



SUSHI
TOYAMA

寿司といえば、富山

令和7年度 富山県ブランディング推進本部会議

令和8年2月19日（木）13:00～13:40
防災危機管理センター5階大会議室

1 これまでの取組みの方針

資料1

寿司をキーワードに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

内：県内での基盤固め（R5-R7重点）

1



県内の
盛り上がり

イベント開催等による
県民理解と共感の醸成

2



県内消費
拡大

飲食店利用促進
「富山の寿司」体験増加

3



県民の
推奨意向拡大

「富山の寿司はすごい」
と語りたくなる誇り

4



接点
増加

県民・企業による
自発的な魅力発信

5



県外
認知拡大

来訪・関係人口増加
「寿司といえば、富山」

2032年度の目標

▶ 【県内】 富山の寿司を県外の友人等に積極的に勧める県民の割合 90%

▶ 【県外】 寿司でイメージする都道府県で富山県と回答する方の割合 90%

1 県内向け施策・県外向け施策ともに順調に推移

🏠 県内向け施策（これまでの重点実施）



「寿司といえば、富山」
を聞いたことがある県民

91% ↑ (R8年1月調査)

第一生命保険(株)富山支社調査(1,146人対象)
前回調査(46%(R6.3))から**倍増**



総務省家計調査
すし外食+すし弁当
2年連続全国トップ級 ↑

2024年1位・2025年2位
支出額は3年間で大幅に増加(次頁)



県政の政策満足度・富山のブランド力

26位→**4位**に! ↑ (R7調査)



県民の富山の寿司推奨意向度

46.9% ↑ (R7調査)



すし体験コンテンツ造成

43件 ↑

- ◆寿司店以外のイタリアン・フレンチでも新たな寿司体験が続々誕生!
- ◆寿司に絡めた新たな体験プラン誕生

🏠 県外向け施策（今後より強化していく）



メディアPR
露出広告換算額 **7.5億円** ↑

- ◆ WEB掲載 3.2億円 (R7.10~R8.1月)
 - ◆ テレビ掲載 3.8億円 (R7.4~R8.2月上旬)
 - ◆ 新聞掲載 0.5億円 (R7.4~R8.2月上旬)
- うち**全国メディア放映件数 20件**



寿司職人マッチング者数
10人実施で**7人**正規雇用 ↑



SNSフォロワー
10ヶ月で**6400人増** ↑



三大都市圏における、寿司で富山県を
イメージする方の割合

23.4% (R7調査) ↑

三大都市圏※で「寿司でイメージする都道府県はどこですか?」の間に、「富山県」と回答した方の割合
※東京都・大阪府・愛知県で実施したインターネット調査(約4000人対象)



