

3

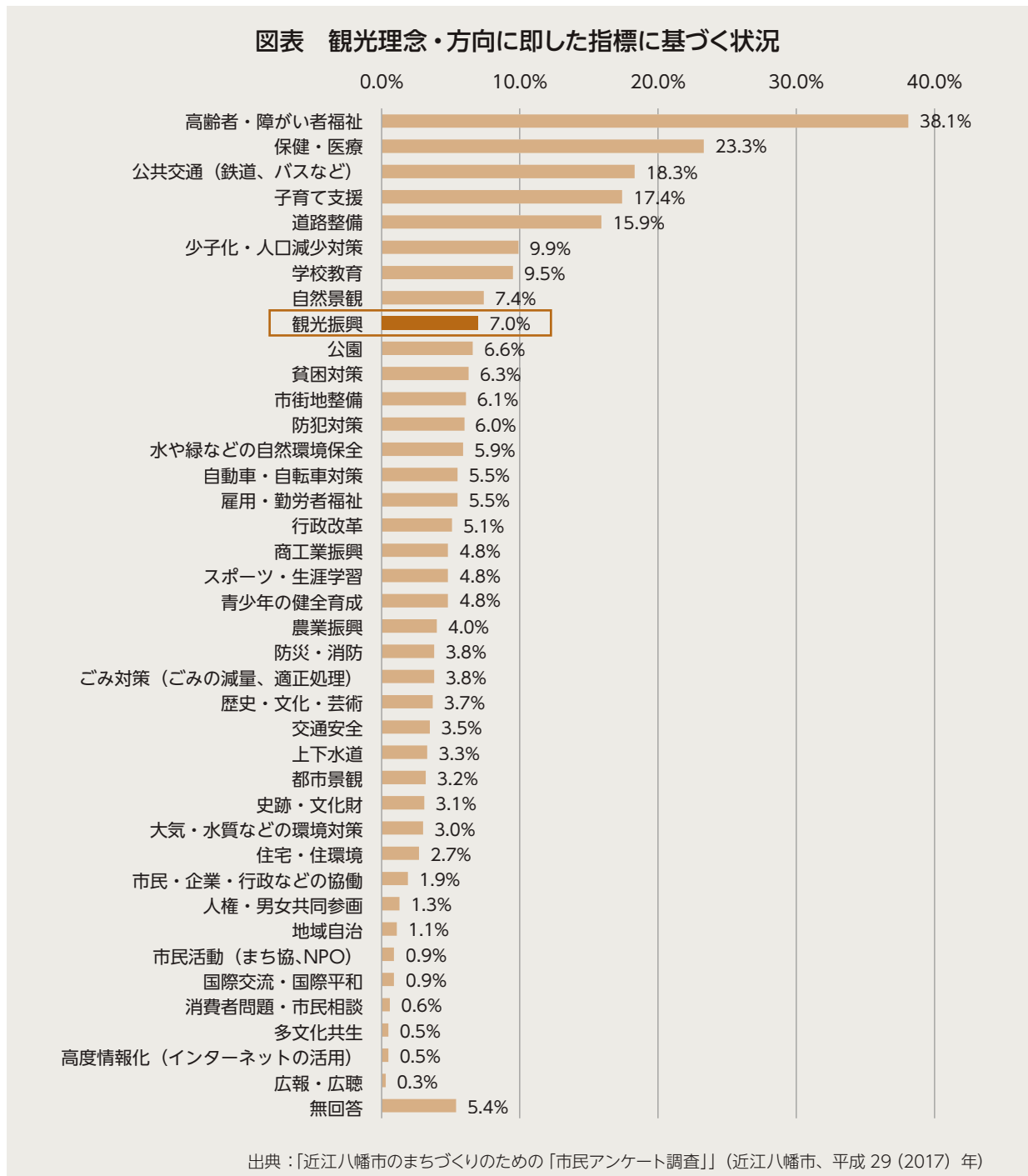
(1) 本市の観光振興

①市民の観光に対する意識

●観光振興の位置づけ

本市のまちづくりのための「市民アンケート調査」(平成29(2017)年)では、10年後の本市に求めることについては、上位5つは「高齢者・障がい者福祉」(38.1%)、「保健・医療」(23.3%)、「公共交通(鉄道、バスなど)」(18.3%)、「子育て支援」(17.4%)、「道路整備」(15.9%)の順となっています。「観光振興」(7.0%)は、39項目中、9位となり関心は高い位置にあります。

図表 観光理念・方向に即した指標に基づく状況



出典：「近江八幡市のまちづくりのための「市民アンケート調査」(近江八幡市、平成29(2017)年)

②現行計画の実施状況

●観光理念・方向に即した指標に基づく状況

『近江八幡版DMO形成計画』（平成28（2016）年3月）では、現行計画の観光理念・方向に即した指標が設定されています。観光客に関する指標だけではなく、市民から見た観光の暮らしへの貢献度合いなども設定しています。

