

1 一人あたりの 来訪者の 現地小遣いが低い

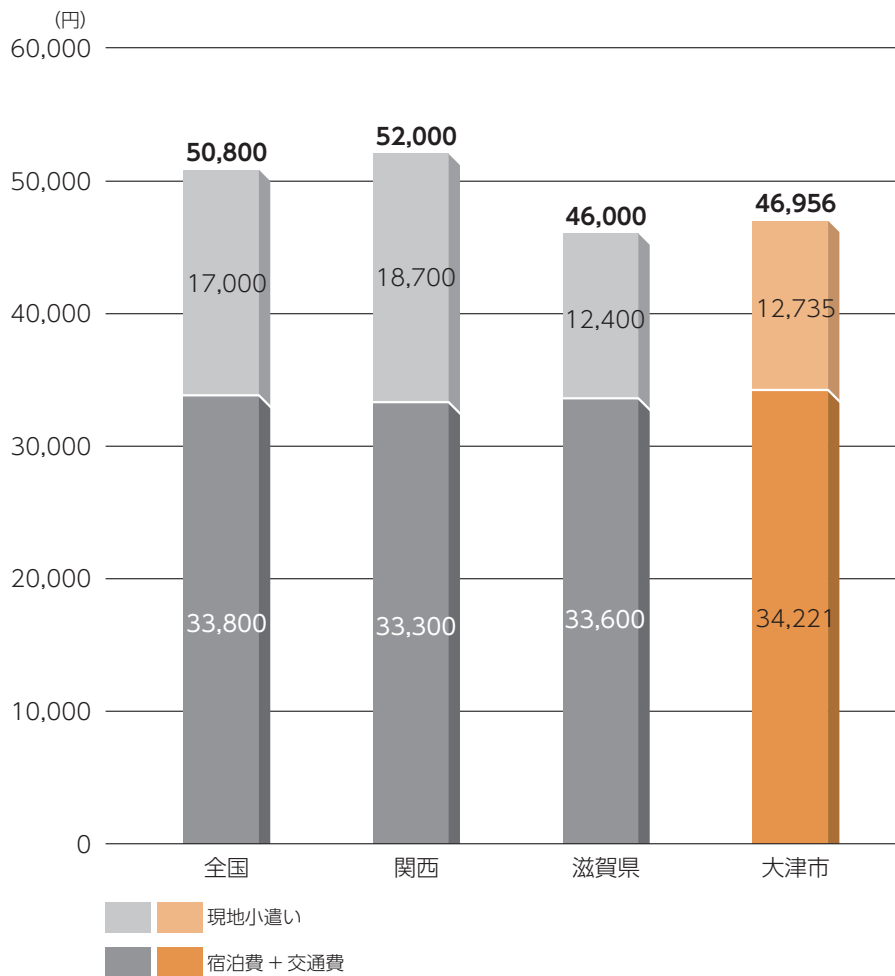
大津市には多くの宿泊施設が有り、日帰りの来訪者よりも単価の高い宿泊を伴う来訪者が多く訪れており、一人あたりの来訪者の宿泊費+交通費についても、全国平均を上回っております。一方で、一人あたりの宿泊者の宿泊費以外の現地小遣い(食事やお土産、体験などにかかる費用)については、全国や関西の平均よりも低いことが分かっています。

