

富山県人口未来戦略（案）

令和6年9月

富山県成長戦略会議

1. 「人口未来戦略」策定の経緯	… 1P
2. 関係人口の拡大・深化に向けて実施すべき施策概要（案）	… 2P
2-1 富山県のポテンシャルⅠ：「癒しの環境」	… 4P
2-1-1 本県の強み①健康・美容、②自然・食・文化、③ウェルビーイング先進地域	… 4P
2-1-2-1 仮説モデルA ターゲット：癒しを求める三大都市圏のビジネスパーソンとその家族	… 5P
2-1-2-2 仮説モデルB ターゲット：癒しを求める海外のデジタルノマド人材	… 6P
2-1-3 来訪者の関係人口化に向けた本県の課題	… 7P
2-2 富山県のポテンシャルⅡ：「子育て・教育環境」	… 7P
2-2-1 本県の強み①子育て・教育環境、②産業集積等	… 7P
2-2-2-1 仮説モデルC ターゲット：富山県への転勤者及びその家族	… 8P
2-2-2-2 仮説モデルD ターゲット：都会の子育て・教育環境に違和感を持つ都市部の保護者	… 9P
2-3 富山県のポテンシャルⅢ：「魅力的なネットワーク人材」	… 10P
2-3-1 仮説モデルE ターゲット：コミュニティに属する人及び好奇心が強く積極的に交流や新しい知見を求める人	… 10P
2-4 富山県のポテンシャルⅣ：「多様な産業集積」	… 11P
2-4-1 仮説モデルF ターゲット：ヘルスケア・医療・半導体など富山県の産業集積に関わりのある企業	… 11P
3. 成長戦略のビジョン「幸せ人口1000万～ウェルビーイング先進地域、富山～」に向けた今後の展開	… 11P

1 「人口未来戦略」策定の経緯

令和6年4月1日現在の富山県の推計の人口は約99万9000人となり、76年ぶりに100万人を下回りました。また、本年6月5日に発表された国の人口動態統計によると、令和5年の富山県の出生数は、前年より約500人減少し、約5,500人となりました。平成27年度に策定した富山県人口ビジョンの想定より減少が早く、また、人口構成も大きく変化しています。今、日本全体が人口減少局面である中、いつかは100万人を下回るということは予見されてきたところであり、富山県としてはこれを新しく前向きな取組みを始めるきっかけと捉えています。

富山県では、4月22日、庁内に知事をトップとした富山県人口未来構想本部を立ち上げ、これまでの県の取組みの検証も踏まえて、県の定住人口の減少を抑制する対策、また、人口減少下においても社会を維持していくための対策などについて全庁挙げて議論しています。

一方で、富山県成長戦略会議では、これまでも、富山県に暮らす人や訪れる人など、愛着を持って関わる全ての人々が幸せを実感できる「幸せ人口100万～ウェルビーイング先進地域、富山～」の実現に向けた戦略を議論してきました。

人口減少は、日本に限らず、多くの先進国で見られる状況であり、かつ、なかなか解決ができていない難問です。これに対応するため、新しく立ち上げられた人口未来構想本部と、成長戦略会議の間で議論を共有し、施策を練り上げ、最新の知見あるいは大胆な発想により、行政と民間が一体となった取組みを生み出していきます。

そして、成長戦略会議で重点的に議論してきた関係人口の拡大・深化策と、人口未来構想本部で議論してきた定住人口の減少を抑制する対策等と併せて、関係人口の拡大・深化と定住人口減少抑制の好循環の創出を目指します。



2 関係人口の拡大・深化に向けて実施すべき施策概要（案）

関係人口は単に観光のためだけに来た交流人口とは違い、富山県で何らかの活動に継続的に関わる人です。最初から関係人口として継続的に地域に関わる意図で来県する人は稀で、むしろ何らかのきっかけで来県した人が、リピーターになったり地域との接触機会を増やすうちに、段階的に関係人口化していくと推定されます。

富山県関係人口調査（R4.12）では、幅広く関係人口を捉える観点で、

- (1) 県外在住者
- (2) 本県と何らかの関わり（地域貢献、消費、情報収集・発信）を有している（行動している）者
- (3) 他の都道府県でも同様の選択肢がある中で「あえて富山県」を選択する者で「直近1年間に1回以上の関係を有する者」及び本県と地縁を有する者と定義し、令和4年（1年間）の関係人口を約350万人と推計したところです。

