

公益社団法人びわ湖大津観光協会

第三次中期ビジョン

【令和5年度～令和7年度】



公益社団法人びわ湖大津観光協会

令和5年4月

目次

はじめに	P.1
第1章 「第3期大津市観光交流基本計画」の概要	P.2
第2章 第三次中期ビジョンの概要	P.4
第3章 第三次中期ビジョンでの取り組み	P.5
第4章 第三次中期ビジョンの数値目標（KPI）	P.8



はじめに

公益社団法人びわ湖大津観光協会（以下、本協会という）では、令和2年度～令和4年度（2020年4月～2023年3月）を対象期間とする「第二次中期ビジョン」を策定し、「巡るまち、クールなまち・大津へ」をテーマとする取組を推進している。

第三次中期ビジョンの策定に当たり、第二次中期ビジョンの取組での成果を継承しつつ、①大津市が令和4年（2022年）3月に策定した「第3期大津市観光交流基本計画」の達成に資すること、②コロナ禍の影響で大きく影響を受けた市内観光業の回復に資すること、③世界的なSDGsの推進の動きの中で、その対応が強く求められる「持続可能な観光地づくり」に資することを指針として、ビジョン策定を行った。

今回策定した第三次中期ビジョンの対象年度である、令和5年度～令和7年度（2023年4月～2026年3月）には、NHK大河ドラマ「光る君へ」の放送（2024年）、滋賀県で「わたSHIGA輝く国スポ・障スポ大会」の開催（2025年）、大阪・関西万博が開催される（2025年）など、大津市の観光動向に影響を与えるであろうと想定される事業等が実施される予定となっている。また、持続可能な観光地づくりの動きも地域、旅行者の双方においてに加速されると推測される。

第3期大津市観光交流基本計画で、将来像として提示されている「来訪者からは、えらばれ続ける大津。市民からは、紹介したい大津」という、観光訪問だけではなく、「長期滞在」や「市民との交流を楽しみに来訪する」など、大津を“第二のふるさと”と感じるファンが創出され、市民も大津に愛着を持ち、来訪者をあたたかく迎えている未来を目指して、本ビジョンの推進を行う。



第1章 「第3期大津市観光交流基本計画」の概要

大津市では、令和4年（2022年）3月「第3期大津市観光交流基本計画」を発表し、令和7年度（2025年度）に目指す姿と基本方針、施策、数値目標（KPI）を設定している。この計画の策定には、本協会役員も意見交換に加わるとともに、計画推進体制では「本計画を推進していくために、大津市・観光協会・関係団体等が連携していく必要があります」と記載されている。

1.大津市の現状と課題

大津市の現状と課題に関する考察では、観光を取り巻く環境の変化として、①新型コロナウイルス感染症拡大の影響（観光関連産業への影響、来訪者及び市内観光消費額の大幅な落ち込み）、②旅行スタイルやニーズの多様化（個人旅行の増加、旅行目的の多様化、マイクロツーリズムの普及、ワーケーションなどの新しい旅行スタイルへの注目、サステイナブルツーリズムなどへの注目）が指摘されている。

そのうえで、来訪者への満足度調査等の結果から、大津市の強みとして、①大津観光の中心となるオンリーワンの「びわ湖」、②悠久の歴史や文化が体験できる「寺社や史跡」、③四季を感じながら満喫できる「豊かな自然」、④周辺大都市からアクセスしやすい「ロケーション」を強みであると分析している。

また、大津市の観光地としての課題として、①大津ならではの魅力が具体的に認知されていない、②市内で周遊されているスポット数が少ない、③再訪者（リピーター）が少ない、④閑散期の宿泊客数が少ない、と指摘している。

2.目指す姿と基本方針・施策、数値目標

市の計画では、令和7年度（2025年度）に目指す姿、そのための基本方針と施策、数値目標（KPI）が、別表のように示されている。本協会の第三次中期ビジョンの策定に当たっては、大津市における「観光地域づくり」を担う中核組織として、市計画と連動した策定が求められる。また、本協会の特性をいかし、市の施策との連携やその具体化としてのビジョンの策定が求められている。



