

令和5年度公益社団法人びわ湖高島観光協会事業報告書

(自 令和5年4月1日 : 至 令和6年3月31日)

I.事業総括

今年度は高島市による今後10年に亘る観光振興の理念や方向性を定める計画であるところの「たかしま観光ビジョン」が策定されました。当協会の今後の事業はこの計画の示す理念を実現すべく、高島市や地域事業者との連携強化や情報共有を図りながら、事業計画の策定や事業実施を進めていくこととなります。

令和6年3月の北陸新幹線敦賀延伸を見据え、新幹線沿線地域での知名度向上と誘客を目指して、キービジュアルでイメージを統一したプロモーションを実施しました。また広域的な受入を意識して、若狭湾観光連盟や敦賀観光協会などとの連携の取り組みを進めました。

インバウンドはコロナ禍の影響により激減しましたが、その後は回復基調が続いており、インバウンド利用が過半数を占める近江高島駅のレンタサイクルの実績はコロナ禍前の水準まで回復が見られます。今年度は誘客強化のため、高島市が重点市場とする台湾、香港を対象にインターネットを活用した多様な情報発信を実施、類似する前例の平均を上回る実績を得ることができました。

コロナ禍も後押しする形で進展してきたアウトドアやキャンプのブームですが、ここに来て市場拡大の鈍化及び新規参入の増加や供給過剰の影響で、右肩下がりの傾向が表れています。今後は本年度実施した市内キャンプ場でのアンケート調査や11月のアウトドア集客イベントの分析から得られた動向やニーズの情報を活用して、プロモーション戦略を策定して実施していきます。

観光のIT化・デジタル化・DXの推進は今後の観光振興において必須となります。現状の高島市においては十分とは言い難い状況ではありますが、本年度実施したグーグルビジネスプロフィール研修は、参加者の関心が高く概ね好評でした。今後も会員の方の要望に応じて様々なカテゴリーについて幅広く情報収集や研修を進めていく必要があります。

物産振興については、観光と物産の連携をテーマに設定しました。観光客をターゲットとした高島ちぢみ製ジャケット開発や観光キャンペーンでの景品提供等、地域の観光PRに貢献する物産事業を進めました。

令和3年度より実施しております当協会独自の観光入込調査を継続して実施、集積したデータの分析評価を行いました。データに裏打ちされた事業実施は重要であり、今後はこのデータを有効に活用するとともに、より充実したマーケティング調査に基づいて、消費者ニーズを捉えたプロモーションを実施して、地域の活性化につなげていきます。

一般事項

1.組織

1) 会員異動状況(3月31日現在)

① 会員(正会員)異動状況

年度当初 会員数	異 動			会員数
	入 会	退 会	賛助会員から移行	
281	8	8	1	282

② 賛助会員異動状況

年度当初 賛助会員数	異 動			賛助会員数
	入 会	退 会	正会員へ移行	
96	1	4	1	92

2) 役員状況

役職名	定款による定数	年度当初	年度中異動	現在
会 長	1名	1名	—	1名
副会長	3名以内	3名	—	3名
理 事 (正副会長を含む)	15名以上 18名以内	18名	—	18名
監 事	2名	2名	—	2名

3) 職員状況

種 別	年度末
正職員	8名
嘱託職員	2名
臨時職員	19名
合 計	29名

2.会議等

1) 総会

種類	月日	会 場	出席者数	議 題
通常 総会	5/26	高島市観光 物産プラザ	出 席 35名 委任出席 171名 開催時の 会員数 284名	〔議決事項〕 (1)令和4年度計算書類承認の件 ・収支計算書 ・貸借対照表 ・正味財産増減計算書 ・財産目録 ・財産諸表に対する注記 監査報告 〔報告事項〕 (1)令和4年度事業報告の件 (2)令和5年度事業計画の件 (3)令和5年度収支予算の件

2) 理事会

回	月日	会 場	出席者	議 題
1	5/11	高島市観光 物産プラザ	理事 12名 監事 2名 オブザーバー 1名	〔議決事項〕 (1)入会の承認について (2)令和4年度事業報告の承認について (3)令和4年度計算書類の承認について 〔報告事項〕 (1)監査の実施結果について
2	7/11	高島市観光 物産プラザ	理事 12名 監事 1名 オブザーバー 1名	〔議決事項〕 (1)入会の承認について (2)令和5年度収支補正予算の承認について 〔報告事項〕 (1)令和5年度事業年間スケジュールについて 〔その他〕 (1)令和6年度 事業提案について

3	11/22	高島市観光 物産プラザ	理事 10名 監事 2名 オガザーパー 1名	〔議決事項〕 (1)入会の承認について (2)令和5年度収支補正予算の承認について 〔協議事項〕 (1)令和6年度事業計画について 〔報告事項〕 (1)会長及び副会長の職務執行状況について
4	2/20	高島市観光 物産プラザ	理事 12名 監事 2名 オガザーパー 1名	〔議決事項〕 (1)電子取引データ保存に関する規程の制定について (2)給与規程の変更について (3)旅費規程の変更について (4)令和6年度通常総会の開催及び議決事項について 〔協議事項〕 (1)令和6年度事業計画(素案)ならびに収支予算(素案)につ いて (2)理事及び監事の選任について 〔報告事項〕 (1)たかしま観光ビジョンについて (2)総会議長の依頼について
5	3/25	高島市観光 物産プラザ	理事 11名 監事 1名 オガザーパー 0名	〔議決事項〕 (1)入会の承認について (2)令和6年度事業計画の承認について (3)令和6年度収支予算の承認について 〔協議事項〕 (1)令和6年度役員改選について 〔報告事項〕 (1)令和5年度収支決算見込 (2)会長及び副会長の職務執行状況について

3) 監査

令和4年度事業報告、計算書類等の監査が行われた。

月日	場 所	出席監事	監査対象
5/8	高島市観光 物産プラザ	2名	令和4年度公益社団法人びわ湖高島観光協会の事 業実施ならびに収支決算について

Ⅱ.観光振興重点事業

1.観光誘客促進のための調査事業(マーケティングリサーチ)

令和3年より誘致推進部会を中心に実施している観光入込客数の調査業務を継続するとともに評価を行い、集積データを有効活用するべく情報共有・報告を行った。

1) 観光入込客数の調査・評価

- ・調査内容:日帰り・宿泊人数、個人・団体・教育旅行の利用人数、客層、居住地、業種別入込数(宿泊・キャンプ場・スキー場・日帰り施設・道の駅別)
- ・調査対象:高島市内主要観光施設・宿泊施設 37地点

2) 誘致推進部会での報告

5月15日の運営委員会にて4年度のマーケティング調査結果及び評価について報告した。

2.広域的な動態調査事業(市委託)

令和6年(2024年)3月の北陸新幹線延伸を見据え、広域連携のより具体的な機運醸成を図るため、福井県嶺南地域までを範囲とした地図を導入した「観光アプリ」に、モデルコースを掲載、WebページやタイムリーなSNS情報ページとの連動機能を追加し、着地型ツールとしての利便性の向上を図った。令和4年度に引き続き広域的な観光客動態調査を継続的に行うべく、広域観光スタンプラリーも実施した。

また、高島市がインバウンドの重点市場と位置付ける台湾からの個人客回復に備え、観光アプリの中国繁体字版を整備した。

1) 観光アプリ運用(4月1日～3月31日実績)

ダウンロード数:1014

動向調査有効数:810

クーポン利用数:90

スタンプラリー参加者数:224

抽選応募数:132

2) 動態調査実施 通年度

3) 広域スタンプラリー実施(10月2日～12月25日)

3.アウトドア誘客促進事業

アウトドアの人气が一層高まり、市内のキャンプ場などは入込客数が増加傾向が続いていたことから、キャンプ場等利用者の市内周遊観光促進のための方針検討を行った。

1) マーケティング調査

アウトドアを目的とした観光客の動向・ニーズを調査し、客観的根拠に基づくデータ集積・評価を行った上で、ターゲティング等、今後のアウトドアプロモーションの方向性を検討した。

調査対象施設数:市内キャンプ場 14(冬期のみ 9)

期間および回答数: 春/5月22日～6月30日 回答数 172
夏/7月24日～8月31日 回答数 152
秋/10月10日～11月30日 回答数 227
冬/12月25日～2月29日 回答数 131 計回答数 682

2) 集客イベント開催

たかしまアウトドア推進協議会主催の既存イベントであるSUP駅伝と連動して、更なる集客と高島のアウトドアPRを図ることを目的として、「ブルーグリーントime」の名称でアウトドアイベントを開催した。

開催日:11月12日 10:00～18:00

会場:近江白浜水泳場

来場者数:242人(80組)(チケット販売数 大人145枚/子ども97枚)

出展者数:計30事業者

3) プロモーション事業

キャンプの指向の多様化とツールの進化に伴い、春・夏・秋だけでなく、冬季キャンプの需要が年々増え、市内においても冬季営業を開始する施設が増えている。高島市の観光閑散期対策としても効果を期待できる「冬キャンプ」をメインとしたSNS広告やPR活動を実施した。

①Web広告

広告種類:ヤフー・グーグル・フェイスブック・インスタグラム

実施期間:12月26日～3月9日

②PR活動

イベント名称:アウトドアデিজパン神戸2023

開催日:9月30日・10月1日

場所:メリケンパーク(兵庫県神戸市中央区)

内容:高島市のアウトドアおよびキャンプ場情報発信、アンケート等

4. サイクルツーリズム推進事業

びわこビジターズビューロー(以下BVBと称する)とJR西日本が令和4年度から実施しているシガリズムペダル事業のプロモーション効果を継続、定着させることを目的に、より具体的なサイクリング推奨コースの提案を行うべく「滋賀プラス・サイクル推進協議会」と連携し、ビワイチアプリを活用した「びわ湖高島サイクルスタンプラリー」を行った。

・びわ湖高島サイクルスタンプラリー

実施期間:10月21日～11月20日

参加者数:161名

また、令和4年度から導入したインターネット販売を継続し、新たに個人予約対応を整備したことで、利用者の利便性向上および販路拡大を目指した。

5.DX推進事業(市委託)

IT化・デジタル化・DXによる観光推進を考えるきっかけとなるよう、誰でも手軽に始められるグーグルビジネスプロフィール(旧称グーグルマイビジネス)やSNS活用推進をテーマにした外部講師による研修を部会員はじめ市内事業者を対象に実施した。

開催日および参加人数:

①6月22日【基礎編】令和時代必須! グーグルやSNSを使った集客を知ろう

参加者:34名(内、動画視聴12名)

②6月28日【応用編】実践! SNSで売上拡大につなげよう

参加者:35名(内、動画視聴10名)

③7月6日 SNS活用座談会/個別相談会

参加者:4名/4施設

会場:高島市観光物産プラザ 2F 視聴覚室

6.シガリズム関連事業(びわ湖高島サイクルツーリズム推進事業)(BVB補助)

シガリズム観光振興ビジョンの基本方針に則り、高島市のシガリズムプロモーションの一環として「サイクリング×周遊観光」を主眼とし各種事業を展開した。

1)パンフレット作成

名称:「びわ湖高島サイクリングマップ」

発行部数:10,000部

2)広告宣伝(BVBの広告媒体活用)

