

第3次野洲市観光振興指針

【素案】

令和8年9月時点

野洲市

目次(案)

はじめに 市長あいさつ(挿入予定)

第1章 策定の背景・趣旨

1-1 策定の背景	P.2
1-2 第3次指針策定の目的	P.4
1-3 指針の位置付け	P.4
1-4 計画期間	P.5

第2章 本市の観光振興における現状と課題

2-1 観光を取り巻く社会情勢	P.6
2-2 本市の観光資源	P.7
2-3 第2次野洲市観光振興指針の総括	P.9
2-4 本市の観光における SWOT 分析	P.10
2-5 今後の観光を取り巻く動向	P.12
2-6 本市の観光における課題	P.13

第3章 第3次指針の基本的な考え方

3-1 基本理念	P.15
3-2 基本方針	P.15
3-3 基本方針に基づく重点戦略	P.16
3-4 第3次指針の施策体系	P.17

第4章 基本方針と重点戦略

4-1 基本方針と重点戦略の詳細と主な取組について	P.18
4-2 第3次指針における観光振興の推進イメージ	P.25

第5章 第3次指針の目標指標と推進体制

5-1 目標指標設定の考え方	P.26
5-2 目標指標(KPI)	P.26
5-3 推進体制	P.28

第6章 資料編

6-1 野洲市観光振興指針策定委員会委員	P.29
6-2 野洲市観光振興指針策定委員会開催等経過	P.30
6-3 第2次野洲市観光振興指針の重点事業の評価	P.31

第1章 策定の背景・趣旨

1-1 策定の背景

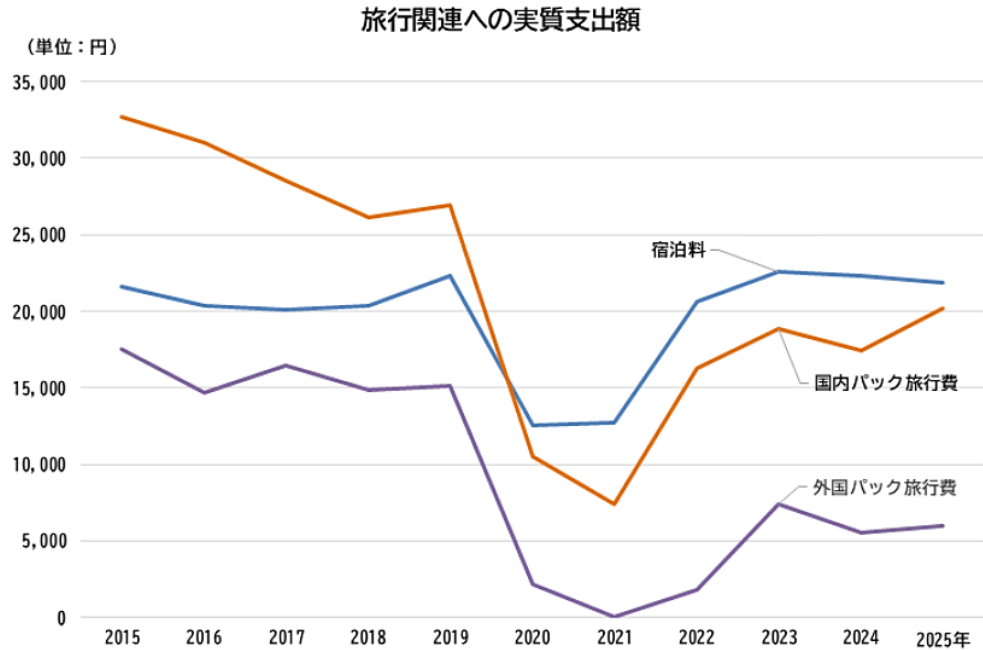
野洲市(以下「本市」と言います。)は、琵琶湖や三上山をはじめとする豊かな自然環境、国宝を有する御上神社や兵主大社、永原御殿跡、銅鐸博物館などの歴史・文化資源に恵まれています。また、三上山登山やカヌー、SUPといった湖上アクティビティなど、自然を活かした体験型観光も楽しむことができるなど、多様な魅力を有しています。

さらに、JR 野洲駅は新快速が停車し、一部列車の始発・終着駅でもあることから、京阪神や中京圏からの交通アクセスに優れています。このような立地条件は、本市の観光振興を進める上で大きな強みとなっています。

こうした本市の自然、歴史、文化等を生かした観光振興を図ることを目的に、第2次野洲市観光振興指針(令和4年度から令和8年度)を策定し、観光振興に取り組んできました。

一方で、本市の観光資源は市内各地に点在しており、観光案内拠点や二次交通の整備が十分ではないことから、観光客が市内を周遊しにくい状況にあり、また、宿泊施設が少なく、滞在時間や観光消費額の拡大につながりにくいことも課題となっています。

また近年の状況としては、コロナ禍の影響から観光需要が回復するとともに、旅行者のニーズは「団体旅行」から「個人旅行」、「見る観光」から「体験する観光」へと変化しています。具体的には、旅行会社が企画する団体ツアーに参加するのではなく、家族や友人などの少人数で自由に旅行を楽しむスタイルが増加しています。また、有名な観光地を巡ることを主な目的とした旅行だけでなく、キャンプや登山などのアクティビティや地域ならではの体験を目的とした旅行への関心が高まっています。



(資料) 家計調査、消費者物価指数(総務省)を利用して経済解析室が算出した。(経済産業省大臣官房調査統計より)

コロナ禍の影響を除いても、パック旅行費が伸び悩んでいる結果から、旅行者の意向が団体旅行から個人旅行へ、パック旅行から個別旅行に変化していると推察される

こうした変化の背景には、デジタル技術の進展があると考えられ、観光事業者による SNS やウェブサイトを活用した情報発信の充実に加え、オンライン予約システムの普及や多言語対応の進展により、旅行者は必要な情報を容易に入手し、自ら旅行を計画・予約できる環境が整いつつあります。また、現地においてもデジタルサービスの活用が進み、個人旅行者が快適に観光を楽しめる環境が充実しています。

さらに今後は、令和8年度から令和 10 年度にかけて開催される滋賀デスティネーションキャンペーン(以下、「滋賀DC」と言います。)*1、令和 10 年度に予定されている県立高等専門学校*2の開校や MIZBE ステーション*3の整備などが控えており、本市を取り巻く環境は大きな転換期を迎えます。

こうした機会を最大限に活かし、地域経済の活性化や交流人口の拡大につなげるためには、本市ならではの魅力を磨き上げるとともに、地域・事業者・行政が一体となった観光地域づくりを進めていくことが重要です。

このような背景を踏まえ、本市の観光振興を総合的かつ計画的に推進するため、「第3次野洲市観光振興指針(以下、「第3次指針」と言います。)」を策定します。

※1 滋賀DC

…JR6 社と自治体・観光事業者等が連携して行う国内最大級の大型観光キャンペーン

※2 県立高等専門学校

…実践的・創造的技術者を育てることを目的とした高等教育機関

※3 MIZBE ステーション

…災害時に水防活動及び救助活動を行うための拠点となるだけでなく、平常時には地域活性化や賑わいの創出が期待される河川防災ステーション

1-2 第3次指針策定の目的

第3次指針は、市の歴史、文化、自然等地域の個性や資源を生かした観光振興を図ることを目的とするとともに、市民、観光関連事業者、関係団体、企業、行政等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、目指すべき方向を示すためのものです。本市をどのような観光地域にしていきたいのかという「指針」をみんなで共有することにより、多様な取組も一体感のあるものとなり、観光振興の推進力が高まるものと考えています。

