

口頭発表

【分科会 7】

ふるさと納税の課題と政策的提言

- 持続可能な地方財政確立への道筋 -

深尾ゼミ 14 期生

○長尾 貴登 (Takato Nagao)・石田 初葵 (Hazuki Ishida)・泉 摩依 (Mai Izumi)・
國吉 星冴 (Shogo Kuniyoshi)・小松 萌花 (Moeka Komatsu)・佐藤 朱里 (Akari
Sato)・高田 菜月 (Natsuki Takada)・西岡 謙 (Ken Nishioka)・文谷 周平 (Shuhe
Bunya)・松村 春香 (Haruka Matsumura)・安田 圭佑 (Keisuke Yasuda)・山口 実穂子
(Mihoko Yamaguchi)・山田 照英 (Shoei Yamada)・山田 萌愛 (Moe Yamada)・
山本 美桜 (Mio Yamamoto)
(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：ふるさと納税、寄附、地方創生

1. はじめに

ふるさと納税は 2008 年の導入以来、利用者数と寄附額が年々増加しており、初年度の受入額約 81.4 億円が、2023 年度には約 1 兆 1175 億円に達するまで急速に拡大している。

この制度の基本的な仕組みは、都道府県・市区町村に対して、2,000 円を超える寄附金額について、一定の上限まで、原則として所得税・個人住民税から全額が控除される（限度を超えれば自己負担）というものである。

ふるさと納税は、自治体に与える影響が大きい制度である一方で、様々な問題点が挙げられている。政府はこれまで何度も制度改変を行い、ふるさと納税を本来の意義に近づけようと努めてきた。しかし、未だに様々な問題が混在しており、多角的な視点で政策的改善がなされるべき制度であるといえる。

本研究では、ふるさと納税が抱える問題点を網羅的に明らかにし、現行制度の改善策を提案することを目的とする。

2. 問題の所在

2-1. 応益原則からの逸脱と自治体間競争の弊害

都市から地方への財源移転や利用開始のハードルを下げるという側面で考えると、税金控除の仕組みは有意義であるといえるが、控除制度を発端に生じる問題点を考慮すると、極めて不合理な仕組みだと考えられる。本来、市民は享受する行政サービスに応じて税を負担する応益原則に則って地方税を支払う必要があるが、ふるさと納税では、税金控除の仕組みを導入することで、応益原則に反した納税の形になっている。特に、地方交付税交付金で住民税控除額が補填されない不交付団体は、税金控除制度による損失が大きい。また、自治体間競争に参加しなければ一方的に流出する構造であるため、結果的に自治体を疲弊させている制度として捉えることができる。

2-2. 返礼品競争

制度開始当初、ふるさと納税に返礼品は存在していなかった。しかし、近年では返礼品が得られようになり、返礼品の注目度が高まったことで、返礼品を基準として寄附先を選択するという行為が問題視されるようになった。

寄附者が返礼品を重視する事で、豪華な返礼品を用意する自治体に多額の寄附が集中する構造が生じたため、制度創設当時の理念に沿わない過剰な返礼品競争が勃発するという現状にある。返礼品の内容によって寄附金額に差が出ることから、返礼品の充実度によって自治体間格差が生まれるようになる。加えて、ポータルサイトの登場がさらに返礼品競争を加速させる契機となった。

ポータルサイトは、寄附者が自治体を一覧して比較しながらふるさと納税を行うことを容易にすることで、制度利用者の増加・自治体の知名度向上に大きく寄与した。一方で、ポータルサイトでは返礼品が強調されている、返礼品人気ランキング等が掲載されるなどの現状は「返礼品で寄附先を選択する」行為を助長したともいえる。本来は、地域を応援したいという動機から寄附が行われるべき制度であるのに対し、返礼品が得られるという動機で制度利用されているという点に問題があるといえる(土屋, 2020, P36)。そこで、寄附者が実際に何を重視し寄附を行うのかを明らかにするため、web アンケートを実施した。アンケートを受けた人数は 521 人、その中でふるさと納税をしたことがある人は 186 人である。そのうち、ふるさと納税をする動機として返礼品を得るためという項目では 177 人がとてもあてはまる・あてはまると回答していた。アンケート結果から、実際に寄附者が返礼品目当ての構造があると推測でき、このような構造や自治体間格差を是正する必要性があると考えられる。

2-3. 地域外への資金流出

返礼品競争は一見、地域の PR や地域と地域経済の活性化に寄与し、プラスの側面を持つものにも見える。そこで、実際にどれほど地域に寄与しているかを検証するため、返礼品における生産額において地域還元率が高いであろう産業(以下域内産業と呼ぶ)の割合と、地域外への資金流出の関係を調査した。今回の調査では京丹波町(域内産業割合 54.4%)と宇治田原町(同 6.0%)をモデル地域に設定し、資金フローを推計に基づいて作成した。図1は京丹波町、図2は宇治田原町におけるふるさと納税寄附金額の資金フローをモデル化したものである。調査の結果、域内産業割合が高い京丹波町では返礼品調達による域外流出額が寄附金額のうち 13.6%であった。一方で、域内産業割合が低い宇治田原町では京丹波町と比較して約 1.7 倍の約 23%が地域外に流出していた。この結果から、域内産業割合が低い自治体は高い自治体に比べて返礼品調達による域外流出額が多いことが分かった。また、返礼品調達に加えてふるさと納税の運営経費では、宇治田原町では寄付金の約 29.1%、京丹波町では寄附金の約 26%が流出していることが分かった。

これらの調査から、返礼品業務を含むふるさと納税の運営によって、本来地域に還元されるはずの寄附金の一部が地域外に流出しており、地域活性化を阻害しているという実態が明らかとなった。従って、ふるさと納税によって地域振興を効果的に達成するには、地域外への資金流出を抑制する制度的改革が必要であると言える。

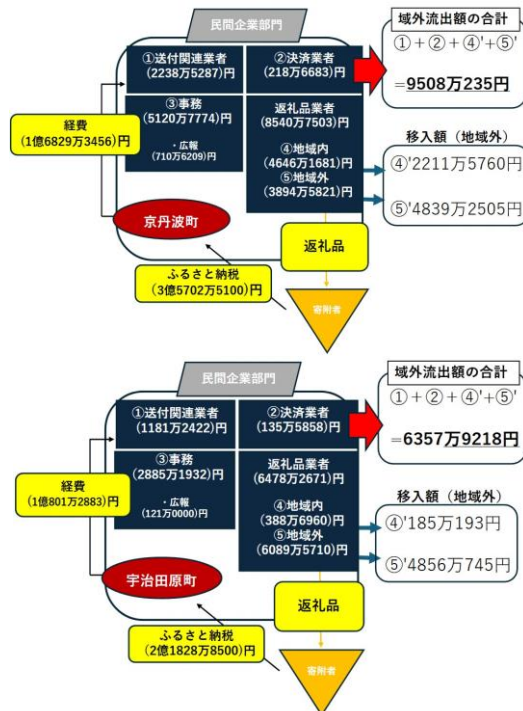


図1:ふるさと納税の資金フローモデル(京丹波町)
 図2:ふるさと納税の資金フローモデル(宇治田原町)
 (出所)総務省「ふるさと納税ポータルサイト」より筆者作成

3. 政策提言

これらの課題を踏まえ、ふるさと納税制度をより効率的な制度にするための提案を行う。

3-1. 政策型ポータルサイトの作成

2-2 で指摘したように、現在では制度において返礼品が重要な位置を占めている。そのため、ポータルサイトにおいて返礼品ではなく自治体の政策を強調させることで、寄附者が返礼品ではなく政策をはじめに考えることとなる。さらに、寄附の手順においても現在は返礼品を選択し、政策を選択するようになってきているが、政策を選択したのちに返礼品を選択することで返礼品による選択ではなく、政策による選択が実践されると考える。

3-2. 税額控除の見直し

税額控除を見直すことで自治体の住民税控除における流出額を減少させることができる。そのため、地方交付税交付金による自治体への補填額を削減することができ、財源の確保につながる。また、自治体への補填額を削減することによって生まれた財源を、地方交付税交付金の不交付団体に対しての補填として活用することも可能になると考える。

参考文献 (最終閲覧日は全て 2024 年 10 月 21 日)

