

栗東市観光振興ビジョン(素案)

～“物語”の磨き上げと再発見による、
まちの誇りの創出と観光振興を目指して～



令和2年3月

栗 東 市

目次

第1章 ビジョンの策定にあたって	1
1. ビジョンの趣旨	1
2. ビジョンの概要	2
(1) ビジョンの位置づけ	2
(2) 総合計画における施策と観光の関連	3
(3) 実施期間	5
第2章 栗東市の観光振興における現状と課題	6
1. 観光を取り巻く情勢と栗東市の現状	6
(1) 訪日外国人旅行者の現状	6
(2) 国内旅行の現状	8
(3) 滋賀県の現状	9
(4) 栗東市の現状	10
2. 栗東市の観光振興における課題	13
(1) 観光の強み	13
(2) 観光の弱み	14
(3) S W O T 分析	15
3. 栗東市の観光振興に向けた基本的な方向性	16
第3章 ビジョンの基本的な考え方	18
1. 目指す姿と基本理念	18
2. 基本方針、基本戦略	18
3. 計画の体系	19
4. 目標数値	25
5. ビジョンの推進体制	25
巻末資料	
1. 用語の解説	
2. 栗東市観光振興会議委員名簿	
3. 会議実施記録	

第1章 ビジョンの策定にあたって

1. ビジョンの趣旨

栗東市は、昭和47年(1972年)に「第一次栗東町総合発展計画」を策定してから、人口増加や都市化への対応、福祉・文化など、定住都市として快適で充実した居住環境を持ったまちづくりに取り組み、平成13年(2001年)には、長年の目標であった市制施行という大きな区切りを達成しました。

平成22年(2010)年3月に策定した第五次栗東市総合計画では「ひと・まち・環境ともに育む『健やか・にぎわい都市』栗東」を目指すべき都市像とし、観光に関する施策の一つに「地域資源を活用した観光振興のまちづくり」を掲げました。また、「総合戦略」や「商工振興ビジョン前半期ロードマップ」においても観光事業の推進を掲げましたが、具体的施策は明確に示していない状況にありました。

この間、国においては、観光を「我が国の力強い経済を取り戻すための極めて重要な成長分野」と位置づけ、平成18年(2006年)の「観光立国推進基本法」の制定、平成20年(2008年)の観光庁の発足などいっそうの観光振興に取り組んでおり、その結果、平成24年(2012年)から平成27年(2015年)の3年間では訪日外国人旅行者数は約2.4倍(836万人⇒1,974万人)、訪日外国人旅行消費額は約3.2倍(1兆846億円⇒3兆4,771億円)と大きく伸長しました。また平成28年(2016年)には、「明日の日本を支える観光ビジョン」～世界が訪れたくなる日本へ～として、「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」の設定とともに新たな目標値として、訪日外国人旅行者数(2020年4,000万人、2030年6,000万人)、訪日外国人旅行消費額(2020年8兆円、2030年15兆円)、日本人国内旅行消費額(2020年21兆円、2030年22兆円)、なども掲げました。

一方、滋賀県においても、平成26年(2014年)に「滋賀県『観光交流』振興指針～訪れてよし、迎えてよし、地域よしの『観光・三方よし』～」を策定、東京・日本橋の情報発信拠点「ここ滋賀」のオープン、(一社)近江ツーリズムボードと(公社)びわこビジターズビューローの日本版DMO登録など、民間と行政が一体となって観光資源の発信や魅力の磨き上げ、地域の受入環境の整備等に取り組んでおり、平成29年(2017年)の観光入込客数は5,248万人と過去最高を記録しました。

このような状況の中、本市においても昨年度(2018年度)、2017年度に実施した基礎調査の結果と栗東市観光振興会議における意見をもとに、本市観光振興の基本的な考え方を取りまとめました。

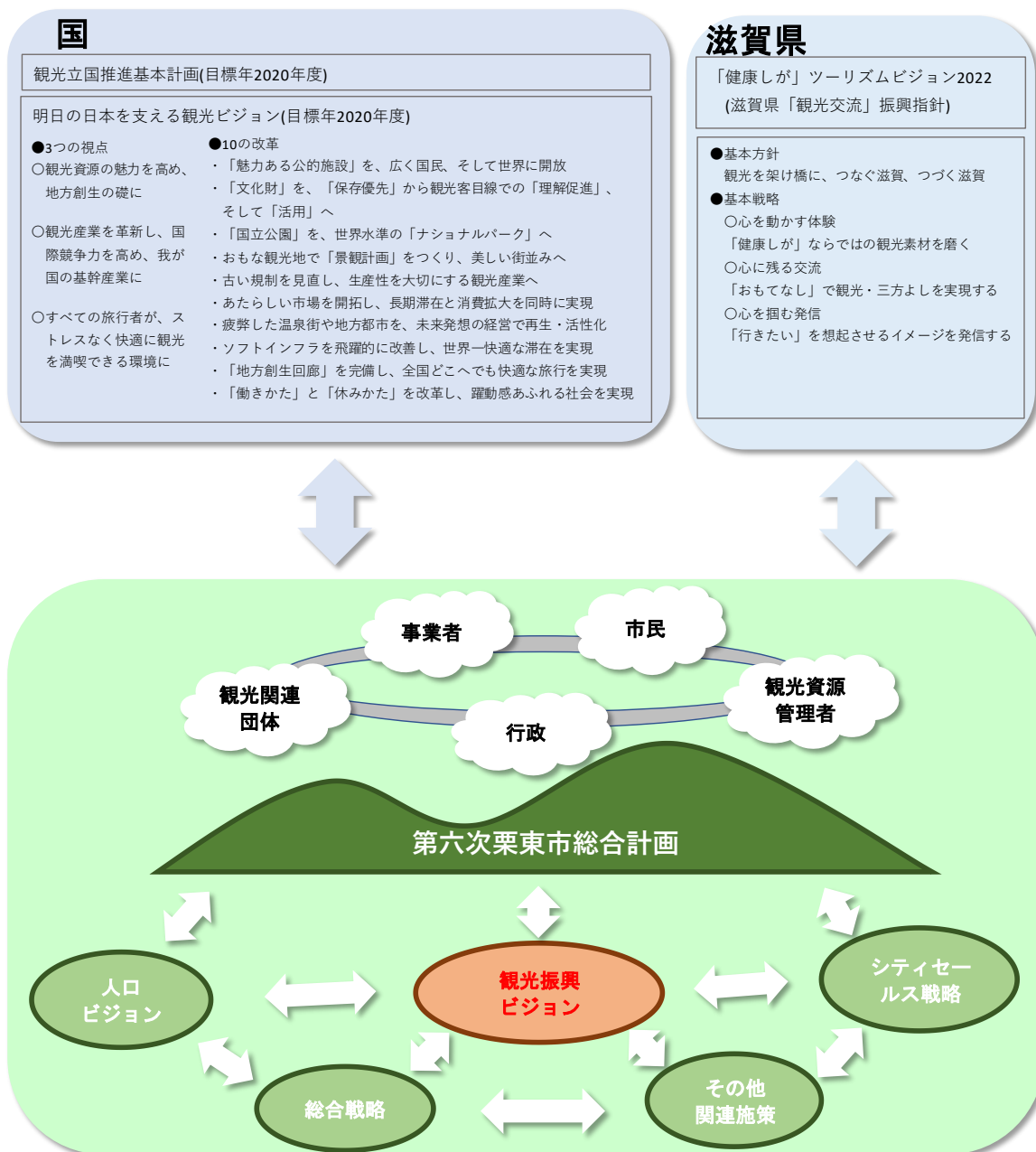
本ビジョンは、それをふまえ、「本市の経済効果を最大化する観光戦略」を目指して策定するものです。

2. ビジョンの概要

(1) 計画の位置づけ

本計画は、行政、市民、事業者、観光資源管理者、観光関連団体が本市の観光振興に関する考え方を共有し、総合計画をはじめとした各種関連計画に基づいて取り組まれている観光関連の施策等について統一的に推進するための指針となるものです。

令和2年度(2020年度)からスタートする第六次栗東市総合計画を上位計画とする、観光分野における個別計画として位置づけられるものであり、観光振興を通じて第六次栗東市総合計画に定めた「いつまでも 住み続けたい 安心な元気都市 栗東」を実現することを目的としています。



