

令和元年度事業計画

公益社団法人びわこビジターズビューロー（以下、「ビューロー」という。）では、滋賀県の新たな「観光交流」振興指針（原案）「『健康しが』ツーリズムビジョン 2022～観光を架け橋に、つなぐ滋賀、つづく滋賀～」を踏まえ、2019年3月にビューローの新たな中期計画（第2期）（2019年度～2022年度）を策定する。基本目標では「県内の観光・物産に関わる舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、観光地域づくり等の基盤整備や国内外からの誘客に努め、県内での消費拡大・経済活性化を実現する」とし、基本方針では「滋賀らしさを活かして、持続可能な観光をめざす」こととして4つの重点テーマを設けて取組を進める。

観光の現状として、滋賀県の延観光入込客数は、2013年4,522万人であったものが、2017年には5,248万人と過去最高を記録したが、観光消費に大きく影響する宿泊客数は、2017年は387万人と2016年以降はほぼ横ばいの状況にある。

国の「明日の日本を支える観光ビジョン」（2016年3月策定）では、訪日外国人旅行者数を2020年には4,000万人、2030年には6,000万人とする目標を掲げており、2018年には3,119万人（対年比8.7%増）と過去最高となっている。

2019年度においては、NHK連続テレビ小説「スカーレット」（2019年秋放送予定、信楽焼の女性陶芸家が主人公）やNHK大河ドラマ「麒麟がくる」（2020年1月放送予定、明智光秀が主人公）の放送を絶好のチャンスとして活かし、観光誘客、物産振興に積極的に取り組む。

また、ビューローは、2018年3月に日本版DMO（地域連携DMO）に認定され、観光地経営の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として多様な関係者と協働しながら戦略を策定し、PDC Aサイクルを取り入れた事業展開を進めるとともに、滋賀県における「観光交流」の振興を担う中核的組織として観光・物産振興に取り組む。

中期計画 重点テーマ1「滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ」

これまでの観光キャンペーンで培われたノウハウや経験を継承しつつ、2019年度のNHK大河ドラマ「麒麟がくる」の放映を契機とした滋賀県観光キャンペーン「戦国ワンダーランド 滋賀・びわ湖」を広域的、統一的に展開する。滋賀ゆかりの戦国武将にまつわる史跡など、歴史資源や武将の人的魅力に焦点をあてた観光素材のブラッシュアップ、魅力あふれるコンテンツの開発を進める。また、ビワイチを強力なコンテンツとして位置づけ魅力を情報発信することで国内外からの観光誘客を図る等、魅力的な観光素材の開発に努める。

物産振興では、滋賀県物産品の認知度向上と地産地消促進のため、各種の物産展等に出展する。特に、新たに県内で常設物産販売を開始するとともに、戦国キャンペーンに連動させた観光・物産展をあべのハルカスにて開催する。

中期計画 重点テーマ2「受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」

宿泊・滞在型観光を増やし、来訪者の再訪意欲を高めていくには、受入環境の整備が重要である。また、「コト消費」と言われる中、旅先でのふれあいや心のこもったおもてなしは、

来訪者に深い感動を与え、再訪意欲を高めるものである。

このため、観光資源の発掘、観光ルートの設定、2次交通アクセスの整備等の地域観光活性化の取り組みに助成するとともに、米原駅を利用して県内の観光地を訪問し宿泊する教育旅行に対して助成する。

また、訪日外国人観光客の満足度を高め、更なる誘客拡大を図るため、宿泊施設・観光事業者等を対象としたおもてなし研修を実施する。

2020年5月に滋賀県で開催予定の「第63回日本糖尿病学会学術集会」に向け、周辺住民へのPR活動を強化し、来訪者を地域が温かく迎え入れ、ともに楽しむという「おもてなし」の機運の醸成を図る。

中期計画 重点テーマ3「情報発信の強化による認知度向上」

雑誌やパンフレットといった紙媒体に加え、SNS等を活用し「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」の管理運用を強化することで、国内外の観光客のニーズに応じた情報発信を的確に行う。

