

## 令和6年度(2024年度)事業計画

令和5年（2023年）5月8日をもって新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられ、長く続いた観光産業の未曾有の危機も漸くひと段落が付いた感があります。滋賀県の観光入込客数もこれに伴い著しい回復傾向を見せ、日本観光振興協会が公開しているデジタル観光統計オープンデータ（携帯電話の位置情報を元にしたデータ）の数字でも、令和3年（2021年）の約1,290万人に比して令和5年（2023年）は約1600万人の24%増となり、多くの観光客が滋賀へ戻りつつあることを裏付けています。

一方で、新型コロナウイルス感染症拡大前の令和元年（2019年）の延べ観光入込客数等との比較においては、未だ当時の水準を回復するには至っておらず、感染症の影響を完全に払拭するためには、一層の観光物産振興施策の推進が求められる状況です。

これらの社会情勢を受け、公益社団法人びわこビジターズビューロー（以下、「ビューロー」という。）では、第3期中期計画「シガリズム宣言!!」の最終年度となる令和6年度においても、引き続き会員の皆様をはじめ、県内の観光物産事業者の皆様への引き続いての支援・連携を強化することを大前提とした「コロナ禍からの着実な回復」と「シガリズムの推進」を両輪として取組を推進いたします。

またその下支えとなるよう、法人の組織自体の強化を目的とした『DMO関連の取組強化』に努めることと合わせてこれらを計画の3つの重点テーマとし、各種事業に取り組んで参ります。

令和6年度はこの3年間に亘る第3期中期計画『シガリズム宣言』の最終年にあたる年であり、開始年度の実績を評価・確認し、中間年度において修正・改善した結果が表れる集大成ともいえる大変重要な期間となります。

中期計画ではその終期における一つの到達点として、11の目標を掲げており、それら全てを達成することで新型コロナウイルス感染症拡大前の観光物産産業の水準を回復するものとしています。

この目標達成を至上命題として、新型コロナウイルス感染症前の水準やそれ以上への拡大を目指し、多様な主体等の連携を更に密にすることで、一步前に踏み出した観光物産振興に取り組んでまいります。

### 『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』重点テーマA

#### 「コロナ禍からの着実な回復」

新型コロナウイルス感染症が令和5年（2023年）5月8日をもって感染法上の位置付けが第5類に引き下げられ、一旦収束と呼べる状況を迎えたことを受け、令和5年度までに実施した宿泊旅行等の推進施策「今こそ滋賀を旅しよう！宿泊周遊キャンペーン事業」や、バスツアー造成支援「滋賀県安全安心な観光バスツアー助成事業」は一旦終了いたしますが、感染症拡大が観光産業に残した深い爪痕に鑑み、「回復後へ向けた誘客対策」として令和5年度まで実施していた「ワーケーション推進事業」については引き続き実施し、ゆったりとした時間が流れる滋賀の地域性を最大限に活かし、コロナ化を経ることにより変容した現在の観光マーケットに対応する、これまでとは違うスタイルの新しい観光の形の創出に取り組みます。

また、国や県との連携体制を密にし、再度の感染症拡大や社会情勢の変化に対応した速やかな支援継続や再開を可能とする体制の維持に努めます。

### 『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』重点テーマB

#### 「シガリズムの推進」

ビューローの第3期中期計画や滋賀県の観光振興ビジョンの表題にも用いられている「シガリズム」は、「琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、丁寧に暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、“心のリズムを整える新たなツーリズム”」として定義しています。『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』においてはこの「シガリズムの推進」を重点テーマの一つとして置いており、「滋賀らしい」観光資源を新しい旅のコンテンツとして強く推進するため、この「シガリズム」の名のもとに、「魅力の向上と創出」、「受入環境整備」、「魅力の発信」の各基本戦略を設定し、各種事業に取り組みます。

滋賀県の利点を活かし、他の都道府県にはない独自の観光物産の魅力「シガリズム」の創出を目的とした「魅力の向上と創出」においては「新たな切り口の着地コンテンツの開発」として、令和5年度までに商品化した体験型観光コン

テンツの維持・ブラッシュアップを図るとともに、新たなる高付加価値型体験コンテンツの創出や体験を軸とした旅行商品や宿泊商品の造成に取り組む「シガリズムコンテンツ創出事業」を実施するほか、令和7年度に開催される大阪・関西万博やわた SHIGA 輝く国スポ・障スポという滋賀県観光物産振興にとってのまたとない機会を最大限に活用するための観光キャンペーンを実施する「シガリズム PR 推進事業」、全国各地で積極的に観光物産展を実施することで、滋賀の特産品等の販売を通じたシガリズムの浸透を図る「観光物産 PR 推進事業」を展開します。また新しい取組として県北部地域の日本遺産構成文化財を全国に向けて発信する「県北部地域日本遺産観光 PR 事業」やインバウンド向けに農業や食文化、日本遺産等に着目したツアー造成を促す「滋賀の文化観光推進事業」を実施し、滋賀の独特の文化を日本全国のみならず全国に向けて訴求する取組を推進いたします。

「受入環境整備」においては、滋賀の魅力「シガリズム」を最大限に楽しんでいただける「おもてなし」にあふれる受入態勢を目指し、観光客受け入れの最前線となる人材を継続的に育成するとともに、県民に対しても「シガリズム」を一層周知し、観光への積極的な参画を促してまいります。また、各メディアに対する情報発信機能を強化し、発信先の増加、発信頻度の向上、取り上げ確率の増加等に取り組む、滋賀の観光物産コンテンツの露出を最大化し、シガリズムブランドの定着に努めます。

「魅力の発信」においては、シガリズムをテーマとした滋賀の魅力を、方法、場所、時期、ターゲット等を十分に考慮し効率的に発信するため、「デジタル型の情報発信の充実」としてウェブサイトの更なる充実や SNS での発信強化に取り組めます。また「滋賀ならではの教育旅行誘致」、「滋賀ならではのコンベンション誘致」としては、「シガリズムスクール」など、シガリズムをテーマとして独自性のある誘致施策を実施します。物産情報の発信においても「大都市圏での物産展開催」として、大都市圏において大規模店舗での物産展の開催を計画するほか、「ここ滋賀」を活用した PR も検討します。加えて、急激に回復しつつあるインバウンドマーケットを見据え、引き続き中国湖南省の滋賀県誘客経済促進センターを活用した情報発信に取り組むほか、新たに韓国を重点的な市場と捉え各種プロモーション活動を強化します。一方で開拓市場である欧米豪に向けては、多くのヨーロッパ系の旅行会社等がロンドンに拠点を構えることから、まずはロンドンを中心として現地事業者との連携を深めるなど効率的な市場開拓を推進いたします。

これらの基本戦略を遂行することで「シガリズム」の理念を広く普及させることに努めます。

## 『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』重点テーマC

### 「DMO 関連の取組強化」

ビューローは平成30年3月に観光地域づくり法人(地域連携DMO)に認定されています。観光地域づくり法人とは、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人とされており、ビューローでも「コロナ禍からの着実な回復」を達成し、「シガリズムの推進」を行うため、その下支えとなるよう組織自体の強化策として「DMO 関連の取組強化」に努めます。『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』においてはこのテーマに関連する基本戦略として、「多様な主体との連携」、「組織強化」の2つを設定しています。

