

# 長野県営業戦略 2024

## 【ポイント】

### I これまでの取組の成果・課題と方向性

- ・2023年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行し、コロナ前と同様の自由な経済活動が可能となったことから、営業本部も県外・海外での営業活動を全面的に再開した。
- ・一方、ウクライナ戦争や米国での金利上昇をきっかけに2022年3月頃から円安傾向が継続しており、物価高等が県内経済へ悪影響を及ぼす中、営業本部では、逆にこの円安を好機と捉え、県産品の海外輸出促進の取り組みを強化してきた。
- ・また、2023年度に信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）及び信州ブランド戦略の見直しを行っており、2024年度はブランド発信の新たなステージを迎える。

### II-1 戦略2024の目標 「引き続き海外での県産品販路拡大に注力するとともに、 新たなブランド戦略の元、信州ブランドを浸透させる」

### II-2、3 戦略展開の柱・具体的な戦略展開

#### （1）為替変動や人口減少による国内市場の縮小に対応するため、県産品の海外販路拡大に注力

- ○ 2023年度に策定した海外展開戦略に基づき、対象国・地域や品目を絞った県産品の海外販路拡大の取り組みを展開する。
- 2020年度から取り組んでいる欧州を中心としたグローバルプロモーションを継続展開し、一体的に海外販路拡大やインバウンド誘致につなげる。

#### （2）新たなブランド戦略の元、民間事業者・市町村等との共創により信州ブランドを浸透

- ○ ブランドコンセプトブック・動画等の作成や、シンポジウムの開催等によりブランド発信者への理解の浸透や強化の獲得を図る。
- 企業や市町村が情報発信に活用できるデジタルコンテンツを格納した「長野県コンテンツライブラリー」を運用し、企業等と連携した情報発信を展開する。

#### （3）銀座NAGANOのリニューアルにより「つなぐ」機能を強化

- ○ 2024年10月に開設10年を迎える信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）のリニューアルにより、首都圏と長野を「つなぐ」機能を強化する。

### III 営業本部の運営面での改善点

- 2023年度に構築した「商談実績管理機能」を活用し、商談会等の成果を継続的に把握
- 2024年度から新たに海外輸出の専門人材「参事（海外戦略推進役）」を営業本部に設置し、海外販路拡大を強化

### IV 2024年度の推進体制

- （1）海外展開プロジェクト
- （2）大阪・関西万博プロジェクト
- （3）信州ブランド共創・発信プロジェクト

### V 2024年度の成果目標 → アクションプランを改定

## I これまでの取組の成果・課題と方向性

### (1) コロナ禍後の営業活動の本格展開

- ・2019 年末から 2022 年末にかけて世界的に猛威を振るった新型コロナウイルス感染症の感染爆発が収まり、日本でも 2023 年 5 月には、感染法上の位置づけが 2 類から 5 類に引き下げられ、新型コロナウイルス感染症の扱いは、季節性インフルエンザと同等となった。
- ・これにより、新型コロナウイルス感染症に関する行動制限が大幅に緩和され、コロナ前と同様の活動ができるようになったことから、2023 年度は国内外で対面での営業活動を積極的に展開してきた。
- ・他方、コロナ禍で取組を強化したオンラインを活用した営業活動については、たとえばWEB 商談会であれば、旅費や会場費などのコストや移動時間がかからないこと、事前にマッチングを行うため高い成約率が期待できることなど、対面での商談会とは異なるメリットがあることから、2023 年度も引き続き力を入れて取り組んできた。
- ・2024 年度も、対面での営業活動を積極的に行うとともに、コロナ禍で広がったデジタル技術を活用した営業活動についても継続実施するなど、リアルとオンラインの良いとこ取りをする「ハイブリッド」方式により営業活動を展開する。

### (2) 為替変動や人口減少による国内市場の縮小に対応するため、県産品の海外販路拡大に注力

- ・コロナ禍を経て、出生率の低下が加速しており、人口減少による中長期的な国内市場の縮小が見込まれる中、県産品の「稼ぐ力」を持続・発展させるためには、海外市場へ目を向ける必要がある。
- ・このため、営業本部では、2023 年度に「長野県農林水産物・食品等海外展開戦略」を定め、長野県のブランド発信と連動した販路開拓・拡大に取り組むこととし、個別品目、国・地域を的確にとらえ、高品質・安全な農林水産物・食品等を海外市場へ輸出することを目指してきた。
- ・また、ウクライナ戦争や米国での金利上昇をきっかけに 2022 年 3 月頃から円安傾向が継続しており、物価高等が県内経済へも悪影響を及ぼす中、円安は輸出にはプラスに働くことから、営業本部では、この円安傾向を逆に好機と捉え、県産品の輸出支援の取り組みを強化してきた。
- ・2024 年度も、海外展開戦略に基づき、品目や対象国・地域別のターゲットに応じて、海外販路拡大や海外でのブランド発信の取り組みを継続する。