(2) 総合計画における施策と観光の関連

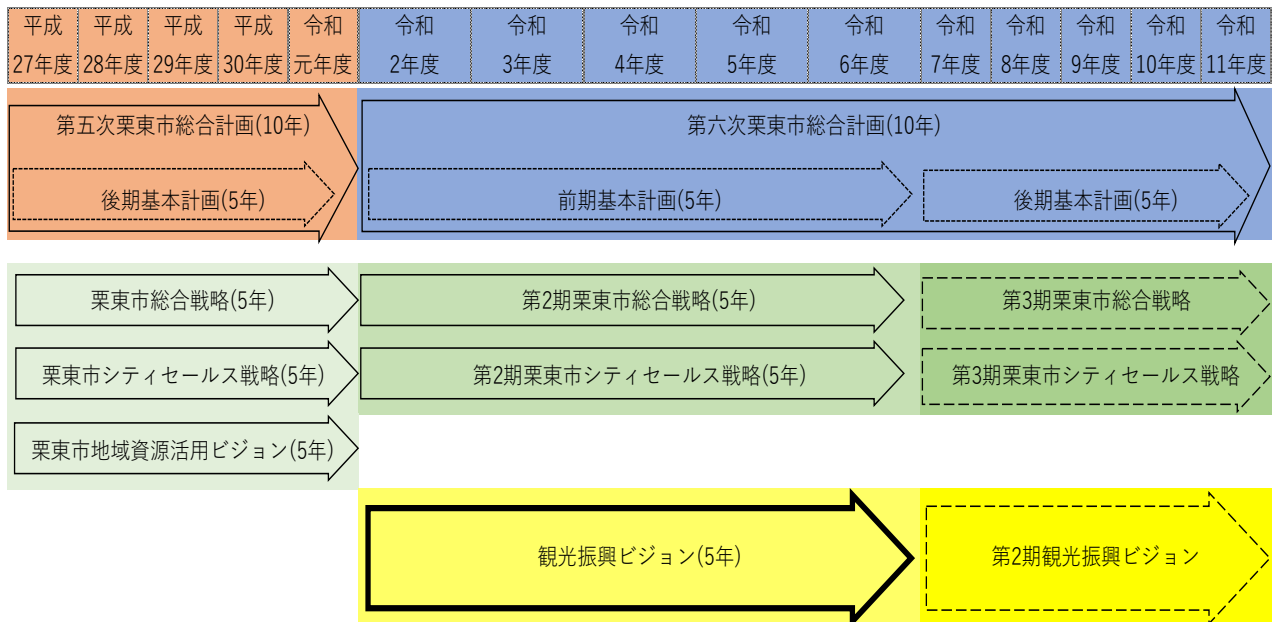
令和二年度(2020 年度)から始まる第六次栗東市総合計画の基本計画において、「観光の振興」の施策として4 項目の基本事業が位置付けられています。

第六次栗東市総合計画【2020 年 4 月～2030 年 3 月】		
目標・政策	施策	基本事業
【政策 1】 経済の 安心を生み出す	地域経済の振興	地域経済循環の推進 人材確保・生産性向上の支援
	中小企業・小規模事業者の振興	中小企業・小規模事業者の経営基盤の強化 消費者ニーズの創出 まちのにぎわいの創出
	農林業の振興	農業振興基本計画の策定 優良農地の確保と適正利用の推進 農業生産の充実 農業生産基盤の整備 森林資源の保全と活用
	観光の振興	観光資源の磨き上げ 来訪者の受入環境の充実 戦略的な情報発信 観光消費の喚起
	就労の支援	安心して働ける魅力ある職場づくり 就労支援の促進
	産業拠点の形成と企業立地の促進	新たな企業の立地促進 まちづくり基本構想（後継プラン）の促進
【政策 2】 教育・子育ての 安心を育む	子育て環境の充実	学童保育所の充実 児童館の充実 家庭・地域・学校の連携強化 青少年の健全育成 子どもを守る仕組みづくり
	子育て家庭への支援	地域子育て支援センターの機能充実 家庭養育の支援 ひとり親家庭への支援 切れ目のない発達支援 母子保健の推進
	就学前教育・保育の充実	就学前教育・保育の提供 就学前教育・保育の人材の育成・確保
	学校教育の充実	学校教育の充実 教育環境の整備 小・中学校、幼稚園等における給食の提供
【政策 3】 福祉・健康の 安心を築く	健康づくりと医療体制の充実	健康づくりの推進 疾病の予防 地域に根ざした食育の推進 地域医療体制の整備
	スポーツの振興	健康を目指すスポーツの振興 競技スポーツの振興
	地域福祉の推進	暮らしを支える豊かな地域づくり 誰もが安心して暮らせるネットワークづくり 地域福祉を支える人づくり
	高齢者福祉の推進	地域包括ケアシステムの推進 介護予防・健康づくりと生きがいのある暮らしの実現 認知症施策の推進 介護サービス及び介護予防・生活支援サービスの充実
	障がい者福祉の推進	障がい理解のための啓発の推進 地域生活の基盤づくりの促進 社会参加の促進と就労支援の促進
	保険・年金制度の適正な運営	国民健康保険制度の適正な運営 後期高齢者医療制度の円滑な運営 福祉医療費助成の実施 国民年金制度の適正な運営

【政策 4】 暮らしの 安心を支える	人権・平和の推進	人権を基本とする施策の推進
		人権・同和教育と啓発の推進
		人権擁護の推進
		平和教育・啓発の推進
	男女共同参画の推進	男女の人権尊重と意識づくり
		男女の職業と家庭・地域生活との両立支援
		あらゆる分野での女性活躍機会の推進
	防犯・消費者保護の推進	防犯体制の充実
		防犯意識の高揚及び自主防犯活動団体の育成
		防犯環境の整備
		消費者の育成と支援
	交通安全の推進	交通安全思想の普及
		交通環境の改善
		迷惑駐輪の解消
		自転車の交通安全環境の改善
	多文化共生の推進	多文化共生社会づくり
		国際交流の推進
	地域コミュニティの充実	コミュニティ組織の育成・支援
		活動拠点の支援
	生涯学習の推進	生涯学習の支援と充実
		生涯学習関連施設の利用促進
	文化・芸術の推進	文化・芸術活動の振興
		文化財の保護・保全・活用
	防災の推進	防災意識の高揚、自主防災組織の育成
		地域消防力の強化
		防災基盤の整備
		災害危機管理体制の充実
	循環型社会の推進	強靱な都市基盤の整備
		環境基本計画・行動計画の推進
		生活環境の保全
	公園・緑地の整備	資源循環とごみの適正処理の推進
		公園の整備・管理の推進
		緑化の推進
	住環境・都市景観の形成	適正な土地利用の推進
		良質な住宅・宅地の維持・向上
		都市景観の形成及び市民意識の高揚
	空家対策の推進	空家化の予防・実態把握
		空家等の適正管理
		空家等の利活用
		管理不全空家等の解消
	ライフライン（上下水道）の整備	安全で安心できる水道の構築
		強靱な水道の構築
		公共下水道維持管理の充実
		持続可能な上下水道の構築
	道路・交通の整備	道路網等の整備・維持
		広域・近隣とのつながりを促進する基盤整備
		公共交通の充実
		総合的な交通戦略の推進
【政策 5】 行政の安心を営む	市民参画と協働の推進	協働のまちづくりの推進
		市民参画の推進
	効率的・効果的な行財政運営	健全な行財政運営の推進
		職員の資質向上
		広域連携の推進
	行政サービスの品質向上	効率的な総合窓口業務の実施
		情報戦略の推進
		個人情報の保護と情報公開の適正実施
		内部チェック体制の強化と適正な事務の実施
		議会基本条例に基づく「市民によく見え、魅力ある議会」の実現
	シティセールスの推進	地域資源の活用
		多様な機会やメディアの活用
	馬のまちの推進	馬と触れ合える施設の整備
		馬を活かしたまちづくりの推進

(3) 実施期間

令和2年3月の第六次栗東市総合計画の策定に合わせて、また、他の関連計画とも歩調を合わせて、観光振興ビジョン(期間5年)を新たに策定するものです。



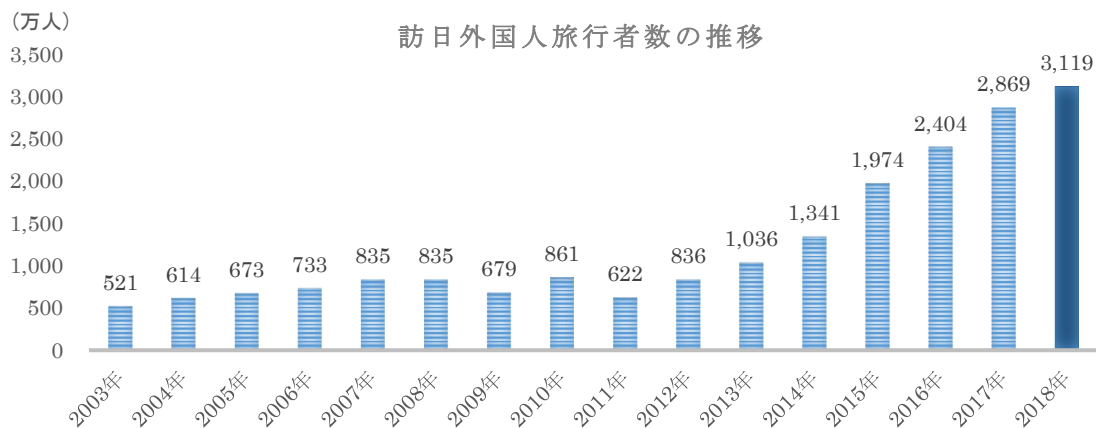
第2章 栗東市の観光振興における現状と課題

1. 観光を取り巻く情勢と栗東市の現状

(1) 訪日外国人旅行者の現状

① 訪日外国人旅行者数の推移

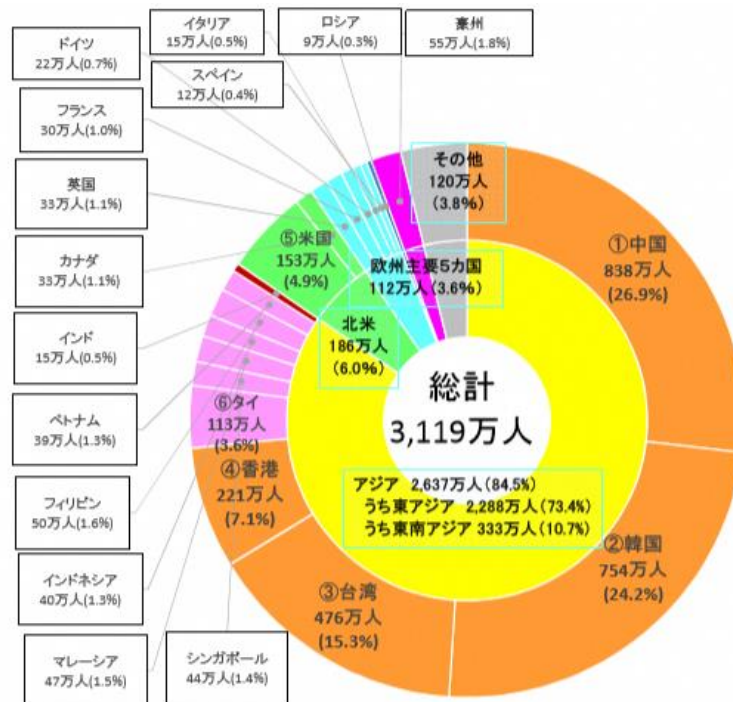
- 訪日外国人旅行者数は2013年に初めて1,000万人を突破して以降も高い伸び率を維持しており、6年連続で過去最高を更新しました。2018年には3,000万人を超えており、訪日外国人は引き続き増加が見込まれます。
- 増加の要因としては、近隣アジア諸国を中心とした諸外国のアウトバウンドが増加する中、観光を地方創生の切り札、我が国の成長戦略の柱と位置付け、ビザ緩和や外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備等への関係者の協力、インバウンド関係者が連携して取り組んだプロモーション等の成果によるものと考えられます。



