

# 新型コロナウイルス感染症を踏まえた 大津市観光戦略（令和3年4月）

## 1 はじめに

### 大津市のこれまでの観光

大津市ではオンリーワンのびわ湖を活かした観光による地域の活性化のため、平成29年3月に策定した大津市第2期観光交流基本計画に基づき、“えらばれる観光地”を目指して観光に関わる事業者や団体・行政が観光振興を推進してきた。

第2期観光交流基本計画では、大津市が観光による地域の活性化を積極的に行う理由（観光の役割）を2つ示している。

- ①人口減少に伴う経済の低迷に歯止めをかける
- ②市民が大津の魅力を体験し来訪者と交流することを通じて大津の魅力を再確認し、大津市への愛着を深め、誇りに思う状態をつくり出す

### 大津市の観光を取り巻く現状

令和2年は新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、訪日外国人が大幅に減少し、国内においても外出自粛等の影響を受け、観光需要は大きく減少し、全国の旅行業・宿泊業をはじめ、交通・飲食・物販など多くの産業に深刻な影響が生じた。本市においても、令和2年5月の宿泊客数が前年同月比91.5%※減少するなど同様に影響を受けた。

※大津市宿泊統計調査に基づく

### 大津市観光戦略の策定について

今後、ワクチンの普及による感染拡大の抑制や収束による渡航制限の解除により、感染対策をしながらも世界的に観光需要が回復した際には、大津がえらばれる観光地として飛躍する必要がある。このことから、国内観光需要の回復期、かつ世界的な感染拡大の収束後を見据えた準備期（本観光戦略では主に令和3年度を想定）において、市民の安全・安心を守ることを大前提に大津の観光に関わる事業者と本市が一体となって取り組んでいくための方向性を示すものとして、「新型コロナウイルス感染症を踏まえた大津市観光戦略」を策定する。

## 2 観光戦略の位置付け

本観光戦略は、いまだ新型コロナウイルスの感染状況が不透明である現状において、新型コロナウイルスの感染状況や観光需要の回復状況を見極め、それらの状況において必要となる取組を以下の考えに基づき適切に実施していくための戦略として位置付ける。

### 戦略における考え方（3つの柱）

① コロナ禍で変化した旅行者の価値観や旅行需要にマッチした  
**大津の資源・魅力の活用**

② 中長期的に選ばれる地域になるための  
**コンテンツ等の高付加価値化**

③ 滋賀県「安全安心な観光」に向けた対策手引きに基づいた  
**「安全安心な観光三方よし」の遵守**

なお、本観光戦略に基づいた取組の実施と並行して、感染対策をしながらも世界的に観光需要が復調した将来を見据え、大津がえらばれる観光地としてさらに飛躍することを目指す「大津市第3期観光交流基本計画」の策定を進めていく。

## 3 観光需要の回復ステップ(フェーズ)と重点取組

大津の観光に関わる事業者と本市が一体となって本観光戦略に基づき取り組んでいくため、以下に観光需要の回復ステップ(フェーズ)及び重点的に取り組む内容についてまとめた。

### (1) 旅行需要の回復ステップ(フェーズ)

#### ① 事業継続・反転攻勢(V字回復)準備

旅行者が観光自体を自粛する段階においては、事業の継続に注力しつつ、旅行需要が回復した際の反転攻勢の準備をする。

#### ② 近隣からの旅行(マイクロツーリズム)の取込開始

外出自粛や県内の移動に制限がないタイミングで、人との接触を避けつつ近隣を旅行するマイクロツーリズムを取り込む。

#### ③ 個人旅行者の誘客・受入開始

関西圏の移動に制限がないタイミングで、個人旅行者の誘客・受入を開始する。

#### ④ 団体客の誘客・受入開始、国内MICE誘致開始

全国の移動に制限がないタイミングで、個人旅行者のみならず団体客についても誘客・受入を開始する。また、国内MICEについても誘致を開始する。

## ⑤訪日外国人の誘客・受入開始、国際MICE誘致開始

主にビジネス目的の渡航について、日本への渡航制限が解除され始めたタイミングで、訪日外国人の誘客・受入を開始する。また、国際MICEについても誘致を開始する。

## ⑥訪日外国人の誘客・受入の本格化

近隣国を中心に渡航制限が解除されたタイミングで、訪日外国人の誘客・受入を本格化していく。

## ⑦ポストコロナの観光需要に沿った取組の継続

①～⑥のフェーズで実施してきた取組をもとに、ポストコロナの観光需要に沿った取組を実施・継続していく。

※なお、このフェーズは基本的に①から⑦の順に進捗していくが、万一、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が起きた場合は、⑦から①に逆行することも有り得る。そのため、大津の観光に関わる者それぞれが取組時のフェーズを見極め柔軟に実施していく。

