

公益社団法人びわこビジターズビューロー 第3期中期計画

シガリズム宣言!!

令和4年度(2022年度)～令和6年度(2024年度)



第3期中期計画「シガリズム宣言」の推進に向けて

令和2年から始まった新型コロナウイルス感染症の拡大は、未だ止むことなく滋賀の観光物産に大きなダメージを与え続けるとともに、これまでの観光物産の構造に対して、否応なく転換の 때가迫っていることを告げました。

びわこビジターズビューローではこの未曾有の難局に対すべく、新しい中期計画「シガリズム宣言」を定め、今までの滋賀の観光物産をいち早く回復させること、滋賀のゆったりした時間の流れや暮らしの中での体験などを新しい観光物産のマーケットに向けて「シガリズム」として発信すること、地域連携DMOとしての活動をさらに推進し、地域が一体となった観光物産振興を目指すこと、この3つを重点テーマとして取り組んでまいります。

これらの目標の達成は当法人の力だけでは到底かなうものではありません。会員の皆様をはじめ、観光物産関連事業者や他産業関係者の皆様など、観光物産を取り巻く多くの皆様のお力を結集していただき、少しでも早く、多くのお客様で賑わう滋賀の観光物産を取り戻したいと考えています。

感染症の蔓延は、未だ予断を許さない状況にありますが、手をこまねいているだけでは前に進むことは出来ません。未来に向かって、今できる事、今だからこそできる事、そして、してはいけない事をしっかりと見極め、一步一步進んでまいり所存です。

観光物産関連業界にとっては、非常に大変な時期ではございますが、何卒皆様方のご支援ご協力をお願いいたします

公益社団法人びわこビジターズビューロー 会長

川戸良幸

INDEX

シガリズム宣言

第3期中期計画「シガリズム宣言」の構成・・・・・・・・・・ 4

序章「シガリズム」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 …シガリズムの理念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
 …全国に、世界に広げるシガリズム・・・・・・・・・・・・ 8

第1章「計画の策定」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
 …改定の趣旨、計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
 …シガリズム観光振興ビジョンとの連動・・・・・・・・ 12

第2章「観光の動向」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
 …観光の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
 …滋賀の観光の特徴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 16
 …取り組むべき観光課題・・・・・・・・・・・・・・・・ 23

第3章「組織」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
 …びわこビクターズビューローの概要・・・・・・・・ 25
 …びわこビクターズビューローの特徴・・・・・・・・ 27
 …取り組むべき組織課題・・・・・・・・・・・・・・・・ 29

第4章「基本目標」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
 …基本目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31
 …各主体の役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 32
 …目指すべき姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34

第5章「戦略及び施策」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 35
 …重点テーマ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
 …基本戦略①「コロナ禍からの着実な回復」・・・・ 39
 …基本戦略②「魅力の向上と創出」・・・・・・・・ 41
 …基本戦略③「受入環境整備」・・・・・・・・・・・・ 43
 …基本戦略④「魅力の発信」・・・・・・・・・・・・ 45
 …基本戦略⑤「多様な主体との連携」・・・・・・ 49
 …基本戦略⑥「組織強化」・・・・・・・・・・・・ 52
 …国内旅行誘致部会の方針等・・・・・・・・・・・・ 55
 …インバウンド部会の方針等・・・・・・・・・・・・ 56
 …教育旅行部会の方針等・・・・・・・・・・・・・・ 57
 …コンベンション部会の方針等・・・・・・・・・・・・ 58
 …物産振興部会の方針等・・・・・・・・・・・・・・ 59
 …企画広報部の方針等・・・・・・・・・・・・・・ 60
 …総務経理部の方針等・・・・・・・・・・・・・・ 61

第6章「成果指標等」・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 62
 …成果指標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 63
 …マザーレイクゴールズにおいて目指すゴール・・ 64



公益社団法人びわこビジターズビューロー 第3期中期計画の構成について

序章 シガリズム

シガリズムとは？

- ・シガリズムとは何か？

第1章 計画の策定

改定の趣旨

計画の期間

観光振興ビジョンとの連動

- ・なぜ一年前倒して改訂するのか？
- ・新しい計画の期間は？
- ・観光振興ビジョンとの連動

第2章 観光の動向

観光の状況

SWOT分析

観光の特徴

観光課題

- ・昨今の観光の状況はどうなっているのか？
- ・滋賀の観光の特徴と課題

第3章 組織

組織の概要

SWOT分析

組織の特徴

組織課題

- ・びわこビジターズビューローはどんな組織か？
- ・組織の特徴と課題

第4章 基本目標

基本目標

推進の視点

各主体の役割

目指すべき姿

- ・課題などを踏まえた基本目標
- ・目標実現に向けての推進の視点
- ・県、ビューロー等各主体の役割
- ・目指すべき姿

第5章 戦略及び施策

重点テーマ
(3つ)

基本戦略
(6つ)

施策
(35施策)

事業

- ・目標を達成するためのテーマ
- ・テーマに沿った戦略
- ・戦略に基いた施策・事業

第6章 成果指標等

戦略や施策、事業に紐づいた成果指標

- ・目標達成までの指標 (KSF)
- ・1年度ごとの目標値 (KPI)
- ・中期計画の最終目標値 (KGI)

序章

シガリズム

公益社団法人びわこビジネスビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、
ゆっくり丁寧に暮らしてきた滋賀。

そのゆったりとした時間の流れや暮らしの中での体験を通して、
心のリズムを整える滋賀らしい新たなツーリズム

それが “ **シガリズム** ”

安全で健康、そしてみんな安心なシガリズム
地域重視、地域発展、そしてみんな笑顔なシガリズム
美しく、魅力的な景観、そしてみんな快適なシガリズム
あなたもわたしもシガリズム



シガリズムの理念

「シガリズム」とは、「琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、丁寧に暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、“心のリズムを整える新たなツーリズム”」の総称です。また、ツーリズムだけにとどまらず、環境意識や近江商人の教え等の滋賀の「イズム」や、滋賀のゆったりした暮らし、滋賀の「リズム」などを合わせた、「滋賀ならではの」を表す言葉としても用います。

●シガリズムが大切にすること

滋賀の
イズム

県民に浸透した環境意識や、他を利することを目的とする近江商人の「三方よし」の精神、伝教大師の「忘己利他」の教え。

滋賀の
リズム

琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり丁寧に暮らしてきた滋賀の時間の流れや暮らし。

MLGs

琵琶湖を切り口とした2030年の持続可能社会へ向けた目標
(琵琶湖版SDGs マザーレイクゴールズ)

全国に、世界に広げるシガリズム



ツーリズムとしての「シガリズム」

長い歴史に育まれた暮らしや、ゆったりした時間の流れなどの「滋賀のリズム」や、環境や他の人に配慮する滋賀のイズムを感じていただく滋賀のツーリズムとしての「シガリズム」を全国、全世界に発信します。

あなたもわたしも「シガリズム」

シガリズムの理念が暮らしや産業、教育など様々な分野でも活用されるよう、まずは観光の面から積極的に情報発信を行い、県民の皆様にも理解いただくよう取り組みます。

シガリズムの理念

「シガリズム」とは、「琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、丁寧に暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、「心のリズムを整える新たなツーリズム」の総称です。また、ツーリズムだけにとどまらず、環境意識や近江商人の教え等の滋賀の「イズム」や、滋賀のゆったりした暮らし、滋賀の「リズム」などを合わせた、「滋賀ならではの」を表す言葉としても用います。

●シガリズムが大切にすること

滋賀のイズム

県民に浸透した環境意識や、他を利することを目的とする近江商人の「三方よし」の精神、伝教大師の「忘己利他」の教え。

滋賀のリズム

琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり丁寧に暮らしてきた滋賀の時間の流れや暮らし。

MLG

琵琶湖を切り口とした2030年の持続可能社会へ向けた目標
(琵琶湖版SDGs マザーレイクゴールズ)



公益社団法人びわこビジターズビューローではこのシガリズムを滋賀県独自の観光のスタイルとして、国内外を問わず多くの観光客の皆様にご認知していただくよう努めるとともに、県民の皆様にも、郷土の誇りの一つとして推進にご協力いただけるよう、取り組んでまいります。

この取り組みを通じ、滋賀県全体の観光物産振興を図ることで、公益法人として不特定多数の利益を目指します。

また、DMO法人として行政と事業者、県民の間をつなぐパイプ役となり、多様な団体が連携した新しい観光物産振興のスタイルの確立を図ります。

加えてこれらの活動を効率的に推進できるよう、滋賀県の外郭団体の一つとして県との更なる緊密な連携を図るとともに、独自の視点を持った団体として組織の強化や財源基盤の強化も併せて実施します。最後に、会員の皆様には、「びわこビジターズビューローに入会して良かった」と感じていただけるようなサービスを提供できるよう、組織が一丸となって取り組みます。

これらの理念を、熱い情熱と確かな行動力で実現していくことを第3期中期計画において宣言いたします。

第1章 計画の策定

公益社団法人びわこビジネスビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

【改定の趣旨】

新型コロナウイルス感染症拡大により、第2期中期計画策定当時とは県内の観光物産産業を取り巻く状況は大きく変化しています。コロナ禍でのダメージ等が無い、通常的情勢に立脚している第2期中期計画では、昨今の至上命題ともいえるコロナ禍からの回復に対して、最も効率的な戦略・施策を打ち出せているとは言えず、一年前倒して改定を行うことにより、現在の状況を踏まえた計画を新たに立案し、素早く、効率的にコロナ禍からの回復または、コロナ禍の状況下に適した観光振興戦略・施策を立案するものとします。

【計画の期間】

滋賀県などの行政団体に比べて、より民間事業者等に近い位置付けであるびわこビジターズビューローとしては、まずは新型コロナウイルス感染症によるダメージからの回復と新しい価値観下における観光市場への対応を急務と捉え、いち早く計画・方針に基づく明確な結果を求めることで、短いスパンでの回復と新しい観光の創造を目指し、3年間の中期計画を策定します。

計画開始 2022年度

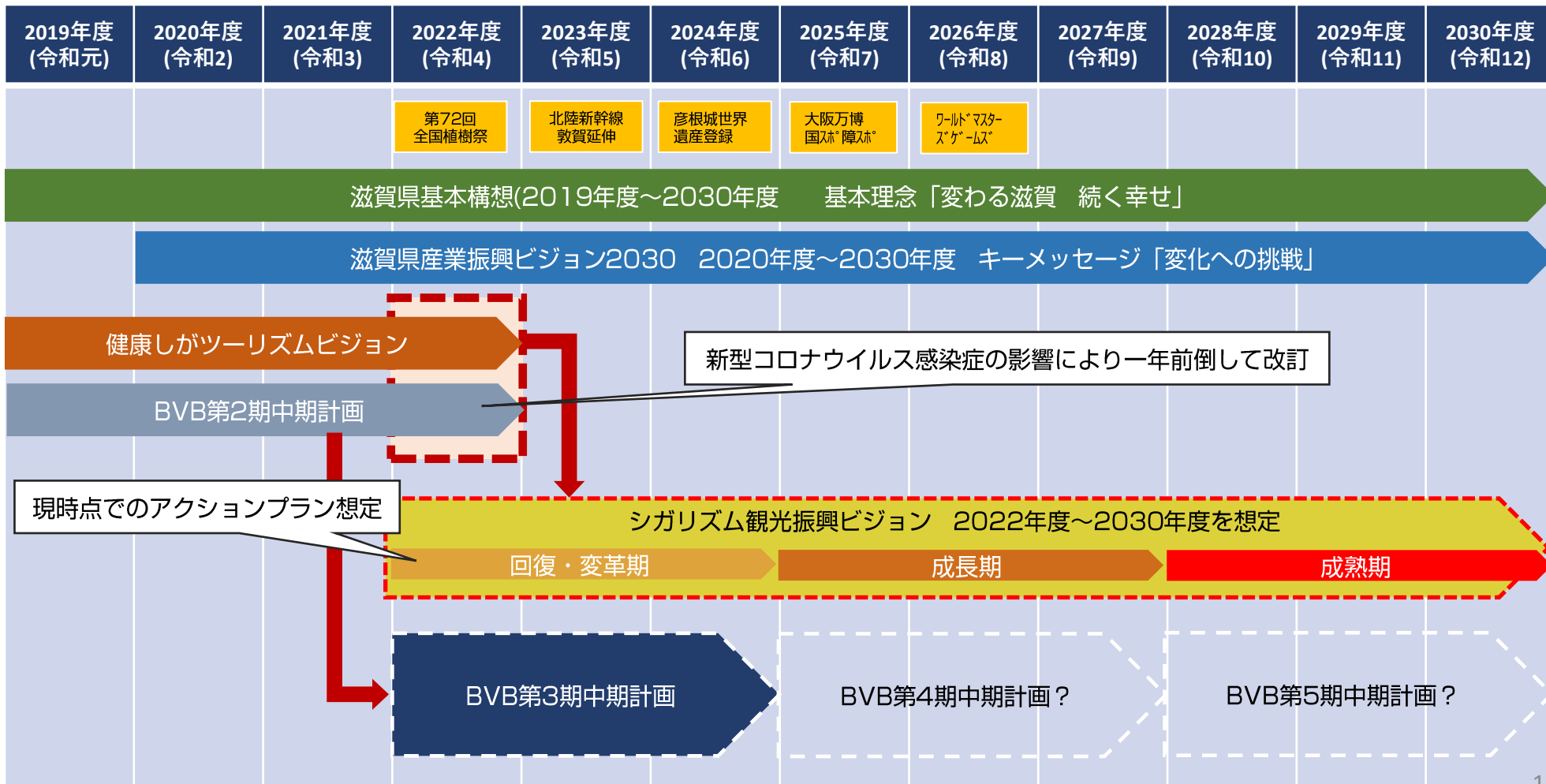
令和4年（2022年）4月

計画終了 2024年度

令和7年（2025年）3月

滋賀県新観光振興ビジョン シガリズム観光振興ビジョンとの連動

滋賀県でも2022年度から「シガリズム」をテーマとする新観光振興ビジョンへの改定を進めています。計画期間は2030年度までの9年間であり、最初の3年を「回復・変革期」と位置付けています。第3期中期計画は、この「回復・変革期」と連動して、コロナ禍からの回復と、シガリズムの推進を図ります。



