

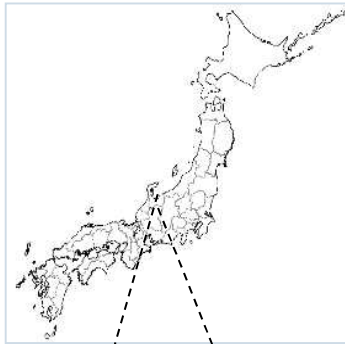
参考資料

①富山市のすがた

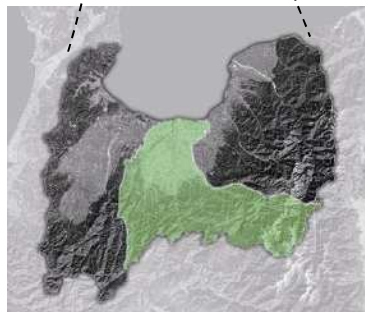
● 富山市の地形

水深1,000mの富山湾から標高3,000m級の北アルプス立山連峰まで、標高差4,000mのダイナミックな地勢と雄大な自然を誇り、平成17年4月の7市町村の合併を経て、広大な面積と多様な文化を保有する特色ある都市となっています。

■ 日本地図



■ 富山県全図

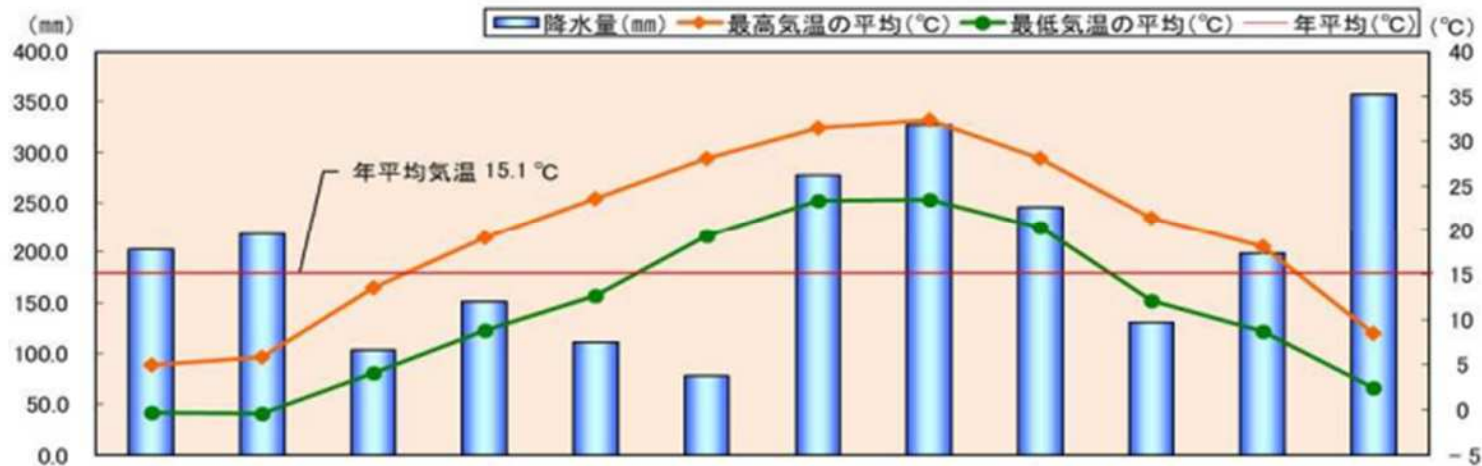


面積：富山県全体の約3割（1,241.70km²）

● 富山市の気候

富山市の気象の特性：降水量が多く、日照時間が少なく、湿度が高い。

令和4年の気象

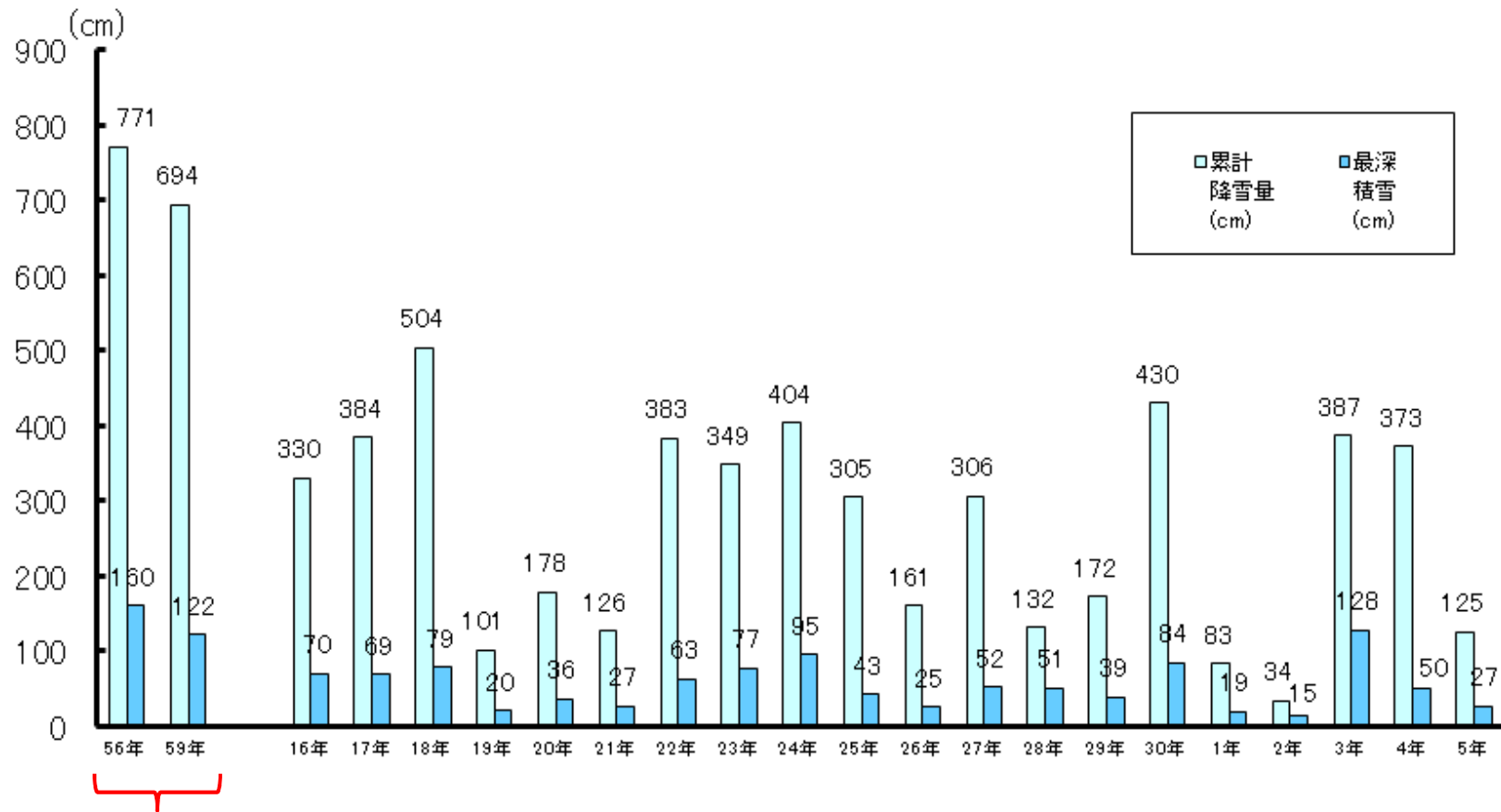


	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年
平均気温(°C)	2.0	2.3	8.4	13.8	18.1	23.3	26.8	27.4	23.9	16.6	13.1	5.1	15.1
平均湿度(%)	84	82	70	69	65	73	80	77	82	76	77	84	77
降水量(mm)	202.5	218.5	103.0	151.5	111.0	77.5	277.5	327.5	245.5	130.5	199.0	357.5	2,401.5
最深積雪(cm)	43	50	7	-	-	-	-	-	-	-	-	21	-
日照時間(h)	68.7	81.8	130.8	206.4	238.3	198.0	183.0	151.3	150.0	159.8	153.3	54.1	1,775.5
降水日数	20	18	14	9	7	7	15	16	13	10	15	25	169
降雪日数	21	25	4	0	0	0	0	0	0	0	0	14	64

「2023統計からみる富山市」より

● 富山市の気候

累計の年降雪量と最深積雪の経年変化(富山市 寒侯年)