## (2) 重点的に取り組む内容

### ①感染症対策:新型コロナウイルス感染症対策の徹底

「滋賀県における『安全安心な観光』に向けた対策手引き」に基づいた「安全安心な観光三方よし」を遵守した感染症対策を実施する。

### 「安全安心な観光三方よし」とは

- ✓ 旅行者の体温測定、健康チェック
- ✓ 三つの「密」の防止
- ✓ 施設・事業所の感染防止対策の徹底
- ✓ ガイドラインに沿った業種ごとの対策
- ✓ 「感染予防対策実施宣言書」の掲示
- ✓ 「もしサボ滋賀」の導入

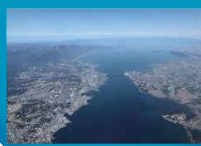
#### 「安全に迎えて」 よし



【観光関連事業者】

- ✓ 「新しい旅のエチケット」の実践
- ✓ 旅先の状況確認、忘れずに
- ✓ スケジュールは、ゆったりのんびり、余裕をもって
- ✓ すいた時間・場所を選んで安心観光
- ✓ 感染リスクを避けて安全に旅行
- ✓ 旅行中に発熱等の症状が出た時はすぐに相談

#### 「安全な地域」 よし



【行政・団体・県民等】

### 安全安心で滋賀らしい 観光のために

- ✓ 「観光三方よし」の理念によりおもてなし
- ✓ 観光業における感染防止対策を推進する
- ✓ 観光関係団体の連携を強化し対応
- ✓ 裾野の広い総合産業の観光業を振興

#### 「安全に訪れて」 よし



【観光客】

(「滋賀県における『安全安心な観光』に向けた対策手引き」から抜粋)

### ②受入環境整備:変化する需要に応え、えらばれる地域となるための取組の実施

来訪者が「安全安心」に大津を訪れることができる受入環境整備を進めるとともに、将来の観光・ビジネスの在り方を見据えた取組を推進していく。

また、大津の既存の観光資源は、比叡山、びわ湖、神社仏閣等をはじめとして、withコロナ・afterコロナ期において高まっている「自然」「安心」「アウトドア」等のニーズに適合しているものが多く、この機会を捉えて特別感のあるプランや大津ならではのコンテンツ造成等高付加価値化を進めていく。

具体的には、観光施設等の事前予約システムの拡充、待ち時間の可視化、決済のキャッシュレス化などの受入環境整備の推進や新しい生活様式の普及に伴って拡大していくことが想定されるワーケーションやブレッジャー需要、休暇の分散化等への対応など将来の観光・ビジネスの在り方を見据えた取組を推進していく。さらに、新型コロナウイルス感染症の流行によって変化した人々のニーズを捉え、「特定の人数でしか体験できない」「特定の時間にしか体験できない」「他では味わえない」等の特別感のあるプランや大津ならではのコンテンツ造成等高付加価値化を進めていく。

また、本市としては、びわ湖を活かし、琵琶湖疏水やビワイチといった大津ならではのコンテンツにおける環境整備や高付加価値化を推進するとともに、国の補助金等を活用しながらの事業者支援を引き続き検討していく。

### ③来訪需要喚起:大津に訪れたいと思わせるための情報発信や各種誘致の実施

コロナ禍において観光に対する価値観やニーズが変化しており、自家用車での移動の増加や3密を避けることができ開放感のある自然豊かな観光地への需要が高まっている。②でも記載したとおり、大津の立地や既存の観光資源はそれらの変化した価値観やニーズとマッチしており、この機会をチャンスと捉えた来訪需要喚起を推進していく。

上記①・②の取組を大津内外に発信することによる大津への来訪需要喚起や①・②の取組を活かした新しい生活様式に対応した形での団体旅行・教育旅行の誘致を行う。これらの取組については、各事業者による情報発信・セールスとともに、大津全体のプロモーションや誘致は本市が主導的な役割を担うことで、官民一体となって推進していく。特に、本市としては、琵琶湖疏水やビワイチといった大津ならではのコンテンツや最澄没後1200年といった機会を活かした誘客施策やフェーズを見極めながらインバウンド市場に向けた情報発信を推進する。

