

戦略名	KPI	A.KPI向上のための施策 (=R4アクションプランに掲げる施策)	B.事業名	C.概要	D.予算額	E.期間	F.進捗状況	G.実績・効果・改善点
(3)ブランディング戦略	・「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	富山県の「関係人口 1000万人」実現に向けた取組みの推進	マイクロツーリズム推進事業	近隣県民の誘客促進のため、近隣県向け情報発信などの誘客施策を実施するとともに、その結果の検証を行う等、マーケティングに基づきマイクロツーリズムを推進	17,400	R4.4～R5.3	R3年度に実施した調査の分析結果を踏まえ、ターゲット毎に効果的な時期や媒体による情報発信を予定	現時点でなし
			戦略的広報広聴調査・実証事業	届けたい人に必要な情報を届け、その人からフィードバックをもらうことを目指し、ポータルサイト「デジタル窓口」の設置により、UI・UXの向上や広報広聴機能の強化を実証	50,000	R4.4～R5.3	関係部局との調整を経て、現在、委託事業者を公募型プロポーザルで選定中	現時点でなし
			県内事業者支援in日本橋とやま館事業	新型コロナの影響を受ける県内事業者を支援するため、日本橋とやま館で富山の魅力を体感できる企画等を実施し、県産品や県内観光の発信力を強化	12,000	R4.4～R5.3	①富山と日本橋をつなぐ「富山の窓」事業 年度内12回実施予定のところ4回実施(7月末現在) ②富山産「肉食」の普及・発信 ファンミーティング in 東京、ファンミーティング in 富山及び富山の食体験会開催に向け準備中 ③首都圏での販路開拓サポート 首都圏での販路開拓に関する様々な情報提供(7回)及び商談会開催に向け準備中	①富山と日本橋をつなぐ「富山の窓」事業・三郎丸蒸留所(5/15実施、参加者13名)、大岩山日石寺(5/29実施、参加者7名)、室堂(6/12実施、参加者23名)、新湊漁港(富山湾しろえび倶楽部)(7/10実施、参加者17名)とリモート中継を実施。 ・参加者からのアンケートでは、概ね良好な評価を得ているが、今後のリモート中継先については様々な角度から富山の魅力を体感できるように検討が必要。 ②現時点でなし ③販路開拓情報提供により45社がバイヤーと商談中
・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	国内外への「富山＝ウェルビーイング」のイメージづくりの推進	女性による「暮らすような旅」観光サービス事業化プロジェクト	暮らすように旅する新たなスタイルの観光振興のため、女性の力を活かし、担い手の育成や、観光サービスを造成するとともに、欧州向けセールス、観光PR等を試験的に実施	22,800	R4.5～R5.3	実施事業者を公募型プロポーザルで選定済	現時点でなし	
		新たな時代に対応した観光地域づくり支援事業	ポストコロナを見据え、観光事業者等が取り組む旅行商品・サービスの造成やデジタル技術の活用などの新たな観光ビジネスに対し支援	30,000	R4.4～R5.3	R4.4～5 第1期募集 R4.6～7 第1期交付決定(5件、3,041千円) R4.7～ 第2期募集	現時点でなし	