①公式ホームページWebバナー広告 掲載期間:10月21日~11月17日

②県域観光パンフレット「シガリズムトリップ 2023 秋号」広告掲載(A4 1/2 ページ)

③SNS広告 春向けインスタグラム広告 掲載期間:3月4日~3月24日

3)PR活動(BVBと連携)

イベント名称:ツーリズムEXPOジャパン 2023 大阪関西

出役日:10月28日

会場:インテックス大阪

7.北陸プロモーション事業(市委託)

令和6年3月の北陸新幹線敦賀駅開業効果を最大限に活用し、敦賀市と隣接する高島市の知名度および集客の向上を目指すべく、北陸新幹線沿線地域を中心としたエリアをターゲットに観光情報の発信を行った。また、旅行会社等への営業活動や出向宣伝活動を通して、高島市の観光プ

ランの提案および動向やニーズ調査を行った。

1)情報発信事業

①キービジュアル作成

キャッチコピー:「湖よりも、ディープ。」

②金沢駅デジタルサイネージデータ制作業務

掲出場所等:金沢駅コンコースデジタルサイネージ東側 20 面

液晶サイズ 55 インチ、放映時間 5:00~25:00、15 秒 6 分ロール

掲出期間:3 月 1 日~3 月 31 日(1 ヶ月間)

③SNS広告業務

活用SNS:インスタグラム広告

配信エリア:北陸(福井県・石川県・富山県・新潟県上越市・糸魚川市)

首都圏(埼玉県・群馬県・東京都(23 区)・長野県長野市・上田市)

配信ターゲット 性別・年齢:女性・25 歳~60 歳

行動・興味関心:よく旅行をする人・エコツーリズム

配信期間:3 月 1 日~3 月 30 日

効果測定:	リーチ数	クリック数	クリック率
北陸	67,813	2,740	1.84%
首都圏	265,092	8,448	1.72%

④Webページ作成

URL: <https://takashima-kanko.jp/deeper>

公開日:2 月 29 日

⑤キャンペーン用ポスター作成 B1(728×1030mm)サイズ 50 枚

2)誘致営業活動

①首都圏営業

実施日:2 月 14 日・15 日 実施場所:東京都内

○BVB主催商談会

「首都圏旅行会社商品企画造成・仕入・販売担当者説明会及び商談会」

商談件数 15 社(国内旅行他)

○直接訪問 6 社(国内旅行・教育旅行・インバウンド)

②北陸営業

実施日:3 月 7 日・8 日

実施場所:北陸(石川・富山)

営業件数:金沢市 6 社、富山市 6 社(国内旅行・教育旅行)

③出向宣伝活動

実施日:3 月 23 日・24 日

実施場所:金沢駅もてなしドーム地下広場

出役:びわ湖高島観光協会職員 3 名、高島市職員 他

実施内容:観光PRおよび特産品販売、アンケート調査およびガラポン抽選会

実績:パンフレット配布/計 350 セット(23 日 200、24 日 150)

アンケート/合計回答数 207 名(有効回答数 207)

Ⅲ.観光振興継続事業

1.情報発信事業

観光業界においても、デジタルツールの普及が急速に進む中、一方では紙媒体への需要も一定存在する。「誰が」(ターゲット)「どこで」(旅マエ、旅ナカ)活用するためのツールなのか、また使用するシーンに応じ掲載内容を検討して作成した。

これまで年 2 回発行していた滞在型観光誘致パンフレットは、今年度は個人向けの「旅ナカ」活用を重視して季節毎の 4 回発行に改編した。また、基礎ツールである総合マップは、一般向け配布以外にも営業資料としても必須であり、商談シーンでも使い勝手がいいように、サイズダウンを施しリニューアルした。

1)パンフレット等の作成

①滞在型観光誘致パンフレットの作成(市委託)

紙面掲載スペースを縮小する為、観光アプリや公式Webページ等の、旬の情報への誘導を意識した紙面構成とした。

- ・夏号 6 月発行 10,000 部
- ・秋号 9 月発行 10,000 部
- ・冬号 12 月発行 10,000 部
- ・春号 2 月発行 10,000 部
- ・仕様/各号とも、A3 サイズ両面カラー・A4 仕上がり

②総合マップの作成(市委託)

サイズ縮小の為、見やすさを重視し掲載情報を絞り込み、リニューアルした。

- ・名称/びわ湖高島観光Navi
- ・発行部数/15,000 部
- ・仕様/A2 サイズ両面カラー・A4 仕上がり

③多言語パンフレットの増刷(市委託)

過年度に作成した高島市の基礎ツール英語版・中国繁体字版を改訂・増刷

- ・名称/Welcome to BIWAKO TAKASHIMA
- ・発行部数/各 2,000 部
- ・仕様/A2 サイズ両面カラー・A4 仕上がり

2)Web情報発信業務

①公式ホームページ

- ・アクセス実績に基づくWebマーケティングの定着化を目的にした。
- ・更新頻度の高い日常業務に加え、戦略的な誘客コンテンツを発信した。
- ・サイクルツーリズム促進のためのWebページを改修した。
- ・アクセス実績:2,343,327PV(2023.1月～2023.12月／昨年対比 86%)

※ただしアクセス解析システム変更による影響が見られた。

②公式SNSによる情報発信強化(2023.4月～2024.3月)

	投稿数	リーチ数(閲覧人数)	新規フォロワー数
フェイスブック	86	61,000	162
インスタグラム	78	575,000	962

③各種情報サイトへの観光情報を提供

3) 広告宣伝

①Web・雑誌等(有料広告)

- ・BVB公式ホームページ「滋賀・びわ湖観光情報」
- ・フリー冊子「ふぁにぷろ 2023 秋冬合併号」(9/30、50,000部発行)
- ・新聞広告「産経新聞」(2/29朝刊、近畿・中京・北陸、55,000部掲載)

②Web・雑誌等(無料掲載)

- ・雑誌・新聞等、紙媒体への情報提供 62件
(昭文社、関西ウォーカー、リクルート、京阪神エルマガジン社等)
- ・ホームページ等 49件
(じゃらんニュース、hinata アウトドア、ウェザーニュース等)
- ・TV含むその他メディア等への情報提供多数

4) 各種DM発送業務

- ・関西、中京方面を中心とした主要道の駅や観光関連施設、宿泊施設等
6月、9月、11月、3月 各月約90件
- ・BVBのDM活用(個人・メディア等)
9月、12月、3月 各月約1,500件
- ・全国旅行業協会員の旅行会社へのDM発送(首都圏・東海・北陸・関西方面)
9月 約530件 / 3月 約800件
- ・旅の地産地消パンフレット事業(近江鉄道)
7月、10月、1月 各月300部

2. インバウンド誘客強化事業(市委託)

主要都市部や観光地では本格的にインバウンドが回復、コロナ禍で変化した旅行スタイルやニーズに対応できる効果的な情報発信や受入態勢を構築することで、高島市がインバウンド重点市場と

位置付ける台湾・香港への継続的な誘客事業を実施した。

1) 台湾・香港向けWeb記事掲載

媒体:訪日旅行メディア「楽吃購(ラーチーゴー)！日本」(※)公式Webページ

※年間利用者数 1,300 万人(台湾・香港で最大規模の訪日メディア)

期間:2023 年 4 月～

内容:メタセコイア並木、白鬚神社の映え画像を中心に構成。更に、その他の「絶景」や訴求効果のある「飲食」情報を多く掲載。市内周遊・滞在促進を図った。

効果測定(2023.4～2024.2):

全体 PV 数/29,906 (R4 実績 8,483、類例の平均 PV 数 10,000～15,000)

全体ユーザー数/23,286 (R4 実績 7,043、類例の平均ユーザー数 2,700)

2) 台湾・香港向けWeb配信およびリターゲティング広告

・SNS配信

媒体:「ラーチーゴー！日本」公式フェイスブック

期間・効果測定

1 回目/5 月 17 日 リーチ数 113,915

2 回目/9 月 27 日 リーチ数 106,567 (類例 約 50,000～70,000 リーチ)

・Webリターゲティング広告

媒体:フェイスブック・グーグル

期間・効果測定: (目標クリック数 4,000)

1 回目/5 月 26 日～7 月 25 日 表示 677,361 回 クリック 5,974 回

2 回目/8 月 10 日～10 月 10 日 表示 225,247 回 クリック 4,325 回

3) 二次交通活用周遊プラン記事の作成(FIT 向けレンタサイクル利便性向上)と販売

インバウンド需要の高い近江高島駅のレンタサイクルについて、おすすめ立ち寄りスポット情報を掲載した周遊コースの記事を掲載した。また、近江高島駅発着のレンタサイクルを OTA(オンライン旅行代理店)で販売した。

活用 OTA:「ラーチーゴー！日本」公式 OTA(公式ホームページ連動)

販売開始日:8 月 1 日～

効果測定(2023.8～2024.2):

商品ページ PV 数/1,911 購入数/21 台

CVR(コンバージョン・獲得率)/1.1%

3.誘致営業活動

BVB主催の商談会等に積極的に参加。また必要に応じて協会単独の誘致営業活動を実施した。なお、前年度にSDGsや滋賀県独自のMLGsの視点を組み入れて一新した提案資料を効果的に活用した。

- 1) 旅行会社、メディアを対象とした主要都市圏への誘致営業活動。
- 2) 対象旅行会社は、国内旅行・教育旅行・インバウンド(国内の訪日旅行取扱旅行会社など)を中心とし、エリアは、首都圏・関西圏・中京圏を中心とした。

実施日	名称	内容
6/14	阪急交通社国内旅行推進協力会 近畿東海支部主催商談会	国内団体旅行 商談 7 件
7/6-7	BVB教育旅行部会主催 教育旅行誘致キャラバン	教育旅行取扱い旅行会社訪問 金沢 6 社 富山 5 社
7/13	BVB教育旅行部会主催 旅行会社現地研修会&意見交換会	教育旅行取扱い旅行会社 6 社 13 名に プレゼンテーション
7/26	BVB教育旅行部会主催 近畿日本ツーリスト研修会	教育旅行取扱い担当 16 名にプレゼン テーション
9/26	BVB国内旅行誘致部会主催 旅行会社現地研修会&商談会	関西・首都圏・九州の企画造成・仕入担 当 18 社 34 名が参加 商談 18 社
10/4	近畿 6 府県首都圏観光連絡協議会 主催 観光情報交換会	32 社 44 名の旅行会社やメディア担当 者にプレゼンテーション
12/12	BVB国内旅行誘致部会主催 中京地区旅行会社商談会	中京地区の企画造成・仕入担当 9 社 11 名が参加 商談 9 社
12/20	阪急交通社国内旅行推進協力会 近畿東海支部主催商談会	国内団体旅行 商談 7 件
2/14	BVB国内旅行誘致部会主催 首都圏旅行会社商談会	首都圏の企画造成・仕入担当 15 社 19 名が参加 商談 15 件
2/15	協会主催・首都圏営業活動(北陸プロモ ーションに係るヒアリング含む)	国内・教育・インバウンド取扱い旅行会 社訪問 6 社
3/7-8	協会主催・北陸営業活動(北陸プロモー ーションに係るヒアリング含む)	国内・教育取扱い旅行会社 金沢 5 社・ 富山 6 社訪問
3/12	BVBインバウンド部会主催 旅行会社商談会	インバウンド取扱いランオペおよび旅行 会社 11 社 16 名が参加 商談 11 件

