平成 22 年度　調査・研究事業

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

報　告　書

平成 23 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 滋賀県支部

はじめに

本事業の目的と背景

日本が観光立国を目指していく中で、平成 18 年 12 月に「観光立国推進基本法」が成立した。翌年の平成 19 年 6 月には「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、「観光立国の実現」が 21 世紀のわが国経済の発展の為に不可欠な国家的課題とされている。

その目的達成の為に関係省庁との連携・調整を強化し総合的かつ計画的に施策を推進し、観光行政の責任を有する組織を明確にする「観光庁」が平成 20 年 10 月 1 日に国土交通省の外局として発足した。

さらに、昨年の平成 22 年には中国ビザ発給の緩和が行われ、中国からの観光客が増加する可能性も出てきている。

第 1 章で「日本へ訪れる外国人観光客の動向」、第 2 章で「外国人の滋賀県観光の動向」についてまとめている。次に、第 3 章では「滋賀県の観光資源」にはどのようなものがあるか、分析・整理したうえで分類してまとめた。第 4 章では 50 社余りの観光関連施設企業からのアンケート結果を集計・分析し、中国人留学生及び観光施設へのヒアリング結果を整理してまとめている。第 5 章ではこれらの調査結果から、今後滋賀県に外国人観光客を呼び込むための対応策についての提言を行った。

本報告書は上記の実態についての調査・分析を行い、問題点の把握をした。そのうえで、滋賀県内観光関連事業者、さらにそれらを支援する団体や個人に参考となる点を整理し、今後の滋賀県内観光ビジネスに関する課題やその対応策を探ることを目的としている。

平成 23 年 1 月 9 日

社団法人　中小企業診断協会　滋賀県支部

支部長　大谷武重

滋賀県内外国人観光客誘致調査・研究委員会

目次

はじめに

第1章　外国人の訪日観光の動向

わが国に於ける観光政策の経緯／訪日外国人旅行者の推移／政権交代後の観光政策／外国人旅行者が感じる日本の問題点／自治体の取り組みと課題／民間の取り組みと課題／外国人宿泊旅行の動向／今後も増加が見込める中国人観光客の特性とそれを支援する外部要因

第2章　外国人の滋賀県観光の動向

滋賀県への観光客数の推移／外国人の滋賀県観光の動向／

第3章　滋賀県の観光資源

豊富な観光資源／滋賀県の観光地図／5区分の代表／国宝／琵琶湖八景・近江八景／重要伝統的建築物群保存地域／国指定の名勝／滋賀県の自然・花／本物の忍術／信楽焼／観光目的とその対象／

第4章　アンケート調査・分析、問題点と課題

外国人観光客の滋賀県訪問に関するアンケート集計／外国人観光客の滋賀県訪問に関する聴き取り調査・分析／海外観光客誘致に関する中国留学生へのグループインタビュー／

第5章　提言

最終目的／長期滞在型観光客呼び込みまでのフロー／各ステージにおける具体的な提言／

むすびにかえて

第１章　外国人の訪日観光の動向

1.わが国に於ける観光政策の経緯

(1)転換点

高度経済成長と右肩上がりの人口増加を経ることに拠って、昭和 40 年代前半までの訪日外国人旅行者数に対して、常に少数であった日本人海外旅行客数が以降逆転を果たし、プラザ合意後の為替の円高を背景とした日本人の購買力の増加と相まって、2000 年度日本人の海外旅行者数は世界で 10 位、アジア地域内では 2 位と高い数値を誇っているのに対し訪日外国人旅行者数は 2001 年度には世界で 35 位、アジア地域内で首位の中国の 3,317 万人に遥かに及ばない 477 万人の 9 位に低迷していた。（平成 15 年度観光白書より）

「観光産業は輸出産業である。」と昨今よく言われる様になってきている。バブル崩壊後の不良債権の処理を進めつつ、新たな成長のエンジンを製造業以外に見出そうという小泉政権のもと新産業育成という小泉構造改革路線の一環として、ビジット・ジャパン・キャンペーンの展開が開始されることとなった。

(2)ビジット・ジャパン・キャンペーン

①　概要

ビジット・ジャパン・キャンペーンは、外国人旅行者の訪日を飛躍的に拡大することを目的とした国、地方公共団体及び民間が共同して取り組む、国を挙げての戦略的なキャンペーンであり、訪日促進の重点市場を絞り（当面、韓国、台湾、米国、中国、香港の 5 地域）、以下のような事業を実施することが決定された。

1)重点市場ごとの旅行市場としての特性の調査（マーケット・リサーチ）

2)日本への旅行そして日本の魅力の徹底的なＰＲ

3)日本への旅行商品の造成の促進

4)個々の施策の効果の評価

5)日本の観光に関する総合的な情報サイトの構築

②　対象地域と施策の拡大

当面の 5 地域から訪日外国人旅行者の増加が見込める 7 地域（タイ、シンガポール、オーストラリア、カナダ、英国、ドイツ、フランス）が重点市場と定められ平成 21 年に於いては 12 地域に於いて訪日旅行促進のためのプロモーションを実施している。また有望新興市場調査の結果、有望と確認されたインド、ロシア、マレーシアの 3 地域が平成 22 年度に追加される予定である。平成 21 年度から 6 カ国 1 地域（イタリア、スペイン、インドネシア、フィリピン、ベトナム、メキシコ、

湾岸諸国）で戦略的な市場調査が開始されている。

事業内容　1)海外メディアの日本への招請・取材支援
2)海外のテレビＣＭ等による広告宣伝
3)ウエブサイトによる情報発信
4)訪日旅行需要の喚起を図るための海外旅行展への出展
5)海外旅行会社担当者の日本への招請、国内の旅行会社との商談会の実施
6)青少年交流の拡大に向けた訪日教育旅行の誘致
7)独立行政法人国際観光振興機構（ＪＮＴＯ）の海外 13 事務所による我が国の観光の魅力の広報、宣伝、現地旅行会社に対する訪日旅行商品の造成・販売支援、海外セールスを実施する日本の地方自治体・民間企業に対するコンサルティング

③　外国人旅行者の訪日を促進するためには、まず外国人に日本に旅行しようという気持ちを起こさせ、また実際に日本に向けての魅力ある旅行商品が購入できる環境づくりをしなければならないが、ビジット・ジャパン・キャンペーン開始前の我が国の海外広報予算は他国に比して決定的に不十分であった。平成 14 年時点の国際観光振興会の予算は 34 億円であり、この金額は同じアジア地域の各国の観光予算に比しても、低い水準であった。因みに平成 14 年時点のアジアの近隣諸国の観光関連予算は、　韓国観光公社予算　119 億円、香港政府観光局予算　91 億円、オーストラリア政府観光局予算　100 億円であり、世界 6 位の英国政府観光庁の予算も 101 億円、カナダの観光局の予算に至っては 134 億円と高い水準を示しており、日本の観光行政はかなり立ち遅れていたのは明らかであった。

(3)観光庁の発足

平成 18 年 12 月には「観光立国推進基本法」が成立し、翌平成 19 年 6 月には「観光立国推進基本計画」が閣議決定され、「観光立国の実現」が 21 世紀のわが国経済の発展の為に不可欠な国家的課題とされ、その目的達成の為、関係省庁との連携・調整を強化し総合的かつ計画的に施策を推進し、観光行政の責任を有する組織を明確にする「観光庁」が平成 20 年 10 月 1 日に国土交通省の外局として発足した。平成 22 年度観光庁の予算は 125 億円（内、ビジット・ジャパン関連予算　86 億円）になり、予算的には改善を見るに至った。

(4)観光立国推進基本計画

①　訪日外国人旅行者数を平成 22 年までに 1,000 万人にする。将来的には日本人の海外旅行者と同程度にする。

② 日本人の海外旅行者数を平成 22 年までに 2,000 万人にする。

③ 国内における観光旅行消費額を平成 22 年までに 30 兆円にする。

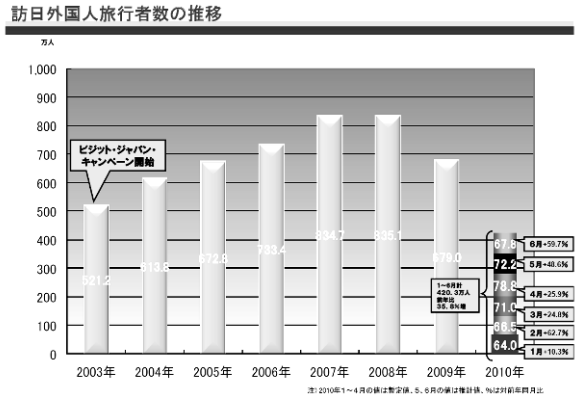
④ 日本人の国内観光旅行による一人当たりの宿泊数を平成 22 年度までに年間 4 泊にする。

⑤ 我が国における国際会議の開催件数を平成 23 年までに 5 割以上に増やす。

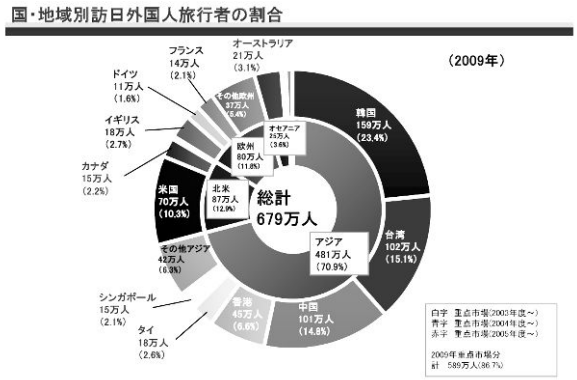
以上の目標を掲げて、その達成の為必要な施策等を定めている。

２．訪日外国人旅行者の推移

平成 15（2003）年　ビジット・ジャパン・キャンペーン開始以来、順調に増加を続けていた訪日外国人旅行者であったが、リーマンショックを契機とした世界同時不況により 2009 年度には前年度に比較して 156 万人（18.7%）の大幅な減少となった。　　（図表 1 参照）



図表1



図表2

＜平成23年度観光庁関係予算概算要求概要より＞

３．政権交代後の観光政策

2010 年 9 月、民主党政権の発足でも、観光産業の重要性に変化はなく、むしろ重点政策として「訪日外国人 3,000 万人プログラム」という形で逆に強化され、3,000 万人達成のロードマップも作成されるに至った。

	年度	訪日外国人旅行者数	2009 年度目標対象国数値		
第 1 期目標	2013 年	1,500 万人	タイ	1,433 万人	世界順位 18 位
第 2 期目標	2016 年	2,000 万人			
第 3 期目標	2019 年	2,500 万人	ドイツ	2,487 万人	世界順位 9 位
最終目標	20xx 年	3,000 万人	英国	3,019 万人	世界順位 6 位

４．外国人旅行者が感じる日本の問題点

(1) 言語と案内表示に関して

平成 19 年ＪＮＴＯ　ツーリスト・インフォメーション・センターに寄せられた、訪日外国人旅行者

の日本観光に対して不便に感じたことは、言語に関する問題が 94 件と最多であり、ついで外国語による標識、説明・案内表示の不足が 68 件と上位 2 件を占めている。

(2)利用交通機関に関して

① 新幹線（長距離列車を含む）は、プラス評価としては「便利」「時間に正確」「清潔・きれい」、マイナス評価では、「運賃・料金が高い」「標識・標示がわかりにくい」[外国語表記案内がない]などが挙げられている。

② 地下鉄（近距離列車を含む）は新幹線と同様の評価のほかに、「混んでいる」「路線が複雑」というマイナス評価が加わっている。

③ タクシーは、プラス評価で、「親切」「清潔・きれい」、マイナス評価で「運賃・料金が高い」「言葉が通じない」「大きな荷物を運ぶのが難しい」などが挙げられている。

（平成 15 年観光白書及び平成 19 年ＴＩＣ利用外国旅客の訪日旅行実態調査報告書　より加筆）

(3)観光施設に関して

平成 15 年の観光白書によると外国人旅行者の「施設までの標識」のプラス評価は 36.7%・マイナス評価は 17.0%であり、「施設内の案内板」のプラス評価は 29.9%・マイナス評価は 11.4%、「パンフレット」のプラス評価は 25.4%・マイナス評価は 10.4%と総じて平成 15 年時点でプラス評価が上回っていたが、英語以外の言語が不十分など明確に不便を感じた者が 1 割以上いたという事実を重視して、改善の必要性が提起されている。

５.自治体の取り組みと課題

(1)訪日外国人旅行者の受入促進事業で、効果があるとして継続的に行う又は今後新たに継続的に行う事業内容（複数回答可）

	都道府県	市区町村
外国語対応観光情報サイトのホームページへの掲載	93.5%	44.2%
外国語版パンフレット等の作製	93.5%	80.3%
外国人への対応が可能となる人材の育成	50.0%	28.4%
外国人対応が可能な観光案内所の整備	45.7%	28.1%
外国語案内標識や環境整備の推進	60.9%	45.9%
外国へ出向いての商談会	78.3%	14.2%
外国の旅行社やマスコミの招へい	89.1%	18.5%
リピーターの拡大に向けた事業等の検討・実施	52.2%	10.3%
受入れ推進協議会等の設置	47.8%	8.4%

宿泊施設に対する指導・支援	47.8%	19.2%
善意通訳（ウエルカムガイド）の活用	37.0%	7.7%
通訳案内士の活用	37.0%	9.3%
住民に対する外国人ウエルカムマインドの醸成	30.4%	13.1%
ウエルカムカード等低コスト観光の提供	15.2%	5.7%
外国人にも魅力ある観光地づくりのための支援	39.1%	11.5%
博物館、公営施設の展示品等の外国語による案内	30.4%	16.7%
訪日外国人旅行者に対する満足度調査等の実施	23.9%	6.2%
		(n=680)

（平成 20 年度　総務省　訪日外国人旅行者の受け入れに関する意識調査結果の概要より）

(2)各自治体の取り組みのスタンス

各自治体の外国人旅行者の誘致･受け入れ施策への今後の取り組み姿勢は都道府県レベルで見ると、97.9%の都道府県が何らかの施策を強化しているのに対して市区町村レベルでは何らかの施策を強化している自治体は 42.7%にとどまっており、都道府県と市区町村での意識の開きがみられる。

（平成 20 年度　総務省　訪日外国人旅行者の受け入れに関する意識調査結果の概要より）

(3)市区町村が外国人旅行者の誘致・受け入れを進めるに当たって国に要望したい事項

	（上位 3 つを選択回答）
外国語案内表示等の国内環境整備	61.7%
訪日外国人旅行者の受け入れ支援（案内所サポート等）	41.8%
外客誘致活動（地域の魅力を海外にＰＲ）への参加	30.4%
マスメディアを活用した広報	33.0%
ウエブサイトによる海外宣伝	28.7%
ツアー造成・販売支援	23.3%
招へい事業（商談会を含む）	18.0%
観光統計の充実	9.7%
国際会議の誘致	6.2%
旅行博覧会出展等への協力	5.9%
	(n=682)

（平成 20 年度　総務省　訪日外国人旅行者の受け入れに関する意識調査結果の概要より）

６．民間の取り組みと課題

(1)宿泊業者が平成 15 年以降の訪日外国人旅行者の受け入れ促進活動の内容（複数回答可）

	単独活動	他社・団体との連携活動
訪日外国人旅行者の誘致活動	59.4%	67.4%
訪日外国人旅行者向けのイベント	11.2%	20.9%
地域の外国語案内表示の充実	10.7%	14.9%
旅行博覧会出展	16.1%	22.0%
旅行会社招へい（商談会を含む）	46.3%	60.6%
外国旅行会社との提携	34.7%	17.6%
	(n=672)	(n=1,012)

（平成 20 年度　総務省　訪日外国人旅行者の受け入れに関する意識調査結果の概要より）

(2)対応可能な言語

宿泊関連施設等が外国人旅行者向けの情報提供や案内標識、緊急時等に対応可能な外国語として、英語　94.6%　　韓国語　48.8%　　中国語（簡体字）25.3%　　中国語（繁体字）32.9%の施設等が対応している。

（平成 20 年度　総務省　訪日外国人旅行者の受け入れに関する意識調査結果の概要より）

(3)宿泊業者が訪日外国人旅行者増加のための国、地方公共団体への要望事項（上位 3 つを選択）

外国語案内表示等の国内環境整備	50.6%
訪日外国人旅行者の受け入れ支援（案内所サポート等）	48.1%
外客誘致活動（地域の魅力を海外にＰＲ）への参加	55.3%
マスメディアを活用した広報	25.6%
ウエブサイトによる海外宣伝	35.7%
ツアー造成・販売支援	18.9%
旅行会社招へい（商談会を含む）	15.0%
観光統計の充実	3.0%
国際会議の誘致	12.1%
旅行博覧会出展等への協力	4.6%
	(n=2,919)

（平成 20 年度　総務省　訪日外国人旅行者の受け入れに関する意識調査結果の概要より）

７.外国人宿泊旅行の動向

(1)外国人旅行者の宿泊動向

「宿泊旅行統計調査」の調査結果によると、平成 21 年 1 月から 12 月に於ける外国人延べ宿泊者数は全体で 1,776 万人泊となった。地域別の傾向としては、北海道・北陸には台湾から、首都圏・京都にはアメリカから、九州には韓国からの旅行者の宿泊割合が高いことがうかがえる。

(2)外国人旅行者数とその国籍の分類

旅行者数とその国籍に関しては、平成 21 年の訪日外国人旅行者数は、679 万人（前年比 18.7%減）となり、前年から続く世界的な景気後退、円高の継続に加え、新型インフルエンザの感染拡大の影響もあり、前年を大きく下回った結果となっている。また州別に見ると、アジアが 481 万人で全体の 70.9%を占め、次いで北アメリカが 88 万人（12.9%）、ヨーロッパが 80 万人（11.8%）、オセアニアが 25 万人（3.6%）の順となっている。（平成 22 年観光白書より）

具体的な国別詳細は図表 2 参照

(3)世界に於ける観光の動向

世界観光機関（UNWTO）の推計によると、2008 年に於いて各国が受け入れた外国人旅行者の総数は 9 億 224 万人（前年比 2.0%増）、各国の国際旅行収入の総計は 9,443 億ドル（前年比 10.1%増）といずれも前年に引き続き増加となり、過去最高を記録している。

ここ数年、受け入れた外国人旅行者数の伸び率が高かったアジア・太平洋地域（前年比 1.2%増）は、ヨーロッパ地域の伸び率（前年比 0.3%増）は上回ったものの、世界全体の平均（前年比 2.0%増）を下回る結果となっている。しかしながら、アジア・太平洋地域の国際旅行収入の伸び率は高く（前年比 10,3%増）、我が国にとっては、近隣諸国を訪れる外国人旅行者の来訪を促進することによって、観光立国の実現を図る好機となっている。（平成 22 年観光白書より）

(4)メディア効果が旅行者数に及ぼす影響

地域別に特筆すべき傾向として、昨年は秋田県を訪れた韓国人旅行者が増加した。原因としては、韓国のテレビドラマのロケ地となったことが最大の原因であったと考えられている。同じ傾向が北海道を訪れた中国人観光客にも見られる。こちらは北海道東部を舞台とした「非誠勿擾」（邦題「狙った恋の落とし方」）の中国本土での大ヒットの影響で、昨年 1～6 月の阿寒湖温泉の中国人客は前年比 64 倍と急激に増加し、本年度も北海道を訪れる中国人観光客の勢いは衰えを見せていない。また、日本を舞台に中国人監督を起用したスキーをテーマにした映画を撮影して新たな観光客を獲得していこうという計画が進行している。

(5)外国人旅行者の訪日動機

平成 21 年度、独立行政法人国際観光振興機構（ＪＮＴＯ）の実施した外国人観光客の訪日動機（複

数回答可）の調査結果によると、過去 3 年連続首位であった「ショッピング」（48.5%）に代わって「日本の食事」（58.5%）が 1984 年の調査開始以来、初めて 1 位になった。ちなみに満足した食事のランキングは「寿司」（42.1%）「ラーメン」(20.8%)「刺身」(19.8%)の順であり、ラーメンは特に台湾からの観光客に人気があるという。

(6)医療ツーリズムの試み

平成 22 年 3 月、徳島県は 560 万円の予算を計上して、徳島大学病院での糖尿病検査と県内観光をセットにした「医療観光モニターツァー」を実施して、上海から糖尿病患者 9 人を含む 150 名をチャーター便で受け入れ、同年 5 月、正式な第一回のツァーをチャーター便で実施した。このツァーの費用は 3 泊 4 日で 14 万円/1 人であり、参加した中国人観光客は 13 人で、うち 5 人が糖尿病検診を受診した。以来、徳島県には中国の経営者など富裕層からの問い合わせが殺到している。徳島県の観光企画課では秋口に次回ツァーを実施して、今後は窓口を医療施設に移管して、民間主導に切り替えていく方針という。こうした取り組みにより、徳島県では平成 20 年には 2,100 名であった中国人宿泊客を平成 24 年には 4,200 名まで増やしたいとしている。

岡山県では県内の 5 病院と旅行会社などがコラボレーションしてＰＥＴ検診と脳検診のセットの商品化を目指す動きや首都圏では個別の医院がＰＥＴ検診を目玉に中国人観光客誘致する動きなど他の地域でも医療ツーリズムに対する関心は高まっている。

日本政策投資銀行の試算によると、医療ツーリズムの市場規模は 2020 年に 5,500 億円、2,800 億円の経済波及効果が見込まれている。（ここで言う波及効果とは純医療に対する支出を除いた所謂、観光や購買に対する支出を意味する。）

(7)ＬＣＣ（格安航空会社）の進出

2010 年 7 月　中国の格安航空会社・春秋航空が上海・茨城間の路線を就航させるなど、アジア各国の格安航空会社の参入が相次いでいる。今後、需要予測の甘さとＪＡＬの経営再建の影響による地方便の減便に苦しむ地方空港がこうした格安航空会社の路線就航を図る動きは、地方自治体を巻き込んでより活発になることが予想されている。

(8)日本の原風景を新たな観光資源とする試み

徳島県　三好市　祖谷地区にある元禄時代に建てられた築 300 年の古民家（ちいおり）での体験宿泊に昨年 1 年間で 500 人の参加があり、半数以上が欧米系の観光客であった。この古民家はミシュランガイドで星 1 つの評価を得ている。結果、三好市を訪れた宿泊観光客はこの 3 年で 3 倍に増加した。市の商工観光課は今年度より市内の古民家 8 軒を借り受け、新たな宿泊体験施設に整備改修して観光客の更なる取り込みを図っている。

８．今後とも増加が見込める中国人観光客の特性とそれを支援する外部要因

(1)高い経済成長率と政府による財政政策

リーマンショック以前の為替の円安水準に於いては、ドル、豪ドル、ユーロ高を背景とした、欧米からの観光客が訪日観光客の重要なポジションを占めていたことは間違いないであろう。しかしリーマンショック以降の世界同時不況に至りそのポジションは低下傾向にある、一方で総額 80 兆円の内需刺激策を取り年率 10%の成長を続ける中国、その高度成長を背景とした中国人観光客のポジションは今後益々高まっていくことが予想される。

