

令和8年度(2026年度)事業計画

当事業計画案は令和7年(2025年)4月1日より施行した公益社団法人びわこビクターズビューロー第4期経営戦略「シガリズム宣言 2.0」の考え方にに基づき作成されています。

近年、世界情勢は大きく変化し、国際社会は不確実性の高い時代を迎えています。ウクライナ情勢の長期化や中東地域における紛争など、国際政治や経済の不安定要因は依然として続いており、エネルギー価格や物価の変動などを通じて世界経済にも影響を及ぼしています。このような状況の中で、人々の価値観や生活様式も大きく変化し、心の豊かさや生活の質を重視する傾向が強まっています。観光は、日常生活から離れて自然や文化、地域の暮らしに触れることにより心身のリフレッシュをもたらす活動であり、こうした社会環境の中でその価値が改めて認識されています。

観光は単なる余暇活動にとどまらず、人と地域を結びつける交流の場を生み出すとともに、地域経済の活性化や文化交流の促進にも寄与する重要な産業です。さらに、地域の歴史や文化、自然環境などの価値を再発見し、それらを次世代へ継承していく契機ともなり得ます。近年では、持続可能な地域社会の形成という観点からも観光の役割が注目されており、地域資源を活用しながら地域経済の発展と環境保全を両立させる観光地づくりが求められています。

また、デジタル技術の進展は観光のあり方にも大きな変化をもたらしています。AIをはじめとする先端技術の活用により、観光情報の収集や分析、情報発信の手法は大きく進化しています。観光客の行動データや消費動向などのデータを分析することで、より精度の高い観光施策の構築が可能となりつつあります。こうしたデータエビデンスに基づく観光政策の推進は、観光地経営の高度化を図る上で重要な要素となっています。観光データを単なる統計情報として扱うのではなく、地域の重要な資産として蓄積・活用していく「観光データの資産化」という考え方も、今後の観光振興において重要な視点となります。

日本の観光を取り巻く環境に目を向けると、新型コロナウイルス感染症の影響により大きく落ち込んだ観光需要は回復基調にあり、特に訪日外国人旅行者数は急速な増加を見せています。政府は観光を成長戦略の柱の一つとして位置づけ、訪日外国人旅行者数の拡大と観光消費額の増加を目標に掲げています。訪日旅行者の増加は地域経済の活性化に大きく寄与する一方で、一部の観光地では観光客の集中によるオーバーツーリズムが社会的課題として顕在化しています。観光客の分散化や持続可能な観光地づくりは、今後の観光政策において重要なテーマとなっています。

また、日本社会は人口減少と高齢化という大きな構造変化に直面しています。人口減少社会においては、国内旅行者の総数が長期的に減少していく可能性があり、各地域における観光客誘致の競争はこれまで以上に激化していくことが予想されます。このような状況の中で、海外からの旅行者を積極的に受け入れるインバウンド観光は、地域経済を支える重要な要素となっています。訪日旅行者は国内旅行者に比べて滞在期間が長く、消費額も高い傾向があることから、地域経済への波及効果も大きいとされています。

さらに、近年の旅行形態は大きく変化しています。従来の団体旅行中心の観光から、個人旅行を中心とした旅行スタイルへと移行が進み、旅行者の関心も観光名所を巡る観光から地域の文化や暮らしを体験する滞在型・体験型の観光へと広がっています。地域ならではの食文化や伝統文化、自然体験などを通じてその土地の魅力を深く体感する旅行への関心が高まっており、地域資源を活かした観光コンテンツの重要性は一層高まっています。

このように、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、各地域がそれぞれの特色を活かしながら戦略的に観光振興を進めていくことが求められています。デジタル技術の活用による DX の推進、観光データの分析に基づくマーケティングの高度化、そして地域の個性を活かした観光コンテンツの磨き上げなど、多角的な取り組みを通じて、地域の魅力を国内外に発信していくことが重要です。

こうした観光を取り巻く社会環境の変化を踏まえながら、地域の自然や歴史、文化といった固有の資源を活かした観光振興を進めることは、地域経済の活性化と持続的な発展を実現する上で重要な課題となっています。

滋賀県は、日本最大の湖である琵琶湖を中心に豊かな自然環境を有し、長い歴史の中で育まれてきた文化や伝統、さらには地域に根差した多様な産業など、魅力ある観光資源を数多く有しています。古くから交通の要衝として栄えた歴史を持ち、街道文化や城郭、寺社などの歴史的資産が県内各地に点在しているほか、琵琶湖を中心とした水辺の景観や里山の自然環境など、滋賀ならではの魅力を体感できる地域資源が豊富に存在しています。こうした地域資源を活かした観光振興は、地域経済の活性化に寄与するとともに、地域の魅力を広く発信する重要な役割を担っています。

