

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-1 地域資源の魅力向上

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	③修正	72	1 地域資源の魅力向上 ③現状と課題の課題1つ目	観光産業の振興には、その基盤として地域資源である1次産業の振興が不可欠であることから、行政と第1次産業関連団体と観光業者とが三位一体となった取り組みが不可欠であるが、現状この点の連携が課題となっているため。	「行政と観光事業者が一体となった」を「行政と第一次産業関連事業者と観光事業者が一体となった」に修正	修正案のとおり修正いたします。	H委員
2	②提案	73	④施策の方針 観光案内版の多言語化等の整備を進めるとともに、外国メディアの受け入れ、トップセールスの参加と、インバウンドの拡大を図ります	5年計画なら先日の2000万回再生された動画の視聴データを使って、明確にアプローチをかける国名を決めたり、もう少し具体的に書き込むことも一つではないでしょうか？		今回実施した動画配信では、フィリピン、タイ、台湾、マレーシア、イギリスが視聴数の上位5か国となっておりますが、本施策については、1回の実施結果によりアプローチしていく国や手法を決定するのではなく、回数を重ね、その情報の精度を高めていくものと考えておりますので、現時点では、具体的な国や手法の記載は考えておりません。	L委員
3	②提案	73	④施策の方針	【内容】観光客の満足度を上げるため、市内の消費拡大につなげる方策として、安心して負担なく来遊していただくための受入環境の整備が重要であります。 【理由】世界的に誰もが活用しているスマートフォンのウェブ検索のアプリ（グーグルマイビジネス）などへの情報掲載の充実を図ることが必要と考え、「市内消費の拡大につなげる、ウェブ検索の充実を図る。」を追加		今後、国内外のお客様を多く迎えていくにあたり、GoogleやYahoo!等の代表的な検索エンジンでの利便性向上については、本市としても重要な課題だと考えております。 従って、④施策の方針に「旅行者の利便性向上のため、大手検索エンジンが提供する無料ツールへの店舗情報の登録を促進し、市内消費の拡大を図ります。」を追加いたします。	X委員
4	③修正	73	⑤基本的な取り組み 情報発信の強化および旅行形態、観光客ニーズの把握・主な内容	公式HP、SNS、有料プレスリリースは伊東の外にいる人に情報を届ける方法で、「伊東に来たいと思わせる」といった情報の種類になると思います。 デジタルマーケティングも広告と統計を同時に行うとしても、広告部分は伊東の外にいる人に情報を届ける方法で、伊東に人を呼び込むことだけに視点が注がれているように感じ、この文章では「伊東に来た方に渡す」情報の視点が抜けていると感じます。 「このために来たい！」という動機にならないまでも、伊東を楽しむためのより細かい情報も満足度や付加価値をあげるためにも重要だと思います。 公式HP、SNS、有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信、来遊客向けの情報充実及び、デジタルマーケティングによる情報発信、調査、分析、、、、、、、という感じで「伊東に来させる情報」と「伊東に来た人に渡す情報」の両方の視点での表記が必要であると考えますがいかがでしょうか？	公式HP、SNS、有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信、来遊客向けの情報充実及び、デジタルマーケティングによる情報発信、調査、分析、、、、、、、	伊東に来た人に渡す情報につきましては、X委員にご指摘いただきました「来遊していただくための受入環境の整備」と類似の指摘事項だと考えております。 対応につきましては、X委員のご指摘に対してのものと同様といたします。	L委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-1 地域資源の魅力向上