施策別の実施状況などについては、参考資料に整理しています（56～58ページ参照）。

図表 観光理念・方向に即した指標に基づく状況

観光理念	指標設定の参考となる箇所	指標と最新値
<p>「豊かな自然、歴史文化資産を活かしたまちづくり観光の推進」とする。</p> <p>「まちづくり観光」とは、自然や歴史文化に根差した暮らしの豊かさを市民が創造し、「住んでよかった、訪ねてよかった、そしてもう一度訪ねてみたい」という想いを抱く人が増え、またそうした他からの評価を得て、さらに自らのまちの暮らしを豊かにするという循環を目指す取り組みである。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●住んでよかった ●他からの評価を得て、さらに自らのまちの暮らしを豊かにする ●訪ねてよかった 	<p>【観光の暮らしへの貢献度合い】 〔測定方法〕 市政モニター調査《近江八幡市》 〔「貢献している」と回答した割合〕 (近江八幡市) 2015年 63.0%</p> <p>【観光客の満足度】 〔測定方法〕 観光動態調査 2010年《滋賀県》 〔「満足している」と回答した割合〕 (地点：八幡堀) (地点：滋賀県立安土城考古博物館) 2010年 78.5% 2010年 79.7% (参考：観光調査地点合計) 2010年 60.9% 近江八幡市観光動向調査 2019-21年度 《近江八幡市・近江八幡観光物産協会》 〔「大変満足」「満足」「やや満足」と回答した割合〕 (近江八幡市) 2019年 84.5%、2020年 88.6% 2021年 86.4%</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ●もう一度訪ねてみたい 	<p>【観光客の再来訪意向】 〔測定方法〕 近江八幡市観光動向調査 2019-21年度 《近江八幡市・近江八幡観光物産協会》 〔「大変そう思う」「そう思う」「ややそう思う」の割合〕 (近江八幡市) 2019年 70.0%、2021年 84.0%</p>
<p>方向</p> <p>来訪目的性をさらに高め、滞在時間の拡大とリピート性を強化する</p> <p>今後の方向として、まちづくり観光の方向から、観光客の量的拡大をさらに追及するのではなく、現在の観光入込数を保持しながら、本市の歴史文化を深く味わおうとする来訪者の拡大を主要な目標とし、来訪目的性をさらに高め、滞在時間の拡大とリピート性を強化する方向を目指した取り組みを進めることとする。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●観光入込数を保持しながら ●歴史文化を深く味わおうとする来訪者の拡大 ●滞在時間の拡大 ●リピート性を強化 	<p>【観光入込客数】 〔測定方法〕 入込客統計調査《滋賀県》 (近江八幡市) 2013年 302万人、2019年 566万人 2020年 389万人</p> <p>【外国人観光客数】 〔測定方法〕 入込客統計調査《滋賀県》 (近江八幡市) 2013年 3,214人、2019年 11,435人 2020年 1,804人</p> <p>【目的別観光客数】 〔測定方法〕 滋賀県入込客統計調査 〔「歴史文化」「歴史」「博物館・美術館等」目的〕(近江八幡市) 2014年 209万人、2019年 187万人 2020年 122万人</p> <p>【滞在時間・泊数】 〔測定方法〕 近江八幡市観光動向調査 2019-21年度 《近江八幡市・近江八幡観光物産協会》 (滞在時間) 2019年 3.88時間、2020年 3.82時間 2021年 4.30時間(泊数) 2019年 1.31泊 2019年 1.32泊、2021年 1.43泊</p> <p>【リピーター率】 〔測定方法〕 近江八幡市観光動向調査 2019-21年度 《近江八幡市・近江八幡観光物産協会》 (2回目以上の回答の割合) 2019年 65.8%、2019年 66.7% 2021年 65.7%</p>

出典：『近江八幡版 DMO 形成計画』（近江八幡版 DMO 構想推進会議、平成 28（2016）年 3 月）を参考に作成。

【用語】

DMO…Destination Management/Marketing Organizationの略。戦略策定、各種調査、マーケティング、商品造成、プロモーション等を一体的に実施する組織体（観光地域づくり法人）。

③観光客の動態

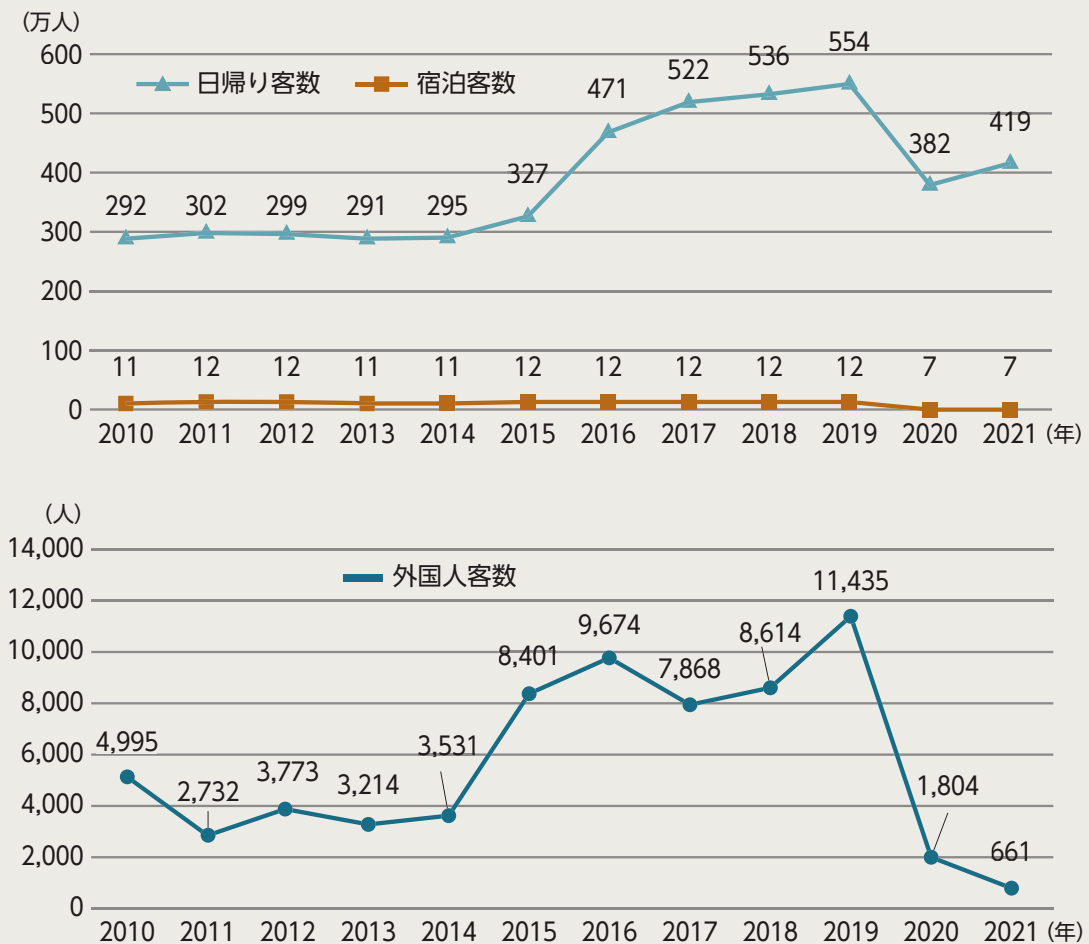
本市を訪れる観光客の動向について、ここでは主なものを整理しています（その他のデータは59～61ページを参照）。

