

岩寄博論氏との Web 会議（施策構築に向けた勉強会） 議事

■開催日時

令和 3 年（2021 年）6 月 11 日（金）9：45～10：45

■開催場所

WEB 開催（事務局は、滋賀県公館ゲストルーム）

■出席者

岩寄 博論 氏（武蔵野美術大学 教授）

三日月知事

東 知事公室長、川崎 総合企画部長、西川 農政水産部長

■内容

（知事）

よろしくをお願いします。

お話しいただく前に、ご挨拶方々申し上げますと、今チャンスだと思うんです。コロナで大変だし、人口も減って、これまで経験したことのない変化に直面しているんですけど、ある意味チャンスだと僕は思っていて、とりわけローカル、オリジナルなものを持っているところは、とてつもないポテンシャル、オポチュニティーを持ってるんじゃないかなと思っていて、ただそれに気づいたり、それをうまく伸ばしたり広げたり、いろんなものをつないだりっていうことに少し不慣れであったり、ちょっと臆病であったり、言い方を変えると億劫であったりするところもあるので、そこを少し岩寄さんのいろんなネットワークの中で、知見の中で、解きほぐしたり、ちょっと叩いたりしていただけたらいいなと思って、今日の機会を作っていただきました。どうぞよろしくをお願いします。

（岩寄氏）

よろしくをお願いします。

そういう意味では私も全く同感ですので、今日の話を通じてそんなところを意見交換させていただければと思っております。よろしくをお願いします。

ではちょっと画面を共有させていただいて、最初時間を 30 分から 40 分ぐらい、私の方からスライドを使ってご説明をさせていただいて、そのあとディスカッションさせていただければと思っております。

それでは、いろいろタイトルも考えたんですけど、デザインで地域の未来をつくる、というようなお話ができればと思っていまして、事前にお知らせがあったかと思いますが、私、いま武蔵美術大学の、広く言えばデザインスクールという位置付けのところにおります。

それまでは博報堂という会社でまるまる 20 年間勤務しておりまして、博報堂もある意味ある意味デザインですとか、創造力クリエイティビティを活用してビジネスに生かすとい

うような、広告会社として知られていると思うんですけども、実は私自身広告の仕事をメインストリームですることはほとんど幸か不幸かなくて、ずっとデザインとか創造性を使ったビジネスのいろんなクライアントの企業の皆さんですとか、自治体の皆さんですとか行政の皆さんのお手伝いをしていたという経緯がございますので、そういった経験を踏まえてお話させていただければと思っております。

これは大学に載せているプロフィールなんですけれども、1976年に滋賀県の高月町の方で生まれまして、ICUという大学に入ってそのあと慶応のSFCというところの大学院に行きまして、その後、博報堂に入ったというような経緯でございます。この後、そのあたり詳しくご説明できれば、思っております。

高月の話をさせていただきましたけれども、今長浜市になりまして、私からすると長浜なんて大都会なんですよね。長浜の市街地ですら大都会です。旧伊香郡の出身ですから。しかも訪れていただいたこともあると思うんですけど、あのあたりは集落が幾つか点在してるような、滋賀県は多くそういう形態ですけども、旧伊香郡はまさにそういう場所で、私が生まれ育ったのも、40軒ぐらいの集落です。この左上の写真が山手の琵琶湖を挟んで、片山トンネルっていうトンネルがあるんですね。琵琶湖を長浜の市街地の方から北上してくると、片山トンネルってトンネルがあって、トンネルを越えると、少し琵琶湖から離れていくと思うんですが、トンネルをちょっと超えたところの右側に熊野という集落があるんですけども、あそこの生まれ育ちですね。40軒ぐらいの集落で、ちょうどこれはあの山手の方から写真を撮ったんですね。この辺に伊吹山が見えてるはずなんですけども、こういうところで生まれ育ちました。

これは私が撮った写真だと思うんですけど、湖北町、旧湖北町のあたりですね。水鳥ステーションとか、あのあたりからよく写真撮られる方が多いですけども、竹生島が見えたりですとか、こういう風景を見て生まれ育ったということです。

私、今こういう美術大学で教員することになって、仕事もずっとクリエイティビティとか創造性とかそういったことをやってたわけなんですけども、はっきり言って私自身の創造性の源はやっぱり、こういう環境で生まれ育ったことが大きいですね。ある意味、東京で生まれ育っていたら、こうというふうにならなかったんじゃないかなって自覚が非常にあります。それはやっぱり、東京みたいな都市っていうのは有限な場所なんですよね、人間がつくった有限な場所。ところが、こういう場所っていうのは無限な場所というか、人間が作ったわけでもなく、自然に構成されていて、非常に無限性があるというか、際限ない。

そこで遊びを、例えば自分たちで作って遊ぶみたいなことを子供のとき日々何もなかったですから、日々やってまして、それが非常に大きな自分にとっての糧だったかなというふうに思っています。

大学は今ご紹介したようにICUというところに行ったんですけど、一つ滋賀県にお礼を申し上げなきゃいけないことがありまして、実は私、今も滋賀県でやられてるかわからないんですけども、高校生のときに、ミシガン州との交換留学で、ミシガン州に行く機会をいた

だいたいですね。これ滋賀県の事業だったと思うんですけども、20人ぐらいの高校の、高校というか全県のいろんな同級生とミシガン州に行かせていただきました。

これが私の人生にとって大きな影響を与えてまして、当初から、英語とかですね、海外とかそういうものに興味があったんですけども、海外に行ったのがこれが初めてということで、アメリカの大地をこれで目の当たりにしまして、グローバルとか英語とかそういったことをすごく考えるようになったんですね。

虎姫高校からICUに行った学生って、おそらく私が最初で最後ぐらいじゃないかなと思うんですけども、多くはやっぱり国公立大学に行きますので、先生とかに大丈夫かとか言われながらですね。ただ私としては、いきなり留学するのちょっとハードルがあったもんですから、日本の中で最も海外に近いところということで、ここに行ったんですね。で行ったら行ったであまり知られてない、特に関西ではあまり知られてないんですけども、アメリカのリベラルアーツカレッジというリベラルアーツを教える小さな大学のほぼほぼコピーなんですね。なので、英語も非常にやりましたし、英語を学ぶというよりは英語で考えるみたいなことをやりましたので、知事は一橋のご出身だと思うんですけども、実はそのサークルなんかにも、入らしていただいてですね、国立のキャンパスに行っていましたね。一橋にアイセックっていう国際交流のサークルが、ICUにアイセックがなくてですね当時、一橋のアイセックに入ってそこで国際交流なんかをやっていたり、シリコンバレーにスタディツアーで行ったりですとか、当時インターネット黎明期でしたのでそんなことやっておりました。

そのあとに慶応大学のこれまた変わった大学なんですけれども、湘南藤沢キャンパスという神奈川県にあるキャンパスですね、こちらの方の大学院に進学しました。何をやってたかっていうと、ICUでは社会学の専攻だったんですけども、デザインをやりたいくなつてですね、この辺からデザインのキャリアが始まるんですが、建築都市デザインを専攻するために、こちらの方に入りました。

そのまま建築のキャリアに行くってこともあったのかもしれないですけども、もう少し幅が広い、これ今の活動に繋がるんですけども、領域横断的なデザインに触れたいなと、クリエイティビティに触れたいなと思いましたので、博報堂という会社に入りまして、博報堂は広告会社なんですけれども、実は日本の広告会社って、海外のものとは比べて非常に大きな規模になりますので、ある種マーケティングですとか、クリエイティビティのコングロマリットみたいな側面がありますので、ありとあらゆるクリエイティビティに関わることをやっております。

私はここでマーケティング、ブランディング、イノベーション、あと知事もスタンフォードなんかに行かれたというふうに伺ってるんですけども、デザインシンキングなんかに出会ったのもこの中ですね。

あとで詳しく説明しますがデザインシンキングとの出会いがありましたので、そのタイミングで会社に在籍しながらですね、ちょうど10年前、東日本大震災の頃なんですけれど

も、アメリカのデザインスクールですね、シカゴにあるイリノイ工科大学のインスティテュート・オブ・デザインというところに留学する機会を得まして、こちらに行って、戻ってきてそのデザインを活用したコンサルティングというようなことをやっておりました。

