

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年 7月 29日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○ で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人 の名称	一般社団法人びわ湖の素DMO	
マネジメント・マー ケティング対象とす る区域	滋賀県米原市	
所在地	滋賀県米原市米原 1016 番地	
設立時期	令和2年4月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	7人【常勤6人（正職員2人・出向等3人、パート職員1人）、非常勤1人】	
代表者（トップ人 材：法人の取組につ いて対外的に最終的 に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 草野 丈太 （出身組織名） 奥伊吹観光（株）	奥伊吹観光(株)の代表取締役社長として、2021 シーズン全国売上高1位のグランスノー奥伊吹や第5回旅館甲子園グランプリのグランピング施設グランエレメントなどの観光施設を運営。施設電力を水力発電施設で賄うなど、持続可能な観光にも注力している。
データ分析に基づい たマーケティングに 関する責任者（CM O：チーフ・マーケ ティング・オフィサ ー ※必ず記入すること	（氏名） 法邑 英明「専従」 （出身組織名） （一社）びわ湖の素DMO ※（株）JTBからの出向	大手旅行会社にて約25年営業担当として勤務。 総合旅行業務取扱管理者資格を持ち、国内・海外ともに豊富な添乗経験があり、観光地域マーケティングに高い見識と能力を有している。
財務責任者 （CFO：チーフ・ フィナンシャル・オ フィサー） ※必ず記入すること	（氏名） 清水 英史「専従」 （出身組織名） （一社）びわ湖の素DMO	滋賀県内信用金庫で15年間勤務。その後も一般企業の経理部門を担当し、財務に関する専門知識を活かして持続可能な運営を行う。
各部門（例：プロモ ーション）の責任者 （専門人材）	（氏名） 川崎 壮登「専従」 （出身組織名） （一社）びわ湖の素DMO ※米原市からの出向	米原市役所のシティセールス部門に従事。市内観光資源を熟知し、人材との調整能力を持つ。市内事業者やキーパーソンとの豊富な人脈を活かしプロモーションに高い能力を持つ。
旅行商品や地域イベ ントの企画造成の責 任者（専門人材）	（氏名） 山田 悠希「専従」 （出身組織名） （一社）びわ湖の素DMO ※（公社）びわこビジターズビューローからの出向	（公社）びわこビジターズビューローに在職し、滋賀県全体の観光資源を熟知し、人材との調整能力を持つ。市内観光事業者と連携したイベントや旅行商品の企画造成に精通している。

連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	・ 滋賀県商工観光労働部観光振興局（広域観光推進、新幹線米原駅の活用） ・ 米原市まち整備部シティセールス課（市施策との調整、プロモーション、観光インフラ整備） ・ 米原市まち整備部農政商工課（特産品開発）						
連携する事業者名及び役割	・ 公益社団法人びわこビジターズビューロー（広域観光促進） ・ 一般社団法人近江ツーリズムボード（広域観光・インバウンド対応連携） ・ 米原市商工会（商工振興、特産品開発） ・ 滋賀県漁業協同組合連合会（体験コンテンツ開発） ・ 奥伊吹観光株式会社（体験コンテンツ開発、宿泊、交通） ・ 株式会社メリーデイズ（体験コンテンツ開発） ・ 米原市内各宿泊施設（宿泊） ・ 近江鉄道株式会社（観光受入体制整備） ・ 有限会社みゆき観光バス（二次交通連携） ・ 近江タクシー株式会社（二次交通連携） ・ 株式会社トヨタレンタリース滋賀（二次交通連携） ・ BIWAKO BACKROADS（インバウンド向け体験コンテンツ開発） ・ 米原ボランティアガイド協会（観光受入体制整備） ・ 会員事業所（飲食物産、寺社仏閣等）						
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】① 一般社団法人びわ湖の素DMOでは、定時総会（年1回）、理事会（年3回程度）を開催している。理事には地域の観光資源関係者、宿泊事業者、交通事業者など各分野の関係者が就任しており、意思決定に関与することにより合意形成を図っている。 また、びわ湖の素DMOが中心的な役割を果たし、地域の多様な事業関係者で情報を共有し、連携しながら、米原市およびその周辺地域における様々な資源を活用することにより、国内外の観光客から選ばれる魅力的な観光地域づくりを行っている。						
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	SNSを活用した情報発信講座「まいばら観光ワークショップ」を行政と連携して令和6年2月20日開催。						
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】 <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th><th>実施概要</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td><td> 令和2年～ 観光宣伝事業 ・ 観光情報ウェブサイト「長浜・米原・奥びわ湖」 ・ インバウンド向け観光パンフレットの作成 令和3年～ 観光宣伝事業 ・ 国内観光客向け観光パンフレットの作成 ・ SNSを活用した情報発信 ・ 醒井湧くわくマップの作成 ・ 米原駅周辺グルメマップの作成 </td></tr> <tr> <td>受入環境の整備</td><td> 令和3年～ 観光客受入体制整備事業 ・ 米原駅観光案内所の運営（米原市役所本庁舎内） ・ 米原駅東西自由通路コインロッカーの運営 ・ レンタサイクル事業 </td></tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	情報発信・プロモーション	令和2年～ 観光宣伝事業 ・ 観光情報ウェブサイト「長浜・米原・奥びわ湖」 ・ インバウンド向け観光パンフレットの作成 令和3年～ 観光宣伝事業 ・ 国内観光客向け観光パンフレットの作成 ・ SNSを活用した情報発信 ・ 醒井湧くわくマップの作成 ・ 米原駅周辺グルメマップの作成	受入環境の整備	令和3年～ 観光客受入体制整備事業 ・ 米原駅観光案内所の運営（米原市役所本庁舎内） ・ 米原駅東西自由通路コインロッカーの運営 ・ レンタサイクル事業
事業	実施概要						
情報発信・プロモーション	令和2年～ 観光宣伝事業 ・ 観光情報ウェブサイト「長浜・米原・奥びわ湖」 ・ インバウンド向け観光パンフレットの作成 令和3年～ 観光宣伝事業 ・ 国内観光客向け観光パンフレットの作成 ・ SNSを活用した情報発信 ・ 醒井湧くわくマップの作成 ・ 米原駅周辺グルメマップの作成						
受入環境の整備	令和3年～ 観光客受入体制整備事業 ・ 米原駅観光案内所の運営（米原市役所本庁舎内） ・ 米原駅東西自由通路コインロッカーの運営 ・ レンタサイクル事業						

