

令和7年(2025年)3月 愛荘町



第2次愛荘町 観光物産振興計画



目次

第1章 計画の策定にあたって

1. 計画策定の背景	1
2. 計画策定の目的	2
3. 計画の位置付け	2
4. 計画の実施期間	2

第2章 観光を取り巻く状況

1. 国内の状況	3
2. 滋賀県の状況	4
3. 愛荘町の状況	5

第3章 愛荘町の現状と課題

1. 愛荘町の現状	6
2. 観光意識調査（2023年度実施）の結果	8
3. 愛荘町における観光の強み・課題	15

第4章 愛荘町観光物産振興計画（前回計画）の評価

1. 前回計画のKPI項目の評価	17
2. 前回計画のアクションプランの評価	18

第5章 第2次愛荘町観光物産振興計画の方向性

1. 基本方針とメインターゲット	30
2. 観光振興における数値目標（KPI）	31
3. 計画の体系	32
4. 展開する施策の方向性	33

第6章 計画推進・評価体制

1. 計画推進・評価体制	36
2. 観光における各実施主体の役割	36

資料編

1. 愛荘町観光物産振興計画策定委員会の審議経過	37
2. 愛荘町観光物産振興計画策定委員会 委員名簿	38

第1章 計画の策定にあたって

1. 計画策定の背景

国では「訪れたくなる日本」を目指して2016年3月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人(2015年の約2倍)、2030年に6,000万人(同約3倍)とするなどの目標を掲げて政府一丸、官民一体となった取り組みを進めています。その結果、2019年の訪日外国人旅行者数は3,188万人まで増加し、インバウンド観光は急速な成長を遂げました。ところが、2020年に新型コロナウイルス感染症が世界中で猛威を振ると、インバウンド需要は一時的に消滅、日本人の国内旅行も半減するなど、観光は未曾有の深刻な影響を受けました。今後の我が国の観光については、コロナ禍による変化やコロナ禍前からの課題を踏まえた持続可能な形で復活を図るため、2023年3月に新たな「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

滋賀県では、県の観光振興に係る基本的な考え方を、観光事業者をはじめ各関係者と共有し、相互に連携しながら総合的かつ効果的に観光を推進するための指針として、2019年3月に『健康しが』ツーリズムビジョン2022』を策定しました。2022年3月にはコロナ禍の旅行形態の変化を受けて「シガリズム観光振興ビジョン」を策定し、琵琶湖をはじめとする県の豊かな自然や歴史・文化、健康長寿を育む食、ゆっくり、ていねいな暮らし方などの強みを最大限に活かして、感染拡大防止と経済活動の両立を図りながら、落ち込んだ観光市場を早期に回復させ、観光関連産業の中長期的な成長を目指しています。

本町では、2015年5月に「愛荘町観光振興計画」を策定し、町内の観光資源を活かした観光まちづくりを本格的に始動させました。2019年3月に策定した「第2次愛荘町総合計画」では、「愛着と誇り。人とまちが共に輝く みらい創生のまち。」を「10年後のまちの姿」として掲げ、「次代を担う『ひとづくり』『誰もが活躍できる『しごとづくり』『未来を先取る活力ある『まちづくり』の3つを重点戦略プロジェクトとして取り組み、時代や社会の潮流に対応した本町らしいまちづくりを目指しています。2020年3月には「愛荘町観光物産振興計画」を策定し、本町が持つ豊富な宝を魅力ある観光資源へと進化させ、総合計画で掲げている「10年後のまちの姿」の達成に向けて、観光戦略を通じて、交通・文化を含めた地域経済の活性化、コミュニティの維持・発展や地域への愛着・誇りの醸成など観光まちづくりの機運醸成、交流人口の拡大による移住・定住の促進を行いました。

引き続き、総合計画で掲げている「10年後のまちの姿」の達成に向けて、観光資源の磨き上げおよび町民への浸透、また町内一丸となった取り組みをさらに進めるため、この度「第2次愛荘町観光物産振興計画」を策定いたします。

2. 計画策定の目的

本町が「愛荘町観光物産振興計画」を策定する目的は、大きく3点あります。

「愛荘町観光物産振興計画」を策定する目的



(1) 地域経済の活性化

観光振興により交流人口・関係人口を増加させることによって、地域経済を活性化させる。

(2) 観光まちづくりの機運醸成

住民が町の地域資源の魅力を再認識することで愛着と誇りを持ち、観光まちづくりの機運を醸成するとともに、地域の持続可能性を高める。

(3) 移住・定住の促進

来訪者および地域住民等に町の魅力を伝え移住・定住を促進する。

これらの目的の実現に向けては、町民や観光関連事業者・団体、行政(町)が本町の目指す観光について同じ方向を向き、連携を深めながら観光を盛り上げる必要があります。

3. 計画の位置付け

本計画は、「第2次愛荘町総合計画」(2018～2027年度)および「愛荘町グランドデザイン2040」と整合性を図り、また国の「観光立国推進基本計画」(2023～2025年度)や滋賀県の「シガリズム観光振興ビジョン」(2022～2030年度)の内容を踏まえて、策定を行います。

4. 計画の実施期間

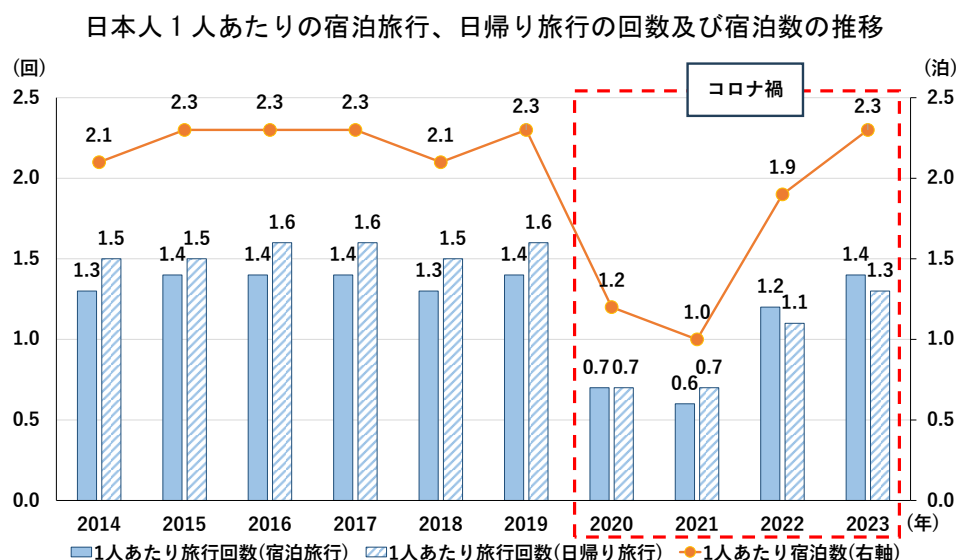
本計画の実施期間は、2025年度(令和7年度)から2029年度(令和11年度)までの5年間とします。

第2章 観光を取り巻く状況

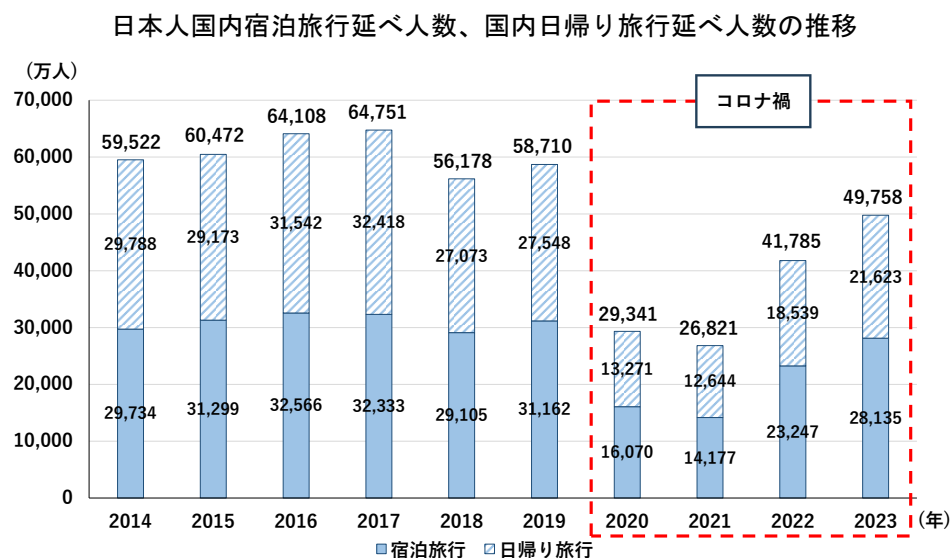
1. 国内の状況

(1) 日本の国内旅行の状況

2023年(令和5年)の日本人1人あたりの国内宿泊旅行の回数は1.4回、日帰り旅行回数は1.3回、1人あたり宿泊数は2.3泊となり、いずれも前年を上回りました。

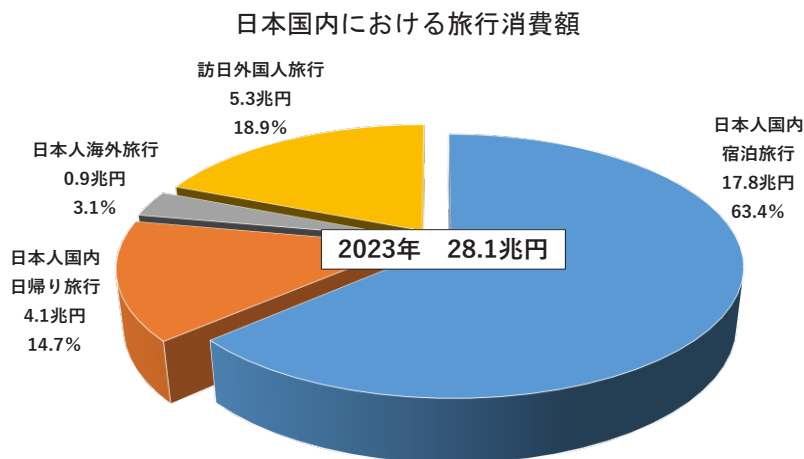


2023年(令和5年)の日本人の国内宿泊旅行者数は延べ2億8,135万人(2019年比▲9.7%)、国内日帰り旅行者数は延べ2億1,623万人(2019年比▲21.5%)となりました。



(2) 日本国内における消費額の状況

2023年(令和5年)の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は、28.1兆円(2019年比+0.5%)となりました。このうち、日本人による旅行消費額は22.8兆円(2019年比▲1.5%)であり、全体の81.1%を占めています。



(単位：兆円)

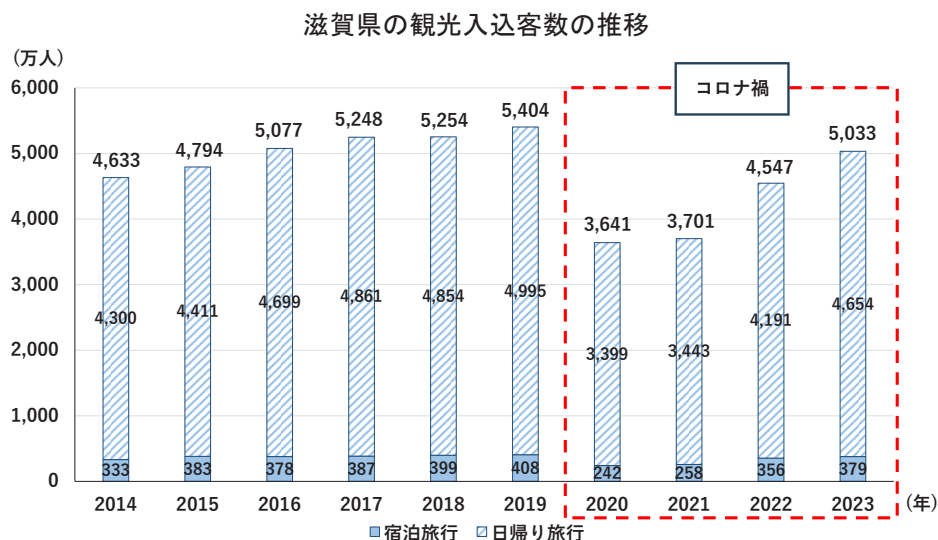
	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
日本人国内宿泊旅行	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.7	17.8
日本人国内日帰り旅行	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4	4.1
日本人海外旅行(国内分)	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6	0.9
訪日外国人旅行	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9	5.3
合計	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7	28.1

