

## 令和2年度事業報告について

令和2年度は公益社団法人びわこビジターズビューロー第2期中期計画の2年目に当たる年であり、滋賀県で策定した観光交流振興指針『「健康しが」 ツーリズムビジョン2022』も踏まえ、様々な事業を広域的に展開し、国内外からの滋賀への観光誘客を積極的に推進する予定であった。

しかしながら、令和元年度末から全国に拡大した新型コロナウイルス感染症の影響により、大阪府や京都府、愛知県など滋賀への観光客の大半を占める近隣府県に緊急事態宣言が発出されるなど、年度の大半にわたり「人」の往来が大幅に制限されることとなった。その為、観光客の減少も非常に大きく、「滋賀県観光入込客統計調査」令和2年速報値によると、滋賀県の観光入込客数は過去最高を記録した令和元年に比べ32.6%減少し、約36,430,000人となり、いくつかの観光物産関連施設については、感染拡大防止の観点などから営業を休止せざるを得ない状況になるなど、滋賀県全体の観光物産産業が未曾有の危機に直面した。

その様な状況下において、当法人や滋賀県の観光物産関連事業についても、当初計画されていたものの多くが中止や内容の縮小を余儀なくされ、積極的な県外に向けての観光物産推進活動を実施できない状況となったが、刻一刻と変化する状況に対応するため、数度の計画・予算の補正を行い、国や県の補助を受けることで、危機に直面した観光関連事業者を支援する事業などを多角的に展開することとなった。

### 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」

滋賀ゆかりの戦国武将“明智光秀”が主人公となる大河ドラマ「麒麟がくる」が放送中であった機会に合わせ、戦国をテーマとした滋賀県観光キャンペーン「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」を昨年度から引き続き実施した。

県内全域を対象として、多様な主体が一丸となって、県内の戦国にまつわる史跡などの歴史資源や、滋賀ゆかりの戦国武将の人的魅力に焦点をあてた観光素材のブラッシュアップに取り組むとともに、「近江の戦国」に関する認知度を向上させることで、新型コロナウイルス感染症収束後の更なる滋賀への観光誘客を実現すべく、各種事業を展開した。

また、ウェブやSNS、パンフレット、ポスターなどによる広報媒体のほか、情報誌などの民間媒体、交通系媒体、パブリシティ、観光展などを幅広く活用し、ターゲットを意識した効果的かつ広域的な広報・PR活動を積極的に展開したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を考慮し、イベント情報の発信を控え、密にならないコンテンツや史跡等を中心に告知を行った。

物産振興事業では昨年度に引き続き、関西有数の商業施設である「あべのハルカス近鉄本店」に

において、観光キャンペーンと連動させた「味と匠の祭典 第2回滋賀・びわ湖展～戦国ワンダーランド～」を開催した。

県内物産品の地産地消の促進に向けては、各市町の観光物産協会と協働して、近鉄百貨店草津店において、継続して物販コーナー「近江路」を運営し、月替わりで各市町の特産品の販売を行った。同時に、物産販売だけでなく、各市町の観光案内等も実施した。

加えて、コロナ禍を経て従来の観光スタイルが変化することを想定し、安全安心を前提にした時代に即した滋賀の「新しい観光スタイル」を「滋賀らしいニューツーリズム」として発信していくために、プロモーションテーマを『シガリズム』として、パンフレット・動画・ウェブサイトなどで展開した。

### **重点テーマ2 「受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」**

宿泊・滞在型観光を増やし、来訪者の再訪意欲を高めるために、コロナ禍における安心安全を担保した「おもてなし」の視点から受入環境の整備を図った。

宿泊・滞在型観光の促進に向けて、地域観光活性化支援事業として、各市町、観光協会、広域観光振興協議会等が実施する地域観光活性化に繋がる観光プログラムやPR・プロモーション事業などに補助金を交付した。

誘致支援の充実に向けては、県内周遊型教育旅行の造成に対して補助金を交付する予定であったが、新型コロナウイルス感染症の拡大により対象の教育旅行等がすべて中止となったほか、県内でのコンベンションへの助成金の交付についても、対象の大会がすべて中止となった。その中でMICE担当者の現地研修会については、感染防止対策を徹底した上で開催することが出来た。

また、コンベンション誘致事業として、平成30年から誘致に取り組み、令和2年5月に大津市を中心に開催が予定されていた「第63回日本糖尿病学会年次学術集会」についても残念ながら開催は中止となったが、代替開催となったウェブでの大会上で、特別に時間を設けていただき、滋賀での観光やコンベンションをPRすることが出来た。

訪日外国人観光客に対しては、訪日自体が難しい現状を踏まえ、新型コロナウイルス感染症収束後の更なる誘客拡大を目指し、来県者の満足度向上を目的とした「通訳案内士研修」を開催し、県内宿泊施設、観光事業者等の受入環境整備の促進を図った。

### **重点テーマ3 「情報発信の強化による認知度向上」**

滋賀県観光情報誌「滋賀たび」や雑誌、パンフレットなどの紙媒体だけでなく、県内全域の観光物産情報を集約し、一元化してウェブで効果的・効率的に旬の情報を発信した。ウェブサイトの運営については、滋賀県観光情報ウェブサイトの大幅なりニューアルを実施し、全アクセスの凡そ7割を占めるモバイル端末からの閲覧に最適化するとともに、主にSEO対策の向上につながる改修

を行い、アクセス増に努めた。

国内においては、マスコミや旅行会社、教育旅行関係、コンベンション関係などに、コロナ禍に対応した、安全安心などをテーマとした観光物産情報を的確に提供できるように努めた。特に観光キャンペーン「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」の情報発信としては、市町・観光協会・事業者等と連携し、旅行会社向けの現地研修会や商談会を通じて旅行商品造成に向けた提案を行うなど、現状に応じた誘客促進に取り組んだ。

教育旅行誘致事業では、誘致キャラバンを東北・東海地区に向けて計2回実施した。特に、東北地方においては現地の滋賀県人会にも情報収集や送客協力を要請した。

海外向けのプロモーションとしては、昨年度京都市の関西ツーリストインフォメーションセンター内に開設した、旅ナカでの観光案内、情報発信を目的とした観光案内所「そこしが」を新型コロナウイルス感染症の拡大により一時停止したが、ウェブを活用した観光素材や旅行記事広告、体験記などを掲載したほか、影響力の大きいメディアの招聘などにも積極的に取り組んだ。

また新たな試みとして、動画投稿サイトYouTubeに専用チャンネルを開設し、手作りの観光PR動画を投稿することで認知度向上や誘客促進に努めた。

中国湖南省に昨年度開設した「滋賀県誘客経済促進センター」では、中国における滋賀観光のプロモーションなどに取り組んだ。

#### **重点テーマ4** 「持続可能な観光・物産振興の体制構築」

持続可能な観光・物産振興の体制構築を行うため、各地域で観光事業を展開・牽引できる人材の育成を目的として、昨年度から3年計画で開始した「観光人材育成等地域支援事業」の2年目を実施した。今年度は、「しが観光人材育成アカデミー」を計5回開催し、昨年度より実践的な内容とするため、実際に地域観光実務に携わる方を講師に招き、滋賀の観光地のフィールドワークなども実施した。併せて、受講者に加え一般の方々も対象とした「県域研修会」を2回開催することで事業の周知にも努めた。

また、本県を周遊する県内外の観光客の属性、宿泊状況、周遊状況等を調査・分析することで、観光客の周遊実態を関係者で共有し、データを活用した戦略的かつ効果的な観光客の受入環境整備や情報発信、周遊ルートの検討など、更なる周遊施策を構築、改善を目的とした「滋賀の観光見える化・データ活用事業」を本年度より実施し、市町、観光協会、さらには事業者に向けて2回に分けて報告会を開催した。

会員とビューロー、会員相互の連携強化に向けては、実施事業の事前周知、実施報告や情報提供のために「会員通信メール」を随時配信したほか、「地域懇談会」を彦根市、草津市、高島市で開催し、会員の現状を把握するために意見交換を行った。

## 新型コロナウイルス感染症対策支援事業

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、大きなダメージを受けた観光関連産業を支援するため、国や県の補助を受けて各種事業を実施した。

旅の土産も思い出に事業、観光閑散期稼働率向上等推進事業では、新型コロナウイルス感染症拡大により利用者が大きく落ち込んだ宿泊施設や関連物産施設の利用を促進するため、宿泊割引と物産施設で利用できるクーポンがセットになったプラン「今こそ滋賀を旅しよう!」を販売した。

物産販売・販路拡大支援事業で、主として物産関連事業者への支援を目的として、大手ECモール「Yahoo!ショッピング」と連携し、滋賀の特産品が最大30%割引で購入できる「滋賀県ご当地モール」を2期に分けて実施した。

滋賀県「安全安心な観光バスツアー」助成事業では滋賀県内に事業所等を有する旅行事業者に対して、貸し切りバス代金の一部助成およびツアー参加人数に応じた助成を行った。

「ウェルカム滋賀・びわ湖」教育旅行キャンペーン事業では、令和3年度末までに実施される教育旅行を対象にして、一定の条件を設け、生徒人数に対する補助や思い出の品をプレゼントする事業を行った。

公益社団法人びわこビジターズビューローでは、これらの事業を通して、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関連事業者に対し、滋賀県と連携し、積極的かつ迅速な支援に努めた。

## ○諸会議の開催

### 1 定時総会

日 時 令和2年6月8日(月) 13時30分～14時25分

場 所 琵琶湖ホテル 「瑠璃の間」

議 事 第1号議案 令和元年度計算書類承認について

第2号議案 理事の選任について

第3号議案 監事の選任について

報 告 ・令和元年度事業報告について

・令和2年度事業計画、収支予算ならびに資金調達および設備投資の見込みについて

### 2 理事会

#### (1) 第1回理事会（決議の省略）

決議があったものとみなされた日

令和2年5月15日

決議があったものとみなされた事項の内容

- 第1号議案 会員の入会承認について
- 第2号議案 令和元年度事業報告および計算書類の承認について
- 第3号議案 令和2年度事業計画および収支予算の変更（案）について
- 第4号議案 令和2年度観光物産事業功労者等の選考について
- 第5号議案 令和2年度定時総会について

(2) 第2回理事会（決議の省略）

決議があったものとみなされた日

令和2年5月22日

決議があったものとみなされた事項の内容

- 第1号議案 令和2年度事業計画および収支予算の変更（案）について

(3) 第3回理事会

日時 令和2年6月8日(月) 14時30分～14時40分

会場 琵琶湖ホテル 「瑠璃の間」

- 議事
- 第1号議案 公益社団法人びわこビジターズビューロー副会長および常務理事の選定について
  - 第2号議案 公益社団法人びわこビジターズビューロー会長の職務代行順序の指名について
  - 第3号議案 公益社団法人びわこビジターズビューロー企画広報委員会委員の選任について
  - 第4号議案 会員の入会承認について

(4) 第4回理事会

決議があったものとみなされた日

令和2年7月16日

決議があったものとみなされた事項の内容

- 第1号議案 会員の入会承認について
- 第2号議案 令和2年度事業計画および収支予算の一部変更（案）について

(5) 第5回理事会

決議があったものとみなされた日

令和2年10月9日

決議があったものとみなされた事項の内容

- 第1号議案 会員の入会承認について

第2号議案 令和2年度事業計画および収支予算の一部変更（案）について

(6) 第6回理事会

日 時 令和2年11月11日(水) 16時00分～17時15分

会 場 コラボしが21 3階「大会議室」

議 事 第1号議案 会員の入会承認について

第2号議案 公益社団法人びわこデジタルズビューロー職員の再雇用に関する規程(案)  
について

報 告 ・令和2年度執行状況報告について

・令和3年度事業について

(7) 第7回理事会

決議があったものとみなされた日

令和2年12月21日

決議があったものとみなされた事項の内容

第1号議案 令和2年度事業計画および収支予算の一部変更（案）について

(8) 第8回理事会

日 時 令和3年3月18日(木) 16時00分～16時40分

会 場 大津市勤労福祉センター 3階 「大ホール」

議 事 第1号議案 会員の入会承認について

第2号議案 令和3年度事業計画(案)、収支予算(案)ならびに資金調達および設備投資の見込みについて

第3号議案 公益社団法人びわこデジタルズビューロー就業規則の一部を改正する規則（案）について

報 告 ・中期計画の改定について

・会員の退会について

(9) 第9回理事会

決議があったものとみなされた日

令和3年3月24日

決議があったものとみなされた事項の内容

第1号議案 公益社団法人びわこデジタルズビューロー事務局長の任免について

### 3 企画広報委員会

#### (1) 第1回

日 時 令和2年7月20日(月) 16時15分～17時15分

会 場 滋賀県大津市におの浜4丁目7番7号  
びわ湖大津プリンスホテル 2階 「比叡」

議 題 ・令和3年度事業にかかる各部会議論内容について  
・その他

#### (2) 第2回

日 時 令和3年3月9日(火) 16時00分～17時00分

会 場 滋賀県大津市打出浜2番1号  
コラボしが21 3階 中会議室2

議 題 ・令和3年度公益社団法人びわこビジターズビューロー事業計画案および収支予算案について  
・中期計画の改定について  
・その他

## ○事業執行状況

### I 滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ

#### 1 国内誘客の推進

##### (1) 観光キャンペーン推進事業

キャンペーンの認知度向上を図り広く本県への来訪を促すため、様々な媒体等を活用したマルチ・メディアマーケティングを展開するとともに、国、滋賀県の新型コロナウイルス感染症関連施策とも連携しつつ、安心して来訪していただけるよう広報・PRを展開し、旅行会社やOTA等との連携も強化するなどして観光誘客を図った。

- ・令和2年12月31日から令和3年3月7日へ実施期間を延長
- ・一日限りの集客型イベントから長期間開催イベントへの変更
- ・ウェブ媒体中心の広報PRに変更
- ・ターゲットエリアを全国から県内、関西、中京圏に変更

##### ① 戦国キャンペーン広報・PR事業

###### ア 公式媒体による広報・PR事業

キャンペーンを広報・PRし、展開する各種事業の情報発信を図るため、ウェブサイトやパンフレットなどの公式媒体を作成し、キャンペーンの周知を図った。

なお、新型コロナウイルス感染症の感染拡大状況により、地域観光プログラム等の中止、延期が相次いでおり、紙媒体に掲載した内容に変更が生じる恐れがあることから、インターネットを使った広報・PRに重点を置いた。

キャンペーンを広報・PRし、展開する各種事業の情報発信を図るため、ウェブサイトやパンフレットなどの公式媒体を作成し、キャンペーンの周知を図った。

- ・公式ウェブサイトの構築・運営

本キャンペーンの周知を図り、展開するイベントや地域観光プログラム、特別プランなどの各種事業および本県の戦国ゆかりの地や戦国関連のイベント等を紹介・発信する公式ウェブサイトを活用し、デザインの変更や掲載内容を拡充するとともに、期間中を通して広報を実施した。

(ア) 運用期間：令和元年9月19日(木)～令和3年3月7日(日)

(イ) 掲載内容

- a 近江戦国絵巻
- b おもてなしプログラム

c お得&お楽しみキャンペーン等

d キャンペーン詳細情報

e 近江の城50選

f 戦国の舞台近江を歩く など

(ウ) アクセス状況（令和元年9月19日～令和3年3月7日）

ユーザー	セッション	PV
116,125	153,632	358,307

【公式ウェブサイト】



・ SNSによる情報発信

観光誘客に主眼をおいた投稿を公式 SNS アカウントを用いて発信することによって、情報の拡散による発信強化を図った。

(ア) 実施状況

媒体	投稿回数	総いいね数	フォロワー数
Instagram	23	7,992	8,079
Twitter	42	2,850	8,999
Facebook	22	1,163	5,234



・ 公式パンフレットおよび地域プログラム紹介チラシの作成

新型コロナウイルス感染症の拡大により、各観光協会等が造成した地域観光プログラムに中止・延期が相次ぎ、当初、地域観光プログラムを中心に掲載を予定していたが配布不可となるリスクがあったため、滋賀県の戦国史と併せて県内各地に残る史跡やその周辺の観光スポットをモデルコース付きで紹介する通年使用可能な内容に変更し、本県に残る戦国観光コンテンツの魅力を伝え、誘客に繋げるとともに、周遊を促すパンフレットとして配布した。

併せて、各観光協会等が造成する地域観光プログラムを紹介するとともに、多くの方に参加していただけるよう、より詳細な情報を掲載した公式ウェブサイトにユーザーを誘導するためのチラシを作成した。

(ア) パンフレット

- 作成部数：90,000部
- 発行日：11月6日(金)
- 配架場所：市町・観光協会等、県内観光案内所、道の駅、宿泊施設・観光施設、JR西日本各駅（一部を除く）、ここ滋賀、高速道路サービスエリア等

【第3弾パンフレット】



- ・ 4色/両面刷り
- ・ 24頁
- ・ サイズ：A4

(イ) 地域プログラム紹介チラシ

- 作成部数：秋版60,000部、冬版40,000部
- 発行日： 秋版10月2日(金)  
冬版12月22日(火)
- 配架場所：パンフレットと同じ

【秋版チラシ】



- ・ 4色/両面刷り
- ・ 4頁
- ・ A3 (二つ折り)

【冬版チラシ】



- ・ 4色/両面刷り
- ・ 4頁
- ・ A3 (二つ折り)

・ P R ポスターの作成・配布

戦国観光キャンペーンの周知を図るため、昨年度制作したメインビジュアルを用いてパンフレットおよび地域プログラム紹介チラシとデザインを統一して P R ポスターを作成し、各種施設等に掲出した。

また、県内外での発信強化を図るため、 J R 西日本の協力を得て掲出できる駅掲出用のポスターも併せて作成し、県内外の主要駅に掲出した。

(ア) 一般掲出用ポスター

- 作成部数：100部
- 納入日：10月16日(金)
- 掲出期間：10月～
- 掲出場所：市町・観光協会等、県内観光案内所、その他（道の駅、観光施設等）

(イ) J R 業務枠掲出用ポスター

- 作成部数：150部
- 納入日：10月16日(金)
- 掲出期間：10月～
- 掲出場所： J R 西日本（京阪神主要駅）81か所

二条駅、亀岡駅、園部駅、宇治駅、加茂駅、伊賀上野駅 等

【一般掲出用ポスター】



【JR業務枠掲出用ポスター】



イ 民間媒体を活用した情報発信事業

観光キャンペーンの周知を図るため、観光や旅行に関心がある人が利用する情報誌やウェブサイトにはキャンペーン情報を掲載するとともに、多くの人が利用し、目に触れる機会が高い駅構内や車内、サービスエリアでの発信など、民間媒体を活用した広報・PRの充実・強化を図った。

