

3班 地域外交の深化と通商の実践

課題	だれが	なにをする	備考
<b>国際交流の促進</b>			
海外からの活力取組みによる本県の活性化	県	デジタルや情報処理など弱い部分について、先進国から取り入れる。技術者を入れる	
国際化に対応できる人材の育成	県	定期的な研修、仕事の中で海外交流を積極的に取り入れる	
国際化に対応できる人材の育成	国際交流協会	県との連携を強める	
国際化に対応できる人材の育成	国際交流協会	県の職員を派遣し、学んでいく。 ネイティブ職員の活用。	
国際感覚の醸成	県	スポーツ・音楽のイベントをやる（その国の）	その国の音楽等で興味を持ち、文化を知ることが出来る
国際感覚の醸成を目的に置くのはもったいない！	県	人と人との交流→国際感覚の醸成→通商の拡大という好サイクルを描き、長期的な視点で予算を取れるようにする	良い活動をしているのもったいない！
個人での交流促進	個人	近所や勤め先、学校など身近な外国人と親しく	普段の生活ではあまり外国人に会わない まずは身近な外国人と交流を
地域外交をもっとわかりやすく（国際感覚を醸成）	個人	興味を持つ	幼少期から異文化交流できる環境が大切
通商の拡大	県	静岡を舞台としたアニメーションの活用したプロモーション活動	全世界的にアニメという言葉の認知度の高さを使うべきである。
ビジネスを通じて国際交流を深める事も重要	県	相手もこちらも顔が見える関係を作る	
ビジネスを通じて国際交流を深める事も重要	県	外国人労働者の受入	
人と人との交流	企業	地域の小学校へ国際交流の場を提供したり、お金を寄付する	若い世代から地域外交に興味を持ち、将来の担い手を育成する。
人と人との交流	企業・学校	企業・学校と連携をし、課題1と同じく生徒目線で企画をする	県内にたくさんいる在県外国人との交流は出来るか。
人と人との交流	県	若者が気軽に留学に行けるシステムを構築	長期留学となればかかる留学費は親がある程度の収入がなければ渡航することが出来ない。子供目線で行動を。
人と人との交流促進、現状交流の機会が少ない、若者と海外の交流、個人での交流をどうする	県	外国人との接点を一般の人が持てるような施策	日常生活の中で、日本人・在留外国人が交流できていれば、別の国との異文化理解も早まると思う
人と人との交流の促進	学校	国際交流として合唱団、絵画、交流などする	青少年の相互派遣等、知らない人が多い。私は知りませんでした。
人と人との交流の促進	企業	技術等指導する	自国との違いを知ってもらう

### 3班 地域外交の深化と通商の実践

課題	だれが	なにをする	備考
人と人との交流の促進	県	授業の中でオンラインで海外の学校と交流できるようにする	コロナ禍で海外の人との交流が減ってきているため
人と人との交流の促進	県	市町、民間との連携	直接的には市町や民間が交流の主体となりうるため、県としての関わりを考えるべき。
人と人との交流の促進	県	スポーツ交流留学	コーチ等の交換・交流
人と人との交流の促進	県	留学のしやすい体制、ハードルを下げる、奨学金の紹介、研修など	学生を主とする若い人たちへの経験を積ませるべきである。直接金銭的支援が無理なら、間接的に。
人と人との交流の促進	県・市町・学校	オンラインをもっとすすめて、国際的に交流	重点6か国との更なる交流
有徳の人をつくる交流の促進	県	国際的な交流プログラムがあるなら、積極的にそれらの宣伝をしていくべき。	国際交流の何が大切なのか若者に伝える必要がある。
有徳の人をつくる交流の促進	若者(学生)	国際交流に関する情報収集を自主的に	県のアプローチがあり、その次のステップ
若い世代に向けた国際交流の促進	県	高校生、大学生に向けた国際交流イベントのアナウンス	地域外交を担う人材の育成を。
<b>国際化に対応する人材の育成</b>			
国際感覚の醸成	学校	日本語は深い魅力があるため、国際人にも日本語に知識のある人を育てる	日本語は深い日本を知ることが大切、ひいては静岡のことを知る。
国際感覚の醸成	教育機関、文科省	小学校一年生からの「英語」「外国語」の授業、しかし「国語」もおろそかにせぬように	中学校以降の国際交流を活かしていけるだろうから
国際感覚の醸成	県	日本人のアイデンティティ教育を今一度やり直す、外で「自分は何者か」をいえること	違いを認めるなら違いが分からないといけないし、違いが分かるためには、自分が分かる必要がありそう
静岡県の魅力の発信	県	県民に対して、静岡県の魅力や地域性を知ってもらう教育やセミナーなど	個人レベルで外交(交流)するのに、静岡県民が静岡の魅力を知らないといけないのでは?
地域外交をもっとわかりやすく(国際感覚を醸成)	県	若い世代への教育	具体的に何が出来るか
人と人との交流	学校	外国の文化や言語について小さな頃から勉強する、交流する機会を増やす	セミナー等を開催する。
人と人との交流	個人	言語の習得、相手国のことを知る	文化の違いを知る。理解する。
人と人との交流の促進	県	英語力が不足しているとのことで英語教育に力を注ぐ	英語力がない
人と人との交流の促進	県	留学などの国際交流の機会をもっと宣伝する	あまり細かい中身が伝わってこないため
富士山=静岡	学校	学校での活動で地元をアピールできる、(外国人をターゲットとした)商品開発などをすることで、国際交流にも興味を持つことができるのではないか。	学校の授業プログラムを通して、国際交流に興味を持ってもらうことができるのではないか。