ちょっといろんなことに興味があるもんですから、2016年ぐらいに、京都大学の今度は逆にビジネススクールの方に博士課程ができたということを知り合いの先生に教えていただきまして、なんとその博士課程が社会人博士だということで、これは自分よくそういう勘違いしてしまうんですけど、自分ためにあるんじゃないかみたいなことを思ってしまって、こちらのほうに入って3年間博士課程をやっていたというような、そんな経緯がございます。

今言ったようなバックグラウンドを持っておりますので、ICUでやってた社会科学ですね、人間を理解する社会を理解する。それと、デザイン、最初は都市デザイン、建築デザインでしたけれども、その後より広範囲のデザイン、それと会社博報堂におけるキャリアはマーケティング、イノベーションですとか、どちらかというビジネス、その後京都大学もビジネススクールの博士でしたので、ビジネスということで、ちょっと変わったバックグラウンドだと思うんですけども、社会科学とデザインとビジネスをですね、行ったり来たりしながら、今、武蔵野美術大学ではビジネスデザインとそういったものを専攻という形でやっております。

ちょうど博報堂に20年間いまして、いろんなこともやらせていただきましたし、京都大学の博士にいたりしたこともあったので、どっかのタイミングでアカデミックに移って、そのビジネス、博報堂にいた時も実は非常勤講師ですとか、特任ですとかそういった形で大学との関わりはいろいろあったんですが、それが逆転するようなこともあるんじゃないかなというふうに思っていたところ、ちょうど2年前にできた武蔵野美術大学のクリエイティブイノベーション学科という新しい学科なんですけれども、こちらの方からお声がけをいただいて、どうですかということもありましたので、いろいろ熟考してですね、こちらのアカデミックのほうに今軸足を移すということで、この4月からこちらの専任教員をさせていただきます。

武蔵野美術大学というんですね、あの知事が一橋にいらっしゃった頃は、小平に一橋のキャンパスがあったんじゃないかなと思うんですが、その一橋の小平キャンパスからさらに津田塾の方に行って、さらに西の方に行くんですね、武蔵野美術大学のキャンパスがあるんですね。そちらの方に武蔵野美術大学のメインのキャンパスはあるんですが。

(知事)

玉川上水の方。

(岩寄氏)

そうです、そうです。玉川上水のちょっと北のほうですね。

そちらでずっと武蔵野美術大学はやっていたわけなんですけれども、2年前に郊外にずっといても社会との繋がりがなかなか生まれないということで、この市ヶ谷にある、これ実はソニーミュージックが持っていた、ソニーさんがお持ちだった古いビルなんですけれども、こちらを取得をされて、こちらを丸ごと活用した都市型の総合デザインスクールというものを開設されました。

私もここで実は開幕当時から非常勤講師をさせていただいて、その繋がりがあったんですが、もうこの姿形ですね、都市にあるデザインスクールで社会との繋がりをを持った活動をしている、社会に開かれたデザインスクールという位置付けがですね、先ほどのシカゴのデザインスクールもそっくりだったんですね。私が行っていた時のシカゴのデザインスクールなんですけれども、都心のだ真ん中にビルを借りて、ビルの中にデザインスクールがあったというこの形式が非常にそっくりで、非常に大きな既視感を覚えていますね、なんかこう呼ばれるような気がして、ここだったら、むしろ私の後半というか、これからのキャリアを少しここに貢献してみようという思いでこちらに移ったという背景があります。

ですので、今この工事絶賛しているんですけどリノベーションを今絶賛やっています、古いビルですので、それで工事をしていたりですとか、あと1階にですね無印良品が、ちょっとこの写真だとわからないんですけども、実験店舗を出していただいています、無印良品のお店の一角に学生が実験的にお店を出すような、オープンマーケットって言うんですけど、そんなスペースもあるということで社会に開かれた存在ですね。

(知事)

今、岩寄さんがいらっしゃる部屋は研究室なんですか。

(岩寄氏)

これ研究室です。リノベーションした上に写ってる写真の地続きにあるような、そんな感じの場所です。この学校はデザインなんですけど、総合的にデザイン教えてますので、デザインだけではなくて広い意味でのデザインですね、クリエイティブが基盤にあって、ヒューマンバリューと言ってる人間の理解、社会の理解、あとテクノロジー、あとビジネスをかけたところと総合的なデザインを教えたり、研究したり、ということをやっています。あと産学連携も非常に力を入れていますので、企業ですとか自治体ですとか、そういったところとの産学連携を進めているという存在になっています。

私自身の研究領域としてはもともとビジネスでやっているストラテジックデザインですが、ビジネスデザイン、今日もちょっとお話ししますがデザインにおける活用ということと、地域経済・エコシステムのデザイン、これまさに地域に関わる場所ですね。今日のお話でもありますが、政策デザインというトピックを考えております。

あと最近今ご紹介いただきましたけれども、滋賀県基本構想審議会にもお声掛けいただいたりですとか、健康しが企画会議のメンバーとしてお声掛けいただいておりますし、あと

実は数年前から長浜市の、東京長浜リレーションズという長浜市の関係人口づくりの事業のお手伝いもさせていただきまして、東京をはじめとした首都圏にいる長浜にゆかりのある方をネットワーク化して、関係人口として長浜にいろんな形で関わっていただこうという、そういったことも実はやってたりしております。

(知事)

何人ぐらいいらっしゃるのですか。

(岩寄氏)

Facebook のグループがあるんですけど、そこに登録されてる方は 200 人ぐらいいらっしゃいますね。コアメンバーの方が、大体 10 人前後、20 代後半から 30 代 40 代ぐらいの若手の方が中心になってコアメンバーが集まって、コアメンバーでいろんな企画をしたりしてます。コアメンバーはそういった方々が長浜ご出身の方でもいろんなプロフェッショナルな方がいらっしゃるので、そのプロフェッショナルな方の専門性に応じた活動をいろいろ編集して行っています。

で、今日の話なんですけれども、三つ大きくお話できればなと思ってまして、複雑化する社会・世界という話と、未来をつくる方法としてのデザインという話と、政策とデザインの関係というポイントでお話していければと思っております。

まず最初に複雑化する社会・世界ということなんですけど、これはいろんなところでお聞き及びだと思うんですけれども、例えば自動車産業一つとっても非常に大きな変革期にあるというふうに言われています。これドイツの自動車会社が言い出したことなんですけども、CASE (ケース) ってよく言われますけれども、自動車産業はコネクティッド化して、オートノマスが自動運転なんですけども、自動運転化して、シェア化して、電動化するというようなことで大きな変革が行われているというふうに言われてるんですけども、その結果何が今自動車産業で起こってるかっていうと、複雑になってるってことなんです。今までは自動車っていうのは、生産製造して、それを販売してれば事足りていたんですけども、いろんなところと繋がらないといけない。スマホとどういう関係にならないといけないですとか、ソフトウェア使わないといけないということで、非常にコンプレックスになっているというふうに言われています。

こういったことが実はいたるところで起こっていて、これは聞かれたことあると思うんですけども、VUCA (ブーカ) というキーワードがあって、不安定で不確実で複雑で曖昧な社会になっているというふうに言われています。で、これをまさに体現したのが、このコロナの危機だったんじゃないかなというふうに思うんです。これはある論文に掲載されている、コロナの危機がどういった社会にインパクトをもたらしたかっていう相関図を描いたものなんですけれども、こういったものが今世の中に情報として幾つか出ていまして、コロナがまさにですね、いろんな要素で複雑ですよ。病的なところもありますし、社会的なところも

ありますし、感染防止を進めると、今度は経済が立ち行かなくなると、完全トレードオフの関係になって、どこがいいバランスなのかっていうことも今まで人類が直面したことがないような複雑さがあるということだと思います。

これコロナに限らず、これから迎える気候変動問題などもそうですし、社会の格差ですとか、いろんな社会問題はこの複雑さをこれまで以上に帯びているというのが世界の人たちのコンセンサスなんじゃないかなというふうに思います。

