

一般社団法人びわ湖の素DMO

令和7年度事業計画

観光庁の宿泊旅行統計調査の令和6年速報値では、国内宿泊者数は約6億5千万人泊で前年比5.3%増になっており、内訳をみると日本人の宿泊者数は約4億9千万人泊で前年度比2.6%減、一方、外国人の宿泊者数は1億6千万人泊で前年度比38.9%増となっており、インバウンドを中心に観光による賑わいが戻る一方で、人口減少や少子高齢化、景気低迷や物価高による消費減退を背景に日本人旅行者が伸び悩んでいる状況にあります。

また、観光事業者においても、物価高の影響や慢性的な人手不足、事業継続、インバウンド受入体制の整備などの課題が顕在化しています。

加えて昨年7月には米原市のシンボルであり、主要な観光資源である伊吹山で3回の土砂災害が発生し、現在も麓からの登山はできず、復旧には長期間を要する見込みとなっています。

このような状況の中、令和7年度においても引き続き「感動」を届ける滋賀県の東のゲートウェイ「米原」をコンセプトとして観光地域づくりに取り組みます。

全国的な旅行スタイルが、「団体旅行」から「個人旅行」に変化し、旅行に求める価値感も「モノ消費」から「コト消費」、「トキ消費」に変化しています。また、観光に対する考え方も、SDGsや環境保全、地域貢献、歴史文化伝承が注目され、持続可能な地域づくりに資する取組が期待されています。このような旅のトレンドを捉えつつ、石田三成公の「三献の茶」に表わされるおもてなしの精神を継承し、人や地域とつながり感動を生む旅を提供できるように取り組みます。

特に令和7年度は、大阪・関西万博や国スポ・障スポ滋賀2025が開催されます。地域一体となって、この好機が観光流入や観光消費につながるよう取り組みます。

また、伊吹山の復興には長期間を要することが見込まれることから、米原市や関係団体と連携して米原市への観光が伊吹山支援のきっかけにつながるよう取り組みます。

観光産業は、地域の主要な産業のひとつとしてこれまでから暮らしと雇用を支えてきましたが、人口減少が著しい中、人口減少に立ち向かうための重要な成長産業として期待されています。観光産業の飛躍と持続可能な観光地域づくりを目指して、市域を超えた観光団体との合併について協議を進め、スケールメリットを生かした観光振興や地域内経済循環の活性化、効率的な組織運営に取り組みます。

個別事業においては、次の3点を重要施策とし、地域の稼ぐ力の創出や観光を通じた雇用創出、地域経済の活性化に取り組みます。

重点施策1 地域ならではの観光資源を活かした観光地域づくり（地域の想いを大切にす）

施策方針	歴史資産や祭りや街道、伝統産業など地域で大切にされているものを観光資源として活用することで、シビックプライドの醸成と地域の活力を生み出すこととし、連携イベントの開催や体感・体験事業の造成、情報発信の強化に取り組みます。
ターゲット	昔ながらの日本の暮らし・文化を求める日本人・インバウンド（欧米） （選定理由） 歴史ある寺社や中山道等の旧街道や東草野の重要文化的景観など、市内には昔ながらの街並みや景観が多く残されています。また、上丹生の木彫りや近江真綿などの伝統産業や GI 認証を受けた伊吹そば、米原曳山祭や豊年太鼓踊りなど、脈々と引き継がれた日本の伝統的な文化やくらしが今も大切にされている地域であり、ありのままの「日本らしさ」を提供できる強みを有しています。

重点施策2 びわ湖の素・米原アドベンチャーツーリズム*のブランド化（地域の強みを伸ばす）

施策方針	高いアクセス性と豊かな自然、自然を体感できる豊富なアクティビティなど豊富な観光資源に恵まれていることから、これらを活かしたアドベンチャーツーリズムをびわ湖の素ブランドとして発信します。ここにしかない体験やアクティビティ、食、古民家への宿泊などを有機的に組み合わせて付加価値を高めながら、日帰り観光からの転換や滞在時間の延長に取り組みます。
ターゲット	アウトドア好きの国内 30～50 代 （選定理由） 伊吹山やスキー場、キャンプ場、ピワイチなど自然嗜好やアウトドア好きが好む観光資源やアクティビティが充実しています。また、この年代は、旅先の決定権があり、影響力も強いことから、ターゲットに選定します。