コアな滋賀ファンを増やしていくために、国内においては観光展・出展事業や、教育旅行誘致キャラバン事業、コンベンションセールスの実施、海外においては有力メディアの招請や、訪日教育旅行の誘致など、人対人の取組を積極的に行う。

また、京都駅周辺に訪日観光客をターゲットとした観光案内所を設置するとともに、友好県省である中国湖南省に「滋賀県誘客経済促進センター」を設置することで、国内外に向けた情報発信に努める。

中期計画 重点テーマ4「持続可能な観光・物産振興の体制構築」

「滋賀らしさを活かして、持続可能な観光をめざす」には、持続可能な観光・物産振興の仕組みづくりやSDGsの視点が求められる。継続的に観光客が訪れ、地域の観光消費額が拡大するには、情報・データの収集・分析、計画、実行、検証のPDCAサイクルをまわし、継続的に誘客できる体制の構築と組織運営が必要である。また、ビューローは、2018年3月日本版DMO法人に登録され、県内の観光・物産に関わる舵取り役として、会員をはじめ多様な関係者と協働しながら、観光地域づくり等の基盤整備に努める必要がある。そのため、戦略的な観光事業を展開・牽引できる人材を育成するとともに、ビッグデータを活用した地域支援を行う。

また、財政基盤や自主財源の取組みを図るため、旅行業事業に新たに取り組むとともに、ビューローと会員、あるいは会員相互の連携を図るとともに、市町・観光協会等をはじめ各種団体等との連携を強化する。

凡例 (新)=新規事業

[県]=県財源による事業

[創]=県財源による事業のうち、地方創生推進交付金による事業

[自]=部会事業などビューロー自主財源による事業

※見出しのうち()の事業名は、県の関連予算事業名

I 「滋賀らしさを活かした観光素材のブラッシュアップ」

1 国内誘客の推進

(1) (新) 観光キャンペーン推進事業 (96,000 千円) [創]

県、市町、観光団体・事業者等の多様な主体が一体となった、県全域をあげた滋賀県観光キャンペーン「戦国ワンダーランド滋賀・びわ湖」の実施にあたり、同キャンペーンの総括、広報・PRの企画・実施および県内全域を対象として催す広域的、統一的な誘客企画を運営し、滋賀県全体として盛り上がりのある観光キャンペーンを展開する。

① 戦国キャンペーン広報・PR事業

ア 公式媒体による広報・PR事業

- ・公式ウェブサイトの構築・運営
- ・SNS連携による戦国フォトジェニックキャンペーンの実施
- ・公式パンフレットの作成
- ・PRポスターの作成・配布

イ 民間媒体を活用した情報発信事業

- ・情報誌などの民間媒体を活用した情報発信
- ・ウェブ媒体を活用した情報発信
- ・交通系媒体を活用した情報発信

ウ 広報用素材作成

- ・認知向上のため、統一感・話題性等を持った情報発信

エ パブリシティの展開による情報発信事業

- ・プレスツアーの実施
- ・パブリシティ専門会社を通じたメディア等への情報発信

オ 観光展等出展事業

- ・ツーリズムエキスポジャパンへの出展や観光キャンペーンの周知を図るPRイベントの実施
- ・戦国観光キャンペーンと連動させた新しい（仮称）戦国観光・物産展を「あべのハルカス」で開催

