

1班 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を	
デザインについての理解促進や周知						
「デザイン」の県民理解の促進	企業、個人への周知	地域企業	デザインを生かした商品づくり			
	成功事例、モデル地区、マッチング、イベント等の広報をチラシ、新聞で実施する	市町 企業 NPO	県から委託を受けて中小企業向けの相談会の開催	デザイナー	デザイナーのネットワーク化 作品をアピールできるフェスティバルの開催やチラシの作成(費用は県が補助) 中学校や高校に職業(デザイナー)について出前講座などを行う	
	若い人達にも、静岡県がどのような施策を進めているのかわかってもらえるよう、パンフレット等を配布する					
	県広報(県民だより等)で、製品開発等で課題となっているデザイン案を募集し、結果等を掲載する 提案者の氏名を載せるなどモチベーションを高め、デザイナーの育成につなげる					
	団体等と連携してPR	市町	県と連携して団体等へPR	団体	商工会議所やNPOと連携して各企業、団体等へPR	
	デザイン統一してPR 包装紙やラベルに富士マークをデザイン ふるさと納税でPR(県のPR) 県がやることすべて考える					
	駅ポスター、ラジオ、CM、youtube、インスタ等色々ツールはある。 上手にデザインを導入し、会社運営している企業を取り上げタイアップする くろみんマークのような企業に対し称号やインセンティブを与える制度をつくる					
	グッドデザイン賞受賞製品を大道芸ワールドカップのような人が集まるときにアピール 企業同士のマッチング 企業からアイデアを募る(資金援助)	企業	モデル事業を県からの支援により取り組む	教育機関	美術や図工だけでなく、家庭課、社会など色々な教科でデザインについて学習する	
県が取り組むデザインに関する施策の周知が必要	県のホームページは見ている人が少ない →チラシ、ポスター、メディア(新聞、コマーシャル)の利用 →幅広い年齢層に					
	各地でのイベント開催も効果的であると思うが、ネット環境を活用した広報に取り組む					
	グッドデザイン静岡で受賞した製品について、出来上がる過程と苦労等のプロセスを一つの番組にし、視聴者がデザインにより成功した事例を実感させる 県の広報誌以外でも、情報を発信	マスコミ	グッドデザイン静岡で受賞した製品について、出来上がる過程と苦労等のプロセスを一つの番組にし、視聴者がデザインにより成功した事例を実感させる 県の広報誌以外でも、情報を発信			
	様々なメディアによりアピールする デザインコンテストの開催 市町、学生にもアピールが必要					
	県のデザイン施策を市町へ周知する	市町	県民に、回覧板方式で見ってもらう			

