



出張報告書

令和6年 9月20日

尼崎市議会議長 様

会 派 名 日本維新の会  
代表者氏名 松岡 洋司  
出張者氏名 高橋 清司

このたび、出張しましたので、次のとおり報告します。

1 出張期間 令和6年8月21日から令和6年8月22日まで

2 結果の概要

|                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>用務先</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・岐阜市役所</li> <li>・品川区役所</li> <li>・株式会社サンリオ</li> </ul>                                                         | <p>報告事項 (この欄には要点を箇条書きにし詳細事項がある場合は別紙添付)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 自動運転バス運行事業 (GIFU HEART BUS) について</li> <li>2 キャラクターを活用した取組事例の効果について</li> <li>3 自治体とのパートナーシップ活動を通じた地域貢献活動について</li> </ol> |
| <p>添付書類</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 出張調査報告書</p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/></p> | <p>備 考</p>                                                                                                                                                                                                 |

3 届出事項の変更等 ☒ なし ☐ あり (内容は裏面に記載)

旅 費 の 精 算

|                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 精算額は、令和6年7月12日届け出た額 (49,300円) と同一額である。</p> <p><input type="checkbox"/> 届出事項の変更等により、別途精算する。(精算額は裏面に記載)</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(裏面)

届出事項の変更等の内容

変更等の事項と理由

|                  |  |
|------------------|--|
| 支 出 額            |  |
| 精 算 額            |  |
| 支出<br>差引 額<br>戻入 |  |

変更前と後の日程

| 月        | 日 | 日 | 日 | 日 | 日 | 日 | 日 |
|----------|---|---|---|---|---|---|---|
| 前<br>発着地 |   |   |   |   |   |   |   |
| 後        |   |   |   |   |   |   |   |
| 前<br>経 路 |   |   |   |   |   |   |   |
| 後        |   |   |   |   |   |   |   |
| 前<br>用務先 |   |   |   |   |   |   |   |
| 後        |   |   |   |   |   |   |   |
| 前<br>宿泊先 |   |   |   |   |   |   |   |
| 後        |   |   |   |   |   |   |   |

## 会派視察報告書

【日時】2024 年 8 月 21 日(水)

【視察先】岐阜県岐阜市建設部

【報告者】高木 浩司

【テーマ】岐阜市のまちづくりについて、自動運転技術の導入に向けた取り組みについて

### 【報告】

尼崎市においても少子高齢化や核家族化が進むなか、誰一人取り残さず、街を活性化させていくためには地域公共交通の存在は非常に重要です。本市は、東西交通は JR・阪神・阪急がある一方で、各路線から離れた地域や、南北の交通は非常に不便な状況となっています。そのため、バスが重要な役目を果たしていますが、バスの運転手不足や物価高騰等様々な影響から、不採算路線の廃便や、路線変更などが行われており、市民サービスの低下にも繋がる喫緊の課題となっています。

岐阜市の取り組みは、そういった課題に対して先進的な取組を通じてより良いまちづくりに繋げていくためのもので、尼崎市だけでなく日本におけるファーストペンギン的な役割を持った取組のため、視察を通じて学びを得てこれからの尼崎市、日本に還元できる知識を得る目的のため訪問をさせていただきました。

岐阜市では、中心市街地の観光地を周遊する自動運転バスを 5 年継続して運行し、段階的にインフラ整備を進めるとともに、社会需要性の向上を図りながら、レベル4での自動運転の実装を目指されており、BOLDRY(株)、岐阜乗合自動車(株)・(株)日本タクシー、岐阜市の運行体制で取り組まれています。バス単体で自動運転を実現するのではなく、例えば信号機にセンサーを取り付け、バスと連携することで、完全自動右折などを実現しています。1箇所だったバス停は現在では9箇所にもなり、電話・LINE での予約でバスに乗ることができます。バスのデザインは水戸岡鋭治氏が手がけており、赤の特徴的なデザインになっていました。