「多様な主体との連携」においては、「交通事業者との連携」として、西日本旅客鉄道、東海旅客鉄道、京阪電気鉄道、近江鉄道などの鉄道事業者や、NEXCO 西日本や NEXCO 中日本等の高速道路事業者、またタクシー、バス、レンタサイクル等の各種交通事業者と連携し、さまざまな手段での来県を促進するほか、「県内他団体と連携した観光物産振興」として、県内の各市町観光担当課や観光関連団体(観光協会等)、また観光関連事業者団体などとも積極的に連携することで、滋賀県が一体となり、更なる魅力を持った観光地として、「滋賀・びわ湖」を広く発信します。

また令和年3月16日に北陸新幹線敦賀駅が開業したことを踏まえ、来県時間の大幅な短縮が見込まれる北関東や北信越地域からの本県北部地域への観光振興施策にも取り組みます。

「組織強化」においては、「会員の拡大」、「DMO としての活動推進」、「データに基づいた事業推進」、「財源基盤の強化」、「会員サービスの向上」、「組織体制の強化」、「業務効率改善」などの施策に取り組めます。いずれもビューロー自体の組織の力を高めるための取組であり、各テーマや基本戦略の遂行の下支えとなることを目的としています。

特に「データに基づいた事業推進」については、観光ビッグデータなどの客観的根拠に基づく施策立案や事業実施を図ることで、事業実施効果の最大化や費用対効果の効率化、波及効果の増大等が見込めるため、滋賀県観光物産産業の明るい将来を描く上で欠くことのできない要素と考えられます。

この「多様な主体との連携」、「組織強化」の2つの戦略を遂行することにより、観光人材育成やビッグデータ活用による観光マーケティング、旅行業を活かした地域観光支援など、DMO として求められる役割を実行するための組織の力を高めます。

令和6年度も引き続き DMO 法人として、さらに進化し、行政と事業者、県民の間をつなぐパイプ役として、多様な団

体が連携した新しい観光物産振興スタイルの確立を図ってまいるとともに、更なる飛躍を目指し、令和7年度を始期とする第4期中期計画の策定に取り組みます。

#### 凡例

- [新] =令和5年度新規事業
- [県・負]=県からの負担金により実施する事業（負担金事業）
- [県・補]=県からの補助金により実施する事業（補助事業）
- [県・委]=滋賀県から受託した事業（委託事業）
- [国・補]=地方創生交付金等、国の財源が入った補助事業
- [自] =各部会事業などビューローの自主財源により実施する事業（自主事業）
- [他] =上記以外の財源で実施する事業

## コロナ禍からの着実な回復

## 基本戦略1 コロナ禍からの着実な回復

## 1. 事業継続に向けた事業者支援 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策①]

新型コロナウイルス感染症との闘いもひと段落を迎え、これまで展開してきた事業等の一部縮小等も行いますが、国や滋賀県との連携を維持しつつ、必要なものについては継続を行い、また刻々と変化する感染症拡大の状況や社会情勢に対応し速やかな支援継続や再開を可能とする体制の確保に努めます。

## (1) 「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業

観光需要や宿泊需要の回復に一定の効果があつたことを受け、令和5年度をもって終了しました。

## (2) 安全安心な観光バスツアー補助事業

県内の旅行会社やバス会社の新型コロナウイルス感染症拡大からの回復に一定の効果があつたことを受け、令和5年度をもって終了しました。

## (3) オンライン物産販売の促進

取組先百貨店でのオンラインによる販売については下記のとおりです。

高島屋日本橋店オンラインストア	高島屋日本橋店	令和4年度より高島屋直扱いに変更
梅田大丸オンラインストア	大丸梅田店	令和5年度より大丸直扱いに変更

※高島屋と大丸でオンライン販売を行っていましたが、取扱い金額等の問題でビューローを通しての取扱いは中止し、各百貨店と出品業者の直取引として継続して頂くことになりました。

## 2. 観光物産需要の喚起策の実施 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策②]

新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類に引き下げられたことを受け、緊急支援策としての助成金施策は終了し、更なる滋賀の魅力向上のため、感染症の影響からの速やかな回復を目指した事業展開を推進します。

## (1) ウェルカム滋賀教育旅行エージェント助成事業

令和4年度で終了

## 3. 回復後に向けた誘客対策 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策③]

新型コロナウイルス感染症拡大下において、新たな観光需要対策として取り組んできたワーケーション推進事業を実施事業者において自走した取組継続が図れるよう、引き続き支援に取り組みます。

(1) ワーケーション推進事業 **1,386千円** [県・補]

本県での親子を対象としたワーケーション体験について、企業を通じた情報発信を行うことで、制度化の促進と観光誘客を図ります。

## シガリズムの推進

## 基本戦略2 魅力の向上と創出

## 1. 新たな切り口の着地コンテンツの開発

【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策④】

滋賀ならではの文化や風土などに根差した独自の観光コンテンツを「シガリズム体験」として、令和5年度に引き続き創出・開発します。また、高付加価値型コンテンツの創出も進め、新旧コンテンツの磨き上げを行いながら、「シガリズム」の魅力の定着化を図ります。

(1) シガリズムコンテンツ創出事業 **29,500 千円** [県・補]

これまで展開してきた「シガリズム体験」を基本として、更に幅広く利用しやすい観光コンテンツを創出することにより、様々なターゲットに向けた滋賀ならではの魅力「シガリズム」ブランドを訴求し、県内への誘客を推進します。

(2) 誘致促進事業（教育旅行）

⇒詳細 基本戦略4-9-(1)-ア 令和4年度で終了

(3) インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業 **4,995 千円** [県・補]

①インバウンド受入体制強化補助金

令和4年度から創出しているシガリズムコンテンツに対し、インバウンド対応を行う際に必要な経費を助成してきましたが、シガリズム以外の事業についても対象を拡大します。

本県のインバウンド受入体制を強化することを目的に、本県の宿泊事業者および観光事業者がインバウンドの回復促進のために行う受入推進事業に対して、補助金を交付するものとします。

②通訳案内スキルアップ研修

全国通訳案内士および地域通訳案内士が、本県の魅力をインバウンド客向けにガイディングするために必要なスキルの底上げを目的とした研修を実施します。

## 2. 彦根城世界遺産登録の支援および各種文化財の情報発信

【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑤】

令和9年度の世界遺産登録を目指す彦根城の推進活動等に、積極的に参画・支援するとともに、滋賀県内だけにとどまらない機運醸成を実現するため、積極的な情報発信を行います。また、日本遺産をはじめとする彦根城以外の文化財等についても、素晴らしい滋賀ならではの魅力として全国に発信します。

(1) シガリズムコンテンツ創出事業

⇒詳細 基本戦略2-1-(1)

(2) シガリズムPR推進事業

⇒詳細 基本戦略4-2-(1)

(3) KTIC 京都における観光案内等

⇒詳細 基本戦略4-6-(1) 令和6年度は形を変えて実施

(4) 【新】県北部地域日本遺産観光PR事業 **5,280 千円** [県・補]

