

情報発信拠点「ここ滋賀」について

1 運営状況

(1) 来館者数 (10/29～11/30)

79,270人

- ・1日当たり1,250人の目標に対し、現状約2,400人の来館者数(約1.9倍)
- ・来館は女性が多く、60%以上を占める(レジでの客層管理に基づく)
- ・年代は40～50代で50%以上を占める(レジでの客層管理に基づく)

(2) 売り上げ状況 (10/27～11/30 内覧会含む)

・マーケット	16,909,635円
・地酒バー・テイクアウト	1,610,490円
・レストラン	7,034,450円
合 計	25,554,575円

※1日あたり約55万円の目標に対し、現状約75万円の売上額(約1.4倍)

(3) 売れ筋商品

順位	数 量 順		金 額 順	
	商品名	出品者	商品名	出品者
1	とうふこんにゃく	(株)茂兵衛	おためし鮎寿し	(有)魚治
2	サラダパン	つるやパン	とうふこんにゃく	(株)茂兵衛
3	生鮮野菜(葉物)	(株)横江ファーム	鮎醤油煮	(株)奥村佃煮
4	湖のくに生チーズケーキ	工房しゅしゅ	びわ湖づくし	(有)大家
5	鮎醤油煮	(株)奥村佃煮	赤こんにゃく味付	(株)奥村佃煮

(4) 総合案内

- ・県・市町等の観光情報パンフレットの配架や、対面・電話による案内を実施。また、館内モニターを使って観光情報の提供を行っている。
- ・「ここ滋賀」の利用に関する問い合わせや、観光情報に関する問い合わせが多い。

(5) 催事

ア) オープニングイベント (10月29日)

- ・ オープニングイベントとして、三日月知事、奥村県議会議長、滋賀県出身の田原総一朗氏、滋賀ふるさと観光大使の西川貴教氏らによるテープカットを行い、その後、地酒のふるまいやステージイベント(2Fにて)、さらに、キャッフィーやひこにゃんのグリーティングを行った。



イ) 企画催事

- ・ 11月は、『秋の収穫祭』～近江の食を楽しもう』をテーマに、近江牛やビワマス、鮎ずしなど、食に関する企画を中心に、ここ滋賀内外で19催事を開催。1か月間の企画催事の開催期間は延べ25日となり、ほぼ毎日、滋賀の多様な魅力を発信することができた。
- ・ 企画催事は、市町、民間事業者、びわこビジターズビューロー、商工会、運営事業者、県など、多様な主体の参画を得て実施した。

<主な企画催事>

①近江米おむすびコンテスト3作品発表イベント

【11月12日/ここ滋賀1階/20人/食のブランド推進課】

- ・ 近江米を使ったおむすび60作品から上位3作品について、参加者に試食してもらい投票。
- ・ 11/25まで販売し、購入者に投票してもらい、1作品をグランプリとして11/26に表彰。
- ・ 優勝したおむすびは12月末までここ滋賀で販売。



②竜王町の地域食材×buono

【11月16日/ここ滋賀2階/24人/竜王町】

- ・ 雑誌「buono」と竜王町がコラボする食体験イベントを実施。
- ・ 竜王町の地域の食材を生かしたオリジナルメニューの実食から、食材をさらに楽しむテクニック等を紹介。



③滋賀県職員採用説明会

【11月19日/ここ滋賀2階/17人/人事委員会】

- ・ 東京在住の学生を対象に、県職員採用のための説明会を実施。
- ・ 滋賀県の魅力を伝えるとともに、県職員の具体的な業務内容や仕事の魅力、平成29年度行政・経験者採用試験について説明。



④東近江市 day いーもん、うまいもん&日本酒バル
【11月23～24日／ここ滋賀1階及び屋上／130人／東近江市】

- ・東近江市の魅力が一杯詰まった食と地酒のPRや試食、販売を、1階と屋上で展開。



⑤「戦国近江へのいざない」歴史講座
【11月11日／League有楽町／90人／文化財保護課】

- ・滋賀県に残る城跡や古戦場などの戦国遺跡の魅力伝える歴史講座を実施。



(6) 情報発信

- ・オープン前からホームページやフェイスブック、インスタグラム、ツイッターなどで情報を発信し、オープニングへの集客に結び付けた。
- ・ポスターを主要地下鉄8駅で掲示した他、地域情報誌等で情報発信を行った。
- ・その他、多くのメディアに取り上げていただき、特に以下2つのTV生中継は県内の方にリアルタイムでここ滋賀を知っていただける機会となった。

10/27 17:45-18:45 びわ湖放送「キラりん滋賀」内にて生中継

10/27 18:30-19:00 NHK 大津放送局「おうみ発630」内にて生中継

<マスコミ掲載件数(11月30日時点)>

テレビ 6件	ラジオ 2件	新聞 26件	夕刊紙 3件	合計 140件
スポーツ紙 2件	雑誌 6件	情報誌 1件	WEB 94件	

2 現時点での課題と改善の方向

○社員教育の充実

- ・店員の対応が不十分というご意見を踏まえ、商品や滋賀の観光情報、県産材の設え、レストランメニューの内容等を詳しく説明できるよう、社員教育の充実を図る。

○マーケットの改善

- ・商品情報などが不十分というご意見を踏まえ、ポップ表示や陳列の工夫などを行う。

○総合案内の強化

- ・総合案内がわかりにくいといったご意見を踏まえ、館内に「Shiga's Concierge 総合案内」などの看板を設置することや、スタッフで担当者を決め、目印をつけさせるなど、来客が気軽に問合せできるよう改善する。

○レストランの改善

- ・ アンテナショップのお得感がほしいというご意見や、食器などについての説明が不十分というご意見を踏まえ、メニューの変更や料金を見直すとともに、設えの説明を記載したパンフレットを作成する。

○情報発信の強化

- ・ 外部への表示等、情報発信のさらなる工夫に関するご意見等を踏まえ、永代通り側の外部壁面への「ここ滋賀」の表示や、デジタルサイネージで毎時の時報表示等、外部に向けた魅力発信を強化する。

3 効果的な運営に向けて

- ・ マーケットや企画催事等で利用いただいた事業者や市町の方々の声をアンケートなどでしっかりと把握し、効果的な運営につなげていく。
- ・ 売上データや来館者数、イベント別の集客数、メディア掲載件数・内容、観光問合せ件数などの実績値を基にした売上分析や顧客分析を実施する。
- ・ 「ここ滋賀」での来館者に対する調査や、インターネットによる消費者調査等を実施するとともに、県内主要観光地における聞き取り調査を活用し、県内への波及効果の把握に努める。

4 今後のスケジュール

12月	21・22日	県内事業者・市町・関係団体等説明会
		・ 運営状況の説明
		・ 企画催事利用について説明
		・ 取扱商品募集について説明
12月	25日～1月19日	取扱商品募集
1月	4日～31日	企画催事エントリー募集（平成30年度分）
3月	中旬	商品個別商談会
4月	上旬～	新商品販売開始