

# 文教経済常任委員会行政視察 実施報告書

平成 30 年 4 月 23 日～25 日

多治見市

◎小中学校クラブ活動や部活動の地域クラブとの  
連携について

彦根市

◎地場産業活性化基本方針と行動計画について

◎ブランド戦略（ひこにゃん）について

岡崎市

◎防災対策の取り組みについて

文教経済常任委員会

## 岐阜県多治見市



～人が元気！町が元気！多治見～



### ◆多治見市の特色

多治見市は、昭和 15 年に誕生し、古くから陶磁器やタイルなど美濃焼の産地として発展し、昭和 50 年代の丘陵部の宅地開発や平成 18 年の土岐郡笠原町との合併などにより、現在では約 11 万人を超える東濃地方の中核都市となった。開山 700 年の虎溪山永保寺、設立 80 年の神言修道院、美濃陶芸の人間国宝を 4 人輩出するなど、長い歴史に裏打ちされた人を育てる文化を礎に、企業誘致や岐阜県 No. 1 の教育環境、地域医療の充実など、「人が元気！町が元気！多治見」を目標としてまちづくりを進めている。

### ◆多治見市の歴史

焼き物文化の都として、美濃焼とともに発展してきた。歴史ある窯元や古い町並、荘厳で風格のある古刹や修道院、自然の中に静かに佇む名所、旧跡。そしてこの地の文化に大きな礎を築いてきた人間国宝。「織部」を生んだ古田織部の自由で斬新な発想を取り入れつつも、古くからの文化を大切に受け継いでいる。

### ◆市区独自の取り組み

市政基本条例（市民参加や情報共有、計画的な行政運営を推進）、高気温対策（四方を山で囲まれた多治見市はしばしば高気温が観測される。このため緑化の促進をはじめ、ミスと設置などの高気温対策に取り組んでいる）

## 1. 多治見市の部活動とクラブ活動

---

### (1) クラブ（ジュニアクラブ）化までの背景

昨今、全国的に教員の労働時間等の働き方改革の観点から、学校の部活動についても焦点があてられ、部活動外部指導員等の導入が進められているところである。多治見市でも当時は教員の働き方問題の他にも多様な課題背景があったが、早期から部活動問題に対策を講じており、その方策が多治見市の方策はクラブ（ジュニアクラブ）化である。

クラブ化までの背景として、多治見市では、サッカー協会や陸上競技会等のスポーツ協会を中心とした部活外活動も行われており、学校の教育活動から離れて自分たちで自立した地域の活動を行おうという土壌と要望があった。

部活動の現状として様々な課題がある中、平成 12 年、岐阜県スポーツ振興審議会から「学校部活動を段階的に地域へ」とする答申があったほか、スポーツ振興基本計画が策定され、地域におけるスポーツ環境の整備充実、国際競技力の総合的な向上方策、生涯スポーツ及び協議スポーツと学校体育・スポーツとの連携の推進を図ることとなりクラブ化に拍車がかかったとされる。

様々な課題や要望のある中で、多治見市は、平成 12 年度に多治見市クラブ化推進委員会を発足する。推進委員は、保護者（市P連）、体育指導委員、体育協会、文化振興事業団、校長、高等、部活動顧問、施行幾委員会及び当時の生涯学習課の代表により構成される。この推進委員会により、国のスポーツ振興基本計画に則った生涯スポーツの基盤づくりを推進するとともに、地域をあげてより専門的な指導が受けられる青少年の健全育成に向けた環境整備の検討や各学校地区単位のジュニアクラブの設置を行った。

また、クラブ化推進委員会の発足とともに、多治見市では子供から高齢者まで地域の幅広い人はスポーツや文化活活動に参加して交流を深めることを目的とした総合

型地域スポーツクラブの設立を進めていった。総合型地域スポーツクラブは、平成 13 年度には県のモデル事業の指定を受け、平成 14 年 12 月に発足し先駆として「小泉総合クラブ」を設立する。その後、平成 15 年度には全校でクラブの設置を行った。

このほかの背景として、平成 14 年度には学校・家庭・地域が連携して子どもの生きる力を育むとした学校週 5 日制が導入され、現在の多治見市のような地域自立活動型のクラブ化が進んだとされる。

#### 当時の学校部活動の課題

- ① 少子化による廃部
- ② 学校規模による部活動数の違い  
市内中学校は 8 校あるが、規模はまちまちでありそれに応じて部活の種類や人数に差が生じていた。
- ③ ニーズの多様化（一般クラブ、習い事、趣味）  
部活ばかりをしたいわけではない。
- ④ 競技力向上思考
- ⑤ 保護者からの専門的指導を願う声
- ⑥ 中体連後の活動の場の保障  
中学生は 3 年生の中体連の大会をもって引退となり、全国レベルの実力を持つ者にとってはその後高校部活に入るまでのブランクとなってしまう。
- ⑦ 教職員の異動による影響や教員業務の負担増

#### 岐阜県スポーツ振興審議会答申

学校部活動は、月曜日から金曜日までの活動を基本とする。加入については、希望加入性を推進する。学校教育活動の一環としての位置づけから離れ、放課後や休業日は総合型地域スポーツクラブ等のスポーツクラブに加入し、活動できるように図る。その際、学校・家庭・地域社会が一体となって少年のスポーツ活動を支えていく。

