

CHECK



アフターコロナで
地域経済の回復を

一般質問映像



すぎもり
杉森

けんじ
賢二

議員



新たな長泉ブランド戦略を

Q

町内感染者情報共有で県との連携を

A 県との覚書締結に向けた準備を進める

新型コロナウイルス
ワクチンの接種状況は

問 集団接種において、
予定していた申し込みが
ずれてしまった点は、ワ
クチン不足なのか、人材
不足なのか。また、近隣
市町でも同じようなこと
があったのか。

自治体の人口やワクチン
接種体制に合った適切な
ワクチン供給がなされな
かったことがあると考
える。県からの64歳以下
接種のワクチン供給量が
町要望数の3分の1以下
となり、「打てるのに打
てない」状況で、接種率
を20%以上縮小して開
したが、このスタート時

の体制縮小、不安定なワ
クチン供給が、接種の加
速化に大きな影響を与
たと認識している。当町
の64歳以下接種開始時
象人口のワクチン充足
率（供給率）8%に対し、
県下で最も高い町は93%、
近隣市町でも36%、26%
という多くのワクチン供
給を受けた市町があり、

接種開始時に供給率が高
かった自治体がその後総
じて接種率が高く推移し
たことからしても、この
時期の国、県のワクチン
供給手法が、自治体の接
種率に最も影響を与えた
ことは明らかで、結果的
に予約開始時期が遅れ影
響が生じた。

Q

経営基盤強化に向けたDX導入支援を

A 早期実現に向け次のステップにつなげたい

地域経済の回復を

が選択肢として紹介する
ことは可能と考えている。

新たな販路拡大戦略も必
要となっているため、イ
ンターネットを活用した
D2C消費者直接取引も
含め、長泉ブランド事業
を行っている商工会や登
録事業者の意見も聞きな
がら新たな取り組みを研
究していく。

ス開設の計画時期は。
課長 単なるテレワーク
などの業務スペースでは
なく、交流の場や起業や
企業連携の相談、専門家
によるコンサルティング
を行う場としての開設運
用を目指す。早期実現に
向け、運用などの情報共
有を図りながら次のステ
ップにつなげたい。

問 総合的・継続的なキ
ャリア形成・就職支援策
としてキャリア教育の推
進が必要と考える。地元
経営者の声を届ける職業
講話を。

問 世界観とテクノロジー
で勝つブランド戦略D
2C消費者直接取引を長
泉ブランド戦略の一つと
して捉え、企業と町が連
携した継続的戦略を。

問 コワーキングスペー

教育部長 学習の状況や
学校の意向・計画もある

産業振興課長 長泉ブラ
ンド事業も4年目を迎え、

問 コワーキングスペー

DX（デジタル・トランスフォーメーション）…ICTの浸透が人々の生活をあらゆる面より良い方向に変化させること。
D2C…製造者が中間流通を介さず自社のサイトなどで商品を直接消費者に販売する仕組み。
コワーキングスペース…基本設備などを共有しながら個人事業者やテレワークの方が仕事をする場所。