

新たな大津市観光計画策定に関する意見交換会（第2回目）

議事録

1 開催日時・場所

日時：令和7年8月26日(火)10時00分～

場所：大津市役所新館7階 大会議室

2 次第

- (1) 開会 大津市より挨拶
 - (2) 各種調査の分析結果
 - ① 国内ウェブアンケート調査
 - ② インバウンド街頭調査
 - ③ 人流動態調査
 - (3) 観光による地域経済活性化の意義
 - (4) その他（次回意見交換会の開催日及び議事項目について）
 - (5) 閉会
-

3 出席者

(順不同、敬称略)

所属	役職	氏名
阪南大学 国際学部国際観光学科	教授	福本 賢太
(公社)びわ湖大津観光協会	専務理事 (兼事務局長)	宮本 説三
おごと温泉旅館協同組合 おごと温泉観光協会	理事長 会長	池見 喜博
(一社)比叡山・びわ湖DMO 京阪ホールディングス(株)	CMO(データ分析・マーケティング 責任者) 経営企画室 体験価値共創担当 課長	片岡 大祐
湖信会 (公社)びわ湖大津観光協会	園城寺 (三井寺) 執事長 副会長	福家 紀明
(有)至誠庵 (一社)石山観光協会	取締役 副会長	井上 貫太
(株)きゅうべえ	代表取締役	谷口 創太
(一社)シガーシガ	代表	岡山 泰士
(株)らくたび	代表取締役	若村 亮

委託事業者 専門家

(株)リクルート	じゃらんリサーチセンター 主席研究員	森戸 香奈子
リージョナルリング(株)	取締役	木立 徹
(株)LOCAL ROOTS	代表取締役	檜垣 敏

(事務局) 産業観光部 観光振興課

(委託事業者) (株)リクルート

4 会議内容

(1) 開会

配布資料の確認。また(一社)比叡山・びわ湖DMO/京阪ホールディングス(株)より人事異動に伴い、高橋氏に代わり片岡氏が新たに出席される旨の紹介。

(2) 各種調査の分析結果

株式会社リクルートより、各種調査の結果について説明 (別紙参照)。

- ① 国内ウェブアンケート調査
- ② インバウンド街頭調査
- ③ 人流動態調査

・専門家からのコメント（①国内ウェブアンケート調査）

専門家

日帰りを中心となる関西圏などの近隣客と、宿泊を伴う首都圏などの遠方客とで、明確に戦略を分けて考える必要がある。近隣の日帰り客向けには、若年層をターゲットに賑わいを創出することが有効ではないか。例えば、関東圏の熱海のように、新しいお店やワンハンドグルメなどを増やし、「旬な情報」を発信することで街の活性化を図るアプローチが考えられる。

また遠方客に対しては、「京都+α」の戦略が引き続き有効と考える。特に首都圏の生活者にとって琵琶湖は「歴史の教科書で知っているが行って何ができるかわからない」というイメージが強い。そのため、温泉と組み合わせた宿泊プランや、「初めての琵琶湖で何をすべきか」を具体的に提案し、滞在イメージを湧かせることが重要である。

・専門家からのコメント（②インバウンド街頭調査）

専門家

京都の混雑に不満を持つ層、特に体を動かすアクティビティを求める層にとって、大津市は魅力的な選択肢となり得る。特に欧米豪からの訪日客割合は各国の人口の1%にも満たないため、彼らに直接「大津」をプロモーションするのは費用対効果が非常に悪い。

例として、兵庫県の城崎温泉が実践した「コバンザメ作戦」が有効な戦略モデルとなる。具体的には、Facebook や Instagram などの位置情報広告を活用し、京都市や姫路城周辺に滞在している観光客のスマートフォンに「あなたが想像していた日本がここにある」といったメッセージを配信し、混雑などで満足しなかった人をターゲットに、城崎温泉への誘客をしていたそう。旅ナカでの行き先変更や前日・当日予約の需要は一定数存在するため、大津も同じような戦略を取ることで、京都からの誘客が期待できるのではないかな。

・意見聴取

発言者 A

データを見ると、実際の街の様子と数字に違いがあることに驚いた。地図や街を見ているだけでは分からない人の流れが可視化され、エリア間の動線が繋がっていないことが改めて課題として浮き彫りになった。

発言者 B

京都駅からの所要時間では、市内の観光地も京都市内の有名観光地と大差ない。京都駅からの所要時間を調べると、金閣寺までバスと地下鉄で約40分、石山寺も約40分と、時間的にはほとんど変わらない。この時間的メリットを活かし、オーバーツーリズムで混雑する京都との差別化として、「ゆっくりできる」「静かである」という点を戦略的に打ち出せば、非常に良い訴求になるのではないかな。