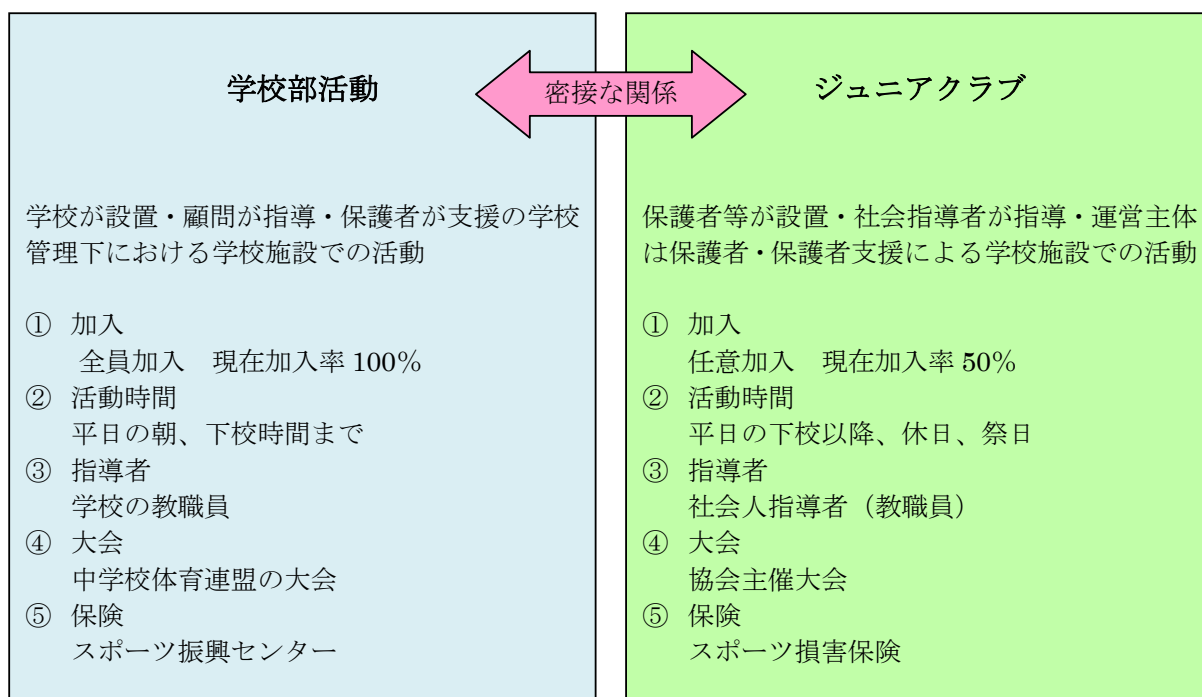
平成 12 年 3 月 6 日

#### スポーツ振興基本計画

- ① 地域におけるスポーツ環境の整備充実  
成人の週 1 回のスポーツ実施率を 50 パーセントにする。また、10 年間で全国の市町村に少なくともひとつ総合型地域スポーツクラブを育成する。
- ② 際競技力の総合的な向上方策  
オリンピックにおけるメダル獲得率を 3.5 パーセントに
- ③ 生涯スポーツ及び協議スポーツと学校体育・スポーツとの連携の推進

平成 12 年 9 月 13 日

## (2) 多治見市の部活動とジュニアクラブ活動



クラブ化実施に伴い、クラブ運営が適正に行われるように「ジュニア期のスポーツ活動ガイドライン」を策定し、活動時間や指導者の要領や責任の所在を定めた。

活動状況として、ジュニアクラブ加入率はおよそ 50 パーセントで、このほか一般クラブに所属する子どもが 10 パーセント、未加入が 40 パーセントである。また、中学校教職員のジュニアクラブ指導者としての関わりは全職員の 30 パーセントに及ぶ。

## (3) クラブ化の利点と課題

多治見市ではクラブ化を行うことによって、児童生徒の多様なニーズに応えられるようになり、競技力も向上した。また、保護者をはじめとした多くの大人が子どもに関わるようになったことから、保護者同士のつながりが強くなり、そこからさらに地域のコミュニティが形成されるようになったとのこと。

一方、クラブ化を行ったことによって、新たな課題も生まれた。クラブ活動が過熱化して活動の時間と費用が増加し、クラブへの送り迎え、役員・当番や会費等、保護者の負担が増えた。競技力が向上する一方、クラブに入る敷居が高くなり、初心者のクラブ加入率は低迷しているという。また、指導者の確保も難航しているとのこと。

#### (4) 今後の展望

課題に対しては「部活動クラブ活動検討会議」で提言を行った。

##### 提言内容

- ① 学校は、ジュニアクラブの導入の経緯や趣旨を説明する場を設ける。
- ② ジュニアクラブ設置者（保護者）は、弾力的なクラブ活動ができるよう、ジュニアクラブの規約の見直しを行う。
- ③ 行政は、ジュニアクラブ指導者の確保や資質向上のために指導者リストの作成を充実させ、体育協会との連携を図る。
- ④ 学校は、PTAと協力し、保護者・ジュニアクラブ指導者・部活動顧問が密接な連携をとれるよう、三者による連携会議がもてる仕組みづくりを行う。
- ⑤ 学校は、より多くの生徒がスポーツ活動や文化活動に関われるよう、部活動の時間をより確保する。



##### ●主な質疑●

質：スポーツクラブの指向性のすみわけは。

答：指導者の質問題もあるが、年に何回か指導者や顧問同士で情報共有を図る場を設けており、こちらで子どもの素質や保護者への対応について対策を図っている。

質：部活とスポーツクラブとの競合はあったか。

答：活動時間のすみわけを行っているため競合は起こらない。



# 滋賀県彦根市



～風格と魅力ある都市の創造～



### ◆彦根市の特色

彦根市は昭和 12 年 2 月 11 日に市制を施行し、以来びわ湖東北部の中核都市として発展を続けてきた。びわ湖と鈴鹿山系に囲まれた豊かな自然に恵まれた彦根市は、江戸時代に彦根藩 35 万国の城下町として本格的に歩み始め、現在に至るまで歴史的、文化的な風情を色濃くとどめるとともに、中世から近世にかけての貴重な歴史遺産が今なお数多く存在している。