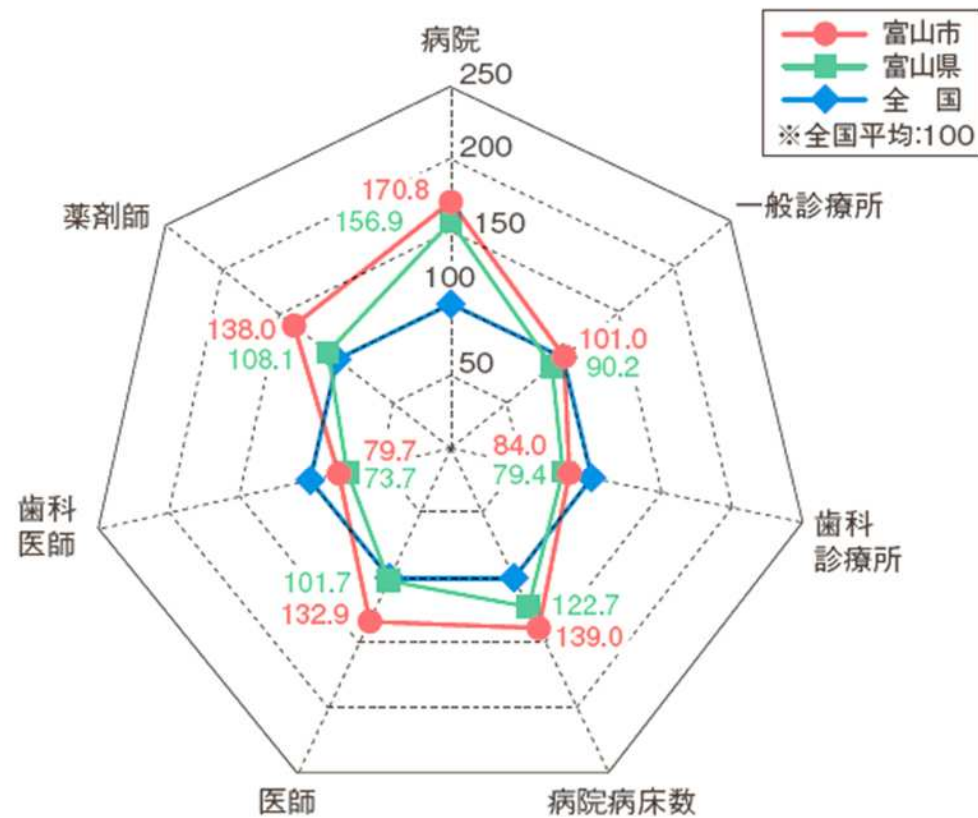
豪雪年 (比較用)

画像引用：富山県HP (データ元：富山地方気象台)

● 富山市の暮らし・都市機能

医療体制（人口10万人あたり）

病院・医師・薬剤師・病院病床数など全国平均より充実

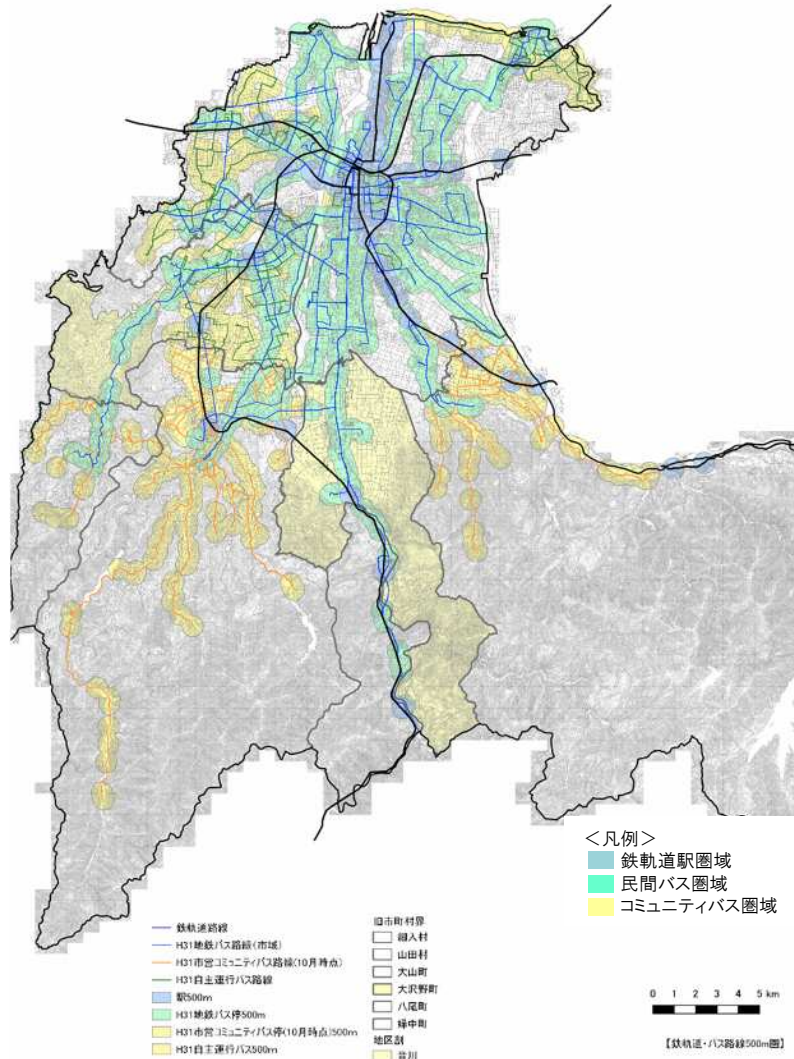


(富山市市政要覧2023より)

資料:厚生労働省「医療施設調査・病院報告」
厚生労働省「医師・歯科医師・薬剤師統計」

● 富山市のくらし・都市機能

交通（公共交通）



鉄軌道駅、路線バス停から
500m圏域に人口の**93.1%**が居住

【公共交通の利用可能な圏域に居住する人口及び割合（R1）】

	人口	割合
富山市	416,147	-
公共交通の利用可能な圏域	387,251	93.1%
鉄軌道＋路線バス	340,464	8.1%
コミュニティバス	46,787	1.1%
公共交通空白地域	28,896	0.7%

＜鉄軌道駅、路線バス停から500mの圏域＞

➤すべての鉄軌道（6路線）、路線バス（103路線）、
コミュニティバス（29路線）

● 富山市のくらし・都市機能

交通（自動車）

・1世帯あたり 乗用自家用車保有台数

富山市 1.65台(R4) ※全国 1.032(R4)

都道府県別の普及上位

福井県(1.70台)、②富山県(1.65台)、③山形県(1.64台)、④群馬県(1.59台)、⑤栃木県(1.57台)

(自動車保有車両数月報:一般財団法人 自動車検査登録情報協会より)

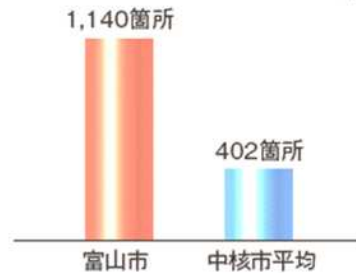
・人口密度

富山市 329.4人/km²(R4) ※中核市62都市中57番目に低い

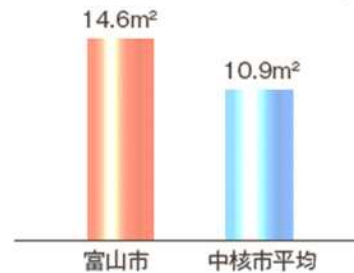
● 富山市のくらし・都市機能

公園・インフラ等

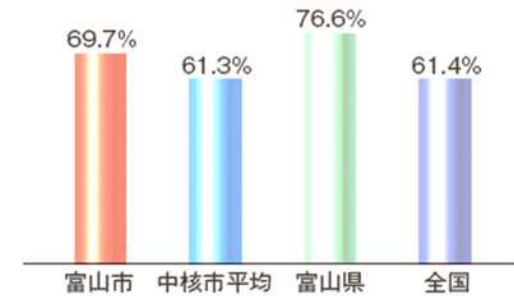
都市公園数(令和3年4月1日現在)
*1



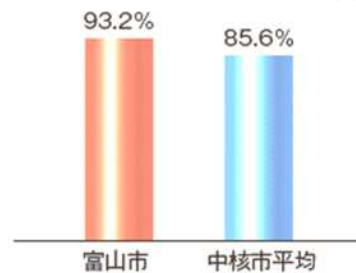
一人あたりの公園面積(令和3年4月1日現在)
*2



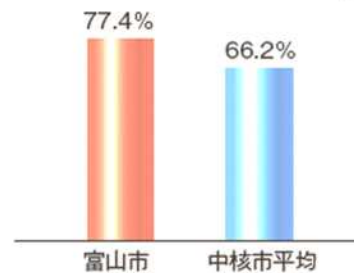
持ち家率(令和2年)