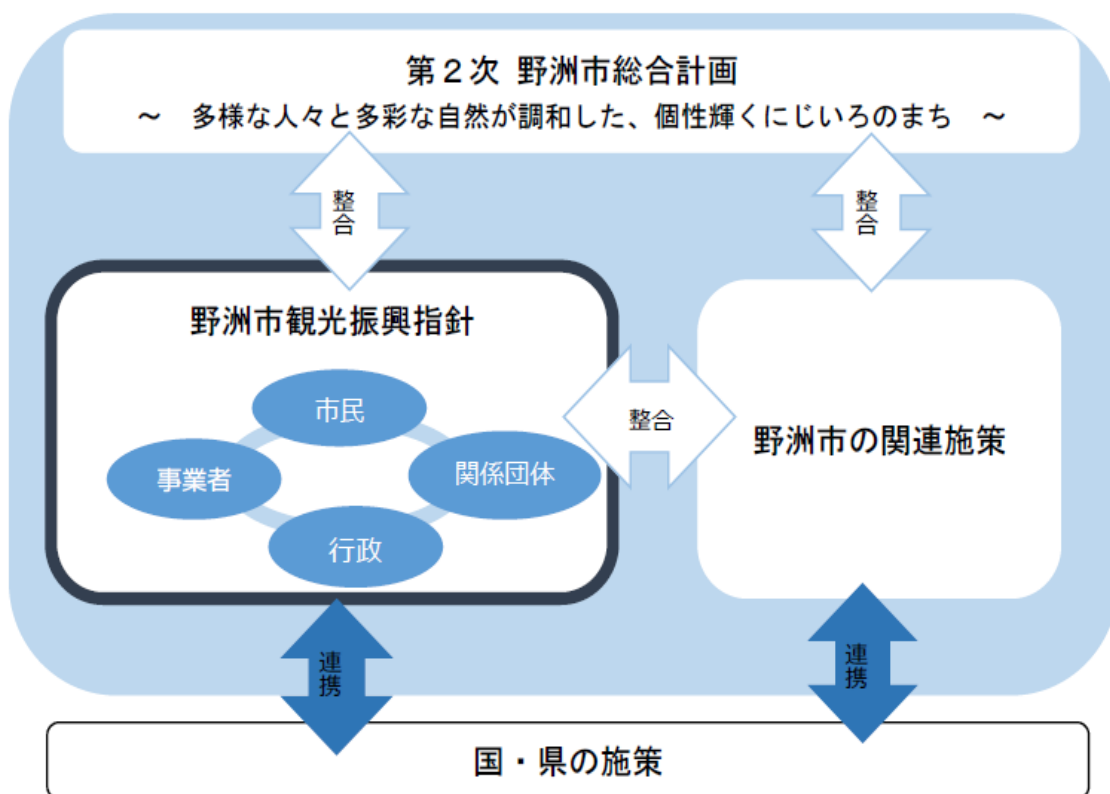
また、滋賀DCを契機として、市内への誘客を促進するとともに、観光客が市内を巡り、地域で消費し、「また訪れたい」と感じてもらえる魅力ある観光地を目指します。

第3次指針では、「交流人口の拡大」だけでなく、「地域経済の活性化」「地域ブランドの向上」「市民の地域への愛着や誇りの醸成」を観光振興の重要な目的として位置付けます。

1-3 指針の位置付け

本市の最上位計画である第2次野洲市総合計画（令和3年度から令和12年度）では、観光に関する分野における施策で「地域資源を生かした観光の振興」を掲げ、「観光情報の収集・発信の充実」、「観光資源の磨き上げと環境整備」、「観光振興のあり方と検討と地域資源の活用促進」の3つの取組方針が定められています。第3次指針では、これらと整合を図りながら、また関連する各種計画との整合も図りながら、本市の観光振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための個別計画として位置付けます。

また、国や滋賀県の観光施策との連携を図りながら推進します。



図：野洲市観光振興指針の位置づけ

1-4 計画期間

第3次指針の計画期間は、令和9年度から令和13年度までの5年間としますが、計画期間中においても、観光を取り巻く社会情勢や旅行者ニーズの変化、国や県の観光施策の動向、新たな観光資源の活用状況などを踏まえ、必要に応じて施策の見直しを行います。

R7	R8	R9	R10	R11	R12	R13	R14	R15
第2次野洲市総合計画						次期総合計画		
第2次観光指針		第3次野洲市観光振興指針（本計画）					次期観光指針	

第2章 本市の観光振興における現状と課題

2-1 観光を取り巻く社会情勢

近年の観光を取り巻く社会情勢は、1-1 策定の背景でも述べたように、コロナ禍の影響により大きく落ち込んだ観光需要は回復傾向にあり、国内旅行者数や訪日外国人旅行者数は増加しています。そうしたなか、旅行者のニーズは、「団体旅行」から「個人旅行」、「モノ消費」から「コト消費」へと変化し、地域ならではの自然や歴史・文化、食、体験などを楽しむ観光が求められています。

観光のニーズの変化：モノ消費からコト消費へ

観光のニーズは、従来の「モノを買う・見る」観光から、「体験する・学ぶ・交流する」観光へとシフトしています。訪問者の満足度や地域への愛着、再訪意向の向上につながる「コト消費」を意識した観光振興が求められています。

モノ消費（これまでの観光）

モノを買う・見るが中心



名所・旧跡を観光する



地域の特産品を購入する

特徴

- 短時間の滞在になりやすい
- 消費が物品購入に偏りやすい
- 地域との関わりが薄く、再訪につながりにくい

期待される効果（課題）

- 経済効果は限定的になりやすい
- 他地域との差別化が難しい
- 観光客の満足度や再訪意向が低下しやすい

コト消費（これからの観光）

体験する・学ぶ・交流することが中心



自然体験（SUP・カヌーなど）



文化・伝統体験（勾玉づくり・土器づくりなど）



農業体験・食の体験（いちご狩りなど）



地域の人との交流・ふれあい

特徴

- 地域との交流や体験を通じて満足度が高まる
- 滞在時間が長く、消費が多様化する
- 地域の魅力を深く理解し、再訪やファン化につながる

期待される効果

- 経済効果の拡大（飲食・宿泊・体験等への波及）
- 地域資源の価値向上・持続可能性の向上
- 満足度や再訪意向の向上、関係人口の増加

また、SNS や動画配信サービスなどの普及により、旅行先を選ぶ際にはインターネットによる情報収集が一般的となり、魅力的な情報発信の重要性が高まっています。さらに、クレジットカードだけでなくスマホ等で支払えるキャッシュレス決済や多言語対応など、旅行者の利便性向上に向けた受入環境の整備も求められています。

本市においても、このような社会情勢や旅行者ニーズの変化を踏まえ、地域資源を活かした魅力づくりや受入環境の充実、情報発信の強化などに取り組む必要があります。

2-2 本市の観光資源

本市は、豊かな自然、歴史・文化資源、体験型観光資源など、多様な観光資源を有しています。以下、例示します。

(1) 自然・アウトドア資源

本市のシンボルである三上山は、「近江富士」とも呼ばれ、市内外から多くの登山者が訪れています。また、琵琶湖岸では、水上スポーツや SUP、カヌーなどのアクティビティが楽しめるほか、湖岸ではキャンプやサイクリングなども楽しむことができます。

こうした豊かな自然環境は、本市を代表する観光資源であり、今後も魅力向上を図っていくことが重要です。



(2) 歴史・文化資源

国宝本殿を有する御上神社、紅葉の名所としても知られる兵主大社の他、永原御殿跡、銅鐸博物館など、本市には歴史や文化を感じられる資源が数多くあります。

また、弥生の森歴史公園では、勾玉づくりなどの体験学習も行われており、歴史に触れながら学ぶことのできる施設として活用されています。



(3)体験型観光

近年は、いちご狩りなどの農業体験や、琵琶湖での水上アクティビティなど、体験型観光へのニーズが高まっています。

こうしたニーズに応えるためにも、自然や農業、歴史文化を活かした体験型コンテンツの充実を図ることが求められています。



(4)交通アクセス

JR 野洲駅は新快速が停車し、一部列車の始発・終着駅となっていることから、京都、大阪方面からのアクセスに優れています。

この交通利便性は、本市の大きな強みであり、こうした特性を生かし、またJR野洲駅北側に広がる広大な電車基地※4があることから、これを観光資源の一つとして活用した観光振興についても、検討していく必要があります。

