

信州首都圏総合活動拠点
「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」
実施計画

平成26年7月2日（改訂）

長野県

目次

1. 本県を取り巻く状況	1
2. 新たな首都圏総合活動拠点の整備	2
3. なぜ今なのか	3
4. コンセプト	4
5. コンセプト実現のための戦略	5
6. 名称	6
7. ねらい	7
8. 賃借建物の概要	8-9
9. 拠点運営で重視するポイント	10
10. フロアイメージ	11-16
11. 各フロアのゾーニングの考え方、活用例	17
12. 各フロアの営業時間	18
13. 企業や各種団体等の皆さんの参加・利用	19
14. 運営体制	20
15. 成果目標	21
16. 整備スケジュール	22
【参考】これまでの主な検討経過	23

1 本県を取り巻く状況（活動拠点を設置する背景）

（1）問題意識

- ① 長野県には優れた「ヒト」「コト」「モノ」があるのに「知らない。」「知られていない。」
- ② 地域間の競争が激化している。
- ③ 「物」の豊かさから「心」の豊かさには価値観が変化している。

（2）発信が直面する課題

- ① 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定し、首都圏の世界に向けたハブ機能がさらに高まる。
- ② 北陸新幹線（長野経由）金沢延伸により広がる首都圏マーケットの可能性を長野県内全域に呼び込む。
- ③ 整備計画が決定されたリニア中央新幹線を活かした地域活性化を進める必要がある。
- ④ 東京観光情報センター、移住交流センターの機能が十分ではない。
- ⑤ 信州ブランドの発信力が相対的に低下している。

2 新たな首都圏総合活動拠点の整備

今年10月下旬、東京銀座に首都圏総合活動拠点をオープンします。
この拠点は、

県、市町村、企業が連携して活用する

オール信州活動拠点として、

信州ファンの裾野を広げ、更に継続的かつ双方向で信州と関わりを持つ

コアな信州ファンを増やします。

(1)「しあわせ信州創造プラン」の重要な柱の一つ「発信」を強化

(2)現在の「東京観光情報センター」を移転し、機能を強化

- ・ 信州の優れた「ヒト」「コト」「モノ」をトータルに発信します。
- ・ 人と人との交流を通じて、強固な関係性を築きます。
- ・ 「信州」の資源を活用した長野県と首都圏双方を繋ぐビジネスの拠点とします。

(3)設置場所は「東京銀座」、時は「今」

- ・ 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催決定で世界の注目が集まる東京、中でも国内外の情報とブランドが集まり、再び発信される「銀座」が最適
東京という窓を通じて「NAGANO」を世界へ
- ・ 2015年3月、北陸新幹線(長野経由)金沢延伸により広がる首都圏マーケットの可能性を長野県内全域に呼び込む。

3 なぜ今なのか

- (1) 2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催決定
- (2) 2015年3月北陸新幹線(長野経由)金沢延伸
- (3) 地域間競争に勝ち抜く
- (4) 「物」から「心」への価値観の変化

- (1) 東京オリンピック・パラリンピックの開催決定により、今後、世界に向けたハブ機能が更に高まります。
- (2) 2015年3月、北陸新幹線(長野経由)金沢延伸により広がる首都圏マーケットの可能性を長野県内全域に呼び込むための拠点です。なお、沿線県で「アンテナショップ」を開設していないのは、長野県だけです。
- (3) 地域間競争が激化する中で、信州ブランドの発信力が相対的に低下してきています。
- (4) 「物」の豊かさから「心」の豊かさへと価値観が変化する中、信州のライフスタイルに注目が集まっています。

4 コンセプト

「フェア」ではなく、「シェア」
「伝える」だけでなく、「つながる」
「観光地」ではなく、「関係地」

「フェア」ではなく、「シェア」

・・・単なる催事の場所ではなく、信州の営みを共有する場に

「伝える」だけでなく、「つながる」

・・・一方向で伝えるのではなく、双方向・継続的に関係性を作る場に

「観光地」ではなく、「関係地」

・・・一過性の観光地ではなく、「ヒト」「コト」「モノ」を通じ、
繰り返し訪れていただく目的地に

5 コンセプト実現のための戦略

項目	これまで	これから
ターゲット	個人消費者	興味や価値観を共有する集団 (グループ、コミュニティ)
顧客との関係性	一過性	長期的、継続的
コミュニケーションの方向	一方通行	双方向
キャンペーンの効果	商品の売上	長野県のヒト、コト、モノへの信頼(商品・メーカーへの信頼)
ブランドの対象	商品そのもの	商品が生まれてくる背景