項目	第3期大津市観光交流基本計画
目指す姿	（4年後に向けて）◆もっと行きたくなる・もっと過ごしたくなる大津（4年後の状態）◆えらばれる大津（来訪者）、誇れる大津（市民）（最終的な将来像）◆えらばれ続ける大津（来訪者）、紹介したい大津（市民）
基本方針1	◆オンリーワンを感じられる「大津ならではの魅力」の向上 施策①あらたな興味や認知を獲得するコンテンツの提供 施策②付加価値の高いコンテンツの充実
基本方針2	◆安心して観光を楽しむことができる環境の充実 施策①安心・安全な旅の提供 施策②誰もが快適に観光を楽しむことができる受入環境の充実 施策③市民生活と調和した、持続可能な観光の推進
基本方針3	◆来訪につながる効果的なプロモーションの実施 施策①デジタルを活用したプロモーションの展開 施策②機会を捉えた情報発信の強化 施策③来訪者の目的に沿った販売促進
KPI	（R7年度目標） ◆観光消費額（1,982億円） ◆総宿泊者数（144.2万人） ◆外国人宿泊者数（19.7万人） ◆リピート率（3回以上の来訪者割合=47.1%） ◆来訪者満足度（大変満足+満足の割合=62.1%）
計画推進体制	◆進捗管理（PDCAサイクル） ◆計画推進体制の整備と情報共有（大津市、観光協会、関係団体）

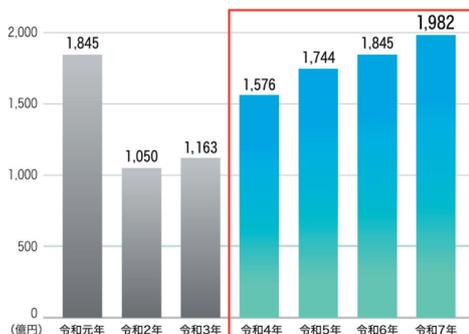
【参考】第3期大津市観光交流基本計画の数値目標

第5章 数値目標（KPI）

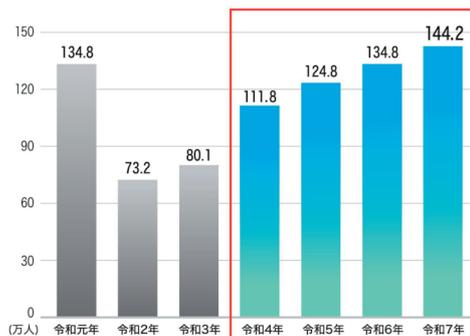
本計画では、「目指す姿」の実現に向け、各施策の進捗状況を確認するために数値目標（KPI）を設定します。

なお、観光消費額、総宿泊客数及び外国人宿泊客数については、令和2年度及び令和3年度は新型コロナウイルス感染症の影響を受けましたが、令和4年度以降は可能な限り早い回復に取り組み、本計画の最終年度である令和7年度にはコロナ禍以前の水準を上回っている状態を目指すものとして設定しています。