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
5	③修正	73	⑤基本的な取り組み ブランドイメージの確立・主な内容	<p>ブランドイメージの確立で、「主な内容」が観光プロモーション事業の推進というのはいささか漠然としていると思います。</p> <p>また、④の施策の方針でも、「市民や観光事業者と連携し、本市のブランドイメージ確立に向け取り組みます。」と書いてあり、やりながら考える的な表現ともとれます。</p> <p>地域ブランドとは、【地名を聞いただけで消費者の中にも浮かび上がるイメージがあり、かつ、それが消費者にとって魅力がある場所】ということで、消費者の「中に」イメージがあるかどうかが重要になると思います。</p> <p>京都＝歴史、抹茶、北海道＝海鮮などのように、伊東と聞いただけで、〇〇というような、消費者の中にも浮かび上がるイメージで、かつそれが消費者にとって魅力があるものを最初に明確化し、それをプロモーションを通して伝えるという方向ではないかと思えます。</p> <p>そう考えると、最初に消費者にとって伊東としてのイメージがあり、かつ魅力や価値のあるものを明確化ありきで、消費者に伊東としてのイメージがあり、かつ魅力や価値のあるものを明確化し、それを観光プロモーションを通じて消費者の中でブランド化させるではないかと思えます。</p>	<p>消費者に伊東としてのイメージがあり、かつ魅力や価値のあるものを明確化し、それを観光プロモーションを通じて消費者の中でブランド化させる</p>	<p>御提案を踏まえ、「観光プロモーション事業の推進」を「本市の魅力や価値あるものの明確化と観光プロモーションによるブランドイメージの浸透」に修正いたします。</p>	L 委員
6	①質問	73	⑤基本的な取り組み 観光施設の付加価値化	<p>観光施設花壇というのは小室山のツツジや、伊豆高原の桜を指すと考えてよろしいでしょうか？</p> <p>これらなら、「この為に来たい」という動機になりうるため、問題はないと思いますが、それ以外のものだと、訴求力と情報発信の労力があうか気になります。</p>		<p>「観光施設花壇」は伊東駅前ロータリーやオレンジビーチ沿いの歩道、湯川シンボル柱及び殿山交差点付近に設置した花壇のことを指しております。</p> <p>特定の観光スポットではなく、国道135号バイパス沿いを中心とした市内の花壇の魅力向上を図ることで観光地としての付加価値化を図り、市内を周遊する観光客に「花と海といで湯の街」をアピールしていくことを考えております。</p>	L 委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-1 地域資源の魅力向上

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
7	②修正	73	⑤基本的な取り組み ふるさと納税制度を活用した地域振興の推進・主な内容	周知が足りないものもあるかもしれませんが、「パソコンがわからない」といったデジタルアレルギーのほうに登録に二の足を踏ましている原因ではないかと推測する部分もあります。 デジタルアレルギーは伊東市民の一つの大きな問題だと思います。 この先、AI化などが進み、デジタルディバイド（デジタル格差）が大きくなると、他のデジタルに強い地域とくらべ、競争力が弱くなると思います。 そう考えると、ふるさと納税をきっかけにして、デジタルに対してのアレルギーを少しでも減らす努力も必要になると思います。 もちろん、出荷数が対応できないなどの問題もあるかもしれませんが。 したがって、問題点を洗い出して改善するという表記も加えてはいかがでしょうか？	ふるさと納税制度の市内事業者への周知、および登録への障害となっている問題点の改善をすることで登録数を増やす	ふるさと納税に係る業務において、御指摘のデジタルアレルギーへの対応のほか、手続きの煩雑さ等の解消など、事業者がふるさと納税に参加することへの障害につきましては、これまでも改善してきており、今後も引き続き対応してまいりますので、記載につきましては、現状のままとします。	L委員
8	③提案	73 83	地域資源の魅力向上 水産業の振興	豊富な海の資源があるため、活用していただき、観光活性化につなげていただきたい。		豊富な海の資源については、当然のことながら本市における代表的な魅力の一つであると考えております。計画には具体的に明記しておりませんが、計画に記載している「地域資源」の中に含まれているものと考えております。	Z委員
9	②提案	73	⑤基本的な取組	【理由】方針にウェブ検索が追加することにより、各事業者の情報発信（アプリ）への掲載強化、各施設、飲食店などの事業者がアプリに店舗の写真や詳細情報の掲載に向けた取組の追加が必要		御提案を踏まえ、⑤基本的な取組については、現在「情報発信の強化及び旅行形態、観光客ニーズの把握」となっているものを、「情報発信の強化」と「旅行形態、観光客ニーズの把握」に分けることといたします。 それぞれ主な内容として、「公式HP、SNSを活用した情報発信・有料プレスリリースを活用したメディアへの情報発信・旅行者の利便性向上及び市内消費拡大に向けた事業者による検索エンジンへの登録促進」と「デジタルマーケティングによる情報発信及び調査・分析、伊東温泉観光客実態調査による調査・分析」といたします。	X委員
10	②提案	73	⑥役割分担 ■市民	方針、取組に追加されたことで（事業者） ・情報発信（アプリ）への登録掲載に取組めます。を追加		グーグルマイビジネスについては、検索エンジンの利便性向上のために店舗や施設等の情報を登録する機能であり、アプリではありません。 ⑥役割分担については、■市民（観光事業者）を（観光及び商工事業者）へ変更し、「WEB検索やSNS等を活用した情報発信、事業の推進に積極的に取り組めます。」に変更します。	X委員
11	②提案	73	⑥役割分担 ■行政	アプリの登録をより多くの事業者に行っていただくことの「事業者への登録の周知、支援を行います。」を追加		■行政については、「事業者の情報発信のサポートを行います。」を追加いたします。	X委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-1 地域資源の魅力向上

