

令和5年1月13日（金）令和4年度第3回富山県成長戦略会議 議事要旨

<開催概要>

- 1 開催日時 令和5年1月13日（金）15：00～16：45
- 2 開催場所 県民会館701会議室、オンライン
- 3 出席者（五十音順）

齋藤 滋	富山大学学長
高木 新平	株式会社ニューピーズ代表取締役社長
土肥 恵里奈	株式会社マスキー代表
中尾 哲雄	富山経済同友会特別顧問
藤井 宏一郎	マカイラ株式会社代表取締役CEO
藤野 英人	レオス・キャピタルワークス株式会社代表取締役会長兼社長
前田 大介	前田薬品工業株式会社代表取締役社長
藻谷 浩介	株式会社日本総合研究所主席研究員

<議事次第>

- 1 開会
- 2 挨拶
富山県知事 新田 八朗
- 3 議事
 - (1) 成長戦略における主な取組み状況について
 - (2) 成長戦略の効果を高めるための「新たな検討課題（案）」について
 - (3) 今後のスケジュールについて

1 開会

2 知事挨拶

令和4年度は、成長戦略ビジョンの実行の年と位置づけ、様々な取組みを着実に進めてきている。5月には第1回の会議を開いていただき、その議論を踏まえて、7月には戦略のKPIを設定した。そして、ワーキンググループを発展的に衣替えして、新たにプロジェクトチーム6つを設置し、委員の皆様には、各プロジェクトチームの座長などをお務めいただいた。

現在、本県では、新年度、令和5年度の予算編成の作業が言わば佳境に入ってきているが、この場で議論いただいた内容を施策としてしっかりと反映し、2月には関連施策をアクションプランとして取りまとめる予定にしている。そして、各プロジェクトチームでの議論も踏まえながら、ウェルビーイングの指標の作成を行った。また、戦略を発信し続けるために、また県内外の方々と連携をしていく機会づくりのためにも、成長戦略カンファレンス「しあわせる。富山」を本年度も開催した。そして、ビジョンに掲げる「幸せ人口1000万」に向けた関係人口の推計と施策に反映していくための実態調査の実施など、多分全国的にも大変ユニークでかつ先端的な取組みを進めている。これらの取組状況については、後ほど各プロジェクトチームからご報告をいただくことにしている。

戦略の取組みを進める一方で、社会情勢などの変化への対応、また、各プロジェクトチームにおいて提案があった新たな検討課題に対して、絶えず議論を深め、戦略の実効性を高めていくことが大切だと考えている。

思い返すと、今の成長戦略の本当に基本となっている中間取りまとめを行ったのは、もう一昨年夏の夏ということになる。時間は経過しており、当然、それをまたアップデートしていくことも必要ではないかと思う。そのようなこともまたご議論いただきたい。

これらの課題については、12月に書面でそれぞれご意見をいただいたところであり、本日は今後の検討課題についてもまたご議論いただきたい。

それでは、本日も自由闊達なご意見をよろしくお願ひしたい。

(議事に入る前に吉田副座長の委員退任に伴う副座長の選出(本会議の設置要綱により、知事が藤井委員と前田委員を指名))

3 議事

(1) 成長戦略における主な取組み状況について

(事務局から資料1に基づき説明。その後、高木委員より「寿司によるブランディング」、前田委員より「しあわせデザイン」について補足説明)

【高木委員】

- ・富山=〇〇をちゃんとつくろうというのを大元に議論をしている。何でそれが大事なのかというと、改めて簡単に理論を表すと、富山のあらゆるランキングは大体二十何位と真ん中、よくもないし、駄目でもないのばかり。これは、ポジションやスタンスが切れていないからだと思っており、今までこういう戦略でいろんなことをやっていこうとか、いろんなキャンペーン、ロゴを作ってやってきたりしているが、なかなか結果が出ていない。これは前に、成長戦略会議の場でも協議させていただいた課題かと思う。
- ・いろいろやっているけどなかなかうまくいっていない。これは別に富山に限らずどこの地域も、自分たちの地域をブランド化していくというのはなかなかうまくできていないと思っており、もっと大きい企業や大都市がすることを富山が同じようなことをやっても勝ち目はない。
- ・「一点突破」という言葉がある。アシックスの鬼塚喜八郎氏も言っているが、堅い板に穴を空けるとき、鉄の棒でやってもあかないが、キリなら簡単に穴があく。「一点集中、絞り込み作戦」、これこそが中小企業の戦略である。まさにこういう発想が大事だと思っている。富山の強みと世界の流れの真ん中、この1点を見つけ出してやることを考えたときに、それが何なのか考えている。
- ・地域である以上、土地の利はあると思っており、富山の場合、この標高差4,000メートルは食の豊かさであり、高いステイタスでもある。海の近くに3,000メートル級の山が見える景観というのは、世界でイタリア、チリ、富山しかないと言われており、天然のいけすと言われ、魚類3,700種、日本海に分布するのは800種らしいが、そのうち500種の魚が獲れるというとても恵まれている環境にある。また、ど

ここにでも米というのはあるが、東西の食文化が融合していること。生活文化としても、とても魚や寿司に馴染みがあり消費量も多い。魚に対しての消費量、刺身に対する消費量、これは金額でいうと全国の倍ぐらいになっている。

