

第二期栗東市観光振興ビジョン(案)の 策定について

第一回 栗東市観光振興会議

第二期観光振興ビジョンについて

• 1. 目的

第六次総合計画に掲げる「観光の振興」を推進するため、経済効果を最大化する観光戦略となる観光振興計画を策定します。

• 2. 名称

第二期栗東市観光振興ビジョン

• 3. 期間

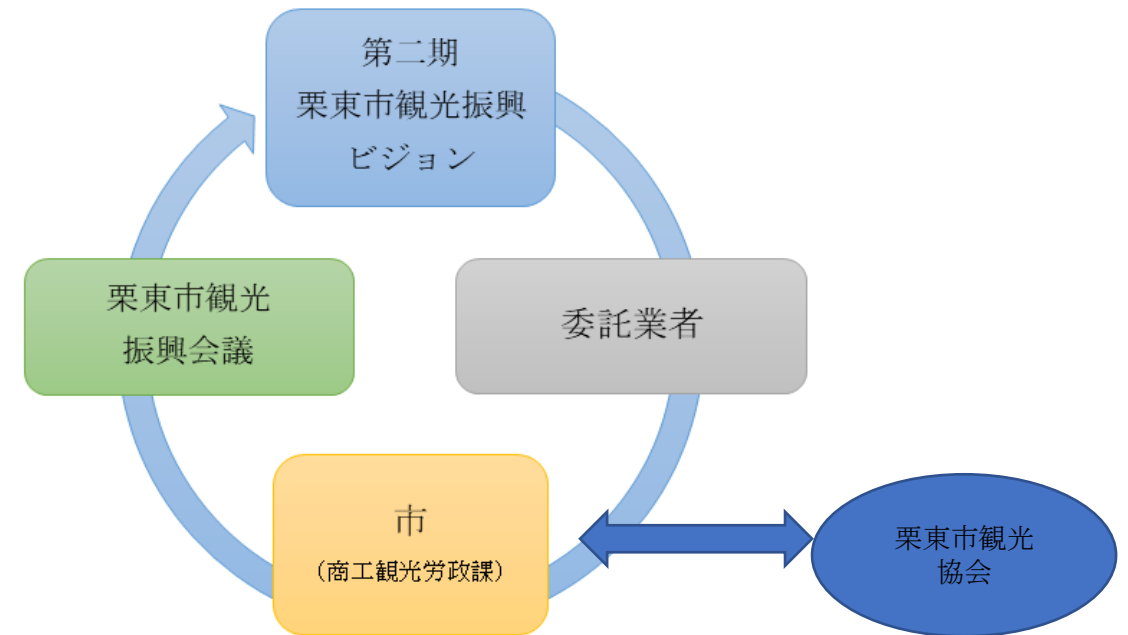
