

## 会議録（2011年9月 第7日目 2011年9月26日）

### 越川雅史議員

市川市の公認キャラクターについて質問をさせていただきます。

まずは端的に質問します。本市の施策にはさまざまなマスコットキャラクターが利用されているようですが、市川市を代表する、いわゆる公式キャラクターというものは存在するのでしょうか。また、現在、公式キャラクターが存在しない場合、今後、選定する意思はありますか。

なお、私は通告の際には「公認」という言葉を使いましたが、以下、「公式」とお読みかえいただきたくお願いいたします。

また、そもそもそれぞれのキャラクターはどのように選定されたものなのでしょうか。

そして、それぞれのキャラクターはどのように利用されているのでしょうか。

以上が1回目の質問となります。ご答弁によりましては再質問させていただきます。

### 笠原智企画部長

キャラクターについてご説明いたします。

最初に、市を代表するキャラクターについてであります。現在は事業ごとに定めたキャラクターとして、1つはほうきで市のごみ処理問題を一扫するイメージをデザインいたしました清掃事業のキラリン・ピカリン、また、伝説の手児奈姫の名をデザイン化した文化事業のてこな、そして市川市の居心地よい環境が気に入ってマナー星から移り住んだ、こんなことをイメージしたマナー条例事業のマナーマンとマナりんなどが主なものとしてございます。しかし、今のところ市を代表するようなキャラクターというのは定めてない状況であります。市を代表するキャラクターは定めておりませんが、マナー条例事業として活用しておりますマナりんにつきまして、市を紹介する雑誌への登場や節電避暑地キャンペーンなど、マナー条例の啓発に限らず積極的な活用を図っているところであります。また、県のPRキャラクターとして人気のあるチーバくんにつきましても、イベント等におきましてマナりんとともに出演し、多くの方々から好評を得ていますことから、市といたしましては、今後もマナりんとチーバくんの活用範囲を広げてまいりたいと考えているところであります。

次に、キャラクターの選定方法であります。キャラクターの選定に当たりましては、デザイン及び名称について、市が独自に定めたものと公募によって定めたものとがございます。市が独自に定めたものとしたしましては、マナーマンや1%支援制度のエコボ船長などがあります。また、公募によって定めたものとしたしましては、デザインは市が作成し、名称を公募したものとして、マナりんとキラリン・ピカリンがあります。マナりんは、公募230点から自治会代表などで構成する選考会での協議により命名をいたしました。キ

ラリン・ピカリンについては、公募 5,063 点から庁内関係部署による選考で命名されました。デザインと名称を一体として公募して定めたものとしたしましては、てこながありません。てこなは 209 点の作品から、画家や市民などで構成する審査委員会により決定したところでもあります。

次に、市の施策ごとのキャラクターの利用状況についてであります。いずれのキャラクターもホームページや冊子類、ポスター、パンフレット、啓発グッズなどで利用し、親しみやすさを演出しているところでもあります。主なキャラクターの具体的利用状況といたしまして、清掃事業のキラリン・ピカリンについては、ごみ収集車や市指定ごみ袋などにも印刷をし、日常生活の中で多く目にさせていただくことで、ごみ問題により多くの方に関心を持っていただくよう努めております。文化事業のてこなは、タオルなどのグッズ販売を通じて映像文化センターや観光交流課などが行う文学賞事業と文化振興事業等の周知啓発も行っております。マナー条例事業のマナーマンとマナりんにつきましては、着ぐるみを制作し、市民まつりやニッケコルトンプラザ、妙典イオンでのマナー条例啓発活動、本八幡駅前の世界禁煙デーでのイベント等で活躍をしております。

以上でございます。

## 越川雅史議員

ご答弁ありがとうございます。今回、なぜ私が市川市の公式キャラクターの話を取り上げたのかといいますと、ただ単にゆるキャラがブームだから、市川市もチーバくんや、せんたくんみたいなキャラクターをつくりましょうよといった次元のことではありません。我々政治家も同じなんです。行政にとっても情報発信、広報活動というものが最も重要な業務の1つでありますので、私は本市もありとあらゆる手段を使って広報活動を行わなければいけないんじゃないかと考えているわけですし、そのためにはキャラクターの利用が有効なんじゃないかと考えているところでもあります。

ご答弁いただきましたことは理解いたしました。一定の取り組みが行われていることについては、率直に評価をしたいと思います。ただ、私はもっと盛り上げていくことはできると思いますし、キャラクターを通じて、より一層の施策の周知を図ったり、キャラクターを用いた情報発信だからこそできる特性にももっと着目すべきかと思えます。

具体的に申し上げます。まずは、キャラクターの選定方法。今はマナりんとチーバくんが売り出し中のようなんですが、幾つかキャラクターがあるわけですから、例えばAKB48を倣って選抜総選挙を実施するというのも考えられるのかと思います。ただ単にAKBをまねして総選挙を実施したからといって、市民の関心が低ければ低投票率になってしまい意味がないわけですから、投票権にも仕掛けをつくる。例えば住基カードを持っている人、エコポカードを持っている人、住民税を全額一括納付している人、メール情報サービスに登録している人など何でもよいのですが、市の重点施策に連動させて投票権を付与する。そうすれば、投票権を欲しい子供たちは両親におねだりしたりして、エコポカ