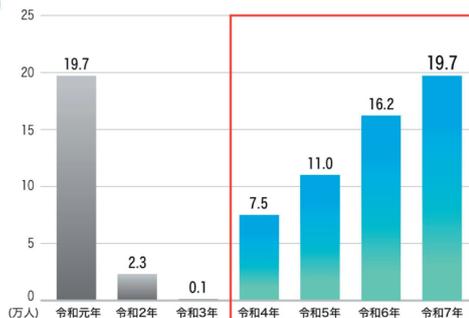
観光消費額



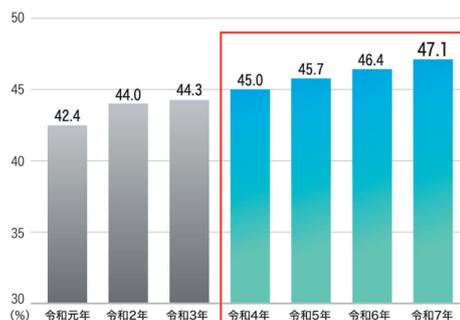
総宿泊客数



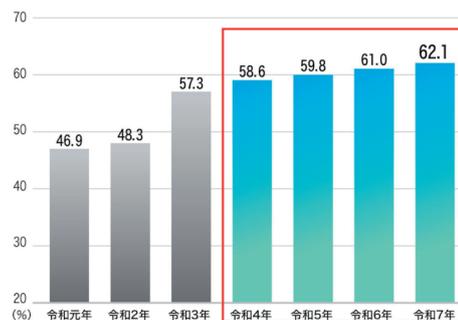
外国人宿泊客数



リピート率



来訪者満足度



観光消費額・総宿泊客数・外国人宿泊客数の令和3年数値は速報値であり、確定値ではありません

・第3期大津市観光交流基本計画(概要版)より抜粋

【参考】

第3期大津市観光交流基本計画ホームページ

<https://www.city.otsu.lg.jp/shisei/sokei/keikaku/kanko/47985.html>

第2章 第三次中期ビジョンの概要

大津市第3期観光交流基本計画の各項目に連携し、本協会の第三次中期ビジョンを策定した。

1. テーマの設定：「もっと“びわ湖大津”」

大津市第3期観光交流基本計画の実現に資する活動の実践とともに、本協会の第二次中期ビジョンでの取組を発展させ、「市民が地域をより良くしたいと考えるシビックプライドを地域に根付かせる」、「巡るまち大津」（循環型社会）、「クール大津」（循環型経済）の推進により、持続可能な観光地づくりを推進することを、「もっと“びわ湖大津”」という言葉に込めて、テーマとする。

2. 基本方針と施策、推進体制等

大津市第3期観光交流基本計画と連携する形で、本協会の第三次中期ビジョンの目指す姿、基本方針と施策を以下の表のように策定した。

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
目指す姿	(4年後に向けて) ◆もっと行きたくなる・もっと過ごしたくなる大津(4年後の状態) ◆えらばれる大津(来訪者)、誇れる大津(市民)(最終的な将来像) ◆えられ続ける大津(来訪者)、紹介したい大津(市民)	◆第3期大津市観光交流基本計画実現に向けて、観光協会の機能(ディスティネーションマネジメント/マーケティング機能)を活用し、「もっと行きたくなる・過ごしたくなる大津」の実現をはかる。 ◆持続可能なまちづくりに寄与する「観光」戦略の推進。
基本方針1	◆オンリーワンを感じられる「大津ならではの魅力」の向上 施策①あらたな興味や認知を獲得するコンテンツの提供 施策②付加価値の高いコンテンツの充実	◆「大津ならではの魅力」を体験できる観光コンテンツ(商品)の創出。 ①新しい観光コンテンツづくり ②高付加価値な観光コンテンツづくり ③上記コンテンツづくりを、産業や文化の維持発展に繋げる取組の実施
基本方針2	◆安心して観光を楽しむことができる環境の充実 施策①安心・安全な旅の提供 施策②誰もが「快適に観光を楽しむことができる受入環境の充実 施策③市民生活と調和した、持続可能な観光の推進	◆多様な旅行者に対応できるユニバーサルツーリズムの推進及び市民生活と連携した持続可能な観光地づくりの推進。 ①ユニバーサルツーリズムを意識した受入環境の整備 ②市民と一緒に取組む観光事業創出や受入環境整備の推進 ③SDGsを意識した観光事業を推進する
基本方針3	◆来訪につながる効果的なプロモーションの実施 施策①デジタルを活用したプロモーションの展開 施策②機会を捉えた情報発信の強化 施策③来訪者の目的に沿った販売促進	◆来訪につながる効果的なプロモーションの実施 ①DXの推進 ②映画・ドラマや大型イベント等とタイミングを合わせた情報発信の実施 ③大津の観光コンテンツ×ターゲットを明確にしたプロモーションの実施

計画推進体制としては、大津市計画のPDCAサイクルへの協力とともに、本協会内部でのPDCAサイクルの実現及びその推進体制の整備を方針とする。

また、持続可能な観光地づくりが求められる現代の環境下で、再評価できる「大津市民憲章」の精神をいかした方針を付加する。

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
計画推進体制	◆進捗管理(PDCAサイクル) ◆計画推進体制の整備と情報共有(大津市、観光協会、関係団体)	◆大津市計画のPDCAサイクルと情報共有への協力 ◆観光協会内でのPDCAサイクルの実現 ◆びわ湖大津観光協会の推進体制の整備
その他	(大津市民憲章)	◆大津市民憲章の精神をいかした、次代に続く「新たな観光都市＝大津」づくりを推進するために、観光事業と市民のベクトルを合わせる。

3. ビジョンの対象期間

令和5年度～令和7年度(2023年4月～2026年3月)

【大津市民憲章】・郷土を愛し琵琶湖の美しさをいかしましょう。・豊かな文化財を守りましょう。・時代にふさわしい風習を育てましょう。
・健康で明るい生活につとめましょう。・あたたかい気持ちで旅の人を迎えましょう。