### ④MICE推進:変化するMICE需要に応える形で開催できる体制の構築、誘致の開始

新型コロナウイルス感染症の影響で、現在は本市を含め全国的にMICEの開催が見送られている。再開の兆しは見えている中で、オンライン開催とオフライン(リアル)開催を併用するハイブリッド開催等、新たな開催スタイルが模索されている。このような需要に適合したMICEを誘致・開催できるよう、びわ湖畔に位置するコンベンション機能を活かしたMICE推進における戦略を構築、誘致していく。

## 大津版ロードマップ

観光需要がどのステップ(フェーズ)にあるのか、そのフェーズにおいてどのような取組をしていけばよいのか判断するため、各フェーズに沿った取組内容をまとめた“大津版ロードマップ”を作成した。

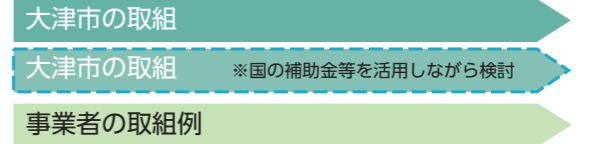
## 4 各主体の役割や連携した推進体制の整備

本観光戦略だけでなく、令和4年度からを対象期間として策定を予定している「大津市第3期観光交流基本計画」を推進するためには、行政・観光協会・観光関連事業者・関連団体(商工会議所等)などが連携して取り組んでいく必要がある。

そのため、令和3年度から各主体による現在の取組内容や体制等についての整理や重複している取組や実施できていない取組の有無などの課題把握、各主体との目指すべき方向性等の共有などを順次進めていき、次期計画期間においても各主体における具体的な役割分担や担うべき業務等について検討を進めることで、連携した推進体制の整備を目指す。

