

No	提 案 名	提案団体名	
		代表者氏名	所 属
7	「ご当地ナンバー(原付)」による 宇都宮の活性化	作新学院大学 那須野ゼミナール 3年生	
		高木 克考	作新学院大学 経営学部
		指導教官 氏 名	那須野 公人

<目 次>

1. 提案の趣旨と目標
2. 調査分析
 - (1) 「ご当地ナンバープレート (原付)」の導入状況
 - (2) アンケート調査による分析
 - (3) 「ご当地ナンバープレート (原付)」の導入上の課題
3. 宇都宮の「ご当地プレート (原付)」のデザイン例の紹介と提案

1. 提案の趣旨と目標

今、原付の「ご当地ナンバープレート」の導入が、秘かなブームとなっている。原付のナンバープレートは、自動車とは異なり、市町村の裁量で形状や図柄を決めることができる。2007年、松山市が司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』にちなんで、雲型プレートを導入したことに刺激され、その動きは全国に広がり、今や全国1,750自治体の内146もの自治体が、原付の「ご当地プレート」を導入している(2012年10月1日現在)。にもかかわらず、栃木県は導入自治体がまったく存在しない、全国でも数少ない空白地帯となっている。

富士山のふもとの12市町村が導入した「富士山型プレート」、戦国武将真田幸村で有名な長野県上田市の「六紋銭のマーク入りプレート」、さくらんぼで有名な山形県東根市の「さくらんぼのマーク入りプレート」、カーリングで有名な北見市の「ストーン型プレート」等のように、各自治体はまちの景観、歴史、特産品等をモチーフに、特徴あるユニークなナンバープレートを導入している(図1、2参照)。ご当地プレートは、「走る広告塔」として、まちのPRに役立つだけでなく、郷土愛をも高める効果を持つと考える。

そこで7月、本学経営学部の学生と大学院生を対象に、宇都宮市でのご当地プレート導入に向けて、その導入効果や具体的な図柄に関するアンケート調査を実施した。そして、この結果にもとづいて、「餃子型プレート」、「いちごのマーク入りプレート」の他、宇都宮市の伝説の『黄鮒』のマーク入りプレート、宇都宮市のマスコットキャラクター「ミヤリーのマーク入りプレート」の具体的なデザインを行ってみた。

今回、上記のような取り組みを整理して、宇都宮市に対し「ご当地プレート」の導入を提案するとともに、他の自治体の導入事例を参考に、導入のための具体的な手順や課題について整理した。

図1 各市町村の特色ある「ご当地プレート（原付）」



出所：日本経済研究所 地域未来研究センター ウェブページより。

<http://www.jeri.or.jp/center/myplate/photo/index.php?area=4> (2012年10月11日)

2. 調査分析

(1) 「ご当地ナンバープレート（原付）」の導入状況

いわゆる「ご当地プレート」が最初に導入されたのは、2006年であった。しかし、同年成田市が導入したプレートは、“NARITA”というローマ字が新たに入っているだけであり、最初の本格的なご当地プレートの導入は、愛媛県松山市が導入した司馬遼太郎の小説『坂の上の雲』にちなむ雲型プレートであるとされている（図2参照）。

図2 初期の「ご当地プレート（原付）」の導入事例



(2006年導入、ローマ字)

(2007年導入、雲型)

