

長野県共創推進パートナー活動報告会



背景

長野県総合5か年計画

『しあわせ信州創造プラン3.0～大変革への挑戦 「ゆたかな社会」を実現するために～』
第7編 計画推進の基本姿勢 ～「学ぶ県組織」と「対話と共創」～

不確実性が高く、人々の価値観が多様化、複雑化する時代においては、過去の延長線である前例踏襲ではなく、前例なき未来に果敢に挑戦していくことが必要です。行政が課題を抱え、行政だけで解決策を考えるこれまでの仕組みを変え、事業構築の早い段階から、課題をオープンにし、多様な主体との対話を通じて、それぞれが持つアイデアやノウハウ、資源、ネットワークなどを結集することで、社会や地域の課題解決に資する新たな価値をともに創出していきます。

本事業の目的

複業人材の獲得など外部人材の活用による越境体験を通じて、県組織内における共創機会の創出及び共創マインドの浸透定着を図る。

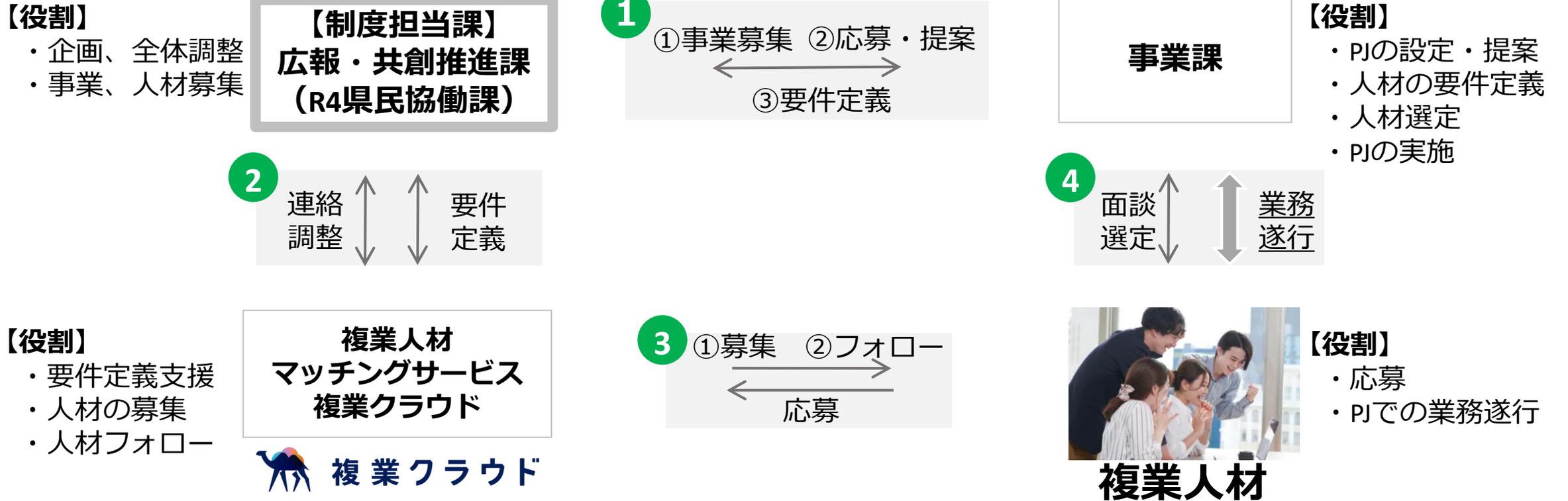
R4実施の成果を報告

制度詳細

- ・ **外部人材を「共創推進パートナー」として委嘱し、県庁の各事業課と共に活動**
- ・ **業務内容は、事業構築や専門性を発揮した戦略・事業のブラッシュアップなど**
(公権力の行使及び意思の形成に係る業務には関与しない)
- ・ **制度に係る一切のサービス** (給与、社会保険、休暇、福利厚生等、労働災害、通勤災害等) **は県の規程を適用しない。謝金は統一単価、費用弁償は県の規程を適用**

勤務／サービス	概ね月4～6日程度 (来庁またはオンライン。合意の上で調整)
報酬／旅費	統一単価/費用弁償
守秘義務等	要綱に定め、誓約書を徴取
所管課／根拠	広報・共創推進課/共創推進パートナー制度要綱

実施の仕組み



実施の全体の流れ

- 22/10/17
株式会社Another worksと協定を締結
実証実験として人材募集開始
→ **6** 案件で延べ**209**名の応募
- 22/12/19
共創推進パートナー就任式
→ **7** 名を任命
- 23/03/20 知事報告懇談
- 23/05/08 活動報告会



目的に対する制度試行の結果（全体）

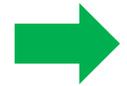
本事業の目的

複業人材の獲得など外部人材の活用による越境体験を通じて、
県組織内における

- ① 共創機会の創出
- ② 共創マインドの浸透定着

目的①共創機会の創出

- 6案件について7名の人材を任命
- 各案件2名～6名程度の担当課職員とともに、各10回以上のMTG
- 研修会やイベントの開催、方針検討・策定など一定の結果を得た

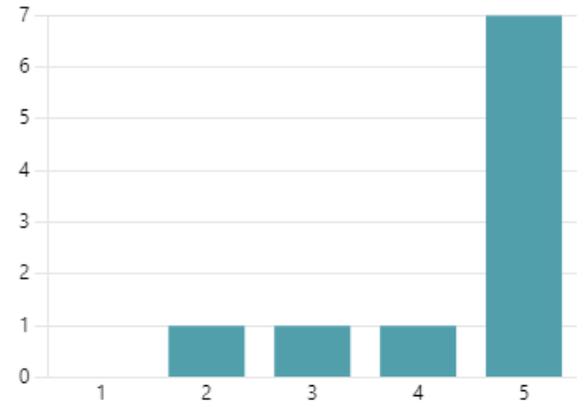


これまでにない形で共創機会を実現→事業成果を創出

人材に期待した成果創出への評価

※担当者アンケートから

4.40
平均評価



- 人材と相談し、目指した最大値までは到達できなかったが、現実的にできるかつ今後に繋がるアウトプットを想定し、実行することができた。また多くの職員を巻き込むことができたため庁内に向けてインパクトが創出できたと考える。
- 案件としては不完全燃焼で終わってしまった。原因として、①案件の目的意識や外部人材に期待することのコンセンサスがないまま見切り発車してしまったこと、②業務繁忙により本件に注力できなかったことが挙げられる。

目的②共創マインドの浸透定着

関わった職員本人に何らかの変化、成長があったか ※担当者アンケートから

- 外部の方ともっと関わりたいと感じた。行政だけでは難しくても民間と連携するからこそ効果的に進められると分かった。
- 県庁にいたるだけでは触れることができない風に触れることで、考え方の引き出しが増え、今後の県職員生活にプラスになった。
- 事業に関する知識を得られたことに加え、複業人材の熱意や多角的な視点にも刺激を受け、自分のモチベーションも上がった。
- 実体験を通じて、共創に対する意識をより持つことができた。
- 自分の知らないことが多く、わくわく感があり前向きな気持ちになれた。机上でなくこういう方々とお話をするだけでも自分の成長に繋がると思う。
- 人材と話をすることで、刺激を受け人脈も広がった。



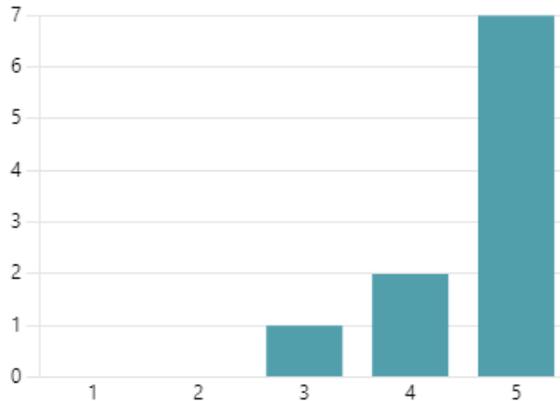
共創マインドの浸透定着に繋がる職員個人の変化を確認

制度への評価

共創推進パートナー制度に対する評価

※担当者アンケートから

4.60
平均評価



試行により、目的達成に繋がる手段としてある程度の効果を確認。一方で課題も。

- 多様な人材を活用することでイノベーションが生まれやすくなることを実感できたので、さらに活用されるべきだと感じる。プロポーザルによる委託よりも気兼ねなく、業務のカウンターパートとして人材を頼れる点もこの制度ならではの良さだと思う。
- 共創推進パートナーということで対等な関係で課題を共有し対話しながら課題に対して新しい発想や価値観などを生み出していくことを県職員と一緒に実践していくことが重要かと思う。共創マインドの浸透・定着に向けては、県職員側もより学びが必要かと思う。
- 単発で終わってしまうのはもったいないが、事業継続させるハードルも高かった。

制度試行の結果

県組織内における**共創機会の創出及び共創マインドの浸透定着**に向けて一定の効果と、制度的な課題を確認



目的達成に向けた現在地

共創機会の創出及び共創マインドの浸透定着という目的達成のためには、数か月程度の試行だけではなく、継続的な実施が必要
→恒久的な制度化を含めた安定的な仕組み化が課題



今後の展開

R5年度も制度を実施し、新たなテーマで共創の推進に繋がる取組を創出。
県組織全体での**共創マインドの浸透定着**に向けた行動を継続。

メタバース活用検討方針と誘客に向けた提案

2023/05/08

観光部 国際観光推進室
企画振興部 DX推進課
長野県共創推進パートナー(デジタル・メタバースエバンジェリスト):高橋一希

デジタル・メタバースエバンジェリスト

高橋 一希 (たかはし かずき)

人材募集概要

- ・メタバース、デジタル界隈に精通している方
- ・自治体のデジタル、メタバース事業に知見を有する方
- ・メタバース等関連事業の構築経験を有する方

期待する役割

- ・メタバース活用策の企画検討
- ・県庁内でのメタバース検討会の開催

3月までに期待する成果

- ・メタバース活用策の立案
- ・事業化に向けた構想案のとりまとめ ※複業クラウド求人より



東京都町田市出身、東京理科大学大学院修了。

新卒で、国内シンクタンクに入社し、AI・システム開発の分野で民間企業・官公庁のDXコンサルティングに携わる。

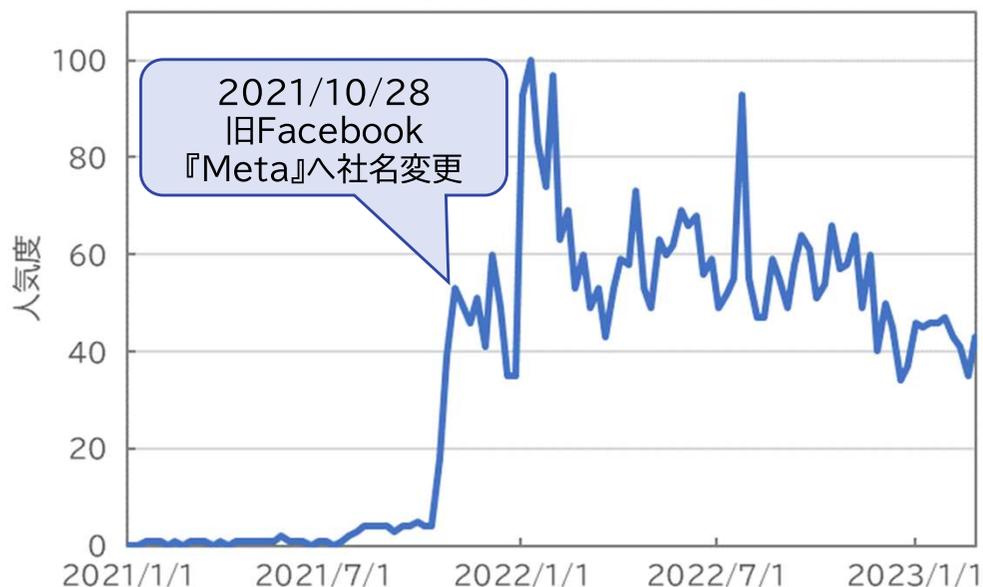
大学3年で迎えたVR元年をきっかけに、VR・メタバースに関心を持つ。近年は社内外のメタバースの検討会に参加。メタバースがもう一つの現実として社会を豊かにする将来を目指して、ソーシャルVR向けのワールド、アバターを自作しながら、楽しくメタバースの見識を深めている。日本VR学会の上級VR認定技術者を取得。