滋賀県観光統計調査によると、令和6年の県内観光入込客数は50,438,261人となっています。観光客による観光消費額は2,265億円となっており、観光が地域経済に大きな影響を与える産業であることが示されています。観光客の消費単価を見ると、宿泊客の消費額は21,098円、日帰り客の消費額は4,790円となっており、宿泊客と日帰り客の間には大きな差が見られます。このことから、観光消費額の拡大を図るためには、宿泊客の増加や滞在時間の延長など、滞在型観光を促進する取り組みが重要であることがうかがえます。

また、外国人観光客の状況を見ると、外国人宿泊者数は224,115人、外国人日帰り客数は290,426人となっています。訪日外国人旅行者数は全国的には急速な回復を見せているものの、滋賀県における外国人観光客の規模は京都や大阪などの近隣府県と比較すると依然として小さい状況にあります。関西地域には世界的に知名度の高い観光地が数多く存在しており、外国人

観光客の多くは京都や大阪、奈良などを中心に訪問しています。こうした中で、滋賀県がインバウンド観光の需要を取り込んでいくためには、関西広域観光圏の中での位置づけを明確にし、滋賀ならではの魅力を効果的に発信していくことが重要となります。

さらに、令和 7 年に開催された大阪・関西万博は、関西地域全体への観光需要の高まりをもたらす契機となっています。万博をきっかけとして日本を訪れる外国人旅行者や国内旅行者が増加することが見込まれる中で、関西各地への周遊観光を促進することが重要な課題となっています。滋賀県にとっても、関西観光圏の一員としてこの機会を活かし、県内への誘客を促進していくことが求められます。琵琶湖の自然景観や歴史文化資源、さらには地域の食文化や伝統産業など、滋賀ならではの魅力を組み合わせた観光コンテンツを充実させることにより、観光客の周遊を促進していく必要があります。

このように、滋賀県観光は豊かな資源を有する一方で、インバウンドの取り込みや滞在型観光の促進、観光データの活用など、今後取り組むべき課題も存在しています。こうした課題に対応しながら、地域資源を活かした観光振興を進めていくことが、滋賀県観光の持続的な発展につながるものと考えられます。

こうした状況の中で、滋賀県がこれまで推進してきた観光の理念である「シガリズム」は、滋賀観光の価値を発信する上で重要な概念となっています。シガリズムとは、琵琶湖とともに育まれてきた滋賀の自然や文化、そして地域の暮らしを体感する旅のあり方を示すものであり、訪れる人々が地域の魅力に触れながら心身の癒しを得ることを目指す観光の考え方です。滋賀県は日本最大の湖である琵琶湖を中心に豊かな自然環境を有しており、湖岸の景観や里山の風景、農村の暮らしなど、都市部では体験することのできない穏やかな時間の流れを感じることができます。こうした自然や暮らしに触れる体験は、忙しい現代社会において人々が求める「癒し」の価値とも深く結びついています。

また、滋賀県には長い歴史の中で育まれてきた文化や伝統が数多く残されています。比叡山延暦寺をはじめとする歴史的寺院、城郭や街道の遺構、地域に根差した祭礼や伝統文化などは、滋賀ならではの魅力を形成する重要な要素です。こうした文化資源を活かした観光は、地域の歴史や文化を広く伝えるとともに、訪れる人々に深い感動を与えるものとなります。シガリズムは、こうした滋賀の自然、歴史、文化、暮らしといった多様な地域資源を総合的に捉え、その魅力を体感する旅のスタイルを提案するものであり、滋賀観光の基本的な理念として位置づけられています。

さらに近年では、旅行者の関心が観光名所を巡るだけの観光から、その地域ならではの体験を重視する旅行へと変化しています。地域の食文化を味わう体験、伝統工芸や農業体験、自然体験などを通じて地域の魅力を深く知ることができる体験型観光へのニーズが高まっています。シガリズムの考え方は、こうした体験型観光の流れとも合致しており、地域の人々の暮らしや文化を観光資源として活かすことにより、滋賀ならではの魅力をより深く伝えることが可能となります。

令和8年度は、滋賀県観光にとって大きな節目となる年となります。令和9年10月から12月にかけて実施される滋賀県デスティネーションキャンペーンに向けて、令和8年10月から12月にはプレキャンペーンが実施される予定となっています。デスティネーションキャンペーンは、JRグループと自治体、観光関係団体が連携して実施する全国規模の観光プロモーションであり、地域の観光資源を全国に向けて発信する大きな機会となります。今回のデスティネーションキャンペーンでは、「癒しがいっぱい、シガリズム。」をキャッチフレーズとして掲げ、滋賀の自然や文化、暮らしの魅力を広く発信していくこととされています。