(2)観光ビザ発給要件の緩和による対象世帯の増加

2010 年 7 月より個人観光ビザの要件の見直しが行われた。その結果対象世帯数は従来の 160 万世帯から 1,600 万世帯に増加する見通しである。これは総人口の約 15%、およそ 2 億人と推計されている。

(3)政府介入による為替の安定

また為替の急激な円高は相手国通貨の交換比率を弱め相手国訪日観光客の購買意欲を削いでしまうが、中国の人民元は中国政府の事実上の管理下にあるので、現在、為替の急激な変動は見込みづらいうえに、欧米各国からの人民元切り上げ圧力でむしろ中国人観光客の購買力は更に強まることが期待される。

(4)名目値以上に高い可処分所得と決済システムの拡充

中国人観光客の年収要件から、どれほどの経済効果が見込まれるだろうか？

基本的に中国のＣＰＩ（消費者物価指数）は、年率で 5%上昇しているが、まだ物価水準は日本の 1/5 程度であるので、年収 100～300 万円くらいの中間層の可処分所得は意外に高い。また、戦後　我が国でも外貨の持ち出し制限があったように、現在、中国政府も 5,000 米ドルの持ち出し制限を設けてはいるが、銀聯カードのデビッドカード機能を使えば、銀行残高一杯の買物も可能である。ちなみに中国人観光客の決済の 25%が銀聯カードで行われている。

＊銀聯カードとは中国人民銀行が設立した銀行間ネットワークシステム運営会社「中国銀聯」が発行するデビッド（キャッシュ）カードである。現在 21 億枚が発行されている。日本国内では 2005 年より三井住友カードを事業パートナーとして加盟店募集を開始して、2009 年 12 月現在の加盟店数は 150 万店を超え、利用状況もここ数年で急拡大し、2008 年には 130 億円となっている。

導入の窓口は従来、三井住友カード 1 社であったが、2010 年秋からは三菱ＵＦＪニコスも取り扱いを開始することとなっている。

(5)中国人向け観光ビザ解禁の歴史

2000年9月　団体観光ビザが解禁される。
この時点では年収要件はないが、日本側及び中国側の旅行会社各1名の添乗員が必要とされた。

2009年7月　個人観光ビザが解禁される。対象者は、十分な経済力のある者（年収要件は公表されていないが、年収25万元{約350万円}以上と推定されている。）と同行する家族（3親等以内）
日本側旅行社の身元保証を得た上で、中国側旅行社を通じてビザ発給を申請する。添乗員の同行は不要となる。

2010年7月　個人観光ビザの見直しが行われる。対象者が一定の職業上の地位及び経済力のある者（年収要件が6万元｛約84万円｝）以上に緩和されたと推定されている。また本人の同行なしでも、2親等以内の家族へのビザ発給が可能となった。
従来のビザ受付窓口であった北京、上海、広州に瀋陽、大連、青島、重慶の4公館が追加されて7公館体制に、中国の取り扱い旅行会社は48社から290社に拡大した。

2010年7月までの中国人観光客は累計86万9千人と昨年比60%増と順調に伸びている。

現在は認められない外資系企業による中国人の海外旅行業務の取り扱いが開放される見通しとなった。2010年8月、日中韓観光担当相会合に出席した前原国土交通大臣に対して邵琪偉国家観光局長が「早ければ年内に法改正を行う。」と表明した。実現すれば、日本の旅行会社による新たな観光ルートの開拓に繋がり、更なる旅行者の取り込みが期待される。

(6)中国人観光客の特徴

①　中国人観光客の訪日動機の1位はショッピングである。昨今、多くのメディアで取り上げているがその一人当たりの物品購入額は他国の観光客のそれを圧倒している。

中国	116,568円
韓国	30,066円
台湾	70,191円
アメリカ	25,304円
イギリス	27,525円
オーストラリア	43,290円

（出典　訪日外客消費動向調査2007-2008）

② 中国人が描く日本の一般的なイメージは「東京」と「富士山」。春は「桜」であり、人気のツアーには、必ず富士山とディズニーランドが組み込まれている。「温泉旅館に泊まりたい。」というリクエストも多く、今後、個人旅行者が増加していけば、ゴルフ場に対する需要が増加するものと予想される。

③ 現在、中国人観光客の旅行形態は団体旅行であり、その移動手段は大型バスがメインである。関西空港から入国して関西地区 2 泊、富士・箱根地区 1 泊して、ディズニーランドと東京地区で 2 泊して成田空港から帰国すると言ったルートが好まれている様である。

(7)中国人観光客を取り込む各地の動き

① 冨ノ湖ホテル　　山梨県　南都留郡　富士川口湖町

観光地に於ける全国初となる、アジア圏からのインバウンドをメインターゲットに 2001 年 12 月開業した。客室数 92 室、現在の客室稼働率は 90%近い。（基本的に客室稼働率は 70%が損益分岐点近辺とされている。）　因みに中国人観光客は全体の 4 割を占めている。同社の強みは、

1)外国人の生活習慣に合わせた館内装備（客室を全室ツインタイプに、内風呂の代わりにシャワー室を設置）、朝夕バイキングのみの提供などによる徹底した合理化で 1 泊 2 食付き 6,500 円（税・サービス込み）の低価格を実現していること。

2)富士山という中国人にとって魅力的な観光資源が地域内にあること。

である。

② 千葉県　木更津市

1998 年胡錦濤国家主席が東京湾アクアラインと近郊の農業視察を行ったのを契機に、2004 年水越勇夫市長を代表とする市首脳部が訪中し、北京、上海で旅行会社を通じて木更津市への来訪を呼び掛けるプレゼンテーションを実施するとともに現地政府の行政関係者にあいさつまわりを行う。当時、ビザ発給の要件が添乗員同行などの条件があり、農業・商業関係の公的機関に対する招聘状の送付から行政視察目的の団体客の受け入れが始まった。以降、年間 10 件程度の行政視察団の来訪を突破口に民間の旅行会社やホテルが営業活動を活発化させて、中国人観光客の木更津市内ホテル利用者数は 2004 年　106 人　　2005 年　2,089 人　　2008 年　1 万人突破　　2009 年　26,162 人と右肩上がりに増加し、中国人観光客の占める割合はおよそ 9 割に達している。

現在、次の一手として、宿泊がメインの中国人観光客を市内の観光スポットや商業施設に誘導する目的で中国語の市内観光マップを 1 万部作成して市内のコンビニ、飲食店に配置したり、国際交流協会の協力のもと市商工観光課主催で中国語講座の開催を検討し、更なる“おもてなし”の充実

を図ろうとしている。

③　長崎県　長崎市　浜ん町 6 商会

長崎市中心部 6 商店街（加盟店数約 450 店）で構成されている「浜ん町 6 商会」では中心商店街活性化の起爆剤として、長崎港に寄港する国際ショートクルーズ船の中国人観光客を取り込む試みを始めている。その為に浜ん町 6 商会では

1)2008 年 2 月　大都市圏以外の商店街として始めて銀聯カードを大規模導入している。

2)大型バスの駐車スペースを確保している。

3)案内所を造り、中国語のできるスタッフを配置している。

(8) 中国人観光客の誘致の問題点

①　まず挙げられるのは、日本人との生活習慣との違いである。

1)中国では風呂に入る習慣がない為、風呂のルールが解らない。

2)人前で大きな声で話す。

3)トイレの紙の流し方が現在、観光地で問題になっている。

等々トラブルも発生している。

②　中国人の場合、特にプライドが高いので、中国語のみの「注意喚起」や「取扱説明」はクレームに発展することもあるので、英語で併記しておく配慮を忘れてはならない。また、繁体字の表記は、現状理解されていないので、簡体字の表記が必要である。

③　現在は中国の旅行社の組成する団体旅行がほとんどであり、リピート率が 1 割程度であり、これは個人旅行の割合が高い台湾の旅行者のリピート率 6 割に比べて低い数字である。今後、より深い日本の魅力を提示できる多様な観光ルートの拡充でリピート率の向上を図ることが求められている。

④　2010 年 9 月の尖閣諸島周辺での海上保安庁の巡視船と中国漁船との衝突事件は、中国人のナショナリズムを刺激し、その影響からか 1 万人規模の中国企業の社員旅行がキャンセルされるなど、不安要素が顕在化した。特に中国の場合、歴史問題・領土問題等が別の意味でのカントリーリスクとなるので注意が必要である。

第 2 章　外国人の滋賀県観光の動向

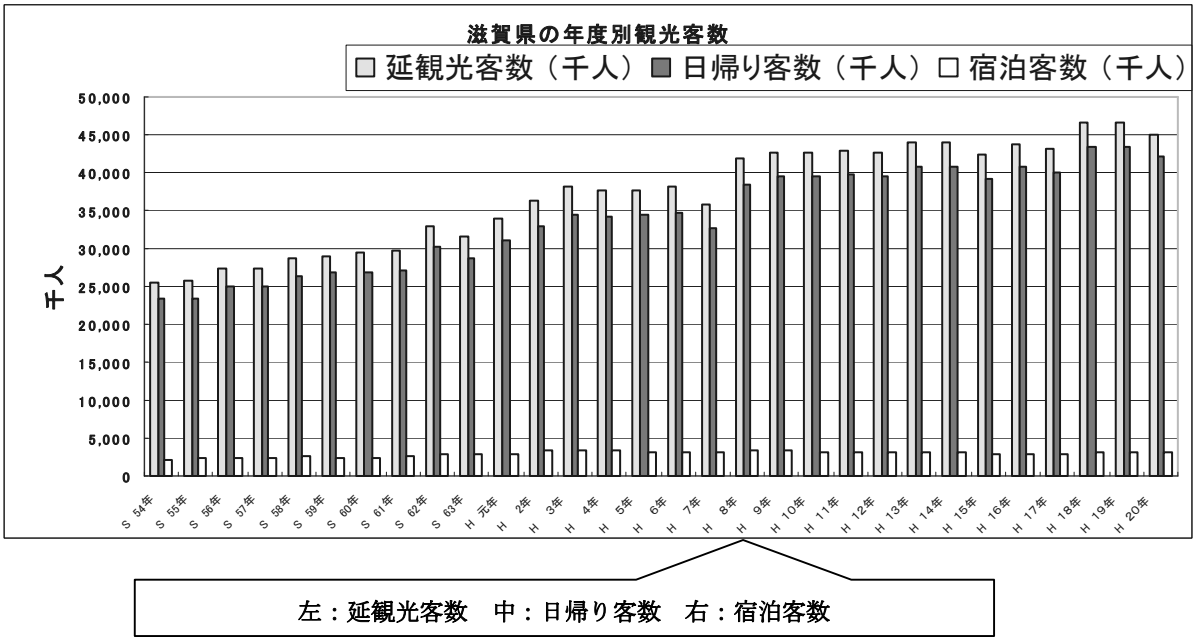
1. 滋賀県への観光客数の推移

(1)年度別延べ観光客数の推移

外国人の滋賀県観光の動向を分析するに当たり、先ず滋賀県への延べ観光客数の年度別推移を調査した。「滋賀県観光入込客統計調査書」によれば、平成 20 年の延べ観光客数は前年比 3.4%減の 4,507 万人であった。これを時系列に、日帰り客・宿泊客別に見ると下図の通りである。29 年前の昭和 54 年との比較では宿泊客の伸び（1．4 倍）が日帰り客（1．79 倍）を下回っているのが特徴である。今後は滋賀県への観光客の宿泊者数の増加対策が必要と考える。

（出典「滋賀県観光入込客統計調査書」）

	A　　昭和 54 年	B　　平成 20 年	倍率（B／A）
延べ観光客数	25,583　千人	45,072　千人	1.76　倍
うち日帰り客数	23,432　千人	42,013　千人	1.79　倍
うち宿泊客数	2,150　千人	3,069　千人	1.42　倍



＜参考＞「平成 17 年滋賀県観光動態調査」の概要

①　中高年層の来訪が 55%と前回調査（平成 12 年）の 33．1%に比べ増加。

②　自家用車を利用した家族での日帰り観光が主流、観光目的は「自然観光」「休息・保養」「歴史文化」の順。

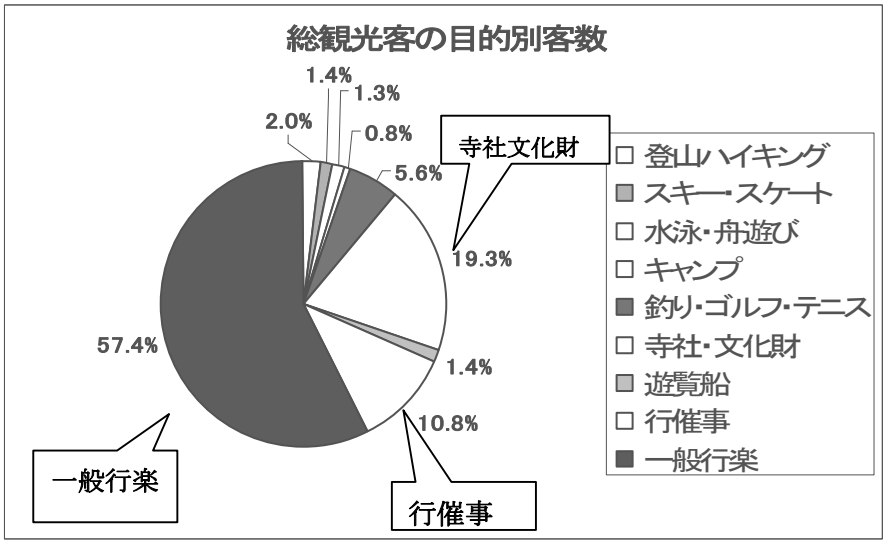
③　日帰りが増加傾向、宿泊客の割合いは 22．1%で殆どが 1 泊。

④　観光案内の参考には「ガイドブック」「インターネット」「雑誌」等様々な情報源が活用され、リピーターが多い。

⑤　来県する外国人の訪問観光地は主として京都（76．2%）、大阪（59．5%）となっている。

(2)目的別観光客数の内訳　（平成 20 年）

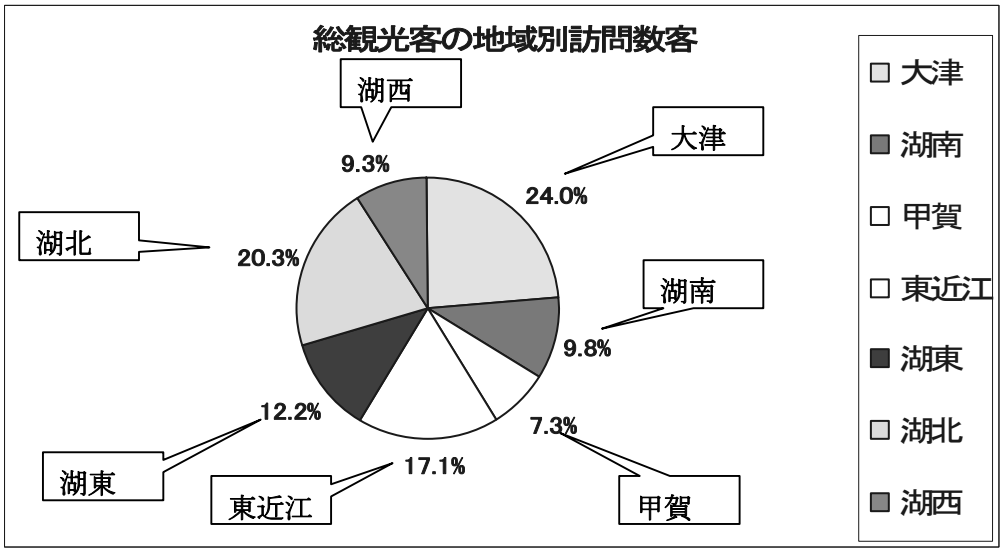
目的別では「一般行楽」が 57.4%と最も多く、続いて「寺社・文化財」が 19.3%となっている。



（出典：「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）

(3)地域別観光客数の内訳　（平成 20 年）

地域別では「大津」が 24%と最も多く、「湖北」20.3%、「東近江」17.1%「湖東」12.2%と続く。



（出典：「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）

（4） 滋賀県観光地入込客ベスト 30（平成 20 年） （出典：「H20 年滋賀県観光入客統計調査書」）

順位	観 光 地 名	市町名	入込客数（人）
1	黒壁ガラス館	長浜市	1,937,500
2	多賀大社	多賀町	1,689,800
3	滋賀県希望が丘文化公園	野洲市、湖南市、竜王町	727,000
4	比叡山ドライブウェイ	大津市	726,000
5	道の駅 藤樹の里あどがわ	高島市	700,400
6	伊吹の里（道の駅）	米原市	645,900
7	彦根城	彦根市	645,600
8	道の駅 竜王鏡の里	竜王町	609,500
9	八幡堀	近江八幡市	595,200
10	日牟礼八幡宮	近江八幡市	586,400
11	長浜オルゴール堂	長浜市	546,100
12	延暦寺	大津市	533,300
13	豊公園	長浜市	528,200
14	みずどりステーション（道の駅）	湖北町	527,100
15	道の駅 びわ湖大橋米プラザ	大津市	496,000
16	奥比叡ドライブウェイ	大津市	428,000
17	琵琶湖ホテル	大津市	425,400
18	滋賀県立琵琶湖博物館	草津市	416,600
19	びわ湖鮎家の郷	野洲市	404,500
20	道の駅 くつき新本陣	高島市	369,700
21	近江神宮	大津市	366,000
22	びわ湖大花火大会	大津市	350,000
23	あいとうﾏｰｶﾞﾚｯﾄｽﾃｰｼｮﾝ（道の駅）	東近江市	346,300
24	あがりゃんせ（スパリゾート雄琴）	大津市	344,700
25	アグリパーク竜王	竜王町	325,300
26	滋賀県立陶芸の森	甲賀市	317,500
27	夢京橋キャッスルロード	彦根市	316,000
28	マキノ高原	高島市	307,500
29	道の駅草津 グリーンプラザからすま	草津市	303,700
30	滋賀農業公園ブルーメの丘	日野町	302,700

（公開了承施設についてのみ掲載しています。）

(5)「平成 17 年滋賀県観光動態調査」の報告

平成 17 年に滋賀県を訪れる観光客の動向を高い精度で調査分析し、今後の観光振興施策に反映することを目的に表記の動態調査が行われた。本調査結果は、観光動態調査（回答数 9,394 人）及びイベント調査（回答 1,898 人）の結果概要を平成 12 年と比較しながらまとめ、滋賀県観光の実態を把握したもので、併せてコンベンション調査（回答者 184 人）、外国人観光客調査（回答者 93 人）も結果報告されている。

① 観光動態調査概要

滋賀県を訪れる観光客

1） 中高年の比率が高まり、他府県からの流通―大阪府・兵庫県・愛知県―が増加

2） 自家用車を利用した、家族での日帰り観光が主流。情報源はガイドブック、インターネット、口コミと多様に活用。 宿泊する観光客は 22%で概ね 1 泊。

3） 四季を通じて、自然の風景を見ることが好まれる。地域別では湖北、大津・志賀が人気を集める。隣り合う地域間では、観光客の流動がみられる。

4） 観光目的の「歴史文化」が減少し「その他」が増加。観光地への期待の細分化、家族・友人と休日を過ごすこと自体の目的化が進行中か。

5） 35%以上が 6 回以上訪問のリピーター。再来訪の頻度は「必ず」「たいてい」行くが減り、「たまに」行くが増加。

6） 前後泊の場所は、京都府がトップだが、大きく減少。福井県など県以北、岐阜県、三重県が増加。

7） 県内での宿泊費は 1 万円前後、飲食・交通・土産品購入費は 5 千円以内。
土産品購入の意欲は高まっている。

観光消費による経済波及効果の推計（平成 17 年）

資料：県商業観光振興課「平成17年滋賀県観光動態調査報告書」

② イベント調査結果報告

滋賀県のイベント来訪者

1） 中高年の比率が高まり、他府県からの流入―大阪府・兵庫県・愛知県―が増加。

2） 初めて参加した来訪者が増加し 56%に。イベントが新しい観光客を集めている。
一定数のリピーターも存在する。

3） 友人・知人と誘い合い、家族と一緒に日帰りで参加が主流。概ね自家用車を利用し、
27%が他の観光地へ立ち寄る。14%が宿泊し、大半が一泊。

4） イベントの評価は高く、参加動機の上位に、「以前に来てよかったから」「前から行きたかったから」が
はいる。ただし、評価は厳しくなる傾向があり、「満足」が減少し、「普通」が増加。再来訪の意向は増加しており、全体の満足度は高い。

5） 四季を通じて自然の風景や花見が好まれ、春と夏は祭り・イベントが人を集める。
地域別では、冬は湖北、春は東近江の人気が高い。

6） 宿泊費は 1 万 5 千円、または 3 万円以上に二極化の傾向。交通費は 5 千円以内。
飲食・土産品購入費は 2 千円以内。土産品購入の意欲は高まっている。

③ コンベンション調査結果報告

滋賀県のコンベンション来訪者

1） アンケート回答者（184 人）に限れば、中高年層が中心。京都府・兵庫県・大阪府からの来訪が多く、
中国・四国・九州地方（17%）、関東地方（9%）からも来県している。

2） 滋賀県への来県については、初めての人、2 回目の人が各 17%あり、コンベンションが初来県の契機となっている。

3） コンベンションは一人で参加する人が多い。日帰りが 45%、県内での一泊が 43%、二泊が 9%となっている。前後泊する人は 34%で、前後泊地は京都が多い。

4） 県内で観光した人は 17%にとどまり、今後の対策が必要。訪問先は大津・志賀、湖北、東近江で、観光の満足度は高い。

5） 滋賀県はコンベンションにおいて適地との回答が 73%にのぼる。コンベンションの誘致推進が期待される。

6） 宿泊費は 7 千円―1 万円が主流。飲食費はまちまちで、5 千円以内、または 7 千円以上に分かれる。
交通費は 2 千円以内。土産品購入費は 3 千円以内。