令和7年4月～令和12年3月

• 4. 計画の位置づけ

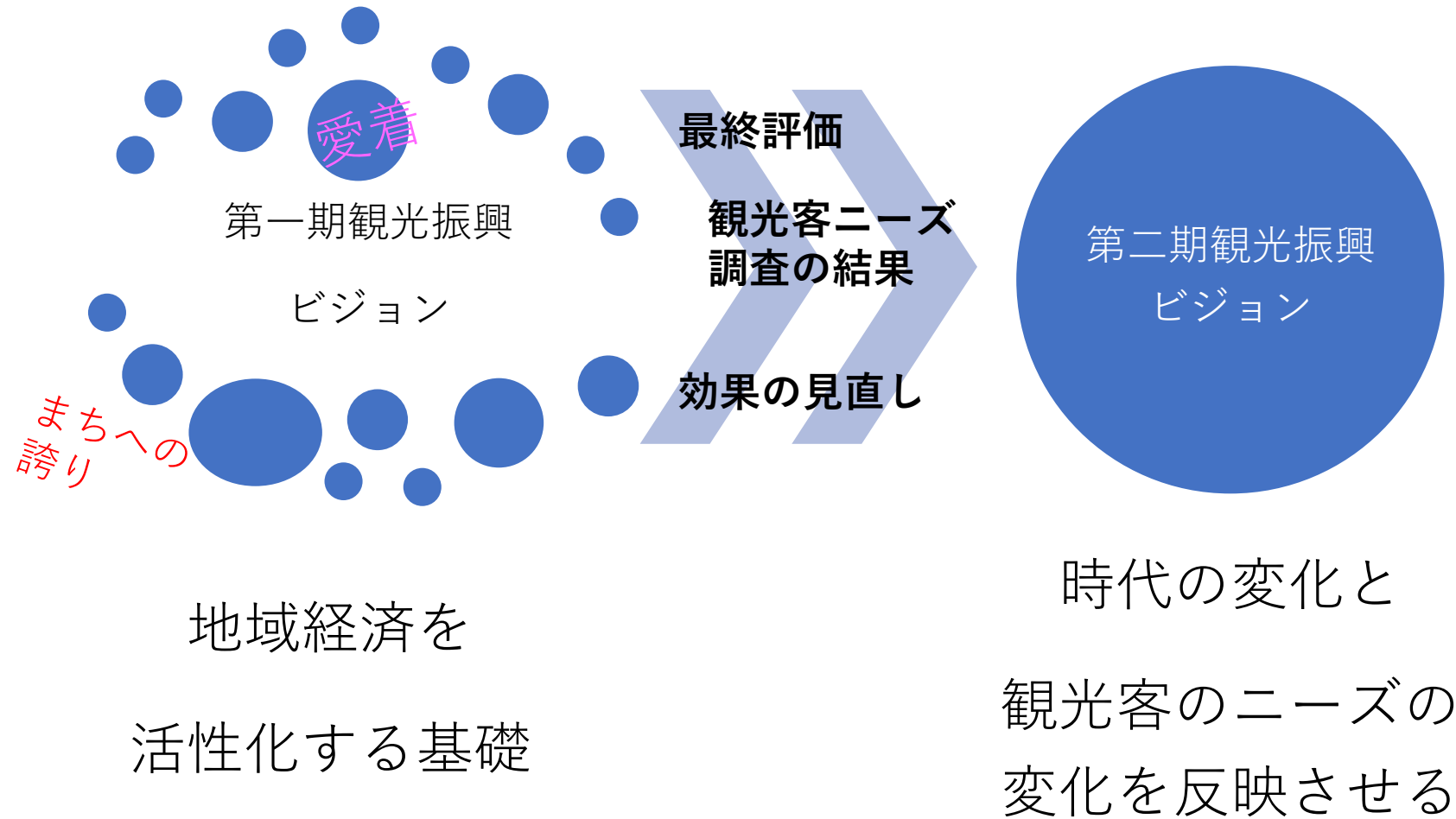
「栗東市観光振興ビジョン」の計画終了に伴い、「第六次栗東市総合計画」を上位計画として、「積極的に先を見据えた新たな時代の栗東(まち)づくり」を目指し5ヵ年計画を策定するものです。