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
12	③修正	73	1 地域資源の魅力向上 ⑥役割分担中行政の2つ目	観光産業の振興には、その基盤として地域資源である1次産業の振興が不可欠であることから、行政と第1次産業関連団体と観光業者が三位一体となった取り組みが不可欠であるため。	「市民や観光関連業者と連携し」を、「市民、第一次産業関連事業者及び観光関連事業者と一体となって」に修正。	修正案のとおり修正いたします。	H委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-2 新たな観光形態の構築・推進

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員	
1	③修正	74	⑤基本的な取り組み 情報発信の強化および旅行形態、観光客ニーズの把握・主な内容	資料2-1No. 4と同じ		資料2-1No. 4における市の対応と同様といたします。	L委員	
2	②提案	75	2 新たな観光形態の構築・推進 ⑤基本的な取り組み	新たな観光スタイルとして、農作業支援を目的としたアグリツーリズムが注目されており、自然志向の高まりのなか、今後さらなる需要が見込まれることから、アグリツーリズムの推進も取り入れるべきである。		アグリツーリズムについては、今後の観光誘客の要素の1つになる可能性を秘めていると考えますが、多くの観光客を受け入れるだけの農家のキャバが本市にはまだ整っていないと考えております。まずは農業に携わる方の底上げを行うことが重要であると考えるため、アグリツーリズムの推進については、基本計画策定後に作成する実施計画に数値目標として採用するかどうか検討いたします。	H委員	
3	②提案	75/85	75P 該当する場所なし 85P 関係人口の増大に向けた施策の促進	<p>コロナ禍もあってテレワークが脚光を浴び、そこから発展した「ワーク」（労働）と「パケーション」（休暇）を組み合わせた造語のワーケーションと呼ばれる観光地に長く滞在して、仕事をしながら過ごすという旅行形態にわかに脚光を浴びています。</p> <p>例えば、星野リゾートさんは10連泊は65%引きなどを既におこなっており、伊豆高原のペンションさん達も興味を持っているように聞いています。</p> <p>宇佐美などは民宿などが多く、もともと仕事できた労働者を長期泊まらせることになれているというのもあり、都心への近さも伊東市にとって、メリットになるのではないのでしょうか？家庭を持っている人はなかなか難しいですが、独身、子供が巣立った人などには向いた働き方になるやもしれません。</p> <p>長く滞在することで、時間が沢山でき、観光ではいけない場所へも足を伸ばしやすくなります。</p> <p>それは、中心市街地回遊の仕組みづくりにも一役かうと思われ、また、その町をよく知ること、「7の移住定住の促進・関係人口の拡大」にも役にたつと思います。</p> <p>下田市では一足先に行っている部分もあり、3の広域連携による誘客の拡充や伊豆としての一体感につながると思います。</p> <p>75Pの基本的な取り組みの中に、新たな取り組みとして、85ページ「関係人口の増大に向けた施策の促進」の主な内容に「ワーケーションの推進」をいれてみてはいかがでしょうかと思います。</p>		御指摘のとおり、新型コロナウイルス感染症の影響の中で、都内の事業所でもオフィス機能を撤廃し、テレワークのみといった業務体系をとる事業所も増えており、7月27日に開かれた政府の「観光戦略実行推進会議」でも、新型コロナウイルスの影響で、観光関連産業が大変厳しい状況にあると指摘したうえで、旅行や働き方の新しいスタイルとして、リゾート地や温泉地などで余暇を楽しみながら、テレワークで仕事をする『ワーケーション』の支援に取り組み考えを示したことを承知しております。このような状況の中で、ワーケーションについては、新たな顧客獲得のための必要な要素だと考えておりますので、⑤基本的な取組に新たに「ワーケーションの推進」を項目として追加し、主な内容として「ワーケーション対応施設等の情報発信・ワーキングスペース等のハード整備の検討」を追加いたします。	また、施策5-7 移住定住の促進・関係人口の拡大における主な取組「関係人口の増大に向けた施策の促進」においても、ワーケーションの推進を追加いたします。	L委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-3 広域連携による誘客の拡充