・情報誌などの民間媒体を活用した情報発信

観光雑誌に限らず、プロモーション効果が見込める媒体に観光キャンペーンに関する情報を掲載し、広く本キャンペーンの発信・PRを図った。

○関西ウォーカー（関西版）秋号（11/20発行）44,000部

○関西ウォーカー（東海版）秋号（11/20発行）38,500部

○関西ウォーカー（関西版）冬号（12/19発行）44,000部

○関西ウォーカー（東海版）冬号（12/19発行）38,500部

【関西ウォーカー関西版 秋号】



【関西ウォーカー東海版 秋号】



【関西ウォーカー関西版 冬号】



【関西ウォーカー東海版 冬号】



・ウェブ媒体を活用した情報発信

新型コロナウイルス感染症の影響により、在宅勤務が推奨される等、自宅で過ごす時間が増え、インターネットを利用する機会が多くなっていることから、ウェブ媒体の発信力が高まっている。

そのような状況の中、効率的な情報発信を行うため、滋賀県や旅行などに関心をもつ人、本キャンペーンがターゲットとしている層など、特定のターゲットに定めた情報発信を行う仕組み等を活用した効率的な情報発信を実施し、広報・PRの充実・強化を図った。

(ア) リスティング広告

○実施時期：10月26日(月)～11月29日(日)

○広告効果：Yahoo!広告 広告表示回数 245,132回

クリック数 6,053件

Google広告 広告表示回数 288,300回

クリック数 5,616件



・交通系媒体を活用した情報発信

関西、中京圏を中心とした広報・PRを行い誘客の促進を図るため、特にJR西日本・JR東海を中心とした主要駅、主要路線車内での情報発信を行うとともに、本キャンペーンパンフレットおよび地域観光プログラム紹介チラシを広く配布するため、高速道路サービスエリアを活用したパンフレットの配架を行った。

(ア) 主要駅におけるデジタルサイネージの掲出

a 媒体名：京都駅地下連絡口

期 間：11月2日(月)～29日(日)

b 媒体名：名古屋駅エクスプレスビジョン

期 間：11月2日(月)～29日(日)

c 媒体名：大阪駅御堂筋グランドビジョン

期 間：11月2日(月)～12月6日(日)

d 媒体名：大阪駅橋上自由通路

期 間：11月2日(月)～12月6日(日)

【京都駅地下連絡口】



【大阪駅御堂筋グランドビジョン】



(イ) 高速道路（NEXCO）メディア

高速道路サービスエリアにおけるパンフレットおよびチラシ配架

○掲出期間：パンフレット 11月16日(月)～令和3年3月15日(月)

秋版チラシ 10月16日(金)～12月22日(火)

冬版チラシ 12月23日(水)～令和3年3月15日(月)

○配布数：パンフレット 5,032部

秋版チラシ 3,866部

冬版チラシ 2,078部

(昨年度 18,114部)

○掲出場所：・NEXCO西日本管内

(パンフ1,256部、秋版チラシ1,272部、冬版チラシ690部)

大津SA(上下)、吹田SA(上り)、三木SA(上り)

・NEXCO中日本管内

(パンフ3,776部、秋版チラシ2,594部、冬版チラシ1,388部)

多賀SA(下り)、土山SA(上下集約)、賤ヶ岳SA(上下)、養老SA(下り)

【大津SA上り】



【養老SA下り】



ウ 広報用素材作成

実施せず

エ パブリシティの展開による情報発信事業

観光キャンペーンなどの本県観光情報を全国に向けて情報発信するため、マスコミ各社を招いたプレスツアー、インフルエンサー等を活用した情報発信、業界の事業に精通したパブリシティ専門会社を通じた観光情報の提供、プレス各社への訪問営業・取材誘致活動等を展開することにより、効果的な観光情報の発信を行った。

なお、プレスツアーは新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、マスコミ各社を個別に招いてプレスツアーを実施した。

・プレスツアー(個別招致)およびインフルエンサー等による情報発信

(ア) プレスツアー(個別招致)

実施日	プレス名	エリア
10/6(火)	ライントラベル	長浜・米原
10/12(月)	神戸新聞	湖南・甲賀
10/13(火)	Hanako.tokyo	大津・高島
10/16(金)	livedoorニュース	彦根・東近江
11/20(金)	TABIZINE	栗東・東近江

(イ) インフルエンサー等による情報発信

実施日	プレス名	エリア
10/21(水)～22(木)	朝日新聞デジタル&トラベル	大津・高島
11/8(日)	tabi_gocoro	長浜・米原
10/13(火)	10haru30	彦根・愛荘
11/22(日)～23(月)	japan_kankou	湖南・栗東
12/2(水)	Mintimu	東近江・近江八幡

・パブリシティ専門会社を通じたメディア等への情報発信

(ア) 実施内容：観光キャンペーン情報の発信

(4月～3月 計10回)

(イ) 提供先：全国のマスコミ各社(約1,000社)

(ウ) 情報発信内容：

- ・4月 おうちで楽しむ滋賀・びわ湖
- ・7月 宿泊キャンペーン「今こそ滋賀を旅しよう！」
- ・9月 お城の魅力を伝える「お城カード」
- ・10月 「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」  
秋のおすすめプログラム
- ・11月 戦国×紅葉スポットのご紹介
- ・11月 戦国宝さがし
- ・12月 「戦国」をイメージした琵琶湖クルーズのご紹介
- ・1月 「戦国」をイメージしたグルメ特集
- ・2月 個性豊かな「戦国グッズ」大特集
- ・3月 琵琶湖に浮かぶ文化財の宝庫・竹生島

オ 観光展等出展事業

市町、観光協会、地域観光振興協議会等と連携して、大規模観光展への出展や観光キャンペーンの周知・PRを図るため、県外での観光物産展やPRイベントを展開した。

なお、ツーリズムエキスポジャパンについては、大阪観光局が事務局となり、関西圏で共同出展する予定で事業を進めていたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による緊急事態宣言の発出が開催直前に検討されていたため、主催者側の判断により中止となった。

・ツーリズムエキスポジャパン2020(東京商談会)

○主催：日本旅行業協会・日本観光振興協会

○会場：東京ビックサイト

○開催予定日：令和3年1月7日(木)～9日(土)

・県外観光物産展事業

本県への来訪が多い大阪でのキャンペーン周知を図り、本県の戦国と物産品の魅力を発信するため、あべのハルカスとタイアップし、メインビジュアルのパネルやスタンディなどを展示して戦国感を演出し、来店者に対して本キャンペーンの周知を図った。

○期 日：11月18日(水)～24日(火)

○会 場：あべのハルカス ウイング館9階催事場

○実 績：出 展 数 38団体

売上実績 16,375,000円

パンフ配布数等 2,000セット以上（県、各市町パンフ詰め合わせ）

【戦国CP PRブース 信長隊安土衆によるPR】



・キャンペーンPRイベント事業

県内および周辺県において開催されるイベントなどにおいて、来場者をターゲットに、滋賀の魅力を発信するため、期間・規模を絞った物産PR、販売支援を行った。

(ア) 県外観光物産展

○期 日：10月18日(日)

○名 称：戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖 ～観光物産展～

○会 場：名古屋金山総合駅連絡橋

○実施内容：「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」PR

各市町特産品販売および観光物産PR

○実 績：出 展 数 5団体

売上実績 410,976円

【ポスター・タペストリー掲出】



【出展風景】



#### (イ) 近鉄百貨店草津店でのPRイベント

○期 日：10月28日(水)～11月10日(火)

○名 称：光秀も歩いた大津坂本と多賀佐目をone day trip

○会 場：近鉄百貨店草津店2階アカリスポット

○実施内容：大河ドラマ「麒麟がくる」の主人公である明智光秀ゆかりの地である、大津市坂本と出身説が残る多賀町佐目をウェブ中継で会場と現地を繋いだ「バーチャルトリップ」を実施し、併せて、大津市坂本と多賀町の特産品を展示販売するなどして、滋賀の歴史の魅力を発信した。

【会場入口前パネル】



【バーチャルトリップ】



#### カ 旅行商品化造成強化事業

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による外出や都道府県を跨ぐ移動の自粛により、減少した観光入込客数を取り戻すため、本キャンペーンをはじめとする滋賀県を旅行目的とする旅行商品の造成を促進し、効果的、効率的に滋賀県へ観光客を誘客することから、ツアー等の旅行商品の販売ルートや顧客を抱えている旅行会社やOTA等と連

携して、旅行商品や宿泊プランの造成強化を図った。

加えて、関心が高い大河ドラマをはじめ戦国キャンペーンの旅行商品化等を促進するため、各地の旅行会社等の事務所（旅行商品造成所管部署）に県内の観光関連事業者とともに訪問営業を実施した。

・旅行商品化提携事業

滋賀県を目的地とし、関心が高い大河ドラマをはじめ戦国キャンペーン等の旅行商品を充実させるため、旅行商品の造成とその販売促進のためのパンフレット作成等に要する経費の一部を助成した。

（14社・30媒体：発行回数延べ52回、計7,798千円の交付）。

なお、本キャンペーン専用パンフレットの助成枠を新設し、商品化活動を実施した結果、4社が専用パンフレットを作成し、旅行商品の充実・強化に繋がった。

(ア) 助成金交付団体：14社

(イ) 助成金額：7,798,000円

(ウ) 総客実績：44,162人

旅行会社および金額	商品名（パンフレット等）	発行回数	発行部数
株式会社JTB 国内仕入商品事業部(首都圏) ・対象事業費 1,163,676円 ・助成金額 700,000円	京都・奈良・びわ湖・天野橋立・城崎温泉（上期）	1	157,000
	京都・奈良・びわ湖・天野橋立・城崎温泉（下期）	1	90,000
	この内容でこの価格（上期）	1	75,000
	この内容でこの価格（下期）	1	91,000
株式会社JTB 西日本仕入商品企画部 ・対象事業費 2,761,149円 ・助成金額 700,000円	美味しいびわ湖パンフレット	1	50,000
	個人型フリープラン（上期）	1	49,000
	個人型フリープラン（下期）	1	44,000
株式会社近畿日本ツーリスト 首都圏国内企画センター ・対象事業費 863,317円 ・助成金額 319,000円	パーソナリップ京都・奈良・びわ湖（上期）	1	80,000
	パーソナリップ京都・奈良・びわ湖（下期）	1	80,000
株式会社日本旅行 赤い風船西日本事業部 ・対象事業費 5,973,000円 ・助成金額 1,514,000円	20年上期旅コレクションびわ湖	1	50,000
	びわ湖さんぽ～戦国ワンダーランド（上期）	1	50,000
	びわ湖さんぽ～戦国ワンダーランド（下期）	1	50,000
株式会社日本旅行 赤い風船東日本事業部 ・対象事業費 2,723,877円 ・助成金額 1,257,000円	旅コレクション 京都・奈良・滋賀へ行こう（上期）	1	90,000
	びわ湖さんぽ ～戦国ワンダーランド～ 上期	1	50,000
	びわ湖さんぽ ～戦国ワンダーランド～ 下期	1	17,000

東武トップツアーズ株式会社 東日本国内企画センター ・対象事業費 357,500円 ・助成金額 161,000円	FEEL 京都・奈良・びわ湖 (上期)	1	50,000
	FEEL 京都・奈良・びわ湖 (下期)	1	50,000
クラブツーリズム株式会社 地域交流部 ・対象事業費 5,400,000円 ・助成金額 144,000円	日本の旅 (旅の友別冊)	1	600,000
株式会社阪急交通社 東日本メディア営業一部 ・対象事業費 15,148,781円 ・助成金額 500,000円	高額DM	5	2,001,800
	単独DM	4	809,110
	クリスタルハート	3	768,000
	新聞掲載	10	20,027,760
株式会社阪急交通社 九州営業本部 ・対象事業費 1,350,064円 ・助成金額 103,000円	トラピックス倶楽部 GOTO号 (9月号)	1	208,792
	トラピックス倶楽部 臨時号 (10月号)	1	173,712
株式会社JTB メディアリテリング ・対象事業費 5,100,000円 ・助成金額 256,000円	JTB旅物語	5	2,500,000
	JTB旅物語プレミアムありがとう	1	500,000
株式会社ワールド航空サービス 大阪支店 ・対象事業費 6,804,100円 ・助成金額 92,000円	ワールド航空サービス創業50周年記念びわ湖ホールスペシャルコンサート	1	50,000
郵船トラベル株式会社 ・対象事業費 197,300円 ・助成金額 52,000円	奥滋賀のオーベルジュホテルデュラク連泊と若狭海の幸 桜満喫の旅	1	50,000
株式会社近畿日本ツーリスト関西 関西仕入企画センター ・対象事業費 1,330,100円 ・助成金額 1,000,000円	パーソナリップびわ湖	1	50,000
株式会社阪急交通社 西日本営業本部 ・対象事業費 7,950,271円 ・助成金額 1,000,000円	魅力溢れる滋賀県へ!厳選2コース!	1	70,000

・OTA等を活用した宿泊プラン造成促進事業

個人旅行者の利用が多いOTA等と連携し、本キャンペーンの特設ページや誘引クーポンの設定などの取り組みを展開することで、個人旅行者を中心とした本キャンペーンのPRおよび宿泊を伴う観光誘客を図った。

項目	楽天トラベル	
特集ページ掲載期間	11/16～1/11	
クーポン	配付	11/16～12/12
	宿泊	11/16～1/12
クーポン割引額	2,000円/10,000円	
クーポン設定枚数	400枚	
クーポン利用枚数	203枚	
宿泊者数	345人	
期間中県全体宿泊者数	140,394人（対前年比+19.4%）	
期間中特集ページページビュー数	37,320ページビュー	
備考	プロモーションとして、楽天ポイント30万円山分けキャンペーンを実施し、宿泊需要を喚起した。	

・旅行会社等への訪問営業

当初計画していた全国の旅行会社商品造成担当者等を多数招聘して実施する現地研修会・商談会については、遠方から多人数を招聘すること、密集した形式での商談となることから、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止することとした。

しかしながら、滋賀県へ観光客を誘客するためには、旅行会社商品造成担当者等への観光素材の紹介は欠かせないため、県内の観光関連事業者とともに各旅行会社等の旅行商品造成担当者に対して訪問営業を行い、戦国関連の観光コンテンツやプログラム等を紹介し、戦国キャンペーンの旅行商品化を促進した。

⇒「Ⅲ 情報発信の強化による認知度向上

2. 広報・プロモーションの実施

(2) 旅行商品造成に向けた商談会」参照

キ PRツール等を活用した観光キャンペーン啓発事業

各関係者が一丸となって本キャンペーンを盛り上げ、新型コロナウイルス感染症とのつきあい方滋賀プランを踏まえた安全安心で滋賀らしい観光を実施する一助となるよう、衛生用品（マスク）のノベルティグッズを作成した。

・戦国ワンダーランドチラシ入り使い捨てマスク

○作成日 : 10月23日(金)

○作成数 : 9,000枚

○配布実績 : 南部北部特別企画

近鉄百貨店草津店PRイベント

あべのハルカスでの観光物産展

お城EXPO（横浜）





② 戦国観光キャンペーン特別企画・プログラム強化支援事業

本キャンペーンのメイン展開期として、滋賀の戦国の魅力を「見せる・体感させる」をコンセプトに地域観光プログラムと連動した周遊企画等を展開するとともに、大河ドラマのもつ話題性を活かし、多種多様な本県の戦国の魅力をプログラム等に仕立てて展開した。

ア 戦国キャンペーン周遊企画（戦国謎解きスタンプラリー）

戦国ゆかりの地等への周遊を促進するため、戦国の史跡やその周辺等を巡るデジタルスタンプラリーを実施した。

○実施期間：11月7日(土)～令和3年3月7日(日)

○内 容：謎解きブックおよびウェブサイトで謎を公開。現地で謎を解くことで宝箱（QRコード）の場所を探し出し、スマホでQRコードを読み取り1問クリア。謎解き回答ごとに抽選で賞品提供、参加費無料。

○設置個所：滋賀県内5か所

○応募者数：

参加登録者数	5,887
スタンプ取得数	4,073
坂本	780
安土	927
多賀	863
高島	721

賞品応募数	1,193
スタンプ2つ応募（三成）	72
スタンプ3つ応募（秀吉）	94
スタンプ4つ応募（信長）	209
スタンプ5つ応募（光秀）	321
西教寺特別問題	497

○その他：12月～ 県内各小中学校へ謎解きブックを配布（43,200部）

【謎解きブック】



イ キャンペーンイベント

(ア) 南部特別企画

公益社団法人びわ湖大津観光協会が主催する秋のライトアップ事業とタイアップして特別企画を実施し、比叡山坂本ケーブルの夜間運行や延暦寺根本中堂の夜間特別拝観等、比叡山坂本一帯の観光素材を連携させて夜間観光を促進するとともに本キャンペーンの

PRを実施した。

○実施期間：10月1日(木)～12月6日(日)

○概要：

・PRブース設置

禅明坊光秀館入口に「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」のPRブースを設置し、公式パンフレット、チラシ、各市町のパンフレットを配架するとともに戦国ゆかりの地を紹介した。

・坂本ケーブル夜間特別運行【初企画】

南部特別企画開催期間に併せて比叡山鉄道株式会社とタイアップし、山頂の比叡山延暦寺と坂本ライトアップを周遊するための手段を確保した。

また、ケーブル延暦寺駅からの夜景をより楽しんでいただけるよう、びわこ花噴水の運転時間を20時まで延長した。

※期間中乗車人数 235名

・Instagram投稿キャンペーン

坂本エリア周遊促進施策として、オリジナル戦国キャラや飛び出し坊やを各ライトアップエリアに設置してインスタ投稿キャンペーンを展開し、周遊促進を図った。

・バスツアーの造成等

公益社団法人びわ湖大津観光協会主催で比叡山根本中堂の夜間特別拝観や坂本ケーブル夜間運行、坂本ライトアップを繋ぐ3種のバスツアーの造成やライトアップ期間中に野外オペラを実施するなど、誘客促進を図った。