- 世界の流れを見ると、今、円安で、これからインバウンドがとても伸びるといったときに、日本の魅力というのは一つ間違いなく食にあって、日本人も結構食を中心に旅をしている。ブランディング戦略PTで榊田酒造の榊田氏と、井波のBed and Craftの山川氏と話したのだが、やはりそういう人たちや海外の人たちが感動するポイントが、いわゆる今までの富山の観光よりも、もっと自然の中で実体験することに寄ってきている。ただ、こうした美食をうたう地域は結構あるので、もっと絞る必要があり、富山県の中心にあるのはやはり寿司なんじゃないかということで、寿司で行こうという話になった。
- 寿司はあくまで起点だと思っている。平野紗季子さんというフードエッセイストの方がレストランは扉だという言い方をしているが、寿司を起点に、クラフトやお米や酒、自然に対して来てもらう入口になっていけばよいのではないかと思う。
- 今まで寿司に関して言うと、生産地の富山、消費地の金沢という認識が私たちの中にもあったと思うが、この寿司で一点突破することで勝てるのではないかと思っている。実際に、例えば、ミシュラン星付きの寿司屋の伸び率で言うと、石川と富山は今同じ9個ずつだが、富山はこの5年で倍以上伸びている。寿司店と人口比率で見ても、ほかの寿司が魅力的な地域と比べても圧倒的に勝っている。当たり前だが、たくさんの魚が獲れる生産地として恵まれているので、そこにいいクリエイターたちが集まれば勝っていけると思う。
- 寿司の聖地富山と言えないかと思っており、例えば寿司に関わるシェフや、クラフト作家みたいな方が海外に出ていくことを支援したり、また、世界から寿司に関してやりたい人をどんどん集めて、シェフ・イン・レジデンスみたいなことがやれたりすると、素材はあるし、地の利があるので、そこにどんどんいいクリエイターが集まれば、いい循環が生まれていく。
- 食の世界は、シェフとか、いわゆるフーディーな人たちが起点になって評判が生まれる。それが口コミで広がり、あの美食家が言うのだから食べてみたいとか、その場に行って食べてみたいと広がっていく。SNS等どんどん盛り上がりつつあるときに、この人たちをまず集めるのがとても重要。寿司に関するクリエイターを起点に、富山

= SUSHI の聖地を確立できないかと考えている。

- 方法的に整理すると、寿司はあらゆる富山湾の環境や工芸などいろんな文化を入れ込むプラットフォームとしてすごく優秀であり、観光的仕掛けとしてもインパクトは強いので、それをブランド化していく。
- また、富山県民のシビックプライドというか、市民の中ですごい愛着のあるものだと思う。東京に来てそんなに寿司は食べないけど、私も富山にいたとき毎月のように回転寿司を食べていたのは、それぐらい身近だったということだと思っている。
- それを、逸品として富山の起点をつくる。それを基に、クオリティー、技術をアップさせていったり、ネットワークをつくっていったりするというHOW。ここで世界的なカンファレンスとかを来年仕掛けられたらいいなと思うし、そういうクリエイターを集めていくのに必要な仕掛けを来年度以降ががんがんにやっていけないかと思う。
- その結果、ミシュランから町場の名店までバリエーション豊かな寿司屋が形成されていって、付加価値の高い体験や、そこでお金を落としてもらおうこと、その技術が流れていって、市民生活の中で食べる寿司のレベルも上がっていきなりすることができる、生活文化と紐づいた、ただ高付加価値の寿司でいきましょうというものではなくて、自分たちの根っこにあるものをちゃんと生かした、寿司といえば富山をつくっていけるのではないかと思う。寿司を起点に幸せ人口1000万のまちの実現をしていくことができないかと思っている。これは、ブランディング戦略PTで話したことと、方向性も同じ。

【前田委員】

- しあわせデザインについては、冒頭にあったビジョン、富山県のしあわせ人口1000万というまちをつくり上げるための会社であるということに尽きるかと思う。
- ラッキーなことに、この過去5年から10年の間で、15市町村それぞれにキープレーヤーであったり、もしくはそのキープレーヤーが織りなすキーコミュニティが形成されている。明らかに個性の異なるキープレーヤーやキーコミュニティが、ばらばらに動いているようで実は富山県という1つの経済体としてコンパクトにまとまって緩く連携したり、相互にお客さんにしても何にしても紹介し合ったり、融通し合っている。まとまっているということが特徴かと思う。
- 個性豊かなキープレーヤーやキーコミュニティが各地に点在し立っている一方で、今

なお各地域、各コミュニティで共通の課題、例えば空き家の問題、何か新しいことをやろうとしたときに、仲間が不足している、情報が不足している、一番クリティカルな資金が不足している等々、こういった共通の課題が各地域、各コミュニティでやはり敢然としてある。

