

# 滋賀の観光フロンティア・経済イノベーション構想

「滋賀県は、なぜ観光資源を活かしきれていないのか？  
そのため、知名度が低くブランド価値が上がらないのではないか？」

## 京都観光経営学講座演習論文

中山 隆之

第1章 はじめに

第2章 観光入込客数から見る－観光資源・知名度・ブランド力

第3章 滋賀県の観光資源活性化

第4章 滋賀県の観光フロンティア計画仮説検証

第5章 滋賀県のIR誕生による経済イノベーション仮説検証

第6章 まとめ

## 第1章 はじめに

現在、日本を取り巻く環境は、少子高齢化による人口減少、労働者不足。また、経済に於いてもグローバル化、デフレの進行、AIの参入など社会や企業に大きな変化をもたらしている。

日本の観光産業に於いても、観光庁の2017年統計によると、訪日外国人旅行者数が2,869万人まで増加し、観光消費額も4兆4,161億円と過去最高となった。

政府は、観光を成長戦略の柱とし地方創生の推進を図るため、平成29年度より新たに「観光立国推進基本計画」を閣議決定し、平成32年までに国内旅行消費額を21兆円、訪日外国人旅行者数を4,000万人、訪日外国人旅行消費額を8兆円にする等の目標を掲げた。

「世界が訪れたい日本」への飛躍を図るための計画が示された。

※国土交通省 観光庁ホームページより

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

### 1-1 研究の背景

滋賀県は、日本のほぼ中心に位置し、日本一の大きさを誇る琵琶湖を有する。また、世界文化遺産の比叡山延暦寺や国宝の彦根城を代表とする国宝・重要文化財の総数では、全国第4位の他、歴史的街並みや豊かな自然と様々なアクティビティ体験が可能である。それでありながら、滋賀県は、なぜ知名度が低くブランド価値が上がらないのか。それは、観光資源を活かしきれていないからではないか。

滋賀に隣接する京都は、観光資源を最大限に活かし、今や日本国内はもとより世界中から観光客が集まる世界ブランドとなった。

滋賀県がこれから将来、観光客を増やし観光産業に生き残るためには、観光資源の価値創造と、新たな需要を喚起する事が不可欠だと考える。また、これらの実現が滋賀県経済の活性化、将来起こりうる問題・課題の解決に繋がり、経済イノベーションが生まれると考える。

### 1-2 研究の課題と目的

滋賀県が観光資源を活かしきれていない理由を解明するとともに、その要因により滋賀県の知名度が上がらず、ブランド力の向上や価値創造が出来なくなっているのか、どうすれば滋賀県に観光客が多く訪れてくれるのかを検証する。

また、滋賀県が抱える課題である、少子高齢化、雇用問題、若者の人口流出、県の財政などに対し解決策を講じる。

### 1-3 研究方法の整理及び本研究の位置づけ

滋賀県の観光資源を見直し、それぞれの観光地、施設の魅力を再確認するとともに、なぜ滋賀県の観光客数が隣接する京都府と比べて少ないのか、観光庁（観光白書）、滋賀県HP、京都府・京都市HP・観光に携わる書籍・Web・Wikipediaなどの情報を元に整理する。また、滋賀県の観光に携わる官民の方たちへ、滋賀県の魅力・観光への関心・将来への想い・滋賀県の現状と将来に向けての問題・課題などについてのインタビューを行い分析する。

本研究において、観光客の視点、ニーズを探求し観光資源の活性化が知名度、ブランド力向上に結び付くという仮説を立て、新たな観光分野が経済再生に繋げられるのかを検証する。

## 第2章 京都府との比較から見る－観光資源・知名度・ブランド力

### 2-1 滋賀県・京都府 － 主要統計比較

【図1】

	滋賀県	京都府	差異	比率
人口総数	1,410,777人	2,636,092人	▲1,225,315人	53,5%
総面積	4,017,38	4,612,20	▲59,482	87,1%
納税義務者集	618,280人	1,079,650人	▲461,370人	57,2%
事業所数	60,746事業所	131,275事業所	▲70,529事業所	46,2%
従業員数	665,373人	1,269,015人	▲603,642人	52,4%
商業事業所数	10,231事業所	21,806事業所	▲11,575事業所	46,9%
歳入決算総額	506,830百万円	950,915百万円	▲444,085百万円	53,2%
歳出決算総額	500,661百万円	943,465百万円	▲442,804百万円	53,0%
地方税	161,414百万円	285,135百万円	▲123,721百万円	56,6%
労働人口	709,602人	1,300,144人	▲590,542人	54,5%
就業者数	673,612人	1,219,370人	▲545,758人	55,2%
雇用者数	547,130人	902,860人	▲355,730人	60,5%
自市区町村で従事している従業者数	375,501人	572,259人	▲196,758人	65,6%
小売店数	10,743事業所	23,099事業所	▲12,356事業所	46,5%
飲食店数	4,699事業所	13,325事業所	▲8,626事業所	35,2%
標準財政規模	319,583百万円	522,432百万円	▲202,849百万円	61,1%

