

平成26年2月4日  
信州ブランド推進室

## 1 目的

本年度からスタートした信州ブランド戦略の一環として、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の関わりを持つコアな信州ファンを増やすため、信州の魅力をまるごと共有（シェア）するオール信州活動拠点「しあわせ信州シェアスペース（仮称）」を整備するとともに、信州のコト、ヒト、モノをトータルに発信し、長野県との強固なつながりを創るための取組を行う。

## 2 なぜ今整備するのか（背景）

- (1) 2020 年東京オリンピック・パラリンピックの開催決定による、東京の世界に向けたハブ機能の高まり
- (2) 2015 年3月新幹線金沢延伸で広がる、首都圏マーケットの可能性を呼び込む
- (3) 益々激化する地域間競争に勝ち抜く必要性
- (4) 「物」の豊かさから「心」の豊かさに価値観が変化する中、信州のライフスタイルが評価

## 3 拠点のコンセプト

「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

「伝える」だけでなく、「つながる」

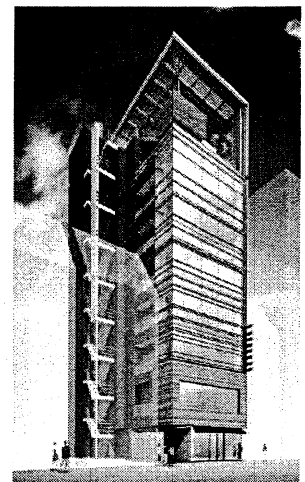
・・・一方向で伝えるのではなく、双方向・継続的に関係性を作る

「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

## 4 所在地の概要

東京都中央区銀座5丁目 「すずらん銀座5丁目ビル（仮称）」  
（うち1、2、4階を賃借）



（建物のイメージ）

## 5 事業内容

「美しくはたらき 健康にくらす」をテーマとする。

### ○1階：「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、生産者や製作者との交流を通して、買う楽しみを味わいながら、長野県への来訪や食材の購入に結び付ける。

### ○2階：「キッチン付イベントスペース」「観光PRスペース」

- ・オープン型のキッチンを備えたイベントスペースとして、料理教室などを通して、信州の食文化を体験していただき、健康を育んだ信州の農畜産物などをアピールする。
- ・信州をイメージするたまたまいの中で、信州の素晴らしさを体感していただけるような観光情報を提供する。

### ○4階：「コワーキングスペース」「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を生み出す。
- ・若者のU・Iターン支援や移住交流・就職相談を行う。

## 6 運営体制

○設置主体 長野県

○運営主体

観光協会：1階（リビングスペース） 2階（観光PR）

長野県：2階（キッチン付イベントスペース）

4階（コワーキングスペース、移住交流・就職相談）



（キッチン付イベントスペースのイメージ）

## 7 予算

### (1) 平成25年度11月補正予算 138,141千円（一般財源）

（債務負担行為（H26～35年度） 821,899千円（一般財源））

（単位：千円）

| 項 目             | 予算額     | 説 明                                                                                 |
|-----------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 施主工事、内装・設備等工事関係 | 47,778  | 詳細設計業務委託料(16,278千円)<br>工事費・監理業務委託料(31,500千円)                                        |
| 物件関係            | 90,363  | 不動産仲介手数料 賃料1月分(税込)(6,715千円)<br>保証料 賃料1年分(税抜)(76,741千円)<br>賃借料(内装工事期間、前払い分)(6,907千円) |
| 合 計             | 138,141 |                                                                                     |

### 【債務負担行為分】

（単位：千円）

| 項 目  | 予算額     | 説 明                     |
|------|---------|-------------------------|
| 物件関係 | 821,899 | 建物賃借料 9年11月分(821,899千円) |
| 合 計  | 821,899 |                         |