出所：観光庁「観光白書」

2. 滋賀県の状況

(1) 滋賀県の観光の状況

2023年(令和5年)の県内の観光入込客数は5,033万(2019年比▲6.9%)となりました。内訳をみると、宿泊旅行者数は379万人(2019年比▲7.1%)、日帰り旅行者数は4,654万人(2019年比▲6.8%)となりました。



出所：滋賀県「滋賀県観光入込客統計調査」

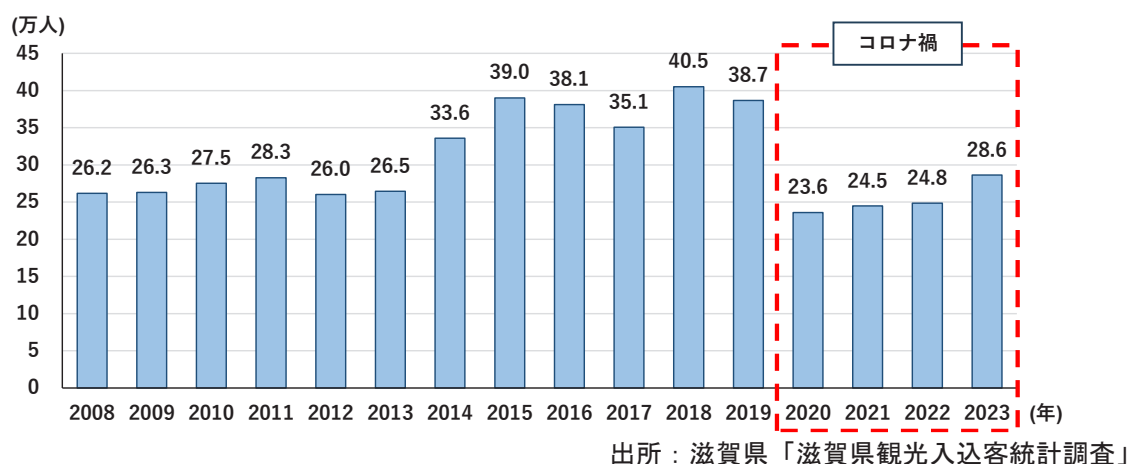
3. 愛荘町の状況

(1) 愛荘町の観光の状況

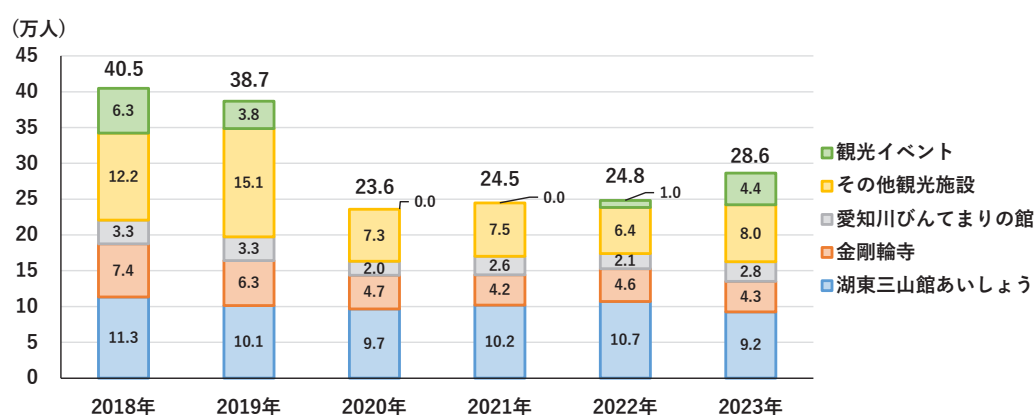
本町の観光入込客数は、2013年(平成25年)の「名神高速道路 湖東三山スマートインターチェンジ」の開通および翌年の「観光情報発信施設 湖東三山館あいしょう」のオープン等に伴い、大幅に増加しました(2013年:26.5万人→2014年:33.6万人→2015年:39.0万人)。その後、2020年(令和2年)のコロナ禍の影響で、観光入込客数は大幅減少となっています(2019年:38.7万人→2020年:23.6万人)。

滋賀県全体の観光入込客数も概ね本町と同じような動きをしています。2023年(令和5年)の観光入込客数をみると、滋賀県全体では5,033万人とコロナ禍前である2019年(令和元年)(5,404万人)の93.1%まで回復しましたが、本町では28.6万人と73.9%の回復に留まっています。

愛荘町の観光入込客数の推移



愛荘町の観光入込客数の推移(内訳)



第3章 愛荘町の現状と課題

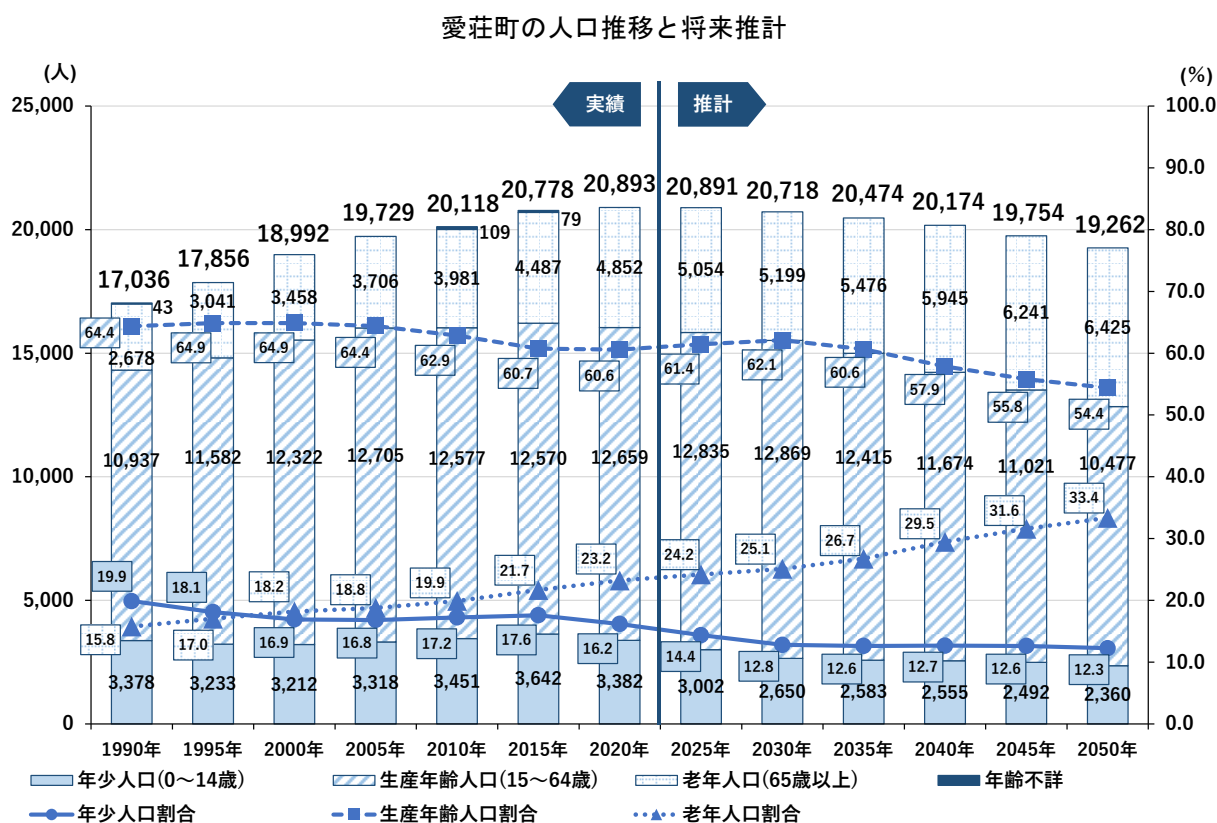
1. 愛荘町の現状

(1) 人口の推移と将来推計

2020年(令和2年)国勢調査における本町の人口は、20,893人と過去最高の人口を更新しました。1990年(平成2年)の人口は17,036人であり、30年間で3,857人(+22.6%)増加したことになります。

人口を年齢3区分別にみると、30年間で年少人口(0～14歳)は+0.1%(1990年:3,378人→2020年:3,382人)、生産年齢人口(15～64歳)は+15.7%(1990年:10,937人→2020年:12,659人)、老年人口(65歳以上)は+81.2%(1990年:2,678人→2020年:4,852人)となっています。

将来推計人口をみると、今後は人口が減少局面に入ると同時に老年人口のさらなる増加が予測されており、2050年(令和32年)には老年人口割合が33.4%(3人に1人の割合)となる見通しです。

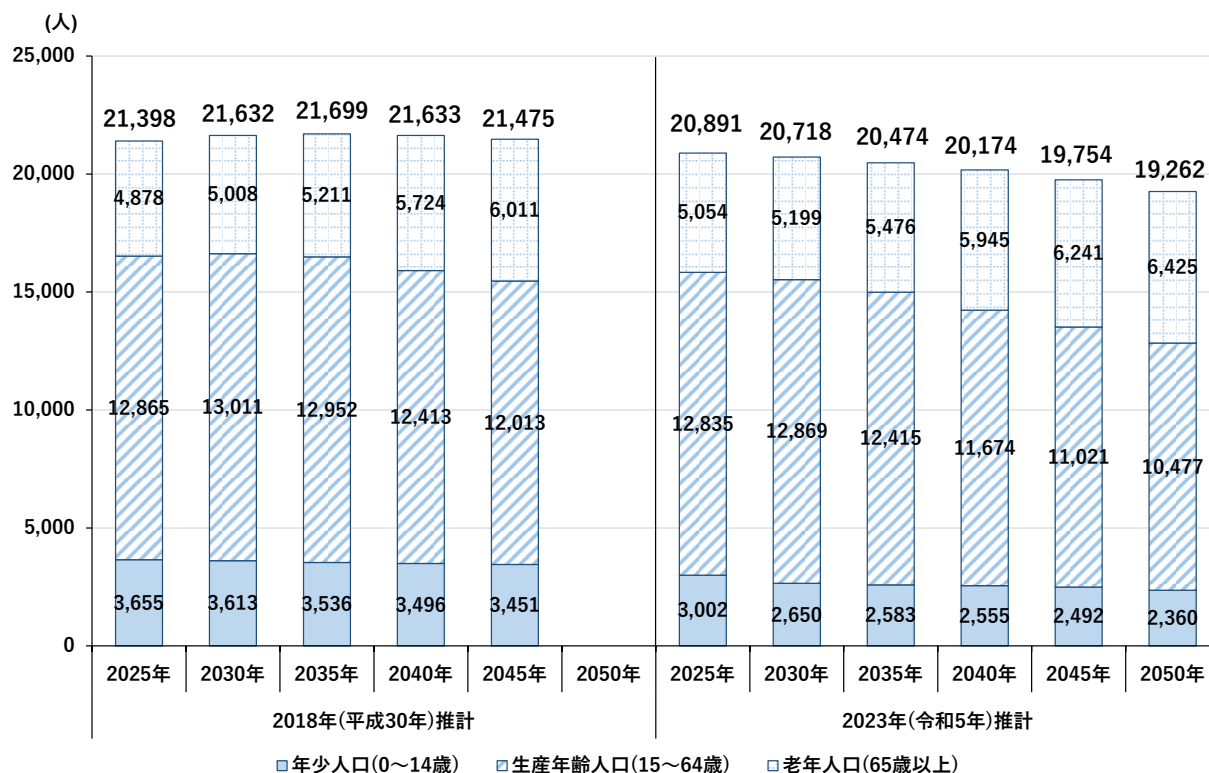


※年齢3区分人口割合は、年齢不詳を除いて算出

出所：「国勢調査」(総務省)、「日本の地域別将来推計人口(令和5年推計)」
(国立社会保障・人口問題研究所)を基に作成

本町における人口減少は、予測よりも早いペースで進行しています。国立社会保障・人口問題研究所による本町の将来推計人口は、2018年(平成30年)推計では2035年(令和17年)の21,699人をピークに減少局面に入ると予測されていましたが、2023年(令和5年)推計では2025年(令和7年)の20,891人以降一貫して人口減少が予測されており、2045年(令和27年)には人口2万人を下回る見通し(19,754人)となっています。