※国土交通省 観光庁ホームページより

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

【図1】では、滋賀県と京都府の総面積は、滋賀県：4,017km<sup>2</sup>・京都府：4,612km<sup>2</sup>で87.1%と大きな差はないと見る。しかしながら人口は、滋賀県：141万人・京都府：263万人で▲122万人と滋賀県が京都府のほぼ半分である。人口が京都府と比べて少ないということは、事業所（商業事業所）・就業者数・小売店数・飲食店数等の数値が約半分から下回る数値を示している。すなわち歳入決算総額や各税収額が少なくなることが解る。

#### 観光入込客数・宿泊客数・外国人宿泊客数比較

【図2】

平成27年				
	滋賀県	京都府	差異	対比率
観光入込客数	4,794万人	8,700万人	▲3,906万人	55.1%
観光消費額	1,583億円	10,264億円	▲8,681億円	15.4%
宿泊客数	382万人	1,362万人	▲980万人	28.0%
外国人宿泊客数	36万人	316万人	▲280万人	11.0%

※国土交通省 観光庁ホームページより

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

これらの数値比較から、滋賀県と京都府の経済規模の差が明らかで、京都府は公共事業や企業の投資、観光においても様々な施設の誕生、店舗展開などが日々行われている。また、観光産業での競争から生まれる質への追及が、地域ブランドとなり、さまざまな観光施設の価値向上へと繋がり、観光客から支持され多くの人たちが訪れる京都となる。

## 2-2 歴史から見る一知名度・ブランド力とは

### 滋賀・京都の特性から見えること

滋賀は、日本列島のほぼ中央に位置することから、東日本と西日本、日本海側と太平洋側を結ぶ接点とし、古代から日本の回廊ともいべき役割を担ってきた。

県の中央にある日本最大の湖・琵琶湖は、県の面積（約4,017平方キロメートル）の6分の1を占める。琵琶湖を囲んで、古代の東海道・中山道・北国道が通り、後代には、北国街道・朝鮮人街道・御代参街道などが整備された。これらの街道の発達を通じ、中世以来の商業活動や市場の形成を促してきた。

そうしたことから、この県は商才に長けた人を多く出している。それが「近江商人」である。近江商人の経営理念は、「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」の心得。江戸時代の昔から商売のあるべき姿を確立していたのである。近江商人たちは、創業時は天秤棒を肩に全国を行商した。一定の販路と資本ができると三都（江戸・大阪・京都）をはじめ全国に出店した。

※マーケティングマニュアルゼミより

[http://kobayashi.clever.mepage.jp/cha/cha\\_2/shiga/shiga-maind.html](http://kobayashi.clever.mepage.jp/cha/cha_2/shiga/shiga-maind.html)

京都は、淀川とその支流の流れる平野に発達した 1000 余年の歴史を有する平安の古都であり、府内には、東・西本願寺、清水寺など寺院 600 余り、神社約 260 に及び、国宝の約 20%、国重文の約 15%がある。

平安京造都以来、1869 年の東京遷都まで千年以上もの間、京都は日本の政治・経済・文化の中心であった。この長期にわたって栄えた都では、日本固有の生活様式や文化が育まれ、多くの歴史的資産を残した。このように熟成された文化環境が、生活文化、ものづくり文化、芸術文化にも大きく影響を与え、常に質の高い、時代の先端を行く文化を生み続けてきた。それらの積層は、現在の京都産業の知的資産の蓄積につながっている。

※マーケティングマニュアルゼミより

[http://kobayashi.clever.mepage.jp/cha/cha\\_2/shiga/shiga-maind.html](http://kobayashi.clever.mepage.jp/cha/cha_2/shiga/shiga-maind.html)

これらから見えることは、滋賀県は日本列島のほぼ中心に位置し、主要な街道が交わる接点にあることから、行商が盛んで商売に携わる優秀な人たちは、三都をはじめ日本全国へ商売の拠点を移し事業を発展させた。

その結果、滋賀県は優秀な人材が地方へ流出し、現在上場企業 10 社といったことからもいえる。また、歴史上からも近江商人の発祥の地で、流通は盛んであったが歴史文化は根付かなかった故に、観光資源としての存在感が乏しく滋賀県の知名度、すなわちブランド力が低いと考える。

一方、京都は、1,000 年もの長期にわたり都があり政治・経済・文化の中心であった。その後、東京遷都で政治・経済は江戸へ移ったが、都があったことから歴史・文化・芸術やものづくり等がさまざまな姿で残り、現在の京都を語る上での歴史や文化、すなわち多くの観光資源が生まれ、それが京都ブランドとなり京都の奥深さを知りたい、歴史や文化に触れたいと思う人たちが、国内・世界各国から京都へ訪れその知名度は世界へと広がった。

