



公明党
遠藤 えんどう

隆 たかし

議員

シティプロモーションにおける地域ブランドの拡充について

問 現在はコロナ禍で社会全体に閉塞感があるが、コロナを克服すれば、全国の市町が「我がまち」のアピール活動を開始してくる。SDGs事業など、今後における地域ブランド「めがねのまちさばえ」を基本とした、新たな他市との大きな差別化の拡充が必要ではないか。

答 市としては、国内唯一の産地である「眼鏡」を鯖江市の顔として前面に打ち出す地域ブランド戦略「めがねのまちさばえ」を掲げ、県外でのイベント開催や、全国放送のメディア活用により、全国に知名度を広げてきた。

SDGsの推進についても、目標5「ジェンダー平等」の実現に向け、経済、社会、環境の3側面における好循環と相乗効果を出すための拠点として、さばえSDGs推進センターを開設し、情報発信している。

今後は、「知られているまち」から、さらに上のステージである「選ばれるまち」への実現に向け、鯖江らしい特色を打ち出し、新たな戦略をデザインし、より効果的なシティプロモーションを構築していく。

そのほかの質問

○シビックプライドの取組について



アフターコロナに向けて



公明党
奥村 おくむら

義則 よしのり

議員

若者の消費トラブル対策について

問 若者の消費トラブル件数、相談内容は。

答 令和3年度2月末時点で、20歳未満が10件で、オンラインゲームやカードに関するトラブルが多い。20代では32件で、債務やフリーローンに関するトラブルおよび注文した品物が届かないなどの商品一般に関するトラブルが多い状況である。

問 本年4月より成人年齢が18歳になる。成人になると、親の同意がなくても契約が可能で、消費トラブルに巻き込まれることを危惧する。特に新成人となる若者を消費トラブルから守るため、教育現場における消費者教育の現状について聞きたい。

答 教育長 小学校5年生では売買契約の基礎について、中学校2年生ではクレジットカードなどの3者間契約について、家庭科授業を中心に、発達段階に応じた消費者教育を実施している。インターネットの普及やキャッシュレス化により、被害者も低年齢化している。出前講座や警察の防犯教室などで具体的な例を紹介するなど指導に努めている。



消費者教育は子どもの生きる力に



市民創世会
木村 きむら

愛子 あいこ

議員

アフターコロナのまちづくり

問 コロナで多くの事業がストップし、不要と考えられる事業や市民力の低下も気になる中で、まちづくりとどう向き合うのか。

答 先人たちが築いてきた歴史や伝統、文化をベースにした地区や地域での事業、活動をしっかりと支援していくことが極めて重要である。区長会に配分する融和と協働のまちづくり交付金の使い勝手をよくするとともに、各地区の特色を生かしたまちづくりの活動に充てていただくため、「十区色づくり交付金」を新たに創設した。今後、事業の統廃合はあると思うが、ウイズコロナでの新しい時代の市民活動を模索し、市

民力の向上につながるよう取り組んでいきたい。

問 子どもたちの読書離れがあり、第2期教育の振興に関する施策の大綱や第3次鯖江市子ども読書活動推進計画の実効性が重要だと考えられ、図書館周りの地代活用からも全天候型遊び場にする、こども図書館構想を提案する。

答 教育長 文化の館2階児童図書専用閲覧室のさらなる充実、読書に親しめる環境整備に全力を尽くしたい。その中で、屋内遊戯場施設に読書の機能を持たせることについても、児童図書専用閲覧室とどう連携ができるのか、併せて検討していきたい。