

# 第2期東近江市観光戦略

令和4年度～令和8年度



令和4年(2022年)3月改定



滋賀県東近江市

## 第1章 観光戦略の目的と期間

### 1 戦略策定の背景と目的

本市では、平成29年3月に東近江市観光戦略（以下「第1期観光戦略」という。）（平成29年度～令和3年度）を策定し、「近江の水、近江の歴史、近江の暮らしに会う東近江市」の実現を目指し施策を展開してきました。第1期観光戦略の期間中、観光戦略の5本の柱である地域資源の磨き上げ、積極的な誘客、情報発信、受入環境の整備、人づくりとネットワーク構築を中心に本市の観光物産振興を図ってきました。

このような取組を進めることで、令和元年度には観光入込客数が2,817,900人、観光宿泊者数160,100人となり、観光戦略の目標値を大きく上回りましたが、令和2年1月以降の新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大の影響により、全国的に観光需要が大きく減少し、本市の観光入込客数は大きく減少しています。

一方、本市には多様な地域資源が存在しますが、その良さが市民に十分認識されていないという現実もあり、市民の地域愛を醸成するためにも市民の認知度向上が課題となっています。

このような状況下で、本市の観光産業がコロナ禍から力強く立ち直るためには、本市の豊かで多様性のある自然、縄文や万葉の時代から脈々と受け継がれている奥深い歴史と文化などの強みをいかし、引き続き積極的に観光戦略の5本の柱を実行することが求められます。

そのため、まず庁内関係課が本市の観光政策の目的を共有し、それぞれの役割の中で、強力に各施策を展開するとともに、市民が地域の価値に気づき、自らの地域に誇りを持ち、自慢できるまちとなるよう、市、観光協会、市民、観光関連事業者、民間企業等が一体となり取組を進める必要があります。

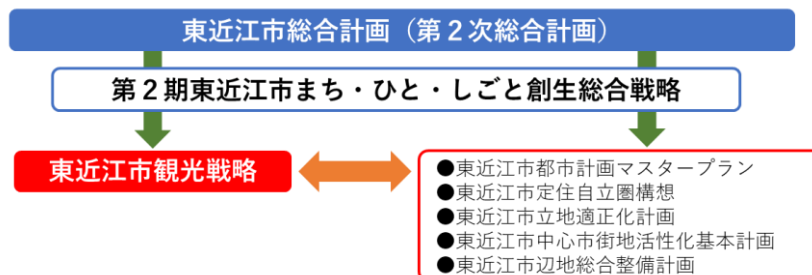
これらの状況を踏まえ、第1期観光戦略を改定し、より戦略的、実践的な第2期観光戦略（以下「本観光戦略」という。）を策定します。

### 2 計画期間

令和4年度から令和8年度までの5年間

### 3 戦略の位置付け

本観光戦略は、東近江市総合計画及び東近江市まち・ひと・しごと創生総合戦略に掲げる目標を具現化し、関連する計画との整合性を図りつつ、本市の観光振興を実現するために示したもので、市が観光に関わる団体や事業者、市民等と連携し、本市の知名度向上と観光物産振興を図るための指針となるものです。



## 第2章 観光戦略のコンセプト及び目標

本観光戦略では、コンセプト（キャッチフレーズ）、目標を次のとおり定めます。また、観光戦略として5つの柱に基づき、主要施策を推進します。

### 1 コンセプト（キャッチフレーズ）

# 近江の水、近江の歴史、近江の暮らしに ま ち 出会う『東近江市』

鈴鹿の山々から琵琶湖に広がる東近江市は、鈴鹿山脈を源流とする河川が幾筋も流れ、豊かな大地を育んでいます。そして、この「水の流れ」を巧みに取り入れた文化や産業が暮らしを彩り、奥深い歴史を織りなす「時の流れ」を生み出してきました。さらに、国土の中央に位置し主要な街道が通る交通の要衝としての地の利は、ろくろ技術とともに日本の森林を適正に管理してきた木地師や「三方よしの精神」の理念の根源となった近江商人の活躍に代表されるような「人の流れ」につながっています。

こうした流れの中で、「水の源流」「ものづくりの源流」「商いの源流」とも言うべき、様々な地域資源が私たちの暮らしを支えています。これらの地域資源をつなぎ、その魅力を磨き、多くの観光客が訪れるオンリーワンの東近江市を目指します。そして、東近江市の知名度向上とそれを支える質の高い観光産業の創出と地域の活性化を図ります。

### 2 目標

	令和3年	令和8年
観光入込客数	2,035,800人	3,100,000人
観光宿泊者数	167,800人	200,000人

※令和3年は、観光入込客統計調査（速報値）

### 3 観光戦略（5本の柱）

本市は、縄文時代草創期、およそ 13,000 年前の相谷熊原遺跡や平成元年に未盗掘で発見された雪野山古墳、額田王と大海人皇子の相聞歌の舞台となった蒲生野万葉ロマン、聖徳太子ゆかりの太郎坊宮、瓦屋禅寺、石馬寺をはじめ、百済寺や永源寺などの神社仏閣など数多くの歴史資源や文化的な資源を今に残しています。

中世以降は、本市を通る中山道や御代参街道、八風街道などの往来が多く、交通の要衝として市場や門前町として栄え、近世には五個荘を中心に「三方よしの精神」の理念の根源となった近江商人が活躍し多くの企業家を輩出しています。中でも五個荘地区にある五個荘金堂町は、古代条里制の区割りを残す農村地帯であると同時に江戸末期から昭和にかけて活躍した近江商人の発祥の地でもあり、水田風景の中に伝統的な農家住宅と近江商人の本宅が一体となった町並みが重要伝統的建造物群保存地区に選定されています。

