

# **第2次 甲賀市観光振興計画**

**平成29年 8月 策定**

**令和 3年 9月 見直し**

**令和 7年 3月 見直し**

**甲 賀 市**

## は じ め に

本市では、平成２９年８月に第２次甲賀市観光振興計画を策定し、観光による産業振興を通じた地域への経済効果の向上を目指し、観光資源の魅力向上や商品化、観光客受入環境の充実等に取り組み、活気あふれるまちを目指して、観光振興に係る施策を計画的に推進しています。

このたび、市内外の社会情勢や経済情勢の変化による本市観光への影響及び令和７年３月に策定された第２次甲賀市総合計画第３期基本計画に対応する必要があることから、本計画を見直し、第２次甲賀市観光振興計画第３期基本計画として策定を行いました。

なお、第２次甲賀市観光振興計画第３期基本計画は、以下の見直しの方向性を踏まえ、策定しています。

- （１）第２次甲賀市観光振興計画第２期基本計画の進捗状況および社会情勢や経済情勢等による観光産業への影響
- （２）第２次甲賀市観光振興計画の体系を基本としつつ、第２次甲賀市総合計画第３期基本計画の見直しの方向性との整合

また、本計画の見直しにおいては、附属機関となる甲賀市観光振興計画審議会において、本計画の見直しに関する調査および審議を行い、市内事業者および市民の意見を反映するため、オンラインプラットフォームによる意見聴取やパブリック・コメントを実施し、広く意見の聴取を行っています。

## 目次

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 第1章 計画の策定にあたって.....                   | 1  |
| 1. 計画の趣旨.....                         | 1  |
| 2. 計画の概要.....                         | 2  |
| (1) 計画の位置づけ.....                      | 2  |
| (2) 総合計画における施策と観光との関連.....            | 4  |
| (3) 計画期間.....                         | 6  |
| 第2章 甲賀市の観光振興における現状と課題.....            | 7  |
| 1. 観光を取り巻く情勢と甲賀市の現状.....              | 7  |
| (1) 日本の現状.....                        | 7  |
| (2) 滋賀県の現状.....                       | 11 |
| (3) 甲賀市の現状.....                       | 12 |
| 2. 甲賀市の観光振興における課題.....                | 15 |
| (1) まちづくりの視点からの行政・市民・事業者・関係団体の連携..... | 15 |
| (2) 観光資源を活かした地域の活性化.....              | 15 |
| (3) 観光産業につなげる取組の充実.....               | 16 |
| (4) 戦略的マーケティングの充実.....                | 16 |
| 3. 計画の見直しの基本的な方向性.....                | 17 |
| (1) 観光まちづくりの推進.....                   | 17 |
| (2) 関連部局・関係団体との幅広い連携の構築.....          | 17 |
| (3) 「甲賀流忍者」から広がる観光振興.....             | 18 |
| (4) 評価・検証指標の明示とマーケティングデータの収集.....     | 18 |
| (5) 効果的な観光マネジメント推進組織の整備.....          | 18 |
| 第3章 計画の基本的な考え方.....                   | 19 |
| 1. 基本理念と基本方針.....                     | 19 |
| (1) 基本理念.....                         | 19 |
| (2) 基本方針.....                         | 19 |
| 2. 基本戦略.....                          | 20 |
| 3. 目標指標.....                          | 21 |
| (1) 基本目標.....                         | 21 |
| (2) 進捗評価指標.....                       | 21 |
| 4. 計画の推進体制.....                       | 22 |
| (1) 甲賀市における推進体制の確立.....               | 22 |
| (2) 市民・事業者・関係団体との連携・協働.....           | 22 |
| (3) 持続可能な観光推進体制（（仮称）甲賀市版DMO）の構築.....  | 22 |
| 5. 計画の体系.....                         | 23 |
| 第4章 基本計画.....                         | 24 |
| 1. 魅力向上戦略.....                        | 24 |
| (1) 観光地の魅力向上.....                     | 24 |
| (2) 市民と連携した資源開発.....                  | 25 |
| (3) 効果的なPRの推進.....                    | 26 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 2. 誘客促進戦略.....            | 28 |
| (1) 観光ビジネスとの連携.....       | 28 |
| (2) 誘客事業・イベントの開催.....     | 29 |
| (3) 戦略的マーケティング.....       | 30 |
| (4) 新たな観光の形に対応した誘客促進..... | 31 |
| 3. 地域活性化戦略.....           | 33 |
| (1) 市民意識の向上.....          | 33 |
| (2) 市民・事業者との協働.....       | 34 |
| (3) 広域連携.....             | 35 |
| (4) 持続可能な観光推進体制の構築.....   | 36 |
| 資料編.....                  | 38 |

# 第1章 計画の策定にあたって

## 1. 計画の趣旨

本市における観光政策は、平成22年3月に策定した「甲賀市観光振興計画―甲賀のお宝発見伝―」（以下「第1次計画」という。）に基づき、観光による産業振興を通じた地域への経済効果の向上を目指し、観光資源の魅力向上、観光客受入環境の充実、観光資源の観光商品化等に取り組んできました。

この間、我が国においては、全国的なインバウンドの増加や、地方自治体の人口減少問題等を背景に、地域活性化の有力な手段としての観光の振興や、それを通じた地域産業の活性化に取り組む自治体が増加してきました。選ばれる観光地となるために、魅力あるまちづくりの推進と、地域独自の観光振興の取組は、近年ますますその重要性を増しています。

国においては、平成18年の「観光立国推進基本法」の制定、平成20年の観光庁の発足以降、一層の観光振興と外国人観光客の増加に取り組んでおり、令和元年には日本を訪れた外国人旅行者が3,188万人と、過去最高を更新しています。新型コロナウイルス感染症の拡大により減少していた訪日外国人旅行者数も回復傾向にあり、2025年大阪・関西万博の開催や昨今の経済状況の影響により、今後更なる外国人観光客の増加が期待されており、2030年（令和12年）に6,000万人とする目標を掲げ（「明日の日本を支える観光ビジョン」平成28年3月）、更なる観光政策の充実が図られています。

一方、本市においては引き続き人口の減少が見込まれており、地域経済の縮小と雇用の減少、それにとまなう若年世代の転出増加や生活インフラの縮小等が懸念されています。観光振興によって本市を訪れる交流人口の増加を図り、地域経済の核として観光関連産業を活性化させていくことは、雇用の創出や生活インフラの維持を含む住民全体の利益につながることであり、重要な行政課題となっています。

本市が平成28年2月に策定した「甲賀流まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、「忍者」をキーワードとした観光振興をリーディングプロジェクトとしており、また、平成29年4月には、本市の歴史・文化遺産である「甲賀流忍者」と「信楽焼」が、それぞれ日本遺産「忍びの里 伊賀・甲賀―リアル忍者を求めて―」、「きっと恋する六古窯―日本生まれ日本育ちのやきもの産地―」に選定されました。さらに令和5年7月には、「忍びの里 伊賀・甲賀―リアル忍者を求めて―」が他地域のモデルとなる重点支援地域に選定され、今後国内的・国際的に注目が高まることが期待されます。

こうした社会経済情勢の変化と本市の取組を踏まえ、本市の歴史・文化や祭・行催事等の地域おこし活動を取り込んだ魅力あるまちづくりと、それを通じた観光の振興を目的として、第1次計画を見直し、平成29年8月に「第2次甲賀市観光振興計画」（以下「本計画」という。）を策定しました。本計画は、行政だけではなく、市民・事業者・関係団体が連携して観光振興に取り組むために、基本的な考え方を共有し、目指すべき方向性を示すものとして策定しています。この度、第2期基本計画期間が終了するため、見直しを行います。



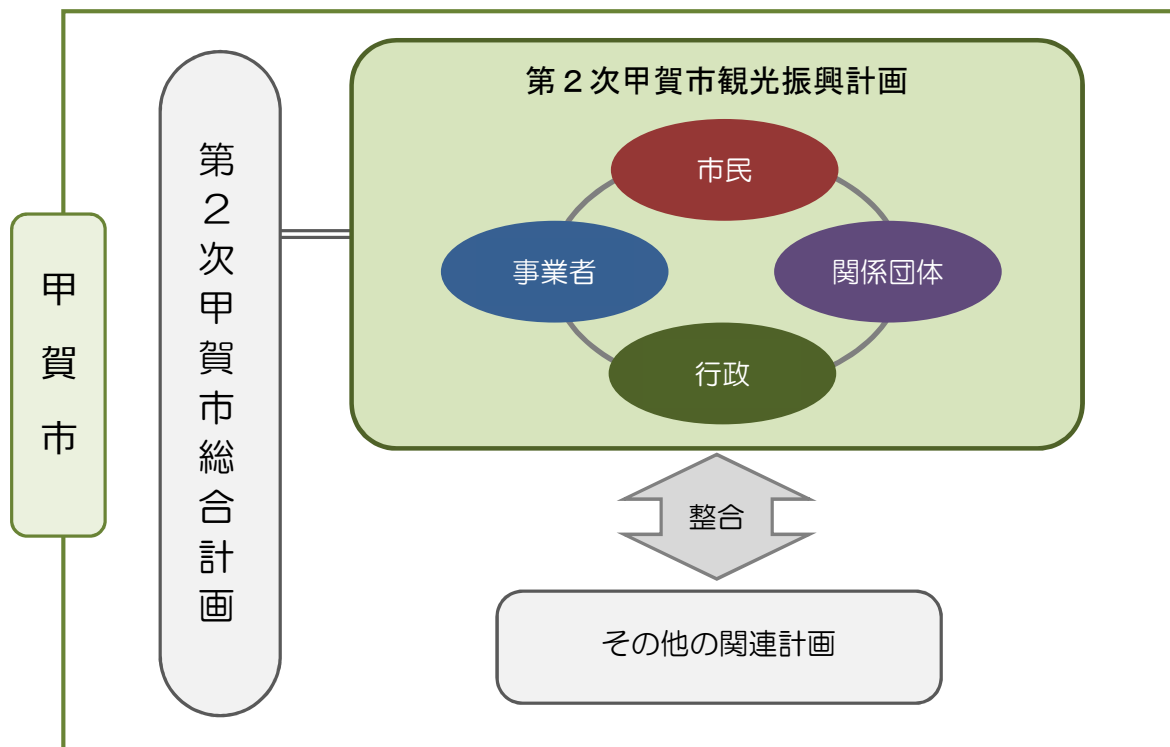
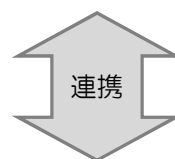
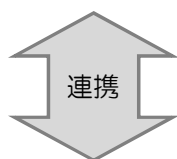
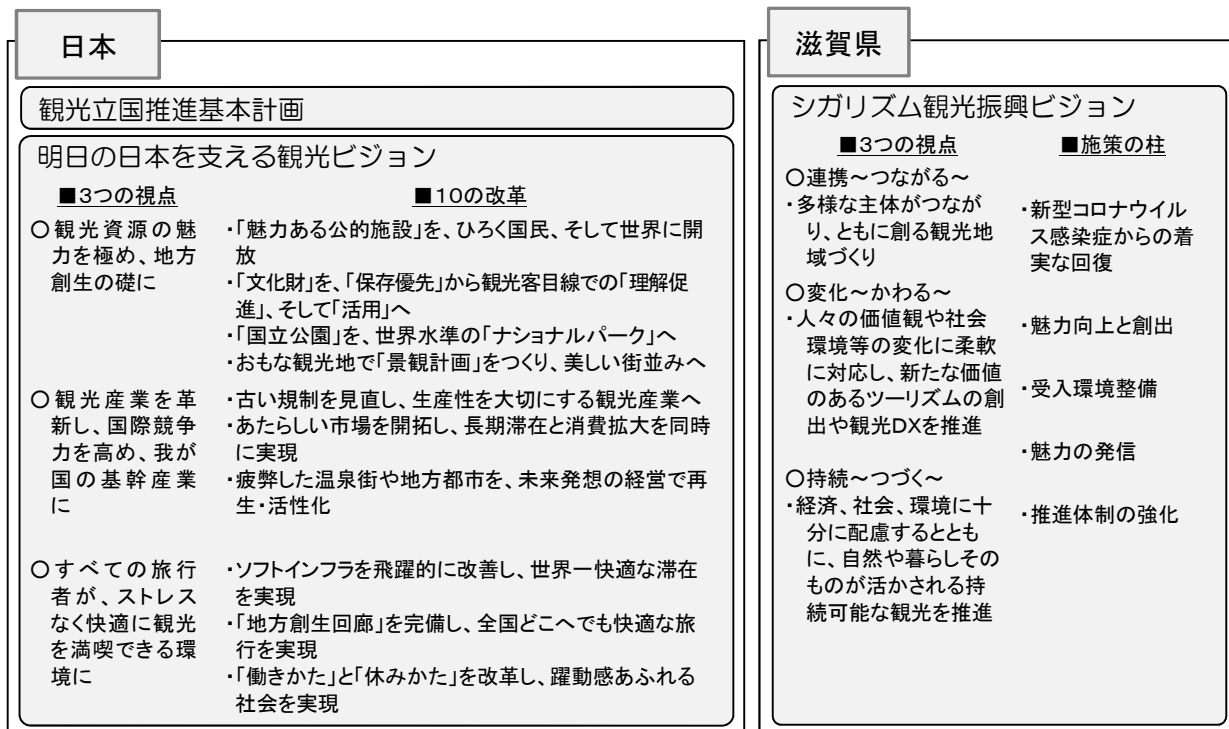
## 2. 計画の概要

### (1) 計画の位置づけ

本計画は、行政・市民・事業者・関係団体が観光振興に対する考え方を共有し、総合計画に基づいてそれぞれの分野で取り組まれている個々の施策や事業を、観光振興の観点で統一的に推進するための指針となるものです。第2次甲賀市総合計画を上位計画とする、観光分野における個別計画として位置づけられるものであり、観光の振興を通じて第2次甲賀市総合計画に定めた「あい甲賀 いつもの暮らしに 「しあわせ」を感じるまち」を実現することを目的としています。