- ・そういった課題なり、チャンスに対するロスも含めてだが、ミクロな市町村や地域の中では、一部あまりにも行政とチャレンジャーの距離や、周囲の住民等との距離が近過ぎて進みにくいとか障害となってしまう、スピードが上がってこないという問題もある。
- ・そこで、富山県というある種適度な距離感のある行政機関と、先ほど説明した民間のキープレイヤーが連携していく、つまり、キープレイヤー、キーコミュニティと富山県が連携したワンプラットフォームで課題を解決する。課題解決は非常にしんどい感じがするが、もう少しポジティブなところでいくと、課題解決プラスチャンスメイクをすることで、規模感、スピード感、テンポ感を上げていく。
- ・このしあわせデザインというのは、富山から世界に向けて発信できるような、ある意味シンクタンクであり、シンクタンクにとどまらず、シンクタンク以上にチャレンジしたいとか、何かやってみたいという人や企業、これに対する、実装に対する、県、民、そしてキープレイヤー、みんなでぐるぐるになった応援部隊であると考えている。
- ・こういったしあわせデザインの活動を通じて、何かをやるなら、チャレンジするなら、圧倒的に富山県、富山に関わる仲間とやるのだという富山をつくっていく会社と言えるかと思う。
- ・仕組みはこのスライドにあるとおり、行政、そして県内外の民間から出資ないし年度の拠出をいただき、いわゆる年度の議会という、予算を通さずクイックに、今やるべきことをスピーディーにやっていく。これを官民一体となってやっていくという組織になっていくかと思う。

(2) 成長戦略の効果を高めるための「新たな検討課題(案)」に対する委員意見について (事務局から資料2-1に基づき説明)

【高木委員】

- ・この4つの検討課題というのは、戦略の柱を増やすということなのか。

【島田戦略企画課長】

- ・柱を増やすということではなく、後ほど資料2-2でもご説明するが、それぞれの戦略の柱に横軸を通す、共通の検討課題として、相乗効果を高めていくための横軸を刺していくための議論をお願いしたい。

【高木委員】

- ・複雑になりそうだと思う。

【藤井副座長】

- ・今の高木委員のご意見、ご質問の上に立ってということだが、今まで6つのプロジェクトチームで、各課題を検討してきた。そして、年が改まったから、またさらに検討しよう、漫然ともっと深くやろうと言われても、なかなか議論がしにくい。そういう意味で、この6つのプロジェクトチームで6つの柱を検討するに当たり、4つの視点から考えてみよう。DXの視点から、もしくはデザイン思考の視点から考えてみましょうという、継続的に考える際の視点のガイドラインということであって、おっしゃるとおり、別に柱を増やしたわけではない。ただ、この視点以外にも、もし何か意見があったら新たに別に言ってもいい、そういう考え方でよろしいか。

【島田戦略企画課長】

- ・おっしゃるとおり。

【高木委員】

- ・私が気になるのは、地域には無限に課題がある。無限に課題がある中で、気になることを全部やっていくと戦略でも何でもないと思う。例えば、人材育成について、新しい価値を生む人材をどう育成するかは、そもそも成長戦略会議のメインの一つだった。それをやるためにT-startupという1つのチャンネルをつくらなきゃいけないとか、既存産業を活性化していかなきゃいけないとか、まちづくりでそういうプレーヤーがもっと活躍できるものというか、発表できるようにしていかないと、いけないというのが今進んでいる気がしており、デジタル・DXも、新産業戦略を全部こ

れにすればいいのではないかと、情報が増えて、何を大事に必要としたのかが分かりづらくなっていくことをとても懸念している。

- ・いろいろ積み重なって、ブランディングは分かりづらくなっていったので、今は研ぎ澄まして引き算している作業なわけだが、同じことが起きそうでとても懸念している。

【藤井副座長】

- ・まさに一点突破で行くからこそ意味があるという話を高木委員から先ほどいただいたところ。それをまた、寿司のDX、寿司の人材育成、寿司のクリエイティブなどと言い出すと、屋上を架すというか、余計わけが分からなくなっていくのは確かにそうだと思う。
- ・あくまでも継続的に、今年度検討していく際の視点の在り方という程度で、理解いただければいいかと思う。確かに、同じ話に戻っていくこともある。まちづくりの人材育成と言ったら、最初からまちづくりの人材育成の話をしていたとなるし、県庁オープン化をDXの観点でやろうと言うと、いや、最初から県庁オープン化はDXの話をしているというところで、同じ話に戻っていくことがあると思う。取りあえず重要な視点ということで、こういう話から切り込んでみようという、あくまで着眼点だと思う。着眼点以外に、議論したいことがあれば結構だし、着眼点を増やすと余計元に戻って混乱するところは、今までどおりの話し方でいいのではと思う。

【高木委員】

- ・キーワードが増えることを恐れていて、世の中のキーワードが来て、それを置けばやっているふうになるとか、予算が取れるみたいな感じが透けて見られるのが嫌だ。こんなに増やさなくてはいけないのか。これによってどう議論が発展するかや、良くなるかのイメージが、あまりよく分からない。
- ・キーワードに引っかけているんなものが入って、結局、戦略というよりは、国がやろうとしていることに取りあえず全部乗っかるみたいになりかねないという気がする。

【藤井副座長】

- ・おっしゃるとおり、総花はよくないというのは全く同感。

【齋藤委員】

- ・何のためにDX化するのかということだが、とにかくデータを早く集め、早く解析し、それで早く動く、これでないといけない。
- ・例えば、データを二千何人かまとめた。これであつたら全然駄目。こういう結果が出た。富山県は、ここは優れているけど、ここはまだまだ遅れているから、じゃあこうしましょうという議論をしないと、この会議は開いていてもあまり意味がない。だから、もう少しスピーディーにやるということが非常に重要かと思う。
- ・今日の新聞を読むと、議会でも新田知事が県議会議員から批判されたらしい。今まで県民の意見を聴くことは、4年に1回の知事選を待たなければいけなかった。ところが、こういうデータを取って県民の生の声をそのまま聞いて、それを施策に生かす。そうすればすごくスピーディーで行政が変わったと県民が実感できる。全国の先駆けになると思う。
- ・そういうことを県民の方にも理解していただき、アンケートに協力していただけると、自分たちの意見が反映されて施策に生かされる。それにより富山が変わっていったことが刻一刻と分かるようになってくると、本当にウェルビーイングが高まると思う。そういう形でスピーディーにどんどんやって、それから施策についてPDCAを回して下さい。この結果はどうだったのかを解析するような、もう次の段階に来ているのではないかと私は思うが、そのあたりいかがか。