宿泊者一人あたりの観光消費額：宿泊旅行1回あたりにかかった費用(宿泊費・交通費・現地小遣い)を示しております。

※観光消費額とは、一人の人が観光をする際に使う金額を指します。交通・宿泊・食事だけでなく現地での買い物やレジャーに使う全ての出費が含まれます。

※金額については、百の位までの四捨五入で示しています。

※旅行費用については、金額の高すぎる回答が平均値に大きな影響を与えることを避けるために、0.5%トリム平均をおこないました。



全国・関西・県のデータはじゃらん宿泊旅行調査2015(インターネット調査)、大津市のデータは平成27年度大津市来訪者満足度調査(聞き取り調査)から出典

※県の観光消費額は、滋賀県を主に滞在した方の費用総額となります。

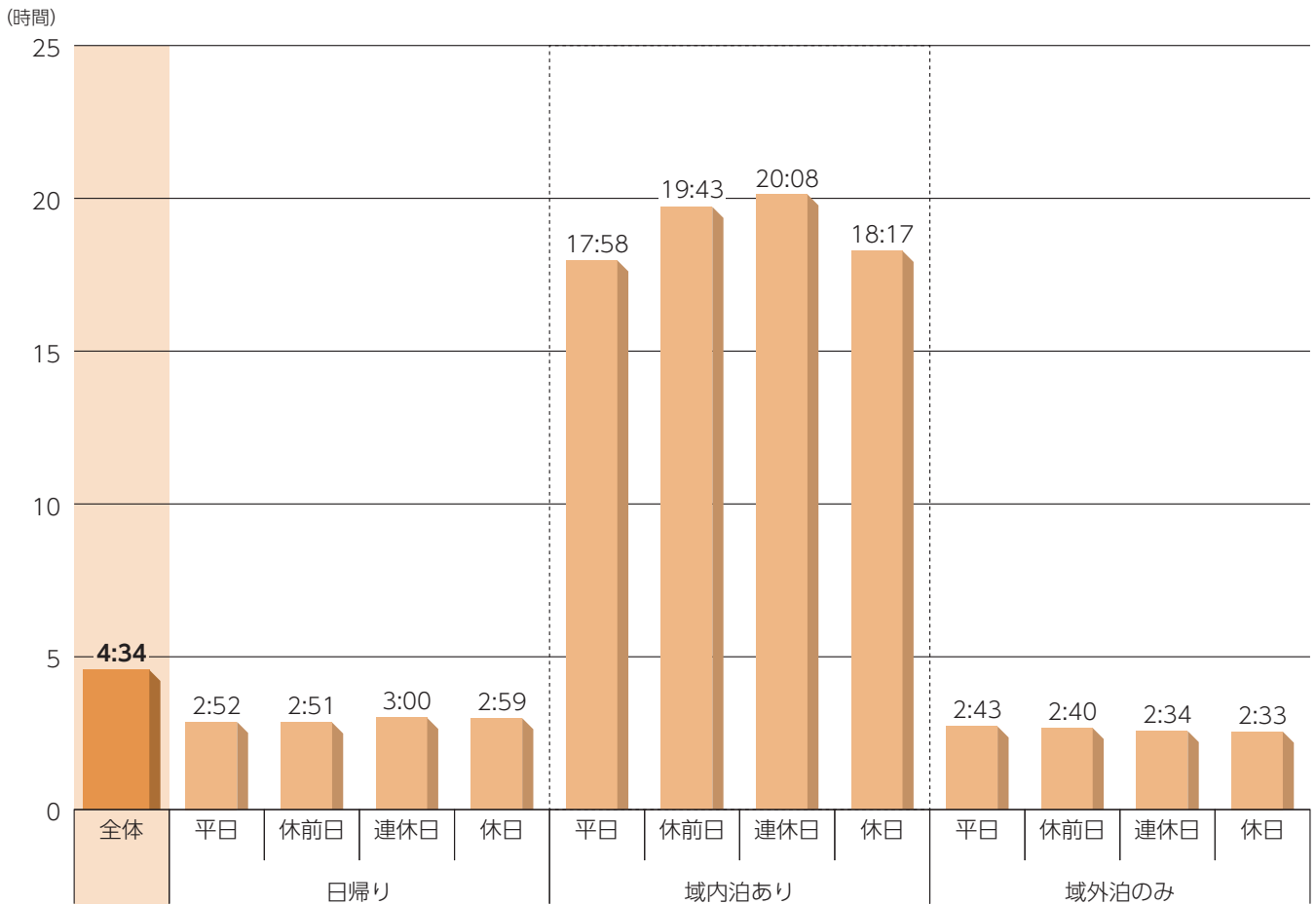
※交通費は発地からの交通費も含まれております。

2.現状と課題

2 来訪者の 大津市での 滞在時間が短い

滞在時間とは、観光で目的地に滞在をしている時間を指します。この時間が長くなればなるほど宿泊・食事・買い物・レジャー・移動などのための観光消費額も増加するため、来訪者に長い時間滞在してもらうことが観光による地域の活性化のためには必要です。大津市内に宿泊している来訪者(域内泊あり)が長時間滞在している一方で、日帰りおよび大津市外に宿泊している来訪者(域外泊のみ)の滞在時間は3時間未満であり、他地域と比べても短い事が分かっています。

