

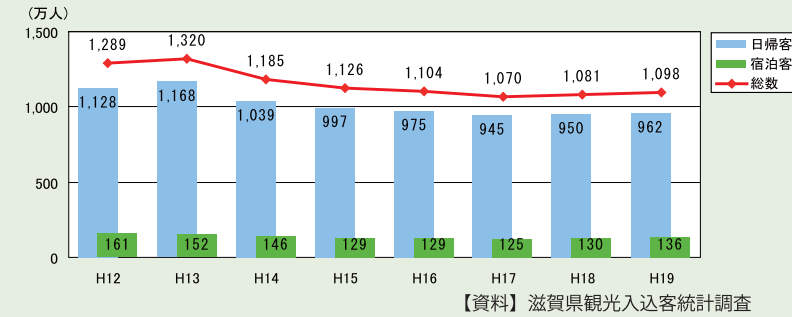
# 大津市観光交流の現状と課題

## 大津市の現状

### ● 観光入込客数

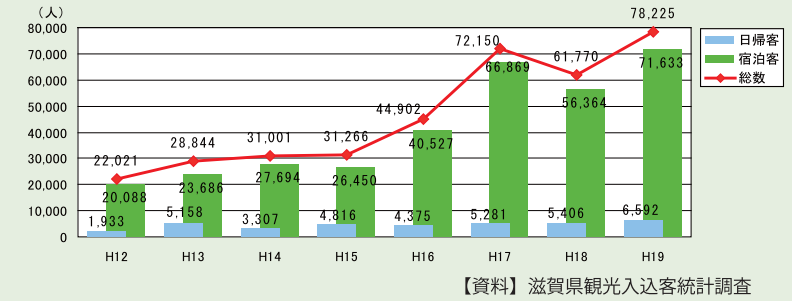
・観光入込客数(平成19年)は1,098万人で、88%が日帰り客。入込客数は減少傾向にあり、ピーク時(平成3年約1,400万人旧大津市のみ)の78%に。

【大津市観光入込客数の推移】



・外国人観光入込客数(平成19年)は78千人で、平成12年から約3.6倍と大幅に増加。

【大津市外国人観光入込客数の推移】



### ● 来訪者の特性

- ・来訪者の居住地は、関西圏が59%を占め、大阪府(22%)、滋賀県(15%)が上位。関東・東北・北海道からは16%。
- ・来訪回数は、初めて(30%)が最も多いが、県外来訪者の66%がリピーターに。
- ・旅行目的は自然景観類(58%)、歴史文化(35%)で9割以上を占める。

【資料】平成18年度びわ湖大津観光旅行実態調査

### ● 観光資源

【平成19年滋賀県観光入込客数ベスト30】

滋賀県観光地ベスト30のうち9つが大津のもので、比叡山が大津で最も集客力ある観光地

| 順位 | 観光地名             | 入込客数(千人) |
|----|------------------|----------|
| 4  | 比叡山ドライブウェイ       | 735      |
| 12 | 比叡山延暦寺           | 547      |
| 16 | 奥比叡ドライブウェイ       | 428      |
| 19 | 琵琶湖ホテル           | 379      |
| 21 | 近江神宮             | 366      |
| 22 | 近江舞子水泳場          | 363      |
| 26 | 道の駅 びわ湖大橋米プラザ    | 352      |
| 28 | びわ湖大花火大会         | 350      |
| 29 | あがりゃんせ(スパリゾート雄琴) | 334      |

(注) 公開了承施設についてのみ掲載。

【資料】平成19年 滋賀県観光入込客統計調査

- ・歴史文化系：  
比叡山延暦寺(世界遺産登録)等の社寺仏閣、近江八景等の名勝、旧東海道や坂本の町並みなど。
- ・自然系：  
日本一の琵琶湖、比良山、温泉など。
- ・伝統行事・食：  
大津祭、鮒寿司、鴨料理など。
- ・イベント：  
びわ湖大花火大会、びわ湖開き、社寺ライトアップなど。

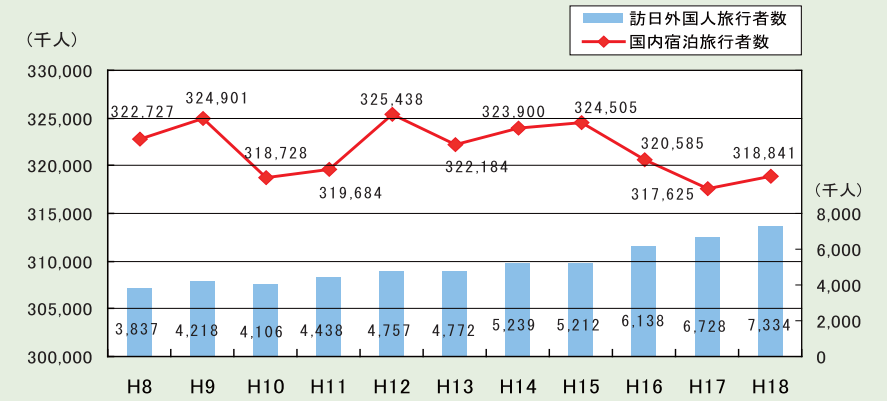
### ● 観光推進組織体制

・志賀から瀬田川流域までの11の観光協会があり、(社)びわ湖大津観光協会が大津市全体のPRやイベント等を実施。

## 観光の動向

- ・国内宿泊旅行者数は平成18年で3億1,884万人で、平成12年をピークとして減少傾向。
- ・訪日外国人旅行者数は平成18年で733万人で、過去10年間で、ほぼ倍増。

【国内宿泊旅行者数・訪日外国人旅行者数の推移】



- ・国内旅行における宿泊観光への参加数や平均宿泊数が減少、「安・近・短」で代表される手軽な日帰り観光が主流に。

【宿泊観光の参加率及び平均宿泊数等】

|                | 参加回数  | 平均宿泊数 | 一回当たり総費用          |
|----------------|-------|-------|-------------------|
| 平成17年          | 1.08回 | 1.6泊  | 39,160円           |
| ピーク年<br>(平成6年) | 1.43回 | 2.20泊 | 48,100円<br>(平成2年) |

【資料】日本観光協会「観光の実態と志向(第25回)」2006年12月(平成18年)

- ・家族や友人・知人など小グループでの旅行が増加し、旅行スタイルは「団体旅行」型から「家族・小グループ旅行」型に。

【旅行の同行者】

|                     | 昭和55年 | 平成17年 |
|---------------------|-------|-------|
| 小グループ<br>(家族・友人・知人) | 57.4  | 82.7  |
| 職場・学校・地域<br>などの団体   | 35.1  | 8.3   |
| 自分ひとり               | 3.9   | 4.5   |
| その他                 | 3.6   | 4.5   |

【資料】日本観光協会「観光の実態と志向(第25回)」2006年12月(平成18年)

## 大津市観光交流の課題

- ① 市民・事業者の参画による、近隣から外国人までを対象とする「観光交流」への転換
- ② 生活文化、環境など、新たな観光資源の発見と個性的なテーマ設定による活用
- ③ 訪ねてみたくなる「大津ブランド」の構築と発信
- ④ 地域の魅力を高める、資源・イメージ・取組のネットワーク化
- ⑤ 食事・宿泊・買物・案内等の観光交流サービス機能・基盤の充実
- ⑥ コンベンションやイベントなどの誘致
- ⑦ 大津らしさを生かした、外国人誘客に向けた総合的取組
- ⑧ 観光交流に関わる主体が連携するための推進機能の整備

そうか大津の観光交流ってこうなっているんだ!