【高木委員】

- ・全くそう思う。

【前田委員】

- ・私も、北日本新聞紙面でウェルビーイング指標のことが掲載されていて、そういう議論がなされているのだと、新聞で知った。
- ・他の都道府県もいろいろウェルビーイング指標を出してきている中で、富山県は独自性があり、抽象的という表現が新聞ではなされていたが、富山県が独自のウェルビーイング指標を出すことでのメリットとデメリットがいろいろあると思う。それを政策の羅針盤にしていくという話だったので、ガラパゴス化して、他の都道府県と比べて

どうこうという議論をしないでおこうという絶対的な話だと思う。けれども、相対値で見られなくなったときの弊害もあると思っており、ウェルビーイング指標を一回立ててトレンドを見ていくとなったときに、政策に落とし込む前に、このウェルビーイング指標は本当にこれでいいのかという議論はもう少し深掘りしてもいいかと思う。

【牧山ウェルビーイング推進課長】

- ・ご意見いただいた点、やはりデータをベースにして、また、皆さんの主観的な実感を捉えながら政策に活かしていくという取組みは、かなりチャレンジングだと我々自身思っている。
- ・先ほど前田委員からご指摘をいただいた他との比較という点については、まさにおっしゃるとおりで、本県独自の調査なり、県が4月から積み上げた知見等、ご意見もいただきながら組んできているものだが、富山県完全オリジナルになっている。
- ・1つの特徴として、10個の指標を設定したが、これは全て主観に基づくもので、この辺も、他県でも類似のものはあるが、客観指標と幾分組み合わせたものもあり、そういう意味では一線を画していると思っている。
- ・ガラパゴス化という懸念もあるが、いろんな比較は地域ごとになされている。また、その中心になってくるのは客観指標だと思う。それはさすがに、全国もしくは世界と比べることのできる物差しに載せた上で調べているものなので、他との比較という意味では、客観指標を用いてそこはやると考えている。ただ、県民の皆さんの思い、いろんなことが起こり、世の中が変わっていく中で、県民の皆さんのニーズや実感も、変わっていくので、なるべくスピーディーに捉えて政策に反映していくという役割をこの主観的指標に持たせ、活かしていければと、事務局としては考えている。

【齋藤委員】

- ・早く公表していただきたい。公表する前に委員に一度示ししていただくのもいいと思うが、それが遅い。今まで慣れていないと言われたらそれだが、慣れてほしい。それを繰り返すことによってスピードが速くなっていくし、県民の実体感を客観的な指標と言われる。私はそれでいいと思う。
- ・医学的にもVASスコアというのがあり、自覚症状が一番悪いときが10だとすると、

今は5になったなど。それは、ちゃんとした指標としてある。なので、実際県民が考えている生の感覚がすごく知りたいし、それから、現状がどうなっているのだということもやはり皆さんに知っていただきたいので、そこをスピーディーにできないだろうか。

【藤井副座長】

- ・集計結果は11月に公表されているのでよかったか。

【牧山ウェルビーイング推進課長】

- ・集計結果については、11月にまず速報版として、少し粗めに取りまとめたものをお示ししている。それを踏まえて11月県議会等でもご議論をいただいた。詳細データについては、今後、提示させていただく予定。

【藤井副座長】

- ・ぜひ、齋藤学長のご意見に従って、早めをお願いしたい。

【前田委員】

- ・最初に、関係人口の把握というのが出てきたと思うが、まず、関係人口はどう定義して、どうやって把握するのか。
- ・関係人口1000万人にして、富山県に關係する1000万人が幸せな状態をつくっていくというビジョンがあるわけだが、富山県在住じゃない方や、他拠点で往復して動いている方の主観的指標も取っていくのか。その方針も教えていただきたいと思う。つまり、ビジョンとちゃんとリンクしているかを聞きたい。富山に住んでいない、富山を往復して行き来していたり、富山と関係性のある人のウェルビーイング度合いもちゃんと把握していく方針があるかどうか。

【島田戦略企画課長】

- ・関係人口については、国の総務省と国交省で定義がされているが、いずれも明確な定義がないということで、県でいま一度定義をしたところ。
- ・成長戦略のビジョンとして関係人口1000万人を目指すとしており、定義の考え方とし

ては、1つには、県外に住んでいる方ということ、2点目として、本県へ訪問している、あるいは何らかの「関わり」、例えば、地域貢献や、特産品を消費するとか、あるいは観光などいろんな分野で富山県の情報を収集している、あるいは発信している。こういった行動をしている方であり、この関係性がある程度継続性が高いということ。そして3点目として、ほかの地域でも同じような取組み・選択肢があるにもかかわらず、あえて富山県を選んで行動している。この3つの要件を満たしている方々を関係人口と整理して、今、アンケート調査を行っている。

