

# 新たな大津市観光計画策定に関する意見交換会（第1回目）

## 議事録

---

### 1 開催日時・場所

日時：令和7年4月21日(月)10時00分～

場所：大津市役所新館2階 災害対策本部室

---

### 2 次第

開会

大津市産業観光部長 挨拶

議事・計画策定までのスケジュール

- ・大津市の観光の現状について
- ・具体的な調査方法について

調査 01 国内観光客向けポジショニング調査

調査 02 外国人観光客向け該当アンケート調査

調査 03 国内観光客向け人流動態調査

調査 04 大津市内宿泊者向け QR アンケート調査

その他（次回意見交換会の開催日及び議事項目について）

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	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
京阪ホールディングス(株) (一社)比叡山・びわ湖DMO	経営企画室体験価値共創担当 課長 CMO(データ分析・マーケティング 責任者)	高橋 和也
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
びわ湖大津プリンスホテル	セールス&マーケティング部門支配人	半田 悦子
(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

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) 産業観光部長 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。

#### (2) 大津市産業観光部長挨拶

#### (3) 議事

##### 【計画策定までのスケジュール】

資料(新たな観光計画策定に向けたスケジュール)に基づき、事務局から説明。

##### 【大津市の観光の現状について】

委託事業者の参加者・専門家より自己紹介。

当日資料(P1~)に基づき、委託事業者から説明。

第3期観光計画、宿泊者数、ターゲット選定、来訪満足度、平均周遊箇所数について振り返り。

課題仮説と調査の全体像を共有。

### 【具体的な調査方法について】

#### ●調査 01 国内観光客向けポジショニング調査

・意見聴取

#### 発言者 A

ポジショニング調査に関して、過去に同様の調査はしているのか。

事務局より回答：新しい調査になるが、観光庁のデータや大津市来訪者満足度調査なども活用しながら新しいデータと比較していく予定である。

#### 発言者 B

コロナ前とコロナ後で宿泊の客層が変わっていると思うが、調査対象や方向性はどうするのか。

事務局より回答：今回は主に個人が対象となり、逆に団体の調査は難しいと考えている。例えば【京都に泊まりながら大津に来る人】【大津に泊まりながら京都に行く人】がいると思うがそれが何故そうなったかが知れたら良いと考えている。

#### 事務局

インバウンドに関して現状の取り組みは台湾・香港へプロモーションをしているが、台湾からの観光客はコロナ後団体客が減少している。しかし未だ台湾に関して言えば3割ほどは団体客なのでインバウンドに関しては、国によっては団体客へ向けた取り組みも必要と考えられる。欧米豪や韓国・中国などはFITが増えているため、個人客へ向けた取り組みが必要。

#### ●調査 02 外国人観光客向け街頭アンケート調査

・意見聴取

#### 発言者 C

ターゲットは欧米豪で固定なのか。国別のデータ・ニーズを調べていただけるとありがたい。

事務局より回答：大津市でも非常に迷った箇所であり、今は台湾をはじめとしたアジアの方が多く、欧米豪に関しては京都と比べて圧倒的に少ない状況である。今年のインバウンド事業では欧米豪を中心にコンテンツ開発を行っており、欧米豪の滞在時間が長い、旅ナカで滞在先を検討する方々に対して、大津を検討する可能性を今回の調査で探りたい。今回の街頭調査は予算の関係上、100サンプルに絞る必要があるため、欧米豪を優先して実施する。

委託事業者より補足：欧米豪からの訪日客は京都でアンケートを取り、大津への来訪が比較的多い中国語圏の訪日客は大津市内の宿泊施設でアンケートを取っていききたい。

#### ●大津市の現状課題（項目の追加など）

・意見聴取

#### 発言者 B

満足度に関して、飲食店が日曜に開いていない等の意見もある。大津市は観光より生活としての面が

大きく、電車の本数が減るなどもあり、そのあたりのフォローもしていかないといけないのではないかと。事務局より回答：確かに日曜日に営業していない店が多い一方、地域事業者に対しては観光でも稼いでいただく意識付けはしていきたい。次に説明する動態調査にて飲食店をスポットに登録しながら、現状を明らかにしていく予定である。

#### 発言者 A

地域の観光情報の粒度などを他の地域と比較する事はできるのか。来訪者の旅ナカでの情報量やアクセスのしやすさなども調査できるのか。

事務局より回答：今回の調査では対応ができない箇所である。定量的に測るのは難しい。

### ●調査 03 国内観光客向け人流動態調査

- ・意見聴取

#### 発言者 D

閑散期の調査でどれほどのデータが得られるのか疑問である。

事務局より回答：おでかけウォッチャーは調査登録月のみのデータではなく、過去データも参照可能である。よって年間を通しての比較は可能となっているが、逆に最新のデータはまだ取れない（例：LAGO）。

委託事業者より補足：データはダッシュボード形式となっているので経年の分析が可能。また新規スポットは別途データが蓄積されたタイミングで分析・報告をさせていただく予定。

