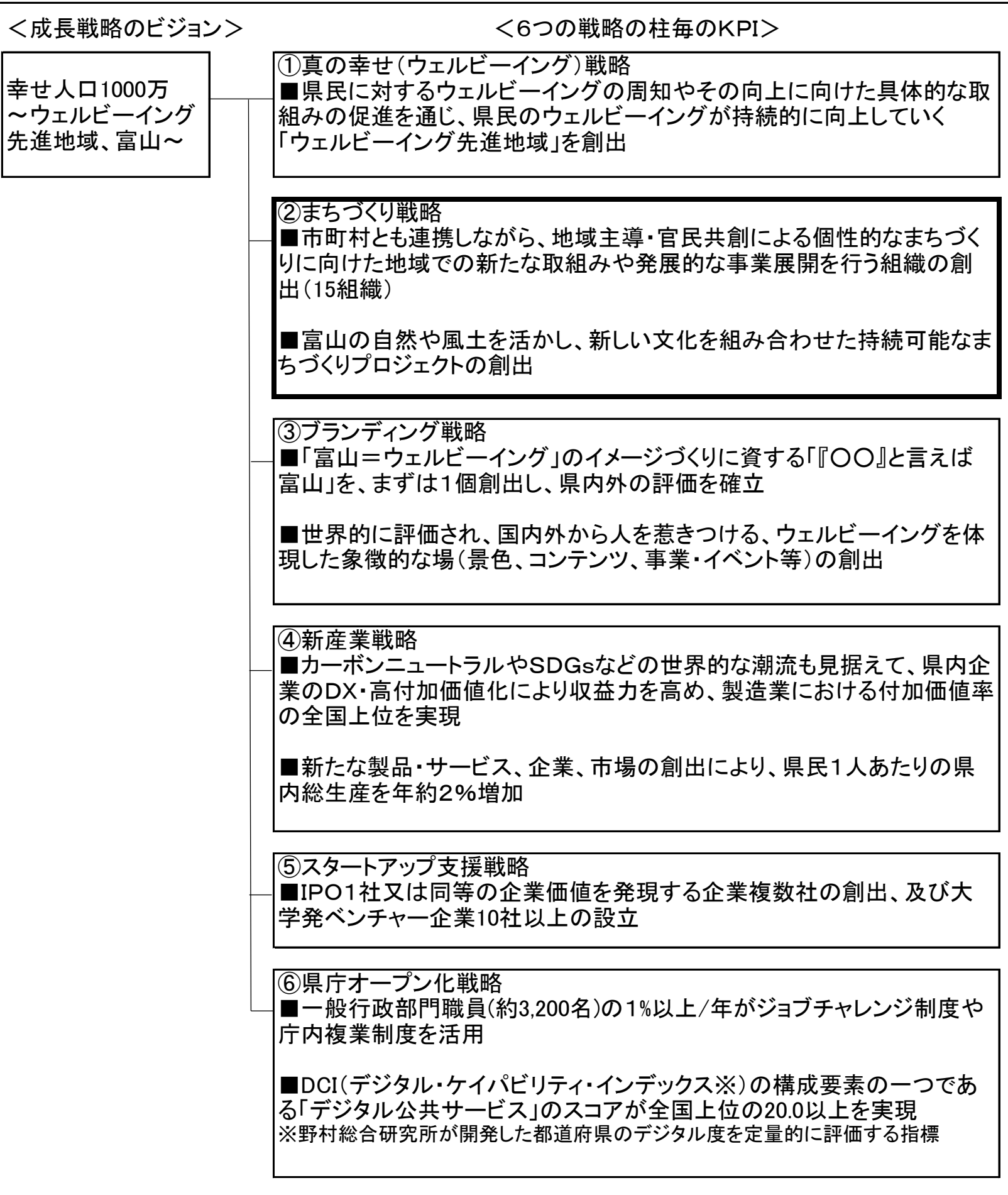


○ KPI設定の考え方

- ・成長戦略のKPIは、施策実施の結果の状態(アウトカム)を表すものとする。
- ・アクションプランに掲げた各事業については、総合計画で定めたKPIにより進捗状況を把握する。
- ・目標年度:成長戦略を策定して5年後の2026年度



