

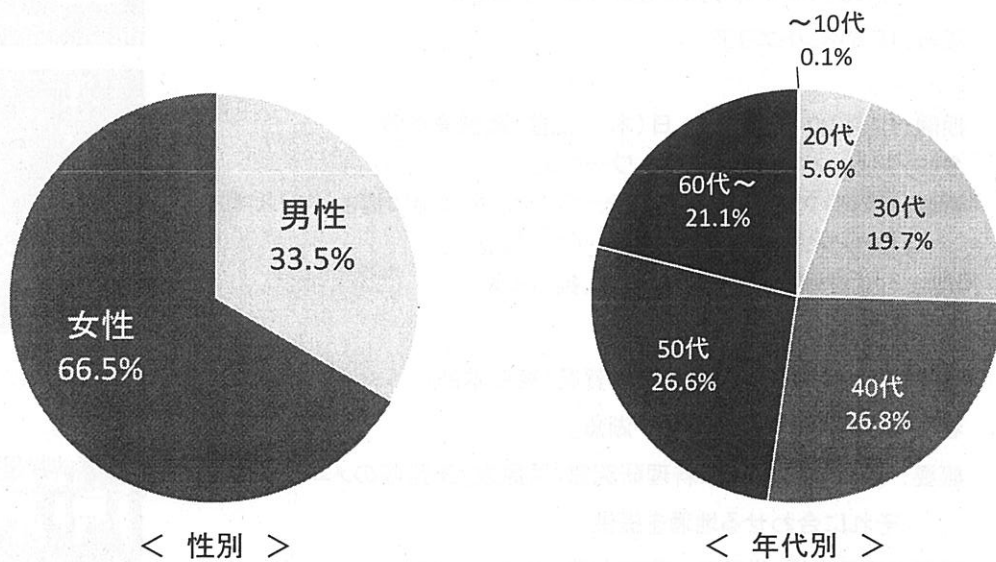
情報発信拠点「ここ滋賀」について

1 運営状況

(1) 来館者数 (10/29~12/30)

月	来館者数(人)	目標値	達成率	備考
H29.10	8,545	10,000	85%	29~31日の3日間
H29.11	70,725	37,000	191%	
H29.12	54,780	40,000	137%	31日休館
合計	134,050	87,000	154%	

【参考(レジ通過者による)】



(2) 売り上げ状況 (10/27~12/30 内覧会含む)

(単位:千円/税抜き)

月	マーケット	地酒バー	レストラン	合計	目標値	達成率
H29.10	2,881	300	485	3,666	2,504	146%
H29.11	12,779	1,191	6,028	19,998	15,341	130%
H29.12	11,939	985	5,785	18,709	19,393	96%
合計	27,599	2,476	12,298	42,373	37,238	114%

(3)企画催事等

月	テーマ	開催回数
11月	「秋の収穫祭」～近江の食を楽しもう～	11 団体・20 回
12月	琵琶湖の恵み～マザーレイク「琵琶湖」から生まれた産品	8 団体・19 回

〔主な企画催事〕

期間:12月5日(火)～8日(金) 主催:甲賀市商工会

名称:自然・陶・茶・酒～甲賀流おもてなしの術～

概要:信楽焼の産地、お茶の産地である甲賀市

甲賀産茶の試飲体験、地酒の試飲体験、茶のワークショップ
を開催

場所:1F イベントエリア



期間:12月9日(土)・10日(日) 主催:滋賀県中小企業団体中央会

名称:滋賀の繊維力～日本で唯一の3大天然繊維の産地～

概要:豊かな琵琶湖の恵みを背景に生み出された「滋賀の繊維力」

麻織物の手織り実演を実施し、魅力を発信

場所:1F イベントエリア



期間:12月20日(水)・21日(木) 主催:運営事業者

名称:クリスマスアレンジメントワークショップ

概要:県内バラ園専属フラワーデザイナーを講師に招き、クリスマス
アレンジメントのワークショップを開催

場所:2F 日本橋 滋乃味 参加人数:13人



期間:12月22日(金) 主催:滋賀県(東京本部)

名称:ここ滋賀イチオシ Food「湖魚」

概要:「湖魚」をテーマに料理研究家「栗原友」氏監修のメニューと、
それに合わせる地酒を提供

場所:2F 日本橋 滋乃味 参加人数:30人



〔主な意見等〕

- ・準備した特産品はほぼ完売し、会員事業所さんも大変喜んでおられた。(主催者)
- ・予想以上に好意的にチラシを受け取っていただくことができた。来店者からは、名所旧跡などの観光地や特産品について尋ねられることがよくあり、幅広い知識が必要であることを認識した。(主催者)
- ・企画催事開催前および期間中も、ここ滋賀の施設内でイベントの開催がわかるようにPRできる仕掛けがあるとありがたいと感じた。(主催者)
- ・酒も湖魚も美味しかった。新鮮なものを食べに現地に行ってみたくなった。(参加者)
- ・滋賀県が酒どころとは知らず、今回のイベントで滋賀の酒を楽しめて大変良かった。次は地酒バーも利用したい。(参加者)