### (2) 平成26年度当初予算案の内容

#### ① 整備関係

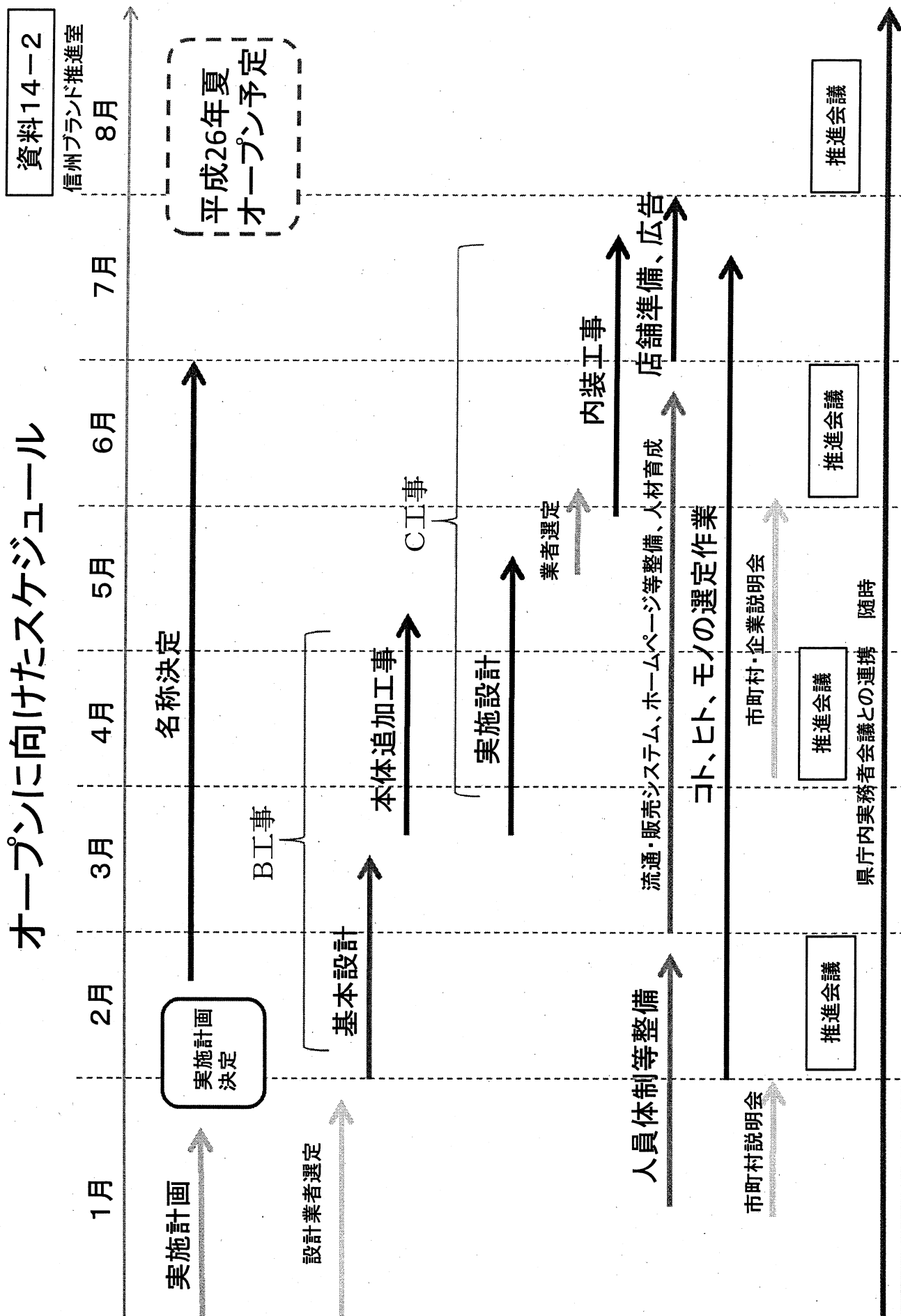
- ・内装・設備等工事経費（工事費・監理業務委託料）
- ・賃借料（初期投資分 平成26年5～6月分）
- ・現センター移転経費（移転料、原状回復工事）
- ・オープニングプロモーション経費（業務委託料）
- ・事務費（工事、オープニング等打合せ旅費）