●観光入込客数

本市の観光入込客数については、日帰り客数は平成27（2015）年までは300万人前後でしたが、平成28（2016）年以降は、ラ コリーナ近江八幡の開業等を要因に増加傾向にあり、令和元（2019）年には554万人となりました。しかし、令和2（2020）年には、新型コロナウイルス感染症の影響により382万人まで減少しました。令和3（2021）年には、419万人とやや回復しました。宿泊客数は平成22（2010）年から令和元（2019）年まで11～12万人でしたが、令和3（2021）年には7万人まで減少しました。

観光入込客数のうち外国人客数は、平成26（2014）年までは5,000人以下でしたが、平成27（2015）年以降は増減を繰り返しながら令和元（2019）年には11,435人となりました。しかし、令和3（2021）年には、新型コロナウイルス感染症の影響により661人まで減少しました。

図表 本市の観光入込客数(日帰り客数・宿泊客数(上)、外国人客数(下))



出典：「滋賀県観光入込客統計調査」 滋賀県商工観光労働部観光振興局

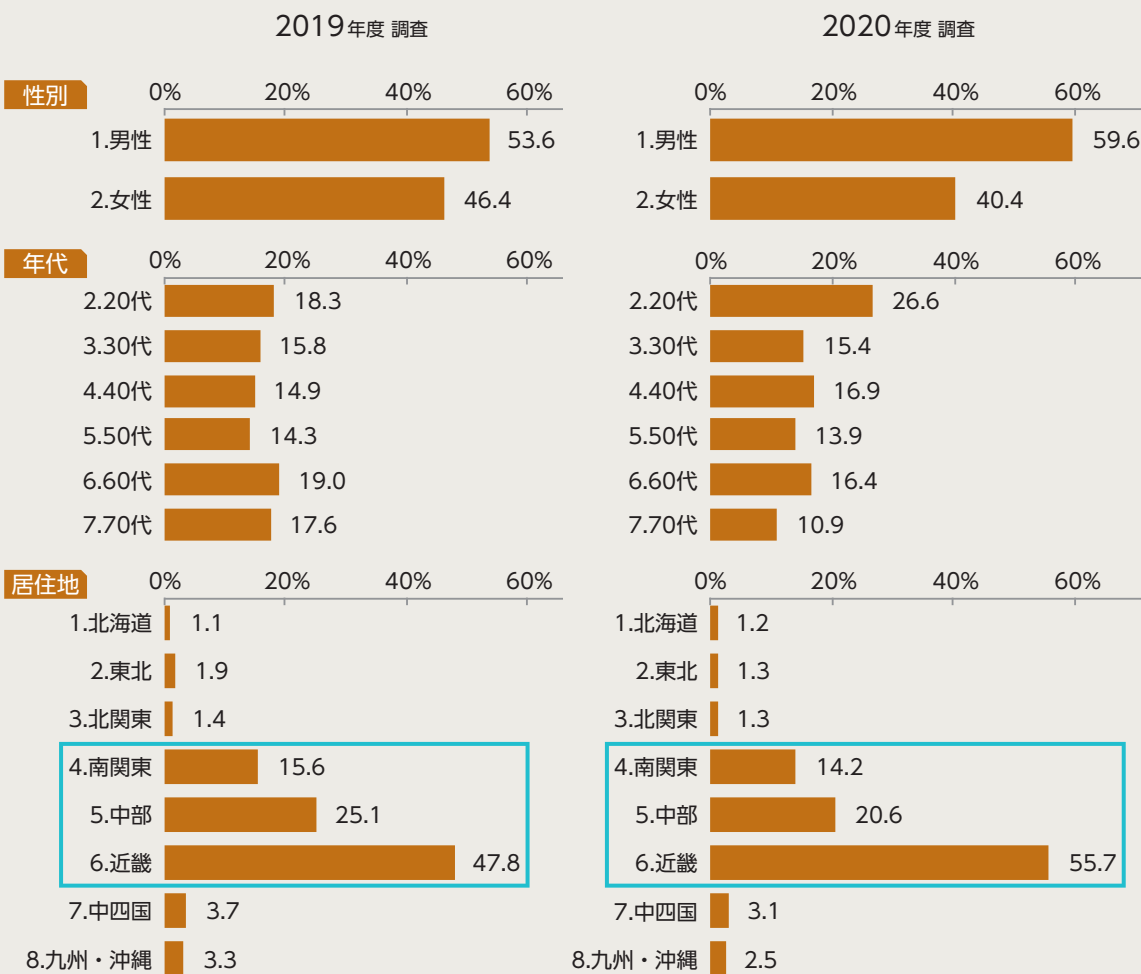
●基本属性（性別、年代、居住地）

性別では、「男性」の占める割合が「女性」の占める割合よりやや多いです。

年代別では、令和元（2019）年度調査では「60代」（19.0%）が最も多く、次いで「20代」（18.3%）、「70代」（17.6%）が多い。2020年度調査では「20代」（26.6%）が最も多く、次いで「40代」（16.9%）、「60代」（16.4%）が多いです。