同時に観光に関する国、滋賀県の計画と相互に連携を図り、効果的な観光振興の推進につなげます。

## ■ 本計画の位置づけ

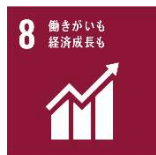


## （２）総合計画における施策と観光との関連



令和７年度から始まる第２次甲賀市総合計画の第３期基本計画に定める施策の体系は、幅広い分野において観光との関連があります。また、総合計画と同様、SDGsの推進にも関連しています。

（特に関連する目標）



| 分野          | 施策               | 関連 |
|-------------|------------------|----|
| 市民自治        | 住民自治の促進          |    |
|             | 市民活動支援の充実        | ○  |
| 市民共生        | 人権教育、啓発の推進       |    |
|             | 多文化共生の推進         | ○  |
|             | 人権に関する相談、支援の充実   |    |
| 男女共同参画      | 男女共同参画社会づくりの推進   |    |
| シティプロモーション  | シティプロモーションの推進    | ◎  |
|             | インナープロモーションの強化   | ◎  |
| 環境・資源・エネルギー | 生活環境の保全          | ○  |
|             | 資源、エネルギーの有効活用の推進 | ○  |
|             | 廃棄物の適正処理         |    |
| 自然・公園・緑地    | 自然との共生と活用        | ○  |
|             | 公園の整備、適正管理       | ○  |
| 歴史・文化財・景観   | 文化財等の調査と保護       | ◎  |
|             | 文化財等の活用          | ◎  |
|             | 景観の保全            | ○  |
| 文化・スポーツ     | 文化、芸術の振興         | ○  |
|             | スポーツの振興          | ○  |
| 地域福祉        | 高齢者施策の充実         |    |
|             | 障がい福祉の充実         |    |
|             | 地域共生社会の実現        |    |
|             | セーフティネットの充実      |    |
| 保健・医療       | 健康寿命の延伸          |    |
|             | 疾病予防、早期対策の推進     |    |
|             | 医療環境の充実          |    |
| 住まい・ライフライン  | 空き家対策の推進         | ○  |
|             | 公営住宅の整備、適正管理     |    |
|             | 上下水道事業の健全運営      |    |
| 安全・防災       | 安全、安心対策の強化       | ○  |



|            |                 |   |
|------------|-----------------|---|
|            | 地域防災体制、基盤の強化    |   |
|            | 消防体制、基盤の充実      |   |
|            | 治水、砂防の推進        |   |
| 農林畜水産      | 農畜水産業の安定経営の確保   | ○ |
|            | 地域ブランドの展開       | ◎ |
|            | 林業の振興           | ○ |
|            | 鳥獣害対策の推進        |   |
| 商工観光       | 商業の振興           | ◎ |
|            | 地場産業の振興         | ◎ |
|            | 工業の振興           | ○ |
|            | 観光資源の活用と観光客の誘致  | ◎ |
| 活躍・雇用      | 人材確保、就労支援の推進    |   |
|            | 女性活躍の促進         |   |
|            | ワーク・ライフ・バランスの促進 |   |
| 道路・交通      | 広域幹線道路の整備促進     | ○ |
|            | 市道（幹線道路網）の整備    | ○ |
|            | 生活道路等の整備、適正管理   | ○ |
|            | 持続可能な移動環境の構築    | ○ |
|            | 鉄道利用の促進         | ○ |
| 都市形成       | 拠点を形成する市街地の整備   | ○ |
|            | 計画的な土地利用の推進     | ○ |
|            | まちなみデザインの強化     |   |
| 若者・子ども・子育て | 産前産後、乳幼児期の安心の確保 |   |
|            | 就学前教育、保育の充実     |   |
|            | 放課後の児童対策の充実     |   |
|            | 子育て支援の推進        |   |
|            | 若者の活躍、定住の促進     |   |
| 学校教育・社会教育  | 学校教育の充実         | ○ |
|            | 教育環境の充実         |   |
|            | 多様な居場所・学びの場の確保  |   |
|            | 社会教育の推進         | ○ |
| 行財政        | 職員力の向上          | ○ |
|            | 行政運営の最適化        | ◎ |
|            | 公共資産マネジメントの推進   | ○ |
|            | 持続可能な財政運営       |   |

◎：特に観光振興に関連の深い施策

○：観光振興に関連の深い施策

※：印の無い施設についても、観光の多様性により関連を持つ可能性があります。

### (3) 計画期間



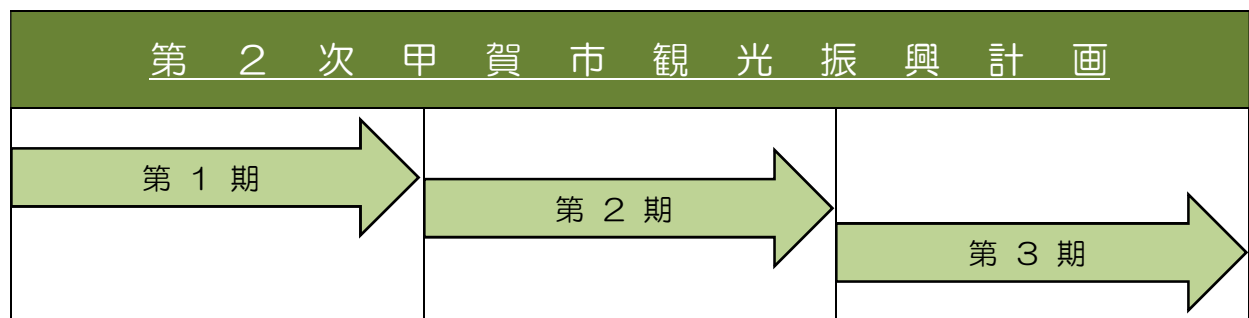
平成29年6月に策定された第2次甲賀市総合計画の計画期間が、従来の10年から12年となったことに合わせ、平成29年度から令和10年度までの12年間を本計画の計画期間とします。また、総合計画の基本計画が4年ごとの見直しとなっていることも含め、12年の計画期間を4年ごとの3期に区切り、各期の最終年において、進捗状況や社会情勢、経済情勢を踏まえた見直しを行うものとします。

各期の主な取組について、平成29年度から令和2年度の第1期には、早期の取組が求められる（仮称）甲賀市版観光DMOの設立の検討をはじめとして、民間活力を生かした観光振興体制の構築や観光資源となる歴史・文化的背景の掘り起こし、市民・事業者・関係団体との協働によるまちづくりに向けた学習・コミュニケーション・合意形成のための環境づくりに努めました。

令和3年度から令和6年度の第2期では、歴史・文化財をはじめとする観光施設や伝統文化と市民、事業者、関係団体との「物」と「ひと」との密な連携を生み出すための具体的な取組として、催事等の企画の充実とともに、まちづくり関連団体の自立性・持続性の確立を図りました。

令和7年度から令和10年度の第3期には、比較的規模の大きい観光施設の磨き上げや、甲賀ブランドの再構築、マーケティングのデータ収集結果をもとに、戦略的な観光施策の企画・運営体制の確立を図るとともに、その成果を検証・評価し、次期計画への反映を行います。

| H29<br>年度           | H30<br>年度 | R1<br>年度 | R2<br>年度 | R3<br>年度 | R4<br>年度 | R5<br>年度 | R6<br>年度 | R7<br>年度 | R8<br>年度 | R9<br>年度 | R10<br>年度 |
|---------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 第 2 次 甲 賀 市 総 合 計 画 |           |          |          |          |          |          |          |          |          |          |           |
|                     |           | 見直し      |          |          | 見直し      |          |          |          |          | 見直し      |           |



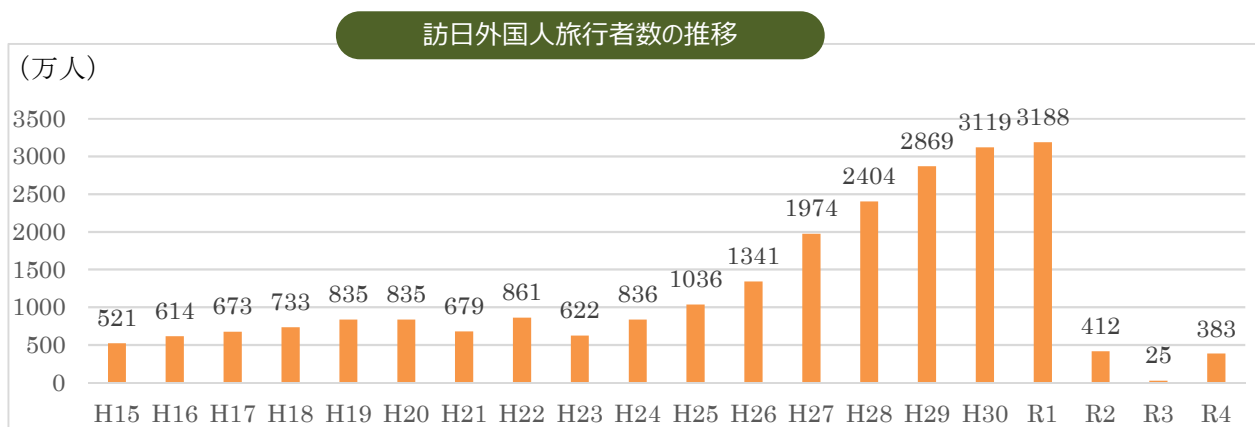
## 第2章 甲賀市の観光振興における現状と課題

### 1. 観光を取り巻く情勢と甲賀市の現状

#### (1) 日本の現状

##### ①訪日外国人旅行者数の推移

○訪日外国人旅行者数は令和元年までは、過去最高を更新していたが、令和2年及び令和3年は新型コロナウイルス感染拡大に伴い、大きく減少した。令和4年は増加に転じ、年間では約383万人(令和元年比88.0%減)となり、令和5年も回復傾向が続いています。