2 収支状況および経済効果

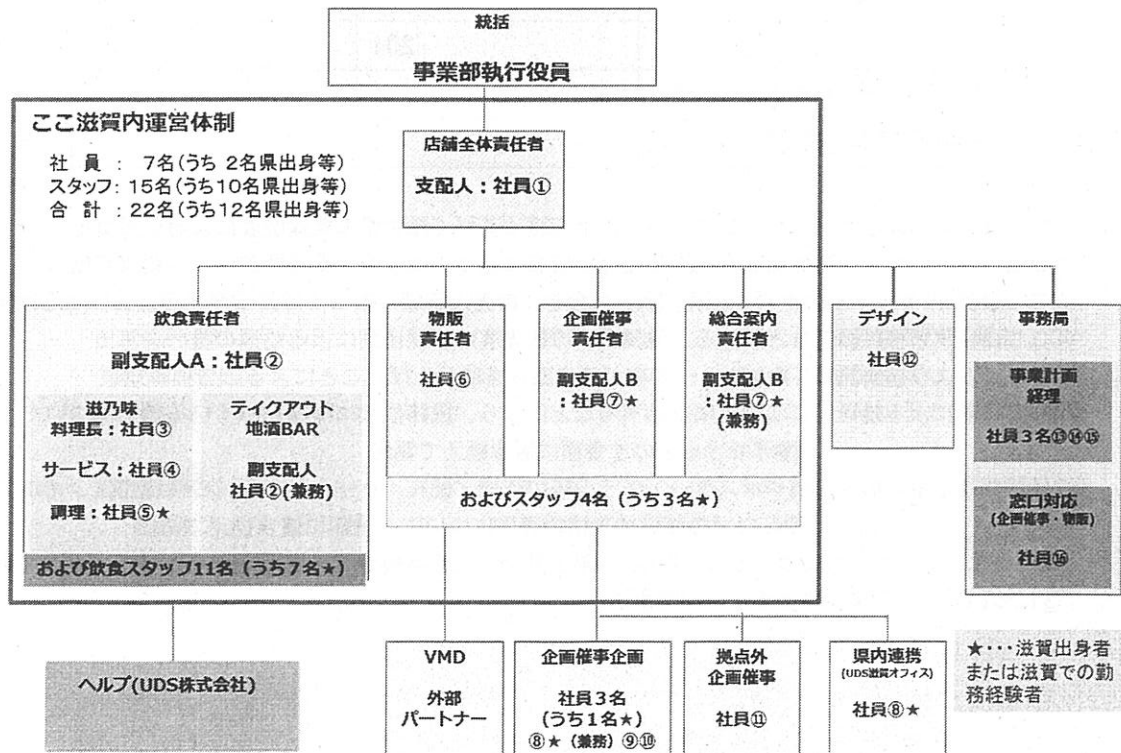
(1) 運営事業者の収支状況 (平成29年12月末)

(単位：千円/税抜き)	H29. 4. 1~12. 30 計画	H29. 4. 1~12. 30 実績
①売上合計	37,238	42,373
物販等	17,664	30,075
飲食	19,574	12,298
②売上原価合計	15,975	24,906
物販等	9,467	19,410
飲食	6,508	5,496
③売上総利益合計	21,263	17,467
(①-②)		
物販等	8,197	10,665
飲食	13,066	6,802
④販売費・一般管理費	71,980	74,059
人件費	40,835	43,710
諸経費	30,028	29,078
県納付金	1,117	1,271
営業利益 (③-④)	△ 50,717	△ 56,592

※上記数値については、経理の関係上、暫定の数値

※「県納付金」は発生月で計上

(2) 運営事業者の運営体制



(3) 経済波及効果

①経済波及効果分析について

ア 効果分析の考え方

可能な限り金銭的な価値として算出する。

売上以外の効果についても測定する。(例：拠点出品の効果や情報発信効果など)