4.広域連携事業

2024 年 3 月の北陸新幹線敦賀延伸に伴い首都圏からの観光客の動きが変化することが見込まれる。首都圏に向けて多くの情報発信を行っている若狭湾観光連盟との協働や北びわ湖広域観光協議会事業を中心に、広域連携事業をより強化した。

なお、まいばら駅広域観光交流圏コンソーシアム(米原・彦根・長浜・高島)や鯖街道まちづくり連

携協議会(若狭・小浜・高島)など他団体や他協議会の類似事業も注視しながら、目的やターゲットを明確にして、より効果的な連携事業を展開した。

1) 若狭湾観光連盟との連携(市補助)

①国内メディア招聘事業

実施日:12月11日・12日

取材先:高島市内および福井県嶺南地域の主要観光スポットを含む周遊ルート

招聘者:株式会社天夢人「旅と鉄道」副編集長1名

成果:「旅と鉄道 2024年3月号」北陸新幹線延伸特集記事として無料掲載

②北陸新幹線敦賀開業に係る「つるが街波祭」出向宣伝

実施日:3月16日・17日 場所:敦賀駅前商店街 歩行者天国エリア

③相互地域の観光地研修および交流会議

実施日:11月17日 場所:福井県三方郡美浜町

④観光情報発信の連携強化

若狭湾観光連盟・びわ湖高島観光協会が共同で広告出稿

「産経新聞」11/18朝刊、京都府版18,000部掲載

2) 北びわ湖広域観光協議会(長浜観光協会との連携)

北びわ湖エリアへのインバウンド誘客促進を目的に造成したモデルコースの磨き上げ、双方の地域通訳案内士の連携強化やランドオペレーターへの販促強化を目的に事業を展開した。

①インバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート2023」への共同出役

実施日:10月26日～10月28日(3日間) 場所:インテックス大阪(大阪市)

商談件数:24件

②多言語パンフレット(英語版)作成

名称:「Northern Lake Biwa Area Tourist Guide」 発行部数:5,000部

3) 敦賀市との連携

新幹線新駅の立地する敦賀市および敦賀市観光協会と高島市、当協会4者でモデルルート造成のワークショップを実施して連携を進めた。

5. 旅行業務・手配業務

1) 着地型旅行の主催(受付、手配、実施)

協会主催ツアー、他機関企画ツアーの受付、手配等を行った。

実施日	タイトル	人数
5/20	新緑の清水山城跡ハイキング(催行人員に満たず中止)	—
9/9	滋賀県立美術館持込企画・今森光彦 周遊ツアー	19
9/16	ヒガンバナ群生地ハイキング(開花時期がずれた為中止)	(11)
11/23	紅葉の清水山城跡ハイキング	13

3/2	ザゼンソウ群生地ハイキング	19
-----	---------------	----

2) 旅行会社や学校等からの依頼による教育旅行、団体旅行の手配業務

実施日	団体名・内容等	人数
5/18-20	金蘭千里中学校 第一次産業体験・カヌー体験	205
6/6-7	神戸市立玉津中学校 第一次産業体験	244
6/6-8	名古屋市立白山中学校 第一次産業体験	72
10/6	高島市・守口市民交流ツアー	25

3) 各種大会運営に関する受付、手配

実施日	団体名・内容等	人数
5/3-5	京都サッカースポーツ少年団連盟チャレンジカップ U11in 高島、GW 今津フェスティバル (宿泊・弁当手配)	1,227 延数

6. 受入体制整備事業

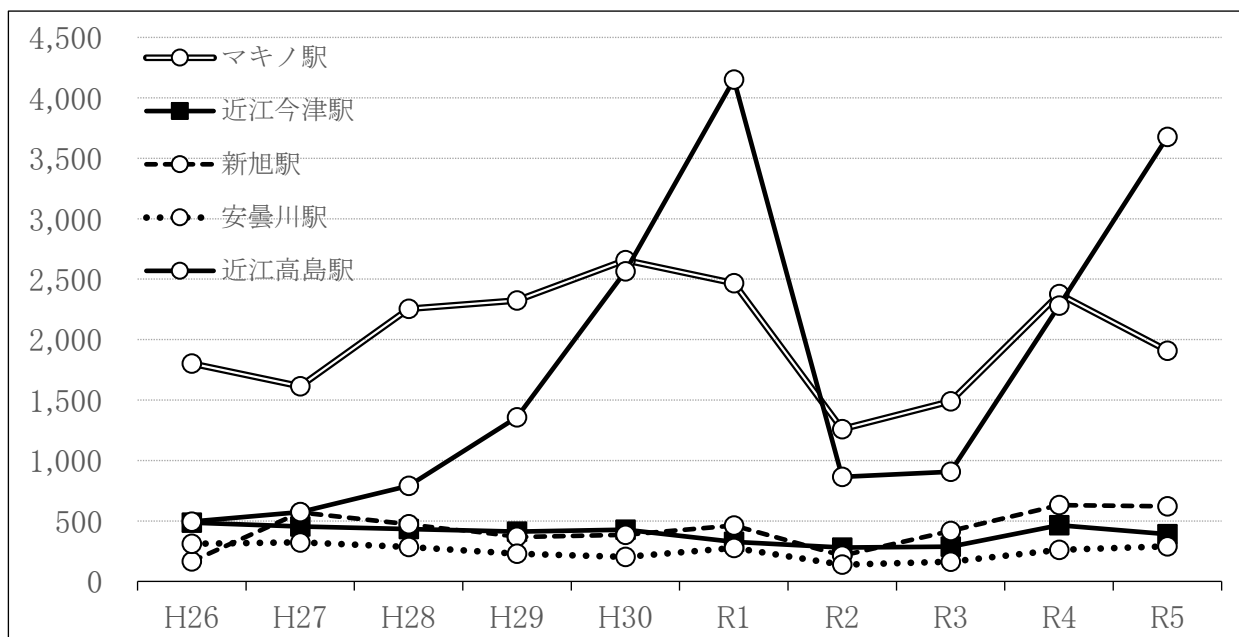
1) レンタサイクル事業

① 駅案内所等を利用して、e-bikeを含むレンタサイクルを活用した観光を促進した。

■ 駅別の利用台数(4月～3月)

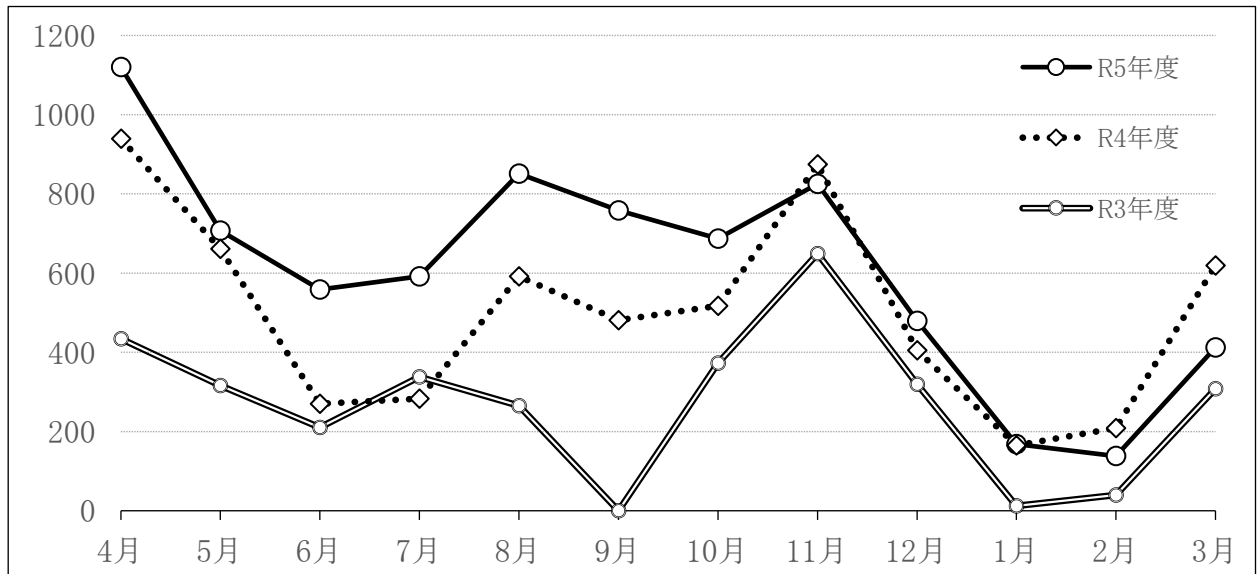
マキノ駅	近江今津駅	新旭駅	安曇川駅	近江高島駅	合計	前年比
1,967	421	678	304	3,926	7,296	121%

■ 利用台数の年次変動(駅毎)



- ・インバウンドの回復により、白鬚神社を目的とした近江高島駅の利用が急増した。
- ・一方、マキノ駅利用で、昨年度と比較して特に減少が目立った月は11月であった。国内客のメタセコイア並木目的のレンタサイクル利用が減少したことが伺える。

■利用台数の月次変動



過年度と比べ、特に初夏～夏季(6～8月)の利用が増加した。特に、近江高島駅の利用増加率が高かったのは、夏季もインバウンド利用が大幅に増加したことが要因と考えられる。

②インバウンド向けWeb予約販売整備(近江高島駅のみ、台湾・香港サイトのみ)