愛荘町における人口の将来推計の比較
(「2018年(平成30年)推計」と「2023年(令和5年)推計」の比較)



出所：「日本の地域別将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)を基に作成

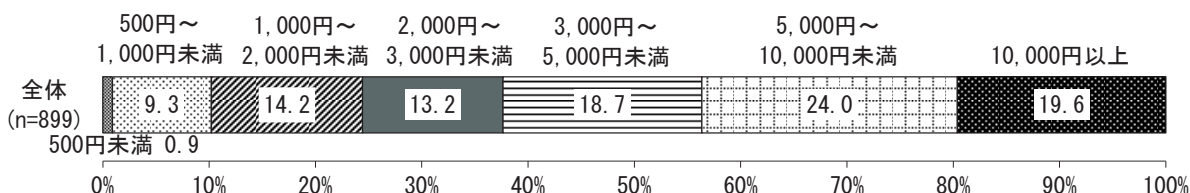
2. 観光意識調査(2023 年度実施)の結果

(1) 町内観光地における観光客対象の直接聞き取りによるヒアリング調査

- ・調査対象者 : 町内観光地を訪れる町外からの観光客
- ・有効回答者数 : 1,038 人
- ・調査方法 : 直接聞き取りによるヒアリング調査およびチラシを活用したWEBアンケート調査
- ・調査地点 : 町内観光地 7 か所(金剛輪寺、湖東三山館あいしょう、ゆめまちテラスえち(近江上布伝統産業会館)、愛知川ふれあい本陣、愛知川びんてまりの館、藤居本家、豊満神社)

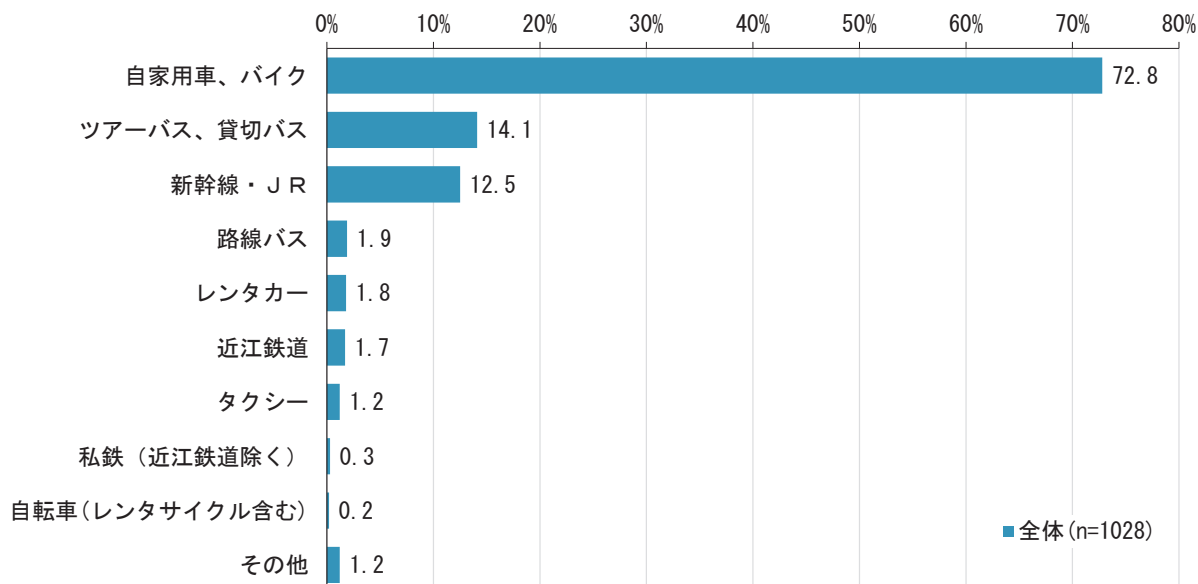
①今回の観光で、愛荘町内で使った【1人当たり】の金額(使う予定の額も含む)

「5,000 円～10,000 円未満」(24.0%) が最も高く、次いで「10,000 円以上」(19.6%)、「3,000 円～5,000 円未満」(18.7%)。



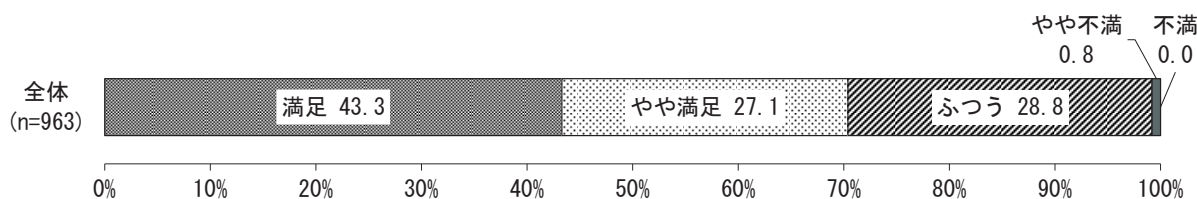
②観光で利用した交通機関

「自家用車、バイク」(72.8%) が最も高く、次いで「ツアーバス、貸切バス」(14.1%)、「新幹線・JR」(12.5%)。



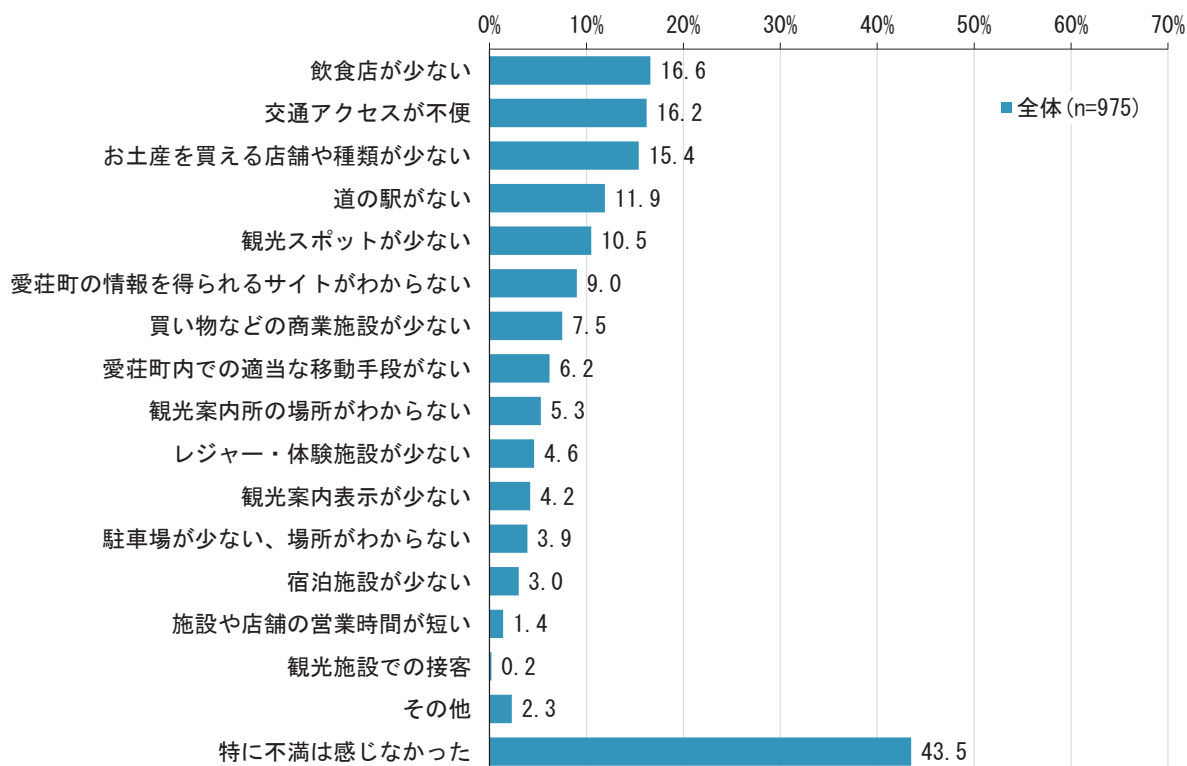
③愛荘町全体の満足度

「満足」(43.3%)と「やや満足」(27.1%)合わせた【満足】は70.4%、「やや不満」(0.8%)と「不満」(0.0%)を合わせた【不満】は0.8%。



④愛荘町を訪れて不満に感じた点

「特に不満は感じなかった」(43.5%)が最も高く、次いで「飲食店が少ない」(16.6%)、「交通アクセスが不便」(16.2%)、「お土産を買える店舗や種類が少ない」(15.4%)。

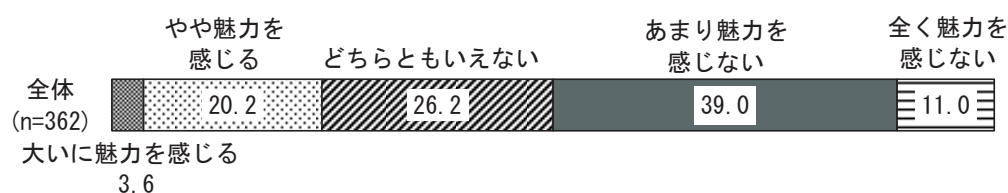


(2) 町民の観光に対する意識を把握するためのアンケート調査(郵送)

- ・調査対象者 : 町民 1,000 人(住民基本台帳データより、18 歳以上の町民を無作為に抽出)
- ・有効回答者数 : 363 人(回答率 36.3%)
- ・調査方法 : 郵送によるアンケート票送付、郵送およびWEBによる回答

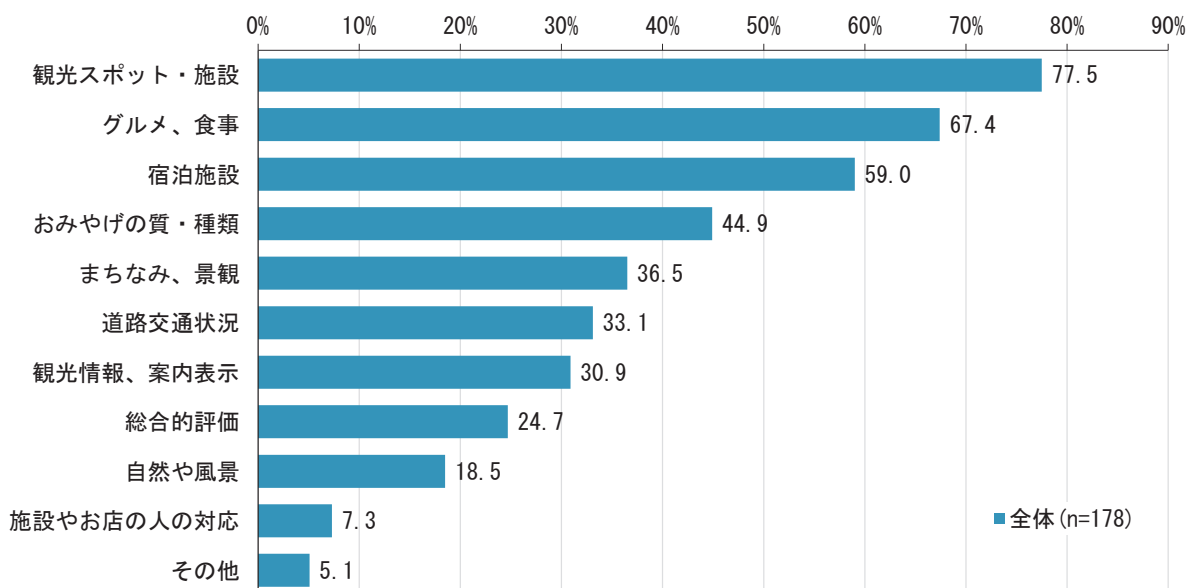
①愛荘町を観光地と考えたときの魅力度

「大いに魅力を感じる」(3.6%)と「やや魅力を感じる」(20.2%)を合わせた【魅力を感じる】は23.8%、「あまり魅力を感じない」(39.0%)と「全く魅力を感じない」(11.0%)を合わせた【魅力を感じない】は50.0%。



