

● 効果的・戦略的な広報・ブランディング方法の検討

- ▶ 成長戦略ブランディング戦略PTでの議論を踏まえた
県庁における取組みの検討

県公表資料では「寿司といえば、富山」と表記していましたが、より見やすく表示するため、令和6年2月20日より「寿司といえば、富山」の表記とします。(「…言えば、」→「…いえば、」に変更します。)

【検討課題の例】 ・「寿司といえば、富山」のイメージ発信を核とした、総合的な情報発信の検討

(ex.寿司:米、水産物、醸造品等／附帯商品:日本酒、食器(鋳物、漆器等)／観光商品:宿、観光地等)

- ▶ 受け手に届く情報発信、富山の認知度向上のため
民間ノウハウを活用し、ルールや実施方法を検討

【検討課題の例】 ・ターゲットに届く効果的な媒体・コンテンツの選択方針

・県外向け各種パンフレットの集約やペーパーレス化検討

● 広報・ブランディングに係る庁内方針の検討

- ▶ 課題の洗出しと共有、他県事例調査や対応策の検討

(例:類似する情報サイトやブランドマーク等の調査、集約可能なものの検討)