

テーマ 3

スポーツ観光の聖地

日本一大きなびわ湖の広さを体感するビワイチをはじめとした湖畔でのサイクリング・ランニング・ウォーキングのほか、ウィンタースポーツ・ウォーターアクティビティ・トレッキングを満喫できる。



1.湖畔でのサイクリング 2.パラグライダー 3.スキー 4.SUP 5.トレッキング
一部画像提供 (公社)びわこビジターズビューロー

テーマ選定の視点

前述の大津市の7つの強みをはじめ、数多くある観光地としての魅力の原石から、「大津ならではの良さ」として3つのテーマを選定する際に、下記の5つの視点をいたしました。

魅力の原石

- 1 びわ湖
- 2 京都や大阪からのアクセスの良さ
- 3 湖の他、山や川など豊かな自然
- 4 世界遺産や日本遺産をはじめとした、深い歴史
- 5 宿泊施設が多く、海外からの来訪者を含めた宿泊者数の増加
- 6 泉質の良い温泉
- 7 四季を通じて楽しめるアクティビティ など…

選定

- 視点1 訪日外国人に対し訴求力があること*
- 視点2 大津の独自性があり、他地域と差別化できること
- 視点3 歴史や伝統、文化を大切にし、市民の生活と共存すること
- 視点4 付加価値が高く、自走できること
- 視点5 絵空事でなく、実現可能であること

大津ならではの良さ

- テーマ 1
びわ湖リゾート
- テーマ 2
歴史・文化体験の宝湖
- テーマ 3
スポーツ観光の聖地

* 国内からの来訪者への取り組みを継続することはもちろんのこと、訪日外国人にとって魅力的なものを今までに無かった切り口で選定し、磨き上げるという視点

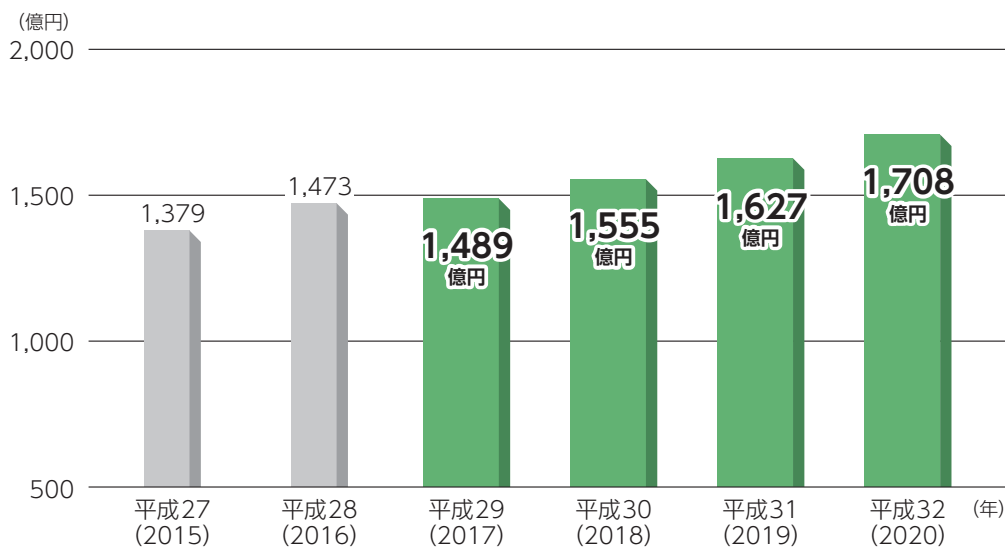
4.数値目標 (KPI)

「目指す姿」をより具体的にし、年度ごとに進み具合を確認するために重要だと考えられる4つの項目に対して数値目標(KPI)を設定し年度ごとに検証・必要があれば修正をします。