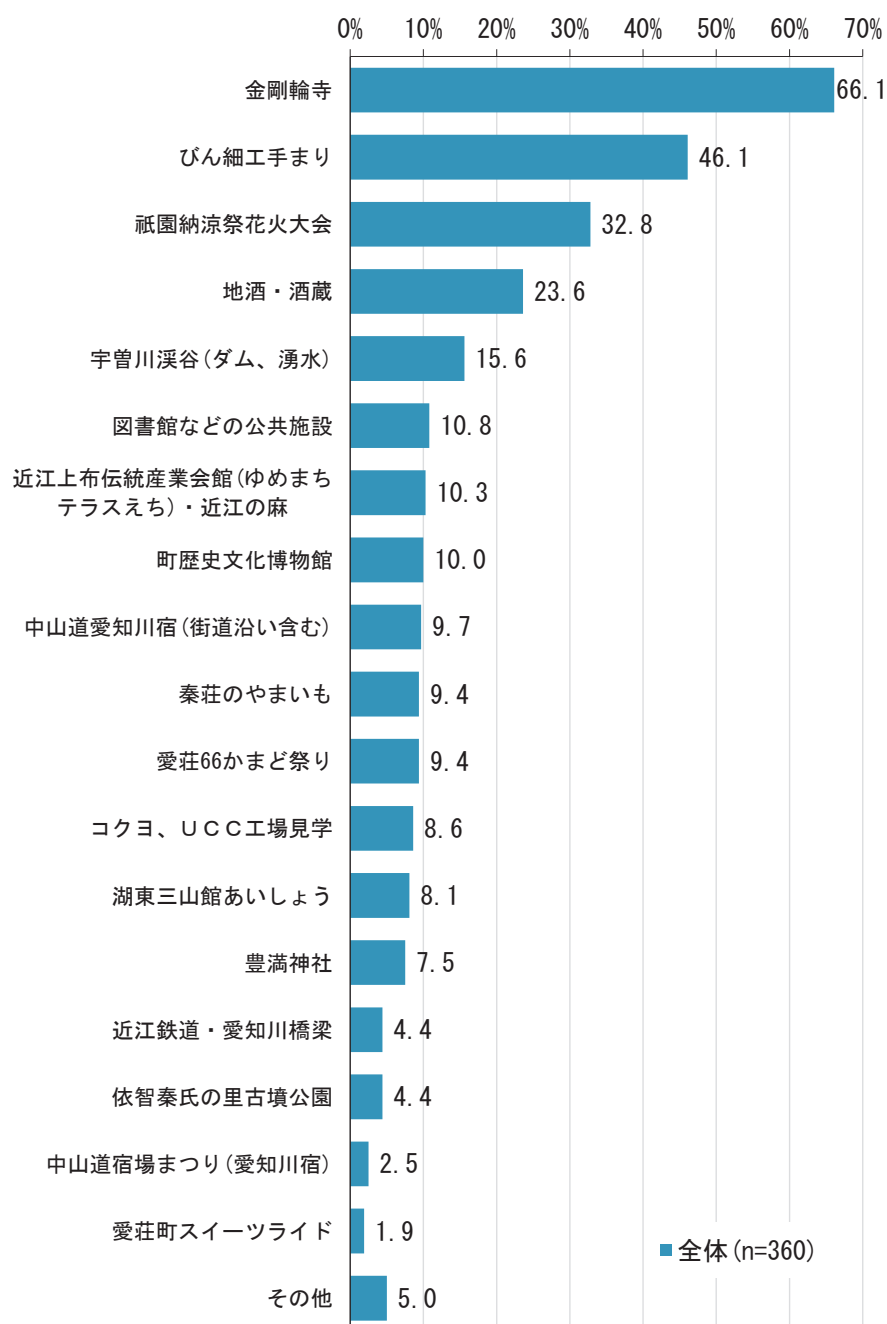
観光地としての愛荘町に魅力を感じない点

(「あまり魅力を感じない」「全く魅力を感じない」の回答者のみ)



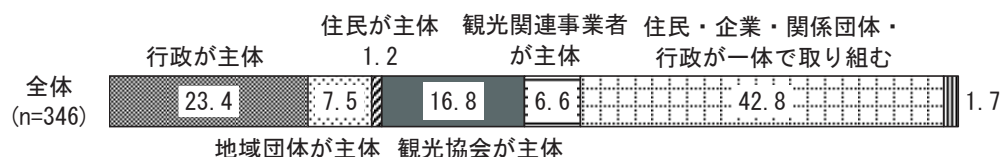
②町外在住者に紹介・案内したい愛荘町の観光資源

町外在住者に紹介・案内したい愛荘町の観光資源は、「金剛輪寺」(66.1%)が最も高く、次いで「びん細工手まり」(46.1%)、「祇園納涼祭花火大会」(32.8%)。



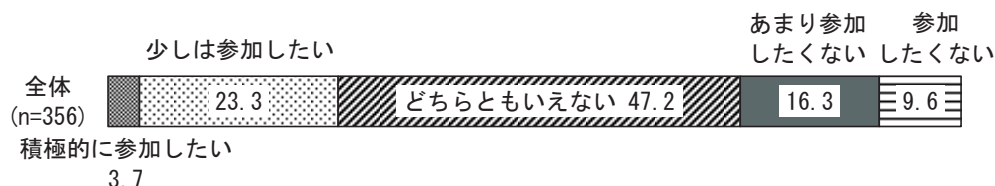
③観光振興は誰が主体となって取り組むべきか

観光振興の主体は、「住民・企業・関係団体・行政が一体で取り組む」が42.8%で最も高く、次いで「行政が主体」(23.4%)、「観光協会が主体」(16.8%)。



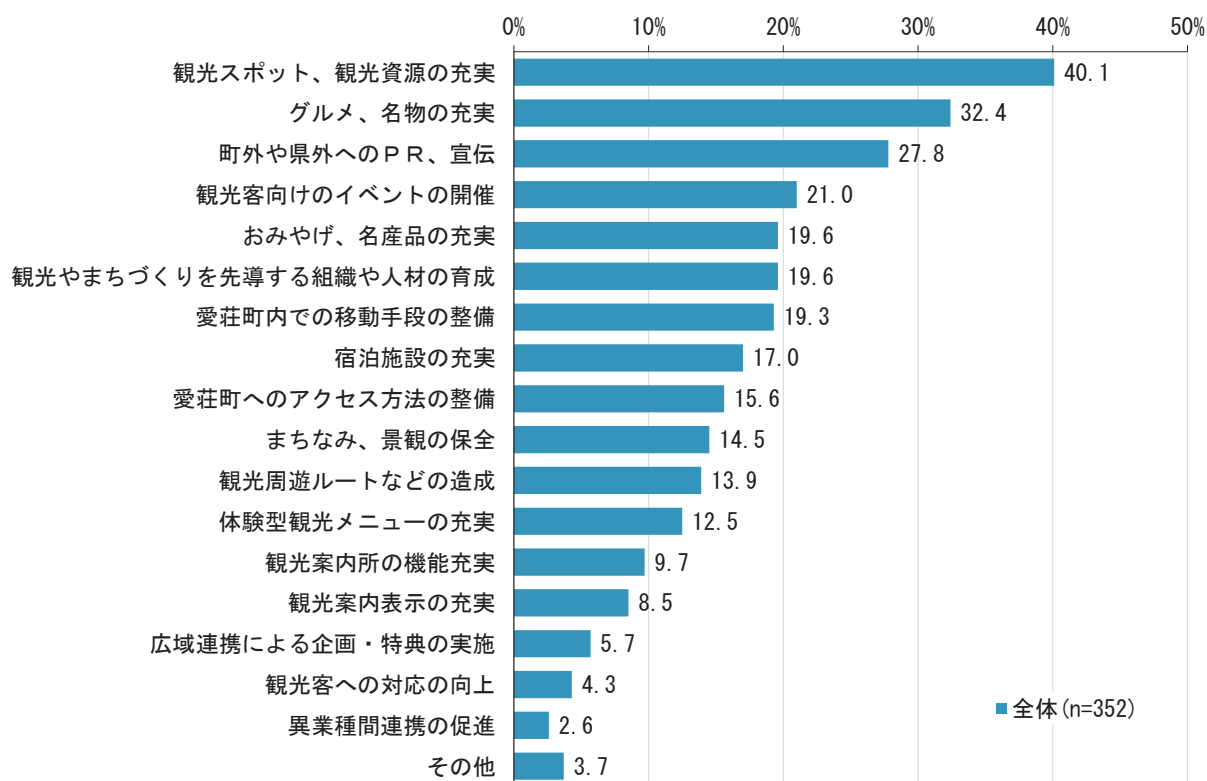
④観光振興やまちづくりへの町民の参加意向

「積極的に参加したい」(3.7%)と「少しは参加したい」(23.3%)を合わせた【参加したい】は27.0%、「あまり参加したくない」(16.3%)と「参加したくない」(9.6%)を合わせた【参加したくない】は25.9%。



⑤これからの観光振興のために、愛荘町が取り組むべきこと

「観光スポット、観光資源の充実」が40.1%で最も高く、次いで「グルメ、名物の充実」(32.4%)、「町外や県外へのPR、宣伝」(27.8%)。



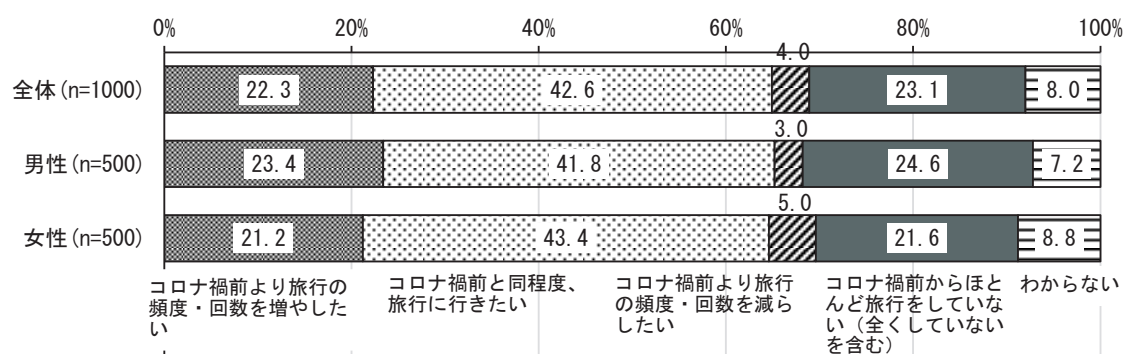
(3) 県外在住者向けインターネット調査

- ・調査対象者 : 調査会社のWEBモニター
- ・有効回答者数 : 1,000人(関東甲信越 100、東海北陸 200、近畿 400、中国・四国 200、九州 100)
- ・調査方法 : WEBによるアンケート調査

