

## 「人口未来戦略」の検討

1. 第1回会議の振り返り
  - 1-1. 関係人口の拡大に向けた考え方
  - 1-2. 戦略の検討の方向性
  - 1-3. 県外の人に関わる「場面」等
2. 「人口未来戦略」の検討

## 1-1 関係人口の拡大に向けた考え方

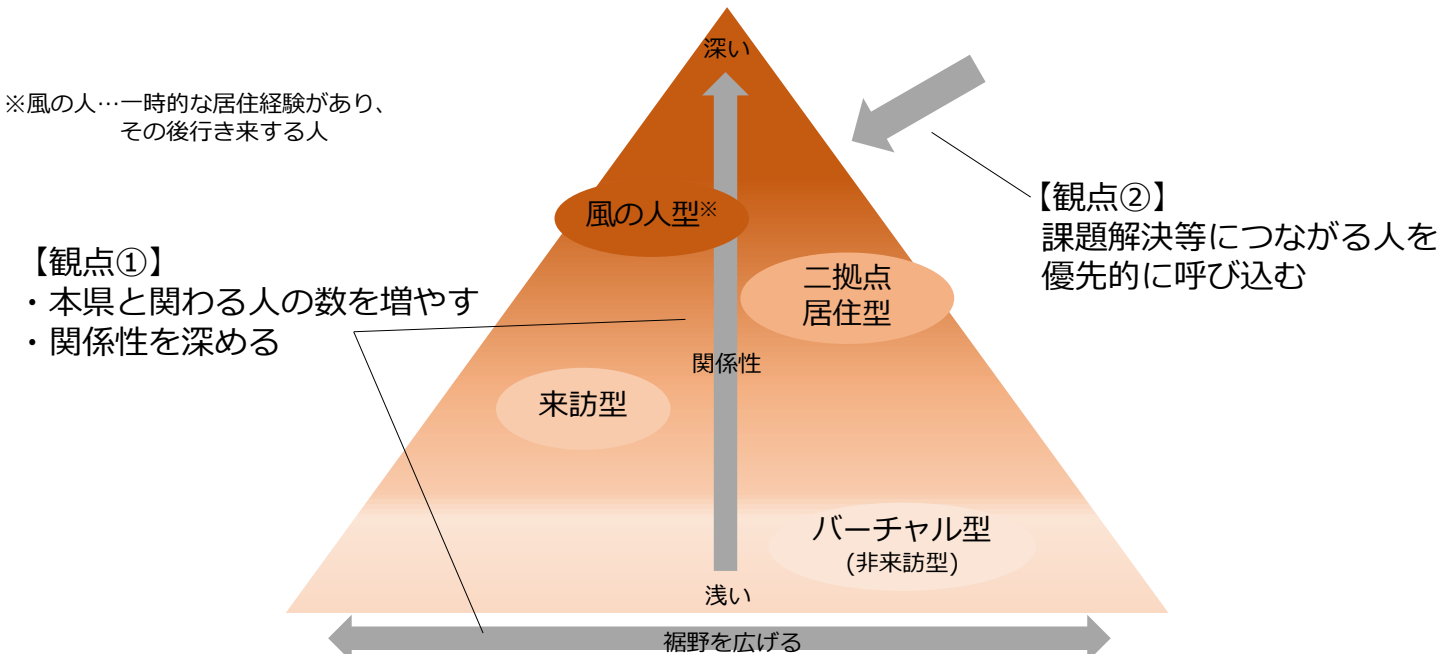
### 委員発言要旨

- ・ 関係人口は、バーチャル移動型（来訪せず特産物を購入する人など）、来訪型、二地域居住型、風の人型（何年か住んでまたいなくなる人）の4類型に分けられる。そのうち地域に与えるインパクトが大きいのが、風の人型。
- ・ 関係人口の数を増やす取組みは実は大事。その上で、地域との関わりの深さに注目しなくてはいけない。
- ・ 定住人口減少の悪循環の根源である地元卑下および域内同調圧力を、関係人口の方々は、打破する、緩和することができる。
- ・ 単に消費しによく来てくれたり、よく観光に来てくれたりする「交流人口」と、本当に富山県内で課題を解決してくれたり、足りない供給力を供給してくれるという意味での「関係人口」は、整理した方がいい。
- ・ 風の人型というか、濃い人、地域と深く関わる人を増やしていくというのが、やはり施策として優先されるべき。