#### 発言者 B

今後大津市としてのターゲットはどうしていくのか。

事務局より回答：調査前にターゲットの設定する予定はないが、調査後に考えていく予定である。スポットの個性が強いのでターゲットを絞り込むことは難しいかもしれないが、調査結果を基にスポットの相性なども鑑みて、ある程度絞り込めたらいいとは思っている。

#### 発言者 E

欧米豪の FIT 訪日客へ大津市の魅力を伝えるのは難しいのではないかと。まずは 10 人ほどの団体をターゲットに調査をしてもいいのではないかと。団体訪日客から個人訪日客へと誘客していくのも一つの手だと考えられる。

事務局より回答：街頭アンケート調査や QR 調査などで可能な限り対応をしていきたい。国内観光客でも昨年度は「光る君へ」など団体で来訪した観光客が呼び水となり、個人客も誘客されている結果がでているので、全く考えていないわけではない。

発言者 F：団体のメリットは効果がわかりやすいところ。京都市のようにボリュームゾーンが大きい訪日客が来ているところに対して、比較的知名度の低い大津市を知ってもらったらどうなるかは気になるポイントであり、また逆に FIT 向けに大津の良さが見えれば、団体への営業も行いやすくなるとも言える。ただ難しいのは、団体向けの営業は旅行会社への営業であり、toC 向けの方法とは全く異なるため、どちらが大津市への利益が大きいかを見極めて方向性を考える必要

がある。

発言者 G：訪日観光客を国で括るのではなく、趣味趣向を基に調査をした方が良いのではないか（トライマーケティングの考え方）。どのような趣味嗜好の観光客が天津市へ来訪し満足されているのかがポイントと考えられる。

事務局より回答：今回の調査では個人を対象として調査を進めていくが、調査 04 の宿泊者向け QR アンケート調査で団体客を区別して聞き取る事も可能と思われるので、そこで掘めていけると良い。

#### 発言者 B

現在、おごと温泉ではアメリカからの訪日観光客が増えている。今回の調査で増加理由や、選ばれる理由・満足度などが分かれば天津市の魅力のヒントになるのではないかと思います。

#### 発言者 H

調査結果より観光事業者が地域一体となって観光客誘致に取り組めていければいいと思う（日曜営業を行うようにする等）。

事務局より回答：まさに事業者の皆様にご活用いただけるようなデータ・レポートを作成したいと思っている。

### ●調査 04 天津市内宿泊者向け QR アンケート調査

- ・意見聴取

#### 発言者 E

来訪目的、周遊箇所は必須として知りたい。関西から来られている方と関東から来られている方で目的や来訪する手段の違いが知りたい。

#### 発言者 B

性別や属性も知りたい。

### (6) その他

- ・感想

#### 発言者 I

観光協会としてもデータを取ってマーケティングをしていかなければいけないという意見もあったので、今回の取組結果を事業者として活用していきたい。

#### 発言者 C

京都との差別化や京都からの流れなども分析していきたい。交通手段や京阪の認知度も知れたらと思う。

#### 発言者 H

京都はオーバーツーリズム化しており、大津へ来訪し自転車で周遊される観光客も増えているのはオンライン広告の効果が出ているのかと思われる。そのあたりを温度感でしか把握できていないところを、データとして見るることができる取り組みに活用していけると感じた。

**発言者 J**

京都市もオーバーツーリズム解消のため、集中している地域・季節を外す「ずらし旅」の政策を進めている。その点からも滋賀・大津のニーズを知りたい。また国内観光客向けにもニッチなスポットを紹介していきたいので、その辺りも参考にできたらと思う。ただ、調査 03 において 20 分以上の滞在とあるが、神社の参拝など文化財の観光においては滞在が 20 分以内でも満足度の高い文化財もあるので、10 分～15 分でも魅力のあるスポットはあると考える。

**発言者 D**

海外からの訪日客を増やすにあたり、大津市民が迎える体制を整えるのが重要で、地域住民の理解度を上げていかなければいけない。

**発言者 B**

地域理解を得るとともに、追加して情報発信が必要なのではないかと。

**発言者 E**

アンケートに関してはぜひとも協力したい。宿泊者の誘客につながるナイトスポットが増えるとより宿泊につながると思われる。

**発言者 K**

大津市にとっても施設にとっても良いアンケートになると思われる。地域住民に理解いただくことがやはり大切だと考える。昨年度は大河ドラマの効果で観光客が増え、地域の方に迷惑もかけたが、住民の方からの理解・協力を得られたことは良かったので、今回も周知は必要と思われる。

**発言者 A**

京都などでオーバーツーリズムの調査を実施していると思うので、そのあたりの情報も踏まえられたら良いと思う。また QR コード調査も宿泊施設・観光協会のもので被りがないよう、うまく調査をまとめて共有・活用ができれば良いプラットフォームになるのではないかと。

次回会議等について事務局から説明

- ・ 2 回目は 8 月 26 日に開催予定。
- ・ 3 回目は 10 月の予定。

**(7) 閉会**