観光客（回答者）の居住地を全国の地域ブロック別にみると、「近畿地方」、「中部地方」及び「南関東地方」の3地方で本市への来訪者全体の約9割を占めます。

図表 観光客（回答者）の性別、年代、居住地の構成比
（令和元（2019）年度、令和2（2020）年度）

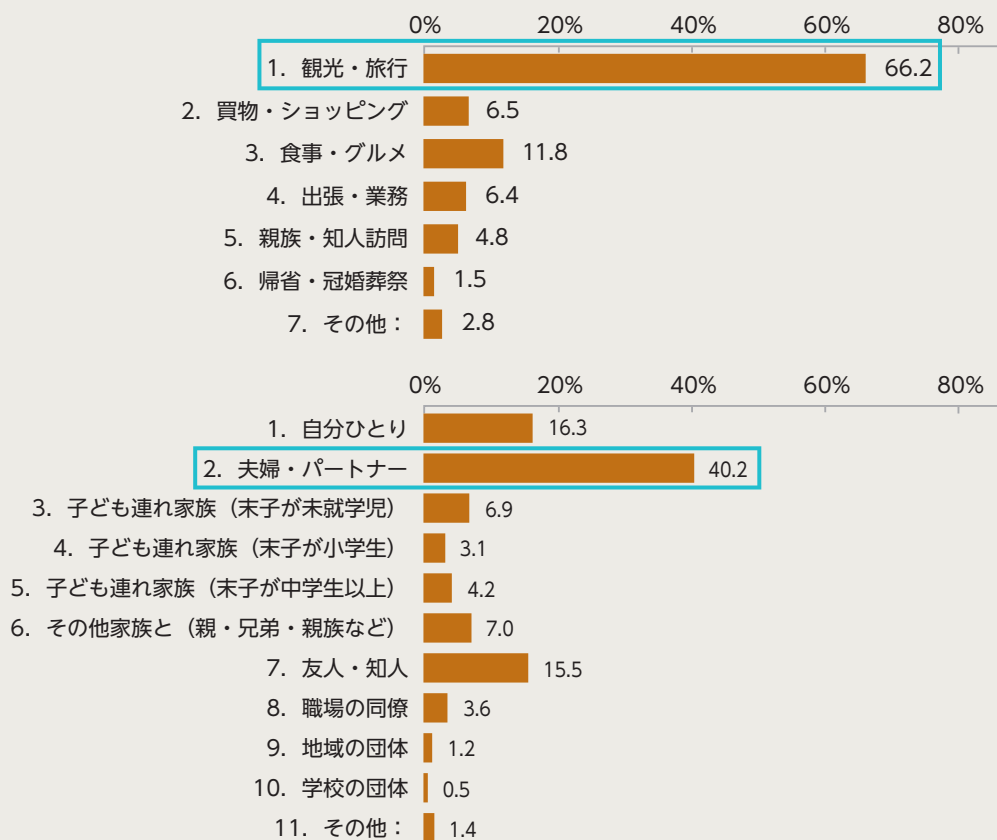


出典：『令和元年度 第30号近江八幡市観光動向調査・データ分析業務 報告書』（近江八幡市、令和2（2020）年3月）
『近江八幡市観光動向調査 報告書』（（一社）近江八幡観光物産協会、令和3（2021）年3月）

●主な来訪目的、同行者

主な来訪目的では、「観光」の割合が最も高く66.2%を占めます。次いで、「食事・グルメ旅行」が11.8%、「買物・ショッピング」が6.5%、「出張・業務」が6.4%、「親族・知人訪問」が4.8%と続きます。同行者は「夫婦・パートナー」が最も多く40.2%を占めます。次いで「自分ひとり」が16.3%、「友人・知人」が15.5%と多くなっています。

図表 主な来訪目的、同行者 (令和元 (2019) 年度)



出典：『令和元年度 第30号近江八幡市観光動向調査・データ分析業務 報告書』(近江八幡市、令和2 (2020) 年3月)

●来訪回数、平均泊数・平均滞在時間

過去1年間に本市を訪れた人のうち、初めて本市を訪れた人 (ビギナー) の割合は、33.9% [3か年平均]、2回以上本市を訪れた人 (リピーター) の割合は、66.1% [3か年平均] でした。市内に宿泊した人の平均泊数は、1.35泊 [3か年平均]、平均滞在時間は4.00時間 [3か年平均] でした。

図表 来訪回数、平均泊数・平均滞在時間 (令和元 (2019) — 令和3 (2021) 年度)

	2019年度	2020年度	2021年度	平均	最大値	最小値
ビギナー (%)	34.2	33.3	34.3	33.9	34.3	33.3
リピーター (%)	65.8	66.7	65.7	66.1	66.7	65.7
1. 初めて (%)	34.2	33.3	34.3	33.9	34.3	33.3
2. 2~5回目 (%)	46.4	47.2	48.5	47.4	48.5	46.4
3. 6~9回目 (%)	5.6	6.7	6.9	6.4	6.9	5.6
4. 10回目以上 (%)	13.9	12.8	10.3	12.4	13.9	10.3
合計 (%)	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-

