

提言

滋賀の観光イノベーション グランドデザイン 2030 (VER. 1)

Feel Biwa Energy

2019 年 3 月 15 日

滋賀の観光イノベーション研究会

はじめに

2018年の訪日外国人数は過去最高の3119万人を記録した。国内では人口減少、少子高齢化が顕在化する中、2020年には東京オリンピック・パラリンピック競技大会、2025年には大阪・関西万国博覧会が予定され、外国人観光客は増加の一途をたどるものと推察される。

今日、観光の形態がシニアや外国人の個人客にシフトし、美しさ、文化、アート、デザイン、本物を重視する観光を求めるようになってきている。果たして、滋賀県内の観光地、観光業はそうした変化に対応できているのだろうか。

滋賀の観光イノベーションフォーラムは、滋賀大学が発起人となり、こうした変化に強い問題意識を持っている方々を結集し、民間レベルで、観光立県滋賀のグランドデザインを描き、問題提起を行い、学び合い、実行することを目的としている。

初年度は、注目される観光ビジネス事業者からのヒアリングや意見交換、観光関連データの収集分析を行い、これらを踏まえ、研究会を設置し、検討を行い、本グランドデザインをとりまとめた。ここに公表し、県内外に問題提起を行うものである。

今後は、本学自らも観光人材育成プログラムを実践するほか、志を同じくする民間企業や行政の皆さまと一緒に、本グランドデザインの実現に貢献する所存である。忌憚のないご意見を頂くとともに、皆さまのより一層のご協力を頂けますことを期待します。

なお、本グランドデザインのとりまとめにあたってご尽力いただいた「滋賀の観光イノベーション研究会」委員の皆さまにはここに感謝の意を表する次第である。

2019年3月

滋賀の観光イノベーション研究会主査
国立大学法人滋賀大学 社会連携研究センター長
石井 良一

滋賀の観光イノベーション研究会委員名簿

石井 良一	滋賀大学社会連携研究センター長（主査）
一圓 泰成	（株）文教スタジオ社長
川戸 良幸	（株）琵琶湖汽船社長
紀平 健介	（株）ビワコツーリズム取締役
小出 英樹	一般社団法人近江ツーリズムボード代表理事
草野 丈太	奥伊吹観光開発（株）社長
嶋村 幸雄	ホテル・デュ・ラク総支配人
須江 雅彦	滋賀大学理事・副学長
前川 保志花	（株）保志花 Pro、甲賀市観光協会観光大使
松本 伸夫	びわ湖大津プリンスホテル総支配人
南 政宏	滋賀県立大学人間文化学部生活デザイン学科助教

滋賀大学研究者

上田 雄三郎	滋賀大学社会連携研究センター 主任社会連携コーディネーター
李 鍾賛	滋賀大学データサイエンス教育研究センター助教

（５０音順、敬称略）

目次

はじめに

1. 日本・滋賀県の観光を取り巻く状況	5
1) 外国人観光客の増加によりわが国の観光業は活性化	5
2) 日本人観光市場はシニアが牽引	9
3) 外国人観光客の滋賀に対する満足度	12
4) 滋賀のこれまでの観光の課題	15
2. 滋賀の新しいツーリズムの目指す姿	16
1) 観光に関する事業機会の到来	16
2) ターゲットとする顧客層	17
3) 滋賀の新しいツーリズムの目指す姿	18
4) 数値目標	19
3. 産学官民連携で取り組む重点プロジェクト	20
4. 実現に向けて	21
1) 各主体の役割	21
2) ツーリズム振興のための規制等の見直し	21
3) Move 1 : 2019	22

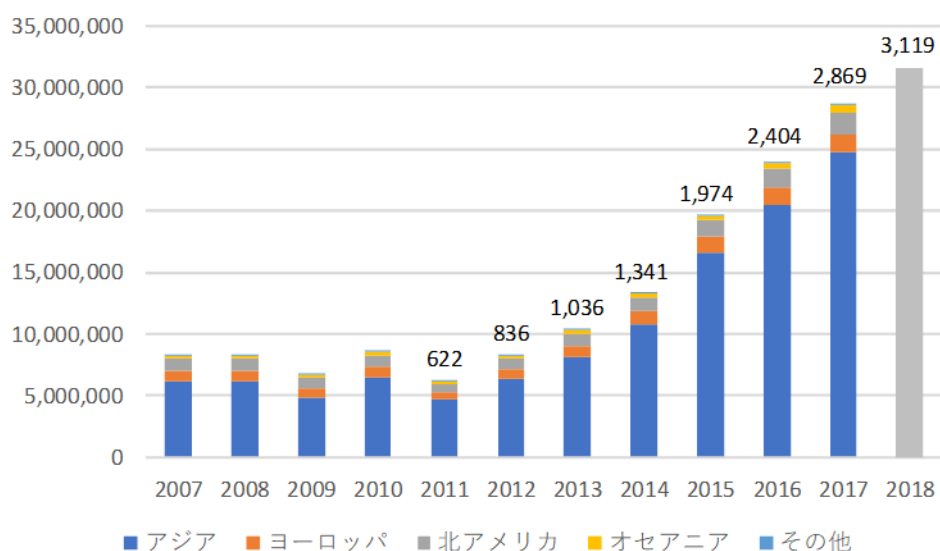
1. 日本・滋賀県の観光を取り巻く状況

1) 外国人観光客の増加によりわが国の観光業は活性化

①訪日外国人の急増

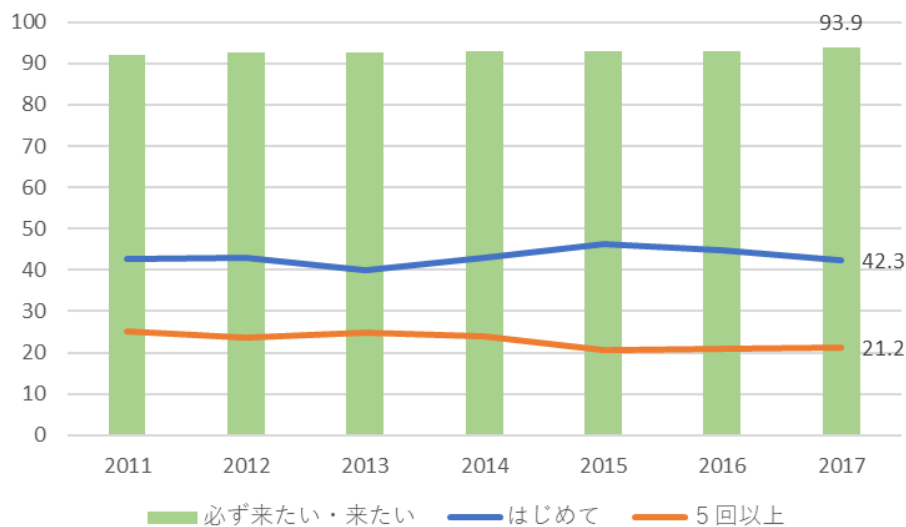
訪日外国人数は、東日本大震災の影響で落ち込んだ 2011 年の 622 万人から 2018 年には 3,119 万人と 5 倍に急増した。アジアからが 8 割を占めるが、世界中からの観光客が増加している。毎年、初来日観光客割合は 40～50%、5 回以上来日観光客割合は 20～25%、再来訪意向は「必ず来たい」、「また来たい」を合わせると 90%以上あり、安定したリピーターを基本に、新規観光客を増やしている好循環の状況にある。

図表 1 訪日外国人数の推移



(出所)：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客数」

図表 2 外国人観光客の来日回数割合、再来訪意向

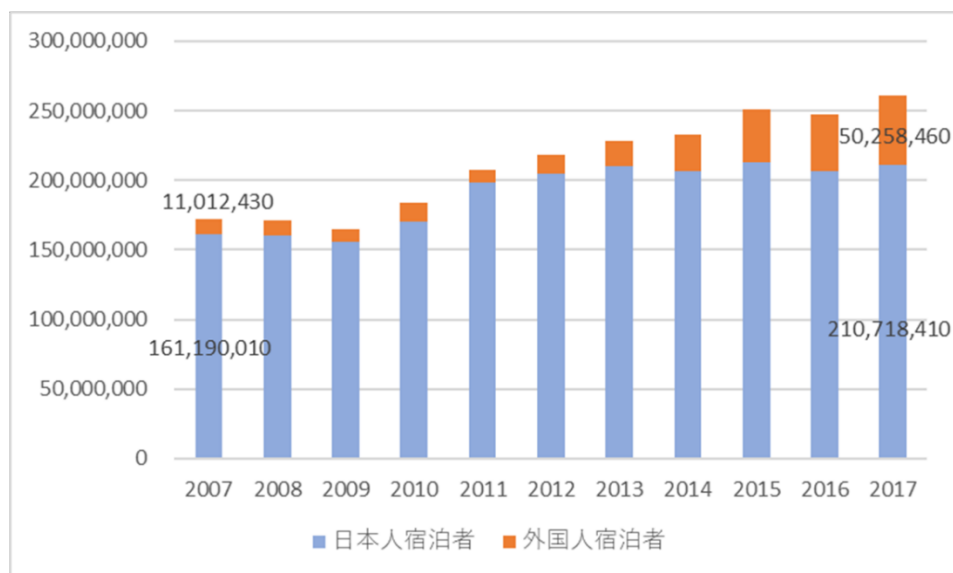


(出所) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」

②外国人観光客の増加が国内観光市場を活性化

外国人観光客の増加は、国内の観光業の成長に大きく寄与している。観光目的外国人宿泊者数の日本全体の宿泊者数に対する割合は年々高まり、2017年には19%に達している。