※①②③の平成28年の数値に関しては予測値であり、確定値ではありません。

①観光消費額

来訪者の大津市内での観光消費額の1年間の合計を指します。価値ある観光資源を活用し、経済的に自立した観光地を目指すことを目的にKPIとして設定しました。



※観光消費額とは域内消費額を指します。

※①国内宿泊客数×②国内宿泊消費額+③外国人宿泊客数×④外国人宿泊消費額+⑤国内日帰り総数×⑥国内日帰り消費額+⑦外国人日帰り総数×⑧外国人日帰り消費額により、観光消費額を算出する。

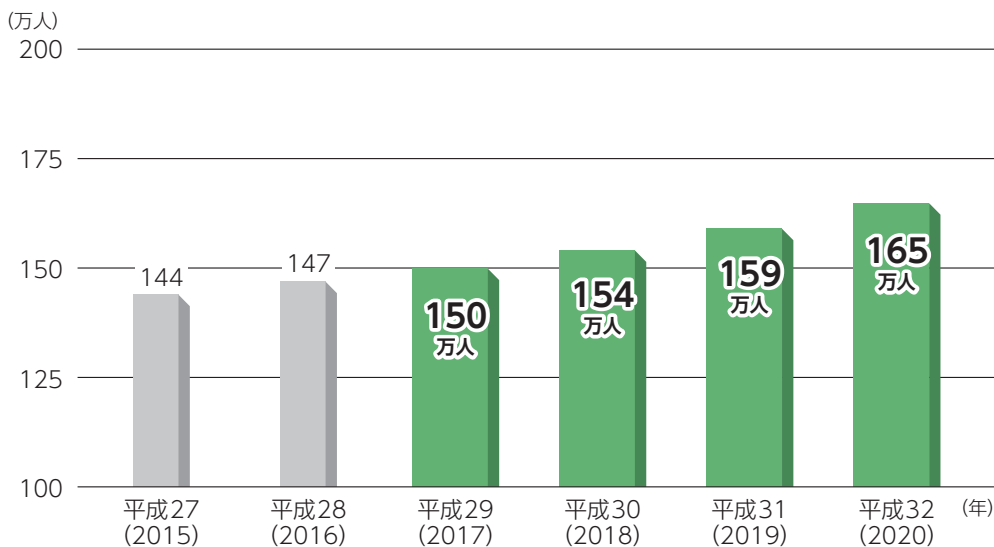
①・③・⑤・⑦…大津市観光入込客統計調査に基づく。

②・⑥…大津市来訪者満足度調査による消費額調査に基づく。

④・⑧…観光庁「共通基準による観光入込客統計」平成26年年間値での滋賀県における訪日外国人の宿泊観光消費額・日帰り観光消費額を平成27年の大津市の見込数と設計。

②総宿泊客数

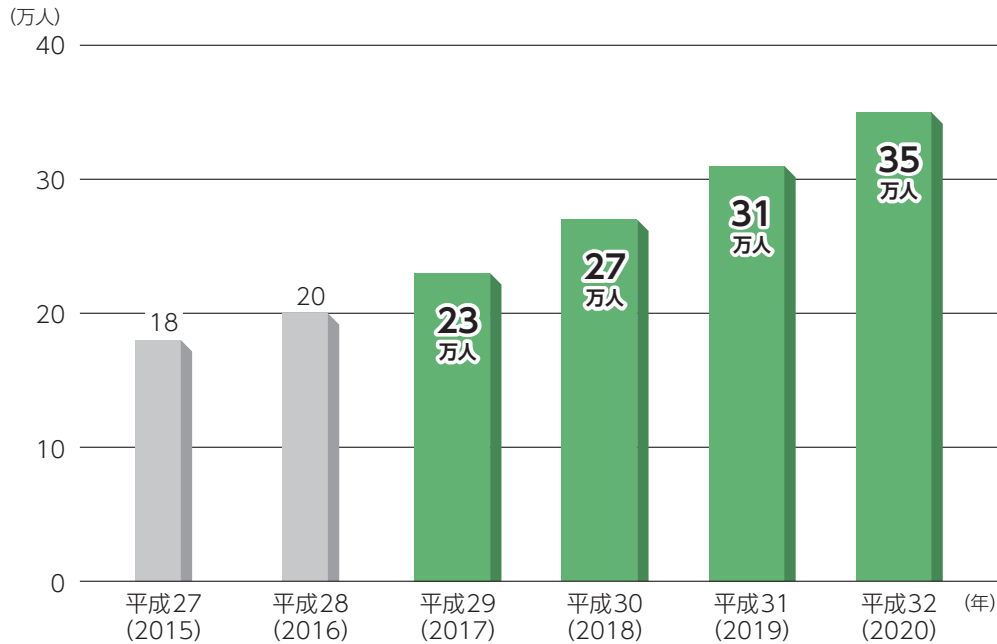
大津市に来訪し宿泊をした人の総数です。宿泊施設との連携により月ごとでの確実な数値の把握ができるため、トレンドを掴むためにも非常に重要なKPIとして設定しました。



