

情報発信拠点「ここ滋賀」について

1. 機能強化に向けた取組状況

- ・認知度向上に向けたグルメサイトの活用
- ・メニューの改善
 (パーティープラン設定、滋賀らしいメニュー構成等)
- ・レストランとマーケットとの連動
 (レストランの材料やお勧め商品等の表示)
- ・会員カードの利用範囲の拡充 (レストラン・ランチ)
- ・事務所移転に伴うバックヤードの充実



レストランでの商品等紹介

2. 魅力体感

(1) 企画催事の取組状況 (4~7月)

合計 59 回、延べ 139 日実施

月	テーマ	開催回数
4月	滋賀の春 ~草木が芽吹く新しい季節を、滋賀で感じる~	8 団体、12 回
5月	新緑の滋賀 ~鮮やかな緑に色づく滋賀をアクティブに楽しもう~	10 団体、13 回
6月	びわ湖の恵み ~広く大きく、穏やかなマザーレイクに抱かれて~	11 団体、17 回
7月	夏到来! BIWAKO ACTIVITY	11 団体、17 回

(2) 主な開催実績 (4~7月)

期間：4月7日(土)~13日(金)

主催：東近江市

名称：東近江市観光PR展示/ももクロ春の一大事
 2018 in 東近江市パネル展

概要：4月21日、22日の「ももクロ春の一大事
 2018 in 東近江市」の開催にさきがけ、もも
 クロメンバーが東近江市を訪問した際の写真や
 ポスターを展示。

場所：屋上テラス



期間：4月26日(木)、27日(金)

主催：(株)みんなの奥永源寺

名称：東近江ムラサキ 1350 周年記念イベント
 近江の魅力「紫根染とシコンコスメ」

概要：東近江市の花として大切に守り育てられた
 “ムラサキ”から採れる、純国産紫根エキス
 の国産オーガニックコスメの販売イベント。

場所：2F 日本橋滋乃味



期間：5月9日(水)～13日(日)
 主催：マザーレイクにありがとう実行委員会
 名称：「母の日は、マザーレイクにありがとう」
 キャンペーン
 概要：「母なる湖・琵琶湖(=マザーレイク)保全や
 配慮につながる商品とそのストーリーを紹介
 し、母の日用ギフトとして販売を実施。
 場所：1F



期間：6月10日(日)、17日(日)
 主催：県観光交流局、文化財保護課
 名称：歴史セミナー「明智光秀と近江」
 概要：文化財保護課職員による講演後、(株)叶匠寿庵
 の特製和菓子と、中川誠盛堂茶舗「日吉茶園」
 のお茶を味わいながら意見交換を実施。
 場所：2F 日本橋滋乃味



期間：7月20日(金)～22日(日)
 主催：高島一徹堂
 名称：高島産「帆布かばん」展示販売会
 概要：高島市名産の帆布を使い、デザイン・製作・
 販売を一人で行うブランド「かばんやえいえ
 もん」の展示販売会を実施。
 場所：1F



(3) 今後の取組

①月別テーマを設定し、マーケットやレストラン等と連動した催事を展開する。

月	企画催事テーマ	月	企画催事テーマ
8月	夏祭り	12月	発酵が寿命をのばす!?
9月	滋賀のおもてなし	1月	受け継がれる縁起物
10月	ここ滋賀1周年! 滋賀の魅力勢揃い	2月	新酒で乾杯
11月	秋を嗜む、歴史と芸術	3月	島と湖の暮らし

②周年事業

・「ここ滋賀」開設1周年を迎えるにあたり、首都圏における情報発信力の強化を目指すため、滋賀の魅力あふれるイベントを実施し、利用者満足度の向上および「ここ滋賀」の更なる認知度向上、来館者の増加を目指す。また、滋賀を“体感”できるキャンペーンやイベントとし、滋賀への“誘い”を強化する。

- 1周年キャンペーン 期間：平成30年10月29日(月)～11月4日(日)
- 1周年イベント 日時：平成30年11月3日(土)

3. マーケット

- ・今年度1回目の商品募集を実施した。今後、商品の入れ替えを行いながら、滋賀の多様な産品の魅力発信に取り組む。

○取扱商品募集（平成30年度第1回募集）

応募期間：7月7日（土）～27日（金）

応募事業者数	アイテム数	食品	非食品	
64	215	102	113	(速報値)

