



# デスティネーション キャンペーンについて

皆様にお伝えしたい  
ところに、  
何度か**私**が登場します。

令和8年4月20日



滋賀県 湖南市

こにゃん



湖南市PR  
キャラクター

# デスティネーションキャンペーン（DC）とは

JRデスティネーションキャンペーン(DC)とは、JRグループ6社が地域と連携し、観光振興や鉄道利用促進を目的に実施する全国規模の観光キャンペーンです。

## （目的）

- ・ 地域観光の活性化（観光誘客、宿泊促進、消費拡大）
- ・ 鉄道利用者の増加（移動の促進）
- ・ 地域の魅力発信（イベント・周遊・商品販売など）

## （期待される効果）

- ・ **観光客数の増加**、沿線経済の活性化
- ・ 地域の魅力度アップ、リピーターの獲得
- ・ **鉄道利用増加**

**ポイント!**  
観光と鉄道を一体で  
伸ばす取組です!



# 滋賀DCの実施期間

## 【開催期間】

令和9年(2027年)10月1日(金) ~

令和9年(2027年)12月31日(金)

《プレキャンペーン》 ⇒ 令和8年(2026年)10月~12月

《アフターキャンペーン》 ⇒ 令和10年(2028年)10月~12月

\*令和8年に行うプレキャンペーンでは、事前告知や期待感を高めるためのジラシ効果を図る予告として、今年の秋に全国宣伝販売促進会議を開催し、キャンペーン期間中の観光素材の紹介や観光地視察を行うとともに、旅行商品の造成・販売を実施。

\*終了後に行うアフターキャンペーンでは、フォローアップ施策や効果測定、関係者フォローを通じて継続的な誘客につなげる取組を推進。 ← (湖南省は、この視点に注目しています。)

ポイント!  
継続的な取組  
を推進



# キャッチフレーズについて

滋賀県シガリズム・デスティネーションキャンペーン推進協議会事務局の発表によると、  
全国から寄せられた11,360件の応募の中から、厳正な審査を経て選出されました。

**\*この後、三日月知事から詳細について、ご紹介いただけると幸いです。**



滋賀を訪れてもらうためには、**滋賀を知ってもらう**必要があります。

作品には、滋賀の魅力を凝縮して伝えようという思いがあふれていました。

これを機に**ひとりでも多くの方が滋賀を訪れ、滋賀の魅力を体感**してくれた

らいいなと思います。（※キャッチフレーズ特別選考委員 宮島 未奈さん）総評コメント

ポイント!  
共感・体験  
で進める



# 観光客数の増加に向けて

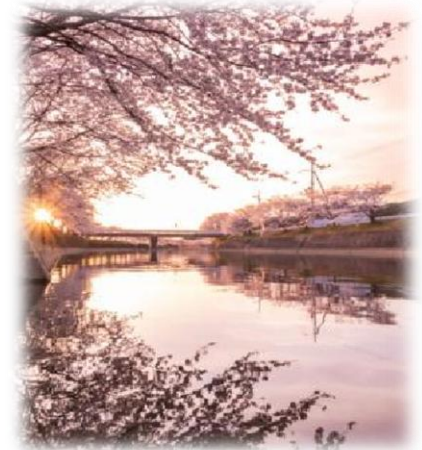
## 草津線物語列車

草津線を舞台に創られた一冊の本を元に、実際の列車に乗ることで自らが  
主演となり、その物語を実際に体験していくというスタイル。物語に登場する駅  
や景色、商店やモノ等は、架空ではなく現地に行けば存在する“現物”を使い  
物語を読んだ人が“主演気分”で、その物語をなぞるよう列車旅ができる。

この物語は、JRや滋賀県、沿線の市町、そして地域の皆さんと力を  
合わせてつくっていきます。皆さんと共に歩み出す一歩が、滋賀に新し  
い風を運びます。

**- 草津線に留まらず！ -**

\* 東海道本線、北陸本線、湖西線などを核に、琵琶湖を巡る周遊の  
輪を広げ、沿線市町や関係機関と連携して地域の魅力を発信すること  
はできないでしょうか。





# 観光客数の増加によって

湖南省は、滋賀DCを契機に、観光・交通・まちづくりを一体化した施策により、草津線の利用者の持続的な増加の実現をめざします。

## 【観光入込客数のKPI目標値】

2026年想定値 638,000人

2030年目標値 776,000人

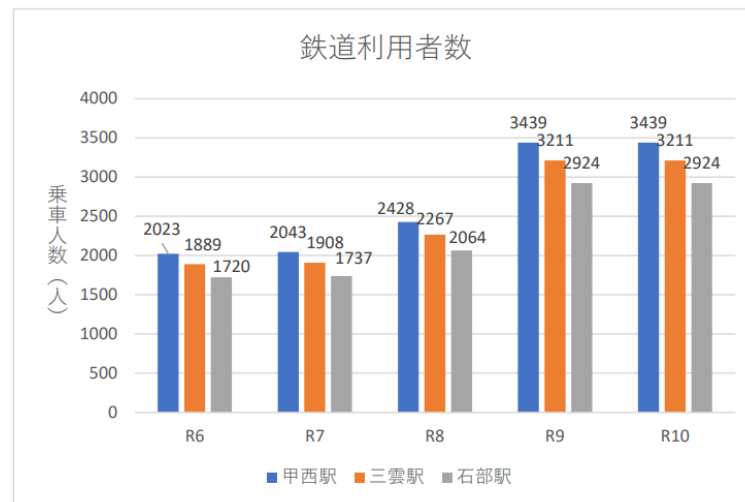
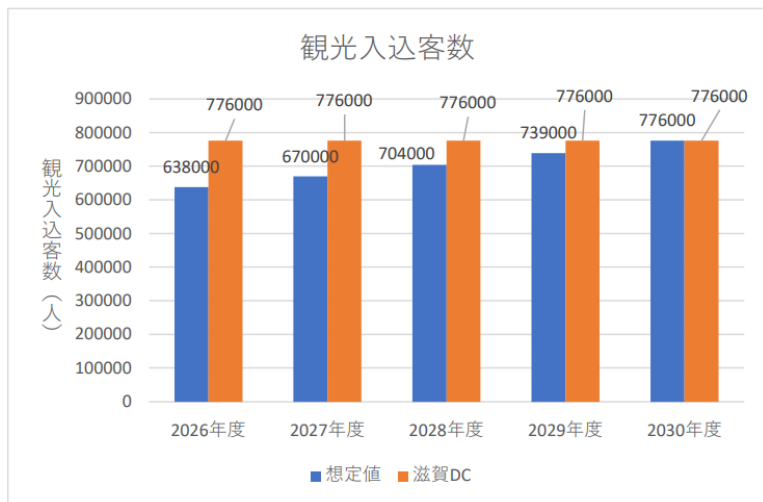
+138,000人 (2割増加)