関係人口の定義・分類				
本県関係人口の定義に基づき、R4年（1年間）の関係人口を約350万人と推計				
	分類	推計値（人）	主な例	
深い ↑ 関係性の度合 ↓ 浅い	訪問系	地域の課題解決・活性化の取組みに関わる者	240,688	ボランティア、地域プロジェクト参加者など
		二拠点労働者（デュアルワーカー）	51,124	兼業者、副業者、テレワーク、ワーケーションなど
		県内イベント等参加者	66,221	富山マラソン、富山湾岸サイクリング、農泊体験の参加者など
		県産品購入者（訪問）	1,031,343	県産品の購入者、仕入れ業者など
	非訪問系	支援者	341,128	ふるさと納税者、寄付者、ファン倶楽部会員、情報発信者（インフルエンサー）など
		県外イベント参加者	336,010	観光物産展参加者、スタートアップ事業参加者など
		県産品購入者（非訪問）	925,665	県産品のEC購入者、仕入れ業者、アンテナショップ会員など
		SNS等での情報取得	55,852	SNSメルマガ等の登録者など
	地縁	縁故者、県出身者、県内大学の出身者	465,951	就学、就労などで本県に居住した経験のある者、各地域の県人会会員、県外に在住する県出身者（県外大学等への進学者、県外企業への就職者等）など
	推計値合計		3,513,982	

以上の分類を踏まえつつ、成長戦略会議では、より機動的・戦略的な議論を可能にするために、関係人口を改めて以下の4類型に分類して議論することとしました。①風の人型（一時的な居住経験があり、その後行き来する人）、②二拠点居住型（本県と他地域に拠点をもち、行き来する人）、③来訪型（他地域から訪れる人）、④バーチャル型（県外にしながら、ふるさと納税や特産品の購入など、お金や物を媒介してつながる人）です。

これらの関係人口の外部目線による富山の評価や、関係人口と地域住民との連携・協働が、定住人口減少の悪循環の根源となっている地元卑下の伝統や域内同調圧力を打破し、シビックプライドを高めるほか、寛容性の高い地域を創出し、多様な人材の出入りの活性化につながり、若者の流出や、子育て欲求の自制を防ぐことにつながると考えられます。

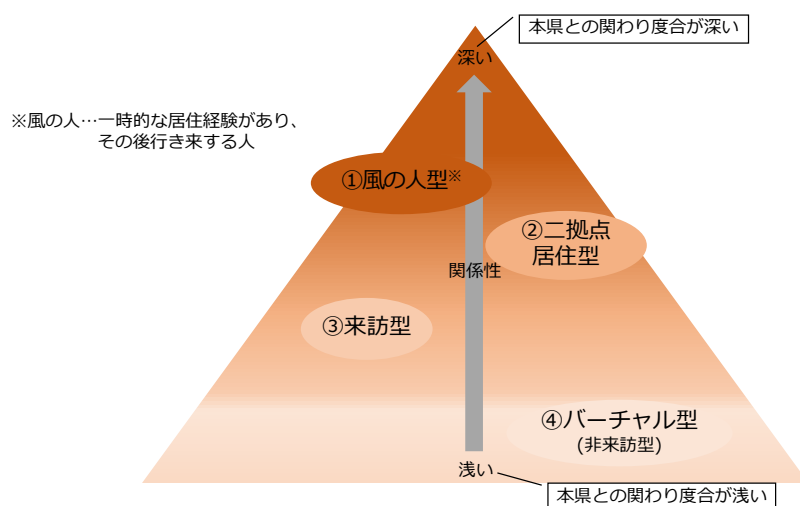
関係人口創出を戦略的に実現するにあたっては、以上の4類型のうち、地域への貢献度が高く、かつ一定の人数規模の確保が見込めるタイプの人々をターゲットとし、関係人口の創出につなげていくことが望ましいと考えています。よって、一定の規模がある潜在的な関係

人口類型の方々（望ましいタイプの関係人口に転換しやすい県内外の方々（通勤族など、一次的な県内居住者を含む））の来県・再来県につながる具体的な場面・理由を想定した訴求ポイントを設定する必要があります。また、その訴求手段についても、交流人口の創出と異なる、関係人口への転換プロセスの特殊性を踏まえた、より人的・心理的関与の高いものを活用することが重要と考えられます。

なお、戦略の検討にあたっては、意識して富山県を選んだわけではなく、例えば日常の買い物の中で、富山県産の商品が入っていただけの方や、周遊ツアーの中で富山県内の観光地を訪れただけの方は、関係人口ではなく、今後、関係人口となり得る層あるいは交流人口として、関係人口とは分けて整理しています。

