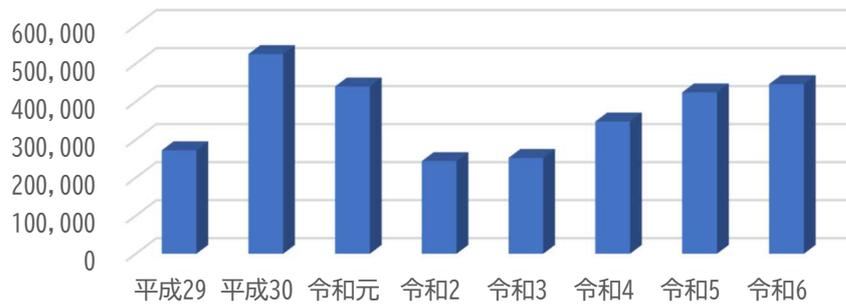


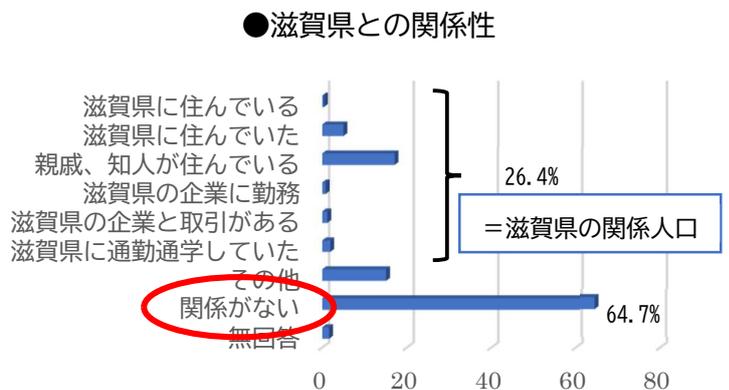
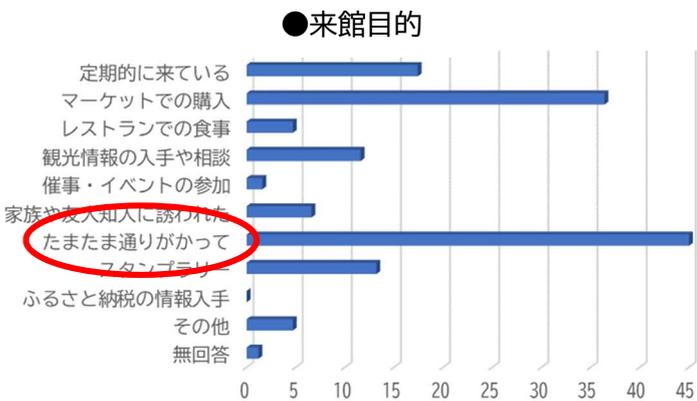
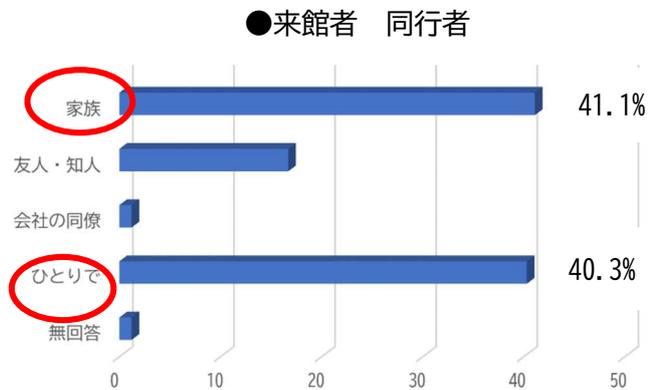
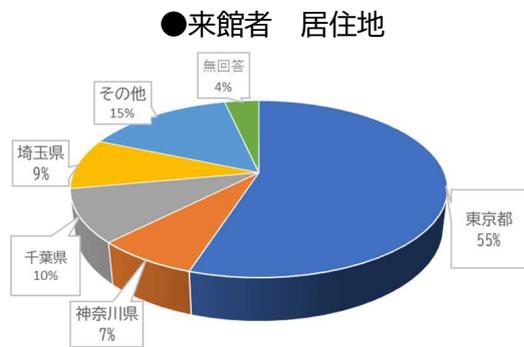
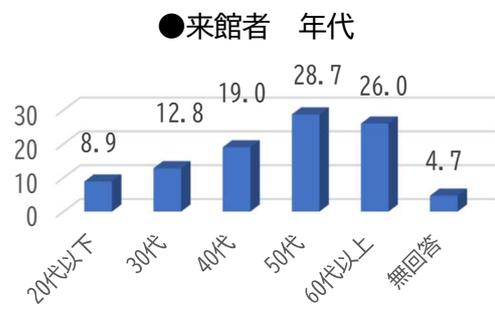
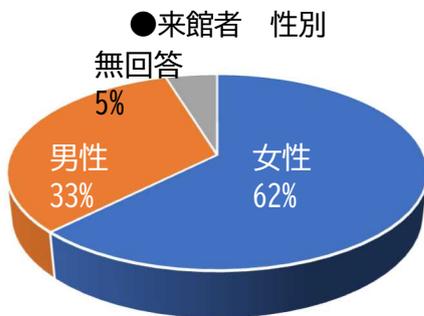
ここ滋賀の実績① 来館者数