3

### 考え方の整理

- ・ 第1回会議での議論を踏まえて、関係人口の拡大に向けた考え方を整理
- ・ 以下の①、②の観点から戦略を検討する。



4

## 1-2 戦略の検討の方向性

### 委員発言要旨

- ・ 人がやって来るとか関係する時に、具体的に一体どういう「場面」なのか、「理由でやって来るのか」というところの深掘りが極めて重要。
- ・ ポジショニングが大事。 自然環境だけで言うと結構似ている所もたくさんある中で、 富山のポジショニングを明確にしないと埋もれる。
- ・ ポジショニングを明確にするために一番有効な打ち手、絞り込んだ手を打っていき、認知を明確にしていくことで、自分たちが狙いたい層の関係人口をしっかりと作り出していくことが重要。
- ・ 人を東京から引きはがすとか、東京一極けしからんという議論に持っていかない方が良く思っている。 富山そのものの魅力をしっかりと高めていくんだというところが、大前提にある。

5

### 考え方の整理

第1回会議での議論を踏まえて、検討の方向性を整理

#### STEP1

- ・ 県外の人とその地域と関わり、「関係人口」となる「場面」を整理



#### STEP2

- ① 様々な「場面」で県外の人とその地域を選ぶ「理由」を深掘り
- ② 「理由」を踏まえて、富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るかを検討



#### STEP3

- ・ STEP 1、2を踏まえて、関係人口拡大に向けて、どの部分を強みのある領域として発信するか（=ポジション）を検討

6

# 1-3 県外の人に関わる「場面」や関わる人の「属性」

## 委員発言要旨

### ● 県外の人に関わる「場面」

- ・（関係人口と）うまく連携・協働すると（地域や企業の）内部変革の助けになる。
- ・ 現代的製造業のことを意識した関係人口づくり。ものづくりとか製造業を意識した政策も考えても良い。
- ・ 他から来た人にどんどんイベントに参加してもらう。
- ・ 知的生産でやって来る場所、ワーケーションが結構重要。
- ・ 全世界を視野に、バケーション・リトリート系の話を入れるべき。

### ● 関わる人の「属性」

- ・ 地域に与えるインパクトが大きいのが「風の人」型。例えば出向者、赴任者。転勤で富山に何年か住んでいた人や学生。
- ・ 東京の方からの教育・子育ての遠征の場所でもあれば良いと思う。世界の、アジアの富裕層がボーディングスクールで富山に送り込むみたいなこともある気がする。
- ・ こういう所で子育てしたいとか、サマースクールとかでいいからこういう所に来たいという方々に、富山は刺さると思っている。