### ◆彦根市の歴史

戦国時代に絶えず戦場となっていたが、豊臣時代に石田三成が佐和山城主となつてから町は次第に繁栄し、その後、関ヶ原の戦功で井伊直政が彦根の地に封ぜられ、その子直継が彦根城の築城を始めて、直孝により完成され、城下町として発展、産業、政治、文化の中心地として 300 年間栄えた。

### ◆市独自の取り組み

美しいひこね創造活動（まちの美観を保つ活動、地域安全か通津、助け合い活動、低酸素社会づくり社会、健康増進活動）

## 1. 地場産業活性化基本方針と行動計画

### (1) 経済活性化委員会の設置

平成 25 年 5 月 10 日、大久保市長が就任し、選挙公約として、「強い彦根の実現」を目指す。その 3 本柱の一つとして、「住めるまち、働けるまちへの産業政策」を掲げた。就任後、この公約から「非常勤の特別職（地方公務員法第 3 条第 3 項第 3 号）」により経済活性化に係る市の重要課題等について、高度な専門的知見から助言指導を行わせ、これにあわせて「経済活性化委員会」を設置した。

経済活性化委員会設置の背景としては、当時次のような課題認識があった。

- ① 平成 24 年経済センサス活動調査によると、製造業の中小企業の割合は 98.3%
- ② 市内のほとんどを占める中小企業の活性化が本市の持続的な発展にとって重要
- ③ 市長公約実現のため、中小企業の課題等の把握、活性化のための基本的な方針の策定が必要

↓↓

市長の諮問機関として調査審議を行う委員会を設置

#### 「経済活性化委員会」

平成 26 年 6 月 27 日 彦根市経済活性化委員会条例を制定。

##### 目的

中小企業の活性化の方向性を明確にし、将来にわたる中小企業の活性化方針等の検討および立案を行うことにより、本市経済の活性化を図り、世界に発信できる強い彦根の創造を実現する。

##### 組織

委員 5 人以内（経済関係団体、産業界、学識経験者、彦根市特別顧問、その他）



## (2) 地域活性化委員会のテーマ「地場産業」選定

経済活性化委員会のテーマを選定するにあたっての経緯は次の通り。

- ・経済活性化委員会条例は、零細企業を含む市内の中小企業の活性化を目的とする。
- ・一口に中小零細企業と言っても、その業種・形態は多種多様であり、テーマを絞ったかたちで、本委員会での議論のテーブルに上げる方がより機動的・効果的である。
- ・彦根ならではの特色に立脚した、実効性のある基本的な方針、計画等を策定するにあたり、熟慮した結果、県内に9つある地場産業のうち、3つが彦根に集積していること、長い歴史と伝統に培われ彦根市ならではの特色ある産業であることなどから、平成26年度のテーマを「地場産業」とした。



彦根市視察会場で挨拶をする佐藤委員長と鳴海副委員長

## (3) 彦根市地場産業活性化基本方針及び行動計画の策定

平成26年7月9日の第1回委員会の開催から、計7回の委員会を開催し、市長からの諮問「彦根市地場産業の活性化に向けた基本方針およびその実現のための具体的な計画等の策定について」調査審議を行う。

第4回委員会終了後、これまでの調査審議の結果を踏まえ、抽出してきた課題の中で、特に即効性が求められ、また、具体的な事業化が可能と判断される事項について、平成26年12月12日に中間答申を行う。

計7回の委員会を経て、平成27年3月27日に最終答申がなされ、パブコメ等を行い、平成27年7月に「彦根市地場産業活性化基本方針および行動計画」を策定。

## 1) 仏壇

彦根仏壇の起源は、江戸時代中期とされ、武器・武器の製作に携わっていた職人が、平和産業としての仏壇製造に転向したのが始まりといわれている。

庶民仏教の浸透および彦根藩主の庇護のもとに、問屋制家内工業の形態とこれに伴う分業組織を完成し、彦根の城下町と中山道を結ぶ重要点である通称「七曲がり」で発展の基盤が整備された。戦後、彦根仏壇同業組合が結成され、検査制度を設けるなど品質の向上に努め生産は順調に推移する。

その後、生産は彦根市全域に広がり、彦根の地場産業として現在に至る。

仏壇製造には7つの工程があるが、彦根は7職といわれるすべての工程の職人が揃う産地となっている。昭和50年には、仏壇仏具業界では初めての国の伝統的工芸品の産地指定を受けており、平成25年には「彦根仏壇」として地域団体商標に登録された。



## 2) バルブ

バルブは、液体や気体などの流体を流し、止め、絞るもので、その用途は上下水道、化学プラント、船舶、ビルの配管など多岐にわたる。

もともと彦根には、江戸時代から鋳物の技術や仏壇の技術があり、明治期に製糸工業が盛んに行われたことから、製糸用のカランが作り始められたものとされ、彦根バルブの起源は、明治中期に門野留吉氏が製造を開始したのが始まりとされている。



その後、門野氏の分家や職人へののれん分けにより業者数が増え、近代的経営とともに一大産地が形成され100年を超える歴史を刻んでいる。

彦根のバルブ業界は、彦根市を中心に、米原市、多賀町、愛荘町、日野町、東近江市などの周辺地域に30社前後のブランドメーカーと、それを支える70~80社からなる関連企業で業界を構成し、日本で唯一の産業集積地である。