(人)

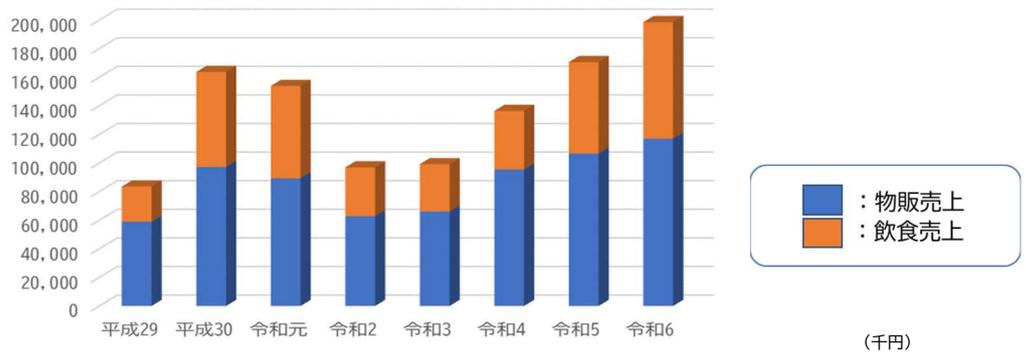
年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
来館者数	272,285	525,375	440,229	243,831	252,321	347,918	424,656	446,300	2,952,915

来館者の属性(令和6年度「ここ滋賀」来館者調査結果より)



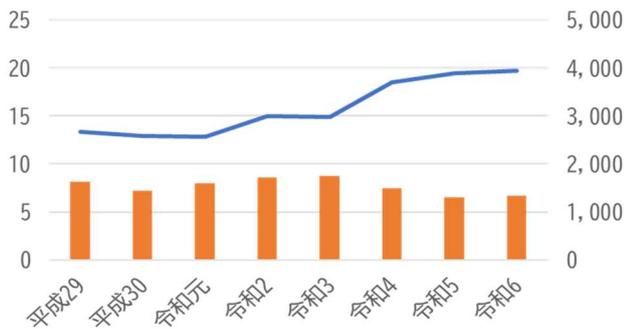
ここ滋賀の実績② 売上

【ここ滋賀店舗売上】



年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
売上 (物販)	58,912	97,257	89,254	62,778	66,076	95,417	106,617	117,017	693,328
売上 (飲食)	24,590	66,390	64,599	34,121	33,073	40,996	63,919	81,454	409,142
売上 (物販+飲食)	83,502	163,647	153,853	96,899	99,149	136,413	170,536	198,471	1,102,470

