

平成 30 年度第 2 回れんけいこうち広域都市圏ビジョン推進懇談会 議事概要

- ・資料 5-1 改訂ビジョン（案）の 18 ページに竹資源の活用とあるが、この新たな産業の創出を非常に期待したい。と言うのも、現在、竹林被害が大変な状況になっている。連携する上では高知市がこれをやれば他の市町村も色々とできることがあるのではないかと。高知市だけでなく、他にそのモデルを連携して展開していただきたい。（田村忍委員）

⇒「竹資源の活用による中山間地域の新たな産業の創出」は地域アクションプランに位置付け、高知市土佐山地域の竹を使って中山間に竹産業の創出を図ろうと、竹を搬出する事業者と、その竹を加工して集成材を作って、それを販売する事業者を中心を取組を進めている。主な製品は、自動車用のハンドルのもとになる集成材や産業用ブラシの柄。おっしゃるように県内にはたくさん竹林があるので、その竹林の整備と合わせて、出てきた竹をものにして、お金に変えていくという取組を県の地域本部も一緒になって実施している。この事業では、なかなか県内全域から竹をたくさん集めてくるという状況にはなっていないが、竹を加工しなくても使えるようなところも含めて検討もしているので、切った竹を何とか使えるというようところで進めていきたい。（高知県高知市地域本部）

⇒各地域本部のさらに横連携も含めてお考えいただきたい。（受田座長）

- ・（大型船舶寄港誘致・誘客促進事業について）具体的に大型客船の誘致をどのように進めていきたいのか。（明神委員）

⇒既にこれまでも高知県と高知市の方で、大型客船の寄港に対する対応をやってきたが、今回連携事業でやっていくのは、オプションツアーに参加せず街なかを散策したいという方に対して、周辺市町村までシャトルバスを運行し、観光地などを散策していただくという計画をしている。具体は今周辺の市町村さんと協議をさせていただいているが、例えば土佐市の宇佐であれば鯉節体験（工場見学等）をしていただくとか、また、香南市の赤岡であれば絵金の街並みなどを散策していただく想定。高知市も含め、各市町村が国際化対応できる態勢を整える契機づくりにもなるかと考えている。客船の誘致については、29 年度に比べて今年かなり中国発の客船が減ってきている。中国の方に対して世界の船会社が誘致をしているが、過当競争で客単価が下がって、船会社も手控えている状況があるやに聞いている。高知県と高知市が誘致を進めている中では、中国に限らずワールドクルーズや国内発着のクルーズも強力に誘致をし、中国の落ち込みをカバーしようとしているところ。（高知市商工観光部）

- ・LCC 就航によるインバウンドの効果の見通しをご紹介いただきたい。（明神委員）

⇒観光庁が外国人の宿泊客の統計を毎月単位で出しているが、平成 29 年、過去最高で、高知県内の延べ宿泊客数が 7 万 5 千人位だったが、平成 30 年は既に 11 月で 7 万人を超えたとい

う結果が出ている。これからオフシーズンにかかるが、この調子でいけば、前年の数字も超えていくだろうというような状況である。（高知市商工観光部）

⇒高知県にとってインバウンドの誘客における課題は、大きく二つあった。認知度が非常に低いことと、アクセスが非常に悪いということ。特に二つ目に関しては、団体客向けにチャーター便を増やしたりしてきたが一定限界があった。また、四国（高松・松山）に発着する定期便を利用される方々に高知に宿泊にきてもらうという方法もあるが、数的には限定的なところがあり、何よりも、日本のハブ空港である関西空港と成田空港と定期航路を持ちたい、特にLCCを、という念願がついに叶った。LCCなのでターゲットは個人客になるかと思う。今高知県が進めている自然体験型観光キャンペーンは、国内キャンペーンではなく外国人にも対応した受入態勢を整えようとしており、トリップアドバイザーなど旅行者が一定使われるツールに高知県が繋がっていくような一元的な窓口も整えようとしており、それらと連動させてLCCを活用していくというような形で進めていっている。（高知県産業振興推進部）

