

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

平成26年2月6日
長野県

しあわせ  信州

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	11-13
11. 各フロアのゾーニングの考え方、活用例、ゾーニング（案） ..	14-17
12. 各フロアの営業時間（予定）	18
13. イベントスペース（2階）のコマ割り、イベントの実施例 ..	19-26
14. 企業や各種団体等の皆さんの参加・利用	27
15. 運営体制	28
16. 成果目標	29
17. 整備スケジュール	30
【参考】これまでの主な検討経過	31

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「コト」「ヒト」「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

2014年夏、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「コト」「ヒト」「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、「コト」「ヒト」「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	長野県のコト、ヒト、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 ～

「しあわせ信州シェアスペース（仮称）」

NAGANO BRAND SHOP & SPACE

○ 愛称は、

→ 今後、全国の皆様から公募を実施し、決定していきます。



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】

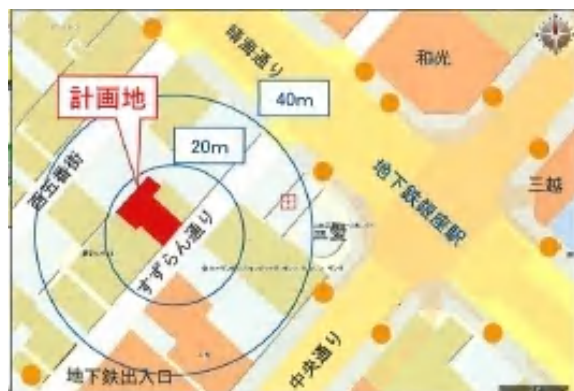


信州の貴重な価値である「健康長寿」「勤勉で教育熱心な県民性」「自然の美しさ 環境との共生」を意味しています。

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

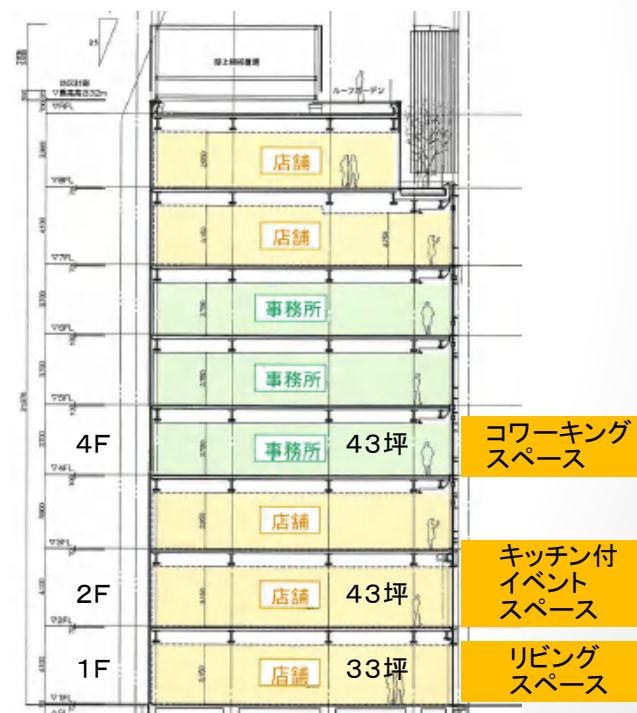
所在地	東京都中央区銀座5丁目 すずらん通り
ビルの名称	すずらん銀座5丁目ビル(仮称)
	8階建:延床面積1,286㎡ (うち長野県の賃借面積394㎡ (1、2、4階))
建物竣工	平成26年3月末



※ 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) 信州のコト、ヒト、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、双方向性、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(予定)

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

- ・ 信州のライフスタイルをテーマとした企画展(月毎)の開催
- ・ つくり手によるトークライブの開催
- ・ 消費者のニーズ調査の実施(チャレンジャーズコーナーを設置)



(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 など



10-2 フロアイメージ（2階）

利用時間:10時～20時(予定)

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、お客様も調理などに参加できる形式の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
- ・ 「おいしい信州ふーど(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)
- ・ しあわせ信州移住フェア、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、書籍など豊富なコンテンツも用意

10-3 フロアイメージ（4階）

利用時間:10時～18時(予定)

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

11-1 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を効果的に連動」

(2) 各フロアの考え方

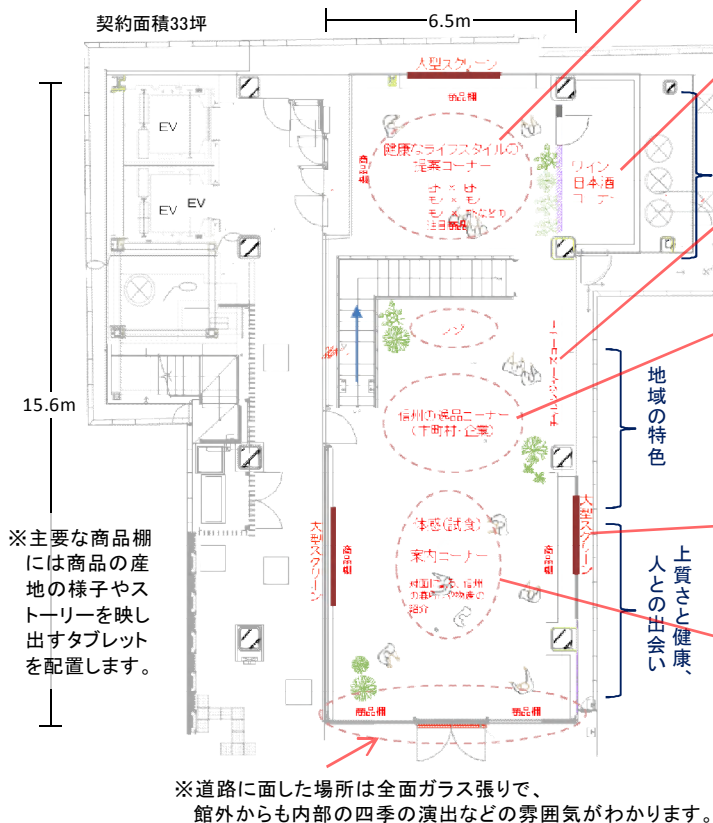
- ① 1階「『食文化』に注目したコト、ヒト、モノでトータルに発信」
- ② 2階「キッチンの機能を活かした魅力ある交流の場」
- ③ 4階「アイデアを形にするビジネススペース“銀座でコラボ”」

