

寿司と  
いえば  
富山DAO  
SUSHI TOYAMA

2024.10 LAUNCH  
SUSHI ONLINE COMMUNITY

富山県ブランディング推進課



Web3 Times

# 01. 概要

寿司と  
いえば  
富山 **DAO**  
SUSHI TO IEBA TOYAMA



「寿司といえば、富山」の  
ブランディングを皆で考える

オンラインコミュニティ

## 02. 背景



オンラインコミュニティで

2つの課題を同時に解決する

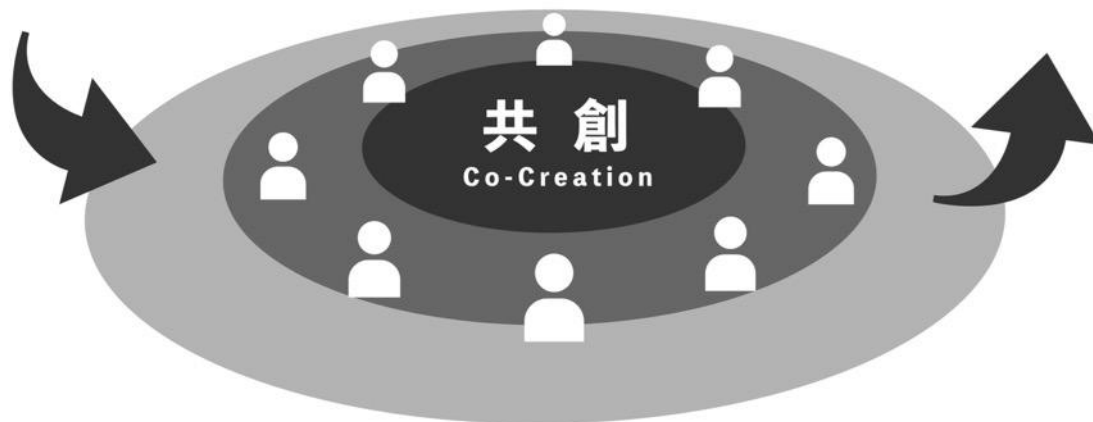
# 03. 仕組み

## 誰でも参加可能\*

寿司に興味がある人  
新しいことに挑戦したい人  
富山のことが好きな人

## 富山の寿司を盛り上げる企画

様々な企画を通じてコミュニティ参加者  
同士の共創を生み出し、「寿司といえば、  
富山」のブランディングを盛り上げ



オンラインコミュニティ  
Online Community

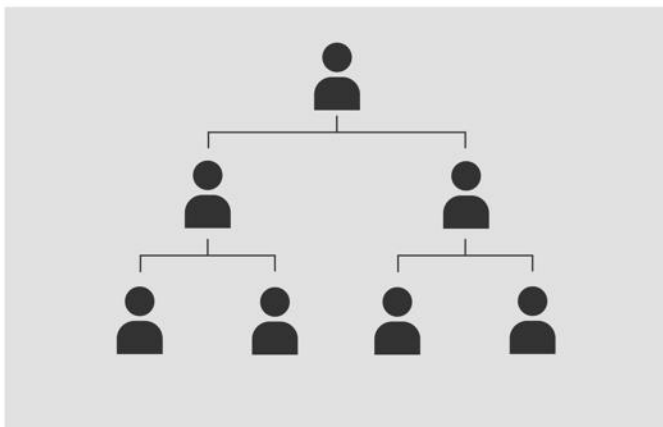
\* 初期メンバーには人数制限あり

寿司と  
富山  
D.A.O.  
SUSHI TOYAMA

# 03. 仕組み

## DAOの要素を取り入れたコミュニティ

### 従来型の組織



特定の管理者（上司）が意思決定

### DAO（分散型自律組織）



コミュニティ参加者同士で意思決定

# 03. 仕組み

## Web3技術を活用したDAOとの違い

\*NFT : Non-Fungible Token (非代替性トークン)

	寿司といえば富山DAO	Web3技術を活用するDAO
参加証NFT*	なし	あり
インセンティブ	お寿司マイル (ポイント)	トークン
参加ハードル	易	難
参加者数	多い	少ない



