

第25回 自治体アンテナショップ情報交換会 資料

日時：令和4年3月11日（金）14:15~16:15

開催方法：Zoom（事前申込制）

●セミナー受講に当たってのお願い

- ・ Zoom の表示名を「氏名/所属」としてください。
※一つのアカウトで2人以上が受講する場合は、申込者の氏名を表示してください。
（例：「佐藤/北海道」「鈴木/大阪府大阪市」「高橋/〇〇ショップ」）
- ・ セミナーの録画・録音はお控えいただきますようお願いいたします
- ・ インターネットの回線状況により最悪の場合は、一度 Zoom を閉じる場合があります。
その場合は、再度同じ URL で開催しますので、再入場をお願いいたします。
- ・ Zoom に入場後は、ミュート（マイクオフ）の設定になります。
- ・ 質問がある場合は、Zoom のチャットをご利用ください。質疑応答の時間に事務局で対応します。なお、時間に限りがあるため全てにお答えできないこともあります。
- ・ 東日本大震災により犠牲となられた方々に対し哀悼の意を表するため、発災時刻の 14 時 46 分から 1 分間の黙祷を行います。講義を一時中断して行いますが、ご協力をお願いいたします。

●講師発表資料について

以下の講師発表資料は地域活性化センターのホームページに掲載します。

- ・ 事例発表① 長野県アンテナショップ「銀座 NAGANO」
- ・ 事例発表② 滋賀県アンテナショップ「ここ滋賀」

URL <https://www.jcrd.jp/seminar/antennashop/index.html>

※基調講演の資料は公開しません。

●問い合わせ先

一般財団法人 地域活性化センター 情報・広報グループ 担当：丸山

「第25回自治体アンテナショップ情報交換会について」とお問い合わせください。

【メール】 antena@jcrd.jp

【電話】 03-5202-6137

●スケジュール

14：00～

【開場】

14：15～14：20

【開会・挨拶】

一般財団法人地域活性化センター 常務理事 北村 潤一郎

14：20～15：10

【基調講演・質疑応答】（50分）

テーマ：「地域産品の魅力の伝え方、売り出し方」

講師：鈴木 正晴 氏

株式会社コンタン 代表取締役、群馬県桐生市 PR 大使

※14：46（東日本大震災の発災時刻）に黙祷を行います。

15：10～15：15

【休憩】（5分）

15：15～16：05

【事例発表・質疑応答】（1団体 25分×2団体）

テーマ：「オンラインを活用した情報発信」

●長野県アンテナショップ「銀座 NAGANO」

銀座 NAGANO 所長 山浦 義晴 氏

●滋賀県アンテナショップ「ここ滋賀」

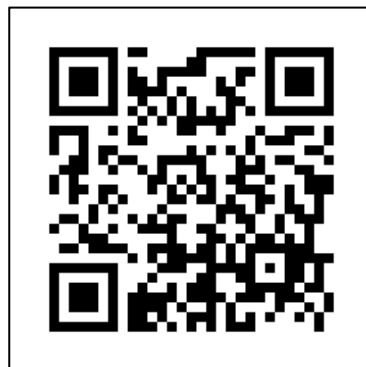
ここ滋賀 副所長 深井 鉄平 氏

16：05～16：15

【まとめ・閉会】

アンケート協力をお願い

アンケートにご協力をお願いします。↓こちらからもご入力いただけます。



出演者・出演団体のご紹介（登壇順）

■基調講演講師紹介

鈴木 正晴 氏

株式会社コンタン 代表取締役、群馬県桐生市 PR 大使

1975 年神奈川県生まれ。1997 年東京大学教育学部卒業後、伊藤忠商事（株）に入社し、アパレル関連やブランドマーケティングなどの業務に従事。国内の"モノづくり"文化に根差したすぐれものをより広いマーケットに広める一助になりたいという思いから、2006 年に独立。株式会社コンタンを立ち上げ、made in Japan 商品の海外輸出、国内外のブランドのブランディング業務を行う。2010 年には日本の優れものを集める小売店"日本百貨店"（御徒町）、2013 年には日本の食材のスグレモノを集めた食の専門店"日本百貨店しょくひんかん"（秋葉原）をオープン。一貫してニッポンのモノづくりと都心マーケットを繋ぐ活動を行っており、作り手と使い手の出会いの場を提供している。

■事例発表団体紹介

●銀座 NAGANO 出店自治体：長野県

しあわせ信州シェアスペース

信州の「ヒト」「コト」「モノ」を通じて、銀座から長野県の魅力を発信しています。上質で健康な暮らしを感じられる各種商品を取り揃えた 1 階のショップをはじめ、2 階には観光インフォメーションコーナーとイベントスペース。令和 3 年に新たにオープンした 5 階では移住交流・就職相談コーナーを拡充し、信州での暮らしを実現するためのお手伝いをしています。

公式 HP はこちら：<https://www.ginza-nagano.jp/>

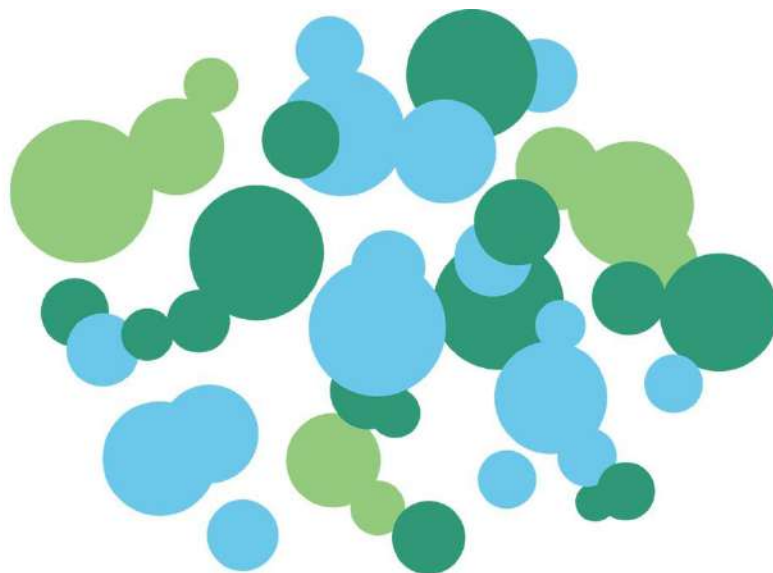
●ここ滋賀 出店自治体：滋賀県

ここから、ひろがる 滋賀のストーリー。

歴史の中で、自然と共に育まれ、未来へと繋がっていくもの。ここ滋賀は近江商人ゆかりの地であり、今も世界から人・モノ・情報が集まり行き交う東京日本橋に生まれた滋賀県の情報発信拠点です。滋賀の魅力をさまざまな角度からお伝えするイベントや、特産品・伝統工芸品などの販売、各蔵元の地酒が味わえる地酒バー、「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レストランなど、滋賀を全身で体感していただけるアンテナショップです。公式 HP はこちら：<https://cocoshiga.jp/>