※大津市観光入込客統計調査に基づく。

③外国人宿泊客数

②の数値のうち外国人の方のみの総数です。観光地としての大津市の目指す姿の実現に向けては、外国人宿泊客数の順調な伸びも非常に重要なKPIの一つとして設定しました。

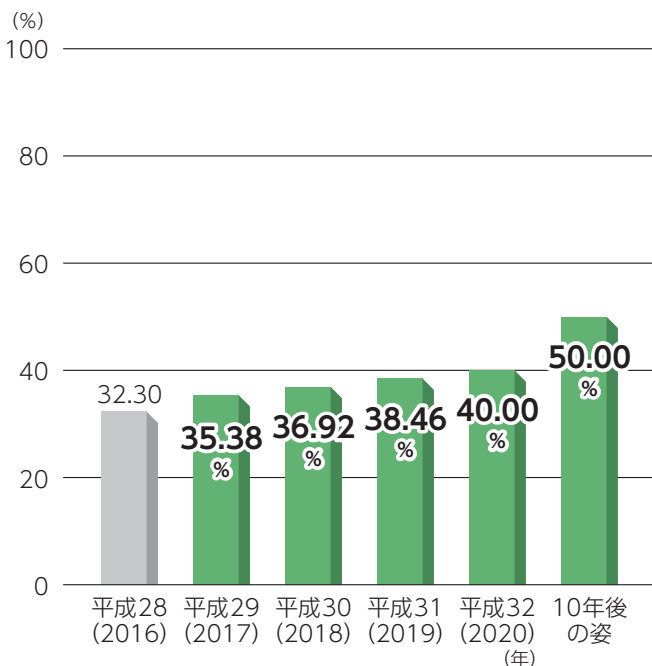


※大津市観光入込客統計調査に基づく。

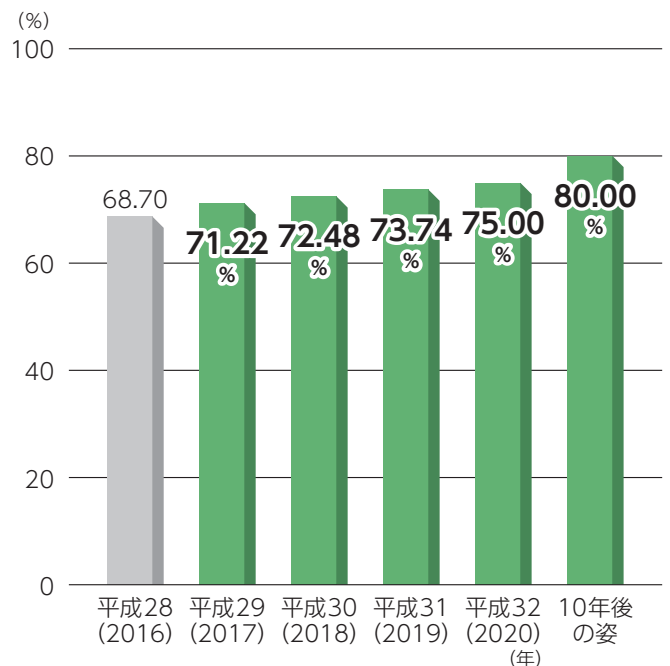
④来訪者満足度

大津市に来訪した人の旅行後の満足度です。旅の目的地となるために「大津市へのリピーターを増やすこと」「観光地としての価値の向上」は不可欠です。そのために満足度が重要な指標であることから、KPIとして設定しました。