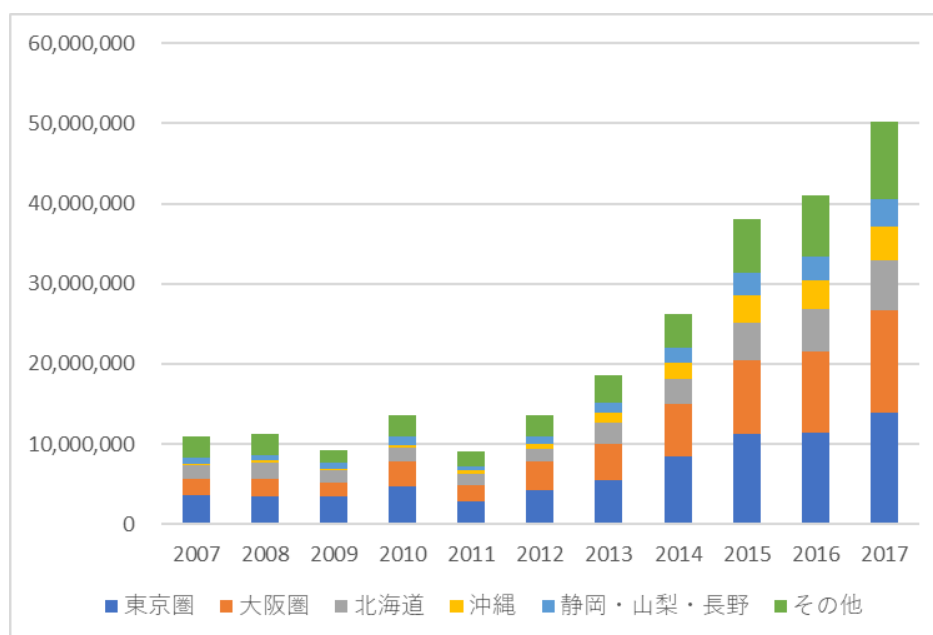
図表3 日本全体の観光目的宿泊者数の推移



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

外国人の観光宿泊地は、東京圏、大阪圏、北海道、沖縄に集中している。特に2017年は、全体が増加するとともに、地方も増加した。

図表4 観光目的外国人宿泊者宿泊地の推移

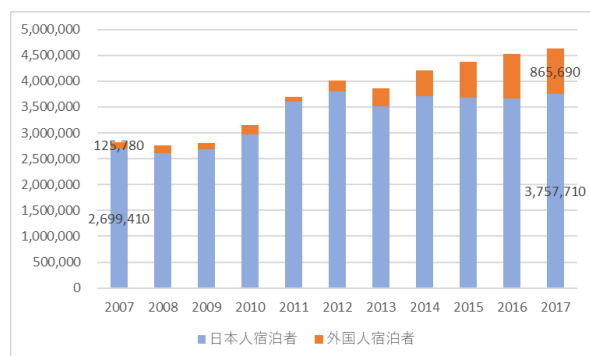


(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

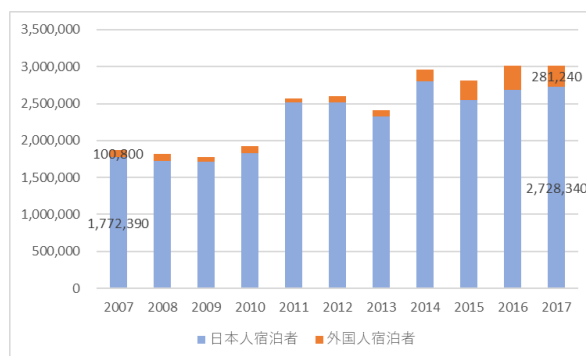
(注) 東京圏 (東京・神奈川・千葉・埼玉)、大阪圏 (大阪・兵庫・京都)

2017年には外国人観光宿泊客の割合は、岐阜県では全体の19%、和歌山県では全体の11%、滋賀県では全体の9%に達している。滋賀県における外国人宿泊者数は東京から大阪間のゴールデンルート上にある府県で最低である。近年増加しているものの2017年には減少した。理由としては、隣接する京都などにおける宿泊施設の整備が進んだためとみられ、県内観光地を目的とする観光客が少ないことが明らかとなった。