昨年 11 月に実証実験がスタートしてから、今までに約 36,000 人の利用があり、その 4 割は海外や岐阜市外の方の利用とのことで、世界中から注目される自動運転バスの事例となっています。

路側帯に路上駐車されていたらオペレーターの操作が必要であったり、時速は 19km/時となっており、1 車線一方通行の道を走行する際には若干渋滞気味にもなっておりましたが、いずれにしても地域住民に理解してもらえるよう細やかな情報共有と、メディアによる報道などを通じて地域に協力していただきながら進められており、国・県・地域の協力のもと成り立っている自動運転バスの先進事例を学ばせていただくことができました。

## 【所感】

岐阜市の自動運転バスの取り組みは、現代の交通問題に対する革新的な解決策の一環として非常に注目されています。

まず、バス運転手不足という問題は、全国的に深刻化しています。特に地方では高齢化が進み、運転手の確保が難しくなっています。自動運転バスの導入により、この課題を解消できる可能性があると感じ、運転手がいなくてもバスが運行できることで、地域の公共交通機関の維持が期待されます。

次に、安全性についてですが、自動運転技術は日々進化しており、事故率の低下が期待されています。もちろん、技術の成熟度や実際の運用におけるリスク管理は重要ですが、適切な導入と教育を行うことで、利用者の安全が確保されるでしょう。

実証実験の段階では、様々なデータを収集し、運行状況や利用者の反応を分析することが重要です。この段階で得られた知見は、今後の運用に役立つだけでなく、他の地域での導入に向けた参考にもなると思いますが、完全自動化にするには、かなりハードルが高いとお聞きしていますが、クリアできる日が来てほしいと思う実験です。

最後に、不採算路線の解消という観点から、自動運転バスは非常に有望です。人手をかけずに運行できるため、経済的な負担を軽減し、地域住民の移動手段を確保する手助けになります。特に、利用者が少ないエリアでも運行が可能になることで、地域の活性化につながるかもしれません。

総じて、岐阜市の自動運転バスの取り組みは、地域社会にとって多くのメリットをもたらす可能性があり、今後の進展に非常に期待でると感じました。地域の交通網の持続可能性を高めるためにも、引き続き技術の向上と安全性の確保が求められ良い結果につながればと思います。

なお、自動運転バスなど話題性のある取り組みを尼崎市でも取り組むことが出来ればと思います。

## 会派視察報告書

【日時】2024年8月22日(木)10時～12時

【視察先】品川区役所、品川観光局

【報告者】高谷 浩司

【調査事項】キャラクターを活用した取組事例の効果について

・品川区は「しながわ観光大使」として(株)サンリオのシナモロール(通称 シナモン)を活用

<しながわ観光大使 任命まで>

2007年:区の初の観光大使「キャッツ」(五反田にキャッツシアターがあった事がきっかけ)

2013年:シナモロールを「しながわみやげ応援キャラクター」として任命

2014年:新キャラクター「品川紋次郎」制作

2016年:区議会にてシティプロモーションの手法としてPR大使起用の提案あり

2017年:品川区の観光大使に「シナモロール」を任命

<株 サンリオとの契約>

・基本協定と個別協定を結ぶ。

<活用事例>

・イラストの使用(全庁的に品川区や観光協会のPR媒体で使用)

投票済証、ミニ区役所概要版、保育園案内、オリジナル婚姻届、出生届、出生記念証、イベントPR  
チラシ 庁有車のラッピング 等々

・ノベルティ

ボールペン、タオル、缶バッチ、付箋 お土産用のショッパー 等々

・施設、ハード

壁のデザイン(授乳室や品川観光協会)デザインマンホール、観光案内所併設カフェ 等々

・着ぐるみ出演

区や地域のイベント(まつりや成人式など)に賑やかに出演

・民間への広がり

アワーズイン阪急(ホテル)シナモロールルーム

<効果>

・シナモンを活用して約20年になり、庁舎内での活用範囲も徐々に広がってきた。区民は子どもの時から、市の案内物やイベントで目にしていたシナモンを大人になって再び目にするようになり、若い世代や子育て世代へのアウトリーチ活動としての効果がみられる。