●ここ滋賀購入率・購入単価

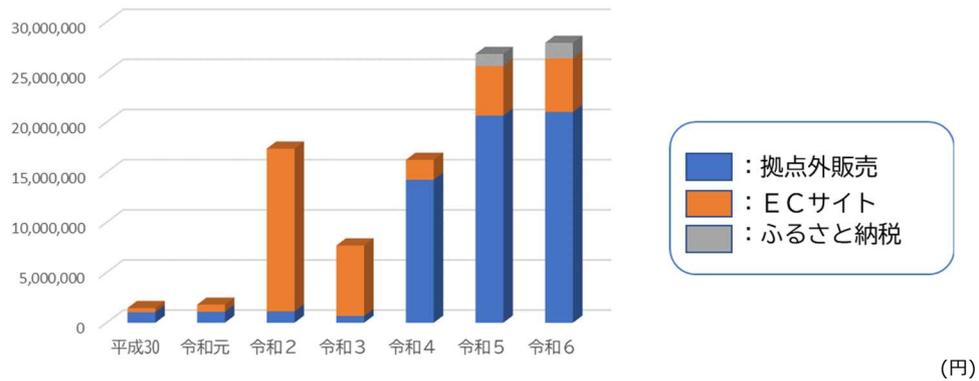


年度	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
購入率	13.3%	12.9%	12.8%	15.0%	14.9%	18.5%	19.4%	19.7%
購入単価	1,628円	1,437円	1,597円	1,721円	1,753円	1,495円	1,297円	1,335円

— : 購入率 (%) (左目盛り)
 ■ : 購入単価 (円) (右目盛り)

事業者名	主な商品	調査時コメント
南洋軒 (草津市)	うばがもち	百貨店などから出品の問い合わせがある
大沢ホールディングス(米原市)	ワイン	商品に興味を持たれて、新たな取引があった
安土養蜂園(近江八幡市)	蜂蜜	首都圏からの自社ネット販売先が増加した
一休庵 (甲良町)	洋菓子	高島屋通販との商談が成立した
肉のげんさん (大津市)	近江牛	銀座ロフト等での販路開拓につながった
千成亭風土 (彦根市)	近江牛	首都圏取引先へ商品案内する時にここ滋賀を紹介
いのうえ (大津市)	菓子	関東のお客様からの問い合わせにはここ滋賀を案内
菊水飴本舗 (長浜市)	飴	問い合わせに対し東京での購入場所として案内
福井弥平商店 (高島市)	日本酒	首都圏消費者動向の把握に役立っている
阪本屋 (大津市)	鮎寿し	ここ滋賀での購入がきっかけに来店された方がいる
県麻織物工業協同組合(愛荘町)	麻織物	首都圏でのPRがきっかけで来館された方がいる

【拠点外売上】



年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
拠点外販売売上 (税込)	1,052,000	1,091,000	1,119,000	669,000	14,251,398	20,648,964	21,007,556	59,838,918
ECサイト売上 (税込)	409,395	706,678	16,235,849	7,026,364	1,986,007	4,936,935	5,357,267	36,658,495
ふるさと納税 (税込)	-	-	-	-	-	1,214,200	1,539,945	2,754,145
合計	1,461,395	1,797,678	17,354,849	7,695,364	16,237,405	26,800,099	27,904,768	99,251,558