来訪者平均滞在時間：大津市への来訪者(日帰り・域内泊・域外泊などの旅程別)の、平日・休前日・連休日・休日別の平均滞在時間を示しております。

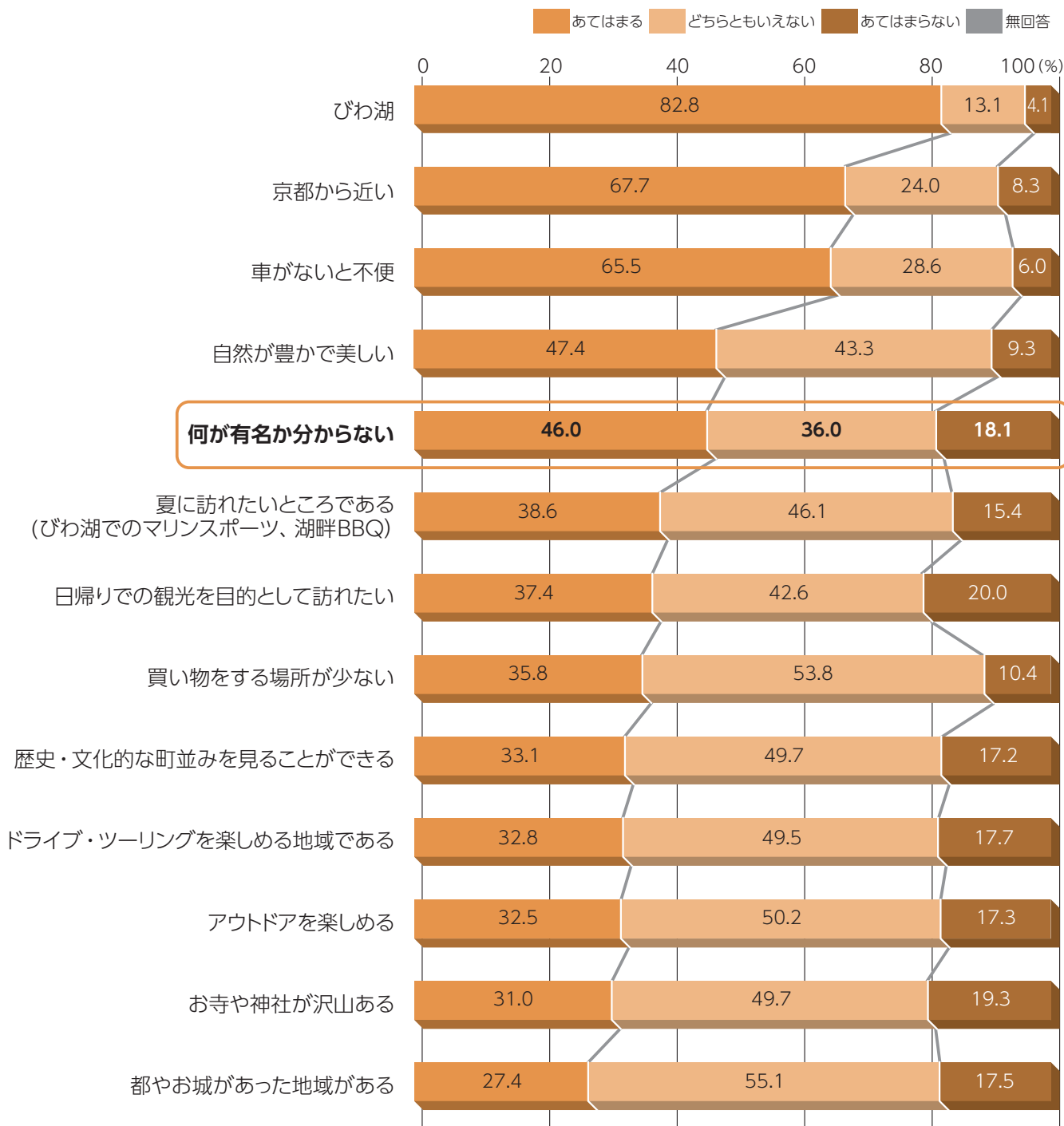


平成26年度大津市観光動態調査(携帯端末位置情報(ビッグデータ)を活用した調査)から出典

3 観光地としての知名度が低い

滋賀県外の方に大津市のイメージを調査したところ、多くの人が「びわ湖」を挙げていましたが。一方で、びわ湖でのマリンスポーツ、豊かな自然、歴史・文化的な街並み、お寺や神社など、観光に関連するイメージを持った方は少ないことがわかりました。また、「何が有名かわからない」と言った回答も多く、大津市はまだ観光地としての認知が高くないといえます。

