

第二期 栗東市観光振興戦略【概要版】

観光戦略の位置づけ 第六次栗東市総合計画(後期基本計画)の観光分野における個別計画
観光戦略の期間 令和7(2025)年度～令和11(2029)年度までの5年間

観光における将来像	観光産業の振興を通じた地域経済の活性化による経済的効果と、市への愛着や誇りを醸成する文化・社会的効果が発揮されるまち
-----------	--

基本理念
栗東市は、金勝山を中心とした豊かな自然環境や、東海道・中山道の歴史をはじめとする歴史・文化資産、JRA 栗東トレーニング・センターを中心とした「馬のまち栗東」としての地域ブランド、自然観察の森やゴルフ場、アウトドア施設などのレジャー・アクティビティ施設、さらに里山の暮らしに根ざした地域活動など、多様で魅力的な観光資源に恵まれています。これらの資源はそれぞれに独自の“物語”を内包しており、人々の関心と共感を惹きつける力を持っています。市民、事業者、関係団体、行政が連携しながら、こうした“物語”の再発見と共有、発信に取り組むことで、観光を通じた地域の価値向上とまちへの誇り(シビックプライド)の醸成を目指します。
本市では、観光産業の振興をまちづくりの重要な柱と位置づけており、観光によって地域経済を活性化させる経済的効果と、地域への愛着や誇りを育む文化・社会的効果という二つの側面から、観光振興の意義を明確に捉えています。前者については、観光を通じた交流人口や関係人口の増加が地域経済を直接的に押し上げる効果を生み出し、地元産業や雇用の活性化にも寄与することが期待されます。後者については、観光を通じて来訪者だけでなく市民自身が地域の魅力に気づき、再評価する機会を創出することで、市民の中に「このまちに住み続けたい」「このまちと関わり続けたい」という想いを育むとともに、地域に根差した誇りを創出します。
観光を通じて地域の経済と文化をともに育みながら、経済的効果と文化・社会的効果が相乗的に発揮される、持続可能な観光まちづくりの実現を目指します。

観光の強み	① 寺社、古墳群などの豊富な歴史的遺産 ② 金勝山系などの豊かな自然 ③ 野菜や米を中心とした地元農産物 ④「馬のまち」としての全国的知名度 ⑤ 人口集積地域からのアクセスの利便性 ⑥ 数少ない人口維持地域	観光の課題	① 短時間滞在が中心で地域経済への効果が限定的 ② 市の拠点施設利用度の大幅な低下 ③ 観光資源のブランディングと効果的なPRが不十分 ④ 市内の交通手段が充実していない ⑤ 観光振興体制が不十分
-------	--	-------	--

観光戦略の推進体制	● 栗東市観光振興戦略会議…会議を中心に意見聴取を行い、戦略会議に参画する各主体とともに連携して戦略の実現を目指します。 ● 栗東市…商工観光労政課が中心となり、観光に関連する所属が参画する栗東市観光関係課長会議を開き、戦略に基づく観光施策をより効果的に推進できるよう、情報共有、意見交換し、連携体制の構築を図ります。 ● 戦略が効果的に推進できているか確認し、毎年の評価・検証を行い、より効果的な観光施策が遂行できるよう、進行管理を行います。
各主体の役割	各主体は、観光振興に向けそれぞれの立ち位置から、次に示す主体的な役割を果たすとともに、本市の「稼ぐ力」を引き出し、地域への愛着と誇りを醸成する地域経営の視点にたった観光地域づくりを意図した観光地域づくり法人(DMO)の基礎となる素地づくりを目指します。 将来的に、観光地域づくり法人(DMO)の設立を目指すなど、より戦略的な組織体制や推進体制の構築を目指します。

想定数値・目標数値			
	第一期ビジョン実績 令和5(2023)年	第二期観光戦略 令和10(2028)年	
観光入込客数	103万8,043人	想定数値	131万8,000人
観光消費額	29億7,594万円	想定数値	39億7,600万円
再訪意向率	87.2%	目標数値	90.0%

※第二期観光戦略の想定数値と目標数値の計測年は、最終年度(令和11(2029)年度)の前年に設定。

基本事業1 観光資源の磨き上げ

- 基本戦略① 栗東の魅力に触れる観光資源の磨き上げ ● 重点戦略2-1
- ・観光資源(5分類)のコンテンツの磨き上げ
 - ・新たな観光資源の発掘・磨き上げ
 - ・他産業等との連携による観光資源の開発
 - ・インバウンド需要の掘り起こし
 - ・サイクルツーリズム需要の掘り起こし

基本事業2 観光消費の喚起

- 基本戦略② 観光資源の利活用による観光消費の喚起・拡大 ● 重点戦略4
- ・観光コンテンツの高付加価値化、戦略的なイベント展開(例:限定プラン、限定イベント等)支援による宿泊を含めた市内観光の滞在時間の延長や周遊型観光の促進
 - ・特産品の推奨や新たな商品の開発支援
 - ・市街化調整区域に位置する観光資源の利活用のための制度設計
- 基本戦略③ 国・県等の施策の積極的な活用 ● 重点戦略3
- ・観光分野でのデジタル技術の活用(例:DX、MaaSの活用、デジタルによる観光コンテンツの充実など)
 - ・国や県の観光施策の活用(例:交付金事業、モデル事業等)
 - ・観光協会やまちづくり団体の事業支援

基本事業3 来訪者の受入環境の充実

- 基本戦略④ 受入環境の整備
- ・観光案内機能の強化・充実(例:情報提供の充実、多言語対応、ユニバーサル対応等)
 - ・まち全体で来訪者を受け入れる環境づくり
 - ・手原駅前、栗東駅前の賑わい創出に向け、栗東芸術文化会館さくら等の有効活用などによる地域活性化の検討
 - ・地域交通の見直しに合わせ、自転車、馬車、人力車などの活用も含めた二次交通、三次交通の検討
- 基本戦略⑤ 市民のおもてなし意識やシビックプライドの醸成
- ・市民のおもてなし意識の醸成
 - ・学校教育や生涯学習等を通じた多様な観光資源の特色の市民への浸透
 - ・市民自らが参画することによるシビックプライドの醸成に向け、地域づくりへの参画機会の創出

基本事業4 戦略的な情報発信

- 基本戦略⑥ 戦略的な情報発信 ● 重点戦略2-2
- ・戦略的なブランディングやプロモーションの強化
 - ・デジタル技術を活用した情報発信(例:ウェブサイト、SNS、アプリ、デジタルマップ、電子チケット等)
 - ・トップセールスによる情報発信で誘客や投資、企業・自治体間連携、海外展開の機会創出

- 基本戦略⑦ 広域連携の推進 ● 重点戦略1
- ・県域観光との連携(例:大阪・関西万博、わたSHIGA輝く国スポ・障スポ2025のレガシーの活用やJRデスティネーションキャンペーン等)
 - ・湖南地域観光振興協議会、近隣市との連携

- 基本戦略⑧ 統計やデータの収集・活用
- ・公開データ等の積極的な活用
 - ・必要に応じたアンケート調査の実施等によるデータの収集
 - ・データに基づいた政策決定(EBPM: Evidence-Based Policy Making)の強化

- 重点戦略1 観光資源を活用した広域的な連携
- 重点戦略2 観光資源の磨き上げと市内外への積極的な情報発信
- 重点戦略3 国県等の施策の積極的な活用
- 重点戦略4 観光資源の利活用