平成27年度に日本遺産として登録された「琵琶湖とその水辺空間―祈りと暮らしの水遺産―」を構成する文化財のうち、県北部地域に位置する文化財を中心にプロモーションを行います。

(5) 【新】滋賀の文化観光推進事業 **11,000 千円** [県・補]

本県の魅力ある文化財、食文化、農業・水産業、暮らしを活用したインバウンド向けツアーの造成やプロモーションを実施することで、文化に根差す観光を目的とした誘客を図ります。

### 3. 県物産品の地産地消の推進 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑥]

生産者×販売者×消費者を連携させることにより、滋賀県内における滋賀県産品の消費拡大を推進します。

#### (1) 地産地消を目的とした物産展の開催

平和堂ビバシティ、平和堂アルプラザ水口店で物産展を開催します。また、近鉄草津店1階の「近江路」コーナーで月度毎に展開地域を切り替えて県内商品の常設展開を行います。

名 称	開 催 場 所	開 催 時 期
近江物産品コーナー運営 [自]	近鉄草津店	令和6年度通年
滋賀のええもんコンクール	近鉄草津店	令和6年7月～8月(予定)
近江うまいもんええもん市	平和堂AP水口店	令和6年4月24日～29日
近江うまいもんええもん市	ビバシティ彦根	令和6年10月開催予定

#### (2) 滋賀のええもんコンクール

滋賀県特産品の認知度アップの為、近鉄草津店2階「アカリスポット」で物産販売と同時開催で人気コンクール展を行います。

#### (3) 県産品提供による海外向けプロモーション (民間活用によるインバウンド情報発信等を含む)

⇒詳細 基本戦略4-2-(5)-3

#### (4) 滋賀の特産品マッチング商談会

マッチング商談会は2年毎の開催で、次回(第5回)は令和7年秋の開催予定。本年度は次回開催に向け新しい商品の探求および販路拡大予定商品の募集を始めます。

### 4. 集客力のあるコンテンツの実施 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑦]

滋賀の特徴を活かした集客力のあるイベント等を実施することにより、観光誘客を推進するとともに滋賀・びわ湖のイメージの高揚を図ります。

#### (1) シガリズムPR推進事業

⇒詳細 基本戦略4-2-(1)-ウ

#### (2) インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業

⇒詳細 基本戦略2-1-(3)

#### (3) びわ湖大花火大会実行委員会への参画

⇒詳細 基本戦略5-6-(8)

### 5. ビワイチの推進 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑧]

経験豊富なサイクリストをも魅了するナショナルサイクルルート「ビワイチ」の魅力を一層磨き上げ、国内外に情報発信します。また、お客様の受入環境の整備を並行して支援していきます。

#### (1) インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業

⇒詳細 基本戦略2-1-(3)

#### (2) 台湾向けオンラインプロモーション×誘客キャンペーン (台湾向けリアル&オンラインプロモーション)

⇒詳細 基本戦略4-1-(2)

#### (3) 民間活用によるインバウンド情報発信等 (メディア等向け直接的PR事業)

⇒詳細 基本戦略4-2-(6)

## 1. 観光客対応等の人材育成 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑨]

各市町観光協会の職員、ボランティアガイド、コンシェルジュ、通訳案内士などの観光客受け入れの最前線となる人材を、eラーニングの活用や、現地研修会の実施などで育成し、主体的に地域課題の発見・解決ができる課題解決力等を養成することで、未来の滋賀の観光産業を支える人材の裾野を広げます。

### (1) シガリズム観光人材育成・活性化事業 **9,500千円** [県・補]

県内各観光関連団体間の連携強化の基盤となるプラットフォームの形成を目指した人材育成や、それを伴走支援する人材の設置を行います。

#### ア シガリズム観光人材育成アカデミーの実施

滋賀ならではのツーリズム「シガリズム」を意識した持続的な観光地経営を推進するために、継続して更なる観光人材の育成に取り組むとともに、これまで育成してきた各地域の人材を滋賀県内の広域連携におけるリーダーとして活躍する仕組みを作り出し活性化を図ります。

#### イ チーフマーケティングオフィサーの設置

旅行実態などのデータを把握し、マーケティング分析に基づいた観光戦略の策定やシガリズム旅の企画立案等について地域を伴走支援します。

### (2) ホテルコンシェルジュに対する研修

⇒詳細 基本戦略4-2-(5)-②

### (3) 民間活用によるインバウンド情報発信等 (≒メディア等向け直接的PR事業)

⇒詳細 基本戦略4-2-(6)

### (4) インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業

⇒詳細 基本戦略2-1-(3)

## 2. 交通2次アクセスの整備 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑩]

年4回発行する観光情報誌『シガリズムトリップ』において、自転車を利用した駅からの周遊企画「シガリズムペダル」を昨年度に引き続きシリーズ化して掲載することで、駅から自転車を使った観光拠点へのアクセスを周知し、主に京阪神からの鉄道を使った観光入込増を図ります。また、タクシー等の2次アクセス手段も併せて検討し、県内各地への更なる周遊推進と滞在時間の延長を図ります。

### (1) びわこキャンペーン推進協議会事業

⇒詳細 基本戦略4-7-(1)

### (2) 観光サイクル利用促進事業

令和4年度で終了

## 3. 状況に応じた情報提供体制の整備 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑪]

各種プロモーションツールの有機的な連動を目指し、最も効率的で、わかりやすい情報発信を行います。通信手段の高速化に伴い加速度的に変化する社会状況に対応し、素早い情報発信が行えるよう、SNSの利用者増に努めるほか、発信者の体制作りも行います。

### (1) マスコミ各社への情報提供

全国のメディアに対し情報発信が可能なプレスリリースのシステムを活用し、新しい滋賀の観光情報を素早く広く周知することで、効率的なパブリシティの展開に努めます。

**(2) メディアタイアップ、取材協力対応等** **593 千円** **【自】**

各マスコミ、雑誌等からの協力依頼に対し、素早く対応できる体制を整えます。

**(3) 観光案内・観光相談業務** **2,161 千円** **【県・負】【自】**

観光・物産の問い合わせ等に対応するため、観光案内・観光相談業務を実施します。

**(4) 旅行商品造成に向けた商談会の開催等** **1,750 千円** **【自】**

会員や市町・観光協会等と連携し、旅行会社に対し、商品化提案のための商談会や、滋賀での現地研修会を実施します。

- ・国内旅行商品企画担当者・商談会・現地研修会（県内：秋期予定）
- ・中部地区旅行会社商品企画担当者・商談会（1月頃予定）
- ・首都圏旅行会社商品企画担当者・商談会（2月頃予定）
- ・関西地区旅行会社商品企画造成担当者・商談会（3月頃予定）
- ・近畿6府県情報交換会への参加（6月、10月、2月の年3回）
- ・日本観光振興協会首都圏商談会への参加

**(5) インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業**

⇒詳細 基本戦略2-1-(3)