（参考）関係人口の類型

関係人口を、①風の人型、②二拠点居住型、③来訪型、④バーチャル型（非来訪型）の4つの類型に大別



また、対外的な訴求力の観点から、本県にポテンシャルがあると考えられる項目を整理すると、

- 「くすりの富山」の伝統や先進的な医療体制、豊かな自然や食・文化、「ウェルビーイング先進地域」を目指しているという「癒しの環境」が、「リフレッシュしたい人」「英気を養いたい人」などを惹きつけること
- 暮らしやすさや働きやすさ、教育水準の高さという「子育て・教育環境」が、子育て世代の方々を惹きつけること
- 富山県の地域資源を再評価し活用することで富山県の魅力を高めているカリスマ的な経営者などの「魅力的なネットワーク人材」が、その影響力により首都圏をはじめ県外の人材を惹きつけること
- 製造業従業者数(1万人あたり)全国1位、医薬品生産額全国5位、住宅用アルミサッシ生産シェア全国1位など、製造業が産業クラスター的に集積し、すそ野の広い「多様な産業集積」が、首都圏等の企業を惹きつけること

などがあげられます。

以上を踏まえて検討した結果、「ターゲット・訴求ポイント・創出を目指す関係人口類型」について、以下の6つの Theory of Change（行動変容のための戦略仮説）として設定しました。

仮説モデルA)「癒しを求める三大都市圏のビジネスパーソンとその家族」をターゲットに、「癒しの環境」を訴求し、「来訪型」「二拠点居住型」の関係人口を創出する

仮説モデルB)「癒しを求める海外のデジタルノマド人材」をターゲットに、「癒しの環境」を訴求し、「来訪型」の関係人口を創出する

仮説モデルC)「富山への転勤者やその家族」をターゲットに、「子育て・教育」を訴求し、「風の人型」関係人口を創出する

仮説モデルD)「過熱する受験競争など都会の子育て・教育環境に違和感を持つ都市部の保護者」「子育てと仕事の両立を望む子育て世代」をターゲットに「子育て・教育環境」の選択肢を広げ、訴求することで、「来訪型、二拠点居住型」の関係人口を創出する

仮説モデルE)「コミュニティに属している人」をターゲットに、「人・コトの魅力」を訴求し、「来訪型」の関係人口を創出する

仮説モデルF)「ヘルスケア・医療・半導体などの富山県の産業集積に関わりのある企業」をターゲットに、「産業クラスター集積のメリット」を訴求し、「来訪型」の関係人口を創出する

2-1 富山県のポテンシャルⅠ：「癒しの環境」

2-1-1 本県の強み

①健康・美容

本県は古くから「富山の薬売り」として知られ、全国トップレベルの医薬品生産額や多彩なメーカーの集積を誇っており、和漢薬をはじめとする伝統医薬の研究も進んでいます。

手術支援装置を用いた手術など高度で先進的な医療体制が整備されており、県民の健康増進の総合的な推進により、本県の健康寿命は男性72.71歳（19位）、女性76.18歳（10位）と全国上位となっています。

さらに、降水量が多くて湿度も高いことなどから美肌を保ちやすい環境と言われており、「美肌県グランプリ」（㈱ポーラが実施）で全国上位に位置しています。

②自然・食・文化

本県は本州随一の植生自然度を誇る豊かな自然に恵まれており、立山連峰と富山湾をはじめとした絶景スポットが数多く存在します。

また、高低差 4,000mのダイナミックで稀有な地形と、四季の変化に富んだ風土に育まれた美味しい水や多彩な食に恵まれており、自然と共生しながらさまざまな知恵を育んできたことで、独自の文化が形成されています。

さらに、美しい農村景観など、農山漁村に根付いた多くの地域資源を有し、近年は、オーベルジュやリトリート施設など自然や農村景観、食文化などを再評価・再編集して活用した宿泊施設や体験施設などが相次いでオープンし、注目を集めています。

③ウェルビーイング先進地域

本県では、豊かな自然、多様な歴史・文化や産業集積など、充実した「幸せの基盤」のもと、ウェルビーイングを中核に据えた成長戦略の実行により、世界中が追い求めている「ウェルビーイング先進地域」を目指しています。

以上の強みを活かして、心身の健康（予防・未病・治療）や美容の観点から、「癒しの環境」をきっかけとして関係人口の創出を図ります。

2-1-2-1 仮説モデルA

ターゲット：癒しを求める三大都市圏のビジネスパーソンとその家族

「癒しを求める三大都市圏のビジネスパーソンとその家族」をターゲットとし、「癒しの環境」を訴求します。創出する関係人口の類型は「来訪型」「二拠点居住型」となります。

ターゲット人数：癒しを求める三大都市圏のビジネスパーソンとその家族：

4,000万人程度（※）

※ 各仮説モデルで示した数値は、規模感を把握するための目安であり、厳密な試算ではない

コロナ禍を経て健康に対する意識が高まるなかで、「ヘルスツーリズム」（健康増進や病気治療を目的とした旅行）の市場規模は年々拡大しています。特に、ビジネスパーソンは、職場や家庭での責任が重くなるにつれストレスが大きくなり、さらに、自身の健康への不安が高まっている一方で、共働きが一般化し、いわゆるパワーカップルなど比較的経済的に余裕がある世帯も登場していることが背景にあります。