これまでの中期計画

第1期中期計画

■重点テーマ

観光による交流人口の拡大で
地域振興と経済の活性化を図る！

■計画期間

2015年度～2018年度まで（4年間）

■目標

【目標1】観光地「滋賀・びわ湖（BIWAKO）」の認知度向上

- （1）滋賀・びわ湖（BIWAKO）をキーワードとしたブランドの創造と発信
- （2）ターゲットを意識した継続的な情報発信強化

【目標2】「滋賀ならではの」の素材や強みを活かした特色あるツーリズムの展開

・滋賀の特色を際立たせる誘客活動の推進

【目標3】来訪者、居住者双方がともに満足出来る「観光交流」推進の体制づくり

・来訪者を温かく迎える人材の育成

【基盤整備】

- ・会員への機能強化
- ・ビューローの将来を担う職員の人材育成

第2期中期計画

■重点テーマ

- （1）滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ
- （2）受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」
- （3）情報発信の強化による認知度向上
- （4）持続可能な観光・物産振興の体制構築

■計画期間

2019年度～2022年度まで（4年間）

■施策の3つの柱

- 1 心を動かす体験
～滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ～
- 2 心に残る交流
～受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」～
- 3 心を掴む発信
～情報発信の強化による認知度向上～

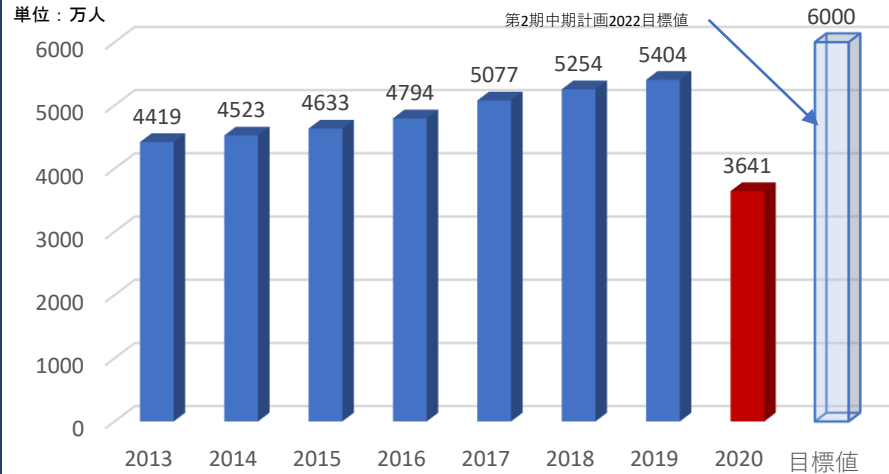
■効果的に事業を推進する組織・体制の整備

～持続可能な観光・物産振興の体制構築～

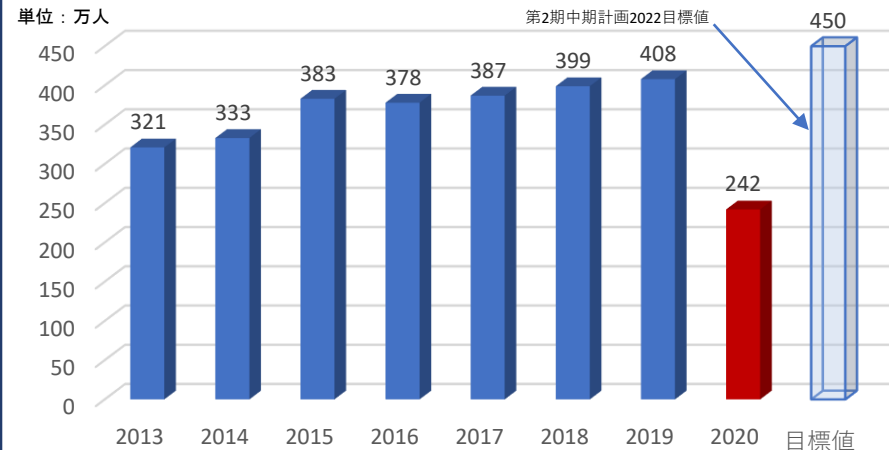
第2章 観光の動向

公益社団法人びわこビズターズビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

滋賀県延べ観光入込客数



滋賀県宿泊客数



【日本の観光を取り巻く状況】

令和2年1月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大を受け、国は水際対策の強化、イベント中止等の要請に加え、4月には全都道府県を対象に緊急事態宣言を発出し、外出自粛や休業要請等、感染拡大防止に向けた取組を進めてきました。5月末に緊急事態宣言を解除して以降、感染拡大防止を図りながら社会経済活動の水準を引き上げる取組を進める中で、政策支援によって需要の下支えを図っています。観光については、水際対策の徹底に加え、移動の制限や旅行控えの動きが生じたことなどにより、需要が大幅に減少するなど、非常に厳しい状況が続いています。

【滋賀の観光を取り巻く状況】

本県においても、新型コロナウイルス感染症の影響により、多くの観光施設で閉館、休業、入場制限等をされたこと、花火大会や祭りなどの大規模なイベントが中止になったこと、外国人の入国制限等の措置が取られた影響などにより、令和2年の延べ観光入込客数は大幅に減少しました。その中で、国のGoToトラベルや県の宿泊周遊キャンペーン「今こそ滋賀を旅しよう!」、市町の施策等により一時は回復傾向となりましたが、8月頃、11月頃から感染者が再び増加(第2波、第3波)したこともあり、全体として令和元年の水準まで回復するには至っておらず、現在も厳しい状況が続いています。

【新型コロナウイルス感染症拡大が滋賀県観光にもたらした影響】

滋賀県観光振興局が実施した調査によると、観光関連事業者の事業活動については、9割以上が「マイナスの影響があった」と回答しました。令和2年の売上が前年比で10%未満に減少したと回答した事業者が5%、10~30%に減少したと回答した事業者が25%、30~50%に減少したと回答した事業者が23%で、半数以上が大幅な減少となっています。

また、観光客の変化として、「個人旅行の増加(53.5%)」、「個別の移動手段の増加(38.1%)」、「近場や地元旅行の増加(32.8%)」の回答が多く、コロナ収束後も同様の傾向が続くと考えている事業者が多くなっています。

また「滋賀県観光客入込統計調査」によると、令和2年は延べ観光入込客数、宿泊客数とも、新型コロナウイルス感染症の影響と考えられる大きな落ち込みが見られ、延べ観光入込客数は過去最高(5,404万人)を記録した令和元年と比べ約33%減となる3,641万人となり、過去20年での最低値を記録しました。宿泊客数は更に落ち込みが大きく、過去最高(408万人)であった令和元年から約41%の減となる242万人となり、こちらは平成以降で最も低い数字となっています。

これらのデータが示すとおり、新型コロナウイルス感染症により滋賀の観光は大きなダメージを受けていることがうかがえます。

※表はいずれも滋賀県観光客入込統計調査から引用

滋賀の観光の特徴

～SWOT分析～

好影響

悪影響

内部環境

Strength (強み)

- ・琵琶湖をはじめとした豊かな自然や景観
- ・豊かな歴史的・文化的資産
- ・琵琶湖が育んだ文化や環境に対する意識
- ・健康長寿を育む滋賀の暮らしや食
- ・広域交通ネットワークの充実による県外からの恵まれた交通環境
- ・ピワイチ等の豊富なアウトドア系のアクティビティ
- ・グランピングやキャンプ場など、「開放的でゆとりある空間」への注目

Weakness (弱み)

- ・宿泊（閑散期）・滞在型観光の少なさ
- ・来訪意欲につながる観光素材の認知度の低さ
- ・滋賀県の観光の魅力を具体的に伝えられていない
- ・観光素材が県内各地に点在している
- ・観光客を受け入れるおもてなし力
- ・駅から観光地へ、観光地から観光地への公共交通の不便さ

外部環境

Opportunity (機会)

- ・日本遺産認定（琵琶湖、甲賀市、疏水、鉄道）
- ・「観光」への経済効果の期待
- ・人々の価値観の変化（3密回避、安全安心）
- ・近場旅行（マイクロツーリズム）への注目
- ・アウトドアや自然の中のアクティビティへのニーズ
- ・非接触、デジタル化の加速
- ・団体旅行から個人旅行への流れ加速
- ・新たな働き方の加速

Threat (脅威)

- ・他府県との競合の激化（キャンペーン競争）
- ・少子高齢化と人口減少
- ・コロナウイルスの拡大継続
- ・国内旅行需要の減少
- ・訪日外国人の減少継続
- ・コロナ禍により人と人のつながりの分断

※太字は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により生じた変化・内容

滋賀の観光の特徴

琵琶湖・自然観光資源



日本一の琵琶湖・四季折々の自然

滋賀県は、日本一の大きさの琵琶湖や里山、森林などの四季折々の豊かな自然や景観を誇っており、そこにいてただで人びとが癒され、ゆったりと休養できる場として、他の地域では味わうことのできない魅力ある観光地が数多くあります。また、これらの自然や景観を守り、活かすための様々な自然体験活動ができるレクリエーション施設やスポーツ環境も豊富に有しています。

近江牛・湖魚等の食資源



琵琶湖と取り巻く自然が育んだ食

滋賀県は、「近江牛」や「ふなずし」を代表とする湖魚（琵琶湖で獲れる魚）などの食資源を豊富に有しています。平成29年7月に公表された東京大学大学院の研究では、滋賀県の平均寿命および健康寿命は男女とも全国1位となっており、健康長寿を育む滋賀県の暮らしや食は滋賀県観光の魅力のひとつになると考えられます。

歴史・文化観光資源



様々な歴史の舞台となった近江

滋賀県は、世界文化遺産「比叡山延暦寺」や国宝「彦根城」などの寺社仏閣や史跡を豊富に有し、国指定の重要文化財（国宝含む）の保有数は全国4位です。近年は、それらを保全するだけでなく、地域活性化につながる観光振興に活用しており、観光客が歴史を間近で体感できることも魅力となっています。また、国宝「彦根城」については、2024年に世界遺産登録を目指しています。