プレキャンペーンの期間は、本キャンペーンに向けた機運醸成と受入体制の整備を進める重要な準備期間でもあります。観光資源の磨き上げや観光コンテンツの充実、情報発信の強化などを進めることにより、本キャンペーンに向けた観光誘客の基盤を整えていくことが求められます。また、県内の自治体や観光事業者、交通事業者などと連携しながら、滋賀県全体として観光客を迎える体制を整備していくことも重要です。

加えて、令和8年はNHK大河ドラマ「豊臣兄弟！」の放送を契機とした観光誘客の取組を進める重要な時期でもあります。滋賀県内には戦国時代にゆかりのある城郭や史跡が数多く存在しており、これらの歴史資源は滋賀観光の大きな魅力の一つとなっています。こうした歴史資源を活用した観光キャンペーン「戦国ディスカバリー滋賀・びわ湖」を展開することにより、県内各地の戦国ゆかりの地を巡る観光を促進し、観光客の周遊を図ることが期待されます。

戦国時代は日本の歴史の中でも特に多くの人々の関心を集める時代であり、城郭や武将ゆかりの地を訪ねる歴史観光は国内外の旅行者にとって魅力的な観光コンテンツとなっています。滋賀県は交通の要衝として戦国時代の歴史に深く関わっており、県内各地に戦国ゆかりの史跡が残されています。こうした資源を効果的に活用することにより、歴史観光の魅力を高め、観光客の誘致につなげていくことが重要です。

このように、シガリズムの理念を基盤としながら、デスティネーションキャンペーンや歴史観光などの取り組みを組み合わせることにより、滋賀県観光の魅力をより広く発信していくことが可能となります。滋賀ならではの自然や文化、歴史を活かした観光振興を進めることは、観光客の満足度向上と地域経済の活性化につながる重要な取り組みとなります。

こうした観光環境の変化を踏まえ、公益社団法人びわこビジターズビューローでは、滋賀県の観光振興と物産振興を一体的に推進することにより、地域の魅力を総合的に発信していきます。観光は地域の自然や文化、歴史などの魅力を広く伝える役割を担うとともに、地域製品の販売促進や地域産業の活性化にもつながる重要な取り組みです。観光と物産を連動させた情報発信や販売促進を進めることにより、滋賀の魅力をより多くの人々に届けるとともに、地域経済の活性化を図っていきます。

観光分野においては、国内外からの観光客誘致を推進するため、情報発信の強化や観光コンテンツの充実に取り組みます。特に、近年増加している個人旅行者に対応するため、地域の魅力を体験できる観光プログラムの充実や、県内周遊を促進する観光ルートの形成などを進めていきます。加えて人口減少時代を迎え競争の激化する教育旅行市場での滋賀の存在感を高める取り

組みにも着手し、MICE 誘致もこれまで以上に積極的に推進いたします。また、台湾や韓国をはじめとする海外市場への情報発信を強化し、訪日外国人旅行者の誘致にも取り組みます。人口減少が進む日本社会においては、インバウンド観光は地域経済を支える重要な要素となっており、海外からの観光客を積極的に受け入れる取り組みを進めていくことが必要です。

物産分野においては、滋賀県の特産品や地域産品の魅力を広く発信するため、都市圏を中心とした物産展の開催や販路拡大に取り組みます。観光と連動した物産展の開催により、観光情報の発信と特産品の販売促進を同時に行うことで、滋賀の魅力を総合的に伝えることが可能となります。また、海外市場への販路拡大の可能性についても検討を進め、滋賀ブランドの認知度向上につなげていきます。

さらに、観光施策の効果を高めるためには、デジタル技術を活用した DX の推進が重要となります。観光情報の発信においても、デジタル媒体の活用は不可欠となっており、SNS やウェブサイトなどを通じて観光情報を効果的に発信していくことが求められます。また、観光客の行動データや消費動向などの観光データを収集・分析することにより、より精度の高い観光施策を構築することが可能となります。観光データを単なる統計情報として扱うのではなく、地域の重要な資産として蓄積し、戦略的に活用していく「観光データのアセット化」を進めることにより、データエビデンスに基づく観光政策の推進を図っていきます。

また、AI をはじめとする先端技術の活用も、今後の観光振興において重要な要素となります。観光客のニーズや行動を分析し、より効果的な情報発信やサービス提供につなげていくためには、データ分析や AI 技術の活用が有効と考えられます。こうした技術の活用を通じて、観光地経営の高度化を図り、地域の観光振興をより効果的に推進していくことが求められます。