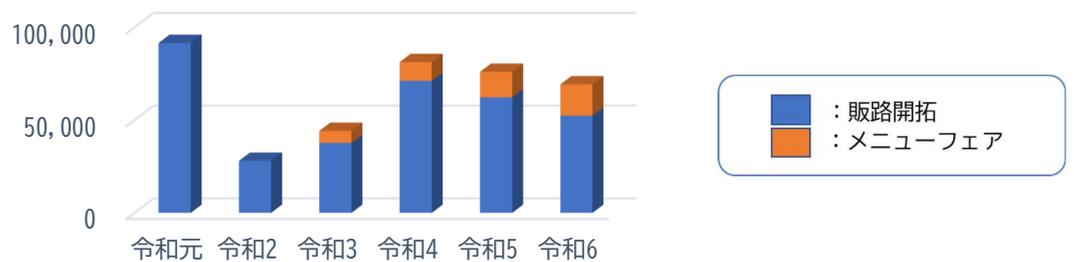
(※)拠点外販売

：首都圏の百貨店やスーパーなど商業施設での販売および NHK や伊藤忠商事など企業内での販売会を実施

ECサイト

：平成30年度～令和3年度は、滋賀県中小企業団体中央会に委託して「ここ滋賀ショッピングサイト」を運営
令和4年度以降は、店舗運営事業者であるアインズ株式会社がECサイト「ここ滋賀オンラインショップ」を運営

【首都圏販路開拓】



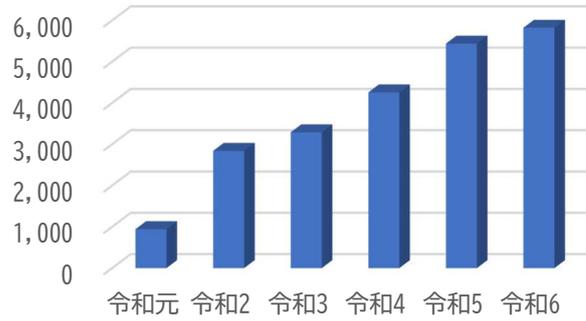
年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
首都圏販路開拓	91,596	28,089	37,688	71,138	62,283	52,396	343,190
首都圏メニュー フェア	-	-	6,530	10,143	13,724	16,863	47,260

(※)首都圏販路開拓事業

：首都圏における販路開拓に意欲のある事業者（県産品）を対象に首都圏のスーパーや百貨店のバイヤーと県内企業をマッチングする商談会等を開催

ここ滋賀の実績③ 観光誘客

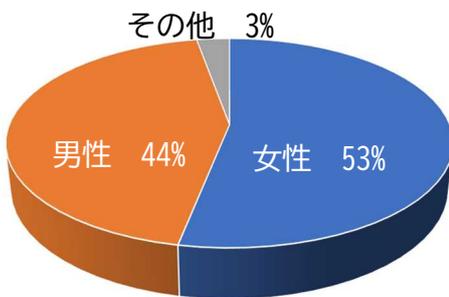
【観光コンシェルジュへの相談】



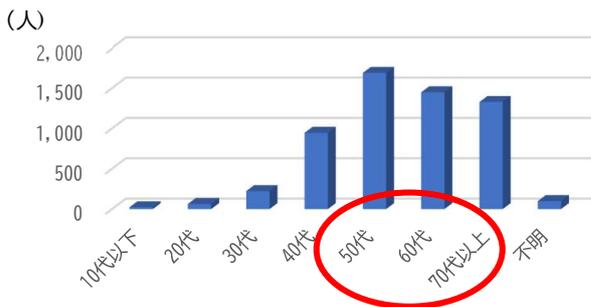
年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
コンシェルジュ相談件数(件)	942	2,839	3,289	4,255	5,436	5,820	22,581

コンシェルジュ相談概要(R6)

●相談者性別



●相談者年代



相談内容	件数
歴史	891
神社・仏閣	1,095
自然・景観	691
アクセス・交通・地図	1,627
食	303
イベント・特典	895
スポーツ	55
宿泊	666
移住	22
観光情報全般	2,107
店内商品案内	504
レストラン案内	223
その他	2,251