※4 正式名称：網干総合車両所宮原支所野洲派出所



2-3 第2次野洲市観光振興指針の総括

令和4年度から令和8年度までを計画期間とする「第2次野洲市観光振興指針（以下、「第2次指針」と言います。）」では、「地域資源を活かした魅力ある観光地づくり」を基本理念として観光資源の活用、情報発信、観光イベントの開催、観光関連団体との連携などを重点事業として取り組んできました。

重点事業については、おおむね計画どおりに実施され、各種イベントの開催や観光PRの実施などにより、一定の成果を上げることができました。（第6章の資料編を参照）

また、コロナ禍の影響から観光需要が回復したことや、令和3年に市内に新たな施設の開業もあり、観光入込客数を指標にした目標値は大きく上回る結果となりました。

【第2次指針】

指標名	第2次指針策定時数値 (令和2年実績)	目標数値 (令和8年)
観光入込客数	1,080,800人	1,736,800人 (+656,000人)

【実績】

令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年
1,196,130人	2,481,463人	2,339,941人	2,400,357人	2,544,018人

※出典：滋賀県観光入込客統計調査

しかしながら、その目標値達成にあたっては、一部の施設に観光客が集中する傾向が見られるなど、市内全域への周遊や観光消費の拡大には十分につながっていない状況です。

また、観光振興を支える推進体制については、市民や観光関連事業者、観光物産協会、ボランティア観光ガイド協会などとの連携を進めてきたものの、それぞれの強みを十分に活かした役割分担や協働体制の構築までには至っていません。

さらに、庁内各部署との横断的な連携や、滋賀県、湖南地域観光振興協議会※5、公益社団法人びわこビジターズビューロー※6などとの関係機関との広域連携についても一定の成果は見られるものの、誘客や観光消費の拡大といった具体的な成果として十分に表れているとは言えない状況です。

このことから、第3次指針では、観光入込客数だけでなく、観光消費額や市内周遊、観光満足度、再訪意向など、観光による地域への波及効果を重視した施策展開へ転換するとともに、観光地域づくりを支える推進体制の強化を図る必要があります。

※5 湖南地域観光振興協議会

…湖南地域4市(草津市・栗東市・守山市・野洲市)の観光担当課、観光物産協会(観光協会)・商工会(商工会議所)で構成される広域の観光協議会。

※6 公益社団法人びわこビジターズビューロー

…滋賀の観光と物産の振興および発展のために様々な事業を展開している法人。

2-4 本市の観光における SWOT 分析

これまで述べてきた本市の観光の現状を踏まえた SWOT 分析※7を行い、本市の観光における強みや弱みなどについて、以下のように整理します。

※7 SWOT 分析

…組織や地域の現状を内部環境である強み(Strengths)、弱み(Weaknesses)と、外部環境である機会(Opportunities)、脅威(Threats)の4要素に分類して整理する分析手法。

(1) 強み(Strength)

本市は、三上山や琵琶湖などの自然環境、御上神社や兵主大社などの歴史・文化資源、三上山登山や水上アクティビティなどの体験型観光資源など、多彩な魅力を有しています。

また、京都・大阪方面からの交通アクセスが良好であり、JR 野洲駅が新快速停車駅・始発終着駅であることも大きな強みです。

(2) 弱み(Weakness)

一方で、市内には観光案内所や道の駅などの観光拠点がなく、観光客への情報提供機能が十分ではありません。

また、観光資源が点在しているにもかかわらず、公共交通による移動手段が限られていることから、市内周遊が難しい状況です。

さらに、宿泊施設が少ないことに加え、観光物産協会の体制や収益基盤の強化、野洲ブランドの発信力向上なども課題となっています。

(3)機会(Opportunities)

近年は、コロナ禍の影響から回復した観光需要を背景に、国内旅行や訪日外国人旅行が増加しています。また、旅行者のニーズは、団体旅行から個人旅行へ、モノ消費からコト消費へと変化しており、自然体験やアウトドア活動、地域文化や歴史に触れる体験型観光への関心が高まっています。

本市は、三上山や琵琶湖を活用したアウトドア体験、いちご狩りなどの農業体験、勾玉づくりなどの歴史文化体験といった地域資源を有しており、こうした観光ニーズの変化に対応できる可能性を有しています。

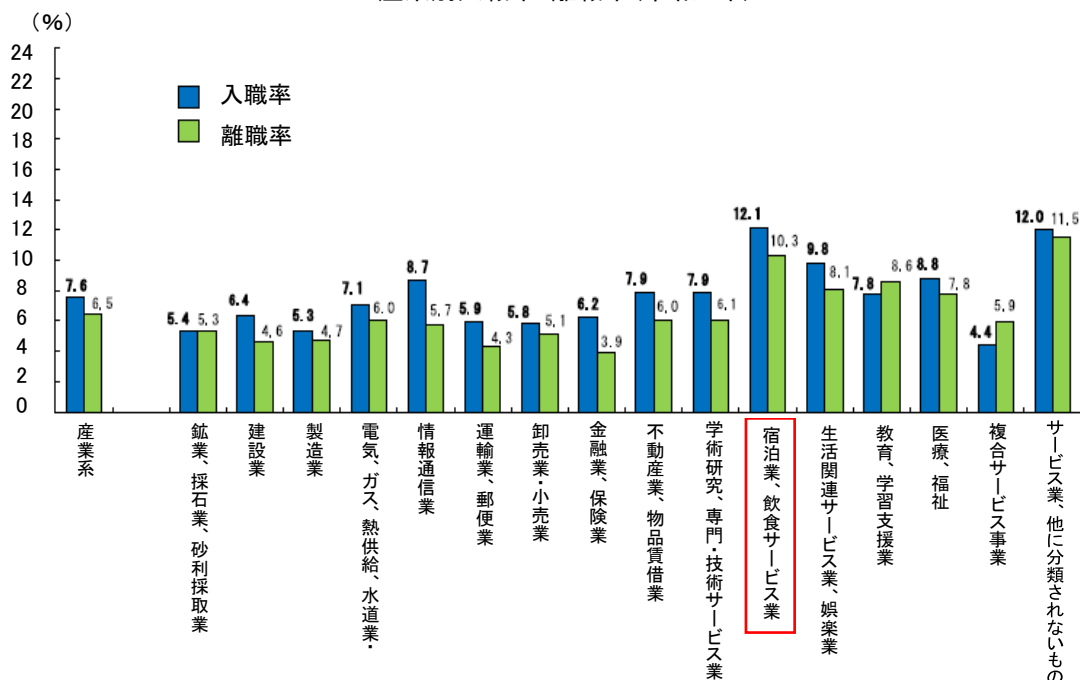
また、SNS や動画配信サービスなどデジタル媒体の普及により、これまで十分に知られていなかった地域資源についても効果的な情報発信が可能となっています。さらに、滋賀県全体として琵琶湖を活かした観光振興やサイクルツーリズムの推進が進められており、広域観光ルートへの参画による誘客拡大も期待できます。

(4)脅威(Threats)

人口減少や少子高齢化の進行により、国内旅行市場の縮小が懸念されているなかで、近隣市町との観光地間競争が激化しており、特色ある観光コンテンツの充実や情報発信力の強化が求められています。

加えて、観光産業全体において人手不足が深刻化しており、観光事業者や地域団体の担い手確保が課題となっています。物価高騰や燃料価格の上昇は観光事業者の経営に影響を及ぼすとともに、旅行者の消費行動にも影響を与える可能性があります。