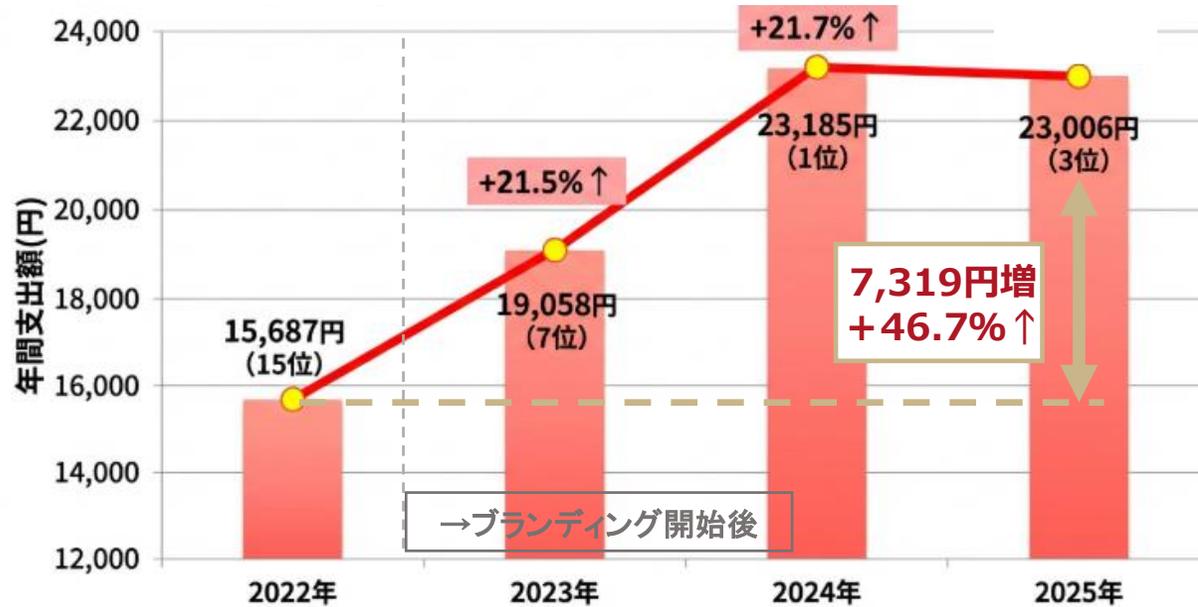
官民連携件数

ロゴマーク活用企業数 100件超え
イベントや取組み等連携 約100件

200件突破 ↑

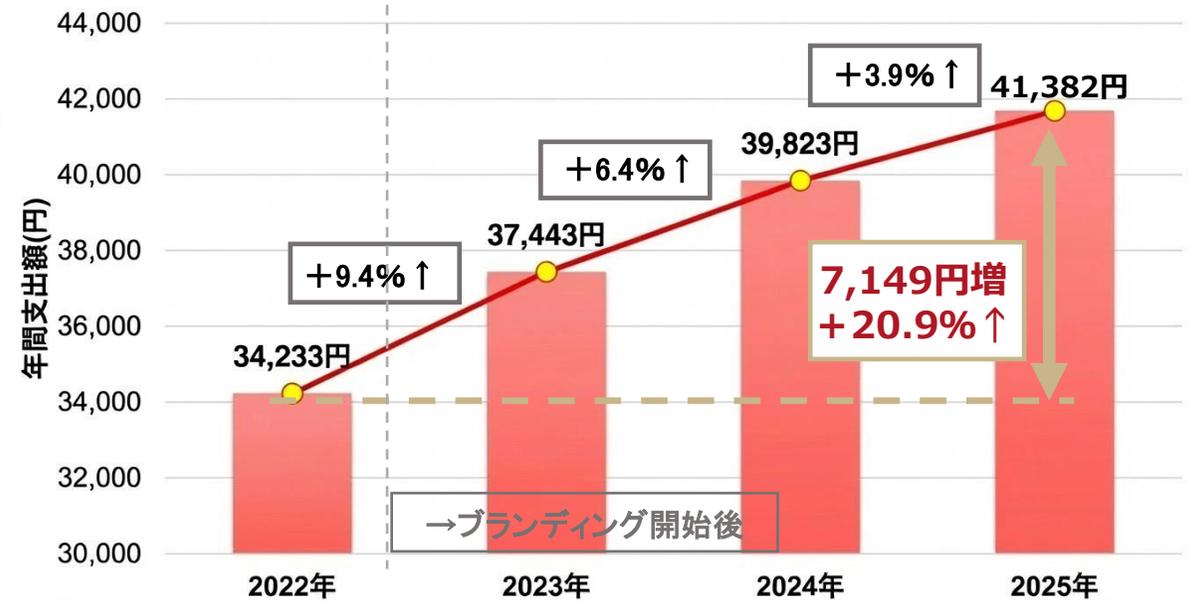
1 ブランディングによる効果が総務省家計調査でも顕著に反映

すし(外食)支出額の推移 総務省家計調査



すし(外食)は、「寿司といえば、富山」ブランディング開始前の2022年時点では、10位圏外だった順位が、3年間で全国上位に。
支出金額も、**3年間で+7,319円(46.7%)上昇。全国トップクラスの常連として定着。**

すし(外食+弁当)支出額の推移 総務省家計調査



2025年のすし(外食)+すし(弁当)を合わせた支出額は、ブランディング開始前の2022年と比べると大きく伸び、**3年間で+7,149円(20.9%)上昇。全国トップクラスの常連として定着。**

1 取組みの進捗等について／話題となる取り組み

県内自治体との連携

富山市・トヤマチミライと連携
「世界一大きなます寿司づくり」



寿司ネタみるなら魚津水族館と
連携した館内寿司イベント 等



大阪・関西万博出展

「寿司といえば、富山」～ウェルビー
ィングな環境の体感～をテーマに出展



3日間で50,254人来場



すしのゴールデンルート

富山県・北九州市・JR西日本の三
者による「すし連携協定締結」



協定による旅行商品が話題に



富山市のすし(外食)+すし (弁当)
の支出額が**全国トップ級**
(総務省家計調査/2024年1位、2025年2位)