○参加者数：15,000名 前年比150%

(西教寺5,000名 10/1～ 1,000名、11/7～ 4,000名)

(日吉大社、日吉参道、滋賀院門跡10,000名)



【西教寺本堂ライトアップ】



【戦国PRブース】



【坂本ケーブル夜間特別運行】



(イ) 北部特別企画

明智光秀の出身説の残る多賀町佐目において、明智十兵衛屋敷および十二相神社周辺でライトアップ事業を地元の佐目十兵衛会および多賀観光協会とタイアップして実施し、夜間観光を促進するとともに本キャンペーンのPRを実施した。

○実施期間：11月8日(日)～23日(月・祝)

○概要：

- ・滋賀県立大学学生と連携した100均ライトアップ企画（戦国へワープ）
- ・山城跡での石ころライトを用いたライトアップ企画（光の道）
- ・十二相神社の参道および御神木のライトアップ企画
- ・最終日に狼煙駅伝の一環として近傍城跡5箇所では狼煙を上げる。
- ・ガラガラ戦国抽選会（11/14、15のみ）
- ・限定御朱印帳の配布（計4日間限定）
- ・明智光秀生誕伝説および戦国CPのPR等

○来場者数：496名

（町内198名、県内233名、県外65名）

【十二相神社】



【手水鉢】



【戦国古道、石ころ「光の道」】



【限定御朱印】



【入場受付】



【戦国古道石ころライトアップ】



【ガラガラ抽選会】

(ウ) 県内大規模イベントにおけるPR

新型コロナウイルス感染症の影響によりイナズマロックフェスティバルがオンライン開催となったことから、当初予定していたフェス会場でのPRを変更し、ウェブ特設ページにおいて戦国に因んだ観光PR動画を放映するなど、参加者等に本キャンペーンのPRを実施した。

○実施日：9月19日(土)

○視聴者数：13,780人



ウ 戦国キャンペーン地域観光支援事業

各市町、観光協会、観光関連団体などから事業提案を受け、戦国観光キャンペーンの中核を担う戦国に因んだ観光プログラムなど、14事業（補助金交付金額：5,624,000円）に対して補助金を交付した。

補助団体名	事業名	事業概要	開催地	実施期間
大津市ご当地グルメ協議会 ・対象経費 1,531,000円 ・補助金額 340,000円	大津戦国クラフトビアガーデン	クラフトビールをメインコンテンツにした食イベントを実施 ・参加者：約6,000名	大津市	9/19～21
びわ湖大津志賀観光振興協議会 ・対象経費 2,250,000円 ・補助金額 1,000,000円	戦国武将ゆかりの地広域連携事業	①「煉獄に笑う」を活用したカードラリー、連続講座および広報活動を実施 ・トレカ10種×500枚=5,000枚 ・連続講座参加者合計285名 ・近鉄百貨店草津店での広報活動	大津市 近江八幡市 長浜市 甲賀市 愛荘町	【カードラリー】 10/31～ 2/28 【連続講座】 10/31、 12/5、6、 1/5、 2/21

彦根観光協会 ・対象経費 812,270円 ・補助金額 405,000円	彦根にゃんといいまち ロゲイニング大会 ～続・戦国ワンダーラ ンド～	彦根市内に点在する戦国ゆかり の地を周遊しながらポイントを競 うゲーム感覚のスポーツイベント を実施	彦根市	3 / 7、14
彦根商工会議所 ・対象経費 2,137,189円 ・補助金額 500,000円	彦根ヒストリア講座 「神になれなかった 近江の強者たち」	近江ゆかりの戦国武将を テーマとした連続講座の実施 参加者数：482名	彦根市	9 / 11、 10 / 14、 11 / 11、 12 / 23、 2 / 15、 3 / 17
長浜観光協会 ・対象経費 4,460,331円 ・補助金額 1,040,000円	①戦国ワンダーランド 特別企画 腹が減ってはイクサは できぬ。長浜弁当い ざ出陣!事業 ②リアル謎解きゲーム in 戦国ワンダーランド NAGAHAMA ③戦国武将になろう! (甲冑体験)	①長浜オリジナルの戦国弁当を つくり、コンテストを実施するなど して、誘客に繋げる。 ・7社8弁当を造成 ・572食販売 ②史実に基づいたリアル謎解き ゲームを実施し、実際に市内を 周遊しながら、ゲーム・学び・ 観光を一度に楽しめる歴史ロマ ン体感型のプログラムを実施 ③甲冑着付け体験を実施	長浜市	7月～3月
とんとんかんin鍛冶屋実行 委員会 ・対象経費 446,000円 ・補助金額 200,000円	戦国を今に!!とんとん かん in 鍛冶屋	長浜市指定有形文化財「萬右 鍛冶小屋」での槌打ち体験や ペーパーナイフ作り体験を実施 併せて、写真映えするスポット の整備やパネルを作成するなど して広報活動も実施	長浜市	4～3月
近江八幡観光物産協会 ・対象経費 1,433,926円 ・補助金額 400,000円	戦国と近江 織田信長公の戦略を 体験する	信長公の戦略をゲーム感覚で 学びながら体感できるよう親子 連れをターゲットに実施 ①企画展 パネル展示、甲冑武者特別展示 ②体験 甲冑試着、信長戦術射的、信 長愛検定、講演会 ③戦国メニューの開発 ④令和2年度限定入城(館) 券販売 ⑤解説テキスト 「信長解体新書」印刷 ⑥オリジナルグッズ (来場特典)の作成	近江八幡市	4月～3月
大河ドラマ「麒麟がくる」 近江八幡市推進協議会 ・対象経費 1,025,115円 ・補助金額 400,000円	大河ドラマ 「麒麟がくる」 ～信長を旅しよう～ 「安土を歩こう」 「安土を巡ろう」 「安土を作ろう」 「安土を知ろう」	①観光ボランティア待ち受けガイド ②ロゲイニング大会の実施 ③家紋入り「和の灯り」つくり 体験 ④季節の戦国関連イベント情報 等を掲載したパンフレットを3回 発行	近江八幡市	6～3月
守山市観光物産協会 ・対象経費 488,562円 ・補助金額 240,000円	織田信長ゆかり矢島 かぶらを活用した戦国 メニュー開発事業	伝統野菜である矢島かぶらを活 用した戦国メニューの開発・販売 ・8店舗参加 ・10商品開発	守山市	12月～1月

甲賀市観光まちづくり協会 ・対象経費 1,170,000円 ・補助金額 325,000円	甲賀流戦国歴史講演 (全2回)及び甲賀流 戦国歴史ウォーク	中世、織豊期、近世へとどのよ うに東海道、水口宿、土山宿 が構築されていったかを学ぶ講 演・歴史ウォークを実施。	甲賀市	1/17、 2/14、 3/6
湖南市観光協会 ・対象経費 1,663,781円 ・補助金額 707,000円	戦国キャンペーン 猿飛佐助ゆかりの三 雲城址で戦国を語る	忍者をテーマにしたコスプレ、ス テージイベントなどの実施	湖南市	11/23
多賀町 ・対象経費 169,861円 ・補助金額 67,000円	企画展「戦国の寺と その城-敏満寺」	寺院に築かれた城に関する 資料や出土品を展示	多賀町	1/26～ 2/20

## エ 観光キャンペーン運営事業

本事業に携わる職員を2名配置し、円滑な業務遂行を図った。

### (2) (新) O T Aを活用した誘客促進

- ・宿 泊：楽天、るるぶなどのO T A16社の宿泊予約ができるシステム「旅くら」を導入し稼働中。  
※O T A16社と契約の県内全宿泊の予約販売が可能
- ・グルメ：「ぐるなび」を利用して食事予約ができるシステムを導入し稼働中。  
※県内約4,000か所の食事処の予約が可能
- ・体 験：「アクティビティージャパン」を利用して体験プログラムの予約ができるシステムを導入し稼働中。  
※県内約200か所の体験予約が可能
- ・イベント：「楽天」を利用してイベントの予約販売ができるシステムを導入。  
※コロナ禍のため、現在待機中

## 2 物産振興事業

### (1) 郷土物産展開事業および物産宣伝紹介事業

#### ① 物産展等の開催

名 称	開催時期・場所	販売実績
近江うまいもんええもん市	令和2年3月 平和堂アルプラザ草津店	中止
近江物産品コーナー運営 [自]	令和2年度通年 近鉄草津店	9,850,000円
西武、近鉄、平和堂 個別催事	令和2年4月～9月	5,470,832円
第16回滋賀のええもんうまいもん祭り [自]	令和2年5月 西武大津店	中止
コロナ禍販売支援会	令和2年5月28日 滋賀県庁	678,750円
観光物産PR	令和2年6月 神戸東急ハンズ	中止

名 称	開催時期・場所	販売実績
コロナに負けるな物産即売会	令和2年7月9日・10日 滋賀銀行	660,220円
「大近江展」オンラインストア	令和2年8月5日～1年間 高島屋日本橋店	1,956,614円
鴨川納涼2020	令和2年8月 京都鴨川西岸河川敷	中止
第39回江州音頭フェスティバル	令和2年8月京都勧業館	中止
第17回滋賀のええもんうまいもん祭り [自]	令和2年8月18日～24日 西武大津店	16,378,493円
第1回名古屋工芸展（仮称）[県]（新）	令和2年9月 名古屋松坂屋	中止
名古屋県人会祭り [県]（新）	令和2年9月 名古屋久屋大通公園	中止
近江うまいもんええもん市	令和2年10月15日～19日 ビバシティ彦根	5,764,935円
おいでーなIN名古屋 [県]	令和2年10月18日 金山総合駅連絡口	206,950円
近江味紀行 [県]	令和2年11月4日～10日 高島屋日本橋店	10,575,817円
びわ湖大花火大会ブース出展	令和2年11月 有料観覧席内	中止
第2回滋賀・びわ湖展 [県] [自]	令和2年11月18日～24日 あべのハルカス	16,378,493円
自由民主党滋賀県支部連合会「政経パーティー」	令和2年11月29日 びわ湖大津プリンスホテル	468,800円
全国うまいものと駅弁大会 [自]	令和3年2月 仙台藤崎百貨店	縮小により出店無
コロナに負けるな物産即売会	令和3年3月2日 商工会議所会議室	418,100円
第32回琵琶湖夢街道大近江展 [県]	令和3年3月24日～29日 高島屋日本橋	49,561,000円



<近鉄草津店「近江路」>



<味と匠の祭典 滋賀・びわ湖展>



<第32回琵琶湖夢街道 大近江展>

ア コロナ禍販売支援会・コロナに負けるな物産即売会  
新型コロナウイルス感染症の影響により、観光地や  
土産店等での物産の売上が減少していたことから、在  
庫を抱える事業者を応援するために即売会を行った。



イ 自由民主党滋賀県支部連合会「政経パーティー」

自由民主党滋賀支部の政経パーティー会場において、今までと違う参加者へのおもてなしと、新型コロナウイルス感染症の影響を受けている事業者支援として物産展を行った。17業者が出展した。



② 物産振興奨励事業

事業名	実施年月日	主催者名
近鉄百貨店草津店 「近江路コーナー」物産販売	4月29日(水)～6月2日(火)	(公社)近江八幡観光物産協会 会長 森嶋 篤雄
近鉄百貨店草津店 「近江路コーナー」物産販売	6月3日(水)～30日(火)	(公社)彦根観光協会 会長 一圓 泰成
「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖 ～観光物産展～」事業	10月18日(日)	(公社)びわ湖大津観光協会 会長 中野 道夫
近鉄百貨店草津店 「近江路コーナー」物産販売	令和3年 2月5日(金)～3月3日(水)	守山市観光物産協会 会長 中塚 宗浩
たかしま・まるごと百貨店 スプリングフェア2021	令和3年3月27日(土)～28日(日)	(公社)びわ湖高島観光協会 会長 前川 為夫

## Ⅱ 受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」

### 1 観光による地域活性化への支援

#### (1) 地域観光活性化支援事業

各市町、観光協会、広域観光振興協議会、実行委員会等より事業提案を受け、地域観光活性化に繋がる観光プログラムやPR・プロモーション事業など、20団体（計12,388千円）に対して補助金を交付した。

事業主体	事業概要	交付額
公益社団法人びわ湖大津観光協会	冬季イルミネーション事業	807,000
びわ湖大津志賀観光振興協議会	①イベント実施事業 ・日本天台三総本山特別公開告知パンフレット作成 ・ボランティアガイドによるガイドツアー ・びわ湖のひな人形めぐり事業 ②誘客促進対策事業 ・明智光秀ゆかりの大津観光キャンペーン(アカリスポット) ・「びわ湖の桜とお若葉」春の観光キャンペーン ・滋賀県フェア ③情報発信事業 ・滋賀たび9月号への広告掲載 ・BVB中京地区商談会 計2回 ・BVB関西商談会	900,000
公益社団法人彦根観光協会	彦根灯花会	395,000
びわ湖・近江路観光圏活性化協議会	【石田三成公19万4千石のふるさとづくり事業】 ①情報発信・三成会議の開催 ②三成タクシーの運行(ドライバー育成) ③三成めしの創出	904,000
びわこ湖東路観光協議会	①湖東周遊促進事業(サイクル周遊促進事業) ②体験型観光推進事業 ③観光キャンペーン参加事業 ④広告宣伝事業	1,077,000
公益社団法人長浜観光協会	①戦国史跡小谷城シャトルバス(ガイド付き) ②戦国武将伝～石田三成ゆかりの地～ (近隣地域を含めた広域的なツアー) ③第70回長浜盆梅展&長浜市街ライトアップ大作戦	582,000
一般社団法人近江八幡観光物産協会	①近江八幡の魅力ハチマンバイ事業 ②坊主めぐり事業 ③社寺に関わる事業の開催	900,000
草津市観光物産協会	たび×たび草津事業	287,000
湖南地域観光振興協議会	①観光キャンペーン事業 ②湖南地域観光魅力創造事業	353,000
守山市観光物産協会	①地域魅力アップ事業 ②新たな地域資源発掘事業「藤田伝吾探求」	200,000

一般社団法人栗東市観光協会	①こんぜめぐりちゃんバス運行 ②RITTOフォトコンテスト ③サイクル周遊促進事業 ④戦国街道商品開発	670,000
野洲市観光物産協会	野洲市観光大使ファミリーレストランと行くバスツアー	111,000
一般社団法人湖南市観光協会	①こにゃん街道PRキャンペーン事業 ②国宝湖南三山紅葉めぐり ③弥平旨辛パスポート ④東海道冬の酒蔵バルめぐり ⑤湖南市県外PRキャンペーン事業	1,531,000
北びわ湖広域観光協議会	インバウンド旅行商品造成事業（モニターツアー）	125,000
一般社団法人東近江市観光協会	2021滋賀・びわ湖のひな人形めぐり	640,000
湖東三山観光振興連絡会	湖東三山観光振興事業	900,000
東近江観光振興協議会	①滋賀県観光情報Webサイト広告による地域イベント情報の掲載 ②広域観光キャンペーンへの参加 ③聖徳太子1400年悠久の近江の魅力再発見 ④東おうみ「山あるき」パンフレット作成 ⑤東おうみスタンプラリー	1,229,000
東近江市・近江八幡市・愛荘町連携着地型ツアー連絡会	「地域の職人」工房探訪（ツアー）	314,000
一般社団法人愛荘町観光協会	体験型観光資源開発プロジェクトvol.2 「びん細工手まりストラップ 手作り体験」	63,000
一般社団法人甲賀市観光まちづくり協会	①白洲正子が著書で訪ねた寺社仏閣着地型ツアー（1泊2日） ②観光PVの製作	400,000
合 計		12,388,000

## 2 国際観光推進事業

### (1) 受入環境整備の促進

京都府、京都市、奈良市、大津市と連携し、宿泊施設向け24時間多言語コールセンター事業を実施し、英語、中国語、韓国・朝鮮語、ポルトガル語、スペイン語、タイ語、フランス語、ベトナム語、インドネシア語、タガログ語の10言語について対応。

○電話通訳サービス：4件（中国語4件）

○メール翻訳サービス：41件（英語39件、中国語1件、フランス語1件）

### (2) 通訳案内士研修の実施

情報発信の強化および受入環境整備の一環として、7月3日(金)に通訳案内士研修を実施。大津市、愛荘町、米原市を参加者20名とともに視察した。

### 3 教育旅行誘致事業

#### (1) 誘致キャンペーン事業（県内周遊型教育旅行造成支援補助）

J R米原駅を利用して県内の観光地を訪問し、かつ県内に宿泊する教育旅行を実施する申し込みが4件（横須賀3件、東京1件）あった。

横須賀市は教育委員会より遠距離実施が自粛となったため中止。

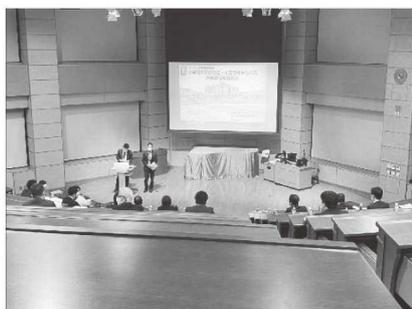
東京からは小学校の2泊3日教育旅行が予定されていたが、年明け早々に中止が決定した。

### 4 コンベンション誘致事業

#### (1) 大手旅行会社等M I C E担当者現地研修会

大手旅行会社や運営事業者のM I C E担当者を滋賀県に招請し、主催者への提案に繋げることで滋賀県内へのM I C Eの誘致を図った。

- ・期 日 11月20日(金)
- ・場 所 県内施設（詳細は行程のとおり）
- ・出席者 M I C E担当者9名、部会員18名、事務局4名
- ・内 容 部会員施設の説明、各施設の現地視察
- ・行 程 ホテルポストプラザ草津 ～ Y M I Tアリーナ ～  
宿場そば（交流会）・うばが餅作り（体験） ～ 立命館大学 ～  
クサツエストピアホテル