### 3) ファンデーション

第二次世界大戦後までは、彦根市では多くの足袋が作られていた。しかし、戦後の洋装化などに伴い、足袋の需要が減ったことから、縫製の技術を活かしブラジャーの生産を行ったことが彦根ファンデーションの始まりとされる。

昭和 27 年に対米輸出が盛んに行われるようになる、彦根は縫製の産地として大きな位置を占めるようになり昭和 30 年代にそのピークを迎える。その後の対米輸出規制が行われ、オイルショックによる円高やバブル崩壊などにより厳しい時代を迎えながら今日に至る。



現在では、多品種小ロット生産が可能であるという利点を活かし、様々なデザインの優れた製品を生産している。また、女性用下着のみならず、高い技術を活用し、乳児用肌着やスポーツウェアのほか、男性用下着、抱き枕など多様な製品を生産している。

## (4) 彦根市地場産業活性化基本方針および行動計画の概要

### 1) 基本方針について

地場産業の抱える課題の解決のために次の 4 つの切り口を集約

- ① 人材の確保・育成について
- ② 営業戦略・販路拡大について
- ③ 技術・商品開発等によるブランド力の強化について
- ④ 国際化(海外展開)について

- ・この 4 つの切り口を現状と課題の克服に向けた基本方針として位置付け、各地場産業ごとに方針を設定
- ・基本方針の目標期間は、おおむね 5 年間とする

## 2) 行動計画と方針・計画に沿った取組み（主なもの）について

行動計画には、基本方針で集約した4つの切り口について、「3 地場産業共通事項」、「仏壇」、「バルブ」、「ファンデーション」ごとに、実施主体、実施時期、実施機関を明らかにしたうえで、具体的な取組を記載する。

### ①共通事項

- ・国等の各種補助・支援施策の活用支援について

国等の各種補助・支援策の活用に関する企業向け窓口を設置し、効果的で適切な情報提供を行い、申請から実績報告に至る事務の作成支援を行うもの。

#### <中間答申要請事項>

商工会議所への委託事業として、平成27年度に1名体制の窓口を商工会議所内に設置

→予算は、約3,200千円

→平成28、29、30年度においても継続

→平成28年度実績は、窓口相談53件、企業訪問21件、

補助金申請50件(採択19件：38%)

### ②仏壇

- i. 職人育成のための人件費補助制度について

市は、仏壇職人の後継者育成の重要性に鑑み、新たに職人を雇用した場合等に、その人件費に対して複数年度にわたる補助を行い、技術継承が行いやすい環境を整えるものとする。

#### <中間答申要請事項 >

- ・平成27年度制度化し、予算化

- ・新規雇用した職人の賃金について、1/2、10万円/月を限度として補助する

→平成29年度予算6,000千円、5人を補助対象

→平成30年度予算6,000千円、6人を補助対象

- ii. 職人育成のための仏壇アカデミーの創設について

組合においては、職人育成をシステム化するため、育成制度の構築のほか、その拠点となる建物を構築し仏壇アカデミーを運営する。

→アカデミー設置場所や資金集めについて、特別顧問を中心に組合と協議

→資金集めに関しては、クラウドファンディングの手法を含め、検討中

→現在、仏壇事業協同組合の組合員を中心に、関係者で検討会議を開催中

### iii. 仏壇の技術を活かした新商品の開発について

組合や個別企業は、国・県等の補助や支援制度を活用し、仏壇の技術を活かした新商品を開発し、各種展示会やメディアを活用した効果的な広報宣伝活動等を行う。

これまで、市は組合が行う事業について、1,000千円の補助を継続して行ってきたが、意匠開発(新商品開発)を補助対象とし(海外需要調査も併せて)平成27年度から、予算を1,200千円に増額した。

### iv. 海外市場の調査について

海外における開教寺院の集積地や日本人・日系人のコミュニティがある都市および仏教国に対して、組合は仏壇の需要の有無を調査するほか、日本製品に関心を寄せる地域に、仏壇の技術を活かした製品の必要な市場調査等を行う。

#### <中間答申要請事項>

- ・新商品開発と併せ、補助の増額を行う。
- ・個別企業で仏壇の技術を活かした商品の海外展開を図っている企業があり、特別顧問との協議を随時行っている。
- ・平成30年度は、ジェトロ滋賀に、海外展開の基礎的な業務を委託する新規事業を行う。 予算額2,800千円。

### ③ バルブ

#### i. 大学・研究機関等との連携による技術開発および産地ブランド向上について

組合は、滋賀県立大学でのバルブに関する学科や研究室の設立を目指し、県や県立大学、その他関係機関等との協議や調整などの取組を推進するほか、大学や研究機関等と連携し、技術力向上等に関する必要な情報収集を行う。

#### <中間答申要請事項>

- ・市担当者と組合職員で、工学部を有する滋賀県立大学を訪問し、協力を要請
- ・その後、組合と滋賀県立大学工学部で協議等を継続
- ・平成28年度から、毎年度、滋賀県立大学工学部1回生向けに、組合企業専務による「彦根のバルブ産業について」と題する特別講義を実施

ii. ビワライトの国内販路拡大について

(株)ビワライトおよび関係企業は、ビワライトの実用化による販路拡大と大都市での販売促進を目指し、装置メーカーやバルブメーカーへの採用要請やマスメディアの活用等による営業活動を行うほか、県や市などに対して、優先使用の働き掛けを行い、広報宣伝活動の充実を図る。

<中間答申要請事項>

- ・市は、平成 27 年度に県に対してビワライトの積極的な活用および広報について要望
- ・平成 28 年 3 月に策定された「県企業庁経営計画」において鉛フリー材料の使用推進が記載
- ・平成 28 年度、市は水道量水器でビワライトの使用を採用