さらに、令和7年10月には、当ビューローの DMO 登録区分が「地域連携 DMO」から「都道府県 DMO」へと変更されました。これは、滋賀県全体の観光振興を担う組織としての役割がより明確になったことを意味しています。今後は県内の市町や地域 DMO、観光事業者などとの連携をさらに強化しながら、広域的な観光戦略の推進や観光マーケティングの高度化に取り組んでいく必要があります。観光データの収集と分析を通じて観光動向を的確に把握し、エビデンスに基づいた施策を展開していくことが、都道府県 DMO としての重要な役割となります。

また、観光振興を持続的に推進していくためには、組織基盤の強化も重要な課題です。観光を取り巻く環境が大きく変化する中で、地域の観光振興を担う組織として必要な機能を強化し、専門的な知識や能力を有する人材の育成を進めていくことが求められます。観光マーケティングやデータ分析、情報発信などの分野において専門性を高めるとともに、関係機関との連携を強化することにより、観光振興を支える体制の充実を図っていきます。

令和8年度は、第4期経営戦略「シガリズム宣言 2.0」のもと、滋賀県の観光振興と物産振興を一体的に推進しながら、地域の魅力を国内外に発信していく重要な年度となります。デスクティネーションキャンペーンや戦国ディスカバリー滋賀・びわ湖といった取り組みを通じて滋賀観光の魅力を広く発信するとともに、DX の推進や観光データの活用などにより観光施策の高度化を図ってい

きます。こうした取り組みを通じて、滋賀県を訪れる人々に新たな魅力を提供し、観光客の満足度向上と地域経済の活性化につなげていくことを目指します。

今後も、関係する自治体や観光事業者、地域の皆様との連携を深めながら、滋賀県観光のさらなる発展に向けた取り組みを進めていきます。琵琶湖をはじめとする豊かな自然や歴史文化、地域の暮らしといった滋賀ならではの魅力を大切にしながら、多くの人々にその価値を伝えていくことにより、持続可能な観光地づくりと地域社会の発展に貢献してまいります。

★★国内誘客部所管事業★★

観光物産振興事業負担金

1 観光物産情報発信事業 330 千円【県・負】

高速道路を活用した情報発信

NEXCO 西日本と連携したドライブキャンペーンで魅力ある観光地情報を発信するとともに、京都府・福井県と協力したドライブパスにより本県への誘客を図ります。

2 地域観光活性化支援事業 12,200 千円【県・負】

市町や観光協会、地域観光振興協議会等が実施する広域連携や広報、スポーツツーリズム、受入環境整備、誘客促進、特産品開発、夜型観光推進など、各地域の観光活性化を目的とした事業を支援するため補助を行います。

3 教育旅行誘致事業 3,550 千円【県・負】 2,880 千円【自】

(1)教育旅行誘致研修会事業

滋賀ならではの体験コンテンツを実際に見学・体験してもらい研修会を開催し、旅行会社による学校向け企画提案につなげるとともに、会員間の情報交換を行います。

(2)教育旅行誘致キャラバン事業

教育旅行を実施している学校等を訪問するキャラバンを実施し、誘致エリアの拡大を図ります。

(3)東北3県との学校交流

岩手・宮城・福島の学校との交流を促進し、教育旅行における相互交流を推進します。

(4)県内周遊型教育旅行支援

県内周遊と宿泊を伴う教育旅行を実施するエージェントに対し、経費の一部を支援することで誘致を促進します。

(5)教育旅行関連ツールのデジタル化

教育旅行誘致の強化に向け、パンフレット等の情報発信ツールのデジタル化を進めます。

(6)部会等の運営

部会総会の開催や研修会の実施など、部会活動の運営に必要な経費を支出します。

4 コンベンション招致事業 3,568 千円【県・負】 588 千円【自】

(1)コンベンション開催支援助成金

滋賀県でのコンベンション開催を誘致するため、コンベンション開催に係る経費の一部を助成します。

(2)地方都市コンベンション関連団体合同セミナー・ワークショップ

地方都市のコンベンション関連団体が首都圏で行うセミナー／ワークショップ等に参加し、誘致の働きかけと情報収集を実施。滋賀県でのコンベンション開催誘致につなげます。

(3)大手旅行社、学会運営会社等 MICE 担当者現地研修会

大手旅行社・学会運営会社の MICE 担当者を滋賀に招請し、MICE 施設や寺社等ユニークベニューの視察、部会員からの説明を通じて開催地として PR します。

5 東海地区観光情報発信事業 590 千円【県・負】

旅行エージェント商談会の開催

滋賀県の観光テーマや新しい観光情報を中京地区の旅行会社担当者に案内・情報提供し、滋賀県事業者との繋がりを目的に営業活動と商談会を実施します。

6 首都圏観光営業推進事業 1,534 千円【県・負】

近畿 6 府県合同の情報交換会や商談会、個別営業を継続して実施し、本県の観光物産情報を首都圏に発信します。

(1)近畿 6 府県観光情報交換会開催

(2)旅行エージェント商談会開催

(3)首都圏営業

観光産業活性化事業(国内)