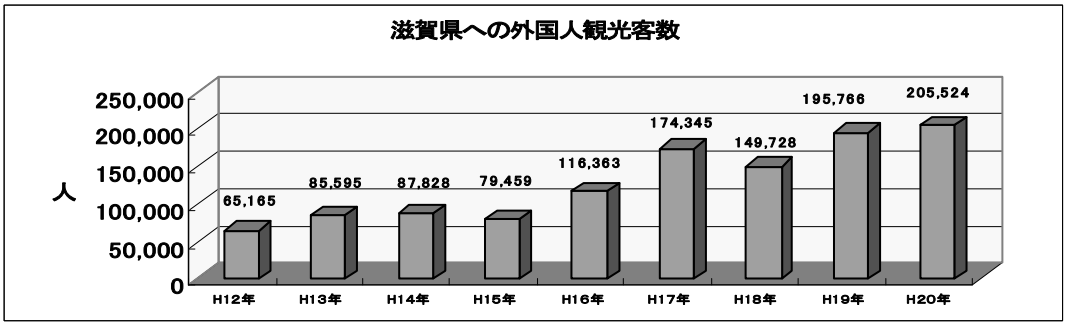
2. 外国人の滋賀県観光の動向

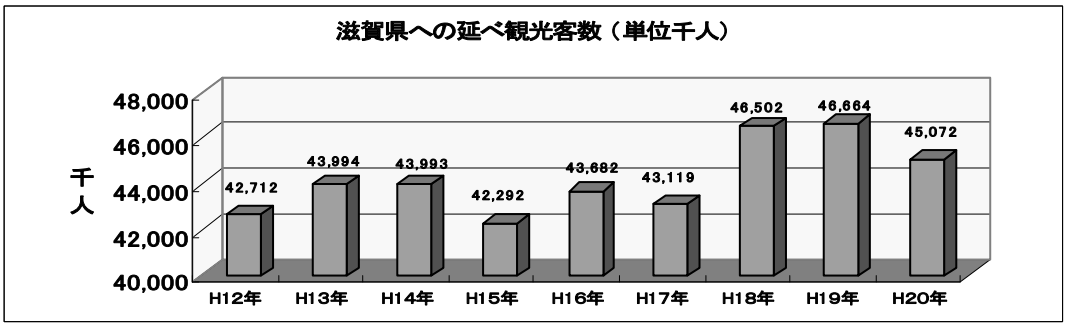
(1)滋賀県への外国人観光客の推移

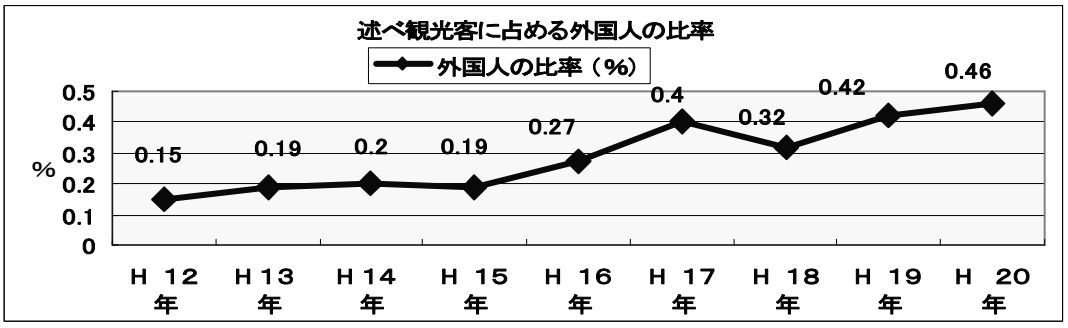
平成 20 年の外国人の滋賀県への観光客数は 20 万 6 千人（前年比 5%増）と 20 万人を突破した。8 年前の平成 12 年と比較すると次の通り 3.15 倍と延べ観光客数の 1.06 倍を大幅に上回っている。

	A 平成 12 年	B 平成 20 年	倍率(B／A)
外国人観光客数	65,165 人	205,524 人	3.15 倍
延べ観光客数	42,712 千人	45,072 千人	1.06 倍

（出典:「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）



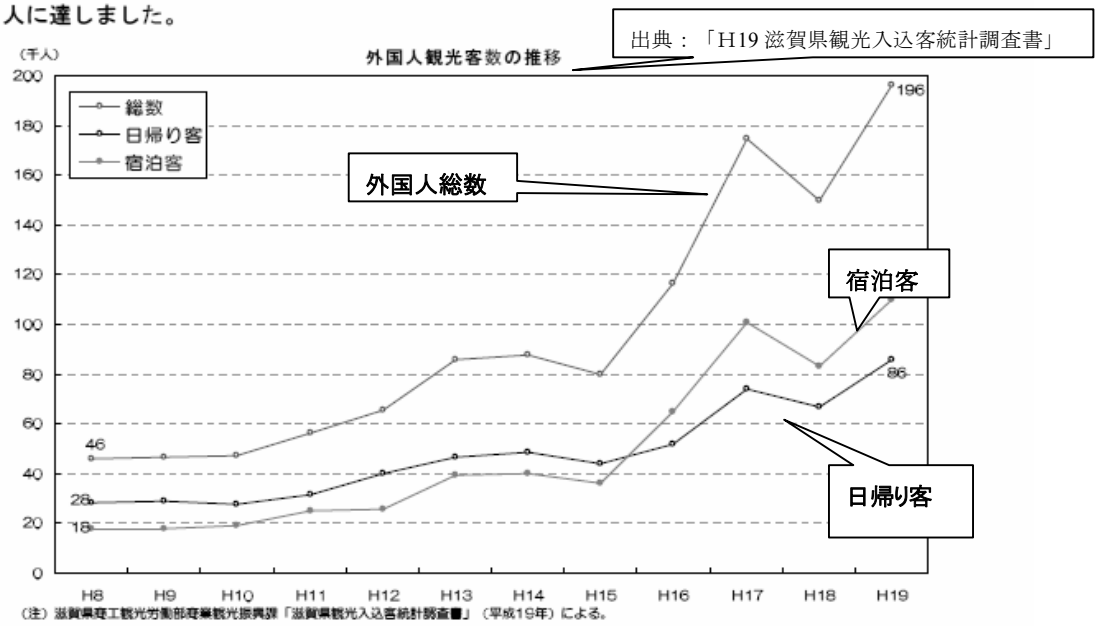




＜参考＞ **滋賀県における外国人観光客の動向**

①外国人観光客数は増加の傾向

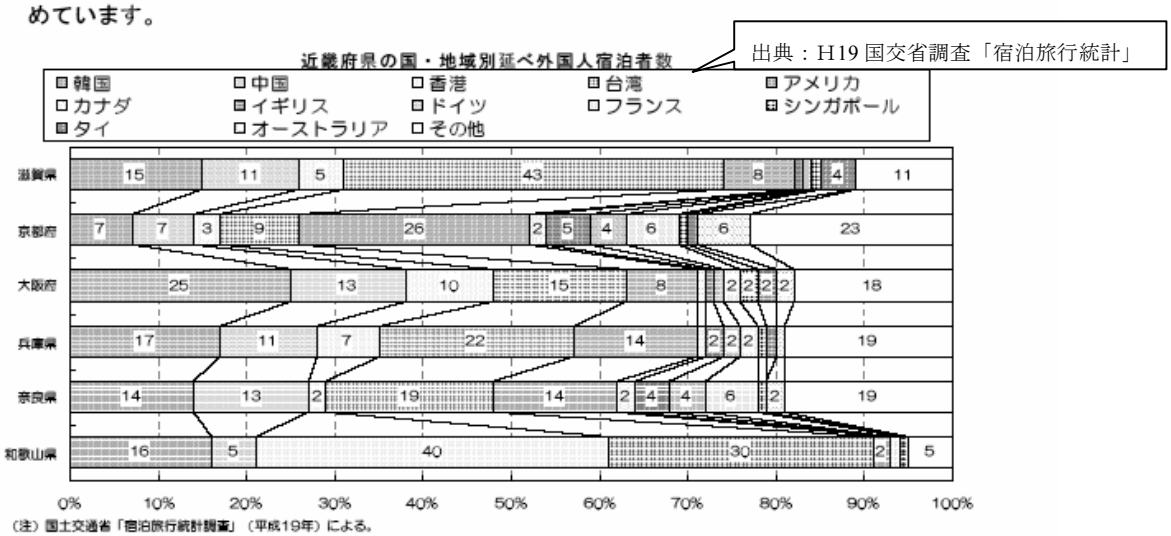
滋賀県を訪問する外国人観光客数は年々増加し平成 19 年には過去最高の 19 万 6 千人に達しています。また平成 16 年以降、宿泊客数は日帰り客数を上回り、平成 19 年には 11 万人に達しました。



（注）滋賀県商工観光労働部商業観光振興課「滋賀県観光入込客統計調査書」（平成19年）による。

②高い東アジアからの来訪者の割合

滋賀県の外国人延べ宿泊者の国・地域別の割合は、兵庫県、奈良県とともに台湾からの来訪者が多く、京都府はアメリカ、大阪府は韓国、和歌山県は香港がそれぞれトップを占めています。



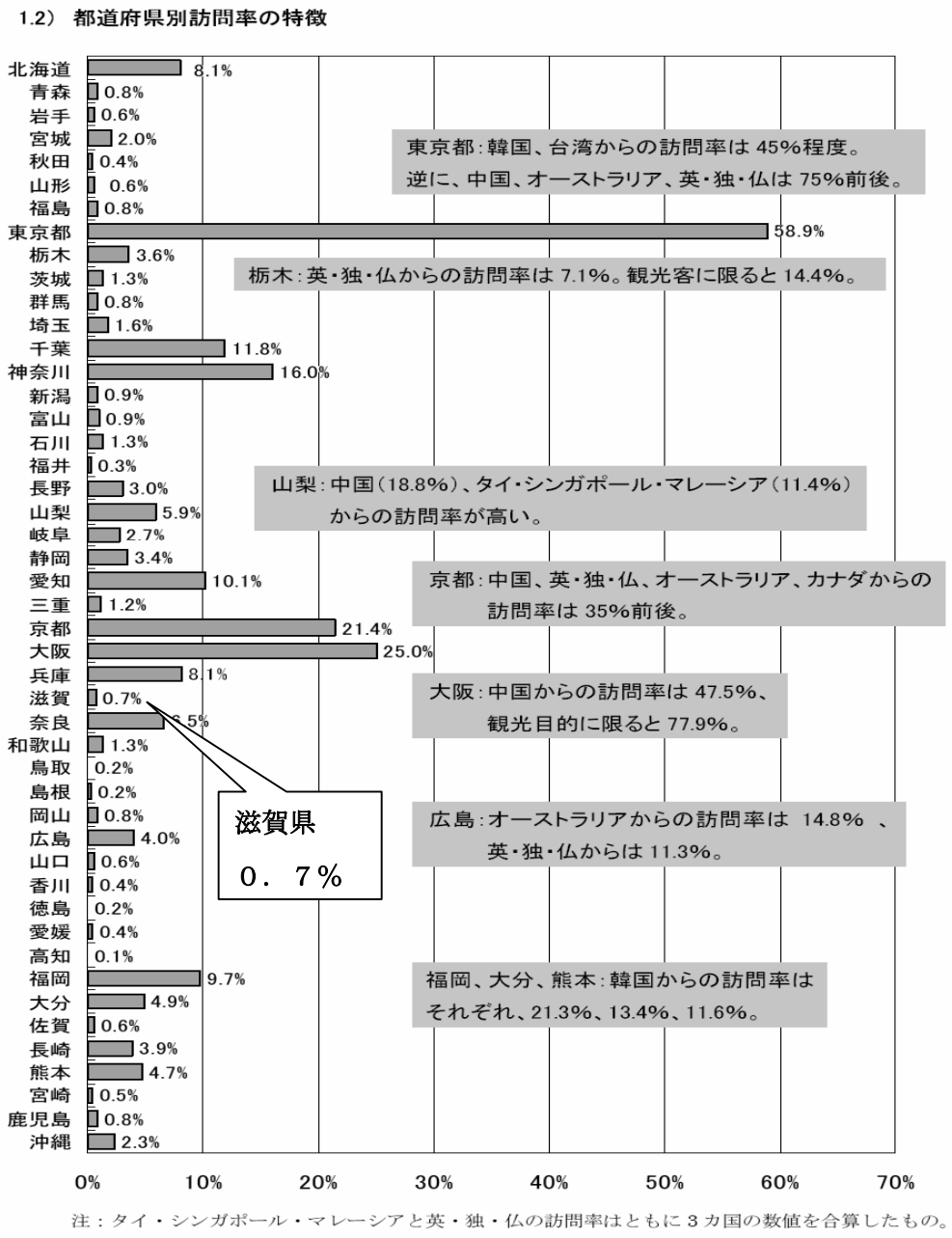
（注）国土交通省「宿泊旅行統計調査」（平成19年）による。

＊滋賀県への**外国人宿泊者**　順位

1 位台湾（43%）　2 位韓国（15%）　**3 位中国（11%）**　4 位米国（8%）　5 位香港(5%）・・・

(2)外国人観光客数の都道府県別比較

ＪＮＴＯ（独立行政法人国際観光振興機構）の「2008 年訪日外客訪問地調査結果」による外国人の都道府県別**訪問率**は滋賀県 **0．7%**と東京都 58.9%、大阪 25%、京都 21.4%等に比べ極めて低い。

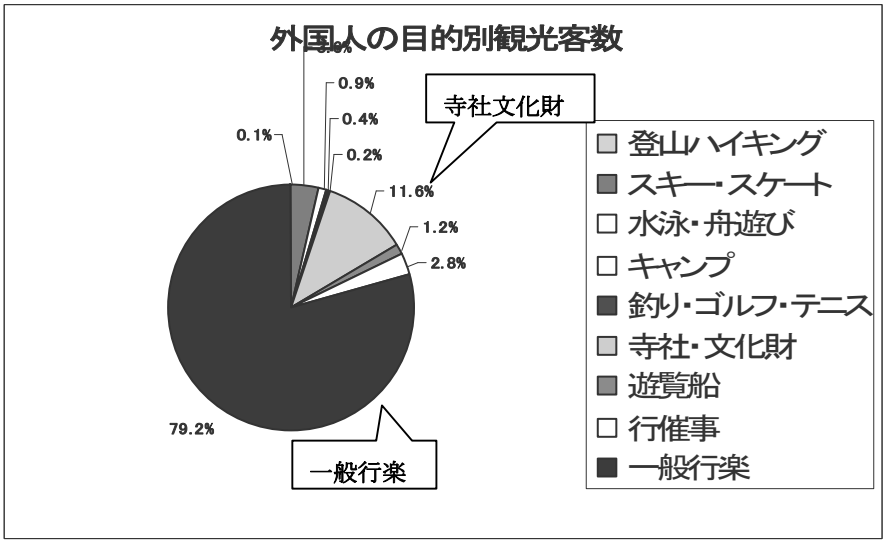


注：タイ・シンガポール・マレーシアと英・独・仏の訪問率はともに３カ国の数値を合算したもの。

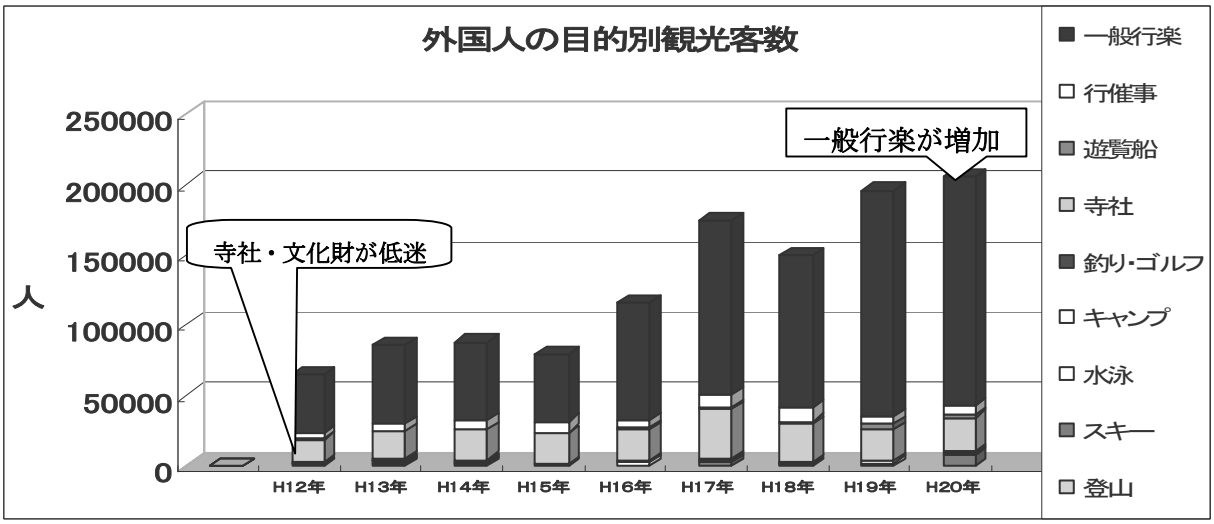
2

(3)滋賀県における外国人の目的別観光客数の内訳（平成 20 年）

目的別には平成 20 年実績で「一般行楽」が 79．2%と圧倒的に多く、次いで「寺社・文化財」が 11．6%である。時系列で見ると「一般行楽」が増加傾向にあるものの「寺社・文化財」への観光が伸び悩んでいる。滋賀県の所有する優秀な歴史的財産である「寺社・文化財」への外国人観光客の誘致策の強化が望まれる。



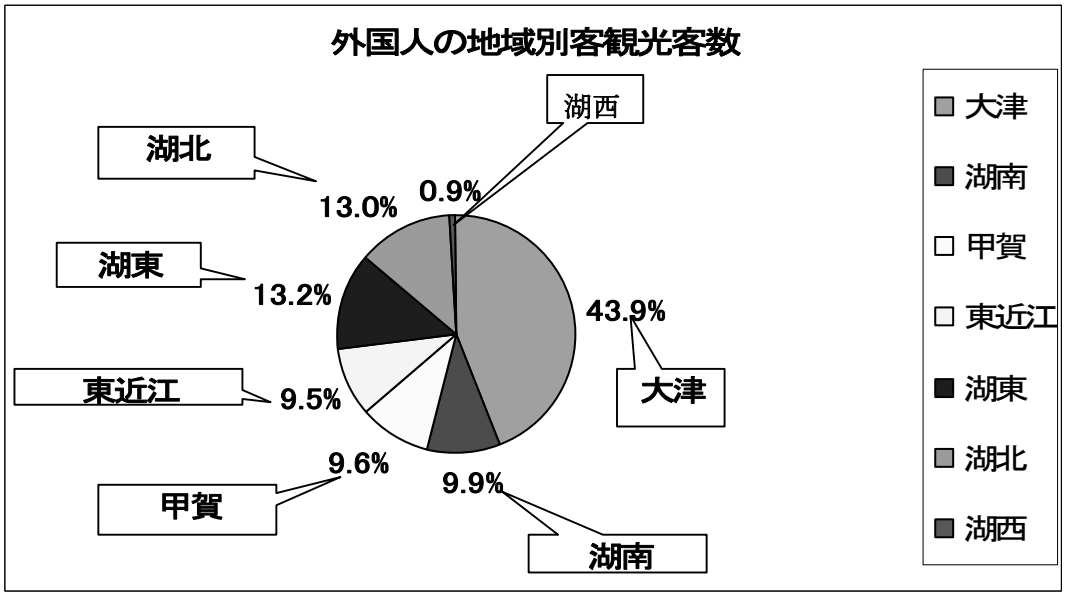
（出典:「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）



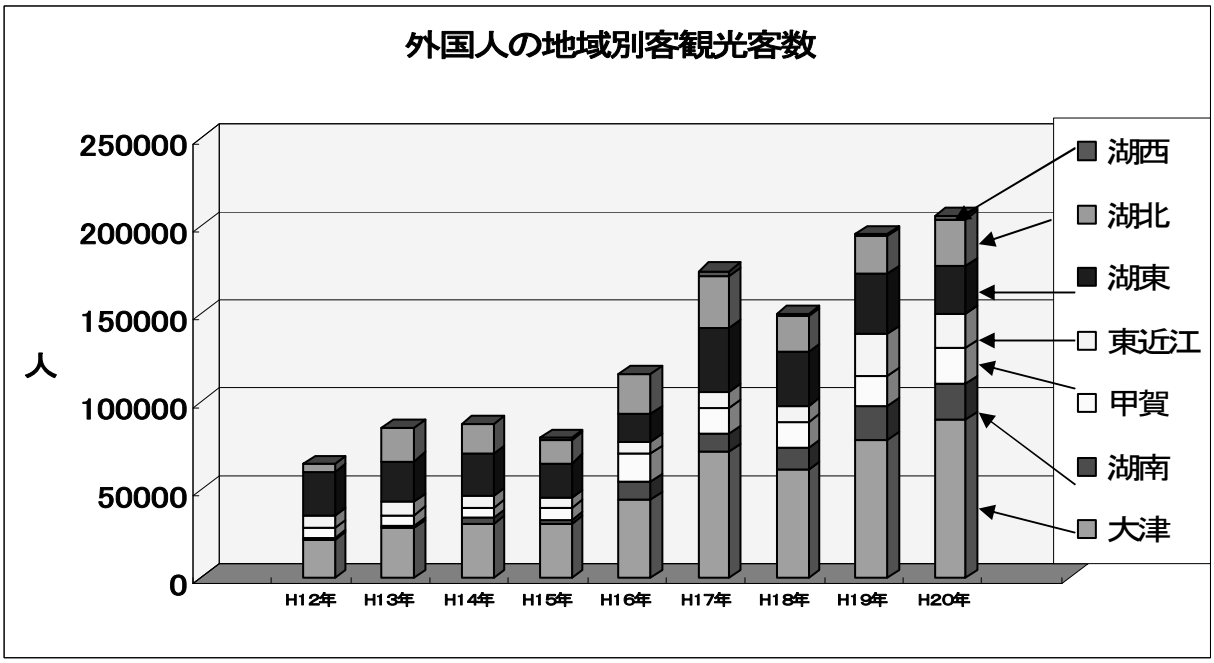
（出典：「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）

(4)外国人の地域別観光客数の内訳（平成 20 年）

平成 20 年の地域別では「大津」が 43．9%と圧倒的に多く年々増加傾向にある。次いで湖北、湖東が 13%台、湖南・甲賀・東近江が各々約 10%となっている。



（出典:「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）



（出典:「H20 滋賀県観光入込客統計調査書」）

(5)滋賀県に於ける「外国人観光調査」の報告　（平成 17 年滋賀県調査）

①　滋賀県に於ける平成 17 年の「外国人観光調査」結果

この調査は県内の宿泊施設において、来訪外国人客にアンケート調査を実施したものである。

その調査結果の概要は次の通りである。　・・・・・回答件数 93 件

滋賀県の外国人観光客

1)アンケート回答者(93 人)に限れば、台湾･中国･北米からの来訪が多く、26-45 才が中心、男性が 66%と多い。

2) 到着空港は関西国際空港が 60%、成田空港が 25%。出発空港の比も略同じ。観光地は京都府･大阪府を中心に愛知県(愛知万博)･東京都･滋賀県。

3) 初来日の人が 27%。4 回以上が 54%。訪日目的は観光が半数、ビジネスが半数。同行者は仕事の関係が 30%、家族が 26%。5 人以上での来日が 57%と多い。