基調講演の資料は、公開しません。

第25回自治体アンテナショップ情報交換会（事例発表）



銀座 NAGANO

長野県信州首都圏総合活動拠点

銀座NAGANO

名 称

長野県信州首都圏総合活動拠点
「銀座NAGANO」

所在地

東京都中央区銀座5-6-5 NOCO 1F・2F・4F・5F

営業時間及び営業日

	営業時間	営業日	備考
1・2階	10:30～20:00※	年末年始を除く毎日	ショップ・イベントスペース
5 階	10:00～18:00	年末年始を除く毎日	移住交流・就職相談コーナー

※現在の営業時間は10:30～19:00

開設日

平成26年（2014年）10月26日（日）



情報発信拠点としての役割

信州ブランドの発信

県産品の消費拡大や農産物の販路拡張

観光の振興と宣伝

県外からの移住や国内外との交流の推進

(長野県組織規則第167条に規定された事務事項)

コンセプト

「フェア」ではなく「シェア」

単なるアンテナショップではなく信州のしあわせをシェアする場に

「伝える」だけでなく「つながる」

信州と首都圏、信州と世界がつながっていくきっかけを生み出す場に

「観光地」ではなく「関係地」

「コト」「ヒト」「モノ」を通じて何度でも訪れたくなる目的地に

フロア構成と運営主体



5F

移住交流・就職相談コーナー ほか

長野県 長野労働局

4F

事務室

長野県 (一社) 長野県観光機構
(公財) 長野県中小企業振興センター

2F

**イベントスペース
& 観光インフォメーションコーナー**

(一社) 長野県観光機構

1F

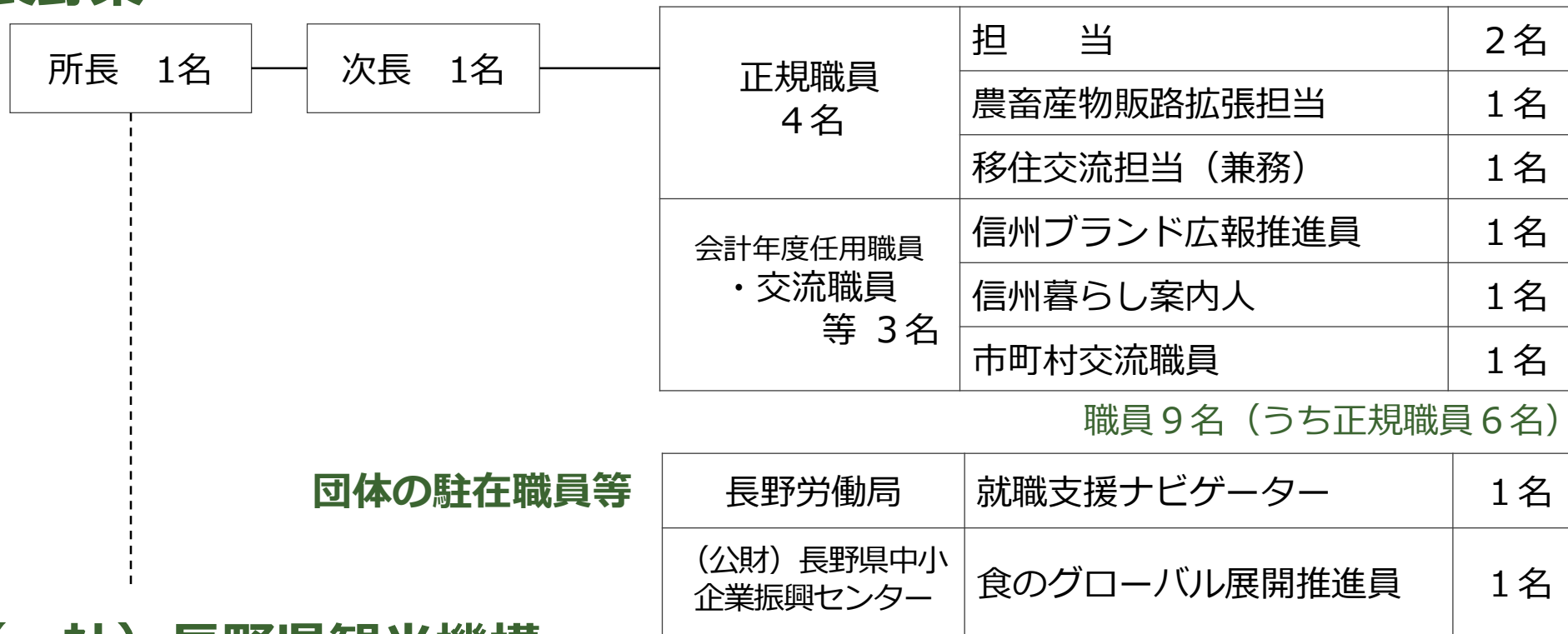
ショップスペース&バルカウンター

(一社) 長野県観光機構

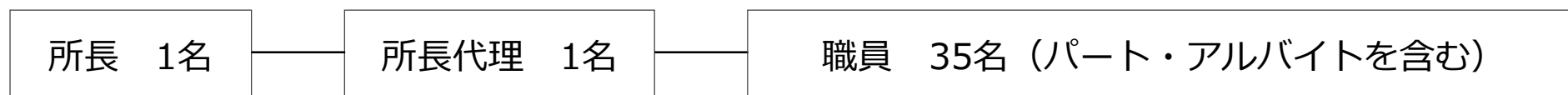
職員構成

長野県

（令和3年10月1日現在）

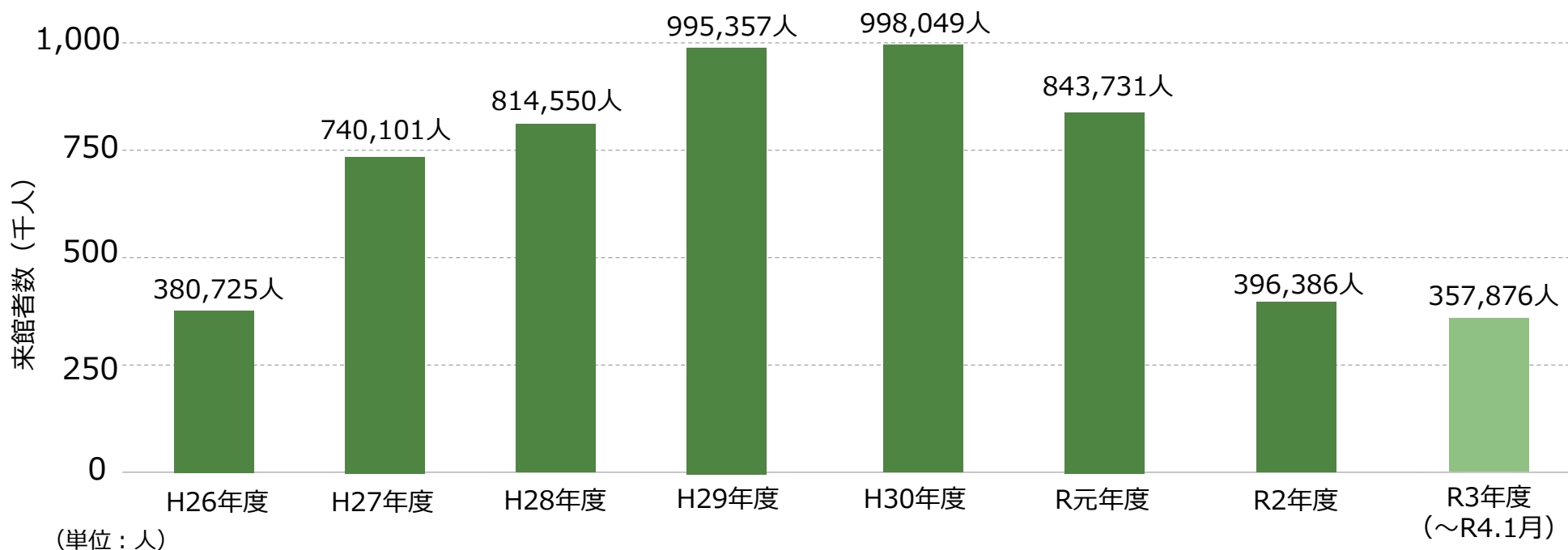


（一社）長野県観光機構



（県所長と兼務）

来館者数（年度合計）



区 分	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R 2 年度	R 3 年度
単年度	380,725	740,101	814,550	995,357	998,049	843,731	396,386	357,876
累 計	－	1,120,826	1,935,376	2,930,733	3,928,782	4,772,513	5,168,899	5,526,775

ショップにおける魅力ある商品の品揃え・販売 (1F)

長野県ならではの	牛乳パン、おやき、そば、市田柿、くるみを使った菓子、なぎそねこ※、お六櫛など
フルーツ王国	生あんず、生プルーン、りんご、ぶどう、いちご、梨、桃など
生鮮野菜	アスパラ、とうもろこし、ルバーブ、生わさび、山菜、菊芋、ていざなす、丸なすなど
健康長寿県ならではの	寒天、すんき漬け、凍り豆腐、そばの実、味噌、甘酒、くるみ、えんめい茶など
酒類	日本酒、ワイン、シードル、地ビール、そば焼酎、ウイスキーなど



※長野県南部の南木曽地域に伝わる伝統的な防寒着

イベントスペースを活用した長野県の魅力発信（2F）

感染防止対策

- ・参加者数を定員の半分以上に（最大12名）
- ・料理の取り分けをせず、個々に配膳（食器の共有をさせない）
- ・換気、館内や什器の消毒
- ・参加者およびスタッフの検温、マスク着用の徹底、手指消毒 など

オンラインでのイベント開催

【実施例】

- ・日本酒セミナー 県内の蔵元が日本酒を語る
- ・ワインセミナー 県内ワイナリーと生中継で結ぶオンラインワイナリーツアー
- ・ジャムづくり体験 信州の旬のフルーツをつかったジャムづくり体験（R3年度～）
- ・信州粉もんづくり講座 昔ながらの懐かしい粉もんをつくる講座（R3年度～）



実施主体の内訳