参加のハードルを下げることで、  
短期間でのコミュニティ活性化を目指す

\*お寿司マイルに換金性はありません

# 04. 楽しむためのポイント

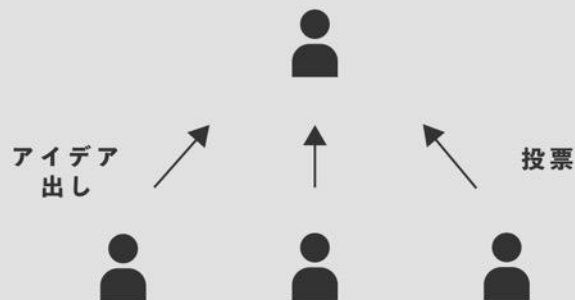
寿司と  
いえば  
富山  
PAO  
SUSHI TOYAMA

Point.1

## 楽しみながら関われる様々な企画

### 企画に参加する

例．寿司デザインコンペ



決められたお題にアイデアを出したり  
投票に参加したりするライトな関わり方

### 企画を立ち上げる

例．寿司イベントの企画・実施



企画を1から提案し、コミュニティ参加者  
との共創により実現するコアな関わり方

# 04. 楽しむためのポイント



Point.2

素敵な特典がもらえる「お寿司マイル」



コミュニティ内ポイント

お寿司マイル\*

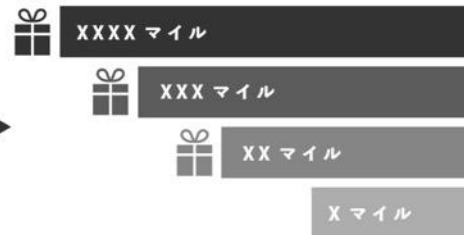
活動すればするほど  
お得に！



コミュニティでの会話や  
企画への参加



活動や貢献に応じて  
お寿司マイルが手に入る



お寿司マイルを貯めると  
豪華な特典がもらえる！

\*マイルに換金性はありません



# 04. 楽しむためのポイント

## 寿司といえば富山DAO Activity Dashboard

2024/10/01 📅 to 2025/03/17 📅 検索

🔍 Search by username... 合計お寿司マイル 📄 Export CSV

1		1787mile
2		1533mile
3		1259mile
4		1169mile
5		1160mile

獲得した  
お寿司マイル数



トヤマカード



# 特典一覧

## BENEFITS-LIST



富山湾鮭セット (例)

お寿司マイルを貯めると、以下の特典に交換することができます。

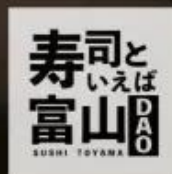


寿司そっくす



特典	必要マイル数
富山県産品ギフトカード「トヤマカード100」 ※10,000円分相当	1,600
富山県内の参画店舗で使える「富山湾鮭セットクーポン」 ※4,500円分相当	1,300
富山県産品ギフトカード「トヤマカード35」 ※3,500円分相当	1,000
富山県庁からのお礼状	1,000
SUKENO 寿司そっくす (2個) ※8種類からお好きなものを2個選べます ※2個で1,320円分相当	500

※お寿司マイルは特典と交換すると消費されます。



# 05. DAOローンチまでの動き

DAOロゴアイコン作成



富山県と共同でプレスリリースDAO  
初期メンバー募集開始

9月12日

DAO開設 (参加者順次流入)

10月10日

DAO初期メンバー  
募集締切

9月30日

DAOローンチ会実施

10月24日

8月

9月

10月



Discordコミュニティ内設計  
お寿司マイル/特典の設計

10月20日~23日

PROJECT.0 お寿司スタンプコンペ



寿司といえは富山DAO  
公式Xアカウント開設

Xにて拡散キャンペーンを実施

# 06. DAOローンチ以降の施策

- 10月25日 ● プロジェクト2企画募集・投票  
～11月7日
- 11月20日 ● 第1回オフ会（富山・東京）  
・21日 (計40名近くの方が参加)
- 12月1日 ● ます寿し関野屋さんトーク会
- 12月9日 ● 第2期メンバー募集開始
- 12月20日 ● 農林水産省主導プロジェクト  
「おいしい日本、届け隊」  
連携プレスリリース
- 2025年
- 1月9日 ● 心温まるエピソードプロジェクト実施
- 1月10日 ● 第2回オフ会（富山）



# 06. DAOローンチ以降の施策

2月4日  
～3月4日

● 富山きときとデジタル手形ツアー



2月18日

● ニッポンの魚ビジネスEXPO参加



2月20日

● 農林水産省主導プロジェクトとの  
コラボ企画  
京吉さんオンライントーク会



2月28日

● 東急不動産HD 主催  
渋谷DAO DAY参加



3月13日

● Japan Tourism NFT Award 2024  
ファイナル大会



# 07. KPI（達成目標）

目標A：「寿司といえば、富山」の認知度向上に寄与すること

目標B：関係人口の構築

目的	KPI指標	FY2024目標	備考
“深い”関係人口の構築	DAO参加者数	<b>200人</b> (内、富山県在住者以外の割合90%以上)	コミュニティの参加人数。 *ただし、富山県在住者は関係人口に当たらないため、富山県在住者以外の90%以上を目指す。
	MAU (月間アクティブユーザー数)	<b>30人</b> (内、富山県在住者以外の割合90%以上)	当月内に1回以上書き込みまたはリアクションした人数をbotで取得。 *上記同様に富山県在住者以外の割合90%以上を目指す。

