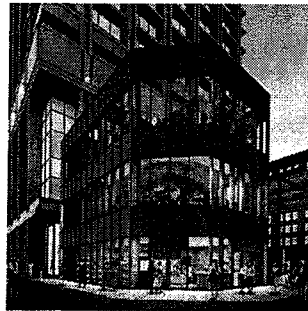


情報発信拠点「ここ滋賀」について

1 運営概要

(1) コンセプト



「全国・世界から選ばれる滋賀へ」

全国・世界から人、モノ、情報が集中する東京で滋賀の魅力を体感いただき、「買う」「食べる」「訪れる」「住む」といった場面で選択されることを目指す。

「ここから ひろがる ストーリー」

「ここ」に滋賀があり、

「ここ」で滋賀に触れ、

「ここ」へ来れば滋賀に行きたくなる。

滋賀が世界に誇る琵琶湖をはじめとする豊かな自然や歴史文化、そこで育まれた食やモノ、コト……。 「ここ滋賀」で感じた「何か」を探しに滋賀へ。

(2) フロア展開

① マーケット(10:00~20:00) <1階>

<商品数等>

取扱事業者	取扱アイテム数	食品	非食品
231者	1,141	675 (59%)	466 (41%)

※なお、オープン時には季節性等を考慮し、取り扱う商品を決定する。

② 地酒バー「SHIGA's BAR」(10:00~23:00) <1階>

滋賀県酒造組合協力のもと、各蔵の日本酒やお酒に合う肴、近江の茶を提供

メニュー(案)
滋賀の地酒、地酒の飲み比べ、鮒ずし、近江牛の生ハム 近江の茶(朝宮、政所、土山)

③ テイクアウト(10:00~20:00) <1階>

中央通り沿いにテイクアウトコーナーを設け、軽食やソフトクリーム、近江の茶、ここ滋賀オリジナルブレンドコーヒーを販売

メニュー (案)
「みずかがみ」を使用したおにぎり
ここ滋賀ソフト (もなか、カップ) (トッピングにアドベリージャム、近江の茶など)
近江の茶 (朝宮、政所、土山)
ここ滋賀オリジナルブレンドコーヒー

④ 総合案内「SHIGA's CONCIERGE」(10:00~20:00) <1階>

拠点利用等にかかる「ここ滋賀案内」のほか、観光・移住・就職相談・企業誘致等の情報提供を行い、誘客や移住につなげることを目指す。

- ・コンシェルジュによる案内
- ・大型モニターやタブレットによる情報発信
- ・パンフレット (県、全市町) の配架・提供

⑤ レストラン「日本橋 滋乃味」(11:30~14:00/18:00~23:00) <2階>

近江牛と発酵をテーマに、滋賀の食材をふんだんに使った本格的な和食ダイニング。

<ランチメニュー>

メニュー (案)
鶏のじゅんじゅん丼/じゅんじゅん風そぼろ丼
近江一汁三菜定食
近江牛のステーキアッシュェ (手切りハンバーグ) 定食

<ディナーメニュー>

メニュー (案)
滋乃味コース ・飯とパクチーのカプレーゼ ・本日の一品 ・滋乃味サラダ ・びわます料理 ・発酵出汁の旨酸っぱい豚しゃぶ ・締め麺 ・本日のデザート、近江茶
伝統コース ・びわ湖の恵み盛り合わせ ・滋乃味の一品 ・季節の一皿 ・びわます料理 ・近江牛のすき焼きまたは炭火焼き ・土鍋ご飯 ・本日のデザート、近江茶
鮎ずし 盛り合わせ
びわますの冷燻
近江牛のステーキアッシュェ (手切りハンバーグ)
本日の近江牛の炭焼き 80g

2 企画催事

月毎にテーマを設定し、地域のヒト、コト、モノや四季など様々な角度から滋賀を切り出して演出し、マーケットやレストランと一体で魅力を深掘りして伝え、来訪者に体感いただく。

<応募のあった企画催事>

- 申込み数：33事業者、58催事（※10月2日時点）
（県：9、市町：6、公益的または公共的団体：13、県内企業や滋賀県ゆかりの企業：5）

<「ここ滋賀」主催の企画催事>

● ここ滋賀 イチオシ

毎月、「ここ滋賀 イチオシ」をテーマに、以下の催事を実施

- ・ 1日催事「ここ滋賀 イチオシFood」
食を通じて滋賀を知る催事として、生産者と料理家・ここ滋賀シェフと コラボレーションしたメニュー提供およびクロストークを実施する。
- ・ 週間催事「ここ滋賀 イチオシFair」
1日催事に来られない方も体感できる催事として、フリーペーパー「メトロミニッツ」の誌面と連動し、テーマに沿った物販や催事スペースの設え、屋上テラスでのフォトスポット設置を行う。