11-2 ゾーニング（案）1階リビングスペース

【フロアコンセプト（案）】

『食文化』に注目した
コト、ヒト、モノでトータルに発信

（1・2階共通）→「健康なライフスタイル」を
信州の季節感とともに体感していただきます。



内装は、信州らしい木質感のあるイメージ。
上質な信州を表現します。
内装用の木材には、全て信州産を使用します。

【主な設備案】

○健康なライフスタイルの提案コーナー

- ・モノ×モノ、モノ×コトなどのコーディネートにより、信州のリビングを再現
- ・古くて新しいライフスタイルを提案

○ワイン・日本酒コーナー

- ・お客様が入れるワイン・日本酒の貯蔵スペース
- ・原産地呼称管理制度をはじめとする「本物」「本格的」なワイン・日本酒を最適な状況で管理

○チャレンジャーズコーナー

- ・マーケティング支援センター等の支援やアドバイザーの推薦を受けた商品、農産物等のテストマーケティングを実施

○信州の逸品コーナー

- ・地域ごとの特色ある物産をリレーで紹介
- ・2階でイベントを実施する市町村や企業と連動した商品販売
- ・生産者が直接お客様と交流する「農家ライブ」等を開催

○大型スクリーン

- ・信州の季節や旬、コト・ヒト・モノに込められた物語、イベント・観光情報、販売商品に関連する情報等を紹介

○体感（試食）+案内コーナー

- ・対面による会話により、商品、信州の暮らし、イベント情報を説明
- ・職員のほか、イベントを実施する市町村等のスタッフも活用可能
- ・外国人スタッフによる対応
- ・信州らしい食品の試食試飲（一部は無料）
- ・使用する食器等は全て信州の工芸品とし、販売にもつなげる

【ポイント】

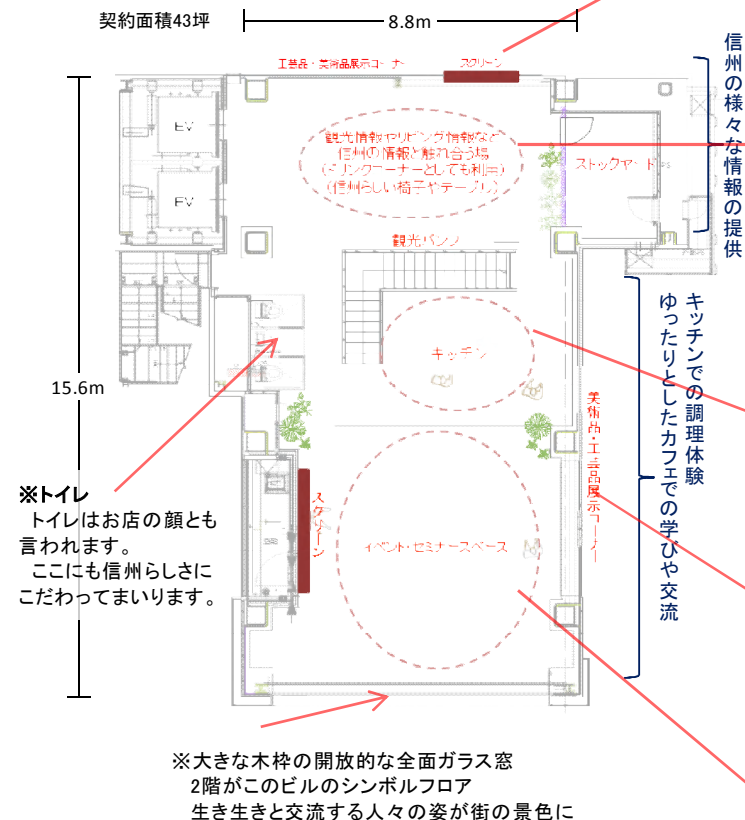
- ・モノ単品でのコンセプト訴求は困難
- ・組合せでこそ、ライフスタイルが再現可能
- ・体感（試食）コーナーでの試飲にも最良の状況で提供可能
- ・首都圏の飲食店とのネットワーク拠点
- ・ブランド化に向けたマーケティング
- ・6次産業化等の支援
- ・県内産業の発信力の向上支援
- ・県出身者のニーズにも対応
- ・豊富なコンテンツを用意
- ・総合案内窓口として、来場者を2、4階へと誘導
- ・買う楽しみと体感で満足度を向上
- ・外国人も入りやすい環境整備

ゾーニング（案）2階キッチン付イベントスペース

【フロアコンセプト（案）】

キッチンの機能を活かした 魅力ある交流の場

（1・2階共通）→「健康なライフスタイル」を
信州の季節感とともに体感していただきます。



内装は、信州らしい木質感のあるイメージ。
上質な信州を表現します。
内装用の木材には、全て信州産を使用します。

【主な設備案】

○ スクリーン

- 県や市町村のPR映像のほか、企業や各種団体のPR素材を使用
- 地域の人々の営みを紹介する映像などで交流を促進
- 現地のライブ中継など、「信州の今」が体感できる映像を放映

○ 観光情報提供コーナー

- 信州の四季をイメージできる空間でゆったりとハーブティーやコーヒーを飲みながら、情報収集が可能
- タブレット端末の機能を生かしたコンテンツを準備し提供
- 長野を題材とした文学作品などのブックコーナーも設置

○ キッチン

- 料理教室やパーティーなど、様々な利用シーンに対応
- 使用する食器等は全て信州の工芸品とし、販売にもつなげる

○ 美術品工芸品展示コーナー

- フロア内の壁や棚を利用して、信州の絵画や陶芸などの工芸品を展示・販売
- 移動美術館などもセミナーと連動して実施

○ イベントセミナースペース

- キッチンと一体で、信州らしさを演出

【ポイント】

- 映像を活用したよりリアリティのある情報発信を充実させ、信州への興味と親近感を醸成

- インターネットでは得られない情報を伝えることで、コアなファンを生む
- パンフレットによる観光案内から一歩踏み込んだ、「関係地づくり」の情報提供にオール信州で取り組む契機