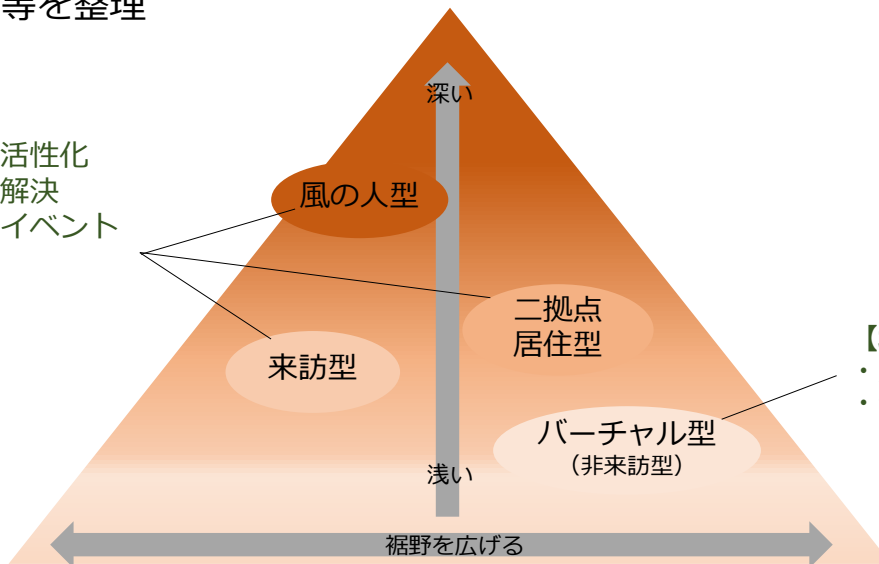
7

## 考え方の整理

第1回会議での議論を踏まえて、**県外の人に関わる（＝関係人口となる）「場面」と、関わる人の属性等**を整理

### 【場面】

- ・ 地域の課題解決・活性化
- ・ 企業・団体の課題解決
- ・ 地域の伝統行事やイベント
- ・ ワーケーション
- ・ バケーション



### 【場面】

- ・ 県産品の購入
- ・ デジタルコミュニティ

### 【関わる人の属性（主なもの）】

- ・ 地縁・血縁者 ・ ボランティア ・ 転勤者 ・ 学生（就学・地域留学） ・ 経営者層 ・ 観光客 など

### 【県外の人を惹きつける要素（主なもの）】

- ・ 豊かな自然環境 ・ 食の魅力 ・ 地域に根差した多様な伝統と文化 ・ 産業集積 ・ 子育て環境 ・ 共働きしやすい環境 ・ 質の高い教育環境 など

8

## 2. 「人口未来戦略」の検討

＜議論いただきたい点＞

### 論点①

P8で整理した「場面」ごとに、関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

### 論点②

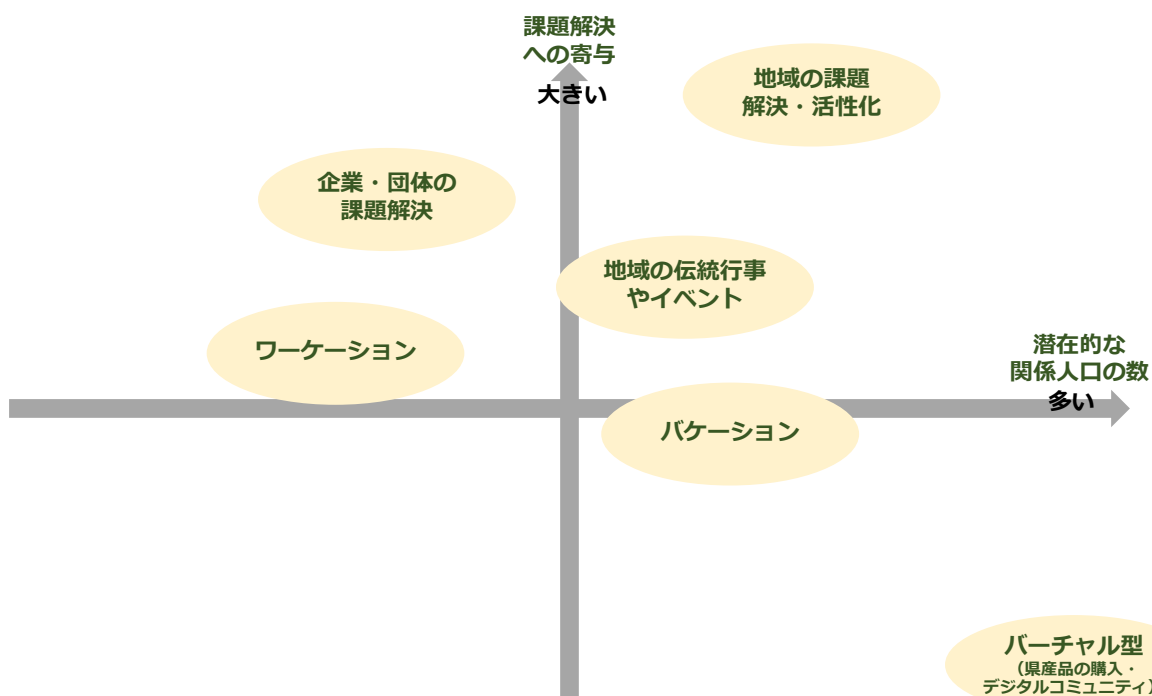
上記「理由」を踏まえて、富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