第3章 第三次中期ビジョンでの取り組み

前章で示した、本協会第三次中期ビジョンの目指す姿、基本方針と施策について、具体的な計画については、各年度の本協会事業計画書において設定することとするが、具体的な取り組みの事例として、以下のような取組をイメージしている。

1. 目指す姿

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
目指す姿	(4年後に向けて) ◆もっと行きたくなる・もっと過ごしたくなる大津(4年後の状態) ◆えらばれる大津(来訪者)、誇れる大津(市民) (最終的な将来像) ◆えらばれ続ける大津(来訪者)、紹介したい大津(市民)	◆第3期大津市観光交流基本計画実現に向けて、観光協会の機能(ディステーションマネジメント/マーケティング機能)を活用し、「もっと行きたくなる・過ごしたくなる大津」の実現をはかる。 ◆持続可能なまちづくりに寄与する「観光」戦略の推進

目指す姿としては、◆本協会のディステーションマネジメント/マーケティング機能の活用した「もっと行きたくなる・過ごしたくなる大津」の実現、◆持続可能なまちづくりに寄与する「観光」戦略の推進とする。

本項目での取り組みの事例としては、◇観光協会の機能強化のための、「マーケティングデータ」収集、分析のための体制の整備や、◇CRMにつながる顧客データの収集、分析の検討が考えられる。

2. 基本方針1:大津ならではの魅力を体験できる観光コンテンツ(商品)の創出

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
基本方針1	◆オンリーワンを感じられる「大津ならではの魅力」の向上 施策①あらたな興味や認知を獲得するコンテンツの提供 施策②付加価値の高いコンテンツの充実	◆「大津ならではの魅力」を体験できる観光コンテンツ(商品)の創出 ①新しい観光コンテンツづくり ②高付加価値な観光コンテンツづくり ③上記コンテンツづくりを、産業や文化の維持発展に繋げる取り組みの実施

基本方針1では、◆「大津ならではの魅力を体験できる観光コンテンツ(商品)の創出」を方針とし、①新しい観光コンテンツづくり、②高付加価値な観光コンテンツづくり、③そのコンテンツづくりを産業や文化の維持発展に繋げる取り組みの実施とする。

これらの施策を実現する具体的な取り組みとしては、以下のような取り組みが想定される。

【取り組みの例】

- ◇大津ならではのコンテンツツーリズム
 - ・ かるたの聖地、大河ドラマ連動等の歴史資源系コンテンツ
 - ・ 大津祭お囃子体験、大津絵踊り等の新たな取組の観光コンテンツ化支援
- ◇シーズンライトアップの継続や追加、改良
- ◇びわ湖や自然を活用したアクティビティの開発支援
- ◇びわ湖での漁業体験、びわ湖での環境学習などびわ湖を活用したプログラムの創出
- ◇SDGsを意識した観光プログラムの開発(文化財修復支援などの観光プログラム化)
- ◇びわ湖疏水船業の活用
- ◇社寺や祭りと連携した高付加価値プログラムの開発(特別体験、特別拝観など)
- ◇交通、宿泊、飲食、土産物(製造・販売)に加えて、1次産業、2次産業等と連携した体験プログラム等の観光コンテンツづくりの検討

CRMとは、Customer Relationship Management(カスタマー リレーションシップ マネジメント)の略で、日本語では「顧客関係管理」または「顧客関係性マネジメント」などと訳される。観光地においては観光客との関係をマネジメントし、リピーターづくりや滞在や消費の促進を図る活動のこと。

3. 基本方針2:多様な旅行者に対応できるユニバーサルツーリズムの推進及び市民生活と連携した持続可能な観光地づくりの推進

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
基本方針2	<p>◆安心して観光を楽しむことができる環境の充実 施策①安心・安全な旅の提供 施策②誰もが快適に観光を楽しむことができる受入環境の充実 施策③市民生活と調和した、持続可能な観光の推進</p>	<p>◆多様な旅行者に対応できるユニバーサルツーリズムの推進及び市民生活と連携した持続可能な観光地づくりの推進 ①ユニバーサルツーリズムを意識した受入環境の整備 ②市民と一緒に取組む観光事業創出や受入環境整備の推進 ③SDGsを意識した観光事業を推進をする。</p>

