

○古賀陽三委員長「皆さんおはようございます。これより委員会を開催いたします。

本日は、総務常任委員会関係の質疑を行います。通告に従い、順次発言を許可いたします。

○猪村委員「皆様おはようございます。本日、委員長のお許しをいただき、決算の質問の機会をいただきありがとうございます。

それでは、通告に従い、順次質問をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

まず初めに、「佐賀さいこう！応援団」づくり事業についてでございます。

県では、首都圏にお住まいの佐賀県出身の方々や、佐賀を応援したいと思われる方々を集めた「佐賀さいこう！応援団」を平成二十八年度に結成し、以降、コロナ禍の令和二年度、三年度を除き、年に一回、交流会を開催されております。今年度も十一月一日に東京都港区の八芳園で交流会が開催され、多くの佐賀が好き、佐賀を応援したいと思う方々が参加し、盛況だったと聞いております。

私は常々、佐賀の豊かな地域資源を全国の方々知っていただきたいと思っている一人でもありますし、もちろんここにいらつしやる皆様誰しもがそう思っているらつしやると存じます。おいしくてたまらない佐賀の海の幸や山の幸、そして野の幸、昼夜を問わず見上げれば広く美しい空、季節の移ろいを感じる風と薫り、川のせせらぎ、小鳥や虫たちの声、そして、何といても出湯と陶芸、歴史、神秘あふれる古木や史跡、神社仏閣などなど挙げれば切りがない、五感を震わす宝庫・佐賀の魅力を知っていただく事業である「佐賀さいこう！応援団」は、佐賀ファンの交流の輪を広げ、佐賀ファンを増やしていく事業はとてもよい取組だと思っております。

しかし一方で、毎年県費によって交流会が開催されており、今年度も先日十一月一日、第七回目が東京都八芳園で開催済みであります。東京にある首都圏事務所が所管され、準備など大変とは存じますが、一夜限りの事業、単なる一過性のイベントで終わることがないように、その内容や成果はしっかりと見極める必要があると考えております。

そこで、次の点についてお尋ねをさせていただきます。

「佐賀さいこう！応援団」づくりの目的についてでございますが、幾つかに区切って質問させていただきたいと思っております。

まず初めに、「佐賀さいこう！応援団」づくり事業では、首都圏の佐賀出身者や佐賀に関心を持つ人々と交流することで佐賀県の認知度向上やブランド価値の強化を目指していると理解しております。

この事業を通じて、県としてどのような社会的、経済的効果が見込まれ、どのようなファン層の取り込みを——取り込みと言っているのでしょうか、そういった形成が期待されるのか、具体的に教えていただきたいと思えます。まずお願いいたします。

○寺田政策総括監「佐賀さいこう！応援団」づくり事業の目的や効果などについてお尋ねがありました。

まず、「佐賀さいこう！応援団」ですけれども、主に首都圏にお住まいの佐賀出身の方ですとか、佐賀出身者でなくても、これまでに佐賀県と一緒に事業を行っていただいた方、それから、佐賀県で以前仕事をされた方などの中で、佐賀が好き、佐賀を応援したいと思っていたらいる首都圏の佐賀ファンで構成しているものがございます。

こうした佐賀ファンとなつていただいている方々の力を結集しまして、佐賀を応援いただくことで、県産品や観光、あるいは自然や歴史、文化などに関する首都圏での情報発信力を強化していくとともに、県内への企業誘致、観光誘

客、また、県産品の販売や移住促進、こういった効果を狙いまして、事業に取り組んでいるところでございます。

以上でございます。

○猪村委員「ありがとうございます。」

では、目的の次の質問をさせていただきたいのですが、「佐賀さいこう！応援団」づくり事業は、佐賀の地域活性化や、先ほどもおっしゃいましたけれども、観光、企業誘致、また、県のブランド、イメージ向上にどのように寄与すると考えていらっしゃるのか、今おっしゃったことの具体的な目標とか期待する効果についてあれば教えてください。よろしく願いいたします。

○寺田政策総括監「事業の効果ということについてお尋ねがありました。」

これまで「佐賀さいこう！応援団」事業、平成二十八年年度以降、実施してまわってきておりますが、これまでの取組によりまして、「佐賀さいこう！応援団」メンバーは年々増加をしております。結成した平成二十八年の年度末に五百五十人だったんですけれども、現在は千三百名超ということ、二倍以上になつておりまして、佐賀が好き、佐賀を応援したいとの思いを持つ方の広がりが出てきているところでございます。

メンバーの方々にはそれぞれのお持ちの多様なネットワーク、それから、SNS等を活用しまして、情報発信をさせていただいております。そうした情報などから、首都圏での佐賀関連イベントに参加していただくなど、今まで佐賀の情報に触れることがなかった方々に対して佐賀が持つ本物の価値を届けることができるようになるというふうに考えております。それから、交流会に参加された企業の御紹介で企業誘致が実現した例ですとか、交流会がきっかけで佐賀に移住された方などもおられます。

ほかにも、交流会に参加された企業の中から企業版ふるさと納税についての問い合わせがあったり、都内の飲食店で県産食材を使ったメニューの提供につ

ながるなどしているところでございまして、そういった効果を引き続き続けていけるようにしたいと考えております。

以上でございます。

○猪村委員「ありがとうございます。」 寺田政策総括監は首都圏事務所に以前お勤めですけど、今は所管が違うということで、お答えも大変になるかなと思いますが、よろしく願いいたします。

やはり七回も続いておりますので、それなりに年々具体的な目標とか期待する効果についてしっかりと押さえておかなければならないのではないかなというふうに思っておりますが、この目標の最後なんですけれども、「佐賀さいこう！応援団」づくりは佐賀県と関わりを持つ人々に情報発信を行っていただいたり、佐賀を応援していただくこととされていきますが、その活動が将来的に佐賀県の経済や観光などの発展にどのように寄与すると期待しておられるのか、また、さらに佐賀のファンを増やすことで佐賀県の社会、地域社会にとつてどのような変化をもたらしたいと考えておられるのか、教えてください。お願いいたします。

○寺田政策総括監「この事業がどのような佐賀の発展につながっていくのかというふうなことでお尋ねがございました。」

この事業は、首都圏で佐賀が好き、佐賀を応援したいと思っただけでいる佐賀ファンの方々から自発的に幅広く佐賀の情報を発信していただくことで、県の情報発信力を強化して佐賀ファンを増やしていくことと同時に、こうしたことによって企業誘致ですとか観光誘客、県産品の販売促進、移住促進などの各種の県の施策を首都圏において後押ししていくものだと考えております。ですから、委員おっしゃった効果ということにつきましては、もちろん各部署でそれぞれの施策に応じて現場現場でやっている施策というのがございますけれども、まさしく首都圏には企業があれば集中している状況でございますので、

ほかのエリアとまた違う特徴を持っているわけです。そういった意味で、そういった各部局で実施している施策の援護射撃というか、そういう場というふうに位置づけております。

そういったことで、首都圏事務所が首都圏にいるからこそできる取組として、今後も続けていきたいというふうに考えているところでございます。

以上でございます。

○猪村委員Ⅱ それでは、次ですけれども、事業の概要についてお尋ねをさせていただきます。

「佐賀さいいこう！応援団」づくりの事業ですが、具体的な内容としては、どのようなプログラムやイベントが組まれているのでしょうか。参加者が佐賀の魅力を体験できるようなプログラムや、応援団として佐賀県と継続的な関係を気づくための工夫や取組などあれば詳細に教えていただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○寺田政策総括監Ⅱ 「佐賀さいいこう！応援団」づくり事業の概要についてお尋ねがございました。

本事業につきましては、情報発信事業と交流会事業という二つの柱で取り組んでいるところでございます。

まず、情報発信事業につきましては、「佐賀さいいこう！応援団」メンバーをはじめとした佐賀ファンの皆様に、県の施策ですとか取組、それから首都圏や佐賀県内で開催される各種のイベント、それから観光コンテンツや県産品など、幅広い佐賀に関する情報について毎月の定期号のほか、臨時のトピックスなど臨時号としてメールマガジンやSNSで情報提供を行っているところでございます。

このように佐賀の旬の情報をタイムリーに発信、拡散しますことで、佐賀が持つ本物の価値が首都圏で認知されるよう努めているところでございます。

次に、交流会事業につきましてですけれども、年一回、「佐賀さいいこう！応援団」交流会ということで、会費制で実施、開催しております。佐賀の最新情報、旬な情報を直接お届けするとともに、参加者相互に交流を深めることで、新たな人脈開拓の場であったり、新たなビジネスのきっかけづくりの場としていただいているところでございます。

交流会の具体的な内容についてもお尋ねがございました。知事による最新の県政などの御説明、PRですとか、それから個別にいろいろな会社の代表の方などへのトップセールス、それから、会場には県の各部局のブースですとか、それから市町のブースなどもございまして、観光地、特産品のPRを行っているところでございます。

それ以外にも、参加者が自社を紹介するPRタイムなども設けているところでございます。

それから、佐賀のおいしい「佐賀牛[®]」ですとか呼子のイカなど、佐賀が誇る食材ですとか、佐賀酒を提供いたしまして、佐賀の本物を体感いただく取組も行っているところでございます。

このように佐賀の旬な最新情報にじかに触れていただきながら、県と参加者の関係構築強化はもとより、先ほども申し上げましたけれども、参加者相互の交流を深めていただく場としていただいております。

以上でございます。

○猪村委員Ⅱ ありがとうございます。

もつと佐賀県に親しみを持っていただく仕掛けや工夫、せっかくイベント、交流会、そして知事までおいでになって、各部局の部長も同席されていると聞いておりますが、佐賀の自然や文化、産業などについてもっと知ってもらって、さらに興味を持っていただけるような取組の具体性に少し欠けるような気がいたしました。七回続いているわけですので、毎回毎回同じようなものでは

なくて、イベントを続ける意義、意味、そういったものをしっかりと押さえて県費を支出する大切なせつかくの交流機会でございますので、創意工夫を続けていただきたいというふうに思っております。

それでは、事業の効果についてお尋ねをいたします。

先ほどから成果についてはお話をいただいているところでございますが、佐賀県の認知度向上や観光誘致、企業誘致などの効果や首都圏での佐賀ファンの層を拡大していただく、経済効果にどのように貢献していただいているのか、評価をされているのか、具体的な数値があれば教えていただきたいというふうに思っております。よろしくお願いいたします。