目標C：スポンサー案件獲得

目的	KPI指標	FY2024目標	備考
持続可能な事業運営	スポンサー収入	<b>20万円</b>	—

## 08. 結論

Q

DAOは「寿司といえば、富山」のブランディング及び、関係人口創出に有効か？



A

富山の寿司への推奨意向度への向上に寄与し、富山へ深い愛着を持つ関係人口創出に有効！  
ただし、DAOの持続的な継続が必要。

# 09. 認知調査アンケート結果（DAO内）

本DAOが「寿司といえば、富山」の認知度向上に寄与したかを検証するため、DAO参加者を対象に認知調査アンケートを実施。

実施期間 : 2025年3月1日（土）～3月10日（月）

対象者 : 「寿司と言えば富山DAO」参加者

有効回答数 : 33名 (回答率16%)

寿司といえば富山DAOに参加して、知人や友人に富山の寿司をお勧めしたい気持ちになっている

91%

DAOでの活動を通じて、富山に関する何かしらのアクションに繋がっている

90%

寿司といえば富山DAOに参加し、投票などの活動を通して「寿司といえば、富山」のブランディングに関与している

73%

回答者のほとんどが、「寿司といえば、富山」に紐づくアクションを行っており、  
**深い関係人口の創出** **寿司＝富山の認知度向上** に本DAOが寄与していると言える。

\* 匿名加工情報となります

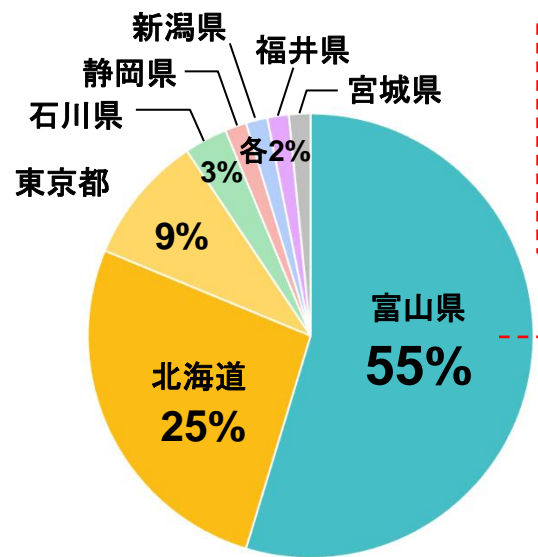


# 09. 認知調査アンケート結果（DAO外）

同目的にて、DAO非参加者を対象に認知調査アンケートを実施。

実施期間 : 2025年3月1日（土）～3月10日（月）  
対象者 : 「寿司といえば富山DAO」非参加者（「寿司といえば富山DAO」Xアカウントからの発信にてアンケート実施）  
有効回答数 : 64名