特にインバウンド利用の多い近江高島駅発のレンタサイクルを、台湾・香港向け訪日旅行Webサイトで、1台から事前予約が出来るよう整備した。

IV. 観光物産振興事業

1. 観光物産活性化事業

観光協会の物産振興の取組として、観光振興事業との連携により新たな観光消費に繋げる。また、地域のPRに貢献する物産関連商品の開発を促す。

1) 観光客向け新商品の開発

高島ちぢみ製のジャケットを開発し、昨年度の新商品monpe(もんぺ)とのセットアップも可能な商品として、販売を開始した。

2) ギフトセット、コラボ商品等の開発

企業の記念式典での贈答品案件や高島市職員労働組合向けに3,000円相当の商品セット等を編成した。これを活かして次年度の通販事業にて、販売予定。

3) 市内消費額向上に資する、観光キャンペーン等と連動した商品企画

観光アプリや健康推進関連アプリ等のキャンペーン事業で景品提供を行うなど、PRの場として活用した。

4) フルタ製菓商品の取扱

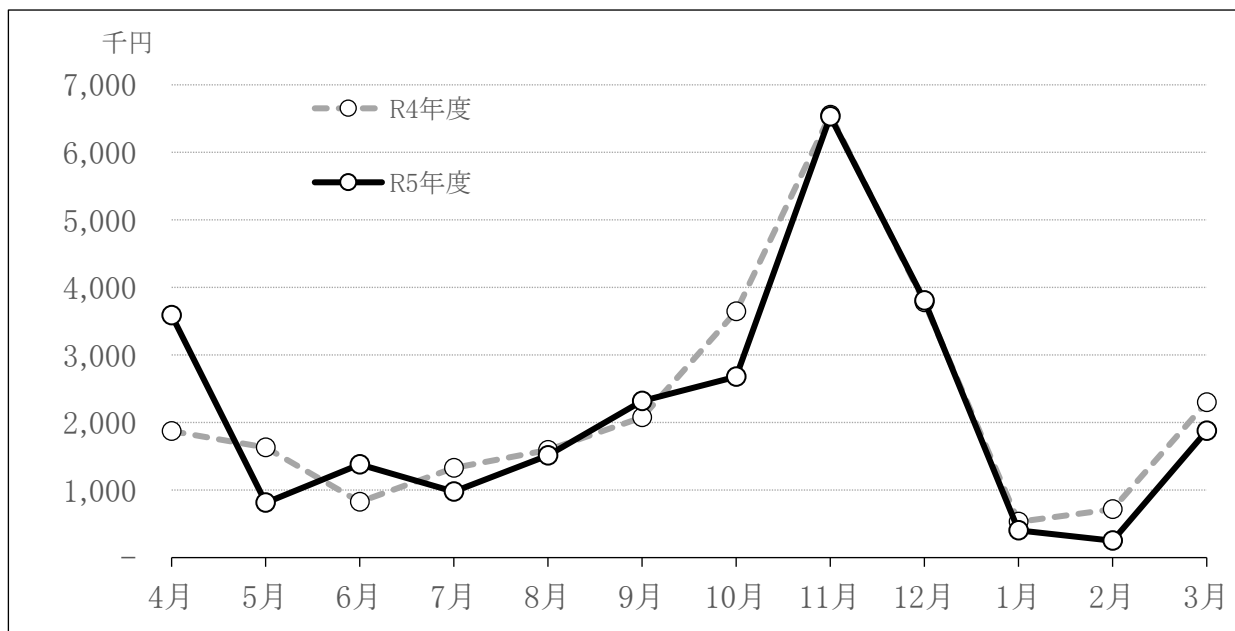
高島市とフルタ製菓(株)の包括連携協定により、展開されているメタセコイヤシリーズ商品の

市内観光施設、観光事業者等への卸売りを継続して実施した。

■フルタメタセコイヤシリーズ商品の売上実績

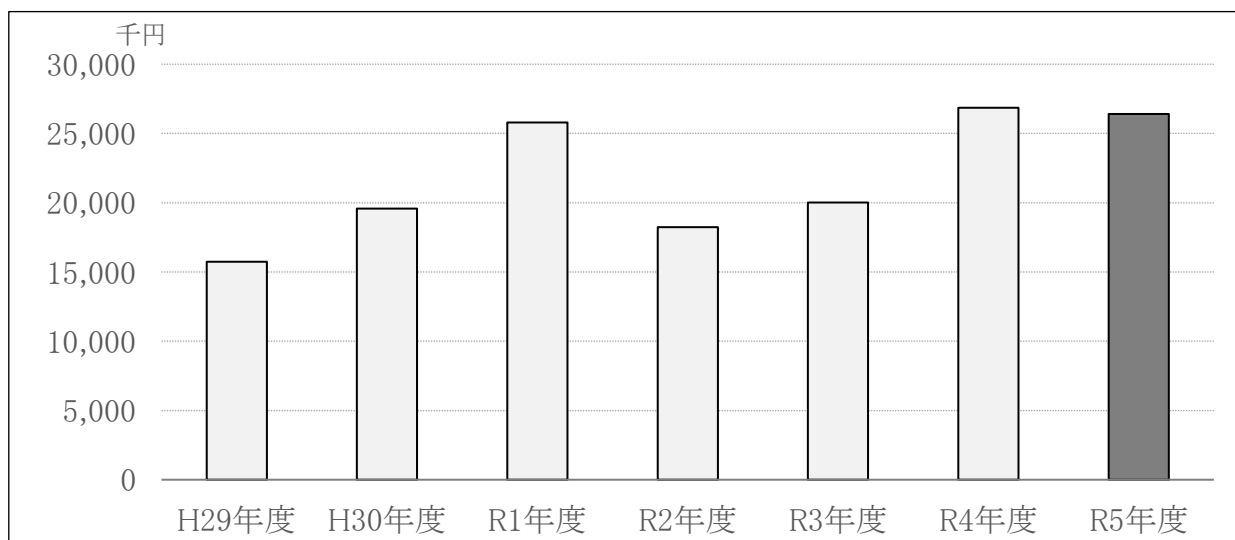
売上総額 26,407,836 円 前年比 98%

■フルタメタセコイヤシリーズ商品の売上月次変動



・売り上げのピークは11月に見られる。紅葉期のメタセコイヤ並木(マキノピックランド)への集客と連動しているものと思われる。

■フルタメタセコイヤシリーズ商品の売上年次変動



・前年度はコロナ禍からの回復が顕著に表れたが、本年度は前年をわずかに下回る結果となった。新商品の登場を待ちながらも、何らかのてこ入れが必要である。

5) 視察および教育活動等の見学の受入

高島市内の小学校の4年生、計5校の社会科見学を受け入れて、ちぢみなどの繊維製品を中心とした市内産品について解説した

2. 情報発信事業

1) SNS等を活用した情報発信

① インスタグラム、フェイスブックの活用

店舗情報および催事情報を、都度発信すると共に、催事情報をエリア広告にて配信した。

② LINE 広告・友達登録等の検討

催事情報を、エリア広告にて配信した。

■ 広告配信結果 (2024. 3. 1-2024. 3. 8 ここ滋賀催事広告)

広告媒体	インプレッション数	リーチ数	クリック数
インスタグラム	79,945	60,813	2,049
LINE 広告	446,820	171,359	4,739

分析結果では、インスタグラムで男性の興味が高く、LINE では女性の興味が高い内容となった。両媒体ともに、比較的高い年齢層の興味関心が高かった。

2) 自主発行の媒体による情報発信

① 協会発行の紙媒体の活用

たかしま日和 (季刊情報誌・夏号および秋号) にて情報を発信。

② 公式ホームページおよびブログ等の活用

ブログ、SNSにて、店舗情報およびキャンペーン情報を発信。

3) マスメディア等を活用した情報発信

① プレスリリース

例年成果が上がっていなかったため、今年度においてはSNS 広告を重ねて行うことで代替とした。

② 新聞折込チラシ

市内折込を実施 (7月サマーフェア・4月スプリングフェア)

4) 一般消費者、旅行会社向けDMによる情報発信

① まるごと百貨店フェア等のイベントおよび、新商品等の情報発信

DM発送 (サマーフェア等 36件、スプリングフェア等 32件)

3. 通信販売事業

① 自社ECサイトで「たかしま・まるごと百貨店」の商品を中心に販売を実施した。

実績 11件 72,968円 前年度比 76%

② びわ湖高島えんむすび事業(高島市のふるさと納税事業)に参画して、返礼品を提供した。

品目変更の影響があり前年実績を下回った。

・高島屋洛西店経由 実績 113件 820,010円 前年度比 94%

・JTB経由 実績 60件 332,300円 前年度比 98%

③高島屋オンラインでの販売を実施した。

実績 94 件 583,500 円 前年度比 262%

④楽天市場EC事業

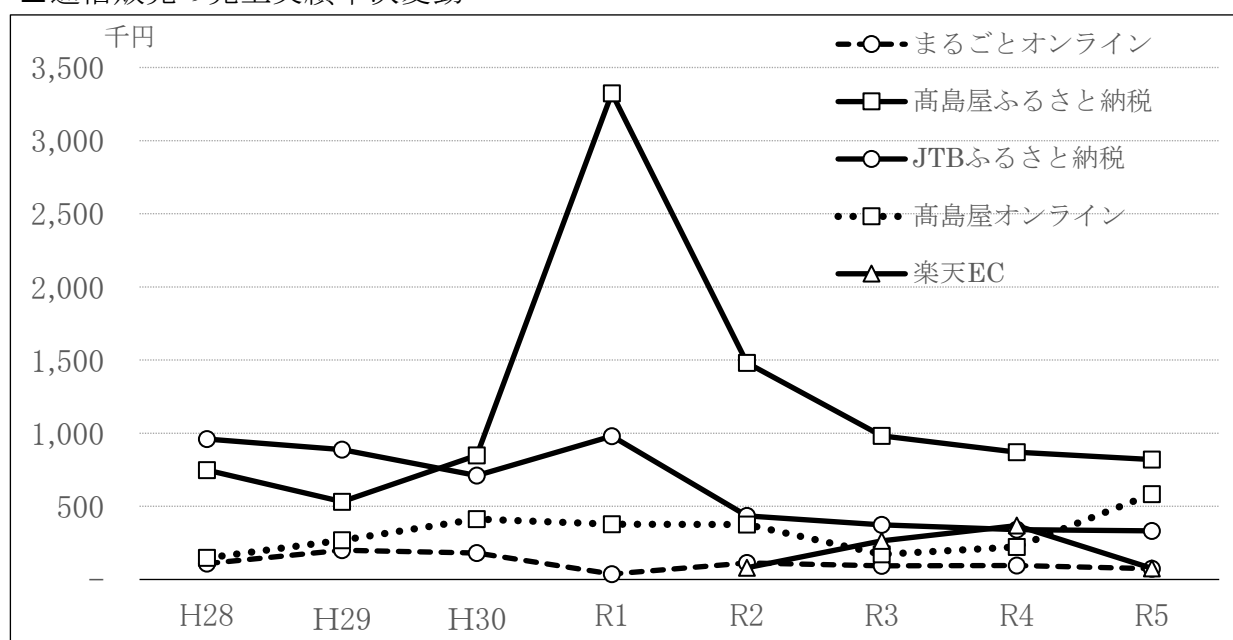
前年度に引き続き楽天市場モールで高島市物産のPRと販売を実施した。

支出を極力抑えるため広告を設けずに、販売を継続した。

参画事業者 18 件 登録商品 61 点

販売実績 20 点 76,120 円 前年度比 20%

■通信販売の売上実績年次変動



4. たかしま・まるごと百貨店の運営

開業9年目となり、市内産品の直売所として認知を広げている。出店事業者との連携による商品の展開や情報の充実と、配送、包装等の顧客サービスを充実させることで、他施設との差別化を図っている。

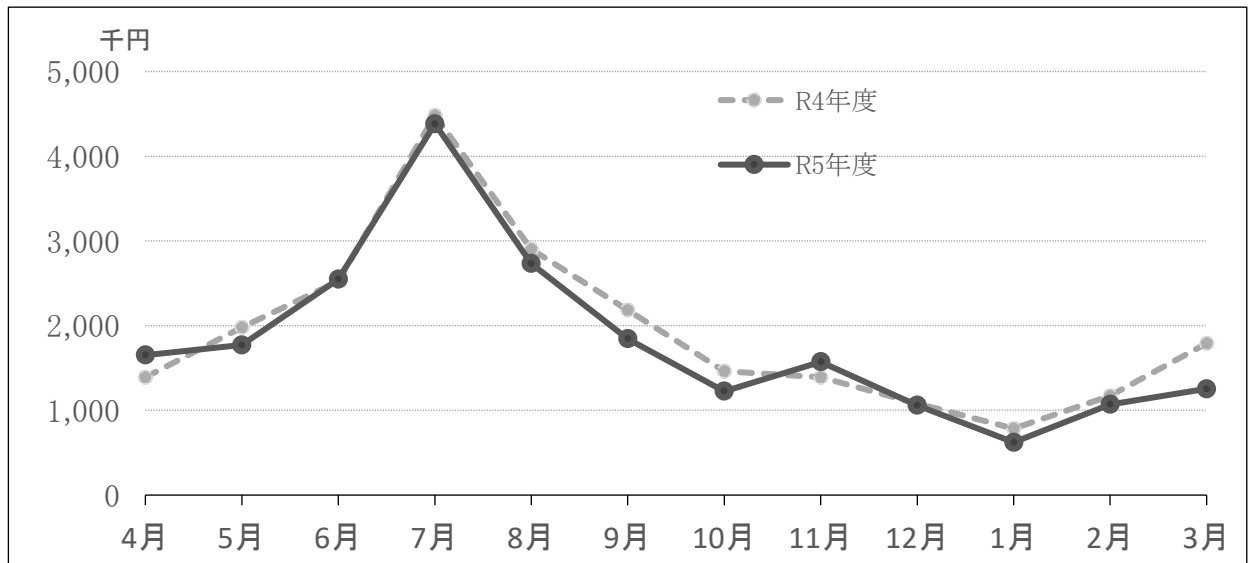
1) たかしま・まるごと百貨店の実績

①まるごと百貨店の売上

■通年の売上高 21,739,361 円 (前年度比 94%)

