

令和7年度信州首都圏総合活動拠点プロモーション事業業務仕様書（案）

営業局

1 趣旨

信州首都圏総合活動拠点「銀座 NAGANO」（以下「銀座 NAGANO」という。）は、信州のブランド力向上を目的に 2014 年の 10 月に開設し、信州ブランドの発信や県産品・農産物等の販売、観光や移住等の交流促進などの役割を担っている。

令和6年10月26日には、開設10周年を迎えるのを機に、「長野県と首都圏とをつなぎ、人と人との絆を創出する拠点」をコンセプトとして、これまで店舗利用が比較的少なかった層や長野県にゆかりがある人にも訴求できるような店舗づくりを目指してリニューアルを実施した。

本業務では令和7年度における銀座 NAGANO のプロモーションを実施することにより、信州の魅力をトータルに発信し、国内外で信州ファンを獲得することを目的とする。

2 委託業務名

令和7年度信州首都圏総合活動拠点プロモーション事業

3 業務期間

令和7年4月1日から令和8年3月31日まで

4 業務の考え方

(1) プロモーションの目的

銀座 NAGANO による信州ファン獲得ひいては信州ブランドの価値向上を実現するための次の事項

ア 銀座 NAGANO の周知、認知向上

イ 銀座 NAGANO への定期的な集客、利用促進

(2) 令和7年度銀座 NAGANO プロモーションの方向性について

令和6年10月26日のリニューアルオープン以降、店舗来館者数及び売上金額はリニューアル前の同時期と比べて増加しており、新規顧客による来店、購買行動の増加も観測されている。リニューアルの目的の一つとしてこれまで比較的店舗利用が少なかった顧客層の利用訴求があるが、リニューアル前後を比べると新規顧客は若年層やインバウンド客の利用など、リニューアルの狙いとしていた、今まで比較的利用の少なかった新規顧客層による利用がみられるようになった。

令和7年度は、これまで銀座 NAGANO を利用いただいている方には引き続き来店いただき、銀座 NAGANO ひいては信州に対する愛着を持っていただけるようなコミュニケーションを図っていく。また、上述したようなリニューアルによる新規顧客層の取り込みを継続、拡大するとともに、リニューアルをきっかけとした新規顧客層のリピーター化（ファン化）も令和7年度プロモーションにおける重要な課題である。

(3) ターゲットごとのプロモーション方針について

ア これまでも銀座 NAGANO を利用していた常連客（既存顧客）

リニューアル後も引き続き店舗に来店していただき、物販、イベント、各種相談といった店舗の様々なサービスを利用いただく

- ・信州の農産物や加工食品が好きでショッピングに訪れていた人
- ・信州に関心がありイベントなどに参加していた人

- ・銀座 NAGANO の発信物を見ている人
- イ 銀座周辺で行動する人（既存・新規顧客）
 - これまで訪れたことがある人もない人も今まで以上に気軽に利用していただく
 - ・銀座周辺のオフィスや店舗で勤務する人、経由し通勤する人
 - ・銀座で散策、ショッピングをする人
 - ・銀座を訪れる観光客（インバウンド含む）
- ウ 信州に縁のある首都圏在住者（見込み顧客層）
 - 首都圏で信州をきっかけに人とつながれる場所として活用していただく
 - ・長野県の出身者または長野県に親類を持つ人
 - ・長野県と関係性の深い企業の経営者及び従業員、また長野県企業と取引する人
 - ・長野県を繰り返し訪れているコアな信州ファン
 - ・進学や就職等で上京している長野県出身の若者
- エ 信州に縁はないが興味関心を持つ人（見込み顧客層）
 - 首都圏で信州に触れ情報収集ができる場所として活用していただく
 - ・長野県を訪れたことがある、また訪れてみたいと考えているライトな信州ファン
 - ・長野県のライフスタイル（食文化、風土、暮らし等）に対し憧憬を持つ人
 - ・地方移住や二拠点生活の候補地として長野県を考えているファミリー等
- (4) 業務において重視するポイント
 - ア コアな信州ファンの獲得、信州のブランド力向上という活動拠点の基本的趣旨の反映
 - イ 費用対効果（来訪者数、キャンペーン参加者、ホームページアクセス数、メディア取材の広告費換算等）
 - ウ 波及効果（制作物の2次活用、アテンション効果、口コミ効果、信州への来訪促進）
 - エ 銀座（拠点）周辺で活動する人または通過する人に対する活動拠点への効率的な誘導
 - オ 新たな信州ファンの獲得、深化（潜在層の掘り起こし）

