

第2回長期ビジョン推進懇話会における主な意見

○子育て関連

- ・福井で生まれた子どもを外に出さない、福井に戻すという発想だけでなく、県外の若者や子育て世代に福井で過ごしてもらおうということを考えるべき。
- ・子育て支援の中に「子どもの健全な成長を社会全体で支えるため」という文言を入れるといいのではないか。

○教育関連

- ・地域の魅力ある環境について子どもの理解が進んでいない状況にあるので、教育の中で体験活動として組み込むことで、地元愛が強まるのではないか。
- ・後継者育成のため、地域の子どもたちを対象に仕事の体験事業を実施するとともに、県外や他地域との交流により、研鑽を積む機会をつくることが大事
- ・人間関係や生涯教育、人材育成という社会教育の土台が大切になってくるため、学校教育にも入れていくべき。

○産業、技術、労働関連

- ・企業だけでなく一市民に対しても、ものを作る場所やノウハウを学べるセミナーなどを多数提供することでいろんなチャレンジの機会を与え、支援することが重要
- ・AIやIoTの技術が進む中で人が何をすべきかを議論する必要がある。
- ・若者を呼び込む施策として、紀元前の恐竜と対極にある宇宙産業を福井で育成するというのは新しくて魅力的に感じる。
- ・高校生の夢やアイデアを実現できる道をつくるため、県外の大学で学んだことを活かせる職場をたくさんつくることが大事
- ・企業の経営が成り立って、それが人への投資という形で回っていくことが理想であり、賃金や福祉などの労働環境が向上することで、福井県からの人の流出防止や県外からの人の流入につながるのではないか。

○文化、スポーツ

- ・スポーツと他分野（農業、医療、福祉、観光など）とのコラボレーションにより施策を考えるといいのではないか。
- ・今福井にある、国宝や重要文化財を整理し、うまく活用するという事例をつくっていくといいのではないか。

○まちづくり関連

- ・まちづくりの主人公は県民一人ひとりであり、安心・未来・挑戦・ワクワク感といった個人の思いを、感動を拠点に未来志向で共感できるようなものにしていかなければならない。
- ・人口が減少する中、仕事づくりや外国人も含めた交流人口の増加による賑わいづくりなどにより、若者が住みたいと思うまちにすることが重要。福井らしさを PR するために、県や市町などの PR 戦略・ブランド戦略を統一すべき。
- ・人口が減少する中、賑わいづくりや安全安心のまちづくりを進めるためには、県全体で区画整理しながら人口の密度を高めていくべき。
- ・今後、ライフスタイルが大きく変わる中キーワードになるのは健康と環境。居心地がよく、訪れてみたいと思われる地域をつくっていくことが大事

○医療、福祉

- ・多死社会を迎えるにあたり終末をどう生き続けるのか、人生の最終段階をどう迎えるかが重要。高齢者も若者もチャレンジすることを認め合う風土づくりを全世代型で考えるべき。
- ・20年後のビジョンを作るのであれば、まず自分がどうなりたいのか、どのように生活していきたいのかということを考える必要

○その他

- ・ファミリー世代が住み続けたいと思える福井とするためには、県内に囲い込むのではなく、都会を目指そうと思えば目指せる寛容性が必要
- ・多くの人がビジョンを自分事として考え、関心を持ち続けるためには、策定過程にたくさんの人が関わっているというプロセスが大事
- ・県外から福井がどう思われているのかを、県外に出たことのない若者に伝えることが大事
- ・想定外の災害が頻発する中、何が起こるかを想定するよりも、想定外のことが起きたときにどうすべきかを防災計画の中で考えていくべき。
- ・県外者も含めた多くの人間のアイデアを手に入れ、それを実行するプレーヤーとマッチングすることが大事
- ・世界が認める福井を目指すためには、漠然としたビジョンではなく、福井県の持つエネルギーと環境と福祉を明確に打ち出したものにすべき。
- ・ふくい創生・人口減少対策戦略に「市町と連携する」という文言を入れるべき。
- ・知名度をアップするためには、情報発信力のあるインスタグラマーやユーチューバーに取り上げてもらうことが、一番コストがかからず即効性があるのではないか。
- ・いろんなことを万遍なくではなく、極端なぐらいに施策を絞っていく中で、子育てや学力体力に続く、全国1位をつくって福井を発信すべき。