② 訪日外国人旅行者の国別内訳

- 国・地域別にみると、中国、韓国、台湾、香港、タイの順でアジアの国々が上位を占めています。アジアからの訪日外国人旅行者数は2,637万人で前年比8.3%増となり、訪日外国人旅行者数全体に占める割合は84.5%となっています。
- 特に東アジアでは、中国で13.9%と2桁を超える伸び率となり800万人を超えるなど、中国、韓国、台湾、香港の4ヶ国で7.5%増の2,288万人となっています。
- 訪日外国人消費額についても、中国が総額の34.2%を占めており、次いで、韓国(13.0%)、台湾(12.9%)、香港(7.4%)、米国(6.4%)の順で、上位5ヶ国で総額の73.9%を占めています。

訪日外国人旅行者の内訳(2018 年(平成 30 年))



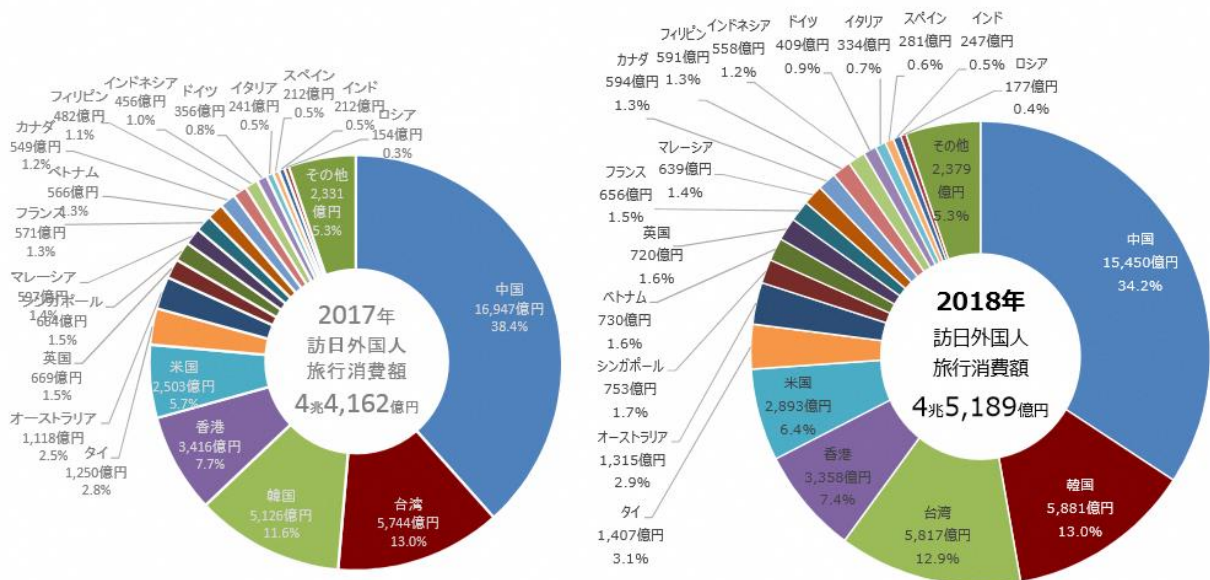
資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

注1：() 内は、訪日外国人旅行者数全体に対するシェア。

注2：「その他」には、アジア、欧州等各地域の国であっても記載のない国・地域が含まれる。

注3：数値は、それぞれ四捨五入によっているため、端数において合計とは合致しない場合がある。

国籍・地域別の訪日外国人旅行消費額と構成比(2018 年(平成 30 年))

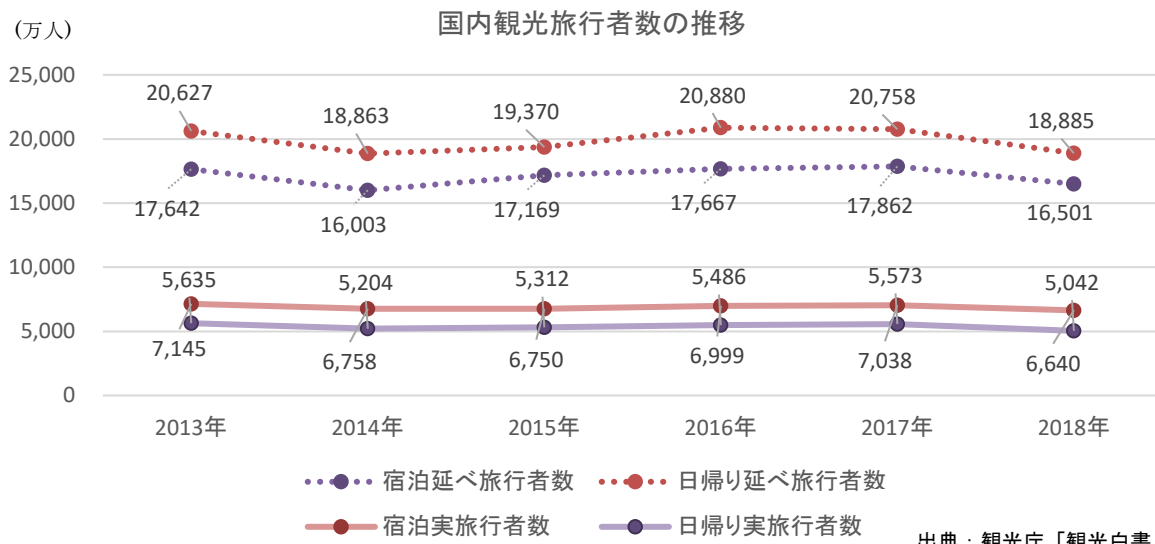


資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

(2) 国内旅行の現状

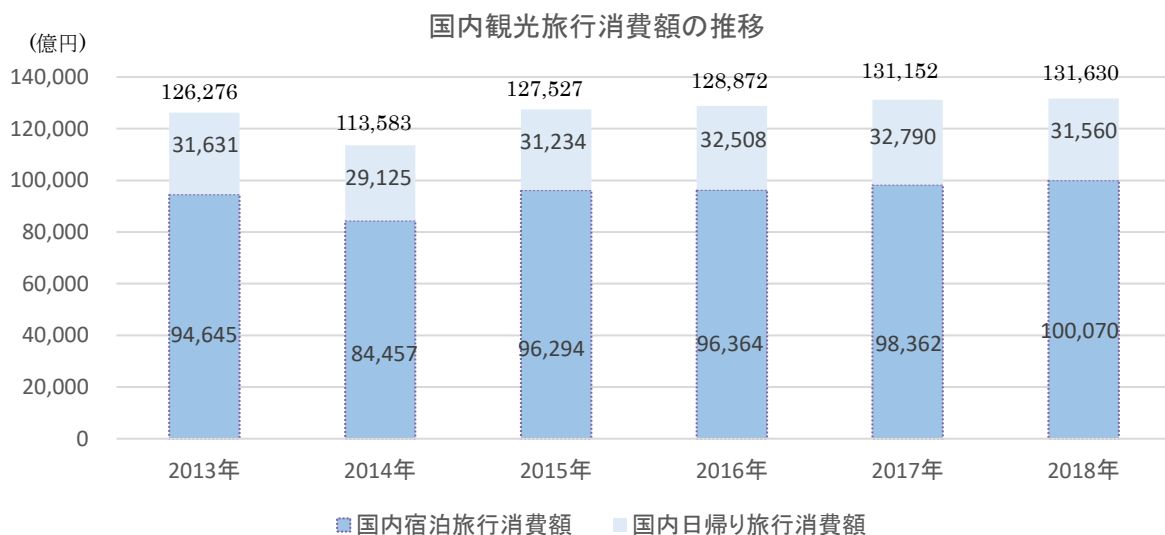
① 国内観光旅行者数の推移

- 2018年に日本人で国内宿泊観光旅行に行った人数は延べ1億6,501万人、国内日帰り観光旅行は延べ1億8,885万人となっています。
- 豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少しています。訪日外国人旅行者数と比較すると、横這い傾向がつづいています。