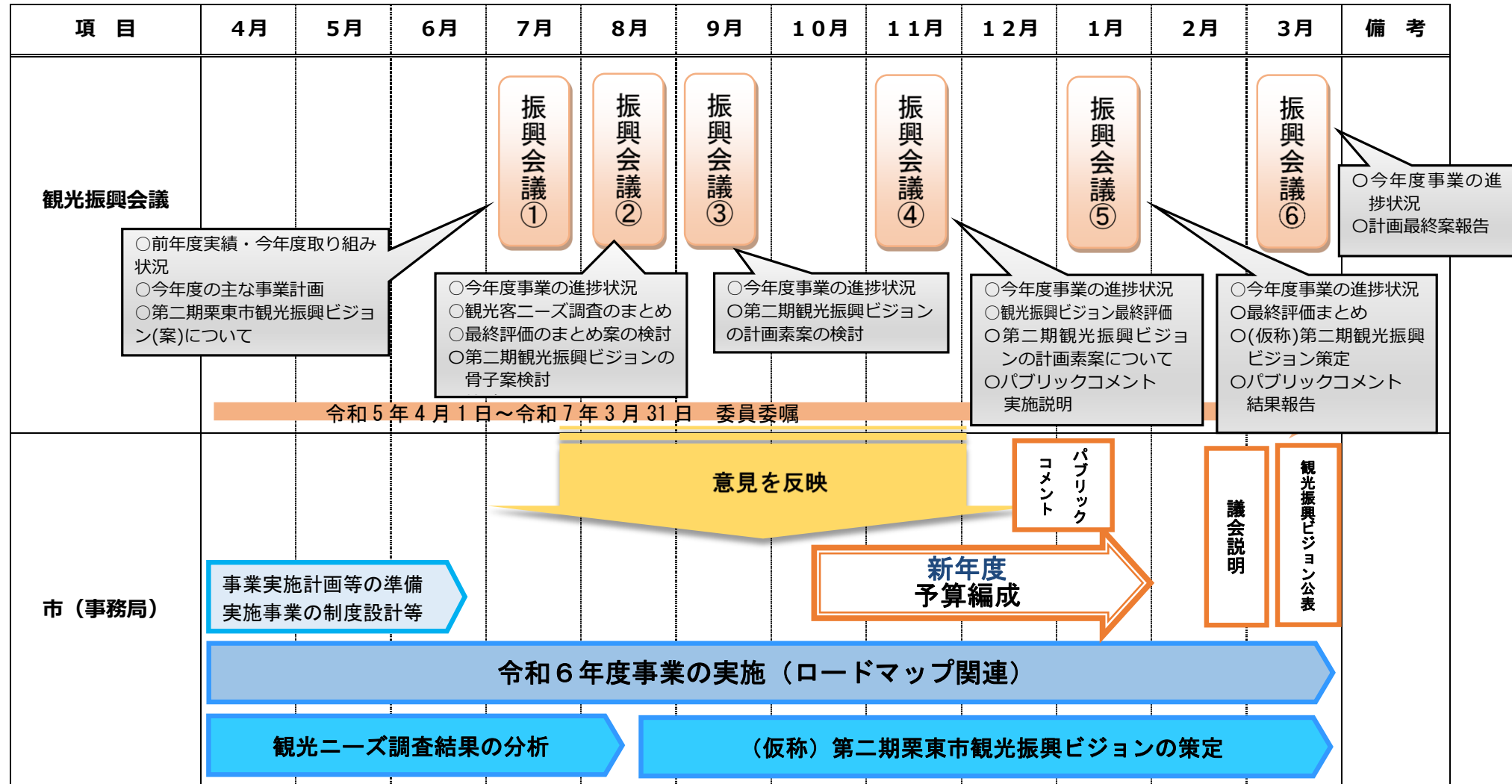
5. 策定体制



計画の概要と策定方針

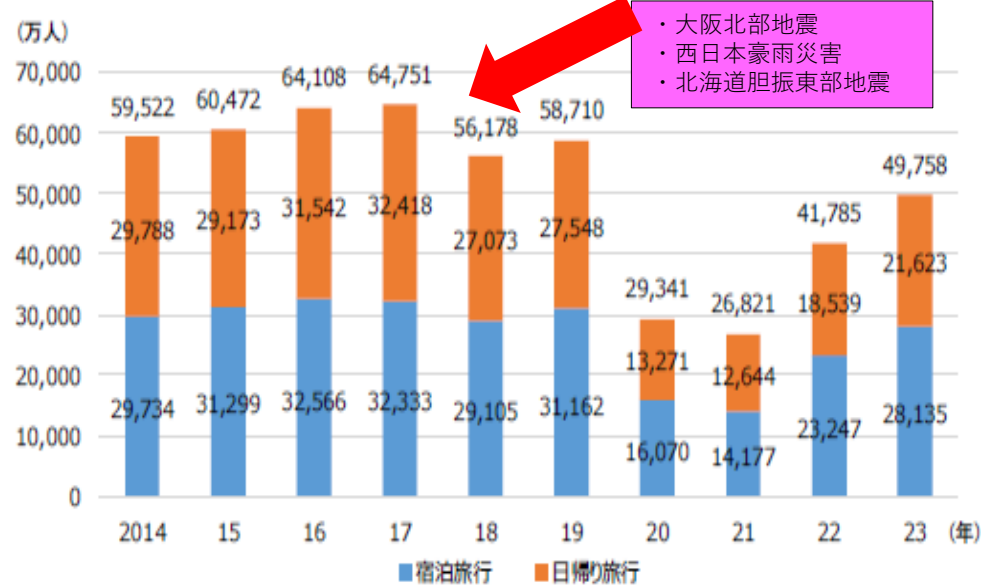


