

令和8年9月定例会一般質問発言通告表

発言 順序	11	議席 番号	18	氏名	鈴木 弘 議員	1 / 2
発 言 項 目					答 弁 者	
1	第6次富士宮市総合計画におけるウェルビーイングの視点と具体的推進体制について			第6次富士宮市総合計画において、市民一人一人が幸福を実感できる「ウェルビーイング（幸福）の視点」を市政運営に取り入れるとされた。幸福実感という主観的要素を重視するということであり、その検証のために主観（ウェルビーイング）指標と客観指標が活用されると思う。そこで伺う。 (1) 「ウェルビーイング（幸福）の視点」とは具体的にどういふことをいうのか伺う。 (2) 主観（ウェルビーイング）指標について伺う。 ① 主観指標、客観指標があるが、それぞれどういうものか伺う。 ② どのようにして収集するのか伺う。 ③ 主観指標の目標値はどのように定めているのか伺う。 ④ 客観指標は実数であり、主観指標は点数である。両者を照らし合わせることができるのか伺う。 ⑤ この指標をどのように生かしてウェルビーイングの向上につなげるのか伺う。 (3) 昨年度得た主観指標の数字をどのように分析しているか伺う。 (4) ウェルビーイングの視点が既に政策に反映されている部分はあるのか伺う。 (5) デジタル庁の政策ダッシュボードに富士宮市を含め各地の主観データ、客観データが収納されている。参考にできないか伺う。 (6) 静岡県でもウェルビーイングを推進している。連携はどうか伺う。 (7) 教育現場において、児童生徒や教職員のウェルビーイングの向上にどのように取り組んでいるか伺う。 (8) 新しい政策の検討や取組について、庁内全体での推進体制はどうか伺う。		市長 副市長 教育長 関係部長
2	首都圏シティセールス推進事業について			富士宮市では、平成28年度に首都圏に向けて市の魅力を効果的にアピールするため、「首都圏シティセールス戦略指針」を策定した。同年「美守の都・ふじのみやプロジェクト」のキックオフイベントが実施されたことがホームページに掲載されているが、昨今は状況が変わって来ているように見える。そこで伺う。 (1) 首都圏シティセールスの目的を改めて伺う。 (2) 期待する効果を伺う。 (3) 最近の首都圏シティセールスの内容と成果を伺う。 (4) 現在はホームページ上に「シティセールス」とあり、「富士宮ウェルネスプロジェクト」「富士宮市関係人口プロジェクト」「エキマエChallenge House CHILL IN（チリン）」「ふるさと納税」「移住・定住」等の事業が記載されている。「首都圏」にこだわらないということか伺う。		市長 副市長 教育長 関係部長

令和8年9月定例会一般質問発言通告表

発言 順序	11	議席 番号	18	氏名	鈴木 弘 議員	2 / 2
発 言 項 目						答 弁 者
		(5) 関係人口創出や、移住・定住施策にシフトしているのか伺う。そこで市をセールスしているということなのか伺う。 (6) 今年度の施政方針に関係人口と関連して「ふるさと住民制度」の導入を見据えとある。「ふるさと住民制度」とはどのような制度か伺う。 (7) 富士宮ウェルネスプロジェクトの内容について伺う。 (8) ウェルネスといえは大塚製薬株式会社と包括連携協定を締結しているが、その成果を伺う。 (9) 今年度はどのような首都圏シティセールスを計画しているのか伺う。 (10) シティセールスには、市民を対象にまちの特徴を訴え、郷土愛を育むような面は含んでいるのか伺う。				