

## 令和5年度 知事と在京有識者との県政懇談会 主な意見内容

◆日 時：令和5年6月9日(金) 10:00~11:30

◆会 場：都道府県会館 407 会議室

◆テーマ：ポストコロナの県づくりについて

### 五十嵐 佳子 氏【作家】

- リモートワークが進んでいけばどこでも働くことができ、東京にこだわることはないと言われる一方で、都心から周辺地域への人口移動があったものの、首都圏への人口集中は依然として変わらないとも言われている。総務省が昨年発表した人口推計で、山形県の人口減少率が全国3位と高く、山形県の未来を考えていく上で人口問題は欠かせない。政府が異次元の少子化対策として、児童手当の所得制限撤廃、給付対象の拡大等を行うところであり、これらを追い風に、山形県も少子化対策に一層取り組んでほしい。
- 子どもを産む、産まないという以前に、結婚というハードルがあり、結婚していない、しない、できない、諦めるという人が多くなっている。それは、男性が家族を養うという考えや、女性が相手に経済力を求めているということが依然としてあることが理由の1つではないか。私自身が高校生のころから、こんな古い考え方は如何なものかと感じていたが、半世紀ほど経っても変わらないということが本当に残念だと思っている。また、男女の賃金格差があるということ、山形の女性の非正規雇用数はあまり多くないとは思いますが、やはり非正規雇用が5割にも上るということも一因だと思う。育休を十分に取れる職場ばかりではなく、出産後に女性が働き方を変えて、そのために収入減も覚悟せざるを得ないといった状況を変えていかなければ、住みやすいところにならないのではないか。
- 山形県には「女性が住みたい山形」を目指してほしい。そのためにも、まずは男女が対等に働くことができるような環境づくりが必要だと考える。そこで、一つは、男性の育休取得を増やしていくということが必要ではないか。山形は三世代同居が多いのでそこまでする必要がないという考えもあるのかもしれないが、祖父母も自分の時間を自分で使いたいという人が増えてくることも考えられる。夫婦のことは夫婦である程度できるように、男性の育児休業の取得率をどんどん上げてほしい。
- 加えて、女性の管理職を増やしていくことも必要だと思う。山形県は女性の吉村知事がトップにおり喜ばしいが、女性議員も増やし、女性目線で行政を進めていき、場合によっては議員のクオータ制を導入するというのも一つの手法として考えてもよいのではないか。好きな人と出会い、結婚して、安心して子どもを生み育てられる山形にするために、女性の社会進出を促進して、男女ともに働きやすい山形を目指してほしい。

### 今井 敏 氏【(独)農林漁業信用基金 前理事長】

- 山形県は幸福度ランキング 2022年版で7位となり、2012年の31位から向上しているということは大いに評価されてよいのではないか。長期的に向上しているということは、何かしらの要因が大いに功を奏しているということだと考えられ

- る。それは県の施策の効果かもしれないが、要因を分析して、その分析結果を県民の皆さんにPRをすることで、県民が山形の順位が上昇していることを理解し、かつ、県民が山形について自信や誇りを持つことにも繋がるのではないかと。
- 月一度ほど、仕事の関係で新幹線を使って山形に行っているが、コロナ禍の時期と比べて乗客が増えたと実感している。観光は非常に裾野の広い産業であるため、ぜひ観光の復活を県の経済復活再生の原動力に据えて、ポストコロナの県勢発展に繋げてほしい。
  - 観光に関連して、山形の豊かな自然、温泉、牛肉、お米、さくらんぼ、ラ・フランス、蕎麦、芋煮など、それぞれ一流の資源を単発に提供するのではなく、有機的に結び付けて提供する工夫が重要ではないか。例えば、やまがた紅王の開発の物語や、農産物や蕎麦の食べ方の話、郷土の伝統行事との関わりといった話に結び付けてその物が提供されると、その資源の価値は、1+1が3にも5にもなるといった効果が期待できるのではないかと思う。私自身、蔵王でトレッキングをした際に、登山ガイドの方からコマクサについて教えてもらったことで、蔵王でのトレッキングが印象深くなり、もう一度行きたいという気持ちになった。今年はやまがた紅王の本格デビューもあり、県の施策の中で、フルーツステーションネットワークの検討やフルーツツーリズムを進めるようなので、単発に資源を提供するだけではなく、情報を付加して資源の持っている価値を倍増させていくような取組みを進めていってはどうか。
  - 東北農林専門職大学（仮称）が来春に開校予定であり、県は、次代を担い、地域を支える人材の育成・確保ということに力点を置いて県政運営を進めている。今後の専門職大学の成功に向け、良い大学づくりを進めてほしい。

