

◆委員（西山信昌）

マスコットキャラクターにつきまして、お伺いをさせていただきます。京都市には、平成9年に誕生しました市バスのマスコットの京ちゃんと、地下鉄のマスコットの都くんがあります。他方、昨年度オープンした京都動物愛護センターのマスコットキャラクターの愛称も、公募による選考で京ちゃん、都ちゃんとなっています。京ちゃんに至っては、全く名前が同じで、都ちゃんもくんとちゃんの違いです。同名が必ずしも悪いというわけではありませんが、選考過程において、既に京都市のマスコットキャラクターに、京ちゃん、都くんがいるということが分かっていたら、少なくとも議論になっていたことではないでしょうか。

この点について、局別質疑でお伺いしましたところ、選考会終了後に、同名のマスコットキャラクターが存在することが分かったとのことでした。

また、建設局には、けんくん、せつちゃん、丁度みつけ隊にも登場するキャラクターがあるわけですが、キャラクターは見たことはあるけども、名前まで知られている方は余り多くはないと思います。これについては局別質疑で、知名度を上げていきたいとの御答弁もいただきました。

さらに、建設局においては、道路環境整備課でけんせつにゃんこというキャラクターもあり、建設局内でキャラクター相互の役割をどのようにするか、このような課題もあるのではないかと感じたところであります。

このように、現状、マスコットキャラクターの活用やアピールの在り方は、各部署ごとで検討されており、知名度や活用状況にもばらつきがある状況です。また、京都市の全てのマスコットキャラクターを把握されている局もない様子であります。局別質疑で浮かび上がった課題を考えますと、今後、どこかの局で、京都市の全てのマスコットキャラクターを把握されたり、さらには全庁的に戦略的なマスコットキャラクターの活用について、研究、検討されてもいいのではないかと考えますが、いかがでしょうか。

◎副市長（岡田憲和）

マスコットキャラクターについてでございます。これまで、京都市は今、先生御指摘のように、それぞれの職場等の自主性に任せて、工夫をしてやってまいりました。確かに、効果的なキャラクターもたくさん生まれていまして、大きく分けると三つぐらいの分類なのかなと。一つは、例えば地域の魅力を伝えるようなキャラクターということで、例えば一つだけ例を挙げて恐縮なんですけど、たけにょんとか、そういうものがありますし、特定の政策とか理念を伝

えるものとして、例えばエコちゃん、みんなでエコに努めましょうと、こういうものもありますし、さらに、具体的な取組そのものを周知することということで、パブコメくんとか、そういった名前から政策であるとか、地域の魅力であるとか、そうしたものが連想されると。かわいければ人気もあって、集客効果、あるいは政策、地域のPRにも役立つと、そういうものでございます。

ただ、今、御指摘を頂いたような名前を付けてから、気付いたらほかに同じ名前のものでいたという、これはいささか問題があろうかと思えます。先生も、必ずしも同じ名前が駄目ではないということはおっしゃっていただきましたけども、やはりそれは事前に分かっていてこそ、それでも同じ名前にしましょうということであろうかと思えます。特に、京とか、都というのは、京都全体をイメージさせるような名前ですので、このままでいきますと、将来たくさん京ちゃんとか都ちゃんが出来てしまっているということもありますので、やはりそれは問題があろうと思えます。

ですので、管理をするかということはありませんけれども、今一度名前の付け方、あるいはそれをこういうことが、こういうキャラクターがここにあるということをやはり知ったうえで考えていくということが必要でありますので、そのキャラクターを使つての広報戦略的な観点、充実をするという観点から、一度しっかりと検討してまいりたいと考えております。

◆委員（西山信昌）

京都市においては、各局、また各課において様々なマスコットキャラクターが活躍をしております。そういった中、平成28年10月の決算特別委員会におきまして、私の方でマスコットキャラクターの戦略的な活用につきまして御質問をさせていただいたところでございます。この間の戦略的な活用といった部分で、こういった取組がなされてきたのか、この辺について教えていただけますでしょうか。

◎市長公室長（砂川敬）

マスコットキャラクターの活用方法についてお答えいたします。

現在、京都市では62分類、114のマスコットキャラクターがございまして、各局区において広報活動の一環として活用しているところでございます。

これまでの西山委員からの御指摘等を踏まえまして、総合企画局におきましては戦略的な広報の充実、この観点から、全局区を対象にいたしまして、マスコットの作成状況を調査しまして一元管理を行う、また庁内での情報共有を図るとともに、それが効果的な活用方法につながるよう、各局区と意識を共有してまいったところでございます。

具体的には、従来各局区におきましても、それぞれの活用する場面に応じまして、着ぐるみや関連グッズ、こういったものを作りまして工夫を凝らした活用をしてまいったところでございますけれども、全体でそれらを見渡すこういった役割と横の連携というのが十分でなかったことから、例えば新しいマスコットを作製する際には事前に広報担当の方に連絡することを義務付けるなど、全庁的な観点で効果的な活用が図れるように改善してまいったところでございます。

例えば、取組例でございますけれども、本年1月から運用を始めました健康長寿のまち・京都いきいきアプリと、このアプリに80近い各局区のマスコットを集合させまして、スタンプラリーのポイントを訪れましたらそのマスコットが出現して一緒に写真を撮れるといった内容を盛り込んでおりますけれども、こういった事例というのは広報担当の方で事前調整を行い、全庁的な情報共有があったからこそ実現したものだというような認識をしております。

以上でございます。

◆委員（西山信昌）

ありがとうございます。現状、62分類、114体ということで、様々な目的を持って施策の推進に役立っているということでございました。この間、様々お取組も進めていただきまして、今おっしゃっていただきましたように、健康長寿のまち・京都いきいきアプリで、80近いマスコットキャラクターも踏まえながら京都における健康長寿のまちが推進をされているということで、私もちょうど年明けに見せていただいたときに、いい取組をしていただいたなということで評価をさせていただいたところでございます。本当にマスコットキャラクターがあることによって市の思いがより伝わりやすくなったりとか、また啓発につながる、様々な市民の皆さん自体の取組にもつながると思います。これだけたくさんありますので、なかなか色々難しい面もあったりするかと思うんですけども、やはり多くあることによって、それを1体じゃなくて、より多くの視点から進めて、より良い取組にすることができる、こういったことも考えられようかと思っておりますので、今後も様々な工夫をしていただいて、京都市の様々な施策が推進されて、このマスコットキャラクターによって更に推進されるような取組を今後も是非お願いしたいと思っております。

最後にちょっと、この辺りの今後の思いでありますとか、その辺について伺いして終わりたいと思っております。

◎市長公室長（砂川敬）

ありがとうございます。マスコットキャラクター、これを起用する狙いがございますけれども、何よりも市民の皆様にあこがれを持っていただきまして、地域の魅力であったり、市の施策、理念を分かりやすく伝えること、又はイベント等の盛り上げ、こういったことを図ることにあるという風に考えてございます。そのためにも、引き続き、各局区が活用する内容や場面に応じてより工夫を凝らして、いろんな展開を心掛けると同時に、総合企画局としましても戦略的な広報の観点から、各キャラクターの特性に応じた有効な活用ができるよう、またキャラクター同士がコラボをするなど、そういった相乗効果につながるような調整もしまして、広報を戦略的なより効果的な活用方法について追求してまいりたいと思っております。