⇒LCCでインバウンド（観光客）がどれだけ乗るかということについては、LCCのキャリアに聞いてみたが、高知へ就航しても定員のうち8%ぐらいしか外国人は乗らず、ほとんどが日本人だろうということだった。高知が選ばれる地にならなくてはいけないが、そのためにインバウンドを増やすツールをどうやって作っていくかが課題だと思う。もう一つ、例えば高知城は外国人の方もインターネットで情報は得られるが、その他は、外国人向けの情報がなかなか得られない観光地がほとんどである。そこに行くにはどうやって行けばいいのか、次の観光地へはどうやって行けばいいのかという、いわゆる多言語化が課題になってくると思う。（杉本委員）

・インバウンドに対応する翻訳システムが間もなくできるということだが、具体的にどんなシステムになるのか。（杉本委員）

⇒多言語観光案内システムは3月から運用予定。市町村の観光や交通、飲食情報を、スマートフォン上でAIを使ったチャット形式で情報取得できるもの。どうしても欲しい情報がなければコールセンターにつながり、5か国語で対応できる。システムの外国人の方への周知については、観光施設や宿泊施設、交通の要所へQRコードがついたチラシ・ポスターを配布・掲示していく。（高知市商工観光部）

⇒ポケットクという翻訳ができる製品があり、75か国語に対応している。システムもそうだが、あとそれを商店街にどうやって広めるかと思っている。（杉本委員）

⇒AIということは、ディープラーニングをやってアルゴリズムによって最適化を常に図っていくイメージなので、ユーザーがどんどんそこにデータを落としていく、つまり使っていくことがなければ賢くならないという作りである。ユーザー数を多く持っているものほどビッグデータとしての価値が高まるので、そのビッグデータをどうやって確保するかがポイントになる。（受田座長）

- ・多言語化の対応は、機械で行うことができるようになってきているが、やはり対面的なコミュニケーションは大事だと思う。観光資源の掘り起こしや周遊の促進を考えると、二段階移住PR事業で作成しているTURNS（ターンズ）の冊子は、非常に読み応えのあるものだったが、そういうものを多言語化して読んでもらうことがこれから先できないかと思う。地域、地域の特色や魅力を個人が語って伝えている、そういう部分を読みたいという外国人の方々もいるはずじゃないか。日本の地域の文化や人々に興味を持っている方々を増やしていかないといけない。そういう部分での多言語化というのはどうか。（五百蔵委員）

⇒前向きに検討する。（高知市総務部）

- ・LCCでインバウンドの誘客ということについても、移住政策で関係人口を増やしたり定住人口を増やしていく、その中心に外国人の方が座ることによって、そのコミュニティやエリアの雰囲気が変わっていく実例が、梶原町や嶺北地域など県内でもあるのではないか。コアになる方が一人でも二人でもこれによって興味関心を持っていただくことで大きな影響を与えてくる可能性がある。（受田座長）

⇒杉本委員からもご指摘いただいたが、発信力を強化していきたい。費用対効果を考えてやっていく。（高知市総務部）

- ・インバウンドにおける高知らしさは何かと考えると、僕は今のままで良いと思う。高知の人柄があれば、民泊のような庶民レベルの交流には多言語化はいらんのではないか。必要だとすれば、ゲートウェイにあたる部分や高知市内の大規模な旅館、飲食店にしっかりとキーパーソンを置いておくこと。これはしっかりとした養成システムを期間を限ってやれば良い。新しい人材を雇用することにもなるし、外国人を入れるというのも面白いので、移住でそういう人たちをとってくるということもある。しかし、高知県全域で、中山間地域でまでおじいちゃんおばあちゃんが外国語を喋るよりも、今のままでえいよという方が外国人に対する特別扱いがなくて高知の人には合うかと思う。（黒笹委員）

⇒多言語化に関しての高知らしさということで、考え方によっては非常に高知らしさを訴求する重要なポイントかもしれない。何を目的にこういうことをやっているかというところをしっかりと議論しながら判断していくことが必要。（受田座長）

⇒バランスをとりながら発信する部分と控える部分を考えていきたい。黒笹委員がおっしゃるように、中山間地域では必要ないという気もするので研究していきたい。（高知市総務部）

- ・KPIの上方修正は現状の数字を踏まえてのことだと思うが、当初の目標値よりも大幅に上方修正する理由は何か。現状を踏まえてどういう見込み違いがあったのか聞きたい。（黒笹委員）

⇒実績が上がったため上方修正をするというのが単純な答えになるが、二段階移住PR事業のイメージ動画は、移住に失敗した体験談を盛り込んだ動画にしたという点が功を奏したことと、また、広告でPRをしたというのが大きな理由である。こうしたことから閲覧件数が非常に増えたので、その結果を基に上方修正をさせていただくもの。（高知市総務部）