#### 大石 利雄 氏【(学)自治医科大学理事長】

- 今日の日本の最重要課題は少子化であり、2022年の日本の出生数は80万人を切って過去最低、合計特殊出生率も過去最低の1.26となっている。出生率が全国どこも減っている中、山形県は1.32で前年と同じ数字にとどまった。1.32は決して高くないが、東北6県の中では一番高い数字となっている。山形県が子育て支援に大変熱心に取り組んできた成果だと思う。
- 政府が異次元の少子化対策として、児童手当の拡充をはじめとする戦略を打ち出しているが、これは結婚している人たちの子育てを支援するものであって、子育ての前提となる結婚を支援する対策は含まれていない。少子化の最大の要因は未婚率の上昇である。男性の約30%は50歳までに結婚しておらず、非正規雇用の男性については、50歳までに結婚していない人が60%を超えている。政府は2019年に、非正規雇用を正規雇用にするための施策を実施したが、さしたる成果が出なかった。そうした中で、山形県の正規雇用率は全国1位の高さで、正規雇用拡充の取組みの成果が出ている。
- しかし正規雇用になったからといって結婚するかといえばそうではなく、正規雇用の男性のうち20%、女性のうち25%が50歳までに結婚していない。経済的に恵まれていても、出会いの機会がないと結婚に至らない。そもそも結婚したくないという人も当然いるが、結婚したいが出会いの機会がないということが大きな問題。かつては世話好きの方がお見合いを勧めることがよくあったが、今は民間の出会いサイトや結婚相談が利用されている。しかし信頼性や費用負担の面で二の足を踏む人も多いため、行政に期待がかかっている。山形県は、2015年からやまがたハッピーサポートセンターで出会いの場を作っている。この結婚支援により、これまでに356組が成婚している。2022年からはAIを活用したマッチング

システムも導入している。これは画期的な取組みであり、国の少子化対策支援交付金も活用されているが、更に結婚支援対策を拡充していただきたい。

- 山形県の基幹産業である農業の新規就業者が増えており、7年連続東北6県で1位となっている。さくらんぼをはじめとする果樹、つや姫等のお米などの魅力的な農業生産に取り組んでいる証である。ある県の知事が「自分の県でも良いコメは作っているが、山形のつや姫の宣伝にはとても敵わない」とこぼしていた。それぐらいつや姫は浸透しており、吉村知事のトップセールスの賜物である。AI等を活用し、効率化と生産性向上を図るスマート農業の導入にも山形県では以前から取り組んでおり、大変結構なことと思っている。
- 政府はDX(デジタルトランスフォーメーション)とGX(グリーントランスフォーメーション)といわれる社会変革の取組みにより、経済社会の発展を図っている。DXについては、地方行財政調査会が行っている都道府県主要事業調査結果において、山形県の公共事業等に3次元データ等を活用する建設DX推進事業とDX推進ラボの創設など県内企業のDXの取組みを支援する施策がトップで紹介されていた。先進的な取組みが評価されていることは喜ばしい。
- GXについては、山形県は早くにゼロカーボン山形2050の実現に向け、計画を作りカーボンニュートラルの県民運動を進めている。環境省では2050年のカーボンニュートラル実現に向け、2030年までに全国で100の脱炭素先行地域を選定することとし、既に46ヶ所が選定されている。この脱炭素先行地域に県内市町村が選ばれるよう働きかけを行い、市町村のGXの取組みを推進していただきたい。