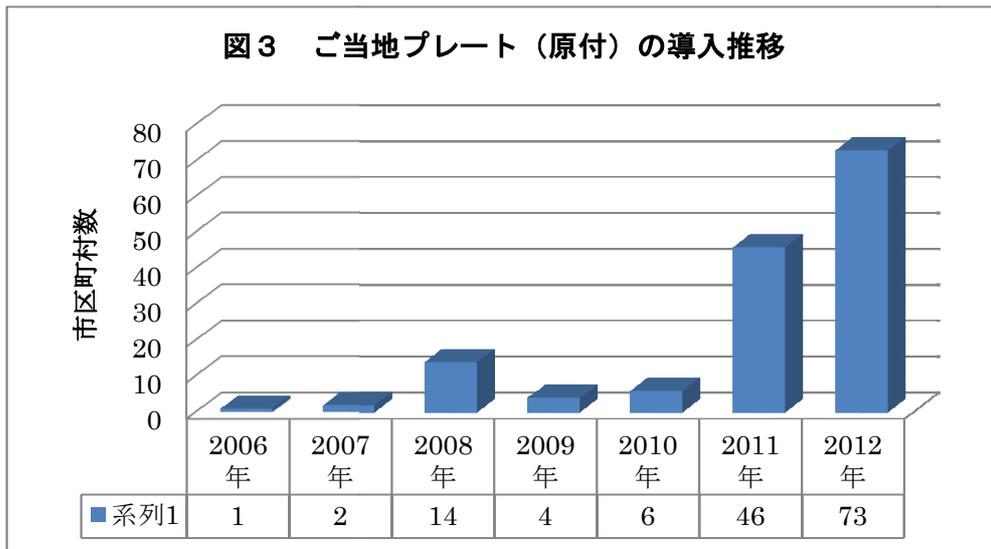
(2008年導入、富士山型)

出所：日本経済研究所 地域未来研究センター ウェブページより。

<http://www.jeri.or.jp/center/myplate/photo/index.php?area=4> (2012年10月11日)

10月11日現在、すでに全国40都道府県146市区町村が導入済みであり、今やまだ導入市町村がまったく存在しない県は、東日本では秋田県、岩手県、栃木県のわずか3県だけとなってしまった（図3参照）。

「ご当地プレート」の導入効果は極めて大きいことから、宇都宮市が「地域力UPで愉快度UP!」を図るためにも、栃木県の県庁所在地として県の先頭を切って「ご当地プレートを導入すべきである」と考える。



注：(1)2012年は10月1日現在の数字。

(2)2008年は、14のうち富士山周辺の12の市区町村が富士山型を導入している。

出所：日本経済研究所 地域未来研究センターウェブページ

http://www.jeri.or.jp/center/myplate/plate_pdf/plate_list.pdf (2012年10月11日)

(2) アンケート調査の分析

宇都宮市における原付の「ご当地プレート」導入を前提として、作新学院大学経営学部の学生と大学院生を対象にアンケート調査を行った。回答者は112名であった。

まず、問1で「原付のご当地プレートを知っていますか?」と聞いたところ、「知っている」と答えた人は22%、「知らない」と答えた人が78%であり、原付の「ご当地プレート」の認知度が極めて低いことがわかった。

問2で「問1で知っているとお聞きします。原付のご当地プレートを見たことがありますか?」と聞いたところ、「見たことがある」と答えた人は14%、「見たことがない」と答えた人は86%であった。栃木県では、いまだ「ご当地プレート」を導入した自治体がまったく存在しないことから、問1と問2の結果は、ある意味では当然かもしれない。

問3では、この「ご当地プレートの導入は、郷土愛を高めることに役立つと思いますか?」と聞いてみた。「役立つ」と答えた人は29%、「ある程度役立つ」と答えた人は47%であり、この2つを合わせた「どちらかというに役立つ」とする回答は76%にもものぼった。一方、「役立たない」と答えた人は10%、「どちらともいえない」という人が14%だった。このように、8割近くの人が、「ご当地プレート」の導入が「郷土愛を高めることに役立つ」と考えていることが分かった。