- (1)総務省 HP「ふるさと納税ポータルサイト」
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/cz_aisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html
- (2)田口方美(2023)「ふるさと納税の現状と課題 -所得階級別・地域別考察-」
[j70d02.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/cz_aisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html)
- (3)土屋仁美(2020)「ふるさと納税における返礼品競争の要因と問題点」
[04_tsuchiya135.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/cz_aisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html)
- (4)橋本恭之・鈴木善充(2016)「ふるさと納税制度の現状と課題」
<https://www.jbaudit.go.jp/koryu/study/mag/pdf/j54d02.pdf>
- (5)橋本恭之(2019)「ふるさと納税制度と国・地方の財政」
[KU-1100-20190620-01 \(4\).pdf](https://www.jbaudit.go.jp/koryu/study/mag/pdf/j54d02.pdf)
- (6)橋本恭之・鈴木善充(2021)「ふるさと納税制度の見直しの影響について」
[KU-1100-20210310-12 \(2\).pdf](https://www.jbaudit.go.jp/koryu/study/mag/pdf/j54d02.pdf)
- (7)ふるなび公式 HP
https://furunavi.jp/?srsltid=AfmB0oquvpWlbersvm-XCx9wf-r_EaNCsmcSE_syQQ_rDATgQ4KRgA2k

伝統工芸の衰退を防ぐ新たな可能性

- 留学生が主体のインターンシップ制度 -

京都先端科学経済経営学部 阿部ゼミC班

○森拓斗 (Takuto MORI) ・橋本真太郎 (Shintaro HASHIMOTO) ・野口和真 (Kazuma NOGUCHI) ・置優愛 (Yuuna OKI) ・安井祐一 (Yuichi YASUI)

(京都先端科学大学経済経営学部経済学科、経営学科)

キーワード：伝統工芸、留学生、インターンシップ

1. はじめに

京都市における伝統工芸品の生産額は、1998年に約2784億円であったが、2010年には約1000億円、2020年は約870億円と減少傾向にある。京都では伝統工芸品が70品目以上製造されており、この中には、西陣織や京友禅、京扇子などの有名な伝統工芸品がある一方で、京象嵌や京鹿の子絞り、京表具など、広く知られていない伝統工芸品もあった。

伝統工芸の衰退が進む背景には、少子化による職人不足や道具・材料の高騰・不足などにより、生産額が減少しただけでなく、ライフスタイルの変化により売り上げ自体も低迷している。つまり、伝統工芸は今、作り手がいらない、作るのも大変で高価、買い手もいないという悪循環に陥っている現状だ。

今後、伝統工芸の衰退に歯止めをかけるためには、伝統工芸に対する新たな需要拡大を考える必要があり、本研究では、新たな顧客層の拡大のターゲットとして、外国人観光客に着目した政策を提案していく。

2. 京都市の取組

伝統工芸の衰退を防ぐために、京都市は2005年に京都市伝統産業活性化推進条例を施行し、第3期京都市伝統産業活性化推進計画を策定している。

京都市伝統産業活性化推進計画審議会資料によれば、基本的施策として、教育や学習の場での取組、関心と理解を深める取組、技術の継承や後継者の育成に関する取組、活性化拠点施設の機能充実、表彰・奨励などを行なっている。その中で、需要の拡大に関連する取組としては、「創造的活動に対する支援」があり、販路拡大などの先進的な取組を支援する「未来構築事業」、供給体制の確立や新たな事業展開等に向けた設備投資を支援する「生産力向上支援事業」、コラボ事業などが実施されている。

これまで、様々な観点からの対策が行われてきている一方で、外国人観光客に対する観点では、2023年に「未来構築事業」の中にインバウンド需要や海外の使い手に訴求する新商品の開発及び海外販路開拓につながる取組として「海外展開枠」が新設されたのみである。そこで、新たな顧客層

の拡大として、外国人観光客に着目した政策を考えていく。

3. 新たなターゲット層としての外国人観光客

3.1 京都におけるインバウンド需要の回復

インバウンド需要が回復し、京都には多くの外国人観光客が訪れている。観光庁によると、2016年の約2400万人であり、2019年には約3000万人を超える過去最高の数値となった。その後、2020年から2022年は新型コロナウイルスの影響により激減したが、コロナ禍が終息した2023年は、約2500万人を記録した。日本政府観光局によると、2024年の6月末時点で1777万人と、コロナ禍前の水準を超える勢いである。

ただ、京都におけるインバウンド需要が見込めるとしても、伝統工芸に関心を持ち、お土産として購入してもらえるか不明である。そこで、外国人観光客の伝統工芸の関心について調査するためにヒアリング調査とアンケート調査を行った。

3.2 ヒアリング調査

1つ目は、伝統産業振興の拠点となる京都伝統産業ミュージアムに伺った。京都伝統産業ミュージアムでは、京都市の伝統工芸品を数多く展示し、体験コーナーや併設のショップで販売もしている。来館者における外国人の割合を聞くと、最近では日本人よりも外国人が多いとのことであった。外国人向けの対策も少しずつ進んでおり、展示の説明文なども2020年に英訳表記されている。また、外国人に人気のある製品について聞くと、日の丸や富士山、荒波などのデザインがある商品の購入率が高いという。

2つ目は、あまり知られていない伝統工芸品についても調査すべく、右京区嵐山で京象嵌を製作している株式会社中嶋象嵌に伺った。京象嵌とは、金属の生地の色が異なった金属をはめ込み、それぞれの色彩や隆起などで模様を表現する伝統工芸品である。ペンダントやネクタイピンなどの装身具や額などを中心とする室内装飾品がある。嵐山の店舗を訪れる客層としても、近年は外国人が大半を占めているとのことだった。英語については、中嶋象嵌では、作業工程の説明内容やパンフレットを英語に翻訳していたが、直接の接客の際には、会話や販売で言語の壁があり、スマートフォンの

翻訳機を使用している。ただ、翻訳が正確ではなく、スムーズな接客はできていないことが課題と
のことであった。家族経営でもあるので、英語への
対応は大変なようだ。外国人に人気な商品は、
ペンダントやピアスが多く、平均価格は14,000円
程度であり、お土産や記念として買え、持ち帰り
やすく手軽なものが多い。

3.3 アンケート調査

2024年9月12日に本学の新入生である留学生
78名にFormsにて、アンケート調査を実施した。
本学では、工学部で英語授業を実施しており、入
学時に日本語能力を必要としないが、日本に関心
を持って留学する学生が多い。日本に来たばかり
の留学生を通して外国人の伝統工芸やお土産への
意識傾向を知るために下記の3つの質問に回答し
てもらった。

まず、日本からのお土産の好みを聞いたところ、
複数回答式で、菓子50人、衣服49人を抑えて、
日本の伝統工芸品が54人で全体の69.2%の人が選
択していた。また、お土産を買う予算については、
5,000円～10,000円が34.6%、30,000円以上が
17.9%であった。さらに、日本の伝統工芸品のどれ
に興味があるかについては、複数回答式で、ガラ
ス細工(37.2%)、焼物(34.6%)、うちわ(34.6%)
などの伝統工芸品もあったが、刀が49人(62.8%)
と着物が38人(48.7%)多かった。

3.4 調査結果

ヒアリング調査やアンケートにより①顧客数は
日本人より外国人が大半を占めていること、②伝
統工芸もお土産の一つとして選択肢に入っており、
日の丸や富士山、荒波などのデザイン、刀、
着物など日本をイメージしやすい商品に人気があ
ること、③お土産として5,000円～30,000円以
上が半数もあり、価格が安くない伝統工芸でもお
土産としての購入の可能性があること、④少しづ
つ英語表記は進んできているが、接客はまだスム
ーズではないことが分かった。

4. 京都市の取組

4.1 留学生が主体のインターンシップ制度

そこで、私たちが考えたのが留学生を主体とし
たインターンシップ制度である。

大学のまち京都には、留学生数も少なくない。
京都に来る留学生数は、2022年は11,238人、2023
年には13,053人と1年間で1815人の留学生が増
えている。

インターンシップ制度とした理由は、すでに京
都市の「未来構築事業」で実施している「京もの
担い手育成事業」という学生や社会人に向けた制
度を参考としているからである。この事業は、若
手職人がインターンシップ生とともに経営面の課
題を解決するという取組である。職人は経営力を
身に付け、インターン生は伝統工芸に触れる機会
を得る。