1 トランスフォーマティブトラベルの推進 37,257 千円【県・補】

(1)オリジナルコンテンツ造成

①シガリズム体験

トランスフォーマティブトラベル概念に沿う体験を新規創出し販売します。

②OTA

OTA と連携し宿泊・体験プランを造成します。

③市町コンテンツ創出

市町のコンテンツ創出を支援し、一体的に情報発信を行います。

(2)特別コンテンツ造成

①彦根城世界遺産登録特別企画

彦根城の世界遺産登録を後押しする特別企画を実施します。

(3)観光まちづくりの推進

①観光まちづくりコンテンツ創出

観光事業者が連携し新たな観光サービス・商品の開発に取り組みます。

(4)旅行商品化提携事業造成

①旅行商品コンテンツ造成(旅行会社)

個人型・団体型の旅行商品造成を支援します。

②商談会

旅行会社の造成担当者を招く商談会を3回、県内での現地研修会(視察)を1回実施します。

③旅行商品コンテンツ造成(オリジナル)

「戦国ディスカバリーツアー第2弾」を企画実施します。

2 誘客促進に向けた特別企画・プロモーション展開 1,159 千円【県・補】

次世代自動車観光周遊促進事業

次世代自動車レンタカーの利用促進のため、利用料の一部を助成します。

大河ドラマを活用した観光誘客・地域活性化事業

北近江豊臣博覧会実行委員会連携 10,000 千円【県・補】

北近江豊臣博覧会実行委員会(長浜市)や県内自治体・観光団体と連携し、長浜市エリアにとどまらず県内広域での魅力発信と誘客を図ります。

教育旅行誘致 PR 事業

1 シガリズムスクールコンテンツの磨き上げ 1,349 千円【県・補】

学習に感度の高い私立学校職員や旅行会社の教育旅行担当者を県に招き、フィードバックを得ることで、シガリズムスクールコンテンツの磨き上げを行います。

2 教育旅行のトレンドや状況等の調査・営業業務 2,530 千円【県・補】

FAM ツアー調査や訪問営業事業を実施し、全国の学校へ向けた誘致活動に取り組みます。

3 教育旅行紹介冊子送付による PR 3,592 千円【県・補】

感度の高い全国の私立中高および国公立中高の合計5,500校に対し、教育旅行紹介冊子を送付してPRを行います。

MICE 誘致促進事業

MICE 開催団体への開催経費の支援 8,000 千円【県・補】

観光周遊事業構築事業

米原駅を活用した広域観光周遊促進事業 2,000 千円【県・補】

米原駅を拠点として、観光周遊の促進事業を展開する。ツアー掲載事業者の運用支援や周知を行い、継続的に販売が実施されるよう取り組む。また、各地域の状況に応じて新規ツアーも造成します。

県北部地域誘客促進事業 14,000 千円【県・補】

県北部地域の魅力発信や観光誘客を目的としたイベントの新規開催や内容の充実化を支援し、県内外からの観光客を増やすことで、地域と関わる人の増加を目指します。

魅力ある観光まちづくり・誘客臨時対策事業 117,000 千円【県・補】 ※R7 年 11 月補正

1 地域連携特別観光事業

地域と連携した夜型観光などの観光特別企画を実施し、地域経済の活性化を図ります。

2 滋賀魅力体験ツアー支援事業

県内周遊を促進するため、旅行事業者などに滋賀の魅力を体験できる観光バスツアーの造成を支援します。

日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会への参画

日本遺産「琵琶湖とその水辺景観」について、地域協議会等の観光資産価値向上の取組を支援し、駅起点の観光や魅力発信を強化して県内への誘客を促進します。

観光ボランティアガイド連絡協議会への参画

淡海観光ボランティアガイド連絡協議会に対し、研修会開催費の一部を補助します。

びわこビジターズビューロー自主事業

1 旅行商品造成に向けた商談会の開催等 1,300 千円【自】

会員や市町観光協会等と連携し旅行会社に対し商品化提案のための商談会や滋賀での現地研修会を実施します。

2 OTA と連携したアフィリエイト収入の確保 20 千円【自】

前年度に引き続き、HP 内に構築した販売システムを通して、アクティビティやグルメ、イベント、物産等を直接販売し、アフィリエイト収入(手数料収入)を確保します。

★★企画広報部所管事業★★

観光統計調査事業委託料

1 観光統計調査事業 2,878 千円【県・委】

最新の観光動向を把握し、今後の観光振興施策の効果的な推進を図るための基礎資料とします。

- (1) 観光入込客統計調査
- (2) パラメータ調査

観光物産振興事業負担金

1 観光物産情報発信事業 31,425 千円【県・負】 455 千円【自】

(1) 観光物産情報ウェブサイト等の管理運用

SNS やホームページを活用し、観光物産情報を効果的・効率的に発信して、滋賀県の観光需要の喚起を図ります。

(2) 観光キャンペーン事業

びわこキャンペーン推進協議会(滋賀県、JR 西日本など)が共同で、観光季刊誌『シガリズムトリップ』の広域配架や主要交通拠点での観光展を通じて、滋賀県への観光誘客および公共交通機関の利用拡大を図ります。