## 2-3 京都市の観光資源を分析

【図3】

訪問動機（日本人）

目的	全体
寺院・神社、名所・旧跡	80.2
桜・紅葉等の自然	45.0
飲食	37.1
買物	23.2
博物館・美術館	17.6
文化鑑賞	7.6
夜観光	6.2
宿泊施設	5.8
人力車・川下りなどの乗り物	4.6
京都の生活、京都人との交流	4.5
文化体験	3.2
温泉	2.7
舞妓・芸妓	2.6
祭り	2.0
マンガ、アニメのポップカルチャー	0.7
スポーツ	0.3
特になし	0.1
その他	10.4

(注)複数回答のため、合計が100%とならない。

訪問動機（外国人）

目的	全体
寺院・神社、名所・旧跡	83.7
伝統文化鑑賞	46.0
桜・紅葉等の自然	29.8
飲食	25.0
舞妓・芸妓	21.0
京都の生活、京都人との交流	20.3
ショッピング	17.0
工芸制作、着付けなどの体験	11.1
博物館・美術館	10.8
温泉	10.0
マンガ、アニメのポップカルチャー	7.5
祭り	6.1
宿泊施設	3.4
ナイトライフ	2.0
人力車・川下りなどの乗り物	1.3
特になし	1.0
その他	1.0

※京都市産業観光局観光 MICE 推進室

<http://kanko.city.kyoto.lg.jp>

【図3】では、来訪動機については、日本人・外国人ともに、寺院・神社・名所・旧跡・桜・紅葉・飲食は上位を占めている。

日本人の特徴としては、買物が23,2%と観光の来訪動機としては点数が高い。

一方、外国人では、伝統文化鑑賞46,0%、舞妓・芸妓21,0%、京都の生活、京都人との交流20,3%といずれも点数が高い。また、日本人での夜観光、外国人のナイトライフなど、滋賀県には、現状ない来訪動機が京都にはたくさんあり、上位を占めていることが分かる。

【図4】

訪問地（日本人）

目的	全体
清水・祇園周辺	51.0
嵯峨嵐山周辺	48.8
京都駅周辺	44.6
河原町三条・四条周辺	29.4
東山七条周辺	21.1
銀閣寺・哲学の道・百万遍周辺	19.2
岡崎・蹴上周辺	18.5
きぬかけの路周辺	17.6
伏見周辺	11.3
西陣・北野周辺	8.6
上賀茂・鷹峯・紫野周辺	6.9
下鴨・北山周辺	6.8
二条城・壬生周辺	6.8
京都御所周辺	5.7
松尾・桂周辺	4.7
大原・八瀬周辺	4.3
烏丸御池・烏丸四条周辺	4.0
太秦・花園周辺	3.6
高雄周辺	3.3
鞍馬・貴船周辺	3.1
山科周辺	2.7
一条寺・修学院周辺	2.6
醍醐周辺	1.2
岩倉周辺	0.5
大枝・大原野周辺	0.1

訪問地（外国人）

目的	全体
清水寺	65.0
金閣寺	53.7
二条城	49.9
祇園	49.1
伏見稲荷大社	41.4
京都駅周辺	39.4
嵐山・嵯峨野	33.0
京都御所	29.9
ギオンコーナー	29.9
銀閣寺	28.8
錦市場	27.8
八坂神社	24.4
京都タワー	22.9
河原町・四条周辺	22.6
伏見	19.9
東山	15.2
南禅寺	14.1
三十三間堂	12.8
平安神宮	12.6
龍安寺	12.4
高台寺	11.6
東寺	10.3
下鴨神社	9.6
嵐山モンキーパーク	8.6
東福寺	8.4
西本願寺	8.4

(注)複数回答のため、合計が100%とならない。

※京都市産業観光局観光 MICE 推進室

<http://kanko.city.kyoto.lg.jp>

【図4】では、訪問地については、清水（寺）は日本人・外国人いずれも点数は50%以上で最も人気のスポットと言える。それ以外の特徴として、日本人は京都駅周辺・河原町三条・四条周辺の点数が高い、これを推測すると宿泊先の所在地、買い物・飲食などが考えられる。一方、外国人は神社仏閣が点数上位を占める。日本人の訪問地にないところで、特徴的な場所は、ギオンコーナー・京都タワー・嵐山モンキーパークなどがある。来訪動機同様、京都市にあって滋賀県に無いものが上位を占めている。

個別満足度（日本人） / （外国人）

【図5】

項目	大変満足	満足	やや満足	大変満足 ～ やや満足	どちらとも いえない	やや不満	不満	大変不満	平均
	7	6	5	4	3	2	1		
総合満足度 （日本人）	21.3%	48.2%	19.4%	88.9%	8.2%	1.9%	0.7%	0.3%	5.8
総合満足度 （外国人）	44.6%	45.0%	8.5%	98.1%	1.6%	0.2%	0.0%	0.1%	6.3

