

第2回ブランディング戦略ワーキンググループ議事要旨

日時：令和3年12月14日（火）15:00～17:00

場所：富山県庁4階大会議室・オンライン

（1）事務局説明

- ・ 第1回WGでの委員からの意見を踏まえ、①国内外への富山＝ウェルビーイング（真のしあわせ）のイメージづくりの推進、②富山の「関係人口1,000万人」実現に向けた取組の推進に対応する施策を説明。

（2）委員の主な意見

- ・ ワーキンググループの委員はじめ地域で活躍されている方々を応援していくというスタンスが大事。そして、県民とともに、県庁職員もパワーアップすることが重要。
- ・ デジタル時代には測定可能な政策を打つことが求められる。現状の関係人口が何人で、目標とする1000万人とのギャップが何人なのかを把握し、これから実施するそれぞれの事業で、それぞれ何人の人に情報を届け、積み上げていくのか、どのような数字で効果検証するのかということを押さえなければいけない。情報発信というのは、WEB上の数値を簡単にとることができる。どの数字をおさえるかも含め、施策の方向性を表明することが非常に重要。
- ・ 例えば、アメリカの暮らしに大きな影響を与えている著名な日本人という切り口から、今まで何にも富山を知らなかった人たちへ、その人を窓口で富山を知ってもらうという方法もあるのではないか。
- ・ 富山には厳しいけれども豊かな自然があつて、それとともに共生してきた人がいて、自然と人がともに作り上げてきたその土地が持つ品格がある。そういったところを伝えることで、この地を訪れる方々にとっても、ウェルビーイングにつながる価値となり、地域も豊かになっていくと思う。
- ・ 子どもたちを幸せにすることが求められていると思うが、現状、伝統産業のすばらしさなど、富山を学びに来たいと思っている子どもたちを受け入れる体制が十分に整っていないという課題もある。
- ・ ウェルビーイングのイメージづくりや魅力発信をしていこうとしても、現状とのギャ

ップがありすぎると全く響かないものとなる。現状も踏まえたうえで、上滑りしないウェルビーイングを実現すべき。

- ・ KGIをどう設定するかがポイント。関係人口には1000万人という数字が提示されているが、ウェルビーイングのイメージづくりにも定量的な目標が必要かもしれない。
- ・ 富山のスポーツや食、観光、暮らしている人などの魅力を伝えるためには、コンテンツの設定とそのコンテンツごとの適する発信の仕方がポイントになる。
- ・ 委員自らが、富山県との繋がりや魅力について母校などで発信する、というのはどうか。人との繋がりや縁を活かすのがわかりやすい。
- ・ 県が予算化して、プロポーザルをして民間にどうぞという進め方ではなく、これからは民間と自治体がともにプロジェクトを組成する格好でないと、人の繋がりや新しいセンスを活かしていくブランディングは難しい。
- ・ 県民一人一人がメディアとなって発信するという理想形にすぐにはならない。富山の人は豊かさが当たり前になっていて、その魅力の源泉に気付いたり、魅力にしていく術をもっていなかったりする。外の目線を持ったクリエイターが魅力として創出することによって新しい価値になり、それを外部の人が評価することにより、県民が自分達の価値を見直すことになる。日常の幸せや素材×クリエイター×外部評価の3つが大事。県民一人一人が発信していく手前の段階として、クリエイターが富山の素材資源をもっと掘り起こし、発信していくということを戦略的にやっていくべき。
- ・ クリエイターを増やすためには、受け皿となるコミュニティをつくり、そのコミュニティ運営に県庁の若手職員を派遣したり、既に県内で動いている面白いプロジェクトを横でつなぐような機会を設けたりするとよい。また、すでに県内には少しずつコミュニティが出てきているため、県が支援するということをやった方がよい。
- ・ 副業クリエイターの認定や女性クリエイターの育成など、県内クリエイターの増加を図る取組みもやれるといい。
- ・ 日本橋とやま館のスペースを使ってのブランドのPR強化、県外メディアとの関係構築・展開など外部評価を得る手立ての検討が必要。
- ・ 県西部はものづくりというところに一定の認知を獲得しており、実際にクリエイターに刺さるコンテンツをたくさん持っている。
- ・ 富山にはすばらしい山があって、素晴らしい富山湾があるのに本当にきれいに見える場所はほとんどない。惚れ惚れするような心のシンボルがほしい。

- ・ 人と人が繋がるのがウェルビーイングだと思う。地元にあるサービス、環境、資源と働き手、それらをサービスとしてつなぐシステムを構築し、持続可能なビジネスフレームを実現していくことが大事。
- ・ 語学堪能な女性を地域通訳案内士として育成する、日常に近い生活を体験するようなガイド付きツアーをつくる、など女性活躍×観光ブランディングが必要。
- ・ ものづくりなどでも、北陸というところを意識して連携していくとよい。
- ・ 本体会議やワーキンググループ、ビジョンセッションや県のほかの計画との全体の連携やスキームの整理、また、次年度の事業の話と中長期的に検討する話が混在しているので、整理する必要があるのではないか。