メタバースの現状と自治体事例

社会的にメタバースが注目を集めており、自治体が関係する事例も増加

- 2021年末に旧Facebook社が『Meta』へ社名を変更し、国内でも急速に知名度が向上
- 2020年のバーチャル渋谷(渋谷区公認)提供開始以降、バーチャル大阪(大阪府、大阪市提供)など現実世界を模した都市連動型の事例も増加

「メタバース」の検索人気度(日本国内)



※人気度:期間中で最も検索された時点を100とし、相対的に検索インテラストを示した値(Googleトレンドより作成)



2020年5月19日
提供開始(Cluster)



2022年2月28日
提供開始(Cluster)

[1] PR TIMES、『渋谷区公認、配信プラットフォーム「バーチャル渋谷」を5月19日からオープン』、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000011.000048230.html>

[2] PR TIMES、『都市連動型メタバース「バーチャル大阪」本格展開開始！～メタバース空間で大阪の魅力を感じよう！～』、<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000128.000017626.html>

案件概要

メタバース活用策の立案、事業化に向けた構想案のとりまとめを実施すること

案件概要から詳細化した今期ToDo一覧

観点	主な今期ToDo
Why なぜ	メタバースの特徴整理、長野県の観光課題の整理、観光誘客への活用可能性検討、KGI・KPIの設定
Who だれが	推進体制の検討
When いつ	ロードマップ作成
What なにを	ノックアウトファクターの整理、複数テーマで活用案を検討
Where どこで	PF選定チェックリスト案の作成
How どのように	広報活動の検討、仕様書ひな形案の作成、デモワールド作成

活動実績 1/2

インバウンド誘客へのメタバース活用検討を軸に、週次で検討会、ヒアリングを実施

DX推進課主催のメタバース勉強会(3/7)にメタバースから講師として参加

今期取り組み詳細

12/20	1/5	1/16	1/24	1/31	2/7
・キックオフ	・メタバース推進協議会 (相談会同席)	・今期 依頼内容の確認 ・県内勉強会の紹介	・今期 成果物の設定 ・企画書の骨子紹介	・酒×メタバース検討 (営業局)	・歴史×メタバース検討 (文化財・生涯学習課/ 歴史館)
2/16	2/21	2/28	3/7	3/14	長野県観光機構も週次 で参加いただいた
・企画書の進捗報告 ・県内勉強会 準備 ・観光再始動の情報提供	・自然×メタバース検討 ・プラットフォーム紹介 ・課題整理	・企画書レビュー ・県内勉強会 準備	・メタバース勉強会 ・企画書の進捗報告 ・企画書レビュー	・3/20報告会 準備 ・デモワールド紹介	

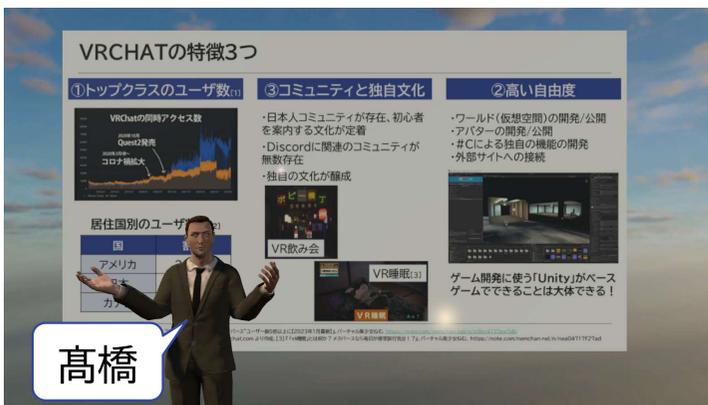
物販の分野検討で営業局とも連携

文化財保護課や歴史館の副館長に検討会への参加を依頼、専門家の意見をいただいた

メタバース勉強会(3/7)

2部に分けて約70分間の講演を実施。1部では、VRChat※にスポットを当てて、普段の様子や一般ユーザが作成したワールドなどを紹介。2部では、実際の開発画面を見せながらゼロからメタバースのワールド公開までの工程を紹介。

※メタバースのプラットフォーム



◀1部の様子@VRChat

勉強会用に作成したワールドを使ってVRChatを紹介している様子。(左) 動画でオリジナルコミックの即売イベントも紹介。(下)



活動実績 2/2

インバウンド誘客に向けて「酒 / 自然 / 歴史」の3テーマ計5案の活用案を検討

活用案の検討をより具体的にするため、デモワールドも作成



◀デモワールド(開発中イメージ)

実際にワールドを開発する際の仕様・イメージをより具体的に定める目的で、クローズドなワールドとして試作。

■想定した機能

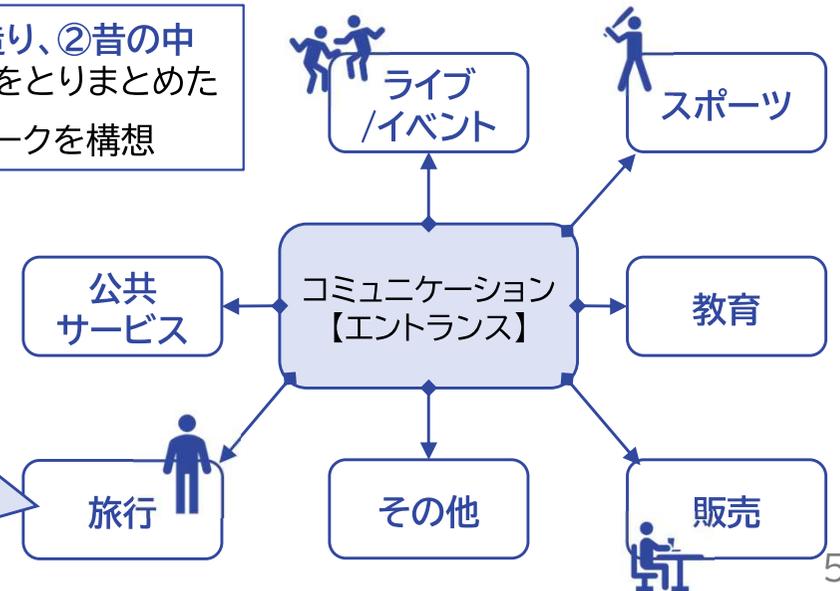
- ①動画/ストリーミング再生
- ②外部サイト(販売、広報など)への接続
- ③オリジナルコンテンツの搭載(建物、キャラクターなど)

将来的に目的別のワールドが相互につながるネットワークを構想

今期は「インバウンド誘客」を目的としたワールドについて企画。①バーチャル酒造り、②昔の中山道町民体験、③上高地バーチャルキャンプ、④パラグライダー、⑤登山の計5案をとりまとめた将来的にエンタランスを中心として、目的別のワールドと相互につながるネットワークを構想

今期検討した活用策

【テーマ2】歴史×メタバース	【テーマ3】メタバース×自然																
<table border="1"><thead><tr><th>名称</th><th>ジャンル</th><th>ジャンル</th><th>概要</th></tr></thead><tbody><tr><td>〇〇〇</td><td>〇〇〇</td><td>〇〇〇</td><td>〇〇〇</td></tr></tbody></table>	名称	ジャンル	ジャンル	概要	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	<table border="1"><thead><tr><th>名称</th><th>ジャンル</th><th>ジャンル</th><th>概要</th></tr></thead><tbody><tr><td>〇〇〇</td><td>〇〇〇</td><td>〇〇〇</td><td>〇〇〇</td></tr></tbody></table>	名称	ジャンル	ジャンル	概要	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇
名称	ジャンル	ジャンル	概要														
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇														
名称	ジャンル	ジャンル	概要														
〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇	〇〇〇														



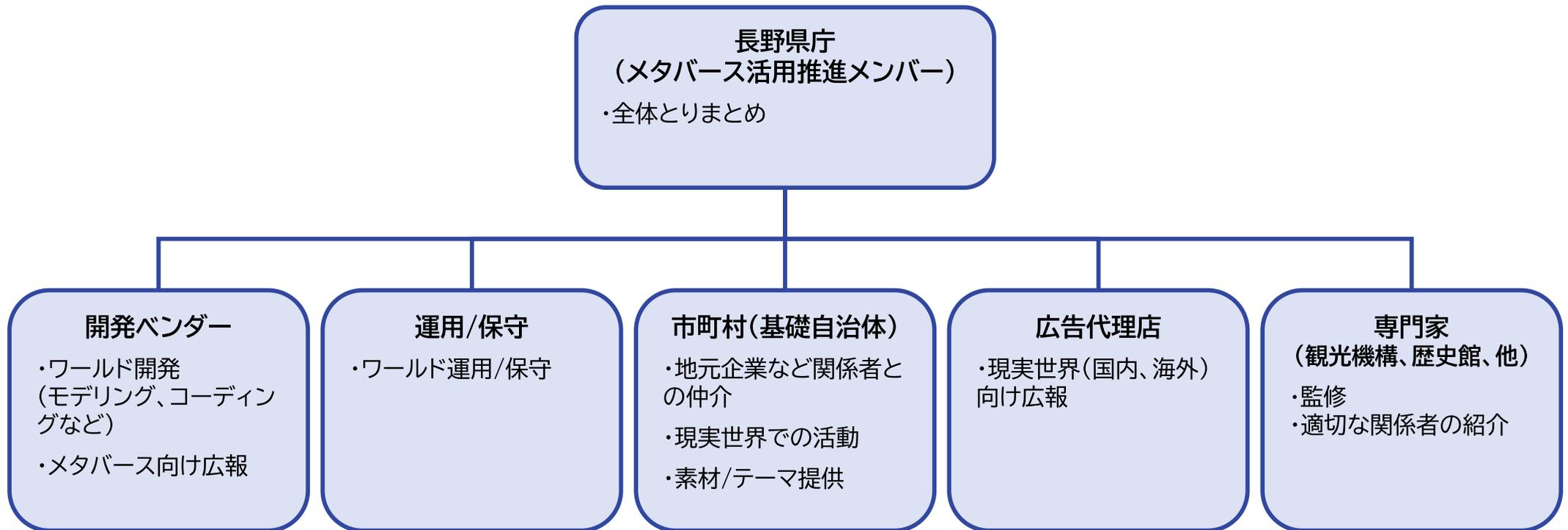
※吹き出しの中は今期検討した案の一部

今後の取り組みと課題 1/2

活用案の実現に向けては、組織体制と担当範囲の明確化が残課題

- 利用するPFに応じて、適切な開発ベンダー/パートナー企業との連携が必要
 - 今期はインバウンド誘客に適したPFの評価/選定、当該PFの関連企業洗い出しまで実施
- 組織体制が固まり次第、担当範囲を明確化し、企画のブラッシュアップ・開発に着手可能

組織体制・担当範囲のイメージ



今後の取り組みと課題 2/2

自治体の関わり方は「メタバース(ワールド)を作成して提供する」だけではない
メタバースが活発に利用される環境づくりや人材育成など広い視野での検討も必要

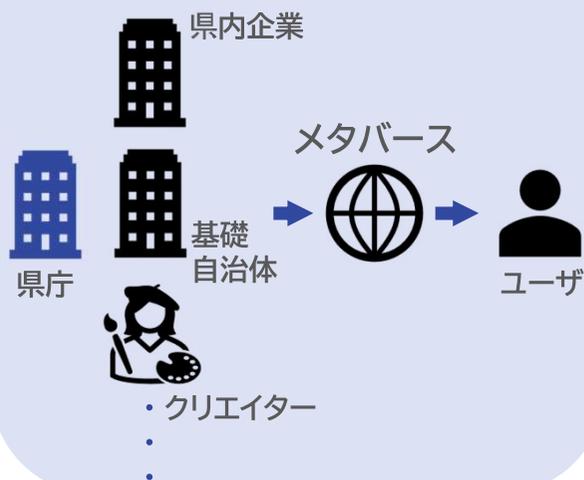
ヒアリングを通して得られた意見(一部)

- 活用案を実現する際に、長野県内の企業や教育機関と協力して進められることが理想である。
- 長野県内での活用機会を創発するための環境づくりや人材育成も重要な役割ではないか。

