

# 第4期大津市観光交流基本計画（案）について

産業観光部観光振興課

## 新たな観光計画策定に関する意見交換会

### (1) 目的

本市の観光における現状や課題・今後の取組方針を検討するとともに、新たな計画の策定にあたり、様々なご意見等を伺うことを目的とする。

### (2) 委員

- ・学識経験者
  - ・観光協会、観光事業者
  - ・地域で活動する事業者
  - ・市外からの視点をもつ事業者
- 計 10 名

### (3) 開催日

令和 7 年	3 月 17 日	キックオフ会
同年	4 月 21 日	第 1 回
同年	8 月 26 日	第 2 回
同年	10 月 6 日	第 3 回
同年	11 月 7 日	第 4 回
令和 8 年	2 月 下旬	第 5 回 (予定)

## 2 計画の位置づけ

【計画案冊子P 5】

- 現在の大津市総合計画（平成29年度～令和10年度）の第3期実行計画基本方針2施策12「観光・MICEの推進」を実現するための計画と位置づけた上で、現行計画である第3期大津市観光交流基本計画の方針を引き継ぎ、発展させる。
- また、次期大津市総合計画（令和11年度～）が期間内に策定される予定であることから、これを見据えた取組内容とする。
- 現行の大津市MICE推進戦略を、大津市観光交流基本計画に統合する。

R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13
大津市総合計画基本構想（12年計画）						次期基本構想		
第2期実行計画		第3期実行計画			次期実行計画			
第3期大津市観光交流基本計画			<u>第4期大津市観光交流基本計画（本計画）</u>			次期観光計画		
大津市MICE推進戦略								

## 第1章 観光交流基本計画の策定にあたって

【計画案冊子P 4～5】

### 1. 観光振興に取り組む背景

- ・国及び本市の人口減少に伴う地域経済の低迷
- ・持続的に地域経済を活性化するため、「観光」を地域成長の原動力として位置づけ、戦略的に推進する必要がある。

### 2. 計画の目的

- ・本市がどのような方向性で観光振興に取り組むのかを定める。
- ・市民・事業者・団体・行政など、全ての人が同じ認識を持ちながら本市の観光振興に取り組むことを目的に策定する。

### 3. 計画の位置づけ

- ・「大津市総合計画第3期実行計画」の基本方針にある「自然、歴史、文化、スポーツを重視し、多くの人が集うまちを創ります」の実現を目指す。
- ・現行の大津市MICE推進戦略を統合する。

### 4. 計画の対象期間

- ・令和8年度(2026年度)から令和11年度(2029年度)までの4年間

## 第2章 現状と課題

### 1. 観光を取り巻く環境の変化

#### (1) 外国人旅行者数の復調と、局地的なオーバーツーリズム 【計画案冊子P 7】

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響下からの復調
- ・全国の観光地でオーバーツーリズムの顕在化

#### (2) 旅行スタイルやニーズの多様化 【計画案冊子P 8】

- ・団体旅行から個人旅行へのシフトと旅行目的の多様化
- ・旅行する層と控える層の二極化

#### (3) 安定財源の確保の必要性 【計画案冊子P 9】

- ・本市の財政の硬直化、他自治体での「法定外目的税」の導入の動き
- ・本市も他の自治体と同様に、法定外目的税である「宿泊税」導入の検討が必要
- ・宿泊税以外の観光の安定財源についても、調査研究を継続

#### (4) 国の方針について 【計画案冊子P 10】

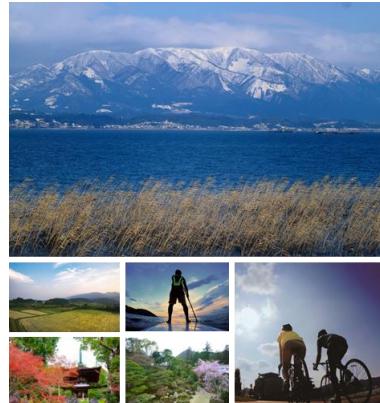
- ・外国人旅行者数や、MICEの更なる誘客・誘致
- ・DMO (Destination Management Organization) による持続可能な観光まちづくり