#### 兼子 良夫 氏【(学)神奈川大学前理事長、同前学長】

- コロナ禍を経て、大学もようやく元に戻り、ほとんどが対面の授業になっている。一方で、審議会など会議はほとんどがオンラインという状況にある。オンラインの使い方に慣れ、その有用性に気づいた今、これをどのように今後活用していくか、より前に進めていかなければならないというところが、これまでとは様相が違ってきている。
- また、大学ではSNSを活用するという形にせざるを得ない状況になっている。社会に出たらパソコンは必須のため、基本的にはパソコンで履修登録をしてもらうなど、とにかくパソコンを使わせるということを進めてきたが、結局スマートフォンでも対応できるように変えた。このように現実には必要に応じて変えていくことになる。
- したがって、これからの観光振興においては、基本的にSNSを活用していくとよいのではないかと。山形の良さなどの発信の仕方として、SNSを有効に活用し、それぞれ自慢に思うものはもちろん、身近で当たり前と感じているものが他地域の人から見ると興味深く感じることもあるので、たくさんある山形の良いところを、県民も巻き込み、どんどん発信してほしい。また、吉村知事をはじめ、総合政策審議会委員の半数が女性であるなど、女性が活躍していることも山形県の良さであり、こういったこともSNSで発信してほしい。SNSでの発信を専任にするなど、情報発信に力を入れてはどうか。
- 横浜で若手ベンチャーの会議に出た際、山形に戻りたいが山形とどのように繋がればよいかわからず、疎外感を感じるという人がいた。東京などで活躍している人が山形に戻りたいという時に、どのように繋がればよいか、わかりやすく示すとよい。
- 福利厚生がしっかりしている中小企業に就職したいという学生が、親に反対されるということがあった。そこで商工会議所の方が親に現場を見せると、親が納

得する、ということがあったので、親の意識を変えるためにも、山形のそれぞれが持つ良さを、県民を巻き込んで発信していくことが大事。

#### 木本 泰行 氏【㈱日本総合研究所 顧問】

- 前回、日本はもう茹で上がったという話をした。その関係で、イノベーションのジレンマという言葉がある。これは、ある時代に非常に優秀な技術を持っている企業であればあるほど、時代が変わったときに対応できないというもの。例えば、イーストマン・コダックというフィルムのカメラメーカーはデジカメに全く対応できず潰れている。そのとき思ったのは、イノベーションのジレンマは企業だけのことではないのではないか、ということ。世の中の仕組みも、もっと言えば教育も医療も行政も、ある時代に非常にうまくいっていると評価されるものであればあるほど、新しい時代になじまない。日本では“時代が変わった”ということが起こっているのではないか。
- 少子化の話題になったとき、共通して「結婚」が課題として捉えられている。これは過去の常識になっていないだろうか。私の息子にイギリス人の友人がおり、ロンドン在住、男同士の同性婚で、子どもが2人産まれている。不思議かもしれないが、子どもは代理出産で産まれている。イギリスでは、代理出産を営利目的で行ってはならず、無報酬であればよいとのこと。こういった考え方もある。「異次元の」とか、新しい時代にジャンプして違うことをやるというのであれば、いつまでも男女の結婚を前提としていてはうまくいかないのではないか。
- ただし、日本の社会全体として、それを受け入れる風潮になっているかと言えば、なっていないと思う。日本人はものすごく及び腰で、そういったことは受け入れないという風潮も強いと思うが、異次元の少子化対策を本当に進めたいというのであれば、従来の形にとらわれず、シングルマザー、同性婚、代理出産、移民など様々な可能性を捉えていかないとうまくいかないのではないか。しかし、それを国民が望むかは別問題であり、違う道を行こうというのであれば仕方がない。
- こうしたとき、山形県の場合を考えると、山形県の人口を増やすことは非常に難しいと思う。ただし、県全体の人口を増やすというより、スポットで人口が増える方策は考えられないだろうか。例えば、岩手県の安比では、イギリスのハロウ・スクールを招致した。この一番のコンセプトはおそらく、華僑の子ども達の教育を安全な日本でやろうということだと思う。それが良いかはわからないが、ビジネスとしてはあり得ると思う。結果として、小さな範囲で見れば、人が集まり、関連の施設の雇用も増える。こうした、非常にマイクロな単位の人口増加策を考えてはどうか。
- 他にも、英語教育に力を入れる幼稚園、小中学校に子どもを入学させるために東京から山梨県へ移住したという夫婦もいた。日本の教育は、一昔前は非常に良く、日本の国立大学は優秀だったと思う。しかし、これもまた変わるところへ来ているのではないか。良し悪しは別に、日本の教育システムに乗ってない学校を探すといったことも今後はあり得るのではないか。
- 銀行に勤めていたとき、人事部や企画部のような部署が賛成する案件は手を抜いて、彼らが反対することは時間を使い一生懸命にやってくれと部下に言っていた。要するに、コアの部分の人は変わることが嫌で抵抗する。その抵抗度が強ければ強いほど、やろうとしていることの方向性がおそらく正しいのだと思う。それがイノベーションの壁を打ち破る、ほとんど唯一の方法だと思うので、そうい

