

第4期大津市観光交流基本計画

～えらばれる びわ湖大津へ～

第1章

観光交流基本計画の策定にあたって

1. 観光振興に取り組む背景

人口減少及び少子高齢化が進むなか、本市でも35年後には人口が約13%減少し、年間約740億円の市内消費が失われると予測されており、観光を通じて市外から消費を呼び込む必要があります。さらに、市内調達率を高めることで、観光消費を市内で循環させ、幅広い産業への波及効果も期待できます。

このように人口が減少するなかにおいても、持続的に地域経済を活性化させるためには、観光を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ります。

2. 計画の目的

「第4期大津市観光交流基本計画（以下「本計画」という。）」は、観光による地域活性化の実現に向けて、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もので、観光を取り巻く環境が大きく変化する状況にあっても、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んでいくことを目的として策定しました。

3. 計画の対象期間

本計画の対象期間は、令和8年度(2026年度)から令和11年度(2029年度)までの4年間とします。

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

新型コロナウイルスの影響で一時停滞していた外国人旅行者数は、令和5年(2023年)以降急速に回復し、令和6年(2024年)には全国で約3,700万人、本市でも約28万人と過去最高を更新しました。一方で、全国の観光地では混雑や住民との摩擦など、いわゆるオーバーツーリズムが懸念されており、外国人旅行者への調査でも約40%が京都・大阪での混雑を実感したと回答しています。

(2) 旅行スタイルやニーズの多様化

団体旅行から個人旅行へのシフトと旅行目的の多様化が進んでいます。さらに、環境や地域社会に配慮した「観光SDGs」への対応が求められ、持続可能な観光地マネジメントの重要性が高まっています。一方、令和6年(2024年)に宿泊旅行をした人は49.3%で、旅行する層と控える層の二極化も見られ、その背景には物価上昇などによる「旅行控え」があると考えられます。

(3) 安定財源の確保の必要性

本市の財政状況においては、人口減少と高齢化の影響により、義務的経費である扶助費の増加額は観光費の約31倍にのぼっています。また、経常収支比率は令和6年度(2024年度)時点で92.8%に達しており、観光施策の財源確保が困難になりつつあり、安定的かつ自立的な財源の確保が急務となっています。

持続的な観光まちづくりのため、法定外目的税である「宿泊税」の導入を検討するとともに、宿泊税以外の観光の安定財源についても継続的に調査研究を進める必要があります。

(4) 国の方針について

国は観光を成長産業及び地域活性化の柱として位置づけており、観光庁の予算も年々増加しています。

特に地方における経済波及効果を重視し、「持続可能な観光地域づくり」「戦略的な地方誘客」「ユニバーサルツーリズム対応」などを推進し、観光を単なる消費活動ではなく、自然・文化・生活と共生する地域経営の一部と位置づけています。

また、持続可能な観光地経営を担うDMOが全国で設立され、データ分析やKPI管理など、質の高い観光地域づくりがはじまっています。

2. 観光地としての強み

本市の来訪者満足度は上昇傾向にあります。本市の持つ観光地としての強みやポテンシャルが旅行先として選ばれる理由となり、満足度にもつながっていると考えられます。



3. 観光地としての課題

「4つの強み」が旅行先として本市が選ばれる理由や、来訪者の満足につながっている一方で、本市が観光振興に取り組むにあたって、改善が求められる課題もあると考えています。

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

課題② 市内観光スポット来訪者の
市内宿泊率が低い

課題③ 再来訪者（リピーター）
が少ない

課題④ 閑散期の宿泊客数が少ない

第3章

目指す姿

観光による地域活性化の実現のために、どのような方向性で観光振興に取り組むのか、観光に関わる全ての人が同じ認識を持ちながら大津の観光振興に取り組んでいくことが重要です。

【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することで、市民が大津に誇りと愛着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、まちに持続的なにぎわいが生まれている。

基本方針①

「つくる」

～観光地としての
魅力向上～

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します。

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

基本方針②

「届ける」

～観光地としての
魅力発信～

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ます。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ます。

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：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

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します。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ます。

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)

基本方針④

「広げる」

～更なるMICEの
誘致～

MICEは一般的な観光に比べて、経済波及・都市の認知度向上・レガシー創出など、様々な側面で大きな効果をもたらします。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の誘致に取り組みます。

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）

本計画では、「目指す姿」の実現に向け、下記の5つの数値目標（KPI）を設定し、継続的に検証を行うとともに、必要に応じて数値目標の修正を行います。

なお、KPI②総宿泊客数とKPI③外国人宿泊客数は、KPI①観光消費額を算出する上での要素であることから、より上位のKPIとして観光消費額を位置づけます。

KPI①観光消費額

来訪者の市内観光消費額の総額

「目指す姿」への進捗を測る最重要KPIとして位置づけます。地域活性化には来訪者の観光消費額が重要であり、将来的には「観光消費額」ではなく「経済波及効果」をKPIとすることも検討します。

KPI②総宿泊客数

来訪者のうち本市に宿泊をした人の総数

観光消費額を増やすには来訪者数の増加が重要です。宿泊客は宿泊費に加え、飲食や買い物への支出が日帰り客よりも多いため、重要なKPIとして位置づけます。

KPI③外国人宿泊客数

総宿泊客数のうち外国人旅行者のみの総数

外国人旅行者市場は拡大を続けており令和6年(2024年)の時点で新型コロナウイルス感染症拡大以前の水準を上回っています。人口減少で縮小する国内旅行市場を補う、新たな需要として期待されています。

KPI④来訪者満足度

本市に来訪した人の満足度

来訪者が「大津ならではの魅力」を実感しているかを測る指標としてKPIに位置づけます。リピーター増加に向け、満足度のうち「大変満足」「満足」の高水準達成を目指します。

KPI⑤コンベンション開催件数

市内で開催されたコンベンションの開催件数

大津市MICE推進戦略で設定した「コンベンション開催件数」を本計画でもKPIとします。コンベンションは経済波及効果が高く、本市が目指すMICEの方向性にも貢献するため、積極的に誘致します。

第6章

計画推進体制（主な役割と将来像）

■観光事業者

観光まちづくりの主役。観光客にサービスを提供する最前線のプレイヤーとして高付加価値サービスを創出・提供し、市外からの観光消費を呼び込みつつ、市内調達率を高め、地域経済の活性化に貢献する。

■（公社）びわ湖大津観光協会

観光まちづくりの中核組織として、誘客施策やコンテンツ企画、マーケティングデータの収集・分析、戦略立案、人材育成を担う。あわせて観光事業者の課題を迅速に把握し、支援策を整理して行政との橋渡しを行う。本計画期間内に地域DMO登録を目指す。

■観光関連団体

エリアマネージャー。各エリアの特色や強みを生かした企画を立案し、エリア内の観光事業者間で合意形成し、行政や（公社）びわ湖大津観光協会との橋渡しを行いながら、プレイングマネージャーとして観光客にサービスを提供する。

■大津市

まちの魅力を高めるため、市有観光施設等の維持管理を行いながら、既存の観光事業者の持続的な発展支援と新規事業者の参入促進とともに、観光計画の立案を行う。また、市民意識の醸成と受入体制整備を行い、国や県、他市町との連携を行う。