

## 拠点施設の必要性・役割

- 首都圏の人々や訪日外国人等と出会い・交流する場として、情報発信拠点は必要
- リアルな場で新潟の情報やモノ、コト、ヒトに直接触れることで、「商品を購入する人」「観光で訪れる人」「移住する人」が増えるなど、**新潟に人を呼び込み、新潟への「人の動き」を創る**

## 拠点施設の基本要件

- 敷地 東京都中央区銀座5-6-7
- 物件概要 RC造新築ビル内 B1～3F、8F  
(延床面積540.28㎡)
- 機能
  - ①物販／軽食販売
  - ②観光情報発信
  - ③イベントスペース
  - ④飲食提供
  - ⑤移住相談窓口

## 拠点施設の場所



## 拠点施設の考え方

### ■ 新潟県首都圏情報発信拠点のコンセプト

#### 1. 日本中・世界中の人々が新潟の魅力を楽しむ、賑わいある拠点を目指します

新潟のモノ・コトを、見て・聞いて・触れて・味わうことで、国内外の人々が新潟の魅力を楽しむことのできる、賑わいが生まれる拠点を目指します

#### 2. 新潟に行きたくなる、モノと情報を新しいかたちで発信します

モノの背景にあるストーリーを伝えるなど、モノと情報を新しいかたちで発信し、もっと新潟県を「知りたくなる」「行きたくなる」拠点を目指します

#### 3. 新潟にゆかりのある人や企業にとっても魅力的な出会いを提供します

体験・交流イベントや商談会など多様な交流機会の創出により、首都圏の人々だけでなく、新潟にゆかりのある人や企業にとっても、首都圏や訪日外国人の人々・企業と出会い・交流することができる、魅力的な“ハブ”となることを目指します

### ■ 新潟の「強み」

「米」「酒」「雪」という従来の強みに、新潟の魅力として認知度が上がっている、「アート」という要素を新たに加え、これらを軸とした、新潟ならではのブランディングを展開します

### ■ ターゲット

立ち寄り客だけでなく、**拠点そのものを来訪の目的として捉えてくれる層も引き付ける**ことで、新潟への「人の動き」の拡大を目指します

## 全体フロア構成・各機能のあり方等

### ■ 拠点施設内イメージ

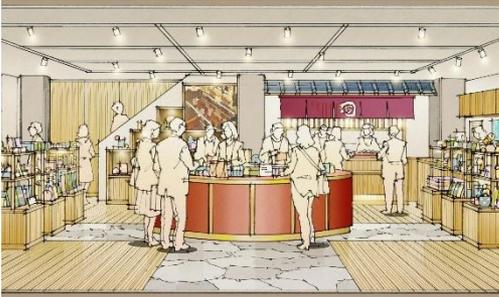


#### [8F] 飲食提供

- ・新潟の食文化、季節に応じた食材の提供など、新潟の特色を打ち出したレストランフロア
- ・食材、料理だけでなく、食器、酒器など、提供するサービス全体による新潟県の情報発信

#### [3F] イベントスペース

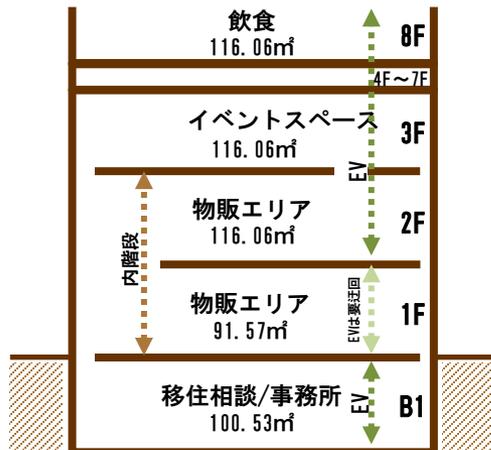
- ・体験・交流イベントや商談会など、新潟や県産品のPRや交流の場
- ・拠点全体の価値向上にもつながるスペースの活用や「アート」を打ち出す場としても活用
- ・民間のノウハウを活用した企画イベントの実施



#### 《物販エリア》

- ① 販売商品1000商品以上、新規商品を年間250商品以上販売
- ② 季節ごとの商品入替による、商品販売機会の拡大
- ③ 商品の背景や特徴の情報発信、商品説明や観光案内ができるコンシェルジュの設置
- ④ 購入情報などのマーケティングデータの収集・分析、県内企業へのデータの提供

### ■ 全体フロア構成



#### [2F] 物販/試食・試飲(/観光情報発信)

- ・日本酒試飲コーナー（セルフ試飲機）の設置、日本酒・飲料、雪国関連商品等の販売

#### [1F] 物販/軽飲食販売（テイクアウトのみ）/観光情報発信

- ・売れ筋商品や定番商品の販売
- ・テストマーケティングスペース（企業・団体、県）、小規模イベントの実施
- ・新潟の食の特色を生かした軽飲食の販売（テイクアウト）
- ・商品展示と地域資源を連動させた観光情報の発信、ふるさと納税PR

#### [B1] 移住相談窓口、事務所（NICO・事業者）

- ・拠点での滞在・体験を通じて移住意欲向上を目指し、新潟での暮らしの魅力伝達や個別サポートを行う窓口と事務所機能