カ 旅行商品化造成強化事業（観光キャンペーン専用商品）

- ・旅行会社への旅行商品化への助成等
- ・OTA等の旅行（宿泊）予約サイトと連携した情報発信
- ・旅行会社等との旅行商談会・現地研修会の開催

ク PRツール等を活用した観光キャンペーン啓発事業

- ・各種PRツール等を作成し、掲出・配布

② 観光キャンペーン実施運営事業

ア キャンペーンイベント（オープニングセレモニー）

- ・キャンペーンの幕開けをPRするオープニングイベントの開催
- ・キャンペーンへの関心を高め特別感のある特別企画の展開

イ 戦国キャンペーン地域観光支援事業

- ・大河ドラマを活用した誘客事業支援
- ・地域観光プログラム造成実施支援

ウ 周遊促進事業（スタンプラリーの展開）

- ・戦国の史跡やその周辺等を巡るスタンラリーの実施
- エ 観光キャンペーン運営事業
- ・キャンペーン運営・DC誘致調査研究事業
 - ・事業運営職員の配置

(2) 魅力的な観光素材の開発

①ビワイチ観光推進事業(1,000千円) [創]

ビワイチ観光の魅力を情報発信、ビワイチを活かした観光誘客を図る。

ア 発信用サイクリングマップの購入・配布

- ・「ぐるっとびわ湖サイクリングマップ」を購入し、イベント等で配布

イ ビワイチウォーキング推進事業

- ・びわ湖パノラマウォークの開催補助

②おいで〜な滋賀体感フェアの開催(1,182千円) [県]

イナズマロックフェスティバルの開催に合わせて、県外からの参加者に滋賀での体験型観光PR等を行う。

- ・開催時期：9月21日から22日
- ・内容：各市町や会員の出展、伝統産業のクラフト体験等

2 物産振興事業

(1) 郷土物産展開事業および物産宣伝紹介事業

①物産展等の開催(13,890千円) [県]+[自]

名 称	開 催 場 所	開 催 時 期
近江うまいもんええもん市	平和堂アルプラザ草津店	2019年3月末
近江物産品コーナー運営 [自] (新)	近鉄草津店	2019年度通年
第31回琵琶湖夢街道大近江展[県]	高島屋日本橋店	2019年4月
高島屋工芸展(新)	高島屋京都店	2019年4月
近鉄草津店食品催事	近鉄草津店	2019年5回予定
鴨川納涼2019	京都鴨川西岸河川敷	2019年8月
第38回江州音頭フェスティバル	京都勸業館	2019年8月
第15回滋賀のええもんうまいもん祭り [自]	西武大津店	2019年10月
近江うまいもんええもん市	ビバシティ彦根	2019年10月
2019TOTO ジャパンクラシック大会	瀬田ゴルフクラブ	2019年11月
近江味紀行[県]	高島屋日本橋店	2019年11月
おいで〜な滋賀 観光・物産展[県]	JR名古屋金山駅広場	2019年11月
(仮称)戦国観光・物産展 [県]+ [自] (新)	あべのハルカス	2019年12月
全国うまいものと駅弁大会[自]	仙台藤崎百貨店	2020年2月
第32回琵琶湖夢街道大近江展[県]	高島屋日本橋	2020年3月

ア (新) 近江物産品コーナーの運営

滋賀県物産品の認知度向上と地産地消促進の為に、近鉄百貨店草津店と各市町の観光・物産協会等と連動して近鉄百貨店草津店一階食料品売場で常設物産販売を行う。同時に出展市町の観光・物産協会等による観光案内等も行う。

イ (新) (仮称)戦国観光・物産展の開催 (再掲)

2020年大河ドラマ「麒麟がくる」の放映に合わせビューローが取り組む「戦国観光キャンペーン」と連動させた新しい観光・物産展を関西有数の商業施設である「あべのハルカス」で開催し、滋賀の旬の味や匠の技等滋賀ブランドを広め更には滋賀への誘客に繋げる。

②物産振興奨励事業(100千円) [自]

部会員である市町の観光・物産協会等、地域の物産振興団体が、県内産品の振興に寄与する行事または催事にかかる経費に助成し、地域の物産振興を推奨する。

II 「受入環境の整備による「滋賀のおもてなし」」

1 観光による地域活性化への支援

(1) 地域観光活性化支援事業(14,000千円) [県]