**4. シビックプライドを醸成する県民参画事業**

**【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑩】**

県民が地域の観光コンテンツなどに誇りを持ち、観光客の受け入れに参画し、また情報発信を行えるよう、各種観光振興活動への参画の機会を検討し、積極的な協働を促します。

基本戦略4 魅力の発信

**1. デジタル型の情報発信の充実** **【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑬】**

従来の紙媒体を主体とした情報発信から、デジタル技術を用いた情報発信への転換を図ることで、発信先のユーザー属性等各種データの取得・分析を可能にし、更なる効率的なターゲティングに基づく展開を推進します。

**(1) 滋賀県観光物産情報発信事業 「滋賀県観光情報ウェブサイト」の活用** **9,410 千円** **【県・負】**

**「滋賀県観光情報ウェブサイト」の運用強化・各種 SNS の活用**

県内の観光・物産関連情報を集約し、一元化して発信している「滋賀県観光情報ウェブサイト」について、その管理運用を強化し、県内各市町からの情報登録を中心とした積極的な利用を促すとともに、観光客のニーズに応じた情報発信を的確に行います。またビューローが運営する各種 SNS のフォロワー増を積極的に推進します。

**(2) 台湾向けオンラインプロモーション×誘客キャンペーン** (台湾向けリアル&オンラインプロモーション)

**5,380 千円** **【県・補】**

現地旅行会社等に対するニュース配信や現地代理店を介した日常的なセールスコールを実施するとともに、本県への誘客に意欲的な旅行会社を選定し、県内事業者と現地旅行者間での商談を実施します。

また、台湾で開催される旅行博へ出展し、オンライン商談会等で築いた現地旅行会社との関係を深化させ、商品造成につなげるとともに、トレンドの旅行傾向をヒアリング調査することで、リアルタイムのニーズを反映したマーケティングを実施します。



**(3) 【新】韓国向けプロモーション 3,700千円 [県・補]**

本県を訪れる韓国人旅行者に対し、人流データやアンケート調査を基に分析をし、的確なマーケティングを実施します。また、本調査によって得たデータに基づいて各種の誘客プロモーションを実施します。

**(4) 民間活用によるインバウンド情報発信等 (＝メディア等向け直接的 PR 事業)**

⇒詳細 基本戦略4-2-(6)

**(5) 物産関連動画配信事業 (物産 You Tube Short 動画配信事業) 300千円 [自]**

物産会員の店舗、商品等の撮影については令和6年度中に希望される会員について全て終了させ、同時に再生回数アップの為の取組を行います。また、令和5年度から大近江展等大型物産展においては会場での放映を開始していますが、本年度からは、更に催事出展者がタブレット等を使って自社の PR 活用の推進を図ってまいります。

## 2. 滞在時間増大、周遊につながる情報発信

**[『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」施策④]**

発信する情報がその他の各観光コンテンツに波及・連動し、観光客の滞在時間の延長・周遊につながるような情報発信の手法を取り入れ、質の高いプロモーション活動を行います。

**(1) シガリズム PR 推進事業 50,712千円 [県・補]**

令和7年度の大阪・関西万博の開催に伴う関西への旅行者の増加を絶好の機会と捉え、県、市町、観光関連団体・事業者等の多様な主体が一体となった観光キャンペーンを展開し、様々な媒体を活用した戦略的なプロモーションを図ることで、滋賀への効果的な観光誘客を図るとともに、「シガリズム」ブランドの定着、コンセプトの共有・普及に向けた機運醸成に取り組みます。

ア 紙媒体での情報発信

イ SNS等のメディアを活用した発信

ウ ウェブ等での発信強化

エ ツーリズム EXPO ジャパンへの出展

オ イナズマロックフェスでのイベント実施

カ 旅行会社等との旅行商談会・現地研修会の開催・旅行商品化助成

**(2) 【新】びわ湖素材使ったシガリズム PR 推進事業 446千円 [県・補]**

滋賀県内の森林から伐採された原木とその原木を認定加工事業体で加工した「びわ湖材」を使ったノベルティを作成し、「シガリズム」の普及に努めます。

**(3) シガリズム創出データ活用推進事業**

⇒詳細 基本戦略6-3-(1)

**(4) 子ども向け観光情報発信事業**

**(5) 観光展出版事業 (東海地区観光物産情報発信事業に集約)**

県内各市町、観光関連団体等とともに、東海圏等で開催される観光展に出展し、滋賀の魅力を PR することで観光誘客に繋がります。

**(6) 東海地区観光物産情報発信事業 1,481千円 [県・負]**

東海地区のマスコミや旅行会社に対して観光情報提供や商品造成に向けた商談会を行います。

ア 中部地区旅行会社商品企画担当者商談会

⇒詳細 基本戦略3-3-(4)

イ 名古屋市内の主要駅におけるキャンペーンの開催

ウ 名古屋市内のプレスへの訪問、情報発信

#### (7) 民間活用による情報発信等 (≒メディア等向け直接的PR事業) **5,078千円** [県・補]

①メディア等向けFAMトリップ

海外への発信力があるメディア等を招請し本県の魅力を体感してもらうことで、効果的な発信を促し、海外における本県観光情報の認知向上を図ります。

②そこ滋賀タビナカプロモーション

京都や大阪、東京などの主要な観光都市のホテル等へのパンフレット配架等を実施するほか、ホテルコンシェルジュ等の観光人材に向けたFAMトリップを実施することで、本県への誘客と周遊促進および長期滞在化を図ります。

#### (8) 府県連携(開拓市場(欧米豪)向けPR事業に含む)(≒福井県との連携による米国向け発信事業)

⇒詳細 4-6-(1)-②

#### (9) 海外向け情報提供 **2,340千円** [県・補][自]

ア 多言語パンフレットや観光マップ等の改定や増刷

イ 多言語ウェブサイトやSNSを活用した情報発信の充実

ウ ツーリズムEXPO、VISIT JAPAN TRAVEL MICE & MARTへの参加

エ FAMトリップのフレキシブルな受入れ

#### (10) インバウンド部会事業 **1,000千円** [自]

ア 国内AGT・ランドオペレーター等へのプロモーション

イ 県内研修会やセミナーの実施

ウ 海外旅行博・商談会等の参加者への助成

### 3. 首都圏プロモーション [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑮]

令和7年の万博開催を念頭に置き、首都圏からの更なる誘客を強化するため、旅行会社やプレス関係者を対象とした情報発信施策を継続して実施します。

#### (1) 首都圏観光物産情報発信事業 **1,534千円** [県・負]

①旅行商品造成に向けた商談会等の開催

⇒詳細 基本戦略3-3-(4)

②旅行商品造成強化事業

⇒詳細 基本戦略4-2-(1)-エ

③滋賀県情報発信拠点への支援・協力

滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」において企画される県内物産品の振興や販路拡大に繋がる事業へ支援・協力します。

### 4. 米原駅観光利用者の周遊促進 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑯]

滋賀県唯一の新幹線駅である米原駅を活用した広域周遊観光に取り組む自治体や観光関連団体等を支援します。

#### (1) 観光周遊機能構築事業 **2,000千円** [県・補]

米原駅を起点とする広域観光周遊等の取組を行う「まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアム」に対して、米原駅を活用した観光周遊機能の強化（EX 旅先予約（観光MaaS）の活用や）や圏域の魅力発信の強化に対して支援します。