1班 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
県が取り組むデザインに関する施策の周知が必要	県民にデザイン等に興味を持ってもらうため、インターネットや学校などを通じて幅広い世代への理解、認識を求める	市町教育機関	広告、回覧板、ネット経由での広報への協力や、学校の総合的学習時間のテーマとして取り入れる		
デザイン・ヘルスケア産業の理解の促進	県と企業が中心となり、デザイン産業やヘルスケア産業の理解を広めることが必要 PR不足を考えることが必要				
デザインの振興	組織内にデザイン担当部門を設立(デザイン振興をリードできるのは県以外に考えられない) デザインに関して県内の現状把握し、企業デザイナーと個人デザイナーをマッチング 当該事業の評価	企業	県主体のデザイン関連組織の立ち上げ	団体等	特定の事業への投資 税金を入れるので、納税者が納得する事業等への投資
デザイナーやデザイン産業の育成等					
デザイナーの人材育成～ビジネスを理解できる人材(専門プラス広い視点)	専門学校へ、ビジネスカリキュラムの講師紹介 新たなビジネスモデルやデザインで成功した事例の発表 ビジネスモデルの普及のため、中小企業等へ支援する	企業	企業の経験者が講師として参加	デザイナー	単にビジュアル化の技術だけでなく、ビジネスモデルに沿ったデザインができるよう、企業の中に入って一緒に考える
デザイナーを志望する学生等への支援	市町へ指導	市町	高校生のデザインコンテストを自治会、町内会へ紹介し、結果などを紹介することで、高校生への励みになり、レベルアップに繋がるとともに、企業が活性化する		
	この学校でなければ、学べない講師や授業内容、地元企業とタイアップして学生が考えたデザインで製品開発など、魅力ある学校をつくる。	高等教育機関	この学校でなければ、学べない講師や授業内容、地元企業とタイアップして学生が考えたデザインで製品開発など、魅力ある学校をつくる。		
	ワークショップ等のイベントや、県主体でプロダクトデザイン、広告デザイン等の募集を行い、工業高校等のデザイナー志望者のコンクール等を行う				
デザイナーの育成と活躍する場所の創出	デザインコンペの開催やデザイン関連をまとめたセンターをつくる 美術や芸術を学んでいる学生をコンクールに出すことも学生にとっては良い経験になるのではないかと	市町	市町内で有名なものや場所にデザインにより目立たせるなど、デザイナーを目指す学生を対象に市町が支援	商店街	メインストリートでデザインし人を呼び込む シャッターをデザインし、シャッター街でもさびしさがなくなるような仕組みをつくる
デザイン志望の学生が静岡にUターンして就職しない	企業は、静岡出身の学生に直接アピールしたいが、個人情報の観点から個人への情報提供が出来ないため、行政が窓口になって、商工会議所などを介して、学生に情報を届ける 中学高校の名簿を行政が管理して、企業情報を発信してはどうか				
学生が県内で就職しやすい環境づくり	県内で、デザイン関連企業が一つに集まったセンターを設置				
県内のデザイナー環境整備	都市に流入したデザイナーを、県内へのUターンを促すため、就職の場、学びの場としての場所を多く設置する				
若者のデザイナーの養成	デザイナーは、若者の感性が必要であり、学校等でデザイナー展等を実施しデザイナーの仕事への関心を高める				
デザイン産業の育成(デザイナーの経済的に自立できる施策が必要)	デザイナーの仕事を増やす対策や手段を検討 デザイナーバンクのあることを企業に周知し、企業とのマッチングを支援 学生等の若手デザイナーが、県内で仕事ができるよう情報を発信	企業	自社が求めるデザインのコンセプトをしっかりと把握して、デザイナーとの交渉に望む デザインの研修会に積極的に参加する	市町	学生等の若手デザイナーが、県内で仕事ができるよう情報を発信
県民理解の促進と人材育成	モデル地区の創出や、町並み整備、デザイナー誘致 →意識を高め、人の育成につなげる	企業地域	モデル地区の創出、町並み整備、デザイナー誘致 →意識を高め、人の育成につなげる		

1班 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
県民理解の促進と人材育成	中小企業向けデザインセンター →人がいる、情報がある場所の設立	教育機関	工学デザインの授業を必須化 デザインコンテストへの参加		
	PRを増やす デザイナーの仕事や就職場所を周知するなどデザイン街を実現させる	教育機関	デザイナー関連の授業を多く取り入れる		
人材育成と活躍の場の創出	デザインに関する方針を市町や商工会議所へ周知する また、企業からの相談窓口を徹することが良い 人材育成は、静岡文化芸術大学を充実していくことが近道				
	人材を育成し、ビジネス(企業向けの)をする 家族経営で苦しい企業もあるため、学生の育成を兼ねてのビジネス				
	デザイン企業への支援				
	デザイン関係の大学・専門学校のLevelUpや有名校の誘致 新規デザイナーを採用しないその理由や問題点を分析して解決策を考えることが必要				
	高校生や若手デザイナーを助成しシャッター街や防潮堤を彩ってもらう 高校生と近隣の人とのコミュニケーションも増える				
	デザイナー育成にあたり必要な支援を後押しする →地域によってデザイン間に相違があるため、各市町に予算内で実施できる方法を委ねる	企業	製品デザインの構築を手掛ける →その過程で支援して欲しい部分と協力が必要な際は行政も携わる		
デザイナーが活躍する場をつくるために、企業とデザイナーのマッチングの場をもっと増やす	企業	デザイナーが活躍し、成功した実例を取引際などに周知すれば、デザイナーの能力を発揮する機会が増えると思う	教育機関	学校などで、デザインに関するコンテストやコンクールをもっと宣伝する →将来デザインに携わる人材を発掘できる	
デザイン活用への支援等					
デザイン産業の認知・促進	企業に、デザインによる経済効果(付加価値)を周知する デザインの価値がわかれば、企業は自然と導入する	企業	県の施策に積極的に参加する 失敗する可能性もあるが、新しいことやものを取り入れることが必要となる	個人	デザイン産業について知ったことを、様々な人や子どもに教えることで、興味を持たせ、周囲に広げていく
ビジネスモデルの構築	ヘルスケアやデザインをビジネスに組み込むことで、どのような効果があるのか、企業や個人に積極的に知らせる	企業	ヘルスケアやデザインがビジネスモデルのすべてではない あくまで一つの手段として考えることが必要 既存の商品やサービスにデザインやヘルスケアを足してみる	個人	利用者が他の人に教えることで利用者を増やす 県が実施している施策を実際に体験し効果を実感する必要がある
	GOOD DESIGN賞などの製品化 街のデザインを検討し採用していく				
	最終的には民間主導になっていく モデル的な市町を参考に方針を示していく				
	静岡の地域産業を掘り起こしプロジェクトを立ち上げ、ビジネスモデル構築支援ができる精鋭部隊を結成	市町	各市町における特色ある技術製品を有する中小企業をピックアップする	中小企業	強い意欲と市場開拓を望む代表者に、県からの精鋭部隊を受入れ、ビジネスモデルを構築
モノづくり、製造業の経営革新(デザイン活用)	デザイン活用にインセンティブを設ける(補助、特例、条例)	企業	デザイナーに頼らないデザイン提供サービスとして、デザイン思考を広げる		
デザイナーバンクの利用による効率の良いマッチングを図る	企業の要望するコンセプトと合うデザイナーをマッチング	企業	自社が求めるデザインのコンセプトをしっかりと把握して、デザイナーとの交渉に望む デザインの研修会に積極的に参加する		
サポート	補助金を創設し継続的に支援 モデルケースを定めて成功例をつくる				