また、市域の 56 パーセントを森林が占めおり、鈴鹿山脈の 1 千メートル級の山々の中から 10 の名峰を「鈴鹿 10 座」として認定しています。こうした山々は、豊かな森林資源をも生み出し、本市の奥永源寺地区の小椋谷には全国の木地師を保護、統括する支配所が設置されていました。ろくろで回転させた木を削り椀や盆、こけしを作る木地師は、平安時代に生まれたとされ、その後全国に広まりました。全国各地の木地師にとって小椋谷は聖地であり、木地師発祥の地として知られています。

このように、鈴鹿の山々から琵琶湖まで広がる森里川湖の多様性のある市域には、千年を超える歴史と文化、伝統が蓄積されており、これらの地域資源を磨き上げ、最大限に生かしながら「住んでみたい」「行ってみたい」と選ばれる市になることを目指して観光戦略に取り組んでいきます。

#### (1) 地域資源の磨き上げ

第 1 期観光戦略では、様々な地域資源の磨き上げに取り組んできましたが、引き続き各々の地域資源を磨き上げ、魅力創出に取り組む必要があります。

豊かな「自然」、奥深い「歴史と文化」、こだわりの「暮らしと食」、生み出されてきた「ものづくりと産業」などをいかしたエコツーリズム※、歩いて楽しむまちなか観光、サイクリングで楽しむ観光、特産品をいかしたコンテンツ開発など、多様な観光ニーズを取り込むために、地域資源の磨き上げに取り組みます。

#### 主な地域資源（一部を紹介）

暮らしと食を楽しむ	自然を楽しむ
伊庭の水辺景観、農山村の暮らし、近江牛、近江米、地酒、政所茶、フルーツ、地場野菜、 など	鈴鹿 10 座、東近江トレイル、アウトドア 愛知川の清流、伊庭内湖、琵琶湖 など
歴史に学ぶ	もの・コトづくりに触れる
雪野山古墳、万葉ロマン、聖徳太子伝承 神社仏閣、木地師文化、商家に伝わる家訓 街道、江州音頭、平和祈念館、掩体壕 など	東近江大凾、ガリ版、ろくろ技術 酒造、農業体験 葉の花エコプロジェクト など

## (2) 積極的な誘客（地域から国内さらに世界へ）

本市には自然や歴史・文化、暮らし、ものづくり等の豊富な地域資源が点在しています。しかし、これらの地域資源が必ずしも観光資源となり得ていないといった課題を有しています。

今後は、「ももクロ春の一大事 2018」などの大規模イベント開催の経験をいかし、好機を逃すことなくMICE※、スポーツイベントなどを通じた誘客推進に取り組みとともに、ターゲットやニーズを明確にした旅行商品の開発や販売促進に取り組みすることで、地域経済の活性化に繋がります。また、これらの取組が地域のみならず、行きたくなる魅力ある地域として、近隣、広域さらにはアフターコロナにおける国際観光の来訪地域となることを目指して、インバウンド需要への対応など積極的な誘客推進を図ります。

## (3) 情報発信

本市の様々な地域資源を地域の魅力として市内外に発信するため観光情報発信事業に取り組んでいますが、市外はもとより市民にもその魅力が十分に認知されているとは言えません。

そのため、まずは市民が地域を知り、自らのまちに誇りを持てるよう取組を進めます。また、市外からの来訪者をマーケティング、ターゲティングして、これに応える適切な情報発信、広域及び近隣地域との連携による情報発信、来訪者への情報提供の強化などに取り組めます。

あわせて、「三方よしの精神」の理念の根源となった活躍した近江商人や木の文化、森の文化を今に伝える木地師発祥の地としての全国ネットワークを有効に活用した情報発信に取り組めます。

## (4) 受入環境の整備

本市の多くの地域資源を来訪者にとって魅力があるものとしていくためには、年齢や性別、国籍などにかかわらず誰もが楽しめる環境を整えるとともに、目的地までの案内標示、ゆったりとした時を過ごせる癒しの機能、一日を通して夜や朝を含めて楽しめる宿泊滞在機能などを整える必要があります。

そのための環境を整える取組として、観光のバリアフリー化・ユニバーサルデザインを進めるとともに、周遊や宿泊を促す施策の推進や宿泊施設の充実・整備、安全・快適に観光できる環境の整備、地域景観や環境美化意識の向上につながる啓発などに取り組めます。