- 女性や料理人の意見などを取り入れ、機能に反映

- 信州の芸術や文化の発信に寄与
- 漆器や陶芸などから、上質な信州のライフスタイルの提案に展開

- イベント、セミナー、パーティ等の色々な用途を想定

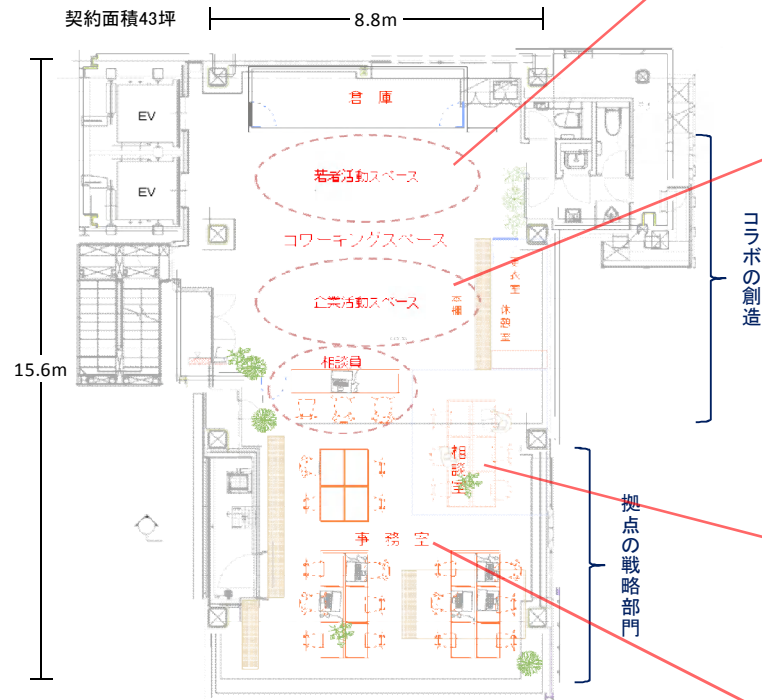
ゾーニング（案）4階コワーキングスペース

【フロアコンセプト(案)】

・アイデアを形にするビジネススペース

“銀座でコラボ！”

(※コラボ:コラボレーション[共同制作、共同事業]の略)



【主な設備案】

【ポイント】

○ 若者活動スペース

- ・企業や行政のニーズに対し、若者のアイデアや行動力を活かします
- ・県内企業の情報発信、企業人との交流、拠点での職業体験など、若者のU・Iターン促進の場として活用

- ・若者の就職支援について若者達の組織との連携を検討し、その発想を積極的に活用

○ 企業活動スペース

- ・企業同士の打合せや、行政が行うマッチングなどが安定的に行えるよう、一定のスペースを確保(※マッチング:職種や業種の異なったモノ、ヒトを組み合わせること)
- ・若者活動スペースも併せ、柔軟で豊かな発想が生まれるようなレイアウト
- ・企業同士のマッチングや、相手方のご紹介をする中小企業振興センターのコーディネーターが活動を支援

- ・企業や行政側のニーズについて事前調査を実施
- ・専任コーディネーターによるマッチングの支援は、当スペースの大きな利点
- ・定期的な商談会や信州の企業の新製品の発表などは、2階のキッチン付イベントスペースを利用(なお、4階では、新製品の展示や情報の掲出を実施)

○ 相談室

- ・共用の相談室を設置(移住・就職・就農相談、個別の商談等)
- ・プライバシーに配慮しつつ、可能な限り解放感を

○ 相談員・事務室

- ・移住専門相談員、Iターン相談員と就職支援ナビゲーター(ハローワーク)を配置
- ・他に若者のU・Iターン支援などを行う機能の配置や長野県出身経済人による活用についても検討

特にコワーキングスペースの内装は、「コラボ」を生み出せるような、創造的なものにします。事務部門は、コワーキングスペース利用者との活発な連携を行います。

12 各フロアの営業時間（予定）

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	
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	週末の営業について検討
移住交流・就職相談スペース (4階)	年末年始を除く 月 ~ 土		日曜日の営業について検討

13-1 イベントスペース（2階）のコマ割り

利用時間帯			利用のイメージ
通常営業時間	準備時間	10:00 - 11:00	(準備または開始時間の前倒しに対応)
	第1コマ	11:00 - 13:00	・ランチタイムを含む時間帯 ・信州食材を活用した料理実演、料理教室の利用に最適
	第2コマ	13:00 - 15:00	・ランチ後の午後のひと時を、信州産ハーブティーとともに、信州の健康的なライフスタイルを提案するイベント利用等に最適
	第3コマ	15:00 - 17:00	・街に出たシニア夫婦がゆったりとお茶を飲みながら参加する、趣味を楽しむセミナー等の利用に最適
	準備時間	17:00 - 18:00	(準備)
	第4コマ	18:00 - 20:00	・アフター5のビジネスマン・OLを対象とした、NAGANO WINEセミナーなどの利用に最適 ・夕食を囲んでのセミナー ・貸切パーティーなど
調整時間			(必要に応じて対応)

※コマは、連続したコマでも単独のコマのみでも利用することができます。

13-2 イベントの実施例 ①市町村が単独で利用する場合

【イベント名】

〇〇村首都圏交流イベント

【実施主体】

〇〇村

協力：〇〇村観光協会、〇〇村商工会、〇〇村郷土料理保存会、
〇〇村民話語り部の会、〇〇振興公社（道の駅）

【対象者】

1日目：一般来訪者（事前にHP等で募集した方）

2日目：〇〇村出身者（企業経営者等を中心に）

【告知方法】

拠点公式HP、村関連フェイスブック、新聞夕刊、
県人会・同窓会組織広報誌・ダイレクトメール

【インターネット販売】

イベント開催と連動し、拠点公式HPで実施

イベント内容

- 使用枠：第1-3コマ（11～17時）×2日間
- 構成：
 - 1日目（観光PR関連／一般募集）
 - 第1-2コマ… 郷土料理保存会による五平餅講座
「健康オリジナルたれを作ろう！」
定員20名、会費500円
 - 第3コマ… 語り部の会による〇〇村の民話、文学の読み語りと散策モデルコースの紹介
定員40名、会費無料
※参加者には現地ツアーを特価販売
 - 2日目（交流会／〇〇村出身者限定募集）
 - 第1-2コマ… 〇〇村出身県人会交流会（名産〇〇なすを使った実演、郷土料理の昼食付）
定員：30名、会費1,000円
 - 第3コマ… 〇〇村の産業PRと企業マッチング

他の拠点機能の活用

1F[物販][体感コーナー]、2F[観光案内コーナー]、
4F[移住交流相談][コワーキング]、全館[大型スクリーン]、
拠点HP[インターネット販売]