① コロナ禍を踏まえた【国内旅行】に対する意向

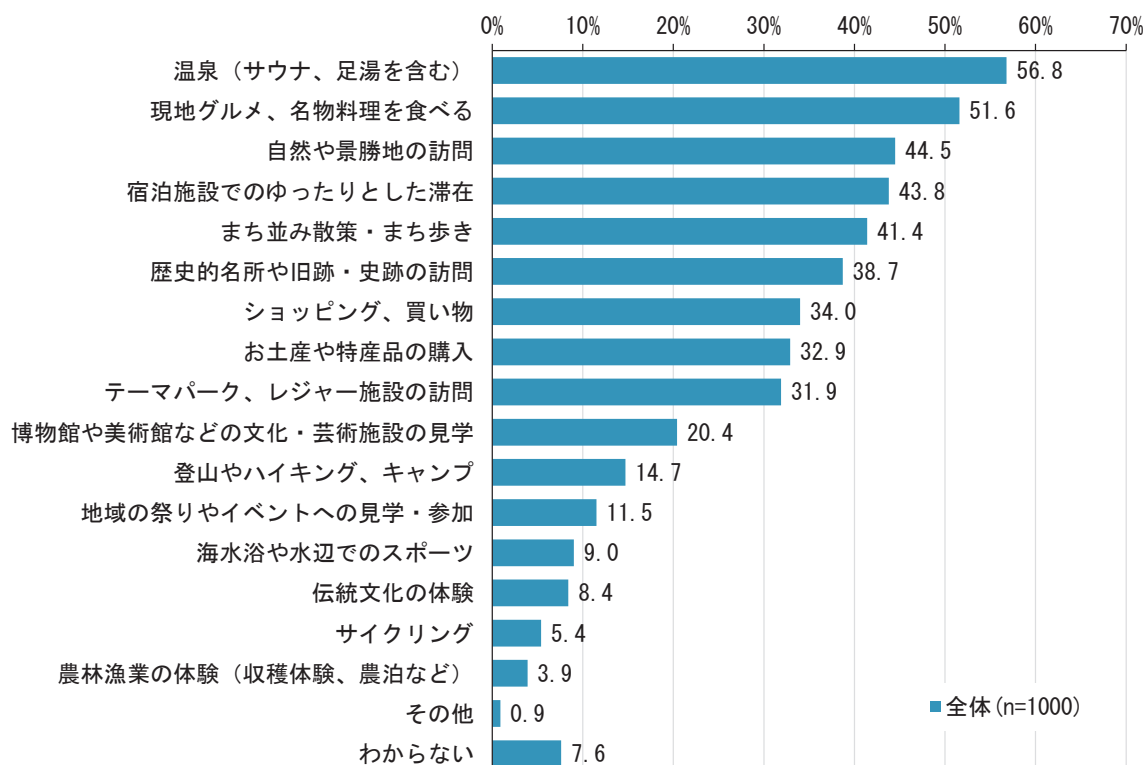
「コロナ禍前と同程度、旅行に行きたい」が42.6%、「コロナ禍前より旅行の頻度・回数を増やしたい」が22.3%、「コロナ禍前より旅行の頻度・回数を減らしたい」が4.0%。

「コロナ禍前からほとんど旅行をしていない(全くしていないを含む)」は23.1%。



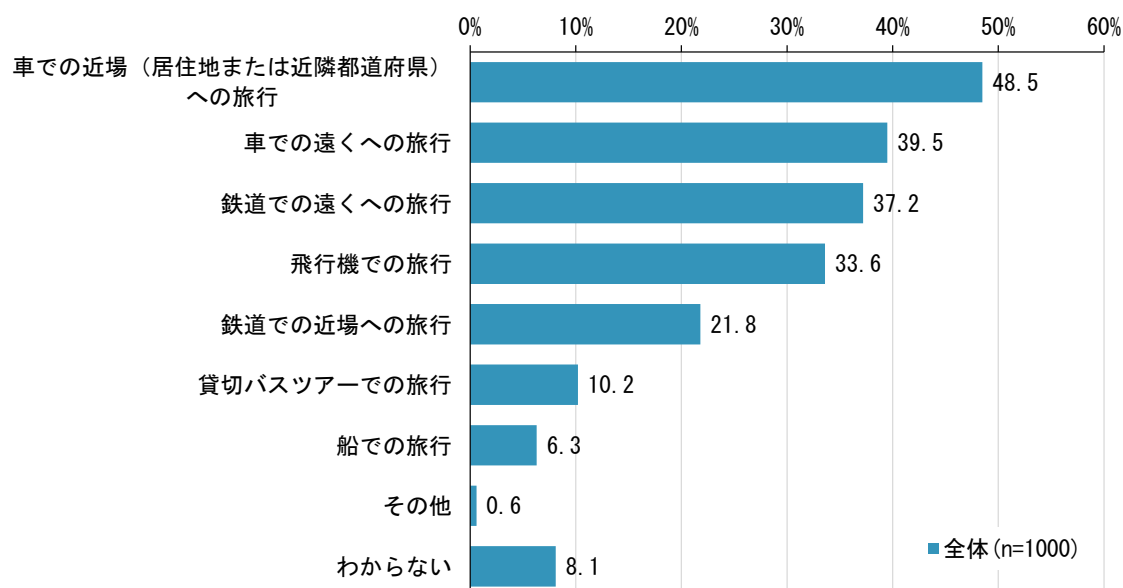
② 国内の旅行先で行いたい活動

「温泉(サウナ、足湯を含む)」(56.8%) が最も高く、次いで「現地グルメ、名物料理を食べる」(51.6%)、「自然や景勝地の訪問」(44.5%)、「宿泊施設でのゆったりとした滞在」(43.8%)、「まち並み散策・まち歩き」(41.4%)。



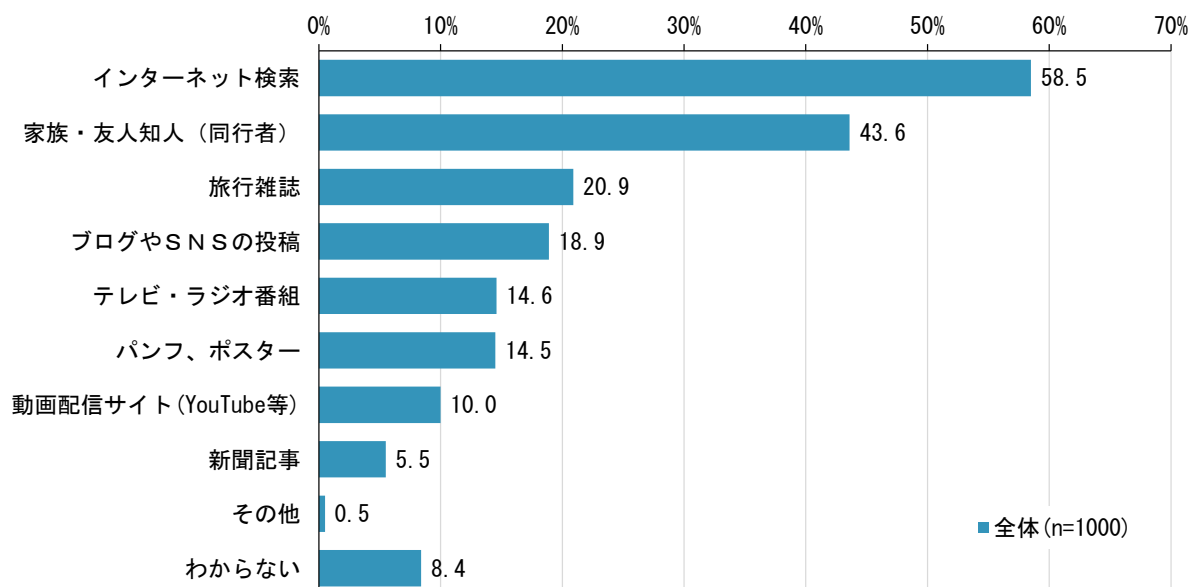
③行きたい【国内旅行】のタイプ（交通手段、距離）

「車での近場（居住地または近隣都道府県）への旅行」（48.5%）が最も高く、次いで「車での遠くへの旅行」（39.5%）、「鉄道での遠くへの旅行」（37.2%）。



④旅行を計画する際の情報の入手先

旅行の際の情報入手先は、「インターネット検索」（58.5%）が最も高く、次いで「家族・友人知人（同行者）」（43.6%）、「旅行雑誌」（20.9%）。



3. 愛荘町における観光の強み・課題

本町の現状や観光意識調査(2023年度実施)の結果、本計画策定委員会での議論を踏まえた「本町における観光の強み・課題」は以下の通りです。

(1) 愛荘町における観光の強み

① 宇曽川溪谷に代表される東部エリアの「自然景観」

東部エリアには宇曽川ダムや平成の名水百選「山比古湧水」などがあり、四季折々の風景を映し出しています。特に宇曽川ダム周辺から眺める琵琶湖の湖面は絶景であり、河川には蜚や水生生物が息づいています。これらの自然景観を観光に活かすことで、観光客に安らぎを与える場所を提供することができます。

② 国宝や伝統的工芸品などの「歴史・伝統工芸・伝統産業」

町内には、国宝である金剛輪寺本堂や国の伝統的工芸品である近江上布をはじめ、びん細工手まり、豊満神社、中山道愛知川宿などの歴史や伝統工芸が豊富にあります。また、麻織物や地酒・醤油醸造などの伝統産業も多く残っています。観光にとってこれらはオリジナリティの高い項目となり、他市町との差別化にもつながります。また、これらの歴史・伝統工芸・伝統産業は、単に観光コンテンツとして活用するだけでなく、関係人口を増やして担い手を見つけるなど、次世代へ引き継ぐ取り組みも必要となります。

③ 利便性の高い「湖東三山スマートインターチェンジ(スマートIC)」

本町の東部エリアには湖東三山スマートICがあり、関西エリア・東海エリアからの観光客が来訪しやすい立地となっています。本町の観光入込客数はコロナ禍前を下回っていますが、湖東三山スマートICの利用者はコロナ禍前を上回っており、今後は湖東三山スマートICを最大限に活用した観光客の誘客が求められます。

④ やまいもやお米に代表される「農産物・食文化」

本町には、秦荘のやまいもに代表される農産物や、かまどに関する食の文化・歴史があります。本町は鈴鹿山脈からの清水に恵まれていることからお米の味にも定評があり、これらを活用した観光戦略に取り組むことで、観光客の満足度の高い体験型コンテンツの提供が可能となります。

⑤ 住民・企業・関係団体・行政が一丸となった「町内の一体感」

2023年度に実施した観光意識調査(町民へのアンケート調査)では、4割強の町民が「愛荘町の観光振興は住民・企業・関係団体・行政が一体で取り組む」と回答したように、本町は住民同士のつながりが強い町であると言えます。この強みを活かして、今後は町民や観光関連事業者・団体、行政(町)が一丸となった観光施策の展開が期待されています。

(2) 愛荘町における観光の課題

① 団体旅行客などを受け入れするためのハード整備ができていない

町内には、観光バスが停車できる観光施設が少なく、団体旅行客が食事をとれる飲食店も少ない状況です。また、道路やトイレなども団体旅行やインバウンドが利用することを想定しておらず、これらを整備することは莫大な時間と費用が必要になります。

② 町民が町の観光資源を知らない

本町は国内でも数少ない人口が増加している自治体であり、近隣市町から本町へ移住するファミリー世帯も多い状況です。近隣市町からの移住者は地域とのつながりが薄く、本町の観光資源についても認知を高める必要があります。

③ 町外の観光客からの認知度が低い

本町には、町の目玉となるような観光資源が少ないため、町外からの観光客やインバウンドは個別の観光施設を訪れることはあっても、それが「愛荘町の観光施設」と認識することは少ない状況です。また、近江鉄道・愛知川駅や湖東三山スマートICに「愛荘町」という名前が入っていないため、本町の知名度は低いと言えます。そのため、インターネット検索で「愛荘町 観光」と検索してもらえるようなインパクトのある取り組みが必要です。

④ 東部エリアの観光資源の活用が不十分

東部エリアには宇曽川溪谷に代表される自然景観や本町の東の玄関口である湖東三山スマートICの出入口に立地する湖東三山館あいしょう、金剛輪寺に代表される歴史・文化などの観光資源が豊富にあります。現時点では各観光資源は独自に観光客の誘客に動いており、十分な連携や活用ができていません。そのため、東部エリアの観光資源の役割を明確化し、各観光資源を戦略的に活用する必要があります。

⑤ 中山道に観光コンテンツが少ない

現在の中山道には宿場町の雰囲気や風情が残っておらず、立ち止まるスポットが少ない状況です。また、通行する車のスピードが速いため、安心して周遊することができません。中山道周辺には空き家も多いため、空き家を上手く利活用することで、中山道を本町の観光の拠点とする必要があります。

⑥ 愛荘町をイメージできる物産やイベントが少ない

本町には、町をイメージできる物産やイベントが少ない状況です。そのため、町民や町内事業者、各種団体、行政等が一体となって、町をイメージできる物産の開発やイベントの企画を行う必要があります。現在は、各事業者や団体、行政がバラバラに観光施策を展開しているため、全員が一丸となった取り組みが求められます。

第4章 愛荘町観光物産振興計画(前回計画)の評価

1. 前回計画のKPI項目の評価

前回計画である、愛荘町観光物産振興計画(2020～2024 年度)で設定したK P I 項目の評価は、以下の通りです。

(1) 観光入込客数(延べ)

