

令和 6 年度公益社団法人びわ湖高島観光協会事業報告書(案)

(自 令和 6 年 4 月 1 日 : 至 令和 7 年 3 月 31 日)

事業総括

高島市が令和 5 年度に策定した「たかしま観光ビジョン」は、今後 10 年間の高島市の観光の方向性と目標を示しています。当協会はこのビジョンの中で示されている 3 つの視点のうち「稼げる観光地域づくりの実現」に着目して、「持続可能な収益性のある観光地を、独自性を活かしながら実現することと捉え、本年度はその実現のためにデータに裏打ちされ、消費者ニーズを捉えたマーケティングやプロモーションをスタートする 1 年として、データの収集分析に注力するとともに、今後の戦略的な事業展開のための基礎データ収集の体制整備を進めました。今後も高島市独自の観光イメージやブランドを活かしながら効果的な誘客に努め、稼げる観光地域づくりの実現に繋げていきます。

また物産振興においては、本年度ウェブでの物産販売強化のため、ホームページを更新強化しました。ウェブでの物品販売はコロナ禍を経て購入手段として社会に定着しており、地域物産の振興においても、販売による直接的な経済効果と併せて、インターネット経由での広域の物産 P R による地域の認知度やブランド力向上により、間接的に観光誘客や観光消費の増大に寄与することも期待されています。今後はウェブを活用して物産販売、情報発信、実店舗や高島市への誘導を図っていきます。

I. 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	
282	6	8	280

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	
92	1	4	89

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	17 名
合 計	27 名

2. 会議等

1) 総会

種類	月日	会 場	出席者数	議 題
通常 総会	5/28	高島市観光 物産プラザ	出 席 30名 委任出席 171名 会員数 285名	〔議決事項〕 (1)令和 5 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(兼 付属明細書) 監査報告 (2)理事及び監事の選任の件 〔報告事項〕 (1)令和 5 年度事業報告の件 (2)令和 6 年度事業計画の件 (3)令和 6 年度収支予算の件

2) 理事会

回	月日	会 場	出席者	議 題
1	5/10	高島市観光 物産プラザ	理事 11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 年度事業報告の承認について (3)令和 5 年度計算書類の承認について (4)理事及び監事候補者の承認について 〔報告事項〕 (1)監査の実施結果について
2	5/28	ウェストレイク ホテル可以 登楼	理事 14名 監事 2名	〔議決事項〕 (1) 会長及び副会長の選定について 〔報告事項〕 (1) オブザーバーの選任について (2) 今後の予定について (3) 役員就任に係る書類の提出について
3	7/8	高島市観光 物産プラザ	理事 10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 6 年度収支補正予算の承認について (3)会長職務代行者の順序の定めについて 〔協議事項〕 (1)令和 7 年度事業について
4	10/22	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 6 年度収支補正予算の承認について (3)役員費用弁償規程の制定について 〔協議事項〕 (1)令和 7 年度事業について 〔報告事項〕 (1)会長及び副会長の職務執行状況について

5	2/21	白浜荘	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)職員給与規程の改正について (3)令和 7 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 7 年度事業計画(素案)及び収支予算(素案)について 〔報告事項〕 (1)令和6年度の収支決算見込みについて (2)総会議長の依頼について (3)役員の費用弁償について (4)データ活用推進事業の実績について
6	3/28	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)令和 7 年度事業計画の承認について (2)令和 7 年度収支予算の承認について (3)嘱託職員服務規程の改正について (4)事務局長の任命について 〔報告事項〕 (1)令和 6 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 5 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
5/7	高島市観光 物産プラザ	2 名	令和 5 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. 観光振興事業

1. 観光マーケティング事業

観光マーケティングは、地域の観光資源のポテンシャルを客観的に把握する分析手法で、戦略的な観光振興事業の実施のために不可欠である。従前の感覚や経験則に従った事業の立案実施からの転換を図るべく、観光マーケティングに取り組みを開始して、まず本年度はこの基礎となるデータ収集・調査を行い、継続可能なマーケティング体制の整備に努めた。

1) 観光誘客促進のための調査事業(マーケティング調査)

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、観光協会で取得している各種データを広く開示して、市内の観光事業者や施設でのデータ活用・誘客に繋げた。

①観光入込客数の調査および報告

- ・調査対象:市内主要施設・宿泊施設 37 地点
- ・結果概要と考察

一般旅行:野外施設等においては夏季の猛暑、台風の影響とみられる出控えがみられる。冬季も天候の影響が大きく出ている。気候変動への対応が重要となる。

教育旅行:宿泊日帰りともに入込は増加傾向。大学生のスポーツ合宿、及び小学生の宿泊の校外学習が増加するなど属性等による特徴が明らかになってきており、今後これらの特徴を踏まえつつ営業に活かしていける。

インバウンド:昨年対比では大きく増加したがコロナ禍前には戻っていない。白鬚神社への日帰り客をターゲットに市内周遊や滞在延長への誘導と受入環境の整備が課題となる。

②観光協会ホームページアクセスの集計および報告(ウェブマーケティング)

③レンタサイクル利用実績の集計・分析および報告

2) 観光マーケティングの体制整備(びわこビジターズビューロー補助)

① マーケティング調査の体制整備(データ活用推進事業)

専門業者の協力を仰ぎ、ビッグデータの分析に加え、これまでに収集してきた所有データについて、分析ツールを活用することにより、現状を可視化することができた。分析から明らかになった高島市の主な事項は以下の通り。

- ・GoToトラベルにおいては、県内他地域と比べクーポンの域内利用が少ない。
- ・近隣道の駅が旅マエ最終スポットとして、高島市の観光誘致の重要地点となっている。
- ・メタセコイア並木については紅葉より前の10月より来訪者の増加が見られ、受入側が認識している繁忙期と現実とずれが生じている。
- ・HPのコンテンツによりユーザーの関心度の差異が大きい。

これらのデータ分析とその評価から今後の施策の判断等に繋げることができる。

また、新たに、観光消費額・満足度・リピーター率を含む調査が行える体制を構築し、2025年1月より調査を開始した。今後もデータを集積しながら分析を行う。

- ・旅行アンケート調査 QR 設置数:市内主要施設 30 地点

②観光マーケティング研修会の実施

有識者を招聘し、先進事例や考え方、活用方法など、全3回の研修を行い、参加者の理解を深めることで、観光マーケティングにおける、地域の意識醸成を行った。

1回目／「実例による重要性の認識」

講師:一般社団法人下呂温泉観光協会 会長 滝 康洋 氏

日時: 12月23日(月) 13:00~16:00

参加者:38名 ※1回目のみの参加を可とした

2回目/「観光マーケティング基礎講座」

講師:じゃらんリサーチセンター 主席研究員 森戸 香奈子 氏

日時: 1月14日(火) 13:30~16:30

参加者:13名

3回目/「データ分析から有効活用方法」

講師:日本旅行総合研究所 主任研究員 桂 武弘 氏

日時: 1月28日(火) 13:00~16:00

参加者:13名

参加者アンケート結果からは、データ活用・マーケティングの重要性に係る理解は深まったと評価できる。さらに「より多くの人に知ってもらう必要がある」や「他の人の意見・事業者の意見を聞くことができて良かった」、「市内連携の強化が必要」など情報共有、連携の必要性への発展的な意見も見られた。この啓発事業が一過性とならぬよう、継続的に醸成を図っていきたい。

○事業の総括

この事業は事業計画立案の際に、必要なデータを根拠として活用し、計画の有効性の向上に資するものとなり、今後の的を射た事業の展開とコストの削減に寄与するものとする。

また、分析結果を事務局内だけに留めることなく、市内事業所や各関係機関、団体等に適切な共有を行うことで、各所でそれぞれのアレンジを加え活用される環境を醸成することを重要課題と考えている。

2. DX推進事業(市委託)

外部講師によるデジタルツールの活用に伴う研修会を実施し、DXの効用を体感できる内容とした。

講師:クロダプランニング 代表 黒田 史子 氏

①1回目/Instagramマーケティングの基礎

日時: 6月18日(火) 13:00~15:00

参加者: 25名 動画視聴:17名(視聴数:50回) 延べ:42名

②2回目/実践!あなたのアカウント、どう伸ばすか?