#### ② 運営関係

- ・管理費（イベント・コワーキングスペース施設管理業務委託料、活動拠点管理経費、コンセプトマネージャー等経費、嘱託職員経費）
- ・イベント経費（セミナー開催事業、職員旅費）
- ・賃借料（運営経費分 平成26年7月～27年4月分）

※ 予算案の中で発表予定

# オープンに向けたスケジュール



## 活動拠点各フロアの営業時間及びコマ割りについて(原案)

平成26年2月4日  
信州ブランド推進室

## 1 営業時間の考え方

- (1) 年末年始を除く毎日営業を原則とする。
- (2) 当活動拠点の主力であるリビング(1階)、キッチン付イベントスペース(2階)、観光案内(2階)を中心に、その他、UIターン・移住相談(4階)、コワーキングスペース(4階)のそれぞれの機能ごとに営業時間を検討していく。
- (3) 営業時間は近隣商店や他県類似施設の営業時間を参考に検討していく。

## 2 イベントスペース(2F)のコマ割り(案)

## (1) コマ割り(案)

| 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 | (準備または必要に応じて対応)                                                               |
|        | 第1コマ | 11:00 - 13:00 | ・ランチタイムを含む時間帯<br>・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。<br>・夕食を囲んでのセミナー<br>・貸切パーティーなど |
| 調整時間   |      |               | (必要に応じて対応)                                                                    |

- ※1) 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る。
- ※2) 単独のコマを利用する場合、準備・受付、片付の時間もコマに含める。
- ※3) 連続でコマを利用する場合、準備・受付の時間は最初のコマに、片付は最後のコマに含める。
- ※4) 料理等準備に時間がかかるものは、準備時間を活用するものとする。