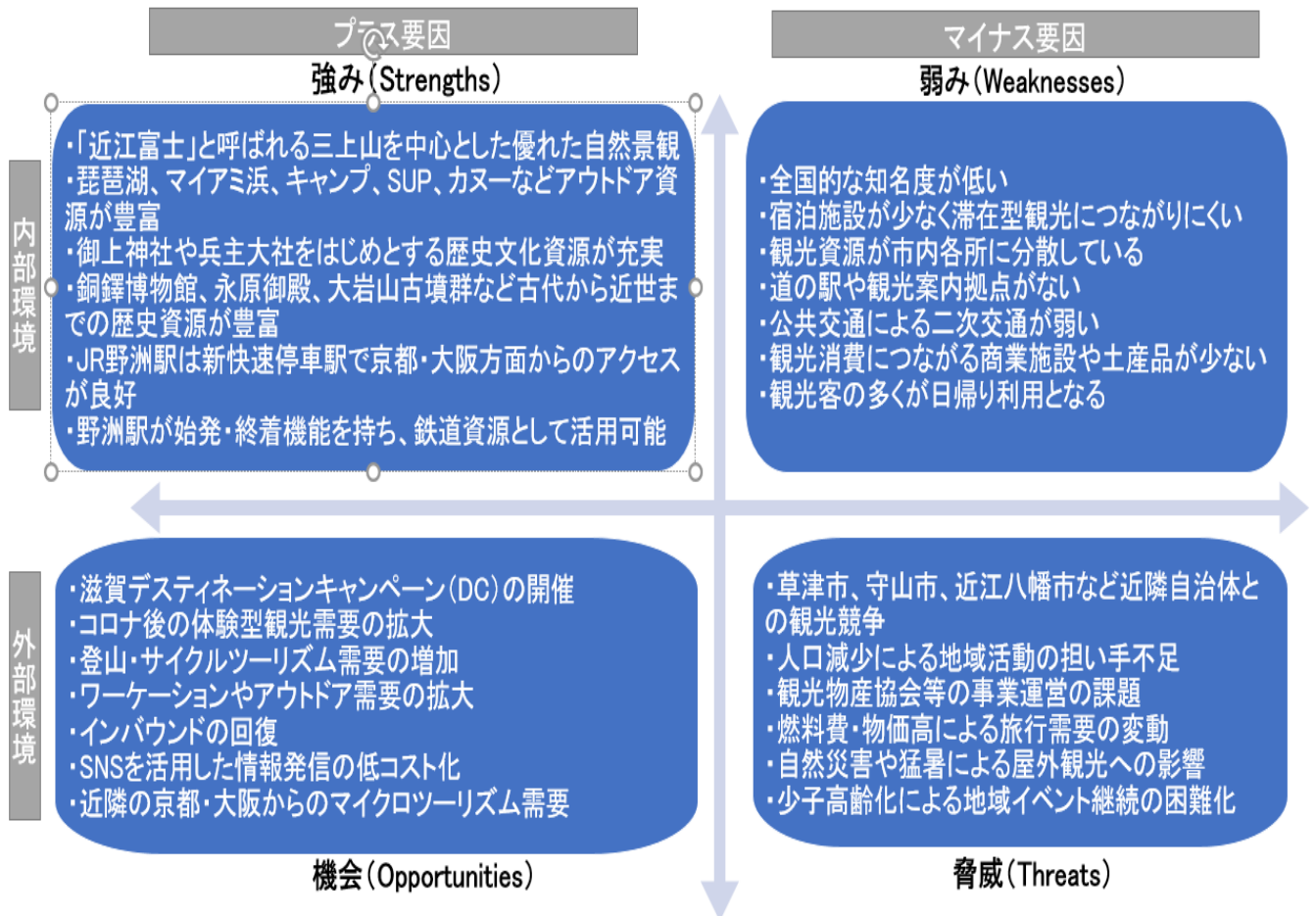
産業別入職率・離職率(令和7年)



※令和7年の「雇用動向調査」によると、宿泊・飲食サービスの業の離職率は 10.3%に達しており、全産業平均(6.5%)より高い水準である。(厚生労働省:令和7年 雇用動向調査結果の概要より)

さらに、近年は大規模災害や異常気象の頻発が懸念されており、琵琶湖や三上山など自然資源を活用した観光は、気象条件による影響を受けやすい側面があります。

SWOT分析



2-5 今後の観光を取り巻く動向

本市の観光振興を進める上では、今後予定されている事業や社会情勢の変化を好機として捉える必要があります。

(1) 滋賀DC

令和8年度から令和10年度にかけて開催される滋賀DCは、JRグループと自治体等が連携して実施する国内最大級の観光キャンペーンです。

本市においても、この機会を活かし、観光資源の磨き上げや情報発信等を強化するとともに、来訪者の再訪につながる魅力づくりを進めていく必要があります。

(2) 県立高等専門学校の開校・MIZBE ステーションの整備

令和10年度には県立高等専門学校の開校や MIZBE ステーションの整備が予定されています。

これらの新たな施設は、市内外からの来訪者増加が期待されることから、観光や地域イベントとの連携を図り、新たな交流人口の創出につなげていくことが求められます。

(3) 大型イベントの検討・復活

当時は、コロナ禍の影響や行財政改革推進プラン※8策定の影響により、令和8年度まで大型イベントが休止となっていました。令和9年度以降には、こうしたイベントの方向性について検討を進める予定です。

大型イベントは交流人口の拡大だけでなく、市内周遊や地域消費を促進する重要な機会であることから、観光資源と連携した魅力あるイベントの実施について検討を進めていく必要があります。

※8 行財政改革推進プラン

…厳しい財政状況から脱却し、将来に亘って持続可能な行財政運営を実現するため、令和4年3月に策定した行財政改革の具体的な取組。

2-6 本市の観光における課題

ここまで述べてきた観光を取り巻く社会情勢、第2次指針の総括、本市の観光における SWOT 分析、今後の動向を踏まえ、本市の観光における課題は次のとおりです。

課題1 観光資源のさらなる磨き上げ

既存の観光資源に新たな価値を加え、体験型コンテンツや地域ならではの魅力を創出する必要があります。

課題2 情報発信の強化

SNS や動画などを活用し、「野洲ならではの」魅力を効果的に発信するとともに、「鉄道のまち・野洲」「始発終着駅・野洲駅」といったキャッチコピーを打ち出し、特色を活かしたブランド形成を進める必要があります。

課題3 市内周遊の促進

観光資源を結び付けるモデルコースや二次交通の充実、デジタルマップの活用などにより、市内周遊を促進する必要があります。

課題4 持続可能な推進体制の構築

市民、事業者、観光ボランティア、行政など、多様な主体が役割を分担し、連携・協働による持続可能な観光地域づくりを推進することが必要です。

これらの課題を踏まえ、次の第3章では、第3次指針の基本的な考え方となる基本理念、基本方針を示し、さらに重点戦略を示すことで、地域経済の活性化と交流人口の拡大につながる観光振興の方向性を明らかにします。

第3章 第3次指針の基本的な考え方

3-1 基本理念

地域が輝き、また訪れたいくなる野洲へ ～ 行き先は 野洲 ～

本市には、三上山や琵琶湖をはじめとする豊かな自然、御上神社や兵主大社などの歴史・文化資源、農業体験や湖上アクティビティなど、地域ならではの魅力ある地域資源が数多くあります。

第3次指針では、これらの地域資源をさらに磨き上げるとともに、新快速が停車し、交通アクセスに優れたJR野洲駅があり、さらに電車基地もあることから、「行き先は野洲」をキャッチコピーに「野洲だからこそ体験できる観光」の創出を目指します。

また、観光は単なる交流人口の拡大ではなく、市民が地域に誇りを持ち、事業者、関係団体、行政が一体となって地域を育てる取組であるとも言えます。

そうしたことから、本市の観光振興は、「来てもらう観光」から「地域を巡り、地域で消費し、また訪れたいくなる観光」へと発展させ、地域経済の活性化と持続可能な観光地域づくりを推進します。

3-2 基本方針

基本理念を実現するため、次の4つの基本方針を掲げます。

- 基本方針1** 観光資源を磨き、野洲ならではの魅力を創出する
- 基本方針2** 野洲ブランドを確立し、戦略的な情報発信と誘客を進める
- 基本方針3** 市内周遊を目的とした二次交通の利用促進を図りつつ、滞在時間の延長による観光消費を促進する
- 基本方針4** 観光関連団体との連携・協働による持続可能な観光地域づくりを進める