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	③修正	76	②成果目標（KPI） 伊豆半島7市6町の外国人 宿泊客数 目標値675,000人以上	現在のコロナの状況下において、外国人の受入れ（来日）自体が困難であり、数値目標は大幅に下方修正、もしくは目標値を設定なしにすべき。	（具体的な数値は出せないのでは？）	新型コロナウイルスの影響により、伊豆半島及び本市へお越しいただく観光客数は減少することと認識しておりますが、今後、コロナウイルスが完全に終息することが可能なのか、今のよう状態が続いていくのか、見通しが不透明であります。そのような状況の中での数値目標につきましては、今年度大きく落ち込むことは想定しておりますが、終息を前提とし、その数値に向かって様々な施策を展開してまいりたいと考えております。	Y委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-4 商工業の振興

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	③修正	79	⑤基本的な取り組み 地域特産品の付加価値の向上・主な内容	伊東ブランドの認定と情報発信という視点だけでもいいのですが、人がブランドに価値を感じるのは、当事者以外の人間が価値を認めている「裏付け」があるからだと思いません。 認定だけでなく、伊東ブランドそのものの価値をあげることに言及してはどうかと思います。 例えば熱海は「田崎真也」という世界一のソムリエが選んだという「裏付け」を使ってブランドの、、選ばれたことの、、「価値」を上げています。現在伊東市は「和食やイタリアンの料理人、大学教授、デザイナー、大手通販サイトの運営企画の方々が審査員となり」という表現で「価値」をあげようとしています。これらも、〇〇という賞をとった和食の職人、料理歴〇年のイタリアンの料理人、という表現だったり、「食味やパッケージなどを総合的かつ厳正に審査し、」の部分をもう少し掘り下げて、賞品一つ一つに審査員の批評やコメントで特徴的なものをつけたり、採点基準を明文化したり、たまに有名人を使ったり、伊東ブランドそのものの価値を上げる要素もまだ残っていると思うので、「伊東ブランド」の価値の向上、認定、情報発信としてはどうかと思います	「伊東ブランド」の価値の向上、認定、情報発信	修正案のとおり修正いたします。	L委員
2	③修正	79	⑥役割分担 ■経済団体	・事業者の指導を行うとともに、事業者の有益な情報を提供します。となっているが、指導だけではなく、相談が多いことから相談・指導への修正が適正と考えます。		御意見を踏まえ、 ・事業者からの各種相談への対応や経営指導を行うとともに、事業者に有益な情報を提供します。 に修正いたします。	X委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-5 農林業の振興

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	③修正	80	5 農林業の振興 ④施策の方針中5つ目	農林業の振興には、観光地としての特性を生かし、農林業自体を観光資源とすることが有用であり、そのためには、行政と第1次産業関連団体と観光業者とが三位一体となった取り組みが不可欠であるため。	「観光産業との連携による」を、行政、第一次産業事業者及び観光産業とが一体となって」に修正。	御意見のとおり、行政、第一次産業事業者、観光産業の3者が一体となって農林業の振興を図ることは重要であると認識しておりますが、市といたしましては第一次産業事業者との連携を前提としておりますので、施策の方針への記載としてはあえて明示せず、現状のままとさせていただきます。	H委員
2	③修正	81	⑤基本的な取り組み 農林業所得の向上 主な内容・主な内容	野菜そのものの価値を上げていく視点があってもいいかと思います。 たとえば、鎌倉野菜がそれを成功させていますが、「伊豆高原野菜」などのブランド化に取り組むことで同様のことができる可能性はあると思います。「観光関係団体との連携による農林産物の高付加価値化」という表現とは少しニュアンスが違うと思うので、6次産業化に向けた取り組みや新たな基幹となる作物振興への支援、観光関係団体との連携や、農林産物そのもののブランド化による高付加価値化の推進、有機農業の促進 としてはどうかと思います。	6次産業化に向けた取り組みや新たな基幹となる作物振興への支援、観光関係団体との連携や、農林産物そのもののブランド化による高付加価値化の推進、有機農業の促進	修正案を踏まえるとともに、他の委員の意見も参考とした上で、 「6次産業化に向けた取り組みや新たな基幹となる作物振興への支援、観光関係団体との連携による農林産物の高付加価値化の推進、有機農業の促進」を 「6次産業化に向けた取り組みや新たな基幹となる作物振興への支援、観光関係団体との連携や農林産物そのもののブランド化による高付加価値化の推進、有機農業の促進」 に修正いたします。	L委員



## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-6 水産業の振興

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	③提案	82	水産業の振興全般	水産業については、水揚数量をはじめ、現状を最低限維持していけるよう、行政と連携をお願いしたい。漁業生産量についても、今年が最低となっているので、そこは必ず維持できるようにしたい。		今後も漁協を始めとした漁業関係者と連携して、水産業の振興に努めてまいります。	Z委員
2	③提案	83	水産業の振興基本的な取組	地魚のブランド化を図り、地魚をPRし、市場を拡大できよう、市にも協力いただきたい。		漁協も参加している伊豆・という地魚王国を通じて、地魚のブランド化及びPR事業を引き続き進めてまいります。	Z委員
3	③提案	73 83	地域資源の魅力向上 水産業の振興	豊富な海の資源があるため、活用していただき、観光活性化につなげていただきたい。		水産資源の活用について、観光分野との連携により活性化が進むよう努めてまいります。	Z委員
4	②提案	83	⑤基本的な取り組み 魚食の普及 主な内容	魚を販売するという部分で、昨今、旅行において一時期のカニやいくら、マグロなどの豪華な食事を並べる食事から、「ガストロノミーリズム」[ガストロノミー：食事・料理と文化の関係を考察すること]といわれる、地元の食や、自然、歴史文化を知る旅がにわかに脚光を浴びています。昔から食べられてきた食べ方の情報発信「アジのタタキ」「ジンタ」「カラスとトンビ」「しったか」「まんぼう」「そぼろ」「青唐タタキ」などを情報発信することで、観光での消費を期待することができるのではないのでしょうか？観光関連団体との連携による高付加価値化の言及があるといいと思います。		No4、No5、No6の御提案を踏まえ、「魚のおろし方教室の開催、各種イベントへの参加、地魚取扱事業所の宣伝周知等による広報」を、「魚のおろし方教室の開催、学校給食の活用、各種イベントへの参加、観光との結びつきによる高付加価値化の推進、地魚の価値向上のため取扱事業所の宣伝周知による広報」と修正いたします。	L委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-6 水産業の振興

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
5	③修正	83	⑤基本的な取り組み 魚食の普及 主な内容	<p>地魚取扱事業所の宣伝周知等による広報はもちろん大事なのですが、首都圏には「地魚」という言葉はなく、（飲食店は豊洲に全国から集められた魚から選ぶので）「地魚」という言葉が聞き慣れない言葉のため、意味が正確に分かっていない、また、価値がちゃんと伝わっていないのではと思います。なので、「海の近くなら何でも魚は新鮮だろう、サーモンといくら丼たべよう」という消費者の心理になっていると思います。</p> <p>「地魚」=近くの海、地元の港で上がった魚で新鮮さがまるで違うということを伝える</p> <p>まず地魚の価値をあげて、その上で地魚取扱事業所の宣伝周知、または同時にやるべきと考え、「地魚」そのものの広報が必要だと考えます。</p> <p>地魚取扱事業所の宣伝周知等の部分を、地魚、および取扱事業所の宣伝周知による広報と変えてはいかがでしょうか？</p>	地魚、および取扱事業所の宣伝周知による広報	No4の対応のとおり、修正いたします。	L委員
6	②提案	83	⑤基本的な取組 魚食の普及	<p>近隣の水産業の市である沼津市の取組みを参考に、学校給食への地元水産物の利用を積極的に行う。</p>	学校給食のメニューに魚食を積極的に取り入れ、地元の子供達に水産物に親しんでもらう	No4の対応のとおり、修正いたします。	Y委員
7	②提案	83	⑤基本的な取り組み 魚食の普及 主な内容	<p>魚が好きな人は、美味しい魚を求めて、遠距離でもその土地に赴く傾向があるように感じます。</p> <p>魚種が豊富で、季節ごとに違う魚がとれる伊東市なので、各地でブランド化されている、例えば金沢のノドグロや、岡山県のサワラなどが、伊東でもあがることをうまく伝えられれば、首都圏からの距離の近さも手伝って顧客を奪える可能性があると思います。</p> <p>「まち、ひと、しごと創生」総合戦略の基本目標2-3の中には 「水揚げされる魚種が豊富である地域性を活かしつつ、」とあります。であるならば、計画の中にも魚種の豊富さをアピールする一文があってもいいと思います。</p>		魚種が豊富な地域性について、魚食普及活動の中で宣伝周知による広報に努めているとの認識でありますので、現行案の表現に含まれているものと考えております。	L委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-7 移住定住の促進・関係人口の拡大