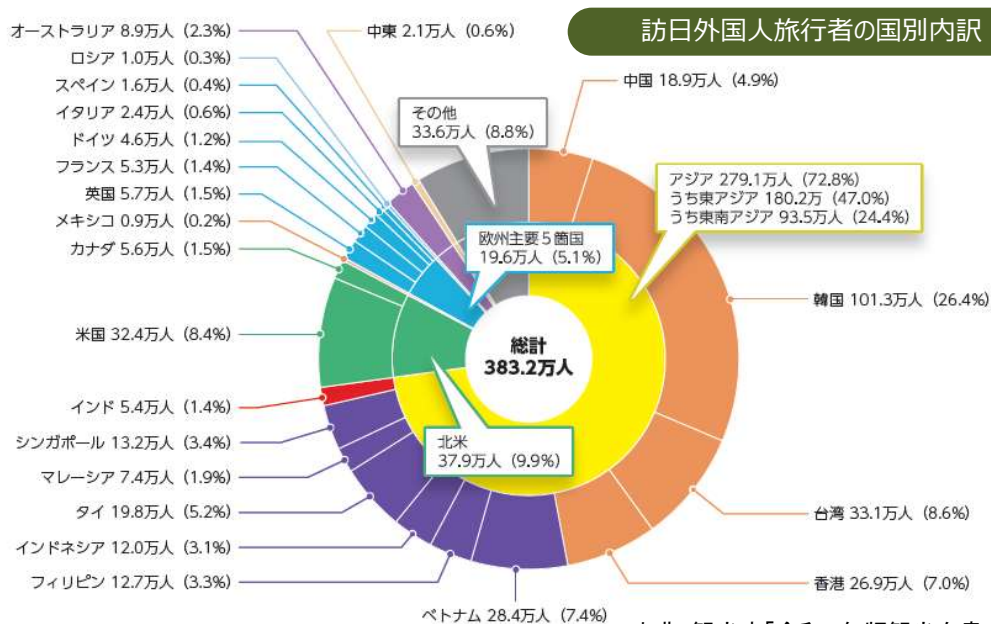


出典:観光庁「令和4年版観光白書」

資料:日本政府観光局資料に基づき市作成

##### ②訪日外国人旅行者の国別内訳

○令和4年の訪日外国人旅行者を国・地域別にみると、アジア主要市場が72.8%を占めました。東アジアでは、韓国、台湾、香港と続き、全体の47.0%に達しています。

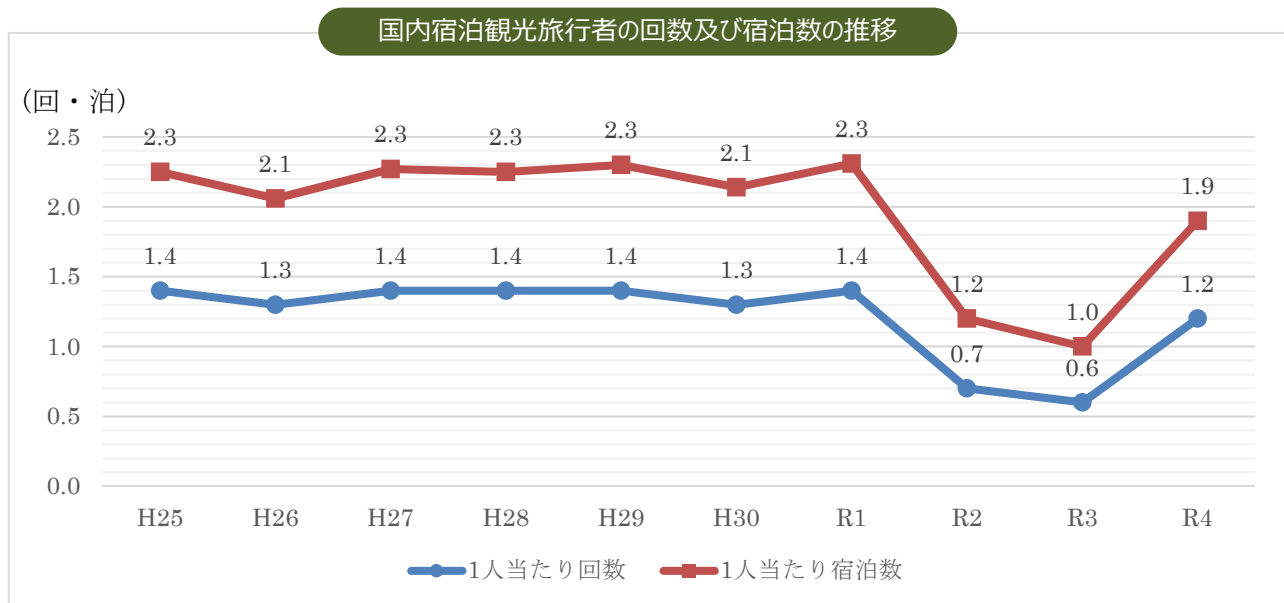


出典:観光庁「令和4年版観光白書」

資料:日本政府観光局資料に基づき観光庁で作成

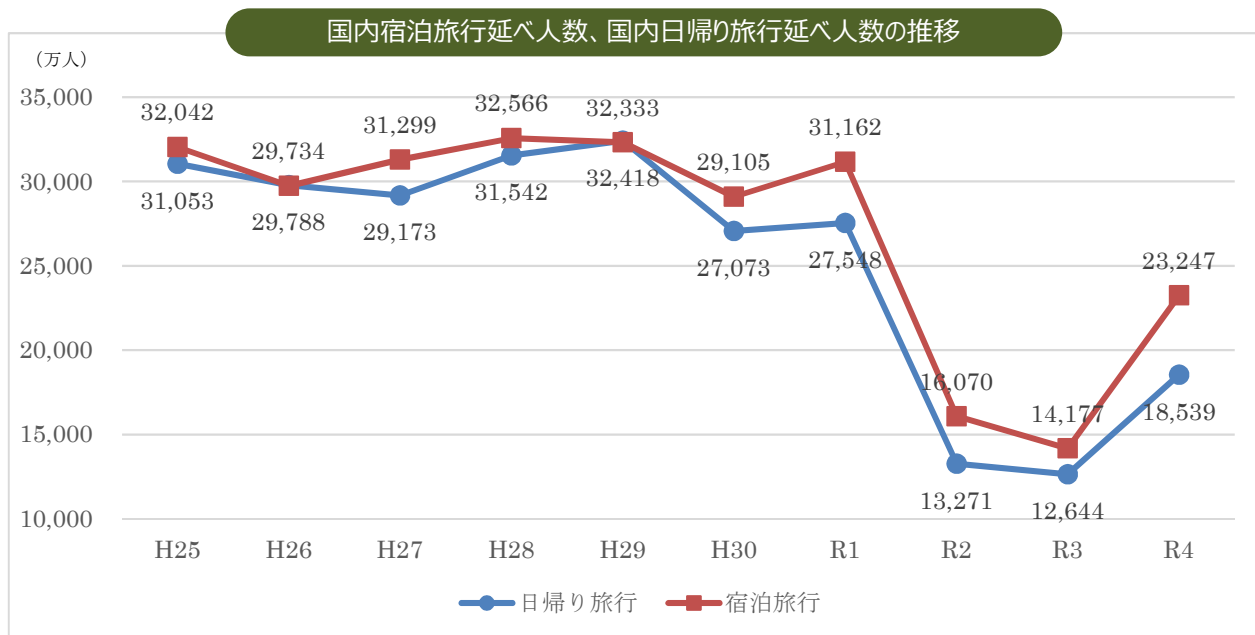
### ③国内観光旅行者の回数及び宿泊数の推移

○国内観光旅行者の回数及び宿泊数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、令和2年及び令和3年に減少していますが、令和4年は回復傾向となっています。



### ④国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

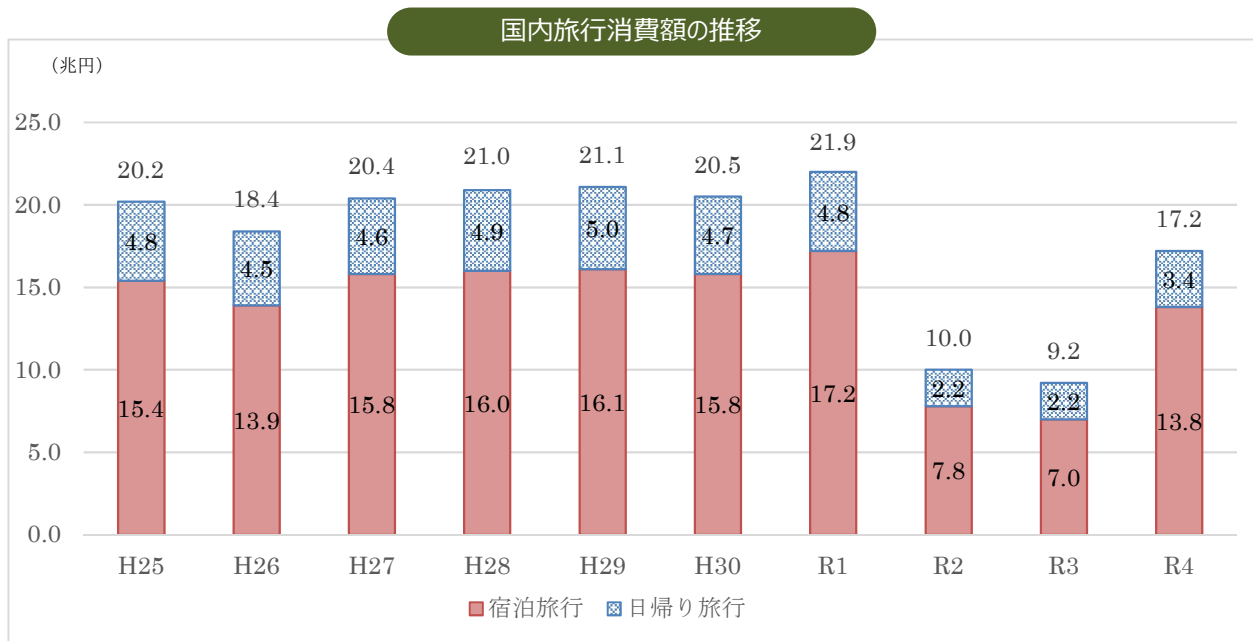
○国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数についても、令和2年及び令和3年は減少したが、令和4年には、日帰り旅行・宿泊旅行、ともに宿泊旅行が増加しました。



## ⑤国内旅行消費額の推移

○令和4年の国内旅行消費額は、17.2兆円（令和元年比21.6%減）となりました。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は13.8兆円（令和元年比19.8%減）、日帰り旅行の国内旅行消費額は3.4兆円（令和元年比28.0%減）となっています。

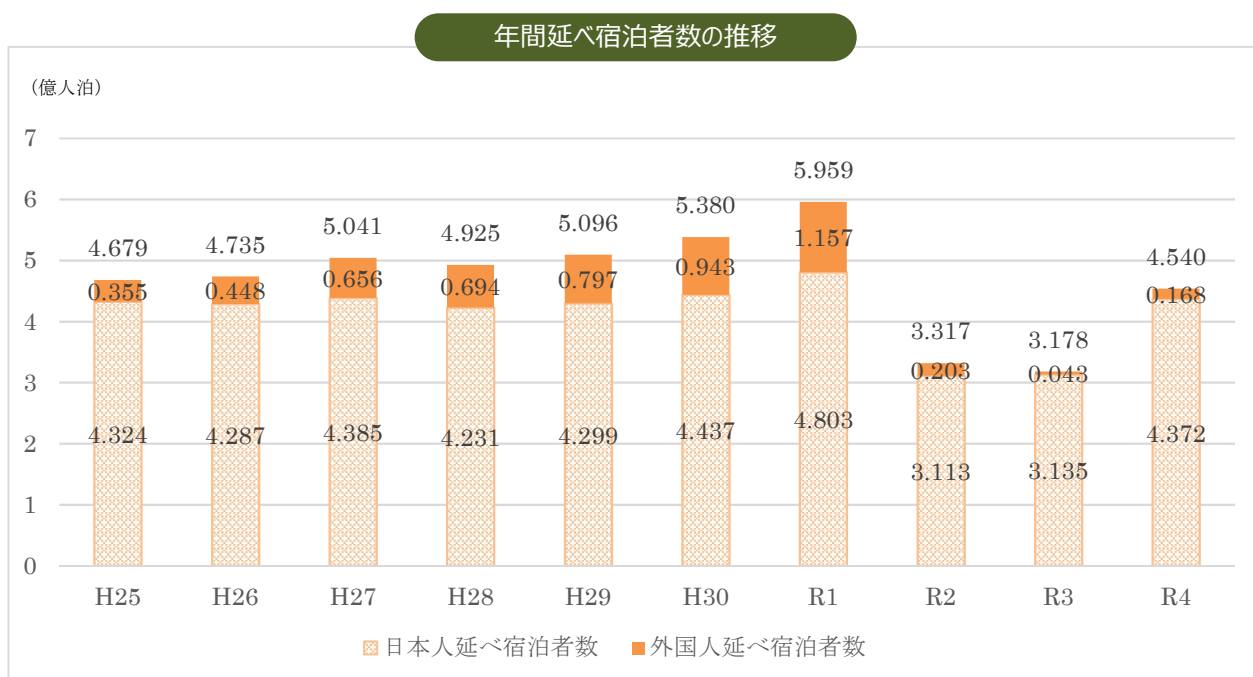
○特に消費額の大きい宿泊旅行の誘客は、経済効果が大きいと考えられます。



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

## ⑥日本人・外国人の延べ宿泊者数の推移

○延べ宿泊者数について、令和4年は4億5,397万人泊（令和元年比23.8%減）でした。日本人延べ宿泊者数は全国旅行支援による国内旅行需要の増加等が寄与し、新型コロナウイルス感染拡大前の水準まで回復しています。



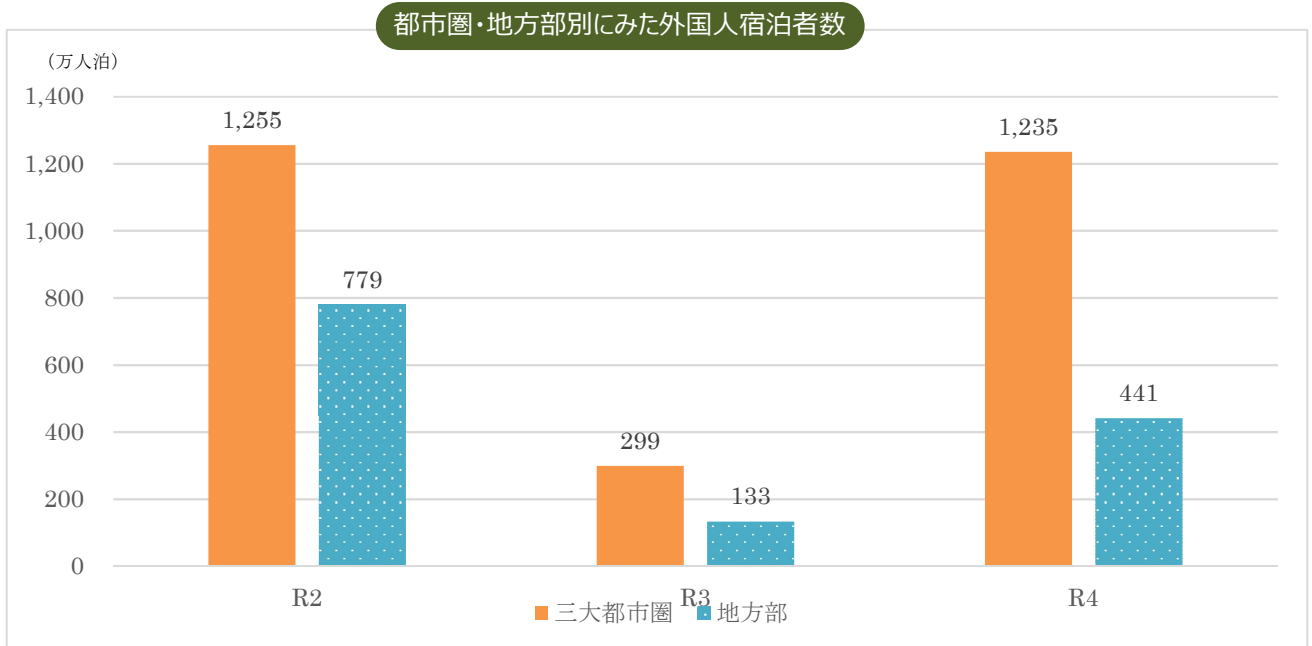
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1 令和4年は速報値