### (3) 新たなブランド戦略の元、企業・市町村、県民等との共創により信州ブランドを浸透

- ・営業本部では、2022 年度から 2023 年度かけて従来のブランド戦略を見直し、新たなブランド戦略へと改訂作業を進めてきた。
- ・新たなブランド戦略では、これまでのコアバリューを再定義し、「しあわせ信州」の価値を具体的に示すとともに、コアバリューを包含し「しあわせ信州」の世界観を表現するタグラインを設定することとしている。
- ・2024 年度は、再定義した「コアバリュー」等を企業・市町村、県民等と共有し、同じ方向を向いた統一的発信、合同での発信により、信州ブランドの訴求力を高め、県内外に浸透させることを目指す。

### (4) 銀座NAGANOのリニューアルによる「つなぐ」機能の強化

- ・銀座NAGANOは、2023 年度末で 10 年間の賃貸借契約が満了することから、営業本部では、2022 年度から銀座NAGANOの在り方について検討を進めてきた。
- ・その結果、首都圏に対し長野県の魅力を総合的に発信することで女性・若者に選ばれる県づく

りに貢献したり、県産品の首都圏での販路開拓・拡大を図るといった、長野県と首都圏とを「つなぐ」機能を強化した上で、同じ場所で継続することとなった。

- ・2024年度は、来店者や市町村、関係者等の意見を踏まえ施設の魅力度と機能性を向上するために必要な改修工事やシステム改修を実施し、長野県と首都圏とを「つなぐ」機能を強化する。

#### (5) その他 2024年度に向けた国内販路開拓での特記すべき取組

- ・沖縄交流プロジェクトについては、2023年3月に締結した「長野県及び沖縄県の交流連携に関する協定書」を踏まえ、沖縄県との相互の物産交流の取組を更に推進する。
- ・また、2025年の大阪・関西万博開催を見据え、関西方面での長野県産品の魅力PRや販路拡大の取組を引き続き推進する。

## II 2024年度の戦略展開

### 1 目標 「引き続き海外での県産品販路拡大に注力するとともに、 新たなブランド戦略の元、信州ブランドを浸透させる」

#### 2 戦略展開の柱

##### (1) コロナ禍後の営業活動の本格展開

- リアルとオンラインの良いとこ取りをする「ハイブリッド」方式により営業活動を展開

##### (2) 為替変動や人口減少による国内市場の縮小に対応するため、県産品の海外販路拡大に注力

- 2023年度に策定した海外展開戦略に基づき、対象国・地域や品目を絞った県産品の海外販路拡大の取組みを展開する。
- 2020年度から取り組んでいる欧州を中心としたグローバルプロモーションを継続展開し、一体的に海外販路拡大やインバウンド誘致につなげる。

##### (3) 新たなブランド戦略の元、民間事業者・市町村等との共創により信州ブランドを浸透

- ブランドコンセプトブック・動画等の作成や、シンポジウムの開催等によりブランド発信者への理解の浸透や強化の獲得を図る。
- 企業や市町村が情報発信に活用できるデジタルコンテンツを格納した「長野県コンテンツライブラリー」を運用し、企業等と連携した情報発信を展開する。

##### (4) 銀座NAGANOのリニューアルにより「つなぐ」機能を強化

- 2024年10月に開設10年を迎える信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）の魅力度と機能性を向上するために必要な改修工事やシステム改修を実施し、長野県と首都圏とを「つなぐ」機能を強化する。

##### (5) その他 2024年度に向けた国内販路開拓での特記すべき取組

- 沖縄県との取組、大阪・関西万博を見据えた取組を推進する。

#### 【参考】

- 営業本部の設置目的 「県内事業者の“稼ぐ力”と本県の“ブランド力”の向上」
- 営業本部の役割
  - (1) 県内生産者・事業者と県外のつなぎ役
  - (2) 価値創造のための“学びと実践”の場づくり

### (3) 信州ブランド発信の推進

## 3 具体的な戦略展開 (※は、生産振興担当部局が中心に進める事業など)

### (1) 県外とのつなぎ役

#### ① デジタル技術を活用した県外・海外の販売力の強化

D X を活用した販路開拓の取組をさらに推進します。

- ・ B to B 県産品マッチングサイト「しあわせ商談サイトNAGANO」を活用したオンライン商談会を継続実施し、新たな県外・海外バイヤーを開拓

#### ② 首都圏等とのつなぎ強化

銀座NAGANOの「つなぐ」機能の強化や、首都圏一流シェフ等との関係構築により、信州ファンを獲得します。

- ・ 銀座NAGANOのリニューアルにより首都圏と長野をつなぐ機能を強化
- ・ 新たに設置する銀座NAGANO 1階催事スペース等を活用し、県産品のテストマーケティングを実施
- ・ 発信力の高い首都圏の高級レストランやホテルのシェフに対する産地見学会や食材提案会を開催
- ・ 大都市圏を中心に観光物産展を開催
- ・ 大規模総合商品展示商談会に長野県ブースを設置し、県内事業者の出展を支援