うことを考えてみてはどうか。ポイントは、県単位、県トータルで、というふう  
に考えないこと。これを考えてしまうとうまくいかないと思う。

#### 長南 収 氏【キューピー(株) 前相談役】

- 人口減というのは止まらない。そこをどうするかというのは国全体でやらなければいけないと思う。2056年には1億人を切ると言われており、その中で特に問題なのが東北で、人口減が他の地域より大きいだけでなく、高齢化率が高い。東北で2050年には生産人口が110万人ぐらい減ると言われている。人口の減り方が激しいということは、胃袋の数が減り、小さくなっていくということ。山形が推進している酪農、農業、水産も、どんなに生産しても需要がどんどん減っていく。
- こうした中では、山形だけでどうにかしようと考えず、全国メーカーと連携してはどうか。キューピーのグループ会社、アヲハタがジャムで全国1位のシェアを持っているが、2年前に山形産のラ・フランスを使ったジャムを初めて作った。山形産のラ・フランスということがブランドで、これをラベルに貼って全国に展開すれば、人口が減ったとしても、新たに加工品として需要ができていく。国の人口が減るのであれば、どのようにメーカーと組んで輸出していくか。山形だけでは難しいため、例えば酒・清涼飲料水の世界的なメーカーに、山形のメロン、スイカ、ラ・フランス、ブドウをカクテルにして山形産ブランドと一緒にやってみていかないと提案するという考えられる。胃袋が減って小さくなっていく以上、全国メーカーのネットワークを使って山形の良さ、ブランドを発信していくことが重要だと思う。

#### 綱川 明美 氏【(株)ビースポーク CEO】

- 私は1歳9ヶ月の赤ちゃんを1人で育てており、シングルマザーです。相方はウィーン(オーストリア)で会社を経営しており、結婚もしていない。結婚する意味が見当たらなかった。先ほど、「結婚ではない形を模索してはどうか」という意見もあったが、私の周りでは「結婚」という制度にこだわらずパートナーや子どもをもつ人が多い。私の会社はフルリモートで、社員の約半数が外国人。1歳9ヶ月の息子を1人で育てながら世界各国へ出張に行くスタイルで働いているものの、会社は売り上げも伸び、通常運営できている。少子化を止めるのは難しいというお話があったが、私が結婚しなかった大きな原因の一つがパパの育児能力の低さだ。2人目の子どももちろん欲しいけれど、2人目を産んでも戦力にならないのが目に見えている。「パパトレーニング」を必須にするなど、県を挙げて頑張ってもらえると実は効果があるのではないかと考える。
- スタートアップの支援をするにあたり、政府、行政ができることは限定的と感じている。しかしその中で、公共案件はインパクトがとても大きい。私が創業したビースポークの事例を紹介させていただきたい。2020年にウィーン国際空港との実証実験があり、その際に当時の内閣府の平副大臣が現地イベントに合わせてメッセージを送ってくださった。すると突然、日本政府が応援しているスタートアップだったら大物に違いない、ということで、ウィーン国際空港の担当案件だったものが急に社長案件になり、現地で空港の社長やその他役員も含めた記者会見まで行われ、平副大臣のビデオメッセージが現地のニュース番組で大きく取り上げられるなどして大盛況だった。これがきっかけで、スターアライアンスのグ