注2：各年グラフ上の数値は合計値

⑦三大都市圏及び地方部の外国人延べ宿泊者数の推移

○外国人延べ宿泊者数について、三大都市圏と地方部で比較すると、令和4年は三大都市圏では1,235万人泊、地方部では441万人泊となりました。



出典：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

注1：令和4年は速報値

注2：三大都市圏とは「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県をいう

地方部とは、三大都市圏以外の道県をいう

## (2) 滋賀県の現状

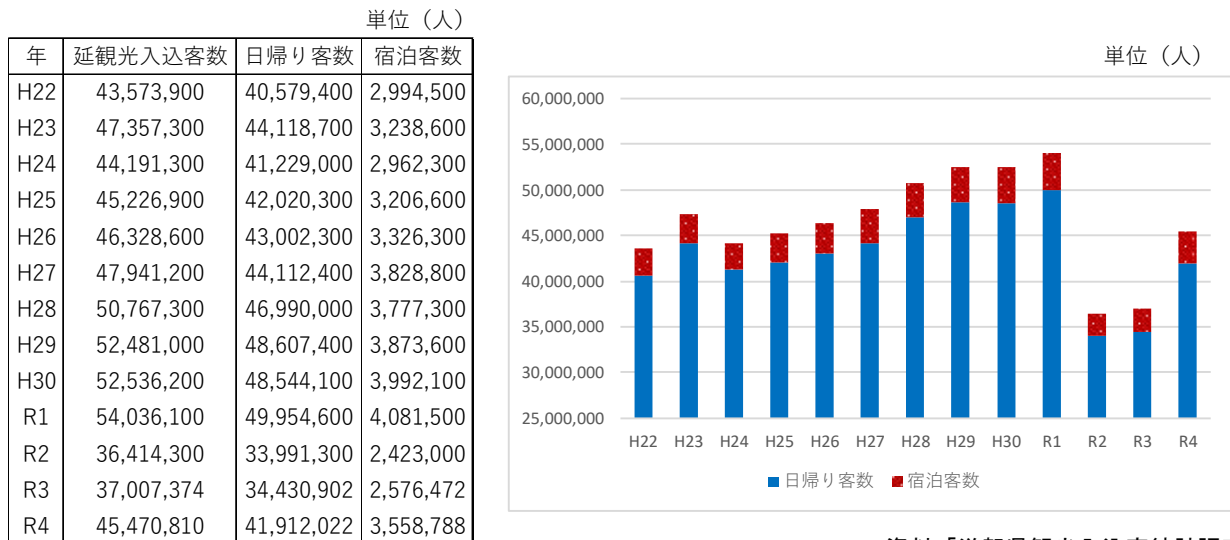


### ① 滋賀県観光入込客数の推移

○ 滋賀県の観光客数は、東日本大震災の影響により平成24年で落ち込んで以降増加を続け、令和元年には5,404万人と過去最高となっていたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響で、令和2年から令和3年に大幅に落ち込んでいます。令和4年は平成25年の水準まで戻ったものの、新型コロナウイルス感染拡大の影響前まではまだ戻っていません。

○ 滋賀県への観光は日帰りが多数を占めており、宿泊客は全体の8%前後で推移しています。

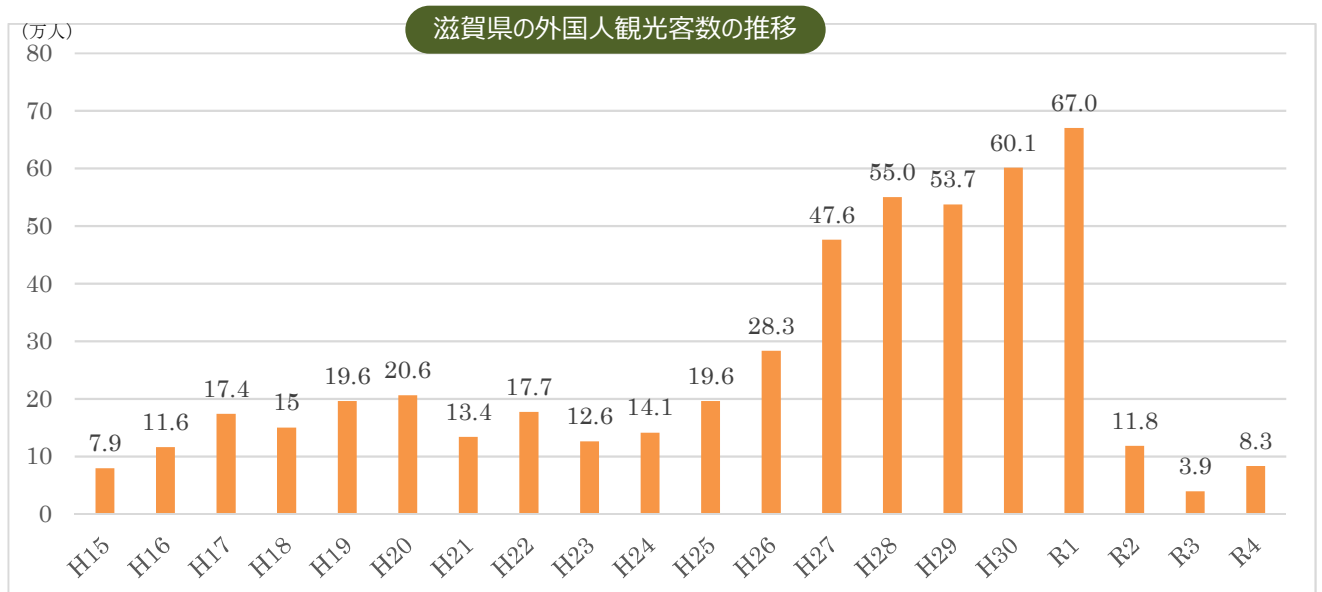
滋賀県の観光客数の推移



資料：「滋賀県観光入込客統計調査」

### ② 滋賀県外国人観光客数の推移

○ 滋賀県への外国人観光客数は、年々増加していたものの、令和2年以降は新型コロナウイルス感染拡大の影響により急激に減少しています。



資料：「滋賀県観光入込客統計調査」



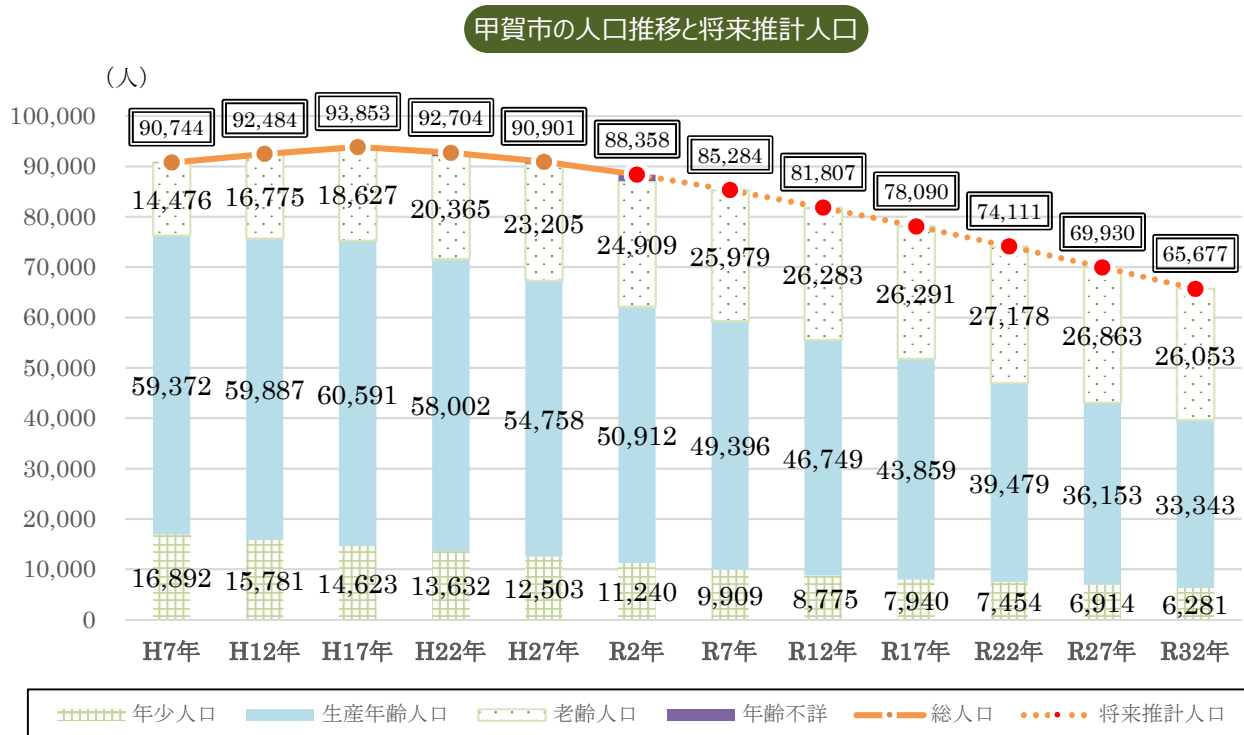
### (3) 甲賀市の現状



#### ①人口の推移

○甲賀市の人口は、88,358人（令和2年国勢調査）です。平成17年の調査をピークにゆるやかに人口減少が進んでいます。市全体での高齢化率（65歳以上の人口割合）は28.2%で、今後も人口減少が進むと考えられます。

○人口が減少し、市内消費の縮小が予想される中、市内の豊富な観光資源を磨き上げ、国内外から誘客し、観光消費額を拡大させていく必要があります。



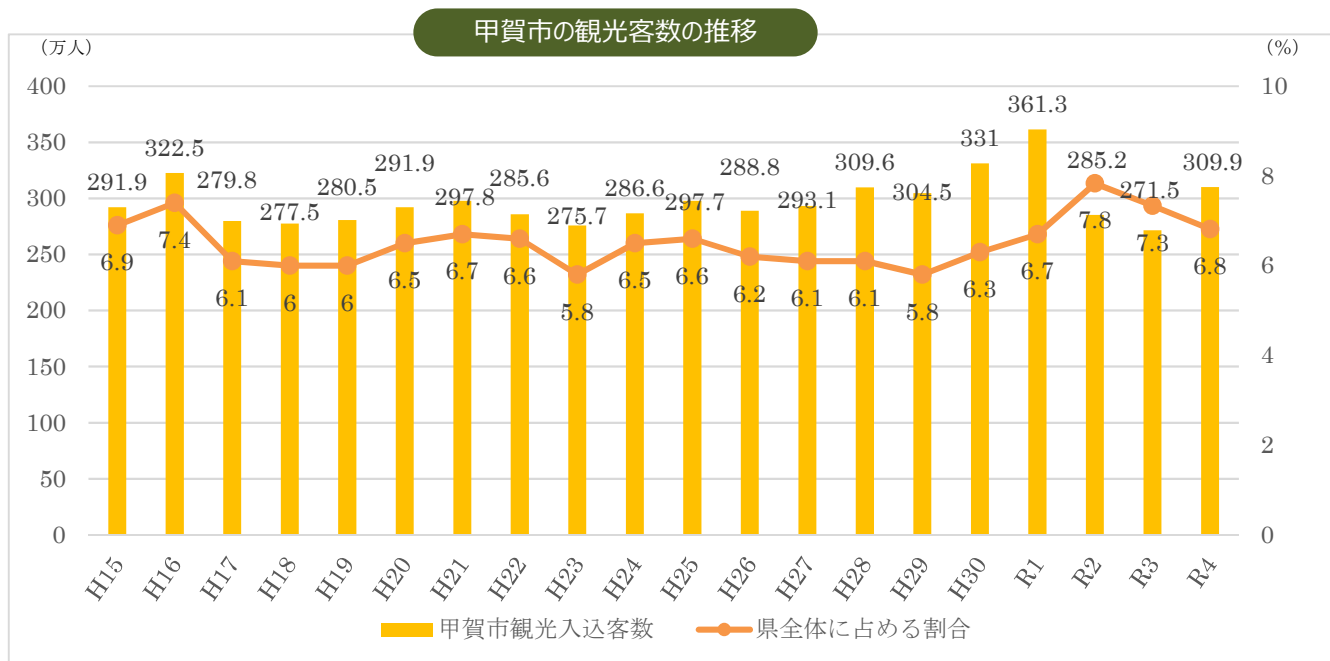
資料：国勢調査（平成2年-令和2年）・日本の将来推計



## ②観光客数の推移

○本市の観光客数は、平成16年以降、増減を繰り返しながら、令和元年度には、NHK連続テレビ小説「スカーレット」の影響もあり、過去最高の361.3万人となっています。令和2年に新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けたものの、令和4年には平成29年の水準に戻っています。

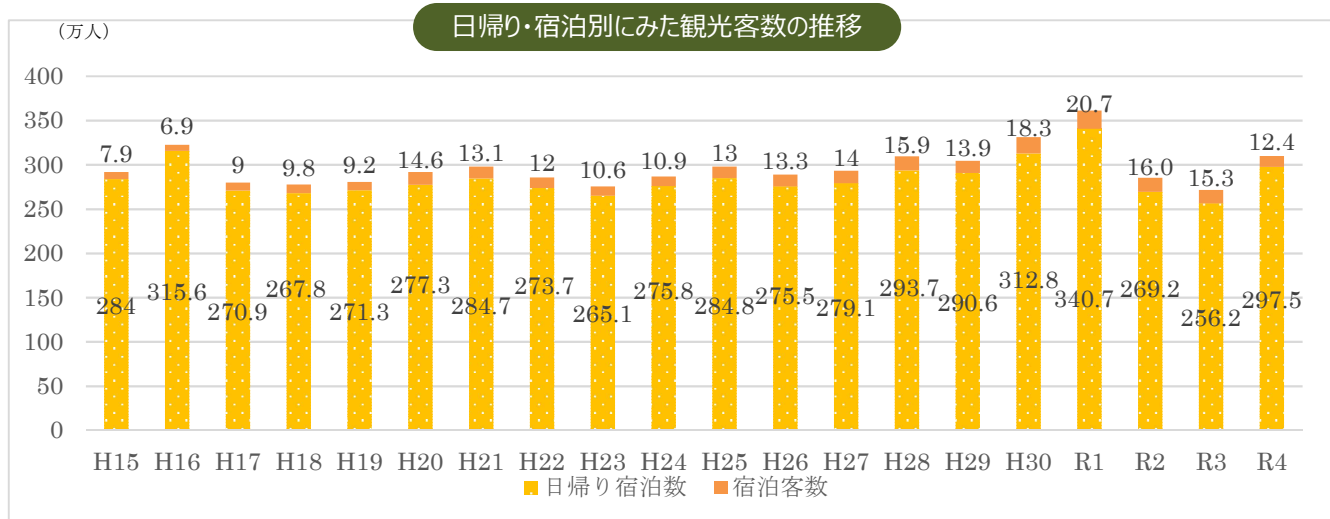
○県全体に占める割合は、6～7%前後で推移しており、大きな変化はありませんが、近年増加傾向にあります。



