

皆様こんにちは、日本維新の会の長崎くみでござ
います。第23回定例会におきまして一般質問の機
会を与えて頂きましたことに感謝申し上げます。

皆様方おかれましてはしばらくの間ご静聴賜ります
様、お願い申し上げます。

1－(1)

まず初めに先日発表された南海トラフ地震臨時情
報についてお伺い致します。

先日、8月8日宮崎県日向灘を震源とする地震に
おいて初めての臨時情報が発表されました。それ
以前は発表事例がなく、突然ともいえる臨時情報
は住民の理解が進んでいないことから多少なりと
も混乱が生じたのではないかと思います。

内閣府では昨年7月から10月にかけて日頃の防
災意識に関する全国調査をインターネットで実施し
ています。国が「南海トラフ地震防災対策推進地域」

に指定している 29 都府県 707 市町村に住む人、1 万 6171 人の回答では 7 割強が内閣府の調査に対し「知らない」「詳しく知らない」と答えています。本市も指定を受けていますがテレビからの臨時情報で初めて知った方や戸惑った方も多いと思います。また、今回の情報発信では一部に過剰な反応も見みられたとの指摘があります。新幹線など鉄道の一部の運休や各種イベントの中止、海水浴場が閉鎖など、ここまでの対応が本当に必要だったのかといった内容で各地では混乱もありました。

①そこでお伺い致します。今回初めて発表された臨時情報について、本市として検証すべき課題をお聞かせ下さい。

答弁

2-(1)

次にキャラクターを活用したシビックプライドの醸成についてお伺い致します。

8月22日に会派視察を行い品川区役所と品川観光局、更には株式会社サンリオに行っていました。視察の目的はキャラクターを活用した街づくりの取組事例についての調査です。サンリオの人気キャラクター「シナモロール」：通称：シナモンと言いますがこれは

ハローキティやマイメロディなどをしのぐ人気があって、品川区が区政全般に起用することでシティープロモーションを図り、そこに住む住民の愛着が形成されています。サンリオによると他の自治体でもサンリオと契約を交わしキャラクターを起用することで人口減少対策や観光振興、住民参加イベントへの積極的参加の効果があります。今回の質問はシビックプライド、言い換えると「自分が住んでいる地域に対する誇り」の醸成についてです。

シビックプライド醸成のために、シティープロモーションがあるとも言えます。

本市のシティープロモーションマスコットは「あまっこ」で、バスの日 9 月 20 日生まれの 6 歳の女の子です。

②そこでお伺い致します。キャラクターを活用したシビックプライドの醸成について、これまでの成果と今後の可能性についてお聞かせ下さい。

これで、第1問目を終わります。2 問目からは 一問一答形式で行わせて頂きます。

答弁

(一問一答)

1－(1)

臨時情報は、巨大地震発生の可能性が高まった場合に発表するもので、想定震源域でマグネチュード6.8以上の地震が発生した場合や異常な地殻変動を観測した際、気象庁が有識者による評価検討を臨時開催し、巨大地震との関連を調査します。

そして判断は複数の区分に分けられ情報が発表され、住んでいる地域に応じた防災対策が必要になります。8月8日の発信内容は【南海トラフ地震臨時情報(調査中)】と【南海トラフ地震臨時情報(巨大地震注意)】でした。最も警戒レベルが高い「巨大地震警戒」では沿岸の対象地域の住民には1週間の事前避難を求めることになります。本市でも素早く様々な媒体を通じて情報発信をしてくださってはいましたが、そもそも臨時情報という内容について多くの市民が理解をしていなかったと思います。

③そこでお伺いします。今後南海トラフ地震臨時情報の意味や発表時取るべき行動をどの様に市民に周知していくのかお聞かせ下さい。

答弁

1－(1)