3-3 基本方針に基づく重点戦略

3-2 で掲げた4つの基本方針に基づき、それらに対応する次の4つの重点戦略を位置付け、重点的に取り組みます。

重点戦略1 野洲に来たくなる、体験したくなる観光ブランドの創出

野洲駅を玄関口として、市内の多彩な観光資源を結び付け、幅広い世代が周遊したくなる観光ブランドの創出を進めます。三上山や琵琶湖の自然、歴史文化資源、農業体験や湖上アクティビティ、電車基地を含む鉄道などの魅力を磨き上げ、野洲に来たくなる、野洲で体験したくなる観光ブランドを創出します。

重点戦略2 「野洲ならではの」の観光資源の磨き上げと戦略的な情報発信

本市の歴史・文化、自然、食、スポーツなどの多様な観光資源を掘り起こし、磨き上げるとともに、これらを組み合わせた体験型・周遊型の観光コンテンツを創出します。さらに、写真・動画等を活用し、ターゲットに応じた効果的な情報発信・プロモーションを展開することで、「野洲ならではの」の観光ブランドの確立を目指します。

重点戦略3 滋賀DCを契機とした観光誘客の推進

滋賀DCを本市の魅力为全国に発信する好機と捉え、観光資源の磨き上げや情報発信を進めます。また、自然環境、歴史文化などを組み合わせた周遊観光を促進し、滋賀DC終了後も継続的な誘客や再訪につながる観光の充実を図ります。

重点戦略4 多様な主体との連携による持続可能な観光地域づくり

持続的な観光振興に向け、行政だけでなく、野洲市観光物産協会、観光関連事業者、市民、地域団体、教育機関、交通事業者など、多様な主体との連携・協働を進めます。また、地域イベントとの連携や市民参加型の取組を通じて、地域の魅力を発信する担い手を育てるとともに、広域連携やデータの活用などにより、将来にわたって持続可能な観光地域づくりを進めます。

3-4 第3次指針の施策体系



第4章 基本方針と重点戦略

4-1 基本方針と重点戦略の詳細と主な取組について

第3章で掲げた4つの基本方針と重点戦略の詳細を示すとともに、それぞれに対応する主な取組を示します。

基本方針1

観光資源を磨き、野洲ならではの魅力を創出する

本市には、三上山や琵琶湖が織りなす豊かな自然、御上神社や兵主大社をはじめとする歴史・文化資源、いちご狩りなどの農業体験、SUP やカヌーなどの湖上アクティビティなど、多彩な観光資源があります。

これらの地域資源をさらに磨き上げることで、本市の魅力向上につなげ、ひいては湖岸の振興、歴史文化の継承などにもつなげていきます。さらに、車両基地を有する特色を活かした新たな魅力も創出していきます。

自然、歴史、文化、体験、鉄道といった野洲ならではの魅力を一体的にブランド化し、訪れる人に選ばれる観光地を目指します。そして、市民が誇りを持てる地域づくりを進めながら、「また訪れたい」と思ってもらえる、地域が輝く野洲の実現につなげ本市ならではの魅力形成を進めます。

主な取組

(1) 自然資源を活用した観光コンテンツの充実

- ・ 三上山を活用した登山・ハイキングの魅力発信
- ・ 琵琶湖を活用した水上アクティビティの推進
- ・ 湖岸や野洲川周辺を活用したアウトドア観光の推進
- ・ サイクルツーリズムの推進

(2) 歴史・文化資源の魅力向上

- ・ 御上神社、兵主大社等の歴史資源の情報発信
- ・ 銅鐸博物館、弥生の森歴史公園等を活用した学習型観光の推進
- ・ 歴史文化を巡る観光ルートの造成

(3) 体験型観光の充実

- ・ 農業体験、収穫体験の充実
- ・ 勾玉づくり等の歴史体験の情報発信
- ・ 地域事業者と連携した体験メニューの造成

(4) 鉄道を新たな観光資源として活用

- ・ JR 野洲駅の始発・終着機能を活用した情報発信
- ・ 鉄道資源を活かした観光企画の検討
- ・ 野洲駅を観光の玄関口として活用

重点戦略1

野洲に来たくなる、体験したくなる観光ブランドの創出

本市が有する豊かな自然や歴史・文化資源、農業体験、湖上アクティビティなどの多彩な観光資源を有機的に結び付け、野洲ならではの魅力として発信することで、来訪意欲を高める観光ブランドの創出を図ります。

また、車両基地を有する特色を活かした魅力も新たな観光資源として位置付け、既存の観光資源と連携した誘客を進めます。

野洲駅を観光の玄関口として市内周遊を促進するとともに、幅広い世代が楽しめる観光コンテンツの充実を図り、観光客の満足度向上と再訪につなげます。

これらの取組を通じて、野洲の認知度向上と地域への愛着・誇りの醸成を図り、「また訪れたい」と思われる魅力ある観光地づくりを推進します。

👉 主な取組

- ・ JR 野洲駅を起点とした観光ルートの造成
- ・ 鉄道をテーマとした情報発信
- ・ 鉄道と歴史・自然を組み合わせた観光商品の検討
- ・ 野洲駅周辺の観光案内機能の充実

基本方針2

野洲ブランドを確立し、戦略的な情報発信と誘客を進める

本市には魅力ある観光資源があるものの、「本市＝観光地」という認知度は十分とは言えず、観光情報の発信力にも課題があります。

そこで、ターゲットを明確化し、デジタル媒体を活用した効果的な情報発信を進めます。

👉 主な取組

(1) 滋賀DCへの対応

- ・ 滋賀 DC を契機とした観光資源の磨き上げ
- ・ JR 等との連携による情報発信
- ・ 滋賀 DC 終了後の継続的な誘客

(2) デジタルプロモーションの強化

- ・ SNS による情報発信
- ・ 写真・動画コンテンツの充実
- ・ 若年層への情報発信

重点戦略2

「野洲ならではの」観光資源の磨き上げと戦略的な情報発信

本市には、歴史・文化、自然、食、スポーツなど、多様な観光資源があります。一方で、それぞれの資源が個別に認識されている面もあり、「野洲ならではの」の魅力として十分に市外へ発信できていない状況があります。

第3次指針では、こうした地域資源を改めて掘り起こし、磨き上げるとともに、複数の資源を組み合わせた体験型・周遊型の観光コンテンツを創出します。また、観光資源の魅力を写真や動画等のデジタルコンテンツとして分かりやすく発信し、ターゲットに応じた広報・プロモーションを展開します。

主な取組

- ・ 「野洲ならではの」観光資源の発掘・磨き上げ
- ・ 写真・動画等を活用した観光プロモーションの強化
- ・ SNS・ホームページ等を活用したターゲット別の情報発信
- ・ JR等の交通事業者、観光事業者、メディア等と連携した情報発信

基本方針3

市内周遊を目的とした二次交通利用促進を図りつつ、滞在時間の延長による観光消費を促進する

本市の観光資源は市内各地に点在しているうえ、観光客が複数の場所を巡る仕組みが十分ではありません。

また、宿泊施設が少なく、日帰り観光が中心となっていることから、飲食、買い物、体験などによる観光消費の拡大が課題となっています。

そこで、二次交通の利用促進を図ると共に、JR 野洲駅を起点に観光資源をつなぐ周遊ルートを形成し、観光客が市内を巡りながら楽しめる仕組みづくりを進めます。

主な取組

(1) 観光周遊ルートの造成

- ・ 三上山・神社仏閣などの歴史文化施設を巡るモデルコース作成
- ・ 琵琶湖・アウトドアを活用した自然周遊コース作成
- ・ 滋賀 DC 向け特別コースの造成

(2) 観光案内機能の充実

- ・ 滋賀DCにおける JR 野洲駅での観光情報発信の強化
- ・ デジタル観光マップの活用
- ・ 観光案内表示の充実

(3) 二次交通の導入及び利用促進

- ・ 観光施設を結ぶ移動手段の検討
- ・ レンタサイクル等の活用
- ・ 二次交通による周遊コースの設定

重点戦略3

滋賀DCを契機とした観光誘客の推進

令和8年度のプレキャンペーン、令和9年度の本キャンペーン、令和10年度のアフターキャンペーンとして実施される滋賀DCは、本市の魅力を全国へ発信する絶好の機会です。