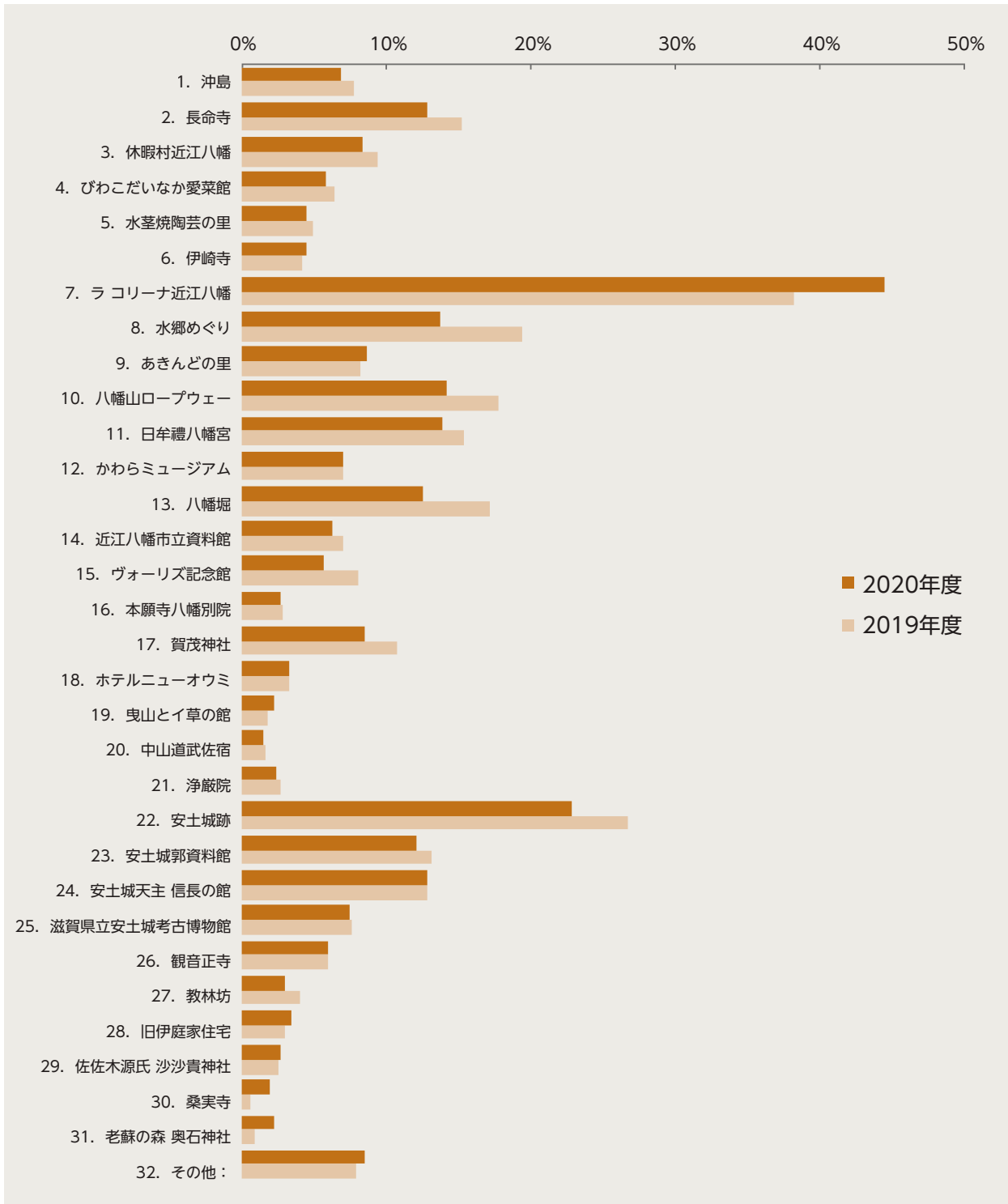
	2019年度	2020年度	2021年度	平均	最大値	最小値
平均泊数 (泊)	1.31	1.32	1.43	1.35	1.43	1.31
平均滞在時間 (泊)	3.88	3.82	4.30	4.00	4.30	3.82

出典：『令和元年度 第30号近江八幡市観光動向調査・データ分析業務 報告書』(近江八幡市、令和2 (2020) 年3月)
『近江八幡市観光動向調査 報告書』(一社) 近江八幡観光物産協会、令和3 (2021) 年3月)
『近江八幡市観光動向調査 報告書』(一社) 近江八幡観光物産協会、令和4 (2022) 年3月)

●立ち寄り地点

本市内での立ち寄り先を尋ねたところ、「ラ コリーナ近江八幡」と回答した人の割合が最も高く、「安土城跡」が続きます（令和元（2019）年調査及び令和2（2020）年度調査）。

選択肢として提示した立ち寄り先の平均訪問地点数は、令和元（2019）年調査では2.93か所、令和2（2020）年度調査では2.64か所でした。



注：上記選択肢が観光入込調査の調査地点であるか否かは、非公表

出典：『令和元年度 第30号近江八幡市観光動向調査・データ分析業務 報告書』（近江八幡市、令和2（2020）年3月）

『近江八幡市観光動向調査 報告書』（（一社）近江八幡観光物産協会、令和3（2021）年3月）

●満足度・再来訪意向・紹介意向

本市の総合満足度、再来訪意向及び紹介意向の結果は、以下のとおりです。

図表 総合満足度、再来訪意向及び紹介意向 (令和元 (2019) - 令和3 (2021) 年度)

	2019年度	2020年度	2021年度	平均	最大値	最小値
総合満足度 (%) *1	84.5	88.6	86.4	86.5	88.6	84.5
再来訪意向 (%) *2	70.0	-	84.0	77.0	84.0	70.0
紹介意向 (%) *2	74.6	-	74.3	74.5	74.6	74.3

*1 「大変満足」、「満足」及び「やや満足」の合計

*2 「大変そう思う」、「そう思う」及び「やや思う」の合計

出典：『令和元年度 第30号近江八幡市観光動向調査・データ分析業務 報告書』（近江八幡市、令和2 (2020) 年3月)

