

令和8年度（2026年度） 「ここ滋賀」の運営について

令和8年4月
滋賀県

I 全体概要

下記の令和8年度運営方針に基づき、「来るたび滋賀が好きになる」をテーマに、五感を通じた滋賀の体験・体感を提供する。

令和8年度(2026年度)「ここ滋賀」運営方針

令和8年度は、ここ滋賀第2期運営の5年目であり、2期目の集大成とともに3期目を見据える重要な年となる。

ここ滋賀という首都圏における拠点があるからこそできる取組の可能性を更に広げ、ここ滋賀の機能の最大化に取り組んでいく。

1 DC等を見据えた観光誘客機能の強化

繁忙期に観光コンシェルジュを2名配置とするなど体制を強化する。また、「ここ滋賀」限定の旅行クーポンを作成し、滋賀への旅行を後押しする。特に、県北部地域への旅行に対する助成を強化することで、北部地域への誘客を促進する。

2 首都圏への販路開拓

県産品の首都圏販路開拓を推進するため、ここ滋賀にマーケットナビゲーターを設置するなど新たな仕組みを導入し、ここ滋賀を拠点に首都圏バイヤーとの商談を進める。また、高品質県産品を高価格帯で販売できるよう新たな販売ターゲットを開拓する。

3 効果的な情報発信

ここ滋賀を拠点としたフックの効いたイベント等を企画し、メディアへのアプローチを強化することにより、首都圏における滋賀の情報発信を強力に推進する。

4 関係人口の創出

滋賀県から首都圏へ流出している若者や首都圏の滋賀にゆかりを持つ人々をデータベース化し、プラットフォームを構築するとともに、そのプラットフォームを活用して、販路開拓や誘客促進など地域活性化につながる取組を推進する。

【数値目標】

- 来館者数：465,000人
- 拠点売上目標：240百万円（物販150百万円、飲食90百万円）

1 共通事項

(1) 接客の強化

「ここ滋賀」は滋賀の体験を提供する側として、来館者とのコミュニケーションを通じて滋賀の魅力をお伝え出来るように定期的なスタッフ勉強会、企画催事での生産者との交流の機会を増やすことで、スタッフひとりひとりが滋賀についての知見を深める。

滋賀について「知りたい」「話したい」とご来館頂くお客様とのコミュニケーションを大切にし、マーケットとレストランのスタッフ連携を高め相互に利用を促進することで顧客満足を高め、お客様に「ここ滋賀」を繰り返しご利用いただけるよう努める。

(2) 会員情報

「ポイントカード会員制度」や「LINEのお友達」や「イベント参加者リスト」などの会員情報を活かして、新たな会員の確保を進めると共に、会員限定のプレゼントキャンペーンなど、会員のファン化に繋がる取組を行う。

(3) 滋賀らしさの訴求

滋賀へ関心を持ちご来館頂くお客様に、「滋賀らしさ」を印象強く訴求するため、入口メインコーナーの季節ごとのフェアの内容や、装飾のアイキャッチ性を強化する。滋賀と言えば「びわ湖」や「信楽のたぬき」などという印象の強いテーマでの館内の装飾を強化する。またここ滋賀と言えばこれという「ご当地感のある看板商品」をしっかりと訴求し、積極的にメディア PR することで来館率の向上や相乗効果に繋げる。

(4) 年間の発信テーマ

滋賀県関係の行事やイベント、季節の出来事などについて、タイムリーに企画催事や情報発信、マーケットの商品展開等に反映させ、「ここ滋賀」の多様な取組を通じ全体で滋賀の旬の情報を発信する。

(マーケットフェアのテーマ案)

- 4月 春の行楽・お弁当/ひこにゃん生誕祭 祝20周年フェア/春のパン祭り
- 5月 近江の茶・新茶/ご当地調味料・ご飯のお供フェア
- 6月 かるやか快適フェア/おいしく整う食卓フェア
- 7月 びわ湖の日/涼味・湖魚
- 8月 夏のアクセサリ/クラフトビール
- 9月 食と陶器/FEST. INAZUMA (フェスト・イナズマ)
- 10月 新米/信楽焼たぬき
- 11月 近江牛/秋の和菓子

- 12月 歳末/近江の地酒
- 1月 新春/手土産
- 2月 甲賀忍者フェア/キャラクターフェア
- 3月 発酵/お花見/新生活

2 魅力体感

(1) 企画催事

【①滋賀の魅力を発信できる企画催事について】

ここ滋賀を拠点としたフックの効いたイベント等を実施し、メディアへのアプローチを強化することにより、首都圏における滋賀の情報発信を推進する。

(2) 食の体感

【①2階レストラン】

滋賀県産食材を使用したメニューで滋賀の魅力を発信を行う。首都圏でも認知度の高い「近江牛」をはじめ、世界農業遺産にも認定されている環境にこだわった近江の米、茶、湖魚、野菜等、県産食材の魅力を伝える。

産地の紹介など食を通じた滋賀への誘客の強化や、各種キャンペーン等を実施しより多くのお客様に滋賀を味わっていただく。

【②SHIGA' s BAR】

酒造組合や県内酒造業者との連携をさらに高め、期間限定の飲み比べイベントを実施。また BAR を入り口として店内販売商品の PR も行う。テイクアウトメニューの開発にも力を入れ、新たな客層の取り込みを目指す。季節限定で RF テラスを活用した琵琶ガーデンの実施。