大津市のイメージ調査結果：滋賀県以外に在住する人に対して大津市のイメージについて聞いたインターネット調査結果を示しております。



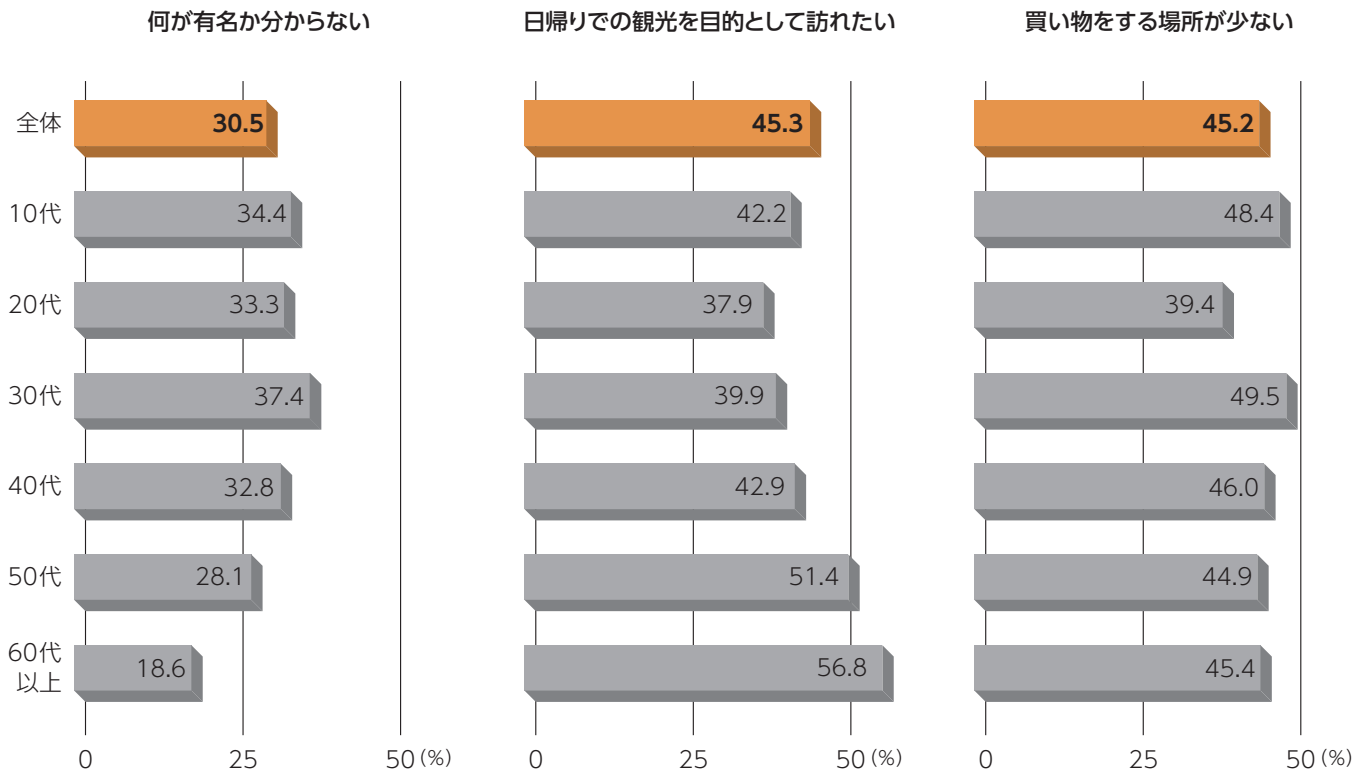
平成26年度大津市観光資源発掘調査から出典

2.現状と課題

4 市民に 大津の魅力を より知ってほしい

観光による地域の活性化において、市民がその地域の良さを実感し誇りを持ち、アピールをする事がとても大切であると考えています。平成28年度の調査によると、約30%の市民が「何が有名かわからない」と回答していました。前述の大津市の強みが、市民にとっては当たり前すぎて気付かない状態になっていると考えられます。また10代～30代においては、大津市の歴史や観光地・アピールポイント・名物やお土産品などについて普段意識することが少ない傾向が強いことが分かりました。

大津市にあてはまると思うイメージについて：大津市民に対して、大津市の持つ観光資源のイメージについて聞いたインターネット調査結果を示しております。