日時: 6月26日(水) 13:00~15:00

参加者: 25名 動画視聴:14名(視聴数:19回) 延べ:39名

3. シガリズムたかしま事業

滋賀県の推進する「シガリズム観光振興ビジョン」は、高島市の資源や特性を生かした観光との親

和性が高く、高島市の観光振興にとって好機となることから、新たな商品造成に係る観光素材の提案や地域事業者との連携において、県及びびわこビジターズビューローが実施する「シガリズム関連事業」への協力を行った。

4. アウトドア誘客促進事業

日本オートキャンプ協会の全国キャンプ場調査の結果では、令和5年度において利用者の減少が報告されている。令和6年度においても高島市内では、六ツ矢崎のオートキャンプ場の利用実績にも表れているように利用者は減少傾向が続いていると見られ、その状況に対して効果的なプロモーションが求められている。

前年度に市内事業者の協力を得て実施した、キャンプ場利用者を対象としたマーケティング調査などの結果を踏まえ、ファミリー層にターゲットを絞り込んだプロモーションを行った。また、入込の底上げと平準化を図るため、閑散期の冬キャンプについても、冬季プロモーションにより認知度向上と誘客を図った。

1) プロモーション

① 冬キャンプウェブページの整備

「冬キャンプ」をメインとした、公式ウェブサイト内の特集ページの設置による冬季プロモーションを実施、認知度や利便性向上、販売促進を図った。

② 情報発信の強化

SNS、ウェブ広告を活用してアウトドア関連情報の発信を実施した。

2) アウトドアガイドブックの新規作成

前年度のマーケティング調査により重要なターゲットと位置付けられたファミリー層向けに、アウトドア体験等も周知するPRパンフレットを新たに作成した。

・発行部数:10,000 部

3) アウトドアフォトコンテスト

プロモーション用の素材収集を目的に、ウェブサイトの応募システムを活用してフォトコンテストを実施した。

・応募期間：4月1日～2月9日

・応募者数 259 名／作品総数 539 点

5. 情報発信事業

観光業界においてはデジタルツールの普及が急速に進んでいるが、一方では紙媒体の需要も一定存在する。紙媒体は、主に市内・近隣市町への配布、イベント・営業での活用を目的として作成、電子媒体は広域的な情報発信に活かした。

1) パンフレットの作成・発信

①滞在型観光誘致パンフレットの作成(市委託)

観光アプリや公式ウェブページ等への誘導を意識した紙面構成とするした。

- ・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

②総合マップの作成(増刷)(市委託)

- ・名称／びわ湖高島観光Navi
- ・発行部数／15,000部

③宿泊施設パンフレットの作成

- ・発行部数／3,000部

④各種DM発送業務

- ・滋賀・京都・福井・中京エリア等の主要道の駅、県内外の観光施設への発送
- ・主要メディアへの情報提供のための発送
- ・びわこビジターズビューロー(以下BVBという)のDM活用及び単独でのDM発送

2)ウェブ情報発信業務

①公式ホームページ

- ・アクセス実績に基づくウェブマーケティングの定着化
- ・多言語向けの整備改修(自動翻訳対応整備／英語・中国語簡体・中国語繁体・韓国語)

②SNSによる情報発信強化

- ・投稿分析を行い、戦略的に情報発信を行った。(市委託)

	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	124	75,748	198
インスタグラム	64	374,658	1,164

③各種情報サイトへの観光情報提供

3)広告宣伝

①SNS広告(市委託を含む)

効果検証が可能なSNS広告を実施した。

②ノベルティの作成(市委託)

- ・作成内容:スマホスタンド 500個、タンブラー100個

③効果的なウェブ・雑誌・新聞等を活用した情報提供・掲載(無料)

- ・マスメディア…雑誌・ガイドブック・TV等 50件
(各種じゃらん、東海ウォーカー、るるぶ、JR東海発行媒体等)
- ・Webメディア…ホームページ等 55件
(じゃらんニュース、ウォーカープラス、ナビタイムジャパン等)

6. インバウンド誘致受入強化事業(市委託)

1) 誘致促進事業

①台湾・香港誘客強化

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を行うべく、訪日旅行メディア「樂吃購(ラーチーゴー)！日本」を活用したプロモーションを実施した。

- ・京都駅発周遊コース紹介記事作成(取材込)および掲載(2本)

合計PV数：5,964(2/28時点)

- ・高島市紹介 既存記事掲載延長(2本)

合計PV数：14,888(2/28時点)

- ・FIT向け商品 OTA 販売延長(1本)、SNS 広告実施

広告実績：Facebook 1回目投稿 9月11日 リーチ数：61,913(2/28時点)

2回目投稿 2月6日 リーチ数：37,775(2/28時点)

②SNS強化(市委託)

- ・効果検証が可能なSNS(英語・中国繁体字)を活用した情報発信を行った。

2) 受入態勢強化事業

市内観光関連事業者など幅広い層を対象に、3回のインバウンド研修を実施した。

①重点市場(台湾・香港)向け研修

「台湾で最も有名な日本人が解説する 台湾市場インバウンドセミナー」

講師：(株)ジーリーメディアグループ 代表取締役 吉田 皓一 氏

実施日時：9月25日 13:00～15:00

参加者：32名

研修内容：訪日台湾人の押さえておきたい旅行傾向

効果的な情報発信について

高島市における現状課題と今後の展望

②英語圏向け研修／「インバウンド最新動向・基礎講座」

講師：悠ツアー代表 森 聖太 氏

実施日時：11月6日 13:30～15:30

参加者：18名

研修内容：インバウンド概観/高島でのインバウンド事例/誘致を目指すにあたって

現場での対応について

③英語圏向け研修／「海外向け情報発信を学ぶ」

講師：公益社団法人びわこビズターズビューロー海外誘客部 レイス有紀子 氏

実施日時：11月12日 13:30～15:30

参加者：12名

研修内容：BVB海外誘客部の取組み・情報発信について

情報発信をやってみよう(Instagramを使用したSNS投稿実習)

SNSやWeb広告に関する基礎知識

7. 北陸プロモーション事業(市委託)

北陸新幹線敦賀延伸に伴い、敦賀及び北陸新幹線沿線地域からの誘客を促進するため、前年度制作のプロモーションツールを活用して情報発信強化および誘致活動を実施した。

1) 情報発信事業

①金沢駅デジタルサイネージ掲出

掲出場所：金沢駅コンコースデジタルサイネージ東側 20 面

掲出期間：11 月 1 日～11 月 30 日

掲出内容：昨年度作成した 15 秒動画を、視覚的によりわかりやすくするために修正し、掲出を行った。

②福井駅ポスター掲出

掲出場所：えちぜん鉄道・福井駅 1 階 改札内外各 1 ヶ所

掲出期間：9 月 14 日～11 月 12 日

③SNS 広告(Instagram)

配信エリア：東京都(丸の内周辺)・福井県(広域)・石川県(金沢駅周辺)

富山県(富山駅周辺)・滋賀県(北部)・岐阜県(西部)

配信期間：10 月 17 日～11 月 16 日

効果測定：リーチ数：紅葉画像 44,263・びわ湖画像 73,989

クリック数：紅葉画像 2,643・びわ湖画像 2,024

クリック率：紅葉画像 2.04%・びわ湖画像 1.65%

④パンフレット作成

北陸新幹線等の公共交通機関利用者向けに、市内二次交通や認知拡大に特化したパンフレットとした。

タイトル：「湖よりも、ディープ。」

発行日：9 月 10 日

発行部数：5,000 部

配布先：福井駅各所、敦賀市含む福井県嶺南地域各所、市外県外の主要観光施設、北陸・首都圏での各種キャンペーン・イベント、北陸 3 県の旅行会社等

⑤広域スタンプラリーの実施(高島市観光アプリ活用)

実施期間：10 月 1 日～12 月 27 日

対象エリア：高島市・福井県嶺南地域(敦賀市・美浜町・若狭町・小浜市・おおい町・高浜町)

参加者数：378 人(前年比 168%)

抽選応募数：183 人(前年比 138%)

周知ツール作成：ポスター 発行日：9 月 20 日／100 枚

チラシ 発行日：9 月 20 日／5,000 枚

2) 誘致活動

①出向宣伝活動／首都圏方面：ツーリズム EXPO ジャパン 2024

開催日：9 月 26 日～29 日 出役日：9 月 27 日・28 日

会場：東京ビッグサイト

出役者：職員 2 名(びわこビジターズビューロー出展ブースに帯同)

実績：来場者数／27 日(金)35,359 人、28 日(土)54,869 人(主催者発表)

パンフレット配布／「湖よりも、ディープ。」パンフレット 500 部

広域スタンプラリーキャンペーンチラシ 200 部

(滋賀県ブースパンフレット配布数 5,000 セット)

②出向宣伝活動／北陸方面：福井駅観光キャンペーン

開催日：10 月 26 日・27 日

会場：福井駅構内 1 階東口(屋内広場)

出役：びわ湖高島観光協会職員 2 名、高島市観光振興課職員 1 名

実績：パンフレット配布 計 150 セット

アンケート回答数 114 名

物販 売上合計 16,370 円

8. 誘致営業活動

BVB 主催による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。営業時は TPO に応じたタイムリーな提案を行った。