4) 滋賀県への来県については、初めてが 48%、4 回以上が 40%。滋賀県での滞在日数は 1 日が大半で 71%を占める。

5) 県内での訪問地として大津･志賀、湖東があげられており、観光の満足度は高い。多言語での案内･サインについて、整備されていないとの回答は 11%にとどまる。

6) 土産品「欲しいものがある」は 24%。概ね購買意欲を喚起している。

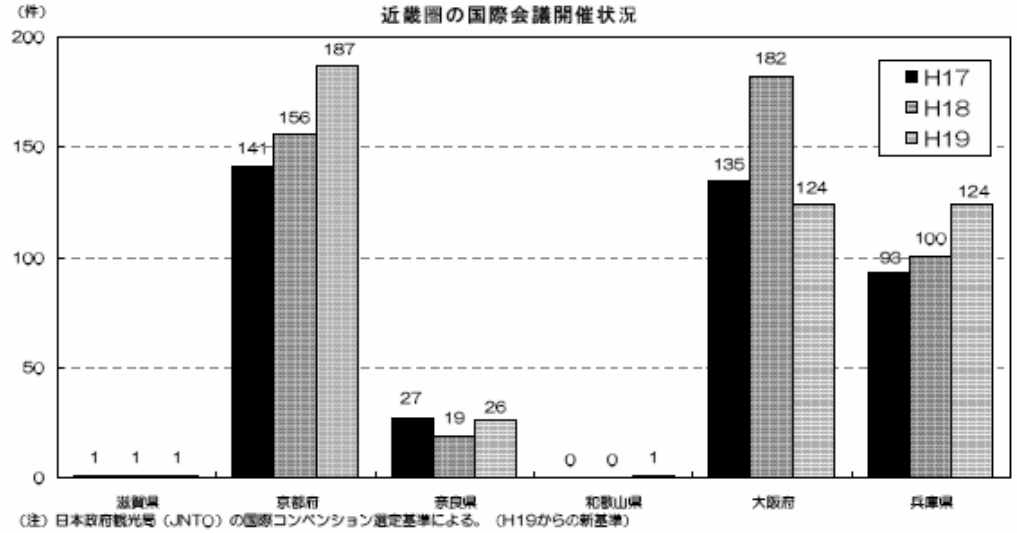
(6)滋賀県における国際会議開催の現状

国際コンベンションの開催状況 （出典： H21「新・滋賀県観光振興指針」 ）

少ない滋賀県の国際会議の開催数

近畿圏で行われる国際会議の開催状況は、京都府、大阪府、兵庫県が多い傾向にあります。

滋賀県は、近年３ヵ年とも開催回数は１回であり、極めて少なくなっています。



（注）日本政府観光局（JNTO）の国際コンベンション選定基準による。（H19からの新基準）
当該基準では、国際機関・国際団体(各国支部を含む)または国家機関・国内団体(各々の定義が明確ではない為、民間企業以外は全て)が主催する会議で、参加者総数が50名以上、参加国が日本を含む3カ国以上、開催期間が1日以上のものを対象とする。但し、私企業による企業内会議、大学などの研究機関が行なう講義、投資の勧誘を目的とした投資セミナー、観光客誘致を目的とした観光セミナー、学習を目的とする研修会は対象としない。

第 3 章　滋賀県の観光資源

1. 豊富な観光資源

滋賀県は琵琶湖とそれを取り巻く山河等の豊かな自然、国内有数の歴史遺産・史跡、伝統的街並み、祭りや行事、様々なレクレーション施設など、魅力的な観光資源を有している。滋賀県の六分の一を占める日本一の湖、琵琶湖。そして、それを取り巻く 1000m級の比良山地、伊吹山地、鈴鹿山脈がある。それぞれから 118 本の河川が琵琶湖に流入している（支流を含めると 509 本）。山々から琵琶湖を眺める景色は絶景である。竹生島や沖ノ島がある琵琶湖から山並みや対岸の移りゆく景色を見ながらのクルージングは心と体を癒してくれる。

滋賀県は琵琶湖を中心としたドーナツ型の地域であるが、彦根市の南、愛知川という川を境にして、北と南の気候が全く異なっていることである。この線から北の気候は日本海型であり、寒くて風も強く、豪雪地帯である。愛知川以南は、京阪神と同じ太平洋型であり雪もほとんど降らず積もらない。県北はこのために、冬景色を満喫でき、冬季スポーツ（スキー等）が盛んである。県民気質も実際に歩いていただければ、違いが分る。観光資源も気候の違いを心に留めて見ていただくと、更に興味が湧いてくる。

滋賀県が有する国宝は 55 件、京都府・東京都・奈良県・大阪府に次いで全国で 5 位である。重要文化財は 806 件で、東京都・京都府・奈良県に次いで全国 4 位と多数である。山々や琵琶湖を借景にした寺院等に国指定の名勝も数多くある。

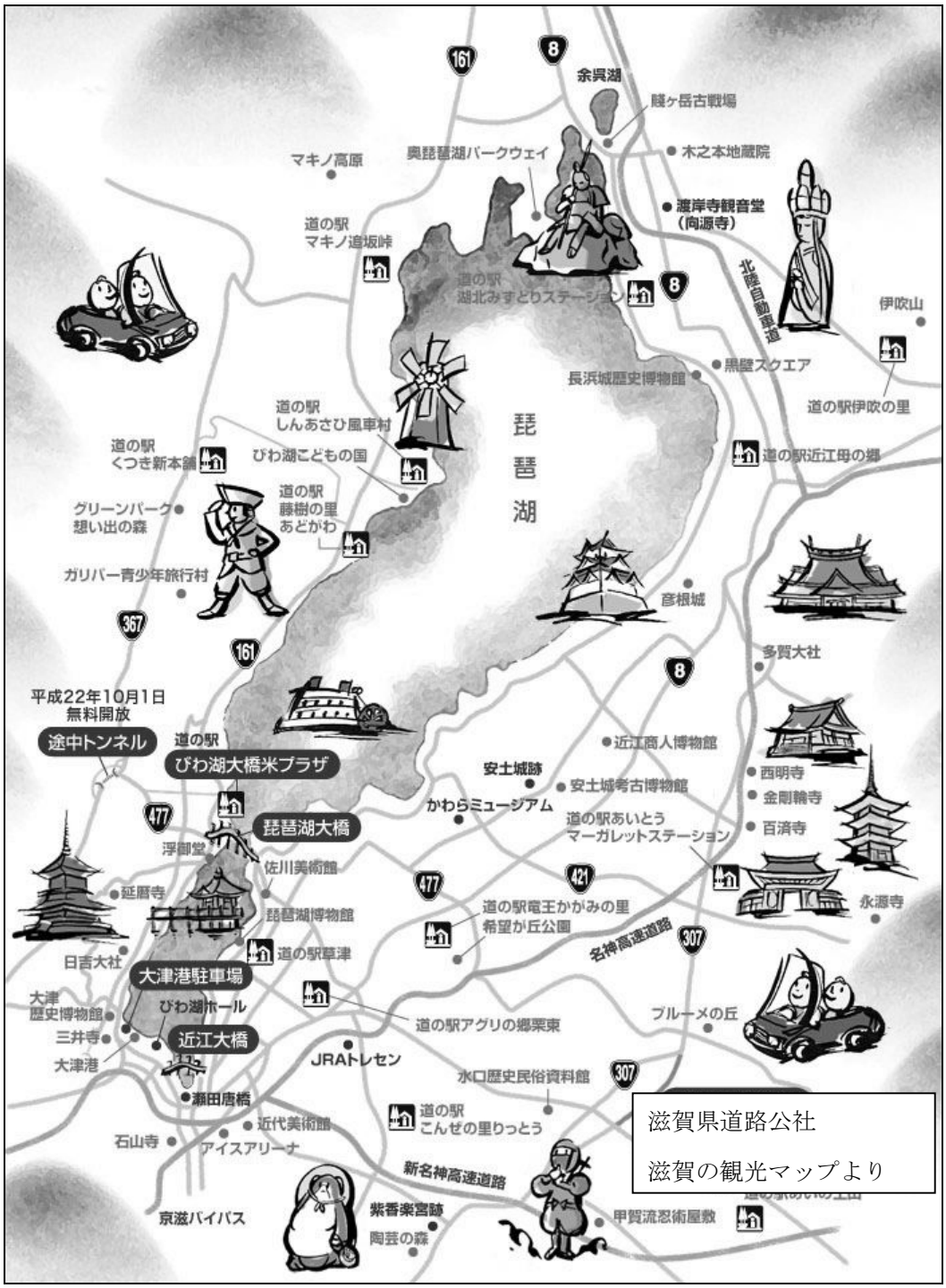
神社仏閣、仏像等々は、信仰の対象。崇敬すべきものだが、見学者は必ずしもそうではなく、芸術・美術・彫刻等々として鑑賞をしている。しかし、外国の観光客がそれらを観ることにより感動が生まれてくるのも事実である。

名所旧跡は本当に沢山ある。そのどれもが優れていて、本当に甲乙付けがたい。特に地元の人たちにとっては掛替えのないものである。何時も一番と思って接しているはずである。滋賀県を訪れていただく海外の観光客、ビジネスマン、親戚や知人への訪問客等々に滋賀県の良さを知らせるシーンを考えた。

外国人にまず訪れていただきたい場所・観光資源からアピールする 5 カ所を選び出した。訪れた人達が感動と興奮を呼ぶ、（1）日本人の心の『故郷』（2）日本の代表的な建築物である『城』、（3）滋賀県で一番観光客が来訪する『場所』、（4）観る人を魅了する『美術館』、（5）話題の『商業施設』、以上を最初に紹介する。

その後、滋賀県の国宝建築物、琵琶湖八景等々と続く。次ページは、滋賀県の観光地図で、観光資源は一部であるが、琵琶湖を中心に有力な観光資源が散在しているのが理解していただけると思う。

2. 滋賀県の観光地図



3.5 区分の代表

(1) 日本人の心の『故郷』

世界遺産にも登録されている、比叡山延暦寺である。延暦寺について特筆すべきは、鎌倉仏教の宗祖の多くがここで修行をしたことである。融通念仏宗良忍・浄土宗法然・浄土真宗親鸞・日蓮宗日蓮・曹洞宗道元・臨済宗栄西等、全ての出発は天台宗延暦寺ということになる。それゆえ、日本人の心

の『故郷』と言える。比叡山延暦寺を観光する事は日本人を理解する手がかりとなる。比叡山ドライブウエイ、奥比叡ドライブウエイからみる琵琶湖は絶景である。桜をはじめ、季節毎の花々は、心を癒してくれる。

比叡山には延暦寺という名の建物はなく、比叡山そのものが延暦寺を表している。その寺域は広大で、標高 843mの比叡山の山中に数百の建物があり、東塔・西塔・横川の三地域に分かれる。延暦寺は今から凡そ 1200 年前、伝教大師最澄が京の都の東北である鬼門を護り万民の豊楽を祈って根本中堂に不滅の法灯を掲げ、以来幾万の高僧名僧が三塔（東塔・西塔・横川）十六谷の三千の堂舎にこもって血のにじむ修行を重ねてきた霊山である。

① 東塔

根本中堂（附　須弥壇及び客殿　国宝）のある一帯は東塔とよばれ、延暦寺の中心である。根本中堂は、桁行 11 間・梁間 6 間の入母屋造で銅版葺き、全国で 3 番目に大きい木造建築で三方を回廊（国重文）で囲んでいる。まわりより低く、杉木立の中に威風堂々と存在している。内部は天台様式で、人々がすわる外陣が高く、一段低い中陣は天皇の御座所で、中央の本像木造薬師如来立像と同じ高さになっている。内陣は格子戸があってみにくいが、低く土間になっており、本尊を中陣と同じ高さに保つ大きな厨子があり、その前に、1200 年以上ともし続けられている「不滅の法灯」がある。

根本中堂の正面石段の上には文殊楼があり、背後には、大講堂（旧東照宮本地堂、国重文）がある。大講堂から西に行くと、戒壇院（国重文）がある。戒壇院の西に法華総持院が再建された。

② 西塔

椿堂から西側が西塔地域となり、すぐに常行堂及び法華堂（国重文）がある。この 2 堂は、下をくぐれる廊下（附指定で国重文）でつながっており、前後にかつぐ荷物のように見えるので、あわせて「弁慶のにない堂」とよばれている。法華堂の本尊は木造普賢菩薩坐像、常行堂は木造阿弥陀如来坐像で、ここで四種三昧行という苦行が行われる。中心は転法輪堂（釈迦堂、国重文）である。

③ 横川

横川は最澄の教えに従って円仁が開いた所で、東塔や西塔とは少し離れている。横川に入ると、まず目に付くのが、根本如法塔の朱色の姿である。横川中堂は、848 年に聖観音像と毘沙門天像を安置して円仁が建てたが、信長の焼き討ちで焼失。1604 年豊臣秀頼によって再建されたが、1942 年落雷により再び焼失。1971 年に再建され現在に至っている。本尊の平安時代作木造聖観音立像（国重文）は、度重なる火災のなか、すべての難を逃れて、当時の姿を保っている。

(2) 日本の代表的建築物である『城』

城の天守が国宝に指定されている彦根城である。他に姫路城、松本城、犬山城の三城が国宝となっている。まさに代表的建築物である。1603 年から始まった築城は 1622 年までには完成した。藩主の

井伊氏は譜代大名筆頭として、明治維新まで一度の移封もなく、しばしば大老職をつとめ、幕府の重責をになった。小藩が多い近江において、35 万石の彦根藩は、近江の石高の 5 分の 2 を占める大藩であった。江戸時代に槻御殿といわれた、玄宮楽々園（国名勝）がある。城下に夢京橋キャッスルロードがあり、観光客で賑わっている。彦根市には人気者の「キャラクター・ひこにゃん」が居る。

彦根城は平成 8 年に築城以来 5 回目の大修理が完了。屋根瓦の吹き替えと白壁を中心に行われ、現代に美しく蘇っている。

見どころ

① 天守

国宝彦根城天守は北西に附櫓がさらに長い多聞櫓が連なる。また、破風は変化の妙に富んでいる。天守一層目の軒に並ぶ八の「へ」の字形の切妻破風は、それぞれの大きさと奥行きに変化を持たせ、二層目は南北を切妻破風、東西を入母屋破風とし南北には唐風が設けられている。この組合せた類いなき希な美しさは見逃せない。彦根城の天守は、長方形で、表門から登ると目に入る東の面や、琵琶湖側から望む西の面は、そそり立ち端正な佇まいをみせる。逆に南、北の面はどっしりと幅が広く安定した面持ちである。また、一層目は、大壁の下に下見板が取り付けられ、窓は突き上げ戸になっている。

② 天秤櫓

表門から坂を上って行くと廊下橋（非常時には落とし橋となる）が見える。この橋を中央として左右対称に建てられているのが天秤櫓である。まるで天秤のような形をしているところから天秤櫓と呼ばれている。日本の城郭でこの形式のものは彦根城のみ。

③ 西の丸三重櫓

本丸の西側一帯を西の丸と呼び、その一番はずれにあるのが三重櫓である。10m以上の高い石垣の上に築かれている。三重櫓の東側一帯は桜の花が植えられ、春にはお花見のスポットとして賑わう。

④ 太鼓門櫓

本丸への最後の関門である太鼓門櫓は、東西の窓がなく、柱の間に高欄をつけ廊下にしている。登城合図の太鼓の音を響かせるためと考えられる。時報鐘の前に立ち、右に太鼓門を見ながら仰ぐ天守の雄姿は格別である。

⑤ 時報鐘

城全体に響くようにと『鐘の丸』より移されたもので、今でも定時に鐘がつかれ「日本の音風景百選」に選ばれている。

⑥ 佐和口多聞櫓

いろは松から彦根城を見る時、最初に出会う櫓。左手に見える櫓は 1771 年に再建されたもので、現在重要文化財に指定されている。

(3)滋賀県で一番観光客が来訪する『場所』

年間 200 万人近い来街者がある長浜市の『黒壁スクエア』である。北国街道と、長浜城から東に延びる大手門通りとの交差点は、江戸時代に高札が立ち、現在でも「札の辻」と呼ばれている。古くから長浜の中心だったこの辻に、明治 33 年第百三十銀行長浜支店が建てられ、壁が黒塗りだったことから「黒壁銀行」の愛称で親しまれていた。和洋折衷の重厚な建物は、その後様々な変遷を遂げ、平成元年「黒壁一号館・黒壁ガラス館」としてオープンした。低い鉄柵で囲まれた黒漆喰に白い窓枠モダンな外観、内部は玄関上部が吹き抜けになっている。一階はガラス製のアクセサリーや生活用品など、二階では、世界中からスタッフが直接買い付けたガラス製品を展示販売している。この一号館を取り囲むように、約 30 店が軒を連ねている。二号館のガラス工房では、初心者でも製作に参加することが出来る。また十号館の黒壁美術館では古代から現代までの世界のガラス作品を約 100 点常設展示し、ガラスアートの粋を観賞できる。近くに「長浜城」「豊公園」「長浜オルゴール」がある。

(4)観る人を魅了する『美術館』

美術館は「ミホ　ミュージアム」「佐川美術館」「滋賀県立近代美術館」の 3 館である。

①　「ミホ　ミュージアム」

建物の約 80%が地中に埋設されたユニークな建物で、自然、建物、美術品の調和をテーマに設計された。建築設計はＩ．Ｍ．ペイ氏によるものである。展示作品は、エジプトから中国にかけてシルクロードに沿った古代美術品が常設され、季節ごとに特別展が企画されている。

②　「佐川美術館」

比叡山・比良山地を仰ぎ、琵琶湖を望む美しい自然に囲まれたロケーションに位置している。そのシルエットは、敷地の大部分を占める水庭の美しさとあいまって、「光と影」の「空間」を際立たせ、周囲の風景と一体感を演出している。「水に浮かぶ美術館」の贅沢な空間の中に、日本画家の平山郁夫氏・彫刻家の佐藤忠良氏・陶芸家の樂吉左衛門氏の展示室を設け、3 巨匠の作品をゆっくり観ることが出来る。また特別室では、年数回の企画展を開催している。

③　「滋賀県立近代美術館」

館内は小倉遊亀やフランク・ステラの作品など、近代日本画と郷土にゆかりの作品（第 1 室）と内外の現代美術（第 2 室）を常時展示した常設展示のほかに、国内のみならず海外の優れた作品を対象としたユニークで質の高い企画展示のスペースがある。

(5)話題の『商業施設』

7 月 8 日にグランドオープンした「三井アウトレットパーク滋賀竜王」である。ファション、アクセサリー、グッズからスポーツまで、165 ブランドが勢揃いしている。アウトレット“日本初出店”25 ブランド、“近畿初出店”49 ブランドが大集合している。付近に鉄道駅は無いが、名神高速道

路竜王ＩＣから約 500mであり、想定商圏人口は高速道路を含めた 90 分圏内の約 1000 万人としている。京都府・大阪府・奈良県・三重県・福井県・岐阜県を商圏としている。外国人旅行者（特に東阪を行き来する中国人・韓国人ツアー客）の利用を見込んでおり、館内放送や案内板では、日・英・中・韓の 4 カ国語を使用し、中国銀聯カード決済にも対応している。

4. 国宝

滋賀県の国宝建造物は、奈良県、京都府に次いで全国で 3 番目に多い。歴史的にも価値のある優美な建物は数多くある。しかしそれらの中から建築学的、学術的、美術的等様々な観点から選び抜かれた、まさに日本の至宝とも言うべき建物である

比叡山延暦寺（国宝　根本中堂）、彦根城（国宝　天守）は 3. で紹介済みなので、この 4. 国宝では、省略する。

(1)石山寺

国宝・・・本堂・多宝塔

747 年に聖武天皇の命で、奈良の良弁僧正が開創したという。現在、石山寺に伝来する文化財は、石山寺縁起絵巻（国重文）や石山寺一切経（国重文）を始め、その質・量ともに国内有数のものである。正面の東大門（国重文）は「仁王門」「山門」「総門」ともよばれ、東面してたつ。門をくぐるとしばらく参道が続き、キリシマツツジ・モミジ・サクラなどを鑑賞できる。このほか、境内にはウメ・ボタンなど 100 種類以上がみられ、別名「花の寺」と呼ばれている。入場口を通って直ぐ右手と、その左手の急な石段をのぼり詰めた正面には、巨大な硅灰石の奇岩・怪石がある。寺名の由来になった石である。その左手には、県内最古の木造建築物で総ヒノキ造りの本殿（国宝）がある。本尊は、高さ 5m余りの木造如意輪観音半跏像（国重文）でそのほか木造不動明王坐像（国重文）等。本堂の一角にある 3 畳ばかりの薄暗い「源氏の間」は、紫式部が『源氏物語』の構想を練り、筆を起こした場所と伝えられている。本堂の横から石段をのぼった所に、多宝塔（附棟札、国宝）がある。日本最古の多宝塔で高さ 17m、1 階が方形で、2 階が円形の外観を示す建築様式である。屋根は宝形造りで、見事な曲線美の優美な姿は印象的である。郵便切手の図柄にもなっている。

(2)園城寺（三井寺）

国宝・・・金堂・勧学院客殿・光浄院客殿・新羅善神堂

三井寺駅から王門通りを西に向かって歩くと、園城寺の表門である大門（仁王門　国重文）に至る。両脇に仁王像を安置し、1 階と 2 階の間を回縁とする三間一戸の楼門である。門をくぐると右手に釈迦堂（国重文）がある。室町時代中期の建造物で 1621 年に移築された。正面の石段を登ると、金堂（附厨子　国宝）がある。金堂の東南には 1602 年再建の鐘楼（国重文）が立つ。鐘楼にかかる梵鐘（県文化）は近江八景「三井の晩鐘」で知られる。金堂後ろの閼伽井屋（国重文）は 1600 年の建立で、正面

上部には、左甚五郎作と伝えられている龍の彫刻がある。山手に上ると霊鐘堂、一切経蔵（経堂、国重文）、塔婆（三重塔、国重文）がある。三重塔の南には円珍の廟所の唐院（国重文）があり、園城寺で最も神聖な区域とされる。堂内には、木造智証大師坐像（国宝）が安置されている。

光浄院客殿と勧学院客殿（ともに国宝）は一般公開していないが、往復はがきで申し込めば（3 人以上）、特別拝観が出来る。光浄院客殿は南北 2 列の座敷構成を取るが全て面取りをした角柱を用い、各室とも畳を敷き詰め、上座の間には、床・違い棚・帳台構を設け、間仕切りには襖を立てるなど、初期書院造りの典型といえる建物である。また、庭園は国名勝・国史跡に指定されている。

勧学院客殿は、初期書院造の形態であり、主殿造の形式を伝える貴重な遺構である。障壁画は狩野光信の作で華麗である。新羅善神堂は公開こそされていないが、外からの拝観で全容はよくわかる。三井寺の山門から徒歩 20 分で到着する。

(3)日吉大社

国宝・・・東本宮本殿・西本宮本殿

日吉大社は大きく西本宮・東本宮に分かれ、さらに摂社の樹下神社・牛尾神社・三宮神社・宇佐宮・白山姫神社があり、日吉山王七社という。

入ってまっすぐ行くと大宮橋を渡る。右手に続く走井橋・二宮橋とともに、日吉三橋（国重文）とよばれ、豊臣秀吉の寄進である。奥に進むと朱色の西本宮楼門（国重文）に至る。楼門をくぐると拝殿（国重文）で奥に西本宮本殿（国宝）がある。ともに安土桃山時代の建造である。東本宮を目指すと、東本宮楼門（国重文）があり、中には 1595 年建造である東本宮本殿（国宝）・拝殿（附　旧天井格縁、国重文）がある。ともに安土桃山時代の建造で、本殿は聖天造である。