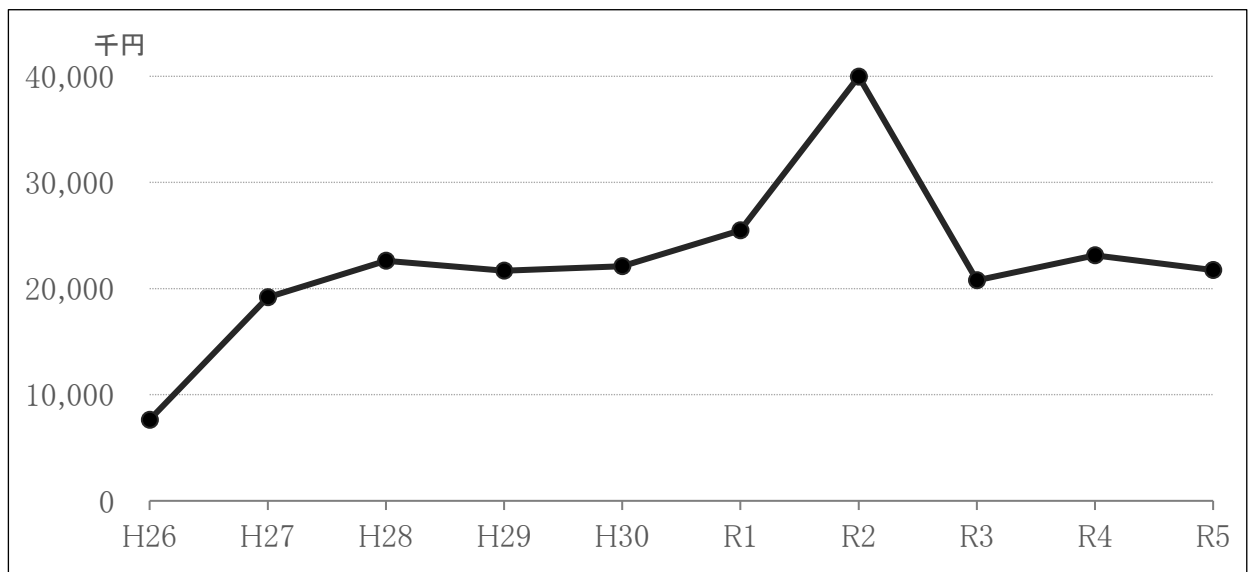
前年と同等の推移であったが、1月のふるさと納税利用の減少に加え、この期間の周遊クーポン(今こそ滋賀を旅しよう)などの実施がなかったことが3月精算に影響し、前年を若干下回る結果となった。

■売上の月次変動(千円)



売り上げのピークは7月である。主力商品のちぢみ製品のハイシーズンであることに加え、サマーフェアの開催も大きく寄与している。

■ 売上の年次変動（千円）



・前年度を少し下回ったものの、コロナ禍以前の水準で落ち着いており、次年度の 10 周年を契機に成績を伸ばしていきたい。

② 店舗の充実を図る活動

- ・出品者とのコミュニケーションを図り、商品の充実を図ると共に、本年度より新たに、3 社の事業者が参画した。
- ・店内レイアウトの改善を図り、接客対応の円滑化を促進した。

2) 取扱商品の拡充

新たに 5 社の事業所より商品登録

3) イベント開催

たかしま・まるごと百貨店及び高島市物産品のPR効果を高め、知名度の更なる向上を図ると共に、売上の上積みを図り、まるごと百貨店のイベントを毎年定例的に開催している。

① スプリングフェア

期間 4月9日(土)～10日(日)2日間

実績 売上 408,528円 前年比 129%

企画 恒例の10%オフセールを実施、特価品の提供

今年度より4月初旬の開催とし、前年比129%の成果となった。今後も、購買意欲の高まる時期設定とする。

② サマーフェア

期間 7月8日(土)～9日(日)2日間

実績 売上 1,691,284円 前年比 93%

企画 恒例の20%オフセールを実施、特価品の提供

天候に恵まれず、2日目の成績が芳しくなかったが、安定して集客を図れている。

③ 新旭文化祭連動イベント

イベントの規模に合わせ、セール商品を一部展開した。

④ その他企画販売

特設コーナーを設け、販促を図った。

母の日(4月29日～5月8日)、父の日(6月1日～6月19日)

4) 観光案内

まるごと百貨店店頭での案内と媒体掲出

販売時を中心に観光案内窓口として、機能を果たした。イベント等の際は、ポスター等の掲出を行った。

5) その他

① 出品者情報の更新

メールアドレスの再確認を中心に登録情報を精査した

② 10周年イベント(令和6年度予定)等の検討

内容協議および、開催に備え什器の更新等を行った

③ バスツアー立寄り等の誘致営業

観光振興事業誘致活動時に施設紹介を実施。

5. 外部出店事業

1) 市外・県外への出店(市委託)

① 近鉄草津店・洛西高島屋などの百貨店等にて開催される催事への出店

要請のあった近鉄百貨店草津店の催事会場において、18社参画の協力を得て出品した。

② 観光イベント等への出店

高島市より要請のあった友好都市や連携企業のイベントへ出店し、友好を深めると共に高島の製品のPRを行った。

■催事一覧

催事名・会場	期間	実績
「たかしま Blue&Green コレ」 会場:近鉄百貨店草津店 2F Plugs Market	6月21日 ～6月27日	出品 繊維 7、農水産品 7 食品 2、工芸2、雑貨 1 社 売上 2,428,583 円
すいたフェスタ 会場:万博記念公園お祭り広場	9月3日	出品 9社/94品目 売上 43,000 円
「滋賀のええもんに福井のええもんコレ」 会場:近鉄百貨店草津店 2F Plugs Market	9月27日 ～10月3日	出品 2社/17品目 売上 101,320 円
光亜興産イベント「ラブリーフェスタ」 会場:イオン古川橋駅前店	10月9日	出品 14社/48品目 売上 23,177 円
クルーズ船寄港イベント 会場:敦賀港特設会場	10月18日	出品 5社/13品目 売上 6,460 円
北琵琶湖まつり屋外イベント 会場:ここ滋賀(東京)	10月29日	出品 9社/34品目 売上 76,290 円
大洲まつり 会場:愛媛県大洲市肱川緑地公園	11月2日 ～11月4日	出品 11社/5品目 売上 69,400 円
さばまちマーケット 2024 会場:ゼスト御池	2月16日	出品 10社/20品目 売上 80,070 円
「春の高島ちぢみコレクション」 会場:ここ滋賀(東京)	3月9日 ～3月10日	出品 高島ちぢみ/18品目 売上 359,500 円
つるが街波祭(北陸新幹線関連イベント) 会場:敦賀駅前特設会場	3月16日 ～3月17日	出品 12社/30品目 売上 42,820 円
「湖よりも、ディープ。」びわ湖高島観光 CP 会場:金沢駅東もてなしドーム地下広場	3月23日 ～3月24日	出品 12社/30品目 売上 25,480 円
売上合計		3,256,100 円

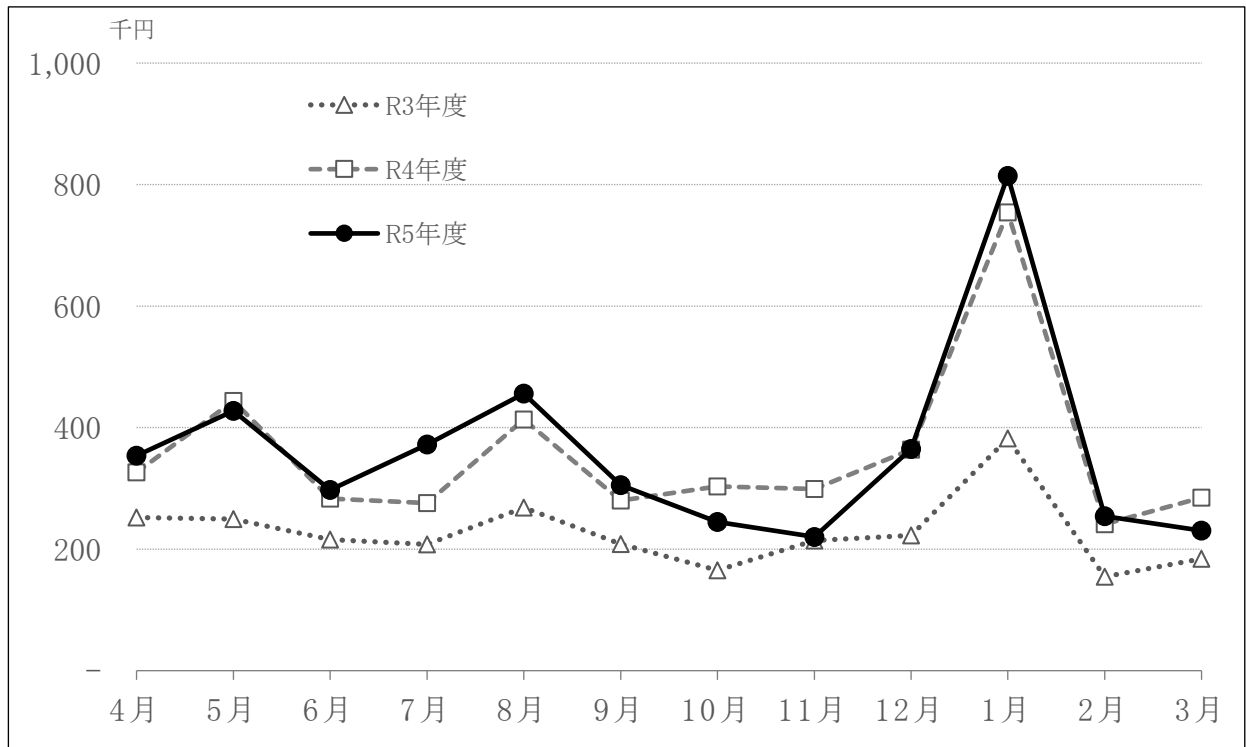
③ 近鉄百貨店草津店高島市コーナーへの出品

常設コーナーにおいては、4年目の販売となり、昨年大きく伸ばした成績とほぼ同等の販売実績を達成することができた。

■近鉄草津店高島市コーナー 売上実績

売上総額 21,994,104 円 前年比 102%

■近鉄草津店高島市コーナー 売上の月次変動



2) 市内イベント出店

① 市内で開催される観光イベントへの出店

TOYOTA GAZOO RACING (9/23-24 今津総合運動公園にて) への出店取り纏めを想定していたが、別団体が担うこととなった為、出店や取り纏めは行わなかった。