また、交通利便性の向上に向けて、公共交通ネットワークの整備にも取り組めます。



### (5) 人づくりとネットワーク構築

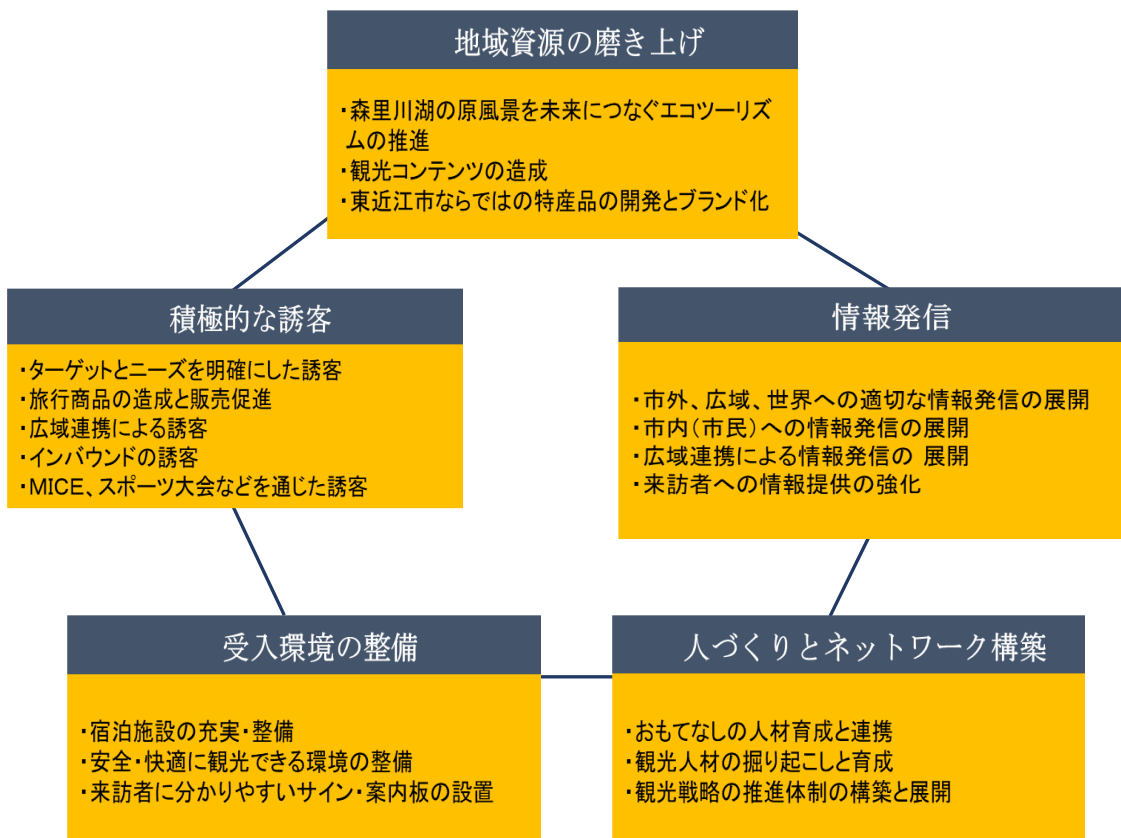
本市が有している地域資源の魅力を、市民自らが十分に認識していない現状から、その認識を深めてもらう取組を進め、市民が自ら地域資源の磨き上げや魅力発信等の活動がしやすい状況を作り出す必要があります。

そこに住む市民にとって居心地の良い「まち」は、観光によって訪れる人たちにも居心地の良い「まち」になるという認識に立ち、そのためにも市民自らが交流に携わり、誇りと輝きを感じる観光まちづくりに向けた取組を実践します。

また、観光協会をはじめ、観光関連産業を営む事業者、民間団体等のネットワークを構築し、幅広い関係者が連携した新たな観光事業に取り組みます。

## 東近江市観光戦略の構成図

### 観光戦略 5本の柱



## 4 主要施策

### (1) 地域資源の磨き上げ

#### ア 森里川湖の原風景を未来につなぐエコツーリズムの推進

森里川湖の自然と共に育まれてきた暮らしや生業など、人と自然の関係性の中で形づくられてきた原風景を楽しみ、学ぶなどの活用を図ります。また、人と自然、人と人のつながりを再認識するとともに、原風景の保全を図ることで、次世代に継承できるエコツーリズムを推進します。

取組の項目	取組期間
エコツーリズムの推進	令和4年度～令和8年度
鈴鹿10座の保全と活用	令和4年度～令和8年度
森里川湖のつながりをいかしたイベント	令和4年度～令和8年度
森の文化の伝承と発信	令和4年度～令和8年度

#### イ 観光コンテンツの造成

五箇荘金堂の重要伝統的建造物群保存地区や日本遺産「琵琶湖とその水辺景観」、聖徳太子伝承など地域資源をいかした観光コンテンツの造成に取り組みます。また、暮らしと食を楽しめる地域ならではの体験コンテンツの造成や近江鉄道を活用したコンテンツの造成など地域の活性化を図ります。

取組の項目	取組期間
近江商人や聖徳太子などの観光資源と食の連携	令和4年度～令和8年度
「ちいさなたびいち※」等の体験型コンテンツの造成	令和4年度～令和8年度
近江商人の経営理念を学べるコンテンツの造成	令和4年度～令和8年度
近江鉄道を利用したコンテンツの造成	令和4年度～令和8年度

#### ウ 東近江市ならではの特産品の開発とブランド化

豊かな地域資源をいかし、本物にこだわり、郷土への誇りや愛着を持って生み出されている東近江市の特産品を「近江匠人」として認証することでブランド化を図ります。また、豊かな農林漁業資源をいかした新たな特産品の開発やふるさと寄附の返礼品として登録を進めることで物産振興を図ります。

取組の項目	取組期間
近江匠人認証制度※の推進とブランド化	令和4年度～令和8年度
農林漁業資源をいかした特産品の開発	令和4年度～令和8年度
ふるさと寄附を活用した物産のブランド化	令和4年度～令和8年度