これらの特徴的な観光資源を

大都市圏から比較的手軽なアクセスで楽しめる

新型コロナウイルス感染症拡大により、国内国外を問わず観光客が激減し、観光を取り巻く状況は大きく変化しています。

感染症拡大防止に留意した観光スタイルとして、以下のキーワードなどが注目されています。

●注目されるキーワード

三密（密閉・密集・密接）の回避 / 近距離移動での観光
 団体旅行から少人数（個人、家族）旅行へ / アウトドア、健康への関心の高まり

これらのキーワードが示す内容が、滋賀の観光が持つ特徴に合致。



以下の項目を中心に滋賀の観光に注目が集まっている。

大都市
近郊

開放的で
ゆとりある
空間

健康
長寿県

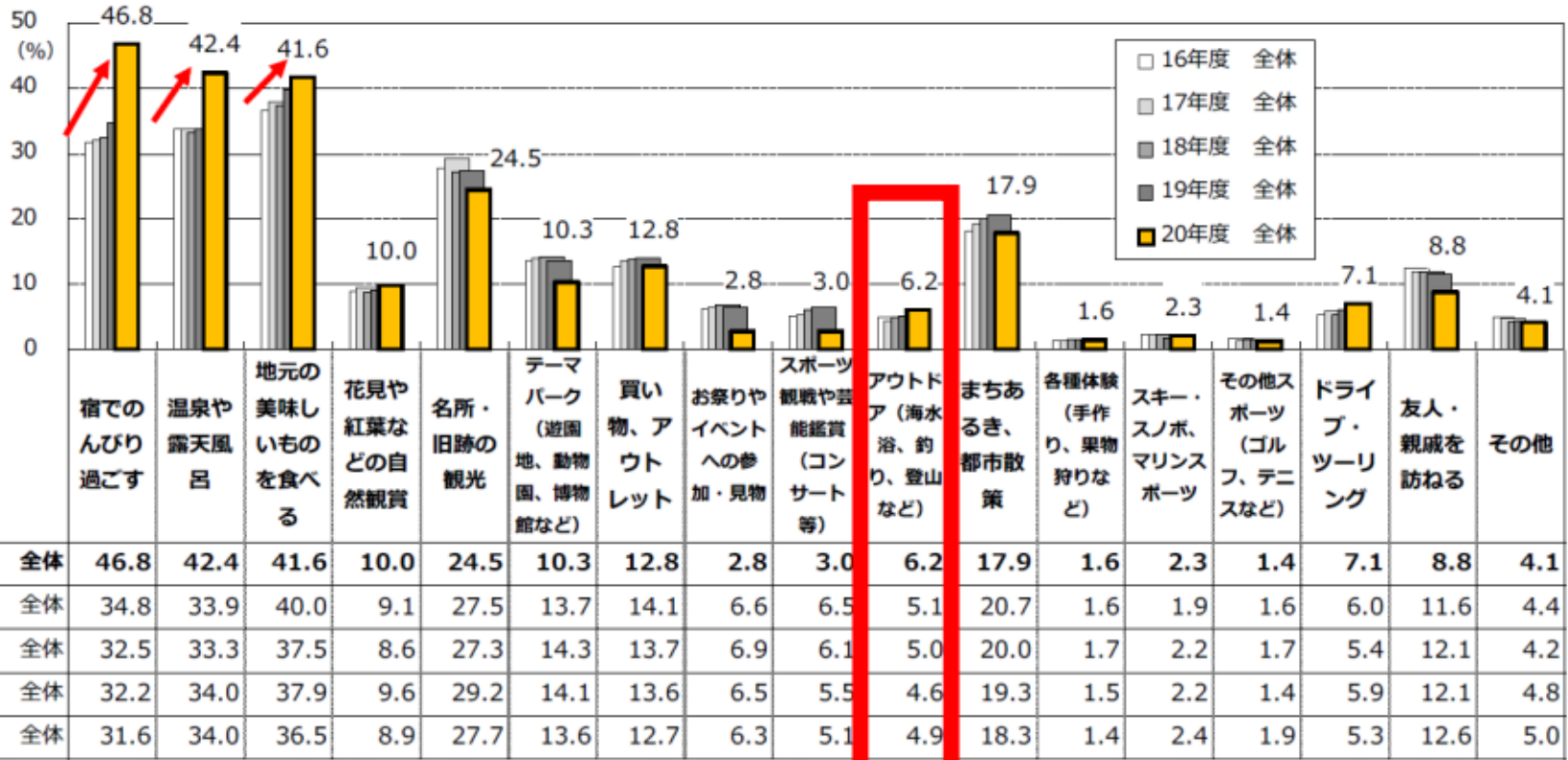
琵琶湖な
どの自然

アウトドア
コンテンツ

観光トレンドの変化を示すデータ等①

●じゃらん宿泊旅行調査2021より

■ 宿泊旅行の目的（複数回答／延べ宿泊旅行件数ベース）



観光トレンドの変化を示すデータ等②

●じゃらんリサーチセンター発行 とりまかし 63号 P8 新型コロナウイルス感染症 拡大による旅行価値観の変化の調査結果より

旅に求めるもの※コロナ禍後の旅における期待値の増減、一部抜粋

食	おいしい食・酒を楽しむ(増39.1%、減10.1%)、 季節ならではの食を楽しむ(増36.1%、減8.9%)
自然	自然や緑が多い場所へ行く(増33.8%、減8.5%)
癒やし・リフレッシュ	自宅を離れて気分転換をする(増40.3%、減11.7%)、 ゆっくり自分のペースで過ごす(増25.9%、減8.4%)、日頃の疲れをとる(増31.1%、減7.9%)、 泉質の良い温泉に入る(増27.7%、減13.1%)
その地ならではの	そこにしかないものを見る・体験する(増25%、減12.2%)、 その土地や場所の世界観を味わう(増24.6%、減12.1%)
思い出・絆づくり	家族・友人・知人と特別な場所で過ごす(増27%、減10.4%)、 思い出の地をめぐる(増19.8%、減11.9%)
イベント・体験	特定期間しかできないイベントを体験(増21.8%、減14.9%)、 知らない土地の生活・文化・歴史にふれる(増19.7%、減13.4%)、 家族に体験してほしい場所・イベントがある(増16.5%、減12.6%)

→旅に期待する内容は基本変わらず、期待値は今後もっと高まる

豪華・おしゃれ宿	おしゃれな宿に泊まる(増18.5%、減17.1%)、素敵な宿に泊まる(増18.6%、減17.5%)、 由緒のある宿に泊まる(増16.1%、減15.1%)
その他	みんなでスポーツ・イベントを体験(増16.4%、減17.6%)、 みんなが旅行する時期に自分も旅行する(増20.2%、減22.9%)
流行・話題性	最近、話題の場所を訪れる(増18.9%、減17.4%)

→コロナ禍により贅沢や話題性に対する価値観は下降気味。人が集まる可能性のあることは避けたい想いも見える

観光トレンドの変化を示すデータ等③

●じゃらんリサーチセンター発行 とりまかし 63号 P8 新型コロナウイルス感染症 拡大による旅行価値観の変化の調査結果より

旅行スタイル ※コロナ禍後に旅の目的として増えそう・減りそうなこと

マイカー	自家用車で移動する旅行 (増33.2%、減9.7%)
安い	安く行けるところ (増30.2%、減9.9%)
密回避	空いているところ (増26.9%、減9.5%)、感染者の少ない旅行先 (増26.1%、減10.6%)
温泉宿	温泉宿に泊まる (増31.2%、減12.6%)
マイクロツーリズム	居住都道府県の近隣・隣接県への旅行 (増31.9%、減13.1%)、 居住地の都道府県内の旅行 (増24.5%、減11.7%)
近隣以遠	近隣・隣接県よりも遠い地域への旅行 (増34.6%、減16.4%)、地方部 (増24.5%、減11%)

→増やしたい

屋外	キャンプやゴルフなど、屋外での活動が中心の旅行 (増12.4%、減19.2%)
移動	飛行機で移動する旅行 (増15.9%、減26.5%)、 電車で移動する旅行 (増14.9%、減26.3%)、バスで移動する旅行 (増8.7%、減33.1%)
	都市部 (増13.6%、減29.6%)
団体	職場やサークルなどの団体旅行 (増6.5%、減20.8%)

→感染防止対策として減らしたい／コロナ禍により増えたが今後は減りそう

観光トレンドの変化を示すデータ等④

●じゃらんリサーチセンター発行 とりまかし 63号 P8 新型コロナウイルス感染症 拡大による旅行価値観の変化の調査結果より

図5 旅に対する意識の変化

旅行目的 ※コロナ禍後に旅の目的として増えそう・減りそうなこと

食	地元のおいしいものを食べる (増40.2%、減7.3%)
宿	宿でのんびり過ごす (増32.5%、減8%)
温泉	温泉や露天風呂 (増34.5%、減10.5%)
自然	花見や紅葉などの自然観賞 (増30.1%、減9.9%)
観光	名所・旧跡の観光 (増28.3%、減11%)、街歩き、都市散策 (増25.5%、減14.8%)
ドライブ	ドライブ、ツーリング (増20.4%、減13%)
買い物	買い物、アウトレット (増23.4%、減17.6%)
帰省	友人・親戚を訪ねる (増24.3%、減18.6%)、帰省も兼ねて (増19.7%、減15%)

→気を付けながら戻したい

アウトドア 海水浴、釣り、登山など増18%、減18.2%

→コロナ禍で市場が一気に拡大。一定数は定着するが揺り戻しも

観戦・鑑賞	スポーツ観戦や音楽・芸術鑑賞 (増20.1%、減23.2%)
テーマパーク	遊園地、動物園、博物館など (増22.7%、減21.5%)
スポーツ	ゴルフ、テニスなどその他スポーツ (増8.2%、減19.2%) スキー・スノボ、マリンスポーツ (増8.4%、減20.8%)
イベント	お祭りやイベントへの参加・見物 (増20.3%、減25.1%)
体験	手作り、果物狩りなど各種体験 (増12.3%、減19.2%)

→人が集まりやすいものには慎重

滋賀における取り組むべき観光課題

滋賀県観光にとっての、まずもっての急務は新型コロナウイルス感染症によりダメージを受けた観光産業の回復です。事業者を積極的に支援し、産業自体の持続を図るとともに、感染症対策を十分に考慮した観光需要の喚起に取り組み、その時々において可能な限りの観光入込を図ります。また、今回のコロナ禍において変容を始めた観光の在り方に対応することも重要な課題です。具体的には、まず新しいタイプの観光地として滋賀を認識していただくこと。次に開放的でゆとりある空間を求めるライフスタイルの変化に観光地の内容を対応させること。それらの新しいタイプの観光入込が宿泊を伴うようにすること。加えて長期滞在につながるよう、豊富なコンテンツを開発することなどです。また、大阪万博や国スポ・障スポなども見据えその先のビックイベントに対応する体制の構築や2次交通の整備等も非常に重要な課題です。これらの課題解決を地域と共生しつつ、取り組むことも必要になります。

● 新型コロナウイルス感染症拡大によるダメージからの回復にむけての急務

事業者支援

滋賀県の観光物産事業者に対し、滋賀県と連動して積極的な支援を行う。

需要回復

コロナ禍においても可能な観光入込を模索し、需要の喚起を行う。

● 新型コロナウイルス感染症拡大により変化した観光に対して

認知度向上

新しいタイプの観光地としての「滋賀」「シガリズム」の認知度を向上させる。

ライフスタイル多様化への対応

ゆとりある空間など、防疫に考慮したライフスタイルに対応した観光地を目指す。

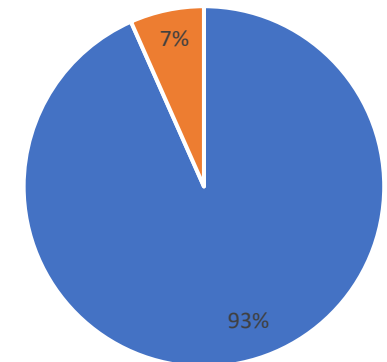
宿泊観光推進

日帰り中心の観光から、宿泊滞在型観光への積極的な転換を図る。

コンテンツ強化

ワーケーションなど、長期滞在につながるよう、体験メニューなどの充実を図る。

単位：万人



■ 日帰り ■ 宿泊

第3章 組織

公益社団法人びわこビジネスビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

【びわこビジターズビューローの概要】

びわこビジターズビューローの目的は、

「滋賀県における観光事業および物産事業の振興ならびに地域の活性化を図り、もって県民生活、文化の向上、産業経済の振興発展および国際親善に寄与すること」（定款第2条）

であり、これを実現するため各種事業を展開しています。

びわこビジターズビューローの前身は、昭和27年(1952年)に設立した滋賀県観光連盟です。滋賀県観光連盟は昭和31年(1956年)12月に社団法人となった際に定めた定款において、その目的を「滋賀県を中心とする観光事業を指導育成して、その健全な発達を図り、文化民生の向上、産業経済の振興を期し、併せて国際親善に寄与することを目的とする」と定め、滋賀県域での観光振興を推進してきました。

平成15年(2003年)4月にはその滋賀県観光連盟を母体とし、滋賀県民宿協会やその他の観光関連団体を合併する形で社団法人びわこビジターズビューローを発足させ、他業種間を取りまとめ、滋賀県としての更なる一体的な観光振興を推進することとなりました。また、昭和35年(1960年)に設立された滋賀県物産振興会は、平成16年(2004年)4月にびわこビジターズビューローに合流し、物産振興部会が誕生しました。法人の正会員数は593（令和3年11月理事会終了時点）会員であり、総会、理事会という二つの意思決定機関のほか、企画広報委員会と、国内旅行誘致部会、インバウンド部会、教育旅行部会、コンベンション部会、物産振興部会の5つの部会を設置し事業運営を行っています。