下水道普及率(令和2年度)
*3



市道改良率(令和3年4月1日現在)
*4



*1、2、3…資料:中核市市長会「都市要覧」

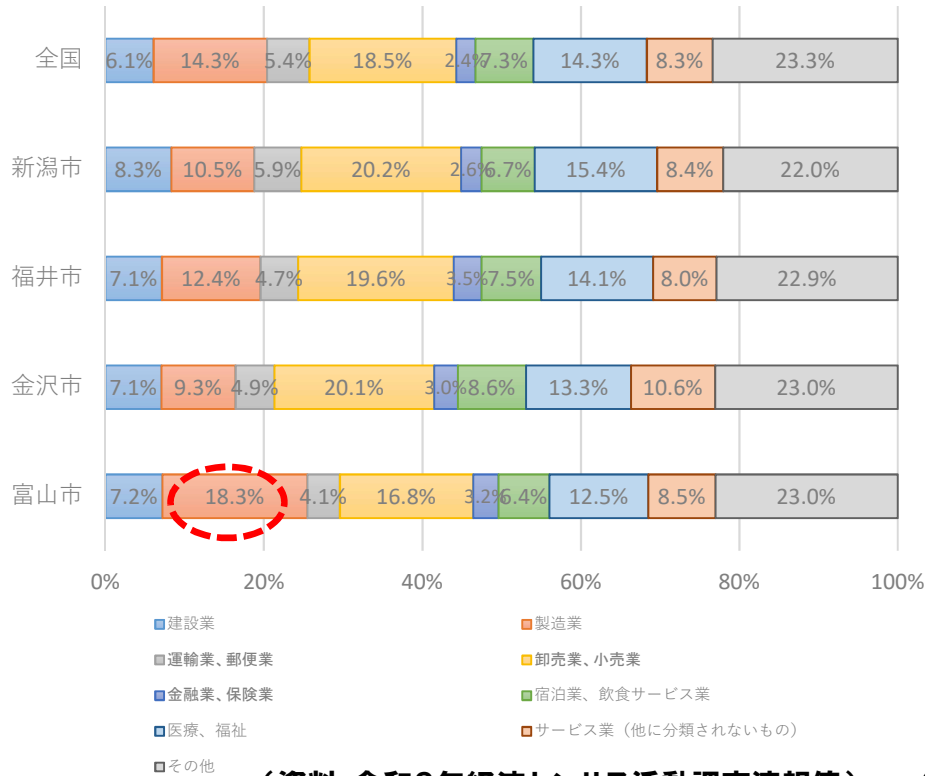
*4 ……資料:一般社団法人地方行財政調査会「中核市の行政水準に関する調べ」
(数値は資料を元に富山市で算出)

(富山市市政要覧2023より)

● 富山市の産業構造

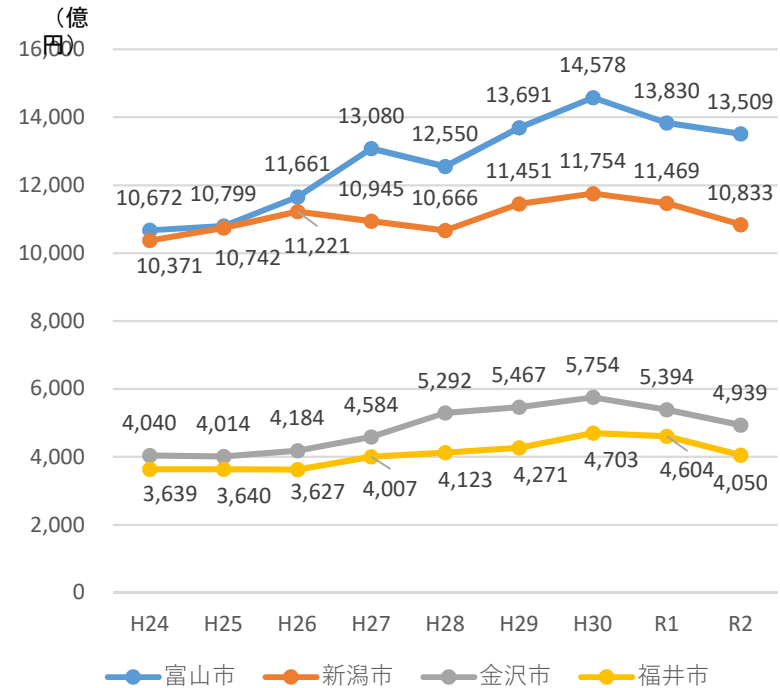
本市の製造業は、化学(医薬品)、機械部品等を中心にして成長しており、北陸の他都市と比べ、ものづくり都市としての性格が健在。

北陸4都市の主要産業従業者比率



(資料:令和3年経済センサス活動調査速報値)

北陸主要都市の市別製造品出荷額等の推移



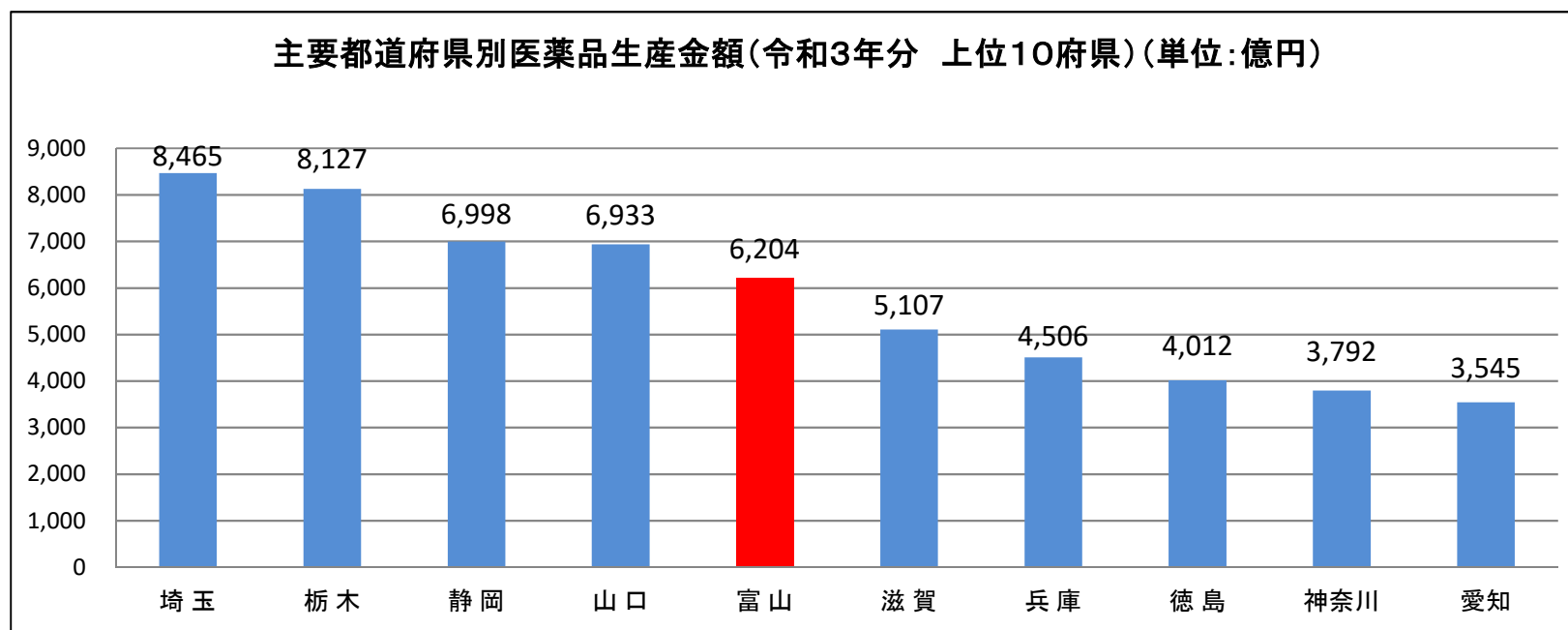
(資料:「工業統計調査」「令和3年度経済センサス活動調査確報値」)

● 医薬品業界の動向

全医薬品生産金額(令和3年)

9兆1,802億円中、富山県は6,204億円で全国5位。

人口一人当たりでは全国1位。



○配置用医薬品生産金額(令和3年) 富山市50億円

● 富山県の就職状況

全国に比して高い有効求人倍率と就職率

有効求人倍率 (季節調整値)
(令和4年4月分)

1位	福井県	1.87倍
2位	島根県	1.68倍
3位	岐阜県	1.61倍
4位	富山県	1.54倍
4位	新潟県	1.54倍
全国平均		1.24倍
46位	神奈川県	0.86倍
47位	沖縄県	0.83倍

(資料:厚生労働省「一般職業紹介状況」)

新規高等学校卒業者就職状況
(令和4年3月末現在)

1位	福井県	99.8%
2位	山口県	99.8%
3位	富山県	99.7%
4位	石川県	99.7%
5位	福島県	99.6%
全国平均		97.9%
46位	神奈川県	94.0%
47位	沖縄県	92.7%

(資料:文部科学省「高等学校卒業(予定)者の就職(内定)状況に関する調査」)

● 可処分所得と平均消費性向

比較的多い可処分所得と、堅実な消費性向

※可処分所得・・・実収入から税等の非消費支出を差し引いた、いわゆる手取り収入
平均消費性向・・・可処分所得に占める消費支出の割合

(単位:円、%)

区 分	勤労者世帯可処分所得		平均消費性向	
	金 額	順 位	割 合	順 位
富山市	548,745	7	60.3%	39
金沢市	559,600	5	57.0%	44
福井市	554,677	6	56.9%	45
全 国	500,914	—	64.0%	—

(資料:総務省「令和4年家計調査」)

● 女性の就業環境

- ・女性の就業率(15~64歳) [H27]72.0% (全国64.9%:**3位**)
- ・女性平均勤続年数 [R2]11.6年 (全国 9.3年:**2位**)
- ・女性雇用者に占める正社員の割合
[H29]50.1% (全国42.0%:**3位**)
- ・管理的職業従事者(会社役員等含む)に占める女性の割合
[H27]14.4% (全国16.4%:**41位**)
- ・三世代同居率 [H27]13.2% (全国 5.7%:**5位**)
- ・共働き率 [H27]55.9% (全国47.6%:**4位**)