実はこの複雑さっていうことを以前からとらえていたのがデザイン、広い意味でのデザインなんです。これ実は 1992 年にブキャナンという有名なデザイン学者がいるんですけども、彼が、デザイナーが取り組む問題は厄介な問題に取り組むのである、やっかいな問題は英語でウィキッドプロブレムというふうに言われます。これ日本語では厄介な問題というふうに訳されることが多いんですが、ブキャナンさんという方はさらにそれを辿ること 20 年ぐらい前の 1970 年代にリッテルとウェーバーという方が、これちょっと面白いんですけども、ポリシーサイエンスという学会誌にですね、ジレンマ・イン・ゼネラルセオリー・オブ・ポリシープランニング、政策プランニングにおけるジレンマについての一般的な理論ということで、問題には制御可能な問題と厄介な問題と 2 種類あるというふうに述べてるんですね。ブキャナンはこの 20 年前の論文をある種再び脚光を当ててですね、実はデザイナーが解くべき問題ってというのは、この制御可能な問題も解けるんだけど、むしろ対峙しなきゃいけないのはこの厄介な問題に対峙することに長けてるんじゃないかというようにことを言っているんです。

なので、実は 92 年にこのデザインイシューズってところで発表されたこの論文はデザイン界では比較的有名な論文となったんですけども、世界がですね、より複雑になっていく中でデザインの世界と複雑化する世界の両者がですね、今あっているというような状態なのかなというふうに思っています。

これ別の方が書いたダミアン・ニューマンっていう人が描いたデザインスクイグル、スクイグルっていうのは落書きとかいう意味があるんですが、これ私よくあるデザインのことを説明するのに学生ですとか、ビジネススクールでもデザインのことを教えてるんですが、特にビジネスバックグラウンドの学生なんかはこれを見せると納得がいくんですね。

つまり、デザインプロセスっていうのは最初も中盤ももうものすごく混沌としてるものなので、通常のビジネスっていうのは割とこう、最初からですねすっきりしてることが多いと思うんですね。だんだん選択肢が減って行って、意思決定を重ねると選択肢がシンプルになっていく。しかも早い段階からそれが、明確に見えるというようなこと多いと思うんですが、デザインの問題っていうのは終盤の中でもかなり混沌としている。この混沌としたカオスな状態に向き合えるのがデザインの知であるというようなことを教えています。これはまさにいろんなデザイナーが実感として持つところなんじゃないかなというふうに思うんですね。

まさに今こういう複雑な社会に・世界に向きあえるのがデザインであるということだと

思ってまして、もう少し一歩進んでデザインで未来をつくるためにどういうことができるんだらうということをちょっとお話できればと思うんですが、もしかすると知事も触れられてるかもしれませんが、この世界を、デザインの世界を拡張したのが IDEO というアメリカのデザイン会社デザインファームだというふうに言われています。実は私自身 2000 年代中盤ぐらいから、この IDEO 社と密に仕事をする機会がありまして、シカゴのデザインスクールに行く機会になったのも彼らとの出会いが大きかったですね。

彼らは 2000 年代もう前半ぐらいから日本語でも本が翻訳されてまして、1 冊目が「発想する会社 ジ・アート・オブ・イノベーション」まさにイノベーションにデザインを使おうというものです。2 冊目の本が「イノベーションの達人」というもので、これが早いタイミングで日本語でも翻訳をされてまして、私実は学生の中から IDEO の存在は知っていました。知っていてですね、博報堂の中でもこういうことができるんじゃないかなっていうふうにある種悶々としていたらですね、ちょうど 2006 年ぐらいに博報堂の中で IDEO と一緒に仕事を始めた人がいるということを噂で耳にしまして、これはぜひちょっと接近せねばということで、そのメンバーにですね、接近をしまして、ぜひ私もメンバーに入れてくださいというふうに、半ば無理やりですねお願いしたところ、わかったということで、メンバーに入れていただいて非常にラッキーなことに 2007 年に、初めてこの IDEO 社のオフィスを訪問しました。

これは博報堂と IDEO でコラボレーション一緒にしようという一環で、グループで、彼のオフィスに行きですね、ここから交流が始まってですね、その後も幾つかのクライアントプロジェクトを IDEO と一緒にやったりですとか、その過程で、これスタンフォード大学にある D スクールというデザインスクールですけども、こちらに伺って、IDEO の創業者のトムケリーとデビットケリーというこの 2 人の兄弟がいるんですが、彼らから直接ですねお話を伺ったりですとか、そんなことをする機会もありました。

この会社じゃあ何をデザインの世界にもたらしたかということなんですが、デザインというと、やはり日本語のデザインっていうのは、意匠という訳語もありますので、少し狭い意味、狭義のデザインとよく言われます。これはトラディショナルデザインというふうにこのスライドではしていますが、意匠という訳語に代表されるように形ですとか、色ですとか形状を決める意味でのデザインということで、このデザインの領域は比較的領域細分的になっています。グラフィックデザインですとか、工業デザインですとか、場合によっては建築デザインもそうかもしれません。

ところが今世界の、IDEO をはじめとして、世界のデザインの世界では何が起きているかっていうと、広義のデザインとよく言われるんですけども、デザインの役割をもっと戦略的なものに広げていこうということで、訳を充てるとしたら設計という訳語は近いかもしれません。実は中国語ではデザインは設計という訳語に、この漢字になっています。この世界のデザインは、形もちろん大事なんですけれども、リサーチ調査をしたり、戦略を作ったり、それと形を結びつけるということで、あともう一つのポイントは領域横断的なデザイ

ンなんですね。

なので、海外のデザイナー、デザイン教育を受けた人に出会うと、例えば最初は工業デザインでキャリアを始めたけれども、WEBデザインに行って、最近はサービスのデザインをしていますというようなデザイナーに多く遭遇することがあります。これはやっぱりデザイン教育の質の違いですとか、デザイン産業のあり方の違いがそれを示しています。日本では残念ながら少しここが遅れていたところがあるので、我々も武蔵美では教育面でここ補おうとしていますし、産業面でもどんどんこの広義の戦略的なデザインが今広がっているという状況になっています。

私が書いた本をご紹介いただいているというふうに伺ってるんですけども、本のタイトルも機会発見というタイトルにしましたが、これも同じ意味合いがありまして、中はデザインシンキング入門みたいな位置付けの方なんですけれども、知事も先ほどおっしゃいましたけれどもデザインの一番の役割はオポチュニティをどういうふうに見出して実装していくかということだなというふうに思っています。この過程で、実装する過程で、もちろん形を作るということも大事ですし、問題解決的なアプローチも大事なんですけれども、やはり一番大事なのは、まだ皆さんが問題とも思っていないことを機会として探索をして、いち早くそれを形にし、実装し、大きくしていくということなんじゃないかなというふうに思っていますので、今のデザイン、広義のデザインもこういった位置付けで考えられるんじゃないかなというふうに思っていますし、それを広めていくために、書籍の方も機会発見というタイトルにあえてしてみたというようなどころがありました。

今大学でよく1年生とか2年生とかにですね、この話をよくするんですね。アラン・ケイというノートブックのタイプのパソコンのコンセプトを作ったコンピューターサイエンティストがいます。この方が、よくこれ時々引用されるんですけども、未来を予測する最良の方法は、それをやることであるという発言をしてるんですね、ザ・ベストウェイ・トゥ・プレディクト・フューチャー・イズ・インベント・イットということで、プレディクトは予測する、インベントは発明するということなんですけれども、なのでプレディクトするっていうことを皆さんできると思っていますし、やられてることも多く試みとしてはなされて、それ自体は意味があることだと思うんですけども、やっぱりその予測できないこともたくさんある。特にこの複雑な世の中において予測できないことがたくさんございます。特にVUCAの時代で、コロナなんかはそれをまさに見せてしまったということだと思うんですけども、そういう状況下において、予測するというと同時に、自分たちが望ましい未来を自らつくっていくということが大事であるという、そういう教えだと思うんですね。まさにデザインというのは、ここを担える一つの役割なんじゃないかなというふうに思っております。

ということで、三番目の政策とデザインっていうところにちょっといきたいなというふうに思うんですが、今ビジネスの世界で使われるようになった広義のデザインが、政策の世界にも使われるようになってきましたので、これをちょっと共有させていただければと思