策定に向けたスケジュールについて



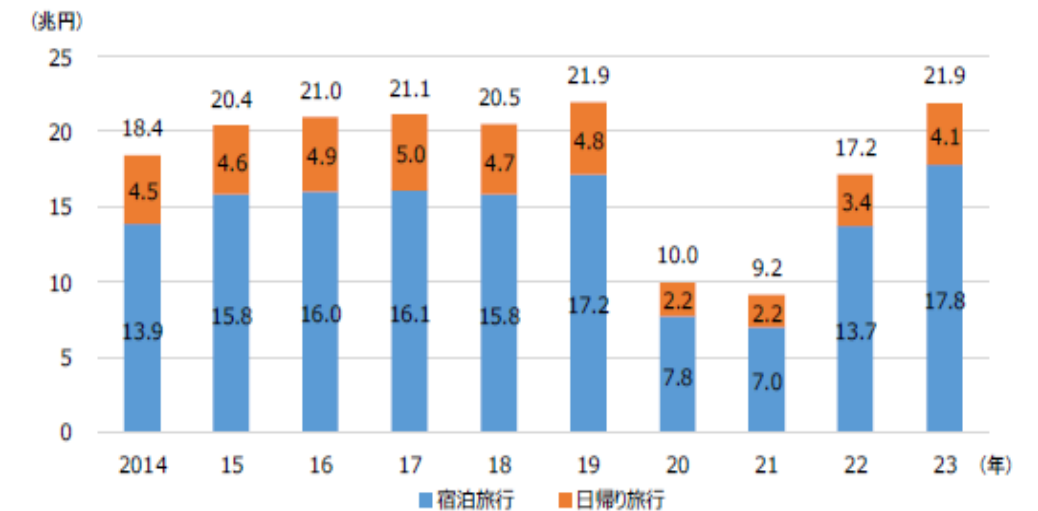
観光を取り巻く状況（国内）

日本人の国内宿泊旅行および国内日帰り旅行の延べ人数(推移)