	県	市町村	広域連合	企業	団体	その他	合計
R2年度	31	1	0	4	0	0	36
R元年度	234	47	4	29	2	0	316
オープンから通算	1,464	377	46	248	37	23	2,195

首都圏における県産品の販路拡大の取組み

項 目	内 容
長野県フェアの開催	・ 県産農産物の需要拡大に向けたPR ・ 日本橋三越本店、伊勢丹新宿店、二子玉川高島屋、みずほ銀行本社、住友生命本社等 7 か所でフェアを開催 ・ 新宿高野とのコラボレーション企画（2 回）
生産者の マーケティング力の向上	・ 認知度及び消費者ニーズの把握のためのイベント（銀座NAGANO マルシェ 4 回）、販促活動（4 回）マーケティング調査（2 回） ・ 商談会
シェフ・バイヤーの現地視察	・ 伊勢丹新宿店等 4 社を現地視察に招へい
農産物の情報提供・提案	・ 都内ホテル、飲食店等20社に対し企画提案
店外催事への参加	・ ご当地アンテナショップフェア、各保険会社の社屋における物産展等に出展

旬の観光情報の提供や県内への誘客促進の取組み（2F）



観光案内件数

	観光案内	電話対応	観光パンフ 送付
令和3年度※	9,498件	5,410件	4,568件
令和2年度	9,549件	5,575件	5,015件

旅行エージェント等への訪問

	社数	件数
令和3年度※	209社	258件
令和2年度	418社	566件

※令和3年度は1月末現在件数、社数

問合せが多いもの

【季節により問合せが多い内容】

- ・春：桜、花桃、菜の花の開花予想及び開花状況
- ・夏：キャンプ、夏休みに楽しめる施設など
- ・秋：紅葉情報、くだもの狩りの情報など
- ・冬：スキー、スノーシュー、積雪状況など

【問合せの多い観光地、観光名所等】

- ・北信：善光寺（御開帳）、戸隠、小布施など
- ・東信：別所温泉、上田市街地、軽井沢など
- ・中信：白馬山麓、上高地、松本城など
- ・南信：諏訪大社（御柱祭）、昼神温泉、木曽路
- ・県内全体の登山、トレッキング

メディアがまだとり上げない、
“知る人ぞ知る”スポットも

広報・発信

銀座NAGANOにおける取材等の状況

	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	web	その他	合 計
R3年度（1月末現在）	18件	6件	4件	8件	4件	3件	43件
R2年度	23件	2件	12件	7件	8件	2件	54件



J:COM TV つながるニッポン！フライト9 7/4（日）

観光大使の峰竜太さんに出演をお願いして銀座NAGANOをPR。



毎日放送 所さんお届けものです！ 8/15（日）
所さんが「干しあんず極」を試食。試食後、絶賛したこと
から放送後にショップへの問い合わせが殺到。



日本テレビ ZIP! 9/22（水）9/23（木）
「五平餅」、「サバタケ」、「プルーン」、「紅
玉りんごバター」を紹介。合わせてショップ紹介
も。

広報ツール（R4年1月末日現在）

※増加数（R3.4.1～R4.1.31）

情報マガジン 「つなぐ」	ホームページ	メルマガ	フェイスブック	ツイッター	LINE	Instagram	YouTube
毎月発行部数	1日平均ユーザ数	登録者増加数※	いいね！増加数※	フォロワー増加数※	登録者増加数※	フォロワー増加数※	チャンネル登録者増加数※
8,000部	882.3人	135人	84件	1,136人	159人	1,538人	156人

県内への移住促進の取組み



移住相談と就職相談にワンストップ
で対応

移住先として長野県は大人気

移住したい都道府県ランキング

1位 (16年連続)

宝島社「田舎暮らしの本」2022年2月号

移住希望地域ランキング

4位 (相談の部)

3位 (セミナーの部)

NPO法人ふるさと回帰支援センター
(令和4年2月24日)

移住相談窓口等における相談受付件数等

1位 (6年連続)

総務省 (令和3年10月29日)