募集期間中は、来訪者にイベントの案内を実施（映像や口頭で案内）

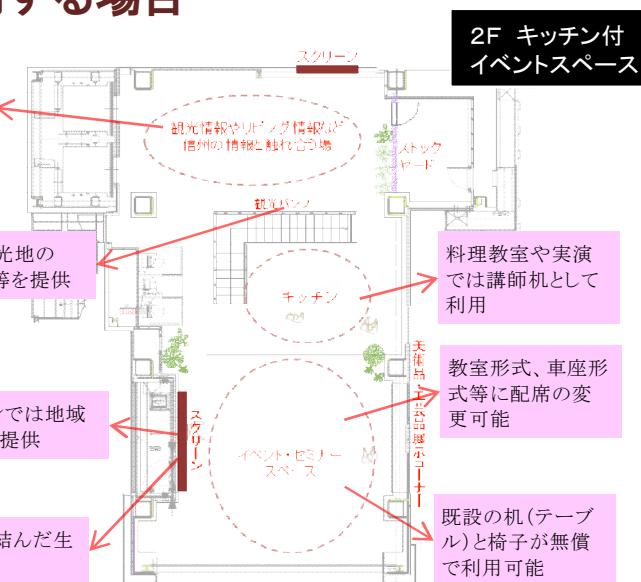
〇〇村民話の伝説の地をめぐるツアーを販売（主催：県観光協会）



〇〇村の観光地のパンフレット等を提供

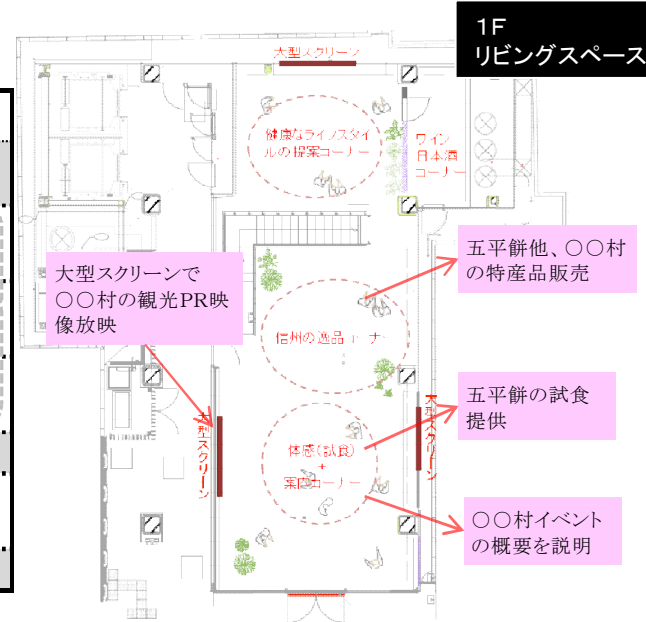
スクリーンでは地域の情報を提供

現地と結んだ生中継



【実施スケジュール例】

日時	月	火	水	木	金	土	日
-11							
第1コマ 11-13時				④			
第2コマ 13-15時	①	③		⑤			
第3コマ 15-17時		⑤	⑥			⑦	
17-18							
第4コマ 18-20時		②					
20-							



イベントの実施例 ②仕事帰りのビジネスマンを対象とした連続セミナー

【イベント名】

信州ワイン&ジビエのマリアージュ

【実施主体】

〇〇ワインバレー（参加ワイナリー3社）

協力：該当市町村、信州ジビエ研究会

【対象者】

美と健康への意識が高く、ワインの好きな銀座・丸の内周辺に勤務する女性

【告知方法】

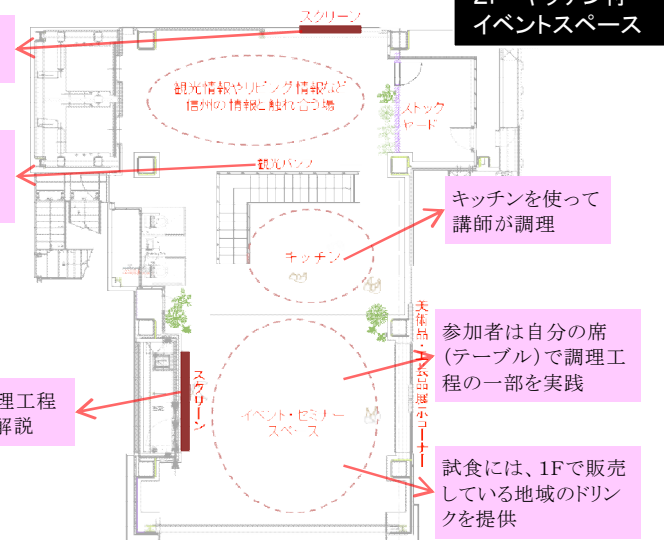
拠点公式HP、女性雑誌へのパブリシティ、
拠点内利用者へのチラシ配布、
拠点スタッフ（外商担当）による周辺企業への案内



映像放映などにより関連する観光地をPR

食材に関連する観光地のパンフレット等を集めた特設コーナー

大型スクリーンで調理工程のポイントについて解説



2F キッチン付
イベントスペース

イベント内容

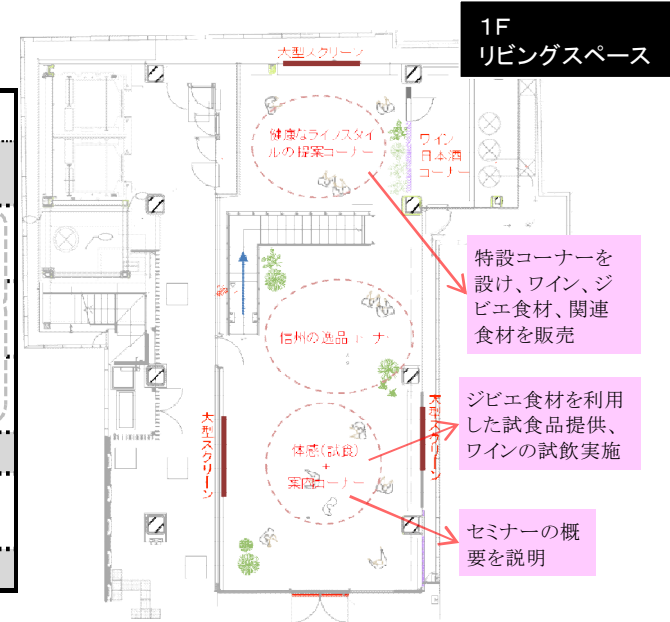
- 使用枠 第4コマ(18~20時) × 4日
- 構成： 1日目…信州ワインを学ぶ(講座&試飲会)
2日目…信州ワインに合うワンプレート作り教室
3日目…ワインに合うジビエ(鹿肉)料理講座
4日目…ジビエとワインを味わう夕食会(3F連携)
- 会費： 全4回参加 9,500円
1回参加(1~3日目)2,000円、(4日目)4,000円
- 講師： ワイナリーのオーナー、ジビエ料理店シェフ、ソムリエ
- 定員： 各回40名
- 特典： 参加ワイナリーの新作ワイン優先予約権
ジビエ食材が10%割引で購入できるパスポート進呈