また、特に若年層の間では、旅先でのスパ、ヨガ、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーションなどを通じた、ウェルネス体験への志向が高まっています。特に健康や美容に関心が高く、フィットネスアプリなどを使って日常的に運動を取り入れている方も多くおられます。

このため、ビジネスパーソンに向けてはヘルスツーリズムを掲げ、富山の多彩な食や、豊かな自然環境を満喫でき健康増進に資するアウトドアスポーツ（トレッキング、サイクリングなど）、温泉などを活用したウェルネス体験を訴求します。

また、特に若年層には、富山の食（薬膳）、リトリート施設や豊かな自然環境を活用したウェルネス体験を訴求することで、合わせて年間40,000人程度を交流人口として本県に呼び込みます。

呼び込んだ交流人口には、「まちのコンシェルジュ（富山県在住の富山県の良さを発信するタッチポイントとなる方）」や「地域との交流の場」との接点を設け、地域や人とのつながりを作り、富山のファンとして継続的に関係を持ってもらうことで、主に来訪型で年間13,000人程度、二拠点居住型で年間700人程度の関係人口を創出します。

このような「ヘルスツーリズム」については、PR効果の希薄な都会の個人へのB2Cを狙うよりも、企業の福利厚生として活用してもらうために、企業に向けてB2Bでアピールし、富山に支店を持つ一つの企業に営業をかけていくような体制を作るべきです。このため、豊かな自然環境を生かせるアウトドアスポーツやウェルネス体験の振興、民間の関係

事業者と連携した受入体制の拡充、商品開発等の支援、必要な産学官の連携に、県が中心となって取り組む必要があります。

一方、現在、富山大学では国際的な医療ツーリズムの実施に向けて、すい臓がん手術や乳がんの乳房再建手術など、土日を使った海外の患者の手術を検討しています。このような特に医療・健診機関との連携が必要となる取組みについては、県民への医療供給と両立するよう、県内の医療体制も含めて受入体制を調整し、積極的に進めるべきです。

2-1-2-2 仮説モデルB

ターゲット：癒しを求める海外のデジタルノマド人材

「癒しを求める海外のデジタルノマド人材」をターゲットとし、「癒しの環境」を訴求します。創出する関係人口の類型は「来訪型」となります。

ターゲット人数：癒しを求める海外のデジタルノマド人材：3,500万人程度

デジタル技術の進歩や働き方の多様化等を背景として、「デジタルノマド」と呼ばれる国際的なリモートワーカーが増加しています。デジタルノマドは、地域の消費拡大、地域の人材との協働を通じたイノベーション創出等に貢献するものとして注目されており、諸外国ではデジタルノマドの獲得に向け、ビザ・在留資格の整備が進められています。

日本政府も、2023年6月に閣議決定した「新しい資本主義」実行計画改訂版にデジタルノマド誘致を盛り込み、2024年4月からは最長6カ月の滞在を認める新たな在留資格を創設するなど、受け入れ環境の整備が進んでいます。

これまでも「富山県成長戦略会議」では、国内外から人が集まって、誰もが活発に交流するような未来の富山を体現する地域を作っていくことを提言してきました。

海外のデジタルノマド人材が立ち寄りやすい空間を作るためには、本県のインスピレーションに美しい自然をリトリート（心の洗濯）に最大限に活かしつつ、色々な出会いがあり、何かが始まる面白さ、ワクワク感を生み出し、異なる文化の人たちにとっても居心地のいい場所となるような「共生都市」モデルを全国に先駆けて創生すべきです。富山の多彩な食や豊かな自然環境、温泉などを活用したリトリート体験を訴求し、日本を訪れるデジタルノマド人材、年間70万人程度のうち、年間7,000人程度を交流人口として本県に呼び込みます。

呼び込んだ交流人口に向けて、多言語での交流が可能となる「まちのコンシェルジュ」を育成しつつ、富山の伝統工芸の製造現場を観光資源とする伝統産業観光など「地域との交流の場」との接点を設け、地域や人とのつながりを作り、富山のファンとして継続的に関係を持ってもらうことで、主に来訪型で年間4,000人程度の関係人口を創出します。

その際は、富山の自然や風土と開かれた文化的環境、そしてデジタル技術を最適に組み合わせることで、海外のデジタルノマド人材が癒しを感じながら居心地がよく過ごすことができ、かつ快適に仕事ができるような環境の整備が重要です。WIFI環境の拡大やコワーキングスペースの増設などリモートワークできるデジタル環境の充実を進めつつ、県内事業者への外国人材の就業も視野に入れた生活環境の整備を積極的に支援するとともに、定住にもつながる日本語の学習環境を整備するなど、海外人材の活躍と多文化共生を推進する「共生社会の実現」が求められます。