この機会を一過性のイベントとして終わらせることなく、本市の観光ブランドを確立し、継続的な誘客につなげることが重要です。

そのため、本市では滋賀 DC 期間を第3次指針前半の重点期間として位置付け、観光資源の磨き上げや情報発信を重点的に実施します。

また、観光客が市内を周遊し、飲食や買い物、体験などを通じて地域経済へ波及する観光を推進するとともに、「また野洲へ来たい」と感じてもらえる魅力づくりを進めます。

👉 主な取組

- ・ 自然環境・歴史文化を組み合わせた周遊コースの造成
- ・ 市内イベントとの連携
- ・ 全国への情報発信
- ・ 滋賀 DC 後の再訪促進
- ・ 鉄道の撮影スポットの整備

基本方針4

観光関連団体との連携・協働による持続可能な 観光地域づくりを進める

第2次指針では、市民、観光関連団体、行政等との連携を進めてきましたが、それぞれの主体が持つ力を十分に活かした推進体制には至っていません。

特に、野洲市観光物産協会については、観光振興の中心的役割を担う組織として積極的な事業展開が求められます。

そこで、野洲市観光物産協会をはじめ、多様な主体が役割を明確にしながら連携する観光地域づくりを進めていきます。

👉 主な取組

(1) 地域・市民との協働

- ・ ボランティア観光ガイド協会との連携
- ・ 地域資源を活かした市民参加型事業
- ・ 市民による情報発信

(2) 庁内・広域連携の推進

- ・ 関係部署による横断的連携
- ・ 滋賀県との連携
- ・ 湖南地域観光振興協議会等との広域連携
- ・ 公益社団法人びわこビジターズビューローとの連携

重点戦略4

多様な主体との連携による持続可能な観光地域づくり

本市の観光振興を持続的に進めていくためには、行政だけでなく、野洲市観光物産協会、観光関連事業者、市民、地域団体、教育機関、交通事業者など、多様な主体がそれぞれの強みを活かしながら連携・協働することが重要です。

また、これまでコロナ禍の影響や行財政改革推進プランにより休止していた大型イベントについても、令和9年度以降の再開・展開を見据え、観光振興や地域活性化につながるイベントのあり方を検討します。地域イベントと観光施策を連携させることで、市内外からの来訪者を呼び込み、交流人口の創出や地域経済への波及につなげます。

さらに、観光を地域全体で支える機運を醸成し、市民が地域の魅力を再発見するとともに、市民自身が本市の魅力を発信する担い手となる取組を進めます。

こうした取組を通じて、多様な主体が継続的に関わることのできる観光地域づくりの体制を構築し、将来にわたって持続可能な観光振興を推進します。

主な取組

- 多様な主体との連携強化
 - 観光を担う人材・担い手の育成
 - 市民参加型の観光事業の推進
 - 大型イベント・地域イベントとの連携
 - 広域観光連携の推進
 - 民間事業者・教育機関等と連携した観光コンテンツの造成
 - データを活用した観光施策の検証・改善
-

4-2 第3次指針における観光振興の推進イメージ

第3次指針では、基本方針と重点戦略を取り組んでいくことで、以下のようなイメージで観光振興を推進します。

4-2 観光振興の推進イメージ

第3次指針では、以下の考え方に基づき観光振興を推進します。



市民・事業者・行政が一体となって、「地域が輝き、また訪れたい野洲」を目指す

この循環を生み出すことで、観光による地域経済の活性化と持続可能な観光地域づくりを実現します。

第5章 第3次指針の目標指標と推進体制

5-1 目標指標設定の考え方

第3次指針では、第2次指針で掲げた観光入込客数のみを成果指標とするのではなく、観光による地域経済への波及効果や、来訪者の満足度、地域との関係性などを総合的に把握することが重要と考えます。

そのため、第3次指針では、「量」だけではなく「質」も重視し、以下の視点から目標指標を設定します。

- ・ 観光客の増加(来訪者数)
- ・ 観光消費の拡大(地域経済への効果)
- ・ 観光客の満足度向上
- ・ 市内周遊の促進
- ・ 関係団体との連携強化
- ・ 観光地域づくりを担う体制強化

これらの指標について、令和9年度以降は毎年度進捗状況を確認し、必要に応じて施策の改善を図ります。

5-2 目標指標(KPI)

指標1 観光入込客数

指標設定の考え方

本市を訪れる観光客数を把握し、観光振興による交流人口拡大の成果を測ります。本指標は、基本方針及び重点戦略の1・2・3を推し量る指標として設定します。

目標

指標	現状値	目標値(令和13年度)
観光入込客数	2,544,000 人	2,669,000 人

※具体的な数値については、令和7年度実績等を基準として設定します。(R7 速報値)

令和3年以前の数値はコロナウイルス感染症の影響が大きく表れているため、それを除いた、令和4年から令和7年の平均年間伸び率 1.008 を令和7年の数値へ各年乗じることにより設定します。

指標2 観光消費額

指標設定の考え方

観光による経済効果を把握するため、来訪者数だけでなく、市内での消費拡大を成果として評価します。本指標は、基本方針及び重点戦略の3を押し量る指標として設定します。

目標

指標	現状値	目標値(令和13年度)
観光消費額	118億円	124億円

※具体的な数値については、観光入込客数を基にした観光消費額とします。(R7速報値)
概算値になりますが、滋賀県全体の観光入込客数に対する野洲市の観光入込客数が占める割合に応じて、滋賀県全体の観光消費額から野洲市の観光消費額を求めます。

指標3 観光客満足度

指標設定の考え方

「また訪れたい」と感じてもらえる観光地づくりを進めるため、来訪者の評価を把握します。本指標は、基本方針及び重点戦略の1・2・3を押し量る指標として設定します。

目標

指標	現状値	目標値(令和13年度)
観光満足度	—	100%

※具体的な数値については、イベントやツアー開催時アンケート調査で把握します。

指標4 情報発信数

指標設定の考え方

本市の魅力を多くの人へ伝えるには、伝わる情報を、また伝えたい層にどう伝えるかが重要であり、複数の情報発信媒体を利用した情報発信数を測ります。本指標は、基本方針及び重点戦略の2を押し量る指標として設定します。

目標

指標	現状値	目標値(令和13年度)
情報発信数	29	50回以上

※具体的な数値については、市広報・ホームページ、SNSを利用した情報発信数を設定します。(R7:市広報5回、ホームページ4回、SNS20回)

指標5 観光推進体制の強化

指標設定の考え方

持続可能な観光振興には、多様な主体が連携する体制づくりが不可欠であることから、連携事業数を測ります。本指標は、基本方針及び重点戦略の4を押し量る指標として設定します。

目標

指標	現状値	目標値(令和13年度)
観光関連団体との連携事業数	—	増加を目指す

※具体的な数値としては、イベント事業で観光関連団体と連携した数を設定します。

5-3 推進体制

観光振興は、行政だけで進めるものではなく、市民、地域団体、観光関連事業者、観光物産協会、ボランティア団体など、多様な主体がそれぞれの役割を担いながら連携することが重要です。第3次指針では、各主体の役割を明確化し、「協働による観光地域づくり」を推進します。



観光振興は、行政だけで進めるものではなく、多様な主体がそれぞれの役割を担い、連携することが重要です。

第6章 資料編

6-1 野洲市観光振興指針策定委員会委員

委員氏名	委員区分	所属機関等
◎峯俊 智穂	1号委員	立命館大学 経済学部
有田 高志	2号委員	公益社団法人 びわこビジターズビューロー
井口 幸恵	2号委員	兵主大社
川口 ひとみ	2号委員	野洲市観光物産協会
○木村 靖	2号委員	野洲市商工会
谷口 真奈美	2号委員	株式会社 JTB ふるさと開発事業部
早川 久登	2号委員	野洲市ボランティア観光ガイド協会
舟引 徹	2号委員	西日本旅客鉄道株式会社
馬淵 兼一	2号委員	公益財団法人 滋賀県希望が丘文化公園
吉川 文子	2号委員	野洲市湖岸開発株式会社
鷺田 七恵	2号委員	一般社団法人 やす地域共生社会推進協会
中塚 誠治	3号委員	野洲市 環境経済部