この制度を応用し、留学生を中心としたインタ
ーンシップ制度を新たに支援事業として位置づけ、
職人と留学生の接点を作ることで、課題である言
語の支援を行うとともに、留学生たちに、外国人
に人気になりそうな日本風のデザインや広報の仕
方について事業提案してもらう。職人は、外国人
のニーズを知ることで、それに基づいた商品を作
成することが出来る。留学生は伝統工芸品を自身
で作成するという経験や興味のある伝統工芸につ
いて理解を深めることが出来る。

4.2 出店機会の提供

インターンシップ制度だけでは、伝統工芸の売
上増加には直接つながらない。そこで、京都の伝
統工芸が集まり、伝統工芸品の手作り体験や外国
人観光客向けの商品の購入をすることが出来る
というイベントである。外国人観光客が多い場所
に、伝統工芸の知名度を問わず出店を可能にす
ること、外国人観光客の購買動向を知ることが
出来る。イベントの認知度を向上させるべく、協
賛企業のSNS広告や京都の観光ツアーの一部に
組み込むなどの取組を行う予定である。

留学生を主体としたインターンシップ制度とイ
ベントを行うことで、知名度の低い伝統工芸の
認知度向上や売り上げ増加が期待される。外国
人観光客と京都の魅力である伝統工芸を掛け
合わせることで、これからの伝統工芸の兆しが
明るくなる。私たちは考えた。

参考文献

- (1) 製造産業局伝統的工芸品産業室(2022)「経済産業省説明資料」
https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/bunkazai/kikaku/r03/09/pdf/93743201_06.pdf
- (2) 産業観光局クリエイティブ産業振興室(2024)「令和5年度京都市伝統産業活性化推進審議会」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000073/73676/02shiryoru5.pdf>
- (3) 日本政府観光局(JNTO)(2024)「2024年1月～6月 国・地域別/目的別 訪日外客数(暫定値)(対2019年比)」
https://www.jnto.go.jp/statistics/data/20240719_monthly.pdf
- (4) 留学生スタディ京都ネットワーク調査(2023)「出身国(地域)別留学生数」
<https://www.pref.kyoto.jp/kokusai/documents/r5susshinkokubetsu.pdf>
- (5) 産業観光局クリエイティブ産業振興室(2021)「『京もの担い手育成事業』企画・運營業務 仕様書」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000282/282084/siyousyo.pdf>
- (6) 日本政府観光局(JNTO)(2024)「年別 訪日外客数, 出国日本人数の推移」
https://www.jnto.go.jp/statistics/data/_files/20240821_1530-6.pdf

(最終閲覧日すべて2024年10月14日)

小学校への『みんなのトイレ』導入案

同志社大学政策学部 川口ゼミ G 班

○十倉萌寧 (Mone TOKURA)・雀部優依 (Yui SASAIBE)・衣川元基 (Haruki KINUGAWA)・濱
邊航 (Wataru HAMABE)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード：オールジェンダー、多様性、トイレ

1. 研究目的

近年、性別に関わらず全ての人が快適に利用できるトイレ環境の整備が求められている。従来の「男女別トイレ」は、性自認や身体的性別に基づく利用制限が存在し、一部の人々にとって利用しにくい環境を生み出してきた。また、男性トイレには個室が少ないことなど、構造上の課題も存在している。本論文では、このような背景を踏まえ、新たなトイレの導入に伴う社会的意義について考察し、今後の政策展開に向けて具体的な提言を行う。

2. 現状分析

I 事例調査

国内のジェンダーレストイレ取り組み事例について2件の成功例と1件の失敗例について分析する。

(成功例) 近畿大学中央図書館のオールジェンダートイレは同じ空間内にオールジェンダートイレ、男性トイレ、女性トイレの個室を設置している。成功要因として学内の関係者と利用者の限定②混雑の可能性が少ない施設③防犯対策の徹底④限定した利用時間⑤施設管理者の常駐という5点が挙げられる。

(成功例) 国際基督教大学のオールジェンダートイレは10室のオールジェンダートイレに加え、男性用小便器4室、多目的トイレ1室を設置し回遊型の設計が特徴である。成功要因として①多様性の尊重②事前のリサーチとコミュニケーション③利用者の安心感とプライバシーの確保④利用者の限定⑤限定された利用時間という5点が挙げられる。

(失敗例) 東京・新宿の高層複合施設「東急歌舞伎町タワー」のジェンダーレストイレは8室のオールジェンダートイレと女性用2室、男性用2室、多目的トイレがコの字に並ぶ設計が特徴である。そして、設置後4ヶ月という短い期間で廃止した要因と

して①ジェンダーレストイレ取り組みの説明が不十分②不特定多数の人の利用③深夜の利用が可能④地域の治安の悪さという4点が挙げられる。

以上のことから、ジェンダーレストイレは、大学や図書館などの教育現場から導入することが最適であると考えられる。これらの施設では、利用者が限定されており、防犯対策が徹底されているからだ。また、混雑が少ないため、管理者の常駐や利用時間の制限も容易に行うことができ、安全で安心して利用できる環境を整えやすいと言える。

II 教育現場のトイレの現状

2021年に学校のトイレ研究会が全国の公立小中学校教職員を対象に実施したアンケートでは、87%の教員が「今後のトイレ整備において、性的マイノリティの児童・生徒への対応を考慮する必要がある」と回答している。一方、2023年に同研究会が自治体を対象に実施したアンケートでは、「男女共用トイレの整備を行った、もしくは行う予定があるか(バリアフリートイレを含む)」という質問に対し、あると回答した自治体は19%にとどまった。このことから、ジェンダーレストイレの必要性は広く認識されているものの、その整備が十分に進んでいない現状が浮き彫りとなっている。

3. アンケート調査

中学生から大人まで404名を対象に、Formsと街頭でアンケート調査を実施した。アンケートの冒頭では、ジェンダーレストイレの定義について説明を行った。その結果、150名以上がジェンダーレストイレを「知らない」と回答し、認知度が十分に高くないことが分かった。「街にジェンダーレストイレを導入することについてどう思うか?」という質問に対しては、反対意見は約30%にとどまった。賛成と回答

した人の約 80%が「誰でも使いやすいトイレになるから」と理由を挙げ、他にも「トイレを男女で分ける必要がない」という意見が多く見られた。一方、反対と回答した人の約 70%が「犯罪のリスクが高くなりそうだから」を理由に挙げ、「なんとなく抵抗がある」という意見が続いた。これらの結果から、ジェンダーレストイレの導入に対する最大の懸念は犯罪のリスクである一方、多くの人がその有効性を認識していることが明らかとなった。また年齢層による意見の違いも見られ、中学生は反対意見が多いのに対し、大人の方は賛成派が多い傾向にあった。

4. 政策提言

以上より「誰もが安心して利用できる『みんなのトイレ』を小学校に導入すること」を提案する。小学校にジェンダーレストイレを導入すべき理由は、小学生が社会的価値観やジェンダーに関する意識を形成する重要な時期にあるからだ。特に、性別違和の人たちの多くは、小学校高学年で性別違和感を持ち始めることが多いとされており(浜田ほか2022)、子どもたちが安心して利用できるトイレ環境を早期に整えることが重要である。また、教育基本法第一条では人格の完成、第二条では個人の価値の尊重が教育の目的として規定されている。したがって、この小学校教育の段階でジェンダーを尊重する環境を提供することは、児童の心理的負担を軽減し、多様な価値観の形成に貢献すると言える。

私たちが提案する『みんなのトイレ』には以下の8つの要素が含まれる。①出入口を2つ設ける(犯罪等が起こった際の動線確保)。②壁を防音性の高いものにし、扉の隙間を無くす(音漏れ・覗き込み防止)。③個室内の凹凸を減らす(盗撮防止)。④明るい照明、白基調、大きな窓を採用する(開放的な空間演出)。⑤音姫を全ての個室に設置する。⑥サニタリーボックスを全ての個室に設置する。⑦防犯カメラを設置する(利用者の安全の確保)。⑧間仕切りに鍵付きのスライド式壁を導入し、使用状況に応じて男女別トイレに変更可能とする。