※京都市産業観光局観光 MICE 推進室

<http://kanko.city.kyoto.lg.jp>

【図5】では、個別満足度については、大変満足が日本人 21,3%に対して、外国人 44,6%と約倍の数字を示している。これは、それぞれが目的地に行く前の期待に対する答えだと考える。

大変満足～やや満足は、いずれも約 90%の数字で全般的には、期待を大きく裏切らず高い評価と言える。

#### 個別感動度（日本人） / （外国人）

【図6】

項目	感動があった		感動がなかった	無回答	合計
	内容の記入あり	内容の記入なし			
感動度 (日本人)	65.8%	4.2%	18.8%	11.2%	100.0%

  

項目	あった	なかった	無回答	合計
感動度 (外国人)	59.4%	33.0%	7.6%	100.0%

※京都市産業観光局観光 MICE 推進室

<http://kanko.city.kyoto.lg.jp>

【図6】では、個別感動度については、感動があった日本人 65,8%に対して、外国人が 59,4%と感動度は日本人の方が、+6,4%で高い数字を示している。これは意外であった。

日本研究の第一人者として日本文化を世界に紹介し続け、京都名誉観光大使でもあるドナルド・キーン氏が語る「外国人が京都を好きな5つの理由」

- [1] 「これぞ日本」という歴史ある風景は、京都にしかない。
- [2] 和風の旅館で過ごす日本での生活体験は、忘れ得ぬ思い出になる。
- [3] 京都には見ているだけでもきれいで楽しい、買いたいお土産がたくさんある。
- [4] 京都は奥が深く、訪れるたびに発見がある。
- [5] 丁寧に見て歩くと、自分なりの京都が見つかり、なお面白い。

※和楽 2017年 4月号

この理由すべてが、京都に観光で訪れる外国人の動機から始まり、訪問地へ繋がり、満足度・感動度と呼び起こす。まさにこれが、京都が世界各国から観光地として注目を集め、知名度ランキング、トラベル+レジャー誌 2015年世界人気都市ランキング 1位となり「京都にしかない」「ここだけ」という京都ブランドとなり、京都を訪れる人が感じる価値へとなる。



## 第3章 滋賀県の観光資源－活性化

### 3-1 滋賀県最大の観光資源である琵琶湖

#### ○琵琶湖の概要

日本一の豊かな湖－琵琶湖

400 万年もの歴史をもち、近畿の 1,400 万人もの人々を支える貴重な水源となっている。

歴史を見守ってきた湖

琵琶湖は、古来軍人や交通の要衝であり、湖の周辺には歴史上重要な役割を果たした場所がいくつもあります。古くは、天智天皇が建都した近江大津京。安土山には、織田信長による日本初の本格的な石垣と大型天守を有する安土城が築城され、今もその城跡が残されている。豊臣秀吉が初めて城主となった長浜や徳川幕府の譜代大名・井伊家の居城であった国宝・彦根城もある。

琵琶湖は、歴史を動かした英傑たちに眺められ、歴史を左右する戦いを見守ってきた。

※びわ湖ビジターズビューローホームページより

<https://www.biwako-visitors.jp/welcome/about/>



#### ○琵琶湖の概要

- ・滋賀県の面積 . . . . . 4,017.36km<sup>2</sup>
- ・琵琶湖の集水域の面積 . . . . . 3,174km<sup>2</sup>
- ・琵琶湖の大きさ  
南北の延長 63.49km / 最大幅 22.8km / 最小幅 1.35km
- ・琵琶湖の湖岸線の延長 . . . . . 235.20km
- ・面積 . . . . . 670.25km<sup>2</sup> (面積比 南湖:北湖=1:11)
- ・琵琶湖の水深  
南湖の平均 約 4m / 北湖の平均 約 43m / 全体の平均 約 41.2m
- ・最大深 . . . . . 103.58m
- ・貯水量 . . . . . 275 億 m<sup>3</sup> (南湖 2 億 m<sup>3</sup>、北湖 273 億 m<sup>3</sup>)

※滋賀県ホームページより

<http://www.pref.shiga.lg.jp/d/biwako-kankyo/lberi/01shiru/01-04biwako/01-04biwako.html>

琵琶湖は、人々の生活や産業に必要な水を貯水、供給する役割だけでなく、自然豊かで四季ごとに様々な風景を演出してくれる大切な観光資源である。

滋賀県にとって琵琶湖は、大きさだけでなく、やはり最大の観光資源だといえる。

### 3-2 滋賀県の観光客誘致で抱える現状認識

【図8】



滋賀県の観光資源は、琵琶湖を中心に、大津・湖南・甲賀・東近江・湖東・湖北・湖西の7エリアに分かれる。

#### 琵琶湖をとりまく観光資源

自然	伊吹山・海津大崎の桜・梅花藻・棚田・メタセコイヤ並木	他
祭り・行事	三王祭・長浜曳山祭り・花火大会・大津祭・船幸祭	他
レクリエーション施設	びわ湖パレイ・琵琶湖博物館・OPAL・陶芸の森・美術館	他
国宝・重要文化財	比叡山延暦寺・彦根城・石山寺・三井寺・宝厳寺・常楽寺	他
史跡・伝統的街並み	安土城跡・賤ヶ岳古戦場・古墳・金勝山系・近江商人屋敷	他