## 第2章 現状と課題

### 2. 観光地としての強み

【計画案冊子P11～12】

- 強み1 大津観光の中心となるオンリーワンの「びわ湖」
- 強み2 時代を超えて受け継がれ続ける「歴史文化」
- 強み3 四季を感じながら満喫できる「豊かな自然」
- 強み4 周辺大都市からアクセスしやすい「ロケーション」



## 第2章 現状と課題

### 3. 観光地としての課題

#### 課題① 大津ならではの魅力が具体的に認知されていない 【計画案冊子P16】

- ・本市への来訪経験がない人の多くが、「観光地としてイメージが湧かない」と回答
- ・京都を訪れている外国人旅行者の90%以上が大津市を知らない。

#### 課題② 市内観光スポット来訪者の市内宿泊率が低い 【計画案冊子P17】

- ・本市の主要な観光スポットに訪れた人の県内宿泊率は、京都の主要エリアを訪れた人の府内宿泊率と比較して低い傾向にある。

#### 課題③ 再来訪者（リピーター）が少ない 【計画案冊子P18】

- ・全国、関西エリアと比較し、来訪者のリピート率が低い。

#### 課題④ 閉散期の宿泊客数が少ない 【計画案冊子P19】

- ・2月の宿泊者数（最少）は、11月（最多）の約60%で、季節による需要の偏りが顕著
- ・多くの宿泊施設にとって「閉散期の集客」が優先度の高い経営課題

## 第3章 目指す姿

【計画案冊子P 2 2】

### 【目指す姿】

#### ～えらばれる大津、誇れる大津～

「大津ならではの魅力」が広く認知されており、大津に魅力を感じる来訪者が増え、多くのMICEが開催されるなど、市内での観光消費が増加している。さらに、来訪者に大津の魅力が伝わる様を目にしてすることで、市民が大津に誇りを感じる状態を目指す。

### 【最終的に実現したい姿】

#### ～えらばれ続ける大津、紹介したい大津～

観光やMICE以外の目的でも来訪される方が増え、大津のファンを創出し、「魅力的な目的地」として評価され、選ばれ続けている状態となっている。市民も大津に愛着を持ち、大津の魅力を市外に向けて積極的に発信している。地域経済が活性化し、まちに持続的なぎわいが生まれている。

## 第4章 基本方針と推進する施策

### 基本方針 1 「つくる」～観光地としての魅力向上～ 【計画案冊子P25】

様々なニーズに合わせた付加価値の高いコンテンツを創出するとともに、受入環境を整え「大津ならではの魅力」として磨き上げることで、観光消費額の増加と満足度の向上を目指す。

施策1：パーソナライズターゲティングと新たなコンテンツの造成

施策2：既存コンテンツの高付加価値化・連携の強化

施策3：インバウンド対応を含めた観光インフラ・受入環境の整備

施策4：市民の観光への理解と共感の形成

## 第4章 基本方針と推進する施策

### 基本方針 2 「届ける」～観光地としての魅力発信～ 【計画案冊子P26】

旅行者のニーズを起点として、一人一人の関心や価値観に合わせて磨き上げた「大津ならではの魅力」をターゲットとなる方に的確に届ける。また、時流や機会を捉え、本市の利便性の高いロケーションを生かしながら観光消費の拡大につなげる。

施策1：データ収集・マーケティング分析・戦略立案

施策2：情報発信・販売促進・誘客

施策3：特に機会を捉えた情報発信と誘客の展開

施策4：京都市隣接という立地を生かした施策

## 第4章 基本方針と推進する施策

【計画案冊子P27】

### 基本方針3 「続ける」～持続可能な観光まちづくりに向けた基盤整備～

安定的な財源の確保や人材育成を通じて、観光まちづくりの基盤を強化する。また、地産地消の推進や経営環境の改善など、観光地としての持続力を高める。

施策1：安定的な財源確保・観光まちづくりの体制構築

施策2：人材確保・人材育成

施策3：地産地消(市内調達)の推進、経済波及の最大化

施策4：観光産業の支援(閑散期対策など経営環境の改善)