#### (2) 滋賀県コンベンション開催助成金

コンベンション開催助成金を交付予定の大会が4件あったが、いずれもコロナ禍により開催中止となった。

#### (3) (新)「第63回日本糖尿病学会年次学術集会」の啓発およびプロモーション事業

5月開催 中止

⇒ 10月10日(土)～11日(日)ウェブ配信にて開催

おもてなし事業進行中および納品済み分の一部執行

- ・グルメ、観光パンフレットデザイン制作費：342,000円

(4) 観光ガイド・滋賀県観光地図等の無料提供およびキャリーバッグの提供

コンベンション等の参加者に対して、観光ガイド、観光地図等のパンフレット、キャリーバッグの提供を行った。

(5) 観光ガイドブック「シガリズム」コンベンション配布用制作

制作部数：17,000部 制作金額：700,000円

(6) 主催者に対する情報提供等

コンベンション主催者からの問い合わせに対応し、コンベンション施設やエクスカージョン、助成金等についての情報提供を行った。

(7) 会場の予約支援

なし

(8) M I C E勉強会

「Withコロナ時代のM I C E誘致、開催のあり方について」をテーマにM I C E勉強会を実施した。

・期 日：令和3年2月19日(金)

・会 場：コラボしが21 3階 中会議室2

・参加者：部会員9名 事務局5名

・講 師：株式会社J T B西日本M I C E事業部 部長 遠山大輔 氏

### Ⅲ 情報発信の強化による認知度向上

#### 1 観光物産情報の発信

##### (1) 滋賀県観光情報ウェブサイトの活用

###### ① 管理運用の強化

県内の観光物産関連情報を集約し、一元化して発信している滋賀県観光情報ウェブサイトについて、その管理運用を強化し、県内各市町からの情報登録を中心とした積極的な利用を促すとともに、観光客のニーズに応じた情報発信を的確に実施した。

特に新型コロナウイルス感染症に対しては、対応する情報等を集約したコーナー「まるごと楽しむ滋賀・びわ湖」を立ち上げ運営を行った。

・アクセス数（令和2年4月1日～令和3年3月31日）

項目	数値	昨年度比
セッション	3,690,139	▲16.89%
ユーザー	2,515,013	▲16.30%
ページビュー	7,583,407	▲19.00%



・SNSフォロワー数

項目	フォロワー数	昨年度比
Instagram	8,390	217.4%
Facebook	4,904	106.6%
Twitter	9,088	205.2%



## ② (新) ウェブサイト多機能化事業

滋賀県観光情報ウェブサイトをブラッシュアップさせ、利便性を向上させることによって、更なる観光誘客促進を図る。

- ・ サイトコンテンツの完全モバイル対応
- ・ 各種システムのバージョンアップ
- ・ アクセスランキング等、特集ページ生成機能追加
- ・ O T A などの連携による宿泊・体験・食事等の予約機能追加

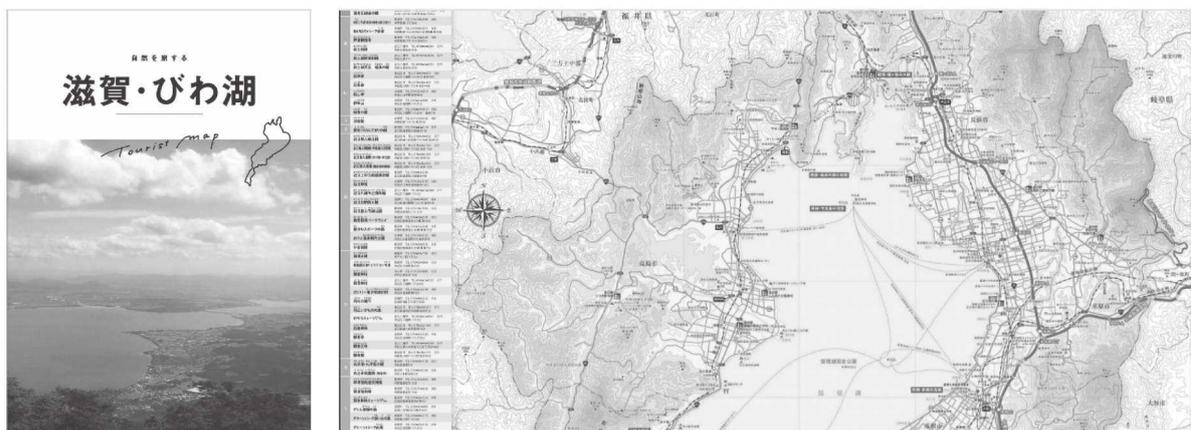
12月25日(金) 第1次アップデート

令和3年3月29日(月) 第2次アップデート

## (2) (新) 観光マップの作成

隔年で作成している「滋賀・びわ湖 観光マップ」をリニューアルし、より精度の高い情報を掲載する観光マップとして発行した。

発行部数：159,000部



### (3) 観光案内・観光相談業務

観光案内・観光相談業務 4～3月件数

月	件数	月	件数
4月	104件	10月	256件
5月	114件	11月	206件
6月	184件	12月	193件
7月	238件	1月	170件
8月	200件	2月	207件
9月	257件	3月	204件
		計	2,333件

### (4) 観光展出展事業

- ・日本観光振興協会主催 関西観光展in横浜駅 中止

期 日：令和3年2月5日(金)～7日(日)

会 場：JR横浜駅

- ・旅まつり名古屋 中止

期 日：令和3年3月6日(土)～7日(日)

会 場：久屋大通公園

### (5) 高速道路を活用した情報発信（NEXCO西日本連携事業）

西日本高速道路株式会社（NEXCO西日本）が営業エリアの府県と連携して実施しているドライブキャンペーン「お国じまんカードラリー」は、コロナ禍の影響から8月1日～令和3年2月28日までに期間を変更して実施した。また、今回からカード収集だけでなく、デジタルスタンプラリーとして魅力発信した。

参加者は12,733名の参加で実施され、5,174名の応募があった。

設置箇所：道の駅 塩津街道あぢかまの里、高島市マキノ農業公園マキノピックランド、  
安土城郭資料館、道の駅 びわ湖大橋米プラザ、道の駅 あいの土山（合計5か所）

## 2 広報・プロモーションの実施

### (1) びわこキャンペーン事業

- ・滋賀県観光情報誌「滋賀たび」の発行（発信）

夏・秋号 15万部 9月20日(日) 発行

冬号 12万部 12月20日(日) 発行

春号 15万部 令和3年3月20日(土) 発行

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、夏号の発行を中止し、夏・秋号として発行し、いずれもJR西日本駅および県内外観光拠点に配置した。



## (2) 旅行商品造成に向けた商談会の開催等

### ① 関西地区旅行大手旅行3社との商談会

各社京都仕入担当と個別に小規模の商談会を実施。

#### ア JTB

期 日：7月8日(水)

会 場：株式会社JTB 京都支店 会議室

参加者：株式会社JTB 6名、部会員5名、市町観光協会5名、BVB 4名

#### イ 近畿日本ツーリスト

期 日：7月10日(金)

会 場：ハートンホテル京都 2階 嵯峨高雄の間

参加者：株式会社KNT 3名、部会員5名、市町観光協会7名、BVB 3名

#### ウ 日本旅行

期 日：7月14日(火)

会 場：TKP京都四条烏丸カンファレンスセンター2階

参加者：株式会社日本旅行7名、部会員4名、市町観光協会7名、BVB 4名

### ② 関西地区旅行会社商品企画担当者商談会

期 日：令和3年3月19日(金)

会 場：大阪新阪急ホテル

参加者：旅行会社12社35名、部会員21名、BVB 4名

### ③ 中部地区旅行会社商品企画担当者商談会

ア 期 日：7月30日(木)

会 場：ANAクラウンプラザホテルグランコート名古屋

参加者：旅行会社9社11名、部会員21名、BVB 3名



他、滋賀ブース（ポスターおよびパンフレットラック）を設置するなどして、本県への誘客を促した。

なお、同事業については、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み、令和2年5月に事業停止し、事業再開時期を模索していたが、感染症流行が収束せず、訪日外国人観光客の来訪が途絶えていることから、今年度中の事業再開は見送った。



○事業開始日：4月1日(水)

○事業停止日：5月1日(金)

○訪日外国人観光客への延べ案内件数：49件※令和2年4月の1か月間のみ

② ホテルコンシェルジュによる情報発信

訪日外国人観光客に対して、ホテルコンシェルジュ等を介して本県観光情報を発信することによる本県への誘客促進を意図して、京阪神ならびに中部圏のラグジュアリーホテルに在籍するコンシェルジュや国内旅行代理店の商品企画担当等を本県に招請し、現地視察を含む実地研修を2回開催した。

【1回目】

○期 日：11月20日(金)

○参加人数：9名参加

○視察先等：琵琶湖疏水船乗り場、ジャイアントストア  
守山、佐川美術館、岡喜本店、近江上布  
伝統産業会館、八幡堀、教林坊



第1回

【2回目】

○期 日：令和3年3月12日(金)

○参加人数：9名参加

○視察先等：米原サイクルステーション、  
ローザンベリー多和田、富田人形会館、  
千成亭・橙、竹生島、黒壁スクエア



第2回

(2) 府県連携による観光誘客

① 京都府との連携

京都総合観光案内所（「京なび」京都駅構内の案内所）において、京都府と滋賀県とで連携して作成した旅行情報パンフレットを配架する予定で調整中であったが、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み事業中止。

② 福井県との連携

関西北東部への欧州 F I T 誘客促進事業として、仏・英両国で旅行情報誌等に記事体広告を掲載した。国内 L O P を招請し、県内視察ならびに商談会の開催を計画したが、中止した。

【純広告事業】

Desirs de voyages 秋月号 (仏)

- 発行日：10月26日(月)
- 媒体接触者数：10万部発行
- 掲載内容：竹生島  
(宝厳寺・都久夫須麻神社)、  
大津・高島の棚田



Desirs de voyages

Petit Fute online (仏)

- ページ公開日：令和3年2月2日(火)
- ページビュー数：16,380 (令和3年2月22日(月)時点)
- 平均ページ滞在時間：1：56 m/s
- 性別：男性47%、女性53%
- 主たる読者の年齢層：50歳以上38%、40-49歳20%、  
30-39歳19%
- 掲載内容：近江の地酒と近江牛の歴史・旨味

Petit Fute 3月号 (仏)

- 発行日：令和3年3月25日(木)
- 媒体接触者数：11万部発行
- 掲載内容：近江の地酒と  
近江牛の歴史・旨味



Petit Fute

Lonely Planet online (英)

○ページ公開日：令和3年1月11日(月)

※一部対象者に先行公開あり

○ページビュー数：460 (令和3年2月5日(金)時点)

○平均ページ滞在時間：1:03 m/s

○性別：女性56%、男性44%

○主たる読者の年齢層：25-34歳36%、35-44歳20%

○掲載内容：近江上布、びん手まり

<https://www.lonelyplanet.com/articles/shiga-craftsmanship>



Lonely Planet online

動画作成・YouTube公開※事業連携先アヤベックス株式会社のチャンネルに公開

○ページ公開日：ア 11月30日(月)、イ 12月8日(火)

○ページビュー数：ア 363、イ 276 (令和3年3月5日(金)時点)

○掲載内容：ア「近江の地酒と近江牛のマリアージュ」

イ「信楽焼の歴史と匠のこだわり」

○取材先：松喜屋、美富久酒造、なか工房、陸庵、多賀大社、彦根城

ア <https://www.youtube.com/watch?v=RgfoZWUp5E&ts=85>

イ <https://www.youtube.com/watch?v=6Yep2lCVjqA>

**【LOP招請事業 (LOP現地視察・商談会)】**

事業連携先を選定するも、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み事業中止した。

③ 北陸新幹線沿線地域との官民広域連携

海外有力旅行メディアに記事体広告を掲載しGCP参画自治体の広域周遊マップを作成するとともに、欧米豪からの送客を得意とする国内ランドオペレーターとオンライン商談会を開催した。

**【純広告事業】**

Lonely Planet online (英)

○ページ公開日：令和3年2月18日(木)

○ページビュー数：7,922 (令和3年3月26日(金)時点)

○ユニークユーザー数：4,200 (webUU：3,301、アップルニュースUU：899)

○平均ページ滞在時間：2:45m/s

○掲載内容：ビワイチ、近江八幡の街並み

3月26日までの配信結果				
	記事①（東京・京都・大阪）	記事②（岐阜・長野・群馬）	記事③（新潟・滋賀・埼玉）	記事④（富山・石川・福井）
PV数	8,928	6,982	6,589	7,011
UU数	5,673	4,244	3,301	3,399
平均滞在時間	2:22	2:05	2:45	2:04
アップルニュースPV	1,688	1,011	1,333	1,118
アップルニュースUU	1,023	893	899	675
アップルニュース平均アクティブタイム	1:08	1:00	1:11	0:58
トータルPV数	10,616	7,993	7,922	8,129

記事	インプレッション	リーチ	クリック数	アクセス国トップ5	
				記事①	記事②
記事①	268,653	215,105	6,880	1  アメリカ	1  アメリカ
記事②	255,065	202,013	6,707	2  インド	2  インド
記事③	215,864	161,824	6,372	3  英国	3  英国
記事④	270,129	187,671	12,187	4  カナダ	4  カナダ
トータル	2,243,561	1,291,088	7,742	5  オランダ	5  カナダ

### Culture Trip online (英)

- ページ公開日：令和3年2月8日(月)
- ページビュー数：6,655（令和3年3月26日(金)時点）
- ユニークユーザー数：3,211
- 平均ページ滞在時間：1：20 m/s
- 掲載内容：比叡山、グランスノー奥伊吹

3月26日までの配信結果		
	記事① (Nature)	記事② (History)
PV数	6,655	7,843
UU数	3,211	4,379
平均滞在時間	1:20	1:09
記事からのサイト遷移クリック数	53	61

記事	インプレッション	リーチ	クリック数	クリック率	ENG	ENG率	コメント数	保存数	シェア数
History	1,164,221	655,589	3,368	0.29%	679	0.06%	42	187	37
トータル	2,243,561	1,291,088	7,742	0.35%	1569	0.07%	60	303	81

記事	インプレッション	クリック数	ENG	ENG率
Nature	49,479	44,543	796	1.61%
History	10,800	9,600	76	0.70%
トータル	60,279	54,143	872	1.45%

### Voyapon online (英)

- ページ公開日：令和3年2月12日(金)
- ページビュー数：302（令和3年3月26日(金)時点）
- ユニークユーザー数：269
- 平均ページ滞在時間：2：57 m/s
- 掲載内容：信楽の街並み、信楽焼

3月26日までの配信結果			
	記事①（関東）	記事②（中部）	記事③（関西）
PV数	658	344	302
UU数	597	304	269
平均滞在時間	5:22	3:47	2:57

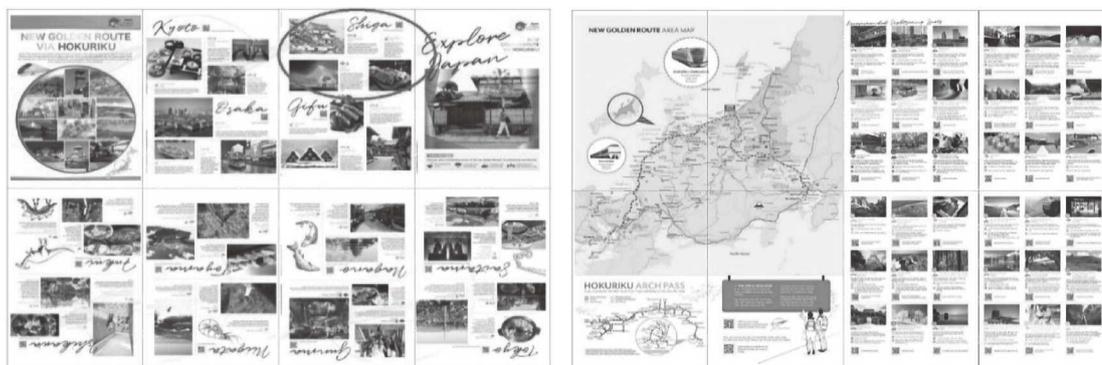
記事	インプレッション	リーチ	ENG	クリック数
関東	2,000	1,907	84	20
中部	1,659	1,547	51	16
関西	1,683	1,601	35	34
トータル	5,342	5,055	170	70

### Madoo Japan（タイ）

- ページ公開日：令和3年2月14日(日)
- インプレッション数：32,423回（令和3年3月26日(金)時点）
- リーチ数：21,428人、エンゲージメント数：3,042人
- いいね数、コメント数、シェア数：1,715いいね、14件、44件

### 広域周遊観光マップ（英）

- 納品時期：令和2年10月末
- 総発行部数：3万部※内本県分1千部



広域周遊マップ

### **【国内LOPオンライン商談会】**

- 開催日：令和3年3月1日(月)～2日(火)
- 参加LOP数：28社
- 参加事業者数：55社（本県事業者8社※内1はBVB）
- 商談件数：358件（本県関連数50件）

### (3) 滋賀県の魅力発信

#### ① 地場産品等購入、ノベルティ作成

海外プロモーションにおける現地旅行会社や関係機関への訪問、また、有力な海外旅行会

社等の本県視察を受入れる際に、通例として利用する土産品に地場産品を購入し、円滑な関係構築と、滋賀県の物産や伝統工芸品の魅力PRに努めた。

## ② 滋賀県誘客経済促進センターによるプロモーション

6月24日に荻野所長が滋賀県誘客経済促進センターに帰任されて以降、中国ならびに日本国内の感染症流行状況等を考慮しながら実施した。

### 【湖南省の大手旅行社華天国際旅行社との提携】

○同社のWeChat公式アカウントからの発信

- ・月2回滋賀の魅力情報を発信
- ・計13回発信実績14,683ページビュー（令和3年3月10日(水)時点）
- ・随時、ライブ配信や顧客向けカレンダー等の媒体を使った滋賀の観光PR

