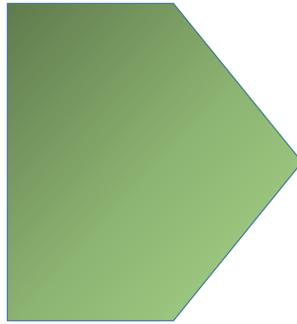


令和6年度取り組み状況について

第4回観光振興会議
参考資料1 (R7.2.3)

| 観光振興ビジョン関連の総合計画(R2～R11) | | | |
|---|----------------|----------------|--|
| 基本目標(1) | 基本政策 | 施策 | 基本事業 |
| 環境が多様な就業環境 経済活動が活発 経済活動が活発 経済活動が活発 | 経済の安心を 生み出す | 観光の振興 | ・観光資源の磨き上げ ・戦略的情報発信 ・来訪者の受入環境の充実 ・観光消費の喚起 |
| | | 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 |
| | | 馬を活かしたまちづくりの推進 | ・民間による馬関連事業の取り組みの支援 ・多様なまちづくり分野における馬の活用 ・馬とのふれあい拠点の整備 ・馬をコンセプトにしたシティセールスの推進 |



| 本ビジョンの推進における 基本的な想定数値・実績値 |
|---|
| ○観光入込客数 (H29) 598,700人 → (R5): 目標値1,200,000人 実績値 1,038,043人 R6・1～6月実績 521,641人 (前年460,455人 +61,186人 113%) |
| ○観光消費額 (H29) 8億300万円 → (R5): 目標値17億円 実績値 29億円 |
| ○経済波及効果 (H29) 11億2,100万円 → (R5): 目標値23億円 実績値39億5,800万円 |