滋賀県の観光地、名所は琵琶湖の周辺、東西南北各エリアに分散している。琵琶湖は滋賀県にとって、なくてはならない湖でありシンボルである。しかしながら琵琶湖がそれぞれの観光地を巡るアクセスの妨げになっているのも事実である。

多くの観光客は、限られた時間の制約の中で、より多くの目的地に行きたいという心理がはたらく。しかし、滋賀県の数多くの観光地へ行くには、交通アクセスが悪いため、時間を要する。そのため、エリアを絞った観光コースが主になってしまう。また、観光誘致の発信についても、各エリアでの発信が多く県全体での発信力が弱い。

そして何よりも、滋賀県のシンボルである琵琶湖を観光資源として活かしきれていない。そのため、日本国内において、滋賀県が観光地として知名度が低い。

## ○滋賀県観光入込客数ベスト30

【図9】

観光入込客数ベスト30

順位	観光地名	市町名	観光入込客数(人)
1	黒壁ガラス館	長浜市	1,677,700
2	ラコリーナ近江八幡	近江八幡市	1,622,100
3	多賀大社	多賀町	1,609,300
4	道の駅 藤樹の里あどがわ	高島市	870,400
5	滋賀県希望が丘文化公園	野洲市・湖南市・竜王町	817,800
6	彦根城	彦根市	786,200
7	道の駅 竜王かがみの里	竜王町	728,500
8	日牟禮八幡宮	近江八幡市	722,300
9	比叡山ドライブウェイ	大津市	628,900
10	道の駅 あいとうマーガレットステーション	東近江市	584,900
11	矢橋船帆島公園	草津市	568,300
12	比叡山延暦寺	大津市	539,200
13	道の駅 塩津海道あぢかまの里	長浜市	506,600
14	豊公園	長浜市	500,400
15	道の駅 みずどりステーション	長浜市	473,300
16	道の駅 びわ湖大橋米プラザ	大津市	462,600
17	近江神宮	大津市	458,000
18	道の駅 アグリパーク竜王	竜王町	442,000
19	ファーマーズマーケットおうみんち	守山市	440,800
20	マキノ高原・さらさ	高島市	433,800
21	八幡堀	近江八幡市	418,200
22	道の駅 伊吹の里	米原市	405,000
23	滋賀県立陶芸の森	甲賀市	403,100
24	道の駅 妹子の郷	大津市	386,400
25	滋賀県立琵琶湖博物館	草津市	368,500
26	奥比叡ドライブウェイ	大津市	360,500
27	あがりキャンセ	大津市	352,600
28	びわ湖大花火大会	大津市	350,000
29	道の駅 近江母の郷	米原市	315,200
30	道の駅 朽木新本陣・日曜朝市	高島市	311,500

※滋賀県ホームページより

<http://www.pref.shiga.lg.jp/hodo/e-shinbun/ff00/20171215.html>

【図9】

観光入込客数ベスト30から見ても、本来上位を占めるはずの彦根城や比叡山延暦寺、また琵琶湖の関係する周辺地など訪問数は低迷している。道の駅は、それぞれ地域の特性を出し努力しているとはいえ、他の観光地（名所）を押しつけ複数ランクインしている。これは交通公共機関での利用ではなくマイカーでの利用が多いと予想される。滋賀県の観光インフラ（交通アクセス）が悪い事情がここからもわかる。

### 3-3 滋賀県の観光客誘致で抱える現状から見える課題

- 観光名所が東西南北に分散している。
- 観光名所をつなぐ交通網がなく、アクセスが悪いため観光に時間がかかる。
- 観光（地域）エリアごとで観光誘致の発信をし、滋賀県全体でのアピール力が欠けているため、観光ユーザーに伝わらない。（観光マインドへ響かない）
- 滋賀県の象徴であり、シンボルである琵琶湖を最大の観光資源として活かせていない。
- 観光客誘致のための活動が官民で本気で取り組めていない。

### 3-4 滋賀県の観光客誘致対策

#### ○琵琶湖を観光資源として最大化する

滋賀県にとって琵琶湖は、県のシンボルであり、これまでの歴史を見守ってきた。これからも未来永劫、滋賀県を守り続けて行く琵琶湖。その琵琶湖を、滋賀県の観光資源の根幹として再生、京都にも大阪にもない新しい観光フロンティアを琵琶湖につくる。