○寺田政策総括監Ⅱ「佐賀さいこう！応援団」づくり事業の成果についてお尋ねがございました。

先ほどの答弁とも少しかぶりますけれども、ファン層の拡大という意味では、千三百名以上と、発足当時から二倍以上のメンバーが広がりを見せてきているところでございます。

それから、先ほど少し触れましたけれども、この交流会の場というのはきっかけの場づくりには非常に役に立っているかなというふうに思っております。まさに参加された企業様の御紹介で企業誘致が決まるというようなこともあっているわけでございます。

それから、移住された方もいらっしゃいますけれども、それ以外の方で東京有楽町のふるさと回帰支援センターにございます、佐賀県の移住サポートデスクがございますけれども、こちらに移住の相談に来られる方も増えているというふうに聞いているところでございます。

それから、これもちよつとかぶりますけれども、都内の飲食店で県産食材を使ったメニュー提供につながっていくというところは非常にありがたいなというふうに思っております。

それから、これは参加者からの御意見なんですけれども、人的なつながり、異業種交流ができたのでよかったですか、あと佐賀出身ではない自分にとつて佐賀の歴史などに触れることはとても有意義な時間だったですか、それから地元の方、佐賀在住の方との交流も深めたいので、ぜひ佐賀を訪ねるツアー、旅行を企画してほしいといった声をいただいております。

実際に交流会に参加していただくことで佐賀との御縁が深まって、佐賀のことをもっと知りたい、行ってみたいという思いが膨らんで、佐賀県への観光旅行を計画しているグループもおられるようでございます。

委員からは、先ほど数値的なものという御指摘もございましたが、この事業自体ではなかなか数字で表せる成果というのは、先ほど御説明したところで少し限りがございますけれども、定量的に測れない部分もございますが、いろいろな県の各部署で行っております施策の後押しになっているものというふうに考えております。

それから、こうした県側のメリットのみならず、当交流会につきましては、参加者が、先ほど会費制と申しましたけど、自ら参加費を支払ってでも佐賀の情報に触れる、あるいは業種や世代を超えた新しい関係構築と、そこから生れるビジネスチャンスなどを求めて参加されているということ、また回を重ねるごとに新たな方々が参加して、佐賀県を軸にしてネットワークが広がっているというところで、県と首都圏における佐賀ファンの方々がお互いウィン・ウインの関係で取り組めていることが何より大きな意義を持つのではないかなというふうにも考えているところでございます。

これらの佐賀ファンが発信する情報ですとかネットワークが化学変化を起こしまして、実際に企業誘致や移住などにつながっていく、この好循環、これが大きな成果だというふうに考えております。

このように佐賀ファンを増やしていく取組によりまして、企業誘致、観光誘

客、県産品の販売促進、移住促進など、様々な好循環が生まれ、県の各種施策の後押しにつながっていると考えており、引き続きしっかり取り組んでいきたいと考えております。

以上でございます。

○猪村委員Ⅱありがとうございます。

具体的な数値などは測れないということでもございましたけれども、アンケート等々もされたんですね。そして、そういったものとかもすっかりと出していただければ、私たちもどのような事業の内容になっているのかというようなことも分かっていくのかなというふうに思うところもございますので、そういったところでもしっかき今後も続けていかれるようであれば、事業の真価、それから成果、そういったものをしっかきと出していただければなというふうに思っております。

私は知事のトップセールスは大変重要だと認識しております。山口知事は佐賀県のトップセールスマンであり、佐賀県民の代表として、首都圏のみならず全国津々浦々駆け回り、佐賀県の魅力発信に努めていただきたいと期待しております。毎年、一夜限りの県費を四百万円費やす営業が駄目だとは申ししております。ですが、この事業の効果を最大化するためには、今後、幾つかの改善点があるやに私は感じましたが、平尾部長、このやり取りを聞いて何か御感想をいただけますでしょうか。

○平尾政策部長Ⅱ今、猪村委員のほうからの質問に対して、寺田総括監のほうからもある成果等について御答弁を申し上げます。アンケートの中身についてもいろいろ参考までにお話をさせていただいたところがございます。

いろいろアンケートをとる中では、やはりもうちょっとこんなこともやってほしいというような意見も正直あるところはございます。そういったところも今後しっかき参考にしながら、ただ、この事業は、今、委員のほうからも非常

に好評をいただいているというふうに受け止めましたので、こういった事業については今後もしっかきと取り組んでいきたいと思っております。

以上です。

○猪村委員Ⅱ部長、突然申し訳ございません。ありがとうございます。

私がこのたびの決算で感じましたことが一つございます。説明書の目指す方向性、そして実績値が県民の意識、県民にどうフィードバックされたのか、そういった記載になっていないのではないかなということをちょっと感じまして、例えばですが、ウェルビーイングの視点でありますとか——ウェルはよいですね。ビーイングは状態、そういった県民の生活や感情、社会的、また経済的幸福度につながる指標、県民を真ん中に置いた目指す方向性や実績値でありましたら、もつと事業実績が現実的に捉えられるのではないかと感じました。また、県費を支出することへの緊張感にもつながるのではないかも感じたところでもございます。

大変重要なお仕事だとは存じます。県民福祉の維持向上、また幸せ度アップのためにも、どうか今後またゆまぬ御尽力をもって調査研究など、頑張ってくださいというふうに思っております。

では、今後の取組に御期待も申し上げて、次の質問に入らせていただきます。問二の情報発信プロジェクトにおける「島耕作コラボ」についてでございます。

情報発信で地方創生を目指すプロジェクト、情報発信プロジェクト「サガバライズ！」は、これまで数々の人気コンテンツゲームやアニメなどとコラボし、佐賀の魅力を効果的に発信し、話題化することを目的とした、首都圏を中心とした県外向け情報発信事業だと聞いております。

中でも今年度、「島耕作コラボ」については、私自身も御多分にも漏れず、度肝を抜かれた一人でもございまして、友達や家族からも佐賀県のヤブー

ニュースで一位になつとるねとか連絡があるやら、地域や同級生の集まりなどでもとにかく話題に上り、お酒のおつまみにもしばらくは事欠かないくらいでございました。情報の拡散を強く感じる事ができた一方、多額の予算をかけた実施することに対しては、県民感情も複雑怪奇とまではいかないにしても、複雑であると受け止めた次第でございます。

今年の二月議会におきましても、一般質問や委員会質問で、ここにいらつしやる木原委員さんからも感情こもる大切な御指摘、暫時休憩を挟むなどの深まる議論、丁々発止の議論は今も鮮明に脳裏に焼き付いております。

このたびは決算でございます。私はコラボ期間が短期間過ぎるのではないかと昨年の十一月中旬から三月まで、たったの四カ月限定の事業実施にとどまっていることについても四千五百万円の予算計上が妥当であるのか、その効果が最大限県民に、県に、佐賀県に発揮されているのか疑問を感じる場所であり、このたび質問の機会をいただきましたので、改めてコラボ内容について幾つか質問をさせていただきます。

まず初めに、「島耕作コラボ」の目的についてお尋ねでございます。

副知事島耕作が全国で話題になり、副知事島耕作執務室までつくり、特段の配慮までなされました。ヤフーニュースでトップを皮切りに、多くのメディアにも取り上げていただいてもおりました。また、作者の弘兼憲史さんが知事を表敬訪問されるなど、四カ月はにぎわいの創出にはなったと思えます。

ただ、あまりにも短期間過ぎて、目的が一体何だったのか。わあっと盛り上がって、はい、終わりました感。目的がいまいち理解できていなかった県民も多いのではないかと感じ、質問いたします。御答弁よろしく願います。まず、目的についてお尋ねいたします。

○金子広報広聴課長「島耕作コラボの目的についてお答えいたします。

情報発信プロジェクト「サガプライズ！」は、様々な企業やブランドなどと

コラボし、話題化することを目的とした、首都圏を中心とした県外向け情報発信事業でございます。

この事業で実施した「島耕作コラボ」は、シリーズ累計発行部数四千七百万部を超える人気ビジネス漫画、島耕作シリーズとのコラボレーションであり、サラリーマンの代名詞となる主人公、島耕作が民間企業から副知事という公務員に転職するストーリーをプロモーション企画として新たにつくり出したものでございます。

副知事として全国に情報発信を行うことで、島耕作と特に親和性が高い読者層、ビジネス層に対しまして、県が注力としておりますスポーツ分野や半導体産業分野の取組を知っていただき、ひいてはSSP構想や、当時、国スポも開催前でもございましたので、国スポ、県内のプロスポーツなどのスポーツビジネスの推進や、半導体産業における人材確保の契機となることを目的に実施しております。

以上でございます。

○猪村委員「ありがとうございます。目的は企業誘致PRだったり、半導体の人材確保、それから国スポ、スポーツビジネスの向上、そういったものと捉えておりますが、国スポのときに島耕作さん、出てこられていないですよ。これは本当にもつたいなかったと私は思っています。島耕作さんが全国から皆さん佐賀へようこそ、そういったことがあれば、もつとこの効果の有用性、そういったものを県民に知らせることができたのではないかとというふうには思っています。

そして、企業誘致がどのくらいあったのか。そして、半導体人材がどのくらい佐賀県に確保できたのか。そういったところが何とも漠然といたしておるような気がいたします。本当にもつたいたない、もつと島耕作さんに佐賀県にとつて汗をかいていただきたい、働いていただきたい、そういった思いでいっぱい

でございました。

次に、「島耕作コラボ」の取組内容についてでございます。

これは取組内容は皆様もお分かりというふうに思っておりますが、簡単にも結構ですので、取組内容を教えていただきたいと思います。お願いいたします。

○金子広報広聴課長Ⅱ「島耕作コラボ」の取組内容についてお答えいたします。

副知事島耕作というプロモーションの立てつけの下、佐賀県のスポーツ分野、半導体産業分野を軸に様々な企画を展開いたしております。

スポーツ分野では、先ほども述べましたが、佐賀県が取り組むスポーツ分野事業について、副知事島耕作が主人公として登場するオリジナル漫画を制作し、情報発信しております。作中ではSSP構想やSAGAアリーナ、県内のプロスポーツチームなどを分かりやすく紹介しております。