発言者 C

京都や大阪といった世界的に有名な観光地に隣接していることは、大津市にとって大きなアドバンテ

ージ。このポテンシャルをうまく活用して集客に繋げていくべきだ。

発言者 D

おごと温泉は大津市の中でも宿泊によるインパクトが大きい一方、市内とのアクセスが良くないためか約 8 割は車での来訪となっている。

発言者 E

石山寺と三井寺の周遊が見られるのは、長年の連携の成果だと感じている。またアンケートで琵琶湖でのレジャーに関心が高い結果が出たが、国内の観光客でさえ「琵琶湖でどう遊べばいいかわからない」人が多いのが現状で、インバウンド客にはさらに情報が届いていないだろう。遊び方を具体的に提供できれば、新たな誘客に繋がる可能性がある。

発言者 F

石山寺と長年連携してきた効果が出ているなど感じた。渋滞を起こさないよう、また市内周遊につながるよう、できるだけ公共交通機関で来てもらえるように訴えている。

発言者 G

「観光地としてのイメージが湧かない」という課題は深刻であり、今後、明確な観光イメージを再構築する必要がある。

また観光資源の評価においてうなぎの認知度が 7 割を超えているのが不思議な一方、これほど大きく期待感を持っていただけることは、観光協会として自信をもってさらに進めていきたい。また京都と明確に差別化ができる「静寂」「自然」や「うなぎ」をしっかりと PR していきたい。

人流データについて、例えば比叡山延暦寺のデータは、境内の中での移動が多くカウントされている可能性がある。境内移動と、そこから市内の別スポットへの移動を切り分けて分析するなど、より実態に即したデータの見せ方を検討してほしい。プリンスホテル周辺の公園なども同様に、宿泊者の散歩と観光客の周遊を区別できると、より有益なデータになる。

(3) 観光による地域経済活性化の意義

事務局（大津市）より、観光による地域経済活性化の意義および自主財源確保の重要性について説明（別紙参照）。

・意見聴取

発言者 D

OTA 経由の予約が主流となる中、宿泊税の導入によって他地域との価格競争で不利に働き、誘客の足かせになるのではないかと懸念している。稼働率に直接影響する可能性があり、慎重な検討が必要だ。

発言者 B

京都市の事例では、観光客が税金を通じて地域に貢献することで、オーバーツーリズムによる混雑や

ゴミ問題などに不満を持つ住民に理解を得やすくなるという側面がある。税収が市民生活の負担軽減に繋がるという説明が重要になる。

専門家

昔は地元の方が集まり楽しんでいたイベントに遠方から人がやってくるようになる一方、そのゴミ処理などは税金を払っている地元の方が負担するというフリーライド状態となっているのが全国的に起きている。姫路城は観光客の入場料を高く設定して遠方の人からお金を徴収しているが、各地域でどのようにするのがポイントとなる。

またあるデータでは、世帯年収 500 万円を境目に旅行頻度に差が出ている。世帯年収が低い人ほど車で安く楽しみたいとの意向があり、そういう方が地域に押し寄せると経済効果は薄くなってしまう。そのため誰のために、何のために観光振興を行うのかという本質的な議論が必要となる。

専門家

日本人が減って内需が減ることが明らかなため、国でも財源の議論をずっとしている。宿泊税は来ていただく方が負担する住民税のようなものと捉えるのがよいと考える。そして宿泊税をどうやって、何のために使うのか、使途を考えることが重要。大津市はかなり緩やかだが、今後多くの地域で住民が減り、財源が減ると何もできなくなる。そのため新たな財布をどうやって作るか、誘客と観光消費を増やすことをみんなで考える必要がある。

発言者 E

税負担の大きい地域を避けて旅行先を探すケースがあるため、京都の税金負担を避けて大津に来てもらえるチャンスがあると考えていたが、大津市も導入を検討していると知って驚いた。税を導入して成功している他自治体の事例があれば知りたい。我々も検討する際に意見を出すなどは可能なのか。

事務局

大津市としては、検討ではなく調査・研究している段階であり、他地域の事例も参考に模索している。今後議論が進む中で、意見を求める場を作る可能性もある。今回申し上げたいことは、何をするにも一定の財源が必要であり、現状は観光に充てられる財源が少なくなる可能性が高いということ。

(4) その他

次回会議等について事務局から説明

- ・ 第 3 回は 10 月 6 日(月)に開催予定。
- ・ 第 4 回は 11 月 7 日(金)に開催予定。

(5) 閉会