います。

まさに政策のデザインでもですね、複雑になりつつありますので、ここに対峙するために公共政策の領域にデザイン方法論が活用され始めています。特にヨーロッパで、この動きが顕著にありまして、一番早かったのはデンマークです。2000年、初めの頃にですね、デンマーク政府が支援する形でマインドラボっていうシンクタンクが設立をしまして、2018年まで活動していました。その後ですね、今非常に大きな動きを見せているのが、イギリス、UKでして、これはおそらく日本のデジタル庁もベンチマークしてると思うんですけども、ガバメントデジタルサービスっていうGDSという組織がイギリス政府内に2011年に立ち上がりました。その少し後に、キャビネットオフィス、内閣府の中にデザイン組織であるポリシーラボUKという組織もできました。これもUKでの出来事ですね。

これ面白いんですけど、これよくいろいろ検索してですね、見つけてきて面白い写真がありまして、これ実はイギリスのデジタル庁である、先ほどのガバメントデジタルサービスの中のオフィスの様子らしいんですよ。これもう中央省庁のオフィスとはとても思えないですよ。ですが、私からするとこれはもうデザインファームのオフィスそのものだなというふうに思うんです。つまりこのホワイトボードがあり、ポストイットがあり、皆さんカジュアルな姿形でダイバーシティのある多様性のあるメンバーで問題に向き合ってるっていうこの姿はデザインファームそのものだな。イギリスのGDSの中にデザインファームの組織風土とかワークスタイルが持ち込まれてるということだと思うんですね。今デジタル庁でも、日本のデジタル庁でも求人が始まってまして、私も興味があるのでいろいろ見てるんですが、こういったものを見ながら、彼らもこういうふうにしていこうとしているのかなということが伺えます。

もう一つ挙げさせていただきたいのは、これポリシーラボUKのスライドの中の1ページなんですけれども、ポリシーラボUKは「パブリックデザインを、公共のデザインを、進めていくために重要なことが三つある。それは三つのDである。」というふうに言ってます、「デザイン・デジタル・データ」と言ってるんですね。日本ではデジタル庁がデジタル庁という名前になるようにですね、デジタルとデータについてはDXという言葉とともに非常認知度が上がってると思うんですけども、やはりもう一つ大事なDがあるということを彼らが言っています。それはやっぱりデザインなんですね、この三つのDが合わさることによって、初めて意味ある意義ある政策ができるんじゃないかというふうに、これは私も非常に賛成するところがあります。

あとはいろんな言説も出てきていまして、今ガバメント、公共政策のイノベーションが必要になってきているということで、先鞭をつけたのがこの「リーディングパブリックデザイン」という書籍です。これ実は先ほどご紹介した、デンマーク政府の中のマインドラボというシンクタンクをリードしていたクリスチャン・ベイソンという方がいるんですが、その方が書いているもので2017年に出版されています。その後2019年に日本ですとワイヤードという雑誌の編集長をされていた若林さんという方がネクストジェネレーションガバメン、

次世代ガバメント、小さくて大きい政府の作り方っていう本を出されてまして、これもガバメントのイノベーションに関する、このクリスチャン・ベイソンの本なんかを参照しながらですね、さらにその議論を深めるということをされています。

このようないろんな言説の中でどういう議論がなされているかと言いますと、行政組織は非常に依然として大事なんですけれども、共に問題が複雑になるので、非営利組織ですとか、企業、市民なんかもこのパブリックな領域に入ってくるというような議論がなされていて、この公共政策の教科書的な本があるんですね。公共政策学の基礎という本があるんですけども、ここでもガバメントと彼ら言ってるんですが、ヒエラルキー型の秩序のものからですね、ガバナンスというネットワーク型の秩序の機能も同時に持つ必要があるという議論がなされています。

ガバメントの方は公共性とか公平性をもってですね、画一的な政策を、こうなんていうんですかね、公平に分配するというような役割を持っていたヒエラルキー型の組織なんですけど、それに加えて、ネットワーク型の組織にいろんな行政組織だけじゃない多様なステークホルダーが入ってきて、リソースを交換しながら価値を作っていくようなモデルがあり得るんじゃないかという議論が公共政策学者の中でもなされているようです。

クリスチャン・ベイソンも同じような議論をされていて、官僚制的なこれまでの政府の効率、予測可能性、静的、大量供給というこれはいまだに大切、今、ワクチンなんか見ると、これ非常に大切なんですけれども、それだけではなくて自治体ガバナンスの要素として、適応的であること、臨機応変的であること、動的であること、個別供給であることというような論点が必要になってきているんじゃないかというような議論もベイソンなんかはしています。

さらにですね、どこにみんな向かっていくのだろうかという目的のところなんですけど、こちらも公共財を効率的に提供するという目的意識から、パブリックバリューと言われるような、或いはコモングッドと言われるような公共善に皆さん向かっていくというようなそういうモデルがあり得るんじゃないかと、ここを目的尺度にするといいんじゃないか。パブリックバリューという概念はハーバード大学のケネディスクール行政大学院の学者がですね、提唱した概念らしいんですね、公共的な善をどういうふうに実現するかというようなことで、これがNPOですとか民間企業ですとかいろんなところの尺度になってるそうです。

ですので、この辺りをまとめますと、パブリックグッツ＝公共財を、施策を通じて画一的、効率的に提供するというのももちろん依然として大事なんですけど、この公共善をどういうふうに実現していくかここに向かっていくというモデル、そうすると行政組織だけではなくて多様なステークホルダーが提供主体になり得て、組織のモデルもヒエラルキー型だけではなくてネットワーク型になって、計画的、静的な政策立案実行プロセスも必要なんですけど、適応的、動的な側面も必要になってくるんじゃないかというような議論がなされているようです。

この中で、こういった背景をもとにですね、先ほどご紹介したようないろんな行政組織内

のデザイン組織ができているという理解ができるんじゃないかなというふうに思っていました、これポリシーラボUKのスライドいくつかご紹介しますが、デザイン組織が内閣府の中にできて、いろんな中央省庁の政策立案を支援しているということが述べられています。そこで使われてる方法論は、チームのメンバーも先ほど多様になっていうふうに申し上げましたが、おそらくGDSもそうなると思います、多様なバックグラウンドを持ったチームで構成されていて、それぞれの専門性を掛け合わせたようなチームワークがなされているというふうに述べられています。

またこのポリシーラボの組織もですね、イギリス、UKの霞が関のようなところの真ん中に位置していて、いろんな中央省庁との連携をしながら進めているというふうに紹介されています。どういったものが提供されてるかっていうと、まさにこのデザイン的な方法論がですね、提供されているというようなことが述べられているわけですね。

先ほどのガバメントとネットワーク型のガバナンスみたいなものも彼らは意識をしていて、専門性ですとか画一的に伝えるみたいなことはもとよりそこはやりつつも、もう少し参加型のモデルも担っていくというようなことが述べられていたりします。

これ、このモデルはダブルダイヤモンドモデルというふうに言われていて、デザインシンキングの一つの方法論モデルとして知られているんですが、これも彼らは思慮の中に入っていてこういう方法論で進めているというふうに言ってますね。

彼らのツールですとかテクニックもですね、デザイン的なツールがここで並べられてこのダブルダイヤモンドの上に並べられていまして、これ滋賀でもやられてるっていうふうに伺ってますけどもペルソナと言われる顧客像を想定してですね、こんなユーザーがいるんだったらこんな政策が必要なんじゃないかと、ユーザーを探索してユーザー像を作ってみようというものですね。そのユーザー像を作っていくためにエスノグラフィーといわれる、文化人類学で培われた、現場に入って行ってフィールドワークをするフィールドワークから定性的に得られたことをどんどん発見していこうという方法論。あと、すぐ形にししようということで、スケッチをしてですね、形にしてどんどん対話を進めていこうという方法論ですね。

あとこれは少し新しい方法論ですけども、スペキュラティブデザインと言われている、想定され得る未来を想定してみ、そこからですね、逆算してバックキャストとして現在何ができるだろうかっていうことをディスカッションしようという方法論。

あとサービスデザインという、これはデザインの領域ですけども、ステップバイステップでどういうことが提供されるかみたいなことをですね描いていこうという方法論ですとか、プロトタイプということちょっと形にしてみ、それをユーザーに使っていただいて評価を得ようというような方法論ですね。