## 5. 東アジア向けプロモーション【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑦】

新型コロナウイルス感染症流行以前に多数来県いただいていた台湾や中国をはじめとする東アジアの国々からの誘客を早期に回復するため、オンライン・オフラインを組み合わせ情報発信します。

### (1) 滋賀県誘客経済促進センターを活用したプロモーション（湖南省） **6,866千円** [県・補]

（中国向けリアル&オンラインプロモーション）

中国（重慶：青山スクエア）において滋賀県の伝統工芸品の展示会を開催し、工芸品を活用した本県のPRを行います。また、中日文化交流会館と連携したWEB交流会やSNSでの情報発信を実施します。さらに中国の旅行エージェントを本県へ招請し、商品造成につなげるためのFAMトリップも実施します。

### (2) 台湾向けオンラインプロモーション×誘客キャンペーン（台湾向けリアル&オンラインプロモーション）

⇒詳細 基本戦略4-1-(2)

### (3) 【新】韓国向けプロモーション

本県を訪れる韓国人旅行者に対し、人流データやアンケート調査を基に分析をし、的確なマーケティングを実施します。また、本調査によって得たデータに基づいて各種の誘客プロモーションを実施します。

## 6. そこ滋賀プロジェクト【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑧】

従来実施していたKTIC京都（関西ツーリストインフォメーションセンター京都）での観光PRではなく、地域は京都に留まらず、インバウンド来訪の多い大阪。東京といった主要な観光都市のホテルや案内所等へ滋賀のパフレット配架を実施するほか、本県への誘客と周遊促進および長期滞在化を図ります。

### (1) そこ滋賀プロジェクト（開拓市場（欧米豪）向けPR事業、LOP向けPR&マーケティング事業等

**6,586千円** [県・補]

#### ① 欧州向けプロモーション事業

本県と交流のあるオーストリア等の欧州市場に対して、本県の魅力を紹介するために企画展示会や旅行博への出展等によるプロモーションを行います。またイギリス（ロンドン・JAPAN HOUSE）でのイベントを開催し、本県の知名度を向上させます。

#### ② ランドオペレーター（LOP）向けPR&マーケティング事業

訪日旅行市場の商流構造上、重要な役割を担うLOPに対して重点的にプロモーションするため、本県への宿泊を伴う送客を実施した事業者に対し、送客数に応じたインセンティブを付与することで誘客促進を図ります。

#### ③ 福井県との連携による米国向け発信事業

福井県との連携により米国からの誘客を図るため、旅行博出展や現地商談など、米国市場向けPRを展開します。

## 7. 鉄道事業者と連携したキャンペーン等の実施

### 【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑨】

JR西日本、京阪電気鉄道、近江鉄道、信楽高原鉄道などと連携し、鉄道を利用した滋賀への観光誘客を推進します。またJR西日本に対しては、ディスティネーションキャンペーンの誘致に向けた働きかけを行います。

### (1) びわこキャンペーン推進協議会事業 **22,500千円** [県・負][自]

滋賀県、JR西日本およびビューロー等が組織するびわこキャンペーン推進協議会を事務局として運営し、「シガリズム

PR推進事業」等と連動し、鉄道や公共交通機関を利用した滋賀県への観光誘客を推進します。

## (2) 観光サイクル利用促進整備事業

令和5年度は予定なし

## (3) 府県連携（開拓市場（欧米豪）向けPR事業に含む）（≒福井県との連携による米国向け発信事業）

⇒詳細 基本計画4—6—(1)—②

## 8. 大都市圏での物産展開催 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」施策⑩]

首都圏では高島屋日本橋店「大近江展」以外に、東武百貨店池袋本店で「日本のグルメフェア」に滋賀県として10店舗出展します。また近畿圏ではあべのハルカス催事に加え、新しく阪急高槻スクエアと京都高島屋で食品会員の催事出展を行います。東北仙台の老舗百貨店藤崎では継続して催事出展を計画中。昨年まで2年開催した名古屋松坂屋での総合物産展が中止となった為、特に工芸関係のイベントを計画し、工芸品の振興と販路の拡大を図ります。

### (1) 郷土物産展開催および物産宣伝紹介事業

**20,395千円** [県・補][自] (観光物産PR推進事業8,200千含む)

#### ア 東武百貨店池袋本店「全国グルメフェア」への出展（新）

「飛んで埼玉 ～琵琶湖より愛を込めて～」の話題性により、東武百貨店池袋店からの提案で、埼玉、大阪、滋賀の3店舗合同催事に出席させて頂いた（当初予定は秋田、熊本を含む5府県催事であったが秋田、熊本は辞退された。）その後の交渉により、大河ドラマ等の滋賀県の話題性もあり東武百貨店の「全国グルメフェア」に滋賀県の観光PRも行いながら、食品会員10店舗出展させてもらうこととなりました。

東武池袋店は物産展催事の強い百貨店であり、将来的には高島屋日本橋店と並ぶ大型催事の開催を目標とします。

#### イ 高槻阪急スクエアでの食品催事出展（新）

JR高槻駅近隣には阪急百貨店、松坂屋、平和堂の3店舗が隣接営業される中、阪急スクエアは更なる高品質化と客層客層の若返りを目指して令和5年10月にリニューアルグランドオープンされました。今回、西部大津店繋がりが高槻阪急スクエア(元西武高槻店)のリニューアルグランドオープンの一周年に当たる令和6年10月2日(水)から食品催事売場を使って滋賀県テーマの出展催事を行います。また、同百貨店の4階には総合物産展会場もあり、令和7年度以降で総合催事の間組みも視野に入れて計画します。

名称	開催場所	開催時期
滋賀県物産市(仮称)	高島屋京都SC	令和6年4月17日～23日
近江うまいものええもん市	平和堂AP水口店	令和6年4月24日～29日
滋賀のおいしいものフェア	京都伊勢丹	令和6年5月7日～13日
鴨川納涼2024	京都鴨川河川敷	令和6年8月
第42回江州音頭フェスティバル	京都勧業館	令和6年8月
全国グルメフェア	東武百貨店池袋店	令和6年8月29日～9月3日
ふるさと全国県人会まつり	名古屋久屋大通公園	令和6年9月予定
近江うまいもんええもん市	平和堂ビバシティ	令和6年10月16日～21日
近江食品市(仮称)	高槻阪急スクエア	令和6年10月2日～8日
近江グルメFES	高島屋日本橋SC	令和6年10月2日～8日
あべのハルカス総合(名称未定)	あべのハルカス9階	開催未定(交渉中)
おいでーなIN名古屋	金山総合駅連絡口	令和7年1月予定
近江うまいもんフェア]	あべのハルカス食品売場	令和7年2月予定
全国駅弁大会とうまいもの市]	仙台藤崎百貨店	令和7年2月予定
第36回琵琶湖夢街道大近江展	高島屋日本橋店	令和7年3月予定

## 9. 滋賀ならではの教育旅行誘致 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」施策⑪]

滋賀ならではの教育旅行を提案する「シガリズムスクール」を新たなコンセプトとして、全国の旅行会社担当者への積極的な情報発信や営業などを行い、他県と差別化した誘致活動を展開します。