他の拠点機能の活用

1F[物販][体感コーナー]、2F[観光案内コーナー]、
全館[大型スクリーン]、拠点HP[インターネット販売]、
3F[飲食店]…夕食会用料理準備、特別メニュー提供など(予定)

【実施スケジュール例】

日時	月	火	水	木	金	土	日
-11	(準備時間)						
第1コマ 11-13時				④			
第2コマ 13-15時	①	③		⑤		⑦	
第3コマ 15-17時		⑤	⑥				
17-18							
第4コマ 18-20時		②					
20-							



1F
リビングスペース

イベントの実施例 ③6次産業事業者等が利用する場合 (テストマーケティング)

【イベント名】

「しあわせ大根ドレッシング（試作品）」の
マーケティング調査

【実施主体】

しあわせ大根生産者組合
協力：市町村、農業改良普及センター、
地域資源製品開発支援センター

【対象者】

首都圏の小売業者・卸売業者

【告知方法】

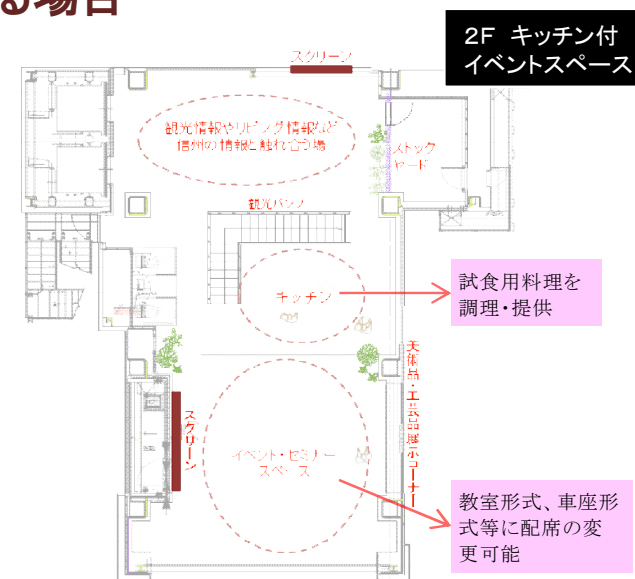
拠点スタッフ（外商担当）による対象企業への案内、
業界紙へのパブリシティ、拠点公式HP等による発信

イベント内容

- 使用枠：第1-2コマ（11～15時）×1日
- 構成： 第1コマ… 味、マッチする食材の調査（試食）
第2コマ… 適正価格調査、パッケージ等の印象
調査、個別商談会
- 会費： 無料（招待）
- 定員： 20名
- 特徴： 昼食を兼ね複数パターンの試食を実施
- 特典： 関連商品や試供品を提供

他の拠点機能の活用

1 F 【物販】…チャレンジャーズコーナー（販売可能な場合）、
4 F 【コワーキングスペース】、拠点HP[インターネット販売]



【実施スケジュール例】

日時	月	火	水	木	金	土	日
-11							
第1コマ 11-13時			③	④			
第2コマ 13-15時	①		⑤				
第3コマ 15-17時			⑤	⑥		⑦	
17-18							
第4コマ 18-20時			②				
20-							



イベントの実施例 ④食品関連企業等が利用する場合 (試食ができる記者発表会)

【イベント名】

新製品「しあわせ信州極選味噌」報道機関向け試食会

【実施主体】

株式会社 しあわせ信州食品工業

【対象者】

報道関係者（一般、食品業界関連）

【告知方法】

各社への個別アプローチ、業界紙へのパブリシティ掲載、拠点公式HP等による発信

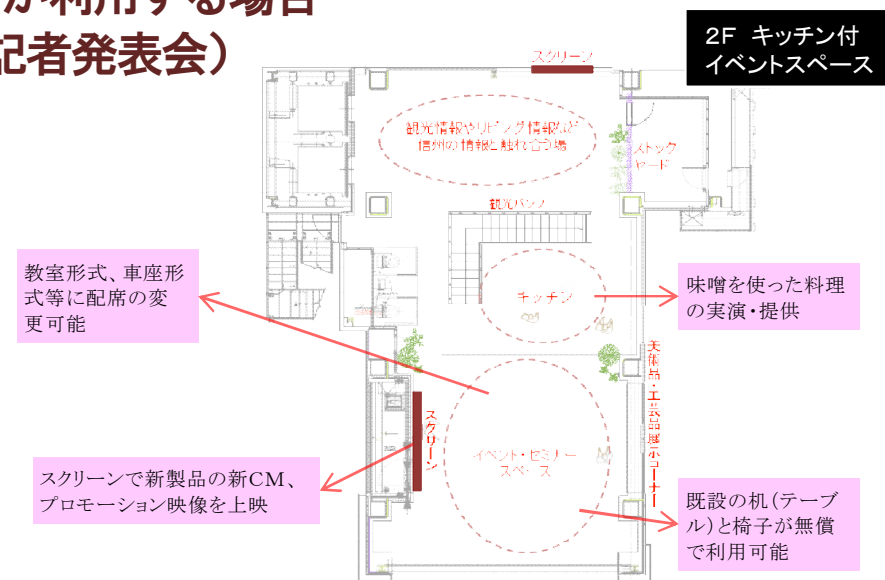
イベント内容

- 使用枠：第1コマ(11~13時)×2日
- 構成： 1日目…一般メディア対象
2日目…食品業界関連メディア、料理研究家対象
- 会費： 無料(招待)
- 定員： 各40名
- 特徴： 試食付きのメディア発表会



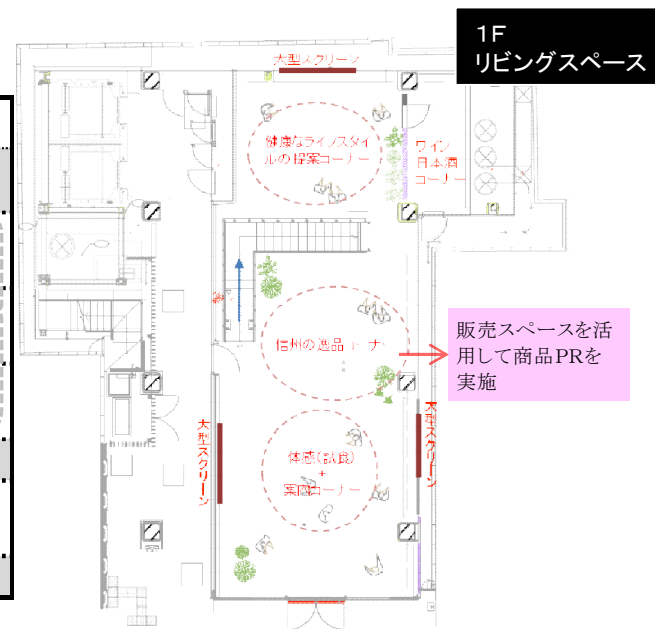
他の拠点機能の活用

1F [物販]、4F [コワーキングスペース]、
拠点HP[インターネット販売]