(3) 情報発信

物産や食、観光といった情報だけではなく、滋賀県の取組や県内のニュース、ふるさと納税等の情報についても広く発信を行い、滋賀の魅力や認知度の向上を図る。

公式サイトや各種 SNS を活用し、媒体の特性に応じた「滋賀からのストーリー」「ショップニュース」等のコンテンツ発信を行うとともに、各 SNS のエンゲージメント率を高める働きかけを行い、滋賀ファンを増やす。

訪問が増えつつあるインバウンド向けに店舗での多国語対応やメニュー設置、アレルギー表示等を進める。

また、日本橋交差点角地という立地を活かし、周囲の通行人に向けた発信を行うとともに、メディアへのアプローチ・取材協力を強化し、テレビや雑誌等で滋賀の情報が発信される機会を増やすとともに、特に滋賀への誘客に繋がる旅行系メディアとの

関係強化に向け、積極的な働きかけを行う。

情報の発信と併せ、首都圏での県産品の評価や滋賀県に対するニーズ等を受信し、その情報を滋賀県内へとフィードバックする機能を担う。

3 マーケット

滋賀県内での商談会の実施や、店舗運営事業者が県内に持つネットワークを活かすことで、新商品を充実させる。小分けの商品の拡充等により商品数を増やすと共に、非食品についても商品数の拡充および季節の企画に合わせた販売を計画的に実施することで、来館者に「買い物の楽しさ」を提供するマーケット空間を構築する。同時に、電子マネーやQRコード決済環境を継続し、来館者の利便性向上と県産品の販売促進を図る。

また、店頭では県内事業者による店頭販売や試食等を強化するとともに、新商品・テストマーケティングコーナー「COCOトライ」を継続し、県内事業者の商品開発やPRを応援すると同時に、新たな人気商品の発掘を進める。

産学連携の取組として、学生の社会学習の一環としてここ滋賀でのテスト販売体験やマーケティング支援といった機能にも取り組む。

県産品の販売にあたっては、世界農業遺産認定やGI（地理的表示）指定などを明示することで、商品の魅力やストーリーを広く伝えていく。

4 総合案内

滋賀ならではのツーリズム「シガリズム」の積極的な発信を行うとともに、ビワイチ・ビワイチプラス、ワーケーションなどのPRを行うことで滋賀への誘客を図る。また、県の「北の近江振興プロジェクト」に合わせて、県北部地域への誘客につながる発信を行う。そのほか、びわこビジターズビューローや県内の各観光協会と連携し、県内の旬の観光情報の収集を行う。

滋賀への訪問に係る相談や質問対応については、専任の観光コンシェルジュが、個々の来館者のニーズに応じた対応・案内を行うとともに、店舗スタッフによるお客様対応も実施する。

併せて、滋賀への旅行がお得になるここ滋賀限定割引の提供などにより、ここ滋賀から滋賀への誘客を強化する。

「しがIJU相談センター」等の関係機関との連携を密にし、移住やUIターン、企業誘致等、観光以外の相談に対しても、現場での一次対応を行いつつ、適切に対応可能な所属・機関への引継ぎを行う。

5 拠点外での発信

(1) 県産品の首都圏への販路開拓

県産品の首都圏での販路開拓に向け、ここ滋賀マーケットナビゲーターを設置し首都圏バイヤーへのアプローチを強化するとともに、ここ滋賀を活用したテストマーケティング、首都圏での商談会を実施し、県内事業者の販路開拓および県産品のファンの拡大を図る。また県内の高品質産品を高価格帯で販売可能な販路を開拓する。

(2) 首都圏での拠点外イベントへの出展

県産品の販売促進や滋賀県およびここ滋賀の認知度向上のため、来客が多く見込まれるイベント等への出展、都内および近隣県の百貨店等での催事販売や企業等での社内物販・受注販売を行う。

令和7年度の実績を踏まえ、取扱商品の拡充を図るとともに、県内事業者参加型の催事など新たな取組を進める。

(3) ECサイトによる通信販売の実施

店舗運営事業者が開設するECサイト「ここ滋賀オンラインショップ」により、店舗で取り扱う県産品やギフト商品を全国に向けて販売する。

ECサイトのアカウントと店舗の会員情報との連動により、一度店舗で買った商品を2度目以降はECサイトでお買い求めいただくなど、店舗との相乗効果をねらった発信を行う。

(4) 滋賀ゆかりの企業等との連携

ここ滋賀の認知度向上や利用促進に向け、滋賀県東京本部とも協力し、都内の滋賀県出身者や滋賀ゆかりの企業等との連携を進める。また、日本橋高島屋で開催される「大近江展」など、都内で行われる滋賀県関係のイベント等について、情報の発信や相互誘客に向けた連携を行う。

(5) 日本橋周辺地域との連携

地元自治体等が開催するスタンプラリーや、他県アンテナショップとの連携企画等に参画し、ここ滋賀の認知度向上および新規顧客の来館機会を創出する。

また、「日本橋橋洗い」や町会の清掃活動など、日本橋地域で開催される地域活動に参加し、日本橋地域での滋賀県およびここ滋賀の認知度向上や信頼確保に取り組む。