資料:「滋賀県観光入込客統計調査」

## ③日帰り・宿泊別にみた観光客数の推移

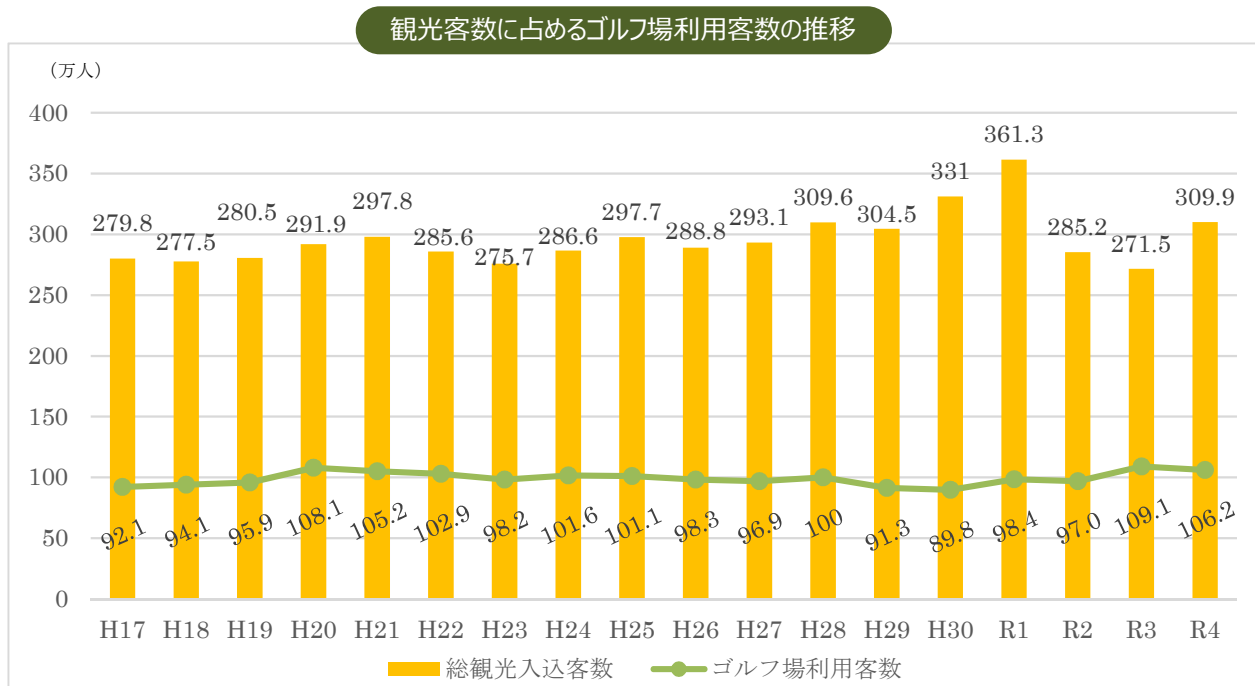
○本市へ来訪する観光客は、ほとんどが日帰り客となっており、宿泊客は平成17年以降では全体の3～6%で推移しています。前ページの滋賀県全体と比較しても日帰り観光の割合が大きくなっており、市内で宿泊する観光客が少ない傾向にあります。



資料:「滋賀県観光入込客統計調査」

#### ④ゴルフ場利用客数の推移

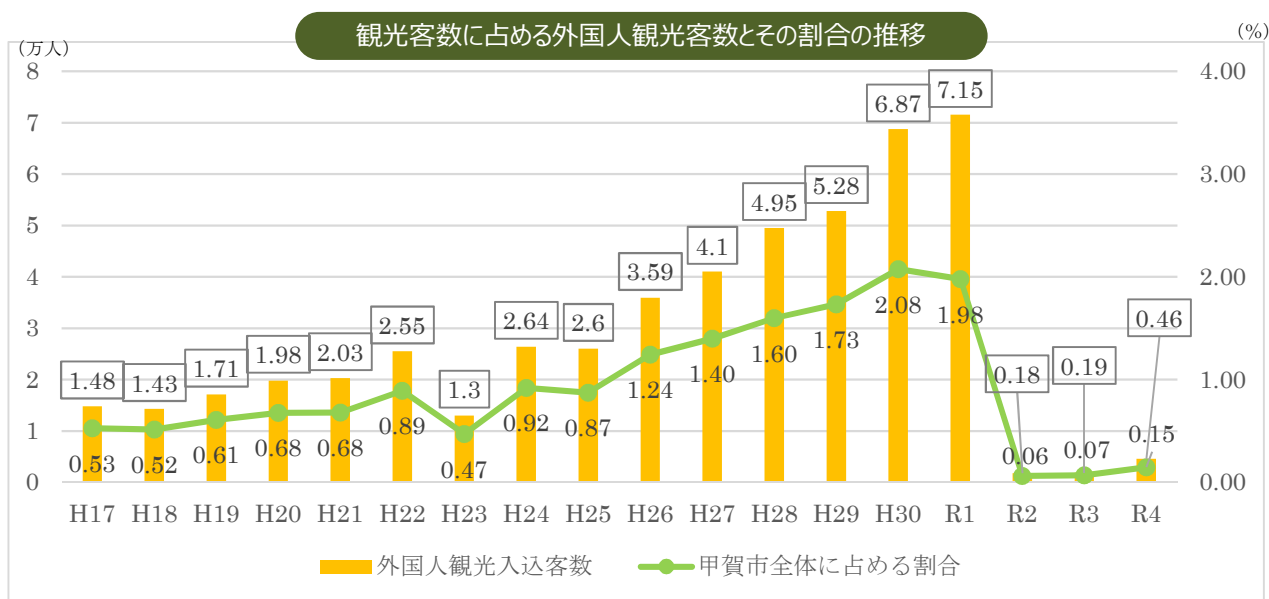
○本市の観光客数の多くを占めているのがゴルフ場利用客です。全国で新型コロナウイルス感染拡大の影響があった時期も好調に推移しています。利用客数は横ばいであり、観光客数全体の約3分の1を占めています。



資料：甲賀市観光企画推進課

#### ⑤外国人観光客数

○本市への外国人観光客数は、全体として増加傾向であったが、令和2年の新型コロナウイルス感染拡大の影響により大幅に減少しました。令和4年には回復傾向となり、市内観光客に占める割合も上昇しています。



資料：「滋賀県観光入込客統計調査」



## 2. 甲賀市の観光振興における課題

第2次計画の進捗状況及び、本市の観光をめぐる現状に基づき、本計画において考慮すべき本市の観光振興における課題は、次の4点に集約されます。

### (1) まちづくりの視点からの行政・市民・事業者・関係団体の連携



観光は非常に広い分野への関わりがあることから、行政だけではなく、多くの市民・事業者・関係団体の協働を必要とします。これら関係者が課題とめざすべき方向性を共有し、ともに取り組むことが重要です。第1次計画では観光による産業振興がうたわれた一方で、観光地としてまちづくりを進めていこうという市民全体の盛り上がり、ならびに地域間の協力は十分ではありませんでした。市民が地域の観光資源の価値や魅力を再認識できる取組や、地域が連携して、共通の資源を活かしたまちづくりに取り組むことを通じて、地域や資源に対する誇りの醸成を図り、市民参加型の観光振興を促進していく必要があります。観光の基盤となるまちづくりを、行政・市民・事業者・関係団体が連携して取り組むための環境整備がこれからの重要な課題となります。

### (2) 観光資源を活かした地域の活性化



甲賀市は、「忍者」、「信楽（紫香楽）」、「東海道」の3大資源をはじめとして、豊富な人材、文化や歴史、神社仏閣等様々な観光資源を有しており、これらの資源を活用した感動的で満足感を与えられる体験・学び・交流の場を創出していくことが重要です。従来型の観光施策の運営主体では多くの市民の参加が図れず、観光ボランティアや観光誘客に向けた地域おこしの担い手も不足しています。今後、観光施策の取組を進める上では、市民が学びの場を通じて、地域の観光資源の価値や魅力を再認識し、歴史・文化への理解を深め、誇りを感じられるような働きかけが求められると同時に、それらを通じた観光まちづくりへの市民参画のさらなる推進が必要です。市民・事業者・関係団体が主体となった取組を促進し、行政の観光振興施策との連携を図ることで、地域のさらなる活性化につなげていくことが課題となります。

### （３）観光産業につなげる取組の充実



本市の観光入込客数の推移をみると、これまでの取組の成果は、観光入込客数の急激な増加という目に見える結果は表れていません。また、国内外から認知度の高い本市の観光資源である「忍者」についても、国内をはじめ外国人観光客の取り込みに十分活用できているとは言い難い状況です。

観光誘客を推進していくためには、観光客から来訪先として選択されるだけのイメージ・ブランドの形成とストーリーの発信が重要となります。また、これらを行政・市民・事業者・関係団体で共有する取組も求められます。第１次計画では、「忍者」、「信楽（紫香楽）」、「東海道」の３大資源のそれぞれの特徴を生かした取組を行い推進してきました。その中でも、特に国内外から認知度の高い「忍者」を活用したシティセールスは、幅広い注目を集め、多くの集客につながり得るものと考えられます。観光資源の活用を効果的に図っていくためにも、「甲賀流忍者」を前面にアピールした取組を進めるとともに、そこから「信楽（紫香楽）」、「東海道」をはじめとする地域の個性的な観光資源への誘導や地元の観光産業の活性化につなげる必要があります。また、地域における観光客の受け入れやおもてなし、体験・交流の場づくり等、必ずしも経済的な活動をともなわない取組の重要性も見過ごすことはできません。

本市においては、観光地をつなぐ観光ルートの設定、観光ボランティアの登録状況等、市全体の観光地としての整備状況の遅れは否定できませんが、「六古窯」が日本遺産に認定された信楽地域のように、焼物や茶を中心とした地場産業を活用した観光地も存在します。今後、行政・市民・事業者・関係団体が連携して、観光商品の企画・開発の場のさらなる充実を進め、地域産業の活性化を図ることが課題となります。

### （４）戦略的マーケティングの充実



今後、観光資源を効果的に活用していくためには、「誰に、何を、どのように伝えるか」、「どのような体験・交流が望まれていて、それに応じた感動を提供できるか」といったマーケティング戦略の視点が求められます。第１次計画においても「戦略的営業活動」が課題となっていました。効果的な指標を持ち合わせていませんでした。そのため、有効な施策立案、評価、検証につながっていなかったことが課題となっています。また、観光とまちづくりに関わるデータの収集と分析、それに基づく観光商品の企画・開発の取組の充実とおもてなしの体制の構築が、引き続き課題となります。

訪日外国人観光客の取り込みについても、社会・経済情勢の急速な変化に柔軟に対応できるマーケティング戦略が、これまで以上に必要となります。



### 3. 計画の見直しの基本的な方向性

本市の現状と課題を踏まえ、本計画を見直すにあたり、その基本的な考え方として次の5点を掲げます。これらは、本計画の策定と推進にあたって、常に考慮され、確認されるべき論点と課題を示すものです。

#### (1) 観光まちづくりの推進

魅力ある観光地の形成のためには、魅力あるまちの形成が不可欠です。市民が自らの住むまちに誇りを持ち、訪れる価値のあるものと感じられることが、観光振興の基盤となります。一方で観光客の増加は、地域の歴史・文化に対する市民の誇りを高め、まち全体の活性化につながることを期待されます。観光の振興とまちづくりの推進は、地域の活性化を進めるための車の両輪として、ともに充実させていくことが求められます。本計画では観光まちづくりの視点から、地域活性化の鍵となる取組として観光を位置づけ、市民が誇りと愛着を感じ、住みつづけたいと思える甲賀市の形成を目指します。同時に、甲賀市を訪れた人に感動を与え、その感動が再びまちづくりに反映されること、そして、その魅力からいずれは甲賀市に移住したいと思えるまちの形成を目指します。

#### (2) 関連部局・関係団体との幅広い連携の構築

観光とは、非常に幅広い分野の取組に関わるものであり、観光振興施策は担当部局の事業に限定されるものではありません。全庁的な観光推進体制の構築に向け、まちづくり、都市基盤の整備、地場産業の振興、シティセールス、市民協働、人材育成、防災等、幅広い分野とのさらなる連携を推進し、市を挙げて観光振興に取り組むことを示す計画づくりを図ります。

また、市民・事業者・関係団体との連携による市全体の観光プロモーションやコンセプトの確立、観光資源・観光商品の開発や磨き上げ、甲賀市ならではのおもてなしの体制づくりを推進し、魅力ある観光地の形成に向けた全市的な取組を推進します。

### （３）「甲賀流忍者」から広がる観光振興



先行する関連計画である「甲賀流まち・ひと・しごと創生総合戦略」では、地域振興の先導的な役割に「忍者」を据えることで、地域ならではの観光振興や地場産業等への相乗効果を生み出すことを目指していました。

本計画の推進にあたっては、これらの先行する取組を踏まえ、本市のイメージ形成の核である、「甲賀流忍者の末裔が今なお暮らす本物の忍者のまち―「城跡」、「杣」、「大工」、「木挽き」、「山伏」、「製薬・売薬」の甲賀流忍者に通ずる技能を含めた歴史性や真実性―」を積極的に活用し、「信楽（紫香楽）」、「東海道」をはじめとする市内の多様な資源と結びつけることで、総合的なまちの魅力の発信と観光振興に取り組めます。

### （４）評価・検証指標の明示とマーケティングデータの収集



第１次計画では、評価・検証のための指標が明確に示されておらず、取組の効果や進捗状況の検証に限界がありました。本計画においては、可能な限り具体的な数値に基づいた評価・検証が可能な構成とするとともに、戦略的なマーケティングの基礎資料でもある観光関連データについても市民、事業者、関係団体と協働して収集することを位置づけます。