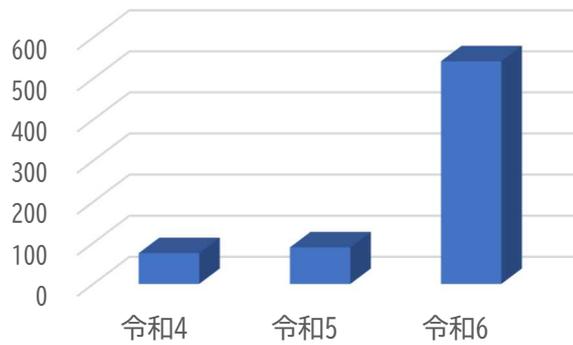
観光コンシェルジュに相談した人の滋賀への旅行意欲

相談件数[R6. 10. 23~R7. 3. 31] : 2,717 件
 うち滋賀に旅行に行く予定 : 1,668 件 (61.4%=1,668/2,717)
 旅行人数 : 平均 2.3 人
 宿泊日数 : 平均 1.8 泊

■ここ滋賀から滋賀への年間誘客想定■

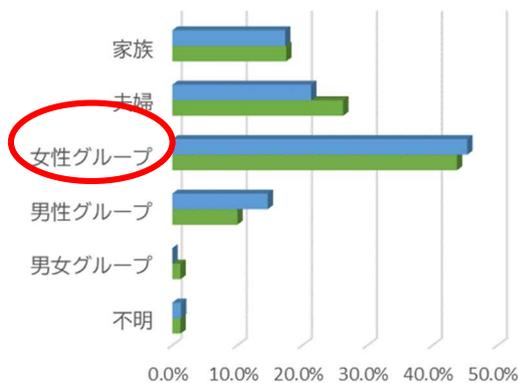
年間相談件数 5,820 件 × 61.4% × 2.3 人 × 1.8 泊 = 約 14,700 人泊

【ここ滋賀旅行割】



年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	合計
誘客数(人泊)	75	89	542	706
うち北部3市宿泊(人泊)	9	5	284	298
北部3市宿泊の割合	12.0%	5.6%	52.4%	42.2%

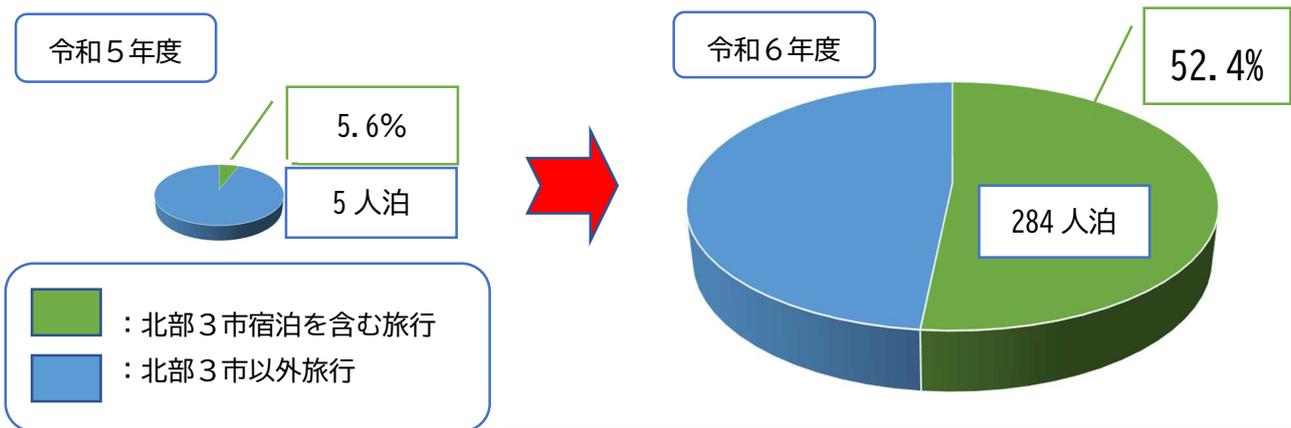
●ここ滋賀旅行割販売数 属性別(R6)



●ここ滋賀旅行割利用宿泊施設(R6)

利用宿泊施設	人泊数
グランドメルキュール琵琶湖リゾート&スパ	112
琵琶湖ホテル	50
ホテルポストプラザ草津びわ湖	45
ホテルサンルート彦根	42
長浜太閤温泉浜湖月	42
ホテルニューオウミ	37
びわ湖大津プリンスホテル	37
北びわこホテルグラツィエ	33
里湯昔話雄山荘	32
京近江	29
今津サンブリッジホテル	20