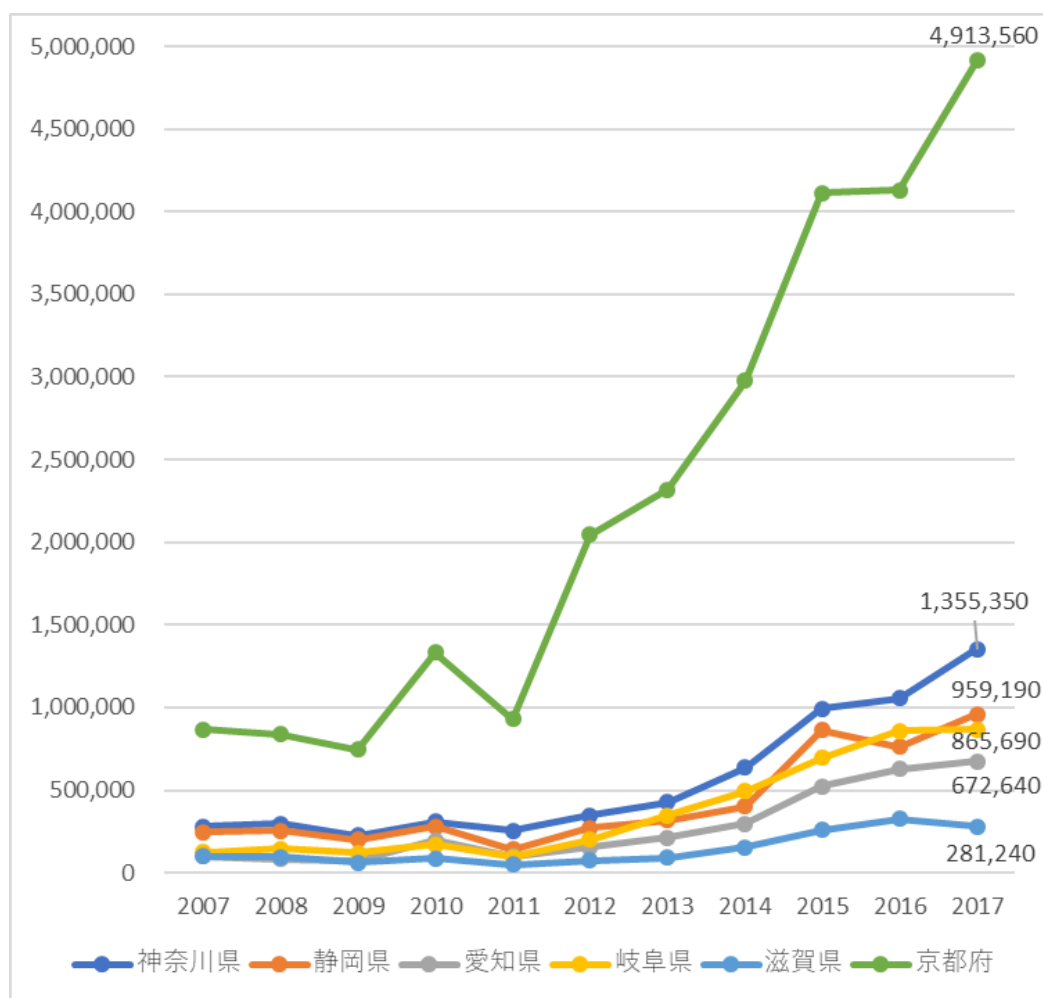
図表5 岐阜県における観光目的宿泊者数の推移



図表6 滋賀県における観光目的宿泊者数の推移



図表7 ゴールデンルート上の府県における観光目的宿泊者数の推移

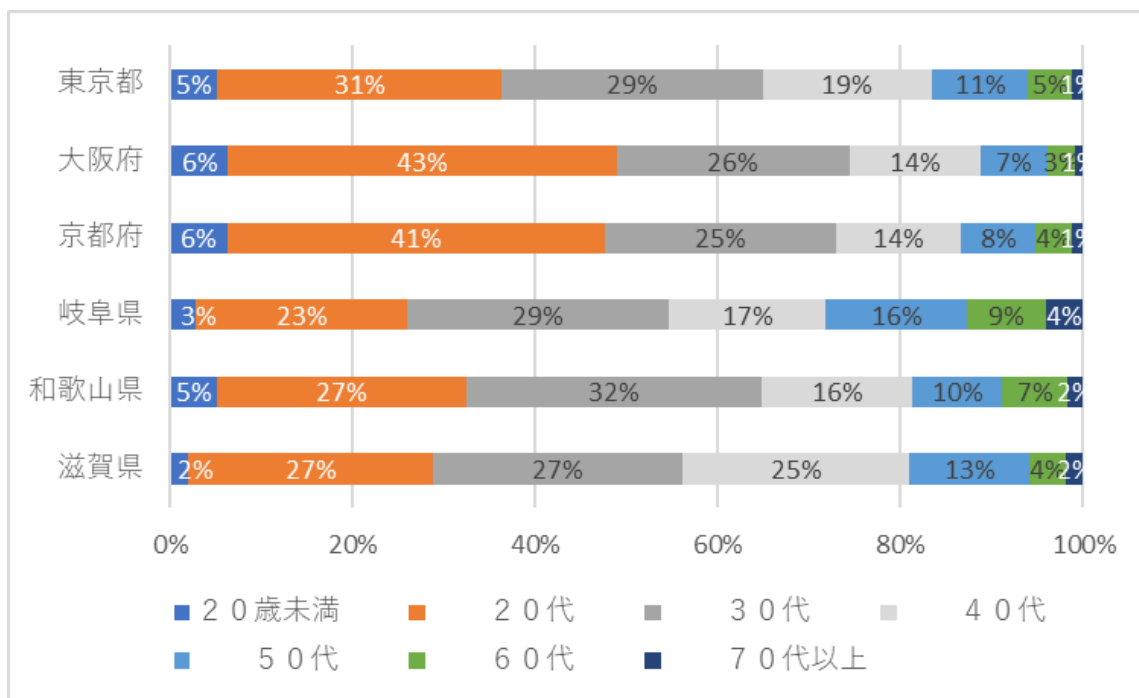


(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

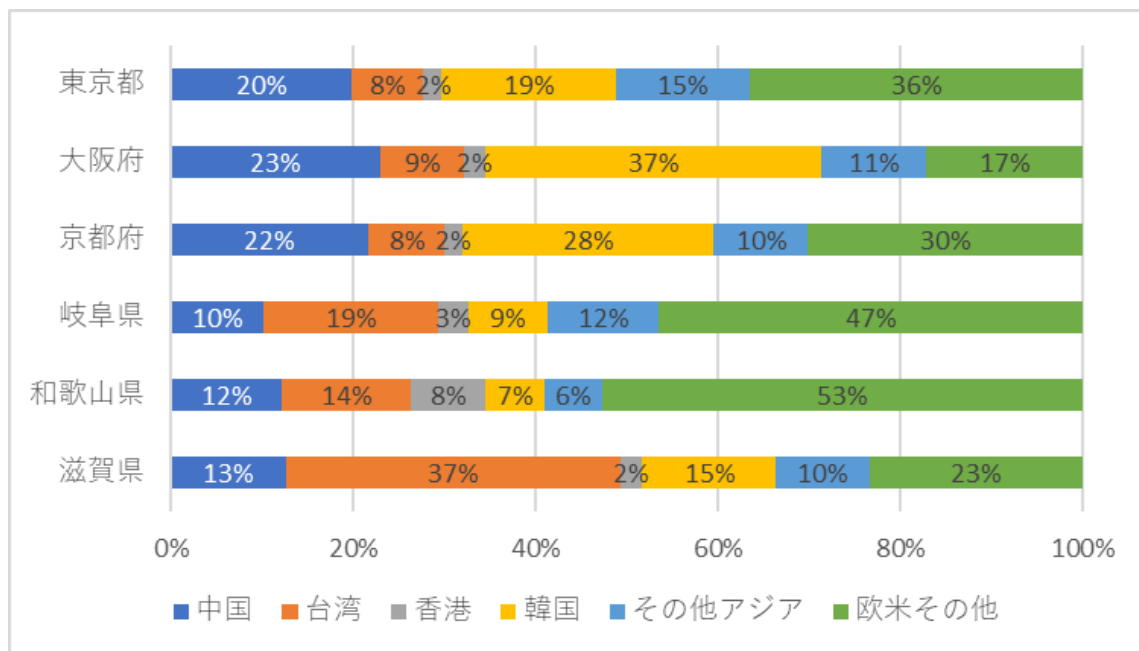
③外国人観光客の主体は 20、30 代

外国人観光客の主体は 20、30 代と若く、中国、台湾、韓国が多い。しかし、地域で大きく異なる。滋賀県には 40 代以上も多く、国籍別では台湾からの観光客が多い。

図表 8 外国人観光客年齢層（2017）



図表 9 外国人観光客国籍（2017）



（出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2) 日本人観光市場はシニアが牽引

①日本人観光客は頭打ち

これまで我が国の観光産業の主役であった日本人観光客の動向も変化しつつある。日本人の観光客数は、過去5年間、宿泊旅行、日帰り旅行ともほぼ横ばいである。

図表 10 日本人の国内旅行における延べ旅行者数の推移（単位：千人回）

	宿泊旅行								日帰り旅行							
	観光・ レクリエーション		帰省・ 知人訪問等		出張・業務		観光・ レクリエーション		帰省・ 知人訪問等		出張・業務					
	前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)		前年比 (%)	
2013年	320,416	1.5	176,421	2.7	92,761	1.3	51,233	△ 1.8	310,534	4.5	206,272	5.3	48,257	4.2	56,006	1.9
2014年	297,343	△ 7.2	160,026	△ 9.3	86,385	△ 6.9	50,932	△ 0.6	297,878	△ 4.1	188,629	△ 8.6	47,692	△ 1.2	61,557	9.9
2015年	312,985	5.3	171,689	7.3	87,258	1.0	54,037	6.1	291,730	△ 2.1	193,702	2.7	42,823	△ 10.2	55,205	△ 10.3
2016年	325,658	4.0	176,670	2.9	93,222	6.8	55,766	3.2	315,422	8.1	208,799	7.8	51,131	19.4	55,491	0.5
2017年	323,328	△ 0.7	178,615	1.1	90,425	△ 3.0	54,288	△ 2.7	324,182	2.8	207,575	△ 0.6	52,774	3.2	63,833	15.0

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに（公財）日本交通公社作成

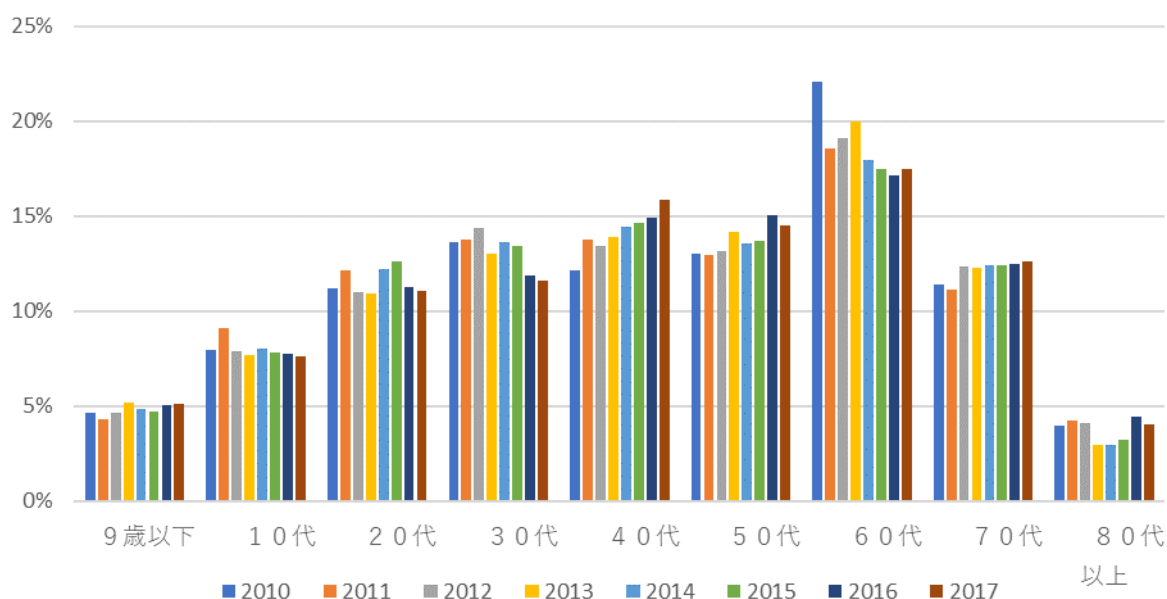
（注1）各年の値は年間確報による。それぞれの調査結果は観光庁ホームページより（2018年7月5日時点）。

（出所）日本交通公社「旅行年報 2018」

②日本人の観光市場はシニアが牽引

日本人の観光市場は団塊の世代が牽引してきたと言われており、宿泊旅行では2010年以降、男女とも60代が旅行者割合、観光レクリエーション消費額割合で全世代のトップとなっている。しかしながら、彼らは70代を迎え、変化の兆しもみられる。2010年代を通して、60代の消費額割合は低下傾向にあり、代わって40代、50代層が台頭している。20代女性も堅調である。

