

情報発信拠点「ここ滋賀」第2期運営事業者の公募結果について

1. 経過

- 令和3年7月12日(月) 厚生・産業常任委員会で公募概要の説明
- 令和3年7月16日(金) 公募開始
- 令和3年8月10日(火) 説明会開催(東京都内)
- 令和3年9月14日(火) 企画提案提出期限
- 令和3年9月21日(火) プレゼンテーション・審査・受託候補者の選定

2. 応募状況

企画提案の件数： 1件(グループ提案)

3. 受託候補者

代表事業者	アインズ株式会社
グループの構成員	森島商事株式会社(飲食) 株式会社 淡味(物販)
連携事業者	株式会社日本旅行、株式会社エフエム滋賀 等

4. 企画提案の概要

(1) コンセプト

- 「三方よし」の精神にのっとり、関係者全てがメリットを得られる運営
- 琵琶湖を中心に育まれた持続可能な滋賀の「生活」「食」「文化」を、「五感(観る・聴く・香る・触る・食す)」で体感・体験できるコンテンツの提供等を通じ、滋賀への誘引と関係人口の創出につなげる。(『SUSTAINABLE Experience in SHIGA/TOKYO』)

(2) 基本的機能等の提案

基本的機能	主な企画提案の内容
①魅力体感	
ア 企画催事	<ul style="list-style-type: none"> ● 1階と2階との連携イベントによる相乗効果の発揮 ● 屋上テラスでの体験イベントやマルシェの定期的な開催 ● 県内関係団体との連携によるイベントの開催 ● 県内学生と連携した新商品やお土産企画選手権 ● イベント実施時のオンライン配信の実施

イ 食の体感	<ul style="list-style-type: none"> ● 飲食部門に実績のある事業者による運営の改善 ● 食を通じた地域の魅力発信による滋賀への誘引 ● 県内料理人や生産者と連携したイベントの開催 ● テイクアウトメニューの充実や周辺企業への販促強化
ウ 情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ● 滋賀ファン創出に向けたHP、SNS、ECサイト等の一体運用による地域のストーリーの発信 ● 情報誌のデジタル化による旬の情報の発信 ● 事業者の持つメディアリストを活用した発信の強化 ● 首都圏での展示会への出展による県産品の認知度向上
② マーケット	<ul style="list-style-type: none"> ● 新商品・テストマーケティングコーナーの常設 ● 精肉販売コーナーを新設 ● 生産者の顔や商品のストーリーが見える商品案内 ● QRコードを活用した商品情報の発信 ● 顧客の声のフィードバックや県内商談会による商品発掘 ● 都内で複数店舗を運営するスケールメリット
③ 総合案内	<ul style="list-style-type: none"> ● 旅行事業者と連携した旅行商品販売による誘客促進 ● 1階マーケットに観光コンシェルジュの相談場所を設置 ● しがI J U相談センターとの連携
その他の事項	<ul style="list-style-type: none"> ● 外販・商談サポート担当スタッフ設置による販路開拓支援 ● 会員向けサービスの強化によるリピーター確保

5. 審査の実施

(1) 選定方法

受託候補者を選定するため、滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」運營業務受託事業者選定会議を開催し、企画提案書類およびプレゼンテーションにより審査を行い、企画内容と確実に遂行できる能力および体制等を総合的に評価した。

(2) 選定委員等

- ① 選定委員は、「ここ滋賀」と各部局との連携を強化し、県への誘客および県産品の販売の促進に繋がる個別ブランドの磨き上げを推進するために設置している「ここ滋賀推進会議」の構成員6名が務めた。

【選定会議委員】

知事公室次長、総合企画部次長、商工観光労働部次長、農政水産部次長、
(※上記4名は「ここ滋賀推進監」兼務)

観光振興局長、ここ滋賀所長

- ② 選定会議においては、外部アドバイザー4名にも参加いただき、企画提案についての多様な立場からの意見を伺って審査の参考とした。
- ③ また、庁内の幅広い世代の職員からも企画提案についての意見を聴取し、審査の参考とした。

6. 審査結果

(1) 審査結果

- 代表事業者は県内に広くネットワークをもち、また飲食・物販共に豊富な実績を有する事業者がグループの構成員となっており、それぞれのノウハウの活用が期待できる。
- 各機能別に新たな提案がなされており、とりわけ県内事業者や生産者との連携による作り手の顔が見える発信や、県内での商談会の開催、首都圏の商品動向や顧客の声のフィードバックなど、県内事業者の販路拡大や商品改善に資する提案が行われている。
- 店舗内での旅行商品の販売など、直接的な誘客機能の強化が提案されている。
- これらにより、ここ滋賀の拠点機能の最大化が図られる提案と考えられることから、アイズ株式会社を代表とするグループを受託候補者として選定した。
- 平均点数 219点 (300点満点)

(2) 選定会議での主な意見等

- 提案者は本社を県内に有し、県内の事業者や生産者との顔が見える関係が期待できる。
- 売上額や来館者数といった運営の観点と、県の発信拠点としての役割や地元企業への還元とのバランスが重要。
- 近江牛のみに特化するのではなく、他の食材ともストーリーを結び付け、県産食材の魅力を総合的に発信いただくとともに、食を通じた滋賀への誘客へと繋げていただきたい。
- 複数事業者による運営にあたっては、事業者間の連携を密にされたい。
- 県出身や県にゆかりのあるスタッフの採用に努められたい。

7. 今後のスケジュール

令和3年10月下旬	第2期運営事業者決定・契約締結
令和4年 3月末	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 4月	第2期運営事業者による運営開始 (令和8年度末までの5年間)