

概要版 情報発信拠点「ここ滋賀」第2期運営における運営形態について(案)

I. 令和4年度以降の「ここ滋賀」運営の検討について

○令和2年度

①第1期運営の中間評価(→R2/10/5 厚生・産業常任委員会へ説明済み)

②第2期運営における拠点運営の方向性の検討(→R2/12/15 厚生・産業常任委員会へ説明済み)

③第2期運営における運営形態の検討 →※今回説明資料

○令和3年7月 実施計画の策定、事業者選定プロポーザル公告

○令和3年9月 企画提案書締め切り、審査、第2期運営事業者決定

○令和4年3月 第1期運営事業者(UDS株式会社)との契約期間が満了

○令和4年春 第2期運営事業者による運営開始(※令和8年度までの5年間)

II. 「ここ滋賀」第2期運営の運営形態について

(1) 運営事業者の選定等

○ 第2期における拠点の運営の期間は令和4年度から5年間

○ 現運営事業者(UDS)との契約の自動更新はせず、改めて「公募型プロポーザル」を実施する。

○ 「物販」「飲食」を一体的に運営する事業者を求める。(※複数事業者による共同提案も可)

○ 「飲食」部門における豊富な運営実績を有する運営事業者の参画を促す。

(2) 役割分担等

○ 「企画催事」について、運営事業者は県や市町、関係団体等による実施を総合調整し、県は県主催イベントなど県関連業務の対応を行う。

○ 「マーケット」について、運営事業者は、商品の発掘、県が選定する商品の販売、テストマーケティング機会の常設、出品事業者へのフィードバック・出品事業者による商品開発への支援など、県や事業者のニーズに配慮した商品展開等により、事業者満足度の向上を図る。

○ 総合案内の「観光コンシェルジュ」については県が担う。

○ 運営事業者は拠点外での出店による販売やECサイトによる販売を担い、県は首都圏での出品事業者等の販路開拓支援を担う。

(3) 目標設定等

○ 第2期運営の各種目標については、基本的には第1期運営の基準年度(令和元年度)または最終年度(令和3年度)の目標をベースとして公募型プロポーザルにより提案を求め、第2期の運営事業者の決定後に改めて設定する。

・来館者数(単年度目標45万人～)

→第1期最終年度(令和3年度)の年間目標(45万人)の水準以上を基本にプロポーザルによる提案を求め、運営事業者の決定後に改めて目標設定

・売上(単年度目標219百万円～)

→第1期最終年度(令和3年度)の年間目標(219百万円)の水準以上を基本にプロポーザルによる提案を求め、物販・飲食の内訳を含めて運営事業者の決定後に改めて目標設定

・経済波及効果

→第2期目標合計5,247百万円～(※第1期目標合計5,245百万円)

→うち、通販売上については、第1期基準年度(令和元年度)の年間目標(76百万円)の水準以上を基本にプロポーザルによる提案を求め、運営事業者の決定後に改めて目標設定

・来館者満足度、事業者満足度の目標を新たに設定(来館者:7割→9割、事業者:6割→8割)