

今年度取り組み方針に関する実施状況について	第2回観光振興会議
-----------------------	-----------

第2回観光振興会議

資料1 (R5.3/9)

(市外)

○栗東市への期待度

○観光入込客数 598,700人(H29)→1,200,000人(R5) ○観光消費額 8億300万円（H29）→17億円（R5） ○経済波及効果 11億2100万円（H29）→23億円(R5)	（市内） ○観光スポットの認知度 R2：1人あたり7件 → R5：目標1人あたり10件 ○観光スポットの愛着度 R2：割合35% → R5：目標50% ○市の観光施策の評価度 R2：割合13% → R5：目標20%	（市外） ○栗東市への期待度 R3：割合38.9% → R5：目標40% ○栗東市のリピート率 R3：割合47.9% → R5：目標50% ○栗東市の来訪者満足度 R3：割合46.4% → R5：目標50%
--	---	---

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2年度実績	令和3年度実績	令和4年度実績（令和5年1月末時点）
基本方針	基本戦略									
Ⅰ 観光 魅力 向上 の	観光 資源 の 再 磨 き 上 げ	(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	○ウェルネスツアー ○りっとう秋まつり	継続 休止	協会 市・協会	ウエルネスツアーの実施計画（講習の受講等） —	件数：5件（10～11月）　合計参加人数：88人 —	件数： <u>14件</u> （5～12月）　合計参加人数： <u>160人</u> —
		(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	継続	市・協会	観光協会HPアクセス数：101,632回	観光協会HPアクセス数：116,902回	観光協会HPアクセス数：110,250回
					○フォトコンテスト	継続	協会	応募件数：155件（2～3月）	応募件数：177件（8月～1月）	実施中（10月～2月）
					○Twitter、Instagramの活用	継続	協会	Twitter　：フォロワー数　449件(2/1時点) Instagram：フォロワー数　2,124件(2/1時点)	Twitter　：フォロワー数　647件(2/1時点) Instagram：フォロワー数　2,445件(2/1時点)	Twitter　：フォロワー数 <u>801件</u> （2/21時点） Instagram：フォロワー数 <u>2,804件</u> （2/21時点）
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 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	○めぐりちゃんバスの運行 ○レンタサイクリング ○観光看板の修繕	継続 継続 継続	市・協会 市・協会 市	利用者数：345人（春中止・秋345人） 利用者数：224人 栗東駅（東口）の観光案内版修繕	利用者数：852人（春419人・秋433人） 利用者数：237人 手原駅の観光案内版修繕	利用者数： <u>889人</u> （春381人・秋508人） 利用者数： <u>194人</u> 中山道（大宝神社）の観光案内版修繕
				③市民のおもてなし意識の醸成と教育分野との連携	○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）
				①観光に関わる広報体制の強化	○市広報誌の活用	継続	市	件数：8件	件数：8件	件数： <u>8件</u>
					○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） 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： <u>2,319部</u> （セブンイレブン・郵便局） 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
		(3)	戦略的な情報発信体制の強化	○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23回	テレビ・新聞・雑誌の掲載　約15回	テレビ・新聞・雑誌の掲載 <u>約31回</u>	
				②観光関連消費の喚起	○旧和中散本舗の特別公開	継続	市・協会	入場者数：309名（春中止・秋345名） 売上：154,500円	入場者数：688名（春688名・秋中止） 売上：344,000円	入場者数： <u>1,100名</u> （春438名・秋662名） 売上：550,000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	—	—
		(4)	地域経済活性化の推進	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：2件 ・近鉄百貨店草津店（9月） ・ピエリ守山（3月） 県外物産展：1件 ・名古屋市ＪＲ金山駅（10月）	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ＪＲ金山駅（12月）	県内物産展： <u>1件</u> ・近鉄百貨店草津店（8月～9月） 県外物産展： <u>2件</u> ・泉佐野市（9月） ・名古屋市ＪＲ金山駅（1月）

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2年度実績	令和3年度実績	令和4年度実績（令和5年1月末時点）
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：10回
		(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：3回	実施回数：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	○めぐりちゃんバスの運行	継続	市・協会	利用者数：345人（春 中止・秋345人）	利用者数：852人（春419人・秋433人）	利用者数： <u>889人</u> （春381人・秋508人）
					○JR西日本等との連携	継続	市・協会	忍び印の配布 366枚 忍び帳の配布 40枚	忍び印の配布 75枚	令和5年3月1日～実施
				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	・ <u>びわこなんの歴史とグルメ街道ラリー(1/11～2/28)</u> ・ <u>JR金山駅物産展(1/15)</u> ・Googleマイビジネス(2/9) ・立命館物産展（3/9・10）
					○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国会議	・びわこキャンペーン担当国会議	・びわこキャンペーン担当国会議
					○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	・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 ・滋賀県森林サービス産業事業
					○観光関連団体との連携	継続	市・協会	・栗東市ボランティアガイド協会 ・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