市町、地域観光振興協議会が行う地域観光活性化の取り組みに助成する。

- ・対象事業：着地型観光（街歩きや体験観光）、特別公開などの観光資源の発掘、観光ルートの設定、複数の観光地を結ぶ2次交通アクセスの整備等（特に観光キャンペーンに係る地域観光プログラムへ重点的に支援）

2 国際観光推進事業

(1) 宿泊施設向け多言語コールセンター事業 (300千円) [創]

受入れ環境整備の一環として、近隣の自治体（京都府、京都市、奈良市、大津市）と連携し、宿泊施設向けの24時間多言語コールセンター事業への参画を継続。FIT化に対応するとともに、本県を来訪する外国人観光客の満足度向上を図る。

(2) (新) おもてなし研修の実施 (2,902千円) [創]

本県を訪れる訪日外国人観光客の満足度を高め、リピーターの確保や更なる誘客拡大を図るため、本県を安心して快適に滞在・観光できる環境整備の一環として、県内の宿泊施設・観光事業者等を対象としたおもてなし研修を実施する。

3 教育旅行誘致事業

(1) 誘致キャンペーン事業(県内周遊型教育旅行造成補助)(1,000千円) [県]

米原駅を利用して県内の観光地を訪問し、かつ県内に宿泊する教育旅行を造成した旅行会社に補助する。

4 コンベンション誘致事業

(1) 大手旅行会社等MICE担当者現地研修会(498千円) [県]

大手旅行会社等のMICE担当者を本県に招請し、MICE関連施設や神社仏閣のユニークベニュー施設の見学会、コンベンション部会員の説明会を実施し、MICEの開催地としての滋賀をPRする。

(2) 滋賀県コンベンション開催助成金(2,000千円) [県]

県内での国際会議・全国大会の開催を支援するため、コンベンション開催助成金を交付する。

(3) (新)「第 63 回日本糖尿病学会学術集会」の啓発およびプロモーション事業

(600 千円) [県] [自]

ア 啓発チラシ等の作成

2020 年 5 月に県内で開催される予定の「第 63 回日本糖尿病学会学術集会」について県民や周辺住民に広く告知し、おもてなし意識の醸成などに繋げる。

イ 第 62 回日本糖尿病学会学術集会におけるプロモーション

2020 年の前回大会である第 62 回日本糖尿病学会学術集会の会場（宮城県仙台市）において、次期開催地を P R し、滋賀大会への参加を促す。

(4) 観光ガイド・滋賀県観光地図等の無料提供およびキャリーバッグの提供

コンベンション等の参加者に対して観光ガイドや観光地図等のパンフレットを提供し、参加者による県内の観光を促すとともに、キャリーバッグ（資料袋）の有償提供（@ 155 円）を行う。

(5) 主催者に対する情報提供等

コンベンション主催者からの問い合わせに対応し、コンベンション施設の情報提供や施設の紹介、エクスカーションの情報を提供するとともに、物産振興部会とも連携し土産品販売事業者等を紹介する。

- ・コンベンション施設の情報提供・担当者の紹介
- ・エクスカーションの紹介
- ・会場での土産品販売事業者の紹介

(6) 会場の予約支援

主催者が希望する会場・日程を確実に利用できるよう支援を行う。併せて、県・市等の公的施設の早期予約が可能となるよう各方面に働きかけを行う。

5 物産振興事業

(1) (新) 物産マッチング商談会 (300 千円) [自]

2018 年度まで 3 回行ってきた、首都圏での「バイヤーを意識した物産展示会への出展」に代わり、今年度は滋賀県内において関係団体と協力しながらマッチング商談会を開催し、販路拡大及び商品の魅力度アップに繋げていく。

Ⅲ 「情報発信の強化による認知度向上」

1 観光情報の発信

(1)「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」の管理運用(9,610 千円) [県] [自]

県内の観光・物産関連情報を集約し、一元化して発信している「滋賀県観光・物産情報ウェブサイト」について、その管理運用を強化し、県内各市町からの情報登録を中心とした積極的な利用を促すとともに、観光客のニーズに応じた情報発信を的確に行う。

