

Q 職員駐車場の確保と安全対策について伺う。

A 安全確保を最優先に停止線・横断歩道・注意喚起看板の設置などの対策を講じる。

子育て支援について

Q 小児科が近くに無い地域の負担緩和のために集団予防接種を行うってどうか。

A 被接種者の体調、および保護者の都合や利便性に加え、安全性が高いことから今後も個別接種で実施していく。

Q 電子母子手帳を導入してはどうか。

A 電子母子手帳がよいのか今まで通りでよいのか、利用者目線に立って検討する。

Q 電子版お薬手帳を導入してはどうか。

A 基本的に各薬局において検討するものだが、国の動向等を注視していく。



介護保険の補足給付が縮小

Q 8月から介護保険制度の補足給付が縮小され特養ホームなどへの入所者の負担が増えた。国に撤回を求めるべきだ。

A 国に撤回要望はしない。



※写真はイメージです

これからの地場産品の国際的ブランド力の強化について

Q 2018年に行ったジャパン・ハウス・ロンドンでのイベントの効果と影響について三条市の見解はどうか。

A 英国王室ウイリアム王子をはじめ延べ2万5000人を超える世界各国の方々に、ものづくり文化と技術で生まれる地場産品を高く評価してもらった。企画展終了後イギリスの

農業施策、経営・組織形態の見直しについて

Q 下田地域は中山間地で大規模経営に向いていないと思うが、市の見解はどうか。

A 下田地域の農業については、条件不利等を考慮し、ブランド化や6次産業化による付加価値の向上を図り、経営を成り立たせることができる。と考える。



※写真はイメージです

Q 高付加価値化への取り組みはどうか。

A 自然と調和した農業の推進、園芸作物の導入促進、観光分野と連携した体験メニューの開発などを想定している。

鍛冶職人との交流や英国王立芸術大学の学生が視察に訪れるつながりも始まり、ものづくりのまちとしての認知度や地位が向上した。

Q 令和2年度ジャパン・ハウス・サンパウロで行う予定だったイベントをどうするのかが。

A 感染症の状況を見極めつつ現地事務所や工場の祭典の関係者と検討していく。

Q 今後どのような戦略で国際的ブランド力を強化していくのか。

A 対外的に知名度の高い燕三条としての事業展開が大切で、燕三条地場産業振興センターが策定した戦略に基づき取り組みを進める。



開催予定だった「ジャパン・ハウス・サンパウロ」

地球温暖化対策について

Q 「気候非常事態の宣言」や「2050年二酸化炭素排出実質ゼロ表明」をする自治体が増えていく。三条市も表明すべきでないか。

A 具体的な内容が伴わない宣言、表明は現時点では考えていない。

Q 三条市地球温暖化対策実行計画の取り組みで二酸化炭素排出量削減はどの程度か。

A 地元間伐材を活用した保内発電所や照明をLEDに転換するなどの事業に取り組み、二酸化炭素排出量を14.9%削減した。



※写真はイメージです

Q 再生可能エネルギーの太陽光パネル設置に支援をすべきでないか。

A 今後研究する。

Q 二重サッシや断熱材など省エネルギー対策の住宅リフォームに助成すべきだ。

三条マルシェのこれからの方向性について

Q 三条マルシェを今後どのような方向性で行うのか。

A 三条マルシェ実行委員会では実施方針に沿った適切な感染症予防対策を講じつつ、これまで積み上げてきた運営方法の工夫を基に、まちなかでの開催を視野に、実施に向けた計画をしている。

ふるさと三条応援寄附金推進事業の新たな体制づくりについて

Q CMOは、ふるさと納税を通して三条市の魅力を全国に発信し、地域経済の発展に貢献いただき、そのための効果的な組織づくり、体制づくりでもCMOに検討してもらうとのことだが、これまでの活動の展開、成果について現在の状況はどうか。

A 就任早々から地元企業や生産者との情報交換を行い、今までの経験、ノウハウを生かして数々の取り組みを企画立案、実行している。

具体的には、市外の方が三条市を訪れた際に、加盟店での買い物や食事に利用

A 省エネルギー対策への効果や経済対策も含めて検討する。



太陽光パネルを設置した住宅

米価下落対策

Q 近隣市が米価下落に対し支援策を講じている。三条市も農家に支援すべきだ。

A 直接的な独自支援は考えていない。

国保税の子どもの均等割

Q 来年4月から未就学児の均等割が半額になる。子育て世代を支援するため小学生も減免すべきでないか。

A 三条市単独で軽減対象を拡大することは難しい。

するポイントを付与する電子感謝券を11月25日に県内で初めて導入した。このほか、大手宿泊予約サイトの楽天トラベルで利用できるクーポンを新規に追加するなど、体験型返礼品を拡充してきた。

また、非体験型の返礼品の発掘などにも取り組み、本市の強みであるアウトドア用品やフルーツ、地元産米など多くの返礼品を取り扱うことにつながっている。

こういった取り組みが11月現在で昨年同時期と比較して約1.86倍となる約6億4000万円の寄附の結果につながっている。



※写真はイメージです