

富山県成長戦略ブランディング戦略プロジェクトチーム  
(第2回～第6回)の議事について

1. 開催日時、出席者

回	日 時	出席者
第2回	令和4年 8月16日(火) 13:30～15:00	【座長】 高木新平 氏
第3回	令和4年 8月25日(木) 11:00～12:15	
第4回	令和4年 8月31日(水) 13:30～14:30	【委員】 榊田隆一郎 氏 山川智嗣 氏
第5回	令和4年 9月13日(火) 16:00～18:00	
第6回	令和4年10月14日(金) 15:30～17:00	

2. 議事

- ・ 議論の過程において、予算編成に関わる今後の具体的な取組みや進め方などの内容が多分に含まれるため、非公開で開催
- ・ なお、10月下旬に開催された成長戦略カンファレンス「しあわせる。富山」にて、これまでの議論の結果としての戦略の方向性等を公表することとした。

3. 議論のまとめ

- ・ ブランディング戦略PT(第2回～第6回)での議事結果については、成長戦略カンファレンスにおける発表内容に代えることとし、その概要は別紙のとおり。

## ①KPIについて

- 「富山＝ウェルビーイング」のイメージづくりに資する「『〇〇』と言えば富山」を、まずは1個創出し、県内外の評価を確立
- 世界的に評価され、国内外から人を惹きつける、ウェルビーイングを体現した象徴的な場(景色、コンテンツ、事業・イベント等)の創出

## ②PTでの検討状況(課題と対応)について

(1)成長戦略ビジョン実現に向けたブランディング戦略においては、まずは、関係人口 1000 万創出の母集団として、可能な限り多くの方々に富山を認知してもらい、関心をもってもらい、そして強い共感をもって富山を選んでもらえるよう、戦略的な視点から選択と集中を図りながら、本県の良さをこれまで以上に積極的に県内外に発信していく必要がある。

情報発信に際しては、富山がもつ土地のポテンシャルを背景に、「富山＝ウェルビーイング」のイメージに資する「『自然×美食』と言えば富山」といったイメージ、ストーリーの創出を目指し、『自然×美食』の中でも、まずは『寿司』をフックとして一点突破を図る。

(2)「富山＝ウェルビーイング」のイメージで富山を認知し関心を持った関係人口 1000 万の母集団に対し、富山への強い共感と関わりをもってもらうため、富山を選びたいようなコンテンツの創出と提供が必要である。

## ③今後の重点的な取組みについて

(1)「『寿司』と言えば、富山」を創出

- ・ 料理人をはじめとした「寿司」に関わる一流のクリエイターが富山に集まる環境の創出(例:クリエイティブな寿司職人養成の仕組みなど)
- ・ 富山の寿司の構成ファクターである「富山にしかないもの」を発信(3000m 級の立山連峰と水深 1000m の富山湾からなる高低差が生み出す自然の恵み[豊富な魚種、米などの高品質な農産物と加工品]、東西の食文化の融合、近年の外部評価の高まりなど)
- ・ 富山市中心部をはじめ来県した人が満足できる宿泊施設やガイドなどのラグジュアリー環境の整備
- ・ 寿司を起点に県民にとって当たり前の日常の暮らしや地域の文化(例:食材やお酒、クラフトなど)に触れあえる仕掛けづくり

(2)「『寿司』と言えば、富山」を象徴するようなインパクトのある仕掛けの創出

(想定:県の玄関口のような場所)