また、オリジナル漫画の制作に加え、子供たちへのスポーツ振興を目的に、講談社の人気スポーツ漫画と島耕作シリーズ、およそ七百五十冊を積んだスポーツマンガ号を都内や佐賀県内で運行し、PRしております。

続きまして、半導体産業分野でございます。

こちらは県内企業、教育・研究機関、行政が一体となって取り組み、飛躍的な成長が期待される佐賀県の半導体産業を後押しするため、副知事島耕作が佐賀県の半導体ビジネスをPRするウェブサイトを公開したり、ビジネス雑誌等を活用したプロモーションを展開しております。そのほか、ビジネス層が多く利用する首都圏主要駅や新幹線内の電光掲示板でのプロモーションなど、情報発信を実施しているところでございます。

なお、これら二つの分野をPRする目的で、令和五年十一月十四日に開催した就任PRイベントは、多くのメディアが参加しております。イベント会場は、島耕作の母校でもあり、佐賀県が輩出した偉人、大隈重信が創設した早稲田大

学の大隈記念講堂にて開催しております。当日は島耕作がLive2D、いわゆるCGで登場し、副知事就任式を実施しております。就任式では島耕作の原作者、弘兼さん監修オリジナル漫画の公開朗読のプロモーションなどを行い、話題化を図っております。

スポーツ、半導体産業のほかにも、県庁内で副知事島耕作の「執務室大公開展」を実施するなど、様々な取組を行ってまいりました。

以上でございます。

○猪村委員Ⅱありがとうございます。内容はその目的に連動しているというふうに思っておりますが、非常にもつたいないというふうに——ポイントは、島耕作さんを佐賀県副知事に持つてこられるというユニークな取組、そこは私は非常にすごいなというふうに最初思ったんですけども、本当に生かされていないんじゃないかなというふうに思うところが残念で、この質問をさせていただきます。

県費を四千万円支出するわけだから、もう少し島耕作さんに働いていただきたかった。

そういったところで、次でございますが、これまでもお話をさせていただいておりますが、「島耕作コラボ」の実績と効果についてお尋ねをさせていただきます。

広告換算額十一・五億円とはじかれております。予算は四千万円、広告換算額十一・五億円が示す宣伝効果が、県内各地や地域企業にどのような経済的メリットをもたらしたのか、四カ月で終わった事業が「SAGA2024」へどのようなメリットをもたらしたのか、副知事島耕作さんにもっと「SAGA2024」をPRしてもらおう、佐賀のために働いてもらおう、汗をかいてもらおうとできなかったのか、先ほどから申し上げておりますが、この事業の目的に見合う貢献度が私にはよく理解できておりませんので、お尋ねをさせていただきます。

たきます。

話題化された情報量はどのくらいだったのか、そういったものをまず最初にお尋ねをさせていただきます。よろしくお願ひいたします。

○金子広報広聴課長⇨話題化された情報量についてお答えいたします。

島耕作コラボの実績といたしましては、今回のコラボによる情報発信で、どれだけメディアに露出したかという情報量をはかる広告換算額を用いております。こちらは委員のほうからお話がありましたように、約十一億五千万円の広告換算額を獲得しております。

令和五年十一月十四日に開催した就任PRイベントは、多くのメディアが駆けつけまして、結果としましては、フジ系列の「めざましテレビ」、日本テレビ系列の「ZIP!」、TBS系列の「THE TIME」など、全国ニュースで放送されております。また、県庁CLASSで実施した副知事島耕作執務室大公開は、NHKの朝のニュース「おはよう日本」、夜の「ニュースウオッチ9」など全国のニュースで取り上げられ、各系列局の全国版キー局で多くの情報発信が実施されております。

さらに拡散力が高いウェブでは、先ほど委員からもありましたようにヤフートピックス、通称ヤフトピで話題のニュースとして掲載されたり、民間企業を経て副知事に就任した現職の東京都副知事が、自身のSNSで島耕作コラボを称賛する投稿をするなど、ウェブ上でも大きな話題となっております。

以上でございます。

○猪村委員⇨その全国ニュースや執務室の公開、それから、ウェブやトピックス、そういったものを広報効果とされているということでございます。

それでは、二番目ですが、実績測定の広告換算額についてでございます。

十一・五億円とされている広告換算額の算定の根拠、また、算定方法、誰が、どこで、どのようにしてはじかれているのか、木原委員さんも委員会でお尋ね

されておりますが、改めて私からもお尋ねさせていただきます。お願ひいたします。

○金子広報広聴課長⇨実績測定の広告換算額についてお答えします。

こちらは少し広告とか広報の専門的な用語もございしますが、丁寧に御説明させていただきます。

広告換算額指標とは、行政も民間も広報部門では広報効果をはかる指標として広く一般的に採用されており、自らが広報した情報量を定量的に算定する仕組みでございます。仮に県が広告枠を買って広報を実施する場合、必要な経費を示したものでございます。これは後ほど詳細に説明します。

広報部門は広報した成果を測定し、評価するのが大変難しゅうございます。ゆえに、一般的にメディアにどれだけの情報を出せたかという定量的にはかる広告換算額を指標として用いているケースが多いです。広告換算額の算出は、メディアへの露出を専門的に調査分析しておりますモニターング会社のサービスを利用しております。

対象となるメディアでございます。こちらは在京のキー局及び全国系列局で放送されているテレビ、全国版の新聞、雑誌、業界誌等の紙媒体、そして、現在の主流であるウェブサイトがございします。ウェブサイトは大手新聞会社やメディアなど、約二千三百のニュースサイトが対象となっております。

なお、ラジオという電波媒体がございしますが、こちらは今、実際には指標としてはなく、実際、我々がラジオ、例えば、TOKYO FMさんで二分間の尺でニュースが流れましたといったら、このモニターング会社に報告し、それで算出していただくというような、ちょっとアナログですけど、そういうやり方も取っております。

なお、昨今ではSNSで「X」ですね、旧ツイッターでございましたり、「TikTok」などのSNSでございします。こちらは換算方法が確立されておりませんので、広告換算額の対象とはしておりません。

次に、広告に換算する手法でございます。先ほどのモニタリング会社が一般的に使われております計算式を使用しております。テレビ、ラジオは各局の放送時間帯のCMスポット単価に報じられた時間を乗じております。紙媒体、新聞、雑誌でございますが、こちらは掲載記事のスペース料金に記事掲載スペースを乗じたもので換算しております。最後、ウェブはモニタリング会社独自のサイト指標ツールを用いまして、サイトへのアクセス状況などを指数化し、算出しているところでございます。

長くなりましたが、以上でございます。

○猪村委員 詳細にわたって御説明ありがとうございます。私も質問、勉強会の際に金子課長といろいろお話をさせていただく中で、こういったこともお話をいただくということでありましたけれども、県民の皆様がこの内容というのがなかなか伝わりにくいのではないかと、いうふうなこともありますけれどもやはり広告を打つ、そして、それを県民に返していく、フィードバックしていくという作業がここでも新たに大切だと私も思いますし、もともと県民にとって有用性がある、そして、話題性だけではなくて実際動いている、そして、私たちの経済、社会生活、そういったもの実際に下りてきている、そういったものが実感できるような取組に、広報はなかなか難しいところもございますが、そういったところも何かだ漏れになってしまってもつたないなというふうな思いもする次第でもございます。

それでは、三の最後の問いですが、広告換算額以外の効果、こういったものがどのようなものがあるのか教えていただきたいというふうに思います。お願いいたします。

○金子広報広聴課長 広告換算額以外のお答えいたします。

コラボ企画が話題化したことで、スポーツ分野では、県内のプロスポーツチームの佐賀ブルーナーズ、久光スプリングス、サガン鳥栖がそれぞれ副知事

島耕作の独自企画を展開され、島耕作副知事と一緒にのおの試合を盛り上げる結果になりました。近隣都市部の福岡のテレビ、メディアなどにも多く取り上げられ、各チームの集客促進や試合での盛り上げに寄与したというふうに考えております。

佐賀ブルーナーズでは、「島DAY」と銘打った集客企画、久光スプリングスでは、島副知事とのコラボTシャツを試合当日に限定配布、また、サガン鳥栖では、先ほどのLive2D、CGで動く副知事島耕作の挨拶をホームページなどに放映しております。

また、産業分野では、様々な企業や組織との面会場面でも島耕作コラボの話がきっかけとなり、佐賀県にポジティブなイメージを持つていただくなど、良好なリレーション構築につながられたものと考えております。

そのほか、先ほど答弁した県庁の「執務室大公開」には、メディア露出によって話題となりました展示期間中の約三カ月に五千人以上の方が来場しております。近隣の長崎県、福岡県のお客様も多く、遠くは岩手県や東京都、大阪、愛知県からわざわざこの島ルームを見にお越しいただいたお客様もいらっしゃいました。また、県外のファンに加え、多くの県民にも来場いただき、関心を持っていただいたと実感しております。

以上に加えて、作者の弘兼憲史さんとのリレーション構築ができたことにより、雑誌「モーニング」で連載中の漫画、島耕作シリーズの作中の中でも、島耕作氏が実際、佐賀県の観光地や半導体企業を訪問するストーリーを描いていただきました。こちらは漫画を通して佐賀を知り、関心を持つ読者が増えたと考えております。

さらに、本コラボは、国内のメディア広告業界などからも非常に評価が高く、先週十一月六日になりますが、第六十六回日本雑誌広告賞にて、メディア複合型広告部門の銀賞を受賞するなど、全国規模の広告賞を三件受賞しております。

また、同じく先週十一月八日には、都内で弘兼憲史画業五十周年記念パーティーが開催されております。こちらは数多くの御来賓が出席される中、来賓のお一人であります石破総理大臣も来場され、開口一番に佐賀県の島耕作コラボを好意的にお話しされたとのことでした。

このように、島耕作コラボは、広告換算額で十一億円以上の効果を生み出し、県内企業やコラボ先が次の展開に発展させたり、メディア業界で賞を受賞するなど、様々な分野に波及し、大きな効果につながっていると考えております。

先ほどございましたように、首都圏の「佐賀さいるー応援団」は後押しをする事業でございます。我々広報は、どちらかというと、物産、観光、移住促進などその手前側の入り口を、いかに大きく情報を出してきつかけをつくるかという事業だと考えております。