【実施スケジュール例】

日時	月	火	水	木	金	土	日
-11	(準備時間)						
第1コマ 11-13時				④			
第2コマ 13-15時	①	③		⑤		⑦	
第3コマ 15-17時		⑤	⑥				
17-18							
第4コマ 18-20時		②					
20-							



イベントの実施例 ⑤拠点が主催する連続セミナー（市町村等にも協力を依頼）

【イベント名】

信州文学発祥の地を訪ねて（信州大人大学 月1講座）

【実施主体】

信州・長野県観光協会
協力：市町村、教育委員会（関連施設）、
郷土歴史研究会

【対象者】

信州への興味・関心が強い、首都圏在住のシニア層

【告知方法】

拠点公式HP、県人会広報誌・ダイレクトメール、
拠点内利用者へのチラシ配布、新聞夕刊等

※信州季節のテーマ商品と連動したイベントも随時実施

募集期間中は、来訪者に講座の案内を実施
（チラシや映像で案内）

現地を訪問する旅行商品を販売

講座に関連する観光地の
パンフレット等を提供



スクリーンで地域
の情報を提供

現地と結んだ
生中継も

2F キッチン付
イベントスペース

観光情報やリビング情報、
信州の情報を触れ合える場

スクリーン

キッチン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

スクリーン

試食や飲み物
を提供

教室形式、車座形
式等に配席の変
更可能

既設の机（テーブ
ル）と椅子が無償
で利用可能

イベント内容

- 使用枠： 第3コマ（15～17時）
※全5回、毎月第2水曜日に同コマで開催
- 構成： 毎回異なる信州の文学者を取り上げた講義、ワー
クショップ（体験型講座）、ゆかりの場所（観光地）
の紹介、文学作品に登場する特産品の試食
- 会費： 3,000円（全5回）
- 講師： 地元記念館長・学芸員、郷土史研究家、
ボランティアガイドグループ（市町村に協力要請）
- 定員： 40名
- 特典： 受講者には現地訪問ツアー（ブックツーリズム）を
特価で提供（ツアー主催：県観光協会）
- 特徴： この他、「武将と城」、「食文化と健康」、「山歩きと
高山植物」、「ぶらり地方鉄道の旅」といった定例
講座も開催

他の拠点機能の活用

1 F 【物販】 【体感コーナー】、2 F 【観光案内コーナー】、
4 F 【移住交流相談】、拠点HP【インターネット販売】

【実施スケジュール例】

日時	月	火	水	木	金	土	日
-11							
第1コマ 11-13時				④			
第2コマ 13-15時	①	③	⑤				
第3コマ 15-17時			⑤	⑥		⑦	
17-18							
第4コマ 18-20時		②					
20-							

1F
リビングスペース

健康なライフスタイルの提案コーナー

信州の逸品・土産

体感（試食）
実演コーナー

関連する商品（書籍
等）を販売

イベントの情報提供

イベントの実施例 ⑥県人会・同窓会等で利用する場合（3 F 連動）

【イベント名】

県立しあわせ信州高等学校 同窓生の集い

【実施主体】

しあわせ信州高等学校同窓会

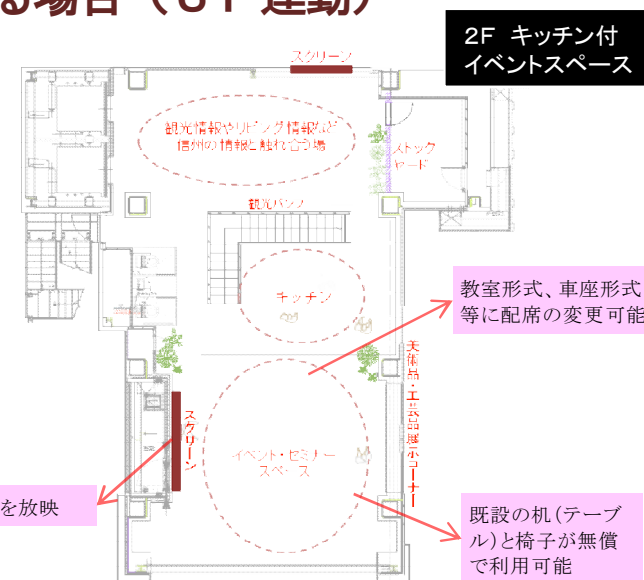
協力：しあわせ信州高等学校、県人会、在京〇〇市県人会

【対象者】

県立しあわせ信州高等学校の在京及び地元在住の同窓生

【告知方法】

同窓会広報誌、県人会広報誌、同窓会フェイスブック、拠点公式HP等での発信



イベント内容

- 使用枠：第3コマ(15～17時) × 1日
- 構成： 各自の近況報告、地域の情報共有と意見交換
会合終了後は3F(飲食店貸切)に移動し、懇親会を開催
- 会費： 無料(懇親会費別)
- 定員： 50名

【実施スケジュール例】

日時	月	火	水	木	金	土	日
-11	(準備時間)						
第1コマ 11-13時				④			
第2コマ 13-15時	①	③		⑤			
第3コマ 15-17時		⑤	⑥			⑦	
17-18							
第4コマ 18-20時		②					
20-							

他の拠点機能の活用

3 F [飲食店] …懇親会会場として利用（予定）

イベントの実施例 ⑦広域連合や複数市町村で利用する場合

【イベント名】

信州〇〇広域、初夏の魅力体感ウィーク

【实施主体】

〇〇広域連合、〇〇広域観光連盟

協力：各市町村、観光協会、体験施設

【対象者】

信州への旅に関心のある首都圏在住者、銀座周辺来訪者

【告知方法】

拠点公式HP、関連団体のフェイスブック、
情報誌へのパブリシティ・広告、新聞広告、交通広告、
拠点内利用者へのチラシ配布、
拠点スタッフ（外商担当）による周辺企業等への案内