⇒その動画は私も拝見したが、非常にユニークで、これは違う意味で話題になるかなと思った。今、良くも悪くも話題にならないといけないので、いかがなものかという意見もあったかもしれないが、やろうということをやったというのが結果に結びついているんじゃないかと思う。アニメーションのように引っかかりやすいメディアをうまく使っていた。これはあまりお金をかけなくても、工夫さえすれば、引っかかる部分が色んなところであれば寄ってきてくれるという意味なので、少し狡猾にいろいろ考えればまだまだ伸びしろはある。高知は比較的そういうものに対して真面目で優等生的なところがあるが、もっと県民性を出してぎっくばらんにやればいい。多少「あれはね」と言われるぐらいの方が情報戦では勝者になるので、良いケースとして、次のパワーに変えていただけたらと思う。（黒笹委員）

- ・先日、高知県観光コンベンション協会でも、外国人の方への緊急時の対応が非常に重要じゃないかということで、研修を行った。A I で取組をされるのに観光の発信だけということではなく、危機管理上の問合せに対して、人がいなくても対応できるという視点を入れられると良い。言葉を皆が覚えてすぐに話せるわけではないし、どこに連絡したらいいかが分かれば何とかなるというところもあるので、そういった視点を取り入れられるのであれば、是非お願いしたい。（三浦委員）

⇒外国語観光案内システムについて、3月の稼働には組み込めなかったが、Jアラートを連動させることはできると聞いているので、今後、システムを改定するときにそのような視点も入れていきたい。また、3月末に中心商店街に開設するインバウンド対応の観光案内所には、病院をご案内する外国語のパンフレットを作って設置し、外国人の方にもご案内できる態勢を作っていく。（高知市商工観光部）

⇒インバウンドでどれだけ誘客を図っていくかというときに、多くの方々にいろんなハンディを感じさせないよう配慮され、さまざまなことが高知に来ると全く問題がない、心配がないというところまでいけば、観光客に対しても大きなインセンティブになると思う。三浦委員のご発言は、外国人の居住者を含めて、その生活環境に対するさまざまな配慮を徹底して講じていくことがインバウンド観光の誘客にもつながる、つなげていくということで捉えていただければいいんじゃないかと思う。内閣府の消費者委員会の委員の立場で、外国人に対する食品表示のあり方について議論をしているが、言語におけるコミュニケーションにおいて、さまざまなトラブルが懸念されるような、そういう方々に対する配慮を徹底して講じる世界があると全く違った差別化ができるんじゃないかと思った。（受田座長）

- ・5月の連休明けに移転オープンする新高知赤十字病院との連携を、このれんけいこうち広域都市圏の中でどうやっていくかというのが大きな課題になってくると思う。そういう点を踏まえてだが、資料14ページの「新高知赤十字病院への支援」の事業K P Iの欄が空白になっている。県民、地域住民の医療・福祉・介護、救急や災害時の医療、I C Tを使った医療などさまざまな計画がある。この新高知赤十字病院がよいよできて、そういった既存の計画と、あるいはその中の一部と、れんけいこうち広域都市圏ビジョンの中でこれだけはやっ

ていこうというような何か具体的なものが欲しい。なかなか目標値を書きづらいということ
は重々分かった上で要望させていただく。（片岡氏（野並委員代理））

⇒資料5－1改訂ビジョン（案）の47ページに、各連携分野のうち「高次の都市機能の集積・強化」の分野のKPIとして、一つは高知赤十字病院のドクターヘリの搬入患者数（受入のみ）、現状値が20人のところ目標値150人、もう一つは、高知赤十字病院から圏域内への助産師派遣回数36回を目標に掲げている。資料14ページは事業ごとのKPIのため、あえて記載をしていなかったが、記載の仕方を工夫する。（高知市総務部）

・ファミリー・サポート・センターの広域連携で、連携市町村がセンターを開設する際に高知市がお手伝いをするということは一定あるのかなと思うが、開設したサポート・センター同士で連携するということはあまりないんじゃないか。そもそもファミリー・サポート・センターだけが福祉の連携テーマになっていることがどうかと思う。また、例えば、これは全くのジャストアイデアでデータはないが、東京などで介護施設が都内にないので地方でお世話してもらおうというようなことがよく言われるが、高知県でも例えば介護施設について、高知市で足りない分を地方で対応するというような連携といったことの方がテーマとしては大きいと感じた。そういう実態があるかどうか分らずに話をしているので、そのあたりも含めて聞きたい。（田村壮児委員）