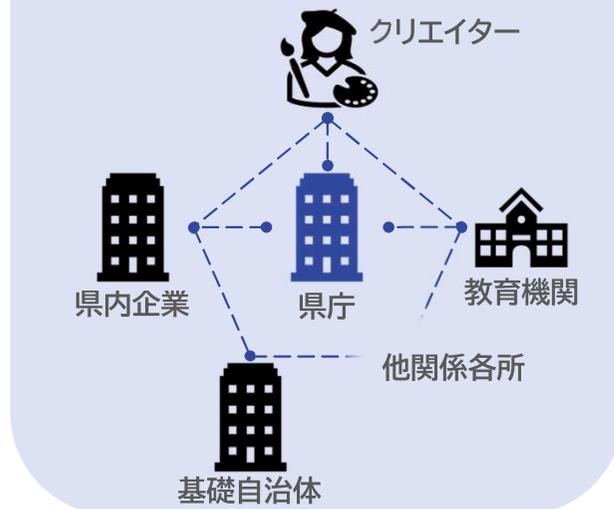
メタバースとの関わり方の例

今期検討範囲

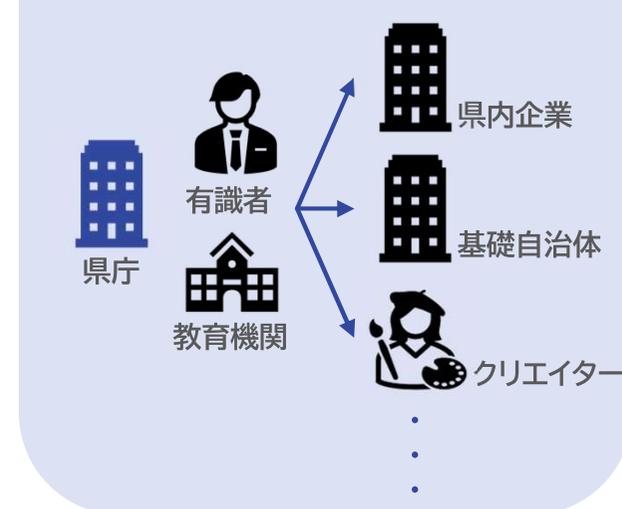
メタバース(ワールド)の提供



環境・コミュニティづくり



人材育成や学習機会の提供



メタバースの提供だけに
留まらない検討範囲の拡張

増澤 諒 氏

(株式会社ニューピース NEWPEACE thinktank代表)

人材募集概要

様々な方に総合計画を身近に感じていただくには
どうしたらいいか、一緒に悩み、考えながら、
方向性を見出していただけの方

期待する役割

【県が作成した総合計画を、

これまで以上に県民に届けるための存在】

多くの自治体の戦略策定に携わった経験と、長野市の都市
ブランディング・パートナーとしての経験を活かし、
総合計画を県民に届けるためのアドバイスをしていただく

3月までに目指したもの

次期総合計画の普及・広報のうち、特に広報媒体の作成支援

- ・計画の理念を県民と共有するためのビジョンブック
- ・計画の全体像を示すための概要版



長野県長野市出身。

早稲田大学、東京工業大学修士課程修了。

代表論文「日本の政治家のソーシャルメディアの活用に関する研究」。2014年マニフェスト大賞受賞。

政治家秘書や選挙ドットコムを経て、現職。

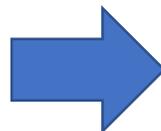
地方自治体（長野県長野市・福井県敦賀市・福岡県福岡市等）や中央省庁（国土交通省・経済産業省・農林水産省等）、国際機関（ビル・ゲイツ財団等）など公共領域のビジョン策定・コミュニケーション戦略策定に携わる。

取組実績

パンフレット作成時のアドバイス

例えば県職員だと・・・

- ・長い文章に慣れてしまっている
- ・正確に伝えなければいけないという使命感
- ・誌面にできるだけ多くの情報を盛り込みたい



増澤氏からのアドバイス

- ・一般県民は、長い文章を読みたくありません！
- ・正確な行政表現が、分かりやすいとは限りません！
- ・情報量を抑え、
見やすいレイアウトにすることが重要！

**読み手を強く意識することができ、
着眼点や評価の軸、合意形成のポイントが明確に**

取組実績

ビジョンブックのコンセプトやタイトルへのアドバイス

コンセプト

- 計画の理念を伝えるためのメッセージ性を重視
- 計画の構造や要素にとらわれすぎず、重要な要素のみに絞って記載する

タイトルの要件

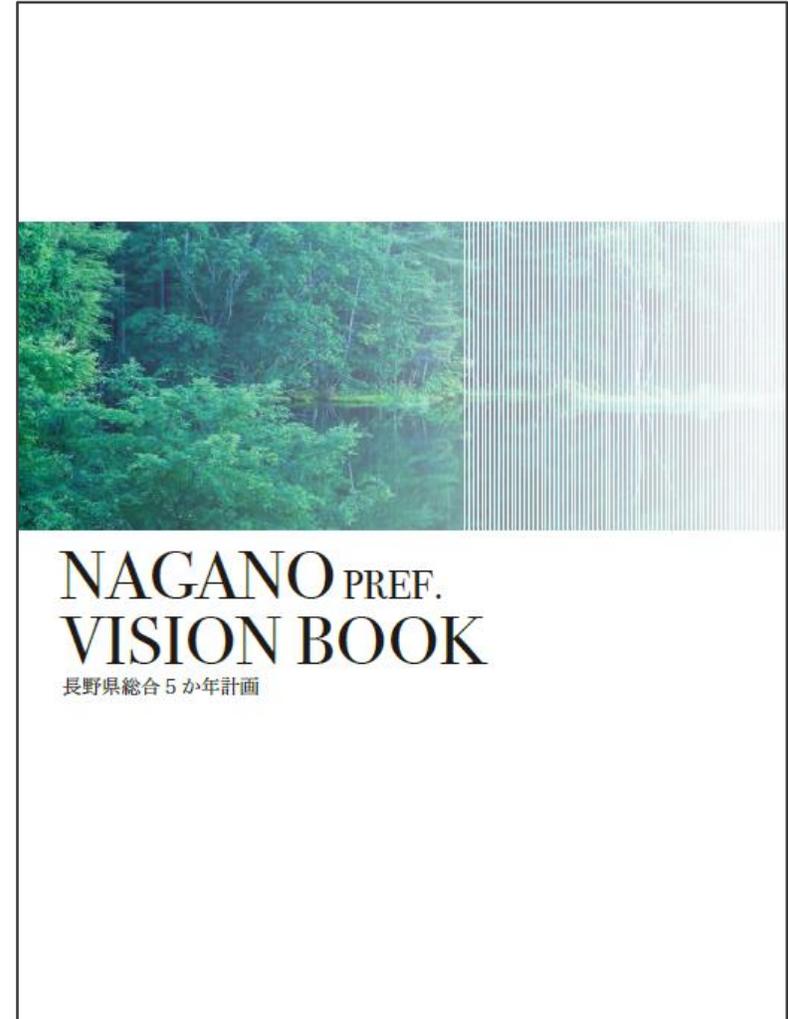
- 目的を満たす = 総合計画の理念を伝える冊子だとすぐに伝わる
- 平易な表現 = 誰もが知っている単語を使う。造語や難しい表現は避ける
- シンプルな表現 = 長い表現は避ける

取組実績

今回、初めてのビジョンブックが完成！

タイトルは、

**NAGANO PREF.
VISION BOOK**



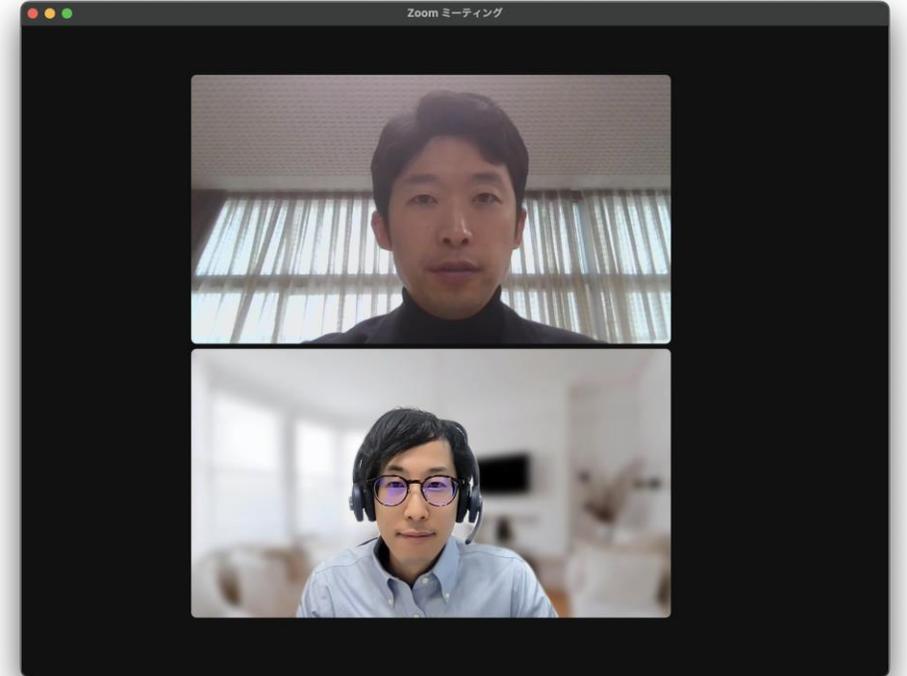
効果・成果・課題

効果、成果

- 行政との業務経験が豊富。現在も長野市で都市ブランディング・パートナーを務めており、行政が直面するであろう悩みを理解した上でアドバイスをいただいた
- 県民向け広報には、受け手である外部の目線が必要。第三者としての立場から、客観的な意見をもらえた
- 上司よりも気軽に、同僚よりも要点をおさえた相談ができ、担当者にとって良き相談相手となった

課題

- 事業での関係者が（1）県（総合政策課）、（2）複業人材（増澤氏）、（3）パンフレット制作委託業者と多く、役割のすみ分けや意見集約が難しかった
- 複業人材は当然ながら内部職員とは異なる立場。相談・意思決定にあたり、急遽スケジュールを確保してもらうことが困難なケースも発生した



庄司結香氏（個人事業主）

人材募集概要

行政の広報の目指す姿や方向性などをまとめた指針の作成や、それを浸透させ発信力を強化するための研修内容の検討などに共に取り組んでいただける方

期待する役割

【広報の共通認識として広報取組指針の作成】

所属や職員によって広報に対する意識や知識に差がある現状をふまえ、共通認識を持つため、目指す姿、基本姿勢、戦略や具体的な取組の作成と浸透を考えていただく

3月までに目指したもの

長野県の広報の現状の整理と可視化、課題整理、指針作成

- 目指す姿の提案
- 戦略作成
- 課内研修の実施:広報の重要性、指針説明、広報チェックシートの使い方の実践ワークショップ



愛知県岡崎市出身。

米国オクラホマ州立大学ビジネスマネジメント学部卒業。米国外資系メーカーでマーケティング、PR、に従事。その後、欧州外資系ジュエリーブランド2社で15年間マーケティング・コミュニケーションを統括。戦略策定、ブランディング、広告、PR、SNSローンチ、デジタルメディアへのシフト等を通し認知度イメージの向上、売上増大に貢献。2022年に独立。