## 寿司といえば？で思い浮かべる都道府県



主要都市圏を対象とした  
県によるオンライン調査の結果  
(富山県は8.9%で4位)  
よりも大幅に高い割合に。

寿司といえば富山DAOのSNS発信を見て  
富山の寿司(ます寿司を含む)に  
興味を持った

# 95%

SNSの発信が、DAO外の一般ユーザーに対しても  
富山=寿司のイメージ醸成に一定寄与している。

\* 匿名加工情報となります

# 09. DAOメンバー状況

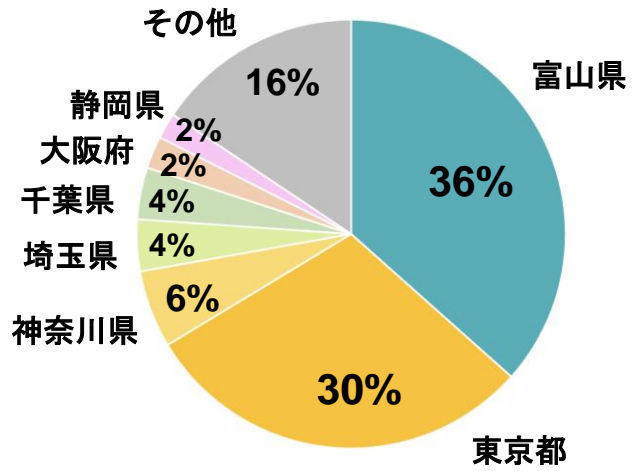
## DAO参加人数 **207名**

当初のKPIである200人を達成

ただし、富山県在住者以外の割合は64%のため目標の90%には未達

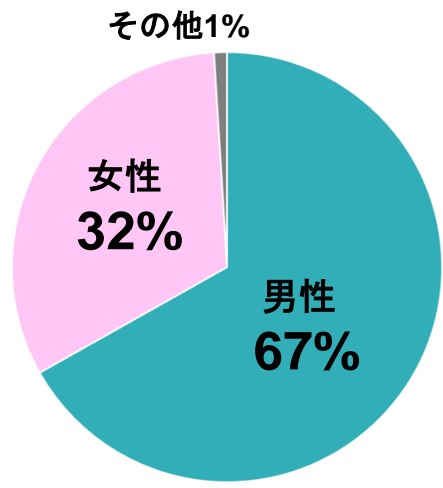
※3月21日時点

### 在住都道府県



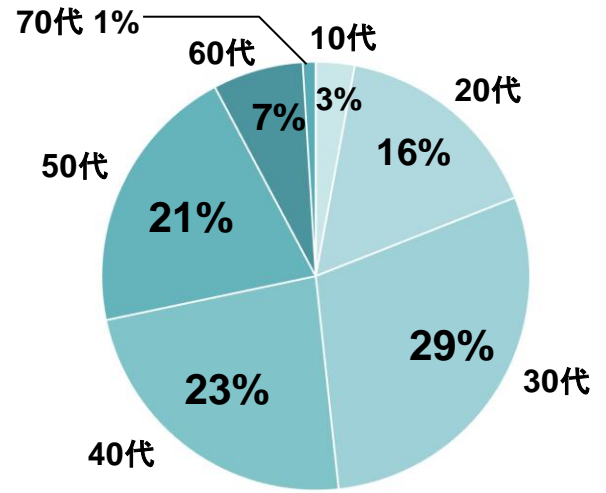
富山県が約3.5割、東京都中心に関東圏が約4割強、残り2割をその他の各都道府県民が構成している。

### 性別



男女比は7 : 3。  
DAOではほぼ一般的な比率に。

### 年代



年代別では30~50代が中心。  
今後は若年層のさらなる参加に注力。

\* 匿名加工情報となります

## 09. DAOメンバー状況

多数のクリエイターの方がDAOに在籍

デザイナー

フォトグラファー

イラストレーター

建築家

ITエンジニア

映像クリエイター

マーケター

AIクリエイター

Webデザイナー

# 10. MAU / スポンサー獲得状況

## MAU (DAO内の月間アクティブユーザー数)

※当月内に1回以上の書き込みまたはリアクションをした人の数 (2025年2月3日(月)~3月3日(月))

MAU数

**40名**

(内、富山県在住者以外は26名)

当初のKPIである30人を大きく超えて達成  
ただし、富山県外在住者以外の割合は26人のため、目標の97%には到達

MAU率

**約20%**

(分母：DAO参加者全体205名)

一般的なDAOにおけるMAU率は5%程度 (Web3Time調べ)  
のため、非常にアクティブ率が高い状況

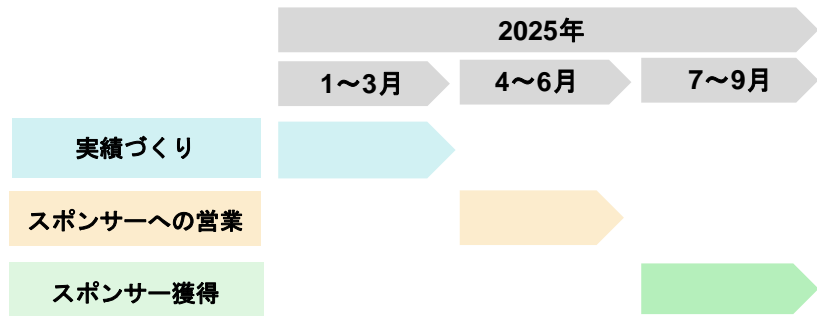
\* 匿名加工情報となります

## スポンサー獲得状況

DAO立ち上げ当初は  
プロジェクトの実績がなく、スポンサー獲得に苦戦



2025年度での獲得を目指し、  
継続的に営業活動中



# 11. SNSの効果的な活用

Xを中心にSNSを積極的に活用し、富山の魅力を情報発信

(2025/3/21時点)

公式Xは約7ヶ月の運用で

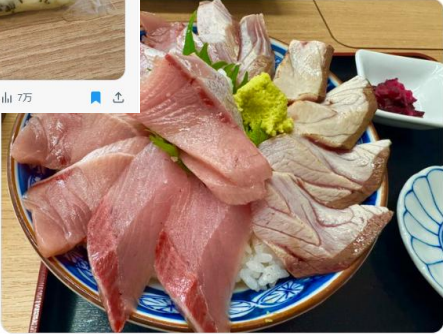
インプレッション

約200万

フォロワー

約2,100人

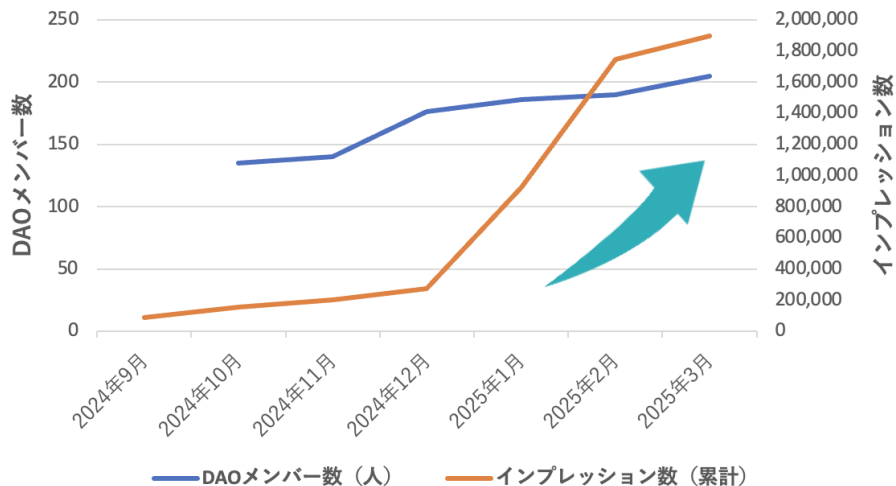
寿司写真や富山の日常風景を配信。  
ハッシュタグによる  
プレゼントキャンペーン施策、  
富山県公式アカウントによる  
拡散ご協力などの効果により、  
フォロワー数比で大きな  
インプレッション数を獲得。