新しい観光フロンティアとは、「滋賀型統合リゾート／IR」である。

その「滋賀型統合リゾート／IR」を琵琶湖に浮かぶ有人島『沖島』につくる。

#### ○滋賀型統合リゾート／IRを滋賀県・「沖島」につくる根拠

##### [滋賀県]

滋賀県が日本国内外から注目を集め、観光地として知名度を上げるためには、琵琶湖を活かした何か大きな起爆剤となる観光資源が必要である。それが、滋賀観光フロンティア、統合型リゾート／IRである。IRをつくる意義は、これまで課題とされてきた、観光名所が東西南北のエリアへ分散していること、観光地を巡る交通アクセスが悪くインフラが整っていないこと、観光情報発信がエリアごとで発信力が弱くインパクトがないこと、また将来に向けた観光誘致に官民が一体化された戦略的な組織になっていないことなどへの解決策である。

##### [沖島]

沖島は、日本唯一の淡水湖の有人島で琵琶湖最大の島で、滋賀県近江八幡市に属し、現在約300人が居住している。

沖島に暮らすほとんどの人が漁業を営んでいるが、高齢者が多く漁業の後継者、若者もほとんどいないのが現状である。このままでは、将来、沖島は無人島になってしまう可能性がある。

現在、日本国内で地域活性化のために統合型リゾート／IRに関心を示している都道府県、自治体は、約20カ所と言われており、政府は今後候補地を3ヶ所前後に絞る方針だ。しかしながら、現状では、地域環境を活かした『ここならではの』の特徴インパクトが弱いと思われる。

そうした中で、日本で最大の大きさを誇る琵琶湖に浮かぶ「沖島」に統合型リゾート／IRを誘致することは、有意義な場所と言える。

## 第4章 滋賀県の観光フロンティア計画仮説検証

### 4-1 統合型リゾート概要

統合型リゾート (Integrated Resort, 略称: IR)

IRは、カジノの収入をもとに、ホテルなどの宿泊施設・国際会議場・テーマパーク・商業施設・ブランド店・レストラン・フードコート・劇場・映画館・プール・スポーツ施設などを一体的に整備したリゾート施設。



※マリーナベイサンズHPより

<http://globalmarketing.co.jp/sands>

### 4-2 日本のIRについて現状の動き

統合型リゾート整備推進法は、正式には「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律」と言い、また「IR法」や「カジノ法」とも呼ばれ、2016年12月15日に成立した。

政府のIR推進会議（特定複合観光施設区域整備推進会議）は、2017年7月31日、これまで実施してきた会議を経て「日本型IR」が目指す全体像や制度の枠組みえを取りまとめた。海外事例にもとづく規制（カジノ規制、弊害防止対策）などを整理したほか、「カジノ事業者に係る公租公課等」「カジノ管理委員会」「刑法の賭博に関する法制との整合性」といった項目立てでまとめた。

安倍政権による成長戦略のキーワードとして浮上した「観光立国宣言」。

輸出型産業の象徴とも言えるインバウンドゲストの急伸によって、観光産業の成長のベクトルはさらに広がりを見せている。この動きを顕著に示しているのが、ホテル業界の隆盛。「民泊」と「IR」は、長く日本の宿泊産業の閉塞感をよんだ岩盤規制を打ち破る“黒船”の役割を果たしたとも言える。特に期待されるのが近未来観光戦略を主要コン

テンツとして期待される日本版 IR の法案成立と、以後の未来プロジェクトである。

※HOTERES 日本版 IR の全貌！ (株) オータパブリケーションズ 太田進

観光立国を目指す上で、経済波及効果の高い IR 事業は新たな、大きな柱となり得る。

#### 4-3 滋賀県の IR 計画 仮説

日本で最大の大きさを誇る琵琶湖に浮かぶ「沖島」の統合型リゾート/IRをつくる。

[沖島の概要]



面積：1,51k m<sup>2</sup>

海岸線長：6,8km

最高標高：225k

最高峰：蓬莱山

所在海域：琵琶湖

所在地：滋賀県近江八幡市沖島町：離島沖島

※Wikipedia より

<https://ja.wikipedia.org/wiki/沖島>

琵琶湖7エリア交通インフライメージ

現存する各港から「沖島」へ船で移動



## IR：各施設概要

【図10】

	規模	特徴
カジノ	1,500	テーブルゲーム：ルーレット・トランプゲーム ゲームマシン：スロットマシン・ビデオポーカーゲーム
国際会議場	6,000	メインホール、中小のホールを兼ね備え国際会議など各用途に応じた会議場
ホテル	3,000	客室1,000室：パーティー会場：各種レストラン：フィットネスクラブなど設備
ツーリズム館	3,000	滋賀県観光名所（各エリア）歴史・文化が集約した展示・体験ができる施設
アミューズメントパーク	1,000	戦国時代・忍者の歴史が記された記念館・バーチャルリアリティ体験
シネマスタジオ	1,000	戦国時代・湖をいかしたドラマや映画の撮影スタジオ
レストラン	1,000	滋賀のブランド牛「近江牛」・近江米・湖魚・鴨、地酒33蔵元フードテーマレストラン
温泉	1,000	天然温泉・温浴プール・スポーツ施設
ウォータースポーツ	—	ヨットをはじめ水を使ったアクティビティ