*アドベンチャーツーリズムとは「アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行」をいいます。

重点施策3 話題を生み出し、新たな人の流れを創出する（地域に新しい風を起こす）

施策方針	地域資源を生かして SNS やメディアでの情報発信を意識した話題性のあるイベントを開催することで、新たな誘客に取り組みます。また、若者に人気の高い GRANSNOW 奥伊吹やローザンベリー多和田を訪れる観光客が市内周遊を図るよう情報発信に取り組みます。
ターゲット	流行に敏感な 20～40 代の女性、雪なし国のアジア圏外国人 （選定理由）

市内の主要観光施設であるグランスノー奥伊吹やローザンベリー多和田では、話題や流行に敏感な若者の来場が多くなっています。情報発信力の高い若者から、さらなる人の流れを創出することで、他と差別化した米原市の新たな観光イメージを創出します。
--

(1) 誘客推進事業

① 情報発信の充実

- ・ウェブサイト「長浜・米原・奥びわ湖を楽しむ観光情報サイト」、EC ショップ「米原市特選品市場オリテ米原」を活用した情報発信
- ・SNS（公式Instagram）を活用した情報発信
- ・マスメディア（新聞・テレビ・ラジオ・観光情報誌等）の活用
- ・観光パンフレット、チラシ、ポスター等の作成・配架
- ・米原駅観光案内所での観光案内の充実、デジタル観光マップの活用

② 観光資源の活用

- ・地域の観光資源を活かした体験型観光素材の発掘、観光コンテンツ造成
- ・青岸寺での紅葉ライトアップイベントの開催
- ・醒井宿・梅花藻ライトアップの開催
- ・高速試験車両展示イベントの開催
- ・スノーリゾートを中心とした冬季観光の促進

③ 周遊観光の促進

- ・伊吹山支援につながる周遊観光キャンペーンの実施
- ・大阪・関西万博での観光PR
- ・国スポ大会ホッケー協議での観光PR
- ・北部振興イベントの開催支援

④ ツアー造成の促進

- ・旅行会社への積極的な情報提供
- ・EX-MaaS を活用したツアー造成の促進

⑤ 広域組織との連携

- ・（公社）びわこビジターズビューローとの連携・事業実施
- ・まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアムへの参画

- ・びわ湖近江路観光圏活性化協議会への参画
- ・近隣観光協会等との連携

(2) 観光客受入体制整備事業

① 米原駅観光案内所の運営

- ・滋賀県の東の玄関口としての米原市内および近隣市の観光案内
- ・観光案内所運営体制の継続

② 米原駅東西自由通路コインロッカーの運営

- ・米原駅東西自由通路内のコインロッカーの運営

③ 米原市役所コワーキングスペースの管理運営支援

- ・テレワークブースの運営、Wi-Fi、コピー機の管理
- ・コワーキングスペース利用者への観光・物産情報の提供

④ 二次交通の拡充

- ・レンタサイクル運営・モデルコース等の情報発信

⑤ インバウンド受入れ体制の拡充

- ・地域の機運醸成と受入体制の拡充

(3) 物産振興事業

① 物産振興事業の見直し

- ・経営状況に応じた物産振興事業の見直し

② 米原市特選品市場オリテ米原の運営

- ・5,000円以上送料無料キャンペーンの継続
- ・ECサイト運営の在り方検討

③ 米原市ふるさとの納税の支援

- ・米原市ふるさと納税の返礼品の登録、受注、配送手配および問い合わせ対応
- ・ふるさと納税の寄付拡大に向けた情報発信の拡充

④ 物産展等への出展・キャンペーンへの参加支援

- ・県内外の物産展等への出展

(4) 各種データ等の継続的な収集・分析事業

- ・対面アンケートによる観光満足度調査の実施
- ・観光統計、REASAS 等のデータ収集・分析

(5) 組織体制の強化

- ・新規会員の加入勧奨
- ・会員への情報提供
- ・収益向上による財務体質の改善
- ・人員体制の充実

(6) 公益社団法人長浜観光協会との合併協議

- ・持続可能な組織の在り方に関する協議
- ・市域を超えた DMO 組織の実現性評議
- ・合併に向けた協議および調整