今回提案するみんなのトイレは、全ての個室が同じ構造で、性別に関わらず誰でも利用できる点で従来の事例とは異なる。これは、トランスジェンダーをはじめとする多様なジェンダー認識を尊重し、全ての人が平等に安心して利用できる環境を提供する

ためだ。また、要素⑧を用いて、男女別トイレのエリアと、男女共用個別トイレのエリアに分ける構造を採用する。これにより、多様なニーズに対応しつつ、利用者が自身の選択に基づいて快適に利用できる環境を提供することが可能となる。性別に基づく分離を排除することで、全ての利用者に対して平等なプライバシーと安全性を確保する。性別による分離を排除することで、全ての利用者に対して平等なプライバシーと安全性を確保し、すべての人にとって快適で使いやすいトイレ環境を実現する。

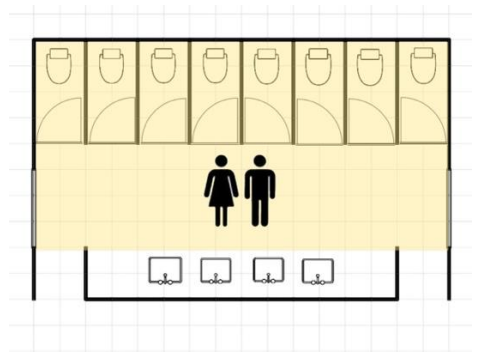


図1 間仕切りを開放した男女共用個別トイレイメージ図

名称については「ジェンダーレストイレ」という表現が、性別を特定しない人だけが使うトイレであるという誤解を招く可能性がある。また、「オールジェンダートイレ」という表現も一般の利用者には馴染みが薄く、心理的抵抗感を生む恐れがある。特に、高齢者や性自認に関心が少ない人にとっては、利用を躊躇させる要因になりかねない。この問題を解決するために、『みんなのトイレ』という名称を採用する。この名称は誰にでも理解しやすく、親しみやすい印象を与えるため、すべての人が安心して利用できるトイレであることを直感的に伝えることができる。

<参考文献>

- (1) 学校のトイレ研究会 (2022) 『学校のトイレ研究誌』 25号 p. 20
- (2) 学校のトイレ研究会 (2024) 『学校のトイレ研究誌』 27号 p. 7
- (3) 浜田恵、伊藤大幸、村山恭朗、高柳伸哉、明翫 光宜、辻井正次(2022) 「小中学生における性別違和感の時間的安定性:6年間の縦断調査による検討」 『発達心理学研究』 第33巻、第4号、pp. 366-377

生ごみのリサイクル率 100%の社会を目指して

-台所の生ごみが震災地の土壌改善に-

グループ名 生命文化化学研究室

○畔柳 和果(Yorika KUROYANAGI)・杉森 一心(Isshin SUGIMORI)・田口 侑樹(Yuuki TAGUCHI)・堀内 敬太(Keita HORIUCHI)・渡邊 大翔(Hiroto WATANABE)・樫原 友海(Yuumi KASHIHARA)・桂 百嶺(Mone KATSURA)

(京都産業大学生命科学部産業生命科学科)

キーワード：生ごみ処理機、コンポスト、震災復興

1. はじめに

我が国では、令和 2 年度の家庭から出る燃やすごみの約 4 割を生ごみが占めている。生ごみの成分の約 80%は「水」であり、燃やすごみといたしながらも実際は、燃やしていくごみである。また、家庭系廃棄物と事業系廃棄物を合わせた生ごみのリサイクル率は 0.3%である。日本のごみ処分の 8 割は焼却処分であり、世界の焼却炉の 3 分の 2 は日本にあるという。また、日本の一般ごみ処理事業経費は 2 兆 885 億円 (2019 年) と膨大である。そこで、我々は生ごみのリサイクル率を上げるために有効な手段はないか考え、生ごみや落ち葉などの有機物を微生物の働きで発酵・分解し、堆肥にするコンポストに目を付けた。京都市では、令和 3 年度まで電動式生ごみ処理機やコンポスト容器の購入助成制度を実施していたが、これまでの取り組みで機器の普及が一定程度進んだことなどから、現在、購入助成制度は実施されていない。しかしながら、普及が進んだにも関わらず、日本の生ごみのリサイクル率は 0%に等しい。そこで、我々は本研究で、生ごみをいかに無駄にせず活用できないか考え、コンポストをツールとして、生ごみのリサイクル率を上昇させる為の政策を考えたい。

2. 既存の取り組みの分析

京都市の取り組みでは、「ごみカフェ kyoto」と「LFC コンポスト (ローカルフードサイクリング株式会社が提供するバック型コンポスト)」がコラボし、市民が実際に生ごみから堆肥に変え、月 1~2 回なのイベントで堆肥の回収やコンポストのミニ講座を実施している。ごみカフェ kyoto の取り組みでは、洛西ニュータウンで 1 イベントにつき LFC コンポストを 20 個無償貸出しており、バッグ 1 つのコンポスト量で二酸化炭素 10kg 削減することができる。コンポストを通して高齢者 xxx の見回りをし、過疎化により高齢化した地域の活性化をはかっている。堆肥の回収会を機会に孤立しないコミュニティづくりを実現し、各家庭

でコンポストを行うことで、直接的に環境への貢献ができる。参加者は、生ごみがごみではないという概念にかわり、循環型社会に寄与できているという気持ちが高まった人が多いとみられる。また、環境への意識も高まり、食品ロスを減らすことも期待できる。コンポストは生ごみのリサイクル率を上げる有効な手段であると考えたい。

ローカルフードサイクリング株式会社は、コンポストによりできあがった堆肥を宮城県石巻市に送り、東北復興支援として津波被害のあった土地を肥沃な土地に変える土壌改善に努めている。

生ごみは単なるごみではなく、資源であることがわかるだろう。これらを踏まえ市民に”生ごみは資源”という認識を高めてもらいたいと考えたい。

3. 政策提言

生ごみ処理機を設置し、市民が気軽にリサイクルをできるような政策を提案する。

3.1 先行事例

我々が「生ごみのリサイクル率」で注目した国が韓国である。1996 年には生ごみのリサイクル率がわずか 2.6%であったが、2012 年には 97.1%を超えた。生ごみの分別義務化や、生ごみが重ければ重いほど料金が高くなるという「従量課金制」の導入などが、この急激な進化を促したとされている。従量課金制とは「捨てた分だけ払う」という制度である。このシステムにより、「捨てる重量が少ない人が得をする」ことを実現し、節約のために捨てる量を削減する住民を生み出すことにつながった。

具体的な内容としては、マンションのごみ置き場に ID カードリーダーが搭載された生ごみ専用のゴミ箱を設置。キッチンで集めてきた生ごみを片手に ID カードをタッチすると、フタが空き、「○○g 捨てました！」のアナウンスとともにフタが閉まる。最後にもう一度カードをタッチすればゴミ捨て完了という仕組みである。パスワード

や部屋番号を最初に登録しておくことでカードによっていつ、どこの世帯が、どのぐらいの量を捨てたのか記録に残り住民は確認することが可能である。後日、マンションの管理費として月額請求される仕組みであった。

3.2 政策内容

現在は、生ごみは燃えるごみとして捨てられているが、生ごみのリサイクル率上昇促進を目的として京都市の市営住宅のゴミ捨て場に生ごみ処理機を設置する。生ごみ処理機の解錠方法としては、Qrio Lockなどの施錠管理アプリをダウンロードしてもらい、誰がいつごみを捨てたのか把握できるようにする。それにより、高齢化が進む中で各家庭を随時訪問する必要なく、ごみ捨ての履歴から高齢者の様子を把握することができる。また、生ごみ処理機に施錠機能をつけることによって、住居者以外の不法投棄やにおいの充満を防ぐことができるほか、開錠の際に専用のゴミ袋を提供してゴミ袋購入費用の経済的負担を援助する事で、利用率の上昇に期待する。市民に本政策に取り組んでもらうために、公式LINEを追加してもらい、登録している生ごみ処理機にごみを捨てた回数が、例として全員で合計100回を超えると公式LINEから全員に、スーパーマーケットの10%割引券、京都市市営のトレーニングルームやプールの無料券などのクーポンを配布する。これを踏まえ、リサイクル率上昇を促進する市民協力型の取り組みとする。