### （５）効果的な観光マネジメント推進組織の整備



効果的な観光振興のためには、各種の調査・分析に基づくマーケティング、事業者・関係団体と連携した戦略の立案と推進、中・長期的視点に立った政策マネジメントを行える組織が不可欠です。観光振興は民間事業者の経済活動と密接に関係しており、社会情勢や観光ニーズ等を踏まえた柔軟な対応が求められます。既存の取組の評価・検証とそれに基づく具体的施策の企画・立案が行える体制を構築するとともに、市民、事業者、関係団体と連携して取組を展開できる体制の確立に向け、本市の観光振興の司令塔となる組織のデザインと、段階的な取組を本計画の中心的な課題とします。



## 第3章 計画の基本的な考え方

### 1. 基本理念と基本方針

本計画が目指すべき方向性を示す基本理念と、基本理念が目指すところを端的に表現した基本方針を次のように定めます。

#### (1) 基本理念

甲賀市は、甲賀流忍者源流（発祥）の地としての独自性をはじめとして、日本六古窯・信楽焼、東海道、紫香楽宮跡、水口岡山城跡、甲賀郡中惣、甲賀の茶や薬等様々な固有の歴史、伝統文化を有しています。こうした多様な地域資源を広く知られたものとしていくと同時に、本物の忍者の歴史のように、まだ十分に知られていない魅力や物語を発掘していく努力も求められます。

こうしたまちの魅力を行政だけではなく市民・事業者・関係団体で広く共有し、地域の歴史と文化に誇りを持てるまちづくりを進めると同時に、多様な資源を活かした観光振興による産業の発展をともに推進することで、誰もが訪れたい、住みたいと思えるような魅力ある甲賀市の形成に取り組みます。

#### (2) 基本方針

方針1：忍びの里の 秘めたる宝 探す甲賀の まちづくり

方針2：歴史と文化 伝え育み 歩む甲賀の おもてなし

方針3：光る宝に 出会える旅に 増やす甲賀の <sup>あいこうか</sup> 愛好家



## 2. 基本戦略

甲賀市の観光振興は、上記の基本理念・基本方針のもと、3つの基本戦略に基づいて推進します。



### 魅力向上戦略



本市が有する多様な地域資源を核としたまちづくりを進めることで、観光素材の発掘と観光資源としての魅力の向上に取り組みます。市民・事業者・関係団体との連携により観光資源の磨き上げや、新たな観光商品の開発、観光関連施設の整備、おもてなし体制の構築、甲賀流忍者と関連づけたプロモーション等を行い、魅力ある観光地としての甲賀市の確立と地域の誇りの醸成を目指します。

#### 基本施策

- (1) 観光地の魅力向上
- (2) 市民と連携した資源開発
- (3) 効果的なPRの推進



### 誘客促進戦略



観光誘客の促進に向け、観光ルートの開発、各種イベントの開催、観光客受入環境の充実等を推進します。市民・事業者・関係団体と連携した積極的なPR活動や、甲賀流おもてなしの確立、戦略的なマーケティングを通じ、観光誘客の増加を目指します。

#### 基本施策

- (1) 観光ビジネスとの連携
- (2) 誘客事業・イベントの開催
- (3) 戦略的マーケティング
- (4) 新たな観光の形に対応した誘客促進



### 地域活性化戦略



観光地としての学びの場を通じた観光に関わる人材の育成、市民・事業者・関係団体の意識の向上と、主体的な参加を推進し、訪れたい、住みたいと思えるまちの形成を図ります。観光事業の担い手の育成・支援を推進するとともに、マーケティングに基づいた観光施策を総合的にマネジメントできる組織の確立を目指した取り組みを行います。

#### 基本施策

- (1) 市民意識の向上
- (2) 市民・事業者との協働
- (3) 広域連携
- (4) 持続可能な観光推進体制の構築



### 3. 目標指標

#### (1) 基本目標

本計画の推進における最も基本的な目標指標として、観光入込客数の増加を掲げます。本計画の進捗状況や施策の有効性の評価は、この基本目標の達成の程度によってはかられることとなります。新型コロナウイルス感染症の影響の大きかった期間を除く、平成27年から令和元年の平均年間伸び率 1.05 を令和5年の数値へ各年度乗じることにより設定します。



#### (2) 進捗評価指標

基本目標とは別に、3つの基本戦略のそれぞれについて、進捗状況を評価する指標を設け、当面の分野別の取組の評価を補助する指標とします。現段階で集約可能な指標を示していますが、採用指標及び目標設定の妥当性、実態に即した指標の検討・追加とデータ収集のあり方については、4年ごとの計画見直し時点に限らず、継続的に見直しを行うものとします。

| 指標名(目的)                                  | 令和3年度<br>実績 | 令和4年度<br>実績 | 令和5年度<br>実績 | 令和10年度<br>目標 |
|------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| ① 魅力向上戦略進捗状況指標                           |             |             |             |              |
| 甲賀流リアル忍者館の年間来館者数(人)<br>(観光交連情報の充実)       | 16,712      | 37,068      | 29,316      | ➡ 37,415     |
| 道の駅あいの土山の年間来館者数(人)<br>(地場製品の販売の拡大と地域活性化) | 113,180     | 126,500     | 137,000     | ➡ 300,000    |
| ② 誘客促進戦略進捗状況指標                           |             |             |             |              |
| 年間外国人観光客(人)<br>(マーケティングと連動した評価)          | 1,880       | 4,362       | 21,572      | ➡ 43,645     |
| 市内観光消費額(百万円)<br>(地域内消費の活性化)              | 14,218      | 14,336      | 15,286      | ➡ 19,499     |
| ③ 地域活性化戦略進捗状況指標                          |             |             |             |              |
| 市民意識調査(誇りに思うか)(%)<br>(市民意識の向上)           | 62.9        | 59          | 58          | ➡ 64         |
| 観光協会会員数[事業所・事業主](団体)<br>(観光産業の活性化)       | 545         | 526         | 541         | ➡ 569        |

## 4. 計画の推進体制

### (1) 甲賀市における推進体制の確立

甲賀市行政機関においては、観光所管課とまちづくりに関わる部局相互の連携強化を図り、市を挙げて観光振興に取り組む体制づくりを進めます。

### (2) 市民・事業者・関係団体との連携・協働

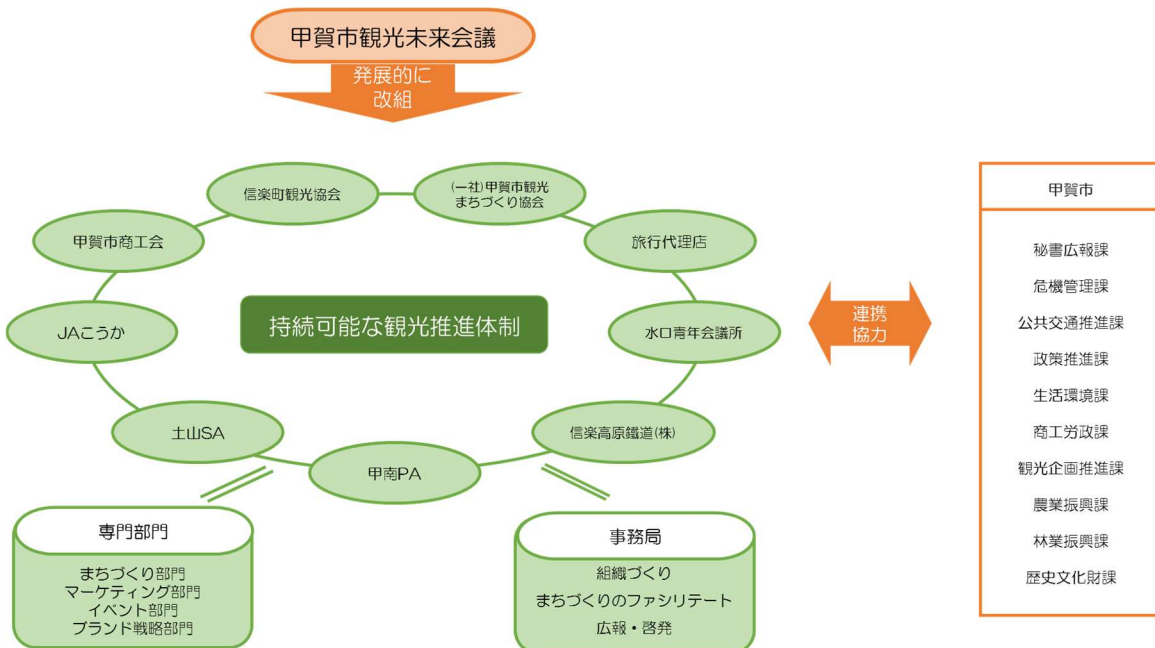
観光の主体は市民・事業者であることを踏まえ、市民のまちづくり活動や事業者の経済活動との連携・協働を推進します。また、一般社団法人甲賀市観光まちづくり協会や信楽町観光協会、甲賀ロケーション推進協議会、忍びの里伊賀甲賀忍者協議会や六古窯日本遺産活用協議会をはじめとする関係団体、観光関連の主要企業とのさらなる協働を推進し、甲賀の観光資源の磨き上げに努めます。

### (3) 持続可能な観光推進体制（（仮称）甲賀市版DMO）の構築

本市の観光実態におけるマーケティング調査・分析を行い、まちづくりと観光振興を中・長期的視点から実践的にマネジメントできる専門的な人材を有する組織の必要性について、調査・研究・検討を進めます。

持続可能な観光推進体制の構築にあたっては、各地域がそれぞれに固有の歴史的・文化的資源を活かしたまちづくりを進めてきた本市の特徴を踏まえ、まちづくりや観光振興に関わる関係団体の参加による「甲賀観光未来会議」の発展的な改組を基本とした、「甲賀市版」の組織づくりを進めます。また、参加団体の合意形成に基づいて共有された課題や方向性をふまえた施策の推進と、各地域それぞれの取組の総合的なファシリテート（促進）、PDCAサイクルに基づく取組の評価と見直しを行う機関と想定します。

#### ■ 持続可能な観光推進体制（（仮称）甲賀市版DMO）のイメージ図



## 5. 計画の体系

| 基本方針                                                                       | 基本戦略      | 基本施策                | 基本事業                       |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------|----------------------------|
| <p>忍の里 秘めたる宝 探す甲賀のまちづくり ◆ 歴史と文化 伝え育み 歩む甲賀のおもてなし ◆ 光る宝に 出会う旅に 増やす甲賀の愛好家</p> | Ⅰ 魅力向上戦略  | 1. 観光地の魅力向上         | ①忍者の歴史・実態の調査と発信            |
|                                                                            |           |                     | ②“忍者の里”の雰囲気醸成              |
|                                                                            |           |                     | ③観光インフォメーションセンターの機能強化      |
|                                                                            |           |                     | ④観光拠点施設の整備及び観光資源のネットワーク化   |
|                                                                            |           |                     | ⑤リニューアルした道の駅を活用した他産業との連携強化 |
|                                                                            |           | 2. 市民と連携した資源開発      | ①市民協働によるおもてなし体制づくりと観光資源開発  |
|                                                                            |           |                     | ②東海道における「暮らし・にぎわい」の再生      |
|                                                                            |           |                     | ③市民主体の観光まちづくりの促進と地域の誇りの醸成  |
|                                                                            |           | 3. 効果的なPRの推進        | ①「甲賀ブランド」の再構築及び戦略的活用       |
|                                                                            |           |                     | ②シティセールスの推進                |
|                                                                            |           |                     | ③ICTによる地元情報の発信             |
|                                                                            |           |                     | ④日本遺産やロケーションを活用したPRと観光促進   |
|                                                                            | Ⅱ 誘客促進戦略  | 1. 観光ビジネスとの連携       | ①公共交通と連携した観光振興             |
|                                                                            |           |                     | ②信楽焼等地場産業をはじめとする他産業との連携促進  |
|                                                                            |           |                     | ③営業活動やPRによる販路の開拓と誘客促進      |
|                                                                            |           |                     | ④ゴルフ事業と連携した誘客促進            |
|                                                                            |           | 2. 誘客事業・イベントの開催     | ①信楽まちなかを核とした観光誘客の強化        |
|                                                                            |           |                     | ②甲賀流リアル忍者館を活用した誘客促進        |
|                                                                            |           |                     | ③東海道宿場への誘客促進               |
|                                                                            |           |                     | ④観光産業をめざした多様なツーリズムの推進      |
|                                                                            |           |                     | ⑤体験プログラム及び体験型ツアー造成         |
|                                                                            |           |                     | ⑥スカーレットを契機としたロケツーリズムの構築    |
|                                                                            |           | 3. 戦略的マーケティング       | ①マーケティング・リサーチの実施           |
|                                                                            |           |                     | ②ニーズに基づいた観光商品の開発促進         |
|                                                                            |           | 4. 新たな観光の形に対応した誘客促進 | ①新たなツーリズムへの対応              |
|                                                                            |           |                     | ②着地型観光メニューによる誘客促進          |
|                                                                            |           |                     | ③ICTを活用したおもてなし観光の充実        |
|                                                                            | Ⅲ 地域活性化戦略 | 1. 市民意識の向上          | ①市内観光資源に触れる機会の創出           |
|                                                                            |           |                     | ②ツーリズム事業への市民の利用促進          |
|                                                                            |           | 2. 市民・事業者との協働       | ①観光協会の機能強化                 |
|                                                                            |           |                     | ②観光ガイドの育成と組織化              |
|                                                                            |           |                     | ③空き家・空き店舗等の活用              |
|                                                                            |           |                     | ④地域活性化のための多様な団体との連携促進      |
|                                                                            |           | 3. 広域連携             | ①忍者をキーワードとする自治体間連携の強化      |
|                                                                            |           |                     | ②日本遺産に関する自治体間連携の強化         |
|                                                                            |           |                     | ③広域な地域ツーリズムの推進             |
|                                                                            |           | 4. 持続可能な観光推進体制の構築   | ①観光振興のマネジメントに向けた検討について     |
|                                                                            |           |                     | ②地域資源を活かした体験交流ビジネスの促進      |