⇒ファミリー・サポート・センターの援助会員（サービスを提供する方の会員）になるために講習会を受講することが必要で、その講習会を高知市で開催して、連携市町村の方に受講していただくという取組を進めているところ。ただ、おっしゃるとおり福祉の分野としてはごく一部ということになるかと思う。（高知市子ども未来部）

⇒介護保険事業で運営される介護施設に限定すると、事業計画に対する市町村ごとの保険料の設定も関係するので、人口減少の中でどうなのかということと高齢化の進展をあわせて、県下でどれだけ事業所数を見込むかということになっていくと思う。県の介護保険事業の支援計画は各市町村の介護保険事業計画の支援になるので、そことのすり合わせの中で必要な施設数をどう考えるかという議論が必要だと思う。（高知市健康福祉部）

⇒これまで出てきた新しい取組や、要望が出ていてそれにどう応えていかってところでは、制度の隘路があってなかなか取り組めないという例が他になかったので非常にレアな形ではないかと思う。私が問題提起したいのは、れんけいこうちとして連携中枢都市圏の枠組みを作ったときに、市町村で共通して抱える課題がいくつか出てきて、その課題解決の具体を考えていく時に、横たわっている法律や制度がネックになるっていうケースがどれくらい出てくるかっていう点は整理をして、課題として明確化する必要もあるんじゃないか。先日、内閣府地方分権改革推進室と話をしたが、そういった行政の課題を法的に解消したり、制度の仕組み自体を見直していくことによって地方創生につながるのであれば、国は積極的な支援をするという制度がある。そういう制度が横たわっているものをターゲットに、複数自治体はその突破を目指していく積極的な施策を考えていくのも、れんけいこうちの枠組みの特徴を活かしていく具体になるのではないかと感じた。田村壮児委員には、ファミリー・サポート・センターの取組がこのれんけいこうちの枠組みでなければできないものなのかと

いう問題提起もしていただいているので、そういうところを複数自治体でというのはいかがか。（受田座長）

⇒連携中枢都市圏で取り組むものには、高知市と連携市町村がwin-winになる取組、全圏域に効果が波及する取組などさまざまなハードルがあり、連携中枢都市圏でできることとできないことは一定整理をしてきたところである。田村壯児委員からご意見をいただいたが、都会からアクティブ・シニアを引っ張ってくるということで申し上げますと、来年度、高知市はC CRC構想にチャレンジしようとしており、その取組も含めて検討していきたいと思う。まずは高知市で取り組んでいって、効果が波及することが期待されるとすれば広めていきたいと考えている。（高知市総務部）

・JAグループとの事業について、どういった他の施設への影響があるのか。市町村とどういった連携をとるのか。それと、観光のパフレットも置くということだが、販売だけでなく観光客の周遊についても具体的にあれば教えていただきたい。（西村委員）

⇒セレクトショップの一角をお借りして、県外の観光客を対象とした加工食品や伝統産品などの地場産品を展示販売する。各市町村に声掛けをして、商品をご提案いただいて品目を決める。売り場にはJAさんがセレクトして展開する棚もあるので、我々としてはこれから各市町村が売り出していきたいものを中心に、優先的に置くように取り組んでいき、各市町村のアンテナショップ的な機能や、売上実績・消費者の声をフィードバックさせて地域の事業者の方が力をつけていくような形で取り組んでいきたい。（高知市商工観光部）

⇒顧客は誰なのか。（受田座長）

⇒高知インターに近いので県外観光客の方、また、隣接で直販所もあるので地元高知の方にも各市町村のこれからの品を見ていただきたい。（高知市商工観光部）

⇒直販所は、時間帯によって非常に品薄になるという課題があるが、この拠点においては解消しようという狙いがあると伺っている。そう考えると顧客ターゲットとしては県内の方々。さらに県外客の方をターゲットにしていたときに、マーケティングの戦略をどうするかが非常に重要になってくる。ここができることによって、何がどう変わっていくかということについては、いろんな企画あるいは検討がなされていると思う。（受田座長）