KPIの背景・考え方

○目標年度:成長戦略を策定して5年度の2026年度

【背景・考え方】

- ・富山県成長戦略は富山県総合計画を補完するものとして位置付けており、目標年度については総合計画と合わせて2026年度とする。

①真の幸せ(ウェルビーイング)戦略

【KPI】

■県民のウェルビーイングが持続的に向上していく「ウェルビーイング先進地域」の創出

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、ウェルビーイングを中心に掲げ、県民ウェルビーイングの向上を図ることにより、全ての県民がいきいきと自分らしく、持続的に“幸せ”を実感しながら暮らすことのできる富山県を目指すこととしている。この実現により本県に新しい価値や産業を生み出すことのできる人材が育ち、定着するとともに、県外から多様な人材が引き寄せられる。このようなウェルビーイングを通じた人材集積により、より活力ある地域社会をつくることで、本県の新たな成長を図り、ウェルビーイングの向上と経済成長の好循環を生み出すことを目指す。
- ・「幸せ人口1000万」を戦略のビジョンとして掲げ、富山に関わる人全てのウェルビーイングの向上を目指すこととしているが、まずはその核となる県民のウェルビーイングの向上を図ることとする。
- ・「真の幸せ(ウェルビーイング)戦略」では、ウェルビーイングを県民に広く知っていただくとともに、全ての県民のウェルビーイングが向上するよう、施策を展開することとしている。
- ・このため、ウェルビーイングに関する定期的な調査を行い、県民のウェルビーイングを把握し、県民のウェルビーイングが持続的に向上していく状態を目指す。特に、県外への流出の多い若い女性と、仕事や家庭の負担の大きい子育て世代の女性を注視する。

②まちづくり戦略

【KPI i】

■市町村とも連携しながら、地域主導・官民共創による個性的なまちづくりに向けた地域での新たな取り組みや発展的な事業展開を行う組織の創出(15組織)

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、ボトムアップな地域主導・官民共創による富山らしい個性的なまちづくりに取り組むこととして、県と市町村による実行体制・仕組みを整備することとしている。
- ・まちづくりの機運醸成や情報共有等を行う「全県的な支援組織」を設置し、まちづくり組織の設立や運営に対する具体的な助言・支援等の取り組みを実施することで、県内各地域で、個性的なまちづくりに向けた新たな取り組みや発展的な事業展開を行い、移住・定住や関係人口の開かれた受け皿ともなる組織について、全市町村をカバーすることを考慮し、15組織の創出を目指す。

【KPI ii】

■富山の自然や風土を活かし、新しい文化を組み合わせた持続可能なまちづくりプロジェクトの創出

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、富山の自然や風土と、開かれた文化的環境を最適に組み合わせることで、県民等が幸福になれるまちづくりを目指すこととしており、世界から注目される未来的・先進的なまちづくりプロジェクトの創出を目指す。

③ブランディング戦略

【KPI i】

■「富山＝ウェルビーイング」のイメージづくりに資する『〇〇』とえば富山」を、まずは1個創出し、県内外の評価を確立

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、「幸せ人口1000万 ウェルビーイング先進地域、富山」のビジョン実現に向け、富山の魅力を県民一人ひとりが発信し、本県に関わる全ての人々とのつながりを構築することとしている。
- ・ビジョン実現に向けたブランディング戦略においては、まずは、関係人口1000万人創出の母集団として、可能な限り多くの方々に富山を認知してもらい、関心をもってもらう、そして強い共感をもって富山を選んでもらえるよう、戦略的な視点から選択と集中を図りながら、本県の良さをこれまで以上に積極的に県内外に発信していく必要がある。
- ・そのためには、
 - ① 「富山＝ウェルビーイング」のイメージづくりに資する『〇〇』とえば富山」といったイメージ、ストーリーを創出し、認知度とイメージの向上に向けた具体的な視点を設定し、圧倒的な評価を得ること、
 - ② また、そこから一步踏み込み、「富山に來たい」、「富山と関わりたい」といった意識を持ってもらえる『〇〇』とえば富山」の地域イメージを演出し、確立していくこと、
 - ③ そして、本県の『〇〇』に引き寄せられた人々が、様々な人を巻き込み、つながり、関わりを促す取組みを行い、どんどん新たなプロジェクトを打ち出し、発信していくといった好循環を創り出していくこと、これら一連のサイクルを通じて、富山県が広く県内外から好意的に評価されている状態を目指す。なお、県内外における本県に対する評価状況を適切に捕捉していくための指標設定等について並行的に検討を進めることとする。