④ ファンデーション

i. 各種支援策を活用した新商品の開発について

各種補助制度を活用し、技術革新や技術を活かした新商品の開発等を行う。また、各種展示会への参加やメディア等を活用した広報宣伝等を行い、彦根ブランドの認知を向上させるとともに、販路開拓や販売ベースに乗せるための取組みを行う。

<中間答申要請事項>

- ・補助制度の活用による新商品開発については、経産省の J A P A N ブランド育成支援事業の取組の中で一部実施（詳細は後述）
- ・平成 28 年度に、J A P A N ブランド育成支援事業の取組に関わり、1 企業により新ブランドが立ち上げられ、展示会に出展

ii. アドバイザーの受入れによる海外展開について

海外市場に精通した経験豊かな商社 OB 等をアドバイザーとして迎え入れ、海外市場の調査、販売戦略の構築、販売網の構築、販売のサポート等、海外市場の開拓に向けた一貫した戦略のもとで、海外市場向けの婦人用高級下着の販路開拓等の海外展開を行う。

- ・いくつかの企業が連携して、海外販路開拓を行うこととし、平成 27 年度 J A P A N ブランド育成支援事業を申請し採択



- ・この事業で、商社OBをアドバイザーとして招聘
- ・市は、アドバイザーの選定段階から特別顧問が積極的に関わり、現在もアドバイザーとして参画
- ・平成 27 年度は、中国市場調査を主とし、28 年度も継続して補助金を受け、技術習得・製品開発を行う。

### (1) 今後の課題・展望

役所の立ち位置を模索中であり、補助頼みになると、次の展開が難しくなる。主役は事業者であり、今後とも、企業・組合に、いかに積極的に取り組みを進めていただくかを考えなければならない。

歴史と伝統に紡がれた地場産業は、地域の色を出す大きな要素の一つであり、地場産業の活性化は地域活性化に直結する。行政は、企業・組合のニーズをつかみ、適切な支援やアドバイスを行うと同時に、これをうまく活用し、地域活性化やプロモーションに結び付けていく必要があるとのことであった。

## 2. ブランド戦略「ひこにゃん」～ゆるキャラの火付け役～

### (1) ひこにゃん誕生と活躍

ひこにゃんはゆるキャラブームの火付け役といわれている。キャラクターはシンボルとしての能力を持っており、自治体においても顔を与えブランディングにつながる。しかし、キャラクターを採用するだけでは効果がなく、キャラクターをどうつくるか、どのように育てるかが重要であり、自治体がキャラクター戦略を進めるにあたっては、「自分たちが何者か」「自分たちらしさとは何か」など、自分たちのブランド価値を定義しなければならない。その点、ひこにゃんは、もともと彦根市のキャラクターではないものの、国宝・彦根城築城 400 年祭を PR するという具体的な目的をもって生まれた。ひこにゃんは、彦根城の天守の完成から 400 年を記念し、平成 19 年 3 月 21 日（水・祝）から 11 月 25 日（日）まで開催した国宝・彦根城築城 400 年祭のキャラクターとして誕生している。ひこにゃんのデザインはコンペを行い、10 社のデザイン

案の中から一次審査、二次審査を行い選定されている。愛称は、一般公募を行い、応募のあった 1167 点（愛称数は 788 点）の中から、一次審査、二次審査により決定した。ひこにゃんは、400 年祭の 300 日前（平成 18 年 5 月 25 日）にお披露目され、お披露目当初から絶大な人気を誇っている。

400 年祭でのひこにゃん効果は、目標入山者数 550,000 人に対してこれを大きく上回る 764,484 人もの実績入山者数を上げ、彦根城観覧料収入はおよそ 614,264 千円に上った。経済効果測定調査結果（推計）は、400 年祭全体の観光消費額（直接効果）が 174 億円、うち「ひこにゃん」グッズ購入額が 17 億円、経済波及効果総額が 338 億円とされる。

400 年祭が終了した後、その役割を果たしたひこにゃんであったが、あまりの人気に引退を惜しむ声が後を絶たず平成 20 年 6 月 4 日から平成 22 年 3 月 24 日に開催した「井伊直弼と開国 150 年祭」のキャラクターとして、同イベントの PR に励むことになった。さらに、「井伊直弼と開国 150 年祭」終了後も、その人気は衰えを知らず彦根市キャラクターとして、引き続き活用することとなった。最近の活動状況としては、国宝・彦根城築城 410 年祭(H29.3.18 から 12.10)での活躍があったが、400 年祭の 10 年を経過しても、人気・知名度を維持している。このほか、彦根市キャラクターとして、精力的に全国各地で PR 活動を行っている。



400 年祭り当時の彦根城での登場風景



平成 30 年 4 月 13 日 12 回目のお誕生日セレモニー

	ひこにゃん観光消費額		観光客 入場者数 (万人)	市内観光 入込者数 (万人)	普通車 駐車台数 (万台)	大型車 駐車台数 (万台)
	食料(千円)	宿泊費(千円)				
平成19年	5,184	23,308	38	428		
平成20年	6,990	29,354	85	333		
平成21年	3,741	20,576	32	323		
平成22年	4,051	19,517	33	344		
平成23年	4,141	20,408	83	384	23.2	8,244
平成24年	4,330	20,260	32	332	23.5	5,012
平成25年	4,332	21,499	34	319	21.8	5,255
平成26年	4,270	22,117	39	328	22.4	5,638
平成28年(今回調査)	5,429	23,871	44	348	23.0	6,738
前年度	1,199	▲2,461	0	14	0.2	1,391
前年比	27%	-10%	7%	4%	1.3%	27%