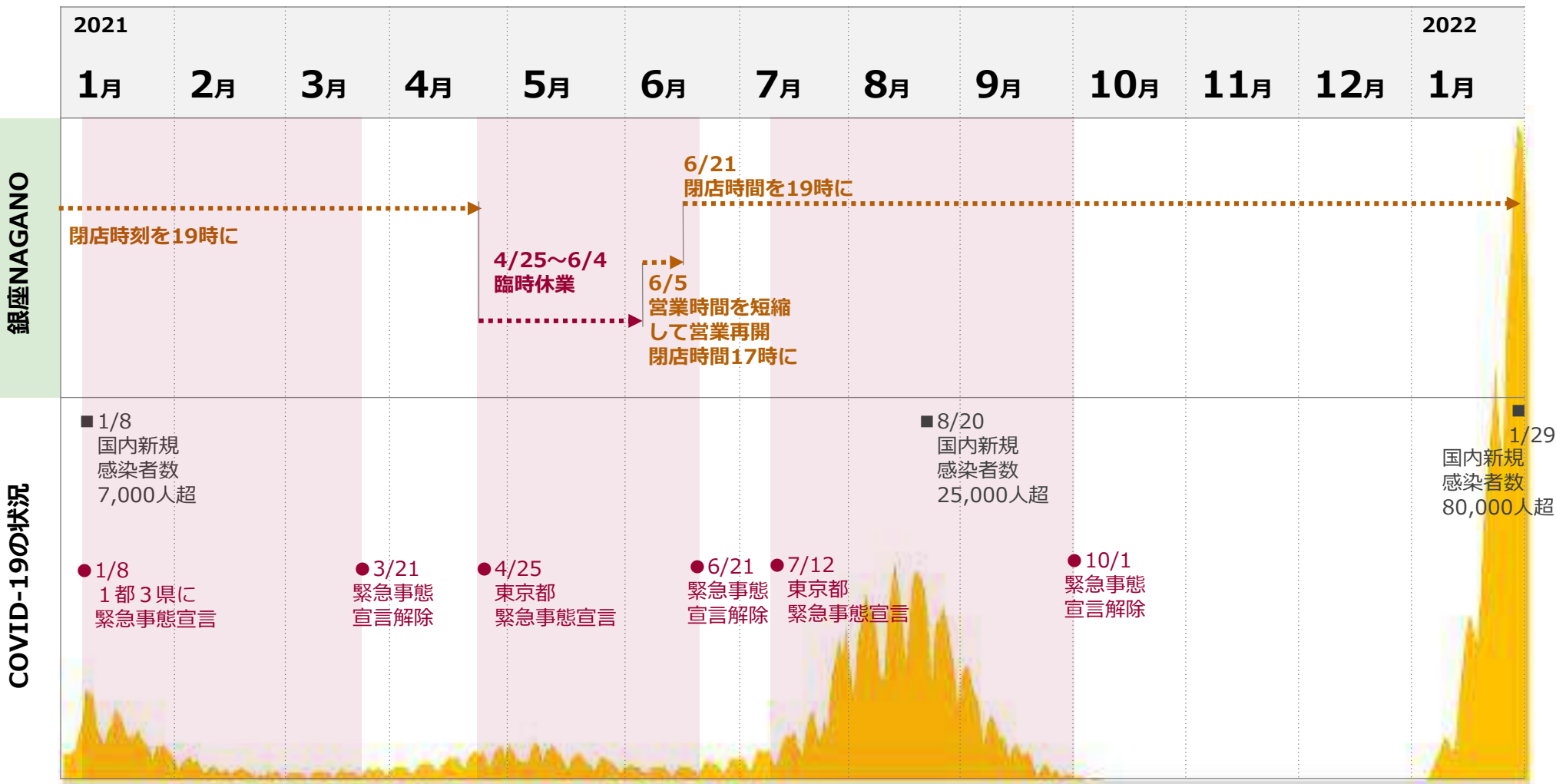
移住交流・就職相談の状況

	移住相談件数	ハローワーク 利用件数
令和3年度 (1月末現在)	593件	190件
令和2年度	599件	315件

首都圏における相談者の傾向

- 若者や子育て世帯 (20~40代) の相談が約7割を占める。
- 子育て支援が充実し、のびのび子育てができる地域を希望。
- 転職、起業、継業に係る相談が増えた。
- 50代、60代の相談も一定数あり。 (R2 : 22%)
- ◆ コロナ禍における相談の変化
 - ・ Uターンが増加傾向。
 - ・ リモートワークで就業を継続しての転居希望が増加。

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の状況



グラフは、東京都における新規陽性患者数の推移を表す〔データ出典：東京都福祉保健局〕

新型コロナウイルス感染防止策について

換 気	・空調の常時運転 ・ドアの定期的な開放による、空気の入替え
ビニールカーテン	・（1階）レジ前／バルカウンター（2階）レジ前／丸山珈琲カウンターに設置
パーティション	・バル、カフェテーブルにアクリルパネルを設置 ・移住交流コーナーの対面相談席に透明アクリルパネルを設置
手 袋	・店内スタッフが着用
消 毒 液	・アルコール手指消毒液・検温器を、各階入口等館内に設置
金銭授受	・キャッシュトレイを使用し、来店客との直接の授受は行わない
接触による感染の防止	・館内のパンフレットスタンドの一部撤去 ・カウンター、階段手摺、ドアノブ等の随時消毒
ソーシャルディスタンス	・ショップでは、レジ前の立ち位置を表示し、待機列での距離を確保 ・バルカウンターでは、座席間隔を広げ、利用者同士の距離を確保 ・観光案内においては、正面で向かい合うことを避け来店客との距離を確保
ショップ内人数	・レジや会計等を行う店内スタッフ人数の抑制 ・各フロアにCO2濃度測定器を設置 ・入店人数制限（1階ショップ最大20名程度） ・バルカウンター利用者の滞在時間の短縮化/感染状況を踏まえて休止
営業時間	・閉店時刻を1時間繰り上げ（2020年3月27日～）



YouTube

YouTube 動画で‘信州の季節・物語’を発信

信州食材などを用いた料理動画などを配信。
今年度は2週間に1回の頻度で、季節感や商品のストーリーなどをアップロード。



アップロード数	自分ん家料理 -信州の達人編-	自分ん家料理 -チャレンジ編-	粉もん講座	取扱商品の紹介	その他
R3年度 (1月末現在)	2	0	3	10	4
R2年度	9	8	6	3	1

オンラインイベント

リアルからオンラインへ

コロナ禍を契機として、『日本酒セミナー』、『ワインセミナー』、『ジャムづくり体験』、『信州「粉もん」づくり講座』をオンラインで開催。

イベントの様子



日本酒セミナー

酒蔵を招聘したオンラインイベント



ワインセミナー

ワイナリーを繋いでのオンラインイベント



粉もん講座

信州「粉もん」づくり講座のオンラインイベントの様子

イベント実施について

step1

○銀座NAGANOのHPにより参加者を募集

step2

○酒蔵、ワイナリーを招聘またはオンラインにより繋ぎ セミナーを実施

○ジャムづくり、粉もんづくりの講師を招聘しオンラインによりセミナーを実施

	日本酒	ワイン	ジャム づくり体験	信州「粉もん」 づくり講座	その他 (移住関連含む)
R3年度 (1月末現在)	10回	13回	6回	6回	18回
R2年度	11回	6回	0回	0回	4回