### (2) 積極的な誘客推進（地域から国内さらに世界へ）

#### ア ターゲットとニーズを明確にした誘客

ターゲットを絞ることで、そのニーズに合わせた観光ツアーや体験コンテンツを開発し、戦略的にプロモーション※活動を実施します。また、各ターゲットが

リピーターとなるようニーズの把握を重視しながら、各種データを的確に収集・分析し、誘客を図ります。

取組の項目	取組期間
ターゲットを絞った戦略的なプロモーション活動	令和4年度～令和8年度
着地型観光※の推進（エリア別・テーマ別）	令和4年度～令和8年度
教育旅行の誘致	令和4年度～令和8年度

#### イ 旅行商品の造成と販売促進

観光協会による旅行商品の造成と販売促進に取り組むとともに、民間観光事業者と連携し、戦略的な誘客商品を造成していきます。また、モニターツアーを行うなど、課題を洗い出しながら、商品化に向けて調整します。それらを踏まえ、ツアーを主体的に実施する人材の育成、ターゲットに向けた発信、販売ルートの開拓などの取組を進めます。

取組の項目	取組期間
観光協会による旅行商品の造成と販売促進	令和4年度～令和8年度
民間事業者等と連携した戦略的な誘客商品の造成	令和4年度～令和8年度

#### ウ 広域連携による誘客

周辺自治体や地域連携協定を締結する自治体と連携し、それぞれの地域特性等に応じた戦略的な連携を進めることで、共同して観光施策を展開し、誘客推進を図ります。

取組の項目	取組期間
周辺自治体との連携推進と共同による観光事業や施策の展開	令和4年度～令和8年度
地域連携協定による広域連携の展開	令和4年度～令和8年度
近江鉄道を利用した沿線観光ルートの造成	令和6年度～令和8年度
「ピワイチ」との連携	令和4年度～令和8年度

#### エ インバウンドの誘客

コロナ禍後を見据え、海外からの観光客に向けたモニターツアーの実施や旅行商品の商談などに向け、観光協会や海外旅行会社等との連携を推進します。また、本市に暮らす外国人を通じて世界に本市の魅力を発信することで誘客の推進を図ります。あわせて、海外に関係する観光関連イベントに参加し、ニーズを把握しながらインバウンド※の誘客に取り組めます。

取組の項目	取組期間
海外のエージェントとの観光の商談	令和6年度～令和8年度
在日外国人に地域の魅力を深く知ってもらうための情報発信	令和6年度～令和8年度
在日外国人からの世界への情報発信	令和6年度～令和8年度



海外の旅行者等へのモニターツアーの実施	令和5年度～令和8年度
---------------------	-------------

オ MICE、スポーツ大会などを通じた誘客

(仮称)黒丸スマートインターチェンジの開設を見据え、宿泊施設やコンベンション施設、スポーツ施設などの受入体制を調査し、各種大会や会議、スポーツイベント、合宿などターゲットを絞り込んで誘致を進めます。あわせて、教育や医療機関と連携した学会などの誘致を検討します。

また、本市で行われている菜の花エコプロジェクトなどの先進的な取組を行う団体等を積極的にPRします。

取組の項目	取組期間
各種大会や会議、スポーツイベント、合宿の誘致	令和4年度～令和8年度
教育や医療機関と連携した学会等の誘致	令和6年度～令和8年度
視察モデルコース(ツアー)の構築	令和6年度～令和8年度

### (3) 情報発信

ア 市外、広域、世界への適切な情報発信の展開

地域資源を磨き上げ、ターゲットに届く効果的な情報発信を行います。本市に縁のある人や地域、団体への情報提供を積極的に行うことで、発信・拡散する仕掛けづくりを行います。また、ターゲットに合わせ、テーマを選択し、パンフレットやチラシ、インターネット、SNS※、動画など多様なコンテンツによる情報発信を展開します。

来訪者の広域化を狙い、県内、隣接府県、国内さらに世界に向けて、効果的な媒体を使い、観光資源の情報や本市の魅力を発信します。

取組の項目	取組期間
プロモーション媒体による効果的な情報発信	令和4年度～令和8年度
旅行記者クラブやエージェント等へのトップセールス等による情報発信	令和5年度～令和8年度
東近江市と縁のある人や地域、団体への情報発信と情報拡散の依頼	令和4年度～令和8年度
魅力ある観光パンフレット(多言語対応)やイベントチラシの作成・充実	令和4年度～令和8年度
インターネット(SNS等)を用いた情報発信	令和4年度～令和8年度
グルメ・食文化・特産品の情報発信	令和4年度～令和8年度
愛東メロン、なし、ぶどう、イチゴなどのフルーツ王国東近江の情報発信	令和4年度～令和8年度
地場野菜や近江牛、上質の近江米から作られる地酒などの価値を発信	令和4年度～令和8年度

都市部等での物産展開催による情報発信	令和4年度～令和8年度
映画・ドラマ等の撮影誘致と聖地巡礼の誘引	令和4年度～令和8年度
地域公共交通を利用した移動を促すための情報発信	令和4年度～令和8年度

イ 市内（市民）への情報発信の展開

地域資源の磨き上げに合わせて、市民とその価値を共有し、理解を深めることができるようコンビニのパンフレットラック等を活用した情報発信を行います。

また、市民が地域の魅力に気づき、観光をきっかけに地域を楽しむことで、市民自らが情報発信を行い、地域の主体的な観光まちづくりに取り組めるよう取組を推進します。

取組の項目	取組期間
市民に地域の魅力を深く知ってもらうための情報発信	令和4年度～令和8年度
市民からの魅力発信	令和4年度～令和8年度
コンビニ等身近な店舗を活用した情報発信	令和4年度～令和8年度