(4)長寿寺

国宝・・・本堂

奈良時代に良弁によって開かれたと伝えられ、湖南三山の一つで東寺とも呼ばれている。山門を過ぎると、参道の両側はモミジの並木になっており、晩秋は見事な紅葉となる。正面に本堂（国宝）がある。鎌倉時代初期の建造で、桁行・梁間ともに 5 間、寄棟造・檜皮葺きの和様建築である。本堂正面には 3 間の向背があり、桟唐戸の入口で、左右は連子窓になっている。本堂の内部は内陣が礼堂より一段低くなる平安時代の様式を残している。本尊の子安地蔵菩薩は秘仏で、厨子（本堂の附指定で国宝）が収められている。

(5)常楽寺

国宝・・・本堂・三重塔

常楽寺は湖南三山の一つで西寺ともいわれている。寺伝によれば、和銅年間（708～715）金粛菩薩

によって創建された阿星寺が始まりという。1360 年落雷のため全ての堂塔を失った。観慶を中心に勧進を進め、あまり時を経ずに再建されたのが現在の本堂（国宝）である。本堂は入母屋造・檜皮葺きの建物で、桁行 7 間・梁間 6 間で、内部は礼堂（外陣）・内陣・後戸（後陣）の 3 つに分かれる。本堂の左手奥には三重塔（国宝）がある。1400 年に建立されたものである。境内には「応永十三年」銘が残る石灯篭（国重文）がある。

(6)善水寺

国宝・・・本堂

善水寺は岩根山の中腹にあり、同山は、通称「十二坊」とよばれ、天正年間（1572～92）には 12 の僧坊があった。本堂（国宝）は、桁行 7 間・梁間 5 間、入母屋造・檜皮葺きで後拝はなく、正面中央間だけ桟唐戸、ほかはうち開きの蔀度が嵌られている。南北朝時代の 1336 年に建立された。内部は、礼堂と菱格子戸で仕切られた内陣、後戸からなっている。礼堂の左右には木造金剛力士像（平安時代作、国重文）がある。2 軀の立像は何れも像高 2.8mを超える大きな像である。

(7)御上神社

国宝・・・本殿

三上山麓の国道沿いの鳥居から参道の木立を抜けると、正面に楼門（国重文）が見える。楼門を入ると拝殿（国重文）、さらにその奥に本殿（附厨子、国宝）がある。本殿は、桁行 3 間・梁間 3 間、向拝 1 間、入母屋造・檜皮葺きで、連子窓など仏教的な要素が融合した神社建築で、簡素ではあるが優れた形をしている。建築様式から鎌倉時代の建立である。

(8)苗村神社

国宝・・・西本殿

当社は東西 2 つの社地からなり。東本殿は（国重文）は一間社流造・檜皮葺の清楚な建築で、造営年代は室町中期頃と考えられる。西本殿（国宝）は 969 年大和国（奈良県）の金峰山から遷座されたのを始まりとし、前日に植えた杉苗が一夜にして森になった事から、苗村の社名がつけられたという。社域には、入母屋造・茅葺きの楼門（国重文）がある。1522 年造営とされる、和様と禅宗様が融合した雄大な姿を誇る。この楼門をくぐると、右手に 1536 年の建造とされる切妻造・檜皮葺の輿庫（国重文）がある。

(9)金剛輪寺

国宝・・・本堂

松峰山金剛輪寺は松尾寺ともよばれる。寺伝では奈良時代、聖武天皇の勅願により行基が開山とさ

れる。総門をくぐると石段が山上に続く。左手に本坊の明壽院の門が見える。桃山時代から江戸時代にかけてつくられた池泉観賞式庭園（国名勝）が書院の三方を取り囲むように配置されている。さらに石段をのぼると、二天門（仁王門、国重文）にたどり着く。室町時代後期に造営された入母屋造・檜皮葺きの八脚門で左右に増長天と持国天を安置する。同門を抜けると、正面に桁行 7 間・梁間 7 間の本堂（大悲閣、国宝）が現れる。入母屋造・檜皮葺きで和様に一部唐様を取り入れた建築様式から、室町時代前期の造営と考えられる。和様のやわらかさのなかにも、木組みなどに重厚さが感じられ落ち着きがある。

(10)　西明寺

国宝・・・本堂・三重塔

総門をくぐると、左手にフダンザクラ（県天然）が参詣者を出迎える。樹齢 250 年といわれ、9 月に咲き始め、11 月に満開となり、翌春まで咲き続ける。石垣をのぼると、本坊庭園（国名勝）がある。夏になると天華といわれるハスの花を咲かせる池泉観賞式の蓬莱庭園である。参道をさらにのぼると、二天門（国重文）がある。二天門をくぐると正面に本堂右手に三重塔が立つ。本堂（瑠璃殿、国宝）は七間四面の入母屋造・檜皮葺きで鎌倉時代初期に造営され、その後、鎌倉時代末期と室町時代初期に増改築された事が蟇股から類推される。

外陣の蔀度・側面の板扉、折上格天井、外陣と内陣の吹寄菱格子欄間・吹寄格子戸は純和風様式の建造物として貴重なものである。三重塔（国宝）は鎌倉時代後期に建てられたもので、高さ 24m。均整のとれた美しい檜皮葺きの内部中央には、木造大日如来坐像が安置されている。初層内部の壁には、法華経曼荼羅図、四柱には大日如来の脇侍仏金剛界三十二尊像が描かれている。大日如来像上の天蓋をなす折上子組格子天井には、菊華・宝相華、長押には極楽鳥、三十二尊像の下には迦陵頻伽が描かれ極楽世界が極彩色で残る。現存する鎌倉時代の仏教壁画としては国内唯一とされ、みる者を圧倒する。塔内は通常公開されていないが、事前に申込と拝観できる。

(11)　宝厳寺・都久夫須麻神社

国宝・・・宝厳寺唐門・都久夫須麻神社本殿

竹生島は、琵琶湖北東部に浮かぶ周囲 2ｋｍ・面積 0.14ｋ㎡で宝厳寺と都久夫須麻神社がある。石段をのぼりきった所に日本三弁財天の 1 つをまつる弁天堂がある。宝厳寺の由緒は古く、931 年聖武天皇の勅命によって行基が来島し、2 尺の四天王像を作り、小堂を安置したのが始まりという。境内最奥部にある弁天堂から正面の石段を降りていくと、本尊の木造千手観音立像をまつる観音堂（国重文）がある。この観音堂の入口に唐門（附棟札、国宝）は、一間一戸向唐門・檜皮葺きで、前後（正背面）に唐破風をもち、随所に極彩色の彫刻や飾り金具が施されている。絢爛豪華といわれる桃山様式の唐門の代表的遺構である。観音堂の東詰から渡廊を通って行くと都久夫須麻神社に至る。本殿（国

宝）は桁行 3 間・棟間 3 間、入母屋造・檜皮葺き、正面に 1 間の向背、前後に軒唐破風を付し、周囲に庇を廻らせている。本殿内部の柱・長押は総漆塗りで、ところどころに飾り金具が施された桃山様式の建造物である。襖絵は狩野光信の筆と伝えられている。宝厳寺は文化財の宝庫でもある。

5. 琵琶湖八景、近江八景

滋賀県のシンボルでもある日本最大の湖・琵琶湖は、日本を代表する美しい風景がある。その美しい風景は「琵琶湖八景」「近江八景」として知られている。

(1)琵琶湖八景

① 「煙雨」比叡の樹林

比叡山には、老杉が茂る深い林の中に世界遺産に登録されている天台宗総本山「比叡山延暦寺」の諸堂が建っている。煙雨を滴らせる樹林に囲まれた社寺の静かな情景は、昔も今も変わることはない。

② 「夕陽」瀬田・石山の清流

夕焼けに映える瀬田の唐橋は、滋賀県を代表する風景である。暮色に染まる川面を行きかう船の風情は、琵琶湖八景の中で唯一、近江八景と重ねて選ばれている。

③ 「春色」安土・近江八幡の水郷

西の湖を中心に広がる水郷は、周辺で暮らす人々の生活と密着して豊かな自然が残されてきました。背の高いヨシ原を縫うような水路を屋形船で巡る「水郷巡り」は、観光客の人気のスポットである。

④ 「月明」彦根の古城

季節ごとに表情を変える彦根城は、月明かりに照らし出される姿も格別である。国宝天守をはじめ白壁の城郭、内堀の石垣、玄宮園の庭園など、昼間とは異なった古城の趣が浮かび上がる。

⑤ 「新雪」賤ヶ岳の大観

古戦場として知られる賤ヶ岳は、標高 422mの山頂から北に余呉湖、東に小谷山と霊峰伊吹山、南に琵琶湖といった眺めを望むことができる。中でも、雪であたり一面が白く覆われる様子は、冬の厳しい湖北随一の景観である。

⑥ 「深緑」竹生島の沈影

湖北にある竹生島は、毎年多くの参拝客が足を運ぶ古くからの信仰の島である。青い水面に島の緑が映りこんだ落ち着いた姿を見せてくれる。

⑦ 「暁霧」海津大崎の岩礁

湖中からいくつもの奇岩が突き出している海津大崎は、琵琶湖国定公園内でも有数の景勝地である。明け方、湖面から霧が立ち上がる季節には、より神秘的な景観となる。

⑧　「涼風」雄松崎の白汀

比良川河口の北側で弦月状にのびた白砂の浜、澄みきった湖水の青と浜の白、松並木の緑のコントラストが約３ｋｍに渡って続いている。

(2)近江八景

近江八景は、琵琶湖の南部の景勝で、江戸時代中期に湖南省にある洞庭湖の「瀟湘八景」になぞらえて近衛信尹によって選定されたといわれている。浮世絵師歌川広重が描いたことで全国的に有名になった。現在、周りの環境は変わりましたが、かつての文人墨客を魅了した面影をそこここに偲ぶ事ができる。

石山の秋月、瀬田の夕陽、粟津の晴嵐、矢橋の帰帆、三井の晩鐘、唐崎の夜雨、堅田の落雁、比良の暮雪　以上が八景である。

6、重要伝統的建築物群保存地域

(1)近江八幡市八幡伝統的建造物群保存地区（種別「商家町」）

近江八幡市旧市街地で、八幡堀、日牟礼八幡宮境内地、新町通り、永原町通りを中心とする広さ13.1ha の地区である。建築物 180、工作物 93 が伝統的建造物として特定されている。1585 年豊臣秀次によって琵琶湖の東岸に位置する八幡山の麓に建築された城下町を起源とする。東海道と中山道と北国街道が交差する交通の要衝である近江国の地の利を生かして商業地として発展、繁栄した。

基盤目状の旧市街を南北に走る新町通りと永原町通り周辺、北の八幡堀の畔には、商家・町屋・土蔵といった近世建築の連続性の高い町並みが現存する。建築家ヴォーリスの設計した近代建築物も多い。

(2)五個荘金堂町（種別「農村集落」）

古代条里制の区画を残す農村地区であると同時に江戸末期から昭和初期にかけて活躍した近江商人の発祥の地でもあり、水田風景のなかに商人屋敷と社寺仏閣が甍を並べる町並みが重要伝統的建造物群保存地域に選定されている。商人の本拠地でありながら店はなく、本宅だけが置かれたのが近江八幡や日野など他の商人町とは異なる五個荘の特色である。湖東平野の伝統的な農村形態を良く伝えている。

(3)坂本（種別「里坊群・門前町」）

坂本は、大津市の地区名。延暦寺及び日吉神社の門前町として古くから栄えた。現在の地名は坂本1～8 丁目に分かれる。広義の坂本は下坂本、坂本本町なども含まれる。日吉大社参道の両側には比叡山の隠居した僧侶が住む里坊が並ぶ。また、穴太衆積みと呼ばれる石垣が街路を形成している。この

町並みは地域的特色を顕著に示しているものとして、重要伝統的建造物群保存地区に選定されている。

7、国指定の名勝

(1)居初氏庭園（滋賀県大津市堅田二丁目 12-5）

琵琶湖の対岸の三上山を始とする湖南・湖東の連山を借景とした枯山水庭園で、茶室からは、四季の風景を一望することができる。東縁にある袈裟形手水鉢は、鎌倉時代の宝塔の塔身を利用したものである。

(2)円満院庭園（滋賀県大津市園城寺町 33）

宸殿に南面してつくられた池泉式庭園である。正面に長い池を掘り、池の中には、鶴島・亀島が浮かび、大きな石橋が架かる。池の背後にある築山は、自然の地形を生かし、サクラ・カエデ・ヒノキ・スギ・ツツジなどが植えられている。

(3)木之本地蔵院（滋賀県長浜市木之本町木之本）

江戸中期につくられた築山林式庭園である。

(4)旧竹林院庭園（滋賀県大津市坂本 5-2-13）

里坊のひとつで、延暦寺の中でも格式の高い寺院であった。庭園は大宮川の清流を取り入れた曲水を主体にし、八王子山を借景としている。築山も起伏に富み、五重の石塔、井筒などの石造物も多く残る。天正年間に建てられた 2 棟の茶室と四阿は大津市の指定文化財である。

(5)慶雲館庭園（滋賀県長浜市港町 2-5）

大きな起伏を伴う立体的な地形と巨石を用いた豪快な意匠のほか、芝生と枯池を前景として琵琶湖を眺望する遠近感に富んだ景観構成が見られる。1952 年に始まった盆梅という造園に関わる独特の活動の場として有名である。

(6)玄宮園（滋賀県彦根市金亀町 3-40）

彦根城の北東にある、大池泉回遊式の旧大名庭園。彦根城天守や茂った木々を背景に、大きな池に突き出すように臨池閣が立ち、築山には鳳翔台がある。この鳳翔台は、彦根藩の賓客をもてなすための客殿で、ひなびた趣のある建物。樹木・岩石・池を巧みに配し、池の周りに近江八景、竹生島や沖の白石などを模して造られており、趣のある庭になっている。

(7)興聖寺（足利庭園）（滋賀県高島市朽木岩瀬 374）

安曇川の清流と比良山系を借景して、西側の築山に石を利用した滝をしつらえ、屈曲した汀線を持った池に仕上げている。池には 2 つの鶴亀島を置き、楠の化石の石橋が対岸の島に架けらている。

(8)金剛輪寺庭園（滋賀県愛知郡愛荘町松尾寺 874）

金剛輪寺の本坊明寿院の南・東・北の三方を囲むように庭園があり、心の字池が 3 庭を結んでいる。作庭された年代がそれぞれ異なる池泉回遊・観賞式の庭園で、それぞれ名勝に指定されている。桃山時代に造られた庭は、「石楠花の庭」とよばれ、庭の中央に架けられた優雅な石橋のそばに、苔むした多くの石が配され、品格のある雰囲気である。春になると庭のそばにあるカキツバタやシャクナゲが鮮やかに咲き、華やかである。江戸初期の庭は、金剛輪寺の主庭で、どっしりと落ち着いた雰囲気である。夏には一面睡蓮が清楚な花を咲かせる。江戸中期の庭は、滝から池に水が流れ池の中に七福神が宝船を表す石で出来た船が配されている。

(9)西明寺庭園（滋賀県犬上郡甲良町池寺 26）

小堀遠州の庭を手本にして作庭したといわれる。池泉回遊式蓬莱庭園で、山の斜面を上手に利用し、枯滝を中心に刈り込みや心字池を配し、池の中には折鶴の鶴島や亀島が見事な調和を見せている。

(10)滋賀院庭園（滋賀県大津市坂本 4-6-1）

細長い形で、縁側の下は直ぐに池になっており、池の中央には 5ｍもある実に立派な石橋が架けられている。古い形式の構造だが、味わい深く落ち着く庭園である。

(11)大通寺（長浜御坊）庭園（滋賀県長浜市元浜町 32-9）

伊吹山を借景として観賞式枯山水。前方に盛砂を敷き、中ほどに亀島を配して、伊吹山から枯滝に水が注いで見えるように設計されている。

(12) 青岸寺庭園（滋賀県米原市米原 669）

うっそうと茂る裏山を背景に、山腹を利用して築かれた回遊式と観賞式を兼ねた庭園。

(13) 多賀大社奥書院庭園（滋賀県犬上郡多賀町多賀 604）

池泉観賞式庭園で安土桃山時代の作庭。東北に築山を設け、自然の樹木を背景に正面奥に不動三尊石を組み、庭全体にも大きな石を配置している。見所が多い庭である。

(14) 兵主大社庭園（滋賀県野洲市五条 566）

大規模な池泉廻遊式庭園で、池の中に島を浮かべて出島を作り、護岸の石組みや築山の三尊石組みなど、造園の妙が感じられ、深い趣がある。

8. 滋賀県の自然・花（湖北・湖東）

(1)春の自然・花

桜の名所・・・・・彦根城、八幡堀、豊公園、芹川沿い、余呉湖、うぐいす川、海津大崎の桜並木、延命公園、八幡公園、猪子公園、清水の桜、四高桜

(2)夏の自然・花

紫陽花の名所・・・金剛輪寺、長浜公園、余呉湖

(3)秋の自然・花

紅葉の名所・・・・湖東三山・永源寺、近江狐蓬庵、余呉湖、八幡山、鶏足寺、瓦屋寺石馬寺、紅葉公園

9.本物の忍術

(1)甲賀の里

忍術村の自然の中で、忍者の体験ができる。忍者ショウの村ではない。この村は隠れ里になっていて、外からは村が見えなくなっている。そして、村全体が見えるところはありません。とんぼ・めだか・クワガタ・甲虫など昔からの、昆虫・植物・鳥・キノコなど珍しいものが自然のなかで生きている。忍者は自然の観察や、動植物の生態からいろいろな忍法をあみだした。そして、忍者が消えることは、自然に同化し、敵に見つからないことでもある。

① 猿飛佐助の碑

甲賀流で一番有名な忍者である。実在の人物ではなく、尤も忍者の名前が有名になることはない。

② 甲賀大黒天

志能備神社は、名も知られず死んでいった忍者達を祭祀っている神社である。甲賀大黒天は木造日本一の大黒様である。

③ 甲賀忍術博物館

万川集海・錦絵・手裏剣など日本で一番多くの忍術資料がそろっている。

④ 望月村雨屋敷

平屋の座敷に見えていますが、薬の製造に使った隠し部屋がある。

⑤ 忍者屋敷　藤林家

ドンデンかえしなど多くのカラクリがある。

⑥ 楽焼

忍者・たぬき・皿・湯のみなどに絵付けができる陶芸教室がある。

⑦ 甲賀薬草園

目薬の木、ニッキの木などの珍しい薬草が多くある。

⑧ 手裏剣道場

手裏剣投げがいかに難しいか。投げることができる。

(2)甲賀流忍術屋敷

望月出雲守の旧宅。忍者自身の住居として現存する日本で唯一の建物。元禄年間に建てられたもの、外見は一般的な日本建築ですが、内部には外敵に備えて、数々の工夫が凝らされている。例えば進入した敵を捕らえる「どんでん返し」「落とし穴」、敵に発見されずに逃れる「抜け穴」や「隠し部屋」「縄梯子」、さらに部外者には絶対に開けられない窓や土蔵など、仕掛けの巧みなこと、からくりの多彩なことは驚くほどである。

10. 信楽焼

信楽焼を見学して、ロクロを使った陶芸体験ができる。信楽焼は、甲賀市信楽町で生産される陶器であるが、その歴史は古く、日本六古窯に一つである。六古窯とは、鎌倉時代・室町時代から焼き物をつくり、今もその伝統を受け継いでいる焼き物の生産地で、常滑・越前・信楽・瀬戸・丹波・備前の 6 窯をいう。信楽焼の特徴は、陶土の特性を生かした大物造りである。1m以上の大きな製品が作られてきた。穴窯や登り窯での焼成時に、炎や灰によってつくられる「火色」「ビートロ」「焦げ」とよばれる独特の風合いなどもあげられる。主な生産品は生活雑器であり、人々の生活様式に合わせて、時代とともに変化をしてきた。タヌキの置物が有名であるが、現在のようなタヌキが生産されるようになったのは、昭和時代からである。

11、観光目的とその対象

現在の観光目的には

(1) 国を代表する観光資源を“見て感動する”。

(2) 普段味わえないものを現地に出向いて“食べる”。

(3) 日常から離れて“心と体を癒す。”

(4) 訪れた地域の風土や温かい人々との直接のふれあい、地域固有の文化や環境と“交流体験”をする。

(5) 自然を楽しみながら、自然や文化、環境などに理解を深める。

このような 5 つの要素があります。このことを考え、5 区分の代表、滋賀県の国宝建造物、琵琶湖八景、重要伝統的建造物群保存地域、国指定の名勝、滋賀県の自然・花、本物の忍術、信楽焼について

取り上げた。当然、国宝建造物には、各仏像をはじめ、重要文化財が多くあり、その庭園は優美である。春の桜、秋の紅葉の名所でもあり、門前には独特の“食べ物”“土産”もある。その上建造物は、いつでも見学ができる。このような見地から、国宝建造物に多くの誌面をつかった。

〈参考文献〉 『近江路の古寺を歩く』　大石眞人著　山と渓谷社　　1997
『滋賀県の歴史散歩』　　滋賀県歴史散歩編集委員会　2008
『湖国観光交流ビジョン』『近江の誇りづくり観光ビジョン』滋賀県ホームページ
『延暦寺巡拝券』説明文より
『国宝を訪ねて』国宝ホームページ
『数字でめぐる滋賀の旅』財団法人びわこビジターズビュロー
『滋賀県観光情報』財団法人びわこビジターズビュローホームページ
『近江路観光ガイド』近江鉄道ホームページ
『甲賀の里忍術村』パンフレット
『甲賀流忍術屋敷』パンフレット
『三井アウトレット』ホームページ
『三井アウトレットパーク滋賀竜王―フレッシュアイペディア』
『三井アウトレット滋賀竜王』パンフレット
フリー百科事典『ウィキペディア(Wikipedia)』

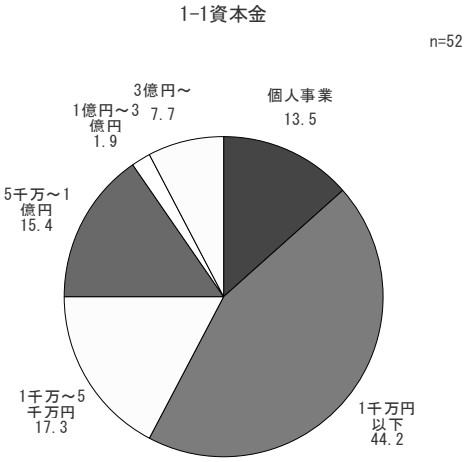
第 4 章 アンケート調査・分析、問題点と課題

1. 外国人観光客の滋賀県訪問に関するアンケート集計

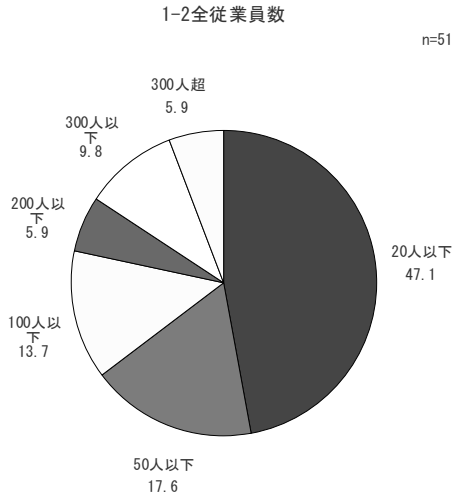
実施時期	平成２２年１０月
実施方法	滋賀県内旅館・ホテル・観光施設への配布・密封回収
アンケート回収	52 部
有効サンプル数	52 部