● 語りべ・ワークショップ

毎月、4つのテーマをもとに生産者を招いた語りべやワークショップなどを実施

- ①「近江の地酒」
蔵元語りべの振る舞い、新酒飲み比べ、地酒に関するワークショップなど
- ②「発酵・食文化」
鮎ずし、甘酒、塩麴、お茶などの生産者を招いた語りべイベント
- ③「旅をつくる」
滋賀の文化や歴史、暮らし方を知り、旅のイメージが膨らむワークショップ
- ④「近江商人・サステイナブル」
SDGsを切り口に企業の方などを招いたワークショップ

<今年度の取組>

	テーマ	ここ滋賀イチオシ	語りべ・ワークショップ	応募（一例）
11月	秋の収穫祭 ～近江の食を 楽しもう～	11月「近江牛」 ・ここ滋賀 イチオシ Fair (1日～7日) ・ここ滋賀 イチオシ Food (30日)	・旅の編集ワークショップ (16日、21日) ・地酒語りべ (22日) ・近江商人・サステイナブル (17日、27日)	・まるごと「スキヤキ」プロ ジェクト（竜王町／16日、 18日～19日） ・「滋賀の食材（ビワマス）」 プロモーション（食のブラ ンド推進課／17日） ・近江牛フェア×「日本遺産 滋賀・びわ湖 水の文化ぐ るっと博」PR（BVB／ 25日～26日）
12月	琵琶湖の恵み ～マザーレイ ク「琵琶湖」か ら生まれた産 品～	12月「湖魚」 ・ここ滋賀 イチオシ Fair (1日～7日) ・ここ滋賀 イチオシ Food (22日)	・旅の編集ワークショップ (13日、20日) ・地酒語りべ (19日、21日) ・SAKE LABO (14日) ・新酒飲み比べ (11日～17日) ・近江商人・サステイナブル (7日、26日) ・甘酒の裏側 (16日)	・滋賀の名品 PR<高島ちぢみ などの麻織物> (中小企業団体中央会／ 9日～10日) ・「滋賀の食材（ヒウオ）」 プロモーション (食のブランド推進課／ 1日～7日)
1月	日本六古窯「信 楽焼」 ～信楽焼と滋 賀の地酒や食 材で新年を祝 う～	1月「発酵（鮒ずし）」 ・ここ滋賀 イチオシ Fair (4日～10日) ・ここ滋賀 イチオシ Food (26日)	・旅の編集ワークショップ (12日、25日、31日) ・鮒ずし食べ比べ (19日) ・近江商人・サステイナブル (11日、24日)	・「信楽坪庭」（モノづくり 振興課、信楽陶器工業協同 組合／4日～11日） ・滋賀の名品 PR（信楽焼）（中 小企業団体中央会 ／20日～21日）
2月	メイド・イン・滋賀 ～湖と土と人 が生み出す良 品～	2月「近江の茶」 ・ここ滋賀 イチオシ Fair (1日～7日) ・ポストイベント (18日) ・ここ滋賀 イチオシ Food (23日)	・旅の編集ワークショップ (16日) ・鯖へしこ (24日) ・近江商人・サステイナブル (8日、27日)	・体感型「ココクール」魅力 発信（商工政策課／2日～ 4日） ・「近江の茶」産地PR (茶業会議所／18日)
3月	滋賀へのいざ ない ～豊かな自然・歴史文化を 知ろう～	3月「酒」 ・ここ滋賀 イチオシ Fair (1日～7日) ・ここ滋賀 イチオシ Food (14日 or 15日)	・旅の編集ワークショップ (13日、29日) ・日本酒と鮒ずし (17日) ・近江商人・サステイナブル (8日、28日)	・信楽高原鉄道に乗る（モノ づくり振興課／4日） ・観光物産×新商品フェア (湖南市／8日～10日) ・伝統工芸フェア×びわこ湖 東路観光PR (BVB／24日～25日)