※平成19年・21年度調査結果は平成20年度「ひこにゃん」の観光消費額を算出したもの。  
 ※普通車駐車台数は国土交通省発表値

	観光消費			観光効果	
	観光消費 (個人消費額) (万人)	観光 消費額 (億円)	ひこにゃん グッズ販売額 (億円)	税額 (億円)	雇用効果 (人)
平成18年	243	174	17	338	2,872
平成19年	185	170	10	320	1,888
平成21年	210	108	8	211	1,200
平成22年	211	120	8	228	1,129
平成23年	228	143	8	271	1,324
平成24年	204	137	9	258	1,308
平成25年	206	141	8	266	1,304
平成26年	228	169	7	313	1,382
平成28年(今回調査)	227	187	8	342	1,419
前年度	11	21	1.4	49	127
前年比	7%	10%	22%	18%	10%

※平成18年は「ひこにゃん」が誕生した年、観光消費額は0円、雇用効果も発生していません。

「ひこにゃん」効果の実績平成29年 彦根市観光に関する経済効果測定調査より

## (2) ひこにゃん人気の理由

経年を経ても人気の衰えない、彦根市の顔とも言える「ひこにゃん」の人気の理由は次のような理由があると分析されている。

### ①ひこにゃん自体の可愛さ・愛嬌のあるパフォーマンス

イラストより可愛いと評判に

### ②舞台（彦根城）があること

ホームがある強み 365日いつでも会える

### ③ファンへの情報提供・情報拡散

ブログ、Facebookなどの情報発信によって、ファンを飽きさせない

### ④市のキャラクターとしての活動の維持(商業目的利用への制限)

過度な露出等により消費されすぎない

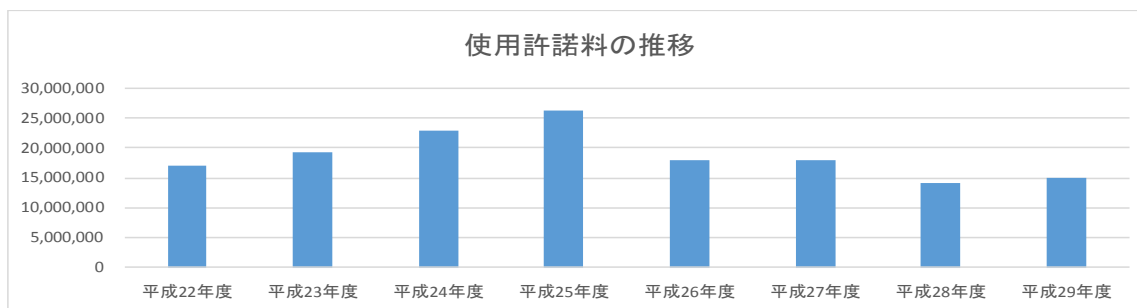
## (3) ブランドとしてのひこにゃん、著作権と商標権

著作権は、国宝・彦根城築城400年祭終了時、実行委員会から彦根市に譲渡し、彦根市が保有している。商標権も彦根市が保有しており、当初、平成20年1月に商標登録、平成23年1月に食品関係を追加登録、平成23年5月に写真を追加で登録している状況である。ひこにゃんの使用許諾には次の決まりを設けている。

### ① 築城400年祭・開国150年祭の期間中は、イベントのPRのため無償使用

### ②平成22年5月から、原則有償化（彦根市のPRにつながるものは除く。）

### ③使用許諾料は、商品の販売予定額（販売単価×生産予定数）の3%



年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
使用許諾料	16,958,755	19,287,827	22,795,341	26,303,463	17,878,967	17,913,715	14,182,998	15,045,276

### (3) ひこにゃんのこれから

平成29年8月には、ひこにゃんが登場するスマートフォン・タブレット端末用の無料アプリケーションをリリースした。このアプリでは、まち歩きを楽しみながら彦根のほんものの歴史を学ぶことができる。日本語のほか、英語・中国語(簡体/繁体)に対応している。また、平成30年2月14日、ひこにゃん等の彦根市キャラクターのLINEスタンプをリリースした。24種類(ひこにゃん16・いいのすけ8)を1セット120円で販売し、平成30年3月末で約3,800件の売上(H30.3末)を計上している。



- ② 彦根市キャラクターとして地域振興のために地元彦根市で積極的に活動
- ② 交通安全啓発、被災地訪問など知名度を生かした各種啓発活動、共同募金
- ③ 新たなファン層の獲得

若年層への訴求(映画出演「トリガール!」)・海外へのPR

- ④ 商標使用の拡大

使用要件の緩和・LINEスタンプなど

- ⑤ シティプロモーションでの活用

彦根市の国際化(国際都市交流、ホストタウン)

### ● 主な質疑 ●

質：ふるさと納税の効果は。

答：ひこにゃんを項目としたふるさと納税のメニューがあり、平成24年から64,800件で1億200万円ほどの納税をいただいている。(5,000万円の大口納税を含む)

## 愛知県岡崎市



～人・水・緑が輝く 活気に満ちた 美しい都市岡崎～



### ◆岡崎市の特徴

岡崎市は、愛知県の中央部に位置し、古より東西交通の要衝として栄え、江戸幕府を開いた徳川家康公の生誕地として、悠久の歴史と伝統に育まれた都市である。大正5年に県下で3番目、全国で67番目に市制を施行し、平成15年には中核市に移行した。平成18年には隣接する額田町と合併し、西三河の中心都市として発展を続ける。