# 新型コロナウイルス感染症を踏まえた大津市観光戦略 大津版ロードマップ

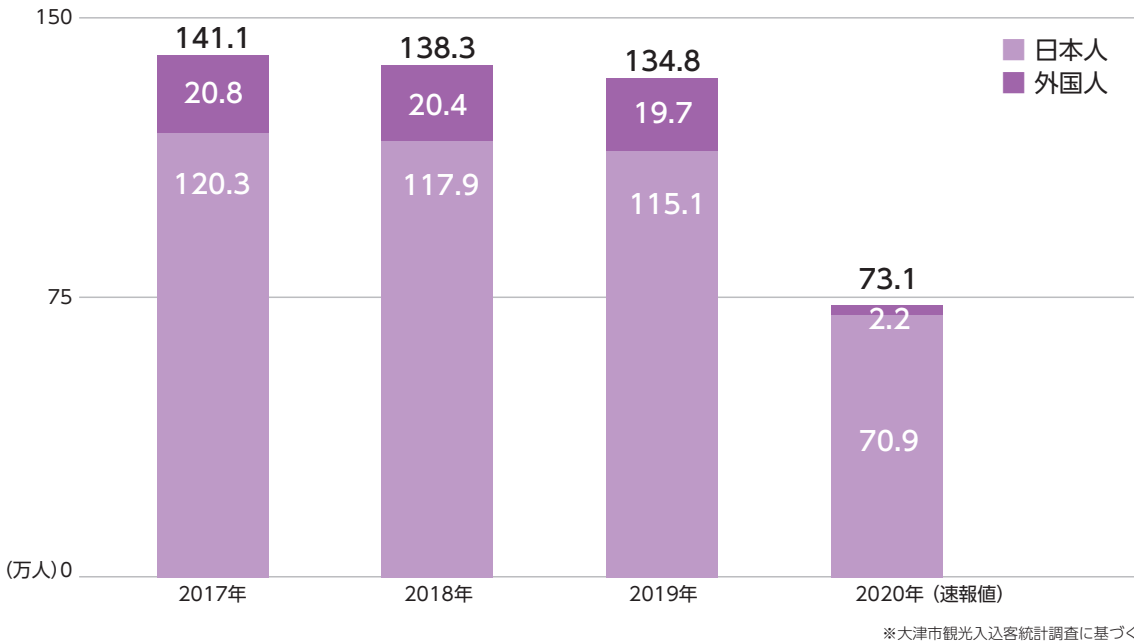
凡例



観光需要の回復のステップ (フェーズ)	事業者から見たフェーズ	事業継続 反転攻勢 (V字回復) 準備	近隣からの旅行需要 (マイクロツーリズム) の取込開始	個人旅行者の 誘客・受入開始	団体客の誘客・受入開始 国内 MICE 誘致開始	訪日外国人の 誘客・受入開始 国際 MICE 誘致開始	訪日外国人の誘客・ 受入の本格化	ポストコロナの観光需要に 沿った取組の継続
	旅行者から見たフェーズ	観光自体を自粛する	県内で観光する	近隣県を観光する	全国を観光する	ビジネス目的の 外国人が来日する	近隣諸国を中心とした 外国人が来日する	全世界的に観光需要が 回復する
判断基準		全国を対象とした 緊急事態宣言発令	県内の医療体制に問題がない 県内移動の制限 (自粛要請) がない	関西圏の医療体制に問題がない 関西圏の移動制限 (自粛要請) がない	全国の医療体制に問題がない 移動制限・営業時間制限 (自粛要請) がない 【参考】令和2年度：Go To キャンペーン 全国実施・再開	渡航制限解除 (ビジネス目的)	渡航制限解除 (アジアなど近隣国)	渡航制限解除 (全世界)
旅行者のニーズ		①旅行に行けなくても、 旅行のワクワク感を得たい 〔旅行に行けないけれど 旅行に行った気分になれる〕 「今は旅行に行けなくても 行けるようになったら 大津市に行こう」と思いたい	①安全に観光したい ②自分の住む市・ 県の魅力を再発見したい・ 愛着を持ちたい	①安全に観光したい ②これまではわざわざ 泊まらなかった近隣県に 泊まり、魅力を再発見したい	①安全に観光したい ②これから何回も旅行できるとは 限らないので、特別な体験をしたい ③安心して旅行できる 慣れ親しんだところに行きたい	①安全に観光したい ②これから何回も旅行 できるとは限らないので、 特別な体験をしたい (感染再拡大への警戒)	①安全に観光したい ②これから何回も旅行 できるとは限らないので、 特別な体験をしたい (感染再拡大への警戒)	①安全に観光したい ②安心して旅行できる 慣れ親しんだところに行きたい
重点取組	感染症対策	感染症対策 業種ごとの感染拡大予防ガイドラインの遵守・滋賀県「感染予防対策実施宣言書」の掲示						
	受入環境整備	新しい生活様式への対応 例：キャッシュレス対応、事前予約制の導入 等						
		旅行需要の変化への対応 例：ワーケーションやプレジャーに対応したプランやコンテンツの造成、休暇分散ニーズに対応した閑散期プラン・コンテンツの造成						
		旅行需要の変化への対応支援 (ワーケーションやプレジャー、休暇分散化等)						
高付加価値のコンテンツ造成 人数や時期を限定した「ここでしか味わえない」大津ならではの特別感のあるコンテンツの造成。特に、自然、安心、アウトドアなどの要素がある比叡山、びわ湖、神社仏閣等、今の消費者志向に訴求できるコンテンツを活用していく。								
来訪需要喚起	高付加価値のコンテンツ造成支援							
	大津ならではのコンテンツにおける環境整備・高付加価値化の推進							
	安全安心な大津のプロモーションの実施、大津ならではのコンテンツを活用した誘客施策の推進					インバウンド向けプロモーション		
	各事業者による情報発信・セールスの実施							
MICE 推進	教育旅行・団体旅行向け宿泊プラン・体験コンテンツ等の造成、セールスの実施					教育旅行・団体旅行の誘致支援		
	MICE 戦略の策定・戦略遂行のための組織検討					MICE 誘致活動の開始		
						MICE 受入の準備(オンラインとのハイブリッド型開催への対応等)、セールスの実施		