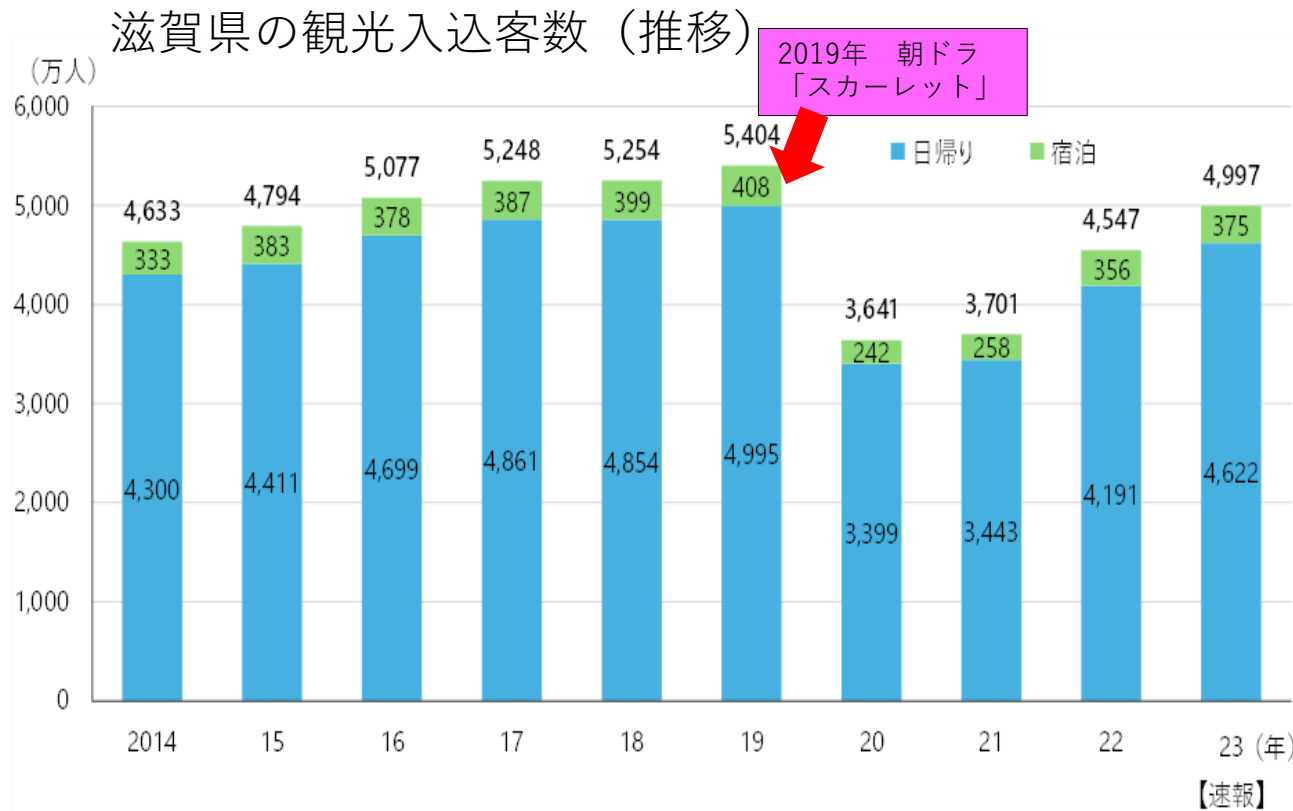
日本人国内観光旅行者数（日帰り・宿泊）は、2017年に過去最高となったが、自然災害の影響も大きかった。さらに、2020年は新型コロナウイルスの影響で緊急事態宣言が発令され、人の移動が制限されたことで旅行者は大きく減少した。コロナ禍を脱してからは、徐々に旅行者が復活の兆しを見せている。

日本人の国内旅行消費額(推移)



