

第4回 広島県経済財政会議 議事要旨

- 開催日時：平成27年11月20日（金） 14:00～15:30
- 開催場所：広島県庁北館2階 第1会議室
- 出席者：（主宰）湯崎 英彦 広島県知事
（委員）内田 和成 早稲田大学商学大学院教授
宇野 健司 株式会社大和総研調査本部副部長
神原 勝成 株式会社せとうちホールディングス代表取締役社長
廣田 亨 株式会社広島銀行取締役専務執行役員，広島商工会議所副会頭
藤沢 久美 シンクタンク・ソフィアバンク代表
三浦 浩之 広島修道大学人間環境学部長・教授
吉田 正子 株式会社アンデルセン・パン生活文化研究所
コーポレートアドバイザー

（五十音順，敬称略）

- 議事要旨（委員の主な意見等）
議事 県政運営の基本方針2016（たたき台）について

議事（1）県政運営の基本方針2016（たたき台）について

- 女性の活躍について，瀬戸内のものを使って小さなビジネスを興すなど，女性の観点で起業できることは多いと思うので，女性の起業を項目の1つに入れてはどうか。また，女性の起業に関してどうサポートできるかという視点がほしい。
- まちづくりに関して，ビルをひとつ建てるにしても規制があり，活性化の弊害となっている。観光面では，海面の使用に規制がある。これらは今後見直さないと本当の意味での活性化の弊害となるので，早く解決することが重要である。
- 魅力的な都心部作りを考える上では，先にどういう都心部にするかビジョンを検討し，そのためにはどう規制緩和していけばよいのか，どういう景観にするのかを考えた方がよい。
- 全体を見るとやっとなら広島県としてスタートラインに立ったように思う。これなら広島らしさ，広島の良いところを県民の皆さんと伸ばして行って，他県の人にもアピールできる内容になっていると思う。アピールしていくには広報戦略が非常に大切で，浸透度や共感をどの程度得られたかという指標を作り，まず言葉になじんでもらい，どういう意味か理解してもらい，そして共感，というステップで進めてほしい。
- 働き方改革と希望を叶える社会の構築と，女性の働きやすさの項目は，女性だけでなく男性にとっても働きやすい社会という点で考えるとほとんど一緒だと思う。今は，あえて3つに分けてあるが目指すゴールは1つだと思うので，それぞれをオーバーラップさせながら進めてほしい。
- 観光に関しては，リピート客がどのくらいいるのかということも重要で，また来たいと思える広島県かどうかを調査して，次につなげるという視点を持ってもらいたい。
- 都市と自然の近接性というのは，例えば，首都圏から近い静岡や山梨でもできる気がするが，そことの差別化はどう考えているのか。何か目玉が1つあって，よく見たら充実しているという風にならないと伝わりづらく，東京に近いところやあるいは盛り上がっている福岡の方に目が行ってしまう。
- イノベーションという言葉をどのようなイメージで使っているのか伝わりづらい。創業支援などほかの言葉で良いのではないかな。

- 広報戦略という意味では、例えば岡山県の「ハレの国おかやま」というフレーズのようにシンプルで発信力のあるメッセージを検討してはいいか。具体的には、「欲張りなライフスタイル」というフレーズのほうが良い。
- イノベーションはとても大事だと思う。「イノベーションが生まれる街広島」として、イノベーションが単なる技術革新でなくて、生き方を含めて、ライフもイノベティブにやっていくという流れにすると、他の地域にない視点で良いかと思う。
- 成果という視点で、もう一度どのように見せていくのか、どうやって分かってもらうか、という点に注力することが大切である。その際には、カテゴリーに分けていくことが必要で、すぐ目に見えて打ち出す成果と、もう一方で、たとえば産業振興や教育の成果を上げる、出生率を上げるという長期的ですぐには成果として上がらないかもしれないが、やり続ける必要のある大切なもの、それと、県庁の人材育成や業務改善など、大切だが目に見えにくい成果がある。
- 広島での暮らし方そのものをブランド化しないといけない。モノや産品、スポットではなく、広島で暮らすことがこんなに良いのだとブランド価値を持つように訴えていくことが必要かと思う。
- 観光や定住促進、県民への発信などいずれも広報戦略だが、それらがバラバラで横串が刺さっていないので、広島のイメージが湧かないし、アピールとして弱いように思う。ライフスタイルには観光も入るし、ファミリー・フレンドリーも入るし、日常生活もあるし、イノベーションも入るし、そういったところを広島ブランドとして包括的に横串を入れる必要がある。