2-1-3 来訪者の関係人口化に向けた本県の課題

現時点において、県外からの来訪者に、富山の魅力を伝えるタッチポイントとなる富山の宿泊施設の数も他県に比べ多くなく、カフェの数も全国平均未満であることなどから、こうした「まちのコンシェルジュ」を担う民間の関係事業者も含めた受入体制の拡充や地域に根差した高付加価値な商品開発が必要です。質の高いコンテンツを作らないと人は集まりません。そして、質の高いコンテンツを作っていくのは最終的に、地元富山の方々であることが望ましく、自分たちが誇りをもってコンテンツづくりに取り組むという意識づくりが重要です。そのためにも、関係人口を創り出そうとトライする地域プレイヤーを、行政、地域の金融機関、教育機関、そして地域の社会経済を支えている企業が積極的に支援していく必要があります。最初の立ち上げ時は費用もかかり、ネットワークも少ないプレイヤーを「えこひいき」し、これからの20代、30代を、この地域をリードしていく人材として育てていく官民一体となったエコシステムを築くため、地域プレイヤーを育てる環境も含め、県が主導し、産官学金の体制を整えていくべきです。

2-2 富山県のポテンシャルⅡ：「子育て・教育環境」

2-2-1 本県の強み

① 子育て・教育環境

富山県は、保育所等の待機児童がゼロで、放課後児童クラブの施設数も年々増加するなど、安心して子どもを預けられる体制が整っており、また、子育て支援ポイント制度や男性の育児休業取得促進補助金制度など、子育て世帯への負担軽減策が充実しています。

また、10万人あたりの重要犯罪発生件数の低さが全国上位など、治安が良く、地域で安心して暮らせる環境が整っています。

さらに、国に先行して小学校の全学年で少人数学級を実施するなど、きめ細やかな指導を行い、全国学力・学習状況調査では、常に上位に位置しています。また、児童生徒の力を最大限に引き出すことなどを目標として、教育のDXを総合的・計画的に推進しています。高校においては、新しい時代を創造する力を育成するため、課題解決型教育やSTEAM教育を推進するプロジェクト学習を実施しています。

人口あたりの図書館や博物館の数も全国上位であり、文化施設が充実しており、また、豊かな自然環境の中でのびのびと子どもを育てることができます。

② 産業集積等

本県は、人口1万人あたりの製造業従業者数が全国1位で、1人あたりの製造品出荷額等が全国平均を大きく上回るなど、日本海側屈指の工業集積を誇っており、また、県民所得が高く、共働き率や女性の就業率、正社員率が全国上位を誇るなど、働きやすい環境が整っているほか、専用住宅延面積が全国1位と住環境も整っており、充実した子育て環境のベースがあります。

また、人口1万人あたりの事業所数及び従業者数が全国上位であり、将来の関係人口となり得る、転勤者が一定規模存在します。

さらに、北陸新幹線などの鉄道網や高速道路網により、三大都市圏と直結しています。

以上の強みを活かして、富山の「子育て・教育環境」をきっかけとして関係人口の創出を図ります。

2-2-2-1 仮説モデルC

ターゲット：富山県への転勤者及びその家族

「富山県への転勤者やその家族」をターゲットとし、「子育て・教育環境」を訴求します。創出する関係人口の類型は「風の人型」となります。

ターゲット人数：富山県への転勤者及びその家族：年間 12,000 人程度

富山県は、日本海側屈指の工業集積を誇っており、人口 1 万人あたりの事業所数及び従業者数が全国上位であり、毎年、転勤に伴う転入と転出が発生し、関係人口が一定規模創出されています。転勤者として、一定期間定住いただいている間、特に非認知能力が育まれる期間の子（幼児期～小学生）の養育時期には、自然とふれあい、遊び、学んでほしいと考えている保護者の方や、受験競争に縛られず、のびのびと子育てしたいと考えている保護者の方に対し、富山の豊かな自然環境や富山ならではの教育環境、特に学校教育だけではなく、「家と庭があって走り回れる生活」といった、暮らしの安全やのびのびした生活環境まで視野に入れて富山県をアピールします。富山県への転勤者及びその家族年間 12,000 人程度に、富山の豊かな自然環境や富山ならではの教育環境を体感してもらい、県外転出した後に、富山が、経済的な幸せ、身体的な幸せ、さらには心の幸せに至る第二の故郷となるような印象を残します。