**(1) 誘致促進事業** **6,230 千円** **〔県・負〕〔自〕**

ア ウェルカム滋賀教育旅行誘致ツール作成事業

令和6年度は予定なし

イ 誘致キャラバン事業

(ア) 県内や近隣府県に教育旅行での来訪が多い首都圏はもとより、今まであまり訪問していない地域にも訪問し、新規誘客エリア拡大を目的として部会員等の参加による誘致キャラバンを年2回実施します。また、近隣府県を発地とした校外学習や合宿などについても誘致促進を図ります。

(イ) 旅行会社教育旅行担当者との情報・意見交換会を実施します。

ウ 旅行会社現地研修会事業

大手旅行会社の教育旅行担当者等を対象に、県内現地研修会を開催して、実際に体験学習や宿泊施設、観光施設等を見学・体験してもらうとともに、教育旅行部会員の施設説明会を含む情報交換会を開催します。

対象旅行会社：JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ

エ 誘致キャンペーン事業（県内周遊型教育旅行造成補助）

米原駅を利用して県内の観光地を訪問し、かつ県内に宿泊する教育旅行を造成したエージェン트에補助します。

オ 日本修学旅行協会および全国修学旅行研究協会への参加

両協会の賛助会員として参加し、情報収集や情報発信、誘致に活用します。

カ 東北の学校との交流

東北3県（岩手県・宮城県・福島県）の学校の教育旅行担当教員の招請を行います。

キ ICT を活用した学校間交流

予定なし

ク **【新規】シガリズム教育旅行PR事業**

主に旅行会社に対してPRならびに誘致事業を実施していたが、より幅広く訴求力のあるPRを行なうことで、本県への教育旅行誘致のさらなる拡大につなげる。

・「シガリズムスクール」冊子リバイス・PR事業

学校へのPRのため、営業用ツールを最新の内容に更新し全国の私立小中高および都市部の東京都、神奈川県、愛知県、大阪府の国公立中高の合計約4,700校を対象に営業またはDM送付等により本県の教育旅行PRをおこないます。

・シガリズム教育旅行ファムトリップ

過去訪問した旅行会社の実績より、学校関係者を招きシガリズム教育旅行コンテンツの視察、体験を通じて本県の認知度向上を目的とし、効果的なPRを実施します。

**(2) 【新】シガリズム教育旅行PR事業** **3,900 千円** **〔県・補〕**

シガリズムスクール等の教育旅行向けパンフレットの刷新を行い、コロナ後の現状に合わせた内容にします。

**(3) 情報発信事業** **250 千円** **〔県・負〕〔自〕**

滋賀県観光情報ウェブサイト内「教育旅行誘致事業」ページの運営や情報更新、また首都圏で開催される「修学旅行研究大会」等での誘致PRブースを出展します。

**10. 滋賀ならではのコンベンション誘致**

地方都市でのリアル開催が戻っている中、滋賀県内各自治体や観光関連事業者と連携した誘致活動に取り組みます。また、地方都市のコンベンション誘致関連団体、JNTOとも協力して首都圏諸団体・法人を中心とした大会誘致を推進します。

**(1) 情報収集・誘致活動** **3,006 千円** **〔県・負〕〔自〕**

ア セミナー・セールス事業

(ア) 「地方都市コンベンション協議会」への参画

盛岡・新潟・郡山・宇都宮・つくば・松本・岐阜・高松・滋賀の9地方都市が合同で首都圏等のコンベンション

の主催者に対して合同セミナーや合同セールスを実施するとともに、部会での情報の共有化を図ります。

- ・データベースによるコンベンション開催情報の共有
- ・合同セミナーの開催 年3回（各学会・団体事務局、旅行エージェント MICE 部門、PCO 等）
- ・合同訪問セールスの実施 年3回程度
- ・部会員への情報提供

#### (イ) 個別セールスの実施

セミナー・セールス事業等で得た情報を部会員と共有するとともに、部会を中心とする官民の一体的な誘致への取組の強みを活かし、本県への誘致の可能性のある学会や団体事務局および旅行エージェント MICE 担当者と PCO 等を中心に、個別のセールスを行い誘致に繋がります。首都圏エリアの学会、諸団体本部事務局・法人および県内を含む近畿エリアの諸団体各支部へのセールス。立命館大学、龍谷大学、滋賀医科大学を基軸に滋賀大学、滋賀県立大学滋賀県立大学、他大学および県外大学へアプローチします。併せて、過去実施案件へも再セールスします。

#### イ JCCB 部会事業

全国のコンベンション振興と人材育成等を図ることを目的に活動している「日本コンGRESSコンベンションビューロー (JCCB)」に賛助会員として参加し、情報収集や情報発信を行い、誘致推進に役立ちます。

- ・JCCB 総会、JCCB コンベンション・ビューロー部会（年2回）への参加
- ・定期的な訪問による、情報収集等

#### ウ 近畿コンベンション連絡会への参画

近畿地方のコンベンション誘致団体と連携・情報共有を行い、広域的な MICE の誘致を図ります。

#### エ 大手旅行会社等 MICE 担当者現地研修会

大手旅行会社等の MICE 担当者を本県に招請し、MICE 関連施設や神社仏閣のユニークベニュー施設の見学会、コンベンション部会員の説明会を実施し、MICE の開催地としての滋賀を PR します。（2月頃開催予定）

#### オ 誘致ツール作成・ホームページ改修

### (2) 【新】県北部 MICE 開催支援事業 **3,000 千円** [県・補]

#### ア 県北部 MICE 開催支援補助金（補助金予算 2,000 千円）

県北部地域（米原市・長浜市・高島市）での MICE の開催を支援するため、県北部 MICE 開催補助金を MICE 案件を対象に、最大 1,000 千円を交付します。

#### イ 県北部 MICE 誘致 PR（PR 予算 1,000 千円）

MICE 開催時の無料提供として、県北部 MICE 開催 PR となるコンベンションバックを制作し参加者への PR とし参加者を北部 MICE 開催リピーターとして取り込みを図ります。

#### ウ 県北部 MICE 誘致ツール（動画・提案書等）の作成。

### (3) 開催の支援 **10,000 千円** [県・補]

#### ア 滋賀県コンベンション開催助成金

県内での国際会議・全国大会の開催を支援するため、コンベンション開催助成金を国内大会、国際大会を対象に、最大 10,000 千円を交付します。

#### イ 観光ガイド・滋賀県観光地図等の無料提供およびキャリーバッグの提供

コンベンション等の参加者に対して観光ガイドや観光地図等のパンフレットを提供し、参加者による県内の観光を促すとともに、キャリーバッグ（資料袋）の有償提供（@155 円）を行います。

#### ウ 主催者に対する情報提供等

コンベンション主催者からの問い合わせに対応し、コンベンション施設の情報提供や施設の紹介、エクスカージョンの情報を提供するとともに、物産振興部会とも連携し土産品販売事業者等を紹介します。

- ・コンベンション施設の情報提供・担当者の紹介
- ・エクスカージョンの紹介
- ・会場での土産品販売事業者の紹介
- ・大会懇親会等開催にて提供可能な、郷土料理・地酒酒蔵のご紹介