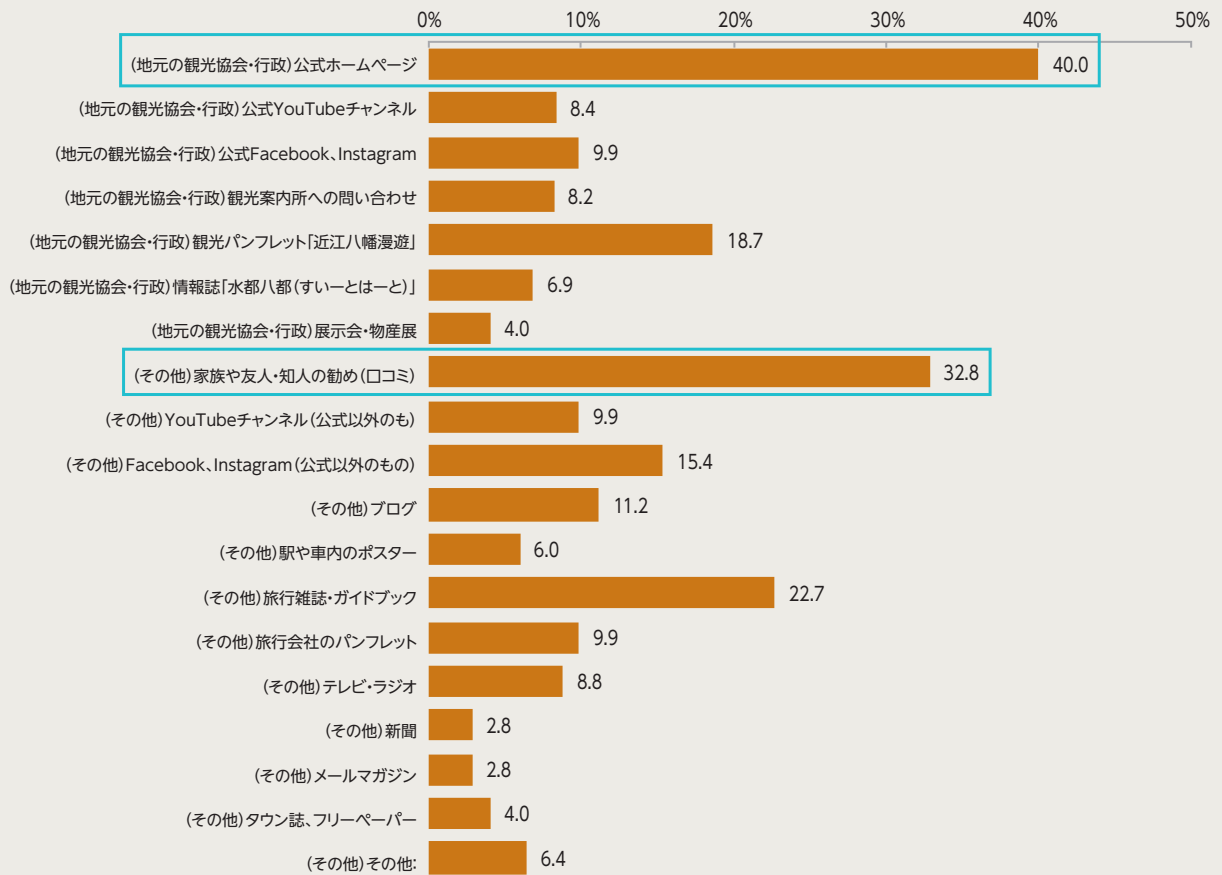
『近江八幡市観光動向調査 報告書』（(一社) 近江八幡観光物産協会、令和3 (2021) 年3月)

『近江八幡市観光動向調査 報告書』（(一社) 近江八幡観光物産協会、令和4 (2022) 年3月)

●情報源 (タビマエ)

本市訪問の前 (タビマエ) に参考にした近江八幡に関する情報源としては、地元の観光協会・行政の「公式ホームページ」が最も多く40.0%でした。次いで「家族や友人・知人の勧め (口コミ)」が32.8%、「旅行雑誌・ガイドブック」が22.7%、観光パンフレット「近江八幡漫遊」が18.7%でした。

図表 本市への来訪前に参考にした情報媒体 (令和2 (2020) 年度)



出典：『近江八幡市観光動向調査 報告書』（(一社) 近江八幡観光物産協会、令和3 (2021) 年3月)

(2) 観光を取り巻く環境

① 社会経済環境の変化

●SDGs (Sustainable Development Goals) の推進

平成13 (2001) 年に策定されたミレニアム開発目標 (MDGs) の後継として、平成27 (2015) 年9月に「国連持続可能な開発サミット」において採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」および持続可能な開発目標 (SDGs) を指します。

令和元 (2019) 年9月の国連SDGサミットにて、令和12 (2030) 年までは、SDGs達成に向けた取組を拡大・加速するための「行動の10年」と定められました。

貧困や飢餓の撲滅、教育、ジェンダーの平等、クリーンエネルギーの普及、経済成長、環境保全、平和構築等の17の目標と各目標にひもづく169のターゲットからなり、令和12 (2030) 年までの達成を目指しています。

図表 SDGsの17の目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出典：国連広報センター (United Nations Information Centre、略称UNIC)

●DX (デジタルトランスフォーメーション) の進展

ICT、IoT技術の向上、5Gの登場などにより、近年急速にデジタル化が進展しています。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、あらゆる分野でのDXの実装が加速しています。DXの進展は、スマートツーリズムにも結び付いています。

【用語】

DX (デジタルトランスフォーメーション) …Digital Transformationの略。ITやデジタルによる技術に社会に浸透させ、人々の生活をより良いものにしようと変革すること。

ICT (アイシーティー) …Information and Communication Technologyの略。情報通信技術を活用したコミュニケーション。

IoT (アイオーティー) …Internet of Thingsの略。様々なモノがインターネットにつながること。

スマートツーリズム…スマートシティを観光に適用するもの。スマートシティは先進技術を用いて、インフラサービスを効率的に管理運営し、環境に配慮しながら主に住民の生活の質を高め、継続的な経済発展を目的とした新しい都市に対する取組。

②国・県の観光政策の動向

●持続可能な観光の推進

国内外の主要観光地では、持続可能な観光に関する取組が進められています。このような機運の高まりに応じて、平成30（2018）年6月に、観光庁は「持続可能な観光推進本部」を新たに設置し、取組の方向性を検討されました。

令和2（2020）年6月に、観光庁は「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を開発しました。これは、持続可能な観光の推進のため、各地方自治体や観光地域づくり法人（DMO）等が多面的な現状把握の結果に基づき、持続可能な観光地マネジメントを行うための観光指標として定められたものです。日本の特性を各項目に反映した上で、観光地向けの持続可能な観光の国際基準「GSTS-D」に準拠した指標となっています。

図表 日本版 持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）A8 観光教育



SECTION A: Sustainable management 持続可能なマネジメント

A(b) Stakeholder engagement ステークホルダーの参画

A8 観光教育
地域コミュニティ、学校、高等教育機関において、観光の可能性や課題に関する教育プログラムがあること

① 地域コミュニティ、特に児童・生徒に対して観光に関する教育が実施されていること

考え方

- ・一般、子供、家族向けのイベント、セミナー、ワークショップや、イベントボランティアの機会などを広く教育と捉える
- ・児童・生徒：本項目においては、18歳未満（小中高校生）を指す
- ・動画「観光教育のススメ」（観光庁）
https://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/sangyou/kyoiku_juujitsu.html