## (2) 年間の総コマ数

$$360日 \times 4コマ/日 = 1,440コマ(年末年始を除く毎日営業の場合)$$

# イベントの年間スケジュール等の作成方法について(原案)

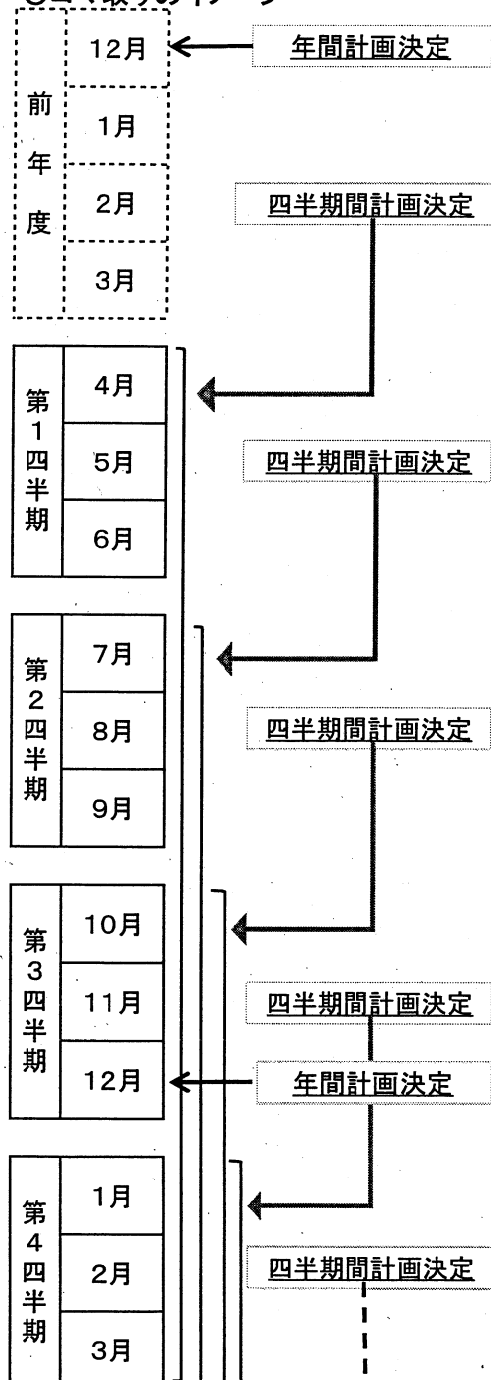
平成26年2月4日  
信州ブランド推進室

## 1 イベントカレンダー等の作成・調整

イベントカレンダー等の作成・調整は、信州ブランド推進室が行う。

## 2 イベントの決定方法

### ○コマ取りのイメージ



### ○年間と四半期の予約と抽選の方法

#### 【年間スケジュール】前年度中に決定

- (1) 前年度12月に、新年度中の特定の利用日を希望する出展者のコマ割りを確定する。
- (2) 利用希望日が重複した場合は抽選で決定する。  
(抽選: 信州ブランド推進室が実施。結果は専用HPに公表)
- (3) 抽選(2)で落選した場合は、前年度1月に第2回目の利用希望申込を行い、決定する。
- (4) それでも落選している場合は、事務局において出展者の意向を確認しながら、調整し決定する。

#### 【四半期スケジュール】直前四半期までに決定

- (1) 前前月の第1週に申込受付を行い、年度内の各四半期のコマ割りを決定する。
- (2) 利用希望日が重複した場合は抽選で決定する。
- (3) 抽選(2)で落選した場合は、前前月の第2週に2回目の利用希望申込を行い、決定する。
- (4) それでも落選している場合は、事務局において出展者の意向を確認しながら、調整し決定する。
- (5) その後、直近四半期は先着順に申込を受け付けて決定する。

#### 【空いているコマ埋め】実施の1ヵ月前までに決定

- (1) 利用予約が入っていないコマについて、県観光協会や地方事務所と連携しながらイベント実施等の誘導を行う。
- (2) 前後のコマに空いているコマがある場合、出展者に打診し、実施の延長を働き掛ける。

## 信州首都圏総合活動拠点を活用したイベント例

- ① 市町村が単独で利用する場合
- ② 仕事帰りのビジネスマンを対象とした連続セミナー
- ③ 6次産業事業者等が利用する場合（テストマーケティング）
- ④ 広域連合や複数市町村で利用する場合