## 【鉄道利用者数のKPI目標値】

R6実績 1,880人

R9目標 3,200人

+1,320人 (7割増加)



例えば！

## 観光客数の増加に向けて (新たなコンテンツの造成を)

本市をはじめ甲賀湖南エリアには、**旧東海道**や**JR草津線**が通っており、この2つの交通路線をテーマとして誘発事業を進めます。



旧東海道を大きなテーマとして、沿道に宿場や立場のあった自治体および観光協会などが協働して観光資源を掘り起こし、新たな観光コンテンツの造成をめざします。

また、旧東海道にちなんだ**既存の観光資源を再編集し、新たな体験価値を創出します。**



# 観光客数の増加に向けて

(“福祉のまち”ならではのコンテンツとして)

アール・ブリュット (Art Brut) は、フランス語で「生の芸術」を意味し、既存の美術潮流や専門的な美術教育に影響されず、内なる衝動のままに表現された作品のことです。1945年頃にジャン・デュビュッフェが提唱し、障がいのある人やこども、独学の作者などによる、無垢で独創的な表現を指します。

例えば！

## 《新規コンテンツの企画(例)》

既存の地域資源を活用し、「交通・福祉・観光」の分野横断により、アール・ブリュットの価値を“創作・鑑賞・体験”の三位一体で展開。福祉事業所で生まれた作品を単に展示するのではなく、作者の創作背景や想いととも発信し、来訪者が“出会い・気づき・共感”を得られる仕組みを構築。また、作品展示や関連コンテンツを通じて、鑑賞にとどまらず、多様な感性や価値観に触れる体験機会を創出。これにより、障がいの有無を越えて、「見る・知る」から「感じる・つながる」へと発展させ、地域全体に新たな共感と交流を生み出すきっかけに！



アール・ブリュット 作品が さりげなくあるまち



# 滋賀DCをオール滋賀の取り組みで「選ばれる滋賀」へ！

滋賀DCは単なる観光キャンペーンではなく、地域間連携により持続可能な観光地づくりを進め、その先にある「まちづくり」へとつなげる取り組みです。

とりわけ、国スポ・障スポで育まれた「おもてなし」の心を滋賀全体で共有し、未来へ継承していくことが重要です。

本市は県内の皆様とともに、訪れる人にも、住む人にも選ばれる魅力ある滋賀をめざしてまいります。

- 行政だけでなく、市民・企業とともに「オール滋賀」でおもてなしに取り組むことで、関係人口の創出・拡大が考えられます。
- 分野横断による観光誘客・周遊促進により、地域全体の活性化が期待できます。
- 国スポ・障スポのレガシーである「おもてなしの心」を、アフターDCにおいても継承・発展させましょう。
- 滋賀DCを契機に、「選ばれる滋賀」へと進化したいですね。

きっと**これが、** **シガリスム**



例えば！

# 観光客数の増加に向けて

(オール滋賀の取り組み 案1)

## (仮称) 花でつなぐ、びわ湖のまち。フラワープロジェクト

駅はまちの玄関口です。デスティネーションキャンペーンを機に、沿線の市町が連携して各駅でフラワーによるおもてなしを行い、訪れる方々を温かく迎え入れませんか。『オール滋賀で取り組み地域の魅力発信とおもてなし力の向上』

(関係人口)



この取り組みでは、ALL滋賀で、**関係人口**を増やしませんか。

また、この機会を通じて、例えば『**フラワー・フォトコンテスト**』を多くの市町で取り組めると面白いですよね。



# 観光客数の増加に向けて

(オール滋賀の取り組み 案2)

例えば!

## (仮称)近江紅葉×酒蔵×街道 周遊プロジェクト

### 滋賀の酒蔵・醸造

- ・各まちの**酒蔵、醸造所**を周遊してもらう。
- ・試飲や各市の名産品のおつまみを用意し楽しんでもらう。



### 隠れスポット紅葉とライトアップ

- ・旧東海道などをはじめとする沿道近隣で、**紅葉の時期にライトアップ**が行われる寺社やスポットを周遊する。
- ・ディナーと組み合わせて「**夜**」を楽しんでもらう。



### 旧東海道・中山道・北国街道などの宿場・立場巡り

- ・DC期間限定の**御宿場印、御立場印**を作成し、各市で専用の台紙を販売する。
- ・御朱印帳のように各宿場、立場を巡り台紙に押印する。

共通の周遊パスを販売し、来訪者の周遊促進と稼ぐ仕組みを創れたら面白いかも





デスティネーションキャンペーン

**このチャンスを  
オール滋賀で活かしたいですね!**

**～ 滋賀の力を結集 ～**