

滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」運営業務委託仕様書

1 目的

本仕様書は、滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」(以下「拠点」という。)運営業務委託にかかる公募型プロポーザル実施要領(以下「実施要領」という。)に記載する業務(以下「本業務」という。)の実施要件と企画提案を求める内容を定めたものです。

2 拠点建物の概要

建物名称	東京日本橋タワー(二期工事部分)
所在地	東京都中央区日本橋二丁目7-1
地域・地区	商業地域・防火地域
賃借部分および面積 (別添図面参照)	1階 約44坪(約145㎡) 2階 約42坪(約139㎡) 計 約86坪(約284㎡)
附属部分 (別添図面参照)	屋上テラス 約21坪(約68㎡)
賃借予定期間	令和9年度から令和18年度末まで
構造	S造

備考

- (1) 建物は、配置図に示す対象街区一体で一件の建築確認申請されており、地上からは別々の建物に見受けられますが、地下躯体等を共有している一棟の建物となります。
- (2) このため、地下1階地上2階建てに見受けられますが、建物としては地下4階地上35階建ての同街区内のオフィス棟の一部として扱われます。

※ 令和9年2月～3月に、施設の一部改修として、壁面デジタルサイネージの設置、1階コンシェルジュエリアおよび商品陳列什器の更新、2階レストラン改修(椅子・テーブル等更新、天井プロジェクター設置、床補修)、屋上テラス席のオーニング設置等を予定しています。

3 拠点運営の目的

滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」は、近江商人ゆかりの地である日本橋に滋賀県が平成29年10月29日に開設した施設で、滋賀の豊かな自然や歴史文化、その豊かな環境で育まれた食やモノ、コトなどの魅力を世界へつなげる首都圏で発信し、滋賀への誘引の役割を担う拠点と位置付けられています。同時に、滋賀の魅力が再認識され、「買う・食べる・訪れる・住む」といった様々な場面で滋賀が選ばれるよう、多くの方に滋賀を体感していただく場としても機能するものです。

首都圏における滋賀のゲートウェイとして、日本橋、首都圏での情報・人・モノの往来を通じて滋賀

の個性を磨き、新たな価値創造につなげると同時に、拠点での活動、展開を通じて県民自ら滋賀に一層誇りを持ち、地域力や豊かさを実感できる滋賀づくりにつなげます。

4 拠点機能等

滋賀の魅力を五感で感じ、拠点運営の目的を実現するための機能と運営の視点は次のとおりとします。

(1) 基本的機能

① 魅力体感

ア 企画催事

多様な主体と連携して、地域の人、コト、モノや四季など様々な角度から滋賀を演出する企画催事を実施し、これにより来館者が滋賀の魅力を、販売(マーケット)や食とともに一体的に体感できる機能。

イ 食の体感

近江の米、牛肉、茶、湖魚、野菜や地酒等“旬”の滋賀を演出するため、県産食材を中心にテーマ性をもって調理・提供し、来館者が食で滋賀を体感できる機能。

ウ 情報発信

琵琶湖をはじめとする滋賀の豊かな自然や歴史文化の発信、県内各地域の観光物産PR活動、話題性のあるイベントなどを、メディアへのアプローチとともに行うことにより、来館・来訪の誘引につなげる機能。

② マーケット

県産の食、モノ、暮らしのPR・販売を行い、店舗型の強みを活かして素材・質のよさを来館者に体感いただくとともに、県内事業者がテストマーケティングやフィードバック等を通じた商品改善や首都圏での販路を開拓していく機能。

③ 総合案内

滋賀ファンやゆかりの方々とのつながりを深めるとともに、観光誘客はもとより移住交流、企業誘致等、来館者の関心やニーズに応じたサポートをワンストップで行い、関係人口創出の拠点として来館者と滋賀をつなぐ機能。

(2) 運営の視点

3つの基本的機能をベースに、次の視点をもつことで、首都圏と滋賀をむすび、誘引するための運営を実現することとします。

① チャレンジ

新商品についての消費者の反応を探るテストマーケティングの実施や、滋賀の食材を活かした新たなメニュー開発等、次のステージへの展開を後押しするとともに、滋賀のブランド発信を強化し、将来的な県内マーケットの縮小も見据えながら首都圏マーケットの販路拡大を行うこと。

