

ふくいブランド戦略 検討の観点

長期ビジョンの進化

- ・長期ビジョン策定から3年、県民アクションも広がっている中、福井の新しい時代において、こうありたいという「ふくいらしさ」の再確認が必要
(実行プランの改訂 (R6年度))

新幹線効果の最大化・持続化

- ・開業時には多数の来県者、マスコミ取材
- ・効果を最大化・持続化するため、福井の良さを発信するための核となるものが必要

福井県民の自信と誇り

- ・外に開いて交流を拡大し、福井の良さを発信するためには、県民一人ひとりがふるさとへの**自信や誇りを高める**ことが重要



◆ 県全体のブランドを戦略的に高める政策を企画・実行

ふくいブランド戦略 推進方針

幸福度日本一の基盤をもとに、県民の自信と誇りを醸成し、官民一体となってブランド展開

インナーブランディング強化

幸福度日本一（安全・安心の基盤）から
「もっと挑戦！もっとおもしろく！」

幸福度日本一のふくいの良さを認識し、
ふるさとに自信と誇りをもちことがスタート

県民・企業等による発信

〔チャレンジする姿の発信〕

- ・観光、文化等の魅力で人を呼び込む活動
- ・SDGsに資する活動
- ・社員ファースト、女性活躍
- ・夢実現に向けた挑戦 など



〔地域の自慢・自信の発信〕

- ・恐竜、いちほまれ（観光分野）
- ・ふく育県（暮らしの良さ） など

地域の自己肯定感の向上
県民の幸福実感の向上

本県の認知度・評価の向上
新たなプレイヤーの拡大

官民一体アウターブランディング

福井が**いま、おもしろい。**

「チャレンジするなら福井」のイメージ浸透
人が人を呼ぶ、波及効果を拡大

県民・企業等による発信を編集した
「県民ブランドハンドブック」の発信

県による発信分野の拡大・質の向上

- ・恐竜、いちほまれ、ふく育県
- +
- ・チャレンジ応援（県民協働）
- ・政策デザイン、DX（政策分野） など



ブランディングサポート（県）

I 「ふくい最高！」プロジェクトの推進

- ・県民の自信や誇りを醸成するコンテンツを
「ふくい最高！」プロジェクトとして認定・PR
- ・地元マスコミによるチャレンジ県民の発信 など

II ブランド戦略推進体制の強化

- ・ブランド戦略推進会議における
デザイナーとの連携（庁内）
など