第1回富山県女性活躍推進戦略会議資料 (R3)

- ・夫の1日当たりの家事関連時間 (平成28年社会生活基本調査)

40位 富山県 1時間5分 ※全国平均 1時間23分

● 富山市（県）のくらし・都市機能 教育（全国学力・学習状況調査）

富山県を含めた北陸3県は全国と比較して平均正答率が高い。

○全国学力・学習状況調査結果(平均正答率)

教科区分		小学校6年					中学校3年							
		国語		算数		合計	理科	国語		数学		合計	理科	英語
		国語A	国語B	算数A	算数B			国語A	国語B	数学A	数学B			
2019年度 (R元) 平均正答率 (%)	富山県 (公立)	68		69		137	—	76		65		141	—	57
	全国 (公立)	64		67		131	—	73		60		133	—	56
	全国との 差	4		2		6	—	3		5		8	—	1
2017年度 (H29) 平均正答率 (%)	富山県 (公立)	78	60	82	47	267	—	80	75	68	50	273	—	—
	全国 (公立)	75	58	79	46	257	—	77	72	65	48	262	—	—
	全国との 差	3	3	3	1	10	—	3	3	3	2	11	—	—
2015年度 (H27) 平均正答率 (%)	富山県 (公立)	72.9	70.1	78.5	47.5	269.0	67.5	78.1	68.2	67.1	44.5	257.9	59.2	—
	全国 (公立)	70.0	65.4	75.2	45.0	255.6	60.8	75.8	65.8	64.4	41.6	247.6	53.0	—
	全国との 差	2.9	4.7	3.3	2.5	13.4	6.7	2.3	2.4	2.7	2.9	10.3	6.2	—

※A: 主として「知識」に関する問題 B: 主として「活用」に関する問題

※平成31年度(令和元年度)より、A問題・B問題という区分を見直し、知識・活用を一体的に問う問題形式で実施口

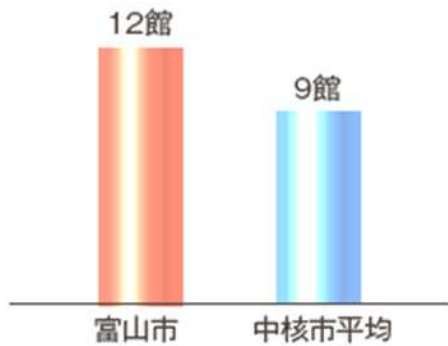
※平成28年度より、文部科学省は小数点以下第1位を四捨五入した整数値で公表

資料: 全国学力・学習状況調査(文部科学省)

● 富山市のくらし・都市機能

教育・スポーツ施設等

博物館数(令和3年度)



資料:中核市市長会「都市要覧」

体育施設概況(令和3年度)

(箇所,人)

	施設数	利用者数
体育館	15	699,635
野球場	2	86,655
錬成館	2	14,851
庭球場	11	76,947
運動場	16	81,783
プール	7	303,946
その他施設	9	175,182

資料:市民生活部スポーツ健康課

富山市立図書館概況(令和3年度)

蔵書数……………1,043,877冊

貸出図書……………1,689,298冊

資料:富山市立図書館

※図書館の設置数は25館
(中核市で1位)

(富山市市政要覧2023より)

● 富山市のくらし・都市機能

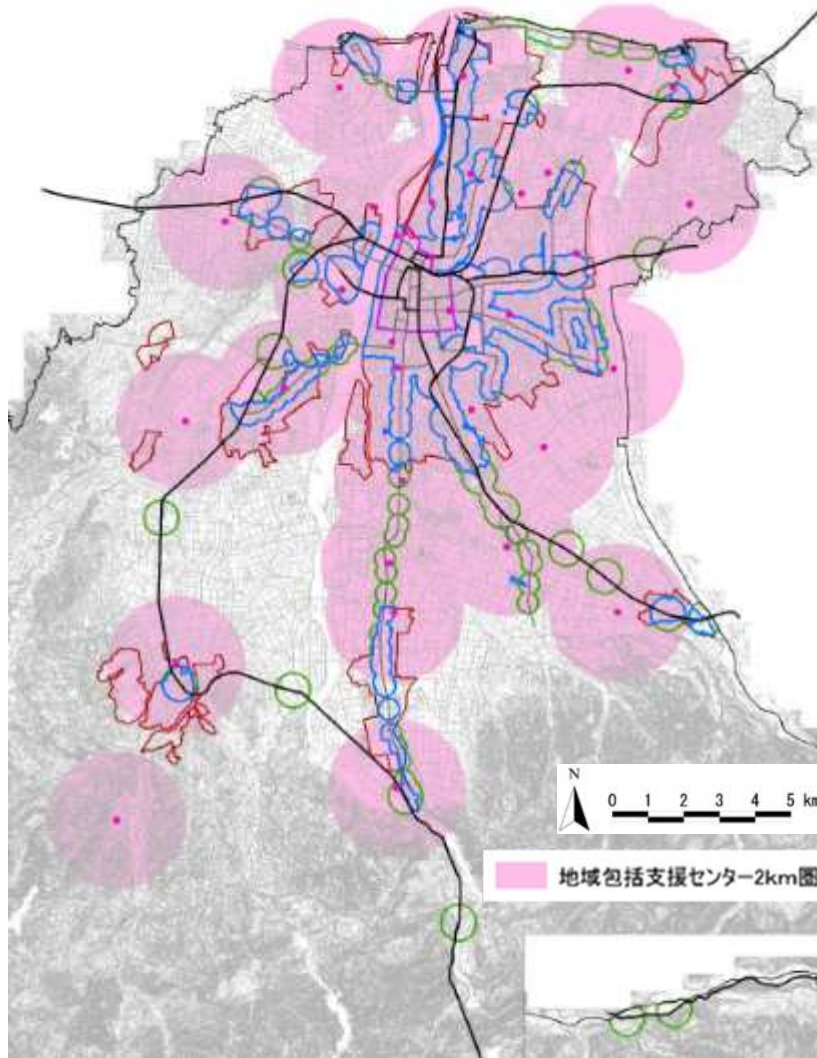
保育所等設置状況（中核市比較）

順位	市名	市立	市立以外	計	1施設当たり人口
1	川口市	41	155	196	3087
2	鹿児島市	11	170	181	3307
3	船橋市	27	141	168	3845
4	宮崎市	5	155	160	2499
5	宇都宮市	10	149	159	3254
6	福山市	46	112	158	2922
7	那覇市	19	138	157	2020
8	大分市	13	140	153	3114
9	尼崎市	17	130	147	3124
10	西宮市	23	122	145	3326
19	富山市	39	79	118	3476
	中核市平均	19	87	106	3591

（中核市市長会「令和4年度都市要覧」より）

● 富山市のくらし・都市機能

地域包括支援センター：32箇所(中核市で最多)



地域包括支援センターから半径2km圏内には、市民の約**88.1%**が居住

■ 地域包括支援センター2km圏人口・割合

	2km圏 人口(人)	割合 (%)	人口 (人)
富山市	365,269	88.1	414,605
都心・沿線居住推進地区	162,613	98.7	164,723
都心地区	21,886	100.0	21,886
沿線居住推進地区	140,727	98.5	142,837
都心・沿線居住推進地区以外	202,656	81.1	249,882

(令和2年6月30日時点の住民基本台帳情報より算出)

地域包括支援センター：

介護保険法で設置が定められ、地域住民の保健・福祉・医療の向上を図るため、総合相談、虐待防止、介護予防ケアマネジメントなどを包括的に行う機関。センターには、保健師、主任ケアマネジャー、社会福祉士が置かれ、専門性を生かして相互連携しながら業務にあたる。