また、事務局は平成31年（2019年）4月から企画広報部、国内誘客部、海外誘客部、物産振興部、総務経理部の5部体制となりました。近年のびわこビジターズビューローは、平成20年(2008年)からの法人制度改革に伴い、不特定多数の利益を目的とした、より公益性の高い公益社団法人を選択し、平成25年(2013年)4月に移行。平成30年(2018年)3月には日本版DMO（地域連携DMO）に認定登録され、観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として多様な関係者と協働しながら戦略を策定し、PDCAサイクルを取り入れた事業展開を進めています。また県内着地型ツアーの販売等で更なる観光振興や法人の財源確保を目的として、旅行業事業を開始し、令和2年(2020年)6月には第2種旅行業登録を行いました。

【びわこビジターズビューローの組織】

名称	びわこビジターズビューロー		
法人格等	公益社団法人、地域連携DMO法人		
会員数	593会員 (令和3年11月理事会終了時点)		
委員会・部会等	企画広報委員会 国内旅行誘致部会 インバウンド部会 教育旅行部会 コンベンション部会 物産振興部会		
役員	会長 1名 副会長 3名 専務理事 1名 常務理事 5名 理事 15名 監事 3名	理事計25名	監事3名
職員	正規職員 7名 出向職員 13名 嘱託職員等 7名	計27名	
事業局	企画広報部 物産振興部	国内誘客部 総務経理部	海外誘客部
決算額	(歳入)	355,637,250円	※2019年度
	(歳出)	368,109,591円	※2019年度

【びわこビジターズビューローの沿革】

昭和27年5月17日	滋賀県観光連盟 設立
昭和31年12月12日	滋賀県観光連盟 社団法人化
昭和35年4月1日	滋賀県物産振興会 設立
昭和60年	東京物産観光あつ旋所の運営を滋賀県より受託
昭和60年	名古屋物産観光あつ旋所の運営を滋賀県より受託
平成15年4月	社団法人びわこビジターズビューロー 発足 滋賀県観光連盟、等の事業を引き継ぐ
平成15年4月	教育旅行部会 設立
平成15年7月	コンベンション部会 設立
平成15年4月	ロケーション部会 設立
平成16年4月	国内旅行誘致部会 設立
平成16年4月	滋賀県物産振興会が合流し、物産振興部会が設立される。
平成17年4月	インバウンド部会 設立
平成17年4月	滋賀観光物産情報センター (JR大津駅内) 開設
平成22年4月	ロケーションオフィスの滋賀県への移管に伴い、ロケーション部会 廃止
平成23年4月	滋賀県名古屋観光物産情報センター (名古屋物産観光あつ旋所から改称) 廃止
平成25年4月1日	びわこビジターズビューロー 公益社団法人化
平成26年3月	滋賀観光物産情報センター (JR大津駅内) 廃止
平成29年10月	滋賀県東京観光物産情報センター (東京物産観光あつ旋所から改称) 廃止
平成30年3月	びわこビジターズビューロー日本版DMO (地域連携DMO) に認定登録
令和元年7月	中華人民共和国湖南省長沙に滋賀県誘客経済促進センター 設置
令和2年6月16日	第2種旅行業登録

公益社団法人びわこビジターズビューローの特徴

～SWOT分析～

好影響

Strength (強み)

- ・滋賀県からの負担金、補助金が財源の大半を占め、財源面においては非常に安定した運営が図れている。
- ・滋賀県、市町からの出向者が在籍し、行政団体との連携が図りやすい。
- ・旅行事業者、交通事業者、宿泊事業者、流通事業者など多様な民間企業からの出向者が在籍し、観光に関するあらゆる分野において専門的知識を活かした活動ができる。
- ・観光関連事業者を中心に、県下の多種多様な事業者が参画していることで他業種連携を取りやすい。

内部環境

悪影響

Weakness (弱み)

- ・県費での活動が大半を占めるため、組織独自の取り組みが乏しい。また、組織独自の取り組みを行うための人的リソースが不足しがちである。
- ・職員の4分の3程度が一時的な出向者や、雇用期間に定めのある職員となるため、事業運営等の知識の継承や、中長期的な方針の継続が難しい傾向にある。
- ・独自の事業展開に乏しい為、観光関係以外の事業者は勿論、会員以外の観光事業者においても、組織自体の知名度が低い。

Opportunity (機会)

- ・公益社団法人として認定されているため、社会的信用が高い。
- ・DMO法人として、関係省庁の支援施策を活用しやすい環境にある。
- ・県全域を対象とした観光振興を行うため、市町の枠に捉われない事業展開が出来る。
- ・コロナ禍により、事業者により近い団体として、密接的でスピード感を持った支援を行える団体としての期待が高まっている。

外部環境

Threat (脅威)

- ・近未来的に少子高齢化による産業の規模縮小が見込まれる中、会員数の維持等に不安を抱える。
- ・コロナ禍による緊急事態宣言の発出や、外出制限などにより、従来通りの事業展開では対応が困難になっている。
- ・市町や観光協会等と同様の事業を別途行うこともあり、組織間の棲み分けが出来ていない面がある。

びわこビジターズビューローの特徴

2019年度の決算額を基に算出すると、びわこビジターズビューローの財源の約92%は滋賀県からの補助金や負担金が占めています。

行政からの補助金や負担金は法人にとって非常に安定的な財源である一方で、自主的な事業の実施が乏しい現状もあります。

また、県からは行政への財源的依存度の低下を求められている現状もあり、県へは引き続いての安定的な補助等の拠出を求めつつ、自主財源の確保や自主的事业運営に取り組み、依存率の低下を図る必要性があります。

滋賀県からの補助金・負担金等



継続

滋賀県からの補助金・負担金等

拡大

自主財源



確保した自主財源により、新たな独自の観光物産振興施策や人材の育成・確保、収益事業等を行い、滋賀県の観光物産振興に寄与してまいります。

組織運営の安定性を担保し、不特定多数の利益を目的とする公益事業の一層の充実を図るため、継続的な支援を求めてまいります。併せて補助金の用途等の効率化を、DXやEBPMの観点から更に推進します。

会員増や収益事業（アフィリエイト収入、広告事業、物産展事業、旅行業事業、その他新規事業の開拓等）の強化により自主財源の確保に努めます。

びわこビジターズビューローが取り組むべき組織課題

公益社団法人びわこビジターズビューローにとって、まずはコロナ禍による観光産業へのダメージからの回復を図ることが急務ではありますが、それを更に効果的・効率的に推進するためには、下支えとなるびわこビジターズビューロー自体の組織力の強化も必要になります。県内への組織自体のPR活動などで認知度・知名度を高めることや、財源基盤の強化と自主財源の確保を目指し、会員数の増加や、宿泊あっ旋サイトと連携したアフィリエイト、物産展事業、旅行業事業、ウェブサイトや各種発行媒体などでの広告事業など各種収益事業の強化・充実、また人材の確保や育成等が至近に取り組むべき課題です。

● びわこビジターズビューローの組織強化に向けて必要な取組

認知度向上

びわこビジターズビューローの事業や組織等について認知度を高めていく。

会員数増加

観光事業者以外への積極的な入会促進も含め、多くの会員確保を目指す。

財源基盤強化

収益事業の強化によって自主財源の確保に努める。

人材育成

観光物産振興のプロフェッショナルとなる人材を育成する。

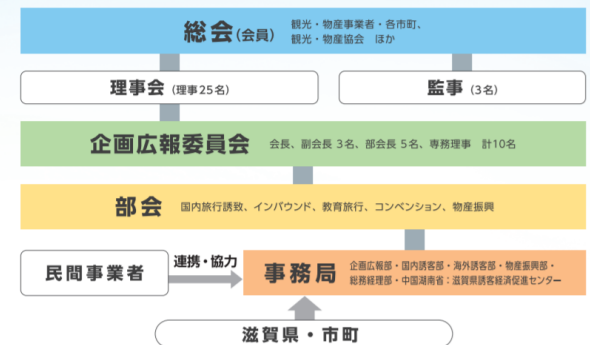
持続性の担保

一過性でない方針の決定や、経験の継承を可能とする体制を目指す。

業務効率化

DXなどを積極的に推進し、効率的な業務体制の構築に取り組む

公益社団法人 びわこビジターズビューロー組織図



01 国内旅行誘致部会

国内での旅行者の誘致活動
年会費：10,000円

04 コンベンション部会

全国大会、企業会議、学術会議などの誘致活動
年会費：20,000円以上

02 インバウンド部会

海外からの旅行者の誘致活動
年会費：一口10,000円を基準に別途算定

05 物産振興部会

土産物、特産品の振興と販売促進活動
年会費：10,000円(市町・協会は20,000円)

03 教育旅行部会

教育旅行の誘致活動
年会費：30,000円(市町・観光協会等は50,000円)

第4章 基本目標

公益社団法人びわこビジネスビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

基本目標



コロナ禍からのいち早い回復を目指し、従来の観光物産を取り戻すとともに、シガリズムをテーマとする新しい観光の創出に向け、滋賀の観光物産を強力に推進します。

目標実現に向けての推進の視点

連携

地域連携DMOとして、多様な主体と連携し、県域全体の観光魅力向上に取り組めます。

創出

時代に適合する観光地としての滋賀の価値を創出し、選ばれる観光地を目指します。

持続

ノウハウやデータを共有、分析し、SDGs、MLGsの視点から、持続的な観光地経営を目指します。

強化

取組の推進に向けて、下支となるびわこビジターズビューローの組織としての強化を図ります。

各主体の役割

公益社団法人 びわこビジターズ ビューロー

- ・観光物産振興を担う中核的組織として、多様な主体との連携を密にし、中期計画等に基づく効果的な取組を展開します。
- ・観光物産振興に向け、様々な産業分野の枠を超えた連携を図り、地域の魅力向上を図ります。
- ・観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者との合意形成を図り、明確なコンセプトやデータ分析に基づいた戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整・仕組みづくり、プロモーションを行い、コーディネーター機能を果たします。
- ・関係機関との情報共有化・連携強化により、広域的な周遊滞在型観光の推進に努めます。
- ・地域連携DMOとして、国や他府県および観光関連団体と連携した観光物産振興の取り組みを行います。
- ・公益社団法人として、会員だけでなく不特定多数の利益につながる観光物産振興活動を実施します。

滋賀県

- ・滋賀県の観光需要の回復と「シガリズム」を推進するとともに、各主体がビジョンの内容を理解し、推進されるよう、ビジョンの普及と理解の促進を図ります。
- ・全庁的な体制のもと、ビジョンの施策を体系的・効果的に実施するとともに、県の行動計画となるアクションプランを3年度毎に策定し、定期的な進捗管理と、適宜、取組内容の見直しを行います。
- ・観光に関する必要な調査や分析等の現状把握に取り組み、その結果を観光の施策に活用します。
- ・市町、県域を越えた連携を図り、広域的な観光振興を進めます。
- ・多様な主体が自主的に行う観光振興に関する活動に対し支援・調整を行うとともに、広域的に発信することによって、本県への誘客と県内各地への周遊や滞在を促進します。
- ・観光を地域活性化の柱と位置づけ、積極的に他分野との連携を図りながら交流人口や関係人口の増加を促し、地域経済を活性化することにより、居住環境やコミュニティの維持発展を図るとともに、ひいては移住の促進につなげます。