② 国内観光旅行消費額の推移

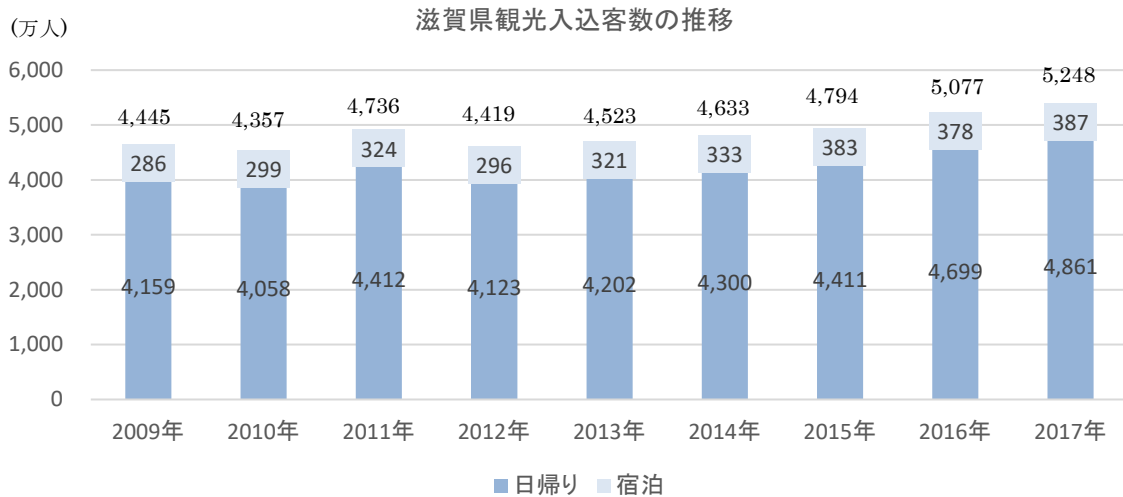
- 国内観光旅行消費額もほぼ横這いの推移となっています。宿泊旅行は消費額も大きく、地域経済への波及効果も大きいと思われます。



(3) 滋賀県の現状

① 滋賀県観光入込客数の推移

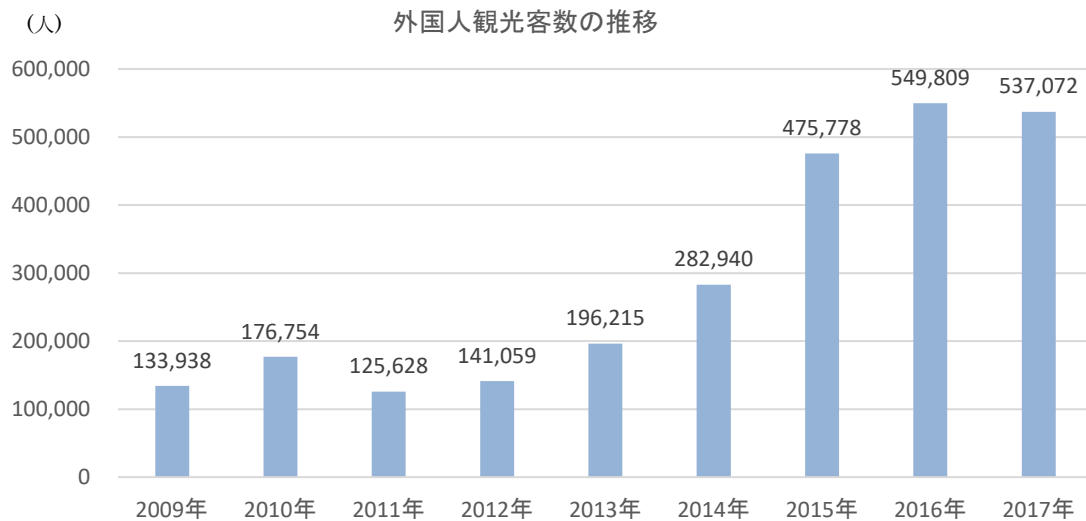
- 滋賀県の観光客数は、2017年に5,248万人と過去最高を記録しました。ビワイチの年間体験者数も10万人に迫るなど、順調に推移しています。



出典：「滋賀県観光入込客統計調査」

② 滋賀県外国人観光客数の推移

- 2012年以降は順調に推移していましたが、2017年は豪雨、地震等の災害が相次いだことや、台風や猛暑等の天候要因の影響等により、若干減少しています。

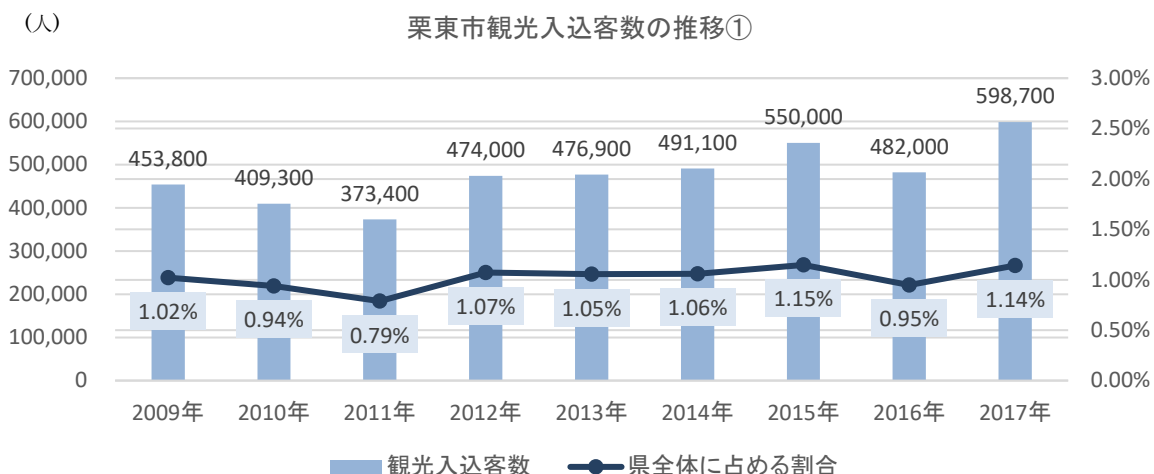


出典：「滋賀県観光入込客統計調査」

(4) 栗東市の現状

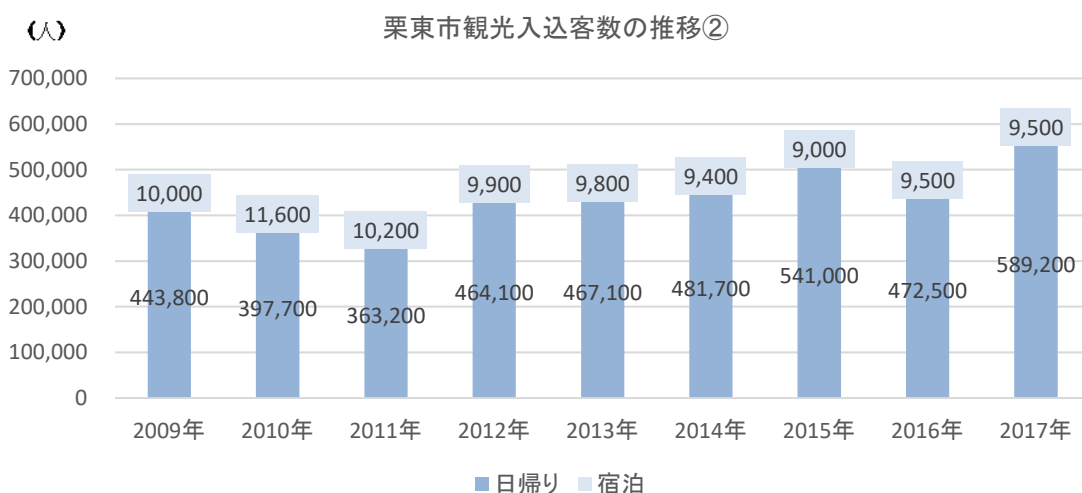
① 栗東市観光入込客数の推移

- 栗東市の観光客数はこれまで、2015年の55万人がピークでしたが、2017年には59.9万人と過去ピークを更新。県全体に占める割合も1%台を回復しましたが、県13市の中では最も少ない水準(第12位:湖南省62.6万人(2017年))となっています。



出典：「滋賀県観光入込客統計調査」

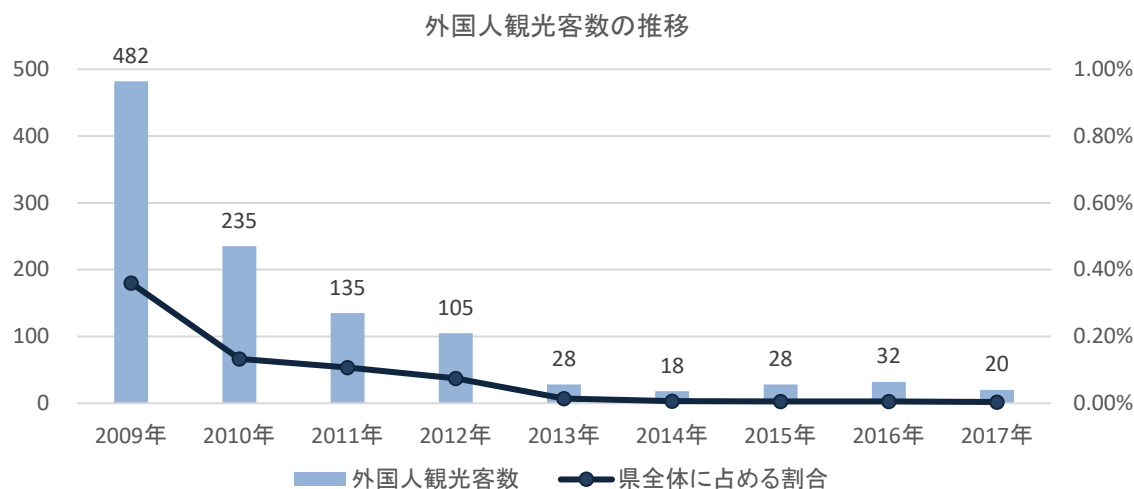
- 日帰り観光客数は順調に増加しており、2017年には58.9万人と過去最高を記録しました。一方、宿泊観光客数は2010年の1.2万人がピークとなっており、2012年以降は1万人を下回る水準が続いています。