3班 地域外交の深化と通商の実践

課題	だれが	なにをする	備考
有徳の人をつくる交流の促進	県	国際的な交流プログラムがあるなら、積極的にそれらの宣伝をしていくべき。	国際化が進む今、グローバルに活躍できる若者が必要不可欠である。留学ならば自分の強い意志を主張し、自らが動いてほしいというニュアンスの回答があった。もちろん私自身もそのように思うが、県が立案したプログラムを機能させるためには、もっとアプローチが必要なのではないかと思った。
若い世代への教育	学校	若者の将来を見据えた国際教育を積極的に行う	完全英語授業増やす→英語科目だけでなく、地理、化学の授業etc.の英語化
若い世代への教育	県	国際教育を特化できる環境づくりをする	こんなにも国際化を主張する中で、県内の全校という目で見ると国際教育は完全ではない
若者と海外の交流	県	ネットや紙面などで高校生や大学生を呼び込む	海外との交流の機会を多くすることが出来る 気軽に参加できるセミナーや交流会があるとよい。
<b>名産品・特産品のPR</b>			
(静岡の名産品の)ブランド化	県	静岡県出身の有名人を使って「PRをする」	ビジュアルを使ってイメージアップを図れば評判が上がる。
海外への本県の魅力の積極的な発信	県	魅力的なものづくりをし、世界に発信する。重点国をスタートに通商拡大する。	
静岡県PR不足	県	ブランド化、目標の数値化	海外駐在員事務所の活用
静岡県のPR不足	県	他地域にない、伸ばせる点を明確にする	ふじのくにブランドの創出
静岡県のPR不足	県	徹底的にユニークな点をアピールする	
通商	企業	各企業で海外にもっと工業品、製造品、特産物をアピールする。	
通商	企業	商品価値あるものを価値ある金額で売って、アンダーの企業、生産者を支え、豊かになってほしい。	
通商	県	海外富裕層をターゲットにしぼり、静岡県NO.1商品(県民でも変えない高額優良商品)を売り込む。褒めてもらう	静岡県民が県に自信を持てる、費用対効果が良い、総花的よりも。
通商	県	お茶、みかんを、静岡のお茶、静岡のみかんという静岡ブランドとしてアピールする	世界で戦えるブランドにする
通商	県	目標、目的を持って静岡県をブランド化していく。ふじのくにの認知度を上げていく	SNSで写真と共に名産品をアピール
通商	個人	海外の製品に興味を持ち、購入する。	
通商	地域	静岡ブランドを前面に出す	戦略的かつ大々的にアピール
通商の拡大	企業、市町村	ふじのくに茶のミュージアムのようなお茶(高級茶)を広める店舗をつくる	
通商の拡大	県	特産品の輸出の促進。農林水産に限らない(伝統工芸品は?)	静岡県は茶だけでない。伝統工芸品もPRによる静岡茶すべき。議論の中で、お茶にこだわっている点で、埋もれている魅力に気付いていない。