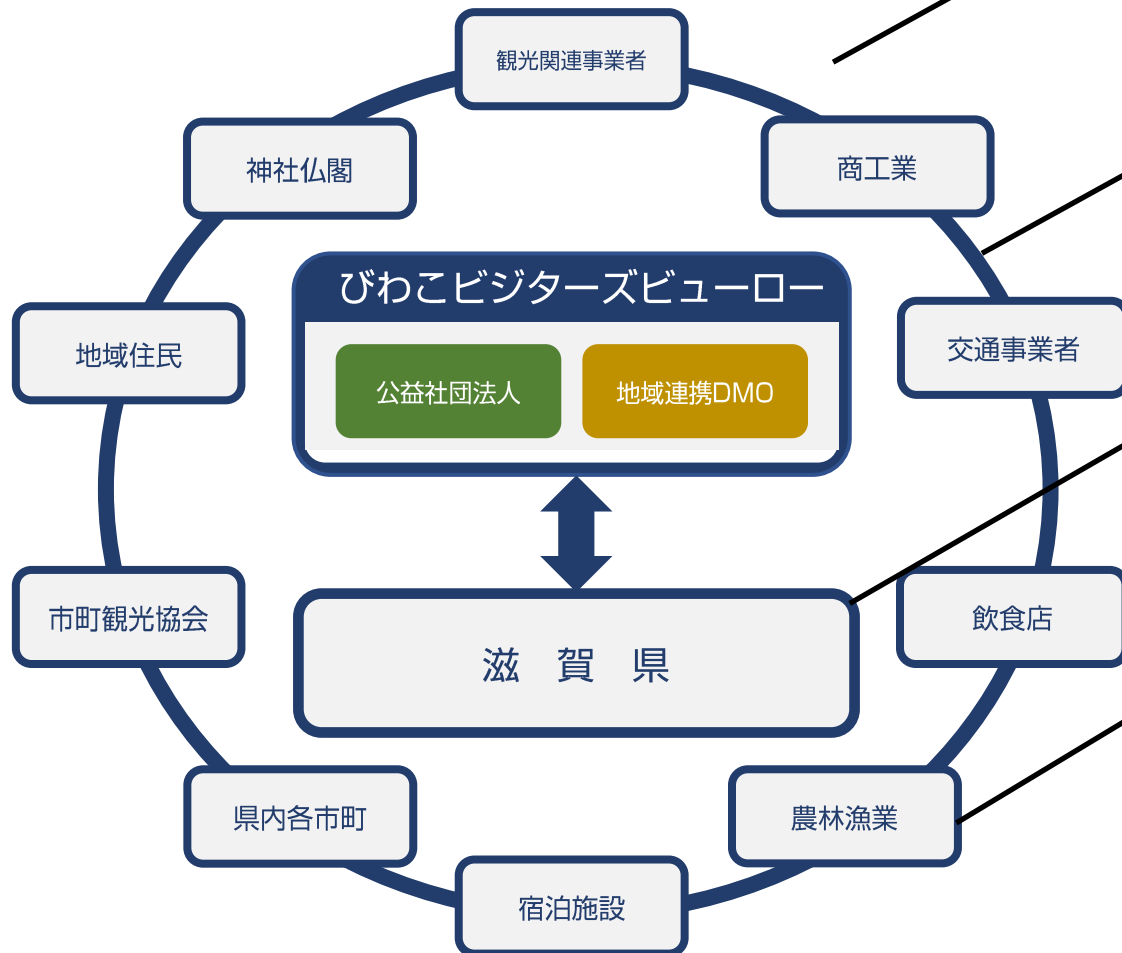
滋賀県内各市町・ 観光関連団体

- ・他の主体との連携を図りながら、観光資源を磨き上げるなど自主的・主体的に各地域の特性を活かした観光施策を推進します。
- ・来訪者、居住者双方がともに満足できる観光振興に向けて、各地域における人材の育成や基盤整備に努め、持続可能な観光の実現に取り組みます。
- ・観光を地域活性化の柱と位置づけ、積極的に他分野との連携を図りながら交流人口や関係人口の増加を促し、地域経済を活性化することにより、居住環境やコミュニティの維持発展を図るとともに、ひいては移住の促進につなげます。
- ・魅力ある快適な地域づくりに向け、観光情報の発信、おもてなしの向上や心の通うサービスを提供する人材の育成など、受け入れ体制の整備に努めます。
- ・観光振興に向け、様々な産業分野の枠を超えた連携を図り、地域の魅力向上を図ります。
- ・他地域との連携を推進し、周遊型観光の造成を推進します。

会員・地域住民

- ・観光事業に携わる事業者間の連携を図りながら、個々の事業活動を通じて質の高いサービスを提供し、「おもてなし」の最前線として、中心的な役割を担います。
- ・他の産業分野との連携も視野に入れ地域経済の活性化をめざすとともに、行政や観光関連団体、県民等との連携により、魅力ある快適な観光地域づくりの推進に努めます。
- ・これまで必ずしも観光の対象と認識されなかった地域資源が、多様化する観光客のニーズに合った観光事業となることを想定し、観光関連事業者以外の事業者も積極的に「シガリズム」の推進に努めます。

各主体の関係性



地域一体となった魅力づくり

地域が一体となった観光魅力づくりができるよう、びわこビジターズビューローにおいて地域の観光情報を積極的に把握し、取りまとめ、発信を行います。

多業種間の連携強化

びわこビジターズビューローの会員を中心として、異なる観光関連事業種が結びつき、コンテンツ造成を行います。

滋賀県との緊密な連携

シガリズム観光振興ビジョンと、テーマや目標を概ね共有し、一体となった滋賀の観光物産振興を行います。

観光事業者以外との協働

観光事業者だけでなく、林業や農業や漁業などの第1次産業とも、びわこビジターズビューローがかじ取り役となって連携を進め、新たなコンテンツを造成します。

4つの立場から 目指すべき姿

地域連携DMOとして

- ①多業種間連携での観光振興のかじ取り役
- ②各種観光データを分析し、エビデンスに基づいた観光振興施策の立案
- ③積極的な収益事業の展開による財源確保

滋賀県の外郭団体として

- ①滋賀県の観光振興ビジョンとの連動
- ②会員外事業者も含めた観光振興施策の実施

公益社団法人として

- ①不特定多数の利益
- ②観光事業および物産事業の振興ならびに地域の活性化
- ③県民生活、文化の向上、産業経済の振興発展および国際親善に寄与

会員組織として

- ①会員へのメリット提供
- ②会員数の増加
- ③観光事業者以外への積極的な入会促進

コロナ禍からの回復

新しい観光への対応

いずれの視点も

コロナ禍からの回復

新しい観光への対応

が**最重要**

第5章 戦略及び施策

公益社団法人びわこビジネスビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

重点テーマと戦略及び施策の構造

★重点テーマA コロナ禍からの急速で確実な回復

基本戦略1 コロナ禍からの着実な回復

- 施策①
- 施策②
- 施策③

★重点テーマB シガリズムの推進

基本戦略2 魅力の向上と創出

- 施策④
- 施策⑤
- 施策⑥
- 施策⑦
- 施策⑧

基本戦略3 受入環境整備

- 施策⑨
- 施策⑩
- 施策⑪
- 施策⑫

基本戦略4 魅力の発信

- 施策⑬
- 施策⑭
- 施策⑮
- 施策⑯
- 施策⑰
- 施策⑱
- 施策⑲
- 施策⑳
- 施策㉑
- 施策㉒

★重点テーマC DMO関連の取組強化

基本戦略5 多様な主体との連携

- 施策㉓
- 施策㉔
- 施策㉕
- 施策㉖
- 施策㉗
- 施策㉘

基本戦略6 組織強化

- 施策㉙
- 施策㉚
- 施策㉛
- 施策㉜
- 施策㉝
- 施策㉞
- 施策㉟

3つの重点テーマ

中期計画の構造としては、目標を達成するために、まず重点的に実施すべき3つのテーマを設け、そのテーマの中にテーマの実現を推進するための6つ戦略を置き、戦略それぞれに紐づく形で具体的な施策及び取組を設置しています。

コロナ禍からの 着実な回復

滋賀県の観光物産振興にとっての、まずもっての急務は新型コロナウイルス感染症によりダメージを受けた観光産業の回復です。事業者を積極的に支援し、産業自体の持続を図るとともに、感染症対策を十分に考慮した観光需要の喚起に取り組み、その時々において可能な限りの観光入込を図ります。また、今回のコロナ禍において変容を始めた観光の在り方に対応することも重要な課題です。

シガリズムの推進

滋賀県が策定する新しい観光振興ビジョンにおいては、そのテーマが「シガリズム」になります。自然と歩みをそろえ、ゆっくり丁寧に暮らしてきた滋賀の文化に根差す、「滋賀らしい」観光資源を「シガリズム」と名付け、新型コロナウイルス感染症拡大下の観光マーケットに向けて、新しい旅の形態として、強く推進いたします。

DMO関連の取組強化

公益社団法人びわこビジターズビューローは平成30年3月に国から「地域連携DMO」として認定を受けています。「地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役」と位置付けられるこの組織形態の特性を十分に活かし、滋賀県観光の一層の振興を図ります。

6つの基本戦略

3つの重点テーマの中に基本戦略を置きます。重点テーマA「コロナ禍からの着実な回復」の中に基本戦略1、重点テーマ2の中に「魅力の向上と創出」、「受入環境整備」、「魅力の発信」、重点テーマ3の中に「多様な主体との連携」、「組織強化」という配置です。

基本戦略1 コロナ禍からの着実な回復

観光事業者への積極的な支援や、観光需要の回復策の実施、またコロナ禍からの回復後に向けた新しい観光への対応など、滋賀県の観光物産振興の一番の急務としてコロナ禍からの回復を目指します。

基本戦略2 魅力の向上と創出

琵琶湖を取り巻く自然を活用した着地型コンテンツの開発や、彦根城世界遺産の登録の推進など、滋賀県の利点を活かし、他の都道府県にはない独自の観光物産の魅力「シガリズム」を創出します。

基本戦略3 受入環境整備

観光客対応の人材育成や、観光への積極的な県民の参加を促すことなどにより、滋賀の魅力「シガリズム」を最大限に楽しんでもらう、「おもてなし」にあふれる受入態勢を目指します。

基本戦略4 魅力の発信

デジタル型の情報発信の充実や、滞在型観光を促す情報発信を行うなど、シガリズムをテーマとして滋賀の魅力を、方法、場所、時期、ターゲット等を十分に考慮し、効率的に発信します

基本戦略5 多様な主体との連携

滋賀県全域をフォローする地域連携DMOとして観光物産事業者はもちろん、官民を問わず様々な団体や企業など、多様な主体と緊密かつ積極的に連携し、新しい滋賀の魅力を生み出します。

基本戦略6 組織強化

各種目標達成の下支えとなるよう、会員の拡大や財源基盤の強化、業務効率の改善などに取り組むことで、びわこビジターズビューローの組織としての充実を目指します。

基本戦略1 コロナ禍からの着実な回復

滋賀県の観光物産振興の急務としてコロナ禍からの回復を目指します

施策① 事業継続に向けた事業者支援

令和2年度からの新型コロナウイルス感染症の拡大により、滋賀県の観光物産は大きなダメージを被りました。公益社団法人びわこビジターズビューローでは滋賀県と連携し、観光物産産業を中心に、事業継続を目的とした事業支援を継続して実施いたします。まず令和4年度は今こそ滋賀を旅しよう！宿泊周遊キャンペーン事業、観光バスツアー助成事業等の引き続いての実施を検討していくほか、回復に向けての各種事業実施に積極的に取り組んでいきます。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	事業者支援制度等を迅速かつ的確にウェブサイト等で事業者へ周知します	滋賀県観光物産情報発信事業
国内誘客部	宿泊・物産など観光産業を支援する割引クーポン事業を実施します	「今こそ滋賀を旅しよう」宿泊周遊キャンペーン事業
国内誘客部	県内旅行会社が行う周遊バスツアーに対して助成を行います	滋賀県安全安心な観光バスツアー補助事業
物産振興部	取組先百貨店でのオンラインによる販売を行います	オンライン販売の促進

施策② 観光物産需要の喚起策の実施

令和2年度からの新型コロナウイルス感染症の拡大により観光需要が大きく減少している現状に対し、滋賀県と緊密な連携を図りながら教育旅行事業者やバス事業者に対する支援を継続します。また、それらの情報をウェブサイト等の手段を用い、迅速かつ的確に発信することにより、利用向上を図るとともに、事業者へのより一層の支援強化を推進します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	観光物産需要喚起策等を迅速かつ的確にウェブサイト等で、事業者・利用者の双方に周知します	滋賀県観光物産情報発信事業
国内誘客部	県内への教育旅行の送客に対し、旅行事業者への助成を行います	ウェルカム滋賀教育旅行エージェント助成事業
国内誘客部	(再掲) 県内旅行会社が行う周遊バスツアーに対して助成を行います	(再掲) 安全安心な観光バスツアー補助事業

基本戦略1 コロナ禍からの着実な回復

滋賀県の観光物産振興の急務としてコロナ禍からの回復を目指します

施策③ 回復後へ向けた誘客対策

新型コロナウイルス感染症の拡大によって、従来の観光の形は変化を見せ始めています。その中で琵琶湖をはじめとする自然豊かな滋賀の環境を活かした新たな観光の形の創出を、回復後の対策の一つとして取り組んでいきます。まず令和4年度は新しい観光のトピックスでもあるワーケーション関係の事業に取り組みます。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	コロナ禍でもできること、またコロナが終わればできることをSNS等で積極的に発信します。	滋賀県観光物産情報発信事業
国内誘客部	新たな観光需要創出のため、県内施設整備と企業への働きかけを行います	ワーケーション推進事業
物産振興部	専門家の講演会受講により販売力を高めます	商品力強化の為の「販売育成講演会」(勉強会)