3 広報計画

(1) 実施済み

広報	広報誌	・県広報誌「滋賀プラスワン」 ・市町広報誌（9月号 7市町） ・全国滋賀県人会連合会広報誌（9月） ・東京滋賀県人会広報誌（9月）
	ホームページ	・県公式サイトで「ここ滋賀」ページ公開（4月） ・「ここ滋賀」予告サイト公開（6月） ・「ここ滋賀」サイト公開（10月2日）
	PRフライヤー	・各種イベントでの配布（長浜曳山祭り東京公演、ツーリズム EXPO ジャパン 2017 など）
	フリーペーパー等	・「チェキポン」（5月） ・「日本橋ごよみ」（9月） ・中央区アンテナショップガイド（9月）
	イベントでの広報	・関西魅力物語イベント@KITTE（9月） ・居酒屋「なみへい」でのコラボイベント（9月）
	ニュースレター	・「ここ滋賀」ニュースレター（9月）
	SNS	・東京本部や滋賀県県人会等のフェイスブック ・著名人等によるSNSでの情報拡散 ・ここ滋賀公式フェイスブック、Instagram、Twitter の開設（10月2日）
広告	壁面広告	・「ここ滋賀」壁面での巨大広告（5月～）
	公用封筒での広告	・県公用封筒（角2）裏面広告（8月～）
	メディアの活用	・NHK 大津での取材放送（9月）
セールスプロモーション	滋賀ゆかりのお店等でのPR	・首都圏ネットワーク強化事業で発掘した滋賀ゆかりの店等でのPR

(2) 実施予定

広報	広報誌	・県広報誌「滋賀プラスワン」 ・市町広報誌
	ホームページ	・「ここ滋賀」サイトでの情報発信
	フリーペーパー等	・「ラーラぱど」（11月号、12月号） ・「メトロミニッツ」（11月号～4月号） ・「月刊日本橋」など
	イベントでの広報	・日本橋京橋まつり（10月22日） ・熙代祭（11月4日） ・自治法70周年記念イベント（11月19日） ・近江ゆかりの会（2月5日）
	ニュースレター	・「SHIGA'S GUIDE」（10月～）毎月15日発行
	SNS	・東京本部や滋賀県県人会等のフェイスブック ・著名人等によるSNSでの情報拡散
広告	ラッピングバス	・日本橋周辺を走る路線バスへのラッピング（10月～）
	東京メトロ	・東京メトロ主要駅によるポスター掲示（オープン前1週間）
	メディアの活用	・中央区コミュニティエフエムでの告知（10月） ・びわ湖放送での拠点取材放送（11月） ・首都圏テレビでの特集番組（12月）
	オリジナル年賀はがき	・オリジナル年賀はがきによるPR（1月）
セールスプロモーション	滋賀ゆかりのお店等でのPR	・首都圏ネットワーク強化事業で発掘した滋賀ゆかりの店等でのPR
	「ここ滋賀」会員	・「ここ滋賀」会員の募集による、利用促進、リピーター確保

4 オープニング時の重点的取組

(1) オープニングイベント (10月29日(日))

場所：拠点横公開空地

目的：「ここ滋賀サテライト」として運営し、オープニングの賑わいを創出するとともに、滋賀のPRを行う。

内容(案)：

- 空撮マップ「空から見た琵琶湖」、信楽焼タヌキなどによる装飾
- モニターによる映像放映(知事、西川貴教氏のメッセージ、滋賀の風景等)
- 地酒、近江の茶、小アユてんぷら、シジミ汁の振る舞い
- 近江牛焼きしゃぶの販売
- ステージイベント(声楽アンサンブル、県出身音楽ユニットによる演奏)
- キャッフィー、ひこにゃんなどによるグリーティング
- ここ滋賀会員登録ブースの設置

(2) オープニングウィーク (10月29日(日)～11月5日(日))

オープニング後のスタートダッシュにつなげるため、オープンから1週間をオープニングウィークとして、会員募集の重点取組を行う。

- ここ滋賀会員に入会された方に「500ポイント」プレゼント

※累計1,000ポイントに達すると、1,000円分のここ滋賀お買い物券を贈呈

- 買物客先着1,000名に記念品をプレゼント(「ヨシ葉書」・「ロクブンノイチ野帳」セット)
- オープニング限定商品の販売

(3) 集中的な広報の展開

フリーペーパーやテレビ等のメディア、地域イベントなどにおいて、ここ滋賀のオープンを集中的に発信していく。

- プレス向け内覧会の開催
- 東京メトロ主要駅へのポスター掲示(オープン前1週間)
- 屋上テラスにフォトスポットを設け、SNS等での拡散を図る