		令和3年～ 物産振興事業 ・米原市特産品販売 orite CONCE の運営 ・ネットショップ米原市特産品市場 オリテ米原の運営 ・米原市ふるさと納税業務支援 令和4年～ 観光客受入体制整備事業 ・コワーキングスペースの管理運営 令和5年～ 観光客受入体制整備事業 ・電動キックボードのシェアリングサービス実証実験 ・米原駅東西自由通路コインロッカーの増設 ・レンタサイクル事業の拡大（車両の増台）
	観光資源の磨き上げ	令和2年～ インバウンド受入体制整備事業 ・国際競争力の高いスノーリゾート形成事業 令和3年度 周遊観光促進事業 ・レンタカーを活用した周遊促進事業 ・まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアム事業 「二次交通実証実験」 「デジタル観光マップ」 ・びわ湖・近江路観光圏活性化事業 「歴史リアル謎解きゲーム・石田三成 ～天下人に生涯をささげた武将～」 令和4年度 周遊観光促進事業 ・企画展「花めぐり旅 アルフォンス・ミュシャ展」 ・謎解きイベント・真夏の米原エキ横大冒険 ・レンタカーを活用した周遊促進事業 ・まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアム事業 「北びわ湖デジタルスタンプラリー」 ・雪舞う米原 かき氷トリップ 2022 ・アートイベント「orite Art 青岸寺」 ・伊吹そば街道スタンプラリー 令和5年度 周遊観光促進事業 ・観光庁「インバウンドの地方誘客や消費拡大に向けた観光コンテンツ造成支援事業」の活用 ・雪舞う米原 かき氷トリップ 2023 ・梅花藻ライトアップ ・アートイベント「orite Art 青岸寺」 ・企画展「アルフォンス・ミュシャ展 IN 伊吹」 ・伊吹そば街道スタンプラリー ・おりて米原！ドライブスタンプラリー ・徳源院 春の桜ライトアップ ・体験型観光コンテンツの造成

	【定量的な評価】 (令和 5 年度) ・観光入込客数：201 万人 (うち外国人観光客数：2.7 万人) ・述べ宿泊者数：25 万人 (うち外国人宿泊者数：2700 人) ・観光消費額：8,091 百万円 ・来訪者満足度：85% ・リピーター率：78%
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	【実施体制の概要】 (一社)びわ湖の素DMOが中心となり、市内の主要な観光事業者、宿泊事業者、交通事業者、行政のみならず、飲食事業者、商工業、文化財関係者など、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施している。 【実施体制図】 The diagram illustrates the implementation system. On the left, a vertical box represents the 'びわ湖の素DMO (一社) びわ湖の素DMO' structure, which includes '総会' (General Assembly), '理事会' (Board of Directors), and '事務局' (Secretariat). Below this is the '【基本方針】' (Basic Policy) section, listing: 'マーケティングを活用した観光戦略' (Tourism strategy utilizing marketing), '地域資源を生かした持続可能な観光経営' (Sustainable tourism management utilizing local resources), and '地域の稼ぐ力の発揮' (Exercising the region's earning power). To the right, a yellow box lists stakeholders: '観光事業者' (Tourism business operators), '宿泊事業者' (Accommodation business operators), '飲食事業者' (Food and beverage business operators), '交通事業者' (Transportation business operators), '文化財保有者' (Cultural heritage holders), '文化団体' (Cultural organizations), 'スポーツ団体' (Sports organizations), '農林漁業団体' (Agriculture, forestry, and fisheries organizations), 'まちづくり団体' (Township organizations), and '米原市商工会' (Mizuho City Chamber of Commerce and Industry). Double-headed arrows labeled '連携' (Collaboration) connect the DMO structure to these stakeholders. At the bottom right, an orange box lists other DMOs: 'びわこビジターズビューロー (DMO)', '(公社) 長浜観光協会 (DMO)', '(一社) 近江ツーリズムボード (DMO)', and '(公社) 彦根観光協会'.