催事及びコレクト便・ECサイトによる販売強化

信州に行けないからこそ、東京（銀座）で信州を！

信州を感じて戴ける、様々な催事を企画し実施
コレクト便・ECサイトの充実を図り販売を強化

催事

ツルヤフェア



新幹線マルシェ



コレクト便・ECサイト



<https://nagano-marche.com/>

電話で注文を承り、商品をお届けする
「銀座NAGANO
しあわせお届け便」

信州の“旬”な商品をご提供

県内への移住促進の取組み

5F 移住交流・就職相談コーナー

コロナ禍における地方回帰の機運を捉えて、
長野県への移住を促進すべく、新たに、NOCO 5 階を改装して、
移住交流・就職相談コーナーを令和3年10月に拡充



令和3年10月24日（日）オープン

個別相談用ブースエリア



ソファエリア



県内への移住促進の取組み

長野県内市町村と連携したオンラインによる移住セミナー

移住セミナーを開催

オンラインにより、移住希望者と長野県内市町村を繋ぎ、
長野県への移住について説明するとともに、長野県の魅力
を積極的にPR



市町村担当者の説明に耳を傾ける移住希望者



長野県内への就職を目指す大学生

長野県内への就職についてのセミナー

就職セミナーを開催

長野県内企業への就職を目指す大学生を対象として、
キャリアプランに対するアドバイスやエントリーシートの書き方指導
などを実施

ご清聴ありがとうございました



銀座 NAGANO



滋賀県情報発信拠点 「ここ滋賀」

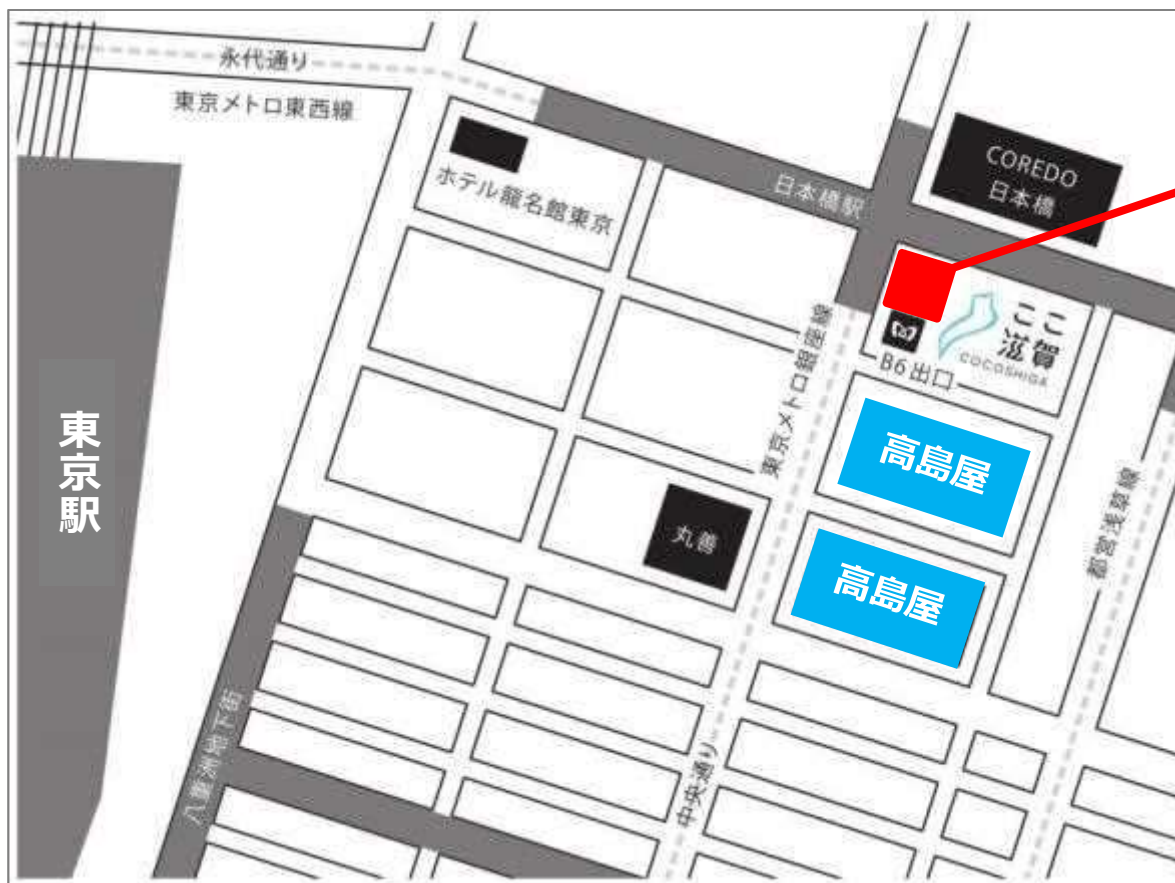
コロナ禍における情報発信と 第2期運営に向けて



令和4年3月11日(金)

滋賀県商工観光労働部 ここ滋賀 副所長 深井鉄平

1-1. 「ここ滋賀」について(概要)



【開業】

平成29年(2017年)10月29日

【面積】

1階	145.01 m ²	(43.86 坪)
2階	139.43 m ²	(42.18 坪)
計	284.44 m ²	(86.04 坪)

(付属部分)

屋上テラス 67.91 m² (20.54 坪)

【住所】

〒103-0027 東京都中央区日本橋2-7-1

【アクセス】

東京メトロ・都営地下鉄「日本橋駅」B6・B8出口からすぐ
JR「東京駅」八重洲北口・日本橋口から徒歩6分

1-2.「ここ滋賀」について(目的・機能)



【目的】

- ◆ 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などの魅力を首都圏で発信し、滋賀への誘引の役割を担う拠点。
- ◆ 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。

【機能】

魅力体感 ・ 企画催事 ・ 食の体感 ・ 情報発信	➤ 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、販売（マーケット）や食の体感と一体で魅力を深掘りして伝え、来訪者に体感いただく。 ➤ 近江の米、牛、茶、湖魚、野菜や地酒など“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、食で滋賀を体感いただく。 ➤ 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・首都圏イベントの発表等、来訪者の誘引につながるよう滋賀を体感いただく。
マーケット	➤ 県産の食、モノや暮らしを展示PR・販売し、素材のよさ、質の良さに触れ、購買や販路開拓につなげる。
総合案内	➤ 観光や移住交流、企業誘致など来訪者の関心やニーズに応じて初動時のサポートを行い、「ここ滋賀」と滋賀をつなぐ。

1-3. 「ここ滋賀」について(各施設の紹介)



マーケット(1階)

滋賀県産の米、加工食品、お茶、菓子類、地酒などの特産品や信楽焼、織物などの伝統工芸品など、約1,000種の商品を取り揃えている。



SHIGA's BAR(1階)