ブランド戦略、メディア・PRコミュニケーション戦略、メディアリレーション、広報、年間カレンダーの立案など、マーケティング・コミュニケーション全般をサポート。

ブランディングされたコミュニケーションでターゲットに効率的に訴求。露出拡大、認知/理解度向上、イメージ創出を推進。

案件概要

一言でいうと

広報の基本に立ち返り、現場の職員が実践を通して発信力を高められる広報取組指針を作りたい

課題

行政の**広報の目指す姿**や**方向性**など、**共通認識**が必要

- 同一水準の広報
- ターゲットのニーズの理解
- 効果的な発信

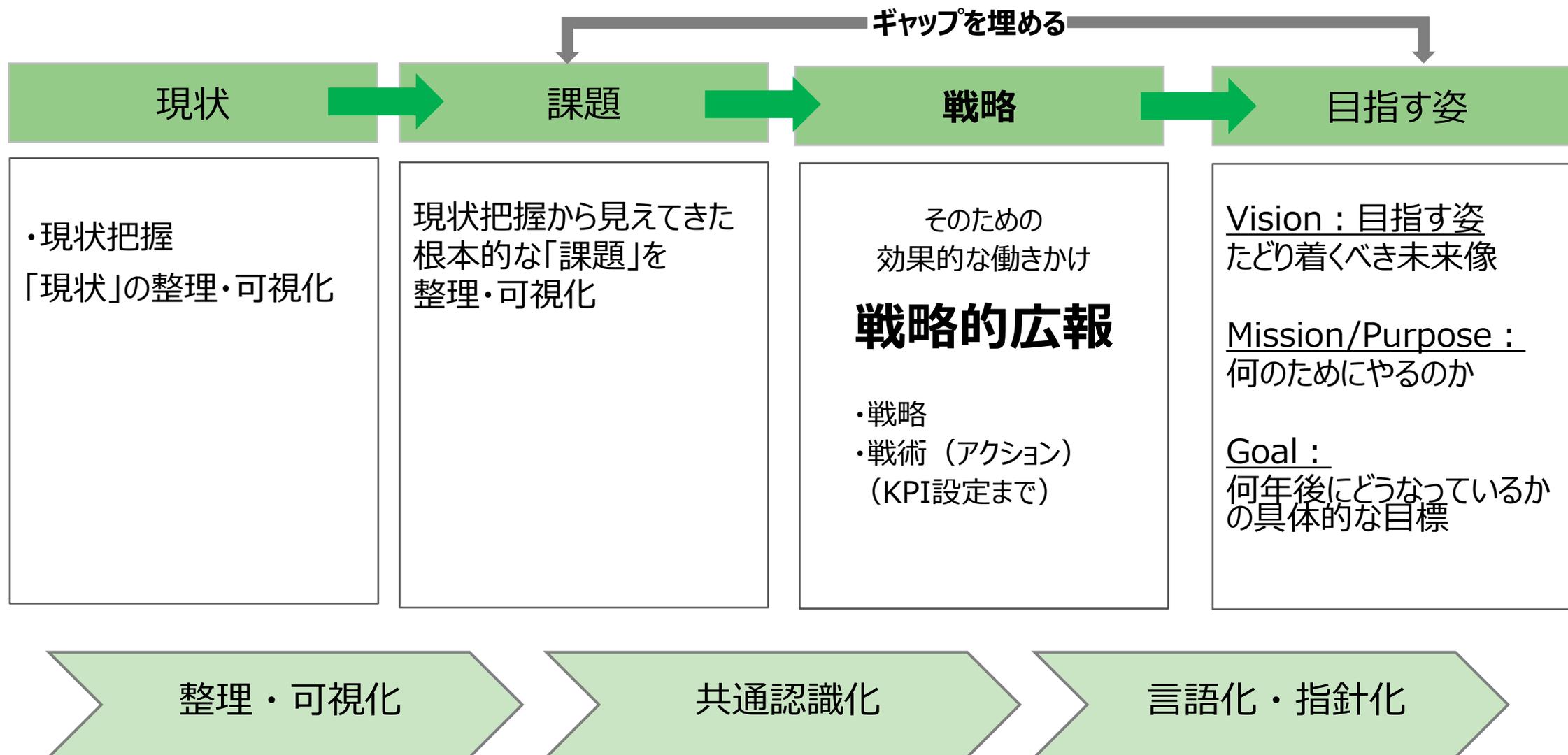
実現したいこと

- **職員一人ひとりが広報の主体**であることを意識し、相手に寄り添った良好な関係づくり
- それを浸透させ発信力を強化

アウトプット

現場の職員が常に傍に置く手引きとして「**取組指針**」の**作成**とその浸透。**研修の実施**

活動実績 (指針作成のプロセス)



「目指す姿」とは？

広報を通して将来どうなっていたいか

どんな世界を作りたいか

目指したい未来像

目指す姿：

- **県民等が知りたい情報を快適に入手でき「確かな暮らし」の一部となっている**

→行政の役割

- **長野県の魅力が県内外や海外に認識され、つながりや価値を生み出している**

→地域経済の活性化・グローバル視点

課題が3つの柱に分類され、解決に向けた3つの戦略

	課題	戦略	アクション
体制・ 仕組み	<ul style="list-style-type: none"> ・広報の目指す姿、役割等が不明瞭 ・部局間の連携不足 ・部局間の情報交換の場が不足 ・広報の知見の蓄積 ・学ぶ機会の不足 	1. 連携の強化 取組 1) 部局間連携の強化 取組 2) 目指す姿の浸透 取組 3) 職員の広報知識やスキルの向上・蓄積	広報ミーティング、民間ノウハウの活用 目指す姿の継続的な意識付け 職員研修
媒体	<ul style="list-style-type: none"> ・媒体の選定・優先順位が不明瞭 ・ターゲット設定・媒体特性等の知見不足 ・ガイドライン・マニュアルの不足 ・媒体の効果的・効率的活用 ・効果検証 ・ウェブアクセシビリティが不十分 	2. 効果的・効率的な情報発信の強化 取組 1) ターゲットの設定・媒体選定の徹底 取組 2) 媒体の特性やSNS運用ルールを理解 取組 3) 媒体の見直しと改善 取組 4) パブリシティの強化	ターゲットに即した発信、広報チェックシート マニュアルやガイドラインの作成 ホームページ等の向上、新しい媒体の検討 メディアへの積極的な働きかけ
コンテンツ・ 県民との繋がり	<ul style="list-style-type: none"> ・県民のニーズの理解 ・発信の効果（反応）の把握 ・県民の施策に関する興味・関心 	3. 県民等とのコミュニケーションの活性化 取組 1) ニーズや効果を測る手段の活用 取組 2) 発信に関するPDCAサイクルの実施 取組 3) コンテンツへ反映	アンケート調査の活用促進・改善 目標設定と結果検証の実施 事業成果の公表、発信内容の改善

■ 広報取組指針案検討

- ・打ち合わせ 15回
- ・発信役会議で説明 (1/18)
- ・次長会議で指針案提示 (3/1)
- ・行政経営推進会議で指針案提示 (3/14)

■ 職員研修

- ・広報県民課内スキルアップ研修実施 (3/2)

長野県広報取組指針

R5.3.14

広報は、県が県民等と双方向のコミュニケーション活動を通じて、良好な関係を作るために行うものである。本取組指針は、職員一人ひとりが、広報の主体であることを意識し、相手に寄り添った発信等により良好な関係づくりを目指すものである。

本県の現状と課題

- 職員それぞれの広報に対する理解や意識に差があり、同一水準の広報ができていない
- 部局間の連携が不足しており、効果的な発信ができていない
- ターゲットの明確化やニーズの把握、媒体の特性等の知識が不足
- 媒体に関するガイドライン・マニュアルの不足
- 発信に対するニーズや効果を十分に確かめられていない
- 県の施策を知らない等「県政との距離」を指摘する声が一定数ある

基本姿勢

行政が「伝える」広報を県民等が「知りたい」広報に転換し、身近な県政になる

目指す姿

- 県民等が知りたい情報を快適に入手でき「確かな暮らし」の一部となっている
- 長野県の魅力が県内外や海外に認識され、つながりや価値を生み出している

戦略

現状の課題を打破し、目指す姿の実現に向け3つの戦略を展開する（詳細は別紙）

戦略1 連携の強化

県組織全体の広報活動に不可欠な部局間連携の強化と、その主体である職員一人ひとりが広報知識を向上・蓄積していくため研修等を実施。

取組1) 部局間連携の強化

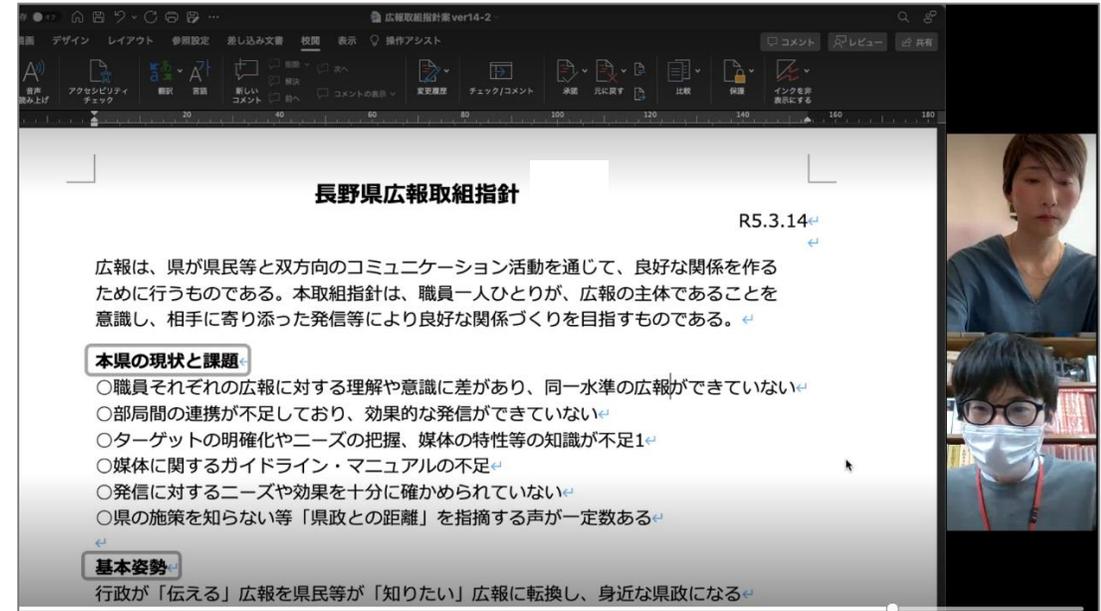
(広報ミーティング、民間ノウハウの活用)

活動の振り返り

効果・成果

効果・成果（感想）

- 長野県の広報の現状・課題を整理し、目指す姿実現に向けた**取組を提案**いただいた
- 広報の「目指す姿」を**長野県らしさ、地域活性、グローバル視点**で提案いただいた
- 目指す姿を浸透させるためには、職員研修などで継続的に意識付けをする必要があるなど、自身の民間での**経験を活かした助言**をいただき、指針に反映できた