### 【センター独自の情報発信】

○センターWeChat公式アカウントからの発信

- ・月2回滋賀の魅力情報を発信
- ・計15回発行分の実績4,461ページビュー（令和3年3月10日(水)時点）

○所長のWeChat個人アカウントからの発信

- ・滋賀の紹介（主に「BVB虹色ブログ」、「ここ滋賀ブログ」および「しがトコ」の内容を写真付きで紹介）
- ・6月の再渡航後はほぼ毎日（令和2年中は計192回）継続して情報発信

○長沙中日文化交流会館と連携した「滋賀県・湖南省の“朋友”ウェブ交流会」の開催

#### 第1回滋賀県・湖南省の“朋友”ウェブ交流会

日時：令和3年2月27日(土) 20:00～21:30（日本時間）

テーマ：「滋賀のええもん」

概要：滋賀の観光お勧めスポット紹介（びわこビジターズビューロー）

高島のええもん（県国際課）

「からっ風」から滋賀の食・地酒を食レポ（県農政水産部）

#### 第2回滋賀県・湖南省の“朋友”ウェブ交流会

日時：令和3年3月14日(日) 14:30～15:30（日本時間）

テーマ：「滋賀・米原のええもん」

概要：ピワイチの紹介（五環生活、県ピワイチ推進室）

醒井養鱒場の紹介（県農政水産部）

### 第3回滋賀県・湖南省の“朋友”ウェブ交流会

日 時：令和3年3月28日(日) 15:00～16:00 (日本時間)

テーマ：「春爛漫・滋賀」

概 要：琵琶湖疎水～浜大津港ぶらり街歩き (びわこビジターズビューロー)

「第1回もったいないフェス」(県企画調整課)



滋賀県・湖南省の“朋友”ウェブ交流会

#### 【中国湖南省×滋賀の地酒販路開拓キャンペーン(県商工政策課主催)に併せた観光PR】

令和3年3月の開催に向け調整したが、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み事業を中止した。※次年度に再度実施を検討予定

#### ③ 民間発信力等を活用した情報発信の強化

感染症流行を受け、日本在住のフランス人写真家やSNS上での有力インフルエンサー、関西観光本部職員等を招請し、SNS等を通じて海外向けに情報発信を行った他、滋賀県や近郊で活躍される通訳案内士を招請し、県内の観光地を実践してもらい、本県観光地に関連する知識を深めてもらった。

また、海外有力旅行雑誌へ出稿するなど、民間を活用し、本県の観光資源について、広く海外の旅行計画者に訴求した。

#### 【インフルエンサー等の受入実績】

- ・ 4月1日(水)～2日(木)

フランス人写真家Loic Lagarde氏による撮影  
(大津市、高島市、長浜市、彦根市、近江八幡市)

- ・ 7月2日(木)

Tokyo Street Viewによる撮影 (大津市、近江八幡市)

- ・ 7月29日(水)～8月1日(土)

Only in Japan近江牛PR動画撮影 (近江八幡市、大津市、竜王町)

- ・ 8月11日(火)  
TikTok「Lindo Korchi」水のアクティビティ動画撮影（高島市）
- ・ 9月24日(木)～25日(金)  
関西観光本部職員Deuce Griggs氏によるSNS情報発信取材  
（大津市、守山市）
- ・ 11月2日(月)～6日(金)  
フランス人写真家Gabriel Vo氏による撮影
- ・ 11月26日(木)～27日(金)  
Tokyo Street Viewによる撮影（多賀町、東近江市）
- ・ 12月7日(月)  
ユーチューバーAndrew Magdych氏によるYouTube動画撮影  
（近江八幡市、高島市）
- ・ 令和3年1月15日(金)  
カナダ人ALT講師Agelito Cruz氏によるSNS情報発信取材（大津市）
- ・ 令和3年2月11日(木)  
ニュージーランド人ALT講師AmyNeal氏によるSNS情報発信  
（大津市、長浜市）



Only in Japan近江牛PR動画撮影



Tokyo Street Viewによる撮影

### 【海外有力旅行雑誌への出稿】

フランス国内で絶大な人気を誇るガイドブック「Petit Futé（プチフテ）」において、関西の観光情報を大々的に取り上げた「Petit Futé Kansai」を初めて編纂・発行した。約330ページからなる本格的旅行ガイドブックで関西観光本部が中心となって関西圏広域で展開するプロモーション事業「THE EXCITING KANSAI」を特集した。

- 発行日：令和3年3月24日(水)
- 発行部数：7,000部 ※販売状況次第で重版
- 掲載紙面数：13頁

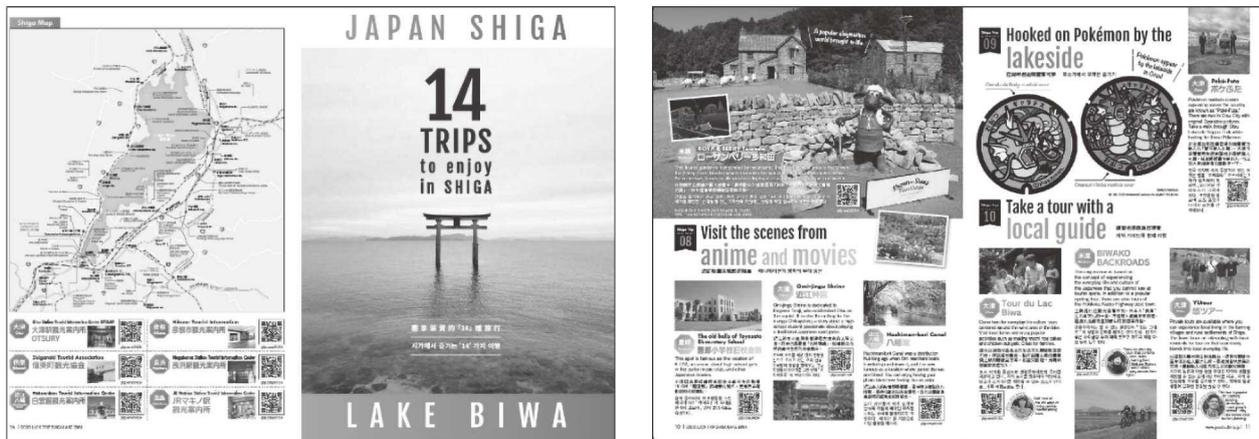


Petit Futé

④ 訪日観光客向けパンフレット

滋賀県ならびにBVBが重点市場として位置付けている東アジアならびに東南アジアからの訪日外国人観光客に対して訴求する素材として、英語、繁体字、韓国語の3言語で展開される旅行情報フリーペーパーであるグッドラックトリップに16ページ分、滋賀県の観光情報を出稿した。

また、16ページ部分を旅行者が旅ナカで利用するハンドブックとして2万部抜き刷りした。



Good Luck Trip抜き刷り版

- 発行日：令和3年2月5日(金)
- 発行部数：110,000部（海外：国内＝45％：55％の割合で配架）
- 形態：110,000部の紙媒体のほか、同内容をウェブでデジタル版として展開
- 媒体の特徴：同紙は紙媒体ならびにデジタル版において、観光地ごとのQRコードを掲載されており、リンク先ページを開くことで、観光地の周辺地図、住所、連絡先、開館時間などを平易に入手することが可能であり、外国語の案内表示整備が不十分な本県を旅行される際に、旅行客の不安感を解消させるとともに、旅の満足度を向上させることに寄与すると考えられる。

⑤ 海外向け情報提供

- 毎月 海外のL O P、メディアに向けてニュースレターの配信
- 毎週 Facebook、InstagramのS N Sにおける情報発信
- 6月 英語版H PにてStayHome Discover Shigaによる県内特産品等の情報発信  
(11社紹介)
- 10月 YouTubeアカウント「go.biwako」にてアフターコロナにおける滋賀県の観光  
情報を紹介
- 海外誘客部Vlogによる情報発信

本県における観光関連施設等取材、撮影、動画編集し、YouTube アカウント「go biwako」にて配信した。

- ・【Vlog-1】 Let's Cycling around Lake Biwa (ビワイチしよう)
- ・【Vlog-2】 Trip to Chikubushima Island (竹生島への旅)
- ・【Vlog-3】 Daytrip to Takashima City (高島市の日帰り旅)
- ・【Vlog-4】 Discover the Real Ninja House (忍術屋敷を探検)
- ・【Vlog-5】 Becoming a Monk in Miidera Temple  
"Yamabushi Experience" (三井寺の山伏修行体験)
- ・【Vlog-6】 Walking around Omihachiman (近江八幡散策)
- ・【Vlog-7】 Dayout with Big Boss / Townscape of Gokasho (五箇荘の町並み)
- ・【Vlog-8】 Enjoy the Boat Race Biwako (ボートレースびわこを楽しもう)
- ・【Vlog-9】 A little hidden village "Sugaura" (知られざる小さな村「菅浦」)
- ・【Vlog-10】 Art, Architecture and Dreamed Mont-blanc at Miho Museum  
(ミホミュージアムのアート、建築、幻のモンブラン)
- ・【Vlog-11】 Behind the Opera  
"Magic Flute" - Backstage tour at Biwako Hall  
(びわ湖ホールのおペラ「魔笛」バックステージツアー)
- ・【Vlog-12】 Let's enjoy the scenery and snow in Shiga (滋賀で雪を楽しもう)
- ・【Vlog-13】 Have you tried Omi Beef? (外国人が初めて近江牛を食べてみた)
- ・【Vlog-14】 Chance to enjoy the relaxing countryside of Shiga  
with Ohmi Railways! (近江鉄道で滋賀の田舎の風景を楽しもう)
- ・【Vlog-15】 Beauty of Shiga,Japan/Bonbai Plum Tree Exhibition and  
Tree of Beauty (盆梅展と美人の木)
- ・【Vlog-16】 Lake Biwa Sailing Club, Japan (琵琶湖でヨット体験)

- ・【Vlog-17】 Virtual Tour "Discovering the Historical Town of Pottery - Shigaraki" in Japan VOL. 1  
(伝統工芸の信楽焼を巡るバーチャルツアー)
- ・【Vlog-18】 Virtual Tour "Discovering the Historical Town of Pottery - Shigaraki" in Japan VOL. 2  
(伝統工芸の信楽焼を巡るバーチャルツアー)
- ・【Vlog-19】 What is "Sanpo-yoshi"? (三方よしって何?)



【Vlog -1】 Let's Cycling around Lake Biwa, Shiga...



【Vlog -13】 Have you tried Japanese Omi Beef?



【Vlog -19】 What is "Sanpo-yoshi"?

#### ⑥ 国内外の商談会等への参加

##### 【ロンドンWorld Travel Market商談会 (オンライン)】

- 開催日：11月9日(月)～10日(火)
- 参加旅行会社数：11社
- 参加部会員数：3社

##### 【ツーリズムエキスポジャパン東京商談会 (オンライン)】

- 開催日：令和3年1月7日(木)～8日(金)
- 参加旅行会社数：11社

##### 【台湾大商談会 (オンライン)】

- 開催日：令和3年1月28日(木)～2月2日(火)
- 参加旅行会社数：15社

#### (4) 訪日教育旅行誘致の促進

台湾からの訪日教育旅行誘致を促すために、愛知県観光協会と連携して組織している台湾教育旅行誘致協議会事業の実施を予定していたが、感染症流行に伴い、スノーアクティビティをはじめとするアウトドアスポーツや民泊体験、学校交流受入校紹介などを盛り込んだ6分30秒の誘客プロモーション動画を作成するに留まった。



#### (5) インバウンド部会事業

##### ① ランドオペレーターへのプロモーション

令和3年3月に首都圏で開催予定の旅行商談会において、国内誘客部とともに出展予定であったが、首都圏の緊急事態宣言延長により中止。

##### ② 県内研修会やセミナーの実施

10月14日(水)に田辺市熊野ツーリズムビューローの協力のもと、視察研修の実施

・参加者 18名

・視察箇所 熊野古道館、古道の杜あんちゃん、滝尻王子、霧の郷たかはら、高原熊野神社、道の駅熊野古道中辺路、プチ熊野古道ウォーク

##### ③ 海外旅行博参加者への助成

海外旅行博への参加自体なかったため、助成していない。

### 4 教育旅行誘致事業

#### (1) 誘致促進事業

##### ① 誘致キャラバン事業

ア 例年7月に首都圏、11月前後に九州・沖縄、令和3年2月に東海エリアを訪問していたが、本年度はコロナ禍により遠距離旅行が見込めないため、7月に東海エリアの大手旅行会社および地元旅行会社を重点的に訪問（7月30日に日帰りを実施）し、名古屋・浜松・静岡・岐阜からの誘客を強化した。

イ 旅行会社教育旅行担当者との情報・意見交換会はソーシャルディスタンスを確保できる範囲で実施した。

##### ② 旅行会社現地研修会事業

大手旅行会社教育旅行担当者等を対象にした県内現地研修会は、株式会社JTB1社のみ7月28日～29日で実施した。ソーシャルディスタンスの関係で、夕食交流会等は自粛し、昼食を一緒にとって簡単なご挨拶のみを行った。

・参加者：株式会社JTB14名、部会員14施設16名、BVB5名

③ (新) 東北3県(岩手、宮城、福島)の学校との交流を目的とした事業

12月16日～18日に東北3県を訪問し、県教育旅行担当者ならびに県教育委員会等と顔つなぎを行って、行政を巻き込んでの相互交流事業推進を諮った。また、同時に16日～17日の2日間、教育旅行部会員は東北3県の旅行会社教育旅行担当者を訪問し、誘致キャラバンを実施した。

助成について東北(仙台・福島)からの17校が来県の予定であったが、全ての学校が中止となった。

④ 日本修学旅行協会および全国修学旅行研究協会への参加

本年度日本修学旅行協会発行の「教育旅行」9月号に教育旅行部会員施設を掲載していた。 (見開き2ページ)

本年度のシンポジウムは令和3年1月16日に一橋大学で予定されていたが、中止となった。

(2) 情報発信事業

修学旅行研究大会が開催されないため、DMなどを使っての宣伝活動を行うとともに、ホームページの情報更新や教育旅行資料のデジタル版へ改編すべく調整を行った。

コロナ禍においては近隣の大阪、兵庫、奈良、和歌山などからの来県が増えている傾向であるので、首都圏・東北3県に加えて、近隣府県に対しても情報発信を強化した。

## 5 コンベンション誘致事業

(1) 情報収集・誘致活動

① セミナー・セールス事業

ア 「地方都市コンベンション協議会」への参画

5地区(新潟・松本・びわこ・和歌山・高松)と合同セールスや合同ワークショップを年3回実施する予定だったが、新型コロナウイルス感染症により中止。

イ 個別セールスの実施

未実施。

② JCCB部会事業

全国のコンベンション振興と人材育成等を図ることを目的に活動している「日本コングレスコンベンションビューロー(JCCB)」に賛助会員として加盟。新型コロナウイルス感染症への対応や、今後のMICEの新しいあり方等の情報収集や情報発信を行い、誘致の推進に役立てた。

・「2020年度JCCB通常総会」出席

期 日 6月15日(月)

会 場 日本政府観光局(JNTO)

※オンライン会議

③ 近畿コンベンション連絡会への参画 **中止**

④ 誘致ツールの作成

セールスツールとして、滋賀県内コンベンション施設紹介「デジタルガイドブック」を作成。

## 6 物産振興事業

(1) 滋賀の物産を紹介するウェブコンテンツの充実

本年度は、新型コロナウイルス感染症対応として、「おうちで楽しむ滋賀・びわ湖 お取り寄せ」を4月から取り組んだ。

また夏期（7月1日から8月16日）と秋冬期（11月26日～2月28日）にはYahoo!ショッピングサイト「滋賀県ご当地モール」を展開し、商品紹介および販売促進を行った。

(2) 首都圏観光・物産情報発信事業

① 情報発信拠点「ここ滋賀」への支援・協力

滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」については、商品募集審査会は開催されなかった。

(3) 観光土産品審査等事業

① 滋賀県観光土産品公正表示等認定審査会

主 催：滋賀県観光土産品公正取引協議会

審査日：令和3年（2021年）2月26日（金）

会 場：コラボしが21 3階中会議室2

参加企業数：9業者21商品

8業者20商品合格を認定

推奨期間：令和3年（2021年）4月1日（木）～令和5年（2023年）3月31日（金）

② 第61回全国推奨観光土産品審査会

主 催：日本商工会議所・全国観光土産品連盟

審査日：11月20日（金）

参加企業数：4社12商品

すべて推奨品として認定された。

推奨期間：令和3年（2021年）4月1日（木）～令和5年（2023年）3月31日（金）

③ 第55回全国観光土産品公正取引協議会函館大会

**中止**

④ 第16回滋賀のええもんコンクール

**中止**



## 7 湖南省からのインバウンドの促進

### (1) 滋賀県誘客経済促進センターの運営

令和元年7月に中国湖南省に設置した滋賀県誘客経済促進センターの開設一周年イベント「日本文化との邂逅（かいこう）」を開催し、現地の人に浴衣、忍者、生け花、日本語講座を通じた日本や滋賀県の紹介を行った。



また、8月以降現地SNSで県内観光地を中心とする滋賀の魅力を週1回（計31回）発信（提携する湖南華天国際旅行社からの発信を含む。）したほか、上海伊勢丹百貨店「FIND JAPANコーナー」に滋賀県ブースを設置し常設での観光PRを行った。

このほか、新型コロナウイルス感染症のため医療用物資の相互支援を仲介したことで湖南省における滋賀県の認知度の向上に貢献したほか、介護人材交流や農業交流、環境交流など多方面において滋賀県と湖南省との友好交流を深めた。

## Ⅳ 持続可能な観光・物産振興体制の構築

### 1 観光による地域活性化への支援

#### (1) 観光人材育成等地域支援事業

##### ① 観光人材育成事業

ア 「しが観光人材育成アカデミー」の2年目を開講（計5回）

本年は県内外の身近な事例研究（フィールドワークを含む）、ワークショップを通じて、「次年度以降、我がまちで取り組みたい新規事業構想案」を策定。

2年目到達目標：「観光まちづくりの中核を担う人材」

エントリー人数：36名（うち継続受講：22名）

回数	期日	会場	内容	受講者数
第1回	7月22日(水)	大津市勤労福祉センター	・1年目の振り返り ・基調講演 「ウイズコロナ、ポストコロナ時代の滋賀県における観光振興の展望と課題」	31名
第2回	8月27日(木)	近江八幡市文化会館	「事業者連携・組織管理」	32名
第3回	9月18日(金)	ながはま文化福祉プラザ	「マーケティング分析に基づいた戦略立案」	28名
第4回	10月27日(火)	大津市旧大津公会堂	「商品造成・プロモーション」	26名
第5回	12月11日(金)	大津市明日都浜大津	「次年度以降、我がまちで取り組みたい新規事業構想案」	28名
			合計	145名 (目標140名)