図表 11 日本人国内宿泊を伴う観光レクリエーション消費額構成比の推移

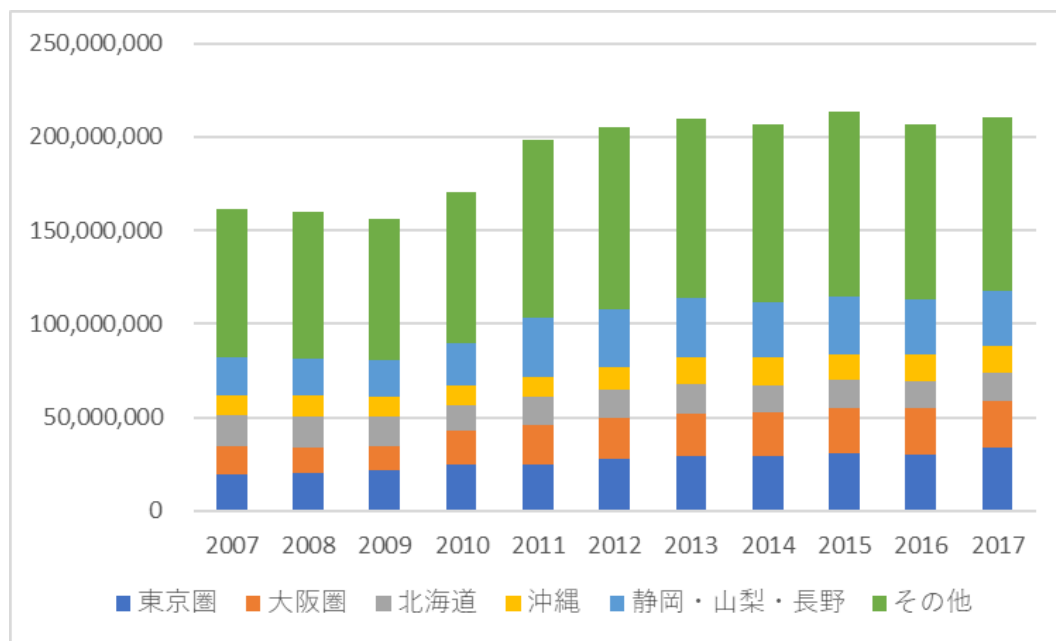


（出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」

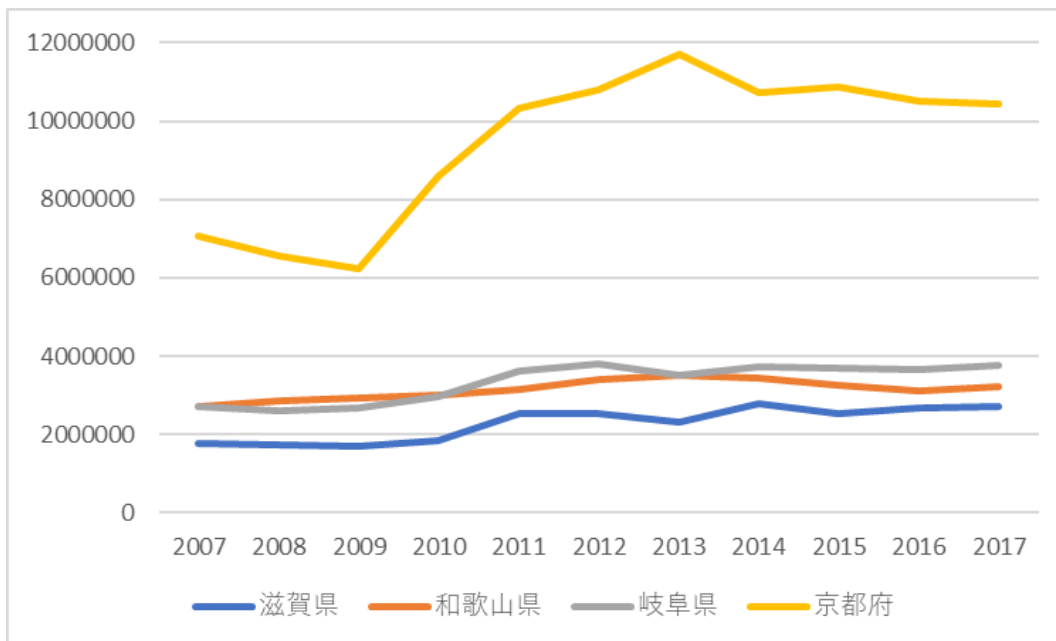
③滋賀はアウトドア、自然、文化志向派を吸引

日本人の観光宿泊地は分散しているものの、東京圏、大阪圏、北海道、沖縄が人気である。滋賀県における観光目的日本人宿泊者数は2017年で273万人、日本全体の1.3%である。近県では、京都府の増加が著しいが、和歌山県、岐阜県とはほぼ同様に増加している。

図表 12 観光目的日本人宿泊者数宿泊地の推移



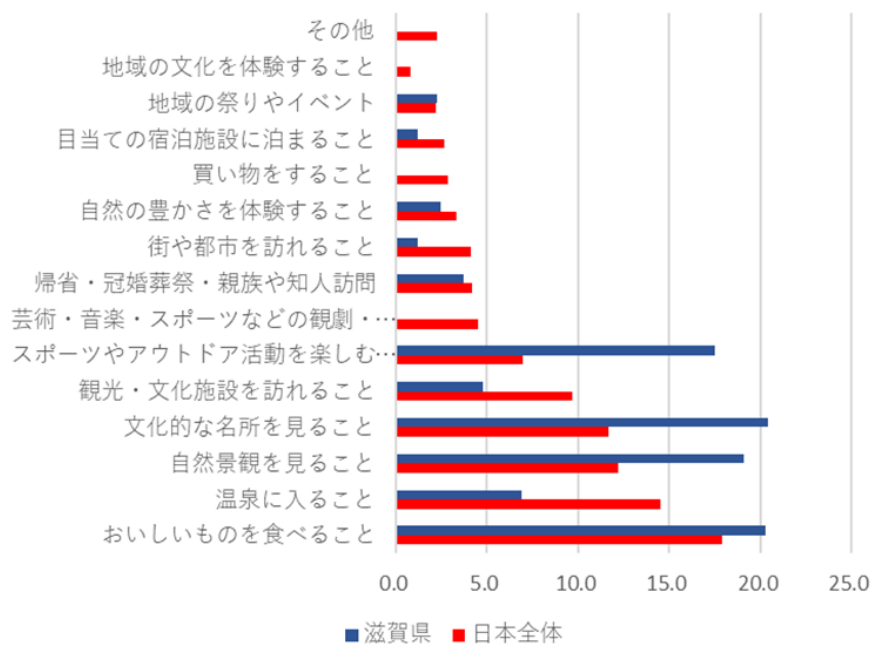
図表 13 滋賀、和歌山、岐阜、京都の観光目的日本人宿泊者数の推移



(出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」

滋賀にはアウトドア、自然、文化志向派が多く訪れている。

図表 14 滋賀県への観光で最も楽しみにしていたこと（2017）



（出所）日本交通公社「旅行年報 2018」より作成

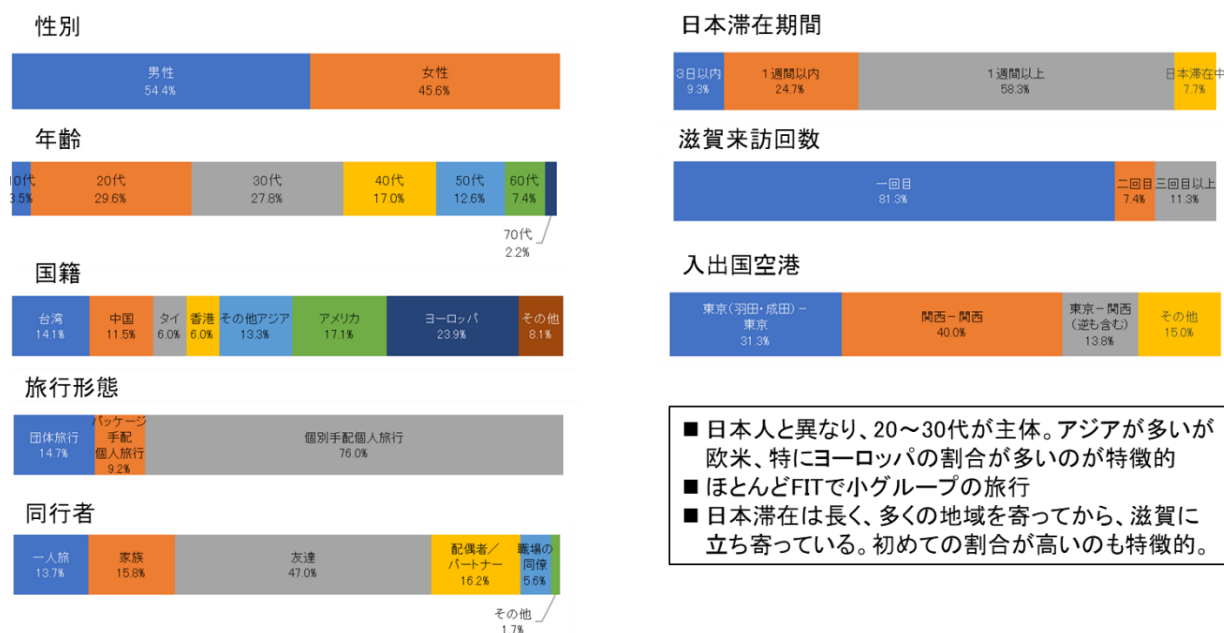
3) 外国人観光客の滋賀に対する満足度

外国人観光客の実態を探るため、滋賀大学では、2018年11月に県内5か所（大津、彦根、長浜、近江八幡、甲賀）で「外国人観光客満足度調査」を実施し、対面方式で234人から回答を得た。