活動の振り返り

3月までに目指したもの

- 指針作成

長野県の広報の

- ・ 現状の整理と可視化
- ・ 課題整理
- ・ 目指す姿
- ・ 戦略作成

- 課内研修の実施

広報の重要性、指針説明、広報チェックシートの使い方の実践ワークショップ



結果・成果

✓ **初めての
「広報取組指針」を完成**

✓ **職員研修**

広報県民課内スキルアップ研修実施（3/2）

これからがスタート！

その戦略やアクションプランを実行に移す

■ 職員研修

- ・取組指針の説明・考え方の浸透
- ・実務：パブリシティ、媒体・ターゲットなど

■ ガイドライン・マニュアル作成

- ・SNS運用ルール

仕組み化：

誰が、いつ行っても、同じ成果が出せるシステム

課題

- 県全体のハイレベルな広報戦略会議の場が必要
- 県全体の統一的なブランディングの推進が必要
- 庁内でのトップダウンによる広報の必要性・取組の周知

谷 浩明 氏（東京都杉並区広報専門監 ほか）

人材募集概要

県が持つ広報媒体の業務改善、各事業課が実施する情報発信事務等への助言などにとともに取り組んでいただける方

期待する役割

【自治体の情報発信の課題を解決】

県の情報発信は職員が知識・経験等がない中で実施されているケースが多い。県民目線で「伝わる広報」を目指すため、県の行う情報発信への助言をいただく。

3月までに目指したもの

県の情報発信の課題の吸い上げと制度の浸透

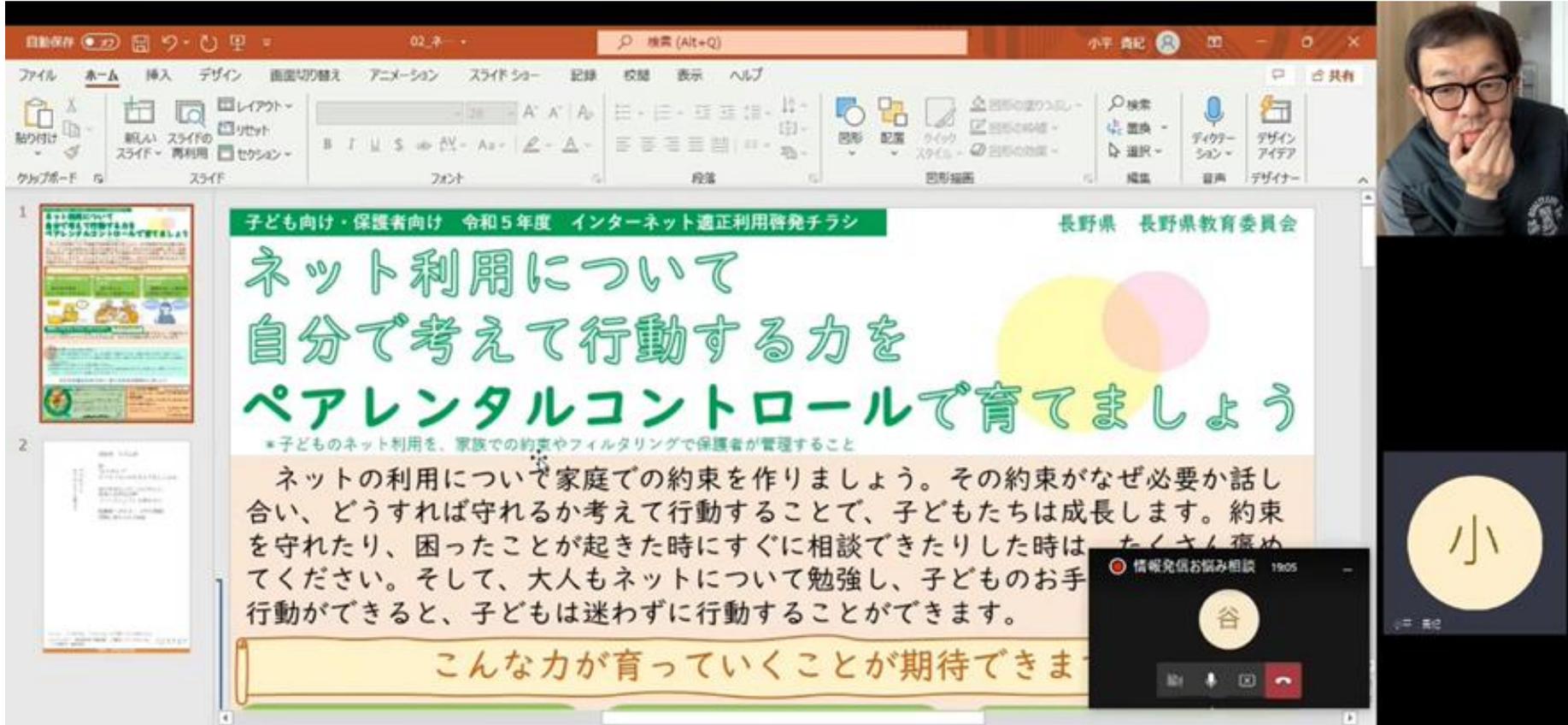
- 情報発信お悩み相談の定着・浸透
- 相談件数の増加
- 広報県民課職員の情報発信のスキルアップ



コミュニケーションをデザインすることを主軸とし、非営利組織のデザイン・広報活動のサポート、広報研修を多数実施。平成28年度より杉並区広報専門監。区全体の広報の助言、各広報媒体のディレクション、SNSの立ち上げ・運営・助言、各部署の行う広報相談、職員研修など、行政組織が行う広報・コミュニケーション活動もサポートしている。現在は静岡県や岡山市他、他自治体の広報アドバイザーとしても従事。令和4年度東京都広報コンクール最優秀賞他、受賞歴多数。

取組実績

- ・「情報発信お悩み相談」の実施（R3.12月より実施。計14件）



オンラインで
実際の広報物の
アドバイスを
受けている様子

プロの目線から、**修正点**を**解説**いただきながら、**添削**を受けることで

見やすい広報物の制作と**職員自体の情報発信力の向上**

■ 参加者の声

「県民の立場で広報物を作成するなど、
制作する際の新たな視点が見つかった」
「ターゲットを具体的にイメージできた」
「チラシの情報が整理され、見やすくなった」
「アドバイスを受けて修正したものをさらに見てもらいたい。」

【参加所属：相談内容（同じ課からの相談が複数回あります）】

- 農村振興課：農福連携の障がい者施設への周知動画森林税のチラシ
- 森林政策課：森林税のチラシ（次ページ参照）
- 心の支援課：学生向けネット適正利用のチラシ
- 文化財・生涯学習課：武田晴信書状のクラウドファンディングによる情報発信
- 北アルプス地域振興局総務管理課：こどもカフェのSNS活用方法
- 技術専門校（長野、松本、飯田）：入校生や事業案内チラシ

活動実績 ・ 実際の森林税のチラシのビフォーアフター (ビフォー)

第4期長野県森林づくり県民税
信州の豊かな森林をもっと身近に。そして、未来へ。

写真

リード文

長野県  

第4期森林税では、

第4期森林税の4つのポイント

- 費用負担の大きい植林や一定期間の保育作業に必要な経費を全額補助する制度を創設し、農業者と林業従事者の両方から民有林人工林の若返り（再造林）を促します
- 多くの方が広く親しめる「開かれた里山」づくりやまちなかの緑化などグリーンインフラの整備を促します
- 健康・教育・観光などに森林を活用する森林サービス産業への支援や、林業に関わる多様な担い手の確保・育成に取り組みます
- ライフラインの保全対策、河川沿いの支那木の伐採、観光地の景観整備や遊歩道の整備、湧き水の保全

第4期森林税の体系図

I 森林の若返り促進と安全・安心な里山づくり 15.6億円	
1 再造林の加算金	11.3億円
2 防風・減災のための里山整備	4.3億円
II 森や緑、木のゆくえに親しむことのできる環境づくり 6.8億円	
3 開かれた里山づくり	2.8億円
4 広く親しむための林道・木道整備	2.0億円
5 学校林や、さまざまなフィールド整備	0.6億円
6 まちなかの緑・道路緑の整備	1.4億円
III 森林・林業活動に携わる多様な人材・事業者への支援 2.6億円	
7 森林サービス産業など森林の多目的利用の支援	1.6億円
8 多様な林業の担い手の確保・育成	1.0億円
IV 市町村と連携した森林等に関する課題の解決 9.0億円	
9 ライフライン保全対策	2.0億円
10 河川沿いの支那木伐採	2.0億円
11 観光地の景観や遊歩道の整備	2.0億円
12 湧き水保全対策	3.0億円
V 普及啓発、評価検証 0.4億円	総計 34.4億円

こんなことに取り組みます

再造林の写真

まちなかの緑化の写真

森林セラピーの写真

ライフラインか森林病虫害対策の写真

第4期森林税の詳細は、「長野県森林づくり県民税基本方針」として公表しています。
<https://www.pref.nagano.lg.jp/ninse/sangyo/ringyo/shisaku/kanminze/dai4kikihonhoushin.html>

QR

県民の皆さんにあまり関心が持たれない内容は、要約するなどしてわかりやすく掲載。

県民の関心は **「“森林税”で自分の生活がどのように豊かになるのか？」**

活動実績 ・ 実際の森林税のチラシのビフォーアフター (アフター)

信州の
森林税
2023-2027



信州の豊かな森林をもっと身近に。
そして、未来へつなぐために。

森林税 (正式名称: 長野県森林づくり県民税)とは

森林は雨水を蓄えてきれいな水を育んだり、土砂崩れを防いだり、二酸化炭素を取り込み地球温暖化を防止するなど、私たちの暮らしを支えており、生活している誰もが森林の恵みを受けています。

長野県ではこの森林の恵みをこの先も受け続けることができるよう、平成20年度から「長野県森林づくり県民税」として個人の皆様から年間500円(法人の場合は均等割額の5%相当額)をご負担いただき、里山の手入れなどを進めています。

令和5年度からの「森林税」でとりくむこと

- ① 山に木を植えるとともに今ある森林の手入れを進めます
- ② 森林の恵みや木のぬくもりをもっと身近に。もっとまちなかに
- ③ 森林・林業に関わる人材を支え、育てます
- ④ 市町村と協力し地域の森林・林業の課題を解決

詳しい内容は、
中面をご覧ください



長野県



しあわせ信州

「森林税」はみなさんの“日々の暮らしを豊かにすること”に活用されます

① 山に木を植えるとともに今ある森林の手入れを進めます

基本方針:Ⅰ | 森林の若返り促進と安全・安心な里山づくり

🌿 主伐・再造林を促進し、若い森林への更新を加速化

⇒育った木を使うとともにCO2を多く吸収する若い木に植え替えることで、地球温暖化の防止と林業の活性化が期待できます。

🌿 防災・減災のための整備が必要な里山の間伐を支援

⇒間伐[※]を行うことで日当たりが良くなり木がよく育ち、災害に強い森林となるため安全・安心に暮らせませす。

※樹木の混み具合に応じて、育成する樹木の一部を伐採(間引き)し、木の成長を促進する作業のこと。

若い森林を作って地球の温暖化を防ぎます。

山ちゃん

長野県森林づくり県民税PRキャラクター



【再造林の様子】



【防災・減災のための里山の間伐】

② 森林の恵みや木のぬくもりをもっと身近に。もっとまちなかに

基本方針:Ⅱ | 森や緑、木のぬくもりに親しむことのできる環境づくり

🏠 県民が広く利用できる「開かれた里山」の整備・仕組みづくり

⇒誰でも森林の恵みを身近に感じる場所を県内各地につくります。

🏠 広く県民が利用する施設や子どもの居場所の木道・木質化等

⇒公共施設や民間の施設を木に変えることで、木のぬくもりや温かさを多くの方に感じていただけます。

🏠 やまほいくのフィールドや学校林の整備等

⇒子どもたちが安全に森林の中で遊んだり学んだりする機会を作ります。

🏠 まちなかの緑・街路樹の整備

⇒まちなかでもみどりや木を感じることができます。

誰でも木のぬくもりや森林の恵みを感じられるようになります。



【開かれた里山の整備・仕組みづくり】



【県産材を利用した公共施設の木質化】
(佐久合同庁舎県民ホール)



【まちなかの緑化支援】

③ 森林・林業に関わる人材を支え、育てます

基本方針:Ⅲ | 森林・林業活動に取り組む多様な人材・事業者への支援

🌿 森林サービス産業など森林の多面的利用の支援

⇒森林セラピーやエコツアーガイドなど森林を様々なことに利用する団体の皆さんをサポートします。

🌿 多様な林業の担い手の確保・育成

⇒森林・林業に携わる人を確保・育成することで、豊かな森林が保たれます。

森林・林業の皆さんをサポートします。



【森林セラピーの様子】



【林業人材の育成】

④ 市町村と協力し地域の森林・林業の課題を解決

基本方針:Ⅳ | 市町村と連携した森林等に関する課題の解決

▲ ライフライン等保全対策

▲ 河川沿いの支障木等の伐採

▲ 観光地の景観や緩衝帯整備

▲ 病虫害被害対策

⇒森林・林業の課題を市町村と協力して解決することで、地域の防災・減災が図られ、観光地の魅力が高まります。

市町村と連携しながら地域の課題解決に取り組みます。



【ライフライン沿いの支障木の伐採】



【松くい虫による被害の状況】



【観光地の景観整備】
(上松町: 覆岩の床)

事業の詳しい内容は、「長野県森林づくり県民税に関する基本方針」として公表していますので、ぜひご覧ください。



活動実績

その他の実績・効果・成果・課題

その他の実績

- 広報係員の資質向上を目的にスキルアップ研修を実施。
- 広報県民課で実施している広報紙のプロポーザル審査員や制作へのアドバイス。 など

効果、成果

- 12月から毎週木曜日の「情報発信お悩み相談」は、満員御礼。（計14件）
職員の情報発信の悩みや課題の吸い上げができた。
- 他自治体でも情報発信のアドバイスを行っており、先進的な事例を共有いただくことで、非常に業務の参考になるなど、好評な声をいただく。
- 各課へのアドバイスを聞いているだけでも、広報係員のスキルアップにつながる。
- 今後、広報物のビフォーアフターや成果を全庁に共有し、制度の浸透と相談件数の増加を目指す。

課題

- 制度の周知をさらに進める必要がある。
- 職員の情報発信のタイミングにあったサポート体制づくり。（例：回数や対面実施 など）
- 相談した内容にとどまらず、常に県民の立場に立った情報発信ができるように意識の変容が必要。

