで、改めて近江牛の強さを感じた。一方、ふなずしはなかなか難しく、11月27日の「イイフナの日」に鮎の商品を展開するものの、食べる習慣が減少していることもあり、肉と比較して販売が伸びにくい。ただ、高島市も発酵のまちとして様々な取組をされている。今後日本酒などの発酵食品はインバウンドにも広がっていくと考えられるが、ふなずしについてはここ滋賀で反響があるのかお聞きしたい。

(片山ここ滋賀所長)

- ・ふなずしをはじめ、飯など発酵食品に関心を持つ女性は非常に多い。我々だけでなく、商工政策課もここ滋賀のスペースを活用して発酵に関するイベントを実施するなど、多様な取組をしており、非常に良い反応が得られている。ふなずしのみならず、お酒やヨーグルトなど発酵食品には大きな可能性があると考えているため、「イイフナの日」などの機会を捉え、滋賀の発酵の文化や歴史の長さを今後も引き続き発信していきたい。

(池田委員)

- ・一企業で発酵を盛り上げるのは難しく、地域の力を結集して共に発信していくことが必要だと思うため、今後も御協力をお願いしたい。

(稲永委員)

- ・ここ滋賀のマーケットナビゲーターの設置について具体的に教えていただきたい。
- ・11月3日のビワイチの日およびビワイチ週間に様々なイベントを実施されているが、大津でのマルシェの開催など、自転車に興味のない方もビワイチに興味を持っていただく、民間と連携した取組をされていることも非常に良い。このような取組も資料に記載

していただき、今後も継続していただきたい。

(片山ここ滋賀所長)

- ・ここ滋賀1階のマーケットの年間売上は約1億2,000万円、年間来館者数は約45万人であるが、スペースが限られていることから、劇的な増加は見込みにくい。今後売上拡大を図るには、ここ滋賀以外の首都圏の大きなマーケット、スーパーや百貨店への販路拡大が不可欠である。そのためには、単にここ滋賀に商品を置くだけでなく、マーケットのバイヤーをここ滋賀に招き、首都圏のスーパーや百貨店で県産品を取り扱ってもらう必要がある。バイヤーと県内事業者をつなぐ役割を担うのがマーケットナビゲーターであり、首都圏マーケットに精通した人材を設置することで、首都圏のスーパーや百貨店、セレクトショップ等で県産品を販売し、年間売上のさらなる増加を目指す。

(中野ビワイチ推進室長)

- ・資料に記載がある内容以外にも、大津港でビワイチの日やビワイチ週間と連動したイベントを実施していただいたことは承知しており、また他の諸団体にも様々なイベントを実施していただいた。今後の資料には他団体との連携事業についても漏れなく記載し、継続して取り組んでまいりたい。

(野村委員)

- ・今年度前半は万博一色で、多くの外国人観光客が日本を訪れた。関西国際空港では毎週出展者が変わるブースが設置され、滋賀県の出展週間も非常に盛り上がっていた。しかし、万博終了後は減便などの影響もあり、中国人観光客が途絶えている。東南アジアなどからの観光客は増加しているため全体の訪日外国人客数は前年度とほぼ同程度であるものの、中国人観光客の減少により消費額が大幅に減少している。空港との協議では、今年中は影響が続くものの、2027年には反動が来るという見込みもあるため、それを想定したインバウンド対策も必要かと思う。

(千秋シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・県内の宿泊事業者からは、中国人観光客が減少しており、例年団体予約が多い春節に特に来訪が少なかったという声が多く寄せられている。一方で、もともと中国からの団体客をそれほど多く受け入れておらず、台湾や香港からの観光客には大きな影響はないとの声もあるため、台湾や香港などからの観光客で中国人観光客の減少をカバーしたい。また、タビナカの施策として京都駅にそこ滋賀という拠点を設け、特にJRのレールパスを引き換えに訪れた欧米からの旅行者に直接滋賀の観光地を案内している。欧米からの観光客にも滋賀へ足を伸ばしてもらえるよう努めたい。