2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



【区域設定の考え方】

びわ湖の北東に位置する米原市は滋賀県唯一の新幹線停車駅「米原駅」を有するほか、東海道本線、北陸本線、近江鉄道が乗り入れるとともに、主要道路として名神高速道路、北陸自動車道ICが立地するなど、近畿・中部・北陸を結ぶ大動脈の結節点であり、広域交通の要衝

西に琵琶湖、北に滋賀県最高峰の伊吹山、南に霊仙山がそびえ、総面積の6割を森林が占める自然豊かな地域で貴重な動植物の宝庫ともなっている。中山道と各宿場町、戦国時代を代表する秀吉、三成ゆかりの地など歴史資源も多い。令和2年に市域を範囲とする（一社）びわ湖の素DMOが発足し、その地域性を活かしながら観光振興を行っていることから、当該区域での区域設定が適切である。

【観光客の実態等】

米原市の観光入込客数は、伊吹山やスキー場など天候に左右されやすい観光資源が多いことから、年度ごとに増減が見られるが、年間約177万人前後で推移しており、直近5年間の日帰り観光入込客数は年間約156万人、宿泊客数は年間約21万人となっている。高い交通利便性を有することに加えて、市内には大型宿泊施設が少なく隣接市に大型宿泊施設が集中していることから、日帰り観光客が約9割を占めている。

令和2年は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響により、日帰り観光入込客数が134万人（前年比約18%減）、宿泊客数は14万人（前年比約40%減）と大幅に減少したが、令和5年の日帰り観光入込客数は175万人、宿泊観光入込客数は25万人、延べ観光入込客数は201万人で、前年度比10%の増加となり、平成21年度以来14年ぶりに200万人を突破した。

また、訪日外国人観光客はスキー場のインバウンド回復もあり、前年比約30%増となった。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

＜自然＞

琵琶湖、伊吹山、天然記念物「伊吹山頂草原植物群落」、霊仙山、三島池、醒井地蔵川・梅花藻、特別天然記念物「長岡のゲンジボタルおよびその発生地」、名水百選「泉神社湧水」、平成の名水百選「居醒の清水」、日本遺産「琵琶湖とその水辺景観―祈りと暮らしの水遺産」 など

＜観光施設＞

道の駅（近江母の郷、伊吹の里旬彩の森）、醒井養鱒場、グランスノー奥伊吹、JAF 公認ジムカーナコース（グランスノー奥伊吹）、グリーンパーク山東（グランエレメント）、伊吹薬草の里文化センター、ローザンベリー多和田、ビッグブレス など

＜文化・歴史＞

青岸寺、清瀧寺徳源院、成菩提院、福田寺（浅井御殿）、蓮華寺、石田三成ゆかりの施設（観音寺、大谷吉継の首塚など）、鎌刃城跡、北国街道・中山道の宿場町（醒井宿、柏原宿、番場宿）、京極氏遺構群、国の重要文化的景観「東草野の山村景観」、上丹生木彫、近江真綿 など

＜イベント・祭＞

中山道柏原宿 やいと祭り、米原曳山祭、清瀧大松明、豊年太鼓踊、鍋冠まつり、磯武者行列、坂田神明宮蹴り奴振り、山津照神社武家奴振り、福田寺公家奴振り、梅花藻ライトアップ、戦国ロケット流星 など

＜スポーツ＞

登山、ホッケー（ブルースティックス滋賀のホームタウン）、スキー、スノーボード、大規模スケートボードパーク（ビッグブレス内）、パラグライダー、サップ、溪流釣り、モルック など