稲葉 哲治 氏（「えしかる屋」プロデューサー 他）

人材募集概要

エシカル消費に知見があり、その推進（主に**情報共有**）について、**具体的な手法の検討と実行**などにとともに取り組んでいただけの方

期待する役割

【エシカル消費の情報等を共有する手法】

稲葉氏自身もSNSを活用したコミュニティの運営や情報の発信等をしているため、県民の間で広くエシカル消費に関する情報を共有できる手法等を一緒に考えていただく。

3月までに目指したもの

長野県内各地のエシカル消費に取り組む方、関心のある方の

- ① つながり作り
- ② 活性化



《プロフィール》

『えしかる屋』プロデューサー/サーキュラーHR 編集長/NPO法人GEWEL 理事
開成、東京大学から一転、中退して社会的ひきこもりを経験。セゾングループ人材会社にてNPO協働事業等を担当後、日立グループ、起業、人事、日本最大人事メディアの人事コミュニティ運営等に従事。
2012年よりエシカルを軸に活動し、フィリピン少数民族と作るブランド「EDAYA」やセレクトショップ「エシカルペイフォワード」、「エシカル男子の会」、D&I推進NPOI「GEWEL」などに関る。現在は鎌倉にあるエシカル商品のセレクトショップ「えしかる屋」のプロデューサーとして広く活動中。

取組実績

- ・ 県内各地のエシカル関心層が参加し、各地の取り組みやオススメのお店、イベントなどの情報発信や、質問等のコミュニケーションの交流の場となるSNSコミュニティ「長野エシカル・SDGsコミュニティ」を3月3日にプレ開設。10日に始動。
- ・ LINEオープンチャットを利用し、エシカル関心層による自発的な運営を目指す。※県は情報の参加者の一人として加わり情報を発信/受信していく。
- ・ “長野”、“エシカル”、“SDGs”で検索が可能。上記トピックに関心のある方の参加が増加中。

① 県内のエシカル情報が集まるSNSコミュニティ「長野エシカル・SDGsコミュニティ」の開設



取組実績

②県内各地のエシカルリーダーが活動発表・交流をする 「ながのエシカルサミット」の開催

- ・県内各地で活発に活動をしているエシカルリーダー7名を集めたオンラインイベントを3月10日夜に開催。申込み42名、視聴32名、満足度も高いイベントとなる。
- ・長野県のエシカルの先進性、ユニークさを発信することができ視聴者はもちろん登壇者同士も刺激を受ける内容となった。
- ・企業や県外（東京だけでなく、岐阜や静岡など近県）在住者も視聴し、長野への注目度の高さをうかがうことができた。



《アンケート結果》

- ・若いプレイヤーの取組がどんどん広がりを持って、つながって、**長野がエシカル先進県**になればと希望が持てた。
- ・様々な発想で、ゼロカーボン0円マルシェや顔の見えるマーケットなど、若い方が積極的に取り組んでいて、**良い刺激**になった。
- ・**長野県在住ではないが、行く機会があれば、取組を実際に見てみたい。**

など

○満足度：9割近い！

(※「感想」で「とても有意義だった」、「有意義だった」を選択。)

効果・成果・課題

効果・成果

《県民》

- エシカル消費の実践者を中心とした「**長野エシカル・SDGs コミュニティ**」を立ち上げ、つながり作りの場を創出
《事業者も参加しており、「実践」につながる情報発信に期待！》
- 立ち上げ当日に開催した「**ながのエシカルサミット**」において、県内各地のユニークな取組事例を共有し、活性化のきっかけを提供
《エシカル消費を「横ぐし」とし、他分野（観光、まちづくり等）への好影響も期待！》

《職員》

- 稲葉氏との打合せ等を通じて、多様な価値観を持つ方々へのエシカル消費の効果的な打ち込み方法を検討・実践

課題

- 「**コミュニティ**」の活性化と活用
・ 情報共有から「実践」につなげるには？
・ 高齢者等への情報提供を念頭に、県HPでの情報発信との併用



オンラインでの打合せの様子

小口 潤 氏（株式会社Connec.t代表取締役）

人材募集概要

行政内部の課題集約、見える化の手法の検討や、共創による事業構築プロセスの検討などにとともに取り組んでいただける方

期待する役割

【共創プロセスの真ん中・官民をつなぐ手法】

官民連携の実績もあることから、県が民間主体と連携していくうえで、県がどのように課題をオープンにしていったりよいか、その手法・仕組みを考えていただく。

3月までに目指したもの

企業と県がつながる土台を整理

- 地域と企業双方のネットワークの整理
- 包括連携協定企業を集めた交流会
→ 横のつながりと課題の集約を実施
- 官民をつなぐ手法の検討



長野県富士見町出身。

諏訪清陵高等学校・慶應義塾大学薬学部卒。

総合広告代理店にてマーケティング・PRに従事後、社内起業として2019年に地方創生支援会社の株式会社ROOTsを設立。取締役COOに就任し、体験特化型ふるさと納税サービス「さといこ」をローンチ。2021年11月に独立して現職。

行政の事業立案・推進はじめ各種公募事業や補助金の獲得など行政課題解決を中心に、事業推進や地域と企業の新しい関わり作りとして、**新規事業推進や実証実験誘致、連携協定のマッチング**などを推進。

全国約60地域と事業作りによる地域課題解決を実施。

人材紹介



株式会社Connect.t 代表取締役CEO 小口 潤 (おぐち じゅん)

長野県富士見町出身
諏訪清陵高等学校・慶應義塾大学薬学部卒

新卒で総合広告代理店のマーケティング・PR担当として、大手菓子や飲料メーカー、証券会社等のブランドマーケティングに従事。その後、グループ内起業制度を活用し、2019年に地方創生支援会社として株式会社ROOTsを設立、取締役COOに就任。2019年9月に体験特化型ふるさと納税サービス「さとといこ」をローンチ。サービス構築、マーケティング、広報PR等の責任者として活動。日本航空、ジャルパックと協業し日本初の“日付指定で予約できるパッケージツアー返礼品”の企画・実施。2021年11月に独立、行政の事業立案・推進はじめ各種公募事業や補助金の獲得など行政課題解決を中心に、事業推進のみならずプロモーション支援も行う。最近、地域と企業の新しい関わり作りとして、新規事業推進や実証実験誘致、連携協定のマッチングなどを推進している。

国内旅行業務取扱管理者／インバウンド実務主任者／PRSJ認定PRプランナー／サウナスパ健康アドバイザー
ビール検定2級

関連活動実績

- ・総務省地域力創造アドバイザー / 内閣府官民連携プラットフォーム事業ワークショップ構成メンバー
- ・長野県官民連携共創推進パートナー / 北海道上川町東京事務所PRマネージャー / 大阪府東大阪市SDGs推進アドバイザー
- ・慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科 岸 博幸 研究室 地域みらいプロジェクト 研究員
- ・長野県・山梨県中心に公募案件を広く受託（観光PR、二拠点居住・企業誘致、農畜水産物ブランド開発、アクティビティ商品開発など）

その他活動パートナー（抜粋）



活動について

取組の概要

【期 間】 2022年12月～2023年3月までの4ヶ月間

【稼働】 担当課とのMTG 1 2回実施、連携企業向けイベント 1回実施、その他関連作業

【稼働内容】

①官民連携方針の検討・現状整理

→ まずは現状整理として、長野県が実施してきた施策の振り返りや整理、同時に知事の公約や動いている事業の共有などを実施

②連携企業向けアンケートの制作・実施

→ 一番県庁に近い企業として、長野県と包括連携を結んでいる企業を対象とした連携の現状を探るアンケートを制作。実施のうえ内容を整理。

③包括連携協定企業向けイベントの実施

→ アンケート結果により、まだ事業実施に至っていない連携企業が多いことが判明。共創に関するセミナーや企業同士がつながるワークショップを実施。

④今後の長野県の共創方針の検討

→ この取り組みが単年で終わらないように、R5年度以降の方針を検討。

取組実績

●企業、県行政へのアンケートの実施（3/1～協定企業39社→回答**18**件）

【連携企業向け】長野県_官民共創に関するアンケート

長野県は「対話と共創の県政の実現」を掲げており、社会課題・地域課題解決に向けた官民共創の実現を目指しております。

今後、自治体の課題と企業の持つリソースがマッチングでき、かつ双方にとってメリットのある連携事業を実施しやすくなるように、まずは企業が自治体と関わることの課題やニーズについての情報を整理することを試みています。

今回のアンケートを参考に、自治体が独自で解決しにくい課題や新たな企業との連携を県がサポートする仕組みの在り方を考えてまいります。

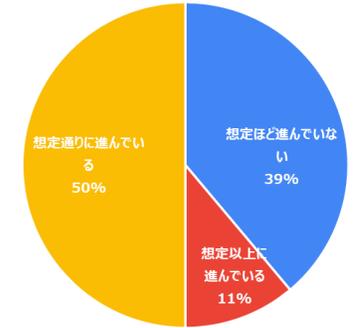
今後の参考として、ぜひアンケートへのご協力をよろしくお願いいたします。
(所要時間：約15分程度)

長野県 県民協働課 (担当) 北澤 淳
長野県 官民連携共創推進パートナー 小口 潤

<問い合わせ先>
長野県県民文化部県民協働課
電話：026-235-7189
メール：kitazawa-atsushi-r@pref.nagano.lg.jp

県との連携状況

想定以上に進んでいる	11%
想定通りに進んでいる	50%
想定ほど進んでいない	39%



連携に際しての困りごと

県の抱える課題がわからない	4
提案内容により縦割りで対応されることが多い	4
コミュニケーションをとる機会が少ない	3
予算がなく実現しないことが多い	3
市町村の抱える課題がわからない	2
課題解決への取組方法が定まっていない	1
どこに提案・相談すればよいかわからない	1

取組実績

●企業、県行政へのアンケートの実施（3/1～協定企業39社→回答18件）

<分かったこと>

- ・協定締結したものの、具体的な動きができていない企業が少ない。
- ・活動をしたくないわけではなく、“どうしていいかわからない”系の悩みが多い。
- ・「県の悩みがわからない」、「コミュニケーション機会が少ない」など、**表面上の連携が多く、会話する機会がないことに危機感。**



官民共創の一步目として、関わりの深い連携企業を集めた共創の勉強会 & 企業と県庁職員を混ぜたワークショップを実施することに。

県との連携状況

想定通りに進んでいる	50%
想定より進んでいる	33%
想定通りでない	11%
想定より進んでいない	11%



連携に際しての困りごと

県の抱える課題がわからない	4
提案内容により縦割りで対応されることが多い	4
コミュニケーションをとる機会が少ない	3
連携がうまくいっていないことが多い	3
課題解決への取組方法が定まっていない	2
どこに提案・相談すればよいかわからない	1

取組実績

- 包括連携協定企業による「共創セッション@くらしふと信州」の開催
(3/16、**12社22名**の参加)

No	企業名
1	ソフトバンク株式会社
2	株式会社セブンイレブンジャパン
3	アクサ生命保険株式会社
4	株式会社Uホールディングス
5	サントリープロダクツ株式会社
6	東京海上日動火災保険株式会社
7	長野県信用組合
8	日本郵便株式会社 信越支社
9	株式会社八十二銀行
10	株式会社ローソン
11	三井住友海上火災保険株式会社 長野支店
12	日本生命保険相互会社 長野支社



実際のイベント内容

2.5時間のイベントで、
セミナー、企業紹介、ワークショップを実施。

官民共創におけるポイントを各所から抜粋、
まずは企業も行政もマインドセットを変える。

■ 本日のアジェンダ

Page_2

13:30~13:35	趣旨説明
13:35~13:40	県の取り組み説明
13:40~14:10	共創に関する勉強会
14:10~14:40	企業紹介ミニピッチ
<休憩予定>	
14:45~15:35	テーマ別セッション
15:35~15:50	セッション内容共有
15:50~16:00	クロージング

■ 官民共創とは

Page_13

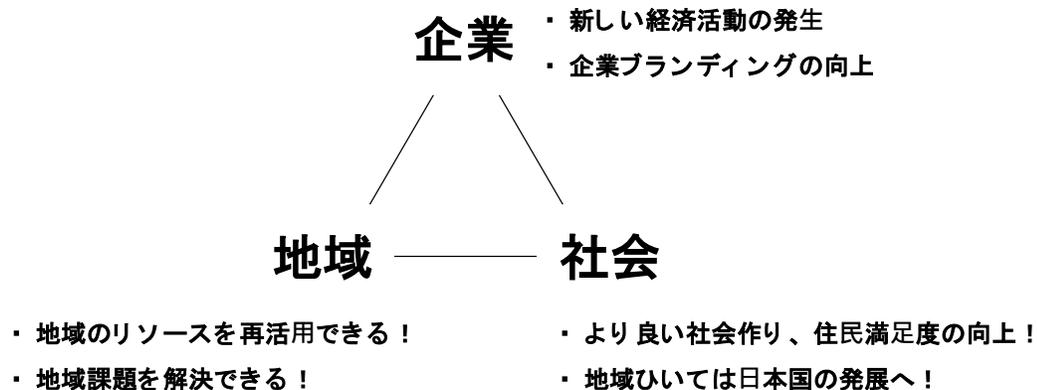
- 共創とは、**共に創る、を意識する関係**
- 共創とは、**立場のないフラットな関係**
- 共創とは、**受発注ではない、継続性のあるパートナー**
- 共創とは、**営業活動&儲けるだけでないパートナー**
- 共創とは、**互いにリソースを提供し、リスクを背負う**
- 共創とは、**課題解決の手段として用いられる**
- 共創とは、**双方+社会の3方にベネフィットがある**
- 共創とは、**現在の委託でない、未来を見据える関係**