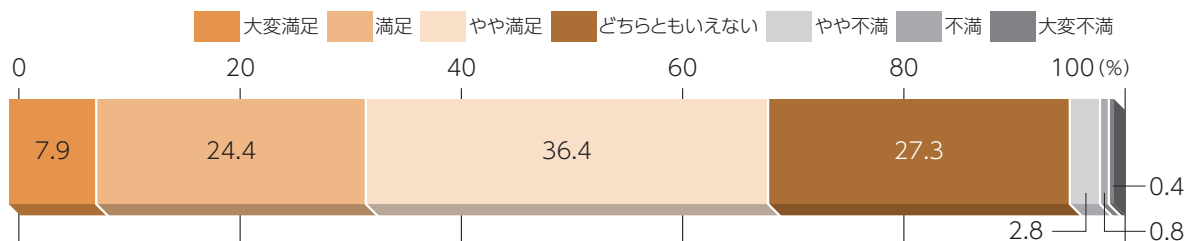
平成28年度大津市市民意識調査から出典

5 来訪者の満足度が低い

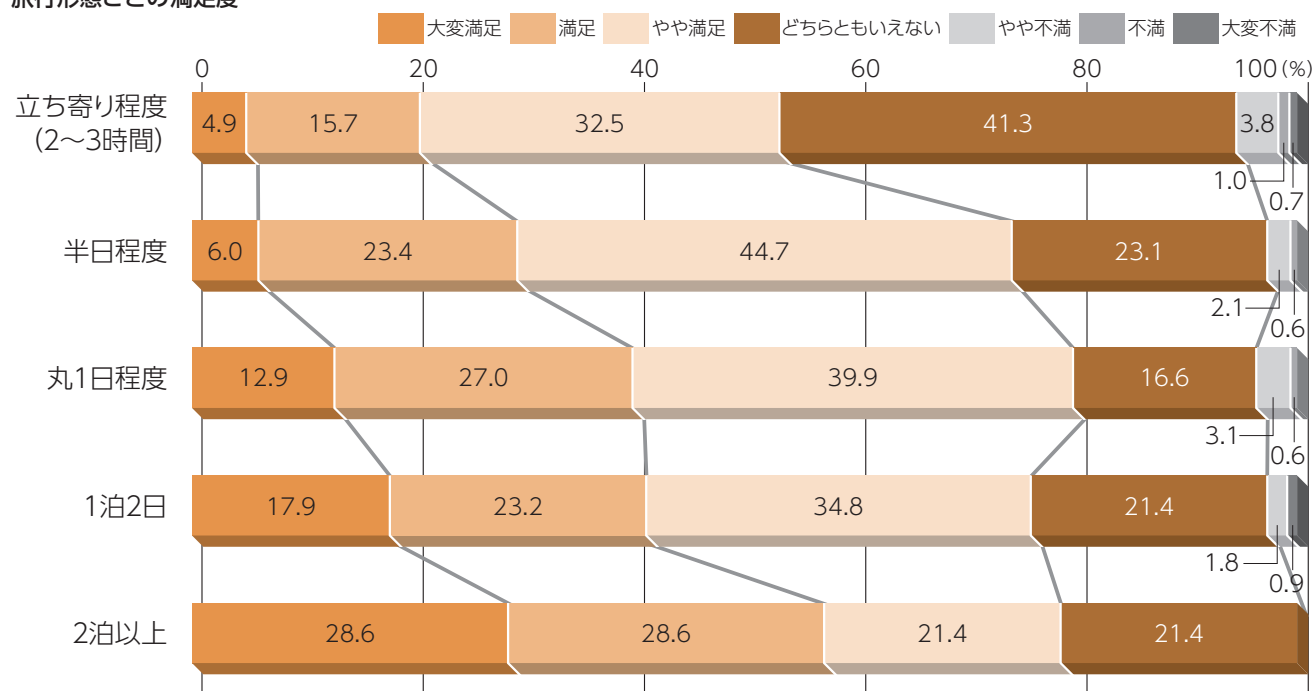
観光による地域の活性化のためには、来訪者に満足していただくことがポイントとなります。満足をすることでその人がまた来訪をしてくれるだけではなく家族や知人におすすめをしてくれるという効果もあり、さらには、ソーシャルメディアなどの媒体によってより多くの人にその観光地の良い情報が行き渡ることになります。平成28年(2016年)の調査によると、大津市の来訪者満足度は、「大変満足」「満足」を合わせた数値が32.3%と低いことが分かりました。また滞在時間が長いほど、大津の魅力を感じていただき、地元の方との交流も生まれやすいことから、満足度が大きく上昇することも分かっています。