ローバル案件や、フロリダ州の国際空港案件の獲得にダイレクトに繋がった。日本政府が応援してくれたことがきっかけで、海外展開の夢が叶ったのだ。

- MADE in JAPAN ブランドは、昔は強かったが今はどうかという声があるが、私は、「MADE in JAPAN」はまだ世界で戦う上で重要な武器になる、と個人的な体験からも強く感じる。日本の会社だからしっかりやってくれる、特に日本政府が信頼しているのであれば大丈夫だろう、というのは国内だけではなく海外でもまだ通じる。日本政府がスタートアップを支援する J-Startup という制度があるが、この自治体バージョンがない。J-Startup は、スタートアップ企業からすると、入札の資格要件が免除されることがすごく大きい。入札の資格は、営業年数、従業員数、資本金等で判断されてしまい、スタートアップは参入できないに等しいようなランク付けをされてしまう。このように案件にほとんど入れないところを、J-Startup に認定されると、入札資格要件が免除されることで、業種によっては事業を大きく伸ばすことができる。
- J-Startup のように入札の資格要件が免除されると公共案件の落札件数そして売り上げが伸び、スタートアップ企業の発展につながるが、地方自治体では J-Startup のような制度がない。そのため、全国の自治体の入札資格を、労力をかけて獲得しなければならず、その上、公示が出た時点で入札の資格を持っていなかったら参加できないことも多々ある。こうした場合には、資格を持つ地元の企業と組むことになるが、実質アカウント貸しで 20%程度の手数料が取られてしまい、利益があまり残らないという負のサイクルが生まれている。そのため、山形版の J-Startup のような支援プログラムを作り、選定されたスタートアップに対しては入札資格要件を県内全部免除。そして、知事がさくらんぼを応援するようにスタートアップ企業を応援してくれると、スタートアップの発展につながるのではないかと思う。さらに、ハードルは高いかもしれないが、地元銀行と組み、ハードルの低い創業融資のプログラムを提供するとなおよいのではないか。
- 山形県は子育て支援に力を入れていると思うが、親たちが困っていることはその時々でガラッと変わる。コロナ前後でも大きく変化しているし、社会のトレンドによって変わるため、子育て世代の本当の悩みに焦点をあてた政策を打ち出すことが、インパクトのある公共サービスにつながるのではないか。具体例を挙げると、私達は、国内の市町村や都道府県に育児世帯が使うための育児支援のチャットボットを提供しているが、そこで上がってくる実際の困り事が、月次でどんどん変化する。そのため、自治体が想定する育児世帯のお困りごとと、チャット履歴から見る保護者のお困りごととに大きな乖離があることも多々ある。地域住民のリアルな声を吸い上げ、政策にスピーディーに反映していくことができれば感謝されるのではないか。さらに、リアルなお困りごとが特定できれば、次はデジタル化も進め、新聞、テレビやニュースサイトを見ていない若年層にも情報が届くような仕組み作りにも取り組むとよいのではないか。

#### 本保 芳明 氏【国連世界観光機関駐日事務所代表】

- 今回のテーマがポストコロナということで、変わったところ、変わらないところがあると思うが、ほとんど変わってないと思う。コロナ禍を経て、変わったところは、在宅勤務やオンラインが増えたということ。私どもは鉄道会社で仕事をしているが、通勤需要が 2 割減ったまま変わらず大打撃を受けているというところもある。しかし、世の中そこまで変わったわけではなく、コロナの過程で、観光や飲食業が大きなダメージを受けて、これから立ち上がりが必要というところか

と思うが、全体としてはこれまでやってきていることを堂々とやっていくとよいのではないかと思う。

- その中で、これからの時代、人づくりや少子高齢化対策はしっかり取り組んでいく必要がある。それらは県の第4次総合発展計画の政策の柱に立っており、人づくりの問題についてもやるべきことをやってきており、新たに、外国人の問題や女性活用についての政策もしっかり作られていると思う。政策は新しいものをきちっと作るだけではうまくいかず、それを支える実績や世論などがあって初めてできる。これについては幸福度が31位から約10年間で7位まで上げたというしっかりとした実績があるが、しっかりしたものがあっても、それをベースにして皆さんが自信持って取り組んでいかないと、結果的にはどこかに疑心暗鬼や不信感が残ったりして、成果が出てこないという事もありうる。その観点からすると、本来、県民の方々がもっと自信をしっかり持てるよう、これまでの実績について、また、山形県の良さについて、SNSも活用しつつ、いかにして発信していくかが重要。また、県民にとっても県外の方にとっても、山形はとても良いところで、子どもを生き育てるにも、生活するにも良いし、あるいは新たな活躍の場を求めてもよいのだということが伝わっていくように、周知の仕方さらに工夫が必要ではないか。
- 観光について、インバウンドが急速に回復をしており、他国と比較しても、日本のインバウンドの立ち上がりは非常に急なものがある。それだけ日本の良さが伝わっており、日本に行きたいという需要がやっと実現の場を見たということで、非常に良い場面にいると思っている。中でも東北のブランドイメージが非常に上がってきており、10年ほど前までは世界で「東北」というブランドはなかったが、今や「東北」という名前で検索され、客も来るようになった。例えば、仙台空港を使い、その中で山形県にも来る、というルートも含めて、横の広がりを持ってより長期滞在できる仕組みもでき、良い潮目が来ていると思う。その中でプロモーションをしっかり展開していることも大変良いことで、早速行われた知事の台湾でのトップセールスは、観光関係者としても大いに歓迎するところ。これからの観光をさらに強化していくためにはプロモーションに合わせて、基本のインフラがしっかりしていないと、最後は勝ち残れないので、新幹線、空港、クルーズの問題に引き続きしっかり取り組み、きちんと成果が上がるように、実績を見ながら手を打ってほしい。
- これからインバウンドで注目されるのは、数ではなく質であり、消費額であるということ。消費額の高い方々が、インバウンドの世界を含めて観光をリードしており、できるだけ多くの富裕層、上質な観光客に向けて山形をPRする工夫が非常に大事である。しかし、宿泊施設、特に高級ホテルという観点で、山形は非常に弱いと言わざるを得ない。先ほど岩手県安比の話があったが、安比にはインターコンチネンタルができ、以来、東北のスキーリゾートといえば安比が一番に出るようになった。私自身、東北といえば蔵王だろうと思っているが、インバウンド、冬を中心にみると、富裕層にとって蔵王には泊まるべきところがない。したがって、滞在地として認定されない、という状況となっている。蔵王のみならず、山形県全体として、富裕層を含む層の広い外国人の方々が訪れて滞在するステーションだと認識されるために、県の力も最大限発揮して誘致などに努めていくとよいと考える。