(3) 観光案内・観光相談業務継続事業

2 日本観光振興協会共同事業 1,000 千円【県・負】

日本観光振興協会共同事業

観光 DMP 構築推進事業

観光 DMP 構築推進事業補助金 12,362 千円【県・補】

観光データマネジメントプラットフォーム(DMP)を構築・実装し、観光事業者の EBPM に基づく観光地経営を推進するとともに、データに基づく迅速な施策展開につなげます。

- (1) DMP の本格稼働、伴走支援
- (2) QR コードを利用したアンケートシステムの構築
- (3) インターネット調査

観光産業活性化事業(国内)

1 トランスフォーマティブトラベルの推進 38,100 千円【県・補】

(1) プロモーション

- ① プレスリリース配信サービス
- ② デジタル観光パスポートの運用
- ③ 滋賀県総合観光パンフレット「シガリズム」の増刷

- ④戦国ディスカバリー滋賀・びわ湖 特設サイトの運用
- ⑤戦国ディスカバリー滋賀・びわ湖 パンフレットの増刷
- ⑥各種広告の掲出
- ⑦特別企画(周遊企画)の実施

観光キャンペーン期間中の来訪促進・周遊促進のため、県内約 20 箇所をスポットに周遊企画を実施します。

- ⑧観光イベント
 - (ア)ツーリズム EXPO ジャパン
 - (イ)フェスティナズマ
 - (ウ)近畿圏イベント
 - (エ)首都圏イベント
- ⑨三県連携事業(岐阜・福井・滋賀)

2 誘客促進に向けた特別企画・プロモーション展開 12,382 千円【県・補】

(1)安土城築城 450 年特別企画事業

安土城周辺での観光イベントや安土城を核とした広域観光周遊企画を実施します。

(2)びわ湖材を使ったノベルティ制作事業

武将イラスト等をプリントしたコースター等を製作します。

大河ドラマを活用した観光誘客・地域活性化事業

1 大河ゆかりの三県連携 3,000 千円【県・補】

「豊臣家ゆかりの地」である愛知県(名古屋市)、滋賀県(長浜市)、奈良県(大和郡山市)が連携し、三県周遊企画などを実施して、関連スポットの観光周遊を促進します。

2 イベント連携(NHK 連携) 12,500 千円【県・補】

NHK と連携し、出演者を招聘したトークショーなどの PR イベントを開催し、大河ドラマと連動したプロモーションを行います。

観光 DX 人材育成事業

1 観光 DX 人材育成事業 2,200 千円【県・補】

県内市町の観光担当課・観光協会等の職員を対象に、データを活用して施策立案・分析ができる「観光 DX を担う人材」を育成する研修等を実施し、各地域での分析・企画実装につなげます。

2 地域マーケティングアドバイザーの設置 3,800 千円【県・補】

観光客の旅行実態や潜在ニーズを把握し、各地域の観光業界が抱える課題を踏まえた助言・支援を行うため、地域マーケティングの専門人材を配置します。

県北部地域観光物産 PR 推進事業

県北部地域物産 PR 5,500 千円【県・補】

県北部地域に所在する日本遺産や観光施設、特産品などの魅力を、中京圏や北陸圏などで広告出稿やイベント開催、EC モールを活用したキャンペーンなどにより発信し、特産品の認知度向上・販売拡大を図ります。

近江の地酒活性化事業 8,000 千円【県・補】 ※R7 年 11 月補正

滋賀県観光キャンペーン「戦国ディスカバリー滋賀・びわ湖」の関連企画として、県内酒蔵と連携し、滋賀の地酒に焦点を当てた周遊企画を実施します。

びわこビジターズビューロー自主事業

1 メディアタイアップ、取材協力対応等 100 千円 [自]