(2) 観光案内・観光相談業務(2,165千円) [県]

観光・物産の問い合わせ等に対応するため、観光案内・観光相談業務を実施する。

(3) 観光展出展事業 (450千円) [県] [自]

県内各市町、観光関連団体等とともに、名古屋で開催される観光展に出展し、また日本観光振興協会関西支部が近畿6府県および三重県を集め開催する観光展に年間2回程度参加することで、近畿を中心とした広域的な観光の中での滋賀の魅力をもPRし観光誘客を図る。

(4) 高速道路を活用した情報発信 (NEXCO西日本連携事業) (330千円) [県]

西日本高速道路株式会社 (NEXCO西日本) が営業エリアの府県と連携して実施しているドライブキャンペーン「お国じまんカードラリー」に参加し、滋賀県の魅力ある観光地の情報を発信する

2 広報・プロモーションの実施

(1) びわこキャンペーン事業 (23,800千円) [県] [自]

滋賀県および西日本旅客鉄道株式会社 (JR西日本) と公益社団法人びわこビジターズビューローが組織するびわこキャンペーン推進協議会を事務局として運営し、戦国をテーマとした新しい滋賀県観光キャンペーンの実施と連動し、鉄道や公共交通機関を利用した滋賀県への観光入込を誘致する。

(2) 旅行商品造成に向けた商談会の開催等 (1,220千円) [自]

会員や市町・観光協会等と連携し、旅行会社に対し、商品化提案のための商談会や、滋賀での現地研修会を実施する。

- ・国内旅行商品企画担当者・商談会・現地研修会 (県内：9月予定)
- ・中部地区旅行会社商品企画担当者・商談会 (1月予定)
- ・関西地区旅行会社商品企画担当者・商談会 (2月予定)
- ・九州地区旅行会社商品企画担当者・商談会 (2月予定)
- ・首都圏旅行会社商品企画造成担当者商談会 (3月予定)

(3) 東海地区観光・物産情報発信事業(731千円) [県]

東海地区のマスコミや旅行会社に対して観光情報提供や観光キャンペーンのための商品造成に向けた商談会を行う。

- ・中部地区旅行会社商品企画担当者・商談会
- ・名古屋市内の主要駅におけるキャンペーンの開催
- ・名古屋市内のプレスへの訪問、情報発信

(4) 日本観光振興協会共同事業 (1,000千円) [県]

公益社団法人日本観光振興協会に対して負担金を拠出し、協会が実施する広域観光キャンペーン (駅キャンペーン) などの観光情報発信事業等に参画する。

(5) 首都圏における観光情報の発信 (首都圏観光営業推進事業) (1,734千円) [県]

首都圏における旅行エージェントやマスコミを対象とした近畿6府県の合同の情報交換会や商談会、訪問プロモーション、ここ滋賀と連携した観光イベントの開催等に

より、首都圏において本県の観光・物産情報を発信する。

3 国際観光事業推進事業

(1) 観光ミッション派遣 (300 千円) [創]

商談会やセールスコール等の際に、通例として持参する土産品として、地場産品を購入し、円滑にミッションを行うとともに地場産品のPRにつなげる。

(2) 特定ターゲットへのプロモーション (7,000 千円) [創]

滋賀県の訪日外国人旅行者のFIT化への更なる対応を図るため、欧州市場において影響力のあるOTAに観光情報の掲載を行う。また、福井県との連携により、フランスやイギリスをはじめとする欧州市場からの訪日客が集中する京都や、北陸新幹線開通により集客が増えた金沢からの取込みを図るため、市場に対して訴求力の高い両県のコンテンツ等のPRを展開する。本県の有する観光素材の魅力を現地発信することにより、認知度を上げ、広域での取り組みとの相乗効果を図るもの。

(3) (新) 訪日観光客の主要観光都市からの誘客促進 (6,262 千円) [創]