ツーリズム館は、滋賀の観光名所が一同に集約され、歴史や文化の解説、特徴などが記され展示されており実際そこへ行ってみたいと思わせる体験型の施設。

アミューズメントパークは、戦国時代（戦国武将）甲賀忍者の様子がリアルにわかる体験が楽しめる。

シネマスタジオは、戦国時代やドラマのセットがされたスタジオがいくつかあり、実際の撮影を見学できる施設。

## 4-4 IR計画 LAKE BIWA リゾート 3つの視点・6つの基本方針

【図11】

[視点1] 琵琶湖を通じて滋賀の歴史・文化など世界へ発信する拠点	[方針1]国内外から多くの観光客を一極集中させる魅力の島
	[方針2]各エリアから行き交いが出来るアクセスネットワークづくり
[視点2] 自然との調和を守る新しい街づくり	[方針3]観光エリアの官民が一つに統一される組織づくり
	[方針4]琵琶湖の水・山の緑など自然を生かす環境づくり
[視点3] 観光経営イノベーションの拠点	[方針5]産業から観光へシフトする機会の創出
	[方針6]観光資源の回遊型システムづくり

滋賀のシンボル琵琶湖を観光資源として最大限生かし、これまでの観光また経済（経営）に関する課題を一蹴することが可能になる統合型「LAKE BIWA リゾート」



#### 4-4 滋賀の IR 立地上の優位性

【図12】

項目	内容
海外市場性	関西国際空港・中部国際空港それぞれ中心に位置 京都・奈良・大阪・神戸の主要観光都市の連携（回遊型）
国内市場性	琵琶湖を観光資源のフックに滋賀全体の観光再生 産業から観光業へシフトする機会を構築
近隣の市場性	京都・奈良・大阪など1時間圏内に観光客が集中する都市がある 中部・東海地区にも隣接している。京都・大阪へ行く通過点

滋賀に IR が誕生することにより海外・国内の市場が新たに生まれることは言うまでもない。また、これまで生かしきれなかった近畿・中部・東海地区との市場も活性化されることに違いない。

#### 4-5 滋賀県 IR 誘致についてインタビュー

○滋賀県内の公務員幹部・民間企業役員に滋賀県の将来や観光に対する考え等をインタビュー調査を行った。インタビューの内容は下記の項目である。

##### Q. 1 滋賀県は、なぜ京都と比べて観光客が少ないのか？

公務員 A	観光名所が京都比べて少ない
公務員 B	有名な観光名所がない。比叡山・琵琶湖だけでは観光客は来ない
民間企業 A	観光地としてのインパクト（ブランド）がない
民間企業 B	もともと滋賀は観光について考えが乏しい

##### Q. 2 滋賀県が観光客を増やすために必要なことは？

公務員 A	県の観光交流局・（公）びわこビジターズビューローが一体となり仕掛けをつくる事が大事
公務員 B	観光PRの予算を増やし、いろいろなイベントへ参加しないとイケない
民間企業 A	全国に知らしめる（滋賀県を）イベントが必要
民間企業 B	行ってみたい（滋賀に）と思わせる何かが必要

##### Q. 3 少子高齢化による人口減少で地方危機が叫ばれているが、滋賀県についてはどのように考えているか？

公務員 A	滋賀県は他県に比べて人口減少はそれほどでもない
公務員 B	高齢化で人口減少しているところと、他県から移住して増えているところがある
民間企業 A	県民は、さほど人口減少についての認識はない。喫緊の問題としていない
民間企業 B	国全体での問題であり、滋賀県はまだマシなほう

#### Q. 4 製造業が AI や IOT などから雇用が失われる恐れをどう考えるか？

公務員 A	今すぐの話ではなく、そうなるのはまだ先のこと
公務員 B	AIやIOTというより、国内外の工場が吸収合併する
民間企業 A	AIやIOTにより雇用が失われることは十分考えられる
民間企業 B	製造業すべてでなく、業種にもよる

#### Q. 5 それらを救うひとつの手段として、IR を滋賀県につくすることをどう思うか？

公務員 A	インパクトとしてはあるが、果たして県民がそれを望むかは未知数
公務員 B	滋賀県は豊かである。現状を変えられたくない
民間企業 A	大いにけっこう。IRに合わせてプライベートジェット機の滑走路をつくったら良い
民間企業 B	県民はじめ官民多くの人の意見同意が必要である

公務員の方々は、現実を直視しているが、敢えてそれを積極的に変えようとはしない。むしろ変えることに対して県民は抵抗があるという。その理由としては、滋賀県は豊かであると言われたことが印象的であった。