各マスコミ、雑誌等からの協力依頼に対し、素早く対応できる体制を整えます。

2 観光庁や JNTO との連携

観光庁や JNTO などへの各種補助金の申請を行い、新たな事業の実施を検討します。

3 旅行業関連事業

県内観光関連団体等と連携した旅行商品の販売等を行います。また BVB 職員等に対し国内旅行取扱管理者の取得や旅程管理研修の受講を促します。

4 広域連携 DMO 関西観光本部との連携

関西観光本部などの広域連携 DMO との情報共有や事業連携を推進します。

5 各種広告料収入の拡大

会員規模を活かし滋賀県観光情報ウェブサイトへの広告出稿などを促進する活動を実施します。

★★海外誘客部所管事業★★

観光物産振興事業負担金

国際観光推進事業 1,200 千円【県・負】 2,250 千円【自】

(1) 海外旅行博等出展

現地開催の旅行博に出展し、海外メディアや旅行会社とのネットワークを強化することで、誘客拡大と旅行商品の造成、メディア露出の拡大を促進します。

(2) 部会等開催

インバウンド部会の事業・決算報告を行う総会を開催するとともに、部会員の資質向上を目的とした研修会を実施します。

(3) 海外派遣団体助成金

海外の旅行博や商談会への県内事業者の出展を支援するため、現地 AGT や旅行者への情報発信を目的に経費の一部を助成します。

(4) 首都圏インバウンド商談会開催

インバウンド取扱旅行 AGT 等と県内事業者との関係構築を目的とした商談会を首都圏で開催します。

(5) FAMトリップ受入

海外有力メディアの要請による FAM トリップを通じて本県の魅力を発信するとともに、日本への送客に影響力を持つ旅行会社や KOL 等へのプロモーションを実施します。

観光産業活性化事業(海外)

1 トランスフォーマティブトラベルの推進 60,034 千円【県・補】

(1) コンテンツ造成

① 中国市場

湖南省の旅行社で「滋賀県モデルコース」の企画造成支援、湖南省旅行業協会と連携した SNS 発信、観光物産展出展、現地旅行会社へのセールスで商品造成を促進します。

② 香港市場

旅行博出展、プレスツアーで情報発信を強化します。

③ 台湾市場

現地 REP 設置、プレスツアー・AGT 向けファミトリップで商品造成と情報発信を強化します。

④ 韓国市場

ゴルフツーリズム推進のため、ゴルフツアー・ファミトリップの実施、個人旅行者向けターゲティング広告等で情報発信を強化します。

⑤米国市場

福井県と連携して米国市場向けにニュースリリースを発信し現地エージェントへのセールスコールを実施するとともに、敦賀港に寄港するクルーズ船乗客(欧米豪)に対するプロモーションや現地旅行博への出展を行います。

⑥欧州市場

本県でのファムトリップ実施、欧州旅行会社対象のセールス活動と情報発信を強化します。

(2)国内商談会出展

日本国内で開催の海外旅行会社との商談会に参加し、本県の魅力訴求と旅行商品の造成を促進します。

(3)京都そこ滋賀事業

京都市の観光客の受け皿となる県北部の体験コンテンツを含むツアーを造成・販売し、そこ滋賀での観光案内業務と観光情報発信により京都から滋賀への誘客を図ります。

(4)販売促進

①LOP等のファムトリップ

LOP・メディア等の視察を通じ、旅行商品を造成、販売を促進します。

②新市場 PR 事業

未開拓市場へのプロモーションで新規市場参入機会を創出します。

③広域連携によるプロモーション

北陸新幹線沿線自治体および JR と連携して新たなゴールデンルート確立に向けた情報発信・誘客促進を行い、また東京と関西の連携によるインバウンド誘客促進事業としてウェブサイトやパンフレット等の制作で双方の魅力を海外に発信して関西への誘客を促進します。

④通訳案内士研修

全国・地域通訳案内士がインバウンド向けに本県の魅力をガイドするために必要なスキルの底上げを目的に研修を実施します。

⑤多言語素材整備

観光パンフレット増刷、インバウンド向け PR 動画作成で情報発信を強化し本県の魅力を訴求します。

2 DX 化の推進 3,529 千円【県・補】

訪日ウェブサイトリニューアルによる DX 化の推進

リニューアル済みサイトの保守管理、フランス語対応追加により、旅マエ・旅ナカ情報の充実と使い勝手向上を目指します。

3 その他 3,100 千円【県・補】

県内観光事業者の多言語環境整備への支援

多言語翻訳機器やキャッシュレス決済端末の導入整備を支援。インバウンド受入に関するセミナーで受入体制を強化します。

滋賀の文化観光推進事業 7,117 千円【県・補】

県内の複数の文化資源を組み合わせた高付加価値ツアーを対象に、欧州の旅行業者を招くフェームトリップを実施し、商品造成・販売促進につなげます。

インバウンド誘客臨時対策事業 93,000 千円【県・補】 ※R7 年 11 月補正

1 「そこ滋賀」インバウンド誘客活性化事業

「そこ滋賀」を訪れた外国人観光客が県内への来訪や周遊につながるよう、県内の観光施設で利用できるクーポンを発行し、来訪者の属性や周遊状況などのデータ分析を行います。