こういったものが紹介をされていて、非常にデザイン的だなということですね。

ちょっと一旦ここでということで、ちょっとここまでのまとめなんです、今ご紹介したように複雑で厄介な問題に向き合うためにですね、デザインの知と実践が求められている

ということなのかなど。デザインの知というのはこれまで効率性追求の知っていうものはあったんですけども、それに加えて価値創造的な知であるなというふうに思っています。その知と実践はもちろんビジネスにおいても実践可能なんですけれども、政策デザインの領域においても大きな可能性を秘めているんじゃないかなというふうに思っています。

まさに知事が冒頭おっしゃられたように、20 世紀は私やっぱり都市の時代だったんじゃないかなというふうに思うんですね、21 世紀は地域の時代になってまして、それは問題先進性、高齢化が先に進んでいるですとか、実は地域で多様性も結構ありますし、あと、すぐに小さな実践ができる実践可能性みたいなのところもあるんじゃないかな。こうした地域から生まれたイノベーションやビジネスが世界に逆に波及していく時代になってくるんだろうと。

よく私、ビームスという東京で生まれて地域に広がったあの洋服屋さんありますよね、あのお話をするんですけども、ビームスは 70 年代に東京の原宿で生まれました。その後 30 年 40 年かけて今や地方にも、どこにもあるというお店になっています。これが 20 世紀のモデルだと思うんですね。

一方で 21 世紀のモデルというのは逆流モデルで、地域で生まれた、例えば滋賀で生まれたビジネスモデルが日本に広がっていくというようなモデルがありえるのではないかな、これはビジネスだけではなくて例えば政策でも然りだと思います。

ですので、地域においてデザインという創造的な知をですね、実践していく。これをシステムとして取り組んでいくことが重要なんじゃないかなと、そういうことかなと思います。

ちょっとここまでで大体 30 分、ちょうど今時間ぐらいだと思うんですけど、ぐらいで話せる内容としてご用意してたんですが、一個ですね、野菜バスという事例がありまして、これがわかりやすいんじゃないかということで、もしかすると知事初めてかと思いますので、ちょっとこれをですね地域発、これビジネスの事例なんですけど、公共性を帯びた社会課題解決型のビジネスなんです。

実はこのちょっと名前が変わった名前のこのビジネスに、この長くみて 4 年ぐらいですね、和足お付き合いをしまして、最初デザイナーとして彼らのデザインを支援させていただいて、実は博報堂から出資もさせていただいて、金融的に支援をさせていただいて、最後の一年間は社外取締役で彼らのビジネスにも並走してたっていう地域の問題解決、物流の問題を解決するデザイン指向型ですね、ビジネスですね、ちょっとこれ最後具体の事例としてご紹介できればかなと思います。

これは静岡県で生まれて今全国に広がっているというようなビジネスですね、どういう問題かという、これ滋賀でも起こってると思うんですけども、静岡で採れた野菜でも、一旦東京の太田市場に行ってまた静岡に戻ってくると、その間、時間もかかる鮮度が落ちるし、いろんな中間のプレーヤーが入るので価格が高くなってしまいうという問題が起きていたらいいですね。これをどう地産地消を実現するか。ただこれが今までつくられて大規模

流通システムだとどうしてもできない。これをデジタルとデザインの力を使って、どういうふうに解決できるのかっていうのがこのモデルなんです。

これ起業家の方が始めたビジネスモデルで、女性の起業家なんですけども、加藤さんという女性が静岡でもともと農業のビジネスをされていて、この問題にぶち当たられたので、いろんな関係者をまさに先ほどご紹介した多様なステークホルダーを集めて協議会を作られて、その協議会から問題を皆さんディスカッションするところから始まったビジネスになります。

ちょっとビデオがありますので、ビデオをご覧ください。

～ビデオ～

ナレーション：生産者はおいしい野菜を新鮮なうちに届けたい、しかし大都市を経由する流通網では収穫してから届くまでに多くの時間と距離がかかり野菜の鮮度が落ち輸送コストが高くなる。これが農家にとっても購入者にとっても大きな問題になっていた。

そこで、私達は限られた地域で、新鮮な野菜を素早く低コストにやり取りするイーコマースプラットフォームを作った。

野菜バス。

飲食店や小売店などの購入者はウェブ上で生産者を指定して野菜を注文できる。

注文を受けた生産者は対応収穫して最寄りのバス停に置いておくだけ。

これをドライバーが受け取り、購入者の最寄りのバス停に届ける。購入者は好きな時に取りに行けば良い。

この仕組みを支えているのが、独自の物流システム。

ルート上に作ったバス停とバスに見立てたトラックを全ユーザーが共有することで、輸送時間とコストの大幅削減に貢献した。さらに両社は野菜のリクエストやリコmend、届いた野菜に関するフィードバックなどの直接コミュニケーションもできる。

消費者：農家さんと直接繋がれて、野菜を直接送っていただける。

農家：やっぱり、知ってる方においしいものを届けたい。

ナレーション：野菜バスは物流とマーケットプレイスとソーシャルメディアが一体となった世界にも類を見ないサービスである。

野菜バスは作る人使う人食べる人を支える、農産品の価値を高めるプラットフォーム。

日本各地への展開も検討されており、地域内経済活性化の新たなスタンダードになる可能性を秘めている。

～ビデオ終了～

(岩寄氏)

こんなサービスですね。

(知事)

面白いですね。

(岩寄氏)

はい、そうなんです。

まさにこれはデザインの知、知恵あとデジタルですね、これまでDX的な、地域DX的なサービスなので、これをデザインの知恵を使って作った。ちょっと細かいことは、どんな感じで作ったかっていうことを雰囲気を見ていただけるかなと、まさにいろんなステークホルダーの人が集まって作るんですね。で、フィールドに行きます。私たち、農家さんのところに、私も写真ちょっと映ってますけど、私だけじゃなくて、チーム私達のチーム、現地のチーム、開発をされる方のチームで一緒に行って、農家さんのお話を聞いている。こういうところから始まります。

先ほどご紹介したポリシーラボUKの中にもありましたが、フィールドワーク、エスノグラフィというので、現場に行って話を聞く、そこで問題を見つけるというようなことをやります。

まさにこの領域もですね、複雑なんですね。これ今どういうふうになってるかっていうことを整理したもので、最終的にこういうダイアグラムになったんですけども、いきなりこういうものまでできませんので、これでも複雑ですけども、今どういう状況になってるんだろうということチームで入って行って、我々のメンバーでまとめだしたんですね。最初もうごちゃごちゃしてるなあと、それをだんだん、だんだんと整理をして、複雑なものを整理をしていくのは、まさに、デザインが得意とするところですね。

で、これを今度はまたワークショップで地域の皆さん、ステークホルダーの皆さん見ていただくんですよ、こんななってます今と。こんなまとめをした人をこれまでなかったの、なるほどこれは大変なことになってるねということで、ここに問題があるんじゃないかと言って、みんなポストイットを張っているところですね。

じゃあこの問題を解決するために、どういうサービスがデジタルで必要なんだろうか、皆さんでブレインストーミングをしてアイデアを作っています。優先順位をつけてもらって、ここからさきですね、だんだん形にしていくんですね。

これは先ほど見ていただいたように、スマホのWebサービスみたいな形になってるので、それを先ほどのポリシーラボUKの中にもありましたけど、プロトタイプということで手書きで、スケッチとプロトタイプってありましたけど、スケッチとプロトタイプで、手書きでスケッチをしながら、画面のイメージこんな感じかなっていうふうにしていくんですね。

だんだんだんだん精度を上げていきまして、場合によってはユーザーの方に見ていただいて、評価を得ながら、なるほどここ使い勝手が良いとか悪いとか、そういう感じでだんだ

んだんだん作っていたというもので、こういうまさにデザインプロセスを使って作った地域の問題解決型のものなんですね。

これは民間のサービスではあるんですけども、非常に公共性を帯びた事業かなというふうに思ってますので、先ほどの公共の世界において行政と民間がまざり合う世界なのかなと。野菜バスさんも実は、行政の補助金なんかを上手く活用されていますし、今、長野県、神奈川県、茨城県、あと千葉県、ここには映ってないですけども千葉県あたりでも事業してるんですけども、長野県と茨城県では、県の補助金ですとか、県の事業を活用されて、その中で事業を行われていたり、そういったこともされていたりしています。