出典：『日本版 持続可能な観光ガイドライン』（観光庁・UNWTO駐日事務所、令和2（2020）年6月）

●シガリズム観光振興ビジョン

滋賀県は、新型コロナウイルス感染症の影響による観光を取り巻く状況の変化を踏まえ、令和4（2022）年度を始期とする新たなビジョン『シガリズム観光振興ビジョン』（令和4（2022）年3月）を策定しました。

「シガリズム」とは、「琵琶湖をはじめとした自然と歩みをそろえ、ゆっくり、ていねいに暮らしてきた、滋賀の時間の流れや暮らしを体感できる、“心のリズムを整える新たなツーリズム”」の総称です。

「シガリズム」を通して多様な主体が連携し、観光資源を守りながら活かすことで、より良い地域社会を実現し、持続可能な観光を推進する滋賀県となることを目指しています。

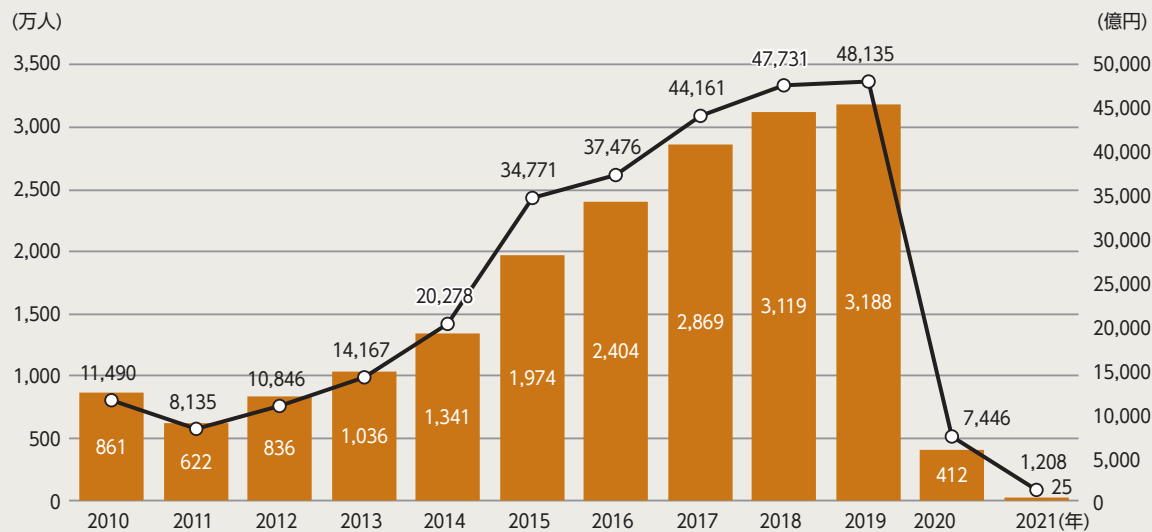
③観光旅行市場の動向

●インバウンドの動向

訪日外国人旅行者数は平成23（2011）年の東日本大震災の影響により減少したものの、それ以降は着実な増加を続け令和元（2019）年には3,188万人に、観光消費額は4兆8,135万円に達しました。

しかし令和2（2020）年、新型コロナウイルス感染症の影響でいずれも大幅に減少しました。令和3（2021）年は更に減少となり、旅行者数25万人、観光消費額1,208億円となりました。

図表 訪日外国人旅行者数とその消費額の推移



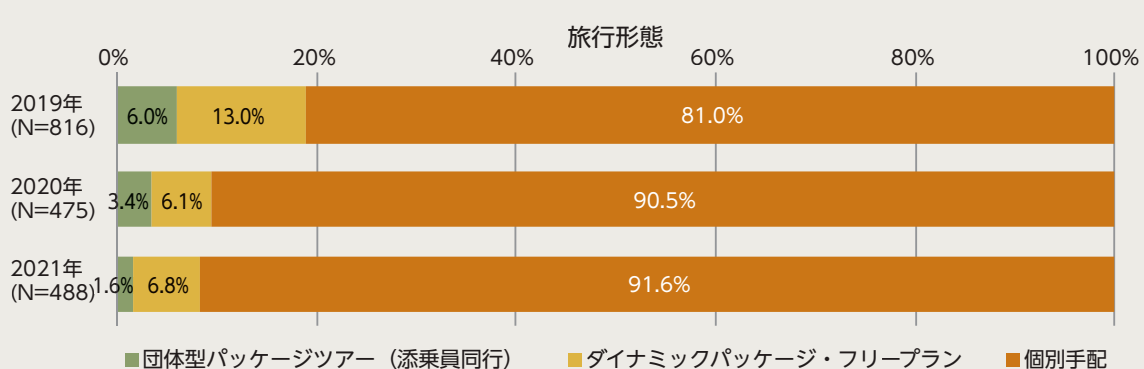
注：令和2（2020）年は、令和2（2020）年1～3月期の全国調査の結果を用いた試算値（他期の調査が中止のため）
 令和3（2021）年は、令和3（2021）年10～12月期の全国調査の結果等を用いた試算値（他期の調査が中止のため）
 出典：「訪日外客数」（日本政府観光局（JNTO））及び「観光・旅行消費動向調査」（観光庁）

●新型コロナウイルス感染症による変化

新型コロナウイルス感染症の影響により、行動が制限される中、分散して、柔軟に行動できる形態で、何度も訪れたことのある愛着のある地域への旅行が志向される傾向にあります（来訪経験が「5回以上の地域があった」の割合が増加）。