⇒どうやって商品を集めてくるか。また、観光客をターゲットにするならば、どういう形で情報発信できるのか。また、販売という意味で、影響がある施設があるんじゃないか。（西村委員）

⇒高知市の御座に新しくできるのが、産直の生鮮を売る直販所、それとサニーマートさんの御座店、また、現在営業しているサニーマートの御座店のあとにセレクトショップ、レストラン、イベントスペースが入った複合施設が9月にオープンする。産直とサニーマートは4月にオープンする予定。産直で、昼過ぎに行ったらものがないという点については、隣が量販店で、量販店は午後お客さんが増えるということもあるので、JAさんの方で流通ルートを作って午後にも入荷するような取組をされると聞いている。連携事業では、複合施設の中で、高知市さんが棚を借りてものを置くということになるので、県内で作られている加工品や工芸品を置かせていただくことになる。（高知県高知市地域本部）

⇒他のところどうすみ分けられるか。(受田座長)

⇒セレクトショップは、JAさんが自ら仕入れる部分とこの連携事業で借りる分という風になる。連携の方は、高知市も入れて34市町村の商品をしっかりと置いていくということになる。各市町村に、しっかりアンテナショップ的にPRしていきたい、売りたいものというもので集めさせていただく。JAさんの棚はJAさんで品定めして支援されると聞いている。

(高知県高知市地域本部)

⇒れんけいこうちの枠組みでなければできないのかというところの問いかけは常にしていけないといけないと思うので、さらに考えていただきたい。(受田座長)

⇒生鮮の野菜や果物は大規模直販所にある。それから、新しくサニーマート御座店が大きくなり、日配品も含めていろんなものが置かれるので、セレクトショップで何を置くのかということ考えた場合、そしてこのれんけいこうちでやっていく意義ということ考えると、やはり各市町村でいろんな商品づくりや6次産業化、いろんなことをやられてる中で売り出していきたいとか、量販店の棚に並べるのは非常にハードルが高いが、その手前の段階でマーケティングをしたいといった時に非常に使える。それをまた見に来てくれた方と商談できるスペースがあったり、そういうチャレンジショップ、アンテナショップ的なものをそれぞれの市町村の知恵と全体のしつらえで差別化を図っていく必要があるんじゃないかと思う。

(高知県産業振興推進部)

⇒こういう議論をちょうど「まるごと高知」ができる頃にもしていた。アンテナっていう機能は、その情報をいかに生産地にフィードバックできるか、それによって次の改善がどう図られていくかが一番重要であるという話を何度も皆さんとした記憶がある。(受田座長)

⇒そういう意味では、店頭でいただいた声や売上の状況を市町村にもフィードバックする仕組みをJAさんがやってくさる。例えば最初に持ってきた商品で、表示がちょっとこれはね、っていうところはJAさんから表示に関する相談窓口を紹介いただくとか、いただいた声をお返しして商品改善につなげていただくというような取組を、「れんけいブースにおける事業者支援件数」としてKPIに入れている。(高知県高知市地域本部)

- ・ちょっとそもそも論っぽいですが、受田先生がおっしゃったことで私も気が付いたのだが、れんけいこうちの取組においてプレイヤーは地方と高知市という風に本当はフィフティーフィフティーの関係じゃないといけないと思うが、なぜかどちらかと言うと高知市の方が上の方において、高知市がいろいろ独占してるのを地方にお裾分けするみたいな構造が見える。僕は、れんけいこうちの仕組みを使ってこういうことをやらしてもらえないかっていう、一つ一つの地域が持っている課題が地方の方から上がってきて、高知市がれんけいこうちのシステムの中でそれをどうやって実現したらいいかっていう風になるべきものじゃないかと思う。そういう意味で言うと、地方からの要望はどれくらい上がってくるか、上がってきたものを前にして、高知市がどれくらい悩むかというところがポイントなんじゃないか。そういう方向へ持っていくために、例えば運営上の問題とか会議のあり方、システムをどうしたらいいのかっていう方向からの相談をやっていただけたらと思う。(黒笹委員)