図表 15 外国人観光客満足度調査実施状況

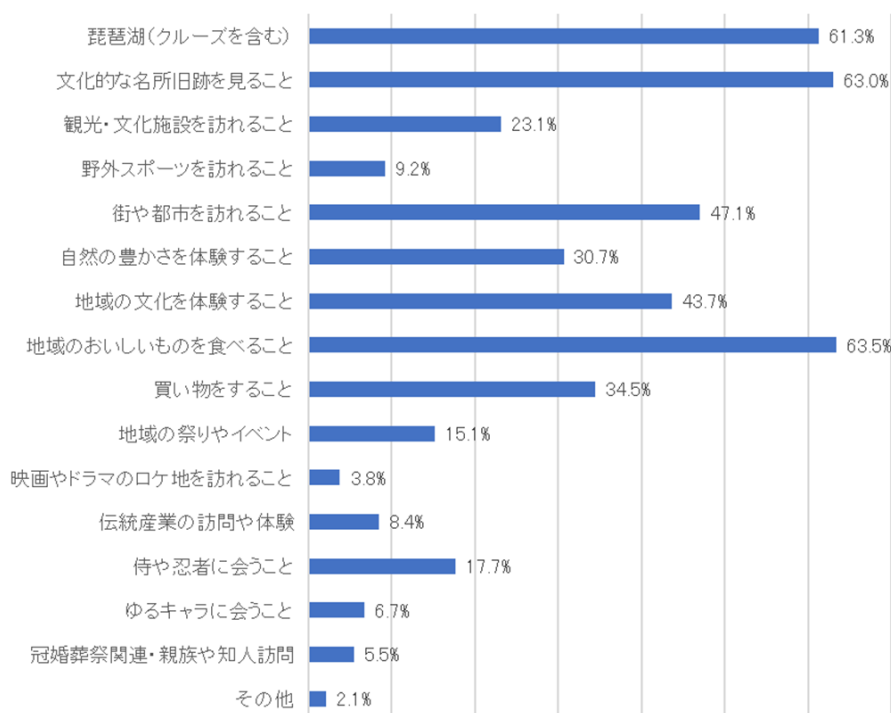
地点	実施日	調査票回収数
大津	11/24	28
彦根	11/25	90
近江八幡	11/24、25	48
長浜	11/24、25	43
甲賀	11/24、25、忍術村設置	36
合計		245

図表 16 外国人観光客満足度調査回答者の属性



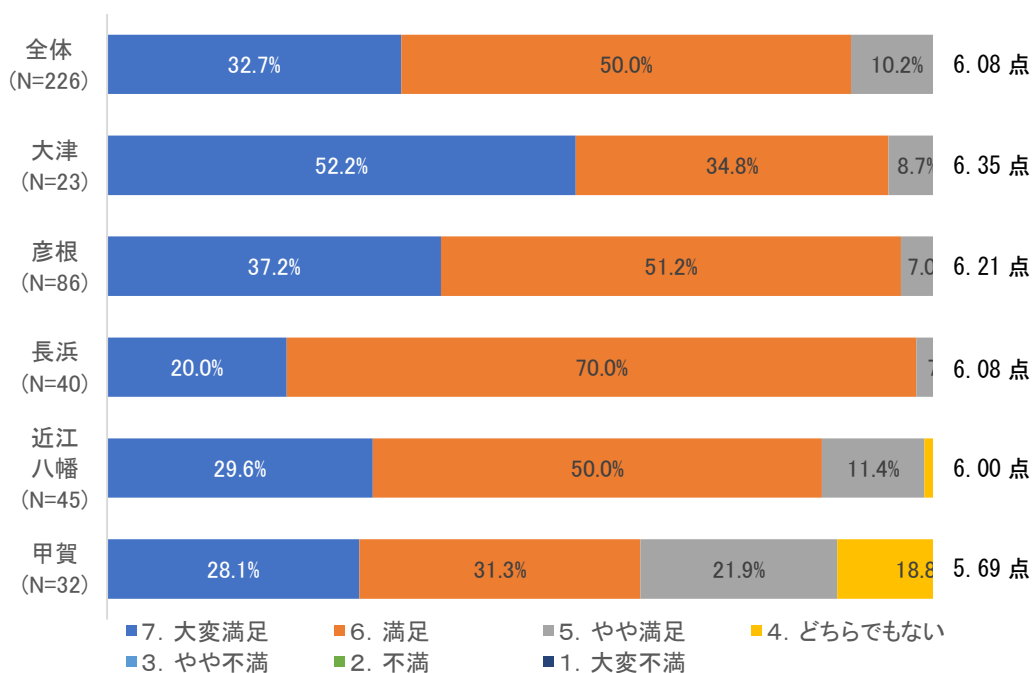
外国人客が滋賀で楽しみにしていたことは、文化的な名所旧跡、琵琶湖、地域の食が圧倒的。街歩きや文化体験のニーズも高い。日本的な情緒が色濃く残り、琵琶湖が広がる滋賀の地を、友人や家族でぶらぶら歩き、おいしいものを食べる姿が目につく。なお、11月に実施した調査なので、ウォータースポーツやスキーは除外される。

図表 17 外国人観光客が滋賀で楽しみにしていたこと (N=238)

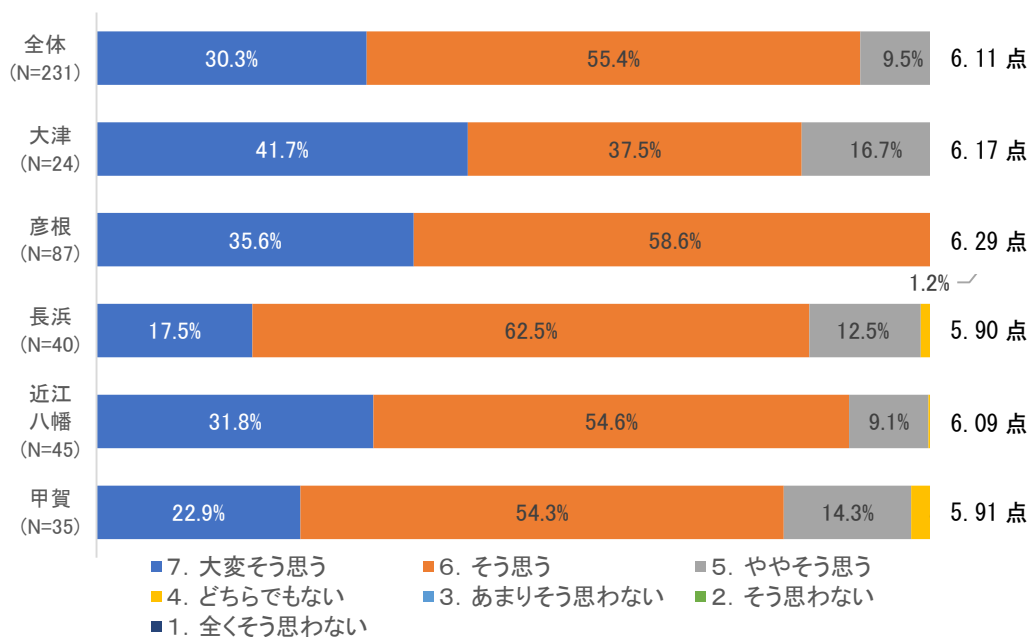


7段階評価で聞いた満足度は平均 6.08 と極めて高い満足度を示した。不満とした回答は 1 人もいなかった。その理由としてあげられたのは、滋賀県民が日常的に守ってきた光景や文化、普段のありのままの生活や応対である。紹介意向も高い。観光地別では、大津、彦根の満足度が高い。満足度が高い一方で、言葉の問題や観光案内の充実を指摘する声があった。

図表 18 外国人観光客の滋賀に対する総合満足度



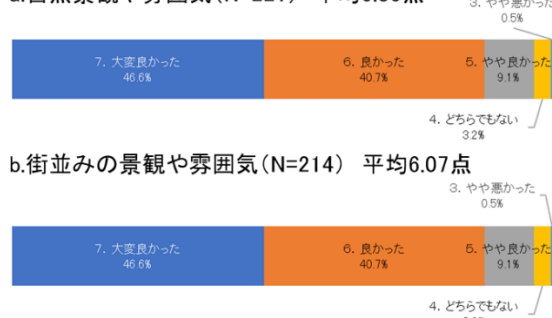
図表 19 外国人観光客の滋賀に対する紹介意向



図表 20 外国人観光客の滋賀のサービスに対する評価

① 景観・雰囲気

a. 自然景観や雰囲気 (N=221) 平均6.30点

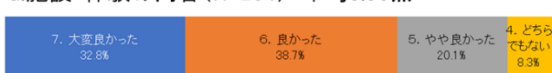


b. 街並みの景観や雰囲気 (N=214) 平均6.07点



② 観光・文化施設

a. 施設・体験の内容 (N=204) 平均5.96点

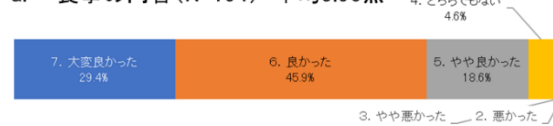


b. 従業員のおもてなし (N=199) 平均6.20点

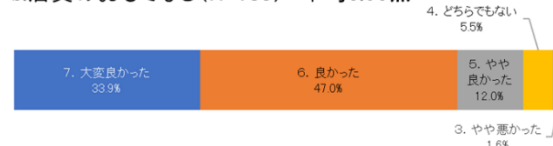


③ 飲食施設

a. 食事の内容 (N=194) 平均5.96点

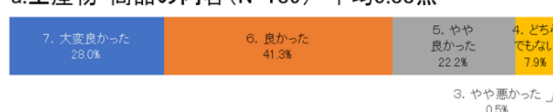


b. 店員のおもてなし (N=183) 平均6.06点



④ 物販施設

a. 土産物・商品の内容 (N=189) 平均5.88点



b. 店員のおもてなし (N=181) 平均6.07点



主な自由意見

(大津)

