

アフターコロナ時代を見据えた経済社会構想検討会議

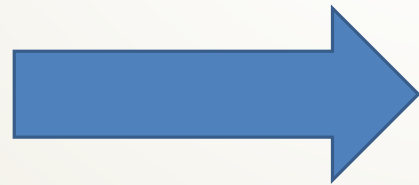
未来戦略プロジェクトチーム 産業・経済部会 中間報告 「富山らしさ2.0」

令和2年12月21日

提案の3つの柱

Green × Digital × Creative

- 1 スマートシティ・スーパーシティ
- 2 サステイナビリティ
(サーキュラーエコノミー、SDGs、脱炭素)
- 3 クリエイティブ・デザイン・アート



新しい富山へバージョンアップ
「富山らしさ2.0」

1 スマートシティ・スーパーシティ

目指すべき将来像

- デジタル・トランスフォーメーションが進展し、デジタル先進県として、本県が選択される

課題等

- 本県が選ばれるには、変わっていくというイメージが大事。象徴的なフラグシップ、思い切った施策が必要
- スーパーシティ・スマートシティの取組みはDXを推進するトリガーとなる
- 基幹産業である製造業がIT化に乗り遅れ衰退してしまってからでは遅い
- 県全体のデジタル化を推進するには、まずは県庁自らが、DXを推進していく必要

提案①

短期

中・長期

スマートシティ・スーパーシティ実現に向けた取組み

- トヨタ版スマートシティ（ウーブン・シティ）の誘致
- このような取組みが、先進的な企業・人を本県に集めるきっかけとなり、新たなビジネスやサービスが生まれる
- 個人情報等の課題もあるが、未来技術の実証実験・社会実装を積み重ね、住民の機運を醸成
- 県と市町村が連携して、データ連携基盤等を整備

提案②

短期

デジタル・トランスフォーメーション（DX） の推進

- 県全体でDXを推進していくための「とやまDXワンチーム」の発足
- 県内DXの拠点（技術協力、人材育成、官民連携の拠点）として「県立大学のDX教育研究センター（仮称）」を整備
- 県内企業のDX推進に向けた県の支援メニューの拡充
- 県内経営者に対するIT推進に向けたリカレント教育
- 農林水産業分野でもDXを推進し、省力化・生産性向上
- できるところから、取り組みやすいところから、小さな単位で実装、テストを繰り返すアジャイルの手法を取入れ

提案③

短期

エレクトリック・コマース（EC）の推進

- コロナを契機として、（非接触・非対面の）ECは、ますます伸びる
- 県内中小事業者が簡便にECを利用できるようにするなど、本県独自のECシステムの整備（ダイレクトTOカスタマー）
- 県内のECの取組みを分野横断的に支援する県庁担当部署の設置

2 サステイナビリティ (サーキュラーエコノミー、SDGs、脱炭素)

菅総理・・・温暖化ガス「2050年実質ゼロ」を宣言
アメリカバイデン大統領・・・パリ協定復帰、環境政策を重視

環境トリガーとなる 脅威をチャンスへ
サステイナビリティの重要性は世界共通認識となる

目指すべき将来像

- 環境立県、環境先進県、環境分野のトップランナー
- サーキュラー・エコノミーのモデル県

課題等

- 社会課題の解決のためのSDGsの取り組みや、脱炭素が企業価値に直結するという意識をいち早く周知・啓発していく必要がある

提案①

短期

中・長期

サーキュラー・エコノミーの推進

サーキュラー・エコノミー（循環型経済）とは、資源や製品を経済活動の様々な段階（サービス・生産・消費・廃棄など）で循環させることで、資源効率性を上げ、かつエネルギーの消費や廃棄物発生をミニマム化する。その循環の中で付加価値を生み出すことによって、経済成長と環境負荷低減を両立するための産業システムであり経済政策