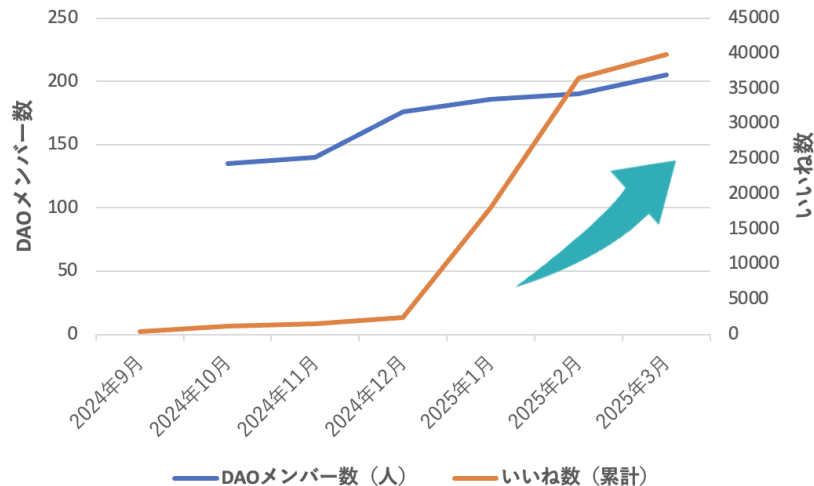
午後8:48 · 2025年1月18日 · 25.1万 件の表示  
山 ポストのエンゲージメントを表示  
22 889 6,455 396

# 11. SNSの効果的な活用

## DAOメンバー数 / Xインプレッション数 (累計)



## DAOメンバー数 / Xいいね数 (累計)

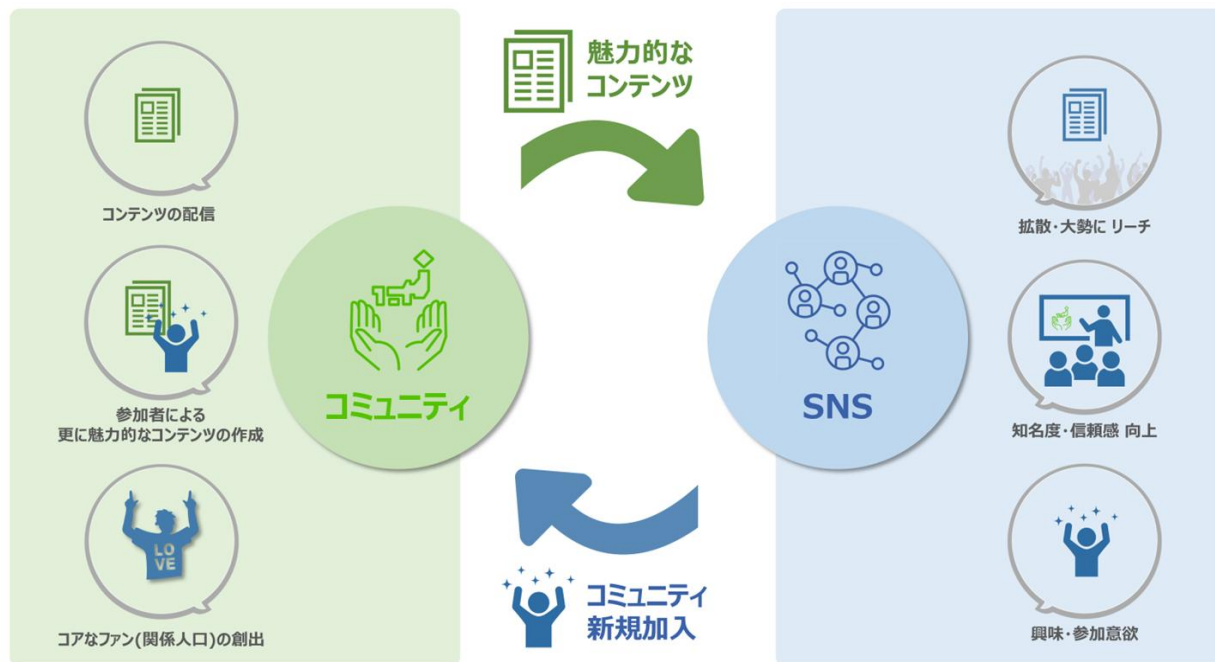


Xのインプレッション数やいいね数と共に、DAOメンバー数も増加

# 12. コミュニティの強み

コミュニティの特徴は

SNSよりも **エンゲージメント** の高いファンを醸成できること



# 12. コミュニティの強み

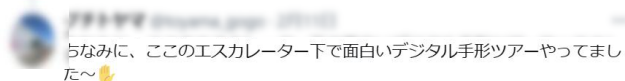
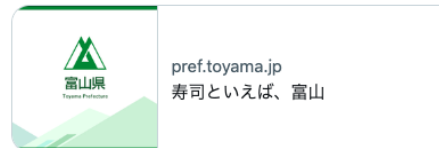
## DAOメンバーの方々が自主的に「寿司といえば、富山」に関する情報をXで発信！