#### ③ 大阪・関西万博を見据えた営業活動の強化

2024年3月の北陸新幹線敦賀延伸や2025年の大阪・関西万博を好機と捉え、県産食材の関西での販路開拓・拡大や関西方面からの観光誘客を図ります。

- ・ 関西のホテルや大型商業施設において長野フェアやPRイベントを開催

※ 関西圏在住者からの誘客を図るための観光プロモーションを実施

#### ④ 県産品の海外販路開拓の取組強化

2023年度に策定した海外展開戦略に基づき、対象国・地域や品目を絞った県産品の海外販路拡大の取り組みを展開します。

各国でのテストマーケティング、長野フェアや越境ECにより、県内事業者に対し輸出への学びの場を提供し、輸出に取り組む事業者を増やします。

- ・ 海外の食品展示商談会に長野県ブースを設置し、県内事業者の出展を支援（米国、香港）
- ・ 展示会に合わせ、輸出商社、バイヤー等を招待する県産品を活用したレセプションを開催
- ・ 越境ECを活用し、県内事業者の海外での販売を支援（米国、台湾、香港）
- ・ 海外バイヤー招へい商談会及び小売店（バイヤー店舗）での長野フェアを開催（米国、台湾、東南アジア・オーストラリア等）
- ・ 海外展開している県内グローバル食品事業者と連携し、新たな市場でのテストマーケティングを実施（東南アジア、欧米）
- ・ 県とゆかりのある関係者のネットワークを活用し、県産品の販路開拓のためのレセプションを開催（米国）

※ ぶどう、コメ、花きの輸出拡大を支援（シンガポール、米国、台湾）

※ 農産物等輸出事業者協議会や輸出事業者と連携し、情報収集、営業力を強化

#### ⑤ 沖縄交流プロジェクトの推進

沖縄県内及び沖縄国際物流ハブを活用したアジア諸国での販路開拓を展開します。

- ・ 沖縄県内の小売店等で長野フェアを開催
- ・ 沖縄県内のリゾートホテル・飲食店において、長野県産食材提案会を開催
- ・ アジア圏の海外バイヤーが集う沖縄大交易会に長野県ブースを出展し、沖縄国際物流ハブを活用した海外販路開拓を支援
- ※ 沖縄県からの誘客を図るため、観光商談会・教育旅行説明会を開催
- ※ 沖縄県民向けのスポーツ振興と県内観光をセットとした旅行商品の広告費の一部を助成

## (2) 学びと実践の場づくり

### ① 県産品の商品力強化と事業者の営業力強化

ブランドづくりのノウハウや新技術を活かした新たな商品づくりや、異業種連携等による県内事業者の営業力の強化を進めます。

- ・ 信州ブランドプロダクト育成支援事業（ブランドづくりの実践講座）を継続実施
- ・ 技術力・発信力のある一流シェフ等と連携した県内事業者による商品づくりを支援
- ※ 専門人材による事業者の商品開発支援を継続実施
- ※ 伝統的工芸品事業者と異業種との連携による新規ビジネス創出等を支援
- ※ 産官学や発酵バレーNAGANOと連携し、フードテックを活用した新商品開発を支援
- ※ 輸向け農産物生産に取り組む産地づくりやHACCP等の認定に必要な設備・機器等の整備を支援

### ② 重点品目や育成支援品目の戦略的展開

重点品目や育成品目を中心に、生産技術の向上や販路開拓等の事業者支援を行います。

- ・ 信州ジビエの活用促進のためのプロモーションの実施
- ※ クイーンルージュ® トップセールスの実施
- ※ 長野県産米（風さやか）のPRによるブランド確立
- ※ 香港、台湾でのコメ（長野米）の認知度向上対策
- ※ 発酵食品事業者との連携を強化し新商品づくりや発酵食品展示会への出展を支援
- ※ GI長野（日本酒・ワイン）等により、酒類のブランド化を推進
- ※ 県産日本酒の醸造技術向上や経営安定化を支援
- ※ ワイン・シードルに関する栽培・醸造・経営技術の向上を支援
- ※ クラフトビールの醸造技術の向上を支援
- ※ 伝統的工芸品産業の後継者育成・販路開拓を支援
- ※ 伝統的工芸品産業への新規就労者の定着を支援
- ※ 日本一をめざす果樹4大品目（りんご、ぶどう、なし、もも）の産地力を向上
- ※ ウッドチェンジ普及促進支援事業等により木製品の開発や販路開拓を支援
- ※ 信州ウッドコーディネーターを配置し、県産材の販路開拓やマッチング、大型需要に向けた新たな連携体制を構築