実際のイベント内容

共創を行うメリット、
3方のベネフィットを考える。

■ 官民共創で生まれる価値

Page_16



現状のボトルネックを洗い出し、
共創が進むためのポイントを検討。

■ 官民共創のあり方

Page_18

官民共創が進まないのは、
官民双方が共創に必要なポイントを満たせないから。

- Point1 平等/提供 : 受発注でないフラット、双方がリスクテイク
- Point2 継続/契約 : 委託でない未来共創、単年ではない事業
- Point3 課題解決 : 双方の課題解決に、3方良しの設計
- Point4 利益発見 : 経済メリット以外のメリット創出

実際のイベント内容

信州で共創を進めるために、
大きなポイントを2つ整理。

■ 信州の官民共創の課題

Page_37

課題①

ヒト

誰がコアになるのか

課題②

カネ

誰が金を出すのか

どちらも行政？民間？コーディネーター？全ての場合がある。
ここは都度協議が必要、やりたい！の気持ちを中心に“共創”していくべき。

フレキシブルな官民共創のスキームを作りたい！

実際に地域が抱えている課題を題材に、
職員と企業が混ざり合うワークショップ。

■ 5つの地域課題

Page_28

長野県が抱える地域課題をベースに、
企業の枠を超えて、できることを考えてみる。

ゼロカーボン

産業・地域活性化

健康づくり

官民連携

DX(デジタル化)

これからの官民共創

- **地域課題を地域で解決する時代は終わり**
 - ↳ 自治体だけ、地域内企業だけの課題解決には限界がある
 - ↳ 課題解決ノウハウを全国から広く募集・活用できる時代に
 - ↳ 地域に金を落とす → できる企業に金を落とす時代に
- **地域内外問わず、関わり人口による地域の活性化がマスト**
 - ↳ 場所限らず、地域に関わりたい&関われる人や企業と課題を共有
 - ↳ 地図上の区分なんて関係ない関わり人口で共創が生まれる時代に

信州の特徴

- **長野県は全国有数の様々な自然環境地域資源を持つフィールド**
 - ↳ 自然環境、人口動態、行政課題、過疎、農畜水産、観光など
 - ↳ フィールドがあれば人もいる、人もいれば課題も多様に存在
 - ↳ 課題が多い=企業からのニーズも大きいのでは？

→課題解決型の官民共創に相性がいいに違いない！

今後の展望

長野県を、 日本一官民共創に本気で取り組む、プレイングマネージャーのような 都道府県に。

官

量&質ともに、全国に先駆けた課題がある長野県+77の自治体の課題を抽出・見える化。

民

連携企業、繋がりたい企業など幅広いの企業リソースと連携ニーズを募集・見える化。

共創

双方+社会課題解決の3方よしを目指し、コーディネーター機能を拡充。

本気で取り組む

上記の官民のデータベース、マッチング機能、事業構築機能、事業化の際の資金支援（ファンド）機能など、解決までに本気でコミット。

プレイング
マネージャー

県の課題はもちろん、基礎自治体への橋渡しも意識。全国モデルになるべく発信も。

R5年度 = 「官民情報データベース」、「マッチング支援」、「伴走支援」、「ファイナンス」
上記の4機能を整理・組織作りから実施まで！

効果、成果

3月までに目指したもの

● 地域と企業双方のネットワークの整理

- 整理に着手
→ 企業ネットワーク拡大の可能性
→ 地域、市町村との繋がりは今後の課題

● 包括連携協定企業を集めた交流会
→ 横のつながりと課題の集約を実施

- ◎ 共創セッションの実施
→ 実施から見えてきた課題も
(もっと県から課題、やりたいことを提示)

● 官民をつなぐ手法の検討

- 共創に必要な取組の洗い出し
→ アイデアベースで構想を拡大
今後現実的に詰めていく段階

行政内部の課題集約、見える化の手法の検討や、共創による事業構築プロセスの検討など、形にはなっていないが検討材料を多く集められた

実感値として

- 他の自治体の具体的な企業連携の例をベースに、県の共創のあり方を検討できている。
- 庁内ではなかなか相談できない事柄など、日々の壁打ちに対応いただいている。
- アンケートフォームなど民間視点で作成いただき、担当者だけでは思いつかなかった視点が入り込んでいる。
- とにかく議論、意思決定、作業のスピードが速い。

課題

- 市町村を巻き込んだ共創の取組にも踏み込んでいきたい
- 民間人材のスピード感に庁内の調整が追いつかない
- 数ヶ月では効果が最大化しない、継続的な取組が必要



たまには夜の長野も楽しんでいただいています♪

人材募集概要

行政内部の課題集約、見える化の手法の検討や、共創による事業構築プロセスの検討などにも取り組んでいただける方

期待する役割

【共創プロセスの入口（課題設定）と出口（成果指標）】
前例のない課題に対してデザイン思考で最適な解決を図ることの専門家であることから、共創のきっかけとなる課題設定の思考の県職員への定着や、共創の成果の測り方（指標・KGI）について一緒に考えていただきたい。

3月までに目指したもの

「デザイン思考」をベースに「考える」職員を増やす

- ①勉強会を行う
- ②勉強するコミュニティつくる
- ③デザイン思考使って考え直す事業を1～2つ作る

結果

- ・勉強会「考えるとはなにか？」
→70名参加、アーカイブ再生353回
感想等が100件近く、10,858文字
- ・ワーク研修「デザイン思考実践」10名参加
- ・長野県庁で
「人の中にある問題を解くやり方」妄想
- ・実務相談 15時間（1.5時間、10回）
- ・交流会 3時間
- ・担当者とのチャット（土日も半日以上）

成果

- ・正解のない問い（新時代創造PJなど）へのアプローチの1つの案が手に入った

R5も継続して委嘱

ひとことでいうと、
河上さんは何に使える道具なのか？

不確実性が高く、人々の価値観が多様化、複雑化する時代。
とりまく環境が急激に変化する中で、

「県民起点」「住民視点」を本気でやる、
= **県民に本当に喜んでもらうための**
“考え方＝道具としてのデザイン思考”の使い方を教えてくれる。
河上さんはそれに使える道具。

成果を踏まえた今後の展望

- 下記の活動を通じて、共創のきっかけとなる課題設定ができる職員を育成し、
また共創の成果の測り方を固めていく。
- 非定型業務の増加に対応するために、根本的ではあるが、「物事の考え方」を知る機会を広げる（勉強会、研修会によるパイの増大）
- 効果的な問題解決につながる、デザイン思考を反映した企画書のフォーマットを検討する
- 県組織を温め始めるために、20%ルール（庁内副業）を活用しながら実務で結果を出す職員を増やしていく
- システム思考等を組み合わせた新しい業務の進め方を構築する
（何かしらの実務で実践。候補：新時代創造PJT?）
- ひとつの中にある真の課題や解決の方向性を探る思考技術のデザイン思考の研修を内製化し、
実務でも使い始める

河上 泰之氏 (Beth合同会社 社長)



組織変革を前提とするDXと新規事業の「考え方」の専門家。IBM、デロイトに**デザイン思考**の専門家・社内講師として従事し現職。プライム上場企業でのイノベーション創出業務の構想と事業の創出支援とそれをできる人材の育成、また大手自動車と新たな10兆円産業の模索など。

他、東京商工会議所にて中小企業のDX実現のための講義や、ITベンダーの幹部育成や全社リスキリング、市町支援、経産省・特許庁と協業。

日本を反転させる仲間募集中です。

- デザインカ
- AI時代の人間力
- リベラルアーツ

すべてのカテゴリ

思考術・自己啓発

- 思考法(141)
- モチベーション(131)
- 行動習慣(130)
- 発想法(82)
- AI時代の人間力(63)
- 心理学(44)
- 学習法(36)
- 読書術(30)
- ロジカルシンキング(30)
- プレスト(21)
- マインドマップ(9)
- デザイン思考(8)

- OAスキル
- ビジネススキル

新着順 人気順

関連タグ

- デザイン思考
- デザインカ
- デザイン
- 企画提案
- デザイン経営
- ファシリテーション
- 新規事業
- ビジネスフレームワーク
- 課題解決力
- DX基礎
- DXプランニング
- メンタルヘルス
- 地域活性
- 社会
- イノベーション

1位 (2倍の評価)

全5回コース
実況解説「デザイン思考」
 2023年5月10日公開
 この授業では、デザイン思考のサイクルを企業ドラマを見ながら学んでいきます。*ドラマのあらすじは下記
 ★★★★★ 4.6 (24)
 ● デザイン思考 企画提案 新規事業 経営 組織運営
 ビジネスフレームワーク 課題解決力 デザイン経営 DX基礎
 DXプランニング デザインカ

全5回コース
超解説「デザイン思考」—不確実性の時代にチームで成果を出す—
 2022年7月31日公開
 デザイン思考を会社でうまく機能させるために必要なことや、その他のフレームワークと一緒に組み合わせて使
 ★★★★★ 4.2 (58)
 ● デザイン思考 デザインカ

全2回コース
多忙中毒から抜け出すための「時間術」
 2021年2月26日公開
 朝Schoolは、始業前のビジネスパーソンが「今日活かせるTips」を学ぶ生放送授業です。本シリーズを受講する
 ★★★★★ 3.6 (66)
 ● デザイン思考 メンタルヘルス 行動習慣

河上のやりたいこと

信じていること

やっていること

子供が、
日本を誇れる国に
戻す

「考える」を変えることで、
テコのように大きな結果を出せると信じている

愛知県南知多町町長相談役
三重県伊賀市 非常勤特別職
長野県庁アドバイザー
特許庁大阪万博I-Openサポーター

行政への支援が
民間企業への最大の支援になる

民間企業

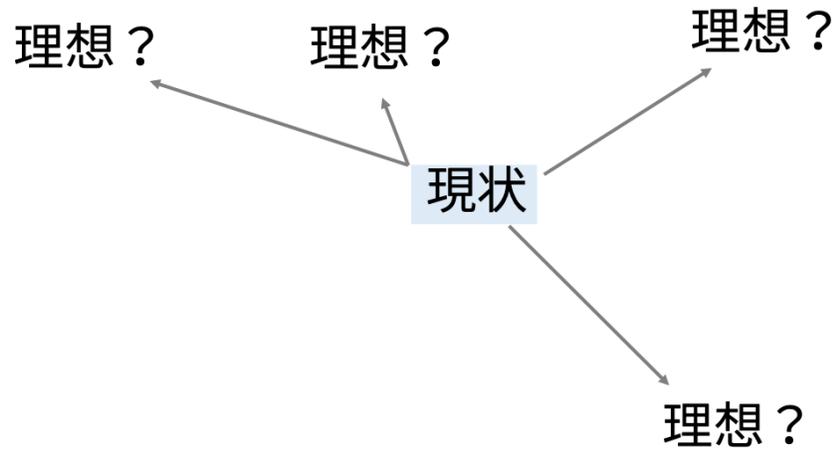
商工会議所での
専属講師

↓
中小フリーランス

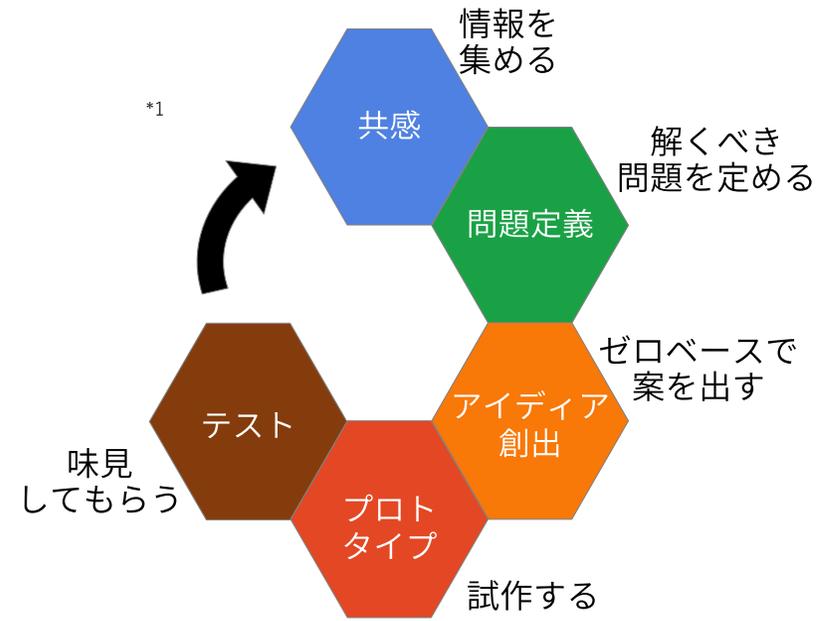
デザイン思考とは、ヒトの問題（=相手にとっての理想と現実の差）を解くための道具の1つ