今回のアンケートの調査に協力いただいた回答者の資本金、全従業員数、年商といった回答者属性分析を行ったうえで、質問項目に沿って分析をすすめる。

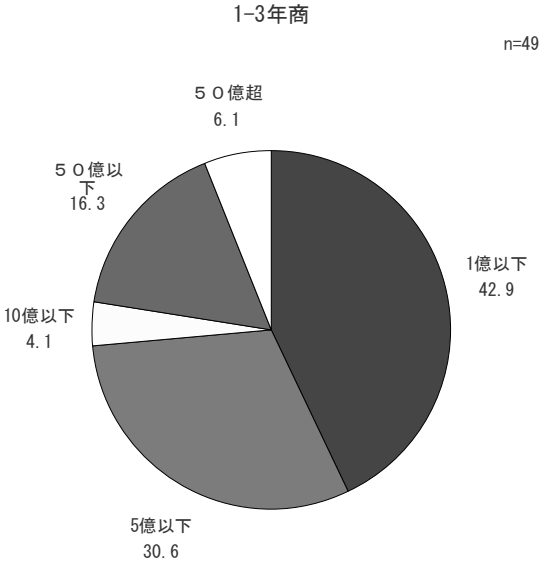
(1)資本金



(2)全従業員数

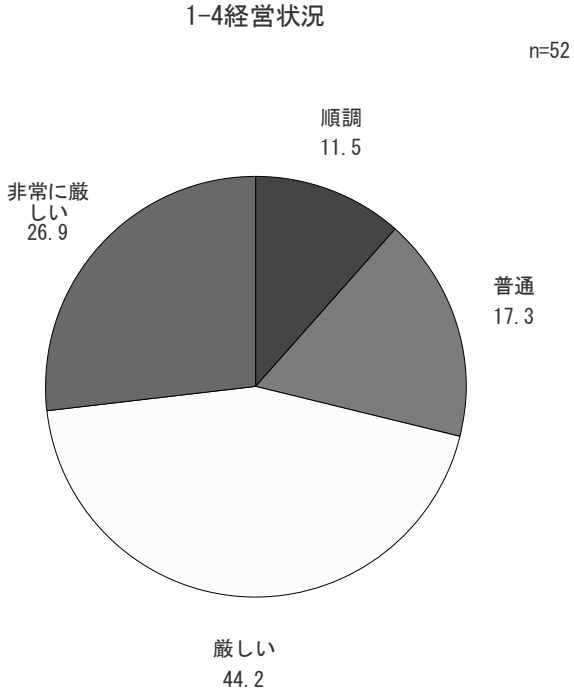


(3)年商



(4)現在の経営状況

現状の経営状況について「厳しい」と答えた回答と「非常に厳しい」と答えた回答合計は71.1%を占めている。



(5)日本人と外国人の割合

施設を利用する外国人は殆どないと回答したのが14社、外国人の割合1%以下が6社、1～5%以下

が 16 社、5～25%以下が 26 社であった。

(6)上位３カ国

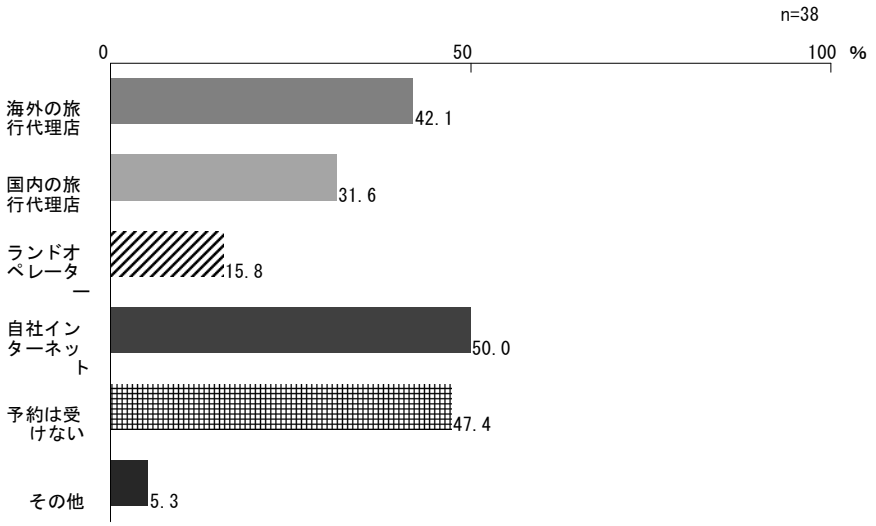
施設を利用する外国人の上位３カ国で一番多かったのが韓国の 27 社、次いで中国が 24 社、アメリカが 19 社、台湾が 17 社、香港が 5 社、ドイツが 4 社と続く。ブラジル、イギリス、ニュージーランド、フランス、マレーシア、インドネシアを上位３カ国に挙げた企業がそれぞれ 1 社あった。

(7)予約ルート

予約ルートで一番多かったのが「自社インターネット」で 19 社の 50.0%、次いで「予約は受けない」の 18 社の 47.4%、「海外の旅行代理店」が 16 社の 42.1%、「国内の旅行代理店」が 12 社の 31.6%、注)「ランドオペレーター」が 6 社の 15.8%と続く。

その他の予約ルートとして「関係のある企業を通して予約」が 4 社、「役所関係を通して」、「勤務先の会社が予約」がそれぞれ 3 社、「直接予約」が 2 社あった。その他回答には「友の会を通して」、「電話予約」、「インターネットサイトを通して」、「口コミ」、「知人の紹介」、「実績なし」などがあった。

2-7 予約ルート



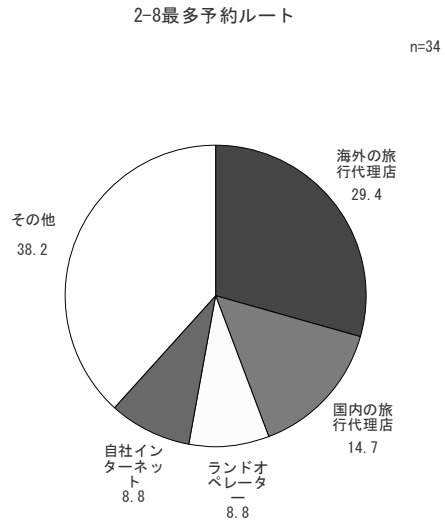
注)ランドオペレーター

ランド＝現地という意味で、現地の手配を専門に扱う会社のこと。現地の手配とはツアーの日本発着の航空券以外の多くを占める。ホテルの予約、ガイドや車の手配、観光施設やレストランの手配など。

(8)一番使用されるセクション

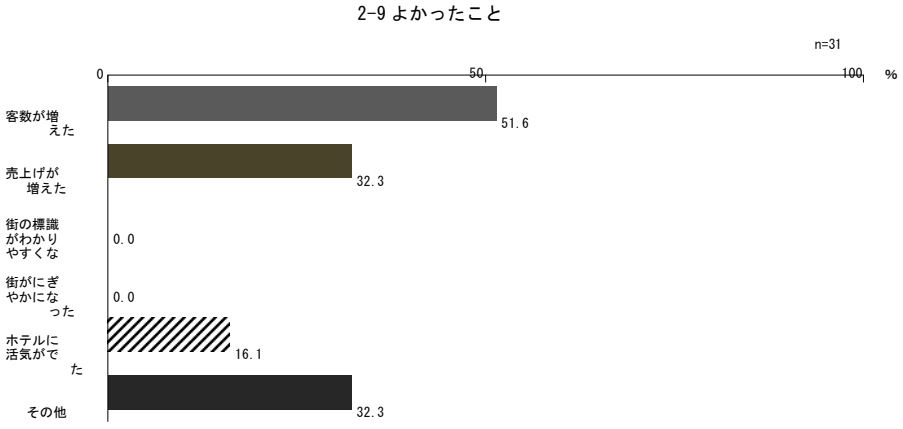
予約時一番使用されるのは「海外の旅行代理店」で 10 社の 29.4%、次いで「国内の旅行代理店」の 5 社の 14.7%、「ランドオペレーター」、「自社インターネット」がそれぞれ 3 社の 8.8%と続く。

その他使用されるセクションとして「自社国際営業部」、「電話」、「直接」、「契約企業」、「紹介」、「会社から」、「チェーンの営業所」、「近隣の会社から」、「（財）国際観光サービスセンター」、「実績なし」という回答があった。



(9)外国人観光客訪問で良かったこと

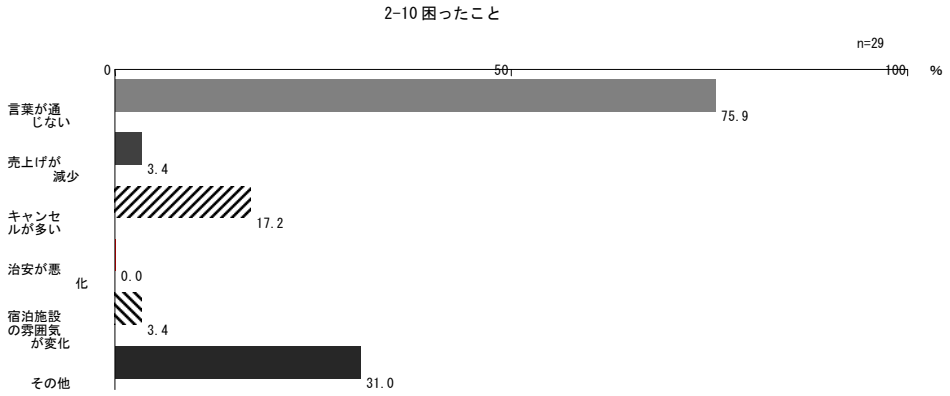
外国人観光客が訪問するようになり良かったことで一番多かったのが「客数が増えた」で 16 社の 51.6%、次いで「売上が増えた」が 10 社の 32.3%、「ホテルに活気がでた」が 5 社の 16.1%と続く。その他の良かったことのなかでは「良かったことは特にない」と 8 社が回答している。他に「彦根の外から見た魅力がわかる」、「シーズンオフへの集客増」、「文化交流が出来る・世界観が広がる」という回答があった。

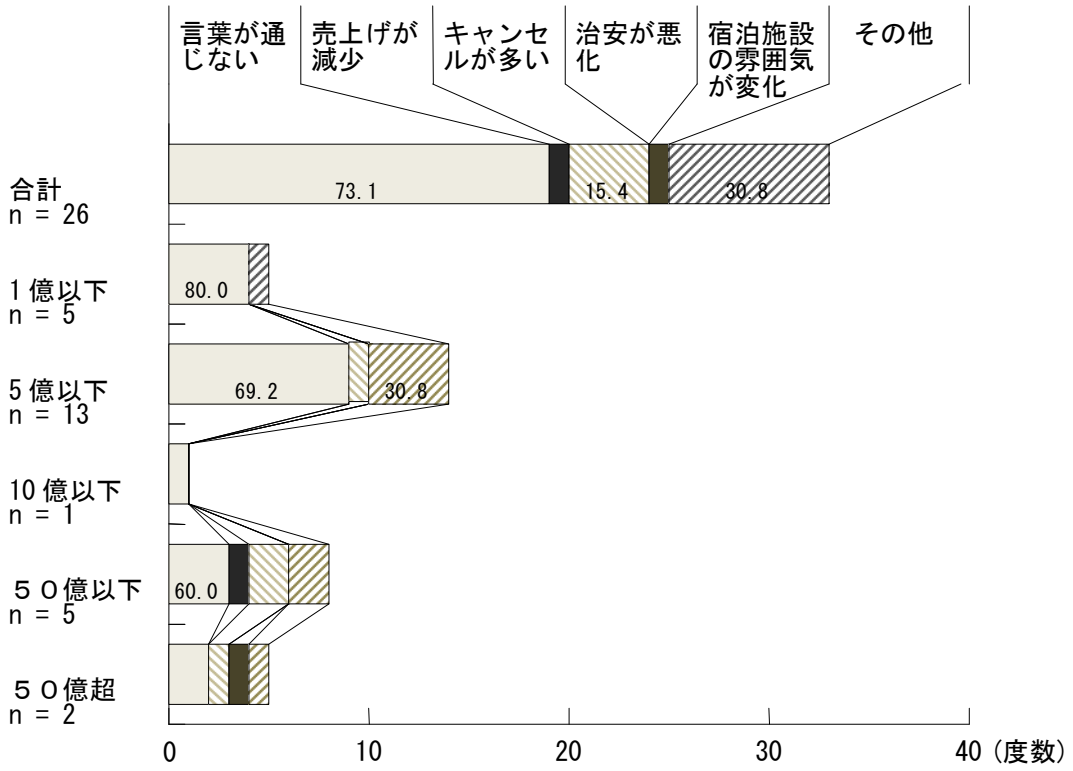


(10)外国人観光客訪問で困ったこと

外国人観光客訪問で困ったことで一番多かったのが「言葉が通じない」で 22 社の 75.9%、次いで「キャンセルが多い」が 5 社の 17.2%、「売上が減少」、「宿泊施設の雰囲気が変化」がそれぞれ 1 社の 3.4%と続く。その他の困ったことでは「マナーが悪い」、「館内の撮影」、「トイレの使用」、

「予約のしかた」、「食事会場への飲食の持ち込み」、「大浴場マナー低下」、「行動時間が大雑把で予定が狂いがち」、「客室備品の持ち帰り」、「前精算に応じてもらいにくい」、「生活文化の相違による意思疎通の困難さ」、「香水、冷蔵庫ｷﾑﾁ臭く売り止めになるｹｰｽ有り」、「客室の使用など習慣性の異なるトラブル」という回答があった。



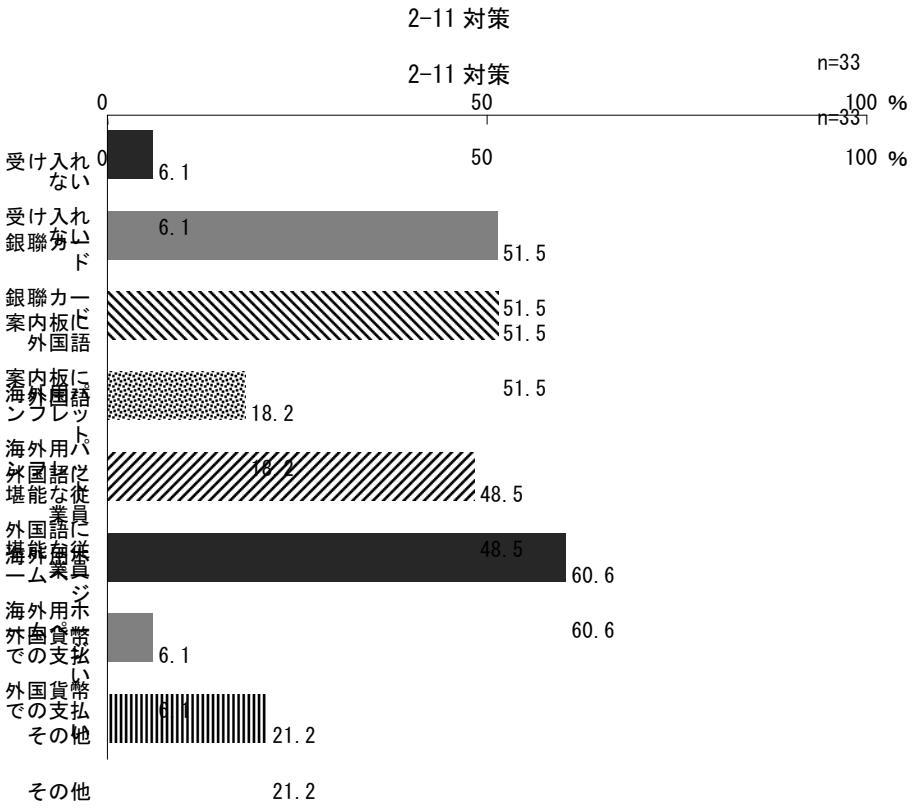


年商別困ったこと

(11)外国人観光客向け対策

外国人観光客向け対策で一番多かったのが「海外用ホームページ」で20社の60.6%、次いで「銀聯カードの使用」、「案内板に外国語用いる」がそれぞれ17社の51.5%、「外国語に堪能な従業員の採用」が16社の48.5%、「海外用パンフレットの作製」が6社の18.2%、「外国貨幣での支払」

が 2 社の 6.1%と続く。外国人観光客を受け入れない理由として「トラブル発生時対応できない」と答えた回答があった。



①外国語案内板

一番多かった外国語案内板は「英語」が 15 社、次いで「簡体字」と「韓国語」がそれぞれ 5 社、「繁体字」が 3 社、「ドイツ語」、「フランス語」、「ポルトガル語」がそれぞれ 1 社の回答であった。

②外国語パンフレット

一番多かった外国語パンフレットは「英語」、「繁体字」、「韓国語」がそれぞれ 4 社、「簡体字」が 3 社、「ドイツ語」、「フランス語」、「ポルトガル語」、「イタリア語」がそれぞれ 1 社の回答であった。

③外国語に堪能な従業員の雇用

一番多かった外国語は「英語」が 15 社、「簡体字」が 8 社、「繁体字」が 6 社、「韓国語」が 5 社、「ドイツ語」が 1 社の回答であった。

④外国語ホームページ

一番多かった外国語のホームページは「英語」が 16 社、「簡体字」が 12 社、「繁体字」、「韓国語」がそれぞれ 10 社、「フランス語」が 1 社の回答であった。

⑤支払可能な外国貨幣

支払可能な外国貨幣で一番多かった貨幣は「米ドル」、「ユーロ」がそれぞれ 3 社、「韓国ウォン」が 2 社、「豪ドル」、「英ポンド」、「スイスフラン」、「カナダドル」がそれぞれ 1 社であった。

⑥その他の外国人観光客向け対策

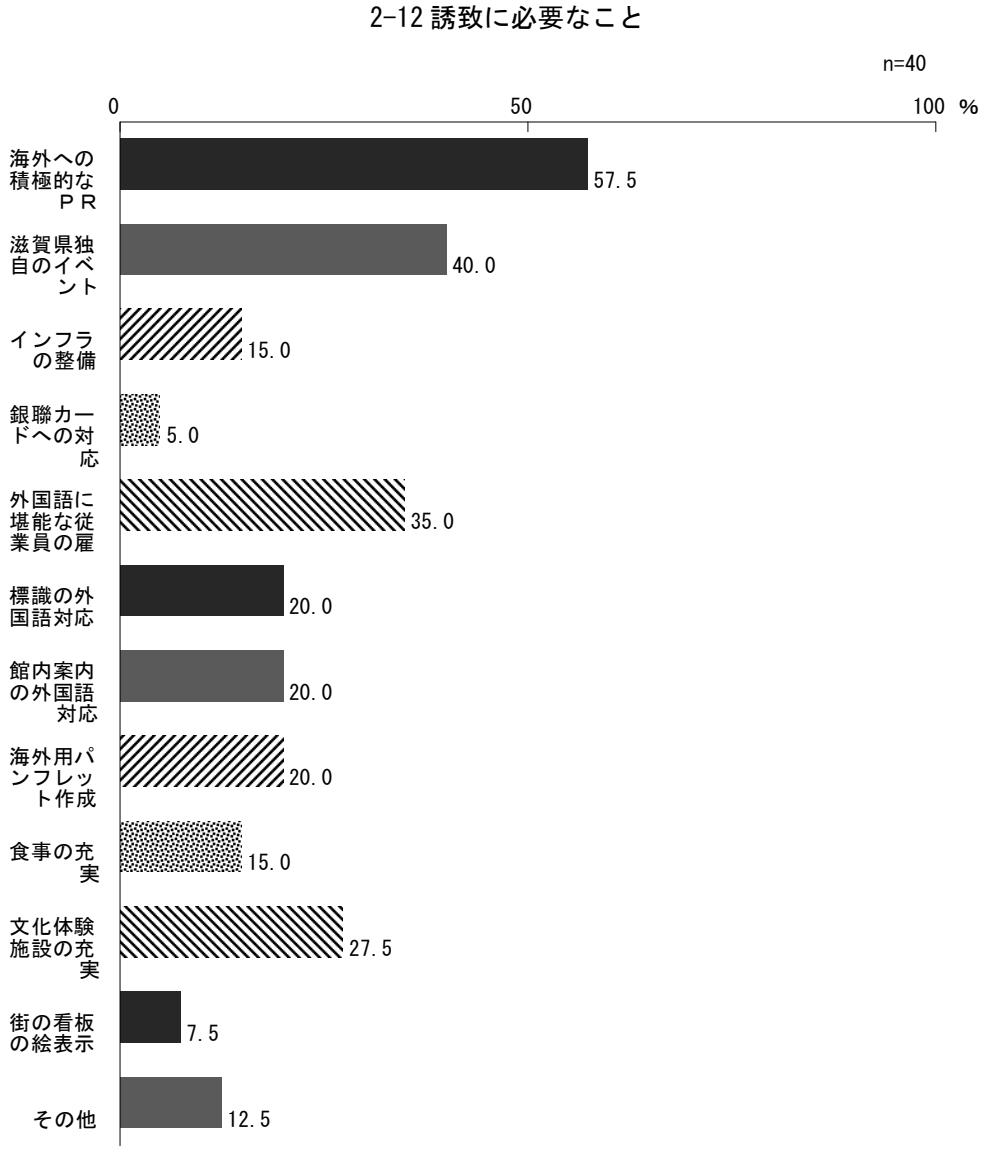
他の外国人観光客向け対策として「インフォメーションの英語版を作っている」、「ﾚｽﾄﾗﾝメニューを英語で表記している」という回答があった。

三井アウトレットパーク滋賀竜王の外国語標記

(12)外国人観光客誘致策

外国人観光客誘致策で一番多かったのが「海外への積極的なＰＲ」で 23 社の 57.5%、次いで「滋賀県独自のイベント」が 16 社の 40%、「外国語に堪能な従業員の雇用」が 14 社の 35.0%、「文化体験施設の充実」が 11 社の 27.5%、「標識の外国語対応」、「館内案内の外国語対応」、「海外用パンフレット作製」がそれぞれ 8 社の 20.0%、「インフラの整備」、「食事の充実」がそれぞれ 6 社の