● 富山市（県）のくらし・都市機能

くらし（映画館、音楽公演）

◎映画館：1スクリーンあたりの人口が全国平均より多い
（＝スクリーンが少ない）

富山県 36,297人／スクリーン（全国平均34,044人／スクリーン）

※映画上映活動年鑑2022

◎音楽公演：音楽公演（ライブ）は他都市と比較して少ない

富山県 72公演（全国 32,338公演、新潟県425公演、石川県313公演）

※一般社団法人 コンサートプロモーターズ協会
ライブ市場調査 2022年 基礎調査報告書
（会員企業の音楽ライブ公演のみ集計）

● 富山市（県）のくらし・都市機能 くらし（飲食店、宿泊業）

◎飲食店：1店舗あたりの人口が多い（＝店舗が少ない）

富山県 290.6人／店舗 ※31位 （全国平均292.6人／店舗）
※R3経済センサス及び住民基本台帳

◎宿泊業：1店舗あたりの人口が多い（＝店舗が少ない）

富山県 2,905.7人／店舗 ※29位 （全国平均3300.8人／店舗）
※R3経済センサス及び住民基本台帳

● 富山市（県）のくらし・都市機能 くらし（喫茶店、小売・卸売）

◎喫茶店：1店舗あたりの人口が多い（＝店舗が少ない）

富山県 2,061人／店舗 ※19位（全国平均1,900人／店舗）

※全日本コーヒー協会WEBサイトより
（データはH28経済センサス及びH30住民基本台帳）

◎小売・卸売：1店舗あたりの人口が少ない（＝店舗が多い）

富山県 84.5人／店舗 ※8位（全国平均102.5人／店舗）

※R3経済センサス及び住民基本台帳

● 人口動態

転入超過と転出超過

- ・ 平均して首都圏への転出超過が最も多く、愛知が続く。
- ・ 県内の他市からは転入超過の傾向にある。

転入超過（+）と転出超過（▲）

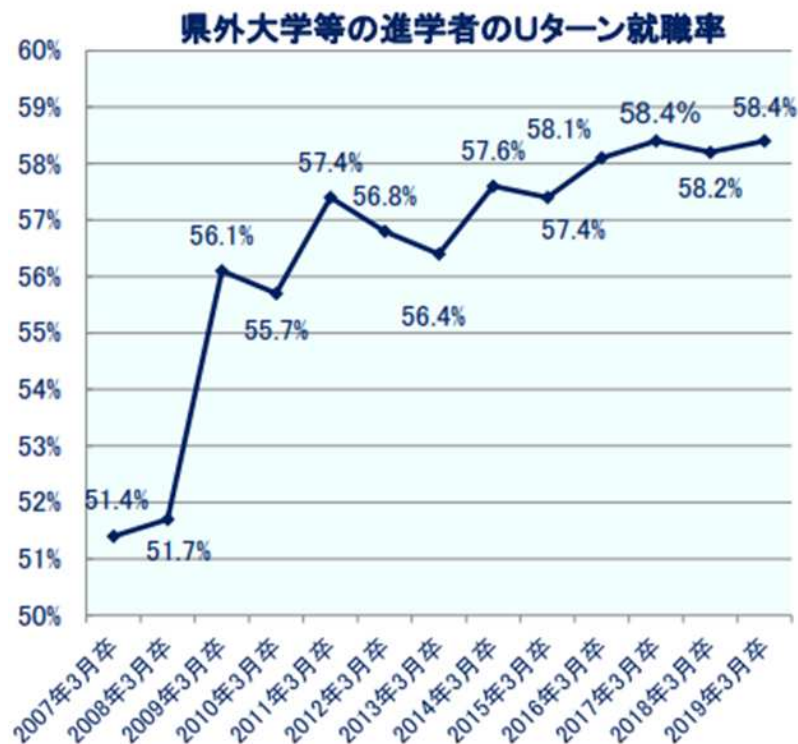
	H30	R1	R2	R3	R4	5年平均
首都圏	▲ 617	▲ 690	▲ 494	▲ 455	▲ 573	▲ 566
愛知	▲ 187	▲ 96	▲ 100	▲ 84	▲ 91	▲ 112
関西圏（京阪神）	▲ 10	▲ 114	▲ 42	▲ 126	▲ 15	▲ 61
隣県	▲ 105	▲ 80	▲ 40	▲ 123	53	▲ 59
県内他市	65	494	541	353	▲ 45	282
全体（国外除く）	▲ 1167	▲ 1119	▲ 322	▲ 597	▲ 792	▲ 799

（データ引用：富山市統計書令和4年度版）

● 高校生・大学生の就職、Uターン

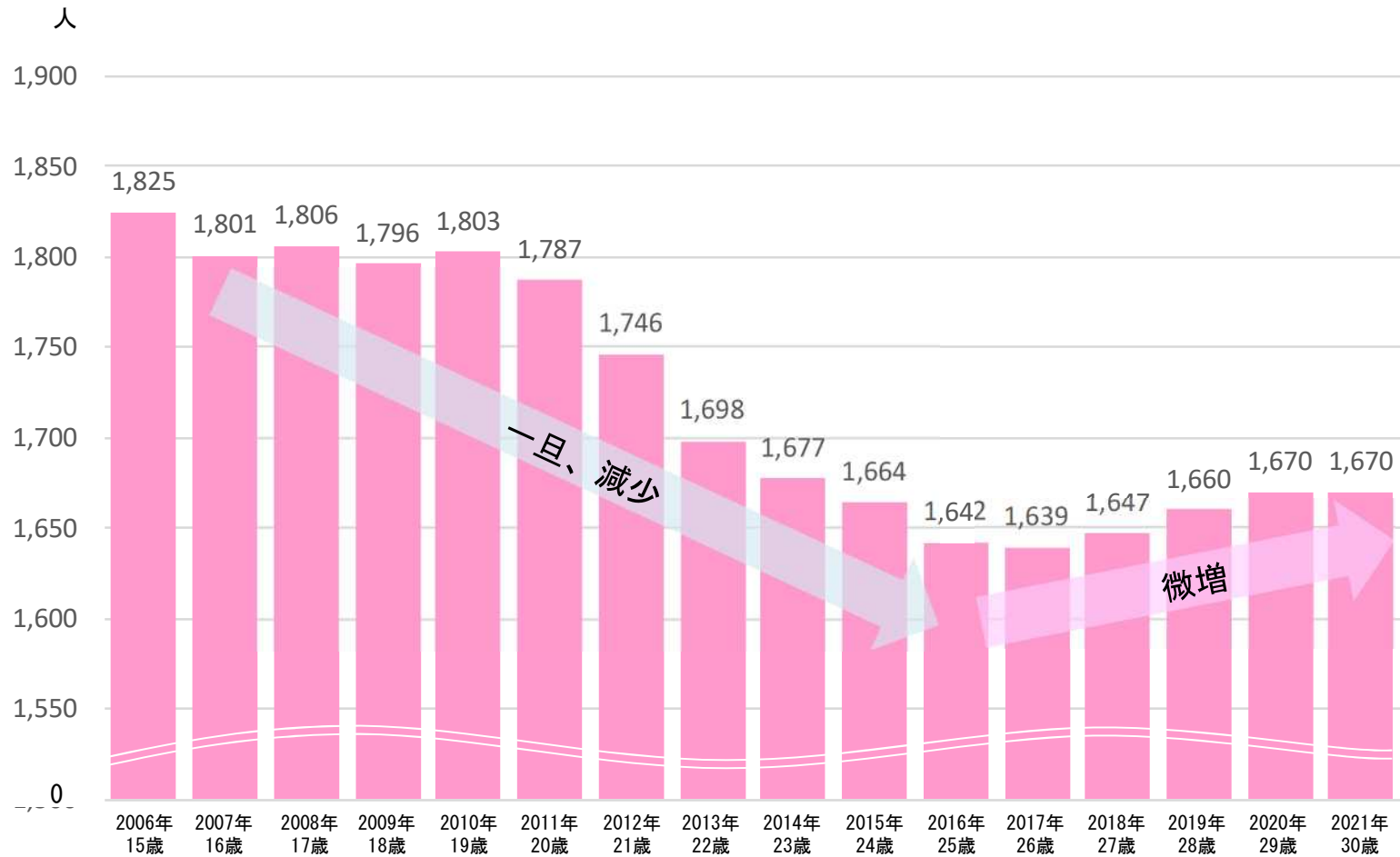
- ・ 県内高校卒業者（H31.3卒 9,142人）のうち 半数強が大学・短大へ進学
- ・ 卒業者の約20%を占める就職者の県内就職率は約95%（全国第2位）
- ・ 県外大学等への進学割合は1/3を超えるがUターン就職率は5割超と比較的高い