そういった意味では、この入り口、なるべく大きく県内外の皆様へ情報を知っていただくというのが我々広報としての役目だと思っておりますので、引き続き事業のほうを推進させてまいりたいと思っております。

以上でございます。

○猪村委員 〓るる御説明ありがとうございます。石破総理もアニメ好き、ラーメン好き、そういったところでも有名な方でもございますので、お目に留まったということはすばらしいことではないかというふうに思っておりますが、そういったこともやはり県民の皆様にもっと知っていただく、そういったこともぜひお願いしたいなと、そういった形で、また島耕作さんのコラボのようなものが続いているのであれば、ぜひとも佐賀県でもよろしくお願いしたいというふうに思うところでございます。

それでは、最後の質問でございますが、情報発信プロジェクトの課題と今後についてでございます。

そもそも令和五年度の情報発信プロジェクト推進事業は、人気漫画やゲーム、

話題のクリエイターさん方とのコラボを三本計画し、実施されています。

「島耕作コラボ」はその中の一つの事業でございます。総事業予算額一億三千二百二十三万三千円、決算額が一億三千九十八万一千円でございます。その中から四千五百万円を「島耕作コラボ費」ということで使われておりますが、残りが八千六百九十八万一千円となりますが、このあと二つの事業の内訳というところが、今、分かれば教えていただきたいのと、また、説明の実績値のところ、二〇二三年、二十一・四億円とありますが、情報発信プロジェクト推進事業三本の広告換算額を合わせても十八億五千万円にしかありませんが、あと二億九千万円余りの広告換算額に相当する事業はほかのどのようなものがあるのか、もし分かれば教えていただきたいというふうに思っております。よろしく願いいたします。

○金子広報広聴課長 〓コラボレーション事業の残りのコラボレーションの実施した予算と、あと広告換算額で三件以外の広告換算額とは何かという御質問だったと思えます。

残りのコラボレーションでございます。

島耕作以外に、一つが、韓国、台湾を中心に、人気ゲームでございますロールプレイングゲームの「リネージュW」とコラボレーションをしております。こちらは、空港でのアートギャラリーであったり、韓国の方に県内を周遊していただくような企画を展開しております、こちらは約二千六百万円でございます。

続きまして、SNSで話題の体験企画をつくる「entaku」というクリエイティブチームとコラボレーションをしております。こちらは東京の表参道でPRイベントをし、その後、県のふるさと納税等への誘客を図っております、予算額は三千八百五十万円でございます。

「サガプライズ！」の事業は、コラボを実施するだけの事業費だけではなく、

委員御説明ございましたように、東京でのPR会社を活用したメディアプロモートであったり、先ほどのモニタリングみたいな成果指標も一つのPR会社にお問い合わせしている内容でございましたり、またあと、東京で実際に活動するためのオフィスがございますして、こちらが「サガプライズ！」の予算の中に入っております。

続きまして、広告換算でございます。

残りの約三億円の広告換算は何の広告換算なのかというお尋ねでございました。

こちらは事業全体でメディアに掲載されるケースが結構多くございます。

「サガプライズ！」約十年ほど事業を推進してきましたので、先ほどのメディアの評価も高いというのも一つの事例でございますが、「サガプライズ！」そのものを、例えば、新聞記者が取り上げるとか、ウェブニュースが取り上げるという形で、それぞれ今年度やったコラボ以外で事業を評価するところと約二億八千万円の広告換算がございますので、トータルが二十一億円という形になっております。

以上でございます。

○猪村委員〓それから、課題と今後についてはどのようになっておりますでしょうか。

○金子広報広聴課長〓失礼いたしました。期間限定で実施しているということでの課題についてでございます。

委員御指摘のように、多く話題となったコラボ企画は期間を限定せず、継続して実施するほうがよいのではという考え方もございます。一方で、昨今のスマホ普及で発信ツールはSNSが主流となっている中、情報トレンドの移り変わりは大変早うございます。古い情報はオワコン、つまり、終わりのコンテンツという形で過去の情報コンテンツとして処理され、ニュースバリュー、いわ

ゆるニュースの価値すらなくなるケースが多くございます。同じコラボ先とそのまま同じコラボ内容で延長してやり続けるよりも、そのとき旬なコラボ相手と時間をかけずにタイムリーにコラボを仕掛け、コラボ期間もあえてぎゅっと限られた中で情報発信する、そのほうがコラボ期間内に一種のバズのような大きな波を戦略的に生み出すことができ、期間内で話題の最大化につながり、旬で突き抜けた情報をメディアや消費者に届けられると考えております。

情報発信プロジェクトとは、単純に首都圏で広告を打つという事業ではございません。様々な企業やブランドとの信頼関係を築き、大事にしながら、みなで知恵を出し合って話題化するための工夫をし、ウイン・ウインの視点でコラボを実現してまいります。今後も佐賀ならではの情報発信を続け、佐賀県を盛り上げていきたいと考えております。

以上でございます。

○猪村委員〓ありがとうございます。

先ほど数字をいただいたところなんですけれども、「リネージュW」に二千六百二十万円、「entaku」が三千八百五十万円、足しても六千四百七十七万円ですね。八千六百九十八万一千円からこれを引いても二千二百二十八万一千円なので、決算額と合わないのではないかとこのふうになっちゃうところがあります。これは私の計算間違いでしょうか、お答えいただければよろしくお願いいたします。

それと、効果ですけれども、情報発信プロジェクトの課題と今後についてでございますが、私は、佐賀県の広報はこれからますます大変重要になっていくものだと思います。日本の中でもそうですけれども、国内外において非常に社会情勢が厳しくなっている中で、佐賀県の広報広聴課のアンテナが高ければ高いほど、質がよければよいほど、他の部局との連携もよりよく図られ、それが県民の皆様へよりよくフィードバックされ、好循環がもたらされるもの

と確信しております。アニメやゲームの聖地として佐賀県は全国的にも成功していることは、私も少なからず認識をさせていただいております。これまでの御尽力に心から敬意を表すところではございますが、多額の予算を投じて情報発信をされても、それが県民によりよくフィードバックされなければもったいない事業でしかないと私は思います。

「島耕作コラボ」にしても、コラボ期間が、先ほど課長がおっしゃいました句でなければいけない、バズる、そういったこともあるかもしれませんが、県費を支出して県民にフィードバックする。先ほど私申し上げましたけれども、実績値、そういったものがウェルビーイングを例えとして出させていただきましたけれども、そういったところも幾ら広報であろうとも、少なからず県民にフィードバックされることがなければもったいない事業でしかないというふうには私は思います。話題性と佐賀県にもたらされる効果のバランス、そういったものも非常に大事になってくるというふうに思っておりますが、課長、いかがでしょうか。

○金子広報広聴課長 二つございまして、先ほどの決算の金額のところでございます。あとは、事業がその後継続していかないのはなぜかというお尋ねだっただと思います。

今朝の金額でございます。先ほど申し上げましたように、コラボを実際に三本する事業費がございます。こちらは先ほど述べた「リネージュW」が二千六百二十万円で、「entaku」が三千八百五十万円、島耕作が四千五百万円でございます。それ以外に、「サガプライズ！」は先ほど言いましたようにモニタリングをしていたり、あとはメディアとの日々のリリース活動という形でPR会社へのそういったリリースの経費であったり、あと東京のほうでオフィスを持っております。そちらのオフィスの維持管理であったり、職員の旅費とか、そういったもので合計が委員からお話しございました一億三千万

円という形でございます。

次に、一過性ではなく、継続して県民の方を巻き込んでいかないのはなぜかというお尋ねでございます。

先ほど述べましたように、コラボレーション自体は大きな話題の最大化を目指すために期間限定でやっております。期間限定でやることによって、我々としても情報発信という、先ほどの情報量を広告換算でカウントするために広告換算額はやはり大きくなるというところはございます。ただ、成功したコラボレーション、そういったものは、例えば、ほかの担当課であったり、各市町であったり、そういったところが引き継いでいただくというケースも実際はございます。

一つの事例ではございますけど、二〇一六年にテレビ朝日の全国アニメで「ユウリ!!! ON ICE」という、これは唐津市を架空の町として展開した大変気なテレビアニメなんですけど、こちらは「サガプライズ！」が初年度、放送開始とともに都内を中心にコラボレーションを実施して、広告換算額でも大変な話題になりました。それを受けて、地元の唐津市観光課の皆様が来年度は自分たちでコラボレーションを観光誘客に使いたいと。唐津が舞台になっておりますので、使いたいというお話を「サガプライズ！」のほうまで頂戴いただきました。我々として唐津市と制作委員会の橋渡しを行い、今度は唐津市が自走して観光誘客目的で実施されております。その後、唐津市の観光の事業でございまして、これを契機に海外を含め、累計で約六万人の方が唐津市に訪れて、二年間、たしか続けられたと思うんですけど、約四億円の直接経済効果があったというふうに聞いております。

我々広報としましても、ひいてはそのような経済活動とか誘客促進というところを意識しながら事業のほうは実施してまいろうというふうに思っておりますが、東京の中で突き抜けた情報を出すということは、私もこのプロジェクト

のリーダーを十一年前から四年ぐらい東京で実際に業務しております。テレビ局を回ったり、コラボ先の企業さんに足しげく通って、お断りされたり、なかなか佐賀県という地方の自治体が突き抜けた情報発信をするというのは非常に難しいというふうに実感しております。

そんな中で、委員からお話がありましたように、やっぱり突き抜けた情報をいかに出すということが我々広報の事業として、要は突き抜けていなければ、その後、唐津市さんが拾うことはまずない話でございますので、やはりそこを目的に情報発信のほうを引き続き取り組んでまいりたいというふうに考えております。

以上でございます。

○猪村委員Ⅱ委員長にお願いであります。二千二百二十八万一千円、その内訳の資料を所管課から出させていただくということをお願いしてよろしいでしょうか。

○古賀陽三委員長Ⅱそれは後ほど可能ですか。よろしいですか。

○金子広報広聴課長Ⅱはい。

○古賀陽三委員長Ⅱ後ほど提出ということ。

○猪村委員Ⅱありがとうございます。

先ほどから申し上げておりますけれども、これから広報の役割というのが大変大きくなっていくというふうに思っています。日本国内外合わせても非常に情勢は混濁し、そして、情報も錯綜してまいるというふうにもっとそうやっていくと思っております。