日本人の国内観光消費額についても、旅行者の推移と同様の経過を辿っている。

観光を取り巻く現状（県内）

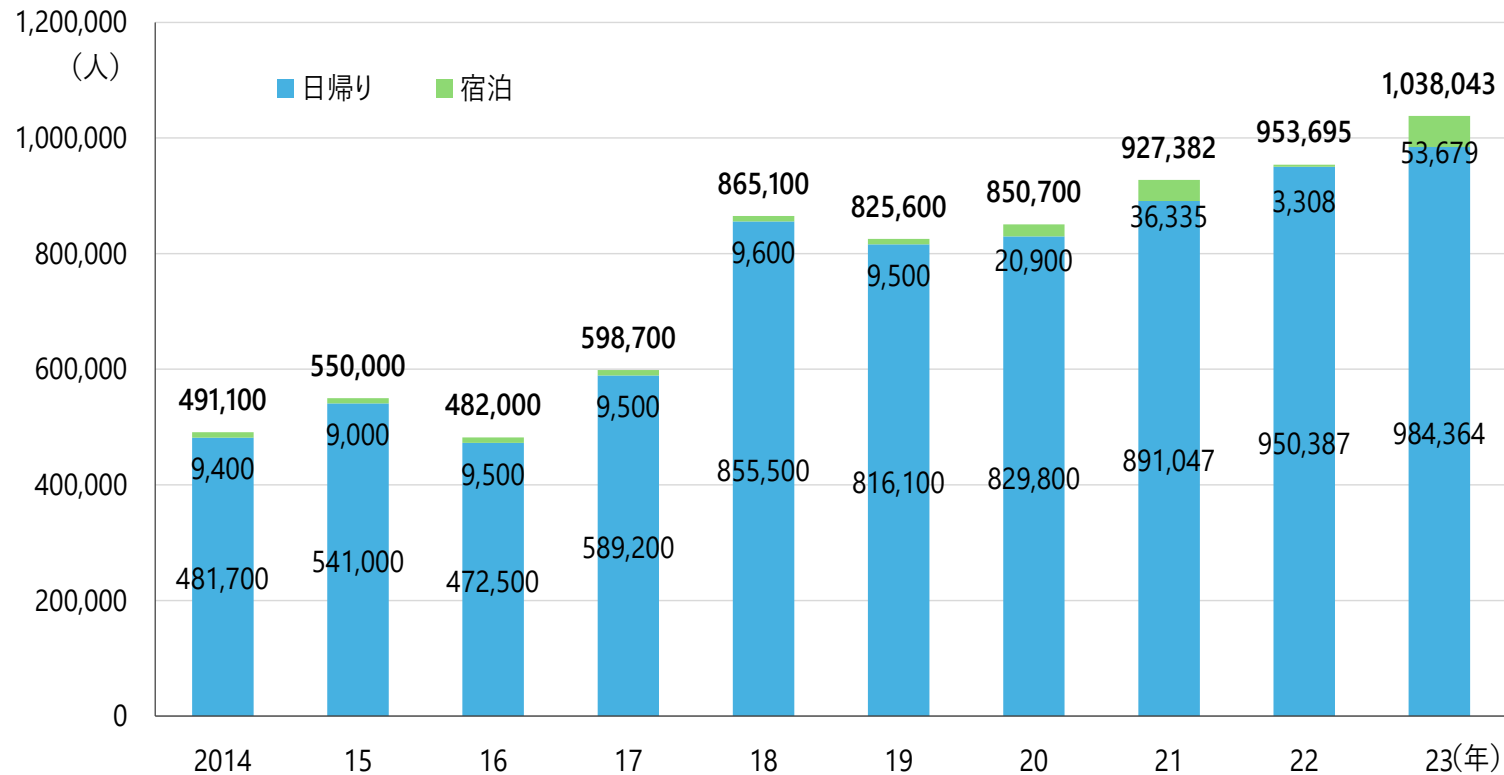


滋賀県の延観光客数は、近年増加傾向にあり、2019年には観光入込客数調査史上最高の延観光客数 5,403 万人を記録。

しかし、国内旅行者数と比べて日帰り旅行の割合が高く、宿泊旅行の割合が低い傾向にある。

観光を取り巻く状況（市内）

栗東市の観光入込客数(推移)



金勝の自然環境を活かした観光に人気が集まり、栗東市ではコロナ禍においても観光入込客数が増加した。

近年では市内にビジネスホテル（ホテルルートイン）や高規格キャンプ場（KONZEかもしかキャンピングヴィレッジ）が開業したことで県外在住者などの宿泊客数が大きく増加したことも要因となっている。

観光を取り巻く状況（市内）

	平成29(2017)年	令和5(2023)年			
	基準値	想定数値	結果	対 基準値 増減率	対 想定数値 増減率
①観光入込客数	59万8,700人	120万人	103万8,043人	73.4	▲ 13.5
②観光消費額	8億300万円	17億円	29億7,594万円	270.6	75.0

※ビジョンでは「年度」としていたが、①観光入込客数は「年」で集計しており、①をもとに②も算出するため、本資料では「年」表記に改めた。

（令和5年度観光客ニーズ調査より）

📌 現行計画では令和5年度の「観光入込客数」「観光消費額」をKPIとして設定

📌 観光消費額の増加要因は「1人あたりの平均市内消費額（※）」と「観光入込客数」の上昇

観光入込客数

令和5年度に初めて100万人を突破

観光消費額

目標値を大きく上回った

（※）「1人あたりの平均市内消費額」
平成29年度：1,341円→令和5年度：2,867円

観光客ニーズ調査から見えてきたこと

②訪問(予定)場所別でみた「栗東市への再訪意向」

(単位: %)