基本戦略2 魅力の向上と創出

滋賀県の利点を活かし、他の都道府県にはない独自の観光物産の魅力「シガリズム」を創出します。

施策④ 新たな切り口の着地コンテンツの開発

従来の滋賀の持つコンテンツや魅力を活かしながら、更なる滋賀ならではの観光コンテンツをシガリズムの一環として創出・開発し、新しい滋賀の魅力の一つとして広く発信します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
国内誘客部	魅力ある地域コンテンツを発掘し、旅行商品化して販売します	シガリズムコンテンツ創出事業
国内誘客部	SDGs・MLGsをはじめとした教育旅行学習素材の開発を行います	ウェルカム滋賀教育旅行誘致ツール作成事業
海外誘客部	シガリズムを具現化した旅行商品の造成～販売、受入環境整備までをBVB職員が伴走支援します	インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業

施策⑤ 彦根城世界遺産登録の支援および各種文化財の情報発信

令和6年度の世界遺産登録を目指す彦根城の推進活動等に、積極的に参画・支援するとともに、滋賀県内だけにとどまらない機運醸成を実現するため、積極的な情報発信を行います。また、日本遺産をはじめとする彦根城以外の文化財等についても、素晴らしい滋賀ならではの魅力として全国に発信します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	各種広報媒体やプレスリリース等で、彦根城や安土城等の城郭遺産の魅力を広く発信します	滋賀県観光物産情報発信事業
国内誘客部	彦根城世界遺産登録の機運醸成のため、推進主体と連携した取組みを行います	シガリズムコンテンツ創出事業・PR推進事業
海外誘客部	京都市滞在中の訪日旅行者向けに本県観光情報や着地型ツアーを紹介します	K T I C 京都における訪日外国人観光客来訪促進業務

基本戦略2 魅力の向上と創出

滋賀県の利点を活かし、他の都道府県にはない独自の観光物産の魅力「シガリズム」を創出します。

施策⑥ 県物産品の地産地消の推進

生産者×販売者×消費者を連携させることにより、滋賀県内における滋賀県産品の消費拡大を推進します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
物産振興部	生産者と販売者との交流により販路拡大を目指します	滋賀の特産品マッチング商談会
物産振興部	県内大手量販店での常設及び催事による物産販売を行います	近鉄草津店「近江路」 平和堂「近江うまいもんええもん市」
海外誘客部	FAMトリップやイベント等で来県される方に対して、県産品を提供し、本県の魅力を訴求します	県産品提供によるプロモーション

施策⑦ 集客力のあるコンテンツの実施

コロナ禍におけるイベントの在り方・実施方法を検討し、可能な限りの実施と、再開に向けた体制維持に取り組みます。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
国内誘客部	イナズマロックフェスに伴い、おいでーな滋賀体感フェアを行います	シガリズムPR推進事業/イナズマロックPR
海外誘客部	(再掲)シガリズムを具現化した旅行商品の造成～販売、受入環境整備までをBVB職員が伴走支援します	(再掲)インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業
全体	びわ湖大花火大会の実施検討・体制維持に事務局として努めます。	びわ湖大花火大会実行委員会

施策⑧ ビワイチの推進

経験豊富なサイクリストをも魅了するナショナルサイクルルート「ビワイチ」の魅力を一層磨き上げ、国内外に情報発信します。また、お客様の受入環境の整備を並行して支援していきます。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
海外誘客部	(再掲)シガリズムを具現化した旅行商品の造成～販売、受入環境整備までをBVB職員が伴走支援します	(再掲)インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業
海外誘客部	ターゲティング広告により、台湾の訪日検討者に対して本県観光情報を効率的に訴求します	台湾向けオンラインプロモーション×誘客キャンペーン
海外誘客部	発信力のあるインフルエンサー等の招請、情報発信に加え、通訳案内士に対する研修を行います	民間活用による情報発信等

基本戦略3 受入環境整備

滋賀の魅力シガリズムを最大限に楽しんでいただける受入態勢を整備します。

施策⑨ 観光客対応等の人材育成

各市町観光協会の職員、ボランティアガイド、コンシェルジュ、通訳案内士などの観光客受け入れの最前線となる人材を、eラーニングの活用や、現地研修会の実施などで育成するとともに、情報発信の最前線となるインフルエンサーも積極的に招請することで、滋賀に対する理解を深めていただきます。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	市町間のネットワーク構築プログラムの実施。 eラーニングを活用した地域の課題に対応できるプログラムの導入	シガリズム観光人材育成・活性化事業（基礎コース）
海外誘客部	ラグジュアリーホテルに在籍するコンシェルジュを本県に招請して現地視察などの研修をします	ホテルコンシェルジュ研修
海外誘客部	（再掲）発信力のあるインフルエンサー等の招請、情報発信に加え、通訳案内士に対する研修を行います	（再掲）民間活用による情報発信等
海外誘客部	（再掲）シガリズムを具現化した旅行商品の造成～販売、受入環境整備までをBVB職員が伴走支援します	（再掲）インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業

施策⑩ 交通2次アクセスの整備

滋賀県観光情報誌『滋賀たび』の新しいテーマを「自転車を使った駅からの周遊」とし、シガリズムに含まれる観光コンテンツの多い琵琶湖沿岸部への自転車での駅からのアクセスを訴求させ、主に京阪神からの鉄道を使った滋賀への観光入込増を図る。また、自転車のほかにも、駅からのタクシーを使った体制等も検討し、県内各地への更なる周遊推進と滞在時間の延長を図ります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	JR西日本と協働し、観光情報誌『滋賀たび』等を用い、観光における2次交通としてのレンタサイクルを発信します	びわこキャンペーン推進協議会事業
企画広報部	鉄道各社と連携したルール&二次交通（自転車・タクシー）の体制を整備していきます	レンタサイクル整備事業

基本戦略3 受入環境整備

滋賀の魅力シガリズムを最大限に楽しんでいただける受入態勢を整備します。

施策① 状況に応じた情報提供体制の整備

各種プロモーションツールの有機的な連動を目指し、最も効率的で、わかりやすい情報発信を行います。また新型コロナウイルス感染症拡大化において、刻々と変化する社会状況に対応し、素早い発信が行えるよう、SNSの利用者増に努めるほか、発信者の体制作りも行います。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	ウェブサイト、SNS、パンフレット等、各種プロモーションツールを連動させ効率的な情報発信に努めます。	滋賀県観光物産情報発信事業
国内誘客部	会員や各市町、観光協会と連携し、旅行会社に対し、商品化提案の為の商談会や滋賀での現地研修会を実施します。	商談会の開催等
海外誘客部	(再掲)シガリズムを具現化した旅行商品の造成～販売、受入環境整備までをBVB職員が伴走支援します	(再掲)インバウンド向けシガリズム魅力創出・向上事業

施策⑫ シビックプライドを醸成する県民参画事業

県民が地域の観光コンテンツなどに誇りを持ち、観光客の受け入れに参画し、また情報発信を行えるよう、各種観光振興課活動への参画の機会を検討し、積極的な協働を促します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	各種情報発信において、地域住民の意見等の取入れを検討します	新規事業検討
国内誘客部	県民参加のモニタープランを各地で実施し、県域観光の現状理解と魅力の再発見を試みます	新規事業検討



基本戦略4 魅力の発信

シガリズムをテーマとして滋賀の魅力、方法、場所、時期、ターゲット等を十分に考慮し、効率的に発信します。

施策⑬ デジタル型の情報発信の充実

デジタルを用いた情報発信を充実させることにより、情報を受け取った側のデータを取得・蓄積し、そのデータを分析した上での更なる効率的なターゲティングに基づく情報発信を図ります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	ウェブサイトの運用強化や、各種SNSを活用し、データに基づいたターゲティングを行います	滋賀県観光物産情報発信事業
企画広報部	地域コンテンツ情報をシステムを使って全国に発信していきます	シガリズムPR推進事業
海外誘客部	(再掲) 発信力のあるインフルエンサー等の招請、情報発信に加え、通訳案内士に対する研修を行います	(再掲) 民間活用による情報発信等
海外誘客部	(再掲) ターゲティング広告により、台湾の訪日検討者に対して本県観光情報を効率的に訴求します	(再掲) 台湾向けオンラインプロモーション×誘客キャンペーン
物産振興部	会員を取材し、商品等をYouTubeで発信します	会員商品動画配信PR事業

施策⑭ 滞在時間増大、周遊につながる情報発信

発信する情報がその他の各観光コンテンツに波及・連動し、観光客の滞在時間の延長・周遊につながるような情報発信の手法を取り入れ、質の高いプロモーション活動を行います。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	シガリズムコンテンツをターゲット、地域、季節等を考慮し、戦略的なプロモーションを展開します	シガリズムPR推進事業
企画広報部	データを分析し、来訪客の多い地域をモデルとして近隣の観光地を紹介できるようなPRを行い、横展開を図ります。	シガリズムデータ活用モデル事業
国内誘客部	宿泊施設と連携し、宿泊者が簡単に参加できるワンコインショートツアーを造成します	新規事業検討
国内誘客部	地域内及び県域を周遊する湯めぐりパスポート等の地域連携体制を整備します	新規事業検討
海外誘客部	(再掲) 発信力のあるインフルエンサー等の招請、情報発信に加え、通訳案内士に対する研修を行います	(再掲) 民間活用による情報発信等
海外誘客部	現地視察や商談会、WEB広告等により欧州からの誘客を促進します	福井県との連携
海外誘客部	商談会やWEB広告等により欧州からの誘客を促進します	北陸新幹線沿線地域官民広域連携

基本戦略4 魅力の発信

シガリズムをテーマとして滋賀の魅力、方法、場所、時期、ターゲット等を十分に考慮し、効率的に発信します。

施策⑮ 首都圏プロモーション

新型コロナウイルス感染症収束後の宿泊客の入込等を見据え、BtoB、BtoC、物産販売等において、首都圏に向けた観光誘客活動を継続します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	ツーリズムエキスポジャパンに近畿6府県で連携して出展し、観光PRに努めます	シガリズムPR推進事業
国内誘客部	首都圏の旅行会社やプレス関係者への営業を行い県内観光情報の発信を行います	首都圏観光物産情報発信事業
国内誘客部	首都圏旅行会社企画担当者と部会員との商談会を行います	旅行商品造成強化事業
物産振興部	滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」で県内特産品のPR宣伝販売を行います	ここ滋賀物産PR事業

施策⑯ 米原駅観光利用者の周遊促進

滋賀県唯一の新幹線駅である米原駅を活用した旅行者の広域周遊観光に取り組む市、団体等を支援します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
国内誘客部	市、団体等と連携し、米原駅周遊の観光周遊機能構築を支援します	観光周遊機能構築事業

施策⑰ 東アジア向けプロモーション

新型コロナウイルス感染症流行以前に多数来県いただいていた台湾や中国をはじめとする東アジアの国々からの誘客を早期に回復するため、オンライン・DX・オフラインを組み合わせ情報発信します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
海外誘客部	湖南省に設置する誘客経済促進センターを拠点に効果的に本県観光情報を訴求します	滋賀県誘客経済促進センターを活用したプロモーション
海外誘客部	(再掲) ターゲティング広告により、台湾の訪日検討者に対して本県観光情報を効率的に訴求します	(再掲) 台湾向けオンラインプロモーション×誘客キャンペーン
物産振興部	海外での販路拡大の為の商談会に参加します	海外商談会への参加

基本戦略4 魅力の発信

シガリズムをテーマとして滋賀の魅力、方法、場所、時期、ターゲット等を十分に考慮し、効率的に発信します。

施策⑱ そこ滋賀プロジェクト

K T I C 京都（関西ツーリストインフォメーションセンター京都）内に本県観光PRブース「そこ滋賀」を設置し、京都滞在中の外国人観光客に対して積極的に観光案内するとともに、着地型ツアーの造成、販売等により、京都からの誘客促進を図ります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
海外誘客部	（再掲）京都市滞在中の訪日旅行者向けに本県観光情報や着地型ツアーを紹介 します	（再掲）K T I C 京都における訪日外国人観光客来訪 促進業務
海外誘客部	（再掲）ラグジュアリーホテルに在籍するコンシェルジュを本県に招請して現 地視察などの研修をします	（再掲）ホテルコンシェルジュ研修

