

新潟県首都圏情報発信拠点物産販売店舗等運営事業 業務内容等

1 業務内容

「新潟県首都圏情報発信拠点施設 基本計画」（別紙3）を踏まえた、以下の業務を実施

- ①拠点等を活用した、新潟県及び食を中心とした県産品の魅力発信
- ②県産品の販路拡大やマーケティングのために行う、物産販売店舗・オンラインショップ等の運営
- ③新潟県に所縁や関心のある人や企業が「体験・交流する」・「つながる」イベント等の企画

2 運営条件

(1) 契約に関する条件

ア 契約形式

定期建物賃貸借（転貸）契約

イ 契約期間

2024年4月1日～2029年3月31日まで

※中途解約は原則不可。ただし、事業者が義務違反等がある場合には、NICOは中途解約できることとする。

※運営事業者の運営状況から運営条件等の見直しを行ったうえで、5年間契約を延長するか、運営事業者の見直しを行うかを判断する。

※契約期間終了時には、NICOが指定する期限までに原状回復し、明け渡す必要がある。

ウ 営業時間及び休業日

以下の営業時間及び休業日を原則とし、これ以外の設定とする場合は、企画提案書の内容をもとに、NICOと協議のうえ決定する。

①営業時間 10:30～19:30

②休業日 1/1～1/3

エ 定額賃貸料

2,926,946円/月（税別）

※契約始期から店舗オープンまでの間は賃貸料を免除する。

オ 定額管理費

87,934円/月（税別）

※電気料、水道料、ガス料等については別途事業者の負担とする。

(2) 店舗等に関する条件

ア 費用負担

工事・運営管理の費用負担は、以下のとおりとする。

| 項目 | NICO | 運営事業者 | 備考 |
|--|------|-------|---------------------------------------|
| 物販店舗、イベントスペースの設計、整備等 | | | |
| 施設拠点の基礎的部分 (天井、床、壁、電気・ガス・水道・給排水・給湯・照明・防災・空調設備 等) | ○ | | |
| 営業に必要な什器、備品 (日本酒試飲機、冷蔵ショーケース、商品戸棚、レジカウンター、イベント出店者用設備 等) | ○ | | 運営事業者決定後、別途調整を行う。 ※日本酒試飲機の提案は運営事業者 |
| その他事業者の提案に係る設備 (レジスター等) | | ○ | NICO が工事で設置するものは除く。 |
| 光熱水費 | | ○ | 支払先は、NICO が指定する。 |
| 拠点のホームページ、オンラインショップ作成・運営 | | ○ | 所有権は NICO に帰属する。 |
| 上記以外の拠点管理運営費 (人件費、仕入れ、消耗品、試飲・試食費、クレジット手数料、通信料、設備保守、修繕、廃棄処理、清掃、損害保険、租税公課、電話取付、インターネット接続費等) | | ○ | インターネット接続工事は NICO が実施する。 |
| 拠点の情報発信や拠点を活用したイベント等の取組 | ○ | (○) | 運営事業者は自身が実施主体となるイベントのみ負担 |
| その他の費用 | 別途協議 | | |

イ 物販等

【店舗づくり・運営】

- ①新潟県の強みである「米」「雪」「酒」「アート」を想起させる内装や商品展開などに取組むとともに、これらに関するイベント等を実施すること。
- ②内装や調度品、従業員のユニフォーム等については新潟県産品を積極的に使用すること。
※県産品の活用については、別添1新潟県産品事例集を参考にすること。
- ③店舗の名称は拠点名を使用すること。(拠点名は別途決定する。)
- ④従業員配置は、企画提案書での提案をもとに、効果的な運営が確保できる体制となるよう NICO と協議のうえ決定すること。
- ⑤従業員に新潟県に関する必要な知識等を習得させるため、NICO と協議のうえ職場研修を行うこと。
- ⑥新潟県の食・商品や拠点の案内等について説明できる従業員(コンシェルジュ)を常時1名以上配置し、積極的に商品説明や試食・試飲を行うこと。
- ⑦新潟県の観光紹介パンフレットの設置及び映像等による観光 PR を行うこと。店舗の商品と新潟県の地域資源を連動させて伝えることができるよう、情報の発信方法を工夫すること。
- ⑧店舗を訪れた人が新潟県へ足を運びたいくなるような仕掛けづくりを行うこと。
- ⑨多言語表記など、訪日外国人を意識した機能・設備を設けること。

