

No.		基本目標	施策方針	基本方針	質疑事項	回答
1	農業振興アクションプラン	3 培うこと	2 市内企（事）業の振興	1 農業生産基盤の整備	4ページ 3－2－1 ① 「地域の話し合いの支援」とは具体的にどのような働きかけなのでしょう。	各地区の農業経営を行っている方に行ったアンケート調査をもとに、資料を作成し、農業者、市、関係機関の参加のもと、地域の農業の将来像や土地利用・施設配置などを総合的に定め、支援制度をはじめ持続可能なまちづくりを進めるための計画を策進します。
2	商工業振興アクションプラン	1 創ること	1 創業・就労（農）の支援	1 創業支援	6ページ 1－1－1 ① ステップアップセミナーの開催が1回となり、受講者も1名となった問題点はどこにあるのでしょうか。	本事業は、千葉県よろず支援拠点に講師派遣を依頼し、創業に関するセミナーを開催する事業ですが、講師との開催日の予定が合わず、1回のみの開催となりました。 また、参加人数が1人となった原因については、開催までの周知期間が確保できなかったためと考えております。
3	商工業振興アクションプラン	1 創ること	1 創業・就労（農）の支援	1 創業支援	6ページ 1－1－1 ② 創業・事業承継応援補助金の申請件数が0というのは、周知に課題が残るのではないのでしょうか。	実際に補助金活用相談は数件ありましたが、いずれも事業展開のスピードと補助対象要件に合致しなかったために、申請を見送る案件がありました。
4	商工業振興アクションプラン	1 創ること	2 富里ブランドの育成	1 地域ブランドの創出	6ページ 1－2－1 ③ スイカ・にんじんに次ぐ、これぞ富里のブランド野菜と胸を張って言えるような農産物を全市を挙げて商品開発していただけないのでしょうか？	富里ブランドを更にPRするため、新商品が開発できるよう「ふるさと産品」の周知及び開発の支援をします。
5	商工業振興アクションプラン	1 創ること	2 富里ブランドの育成	1 地域ブランドの創出	6ページ 1－2－1 ④ 具体的な実績説明に欠ける。どこのどんな特産品販売を視察し、本市の参考にできたのか否か。	令和7年度は、茨城県に所在する道の駅常総、道の駅下妻、空の駅そ・ら・らに視察した。茨城県の特産物の販売方法や商品のPRの方法について参考となりました。（具体的には納豆の販売戦略や商品の陳列方法など）
6	観光振興アクションプラン	1 創ること	1 富里ブランドの育成	1 富里ブランドの創造	10ページ 1－2－1 ④ 富里ふるさと産品に新規登録された7品ですが、広く市民に周知されているとは思えません。どのように市民や来訪者に周知していくのか？知りたいです。	新商品につきましては、成田空港で開催のイベントや都内でのイベント等に出店し市外の方への周知に取り組んでおります。
7	観光振興アクションプラン	1 創ること	1 富里ブランドの育成	1 富里ブランドの創造	10ページ 1－2－1 ⑤ 飲食店の新メニューの商品開発はなされたのでしょうか？進捗状況もふくめて随時情報発信をしていただきたいと思います。	ふるさと産品の新商品をはじめ、SNS等を活用した周知に努めます。
8	観光振興アクションプラン	1 創ること	3 地域資源の掘り起こし	1 観光プロモーション活動の充実	10ページ 1－3－1 ④ とみちゃん画像等使用承諾件数が大きく伸びたことは評価したいと思いますが、市内での使用以外の依頼はあったのでしょうか？お伺いいたします。	市外での利用につきましては、ネクスコ東日本酒々井サービスエリアからの申請や日本航空からの申請もありました。（使用対象物 ネクスコ：地図、日本航空：カレンダー）
9	観光振興アクションプラン	1 創ること	3 地域資源の掘り起こし	1 観光プロモーション活動の充実	10ページ 1－3－1 ⑩ とみちゃん、さとちゃん、もう一人いたような？そのマスコットキャラクターたちを見かけるととてもうれしくなります。もっと沢山あちこち出かけて宣伝してほしいです。	本市の公式キャラクターである「とみちゃん」につきましては、着ぐるみの貸し出しも実施しており活用の幅も広がっております。一方着ぐるみの状態も年々劣化していますので、着ぐるみの状態を考慮しながら今後も活用の推進を検討します。
10	観光振興アクションプラン	1 創ること	3 地域資源の掘り起こし	2 効果的なメディアの活用及び情報発信ツールの活用	11ページ 1－3－2 ① 「とみちゃんX」の投稿数が大きく減っている理由は何でしょうか。情報は小出しでもいいので、継続的に数多く発信していくことが大事だと思います。	令和7年度につきましては、より伝えたい本市のPR情報が伝わるように投稿数を削減しました。本市のPR情報につきましては継続的に発信しております。
11	観光振興アクションプラン	2 繋ぐこと	3 人材の確保・育成	1 観光人材の確保・育成	12ページ 2－3－1 ② 庭園ボランティアガイドについて、任期付き採用職員のガイド育成は完了したのでしょうか？	現在、公園作業員（会計年度任用職員）が庭園整備作業の合間に、来園者に尋ねられた際に、随時説明を行いました。新たな作業員が配属された際には、その都度、別邸公園の研修を実施し、将来的な庭園ガイドの実施に向けた育成を行っています。 令和7年4月に主屋の一般公開開始に伴い、主屋と庭園の一体的に案内するガイド体制のあり方について検討していく必要があります。
12	観光振興アクションプラン	2 繋ぐこと	3 人材の確保・育成	1 観光人材の確保・育成	12ページ 2－3－1 ③ 育成したガイドは何人位のお客様のご案内をされたのでしょうか？	現在、会計年度任用職員による庭園ガイドは実施していません。 参考までに、生涯学習課職員による主屋ガイドは随時行っており、団体受付では、市内外の小学生など、多い時には60名ほどを職員2名体制で案内しています。
13	観光振興アクションプラン	2 繋ぐこと	3 人材の確保・育成	1 観光人材の確保・育成	12ページ 2－3－1 ④ 庭園ボランティアガイドを利用されたお客様の反応はどうだったのでしょうか？	参考までに、生涯学習課職員によるガイドを受けた来館者の方のアンケートでは好評をいただいています。
14	観光振興アクションプラン	3 培うこと	3 地域資源の強化 4 交流人口の拡大	1 地域資源の強化 1 着地型観光の検討 2 受け入れ体制の整備	13ページ 3－3－1 ②、3－4－1 ③、3－4－2 ② 民間旅行会社を訪問しセールス活動を展開したとのことでしたが、結果はどうだったのでしょうか？	情報提供を行ったが、着地型の観光にはつながっていません。富里市を目的地に市外の方に来ていただけるよう観光ルートの検討を引き続き行います。
15	観光振興アクションプラン	3 培うこと	3 地域資源の強化 4 交流人口の拡大	1 地域資源の強化 1 着地型観光の検討 2 受け入れ体制の整備	13ページ 3－3－1 ③、3－4－1 ④、3－4－2 ③ 岩崎家ゆかりの地広域文化観光協議会事業の費用対効果をどのように分析されていますか？	令和7年度の事業として、安芸市と雫石町のイベントに出店を行いました。高知東海岸グルメまつり＆鉄道の日イベント（10月11日）は来場者数約4,000人、しずくいし産業まつり（10月18日）は来場者数約6,400人といずれも多くの来場者に富里市をPRする場となりました。 費用に対する直接的な収益を数値で測ることは難しいが、広域連携による知名度向上や将来的な誘客効果が期待できることから、引き続き効果を検証しながら参加していきます。