ードを申し込んだり、メール情報サービスに登録しようという人がふえるかもしれません。また、市の封筒などあらゆる印刷物にキャラクターを描くようにすれば、この封筒気に入ったという人もいるでしょうから、封筒を大事に使い回してくれて、ごみの削減にもつながるかもしれませんし、キャラクターが描かれた封筒がいつも家にあることによって、市政を身近に感じてくれる人がふえるかもしれません。現在、複数のキャラクターがいるわけですから、登場させる際には、例えばある年は総選挙の結果でマナリンがセンターポジションをとったりするかもしれませんし、市長選挙のときはせんぴょちゃんがセンターと決めておけば、ああ、ことは市長選挙の年なのかと、今やっているように事前にティッシュを配ったりせずとも、選挙の啓発というものを効果的にできるかもしれません。

あと、現状のメンバーの中には、てこなちゃんやレッサーパンダくんといった市川にゆかりのあるキャラクターはいるわけなんですけど、これぞ市川といったキャラクターとまでは言えないんじゃないかと思います。そこで、例えば市川のナシを売り込むためのナッシーですとか、行徳のノリを売り込むためのノリピー。ノリピーという名称が適切かどうかわかりませんが、そういうこれぞ市川みたいなキャラクターがいてもいいんじゃないかなと思います。そして、例えばお母さんと子供がスーパーに買い物に行ったときに、殺風景に売られている他市のナシよりも、ちょっと高い値段設定にしていたとしても、ナッシーがかわいくほほ笑んでいるシールが張られている市川のナシのほうが子供たちには魅力的かもしれないわけですし、お母さん、ナッシーのほうのナシを買おうよと母親に勧められるかもしれませんし、ナッシーのシールが張られているキャラクターによって他市のナシとの差別化が図れるのかもしれません。また、子供たちの間でナッシーシールがはやりたりすれば、昔のビックリマンチョコのように、シール欲しさで市川のナシを買うという動きも出てくるかもしれません。そして、このシールを市内の未就学児、小学生、中学生、高校生、一般社会人、それぞれの部から公募して、最優秀作品には賞金総額、例えば50万円ですとか、100万円ですとか差し上げちゃってもいいのかと思います。そうすれば、文化芸術の町市川は、キャラクターデザインで一盛り上がりできるだろうし、採用されなかった作品も芳澤ガーデンギャラリーや東山魁夷美術館に展示をする。そうすると、その絵が飾られている子供たちは、おじいちゃん、おばあちゃん、ご両親を連れてがらがらの美術館に入館料を払って出向いてくれるわけですから、賞金の原資は回収できる上に、もしかしたら運営費の一部も賄えるのかもしれません。あるいは市川市のキャラクターがひったくり犯や空き巣、自転車泥棒を捕まえたりするアニメや絵本を制作すれば、市川に多い犯罪と、その防止策を効果的に子供たちにも周知することができるし、子供たちがお母さんやおばあちゃんに、ひったくりに遭うから、かばんは肩にかけないとだめだとか、車道に向けちゃだめですとか、自転車のかぎは2個つけないとだめなんだよということを啓蒙してくれるかもしれませんし、家から出かけるときに、ちゃんと戸締まりができていいのかどうかチェックしてくれるようになるかもしれません。

ということで、私の想像なのか、妄想なのか、空想なのかわかりませんが、私にはいろ

いろとアイデアが浮かぶわけですし、これらを活用しない手はないと思うのですが、ただいま申し上げた点についてはいかがでしょうか。たくさん申し上げておりますので、個別にできないということではなくて、大項目として、キャラクターのさらなる活用ということでお答えいただきたいと思います。

そして、念のために申し上げますが、私は何も奇抜なことをやってくださいと言っているわけではありません。今まで住基カードを普及させようと、値下げをしたりとか、エコボカードをはやらせようとこれまでも頑張ってきたということかと思いますが、効果がきめんだったわけではないんじゃないかなど。だとしたら、過去の発想の延長ではなくて、やり方を変えるというのは当然のことではないでしょうか。そして、その場合、キャラクターを活用してみたいかということをご提案申し上げているところです。ということで、ご答弁をよろしく願いいたします。

### **笠原智企画部長**

今後のキャラクターの活用についてお答えいたします。

施策の周知や啓発活動におきましてキャラクターを用いることは、世代を超えて情報が伝わる、こういった大きな効果が期待できるものと思われまます。特に市民に浸透したキャラクターであれば、その効果もより高いものであると考えられます。このため、キャラクターを印刷物や着ぐるみで活用して、多くの方の目に触れる機会をふやすことで、これまでアピールをしてまいりました。しかし、さらに多くの市民の方々に受け入れてもらうためには、ご提案いただいたような市民からの反響を呼び起こす工夫も大切である、このように考えます。これまでになかったキャラクターの活用方法といたしましては、今年17日でありまますけれども、市外で行われた観光イベントにおいて、市の6種類のキャラクターを登場させて、観光アンケートを通じたシティセールスも行っております。今後は新たな発想、そして新たな視点を取り入れまして、ご提案のありましたナツシー、ノリピー、こういったものも視野に入れてキャラクターの活用を研究していきたいと考えております。

以上であります。

### **越川雅史議員**

ありがとうございます。繰り返しですが、私はありとあらゆる手段を使って情報発信、広報活動に努めてください、そのためにはキャラクターの利用は有効だし、使い方ももっと幅を広げられるでしょうというのが、今回の質問と提案の本旨であります。企画部のみならず、各部署におかれましても、施策を行う際には、情報発信、広報活動を行う際には、ぜひとも照れや遠慮は排除していただいて、あらゆる観点から検討して、より多くの市民の関心を引きつけられるようお願いしたいと思います。