基本方針2では、◆多様な旅行者に対応できるユニバーサルツーリズムの推進及び市民生活と連携した持続可能な観光地づくりの推進を方針とし、①ユニバーサルツーリズムを意識した受入環境の整備、②市民と一緒に取組む観光事業創出や受入環境整備の推進、③SDGsを意識した観光事業の推進を施策としている。

これらの施策を実現する具体的な取り組みとしては、以下のような取り組みが想定される。

【取り組みの例】

- ◇多様な旅行ニーズ(国籍、宗教、食、ジェンダー、障害)に対応する事業者向けセミナー等の開催
- ◇ユニバーサルデザインの推進、◇多言語対応の推進、◇ガイド人財の確保とブラッシュアップ
- ◇観光人財の確保に関する支援策の検討
- ◇観光客のストレス・不満等の把握(調査)
- ◇市民向け観光コンテンツ体験会の実施
- ◇市民の観光事業への関わり方を増やす施策の検討(市民によるプログラム開発や情報発信施策の検討)
- ◇観光プログラムへのSDGs視点の導入支援(表彰制度など)

4. 基本方針3:来訪につながる効果的なプロモーションの実施

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
基本方針3	<p>◆来訪につながる効果的なプロモーションの実施 施策①デジタルを活用したプロモーションの展開 施策②機会を捉えた情報発信の強化 施策③来訪者の目的に沿った販売促進</p>	<p>◆来訪につながる効果的なプロモーションの実施 ①DXの推進 ②映画・ドラマや大型イベント等とタイミングを合わせた情報発信の実施 ③大津の観光コンテンツ×ターゲットを明確にしたプロモーションの実施</p>

基本方針3では、◆来訪につながる効果的なプロモーションの実施を方針とし、①DXの推進、②映画・ドラマや大型イベント等とタイミングを合わせた情報発信の実施、③大津の観光コンテンツ×ターゲットを明確にしたプロモーションの実施を施策としている。

これらの施策を実現する具体的な取り組みとしては、以下のような取組が想定される。

【取り組みの例】

- ◇SNSを活用した情報発信やプロモーション
- ◇来訪者情報のデジタル化推進やファンづくり施策
- ◇大河ドラマ連携、映画連携、文学賞等文学連携、芸術連携
- ◇滋賀国スポ・障スポ、大阪・関西万博等の大型イベントとの連携
- ◇湖信会社寺等の大型行事との連携
- ◇ターゲット設定を明確にした観光プロモーションの実施
- ◇教育旅行誘致施策
- ◇MICE誘致施策



DX(デジタルトランスフォーメーション)とは、企業や団体がAI、IoT、ビッグデータなどのデジタル技術を用いて、業務フローの改善や新たなビジネスモデルの創出だけでなく、レガシーシステムからの脱却や企業風土の変革を実現させることを意味する。観光地では、DXを活用して、旅行者の体験価値向上、観光地経営の改善、来訪意欲の促進や顧客定着につながる取り組みが期待されている。

5. 計画推進体制についての取り組み

項目	第3期大津市観光交流基本計画	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
計画推進体制	<ul style="list-style-type: none"> ◆進捗管理（PDCAサイクル） ◆計画推進体制の整備と情報共有（大津市、観光協会、関係団体） 	<ul style="list-style-type: none"> ◆大津市計画のPDCAサイクルと情報共有への協力 ◆観光協会内でのPDCAサイクルの実現 ◆びわ湖大津観光協会の推進体制の整備

計画推進体制では、◆大津市計画のPDCAサイクルと情報共有への協力、◆観光協会内でのPDCAサイクルの実現、◆びわ湖大津観光協会の推進体制の整備を方針としている。この項目での具体的な取り組み例としては、以下が想定される。

【取り組みの例】

- ◇観光協会内（部会等）内での情報共有と進捗管理
- ◇観光協会の組織体制についての検討
（会員のあり方、内部組織・人材のあり方、市や地域観光協会との関係性、事業の構造に関すること、財源等の確保に関すること、観光協会の機能・役割の整理、日本版DMO登録に関すること等）
- ◇観光協会の旅行業（着地型）やランドオペレーション機能の充実

6. 大津市民憲章の精神を活かした施策

項目	大津市	(公社)びわ湖大津観光協会の第三次中期ビジョン
その他	(大津市民憲章)	◆大津市民憲章の精神をいかした、次代に続く「新たな観光都市＝大津」づくりを推進するために、観光事業と市民のベクトルを合わせる。