		回答数 (人)	また訪れ たい ①	機会があ れば訪れ たい ②	再訪意向 あり ①+②	どちらと もいえな い	あまり訪 れたくな い	もう訪れ たくない	わからな い
1	KONZEかもしかキャンピングヴィレッジ	30	63.3	36.7	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	旧東海道散策	33	78.8	21.2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	小槻大社	15	80.0	20.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ホテルルートイン草津栗東-栗東インター国道1号-	22	59.1	40.9	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	ART RITS HOTEL(アートルイツホテル)	11	63.6	36.4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
6	フォレストアドベンチャー・栗東	38	71.1	26.3	97.4	0.0	0.0	0.0	2.6
7	旧和中散本舗	34	76.5	20.6	97.1	0.0	0.0	0.0	2.9
8	金勝山ハイキングコース	59	83.1	13.6	96.6	1.7	0.0	0.0	1.7
9	東方山安養寺	23	78.3	17.4	95.7	0.0	0.0	0.0	4.3
10	金勝寺	86	79.1	16.3	95.3	2.3	0.0	0.0	2.3
11	滋賀日産リーフの森	86	79.1	15.1	94.2	2.3	0.0	0.0	3.5
12	大野神社	67	73.1	20.9	94.0	3.0	0.0	0.0	3.0
13	道の駅こんぜの里りっとう	280	61.4	31.8	93.2	2.5	0.0	0.0	4.3
14	JAレーク滋賀 田舎の元気や	147	72.8	19.7	92.5	3.4	0.0	0.0	4.1
15	旧中山道散策	38	68.4	23.7	92.1	2.6	0.0	0.0	5.3
16	大宝神社	73	69.9	21.9	91.8	1.4	0.0	0.0	6.8
17	道の駅アグリ郷栗東	196	63.3	28.1	91.3	4.1	0.0	0.0	4.6
18	栗東自然観察の森	45	68.9	22.2	91.1	2.2	0.0	0.0	6.7
19	新善光寺	32	68.8	21.9	90.6	3.1	0.0	0.0	6.3
20	栗東観光案内所(手原駅)	41	80.5	9.8	90.2	7.3	0.0	0.0	2.4
21	栗東芸術文化会館さくら	198	55.6	28.3	83.8	4.0	0.0	0.0	12.1
—	その他の場所	70	68.6	25.7	94.3	4.3	0.0	0.0	1.4

・「また訪れたい」と「機会があれば訪れたい」を合計した【再訪意向あり】の多い順でみると、「KONZEかもしかキャンピングヴィレッジ」「旧東海道散策」「小槻大社」「ホテルルートイン草津栗東」「ART RITS HOTEL(アートルイツホテル)」の5カ所がいずれも100.0%で最も高い。

・その他の場所も「栗東芸術文化会館さくら」以外のすべてで【再訪意向あり】が9割を超えている。

観光客ニーズ調査から見えてきたこと

③観光客の居住地別でみた「栗東市の旅行でさらに充実させてほしいもの」〔複数回答〕

(単位: %)