婚姻届や出生届は好評、庁内の 2 階にフォトパネルが設置されており、庁内を訪れた方や婚姻届を提出した夫婦などが撮影している。

- ・庁舎内の一部の壁紙に使用しており、入りやすい雰囲気になっている。

- ・マンホールカード入手のため、1 日数十人が観光局を訪れる。

(私たちが視察した当日も親子がマンホールカードをもらいに来ていました)

- ・観光協会の SNS はフォロワー数、約 1.3 万人、HP 閲覧数は毎月 20 万人以上。区内の飲食店、観光名所、土産物などを掲載。

シナモンを活用した品川お出かけ情報の発信は、若い世代に向けた情報の提供を行っている。

#### <品川区のキャラクター はたちの龍馬>

シナモンは全国的に有名なキャラクターであり、イベント集客の効果は高い。

一方、品川区のキャラクター「はたちの龍馬」は区のキャラクターであり、観光大使見習いと言う肩書で、区民へ浸透してきた。

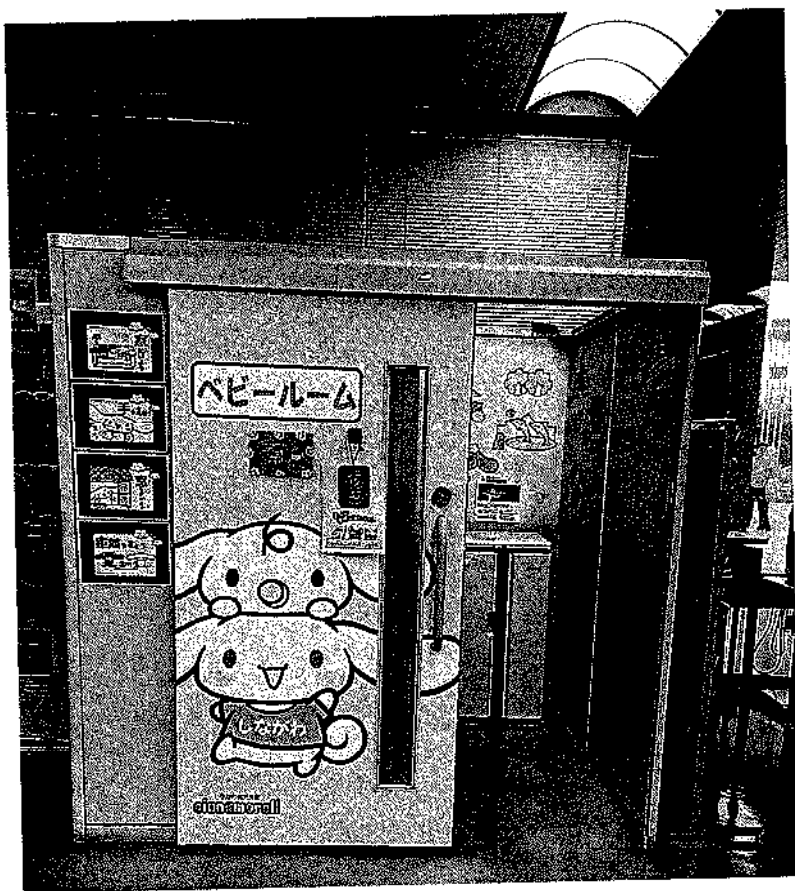
#### 【所感】

品川区役所の見学を通じて、地域振興や観光促進の取り組みについて深く理解することができました。特に「しながわ観光大使」としての役割や、サンリオとのタイアップによるキャラクター活用の戦略が印象に残りました。