＜食・特産品＞

伊吹そば（GI 認証）、鮒ずし、湖魚料理、ビワマス、漬物寿司、伊吹牛乳、伊吹ハム、近江米、よもぎ、もぐさ、布団 など

＜観光資源の活用方法＞

訪れた人々の心を癒す、昔ながらの懐かしい原風景が残る地域は全国にいくつも存在するが「原風景＝交通アクセスが悪い」ことが多い。しかし、米原市はゴールデンルート上に位置する滋賀県唯一の新幹線停車駅を有し、また北陸方面への分岐点として、関西圏・東海圏から鉄道、陸路とも交通の利便性が非常に高い。この好アクセスを最大限に活用し、雄大な自然と昔懐かしい時代に気軽に来られるエリアとして知名度を上げ、観光客を増やしていく。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

	施設数	収容人数
ホテル・旅館	8	1,870 人
簡易宿泊所	14	280 人
合計	22	2,150 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

■東京・名古屋方面から米原駅

《公共交通機関》

東京駅から新幹線で約 2 時間、
名古屋駅から新幹線で約 30 分、在来線で約 1 時間

《車》

東京 IC から東名・名神高速で約 416km
小牧 IC から名神高速で約 66km

■大阪方面から米原駅

《公共交通機関》

新大阪から新幹線で約 40 分、
京都から新幹線で約 20 分、在来線で約 55 分

《車》

吹田 IC から名神高速で約 110km

京都南 IC から名神高速で約 83km

■北陸方面から

《公共交通機関》

北陸新幹線敦賀駅から特急で約 35 分

【外国人観光客への対応】

米原駅観光案内所を運営し、J N T O 認定外国人観光案内所カテゴリー 1 に認定されている。

また、当法人が運営する「長浜・米原を楽しむ観光情報サイト」では多言語による観光案内を行っており、多言語パンフレットの製作や案内表示の多言語化も行っている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	国内外の宿泊者数の実態や動向を把握するため。	観光入込客数調査による
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	アンケート調査を自主事業として実施。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため。	アクセス数を集計・解析
年間観光入込客数	国内外の観光客の実態や動向等を把握するため。	観光入込客数調査による

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

米原市では人口減少が進んでおり、高齢化等の影響で就業者や事業所が減少傾向にあり、担い手不足や後継者問題が深刻である。モノづくり県といわれる滋賀県の中で米原市は、観光の中心となる宿泊・飲食サービス事業者の割合が県内市の中で最も低い状況にあり、観光産業に依存している割合は他市と比較しても少ない。しかし、持続可能なまちづくりを見据える中において、新たな雇用の創出や担い手の確保、地域経済の活性化を図るためには、すそ野の広い観光まちづくりに取り組むことが重要であり、観光地域づくり法人（DMO）を中心とした地域資源を活用した地域の稼ぐ力の発揮と交流人口の拡大を目指して令和2年に（一社）びわ湖の素DMOが設立された。

世界的観光都市京都から新幹線で1駅19分という絶好の位置にある米原駅を活用し、京都にはない、雄大な琵琶湖や伊吹山などをコンテンツとした体験で9割近くを占める日帰り観光から滞在時間の延長や宿泊滞在への転換を目指している。

(2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・鉄道、陸路とも大都市圏（京阪神・中京・北陸）からの良好なアクセス ・ゴールドルート上に立地 ・自然体験・アウトドア観光・アクティビティの充実 ・大型観光施設（グランスノー奥伊吹、グランエレメント、ローザンベリー多和田） ・古民家を改装した宿泊施設の増加	弱み (Weaknesses) ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・乗換駅のイメージが定着し、観光地としての認知度が低い。 ・駅からの二次交通手段の確保 ・点在する観光資源の周遊促進 ・大型宿泊施設が少ない。 ・夜の賑わいの不足 ・グルメ・お土産のシンボリックな資源が不足
外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・インバウンドの回復 ・新たな観光地・地域限定の体験を求める観光客 ・アウトドア人気の高まり ・近隣地域と連携した広域観光の促進（まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアム） ・消費動向の変化（団体から個人、モノからコトやトキ）による、嗜好や趣味に対する投資の増加 ・北陸新幹線敦賀駅開業 ・国スポ障スポの滋賀県開催（令和7年） ・大阪・関西万博（令和7年） ・SNSやデジタル技術の進歩 ・円安によるインバウンド消費額の増加 ・米原駅東口まちづくり事業の前進	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・人口減少、物価上昇による国内観光マーケットの縮小 ・少子高齢化、担い手不足、労働人口の流出 ・自治体間競争の過熱化 ・JR 北陸本線（長浜-米原間）の昼間減便 ・財源の不足 ・インバウンドに対する意識の希薄さ ・獣害による自然環境の悪化 ・環境の変化（アウトドア観光が多く、天候や積雪に左右されやすい。）