市内には矢作川、乙川の清流が流れ、水辺空間を活用しながら新しいまちづくりを推進している。また、徳川家及び三河武士に由来する数多くの歴史資産があり、これら歴史文化資産を活かした観光産業都市を目指し、対話と信頼の市政を通じて、「夢ある新しい岡崎」の創造を進めている。

### ◆岡崎市の歴史

応仁の乱後、天下は戦国の世となりそのなかで力を蓄えてきたのが、家康の先祖松平氏である。大永4（1524）年、七代松平清康が安城から岡崎に拠点を移し、城下町の形成に力を注いだ。織田・今川の間で苦難の時代を過ごした松平元康は、三河を統一。徳川家康と改め、慶長8（1603）年、江戸に幕府を開き、徳川300年の礎を築く。城下町岡崎は、東海道五十三次の宿場町、矢作川の船運や三州中馬の中継地として栄えた。明治になり、水車動力のガラ紡、日本初の官営愛知紡績所の操業は地場産業の発達を促し、東海道線の開通は岡崎の近代化を一層促進した。以後、西三河の中心都市として成長を続けている。



## 1. 岡崎市の防災対策 ～平成20年8月末豪雨水災害から学ぶ～

### (1) 平成20年8月末の集中豪雨での当時の状況

近年、異常気象などによる日本各地で局所的な集中豪雨の災害が発生している。今後も頻発されることが危惧される中、岡崎市では、平成20年8月末の豪雨により、2名の尊い命が失われ、3,000棟を超える家屋が浸水により被災する未曾有の被害を受けた。これを契機に危機管理体制の見直しをはじめ、河川改修や雨水ポンプの整備、浸水警報装置の設置や防災緊急メールの配信による災害情報の提供など、防災体制の充実を進めている。

しかし、自然災害の発生自体を防ぐことはできないことから、大規模な災害が発生したとき。被害を最小限にとどめるための減災には、市民ひとりひとりの自助の行動とお互いを助け合う共助の行動が重要である。地域に即した実行力のある防災体制を整えることは急務であり、市民と地域と行政が連携して対応していく必要がある。

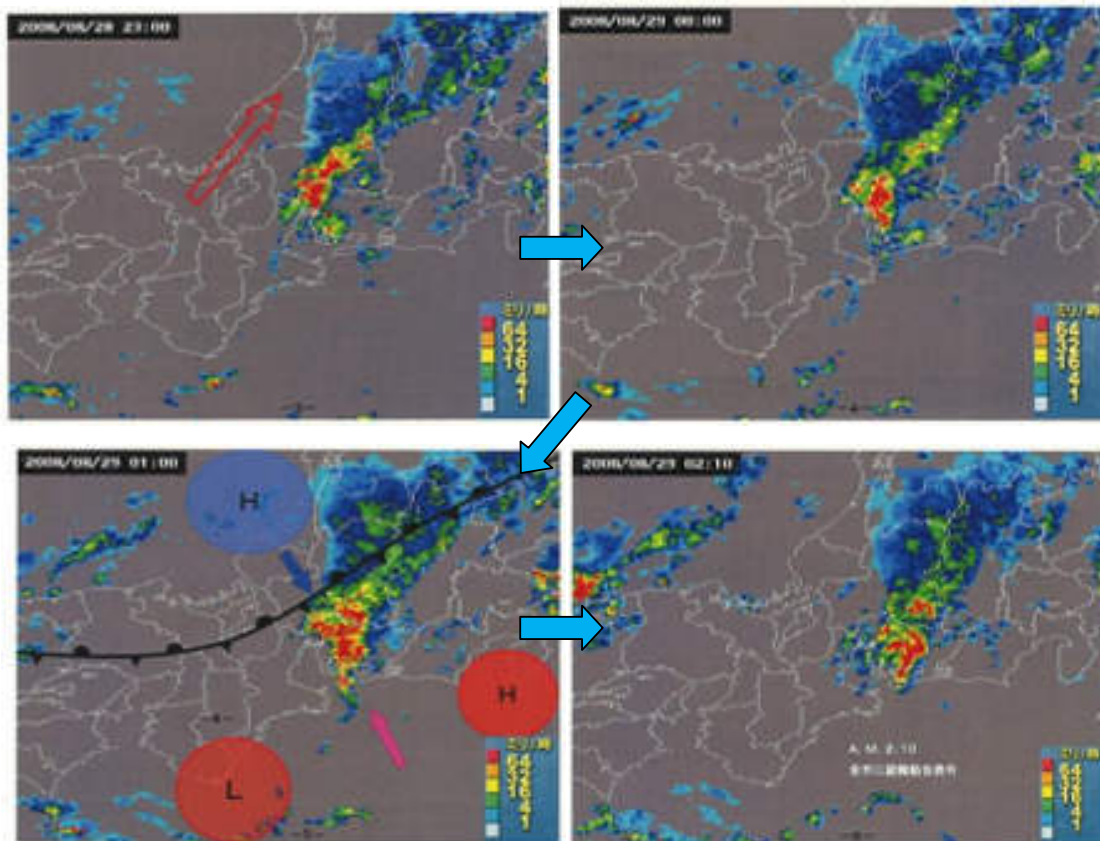
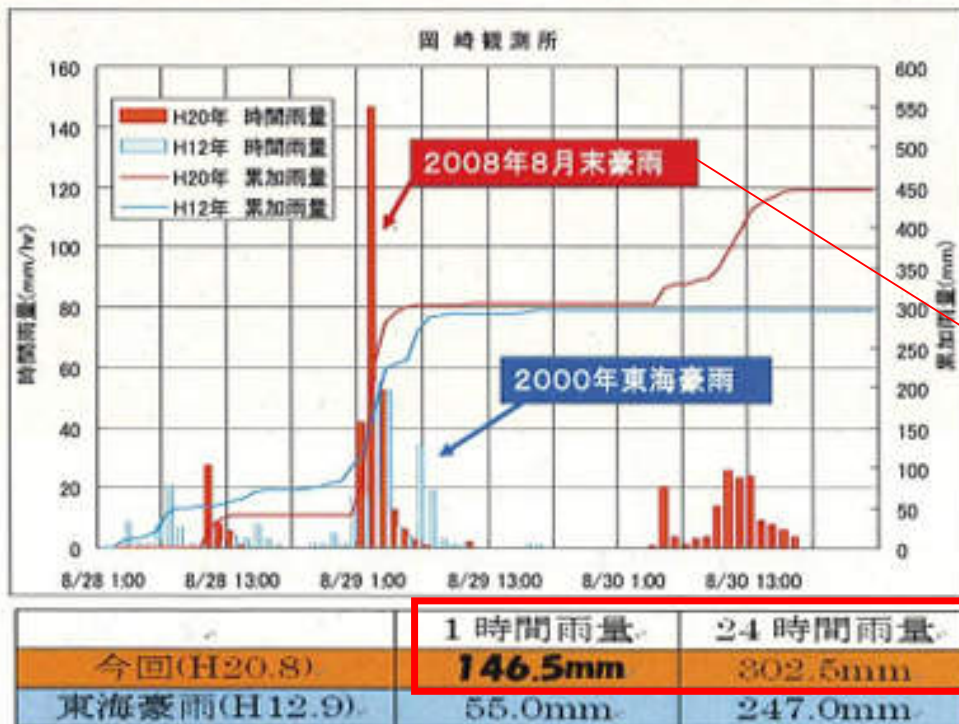


