

## 新潟県首都圏情報発信拠点施設「銀座・新潟情報館 THE NIIGATA」 物産販売店舗等取扱商品について

### I 「THE NIIGATA」はどのような施設なのか（施設基本計画から抜粋・要約）

#### 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・交流する場としての情報発信拠点**
- **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

#### 拠点施設の考え方

##### ■ 拠点施設のコンセプト

##### 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

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

**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

多様な交流機会の創出により、首都圏の人々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

##### ■ 新潟の「強み」を軸とした、新潟ならではのブランディングの展開

「米」「酒」「雪」という従来の強み+「アート」（新潟の魅力として認知度が高まっている）

##### ■ 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」の拡大を目指す

### II 「THE NIIGATA」の物産販売店舗について（運営事業募集要項から抜粋・要約）

#### 物販店舗の業務

- 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

#### <店舗運営・取扱商品>

- 新潟県の強みである「米」「雪」「酒」「アート」を想起させる商品展開
- 新潟県の食・商品や拠点の案内等について説明できるコンシェルジュの常時配置
- 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
- 試食・試飲の働きかけなど、来店者の商品理解・購買につながる積極的な取組
- 新潟県の特色ある商品や高品質な商品を中心に扱う
- 値札やPOPによる、商品背景や特徴などを記載した商品説明