出典：「滋賀県観光入込客統計調査」

② 栗東市外国人観光客数の推移

- 栗東市の外国人観光客数は、2013年以降は100人未満で推移しており、県全体に占める割合も大変低くなっています。



出典：「滋賀県観光入込客統計調査」

③ 経済波及効果の推計

- 2017年に実施した「栗東市観光ニーズ調査」および「栗東市観光関連産業実態調査」を踏まえ、観光関連事業者の域内調達率および宿泊客、日帰り客の消費単価を算出するとともに、経済産業省が公開している「経済波及効果推計システム」を活用し、経済波及効果の推計を行いました。

□域内調達率

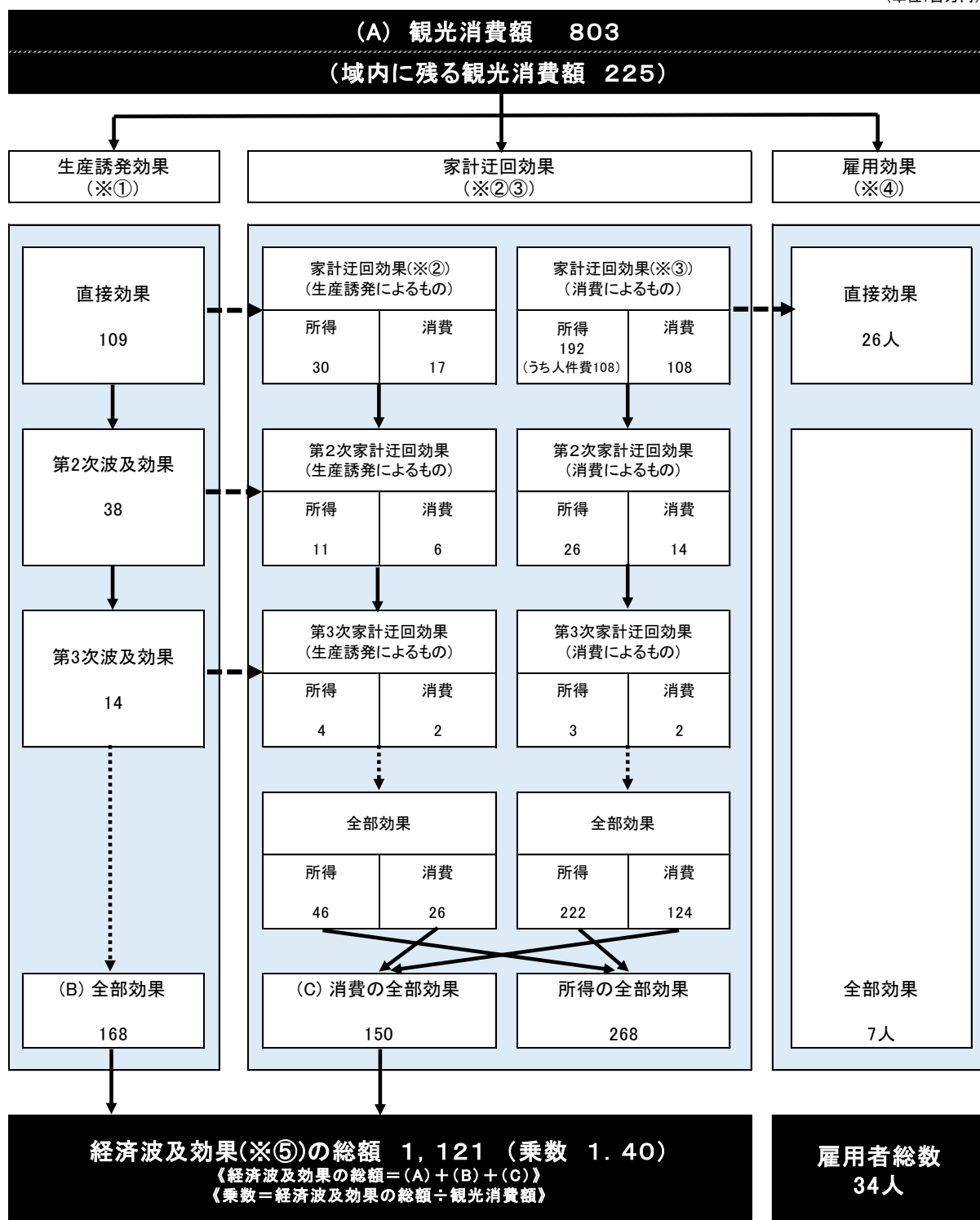
	売上原価	営業経費	人件費
(1)宿泊サービス	100%	100%	100%
(2)飲食サービス	27%	53%	70%
(3)旅客運送サービス	0%	0%	0%
(4)運送設備レンタルサービス	0%	0%	0%
(5)旅行業・その他予約サービス	0%	0%	0%
(6)文化サービス	3%	3%	50%
(7)スポーツ・娯楽サービス	5%	3%	32%
(8)小売	7%	28%	46%
★全産業	45%	75%	72%

※平成29年度栗東市観光関連産業実態調査より（全産業の域内調達率は富岡市のデータを引用）

□観光客の消費単価

	宿泊客	日帰り客
(1)宿泊サービス	2,500円	0円
(2)飲食サービス	635円	592円
(3)旅客運送サービス	950円	20円
(4)運送設備レンタルサービス	0円	0円
(5)旅行業・その他予約サービス	0円	0円
(6)文化サービス	0円	10円
(7)スポーツ・娯楽サービス	0円	289円
(8)小売	300円	381円
計	4,385円	1,292円

(単位:百万円)



※①生産誘発効果…

域内に残る観光消費額のうち、観光客が購入する商品等の原材料が仕入先に波及し、またその仕入先から更なる仕入先に波及していくという繰り返しにより得られる効果

※②家計迂回効果…
(生産誘発によるもの)

①の原材料が波及する過程において発生する付加価値(人件費、租税公課、減価償却費、営業利益など)により得られる効果

※③家計迂回効果…
(消費によるもの)

域内に残る観光消費額のうち、人件費(=従業員の給与)をもとに行われる消費から得られる効果

※④雇用効果…

観光により発生する雇用者数

※⑤経済波及効果…

観光消費額及び①～③により得られる効果

2. 栗東市の観光振興における強みと課題

(1) 観光の強み

- ① 寺社、古墳群などの豊富な歴史的遺産
 - 当市は旧東海道五十三次の 51 番目の「石部宿」と 52 番目の「草津宿」の間に位置すると同時に、旧中山道六十九次の 67 番目の「守山宿」と 68 番目の「草津宿」の間にも位置しており、新善光寺、手原稻荷神社、大宝神社などの寺社や旧和中散本舗などがあります。また金勝山ハイキングコースには狛坂磨崖仏、金勝寺などがあり、歴史的遺産に恵まれているといえます。
- ② 金勝山系などの豊かな自然
 - 金勝山には耳岩や天狗岩など花崗岩が織りなす自然の造形美や琵琶湖を一望するパノラマを堪能できるハイキングコースがあり、豊かな自然を満喫できる観光資源となっています。
- ③ JRA 栗東トレーニング・センターによる全国的知名度
 - 当市には約 2,000 頭のサラブレッドが毎日トレーニングを行う競走馬調教施設があり全国的に有名です。年に 1 回、乗馬体験、馬車、施設見学など、馬と触れ合えるイベントが開催されているほか、民間の乗馬クラブもあります。
- ④ 野菜を中心とした豊富な農産物
 - 栗東市の農業産出額は、総額では 1,560 百万円と県内 19 市町中 14 位ですが、野菜の産出額では 1,020 百万円と県内 19 市町中第 4 位と上位に位置しています。市内には「アグリ郷栗東」、「こんぜの里栗東」の二つの道の駅のほか、J A 栗東市の「田舎の元気や」などで地元農産物を販売しています。
- ⑤ 数少ない人口増加地域
 - 「まち」と「自然」がバランスよく存在し、住みよい町として知られています。2005 年と 2007 年には、東洋経済新報社の「住みよさランキング」で全国 1 位に輝いたこともあります。
- ⑥ 人口集積地域からのアクセスの利便性
 - JR の駅（栗東駅、手原駅）、名神高速道路 I C（栗東 I C、栗東湖南 I C）、国道（1 号、8 号）が通り、京阪神の人口集積地からのアクセスで地理的優位性が認められます。

(2) 観光の弱み

- ① コアとなる観光施設、宿泊施設がなく、観光スポットが点在
- ② 近場からの来訪者が中心で、来訪目的は「観光」ではなく「買い物」
 - 来訪目的は近場からの「買物」が多く、田舎の元気や道の駅などに立ち寄ってすぐに市外に出て行くのが主なパターンとなっています。
- ③ 本市観光入込客数は県内でも少なく、特に宿泊客・外国人観光客が少ない
 - 観光入込客数は 59.9 万人と県 13 市の中で最も少ない水準となっています。宿泊施設も少なく、宿泊客は年間 1 万人に満たない状況となっています。
- ④ 観光資源のPRが不十分
 - 市内来訪者のうち半分以上がWeb、パンフレット等を参照せず来訪しており、本市観光資源の情報が十分に周知されていない可能性があります。
- ⑤ 観光消費単価は低く、観光関連産業の域内調達率は低い
 - 来訪者の滞在期間が短いこともあり、観光消費単価は低くなっています。また、飲食、小売などの観光関連産業における原材料費等の域内調達率も低く、観光消費による経済波及効果は小さくなっています。
- ⑥ 市内の交通手段が充実していない
 - 自動車(マイカー)での来訪が大半を占め、市内の観光スポット間の移動には公共交通機関は不便な状況となっています。
- ⑦ 観光振興体制が不十分
 - 当市には旧東海道と旧中山道が存在し、新善光寺、手原稻荷神社、大宝神社などの寺社をはじめ、狛坂磨崖仏、金勝寺など多くの歴史的遺産があります。また、金勝山には自然の造形美や琵琶湖を一望できるハイキングコースもあり、豊かな自然も満喫できるところです。しかし、行政のみならず、産業界、市民などを巻き込んだ市全体の推進体制には至っておらず、観光を振興する体制としては不十分な状況となっています。