【インターネット販売】

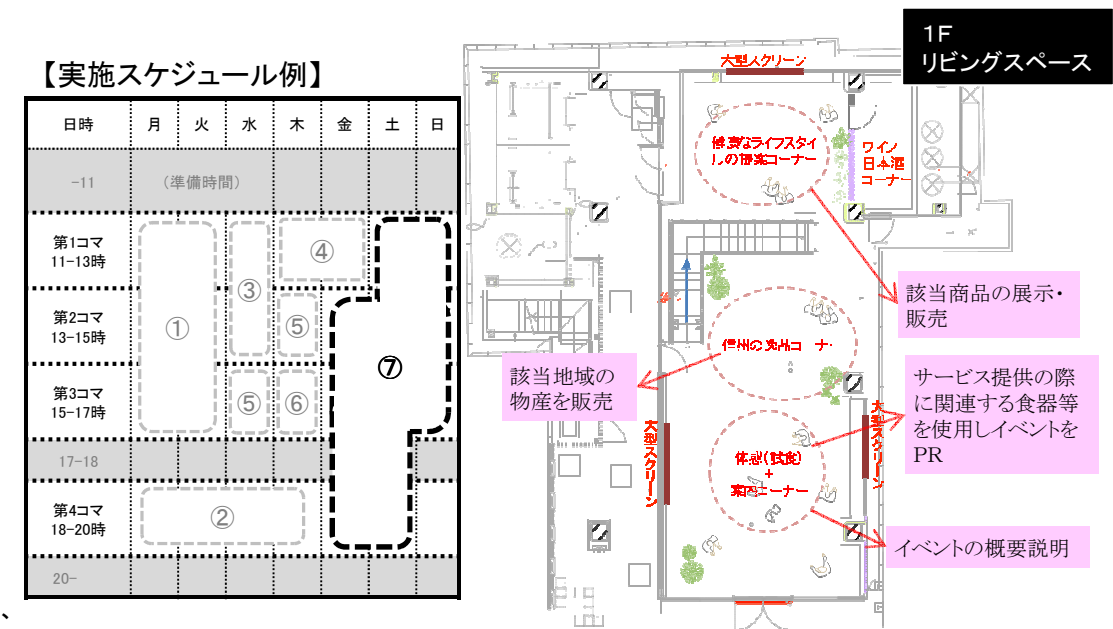
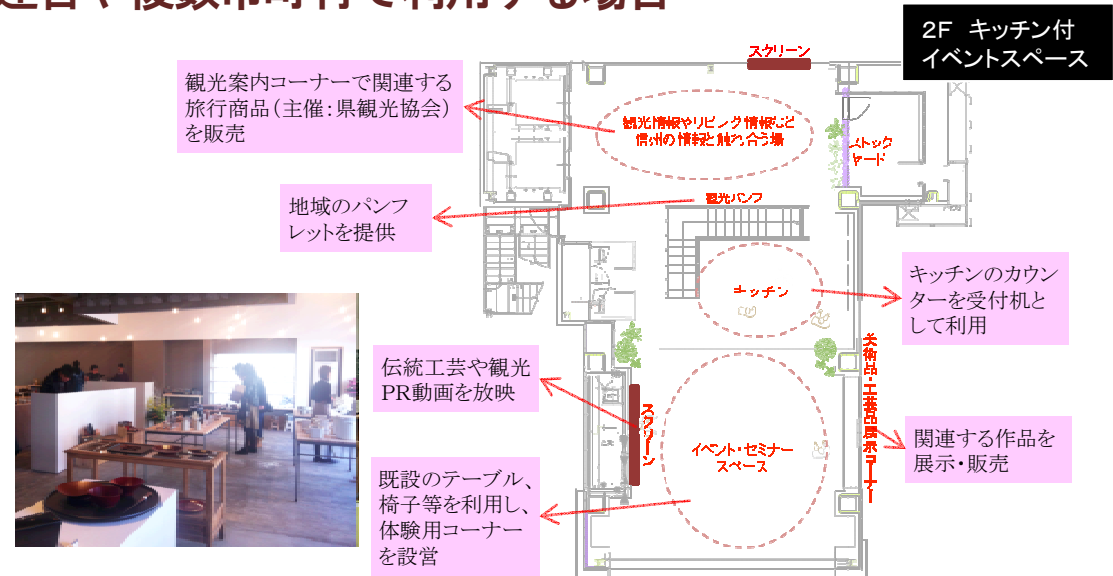
イベント開催と連動し、拠点公式HPで実施

イベント内容

- 使用枠：金曜日の第2コマ～日曜日の第3コマ(3日連続)
- 構成： 1日目(金) PM… 著名登山家の講演会(予約制)
夜… △△地鶏と地酒を楽しむ夕食会
(予約制)
2日目(土) AM… 名産品特売会
PM… 伝統工芸体験講座(順次受付)
夜… 信州ワインと幻のホワイトアスパ
ラのスペシャルディナー(予約制)
3日目(日) AM… 地域の伝統芸能の披露
PM… 地域出身の料理研究家による郷
土料理づくりの実演と振る舞い
- 特徴： 関連の工芸品等はギャラリーコーナーに展示・販売
し、随時パンフレットやノベルティ配布による観光PR
実施(3F飲食店では同時に〇〇広域特別メニュー
を提供(予定))

他の拠点機能の活用

1F[体感コーナー][物販]、2F[観光案内コーナー]、
4F[移住交流相談]、全館[大型スクリーン]、拠点HP[インターネット販売]、
3F[飲食店]…フェアの連動開催(予定)