日本に滞日中の訪日観光客をターゲットとして、京都駅周辺における観光案内所の設置やホテルコンシェルジュへの働きかけなどを展開し、市場の開拓を推進する。

(4) 情報発信ツールの整備 (8,370 千円)

① 新規市場開拓に向けたパンフレットの増刷 (250 千円) [創]

昨年度作成したターゲット国に訴求力の高い本県の観光素材を紹介するパンフレットを増刷し、旅行博参加者や現地旅行会社等に本県をPRすることにより認知度向上を図る。

② 訪日観光客向け英語版パンフレットの作成 (2,520 千円) [創]

FIT化に対応し、受入環境整備として、県内の観光施設情報や魅力的な体験観光を掲載した着地型パンフレットを英語版で作成。ゲートウェイとなる空港や駅、訪日客が集中する京都市内等にも配架し、本県への誘客と周遊促進および長期滞在化を図る。

③ 中国語(簡体字・繁体字)、韓国語、タイ語版パンフレットの作成 (5,600 千円) [創]

訪日リピーターの多い東アジア市場やトッププロモーションを実施した東南アジア市場に向けて情報発信を行うパンフレットの刷新を行う。

(5) 海外向け情報提供 (7,400 千円)

① 民間発信力等を活用した情報発信の強化 (4,300 千円) [創]

FIT誘客のため、有力メディアの招請等により本県の魅力を効果的に発信するほか、送客に影響力を持つ旅行会社等へのプロモーションを、広域連携のメリットを活かして積極的に展開。

- ・連携先(予定) 関西観光本部、中央日本総合観光機構、市場を同じとする自治体等
- ・対象(予定) 雑誌、旅行ガイド、インフルエンサー、ブロガー、旅行会社等

② 北陸新幹線沿線地域との官民広域連携による海外誘客事業 (800 千円) [県]

北陸新幹線を活用した「新たなゴールデンルート」の認知度向上のため、ウェブサイト上での周遊コースの発信を行うとともに、旅行情報サイトにおいてテーマごとの動画

記事広告を掲載することにより、F I T客へのアプローチを図る。

③ 海外向け情報提供（2,300千円）【県】【自】

英語版マップや多言語リーフレットの改訂や増刷を行う。

- ・部会員を紹介する英語版マップの改訂や増刷
- ・多言語リーフレット「滋賀の旅」の改訂や増刷

（6）訪日教育旅行誘致の促進（990千円）【創】

団体での誘客が図れるとともに、将来、リピーターとしての効果が期待され、また学校交流を通じて県内の生徒が異文化交流・国際理解を深める絶好の機会となる訪日教育旅行の誘致について、愛知県、名古屋市との連携による訪日教育旅行誘致協議会において取組を進める。

- ・広域連携による現地プロモーションの実施、学校関係者への招請
- ・学校交流を受け入れる県内学校への支援等

（7）インバウンド部会事業（1,000千円）【自】

①ランドオペレーターへのプロモーション

国内のランドオペレーターと会員事業者との商談会等を開催し、本県の観光施設や体験観光等の魅力をPRするとともに今後の送客につながる関係構築を図る。

②県内研修会やセミナーの実施

会員の海外や国内でのプロモーション活動に役立てるため、県内の観光施設における研修会の実施や会員施設のスキルアップセミナーを実施する。

③海外旅行博参加者への助成

部会事業として認定した海外旅行博に参加する会員に助成を行う。

4 教育旅行誘致事業

（1）誘致促進事業

①誘致キャラバン事業（1,230千円）【県】【自】

ア 県内や近隣府県に教育旅行での来訪が多い首都圏はもとより、今まであまり訪問していない地域にも訪問し、新規誘客エリア拡大を目的として部会員等の参加による誘致キャラバンを2回実施する。また、近隣府県を発地とした校外学習や合宿などについても誘致促進を図る。