(3) SWOT 分析

① 環境分析 ～栗東市の観光振興を取り巻く要因の整理

	強み	弱み
内部要因	・ 寺社、古墳群などの豊富な歴史的遺産 ・ 金勝山系などの豊かな自然 ・ J R A 栗東トレーニング・センターによる全国的知名度 ・ 野菜を中心とした豊富な農産物 ・ 数少ない人口増加地域 ・ 人口集積地域からのアクセスの利便性	・ コアとなる観光施設、宿泊施設がなく、観光スポットが点在 ・ 近場からの来訪者が中心で、来訪目的は「観光」ではなく「買物」 ・ 本市観光客入込客数の県全体に占める割合は低く、特に宿泊客・外国人観光客が少ない ・ 観光資源の P R が不十分 ・ 観光消費単価は極端に低く、観光関連産業の域内調達率が低い ・ 市内の公共交通機関が充実していない ・ 観光振興体制が不十分
	機会	脅威
外部要因	・ 県への観光入込客、外国人観光客の増加 ・ 来訪者ニーズの多様化 ・ I C T の急進 ・ 高齢者の増加、健康志向の高まり ・ ビワイチの推進 ・ 東京オリンピック・パラリンピック、大阪万博の開催	・ 全国的な観光振興の盛り上がりによる集客競争の激化 ・ 交通手段の変化（車離れ）

② クロス分析 ～上記(環境分析)を踏まえた施策の整理

	強み	弱み
機会	【積極推進】 ・ 地域資源の魅力向上 ・ ターゲットのニーズに応じ、健康・歴史・自然・食などを効果的に組み合わせたプランの創出	【段階的推進】 ・ 受入施設・設備の整備・充実 ・ マーケティングに基づく情報発信強化（観光案内所の増設、ターゲット別発信、コンテンツ見直しなど） ・ 外国人観光客の受入対策（多言語化対応の推進、Wi-Fi 環境の整備等） ・ 「買物」目的から「観光」目的への誘導策、I C T 活用等による域内消費活性化策の検討
脅威	【差別化】 ・ 交通手段を問わず、安全安心に観光できる環境づくり ・ 「馬」のブランド、イメージの積極活用	【防衛策】 ・ 市民や事業者など多様な主体によるおもてなし機運の醸成と受入体制の整備 ・ 観光関連産業の域内調達の仕組みづくり ・ 他地域との連携強化

3. 栗東市の観光振興に向けた基本的な方向性

(1) 地域資源の磨き上げによる滞在型観光の推進

本市には、金勝山をはじめ、歴史街道(東海道・中山道)や神社仏閣といった緑豊かな自然環境や歴史・文化遺産が数多く存在するとともに、「馬のまち」として全国的にも広く知られています。

しかし、現在はこれらの地域資源を十分活用できておらず、また来訪者の滞在時間も短いことから、観光消費に結びつく滞在型観光を進めるため、さらなる魅力向上に向けた取り組みを行う必要があります。

このことから、資源の磨き上げを行うとともに、核となる資源を中心にそれぞれの資源をうまく組み合わせ、テーマやストーリーを明確にすることで本市ならではの価値、独自性の高い魅力創出に取り組めます。

[関連する施策・事業]

- 馬とふれあう拠点施設「ホースパーク」の推進と連動した「馬のまち」を盛り上げるプログラム・モデルコースの設定
- 本市の財産「自然」を中心としたプログラム・モデルコースの設定
- 市内の隠れた魅力の発掘

(2) おもてなしの人づくりと仕組みづくり

来訪者の受入のためには、市民をはじめ、行政や観光関連団体、観光事業者、観光資源管理者など多様な主体が、本市の観光資源の魅力を認識し、協働しながら交流の促進に携わることが必要です。

しかし、本市においては、一部の事業者や団体等による取り組みを行っているものの情報が浸透・共有できておらず、まちぐるみで受け入れるための体制が不十分です。

今後、これら主体のみなさんが改めて地域の良さを認識し、誇りや愛着を持つための機運醸成を図るとともに、おもてなしの人材づくりや観光振興の活動を行えるネットワークづくりに取り組めます。

[関連する施策・事業]

- 来訪者の受け入れ・交流を深めるための意識の醸成
- 各分野における主体との情報共有・連携とおもてなしへの参画促進
- 市民と来訪者が共に楽しめるイベント(モデル事業)の実施

(3) 来訪者の受入環境の整備・充実

来訪者に、国籍や年齢、性別等を問わず、本市の魅力を十分に味わい、満足してもらうためには、安心して快適に観光できる環境づくりが必要です。本市では、インバウンドを見据え、2017年度から観光パンフレットの多言語化や多言語観光案内システムの導入等、一部の取り組みに着手しましたが、さらなる充実が求められます。

今後、本市の現状を把握した上で、多言語対応やバリアフリー・ユニバーサルデザインを推進し、あらゆる方の利便性・安全性の向上に向けた施設・設備の整備・充実を図ります。

[関連する施策・事業]

- 車以外の交通手段でも周遊できる環境整備

(4) 戦略的な情報発信による誘客促進

本市に興味を持ってもらい、「行ってみたい」「会ってみたい」「体験してみたい」までつなげるきっかけづくりのためには、本市の観光資源の魅力を効果的に外部に伝えることが必要です。

本市でもホームページやフェイスブック等を活用した情報発信を行っていますが、広く浅い提供に留まっており、効果が挙げられていない状況です。

このことから、マーケティングによりターゲットやニーズを明確にし、これに応える情報を適切な時期及び手法により発信・提供します。

また、広域連携等によるプロモーションにも積極的に取り組み、誘客の促進を図ります。

[関連する施策・事業]

- 広域協議会やびわこビジターズビューロー、滋賀ロケーションオフィス等、関係機関との連携
- ターゲットの絞り込み及びそのターゲットに合ったプロモーションの実施

(5) 観光消費を喚起し、地域経済の好循環を生み出す仕組みづくり

観光事業を継続していくためには、域内に観光振興に関わる全ての主体が恩恵、メリットを受けられる仕組みが必要です。

本市は買い物目的での来訪者が多いものの、遠方からの来訪者は少なく、他市と比べても観光消費額が極端に少なく、また市内の観光関連事業による経済効果も低い状況です。

このことから、市内での観光消費を促進し、観光による地域経済への効果を高めるとともに、地産地消型の観光事業・観光関連産業を推進するための仕組みを構築し、市内の経済循環の向上を図ります。

[関連する施策・事業]

- 「見学」「体験」から「食」や「宿泊」など、来訪者に市内で全てを楽しんでもらえる仕組みづくり
- 各種観光関連施策との連携強化
- 活用可能な各種制度に関する情報提供

第3章 ビジョンの基本的な考え方

1. 目指す姿と基本理念

栗東市の観光振興が「めざす姿」(メインテーマ)とその方向性を具体的に示した「基本理念」を次のように定めます。

めざす姿

“物語”の磨き上げと再発見による、
まちの誇りの創出と観光振興をめざす

基本理念

栗東市には、金勝山をはじめ、歴史街道や神社仏閣など豊かな自然環境や歴史・文化遺産が数多く存在するとともに、多様な伝統文化が息づいています。これら地域資源(観光資源)はそれぞれが固有の“物語”を持っており、より多くの人々を惹きつける力を秘めています。

このような“物語”を市民や事業者、関連団体などのさまざまな主体とともに共有、発信、再発見することで、地域の価値を高め、“物語”を活かした観光振興により地域産業やコミュニティの活性化を進めていきます。

そのためには、市民と来訪者がともに、国籍や年齢、性別などを問わず、栗東の魅力を安心して快適に楽しめるような環境を整備し、いつまでも住み続けたい、関わり続けたい、訪れたいと思えるような栗東のまちづくりに取り組みます。

2. 基本方針、基本戦略

「めざす姿」と「基本理念」を達成するために、次の基本方針と基本戦略に基づいて具体的な施策や事業を進めていきます。

基本方針Ⅰ 観光資源の魅力向上

基本戦略1 観光資源の磨き上げと再発見

基本方針Ⅱ 行きたい、会いたい、体験したいと思われる体系と体制づくり

基本戦略2 戦略的なマーケティングの立案と実施

基本戦略3 関連組織等との連携推進と支援

3. 計画の体系

基本方針と基本戦略に基づき、具体的な施策と事業を推進します。

基本方針	基本戦略	施策	取り組む事業
Ⅰ 観光資源の 魅力向上	1. 観光資源の 磨き上げと再発見	(1) 現有の観光資源の磨き上げと活用	① 滞在型観光の環境整備やモデルコースの設定 ② 既存の祭りやイベントの魅力向上
		(2) 観光資源として認識されていない 隠れた魅力の発掘	① 市民や来訪者による地域資源の発見と SNS 等による情報拡散の促進
Ⅱ 行きたい、会いたい、体験したいと思われる体系と体制づくり	2. 戦略的なマーケティングの立案と実施	(1) 調査やデータに基づいた マーケティング	① マーケティングのための データ収集と専門的な調査の実施・分析
			② マーケティング計画の策定 (KPI を伴った計画策定)
			③ マーケティング計画の実行体制の構築
		(2) 受入環境の整備と受入意識の醸成	① マーケティングに基づいた ハード・ソフトづくりの計画策定
			② 交通アクセスの利便性向上
			③ 市民のおもてなし意識の醸成と 教育分野との連携
		(3) 戦略的な情報発信体制の強化	① 観光に関わる広報体制の強化
		(4) 地域経済活性化の推進	① 観光関連消費の喚起
			② 観光関連産業の創出喚起
			③ 域内調達率向上に向けた啓発推進
	3. 関連組織等との 連携推進と支援	(1) ビジョン推進体制の構築	① 観光物産協会を中心とした ビジョン推進体制の構築
		(2) ビジョン実行に対する 諮問・評価体制の構築	① 観光振興会議の活用による諮問と評価
		(3) 市内外の関連組織や団体、自治会 等との連携推進	① 公共交通機関各社・団体との連携強化
			② 国、県、他自治体、観光関連団体等との 連携推進