そして、ごみ収集の際に燃やすごみと同時に、市民の積極的な参加によって回収した生ごみを、京都市からコンポスト事業を行っている企業に提供する。企業が生ごみから生成した堆肥は主に震災復興に使われることで、市民は募金よりも気軽に取り組める慈善活動となる。市民と企業が連携することによって生ごみから慈善活動できるということを市民に実感することが期待できる。これらの取り組みは、京都市の市営住宅から京都市のマンションへ、京都市のマンションから京都府へ規模を広げ普及することで、最終的に京都市だけではなく日本で発生する生ごみのリサイクル率100%を目的とする。

4. 本政策の意義

本政策を行うことによって、生ごみのリサイクル率上昇を促すと同時に、コンポストにより完成した堆肥で震災復興も行うことができる。さらに、ごみの焼却量の削減にも繋がるため、二酸化炭素の排出を抑えることもできる。また、生ごみ処理機を市営住宅共用のものとし、利用しやすい場所に設置するため、誰でも気軽に利用することができる。本政策は、震災復興にも繋がる活動であるため、募金と同等以上に簡単に社会貢献

することができるだろう。また、燃えるゴミの捨てる量が減るため、家庭用ゴミ袋の購入費用を減らすことができ、市民にとって経済的に良い影響を与えると考える。

以上のように、我々市民と本政策を施行する者の両者にとって利点のあるものとなる。我々市民が自発的に行動しつつ、生ごみのリサイクル率の上昇促進が本政策の意義である。

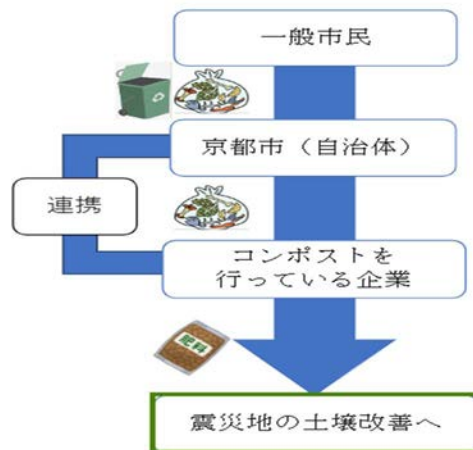


図1：本政策の図式化

参考文献

- ・朝日新聞 SDGs ACTION! (asahi.com) 「ごみ焼却施設が断トツに多い日本の不名誉 分別で家庭の生ごみ資源化」 <https://www.asahi.com/sdgs/article/14494454> (最終閲覧日：2024.10.18)
- ・京都市食品ロスゼロプロジェクト「京都市の生ごみデータ 京都市の生ごみデータ」 <http://sukkiri-kyoto.com/data> (最終閲覧日：2024.10.18)
- ・京都市情報館 「Q. 電動式生ごみ処理機及びコンポスト容器の購入助成制度はありますか。【ID:0101994】」 https://www.call3755.city.kyoto.lg.jp/faq_p/P200.aspx?FAQID=0101994 (最終閲覧日：2024.10.21)
- ・京都市情報館 「地域での生ごみ堆肥の活用推進プロジェクト「大宮交通公園×LFC コンポスト 堆肥回収会&土中環境再生ツアーの開催」」 <https://www.city.kyoto.lg.jp/kankyo/page/0000322518.html> (最終閲覧日：2024.10.18)
- ・LFC コンポスト 「Compost Journey (コンポストジャーニー)～あなたの堆肥で東北の土を豊かにするプロジェクト～」 <https://lfc-compost.jp/archives/news/compost-journey> (最終閲覧日：2024.10.18)
- ・greenz.jp 「捨てるときにカードをタッチするだけ！食料廃棄を削減すべく韓国が採用した、最新だけどころそこにある技術って？」 https://greenz.jp/2016/09/24/pay_as_you_trash/ (最終閲覧日：2024.10.18)

モビリティミックスの実現に向けた 交通すごろくの活用

- 京丹後市での取り組みから -

大谷大学野村ゼミ交通政策チーム

堀 正樹 (Masaki HORI)・熊谷 颯大 (Sota KUMATANI)・○田中 美咲季 (Misaki TANAKA)・寺田 瑞樹 (Mizuki TERADA)・蓮花 大 (Dai RENGE)

(大谷大学社会学部コミュニティデザイン学科)

キーワード：モビリティ・マネジメント、交通すごろく、モビリティミックス

1. はじめに

路線バスや地域鉄道といった地域公共交通は、利用者の低迷や運転手不足などにより、危機的な状況に置かれている。利便性の低下がさらなる利用減を引き起こす悪循環が形成され、交通分担率に占める自家用車の割合が拡大している。

そのような状況でも、運転免許を保有していない高校生や高齢者など、地域公共交通が生活に欠かすことのできない人々も一定数存在しており、こうした人々のモビリティの確保が喫緊の課題となっている。

自家用車による移動に親しんできた人々にとって、自身の交通行動を転換させることは容易ではないものの、地域公共交通に目を向け、可能な範囲内で利用していくことが求められる。

そこで本研究では、さまざまな移動手段を場面に応じて適切に使うライフスタイルへの転換を促すモビリティ・マネジメント（以下、MM）の1つである交通すごろくに焦点を当て、移動手段の適切に組み合わせて利用する「モビリティミックス」の実現に向けた政策提言を行うことを目的としている。

本研究におけるモビリティミックスとは、地域公共交通に加えて自家用車も含めた全ての移動手段を組み合わせること（堀，2023）である。自家用車の利用が根付いた地方部であっても、自家用車と公共交通を場面に応じて使い分けることができるライフスタイルの確立を目指す。



図1 モビリティミックスのイメージ
出所 堀 (2023)

2. 先行研究

浅見ら (2022) によれば、MM とは、「ひとり一人のモビリティ（移動）が、個人的にも社会的にも望ましい方向へ自発的に変化することを促すコミュニケーションを中心とした交通施策」と定義さ

れる。MM が国や地方自治体の施策として位置付けられ、近年ではまちづくりと連携した MM の実践事例が急増している（神田，2022）。

一方、それらの事例のほとんどは実際に公共交通に乗車することを目的としており、普段から公共交通に親しんでいない人々にとってはややハードルが高いものである。そこで私たちは、実際に乗車しなくても、自身が居住する地域の公共交通について知り、地域公共交通をめぐる課題に関心を持ってもらうための策として、MM の手法の1つである「交通すごろく」に着目した。

「交通すごろく」とは、ゲームを通して公共交通を使つての移動を擬似体験し、自家用車の利用と渋滞や環境との関係、公共交通を利用した移動などについて考えることができるツールである。しかし、その多くは前者の要素が強く、公共交通の利用に対する意識変容に重点を置いたものは少数である。また、これまでの取組は都市部や都市郊外で実施される事例が多く、特に公共交通をめぐる状況が深刻な地方部の過疎地における実践事例はほとんど見られない。

3. ケーススタディ

3.1 京丹後市の概要

京丹後市は、京都府の最北端に位置している自治体で、2004年に6つの町（峰山・大宮・網野・久美浜・丹後・弥栄）が合併して誕生した。2020年の国勢調査における人口は、50,860人である。

3.2 京丹後市の地域公共交通政策

京丹後市では、1乗車あたりの最大運賃が200円になる「上限200円バス」事業や、AIオンデマンドモビリティ「mobi」の導入など、全国的に見ても先進的な地域公共交通政策が実施されている。また、地元NPO法人が運行主体となって運行する自家用有償旅客運送「ささえ合い交通」など、特徴的な公共交通も見られる。

最近では、運転手不足によるバス路線の廃止に伴う代替交通確保のための取組として「新京丹後MaaS共創プロジェクト」が開始され、廃止地域に

新たに公共ライドシェアと mobi を導入することが盛り込まれるなど、京丹後市の地域公共交通をめぐる環境や政策は大きな転換点にあるといえる。

3.3 京丹後版交通すごろくの制作

私たちは、イラストマップを用いた地図アプリの事業を行っている株式会社コギト（京都市）と協力し、「京丹後版交通すごろく」を制作した。

京都丹後鉄道、mobi、ささえ合い交通、自家用車、上限 200 円バスを、実際のサービス提供範囲に合わせた盤面に落とし込み、卓上で移動を気軽に疑似体験することを可能としている。移動手段によって進めるマス数や獲得できるコインの枚数に違いを設け、参加者がターンごとに、適切な移動手段を選択してゴールを目指すというゲーム性の高い内容となっている。また、このすごろくではモビリティミックスの観点から、自家用車も移動手段の一つとして位置付けたことも特徴である。