- 1) 主要都市圏の旅行会社、メディアを対象とした誘致営業活動。
- 2) 旅行会社は、国内旅行・教育旅行・インバウンド(訪日旅行取扱旅行会社等)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
6/12	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 5 件
9/25	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・九州の企画造成・仕入担当 18 社 33 名が参加 商談 18 件
7/16	誘致推進部会主催・京都営業活動 (教育旅行に係るヒアリング含む)	教育旅行取扱い旅行会社 5 社・大学 2 校訪問

7/17	誘致推進部会主催・大阪営業活動 (教育旅行に係るヒアリング含む)	国内・教育旅行取扱い旅行会社 6 社訪問
7/17	誘致推進部会主催・名古屋営業活動 (教育旅行に係るヒアリング含む)	教育旅行取扱い旅行会社 7 社訪問
8/8	誘致推進部会主催・大阪営業活動 (教育旅行に係るヒアリング含む)	教育旅行取扱い旅行会社 6 社訪問
11/13	高島市主催 高島市 台湾旅行代理店 商談会	台湾の旅行会社 商談 4 件
12/11	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 8 件
1/24	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 17 社 21 名が参加 商談 17 件
2/12	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 13 社 16 名が参加 商談 15 件
3/5	BVB国内旅行誘致部会主催 関西地区旅行会社商談会	関西の企画造成・仕入担当 18 社 24 名 が参加 商談 18 件

9. 広域連携事業

北陸新幹線敦賀延伸や国スポ・万国博覧会等による観光流動の効果活用のために、広域連携は益々重要性を増す。特に北陸新幹線延伸に伴う、首都圏からの観光客やインバウンドの誘客を見込み、首都圏への情報発信に実績のある若狭湾観光連盟や、北びわ湖広域観光協議会を中心に、広域連携事業の強化を行った。

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)や県主導の北部振興事業(米原・長浜・高島)、鯖街道まちづくり連携協議会(若狭・小浜・高島)などの関係団体や協議会の類似事業もにらみ、より効果的な連携事業を目的やターゲットを明確にして展開した。

1) 若狭湾観光連盟との連携(市補助)

両地域の認知向上と周遊観光促進を目的に、基礎資料となる共同リーフレットを作成(改訂・増刷)し、双方が計画する特に県外での出向宣伝活動やプロモーション事業において幅広く活用することで、情報発信強化に努めた。なお、北陸新幹線延伸による誘客取り組みについては、北陸プロモーション事業(市委託)を中心に展開した。

①共同パンフレットの作成

高島市に納品分 21,400 部(合計発行部数 50,000 部)／10 月発行

②相互地域の観光地研修(兼:交流会議)

開催日: 11 月 14 日

場所:視察:今津港～竹生島、琵琶湖周航の歌資料館、たかしま・まるごと百貨店 等
交流会議:今津サンブリッジホテル

参加者: 合計 28 名

③観光情報発信強化

・SNS 広告 (Instagram 広告)

配信内容:【電車とバスで巡る びわ湖高島×敦賀・若狭エリアスタンプラリーキャンペーン】

配信期間: 10 月 1 日～12 月 10 日 (キャンペーン開催期間は 10/1～12/27)

配信エリア: 滋賀・福井・石川・富山・京都・大阪

リーチ数: 82,808

・その他、観光案内時に相互地域のタイムリーな観光案内が出来るよう、高島市と嶺南地域の各観光パンフレットの設置について相互連携を行った。

2) 北びわ湖広域観光協議会(長浜観光協会との連携)

昨年度に続き、インバウンド誘客促進を目的とした連携事業を実施した。

①インバウンド商談会「VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2024」への協同出役

実施日: 9 月 26 日～28 日 会場:東京ビッグサイト

商談件数: 30 件

②北陸エリアへの誘致活動の実施

福井県敦賀市内の宿泊施設等へ直接訪問を行い、今後の継続的なパンフレット設置等の連携協力依頼を行った。

訪問日: 3 月 27 日 訪問件数: 11 件

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観光協会(港都つるが観光協会)と、前年度実施したワークショップを通じて得た連携を情報発信やプロモーションに活かした。

10. 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、他機関企画のモニターツアー等

実施日	タイトル	人数
4/6	エドヒガンハイキング	18
5/25	新緑の清水山城跡ハイキング(催行人数未達の為中止)	(0)
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)	(7)
11/23	紅葉の清水山城跡ハイキング(催行人数未達の為中止)	(3)
3/9	ザゼンソウ群生地ハイキング	20
3/29	エドヒガンハイキング(開花時期がずれた為中止)	(9)

2) 教育旅行、団体旅行の手配

旅行会社や学校等からの依頼による団体旅行の手配業務

実施日	団体名・内容等	人数
4/1-3	コルゲート大学 日本文化体験ツアー	13
4/16-18	伊藤忠商事新人研修	135
5/27-29	慶應義塾横浜初等部 5 年生 第一次産業体験	123
6/6-7	名古屋市立白山中学校 第一次産業体験	55
10/6	高島市・守口市民交流ツアー	23
1/16	ELAC 冬ツアー(主催:IACE TRAVEL)	19

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)	1,166 延数

11. 受入体制整備事業

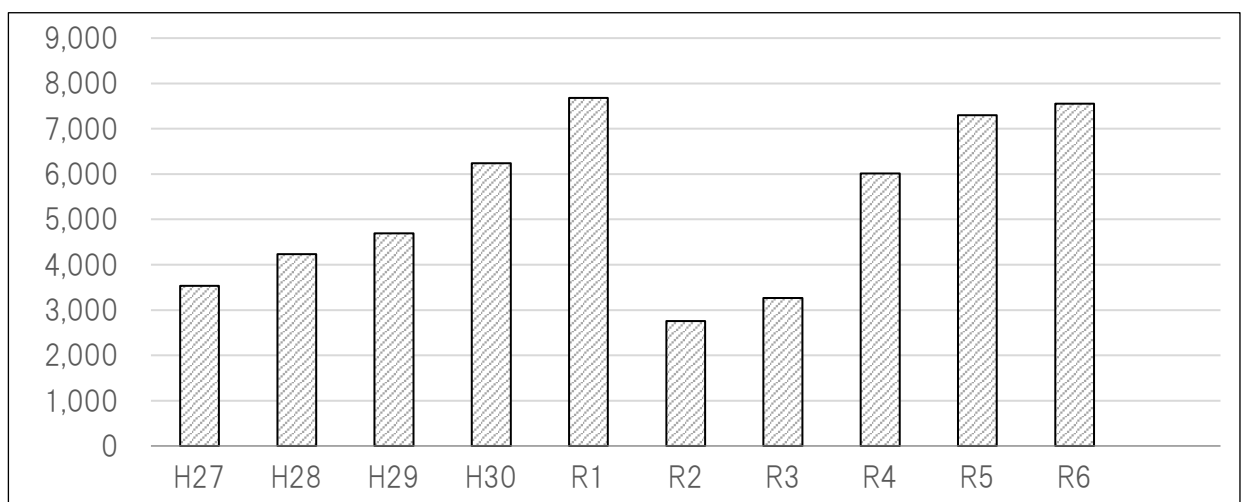
1) レンタサイクル事業

駅案内所等を利用して、レンタサイクルを活用した観光促進を行った。ニーズの多い個人予約に対応するための体制を整備し、利用者の利便性を高めることで利用台数の増加を図った。