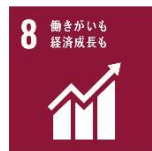
## 第4章 基本計画

3つの基本戦略に基づいて具体的に取り組む事業を「基本計画」として示します。基本計画については、4年ごとの計画見直しにともなってその内容を見直すものとします。



### 1. 魅力向上戦略

#### (1) 観光地の魅力向上



本市は、ポテンシャルの高い多様な観光資源を有していますが、魅力的な観光地としての磨き上げや統一的なイメージによるイメージ形成が課題となっています。誰もが訪れたいと思える魅力的なまちづくりの推進と観光インフラの整備により、観光地としての価値の向上を図ります。

| 基本事業                        | 概要                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 忍者の歴史・実態の調査と発信            | 現代に続く忍者の痕跡や、忍者の実態を示す個人所有の古文書等資料の調査を行う甲賀流忍者調査団「ニンジャファインダーズ」の取組をはじめとして、忍者の実像につながる歴史的・文化的資料の発掘・調査と発信に取り組みます。                                                          |
| ② “忍者の里”の雰囲気醸成              | リアル忍者館をはじめ、忍者を活用したサイン整備を促進させるとともに、公共交通機関等のインフォメーション機能強化や外国人にもわかりやすい表示の整備等、関係団体や民間事業者とも連携しながら、来訪者に“忍者の里”を感じさせる身近な取組を推進します。                                          |
| ③ 観光インフォメーションセンターの機能強化      | 観光の起点となる甲賀流リアル忍者館のインフォメーション機能を強化し、併せて、市内各施設の受け入れ体制の充実を図るとともに、大阪・関西万博を契機としたインバウンド対応にかかるゲートウェイとしての機能を強化します。                                                          |
| ④ 観光拠点施設の整備及び観光資源のネットワーク化   | 忍者を核とした観光拠点整備基本計画に基づく、観光拠点整備を公民連携で進めるとともに、市内に点在する豊かな観光資源の磨き上げや、誘客促進につながる整備を市民・施設管理者と連携して取り組みます。<br>また、整備については、PFI等民間活力の活用手法を継続的に検討しながら、観光インフラ整備や観光資源のネットワーク化を進めます。 |
| ⑤ リニューアルした道の駅を活用した他産業との連携強化 | リニューアルした道の駅あいの土山を活用し、お茶をはじめとする農産物の販売促進や信楽焼等の地場産業、福祉事業者との連携等地域の活性化を目的とした連携強化を進めます。                                                                                  |



## （２）市民と連携した資源開発

魅力的な観光地の基礎となる魅力的なまちづくりには、市民・事業者・関係団体の主体的な参加が不可欠です。市民参加型の観光資源の開発を進めることで、地域の活性化と連動した観光まちづくりを推進します。

| 基本事業                      | 概要                                                                                                                         |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①市民協働によるおもてなし体制づくりと観光資源開発 | 甲賀流忍者や信楽焼等、甲賀市独自の観光資源を活用し、市民の自主的な活動として取り組まれる歴史体験の提供や、やさしい日本語での説明等の甲賀流おもてなし体制づくり、観光資源の磨き上げ、地域観光資源のPR等の活動について、協働による取組を推進します。 |
| ②東海道における「暮らし・にぎわい」の再生     | 水口宿・土山宿において、市街地の空洞化対策等の「暮らし（居住環境）」と歴史文化財を活用した「にぎわい（観光による地域経済）」の再生に向けて、地域住民、関係団体とともに取り組みます。                                 |
| ③市民主体の観光まちづくりの促進と地域の誇りの醸成 | 市民有志との連携による、観光地の評価・検証と観光資源の磨き上げ、歴史的背景や文化的意義の学習・発信を推進し、市民主体の観光まちづくりを促進するとともに、地域への誇りの醸成を図ります。                                |



水口曳山まつり



旧東海道 土山宿本陣跡

### （３）効果的なＰＲの推進



いかに魅力的な観光地の形成を進めても、それを広く知らせることができなければ観光振興につなげることはできません。甲賀市の認知度の向上と観光地としてのイメージアップを目的として、「甲賀流」、「忍者」をキーワードとした多角的なＰＲを推進します。

| 基本事業                      | 概要                                                                                                                                          |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 「甲賀ブランド」の再構築及び戦略的活用     | 認定制度についての検討を行い、認定した商品の出口戦略を見据える等、明確な活用方法を整理し、ふるさと納税との連携等持続可能で幅広い活用方法の検討を行います。                                                               |
| ② シティセールスの推進              | 「甲賀流」を統一キーワードとしたシティセールス、「忍者」を前面に押し出したプロモーションの推進を首都圏等で実施するとともに、それらと市内各地の観光資源とを絡めた展開を図り、統一的なイメージによる認知度の向上を促進し、関係人口の増加を図ります。                   |
| ③ ＩＣＴによる地元情報の発信           | SNS での観光情報の発信や ICT を取り入れたマーケティング調査に取り組みます。また、観光拠点における ICT を活用した観光情報の提供や多言語化への対応に取り組むことで、ＤＸを促進させます。                                          |
| ④ 日本遺産やロケーションを活用したＰＲと観光促進 | 日本遺産重点支援地域に選定された「忍びの里 伊賀・甲賀」や日本遺産「きっと恋する六古窯」のストーリーについて、関連自治体と広域連携した観光誘客を実施します。また、甲賀市全域のロケーションを活用したおもてなし事業や地域活性化事業を公民連携して取り組み、効果的な ＰＲ を行います。 |



山伏（忍者の起源の一つとされる）による護摩供養の風景

### ■第3期における実施計画

| 基本事業                        | 第3期 |    |    |     |
|-----------------------------|-----|----|----|-----|
|                             | R7  | R8 | R9 | R10 |
| (1)観光地の魅力向上                 |     |    |    |     |
| ① 忍者の歴史・実態の調査と発信            | →   | →  | →  | →   |
| ② “忍者の里”の雰囲気醸成              | →   | →  | →  | →   |
| ③ 観光インフォメーションセンターの機能強化      | →   | →  | →  | →   |
| ④ 観光拠点施設の整備及び観光資源のネットワーク化   | →   | →  | →  | →   |
| ⑤ リニューアルした道の駅を活用した他産業との連携強化 | →   | →  | →  | →   |
| (2)市民と連携した資源開発              |     |    |    |     |
| ① 市民協働によるおもてなし体制づくりと観光資源開発  | →   | →  | →  | →   |
| ② 東海道における「暮らし・にぎわい」の再生      | →   | →  | →  | →   |
| ③ 市民主体の観光まちづくりの促進と地域の誇りの醸成  | →   | →  | →  | →   |
| (3)効果的なPRの推進                |     |    |    |     |
| ① 「甲賀ブランド」の再構築及び戦略的活用       | ●   | →  | →  | →   |
| ② シティセールスの推進                | →   | →  | →  | →   |
| ③ ICTの新たな技術による地元情報の発信       | →   | →  | →  | →   |
| ④ 日本遺産やロケーションを活用したPRと観光促進   | →   | →  | →  | →   |

△:検討 ●:実施 →:継続



窯元散策路にある登り窯



## 2. 誘客促進戦略



### (1) 観光ビジネスとの連携

観光振興をまちの活性化と産業振興につなげるためには、本市への観光誘客が観光ビジネスとして成立するものでなくてはなりません。魅力ある観光資源の観光ビジネスへの接続を推進し、市域における宿泊客の増加と観光消費の拡大につながる施策の展開を図ります。

| 基本事業                       | 概要                                                                                                                                                                       |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 公共交通と連携した観光振興            | 市民の生活交通であり、本市を訪問される方の移動手段としての鉄道やバス等の公共交通を活性化するため、交通政策部署との連携を図りながら、公共交通を活用した観光開発によって観光旅客輸送を増やす取組を行います。また、公共交通と連携した観光ルートの設定や観光商品の開発に取り組むとともに、ニーズに応じた観光施設への多様な移動手段の活用を図ります。 |
| ② 信楽焼等地場産業をはじめとする他産業との連携促進 | 地場産業を活用した観光商品の創出や、リニューアルオープンした道の駅あいの土山と茶、地酒、信楽焼等の地場産業や農業事業者、福祉事業者が連携した地域活性化を促進します。                                                                                       |
| ③ 営業活動や PR による販路の開拓と誘客促進   | 一般の方への SNS 等による PR を実施し、県内をはじめとする、関西圏および中京圏等、近隣圏からの誘客促進を図ります。また、大阪・関西万博を契機としたインバウンドの誘客に向けた旅行事業者への営業活動を進めます。                                                              |
| ④ ゴルフ事業と連携した誘客促進           | ゴルフコース数全国 3 位である本市の特性をより活かすため、ゴルフ場利用客の一層の誘客を図りながら、市内ゴルフ場と連携し、ゴルフ場から市内へと広がる周遊ルートの造成や環境整備をより一層推進し、地域経済の活性化につなげます。                                                          |



道の駅あいの土山（リニューアル後イメージ）



忍者たぬきの信楽焼



## （２）誘客事業・イベントの開催

本市の魅力を多くの人に知ってもらうきっかけとして、誘客事業やイベントの開催は有効な手段となります。甲賀市ファンの増加、リピーターの増加を目指した取組の充実を進めるとともに、増加するインバウンドの取り込みを図ります。

| 基本事業                     | 概要                                                                                                                                                            |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 信楽まちなかを核とした観光誘客の強化     | 信楽焼の芸術性を核に地域資源を織り交ぜることで、新たな信楽を発信することにより、インバウンドを含む観光誘客の強化や地場産業の活性化を推進します。また、ロケーションを活用した観光誘客に取り組むとともに、新たな観光の形にも配慮し信楽を訪れた観光客の市内他地域への周遊促進を図るため、各種団体と連携した取組を推進します。 |
| ② 甲賀流リアル忍者館を活用した誘客促進     | 地域おこし協力隊をはじめ、忍者に関係する各種団体と連携しながら、より魅力あるリアル忍者を伝えとともに、ターゲットを絞った企画体験や PR 戦略を実施し、新たなファン獲得を目指します。                                                                   |
| ③ 東海道宿場への誘客促進            | 甲賀三大佛の一つである十楽寺のほか水口岡山城跡、田村神社等東海道沿いの観光施設のPR促進に努め、リニューアルした道の駅あいの土山を起点とし、宿場のまちなかや近隣地域に人が回遊するためのルート化等、相互連携に取り組みます。                                                |
| ④ 観光産業をめざした多様なツーリズムの推進   | ゴルフ場と連携したスポーツツーリズム、アール・ブリュットを活用したアートツーリズム、自然や歴史文化を活用したウェルネスツーリズム等、多様なツーリズムを促進することで、新たな観光の形の検討を進め、観光産業を推進します。                                                  |
| ⑤ 体験プログラム及び体験型ツアー造成      | 農作業や豊かな自然、郷土料理づくりや地域文化活動等を活用した甲賀市独自の体験プログラムを整備し、民泊等の宿泊事業との連携も含め、体験型観光ツアーを造成するとともに、高付加価値な体験商品やツアー造成にも取り組み、多様なニーズへの対応を図ります。                                     |
| ⑥ スカーレットを契機としたロケツーリズムの構築 | 連続テレビ小説「スカーレット」を契機として構築された「甲賀ロケーション推進協議会」において、公民で連携しロケ支援や受入体制整備、誘客事業への取組等をより一層推進し、作品を活用した誘客促進や地域活性化を図ります。                                                     |



甲賀流リアル忍者館

### （３）戦略的マーケティング



実効性のある観光施策の推進のためには、可能な限り客観的な指標・データを根拠として、計画、実施、評価、見直しのPDCAサイクルを回すことが求められます。戦略的マーケティングの視点を確立し、施策効果の測定や事業の見直し、ニーズに基づいた観光商品の開発等の推進に努めます。持続可能な観光地経営に向けた組織体制を検討します。

| 基本事業                | 概要                                                                                                                                   |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① マーケティング・リサーチの実施   | 観光入込客調査に加え、観光客に対するモバイルアンケート調査や事業者からの聞き取り等を実施し、消費者ニーズや実態の把握に努めるとともに、近隣観光地や国内旅行の情勢を調査し、商品開発と販売戦略に反映します。また、先進地の事例を参考により効果的な指標等の研究を進めます。 |
| ② ニーズに基づいた観光商品の開発促進 | アンケート調査等によりニーズを的確に捉え、観光資源の商品化やルート造成等時代に合わせた観光商品開発を促進し、着地型観光の充実を図ります。                                                                 |



滋賀県立陶芸の森

#### （４）新たな観光の形に対応した誘客促進

社会情勢の変化により、日々観光を取り巻くトレンドも変化し、新たな概念や価値観が生まれています。地域としてこの変化に対応していき、新たな形での誘客促進を図ります。

| 基本事業                 | 概要                                                                                                                    |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 新たなツーリズムへの対応       | 社会情勢の変化により、マイクロツーリズムをはじめ、新たな観光ニーズが生まれています。時流に合ったイベントの実施や体験コンテンツの活用により、新たなツーリズムの対応に取り組みます。                             |
| ② 着地型観光メニューによる誘客促進   | 甲賀の身近な魅力を周遊してもらう仕掛けとして、着地型の観光メニューのさらなる造成を行うとともに、磨き上げて活用することで、誘客促進を図ります。                                               |
| ③ ICTを活用したおもてなし観光の充実 | 観光看板のデジタルサイネージ化や二次元コードを活用した解説や多言語化等、ICTを活用した観光案内を促進することで、効果的なおもてなし体制づくりを推進します。また、観光ガイドの知識のデータ化等、ICTを活用した育成事業にも取り組みます。 |