図 2 京丹後版交通すごろく

3.4 交通すごろくワークショップの実施

私たちはこれまでに、制作した交通すごろくを京丹後市の人々に実際に体験してもらう企画を複数回実施してきた。

2024 年 8 月 17 日には、久美浜町で開催された子ども向け野外イベントで体験ブースを出展し、小学生を中心に 20 名程度の市民に体験してもらった。体験後のアンケートの結果、京丹後市内でどのような公共交通が運行されているのかを知ることができたという人は回答者の 91%であった。

翌 18 日には、網野町において、市議会議員と市民を対象としたワークショップ（以下、WS）を開催し、交通すごろく体験ののち意見交換を行った。その中で、交通すごろくは、実際に乗るよりも公共交通を使った移動のイメージをしやすいため、地域公共交通に対して無関心な状態から興味を持ちやすいという意見があった。さらに今回は、すごろく上で各交通モードが利用できる範囲を変更することにより、新たに公共ライドシェアと mobi の導入された後を想定したバージョンも行った。参加した議員からは、日々変化していく地域の交

通課題をその都度反映できる拡張性の高さが画期的であるという意見も出た。

4. 提案：参加型プラットフォームとしての交通すごろくの活用可能性

以上の WS と参加者から得られた意見をふまえると、私たちの作成した京丹後版交通すごろくの優位性として大きく次の 2 点が挙げられる。

第 1 に、誰でも簡単に、世代を問わず参加できるというユニバーサル性である。すごろくは幅広い世代が知っているゲームであることから、学校教育の場や、議員と市民の語る会、老人会など、あらゆる年齢層の市民が参加するさまざまな場面で利用できる。

第 2 に、地域の実情に応じてすごろくのルール等を変化させることができる柔軟性である。

上記のような優位性を有する交通すごろくは、地域コミュニティで公共交通の問題について知る際の導入として活用可能であるといえる。

以上より、「参加型プラットフォーム」としての交通すごろくの活用を提案する。ここでの参加型プラットフォームとは、交通政策について対話を行う場のことを意味する。従前の交通政策に関する議論の場には地域公共交通会議が挙げられるが、実際には地域の代表者や市民有志などの一部の関係者に限定されてしまう。

しかし、こうした参加型プラットフォームで交通すごろくを用いることで、幅広い属性の市民が気軽に対話に参加することが可能になる。普段自家用車を利用している人にも地域公共交通に関心を持ってもらう機会を作ることで、地域の交通資源を認識し、自身の交通行動を見直すことにつながりうる。

交通すごろくは、さまざまな課題に直面している地域公共交通をめぐる政策の議論を促し、場面に応じた自家用車と公共交通の適切な使い分けを目指すモビリティミックスの考え方の実現に寄与することが期待される。

参考文献

- (1) 大畑友紀(2023)：「ワークショップによる地域交通の啓発ツールの利用可能性—様々な世代を対象とした「交通すごろく」の効果の検証—」、計画行政 46 巻 1 号、pp. 47-52。
- (2) 神田佑亮(2022)：「モビリティ・マネジメント (MM) の動向と展望」、交通政策研究 2022
- (3) 浅見知秀、谷口綾子、片桐暁、斎藤綾、上原泰典、内田直人(2022)：「全市民対象の MM ツール開発とその効果—ブランディング及びコストダウンのプロセスに着目して—」、土木学会論文集 D3(土木計画学) 78 巻 6 号
- (4) 堀正樹(2023)：「地方部におけるモビリティミックスの提案—京丹後版 MaaS の実現に向けて—」、関西交通経済研究センター第 16 回 (2023 年度) 懸賞論文 優秀賞受賞論文

要配慮帰宅困難者の安全確保をすすめるために

石原ゼミナール 地域防災プロジェクト

○松井晃弥 (Koya Matsui)・岡山楓 (Kaede Okayama)・喜多宥太 (Hiroto Kita)・
藤田尚希 (Naoki Fujita)・山林歩美 (Ayumi Yamabayashi)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：要配慮帰宅困難者、災害関連死、周知

1. はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災では首都圏を中心に非常に多くの帰宅困難者が発生した。長時間に渡り交通機関が停止したことに伴い、駅で滞留する大勢の人や徒歩で帰宅する人々が現れ、混乱状態に陥った。この混乱状態は緊急車両等の通行を妨げるなど、救助活動の遅れにつながる状況を引き起こしかねないものであった⁽¹⁾。このため、政府や各自治体は東日本大震災以降、本格的に様々な帰宅困難者対策に取り組んでいる。例えば京都市では、大規模災害時に駅周辺等で大勢の人々が滞留し、雑踏事故等が発生することを防ぐため帰宅困難者を一時的に集める場所、緊急避難広場を設定している。また、交通の運転見合わせが長時間に渡る場合には、一時滞在施設を設定し、3日以上滞りを可能としている⁽²⁾。一時滞在施設はすべての帰宅困難者の避難を目的とするため、一般の方だけでなく特別な配慮を必要とする方（以下要配慮帰宅困難者とする）も滞在する場所となっている。要配慮帰宅困難者とは、災害時に交通等の停止により帰宅が困難となり、長期的な避難生活を余儀なくされる障害者や高齢者、妊婦、幼児など特別な配慮を必要とする人々と定義する。大規模災害時、物資や医療サービスの不足による災害関連死が多く発生する中、要配慮帰宅困難者は交通等が再開するまで一時滞在施設等で長期的に避難生活を送る必要があり、医薬品などの備蓄が提供されなければ、最悪の場合は災害関連死につながる恐れがある。政府や各自治体は要配慮帰宅困難者の長期的な避難生活を見据えた支援が必要であると考え、その実態は明らかになっているとは言い難い。

本研究では、要配慮帰宅困難者に対する各自治体の支援政策の現状を明らかにするとともに、要配慮帰宅困難者が必要とする支援方を提案する。

2. 研究方法

2-1 文献調査

自治体の帰宅困難者支援の状況を比較し、災害発生後まで十分な支援を実施している自治体の数を調査するため、京都府・滋賀県・三重県の77

自治体の災害対策・帰宅困難者計画に記載されている内容を調査した。この調査では災害発生前から帰宅困難に陥るリスクの呼びかけなどの対策を実施している「事前の取組」自治体と、災害発生当日に帰宅困難者を一時滞在施設や避難所に滞在させるといった当日必要になる「当日の取組」を実施、している自治体、災害発生後から帰宅困難者が帰宅可能になるまでの期間、備蓄や帰宅困難者を自宅等まで搬送する計画のある「数日後までの取組」を実施する自治体に分け実施した。また、要配慮帰宅困難者が一時滞在施設等において必要となる支援を明らかにするため、政府のガイドライン等を用いて文献調査を行った。

2-2 インタビュー調査

京都市で災害が発生し、鉄道の運休等により帰宅困難者が長期間一時滞在施設に滞在することとなった場合の対策についての現状を調べるため、10月15日に同市行財政局危機管理室にインタビュー調査を行った。

3. 研究結果

3-1 文献調査の結果

自治体ごとの帰宅困難者支援に関する調査の結果から、77の自治体のうち70の自治体は帰宅困難者支援について取り組む姿勢を見せているものの、発災時に有効となる一時滞在施設の設定等を行っている箇所は40自治体、その後の避難生活に関する取組を実施する自治体は僅か8箇所であることが判明した。要配慮者帰宅困難者が必要とする支援内容と上記で判明した自治体ごとの支援を取組ごとに分類し、表1に整理した。

表1: 必要な支援内容と実施自治体数

要配慮帰宅困難者が必要な支援内容	自治体数
福祉避難所(2次避難所)準備	0
代替交通手段の提供	1
乳幼児への粉ミルク・紙おむつ・障害者用トイレ・おかゆやスープの備蓄	0
救護所への受け入れ	0
医師・支援ボランティアの確保	0

