

コンセプトに求めたい構成要素

1 トキとの共生

本州最後のトキの生息地である能登はトキに大変ゆかりの深い土地であり、乱獲・開発等によりかつて日本から絶滅したトキが再び生息できる環境づくりに向けた取組を実施するとともに、生物多様性の象徴であるトキ放鳥を通じて、半世紀前にトキが野生下で生息していた自然環境を取り戻し、トキと人とが共生しながら、その良好な環境を次の世代に継承する。

2 能登の里山里海

長い時間をかけてつくりあげられた、自然と調和した人の営み、自然のめぐみ、守り伝えられてきた祭礼・伝統技術、美しい景観、豊かな生き物のつながりなど、日本で初めて世界農業遺産に認定された、日本の原風景であり、里山里海の保全と活用を通じて能登の活性化を促進する。

3 震災復興

令和6年能登半島地震により県内各地で甚大な被害を被るなど県政史上未曾有の大災害となったが、能登の創造的復興はあらゆるふるさとの希望の光であり、「能登が示す、ふるさとの未来」をスローガンに創造的復興プランを策定したものであり、能登復興のシンボルとしてトキが石川・能登の大空を舞うという夢の実現とともに、理想とされる能登の未来を創り上げることを目指す。





Brand Story

(ブランドの背景や価値観、成り立ちを
物語として伝える)

ブランド化に必要な構成要素を踏まえたストーリー (次項)
【構成要素】トキとの共生、能登の里山里海、震災復興

Brand Message

(ストーリーを踏まえ、能登がどう思われたいか、
将来の理想的なイメージ)

人と自然に恵まれた能登の里山里海が、
トキを舞い戻す

Brand Promise

(Brand Messageの浸透により
どんな良いことがあるのか)

- ①米をはじめとした農林水産物等のブランド化
- ②観光誘客、関係人口の拡大
- ③地域をつなぐ復興のシンボル



Brand Story

「能登はやさしや土までも」とも形容される、人と自然の中で育まれてきた世界農業遺産「能登の里山里海」は、自然と調和した人の営み、その中で培われた伝統的な技術や文化・祭礼などが今も息づくなつかしい日本の原風景です。そして、トキ色の羽をもつ美しい鳥、トキが本州で最後まで羽ばたいていたふるさとでもあります。

令和6年の能登半島地震と奥能登豪雨は、多くの尊い命を奪い、人々の生活や自然に甚大な被害をもたらし、これまで紡がれてきた能登の日々を一変させました。私たちは、この痛みと悲しみを乗り越え、創造的復興のシンボルとして、トキの放鳥の実現を掲げ、歩みを進めています。

思い出の中で羽ばたいていたトキが、復興とともに能登の大空に舞い戻り、恵みあふれる里山里海で人とともに暮らしながら、新たな物語を紡ぐ。そんな、「なつかしさ」と「希望」に彩られた能登の未来を、手を取り合って創り上げていきます。