- きれいな街並みを守り続けてください。

(彦根)

- 食べ物、景色が良かった。
- 金沢などと比較すると観光についての情報がとても少ない。だから多くの人がここに来ないのだと思う。

- もっと英語の表記と彦根城での説明が欲しい。(近江八幡)

- 来るのにいい場所です。駅でもっと助けが必要。

(長浜)

- 英語のメニューがほしい。より多くの人が英語を話せるようになってほしい。

外国人観光客の観光消費額は平均 52,862 円/人に上り、日本人宿泊観光客の一般的な消費額である約 2 万円/人と比較して格段に大きく、地域経済に与える影響は大きい。

図表 21 外国人観光客の県内消費額（円/人）

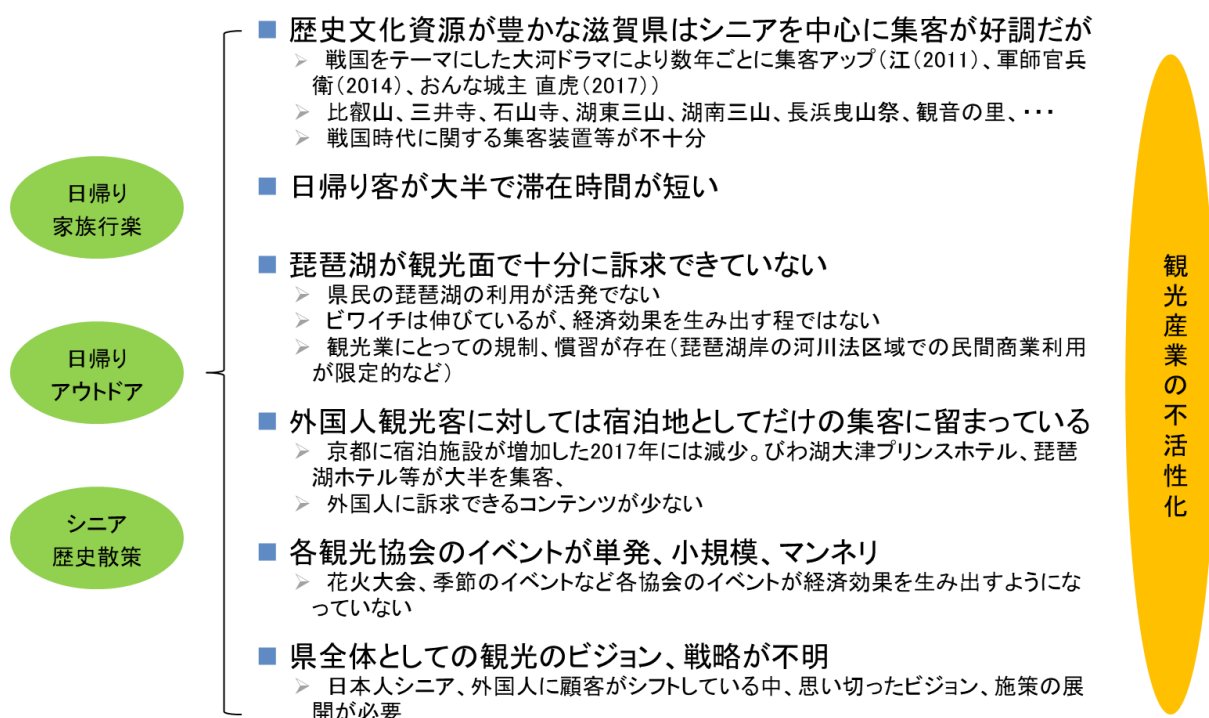
	全体	大津	彦根	近江八幡	長浜	甲賀
宿泊費	20,059 円	21,171 円	15,778 円	32,929 円	22,733 円	15,292 円
飲食費	10,589 円	7,235 円	10,276 円	13,080 円	14,546 円	3,673 円
入場料	3,938 円	2,643 円	4,297 円	5,413 円	3,553 円	2,280 円
交通費	6,958 円	2,530 円	6,462 円	9,605 円	6,515 円	9,323 円
買い物	11,318 円	7,000 円	13,032 円	9,711 円	17,409 円	6,233 円
合計	52,862 円	40,579 円	49,845 円	70,738 円	64,756 円	36,801 円

※金額は平均

4) 滋賀のこれまでの観光の課題

現状分析や観光事業者インタビュー等を通じて明らかになった滋賀のこれまでの観光の課題を整理すると、次のとおりである。日本人の日帰り観光客に依存している構造では将来に向けて、観光産業としての成長は見込めない。

図表 22 滋賀のこれまでの観光の課題



2. 滋賀の新しいツーリズムの目指す姿

1) 観光に関する事業機会の到来

2030 年にかけて、ラグビーワールドカップ（2019）、東京オリンピック・パラリンピック（2020）、滋賀国体（2024）、大阪・関西万国博覧会（2025）、リニアモーターカー開業（2027）など大型イベントなどが続き、多くの外国人観光客を迎えることとなる。この間、訪日外国人 6 千万人（2030）の実現に向けて、政府もさまざまな施策を展開することが予想される。

滋賀は関西及び中部国際空港に近く、新しいツーリズムを展開し、観光の産業化を図る絶好の機会が訪れることとなる。

図表 23 滋賀を取り巻く環境変化

西暦	イベント	トピックス
2019	ラグビーワールドカップ G20（大阪）	出国税の導入
2020	東京オリンピック・パラリンピック	訪日外国人 4 千万人
2021	ワールドマスターズゲーム関西	
2022	北陸新幹線敦賀延伸 北京冬季オリンピック・パラリンピック	
2023	新名神高速道路全通	
2024	滋賀国体 彦根 世界遺産登録	世界人口 80 億人突破
2025	大阪・関西万国博覧会	
2027	リニアモーターカー開業（東京ー名古屋）	
2030 以降	7 割の自治体で、人口が 2015 年比 2 割減 （2045）	訪日外国人 6 千万人（2030） 日本人口 1 億人割る（2050）

（出所）各種資料より作成

図表 24 滋賀の地理的優位性



2) ターゲットとする顧客層

滋賀県における現状の主な顧客層は、日本人は日帰りレジャーを楽しむ京阪神からの家族連れやカップル、歴史文化や自然を楽しむ元気な団塊シニアである。外国人は残念ながら、京都や名古屋に近い宿泊先として選んでいる場合がほとんどで、滋賀を目的に訪れる観光客はいまだ少ない状況である。リピーターは皆無と言っても過言ではないだろう。

こうした顧客層に対応して、県内の観光施設、宿泊施設は日帰り行楽地として充実を図ってきた。高度成長期に見られた企業の団体客は影を潜め、個人客が主体となり、雄琴温泉などの旅館は大きな方向転換をしている途上にある。

団塊シニアが70代を迎え、外国人観光客が飛躍的に増加する中、観光のあり方について大きく転換を図らないと、滋賀は埋没することとなろう。製造業が長期的に海外シフトや生産性の向上により、雇用吸収力を減少する中、滋賀の魅力を向上させる観光産業は有望な新産業である。

時代の変化や滋賀の特性を踏まえ、ターゲットとする顧客層を大きく変化させることを提案したい。次表に示す顧客層が今後、滋賀にとっては重要となる。

図表 25 滋賀が今後ターゲットにすべき顧客層

ターゲットとする顧客層	顧客の属性	
気持ちはミドル (60代)	「学ぶ」意識が高い。三世代での旅行のスポンサー。好奇心はあるものの、体力は衰える一方なので、健康には人一倍関心が強い。歴史、温泉、自然、写真などが好き。	価値観が相似
都会のミレニアル世代 (~30代後半)	可処分所得は、今後増えていく。家族・親・友人と旅行に行き、インスタ投稿。自然、アウトドアが好き。つながりを求め、自分で必要な消費を選択。	
おひとりさま	自分のこだわり（歴史・グルメなど）が満たされる安心安全な旅。癒しと美の追求は、永遠のテーマ。一人でも、旅先でのふれあいや偶然を楽しむ。	
アジアの富裕層	コト体験重視。家族を大切にする。デジタルが得意でSNSから情報を仕入れる。つながるのが好き。一方で、自国でのデジタル疲れを癒す上質な旅を求める。	
欧米のクールジャパン層	日本文化が好き。こだわり（アニメ・和食・アウトドアなど）を求め何度も日本へ。古民家好き。東洋医学的価値観に興味がある。心と体の安寧を求める。	

3) 滋賀の新しいツーリズムの目指す姿

ここでは2030年を目標年次とする大きなグランドデザインを提示し、滋賀の観光を大きく変貌させることを企図する。物見遊山的な「観光」ではなく、長期滞在的な「ツーリズム」を目指す。

