



録画配信はこちら

公共施設（建物）個別計画について

Q 長寿命化による改修で将来更新費は軽減されるのか

A 長寿命化や最適配置等で 101 億円の差額

問 2022年度までに集約含む検討を行う26施設のうち、「あり方検討委員会」で示された5施設を除く

答 (建設・下水道課長) ①次回説明会の開催時期は未定であるが、環境影響評価の手続き及び都市計画決定の手続きの現状について説明される予定である。②町道の整備は、計画交通の流れ等を勘案し、整備計画の検討を進めるとともに、歩道についても、十分に検討する。今後、国や県と連携し、バイパス事業を活用した道路網整備の構築に向け、町の構想や意見をしっかりと反映いたさくよう進める。

問 平成31年3月の個別施設計画(第1期)では、長寿命化41施設、維持継続23施設、集約化5施設、除却3施設とした。この取り組みで、468億円の更新費用がどれだけ軽減されるのか。

答 (公共施設最適配置推進室長) (第1期)計画では、施設の方向性をまとめ、取り組みは所管部署が主体的に実施し、対策の内容や実施時期など具体の方針が定まった時点で計画策定する。よって、全体の軽減額の試算は行っていない。本年3月に総合管理計画の見直しを行い、自然更新の試算に対し、施設の長寿命化や最適配置等を取り組んだ場合の再試算を行なった。その差額は約101億円となった。

公共施設（建物）個別施設計画(第1期)

2022年度

21施設はどのように審議され方向が示されたのかを問う。

答 (公共施設最適配置推進室長) 取り組みは施設所管部署が主体的に実施していく。21施設については、令和3年度に所管課とヒヤリングを行った。当時、個別施設計画を策定するにあたり、町の規模と時代に適した公共サービスの提供、町域の一体的な発展を目指すため、施設の統廃合を基本原則として議論していただいた。



町立愛知川公民館

問 公民館と町民センターは解体する方向を示している。社会教育法の公民館、

答 (公共施設最適配置推進室長) 「あり方検討委員会」では、個別施設計画の方向性の具体策が定まっていらない24施設を行政関係と教育関係に分け、行政機能の根幹である庁舎を含む行政関係施設9施設を議論していただいた。

問 庁舎集約化の先行実施は、町民に対して不誠実である

答 (建設・下水道課長) 当該交差点への信号機設置は、自治会からの要望により、昨年度、東近江警察署に信号機の設置要望を行った。警視庁で定める「信号機設置の指針」では、見通しが悪いとの理由で信号機の設置はできないとしている。



豊国運動公園近辺の交差点

問 東田堂地先の交差点への信号機の設置について

答 (教育長) 公民館機能というものは、今後も非常に重要なものであると意識している。ただ、再度同じような施設を建て替えるという事は、社会状況を考えても現実的でないと考え

ふるさと納税自治体間競争について

Q 戦略的展開に重要なことは

A 町内事業者とのウィンウィンの関係構築が重要



録画配信はこちら

問 国道8号バイパス化計画に伴う町道等の整備は

答 (建設・下水道課長) ①4月23日(日)バイパス化計画の説明会があったが、次回の説明会の予定と環境アセスメントの中間報告の開催時期を問う。②バイパスとの平面交差部の交通量は確実に増える。これに伴い、町道県道の整備や歩行者、農業業者等の安全確保の対策の考え方を問う。

問 ふるさと納税について

答 (商工観光課長) 寄付件数と寄付金額は左記のとおりである。※万円未満四捨五入の表記

年度	件数	金額
平成20年度	6件	158万円
平成21年度	5件	46万円
平成22年度	4件	44万円
平成23年度	5件	92万円
平成24年度	6件	60万円
平成25年度	3件	18万円
平成26年度	13件	77万円
平成27年度	24件	117万円

●役場直接受付の状況

年度	件数	金額
平成28年度	950件	1,643万円
平成29年度	2,200件	7,659万円
平成30年度	1,755件	4,958万円
令和元年度	1,172件	6,380万円
令和2年度	2,455件	7,097万円
令和3年度	3,190件	6,997万円

●「返礼品掲載サイト」導入後の状況

問 他町では職員が町を駆け回り、地元地産地消の返礼品を考え努力された。本町も、返礼品の提供に協力いただける事業者を増やす必要があると考えるが、どのような状況であるか。

答 (商工観光課長) 商品開発や既存商品の磨き上げのための協力事業者へのプロデュースを行い、返礼品の新規追加、定期便の返礼品の追加などにつなげている。

問 ふるさと納税制度をめぐって、全国の自治体間の競争が激しくなるなかで、戦略的な展開が今後の課題である。考え方を問う。

答 (町長) ふるさと納税を単なる寄付財源として捉えるのではなく、寄付者に本町のファンになっていただき、生産者や町の雰囲気に興味を抱き、本町へ観光、買物に来訪されること等で、一過性ではない継続的な関係へと発展が期待できる。そのためには、返礼品そのものの魅力や、それを生産される事業者のブランド力といった要素も大変大きいと認識している。このため、生産者による魅力ある返礼品の開発やPRはもとより、町内事業者とのウィンウィン(両者にメリットがあり円満な関係)を構築することや、町全体の魅力の向上等に努めていくことが重要であると考え