甲賀忍者を主人公にした「忍ばない！クリプトニンジャ咲耶」とコラボレーションした市政20周年のシンボルマーク

### ■第3期における実施計画

| 基本事業                       | 第3期 |    |    |     |
|----------------------------|-----|----|----|-----|
|                            | R7  | R8 | R9 | R10 |
| (1)観光ビジネスとの連携              |     |    |    |     |
| ① 公共交通と連携した観光振興            | →   | →  | →  | →   |
| ② 信楽焼等地場産業をはじめとする他産業との連携促進 | ●   | →  | →  | →   |
| ③ 営業活動やPRによる販路の開拓と誘客促進     | →   | →  | →  | →   |
| ④ ゴルフ事業と連携した誘客促進           | →   | →  | →  | →   |
| (2)誘客事業・イベントの開催            |     |    |    |     |
| ① 信楽まちなかを核とした観光誘客の強化       | →   | →  | →  | →   |
| ② 甲賀流リアル忍者館を活用した誘客促進       | →   | →  | →  | →   |
| ③ 東海道宿場への誘客促進              | →   | →  | →  | →   |
| ④ 観光産業をめざした多様なツーリズムの推進     | →   | →  | →  | →   |
| ⑤ 体験プログラム及び体験型ツアー造成        | →   | →  | →  | →   |
| ⑥ スカーレットを契機としたロケツーリズムの構築   | →   | →  | →  | →   |
| (3)戦略的マーケティング              |     |    |    |     |
| ① マーケティング・リサーチの実施          | →   | →  | →  | →   |
| ② ニーズに基づいた観光商品の開発促進        | →   | →  | →  | →   |
| (4)新たな観光の形に対応した誘客促進        |     |    |    |     |
| ① 新たなツーリズムへの対応             | →   | →  | →  | →   |
| ② 着地型観光メニューによる誘客促進         | →   | →  | →  | →   |
| ③ ICTを活用したおもてなし観光の充実       | →   | →  | →  | →   |

△:検討 ●:実施 →:継続

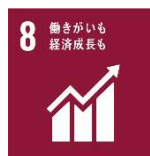


庚申山より望む甲賀の里の風景





### 3. 地域活性化戦略



#### (1) 市民意識の向上

観光振興とまちづくりを一体的に推進するうえで、観光地としてのまちの形成に対する市民理解の促進が不可欠です。地域の歴史・文化に対する理解の向上と観光資源に対する誇りの醸成を図ります。

| 基本事業               | 概要                                                                                                                                                                         |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 市内観光資源に触れる機会の創出  | 観光ボランティアガイドや国際交流協会の協力を得ながら、地域の歴史・自然・文化等観光に関する市民向け講座・学習会を開催し、市民の観光への関心と、地域に対する知識や誇りを高めます。<br>また、学校給食へ地元産食材を活用する等、子どもたちが地域のことについて学んだり体験したりできる機会を増やし、観光のまちづくりに参画する人材の育成を図ります。 |
| ② ツーリズム事業への市民の利用促進 | ロケ地巡りや飯道山周遊ルート等、造成した市内周遊型観光のプランを市民のウェルネスツーリズムにも活用することで、健康増進を図るとともに、本市の観光資源が再認識されることによるシビックプライドの醸成を図ります。                                                                    |



八坂神社例祭

## （２）市民・事業者との協働



本市における観光振興に対する市民・事業者の意識は、地域による格差が大きいことが指摘されており、全市的な観光振興への関心は十分とは言えない状況です。幅広い市民・事業者の参加を促す取組を推進し、市民・事業者との協働による観光振興の充実を図ります。

| 基本事業                   | 概要                                                                                               |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 観光協会の機能強化            | 本市における観光振興の中心的な役割を担う観光協会が地域と連携して取り組むツアーの造成や商品の開発等、新たな財源の確保や組織の機能強化に向けた取組を支援します。                  |
| ② 観光ガイドの育成と組織化         | 観光の産業化に向けて、ガイドの人材育成及び組織化を進めるとともに、大阪・関西万博を契機とした外国語ガイドの体制整備について、忍びの里伊賀甲賀忍者協議会での取組等を踏まえながら検討していきます。 |
| ③ 空き家・空き店舗等の活用         | 空き家や空き店舗等を、観光資源として開発したり、磨き上げたりする等、地元や関係団体と連携し、効果的に活用する取組や整備について支援を行います。                          |
| ④ 地域活性化のための多様な団体との連携促進 | 甲賀ロケーション推進協議会や忍者関連団体等、市内の様々な団体が協働して取り組む地域活性化事業を促進する等、公民連携した観光振興を推進します。                           |



（テレビドラマの世界）スカーレットのドラマ展



### （３）広域連携



観光誘客のさらなる促進やインバウンドの取り込みにおいては、広域的な対応が必要であるため、甲賀市だけでなく、近隣自治体との連携や協力関係の確立及び充実を図ります。

| 基本事業                   | 概要                                                                                                                               |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 忍者をキーワードとする自治体間連携の強化 | 日本遺産重点支援地域に選定された「忍びの里伊賀・甲賀」の更なる活用のため、伊賀市との関係を軸としながら、忍びの里伊賀甲賀忍者協議会や日本忍者協議会の活動を通じて、大阪観光局等忍者を観光資源としている自治体との観光面での連携をさらに強化していきます。     |
| ② 日本遺産に関する自治体間連携の強化    | 六古窯日本遺産活用協議会、忍びの里伊賀甲賀忍者協議会等の活動を通じて、日本六古窯の所在自治体をはじめとする「焼物」を観光資源としている自治体や忍者を観光資源とする伊賀市との観光面での連携をさらに強化していきます。                       |
| ③ 広域な地域ツーリズムの推進        | 関係する自治体との広域連携による観光ルートの造成や、誘客の促進、受入体制の整備等、名阪に近い地理的優位性を活かした広域連携による観光振興の充実を図ります。また、大阪・関西万博を契機とする大阪からの誘客や国内外の観光客に人気の高い京都からの誘客を強化します。 |



水口城資料館

#### （４）持続可能な観光推進体制の構築



持続的で効果的な観光振興のためには、行政的な取組や視点だけではなく、観光まちづくりに関する専門的な人材や、観光振興とまちづくりの中・長期的視点が必要となります。DMOの理念に基づいた持続可能な観光推進体制構築のため、調査検討を進めます。

| 基本事業                    | 概要                                                                                                                          |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ① 観光振興のマネジメントに向けた検討について | 観光まちづくりと観光振興を中・長期的視点からマネジメントできる組織の必要性について、共通認識を深め、国や他の自治体の動向を踏まえ、調査・研究・検討を進めます。                                             |
| ② 地域資源を活かした体験交流ビジネスの促進  | 市民に対して情報共有するため、これまで注目されてこなかった地域資源の再認識や発掘を行い、地域資源を活用したイベントを開催する等市民の観光に対する機運を高め、観光の産業化に向け、地域資源を活かした体験交流ビジネスを促進させる取組を強化していきます。 |



油日神社



大池寺

### ■第3期における実施計画

| 基本事業                    | 第3期 |    |    |     |
|-------------------------|-----|----|----|-----|
|                         | R7  | R8 | R9 | R10 |
| (1) 市民意識の向上             |     |    |    |     |
| ① 市内観光資源に触れる機会の創出       | →   | →  | →  | →   |
| ② ツーリズム事業への市民の利用促進      | →   | →  | →  | →   |
| (2) 市民・事業者との協働          |     |    |    |     |
| ① 観光協会の機能強化             | →   | →  | →  | →   |
| ② 観光ガイドの育成と組織化          | →   | →  | →  | →   |
| ③ 空き家・空き店舗等の活用          | →   | →  | →  | →   |
| ④ 地域活性化のための多様な団体との連携促進  | →   | →  | →  | →   |
| (3) 広域連携                |     |    |    |     |
| ① 忍者をキーワードとする自治体間連携の強化  | →   | →  | →  | →   |
| ② 日本遺産に関する自治体間連携の強化     | →   | →  | →  | →   |
| ③ 広域な地域ツーリズムの推進         | →   | →  | →  | →   |
| (4) 持続可能な観光推進体制の構築      |     |    |    |     |
| ① 観光振興のマネジメントに向けた検討について | →   | →  | →  | →   |
| ② 地域資源を活かした体験交流ビジネスの促進  | △   | →  | ●  | →   |

△:検討 ●:実施 →:継続

# 資料編

## ■ 甲賀市観光振興計画審議会委員名簿（令和6年4月1日時点）

任期：令和5年10月1日～令和7年9月30日

| 代表分野      | 氏 名    | 所属団体等              |
|-----------|--------|--------------------|
| 市民公募      | 大河原 佳子 | 市民                 |
|           | 里内 未来  | 市民                 |
| 学識経験者     | ◎木川 剛志 | 和歌山大学              |
|           | 森井 亮公  | 株式会社 JTB 滋賀支店      |
| 観光等産業関係団体 | ○奥田 忠司 | 信楽町観光協会            |
|           | 桑田 剛志  | 甲賀農業協同組合           |
|           | 神山 敬介  | 信楽高原鐵道株式会社         |
|           | ○小山 剛  | 一般社団法人甲賀市観光まちづくり協会 |
|           | 白石 欣也  | 甲賀市商工会             |
|           | 園田 武史  | 公益社団法人水口青年会議所      |
|           | 堀田 健一朗 | 日本観光開発株式会社（甲南 PA）  |
|           | 山本 正人  | 土山ハイウェイサービス株式会社    |

[◎:委員長 ○:副委員長 代表分野別五十音順 敬称略]

## ■ 甲賀市観光振興計画審議会開催経過

|     | 日 程            | 概 要                                                                                                                                                                      |
|-----|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 第1回 | 令和5年<br>10月30日 | ・ 委員委嘱 正副委員長選出<br>・ 第2次甲賀市観光振興計画第2期実施計画の進捗状況について                                                                                                                         |
| 第2回 | 令和6年<br>4月22日  | ・ 第2次甲賀市観光振興計画の見直しに伴う諮問<br>・ 第2次甲賀市観光振興計画第2期基本計画の進捗状況について<br>・ 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定方針について<br>・ 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画の策定スケジュールについて<br>・ 第2期基本計画の課題整理及び第3期基本計画への反映と方向性について |
| 第3回 | 令和6年7月1日       | ・ 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画（素案）について                                                                                                                                            |
| 第4回 | 令和6年10月18日     | ・ 第2次甲賀市観光振興計画第3期基本計画（案）について                                                                                                                                             |
| 第5回 | 令和6年11月11日     | ・ 第2次甲賀市観光振興計画の見直しについて答申                                                                                                                                                 |

## ■用語解説

### あ行

#### ○アートツーリズム

美術館等の展示施設や野外彫刻等の芸術作品を巡ることで、地域の文化に触れる旅行のこと。

#### ○アール・ブリュット

日本語では「生（なま）の芸術」とも訳される。障がいのある人等が、既存の文化の影響を受けずに独自に制作したもの。

#### ○インバウンド

外国人による訪日旅行、またはその旅行者を指す言葉。

#### ○ウェルネスツーリズム

健康を多角的な面から捉え、地域の自然に触れ、身体面、精神面での健康を整える旅行のこと。

### か行

#### ○観光まちづくり

地域の歴史的・文化的資源を、住民の誇りであると同時に外から訪れる価値のあるものとして磨き上げ（再評価し）、多くの人が交流する魅力あるまちの形成と、地域の経済活動の活性化を目指すもの。

### さ行

#### ○シビックプライド

都市に対する市民の誇りであるが、「郷土愛」や「まちの自慢」とは少し別のニュアンスを含む。「この都市をより良い場所にするために自分自身が関わっている」「このまちのために何かをしたい」という当事者意識を伴うもの。

#### ○スポーツツーリズム

スポーツをすることや観戦を目的とした地域の訪問や、地域資源とスポーツを掛け合わせた観光など、スポーツに関わる様々な旅行のこと。

### な行

#### ○日本遺産

地域の歴史的魅力や特色を通じて我が国の文化・伝統を語るストーリーを「日本遺産（Japan Heritage）」として文化庁が認定するもの。ストーリーを語る上で欠かせない有形や無形の様々な文化財群を、地域が主体となって総合的に整備・活用し、国内だけでなく海外へも戦略的に発信していくことで、地域の活性化を図ることを目的としている。

#### ○日本遺産重点支援地域

文化庁による総括評価・継続審査にて、他の地域のモデルとなる地域として選定されるもの。

### ま行

#### ○マイクロツーリズム

自宅から1時間から2時間圏内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光のこと。

## ○マーケティング

消費者のニーズに合わせてサービスを届けるための一連の取組や、そのための情報収集活動のこと。

## ら行

### ○ロケツーリズム

映画・ドラマのロケ地を訪ね、その風景と食を堪能し、人々の“おもてなし”に触れ、その地域のファンになること。また、ロケ地となった地域での持続的な観光振興の取組。

## アルファベット

### ○DMO

「Destination Marketing/Management Organization」の略語で、その地域を観光地として総合的にマーケティング、マネジメントする組織を指す。国では日本版DMOの主な役割として、①観光地域づくりについての関係者の合意形成、②マーケティングデータに基づいた戦略の策定とPDCAサイクルの確立、③観光関連事業の調整・プロモーション等を挙げている。

### ○PFI

プライベート（Private）ファイナンス（Finance）イニシアティブ（Initiative）の略。民間資金を利用して民間に施設整備と公共サービスの提供を委ねる手法のこと。

### ○SDGs

Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）の略称で、2015年9月の国連サミットで採択され、17の大きな目標とそれらを達成する169の具体的なターゲットで構成され、2030年までの15年間で達成するために掲げられた目標。

## ■写真撮影協力〔敬称略〕

清水 一司（水口城資料館、忍者たぬきの信楽焼、八坂神社例祭、土山宿本陣跡、水口曳山まつり、山伏護摩供養、陶芸の森、甲賀の里の風景、油日神社、大池寺）