滋賀の新しいツーリズムの目指す姿として、Feel BIWA Energy「湖国の資源を通じて、人生の充足、癒し、気付きが得られる地」を提案する。

滋賀は、琵琶湖の水や魚、肥沃な農地に恵まれ、古代からムラが営まれ発展した。戦国時代には、群雄が割拠し、天下統一を果たした織田信長により初めて日本の首都と言える安土城が築かれた地である。江戸時代には、県内各地でちりめん、上布、薬、醸造などの産業が勃興し、近江商人が全国で活躍する礎となった。

戦後は、糸賀一雄をはじめとする多くの実践者により障がい者教育の先駆的な試みの地となり、高度成長期には琵琶湖の汚染に端を発したせっけん運動は県民総ぐるみの運動となり、福祉や環境意識の高い県民性を育んだ。

大都市圏近郊にありながら、琵琶湖とそれを取り巻く里や山々の景観、四季折々の風物詩、夏の湖水浴、冬のスキーなど滋賀は風光明媚な地である。滋賀県は2015年に男性の平均寿命日本一、女性も第4位となり、健康長寿の地でもある。

こうした長い期間に育まれた歴史文化や暮らしの知恵、自然、地域の食や、人々との出会いを通じて、湖国のエネルギーを感じて頂き、人生の充足、癒し、気付きが得られる地として、滋賀に多くの方をお迎えしたい。

図表 26 滋賀の新しいツーリズムの目指す姿

Feel Biwa Energy

—湖国の資源を通じて、人生の充足、癒し、気付きが得られる地—

1. 歴史文化や暮らしの知恵、自然、地域の食や人々との出会いを通じて、人生の充足、癒し、気付きが得られる地として、国内外からの多くのビジターを迎えている。
2. びわ湖を中心に、景観やデザインに配慮がなされ、最先端の技術も取り入れられ、外国人にとっても心地よい受け入れ環境が整備されている。
3. 官民や地域が協力し、ツーリズムによる経済成長が実現している。

新しいツーリズムの推進により、これまでの観光の質が大きく変化することとなる。一例をあげると次のとおりである。既存の観光施設や宿泊施設、観光協会等のサービスや情報提供方法の改革が求められる。

図表 27 観光の質の変化

項目	かつての観光	新しいツーリズム
顧客層	・団体客・子供連れが主流	・個人客が中心 －気持ちはミドル（60 代） －都会のミレニアル世代（～30 代後半） －おひとりさま －アジアの富裕層 －欧米のクールジャパン層
旅行の目的	・グループ内きずなの確認	・異文化体験、感動、地域との交流、ツーリスト同士の交流
指向	・旅行目的の重視（組織、子供満足） ・計画達成、時間の重視 ・事前情報確認	・美しさ、文化、アート、デザイン、本物の重視 ・ハプニングも楽しむ ・随時情報検索
宿泊形態	・1泊2食 ・量重視の食事 ・カラオケ、プールなどで施設内に客を囲い込む宿泊施設	・泊食分離、B&B（ベッド&ブレイクファスト） ・質重視、地域食材重視の食事 ・上質ホテル ・小規模宿泊施設、町家・古民家ホテル、民泊、グランピング、ゲストハウス
観光形態	・名所旧跡、レジャーランド、観光牧場、テニス、ゴルフ、スキー ・ホテル内、観光施設内ショッピング、定番お土産	・まち歩き、史跡探訪、自然散策、体験、アウトドアスポーツ、ご当地グルメ ・道の駅、直売所でのショッピング、こだわりお土産
写真	・グループ写真	・映える写真、SNS 投稿

4) 数値目標

外国人観光客の増加、滞在型へのシフトにより大幅な経済効果をめざすものである。2030 年の宿泊者数は 480 万人、経済効果は 4,182 億円となる。2015 年の滋賀県の製造業を除く県内総生産は 3 兆 6 千億円であるので、その 13%となる。県内総生産が近年横ばいである中で、新たに生ずる 2,400 億円の経済効果は大きいものと推察される。（巻末参考資料参照）

宿泊者数	2017 年	301 万人	2030 年	500 万人
うち外国人宿泊者数		28 万人		100 万人
経済波及効果		2,283 億円		4,669 億円（+2,386 億円）

3. 産学官民連携で取り組む重点プロジェクト

滋賀の新しいツーリズムのめざす姿を実現するためには、産学官民連携、自治体連携で新しい発想で図表 28 に提案するような施策に取り組むことが望まれる。

図表 28 産学官民連携で取り組む重点プロジェクト

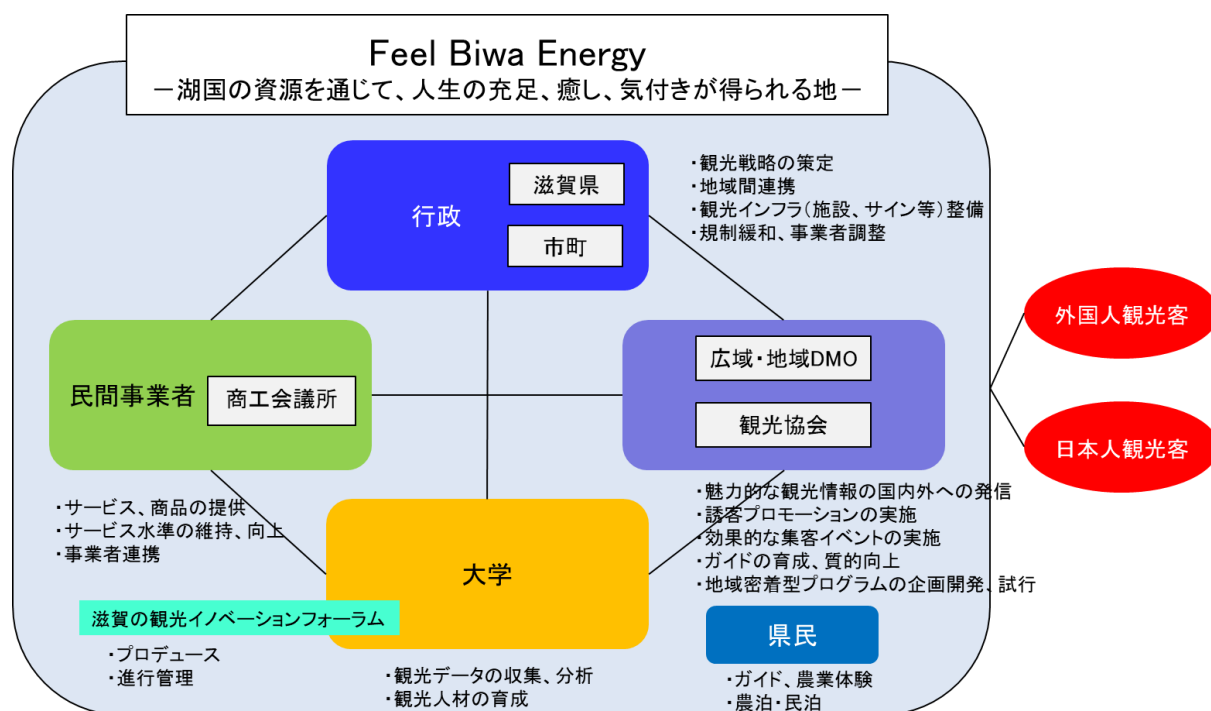
めざす姿	分類	重点プロジェクト	概要	主体
Feel Biwa Energy ー湖国の資源を通じて、人生の充足、癒し、気付きが得られる地ー	1. 湖国に泊まる	①ホテルでの湖国の休日プロジェクト	リゾートホテル、都市型観光ホテル、旅館の滞在型ステイの推進、新規誘致	ホテル、旅館
		②湖国ステイプロジェクト	町家や古民家、寺を活用した宿泊施設、農家民泊、自然の中でのグランピング等の湖国らしい宿泊施設の整備促進	民間
	2. 湖国を巡る	③旅行者移動容易化プロジェクト	コミュニティバスの観光客への開放、観光タクシー、観光カーシェアの推進、自転車や手荷物の移動支援	市町、バス協会、タクシー協会、鉄道、民間
		④琵琶湖水上交通活性化プロジェクト	湖上タクシー、周遊船、水上飛行機、空飛ぶクルマの推進	民間、漁業組合
	3. 湖国を学ぶ、楽しむ	⑤新ビワイチの展開プロジェクト	ラン一周、カヌー一周、びわ湖一周トレイル、近江西国三十三所巡り等の推進	県、市町、民間
		⑥ウェルネス/ウェルビーイングプログラムの全県展開プロジェクト	心身の癒し、健康づくり、地域との交流などに関して、体験プログラム、宿泊施設やレストランのサービス内容、質を揃えとともに、プロモーションを展開	民間、県、市町、DMO/観光協会、大学
		⑦インバウンド農村・文化体験ツアー推進プロジェクト	外国語ガイドによる高品質な農村、文化体験型ツアーの推進	民間、DMO/観光協会
		⑧近江戦国史跡パージョンアッププロジェクト	説明版、案内サインの統一、近江戦国スタンプ、博物館の連携、年間テーマの設定を実施、3年ごとに県内の史跡をメイン会場に現代アートで彩る近江戦国国際芸術祭を実施	県、市町、DMO/観光協会、民間、NO
	4. 湖国を食べる	⑨湖国至高の食プロジェクト	四季折々の湖国ならではの創作懐石料理を全県の飲食店等で競い合う	県、市町、民間、DMO/観光協会
		⑩近江の地酒ツーリズムプロジェクト	毎年新酒のシーズンに、全県で酒蔵、ワイナリー、ブルワリーや飲食店等をめぐるイベントを実施	酒造組合、民間、DMO/観光協会
	5. 湖国を磨く	⑪びわ湖を感じるプロジェクト	数か所のエリアを選定し、ボードウォークやフローティングレストラン、ホテルなど、びわ湖の自然や景観、デザインに配慮した活用を推進	県、市町、民間、DMO/観光協会
		⑫安土城復元プロジェクト	安土城を再建当時の姿に復元	県、近江八幡市、県民
	6. 観光振興体制強化	⑬観光協会強化プロジェクト	1市1協会化、協会の法人化、協会の旅行業登録の促進、地域DMOの強化、観光案内所の充実	県、市町、DMO/観光協会
		⑭滋賀県認定ガイド養成プロジェクト	県内の歴史文化、生活文化に精通した日本語や外国語で案内できるガイドを養成	県、市町、DMO/観光協会、県民