3班 地域外交の深化と通商の実践

課題	だれが	なにをする	備考
通商の拡大	県	名産品（茶・楽器・車ほか）の販路拡大	物産展の展示会の頻繁化。例えば「航空機の中で静岡の名産品を配備する」ような販売方法がある。トップ交渉して契約を得る
通商の拡大	県	お茶、イチゴ、ワサビなどにもっと県の補助金を投入する	静岡県の生産量が全国2位となった
通商の拡大	県	抹茶にもっと広める。学校にお茶の飲める水道水を作る	SNSで発信を。
通商の拡大	県	物産展みたいなイベント	特産品等を知ってもらう
通商の拡大	県	単に輸出するだけでなく、輸入に関しても相手国と協力したイベントを進めてほしい	目先の利益だけでは何も得られない。松坂屋の大北海道店のような相手国の食に関するイベントを行うとよいかもわからない。
通商の拡大	県	先方の特産品を紹介する	互惠
通商の拡大	店	お茶を有料で売る	無料でやっていたのをやめる
通商の拡大、ビジネスを通じて国際交流を深める	県	名産品の発掘	経済産業局との仕事分けが分からない。売りたいものが売れて儲かっているの？相手にとって魅力的に映っているのか。販路開拓は商工会議所がしているのでは。
通商の拡大、ビジネスを通じて国際交流を深める	民間	発掘した名産品と海外のニーズに合わせて届けるしくみづくり	
ビジネスを通じて国際交流	県	茶販売の斡旋、コロナ禍だからこそのお茶うがい	国際交流とコロナ撲滅
ビジネスを通じて国際交流を深める事も重要	県	県産品の輸出の促進、県産品の輸入の促進	海外駐在員の活用
富士山＝静岡	県	魅力をPRすべき。お茶、ミカン、うなぎ、外国人が魅力を持つような材料がたくさんある。県産品の輸出拡大などの通商の促進とともに何かできることはないだろうか。	日本＝富士山このように考える外国人はとても多い。しかし富士山＝静岡と考える外国人はなかなかいないという意見があった。世界的な魅力を持っているのにそれを発信できていないことはとてももったいないと思う。
<b>インバウンド、アウトバウンド双方向の交流</b>			
海外からの活力取組みによる本県の活性化	民間	就労者、研修生への住みよい環境づくりと県民とのふれあい事業	重点6カ国との相互交流を進める。
個人での交流促進	県	少数旅行者の呼び込み	静岡に興味を持ち、外国に興味を持つ。
静岡県の魅力	県	日本へではなく、静岡へ旅行しに来る外国人	F S Z、R J N Sを核とした静岡県の観光事業（鉄道事業など含む）
静岡県の魅力の発信	県	アジア圏、北アメリカ圏以外にも、ヨーロッパ圏や南アメリカ圏などにも静岡の魅力を伝えてほしい。	相互交流は大切である。
静岡のPR不足、もっと魅力の発信	県	どんな地域、来るとどんなことがあるか、余所とのタイアップ（外国の観光サイトとか）	