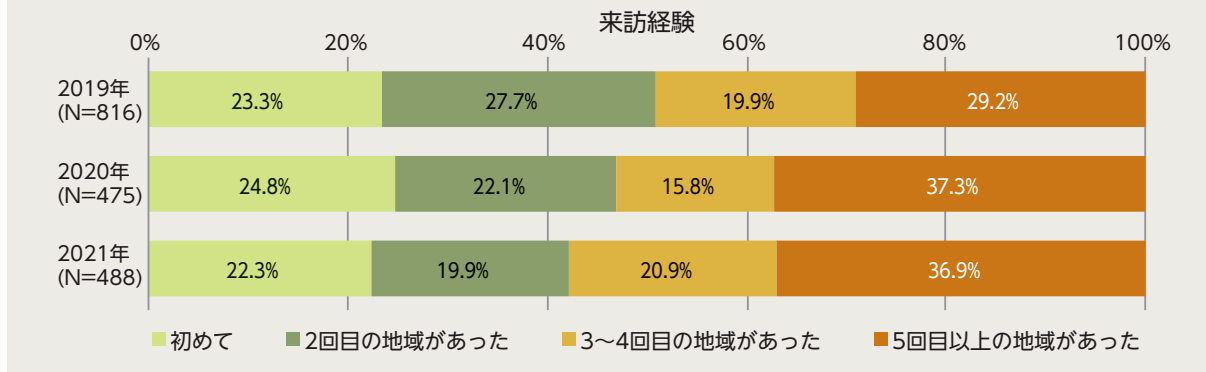
一方で「初めて」訪れる地域があった割合は、23%前後で大きくは変化していない状況です。

図表 旅行形態の推移（令和元（2019）年－令和3（2021）年）



資料：「JTBF旅行実態調査」（公財）日本交通公社

図表 来訪経験の推移 (令和元 (2019) ー 令和3 (2021) 年)



資料：「JTBF旅行実態調査」(公財)日本交通公社

●新たな観光

《マイクロツーリズム》

マイクロツーリズムは、コロナ禍に提唱された新たな観光のカタチです。自宅から1時間から2時間圏内までの地元又は近隣への宿泊観光や、日帰り観光を指します。コロナ禍での行動制限や外出自粛などの影響から、近隣地域内での観光が全国的に進展しました。

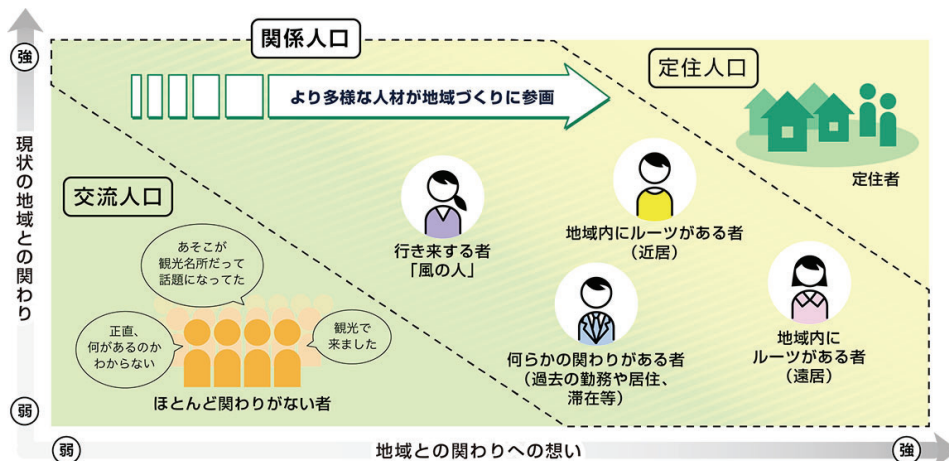
《ワーケーション》

テレワークの普及に伴い、働く場所が職場から自宅、更には旅行先と柔軟に選択できるようになり、仕事と休暇を合わせたワーケーションへの関心も高まっています。仕事もしながら余暇も過ごせるようになることで、平日の滞在やより長い滞在が可能となっています。また、日常にない気づきや学び、交流が得られ、地域及び社会の課題に取り組むきっかけとなる等の効果も出てきています。

《関係人口、第2のふるさとづくり》

関係人口とは、移住した「定住人口」ではなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指します(総務省)。新型コロナウイルス感染症の影響により働き方及び住まい方が流動化していることを受け、国では「第2のふるさとづくりプロジェクト」として、地域との関係性が深まり、高頻度で訪問するような旅を推進しています。

図表 関係人口、定住人口、交流人口の関係



出典：総務省「地域への新しい人口関係人口ポータルサイト」

《多様性に配慮したツーリズム》

近年、SDGsの「誰一人取り残さない」という理念に対応して、あらゆる人々が旅行に参加できるようにすることを目的としたインクルーシブツーリズムが進められており、旅行・観光分野においても多様性の尊重が重要なテーマとなっています。年齢や国籍、障がい等の有無に関わらず、全ての人々が安心して楽しめる旅行をめざすユニバーサルツーリズムや性的マイノリティを対象としたLGBT ツーリズムに国内外の観光地が取り組んでいます。

【用語】

インクルーシブツーリズム…Inclusive Tourism。すべての人々、特に最も弱い立場にある人々への平等な機会を促進するためのツーリズム

LGBT…レズビアン、ゲイ、バイ、トランスジェンダーの頭文字をとった言葉。クエスチョニングやクィアを意味するQ+を付けて多様な性のあり方をもつ人全般を指す。

●危機管理

《オーバーツーリズムへの対応》

オーバーツーリズムとは、「デスティネーション全体又はその一部に対し、明らかに市民の生活の質又は訪問客の体験の質に悪い形で過度に及ぼされる観光の影響」（UNWTO（国連世界観光機関）の定義）のことです。

コロナ禍前は、国内外で問題現象が確認され、対応策が模索されました。令和4（2022）年10月に入国制限が緩和される中で、オーバーツーリズムの再燃が懸念されています。

【用語】

デスティネーション…destination（目的地）。

《災害や気候変動、感染症等への対応》

日本では洪水土砂災害を引き起こす大雨及び短時間強雨の回数が増加しています。それに伴い災害の発生回数も近年増加傾向にあります。

平成14（2002）年に拡大したSARSや令和2（2020）年からの新型コロナウイルスなどの感染症に加え、リーマンショック等の経済危機も含めて、観光を脅かすリスクは様々なものがあります。多くの観光客が来訪する観光地においては、観光客への対応も含めた災害時の危機管理対応方針をまとめる動きもあります。