

6班 : 交流を支える交通ネットワーク

課題	だれが	なにをする	備考
富士山静岡空港の持続的な運営			
”訪れたいくなる、オンリーワンの地方空港”を目指す	運営権者	企業誘致	民間企業に対する空港のPR活動
インバウンド対策の強化	県	広報	静岡の魅力の発信によって、あえて静岡空港にくる理由をつくる
インバウンド拡充	市、町	県と連携しさらに学校、施設にPRを積極的にお願したい。	
インバウンド拡充	我々	口コミに勝るPRはない。地道に力ある方に広報していただく。	
県と運営会社の連携強化	県	企業が食いつくような構想を打ち出す	
県と運営会社の連携強化	県	責任の明確化、県民の理解の促進	県民はコンセプトを理解しているのか。近隣住民は反対していないか。
県と株式会社の連携	県	株式会社と連携して何がしたいかに対する目標を明確化する	
県としてのビジョン	県	トータルとして	県民すべての人の空港 県民の理解を得た空港運営をする。 コンセプト・ビジョンの共有。
施設としての魅力向上	県	運営事業者が積極的に投資を行えるよう、制度、財政的な後押しを行う	
施設としての魅力向上	県	もっと県民にアピールする（広告を使いアピール）	
商業施設の増設	市町	県内案内ブースに必要な物資や情報提供	映像と食事（名物）県内フルーツとカクテル
ビジョンの共有、具体化	県	県民と静岡空港のコンセプトを図り、運営会社と目標を共有する。	県のリーダーシップが肝要です。
連携強化	県	空港の運営方針を理解してもらうためには、ビジョンを県民に理解してもらう	運営会社と県は連携して取組む。 どうやって県民にビジョンを知ってもらうか。
空港の利便性向上 ⇒ 便数・路線（就航先）の拡大	運営権者	費用の助成	
空港の利便性向上 ⇒ 便数・路線（就航先）の拡大	県	費用の助成	航空会社への赤字路線への金銭的補填
経済波及効果	県	県の施設でも運営会社の施設内でも良いので、午前中発言した「富士山」を視覚的に来港者、国民、近隣住民にお見せする。なぜなら県民はまだ「富士山」の美しさ、雄大さの認識足りないと思います。どこにもない大きさの画面でライブ映像、アマチュア写真家の画を映す。他の映像もお見せする。少しでも多い方にお越しいただく。	
県と運営会社のビジョン共有・明確化	県	関係各所との調整	民間との繋ぎ役としての「行政」という役割を提供する。

6班 : 交流を支える交通ネットワーク

課題	だれが	なにをする	備考
県と運営会社のビジョン共有・明確化	シンクタンク	データ分析などを通して、ビジョンを策定する際の具体的な数字を作成する。	県内の事情に精通しているシンクタンクであること。例えば、静岡経済研究所。具体的な数字を用いることで、事業者や県民がイメージしやすいようにする必要がある。
県と運営会社の連携強化	県	空港も観光資源として誇りに思うような意識を醸成するビジョンを	空港の魅力を世界に発信
施設としての魅力向上	県	空港管理会社との調整	民間団体と管理団体でやりとりをすることではお互いの利益を求める結果、うまく実施に至らない可能性があるため
静岡県と運営権者との連携強化（と県民へのPR）	県	役割の明確化 県民へのPR	運営権者の守備範囲も含めて明確にPR。 県と運営会社の連携が見えるように。
収益性を高める取組			
—	幼稚園から高校の先生方	空港への見学	自分は高校生だが、若い人の静岡空港についての認知はとても低いと思う。存在は知っている程度でしかない人も少なくはないと思うので、まずはどんな空港かを知ってもらいたいと思う。
インバウンド拡充	県	どの空港も考えていること。差別化で何を目玉にするか？正直思いつきません。現行の政策を引き続きお願いします。	リピーターを増やす。とりあえず乗ってもらい、きっかけづくり
空港の収益性の確保	県	県や地域の文化も魅せるフェア（ものを販売するだけでなく）	運航している年とのコラボも含めて地域の皆様とともに
空港の収益性の確保	県、企業	空港を楽しくする。空港祭、工場見学、一日体験、免税店、飲食店等	夜間の加速路の照明など見ながら食事できる所があればうれしい。
空港の集客力を高める	運営会社	集客力を高めるべく企業努力	インバウンド誘致 もう一度来たくなる空港にする。
空港の集客力を高める	県	アミューズメント施設の建設	飲食店等、展望風呂
県全体への経済波及効果	県	ターミナルに各市町のチャレンジショップのスペースを提供する	東・中・西部の順でアピール効果
県全体への経済波及効果	市町	地域の特色を生かした出店	キッチンカー軍団であれば、施設は使用しない。
交通ネットワークの充実	県	空港内の見学、飛行機の見学、西側県有地の利用、宿泊（自然を利用した施設）	ショッピングセンターなど工作用具専門店、キャンプ用品の店など
施設としての魅力向上	運営事業者	商業施設の拡大やレジャーへの投資	飛行機に乗らなくても集客できる収益機会の向上
収益	県	富士山の景観を活用した行事や施設の開発	静岡県の最大の認知特徴は富士山だから。
収益性の確保	県と管理会社	静岡空港に関するイベントの開催	ゆるキャンとのコラボのような他企業との連携はあるけど、空港そのものがメインのイベントでないと空港への認知や評価向上には繋がらないから。
収益性の確保、利便性の向上	県	空港利用者以外の集客	世界へのアピール
商業施設の増設	県	ターミナルの内容とかぶらない新施設の建設	県内をアピールできる商業施設の運営