施策⑲ 鉄道事業者と連携したキャンペーン等の実施

西日本旅客鉄道、京阪電気鉄道、近江鉄道、信楽高原鐵道などと連携し、鉄道を利用した滋賀への観光誘客を推進します。またJR西日本に対しては、デスティネーションキャンペーンの誘致に向けた働きかけを行います。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	滋賀県およびJR西日本と当ビューロー等が組織するびわこキャンペーン推進協 議会を事務局として運営し、鉄道や公共交通機関を利用した滋賀県への観光入 込を誘致します	びわこキャンペーン推進協議会事業 滋賀県観光情報誌「滋賀たび」の発行 レンタサイクル整備事業
国内誘客部	J R デスティネーションキャンペーン誘致を推進します	デスティネーションキャンペーン誘致事業
海外誘客部	（再掲）商談会やWEB広告等により欧州からの誘客を促進します	（再掲）北陸新幹線沿線地域官民広域連携による誘客促進

施策⑳ 大都市圏での物産展開催

首都圏では日本橋高島屋で「大近江展」、近畿圏ではあべのハルカス近鉄本店にて「うまいもんフェア」、また中京圏では松坂屋名古屋店における「近江味めぐり・匠展」を実施するなど、圏域を代表する百貨店等において、それぞれ特色のある物産展を開催することで、マーケットにおける滋賀の特産品のプレゼンスの向上に努め、流通の拡大に寄与します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
物産振興部	首都圏、近畿圏、中京圏において県特産品の対面販売による振興と販路拡大を 図ります	高島屋「大近江展」 ハルカス「うまいもんフェア」 松坂屋「近江味めぐり・匠展」

基本戦略4 魅力の発信

シガリズムをテーマとして滋賀の魅力、方法、場所、時期、ターゲット等を十分に考慮し、効率的に発信します。

施策① 滋賀ならではの教育旅行誘致

今までにないコンテンツの開発や新しいスタイルの提案、旅行会社への手厚い支援などを行い、他県と差別化した誘致活動を展開します

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
国内誘客部	協調性を学び、工場見学や農業・漁業等の見学や体験で生きる力を学んでいただきます	教育旅行誘致事業（琵琶湖のアクティビティ、ものづくりや農業等の体験）
国内誘客部	SDGsやMLGsをプログラムに組み入れた旅行を推奨します	教育旅行誘致プログラム（講習会や工場、施設の見学等の推奨）
国内誘客部	ICTやZOOMを利用してリアル以外でも交流していただける機会を設けます	滋賀ならではの教育旅行誘致（学校間交流や著名人等との交流）
国内誘客部	教育旅行部会事業として、各地の旅行会社へのキャラバン営業や現地研修会などを行います	教育旅行誘致事業
国内誘客部	東北3県(岩手・宮城・福島)との相互交流により、新たな教育旅行の需要を創出します	教育旅行誘致事業

施策② 滋賀ならではのコンベンション誘致

琵琶湖をはじめとした豊かな自然や景観、豊富な歴史的・文化的資源を活用し、引き続き首都圏における情報発信やMICE担当者現地研修会などの事業を展開します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
国内誘客部	関西圏内の利便性を活かし、環境・医療・研究・開発、産官学が一体となった誘致体制を構築します	2023年G7 環境分野に関する環境閣僚会議
国内誘客部	旅行会社及び企画会社のMICE担当者を招いた現地視察を行います	コンベンション招致事業
国内誘客部	複数の地方都市と連携した組織団体への営業やワークショップを行います	コンベンション招致事業
国内誘客部	滋賀ならではのユニークベニューを全国に発信していきます	コンベンション招致事業

基本戦略5 多様な主体との連携

観光物産事業者はもちろん、官民を問わず様々な団体、企業等と連携し、新しい滋賀の魅力を生み出します。

施策⑳ 地域観光の中核を担う観光人材の育成

令和元年度から令和3年度まで取り組んできた「観光人材育成アカデミー」のノウハウ等を活かし、その修了者等とも連携しながら、県内各地域で更なる持続的な観光地経営を行っていくために、シガリズムに資する旅を創出できる新たな観光人材の「育成」に取り組みます

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	(再掲) 市町間のネットワーク構築プログラムの実施。 eラーニングを活用した地域の課題に対応できるプログラムの導入	(再掲) シガリズム観光人材育成・活性化事業（基礎コース）

施策㉑ 地域観光中核人材による広域連携

令和元年度から3年計画で実施した「しが観光人材育成アカデミー」の修了者が中心となり、県内の広域連携をテーマとしたプラットフォームを立ち上げ、ビジネスに特化した視点で県内の観光資源を繋ぎ、一体となって「シガリズム」を展開してまいります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	各地域の人材が滋賀県内の広域連携におけるリーダーとして活躍していただく仕組みを作り、活性化を図ります。	シガリズム観光人材育成・活性化事業（ビジネス創出コース）
国内誘客部	県内8つの地域にコーディネーターを配置し、地域コンテンツ創出に向けた支援を行う体制を整備します	シガリズムコンテンツ創出事業

施策㉒ 観光の6次産業化

公益社団法人びわこビジターズビューローの会員を中心として、異なる観光関連事業者が結びついてコンテンツ造成を行うだけでなく、観光事業者以外との協働により、新たなコンテンツを造成してまいります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	「一次産業×観光」「伝統産業×観光」など、多様な主体が連携した取り組みが促進するよう、連携強化に努めます	新規事業検討
国内誘客部	観光関連以外との主体とも積極的に連携し、新たな旅のスタイルを開拓していきます	新規事業検討

基本戦略5 多様な主体との連携

観光物産事業者はもちろん、官民を問わず様々な団体、企業等と連携し、新しい滋賀の魅力を生み出します。

施策⑳ 他都道府県団体等との連携

他の都道府県団体と積極的に連携することで、関西が一体となり国内遠方からの誘客や、インバウンド誘客を目指します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	(再掲) ツーリズムエキスポジャパンに近畿6府県で連携して出展し、観光PRに努めます	(再掲) シガリズムPR推進事業
企画広報部	日本観光振興協会と連携し、積極的に事業に取り組みます	滋賀県観光物産情報発信事業
国内誘客部	近畿6府県観光連絡会議による情報発信を行います	首都圏情報発信推進事業
海外誘客部	(再掲) 現地視察や商談会、WEB広告等により欧州からの誘客を促進します	(再掲) 福井県との連携
海外誘客部	(再掲) 商談会やWEB広告等により欧州からの誘客を促進します	(再掲) 北陸新幹線沿線地域官民広域連携
海外誘客部	関西観光本部が実施するThe Exciting Kansai事業の一環で広域周遊ツアーの造成等を行います	広域連携DMO(関西観光本部) 連携

施策㉑ 交通事業者との連携

西日本旅客鉄道、東海旅客鉄道、京阪電気鉄道をはじめとする鉄道事業者や、NEXCO西日本やNEXCO中日本等の高速道路事業者、またタクシー、バス、レンタサイクル等の各種交通事業者と連携し、さまざまな手段での来県を促進します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	(再掲) 滋賀県およびJR西日本と当ビューロー等が組織するびわこキャンペーン推進協議会を事務局として運営し、鉄道や公共交通機関を利用した滋賀県への観光入込を誘致します	(再掲) ・びわこキャンペーン推進協議会事業 ・滋賀県観光情報誌「滋賀たび」の発行 ・レンタサイクル活用事業
国内誘客部	自動車での来県促進のため、NEXCO西日本と連携した誘致を行います	高速道路を活用した情報発信事業
海外誘客部	(再掲) 商談会やWEB広告等により欧州からの誘客を促進します	(再掲) 北陸新幹線沿線地域官民広域連携

基本戦略5 多様な主体との連携

観光物産事業者はもちろん、官民を問わず様々な団体、企業等と連携し、新しい滋賀の魅力を生み出します。

施策⑳ 県内他団体と連携した観光物産振興

県内の各市町観光担当課や観光関連団体（観光協会等）、また観光関連事業者団体などとも積極的に連携することで、滋賀県が一体となり、更なる魅力を持った観光地として、「滋賀」を広く発信します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
国内誘客部	県内各市町や各観光関連団体（観光協会等）が実施する各種誘致事業に対し支援し、地域の観光活性化を促進します	地域観光活性化支援事業
企画広報部	県内各市町や各観光関連団体（観光協会等）と積極的に連携し、滋賀県一体となった観光客誘致を実現します	びわこキャンペーン推進協議会事業等
淡海観光ボランティア連絡協議会	滋賀県の観光ボランティア相互の連絡調整と発展を図りながら、滋賀県の観光振興に寄与します	観光ボランティアガイド研修事業
日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会	「琵琶湖とその水辺景観一祈りと暮らしの水遺産」による地域振興を図るため、滋賀らしい観光まちづくりの活動の推進します	日本遺産魅力発信事業
国内誘客部	市町、観光協会、観光各団体の取組に積極的に参加し、連携を強化していきます	新規事業検討
物産振興部	県他団体と連動させテーマ性を持った物産販売会を行います	発酵食品フェア、近江工芸展



基本戦略6 組織強化

目標達成の下支えとなるよう、びわこビジターズビューローの組織強化に取り組みます。

施策②⑨ 会員の拡大

公益社団法人びわこビジターズビューローが滋賀県観光において、さらに機能的でプレゼンスの高い団体となるよう、一人でも多くの事業者様にご入会いただけるよう、様々な入会促進活動を実施します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	ウェブ広告の出稿の権利などメリットを積極的に発信し、会員拡大に努めます	
国内誘客部	プロモーションや部会事業を積極的に紹介し各部会員の拡大に努めます	
総務経理部	新型コロナウイルス感染症対策として実施された補助事業に伴い過去最多となった会員数を今後も維持できるよう、新たな会員獲得に向けて働きかけます	会員メールの充実、地域懇談会の拡充、会員メリットの研究

施策③⑩ DMOとしての活動推進

観光による地域活性化に向け、滋賀県の観光を牽引するリーダーとして、また県内の市町、観光協会、観光事業者を繋ぐプラットフォームとしての役割を発揮してまいります。そのため、観光庁などの国の各機関や関西観光本部等の広域DMOとも積極的に連携し、各種助成金、補助金等も活用することで、新たな事業展開を目指します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	国の重点支援DMO制度への登録を目指します	DMO関連事業
国内誘客部	地域コンテンツの販売など収益事業に取組み自主財源確保に努めます	シガリズムコンテンツ創出事業
海外誘客部	関西観光本部が実施するThe Exciting Kansai事業の一環で広域周遊ツアーの造成等を行います	広域連携DMO（関西観光本部）連携

施策③⑪ データに基づいた事業推進

県内外の観光客の属性等を分析することで、データを活用した戦略的かつ効果的な施策により、観光客の受入環境整備や情報発信、周遊ルート等の創出に繋げてまいります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	取得した「モバイル空間統計」のデータを基にして事業立案いたします	シガリズム創出データ活用モデル事業

基本戦略6 組織強化

目標達成の下支えとなるよう、びわこビジターズビューローの組織強化に取り組みます。

施策⑳ 財源基盤の強化

公益社団法人びわこビジターズビューローの財政基盤の安定化や独自の活動の実施に向けて、滋賀県からの負担金・補助金以外の収入を得るための活動を実施・検討します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
総務経理部	継続的安定的に組織運営ができるよう財源基盤の強化に取り組みます。会員増による会費収入の増加とともに他団体に無いビューローならではの会員規模を活かし、各種広告料収入や物産売上手数料の増強を図ります	会費・広告収入・物産売上手数料の確保、旅行業、インターネットを活用したアフィリエイト収入の拡充など新たな財源確保の議論、国等の補助制度の積極的な活用
企画広報部	滋賀県観光情報ウェブサイトへの広告出稿を促進する活動を実施します	滋賀県観光物産情報発信事業
企画広報部	観光庁などからの観光地域づくり法人を対象とした補助金・助成金等を積極的に活用します	DMO関連事業
国内誘客部	OTAを介した旅行コンテンツの販売によりアフィリエイト収入を確保します	OTA等を活用した誘客促進事業
物産振興部	収益性の高い物産販売会や帳合先としての手数料収入を増やします	近鉄草津店、平和堂での催事出展手数料収入