本協会独自の方針として、「大津市民憲章」の精神を活かした取組を進めることとし、◆大津市民憲章の精神をいかした、次代に続く「新たな観光都市＝大津」づくりを推進するために、観光事業と市民のベクトルを合わせる施策を展開する。具体的な取り組みとしては、以下のような取り組みが考えられる。

【取り組みの例】

- ◇市民向け「大津の観光」講座やセミナー等の開催



第4章 第三次中期ビジョンの数値目標(KPI)

1. 数値目標の項目設定

第3期大津市観光交流基本計画では、令和7年度（2025年度）数値目標(KPI)を以下のように設定している。

【大津市の数値目標】

- ◆観光消費額（1,982億円）
- ◆総宿泊者数（144.2万人）
- ◆外国人宿泊者数（19.7万人）
- ◆リピート率（3回以上の来訪者割合=47.1%）
- ◆来訪者満足度（大変満足＋満足の割合=62.1%）

本協会の第三次中期ビジョンは、大津市観光交流基本計画と連携した方針・施策を設定したため、大津市の設定した数値目標を目標とすることになる。その上で、①本協会の地域マーケティング及び地域マネジメント体制を整備するため、本協会会員等からのデータ収集による数値目標の設定と、②本協会の中期ビジョンの方針に沿った数値目標を設定する。

2. 本協会の数値目標

本ビジョンでは、数値目標を「成果に関する指標」（アウトカム目標）と「事業実施に直接関連する指標」（アウトプット目標）に整理して設定する。

①数値目標「成果に関する指標」(アウトカム目標)

目標項目	数値目標 令和7年度（2025年度）
観光消費額	1,982億円（大津市のKPI達成）
総宿泊者数（本協会会員の総宿泊者数）	165万人（協会独自目標）
外国人宿泊客数（本協会会員の外国人宿泊者数）	35万人（協会独自目標）
リピート率（3回以上の来訪者割合）	3回以上の来訪者割合=47.1%（大津市のKPI達成）
来訪者満足度（大変満足＋満足の割合）	大変満足＋満足の割合=62.1%（大津市のKPI達成）

基本的には、第3期大津市観光交流基本計画と連携した数値としているが、「総宿泊者数」ならびに「外国人宿泊客数」については、令和4年度におけるコロナ禍からの回復状況や大河ドラマ「光る君へ」の放送、大阪・関西万博の開催など大津市の観光動向に影響を与える事業等が実施されることを考慮し、コロナ禍以前に設定されていた「第2期大津市観光交流基本計画」における「令和2年度」のKPI（コロナ禍前の最大数値目標）を本ビジョンにおける数値目標として設定する。

②数値目標「事業実施に直接関連する指標」(アウトプット目標)

基本方針	関連事業	数値目標 令和7年度(2025年度)
基本方針1	新しい観光コンテンツの開発数	60コンテンツ/3年間
	高付加価値コンテンツの実施数	30コンテンツ/3年間
	産業や文化の維持発展に繋げる取り組みの実施数	50取り組み/3年間
基本方針2	・ユニバーサルツーリズム(UT)に関する取り組み数(食、UD、多言語案内等) ・ガイドの育成施策数、育成数	UTへの取り組み数：6取り組み/3年間 ガイド育成施策：20回/年 育成ガイド数：延べ150人/年
	・市民との連携による活動数 ・市民の観光事業推進への理解度	市民連携活動：15事業/3年間 市民観光理解度：調査後設定 ※令和5年度調査
	・SDGsの取り組み数 ・SDGsに取り組み会員数	本協会取り組み数：30取り組み/3年間 会員取り組み数：全会員が取り組んでいる/令和7年度
基本方針3	・DX施策の実施数	DX施策の実施：6取り組み/3年間
	・情報発信数 ・HPのアクセス数、SNSフォロワー数	情報発信数：10回/令和7年度 HPアクセス数：200万/令和7年度 SNSフォロワー数：3万/令和7年度
	・教育旅行のプログラム利用数 ・MICE獲得数	教育旅行の誘致数：20団体/令和7年度 MICE(学会)獲得数：10件

