

「ふじのくに」^{しみん} 士民協働施策レビュー」施策改善提案への対応状況の概要

令和3年7月10日(土)、11日(日)に開催した「ふじのくに」士民協働施策レビュー」において、県民評価者からいただいた施策の改善提案への対応状況は下記のとおり。

改善提案	対応状況
◆施策1 エネルギーの地産地消	
個人に再生可能エネルギー等を普及させるためには、例えば各家庭に太陽光発電を設置することで、災害発生時の電力確保による不安が解消されるなど、活用することで得られる個人レベルのメリットを周知する必要がある。	再生可能エネルギーや次世代自動車が、災害時に非常用電源となる個人レベルのメリットを周知するため、小学生向け水素エネルギー啓発動画の配信や出前教室、次世代自動車を活用した外部給電デモンストレーション等の取組を継続するとともに、県地域局や市町等と連携し、再生可能エネルギー等の導入による災害時のレジリエンス(予防力に加えて災害を乗り越える力、回復力)の強化等のメリットについて、広報を拡大していく。
◆施策2 健全な心身を保つ環境の整備	
ゲートキーパーが自殺予防の役割を適切に発揮するためには、ゲートキーパー養成研修の実施やスキルアップを行い、相談者の特性に応じた対応ができるようにする必要がある。	相談者の年代等の特性に応じた対応ができるよう、ゲートキーパー一般研修や専門研修において、各ライフステージにおける特徴や自殺リスク等の内容を追加するとともに、若者、働き盛り世代、高齢者といった様々な年代のゲートキーパーを養成するために講師養成研修の内容を検討していく。 また、ゲートキーパー研修修了者に配付する手帳に、年代別の傾向やメンタルヘルスの問題を有する人に適切な初期支援を行うための5つのステップ「り・は・あ・さ・る」(リスク評価、判断・批評せずに話を聞く、安心と情報を与える、サポートを得るように勧める、セルフヘルプ)を追記するなど、内容を充実させていく。
◆施策3 地域外交の深化と通商の実践	
本県ならではの特産品等のブランド力の強化のためには、海外駐在員事務所の活用等により戦略的に海外にアピールする必要がある。	海外駐在員事務所や、現地の専門家と連携して県産品の販路拡大を行う「ふじのくに通商エキスパート」を設置すること等により特産品等のブランド力強化に努め、海外での県産品の認知度向上や輸出拡大に取り組んでいる。 加えて今後は、新型コロナウイルス感染拡大により博覧会等に参加できない県内企業の製品をアピールするため、県内企業関係者が現地企業関係者とオンラインで商談する際、駐在員が現地会場に展示したサンプル商品の補足説明を行うなど、駐在員を最大限に活かし、戦略的に海外への情報発信や県内企業の支援を行っていく。
◆施策4 防災・減災対策の強化	
※令和3年度の実施は中止	
◆施策5 障害のある人が分け隔てられない共生社会の実現	
ふじのくに福産品のPRを行うことは、県民理解の向上につながると考えられる。障害者個人にとって有意義な業務と適切な就業場所を提供するためにも、PR等を積極的に行い、就労支援の取組を進める必要がある。	今年度開始した福産品のオンライン販売について、テレビや雑誌、SNS等を通じて積極的に広報している。 今後は、地元大学生と連携し、消費者目線から福産品の魅力を伝える広報を実施していくほか、オンライン販売については、出店事業者を20から40事業所に増やし、多くの魅力的な商品を取り扱うことにより、福産品の認知度向上や販売促進を図り、障害のある人の工賃向上につなげることで、障害のある人の有意義な業務と適切な就業場所を確保していく。
◆施策6 交流を支える交通ネットワークの充実	
若者を中心に情報発信ツールとなっているSNSに着目し、富士山静岡空港を世界にアピールすることでインバウンド誘致を進める取組が必要である。	富士山静岡空港利用促進協議会の会員向けメールマガジンの定期配信のほか、県及び運営権者のSNS、県海外事務所が現地で発信するSNS等により、空港や県内観光地の魅力を情報発信している。 今後は、効果的な情報発信や旅行商品の造成等に向け、富士山静岡空港利用促進協議会と連携し、インフルエンサーを活用した情報発信や旅行商品の販売・広告支援を行うことで、国内外からの更なる誘客に取り組んでいく。

※各施策の反映状況の詳細はホームページを御参照ください。

(<https://www.pref.shizuoka.jp/kikaku/ki-030/2021sesaku-review.html>)