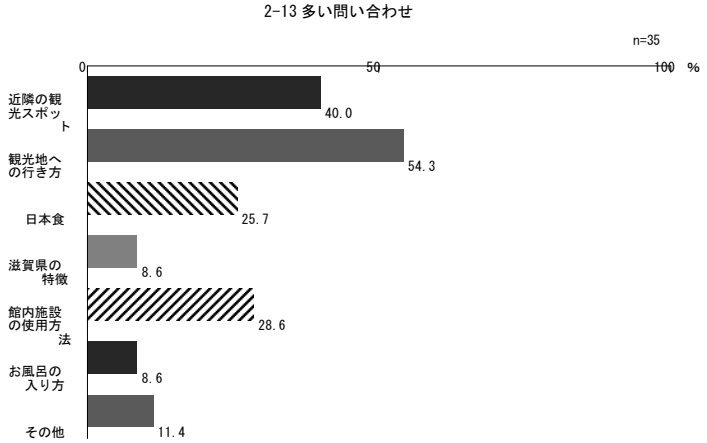
15.0%と続く。その他の外国人観光客誘致策では「ホームページの外国語化」、「観光ルートづくりのため他府県と連携」、「地域ぐるみの誘客促進を検討するべき」、「日本旅館の施設の説明と理解」、「HP ｺﾝﾃﾝﾂ&ﾄﾗﾌｨｯｸの充実」と答えた回答があった。



(13)受け入れ後多い問い合わせ

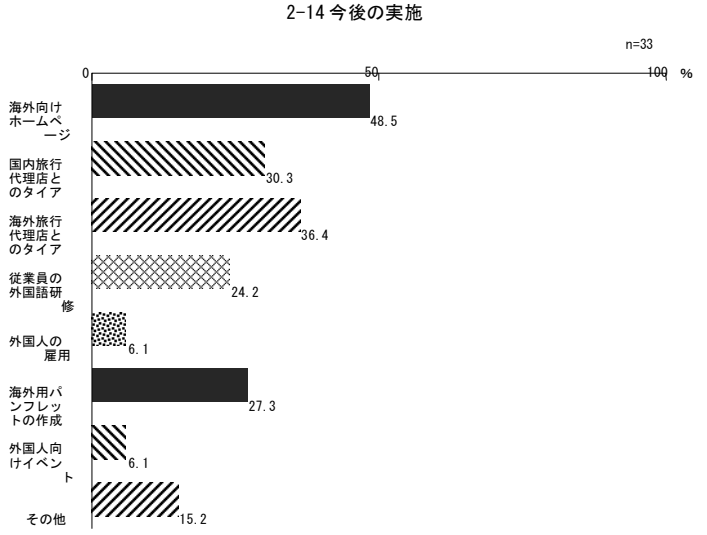
受け入れ後多い問い合わせで一番多かったのが「観光地への行き方」で19社の54.3%、次いで「近隣の観光スポット」が14社の40%、「館内施設の使用方法」が10社の28.6%、「日本食」が11社の27.5%、「滋賀県の特徴」、「お風呂の入り方」がそれぞれ3社の8.6%あった。

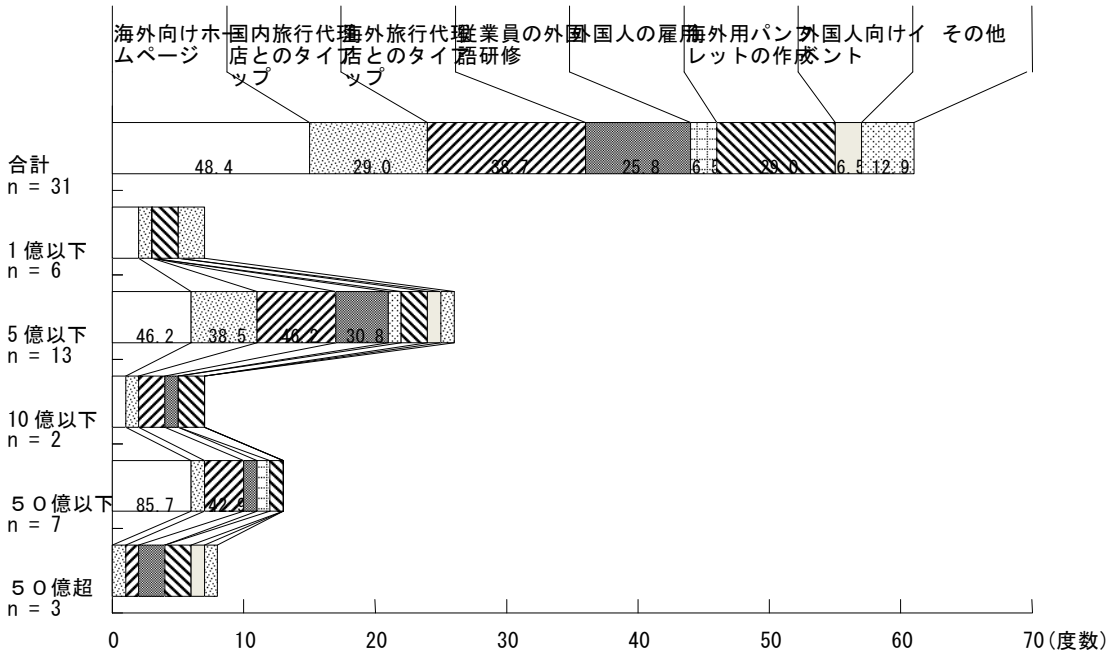
その他「ショッピング」、「館内インターネット環境」、「コインランドリー」、「ネットカフェ」についての問い合わせがあった。



(14) 今後実施したいこと

今後実施したいことで一番多かったのが「海外向けホームページ」で 16 社の 48.5%、次いで「海外旅行代理店とのタイアップ」が 12 社の 36.4%、「国内旅行代理店とのタイアップ」が 9 社の 30.3%、「海外用パンフレット作製」が 9 社の 27.3%、「従業員の外国語研修」8 社の 24.2%と続く。その他に「館内インターネット環境整備」、「館内案内へ英語版の表示」があった。



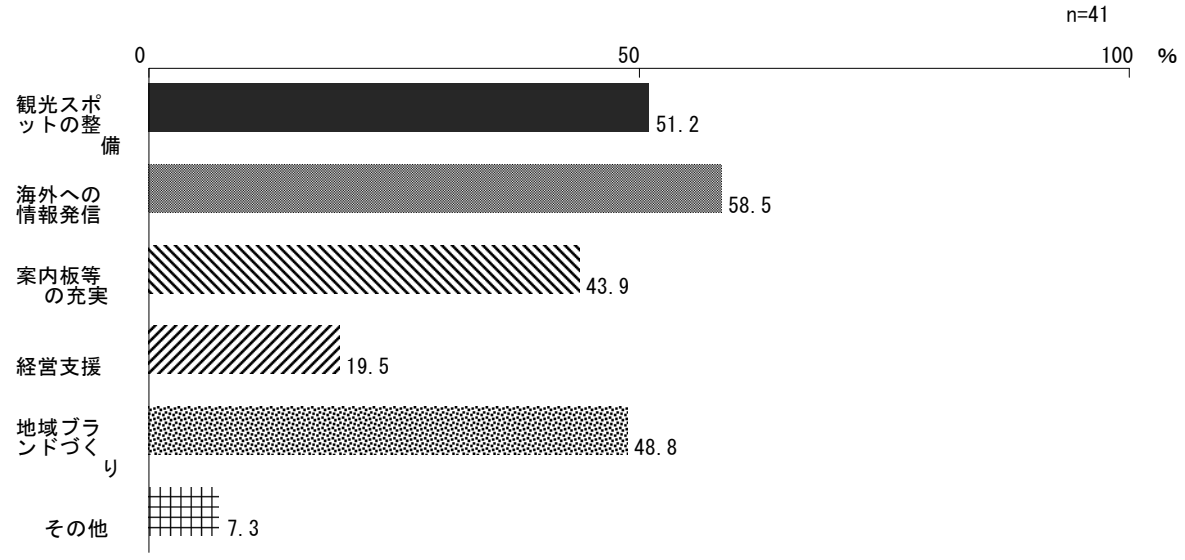


年商別今後の取組み

(15)支援機関への要望

支援機関への要望で一番多かったのが「海外への情報発信」で24社の58.5%、次いで「観光スポットの整備」が21社の51.2%、「地域ブランドづくり」が20社の48.8%、「案内板等の充実」が18社の43.9%、「個別企業の経営支援」が8社の19.5%と続く。その他に「外国語ホームページの充実、戦略的発想」、「他国でも一番大きい湖には必ず訪れます」、「船に乗るだけでは終わらないようその他施設も充実へ」という意見があった。

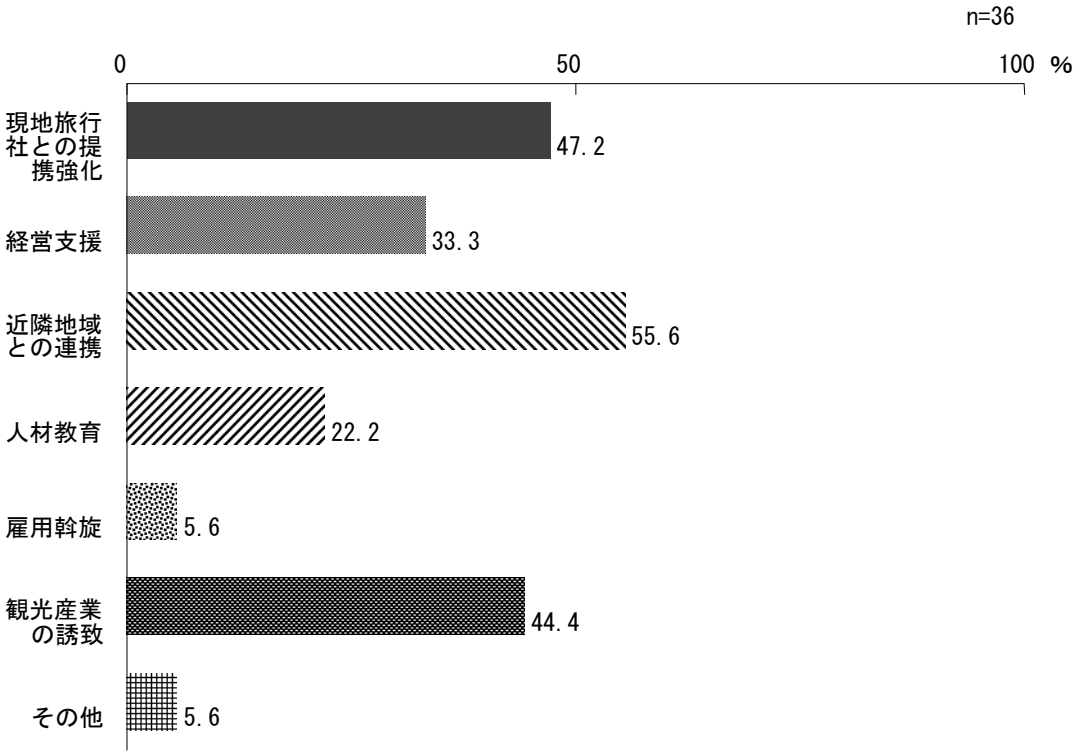
2-15 支援機関への要望



(16)所属機関・団体への要望

所属機関・団体への要望で一番多かったのが「近隣地域との連携」で 20 社の 55.6%、次いで「現地旅行社との提携強化」が 17 社の 47.2%、「観光産業の誘致」が 16 社の 44.4%、「個別企業の経営支援」が 12 社の 33.3%、「人材教育」が 8 社の 22.2%と続く。その他意見に「戦略性の構築」があった。

2-16 所属機関への要望



(17)今回のアンケートのその他の意見・要望

その他の意見・要望として「滋賀県ブランド知名度を県全体でまとめて PR していく上で、制作物等のまとめあげを行って頂きたい」、「ミシュラングリーンブックに琵琶湖を登録し情報発信して欲しい」、「観光スポットの情報発信などをして欲しい」、「外国人観光客に対して日本のマナー、ルール、常識等　インフラと共に　同じ様に示して頂きたい」、「中継地点に利用されているので、滋賀県にも何か目的になるものがあればよい」、「外国人観光客の受入は旅館経営の重要なポイントの一つです。今後ともご支援をお願いします」、「現場の意見を反映していただきたい」、「売る側の AGT にお金が落ちる仕組みが先ず必要かと思う」などがあった。

２.外国人観光客の滋賀県訪問に関する聴き取り調査・分析

訪問・聴き取り先	びわこ花街道、長浜ロイヤルホテル、雄山荘、大津プリンスホテル 三井アウトレットパーク滋賀竜王、MIHO MUSIUM
訪問・聴き取り期間	平成２２年８月～１２月

(1)国別観光客の状況

・今年は日本人が減少したため、相対的に外国の方の割合が多くなった。（MIHO MUSIUM）

・昨年は年間17万人が訪れた。今年は13万人位となっている。（MIHO MUSIUM）

・尖閣諸島問題のときもキャンセルなく、通常と同じ程度に外国人の方が訪れた。（MIHO MUSIUM）

・HPへは、100カ国以上からのアクセスがある。（MIHO MUSIUM）

①国別割合

・台湾が6割、韓国3割、中国1割。（雄山荘）

・台湾7割、中国2割、韓国１割。（大津プリンス）

・台湾、ドイツ、中国は団体ツアーがほとんど。（MIHO MUSIUM）

・各国の割合は、団体予約はすぐに分かる。団体客以外の方も配布するパンフレットでおおよそ分かる。（MIHO MUSIUM）

②国別客層の特徴

・台湾と中国は団体ツアーのみ。韓国は個人ツアーが多い。（雄山荘）

・台湾の中学生の修学旅行も来る。（雄山荘）

・台湾中国は団体ツアーのみ。（大津プリンス）

・韓国は個人と修学旅行生(小中高)が主（大津プリンス）

・欧米系の人は、団体と言っても滞在型が多く、路線バスを使ったりして日本の生活を楽しむ人が多い。（MIHO MUSIUM）

③観光目的

・団体旅行の8割が京都観光のお客様。（雄山荘）

・温泉に入りたい人は、亀岡か雄琴温泉に泊まる。（雄山荘）

・ここには温泉があるから、お客様が訪れてくれる。（雄山荘）

④季節的傾向

・時期的には、2月の旧正月と桜の時期と秋口が多い。夏は来ない。（雄山荘）

・２月は日本人が少ないから安くできる（大津プリンス）

・夏は安く出来ないのでほとんどツアーはない（大津プリンス）

(2)外国人観光客の予約ルート

①旅行代理店

・海外の旅行代理店からランドオペレーターを通じて、東京大和リゾート国際部に予約が入る。お客さまは、ツアーがほとんど。関空到着後、伊勢、浜松、というルートが多い。大和グループのホテルを巡るツアーを組んでおり、前泊が大津プリンスホテルということはない。個人客は極まれという状況。国内の旅行代理店経由はゼロ。（長浜ロイヤル）

②外国人観光客へのＰＲ

・世界的建築家である「I.M.ペイ」氏が設計したことで世界的に非常に有名。（MIHO MUSIUM）

・メイキングビデオは、世界中のケーブルTVで放映されている。（MIHO MUSIUM）

・メイキングビデオは台湾では毎日流れているらしく、知らない人はほとんど居ない。（MIHO MUSIUM）

・デンマークの海外旅行パンフレットには、宮島、金閣寺と並んで写真入りで紹介されていたり、フランスでは海外旅行雑誌の表紙を飾ったりしている。（MIHO MUSIUM）

・ミシュランでも三ツ星をもらっている。（MIHO MUSIUM）

・フランスの社交界でも、非常に話題になっている。（MIHO MUSIUM）

・特に富裕層（ペイさんを知っているそれなりの人たち）には、非常に受けがよい。（MIHO MUSIUM）

・ツアーの中に入れて欲しいと、名指して指定されることもある（MIHO MUSIUM）

・直島（香川県：アーティストの李禹煥と建築家・安藤忠雄のコラボレーションによる美術館がある）に行ってから、ここへ来るパターンも多い。（MIHO MUSIUM）

・海外からはリピーターの方も良く来られる。（MIHO MUSIUM）

・JNTO(独立行政法人国際観光振興機構 Japan National Tourism Organization：海外にアピールする機関)に入っていたが、今年から会費が高くなったために辞めた。対費用効果が見えなかった。（MIHO MUSIUM）

(3)一番使用される予約ルート

・今のところ、個人客の方が多く、外国人の団体ツアーを呼び込むところまで行っていない。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・関空着、羽田発のゴールデンルート上にあるが、観光バスに寄っていただくためには、旅行会・社へのキックバックが必要となる。一台数万円を要求されている。逆にお金さえ出せば確実に寄ってもらえる。しかし、現時点では、そこまでは考えていない。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

①旅行代理店

・海外の旅行代理店からの予約がほとんど。（雄山荘）

・海外の旅行代理店へは、直接営業を行っている。現地の代理店と繋がっていないとなかなか集客で

きない（雄山荘）

・海外の旅行代理店やランドオペレーターと蜜に手を組んでいる（大津プリンス）

・忙しい時に少しオファーを出して、その見返りに閑散期の団体ツアーを集客している。代理店との繋がりがやはり重要である。（大津プリンス）

・大津プリンスホテルとも共同で海外旅行代理店への営業も行っている。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・旅行代理店は、こちらから営業しなくても、次々にお客様を呼んでくる。それだけ、海外では有名ということ。（MIHO MUSIUM）

・海外の旅行代理店から、直に名指しで指定されることもある。（MIHO MUSIUM）

②自社組織

・自社インターネットは個人が多い。（雄山荘）

・グループ全体で中国にセールスをかけている（大津プリンス）

・大津独自での予約が９割。たまに本部からあてがわれることもある（大津プリンス）

・海外への営業は、日比谷の海外事業部にて一括で行っている。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

(4)外国人観光客が訪れるようになって良かったこと

1月、2月のオフシーズンの平日を埋めることが出来、稼働率は確実に上げられるのが良い。東アジアの人は雪を見に来る。（長浜ロイヤル）

・単純増ではなく、国内売上の低下をカバーしている。（雄山荘）

・本音は日本の観光客に来ていただければ一番いいのだが、国内の旅行者が年々減っており（特に企業や自治体の団体）、そのカバーをしている。（雄山荘）

(5)外国人観光客が訪れるようになって困ったこと

・ホテルの前にあげる旗の順番で苦情を言われる。特に台湾と中国のお客さまが同時に来られるときは、非常に気を使う。

①マナー

・H8位から東アジアのお客様が増えてきた。主にその方たちへの対応で苦慮している。欧米の観光客は、何の問題もなくWelcome。

・キャンセルは前日でも平気で入る。例の中国1000人のキャンセルは当ホテル。中国はキャンセル料は取らない文化。非常に宿泊客を読むのが難しい。ホテルを満室にするのは、職人技。ブッキング覚悟で予約を取らざるをえない状況。

・お風呂の入り方、所構わず大声を出す、そこら辺に痰を吐く、等。朝のバイキングには、タッパを持ってくるのが当たり前となっていて、詰めるだけ詰めて持って帰っていく。フルーツなんかは、ま

るごと持っていかれる。50 年前の日本の農協よりも、ひどいかも。注意書き等を施し、添乗員さんから中国語で再三注意の説明を行っても聞いていない。

・マナーが良い順番は、香港、台湾、韓国、中国。香港の方はまだ洗練されている。

・最大で、200 人/800 人の中国観光客が来ることがあるが、そのときは本当にひどい。婚礼とバッティングしたらもう最悪。

・日本人のお客さまに平謝りすることも多々あり、文化レベルの高い方から、「落ちたね」と言われ、それ以降来ていただけなくなったことも多々ある。

・キャンセルの確率は日本の 3 倍。

・一週間前にキャンセルが入るが、その穴を埋めることはできない状況。

・中国人のマナーは悪い。基本的にうるさい。

・韓国人は日本の風習に合わせようとする。中国人は合わせようとしない。

・台湾中国の人は確かにうるさいが、ロビーが大きいので、薄まる。

・風呂にバスタオルを持って入って、そのまま出てくる。湯船に浮かべたままのときもある。

・女性が、カメラを持って風呂に入っていくこともある。

・朝食は、場所を別けて提供することが多い。

・キャンセルは確かに多いが、代理店やランドオペレーターと蜜に連絡を取っているため、早い段階での対策ができる仕組みとなっており、極端に困ったことにはならない。逆に直前に予約が入ることもある。

・訪問された場合の心配ごととしては、ガムのポイ捨て、フィッティングルームで履物を脱がない等の商習慣の違いによるトラブル、などを心配している。

・トイレの仕方等は、最初は確かにおかしかったが、注意書き等で対応を行った結果、大きな問題にはならなくなった。

・中国からの方は、声が大きく占拠された感じになる。

・ガイド以外にエスコートとして無料で入るように頼んでくる人もいる。

・写真を撮る人は多い。

・建築物はいくら撮ってもいいが展示物を撮るのは禁止している。しかし、建築物の細かい部分のデザインを撮る場合があり、だんだんと区別がつかなくなってしまう。

②客単価低下

・客単価が低下した。春節などで高い価格設定できない。むしろ先方に足元を見られている。

・日本人の客であれば、8000 円の泊まりで、お土産やお酒代で 12000 円くらいにはなるが、中国人は、8000 円で来たら 8000 円で帰る。何かを買うことはない。買うのは、日本橋の電化製品のみ。

・夕食は単価を下げてまで提供していない。そのため外食が多い。焼肉食べ放題が人気。

(6)外国人観光客向け対策

①外国語対応

・韓国人と中国人を雇っている。日本で高校時代から住んでいる人。（雄山荘）

・台湾中国の看板表示はまだない。（大津プリンス）

・英語が通用する観光客の方が多いため、言葉で極端に困ったことはない。（上層客が多いと思われる）（大津プリンス）

・簡単な翻訳ボードを用意している。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・本部のオペセンに電話して通訳してもらう体制となっているが、将来団体客が来た場合は、これでは難しいと考えている。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

北京語で案内放送をおこなっている。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・展示物の説明文書は全て日英併記している。（MIHO MUSIUM）

・細かいところまで英語に訳している。これは、よそでは余り無く珍しい。（MIHO MUSIUM）

・英語以外の表記は、考えていない。美術館の格を維持したい。えこひいきになってしまう。（MIHO MUSIUM）

②販売促進策

・びわこ周遊観光ガイドマップも独自に作成している。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・各観光施設とのクーポン券の共有も行っている。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