令和7年度の広告換算額
約10ヶ月で**7.5億円**

1 取組みの進捗等について／官民連携促進

民間企業等での寿司商品等

富山県酒造組合



トナミ醤油

サンクリエイト



グラフ



北陸銀行



にいかわ信用金庫



民間団体イベント連携

11月「寿司といえば、富山月間」
11月第3日曜日「寿司といえば、富山の日」を宣言



TOYAMA SAKE日和



すし連携民間企画旅行商品

読売旅行／すし対決！冬の陣



阪急交通社／すしのゴールデン
ルートモニターツアー3日間



▶ ロゴマーク活用件数
100件超え

▶ 民間等主体のイベントや取組み
(県後援・協力) 約100件

1 取組みの進捗等について／人材育成・県民誇り醸成

寿司職人育成・確保

県内寿司店と県内外の寿司職人希望者とのマッチング支援



若手寿司職人チャレンジショップ



▶ マッチング支援実績
10人実施、7人正社員雇用

寿司職人養成校開校

2026年3月北陸初の寿司職人養成校「北陸すしアカデミー」開校

【運営主体】株式会社北陸すしアカデミー



(富山市岩瀬地区)



▶ 第1期生
受講者10名の定員に達する

県民理解・促進

富山の寿司の美味しさを大地の成り立ちや風土歴史からひも解く本

(県内の図書館、小中高校、専門学校等に寄贈)

【著者】
巽好幸・土田美登世
【出版】
北日本新聞社
【発刊】2025年3月9日



R6県内での出前講座実施・R7とやま観光塾連携シリーズ講座でジオガストロノミー視点で富山の寿司を語る観光ガイド等を育成

▶ 出前講座・シリーズ講座の
延べ受講者数 190名

1 取組みの進捗等について / 県内での特別な寿司体験創出

Brasserie et salon de thé Chez Yoshi



naturel wine & french bistro aozora



vege&bar シンバル



イタリアンDining&Bar Bel Canto



la-primavera



KASHIWA STORE



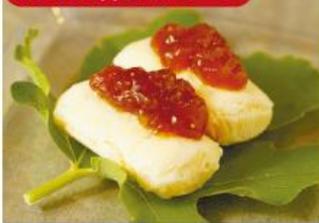
D258crepe



味処 四十萬亭



イタリア料理 クオーレ



ワイン食堂 le-glouton



テジ・カエン



とやまクラフト寿司3か条

CRAFT SUSHI TOYAMA

- 「ひと口で富山のすし」
食べたり見たりすることで「富山のすし」が思い浮かぶこと
- 「暮らしごと味わう」
富山の暮らしや食文化の物語が伝わること
- 「富山の恵みを体感する」
県産野菜や富山湾の魚介等を活用していること

職人の技と遊び心が一皿に物語を宿し、
出会うたび新しい富山を体感できるはず。

GUENON



Monsieur J



沙-isago-



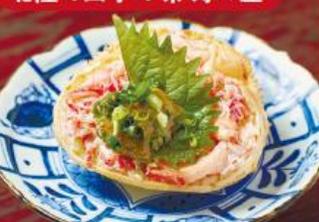
寿司居酒屋 隆陣



居酒屋 来多郎



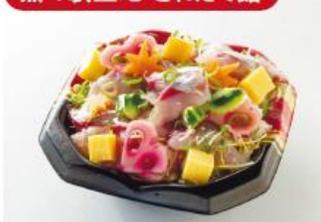
北陸の四季の味 寿々屋



中国家常菜 龍



魚の駅生地 とれたて館



- 県内19店舗で、R7.11月から開始
- 「県外・遠方からのお客様や新規顧客アップにつながった」参加店：78.6%

1 取組みの進捗等について／県外でのPR

観光振興室

すし連携協定に係る取組み

共同での大型パネル掲出（R7.8月、JR大阪駅）



共同観光PRイベント（R8.1月、JR大阪駅）



主な参加実績

- 共同観光PRイベント
寿司や観光に関するクイズラリー＆抽選会**2,009名**

物産展・アンテナショップでのPR

県物産展やアンテナショップで寿司を入口とした
観光誘客や食の魅力を発信



- 県物産展アンケート参加実績**1,278名**（首都圏3会場計）
- HOKURIKU＋「寿司といえば、富山」フェア
関連商品売上**308,600円** ボイルホテルイカ試食**58食**