V. 施設等の管理・運営

1. 琵琶湖周航の歌資料館案内業務(市委託)

琵琶湖周航の歌資料館において、高島市から委託を受け展示案内解説員を配置して琵琶湖周航の歌が誕生した経緯や琵琶湖周航の歌に関する展示と説明を行った。

1) 資料の保管と整理

収蔵資料を適正に保管し、整理と分かりやすい展示を行った。
来館者等による資料への破損がないよう注意した。

2) 展示の充実

- ・解説シートの文字を大きくして見やすくし、説明文をより分かりやすく整備した。
- ・6月15日～8月31日企画展示「手紙が語る琵琶湖周航の歌と小口太郎」
- ・7月常設展示「吉田千秋コーナー」の展示替え
- ・9月常設展示「小口太郎コーナー」の展示替え
- ・9月新規展示「飯田先生が残したノート - 吉田冬蔵氏への取材記録編 -
- ・12月常設展示「飯田忠義コーナー」の展示替え

3) 情報発信

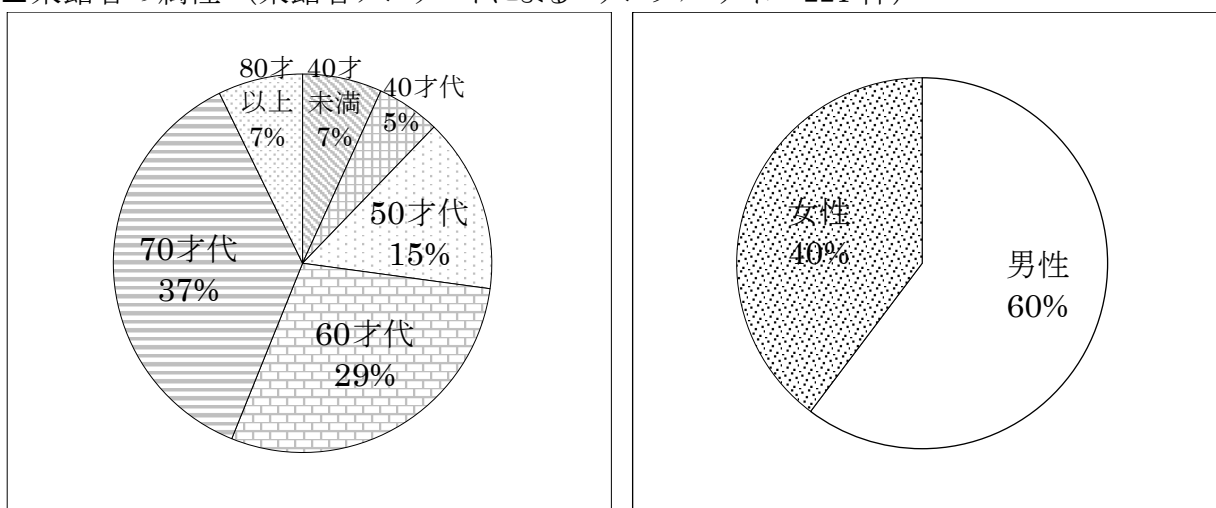
琵琶湖周航の歌資料館のPRパンフレットを作成した。

部数：8,000部

4) 案内業務

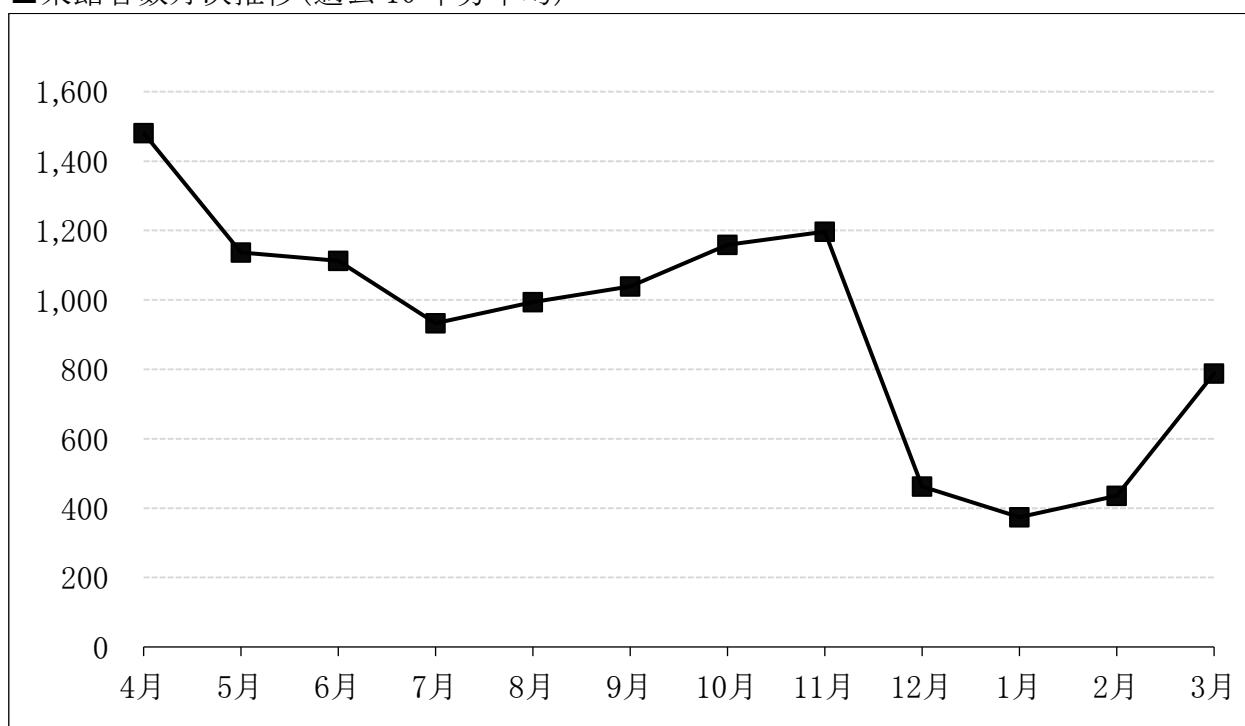
来館者に琵琶湖周航の歌の解説を行った。

■来館者の属性（来館者アンケートによる サンプルサイズ 221件）



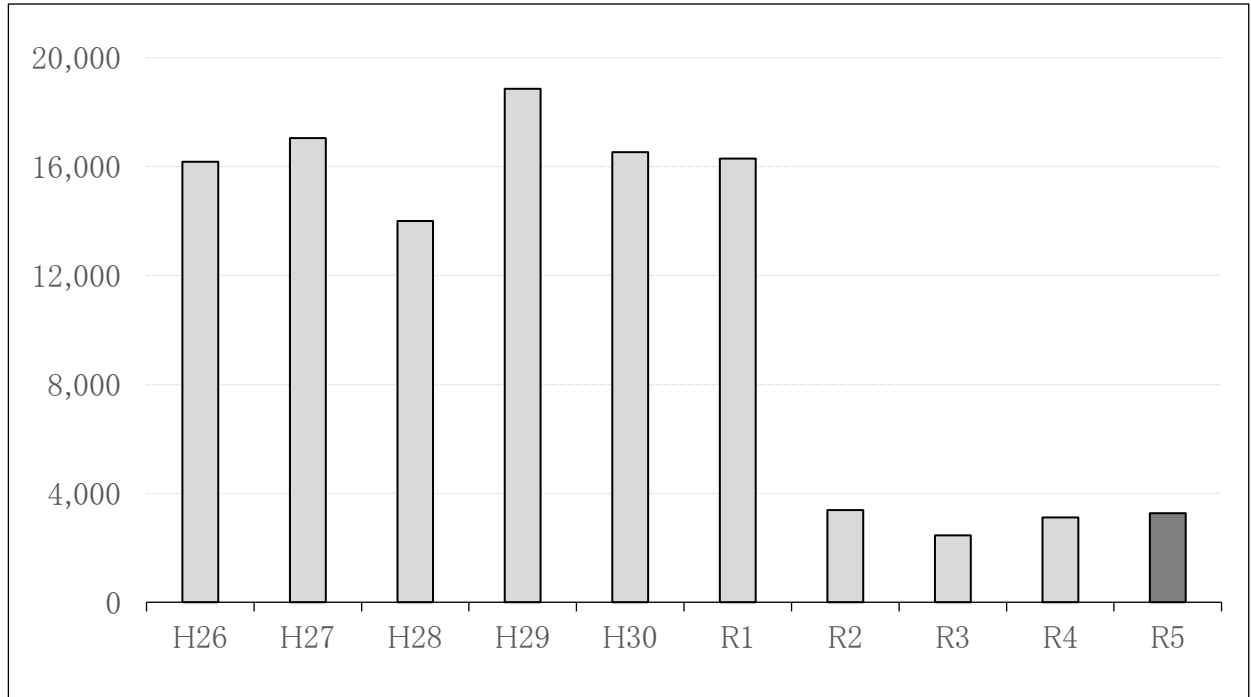
年齢は70才以上が44%となり、いわゆるシニア層(65才以上)で来館者の過半数を占めると考えられる。性別は男性が多く60%を占める。

■来館者数月次推移(過去10年分平均)



来館は春・秋が多く、冬季は著しく減少する。これは、これはシニア層が多いこと、また琵琶湖汽船の竹生島クルーズの冬季減便の影響もあると思われる。

■来館者数年次変動



令和2年度に来館者が大きく減少したのは、コロナ禍の影響と資料館の移転の両方が作用したと考えられるが、コロナ禍が明けた令和5年度においても来館者数の回復が遅れていることが見て取れる。移転により、近江今津駅から竹生島クルーズ乗り場への経路から外れたことなどが影響していると思われる。