■ 議題（３）令和８年度の主な観光施策について

事務局より、令和８年度の主な観光施策について説明。

（青谷委員）

- ・滋賀を訪れる観光客のリピーター率はどの程度か。外国人観光客のリピーター率も含め、御存じであれば教えていただきたい。

（片山ここ滋賀所長）

- ・ここ滋賀では６割強の方がリピーターであると考えている。

（高田企画係長）

- ・アクションプランの指標となっているリピーター率は、令和９年度の目標値が７０％であるのに対し、最新の令和６年度の実績値は７２．８％である。

（青谷委員）

- ・約７割もの人が再び滋賀を訪れたいと思いで来てくださるのは非常に素晴らしいことで、滋賀の大きな強みだと思う。滋賀には京都にはない「本物」の魅力があるからだと捉えており、リピーターも重視しながら今後の取組を進めていただきたい。また、部長が今後は様々なターゲット層に合わせてコンテンツを提供していくとおっしゃっていたが、どのデータを参照して判断すればよいか分かりにくい部分もあったため、御説明にあった観光DMPの構築等の経営基盤強化の取組をぜひ進めていただきたい。
- ・京都にはない滋賀の「本物」はブランド化へとつながるものである。京都には多くの歴史遺産などの「本物」があるが、滋賀はそれ以上の数を有していること、さらには日本の健康・環境都市は滋賀であるということも積極的にPRすべきではないか。都市部では街の変化が進むが、滋賀には変わらない自然の良さや地元の暮らしがあることも広く伝えていただきたい。
- ・健康に関連し、スポーツという観点では、滋賀ではサイクリングの他にもアイスホッケーやスケート、サッカー、バスケットボール、ソフトテニスなど、多くのスポーツイベントが開催されている。これらのスポーツも活用すれば、より滋賀の「本物」がブランド化されていくと思う。
- ・「本物」には演出されたものもあり、外国人観光客はまずそこに興味を示し、滋賀に愛着を抱いてくださると思う。現在実施されている戦国をテーマにしたキャンペーンも演出された「本物」づくりとして非常に良いきっかけであり、デスティネーションキャンペーン（DC）に向けた一過性のものにとどまらず、継続して取り組んでいただきたい。
- ・多くの観光客が滋賀を訪れ、観光を楽しみ、滋賀を好きになってくださる一方で、県民は

滋賀に対してどのくらい愛郷心、愛着、誇りを持っているかもK P Iに取り入れ、調査を継続していただきたい。

(高木観光振興局副局長)

- ・今年度は国スポ・障スポも開催され、県内各地でスポーツ施設の充実が図られた。組織面では、現在観光振興局は商工観光労働部に属しているが、4月から文化スポーツ部に編入され、「観光文化スポーツ部」となる。これにより、これまで以上にスポーツや文化を活用した観光を拡大し、滋賀の観光の底上げを図る。D Cについても、一過性に終わらず、滋賀の観光の底上げにつながる取組を市町や観光事業者と連携して継続していきたい。

(小川委員)

- ・県においても大河ドラマや北近江豊臣博覧会を取り上げ、共に誘致やP Rを進めていただいていることに大変感謝している。本市としては、令和8年度は北近江豊臣博覧会はもちろん、国際観光にも重点を置き、これまでの台湾などアジアをターゲットにした取組に加え、新たに欧米豪をターゲットにした取組も進めたいと考えているため、ぜひ御協力をお願いしたい。
- ・本市は令和9年度からの観光振興ビジョンの策定に向け、令和8年度から取組を開始する。ビジョンの策定にあたっては、データ活用を重視し、長浜を訪れている方の属性はもちろん、まだ訪れていない方へのアンケートや、長浜市民に対して「他府県の人や知人にどれだけ長浜に来てほしいと推奨できるか」といった愛着や誇りに関する調査を実施し、その結果を施策に反映させたいと考えている。県で取得していただけるビッグデータも積極的にビジョン策定に活用したい。
- ・今年度はフランスやドイツの旅行会社を取り扱う旅行会社を対象にファミツアーを開催し、昨日はその後の顔合わせとして旅行会社の方にお越しいただいた。すでに今年2月にはフランスから約40名が長浜に訪れ、5月には約160名が長浜に訪れる見込みであるとのことだった。これまでは特急で福井や金沢へ向かうケースが多かったが、北陸新幹線敦賀駅開業に伴い、敦賀からバスで移動し長浜に立ち寄る形で送客していただいていると知った。今後は日帰りだけでなく、宿泊や県内周遊につなげていきたい。

(高木観光振興局副局長)

- ・県としても、大河ドラマを契機とした誘客やフランスからのインバウンド誘客に力を入れており、まさに方向性が一致しているため、引き続き連携してまいりたい。

(湯川委員)

- ・滋賀県観光入込客統計調査の速報値では、外国人延べ日帰り客数が約7万人、外国人延べ宿泊客数が約2万人増加したとのことだが、具体的にどの観光地で増加が見られたの

か。

(高田企画係長)

- ・速報値であるため公表はしていないが、増加人数が最も大きかったのは琵琶湖の景色を楽しめる観光地で、その他には歴史と関連する観光地で増加が大きかったと聞いている。

(湯川委員)

- ・滋賀は広いので、アピールポイントを絞るべきだと思う。ビワイチについても、よほどの自転車好きでなければ、宿泊が伴うこともあり琵琶湖を一周するのは難しい。令和8年度はレンタサイクルや途中返却の取組を強化されるということだが、ここで自転車を借りて、ここで返すという具体的な日帰りのコースを、ポイントを絞ってPRした方が、気軽に行ってみようという気持ちになりやすい。琵琶湖のベストビューポイントを示し、ビワイチのコースに組み入れるのもよいのではないかと。

(中野ビワイチ推進室長)