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

(3) ターゲット

○第1ターゲット層 アウトドア志向の30～50代
○選定の理由 伊吹山やスキー場、キャンプ場など自然嗜好やアウトドア愛好者向けの観光資源やアクティビティが充実しており、近年のアウトドアブームにより市場も拡大傾向にある。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、第1ターゲット層に選定。
○取組方針 関西圏、東海圏の大都市からの好アクセスでありながら、自然を体感できる豊富なアクティビティなど観光資源に恵まれている。昨年には伊吹山を観ながら大自然を体感できる本格的なフォレストアドベンチャーがオープンし、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

て発信する。ここにしかない体験やアクティビティ、増加する古民家への宿泊や伝統的な食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む。	
○第2ターゲット層 京都にはない都会の喧騒から離れた昔ながらの丁寧な暮らしや文化を求める日本人観光客や欧米豪を主とした外国人観光客	
○選定の理由 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る。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。	
○取組方針 祭りや旧街道、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、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む。また、地域と来訪者をつなぐガイドの育成やパンフレットの多言語表示に取り組み、インバウンド受入体制の整備を図る。	
○第3ターゲット層 流行に敏感な20～40代の女性、アジア圏雪なし国からの外国人観光客	
○選定の理由 市内の主要観光施設である全国人気スキー場ランキング1位のグランスノー奥伊吹では令和6年に高機能人工造雪機の導入が決まり、早ければ11月後半にはスキーや雪遊びが体験できる計画である。また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る。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、米原市の新たな観光イメージを創出する。	
○取組方針 ゴールデンルート上に位置し、世界一の積雪記録を有するまちとして、大阪・京都・名古屋を観光するアジア圏をメインとした雪なし国の外国人をターゲットとしインバウンド誘客を行う。早ければ紅葉シーズンにスキーや雪遊びが可能となり、今までにない新たな観光の切り口としてインバウンドの獲得に取り組む。グランスノー奥伊吹やローザンベリー多和田などの主要観光施設から次のスポットへの市内周遊を図るため、観光施設、グルメ、宿泊先などの観光資源の磨き上げと情報発信を図っていく。 また、地域資源を生かしたアートや流行するかき氷旅など、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む。	

(4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「感動」を届ける滋賀県の東のゲートウェイ・米原
②コンセプトの考え方	米原市の一番の強みは、高い交通アクセス性と豊かな観光資源の両面を有していることである。滋賀県唯一の新幹線駅であり、インバウンドのゴールデンルート上に位置する米原駅に加えて、日本屈指の交通結節点として鉄道、高速道路に接続し、大阪、京都、名古屋の三大都市から非常にアクセスがよい。一方、市街地を少し離れれば、日本一の湖びわ湖をはじめ、日本遺産にも指定されている醒井宿の梅花藻、滋賀県最高峰の伊吹山など豊かな自然がある。 かつて日本の大動脈であった中山道や北國街道が市内を通っており、柏原宿や醒井宿、番場宿などかつて宿場町として栄えた名残を残す街並みや風情を楽しむことができ、北部に赴けば国の重要文化的景観にも指定されている「東草野の山村景観」で今も息づく山村の暮らしを垣間見ることができる。

	加えて米原市は石田三成ゆかりの観音寺やバサラ大名で知られる佐々木道營ゆかりの蓮華寺、青岸寺、続日本100名城にも選ばれた鎌刃城など、歴史資源にも恵まれている。米原市には、大自然や暮らしに根付いた日本らしい原風景、昔から守られてきた歴史資源など「日本のホンモノの姿」が残っている。これらの観光資源を活用して地域ならではの「その時、その場所」でしか体験できない「トキ消費」を生みだすなど質を高めることで、訪れる人に感動を届けられるように地域一体となって取り組む。 また、日本そば発祥の地ともいわれるそば文化や日本でも貴重となっている上丹生木彫や近江真綿などの伝統工芸を地域に埋没させず、「感動をもたらす要素」として発信し、地域や伝統の担い手が自信と誇りを持ち、意欲的に観光活用に取り組むよう人材育成に取り組むことで、地域のシビックプライドの醸成と観光活用による稼ぐ力の向上の好循環の創出を目指す。 さらに、本市の観光資源の多くは自然や昔ながらの暮らし、伝統継承をベースとした、古来から人の手で丁寧に紡いできた観光資源であることから、持続可能な観光の在り方について地域と協議しながら、丁寧な観光地域づくりを目指す。
--	---