商 談：9月初旬～中旬（予定）

納 品：11月上旬～（随時）

4. 情報発信

- ・「ここ滋賀」において、県内の最新情報などを積極的に発信
 - ＜発信内容＞「観光キャンペーン」PR、滋賀ふるさと観光大使 西川貴教さん来館の発信、国際芸術祭「BIWAKO ビエンナーレ」の発表、長寿県滋賀を支える「食」のプロジェクト告知 など
- ・首都圏メディアで「ここ滋賀」やイベント開催をPR
 - ＜メディア＞東京メトロの駅で配布している情報誌「メトロガイド」、首都圏発売の雑誌「初夏ウォーカー2018」、TOKYO FM、中央区ケーブルテレビ など



観光キャンペーンPR
(屋上での大型横断幕の掲示)



BIWAKO ビエンナーレの発表
(2F 日本橋滋乃味)



長寿県滋賀とケロッグのコラボメニュー
「近江腸食」の発表と、期間限定での提供
(2F 日本橋滋乃味)

5. 誘客促進

- ・観光キャンペーン「虹色の旅へ。滋賀・びわ湖」では、滋賀の魅力体験できる素敵な旅の案内を1F イベントエリアや屋上を使って実施したほか、滋賀ふるさと観光大使 西川貴教さんが直筆サインをしたスタンディも設置するなど、滋賀への誘客に取り組んだ。
- ・ビワイチの多様な魅力を発信し、滋賀へいざなうため、安田大サーカス団長と知事らによるトークショー、ビワイチVR体験、ビワイチグッズ販売などの体感イベントを実施した。



観光キャンペーンPR



滋賀ふるさと観光大使
スタンディ



ビワイチPR

6. 販路拡大への新たな取組

(1) ここ滋賀ショッピングサイト【新】

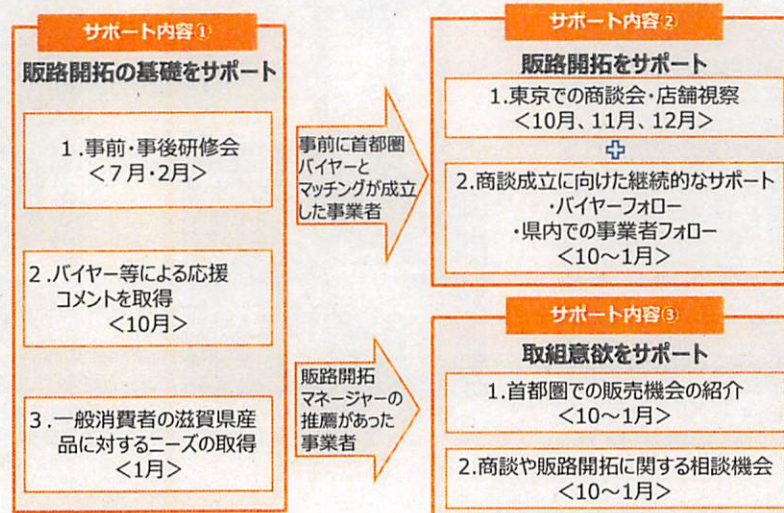
- ・「ここ滋賀」の取扱商品等を、インターネット上で販売するショッピングサイトを「滋賀の名品」サイト（滋賀県中小企業団体中央会が運営）内に8月中に開設。
このことにより、ここ滋賀の顧客をはじめ、全国の方に対して商品のPRおよび購入できる機会を創出し、出品事業者の販路拡大と情報発信を図る。

申請事業者数	アイテム数	食品	非食品
85	310	212	98

(H30.7.6時点)

(2) ここでも滋賀売込推進事業【新】

- ・首都圏での販路開拓に意欲的な事業者を応援する事業であり、参加事業者の方のメリットは以下のとおり。
- ① 首都圏バイヤー等から商品毎に応援コメント等をもらい、販路開拓に向けたヒントを得ることができる。
- ② 首都圏バイヤー等が希望する商品については、商談や商談に向けたサポートなどにより、首都圏での販路開拓の機会を得ることができる。



7. 運営の状況 (4～6月)

(1) 来館者数 (単位：人、%)

合計	目標値	達成率
122,968	98,750	124.5

(2) 売上状況

(単位：千円、%)

	マーケット	目標値	達成率	リスト	目標値	達成率	合計	目標値	達成率
合計	22,263	21,238	104.8	17,182	22,019	78.0	39,445	43,257	91.2

(3) 会員数：1,743人 (6月末時点)

(県出身 289人、県外出身 880人、未回答 574人)