- ・質問のあった、その方々へのウェルビーイング調査については、今は県内の方々が中心なので、今後の検討課題となっている。

【藤井副座長】

- ・他県との比較については、独自は独自だが、非常にこの調査方式は完成度の高いものだと思っているので、他県にもぜひ採用されて、学術論文を書いて海外にも発信し、富山メソッドが主観的ウェルビーイング指標のスタンダードに、全国的になるぐらいに持っていったらなと思っている。

【藻谷委員】

- ・主観的な指標について、戦略的に絞って示すというトーンに完全に賛成する。逆が、客観的な指標を使ってより一般的に広げて議論することだが、そうではなく、主観的な指標で、まずは寿司でもいいが、絞ったことに対して戦略的にやるということが重要。
- ・なぜかという、2つ理由があり、1つは、そもそも県はありとあらゆることを一般的にやっているの、それと重ならないためにも、県全体の仕事の中でどれだけ重要かという議論ではなく、これとこれが最先端のドライバーの先端ということ、寿司でもいいが、突っ込むことが大事。それに対し全体の趣旨が分からないと、何で重箱の隅をつつくことを言っているのか、富山県は寿司が売ればいいのかみたいなことを必ず言うと思う。
- ・寿司が売れば富山県がよくなるという議論ではなくて、戦略的にどこを最初にブレークスルーポイントでやるのか。一般的にやっていく県の事業があつて、それとは別に戦略で進めるということ、委員の方は全員分かっていると思うが、改めてそこは

認識しておかなくてはいけないと思う。

- ・ もう一つ、主観的であることはいいのかということについて、客観的なウェルビーイング指標とは何か。もちろんいろいろあるが、突き詰めると、客観的なウェルビーイング指標というのは、例えば、若い女性の出入りになる。客観的にウェルビーイングであると若い女性が思っていれば、前のように出ていかななくなるはず。A to Zの一番の修練する指標は、年代別の人口の、特に女性の出入りで、それは改善していない。ちなみに、改善していないというのはどういう意味かということ、全都道府県の、非常に多くの地方の都道府県で、むしろコロナになってから女性が出る傾向にある。石川県も全く同じ。
- ・ つまり、客観的指標でいうと、目先では、まだ効果が出ていない。何で効果が出ないのか。一言で言うと、この期に及んで教育システムが全く変わっていない。よく分からないが、田舎にいたらいけない、都会に出ないといけないという、極めて主観的な根拠のない思い込みが、特に教育で、高校までの間にずっと教え込まれている。一向にそれは払拭されていない。つまり、とても主観的な理由で人が出ていく。客観的には、富山県は極めて暮らしはよい、にもかかわらず主観的な理由で出ていくので、主観に対しては主観で対抗しなきゃいけない。つまり、客観的に幾らこの富山県がこんなにいいですよと言っても、彼らがそれを理解しないので、感性的に、富山はこういう点で非常に面白いと主観的に訴え返さないと勝てない。
- ・ 富山県の課題は、主観的な思い込みで駄目だと思いついでいる人が非常に多いところにあるので、それに対し、いや、そうじゃない、これは、すごいということ、主観的に感覚的に理解できる人を増やすという意味で、この戦略会議が主観的なウェルビーイング指標をやるのは極めて素晴らしい。皆さんが前提としていることを再度確認しているだけだが、この主観は非常にいいと思う。

【齋藤委員】

- ・ 9ページのスライド17から18をもう一度見直しているが、単に年齢的な年代で分けて点数を書いているだけになっている。これ以上のことはしていないのか。
- ・ 学問的に言うと、多変量解析をして、どれが一番、どれとどれが関係しているか。それから、若い人、学生の年代、社会人の若い人、中年、老年期に分けて、それぞれの問題が違ってきているはず。それぞれに施策を取らないといけないと思うが、関連性

を見つけて、キーとなるもの、ここが問題だということを見つけてそこで施策を打たないと、全然違うところに施策を打ってしまうとそれが無駄になってしまう。このデータをうまく利用できないのであれば統計家を紹介する。これだけで終わったら何の意味もないので、もう少し高度な統計学的手法を用いた形で解析をお願いしたい。

【牧山ウェルビーイング推進課長】

- ・今お示ししている資料では、ご指摘のあった年代別のものしか記載していないが、この調査は2,754名の方に100問余りに及ぶ回答をいただいている。例えば属性にしても、居住地や家族構成、ペットを飼っている方など、細かなところもレイヤーとして取れるようになっている。ただ、こちらの示した資料の中では、紙面構成、ボリュームの関係もあり、省略している。
- ・データ提供の際や今後の分析においては、いろんな切り口で分析したい。そうでないと具体の政策に落とし込むに当たっても効果は見込めないと、県としても十分意識を持っている。