その中においても、県主催のイベント、取組はたくさんあって、広報広聴課の高いアンテナ、そして質のよいアンテナが各部局と連携し合う、そしてハレーションを起こして、いい佐賀県、そしてもっと住みよい佐賀県になっていくというふうに思っています。広報広聴課の役割というのは、県主催のイベン

トなんかは全部主催してもいいぐらい、私はそういうふうにも思っているところでもございます。

また、先日からは佐賀県にゴジラが到来しています。このゴジラとのマッチングも非常に楽しみにしているところでもあります。前回も申し上げてもおりますが、県民の皆様を真ん中に置いた決算であるように、主たる事業は県民の幸せのためでございます。なので、事業を県庁職員さんが考えて、どう実績を出されたかというの、しっかりと県民を真ん中に置いて決算を出していただくということをお願いいたしまして、私の質問を終わらせていただきます。ありがとうございます。

○徳光委員Ⅱ皆さんこんにちは。県民ネットワークの徳光清孝でございます。

今日は三問質問をいたしますので、誠意ある答弁をよろしくお願いいたします。

まず一番目は、レイクサイド北山の再整備についてであります。

県では、佐賀の豊かな自然を生かしまして、多彩な自然体験などを楽しむことができる「OPEN-AIR佐賀」の事業に取り組んでおります。その一環として北山キャンプ場や二十一世紀県民の森をレイクサイド北山として整備が進められ、令和五年十月二十日にはリニューアルでオープンしたというふう聞いております。

ちょうど昨年、私も整備中のときにこのことについて質問いたしました。子供がまだ小さい頃、よく北山キャンプ場に家族でキャンプに行つて、サイクリングしたりとか、私の連れ合いは自転車に乗れないので、たまたまあそこはタンドム自転車もありましたので、後ろに乗って楽しんでいました。本当にいい思い出だったなと思っております。

リニューアルされるということだったので、ぜひいろんな世代の方が、いろんな家族の形態の方々が自然を楽しみながらキャンプができるような、あるい

は遊べるような、そんな整備にしてほしいなということで一年前質問したところであります。

去年の十月にオープンして、今年の七月、別の団体からですが、リニューアルしたキャンプ場を視察いたしました。やっぱり三十年前とは、当然ながら全然違って、電源も利用できるサイトもあるし、デイキャンプもできるサイトもあるし、様々な形態のサイトがあつて、好評だということもお聞きしてきましたところであります。

そんな意味では、「OPEN-AIR佐賀」は北山だけではなくて、他のいろんな取組もありますけれども、今日はレイクサイド北山について改めて現状等についてお尋ねをしたいというふうに思います。

まずは「OPEN-AIR佐賀」の目的なんですが、どのようなことを目的として「OPEN-AIR佐賀」に取り組まれているのかお尋ねをいたします。○納富政策企画監「OPEN-AIR佐賀」の取組の目的についてお答えいたします。

「OPEN-AIR佐賀」とは、本県の強みであります澄み渡る空、広がる平野、穏やかな気候、多彩な自然環境などの強みを生かしまして、屋外での新たな観光やライフスタイルを提案する取組になっております。

佐賀の澄み渡る大空のもと、観光はもとより、遊ぶ、食べるなど、様々な切り口によって佐賀の魅力を体感できるよう、施設やサービスなどの磨き上げを進め、交流人口の増加につなげることを目的としております。

以上になります。

○徳光委員「分かりました。」

様々な取組が県内で今されているということで、おおむね好評だということにも聞いております。

そこで、レイクサイド北山の整備についてももう少しお尋ねをしたいと思うん

ですが、なぜレイクサイド北山を再整備しようということになったのか、その点についてお尋ねをいたします。

○納富政策企画監「レイクサイド北山の整備の理由についてお答えいたします。レイクサイド北山は、北山キャンプ場と二十一世紀県民の森から構成されております。それぞれの施設は整備が完了してから相当の年数が経過しておりまして、老朽化が進むとともに、利用者ニーズに十分に対応できておりませんでした。そのような中、コロナ禍を契機としまして、本県が持つ多彩な自然環境の強みを生かすために「OPEN-AIR佐賀」の取組を推進することといたしました。

その一環としまして、北山キャンプ場と二十一世紀県民の森を、豊かな自然環境を生かしました自然体験などが楽しめるエリアとなるように、現在のライフスタイルやニーズに合わせて一体的に整備をすることとしたところでございます。

また、この一体的な整備に併せまして、このエリアのコンセプトが伝わりやすいように名称をレイクサイド北山と変えたところでございます。

以上になります。

○徳光委員「北山湖はもともとヘラブナのメッカと言われていましたし、冬はワカサギ釣りが盛んだったんですね。ただ、今はブラックバスとか、そういうものが多いような気がします。」

それから、福岡に近いということで、恐らく七割、八割は福岡県民の方、県外の方が多くんじゃないかなと思っております。そんな意味では、県外の方も呼び込めるし、佐賀の自然を知ってもらおうという意味では、レイクサイド北山というのは、地理的に本場に絶好の場所かなというふうに思っています。

そこで、整備をされたということで、私も言いましたとおり、見に行ったんですが、どのように整備を行ったのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱレイクサイド北山の整備内容についてお答えいたします。

先ほど申し上げましたとおり、豊かな自然環境の強みを生かした自然体験などが楽しめる場所として、多くの人が訪れるエリアになってもらいたいというふうに考えて整備をいたしました。

具体的には、北山キャンプ場におきましては、近年のキャンプニーズに合わせまして利用者の満足度を高め、さらなる利用者の増加を図っていくために、車が横づけできるオートサイトはもちろんのこと、ペット同伴や直火でのたき火といった幅広いニーズに対応できるように、様々な特徴を持たせた七十九のサイトを整備いたしました。

また、車椅子の方にも御利用いただけるシャワーや多機能トイレの整備、リモートワークやワーケーションが可能となるようなWi-Fi環境の整備など、誰もが多彩なバリエーションに富んだキャンプを楽しめるように整備いたしました。

また、二十一世紀県民の森では、家族が楽しめる佐賀の新しいアクティビティースポットといたしまして、湖を一周する全長約六キロのサイクリングロード沿いに湖を眺められるビュースポットを三カ所整備いたしました。

また、森の中を通り抜け、湖に向けて一気に滑り降りることが出来る百十一メートルのローラスライダーなど、自然を生かしたスポットを整備いたしております。

このように様々な整備によりまして、自然体験などを家族などで一体的に楽しめる場所となるように整備したところでございます。

以上になります。

○徳光委員Ⅱありがとうございます。

私も当初、見に行くまでは、もしかしてたくさん木があったのが切られたりしているんじゃないかなという心配もあったんですが、行ってみると、そうま

でもなくて、きちんと自然が残っている中でテントを張れるというような状況もありましたので、いい整備になったなというふうに思っています。そこで、この施設の運営なんですけれども、どのように運営をされているのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱ施設の運営状況についてお答えさせていただきます。

レイクサイド北山につきましては、二十一世紀県民の森と北山キャンプ場で構成されております。それぞれの施設につきましては、管理・運営を行う事業者は、公募により選ばれました別の指定管理者が行っているところでございます。

具体的には、二十一世紀県民の森につきましては、森の活用を目的とする地元富士町の団体、「特定非営利活動法人みんなの森プロジェクト」と「一般財団法人スマイルアース」から成る共同事業者が指定管理者として運営しております。

この二十一世紀県民の森では、葉っぱや木の実を使ったクラフト体験であったり、自転車、ボートのレンタルサービスなど、自然を生かした体験が楽しめるサービスを中心に行っております。

続いて、北山キャンプ場につきましては、民間事業者のノウハウを生かしながら地元団体と協力していけるように、「株式会社ANDCO」と「特定非営利活動法人みんなの森プロジェクト」から成る共同事業者が指定管理者として運営しているところです。

北山キャンプ場では、テントやタープなど、キャンプ道具の貸し出しであったり、初心者向けのキャンプ講座の実施など、初心者の方でも手ぶらで気軽にキャンプを楽しめるような民間ならではのサービスも行われているところでございます。

以上になります。

○徳光委員Ⅱありがとうございます。

私もその運営会社の方のお話を現地でお聞きしました。それから、キャンプ場を利用しようと思ってホームページから入ろうとすると、大変分かりやすくこの日はどこが空いているとか、本当に分かりやすく利用申請ができるようになっているといふふうに感心をしたところであります。かなり土日とかは詰まっているということも聞いていますので、大変好評だと思うんですが、利用の状況、リニューアルした後はどのようなようになっていのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱリニューアル後の利用の状況についてお答えいたします。まず、北山キャンプ場の利用者につきましては、再整備前は年間八千人程度の利用で推移しておりました。令和五年十月のリニューアルオープン以降、一年間の利用者は約一・六万人と二倍に増えている状況でございます。

また、利用者の属性につきましては、利用者アンケートにおきまして調べたところ、四十から五十代の方が約六割、二十から三十代が約四割を占めており、キャンプ好きの方からファミリー層まで幅広く利用いただいております。コロナ禍でのキャンプブームが一旦落ち着いてきてはおりますが、週末はファミリー層を中心に多くの方に利用いただいております。

次に、二十一世紀県民の森の利用者につきましては、再整備前は年間三万人から四万人程度の利用をいただいております。こちらは令和五年七月のリニューアルオープン以降、一年間の利用者数は約四・六万人と一・二倍に増加している状況になります。このように両施設ともに利用者は伸びている状況でございます。

以上になります。

○徳光委員Ⅱ県民の森のほうは四・六万人で、従来の一・二倍ということですね。分かりました。

やっぱりすごく多くなったなというふうに思います。それから、四十代から

五十代が六〇%というのも、ちょうどお子さんがいらっしやれば、キャンプに行つて、いろんな自然体験ができて、楽しめるような年代かなというふうに思っていますし、高齢層になれば夫婦二人で行つたりとか、ソロキャンプをしたりだとか、いろんな形態が考えられるというふうに思っています。そこで、もつともつと増やすことは可能だというふうに思いますので、今後の利用者を増やしていくためにどのような広報を行っているのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱ広報についてお答えいたします。