ある意味、これは地域活性化のOSみたいなものだなというふうに思ってます、DXと今言われてますけれども、まさにDXというのはこういう世界なんじゃないかなというふうに思っております。

あとは最後になりますけども、これが、先ほどローカル発のイノベーションが日本に広がってくモデルですね、逆ビームモデルなんですけども。これはやっぱ世界からも評価をされたんですね。我々も機会を得て世界のいろんなアワードにエントリーをしたところ、世界のアワードでいろいろ賞をいただくことができ、これはまさに静岡ってローカル初のモデルなんですけど、世界の人でも参照したくなるようなモデルになってるということで、これは地方だから、まさにできることなんじゃないかなというふうに思ってます、最後ご参考までにご紹介させていただきました。

はいすいませんちょっと長くなりましたが、これで以上になります。

(知事)

ありがとうございます。最後の野菜バスの例で、まさに地方から、課題、問題イコール可能性をどのように伸ばしていくのか、また問題であれば克服しているのか。アイデアブレインストーミング、試行錯誤しながら精度を上げるってやっぱ大事なことですよね。それって民間ビジネスだけじゃなくて、いろんな公共のサービス改善のためにも、大きく生かせるんだろうなと思って聞いてました。

(岩寄氏)

そうですね。

(知事)

いや、ありがとうございます。

岩寄さん、あと30分ほどお時間あるんで、ちょっと今お話いただいたことを含めて、いろいろディスカッションしたいなと思っていて、こうやってお話しいたっている間に、聞く人間が1.5倍ぐらいこちらが増えてます。いろんな若手の職員も、参画してくれてますが、県庁内で最も発言することが多い、農政水産部を担当する西川さん、どうですか。

(西川 農政水産部長)

はい、西川です。今の野菜バスの話はですね、これも実はすごく今興味を持ってまして、特に滋賀県の場合魚なんですね。

(岩寄氏)

なるほど。

(西川 農政水産部長)

ちょうど、琵琶湖の周りを毎日外来魚を回収するためトラック走ってるんです、すでに。何か使えないかなっていうようなことを思ってまして。ただ魚だけだと、なかなかボリュームがありませんから、何かいけないかということと思うんですが、こういう事例って今教えていただいた話の中で、アラン・ケイさんの「未来を予測する最良の方法はつくることだ」っていうまさにそれですよ。

とりあえず作り始めちゃう、その上で、アイデアブレインストーミングなんかを通じて精度を上げていくっていう、なんかすごいなと、まず動いてるってところがすごいなと。多分その鈴与さんとか、地域に根差した、そういう物流の企業さんがその気になってくださったのが大きかったんだと思いますけど、これすごく今ちょうど勉強してるところです。

(知事)

これ、CO₂、脱炭素の流れから言っても、これからどんどん伸びるんじゃないですか、やるとこ増えるんじゃないですか。

(岩寄氏)

おっしゃる通り、これはシェアード物流ですので、いろんなものをシェアリングして脱炭素目指すっていう文脈にも非常に合ってるモデルになりますね。

(知事)

そう思いながら聞いてましたし、今、西川が言ったように、魚だけじゃなくて、いろんな野菜とかね、買って欲しい人と買いたい人を繋ぐ。つまり、わざわざ東京や大阪や築地に持っていなくても、地元で買えるっていうのが絶対いいと思いますね。

ただこの時に、岩寄さんあの、試行錯誤しながら精度を上げるとか、失敗に対する許容性とか、この岩寄さんの提唱されるデザインの文脈だと、この試行錯誤とか失敗、意外に行政そこ臆病で、なんかそれ許されない感があるじゃないですか。これはまあ、そののブレイクスルーこそむしろ首長の責任だったり、住んでる人とのコミュニケーションの問題だと僕は思ってるんですけど、このあたりどう剥いていきますか。

(岩寄氏)

あのですね、絵が描けると一番良いんですけど、日本の組織って時間をかけて丁寧に精度が高いものを作る傾向があるんですね。そうすると、失敗をした時のダメージが結果として大きくなってしまいうってということなんですね。

(知事)

わかります。戻れない。

(岩寄氏)

デザインの世界ではその逆を行けという教えがありまして、精度が低くてもいいので、そこはそれを許容して、それを世の中に出そうと、或いは周りのメンバーだけで作って扱ってもらってもいいんですけど。精度が低いものであれば短時間でできてそれを出すことによって、失敗したとしてもダメージがそんなに小さくなく、大事なのは失敗することが目的ではなくて、学習することが目的なので、ラーニングをせよってということがよく言われています。

日本の組織はやはり大きな失敗をしてしまうと、やっぱりそれが咎められてしまうので、あまりラーニングをしないまま、ちょっと死蔵されてしまうということがあるんですけど、小さな試行をして、小さく失敗して、大きくラーニングをするというようなことを重ねることによって、より良いものになるんじゃないかという議論がデザインの世界ではされています。

(知事)

なるほど。例えば最後におっしゃった、政策とデザインという領域でね、最後に野菜バスの例上げていただきましたけど、他の何か政策テーマでね、こういうプロトタイピングというか、試行錯誤が始まっているようなもの、岩崎さんが関わられているようなものあるんですか。

(岩寄氏)

私が見聞きしたここの、二年の事例ですと、野菜バスは静岡にありまして、お隣に浜松市があります。その関係で浜松のことがちょっと情報としていろいろ入ってきていたんですが、浜松市人口 80 万人もいる巨大な政令指定都市になっていますが、コロナのタイミングになったタイミングで私は非常にびっくりしたんですけども、非常にスピーディーに地域デリバリーの事業を浜松市側で政策立案っていうか立案されて、予算もつけられて、非常にスピーディーに、これ公募を確かされたんですけども、公募事業者もそこにするすぐ応募をしてきて事業を作られたんですが、やっぱりそれは非常にプロトタイプ的な事業だったん

ですね。

そのスピード感ですとか、その作ってるものの精度もですね、今までの公共の事業からすると、かなりプロトタイプ感が溢れるものになっていまして、これはこういうことも始まっているんだなというふうに思いました。

もう一つそれ見て面白かったのが、滋賀にもちょっと関係あるよねと長浜のメンバーとも話してるんですけども、浜松ちょっと面白いことが起こってるのは、何かサーフィンのメッカらしくてですね、サーフィン移住者ってのは結構あるみたいで、そこにIT系のビジネスをされてる方とかで若手の方が割と層が厚くいらっしやって、受け手の方の地域の受け手の方もそういった方が担い手としていらっしやるみたいなのが起きているようなので、広い意味で言うと関係人口が、そこに関係人口的な方がいて、その方は移住者でしたけど、そういった新しい地域のプレイヤーの方がどんどんそういう事業をプロトタイプ的に行っていくっていうことが起こりそうな雰囲気はありましたね。

そうすると何が起こるかっていうと、地域のこれまでいらっしやった方がそれを一つの成功事例として横目で見ると、こういうスタイルがあるのかとかですね、なんかそういう地域内学習が広がっていく可能性はあるかなというふうには感じましたね。

(知事)

いやいいですね、繰り返しは出てくる言葉で言うプロトタイプっていうのがね、我々行政にいて、議会もって県民の皆様に提案することもおよそプロトタイプだと思って、出せてないようなことがあってね、出します案として、賛成が前提で、修正もなんかもうやってもらっちゃ困るみたいなのが、そういうところが結構ありすぎて、逆に議員の皆さんも、県民の皆さんも一緒に作った感がなくて、一緒に作ってないと自分のもの感がなくて、作って終わりみたいなどころがあるんですけど、今ちょうどCO₂ ネットゼロどうするかっていうので、これこそプロトタイプをいろいろ作って試してみんなでがちゃがちゃやるのが大事じゃないかっていうことでやってる川崎さんどうですか。

(川崎 総合企画部長)

総合企画部長の川崎と申します。基本構想審議会の方もどうぞよろしく申し上げます。

ちょっと、CO₂ ネットゼロの話ではなくて申し訳ないですけど、先生にもう一つ、これからお願いする、健康しが企画運営委員会というのをお願いするということでお聞きしてるんです。私、実はこの3月までは健康医療福祉部長というのをやっております、ちょうど3年前にこの健康しが共創会議というのを作るころから関わっております。今まで去年はコロナでちょっとあまり活動できなかったんですが、1年2年とやってる中で、なかなかやっぱり課題が多くって、今年こういう企画運営会議を作ってお願しようという流れになったんですが、その経過を先生にお話して、何かこれはここがちょっとよくなかったのか、改善する点があったのかとかいうのを、ちょっと今日できたら教えてもらえたらと思