1 取組みの進捗等について／海外でのPR

観光振興室

アイルランド

R5.11 万博国際交流プログラム
を活用したPR



大使公邸における
交流会・ワークショップ
富山の食文化や寿司の魅力をPR

アメリカ

R7.11 ニューヨークにおける
観光プロモーション



総領事公邸における
観光セミナー・レセプション
「富富富」を使った寿司を提供

フランス

R8.2 パリにおける
観光プロモーション



日本食文化のコンセプトストアにおける
ます寿司作りワークショップ
体験を通して寿司の魅力をPR

欧米での観光PRイベントにおいて本県の寿司の魅力を発信 **イベント参加 約130名**

1 取組みの進捗等について／寿司×〇〇の広がり

ツギノテから生まれた工芸寿司皿

「わたしたちの、 工芸寿司皿 SUSHI PLATE」

観光振興室

「ものづくり」の未来への継承を目的とする「ツギノテ実行委員会」が、県内で活躍する24人の工芸作家や職人と連携。「回転寿司の皿」をモチーフに、寿司文化と伝統工芸を融合させた皿を制作し、「クラフトフェア ツギノテ」で展示。その後、工芸寿司皿の一部は、高岡市内の回転寿司店で実際に活用。



工芸寿司皿制作数 **44枚**
クラフトフェアツギノテ来場者 **6,827人**

伝統工芸×寿司店

伝統産業支援課

- 県内寿司店でのニーズ調査
- 県内寿司店での伝統工芸品の試用
- 伝統工芸事業者と寿司店のマッチングの実施
- 「伝統工芸品×富山湾鮭」体感イベントの実施
- 伝統工芸×寿司体験ツアーの誘致
- 伝統工芸品紹介・販売サイトへの誘導



レンタル実施店数 **17店** ツアー誘致 **1件**
イベント実施店数 **2店**

「富富富」戦略推進事業

○レシピコンテスト

「富富富」のおいしい食べ方コンテストを実施。一般家庭向けの「わが家コース」のほか、寿司メニューに特化した「すしコース」を設定。



募集チラシ

○動画の配信

レシピコンテストの受賞作や、初めてのカウンター寿司を体験する親子の様子、ます寿し作り体験会を動画コンテンツ化。寿司に欠かせないお米として「富富富」の魅力を発信。

とやまグルメ・フードフェス

- ・「富富富」や「寿司といえば、富山」等のPR販売ブースを設置
- ・「富富富」を使用した握り寿司やます寿しのほか、かぶら寿し、みょうが寿しなど寿司をPR



↑酒粕育ちローストビーフ握り
←「寿司といえば、富山」ブース

▶ コンテスト応募総数 R6:84件、R7:131件
うちすしコース応募件数 R6:22件、R7:27件
動画作成本数 R6:11本、R7:13本

▶ 来場者数 R6:24,000人、R7:25,000人
販売状況 R6:完売、R7:完売

1 取組みの進捗等について／持続可能な富山湾の取組み

水産漁港課

つくり育てる漁業の推進

ガゴメコンブやクロモ等の海藻類養殖のための効率的な種苗量産技術の開発



クロモ

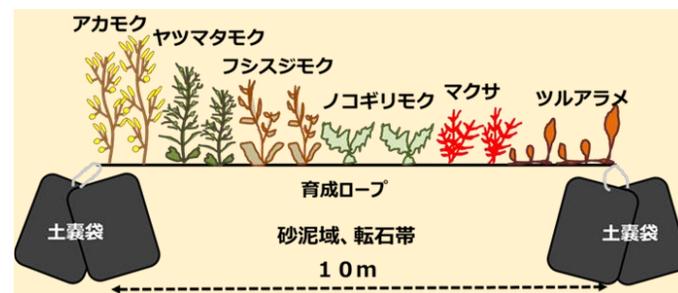


ガゴメコンブ

キジハタ栽培漁業事業化に向けた放流試験



ロープ移植を用いた藻場造成技術の開発



藻場造成面積

魚津沖：4ha 滑川沖：1ha

海業の推進

県内各地域の海業を推進するためのビジョンを検討・策定

【くろべ海業BASEの開催】



「海業ビジョン」の策定

R7.3 「くろべ海業ビジョン」策定
R8.3 「滑川海業ビジョン」策定（予定）