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	年に3回程度行う理事会や随時行う会員向け情報発信を通じて、情報の共有を図るとともに、行政や商工関係、観光・飲食関連、交通事業者等の各種団体とも適時、情報共有や意見交換を行う。 また観光戦略の策定、KPIの達成状況やPDCAの実施状況について評価・分析を行った後に事業報告書を作成し、関係者と共有する。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	主要観光施設にて当法人のスタッフが観光客に対するアンケート調査を実施し、動向分析や満足度調査などを行い、サービス向上につなげている。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	・SNSを活用した情報発信 自らのSNSやSNS広告を活用しながら、情報発信力の強化を図り、認知度の向上を図る。 ・観光ホームページの充実 観光情報ページの拡充を図るとともに、多言語ホームページの更新を含め、四季折々の旬な観光情報の発信を行う。 ・民間事業者サイトとの連携強化 体験事業の民間予約サイトや旅行代理店が運営するツアー販売サイトの活用など、誘客につながる発信元との連携を強化する。 ・広域プロモーションの推進 関係団体と連携して「彦根城の世界遺産登録」に向けた取組や、北陸新幹線の延伸、大阪・関西万博を見据えて、関係団体と連携して新幹線米原駅を拠点とした広域周遊観光の促進に取り組み、びわ湖北部エリアの広域プロモーションを推進する。

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

1) 必須K P I

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標			8,207 (75)	8,668 (132)	8,811 (152)	8,938 (175)
	実績	6,061 (39)	7,219 (34)	8,091 (100)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標			245 (2.7)	262 (2.8)	267 (2.9)	273 (2.9)
	実績	188 (0.5)	240 (1.1)	257 (2.7)			
●来訪者満足度 (%)	目標			81% (-)	85% (-)	85% (-)	85% (-)
	実績	— (-)	80% (-)	85% (-)			
●リピーター率 (%)	目標			73% (-)	78% (-)	78% (-)	78% (-)
	実績	— (-)	71% (-)	78% (-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

持続可能な観光地域づくりの取組に向けて、必須K P I の目標項目を設定した。また目標数値については独自アンケート調査の結果などを基に、コロナ後の観光志向や、2025 年に大阪・関西万博と滋賀県での国スポ障スポ開催などを見据え各種事業を展開していくことにより、継続的な増加を目指す数値設定とした。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

- ・ 共通基準による滋賀県観光入込客統計調査における観光消費額および米原市観光入込客数を基に推計し、観光入込客数については立地や豊かな自然を生かした日帰り観光客の確保と観光の質の向上によるリピーター対策、都市部からのインバウンドの呼び込みによりなどにより上昇（日帰り年1%、宿泊年2%、外国人日帰り年5%、外国人宿泊年3%）するものとして推計した。

●延べ宿泊者数

- ・ 経年把握している県観光入込統計調査における市内での延べ宿泊者数を基に推計し、毎年2%上昇するものとして推計した。インバウンドについてはスキー場の早期オープンによる紅葉シーズンの来訪拡大も踏まえて年3%上昇するものと推計した。

●来訪者満足度

- ・ 令和5年度に実施したアンケート調査結果を基に計上
目標数値については前回の調査から5%アップと大きく伸びているため85%とする。

●リピーター率

・令和5年度に実施したアンケート調査結果を基に計上

目標数値については、交通アクセスが良いこともあり、高いリピーター率となっているため、現状維持とする。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●観光入込客数 (万人)	目標	()	()	190 (1.5)	204 (2.5)	206 (2.7)	208 (2.8)
	実績	166 (1.3)	183 (0.8)	201 (2.7)			
●ホームページ ビュー数 (万PV)	目標	()	()	230 (-)	230 (-)	235 (-)	240 (-)
	実績	180 (-)	207 (-)	222 (-)			
●公式SNS (Instagram) 発信件数	目標	()	()	400 (-)	450 (-)	500 (-)	500 (-)
	実績	86 (-)	359 (-)	360 (-)			
●レンタサイク ル利用台数 (台)	目標	()	()	500 (-)	700 (-)	750 (-)	800 (-)
	実績	246 (-)	453 (-)	624 (-)			
●米原駅・鉄道 乗降客数 (1日平均/人)	目標	()	()	20,500 (-)	21,500 (-)	22,500 (-)	23,500 (-)
	実績	18,814 (-)	19,664 (-)	(-)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

※令和5年度の数値で未確定のものは実績数値ではなく目標数値として記載。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

必須項目以外の重要な指標を「滋賀県の東のゲートウェイ」としての役割を評価する指標として、観光入込客数、米原駅鉄道乗降客数、二次交通としてのレンタサイクル利用台数を設定し、情報発信の強化を目指しホームページやSNSの発信件数を設定

【設定にあたっての考え方】

●観光入込客数（万人）

滋賀県観光入込統計調査における米原市内の観光入込客数（宿泊・日帰り）を計上。立地や豊かな自然を生かした日帰り観光客の確保と観光の質の向上によるリピーター対策、都市部からのインバウンドの呼び込みによりなどにより上昇（日帰り年1%、宿泊年2%、外国人日帰り年5%、外国人宿泊年3%）するものとして推計した。