## (3) ブランド発信の推進～NAGANOブランドのプレゼンス向上～

### ① 国内におけるブランド発信

首都圏や関西圏を中心に、長野県産品のブランド発信を展開します。

- ・ 永久観光大使を活用した首都圏・中京圏への情報発信
- ・ 信州首都圏総合活動拠点（銀座NAGANO）のリニューアルにより、メンバーズカードのアプリ化などのデジタル化を進め、発信力を強化

- ・ 2025年の大阪・関西万博開催を見据え、関西でのプロモーションを実施
- ※ 発酵食品の魅力を発信し、発酵・長寿NAGANOのブランド力を強化
- ※ NAGANO発酵・健康食ツーリズムの実証実験を実施
- ※ 伝統的工芸品のブランドを再構築
- ※ 県公式観光サイト「Go NAGANO」のコンテンツの充実を図り、国内外に観光情報を戦略的に発信
- ※ 「おいしい信州ふード」の情報発信を強化
- ※ 生産者団体と連携したトップセールスを実施
- ※ 信州の食をテーマとした観光地域づくりを推進
- ※ 6次産業化をはじめ地域資源を活用した付加価値向上の取組を推進

## ② 海外におけるブランド発信

欧州をターゲットとしたグローバルプロモーション等により、海外での信州ブランド発信を展開します。

- ・ クリエイティブ人材が集う世界的イベントに合わせ、長野県をPRし、県内事業者の販路開拓とブランド発信を支援
- ・ グローバルブランドサイトを運用し長野県ならではの価値をグローバルに発信
- ・ 欧州のレストラン等の協力を得たイベントにより長野県のブランド価値を効果的に訴求
- ※ 信州日本酒・NAGANO WINE等の国際コンクールへの出品支援
- ※ 欧米豪など高付加価値旅行市場開拓に向けたプロモーションを展開
- ※ 本県観光コンテンツの海外へのプロモーション・営業活動を展開

## ③ 新たなブランド戦略の推進

新たなブランド戦略の元、民間事業者・市町村等との共創により信州ブランドを浸透させます。

- ・ 信州ブランドが感覚的に理解できるコンセプトブック、特設ウェブページ、動画等を制作
- ・ 企業、市町村、県民等が連携して発信を行う機運醸成のためシンポジウムを開催
- ・ ブランド発信に賛同する企業とともに、女性・若者から共管される長野県の魅力を発信
- ・ 企業や市町村が樹生報発信に利用できるデジタルコンテンツを格納した「長野県コンテンツライブラリー」を運用
- ・ 長野県にゆかりのある著名人を活用するブランドアンバサダーのネットワークを構築

## 4 信州ブランド推進重点品目・ブランド力育成支援品目

「長野県営業戦略2019（当初）における決定品目を継続する。」

### （1）信州ブランド推進重点品目

- 【農林水産物】りんご、ぶどう、風さやか（米）  
信州サーモン・信州大王イワナ・その他淡水魚
- 【加工食品】味噌・醤油・漬物・凍り豆腐
- 【酒類】日本酒・ワイン・その他県産酒類
- 【伝統工芸品】木曾漆器、飯田水引

### （2）ブランド力育成支援品目

- 【農林水産物】きのこ、信州プレミアム牛肉

環境にやさしい農産物（有機栽培等）

【加工食品】 そば

【林産物】 ウッドチェンジ製品、ジビエ

### Ⅲ 営業本部の運営面での改善点

- ・ 2023 年度に「しあわせ商談サイトNAGANO」に追加した「商談実績管理機能」を活用し、商談会等の成果を継続的に把握し、営業本部の施策に反映させる。
- ・ 2024 年度から新たに海外輸出の専門人材「参事（海外戦略推進役）」を営業本部に設置し、集中的に海外販路開拓・拡大を推進する。

### Ⅳ 営業本部の推進体制

本部内に部局横断的なプロジェクトチームを設置して、情報の共有や活動における連携を促進する。（プロジェクトチームは課題等に応じて適宜設置）

- （1）海外展開プロジェクト（営業局、産業労働部、農政部、観光スポーツ部）
- （2）大阪・関西万博プロジェクト（営業局、産業労働部、農政部、観光スポーツ部）
- （3）信州ブランド共創・発信プロジェクト（全部局）

### Ⅴ 2024 年度の成果目標

新アクションプラン 別紙のとおり

- ・ 改定方針 原則、前年度（2023 年度）の目標及び実績件数等を基準に目標を設定  
達成済みの項目は削除するとともに、今後新たな目標を検討