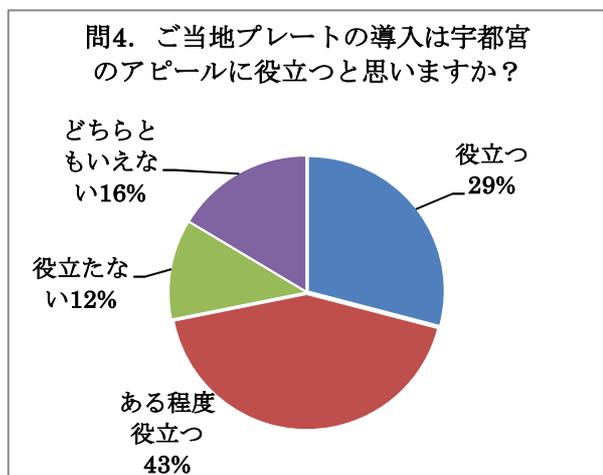
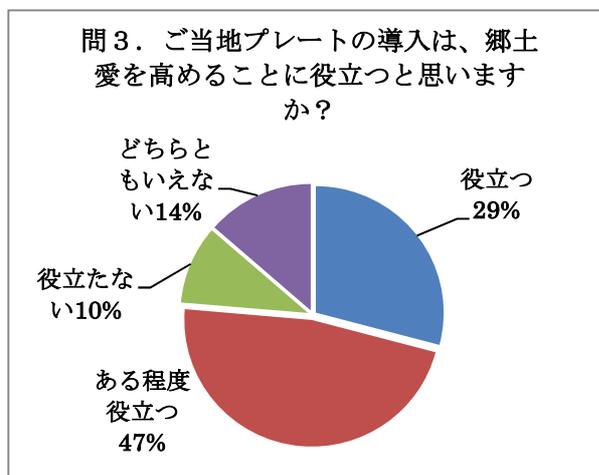
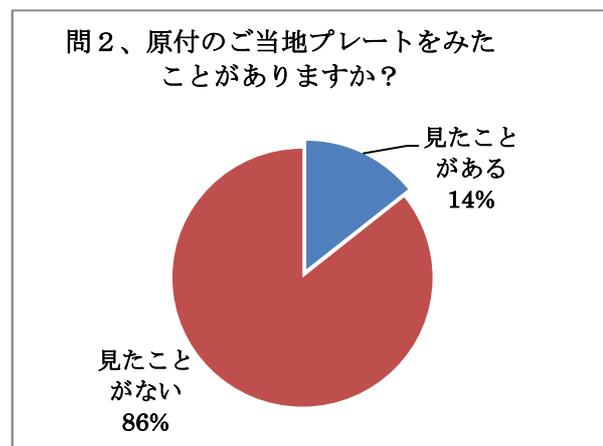
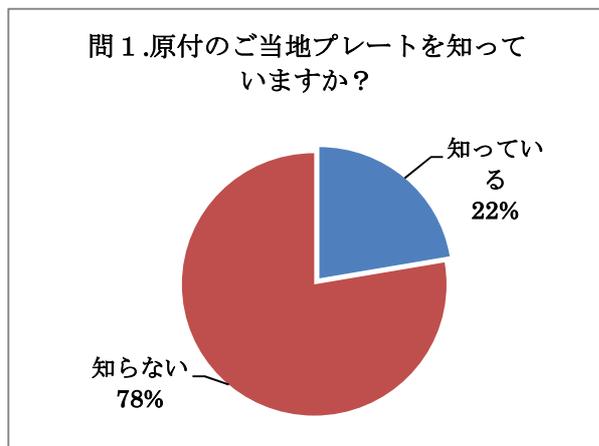
問4では、「ご当地プレートの導入は宇都宮のアピールに役立つと思いますか?」と聞いてみた。「役立つ」と答えた人が29%、「ある程度役立つ」と答えた人が43%であり、この2つを合わせた「どちらかといえば役立つ」とする回答が、72%を占めた。一方、「役立たない」は12%、「どちらともいえない」は16%であった。このことから、ご当地プレートは「宇都宮のアピールに役立つ」とする見方がきわめて高いことが分かった。