【高木委員】

- ・今の議論について、ウェルビーイングを掲げているので、その指標をつくるのは非常に重要で、新しくやるため時間がかかる、検討しているということだと思うが、それをつくることや、それを使うことが目的化していないかと少し思っている。
- ・藻谷さんが問題提起されていた若年女性が流出している件だと、客観的には共働き率が高いとか、所得が高いとか、透けて見えないから何が原因なのか。お茶くみみたいな仕事の人が多くてそこにやりがいを感じないからかもしれない。子育てしやすい環境があると客観データでは見られるが、実はそう思われていないとか。そこを探るために始めていると思っている。発表しているのは、その概念というか構造だけの話であって、本当はそこには県民や富山に関わる人たちのリアルな課題があったはずで、それをマクロな指標を基に、一個一個の実感を取りに行くということだったと思う。そこが少しこぼれ落ちてしまっていると思っている。
- ・なので先程、いろいろな検討課題で新しいキーワードがたくさん出てきたときもよくないなと思って、生活者のリアリティーから遠くなっている感じがした。何のためにやっているのかを大事にしないと、やること自体が目的化してしまう。そういうこと

に対して、世の中が、違和感があり突っ込んでいるのではないかと思う。

【藤井副座長】

- ・今の指摘は、非常に重要な視点だと思う。事務局もそういった視点を踏まえて、今後の継続課題、今後の実施につなげていただきたい。

(次に、事務局から資料2-2に基づいて説明)

【土肥委員】

- ・この表の見方がいまいち分からない。「課題」という言葉がついているから分かりにくくなっているのか。ウェルビーイング戦略では、その戦略の後ろ側に課題があって、その課題があるからこの戦略がついたが、また新たにクリエイティブ・デザイン思考という課題があって。どう見たらいいか。

【藤井副座長】

- ・その分かりにくさが本会議の冒頭からおそらく問題になっていると思っており、高木委員からも、今、同感ですとチャットでいただいた。

【土肥委員】

- ・例えば、今の女性の流出という問題は富山県に限らず、全国的に見たら富山は特に大きな課題としてあり、では、女性の流出を何とかしようという課題があって、それをウェルビーイング戦略で見たらこう、まちづくり戦略で見たらこうだという表だったら分かると思うが、検討課題の4つがここに入ると、どのようにこの表を見て今後それぞれの戦略会議を行うときに、どうしてほしいという意図なのかが分からないと感じている。

【藤井副座長】

- ・そこは同感で、恐らく、これは1つのサジェスションだが、単に課題ではなく視点などにしたら分かりやすくなるかと思うがどうか。
- ・例えば、ウェルビーイング戦略の中で、女性の流出もしくは子育てという課題があっ

て、それをクリエイティブ・デザインという視点から考えてみよう、DXで何かできないかとDXという視点から考えてみよう、もしくはそういう子育て支援をする人材はどうすればいいだろうと人材視点から考えてみようといった、単に視点の例示にすぎず、あくまでも戦略領域と課題というのはこの縦に見ていく。縦に立っている6本というほうが分かりやすいかと思ったがどうか。

【土肥委員】

- ・それだと意味合いとしては分かる。

【高木委員】

- ・言葉を増やさなくてもよいのではと思う。

【土肥委員】

- ・例えば、それぞれの戦略がそれぞれの会議で動いており、取りまとめるときの共通項目のようなものとしてあるのであれば、要はそれぞれが違う会議の結果をまとめてくると、こことここがつながりそうだと行ったところが分かりづらくなるので、そういった意味で、同じような視点を持ちましょうということは分からなくはない。しかし、表でまとめられて、この視点はあの視点はというと、なかなか議論がだんだん狭くなる。凝縮したものを考えたいが、視点を狭める必要はないと思う。

【藤井副座長】

- ・こうした議論をこの場でもめないように、事務局としては事前に皆さんにこれでいいですかと送って、皆さんがいいですと言ったからこうなったとは思いますが、ここまで混乱するのであれば無理にやらなくてもいいと思う。事務局として特段のこうしたい意向はあるか。

【三牧知事政策局長】

- ・知事政策局として6つのPTに全てに出ていると、今ばらばらになっていて、例えば人材育成だと特にそうだが、結局どういう人を育てるのが若干見えなくなって個別事業に落ちているところがある。改めてここで1回整理して、それぞれ議論していた

だくというよりは、クリエイターとかが集まる富山県をどうやって進めるのだということ、親会議でもう一回整理して議論していただくと、こういう波及効果が出てくるので、この議論を深めたいというのが、事務局側の意図。

- ・デジタルもそれぞればらばらして、根本のデジタルをどうやって進めるのかが去年もあまり深められておらず、もう一回改めてこの親会議の、今の変化も踏まえて考え方を示していただきたい。役所の性格上、少しばらばらするとまた縦割りにになってしまうので、施策に落とすときに、改めて全体像を見て整理したいというのが意図。
- ・そういう意味で、個別にばらばらというよりは、全体として進め方を整理したい。

【土肥委員】

- ・それであれば、今の人材育成だとすごく分かりやすい。ブランディング戦略だと、例えばデザインやITに長けている人を育成していきたいが、別のところでは農業人材をやりたい。ばらばらの人材育成を求めていると、最終的にどれをするのかになってしまうと。少し分かった。