⇒ビジョン懇談会では、一定仕上がった状態のものをお見せして議論をしていただいていたという経過があるが、このれんけいこうち広域都市圏の特徴的なこととしては、圏域が高知県全体ということもあり高知県のバックアップを受けて進めている。入口ベースの議論は黒笹委員のおっしゃるとおり、33市町村からさまざまなリクエストが200ぐらい来て、それを県と一緒に、県が主体でやるものか、れんけいこうちでやるものか、それともその他のスキームでやるものか、個々に整理をしてきて残ったものがこのビジョンの中に登載された事業であるが、その過程についてビジョン懇談会で詳細まで説明をしていなかった。その上で、高知市と33市町村がwin-winにならなければいけない。また、圏域全体に一定波及効果が生まれなければならない。さらに、経済成長のけん引というのを中枢都市が担うということが定義づけられているので、けん引する役割は高知市にないといけない。高知市がリードできるようなものでないと連携事業に組み込めないで、いろんな議論の末に今の事業になったという経過がある。（高知市総務部）

- ・資料4ページの「引き続き協議・検討が必要なもの」というリストのNo.24に「職員の企画提案力・事業遂行力の育成」という項目があって、「地域課題の解決、職員の能力向上のため、クラウド・ファンディングを活用した企画立案から事業実施に広域で取り組む」という日高村さんが提案した内容がある。私は、こういうところで不断に地域課題を顕在化させていながら、高知市がリードしていくという立場はこのれんけいこうちの枠組みの中では必要になるので、そこは考えていながら、共有する課題をとにかく顕在化し、見える化し、それを具体的に職員の企画提案力やいわゆるSD（Staff Development）的なイメージで活用していくということ、また、具体的にその課題解決へ導いていく手段を一緒にやるということを通じてこの枠組みの価値を訴求していく手はあるのではないかと思う。どうもこの書き方を見ると、まるでクラウド・ファンディングが目的になっているところが気になる。具体的に何かをしたいというときの手段として、予算的な制約があるとすると、複数自治体が連携をしながら、一つはクラウド・ファンディングっていうのも実現に向かった手段になりうると思う。もう一つ提案したいのは、ソーシャル・インパクト・ボンド（社会インパクト債）。自治体の皆様はよくご存じのとおり、今ソーシャル・インパクト・ボンドで民間の力を活用して行政コストを低減すること、また成功報酬的に民間に参入をしていただいて、一定それに対して投資を呼び込んでくるということをやっている仕組みが各自自治体で動き始めている。特に健康増進分野が多くて、単独自治体では東京都八王子市、兵庫県神戸市が癌や糖尿病性腎症の重篤化を軽減するというのでKPIを立てて実践している。それ以外に、複数自治体のケースが出始めているが、複数自治体で取り組む背景には、一自治体ではとてもやれないっていうのが前提にあるのだそう。僕は、こういったソーシャル・インパクト・ボンドなんかも手段の一つにして、皆さんで学び合い、高知市が中心になりながら、他の33市町村との間で具体の行政コストをいかに低減していくか、民間の力を導入し、さらにはキャッシュフローとして民間のお金を呼び込んでくるような取組もこのNo.24では具体的に考えていただきたいと思っていた。（受田座長）

- ・二段階移住PR事業はKPIの目標値を上方修正するということだが、是非（二段階移住組数）累積150組という部分も来年、再来年ぐらい、もう単年度で、みたいな感じでお互いに頑張っていきたい。4月から始まったばかりなので、まだまだ実績は出づらいついていうことがあると思うが、今年のPR事業を踏まえて、プロモーションの効果を検証分析し、さまざまな手を打つという説明があったが、来年この部分を特に工夫してやっていきたいというところがあればご紹介いただきたい。（松岡氏（君塚副座長代理））

⇒今年はおっしゃるように年度当初からコマーシャルというのはできなかったの、満年度でいうと、来年度が最初の取組になろうかと思う。コマーシャルの部分では、潜在層をターゲットにして進めてきているので、高知市以外の33市町村に直接移住される方を拒むものではない、何が何でも二段階移住をしろというものではないので、そういった意味でちょっと遠慮気味にコマーシャルをしてきた部分もあったが、やはり潜在的な移住希望者層だけではなくて、高知県にはこういう手法もあるんだよということをもうちょっと全面的にPRしていこうと考えていた。（高知市総務部）

- ・本日のご意見に対する改訂ビジョン案の修正等については、いただいたご意見をしっかりと事務局でご検討いただいて、調整させていただき、検討結果を私の方で確認してとりまとめをさせていただきたい。（受田座長）

（※改訂ビジョン案の修正については座長に一任することに異議がないことを確認。）