この結果、発災後数日間の取組を行う多くの自治体が備蓄を進めているが、具体的な備蓄の内容まで踏み込んで対策している自治体を確認できなかった。

3-2 インタビュー調査の結果

次に、京都市の帰宅困難者の対策についてのインタビュー調査の結果を以下の表2にまとめた。

表2:京都市のインタビュー調査の結果

質問	回答
要配慮帰宅困難者を帰宅させる方策	特別に対策はしていない
帰宅困難者の想定人数	37万人(観光客7.1万人)
徒歩帰宅者の想定人数	想定していない
要配慮帰宅困難者が滞在中の施設内での対策	優先スペースを設ける等の対策をすることを検討
鉄道が長期間動かない時の帰宅困難者への政策	観光客は緊急避難広場に集まるように指示

これらの結果から京都市は要配慮帰宅困難者に対して一時滞在施設で優先スペースを設けるといった対策は行っているが、帰宅させるための具体的な対策は行っていないということが判明した。また要配慮帰宅困難者が多くの時間を物資の供給が不安定になりかねない一時滞在施設で過ごすことになれば、災害関連死等にもつながる恐れがあることが明らかになった。

4. 考察

研究結果より、要配慮帰宅困難者が必要となる支援は、必要な物資の確保、帰宅困難者の代替交通手段の提供、医者・ボランティアからの支援を準備することが挙げられた。しかしながら、それぞれの支援を準備する自治体は著しく少ない現状が明らかになった。

特に、福祉避難所を二次避難として準備を行っている自治体は確認できなかったことから、要配慮帰宅困難者は一時滞在施設等で避難生活を送ることが想定される。

一時滞在施設は元来、帰宅困難者全般を対象とした施設であるため、福祉避難所に比べ適切な施設運営を提供することが困難となり、要配慮者帰宅困難者のニーズにあった支援を受けられない恐れがある。よって、要配慮者帰宅困難者自身がある程度の備え、即ち自助の準備を行う必要がある。

以上のことから、要配慮帰宅困難者が具体的な自助の対策がしやすいように行政が周知対策を講じるべきである。

5. 提案

本研究では、要配慮帰宅困難者の命を守るために、当事者による事前対策と京都市による事前対

策の周知を提案する。

現状では飲料水(500ml程度)と加水が不要な食料(ようかん)が備蓄されている⁽⁴⁾。その他にも簡易毛布用のアルミシートやトイレトペーパーの備蓄が検討されているが、帰宅困難者全員に提供できない。また要配慮帰宅困難者のニーズに応じた備蓄が困難なため、要配慮帰宅困難者自身に必要な物資を携帯すべきである。さらに長期的に公共交通機関等が停止した場合、現状の備蓄対策では不十分であると考えられる。よって要配慮帰宅困難者のニーズに応じた備蓄対策を、京都市で対策することは困難であるため、当事者自身に必要な物資を携帯しておくことが必要である。

また帰宅困難者への情報提供として、京都市は「京都市帰宅困難者ガイドマップ」⁽²⁾や「京都市帰宅困難者支援サイト」⁽⁵⁾などのウェブサイトを活用し、緊急避難広場や鉄道の運行情報などの周知を行っている。しかし、ウェブサイト上では要配慮帰宅困難者自身で携帯しておくべき必需品の周知がなされていない。

このような現状から、京都市がガイドマップや支援サイトに現状の備蓄対策を掲載したうえで、一時滞在施設で長期間生活することになった場合を想定し、京都市へ観光に行く際には、災害時に自らの必要なものを携帯しておくことも記載し周知することを提案する。特に要配慮者へは、3日～7日分の常備薬を携帯しておくことの必要性を明記することができれば、一時滞在施設での生活が長期化した場合でも、要配慮帰宅困難者の命を守ることが出来るのではないだろうか。

6. 参考文献

- (1) 東京都帰宅困難者対策条例
https://www.bousai.metro.tokyo.lg.jp/kitaku_portal/1000050/1000536.html (最終閲覧日 2024/10/21)
- (2) 京都市災害時帰宅困難ガイドマップ
<https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/cmsfiles/contents/0000000/219/kitakumap.pdf> (最終閲覧日 2024/10/21)
- (3) 内閣府「帰宅困難者等に係る対策の参考資料」
<https://www.bousai.go.jp/kaigirep/chuobou/senmon/shutohinan/pdf/sanko02.pdf> (最終閲覧日 2024/10/21)
- (4) 京都市備蓄計画
<https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/cmsfiles/contents/0000000/185/bichiku-keikaku.pdf> (最終閲覧日 2024/10/21)
- (5) 京都市帰宅支援サイト
<https://www.bousai.city.kyoto.lg.jp/kitakushien/top> (最終閲覧日 2024/10/21)

マイナンバーカード 100%普及総合戦略

野田ゼミ B 班

○上村 悠夏 (Yuka UEMURA)・岩口 陽色 (Hiro IWAGUCHI)・小山 あいこ (Aiko OYAMA)・梶川 碧 (Aoshi KAJIKAWA)・川嶋 規公 (Miku KAWASHIMA)・木村 駿佑 (Shunsuke KIMURA)・児玉 花凜 (Karin KODAMA)・小沼 聖汰 (Shota KONUMA)

・笹田 采里 (Ayari SASADA)・千 彰紀 (Akinori SEN)

(同志社大学政策学部政策学科)

キーワード:マイナンバーカード、普及曲線、損失回避

1. はじめに

2024年9月末の京都市のマイナンバーカード(MC)の人口保有率(普及率)は70.9%で、全国75.2%より低く、政令市で最低である(総務省HP)。本人確認や医療保健情報の蓄積、給付金一括提供に加え多様なサービスの今後の実装を念頭におくと、MC普及は行政運営の効率化に不可欠かつDXの基盤である。保険証発行廃止とマイナ保険証の利用推進により、いずれMC普及率の上昇が見込める。しかし、MCをもたない人が少しでもいると個別対応が求められ、人手のかかる業務が残ったままとなりきわめて非効率である。このため、できる限り早くに100%に近づける必要がある。MC普及は国が推進する政策であるが、市町村にとっては事務量削減に直結する重要課題と認識されている(全国市町村長クローバー会首長インタビューより、8月4日実施)。

本研究では、京都市でMC普及が遅れている要因を明らかにし、普及率100%に近づけるためにいかなる政策が有効かを検討する。

2. 普及策に関する他都市との比較調査

MCの普及策には、マイナポイント(MP)による誘導、庁内窓口の設置、庁外(商業施設や公共施設)窓口の設置、SNSやTVコマercialなどの広報活動がある。京都市がどの程度対応してきたかを把握するために、京都市文化市民局地域自治推進室マイナンバーカード企画推進課にインタビュー調査を実施したところ、すべての方策を行いしかもMCセンターの設立と出張申請受付サービスも展開していた。MCセンターは、夜間や休日でも開いているため平日時間をとれない人々でも取得しやすいという特徴があり他都市よりも普及策には踏み込んでいる。しかも、出張申請受付サービスでは、大型商業施設や福祉施設に出張し高齢者や障がいのある人々も取

得しやすい取り組みを行っており、当初は全国的にも京都市の普及率は高かった。

ところが、図1のとおり、MP第2弾が実施された2022年1月から2023年3月に京都市は他都市より普及率の進展が低下することになった。京都市民がMP事業にあまり反応しない理由は定かではないが、京都市へのインタビューでは、理由は市民性ではないかとの回答であった。MC未取得者は周りに流されないようにみえる。一方、政令市でも普及率が特に高い熊本市、広島市、浜松市にインタビューを行ったが、いずれもMPや出張申請窓口など、京都市とほぼ同じ方策であり、取り立てて特徴的な対応策は見当たらなかった。このため、京都市のMC未取得者の属性など特徴をより深く探究する必要がある。