イ 効果分析の対象および手法

- ・売上などの実績データに基づく経済波及効果の推計
- ・来館者調査、事業者アンケートなどの実態把握調査による経済波及効果の推計

②分析結果（平成 29 年 12 月末）

拠点および拠点外売上による経済波及効果、広告換算効果、産業別の経済波及効果、費用対効果について、分析した。

ア 平成 29 年度目標と実績

(単位：百万円)	H29 年度目標	H29. 12. 30 時点
①拠点売上効果	105	89
物販等	48	72
飲食	57	17
②拠点外売上効果	-	-
③通販効果	-	-
④観光客効果	-	-
⑤広告換算効果	99	190
合計	204	279
㊦拠点出品による効果	-	-
㊧情報発信効果	-	-

- ①マーケットおよび地酒バー、レストラン売上実績に基づく滋賀県産業連関表による効果算出
 ②ここ滋賀以外でここ滋賀商品を販売した売上実績に基づく滋賀県産業連関表による効果算出
 ③ここ滋賀 EC サイトやカタログ販売（web も含む）の売上実績に基づく滋賀県産業連関表による効果算出
 ④ここ滋賀実態把握調査などによる、滋賀県への観光客の消費活動による効果の推計を算出
 ⑤テレビおよび新聞記事、Web ニュース等がここ滋賀を取り上げたことによる広告換算効果
 ㊦拠点出品による効果…ここ滋賀に出品することにより、販路拡大につながっている効果について、金額換算できるものを金額に置き換えて算出
 ㊧情報発信効果…広告出稿やポスター・チラシ等の作成・配布、ホームページでの情報発信、メルマガの配信、SNS などの能動的な情報発信について、金額に置き換えて算出
 なお、②、④および㊦については、平成 30 年 2 月末時点の実績や実態把握調査に基づき、算出する。
 ③については、次年度開設後から測定する。

[考察]

①拠点売上効果について

拠点売上効果全体として、12月末時点で目標の8割を超えており、今年度目標に到達できる見込みである。

物販等（マーケットおよび地酒バー）および飲食（レストラン）別では、物販等効果は目標を上回っているが、飲食効果については目標の3割程度に止まっている。レストランにおいては、利用率を上げるためのメニュー改善など、年度目標達成に向けた営業改善・強化を図る。

⑤広告換算効果について

ここ滋賀オープニング事業により、関東や関西で放送するキー局のニュースやバラエティなどのテレビ番組、新聞記事、Web ニュース等で取り上げられたため、非常に大きな効果があった。

イ 産業別の効果

(単位：百万円)	H29 年度目標	H29. 12. 30 時点
①第一次産業（農林水産業）	3	6
②第二次産業	43	30
飲食料品	30	17
製造業（飲食料品を除く）	13	13
③第三次産業（サービス業）	158	243
合 計	204	279

※産業分類は日本標準産業分類による。

分類名	事業内容	例
農林水産業	「大分類 A 農業、林業」＋「同 B 漁業」	野菜、果実
飲食料品	「大分類 E 製造業」のうち、「中分類 09 食料品製造業」＋「同 10 飲料・たばこ・飼料製造業」	精肉、精米、酒、加工食品、菓子類
製造業	「大分類 E 製造業」	衣服、繊維製品、木製品、陶器、その他工業製品
サービス業	上記以外の産業	観光（宿泊）、飲食、輸送、広告

[考察]

第一次産業および第三次産業は現時点で目標を超えている。一方、第二次産業はマーケットの売上が好調なものの、レストランの売上が目標より低いことが影響しており、目標の7割となっている。

ウ 費用対効果

(単位：百万円)		H29 年度目標	H29. 12. 30 時点
効果	① 拠点売上	105	89
	② 拠点外売上	-	-
	③ 通販	-	-
	④ 観光客	-	-
	⑤ 広告換算	99	190
計		204	279
費用	A 物件賃借	63	37
	B 維持管理	11	4
	C 内装関係	151	150
	D 催事・メディア連携	83	80
	E ネットワーク	17	14
計		325	285

[効果／費用]

[0. 63]

[0. 98]

費用計上にかかる説明

- A 物件賃借・・・拠点賃借料 8,640 千円×4 か月＋拠点開設までの賃借料 464,616 円×5 か月
- B 維持管理・・・実績額
- C 内装関係・・・拠点整備委託費 145,837 千円＋内装監理委託費 928 千円
＋設計監理委託費 3,357 千円＝150,122 千円
- D 催事・メディア連携・・・契約額
- E ネットワーク・・・契約額

[考察]

費用対効果の結果は、1に近い数字となっているが、その効果のほとんどは、ここ滋賀開設がテレビや新聞記事、Web ニュース等で取り上げられたことによるものと認識している。

今後こうした開設効果が薄れていくなかで、いかに効果的な事業を実施し、ここ滋賀の売上増や県の魅力PRにつなげ、ひいては滋賀県への誘客に結び付けられるかが重要である。戦略的な事業展開や関係機関・団体との連携などの取組を拡大していく。