※ 議論のたたき台として、事務局で「理由」や「今ある強み」を整理して例示（第1回会議における委員発言は下線で表示）

人口減少に係る課題解決の観点から、関係人口に関わる「場面」等を整理

課題解決への寄与 ↑ 大きい	No.	場面	【参考】 潜在的な 関係人口の 規模感	期待する事柄（主なもの）	
				共通	個別
	1.	地域の課題解決・活性化	630万人	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部変革の支援</li> <li>地元卑下の解消・緩和</li> <li>地域内の同調圧力の解消・緩和</li> <li>地域の魅力発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域資源の磨き上げ</li> <li>地域産業の活性化</li> <li>地域コミュニティの活性化</li> </ul>
	2.	企業・団体の課題解決	300万人		<ul style="list-style-type: none"> <li>イノベーションの創出</li> <li>企業・団体の魅力向上</li> </ul>
	3.	地域の伝統行事やイベント	400万人		<ul style="list-style-type: none"> <li>伝統・文化の担い手</li> <li>イベントの魅力向上</li> </ul>
	4.	ワーケーション	280万人		<ul style="list-style-type: none"> <li>県内での消費活動</li> <li>地場産業の活性化</li> </ul>
	5.	バケーション	480万人		<ul style="list-style-type: none"> <li>県内での消費活動</li> <li>地域社会へのインパクト</li> <li>高所得者層への地域の魅力発信</li> </ul>
	6.	バーチャル型	数千万人		<ul style="list-style-type: none"> <li>特産品等の購入</li> <li>SNSでの情報発信</li> <li>クラウドファンディング</li> </ul>

潜在的な関係人口の規模感と、人口減少に係る課題解決への寄与度を整理



## 場面1. 地域の課題解決・活性化

### ①関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

地縁・血縁がある（就学含む）、地域に魅力がある、住民があたたかい、行政等のサポート体制がある、自身の力が活かせる、自身の成長につながる、行政や地域の取組みに先進性がある、など

### ②富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

<今ある強み>

- ・豊かな自然環境
- ・食の魅力
- ・地域に根差した多様な伝統と文化
- ・地域課題の発信・マッチングを積極的に実施（成長戦略カンファレンスやデジポックとやまなど）
- ・関係人口を惹きつける、全国的に先進的な取組み（ウェルビーイングを中核に据えた「成長戦略」や「官民連携」の推進など） など

#### この場面で関係人口となる可能性が高い人の属性

- ・地縁・血縁者
- ・ボランティア
- ・転勤者
- ・学生（就学・地域留学）
- ・専門人材

(参考) 「強みとなる場面」を踏まえた「打ち手(施策)」のイメージ

- ・地域の寛容性の醸成・人材の育成・発信
- ・地域課題に関する情報の発信・連携の提案
- ・取組みのサポート
- ・ボーディングスクールの誘致
- ・地域留学(高校生)の推進

※上記例示は、事務局で整理したもの（下線は第1回会議における委員発言）

13

## 場面2. 企業・団体の課題解決

### ①関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

自身のスキルが活かせる、自身の成長につながる、解決したい課題がある、地域・人に魅力がある、地縁・血縁がある（就学含む）、住民があたたかい、行政等のサポート体制がある、経営者の人柄に惹かれる、経営理念に共感する、地域の生の情報が得られる など

### ②富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

<今ある強み>

- ・ものづくり産業の集積
- ・豊かな自然環境
- ・食の魅力
- ・企業課題を県内外に発信（富山“Re-Design”ラボなど） など

#### この場面で関係人口となる可能性が高い人の属性

- ・転勤者
- ・ボランティア
- ・専門人材

(参考) 「強みとなる場面」を踏まえた「打ち手(施策)」のイメージ

- ・地域企業の課題に関する情報の発信・連携の提案
- ・先進的な県内企業情報の発信
- ・取組みのサポート
- ・人材の育成・発信
- ・時間空間の豊かな富山の暮らしの発信
- ・ものづくり企業の誘致(半導体関連など) など