大津市への来訪満足度：大津市への来訪者に対して、満足度について聞いたインターネット調査結果を示しております。

総合満足度



旅行形態ごとの満足度

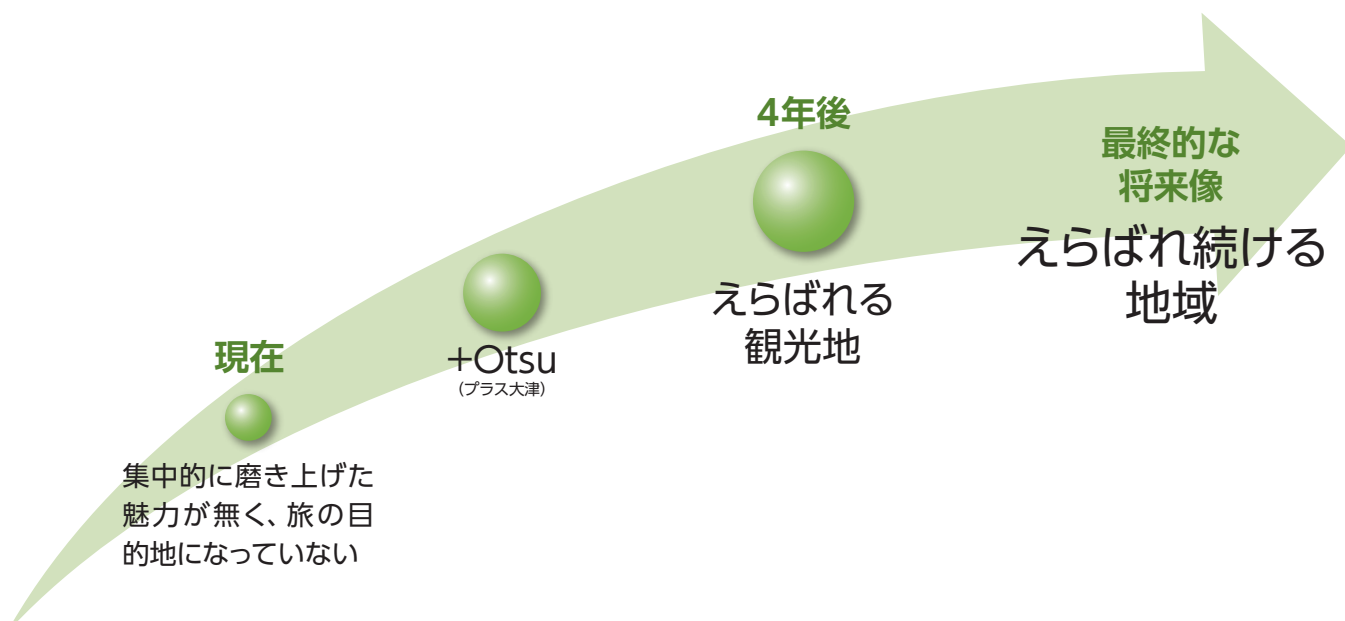


平成28年度大津市来訪者満足度調査から出典

課題1から課題5の結果から、大津市は観光地としての魅力が見えづらいため、多くの人の「旅の目的地となっていない」ということが考えられます。一方で観光地としての魅力の原石は数多く、それらを磨き上げていくことで日本・大津市の人口減少といった観光を取り巻く厳しい環境の中でも「えらばれる観光地」として成長し続けることが出来ると考えています。

3.目指す姿

大津市がどのような観光地を目指していくのかを、より具体的にするために「目指す姿」を設定しました。



+Otsu (プラス大津)

近隣の他地域と差別化できる「大津ならではの良さ」の中から「びわ湖・大津といえばこれ」という多くの人に知られる観光資源（観光スポット・名産品・体験など）が生まれ、世界的に有名な京都や大阪の観光に大津をプラスするという考え方が広まり、国内外からの多くの来訪者が目的を持って大津を訪れている状態。

えらばれる 観光地

目的を持って大津を訪れた方が、大津ならではの良さに満足し、再来訪される方やより長く滞在される方が増えている状態。

より長く滞在し、大津ならではの魅力を存分に堪能することで、消費単価が上がり、観光地として高い経済効果を生み出している。また市民は、来訪者との交流を通じて新たな地域の魅力に気づかされ、大津への愛着を深めている。

えらばれ 続ける地域

「観光地として」えらばれるだけでなく、「この人に会いに行く」といった市民との交流など、観光以外の目的でもリピートされる方を増やし、大津を第二のふるさとのように感じていただけるコアなファンを創出し、「地域として」えらばれ続ける状態。