基本方針Ⅰ

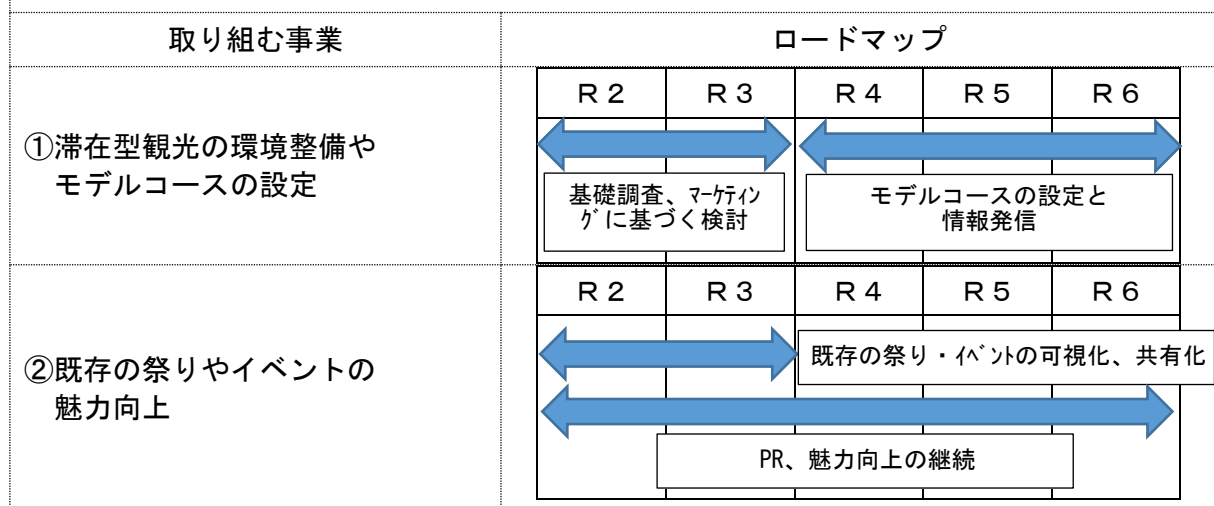
観光資源の魅力向上

基本戦略1 観光資源の磨き上げと再発見

栗東市には人々を惹きつける観光資源が多くありますが、誘客拠点としての魅力向上や回遊性につながる具体的なイメージ形成が課題です。観光資源の磨き上げやまだ知られていない隠れた魅力の発掘を行うとともに、テーマやストーリーを明確にした独自性の高いコンテンツの創出に取り組み、地域の魅力向上を図ります。

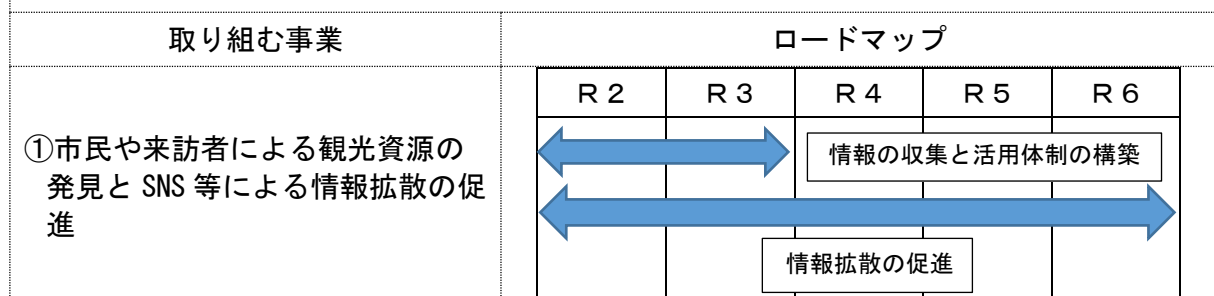
施策（１） 現有の観光資源の磨き上げと活用

市民・事業者・関連団体と連携し、誘客の拠点となる観光資源の磨き上げや発掘・再評価を行うとともに、地域における来訪者の体験・交流・滞在を促進し、回遊性を高めるモデルコースやツアーなどのコンテンツ開発に取り組みます。また、地域の歴史文化を伝える祭りやイベントを継承するとともに、来訪者の滞在型観光に結びつくような魅力の向上に取り組みます。



施策（２） 観光資源として認識されていない隠れた魅力の発掘

地域ではあたりまえとされていることでも、異なる視点で見ると地域独自の魅力になることがあります。市内外の多様な主体とともに、地域の自然や歴史文化、食、暮らし、人との交流等のさまざまな角度で、来訪者の体験・交流・滞在につながるような新たな観光資源の発掘と活用に取り組みます。また、SNS 等を通じて発信される「栗東」に関する情報を積極的にキャッチアップし、市民や来訪者視点から地域の隠れた魅力を発掘するとともに、情報の拡散を促す取り組みを進めます。



基本方針Ⅱ

行きたい、会いたい、体験したいと思われる体系と体制づくり

基本戦略2 戦略的なマーケティングの立案と実施

栗東の魅力国内外に届け、誘客・来訪に結びつけるため、可能な限り客観的なデータ収集やアンケート調査を実施します。それらを元にマーケティング計画を策定し、観光コンテンツの開発や受入体制の整備、効果的な情報発信に取り組みます。また、市内の関連産業と連携し、観光を起点とした地域経済の活性化を推進します。

施策（１）調査やデータに基づいたマーケティング

観光入込客数調査に加え、市民向け、市内事業者向け、来訪者向け等の各種アンケート調査を実施し、実態とニーズの把握を行います。それらに基づいたマーケティング計画を策定し、具体的な誘客ターゲットならびに目標の設定、コンテンツやプロモーションの戦略を立案します。また、計画の実行と成果管理を行う組織体制を構築します。

取り組む事業	ロードマップ				
①マーケティングのためのデータ収集と専門的な調査の実施・分析	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
	調査	効果調査		効果調査	
②マーケティング計画の策定（KPI を伴った計画策定）	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
	計画策定		実行・見直し		
③マーケティング計画の実行体制の構築	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
	体制構築	見直し			

施策（２）受入環境の整備と受入意識の醸成

マーケティングに基づき、ハード（観光案内所、案内板、公共トイレ、休憩場所等）とソフト（ボランティアガイドの育成、市民・事業者向けの啓発活動等）の両面で、多様性の観点を取り入れた受入環境づくりのための計画を策定します。また、公共交通機関各社・団体との連携を強化し、市民の生活の足でもある鉄道やバス等を、観光振興の視点も含めて活性化につなげる取り組みを行ないます

地域の自然や歴史文化など、観光につながるまちの魅力について、市民向けの体験の場や教育分野と連携した子どもたちが学ぶ機会の提供等により、市民の関心を高め、おもてなし意識や誇りの醸成を促します。

取り組む事業	ロードマップ															
①マーケティングに基づいたハード・ソフトづくりの計画策定	<table><tr><td>R 2</td><td>R 3</td><td>R 4</td><td>R 5</td><td>R 6</td></tr><tr><td colspan="2">←→</td><td colspan="2">←→</td><td>←→</td></tr><tr><td colspan="2">ヒアリング等 基礎調査</td><td colspan="2">マーケティングに基 づく計画策定</td><td>実行・見直し</td></tr></table>	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	←→		←→		←→	ヒアリング等 基礎調査		マーケティングに基 づく計画策定		実行・見直し
R 2	R 3	R 4	R 5	R 6												
←→		←→		←→												
ヒアリング等 基礎調査		マーケティングに基 づく計画策定		実行・見直し												
②交通アクセスの利便性向上	<table><tr><td>R 2</td><td>R 3</td><td>R 4</td><td>R 5</td><td>R 6</td></tr><tr><td colspan="2">←→</td><td>←→</td><td colspan="2">←→</td></tr><tr><td colspan="2">マーケティング計画 策定</td><td>検討</td><td colspan="2">実施・見直し</td></tr></table>	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	←→		←→	←→		マーケティング計画 策定		検討	実施・見直し	
R 2	R 3	R 4	R 5	R 6												
←→		←→	←→													
マーケティング計画 策定		検討	実施・見直し													
③市民のおもてなし意識の醸成と教育分野との連携	<table><tr><td>R 2</td><td>R 3</td><td>R 4</td><td>R 5</td><td>R 6</td></tr><tr><td colspan="5">←→</td></tr><tr><td colspan="5">市民向けの体験の場や教育分野と連携した子どもたちが学ぶ機会の提供等 教育委員会との連携・協力依頼</td></tr></table>	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	←→					市民向けの体験の場や教育分野と連携した子どもたちが学ぶ機会の提供等 教育委員会との連携・協力依頼				
R 2	R 3	R 4	R 5	R 6												
←→																
市民向けの体験の場や教育分野と連携した子どもたちが学ぶ機会の提供等 教育委員会との連携・協力依頼																