4. 実現に向けて

1) 各主体の役割

新しいツーリズムの振興に向けては、県民の理解や参画を促しながら、自治体や企業が同じ方向性で足並みを揃え、それぞれの取組を進めることが必要である。重点プロジェクトの推進に向けては、プロジェクトチームの設置などが検討される。

図表 29 各主体の役割



2) ツーリズム振興のための規制等の見直し

各種の規制や慣習は、生業の維持や防災の観点等から定められている。今後、新しいツーリズムの振興に関して、観光客の視点で緩和を検討することも望まれる。規制等の見直しが望まれる例を示すと次のとおりである。

図表 30 ツーリズム振興のための規制等の見直しの提案

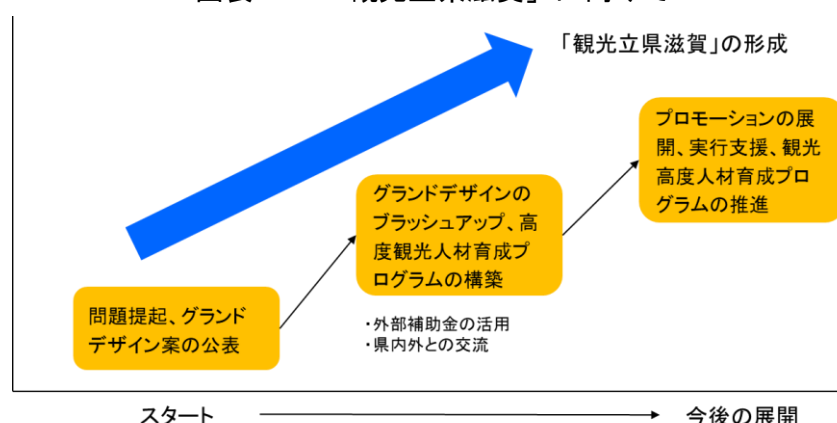
規制緩和等内容	規制の状況	所管
湖岸への商業施設の立地 湖岸におけるボードウォークの設置 湖岸における浮桟橋、フローティングレストランの設置	河川法「河川敷地占用許可準則」 ・商業施設利用は積極的に位置づけられていない。 ・県は河川敷地の商業利用を認めた2011年の国の基準緩和に沿って、2017年4月に見直し。新基準は構造物設置に関して、100年に1度の洪水を想定した計画高水位（1・4メートル）で流失しないように定めている。現在、大津市が琵琶湖岸のなぎさ公園おまつり広場等で、占用許可を申請しており、今年4月に許可予定。	国土交通省 滋賀県、市町
水上飛行機離着場の設置	同上 漁業組合との調整が困難	国土交通省 滋賀県、市町
琵琶湖における漁業体験ツアーの実施	「外国人漁業規制法」 ・外国人は、漁船で漁業、水産動植物の採捕をしてはいけない。（釣りは除く）	農林水産省 滋賀県

3) Move 1 : 2019

本グランドデザインは2030年での実現をめざす長期構想である。その実現に向けては、できる所から1歩ずつ取り組む必要がある。

滋賀大学は、2018年秋に「滋賀の観光イノベーションフォーラム」を提唱し、思いを同じくする方々と「滋賀の観光イノベーション研究会」を設置し、本グランドデザインを取りまとめるべく議論を重ねてきた。1事業者、1自治体ではできない。産学官民が連携することで初めて実現の道が生まれる。

図表 31 「観光立県滋賀」に向けて



本研究会は2019年度も議論を重ねるとともに、できることから実践する。滋賀大学では、2019年秋に「ウエルネス/ウエルビーイング ツーリズム推進人材育成プログラム」をスタートする予定である。2020年3月には1年間の進捗をレビューするためにシンポジウムを予定する。

本グランドデザインに共感する方はぜひこの取り組みに結集してほしい。みんなの叡智と行動力で、観光立県滋賀を実現していこうではないか。

図表 32 ウエルネス/ウエルビーイング ツーリズム推進人材育成プログラムの概要

○事業概要（現状・課題、プログラムの目的・コンセプト）

- 平均寿命で滋賀県の男性が全国1位、女性も4位（H27）となり、長寿県として注目。琵琶湖を中心に自然や文化資源が豊富な滋賀県では、県民が日常的にウォーキングや自転車などの健康維持、スポーツ活動に参加し、発酵食品など食にも気を配っていると同時に、環境や福祉、地域づくり活動にも積極的に参加し、より良く生きる（ウエルビーイング（well-being））意識が高いことが理由。
- 本県の特性を活かし、滞在型観光地への転換、インバウンドの集客も狙い、全県的にウエルネス/ウエルビーイングツーリズムを推進するために、観光業界や関連業界と連携し、実践的なプログラムを通じて事業創出、事業実施を推進する中核人材の創出、育成を図る。

・対象者・人数
観光業界、美容、鍼灸、医療、福祉、環境業界、行政等 20名

・実施場所
滋賀大学大津サテライトプラザ、県内各地

・実施スケジュール
9月より毎月1回

・総時間数
63.5時間（自学20時間含む）



滋賀大学

カリキュラム内容

・カリキュラム概要

- 9月上旬 ウェルネスツーリズムを知る
- 10月上旬 BWTに対する滋賀のポテンシャルを学ぶ
- 11月上旬 先進事例研修（1泊2日）
- 12月上旬 ビワイチプラスBWT、ビジネスコンテスト課題提示
- 1月上旬 ビジネスプランの作成
- 2月中旬 BWTプログラムビジネスコンテスト、修了証書授与

・習得できる能力
BWT推進のための滋賀の健康、食の基礎知識の習得、BWTの商品企画能力

・特色のある講義や研修、教育方法など
ディスカッション、ワークショップ、現地視察研修、テストツアー
ビジネスプランコンテスト

・社会人が受講しやすい工夫

- ・利便性を考慮し、JR大津駅前の滋賀大学サテライトで実施。
- ・講義内容を録画し、後日自宅等での視聴を可能とする。



ビワイチSAPヨガ

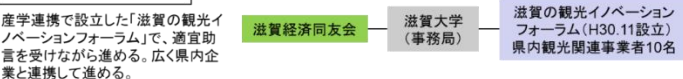


伊吹もぐさでのお灸体験



菜の花エコプロジェクト

実施体制スキーム



産学連携で設立した「滋賀の観光イノベーションフォーラム」で、適宜助言を受けながら進める。広く県内企業と連携して進める。

滋賀経済同友会

滋賀大学（事務局）

滋賀の観光イノベーションフォーラム（H30.11設立）
県内観光関連事業者10名

参考 数値目標の推計

項目	2017	2025	2030	備考
宿泊者数(万人)	301	415	500	観光目的(2017年岐阜県462万人、石川県521万人、京都府1,537万人)
日本人宿泊者数(万人)	273	345	400	年率3%で増加と想定(過去10年間平均4.9%)
日本人日帰り客数(万人)	410	518	600	「彦根市観光調査2019」日帰り客割合60%を用いる
外国人宿泊者数(万人)	28	70	100	2030年に100万人をめざす。(2017年京都府491万人、静岡県96万人、岐阜県87万人、石川県59万人)
外国人日帰り客数(万人)	112	210	233	「外国人観光客満足度調査2018」日帰り客割合80%、2025年75%、2030年70%とする
日本人観光消費額(百万円)	75,075	94,875	110,000	「彦根市観光調査2019」宿泊客20,000円、日帰り客5,000円を用いる
外国人観光消費額(百万円)	47,600	98,000	120,000	「外国人観光客満足度調査2018」宿泊客50,000円、日帰り客30,000円を用いる
観光消費額 合計	122,675	192,875	230,000	
経済波及効果(百万円)	228,269	391,536	466,900	2017は「彦根市観光調査2019」の乗数効果1.86と同等と想定。2025、2030は日本平均(観光庁2016)2.03に上昇と想定
経済波及効果増加額(百万円)		163,268	238,631	

(注) 指標は簡便な試算に基づくものであり、今後精査が必要である。

滋賀の観光イノベーション グランドデザイン 2030 (VOL.1)

2019 年3月

発行 滋賀の観光イノベーション研究会

編集 国立大学法人滋賀大学 社会連携研究センター
彦根市馬場1-1-1 rccs@biwako.shiga-u.ac.jp

電話 0749-27-1141