令和元年5月31日より臨時情報の運用が開始されました。それ以降、既に作成されていた、南海トラフ地震防災対策推進計画に新たに「臨時情報」が発表された時の対応を書き記す必要があることから追加で記載したのが現在の防災計画です。私は他都市の「防災計画」もいくつか確認しましたが、「臨時情報」の対応については、記載されていない自治体も結構ありました。私は本市が適切に対応していると改めて感心致しました。その防災計画をみると「巨大地震注意」発表時の市の対応について3つの項目に分けられています。④措置内容の項目では「市が管理又は運営する施設の防災点検、備品等の転倒・落下防止等を行うと記載されています。必要性は感じますが、実際に行うのは日頃からの備えが必要と思います。では、どの様に対策され、実際、初めての臨時情報発表で実施されたのでしょうか？お聞かせ下さい。答弁

1－(2)

次に災害時の備蓄(災害備蓄)についてお伺い致します。他市の事例も紹介しながら質問致します。災害や緊急時に備えて食料、水、医薬品などの生活必需品を計画的に準備し一定期間の自給自足を可能にする防災備蓄ですが避難生活を送る女性や妊産婦、乳児向けの用品について備蓄が進んでいないことが内閣府の調査で明らかになっています。2022 年 12 月時点での離乳食を備蓄していたのは全市区長村の 14.3%、妊婦用の衣類は 0.5%で調査対象 20 品目のうち 16 品目で 30%を下回っています。内閣府では今後、自治体ごとの女性や乳幼児向けなどの備蓄状況を点数化し、他の自治体と比較することで改善を促しホームページで公表するとしています。本市においての災害用備蓄一覧(食料、生活品等)を見させていただきました。粉・液体ミルクや紙おむつ、おしりふき、生理用ナプキンの 4 品目は備蓄されていましたが、

その他のおりものシートや女性用下着などは備蓄されていませんでした。

⑤そこでお伺い致します。内閣府の調査では 20 品目掲げられていますが今後、女性・妊産婦用品や乳幼児用品の常備ついてどの様に取り組を進められるのかお聞かせ下さい。

答弁

1－(3)

備蓄品の管理と輸送についてお伺い致します。

品川区では災害用備蓄の管理から郵送までを1事業者に一括して委ねる取組を行っています。これはコスト削減や災害時にも物資を滞留させることなく速やかに届けられるという利点があるとのこと
です。

品川区が導入した管理システムは物流の配送先を物流倉庫に(京浜トラックターミナル)集約した上で業者がそれぞれの拠点に運ぶものですが⑥職員
の負担軽減や備蓄品を確保するスペースも改善
されます。本市での災害時に利点があれば事業者
に一括して委ねることを検討してもいいかと考え
ますが、市としての見解をお聞かせ下さい。

答弁

2-(1)

次にキャラクターを活用したシビックプライドの醸成や街づくりの観点からお伺い致します。株式会社サンリオが設立されたのは1960年で64年程、歴史がありますが現在までに450種類のキャラクターを生み出しています。自治体とは契約を交わすことでキャラクターの利用ができますがこれまで国の行政機関や複数の自治体が契約(活用)しています。自治体にとってはキャラクターの知名度を生かし自治体の知名度を引き上げることや観光客を呼び込むなど様々なねらいがあります。

活用事例についてはお配りした資料をご覧ください。

私がいいなと思う事は、幅広い世代での高い認知度と特に“Z世代”から人気があるという事です。

⑦国や地方自治体では活用事例がありますがどのような効果が期待できると思うのか、ご所見をお聞かせ下さい。

答弁

2-(1)

私は本市でもこのキャラクターの活用が出来ないものかと考えております。例えば尼崎版シティープロモーションの目標と成果指標におきましては、市民のシチズンシップとシビックプライドを醸成し、まちへの関わる気持ちを高めるという目標を掲げています。「尼崎市に住んで良かったと感じている市民の割合」を

令和3年度の基準値 91.3%に対して

令和4年度 92.7%、令和5年度 91.0%、

令和9年度目標値を 93%としていますが、

35歳から44歳では比較的低い傾向にあります。

⑧そこでお伺いします、大胆な発想及び戦略、更には多少の投資があって自治体の価値を高めることに繋がると思います。積極的に有名キャラクターの活用を検討してもいいと考えますが如何でしょうか？お答えください。

答弁