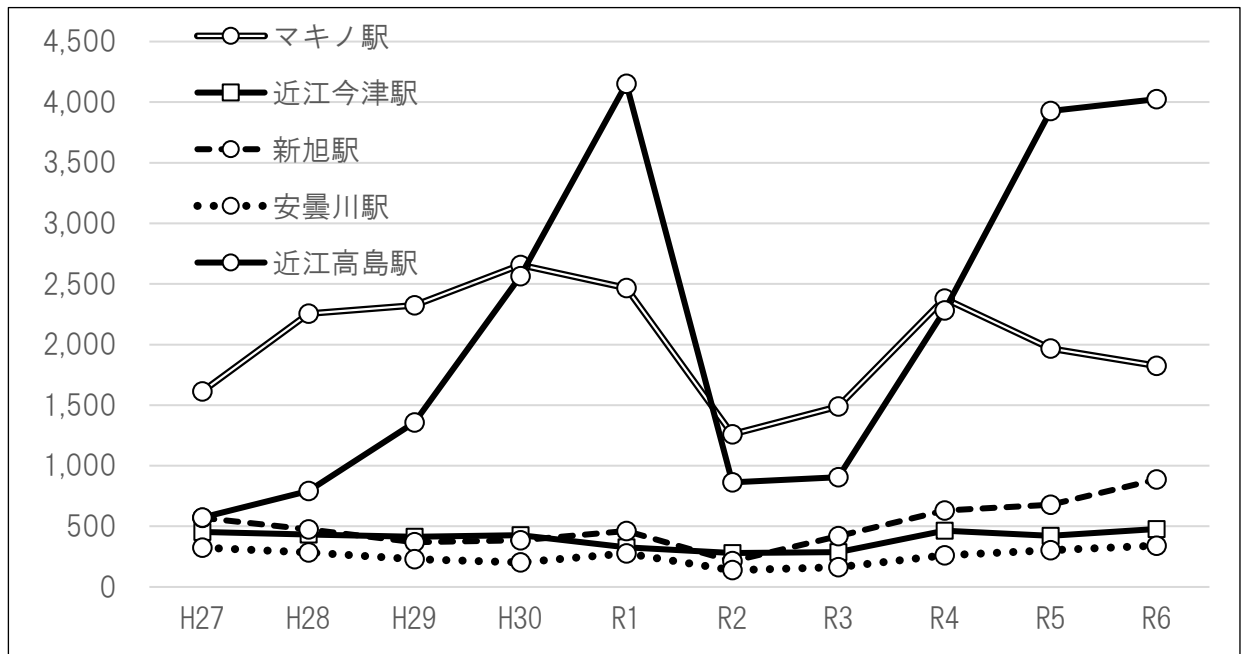
① 利用実績

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	計
利用台数	988	645	523	575	828	888	788	865	498	322	149	486	7555
前年対比	88%	91%	94%	97%	97%	104%	115%	105%	104%	192%	108%	118%	104%
稼働率	64%	42%	34%	37%	54%	58%	51%	56%	32%	21%	10%	32%	

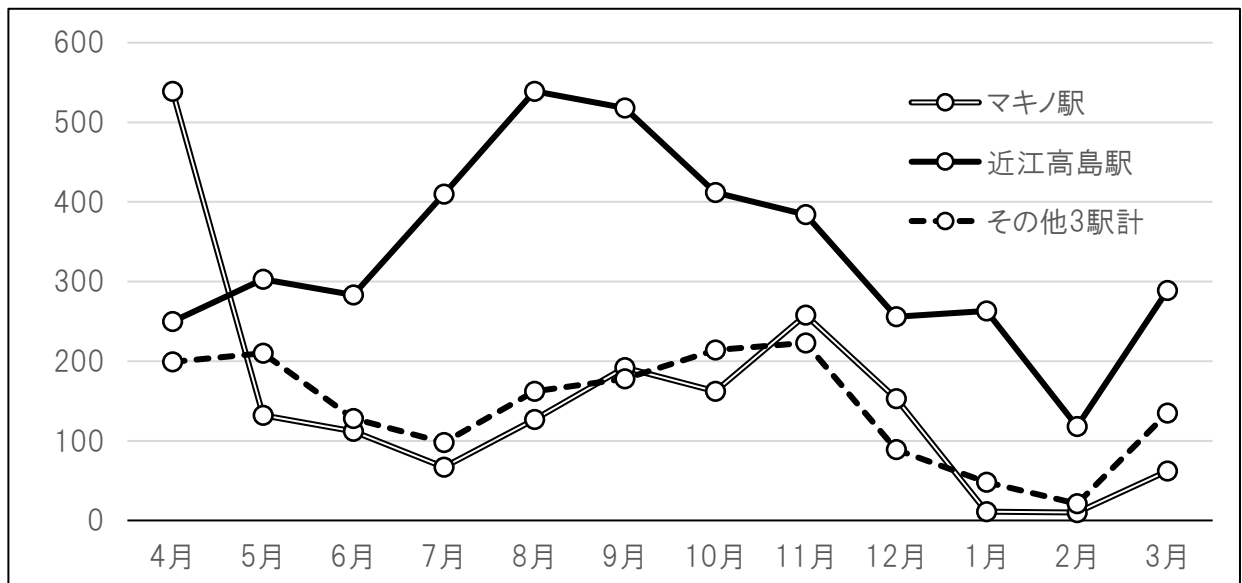
② 利用台数の年次変動(全体)



③利用台数の年次変動(窓口別)



④利用台数の月次変動



2) 二次交通情報の整理

利用者がワンストップで最新情報を得られるよう、レンタサイクル・バス・タクシー・レンタカー等の市内二次交通情報を整理・集約し、パンフレットおよびホームページ等で掲載を行った。

Ⅲ. 観光物産振興事業

観光物産振興の取り組みにおいては、市内外での物産販売による直接的経済効果と併せて、市外での物産PRによる地域の認知度やブランド力向上により、間接的な観光誘客や観光消費の増大効果も期待される。観光振興を意識して連携した事業を行った。

1. 通信販売事業

コロナ禍において注目されたネット通販は、その後物産購入の手法としても定着している。市内実店舗での物産PRと並行して、地域の観光物産の全国への情報発信と販売の窓口として、ウェブ上の販売チャンネルを再整備した。

1)たかしま・まるごと百貨店 公式HPのリニューアル

3月末より、新規ページにて運用を開始した。

令和6年度販売実績 5 件 36,780 円 前年度比 50 %

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)

・高島屋洛西店経由 実績 154 件 1,061,670 円 前年度比 130 %

・JTB経由 実績 35 件 235,500 円 前年度比 69 %

3)高島屋オンライン

実績 82 件 508,700 円 前年度比 87%

4)楽天市場EC事業

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 4 点 29,650 円 前年度比 39%

2. 観光物産活性化事業

観光協会の物産振興の取り組みとして、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進した。

1)市内消費額向上に資する、観光キャンペーンと連動した商品企画

地域イベントの開催に合わせ、クーポン券を発行し、店舗への誘客を行った。また、催事企画に合わせ、商品のリニューアルを事業所と協議し、生産体制の実態に即した商品展開に繋げた。

