

政務活動費活動報告（視察）

- (1) 出席者（会派名・個人名）
会派：夢みらい 小川喜三郎
- (2) 実施日：平成30年2月19日（月）

【1. 調査の目的】

(1) 本市における現状

滋賀県への観光客の誘致や地元物産品の国内、国外への発信を行うため、滋賀県が東京都日本橋の「ここ滋賀」において展開されている。本市の地場産業がやや低迷する中、「ここ滋賀」を活用し本日より四日間「甲冑展示会：タイムスリップインHIKONE」が開催された。今回は、彦根仏壇事業協手同組合が彦根仏壇のPRと「伝匠彦根甲冑特注品」の販売をするものである。

(2) 本市における課題

生活様式の変化などにより仏壇の販売が落ち込む中、彫金や蒔絵の技術を生かした甲冑の製作・販売と工芸七職の匠の技による彦根仏壇の販売促進が課題である。

【2. 調査地選定理由】

(1) 調査項目

「ここ滋賀」の運営や「ここ滋賀」から発信される滋賀（彦根）の魅力や「ここ滋賀」の本市の活用法などを学ぶとともに、合わせて日本橋周辺で展開されている他県のアンテナショップ（アポなし）を見学する。

(2) 選定地1：

ここ滋賀 東京都中央区日本橋二丁目7-1

アポなし：長崎館 日本橋二丁目1-3 とやま館 日本橋室町1-2-6

【3. 調査結果】

(1) 内容

ここ滋賀の職員は所長以下7名である。（うち1名は米原市から出向）滋賀のアンテナショップは以前は有楽町にあり、観光案内書の役割を担っていた。今回これを廃止し「ここ滋賀」として再出発したもの。催事の内容は県と希望する市町で随時ほぼ毎日開催されている。毎月滋賀の魅力ガイドブックを前月の15日に自前で作成し発行している。（2月号添付）

来客については、土日は各日2～3千人来館者がある。

運営については、家賃が800万円／月で年間1億円弱を滋賀県が支出している。物品販売や食堂経営、広報・企画はプロポーザルによるコンペにより「USD」に全面委託しているが委託料はゼロ円である。物品販売益、レストランの利益等により、人件費と光熱費・食材費等の維持管理費を賄うとともに、利益の3%を滋賀県に支払う条件である。委託事業者としてはこれでも家賃が不要のため、応募者は多かったようである。

ここ滋賀の概要は、一階が物販と地酒バー、二階がレストラン、屋上は面積は小さいがテラスがある。テイクアウトとして滋賀県産の「みずかがみ」を使用したおむすびや近江茶などもあった。

また、滋賀県内の企業の協力により、館内のテーブルや椅子の木製品は、県産材を使用しました。信楽焼の製品もほぼ無償で提供を受けたとの説明であった。当日は屋上にて「ここ滋賀 100 日記念事業」として下水道マンホールの展示があり、滋賀県流域下水道、大津市と草津市及び彦根市の標準マンホールとひこにゃんマンホールの二つの計 5 種類のマンホールカードの提供をしていた。来館者の一部の人が参加されていた。

(2)考察

秋には一日最大 5 千人の来場者もあり、現在 1 日当たり平均 1, 9 0 0 人の来館者で主に物品販売とレストラン利用だが、市町のパンフレットが位置的に奥であり、入口あたりに設置すべきと感じた。イベントや物品販売は資料の通りだが、これから事業展開を考えておられる県内企業にはバイヤーさんと呼びプレゼンが行えるか聞くと、二階のレストランの営業が 2 時に終わるため、夕食までの時間は使っていただけるし、希望の企業があればここ滋賀としてもお手伝いしたとのこと。さらに滋賀県内の各企業さんや商工会議所等の団体の皆さんにも活用していただきたいとのことであった。また、各市町の自治体の方も申し出てほしい。ただ、運搬経費や旅費、宿泊費用は自己負担である。

アポなしであったが、近辺の長崎館やとやま館はここ滋賀に比べ来館者が少なかった。長崎館では、入口をはじめ「ハウステンボス」の PR が主であった。他は物品販売である。

また、とやま館は、とやまの銘酒の飲み比べのためのバーラウンジが設置されている。レストランはここ滋賀と長崎館、とやま館とも同様であった。両館とも民間ビルの 1 階のワンフロアの借用で広々としていたが、位置的には大通りに面しておらず、地理的条件は「ここ滋賀」が優れていると感じた。

当日は、ひこにゃんの出番もあり、月曜日としては盛況とお聞きした。