前回計画の現状値(2018 年)	前回計画の目標値(2024 年)	実績値(2023 年)
405,000 人	446,000 人	286,415 人
コメント	・コロナ禍で減少した観光客数が回復しきれておらず、「観光入込客数(延べ)」は大幅未達(目標対比▲35.8%)となりました。	

(2) 観光消費額

前回計画の現状値(2018 年)	前回計画の目標値(2024 年)	実績値(2023 年)
247,066,430 円	271,773,073 円	337,588,200 円
コメント	・「観光入込客数(延べ)」は大幅未達となりましたが、「愛荘町観光客 1 人あたりの町内消費額」が大幅増加となったため、観光消費額は目標を大きく上回りました(目標対比+24.2%)。 ・「(3) 愛荘町観光客 1 人あたりの町内消費額」のコメントに記載の通り、「愛荘町観光客 1 人あたりの町内消費額」は特殊要因で大幅に上振れしています。	

(3) 愛荘町観光客 1 人あたりの町内消費額

前回計画の現状値(2018 年)	前回計画の目標値(2024 年)	実績値(2023 年)
平均 3,609 円	平均 3,800 円	平均 6,973 円
コメント	・「愛荘町観光客 1 人あたりの町内消費額」は、実績値を測定した観光意識調査(2023 年実施)の時期と本町が消費喚起施策として実施した PayPay25%還元キャンペーンの時期が重なっていたため、目標を大きく上回っています(目標対比+83.5%)。	

(4) 住民が「観光地として愛荘町に魅力を感じる」割合

前回計画の現状値(2018 年)	前回計画の目標値(2024 年)	実績値(2023 年)
5.3%	15.3%	23.8%
コメント	・金剛輪寺のライトアップやスイーツライドなどの観光施策を充実させたことにより、「住民が『観光地として愛荘町に魅力を感じる』割合」は目標を上回りました(目標対比+8.5 ポイント)。	

2. 前回計画のアクションプランの評価

前回計画である、愛荘町観光物産振興計画(2020～2024年度)で設定したアクションプランの評価は、以下の通りです。

実施区分	○：実施済の施策	×：未実施の施策
------	----------	----------

(1) 体験型・交流型要素を取り入れた着地型観光の推進

① 宇曽川周辺の自然・水の利活用

具体的施策	●宇曽川溪谷等の自然環境を舞台にした子ども体験メニューの造成	自然観察会 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・秋の草花ときのご観察会 ・自然観察会(ホテルの観察会、宇曽川溪谷秋の観察会)	
実施主体	行政(町)	
備考	重点	
評価	・愛荘町の自然の魅力を感じてもらい、子どもたちの自然環境や生物に関する関心向上に努めた。	

具体的施策	●宇曽川渓谷ウォーキングツアー	宇曽川渓谷ハイキングにおけるモデルコース  
実施区分	○	
代表的な実施事業	・宇曽川渓谷ウォーキング	
実施主体	観光ボランティアガイド協会	
備考		
評価	・さわやかまちづくり推進会議による自然ウォークラリーを実施した。 ・宇曽川渓谷ハイキングにおけるモデルコースの設定を行った。	

具体的施策	●「愛荘八景(仮)」の選定・発信	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

具体的施策	●フットパスツーリズムの推進	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

具体的施策	●ふるさと交流体験	ふるさと交流体験 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・ あいしょう農交愛ランド協議会	
実施主体	農交愛ランド協議会	
備考		
評価	・ あいしょう農交愛ランド協議会と連携して、ふるさと料理体験などを行い、生活文化・食文化の発信や、地元住民の誇りや郷土愛を醸成した。	

具体的施策	●湖東三山自然歩道の周知啓発等	愛荘町ガイドマップ 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・愛荘町ガイドマップへの掲載	
実施主体	行政(町)	
備考		
評価	・商談会においての旅行会社へのPR活動による啓発や、愛荘町ガイドマップへ掲載し、周知に努めた。	

② 産業・歴史文化の体験交流プラン造成

具体的施策	●子ども向け自由研究型ワークショップ	キッズ「夏休み体験イベント」 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・キッズ「夏休み体験イベント(麻のワークショップ)」の開催	
実施主体	近江上布伝統産業会館	
備考		
評価	・滋賀県麻織物工業協同組合主催の小学生を対象とした麻のワークショップを開催した。	

具体的施策	●宿泊型体験プランの造成	織人短期研修 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・「近江上布×愛荘町」織人短期研修	
実施主体	近江上布伝統産業会館	
備考	重点	
評価	・滋賀県麻織物工業協同組合主催の3日間連続の織人短期研修を開催する宿泊型体験プランを造成した。	

具体的施策	●伝統工芸・産業の企画展示	びんてまり展 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・企画展「びんてまり展」の開催	
実施主体	行政(町)	
備考		
評価	・県の伝統的工芸品指定の「愛知川びん細工手まり」の企画展を開催し、歴史や制作工程をPRした。	

具体的施策	●伝統工芸・産業同士のコラボの促進	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

具体的施策	●共通テーマに基づく体験型ツアーの造成	「地域の職人」を訪ねて 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・東近江市・近江八幡市・愛荘町連携企画「『地域の職人』を訪ねて」	
実施主体	観光協会、行政(広域連携)	
備考	新規	
評価	・近隣市と連携した体験型ツアーを造成した。	

具体的施策	●地域の伝統行事への観光客参画の仕組みづくり	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

③ 中山道周辺地域の再活性化

具体的施策	●空き家・空き店舗を活用した起業および事業継承、移住の推進	空き家等利活用モデルの検討 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・空き店舗等実態調査、空家等利活用モデルの検討	
実施主体	行政(町)	
備考	重点	
評価	・愛荘町商工会による「空き店舗等実態調査」、および追手門学院大学による「空家等利活用モデルの検討」を行った。	

具体的な施策	●観光周遊ルートの開発	観光モデルコース（ドライブルート） ※詳しいことや困ったことがあれば「愛荘町観光サイト」へGO!
実施区分	○	
代表的な実施事業	・愛荘町観光周遊ルートの開発	
実施主体	行政(町)	
備考	重点	
評価	・観光モデルコースとして、ウォーキングルート、サイクリングルート、ドライブルートを設定した。	

具体的施策	●人が集い交流する仕掛けづくり	愛知川宿ふれあいマーケット
実施区分	○	
代表的な実施事業	・愛知川宿ふれあいマーケット	
実施主体	行政（指定管理者）	
備考		
評価	・中山道愛知川宿に人が集うきっかけを作るため、愛知川宿ふれあいマーケットなどのマルシェを開催した。	

具体的施策	●中山道愛知川宿の歴史を学ぶまちあるき	歴知散歩 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・観光ボランティアガイド「歴知散歩」	
実施主体	観光ボランティアガイド協会	
備考		
評価	・愛荘町観光ボランティアガイド協会と連携して、愛荘町の歴史や魅力を、まちあるきを通じて体感してもらう「歴知散歩」を開催した。	

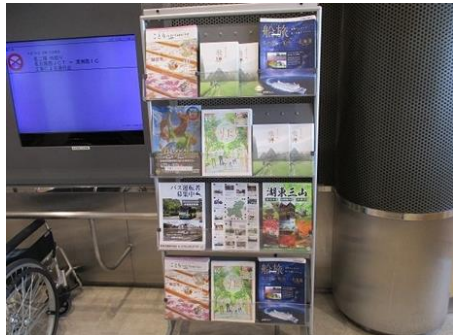
具体的施策	●中山道ならではの土産品の開発	愛荘町商工会による特産品開発の歴史 これまでの特産品開発の歴史 平成22年度66うどん66山芋ぼうろ 平成23年度あしよさん（愛荘町キャラクター）着ぐるみ 平成24年度あしよさんストラップ、66マーチ 平成25年度66そば、66市場「i-showモール」の開設 平成26年度66そうめん 平成28年度66びんてまりクッキー 平成30年度66びんてまりびんず 令和元年度66びんず 「きなこ味・七味醤油味・シナモン味・さとう味・プレーン味」 令和2年度愛荘豆あられ「しょうゆ味」 令和3年度フリーズドライ味噌汁「うまっ」
実施区分	○	
代表的な実施事業	・商工会、観光協会等における商品開発の実施	
実施主体	商工会、観光協会	
備考	新規	
評価	・愛荘町商工会を軸として、愛荘町の特産品開発を継続的に実施した。	

(2) 観光客に選ばれ続けるため、オンリーワンの魅力を発信

① 観光資源の価値の理解を深めるビジュアル重視の発信

具体的施策	●ホームページやSNSを活用した 情報発信	民間事業者によるSNSショート動画(紅葉) 動画1 3.4万再生  動画2 2万再生  動画3 1.8万再生  動画4 1.7万再生 
実施区分	○	
代表的な 実施事業	・愛荘町、愛荘町観光協会、びわこ ビクターズビューロー等における 情報発信	
実施主体	観光協会、行政(町)	
備考	重点	
評価	・民間事業者のノウハウを活かした情報発信を行い、愛荘町の認知度の向上を行った。	

具体的施策	●訴求力のある写真や動画を使った 観光PR	観光プロモーション動画(手仕事(技)編)  
実施区分	○	
代表的な 実施事業	・観光プロモーション動画の作成	
実施主体	行政(町)	
備考	重点	
評価	・2022年度(令和4年度)に観光プロモーション動画の作成を行った。 ・観光プロモーション動画(手仕事(技)編)は、第5回日本国際観光映画祭のファイナリストに残ることができた。	

具体的施策	●高速道路、道の駅の広報媒体の活用	広告媒体 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・ S A、県内道の駅、ここ滋賀等へ 広告媒体を設置	
実施主体	観光協会、行政(町)	
備考		
評価	・ 高速道路 S Aや県内他市町の道の駅、ここ滋賀等の広告媒体を活用した広報活動を行った。	

具体的施策	●メディア活用の連携による情報発信	愛荘町ふるさと大使：ダイアン 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・滋賀ロケーションオフィスとの連携	
実施主体	観光協会、行政(町)	
備考		
評価	・滋賀ロケーションオフィスと連携して、ドラマやテレビ番組の誘致を図った。 ・テレビ番組のロケをきっかけに、本町出身のダイアンが「愛荘町ふるさと大使」に就任した。	

② ストーリー重視のワンチーム化

具体的施策	●町内資源のネットワーク化	愛荘町スイーツライド 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・デジタルスタンプラリー ・愛荘町スイーツライド	
実施主体	行政(町)	
備考	重点	
評価	・J A F (日本自動車連盟)と連携したデジタルスタンプラリーや愛荘町スイーツライドを通じて町内資源のネットワーク化を行い、町内の周遊を誘発した。	

具体的施策	●広域連携の促進	湖東三山観光振興連絡会 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・湖東三山観光振興連絡会等における広域連携の実施	
実施主体	観光協会、行政(町)	
備考	重点	
評価	・湖東三山観光振興連絡会と連携し、湖東三山とその周辺地域を巡る紅葉シャトルバスを運行した。 ・びわこ湖東路観光協議会と連携して、湖東地域の観光スポットを巡るARスタンプラリー(妖怪封印ARラリー)を実施した。	

(3) 愛荘町の魅力を再発見・新発見

① 地域資源の魅力を住民への浸透

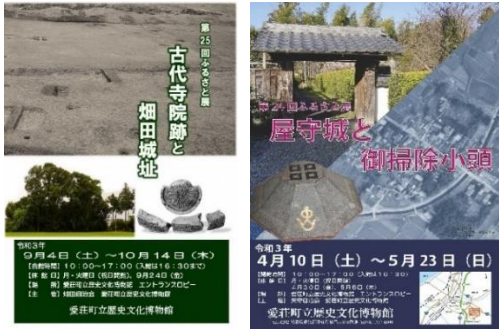
具体的施策	●子ども観光ボランティアガイドの育成	あいしょうジュニア魅力探検隊で制作した観光ガイドマップ 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・子ども観光ガイド「あいしょうジュニア魅力探検隊」	
実施主体	行政(町)	
備考	重点	
評価	・2020年度(令和2年度)より、子ども観光ガイド「あいしょうジュニア魅力探検隊」結成し、子どもたちが地域資源に触れることで、地域への愛着や誇りの醸成につなげた。	