#寿司といえば富山DAO

と誰に聞いても この言葉がかえってくるように盛り上げてまいりまっしょい

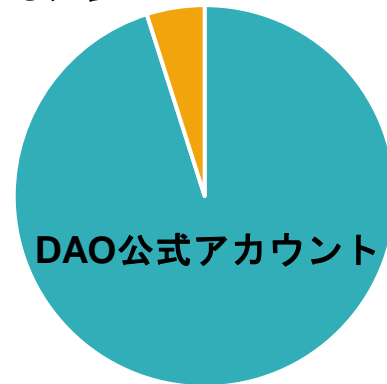
ってかこんなPR動画も作ったら面白そう♪



[note.com/sushi\\_toyama\\_d...](https://note.com/sushi_toyama_d...)



Xインプレッション累計数  
DAOメンバー



■ DAO公式 Xアカウント ■ DAOメンバー

Xにおけるインプレッション数比率



## 12. コミュニティの強み

オンラインだけでなく「リアル」の交流（オフ会）も開催！



2024年11/20(水) 東京オフ会



2024年11/21(木) 富山オフ会

# 13. DAO内プロジェクト（トーク会）

DAOメンバー主催でトーク会をオンラインで開催  
「農林水産省官民共創プロジェクト」とも連携



**寿司といえば富山DAO**  
トーク会♪

鱈寿司の歴史や今後に関して  
日時: 12月1日(日) 20:00~

取締役  
**関野 伸也**  
鱈乃寿し 元祖関野屋

寿司といえは富山



～黒作りの匠・京吉さんと探る深き味わいの世界～

オンラインZoom 参加費 無料

2025年2月20日(木)20時~

おいしい日本、届け隊 OISHINIPPON TODOKETAI × 寿司といえは富山

登壇者  
有限会社 京吉 京谷政秀代表

まず寿し 経営者の方に登壇頂き  
鱈寿司に関する知識を深めるトーク会を開催

農林水産省が推進する官民共創プロジェクト  
おいしい日本、届け隊とオンライントーク会をコラボ

# 14. DAO内プロジェクト（デジタルスタンプラリー）

## 富山きときとデジタル手形ツアー概要



目的：富山の魅力を知る機会の創出

内容：店舗・施設を巡り  
3種類のNFTを獲得すれば、  
特典を得ることができるスタンプラリー

期間：2025年2月4日（火）～ 3月4日（火）

協力店舗・施設数：計13店舗

「2025年に行くべき52か所」としてニューヨークタイムズ紙に取り上げられた富山市ガラス美術館や、富山県観光サイトで紹介されている寿司店など。

# 14. DAO内プロジェクト（デジタルスタンプラリー）

DAOメンバー × 富山県 共同企画として実施

DAOメンバー中心にプロジェクトを推進

DAOメンバー

企画提案

イラスト作成

エンジニア関連紹介

プロジェクト名称決め

富山県庁

協力店紹介

プレスリリース

Web3 Times

スケジュール管理

ポスター作成 / 発送

プレスリリース

# 14. DAO内プロジェクト（デジタルスタンプラリー）

## QRコードを設置いただく協力店様への説明



# 15. 外部イベントへの参加

DAOメンバー主体で、富山の魅力を魚ビジネスExpoにてアピール



# 15. 外部イベントへの参加

全国のDAOが渋谷に集結! 東急不動産主催 渋谷DAODAYに参加し、  
寿司といえば富山DAOを全国にアピール!



# 15. 外部イベントへの参加

優秀なNFTプロジェクトを表彰する

Japan Tourism NFT Awards 2024 ファイナル大会で「**ゴールド賞**」を受賞！

世界の観光産業をリードするNFTプロジェクトをオールジャパンで創出していく

JAPAN  
TOURISM×NFT  
AWARDS  
2024

主催：一般社団法人日本NFTツーリズム協会





# 16. 課題・考察：役割の明確化

## 実証実験を通して見えた課題

- ・ゴール設計や大枠がはっきり決まっていない状態でスタートしたプロジェクトが一部あり。
- ・参加者の方もどのように進めていいのかわかりにくく、最終的に達成度が曖昧となり、またDAOメンバーの方の負担となってしまった。

## 今後に向けての改善点

- ・企画の骨子や目的など、大枠となる部分は県と運営企業でしっかりと固める。
- ・企画実施の具体的な手法や詳細設計についてDAOメンバーに委ねていくことで、企画実現可能性を担保する。