※委員氏名は、委員区分毎の50音順(敬称略)、所属機関等は就任時点。

※委員区分は、1号委員:学識経験を有する者、2号委員:関係団体を代表する者、3号委員:市の職員を示す。

※委員氏名の前の◎印は委員長、○印は副委員長を示す。

6-2 野洲市観光振興指針策定委員会開催等経過

開催等	日程	概要
第1回	令和8年6月30日	・委員長、副委員長の選出 ・現行(第2次)野洲市観光振興指針の総括について ・次期(第3次)野洲市観光振興指針の骨子案について ・今後のスケジュールについて
第2回	令和8年10月6日	・第3次野洲市観光振興指針の素案について
パブリック コメント	令和8年12月23日 ～令和9年1月13日	・市ホームページへの掲載や各公共施設への設置等により周知し、持参、郵送、ファクス、メールで意見を募集
第3回	令和9年2月9日	・第3次野洲市観光振興指針の確定について

6-3 第2次野洲市観光振興指針の重点事業の評価

重点事業1 野洲市ならではの体験型観光事業

	内容	取組
1	野洲市は農業・漁業等の一次産業の充実と共に、三上山や琵琶湖でのアウトドアや食、歴史・文化等、体験型観光につながる野洲市ならではの観光素材を有しています。人々の価値観がモノからコトに移りつつある今、そしてコロナ禍の今だからこそ注目を浴びている自然を生かした体験型観光を充実させます。	・令和7年度からふるさと納税業務が移管され、商工観光課から地域経済振興課となった。 ・返礼品のラインナップをモノだけでなく、コト消費につながるような返礼品開発を行った。
2	野洲市の観光目的の過半数を占める「スポーツ・レクリエーション」分野との連携を通じた事業展開を検討します。	・希望が丘文化公園やマイアミ浜において、スポーツだけでなく、憩いの場となるよう観光ガイドマップで案内した。 - また、令和7年度に滋賀国スポ・障スポ大会が開催され、市内施設に多くの来場者を迎え入れた。
3	農業との連携によるグリーンツーリズムや三上山登山との連携によるスポーツツーリズム、ウェルネスツーリズム、琵琶湖岸でのアウトドア体験や家棟川の自然を楽しみながら環境の大切さを体感できる手こぎ船「家棟川エコ遊覧船」との連携事業等、野洲市ならではの体験型観光事業を展開します。	・三上山登山フェスタを開催し、同時に「おいで野洲マルシェ」を実施することで、三上山登山とグルメを組み合わせた秋のイベントとして展開した。 ・琵琶湖岸におけるアウトドア体験の提供として、マイアミ浜や B&G 海洋センター等において SUP 体験といったウォータースポーツが可能な環境を整備・展開している。 ・家棟川エコ遊覧船については、2024年度をもって事業を終了しており、現在は実施していない。
4	事業実施については、まずは市内の観光関連事業者や一次産業（農業・漁業・林業等）事業者との協議を行い、具体的な事業の計画と継続可能性（収益を得られるしくみにより無理なく継続できる方法）の確認をとりながら進めます。また、野洲市内の体験プログラムを集約し情報発信できるよう検討します。	・JA や青年農業者クラブ、まるかじり協議会、すまいる市等との協議を行い、各種事業等の実施につなげた。

※評価：A・・・取組や実績が十分であり、顕著な効果が得られた。 B・・・取組や実績があり、一定の効果はあった。

実績	効果	評価
・マイアミ浜キャンプ場や関連施設、歴史民俗博文館等の返礼品化を行った。 ・3月にはマイアミ浜でふるさと納税イベントを行い、宿泊客から好評を得て、一定の反応があった。	・マイアミ浜キャンプ場のリピーターを中心に返礼品の活用が進み、定着が進んだ。	B
・滋賀国スポ障スポ大会開催期間中において、選手、大会関係者、観覧者合わせて 30,967 人が来訪されました。 ・希望が丘文化公園で行われた、なでしこサッカー、クロカン、ラグビーの各大会や野洲市総合体育館で行われた大相撲野洲場所において、ドウタクくんを出動させ、野洲市の PR 活動に努めた。	・野洲市総合体育館や平和堂 HATO スタジアムにおいて、観光 PR は行ったものの、改めて来訪されているとは実感がない。 ・各種スポーツ大会に参加した選手、スタッフや応援者に野洲市の PR ができたものの誘客への実感がない。	B
【エコ遊覧実績】 ・実績は観物も把握なし 【登山フェス等の実績】 令和7年度:約 250 人(うち、登山した人は 150 人) 【B&G 艇庫実績】 令和4年度:1,864 人 令和5年度:1,534 人 令和6年度:1,612 人 令和7年度:2,662 人 【体験教室参加者数(SUP/カヌー)(マイアミ浜より)】 令和4年度:279 人/ 5 人 令和5年度:403 人/ 0 人 令和6年度:613 人/ 6 人 令和7年度:760 人/20 人	・周遊にはつながらなかったものの、一定数の参加者は確保できた。	B
【ひまわり迷路来場者数】 令和4年度 13,488 人 令和5年度 8,188 人 令和6年度 約 8,000 人 【おいで野洲まるかじり協議会主催・共催イベント参加人数】 令和4年度 約 5,000 人 令和5年度 約 7,000 人 令和6年度 約 11,000 人 ・ゆりかご水田のオーナー制度等	・ひまわり迷路の開催、ゆりかご水田での体験会等で市内外からの誘客ができた。	B

C・・・取組や実績が乏しく、効果が得られたかは不明。 D・・・取組や実績が全く無く、効果も無い。

重点事業2 野洲市のよいところ発見事業

	内容	取組
1	小学校・中学校での野洲市を学べる体験事業（観光関連）の充実を図ります。居住学区内だけでなく、学区外においても野洲市の良さを知ることができる機会を提供します。	・銅鐸博物館において、歴史を楽しみながら学べる「弥生の森体験学習」を実施している。 ・花緑公園における「山の子事業」や、しがモックが実施する予約制の体験プログラムを通じて、団体利用者に対する木育体験の機会を提供している。
2	観光提供者からの情報発信と共に、観光客からの情報発信や SNS を利用したフォロー等、相互による情報発信力の強化につながるような仕組みづくりを検討します。（市内観光の最新情報の提供方法として「QR コード」の活用を含めて検討します。）	・市内観光情報については、観光物産協会の公式 Instagram で継続的に発信を行った。さらに、ドウタクくんの公式 Instagram では、コメントを促す投稿など、フォロワーが参加できる仕組みづくりに努めた。 ・市公式 LINE を活用した情報発信により、イベント情報の周知拡大と参加者の増加につながった。 ・野洲市観光 PR キャラクターであるドウタクくんは、これまで各種イベント等への出演を通じて、市の魅力発信に努めてきた。その活動は3代目ドウタクくんへと受け継がれ、現在も観光 PR や地域活性化に向けた活動を展開している。
3	野洲市のよいところを発見できる第一の窓口として、観光案内所等の観光拠点の設置や観光物産販売所の充実を見据えた取り組みを行います。	・野洲市観光物産協会が北部合同庁舎へ移転し、観光情報発信業務を行った。 ・駅前整備の進展に伴い、構想の中で観光拠点としての機能を担う施設等の在り方について検討を進めた。
4	野洲市の貴重な財産である歴史・文化、行事等を動画で紹介・記録し様々な場面で活用します。	・野洲市の観光 PR のため、本館 1 階市民課前及び別館 1 階、図書館に設置したモニターで観光 PR 動画を放映するとともに、観光パンフレットを配架し、情報発信を行っている。
5	野洲市観光 PR キャラクター「ドウタクくん」や野洲市観光大使との連携事業等により着目度を上げ、様々な媒体を通じ「野洲市のよいところ」の効果的な情報発信を図ります。	・ドウタクくんの認知度向上を目的として、各種イベントへ積極的に参加し、来場者に対してドウタクくんカードの配布を実施した。また、新たなオリジナルグッズとして「びわやすチャーム」を製作・販売した。さらに、公式 Instagram を活用し、イベント情報や活動内容等の広報・情報発信に努めた。