まず、レイクサイド北山のリニューアルに当たりましての広報になります。県内はもとより、福岡都市圏のターゲット層に対して、再整備した施設での過ごし方であったり、魅力についての情報発信を行つてまいりました。

具体的には、県内に対しては、県内へ全戸配布される県民だよりへの折り込み、県内小中学校へのチラシの配布、佐賀のテレビ番組内でのCMの放送などをリニューアルオープン前に行わせていただきました。

また、福岡都市圏のターゲットを含めまして、子育て世代向けのフリーパーへの記事の掲載であったり、ウェブサイトやSNSでの情報発信などを加えて行つたところでございます。

リニューアル後につきましては、レイクサイド北山のポータルサイトであったり、SNS等により、利用者が施設で楽しまれていた様子などを中心に、イベントなどの情報を発信するなどしまして、利用促進を図つているところでございます。

以上になります。

○徳光委員Ⅱありがとうございます。利用者を増やしていくということで、本当に九州で見てもいろんな条件が好条件としてそろっているキャンプ場かなというふうに思っています。単なる自然だけだと、阿蘇とか、いろんなところが

あるかもしれませんが、サイクリングができて、ダム湖があつて、釣りもできるとか、いろんな好条件がそろっているキャンプ場になっているなというふう

に思っています。そこで、リニューアルの効果についてはどのように考えているのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱリニューアルの効果についてお答えさせていただきます。

先ほど申し上げましたとおり、リニューアルオープン以降、レイクサイド北山を訪れる利用者は増加している状況にございます。また、利用者の方からは、施設全体がきれいになって快適だった。トイレや水回りがきれいになってとてもよかったです。お湯が出て洗い物が助かったなど、設備が充実していることや、また利用したいとの意見が多く寄せられているなど、利用者の方々からは評価をいただいていると考えております。

なお、令和五年度の利用者アンケートに協力いただいた方の回答によりますと、北山キャンプ場、二十一世紀県民の森ともに九割以上の方が「満足」、「ほぼ満足」と回答いただいているところでございます。

以上になります。

○徳光委員Ⅱ九割の方が満足をしているということですね。あの辺一帯は湖畔荘が昔ありました、よく研修とかであそこを使ったりしましたが、多分今は閉鎖しているのかなというふうに思っています。そんな意味では、宿泊としては一番いい条件でキャンプ場になっているなというふうに思っています。昔はやっぱりヘラブナ釣りで、旅館も二件か三件あったと思うんですが、それがどうなっているかよく分かりませんが、ヘラブナ釣りも多分減っているのかなというふうに思っています。ブラックバスを釣る方が増えていますので、そういった方々にもキャンプをしてブラックバス釣りを楽しむとか、いろんな連携した遊びもできるといふふうに思っていますので、よろしく願いをします。

それじゃ、大幅リニューアルして一年が過ぎて好調だということですが、幾らか課題もあるのかなというふうに思っていますが、課題について現在のよう

に捉えているのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱ施設の課題についてお答えさせていただきます。

レイクサイド北山は、二十一世紀県民の森と北山キャンプ場が隣接している場所にあります。そういう隣接している場所にながら、今までは指定管理者が異なっておりまして。そのため、指定管理者における情報共有や連携が十分に図れていなかったということが課題であったと考えております。

また、さらに広域で見た場合に、地元である北山エリアをはじめ、隣接エリアである富士や三瀬エリアとの連携も十分ではなく、エリアの広がりという点にも課題があると考えております。

以上になります。

○徳光委員Ⅱそういった課題があるということで、そういった課題も含めて、今後どのような取組を進めていくのかお尋ねをいたします。

○納富政策企画監Ⅱ今後の取組についてお答えさせていただきます。

先ほど申し上げました課題を解決していくためには、情報共有や連携不足を解消し、エリアで一体となってその魅力を高めていくことが必要と考えています。

そのため、まずはできることとしまして、私たちMIGAKIチームが発足した後は、まずは県と指定管理者が意見交換を行うコネクティブミーティングという会議体を設けてまして、課題であったり、今後の展望なりを話し合ったところでございます。また、指定管理者同士も情報共有が十分ではありませんでしたので、月に一回の情報共有会議の開催をお願いしているところでございます。

また、これまで別々の指定管理者が施設を管理していましたが、エリアの一体的な整備に合わせまして、エリア一体での運営というのを行っていくため

に、次の指定管理期間である来年四月からは指定管理者の一本化を行うこととしております。

加えまして、北山エリアの少年自然の家であったり、富士・三瀬エリアなど隣接エリアとの連携もしっかりと強化していきたいと考えておりますので、次の指定管理期間からはエリアマネジメントの責任者を新たに指定管理者の中に配置することとしております。

このような取組を通じまして、レイクサイド北山を中心に施設間の連携を図りながら、民間の活力を生かし、県も地元と一緒にやってエリアの磨き上げを行うなどして、さらなる交流人口の拡大を図っていききたいと考えているところでございます。

以上になります。

○徳光委員 ありがとうございます。

来年からもう少し考えて指定管理者も決めるといことですが、やっぱり地元の方はいろんな活動をされていると思います。いつだったですかね、夏でしたか、北山湖で釣りをしませんかということで親子連れのイベントがありました。たまたま娘一家が行っていました。釣れたのはほとんどブルーギルだったんですけれども、外来種を釣って、それを駆除するというのも目的でやってきたようです。だから、あそこはいろんな取組ができると思うんですね。それから、やまびこの湯がありますので、温泉にも入れます。キャンプに行つて遊んだ後、温泉に入つて、キャンプ場に戻つて料理を作つてというようなこともいい取組になると思います。

だから、今、納富政策企画監がおっしゃったように、いろんな連携を密にして、もう少しダム湖ももっと活用できるような方法とかいうこともぜひ検討していただきたいというふうに思いますし、地元の人の意見をよく聞いて、地元よさをぜひ前面に出していただきたいというふうに思いますので、よろしく

お願いします。

それじゃ、二問目に行きます。フィルムコミッション事業についてお尋ねをいたします。

平成十七年度からフィルムコミッション等推進事業に取り組んでおられます。令和六年度より、映像を通して佐賀県のよさをより広く発信するために広報広聴課へ移管されたと聞いております。

今年度は原作がベストセラーとなりました「傲慢と善良」の映画化に当たり、佐賀県フィルムコミッションが撮影を支援した映画が公開をされ、話題となっております。特に後半部分の重要な場面が佐賀県内で撮影されていますので、今後の展開が楽しみです。

「傲慢と善良」というのを皆さん御存じでしょうか。小説がベストセラーになって、それを映画化したということで、私は知りませんでした。知りませんでした。課長とこの質問でやり取りしたときに、ちょうど今日が上映の最終日ですというのを聞いたので、慌てて映画を見に行きました。シニア料金で千三百円でしたけれども、行きました。なかなかいい映画でした。今の若者の恋愛観が前面に出て、なかなかお互い向き合えなかったのがだんだんと離れているときに向き合うようになるということでした。結婚寸前のときに彼女が失踪したわけですが、どこに失踪したかというところ——あまり言うといけないな。ロケ地は、災害に遭ったところのボランティアに行っているんですね。七山市七山町と書いてありました。駅が肥前七山駅となっていたんですね。多分七浦駅のことかなと思うんですが、主に唐津市と太良がロケ地となって、ミカンもいろいろ出てきて、そういう意味では、今後、そういうロケ地を巡るような観光というか、そういうのも誘致するとすればいい方向になるんじゃないかなというふうに思いました。

「傲慢と善良」と、何でそんなふうに言うかというところ、今の若者の恋愛観を

表した言葉なので、これは本を読むなり、映画を見るなりしてください。もともこの言葉は、イギリスの小説家のジェーン・オースティンの「高慢と偏見」、これから取っているように映画の中でもおっしゃっていました。こういったことが今されていますし、海外の作品についても積極的に取り組んでいると聞いております。

そこで、次の点についてお伺いをいたします。

まず、フィルムコミッション事業の目的についてはどのようなものなお尋ねをいたします。

○金子広報広聴課長 Ⅱフィルムコミッション事業の目的についてお答えいたします。

まず初めに、映画を御覧になっていただいて、本当にありがとうございます。佐賀県フィルムコミッションは、平成十七年に設立し、今年度より文化課から広報広聴課へ移管しております。映像作品を通じて佐賀県の情報発信、観光誘客及び地元に対する誇りの醸成などにつなげることを目的として取り組んでおります。これまでに映画、ドラマなど数多くの映像作品の誘致を行い、地域と一体となった映像作品の制作支援を行ってまいりました。

以上でございます。

○徳光委員 Ⅱいろいろ誘致をしてきたということで聞いています。そのフィルムコミッション事業の取組内容について、具体的にお尋ねをいたします。

○金子広報広聴課長 Ⅱフィルムコミッション事業は、大きく二つに分けられております。

一つ目は、国内外の映像作品の誘致でございます。具体的にはシナリオ制作、シナリオとは映画を作る脚本になります。そのシナリオ制作のための情報収集の支援、撮影ロケ地の提案、撮影のための下見のサポートなどを行っております。佐賀ならではの風景や作品に応じた撮影場所の提案を迅速かつ臨機応変に

行っております。また、一定の要件を満たした作品については、県内での撮影に係る補助を行い、佐賀県での撮影誘致につなげております。

もう一つは、佐賀県での撮影支援でございます。佐賀県での撮影がスムーズに行えるようきめ細やかに現場サポートをするともに、作品に応じて撮影現場の要望や困り事を確認し、撮影が円滑に進むよう支援しているところでございます。

以上でございます。

○徳光委員 Ⅱ様々取り組まれて、国内の作品、それから、海外の作品ということを取り組まれてきているということです。私も鹿島を舞台にしたドラマも見ることがありますし、祐徳神社が物すごく有名になったということも聞いております。そんな意味では、数々の実績と効果をもたらしているというふうに思いますが、国内と海外に分けて、その内容についてお尋ねをしたいと思います。

○金子広報広聴課長 Ⅱこれまでに国内の映画、ドラマ作品は六十三本を誘致しております。令和五年度は、映画「傲慢と善良」やドラマなど三件の誘致に成功しております。特に先ほど委員からお話がありましたように、「傲慢と善良」は原作がベストセラーとなったこともあり、九月二十七日の映画公開後、映画興行収入ランキングで初週六位にランクインしております。公開後も四週にわたりトップトゥエンティに入り続けております。先週十一月七日まで都市部を中心に全国約二百四十館で公開しておりました。