ヒトの問題は、相手にとっての現状と、相手にとっての理想の差を意味する。つまり、**本当の問題も、解決の方向性も相手の中にある**。しかし「営業」が難しいように、相手にとっての問題を定めて解くことは簡単ではない。またこのような事柄は、ロジカルシンキングだけでは解くことができず、結果「デザイン思考」が発達してきた。

欲しいと言われたものを営業しても売れないように相手に望んでいることを探るのは難しい。



5つのステップをなん度もなん度も繰り返すことで問題を定めて解決する手法がデザイン思考



*1 図 Stanford ME113 資料を参考に翻訳と解説をBethが追記し作成
https://web.stanford.edu/class/me113/d_thinking.html

取組実績

●デザイン思考勉強会（2/9オンライン開催、県職員**70**名参加）

研修回デザイン思考 1/2 「「考える」とはなんなのかと、X=Transformationのヒント」

The image shows a Zoom meeting interface. On the left, a presentation slide is displayed with the following text:

大切な視座2つ

1. あらゆることを、「道具」として捉える
何のための(目的)道具で、どう使うのか？
(騙されなくなる笑)
2. = を意識する

At the bottom of the slide, there is a copyright notice: "Copyright © 2023 Bath Limited Liability Company All Rights Reserved." and the number "15".

On the right side of the Zoom window, there are two video thumbnails. The top one shows a man in a blue suit and tie. The bottom one shows a man with glasses and a dark suit. Below these are several smaller thumbnails of other participants. At the bottom of the Zoom window, there is a control bar with icons for play, previous, next, volume, and a progress indicator showing "15:45 / 1:39:28". There are also icons for mute, 1x zoom, settings, and a close button.

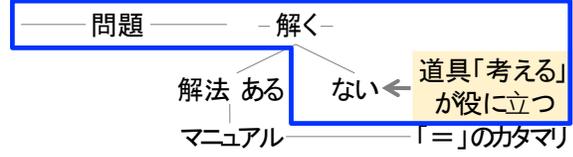
考える、とは何か？

- ちよつと考えてみて
- もう少し考えてみて
- よく考えられている

名前	秀りの向き	主な使い道	特徴
ロジカルシンキング	直い	仕組みを作ったり、直したり	分解と、組合せ
デザイン思考	ちよい古い	ヒトの問題を解く	だれかを喜ばせる (お、お、お)
アート思考	新しい	自発的に問題を見つける	洗れるかどうかは別として、 「汚しすぎ」 (他人の得意・得意)

優劣ではなく、使い分けが重要

仕事
現状と理想の差を埋めると、お金になる



自由が丘 2022.8.11



東京の未来？

周囲に「家族だと思われる」ことを目的とした機能体が、理想の家族に見えてしまう

共同体の最小単位が、このありあさま。

共同体の集合体たる地域の理想とはなにか？

結果

勉強会アンケート結果

参加数：70名（一般65名、講師・関係者等5名）

回答数：61名（回答率93.8%）

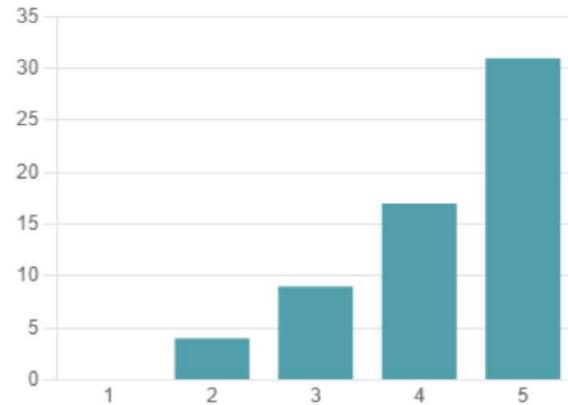
「面白かった」4.23！

「また参加したい」4.34！

「このような学びの機会が必要」4.80！

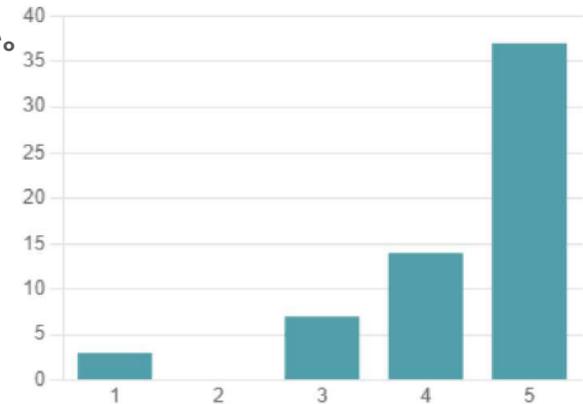
5.本日の勉強会、どのくらい面白かったでしょうか。

4.23
平均評価



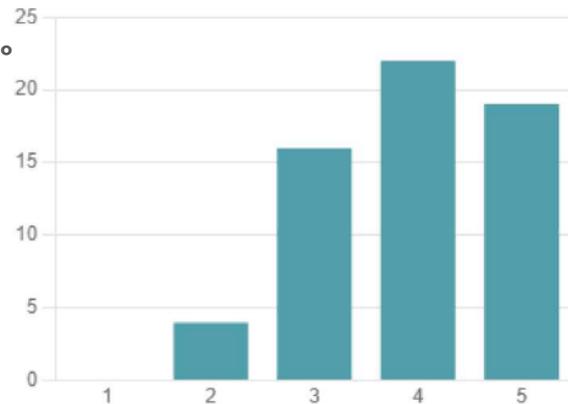
7.また参加したいと思いますか。

4.34
平均評価



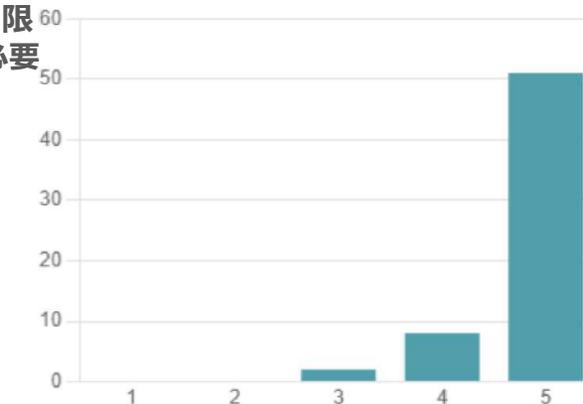
6.どのくらい参考になりましたか。

3.92
平均評価



8.このような機会（担当業務に限らず幅広い物事を学ぶ場）は必要だと思いますか。

4.80
平均評価



結果

50代課長級以上から20代主事まで、幅広い職員を動かすことに成功

感想・疑問が

100件近く、**10,858**文字！ 勉強会動画の再生回数**325**回

50代・課長級以上

非常にわかりやすい解説でした。話し方はゆるい感じなのに、内容は鋭く、しかも例え話が的を射ているところが素晴らしいと思いました。

40代・課長補佐級

「〇〇課長が言うから…」といったきっかけで仕事に取り組むことを重ねていくと、「人の役に立つ」「人の問題を解いて、喜んでもらう」といったことを考えなくなっている、そんなことを思いながら話を聞ける、本当にありがたい機会でした。

20代・主事

何となくデザイン思考やロジカルシンキング等に興味をもっていました。実際に考え方に触れたのははじめてでした。今までの自分には全くなかった考え方に触れることができるとても面白かったです。河上先生がお話されていたような考え方が県職員間にさらに広がれば、仕事に対する考え方や取り組み方も大分変化しそうだなと感じました。

取組実績

●かわ研！（県庁考え方研究所）※Teamsのコミュニティを立ち上げ

参加者 **19名**

2月9日の河上さんの勉強会を受けて

「考えるって楽しい！」

「なんかもやもやする」

「もっと学んでみたい！」を感じた方向

けのコミュニティ（学びの場）。自由に

参加し、誰でも学びあいます。

その共通点は「考える」こと、そして

「考え方を身に着けたい」「考えてより

良くしたい」ということ。

デザイン思考を中心に、様々な考え

（方）を学びあいます。



北澤 淳 02/28 15:42 編集済み
次回：3月7日（火）13時～14時30分
かわ研！（県庁考え方研究所）
河上さんとは毎週火曜日13時～定例MTGを開催しています。
「どんなことを話してるんだろう？」「勉強会で疑問だったこと、聞いてみたい」などなど、
河上さんと直接お話しできるチャンス！
◆希望者はこのスレッドにコメントください～！◆

簡易表示

すべて折りたたむ

02/28 16:01
全然質問が思いついていないですが、参加します！
👍 1

北澤 淳 02/28 16:04
雑談でいいんで！ぜひ！
👍 1

北澤 淳 03/03 8:41
かわ研！（県庁考え方研究所）
さて、来週7日のMTGは、MTGというか雑談、まだ具体的なネタがないので、
気軽に参加いただいて河上さんと雑談いただくだけでもOKです。（特になければ研修会の打合せをします）
ちなみにオンラインです。
（職場の雰囲気に参加しづらい場合は、おうちのみなさんご自身のペースで参加していただくこともOKです）

取組実績

●デザイン思考研修会（3/17オンライン開催、県職員**10**名参加）

ヒトの問題を解く道具

誰の	何の問題を	どう解くの
共感	問題定義	アイデア創出

河上泰之
県民協働課

県民協働課

© 2017 High Limited Liability Company All Rights Reserved. 14

「**過去イチ、断トツ面白い**研修でした」

「**大変有意義**なものでした。
“アジャイル型政策形成”という
政策評価の最新トレンドに合致」

「前回の座学でなんとなく分かってきたことが、**体験を伴って理解**することができ、また**実際にやること**の**難しさ**を知ることができました。

活動の振り返り

効果・成果

実施したこと（結果、前述）

- ・勉強会「考えるとはなにか？」
70名参加、再生325回
- ・ワーク研修「デザイン思考実践」10名参加
- ・長野県庁で
「人の中にある問題を解くやり方」妄想
- ・実務相談 15時間（1.5時間、10回）
- ・交流会 3時間
- ・担当者とのチャット（土日も半日以上）

得られた成果

（赤字は**偶然得た価値ある効果**）

- ・熱量のある職員が多数いると判明した
- ・熱量のある集団が河上さんを中心としてできた
- ・「人のために問題を解きたい」職員が10名できた
- ・正解のない問い（新時代創造PJなど）へのアプローチの1つの案が手に入った



実感値として

- 日々のMTGで「当たり前」「そういうものだ」を疑う姿勢をもらっており、思考訓練になる。
- ゆるい勉強会を開催したところ大反響。こういう異端な人材がひとりくらいいてもいい、いたほうがいい、ということを感じさせていただいている。
- 「デザイン思考」＝誰かの役に立つ、が実際に「使える」状態に近づいていることを実感。全職員が身に着けるべき思考。

成果を踏まえた今後の展望

- 下記の活動を通じて、共創のきっかけとなる課題設定ができる職員を育成し、
また共創の成果の測り方を固めていく。
- 非定型業務の増加に対応するために、根本的ではあるが、「物事の考え方」を知る機会を広げる（勉強会、研修会によるパイの増大）
- 効果的な問題解決につながる、デザイン思考を反映した企画書のフォーマットを検討する
- 県組織を温め始めるために、20%ルール（庁内副業）を活用しながら実務で結果を出す職員を増やしていく
- システム思考等を組み合わせた新しい業務の進め方を構築する
（何かしらの実務で実践。候補：新時代創造PJT?）
- ひとつの中にある真の課題や解決の方向性を探る思考技術のデザイン思考の研修を内製化し、
実務でも使い始める