●ホームページビュー数（万PV）

観光地・地域に対する顧客の関心度や施策の効果などを把握するため、ホームページへのアクセスを重要な指標と捉え集計分析する。コロナ禍後順調に伸びており、目標数値については、細目な情

報発信やSNSとの連携したタイムリーな発信、インスタグラマーの活用により5万PV程度の上昇を設定

●公式SNS発信件数

公式SNS（Instagram等）を積極的に活用し、タイムリーな観光情報を発信する。目標数値については積極的なSNS活用を目指し5%程度のアップを設定

●レンタサイクル利用台数（台）

鉄道を活かした湖北地域振興事業である北びわこレンタサイクル事業における米原駅での貸出台数を計上。目標数値については今年度にミニベロタイプのレンタサイクルを増台しており、利用促進を図ることで、令和8年度の800台を目指して年50台ずつ利用を増加するものとして設定

●鉄道乗降客数

JR米原駅における乗降客数を計上。目標数値については米原駅を利用した観光誘客の促進を引き続き行うことにより、5%程度のアップを設定

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度 （実績）	34,846,662 円	【国補助金】 1,924,505 円 【市補助金】 13,754,482 円 【その他補助金】 403,000 円 【自主事業収入】 8,687,765 円 【受託事業収入】 9,140,240 円 【会費】 731,400 円 【雑収入】 205,270 円
2022（R4） 年度 （実績）	38,819,252 円	【市補助金】 12,664,028 円 【自主事業収入】 8,455,038 円 【受託事業収入】 16,774,902 円 【会費】 851,200 円 【雑収入】 74,084 円
2023（R5） 年度 （実績）	55,534,784 円	【国補助金】 13,702,171 円 【市補助金】 18,300,000 円 【その他補助金】 370,000 円 【自主事業収入】 9,348,503 円 【受託事業収入】 5,452,000 円 【受取負担金】 7,363,636 円 【会費】 919,350 円 【雑収入】 79,124 円
2024（R6） 年度 （見込み）	38,100,000 円	【国補助金】 7,145,000 円 【市補助金】 14,535,000 円 【その他補助金】 220,000 円 【自主事業収入】 8,536,000 円 【受託事業収入】 5,599,000 円 【会費】 900,000 円 【雑収入】 1,165,000 円

2025（Ｒ７） 年度 （見込み）	37,000,000 円	【国補助金】 7,000,000 円 【市補助金】 15,000,000 円 【その他補助金】 300,000 円 【自主事業収入】 7,700,000 円 【受託事業収入】 6,000,000 円 【会費】 900,000 円 【雑収入】 100,000 円
2026（Ｒ８） 年度 （見込み）	37,000,000 円	【国補助金】 7,000,000 円 【市補助金】 15,000,000 円 【その他補助金】 300,000 円 【自主事業収入】 7,700,000 円 【受託事業収入】 6,000,000 円 【会費】 900,000 円 【雑収入】 100,000 円

（２）支出

年（年度）	総支出（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（Ｒ３） 年度 （実績）	34,774,462 円	【一般管理費】 9,056,006 円 【情報発信・プロモーション】 2,433,482 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 3,850,020 円 【観光イベントの開催費等】 3,750,403 円 【物産振興事業】 15,684,551 円
2022（Ｒ４） 年度 （実績）	38,747,052 円	【一般管理費】 8,085,041 円 【情報発信・プロモーション】 2,255,002 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 7,747,872 円 【観光イベントの開催費等】 2,994,062 円 【マーケティング調査】 1,595,000 円 【物産振興事業】 16,070,075 円
2023（Ｒ５） 年度 （実績）	53,906,473 円	【一般管理費】 8,813,772 円 【情報発信・プロモーション】 2,448,939 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 23,700,044 円 【観光イベントの開催費等】 2,549,756 円 【物産振興事業】 16,393,962 円
2024（Ｒ６） 年度 （見込み）	38,100,000 円	【一般管理費】 9,400,000 円 【情報発信・プロモーション】 5,300,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 8,100,000 円 【観光イベントの開催費等】 4,500,000 円 【物産振興事業】 10,800,000 円
2025（Ｒ７） 年度 （見込み）	37,000,000 円	【一般管理費】 10,400,000 円 【情報発信・プロモーション】 5,300,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 8,100,000 円 【観光イベントの開催費等】 4,500,000 円 【物産振興事業】 8,700,000 円
2026（Ｒ８） 年度 （見込み）	37,000,000 円	【一般管理費】 11,400,000 円 【情報発信・プロモーション】 5,300,000 円 【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】 8,100,000 円 【観光イベントの開催費等】 4,500,000 円 【物産振興事業】 7,700,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