#### ■アカデミー講座の様子



・成果報告会 期 日：令和3年2月18日(木)

会 場：ピアザ淡海 滋賀県立県民交流センター 大会議室

発表テーマ：「次年度以降、我がまちで取り組みたい新規事業構想案」

ポスターセッション形式にて実施

発表者：14組 32名

## ■ポスターセッションの様子



## ■表彰者

賞名	団体	テーマ
最優秀賞	(一社) 栗東市観光協会	「癒しの里 奥金勝」
プロモーション賞	(一社) 栗東市観光協会	「癒しの里 奥金勝」
商品造成賞	(一社) 近江八幡観光物産協会 近江八幡市文化観光課	「陸海空スポーツ観光事業in西の湖」
観光まちづくり賞	草津市観光物産協会	「域内経済循環向上事業」

## ■表彰式の様子



(一社) 栗東市観光協会

(一社) 近江八幡観光物産協会  
近江八幡市文化観光課

草津市観光物産協会

## イ 「県域研修会」

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として、リモート開催とした。

視聴方法：①会場での視聴

②リモートでのリアルタイム視聴

③後日視聴

・第1回 期 日：10月14日(水)

会 場：コラボしが21 6階 労働福祉セミナー室

テーマ：「地域観光の持続的発展を目指して

～観光を支え、発展させる中核人材になるために～」

講師：丸尾 和明氏（株式会社日本旅行 顧問）

参加人数：①②当日視聴：45名

③後日視聴：約30名

・第2回 期 日：令和3年2月9日(火)

会 場：コラボしが21 6階 労働福祉セミナー室

テーマ：「アウトドアを活かした集客力のあるコンテンツづくり」

講師：柴田 茂樹 氏

(株式会社ロゴスコーポレーション 代表取締役社長)

参加人数：①②当日視聴：60名

③後日視聴：約35名

ウ チーフマーケティングオフィサーの設置

来県した観光客の旅行実態および潜在的ニーズを把握し、今後のしが観光人材アカデミー講座において、受講者の自地域の実情に合わせた戦略策定等の取り組みを支援。

## (2) 観光統計調査事業

令和元年観光入込客統計調査については、9月に県より確定値を公表。

- ・延観光入込客数：54,036,100人（前年比：2.9%増）過去最高
- ・うち宿泊客数：4,081,500人（前年比：2.2%増）
- ・外国人延観光入込客数：670,464人（前年比：11.6%増）過去最高
- ・うち宿泊客数：342,049人（前年比：2.4%減）

令和2年分は令和3年3月10日に速報値を公表。

- ・延観光入込客数：36,429,700人（前年比：32.6%減）
- ・うち宿泊客数：2,417,900人（前年比：40.8%減）
- ・外国人延観光入込客数：121,063人（前年比：81.9%減）
- ・うち宿泊客数：43,950人（前年比：87.2%減）

パラメータ調査については、令和2年度で4回実施

第1回目（夏）：8月1日(土)

第2回目（秋）：10月24日(土)

第3回目（冬）：12月19日(土)

第4回目（春）：令和3年3月20日(土)

## 2 持続可能な基盤整備への取組

### (1) (新) 滋賀県の観光見える化・データ活用事業

取得した「モバイル空間統計」による滋賀県観光に関するデータを関係者間で共有し、「見



(4) (新) 旅行業関連事業

滋賀県観光情報ウェブサイトにて県内宿泊施設の各宿泊プランを比較・購入することができるシステム「旅くら」を組み込んだ。

・アフィリエイト収入（7月～3月） 350,653円

(5) 国内海外物産振興調査研究

他の事業団体が予定されていた物産展やイベントも中止が相次ぎ、調査研究は出来ず。

3 (新) 観光・物産需要の回復に向けた取組<新型コロナウイルス感染症対応 滋賀県補正予算>

(1) コロナに負けないぞ！子ども応援事業

子ども向け観光パンフレット「わくわくどきどきしが探検」を作成し、県内各観光案内所や滋賀県観光情報ウェブサイト上で配布した。

・作成部数 15,000部

(2) 旅の土産も思い出に事業「今こそ滋賀を旅しよう！」

県内宿泊客に1人1泊あたり5,000円分のクーポン付オリジナルガイドブックを提供。

【宿泊期間】 7月20日(月)～12月6日(日)

【販売数量】 50,000名

【宿泊施設】 県内96箇所の旅館・ホテル

【クーポン利用施設】 県内観光施設318軒

【取り扱い】 JTBの旅行代理店およびOTA

【販売実績】 販売形態

店舗販売計 : 12,155人泊

オンライン販売計 : 38,490人泊

合計 : 50,645人泊



(3) ウェルカム滋賀・びわ湖教育旅行キャンペーン事業

令和3年度3月31日までに実施される教育旅行を対象にして、滋賀県内の宿泊・観光・体験施設の利用を条件に、旅行会社に対して生徒お一人様につき500円を助成し、思い出の品をプレゼントする。

【申請合計】 787校

【状況】 (最終集計) 合計 : 69,001名 (目標 : 80,000名 86.3%)

・日帰り（日帰り＋観光のみ）

県内：学校数 415校 30,574名

県外：学校数 222校 24,730名 合計：55,304名

・宿泊

県内：学校数 28校 1,725名

県外：学校数 122校 11,972名 合計：13,697名

#### (4) 物産販売・販路拡大支援事業「滋賀県ご当地モール」

新型コロナウイルス感染症により、販売機会の喪失・在庫過多等などで大きな損害を受けている県内事業者を応援するために、Yahoo!ショッピング内で滋賀県産商品の30%割引で購入できる「滋賀県ご当地モール」を開設した。

【販売期間】 第1弾 7月1日(水)～8月16日(日) 47日間

第2弾 11月16日(月)～令和3年2月28日(日) 105日間

(※令和3年2月7日(日) 84日間)

【ストア数】 第1弾 80店 第2弾 84店

【出品数】 第1弾 1,598商品 第2弾 3,155商品

【販売額】 第1弾 104,801,000円（目標：126,000,000円）

日販：2,230,000円 目標比：83.2%

第2弾 247,128,000円（目標：216,000,000円）

日販：2,942,000円 目標比：114.4%

※第2弾は、年間最大の商戦期であったことに加え、新型コロナウイルス感染症第3波の巣ごもり需要により、年末年始の想定以上の販売があり、2月7日に終了。それに伴い日販は84日間で計算

YAHOO! ショッピング JAPAN IDでもっと便利に新規取得  
ログインして買い物するとポイントがたまります

Yahoo! JAPAN ヘルプ

すべてのカテゴリ 検索 カート お気に入り 注文履歴 Myショッピング

トップ > 全国の逸品大集合 > ご当地モール > 滋賀県ご当地モール

ええもん、うまいもん大集合  
滋賀県ご当地モール

滋賀県ご当地モール 滋賀の名物商品をご紹介します

ピックアップ 湖魚、魚介類 米、野菜  
スイーツ 近江牛、肉類 その他 スタア一覧

#### (5) 滋賀県「安全安心な観光バスツアー」助成事業

滋賀県内に事業所等を有する旅行会社概ね100社を対象に、9月1日より本助成事業を開始。  
10月23日より助成要件の一部を変更。

【対象期間】 9月7日(月)～令和3年3月14日(日)

【旅行形態】 募集型企画旅行、受注型企画旅行

【旅行種別】 日帰り旅行、宿泊旅行

【条 件】 ・県内のバス事業者を利用

・県内の有料観光施設1か所をコースに組み込み

・1事業者の申請上限額は3,000,000円

・申請受付は2月末まで

【助 成 額】 ・バス1台あたり

日帰り：100,000円、宿泊：200,000円

・参加者1人あたり

日帰り@2,000円、宿泊@5,000円

【状 況】 (3月末現在)

・交付申請事業者数： 53社

・交付申請ツアー本数： 487本

・助成額合計： 90,195,000円

#### (6) 滋賀らしいニューツーリズム発信事業

コロナ禍を経て、特定の期間・場所に集中しがちな従来型の観光スタイルは、今後観光客からも地域住民からも受け入れられにくくなると考えられる。このため、人数制限や混雑情報の発信など、安全安心を前提にしながら、単なる消費者ではなく、今まで本県が大事にし、また実践してきた環境を大事にする生活スタイルや、利他のところなどに共感してもらい、「一時的な県民」としてゆっくり長く体験・体感いただけるような「新たな観光スタイル」を「滋賀らしいニューツーリズム」として推進した。

##### ① 新しい滋賀県観光総合パンフレットの作成

従来のパンフレットを刷新し、シガリズムのコンセプトに沿った新しい観光パンフレットを作成した。

・発行日：令和3年3月8日(月)

・部 数：70,000部

・頁 数：32P



## ② シガリズムPR動画の作成

滋賀県公式「シガリズム動画」を作成し、YouTubeにて公開した。

- ・暮らしのシガリズム 【ロング版】【ショート版】
- ・遊びのシガリズム 【ロング版】【ショート版】
- ・エリア版 【大津】【湖南】【甲賀】【東近江】【湖東】【湖北】【湖西】

※合計再生数 約500,000回



## ③ シガリズム公式ウェブサイトの運営

シガリズム公式サイトを公開し、インスタグラマーなどのインフルエンサーやSNSなどと連動したキャンペーンを実施。

※アクセス数 113,952件



(7) 観光閑散期稼働率向上等推進事業

「今こそ滋賀を旅しよう！第2弾」

県内宿泊客に1人1泊あたり5,000円分のクーポン+宿泊割引平日4,000円・休前日1,000円

【宿泊期間】12月12日(土)～令和3年3月28日(日)

※除外日：12/30～1/2の宿泊

【販売数量】50,200名分

【宿泊施設】県内138箇所の旅館・ホテル

【クーポン利用施設】県内観光施設約400軒

【取り扱い】各宿泊施設直接販売および旅行代理店

(JTB、KNT、NTA、東武TOP、名鉄観光、農協観光)、OTA

【利用方法】プレミアム券(コンビニ券)を1,000円で購入

⇒宿泊チェックイン時に宿泊割引、5,000円クーポン受け取り

【コンビニ券販売】

- ・販売地域：滋賀県・京都府・三重県・奈良県・和歌山県・兵庫県・岐阜県・福井県のコンビニ3社
- ・販売期間：①12/1 県内20,000枚  
②12/8 県内・県外20,000枚  
※途中で県内のみ販売に変更  
③1/15 県内10,000枚

【販売実績】(3/1現在)

- ・コンビニ券購入数：50,200枚
- ・宿泊予約数：43,765人泊

## 4 各種事業への参画

### (1) びわこキャンペーン推進協議会への参画<再掲>

滋賀県および西日本旅客鉄道株式会社(JR西日本)と公益社団法人びわこビジターズ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の事務局を担う。

- ・第1回担当者会議

期 日：8月25日(火)

会 場：大津市勤労福祉センター

- ・第2回担当者会議

期 日：11月17日(火)

会 場：大津市立市民文化会館

- ・第3回担当者会議

期 日：令和3年2月24日(水)

会 場：コラボしが21 3階 大会議室

### (2) 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 滋賀」の魅力発信および地域のまちづくり支援を実施。

- ・日本遺産を活用した地域まちづくり支援

補助団体数 : 6 団体

補助事業数 : 9 事業

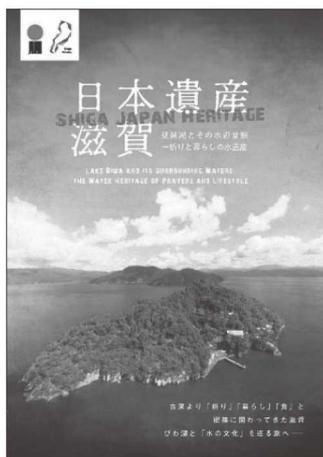
補助団体名	事業名・補助額	事業概要
一般社団法人近江八幡 観光物産協会	地元の高校生等との魅力確認事業 100,000円	地元高校を対象に地域の魅力を学ぶ講義と体験を提供し、日本遺産の魅力の再確認を図るとともに、得られた経験と素材を元に動画を作成し、内外に発信した。
	「近江八幡の水郷」観光回復キャンペーン 100,000円	水郷めぐりの特設ページを作成し、水郷関連の情報を発信し、集客と利用促進を図った。
海津・西浜・知内地域文化的 景観まちづくり協議会	「海津・西浜・知内」魅力発信事業 100,000円	見学者の多い海津の石積み周辺に日本遺産に関する案内看板を設置し、誘客促進を図った。
大溝水辺景観まちづくり 協議会	「大溝の水辺景観」魅力発信事業 100,000円	「近江の城カード」に併せて、大溝城の御城印を配布し、その魅力を発信した。
	「大溝の水辺景観」情報発信事業 70,000円	大溝城跡周辺に日本遺産の案内看板を設置し、併せてパンフレットケース付きの階段注意喚起表示を設置し、来訪者の安全確保と情報発信を図った。
	「大溝の水辺景観」情報発信拠点整備事業 100,000円	大溝400周年記念映像および大溝城の紹介映像を上映するための拠点整備を実施し、誘客促進を図った。

米原市伊吹山文化資料館 友の会	日本遺産滋賀 米原マップ作成事業 100,000円	「東草野の山村景観」および「伊吹山西麓地域」の見所を、伊吹山文化資料館を拠点にルート化したマップを作成し、誘客促進を図った。
日本遺産「水の文化」 長浜地域協議会	「菅浦集落」魅力発信事業 100,000円	国宝「菅浦文書」をはじめとする集落の歴史文化や文化庁の「重要文化的景観」に選定された美しい湖岸集落景観・人々の暮らしや生業等を紹介する動画を制作し、YouTube上に公開し、誘客に繋げた。
野洲市観光物産協会	八ヶ崎神事と水辺の舞楽 100,000円	野洲の伝統文化でもある八ヶ崎神事を市民へ周知し、理解を深めてもらえるようチラシ、新聞メディアを通じて情報発信を実施した。併せて、神事の様子を写真、動画撮影し、観光物産協会ウェブサイトおよびSNS等で発信した。

・案内看板等広報資料作成

(パンフレット、案内板等を作成)

日本遺産 滋賀パンフレット増刷  
A4サイズ  
全24ページ  
6,000部作成



・案内板作成

構成文化財 (守山市4つ、草津市2つ、野洲市1つ)





○日本遺産マッチング・相談会

- ・期日：令和3年3月12日(金)
- ・参加団体：高島市、公益社団法人びわ湖高島観光協会
- ・旅行会社3社とオンラインにて商談を実施

(3) びわ湖大花火大会実行委員会への参画

中止

びわ湖大花火大会実行委員会において、新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ大花火大会は中止するが、令和3年3月5日に「希望の春花火」をシークレット花火として実施した。

(4) びわ湖一周ロングライド2021実行委員会への参画

中止

(5) ビワイチトレイルランニングの実行委員会への参画

中止

(6) 淡海観光ボランティアガイド連絡協議会への参画

各地域の観光ボランティアガイドの連絡組織の事務局を担う。

- ・総 会：6月に書面表決にて実施
- ・交流研修会：交流研修会は中止し、書籍による各団体での研鑽を6月に実施
- ・三 役 会：令和3年3月1日(月)実施

(7) 滋賀経済団体連合会への参画

人権啓発支援事業講演会

令和3年2月24日(水) <ウェブ配信>

## 5 観光・物産関連行事への後援等

4月～3月 関連事業への後援承認数 30件

## 6 観光・物産事業功労者等の表彰

観光物産振興功労者表彰について6月8日の定時総会において報告

※表彰式は実施せず

- ・観光・物産事業功労者 4名  
北倉 康博、山本 清藏、中西 隆彦、大橋 良造（敬称略）
- ・優良観光・物産団体 4団体  
富田人形共遊団、オレガノ、清水山城楽クラブ、フルタ製菓株式会社
- ・優良従業員 21名

## 7 会員、関係機関等との連携強化

### (1) 会員とビューロー、会員相互の連携の強化

会員とビューロー、会員相互のコミュニケーションの充実のため、会員通信を毎月発信し、会員への実施事業の事前周知、実施報告を行うとともに、観光物産に関する情報提供を行った。特に令和2年度は、新型コロナウイルス感染症対策にかかる支援制度等の情報提供を、臨時号で随時発信した。

会員通信 通常号 16件 発信

臨時号 40件 発信

### (2) 県、市町、観光協会等との連携の強化

#### ① 地域懇談会の開催

今年度の地域懇談会は、新型コロナウイルス感染症を踏まえ、これまでの講演会やグループワーク、交流会を行わず、ビューロー役員と事務局が県内3会場に赴き、新型コロナウイルス感染症関連の補正予算にかかる事業等の説明や県から支援制度等の説明を行い、会員の現状を把握するため意見交換を行った。

・彦根会場 期 日：10月12日(月)

会 場：彦根キャッスルリゾート&スパ

参加者：45名

・草津会場 期 日：10月15日(木)

会 場：ホテルポストンプラザ草津

参加者：44名

・高島会場 期 日：10月22日(木)