2)ギフトセット等の開発

キャンペーン等での景品提供の機会を生かし、ギフトセットを新たに編成し、店舗での販売に加え、通販サイトにおいても販売をスタートした。

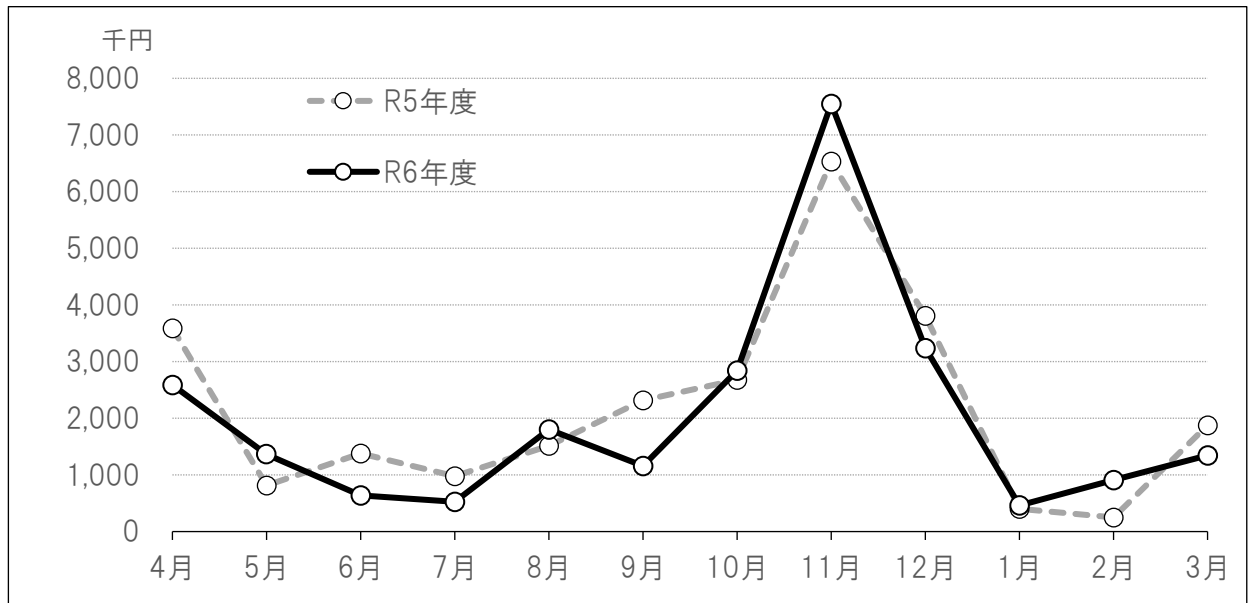
3)フルタ製菓商品の取扱

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

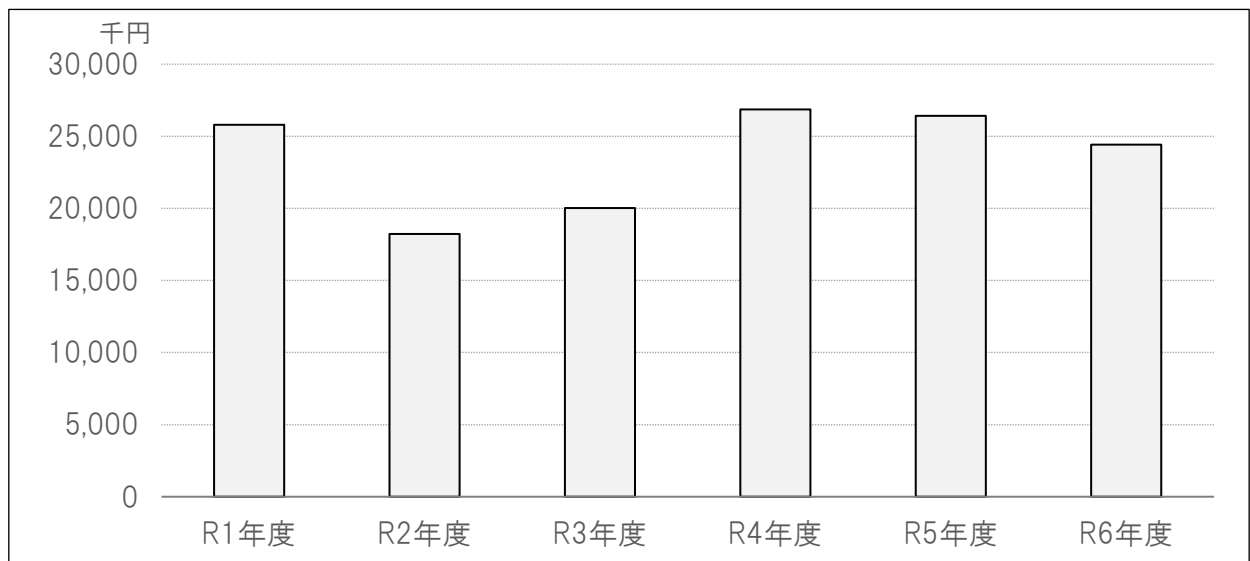
売上総額 24,424,995 円 前年比 91 %

■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ア並木(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



・コロナ以前の売上と同程度の実績が 3 年続いたが、売上減少の傾向である。夏季を中心に気温が高い傾向から、チョコレート業界の販売自体が逆境であるとのこと。現状の販売網での売り上げ見込と想定できるので、今後、販売施設の増加やプロモーションの在り方などを、総合的に検討していく。

4) 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 2 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

3. 情報発信事業

協会独自の媒体や外部メディアを活用し、効果的な情報発信を実施することで、観光物産を周知し、購買行動に繋げていく。

1) 協会発行媒体による情報発信

① 公式HP「びわ湖高島観光ガイド」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。

② 観光物産カタログの新規作成

チラシ形式で作成し、市内観光施設、宿泊施設等に配置し、通販サイトの周知し、紙媒体のみの情報発信に留まらず、多様な地域産品の情報に導くこととした。

発行部数:10,000 部

③ その他の協会発行の紙媒体による情報発信

たかしま日和（季刊情報誌）にて情報を発信。

2) SNS等を活用した情報発信

① インスタグラムの活用

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（2025. 3. 15-2025. 3. 16 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
Instagram	53,221	38,281	1,372
LINE 広告	453,067	80,227	5,434

分析結果では、Instagram、LINE 共に女性への配信が多い内容となった。両媒体ともに、比較的高い年齢層の興味関心が高く、50 歳以上の女性が主なターゲットと判断できる結果となった。

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

② 新聞折込チラシ(市内折込) 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）

4. たかしま・まるごと百貨店の運営

本年度 10 月に開業 10 周年を迎えた当百貨店は、市内の幅広い産品の直売施設として定着す

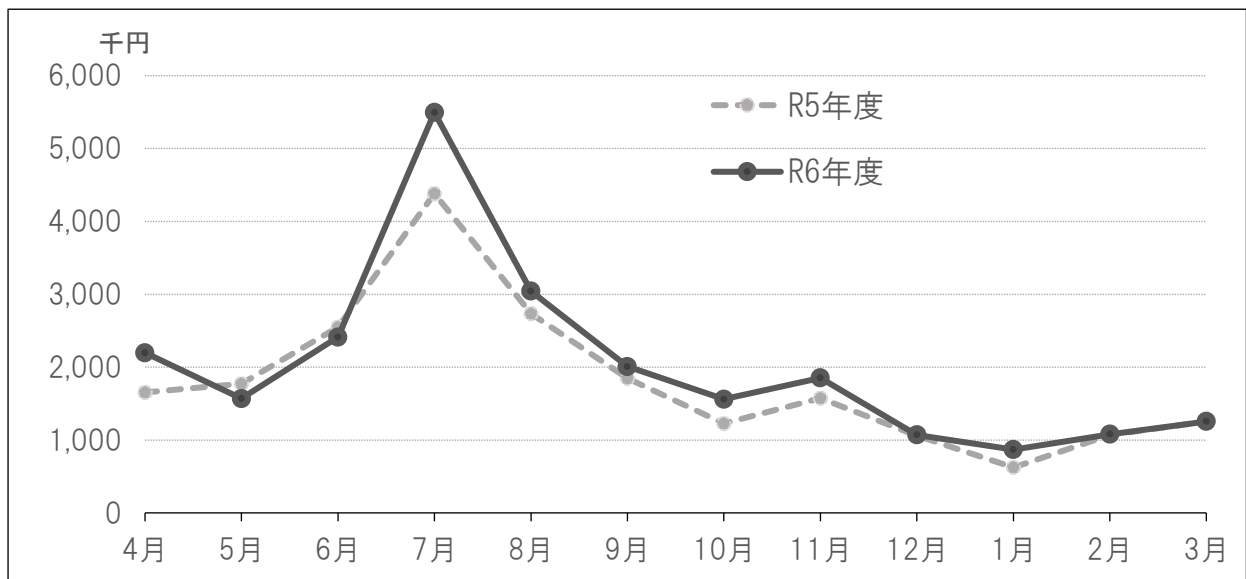
ることができた。今後の展開を見据え、周年祭等のイベントを開催し、店舗レイアウトの見直しなどを進め、地域の観光物産の窓口として更なる充実を図った。

1) 店舗運営

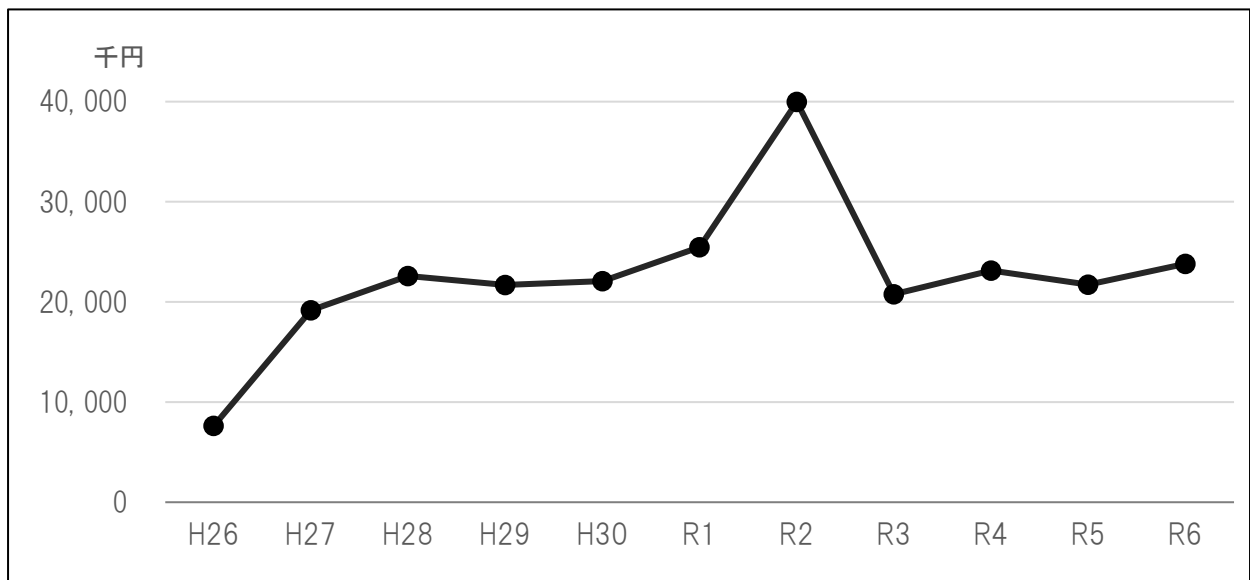
■通年の売上高 24,410,446円（前年度比 112%）

サマーフェアを含む、夏季期間の売上が大きく伸び、通年でも販売増の傾向となった。

■売上の月次変動(千円)