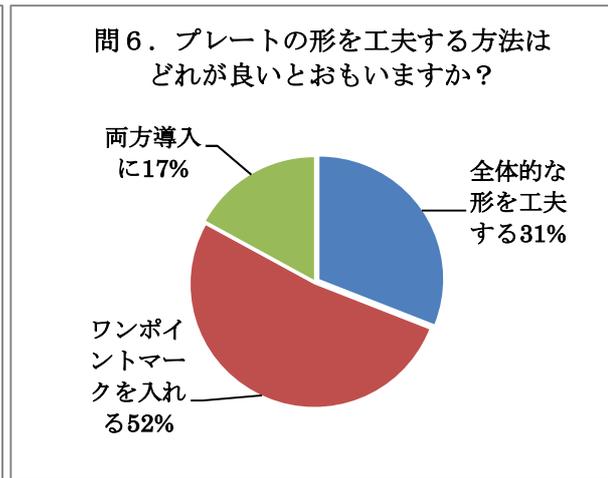
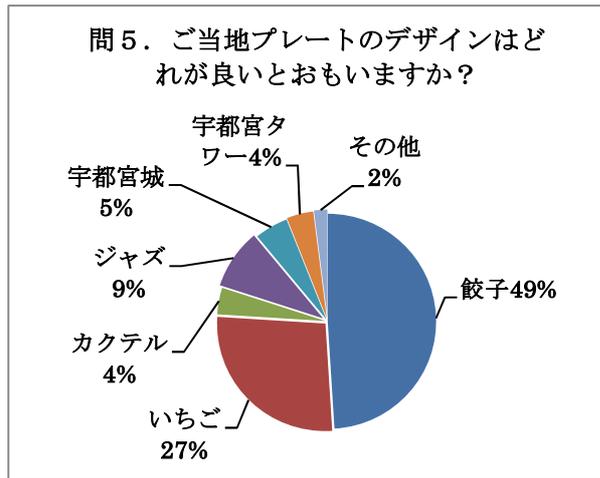
問5では宇都宮市の『ご当地プレート』のデザインとして、次のうちどれがいいですか？」と聞いたところ、第1位は「餃子」の49%、第2位は「いちご」の27%、第3位は「ジャズ」の9%、第4位は「宇都宮城」の5%、第6位は「宇都宮タワー」と「カクテル」で、それぞれ4%であった。「餃子」の人気の何と言ってもダントツであり、「いちご」の人気の次に次いで高かった。

問6では、プレートの全体的な形を工夫する方法とワンポイントのマークを入れる方法とどちらがいいのかを聞いたところ、「ワンポイントのマークを入れる」という回答が52%と圧倒的であり、「全体的な形を工夫する」が31%とこれに次いでいた。そして、「どちらの方法も取り入れる」とする回答が17%と第3位であった。このように、「ワンポイントのマークを入れる」方法がよいとする見方が多数意見となった。