ウ 広域的連携による情報発信の展開

東近江地域の自治体やびわこデジタルズビューローをはじめ、近隣市町やこれまで協力関係のある県外自治体、県人会等のネットワークを活用し、広域連携を推進するとともにターゲットを絞り込んだ情報を発信できる仕組みを構築します。

あわせて、「三方よしの精神」の理念の根源となった近江商人や木地師発祥の地としての全国ネットワークを有効に活用した情報発信を展開します。

取組の項目	取組期間
近江の聖徳太子魅力発信事業※など共通テーマを持った連携による情報発信	令和4年度～令和8年度
地域連携協定に基づく広域での情報発信	令和4年度～令和8年度
びわこデジタルズビューローなどとの広域連携による情報発信	令和4年度～令和8年度
近江商人、木地師発祥の地としての全国ネットワークを有効活用した情報発信の展開	令和4年度～令和8年度

エ 来訪者への情報提供の強化

訪れた人たちが、その人らしい観光を選択できるよう、ニーズに合わせて選択できる情報環境を整備します。

サイクリングや歩いて楽しむ観光向けに、駅や交流拠点、まちなかでの情報案内の充実を図ります。また、自動車を利用した観光に対して、道の駅等での情報発信に取り組めます。

取組の項目	取組期間
観光客向けの情報案内環境の整備	令和4年度～令和8年度

道の駅等を活用した情報発信の充実	令和4年度～令和8年度
駅等に設置したデジタルサイネージによる情報発信	令和4年度～令和8年度

(4) 受入環境の整備

ア 宿泊施設の充実・整備

多様な宿泊ニーズに対応するよう、宿泊施設との連携を図り、滞在の延伸を促すコンテンツの開発に取り組みます。また、歴史資源を活用した観光まちづくりを推進し、分散型ホテル※の整備を進めるとともに、収益性の高い民泊施設やキャンプ場の整備を推進するとともに空家バンク制度の活用に取り組みます。

取組の項目	取組期間
既存宿泊施設との連携	令和4年度～令和8年度
歴史的資源を活用した分散型ホテル事業の推進	令和4年度～令和8年度
民泊事業の推進	令和4年度～令和8年度
宿泊施設等への空家等の活用	令和4年度～令和8年度

イ 安全・快適に観光できる環境の整備

観光施設、宿泊施設、交通機関などのバリアフリー化・ユニバーサルデザイン化を推進し、民間活力を活用した施設運営を進めます。既存の観光案内所をいかしつつ、近江鉄道八日市駅を核とした観光案内機能の充実に取り組みます。また、鉄道やバス等公共交通機関での来訪者が快適に利用できるよう交通環境の整備と観光地への誘導案内の整備を進めます。さらに、奥永源寺地域を中心にアウトドアライフを推進するため、トイレや駐車場の整備などの必要な環境整備と持続的に活用するためのルールを整えます。

取組の項目	取組期間
観光施設、宿泊施設、公共交通機関などのバリアフリー化・ユニバーサルデザイン化の推進	令和6年度～令和8年度
観光関連施設でのおむつ交換台・授乳室等の整備	令和4年度～令和8年度
民間活力を活用した観光施設等の運営	令和4年度～令和8年度
観光案内所等の整備	令和4年度～令和8年度
駅から観光地への誘導案内の整備	令和4年度～令和8年度
公共交通網（近江鉄道・バス）の整備促進	令和4年度～令和8年度
コミュニティバスの活用による二次交通の改善と充実	令和4年度～令和8年度
観光関連施設及び周辺でのトイレと駐車場等の整備	令和5年度～令和8年度
太郎坊宮周辺の駐車場、土産物店等の整備	令和6年度～令和8年度
飲食店や土産店の整備推進	令和4年度～令和8年度
奥永源寺地域アウトドアライフの推進と環境保全	令和4年度～令和8年度

ウ 来訪者に分かりやすいサイン・案内板の設置

本市に訪れたことが自然と認知でき、目的地へスムーズな誘導が図れるとともに

に来訪者が、自動車、鉄道、バス、自転車、徒歩など訪れてからの移動環境を踏まえた必要な情報を得られるよう、サイン・案内板を整備します。また、それらを補完する手段として、多様な来訪者の誘客を見据えたICT※の活用を推進します。

取組の項目	取組期間
多言語対応を含めた分かりやすいサイン看板の設置	令和4年度～令和8年度
周辺景観と調和した観光案内板の整備	令和4年度～令和8年度

#### (5) 人づくりとネットワーク構築

##### ア おもてなしの人材育成と連携

観光ガイド、そこに暮らす地域住民及び新しい取組に関心のある市民などを対象に地域資源の魅力を再発見できる研修や講座を開催するなど、市民が地域を再発見できる機会を創出するとともに、おもてなしの気運を高め、専門的かつ多彩な観光ガイドのスキルや外国語対応などのノウハウを習得した有料観光ガイドを育成します。

取組の項目	取組期間
専門性、外国語対応等、多彩な有料観光ガイドの育成	令和4年度～令和8年度
市民やガイドを対象とした研修会や講座の開催	令和4年度～令和8年度
地域住民による来訪者のおもてなし体制の構築	令和4年度～令和8年度
おもてなしや観光コーディネーターに関わる人材育成	令和4年度～令和8年度

##### イ 観光人材の掘り起こしと育成

地域資源の掘り起こし、磨き上げ及びネットワーク構築などを図るため現地調査やワークショップなどの場を通じて、観光まちづくりをコーディネートできる人材育成を行います。また、地域団体等が実施する体験ツアーの取組に対する支援を行います。さらには、次世代への継承に向けて、学校教育において、観光まちづくりに取り組む地域団体や施設と連携し、地域学習に取り組みます。

