

万代テラスリニューアルを契機とした万代島地区PR事業  
 企画運營業務プロポーザルに係る質問と回答

No.	質問	回答
1	万代テラスリニューアル後の店舗数や店舗のサービス・提供内容をご教示ください。	<p>施設リニューアルに伴い、3店舗（バーベキュー施設、ドッグラン併設のカフェ、アルコール提供を行う軽飲バー）がオープンする予定です。また、ベンチや信濃川に沿ってロングカウンターが設置される予定です。</p> <p>なお、令和8年4月25日の先行オープン後、R10年のグランドオープンまでは飲食店舗等のコンテンツが増える予定はありません。</p>
2	本事業で最も重視される成果指標は①万代テラス単体での認知・来訪促進 ②万代島地区全体の回遊性向上 のいずれでしょうか。優先順位をご教示ください。	<p>優先順位としては②万代島地区全体の回遊性向上に重きをおいています。</p>
3	県として想定されている来訪者数・回遊促進・情報発信に関する目標値や目安があればご教示ください。	<p>県として想定している来訪者数・回遊促進に関する目標値はありませんが、万代テラスリニューアルオープンを契機とした回遊性向上により、各施設における来場者数がR6年実績を上回ることを目標として考えています。</p> <p>また、情報発信に関する目標値はありません。できうる限り多くの効果的な発信をお願いします。</p> <p><b>【万代島主要施設におけるR6入込客数】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・万代テラス 約2.5万人</li> <li>・新潟コンベンションセンター 約65.0万人</li> <li>・ピアBandai 約108.1万人</li> <li>・万代島多目的広場大かま 約11.0万人</li> <li>・展望室（朱鷺メッセ） 48.8万人</li> </ul> <p>※ピアBandaiのみ暦年集計、他は年度集計</p>
4	各施設との連携・調整は県の支援はいただけますか。それとも受託者主体での調整を想定されていますか。	<p>受託者主体で調整をお願いします。</p>

5	公共交通機関利用の県外観光客について、特に重視している来訪経路（新潟駅・空港・佐渡汽船等）はありますか。	利用者数が多い新潟駅を特に重視しています。
6	通年事業とのことですが、オープン期など特定期間に重点配分する設計は可能でしょうか。	季節毎に通年を通したPRを行っていただきたいですが、特定期間に重点配分する企画でも構いません。
7	県または万代テラス運営事業者により、既に予定されている広報・PR施策があれば共有いただけますか。	万代テラスリニューアルオープンに伴い、県の広報媒体（TV・HP等）での情報発信を行います。 また、万代テラス運営事業者からは運営店舗に係るSNS（X、インスタ）、Meta広告、TV取材等を通じた広報施策を行う予定であり、事業者の広報スケジュールは採択者と共有します。
8	仕様書2（3）取組内容「ウ 情報発信を想定する場所、媒体、予算、単価及び回数を示すこと。」とあるが、SNS等の反応を受け、当初予定していた使用媒体や回数を期間の途中で変更することは可能か。	当初予定していた使用媒体や回数を期間の途中で変更することも可能としますが、事前に新潟県交通政策局港湾振興課に協議を行ってください。
9	仕様書2（1）訴求したい対象者 県内在住者（30～50代の男女）、公共交通機関を利用して来県中の観光客。とあるが、どちらを主軸に考えているのか、またその比率をご教示ください。	訴求したい対象者の主軸としては、県内在住者（30～50代の男女）をメインに考えています。なお、比率等は設定していません。
10	仕様書2（2）時期 通年。とあるが、万代テラスにおける飲食施設等のリニューアル（令和8年4月25日先行オープン予定）で、夏・秋に順次、その他コンテンツが増えていく中で、全体的なスケジュールと山場となる時期はいつ頃を想定しているかご教示ください。	現時点で、万代テラスでは令和8年4月25日の先行オープン後、R10年のグランドオープンまでは飲食店舗等のコンテンツが増える予定はありません。 気候的にも散策しやすい季節（春・秋）における広報が回遊性向上に有効と考えています。
11	仕様書2（3）取組内容 新潟県が制作された万代島エリアマップ「万代島アップ」の素材を提供いただき、利用することは可能でしょうか。	PR事業の実施にあたり、万代島エリアマップ「万代島アップ」の素材提供・利用は可能です。