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	②提案	75/85	75P 該当する場所なし 85P 関係人口の増大に向けた施策の促進	<p>コロナ禍もあってテレワークが脚光を浴び、そこから発展した「ワーク」（労働）と「バケーション」（休暇）を組み合わせた造語のワーケーションと呼ばれる観光地に長く滞在して、仕事をしながら過ごすという旅行形態にわかに脚光を浴びています。</p> <p>例えば、星野リゾートさんは10連休は65%引きなどを既におこなっており、伊豆高原のペンションさん達も興味を持っているように聞いています。</p> <p>宇佐美などは民宿などが多く、もともと仕事できた労働者を長期泊まらせることになれているというのもあり、都心への近さも伊東市にとって、メリットになるのではないのでしょうか？家庭を持っている人はなかなか難しいですが、独身、子供が巣立った人などには向いた働き方になるやもしれません。</p> <p>長く滞在することで、時間が沢山でき、観光ではない場所へも足を伸ばしやすくなります。</p> <p>それは、中心市街地回遊の仕組みづくりに一役かうと思われ、また、その町をよく知ることで、「7の移住定住の促進・関係人口の拡大」にも役にたつと思います。</p> <p>下田市では一足先に行っている部分もあり、3の広域連携による誘客の拡充や伊豆としての一体感につながると思います。</p> <p>75Pの基本的な取り組みの中に、新たな取り組みとして、85ページ「関係人口の増大に向けた施策の促進」の主な内容に「ワーケーションの推進」をいれてみてはいかがでしょうかと思います。</p>		資料2-2 No3における市の対応と同様といたします。	L委員
2	②提案	85	⑤基本的な取組	Withコロナの「新しい生活様式」となっている時世であり、働き方も変わりつつある。リモートワークができる、しやすい環境が整っていることをアピールしたらどうか		<p>施策の方針において、</p> <p>「多様な移住定住のニーズに対応するため、情報発信の強化や相談体制の充実等を図ります。」を、</p> <p>「多様な移住定住のニーズに対応するため、新しい生活様式も踏まえた情報発信の強化や相談体制の充実等を図ります。」といたします。</p> <p>なお、基本的な取組や主な内容において、リモートワークに係る記載はいたしません。基本的な取組に情報発信の強化に取り組むとしておりますので、その旨、対応していくことといたします。</p>	Y委員

## 第十一次基本計画（案）政策目標5に対する意見等

## 施策5-8 国際交流の推進・都市交流の促進

No	意見種別	頁	該当箇所	内容及び意見理由	修正案	市の対応	委員
1	①質問	86	③現状と課題 ■課題	外国人住民と外国人市民の使い分けの違いは？		外国人市民に統一いたします。	X委員
2	③修正	86～ 87	8 国際交流の推進・都市 交流の促進	現状のコロナ禍では、海外および国内での直接的な交流が難しく、Withコロナに見合った推進・促進へと一般的に見直すべき。 (コロナが終息した場合に改めて見直しをする)	「国際交流の推進」については、現在国内に滞在（居住）している外国人向け中心の施策へ 「国内姉妹（友好）都市交流事業」についても、現状ではコロナの動向に見合った市民交流活動を取り入れる。	記載の海外及び国内の交流事業については、コロナ禍における新しい生活様式を考慮し、開催に努めることとし、日本語教室の実施など外国人市民の支援に努めてまいりたいと考えております。 以上のことから、記載について修正は必要ないものと考えております。	Y委員