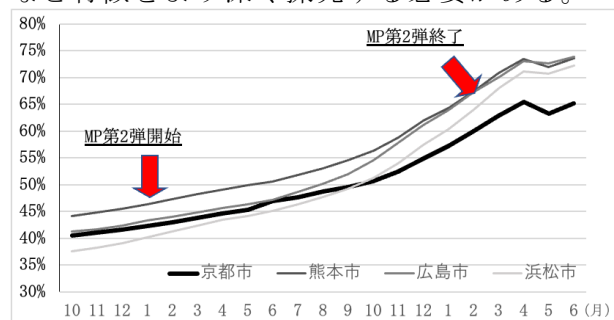


図1 MP第2弾期間における交付率の推移

3. MC未取得理由把握200人調査

MCの未取得理由を把握するためにデジタル庁調査(2024)をふまえ、2024年8月に烏丸御池近辺で街頭インタビューを208名に実施した。その結果、「個人の資産が細部まで把握されるから」、「免許証など他の書類で本人確認ができてMCの必要性を感じないから」「申請が面倒だから」「申請方法がわからないから」「紛失や不正アクセスなどで個人情報漏洩が不安だから」「周囲の人が取得していないから」など広く抽出できた。

4. MC未取得者の属性と未取得理由の分析

未取得者の属性や3で把握したMC未取得理由の背景を把握するため、関西圏でFormsアンケートを行った(2024年9月20日~10月1日)。京都市民113名を含む450名中127名がMC未取得と回答した。未取得者を従属変数として属性を独立変数にプロビット分析を行い、また未取得理由の背景を回帰分析で明確にした(表1)。女性、個人事業主、京都市民の場合に未取得の傾向がある。なかでも個人事業主である場合に最も未取得となる限界効果が高い。2020年の経済センサスによる京都市の自営業者・家族従業者数は74,052人で人口が近いさいたま市の1.7倍、横浜市や大阪市、名古屋市に次いで全国4番目であり、個人事業主が資産把握を恐れていると想定される。

なお、総務省による全国調査では20~30代のMC取得率が低い、京都市では年齢による相違は見出せなかった。したがって、若年層や子育て世代を焦点にMC促進を狙うという思いつきやすい対策は有効ではない。

未取得理由の分析では、個人事業主が未取得である理由として「必要性を感じないから」と「個人情報の漏洩が不安だから」が抽出できた。個人事業主が資産を把握されたくないという点は有意ではないが、面倒や方法がわからないという理由はない。個人事業主にとって現状より利便性が高くなるとは思えないため必要性を痛感せず、そもそも情報漏洩が不安というような解釈ができる。

表1 未取得者と属性と未取得理由の背景

	プロビット分析		回帰分析(最小二乗法)					
	MC未取得	資産把握されたくない	必要性	面倒	方法がわからない	情報漏洩	周囲未取得	
	係数	係数	係数	係数	係数	係数	係数	
年代	-0.01 (0.01)	0.11 (0.01)	-0.02** (-0.01)	-0.02 (0.01)	-0.01 (0.01)	-0.01 (0.01)	-0.02 (0.01)	-0.04 (0.01)
女性	0.35** (0.15)	-0.004 (0.15)	0.31** (0.15)	0.28 (-0.19)	0.44** (0.21)	0.43*** (-0.15)	0.55** (0.19)	0.27* (0.14)
学生	-0.25 (0.27)	-0.08 (0.23)	-0.68*** (0.28)	-0.56 (0.34)	-0.34 (0.34)	0.020 (0.22)	-0.64 (0.33)	-0.10 (0.24)
会社員	0.37 (0.23)	0.12 (0.23)	0.010 (0.22)	0.62 (0.43)	0.39 (0.30)	0.34 (0.21)	0.30 (0.28)	0.29 (0.22)
パート	0.30 (0.28)	0.09 (0.28)	-0.01 (0.30)	0.62 (0.43)	0.33 (0.43)	0.10 (0.28)	0.23 (0.39)	0.08 (0.27)
個人事業主	0.82* (0.40)	0.26 (0.40)	0.78 (0.53)	1.43** (0.70)	0.79 (0.61)	0.21 (0.29)	1.48** (0.73)	0.74 (0.47)
経営者	0.29 (0.39)	0.09 (0.39)	0.39 (0.44)	0.53 (0.58)	0.12 (0.52)	0.54 (0.50)	0.60 (0.59)	0.30 (0.50)
京都市民	0.53*** (0.16)	0.16 (0.16)	0.73*** (0.19)	0.71*** (0.23)	0.63** (0.24)	0.40** (0.19)	0.66*** (0.23)	0.53*** (0.18)
定数	-0.59 (0.34)		1.22*** (0.41)	1.31*** (0.47)	1.24*** (0.45)	0.50* (0.27)	1.27*** (0.45)	0.54* (0.31)
決定係数	0.06		0.08	0.07	0.05	0.05	0.08	0.05

(注) 標本数443、ロバスト標準誤差、プロビット分析は疑似決定係数、***:1%、**:5%、*:10%

普及曲線でいうレイトマジョリティやラグードに位置づけられる京都市の未取得者は、個人事業主とその他の保守層である。個人事業主をターゲットにすると情報漏洩が生じないよう最新の技術(ゼロ知識証明など)の活用、デジタルタトゥーの削除、損害補償の充実といった「①情報管理徹底策」が必要である。またラグードの掘り起こしは採用が文化的なレベルにまで達していることが訴求のポイントとなるため、公共施設利用や医療施設、各種行政サービス、商品の購入がカード

一枚で利用できる「②市民カード化」が効果的と考える。さらに、採用していない人に採用してもらうためには、メリットの付与や剥奪を利用した政策もありうる。メリット付与は京都市民であることを示す「③オープンバッジ」、メリット剥奪はMC未取得者が取得者より優先順位が下がる政策であり、「④被災時の物資配給・仮設住宅入居・罹災証明などの手続き優先」が考えられる。能登半島地震ではMC取得者への罹災証明手続きが非常に円滑であったことがこの政策の背景にあり、未取得者の損失回避を狙うものである。

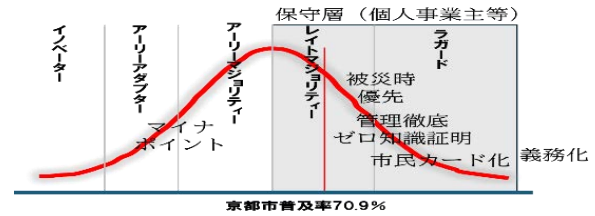


図1 MCの普及曲線と保守層

5. MC100%普及総合戦略の提案

MC未取得者への追加アンケートを実施し、①~④について取得動機になるか5段階で評価してもらったところ、オープンバッジは2.12であったが、他は3以上で④の被災時優先が3.22で最も高く未取得者の損失回避志向を狙う政策の有効性がわかる。属性で回帰分析を行うと個人事業主は全政策で有意で特に被災時優先の効果が最大であった。

以上、保守層である未取得者を安心させる情報管理徹底策やMCの必要性を実感させる市民カード化に加え、被災時優先を組み合わせた総合戦略が普及率100%に有効である。①②の通常検討されやすい政策だけでなく損失回避志向に訴えかける政策を念頭において早期100%を目指し、効率的な行政運営をめざすことが重要である。

表2 4つの政策の有効性

	情報管理徹底		市民カード化		オープンバッジ		被災時優先	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
女性	0.03	0.24	-0.45*	0.26	-0.45*	0.26	-0.11	0.23
年齢	-0.02*	0.01	-0.01	0.01	-0.02	0.01	-0.02	0.01
学生	0.34	0.71	1.75***	0.63	0.31	0.68	0.73	0.76
会社員	1.03	0.63	1.57***	0.48	0.33	0.55	0.97	0.64
アルバイト	1.99***	0.67	2.65***	0.46	-0.10	0.53	1.65**	0.63
個人事業主	1.98***	0.52	2.31***	0.36	1.44***	0.36	3.06***	0.47
専業主婦(夫)	-0.15	0.75	0.79	0.67	0.62	0.77	0.38	0.85
公務員	0.29	0.65	1.08	0.67	0.81	0.60	0.20	0.69
京都市	0.32	0.24	0.40	0.26	0.09	0.26	0.08	0.23
定数	2.78***	0.79	2.05***	0.71	2.43***	0.76	2.94***	0.87
決定係数	0.24		0.29		0.12		0.22	

(注) 標本数103、最小二乗法、ロバスト標準誤差、***:1%、**:5%、*:10%

参考文献

総務省 HP, https://www.soumu.go.jp/kojinbango_card/kofujokyo.html
デジタル庁(2024)『業種別マイナンバーカード取得状況等調査』