	回答数	土産品の種類	土産品の購入場所	観光施設	体験型観光(その他)	体験型観光(農業・林業など)	宿泊先(ホテル・旅館)	観光案内(ホームページやSNS)	交通手段	観光案内(パンフレットや案内看板)	宿泊先(民泊・農家民泊など)	観光案内(ガイドや案内者)	パッケージツアー
全体	500	40.2	29.2	25.2	20.4	18.6	17.0	17.0	15.2	9.8	5.4	4.6	3.4
栗東市内	134	40.3	27.6	32.1	27.6	23.9	23.1	17.9	24.6	9.7	10.4	9.7	3.7
滋賀県内(栗東市外)													
大津市、草津市、守山市	144	41.0	27.1	20.8	21.5	18.1	11.8	18.1	12.5	11.1	4.9	3.5	3.5
その他県内	62	35.5	25.8	22.6	16.1	14.5	16.1	11.3	14.5	9.7	4.8	3.2	6.5
滋賀県外													
近畿地方	118	39.0	36.4	24.6	15.3	16.1	15.3	15.3	6.8	6.8	2.5	2.5	1.7
その他県外	42	47.6	26.2	23.8	14.3	16.7	21.4	23.8	19.0	14.3	0.0	0.0	2.4

- ・全体では、「土産品の種類」(40.2%)が最も高く、次いで「土産品の購入場所」(29.2%)、「観光施設」(25.2%)。
- ・居住地別では、項目の順位に大きな差は無いが、「栗東市内」「大津市、草津市、守山市」は、「体験型観光(その他)」が他の居住地に比べて高い。
- また「栗東市内」は、「交通手段」(24.6%)や「宿泊先(ホテル・旅館)」(23.1%)、「宿泊先(民泊・農家民泊など)」(10.4%)、「観光案内(ガイドや案内者)」も他の居住地に比べて高い。
- ・「その他県外」は、「土産物の種類」(47.6%)や「観光案内(ホームページやSNS)」(23.8%)が他の居住地に比べて高い。

観光客ニーズ調査から見えてきたこと

- 実際に栗東市を訪れた人の満足度は高い
- 栗東市の特性をよく把握している近隣在住者は体験型観光を求める傾向が強い
 - ①トレセン・馬関係 🐎 ②自然・森林関係 🌱 ③工場見学 🏭
 - に大別できる（調査の意見・要望欄より）
- 情報発信は紙媒体よりもインターネット媒体の方が需要がある
- 特に県外在住者はHPやSNSによる観光情報の発信の充実を望んでいる

第一期観光振興ビジョンの評価

評価できる点



観光入込客数・観光消費額の増加

- ・ コロナ禍においても増加、後も下火にならず
- ・ 令和5年度観光入込客数は初めて100万人を突破



ビジョンの推進体制の構築

- ・ 市と栗東市観光協会の相互協力の推進



新時代の観光への適応

- ・ ビジョンが結果的にコロナ禍後のニーズとマッチ

不十分だった点



観光消費喚起への直接的な施策が弱い

- ・ 入込客数と消費額の増加は、民間事業者のマーケティングによる面が大きい



市民のおもてなし意識の醸成

- ・ 教育分野との連携



戦略的な情報発信

- ・ 特に遠方の人が一元的にアクセスできる観光情報がない
- ・ 情報発信後の成果の追跡不足

第二期観光振興ビジョンに向けた課題

観光資源の魅力向上

- 多様化する観光ニーズへの対応
- 既存の観光資源（自然・文化、馬のまち）の活用促進
- 隠れた魅力の発掘と創出

受入環境の整備と 受入意識の醸成

- 気軽にアクセスできてわかりやすい情報源の整備
- 地域の愛着やおもてなし意識の強化
- 観光と教育との結び付け

地域経済活性化の 推進

- 市全体に観光でメリットをもたらす
- ビジョンの推進体制の構築
- 近隣市町、関係機関との協力・連携強化

第二期観光振興ビジョンにおける 重点施策の方向性

現行ビジョンの「第3章 基本的な考え方」

+

- ①サステナブルな観光の推進
- ②自然や歴史文化に触れる観光の促進
- ③市民が地域のにぎわいを実感できる観光の再発見
- ④観光DXの推進

取り組む項目を更新

取り組み例 1 ⇒ 金勝地域を中心とした観光資源の発掘

取り組み例 2 ⇒ 旧街道を中心とした歴史文化の再発見

取り組み例 3 ⇒ 国道一号線で分断される市内交流人口の創出

取り組み例 4 ⇒ 誰もがアクセスしやすい観光情報の発信