具体的施策	●愛荘町の歴史文化・産業等を学ぶ 町民講座やツアーの開催	歴史文化博物館講演会 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・ 歴史文化博物館講演会	
実施主体	観光ボランティアガイド協会	
備考		
評価	・学芸員等の専門家の解説による講演会を行い、住民への地域の魅力の浸透を図った。	

具体的施策	●小中学生に対する地域学習の一本化	郷土学習 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・地域資源を活かした郷土学習	
実施主体	行政(町)	
備考	新規	
評価	・愛知川地域の子どもたちによる依智秦氏の里古墳公園の見学、秦荘地域の子どもたちのびん手まりの見学など、地域に捉われない郷土学習を実施した。	

具体的施策	●後継者育成の取組	夏休みびんてまり教室 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・夏休みびんてまり教室	
実施主体	観光協会、行政(町)	
備考	重点	
評価	・子どもを対象に夏休みびんてまり教室を開催するなど、次世代を担う後継者の育成につながる取り組みを実施した。	

具体的施策	●違った角度からの歴史文化の魅力 発信	金剛輪寺名称庭園ライトアップ 
実施区分	○	
代表的な 実施事業	・ 金剛輪寺名称庭園ライトアップ ・ 宝満寺プロジェクションマッピング &ライトアップ ・ 八幡神社ライトアップ&イルミネ ーション	
実施主体	観光協会、民間事業者、行政(町)	
備考	重点	
評価	・ (一社)愛荘町観光協会などと連携し、町内の神社仏閣のライトアップやプロジェク ションマッピングを行った。	

具体的施策	●集落にある自慢の宝をPRいただく機会の提供	歴史文化博物館「ふるさと展」
実施区分	○	
代表的な実施事業	・歴史文化博物館「ふるさと展」の実施	
実施主体	行政(町)	
備考		
評価	・愛荘町立歴史文化博物館で「ふるさと展」を開催し、郷土の宝のPRを行った。	

具体的施策	●愛荘町に残る昔話の紙芝居による 伝承	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

具体的施策	●プランターによるやまいも栽培体験	「秦荘のやまいも」プランター栽培 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・「秦荘のやまいも」プランター栽培	
実施主体	農交愛ランド協議会	
備考	新規	
評価	・あいしょう農交愛ランド協議会や秦荘やまいも振興会と連携し、秦荘東小学校4年生、愛知高等養護学校1年生を対象に、町の伝統野菜である「秦荘のやまいも」のプランター栽培体験(5月)、および収穫体験(11月)を実施した。	

② 地域の歴史文化の伝道師育成

具体的施策	●観光ボランティアガイドの育成	研修 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・研修等の実施	
実施主体	観光ボランティアガイド協会	
備考	重点	
評価	・会員の知識・ガイド能力等の向上を目指し、県内外を問わず様々な研修を実施した。	

具体的施策	●観光ボランティアガイドの会員 拡大・主要観光施設での常駐	愛荘町観光ボランティアガイド募集講座   
実施区分	○	
代表的な 実施事業	・新規会員募集講座の実施	
実施主体	観光ボランティアガイド協会	
備考		
評価	・愛荘町観光ボランティアガイド協会と連携し、観光ボランティアガイドの新規獲得 を目指して、講座やガイド体験を行った。	

具体的施策	●地域特有の言葉遣い(方言)を使ったおもてなし	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

具体的施策	●伝統工芸・産業にかかる後継者の育成	愛荘町ふるさと体験塾 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・愛荘町ふるさと体験塾 ・びん細工手まり講習会	
実施主体	観光協会、行政(町)	
備考		
評価	・町内外の方々にびん細工手まりの制作をする機会を提供し、後継者の育成に向けた取り組みを行った。	

具体的施策	●若年層のアイデアの活用	子ども議会 
実施区分	○	
代表的な 実施事業	・ 愛荘町子ども議会の開催	
実施主体	行政(町)	
備考	新規	
評価	・ 町内の小・中学生を対象に「愛荘町子ども議会」を開催し、未来を担う子どもたちに町の仕事や議会の仕組みを理解してもらおうと同時に、若年層のアイデアを活用して、町づくりの参考とした。	

(4) 観光ニーズに合った物産の開発と提供

① 地域食材を利用した新しい特産品づくり

具体的施策	●愛荘町の食材を活かした特産品 コンテスト	愛荘町新名物コンテスト 新商品完成発表会 
実施区分	○	
代表的な 実施事業	・愛荘町新名物コンテスト	
実施主体	町民・民間事業者、行政(町)	
備考	重点	
評価	・愛荘町に新たな名物を誕生させるべく 2020 年度(令和 2 年度)に「技あり！スイーツ」をテーマに「愛荘町新名物コンテスト」を開催し、最優秀賞レシピ 2 作品を「愛知川ふれあい本陣」「湖東三山館あいしょう」で商品化した。	

具体的施策	●町内観光施設・事業者と連携したオリジナル商品開発	商工会商品 
実施区分	○	
代表的な実施事業	・愛荘町商工会における即席 66 うどんの開発	
実施主体	商工会	
備考		
評価	・愛荘町商工会と連携し、愛荘町の特産品として定着してきた 66 うどんを手軽に家庭で楽しんでもらえるよう、2022 年度(令和 4 年度)に「即席 66 うどん」の開発を行った。	

具体的施策	●町特産品を味わえる食事場所の 拡大	
実施区分	×	
備考		
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

具体的施策	●地元学生と連携した商品開発	
実施区分	×	
備考	新規	
評価	・新型コロナウイルス等感染症の影響で実施を見送った。	

第5章 第2次愛荘町観光物産振興計画の方向性

1. 基本方針とメインターゲット

基本方針

まちの魅力を、知って、見て、味わう
～愛荘町一丸となった観光まちづくり～

本町には、宇曽川溪谷に代表される「自然景観」や国宝や伝統的工芸品などの「歴史・伝統工芸・伝統産業」、やまいもやお米に代表される「農産物・食文化」など、独自性の高い観光資源を数多く有しています。しかし、これらの観光資源は認知度が低く、また1つ1つの観光資源は認知されていても、それが「愛荘町の観光コンテンツ」であるということはいまだ知られていません。そのため、本計画では本町が持つ魅力を広く浸透させ、本町の魅力を「知って」「見て」「味わう」ことで、観光客が本町を「面白い」と感じるような取り組みを充実させます。

また、各施策においては、観光関連事業者や観光関連団体、行政がそれぞれ個別に取り組むのではなく、町民も関わることでできる形で取り組むことで、町民の本町に対する愛着や誇りの醸成へつなげます。具体的には、「愛荘の日」を設定して、同じ日に町内各地で様々なイベントの開催を検討するなど、愛荘町一丸となった観光まちづくりを推進します。

メイン ターゲット

個人旅行者(町民の町内観光を含める)

本町では、コロナ禍前まではバス旅行やツアー旅行などの団体旅行者の増加に力を入れていましたが、団体旅行者を受け入れできる施設数の少なさや道路や駐車場などの整備が課題となり、また、コロナ禍による団体旅行者の大幅減少もあって、現在の本町を訪れている観光客は大半が個人旅行者となっています。また、町内の観光資源も個人旅行者を対象としている施設が多いことから、本計画では個人旅行者をメインターゲットに設定します。

本町には、「国宝・金剛輪寺」や「国の伝統的工芸品・近江上布」をはじめ、「県の伝統的工芸品・びん細工手まり」、「豊満神社」、「中山道愛知川宿」、「宇曽川溪谷」などの観光資源があるものの、町民向けのアンケート調査では観光資源として魅力を感じている割合は低く、町民に対してもPRや周知が課題となっています。そこで、メインターゲットには町民を含めます。

以上より、本計画期間はメインターゲットである個人旅行者に対する観光施策を強化するとともに、本町の魅力を町内外へ積極的にPRします。特に町民に向けては、町外から移住したファミリー層や次世代を担う子どもだけではなく、あらゆる世代に本町の魅力を認知してもらい、また、町民自身に賑わいを実感してもらうことで、本計画策定の目的である「地域経済の活性化」「観光まちづくりの機運醸成」「移住・定住の促進」につなげます。一方で、団体旅行者やインバウンドをターゲットにした観光施策に関しては、インフラ整備を含めた、長期的な目線で進めます。

2. 観光振興における数値目標(KPI)

本町の観光振興の推進を図り、施策効果の検証を行うための目標として、以下の数値を設定します。

●観光入込客数(延べ)

実績値：【2018年(平成30年)】405,000人 → 【2023年(令和5年)】286,415人

目標 【2029年(令和11年)】405,000人

※コロナ禍の影響で落ち込んだ観光入込客数を、コロナ禍前の水準(2018年:405,000人)へ回復させることを目指す。

●観光消費額

実績値：【2018年(平成30年)】247,066,430円 → 【2023年(令和5年)】337,588,200円

目標 【2029年(令和11年)】286,485,480円

※観光消費額の計算方法

- ・観光入込客数(実人数) = 観光入込客数(延べ) ÷ 1.58 地点(観光客の県内での平均訪問地点 ※2021年度 滋賀県調査)
- ・観光入込客数(団体数) = 観光入込客数(実人数) ÷ 平均3.4人(同行人数)
- ・観光消費額 = 観光入込客数(団体数) × 平均3,800円(町内消費額)

●愛荘町観光客1人あたりの町内消費額

実績値：【2018年(平成30年)】平均3,609円 → 【2023年(令和5年)】平均6,973円

目標 【2029年(令和11年)】平均3,800円

※現状値を測定した観光意識調査(2023年実施)において、調査時期と本町が消費喚起施策として実施したPayPay25%還元キャンペーンの時期が重なっており、町内消費額が大きく上振れしている。

※そのため、2018年の平均3,609円をベースとしたうえで、前回計画の目標値である平均3,800円(5%アップ)を目指すもの。

●住民が「観光地として愛荘町に魅力を感じる」割合

実績値：【2018年(平成30年)】5.3% → 【2023年(令和5年)】23.8%

目標 【2029年(令和11年)】25.0%

※住民の4人に1人が「観光地として愛荘町に魅力を感じる」ことを目指す。

3. 計画の体系

基本方針	まちの魅力を、知って、見て、味わう ～愛荘町一丸となった観光まちづくり～
メインターゲット	個人旅行者(町民の町内観光を含める)

基本方針の柱	主要施策	施策の方向性
愛荘を“知る”	町民がまちの魅力を 知る	町民への町内観光資源の認知度向上
		町民が楽しむ観光・物産イベントの企画
	観光客が愛荘町を 知る	まちを光らせる観光・物産施策の展開
		効果的な広報PR活動の実施
愛荘を“見る”	東部エリアを 見る	自然や歴史の魅力を最大限に活かせる環境整備
		湖東三山館あいしょうを軸としたまちの魅力発信
	中山道エリアを 見る	愛知川駅を軸とした観光・物産施策の展開
		中山道愛知川宿街道交流館(愛知川ふれあい本陣)を中心とした「未来の中山道」づくりの推進
愛荘を“味わう”	景色・四季を 味わう	まちの風物詩の検討
		自然を味わえるスポットの創出・発信
	名物・物産を 味わう	まちの農作物等を活かした新たな特産品の開発
		かまどを軸とした観光戦略の実施
	体験型コンテンツを 味わう	農業や自然を活かした体験型コンテンツの実施
		伝統的な文化・工芸・産業体験のさらなる推進

4. 展開する施策の方向性

基本方針の柱 1 愛荘を“知る”

① 町民がまちの魅力を知る

町民に本町の魅力を認知・再発見してもらうことで、町民の本町に対する愛着や誇りの醸成へとつなげます。また、町民が町内で休日を楽しむための観光・物産イベントを企画するなど、「町民が観光地として愛荘町に魅力を感じられる」施策を推進します。

ア. 町民への町内観光資源の認知度向上

施策の方向性

- ・観光ボランティアガイド・子どもボランティアガイドの育成・会員拡大
- ・愛荘町の歴史文化・産業等を学ぶ町民講座やツアー、小中学生の地域学習の推進
- ・SNS等を活用した町民に対する観光・物産情報の発信