- ⑩ 1階から2階へ誘引するための機能や仕組みを取り入れること。（1階と2階を移動できる内階段は設置予定）
- ⑪ 1階にテストマーケティングができるスペースを設けること。
- ⑫ 店舗内及びオンラインショップにおいて、ふるさと納税に関するPRコーナーを設けること。
- ⑬ 1階・2階それぞれに精算機能（レジ）を設けること。
- ⑭ キャッシュレス（クレジットカード、QRコード等）決済対応機器を導入すること。出張販売の機会においてもキャッシュレス決済対応機器を導入すること。
- ⑮ 拠点会員カードの発行など、リピーターの確保や顧客管理につながる工夫をすること。
- ⑯ 店舗来店者及びオンラインショップの購入者等の属性（性別・年代）、購入情報などのマーケティングデータ（オンラインショップ含む）の収集、分析、とりまとめを行い、結果を定期的にNICOに報告すること。なお、分析等に当たりシステム等を導入する場合は、導入費用及び維持管理費用は事業者負担とすること。
- ⑰ 事業者自ら又はNICOと連携して、県産品の販路開拓を行う地域商社的役割を担うこと。
- ⑱ 首都圏で開催される新潟県及び県関連団体等のイベントにおける出張販売の協力依頼に可能なかぎり応じるなど、催事や出張販売など店舗外での情報発信・収益向上の取組を行うこと。
- ⑲ 首都圏における他の新潟のアンテナショップと連携した取組を行うこと。
- ⑳ 新潟県内の団体等が物産販売や観光PRを行う場や機会を確保するとともに、団体等が店舗等を利用できるように対応すること
- ㉑ 飲食の提供、食品等の販売に必要な手続、届出等は事業者が行うこととし、これらに係る費用は事業者が負担すること。
- ㉒ 本店舗以外に経営する店舗等と区分して経理を行うとともに、本店舗の決算書の提出を求められた場合には応じること。

【取扱商品】

- ① 新潟県の特徴ある商品や高品質な商品を中心に扱うこととし、拠点のコンセプトや地域性、拠点飲食店舗との連携等を考慮のうえ、NICOの方針を踏まえて決定すること。
- ② NICOと連携して、新規商品の発掘や店舗オリジナル商品の開発など、店舗の魅力向上に努めること。
- ③ 拠点店舗において、常時1,000商品以上を取り扱うこと。このうち、年間250商品以上は新規取扱商品とすること。
- ④ 1商品当たりの陳列量を少なくする、季節ごとに入れ替えるなどして、より多くの商品の販売機会を確保すること。
- ⑤ 全ての商品に、値札やPOPで商品背景や特徴などを記載した商品説明を入れること。
- ⑥ 積極的に試食・試飲の働きかけを行うなど、来店者の商品理解・購買につながる取組を行うこと。

【拠点ホームページ・オンラインショップ】

- ① NICOと協議のうえ、新潟県首都圏情報発信拠点のホームページ及びオンラインショップのサイトを作成・運営すること。

- ②オンラインショップのサイトは、TXJ システム（合同会社 Tourism Exchange Japan）を利用するとともに、体験・旅行の予約ができる仕様とし、決済機能もそれぞれ同一の機能とすること（内容はNICO 及び県、並びに公益社団法人新潟県観光協会と別途協議すること）。
- ※「TXJ システム」については、合同会社 Tourism Exchange Japan のホームページ（<https://www.txj.co.jp/ja-jp/txj-system-introduction-category/txj-system-introduction-course/introduction-2>）を参照。
- ③Nicle（にーくる）や、にいがた暮らし・しごとセンターの会員登録とオンラインショップの会員登録等との間でAPI 連携を行い、会員登録を同時に行える仕組みを想定した仕様とすること（構築は別途 NICO で実施予定）。
- ④物販店舗で扱う商品の大量購入や継続購入をオンラインショップに誘導する仕組みづくりに努めること。
- ⑤取扱商品数の増加に努めること。