#### エ 会場の予約支援

主催者が希望する会場・日程を確実に利用できるよう支援を行います。併せて、県・市等の公的施設の早期予約が可能となるよう各方面に働きかけを行います。

オ 視察支援

滋賀県開催候補地となる主催者団体への滋賀県視察の推進、現地視察の手配・案内の支援を行い誘致確度の向上を図る。

『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』重点テーマC

## DMO 関連の取組強化

基本戦略5 多様な主体との連携

### 1. 地域観光の中核を担う観光人材の育成

#### 【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策③】

シガリズム観光人材育成アカデミー等2を通して、主体的に地域課題の発見・解決ができる課題解決力等を有する人材を育成し、未来の滋賀の観光産業を支える人材の裾野を広げます。

#### (1) シガリズム観光人材育成・活性化事業

⇒詳細 基本戦略3-1-(1)-イ

### 2. 地域観光中核人材による広域連携 【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策④】

過年度の人材育成事業の修了者を中心とし、将来的な県内広域観光連携プラットフォームの構築を目指し、観光コンテンツ造成やそのビジネス展開をテーマとした更なる人材育成に取り組みます。

#### (1) シガリズム観光人材育成・活性化事業

⇒詳細 基本戦略3-1-(1)-ア

### 3. 観光の6次産業化 【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑤】

ビューローの会員を中心として、異なる観光関連事業者が結びついてコンテンツ造成を行うだけでなく、多様な事業種との協働により、魅力的なコンテンツ造成や観光地形成に取り組みます。

#### (1) シガリズムコンテンツ創出事業

⇒詳細 基本戦略2-1-(1)

### 4. 他都道府県団体等との連携 【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑥】

他の都道府県観光関連団体等と積極的に連携することで、広域的な取組を推進し、全国からの観光誘客や、インバウンド誘客に取り組みます。

#### (1) 日本観光振興協会共同事業 1,000 千円 【県・負】

公益社団法人日本観光振興協会に対して負担金を拠出し、協会が実施する広域観光キャンペーン（駅キャンペーン）などの観光情報発信事業等に参画します。

#### (2) 広域連携 DMO（関西観光本部）との連携

関西観光本部などの広域連携 DMO との情報共有や事業連携を推進し、令和7年度の大阪・関西万博等を見据えた全国的な取組に対し積極的に参画します。

**(3) 府県連携（開拓市場（欧米豪）向けPR事業に含む）（←福井県との連携による米国向け発信事業）**

⇒詳細 基本戦略4-6-(1)-②

**(4) 首都圏観光物産発信事業**

⇒詳細 基本戦略4-3-(1)

**(5) シガリズムPR推進事業**

⇒詳細 基本戦略4-2-(1)

**(6) 観光土産品審査等事業** **536千円** **【自】**

滋賀県の優れた伝統工芸や民族工芸および食料品など観光土産品を全国ブランドとするため、全国推奨観光土産品審査会へ参加します。

ア 第57回全国観光土産品公正取引協議会 大会

令和6年11月開催予定

イ 第65回全国推奨観光土産品審査会

令和6年12月開催予定

ウ 講演会

平成30年度より行っている講演会を継続。物産会員の周知、販売力アップに繋がります。

エ 滋賀県観光土産品公正表示等認定審議会の実施

令和6年12月開催予定

オ リーフレット作成・シール増刷

観光土産品に選ばれた商品と店舗紹介のリーフレット作成。

観光土産品シールの追加。

**5. 交通事業者との連携** **【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」施策⑦】**

JR西日本、JR東海、京阪電気鉄道、近江鉄道などの鉄道事業者や、NEXCO西日本やNEXCO中日本等の高速道路事業者、またタクシー、バス、レンタサイクル等の各種交通事業者と連携し、さまざまな手段での来県を促進します。

**(1) びわこキャンペーン推進協議会事業**

⇒詳細 基本戦略4-7-(1)

**(2) 県北部地域観光促進事業（JR敦賀駅での情報発信）** **17,000千円** **【県・補】**

⇒詳細 基本戦略5-6-(2)-②

**(3) 高速道路を活用した情報発信（NEXCO西日本連携事業）** **330千円** **【県・負】**

西日本高速道路株式会社（NEXCO西日本）が営業エリアの府県と連携して実施しているドライブキャンペーン「お国じまんデジタルラリー」に参加し、滋賀県の魅力ある観光地の情報を発信します。

【実施期間】 令和6年4月（未定）～令和7年1月31日（金）

【予定】 滋賀県立琵琶湖博物館（草津市）

柳ヶ崎湖畔公園 びわ湖大津館（大津市）

ヤンマーミュージアム（長浜市）

近江上布伝統産業会館（愛荘町）

ローザンベリー多和田（米原市）

**(4) 府県連携（開拓市場（欧米豪）向けPR事業に含む）（←福井県との連携による米国向け発信事業）**

⇒詳細 基本戦略4-6-(1)-②



## 6. 県内他団体と連携した観光物産振興

### 〔『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑭〕

県内の各市町観光担当課や観光関連団体（観光協会等）、また観光関連事業者団体なども積極的に連携することで、滋賀県が一体となり、更なる魅力を持った観光地として、「滋賀」を広く発信します。

#### (1) 地域観光活性化支援事業 **12,200千円** [県・負]

市町、地域観光振興協議会が行う地域観光活性化の取組に助成します。

対象事業：着地型観光（街歩きや体験観光）、特別公開などの観光資源の発掘、観光ルートの設定、複数の観光地を結ぶ2次交通アクセスの整備等

#### (2) 県北部地域観光促進事業（長浜城開城450年開催イベント支援）

県北部地域の観光イベントの開催の支援や、北陸新幹線を活用した情報発信を行うことにより、北部地域の観光を注目させ、県内外からの誘客を促進し、県北部地域の振興を図ります。

##### ①地域発誘客促進イベントの開催支援

長浜市、高島市、米原市で開催されるイベントの開催費用について地元実施団体等に補助を行います。

##### ②北陸新幹線敦賀駅開業を契機とした情報発信

北陸新幹線敦賀駅の開業を契機として、主に県北部地域への観光誘客を図る情報発信等に取り組みます。

#### (3) びわこキャンペーン推進協議会への参画

滋賀県およびJR西日本、ビューロー等で組織するびわこキャンペーン推進協議会の事務局を担います。

⇒詳細 基本戦略4-7-(1)

#### (4) 淡海観光ボランティアガイド連絡協議会への参画

各地域の観光ボランティアガイド連絡組織の事務局を担います。

- ・役員会：4月16日（火）
- ・総会：5月15日（水）
- ・交流研修会：6月20日（木） 『豊栄のさと』文化ホール（豊郷町）

#### (5) 日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会への参画

各地域協議会等が実施する観光まちづくり活動を支援します。また、講演会および研修会を継続して実施することで横のつながりを強固にし、地域の日本遺産を活用した観光まちづくりを促進します。