とやま未来創造県民会議資料より（R3.11）



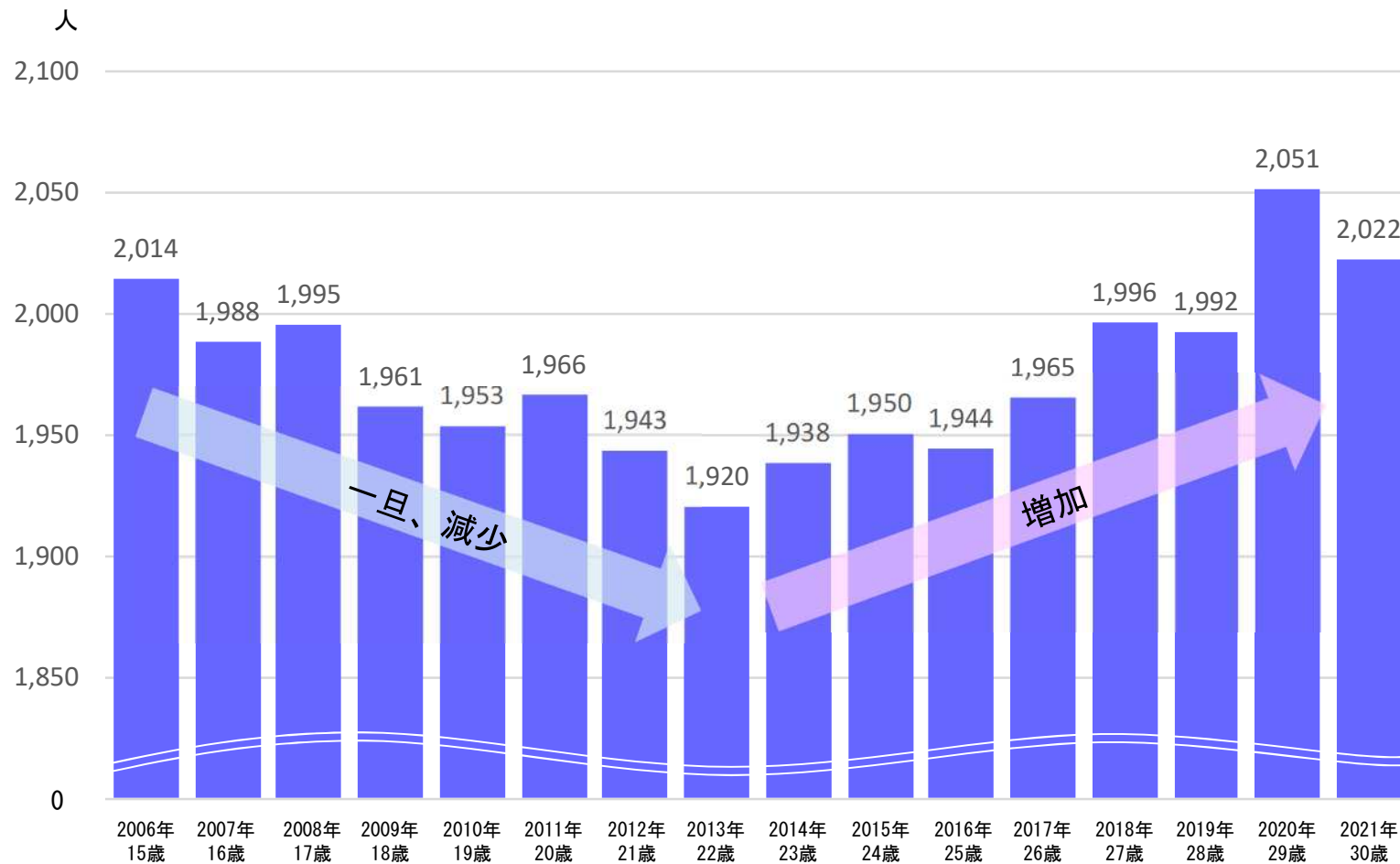
（出典）富山県移住・Uターン促進課調べ

● 同一年齢人口（R3.3末：30歳女性）の経過



住民基本台帳登録者数より

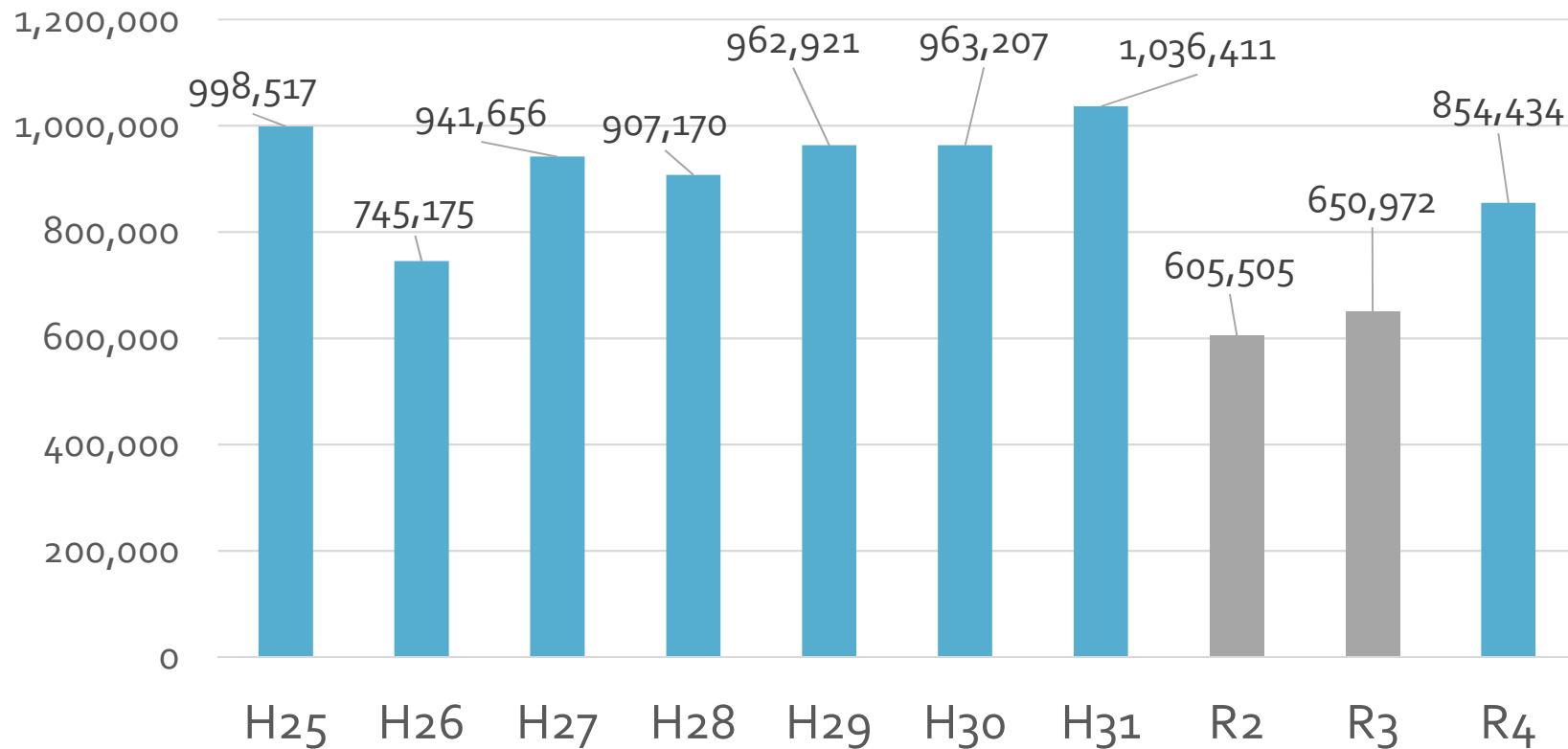
● 同一年齢人口（R3.3末：30歳男性）の経過



住民基本台帳登録者数より

● 観光客について

北陸新幹線開業直後に大きく増加。一旦減少したが、その後は横ばいの状況。その後、新型コロナウイルス感染症の拡大により大幅に減少した。



観光庁 宿泊旅行統計調査（富山県、富山市関係分抜粋）

● 富山市の状況（地域ブランド調査の推移）

- ・ 地域ブランド調査の順位の推移を見ると、ここ15年で概ね富山市の魅力度・認知度等は上昇傾向にある。
- ・ ただし、北陸新幹線開業後は一部下降傾向の項目もある。

北陸新幹線開業
(H27.3)

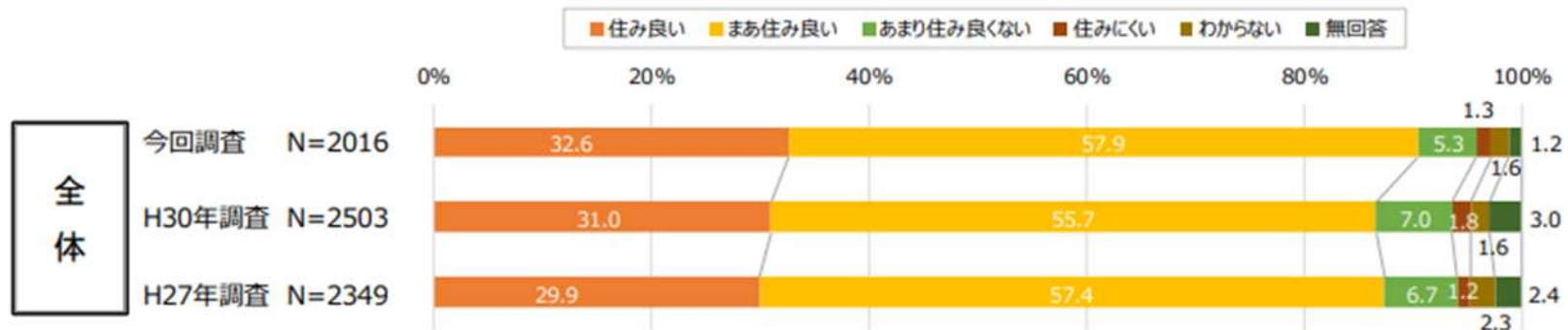
項目	H21	H24	H27	H30	R4	
魅力度	167位	131位	128位	101位	115位	52up
認知度	164位	167位	129位	79位	92位	72up
情報接触度	156位	134位	67位	72位	92位	64up
観光意欲度	136位	74位	76位	52位	68位	68up
居住意欲度	156位	120位	134位	87位	81位	75up
産品想起率 (産品購入意欲度)	93位	49位	36位	39位	32位	61up

(※)「地域ブランド調査」は株式会社ブランド総合研究所が実施する調査で、全国約3万人を対象として2006年から毎年実施。毎回1000程度の各都道府県と市区町村を対象としている。