イ 旅行会社教育旅行担当者との情報・意見交換会を実施する。

②旅行会社現地研修会事業（1,780千円）【県】【自】

大手旅行会社の教育旅行担当者等を対象に、県内現地研修会を開催して、実際に体験学習や宿泊施設、観光施設等を見学・体験していただくとともに、教育旅行部会員の施設説明会を含む情報交換会を開催する。

- ・対象旅行会社：JTB、近畿日本ツーリスト、日本旅行、東武トップツアーズ

③日本修学旅行協会および全国修学旅行研究協会への参加（80 千円）【自】

協会の賛助会員として参加し、情報収集や情報発信、誘致に役立てる。

(2) 情報発信事業（100 千円）【自】

滋賀県観光・物産情報ウェブサイト「教育旅行誘致事業」ページの運営や情報更新、首都圏で開催される「修学旅行研究大会」等での誘致PRブースを出展する。

5 コンベンション誘致事業

(1) 情報収集・誘致活動

①セミナー・セールス事業（1,320 千円）【県】【自】

ア 「地方都市コンベンション協議会」への参画

新潟・松本・びわこ・和歌山・高松・長崎・つくば・岐阜の地方都市が合同で首都圏等のコンベンションの主催者に対して合同セミナーや合同セールスを実施するとともに、部会での情報の共有化を図る。

- ・データベースによるコンベンション開催情報の共有
- ・合同セミナーの開催 年2～3回（各学会・団体事務局、旅行エージェントMICE部門等）
- ・合同訪問セールスの実施 年2回程度
- ・部会員への情報提供

イ 個別セールスの実施

セミナー・セールス事業等で得た情報を部会員と共有するとともに、部会を中心とする官民の一体的な誘致への取組みの強みを活かし、本県への誘致の可能性のある学会や団体事務局および旅行エージェントMICE担当者等に対し、個別のセールスを行い誘致に繋げる。

②JCCB部会事業（100 千円）【自】

全国のコンベンション振興と人材育成等を図ることを目的に活動している「日本コンgresコンベンションビューロー（JCCB）」に賛助会員として参加し、情報収集や情報発信を行い、誘致推進に役立てる。

③近畿コンベンション連絡会への参画

近畿地方のコンベンション誘致団体と連携・情報共有を行い、広域的なMICEの誘致を図る。

④(新)誘致ツールの作成（800 千円）【自】

ア コンベンションガイドの増刷

セミナーやセールス、現地研修会等で使用するコンベンションガイドを必要に応じて改定し、増刷を行う。

イ ノベルティの作成

本県へのコンベンションの誘致や糖尿病学会をはじめとする学会・大会への参加者の増加を図るため、主催者や参加予定者に配布するノベルティを作成する。

6 物産振興事業

(1) 滋賀の物産を紹介するウェブコンテンツの充実 (200 千円) [自]

部会員の商品を紹介するためのウェブコンテンツ「ええもんうまいもん」については引き続き全会員登録を向け進めていく一方で、トピックスでの取組み掲載等によりユーザー数増加に取り組む。

(2) 首都圏観光・物産情報発信事業

①首都圏情報発信拠点への支援・協力

首都圏情報発信拠点「ここ滋賀」については、連絡会議や商品募集審査会を通じて取扱商品の振興や販路拡大に繋がるよう協力団体として取り組む。

(3) 観光土産品審査等事業 (395 千円) [自]

滋賀県の優れた伝統工芸や民族工芸および食料品など観光土産品を全国ブランドとするため、全国推奨観光土産品審査会へ参加する。

①第 60 全国推奨観光土産品審査会

2019 年 12 月開催予定

7 湖南省からのインバウンドの促進

(1) (新) 滋賀県誘客経済促進センターの運営 (7,665 千円) [県]

滋賀県誘客経済促進センターの設置に伴い、湖南省をはじめとする中国からのインバウンド等を促進します。

IV 「持続可能な観光・物産振興の体制構築」

1 観光による地域活性化への支援

(1) (新) 観光人材育成等地域支援事業 (16,460 千円) [創]