ってましたので、ちょっとだけお時間いただいておりますと思うんですけど。

健康しが共創会議、ご存知の通り滋賀県は男女とも平均寿命が1位、4位と非常に高い。そういう中で、より健康づくりというものに取り組んでいく、そういう活動を生み出したいと。ただ、先ほど公共善というお話がありましたが、多分健康づくりというものに目標していくにあたっては、行政だけでやっても限界があるし、できないことが多いと。そういう中で企業さんとかですね、民間の力全員で、この健康づくりを進めていきたいという思いで、もともと作ったんです。

当初は、一遍講演を聞いていただいても、100社以上が参加いただいたんですけど、講演を聞いていただいた後で、そういう方々がいろいろ交流をしてですね、いろんなムーブメントを作ろうと思ってたんですが、なかなかそんな簡単にやっぱり動かない、これはやっぱりコーディネーターが要るん違うかということで、ちょっとコーディネーターを付けたんですが、それでもなかなか進まない。

次にはやっぱりお互い知らなあかんで、参加者から自己PRしようと、それを聞いた後で、みんなで交流しようとかこれもなかなか効かなかったと。これテーマが広すぎるんじゃないか、健康づくり、もうちょっと絞って、健康と旅とか女性と健康とか絞った中でやってみようかと。いくつか動きが出てるんですけどなかなか大きく広がらないということで、悩んだ上で、今回やっぱり企画運営会議という形で、きちんとどうしたらいいのか企画運営を考えてもらいつつ、動きに対して若干補助金を出して後押ししようと、こういう実は動きの中で進んで、1年、2年と100%完全にできたとは全然思わなくてですね。ただこういうやり方って多分行政中ではよくあるんじゃないかなと思うんですけど、今みたいなやり方をちょっとお聞きいただいて、何かこうアドバイスというか、もう少しこうした方がよかったとか、今いい方向に向いてると思ってるんですけど、ちょっとできたら先生からご支援いただけたらなと思って、ちょっと思ってきました。

(知事)

すいません。ちょっと悩み相談室みたいになってしまいました。

(岩寄氏)

はいありがとうございます。

問題の背景はよくわかります、で、おそらく問題の背景の一つは今日ご紹介した複雑化しているという話だと思います。例えば、今まで行政のテーマは工場誘致しますみたいな、それで産業育成しますみたいなことは非常にある種シンプルですよね。それに比べると健康促進というテーマは、結構複雑ですよね。プレーヤーもいろいろですし、何をアウटकムにするかも曖昧ですし、いろんなステークホルダーもいるでしょうし、手法も単に肉体的に健康になるっていうところから、メンタルヘルスみたいなところもあるでしょうし、いろいろだということで非常に複雑な状況になってるなということ、それが背景にある

んじゃないかなと思うんですね。

今日はデザインの話を中心にしたんですけども、私最近もうひとつリサーチしてるテーマの一つかが、ちょっと新しい言葉になるかもしれませんが、パーパスという言葉がありまして、これは直訳すると目的っていう直訳になるんですけども、いろんなところで社会的な存在意義というような使われ方がなされています。つまりその事業だったり、ビジネスだったり会社だったり組織だったりの存在意義っていうのは何なのかっていうことをちゃんと考えようという、目的志向的な考え方なんです。

これいろいろリサーチしてまして、もう少ししたら何か大きなアウトプットできるかなというふうに思ってるんですけども、その中でよく言われているのが、こういう複雑な特に健康、例えば取り上げると、滋賀で目指そうとしている健康というもののあるべき姿っていうものはどういうものなのか、それはどういう存在なのかっていうことを、やっぱり議論を深めた上で、それをある種の北極星として目指すべきものとして掲げるということが一つあるのかなっていうふうには思います。

というぐらいに、やっぱり健康って、捉え方がいろいろあるので、滋賀の目指す健康で、例えばですけども、70歳80歳になっても仕事をずっと続けられるような肉体と人との繋がり、そういう今ウェルビーイングって言葉もありますけれども、広い意味でのウェルビーイング的な健康を実現するのが滋賀だ、もっと言えば滋賀に来ると、そんなライフスタイルが待ってるんだよっていう、そういう世界をみんなで作ろうじゃないかというような議論とかですね、そういうことができると、目指すべき方向がだんだんだんだんと地域であったり組織だったりで明らかになってくるのかなと。

やっぱり健康って難しいですよ。そこが難しいところなんですけど、そういう議論が必要になってくるのかなという感じはします。

これ健康だけじゃなくて例えば複雑化するっていうことで、教育ですとか、産業ですとかいろんなところでそういうことが起こってると思うんですね。滋賀で実現する教育はどのような教育なのか、今までの教育ってやっぱりIQ的なところを一方的に上げると、で有名大学に進学してもらいたいなところが一つの教育のベンチマークだったかもしれないけど、そうじゃない尺度がいっぱい出てくる中で、滋賀で育つとどういう人になるんだろうか、どういう未来の人材になるんだろうか、どういう30年後50年後100年後の世界をつくっていくんだろうかみたいな議論を、今一度教育っていうところでしてみると、何かそういうようなことなのかなというふうに思います。

(知事)

今の複雑化してしまっているテーマの北極星を見出しにいく作業っていうのは、この北極星を見いだす作業からプロトタイプでいけるものですか。

(岩寄氏)

いろいろなやり方があると思うんですが、例えば野菜バスの例が参考になるかなと思うんですが、野菜バスはどうしたかという、地域の人 50 人ぐらい集めて問題をディスカッションするところから始まったらしいんですね。そういうアプローチ、最後先ほどおっしゃったみたい鈴木さんが出資されてるんですけど、鈴木さんはその中の 1 社だったんですね。最終的にそのプロセスを経て鈴木さんがある種残ったっていう形になって、最初から鈴木ありきだったわけでもないですよ。

地域の方とそういうディスカッションを重ねると、問題の北極星の姿形が明らかになってきて、関わり方も明らかになってきて、じゃあ鈴木はお金と人を出すよ、じゃ私はそのバス停と言われている場所出すよ、もの出すよ、いろいろそれぞれのプレイヤーの方、そこに集まってきたプレイヤーの方が役割を認識されて、北極星に向かってあるべき姿に向かってじゃあ一致団結でいきましょうっていう、なんかそんな議論になったらしいんです。

このやり方は、やっぱ設計図を誰かが書いて、よーいドンでバサッとトップダウンで始めるってやり方とはちょっと違うというか、野菜バスはある意味設計図とかなかったんですね、最初、グランドデザインがなくて、ボトムアップ的にみんなのディスカッションの中から目指すべき世界が何となく浮かび上がって、最初からはっきりそれも見えてたわけじゃなくてですね。

まさにプロトタイプ的にちょっとした事業始めて、我々が入った時はそのちょっとした事業がちょっといまいち上手いかなかったみたいなどころだったんですよ。物流だけ走っていて、でもその物流が大混乱しててみたいな感じだったので。あそこからどんどんブラッシュアップしていったっていうことみたいです。

(知事)

そこに岩寄さんのチームのその何というか、デザインでつないだり、掘り起こしたりっていうそういう手法が役に立ったのかもしれない。

(岩寄氏)

おっしゃる通りです。ですので、我々デザイナーとして入らせていただいて、ファシリテーションしました。あとサービスのデザインをしました。ですので、そういった方が地域にたくさんいる状況っていうのが非常に大事なのかなと思ってまして、なのでもしかしたらこれから行政パーソンの方の一つの役割としてファシリテーターであるとかサービスデザイナーであるとか、そういったことはあるでしょうし、地域にそういったことを担える方が民間企業だったり、大学だったり、NPOだったりにいる状態がたくさんあるっていうことが大事かなと思いますね。

(知事)