米原駅観光案内所の運営
 コインロッカー、レンタサイクル事業の収入
 観光イベント開催時の売上げ
 コワーキングスペースの管理運営業務の受託
 ECサイトの販売手数料収入
 ふるさと納税支援による受託事業収入

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

米原市は、一般社団法人びわ湖の素DMOを米原市における地域DMOとして登録したいので一般社団法人びわ湖の素DMOとともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

エリアが重複する地域連携DMO：一般社団法人近江ツーリズムボードとは、定期的に意見交換や情報共有を行い、事業を推進している。

【区域が重複する背景】

一般社団法人近江ツーリズムボード：地域連携DMO登録（2017年11月28日）

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

一般社団法人近江ツーリズムボードでは、米原市を含む3市4町のエリアで旅行商品の造成やインバウンド受入体制整備、プロモーション等を実施している。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

一般社団法人近江ツーリズムボードでは地域連携DMOとして、圏域の特性を生かした旅行商品の造成やエリアへのインバウンド誘客、受入態勢整備を行う役割を担い、エリア内の各市町では、それぞれの地域のスペシャリストとして、地域内の情報把握や課題解決にむけた観光施策を展開している。相互に連携し、意見交換することで互いに効率的で効果的な活動を行っている。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	法邑 英明
担当部署名（役職）	一般社団法人びわ湖の素DMO（事務局長）
郵便番号	〒521-0012
所在地	滋賀県米原市米原 1016
電話番号（直通）	0749-51-9082
FAX番号	0749-51-9083
E-mail	orite@biwakonomotodmo.com

1 1 . 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	滋賀県米原市
担当者氏名	礪部 修
担当部署名（役職）	米原市まち整備部シティセールス課（課長）
郵便番号	〒521-8106
所在地	滋賀県米原市米原 1016
電話番号（直通）	0749-53-5140
F A X 番号	0749-53-5139
E - m a i l	visit@city.maibara.lg.jp

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

滋賀県米原市

【設立時期】 令和2年4月1日

【設立経緯】

米原市の地域経済活性化および文化の振興ならびに国際観光の振興に寄与するため、米原観光協会に代わる組織として設立

【代表者】 代表理事:草野 丈太

【マーケティング責任者(CMO)】 事務局長:法邑 英明

【財務責任者(CFO)】 経理担当:清水 英史

【職員数】 7人(常勤6人、非常勤1人)

【主な収入】 国補助金 14百万円、市補助金 18百万円、
自主事業収入 9百万円、受託事業収入 5百万円

【総支出】 53百万円

(一般管理費9百万円、事業費28百万円、物産振興16百万円)

【連携する主な事業者】

びわこビジターズビューロー、米原市商工会、米原ボランティアガイド協会、近江ツーリズムボード、観光、宿泊、交通事業者

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月29日

※()内は外国人に関するもの。

指標項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	()	()	8,207 (75)	8,668 (132)	8,811 (152)	8,938 (175)
	実績	6,061 (39)	7,219 (34)	8,091 (100)			
延べ宿泊者数 (千人)	目標	()	()	245 (2.7)	262 (2.8)	267 (2.9)	273 (2.9)
	実績	188 (0.5)	240 (1.1)	257 (2.7)			
来訪者満足度 (%)	目標	()	()	81% (-)	85% (-)	85% (-)	85% (-)
	実績	— (-)	80% (-)	85% (-)			
リピーター率 (%)	目標	()	()	73% (-)	78% (-)	78% (-)	78% (-)
	実績	— (-)	71% (-)	78% (-)			

戦略

【主なターゲット】

- ①アウトドア好きの国内30～50代
- ②京都にはない文化を求める日本人・外国人
- ③20～40代の女性、雪なしアジア圏外国人

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①米原アドベンチャーツーリズムのブランド化
- ②交通アクセスの利便性と「日本らしさ」が残る文化や暮らしの体験型観光の造成
- ③雪遊びと豪雪地域の景観などを組み合わせた雪なしアジア圏インバウンドの取り込み

【観光地域づくりのコンセプト】

「感動」を届ける滋賀県の東のゲートウェイ・米原

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

米原駅を活用した周遊観光促進事業、体験型事業の掘り起こし、国際競争力の高いスノーリゾート形成事業、物産振興事業

【受入環境整備】

米原駅観光案内所の運営、米原駅自由通路コインロッカーの運営、レンタサイクル事業の実施、コワーキングスペースの運営管理など

【情報発信・プロモーション】

ウェブサイト、SNS を活用した情報発信、観光パンフレット作成、米原市や旅行会社と連携した着地型旅行商品の造成

【主な地域活性化事業】

- ・雪舞う米原 かき氷トリップ
- ・アートイベント「orite Art 青岸寺」
- ・徳源院 春の桜ライトアップ
- ・電動キックボードシェアリングサービス実証事業