観光客誘致についても、それぞれの地域で努力している。観光客は着実に増えてきていると言う。

IRについても、まずは県民の賛成がないと進められない。県民気質からして現状を変えてほしくない人が大半であると言う。

民間企業の方々は、根本的に滋賀と京都とは歴史や文化が違う。

京都人は、おしとやかで気品があり、京都ブランドに誇りをもちプライドが高い。自分たちが描いたイメージやブランドを損なわなければ、多くの観光客に訪れてもらい、それらを認めてもらいたいと思っている。

一方、滋賀県民は、琵琶湖があり、山々に囲まれた自然があり、きれいな水、その水でつくられたお米や、野菜や地酒その他の名物品など引き続き守り続け行くことが大切であり急激な変化を求めない。ましてや他県から人が多く訪れ日ごろの生活環境が変わることを嫌がる体質の人が多く。そのため現実起こっている少子高齢化問題にも普段の生活ができていれば特に注視しない人が多い。

地元企業についても、大きな変化を求めず着実に事業を行っている。また資産を十分蓄えている企業が多い。観光が地域活性化になると思っている人は少ない。

IRについても、まず誰が進めるのか？それは、官民県民が賛成しているのかが先であり、他県が無事成功してから検討した方が良いのではという意見が多い。

## 第5章 滋賀県のIR誕生による経済イノベーション

### 5-1 IR誕生で観光はこう変わる！

これまでにない観光需要が生まれ、滋賀県が国内はから海外へと知名度を上げ多くの人たちが滋賀県へ訪れる。

【図13】

	滋賀県	IR誕生後	増減	対比率
観光入込客数	4,794万人	8,741万人	+3,954万人	182.3%
観光消費額	1,583億円	2,770億円	+1,187億円	175.0%
宿泊客数	382万人	641万人	+259万人	167.8%
外国人宿泊客数	36万人	65万人	+29万人	180.5%

【図13】で記した予想ではあるが、観光入込客数が対現状約プラス4,000万人増えることで必然的に観光消費額・国内外の宿泊客数もこれまでにない脅威的な数字に生まれ変わることになる。但し観光消費額に含まれているカジノの売上は、IRの運営費、税金へと大半が移行することになる。

### 5-2 IR誕生で経済はこう変わる！

○観光客増進・国内・海外 — 観光客・MICE 等

【図14】

	経済効果		税収効果
	生産増加	雇用創出	
開発	1,120億円	8,200人	120億円
開業までの累計			
事業運営	600億円	6,400人	120億円
事業後毎年			

※規模をIR候補地：大阪ベイエリア夢州の5分1を想定算出

【図14】では、あくまで想定ではあるが、これまでにない経済効果をもたらすことになり、滋賀の将来直面する課題である少子高齢化による税収減、雇用問題の解決の対策、改善へとなることは間違いない。

### 5-3 近畿と中部を結ぶハブ的役割

滋賀県の沖島に統合型リゾート IR が誕生すれば、観光客をこれまで以上に中部地区から近畿地区へつなぐ架け橋となる。



※日本航空株式会社HPより

<https://www.jal.co.jp/dom/route/>

中部地区から入国する外国人および日本人観光客が京都・奈良・大阪・神戸に観光へ向かう前にこれまで通過点であった滋賀県に IR があることで立ち寄る率を増進させる。

また、そこで滋賀県の魅力を伝えることで宿泊滞在を促し、滋賀県に滞在しながら日帰り観光として、京都・奈良・大阪・神戸へと、これまでの観光コースの流れを変える。

## 第6章 まとめ

政府は観光立国がこれからの日本において、力強い経済を取り戻すために重要な成長分であると位置づけ、平成18年12月に「観光立国推進基本法」成立した。

経済効果の大きい観光は、地域の活性化や人口減少（雇用人口減）などを補う分野として成長した。

ただ日本国内でも観光需要に取り組む体制については、まだまだ地域格差があり、すべての地域が観光で成長できているとは言えない。

滋賀県においても、観光客は国内・海外と共に入れ込み客は増えてはいるが、滋賀の経済を支えるまでに至っていないのが現状である。

そこで今回、滋賀の観光需要を見直し、これまでに無い発想を用いて「滋賀型統合リゾートIR」をつくることで、滋賀県の観光資源を生かし、更には、今後起こり得る経済不安を解消する提案を、演習テーマを通じて仮説検証を行った。現状は、滋賀にIRをつくることは容易でないことは分かったが、「滋賀型統合型リゾートIR」が誕生すれば、観光需要が劇的に高まり、これまでに無い大きな経済効果をもたらす将来に向けた不安も解消されることが分かった。この演習を進める中で実感したのは、滋賀をより良い豊かな社会、地域にするためには、観光を柱にこれまでにない経済（事業）イノベーションを興さないと将来に向けて大きな不安が残る。

次世代を担う子供たちに何が残せるのか、真剣に考える時が今まさに来ている。