

No.	意見内容	事務局考え方	計画への反映（案）			
			主要課題	基本構想	基本計画	分野横断
1	キャッチコピーの図案の中央に「玉ねぎ」が配置されており、海に関連する要素が入っていない。淡路市らしさをもう少し出してほしい。	現段階では観光戦略で使用しているイメージ写真を仮に並べたもの。今後は海産物など他の分野の要素も入れるよう検討する。		デザイン段階で検討		
2	少子高齢化や人口減少の課題について、現代社会の生きづらさ、ストレス、経済的貧困、コミュニティの希薄化といった実態をより掘り下げて記述すべき。シングルマザーや孤独を感じる高齢者、障害者など、困難を抱える人に優しいまちづくりの視点を加えてほしい。	人口減少を人数の問題だけで捉えず、孤立、生活困窮、ひとり親、高齢者、障がい者などの複合的な生活課題に対応する地域共生・包括支援の視点を加えた。			子ども・子育て 地域福祉 障がい者福祉 高齢者福祉	
3	淡路市には大学、園芸学校、リハビリテーション専門学校がある。これらを活用した教育や市民との交流、学びの提案をもっと具体的に盛り込むべき。	大学等との連携は定住政策や地域で子どもを育む分野で重要と考えている。基本構想案「共創のまちづくり」でそれぞれの役割を明記。		共創のまちづくり	学校教育 農業・水産業 観光	
4	若手職員ワークショップの意見は、実現可能な施策として反映してほしい。	ワークショップを課題抽出の正式なプロセスに位置付け、意見を横断的取組及び各施策分野の方向性・主な取組に展開。		「基礎調査に基づく課題抽出」	子ども・子育て 商工業 移住・定住 高齢者福祉 道路・交通	
5	農業従事者の平均年齢が73～74歳に達しており、儲かる職業でなければ若者は残らない。人口を増やし、新規企業や職業を確保するという視点を最優先にすべき。	農業の担い手確保だけでなく、稼ぐ力と生産性の向上、企業誘致、雇用創出、住まい・定着支援までを一連の施策として整理。	「若者に選ばれるまちづくり」		農業・水産業 商工業 企業誘致	
6	「アーバンリトリート」などのカタカナ用語が市民に伝わるか疑問。ゾーニングの課題抽出のプロセスを説明してほしい。市民アンケートの結果が計画とどう結びついたか、理論付けやプロセスを明確にすべき。	アンケート等の基礎調査から課題、基本目標、ゾーニング、施策へつながる策定過程を示すとともに、カタカナ用語は具体的な機能・暮らしの言葉で補足。		グランドデザイン・ゾーニング		
7	都市計画マスタープランの見直しと今回のゾーニングの整合性は取れているのか。特定地域だけが手厚く、見捨てられるエリアが出るのではという懸念がある。	ゾーニングを地域の優劣ではなく、各地域の強みと役割を生かす構想として基本構想では方向性のみを記載し、全市一体の生活サービス維持と都市計画マスタープランとの接続を明示。		グランドデザイン・ゾーニング	住環境	
8	若者が市内に残るためには、自動車がなくても通学・通勤できるバス交通網の整備が不可欠。昔の急行バスのような利便性を復活させるなど、交通機関の活用を計画に盛り込んでほしい。	通学・通勤・生活・観光を支える公共交通ネットワークの形成を掲げ、既存路線の維持と交通空白地への対応、交通結節機能の充実を盛り込んだ。	「生活利便性と質の向上」		道路・交通 移住定住	
9	移住者から「都会にはない豊かな自然が魅力」との声がある。また五斗長遺跡には38カ国から訪問者があり、今後はインバウンドを含めた国際的な視点でまちづくりをしてほしい。	豊かな自然と歴史文化を暮らし・移住・観光の共通資源として位置付け、五斗長垣内遺跡を含む文化資源の活用とインバウンド対応を具体化。			歴史・文化 自然環境 観光 移住・定住	
10	「共感する人を増やす」ではなく、自然に「共感が集まる」まちを目指すべき。「交流人口」と「関係人口」の定義を明確にしてほしい。	魅力を押し出すだけでなく、市民・地域・事業者が価値を育てることで共感とつながりが生まれる構成とし、交流から継続的な関係、移住へとつながる取組を整理。			移住・定住 観光 ふるさと納税	シティプロモーション
11	グランドデザインゾーンの「①ウェルカムサンセットゾーン」のエリア設定に違和感がある。一工夫必要ではないか。	夕景を前面に出した名称から、淡路市の玄関口としての役割が伝わる「ゲートウェイゾーン」へ見直し、区域の機能を具体化。		グランドデザイン・ゾーニング		

No.	意見内容	事務局考え方	計画への反映（案）			
			主要課題	基本構想	基本計画	分野横断
12	6 ページ（４）の文章がわかりづらい。観光と移住は切り離して記載すべきでは。	観光と移住・定住を別の施策分野として整理し、それぞれの目的と取組を明確にした上で、関係人口を介して連携する構成に見直し。	「交流人口創出から移住への結びつき」			
13	「ブランド」の多用で文章がわかりづらくなっている。	総論の表現を「地域資源」「魅力」「新たな価値」へ置き換え、ブランドという言葉は、農水産物や観光など意味が明確な箇所に限定して使用。	「地域資源を、新たな価値へ変えていくまち」		農業・水産業 観光 ふるさと納税	
14	ロゴを市民や市内企業が自由に使えるようにすべき。	ロゴを共創型シティプロモーションの共通ツールとして位置付け、市民・地域・事業者が活用できる運用を別途整備予定。				シティプロモーション
15	淡路市は島外との行き来がしやすい立地の優位性を活かし、観光リピーターだけでなく二地域居住などの多様なライフスタイルを関係人口の中に具体的に含めるべき。	島外との近さを生かし、移住だけに限定せず、多拠点活動、短期滞在、継続的な地域との関わりなど、多様な暮らし方を受け止める構成とした。			移住・定住 企業誘致 道路・交通	シティプロモーション
16	「新しいテクノロジーを活用した仕事の場の整備」という表現に対し、技術で課題を解決しようとする発想は古い。人との対話や新しい発想を重視し、できることから一つずつ実行していく書き方に工夫してほしい。	DXを単独の解決策ではなく、人の対話と共創を支える手段として整理し、市民参加、できる取組の実施、検証・改善を積み重ねる構成に整理。	共創のまちづくり		市民交流 行財政	DXの推進
17	前回アンケート調査について、概要だけでなくできるだけ詳細な報告書を提供してほしい。	アンケート結果は課題・指標・施策に反映し、詳細な集計結果は計画本文とは分けて、策定過程を公表しているHP上で確認できる形に整理。				
18	アンケートから課題を抽出する際、市の強みを伸ばすのか弱みをカバーするのかという方針を明示すれば、計画とのつながりが分かりやすくなる。	課題抽出の方針と計画との連動について明記。		基礎調査に基づく課題抽出		