このほか、リモートワークのニーズが若年層ほど高まっています。インターネット業界や IT エンジニアは、在宅での勤務が主流との意見もあります。コロナ禍を経て、オンライン勤務も一般的になる中、ウェルビーイングの重要なファクターである「時間の豊かさ」を念頭に、通勤などに時間がかかる首都圏から、企業及び転勤者や出張者を誘致するため、戦略的にリモートワークをする人をターゲットとし、特に子育て中の場合は「リモートワークしながら子育てするには富山県は非常によい」ということを PR します。このためにも、県内でどれくらいの企業がリモートワークが可能かを調査し、そういったデータも基に、リモートワークができる職場を富山県内に劇的に増やし PR すべきです。

さらに、県内居住中に、転勤者コミュニティへの加入を促進するなどにより、地域や人とのつながりを強め、より関係性の深い「風の人型」：年間 12,000 人程度の関係人口を創出します。このためには、転勤者やその家族と地域を強固につなぐ必要があり、地元企業や町内会・自治会などの団体と連携した取組みが必要です。富山への転勤族のコミュニティへの巻き込みについては、富山経済同友会、機電工業会、薬業連合会など、産業領域ごとの経済団体や業界団体が主導権を持って取り組むとともに、属性（単身・ファミリーなど）に応じて窓口になるような場所をつくる、会員制のイベントを主催する、転勤者に対する検診やヘルスケアを充実するなど、県が関係機関等と連携して支援体制を作るべきです。

また、現在実施している「富山“Re-Design”ラボ」事業は、主に大都市圏でキャリアを積んでスキルを磨いてこられた方に、半年間富山に住んでいただき、富山県内の企業の様々な課題解決にあたってもらうとともに、富山大学でリカレント教育を受けられる産官学プログラムです。このプログラム参加者の約 8 割の方が、受入企業への就職や業務委託契約の継

続により、プログラム終了後も本県との関係を継続し、企業のDXなど最先端の課題を解決するのに役立っていることから、その規模を倍増するべきです。

2-2-2-2 仮説モデルD

ターゲット：都会の子育て・教育環境に違和感を持つ都市部の保護者

「過熱する受験競争など都会の子育て・教育環境に違和感を持つ都市部の保護者」、特に、三大都市圏に住む子育て世代及びその子どもに対し、「子育て・教育環境」を訴求します。創出する関係人口の類型は「来訪型」「二拠点居住型」となります。

ターゲット人数：三大都市圏に住む子育て世帯及びその子ども：1,500万人程度

新築マンションの販売価格は東京23区内で平均1億円を超えるなど住宅購入も難しくなる中、三大都市圏では家賃も高騰しています。保育園の待機児童も少なくなったものの、狭小な保育スペースで、緑や自然と触れ合えない、窮屈な子育てを強いられています。過熱する受験競争など、都会の息苦しい教育環境に疑問を感じる子育て世帯において、豊かな自然や食・文化がある環境の中での教育体験（サマースクールや地方滞在中の保育園の短期間利用など）への志向が高まっています。このため、特に非認知能力が育まれる期間の子の養育時期に、自然とふれあい、遊び、学んでほしいと考えている方や、受験競争に縛られず、のびのびと子育てしたいと考えている方に対し、自然を活かした教育プログラムを提供します。

都市部の子育て世帯のうち、地方での教育プログラムに関心の高い親とその子供720万人程度を対象に、富山の豊かな自然環境や富山ならではの教育環境を活かした、サマースクールや本県保育園での県外の園児の受け入れを訴求し、年間70,000人程度を交流人口として本県に呼び込みます。

さらに、滞在中に、親子での地域や人との接点を設け、富山を第二の故郷と感じてもらうことで、来訪型で年間20,000人程度、二拠点居住型で年間1,200人程度の関係人口を創出します。

このためには、本県の豊かな教育環境を体感できる教育体験プログラムや受入施設の拡充など、受入体制を整備し、ボーディングスクール（学業のみならず、心身共に修養し、規則・礼儀・自立心・コミュニケーション能力を養成する全寮制の学校）やインターナショナルスクール、サマースクールなどを積極的に作っていくとともに、地域を題材とした課題解決型探究学習、教育課程外の体験学習等を特徴とした県立高校の全国募集をより積極的に推進していく必要があります。

さらには、富山県の教育をペーパーテスト志向の教育から、AO入試など新しい時代の教育に応じた教育体制、すなわち県立高校のみならず、教育産業も巻き込み、学校外教育にも県の支援を広げることで、富山県に来ると色々な体験ができてAO入試にも効果があるような教育に切り替える必要があります。