② イノベーション

首都圏・日本橋の立地を活かした異業種交流等の活動を取り込むなど、新たなビジネスに向けた創造的な活動の場とすること。

③ ネットワーク

県人口の減少に伴う担い手の不足等も見据えて、首都圏在住の滋賀県出身者はもとより、観光等で滋賀とつながった方々、就職や大学進学など人生の各ステージにおいて拠点を契機に、これから滋賀とつながる方々など、これまでの滋賀との縁、これからの滋賀との縁をつないで多様な主体が参画し、新たな発信や交流の活力が生まれ、関係人口を創出する場とすること。

5 運営の基本条件

拠点運営は、以下の役割を基本に、県と受託事業者が共創の視点でともに連携しながら行うこととします。運営の基本条件は以下のとおりですが、提案のあったノウハウやアイデアを最大限採用し、よりよい運営を行うという観点から、企画提案においては、本条件を基礎とした積極的な提案も可とし、評価対象とします。

(1) 運営体制

① 運営会議の設置

県および運営事業者からなる、運営会議を設置する。

② 運営会議によるマネジメント

運営会議は、来館者等に拠点全体で滋賀の魅力を発信、体感いただくための方策を議論する場とし、県の示す方針のもと、運営事業者の意向、ノウハウを尊重しながら、具体的な運営計画を協議し決定する。

運営方針、運営計画を関係者が共有するだけでなく、旬の情報や市場の動向、変化を運営に取り込んでいけるよう機動的に対応する。

(2) 運営事業者の役割

① 運営計画案の作成

運営事業者は、滋賀の魅力を効果的に発信できるよう、データの収集・分析に基づき、拠点における企画・運営管理、年間・四半期・月ごとの MD、メディア計画等企画等の運営計画案を毎年度作成する。

② 運営計画に基づく基本的機能の運営

ア 『魅力体感』の運営

「企画催事」

様々なテーマや手法により、全館を一体的に活用した企画催事の調整・実施を行う。特にマーケットには企画催事優先のエリアを確保し、県や市町、各種団体等、幅広くに企画催事の実施をはたらきかけ、拠点内での催事実施を調整する。

「食の体感」

レストランおよび「SHIGA's BAR」において、県産食材を利用した料理を提供するとともに、料理人とのコラボレーションによる料理の提供や、ニーズに合わせたテイクアウトメニューの提供等により、滋賀の食の魅力を発信する。

「情報発信」

ホームページやSNS等を一体的に活用して、来館につながる発信を行うほか、メディアへのはたらきかけ、館内モニターやサイネージの活用、拠点の立地を活かした通行人への発信等を、インバウンド対応も含め多面的に実施する。なおホームページの素材は、現在のものを引き続き利用することができる。

イ 『マーケット』の運営

県産品の販売や発信を行う「マーケット」を、EC サイトと一体的に運営するとともに、来館者等の反応や購入データの収集分析による商品のブラッシュアップやバイヤーと出品事業者とのマッチングによる販路の開拓など、拠点と首都圏の販路開拓を連動させた戦略的なマーケット運営を行う。

また、マーケットではスタッフが、拠点における情報の受発信とそれらを運営にフィードバックする最前線の担い手・語り手として、商品やサービスを介して来訪者とのコミュニケーションを図り、対面ならではのおもてなしを行う。

ウ 『総合案内』の実施

県が設置する「ここ滋賀コンシェルジュ」を活用して、館内案内はもとより、商品の作り手の思いや背景にある地域の歴史・文化といったストーリーを丁寧に紹介するなど、来館者の滋賀への関心を高め、滋賀ファンづくりに取り組む。また、来館者のニーズに応じて、観光案内のみならず移住交流、企業誘致等の取組にかかるパンフレットやホームページ等について情報提供・紹介するほか、担当窓口への案内・取次ぎを行い、拠点から滋賀へとワンストップでいざなう。

③ 進行管理

ア 全体統括

運営事業者は、関係法令および適用基準等を遵守し、県と連携して拠点運営の全体を統括し、各機能(共同企業体で提案の場合は各担当事業者)をコーディネートして進行管理を行う。

