

## 滋賀県支部

### 滋賀県への外国人観光客誘致に関する調査・分析及び提言

低成長の日本経済の起爆剤としての観光産業を拡充するための観光政策の大転換（観光庁の設立・施策・それにともなう予算の拡充）が行われた。外国人からみて、日本はやはり興味のある国であり、今後さらに成長が期待される医療ツーリズム分野等にて外国人を呼び込む必要がある。

そのようななか、滋賀県への外国人観光客の推移と動向について調査した。平成 20 年の外国人の滋賀県への観光客数は 20 万 6 千人で前年比 5% 増である。滋賀県への外国人宿泊客数を国別に見ると、1 位が台湾（43%）、2 位韓国（15%）、3 位が中国（11%）の順となっており、東アジアからの来訪者が多い。しかし、外国人観光客の滋賀県への訪問率は 0.7% と、東京都 58.9%、大阪府 25%、京都 21.4% に比べ極めて低いことがわかる。

滋賀県は、琵琶湖の自然を中心に、国宝が 55 件（全国で 5 位）、重要文化財が 806 件（全国 4 位）を有している。しかし、その知名度は低い。そこで、外国人に特にアピールする 5 か所を、次のとおり選定した。①日本人の心の『故郷』比叡山延暦寺、②日本を代表する『城』彦根城、③観光客が一番来訪する『場所』黒壁スクエア、④観る人を魅了する『美術館』ミホ・ミュージアム・佐川美術館・滋賀県県立近代美術館、⑤話題の『商業施設』三井アウトレットパーク滋賀竜王である。

このような状況で、多くの宿泊観光施設へのアンケートを実施し、いくつかの施設へは、ヒアリング調査も行った。また、立命館大学へ留学されている東アジア圏の学生にも声をかけてヒアリングを実施した。そこからヒントを受けて、滋賀県が一番潤う「滋賀県へ長期滞在型観光客を呼び込む」ことを重点テーマにしたい。しかし、いきなり長期滞在型観光客を呼び込むことは不可能である。そこで、そこに至るまでの道筋を 3 つのステージにわけて考えた。ステージ 1 は「団体ツアー観光客」、ステージ 2 は「個人グループツアー観光客」、そして最終ステージ 3 は「長期滞在型観光客」である。

#### ○ステージ 1：団体ツアー観光客

団体ツアー観光客を呼び込むに当たっては、海外での認知度向上が最大の課題である。まずは、海外の旅行代理店やランドオペレーターには、滋賀県のなかでも突出した上記 5 つの観光施設を団体ツアーのなかに組み込んでもらうよう働きかけることを提案する。

「日本の素晴らしい場所に行った。そこが滋賀県だった。」と外国人観光客の方に認識していただけたら十分に次へつなげることが可能となる。競合の多い団体ツアーで総花的なことを訴求しても何も伝わらない。

#### ○ステージ 2：個人グループツアー観光客

ステージ 1 で滋賀県を知っていただいた外国人の方を、個人や少人数グループの旅行者として呼び込むに当たり、特に滋賀県内のさまざまな観光地や神社仏閣を巡るための多くの情報の提供と、旅行者の安全安心を手助けするインフラの整備を行うことを提案する。特に詫び寂びのある観光地化されていない神社は、外国人向けである。

#### ○ステージ 3：長期滞在型観光客

ステージ 2 で滋賀県を堪能していただいた外国人の方を、最終的に長期滞在型観光客として呼び込むに当たり、何回もきていただけるようリピート対策の実施を提案する。