14 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

15 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

活動拠点のコンセプトに沿った運営を堅持していくため、コンセプト等に精通した方を「コンセプトマネージャー（非常勤）」として設置します。

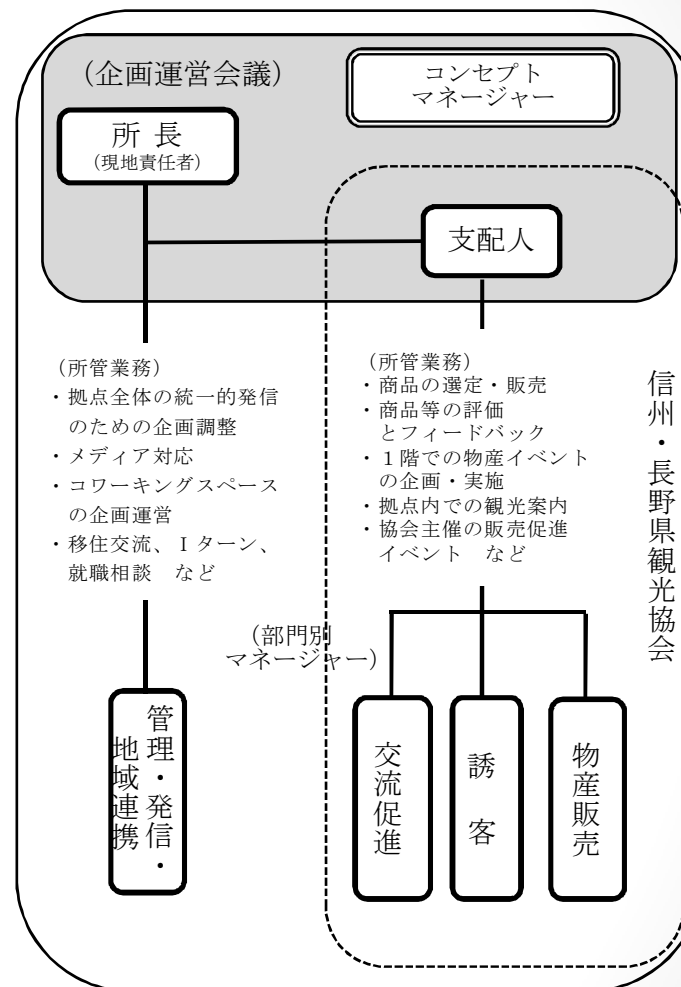
○スタッフ研修の充実

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・独創的に実践できるよう研修を開業前から絶え間なく実施します。

（参考）活動拠点の体制イメージ



16 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、その成果を上げていくためにも、入場者数などの直接的な目標に加え、本県への波及効果も明らかにし、目標としていきます。

【成果目標】

○直接的な目標（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。

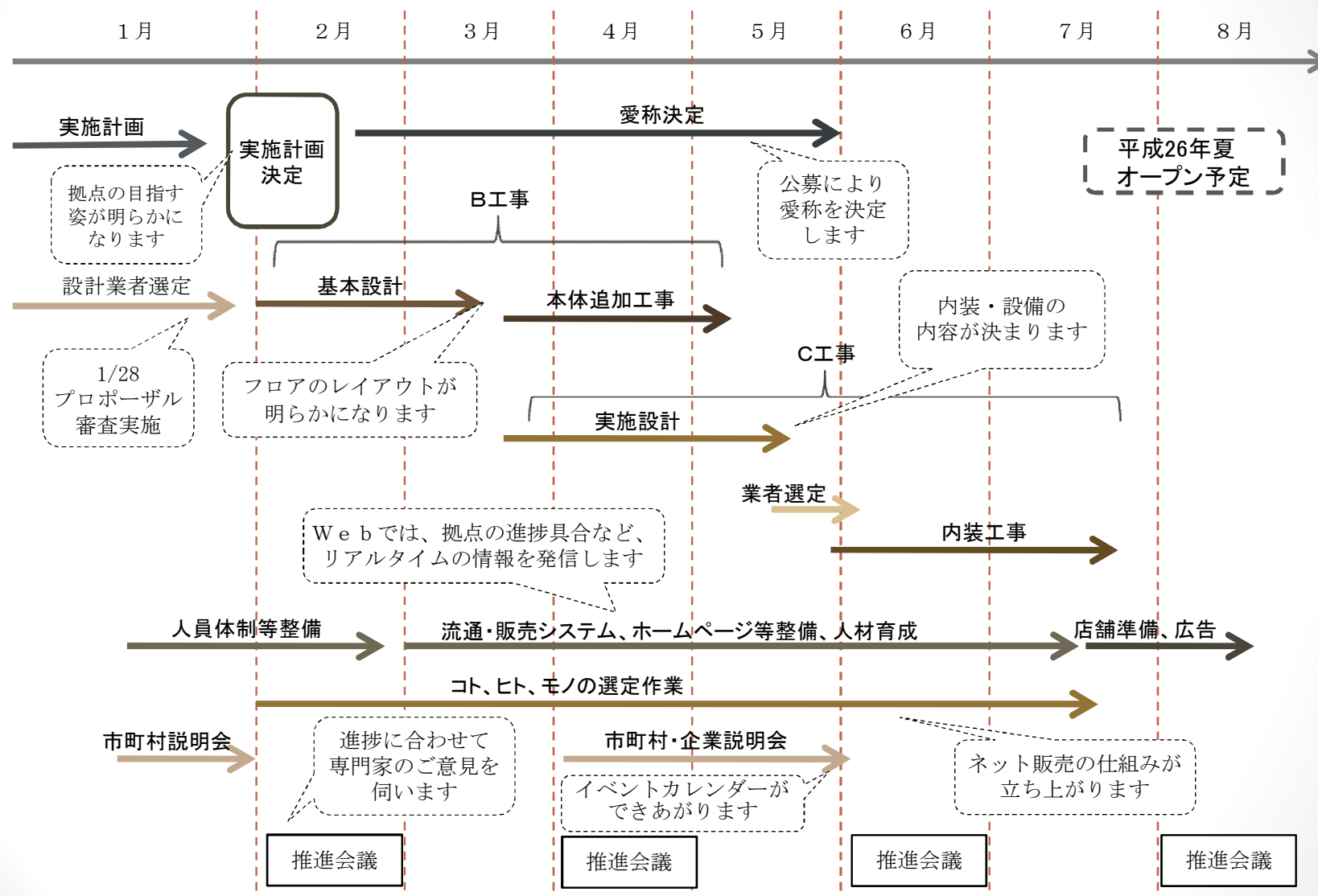
①来場者数	35万人
②イベント実施延べ団体数	300団体
③拠点が関わった移住・Iターン就職者数	100人以上

○波及効果（経済波及効果、広告効果）

拠点による波及効果は、測定項目や所与の条件設定など検討を加え、設定していきます。

17 整備スケジュール

今後の整備状況は随時公表していきます。



【参考】これまでの主な検討経過

- ・平成24年5月14日 第3回県と市町村との協議の場
「ワーキンググループにより検討を加える。」と決定
- ・平成24年11月6日 第4回県と市町村との協議の場(中間報告)
「設置する方向で、更に検討を加える。」との決定
- ・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5月20日 第5回県と市町村との協議の場
「専門家や外部コンサルタントによる検討を加える。」旨了承
- ・平成25年7月23日 知事・副知事・関係部長会議
「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
「設置場所は銀座が適当」との結論
- ・平成25年11月12日 第2回信州首都圏総合活動拠点整備推進会議
「設置施設は本物件(銀座5丁目)が最適」との結論
- ・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26日 第3回信州首都圏総合活動拠点整備推進会議
「信州首都圏総合活動拠点の整備に係る実施計画(素案)」に対する意見をいただく
- ・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