また、「子育て・人づくり」なら富山というのは、ひとつの巨大バリュープロポジションになり得ます。子どもを育てるための経済的なコストをしっかりと支える県にすることは、子育て世帯を惹きつけるために必須です。「こどもまんなか社会」の実現に向け、子どもの誕生前を含む、乳幼児期、学童期、思春期、青年期のライフステージに応じた切れ目ない支援や、シングルマザー、シングルファザーなどひとり親世帯への支援などを充実し、子育て世帯を歓迎する社会にするとすることを、富山県が明確に打ち出すべきです。リアルで人が

多く集まるような大規模な高等教育機関や職場などには、必ず子どもを預けられるような場所を作ることも不可欠であり、社会全体で子育て世帯を支援する体制づくりに産学官で取り組むべきと考えます。

2-3 富山県のポテンシャルⅢ：「魅力的なネットワーク人材」

2-3-1 仮説モデルE

ターゲット：コミュニティに属する人及び好奇心が強く積極的に交流や新しい知見を求める人

県民一人ひとりの県外の方々とのつながりを通じた関係人口を創出するため、「コミュニティに属している人」及び「好奇心が強く積極的に交流や新しい知見を求める人」をターゲットに、「人・コトの魅力」を訴求し、「来訪型」の関係人口を創出します。

SNSの普及・活用により、個人の魅力的な取り組みなどの発信やつながりの創出が容易となり、交流が広がっています。まずは、地縁・血縁がある人、かつて住んでいた人（就職などで県外に転出した、あるいは転勤や大学進学などで一定期間居住した人）など、富山県に接点があるの方々に対して働きかけ、関係人口創出の核となる県外人材との連携を図ります。具体的には、県人会や同窓会といったコミュニティ、また、デジタルコミュニティを通じた県内外の人とのつながりを強化することで、来訪型の関係人口を創出します。

また、地域資源を再評価し活用することで地域の魅力を高めているカリスマ的な県内の事業者、ビジネスマンあるいは技術者等は、県外からの人を呼び込み、関係人口を創出しています。県外の方々を巻き込むためには、こうした事業者などに、県外でさらに人脈を広げていただくほか、県民や関係人口の核となる人材と、県外の方とをマッチングする「富山県成長戦略カンファレンス『しあわせる。富山』」などのイベント等により、来訪型の関係人口を創出します。

さらに、富山県は10万人あたりの総合型地域スポーツクラブ数が全国4位であり、世界的なアウトドアスポーツメーカーが立地し、オリンピックが監修したストリートスポーツパークを有するなど、全国的にもユニークな、スポーツを「する」環境が整っています。関係人口の観点からは、スポーツを「する」に加えて、県出身の世界的プロ選手やオリンピックはもちろん、県内スポーツチームの選手などをアンバサダー（大使）として、富山を熱心に「推す」ファン集団（ファンダム）を官民あげて育成し、「観戦」客を継続的に富山に呼び込むことや、スポーツチームのキャンプや合宿の誘致などにつなげて、来県するチームを「支える」ことを通じて、スポーツコミュニティに属する面白い人材が混ざり合える空間を作ることも、関係人口の創出につながります。

いずれのケースであっても、官民が協力する形で、定期的に様々なイベントを行い、それを効果的に発信することが重要なことから、県が繰り返し県民の方に協力をお願いしたり、高校生や大学生が参加できるような県内のイベントなどを紹介する一元的なポータルサイトを作るなど、本県に興味があり、関わりたいと思うの方々への情報発信を強化すべきです。

2-4 富山県のポテンシャルⅣ：「多様な産業集積」

2-4-1 仮説モデルF「令和型の企業誘致」

ターゲット：ヘルスケア・医療・半導体など富山県の産業集積に関わりのある企業

転勤族を関係人口にしていくパターン(2-2-2-1)に加えて、「ヘルスケア・医療・半導体など富山県の産業集積に関わりのある企業」をターゲットに、「産業クラスター集積のメリット」を訴求し、転勤者を「風の人型」として、出張者や取引先等を「来訪型」として、関係人口の創出を目指します。

企業を誘致することで転勤族やビジネスによる交流人口を新たに生み出します。企業がもっと富山に来れば、多くの転勤者や出張者が生まれ、関係人口が増加します。また、取引先、サプライヤーなども含め多くの方々が、富山に関わる機会が生まれていきます。企業を誘致し、都心や海外から赴任してくる人などに働きかけて、来訪型の関係人口を創出します。