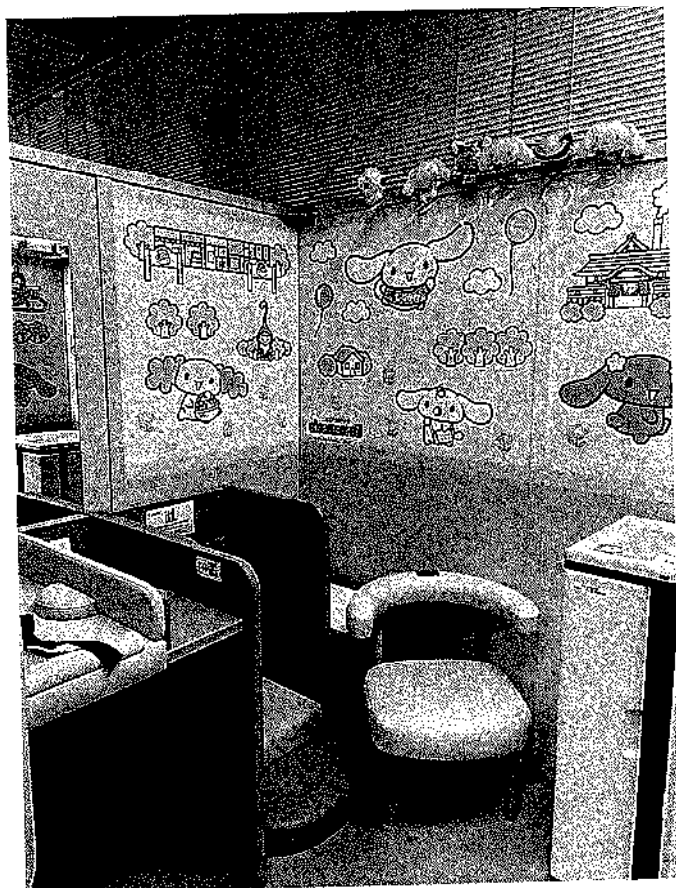
品川区は、多様な文化や観光資源を持つ地域であり、それを活かした観光施策は非常に重要です。しながわ観光大使の活動を通じて、地域の魅力を発信し、観光客を呼び込むという取り組みは、地域経済の活性化に寄与するものだと感じました。

また、サンリオとのコラボレーションでは、キャラクターを用いた新たな観光資源の創出が見られ、特に子供やファミリー層に向けたアプローチは効果的です。キャラクターの親しみやすさを通じて、品川の魅力をより多くの人に伝えることができるのは大きな利点です。

全体を通じて、地域の特性を活かした観光振興の重要性を再認識し、これからも、地域とキャラクターのコラボレーションがどのように進化していくのか、非常に楽しみです。品川区の取り組みが他の地域にも波及し、特に尼崎市の観光振興のヒントになればと思います。



◀ 品川区役所ベビールーム



◀ 品川区役所ベビールーム内部

▼ 出生届プレゼントの広報



## 会派視察報告書

【日時】2024年8月22日(木)16時~17時

【視察先】株式会社 サンリオ本社(東京都 品川区)

【報告者】 高谷 浩司

【調査事項】自治体とのパートナーシップ活動を通じた地域貢献活動について

### (1) 会派概要

商号:株式会社 サンリオ

設立:1960年8月10日

売上高(連結)99,981百万円(2024年3月期)

692名(嘱託・アルバイト等を除く2024年3月31日現在)

#### <事業内容>

ソーシャル・コミュニケーション・ギフト商品の企画・販売、著作権の許諾、テーマパーク事業等

#### <企業理念>

みんななかよく

### (2) 各自治体との取組事例

#### <自治体ブランド関連の課題解決>

- ・認知拡大:キャラクターの知名度を活用し、自治体の認知を引き上げる
- ・価値向上:キャラクターを起用することで、自治体の価値を高める

#### 事例

- ・住民サービス(婚姻届け、出生届、母子手帳、子育てハンドブック、防災アプリ)
- ・選挙済証
- ・啓蒙啓発(熱中症予防、自殺防止、悪質な消費者契約注意)
- ・オリジナルソング(小松市)
- ・就任式:(石川県能美市)

自治体の応援大使にキャラクター(シナモロール)を任命し、市内の総合会館で任命式とキャラクターのライブショーを行い、無料で市民を招待。式典前後にフォトスポットで楽しむ。スタッフとして市民ボランティアも参加。