## 第4章 基本方針と推進する施策

### 基本方針4 「広げる」～更なるMICEの誘致～ 【計画案冊子P28】

MICEは一般的な観光に比べて、経済波及・都市の知名度向上・レガシー創出など、様々な側面で地域に大きな効果をもたらすことから、本市のロケーションや都市環境、魅力的な地域資源といった強みを生かし、更なるMICEの誘致に取り組む。

施策1：MICE主催者向けの情報発信と誘致の強化

施策2：MICE推進のための環境整備と基盤強化

施策3：MICEによる経済波及効果の最大化と持続的な発展

## 第5章 数値目標（KPI）

【計画案冊子P30～32】

数値目標（KPI）	R6(基準)	R8	R9	R10	R11
【KPI①】観光消費額	1,876億円	1,979億円	2,033億円	2,089億円	2,132億円
【KPI②】総宿泊客数	112.5万人	127.2万人	131.7万人	136.4万人	137.8万人
【KPI③】外国人宿泊客数	15.2万人	17.4万人	18.7万人	20.0万人	21.4万人
【KPI④】来訪者満足度	49.9%	50.9%	52.0%	53.1%	54.3%
【KPI⑤】コンベンション開催件数	27件	32件	34件	36件	38件

- ・大津市MICE推進戦略の統合に伴い、コンベンション開催件数を追加
- ・目標数値については、大津市総合計画第3期実行計画で定めた令和10年度の目標を踏まえて設定

## 第6章 計画推進体制

【計画案冊子P34～35】

### 1. 計画の進捗管理について

- ・年度ごとに数値目標（KPI）と実績を比較することで、計画の進捗状況を確認するとともに、必要に応じて数値目標の見直しを行う。

### 2. 計画の推進体制

- ・大津市・びわ湖大津観光協会・観光関連団体などが連携して取り組む。
- ・本市の観光事業者や市民に対して情報を共有し、関係者が一体となって観光振興に取り組む。

### 3. 観光まちづくりに向けた目指すべき推進体制の構築

- ・関係者それぞれの目指すべき役割分担の将来像を示す。
- ・目指す体制図についても整理

令和7年12月11日 大津市議会生活産業常任委員会 所管事務調査

同月25日 パブリックコメント開始

令和8年 1月13日 パブリックコメント締切

同年 2月中旬 意見の反映

同月下旬 新たな大津市観光計画策定に関する意見交換会（第5回）

同年 3月下旬 計画策定

## 5 【参考】計画策定にあたっての観光マーケティング調査

調査名	調査方法	調査対象	調査期間
国内WEBアンケート調査	過去3年以内に国内旅行をした首都圏・東海圏・関西圏在住者に対し、WEB上でのアンケート調査を行った。	合計：1,030件 市内宿泊：309件 市内日帰：309件 検討のみ：206件 検討無し：206件	令和7年6月18日～同月20日
インバウンド街頭調査	京都を訪れている外国人旅行者に対して、対面での聞き取り調査（英語）を行った。	合計：141件 アメリカ：38件 フランス：13件 豪州：12件 イギリス：11件 その他：67件	令和7年6月12日～同月19日（内、4日間）
人流動態調査	スマートフォン等の位置情報（GPSデータ）を活用し、市内外に登録した100スポットの観光施設などの人流データ（出発地や周遊箇所、宿泊有無など）を分析した。	国内旅行者のGPSデータ（月間3,000万人分）	令和5年1月1日～令和6年12月31日
宿泊施設QRアンケート調査	大津市内の宿泊施設にQRコードのアンケートを設置し、調査を行った。	合計：759件	令和7年6月15日～同年8月31日