■売上の年次変動(千円)



2) イベントの開催

① スプリングフェア

期間 4月6日(土)～7日(日) 2日間

実績 売上 501,806円 前年比 123%

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 123%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6日(土)～7日(日) 2日間

実績 売上 2,240,574 円 前年比 132%

企画 恒例の 20%オフセールを実施、特価品の提供

2日間開催のサマーフェア史上、最高の売上となった。

③ 周年祭(10周年)

10周年の機会を活かし、積極的なPRと企画で市内外からの集客と認知度の向上を図った。

期間 11月3日(日) 1日間

実績 売上 423,498 円

企画 恒例の 20%オフセールを実施、特価品の提供

過去の周年祭と比較して、単日の最高売上となった。周囲の施設と広報の連携や、出品事業所の賞品提供による抽選企画などを行い、多くの集客につながり、認知度を高めることができた。

5. 外部出店事業

市内外の催事に参画し、より広い層が高島市物産に直接触れる機会を創出するとともに、産品を通して、地域への関心を生み出し、観光誘致に貢献する。

1) 市外出店(市委託)

① 観光イベント・百貨店催事等への出店

■ 催事一覧

催事名・会場	期間	実績
クルーズ船寄港イベント 会場:敦賀港	7月5日	出品 3社 売上 24,500 円
湖西線 50 周年記念事業 会場:名小路商店街	7月20日	出品 5社 売上 7,560 円
「たかしま Blue&Green コレ」 会場:近鉄百貨店草津店 2F Plugs Market	7月24日 ～7月30日	出品 12社 売上 2,411,290 円
国スポ・障スポ(ソフトボール) 会場:今津総合運動公園	9月14日 ～9月15日	出品 7社 売上 6,270 円
「滋賀のええもん着飾ろうコレ」 会場:近鉄百貨店草津店 2F Plugs Market	10月23日 ～10月29日	出品 1社 売上 45,460 円
北琵琶湖まつり屋外イベント 会場:ここ滋賀(東京)	10月26日	出品 9社 売上 25,490 円

国スポ・障スポ(ウェイトリフティング) 会場:安曇川高校	11月20日 ～11月24日	出品 10社 売上 105,830円
たかしま産業フェア&そばフェスタ 会場:今津総合運動公園	11月30日	出品 7社 売上 31,440円
いこうぜ!滋賀・びわ湖 マルシェ 会場:中日ビル5F 全国センター広場	1月24日	出品 13社 売上 46,380円
いこうぜ♪滋賀・びわ湖 観光物産展 会場:金山総合駅連絡橋 イベント広場	1月25日	出品 13社 売上 34,310円
さばまちマーケット 2025 会場:ゼスト御池 河原町広場	2月14日	出品 13社 売上 45,110円
「春の高島ちぢみコレクション」 会場:ここ滋賀(東京)	3月15日 ～3月16日	出品 高島ちぢみ 28商品 売上 145,610円
つるが街波祭(北陸新幹線関連イベント) 会場:神楽町1丁目商店街	3月15日 ～3月16日	出品 10社 売上 12,170円
売上合計		3,256,100円

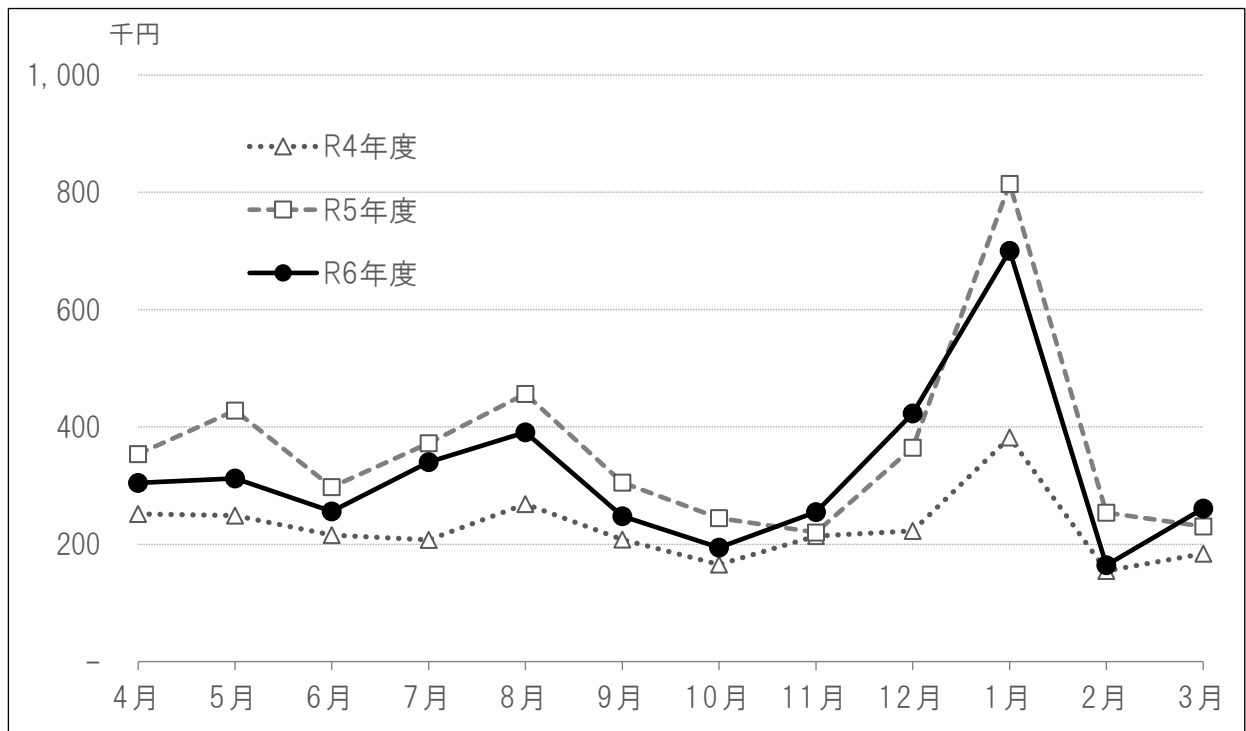
②近鉄百貨店草津店高島市コーナーへの出品

常設コーナーにおいては、5年目の販売となり、売場の編成の停滞感や、継続が困難な出品事業所が出るなど、総額としては、前年度を下回る結果となった。

■近鉄草津店高島市コーナー 売上実績

売上総額:3,850,365円 前年比:89%

■近鉄草津店高島市コーナー 売上の月次変動



2) 市内イベントへの出店協力

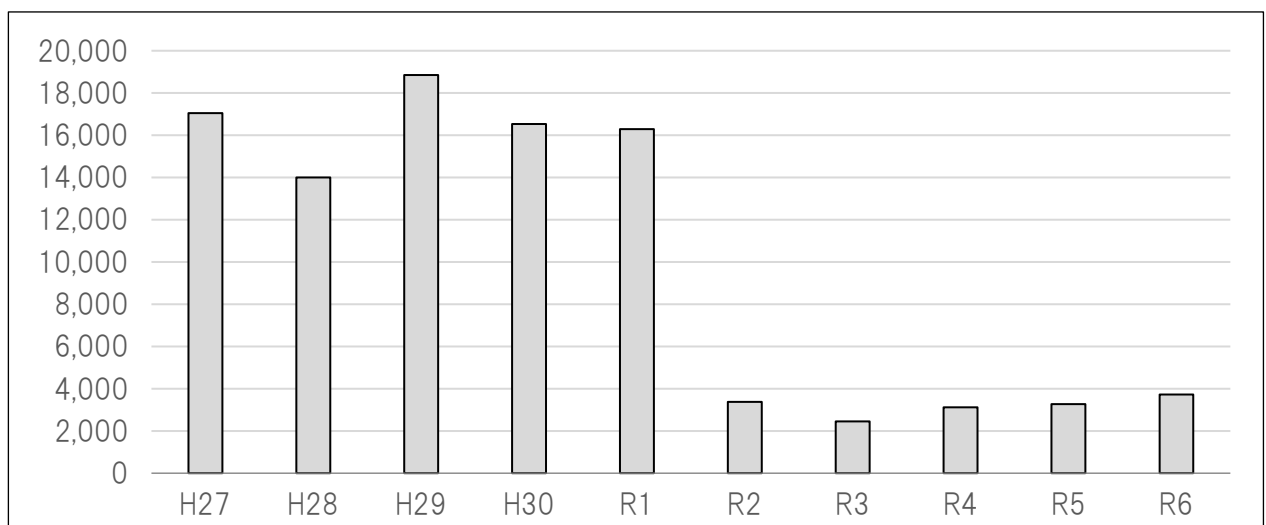
TOYOTA GAZOO RACING (9/23-24 今津総合運動公園にて) への出店取り纏めを想定していたが、別団体が担うこととなった為、出店や取り纏めは行わなかった。