会 場：白浜荘アネックス淡海

参加者：42名

#### ② 観光事業説明会の開催

県と協力して、各市町、観光協会との情報や意見交換の場として、観光事業説明会を開催した。

・期 日：4月9日(木)が中止となったため 7月7日(火)に開催

## 第2期中期計画目標値と進捗状況

	指 標	目標値（令和4年度）	進捗状況（令和2年度）
1	観光入込客数 (滋賀県観光入込客統計調査)	6,000万人	3,643万人 (令和2年度速報値) <前年比>▲32.6%
2	外国人観光入込客数 (滋賀県観光入込客統計調査)	600,000人	121,063人 (令和2年度速報値) <前年比>▲81.9%
3	観光消費額 (延観光入込客数に対応する額を算出)	2,000億円	1,328億円 (令和2年度速報値) <前年比>▲34.7%
4	宿泊客数 (滋賀県観光入込客統計調査)	450万人	242万人 (令和2年度速報値) <前年比>▲40.8%
5	来訪者満足度 (パラメータ調査)	90%	89.2%(前年72.4%)
6	リピーター率 (パラメータ調査)	80%	52.2%(前年68.8%)
7	w e bサイトアクセス数 (googleアナリティクス)	4,500,000件	3,690,139件 <前年比>▲16.9%>
8	教育旅行の県内宿泊者数 (旅行社4社による集計)	100,000人	69,001人 (「ウエルカム滋賀・びわ湖」教育旅行キャンペーン利用者)
9	本県へ誘致した大会・会議への 参加総人数	70,000人	0人 (予定していた4件の大会はいずれも中止)
10	物産展販売金額	150,000,000円	117,071,625円 <前年比>▲30.0%>
11	魅力度等の向上 (ブランド総合研究所地域ブランド調査)	魅力度 20位台 観光意欲度 20位台 産品購入意欲度 30位台	魅力度 37位(前年39位) 観光意欲度 38位(前年40位) 産品購入意欲度 42位(前年40位) (地域ブランド調査2020から)
12	DESTINATION キャンペーンの誘致	DESTINATION キャンペーンの 誘致の実現	DESTINATION キャンペーンを見据えて県と 連動しながら具体策を検討中

# 令和3年度事業計画、収支予算ならびに 資金調達および設備投資の見込みについて

## 令和3年度（2021年度）事業計画

令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、滋賀県観光入込客数も宿泊客数も大きな落ち込みとなった。全国規模で観光消費は大幅な減少となり、本県の観光物産関連産業においても深刻な被害が出ており、依然として極めて厳しい状況のままである。この状況は令和3年度においてもたちまち払拭されるとは考えにくい。

公益社団法人びわこビジターズビューロー（以下、「ビューロー」という。）としては、コロナと付き合いながらの観光物産振興を基本としつつ、アフターコロナを意識しながら、ビューロー会員をはじめ、県内の観光・物産事業者への引き続きの支援・連携強化により、『新しい時代に合った観光・物産振興』と『観光事業者の支援継続』を両輪として、滋賀県と歩調を合わせて取り組みを推進する。

コロナ禍により、旅行者のニーズが多種・多様化しつつある状況においては、豊かな観光資源を有し、大都市に非常に近い立地でありながら「適度な疎」が存在する滋賀県の強みを活かした安全安心な新しい旅のスタイルの展開が必要となる。そのため、コロナ禍を経てあらためて注目されている本県の今ある観光素材を再発見・再評価するとともに、滋賀県ならではの本物に触れられる、テーマ性の強い体験型・交流型の旅行など、今までにない「滋賀らしいニューツーリズム」を創出し、滋賀県の良さや魅力を発信していくことで新しい時代には選ばれる滋賀の実現を目指す。

観光事業者の支援継続においては、非常に厳しい状況にある観光関連産業を支援するため、引き続き、旅行や物産の需要喚起等を行い観光事業者を下支えする。

ビューローは2021年3月末で観光地域づくり法人（地域連携DMO）に認定されて3年が経過した。観光需要の回復や観光による地域経済の活性化に向けての舵取り役として、多様な関係者が連携して、各地域の観光資源を磨き上げることを支援していく以外にも、観光人材育成やビッグデータ活用による観光マーケティング、旅行業を活かした地域観光支援など、DMOとして求められる役割を発揮していく。

こうした状況に鑑みた上で、令和3年度は以下のテーマおよび内容での事業を推進する。

また、滋賀県観光交流振興指針「『健康しが』 ツーリズムビジョン2022」改定の1年前倒しに合わせて、ビューローの2022年までの中期計画についても改定を1年前倒しすべく準備を始める。

### 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」

県内の観光プロモーションについては、戦国時代を軸に万葉・平安期と幕末維新期の観光コンテンツを地域別・時代別に分けてPRを実施することにより、県内の周遊を促進し、地域のプログラ

ム・史跡など歴史に関わる観光スポットへの誘客強化を図る。また本県の雄大な自然と大都市に隣接する優位性を活かして、地域活動等と連携するワーケーションプランを造成し、企業等への誘致を行うことで、滋賀らしいワーケーションの普及に取り組む。

物産振興においては、首都圏、近畿圏での大型物産展に引き続き、昨年中止となった中京圏で初開催するほか、利用客が多く安定した販売が見込まれるジェイアール京都伊勢丹において新しい催事を行う。また県内においては、一昨年から取り組んでいる常設物産展を更に進化させ、県産品のPRと地産地消による情報発信を図る。

また、令和2年度に滋賀県観光情報ウェブサイト内に構築したOTAを活用した販売システムを通して、宿泊以外にもアクティビティやグルメの購買を促進することで誘客を図る。

### 中期計画 重点テーマ2 「受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」

コロナ禍を経て変化する観光客のニーズに対応するため、安全安心を最優先しつつ、滋賀の魅力・優位性を活かして、滋賀をゆっくり、長く味わってもらえるよう、各種受入環境の整備を推進する。

このため、各市町や観光協会、民間事業者等の実施する観光資源の発掘や観光ルートの設定、二次交通アクセスの整備等の地域観光活性化の取り組みに助成する。

教育旅行においては、「三密」を避けることができ、豊富な観光資源と様々な学習素材が存在する「滋賀ならではの」の特性を最大限に活かして誘致活動を展開する。特に東北3県（岩手・宮城・福島）に対しては、教育旅行関係者との相互交流を実施する。またJR米原駅を利用し、なおかつ県内での宿泊や観光地利用を含む教育旅行に対して助成を行う。

コンベンション誘致においては、県内での国際会議・全国大会の開催を支援するため、主催者へ一定金額を助成する。大津市・草津市との連携を強化し、オンライン開催など、ニューノーマルに対応した新たな誘致・開催支援を行っていく。

訪日外国人観光客へ向けては、アフターコロナを見据えて、重点市場である台湾および香港に対して、訴求力の高い媒体を通じて、本県の観光情報ならびに特典についてPRし、誘客を図る。

### 中期計画 重点テーマ3 「情報発信の強化による認知度向上」

まずは滋賀が安全安心な旅行先であることの周知に努める。当面は日本人国内旅行の需要喚起が重要になることを意識し、滋賀の良さや魅力を発信していく。また、コロナ禍における滋賀の新たな旅のスタイルを「シガリズム」とし、映像やパンフレット等を活用して広く発信し、更なる誘客を図る。雑誌やパンフレットといった紙媒体での露出に加え、リニューアルした滋賀県観光情報ウェブサイトにより生きた情報を分かりやすく手元に届けるよう努めるとともに、各種SNSを有効に活用した情報発信も行う。

積極的な旅行商品造成の促進を図るため、主要都市圏での旅行会社向けの商談会の開催を継続するとともに、滋賀県内での現地研修会も実施する。また教育旅行誘致キャラバンの実施やコンベンションセールスの実施を継続し、更なる誘致件数増加を目指す。

海外誘客においては、訪日外国人が激減する状況の中、有力メディアやインフルエンサーの招請やYouTubeの活用など、民間の発信力を活用した滋賀の魅力の発信に注力する。また、中国湖南省「滋賀県誘客経済促進センター」を拠点として、周辺地域に対しての観光プロモーションを実施する。新規事業として「台湾スノーアクティビティPR事業」、「琵琶湖における水上飛行機運用に係る商業性ならびに実用性調査」を実施し、インバウンド向けの新たな観光素材の発掘・磨き上げを進める。

#### 中期計画 重点テーマ4「持続可能な観光・物産振興の体制構築」

滋賀県全域を対象とする観光地域づくり法人（地域連携DMO）として、会員をはじめ県内市町・観光協会等の多様な関係者と協働しながら、観光地域づくり等の基盤整備に努める。

その一環として、滋賀県内各市町観光協会等の職員等に向けて、戦略的な観光事業を展開・牽引できる人材を育成すべく、実践型の研修プログラムを実施する。またマーケティング分析に基づいた各市町の実情に合わせた戦略的な施策の策定を支援していく。

また、本県を訪れる観光客の周遊実態を関係者間で見える化し、データを活用した戦略的かつ効果的な観光客の受入環境整備や情報発信、周遊ルートの検討など、更なる周遊促進に向けた観光施策を構築することを目的とした「滋賀の観光見える化・データ活用事業」を継続して実施し、観光消費額の拡大や県内経済を活性化させることで、地域と連携した組織基盤の強化に取り組む。

県内唯一の新幹線発着駅であるJR米原駅を活用し、観光情報を効果的に発信するとともに、県東北部への新たな人の流れをつくる広域観光を促進するため、関係自治体等の取り組みを支援し、米原駅を起点とした観光周遊機能の強化を図る。

#### 事業者支援施策「4施策の継続実施」

- ・「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業
- ・教育旅行誘致事業「ウエルカム滋賀・びわ湖」
- ・安全安心な観光バスツアー補助事業
- ・物産販売・販路拡大支援事業

（凡例）（新）＝新規事業

〔県〕＝県財源による事業

〔創〕＝県財源による事業のうち地方創生交付金による事業

〔自〕＝部会事業などビューロー自主財源による事業 他財源も含む

# I 「滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ」

## 1 国内誘客の推進

### (1) 観光プロモーションの推進

#### ① 「滋賀の魅力」観光PR推進事業（72,000千円）[創]

万葉、平安から戦国を経て、幕末、近代へと紡いできた多くの滋賀県ゆかりの歴史遺産等をあらためて「再発見・再評価」し、密にならない本県の特性とあわせて、本県の魅力を発信する観光プロモーションを推進する。

実施に際しては新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じながら、同取り組みの総括、広報・PRの企画・実施および県内全域を対象として催す広域的、統一的な誘客企画を運営し、滋賀県全体として盛り上がりのある観光PRを展開する。

#### ア 広報・PR事業

##### (ア) 公式媒体による広報・PR事業

- ・ウェブを中心とした非接触型プロモーション展開
- ・ロケ地を活用した観光誘客プロモーション
- ・SNS連携によるキャンペーンの実施
- ・公式パンフレットの作成
- ・PRポスターの作成・配布

##### (イ) 民間媒体を活用した情報発信事業

- ・情報誌などの民間媒体を活用した情報発信
- ・ウェブ媒体を活用した情報発信

##### (ウ) 広報用素材作成

- ・認知向上のため、統一感・話題性を持った情報発信

##### (エ) パブリシティの展開による情報発信事業

- ・パブリシティ専門会社を通じたメディア等への情報発信

##### (オ) 観光展等出展事業

- ・ツーリズムエキスポジャパンへの出展や観光キャンペーンの周知を図るPRイベントの実施

##### (カ) 旅行商品化造成強化事業

- ・旅行会社へ旅行商品化の助成等
- ・旅行会社等との旅行商談会・現地研修会の開催

##### (キ) PRツール等を活用した啓発事業

- ・各種PRツール等を作成し、掲出・配布

#### イ 特別企画・プログラム強化支援事業

- (ア) イベント
  - ・特別感のある特別企画の展開  
(例) 朝型・夜型観光・周遊観光(宿泊型体験プログラム)に補助
- (イ) 地域観光支援事業
  - ・プロモーションテーマに沿った地域観光プログラム強化支援
- (ウ) 周遊促進事業
  - ・各プログラムを連携させた広域周遊企画の実施
- (エ) 観光プロモーション運営事業
  - ・事業運営職員の配置

(2) (新) ワークーション推進事業(11,600千円) [県]

滋賀県の優位性(大都市隣接、豊かな自然、適度な疎)を活かして、宿泊施設の平日稼働率向上などを目的にして、ワークーションプランの造成、販売を行う。

(3) O T A等を活用した誘客促進(500千円) [自]

令和2年度に滋賀県観光情報ウェブサイト内に構築したO T Aを活用した販売システムを通して、宿泊以外にも、アクティビティやグルメの購買を促進することで誘客を図る。併せてアフィリエイト収入の拡大を図る。

## 2 物産振興事業

(1) 郷土物産展開事業および物産宣伝紹介事業

① 物産展等の開催(11,166千円) [県] [自]

名 称	開 催 場 所	開 催 時 期
近江物産品コーナー運営 [自]	近鉄草津店	2021年度通年
高島屋日本橋店オンラインストア	高島屋日本橋店	2021年8月まで
コロナに負けるな 支援販売会	滋賀県庁ほか	2021年5月頃2回
近江の工芸展 [県] (新)	松坂屋名古屋店	2021年6月
県内商品人気コンクール&物産販売[自] (新)	近鉄草津店	2021年7月
鴨川納涼2021	京都鴨川西岸河川敷	2021年8月
第40回江州音頭フェスティバル	京都勧業館	2021年8月
ジェイアール京都伊勢丹地下催事 [自] (新)	ジェイアール京都伊勢丹	2021年度2回予定
ふるさと全国県人会まつり [県] (新)	名古屋久屋大通公園	2021年9月
近江うまいもんええもん市	ビバシティ彦根	2021年10月
びわ湖大花火大会ブース出展	有料観覧席内	2021年10月
TOTOジャパクラシック	瀬田ゴルフコース	2021年11月
近江味紀行 [県]	高島屋日本橋店	2021年11月
第3回滋賀・びわ湖展 [県] [自]	あべのハルカス近鉄本店	2021年未定

おいでーなIN名古屋 [県]	金山総合駅連絡口	2021年未定
全国うまいものと駅弁大会 [自]	仙台藤崎百貨店	2022年2月予定
第33回琵琶湖夢街道大近江展 [県]	高島屋日本橋店	2022年3月予定

#### ア 近江の工芸展の開催

昨年は新型コロナウイルス感染症の影響により、開催を見合わせた物産展。

伝統工芸品から生活雑貨品まで滋賀の工芸品を中心とした物産展を松坂屋名古屋店にて初開催する。併せて滋賀県の食品についても開催先の希望により一部出展対応する。同時に滋賀県の観光PRを行い、物産と観光の魅力で滋賀県への誘客に繋げる。

#### イ 京都伊勢丹地下催事

西武大津店の閉鎖により、利用客が多く安定した販売が見込まれるジェイアール京都伊勢丹で新しい催事を行う。取り組みとしては地下催事場で実演を中心とした対面販売と、催会場での展示販売を計画中。

#### ウ ふるさと全国県人会まつり

全国の県人会が名古屋栄に集まり、郷土芸能や特産品販売、観光PRなどを通して、ふるさとの魅力を紹介する事業に参加し、滋賀の魅力発信を行う。

#### エ 県内商品人気コンクール&物産販売

近鉄草津店2階「アカリスポット」を活用して、今まで西武大津店で開催していた「滋賀のええもんコンクール」を行う。併せて、同フロアの「伝え場」において、コンクールに出品する商品を販売することで、より広く商品を周知する。

### ② 物産振興奨励事業（100千円）[自]

物産振興部会員である市町の観光物産協会等、地域の物産振興団体が、県内産品の振興に寄与する行事または催事にかかる経費に助成し、地域の物産振興を推奨する。

## Ⅱ 「受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」

### 1 観光による地域活性化への支援

#### (1) 地域観光活性化支援事業（13,000千円）[県]

市町、地域観光振興協議会が行う地域観光活性化の取り組みに助成する。

- ・対象事業：着地型観光（まち歩きや体験観光）、特別公開などの観光資源の発掘、観光ルートの設定、複数の観光地を結ぶ二次交通アクセスの整備等

### 2 国際観光推進事業

#### (1) 受入環境整備の促進（3,877千円）

##### ①（新）関空等における誘客プロモーション（3,577千円）[創]

重点市場である台湾および香港から訪日を検討する外国人に対し、訴求力の高い媒体を通じて、本県の観光情報ならびに来県特典についてPRし、誘客を図る。

##### ② 宿泊施設向け24時間多言語コールセンター事業（300千円）[創]

受入環境整備の一環として、近隣の府県市（京都府、京都市、奈良市、大津市）と連携し、宿泊施設向けの24時間多言語コールセンター事業への参画を継続する。FIT化に対応するとともに本県を来訪する外国人観光客の満足度向上を図る。

### 3 教育旅行誘致事業

#### (1) 誘致キャンペーン事業（県内周遊型教育旅行造成補助）（1,000千円）[県]

JR米原駅を利用して県内の観光地を訪問し、かつ県内に宿泊する教育旅行を造成した旅行会社に補助する。

### 4 コンベンション誘致事業

#### (1) 大手旅行会社等MICE担当者現地研修会（498千円）[県]

大手旅行会社等のMICE担当者を本県に招請し、MICE関連施設や神社仏閣のユニークベニュー施設の見学会、コンベンション部会員の説明会を実施し、MICEの開催地としての滋賀をPRする。

#### (2) 開催の支援

##### ① 滋賀県コンベンション開催助成金（2,000千円）[県]

県内での国際会議・全国大会の開催を支援するため、コンベンション開催助成金を国内大会上限500千円、国際大会1,000千円交付する。

なお、滋賀県がコンベンション誘致促進を目的として誘致した令和3年4月1日以降の施行コンベンションについては国内・国際大会、最大2,000千円を上限とする。

- ② (新)「第36回日本糖尿病合併症学会」プロモーション事業(100千円)[県]
 

10月に県内で開催される「第36回日本糖尿病合併症学会」に対するおもてなし事業を行う。

  - ・学会開催告知のぼり作成
- ③ 観光ガイド・滋賀県観光地図等の無料提供およびキャリーバッグの提供
 

コンベンション等の参加者に対して観光ガイドや観光地図等のパンフレットを提供し、参加者による県内の観光を促すとともに、キャリーバッグ(資料袋)の有償提供(@155円)を行う。
- ④ 主催者に対する情報提供等
 

コンベンション主催者からの問い合わせに対応し、コンベンション施設の情報提供や施設の紹介、エクスクーシヨンの情報を提供するとともに、物産振興部会とも連携し土産品販売事業者等を紹介する。