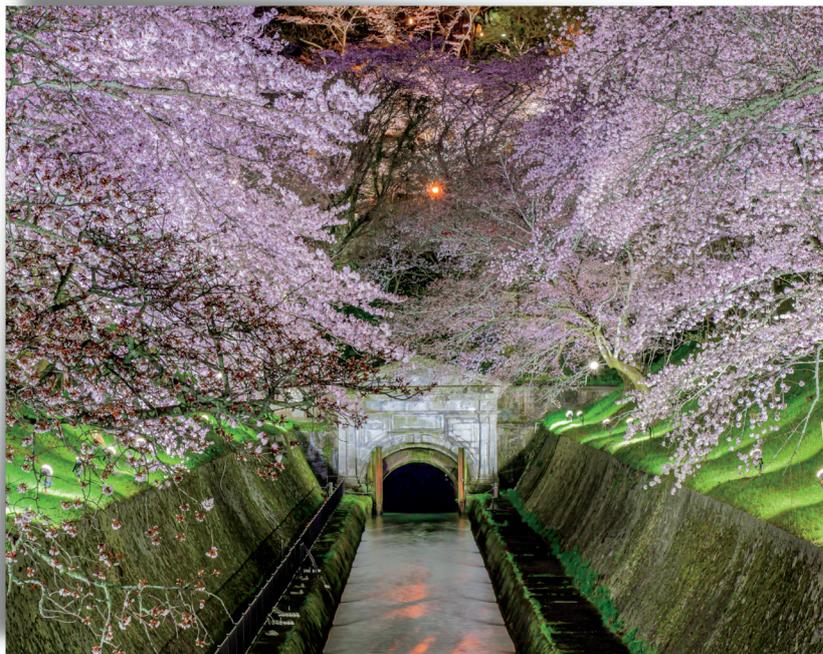
本協会の中期ビジョン方針に沿った数値目標の設定では、本協会の中期ビジョンの各施策に対応した数値目標を令和4年度の実績等を基にして設定する。また、数値目標の達成度合いについては、本協会及び会員の取り組み数等の実績のヒアリング等により把握する。

SDGsに関する取組に関しては、観光地域の取組に関する日本版のガイドラインである「JSTS-D」に対する本協会の取り組み方を検討する。また、本協会会員の取り組みとしては、気候変動への対応、コミュニティ支援/文化遺産の保護、自然遺産の保護、生態系の維持、省エネルギー、水資源の管理、廃棄物と排出量の管理など、多様な取り組みを把握する。

【参考】目標設定にかかわる実績数値等

調査項目	令和4年度(2022年度)実績数値・参考数値等
・本協会会員の宿泊者数	861千人/年
・本協会会員の外国人宿泊者数	12千人/年
・高付加価値コンテンツの実施数	6コンテンツ/年
・新しい観光コンテンツの開発数	23コンテンツ/年
・産業や文化の維持発展に繋げる取り組みの実施数	15取り組み/年
・ユニバーサルツーリズム(UT)に関する取り組み数(食、UD、多言語案内等) ・ガイドの育成施策数、育成数	UTへの取り組み数：1取り組み/年 ガイド育成施策：17回/年 育成ガイド数：延べ140人/年
・市民との連携による活動数 ・市民の観光事業推進への理解度	市民連携活動：3事業/年 市民観光理解度：調査予定
・SDGsの取り組み数 ・SDGsに取り組み会員数	本協会取り組み数：7取り組み/年 取り組みむ会員の割合：64.7%
・DX施策の実施数	1取り組み/年
・情報発信数 ・HPのアクセス数、SNSフォロワー数	情報発信数：10回(全国4、関西圏6)/年 ※令和5年度事業目標 HPアクセス数：107万/年 ※令和4年度実績 SNSフォロワー数：18,700/年 ※令和5年度事業目標
・教育旅行のプログラム利用数 ・MICE獲得数	本協会の教育旅行のプログラム利用数：1団体(116人)/年 本協会会員のMICE(学会)獲得数：7件

・JSTS-Dは、Japan Sustainable Tourism Standard for Destinationsの略。国連世界観光機関(UNWTO)によるGSTC-Dを、観光庁がUNWTO日本事務所の協力により開発した、持続可能な観光地域づくりのためのガイドライン。



 **OTSU 公益社団法人びわ湖大津観光協会**

〒520-0037 滋賀県大津市御陵町2-3 市民文化会館2F

TEL:077-528-2772 FAX:077-521-7330

HP:<https://otsu.or.jp/> MAIL:info@otsu.or.jp