企業誘致については、かつての高度経済成長期とは異なり、円安基調と労働供給制約の中で、経済安全保障やデカップリングなどの国際経済情勢も踏まえ、「現代的製造業」を国内の地方に誘引できるチャンスが訪れています。熊本県・北海道への巨大半導体工場の進出の動きがありますが、富山県には半導体に関連する企業も多くあります。また、令和6年夏には、ロボットプログラミング技術を競う子どもたちの国際大会(WRO2024)のJAPAN決勝大会も富山で開催されるなど、富山県の子どものITレベルはとて高く、新しい産業の芽につながる動きとも言えます。今一度、国内の地方立地が見直される中、関係人口創出の観点から、富山県の強みを活かした新たな形での企業誘致に取り組む必要があります。

成長戦略会議の新産業戦略プロジェクトチームにおいては、富山県のこれまでの強みや地域的特性を活かし、新しいサプライチェーンを国際的に構築していくため、SDGs時代の新しい国際標準戦略に応じたグリーンアルミやカーボンニュートラルレポート、医薬品産業を強くしていこうという議論をしてきました。「くすりの富山」として製薬会社が集約する富山県においては、ヘルスケア分野や医療機関もターゲットに、スタートアップも含めて企業を誘致し、産業クラスターの形成を図るべきです。また、医薬品以外にも、工業立県として、電子デバイス産業、機械・金属産業、化学工業、電気機械産業のほか、新しいサーキュラーエコノミーを含めたりサイクル産業や伝統工芸など様々な産業集積があり、多様なパターンを想定し、県が主導して積極的な「令和型の企業誘致」に取り組むべきです。

3 成長戦略のビジョン「幸せ人口1000万〜ウェルビーイング先進地域、富山〜」に向けた今後の展開

国全体で人口が減少する中、すべての地域で「定住人口」を増やすことはできません。そこでこれからは、多様なライフスタイルの視点を持った人の誘致・移動を図ることが必要となります。都市住民が農山漁村などの地域にも同時に生活拠点を持つ「二地域居住」や、何らかのきっかけで来県した人をリピーターにするとともに、地域との接触機会を増やし、富山県で何らかの活動に継続的に関わる「関係人口」を呼び込むことが重要となります。国で

は、関係人口創出・拡大に向け熱意とアイデアを持つ、全国の間支援組織、民間事業者、地方公共団体等による「かかわりラボ（関係人口創出・拡大官民連携全国協議会）」（令和2年10月16日設立）や、二地域居住等の推進に係る様々な施策や事例等の情報の交換・共有や発信、課題の整理や対応策の検討・提言等を行う「全国二地域居住等促進協議会」（令和3年3月9日設立）が発足するなど、その機運が高まっており、このような国の動きともタイアップすることが望ましいと考えます。

また、今後の関係人口の拡大・深化に向けては、対外的な訴求だけでなく、富山県と関わる方々にとって居心地がよい、寛容性の高い地域を創出するための、県内の受け入れ環境の整備も必要です。

富山県成長戦略では、富山の強みを最大限に活用し、弱みを克服することにより、富山のウェルビーイングの向上を図り、次世代の価値を産む人材が富山に育ち、また、県外から引き寄せられて富山に集積することを戦略の核に据え、総合計画と共通して、本県発展の礎となる「人づくり」に取り組んでいます。そして、その「人づくり」を基盤とした、新しい富山県の更なる発展のため「新しい社会経済システム」を構築し、「幸せ人口 1000 万～ウェルビーイング先進地域、富山～」の実現に向けて取り組んでいます。この成長戦略については、変化する社会情勢の中で、スピード感をもって効果的に各施策を進めていくことが重要であることから、県では、毎年、成長戦略会議やプロジェクトチーム（PT）での議論を踏まえて、戦略を着実に実行するための事業をアクションプランとしてとりまとめています。

令和6年度アクションプランには、関係人口 1,000 万人協働促進事業、ご縁でつながる関係人口創出事業、関係人口創出に向けた情報発信事業など、既に関係人口創出に直結した事業が数多く計上されています。この「富山県人口未来戦略」を指針として、これらの施策の実施状況と効果等を検証し、PDCAサイクルにより、成長戦略が関係人口創出の面においても実効性のあるものとなるよう取り組んでいくことが必要です。

成長戦略は県が単独で行うのではなく、リーダーシップ、オーナーシップが重要であり、県民や市町村、民間企業や関係団体など、産学官の連携を図り、ワンチームとなって実行していくとともに、それぞれの自主的な取組みにもつなげていくことが重要です。また、人口減少で想定される課題は、関係人口だけでは解決していくことはできません。人口減少自体を緩和させるためのアクションや魅力の発信などについても同時に議論が必要です。県庁部局横断による富山県人口未来構想本部では、人口減少を抑制する取組みなどを議論するとともに、成長戦略会議では、関係人口増加への取組みに焦点をあて、この「人口未来戦略」をとりまとめました。今後も双方でキャッチボールをするように行き来しながら議論を深め、行政と民間が一体となった取組みとしていくことを強く要請します。

以上