6 名称

～ 信州の美しく健康なライフスタイルをまるごとシェアする ～

信州首都圏総合活動拠点

「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」

英訳 ～NAGANO BRAND SHOP & SPACE～(仮)

「銀座」というブランドイメージと、世界につながる「NAGANO」を組み合わせることで、長野県のブランド価値の向上、グローバルな展開という方向性をわかりやすく表現



7 ねらい

信州の活動拠点には、「首都圏に居ながら信州の暮らしをまるごと共有すること」により、新たな価値や可能性を生み出していきたいという思いが込められています。

“しあわせ信州”という 上質な暮らしをシェアする

現代の都市部の多くの人々が求めていることは、非日常的な催しや生活、空間ではなく、自らの日常の暮らしをより精神的に満ち足りた上質なものとしていくことです。ここは、信州ではごくあたりまえの暮らしの中にある豊かさを首都圏でシェアする拠点です。

【“しあわせ信州”に込められた思い】



信州の貴重な価値である「健康長寿」「勤勉で教育熱心な県民性」「自然の美しさ 環境との共生」を意味しています。

また同時に、3色のグリーンは左から、「豊かに広がる森林や田園」「気高くそびえる山々」「清らかな川の流れや湖」を表しています。

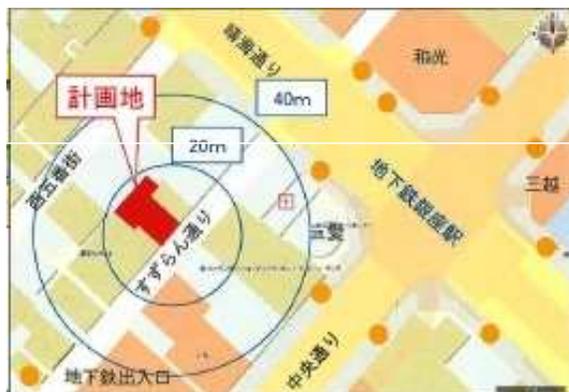
8 賃借建物の概要

所在地 東京都中央区銀座5丁目6番5号
すずらん通り

ビルの名称 NOCO(ノコ)

8階建:延床面積1,286㎡

(うち長野県の賃借面積394㎡ (1、2、4階))



※ 拡大図は次頁のとおりです。

【賃借建物のコンセプト】

- ・ 素材を大切に考えた場所、物
- ・ 質(考え方)の高いものが集まる所
- ・ 人が集まるワクワク感
- ・ 銀座にないもの、あったらいいもの



拠点予定地 位置図 (拡大図)



9 拠点運営で重視するポイント

- (1) 信州のヒト、コト、モノをトータルに発信し、コアな信州ファンを作り、信州の「しあわせ」をシェアします。
単なる物産館ではありません。
- (2) 県内の市町村や企業、各種団体との協働により、様々な活動を展開します。
- (3) 各フロアの機能を有機的に活かし、信州の価値をトータルで発信します。
 - ・リビングスペース : 信州の健康な暮らしを体感していただく空間
 - ・キッチン付イベントスペース : 信州の生活と仕事を学ぶ空間
 - ・コワーキングスペース : 新たなビジネスが生まれる空間
- (4) IT端末や映像を活用して、視覚効果にも工夫をこらした拠点とします。
- (5) 世界に向けた発信を強化するため、外国語対応を充実します。
- (6) 活動拠点を通じて得た首都圏マーケットの動向や商品への反応を、地元フィードバックします。

