

「ゆめぷらざ滋賀」の成果と課題を踏まえた「ここ滋賀」の開設・運営について

1 「ここ滋賀」について

情報発信拠点の整備に際しては、「ゆめぷらざ滋賀」の状況を踏まえ、立地場所やコンセプト、アンテナショップとしての機能などを決定。

(1) 立地

新たな情報発信拠点の整備にあたっては、利用者の利便性や誰にも分かりやすい場所であることを条件に調査検討し、現在の日本橋交差点の物件を選定。

また、商業施設へのテナント入居という従来の方式ではなく、一棟借りで滋賀専用の建物で運営。

(2) コンセプト

滋賀の多様な魅力を発信するため、従来型の観光情報発信や物産PRではなく、実際に見て、触れて、食べることを通じた総合的なプロモーションを行うことで、イメージアップとブランド力の向上、県産品の販路拡大や滋賀への来訪につなげることを目指すこととしている。

(3) 機能

「ゆめぷらざ滋賀」では限られていた機能を拡充するとともに、次の3つの機能を一体的に担うことで、トータルとしての滋賀の魅力を打ち出す。

- ・ 様々な趣向を凝らした企画催事、県産食材の飲食提供、観光物産PR活動等の情報発信を行う「魅力体感」機能
- ・ 物産販売を行う「マーケット」機能
- ・ 観光や移住交流等滋賀への誘引の入り口となる「総合案内」機能

①強化した点

◆アンテナショップ機能

物販販売を行う「マーケット」機能において、商品の取り扱いは、地酒をはじめ、アイテム数を約1,000に拡充しているほか、レストランや地酒バーを設置している。

◆発信力

「魅力体感」機能の重点的な取組として、企画催事等をほぼ毎日実施している。また、拠点の情報誌「SHIGA's GUIDE」の毎月の発行やホームページ、SNSによる発信を行っているほか、館内外のモニターを活用し、観光情報や歴史文化など滋賀の魅力を発信している。

このほか、月刊「日本橋」や東京メトロのフリーペーパー等、メディアと連携した発信も行っている。

②整理した点

◆総合案内機能

「ゆめぷらざ滋賀」は、観光物産情報センターとして、首都圏における観光物産案内窓口を主たる業務としていたが、「ここ滋賀」では、いわゆるアンテナショップで必要とされる業務の大部分を占める一次対応を担うこととしている。

「ここ滋賀」で把握したニーズを滋賀県観光の窓口を担う「びわこビジターズビューロー」につなぎ、これまで「ゆめぷらざ滋賀」が関係を構築してきた首都圏の旅行代理店等とのネットワークを活用した旅行商品の営業等を行うことができるようにしている。

なお、移住交流のニーズへの対応については、ふるさと回帰支援センター内に県が設置した「しがI J U相談センター」と連携することとしている。

③新たに対応した点

◆民間のノウハウ活用

「ゆめぷらざ滋賀」では、賃借料のほか運営スタッフの人件費等も県が負担する形で運営していたが、「ここ滋賀」では、賃借料以外の必要な経費は、物販や飲食の収益をもとに民間事業者が負担して運営する方式をとっている。

なお、「ここ滋賀」は、滋賀への誘引を目的としていることから、県の観光振興の中核を担い、これまで、県内の各市町の首都圏窓口として「ゆめぷらざ滋賀」を運営してきた「びわこビジターズビューロー」が、県、運営事業者との連絡会議および運営会議に参画している。

◆効果の検証と反映

「ここ滋賀」では、「ゆめぷらざ滋賀」でも行っていた来館者数や売上等の実績データのみならず、産業連関分析による県内経済への波及効果を検証し、運営に反映していくこととしている。

また、首都圏のみならず県内での満足度を高めるため、来店者調査や事業者アンケートなどの実態把握調査を行い、出店事業者等へフィードバックをすることとしている。

2 「ゆめぷらざ滋賀」について

(1) 沿革

- ①東京物産販売あつ旋所（昭和26年10月～昭和39年3月）
昭和26年10月 東京物産販売あつ旋所開設
昭和33年1月 東京八重洲・国際観光会館に移転
- ②滋賀県物産販売あつ旋所（昭和39年4月～昭和41年3月）
昭和39年4月 滋賀県物産販売あつ旋所に改称・条例制定
- ③東京物産販売あつ旋所（昭和41年4月～平成7年3月）
昭和41年4月 東京物産観光あつ旋所に改称
- ④滋賀県東京観光物産情報センター（平成7年4月～平成29年10月）
平成7年4月 滋賀県東京観光物産情報センターに改称
平成13年6月 東京交通会館に移転
平成20年10月 店内を改装、愛称を「ゆめぷらざ滋賀」として改めて開所
平成21年9月 土曜、日曜および祝日も開所し、情報発信力を強化
平成29年10月 閉所