5 業務内容

以下の業務について、上記「4 業務の考え方」を踏まえ、委託者と協議のうえ実施すること

- (1) メディアリレーションの企画、実施
 - ・取材誘致メディアのリストアップと定期的なアプローチ（活動期間は、契約期間中の最もメディア露出が効果的な時期とすること、計2～3か月程度を想定）
 - ・メディアとの関係性を深めるための懇親会（例：プレスランチ）等の開催
 - ・メディアへのコンタクト内容及び反応塔をまとめたレポートの提出
- (2) キャンペーン・イベント等の企画、実施
 - 銀座 NAGANO の PR キャンペーンやイベント等の企画・運営
 - ・企画、体制構築
 - ・報道機関に向けたキャンペーン・イベント等の告知
 - ・SNS 公告を用いたキャンペーン・イベント等の告知
 - ・キャンペーン・イベント等の実施
- (3) コンテンツ制作
 - ・銀座 NAGANO ウェブサイトへの流入を目的とした掲載コンテンツ制作（2月に1本程度）

- ・ Youtuber を活用した動画コンテンツ制作（1～2本程度）
- （4）周年イベントの企画・実施（令和7年10月25、26日の2日間を想定）
 - ・ 報道機関に向けた周年イベントの告知を実施すること
 - ・ PR イベントとしての要素を含めて企画すること
- （5）銀座 NAGANO 公式アプリの維持管理及び展開促進
 - ・ 令和7年度運用開始予定の銀座 NAGANO 公式アプリのダウンロード促進施策を実施すること
 - ・ 公式アプリの運用に係る経費を負担すること
- （6）SNS の管理
 - ・ 銀座 NAGANO の SNS 運用に関する管理業務を行うこと
 - ・ 銀座 NAGANO が所有する SNS アカウントは Instagram、X、Facebook、YouTube 及び LINE である
 - ・ 銀座 NAGANO 公式 LINE はスタンダードプランの利用を想定している
 - ・ SNS の維持管理に係る費用は委託費に含めること
- （7）メディアへの露出実績の集計・広告費換算額の算出
 - ・ 銀座 NAGANO のメディア露出実績についてクリッピング及び広告費換算を行うこと
 - ・ 期間は、令和7年4月1日から令和8年3月31日までを対象とする
 - ・ クリッピングデータ及び広告費換算レポートを提出すること
- （8）営業局及び信州首都圏総合活動拠点が実施するイベントの開催等に係る業務
 - ・ 県担当者の指示のもと、営業局及び信州首都圏総合活動拠点が実施するイベント実施経費の支出対応をすること（主催イベント経費予定総額：2,060,000円）
- （9）来館者等に対するアンケート調査の実施
 - ・ 年1回、来館者等にアンケートを実施し、属性や満足度等の調査を行うこと
- （10）その他、受託者の提案によるもの

6 業務全体における共通の留意事項

- ・ 制作物が他者の所有権や著作権を侵すものでないこと。
- ・ 肖像権の侵害が生じないようにすること。
- ・ 本事業における成果物の所有権や著作権は、原則としてすべて委託者に帰属し、委託者は事前の連絡なく加工及び2次利用できるものとする。ただし、受託者が従来から権利を有していた受託者固有の知識、技術に関する権利等（以下「権利留保物」という。）については、受託者に留保するものとし、この場合、委託者は権利留保物についての当該権利を非独占的に使用できることとする。
- ・ 各制作物については、都度、成果品とともに完成形状態のものと使用している素材の電子データをDVD等のメディアに格納し提出すること。
- ・ 当事業において収集及び取り扱う個人情報については、長野県個人情報保護条例等に則り、適正に取り扱うこと。
- ・ 長野県庁営業局執務室で実施するプロモーション実施内容に係る打合せに対面で参加すること。（月1回程度の頻度を想定）