大変満足+満足を合わせた指標



大変満足～やや満足を合わせた指標



5.基本方針

「目指す姿」および「数値目標」を達成するために取り組むべき事を「3つの基本方針」としてまとめました。

目指す姿

えらばれる 観光地

目標

- ①観光消費額
- ②総宿泊客数
- ③外国人宿泊客数
- ④来訪者満足度

基本方針

1

オンリーワンの
びわ湖を中心とした
「大津ならではの
魅力」の磨き上げ

基本方針

2

大津への「来訪」に
結びつけるための、
戦略的な情報整理

基本方針

3

知名度の飛躍的な
向上を狙った
プロモーション

基本
方針
1

オンリーワンのびわ湖を中心とした 「大津ならではの魅力」の磨き上げ

大津市では、オンリーワンのびわ湖の周囲にある豊かな自然の中でのんびりと過ごしたり、普段できないようなアクティビティを体験したり、文化的・歴史的な体験を楽しむことができます。これらの地域資源をどのように活用すれば国内外からの様々な来訪者が惹きつけられ・満足するのかを情報収集し、調査結果に基づいた「大津ならではの魅力」の磨き上げ（洗練・発展・進化）に取り組めます。

具体的な取り組み例

- 各エリア、分野のリーダーとの連携、共通テーマ・コンセプトでの広域連携
- 市民・観光事業者を交えたワークショップやモニターツアーによる魅力と課題の整理
- 課題解決や満足度向上に向けた受入整備とコンテンツ開発

基本
方針
2

大津への「来訪」に結びつけるための、 戦略的な情報整理

地域の観光情報を観光事業者などの関係者と随時共有することで、正しく・新鮮な大津の情報を一括で管理します。さらに管理された情報をもとに各ターゲットが情報を得るタイミングや場所、媒体を考慮して、情報発信ツールを作成します。

来訪者の志向や旅行のシーンに合った情報をわかりやすく整理して提供することで、満足度の高い情報を得ることができ、観光消費額の増大やリピート率の向上を実現できます。

具体的な取り組み例

- コンテンツの情報発信ツールの作成 (ホームページ・パンフレットなどの整理)
- 各コンテンツの情報整理の支援

基本
方針
3

知名度の飛躍的な向上を狙った プロモーション

より多くの国内外の旅行者の「旅の目的地」となるように観光地としての大津市を知っていただく必要があります。「旅の目的地」に合わせた大規模かつ効果的で多様なプロモーションを積極的に仕掛けていく事で、飛躍的な知名度向上を目指します。

