

原付バイクの ご当地プレートにみる地域振興

清水希容子

一般財団法人日本経済研究所 地域未来研究センター 研究主幹

はじめに

全国で、原付バイクのご当地プレートを導入する自治体が急増している。「ご当地プレート」とは、雲や富士山の形など、ユニークな形状や図柄をした、原付バイクのナンバープレートのことをさす。

当研究所では、この市町村のユニークな取り組みを紹介するため、2011年にホームページ「日経研調べご当地プレート」を開設し、最新情報を提供している。

本稿では、ご当地プレートの概要と市町村の取り組み、導入への効果について、述べることとしたい。

1. ご当地プレートの誕生 ～図柄も形状も自由～

自動車や原付バイクのナンバープレートは、すべて同じ長方形で、同じデザインをしていなければならないと思込みがちである。しかし、原付バイクのナンバープレートは、自動車の「自動車登録番号票」及び「車両番号標」と異なり、地方税である軽



「雲」の形をした松山市のご当地プレート

原付バイクと自動車のナンバープレートの違い

	原付バイク	自動車
位置付け	課税標識 …軽自動車税の 納付証明（地方 税法に基づく）	自動車登録番号票及び 車両番号票 …個々の自動車の特 定、対外的な所有権の 公証（道路運送車両法 に基づく）
管轄	市町村税務課	国土交通省
地域名表示	市町村	運輸監理部または運輸 支局（自動車検査登録 事務所）の名称等
形状・図柄	法令上の様式の 定めがなく自由	法令上の様式の定めが ある

（注）ここでいう「原付バイク」とは、総排気量125cc以下の原動機付自転車のこと。各クラス毎にプレートの色が異なる（50cc以下は白、50～90ccは黄、90～125ccは桃、原付ミニカーは青、小型特殊自動車は緑）。

（資料）財団法人日本経済研究所

自動車税を納付したことを示す、いわゆる「課税標識」である。そのため、管轄は市町村税務課で、法令上の様式の定めがなく、プレートの形状や図柄は、市町村の裁量で自由に決めることができる。

ご当地プレートを全国で初めて本格的に導入したのは、2007年の愛媛県松山市である（2006年に千葉県成田市で従来のプレートにローマ字を追記したものがある）。市職員が、まちのブランド力向上のために、何かできないか話し合った時に出されたアイデアだった。実現に向けて、規制の有無を確認したところ、現行制度のままで可能なことが分かり、オリジナルのプレートの作成が現実のものとなった。

当時、同市では、司馬遼太郎の小説「坂の上の雲」によるまちづくりが行われており、それにちなみ、雲をデザインすることが決まった。曲線を描いた柔らかなイメージは、温暖な気候や暮らす人々のおおらかさを感じさせ、地域名表示を「松山市」か

ら「道後・松山市」に変えることで、地域ブランドである道後温泉の活用と、親しみやすさの演出を行っている。

2. 導入推移 ～2011年から急増～

松山市に続いて、翌年の2008年に、長野県上田市、宮城県登米市、静岡県御殿場市など13市町村（合併により現在は12市町村）で導入された。御殿場市などでは、富士山をデザインしたプレートを共通で使用した。2009年に、岡山県総社市など4市町村、2010年に、山形県東根市など6市町村で導入された。総社市は2タイプのデザインを同時に発表した。2011年は一気に46市町村、2012年は前年の倍近い86市町村となった。今年も前年を上回る勢いとなっており、11月1日現在で総計252市町村となり、全国1,719市町村のうちの14%に達している。

急増の理由は、この間に補助制度制定などの外的要因はなく、他市町村の事例を見聞きし、ぜひ自分たちの地域でも行いたいと、役場、議会、経済団体や住民が声をあげ、自主的に始められたケースが多い。導入市町村の分布の推移をみると、隣接する市

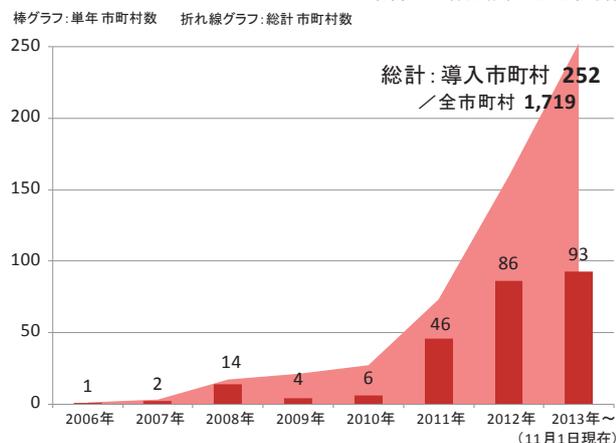
町村へと波及しており、このことから、実際に走っている隣接市町村の原付バイクを見て、情報が伝搬したものと思われる。

市町村合併及び市制記念事業、観光PRやイメージキャラクター事業の一環として予算計上する市町村が多くみられる。準備から交付までの期間は約1年、最も短いところで半年と、比較的取り組みやすい事業であることも、急増の理由の一つと思われる。また、地域の魅力をもっと伝えたい、地域の一体感を醸成したいという、地域側の潜在的ニーズの大きさも、増加の前提になっていると考えられる。