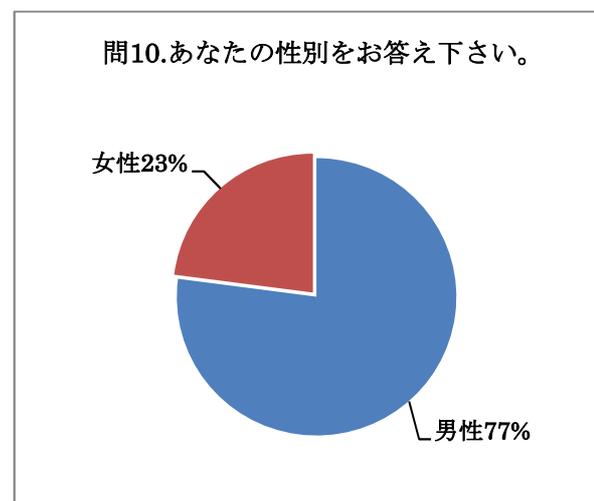
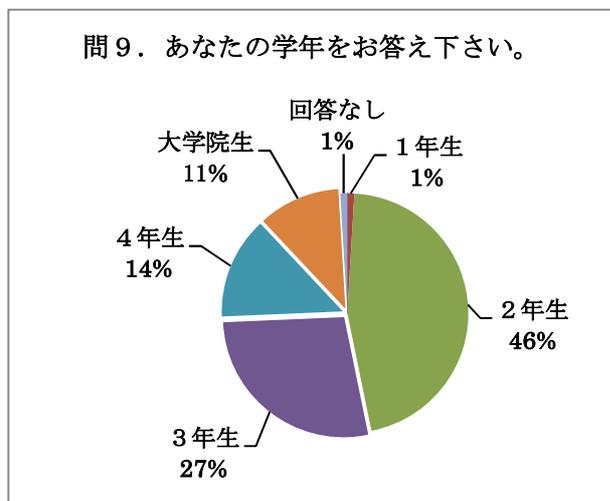
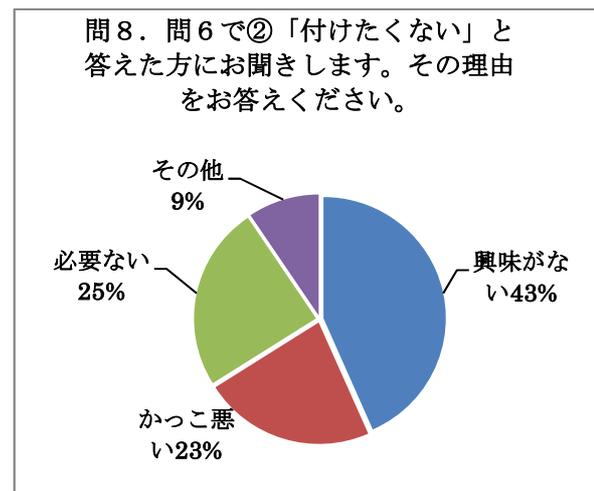
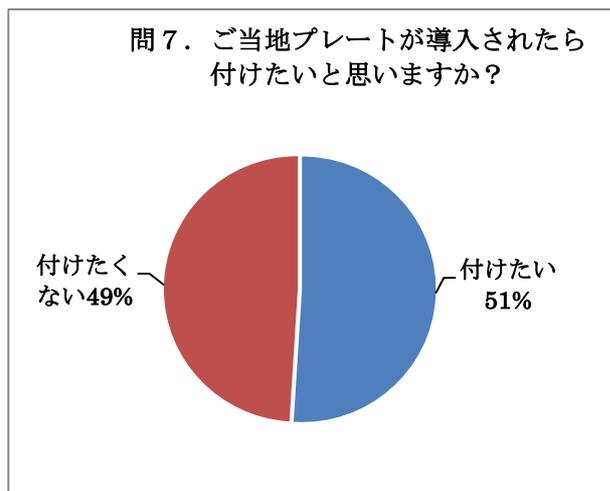
問7では、「『ご当地プレート』が導入されたらあなたは付けてみたいと思いますか？」と聞いたところ、「付けたい」が51%、「付けたくない」が49%であった。この問いは、実際にバイクを所有しているかどうかに関係なく、所有していると仮定して回答してもらったものであり、その割には「付けたい」が多かったと感じた。

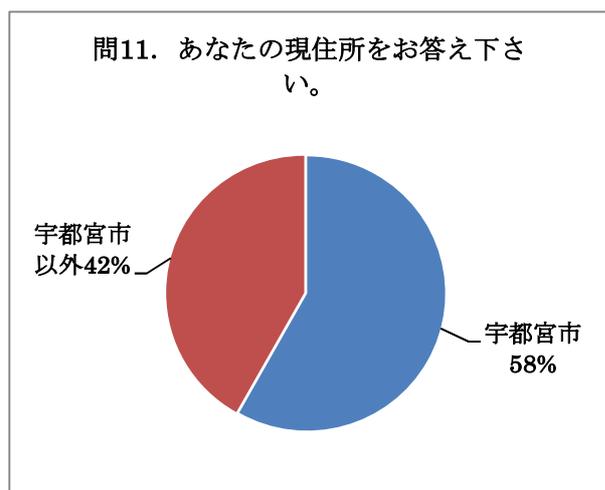
次に問8で、「問7で「付けたくない」と答えた方にお聞きします。その理由をお答え下さい」と聞いたところ、「興味がない」が43%、「カッコ悪い」が23%、「必要ない」が25%、「その他」が9%という結果となった。問8だけをみると、「必要ない」と答えた人が多い





と見られがちだが、問7のように、ご当地プレートを「付けたくない」と答えた人よりも「付けてみたい」という人の方が多いことを再確認しておきたい。「カッコ悪い」とする回答の中には、少し「恥ずかしい」という気持ちもあるのかもしれない。また、実際にバイクを所有していないために、「必要ない」や「その他」を選んだことも考えられる。





