

## □エコセンタープロジェクト会議について

### 1. これまでの経過と成果

---

#### ①平成 20 年 3 月 27 日 第1回エコセンタープロジェクト会議

1. エコセンターのイメージ
2. エコセンターの取り組み
3. エコロジカルな取り組み事例紹介

#### ②平成 20 年 4 月 18 日 第2回エコセンタープロジェクト会議

1. エコセンターに関する各委員からの提案
2. ホームページを活用した体験学習など情報発信事例紹介

#### ③平成 20 年 5 月 14 日 第3回エコセンタープロジェクト会議

1. モデルプログラム案
2. 湖の駅プロジェクト案
3. 湖岸プロムナード案

#### ④平成 20 年 12 月 2 日 第4回エコセンタープロジェクト会議

1. これまでの経過報告
2. 湖の駅事業の提案
3. 協議会への報告事項

#### ⑤平成 21 年 6 月 4 日 第5回エコセンタープロジェクト会議

1. これまでの成果報告

エコセンタープロジェクト会議における検討を経て、「琵琶湖湖岸活用エコツーリズム事業」は、平成 21 年度「戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金」に採択され琵琶湖汽船株式会社が事業を実施することとなった。また、ソフト事業として、エコツーリズムや環境学習等については、現在内閣府が所管する「地方の元気再生事業」にエントリー中である。

### 2. 今後の展開について

---

#### なぎさ活性化プロジェクト会議の立ち上げ準備

本プロジェクトによって、「琵琶湖湖岸活用エコツーリズム事業」を事業化することが出来たものの、これに留まらず、今後さらに大津市中心市街地の琵琶湖湖岸の活用に向けた新たな事業展開が必要である。そこで、湖岸エリア全体の活性化を図ることを目的として「なぎさ活性化プロジェクト会議」の立ち上げを準備したいと考えている。会議設置に当たっては、事業化をめざすべき具体的な事業に関する目途が立った時点で、当協議会に報告する。

# 琵琶湖湖岸活用エコツーリズム事業概要

## ■基本戦略

### ■浜大津アーカスの位置づけ

#### 立地ポテンシャルの活用

人口33万人、滋賀県第1位の人口を誇る大津市に位置し、物件地周辺にも数多くの居住者及び就業者が生活している、マーケットポテンシャルの高い立地

→豊かな人口ボリュームがある**最高の立地**

商圏	1km	2km	3km	4km	5km
平成17年人口	13,096	36,575	64,331	95,326	141,615
平成17年世帯数	5,660	14,981	25,385	37,186	55,752
昼間人口	26,640	58,832	80,130	102,386	147,847
昼間人口比率	203%	161%	125%	107%	104%

※H17 国勢調査より

#### 滋賀県の玄関口としての役割

年間4,650万人もの観光客を誇る滋賀県の玄関口として、他の地域から訪れる人々に情報発信するには絶好の立地

→滋賀玄関口であり、**大津市のシンボル的存在**

地域別	延観光客数	構成比	前年比	宿泊客数	構成比	前年比
大津	10,805,700	23.2%	101.0%	1,303,600	42.1%	104.4%
湖南	4,802,200	9.9%	106.5%	259,300	8.4%	96.7%
甲賀	3,152,400	6.8%	99.1%	97,500	3.1%	107.6%
東近江	8,070,300	17.4%	108.6%	272,600	9%	104.9%
湖東	5,031,300	10.8%	100.3%	235,500	8%	107.1%
湖北	11,347,200	24.4%	123.9%	596,800	19%	99.8%
湖西	3,493,500	7.5%	105.6%	334,600	11%	101.7%
合計	46,502,800	100.0%	107.8%	3,099,900	100%	102.9%

※滋賀県 平成18年観光入込客数調査

### 滋賀県の知名度アップを目指したブランディング戦略

豊富な居住者・観光客を有した高いマーケットポテンシャルを持つ大津市の集客施設、浜大津アーカス内にて、滋賀県及び大津市の魅力を発信するブランディング戦略は必要不可欠

## 滋賀県の代表として滋賀の魅力・情報発信機能の役割を担うことを必要とされる施設

### ■当該計画の役割・機能

#### 大津 地区 中心市街地活性化計画との連携

古くより「大津百町」と呼ばれ、歴史・文化が色濃く残る浜大津地区にて、地元商店街で販売されている特産品・名産品を取り揃えることで、浜大津地区の魅力及び情報の発信を行う。

#### 大津 e湖都市場との連携

大津商工会議所が運営している地域情報サイトである「大津 e湖都市場」との連携により、大津エリアを紹介するコンセプトショップとして、中心市街地活性化の一役を担う。

#### 滋賀・京都観光との連動強化

大津エリアの集客機能として観光分野において、滋賀-京都間の連動性を高めるインフラを整備し、大津観光客はもとより、京都観光客をも取り込み、より多くの人々が訪れるエリアの創出を行う。

### ■想定ターゲット

#### 地元住民の取り込み

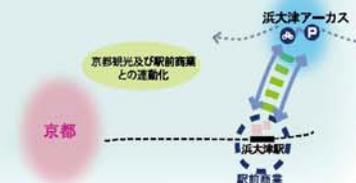
浜大津アーカスは足元から広域まで多くの人々が生活しており、これら日常的に周辺で生活している人たちにに向けて、改めて琵琶湖及び、滋賀、大津の魅力を発信することによりその魅力を再認識させ、周辺生活者の地域密着を促進する。

#### 観光客の取り込み

大津エリアは県内2位の年間1,100万人の観光客が訪れる観光都市となっている。これら観光客に対して、大津並びに滋賀県の特産品を揃えることで大津・滋賀ブランドの向上に繋げる。

#### パーク&ライド事業との連携

滋賀のアピールを最大限に発揮するべく、京都観光のバスの停留所を備えることで、大津エリアの観光客だけでなく、その他の観光客に対しても、滋賀の情報及び魅力発信を行う。滋賀観光商業のゲートゾーンとしての役割を担う。



## ■展開方法

### 賑わい感のある ～消費の喚起～

- ・見た目にも楽しく、賑わい感を演出するために、商品の種類・量共にバリエーションに富んだ、**購買意欲を掻き立てる売場づくり**を行う。
- ・お手頃な価格帯で、ついつい買ってしまうような商品を取り揃えることで、誰にでも**気軽に立ち寄りやすい売場づくり**を行う。

### 心躍らせる ～話題を発信～

- ・全国区にはなっていないが、地元で愛されている隠れた名産品などを揃え、意外性と話題性を兼ね備えた、新たな**滋賀の魅力に触れられる売場づくり**を行う。
- ・ガイドブックに載っていたが店にまで足を運ばなかったというような、欲しかった品が此处で手に入るなど、**貴重な売場**として認識される売場づくりを行う。

### 選び抜かれた ～独自の編集～

- ・滋賀県全体の名産品コーナーと、大津商店街の名産品コーナーを設けることで、両エリアの**独自性を活かした売場づくり**を行う。
- ・観光客だけが買っていくものだけでなく、地元の人からも愛用されている食品・雑貨など厳選した売場づくりを行う。

## ■物産店イメージ

### ■店舗イメージ



### ■商品イメージ