観光まちづくりの仕組みを自立的かつ持続的なものにレベルアップさせるために、PDCA サイクルに基づいた戦略的な観光事業を展開・牽引し得る人材を育成する。

またビッグデータに基づいたマーケティングの分析、戦略の策定支援等を行う情報分析専門官を設置し、育成する人材による観光コンテンツの企画立案やエリア戦略策定を積極的に支援し、「観光地経営」の視点に立った地域観光の継続的なレベルアップを目指す。

① 観光人材育成事業

ア 「(仮称) 観光人材育成アカデミー」の開講

イ 県域研修会の開催

②ビッグデータを活用した地域支援事業

ア ビッグデータの取得

イ 情報分析官の設置

(2) 観光統計調査事業 (2,400 千円) [県]

国土交通省が策定した「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、観光入込客統計調査およびパラメータ調査を県の委託により実施する。

2 持続可能な基盤整備への取組

(1) (新) 旅行業関連事業 (1,034 千円) [自]

新たに旅行業の登録を行い、財源の確保に取り組む。

(2) (新) 国内海外物産振興調査研究 (100 千円) [自]

国内及び海外での物産振興等の将来的な展望を踏まえ、他の事業団体等が取り組んでいる状況の調査研究を行う。

3 各種事業への参画

①日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会への参画

日本遺産「水の文化」ツーリズム推進協議会が平成 29 年度に開催した「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐるっと博」の開催を契機に、これまでの取組を活かした事業を継続するため、日本遺産の魅力を発信することにより、認定地域への誘客を図る。

- ・ウェブサイトの改修・運営
- ・日本遺産モニターツアーの実施
- ・日本遺産普及イベントの開催

②びわ湖大花火大会実行委員会への参画

「びわ湖」の夏の風物詩として開催されるびわ湖大花火大会の実行委員会の事務局を担う。

- ・開催予定 2019年8月8日

③びわ湖一周ロングライド2020実行委員会への参画

自然豊かなびわ湖を全国に発信し、観光振興、地域振興に加え、環境にやさしく健康増進に役立つ自転車の普及を促進するため、北湖を巡るサイクリングイベントの実行委員会へ参画する。

- ・開催予定 2020年3月予定

④ピワイチトレイルランニングの実行委員会への参画

健康・観光をテーマとし、県内のトレイルコースを繋ぐトレイルランニング大会の実行委員会に参画する。

- ・比叡山 (2019年5月25日)
- ・朽木 (高島市) (2019年6月30日)

⑤淡海観光ボランティアガイド連絡協議会への参画

各地域の観光ボランティアガイドの連絡組織の事務局を担う。

- ・総 会：2019年5月 予定
- ・交流研修会：2019年6月 高島市 (予定)

⑥滋賀経済団体連合会への参画

滋賀県経済団体連合会に参画し、他の経済団体と連携した経済振興と地域活性化のための取組を進める。

4 観光・物産関連行事への後援等

県内の観光・物産の振興に寄与すると認められる行事や企画について、後援、協賛および共催を行う。

5 観光・物産事業功労者等の表彰（100千円） [自]

観光・物産事業の発展、振興に功労のあった個人、団体および優良従業員の表彰を行う。

6 会員、関係機関等との連携強化

（1）会員とビューロー、会員相互の連携の強化

会員通信メール、地域懇談会等により、会員とビューロー事務局および会員相互の情報交換に努める。また、会員のビューロー事業への参加を促し、会員の意見等をビューローの事業に反映するとともに、会員を対象とした研修会・セミナー等を行う。

（2）県、市町、観光協会等との連携の強化

県との定期的な情報・意見交換会等により連携を図るとともに、行政懇談会等を通じて、観光・物産振興に関する要望、提言等を行う。また、県と協力して市町・観光協会との定期的な情報や意見の交換の場を設ける等により、これらと連携の強化を図る。