取組の項目	取組期間
学校教育における東近江市の歴史・文化に触れる機会や地域学習の内容の充実	令和4年度～令和8年度
観光協会、商工会議所、商工会、観光関連産業の事業者、民間団体、まちづくり協議会等との連携の推進	令和4年度～令和8年度

##### ウ 観光戦略の推進体制の構築と展開

観光協会をはじめ、観光関連産業を営む事業者、民間団体、まちづくり協議会等との連携を推進し、民間主導による新たな観光事業が展開されるよう観光関連産業の育成を進めます。

取組の項目	取組期間
観光協会、商工会議所、商工会、観光関連産業の事業者、民間団体、まちづくり協議会等との連携の推進	令和4年度～令和8年度
観光関連産業に取り組む事業者の育成	令和4年度～令和8年度



## 5 重点施策

本観光戦略を具現化していくため、主要施策を組み合わせた重点施策を設定し、着実に成果をあげるよう取り組みます。

### (1) 地域資源の磨き上げと市内外への積極的な情報発信

本市は古くから「買い手よし、売り手よし、世間よし」という近江商人の精神である「三方よし」に代表される進取の気性と、今もいきる木地師発祥地としての全国とのネットワークやろくろ技術、ガリ版印刷など、日本のものづくり技術を先駆的に生み出したフロンティア精神が溢れる地域です。しかしながら、これまで築かれてきた様々な地域資源も観光資源としての活用や認知度は低い状況にあります。

地域資源を観光資源とするためには、本市に数多くある地域資源の状況を競合する隣接地域や同種の資源と比較・分析し価値を明確にするとともに、地域住民がその価値に気づき、自らの地域に誇りを持つとともに自慢できるものにならなければなりません。そのためには、市、観光協会、観光関連産業の事業者及び市民など、それぞれの主体とともに地域資源の磨き上げに取り組み、市民が地域に誇りを持つことで人に知ってほしい、観てほしいと市内外に情報発信したくなるような観光まちづくりを推進します。

### (2) 観光関連産業の人材育成と連携

持続可能な観光政策を推進するためには、観光業や宿泊業はもとより、地域の交通や飲食業、物品販売業などの観光関連産業の事業者等が主体となり、地域で稼げる力を高め、成長と分配の好循環を実現する中で、積極的に事業を展開することが求められます。そこで、観光協会等と連携し、観光関連産業の人材を育成するとともに、市内外の優良な観光関連産業の事業者が、本市の地域資源をいかした観光事業を展開できるよう民間事業者との連携を進めます。

### (3) 民間活力を活用した観光施設等の運営

市の観光施設として、五個荘近江商人屋敷のうち市指定史跡である外村宇兵衛邸を宿泊施設として運営し収益化を図ります。また、全国で随一の伝統のある100畳敷大風呂を展示する世界風博物館東近江大風呂会館や能登川水車とカヌーランド等は指定管理者制度※を活用して運営管理を行っています。

今後は、より民間事業者の技術力や資金ノウハウをいかした運営管理が行えるようサウンディング調査※等の手法を活用し、効果的で効率的な業務運営の確保に向けて検討を進めます。

### (4) 観光資源と土地利用

地域資源の磨き上げは、素材自体の魅力向上が必要不可欠ですが、あわせて、周

辺の観光案内、飲食、物産販売、観光トイレ、駐車場、宿泊誘致などの誘客機能の充実が求められます。

本市では、本観光戦略と連携して市街化調整区域※のうち五個荘金堂町、伊庭町及び栗見出在家町に存在する空家等を活用した誘客機能整備のルールを定めており、今後もこのルールに基づき誘客機能を充実します。

#### (5) アフターコロナを見据えた基盤整備

コロナ禍を経験し、人々の価値観は大きく変化しています。観光に対する意識も、「自然豊かなところに行きたい。」「夫婦や家族など身近な人と少人数で出かけたい。」「県内や近隣地域内で楽しみたい。」という傾向が強まってきています。マイカーを利用して行ける範囲でキャンプやアウトドアでのレジャーを楽しんだり、一箇所にゆっくり滞在し、地域の魅力にふれるというスタイルが増加してきています。コロナ禍をきっかけとして自然の中に身を置いてゆったりとした時間を過ごすことの豊かさに気付く人々も多くなってきています。本市は森里川湖がつながった多様性ある自然を有しており、キャンプ場や河川敷等への来訪者が増加し、コロナ禍後もこの傾向は続くものと考えられます。このような状況を踏まえ、観光関連産業における感染対策を徹底するとともに自然を求めて来訪する人々のために受け入れ体制整備や来訪者のマナー向上を図るなど、本市で安心して自然の中で快適に過ごせる環境整備を進めます。