| 観光振興ビジョン体系 | | No | 基本事業 | 取り組む項目(概要) | 実施事業 | 区分 | 実施主体 | 令和3年度実績 | 令和4年度実績 | 令和5年度実績 (前年比増減値) | 令和6年度実績 ※12月末時点 (前年同月比増減値) | |
|-----------------------------|-----------------------|-----|-------------------------|---|--|--------------------|------------|---|--|---|--|---|
| 基本方針 | 基本戦略 | | | | | | | | | | | |
| I 観光魅力向上 | 1 観光資源の再発見 | (1) | 現有の観光資源の磨き上げと活用 | ①周遊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 | ○ウェルネッツツアー ○りっとう秋まつり | 継続 休止 | 協会 市・協会 | 件数: 5件 (10～11月) 合計参加人数: 88人 — | 件数: 22件 (5～2月) 合計参加人数: 184人 — | 件数: 6件 (—15件) 合計参加人数: 29人 (—155人) — | 件数: 10件 (+4件) 合計参加人数: 33人 (+4人) — | |
| | | (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 | ○HPによる周知 ○フォトコンテスト ○Twitter、Instagramの活用 | 継続 継続 | 市・協会 協会 | 観光協会HPアクセス数: 116,902回 応募件数: 177件 Twitter: フォロワー数 647件 Instagram: フォロワー数 2,445件 | 観光協会HPアクセス数: 130,640回 応募件数: 131件 Twitter: フォロワー数 836件 Instagram: フォロワー数 2,915件 | 観光協会HPアクセス数: 126,043回 (—4,597回) 応募件数: 130件 (—1件) X(旧Twitter): フォロワー数 914件 (+78件) Instagram: フォロワー数 3,164件 (+249件) | 観光協会HPアクセス数: 105,494回 (+6,990回) 8月より募集開始【2月末まで】 X(旧Twitter): フォロワー数 946件 (+49件) Instagram: フォロワー数 3,322件 (+199件) | |
| II 行きたい、会いたい、体験したいと体制づくり | 2 戦略的なマーケティング立案と実施 | (2) | 受入環境の整備と受入意識の醸成 | ②交通アクセスの利便性向上 | ○こんぜめぐりちゃんバスの運行【春4～6月 秋9～11月】 | 継続 | 市・協会 | 利用者数: 852人 (春419人・秋433人) | 利用者数: 889人 (春381人・秋508人) | 利用者数: 855人【春393人・秋462人】 (—34人) | 利用者数: 1,034人【春438人 秋596人】 (+179人) | |
| | | | | | ○レンタサイクル | 継続 | 市・協会 | 利用者数: 237人 | 利用者数: 218人 | 利用者数: 264人 (+46人) | 利用者数: 178人 (—33人) | |
| | | | | | ○観光看板の修繕 | 継続 | 市 | 手原駅の観光案内版修繕 | 中山道(大宝神社)の観光案内版修繕 | 十九道ハイキングコースの観光案内版修繕 | | |
| | | (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 | ○校外学習の受入れ | 継続 | 協会 | 受入人数: 30名 (治田西小学校) | 受入人数: 30名 (治田西小学校) | 受入人数: 92名 (治田西小・組から学年へ拡大) | 受入人数: 128名 (7/2 治田西小4年98名、12/2葉山東小30名) | |
| | | | | | ○市広報誌の活用 | 継続 | 市 | 件数: 8件 | 件数: 8件 | 件数: 9件(+1件こんぜめぐりちゃんバス企画) | 件数: 5件 (—1件) | |
| | | | | | ○包括連携協定を活用 | 継続 | 市 | 配架部数: 1,521部 (セブンイレブン・郵便局) | 配架部数: 2,794部 (セブンイレブン) たてば珈琲の販売: 売上220,000円 (セブンイレブン) あいおいニッセイ同和損保への情報提供 | 配架部数: 2,803部 セブンイレブン・郵便局 | 配架部数: 1,504部 (—675部) | |
| | | | | | ○マスメディアの活用 | 継続 | 市・協会 | テレビ・新聞・雑誌の掲載 約15回 | テレビ・新聞・雑誌の掲載 約53回 | テレビ・新聞・雑誌の掲載 約69回 (+16回) | テレビ・新聞・雑誌の掲載 約51回 (+11回) | |
| | | (4) | 地域経済活性化の推進 | ①観光関連消費の喚起 | ○旧和歌本舗の特別公開 | 継続 | 市・協会 | 入場者数: 688名 (春688名・秋中止) 売上: 344,000円 | 入場者数: 1,100名 (春438名・秋662名) 売上: 550,000円 | 入場者数: 772名【春500名・秋272名】 (—338名) 売上: 386,000円 | 入場者数: 636名【春449名・秋187名】 (—136名) 売上: 318,000円 | |
| | | | | | ②観光関連産業の創出喚起 | ○旅行会社と連携した滞在プランの企画 | 継続 | 協会 | — | 企画件数: 3件 近江トラベル、ととのう、イワサキ観光経営 | 企画件数: 2件 (—1件) 近畿日本ツーリスト (インバウンドモニターツアー)、ととのう | 企画件数: 4件 (+2件) 66名 東京力車ツアー・農泊モニターツアー他 |
| | | | | | ③域内調達率向上に向けた啓発推進 | ○県内外の様々な物産展への参加 | 継続 | 市・協会 | 県内物産展: 3件 ・近鉄百貨店草津店 (8月～9月) (3月) ・三井アウトレットパーク (12月) 県外物産展: 1件 ・名古屋市 J R金山駅 (12月) | 県内物産展: 6件 ・ハナサカレディース (4月)・近鉄百貨店草津店 (8月)・手原駅マルシェ (9月)・世界の交流広場さきら (11月) ・手原駅100周年 (11月)・キャラひな祭りピエリ (1月) 県外物産展: 2件 ・泉佐野市 (9月)・名古屋市 J R金山駅 (1月) | 県内物産展: 5件 (—1件) ・ハナサカレディース(4月)・近鉄百貨店草津店 (8月～)・彦根ゆるキャラ博 (9月)・手原駅マルシェ (10月)・世界の交流広場さきら (11月) 県外物産展: 5件 (+3件) ・京都競馬場 (5月)・泉佐野市 (9月)・近江特別 (11月)・大阪モーターショー (12月)・J R金山駅 (1月) | ○県内物産展: 5件 (±0件) ・ハナサカレディース(4月)・草津宿場まつり(4月) ・近鉄百貨店草津店(8月～)・彦根ゆるキャラ博(9月) ・手原駅マルシェ(11月) ●県外物産展: 3件 (—1件) ・京都競馬場(5月)・泉佐野市(9月)・近江特別(11月) 1/25 JR金山駅 来年度は泉佐野市「まるかじりJAPAN」、国スポ会場へも企画予定 |