【KPI ii】

■世界的に評価され、国内外から人を惹きつける、ウェルビーイングを体現した象徴的な場(景色、コンテンツ、事業・イベント等)の創出

【背景・考え方】

- ・成長戦略のビジョンを体験できるような、世界的に評価され、国内外から人を惹きつける、ウェルビーイングを体現した象徴的な場(景色、コンテンツ、事業・イベント等)の創出を目指す。

④新産業戦略

【KPI i】

■カーボンニュートラルやSDGsなどの世界的な潮流も見据えて、県内企業のDX・高付加価値化により収益力を高め、製造業における付加価値率の全国上位を実現

【背景・考え方】

- ・本県産業の成長を測るには、「生産性の向上」と「生産総量の増加」がポイントと考えられる。全産業の生産性を測る適当な指標はないが、本県の主要産業である製造業については、工業統計表から付加価値率の算出が可能である。
- ・DXの推進やカーボンニュートラル、SDGsなどの世界的な潮流を先取りし、国際標準に準拠した付加価値の高い製品を開発・製造することにより競争力の維持・強化を測る指標として、製造業の付加価値率をKPIとする。
- ・本県の付加価値率は36.1%で全国12位(2020年度、上位10都道府県の平均39.0%)となっているところ、全国上位を目指す。

【補足】

産業分野におけるカーボンニュートラルやDXの進捗については、県DX・働き方改革推進アクションプランのKPIや、R4年度中に策定される県カーボンニュートラル戦略での目標の達成状況を注視していく。

【KPI ii】

■新たな製品・サービス、企業、市場の創出により、県民1人あたりの県内総生産を年約2%増加

【背景・考え方】

- ・「生産総量の増加(減少)」については、県内総生産で測ることができるが、人口減少傾向が続く中では、その総額で新産業戦略の取組みを評価することはできないことから、一人当たりの県内総生産をKPIとする。
- ・直近5年間(2014～2019年)の本県の実質県内総生産の平均伸率である約1.8%(全国平均は0.9%)を上回る、約2%の上昇を目指す。

⑤スタートアップ支援戦略

【KPI】

■IPOを1社、又は同等の企業価値を発現する企業を複数社創出

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、「県内のスタートアップエコシステムの形成に向けて、まずはロールモデルとなる成功事例を生み出すことが重要」としていることから、IPO1社又は上場企業と同等の企業価値を発現する全国レベルの企業の複数社の創出及び大学発ベンチャー企業10社以上の設立を目指す。

⑥県庁オープン化戦略

【KPI i】

■一般行政部門職員(約3,200名)の1%以上/年がジョブチャレンジ制度や庁内複業制度を活用

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、自主的に庁内の他部門や庁外の民間利害関係者、市町村を巻き込んで動くことのできる「越境人材」を育成するなどにより、県庁組織の活性化を目指すこととしており、ジョブチャレンジ制度や庁内複業制度の活用状況をKPIとする。
- ・今年度、両制度の活用実績が9名であるところ、一般行政職員の1%以上/年(32名以上/年)の利用を目指す。

【KPI ii】

■DCI(デジタル・ケイパビリティ・インデックス※)の構成要素の一つである「デジタル公共サービス」のスコアが全国上位の20.0以上を実現
※野村総合研究所が開発した都道府県のデジタル度を定量的に評価する指標

【背景・考え方】

- ・成長戦略では、デジタル技術の活用により、住民サービスの向上や住民参加を推進することとしていることから、県のデジタル度を評価する「デジタル公共サービス」のスコアをKPIとする。
- ・2021年調査での本県のスコア16.9(29位)からスコアを伸ばし、20.0を目指す。
(2021年調査では、20.0は全国トップ5に入る)