

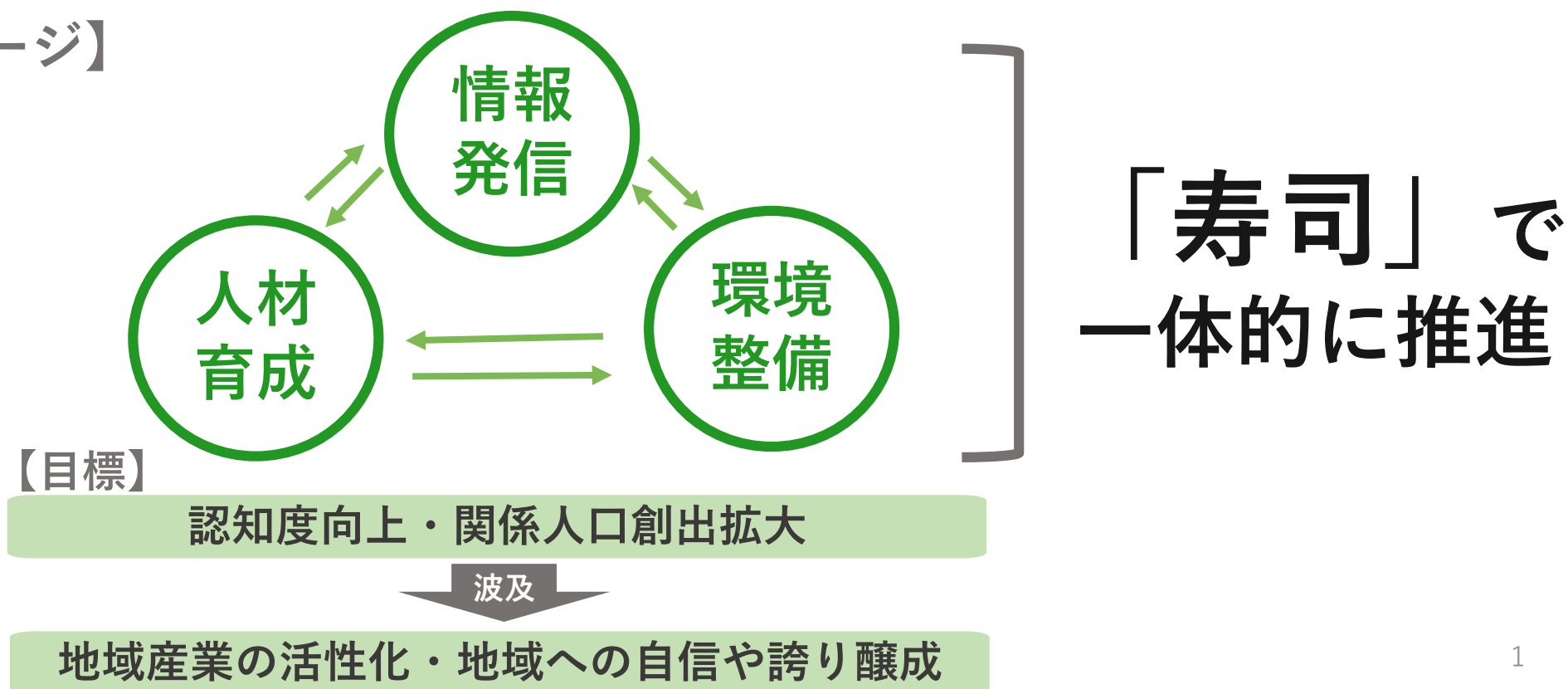
「寿司といえは、富山」 ブランディング戦略

ブランディング戦略の目的

1 目的

寿司をキーワードとして本県の認知度を高め、関係人口の創出・拡大により、地域産業を活性化し、地域への自信や誇りを醸成する。

【展開イメージ】



ブランディング戦略の活動方針

2 活動方針 随時見直しながら各領域で成功の芽を探す

	実施にあたっての方向性	具体的な県の取組み内容（R 6）	R 14
情報発信	<p>情報発信（消費者向け） 外部評価や話題が高まる情報を発信する</p> <p>情報発信（作り手向け） 取組みに関わりたくなる情報を提供する</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・食の著名人のSNSによる県内寿司店等の魅力発掘・発信事業 ・富山のジオストーリーと寿司の美味しさを紐解く事業 ・寿司を活用した国内外の観光プロモーション（地創）等 ・SUSHI collection TOYAMA開催 ・ウェルビーイング・デジタルコミュニティ活性化支援事業 ・伝統工芸品と食との連携プロモーション事業（商労） 	<p>地域産業の活性化・自信／誇りの醸成</p> <p>県外認知度 90% ・ 推奨意向度 90%</p>
人材育成	<p>「作り手」を増やす取組み チャンスや挑戦を提供してプレイヤーとなる人材を集積させる取組み</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・お試し就職支援事業 ・若手寿司職人育成イベント実施事業 ・とやま海業BASE推進事業（農水） 	
環境整備	<p>信頼安心を形づくる取組み 富山の魅力を持続可能なものとする</p> <p>地域への自信や誇りを高める取組み(=県民ウェルビーイング)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・栽培漁業振興推進事業、磯根資源養殖技術向上研究（農水） ・富山米ブランド力向上対策事業、「富富富」戦略推進事業（農水）等 ・富山のジオストーリーと寿司の美味しさを紐解く事業（再掲） ・県民家庭の日×寿司キャンペーン事業 等 	