| 観光振興ビジョン体系 | | No | 基本事業 | 取り組み項目（概要） | 実施事業 | 区分 | 実施主体 | 令和3年度実績 | 令和4年度実績 | 令和5年度実績（前年比増減値） | 令和6年度実績 ※12月末時点（前年同月比増減値） | |
|---------------------------------|---------------------|------|--|---|--|--|------|--|---|--|---|--|
| 基本方針 | 基本戦略 | | | | | | | | | | | |
| II 行きたい、会いたい、体験したいと思われる体制づくり | 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ビジョン推進体制の構築 | ○観光協会との定例事務局会議 | 継続 | 市・協会 | 実施回数：6回 | 実施回数：11回 | 実施回数：12回（毎月情報共有して事業推進） | 実施回数：9回（毎月情報共有して事業推進） | |
| | | (2) | ビジョン実行に対する評価体制の構築 | ①観光振興会議の活用による評価 | ○振興会議開催 | 継続 | 市 | 実施回数：3回 | 実施回数：2回 | 実施回数：3回 | 実施回数：3回（+1回） | |
| | | (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 | ○こんぜめぐりちゃんバスの運行 | 継続 | 市・協会 | 利用者数：852人（春419人・秋433人） | 利用者数：889人（春381人・秋508人） | 利用者数：855人【春393人・秋462】（-34人） | ・「のんびり草津線の旅」改訂版【3月発行】 ・草津線車掌による観光車内放送へ応募 （こんぜめぐりちゃんバス運行を4月に車内放送して周知） | ・草津線車掌による観光車内放送へ応募 （こんぜめぐりちゃんバス運行を4月に車内放送で周知） |
| | | | | | ○JR西日本等との連携 | 継続 | 市・協会 | 忍び印の配布：75枚 | クリアファイルの配布：196枚 懐鉄賞：15個 | | | |
| | | | | ②国、県、他自治体、観光関連団体等との連携推進 | ○湖南地域観光振興協議会 | 継続 | 市・協会 | ・びわこなんスタンプラリー ・びわこなんイイモノコレ（草津近鉄催事） ・JR金山駅物産展 | ・びわこなんの歴史とグルメ街道ラリー(1/11～2/28) ・JR金山駅物産展(1/15) ・Googleマイビジネス(2/9) ・立命館物産展（3/9・10） | ・びわこ大花火4市観光PR(8/8) ・写真撮影セミナー・野洲（9/13） ・近江特別びわこなん物産展・栗東(11/19) ・大阪モーターショー物産展（12/8～11） ・「翔んで埼玉」コラボ企画（12/11～1/31） ・JR金山駅物産展（1/20）計7件 ・びわこなんリアル謎解きラリー（3/11～31） | 4市で分担して事業進行中（主担当市） ・「おいで～な滋賀」体感フェス[イナズマロックフェス内]（9/22栗東・野洲） ・SNS活用セミナー（2/5野洲） ・謎解き周遊企画（1/10～3/31草津・守山） ・JR金山駅物産展（1/25栗東） | |
| | | | | | ○びわこビジターズビューローとの連携 | 継続 | 市・協会 | ・びわこキャンペーン担当者会議 | ・びわこキャンペーン担当者会議 | ・びわこキャンペーン担当者会議 ・人財育成研修（年4回）新たに育成研修参画 | ・びわこキャンペーン担当者会議 | |
| ○滋賀県との連携 | 継続 | 市・協会 | ・プラスサイクル推進協議会 ・滋賀ロケーションオフィス ・やまの健康推進事業 | ・プラスサイクル推進協議会 ・滋賀ロケーションオフィス ・やまの健康推進事業 ・しが森林サービス産業事業 | ・プラスサイクル推進協議会 ・滋賀ロケーションオフィス ・しが森林サービス産業事業(県・森林政策課) | ・プラスサイクル推進協議会 ・滋賀ロケーションオフィス ・森林利活用推進事業(県他) | | | | | | |
| ○観光関連団体との連携 | 継続 | 市・協会 | ・栗東市ボランティア観光ガイド協会 ・近江湖南アルプス自然休養林管理運営協議会 | ・栗東市ボランティア観光ガイド協会 ・近江湖南アルプス自然休養林管理運営協議会 | ・栗東市ボランティア観光ガイド協会 ・近江湖南アルプス自然休養林管理運営協議会 | ・栗東市ボランティア観光ガイド協会 ・近江湖南アルプス自然休養林管理運営協議会 ・自治体国際化協会（クレア） | | | | | | |