具体的な取り組み例

- Webはもちろん、テレビや雑誌など各ターゲットに合わせ各種メディアを使い分けたプロモーション

6.計画推進体制

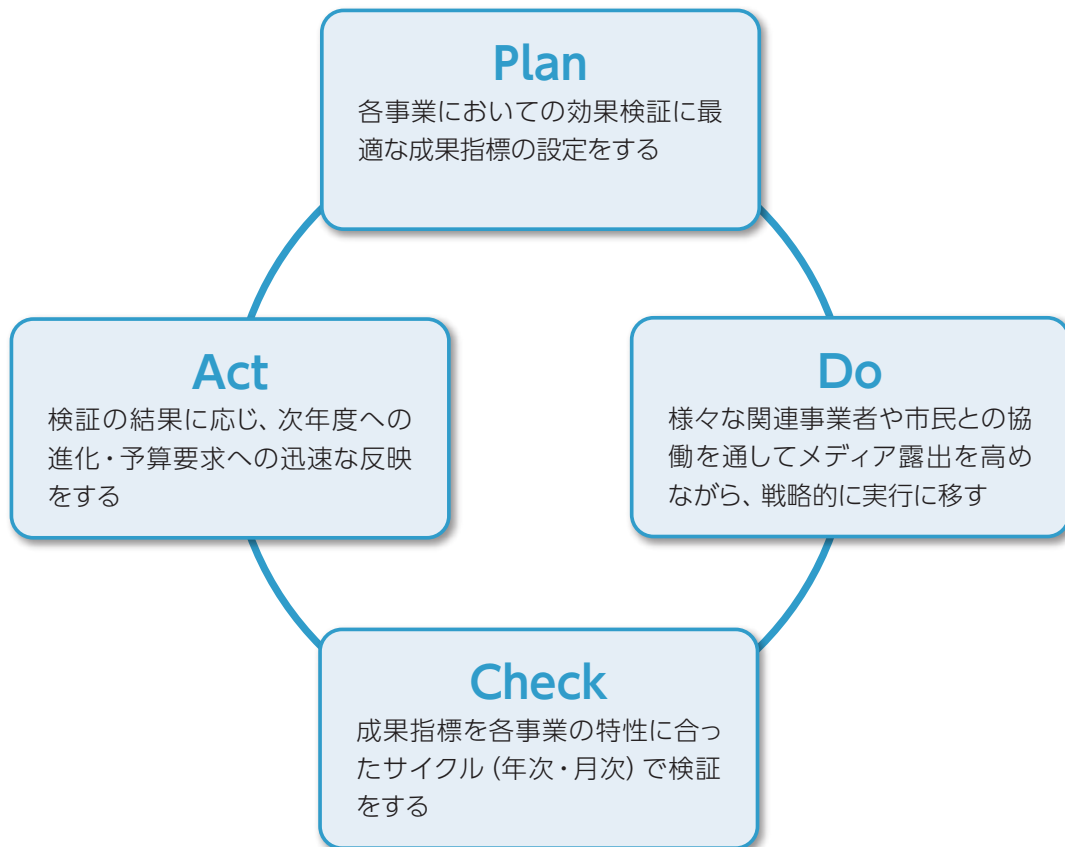
平成29年度からの4年間で目標を実現するためには、本計画を常に意識して観光推進を行い、計画や目標を修正するなどの柔軟な対応が重要です。

この4年間の大津市としての取り組みの進め方を示すことで、その時々で何をすべきなのかを明確にします。

①進捗管理 (PDCAサイクル)

各事業において、常にブラッシュアップし目標を達成するためにはPDCA(Plan:計画、Do:実行、Check:評価、Act:改善)が不可欠です。本計画を推進していくにあたって、このPDCAサイクルを効果的に回していきます。

計画の全体としては「3. 目指す姿」で示した数値目標と実際の数値を年度ごとに確認をし、次年度以降の取り組み内容や目標数値の見直しをします。また、全体のPDCAサイクルの他に、観光推進にとっての重要な事業については事業の効果を数値で測るための最適な指標を設定し、下記のPDCAサイクルを回します。



② 情報共有

左記のPDCAサイクルを回す際には、周囲の状況の変化に柔軟に対応する事も非常に重要です。そのためには、以下のような情報共有の取り組みを意識していきます。

- 多様なターゲット (国内外の、様々な年代・志向・価値観・文化背景を持つ人々) に対するマーケティング
- 各エリアの様々な事業者や市民の積極的な交流や意見交換、そして情報の有意義な共有と必要に応じた連携
- 上記から収集された情報やアイデアの有効な蓄積

③ 取り組みの手順

基本方針の実施

基本方針1
オンリーワンのびわ湖を
中心とした「大津ならではの
魅力」の磨き上げ

更なる魅力の発掘と
観光地としての
受入体制の整備

基本方針2
多様なターゲットを大津への
「来訪」に結びつけるための、
戦略的な情報整理

新たに生まれる
観光資源や情報を
継続的に整理

PR効果の高い情報を
ターゲットニーズに
合わせて、
プロモーション
しはじめる

基本方針3
知名度の飛躍的な向上を
狙った、各ターゲットに
向けたプロモーション

基本方針の結果

「びわ湖・大津といえばこれ」と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、近隣地域と差別化された魅力が発掘され、受入態勢が整備されている。