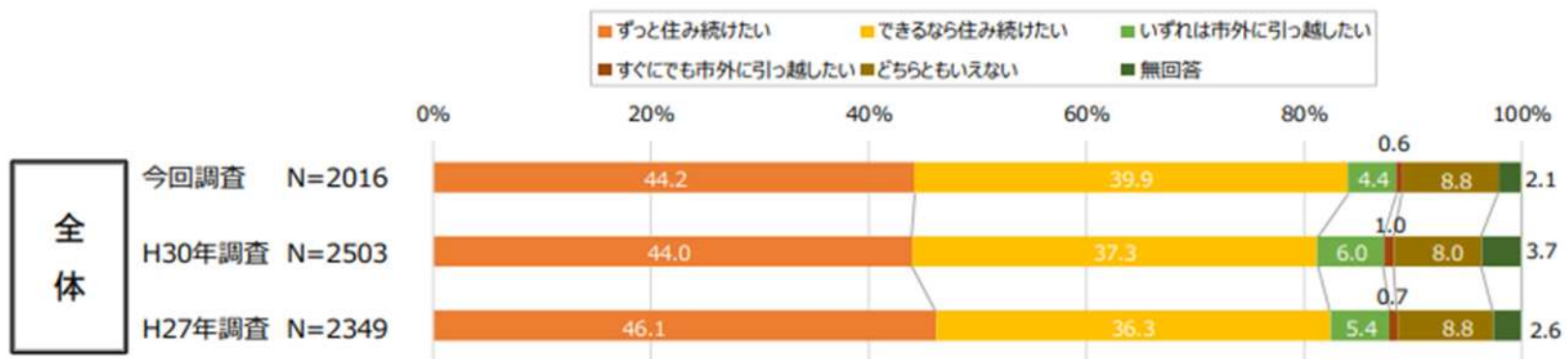
● 富山市の状況

市民意識調査の経年比較 (令和2年富山市民意識調査)

問 あなたにとって富山市は、どの程度住み良いですか。



問 あなたは、今後も富山市に住み続けたいと思いますか。

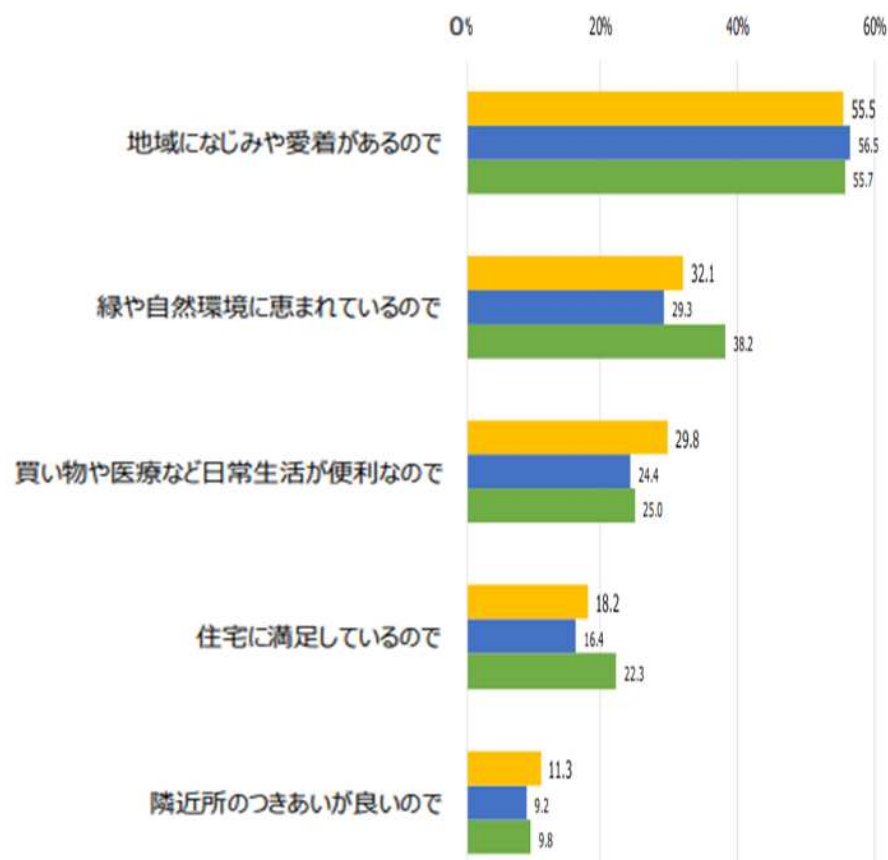


● 富山市の状況

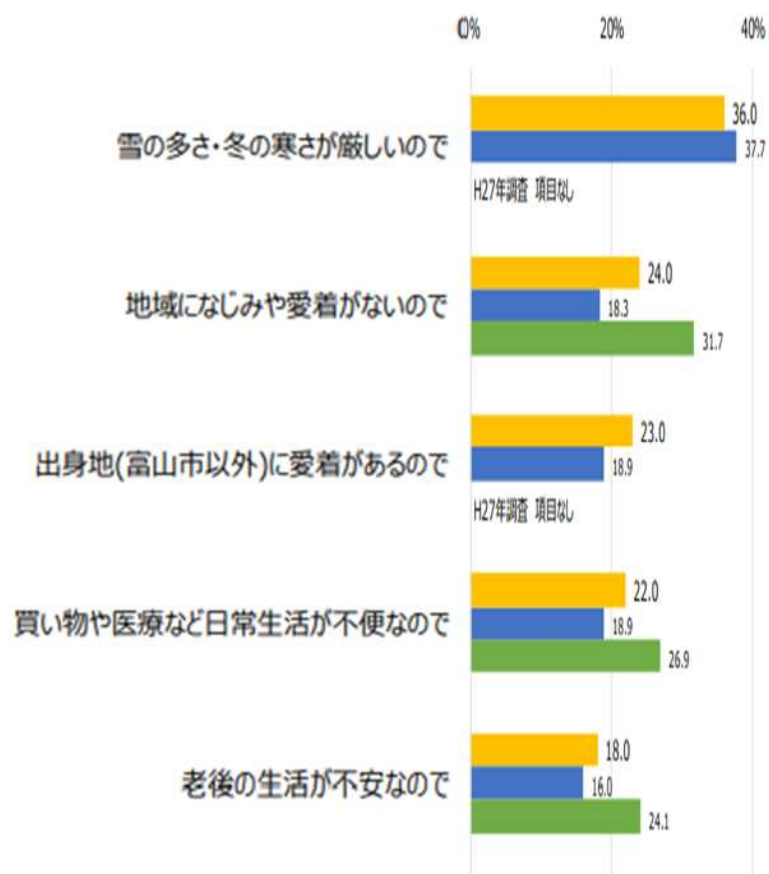
市民意識調査の経年比較 (令和2年富山市民意識調査)

■ 今回調査
■ H30年調査
■ H27年調査

問 富山市に住み続けたいという
主な理由は何ですか。



問 富山市以外に引っ越したいと
いう主な理由は何ですか。



②富山市の シティプロモーション

● これまでのシティプロモーション

現在のシティプロモーションの位置づけ（他計画等）

■ 第2次 富山市総合計画 後期基本計画（R4～R8）

目指す都市像	人・まち・自然が調和する活力都市とやま
まちづくりの目標 I	すべての人が輝き安心して暮らせるまち
まちづくりの目標 II	人が集い活気にあふれ希望に満ちたまち
まちづくりの目標 III	安心・安全で持続性のある魅力的なまち
まちづくりの目標 IV	共生社会を実現し誇りを大切にする協働のまち



政策2 市民の誇りづくり	(1) 地域・自治体としてのブランディング とシティプロモーション
	(2) シビックプライドの醸成

■ 第2期 富山市まち・ひと・しごと総合戦略 改訂版(R5.3)

基本目標2 交流・定住を促進し、富山市への新しい人の流れをつくる～選ばれるまち～	オ. シティプロモーションの推進
	カ. シビックプライドの醸成

● これまでのシティプロモーション（KPI）

これまでの取り組みの検証（KPI）

総合計画前期基本計画（H29～R3）における目標

(1) シティプロモーション推進事業

総合計画 目標とする 指標	富山市発信情報の閲覧・投稿者数（シティプロモーション推進事業で、本市の魅力を発信する映像等のホームページやSNSでの閲覧・投稿件数）	03年度 目標数値	03年度 実績数値	28年度 基準数値
		344,144件	364,084件	218,453件

(2) シビックプライド醸成事業

総合計画 目標とする 指標	ワークショップ参加者数（シビックプライド醸成事業で実施するワークショップへの参加者数や写真投稿件数）	03年度 目標数値	03年度 実績数値	28年度 基準数値
		累計 20,727人	2,735人 (累計18,826人)	1,000人

（令和3年度主要施策成果報告書より）

● これまでのシティプロモーション (KPI)

これまでの取り組みの検証 (KPI)

総合計画後期基本計画 (R4~R8) における目標

基準数値

令和8年度
目標数値

4	富山市発信情報の閲覧件数	シティプロモーション推進事業で、本市の魅力発信するホームページや動画、ツイッターの閲覧件数	対前年度比3%増を目指す。	339,922件 (令和2年度)	405,886件
5	富山市発信情報の投稿件数	シティプロモーション推進事業で、本市の魅力発信するツイッターのリツイート数と返信数	対前年度比3%増を目指す。	65,142件 (令和2年度)	77,783件
6	Instagramへの写真投稿件数	シビックプライド醸成事業 AMAZING TOYAMA Instagramへの写真投稿件数	対前年度比2%増を目指す。	3,105件 (令和2年度)	3,487件