10-1 フロアイメージ（1階）

利用時間:10時～20時

運営主体:(一社)信州・長野県観光協会

「信州の健康な暮らし」を体感するリビングスペース

くつろいだ雰囲気の中で、**信州の暮らしを体感し、つくり手との交流**を通して、食べる楽しみ、使う楽しみを味わっていただきます。
長野県への来訪や食材の購入に結び付けます。

(1) 信州を体感してもらう工夫

- ・ 2階イベントスペースと連動した企画展(月毎)の開催
- ・ 対面販売、試飲試食(正面カウンター)
- ・ 消費者のニーズ調査の実施(テスト販売コーナーを設置)



(2) 商品の考え方

- ・ 厳選された信州の代表ブランド
- ・ 信州にしかない(ならではの)商品
- ・ 信州の定番商品



(3) 商品の配置、販売の工夫

- ・ 扱う商品やディスプレイに関する有識者からのアドバイス
- ・ 商品企画の見直し、試作品のテスト販売の実施
- ・ 拠点を足場とした外商や宅配、インターネット販売の導入
- ・ 地域ごとの展示 など



⑧ ワインや日本酒を来訪者が自然に回遊しながら商品をセレクト

① 土間から居間へ、信州の古民家の雰囲気を再現

② 正面カウンターでは様々な商品を対面販売
<メニューの例>
・信州サーモンとジビエを使ったそばガレット
・季節の果物とジュレの盛り合わせプレート
・NAGANO WINEとチーズ盛り合わせ

⑦ 広い信州からセレクトされた特産品を地域の特色を出し、豊かな品揃えで陳列

③ 外に向けた興味を引く効果的なディスプレイ

⑥ 2階イベントスペースで実施しているイベントと関連する商品、季節感や歳時記を意識した商品などフレキシブルに陳列内容を変更して販売

④ 可動式のカウンター台は、季節やイベントごとにディスプレイを自在に変え、いつ来ても新鮮な印象をアピール

⑤ 映像や画像を活用して、信州の風景や商品の紹介・背景にあるストーリーを発信

10-2 フロアイメージ（2階）

利用時間:10時～20時

運営主体:長野県、(一社)信州・長野県観光協会

「キッチン付イベント」「観光PR」スペース

これまでの都道府県アンテナショップにはない、**キッチン**を備えたイベントスペースです。

料理教室などを通して、**信州の食文化**を体感していただき、**健康を育んだ信州の農畜産物**をアピールします。

信州らしさをイメージするたたずまいの中で、**信州の素晴らしさ**を体感いただける観光情報を提供します。



(1) お客様参加型キッチンの利用

- ・ 都会の人の日常に提案する“**信州長寿食**”の料理教室
- ・ 「**おいしい信州ふード(風土)**」を活用したレクチャーや調理実演



(2) イベントやセミナーの開催

- ・ 「**信州銀座すずらん通り大学**」(仮称)
- ・ 移住フェア、市町村出身者交流会
- ・ 親子自然体験クラス、ワインセミナー、信州健康講座

(3) 観光アドバイザーがおもてなしの心で対応

- ・ 観光に関する映像やパンフレットなど豊富なコンテンツも用意



⑤ 大型モニターにより、信州の自然や人々の営みなどを映像で紹介

④ 観光情報コーナー
対面式のカウンターで、パンフレットやタブレット端末を使いながら、ゆっくり信州の観光情報を提供

① 信州の伝統的工芸品や工芸作家の商品などを販売

③ キッチン機能が付いていることで、「食」をテーマとしたイベントや地域の特色ある食材を使った料理教室が開催可能

② イベントスペースは、机利用で30~40名、椅子のみ利用で約50名の利用が可能。スクリーンや音響設備を備え、各種セミナーにも対応。イベントのない時間帯は観光情報コーナー利用者がコーヒーを楽しみながら資料を閲覧