IV. 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展示案内解説員を配置し、来館者に琵琶湖周航の歌の解説を行った。館の移転とコロナ禍で一旦大きく減少した来館者だが、近年堅実に増加している。

■来館者数年次推移(人)



1) 資料の保管と整理

- ①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。
- ②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

①常設展示の改善

- ・「レコードジャケットエリア」の展示替え
- ・周航エリア、小口太郎エリアの展示改善、キャプション修正

②企画展の実施

- ・企画展1「飯田忠義氏の業績 一幻の琵琶湖周航の歌の発見」
会期：6/1～8/31 (9/10 まで延長)
- ・企画展2「小口太郎没後 100 年 諏訪時代の小口太郎 歌が生まれた背景」
会期：9/10～11/30 (12/13 まで延長)

3) 情報発信

①パンフレットの作成

- ・琵琶湖周航の歌資料館 PR パンフレット

発行部数／10,000 部 令和 7 年 3 月発行

- ・企画展 1 および 2 のリーフレット

発行部数／300 部× 2 回

- ②滋賀県環境政策課発行の琵琶湖ハンドブックへの執筆協力

4) 案内業務

来館者に琵琶湖周航の歌の解説を行った。団体の見学受け入れも実施した。

5) 企画イベントの実施

- ①企画展実施に合わせてイベントを企画開催した。

- ・館内企画イベント 1 「琵琶湖周航の歌クイズ」

実施時期：6/1～8/31 (9/10 まで延長) 参加者合計：321 名

- ・館内企画イベント 2 「あなたにとっての琵琶湖周航の歌」

実施時期：9/10～11/30 参加者合計：30 名

2. JR 駅観光案内所運営 (市委託)

1) 駅観光案内所での観光案内の実施

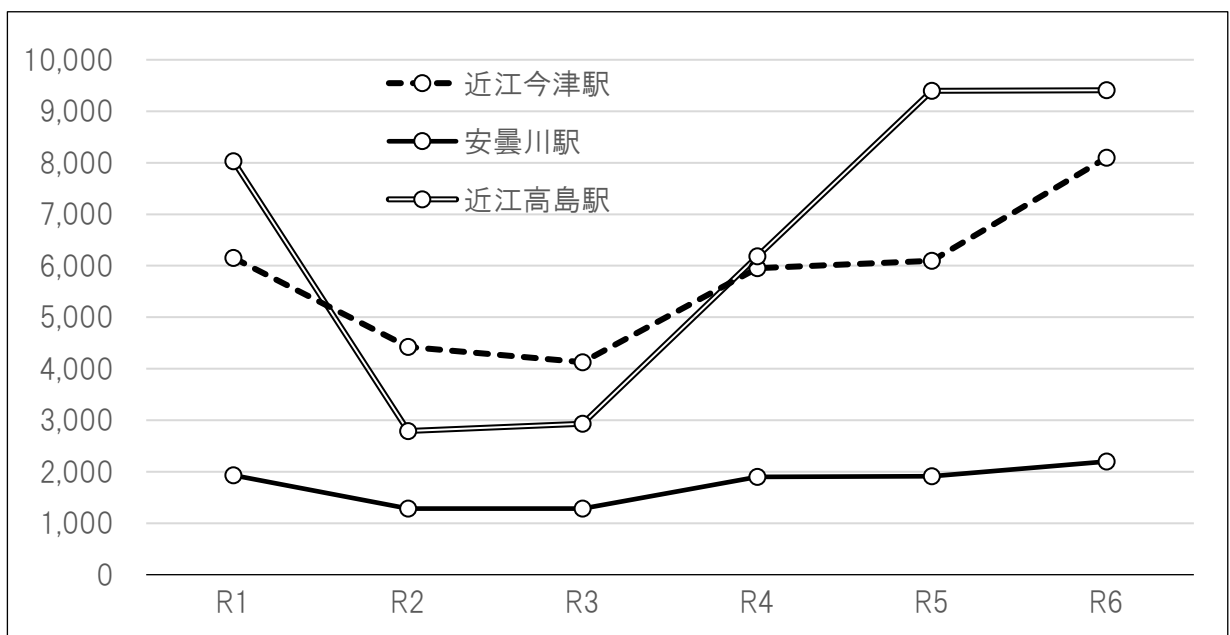
J R 近江今津駅・J R 安曇川駅・J R 近江高島駅構内の高島市が設置した観光案内所に職員を配置して総合観光案内業務を適切に実施した。

- ①日数：3 5 9 日 (年末年始 6 日間を除く毎日)

- ②時間：9：00 から 13：00 まで (近江高島駅は 14：00 まで)

- ③近江今津駅改修工事に伴い案内所も改修された。その工事期間中 (4/1～7/11) は駅前公園内に設置した仮設案内所での営業となった。

■案内件数年次推移 (件)



2) 外国人観光客への受入体制を強化した

①インバウンドによる案内業務やレンタサイクル業務の多い近江高島駅観光案内所については、協会自主事業にて営業時間を1時間延長した。(9:00から14:00まで)

②各窓口にて携帯型自動翻訳機を配置して外国語での円滑、正確な案内に努めた。

3) レンタサイクル窓口

二次交通提供の取り組みであるレンタサイクル事業の取扱い窓口として貸し出し返却受入等の業務を実施した。

4) バス回数券等の販売

バス回数券や定期券の取扱いで、駅利用者への利便を図った。

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行う。

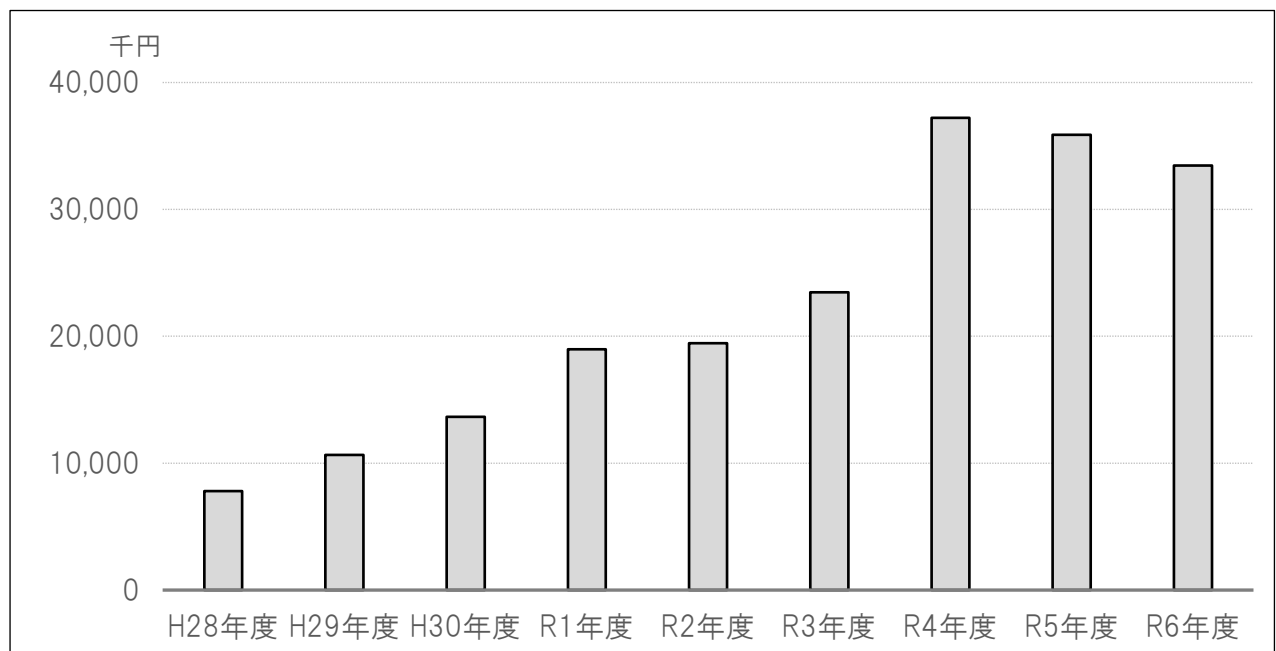
1) 利用者からは維持管理協力金を徴収する。

利用実績

利用件数	利用人数	車両台数	管理協力金	前年比
14,433 件	20,031 人	12,498 台	33,455,900 円	93%

■管理協力金年次変動(千円)