6班 : 交流を支える交通ネットワーク

課題	だれが	なにをする	備考
飛行機利用以外の集客方法	県	エコパアリーナなどでジャニーズがコンサートをする場合に、空港内（または一部）をそのグループ（メンバーカラーやCMのポスター等）で染める。	実際に地方の駅やショッピングモールでは、このような取組がある。グッズを買い終えてから、会場入りするまでに、かなりの時間を要するため、多くの人々が映えスポットとして訪れていた。集客案の一つとして取り入れるのには良いと思う。そのグループの人気があればあるほど、訪れる人数も増加するため、集客には使える方法である。
利用促進	県	国内外の修学旅行に使っていただく	県内、近隣県、空港の認知度向上
旅客以外の利用促進	空港	商業施設を作る	御殿場アウトレットのような施設、修学旅行、地元学生のための空港見学、飲食店、マラソンコース、サイクリングなど。ひとが集まるような施設をつくれれば、空港までの交通も整う？周りの自然を生かす、散歩道などの整備。ファミリー層、スペースを個人経営している方に貸す。募集する。チェーン店などではない特別感、観光らしさがでる。起業したい人、お店を持ちたい人の支援。
空港の収益性の確保	県	見学ツアーや、体験、イベントなどを充実させ施設の魅力向上。	空港の良さを知ってもらう。県内や近隣の中高生の修学旅行に活用。
空港の利用促進	県	航空ミュージアムを作る	空港にやってくる要因になるため
空港周辺の施設への投資	県	少し無理をしてでも空港周辺の活性化に力を入れるべき	一度でも来てもらえる魅力を作る。
施設としての魅力向上	NPO（市民団体）	文化（吹奏楽など）のイベントを実施する	航空機に乗るための空港ではなく、地域住民が集まる文化拠点として活用する
施設としての魅力向上	企業（楽器会社）	楽器の提供や音響装置の提供	静岡県浜松市の浜松駅内にある「ピアノ」のように、誰もが利用できるパブリックスペース化する
インバウンド対策の強化			
”訪れたいくなる、オンリーワンの地方空港”を目指す	県	企画立案 予算確保	県外からも訪問したくなる、魅力ある空港へ。空港周辺のツアーを組む。
アフターコロナに対しインバウンド対策強化	県	自治体の友好都市交換に対し静岡空港の利用促進	静岡空港を日本の玄関に
インバウンド（海外）	県、空港	旅行会社とのタイアップ	リピーターが静岡に泊まってくれるようなプラン。空港がある事を有効活用。静岡を選んでもらえる様にするために静岡の魅力の磨き上げ。
インバウンド（海外）	県、空港	在日外国人（ブラジル人、実習生など）への利用促進	里帰りや家族の日本移住の手助けなど
インバウンド対策強化	県・運営	アジアのハブ空港に。新しい路線を増やす	
インバウンド対策の強化	県	アジア圏の旅行業者を誘致する	県内ゴールデンコースを設定。昔（富士山、温泉、秋葉原）、今（富士山、温泉、海の青）