## 矢野 和男 氏【(株)日立製作所フェロー、(株)ハピネスプラネット CEO】

- 私は日立に39年勤めており、この20年ぐらいはデータを活用し、いかに人、社会を幸せにするかという研究開発事業を行ってきた。この20年、四半世紀、幸せ、ウェルビーイングについて、世界中で研究が盛んになった。その中でも一番大事なことは、仕事がうまくいったら幸せになる、健康だったら幸せになる、という因果関係は、意外に弱いということ。実は逆の方が圧倒的に強い。幸せだと仕事がうまくいく、幸せだと病気になりにくく、病気になっても早く治る。幸せな人は生産性も高いし、離職率も低いし、幸せな人が多いかどうかで企業の利益率も全然違う。そういう意味で、山形県の令和5年度の4つ施策展開の方向性があるが、並列にやるのではなく、全部推進するためのベースにあるのは「幸せ」である。ある自治体においても、結婚や子どもの数と、主観的な幸せ度を見ると、子どもがいる人、結婚している人の幸せ度が平均的に高いということから、その県の方は、結婚して子どもがいると幸せになるのかと思っていたが、それは逆であり、幸せな人が結婚して、幸せな人が子どもをつくっている、ということ。ここでいう幸せとは主観的な幸せであるが、山形県の主観的な幸福度は低い。
- 主観的な幸せが何によって決まっているかについても研究されており、一言で言うと「前向きさ」である。先が見えなくてもやってみよう、人と会ってみよう、といった前向きさをそれぞれが持っているかということで、専門用語で、心の資本 (Psychological Capital) という。このような前向きな心理的エネルギーを持っているかが決め手で、これにより平均寿命が10歳も違うというデータが、非常に権威のある学術誌に出ている。7万人の男女を30年にわたりトレースして、アンケートで前向きな回答した人とそうでない人で平均寿命が10年違ったというデータも出ている。前向きさという1因子だけでこれだけの違いが出る。メタバや喫煙がこれだけ騒がれても、平均寿命10年変えると思ったら、ものすごくヘビースモーキングしないと変わらない。幸せ、前向きさにはものすごい効果があるということがわかる。
- さらに、前向きさに何が一番効くかということも世界中で研究されている。経済、文化、宗教も影響するが、世界中で富める人もそうでない人も、文化が違ってても共通して効くのは「良い人間関係」であることがデータでわかっている。何か困ったときに相談できるか、助けてもらえるか、そうした良い人間関係がちゃんとできているかが前向きさに一番効く。
- では、良い人間関係がどういうものかということ、コミュニケーションが単に多いか少ないかではない。例えば、自分がよく話す人が2人いて、その2人同士は話をしない場合、それはV字型のコミュニケーションになるが、その2人同士も話すと三角形のコミュニケーションになる。ある人の周りでいろんな人と話をするとき、その三角形がどれだけあるかということが非常に大事で、それは人として、仲間として、全人格的に付き合っているかということ。単なる用事のためのつながりではなく、三角形の、まさに人としてのつながりを山形県からもっと作っていったらよいと思う。
- 用事のために効率よくするインフラは、この20年、世界中でものすごくできたが、用事がない人たちが井戸端会議をするようなものにはなっていない。用事のためだけではない人間関係をつくることは、まさに県の中でもできるだろうし、はじめの足がかりとして県庁の中でも、三角形のつながりをつくってはどうか。組織図は全部V字型になっており、1個も三角形がないので、縦割りになる。それは、不幸せで、非生産的になることがデータで証明された構造である。人口流出の話題もあったが、人口流出は前向きに捉えると、山形出身のアルムナイが、