映画の中では、重要なシーンを七山や太良、鹿島などで撮影していただき、美しい風景や佐賀の人たちの温かさを表現されております。

公開後、ロケ地マップと併せて限定グッズ、これはアクリルスタンドというグッズがございますが、こちらが当たるSNSキャンペーンを実施したところ、約三百件の応募があり、佐賀県フィルムコミッションの公式「X」フォローワー

も六千人を突破いたしました。

また、撮影が行われた三カ所、こちらは唐津市七山の喫茶店「フアニーなやま」、あとは唐津市七山の滝川公民館ですね。最後、先ほどございましたように鹿島市のJR肥前七浦駅、こちら三カ所でございますが、ロケ地を巡る観光客も増えております。

現地を訪れた方々から、心に残るシーンは佐賀が多い、聖地巡礼できて感動ですといった声や、撮影場所となった県内の方々からは、この映画をきっかけに訪れてくれる方が増えてうれしい限りなどの声をいただいております。

以上でございます。

○徳光委員〓そうですね、七山から鹿島というところがロケ地になって、佐賀県の人が見たら、ああ、あの辺かというのが分かるようなシーンになっていました。おもしろいミカンもたくさん出ていました。だから、ああ、ミカンの産地なんだということも刷り込まれていくんじゃないかなというふうに思っています。

それじゃ、海外の作品なんですけど、海外作品の実績と効果についてはどうなっていますでしょうか。

○金子広報広聴課長〓海外作品の実績と効果についてお答えします。

これまで海外作品は、海外の映画、ドラマ作品を十七本誘致しております。特に平成二十五年のタイ映画「タイムライン」誘致、公開後、本県へのタイ人宿泊観光客数は、平成二十五年が三百七十人でしたが、六年間で一万二百九十人の約三十倍となり、佐賀県へのインバウンド誘客促進につながったと考えております。

海外作品はタイ映画の成功をきっかけに、平成二十五年度から東南アジア圏を中心にロケ誘致を行ってきており、令和五年度はマレーシアドラマやフィリピン映画など二件の誘致に成功しております。

マレーシアドラマ「From Saga, With Love」は、令和元年からマレーシアドラマのプロデューサーへ積極的なアプローチを続け、誘致につながったものでございます。令和五年六月に、嬉野市、武雄市、唐津市、有田町などで撮影を実施し、令和五年九月から、六千二百万人以上の会員を持つアジア市場で人気の動画配信サービス「ビィウ」で配信を開始しております。これは日本でいうユーネクストとかネットフリックスのような動画配信サービスでございます。配信後二カ月連続でマレーシアで一位を獲得し、現地での好評を受けて、配信からわずか二カ月という異例の早さで続編の撮影が決定しております。

続編であります「From Saga, With Love 2」は、本年度五月に撮影されております。撮影場所がシーズン1の県内五市町から、シーズン2は県内八市町に増え、「いちごさん」のバルーン係留や佐賀大学も撮影舞台になるなど、佐賀ならではの風景や描写がより多く描かれ、撮影の様子もニュースなど多くのメディアで報じられることとなっております。

一方、フィリピン映画につきましては、平成二十八年四月に撮影されたフィリピン映画「This Time」をきっかけに、これまで六件のフィリピン映画を誘致に成功しております。

令和五年度に誘致したフィリピン映画「Hold Me Close」は、令和六年三月に、唐津市、佐賀市で撮影が行われました。令和六年十二月二十五日——来月です——からフィリピンの映画館にて公開予定でございます。以上でございます。

○徳光委員〓今、国内作品あるいは海外作品について、どのような作品が誘致されて好評を得ているのかというふうにお答えいただきました。「傲慢と善良」は全国公開されましたので、あれだと思っんですが、私は鹿島を舞台にしたドラマは見ました。それから、海外の作品はなかなか見る機会がないと思うんで

すね。ロケされたそういうドラマとか映画とか、佐賀県で何か特別な日を設けて公開するとか、そういったことをすると、より相乗効果になっていくんじゃないかなというふうに思うんですが、その辺のところは何かこれまでやったことがあるのか、いや、なかなか難しい点がありますということなのか、興行権が入っているのでもいろいろあるとは思いますが、その点についてはいかがでしょうか。

○金子広報広聴課長⇨海外の作品を日本で見るのがなかなかできませんので、そういったのを県民の方、県外の方に見てもらおう工夫をというお話をいただきました。

これは委員のほうには報告しておりませんが、実は今回の「From Saga, With Love」というマレーシアの映画なんですが、私もフィルムコミッション創設以来、初めて動画配信サービスで、ABEMAという動画配信がございます。こちらに今、「From Saga, With Love」の日本語字幕版を実はアップしております。これは全国、世界中の方が見られますし、当然、県民の方が見られますので、ちょうど県民だよりも載せて、県民の皆さんにもぜひ、県内のすごい風景であったり、物産が出ておりますので、見ていただきたいなと思っております。

海外のドラマでいいますと、タイの「タイムライン」は、サガテレビで期間限定ではございますが、放送させていただいたり、やはり県民の皆さんが海外の映画、ドラマに接することで、誇りの醸成というか、うちの町のこの場面に使われていたというような、そういったありがたい声も大変いただきますので、我々も海外の映画、ドラマを誘致して、現地で公開するというのももちろんやるんですけど、それをいかに県民の皆様とか、あとは国内の皆様ですね、今回、ABEMAという配信サービスを使っていますので、かなり多くの国内の方もリーチしていただけるかなと思います。引き続きこういうたフィード

バックの取組を行ってまいりたいと思っております。

○徳光委員⇨何でかといいますと、私、記憶があるのは、「男はつらいよ ぼくの伯父さん」というやつが佐賀県でロケされたんですね。三瀬峠からバイクで——満男だったですかね——行く場面とか、小城高校に満男の彼女が——ゴクミですかね——いて、小城とか、それから、松原神社のところでロケされました。もう三十数年前かなと思います。私もそれは映画館に見に行きました。

もう満員なんです。一番前の列から後ろまでぎっしりお客さんが来ていまして、県内でロケしたということでこんなにも効果があるんだというのを思いました。恐らくは日頃、映画館に来たことがない層が結構来ていまして、前の席の高齢の方は、家からおにぎりを握ってきたけんと言って食べているんですね。そんな映画観賞はあまり見たことがなかったですけれども、やっぱりそれだけ効果があるんだというのをそのとき実感したんですね。

もちろん、「男はつらいよ」という有名なシリーズでしたので、そういったこともあったかもしれませんが、県内の自分が住んでいるところがこんな映画やドラマにちゃんと使われているんだということは誇りにもなると思いますので、ぜひ県民の目に触れるような機会をより多くつくっていただきたいなというふうに思います。

最後になりますが、フィルムコミッション事業の課題と今後について、どのように考えているのかお尋ねいたします。

○金子広報広聴課長⇨フィルムコミッション事業の課題と今後についてお答えいたします。

先ほど述べましたように、令和五年度は五件の作品を誘致、こちらは国内三件と海外二件でございます。本年度、令和六年度も既に四件の誘致が成功しており、国内三件、海外一件という形になっています。順調に誘致実績は伸ばしております。

しかしながら、コロナ禍を経て、映像業界の制作現場を取り巻く環境は様変わりしております。例えば、宿泊費や機材などの経費に係る物価高騰なども重なり、経費を抑えるために首都圏近郊での撮影が好まれる状況が続いております。いわゆる佐賀で撮らなくても、栃木や群馬で撮れるという形で制作陣がシフトしているという状況でございます。

今後は、国内外の映像制作会社とのリレーション構築をさらに強化するとともに、佐賀県でのロケへのニーズをきめ細やかに拾いながら、併せて支援策についても、時流に合わせてブラッシュアップしてまいりたいと思っております。

佐賀県フィルムコミッションは、これまでを振り返ると、過去には佐賀県をメイン舞台として撮影が行われ、二〇一一年、第三十四回日本アカデミー賞五部門を受賞した映画「悪人」、牛津高校ソフトボール部をモチーフにした映画「ソフトボーイ」など話題作や、さきに述べたタイからの観光客増加につながったタイ映画「タイムライン」などの好事例も多々ございます。

また、今年度から先ほど委員からお話があったように、文化課より広報広聴課へ移管されたことで、広報広聴課が行う首都圏広報などの全国メディアへの広報活動とフィルムコミッションが連動してメディアアプローチに取り組むことで、より一層多面的な情報発信につなげていきたいと考えております。

このことで、例えば、県外の方が映画、ドラマに登場した佐賀の風景、場所に聖地巡礼で訪れるきっかけとなったり、県民の方が地元佐賀が登場するシーンを見て、ふるさとのすばらしさを再認識し、誇りの醸成につながっていくことを期待しております。

これからも佐賀を舞台とした映像作品を通じて、佐賀県が持つすばらしい風景や風土を国内外に発信してまいりたいと考えております。

以上でございます。

○徳光委員「ありがとうございます。」

コロナ禍が明けましたので、人の交流というのはだんだん活発になっていくと思いますし、海外との交流も活発になっていくと思います。そんな意味ではこういった誘致がしやすくなる反面、今おっしゃいましたとおり、資機材が上がって、ロケ費がかさむということも確かに課題としては出てくるというふうに思うんですね。だから、その作品に佐賀の地がどのように一番マッチしているのかというようなことをぜひ積極的にアピールをしていただいて、より誘致を進めていただきたいというふうに思います。

それでは、最後の質問になります。自転車利用者のヘルメット着用についてであります。

自転車は、幼児から高齢者まで幅広い層が多様な用途で利用する、大変身近な交通手段でありまして、ライフスタイルや交通行動の変化に伴い、通勤や通学を目的とする自転車利用のニーズが年々高まっております。

県内においても、比較的平地が多いことから、鉄道やバスなどの公共交通網が十分ではないことなどから自転車の利用者も多く感じしております。

ただ一方で、県内の人身交通事故の発生件数は、着実に減少しているものの、自転車に関係する交通事故数は横ばいの状況であると聞いております。このような中、全国に目を向けますと、自転車による重大事故が発生しております。県内においても、今年に入り、自転車に関係する交通事故が三件発生するなど、自転車の安全利用が大きな課題となっております。