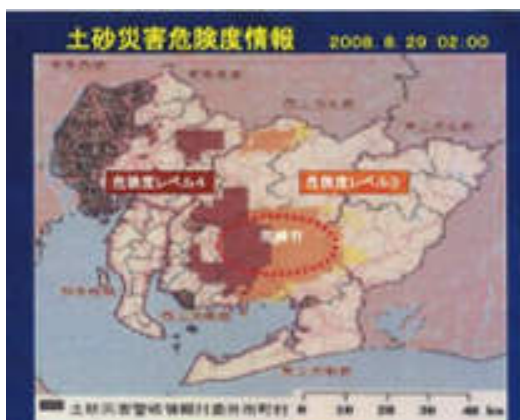
岡崎市内被害状況

上の伊賀川愛宕橋東地区と伊賀川堤外家屋の現場ではそれぞれ人が亡くなった。



## 平成20年8月末豪雨降雨状況(岡崎観測所)





岡崎市の平成20年8月末の豪雨では、24時間の雨量で見れば平成12年の東海豪雨と大きくは変わらないものの、1時間雨量が東海豪雨の3倍もあり、午後11時から午前2時の短時間で集中豪雨に見舞われた。この集中豪雨により、内水が氾濫し市内全域で甚大な浸水被害が発生した。また、土砂災害警戒情報を補足するため県が独自に提供している土砂災害危険度情報によると、この短時間で避難勧告等による避難を実施、または避難をすでに完了していなければならぬレベルまで達してしまった。





## (2) 被災経験から減災への取り組み

岡崎市では、平成20年8月末の集中豪雨を被災して、目の当たりにした問題から、各減災への取り組みを強化していく。その取り組みのひとつに、避難が後手に回らないための観測体制の確保と、市民などへ情報がいち早く提供されるよう「水位計・浸水計と連動した警報装置」を市内各所に設置した。この警報装置は観測と警報の役割を兼ねるもので、浸水の危険が迫ると2段階に分けてサイレンが鳴る。この警報装置により、地域ごとに市民が自主的に避難等を行えるようになった。



このほかにも、各監視システムの再整備、コミュニティFM局と連携した防災ラジオやエリアごとに送信される緊急メール体制の整備、ハザードマップの見直し、町内会が主導して作成する地域エリアごとの防災マップ作成支援等を行っている。最近では、市内被害現場の画像を携帯電話で送信し集約する災害フォトシステムを試行的に運用している。岡崎市では、行政と地域市民とが連携して取り組むことで、今の防災に備える意識の高い地域土壌が醸成されている。

### (3) 防災展示コーナー

岡崎市では市役所内に防災啓発等を目的とした「防災展示コーナー」が設置されている。

- ① 災害映像（地震編・豪雨編）
- ② ある家族の7日間
- ③ ヘッドマウントシステム
- ④ 今昔マップ
- ⑤ プロジェクションマッピング
- ⑥ 地震のメカニズム



### (4) 今後の展望

岡崎市では行政も一体となった市民に自主性のある防災対策が進んでいる。しかし、災害自体をなくすことはできないことから、各種防災システムの引き続きの整備や改良、行政としても積極的に地域と市民に関わる防災体制を構築していく。

●主な質疑●

質：ツイッターなどSNSから情報を収集してみてもという声もあるが、岡崎市での取り組みは。

答：信憑性について課題もあり、研究中である。

質：水害等があれば、被害の状況を調べるために情報収集が必要であるが車が機能しなくなる。情報収集はどのように行うべきか対策は。

答：小学校ごとに地域の職員に責任を持たせる地域防災連絡員という制度を作った。職員の責任の元、各地域で情報収集を行うようにしている。地域の情報を小学校の無線機で連絡してもらい、市内の情報を収集するようにしている。この制度を作ってから地域住民にも防災に対する自主性が芽生えたのか、防災訓練も地域主導のものに変わった。

以上.