イ 連絡会議

運営事業者は、拠点の効果的・効率的な運営とそのための関係者間の調整、連携強化を図るため、定期的(月1回程度)に連絡会議を行い、その記録を作成し、県に提出する。

ウ 事業計画および報告

運営事業者は、各年度の業務計画書および四半期ごとの事業実施計画書を作成するとともに、毎月作成する業務報告書に、利用者数、収支状況、実施事業、アンケートによる利用者満足度、利用者からの意見および苦情ならびにその対応、その他県が指定する項目について記載する。また、毎年度の業務終了後に年間業務報告書を作成する。

エ その他

業務遂行にあたって仕様書に疑義が生じた場合は、県および運営事業者の双方で打ち

合わせを行う。仕様書に明記しない事項であっても業務上当然必要と思われる軽微なものについては、運営事業者の負担において実施するものとする。

(3) 県の役割

① 運営業務の全体管理

ア 運営管理および調整

県は、本業務の委託者として運営会議を開催するほか、全体を管理し、運営事業者とともに、円滑な運営を行うため、関係方面との調整を行う。

イ 運営計画の調整

県は、運営事業者が運営計画案を作成する段階から、市町、関係団体と連携し、地域の情報や食材、商品等について情報提供・調整を行う。また、運営計画が円滑に実施されるよう管理し、必要な調整を行う。

② 県業務の対応

ア 魅力体感

県は、運営事業者と連携して、滋賀の魅力を訴求する PR イベント等を、拠点を活用して実施するとともに、メディア等を活用して効果的な発信につながるよう取り組む。

イ マーケット

県は、こだわりを持ち生産している高品質県産品を、首都圏において高価格帯で販売できる販路が開拓できるようなたらしめを行うなど、ブランド形成を目指して取り組む。

ウ 総合案内

県は、館内において案内を担う「ここ滋賀コンシェルジュ」を配置するとともに、来館者の滋賀との関係構築にかかるニーズがコンシェルジュのサポートを超える場合は、それを引き継ぎ、県内市町等の関係機関との調整や相談等具体的な事項について対応する。

県は、首都圏における県ゆかりの人の掘り起こしやネットワークの構築およびリスト化を行い、これを活用して地域活性化につなげる。

6 運営の実施要件

運営事業者が運営管理を行う上での実施要件は以下のとおりとします。

(1) 運営全般

① 運営の体制

業務を統括する正副の責任者および機能の運営に必要なかつ適正な人員を配置する。なお、正副の責任者のどちらかが拠点に常駐することとし、運営事業者の本社内に常時連絡をとれる担当者を配置すること。

② 人員配置

人員配置にあたっては、勤務時間や賃金等、労働関係法令を遵守すること。また、拠点の目的を踏まえ、滋賀への愛着をもち、来館者等に魅力を伝えるための知識等の習得やスタッフの研

修を計画的に行うとともに、本県出身者または本県にゆかりのある方の起用に努めること。また、販路開拓にあたっては、首都圏マーケット(食品・非食品)に精通し、実績とコネクションのある専門人材を起用し、拠点と連動した展開が図れるよう配置すること。

③ 施設の利活用

基本的機能の運営は拠点の1階と2階および屋上の全館を用いて行うこと。加えて、拠点外においても物産販売等の催事を実施し、滋賀の魅力発信や来館促進を図ること。

④ 営業日・営業時間

営業日は、年末年始(12月31日～1月2日)および物件規則等で休業日を定めた場合を除き、原則として年中無休とする。

営業時間は、午前10時～午後8時、飲食提供可能時間については、午後10時までを基本とする。なお、企画提案の内容等に応じて変更等調整を行う。

⑤ 県への納付金

売上げは受託事業者の収入とするが、運営業務にかかる店舗売上げのうち3%以上の額を、毎年度の納付金として県に支払うこと。なお、社会情勢や運営状況等に鑑み、県と協議の上、必要に応じて納付金の率は見直すことができるものとする。

⑥ 原状回復

委託期間終了後は、事業者の負担により県が指定する期日までに、委託開始前の状態に回復して明け渡すこととする。ただし、特段の事情等により、県が特に承認したときは、この限りではない。

⑦ 運営にあたっての配慮事項

障害のある人への合理的配慮、ユニバーサルデザインを意識した運営を行うこと。また、環境配慮を徹底し、温室効果ガスの排出低減、廃棄物の排出抑制・適正処理に努めるとともに、リサイクルの推進、環境負荷低減に資する製品・サービスの調達(グリーン購入)に努めること。

