

3 類型	観光資源	通巻番号	5-25-001
地域資源名	琵琶湖、白鬚神社、高島市海津・西浜・知内の水辺景観、高島市針江・霜降の水辺景観	認定日	平成25年7月8日
地 域	滋賀県高島市	所管省庁	経済産業省、国土交通省

事業名：着地型観光「水と生きる近江高島 知的探求心とパワーチャージの旅」の開発・提供

会社名：有限会社白浜荘
 連絡先：TEL：0740-32-0451
 FAX：0740-32-0411

所在地：滋賀県高島市安曇川町下小川2300-1
 HP：http://www.shirahamaso.co.jp/

事業概要（新たな活用の視点）

- ・本事業では琵琶湖周辺の風景や、水辺の静かな暮らし、その歴史・文化、伝統産業などを観光資源として活用し、体験観光、スローライフツーリズム等のサービスを開発し、新しい余暇の過ごし方の提供を目指す。

～開発・提供するサービスプログラムの例～

- ①船頭が語り部となり、小舟で湖上から四季の移ろいを楽しむ散策プログラム
- ②語り部が同行し、歴史ある街並みや水辺の暮らし、食文化等について体験・見学するウォーキングツアー
- ③扇づくりや筆づくり等、高島の伝統産業の匠の指導のもと行う、ものづくり体験プログラム
- ④各プログラムと宿泊を組み合わせた、滞在型旅行商品



【白鬚神社の水上鳥居】



【扇づくりの様子】

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・従来の画一的なサービスとは違い、地域の文化体験や住民との交流等、現代の「こだわりの観光」というニーズに合ったプログラムである。
- ・宿泊プランや体験メニュー、特徴ある食事、滞在中のアクセスをワンストップで提供するものであり、利便性の高いサービスとなっている。

◆市場性

- ・国内の体験・交流型観光を含むニューツーリズムの市場規模は約8兆円規模とされ、また参加希望人口で試算した潜在的な市場規模は約18兆円ともいわれ年々増加傾向にある。

◆販路

- ・既存の取引先である旅行代理店を通じて売り込むほか、自社ホームページからの直接予約、DMによる既存固定客への販売、「体験型ギフト」商品としての販売も行う。
- ・ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）やテレビCMを活用したPR活動を行う。
- ・旅行関係の雑誌以外にファッションや美容関連の媒体、マスメディアを使って女性をターゲットにしたアプローチを行う。



【針江生水の郷】

地域資源における関係事業者との連携

- ・滋賀県中小企業団体中央会や高島町観光ボランティア協会をはじめ、地域の関係団体や地元企業等と「高島スローツーリズム運営委員会」を組織し、事業の企画・運営を行う。
- ・地元企業と連携した土産物の開発、地元住民と連携した地域観光ガイド組織の立ち上げなどを行う。