10-3 フロアイメージ（4階）

利用時間:10時~18時

運営主体:長野県

「コワーキング」「移住交流・就職相談」スペース

「信州」の資源を活用するアイデアやネットワークを持った人・事業者が、長野県と首都圏を元気にするビジネス(新商品・サービス)を生み出します。

落ち着いた雰囲気の中で、若者のU・Iターン支援や移住交流・就職相談が行われます。



(1) ビジネスマッチング

- ・ 専門のコーディネーターが長野と首都圏の企業のマッチングをお手伝い
- ・ テーマを決め、商談会を実施



(2) 移住交流・就職相談

- ・ ハローワークデスクを併設し、職業紹介を迅速に実施
- ・ 県内企業の会社情報や就職情報を提供
- ・ 大学生等を対象とした「企業就職相談会」を開催
- ・ 就農希望者を対象とした相談会を開催

(3) 充実した支援機能

- ・ 移住専門相談員やIターン相談員、就職支援ナビゲーターが一体となり課題解決を支援

④

移住交流・就職相談スペース
移住交流相談や就職相談をワンストップで行い、県内市町村と連携しながら相談者に望まれる移住・交流、U・Iターンを実現

①

事務スペース
農産物マーケティング担当や消費財販路開拓推進員が在籍し、ビジネスマッチングやマーケティング活動を支援

②

相談室
移住相談や就職相談に利用するほか、商談にも活用

③

コワーキングスペース
若者を含め、長野県の素材で起業を目指す場として、機能性・利便性を重視し、新しいアイデアが生まれるスペースを提供
W i - F i 環境の提供により常に新しい情報に触れることが可能



11 各フロアのゾーニングの考え方、活用例

(1) 全フロアを通じての4つの視点

- ①「全階を通じて信州の『美しさと健康』を発信」
- ②「“常に変わる！”今の信州をライブ感をもって発信」
- ③「1階から4階まで、他階とコラボできないか常に検討」
- ④「情報提供や販売戦略で、Webを効果的に活用」

(2) 各フロアの考え方

- ① 1階「『食文化』に注目したヒト、コト、モノでトータルに発信」
- ② 2階「キッチンの機能を活かした魅力ある交流の場」
- ③ 4階「アイデアを形にするビジネススペース“銀座でコラボ”」

12 各フロアの営業時間

区 分	営 業 日	営 業 時 間	備 考
リビングスペース (1階)	年末年始を除く 毎日営業	10:00~20:00	第1コマ 10:00-13:00 第2コマ 13:00-15:00 第3コマ 15:00-17:00 第4コマ 17:00-20:00
キッチン付 イベントスペース (2階)			
観光PRスペース (2階)			
コワーキングスペース (4階)	年末年始を除く 月 ~ 金	10:00~18:00	
移住交流・就職相談スペース (4階)	年末年始を除く 月 ~ 土		

13 企業や各種団体等の皆さんの参加・利用

1 参加いただきたい企業・各種団体等

- 長野県内に本社、支社、営業所および工場等が所在する企業・各種団体等
- 長野県にゆかりのある企業・各種団体等
- 長野県と新たな関係を築こうとする企業・各種団体 など

2 多様な参加・利用方法

- 拠点を活用した商談会の開催
- キッチン付イベントスペースを活用した製品のお披露目・P R
- 自社の先端技術等のP Rとそのための製品等のご提供
- 大型スクリーンやタブレット等を活用した企業の広告宣伝 など

3 メリット

- 1階から4階までのトータルな拠点施設及びサービスの利用
- 首都圏における効果的なP Rやファンの獲得
- 情報発信やP R方法について、利用者からの意見聴取・反映 など

14 運営体制

○県と協会が一体となった運営

行政からの情報提供やサポートが必要な部分（イベント・セミナー、ビジネスマッチング）と、コンセプトを堅持しつつ民間感覚での運営が必要な部分（物産販売、観光案内など）をそれぞれ県と県観光協会が役割分担するとともに、1つのコンセプトの下に運営していきます。