- ・プレミアム商品券



### <集客関連の課題解決>

- ・集客力強化:キャラクターを活用して観光客接点を作る
- ・囲い込み・継続か:住民限定グッズや優待を提供して満足度を高める

#### **事例**

##### ・施設装飾

(山口県 秋芳洞)シナモロールで装飾入り口やエレベーターを装飾し明るく楽しい雰囲気になっている。

(石川県 小松市)小松駅に隣接する待合所をポムポムプリンで装飾。駅やバスの待合時間や休憩スポットとして人気。

(東京都 品川区)区役所内階段・授乳室をシナモロールで装飾。品川観光協会は入り口の全面ガラスにシナモロール。

##### ・PR 動画作成

(東京都 品川区)キャラクターの魅力と地域の特性を融合。手話を身近に感じる動画も作成

(山梨県)ライブキャラクターを起用し、字幕は英語でつけるなど、インバウンドにも対応した動画

##### ・サンリオピューロランド活用

(石川県 小松市)小松市の PR を東京都多摩市にあるサンリオピューロランドでイベントを実施。

(当日入場者:6150 名、シアター入場者:190 名、30 分前に満席)

多くのサンリオファンに小松市を PR することに成功。

### <サンリオキャラクターの特徴>

- ・サンリオキャラクターを知らない方はほとんどいない。
- ・日本人らしく、嫌われないキャラクターであり、安定キャラクターと言われる。
- ・瞬発性のキャラクターとの違いは、アニメのキャラクターはそのアニメが人気があるときは伸びる。サンリオは突発性の瞬発力はないが、20 年後 30 年後も安定してずっと人気でいられる力がある。そこが強みであり、提案できるところ。

## 【所感】

サンリオ本社の見学を通じて、企業の集客力や地域との連携の重要性を深く実感しました。サンリオは、かわいらしいキャラクターたちを通じて多くの人々に愛されており、そのブランド力を活かした集客戦略が非常に効果的であることがわかりました。

特に、小松市との契約においては、地域振興の一環としてキャラクターを活用したイベントやキャンペーンが行われている点が印象的でした。これにより、地域の魅力を引き出し、観光客を呼び込むことができるという循環が生まれていると感じました。

さらに、サンリオが行っている啓蒙啓発活動も非常に意義深いものでした。子どもたちに対する教育や、地域の文化を大切にする取り組みが、キャラクターを通じて自然に行われている点が特に心に残りました。これらの活動は、単に商業的な利益を追求するだけでなく、社会的な責任を果たす姿勢を示していると感じました。

全体を通じて、サンリオの取り組みは地域との共生を図りつつ、持続可能な集客力を生み出していることが印象的でした。この見学を通じて、地域振興や企業の社会的役割について多くの学びを得ることができました。

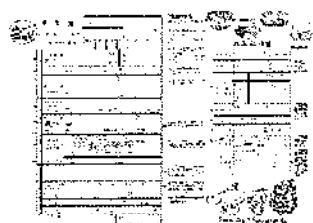
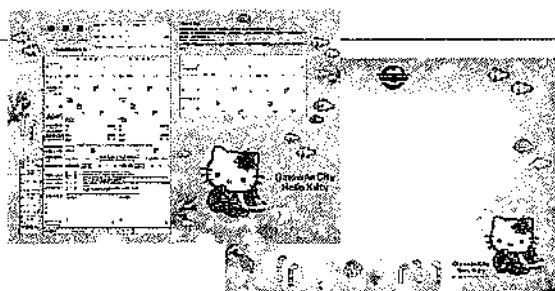
資料提供：株式会社サンリオ アジア事業本部第一部

自治体ブランド

住民サービス

「住みくなる」仕組みづくり

広報紙・出生届・婚姻届、防災アプリケーションなど生活に密接なシーンでの活用。  
キャラクターによって住民サービスに親しみを持っていただくことが可能です。



資料提供：株式会社サンリオ アジア事業本部第一部