観光事業者にとどまらず、地域の様々な事業者が活気付いており、それぞれのエリアがにぎわっている状態。また市民も、愛着を持っている大津の魅力について、市外の方に積極的に発信し、来訪者をあたたかく迎えている状態。

「大津ならではの良さ」について

目指す姿である「+Otsu」や「えられる観光地」の中でも掲げているとおり、「目的を持って大津を訪れていただく」ためには、他の観光地と差別化できる「大津ならではの良さ」を選定し、「びわ湖・大津といえどこれ」と誰もが思い浮かべられるような魅力に育てる必要があります。

本計画では「オンリーワンのびわ湖」を基調とした3つのテーマを選定し、今後テーマに沿って様々な施策に取り組めます。

「大津ならではの良さ」

基調
オンリーワンのびわ湖
日本最大、最古であり
大津市民にとって
かけがえのない心の拠り所

テーマ 1
Lakeside Resorts
of Otsu
びわ湖リゾート

テーマ 2
Experience History and
Culture in Otsu
**歴史・文化体験の
宝湖**

テーマ 3
Outdoor Activities
in Otsu
**スポーツ観光の
聖地**

3.目指す姿

テーマ 1

びわ湖リゾート

湖畔のゆったりした時間、水辺のカフェ、リゾートホテル、温泉、水泳場での湖水浴、クルージング、豊かな食文化など、疲れを癒し健康を増進することを目的としたリゾート型の滞在を柱とする。



1.白砂青松のビーチ 2.おごと温泉 3.びわ湖テラス 4.クルーズ 5.ご当地グルメおかつ近江米カレー

テーマ 2

歴史・文化体験の宝湖

世界遺産、日本遺産をはじめとした社寺や琵琶湖疏水通船など、びわ湖と密接に関連する歴史を感じ、伝統的な和菓子作りやかかるた・大津絵・俳句・源氏物語といった水辺で育まれた文化を体験できる。



1.比叡山延暦寺 座禅・写経体験 2.近江神宮 着物体験 3.浮御堂 4.琵琶湖疏水通船 5.大津絵