- ・日本遺産を活用した地域まちづくり活動支援
- ・日本遺産を活用した周遊促進（ボランティアガイド利用促進等）
- ・日本遺産イベントへの参画によるPR等

#### (6) 物産振興奨励事業 **120千円** [自]

市町の物産協会等、地域の物産振興団体が、県内産品の振興に寄与する行事または催事にかかる経費を助成し、地域の物産振興を推奨します。

#### (7) 国内海外物産振興調査研究 **50千円** [自]

国内および海外での物産振興等将来的な展望を踏まえ、他の事業団体等が取り組んでいる状況等の調査研究を行います。

#### (8) びわ湖大花火大会実行委員会への参画

本県への観光客誘致を図るため、夏の滋賀を代表する「びわ湖大花火大会」の実行委員会事務局を担い、地元の理解のもと、関係機関と連携し、安全な大会開催を目指します。

## (9) 滋賀県経済団体連合会への参画

滋賀県経済団体連合会の一員として、毎年開催する1月の年賀会、2月の人権研修会など、他の経済団体と連携した経済振興と地域活性化のための取組を進めます。

## (10) わた SHIGA 輝く国スポ・障スポと連携した情報発信

令和7年度の開催に向けて、大会事務局等と積極的に連携し、開催時の参加者や関係者の県内周遊を促すための取組を行います。

## 基本戦略6 組織強化

### 1. 会員の拡大 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑨]

ビューローが滋賀県の観光施策の推進にさらに機能的かつ存在感を発揮する団体となるよう、一人でも多くの事業者の入会につながる、様々な入会促進活動を実施します。

#### (1) 会員メリットの発信

会員とビューロー、会員相互のコミュニケーション充実を図るため、ビューロー事業の事前周知や実施報告等の各種情報を掲載した会員通信を毎月発行します。

また、県の各種支援情報等、会員に有益な情報を掲載した臨時号を随時発行します。

#### (2) 部会事業の紹介

会員に対し、各部会が実施する事業等を会員通信等で周知し、部会活動への参画を促します。

#### (3) 地域懇談会の開催

県内各地域で、会員や関係事業者を対象として、ビューローの事業説明や意見交換等を行う地域懇談会を開催します。

### 2. DMOとしての活動推進 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑩]

観光による地域活性化に向け、滋賀県の観光を牽引するリーダーとして、また県内の市町、観光協会、観光事業者を繋ぐ連携プラットフォームとしての役割を発揮します。そのため、観光庁などの国の各機関や関西観光本部等の広域DMOとも積極的に連携し、各種助成金、補助金等も活用することで、新たな事業展開を目指します。

また国の「先駆的DMO」への登録を目指します。

#### (1) 観光庁やJNTOとの連携

観光庁やJNTOなどへ各種補助金等の申請を行い新たな事業の実施を検討します。

#### (2) 広域連携DMO（関西観光本部）との連携

⇒詳細 基本戦略5-4-(2)

### 3. データに基づいた事業推進 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑪]

県内外の観光客の属性等を分析することで、データを活用した戦略的かつ効果的な施策により、観光客の受入環境整備や情報発信、周遊ルート等の創出に繋げてまいります。

#### (1) シガリズム創出データ活用推進事業 **8,000千円** [県・補]

観光関連事業者が実施するビッグデータ等の分析結果に基づく事業展開やデジタル技術を活用した取組を支援することにより、県内の観光DXを推進するとともに、取組事例の県内事業者への横展開や今後の自走化を目指します。

## (2) 観光統計調査事業 **8,418 千円** [県・委]

国土交通省観光庁が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、観光入込客統計調査およびパラメータ調査を県の委託により実施します。

## 4. 財源基盤の強化 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑫]

BVB の財政基盤の安定化や独自の活動の実施に向けて、県からの負担金・補助金以外の収入を得るための活動を実施・検討します。

### (1) 会員増による会費の拡大

入会促進活動を実施することで、会員増に伴う会費の増収を目指します。

### (2) 各種広告料収入の拡大

会員規模を活かし、滋賀県観光情報ウェブサイトへの広告出稿などを促進する活動を実施します。

### (3) OTA と連携したアフィリエイト収入の確保 **100 千円** [自]

前年度に引き続き、HP 内に構築した販売システムを通して、アクティビティやグルメ、イベント、物産等を直接販売し、アフィリエイト収入(手数料収入)を確保します。

### (4) 物産展の開催による手数料収入の確保

収益性の高い物産販売会の開催や、物産会員と販売先、ビューローの打合せにより帳合先としてビューローを使うことで、物産会員のメリットにも繋がり、同時に物産振興部の手数料収入を増やします。

### (5) 旅行業関連事業 **65 千円** [自]

県内観光関連団体等と連携した旅行商品の販売等を行います。またビューロー職員等に対し国内旅行取扱管理者の取得や、旅程管理研修の受講を促します。

## 5. 会員サービスの向上 [『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑬]

ビューローに入会して良かったと思っただけけるよう、また、会員事業者の事業拡大の契機となるような取組を実施します。

### (1) 会員通信(メールマガジン)の発行

ビューロー事業や各観光関連事業等を紹介する会員通信(メールマガジン)を、定期号を月1回、臨時号は随時発行します。

### (2) 地域懇談会の開催

⇒詳細 基本戦略6-1-(3)

### (3) セミナー・研修会の開催

会員を対象とした観光関連の研修会やセミナー等を実施します。

### (4) 会員の事業参加

会員のビューロー事業への参加を促し、会員の意見等をビューロー事業への反映に努めます。

### (5) 観光・物産関連行事への後援等

県内の観光・物産の振興に寄与すると認められる行事や企画について、後援、協賛および共催を随時行います。

**(6) 観光・物産事業功労者等の表彰** **100千円** **【自】**

定時総会において観光・物産事業の発展、振興に功労のあった個人、団体および優良従業員を表彰します。

**6. 組織体制の強化** **【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策④】**

滋賀県の観光を牽引する組織体制となるよう、外部から専門性・経験のあるスタッフを登用するとともに、組織力が最大限に発揮されるよう組織運営に努めます。

**(1) 職員研修等の実施**

観光関連の研修・講習や、コンプライアンス研修やハラスメント研修を実施し、職員の見識を広めることで、組織体制の強化に努めます。

**(2) 滋賀県誘客経済促進センターの運営** **9,914千円** **【県・委】**

滋賀県誘客経済促進センターにおいて、湖南省をはじめとする中国からのインバウンド等を促進します。

**(3) 法人第4期中期計画の策定**

当法人第3期中期計画「シガリズム宣言!!」が令和6年度末をもって終期を迎えることを受け、多様な関係者から意見を聴取し、更なる滋賀県観光の発展を目指す当法人第4期中期計画の策定に取り組みます。

**(4) 物産振興アドバイザーの設置**

物産振興について専門的知見から助言・支援する物産振興アドバイザーを設置します。

**7. 業務効率改善** **【『第3期中期計画「シガリズム宣言!!」』施策⑤】**

ネットワーク環境の整備やデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進することで、業務の効率化を進め、事業の効果を増し、滋賀県の観光物産振興の更なる効率化と高速化を図ります。

**(1) DXの推進** **500千円** **【自】**

各種オンラインサービスの活用やデジタル機器等を導入することでデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進し、業務の効率化を進めます。

⇒詳細 基本戦略6-3-(1)-②