### 第3章 観光戦略の推進

#### 1 推進体制の強化

本観光戦略を推進するためには、それぞれの主体が本観光戦略の目的を理解し、それぞれの役割に応じて取組を推進し、連携していく体制を整える必要があります。

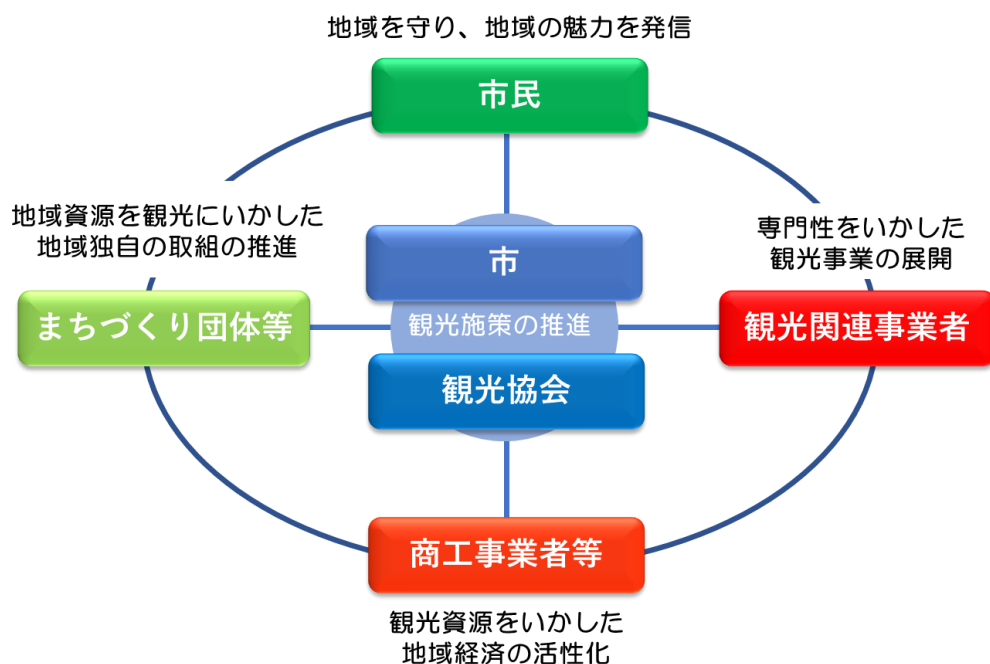
そこで、多様な主体の役割や取組等を次のとおり整理し、推進体制の強化を図ります。

##### (1) 民間事業者との連携強化

観光戦略の推進には、市内推進体制の構築及び観光協会と一体となった施策推進に加え、観光関連産業を営む事業者等との連携が重要です。

にぎわいと雇用の創出、地域経済の活性化など観光産業がもたらす経済的なメリットを發揮できるよう民間事業者の専門性をいかした自主的な経済活動による観光事業の展開を図りながら、民間事業者との情報交換や共同事業等の取組を進めます。

#### 東近江市観光戦略の推進体制



##### (2) 東近江市観光協会の役割の明確化

本市では、市が観光政策を俯瞰し、観光協会が専門性をいかして事業展開を図るという役割分担に基づき、市と観光協会が定期的な連絡調整会議を開催する中で、

連携強化を図るとともに事業を相互に補完し、一体的に観光振興を図ってきました。また、令和元年度からは、観光協会に市職員を派遣することで連携強化を図るとともに、観光協会も独自に旅行業の資格を取得し、旅行者として自主財源を確保できる体制を整えてきました。

しかし、市と観光協会の双方が類似事業に取り組むなど非効率な業務も見受けられます。また、観光協会の専門性をいかした収益事業が少なく、自主財源の確保が難しいなどの課題があります。

今後も、市と観光協会が一体的に観光振興を図っていくには、互いの役割をより明確にするとともに、観光協会が自らの専門性を発揮し、自主財源を確保することで、本市の観光振興をリードできる自立した組織になることが求められます。

そこで、市と観光協会が互いの業務内容、組織体制、予算等を整理することで役割を明確にし、観光協会が自立した組織となるよう市が必要な助言や支援を行うことで、市と観光協会が一体となり多様な主体と連携し、観光戦略を推進できる体制を構築します。

### (3) 市民やまちづくり団体等の主体的な取組の推進

本市の多様な地域資源は、地域に暮らす人々の生活の一部として、地域住民にとっては身近過ぎることもあり、それが観光等に活用できる貴重な資源であると気付いていないことも少なくありません。

そこで、市や観光協会が積極的に市内にも様々な観光情報を発信することで、市民が地域資源の魅力を再発見できるよう取組を進めます。あわせて、市民が自ら暮らす地域に誇りを持ち自慢することが最も有効な情報発信手段であるとともに、来訪者の満足度を向上させる受入体制となることから、市民が地域素材に気づき市民が本市の地域資源を自慢したくなる、発信したくなる取組を進めます。