(2) 基本的機能の運営

① 魅力体感・マーケット

ア 来館者ニーズを把握するとともに、定期的に県内の情報収集を行い、食品、非食品等県産品の産地、旬、新商品等の情報を収集し、情報発信や商品選定に反映すること。

イ 商品や食材の調達に際しては、公募等県内事業者の機会均等に配慮するとともに、県の意向についても配慮すること。

ウ 商品の取扱にあたっては、食品と非食品のバランスに配慮すること。

エ 商品の募集や選定を主体的に実施し、発注や集荷、販売形態等について、県および関係団体等と意見交換、協議を行い、テスト販売や県産品の新たな販路開拓の取組を行うこと。

オ 食料品・酒類の販売・提供、飲食店営業等運営に必要な販売許可・免許の取得、届出等の必要な手続をとること。

カ 物販、飲食の提供に関する関係法令、監督官公庁の指導事項を遵守し、品質管理、衛生管理および感染症対策の徹底を図ること。

キ 商品事故等の未然防止、事故発生時の対処、損害賠償にかかる対応を行うこと。

② 総合案内

- ア 県および関係団体と連携し、観光、移住交流(UIJ ターン就職を含む)、企業誘致等県内各地域の情報収集や首都圏の情報提供等を行うこと。
- イ インバウンドへの対応にも配慮した運営を行うこと。
- ウ 実際に滋賀へといざなう直接的な誘客機能を強化する観点から、旅行事業者との積極的な連携が望ましい。

(3) 経費負担

事業実施の条件のうち、想定する経費負担については以下のとおりとし、詳細は提案内容により別途協議することとします。なお県の負担については、下記①ア以外は、滋賀県議会の議決を経た当該年度の予算の範囲内で負担するものとします。

① 県が負担する経費

- ア 拠点にかかる不動産賃借料・保証金
- イ 首都圏マーケットの販路開拓のための専門人材にかかる経費
- ウ 基本的機能『魅力体感』のうち「情報発信」、『総合案内』の後方支援(パンフレット等の収集、「ここ滋賀コンシェルジュ」の配置等)にかかる経費
- エ 拠点施設および県が設置した備品等の維持管理、点検、修繕にかかる経費のうち、1 件 10 万円以上のもの。ただし、運営事業者の責めに帰すべき事由により修繕等が必要となった場合はその限りでない。
- オ 拠点機能の拡充のために、新たに設置する必要があると県が判断した備品・什器類を購入する経費
- カ その他、県が拠点を活用して独自に行う発信にかかる経費

② 運営事業者が負担する経費

- ア 基本的機能『魅力体感』のうち「企画催事、食の体感」、『マーケット』、『総合案内』の通常の運営に加え、テストマーケティング等に要する経費、滋賀という地域の魅力を伝えるための知識の習得や創意工夫に要する経費(以下に例示)
 - a 拠点運営にかかる人件費
 - b 主体的に運営利用に供する部分の経費(警備・防犯、設備点検、清掃費、廃棄物処理費、食品衛生管理費、殺虫殺鼠関係費、光熱水費)
 - c 試食や試飲等の店内販促費
 - d 商品仕入れ・配送経費
 - e 運営事業者が主催する企画催事の実施経費
 - f 拠点運営諸経費
 - ※ 必要な届出等の経費(手続きを含む)
 - ※ POS システムの運用経費
 - ※ クレジット・ギフト券等手数料および電子マネー手数料
 - ※ 包装紙やショッパー、管球等の消耗品費
 - ※ 会員制度の運営にかかる経費

- ※ 拠点以外に運営事業者が独自に設置する倉庫・事務所等の費用
- g ホームページの設置改修、維持管理およびコンテンツ更新にかかる経費
- h ECサイトの開設および運営経費
- i SNS構築および運用にかかる経費
- イ 拠点施設および県が設置した備品等の維持管理、点検および、修繕にかかる経費のうち、1 件 10 万円に満たないもの。
- ウ 運営事業者が独自に設置する必要がある備品等の整備および維持管理、発信ツールによる情報発信に要する経費
- ※ 設置する備品等については県と協議の上決定すること。