1班 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
相談や交流の場づくり					
デザイナーが活動しやすい環境の整備	デザインに特化した企業を支援する デザイナーを集めた集合体をつくる モデル地区をつくり地元のデザイナーに活動してもらう	企業	若いデザイナーに大手デザイン会社などの都会での研修機会を与える		
	センターを設立し、製造業、漁業、農業、林業、街並みなど、デザインで課題に取り組む デザインは、何事にも係わるので、「ここにいけば全てわかる」ところがあると便利である				
	デザインイベント、デザイン産業、求人についてまとめたポータルサイトの運営	市町 教育 機関	学校でデザインに関する教育 県が運営するポータルサイトを案内		
	デザインを必要と感じている企業に県が働きかける	市町	企業に働きかける	企業	デザイナーを採用する デザインによる付加価値をつけ、販路を広げる
	どこにデザインが必要か、どんな仕事をまかせられるのか、企業側への提案をすれば、想像しやすくなるのでは(企業もイメージがわかないと依頼できない)				
	子どものころから、デザインについて教え、興味を持たせる	市町	子どものころから、デザインについて教え、興味を持たせる		
	デザイナーを目指す学生に環境整備をしていることを周知する	教育 機関	デザインに関する企業やサービス、情報バンク等があること、根づくようにする 若者が早く巣立てるよう助ける		
	専門学校等への支援が必要				
	教育 機関	デザイン系の職業に興味があっても、職業として生活できるか不安な人もいると思う 教育機関で職業を紹介することで、学生はデザインを職として捉える事ができると思う			
コミュニティ	デザインをする人、必要とする人のネットワークを構築し、集まれるセンターを設置、集合体としてのデザインスペースとして活用 各地域の特色あるデザインスタイルとしてもらいたい				
デザインを活用した街づくり					
デザインを感じることができる街づくり	市町へ助成	市町	県の取組を意識する		
	市町に、静岡県がデザインに力を入れていることを説明 デザイナーの派遣等	市町	市内で開催する会議(地区会議やコミュニティ会議など)で住民とデザインについて意見交換 デザインが統一された街のイメージを広める		
	モデル地区やモデル企業を支援する	個人 企業	地域に合わせた店、商品をつくる		
	モデル地域を決め、県及び市町が力を合わせて、街がデザインされるのが望ましい				
	市町の状態を把握し、デザインの抽象的な統一を図る	市町	基本的にその地域に適したデザインを手掛ける	個人	県、市町の狙いを正確に把握する
	沼津駅周辺地域をデザイン産業の拠点とする産業構想を掲げた環境整備				