# 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、村関連フェイェスブック、新聞夕刊、  
県人会・同窓会組織広報誌・DM

## 【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

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）

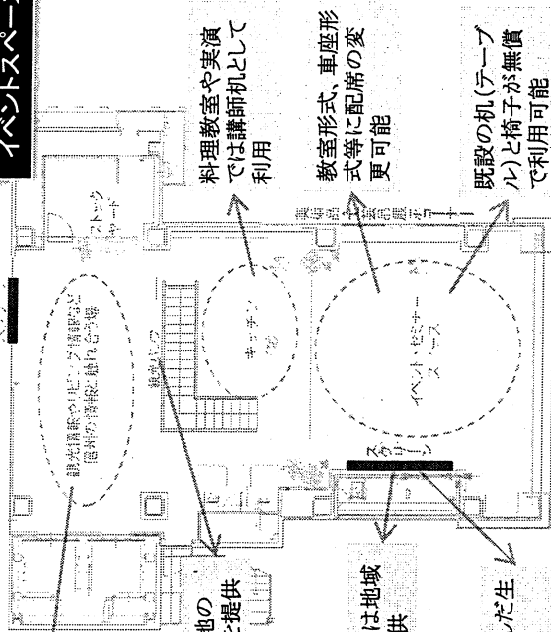


〇〇村の観光地の  
パンフレット等を提供

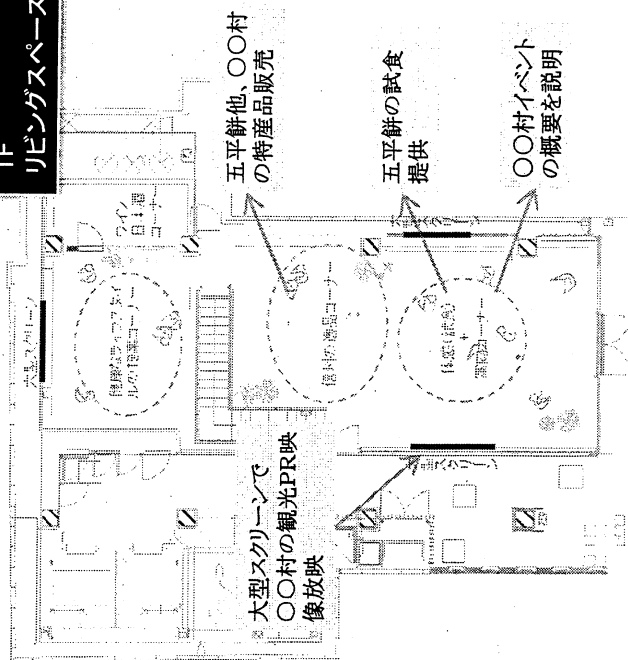
スクリーンでは地域  
の情報を提供

現地と結んだ生  
中継

## 2F キッチン付 イベントスペース



## 1F リビングスペース



## 【実施スケジュール例】

| 日時             | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|
| -11            |   |   |   |   |   |   |   |
| 第1コマ<br>11-13時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第2コマ<br>13-15時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第3コマ<br>15-17時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 17-18          |   |   |   |   |   |   |   |
| 第4コマ<br>18-20時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 20-            |   |   |   |   |   |   |   |

## 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、郷土料理の屋食  
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]

# 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イ、

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

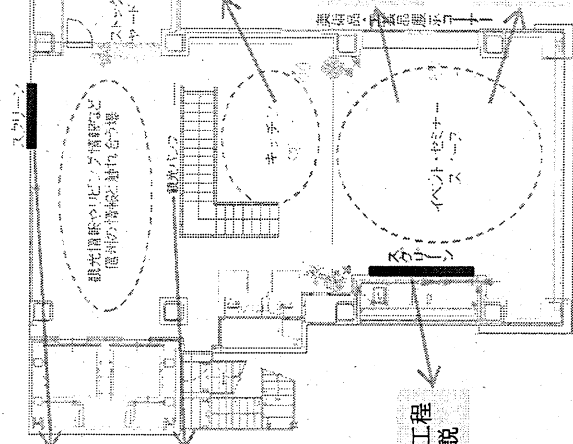


映像放映などにより関連  
する観光地をPR

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



キッチンを使って  
講師が調理

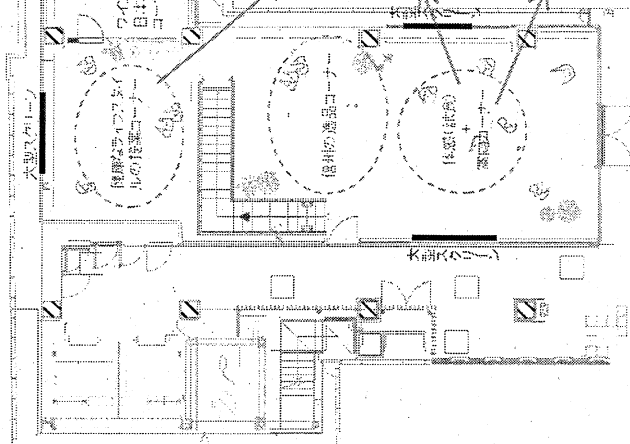
参加者は自分の席  
（テーブル）で調理工  
程の一部を実践

試食には、1Fで販売  
している地域のドリン  
グを提供

## 【実施スケジュール例】

| 日時             | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|
| -11            |   |   |   |   |   |   |   |
| 第1コマ<br>11-13時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第2コマ<br>13-15時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第3コマ<br>15-17時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 17-18          |   |   |   |   |   |   |   |
| 第4コマ<br>18-20時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 20~            |   |   |   |   |   |   |   |