滋賀の地酒(33蔵)の飲み比べなどができる。近江牛メンチカツサンドなどテイクアウトメニューも提供。



観光案内(1階)

県が設置する観光コンシェルジュが常駐し、来館者向けに観光案内・相談対応。



レストラン「日本橋 滋乃味」(2階)

「発酵と近江牛」をテーマに県産食材をふんだんに使用した料理を提供し、滋賀の食の魅力を発信。



屋上テラス(R階)

日本橋の街を見渡せる開放的な空間。マーケットやバーで購入した商品の飲食も可能



2. コロナ禍での拠点運営状況

R2年度

令和2年3月 営業時間の短縮・週末の臨時休館

令和2年4-5月 4/8~5/27 臨時休館

令和2年10-11月 3周年イベント・マーケット売上がコロナ前を上回る(11月)

【来館者・売上への影響】

	令和元年度	令和2年度	前年度比
来館者数	440,229人	243,831人	55.4%
売上(物販)	89,254,063円	62,777,690円	70.3%
売上(飲食)	64,598,939円	34,121,462円	52.8%

R3年度

令和3年4-5月 4/25~5/25 臨時休館

令和3年10月1日~ 酒類提供を再開(20時まで)

令和3年10月25日~ 酒類提供の時間制限解除

令和3年10月29日 「ここ滋賀」開館4周年イベント

令和4年1月21日~ 酒類提供に再度時間制限(20時まで)

令和4年3月22日~ リニューアルに向け一時休館(~4/28)

R4年度

令和4年4月29日~ リニューアルオープン予定

3-1. 令和3年度の発信事例 1



- ◆ オンラインを用いたイベントの開催
【例】 R3.7.18(日)「旬のビワマス」を味わう会
滋賀と東京をオンラインで繋ぎ、湖魚料理を体験

- ◆ 季節に合わせたマーケットフェア
【例】 7月「びわ湖の日」フェア



- ◆ 階段室・屋上等でのパネル展示
【例】 8月 琵琶湖博物館のPR



3-2. 令和3年度の発信事例 2



◆国際交流・発信の推進

【例】 オーストリア政府観光局との交流



◆都内でのイベントへの参加出展

【例】 東京オリパラ関連イベントへの出店(8/3.4.5)
有楽町「Tokyo TOKYO ALL JAPAN COLLECTION」



◆旬の滋賀県情報の発信

【例】 県出身選手の活躍速報の店頭掲示

3-3. 令和3年度の発信事例 3 (周年事業)

『ここ滋賀 4周年大感謝祭』

【行事・イベントの例】



◆10/29(金)~11/27(土)
割引クーポン配布 (県内事業者の間接支援)



◆10/30(土)
発酵PRイベント「醸す」



◆10/30(土)・31(日)
ビワイチ体感イベント

◆11/1(月)・2(火)
信楽焼陶器絵付け体験



◆11/6(土)・7(日)
延暦寺僧侶による写経体験



◆11/15(月)~30(日)
近江肉牛協会70周年記念ランチ



4. コロナ禍に対応した情報発信イベント

◆R4/1/14(金)~2/13(日)
滋賀県ゆかりの地をめぐる
デジタルラリー

- 東京メトロとのコラボイベント
- 「集客しないイベント」として企画

■都内の「滋賀ゆかりの地」を回り
デジタルスタンプを収集



- 期間中にそれぞれが勝手に参加

⇒参加者の「密」を生まない

東京メトロ × ここ滋賀 滋賀県ゆかりの地をめぐる

デジタルラリー

2022年1月14日(金) → 2月13日(日)

都内で滋賀を旅しよう

参加方法

Step 1 専用サイトにアクセスし参加登録しよう!
お手持ちのスマートフォンでQRコードを読み取り参加登録してください。
※QRコードは参加登録専用ページに掲載しています。

Step 2 東京メトロの対象駅・滋賀県ゆかりの地をめぐるデジタルスタンプを集めよう!

Step 3 「東京メトロの対象駅・2駅」+「滋賀県ゆかりの地・2ヶ所」のデジタルスタンプを集め、滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」で達成画面を見せて参加賞をGETしよう!

Step 4 「東京メトロの対象駅・4駅」+「滋賀県ゆかりの地・4ヶ所」のデジタルスタンプを集め、Webアンケートに答えてコンプリート賞に応募しよう!

参加賞
オリジナルグッズ
※参加賞は抽選で選ばれます。

デジタルスタンプ設置場所

【東京メトロの対象駅】	【滋賀県ゆかりの地】
●上野駅	●上野恩賜公園「不忍池」
●国会议事堂前駅	●日枝神社
●聖蹟桜ヶ丘駅	●名水白木屋の井戸の碑
●日本橋駅	●滋賀県情報発信拠点「ここ滋賀」

参加賞5抽選・コンプリート賞応募締切 2022年2月14日(月)まで

参加賞5抽選
WEB応募で当たる!
駅スタンプ4 + 滋賀スタンプ4
応募締切 2022年2月14日(月)23:59

コンプリート賞
※抽選で1名に当たる!
近江肉干 惣菜 惣菜 500g

ここ
滋賀
COCOSHIGA

■都内の「滋賀ゆかりの地」の例（滋賀県東京本部が収集した情報を活用）



上野・不忍池（台東区上野公園・池之端3丁目）

東京上野にある不忍池は、上野恩賜公園にある周囲約2kmの池ですが、実は滋賀の琵琶湖を模したものと言われています。京都の鬼門にあたる方角にある比叡山延暦寺は、琵琶湖のすぐ近くにあり、そして琵琶湖に浮かぶ竹生島には弁才天信仰の聖地、宝厳寺があります。

一方で、不忍池は江戸城の鬼門に位置し、池の近くに寛永寺が、不忍池の中には弁天堂が浮かびます。この弁天堂は、琵琶湖の中の竹生島と同じ位置にあり、まるで東京にある小さな琵琶湖のよう。夏にかけては優雅な蓮の花を見ることができます。池の周りを散策しながら琵琶湖にも思いを馳せてみてはいかがでしょうか。

赤坂・日枝神社（千代田区永田町2丁目10番5号）

「山王日枝神社（さんのうひえじんじゃ）」には比叡山と同じ大山咋神（おおやまくいのかみ）が祀られています。滋賀県・比叡山の麓にある日吉大社は全国の日枝神社の総本社とされ、東京の日枝神社も日吉大社をルーツとしています。かつて徳川家康は日枝神社を江戸城の鎮守の社として城内に祀っていましたが、二代将軍秀忠の時代に城外に遷し、庶民の参拝を受け入れました。江戸郷の総氏神として、後に江戸城が皇居となってからは「皇城の鎮」として都民の崇敬を集めています。滋賀の日吉大社のシンボルともいえる鳥居の上部には、合掌の形を表す束があり、「合掌鳥居」とも呼ばれ、東京の日枝神社にも同じ形の鳥居が鎮座しています。