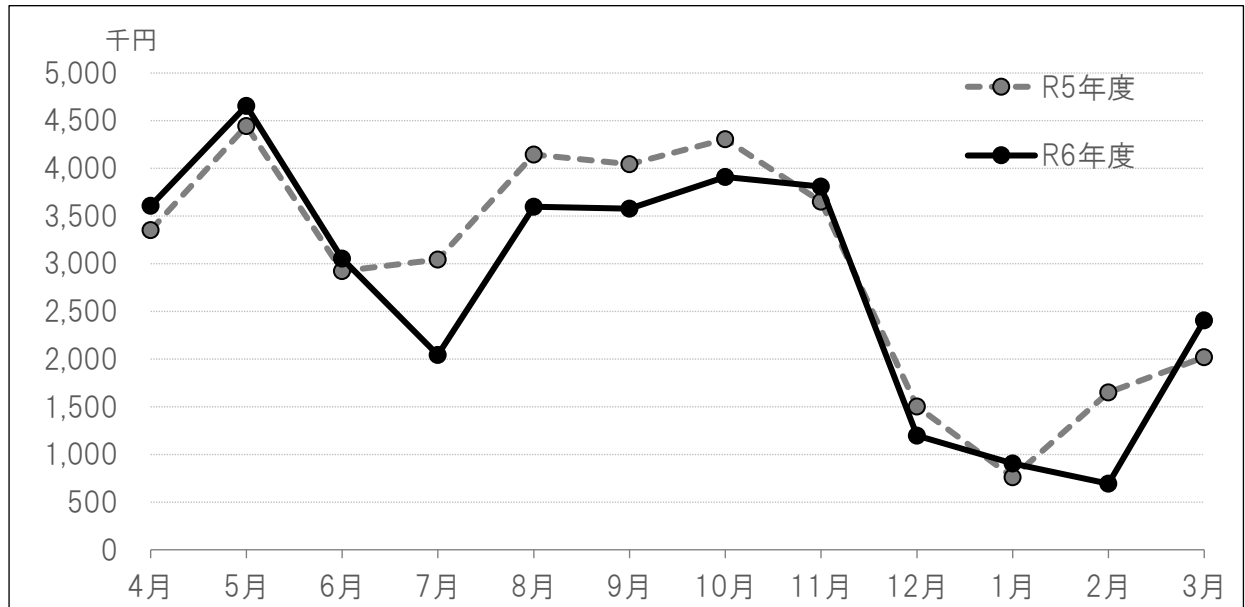
コロナ禍での施設閉鎖の影響によるマイナス要因を合わせても利用者の増加が続いていたが、本年度は前年を下回る結果となった。天候に加えて、キャンプブームのピークアウトの影響も考えられる。



■管理協力金月次変動(千円)

本年度は夏季の猛暑が特に厳しく、屋外でのレジャーに影響したものと考えられる。

一方で、冬季に降雪等の影響を受ける日が多く、利用数に影響があった。通年でも、やや減少の傾向が見られ、前年比 93%の利用となった。



2) アウトドアメーカーや各種媒体による撮影利用や、イベントへの協力を行う。

ショップやメーカー、メディアによる撮影への協力：延べ9件受入れ

月日	事業者・媒体	内容
5/15	交通タイムス社	車両撮影
9/12	オフィス 102	車両撮影
10/2	交通タイムス社	車両撮影
10/17	株式会社タナクロ	テント類展示会
10/22	株式会社オーエステー	ブランケットの撮影
11/10	電通クリエイティブクロス	CM (Web) 撮影下見
11/15	電通クリエイティブクロス	CM (Web) スタッフロケハン
12/12	芸文社 OUTDOOR あそびーくる	アウトドア用品・車両撮影
1/22	ホリゾン	アウトドア用品撮影

※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。

3) 常設トイレの改修について

園地環境の整備と利用者の利便性向上および、運営の効率化を図るため園内常設トイレの改修を目論み、改修に係る諸条件について、滋賀県管轄部局に対して確認を行って、施設の適切な改修工法を検討した。

4) 市内アウトドア情報の発信拠点としてアウトドアPRパンフレットの配置等に取り組んだ。

V. 組織強化事業

1. 部会活動

会員で構成される部会は、それぞれに協会事業の実施に資する活動を行うとともに、部会参加事業者の連携と交流を図る取り組みを実施する。また部会の体制と部会活動のあり方について検討を進め、組織の改編も含め、さらなる活性化を図る。

なお、引き続き会議への市商工観光部の参加により、協会と行政間の情報共有を行い地域の連携強化を進める。

1) 誘致推進部会(部会員数 35 名)

地域内連携や情報共有を行うとともに、特に今年度は団体旅行や教育旅行の誘客強化を念頭に、地域一帯となった誘致活動を実施した。

■会議・事業概要

月 日	会議・事業名	議題など	出席数
5/20	誘致営業活動検討会議	・誘致営業活動の検討	10 名
6/4	第 1 回運営委員会	・誘致営業活動 ・役員改選 他	委員 6 名
6/27	第 1 回全体会議	・運営委員の選任 ・令和 6 年度事業、誘致営業活動 ・2023 年 観光データ報告・共有	10 名 委任状 11 名
6/27	第 2 回運営委員会	・部会長・副部会長の選任 ・誘致営業活動 ・令和 7 年度事業計画	委員 7 名
7/16・ 17・19 8/8	誘致営業活動 (旅行会社等)	・大阪 12 社、京都 5 社・大学 2 校、 神戸 5 社、名古屋 7 社	出役 10 名
9/11	誘致営業活動報告会	・誘致営業活動 各班報告、今後の活動	7 名
2/10	第 3 回運営委員会	・令和 7 年度事業計画 ・令和 6 年度事業(DM 発送)他	委員 8 名

2) 物産振興部会

観光協会による物産振興の取組として、観光振興事業との連携を進めていく。また、まるごと百貨店の出荷者組織の設置について検討を進めた。なお、会議の招集について、日程の折り合いがつかず、各分野で対象となる部会員と個別の協議を行った。

①観光物産活性化事業の検討

取扱商品のリニューアルや、ギフトセットの編成などを検討した。

②周年祭計画の検討、協力

部会員の協力のもと、イベント企画として購入額に対するプレゼント抽選会を催すことができ、誘客が促進された。

③公式HPリニューアルへの協力

商品画像の提供や商品の内容について、検討した。

④催事等、外部出店への参画

各催事において出品を中心に、直接販売等に参画した。

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。各種講義や先進地訪問等を経て、地域資源の活かし方やマーケティングを用いた観光推進について学ぶ貴重な機会となった。

①基礎コース

第1回・2回 草津市	10/22	・基調講演「観光とは光を観ること」 日本旅行 平田進也 氏 ・講義「地域資源を活かした観光の推進」 立命館大学経営管理研究科 准教授 大島 知典 氏
第3回 草津市	11/27	・講義「SNS やインターネットを活用した観光情報の発信方法」(株)大伸社ディライト 内海 純 氏 ・ワークショップ
第4回 甲賀市	12/18	・フィールドワーク／甲賀市信楽町 ・講義「観光資源の見せ方」 悠ツアー 代表 森 聖太 氏
第5回 草津市	1/16	・講義「観光振興の成功と失敗」 公益社団法人京都府観光連盟 村上 聡志 氏
成果報告会 草津市	2/12	・各自発表「わたしのお気に入りスポット」 (ビジネス創出コースと合同開催)

②ビジネス創出コース

第1回・2回 草津市	10/22	・基調講演「観光とは光を観ること」 日本旅行 平田 進也 氏 ・講義「地域資源を活かしたマーケティング」 立命館大学経営管理研究科 教授 石崎 祥之 氏 (株)ホロニック 代表取締役 長田 一郎 氏
---------------	-------	---

第3回 草津市	11/26	・講義「ケースメソッドによる観光経営」 立命館大学経営管理研究科 教授 水野 由香里 氏
第4回 草津市	12/17	・講義「観光におけるデータ活用」 ナレッジデータサービス(株) 代表取締役 清土 裕文 氏
第5回 京都府宇治市	1/21	・県外好事例研修／（一社）京都山城地域振興社（お茶の京都DMO）他
成果報告会 草津市	2/12	・各自発表「将来の組織像・目指すべき姿」 （基礎コースと合同開催）

2) 講演会の開催

観光に関わる事業者、関連団体、行政の皆様を広く対象として、観光まちづくりを考える講演会を開催した。

テーマ：高島市の観光まちづくりを考える

—高島市にもDMO的機能は必要か？—

講師：芸術文化観光専門職大学教授 大社 充 氏

日時：令和6年5月28日（火）

会場：ウェストレイクホテル可以登楼

聴講：52名

3) 会員間情報の共有強化

全会員宛てに広報紙を発行、また一斉配信メールによる情報共有を実施した。

4) 職員に対する人事評価、育成面談、情報共有会議等を実施した。