都道府県別に、導入を決めた252市町村をみると、埼玉県が22市町村と最も多く、未導入なのは、大分県の一県のみである。全国面積に占める導入市町村の面積の割合は11%（4.3/37.8万km²）で、自動車に比べると、一地域あたりのエリアが狭く、広域に走らない原付バイクを目にする人の数は少ないかもしれない。しかし、全国津々浦々、高知県日高村のような人口5千人の小さな村から、神戸市や千葉市のような政令指定都市、北海道礼文町の島まで、あらゆる規模や個性の市町村で実施されるため、デザインは創造的かつバラエティーに富み、個性を競っている。「いかにプレートに表現するか」は、地域発の、まさに地域のアイディア勝負の取り組みとして、注目される。

ご当地プレート 導入市町村数の推移 (2013年11月1日現在)

総計：46都道府県 252市町村



(資料) ホームページ「日経研調べ ご当地プレート」

(注1) 導入市町村数には、導入手続中を含む。

(注2) 2008年は、14のうち富士山型が12市町村。

3. ユニークな形状・図柄

ご当地プレートには、「自然」「歴史文化」「産業」「スポーツ」「アニメ・キャラクター」など、様々な地域の資源や魅力が、モチーフとして描かれている。

例えば、「自然」は、山や川や海、まちの花木や鳥などで、御殿場市などの「富士山」、熊本県水上村の「桜」、北海道美瑛市の「丘」などがある。

「歴史文化」は、地域に根差した祭りや芸術など

で、阿波踊りをイメージした徳島市の「ちょうちん」、雪舟の里・岡山県総社市の「ねずみ」や三重県伊賀市と滋賀県甲賀市の「忍者」などがある。

「産業」は、伝統工芸や農産物などで、石川県輪島市の「漆器のお椀」、埼玉県加須市の「手書きこいのぼり」、浜松市の「バイク」、農産物では、山形県東根市の「さくらんぼ」や栃木県下野市の「かんぴょう」などがある。

「スポーツ」は、地域に本拠地を構えるプロチームなどで、千葉市の「プロ野球・ロッテマリーンズ」、東京都小平市の「Jリーグ・FC東京」や北海道北見市の「カーリング」などがある。

「アニメ・キャラクター」は、作者の協力を得てつくられることが多く、青森県三戸町の「11ぴきのねこ」、山梨県韮崎市の「夢をかなえるニエラ」などがある。広島県呉市では、松本零士氏自らが戦艦大和をデザインした。地域の「ゆるキャラ」が登場するものも多い。

4. 導入への効果

ご当地プレートには、地域の魅力が、様々な工夫により表現されている。見ているだけで楽しくなり、その取り組みは、地域の個性と魅力をアピールする自治体の「シティーセールス」の一環として捉えられる。将来的に、ご当地プレートが、住民に親しまれる「まちの紋章」となれば、あらゆる場面で、そのデザインが使用されるようになり、住民の地域への愛着が深まることになる。

シティーセールスの観点からは、地域の「魅力」を“発掘”するだけでなく、効果的に“表現”することが、地域に求められている。そうした視点から、ご当地プレートの策定過程をみると、表現方法の具体性をめぐり、各自治体で知恵を出し合っている様子が伺える。さらにその動きは、地域の連携を創出し、住民の活動を活発にする効果があると思われる。

ご当地プレート 導入市町村数 都道府県別 (2013年11月1日現在)

導入市町村数	都道府県名
22	埼玉 (さいたま市の10区分を1とする)
15	大阪
14	千葉
13	愛知
12	東京
9	山梨
8	茨城 熊本
7	静岡 兵庫
6	神奈川 岐阜
5	福島 石川 群馬 三重
4	北海道 岩手 山形 宮城 新潟 長野 栃木 奈良 広島 香川 愛媛 福岡 佐賀 長崎 鹿児島 沖縄
3	富山 福井 和歌山 鳥取 島根 山口
2	青森 秋田 京都 岡山 徳島 高知
1	滋賀 宮崎
0	大分

総計：46都道府県 252市町村
(資料) ホームページ「日経研調べ ご当地プレート」

ユニークな形状・図柄のご当地プレート

自然



富士山 (静岡・山梨)



桜 (熊本)



美しい丘 (北海道)

歴史文化



阿波踊り (徳島)



雪舟のねずみ (岡山)



忍者 (三重・滋賀)

産業



漆器のお椀 (石川)



こいのぼり (埼玉)



バイク (静岡)



さくらんぼ (山形)



かんびょう (栃木)



大和 (広島)

スポーツ



カーリング (北海道)



Jリーグ (東京)



プロ野球 (千葉)

アニメ・キャラクター



11ぴきのねこ (青森)



夢をかなえるニール (山梨)

世界遺産



アマミノクロウサギ (鹿児島)

日本経済研究所ホームページ「日経研調べご当地プレート」より