今年度の主なスケジュール（予定）

県内実施イベント（予定）

【通年事業】

- ・すしカレンダー記事掲載（4～10月）
- ・寿司店舗情報発信記事年間 約15記事
- ・地形と食の関係を紐解く出前講座4回／年
- ・「寿司といえば、富山」発見投稿

- 6/5～6/6 SUSHI collection TOYAMA
- 7月末 海と日本のプロジェクトin富山県
体験イベント@一般社団法人とやまミライラボ
- 夏～秋 県民家庭の日×寿司PR事業
- 10月31日～11月4日 能登半島地震復興支援ご当地回転寿司
フェスティバル
@能登半島地震復興支援ご当地回転寿司フェスティバル実行委員会
- 11月 寿司PRラッピング市内電車
@一般社団法人とやまミライラボ 等
- 2月 モデルルート発表

県外関連イベント等（予定）

- 5/15～5/16 SusHi Tech Tokyo 出展
- 6月 第一生命@豊洲イベント
- 7/31 関西圏情報発信拠点開業
（JR大阪駅西口・KITTE大阪内）
※今後、イベントスペースにおいて
寿司を活用した観光PRを実施予定
- 9月 北陸新幹線敦賀駅動画放映

【その他寿司連携事業】

- ・観光プロモーション(国内外)
- ・ウェルビーイング・デジタルコミュニティ活性化支援事業

※緑字部分は民間主体の
寿司関係イベント（県協力）

この他、お試し就職支援・
若手寿司職人イベントを実施

各部署における取組み

3 各部署における取組みとの連携強化

(1) 寿司を取り入れた積極的な情報発信

取
組
事
例

- ・ 寿司名刺の活用（R6より全庁展開）
- ・ 北陸新幹線金沢-敦賀間開業CMでのPR
- ・ ものづくり総合見本市交流会で寿司屋台を設け寿司提供
- ・ 県立図書館での企画展
- ・ 県発注工事施設でのPR



(2) 従来の取組みに寿司を掛け合わせた新たな展開の検討

- ・ 工芸×寿司、お酒×寿司、先端技術×寿司
- ・ 地域課題解決×寿司

⇒ 県民や事業者を巻き込めるよう「寿司といえば、富山」
ブランディング戦略をブラッシュアップする