施策㉑ 会員サービスの向上

公益社団法人びわこビジターズビューローに入会して良かったと思っただけの入会特典等の検討や、会員事業者の事業拡大の契機となるような取り組みを実施します。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
総務経理部	国や県の各種補助制度や施策など会員のメリットとなる情報を迅速かつタイムリーに伝えます。会員とビューロー、会員相互の情報共有、意見交換する場として実施している地域懇談会をグレードアップできるよう努めます	会員通信の内容・頻度の充実、地域懇談会の拡充、会員メリットの研究、会員と他団体支援制度のつなぎ
企画広報部	他の都道府県の観光関連団体等を調査し、どのような特典があるのかを把握し、導入を検討する	新規事業検討
国内誘客部	キャラバン営業や商談会など、事業者の役に立つ事業を拡大し満足度向上を図ります	教育旅行誘致、コンベンション誘致、旅行商品造成支援事業

基本戦略6 組織強化

目標達成の下支えとなるよう、びわこビジターズビューローの組織強化に取り組みます。

施策③④ 組織体制の強化

滋賀県の観光を牽引する組織体制となるよう、外部から専門性・経験のあるスタッフを登用するとともに、組織力が最大限に発揮されるよう組織運営に努めます。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
総務経理部	子育てや介護等、様々な事情を抱えた職員が安心して働くことができるよう職場の環境づくり、職員のモチベーション向上につながる組織運営に努めます	働き方改革の推進、職員の資質向上のための研修の実施、マンパワーが最大限に発揮できる人員配置・業務量の適正配分

施策③⑤ 業務効率改善

ネットワーク環境の整備やデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進することで、業務の効率化を進め、事業の効果を増し、滋賀県の観光物産振興の更なる効率化と高速化を図ります。

部ごとの取り組み	取組の内容	具体的な事業の名称等
企画広報部	DXを推進し、業務効率化と事業の効果増に努めます	各種事業
総務経理部	ネットワーク環境を整備し高速通信に対応することで、WEB会議など職場環境の高度化を図ります。事業のスクラップ・アンド・ビルドなど、ルーティンワークの点検、改善を通じて更なる改善に取り組みます	パソコン等のOA環境の改善による能率向上、効率化に繋がる業務の点検・見直し、サイボウズ等の機能を活用した業務改善



各部会・部の基本方針およびターゲット

国内旅行誘致部会（事務局：国内誘客部）

基本方針

国内旅行誘致全般に関わり、観光客拡大のための提案を積極的に行います。あわせて、県内の各事業主体と連携して（一次産業、二次産業と連携した六次産業化の推進も含め）、地域産業や伝統・文化に根差したプログラム開発を支援し、参画者それぞれに収益が生じるように努めます。また、商談会やバイヤーを招聘する現地研修会を継続的に実施し、販売促進に取り組みます。

ターゲット

首都圏・東海・九州地区からの個人旅行・団体旅行の誘致活動を行ないます。



各部会・部の基本方針およびターゲット

インバウンド部会（事務局：海外誘客部）

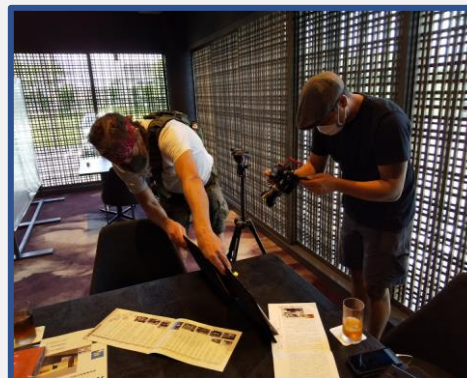
基本方針

コロナ禍においても、「食事がおいしい」「行きたい観光地・施設がある」「清潔」「体験したいツアー・アクティビティがある」といった理由で、海外旅行先として日本が高評価を得ていることから、誘客実績や各種調査結果等の精査を通じて、本県の観光資源がどの市場・属性に対して訴求力を有するかについて把握します。

出入国規制等の段階的緩和に応じて回復が見込まれるインバウンド需要の取り込みを図る際、インバウンド誘客再開に伴う県民感情に寄り添いながら施策を多面的に展開します。外国人旅行者一人ひとりが本県を旅する中で、見つけ、感じ取る本県独自の魅力こそが、インバウンド誘客における「シガリズム」であることから、マーケットインの意識を基本とする施策の展開を図ります。

ターゲット

東アジアを『重点市場』、欧州を『開拓市場』と位置付け、ターゲット設定。



各部会・部の基本方針およびターゲット

教育旅行部会（事務局：国内誘客部）

基本方針

教育旅行来県者の増加を目的として、学校関係者や旅行会社教育旅行担当を対象としたキャラバン営業や現地研修会を拡充し、SDGs・MLGsを含めた“滋賀県ならではの”教育旅行コンテンツを全国へ売り込んでいきます。また、アフターコロナを見据え、旅行会社への支援を継続・強化することで、2020年度以降新たに来県した地区の学校のリピート化を進めるとともに、コロナ前の来訪地区からの復活誘致を並行して行い、来県者数の拡大と目的地としての定着化を図っていきます。

ターゲット

東北・首都圏・東海・関西・九州地区発の中学校等の教育旅行を中心に誘致活動を行います。



各部会・部の基本方針およびターゲット

コンベンション部会（事務局：国内誘客部）

基本方針

2025年「大阪・関西万博」などが決定されるなど世界的なイベントの開催が予定されている中、滋賀県においても2025年「国民スポーツ大会・全国障害者スポーツ大会」の開催が控えており、関西・滋賀県への注目もこれまで以上に高まっていくと考えられます。このような経済状況の中、コンベンション受け入れ、運営に熟知した民間企業と医学系大学の教授による主催学会、理工学分野の研究・開発の大学、産官学が一体となりMICEの誘致に取り組んでいきます。また「びわ湖コンベンションストリート活性化協議会」と連携し、国際会議の誘致を推進します。

ターゲット

琵琶湖の保全や地球温暖化の防止に取り組んできた湖国の歴史を活かし環境問題のコンベンションが誘致しやすいターゲットとなります。2023年G7サミットの環境分野に関する環境閣僚会議の誘致活動も行っていきます。あわせて県外からの学会や組織団体が開催するコンベンションを引き続き誘致します。



各部会・部の基本方針およびターゲット

物産振興部会（事務局：物産振興部）

基本方針

特産品の更なる振興を図る為、大都市圏での物産展に積極的に取り組む一方で、県内においても大型商業施設での展示即売や常設展示により地産地消を推進します。また、県特産品の販路拡大を図るために、SNSを使った商品紹介や、製造業者と県内外の幅広い販売業者とのビジネスマッチングに取り組みます。一方でアフターコロナを見据えての物産販売の育成の為の勉強会や講演会を開催致します。

ターゲット

大都市百貨店催事では県産品の振興と滋賀県への誘客促進の為、特にミドルからシルバー女性客をメインターゲットとして取り組む一方で県内量販店でのイベントは幅広くファミリー層を狙います。また、SNSを使った商品PRは全世代を対象として取り組みます。



各部会・部の基本方針およびターゲット

企画広報部

基本方針

県内の観光物産情報を集約し、一元化して「滋賀県観光情報ウェブサイト」で効果的・効率的に旬の情報を発信します。またSNSを活用しながら、積極的な配信を行うことで、滋賀の観光情報の周知に努めます。情報発信全般については「デジタルへの転換」「コンテンツの選択」「ターゲティング」を意識して取り組んでまいります。

また滋賀県全域を対象とした地域連携DMOとしての取り組みにおいては、観光による地域活性化に向け、滋賀県の観光を牽引するリーダーとして、また県内の市町、観光協会、観光事業者を繋ぐプラットフォームとしての役割を発揮してまいります。データに基づいた各市町の事情に合わせた戦略的な施策の構築を支援してまいります。

ターゲット

【情報発信のターゲット】

取り上げるコンテンツによってターゲットは異なるものの、まずは「滋賀県観光情報ウェブサイト」にアクセスしていただくことを意識してアクセス数拡大を目指します。

【地域連携DMOとしてのターゲット】

県内の市町、観光協会、観光事業者を含めたビューロー会員



各部会・部の基本方針およびターゲット

総務経理部

基本方針

新型コロナウイルス感染症対策として実施された補助制度に伴い、過去最多となっている会員数を今後も維持し、更に新規会員の確保に努力します。

そのためにもビューロー会員のメリットを実感してもらえるサービス向上や手法等について検討を重ねます。

観光物産振興を担う団体として、各種団体と連携を図りつつ、全体を牽引していける組織となるよう、引き続き外部からの専門人材の登用、さらなる能力向上の研修などに取り組みます。

ターゲット

ビューロー会員および役職員



第6章 成果指標等

公益社団法人びわこビジネスビューロー 第3期中期計画「シガリズム宣言」

目標達成への成果指標

No.	指標	出典等	DMO 必須 KPI	コロナ禍以前の数値	計画開始時の数値	計画途中の年度目標値	計画途中の年度目標値	計画の最終目標値
				コロナ禍以前 (2019年度)	現状 (2020年度)	2022年度	2023年度	2024年度
1	延べ観光入込客数	滋賀県観光入込客統計調査 (人)		54,036,100	36,414,300	40,000,000	44,000,000	54,100,000
2	宿泊客数	滋賀県観光入込客統計調査 (人)	○	4,081,500	2,423,000	2,700,000	3,000,000	4,100,000
3	外国人宿泊客数	滋賀県観光入込客統計調査 (人)		342,049	40,472	40,000	200,000	350,000
4	観光消費額 (総額)	延観光入込客数に対応する額を算出 (億円)	○	2,035	1,328	1,500	1,800	2,139
5	来訪者満足度	パラメータ調査 (%)	○	87.4	89.3	100	100	100
6	リピーター率	パラメータ調査 (%)	○	68.8	64.8	70.0	70.0	70.0
7	滋賀県観光情報ウェブ サイトアクセス数	Google アナリティクス (セッション)		4,439,978	3,690,000	4,100,000	4,500,000	5,000,000
8	滋賀県観光情報 ウェブサイト 外国人アクセス数	Google アナリティクス (セッション)		268,621	85,000	94,000	110,000	113,300
9	教育旅行来訪者数	旅行社による集計 (人)		69,831	69,000	80,000	90,000	100,000
10	誘致した大会・会議 への参加者数	参加者数を事務局で集計 (人)		19,190	0	30,000	40,000	50,000
11	物産販売金額	販売金額を事務局で集計 (円)		168,804,565	118,070,000	130,000,000	140,000,000	150,000,000

[参考] 滋賀県観光客入込統計調査 2021年速報値 ①延べ観光客数 3,692万人 ②宿泊客数 257万人 ③外国人宿泊客数 6,000人

※教育旅行来訪者数の数値は、2019年度までは宿泊者のみの数、2020年以降は日帰り客・宿泊客の合計値となります。

琵琶湖版SDGs

マザーレイクゴールズ (Mother Lake Goals, MLGs)



●マザーレイクゴールズとは？

マザーレイクゴールズ (Mother Lake Goals, MLGs) は、「琵琶湖」を切り口とした2030年の持続可能社会へ向けた目標 (ゴール) です。MLGsは、琵琶湖版のSDGsとして、2030年の環境と経済・社会活動をつなぐ健全な循環の構築に向け、琵琶湖を切り口として独自に13のゴールを設定しています。

SDGs の視点から見ると、琵琶湖を通じて SDGs をアクションまで落とし込む仕組みがMLGs であり、MLGs の取組は SDGs の達成に貢献するものと言えます。

MLGs からの視点で見ると、琵琶湖を通じて、石けん運動以来40年にわたる県民等多様な主体による活動が SDGs につながっていることを発見する仕組みと言えます。

※MLGsWEBおよびMLGsアジェンダから抜粋



令和3年(2021年)12月23日。公益社団法人びわこビジターズビューローとしてMLGsに賛同しました。



びわこビジターズビューローは 観光物産振興活動をとおしてMLGsに貢献します。

シガリズムの推進



Goal 10
地元も流域も
学びの場に

コンベンションや教育旅行の誘致活動を通して、奥の深い琵琶湖の自然や独自の生態系、また琵琶湖に根差す生活様式などを、学びの素材や特色あるコンベンション会場として発信します。



Goal 11
びわ湖を楽しみ
愛する人を
増やそう

国内外を問わず観光客の皆様に、琵琶湖やその流域を楽しむことのできる旅の形を提供します。また、琵琶湖やその流域の特産品のすばらしさを発信し、滋賀ファンになっていただくよう努めます



Goal 12
水とつながる
祈りと暮らしを
次世代に

琵琶湖やその流域の「水」に根差した文化や生活様式を、特色ある観光資源として、観光客に発信することで、地域住民が誇りを持てる地域の宝物として次世代に繋いでいきます。



Goal 13
つながりあって
目標を達成しよう

公益社団法人、観光地域づくり法人（DMO）として、観光事業者だけでなく、他業種の方や地域住民とも広く合意形成を図り、多様な主体が参画した観光地経営を実現します。