また、まちづくり協議会等の地域団体が主体的に地域資源を磨き上げ、観光資源として活用する取組を支援します。

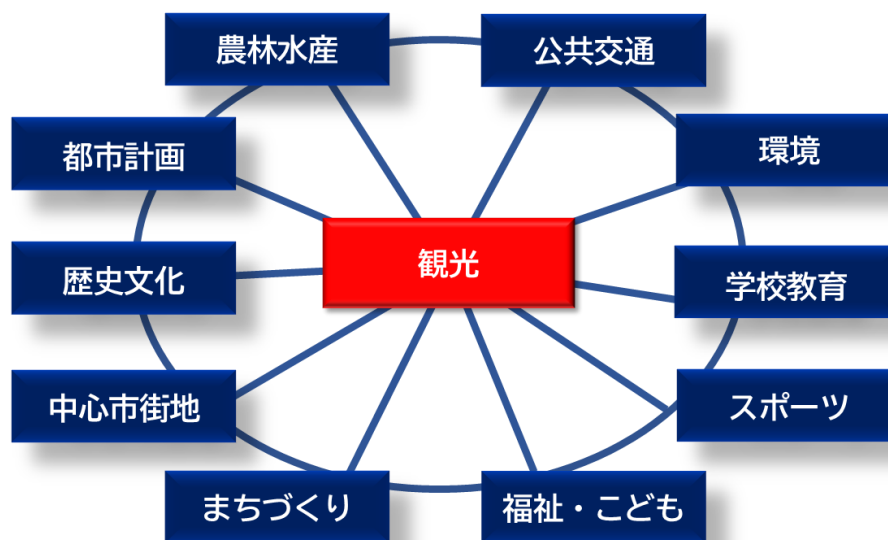
### (4) 庁内推進体制の構築

「観光」は、様々な分野、部署、法令等に関わるものです。本市の観光施策を推進するに当たっては、農林水産、都市計画、交通政策、環境政策をはじめ様々な分野の施策が複合的に連携する必要があり、庁内の関係課がそれぞれの担当業務の中で、常に「観光」を意識し業務に取り組むことで、本市が目指す「観光」を視点とした知名度向上、関係人口の増加、移住定住の促進等を目指します。

また、観光施策だけでなく、他の施策についても、各課が複合的に連携することで、より効果的で実効性の高い施策展開が期待できます。

そこで、これまで以上に庁内の関係課が各施策領域の様々な手法を活用しながら総合的に観光施策を行っていけるよう庁内に観光戦略推進会議を設置します。

## 東近江市観光戦略における庁内連携イメージ



### 2 観光戦略推進会議による実効性の確保

着実に観光戦略を実行するため、定期的に観光戦略推進会議を開催することで、目標の達成状況並びに主要施策及び重点施策の取組状況等を確認し、必要に応じて関係課が複合的に連携し、積極的な事業展開を図ります。

また、必要に応じて観光協会や観光関連産業の事業者に観光戦略推進会議への出席を求め、それぞれの主体が連携することで、観光戦略の実効性を確保していきます。



用語説明

用語	解説	掲載ページ
インバウンド	海外から日本へ訪れる観光客のこと。平成 14 年から始まったビジット・ジャパン・キャンペーン等の基本方針にも含まれる概念。	7
エコツーリズム	地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組み。	6
近江匠人認証制度	東近江市の物産を「人と地域とのつながり」「本物へのこだわり」「未来への継承」の 3 つの指標を基に「地域愛」を数値化し、物産とその背景にある「物語」を認証し、東近江市の物産振興を図る制度。	6
近江の聖徳太子魅力発信事業	聖徳太子が薨去され 1400 年目の節目の年を契機に、全国で最も多く聖徳太子の文化や物語が伝承されている東近江地域の魅力を発信するため各種イベント等を行う事業。	6、9
サウンディング調査	市有地等の活用方法の検討に当たり、活用方法等を公募により民間事業者から広く意見や提案を求め、意見交換を通じて、事業成立の可否の判断や市場性の有無、事業者が参加しやすい公募条件の設定を把握するための調査。	13
市街化調整区域	都市計画法（第 7 条以下）で定められる都市計画区域における区域区分の 1 つで、開発行為は原則として行わず、都市施設の整備も原則として行われない。	14
指定管理者制度	公の施設をノウハウのある民間事業者等に管理してもらう制度。地方自治法第 244 条の 2 に定められる公民連携の手法。	13
ちいさなたびいち	東近江市の体験コンテンツを集めた期間限定イベント。お寺で金継ぎ体験やドローンで上空写真撮影、熱気球での大空体感など、様々なプログラムがある。	6
着地型観光	観光客や旅行者を受け入れる地域が独自の観光資源をいかして企画する観光形態で、観光客や旅行者による消費を直接地域側が主導権をもって吸収するビジネス創出に結び付く。	7
分散型ホテル	「地域全体をホテルにする」とのコンセプトに基づき、宿泊、飲食、土産物等の施設が地域内に分散しているホテルのこと。	10

プロモーション	主に宣伝活動のことを指す。顧客に自社の製品・サービスのことを知ってもらい、購入に導くまでの商品（サービス）の販売、認知、理解、好感度、ブランドロイヤリティを促進・向上させる一切の活動のこと。	6、7、8
I C T	Information and Communication Technology の略称で情報・通信に関する応用技術を含めた総称。社会の様々な分野（農林水産業、地方創生、観光、医療、教育、防災、サイバーセキュリティ等）における I C T の効果的な利活用が不可欠となってきた。	11
S N S	Social networking service の略。人と人とのつながりを促進・サポートし、参加するユーザーが互いに自分の趣味、好み、友人、社会生活などを公開し合いながら、幅広いコミュニケーションを取り合うことを目的としたコミュニティ型の Web サイト。	8
M I C E	Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive Tour（報奨・招待旅行）、Convention 又は Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）の頭文字をとった造語で、ビジネストラベルの1つの形態。参加者が多いだけでなく、一般の観光旅行に比べ消費額が大きいことなどから、M I C E の誘致に力を入れる国や地域が多い。日本でも、インバウンド振興策の一環として、国や自治体により誘致活動が盛んに行なわれている。	4、8



---

## 東近江市観光戦略

発行 滋賀県東近江市

策定 令和4年(2022年)3月

編集 滋賀県東近江市 商工観光部 観光物産課  
〒527-8527 滋賀県東近江市八日市緑町10番5号

I P 050-5801-5662 (直)

T E L 0748-24-5662 (直)

F A X 0748-23-8292

<http://www.city.higashiomi.lg.jp/>

---