※上記例示は、事務局で整理したもの（下線は第1回会議における委員発言）

14

## 場面3. 地域の伝統行事やイベント

### ① 関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

その地にしかない自然環境・その地特有の歴史・文化がある  
地域とのつながりを感じられる、魅力的なイベントである など

### ② 富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

<今ある強み>

- ・豊かな自然環境
- ・食の魅力
- ・地域に根差した多様な伝統と文化
- など

#### この場面で関係人口となる可能性が高い人の属性

- ・地縁・血縁者
- ・ボランティア
- ・転勤者
- ・学生（就学・地域留学）
- ・外国人

(参考) 「強みとなる場面」を踏まえた「打ち手(施策)」のイメージ

- ・官民協同による魅力的なイベントづくり
- ・若者が参加しやすいようなイベントのポータルサイトの開設
- ・参加者と地元住民との連携
- ・人材の育成・発信
- ・地域の寛容性の醸成
- ・デジタルを活用したつながりの創出(デジタルNFTなど) など

※上記例示は、事務局で整理したもの(下線は第1回会議における委員発言)

## 場面4. ワークেশョン

### ① 関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

印象的で美しい、面白いことが起こりそう、異質な人にとって居心地がいい、  
地域ならではの食が楽しめる、自然環境・歴史・文化が魅力的、  
魅力的なスポーツ・アクティビティがある、気候が快適、非日常感を感じられる、  
家族が楽しめる・学べる、勤務地からのアクセスがいい、執務環境・通信環境が整っている など

### ② 富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

<今ある強み>

- ・豊かな自然環境
- ・食の魅力
- ・地域に根差した多様な伝統と文化
- ・圧倒的な絶景
- ・三大都市圏からのアクセス
- ・ものづくり産業の集積
- など

#### この場面で関係人口となる可能性が高い人の属性

- ・転勤者
- ・観光客
- ・経営者
- ・外国人

(参考) 「強みとなる場面」を踏まえた「打ち手(施策)」のイメージ

- ・自然環境や伝統・文化のPR
- ・質の高いコンテンツ作り
- ・快適な宿泊場所の整備
- ・地域の寛容性の醸成
- ・家族が滞在する環境の整備(保育留学の促進)
- ・サテライトオフィス・コワーキングスペースの整備
- など

※上記例示は、事務局で整理したもの(下線は第1回会議における委員発言)



## 場面5. バケーション

### ①関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

印象的で美しい、面白いことが起こりそう、異質な人にとって居心地がいい、  
地域ならではの食が楽しめる、自然環境・歴史・文化が魅力的、温泉がある、  
魅力的なスポーツ・アクティビティがある、気候が快適、  
非日常を感じられる、家族が楽しめる・学べる、治安が良い など

### ②富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

<今ある強み>

- ・豊かな自然環境
- ・食の魅力
- ・地域に根差した多様な伝統と文化
- ・圧倒的な絶景
- ・三大都市圏からのアクセス
- ・リトリート施設
- ・質の高い教育環境
- など

#### この場面で関係人口となる可能性が高い人の属性

- ・転勤者
- ・観光客
- ・経営者
- ・外国人

(参考) 「強みとなる場面」を踏まえた「打ち手(施策)」のイメージ

- ・自然環境や伝統・文化のPR
- ・質の高いコンテンツ作り
- ・快適な宿泊場所の整備
- ・地域の寛容性の醸成
- ・質の高い教育環境や治安面のPR
- ・サマースクールの誘致
- など

※上記例示は、事務局で整理したもの(下線は第1回会議における委員発言)

## 場面6. バーチャル(県産品の購入・デジタルコミュニティ)

### ①関係人口がその地域を選ぶ「理由」は何か

こだわりのある良い物が買える、美味しい物が買える、珍しい物が買える、  
購入を通して地域の生活・伝統文化に触れられる、  
デジタルコミュニティがあり、欲しい情報が得られ地域とつながることができる など

### ②富山県を選んでもらうために、どのような「強みとなる場面」を創るか

<今ある強み>

- ・地域に根差した多様な伝統と文化
- ・確かな技術の伝統工芸
- ・食の魅力
- など

#### この場面で関係人口となる可能性が高い人の属性

- ・地縁・血縁者
- ・転勤者
- ・学生(就学・地域留学)
- ・外国人

(参考) 「強みとなる場面」を踏まえた「打ち手(施策)」のイメージ

- ・地域資源の磨き上げ
- ・県産品の購入を入口とした関係の深化
- ・デジタルコミュニティによるつながりの強化
- など

※上記例示は、事務局で整理したもの(下線は第1回会議における委員発言)