問 9 では、回答者の学年を聞いている。その結果は、「1 年生」が 1%、「2 年生」が 46%、「3 年生」が 27%、「4 年生」が 14%、「大学院生」が 11%、「回答なし」が 1%であった。

問 10 では、回答者の性別を聞いた。その結果は「男性」が 77%、「女性」が 23%であった。経営学部は女子学生が少ないことから、このような結果となっている。

問 11 では、回答者の現住所を聞いた。その結果、「宇都宮市」が 58%、「宇都宮市以外」が 42%であった。本学では、80%近くが県内出身者であることから、「宇都宮市以外」と回答した人でも、宇都宮周辺に居住している人が多く、宇都宮の事情を知らない人は少ない。その意味で、このアンケートの結果は、宇都宮市の「ご当地プレート」導入にあたって、十分に参考になるものと考えられる。

(3) 「ご当地ナンバープレート（原付）」の導入上の課題

原付の標準的なナンバープレートのデザインは、旧自治省（現総務省）の通達にもとづいている。しかし、通達に法的な拘束力はなく、市区町村の条例によってデザインを決めることが可能である。ただし「原付」といっても、これは 50cc 以下のバイクを指す一般的な意味とは異なり、その対象は次の 5 種類に及ぶ。

- ① 50cc 以下のバイク（白色のプレート）
- ② 90cc 以下のバイク（黄色のプレート）
- ③ 125cc 以下のバイク（桃色のプレート）
- ④ 原付ミニカー（青色のプレート）
- ⑤ 小型特殊自動車（緑色のプレート）

これらすべてを「ご当地プレート」に変えた自治体もあるが、50cc 以下だけに導入した自治体も存在する。また、既存プレートを残すかどうか問題となる。既存プレートの在庫がある限り「ご当地プレート」との併存とし、既存プレートがなくなった段階で完全移行とする自治体もあれば、逆に「ご当地プレート」自体を限定枚数とする自治体もある。

さらに、導入の仕方としては、宇都宮市だけで導入する方法もあるが、「富士山型プレート」のように複数の市区町村で同一のデザインを導入する方法もある。もし「いちごのマーク入りプレート」を導入するとすれば、宇都宮市だけで導入するよりも、むしろ周辺の複数の市町村と一緒に同一のプレートを導入する方が望ましいであろう。

その他、「ご当地プレート」の導入には、一定の費用がかかることも忘れてはならない。まず、金型の作成に初期費用がかかることになる。1枚当たりの費用は、作成枚数によっても異なるが、既に導入した自治体の例では、通常1枚100円程度だったものが、2倍ないし3倍となったようである。

デザインの決定方法としては、プロに依頼する方法、市役所内で決定する方法、学校（学生）に募集する方法、市民に公募する方法、全国公募する方法等がある*。市民の郷土意識を高めるためには、やはり市民に公募するのが最も望ましいと思われる。

ちなみに、「餃子」で宇都宮市のライバルである浜松市は、「バイクのふるさと浜松」というテーマで、デザインを公募した（応募資格は特に限定していない）。浜松市の「ご当地プレート」はバイクのイメージであることから、宇都宮市が「餃子のデザイン」を採用しても重なることはない。

*日本経済研究所 地域未来研究センター「ご当地プレート導入の手引」

http://www.jeri.or.jp/center/myplate/plate_pdf/guide.pdf（2012年10月1日）

3. 宇都宮の「ご当地プレート（原付）」のデザイン例の紹介と提案

アンケートで上位に入った「餃子」と「いちご」のナンバープレートを、具体的にデザインしてみた。また、アンケートの選択肢には入っていなかったが、中間報告の際市政研究センターの方からアドバイスをいただいた、宇都宮の伝説の「黄鮒」と宇都宮市のマスコットキャラクター「ミヤリー」のナンバープレートもデザインしてみた。実際の導入の参考にしていきたい（図4～6参照）。

図4 餃子型プレート



図5 餃子の絵入りプレート



図6 いちごのマーク入りプレート



図7 伝説の「黄鮒」のマーク入りプレート



図8 宇都宮市のマスコットキャラクター「ミヤリー」のマーク入りプレート