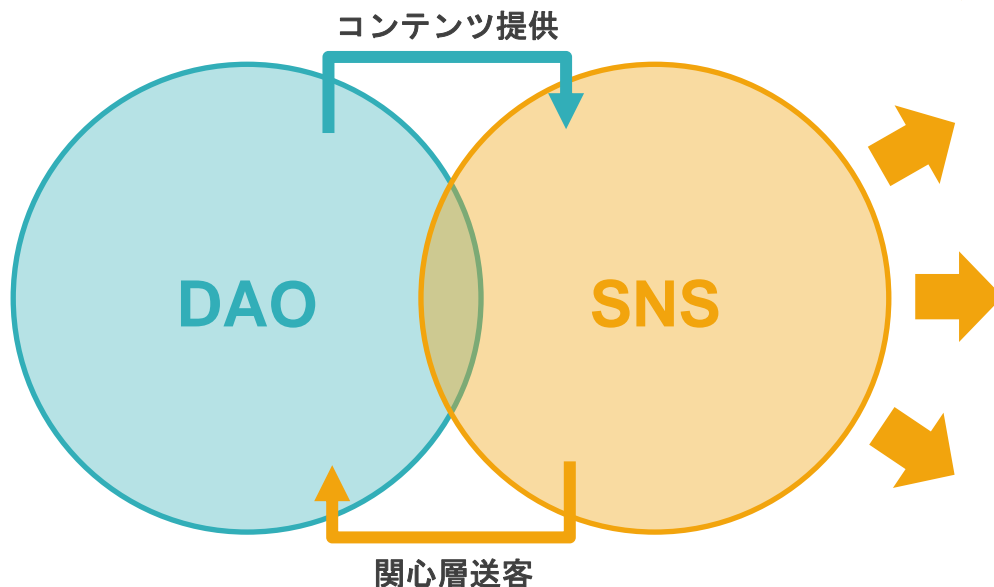


# 16. 課題・考察：DAO×SNSによるブランディング

エンゲージメント  
(熱量)

リーチ  
(拡散)