(2) 所管業務

①設置目的

- ・首都圏において、滋賀県の観光および物産の宣伝、紹介等を行うことにより、観光客の来訪の促進および物産の販路拡大を図り、観光および物産の振興発展に寄与する。

②所管業務

- ・観光物産関係の情報収集
- ・観光物産案内
- ・旅行会社、マスコミに対する営業活動・情報発信
- ・県内自治体、観光施設等による営業活動・情報発信の支援
- ・物産展示・販売
- ・催事・イベント等を活用した情報発信

(3) 運営体制等

①運営形態

- ・公益社団法人びわこビジターズビューローに委託

②開所日・時間

- ・開所日 12月31日～1月3日の間を除く毎日
- ・開所時間 午前9時30分～午後6時

③施設面積

- ・面積 54.1㎡（商品在庫保管専用のバックヤードはなし）

④人員体制（平成28年度）

- ・所長（JTB派遣職員）、嘱託職員3名
（各日2～3名が出勤できるよう上記4名でシフト勤務体制を構築）

⑤経費（平成28年度）

- ・28,066千円
（内訳）交通会館賃借料 8,504千円
管理運営委託料 14,632千円
首都圏情報発信業務委託料 4,930千円

(4) 運営実績

①来場者数、売上高、維持管理経費の状況（直近3か年）

年度	H27	H28	H29
来場者数(人)	95,157	67,274	39,978
(平日1日あたり)	(210)	(143)	(145)
(休日1日あたり)	(373)	(277)	(278)
売上高(千円)	8,994	7,619	5,966
維持管理経費(千円)	30,601	28,066	18,079
(交通会館賃借料)	(8,504)	(8,504)	(5,669)
(運営委託)	(17,177)	(14,632)	(9,999)
(情報発信委託)	(4,920)	(4,930)	(2,411)

※ H28の売上高について、「ゆめぷらざ滋賀」から国立能楽堂観光物産PR、東京海上日動火災観光物産展への出張販売分（能楽堂:約578千円、東京海上:約93千円）を含まない。これらを含む売上高は8,290千円。

※ H29の情報発信委託について、「ゆめぷらざ滋賀」閉所後もびわこビクターズビューローが引き続き実施する首都圏での情報発信に係る経費を含む。

②主な活動内容

ア 観光物産関係の情報収集・観光物産案内

- ・関係機関・団体等と連携し、県内観光やイベント等に関する最新の情報を収集
- ・滋賀県出身の嘱託職員が来訪者や電話照会者に対してタイムリーな案内・情報提供

イ 旅行会社、マスコミに対する営業活動・情報発信（個別の営業先、取材協力先は平成28年度実績）

(ア) 旅行エージェントの国内旅行商品化、拡大のためイベント、観光情報の提供

- ・JR東海ツアーズ、JTB、日本旅行、近畿日本ツーリスト、クラブツーリズム、朝日旅行、阪急交通社、三越伊勢丹トラベル、東武トップツアーズ等各旅行会社への情報提供
- ・近畿6府県観光情報交換会（年3回）に参画し、旅行会社、マスコミへの情報提供・情報交換
- ・滋賀県観光推進東京協議会の事務局としてキャラバンを開催（年2～3回）
- ・出版社や報道機関等へのイベント・観光情報・物産情報の提供によるパブリシティの展開

(イ) マスコミへの取材協力

- ・テレビ、ラジオ（日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京 他）
- ・新聞、雑誌等（旅の手帖、旅行読売、男の隠れ家、月刊コロンブス、朝日新聞、読売新聞、東京新聞、産経新聞、サンケイスポーツ、旬刊旅行新聞 他）

ウ 県内自治体、観光施設等による営業活動・情報発信の支援

- ・上記イ（ア）において個別の市町・観光協会、観光施設等の営業活動の機会を提供
- ・市町・観光協会による首都圏でのトップセールスの際にアテンドを実施

エ 物産展示・販売

- ・常設展、企画展（年10回）において年間約70社、約200点の商品を展示・販売

オ 催事・イベント等を活用した情報発信

（平成28年度に「ゆめぷらざ滋賀」が出展した主な催事・イベント）

- コクヨハク（4月 丸の内・KITTE）
- ・銀座柳まつり（5月 銀座）

- ・有楽町祭（7月 JR有楽町駅前）
 - ◎国立能楽堂物産展（7月延べ5回 千駄ヶ谷）
 - ◎忍者祭（8月 東京スカイツリー）
 - ◎ちゃばら 1周年記念イベント（9月 秋葉原）
 - ◎東京国立博物館観光物産展（10月 上野）
 - ◎自由民主党物産展（10月 永田町・自民党本部）
 - ・秋の近江味紀行（11月 日本橋高島屋）
 - 江戸東京博物館観光展（1月 両国・江戸東京博物館）
 - ・近江ゆかりの会（2月 品川プリンスホテル）
 - ◎東京海上日動火災観光物産展（2月 丸の内・東京海上日動火災本社）
 - ・湖南地域観光協議会首都圏イベント（2月 東京交通会館）
 - ◎One Day EVENT 滋賀区（3月 アクアシティお台場）
- ※○印は27年度から出展、◎印は28年度初めて出展