(7)外国人観光客誘致策

東アジアからの観光客は、質より量。しゃぶしゃぶの豚肉とうどんの食べ放題が一番喜ばれる。台湾の人は特にその傾向が強い。（長浜ロイヤル）

①滋賀の観光資源

・比叡山が一番よい。日吉大社、石山寺、三井寺、長浜の黒壁、近江八幡の水郷もよい。（雄山荘）

・体験ものがよい（雄山荘）

・琵琶湖の風景が喜ばれる。（雄山荘）

・雄琴港はビアンカも停泊できる。ここを活用して、船で琵琶湖を楽しんで欲しい。（雄山荘）

・海外の観光客は日本一がみたい（大津プリンス）

・座禅の体験ツアーもおもしろいと思う。（大津プリンス）

・雪を見に来る人も多い。中部国際空港から、雪壁の立山アルペンルートを通るのが人気になっている。（大津プリンス）

・雪見船もあるが、遠出はできない。短期決戦型のアジア団体ツアーには向かない。滞在型の観光客には受け入れられると思う。（大津プリンス）

・ミホミュージアムには、外国人観光客が多く訪れており、凄い。（大津プリンス）
・世界遺産である比叡山も余り知られていない。（大津プリンス）
・京都→富士山→東京のゴールデンルートから外れた滋賀に立ち寄る原因を作る（びわこ花街道）
・琵琶湖の世界遺産への登録（びわこ花街道）
　豊かな自然や歴史の舞台だけでは弱い（びわこ花街道）
・滋賀県のシンボル候補　「ちくぶ島のリップマーク」、「延暦寺金本中堂」（びわこ花街道）
・滋賀県の魅力のポジショニング（びわこ花街道）
・滋賀県の魅力は琵琶湖であり、水のきれいな湖がＰＲのポイント（びわこ花街道）
・海外観光客は、自国にないものや日本一のものがみたい。（大津プリンス）
・世界遺産がキーワード（大津プリンス）
・観光客の目が離せないもの、京都は舞妓、奈良は鹿、滋賀には忍者がいる（びわこ花街道）
・滋賀県にはウオーターフロント、ローカルの２つの顔がある（びわこ花街道）
・幅広い視点で滋賀の魅力を洗い出して欲しい（びわこ花街道）
・京都の庭園は人が多くてつまらないという観光客もいる。滋賀県のお寺は人が少なくて静かでよい。こういった点をアピールできないか。（MIHO MUSIUM）
②交通アクセス
・JR 湖西線への乗換えが分からない。日本人でも間違えるのに海外の人はもっとわからない。（雄山荘）
・空港直行バスがあるとよい。京都で下ろされても困る。（雄山荘）
・竜王アウトレットは立ち寄るという部分がネックとなっている。立ち寄りによって旅行代理店が儲かる仕組みが必要。交通費(途中で高速おりると高くつく)の負担プラス時間当たりいくらかの報酬を払うことも必要。（大津プリンス）
・道路標識が少ない。もっと道路に看板を作りたい。しかし、土地がなかった。県から許可が下りなかったので難しい。（MIHO MUSIUM）
・バスの通れない狭い道があるが、ナビがそれを案内する。（MIHO MUSIUM）
③海外へのＰＲ
・滋賀県の特徴を絞ってアピールする必要がある。（雄山荘）
・琵琶湖は知っているが、滋賀を知らない。（大津プリンス）
・海外で販売されている旅行ガイドブックに滋賀は載っていない。（大津プリンス）
・琵琶湖と比叡山を滋賀県のメインとしてアピールしてはどうか（大津プリンス）
・今後は、滋賀県のホテルに泊まったら滋賀県の観光施設使用料が安くなるクーポン券を渡す等ホテルと観光施設との連携も重要な施策となる。（大津プリンス）
・中国湖南省の平和堂近くに滋賀県のアンテナショップを開いてはどうか（びわこ花街道）

・滋賀を巡る旅行のテレビ番組を関西テレビ等メジャーマスメディアで放映していくとよい。

（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・滋賀県として、海外への PR が弱い。もっと県として力を入れて欲しい。海外パンフレットには、滋賀県と言わず、京都から東南の山の中にあると説明している。（MIHO MUSIUM）

④連携

・観光施設と交通インフラ業者との密な連絡

セントレアは、中部地区一帯の観光スポット施設と提携していて、独自観光ルートを持っている。関空は、あまり積極的ではない印象を受ける。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

・1300 万人の飲料水を汚さない、きれいにするための全県あげての行動が必要（びわこ花街道）

・MIHO MUSIUM では 2,3 時間滞在する。もう半日滋賀県に留まる何かがあれば滋賀県に泊まってもらえるのではいか。（MIHO MUSIUM）

・大津の博物館とコラボしても面白い。（MIHO MUSIUM）

・預金一億円以上のセレブ向け貸し切りスペシャルツアーというのが世の中にある。それを呼んできてディナーショーをすることも考えている。（MIHO MUSIUM）

MIHO MUSIUM **インタビュー風景**

(8)問い合わせの多かった内容

東アジアの方は、基本的にホテルから一歩も出ないのが特徴。街へ行くことはない。日本の歴史よりも風景(ビジュアル)に興味がある。長浜の黒壁には何の興味も示さず、日没の景色に歓声があがる。欧米の方は、自国との歴史的な繋がりの話題に興味がある。（長浜ロイヤル）

①場所

・京都観光に関してよく聞かれる。

・焼き物、特に登り窯を見てみたいという声は多い。（MIHO MUSIUM）

・栗東から来るときの小さな棚田も、それなりに評判が良い。（MIHO MUSIUM）

・MIHO MUSIUM、長浜の黒壁、たねやなどの情報をよく聞かれる。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

②特産品

・近江牛は興味を持ってくれる。フナ寿司は無理。（雄山荘）

・民芸品はよく買っていく。（雄山荘）

・近江牛は有名。欧米の方は、和食京料理を求めて来られる（大津プリンス）

・お土産は、安くて日本らしいものが好まれる。百円ショップも大人気（大津プリンス）

(9)今後実施しようとしていること

・ホームページ充実により、海外の個人ツアー客を取り込みたい。

・名神高速道路の SA にて、イベントサービスを実施しているので、それは実行していきたい。
竜王近辺にある国宝等とコラボを組んでやっていきたい。（三井アウトレットパーク滋賀竜王）

(10)支援機関・団体への要望

・滋賀県への観光客誘致数を向上させる方法を考える

・滋賀県へ来た観光客の満足度を上げる方法を考える

・支援機関に観光客誘致取組事業内容の決定権を与えて欲しい

・支援機関は観光関連業者が潤う行動をとって欲しい

(11)所属機関・団体への要望

・中国人留学生を受け入れて雇用したが、ホテルに縛られることが嫌になってすぐにやめてしまう。（研修生で寮生活や日本人と常に生活するストレスも一因）中国人の雇用は難しい。

・日本の大学の文学部出身の子がよいが、なかなか就職に来てくれないのが現状。（外国語学科）

・ハローワークに依頼しても、見たからに全く見込みの無い人が来ることもある。ハローワークも、もう少し考えて紹介してほしい。

・雇用のミスマッチがある。ホテル業についてもっと広く知ってほしい。

(12)その他意見・要望

・現場サイドでは、現状非常に中途半端な状態だと感じている。日本国内の顧客満足を取るか、損益をとるか、でいつも揺れている。

・いまのうちに、なんとかしないと日本国内のお客様へのロイヤリティが無くなると危機感を感じている。

・滋賀県のブランド・知名度を県全体でまとめて PR するような小冊子が欲しい。

・滋賀県の地図が海外にはないと思う。そういう類のものも欲しい。

３．海外観光客誘致に関する中国留学生へのグループインタビュー

【日時】2010 年 10 月 31 日（14:00～16:30）

【場所】コラボしが２１．中小企業診断協会滋賀県支部事務所

【診断協会滋賀県支部出席者】

中小企業診断士　鐘井　輝

中小企業診断士　橋詰雅人

中小企業診断士　田畑一佳

【留学生出席者】

立命館大学　洪海峰君：ハルビン出身。２６歳。滋賀県には四年

立命館大学　趙晨君：天津出身。２３歳日本に４年。滋賀県には二ヶ月。大分県滞在

立命館大学　畢暁晨君：大連出身。２４歳。日本に５年

立命館大学　金偉君：安徽省蘇州出身。２４歳。日本に五年

(1)滋賀県のイメージ・シンボル

・近江商人、ひこにゃん、京都に近い、琵琶湖、自然、環境が良い

・奈良は一箇所に集まっている。京都も市内に集まっていてバスで何処でも行ける。滋賀県は分散していて掴み所がない何か特化すべきだと思う。

(2)外国から来る場合の交通手段・アクセスについて

・琵琶湖等漢字で現せるものは漢字表記にして欲しい。ひらがなやカタカナは全くわからない。

・関空から JR 一本で行けるのはいいが、本数が少ない。バスも京都で止まってしまう。とても不便。

・神戸は関空まで船もあるし、空港も神戸も伊丹もあるから便利

・大津駅前がしょぼい。奈良駅はよい。

・琵琶湖沿岸等 JR の駅から離れていて不便

(3)日本で好きな観光地

・京都がいい。日本文化の深さをあじわえる。西安の雰囲気がある。古い。

・東京。新しい近代的なデザインの建物がある

・九州がいい。阿蘇山等自然がたくさんある。熊本城もいい。彦根城は知らない。

・北海道がいい。札幌、ユキ、温泉、雄大な景色

・富士山。桜。京都。は定番

(4)滋賀県で好きな場所と理由

・琵琶湖の風景。特に雄大さや、空気水がきれいなところ。(南湖での感想。)

(5)滋賀県の良いところ・悪いところ

・食べ物が美味しい。近江米、近江牛は最高。

・草津に住んでいるが、静かなのがいい

・親切な人が多い

・観光地行きにくい。琵琶湖しかない。料理食べたい物がない。宣伝足りない。情報少ない

・最近バイトをよく断られる。

・祭りがあるとよい。特に外国人観光客も参加できるようなもの。日本の祭りはよそ者を入れない雰囲気

・中国は団体旅行。韓国はグループ旅行のイメージ。これは、保証人の問題がある。
最近、日本に来るには日本人の保証人が必要となった。日本に家族が居れば保証人は要らない。
友人に関しては、前はよかったが、最近働いてないと保証人が必要となった。

(6)観光誘致策案

・滋賀県にはいろいろな企業の工場が立地している。これを活用し、工場見学＋文化見学のツアーを行ったらどうか

・滋賀県として他府県と競争するコアが何か見えにくい。東京は買い物、京都は伝統という認識。総花的、忍者と琵琶湖を活用が必要。

・中国では体験出来ないものをウリにすることが重要。

・旅行会社ともっとタイアップすべき。

・テレビドラマや映画ロケの誘致を積極的に行う。

・世界遺産は絶対ウリになる。でも、比叡山のことは知らない。もっと宣伝すべき。

・舟を活用すべき。各観光地を舟で結ぶツアーがあると楽しいのではないか。

・新しい観光目玉の開発をしてはどうか。

・滋賀県を紹介する i-phone 用アプリケーションを製作してダウンロードさせるようにしたらどうか。

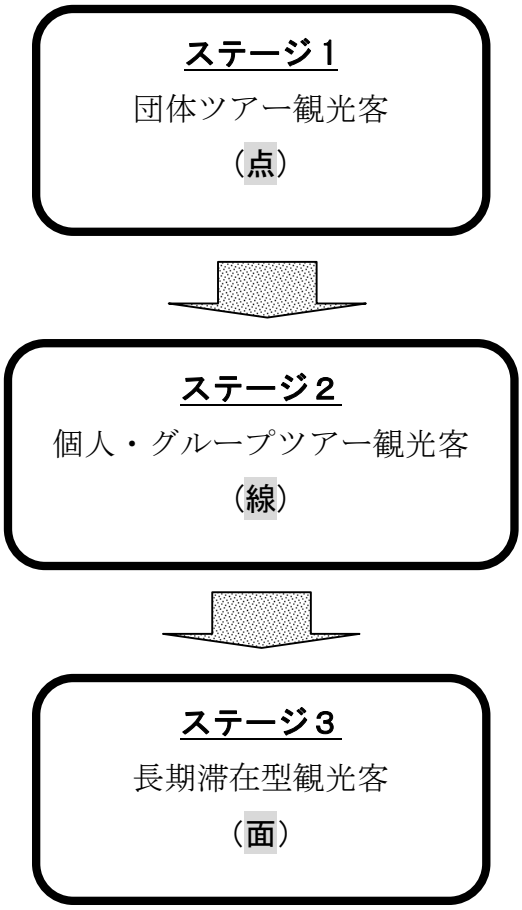
第５章　提言

1.最終目的

滋賀県へ長期滞在型観光客を呼び込む

滋賀県が一番潤う「長期滞在型観光客」を呼び込むことを最終的な目的とする。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に近い。そこで、長期滞在型観光客を呼び込むまでのフローを明確にし、各段階への提言をまとめた。長期滞在型観光客を呼び込むのが目的なので、競合は日本国内の観光地ではない。海外の保養観光地である。そこで、日本に存在する他の観光地とは争うことは提言としていない。特に隣の京都をライバル視せず、滋賀県にとってのチャンスと捉えた方向性の提言としている。また、本県は琵琶湖をはじめとする豊かな自然環境とこの中で育まれてきた深い歴史や文化を有しているにもかかわらず、現状はそれらの強みを充分に活かしきれない状況が若干ある。その辺りも基本的な提言の方向性としている。

2. 長期滞在型観光客呼び込みまでのフロー図



3. 各ステージにおける具体的な提言

(1)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あたっては、海外での認知度向上が最大の課題である。ここで、認知されなければこの先のステージにつながらない。まずは、海外の旅行代理店やランドオペレーターには、滋賀県の中でも突出した観光施設を団体ツアーの中に組み込んでもらうよう働きかけることを提案する。なぜなら、団体ツアー観光客のニーズは、日本にある「世界一」や「日本一」を観光することにある（日本人がパリへ観光ツアーに行ってエッフェル塔を必ず訪れることと同じ感覚）。「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繋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、何も伝わらないことを認識しておく必要がある。

・提言１－1．外国人目線での情報提供を行う＜提言先：支援機関・関連団体＞

現在の観光資源の情報は日本人の視点で提供されており、外国人の視点が欠落している。また、海外で販売されている旅行ガイドブックに滋賀は載っていない。そこで、観光施設としては、世界遺産である「比叡山」と海外のミシュランに記載のある「MIHO MUSEUM」を、また宿泊施設としては、日本一の湖「びわ湖」の見える宿泊施設を特に強調してアピールしていくことを提言する。また、外国人旅行者が利用する外国人が運営する旅行案内サイトとの提携を図ることや、観光パンフレットの編集に留学生や姉妹友好都市の交流研修の職員、英語の補助教員（ＡＬＴ）などの意見を取り入れて、より外国人目線からの情報提供に努めることも提言する。

・提言１－2．海外旅行代理店やランドオペレーターと密に連携する＜提言先：支援機関・関連団体＞

滋賀県へ団体ツアー客を連れてきていただくのは、海外の旅行代理店やランドオペレーターである。この方たちと密に連携することを提言する。このとき、滋賀県を総花的に紹介するのではなく、上記滋賀県の尖がった部分だけを積極的にアピールし、印象づけるようにする。また、各種施設に立ち寄るためには、立ち寄ることにより旅行代理店が儲かる仕組み（交通費負担プラス時間当たりいくらかの報酬を支払う等）が必要となる場合もある。それらの交渉も企業が単独で行うのではなく、行政からも手助けを行い、交渉を進めていくことを提案する。

・提言１－3．京都を積極的に活用する。＜提言先：支援機関・関連団体・観光宿泊施設＞

日本を訪れる観光客で「京都」を知らない人は居ない。そこで、滋賀県が京都の隣にあることを、積極的にアピールすることを提言する。京都をライバル視して無視するのはか

えって逆効果である。京都の横に立地していることを積極的にアピールしていきたい。

・提言１－4．海外テレビドラマや映画ロケの誘致を積極的に行う＜提言先：支援機関・関連団体＞

日本においても、冬のソナタのロケ地が韓国観光ツアーの人気観光スポットとなっている。海外においても、同様の現象が発生する可能性は大いにある。幸い滋賀県には山も湖も広い土地もまだまだ存在している。この滋賀県の自然を海外テレビドラマや映画ロケに使用してもらえるよう積極的にアピールを行い、認知度をアップさせることを提言する。

・提言１－5．国際会議の積極的な誘致を行う＜提言先：支援機関・関連団体＞

第２章でも述べたが、滋賀県における国際会議の開催は３年間で１回であり、京都・大阪・兵庫に比べて極端に少ない。日本一の琵琶湖や比叡山をはじめ風光明媚な観光名所を有する点では京都、大阪、兵庫に決して引けを取らない。滋賀県でも積極的に国際会議を開催し、観光が主目的ではなくても滋賀県を訪れる外国人を増やしていくことを提言する。そのための方策として以下を提案する。

①滋賀県内の国際会議に相応しい会議場を積極的にアピールする。

②会議への来訪者の宿泊が可能な宿泊施設を整備する。

③国際会議主催県として、国際会議を運営ができるスタッフを増強する。

④滋賀県内にはいろいろな種類の企業の工場が立地している。これらを活用し、「工場見学＋文化見学」ツアーも同時に開催する等の工夫を行う。

(2)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あたり、特に滋賀県内の様々な観光地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中心に提言する。

・提言２－1．滋賀県内のお勧めツアーの開発を行う＜提言先：支援機関・関係団体・宿泊観光施設＞

各観光施設の滞在時間は、ゆったりと 2,3 時間となることが見込まれる。このとき、よその土地へ行ってしまう前に、もう半日滋賀県に留まる何かがあれば滋賀県に多く泊まっていただき、日本滞在日数も増える可能性がある。そこで、単発の観光施設の紹介ではなく、滋賀県内の観光地を線で繋いだいくつかのモデルツアープランを開発し、そのツアープランを紹介していくことを提案する。具体的には、ステージ１の施設を中心に、観光地化された京都とは違う日本の本物の「侘び寂び」を実感してもらうように、日本の歴史を感じる「彦根城」「長浜黒壁」「国宝のお寺」といった箇所を結んだツアーとしたい。実際に、「京都の庭園は人が多くてつまらない。滋賀県のお寺は人が少なくて静かで日本を感じることができる。」という観光客の声もある。

・提言 2－2．標識の整備を行う＜提言先：支援機関・関係団体＞

個人や少人数グループの外国人にとって旅行しやすい環境を整備できるかが、喫緊の課題である。県内の観光スポットを見渡しても、英語の表記は散見できるものの、ハングル・中国語の表記などは、ほとんどないのが現状である。国土交通省でも観光案内標識のガイドラインを整備する方向であり、民主党政権の新成長戦略のなかでも標識の整備が観光関連で提起されている。現在実施中の奈良・三重・和歌山での熊野古道に於ける観光標識をベースに、近畿圏広域連合としての観光案内標識のスタンダードを確立し国に働きかけ、早急に観光インフラの一部として整備することを提案する。

・提言 2－3．スマートフォン用観光アプリケーションの開発と提供＜提言先：支援機関・関連団体＞

現在、i-phone を筆頭に今までの携帯電話とは違った情報端末であるスマートフォンが世の中に浸透しつつある。この情報端末を使わない手はない。そこで、滋賀県を紹介するスマートフォン（i-phone 等）用アプリケーションを製作して、常に最新の滋賀県観光地の情報を google マップ等と連携してダウンロードできる仕組みをつくる。当然、現地語化は必須である。これにより、安心で安全な旅行を楽しむことが可能となる。

・提言 2－4．観光だけではない遊びや体験の空間の提供を行う＜提言先：支援機関・関連団体＞

中国を含むアジアの富裕層に対して、歴史的建造物や商業施設だけでなく、滋賀県のゴルフ場・温泉・スキー場といった遊びの施設を総合的に利用したツアーの案内を行っていくことを提案する。特に、滋賀県のゴルフ場やスキー場は施設のレベルが高く、確実に人気になる可能性が高い。また、座禅を組んだり、精進料理を食する等日本の文化に触れたりする体験の場をテーマにしたツアーも提供していきたい。

・提言 2－5．積極的な留学生の登用＜提言先：宿泊観光施設＞

個人やグループ旅行の場合は、引率する添乗員もおらず全て自力でコミュニケーションを行わなければならない。外国人観光客への従業員の丁寧な接客対応力の強化が今後一層必要となる。そこで、長期的には語学力のあるフロントスタッフの育成となるが、短期的には留学生を現場スタッフと旅行者との通訳を含めたアルバイトに活用していくことを提案する。特に滋賀には留学生を受け入れている大学も多く、学生課へ積極的に働きかけたい。彼らから各国文化をナレッジ（知識）として蓄積することにより、各国の事情に合わせたきめ細かいサービスを実施することも可能となる。

・提言 2－6．公共インフラの整備＜提言先：支援機関・関連団体＞

現状、関西国際空港から滋賀県へ直行するのは、数時間に一本の「はるか」しかなく、とても不便な状況にある。空港バスは京都で下ろされてしまい、そこから滋賀に行く方法が難しい。特に湖西線への乗換えが日本人でも間違えるほど非常に分かりにくい。そこで、空港から滋賀県のホテルへの直行リムジンバス便を設けることを提案する。

(2)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あたり、何回も来ていただけるようリピート対策が大きな課題となる。

・提言 3－1．滞在を楽しむことができるツアーを提案する＜提言先：支援機関・関連団体＞

ゆったりとびわ湖を楽しんでいただくために、「滋賀県の観光地を船で巡る琵琶湖クルージング」や「琵琶湖一周サイクリング」などのイベントを中心に、滋賀県に密着した地元の良さをアピールしていく。特に、近江八景や近江八幡の水郷等、日本人が好む場所の情報をしっかりと提供していくことに注力を注ぐ。雪を見に来る人も多いので、雪見船ツーも運営していくことも提案する。

・提言 3－2．毎年恒例のイベントを実施する＜提言先：支援機関・関連団体・観光宿泊施設＞

一度滞在していただいた滋賀県にもう一度来ていただくために、季節ごとの参加型イベントを実施し、そのイベントに参加する仕掛けをつくることを提案する。毎年そのイベントに来ていただくことで、リピート化を図りたい。

むすびにかえて

以上、第 1 章の「日本へ訪れる外国人観光客の動向」において観光行政の変遷及び観光政策、外国人観光客の動向と特性について分析を行った。

第 2 章「外国人の滋賀県観光の動向」では滋賀県への観光客数の推移をみたうえで、外国人の滋賀県観光の動向について分析を行った。

第 3 章「滋賀県の観光資源」では滋賀県の豊富な観光資源を世界遺産、国宝、重要伝統的建築物群保存地域、国指定の名勝などの視点から整理を行い、観光目的とその対象を探った。

第 4 章「アンケート調査・分析、問題点と課題」では外国人観光客の滋賀県訪問に関するアンケート集計と分析、外国人観光客の滋賀県訪問に関する聴き取り調査・分析を行った。また、海外観光客誘致に関する立命館大学の中国留学生へのグループインタビューによる分析も並行してすすめ、問題点及び課題を探った。

第 5 章「提言」では最終的に長期滞在型観光客呼び込むために各種支援機関、所属機関・団体、関係機関や旅館宿泊施設に対しての具体的な提言を試みた。

残念ながら 2010 年 12 月 22 日付けの日本経済新聞京滋版で 2009 年度の滋賀県の観光客数が 08 年比で 1.4%減少、外国人は円高の影響で日帰り・宿泊を合わせて 13 万 4 千人、34.8%の減少と報じている。

しかし、今後も日本とアジアを行き来するヒト・モノ・カネの流れはさらに増加することが予測される。アジアに所属する日本の一員として観光交流のみならず、ビジネス交流も含め、多くの関係者・関連団体のよき相談相手となれることへの決意を本報告書の結びとしたい。

{執筆メンバー}

橋詰 雅人　（中小企業診断士）

居原田 岩雄（中小企業診断士）

鐘井　輝　（中小企業診断士）

西村 良隆　（中小企業診断士）

田畑　一佳　（中小企業診断士）