第2期富山市まち・ひと・しごと総合戦略 改訂版 (R5年3月) における目標

【具体的な施策】

施策	KPI	
	基準値	目標値
<p>選ばれるまちづくりの推進(シティプロモーション)</p> <p>富山市の認知度と都市イメージを高めることで、「暮らしたいまち」、「訪れたいまち」として「選ばれるまち」となるよう、本市の魅力が多様な視点から発掘し、効果的なシティプロモーションを展開する。</p>	<p>① TGC富山やANAとの連携事業等による富山市への来訪・イベント参加者: 2,692人 (平成30年度)</p> <p>② HPの掲載動画、ショートアニメムービー、Instagram等による富山市から発信する情報の閲覧・投稿者数: 346,417人 (平成30年度)</p>	<p>① TGC富山やANAとの連携事業等による富山市への来訪・イベント参加者: 12,000人 (累計)</p> <p>② HPの掲載動画、ショートアニメムービー、Instagram等による富山市から発信する情報の閲覧・投稿者数: 580,000人 (令和6年度)</p>

【具体的な施策】

施策	KPI	
	基準値	目標値
<p>選ばれるまちづくりの推進(シビックプライドの醸成)</p> <p>本市が市外から訪れてみたい「まち」となることはもとより、市民からいつまでも「住み続けたい」と思ってもらったり、進学等により、本市を一旦離れた方からも「帰りたい(homing)」と思ってもらえるような、市内外から選ばれる「まち」であるためには、市民一人ひとりが富山市に対して愛着や誇りを抱く、シビックプライドを高めることが重要であることから、「AMAZING TOYAMA」のキャッチフレーズのもと、市民とともに、まちの魅力を発掘・発信する。</p>	<p>AMAZING TOYAMA フォトプロジェクト、Instagram、奥田塾等によるシビックプライド醸成事業への主体的参加者数: 5,225人 (平成30年度)</p> <p>富山市民であることに愛着や誇りを感じている人の割合(富山市民意識調査): 72.4% (平成30年度)</p>	<p>AMAZING TOYAMA フォトプロジェクト、Instagram、奥田塾等によるシビックプライド醸成事業への主体的参加者数: 26,500人 (累計)</p> <p>富山市民であることに愛着や誇りを感じている人の割合(富山市民意識調査): 74% (令和5年度)</p>

●これまでの主な取り組み（詳細）

コンテンツ制作型プロモーション（オリジナルキャラクター）

■市立探偵ペロリッチによる発信(H27～)

「いつでも、どこでも、すぐに」楽しめるファストエンターテインメントを展開する(株)DLEと連携し、ショートアニメムービーを制作。WEB、YouTube、SNS等を通じて、本市の魅力を発信。



YouTube再生数
約138万回(51動画:平均2.7万回)

twitterフォロワー39,000人
(R5.6現在)

●これまでの主な取り組み（詳細）

ティアアップ型プロモーション（ANA）

■ANAとシティプロモーション連携協定の締結(H26.3)

- ①地域ブランドの育成及び販路拡大
- ②地域の観光資源を活用した観光振興
- ③地域情報の発信
- ④シビックプライドの醸成

を目的に、ANAグループと連携協定を締結。世界でのフライト経験がある現役CAが「地域づくりマネージャー」として本市に常駐し、モニターツアーやイベントなどを実施。そのほか、機内誌や映像等により効果的なプロモーションを行う。

国際線機内誌の特集記事(H26～R1)

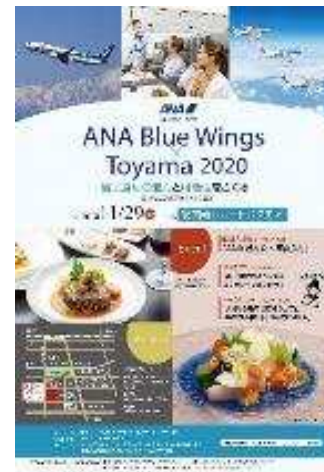
月間50万人超のANA国際線搭乗者へ訴求

機内向け動画

「奥田瑛二はじめて富山に行く」



ANAとのティアアップイベント(富山/首都圏)



海外向けプロモーション映像の制作(R2)

「AMAZING TOYAMA -この地を選んだ理由-」

国際線機内チャンネルにおいて放映。



地域プロモーションアワード2021 動画大賞
地域活性化センター賞受賞
第4回 日本国際観光映像祭 日本部門
Citypromotionカテゴリ 優秀作品賞 受賞 ほか

YouTube再生数:52万回以上

富山:3,039人(H27～)
首都圏:2,125人(R4)

●これまでの主な取り組み（詳細）

タイアップ型プロモーション（映画）

●フィルムコミッション事業 （平成23年～）

映画やドラマ、CMなどのロケを誘致し、富山市の豊かな自然や伝統文化などの魅力的な資源をロケ地として取り上げてもらうことにより、イメージアップや知名度の向上を図る。



富山フィルムコミッション(平成23年に設立)

ロケ支援実績(映画、テレビ、CMなど) 837件



「RAILWAYS～愛を伝えられない大人たちへ～」
(H23)「大コメ騒動」(R3)では、富山市が制作費の一部を出資

●これまでの主な取り組み（詳細）

イベント・著名人誘致型（インフルエンサー型）プロモーション

■エンジン01文化戦略会議オープンカレッジin富山の開催(H27.3)

芸術や芸能、科学などの文化人・著名人らがボランティアで講師等を務める「エンジン01文化戦略会議オープンカレッジ」を平成27年3月27日～29日に開催。

次年度以降、富山商工会議所青年部が中心となった「エンジン富山実行委員会」がエンジン02～05として継続し、富山市内で講座や夜楽を実施。

参加講師数:171人
のべ参加人数20,023人



メイン会場の富山大学には
14,000人以上が来場



通常の講座に加え、体験型ワークショップも多数実施



「夜楽」市内25の飲食店で
講師と参加者が交流

■TGC富山の開催(H30、R1)

若年層に対するイメージ向上や観光客誘致・地域活性化を図ることを目的に、絶大な人気を誇るファッションイベント「東京ガールズコレクション」を開催。



観客動員数
H30 約7,000人
R1 約7,500人

ステージやブースで
富山をPR

●これまでの主な取り組み（詳細）

シビックプライド(AMAZING TOYAMA)

■シビックプライドのキーワード『AMAZING TOYAMA』(H26～)

市民があたりまえに思っている日常を、あらためて驚きのある新鮮なものとして再発見するためのキーワード「AMAZING TOYAMA」。



日本サインデザイン賞
(公共サイン部門)受賞(H28)



ポスター制作 332枚



■AMAZING TOYAMA写真部(H27～)

まちのAMAZINGな日常の魅力を再発見し、写真で発信することを目的として活
重+



提出写真の枚数
2,000枚以上

写真部員(H27～)
のべ1,110人以上

●これまでの主な取り組み（詳細）

物産・特産型プロモーション

●「富山やくぜん」普及推進事業(H22～)

「富山のくすり」の伝統を活かし、富山の食材と健康に良いとされる食材を使い、安心・安全にも配慮するなど認定基準を満たす料理を「富山やくぜん」として認定し、「くすりのまち富山」のイメージアップ並びに観光客の誘致を図る。



富山やくぜん認定品目:59品目

●食やくシリーズ(お土産)(H25～)

「くすりの富山」のイメージを活かした富山らしいお土産商品の開発を目的として、「美味しく、健康にもよいイメージを持つお土産品」を商品開発。

食やくシリーズ販売実績:
21,648個



●富山ブランド市の開催

大都市圏で開催される物産展を中心に出席。富山市の特産品や工芸品などを展示販売することで、特産品のPR及び販路拡大を図り、合わせて富山市の知名度の向上とブランド化の推進に努める。



富山市観光物産展inJR大宮駅

●これまでの主な取り組み（詳細）

物産・特産型プロモーション

■『ガラスの街とやま』

300年以上の伝統を受け継ぐ富山の売薬にガラスの薬瓶が使用されていた歴史を踏まえ『ガラスの街とやま』を推進し、国内外でプロモーションを実施。



学び



鑑賞



制作



新色素材ガラスの研究開発



Toyama Glass

【富山アイコンニック】
富山のガラス作家が、ひとつのテーマのもとに共同で商品開発と制作に取り組むプロジェクト

●これまでの主な取り組み（詳細）

観光型プロモーション

- 観光キャンペーン事業 県及び県内自治体と連携し、観光資源を活かした魅力発信・誘客促進企画を立て、観光PRを実施。
- 観光客誘致宣伝事業 観光物産展等での観光PR。
- 市内観光イベントへの誘客 市内観光イベントへ誘客するため、県外旅行エージェントへのツアー企画の依頼等。
- 観光PR事業 パンフレットの作成や新聞等へのPR広告、AIチャットボットの整備を行う。
- 山岳観光、立山山麓活性化の推進
 - ・グリーンシーズンのイベント開催
 - ・山岳パンフレットの作成 など
- 広域観光の推進
 - ・北陸新幹線停車駅都市観光推進会議
 - ・都市間観光交流推進事業（岐阜市、長野市、飯山市） など