※新型コロナウイルス感染症の感染状況により、ステップ (フェーズ) は後退 (左に移動) することがあります。

## 〈参考1〉大津市の宿泊客数の推移



## 〈参考2〉3つの柱① コロナ禍で変化した旅行者の価値観や旅行需要について

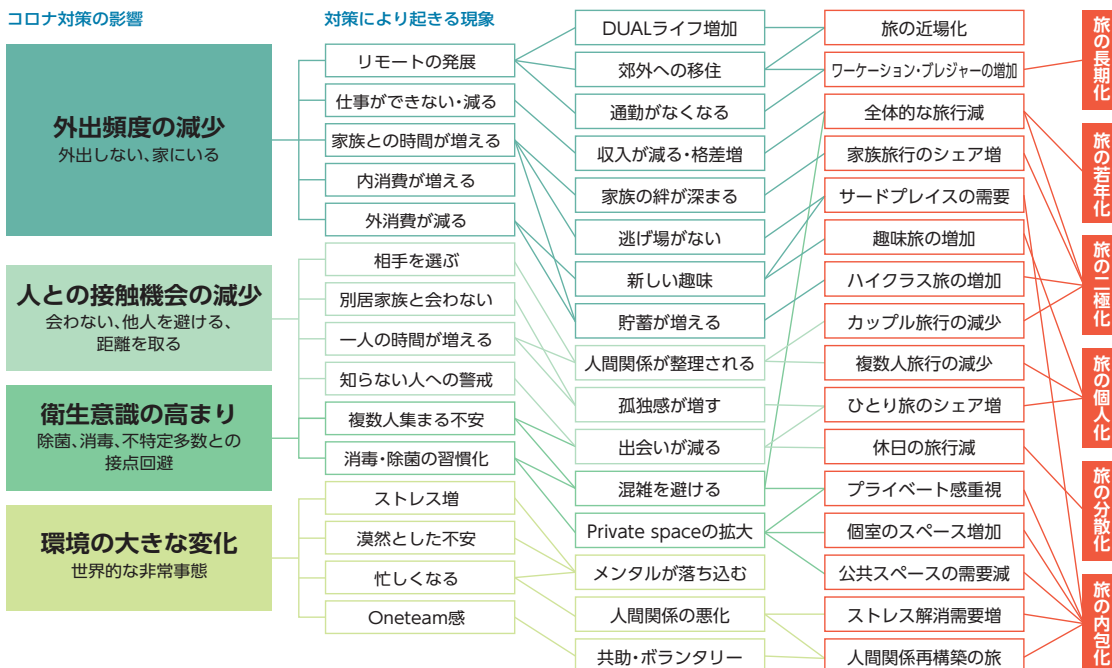
### 価値観の変化 (例)

- 旅の**近場化**: 地元の良さを知る、地元への愛着が増す
- 旅の**長期化**: ワークेशनなど滞在期間の長期化
- 旅の**分散化**: 混雑を回避し、人の少ない地域を選ぶ
- 旅の**内包化**: 同行者との絆を深める旅へ

### 旅行需要の変化 (例)

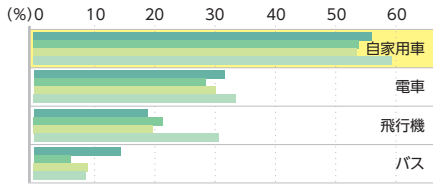
- 移動手段は**自家用車**
- 同行者は**夫婦・家族(子連れ)**
- 旅行先は**地方部・近隣県・温泉宿**
- 一方で近隣県より遠方の旅行先を希望する声もあり

## 【カスタマー仮説】新型コロナウイルスによる旅行価値観への影響

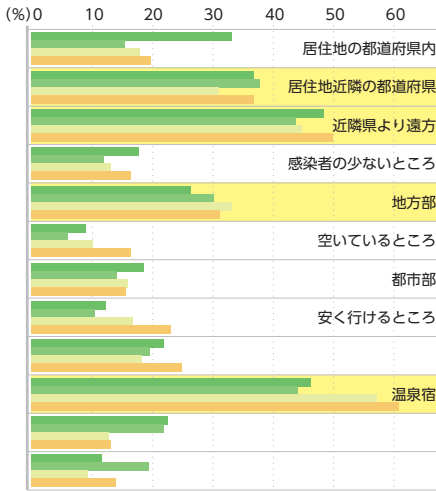


## 時期別に見た希望する国内宿泊旅行スタイル

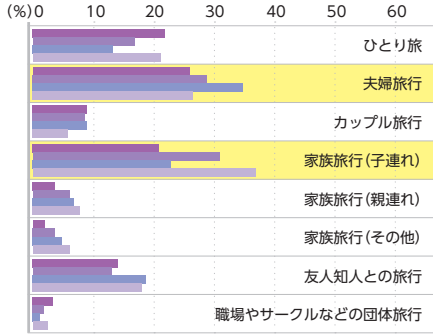
### 移動手段



### 旅行先



### 誰と行くか



(複数回答 / 各時期ごとの国内宿泊旅行希望者・「わからない・感染状況による」と回答した人を除く)

1段目 2020年 夏休み(7月中旬~8月頃)前まで  
 2段目 2020年 夏休み(7月中旬~8月頃)中  
 3段目 2020年 秋~年末頃まで  
 4段目 2021年以降

(出典:じゃらんリサーチセンター  
 「新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査  
 (実査期間:2020年5月15日㊟~16日㊟))