企画検討・実施  
関係人口構築



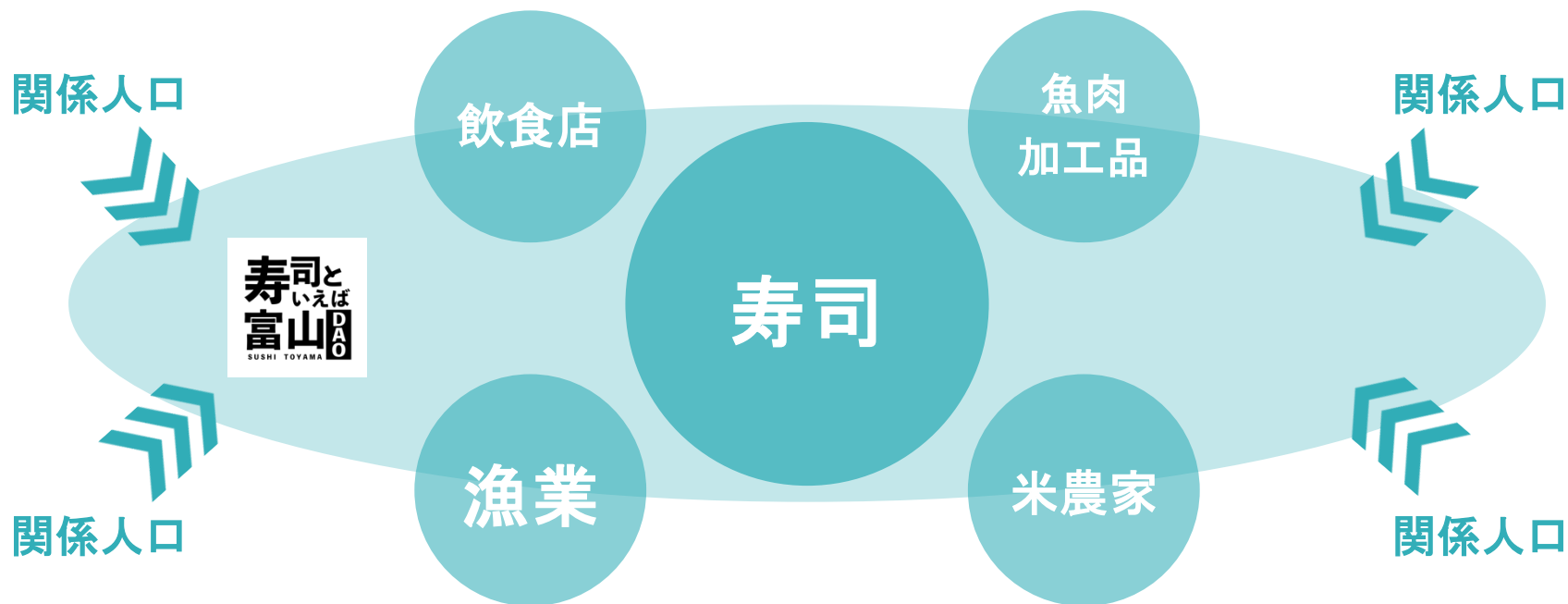
情報発信  
認知向上

**DAOとSNSを組み合わせる**ことにより、リーチ・エンゲージメントの両面から「寿司といえば、富山」ブランディングに貢献可能

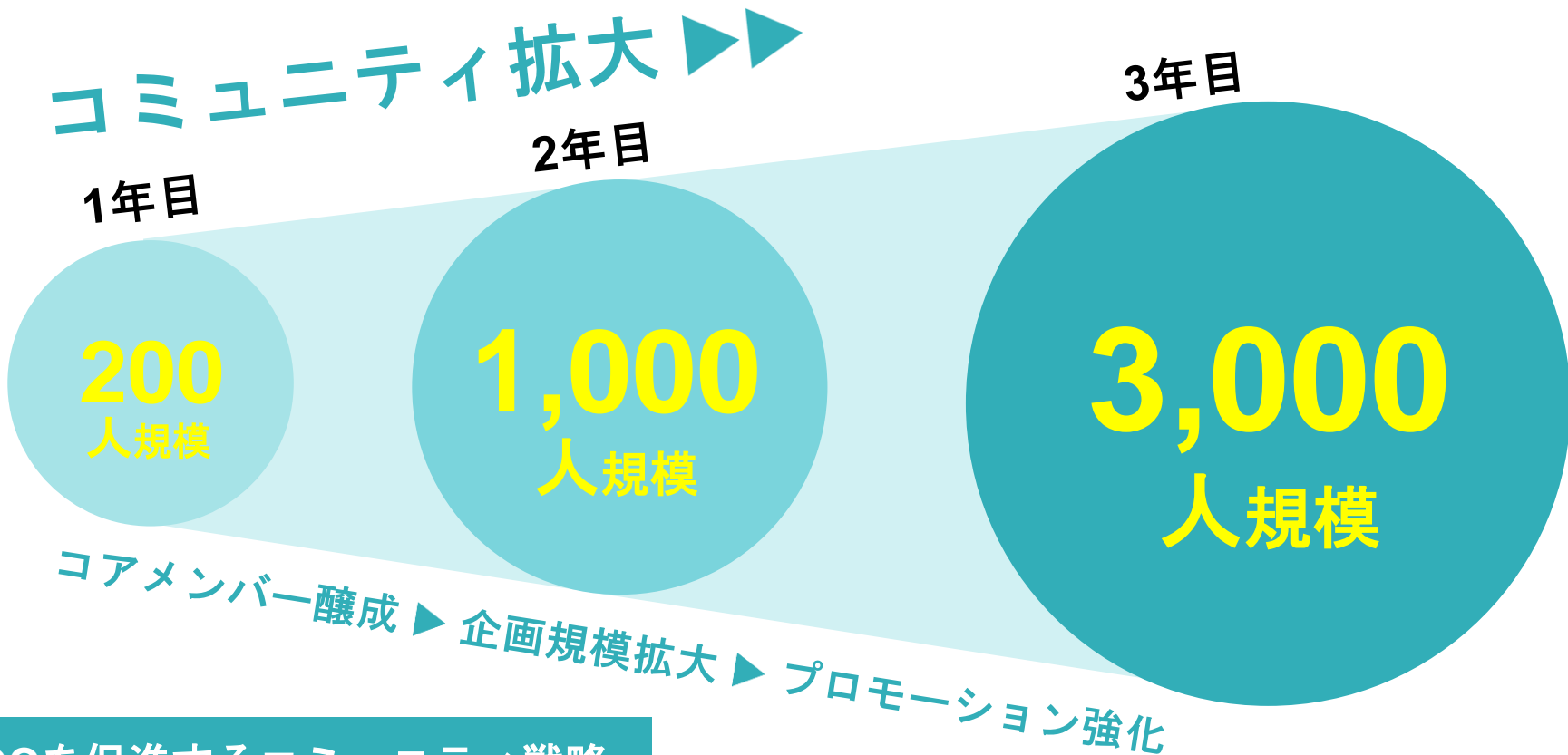
# 17. 今後の課題（コミュニティ拡大）

将来的には寿司を中心に関連産業も巻き込み、

## 富山の関係人口が集まる大きなプラットフォームへ



# 17. 今後の課題（コミュニティ拡大）



UGCを促進するコミュニティ戦略

# 18. DAOへの参加方法



COLLABORATION



コラボで新しい価値を一緒に生み出しませんか？

寿司と  
いえば  
富山 DAO  
SUSHI TOYAMA



DAO参加フォーム





**THANK YOU.**

# Appendix

NO.	内容	
1	コミュニティとの協業	コラボ商品開発
2		イベント共同企画
3		新商品のテストマーケティング
4	SNS活用	共同キャンペーン
5		英語での情報配信
6	NFT活用	NFTを活用した イベント/スタンプラリー開催

\*NFT : Non-Fungible Token (非代替性トークン)