なお、昨年四月に全ての自転車利用者に対してヘルメットの着用が努力義務化されたわけですが、一年以上経過をしておりますが、県内の自転車利用者を見ますと、特に高校生以上の年代、若者の層で着用している人が少なく、ヘルメットの着用率はいまだ低調ではないかなというふうに感じております。

加えて、本年十一月一日からは、改正道路交通法の施行によりまして、自転車利用者のながら運転、あるいは酒気帯び運転についても罰則が強化されたこと

承知しております。今まで以上に自転車利用者に対する交通ルール順守徹底とマナーアップが必要と感じています。

県内でもつい最近、飲酒運転が二件、それからながら運転が一件、摘発されたといいふうにニュースで知りました。そういった状況にありますので、特に命に関わる問題としてはヘルメットの着用がますます重要ではないかなというふうに思っています。

そこで、次の点についてお尋ねをいたします。

まず、道路交通法の改正に至る背景とその内容についてなんですが、繰り返しになりますが、昨年四月に施行されました道路交通法の改正に至る背景及びその内容はどのようなものなのかお尋ねをいたします。

○前川交通企画課長⇨道路交通法の改正に至る背景とその内容についてお答えします。

令和五年四月一日施行の改正道路交通法により、全ての自転車利用者に対して乗車用ヘルメットの着用が努力義務化されました。改正の背景には、自転車乗車中の死亡事故で致命傷に至った部位の約六〇%が頭部であったこと、自転車乗車中の人身交通事故においてヘルメットの着用が致死率を大幅に減少させることができること、旧道路交通法の規定により乗車用ヘルメットの着用が努力義務とされていた児童や幼児については、その着用率が一定程度向上しているものの、高校生や六十五歳以上の高齢者を含む多くの年齢層に残念ながら着用が浸透していないことなどがあると承知しております。

このような中、道路交通法第六十三条の十一第一項により、自転車の運転者は乗車用ヘルメットをかぶるように努めなければならないと規定されたところであります。

以上でございます。

○徳光委員⇨ありがとうございます。

やっぱり六〇%が頭部の損傷ということなので、ヘルメットは大変重要なということを感じました。

それでは、県内におきます自転車に関係する人身交通事故の発生状況なんです、令和五年から令和六年九月末現在の自転車に関係する人身交通事故の発生状況はどのようになっているのかお尋ねをいたします。

○前川交通企画課長⇨県内における自転車に関係する人身交通事故の発生状況についてお答えします。

令和五年中の県内における自転車に関係する人身交通事故の発生件数は四百五件で、前年より四十三件増加しました。

なお、令和六年九月末現在、自転車に関係する人身交通事故の発生件数は二百三十五件で、前年同期と比べ五十件の減少となっています。

また、令和六年九月末における自転車事故の当事者の年齢層別では、高校生が約二一%と最も多く、次いで高齢者が約一六%、中学生が約一三%となっています。

以上でございます。

○徳光委員⇨令和五年は前年度よりも増えていると、それから令和六年に入つて九月末までは前年同期と比べると五十件減っているということで、いろんな効果も出ているのかどうかよく分かりませんが、それでも人身交通事故が四百件とか何百件というふうに発生をしているということは、やっぱりこれは見過ごすことができない事態だというふうに思います。

そこで、ヘルメットの着用率についてなんですが、自転車利用者のヘルメットの着用率についてはどのようになっているのかお尋ねをいたします。

○前川交通企画課長⇨ヘルメットの着用率についてお答えいたします。

ヘルメットの着用率については、警察庁が改正道路交通法の施行後の昨年七月と今年七月の二回にわたり全国調査を実施しています。その結果、今回のへ

ヘルメット着用率の全国平均は一七・〇%でありまして、前回の調査結果一三・五%から三・五ポイントの増加となりました。

佐賀県についても、今回の調査結果は二五・六%で、前回の調査結果二三・四%から二・二ポイントの増加となりました。

以上でございます。

○徳光委員 去年よりも今年は若干増加をしているということですが、県内でも今年七月現在、二五・六%だから四人に一人ぐらいしかヘルメットを着用していないということになります。

それでは、ヘルメットの着用促進に向けた取組なんですが、どのような取組を行っているのかお尋ねいたします。

○前川交通企画課長 ヘルメットの着用促進に向けた取組についてお答えします。

ヘルメットの着用を促進していくためには、自転車利用者に対しヘルメット着用による頭部保護の重要性や被害軽減効果に関する理解の促進を図るための広報啓発活動が重要であると考えております。そのため、県警察のホームページをはじめ、SNSやデジタル媒体などを活用した広報の実施、街頭キャンペーンでの広報啓発チラシの配布のほか、自転車シミュレーターを活用した参加体験実践型の交通安全教育の場においても広報啓発を行っております。

さきに説明しましたとおり、自転車事故の当事者に占める割合が最も高い高校生に対する交通安全教育は特に重要であると考えております。このため、高校生に対しては毎年、県下六つの高校を自転車マナーアップモデル校に指定しまして、自主的な自転車マナーアップに取り組んでいただいているところです。この取組に加え、スタントマンを用いて交通事故を再現し、事故を疑似体験することで交通事故の危険性や交通ルールの遵守とヘルメット着用の重要性を理解させるスクアード・ストレイト方式の交通安全教室も実施しています。

また、県警察、高等学校生徒指導連盟、地域交通安全活動推進委員協議会の三者協働で県下一斉の自転車街頭指導を実施しておりまして、自転車事故が多発する通学時間帯において、警察官による交通指導に加え、通学中の高校生を対象として、ヘルメット着用の重要性に関するチラシの配布などを行っております。

そのほか、教育委員会など、関係機関に対し、高校生へのヘルメット着世促進に関する働きかけも行っています。

以上でございます。

○徳光委員 今少し高校生に対する取組もお答えをいただきまして、やっぱり事故も高校生が一番多いということですし、着用率は若い人が少ないということですから、なおさら、高校生、大学生に対するヘルメット着用の取組が重要だというふうに思っています。

朝、同僚の下田議員と話をしていたら、下田議員は、今、毎日、交差点に立っているそうです。やっぱり中学生は着用しているけど、高校生はあんまり着用していないと。その中で一人、いつも着けている子がいたので、何で着けておると聞いたら、見てくれよりも命が大事というふうに言ったそうなんです。二人で、偉かねというふうにちよつと言っていました、まさにそうだと思うんですね。以前、別の議員の質問で、髪の毛が乱れるから着けないというふうに高校生が言っているということなんです。まさに見てくれよりも命が大事、これが何か標語みたいにして高校生に広めてもらえばいいかなというふうに思います。

それから高校生の場合、やっぱり保護者の方の理解も必要だと思うんですね。一定程度の財政負担が必要です。県の互助会は補助をしているという話を聞いたことがありますし、江北町は町が補助しているということも聞いたことがあります。そんな意味では、保護者の方にしっかり理解をしてもらって、やっぱり

り子供さんの命を守るためには髪の毛は気にするかもしれないけど、ヘルメットは大事ですよということも働きかけが必要なというふうに思っています。そこで、若者に対するヘルメット着用の促進のため、どのような取組を行っているのかお尋ねをいたします。

○前川交通企画課長 若者に対するヘルメット着用の促進についてお答えします。

高校生や大学生など、若者のヘルメット着用を促進するため、県警察では新たな取組として、本年六月から七月にかけて、自転車を利用する機会の多い高校生、大学生を対象として、計八百二十一人にアンケートを実施したところです。その結果によると、ヘルメットを着用していると回答したのは僅か二・三%にとどまり、安全意識の低さを物語る結果となりました。

着用していない理由については、面倒だからという意見が最も多く、そのほか、先ほど委員のほうから話もありましたとおり、髪型が乱れるから、邪魔になるから、格好悪い、ダサい、恥ずかしいから、周りが着用していないからなどの回答が得られました。頭部保護の重要性よりも面倒や邪魔と感じている状況や髪型の乱れ、ダサいなど、見た目を気にしている状況がうかがえ、これらが着用率低調の要因と考えられます。

この結果を受け、県警察では、自転車のシェアリング事業者やJAF、美容学校と連携し、様々なデザインのおしゃれなヘルメットの紹介、ヘルメットを着用しても乱れにくい髪型や手直しが簡単な髪型などのおしゃれな髪型のレクチャーなど、ヘルメットの着用促進を図るためのイベントを開催しました。

同様に、県内の公立高校においてもおしゃれなヘルメットの体験試着会を開催し、高校生のヘルメット着用促進を図ったところであります。

以上でございます。

○徳光委員 やっぱり高校生自ら考えてもらおう、そういったデザインとかを含

めてその大切さを自ら考えて自ら実践して呼びかけていくという取組は大変重要だというふうに思っています。

この改正法が改正されたときにも同じような質問をしたんですが、大分県では条例で高校生もできるだけヘルメットをかぶるようにという条例があるそうなので、結構、高校生でももう七割、八割ぐらい着用していたというふうに記憶をしています。そういったどこまで強制力を持たすかということとは別問題として、少しやっぱり重要性を惹起するような取組も必要になっているかなというふうに思っています。

そこで、自転車利用者のヘルメット着用を促進するために今後どのような取組を行っていくのかお尋ねをいたします。

○前川交通企画課長 今後の取組についてお答えします。

県警察では、これまでもヘルメットの着用促進に関する各種取組を実施してきましたところです。しかし、法施行後一年以上が経過したものの、いまだに着用の浸透には至っていないと認識しております。

ヘルメットの着用率を向上させていくためには、自転車利用者自らがその重要性を理解し、自発的に着用するよう促していく必要があります。

県警察としては、ヘルメットを着用することが当たり前の風景になるよう、県や市町をはじめとした関係機関・団体と連携を図りながら引き続き着用促進に向け、より効果的な取組を粘り強く推進していくこととしております。

以上でございます。

○古賀陽三委員長 それでは、以上で総務常任委員会関係の質疑を終了いたします。

なお、明日十二日は午前十時に委員会を再開し、文教厚生常任委員会関係の質疑を行います。

本日はこれにて散会いたします。お疲れさまでした。

午前十一時五十八分 散会
速記者 長谷川 菜 央