2 インバウンド誘客活性化事業

外国人観光客の宿泊を伴う旅行を手配する旅行会社への助成を通じて、来訪者の属性や周遊状況などのデータ分析を実施します。

★★物産振興部所管事業★★

観光物産振興事業負担金

1 郷土物産展開催事業 8,343 千円【県・負】【自】

東京などの大都市圏(首都圏・中京圏)で滋賀県産品の大規模展示即売会を継続開催し、近年の新品も含めた物産の発信・販売促進によって全国的な知名度向上と新規顧客開拓を図り、滋賀観光の魅力も併せて発信します。

(1) 第 38 回琵琶湖夢街道 大近江展

(2) 近江味紀行

(3) 滋賀・びわ湖観光物産展

2 東海地区観光情報発信事業 594 千円【県・負】

(1) 観光展出展事業

地域観光推進協議会等と連携して中京圏で開催される観光展に出展し、関係市町や観光協会と協力して滋賀の魅力を発信し観光誘客を促進します。

観光物産 PR 推進事業

1 県外百貨店等との物産展・商談会開催事業 5,000 千円【県・補】

県外の百貨店で物産展や商談会を開催し、県産品の魅力や販売機会を拡大します。

2 関西圏および中京圏での物産 PR 事業 2,500 千円【県・補】

関西・中京圏の都市(名古屋など)で市町と合同イベントを開催し、「銘菓」などテーマ性を持った物産を PR します。

3 物産を活用した誘客促進 PR 2,000 千円【県・補】

県内外のイベント(草津近鉄、びわ湖マラソン等)で物産を活用し、来客・誘客を促進します。

県北部地域観光物産 PR 推進事業

県北部地域日本遺産 PR 4,500 千円【県・補】

県北部地域に所在する日本遺産の構成文化財を、周辺の自然・食・文化資源とともに一体的に発信します。

びわこビクターズビューロー自主事業

1 滋賀県観光土産品公正取引協議会事業 530 千円【自】

滋賀県の優れた伝統工芸や民族工芸および食料品など観光土産品を全国ブランドとするため全国推奨観光土産品審査会へ参加する。またコンプライアンス強化に取り組みます。

2 海外向け物産振興事業 1,000 千円【自】

海外への物産振興等将来的な展望を踏まえ、他の事業団体等が取り組んでいる状況を調査し、海外誘客部との連携やコーディネーター等を活用し、商談会や物産販売につながる取り組みを始めます。

3 動画配信事業 300 千円【自】

物産会員の店舗、商品等を撮影しSNS配信することにより、会員商品の振興とともに滋賀県への誘客につなげます。また、一部配信内容のリニューアルを行います。

★★総務経理部所管事業★★

びわこビジターズビューロー自主事業

1 会員メリットの発信

会員とBVB、会員相互のコミュニケーション充実を図るため BVB 事業の周知や実施報告等の情報や県の各種支援情報、その他会員に有益な情報を掲載した会員通信(メールマガジン)を、定期号を月1回、臨時号を随時発行します。

2 地域懇談会の開催

県内各地域で会員や関係事業者を対象として、BVBの事業説明や意見交換等を行う地域懇談会を開催します。

3 会員の事業参加

会員のBVB事業への参加を促し、会員の意見等はBVB事業への反映に努めます。

4 観光・物産事業功労者等の表彰

定時総会において観光物産事業の発展、振興に功労のあった個人、団体および優良従業員を表彰します。

5 会員増による会費の拡大

入会促進活動を実施することで、会員増に伴う会費の増収を目指します。

6 職員研修等の実施

観光関連の研修講習や、コンプライアンス研修やハラスメント研修を実施し、職員の見識を広めることで、組織体制の強化に努めます。

7 DXの推進

デジタル機器の導入や法人向け生成 AI の活用、事務処理方法の見直し等によりデジタルトランスフォーメーションを推進し、業務の効率化を進めます。

8 職員アンケートの実施

職員満足度に関するアンケートを実施し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。

9 観光物産関連行事への後援等

県内の観光物産の振興に寄与すると認められる行事や企画について、後援、協賛および共催を随時行います。

10 滋賀県経済団体連合会への参画

滋賀県経済団体連合会の一員として、毎年開催する年賀会や人権研修会など他の経済団体と連携した経済振興と地域活性化のための取組みをすすめます。

びわ湖大花火大会への参画

本県への観光客誘致を図るため、夏の滋賀を代表する「びわ湖大花火大会」の実行委員会事務局を担い、地元の理解のもと、関係機関と連携し、安全な大会開催を目指します。