

だけでは限界がある。高齢者が安心して生活できるように、産学官民の取り組みをもう一步進め、地域住民だけではなく民間企業などさまざまな主体の力を生かした支援を進めてほしいが所見を問う。

問 今後の持続可能な社会に向けて、産学官民が連携したオール福岡の取り組みをさらに進めることは大変重要である。さらなる企業との連携強化など、さまざまな主体の参画による重層的な見守り体制の充実を図っていく。

答 南区内西部における抜本的な交通対策を

問 南区の長住・花畑・柏原方面から大橋方面行きの西鉄バスが土日祝日にはない。当該便の運行を西鉄に強く要求すべき。西鉄が運行しないのであれば、本市が独自にコミュニティバスを運行すべきだが所見を問う。

答 土日祝日の当該バス便の運行については、交通事業者に働きかけていく。本市が主体となったバスの運行については課題が多いと考えている。引き続き、地域の実情などを踏まえながら、交通事業者と連携して、バス路線の維持・充実に取り組んでいく。

問 市は、市街化調整区域における有料老人ホーム設置について問う

答 市は、市街化調整区域における有料老人ホームの設置に当たり、開発審査会附議基準に記載が無いことを開発申請者に求めている。開発申請者の負担となっており、透明性の確保の観点からも問題と考えるが所見を問う。

問 開発許可申請の審査に当たり、附議基準への適合を判断するため、開発申請者に資料等を求めている。より分かりやすく明確な附議基準となるように、他都市調査の結果を参考に、有料老人ホームの附議基準の検討を進めているところである。

問 「やせ(BMI18.5未満)」という危険リスクを早々に軽減する必要がある一方、「やせ」は多くの女性が理想としているため、なかなか理解されない。「やせ」の間違った概念を取り払い、正しく導くための取り組みについて所見を問う。

答 女性の「やせ」については、骨粗しょう症や筋肉量の低下だけでなく、子どもの健康への影響も大きく、エビデンスに基づいた正しい知識の啓発を行うとともに、SNSなども活用した発信や広報に努めていく。

問 「やせ(BMI18.5未満)」という危険リスクを早々に軽減する必要がある一方、「やせ」は多くの女性が理想としているため、なかなか理解されない。「やせ」の間違った概念を取り払い、正しく導くための取り組みについて所見を問う。

答 女性の「やせ」については、骨粗しょう症や筋肉量の低下だけでなく、子どもの健康への影響も大きく、エビデンスに基づいた正しい知識の啓発を行うとともに、SNSなども活用した発信や広報に努めていく。

問 「やせ(BMI18.5未満)」という危険リスクを早々に軽減する必要がある一方、「やせ」は多くの女性が理想としているため、なかなか理解されない。「やせ」の間違った概念を取り払い、正しく導くための取り組みについて所見を問う。

答 女性の「やせ」については、骨粗しょう症や筋肉量の低下だけでなく、子どもの健康への影響も大きく、エビデンスに基づいた正しい知識の啓発を行うとともに、SNSなども活用した発信や広報に努めていく。

問 七隈川は過去に大きな災害が起きており、今なおその危険性が指摘されている。未完了の整備を急ぐとともに、一時貯留施設を造り水害を防ぐべき。併せて、七隈川流域の水害情報はハザードマップに掲載されておらず、明記すべきではないか。

答 本市は、河川改修などによる総合的な治水対策を着実に進めるとともに、洪水ハザードマップなど水害リスク情報の充実や市民への周知に取り組んでおり、今後とも、災害に強いまちづくりを進めていく。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

問 食べ物や電力も安全な物を選ばなければならぬ時代であるが、エシカル消費は、市民にはまだ浸透していない。エシカル消費の説明と環境分野における取り組みを問う。

答 エシカル消費とは、環境・人・社会・地域などに配慮した消費行動のことである。その環境分野における取り組みとして、エコマーク認定商品や詰め替え商品などの環境配慮型商品のさらなる普及・購入に向け、ホームページなどを活用した広報啓発を実施している。

このほかの主な質問