日本橋・「名水白木屋の井戸」の碑（中央区日本橋1丁目4-1）

江戸時代のはじめ、下町一帯の井戸は飲料に適する良水が得られず付近の住民は水不足に苦しんでいました。滋賀県長浜出身の商人・大村彦太郎は寛文年間、江戸日本橋に江戸の三大呉服店のひとつ「白木屋」を創業。正徳元年（1711年）、白木屋2代目当主が私財を投じて井戸掘りを開始しました。その結果、井戸の中から1体の観音像が出たのを機に、こんこんと清水が湧き出したと伝えられています。以来、付近の住民ならず諸大名の用水ともなって広く「白木名水」とうたわれてきました。大正7年（1918年）4月には東京府により史蹟に標識されました（現在は東京都指定旧跡）。白木名水は湧出してから数百年の時を経て消失しましたが、江戸の歴史を辿る上で大切な井戸ということもあり、現在は「COREDO日本橋」の裏路地に石碑が再現されています。

■参加者への商品提供

■参加証は「ここ滋賀」店舗で受取

⇒ 最後には確実に来館をいただく

参加賞引換場所

滋賀県情報発信拠点
東京メトロ日本橋駅「B8出口」すぐ

「ここ滋賀」
<https://cocoshiga.jp/>

引換対応時間

11:00~20:00



ここ
滋賀
COCOSHIGA

■参加意欲を高めるため、更に抽選で商品を提供（地元業界団体の協賛）

 **コンプリート賞**

ご応募いただいた方の中から抽選で滋賀県の特産品をプレゼント!



A賞

近江肉牛協会
特撰すき焼き肉 500g

5名様



B賞

ここ滋賀
おいしいものセット

15名様



C賞

びわこ文具セット

20名様

11

■事業の実績・甲賀

- ラリー参加登録者 1,203名
- 来店・参加賞引換 614名、コンプリート賞応募 408名

⇒ 滋賀県のPR + 「ここ滋賀」の認知度向上

- 東京メトロの各駅にイベントポスターを掲出

⇒ 従来にない、新たな客層へのアプローチ

⇒ ポスターを発見した人がSNS等で発信

- 日本橋駅のデジタルサイネージ計56面で動画広告

⇒ メトロとの連携事業による強い発信力



5-1. SNSの活用について（現状）

【現状】

- 公式サイトと並行し、Facebook / Instagram / twitter / LINE / YouTubeを活用
- SNSにより、適したコンテンツや訴求先に大きな違い



Facebook:

イベント事前告知や結果報告等。県内事業者や関係者が多くフォロー。



Instagram:

食器等、陶芸作品の入荷情報(商品写真)などに反応が大きい。



Instagram:

イベント直前の告知や速報的なもの、話題性のある商品など。たまにバズる。



LINE:

常連客への週替わりメニュー告知やクーポン配布などに活用。



YouTube

YouTube:

イベントの様子や商品紹介、調理動画などを発信。滋賀からの映像も。

開館後 5 年が経過し、公式サイトとSNSの関係性が変化

5-2. SNSの活用について（課題）



公式サイトとの主従関係の逆転

- 公式サイトの補完的なものであったSNSが情報発信の主流となった。
- とはいえ、「公式サイトへのニーズ」は継続して存在

「速報性」の更なる加速

- リアルタイムでの情報発信が主流となり、公式サイトは更新が追い付かない。
- コロナによる臨時休館や時短、イベント中止等は、更にこの状況に輪をかける

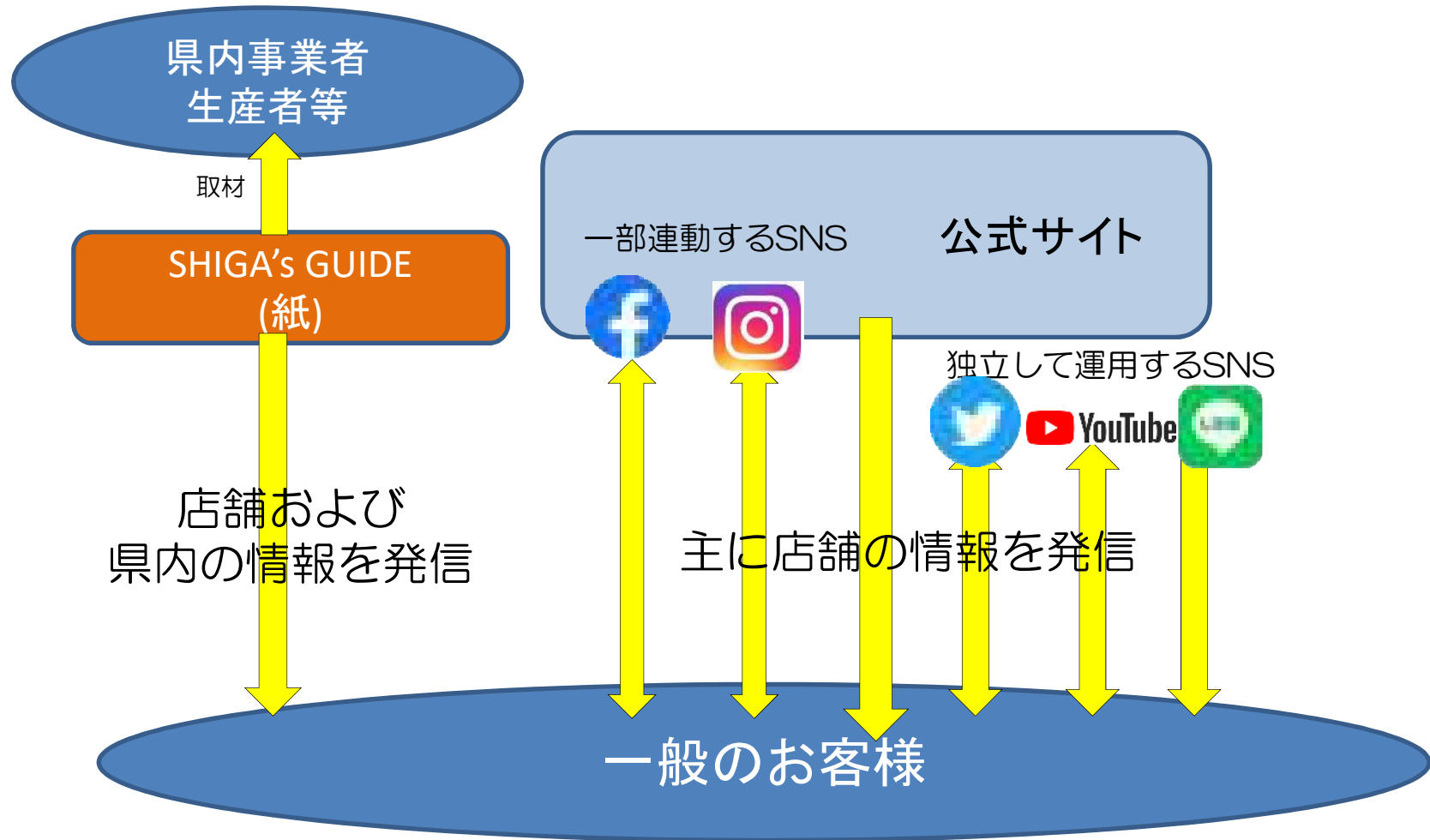
情報更新の負担の増

- SNSの主流化、速報化の進展で、情報発信の負担が増加

R 4 年度からの第 2 期運営を機に、
公式サイトのモデルチェンジを予定

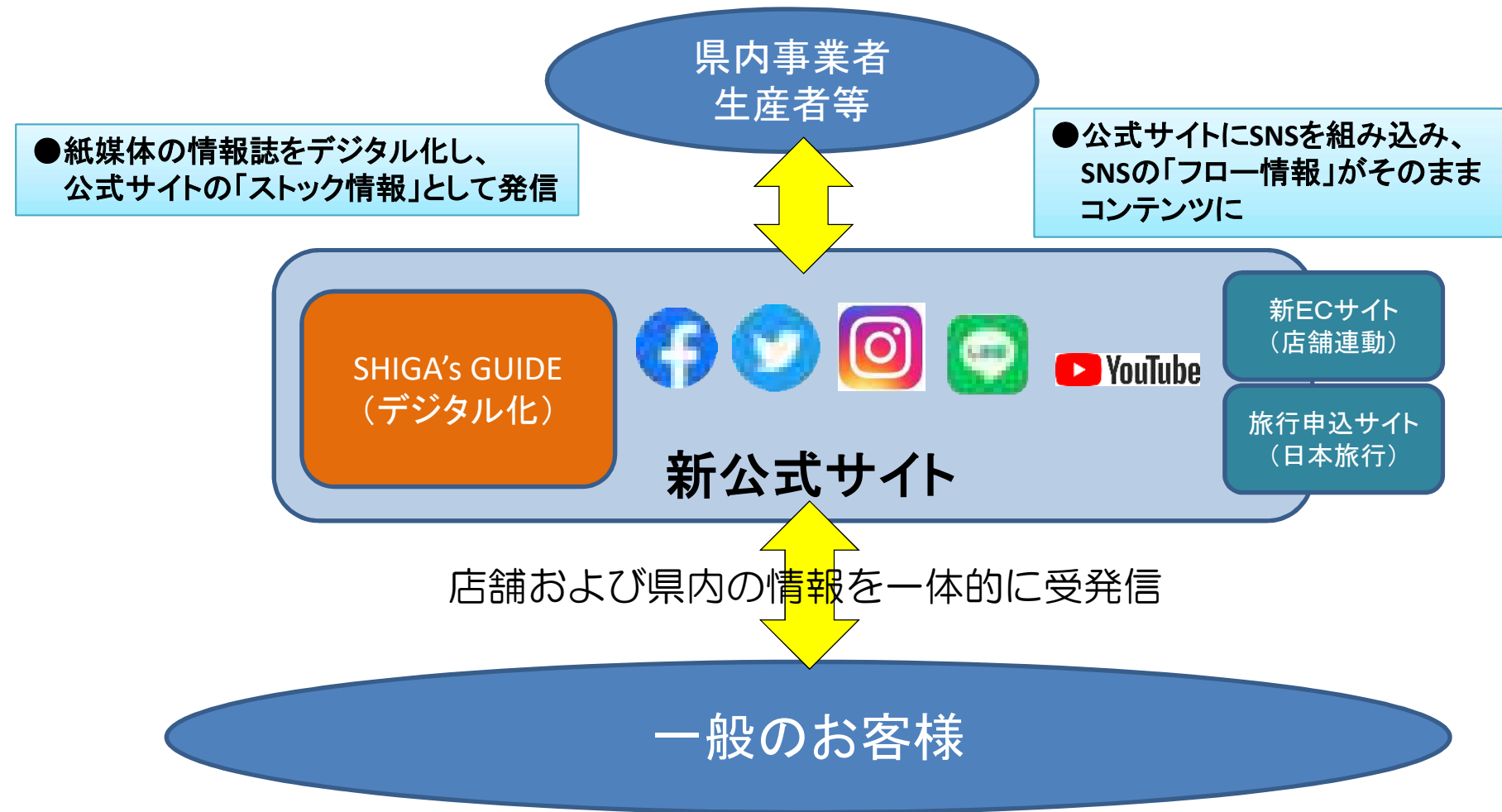
5-3. 公式サイトのリニューアル（現状）

現在の情報発信体制（情報誌とサイト・SNS）



5-3. 公式サイトのリニューアル（R4以降）

次年度以降（情報誌・サイト・SNSの一体化）



6. 「ここ滋賀」第2期運営（R4～8）



■第2期運営期間 令和4年度～令和8年度（5年間）

■運営事業者 公募型プロポーザルで選考
【代表事業者】アインズ株式会社（地元最大手の印刷会社）
【レストラン運営】近江牛 毛利志満（近江牛の老舗有名店）
【マーケット運営】株式会社 淡味（洲本市アンテナショップ等運営事業者）
【連携事業者】株式会社日本旅行、株式会社エフエム滋賀 等

◎第2期重点取組1 「滋賀への誘客機能の強化」

- 旅行商品の販売を開始
 - ・本県ゆかりの株式会社日本旅行（本社・日本橋）と連携し、店内での旅行商品販売を開始
- 店内での滋賀の魅力発信を強化
 - ・1階マーケット壁面への大型風景写真の掲出やビワイチをPRする自転車を展示
 - ・県内事業者の運営により、食材の産地情報や現地での体験を踏まえたスタッフのトーク等で誘引を強化

◎第2期重点取組2 「県内事業者との連携強化」

- 地域商品の販売に実績のある運営事業者のノウハウ活用
 - ・多種多様な県産品の発信のため、県内各地域で商談会を開催
 - ・運営事業者自身が、都内の小売店への卸など販路開拓や百貨店等での県産品の出店販売を実施
 - ・運営事業者のネットワークを活かし、業界団体や観光協会等が実施するイベント等を積極的に支援
- 店頭における県産品の発信力強化
 - ・首都圏でのPRやマーケットリサーチを支援するため、新商品・テストマーケティングコーナーの常設や、対面販売を行えるスペースを優先確保

2022年
4月



リニューアル オープン

東京・日本橋の滋賀県情報発信拠点"ここ滋賀"は、
2022年4月29日(予定)にリニューアルオープンします。

1F

…マーケット(特産品販売)、地酒BAR、観光案内

近江牛の精肉販売を開始！

日本三大和牛の一つに数えられる近江牛の精肉販売を新たに開始。
いつでも"ここ滋賀"で、上質な近江牛をお買い求めいただけます。



※写真はイメージです

観光案内機能が充実！

新たに店頭で旅行の申込が可能となります。(限定日のみ・月4回程度)
滋賀への旅をお申し込みいただいた方には、お得な特典のプレゼントも。



日本橋ここ滋賀

2F

…レストラン 近江牛の老舗が都内初出店！

地元滋賀から、近江牛の老舗「おうみうし も り し ま近江牛 毛利志満 日本橋ここ滋賀」が
新たにオープン。自家牧場で手塩にかけて育てた、粉雪のような霜降りと
極上の肉質の近江牛をお楽しみいただけます。



※写真はイメージです

新しい「ここ滋賀」を、楽しみにお待ちください