

第2回ブランド化専門委員会資料

～トキをシンボルとした地域活性化～



石川県 創造的復興プラン

能登が示す、ふるさとの未来
Noto, the future of country



日 時：令和7年5月12日（月） 13：30～
場 所：県庁1002会議室

次 第

- 1 あいさつ
- 2 ブランド化専門委員会の趣旨について
- 3 トキ放鳥決定について
- 4 コンセプトの策定について
- 5 地域活性化の取組
- 6 意見交換
- 7 今後のスケジュールについて

ブランド化専門委員会 委員名簿



役 職	氏 名	出 欠
東海大学 文化社会学部広報メディア学科 准教授	のぐち まさてる 野口 将輝	出
(有)良品工房 代表	はくた のりこ 白田 典子	出
観光まちづくりカウンセラー	いまむら 今村 まゆみ	出 (オンライン)
(有)セメントプロデュースデザイン 代表取締役社長	かなや つとむ 金谷 勉	出
石川県デザインセンター 事務局長	しほ まさひと 志甫 雅人	出
石川県 戦略広報監	なかつか けんや 中塚 健也	出 (オンライン)

ブランド化専門委員会 座席図



【オンライン参加】

観光まちづくり カウンセラー 今村 まゆみ
県戦略広報監 中塚 健也

日 時：令和7年5月12日（月） 13：30～

場 所：県庁1002会議室

モニター

（有）セメントプロデュースデザイン
代表取締役社長 金谷 勉

（有）良品工房代表
白田 典子

里山振興室
武内室長

里山振興室
浅野 室次長
井関 課参事

マスコミ席

東海大学文化社会学部
広報メディア学科准教授
野口 将輝

生活環境部
成瀬部長

トキ共生推進室
西出室長

トキ共生推進室
松山 課長補佐
鈴木 専門員

マスコミ席

石川県デザインセンター
事務局長
志甫 雅人

ブランド戦略課
岡部課長

ブランド戦略課
前田 課長補佐
笹倉 専門員

入口

【趣旨】

令和4年8月、能登地域がトキ放鳥候補地に選定され、能登地域トキ放鳥受入推進協議会を立ち上げ、トキの放鳥に向けた取組を進めてきたところであり、令和8年度の能登地域でのトキ放鳥に向け、取り組みのさらなる推進を図ることとしている。

令和6年能登半島地震により甚大な被害に見舞われたが、被災市町からは、復旧が最優先であるがトキ放鳥に向けた取組の継続を希望する声をいただいております、創造的復興プランのリーディングプロジェクトに位置付けられている、震災からの復興のシンボルとなる「トキが舞う能登の実現」を通じて、

- ・世界農業遺産「能登の里山里海」の更なる高付加価値化や
- ・交流人口の拡大など、

能登の地域活性化に向け、協議会での今後の施策の参考とするため、ブランド化専門委員会を開催し意見を聞く。

トキ放鳥決定について



能登地域でのトキ放鳥決定について



○国が「令和8年度上半期中を目処に能登地域でのトキ放鳥」を決定



本州最後のトキの生息地である能登が、
本州初のトキ放鳥地へ
半世紀ぶりにトキが石川・能登の大空を舞う！

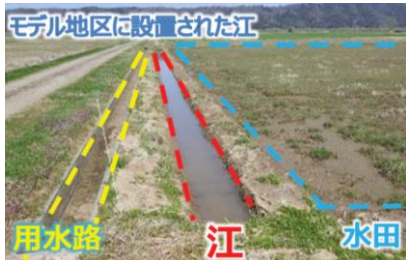


本州最後のトキ「能里」

○国は、本県の生息環境整備・社会環境整備などの取組を高く評価

【生息環境整備】

能登9市町に設置したモデル地区を中心に、トキの餌場づくりを推進



【社会環境整備】

学校教育や啓発イベント、シンポジウムなどを通じて、トキとの共生に向けた気運を醸成



能登地域でのトキ放鳥決定について



○創造的復興プランの「リーディングプロジェクト」である
「トキが舞う能登の実現」を能登復興につなげる



令和7年度予算では、

- ◆ 放鳥で使用するためのケージ設置に向けた検討
- ◆ トキのモニタリング体制の検討・構築
- ◆ 放鳥決定を記念したイベントなどの開催
- ◆ 地域活性化に向けたロゴ・キャラクター、PR動画制作



などを実施

➡ 1年余り後に控えるトキ放鳥の実施に向けて万全を期すべく、
県、能登の9市町、関係団体が一致結束して、放鳥準備の総仕上げを実施

コンセプトの策定について



石川県 創造的復興プラン

能登が示す、ふるさとの未来
Noto, the future of country

○第1回専門委員会（1/21）の主な意見

- ・トキといえば能登と言われるようなイメージ作りが重要
- ・先進地の取り組みも参考とすべき など

上記を踏まえたコンセプトや具体の取組を検討する必要がある。

⇒委員からの意見を踏まえ、

- ・トキ放鳥にかかる能登ならではの要素である、
トキとの共生、能登の里山里海、震災復興、を踏まえたコンセプトを策定
- ・先進地の取り組みも参考に、コンセプトに基づき、ロゴマーク・キャラクター、
PR動画を制作し、地域活性化に向けたPR施策等に活用

- トキをシンボルとした地域活性化を目指すうえで、**施策の根幹たるコンセプト**が必要
⇒第1回ブランド化専門委員会での意見も踏まえ、**コンセプトを策定**

コンセプトに求めたい構成要素

1 トキとの共生

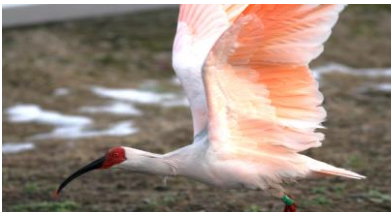
本州最後のトキの生息地である能登はトキに大変ゆかりの深い土地であり、乱獲・開発等によりかつて日本から絶滅したトキが再び生息できる環境づくりに向けた取組を実施するとともに、生物多様性の象徴であるトキ放鳥を通じて、半世紀前にトキが野生下で生息していた自然環境を取り戻し、トキと人が共生しながら、その良好な環境を次の世代に継承する。

2 能登の里山里海

長い時間をかけて作りあげられた、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。