1F  
リビングスペース



特設コーナーを  
設け、ワイン、ジ  
ビエ食材、関連  
食材を販売

ジビエ食材を利用  
した試食品提供、  
ワインの試飲実施

セミナーの概  
要を説明

## 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)



# 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】

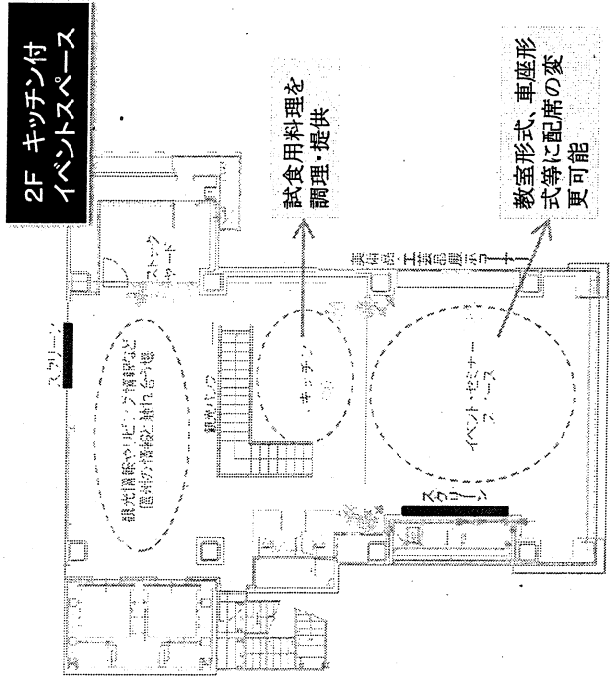
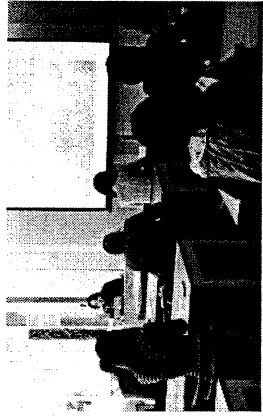
しあわせ大根生産者組合  
協力：市町村、農業改良普及センター、  
地域資源製品開発支援センター

### 【対象者】

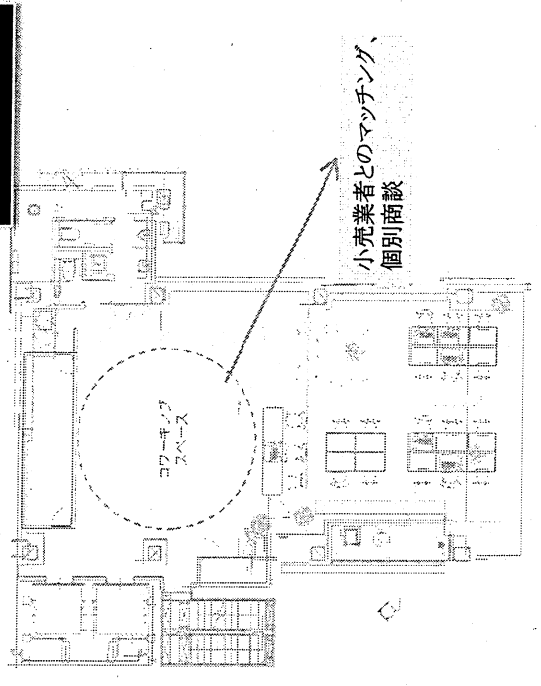
首都圏の小売業者・卸売業者

### 【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



### 4F コワーキングスペース



### 【実施スケジュール例】

| 日時             | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|
| -11            |   |   |   |   |   |   |   |
| 第1コマ<br>11-13時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第2コマ<br>13-15時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第3コマ<br>15-17時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 17-18          |   |   |   |   |   |   |   |
| 第4コマ<br>18-20時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 20-            |   |   |   |   |   |   |   |