●北部3市への誘客実績(R5⇒R6)



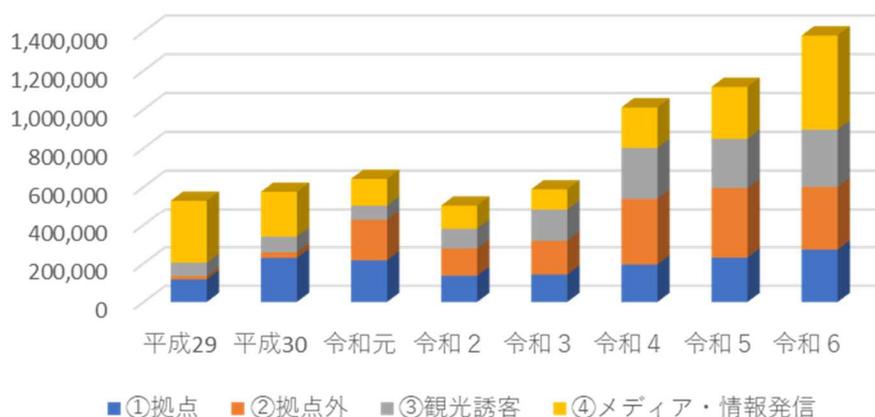
【北部3市への旅行 増加理由】

- 「ここ滋賀旅行割」の北部の割引率の高さに興味をもたれ、北部に宿泊するようになった。
- 他市町宿泊のついでに、北部にも宿泊される方が増えた。
(観光コンシェルジュ聞き取り)

経済効果

	①拠点	②拠点外	③観光誘客	④メディア・情報発信	合計 (a)	目標 (b) (千円)	達成率 (a/b)	費用 (c) (千円)	費用対効果 (a/c)
平成29年度	117,000	17,000	69,000	326,000	529,000	204,000	2.59	319,000	1.66
平成30年度	228,000	29,000	81,000	237,000	575,000	874,000	0.66	206,000	2.79
令和元年度	216,000	210,000	77,000	139,000	642,000	1,082,000	0.59	220,000	2.92
令和2年度	136,000	141,000	102,000	125,000	504,000	1,389,000	0.36	206,000	2.45
令和3年度	142,000	175,000	166,000	105,000	588,000	1,696,000	0.35	194,000	3.03
第1期計	839,000	572,000	495,000	932,000	2,838,000	5,245,000	0.54	1,299,000	2.18
令和4年度	194,000	345,000	262,000	209,000	1,010,000	982,000	1.03	216,000	4.68
令和5年度	230,000	364,000	254,000	268,000	1,116,000	1,009,000	1.11	194,000	5.75
令和6年度	271,000	329,000	295,000	486,000	1,381,000	1,070,000	1.29	206,000	6.70

※費用 (C) には、県職員の人件費は含んでいない。



○第1期 (H29～R3)の経済効果の費用対効果としては2倍 (2.18) となっているものの、開館時に設定した目標に対する達成率については約半分 (0.54) にとどまっている。

○第2期 (R4～)の経済効果は、費用対効果でも4倍から6倍、目標に対する達成率でも1を上回っている。

- ①拠点 : マーケット、地酒バー、レストランの売上実績に基づき、滋賀県産業連関表を活用して算出
- ②拠点外 : 「ここ滋賀」以外で「ここ滋賀」商品等を販売した売上実績に基づき、滋賀県産業連関表を活用して算出した額に、販路拡大等による効果を加えて算出
- ③観光誘客 : 実態把握調査などにより、滋賀県への観光客の消費活動による効果を推計
- ④メディア・情報発信 : テレビ、新聞記事、webニュース等メディアが「ここ滋賀」を取り上げたことによる広告換算効果を算出