○コンセプトマネージャーの設置

企画運営会議に出席して、コンセプトの客観的な確認や新たな戦略の助言・指導をいただく「コンセプトマネージャー」を設置します。

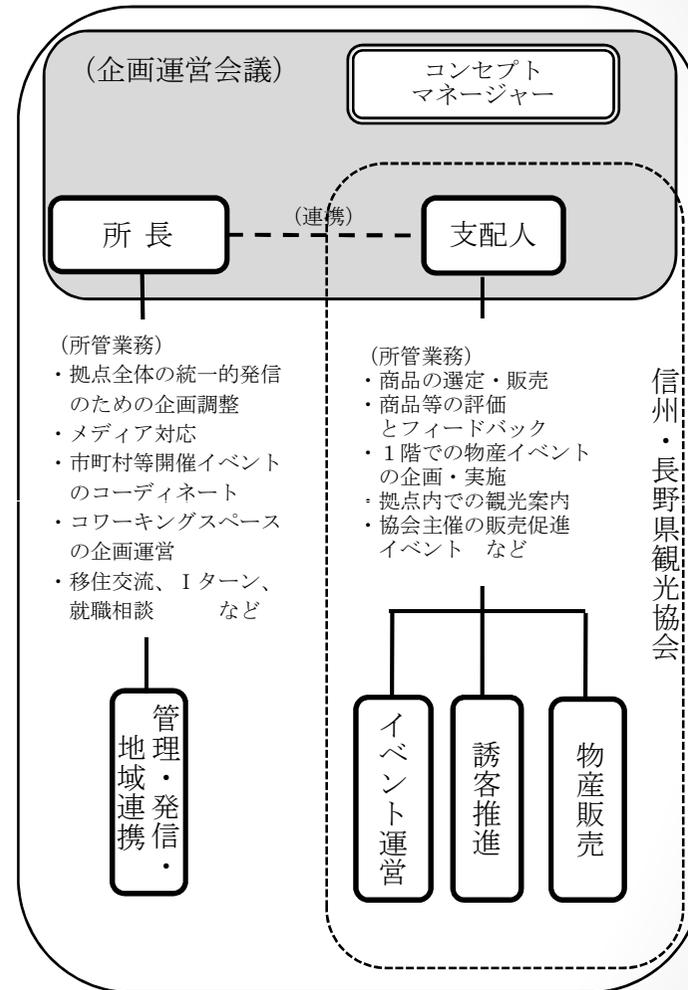
○スタッフ研修の充実

所長から第一線の職員に至るまでコンセプトを共有し、コアな信州ファンを作るため

- ・ 拠点のコンセプトの共通理解
- ・ 首都圏で運営する意識
- ・ 顧客目線の対応
- ・ 信州の生産者やイベント情報等の学習

を主体的に実践できるよう研修を開業前から実施します。

(参考) 活動拠点の体制イメージ



15 成果目標

当活動拠点の目的はオール信州活動拠点として「コアな信州ファンを増やす。」ものであることから、次の目標を設定します。

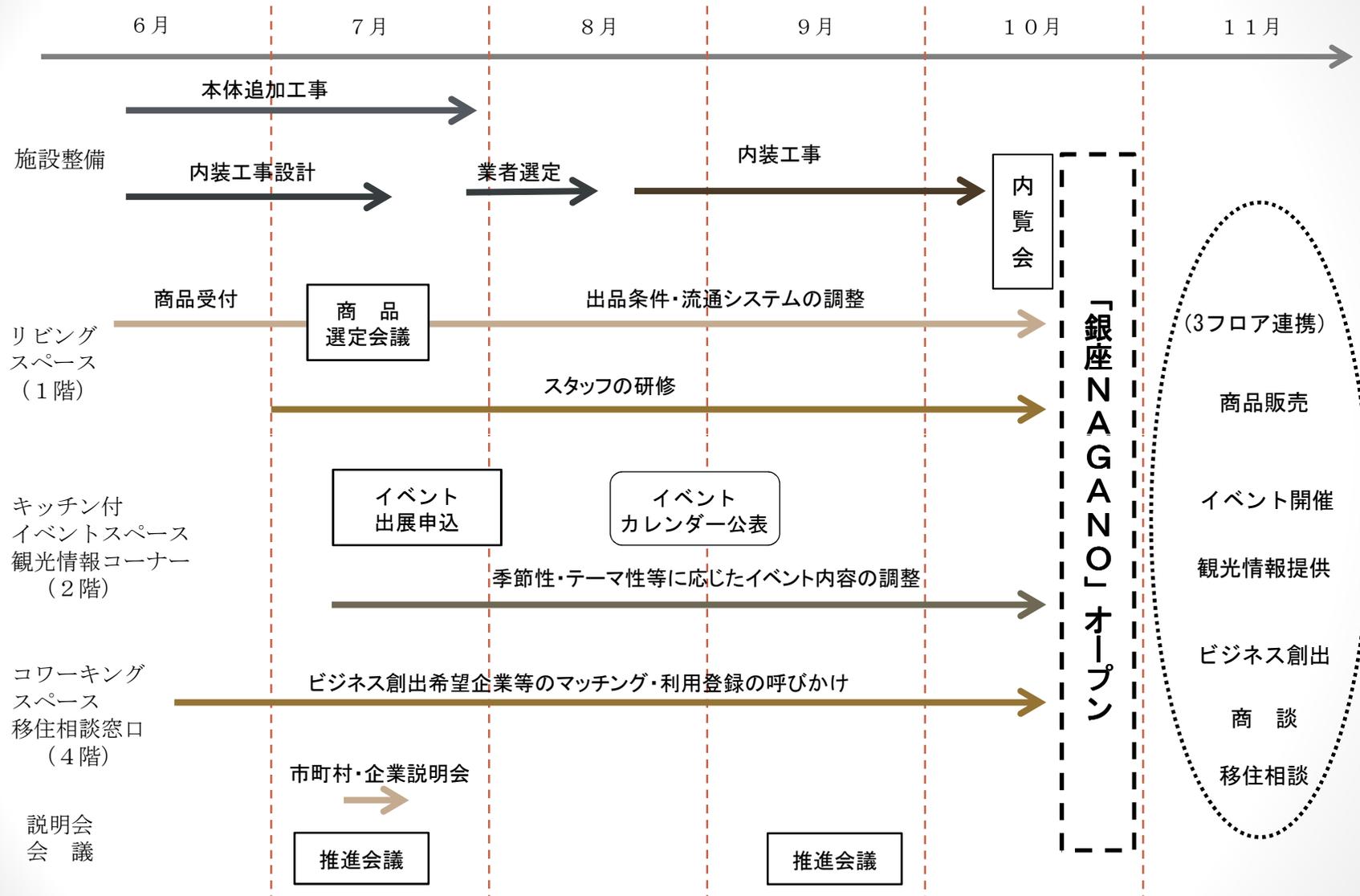
また、当活動拠点の設置が県内にどのような経済効果を及ぼしているかという目安として、経済波及効果について推計していきます。

【成果目標】

- | | |
|---------------------|--------|
| ①来場者数 | 35万人 |
| ②イベント実施延べ団体数 | 300団体 |
| ③拠点が関わった移住・Iターン就職者数 | 100人以上 |