5) 企画イベントの実施

琵琶湖周航の歌誕生の月6月に合わせ、6月15日から企画展示「手紙が語る琵琶湖周航の歌と小口太郎」を開始した。好評であったため8月31日まで展示を継続した。

また、この期間の来館者を対象に、琵琶湖周航の歌についてより深く知ってもらうため、周航の歌クイズを実施した。

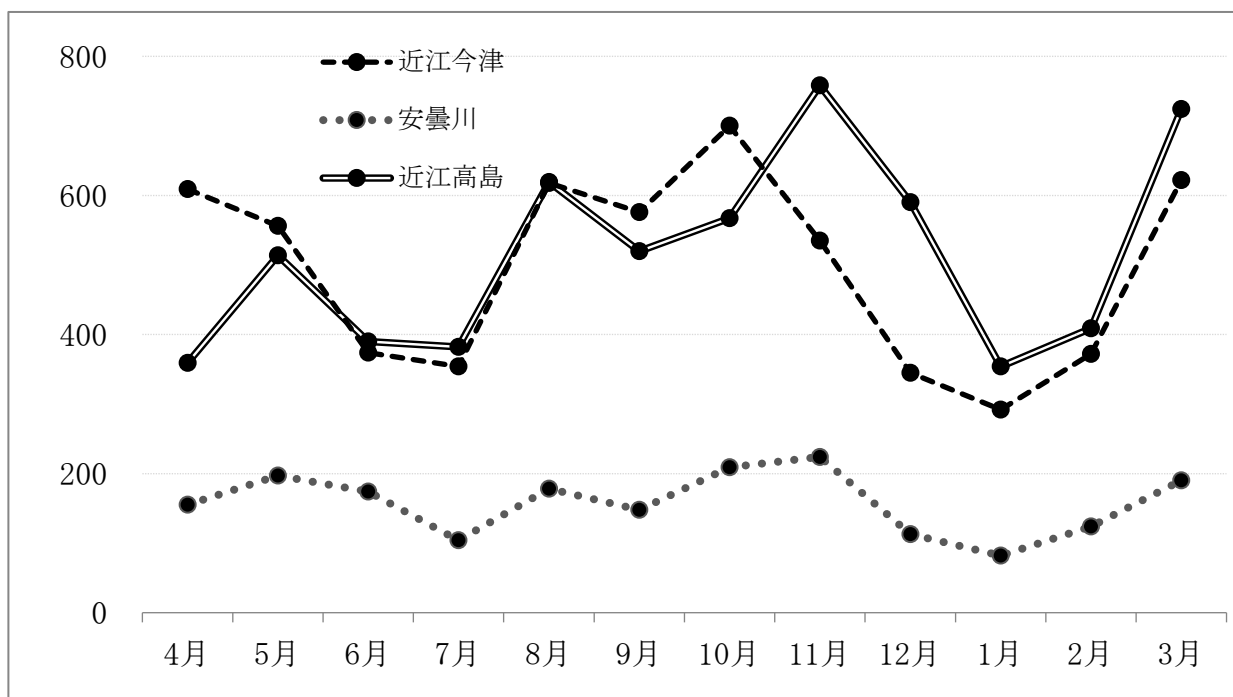
2. JR 駅観光案内所運営(市委託)

1) 近江高島駅、安曇川駅、近江今津駅の各駅構内観光案内窓口を運営、JR湖西線を利用して高島市を訪れる観光客に対して、正確・迅速な観光案内を実施して、観光客の利便を確保し、併せて観光施設、観光事業者への効率的な送客を図った。またJR湖西線の利用促進の一助とも位置付けた。

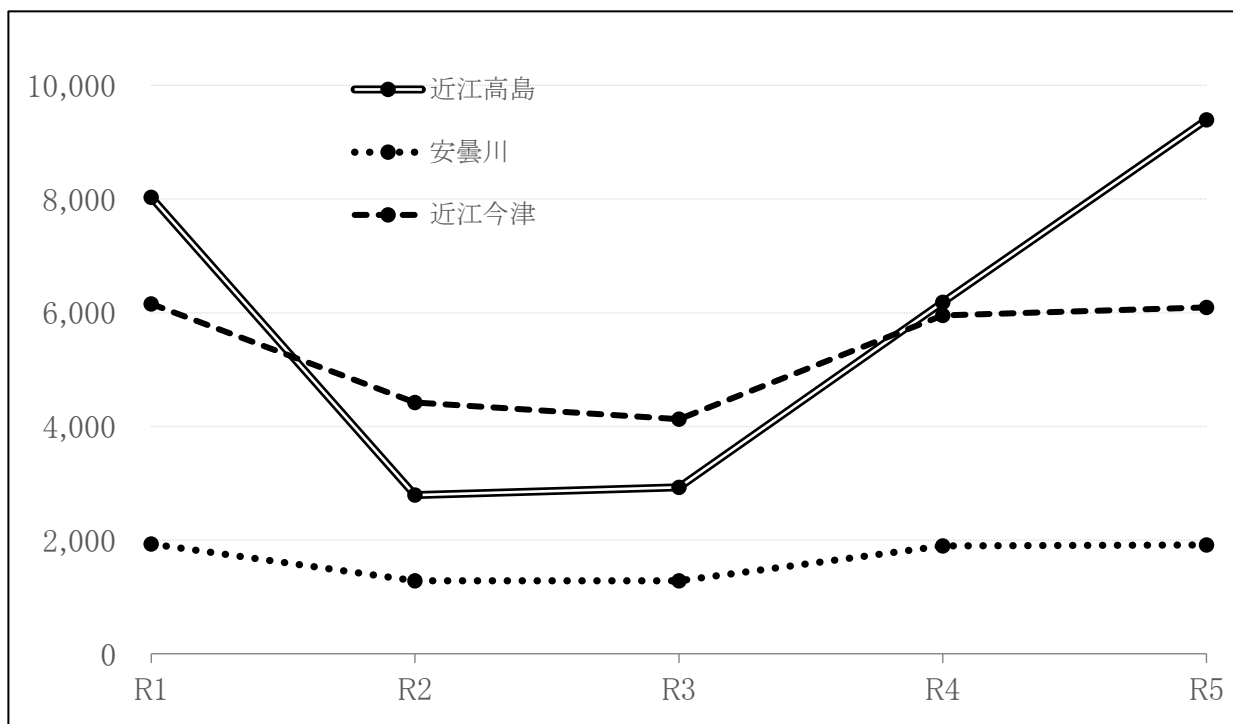
① 最新の観光関連情報をもとに駅利用の観光客に適切な案内を実施した。

② 外国人観光客への受入も案内書類や表示の多言語化を進め、翻訳機を使用して質の向上に努めた。

③ 駅別案内件数の月次推移



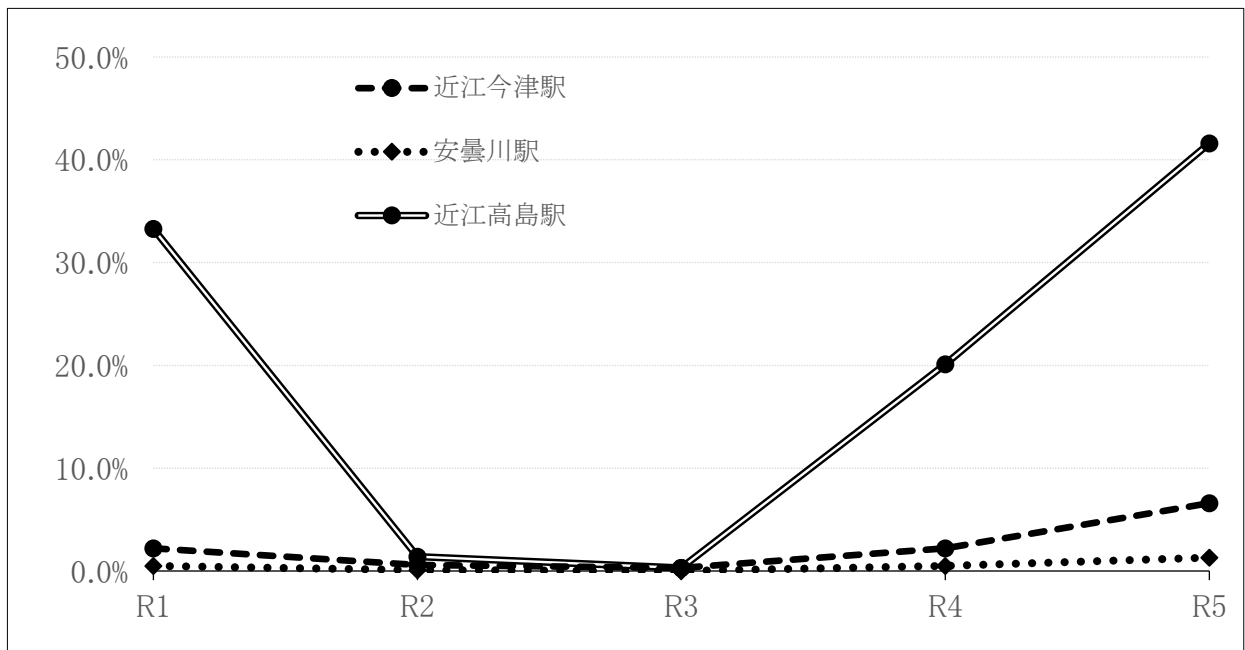
④ 駅案内件数の年次推移



令和2年度から3年度は案内件数が各駅とも落ち込んだが、4年度にはほぼコロナ禍前の水準まで戻っている。近江高島駅については次項でわかるようにコロナ明けから白鬚神社を訪れる外国人が急増して、再び外国人の比率が大きくなっており、それにより5年度も案内件数の大幅な増加が見られた。

⑤ 外国人の受入状況

■外国人への案内件数の比率



各駅の全案内件数の中の外国人への案内件数の比率を過去5年に亘って取りまとめた。コロナ禍においては案内がほとんど無かったが、4年度以降はいずれの駅でも比率の増加が見られる。特に近江高島駅においてその傾向が強く、本年度は全案内の40%以上が外国人という状況であった。

2) レンタサイクル窓口

鉄道利用での来訪者への二次交通の提供を意図してレンタサイクル窓口として貸出業務等を実施した。詳細はレンタサイクル事業の項で示す。

3) バス回数券等の販売

駅利用者の利便を図り、バス回数券の販売を実施した。

3. 六ツ矢崎浜園地管理業務(市委託)

六ツ矢崎浜オートキャンプ場として管理運営を実施した。

1) 管理業務

- ・日常管理業務：安全点検、草刈り、トイレ・炊事施設の清掃、ごみの回収処分
- ・施設等メンテ：園内整地、水漏れ修繕、排水詰まり等の修繕、トイレ外壁等塗装
- ・大雨、積雪等の影響の復旧作業：風倒木落枝撤去、湖岸漂着物処理、建造物修繕

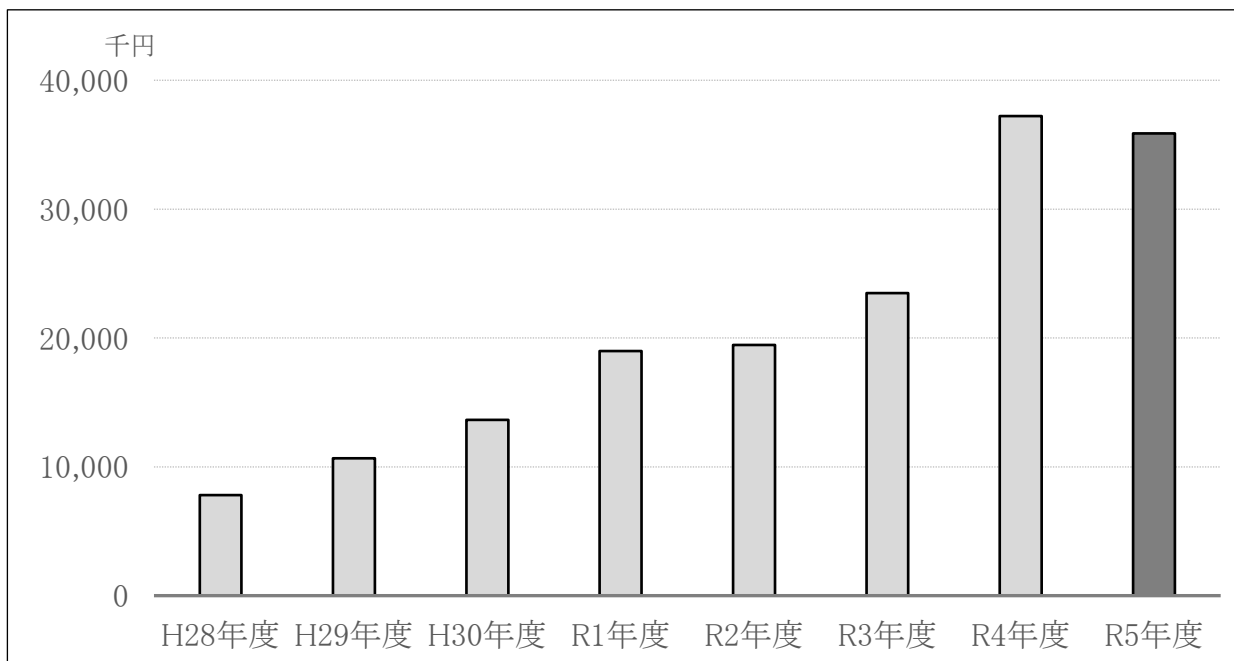
2) キャンプ場営業期間

昨年度より採用した通年営業を継続。12/26～1/5のみ休業期間とした。キャンプブームの落ち着きが見受けられるものの、冬季としては十分な集客が図れており、新たなマーケットの定着に繋げることができた。