1班 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
デザインを感じることができる街づくり	Artではなく、機能的なデザインの街づくりにも力を入れることで、県民の理解を得ることができる 街のユニバーサルデザインをデザイナーの活躍の場とする 無電柱化や、歩道の段差をなくすなど、人にやさしい街の環境づくりに取り組む				
	全国(世界)に先駆けた具体的なデザイン産業形態を持った街づくりと企業誘致に取り組む				
	静岡の市町へ呼びかけ	市町	人目の多い駅周辺におしゃれなカフェ、レストラン、花、イルミネーションで彩る		
	デザイン×街づくりというスローガンの提案	市町	街づくりにデザインという考え方を積極的に導入	学生	街づくりにボランティアとして参加
		市町	ふと目を向けたところにある商店街の看板や広告等に、デザインがあらわれるような施策を推進	個人	それぞれの持つデザイン感覚を街に投資(自営業のカフェ、コンビニ、公園等)する
街がデザインされていることが必要	何も無いということもデザインではないか むしろ、何かを作ることを規制することで、日本一きれいな夜空や日本一静かな街等、何も無いことが産業になるのではないか				
	駅周辺等をすべて建替えると相当コストがかかるが、少しずつ改革していくべき 街を整備しても継続して人が集まらなると廃れてしまう 人の活気を生む仕掛けや継続していくイベントが必要				
		市町	各市町の歴史、文化や地域の要望があるが、統一されたイメージテーマは必要で、規制も必要 次世代の故郷づくり、地域の人口増加のため、住みやすく愛着の持てる街づくりには、理想的なデザインが必要		
		市町	その市町が何に重点を置いているか住民に知らせる		
デザインを使った街づくり	市町や企業が同じ方向で行動できるよう、県が明確な目標を定めるとともに、県はデザインを使った取組を進めていることを周知する	市町	様々な場所でデザインを検討することで、訪れた人が静岡県はデザインに力を入れている街であることをわかってもらう 駅前や駅中に「デザインの街静岡」のように掲げることも検討してほしい		
デザイン産業と街づくり		市町 地域	街づくりにデザイン産業が係わることが大切 街全体の整備を進めることで、いろいろな店舗が並び、地域が活性化され、地域住民の盛り上がりにつながる		
イメージ	静岡県のイメージを明確に定める ひとつの町や通りのイメージを統一し、特徴をつける				
ヘルスケア産業への支援					
ヘルスケア産業の取組	市町も含め健康診断を義務化する 会社等で、社員は健康診断を必ず実施するが、パート・アルバイトはない 仕事の日程と受診の日程が合わないことが多いため義務化すれば良いと思う				

1班 地域を支える魅力ある商業とサービス産業の振興

課題	県が何をする	誰が	何を	誰が	何を
ヘルスケア産業の取組	未病の大切さの広報と仕組みづくりをする	企業	働く人の健康を守る取組(運動を進める、スポーツジムなど)		
	ヘルスケア産業の発展のため、県は方針を示すとともに、医療関係や体育関係の人を入れた協議会を設定する 実施に当たっては、企業や市町のモデル事業等を助成 ラジオ体操のように静岡県民体操をつくり、普及を図る				
ヘルスケア産業の発展、成長	データ活用、業界イベント(カンファレンス)の実施、法整備	企業	業種を超えたビジネスモデルの構築	個人	モニター、サポーターとして登録、利用
横断的なヘルスケア産業の取組の実施	病気になる前のことを考え、未病の取組を企業等にすすめる →社会保障費の減少	市町	病気になる前のことを考え、未病を企業等にすすめる →社会保障費の減少		
その他					
強みを活かした取組の強化	当たり前のことを拾い上げ、特化し事業化する				
	スポーツ振興…登山、サッカーなど静岡ならではのスポーツ →運動による健康と静岡での産業振興の両立				
	農産物、観光資源をデザイン面でフォローする組織をつくる →観光と農業の強化				
県の強みを活かした産業振興	県の特産品である農産物や海産物とヘルスケア産業との結びつけ	地域 企業 個人	それぞれの特徴ある地域の農産物などの生産と商品開発		
	それぞれの地域の良さを県の強みとして全国へ発信する →地域のよさを知る必要がある →ツアーの実施や教育事業に産業振興を取り入れる				
県の強みを活かす デザイン	港の活用を勧める 道路や標識の色のデザインを考え、わかりやすくする	個人	静岡の美味しいものをSNSで発信		
リサイクル、リデザイン	各地に空き家やシャッター街が目立つ 県が支援することで、古いものを残しリユースしていく 若いデザイナー達にデザインをしてもらい、相互に利用していく				
産業	ビジネスの農業の実施				
日本茶(静岡茶)の輸出振興を拡大し、生産額の増大につなげ、生産地の活性化、環境改善、農業後継者の育成	県独自の静岡茶輸出ラベルのデザイン化と作成 海外から見た富士山のイメージを活用 静岡県のお茶(日本一)が鹿児島県に抜かれる。				
目標設定が不明確	デザイン産業の振興に関する目標を分類して、それぞれ数値を設定し具体化へつなげる 達成するための施策を明確にする				