日本中にネットワークができていくということで、そこに三角形の繋がりを作る、インフラを作ると、ものすごい資産となり得る。

- この頃は、どこの会議においても、ほとんど生成AI、ChatGPTの議論になっている。デジタルを話すのであれば、今や生成AI、ChatGPTの話をするのが当たり前となっている。これから5年、過去5年とは全く違う変化が、仕事、社会に起きる。今までのIT、DXなどとは異次元の変化が黙っていても起きる。それに押し流されるだけではなく、攻めていかないといけない。
- 最初は単にChatGPTを使うだけでもよいと思うが、ChatGPTでは、これまでとかなり違うことができる。例えば、幸せという観点で言うと、誰もが必ず悩み、モヤモヤを持っているが、これに誰も答えられていない。自治体も政府も、平均的にみんなに何か少しずつ聞くようなことはするものの、一人ひとりの悩みに答え、助けるということは、日本でできてない。ChatGPTに代表されるジェネレーティブなテクノロジーは、一人ひとりに向き合うことができ、本当に困っているときに助けてあげることができる。私はそういうAIを作ったりしており、一人ひとりの悩みに向き合えるような状態になっている。今まで一人ひとりの悩みに答えられなかったところ、1年前のデジタルとは異次元の進化を遂げているので、そのレベルで語れる場をもっと作るとよいのではないかな。

#### 横尾 英博 氏【株デンソー経営役員】

- 当社の状況として、特にコロナが5類になって以降、リモートとリアルを併用しているなか、よりリアルの方に傾斜させようという動きになっている。リモートの良さはあるものの、現地現物、五感を使ったコミュニケーションができ、偶然の出会いや雑談から新しい発想が生まれるというのは、リアルでないと難しい。人間関係づくり、職場づくりにおいても、リモートでは本音の会話をしにくいということなどがあり、リアルの価値を再認識し、重視するという状況になっている。ポストコロナで変わったこと・変わらないことが様々あるが、意外なほどコロナ前の状況に戻っているのではないかな。一時言われた「集中」から「分散」という流れが、今や逆流しているように感じられる。もう一度「集中」する流れに対し、山形県として、特徴や魅力ある地域づくり、情報発信が従前以上に大事になっていると思う。
- デンソーでは、世界経済フォーラムの第4次産業革命日本センターのモビリティのプロジェクトに参画しており、人口4万人弱の広島県の庄原市において、過疎地域で住民の移動手段が十分でないという課題を起点として、消費などの様々なデータと、リアルの肌感覚での住民の意見を基にして、住民参加でディスカッションし、どのように課題解決していくかというプロジェクトを進めている。ここでは、公共交通機関があまりない中、余力のある自家用車や商用車を活用して、買い物に行くようにしたり、貨客混載して物と人を運ぶなど、様々な工夫に取り組んでいる。こうした事例を参考に、山形県においても、こうした助け合いのネットワークをつくるのが考えられるのではないかな。
- 日本人がなんとも感じない何気ないことでも、外国人にとってはとても大きな魅力がある場合がある。先日、訪日したタイ政府・産業界の方と食事した際、渋谷のとある定食屋が人気であると言われた。私も全く知らないお店で、写真を見ても本当に単なる定食屋だったが、それがタイ人、外国人にSNS、口コミで大変な人気だという。今日、SNSは非常に重要なメディアになっており、特にインフルエンサーが発信すると、より大きなインパクトがある。そのような仕掛けを考えてはどうか。また、山形にたくさんある、何気ないけれどもとても素敵な

お店を発掘して对外発信することとあわせて、その店に行けば、例えばQRコードが打ってあって、それをスマホで読み取ると、次はここに行けばいいよ、と教えてくれるといった誘導の仕掛けができると、さらに効果があるのではないか。