ウ 簡易軽食

- ①1階において、おにぎりなど、新潟県産の食材を使用し、新潟を感じる食を提供すること（テイクアウトのみ）。
- ②調理工程の一部の実演など、食欲や購買意欲を刺激するような演出を行うこと。

エ 日本酒試飲スペース

- ①2階に日本酒の試飲スペース及び試飲機を設置すること。（日本酒試飲機は NICO が導入するが、機器の提案は事業者が行うこと。）

オ 倉庫等

- ①NICO が設置する、拠点の地下1階の更衣室、事務室及び地下1階～2階のストックスペースのほかに倉庫等を設ける必要がある場合は、事業者の責任・負担で確保すること。
- ②ストックスペースや事務室内等の必要な備品は事業者で整備・負担すること。

(3) その他

イベントスペース（3階）の管理・運営は NICO が行うが、事業者においても次のようなイベントを年間30日以上、自主企画又は誘致により実施すること。

- ・新潟県の強みである「米」「雪」「酒」「アート」に関連するイベント等
 - ・新潟県の食材や食に関するワークショップ（※）
 - ・新潟県に関心がある人や企業を結び付けるようなイベント
 - ・県産品の販売促進や販路開拓につながるイベント・商談会等
- ※イベントスペースの厨房設備は NICO が設置

3 提案を求める内容

上記1、2を踏まえ、提案者が有する物販・情報発信等のノウハウや創意工夫等を活かした提案を企画提案書に記載すること。

(1) 管理運営方針

効果的かつ効率的な情報発信を行うための物販店舗の管理運営等における基本方針、具体的

な事業活動のコンセプト。

(2) 目標値

次の具体的な目標値を提案すること。なお、これら目標値以外にも、提案者独自の目標設定があれば提案すること。

- ①物販店舗の来店者数
- ②物販店舗、出張販売、オンラインショップの県産品販売売上額（税込）
- ③物販店舗及び出張販売の簡易軽食等販売売上額（税込）

(3) 各取組の展開方法

ア 物販店舗及びオンラインショップにおける県産品販売の展開方法

運営事業者の主要業務である県産品販売における「商品構成・商品選定の考え方」、「新潟の食等を理解いただくための工夫（試飲・試食、産地・商品の説明）」、「マーケティングデータの収集・提供方法」など

イ 簡易軽食及び日本酒試飲スペースの展開方法

新潟県の強みを意識した、日本酒試飲スペースの魅力的かつ独創的な展開の考え方、簡易軽食や日本酒試飲スペースにおけるメニュー・提供方法・料金設定の考え方、新潟の食を理解いただくための工夫（メニュー企画、産地・商品の説明）など

ウ イベントスペースの展開方法

自主企画又は誘致するイベントの想定、新潟県の強みや拠点のコンセプト等を踏まえたイベントスペースの活用方法の提案など

エ 地域商社機能の展開方法

新潟県の資源のブランド化・商品化や県産品の国内外への販路開拓の手法など

(4) スケジュール

物販店舗等のオープンまでの具体的な取組とスケジュール

(5) 収支計画

契約期間における物販店舗等の収支計画

(6) レイアウト

1階・2階の具体的なレイアウト、スペースの概略デザイン

※拠点の実施設計・施工工事（地下1階、1～3階）については、別に事業者を公募するため、事業者決定後にレイアウト等を協議することとなる。