※評価：A・・・取組や実績が十分であり、顕著な効果が得られた。 B・・・取組や実績があり、一定の効果はあった。

実績	効果	評価
【弥生の森体験学習 参加人数(市内小学校参加者数)】 令和4年度:136人 令和5年度:80人 令和6年度:77人 令和7年度:86人 【花緑公園 山の子事業 実績】 令和6年度:2,443人 令和7年度:2,366人 【しがモック(学校団体の利用状況)】 月に8~10団体 (内訳:保育園7割、養護学校2割 小学校1割(主に1・2年生))	・小学校・中学校に向けた体験学習の充実を図ることで、児童・生徒の学びを深めるとともに、地域の自然や文化への理解を促進できた。	B
【観光物産協会 Instagram フォロワー数】 令和4年度:1,700人 令和5年度:1,990人 令和6年度:2,320人 令和7年度:2,912人 【イルミネーション事業公式インスタ設立】 0→193人 【トップバナー設置】 ・市のホームページ上に、観光情報およびふるさと納税に直接アクセスできるトップバナーを設置した。 【ドウタクくん貸出件数】 令和4年度実績:21件 令和5年度実績:10件 令和6年度実績:11件 令和7年度実績:36件	各種 SNS や市公式 LINE を活用した情報発信により、観光情報やイベント情報の周知拡大につながった。また、ドウタクくんによる継続的な PR 活動を通じて、市の魅力発信の強化と観光振興の推進が一定図られた。	B
—	・事業やイベント等への展開、人員確保・体制に課題があり、十分な活動が行われているとは言えない。	C
【野洲市観光 PR 動画 YouTube 視聴回数(令和4年度作成)】 令和4年度:591回 令和5年度:1,420回 令和6年度:2,142回 令和7年度:2,889回	・観光 PR 動画の放映やパンフレットの配架を通じて、野洲市の観光資源への関心の喚起や観光誘客への後押しにつながった。	B
【ドウタクくん貸出件数】 令和4年度実績:21件 令和5年度実績:10件 令和6年度実績:11件 令和7年度実績:36件 【ドウタクくん公式インスタグラム】 フォロワー数:0名→230人 【びわやすチャーム作成】 計400個即完売	・ドウタクくんを地域に愛されるキャラクターとして定着させることで、地域の魅力発信や認知度向上につなげた。	B

C・・・取組や実績が乏しく、効果が得られたかは不明。 D・・・取組や実績が全く無く、効果も無い。

重点事業3 湖と山をつなぐ観光周遊促進事業

内容	取組
1 徒歩での視点 ・三上山登山者等のニーズ把握をしたうえで、野洲市内の立ち寄りスポットを紹介します。また BIWA-TEKU(ビワテク)アプリの活用等で楽しみながら健康づくりを継続できるしくみを検討します。 ・野洲市の歴史的資産であり、観光客からのニーズがある文化財や史跡、街道(中山道・朝鮮人街道)等について、野洲市ボランティア観光ガイド協会のこれまでの活動実績と共に連携・協力のもと、活用促進を図ります。	・令和4年1月より、事業に参加、本格運用開始され、当課はイベント時でのORコード設置、窓口に設置など情報発信に繋げた。 ・野洲市ボランティア観光ガイド協会による自主企画おいで野洲ハイキングを実施し、文化財や史跡、街道(中山道・朝鮮人街道)等の魅力発信を行った。
2 自転車サイクリストの視点 ・ビワイチ「サイクルツーリズム」および「ヤスイチ」での野洲市内のおすすめ立ち寄りスポットの設定やレンタサイクル事業等の推進を検討します。 ・体調や気分に合わせて散歩程度にのんびりサイクリングするボタリングの推進によって、市民の健康増進にもつなげます。	・ホームページでの周知は実施していたものの、体験ツアー等の具体的な事業化や誘客施策への展開に至っておらず、情報発信が実利用・観光消費に結び付いていない。 ・サイクリング、ツーリング、ドライブ、ウォーキングなど、ビワイチや琵琶湖が好きな人が集うビワイチミーティング2025in 野洲をマイアミ浜で行った。
3 市内連携・広域連携による周遊促進 ・琵琶湖岸の観光施設や滋賀県希望が丘文化公園、滋賀県立近江富士花緑公園等の市内施設との連携・協力、そして市外・県外施設との広域連携により、野洲市内での立ち寄りスポットの情報発信や野洲の観光物産販売等の協議を進めます。 ・立ち寄りスポットの設定については、各対象者のニーズに合った設定をするとともに、お店利用特典等により利用者増と経済効果が期待できる方法を検討します。 ・広域連携においては、近隣市町、滋賀県、公益社団法人びわこビジターズビューロー等との一層の協調・連携強化を図ります。	・広域連携においては、びわこビジターズビューロー主催のキャンペーン事業に湖南地域観光振興協議会として参加し、野洲の名産などを紹介し、野洲市をPRした。 ・湖南4市のスケールメリットを活かした事業を展開し、当地域への観光客の誘客促進と湖南4市を跨いだ周遊観光促進を図った。

※評価:A・・・取組や実績が十分であり、顕著な効果が得られた。 B・・・取組や実績があり、一定の効果はあった。

実績	効果	評価
【BIWA-TEKU アプリ登録者数(野洲市のみ)】 令和4年度:632 人 令和5年度:794 人 令和6年度:935 人 令和7年度:1,068 人 【ボランティア観光ガイド協会によるおいで野洲ハイキング実績回数】 令和4年度:5 回 令和5年度:10 回 令和6年度:11 回 令和7年度:8回	・健康づくり情報発信の強化により、市内外への健康づくり情報の周知促進につながった。また、ガイド付きハイキングの実施により、文化財や史跡等の地域資源の魅力発信による誘客につながった。	B
【サイクルマップ配布数】 ・4,000 部作成 【ヤスイチサイクルフェス参加者数】 令和5年度 15 人 令和6年度 25 人 ・令和5年3月にヤスイチサイクルフェス 2023 を駅前広場(A ブロック)にて実施した。(参加者数:約 3,500 人)また、令和5年 11 月と令和6年3月にヤスイチサイクル体験ツアーを実施し、両日とも、サイクルマップに記載されているモデルコースを実走した。 ・野洲サイクリングマップを3つのイベントで配布し、自転車利用時ならではのおすすめ立ち寄りスポットの紹介や健康でエコなマイクロツーリズムの推進を図ることができた。 ・令和7年 9 月にはビワイチミーティング 2025in 野洲を実施した。(参加者数:約 330 人)	・野洲サイクリングマップの配布は、幅広い年齢層に対し、目的や体力に合った自転車利用の促進が図れたが限定的であった。	C
【湖観振事業「謎解きラリー」の実績】 令和 6 年度実績:特産品応募 2,531 件 4 市クリア達成者 570 人 当選者 44 人 令和 7 年度実績:特産品応募 2,272 件 4 市クリア達成者 524 人 当選者 44 人	・広域連携によるキャンペーン事業や周遊型謎解きイベントの実施により、野洲市の認知度向上と湖南地域全体の観光誘客の促進につながった。	B

C・・・取組や実績が乏しく、効果が得られたかは不明。 D・・・取組や実績が全く無く、効果も無い。

第3次野洲市観光振興指針【素案】
令和8年9月時点

野洲市 環境経済部 地域経済振興課
〒520-2395 滋賀県野洲市小篠原 2100 番地1
電話 077-587-1121(代表) ファクス 077-587-3835
Email keizai@city.yasu.lg.jp