### 3班 地域外交の深化と通商の実践

課題	だれが	なにをする	備考
実態を調べる（省、県のみでなく、国単位でも。国としての影響度が違う→取組の強弱）	県	インバウンドとアウトバウンドの実績、サプライチェーン（輸入と輸出）、日本への技術習得という名の人材派遣実績	県内企業との関連は。ブラジル、ベトナム、中国、ミャンマー、フィリピン、タイ、ペルー、インドネシア等々
人と人との交流	県	アウトバウンド視点での交流機会を増やす	互恵的関係を作る
<b>県民への日常的な情報提供</b>			
PRについて	県	わかりやすく端的に県民へ伝える	本日の話を聞いていて話を難しくしている印象を持ちました。若い世代からお年寄りまで伝わるPRをお願いいたします。
海外への本県の魅力の積極的な発信	県	「ふじのくに」の意味を県民に理解してもらう。特徴、etc.、個性	一般の人には、県の外交成果がよく分からない。アピールが必要
県民に「地域外交」について理解をもっと深めてもらう必要がある	県	地域外交とは何か、県として何をしているのか簡単に纏める	討議全体を聞いていて、そもそも「地域外交とは何か」「国際交流の意義とは」という意見が多かったため。
県民に「地域外交」について理解をもっと深めてもらう必要がある	県	県民への広報の強化	県が具体的に何をしているのか知られていないように感じたから
県民の国際交流への積極的な参加を促進する必要がある	県	現在行っている施策や事業を県民にわかりやすく説明	県民は県が具体的に何を行っているのか理解できていないように感じた
国際感覚とは何？地域外交とは何？なぜ国際間交流とかわないの？→答えは自らの理解	県	「地域外交」と名付けた理由を明確化する。「ふじのくにのアイデンティティを自ら（県民）が確認する」ために相手（外国）を理解する。という目的（理由）	自分のまちが好きなら、大人になって帰ってきてくれる（少子化対策、人口対策）
国際感覚とは何？地域外交とは何？なぜ国際間交流とかわないの？→答えは自らの理解	県	上記に沿った青少年に自らのまちの説明を外国人にする機会をつくるなど。	県民理解が施策遂行に必要（予算確保）
国際感覚の醸成	県	トップダウンではなく、県職員が意見を持ち国際関係の貢献できる人材組織を作る	トップダウン方針
国際感覚の醸成	県	県民への説明、PRの改善	地域外交の意味を深めるべき。想い、ゴールそのもの、何か伝わらないと理解されない。
国際感覚の醸成	県	静岡県としての「国際感覚」定義を作り県民に浸透していく	
国際感覚の醸成	県	多文化に関して触れられるツールを多く用意する。	限られたものだと偏見を抱くことになるから
国際感覚の醸成	我々	静岡のことをしっかり理解し、海外の人に説明できるようにする	自分の地域のことをしっかり理解していないと海外との違いを理解できないため
静岡県PR不足	県	SNS, Youtubeの活用	

3班 地域外交の深化と通商の実践

課題	だれが	なにをする	備考
静岡県のPR不足	タレント (静岡県出身者がいればBest)やSNS	プロモーション	
静岡県の魅力の発信	県	ここを見れば、静岡の全てが分かるようなWebページを作る	多くの情報が世の中にあり、混乱してしまうため
地域外交を県民の身近な存在にする	県	地域外交の意味を簡単に解釈できるようにする	地域外交と言われても詳しい意味は分かりにくいし、県民に分かりやすくすることで、県民の自分ごと化につながると思う。
地域外交をもっとわかりやすく(国際感覚を醸成)	市	各学校へアナウンスし続ける	SNS、学校でのとりあげetc.
通商の拡大	県	静岡ブランドを作るため、世界的なアーティストやインフルエンサー、特に海外のYouTuberなどと手を組み、静岡を世界に発信する	
伝え方	県	もっと分かりやすい説明(高校生にも高齢者にも分かる説明)	外交は考え方が難しいように感じるため、かみ砕いた広報をすると効果的かと思います。
人と人との交流	県	もっと国際交流に関してアピールする、県民に示す(わかりやすく)	
若者と海外の交流	県	情報公開	市町村における情報を共有
若者と海外の交流のPRによる静岡茶拡大	県	高校、市町などに多くのツールを提供し、もっとPRをする。	ツールがあると言っていたが、そのツールを知らない人が多いと思う。ならばもっとPRをしてほしい。「いろいろあるから探して」と個人で勝手にやりなさいと言われていたようだった。
<b>その他</b>			
温暖化に伴う(?)米作物量の低下を復活させる	県	長野県東御市で開発された技術の導入を(その前に実態を知る)検証する。	長年の実践実績がある(世界にここしかない技術)
温暖化に伴う(?)米作物量の低下を復活させる	県	米作にかかわらずすべての作物に革新的技術が完成している	日本の米作を進化させる(米作に限らないが)。生体エネルギー研究所
静岡県以外の国際外交の実態は	県	調べる、内容により棲み分け	施策に活かす
静岡県のPR不足	県	富士山を使ったイベント	ブランド力が大きい
静岡県のPR不足	若者	大人ではつかみきれないサブカルチャー的内容を把握する。	
静岡のPR不足、もっと魅力の発信	県	予算の使い方、効果出る分野に集中投入した方がいいと思います。	
多文化共生と地域外交の連携	県	以前のように連携した課ではいけないのか。本当に別の課として切り分ける必要があるのか	かなり親密に関わっている部署であると思う

3班 地域外交の深化と通商の実践

	課題	だれが	なにをする	備考
	若い世代に向けた国際交流の促進	県、市町	留学等への金銭的支援とその広報	やはり、学生にとっては「海外に行く」ということは金銭的に抵抗がある場合が多いので、何かしら支援をしていただくとともに、積極的に学生に広報していただきたいです。