6班 : 交流を支える交通ネットワーク

課題	だれが	なにをする	備考
インバウンド対策の強化	県	東アジアのみでなく、東南アジア航路の拡大を図る	経済・人的交流が増加している東南アジア諸国との航路は今後、重要性を増して行くと思われる
インバウンド対策の強化	県	路線拡大	友好都市の行き来、留学等
インバウンド対策の強化	市町	旅行業者を「おもてなし」、地域の特徴をアピール	コース市町との連携した特色づくり
空港の利用促進	県、旅行会社	九州、北海道から富士山登山や伊豆温泉等の旅行案を発信する。	九州、北海道の客を呼ぶ事も考える
県行政運営会社双方からの利用促進	私	一度は富士山静岡空港から飛行機に乗ってどこかに行く	
県と運営会社との役割分担	県	連携強化、責任の明確化、県としてのリーダーシップ	広報活用、県民への知らしめ。SNS活用。
収益性の確保	県	外国からの搭乗客を増やす	世界に向けた情報発信が必要。
ハブ空港を経由した全世界への旅行の促進	県、県民、インスタグラマー	英語圏や全世界への旅行において、ハブ空港経由の方法を周知させる。→SNSの利用	若者の情報元はSNSが中心であるため、これを活用する。旅生活などをインスタに載せる事で、収入を得るインスタグラマーがいる。この様な方々をお願いをして、空港や周辺の魅力を存分に伝えてもらう。
利用促進	県	友好都市等との交流	
空港の利便性向上 ⇒ 便数・路線（就航先）の拡大	企業（航空会社）	路線拡大	搭乗率等を度外視で就航先を検討
空港の利用促進	企業	国外インバウンドを喚起するために周遊コースを構築。	旅行会社とタイアップして、しゅぞ架空後発の旅行プランを作るなど。
空港の利用促進	NPO、企業、学校	英語教育	静岡大学の留学生に協力してもらって英語を学ぶ場を作る
空港の利用促進	県	友好都市や県内高校の海外協定校に目を向け教育旅行を充実	高校同士の交流の一環である高校訪問に注目。
西側県有地の活用			
県有地の活用強化	企業	施設の建設	
県有地の活用強化	空港会社	県と連携した推進	
県有地の活用強化	県	プランの周知	今以上に県民に知ってもらう。県民だけでなく、世界にも知ってもらう。
空港のアミューズメント化	県	空港の西側の土地に静岡県に関するイベントや飛行機に関する展示を行える施設を建設する。	空港利用者が魅力を感じ里施設であれば、空港利用を促進できるのではないかと考えたため。
空港の収益性の確保	企業	西側の土地を利用し、空港で遊べるような施設の設置。	どのような地区にしていくか。ゾーニング等はいまいち浸透していない。
利便性の向上			
—	県	県内の住民を静岡空港に呼べるような政策をとる。	コロナ下において国際便が飛ばせない今、最も静岡空港に来られる可能性が高いのは県民だから。外国の人や他県民よりもまず、いかにして県民が来てくれるかを考えるべきだと思う。

6班 : 交流を支える交通ネットワーク

課題	だれが	なにをする	備考
JR駅までの交通機関	県	バスの便を増加させる	シャトルバスなど。
空港を中心とした交通網の充実	県	J R に対し新幹線空港駅を計画する	夢の一つとして具体化して可否を検討する。
県全体の経済波及効果・収益の確保	県	空港の周辺の開発	空港に呼び込むために、空港を利用しなくても楽しめる施設・コンサート会場等
静岡空港への道路の改善策について	県	上申（国）、提案（土木事務所）	空港活用の拡大他のため
静岡空港への道路の改善策について	市	行政	アクセスマップを作成する。公開する。
収益性の確保、利便性の向上	県	二次交通の発達と向上	周辺の見所、名産品等が記載されたアクセスマップの作成・公開など
富士山静岡空港の利便性向上	県	交通網の整備（無料シャトルバスなどの充実）	空港内や周辺施設がどれだけ充実していても、交通網が整備されていないければ、人は来ないから。個人車を使うより、CO2の排出量が抑えられる。
利便性向上	県	空港直通バスがある事をちゃんと告知する	駐車が2000台以上ある事も同時に告知する
利便性向上	県	今後検討・・・？	道路を作るのは難しいと思うので、レンタカーがある駅から空港までのルートマップの公開など。
利便性の向上	県	二次交通の充実、駅からのバスの便数を増やす	浜松駅、静岡駅、金谷駅等から
利便性の向上	県	交通機関の開発→付近に中心業務地区の形成	静岡駅、掛川駅から静岡空港まで距離が離れており、自家用車で行くにしても付近にショッピングモールのような立ち寄れる施設がないと人は来ない。また、付近にニュータウンが形成できるなら、そこから空港への移動も容易になるから。
空港周辺のアクセス向上	運営会社	駅から空港までのバス便の増加	静岡駅からの本数が少ないと思います。
空港周辺のアクセス向上	県	運営会社への働きかけ	
富士山静岡空港の利便性向上	県	静岡空港までにどれほど時間や費用がかかるか明確に提示。	コンパクトな空港で到着して迅速に出発できることをアピール
利便性の向上	県	セントレアのように駅と直結してほしい	電車の方が楽だから
利便性向上のための交通網の発達	県	空港の近くではなく別の地点にターミナルを設置しバスの本数を増加させる。	県外から来た人が県内をより観光しやすくするため空港からのバスの本数を増加させることで間接的に空港の利用者を増やすことができるのではないかと考えたため。
その他			
”訪れたいくなる、オンリーワンの地方空港”を目指す	企業	拠点開設 営業開始	
静岡県と運営権者との連携強化（と県民へのPR）	運営権者	役割の明確化 県民へのPR	県民の税負担軽減等をキチンとPR