大事ですよ。いや先ほどイギリスのポリシーラボのお話ご紹介いただいて、まさにホワ

イトボードとポストイット、カジュアルな服装なんかで、ああでもないこうでもない、いろいろアイデアブレインストーミングをいろんなテーマで、やられてると思うんですけど。イギリスの政治風土と日本の政治風土はもしかしたら違うのかもしれませんが、そういう場を、プラットフォームを、例えば、公務員も参画しながら、税金で支出しながら、何やるかわからないんだけど、どうなるかわかんないんだけど、みんなで議論する場を作ってみようっていうことに対して、公共政策上合意って得られるものなんですか。

(岩寄氏)

公共政策上っていうのは、それは市民の方の合意ということですか。

(知事)

そうです。

(岩寄氏)

市民の合意をどういうふうに得るかっていうのは結構難しい課題だと思うんですね。で、おそらく作る過程と、決める過程が今までほとんど一緒だったというか、合意があって、政治があって、政治家が選ばれて、議会があって、合意形成されて大きな作る枠ができて、用意ドンでできるというものが今までであったと思うんですけど、これからちょっと実験的に行われうるのは、例えば小さなラボみたいなものがあるって、そこで実験的に生まれたものがまず最初に世の中に出て行って、それを市民の方が認識をされて、認識されたら、これいいねってなって、これをもっと大きくしようっていうときに、市民全体としてのですね、これまでのような選挙があったり、いろいろだと思うんですけど合意形成がなされるみたいな、そういうモデルはあるのかなと思うんですね。

プロトタイプはだから先にある、プロトタイプが先にある状態をどう作るかっていうのが、ちょっとこれメタ行政的な話なんですけど、こういう小さなラボみたいなものをどう作れるかっていうことがあるのかもしれない。

ここはいろんな取組がなされてまして、これまた新しいキーワードになりますけど、リビングラボっていう概念があってですね、北欧を中心にその実験ラボみたいなものをパブリックなものとして持ってですね、そこで実験をし、これは行政が作ってるケースもありますし、民間企業が作ってるケースもあります。よく知られているのは、イケアという家具メーカーですね、イケアはスペーステンというリビングラボ的なですねR&D拠点をデンマークに持ってるとですね、コペンハーゲン市に持ってるとはすけれども、かなり自立した運営をしていて、リサーチャーみたいに独立したリサーチャーを外部からどんどん中において、オープンイノベーション的にやっているというふうに言われていますし、北欧中心にいろいろこういう実験ラボを通じて小さな活動を生み出して、それを大きくしていこうみたいな動きは、あるみたいですね。

(知事)

なるほど。ありがとうございます。

1人ですね、今日一緒に参加している者の中で、答えのなかなか出ない領域の仕事を担当しているスタッフがいるんですよ。死生懇話会という、死ぬってということを真正面からとらえて、生きること考えようっていう壮大なテーマの懇話会をコーディネートしているスタッフがいるんですけども、森さんなんか今日のお話聞いてて、岩寄さんに聞いてみたいなって思ったことあるんじゃない。ちょっと画面には映らないんですけど、森っていう職員がいて。

(企画調整課)

企画調整課、森と申します。

今知事よりお話しさせてもらった死生懇話会という、死と生ですね、「生きる」と「死ぬ」を考える場を皆で作っていけないか、という、ちょっと何を指すのか答えがないことで、それと繋がるかどうか分からないんですけど、岩寄さんのお話で、地域と関わられて、死生懇話会もそうですが、死ぬとか生きるとかみんなが関わっていることなんですけど、地域と関わられて、地域の方で「イノベーションとか言われてうちの地域って別に何も無いけどなあ」みたいな事ってあると思うんですけど、意外と外と関わられていくと、こんな魅力あったんかとか、こんなことがそのテーマと繋がるんだみたいな発見っていうのを、地域の方が思われることっていうのがあるのかなと思うんですけども、そういったことって何か普段からお感じになることはございますでしょうか。

(岩寄氏)

それは十分あり得ると思いますね。やっぱりこれからの時代というか、主観的に市民の方、地域の方が何をどう思うかっていうところがすごく大事だと思うんですね。やっぱり自分がそれを選んでやっていい結果になった、幸せになったっていう、自分が自発的に何かをやってその結果幸せが訪れたっていうことをどう繰り返してるかっていうのが、広い意味でのウェルビーイングに繋がっていくんじゃないかなと思うんです。という意味では、私も比較的滋賀でいうと田舎の方で生まれ育って、その主観性とか主体性みたいなものをどう地域の方がそれぞれ持つのかっていうのは大きな課題だなと思うんですね。

高度経済成長の過程でそれが失われたような側面があったんじゃないかなというふうに思ってまして、実はそれ以前の世界っていうのはみんな主体性、主観性を持ってたんじゃないかなというふうに思うんですね、その人なりなのです。

それがやっぱり社会の動きの方が大きくなってしまって、ある種何も考えなくても、ある種経済的に豊かになったりですとか、みんながこうしてるとか、世の中ががこういうものであるみたいなことに流されていけばよかった時代が長く続いたと思うんです。ところが、こ

れから起こる時代ってというのは、また多様性の時代に戻っていくわけなので、その主体性、主観性みたいなものをどう取り戻せるかというのが結構重要だというふうには思っています。

(知事)

うん。そういう意味でも僕は岩寄さんもおっしゃいましたし、僕も今日共有してますのは、地方の面白さというか、主体性、主観性持って見れば見るほどオリジナルなもので面白いし、で、そこと比べたり、そこに来てもらったり、ないものはないとして認めつつ、あるものを磨いていくという作業が、そういうことにすごく可能性を感じるんですけどね。

今の話に共有することでね、あえて問うと、そういう地方って風の人を受け入れない土の人がいたり、いやそんな岩寄さんがお前なんか高月に戻ってきてみろよと。あんたのそのデザインだのデータだの言ったって、そんなんわからへん人ようけいるでと、こういうなんというかな、ちょっとこのコミュニケーションの難しさみたいなものをつないだり埋めたりするところのなんか、テクニックとは言いたくないんですけど、なんかあるんですが、スキルとか。

(岩寄氏)

わかります。例えばですけど野菜バスがあって、新鮮な野菜が買えてよかったねっていう感じもいいと思うんですよ。そういう感覚をそれぞれの人がどう持てるかっていう感じかなと思うんですね。

結果として誰かが野菜バスの的なものを作ったりするんだと思うんですけど、大事なのは、一市民の方がそれぞれ先ほど主観的な主体性なる幸せの実感どう持てるかっていうそういう小さな成功体験が地域にもあるといいなというふうに思います。

(知事)

そうですね。何かこう難しい言葉とか、高い縁遠い表現ではなくて、おいしいものが、安く食べられるとか、行きたいところに行けるとか。

(岩寄氏)

そうなんです。なんかそれまでは、私も高月にいて工場が誘致されて仕事ができ、給料が高くなってみたいなことだったと思うんです。それをすべての人にこれからやっぱり、その形で供給することはなかなか難しくなっていく中で、今日天気良くてとか、風が気持ちよくてとか、おいしい野菜が食べれてとか、人と話せてとか、なんか近所の人と仲良くてとか、そういうことが実感できる地域に、それを幸せというふうに実感してもらえるかどうか。逆にその経済的に豊かになってしまったがゆえに、そういうことを少し忘れがちになってしまっているという側面もあるのかなという印象も持っています。

(知事)

ただ、このコロナで行きたいところに行けず、会いたい人にも会えず、むしろ本質的な欲求が抑えられた状態になってるので、この後、どうしていくのかってという意味でいうと、そこにまた違う幸せの形っていうのを見出していけるチャンスでもありますね。いや滋賀はそのフロントランナーに立っていきたいし、そういう覚醒をあちらこちらで起こしていきたいなと思ってます。

いやありがとうございました。ちょっと時間オーバーしちゃいましたが、今日何か言葉もすごく近い何かの共通の地名とか共通の体験を持ってる人と話せたので、いつになくみんなリラックスして聞けた、いろんなこと考えられた、そういった機会をいただきました。

健康滋賀とか、基本構想とか、ぜひこれからまた岩寄さんと一緒にファシリテートをさせていただく機会も多いと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

(岩寄氏)

よろしく申し上げます。

(知事)

今日は本当にありがとうございました。

(岩寄氏)

はい、ありがとうございました。