その経済価値は2030年で500兆円、2050年には2,700兆円とも予測されている。

- 富山県がワンチームで取り組むため、「サーキュラー・エコノミー推進宣言」を行い、普及・啓発を推進、取組みを県内外にアピール
- まずは、先進国や先進事例を調査し、官民連携のもと、モデル事業「富山サーキュラー・エコノミープロジェクト」を立上げ
- 本県に集積するアルミ産業において、県内の循環経済をアルミでデザイン（サステナビリティ時代のあたらしい「つくり方」、あたらしい「つかい方」で、あたらしい「経済的付加価値」ある、とやまを創造）

例えば・・・

- スーパーのトレイなどをアルミ製にして、消費者とともに、資源循環させていくなどの思い切った取組み（レジ袋の削減にいち早く取り組んできた本県ならではの取組み）

提案②

中・長期

SDG s ・ 脱炭素の取組み

- 脱炭素は今後の最重要課題となり、課題解決型産業の市場は巨大
- 地域レベルでのニーズに対応した課題解決型のビジネスを、同じ課題を有する海外でも事業展開
⇒ **新産業の創出・育成**
- 官民一体となって県全体で取り組むべきSDG s の K P I をインディケータとして設定

3 クリエイティブ・デザイン・アート

目指すべき将来像

- 地域をリ・デザインする人材が育成され、人が人を呼び寄せる魅力的な地域

課題等

- DXはツールであり、DXを使ってゼロから価値を生み出す力（クリエイティブ・デザイン・アート）が必要
- 地域をつくるのは人であり、人をつくるのは教育。人材の育成が重要課題

提案①

短期

中・長期

富山エデュケーションバレー

シリコンバレー（カリフォルニア）
バイオバレー（アルザス）
フードバレー（オランダ）
に並ぶものとして

- 「富山エデュケーションバレー」の推進を宣言
- 各地域の民間事業者が中心となって設置された「学びなおし」「おとなの学び」「ひとづくり」をコンセプトとした「ラボ」を統括し、支援する協議体を設置
（その協議体には県が職員の派遣や副業・兼業等で支援）
- 本県が中心となって、県外、国外へ情報発信、全国や世界のラボをつなぎ、人材交流などを行う

提案②

中・長期

未来を見据えた人材の育成

- 世界で活躍できる20年後を見据えた人材を育成
- 課題チャレンジ型人材（尖がった人材）を育成

そのためには・・・

- 産学官がワンチームで知恵を出し合って垂直的な立ち上げが必要。うまくいけば横展開していく（多様な知恵、多様性を育む産学官が連携したサマースクールの実施など）

- 本県の豊かな自然の中での保育や「青少年自然の家」を現代版にリニューアルして、一定期間親元を離れて生活する山村留学などを通じ、子どもたちの非認知能力を始めとしたさまざまな能力を育む
- 農業体験もまさしく教育。デジタル社会においても、命と食につながる、なくてはならない産業。関心を引き寄せ、多様性を育む

提案③

短期

富山型ヒュッゲなど富山県の 統一ブランドイメージの確立

ヒュッゲとは

北欧デンマークの人々が大切にしている考え方で「人と人のふれあいを大切にし、そこから生まれる温かく居心地の良い雰囲気の中で暮らす。」という意味

- ・富山の良さはたくさんあるけれど・・・
インパクトのあるキャッチコピー、県民が誇れる共通のテーマが必要なのではないか。（富山型デイサービスみたいな）

提案④

短期

人と人のつながり（異業種連携）

- 富山の人と県外の人をうまく結びつける仕組みが必要。地元のために役に立ちたいと思っている人を積極的に活用すべき
- 異業種連携の取組みを推進するべき

例えば・・・

- 県内で農業などの体験バスツアーなどを実施し、他分野の方が参加することで、課題解決に向けての知恵、ヒントをもらうなど（首都圏からはオンラインでも参加可能にする）

提案⑤

短期

移住のハードルを下げる

- 社会人インターンシップ
 - ・本県への移住の大きなハードルの一つが就業であり、そのハードルを下げるため、社会人を対象としたインターンシップを実施
 - ・オンライン、アバターロボットなども活用
- 地域との結束点、人とつながれる場所の創出
 - ・移住者が孤立しないよう、気軽に地元の人とつながれる場所を用意