3) 利用実績

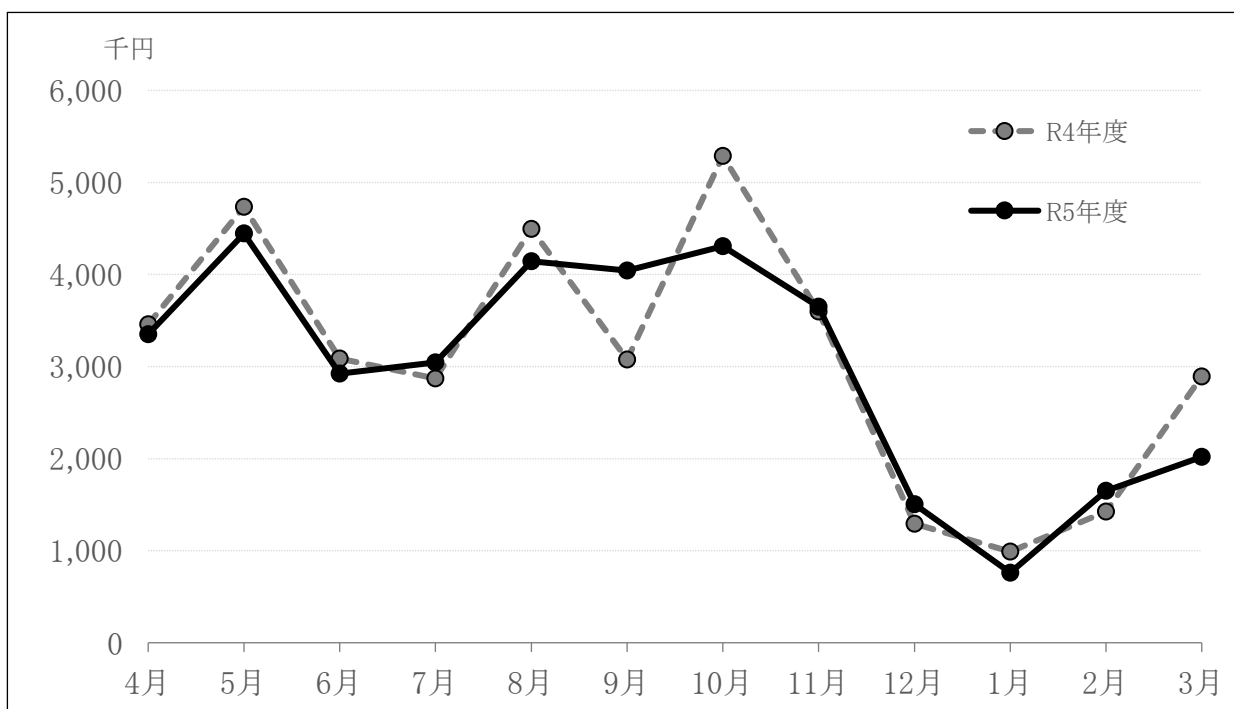
利用件数	利用人数	車両台数	管理協力金	前年比
14,199 件	19,264 人	11,502 台	35,874,500 円	96%

■管理協力金年次変動(千円)



コロナ禍での施設閉鎖の影響によるマイナス要因を合わせても利用者の増加が続いていたが、本年度は前年を下回る結果となった。天候に加えて、市場拡大の鈍化と新規参入、供給過剰の影響も考えられる。

■管理協力金月次変動(千円)



本年度はソメイヨシノの花期が前年度より遅れたため、3月の利用が少なくなったと考えられ

る。秋にも天気の様子による凸凹が発生した。

4) メンバースカードを作成、配布：リピーター確保に向けた取り組みとして継続実施した。

5) ショップやメーカー、メディアによる撮影への協力：計9件受入れ

月日	事業者・媒体	内容
4月17日	月刊ロゴス Webマガジン	キャンプ用品撮影
4月27日	アップルカーセールス Webサイト	車両撮影
7月5日	ビーズ株式会社	キャンプ用品撮影
7月27日	交通タイムス社	車両撮影
10月5日	つり人社	釣り雑誌 素材撮影
10月19日	おやじキャンプ飯	YouTubeドラマ撮影
10月23日	パジャマムーン	キャンプ用品撮影
12月21日	芸文社 OUTDOOR あそびーくる	アウトドア用品・車両撮影
3月27日	LACITA Webサイト	キャンプ用品撮影

※媒体でクレジット「六ツ矢崎浜オートキャンプ場」を表記することを条件に管理協力金を免除することで、メーカーや雑誌社を活用した情報発信を行った。

VI. 組織強化事業

1. 部会活動

会員で構成する部会についてはそれぞれに協会事業の実施に資する活動を実施した。

また、引き続き市商工観光部の会議への出席により、協会と行政間の情報共有を行い連携強化を進めた。

1) 誘致推進部会(部会員数 35名)

- ・現状の部会員の参画形態に基づく部会体制の見直しを行い、「宿泊」「体験」「集客」の3班体制で具体的な活動へ繋げるべく意見交換を行った。
- ・入込調査を継続的に実施、四半期毎に調査結果のフォードバックを行った。事務局では、事業計画立案等に活用した。
- ・市内事業者間連携を目的とした現地視察会を開催した。

■ 会議・事業詳細

月日	会議・事業名	議題など	出席数
5/15	第1回 運営委員会議	・令和5年度部会体制 ・令和5年度事業 ・マーケティング調査結果報告および評価	委員 8名
5/15・16	現地視察会	事業者間の送客連携・商品造成等促進 視察先／神通硝子製作所(ガラス体験工房)	参加者 14名
6/12	体験型観光 意見交換会	・体験型観光促進についての意見交換会 (グループワーク含む)	参加者 33名
7/14	第2回 運営委員会議	・「意見交換会」今後 ・北部振興イベント補助事業	委員 7名
9/21	第1回 全体会議	・令和6年度事業計画 ・令和5年度事業進捗報告 ・北部振興イベント補助事業	10名 委任状9名
1/30	第3回 運営委員会議	・令和6年度事業計画	委員 6名
2/26	三役会議	・今後の部会体制 ・令和6年度事業計画	委員 3名

2) 物産振興部会(部会員数 76名)

催事出店および、まるごと百貨店、ECサイト等の運営などについての検討を実施した

■会議

月日	会議名	議 題	出席数
6/1	第1回 運営委員会議	・令和4年度物産振興事業報告 ・令和5年度物産振興事業計画	委員 5名

2. 研修・育成活動

1) 他機関開催の研修会、セミナー等への参加

「シガリズム観光人材育成・活性化事業」

県が令和元年度から継続的に実施する観光人材育成プログラムに、当協会からは、基礎コース2名、ビジネス創出コース3名、計5名が受講した。令和4年度からは、持続可能な観光地経営を目指すための人材育成、また、各地域の人材を県内広域連携におけるリーダーとして活躍できる仕組み作り・活性化を目的に実施中で、令和5年度もコース毎に下記プログラムに積極的に参加した。

①基礎コース(計12名受講)

第1回	10月4日 滋賀大学 (彦根)	<ul style="list-style-type: none"> ・基調講演「滋賀の環境・暮らしと観光」 菜の花プロジェクト 藤井絢子氏 ・講義①「観光のトレンド～コロナ禍を経て～」 滋賀大学産学公連携推進機構 上田特任教授 ・講義②「データから見た滋賀県観光の現状」 じゃらんリサーチセンター 高尾侑太郎氏 ・ワークショップ「自身の仕事の課題・悩み」
第2回	10月20日 滋賀大学 (大津)	<ul style="list-style-type: none"> ・講義①「滋賀の食文化」 滋賀の祝文化研究会 堀越昌子氏 ・講義②「観光コンテンツづくり」 (株)インプリージョン 千葉深香氏
第3回	12月7日 高島市内 (針江)	<ul style="list-style-type: none"> ・講義「針江生水の郷委員会の取り組み」 針江生水の郷委員会 山川悟氏 ・フィールドワーク／針江かばた見学ツアー
第4回	1月10日 草津市内	<ul style="list-style-type: none"> ・講義①「レスポンスブル・ツーリズム」 チェルカトラベル 井上雪子氏 ・講義②「高島市の観光地経営の取り組み」 公益社団法人びわ湖高島観光協会 遠藤沙織課長
第5回	2月8日 滋賀大学 (彦根)	<p>成果報告会(ビジネス創出コースと合同開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・基礎コース 発表 ・ビジネス創出コース 発表

②ビジネス創出コース(計17名受講)

第1回	10月20日 滋賀大学 (大津)	<ul style="list-style-type: none"> ・講義「プロデュース力・デザイン力」 (株)インプリージョン 千葉深香氏 ・課題「コンテンツ創出」について、意見交換会
第2回	12月13日 大津市内	<ul style="list-style-type: none"> ・講義「好事例紹介／京丹後龍宮プロジェクト」 京丹後龍宮プロジェクト 池田香代子氏 ・課題「コンテンツ創出」進捗発表、意見交換会
第3回	12月20日～ 21日 京都府	<p>先行事例視察 ((一社)京丹後龍宮プロジェクト、伊根町観光協会、京丹後市観光公社) (観光ビジネス創出・体験プログラム造成・地域経営・DMC等)</p>
第4回	1月10日 草津市内	<ul style="list-style-type: none"> ・講義「コンテンツの見せ方・プロモーション」 (株)インプリージョン 千葉深香氏

		・課題「コンテンツ創出」進捗発表、意見交換会
第5回	2月8日 滋賀大学 (彦根)	成果報告会(基礎コースと合同開催) ・基礎コース 発表 ・ビジネス創出コース 発表

2) 会員間情報の共有強化

- ・メール「たかしま観光だより」の配信を希望する会員宛てに9件配信した。
- ・会報誌「観光協会だより」を6月に発行して、全会員に配布した。

3) 職員に対する人事評価、育成面談、情報共有会議等の実施

正職員、嘱託職員を対象に人事評価を実施、また全職員を対象に育成面談を実施することで職員の育成を図った。

事務局内の情報共有のため、役職者会議を2週間に1回、課内会議を必要に応じて実施した。