施策（３）戦略的な情報発信体制の強化

栗東への来訪動機を喚起し、「体験してみたい」「食べたい」「買いたい」等につなげるためには、戦略的な情報発信が必要です。マーケティング計画に基づき、整理された情報を適切な媒体やタイミングで発信できる広報体制の強化に取り組めます。

取り組む事業	ロードマップ				
①観光に関わる広報体制の強化	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6
					
	情報収集と 活用体制の構築		観光広報体制の強化と見直し		

施策（４）地域経済活性化の推進

観光による地域への持続的な経済効果をもたらすためには、観光振興に関わるあらゆる主体がメリットを受けられる仕組みが必要です。市内での観光消費の促進や、新たな観光関連産業の創出、市内での経済循環の向上など、観光による地域経済活性化の推進に取り組みます。

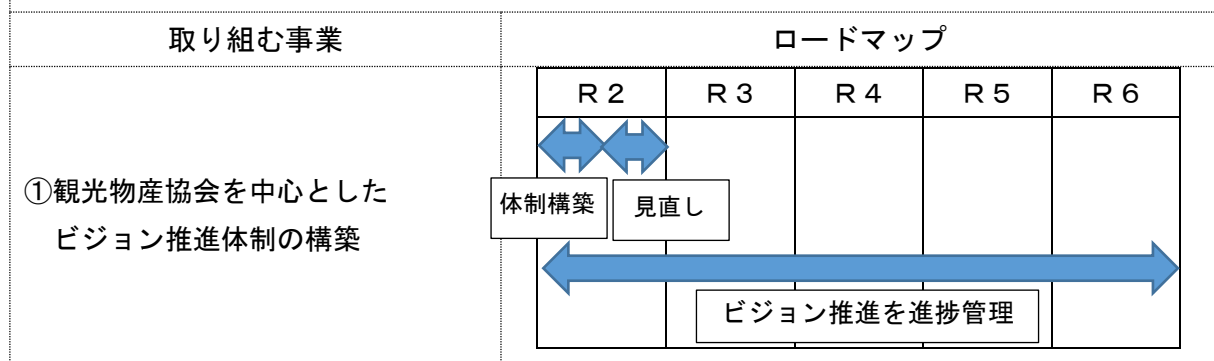
取り組む事業	ロードマップ																									
①観光関連消費の喚起	<table><tr><th>R 2</th><th>R 3</th><th>R 4</th><th>R 5</th><th>R 6</th></tr><tr><td colspan="5"></td></tr><tr><td colspan="3">情報収集と啓発、PR</td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td colspan="3"></td></tr><tr><td></td><td></td><td colspan="3">マーケティング計画による仕組みづくり</td></tr></table>	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6						情報収集と啓発、PR												マーケティング計画による仕組みづくり		
R 2	R 3	R 4	R 5	R 6																						
																										
情報収集と啓発、PR																										
																										
		マーケティング計画による仕組みづくり																								
②観光関連産業の創出喚起	<table><tr><th>R 2</th><th>R 3</th><th>R 4</th><th>R 5</th><th>R 6</th></tr><tr><td colspan="3"></td><td colspan="2"></td></tr><tr><td colspan="3">現状の情報発信</td><td colspan="2">マーケティング計画による仕組みづくり</td></tr></table>	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6						現状の情報発信			マーケティング計画による仕組みづくり											
R 2	R 3	R 4	R 5	R 6																						
																										
現状の情報発信			マーケティング計画による仕組みづくり																							
③域内調達率向上に向けた啓発推進	<table><tr><th>R 2</th><th>R 3</th><th>R 4</th><th>R 5</th><th>R 6</th></tr><tr><td colspan="5"></td></tr><tr><td colspan="5">商工会や観光関連事業者等への啓発</td></tr></table>	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6						商工会や観光関連事業者等への啓発														
R 2	R 3	R 4	R 5	R 6																						
																										
商工会や観光関連事業者等への啓発																										

基本戦略3 関連組織等との連携推進と支援

本ビジョンの実行（実効）性を担保し、観光振興の充実を図るには、市内外の組織・団体等との連携が不可欠です。栗東市観光物産協会と協力して、ビジョンの推進体制を構築するとともに、国や県、周辺自治体、他の観光関連団体等との連携・協働を推進します。

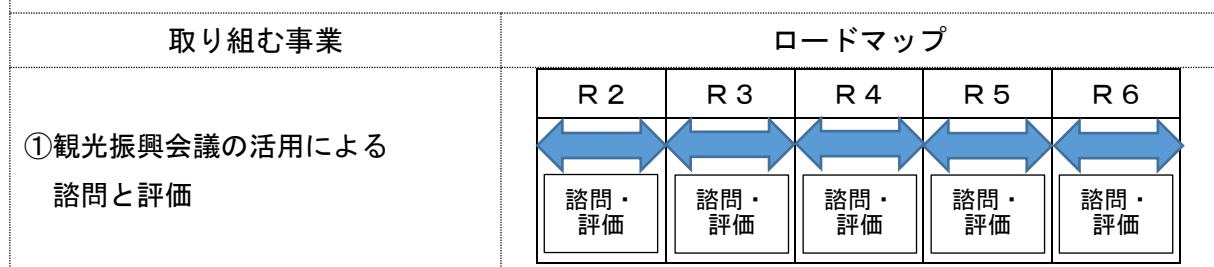
施策（１）ビジョン推進体制の構築

市内唯一の観光振興組織である栗東市観光物産協会との協力・連携関係を深め、栗東市とともに本ビジョンに基づく各事業を推進・進捗管理する組織体制を構築します。



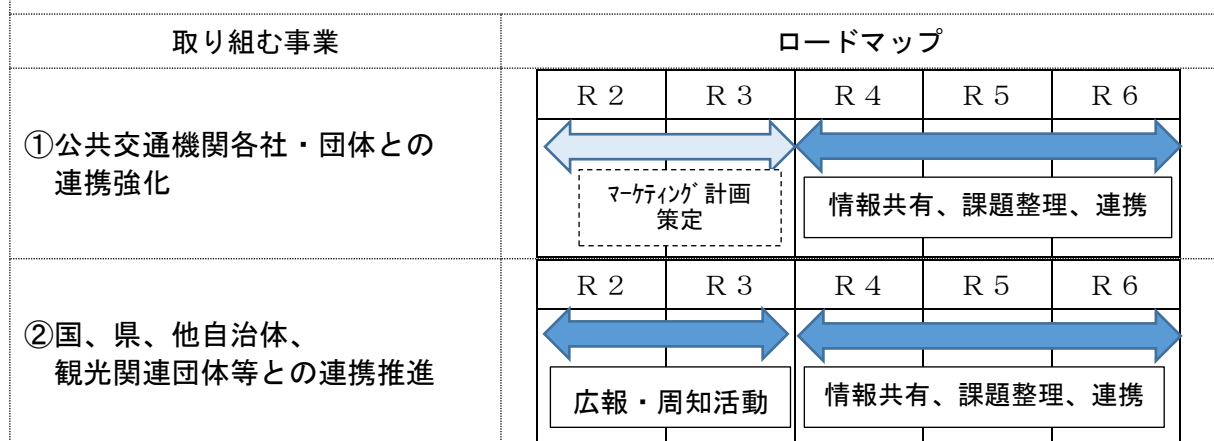
施策（２）ビジョン実行に対する諮問・評価体制の構築

観光振興会議を組織し、本ビジョンに基づく各事業の実施内容と結果に対して諮問と評価を行う体制を構築します。



施策（３）市内外の関連組織や団体、自治会等との連携推進

国や県、近隣自治体、その他関連組織等との連携・協力関係を確立し、幅広い情報共有と相互協力の推進による観光振興の充実を図ります。



4. 目標数値

本ビジョンの推進における基本的な目標数値として、「観光入込客数」「観光消費額」「経済波及効果」それぞれの増加を掲げ、ビジョンの進捗状況や施策の評価はこれら目標数値の達成度によって図ることとします。なお、実施期間の中で進捗状況を踏まえ、目標数値の見直しを行います。

	【基準年】 平成 29(2017) 年度	【目標年】 令和 5(2023) 年度	
(1) 観光入込客数	598,700 人	1,200,000 人	過去 5 年間の平均増加率等を元に算出
(2) 観光消費額	8 億 300 万円	15 億 8,900 万円	観光入込客数と平均消費単価を元に算出
(3) 経済波及効果	11 億 2,100 万円	22 億 600 万円	観光消費額を元に算出

※目標年は、ビジョン最終年(令和 6 年度/2024 年度)の前年に設定

5. ビジョンの推進体制

- (1) 栗東市は、観光施策の担当部局がビジョン運営組織と緊密に連携し、ビジョンに基づいた観光振興に取り組みます。また、観光担当部局は、市の関連部局との相互連携の中心的役割を担うとともに、ビジョン運営組織と各関連部局とのワンストップ窓口としての役割を果たします。
- (2) ビジョン運営組織は、栗東市と協力・連携してビジョンに基づいたマーケティング調査・分析・計画立案を行うとともに、各事業の実行について主導的役割と進捗管理を担います。運営組織は栗東市と連携して早期に組織体制を構築します。
- (3) 観光振興会議は、地域の観光に関わる関連団体や事業者等によって構成され、運営組織に対して、年度ごとにビジョンの実行に関する諮問と評価を行います。