イ. 町民が楽しむ観光・物産イベントの企画

施策の方向性

- ・町内のファミリー世帯を対象としたイベントの充実
- ・町民の年代に応じた観光プログラムの充実

② 観光客が愛荘町を知る

町外の観光客が本町を認知できるよう、本町を光らせるオリジナルの観光・物産施策を展開します。また、町全体で協力した情報発信やメディアとの積極的な連携などを行い、効果的な広報PR活動を実施します。

ア. まちを光らせる観光・物産施策の展開

施策の方向性

- ・愛荘町を目的とした観光客の増加
- ・町全体を巻き込んだ愛荘町オリジナルの観光・物産施策の展開
- ・町内の観光資源をつなぎ、周遊できる取り組みの推進

イ. 効果的な広報PR活動の実施

施策の方向性

- ・町民や町内事業者、各種団体、行政等が一体で行う効果的な情報発信の推進
- ・「愛荘町」の知名度を向上させる町外への積極的なPR
- ・広報PRにおけるメディアの積極的な活用

基本方針の柱 2 愛荘を“見る”

① 東部エリアを見る

東部エリアの魅力である自然や歴史を最大限に活かせる環境整備を目指します。また、「湖東三山館あいしょう」を東部エリアの観光の拠点と捉えたうえで、本施設を起点とした町内周遊ができる仕組みを構築します。

ア. 自然や歴史の魅力を最大限に活かせる環境整備

施策の方向性

- ・宇曾川溪谷などの自然を安心して満喫できる体制の整備
- ・歴史・文化遺産の魅力をさらに上げる取り組みの推進

イ. 湖東三山館あいしょうを軸としたまちの魅力発信

施策の方向性

- ・湖東三山館あいしょうを起点とした町内の周遊ができる仕組みづくり
- ・指定管理者との連携による湖東三山館あいしょうの観光入込客数増加
- ・湖東三山P.A.、湖東三山スマートICのさらなる利用促進

② 中山道エリアを見る

中山道エリアでは、鉄道利用者の玄関口である「近江鉄道・愛知川駅」を軸とした観光・物産施策を展開します。また、「中山道愛知川宿街道交流館(愛知川ふれあい本陣)」を中山道エリアの観光の拠点と捉え、本施設を中心として「未来の中山道」づくりを推進します。

ア. 愛知川駅を軸とした観光・物産施策の展開

施策の方向性

- ・愛知川駅周辺の景観整備の推進
- ・図書館を活用した賑わいの創出

イ. 中山道愛知川宿街道交流館(愛知川ふれあい本陣)を中心とした

「未来の中山道」づくりの推進

施策の方向性

- ・歩行者が安心して回遊できる中山道づくりの推進
- ・指定管理者との連携による中山道愛知川宿街道交流館(愛知川ふれあい本陣)の観光入込客数増加
- ・歩行者が足を止めるような宿場町としての風情の醸成

基本方針の柱 3 愛荘を“味わう”

① 景色・四季を味わう

本町の景色・四季を感じることができ、町内全体で一丸となれる町の新たな風物詩を検討します。また、自然を味わえる観光スポットの創出・発信を支援することで、本町が持つ風景の魅力の新発見・再発見につなげます。

ア. まちの風物詩の検討

施策の 方向性	・ 町民や町内事業者、各種団体、行政等が一体で実施する新たなイベントの検討・実施 ・ 新たなイベントの継続実施による、まちの新たな風物詩の創出
------------	--

イ. 自然を味わえるスポットの創出・発信

施策の 方向性	・ 四季を味わえる観光スポットの充実 ・ 自然を活かした「映えスポット」の創出・発信支援
------------	---

② 名物・物産を味わう

まちの農作物等を活かした新たな特産品の開発を支援することで、名物・物産の充実に努めます。また、かまどを軸とした観光戦略を実施することで、本町の持つ歴史や文化を観光客誘致につなげます。

ア. まちの農作物等を活かした新たな特産品の開発

施策の 方向性	・ 愛荘町ブランドを題した特産品の開発支援 ・ 愛荘町のお米を軸とした新たな特産品の開発促進
------------	---

イ. かまどを軸とした観光戦略の実施

施策の 方向性	・ かまど体験などの新たな観光コンテンツの開発支援 ・ かまど炊き文化のPRによる観光誘客の実施
------------	---

③ 体験型コンテンツを味わう

本町の自然や伝統的な文化・工芸・産業を活かした体験型コンテンツを充実させることで、本町のファンを増やし、観光客のリピートにつなげます。また、町内外の「愛荘町ファン」を増やすことにより、これまで町内で培われてきた歴史や文化の継承にもつなげます。

ア. 農業や自然を活かした体験型コンテンツの実施

施策の 方向性	・ ふるさと交流体験など農業体験のさらなる推進 ・ 自然を活かした体験型コンテンツの拡充
------------	---

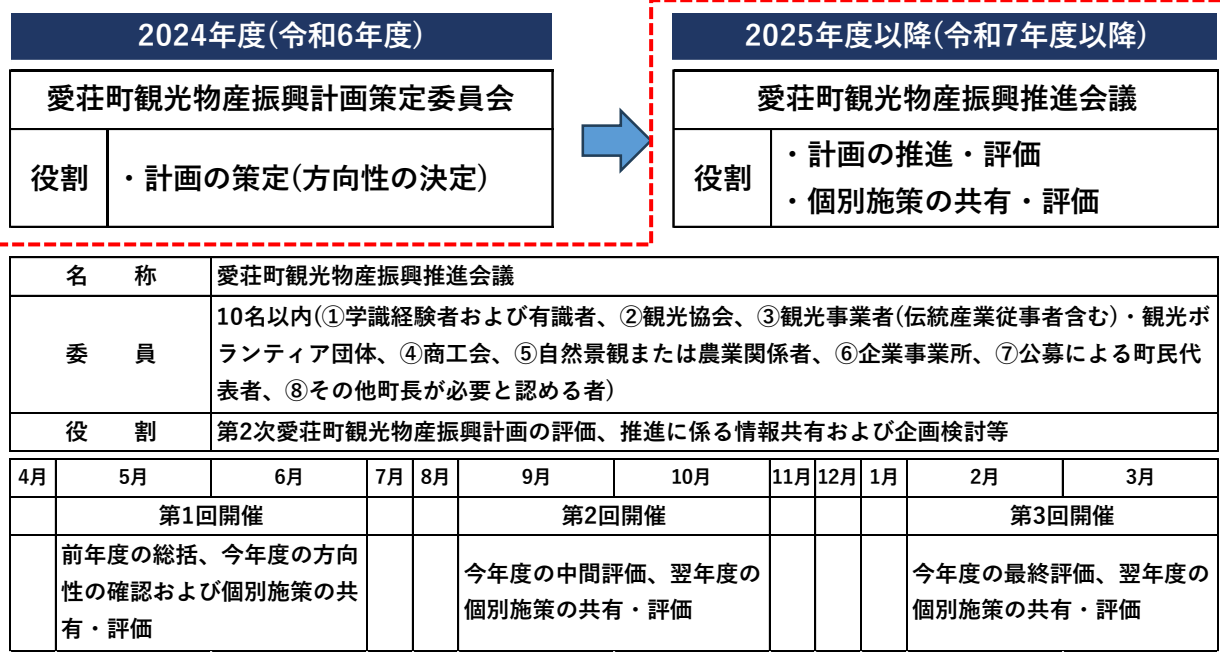
イ. 伝統的な文化・工芸・産業体験のさらなる推進

施策の 方向性	・ 近江上布、びん細工手まりなど伝統的工芸品の体験型コンテンツ増加 ・ 伝統的な文化・工芸・産業の担い手増加に向けた取り組み
------------	---

第6章 計画推進・評価体制

1. 計画推進・評価体制

本計画で掲げた数値目標(K P I)等の進捗状況について、観光に携わる各種団体や庁内関係各課が連携を密にしたネットワーク(愛荘町観光物産振興推進会議)により、ロードマップ等を用いて、毎年度、確認・検証を図ります。その際、計画の進捗状況を分かりやすく示すため、必要に応じて意識調査の実施や評価体制の見直しを行います。



2. 観光における各実施主体の役割

観光における各実施主体の役割は、以下の通りです。

愛荘町観光物産振興推進会議	・本計画の評価、推進に係る情報共有および企画検討等を行う。
行政(町)	・町内の観光関連事業者・団体の観光施策・事業の全体像を把握し、各実施主体の調整・サポートを行う。 ・観光施設や観光拠点の整備・維持管理や、観光振興を行うために必要なインフラ整備・規制緩和等を行う。 ・町の関係部局や国、県、他市町等と連携を図る。
観光関連団体(観光協会・商工会等)	・本町の観光振興を中心的に推進し、町全体の観光施策・事業を実施する。 ・町内の観光関連事業者を取りまとめ、観光関連事業者が行う事業のサポートを行う。
観光関連事業者(民間事業者等)	・本町の魅力を観光客へ伝えることで、本町のファンを増やす役割を期待する。
町民	・本町の観光資源の理解を深めて誇りや愛着を持ち、町外からの観光客へその価値を伝えることを期待する。

資料編

1. 愛荘町観光物産振興計画策定委員会の審議経過

	開催日時・場所	内容
第1回	日時：2024年8月28日(水) 13:30~15:30 場所：愛荘町役場 愛知川庁舎3階 第4会議室	・委嘱状の交付 ・委員長および副委員長の選出 ・諮問 ・本計画の位置付けおよび策定スケジュールについて ・まちの現状と課題および現行計画の振り返りについて ・次期計画の方向性について
第2回	日時：2024年9月25日(水) 13:30~15:30 場所：ゆめまちテラスえち 2階ホール	・骨子(案)について ・ワークショップ
第3回	日時：2024年10月30日(水) 13:30~15:30 場所：中山道愛知川宿街道交流館(愛知川ふれあい本陣)	・骨子(案)について ・計画の評価方法(案)について ・KPI(案)について
第4回	日時：2024年12月11日(水) 13:30~15:30 場所：愛荘町役場 本庁舎3階 第4会議室	・基本方針について ・素案について
第5回	日時：2025年1月30日(水) 10:00~11:15 場所：ゆめまちテラスえち 2階ホール	・計画(案)の確認について ・計画(案)の意見公募(パブリックコメント)について
第6回	日時：2025年3月24日(月) 13:30~15:00 場所：愛荘町役場 本庁舎3階 第4会議室	・意見公募(パブリックコメント)の結果について ・計画(案)の決定について ・次年度以降の各団体等の取り組みについて

2. 愛荘町観光物産振興計画策定委員会 委員名簿

	氏 名	所 属	備 考
学識経験者	上田 雄三郎	滋賀大学 社会連携センター 特命教授	委員長
観光関係者	西村 正司	愛荘町商工会 会長	
	山田 康義	一般社団法人愛荘町観光協会 代表理事	
	岡部 正治	愛荘町観光ボランティア協会 会長	副委員長
	濱中 大樹	松峰山金剛輪寺 住職	
	田中 由美子	滋賀県麻織物工業協同組合 事務局長	
	中川 博史	中央旅行株式会社 代表取締役	
	大橋 良造	豊満神社 宮司	
	水野 浩伸	株式会社コクヨ工業滋賀 シニアアドバイザー	
	伊藤 大介	近江鉄道株式会社 鉄道部 鉄道営業課	
	村上 大喜	継ノ農園	
	久保田 優子	くよもん農園	
	川嶋 佐智子	風のマルシェ実行委員会	
	中尾 晋	愛荘町地域おこし協力隊 隊員	
	磯部 美季	愛荘町地域おこし協力隊 隊員	
行政関係者	小川 亜希子	愛知川びんてまりの館 参事	

	氏 名	所 属	備 考
事務局	北川 三津夫	愛荘町 産業政策監兼商工観光課長	
	野々村 直幸	愛荘町 商工観光課 課長補佐	
	浦部 純樹	愛荘町 商工観光課 主任	
	上野 直人	愛荘町 商工観光課 主任	

第 2 次愛莊町観光物産振興計画

策 定 年 月	2025 年(令和 7 年)3 月
編 集 ・ 発 行	愛 莊 町 商 工 観 光 課
	〒529-1380 滋賀県愛知郡愛莊町愛知川 72 番地
	TEL 0749-42-8017
	FAX 0749-42-6090
	Mail shoko@town.aisho.lg.jp
	URL https://www.town.aisho.shiga.jp



滋賀県 愛莊町