目指す姿

**えらばれる
観光地**

目的を持った
大津への来訪

「大津に行きたい」と思った方が、大津の魅力について、より深い情報を調べることができ、充実した旅程が立てられ、来訪に結びつく。

大津の魅力が多くの方に伝わり、「大津に行きたい」と思う方が増える。

実施調査一覧

調査手法	内容
観光動態調査	あらかじめ利用同意を取得した携帯端末の位置情報(ビッグデータ)を活用した観光動態分析調査
	●分析したデータ期間：2014年7月1日(火)～12月31日(水)の6か月分
	●サンプル数：50,217サンプル(ウェイトバック補正後)
観光資源発掘調査 (GAP調査)	インターネット上で行ったアンケート調査。 認知度×興味・関心度・満足度の差から潜在価値の高い地域資源を探し出す。
	●サンプル数：1,040サンプル
	●設問数：15問
来訪者満足度調査 (聞き取り調査)	観光客を対象に市内の主要スポットで行った対面式のアンケート聞き取り調査。
	●調査時期：2014年11月1日(土)～11月22日(土)、2015年11月25日(水)～12月10日(木)
	●場所：市内4か所：比叡山延暦寺・三井寺・石山寺・浮御堂
来訪者満足度調査 (インターネット調査)	過去1年間に来訪した観光客を対象にインターネット上で行ったアンケート調査。
	●調査時期：2016年10月実施
	●サンプル数：1,036サンプル
市民意識調査 (インターネット調査・現地調査)	過去1年間に来訪した観光客を対象にインターネット上で行ったアンケート調査。
	●調査時期：2016年10月実施
	●サンプル数：1,036サンプル
市民意識調査 (インターネット調査・現地調査)	大津市在住者・過去大津市在住者を対象に、地域愛についてインターネットと現地で行ったアンケート調査。
	●時期：2016年6月～7月実施
	●サンプル数：インターネット調査1,036サンプル・現地調査107サンプル 合計1,143サンプル
市民意識調査 (インターネット調査・現地調査)	●設問数：15問
	●設問項目：居住地、愛着度、イメージ、地域資源の認知度／興味関心度／経験満足度／推薦度、来訪意向、関心テーマ

大津市第2期観光交流基本計画策定に関する懇話会委員名簿

敬称略

委員	所属	職務	委員氏名
第一号委員(座長)	追手門学院大学 社会学部	教授	福本 賢太
第二号委員	湖信会	満月寺 住職	荒井 義昌
第二号委員	おごと温泉旅館協同組合 びわ湖大津観光協会	組合長 副会長	金子 博美
第二号委員	株式会社JTB西日本 大津支店	支店長	唐津 洋平
第二号委員 (第一回～第三回)	京阪電気鉄道株式会社 大津商工会議所 観光・運輸部会 びわ湖大津観光協会	取締役専務執行役員 部会長 会長	下條 弘
第二号委員 (第四回～第六回)	京阪ホールディングス株式会社 大津商工会議所 観光・運輸部会 びわ湖大津観光協会	取締役常務執行役員 部会長 会長	太刀川 克己
第二号委員	びわ湖大津プリンスホテル	総支配人	湯谷 昌生
第三号委員	株式会社リーフ・パブリケーションズ	編集長	上山 賢司
第三号委員	龍谷大学 グローバル教育推進センター		俵山 カレンリー
第三号委員	かんじる比良の会	代表	山川 君江

第一号委員：学識経験を有する者、第二号委員：観光事業者、第三号委員：観光に関して外部の視点を有する者

大津市第2期観光交流基本計画策定に関する会議実施記録

会議名	日時	実施場所
懇話会(第一回)	2015年11月17日(火)	大津市役所
懇話会(第二回)	2015年12月15日(火)	大津市ふれあいプラザ
懇話会(第三回)	2016年5月17日(火)	大津市役所
観光事業者との意見交換会	2016年7月1日(金)	旧大津公会堂
懇話会(第四回)	2016年10月6日(木)	大津市役所
懇話会(第五回)	2016年11月29日(火)	大津市役所
懇話会(第六回)	2017年2月14日(火)	大津市役所



大津市第2期観光交流基本計画