

第2期長浜市観光振興ビジョン【概要】

1. 策定の趣旨

平成29年3月に策定した「第1期長浜市観光振興ビジョン」によって達成できなかった課題の継続的な取り組みが必要であるとともに、「持続可能な観光」の推進、デジタル技術を活用した商品やサービスの質の向上、今後の増加を見込んだ外国人旅行者の誘客戦略等、本市の観光振興の体制強化が求められている。

加えて、令和2年以降の新型コロナウイルス感染症拡大は、生活様式や価値観を大きく変容させ、観光を取り巻く環境は一変し、観光関連産業は深刻な状況にある。

大きな転換期を迎えている観光分野において、社会の変化に対応した「新しい観光」を推進する必要があることから、本市が取り組むべき方向性を明確にするため、本ビジョンを策定する。

2. 取り組むべき課題

● 宿泊・滞在型観光への転換

観光入込客数は年間約700万人で推移し、宿泊者数についても年間約43万人を推移しており、増加していないことから、宿泊・滞在型観光への転換は、継続して取り組むべき課題である。

● 案内看板、駐車場、公衆トイレ等、観光客の満足度向上に資する受入体制の強化

観光アンケート調査の顧客満足度においては、案内看板、駐車場、公衆トイレは未だ満足度が低く、観光客の満足度向上に資する受入体制の強化が課題である。

● 観光関係団体の組織強化と人材の育成

地域の「稼ぐ力」を引き出し、観光地域づくりを推進するとともに「持続可能な観光」に向けたマネジメント強化を図るため、観光DMOの設立により更なる組織の強化と人材の育成が課題である。

● 多様化する旅行者ニーズへの対応

旅行者の興味・嗜好の多様化、細分化が進み、地域の文化や歴史をゆったりと「触れ」、「体験し」、「交流する」ことができる「滞在型・体験型・交流型観光」ニーズへの対応が課題である。

3. 計画期間

令和4年度から令和8年度（5年間）

※ 新型コロナウイルス感染症の影響や国際観光の回復の状況により、戦略や施策を見直しや新たな課題等が生じた場合は、必要に応じて計画の見直しを行う。

4. 基本方針

「観光の質と顧客満足度の向上」と定め、観光客、観光事業者、市民・地域それぞれの視点で質（満足度）の高い観光振興を実現し、「持続可能な観光」を未来へつなげる。

「観光の質と顧客満足度の向上」とは

観光客、観光事業者、市民・地域にとって、質（満足度）の高い観光振興を実現していく。

観光客による持続的な来訪や消費向上によって、観光事業者の意欲向上とサービス改善、市民のおもてなしの向上や観光事業への参画につなげ、より一層の観光の質と顧客満足度が向上する好循環を確立する。

5. 数値目標

項目	令和元年度（基準）	伸び率		令和8年度（目標）
顧客満足度（観光アンケート調査）	78.5点（平均）		⇒	85点以上（平均）
観光消費額	224億円	30%up	⇒	291億円
1人あたりの観光消費額（日帰り）	4,484円	18%up	⇒	5,300円
1人あたりの観光消費額（宿泊）	24,541円	18%up	⇒	29,100円

* 顧客満足度は、観光アンケート調査の「満足度」に対する6項目（展示内容、食事、駐車場、トイレ、案内表示、接客態度）の回答によって平均点を算出し、85点以上を目指す。

6. 目標を達成するための「3つの戦略」と「10の観光施策」

戦略1 消費を喚起する仕組みづくりの推進

- ・滞在時間の増加と消費拡大
- ・1人あたりの消費額の高い観光客の獲得
- ・既存観光コンテンツの内容やサービス向上
- ・魅力向上に資する観光コンテンツ造成
- ・新たな場所、地域での観光プラン造成

施策2 新しい時代の観光イベントへの転換

- ・市内観光イベントを活用した誘客
- ・国内イベントを活用した誘客

施策1 新しい観光の展開と販促の取組強化

- ・ターゲットを明確にした観光コンテンツの造成
- ・地域資源を活かした体験型観光の造成
- ・地域ブランディングの確立
- ・観光業と農商工業等との連携による食と物産の取組強化
- ・新たな旅のスタイルに対応

施策3 文化観光の推進

- ・文化財の利活用推進、観光資源としての価値向上
- ・文化観光施設を拠点とした利活用の推進

戦略2 顧客ニーズに即した受入体制と情報発信の強化

- ・旅行者のニーズを捉えた観光インフラ整備
- ・情報通信技術を活用した受入体制の充実
- ・ターゲットを絞った戦略的プロモーション
- ・近隣地域と連携した広域連携
- ・マーケティングに基づく効果的な情報発信
- ・外国人旅行者の受入環境整備と情報発信

施策3 安全安心の体制づくり、受入体制の充実

- ・顧客満足度を意識した受入体制の整備
- ・観光客のニーズに即したインフラ整備

施策1 ブランドを意識したプロモーションの展開

- ・戦略的なシティプロモーションの展開
- ・多様な媒体の特性を活かした戦略的な情報発信
- ・映像作品等を通じたシティセールスの強化

施策2 広域連携プロモーションの展開

- ・県や県内外市町との連携強化
- ・北陸新幹線延伸を見据えた誘客推進
- ・主要観光ルートからの誘客推進

施策4 国のインバウンド政策との連携

- ・外国人旅行者の受入体制の整備
- ・外国人旅行者に対応したインフラ整備
- ・インバウンドプロモーション、情報発信

戦略3 観光推進力の強化

- ・観光に関係する主体の目標共有と相互連携
- ・客観的な分析による観光動向の実態把握
- ・観光地域づくり法人DMOの設立
- ・観光人材の育成、観光教育
- ・関係人口増加へ繋げる地域づくり
- ・未来に向けた観光推進力の強化

施策2 「持続可能な観光」に向けた取組の強化

- ・観光関係団体の機能強化
- ・民間企業と連携した人材研修の実施
- ・交流人口から関係人口の創出

施策1 効果的な取組を立案するために必要なデータ収集・分析

- ・観光ニーズ調査・観光行動分析の実施
- ・広域連携を見据えた動向データ収集・分析を実施

施策3 次世代の観光まちづくりを担う人材の育成

- ・郷土の魅力を伝える観光教育の充実
- ・産学官連携による観光産業の中核人材育成