- ・大津港と米原駅の2か所がビワイチのゲートウェイとして設定されており、大きなレンタサイクル店がある。そこを出発地とした日帰りのモデルプランを今年度初めに作成した。多言語パンフレットを制作し、ビワイチサイクリングナビアプリにも掲載する。レンタサイクル事業者からは、パンフレットの配布状況が非常に好調であると聞いている。来年度は宿泊を伴うモデルプランを作成し、同様にPRを行いたい。モデルプランにはビューポイントやおいしいものなどの情報を盛り込み、外国人観光客や家族連れ、女性なども気軽に楽しんでもらえるよう、利便性を高めていきたい。

(遠藤委員)

- ・昨日DMPの説明会に参加させていただき、非常に画期的な取組であると感じた。現在、行政や観光協会などでデータ収集に努めているが、地域でマーケティング全般を行うことには限界を感じている。データ収集、集計作業、分析、評価を全て実施し、PDCAサイクルを回すことが重要だが、地域ではマーケティング専門職員が不足しているため、限られた人員・予算・時間の多くがどうしてもデータの収集や集計作業といった前半部分に費やされ、分析や企画立案など後半部分に手が回っていない。そのため、県がプラットフォームを立ち上げ、前半部分を担っていただけることに非常に期待している。地域としては、マーケティングの重要性を会員事業者へしっかりと伝え、地域と県がそれぞれの役割を果たしながら、県域全体のマーケティング力が向上されることを期待している。
- ・来年度のプレDCに向け、事務局では3つの部会を立ち上げ、コンテンツ造成や広報に

着手していただいている段階だと思う。日頃は日帰り圏の観光客の誘致へ目が向きがちだが、宿泊圏の観光客にも訴求できるまたとない機会である。宿泊施設が参画可能な宿泊キャンペーンなどの実施は想定されているのか。

(千秋シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進室長)

- ・DCはJRと地域が連携して進めるものであり、地域への送客はJRが担い、滋賀に来たお客様がどこを巡るかについては各市町にコンテンツを準備していただく。一方、県域プロモーションや市町同士をつなぐ広域的な展開は県が担う。現在、県には旅行会社から2名が出向しており、各市町や各市町観光協会と意見交換をしながらコンテンツ作りを進めているところである。
- ・宿泊を伴う企画については、DCの事業と銘打ってはいないが、「地域と連携した夜型観光等を活用した特別企画および観光バスツアーの造成」として、県内の旅行事業者と連携し、宿泊を促すバスツアーの検討を進めている。

(遠藤委員)

- ・事業者からもDCには大きな期待が寄せられており、現在コンテンツ造成から走り出している中で、宿泊事業者が参画できるセクションがあるのかという質問を多くいただいております。質問させていただいた。今後も事務局と連携しながら、仕掛ける側として取組を進めていきたい。引き続きよろしく願います。

(山本委員)

- ・ビワイチについては、観光振興に偏りすぎることなく、自動車道の整備など地元住民の利便性や安全面を考慮した取組も重視していただきたい。
- ・京都から近いとPRできるのは大津や草津だと思うが、飲食店が少ないと感じる。飲食店が充実すればより多くの観光客が訪れると思う。

(中野ビワイチ推進室長)

- ・ビワイチの道路整備は現在順次進めている。令和6年度は上級コースで約5kmの自転車走行空間を整備した。令和7年度は約6kmの整備を進めており、令和8年度には約4kmの整備を予定している。全区間の整備はすぐには完了しないが、着実に進めているため、御理解をお願いしたい。

(高木観光振興局副局長)

- ・確かに京都と比べると飲食店の数はかなり少ないが、現在「戦国メシ」として飲食店に戦国にちなんだメニューを提供していただいている。こうした取組を通じて、より多くの方に来ていただき、新しいメニューの開発や新店舗の開店など、食の充実を引き続き

図っていきたい。

(木村オブザーバー代理)

- ・びわこビクターズビューローでは令和7年度からの3年間を計画年度として、昨年度に第4期経営戦略「シガリズム宣言2.0」を策定した。しかし、昨年3月末に観光庁のDMO登録制度のガイドラインが改正され、登録要件が厳格化されたため、更新要件を満たすために来年度経営戦略を前倒しで改定する予定である。
- ・アメリカのイラン攻撃による原油高が観光客の動向にどのような影響を与えるのか、個人的に注視している。長期化すれば外出控えが観光に影響を及ぼす恐れがあるが、幸い滋賀県は日帰り客が多いため、関西圏の方に遠方への旅行から滋賀への旅行に切り替えていただけることを期待する。

(森田オブザーバー)

- ・観光客誘致による地域活性化を目指し、滋賀の皆さんが一定の方向を向いて取り組んでいらっしやると感じた。国においても観光立国推進基本計画が改正の時期を迎え、3月11日に審議が終了し、今月中にも閣議決定され発表される。近畿運輸局としても昨年のお阪・関西万博に向けたアクションプランが終了し、2030年に向けた新たな基本計画の方針を今月中に策定する。近畿全体で向いている方向は一致しており、リピーターを増やす取組が重要と考えているため、今後も力を合わせて頑張ってもらいたい。

■ 泉観光振興局長挨拶

<閉会>