  - ・コンベンション施設の情報提供・担当者の紹介
  - ・エクスクーシヨンの紹介
  - ・会場での土産品販売事業者の紹介
- ⑤ 会場の予約支援
 

主催者が希望する会場・日程を確実に利用できるよう支援を行う。併せて、県・市等の公的施設の早期予約が可能となるよう各方面に働きかけを行う。

### Ⅲ 「情報発信の強化による認知度向上」

#### 1 観光物産情報の発信

##### (1) 滋賀県観光情報ウェブサイトの活用

###### ① 管理運用の強化(9,610千円)[県][自]

県内の観光・物産関連情報を集約し、一元化して発信している滋賀県観光情報ウェブサイトについて、その管理運用を強化し、県内各市町からの情報登録を中心とした積極的な利用を促すとともに、観光客のニーズに応じた情報発信を的確に行う。

##### (2) 観光案内・観光相談業務(2,165千円)[県]

観光・物産の問い合わせ等に対応するため、観光案内・観光相談業務を実施する。

##### (3) 観光展・出展事業(550千円)[県][自]

県内各市町、観光関連団体等とともに、名古屋で開催される観光展に出展し、滋賀の魅力をPRし、東海圏からの観光誘客につなげる。

##### (4) 高速道路を活用した情報発信(NEXCO西日本連携事業)(330千円)[県]

西日本高速道路株式会社(NEXCO西日本)が営業エリアの府県と連携して実施している

ドライブキャンペーン「お国じまんカードラリー」に参加し、滋賀県の魅力ある観光地の情報を発信する。

## 2 広報・プロモーションの実施

### (1) びわこキャンペーン事業 (23,450千円) [県] [自]

滋賀県および西日本旅客鉄道株式会社(JR西日本)と公益社団法人びわこビジターズ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、「滋賀の魅力」観光PR推進事業と連動し、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する。

### (2) 旅行商品造成に向けた商談会の開催等

#### ① 旅行商品造成に向けた商談会の開催等 (1,250千円) [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する。

- ・国内旅行商品企画担当者商談会・現地研修会(県内：9月予定)
- ・中部地区旅行会社商品企画担当者商談会(1月予定)
- ・関西地区旅行会社商品企画担当者商談会(2月予定)
- ・九州地区旅行会社商品企画担当者商談会(2月予定)
- ・首都圏旅行会社商品企画造成担当者商談会(3月予定)

#### ② 首都圏情報発信事業 (1,534千円) [県]

首都圏における旅行エージェントやマスコミを対象とした近畿6府県の合同の情報交換会や商談会、訪問プロモーション、ここ滋賀と連携した観光イベントの開催等により、首都圏において本県の観光・物産情報を発信する。

- ・首都圏地区のマスコミや旅行会社に対して観光情報提供や商品造成に向けた商談会
- ・近畿6府県情報交換会への参加(6月、10月、2月の年3回)
- ・日本観光振興協会首都圏商談会への参加

#### ③ 東海地区観光物産情報発信事業 (731千円) [県]

東海地区のマスコミや旅行会社に対して観光情報提供や観光キャンペーンのための商品造成に向けた商談会を行う。

- ・中部地区旅行会社商品企画担当者商談会
- ・名古屋市内の主要駅におけるキャンペーンの開催
- ・名古屋市内のプレスへの訪問、情報発信

#### ④ 日本観光振興協会共同事業 (1,000千円) [県]

公益社団法人日本観光振興協会に対して負担金を拠出し、協会が実施する広域観光キャンペーン(駅キャンペーン)などの観光情報発信事業等に参画する。

### 3 国際観光事業推進事業

#### (1) 海外向け情報提供＜滋賀県の魅力発信＞（19,371千円）

##### ① 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（6,916千円）〔創〕

滋賀県誘客経済促進センターを拠点に、地元メディアと連携した情報発信や観光プロモーション会を開催するとともに、湖南華天国際旅行社と連携して効果的な誘客を図る。また、現地有力メディアやインフルエンサー等を本県に招請し、県内事業者との意見交換会を実施することで、より有効な情報発信へつなげる。

##### ②（新）台湾スノーアクティビティPR事業（1,000千円）〔創〕

本県に宿泊する訪日観光客が最も多い台湾において、人気上昇しているスキーが本県でも満喫できることを台湾現地でPRするため、PR動画・パンフレット作成、現地旅行エージェントへのセールスを実施する。

##### ③（新）琵琶湖における水上飛行機運用に係る商業性ならびに実用性調査（3,000千円）〔創〕

湖上における水上飛行機運用に係る実用性等検証調査を実施することにより、県として湖岸沿いの既存港が有する強み、課題等を把握し、湖上における水上飛行機の実用性に関するノウハウを蓄積する。また、調査結果をオープンデータとして水上飛行機の実用化に関心を持つ県内市町等に情報提供するとともに実用化に向けた検討に協力する。

##### ④ 民間発信力等を活用した情報発信（3,550千円）〔創〕

FIT誘客のため、有力メディアやインフルエンサーの招請等により本県の魅力を効果的に発信するほか、送客に影響力を持つ旅行会社等へのプロモーションを展開する。

・招請対象： 雑誌、旅行ガイド、インフルエンサー、ブロガー、旅行エージェント等

また訪日が可能となった時に、滋賀が旅先として選ばれるよう、職員手づくりによるYouTube上でのブログ「海外誘客部Vlog」を展開する。

##### ⑤ 滋賀ならではの食・モノ・コト、周遊アプリを紹介するガイドブック等の作成（2,475千円）〔創〕

FIT化に対応し、受入環境整備として、県内の観光施設情報や魅力的な体験観光を掲載した着地型パンフレットを英語版で作成する。ゲートウェイとなる空港や駅、訪日客が集中する京都市内等にも配架し、旅中の訪日観光客に対して魅力を発信する。

##### ⑥ 海外向け情報提供（2,430千円）〔県〕〔自〕

英語版マップや多言語リーフレットの改訂や増刷を行う。

・部会員を紹介する英語版マップの改訂や増刷

・多言語リーフレット「滋賀の旅」の改訂や増刷

#### (2) 府県連携による観光誘客（3,300千円）

##### ① GCP（グランドサークルプロジェクト）への参画（800千円）〔県〕

北陸新幹線沿線地域との官民広域連携により、FIT層への情報発信を行い、北陸新幹線を活用した「新たなゴールデンルート」の確立を目指し、情報発信や誘客促進を図る。

##### ② 日本遺産を核とした欧州FIT誘客促進事業（2,500千円）〔県〕

福井県との連携により、フランス、イギリスをはじめとする欧州市場からの誘客促進を図るため、訴求力の高い両県の日本遺産を核としたPRを展開する。

(3) 地場産品等購入 (300千円) [創]

商談会やセールスコールの際に、通例として持参する土産品として、地場産品等を購入し、円滑に事業を進めるとともに地場産品等のPRにつなげる。

(4) そこ滋賀プロジェクトの推進 (9,600千円)

① K T I C 京都における観光案内等 (7,200千円) [創]

日本に滞日中の訪日観光客をターゲットとし、京都市内において本県の観光案内や情報発信をすることで誘客促進につなげる。また、観光案内にとどまらず、本県特有の観光素材や伝統文化を活用した着地型ツアー等の造成販売を支援し、確実な誘客実現を図る。

② (新)インバウンド向けの旅行商品造成および魅力発信 (1,800千円) [創]

県内の旅行会社が販売するサイクリングツアーをK T I C 京都の窓口で訪日観光客向けに紹介する等して、商品の磨き上げを図る。

③ ホテルコンシェルジュに対する研修 (600千円) [創]

訪日観光客が多く宿泊する大阪・京都・名古屋のホテルにおいて観光案内や各種予約手配等を行うホテルコンシェルジュを本県に招き、観光地の視察研修を実施する。

(5) インバウンド部会事業 (1,000千円) [自]

① ランドオペレーターへのプロモーション

国内のランドオペレーターと会員事業者との商談会等を開催し、本県の観光施設や体験観光等の魅力をPRするとともに今後の送客につながる関係構築を図る。

② 県内研修会やセミナーの実施

会員の海外や国内でのプロモーション活動に役立てるため、県内の観光施設における研修会の実施や会員施設のスキルアップセミナーを実施する。

③ 海外旅行博参加者への助成

部会事業として認定した海外旅行博への参加する会員に助成を行う。

## 4 教育旅行誘致事業

(1) 誘致促進事業

① 誘致キャラバン事業 (1,200千円) [県] [自]

ア 県内や近隣府県に教育旅行での来訪が多い首都圏はもとより、今まであまり訪問していない地域も訪問し、新規誘客エリア拡大を目的として部会員等の参加による誘致キャラバンを2回実施する。また、近隣府県を発地とした校外学習や合宿などについても誘致促進を図る。

イ 旅行会社教育旅行担当者との情報・意見交換会を実施する。

② 旅行会社現地研修会事業 (1,750千円) [県] [自]

大手旅行会社の教育旅行担当者等を対象に、県内現地研修会を開催して、実際に体験学習や宿泊施設、観光施設等を見学・体験していただくとともに、教育旅行部会員の施設説明会を含む情報交換会を開催する。

・対象旅行会社：JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ

③ 東北の学校との交流（900千円）〔県〕

東北3県（岩手・宮城・福島）の学校の先生方や自治体の担当者、取扱旅行会社担当者等の招請を行う。

④（新）ICTを活用した学校間交流（200千円）〔県〕

県に滞在中の学校間のオンライン交流に向け、需要調査ならびに学校や旅行会社からの聞き取りと、対象学校1～2校でトライアルを実施する。

⑤ 日本修学旅行協会および全国修学旅行研究協会への参加（80千円）〔自〕

両協会の賛助会員として参加し、情報収集や情報発信、誘致に役立てる。

(2) 情報発信事業（50千円）〔自〕

ビューローのウェブサイト内にある「教育旅行誘致事業」ページの運営や情報更新を行う。また首都圏で開催される「修学旅行研究大会」等において誘致PRブースを出展する。

## 5 コンベンション誘致事業

(1) 情報収集・誘致活動

① セミナー・セールス事業（1,320千円）〔県〕〔自〕

ア 「地方都市コンベンション協議会」への参画

新潟・松本・びわこ・和歌山・高松の地方都市が合同で首都圏等のコンベンションの主催者に対して合同セミナーや合同セールスを実施するとともに、部会での情報の共有化を図る。

- ・データベースによるコンベンション開催情報の共有
- ・合同セミナーの開催 年2～3回（各学会・団体事務局、旅行エージェントMICE部門等）
- ・合同訪問セールスの実施 年2回程度
- ・部会員への情報提供

イ 個別セールスの実施

セミナー・セールス事業等で得た情報を部会員と共有するとともに、部会を中心とする官民の一体的な誘致への取り組みの強みを活かし、本県への誘致の可能性のある学会や団体事務局および旅行エージェントMICE担当者等に対し、個別のセールスを行い誘致に繋げる。

② JCCB部会事業（100千円）〔自〕

全国のコンベンション振興と人材育成等を図ることを目的に活動している「日本コングレ

スコンベンションビューロー（JCCB）」に賛助会員として参加し、情報収集や情報発信を行い、誘致推進に役立てる。

③ 近畿コンベンション連絡会への参画

近畿地方のコンベンション誘致団体と連携・情報共有を行い、広域的なMICEの誘致を図る。

## 6 物産振興事業

(1) 観光土産品審査等事業（536千円）[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。

① 第55回全国観光土産品公正取引協議会函館大会

9月30日(木)・10月1日(金)

② 第62回全国推奨観光土産品審査会

11月開催予定

③ 販売力アップのための講演会

平成30年度：「ヒット商品の作り方」、令和元年度：「売上アップの売場作り」に続き、令和3年度は「今に通じるお客様対応」（仮称）をテーマに専門講師を招いた講演会を行い、物産会員の販売力アップに繋げる。

(2) マッチング商談会事業（400千円）[自]

ビューロー会員商品だけでなく幅広く県特産品の振興と販路拡大のために、他団体と協力して販売先担当者と商品出品者とのマッチング商談会を滋賀県内で開催する。

(3) 首都圏観光物産情報発信事業

① 滋賀県情報発信拠点への支援・協力

滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」において企画される商品の振興や販路拡大に繋がる事業へ協力団体として取り組む。

## 7 湖南省からのインバウンドの促進

(1) 滋賀県誘客経済促進センターの運営（10,022千円）[県]

滋賀県誘客経済促進センターにおいて、湖南省をはじめとする中国からのインバウンド等を促進する。

## Ⅳ 「持続可能な観光・物産振興体制の構築」

### 1 観光による地域活性化への支援

#### (1) 観光人材育成等地域支援事業（10,600千円）〔創〕

観光まちづくりの仕組みを自立的かつ持続的なものにレベルアップさせるために、各市町において、P D C Aサイクルに基づいた戦略的な観光事業を展開・牽引し得る人材の育成に力を入れる。またマーケティング分析に基づき、なおかつ各市町の実情に合わせた戦略的な施策の策定を支援する。本年度は3年計画の3年目となる。

##### ① 「しが観光人材育成アカデミー」の開講

3年計画の最終年では、目標到達レベルを「まちづくりを担い、観光地経営を実践できる人材」の育成として、より専門性の高い実践型のプログラムを実施することで、滋賀県内広域連携におけるリーダーの育成を目指す。

##### ② 「県域研修会」の開催

アカデミー受講生に加え、市町・観光関連団体・観光事業者などビューロー会員にも広くご参加いただける研修会を開催する。

##### ③ チーフマーケティングオフィサーの設置

旅行実態などのデータを把握し、マーケティング分析に基づいた観光戦略の策定等について地域を支援する。

#### (2) 観光統計調査事業（7,200千円）〔県〕

国土交通省が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、観光入込客統計調査およびパラメータ調査を県の委託により実施する。

### 2 持続可能な基盤整備への取組

#### (1) 滋賀の観光見える化・データ活用事業（8,000千円）〔創〕

滋賀県を訪れる観光客の属性等の定量分析を継続して実施するとともに、取得したデータからの周遊分析、人気スポット、県内のゴールデンルートの抽出により、受入環境の整備や情報発信、周遊観光ルートの検討などに取り組む。

#### (2) 県東北部観光周遊機能構築（7,000千円）〔県〕

米原駅を起点とする広域観光周遊の交通モデルの構築に向け、実証実験を実施するとともに、実証実験結果を踏まえ、今後の実用化に向けた検討を行う。

#### (3) 旅行業関連事業（315千円）〔自〕

県内における募集型企画旅行の受託販売を行う。

#### (4) 国内海外物産振興調査研究（50千円）〔自〕

国内及び海外での物産振興等の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の調査研究を行う。

### 3 観光・物産需要の回復に向けた取組（事業者支援施策）

#### (1) 「今こそ滋賀」観光推進事業

##### ① 「今こそ滋賀を旅しよう！」宿泊周遊キャンペーン事業（1,808,588千円）〔県〕

宿泊施設で周遊クーポンを受け取り、その周遊クーポンによる地域観光関連施設への誘客を促進する宿泊周遊キャンペーンを実施し、宿泊観光・観光周遊を促進する。

##### ② 教育旅行誘致事業「ウェルカム滋賀・びわ湖」（48,000千円）〔県〕

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、教育旅行がキャンセルとなった団体の取り戻しおよび新規団体の取り込みを行い、滋賀の認知度向上と滋賀ファンの拡大を図ることで、将来の滋賀訪問に繋げる。

#### (2) 観光関連産業継続支援事業

##### ① 安全安心な観光バスツアー補助事業（273,000千円）〔県〕

本県への更なる誘客促進を図るため、観光遊覧船等の観光周遊素材を組み込んだツアープランを造成する旅行事業者を助成することで県内観光関連産業への支援を図る。

##### ② 物産販売・販路拡大支援事業（90,000千円）〔県〕

新型コロナウイルス感染症拡大により影響を受けている県内事業者の販売促進・販路拡大につながるよう大手ショッピングモールを活用したウェブ物産展を開催する。

### 4 各種事業への参画

#### (1) びわこキャンペーン推進協議会への参画<再掲>

滋賀県および西日本旅客鉄道株式会社（JR西日本）と公益社団法人びわこビジターズ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の事務局を担う。

#### (2) 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「水の文化」ツーリズム推進協議会が平成29年度に開催した「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」の開催を契機に、これまでの取り組みを活かした事業を継続するため、日本遺産の魅力を発信することにより、認定地域への誘客を図る。併せて、昨年登録された琵琶湖疏水や長浜の鉄道遺産など、県内別シリーズの日本遺産もPRしていく。

- ・日本遺産を活用した地域まちづくり支援
- ・日本遺産を活用した周遊促進（デジタルスタンプラリーなど）
- ・観光キャンペーンと連動した情報発信

(3) **びわ湖大花火大会実行委員会への参画**

秋の観光シーズンの更なる盛り上げ、夜型観光への誘客促進を図るため、初の秋開催となるびわ湖大花火大会の実行委員会の事務局を担う。

・開催予定 10月29日(金) 19:00~20:00

(4) **トレイルランニングなど県内スポーツイベントの実行委員会への参画**

健康・観光をテーマとし、県内のトレイルコースを繋ぐトレイルランニング大会の実行委員会に参画する。

・比叡山(5月22日予定)

・朽木(高島市)(6月13日予定)

(5) **淡海観光ボランティアガイド連絡協議会への参画**

各地域の観光ボランティアガイドの連絡組織の事務局を担う。

・総会:4月~6月予定

・交流研修会:7月 近江八幡(予定)

(6) **滋賀経済団体連合会への参画**

滋賀県経済団体連合会に参画し、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り組みを進める。

## 5 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、協賛および共催を行う。

## 6 観光・物産事業功労者等の表彰(100千円)[自]

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の表彰を行う。

## 7 会員、関係機関等との連携強化

(1) **会員とビューロー、会員相互の連携の強化**

会員通信メール、地域懇談会等により、会員とビューロー事務局および会員相互の情報交換に努める。また、会員のビューロー事業への参加を促し、会員の意見等をビューローの事業に反映するとともに、会員を対象とした研修会・セミナー等を行う。

(2) **県、市町、観光協会等との連携の強化**

県との定期的な情報・意見交換会等により連携を図るとともに、行政懇談会等を通じて、観光・物産振興に関する要望、提言等を行う。また、県と協力して市町・観光協会との定期的な情報や意見の交換の場を設ける等により、これらと連携の強化を図る。