※目標年度：平成28年度1年間（開設3年を一つの区切として捉えています。）

16 整備スケジュール



【参考】これまでの主な検討経過

- ・平成24年5月
～平成26年5月 第3～7回県と市町村との協議の場
- ・平成25年3～6月 首都圏における総合発信拠点検討会議*(3回開催)
*首都圏在住の経済人・有識者等で構成
- ・平成25年7月23日 「首都圏総合活動拠点整備方針」を決定
- ・平成25年10月2日 第1回信州首都圏総合活動拠点整備推進会議
- ・平成25年11月14日 「しあわせ信州シェアスペース(仮称)」(信州首都圏総合活動拠点)整備構想決定
- ・平成25年11～12月 長野県議会11月定例会
「信州首都圏総合活動拠点整備に係る補正予算案」を議決
- ・平成25年12月20日 定期建物賃貸借契約締結(株式会社アイシン)
- ・平成26年2月6日 信州首都圏総合活動拠点「しあわせ信州シェアスペース(仮称)」実施計画決定
- ・平成26年2～3月 県議会2月定例会
「信州首都圏総合活動拠点整備に係る当初予算案」を議決
- ・平成26年5月16日 第5回信州首都圏総合活動拠点整備推進会議
- ・平成26年6月19日 愛称決定「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」