カ 「ゆめぶらざ滋賀」に関する情報発信

- ・観光情報誌「シグナル滋賀」を年6回、約800部発行し、企画展・館内情報、首都圏でのイベント、県内観光情報等を掲載、県内パンフレットを同封して発送。
- ・催事、イベント等への出展の際に「ゆめぶらざ滋賀」パンフレットを配布。

（5）成果と課題

①成果

◆首都圏における唯一の拠点としての機能の発揮

- ・市町・観光協会、観光事業者、物産事業者などが首都圏で営業活動を行う際に支援を行ってきており、そうした認識が関係者の間で一定定着していた。
- ・首都圏における各種催事・イベント等への出展について、臨機応変に対応するとともに、とりわけゼロ予算でも対応可能な取組であることから近年力を入れてきたところであり、観光物産情報の発信、物産販売の促進に寄与することができた。
- ・マスコミの取材に対して即時、臨機応変に対応し、テレビやラジオによる放送、新聞や雑誌への掲載を通じて、本県の観光物産情報を広く発信し、本県のイメージアップに資することができた。
- ・限られたスペースではあるが、常設展や企画展における商品販売を通じて、本県の食品や工芸品の魅力を首都圏に発信するとともに、単独での首都圏展開が困難な事業者に対して首都圏で商品を紹介・販売する機会を提供することができた。
- ・平成21年9月から土曜日、日曜日および休日も開所したことで、来場者数、売上高とも大幅な増加につながった。以後その水準を維持しており、首都圏での発信力の強化に寄与することができた。

◆旅行業界に精通した職員による関係者とのネットワークの構築と活用

- ・所長がJTBからの出向職員であり、旅行業界に精通していたこと、旅行商品造成担当者を容易に訪問できる地理的環境にあったことから、旅行会社への営業活動を円滑に実施することができた。
- ・旅行会社やマスコミと人的ネットワークを構築できていたことから、市町・観光協会等の首都圏での営業活動を支援することができ、関係者から一定の評価が得られていた。
- ・近畿6府県観光情報交換会は、以前滋賀県が単独で実施していた旅行会社やマスコミとの情報交換会が発展したものであるとともに、近畿の観光関係者と旅行会社、マスコミの間で定着した取り組みとなっており、首都圏における関係者のネットワーク構築に一定寄与することができた。

- ・観光情報の提供や営業活動をきっかけとして約800に上る旅行会社、マスコミ等の事業者および個人とつながりを持ち、「シグナル滋賀」や観光情報の定期的な発送等を通じてネットワークを維持するとともに、継続的な情報発信を行うことができた。

②課題

◆施設の位置付け

- ・アンテナショップとして整備した施設ではないことから、施設規模や人員体制が十分ではなく、他県によるアンテナショップの設置が進む中、物産の品ぞろえ、催事の実施等機能の拡充を図ることができなかった。
- ・地酒の販売等についても検討したが、バックヤードがないため、各酒蔵の地酒について複数銘柄の在庫を保有することができず断念した。
- ・そうした結果として、銀座・日本橋界限でアンテナショップが盛り上がりを見せる中、地味な存在となり、相対的に施設の発信力や魅力が低下した。

◆営業活動、情報発信の戦略展開

- ・旅行会社に対する営業活動、マスコミを通じた情報発信に取り組んできた一方で、それらが実際にどの程度誘客につながったのかといった客観的な効果の把握について、統計調査の規模や手法などの課題もあり、十分にできなかった。
- ・特に平成28年度は施設外に出向き各種イベント・催事等に積極的に出展し、「ゆめぷらざ滋賀」のPRにも努めたが、単発的なものにとどまったと言わざるを得ない。
- ・これまで構築したネットワークを活用し、情報発信や関係の維持に努めたが、マンネリに陥ったことは否めず、戦略的な活動を展開することができなかった。

◆施設への集客の取組等

- ・限られた施設で効果を発揮すべく、施設を改装するとともに、商品陳列の工夫や魅力的な空間づくりに取り組んできたものの、広報宣伝や催事をはじめとする集客を図るための工夫が結果として十分ではなかった。
- ・本県出身で、接客経験を有する嘱託職員を雇用してきたものの、それ以前にしばしば指摘を受けていた職員の接客態度に関するマイナスイメージを払拭するには至らなかった。

◆県およびビューローの関与

- ・県として、日常の業務運営については、契約に沿った適正な事業実施を期すとともに、来場者数や売上高の向上に向けた現状分析や改善策の検討を指示するなどの対応に努めてきたものの、地理的制約もあり、ビューロー本部ともども上記課題の改善に向けて積極的な関与が十分にできていなかったことは否めない。