### 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

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

# イベントの実施例 ④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

## 【実施主体】

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】

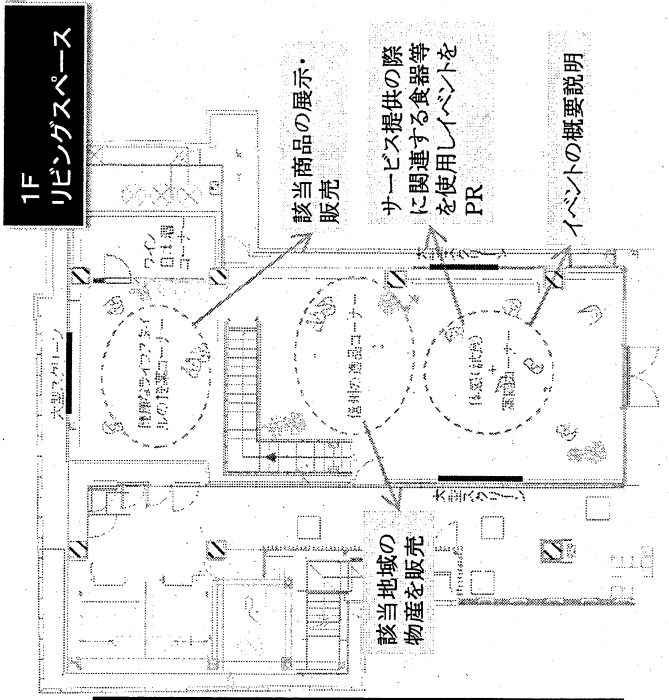
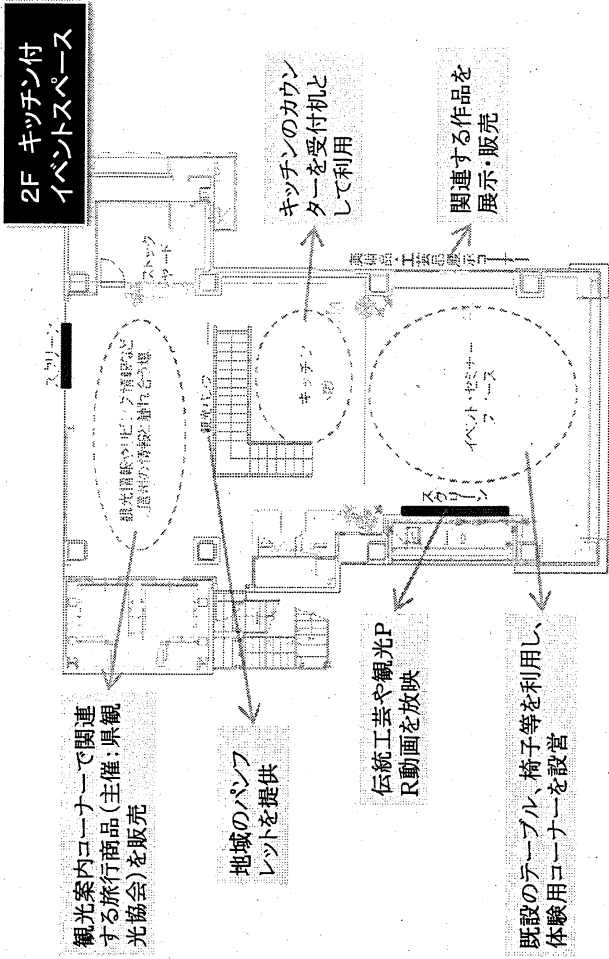
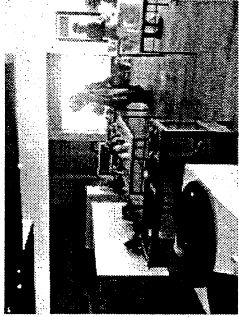
イベント開催と連動し、拠点公式HPで実施

## 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バリエ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]…フェアの運動開催（予定）



## 【実施スケジュール例】

| 日時             | 月 | 火 | 水 | 木 | 金 | 土 | 日 |
|----------------|---|---|---|---|---|---|---|
| -11            |   |   |   |   |   |   |   |
| 第1コマ<br>11-13時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第2コマ<br>13-15時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 第3コマ<br>15-17時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 17-18          |   |   |   |   |   |   |   |
| 第4コマ<br>18-20時 |   |   |   |   |   |   |   |
| 20-            |   |   |   |   |   |   |   |