7 企画提案を求める内容

本業務の受託にあたり、実施要領「9 企画提案書等の提出」に記載する事項のうち、具体的な企画提案を求める内容については次のとおりとします。

企画提案にあたっては、「留意事項」を踏まえ、「提案内容」を実現する方法を記載してください。

日本橋に立地する拠点を活用して、滋賀の魅力を発信し、滋賀への来訪促進につなげるとともに、首都圏マーケットの開拓が期待できる積極的な企画提案を評価します。

また、提案に際しては、以下の項目と対照できるように記載してください。

(1) 運営ビジョン

企画提案項目	提案内容	留意事項
① 運営コンセプト	拠点運営の目的をふまえ、基本的機能の効果を十分に活かして滋賀の魅力を伝える拠点運営の考え方	i. 契約期間(5年間)におけるビジョン ii. コンセプトの基となるデータ等 iii. 拠点全体の一体的な運営
② 来館者目標	県が設定する目標値を軸に提案(年間/5年間)	■県が設定する目標値(令和13年度) 47万5千人
③ 拠点売上目標	県が設定する目標値を軸に提案(年間/5年間)	■県が設定する目標値(令和13年度) 物販部門 160百万円 飲食部門 110百万円
④ 販路開拓目標	県が設定する目標値を軸に提案(年間/5年間)	■県が設定する目標額(令和13年度) 首都圏の百貨店・スーパー等との商談成立額 160百万円

※ なお、「ここ滋賀」「SHIGA's BAR」の名称およびロゴマークは、現在のものを継続して利用することとする。

(2) 基本的機能

企画提案項目	提案内容	留意事項
① 魅力体感		
ア 企画催事	地域や季節、食、モノ、文化等、年間を通じて滋賀の魅力を伝える訴求力の高い企画催事の内容	i. 全館を一体的に活用した企画催事の実施、連携する主体 ii. マーケットでの企画催事優先エリアの確保 iii. 運営事業者自身による企画催事の実施・頻度 iv. 拠点以外での効果的な発信方法と経費負担
イ 食の体感	a 滋賀の食材（近江の米、牛肉、茶、湖魚、野菜等）や地酒をバランスよく使った滋賀の食の魅力の発信 b 飲食部門における豊富な運営実績を有する事業者の参画 c 食材や食文化等の紹介、語り	i. 平日と休日、朝昼夜等の時間帯やテイクアウト、ターゲットを含めた提供方法 ii. 「企画催事」、「マーケット」との連携 iii. 食材の調達方法 iv. 県内料理人との連携 使用食材、メニュー等のストーリーの伝え方
ウ 情報発信	a HP、SNS 等による発信 b 立地を活かした情報発信 c メディアを活用した情報発信	i. 使用する媒体と運用方法・内容・発信体制 ii. 発信の手法と、来館につなげる工夫 iii. 通行人等へのアプローチ方法
② マーケット	a 滋賀の魅力が伝わる食、モノ、暮らしの展示、販売の方法、考え方 b 商品の仕入れ、販売等の実施にあたっての基本的な条件、考え方 c 新商品の開発や人気商品の発掘 d 販路開拓の方法とそれにかかる専門人材の配置および経費の見込み e 商品等の紹介、語り f 売上げデータの集計と県および出品事業者への報告 g マーケットと連携したECサイトでの県産品販売	i. 飲食との連携（調達、催事販売等） ii. 企画催事の実施や常設テストマーケティングの考え方 iii. 商品公募の手法 iv. 拠点以外での販売展開や販路開拓の方法 v. 起用する専門人材の実績、役割 商品等のプレゼンテーション方法（ディスプレイ、併記する言語および効果的な表記方法を含む） マーケット情報の出品事業者へのフィードバックの手法および内容 サイト構築・運営方法 ■ECサイトの売上目標（県目標）（令和13年度）16百万円
③ 総合案内	a 来館者へのおもてなしの考え方と「ここ滋賀コンシェルジュ」の運用方法 b 関係人口創出の考え方、手法 c 滋賀への誘客機能の強化	県、関係団体および「ここ滋賀コンシェルジュ」との機動的な連携および役割分担 i. 来館を実際の滋賀へのいざないへと繋げる工夫