【高木委員】

- ・先ほど藻谷さんが言われたことはとても重要なことで、成長戦略は総合計画の上に乗っていて、全てをカバーするものではないと思っている。クリエイティブ人材やDXなど、この表にはテーマのような言葉が並んでいる。成長戦略の柱は、新産業などがあり、これは確かに若干テーマのようだが、ブランディング等もある。その時点でも全てが身内というか、そもそも全部のものを網羅していたわけではない。それを縦で切るか横で切るかで情報整理は変わると思いますが、その網羅性というか取扱いを全体的にうまくやって整合性を取りに行こうとすると切りがない。そうではなく、こういうときはむしろ 이슈に立ち返って、幸せ人口1000万といったときに、若年女性の流出が一番課題なのではないかということから、このイシューから発展していると思っており、そこに立ち返って、本当に今必要なことは何か、別に6つの戦略を組み替えてもいいと思う。
- ・何のためにやっているのか分からなくなると議論ができない。何のためかが見えないので、手法の議論が増え、検討課題が増え、検討しやすくなってしまい、齋藤学長が言ったように時間がとてもかかる。言葉を足すのではなく、むしろもっとシンプルに

できないか。

【藤井副座長】

- ・どうしてもこの4つは残さなくてはいけないか。分かりにくいという意見は非常によく分かる。それであれば今までの6つの縦の割り方だけで議論し、人材育成は後から、議論の結果から抽出すればいいという考え方もあるのかと思う。デジタルはデジタルで、6つ縦に議論した結果、デジタルについて抜き出すとこういう結果になりましたと。入り口で検討課題として設定せず、最後の整理でその4つの観点から抽出すれば、最終的には同じことができるのかと思う。議論の立てつけとしてはそのほうがシンプルかと思うが、そういうところでまとめることは難しいか。

【三牧知事政策局長】

- ・どちら側に見るか、事務局としては、逆に言うところの4つが、この1年間議論していて、各PTでなかなかうまく進んでおらず、もう少しでこ入れする必要があるところかという認識が少しあり、足すというよりは、各PTのPDCAの中でそれぞれ議論するのがいいのかどうか。複数のPTで同じような課題が出ているので、ここで1回議論して、てこ入れしたいというところもあるので、そういう意味では、別にこの4つを足すような見せ方でなくても、全体のPDCAを親会議で見えていく中で、こういうところをまた課題として深めていただければ、それは事務局としては問題ない。

【藤井副座長】

- ・課題を4つ足すわけではないという言葉をいただいたので、最終的な整理をどうするかはともかく、今はその課題を増やすわけでもなく、総花的にこのマトリックスにチェックマークを入れていきたいというわけでもないということで、皆さんの意向は同じだと思う。
- ・事務局としては、この4つの観点、視点が、これまでも多く問題に共通になってきたという意識を持っており、そこに、てこ入れをしたいという意識を持っているということなので、そこをあくまで念頭におきながら議論できればと思う。

【高木委員】

- ・位置づけが曖昧な言葉ほどややこしいものはないと思っている。このクリエイティブ・デザイン思考と人材育成はまちづくりで、デジタル・DXは新産業とスタートアップ、官民連携は県庁オープン化の中で議論したのか。それが結果的に、県庁オープン化よりも官民連携のほうが議題としては大きくなったらそれはそれであって、分けている以上、横断的にやるのは無理ではないか。

【三牧知事政策局長】

- ・もともとクリエイティブ・デザイン思考も、高木さんのレヴォ方式のようなかたちで、ブランディング戦略の検討課題に入っていたので、PTレベルでどこが中心にやるというかたちでも、事務局として問題ない。

【高木委員】

- ・PT単位で取り扱えばいいと思う。

【藤井副座長】

- ・PT単位で取り扱うということにしたい。これでこの議論の枠組みは整理できたと思う。

(3) 今後のスケジュールについて

(事務局から資料3に基づいて説明)

【藤井副座長】

- ・確認だが、3月以降、新たな検討課題について、検討して各PTで予算化に向けて取りまとめていくという話だったが、4つの新たな検討課題を明示的に立てるわけではないということに、先程なったと思うので、4月以降のスケジュールの書き方はまた考えるということによろしいか。

【島田戦略企画課長】

- ・今ほどの議論を踏まえ、次回、第5回の検討課題も含めて、改めて整理しご報告させ

ていただきたい。

【齋藤委員】

- ・今日の議題で一番具体性があったのは、高木さんのお寿司のこと。ちょうど、今年の5月にG7の教育大臣会合があるので、そのときに合わせて何かできないか。というのは、これは世界的な方々が来られるし、絶対全国からマスコミが注目する。そこで富山の美味しいお寿司を食べてもらって、お寿司だけじゃなくてお酒も全部あって、それで「これうまいね」と言ってほしい。

【高木委員】

- ・やりましょう。早急に県で予算をつけていただきたい。本当にそうしたスピード感が必要だと思う。

【藤野委員】

- ・お寿司の件は非常に面白くて、富山といえばお寿司みたいなところをみんなで、全力でやるのは、とても大事だと思う。そういう面を見て、今の提案というのは、こういうことを県でやるぞという話なのか、これやりたいという話なのか。それから、どうやってお寿司を前面に出すのかについて少し教えていただきたい。

【三牧知事政策局長】

- ・できる限りスピード感を持って動くような形で、県も民間も連携してやる形を取ればいいと思う。これから予算要求を踏まえ、早めに検討したい。まだあまり自信持て言える状況ではないが、県もただ応援するだけというよりは、一緒にやるような形で当然考えている。

【藻谷委員】

- ・年始早々、中東のサウジアラビアとオマーン、アブダビに3泊5日で行ってきたのだが、そこで象徴的だったのは走っている車。皆さんもご存じかと思うが日本車が非常に多く、特にトヨタが多い。6割以上トヨタで、トヨタの人に言わせると、中東の極めて過酷な暑いところも走るということでみんな使っているとのこと。