		ii. 旅行事業者との積極的な連携等
	d インバウンド等への対応	対応方法、表記言語や発信上の工夫

(3) 運営

企画提案項目	提案内容	留意事項
① 運営体制とスタッフ教育	a 責任者等の人選・配置 b 厨房、接客、運営管理業務を行う適正な人員配置(苦情等への対応を含む) c 安全、衛生、防災、危機管理にかかる対応、責任体制の整備 d 本社等のバックアップ体制 e スタッフの採用、研修、教育	i. 県や関係者との共創、効果的な役割分担 ii. 滋賀への愛着をもち、魅力を伝えるための知識等の習得 iii. コミュニケーション能力 iv. 本県出身者やゆかりの方を起用する工夫
② 施設の利活用	a 拠点各階の活用形態、ゾーニング b 拠点の他、連動して活用が可能な施設等	i. 屋上テラスも含めた全館一体的な活用に向けた工夫 ii. 首都圏での滋賀の魅力発信を更に効果的に行うための提案
③ 営業時間	拠点の営業時間	営業時間は午前 10 時～午後 8 時、飲食提供可能時間については、午後 10 時までを基本とする。
④ 顧客対応	a 会員制度 b 来館者等の反応を受け取る仕組み	i. リピーター確保への概要・工夫 ii. 収集するデータの種類と収集方法 iii. 会員情報のセキュリティ対策 iv. 運営への反映の工夫
⑤ 県内情報の把握	県内情報の収集、事業者との連携	首都圏マーケットに通用する人気商品やトレンド等を把握する工夫
⑥ 収支計画	a 収支計画とその考え方 b 納付金等県への還元 c 損失が出た場合の対応	i. 様々なアイデアと創意工夫による拠点の収益、県の直接収入の増加 ii. 納付金は、店舗における売上の 3% 以上の納付率を提案すること。(記載がない場合は、3%とみなす。) iii. 継続的安定的に運営できる仕組み
⑦ 契約期間中のスケジュール	a 必要な準備および期間 b 営業開始までの間の効果的な打ち出し	i. 拠点の施設改修は、令和 9 年 2 月～3 月を予定。 ii. 営業の開始は、県と協議の上、決定するものとするが、令和 9 年 4 月 29 日を目途とする。

8 その他

本業務の実施にあたっては、次の事項に留意してください。

(1) 一般事項

- ① 県との連携においては、滋賀県東京本部等の関係所属とも積極的に協力・調整を図り、県が実施する関連施策が効果的なものとなるよう取り組むこと。
- ② 本業務の各段階等において、関係機関等への説明会等を実施する場合には、必要な資料の作成、説明補助を行うものとする。
- ③ 業務遂行にあたって仕様書に疑義が生じた場合は、県および受託事業者の双方で打ち合わせを行う。仕様書に明記しない事項であっても業務上当然必要と思われる軽微なものについては、受託事業者の負担において実施するものとする。
- ④ 受託事業者は、当該受託業務について業務責任者を置き、県との協議に出席させるものとする。
- ⑤ 本業務の遂行にあたっては、関係法令および適用基準等を遵守するものとする。

(2) 機密保護・個人情報保護

- ① 受託事業者は、個人情報保護法および滋賀県個人情報保護条例等の関係法令を遵守するものとする。
- ② 本業務の遂行上知り得た秘密や個人情報を他に漏らしてはならない。この項については、契約期間の終了または解除後も同様とする。また、成果物（業務の過程で得られた記録等を含む。）を県の許可なく第三者に閲覧、複写、貸与または譲渡してはならない。
- ③ 本業務の遂行のために県が提供した資料、データ等は本業務以外の目的で使用しないこと。また、これらの資料、データ等は本業務終了までに県に返却すること。

(3) 著作権の取扱い

- ① 本業務により発生した著作物の著作権（著作権法第 27 条および第 28 条に定める権利を含む。）は、当該著作物の納品があった際に県に譲渡されるものとし、県は受託事業者に事前の連絡なく加工および二次利用できるものとする。
- ② また、受託事業者は著作権を譲渡した著作物に対して、著作人格権を行使しないものとする。
- ③ 本業務の成果品に第三者が権利を有する著作物等が含まれる場合、当該著作物等の使用に必要な費用の負担および使用許諾契約等にかかる一切の手続きは受託事業者が負うものとする。