- ・そして、その時思ったのは、もはや誰もトヨタが日本製と知らないということ。「どこから来たの？」と聞かれて「日本」と言っても、ほとんど誰も知らない。ドバイメトロが走っていてとても混んでいる。これも日本製だが、誰も日本製だと知らない。
- ・隣の席に座っていたオマーン人の男の子と話していたら、「寿司が好きだ。」と言っていた。ひたすら寿司の話になって、三、四年前に比べて、中東人もついに寿司を食べているというか、「日本人か、僕は寿司が大好きなんだ。お父さんが何とかなんだけど、このこうで……」という話になった。
- ・「寿司？ 何それ？」という意見が多分富山県内からも出ると思うが、実は富山にトヨタの工場が来るよりも、半導体の工場が来るよりも、寿司のほうが国際的に本当に受ける時代になったのだなと、10年前と違って、いよいよそうやってきたのだなと思った。

【高木委員】

- ・今の話の中で大事なものは、具体的なことは盛り上がるということ。だから、具体的な議論が大事で、抽象的な概念論ばかりだと、どう触っていいかわからない。何の話をしているのだとなってしまうことかと思う。
- ・具体的に何かやることを絞る。概念で置くのではなくて、やることを具体的に絞っていったら、こうやったら面白いという議論が出るということ自体が面白い人材を引きつけるし、富山はどんどんよくなっている、新しいことが起きているという感覚になるのだと思っており、仕事の進め方自体をうまくアップデートしていけると本当はもっといい。

【藻谷委員】

- ・立山の頂上だけ先につくって、そこから最終的に裾野というか深海まで行くのだと思うが、まずはそういうところから、カリフォルニアロールしか食べたことのない人たちに、本当の寿司を理解してもらい、その中でもなぜ富山が一番なのかということが分かると、遠く先に大きな裾野が広がる。まさに戦略的な突っ込みとなる。それが、寿司というのは悪くないと改めて思った次第で、面白いのでぜひやったらいい。
- ・今言った言葉は、県内で絶対反対する人もいる。しかし、そうではなく、意外にこれは本当にクールだということをぜひ理解してほしい。

【藤野委員】

- ・高木さんや藻谷さんの言うとおりで、具体的なことのイメージはとてつきやすく、今、藻谷さんが話されたところで、重要なのは多言語だと思う。日本語ではなく、英語やタイ語、中国語とか、アラビア語で寿司と検索すると、富山が上位に来るようにしていくと、結果的に富山が独り勝ちになれるということになると思う。もちろんいろんな観光資源があるが、寿司と引くと、とにかくどの言語でも富山が一番になるとしたら、いただきだと思う。これも、さっき高木さんが話したとおりで、具体的な政策で話があるからイメージが出てくるので、寿司でやるところは1つありだと思う。
- ・もちろん、ウェルビーイングはすごく大事で、ウェルビーイングのところはかなり時間を割いてもらったわけだし、そこで、私たちらしい、富山県らしいものを打ち出していくところは、とてもすてきなことだと思うが、そういうことをやりつつ、具体的なところで、がっちり戦果を稼いでいくようなことをやっていきたい。

【中尾座長】

- ・今日は「寿司」という具体的な話から始まった。そしてウェルビーイングの客観性、主観性についても議論があった。
- ・最近、「ウェルビーイングは何点を目指すのか」「関係人口1000万に対して、現在は何百何十万か」というような質問をよくされるようになった。
- ・戦後かなり前になるが、経営者の意識、犯罪者の意識という定性的なものを数値化することがよく試みられた。数量化理論第3類である。ウェルビーイングの指標化は既に試みられているが、我々が目指していく目標について、客観的な定義が必要だと思う。今日はこの点についても議論があったから、委員会として一致した見解を求めていかねばならないのでは、ないだろうか。

【新田知事】

- ・今日は新しい話として、我々が策定したウェルビーイング指標、それをさらにブラッシュアップするために、あるいはスピード感を持ってとか、より解析をきっちりというアドバイスをいただいた。そして、とことん主観にこだわっているのが、かえってガラパゴス化するのではという懸念もいただいたが、逆にこれをデファクトにしてい

くぐらいに全国に広めるという意見もいただいた。

- 新たなテーマという打ち出しで4つのことを出したが、これを加えるのではなく、それぞれのPTレベルでこうした視点も盛り込んでいく整理をオープンにしていきたいと考えている。
- 寿司のこと、ブランディングチームからの提案だが、具体的に一点突破していくことの第1番目のテーマとなっている。これはほぼ、本席では合意を得られたことだと思う。齋藤学長からこれをG7で活用したらどうかという意見もいただいた。これも至急G7チームと共有したい。
- ウェルビーイングはあくまで成長戦略の中心だが、昨年の県民意識調査では11.9%の方がウェルビーイングを知っているということだった。低いのではないかと県内的には結構批判もあるが、逆に、47都道府県で、11.9%の人がウェルビーイングを知っている都道府県が果たしてあるのかいうと、富山県が一番多いのではないかと思う。そういう意味では、今の時点では、ウェルビーイング先進地域になっているのだと思う。これをさらに高め磨いていく。今日の議論の中で、いろんなアドバイスをいただき、さらに課題もいただいたが、自信も深めることとなった。