

総務常任委員会 視察報告書

報告者氏名 研政：高橋英昭

期間：2017年10月31日(火)～11月2日(木)

視察都市・項目

①神奈川県横浜市

富士通F I P 横浜データセンターについて

②北海道函館市

国際水産・海洋総合研究センター 海洋都市構想について

③北海道札幌市

魅力都市さっぽろシティプロモーション戦略について

①富士通F I P 横浜データセンターについて

富士通エフ・アイ・ピー株式会社の国内にあるデータセンターのひとつ、横浜データセンターにて、最新のアウトソーシングサービスについて話を伺う。様々なサービス（ファシリティサービス・インフラストラクチャーサービス・IT マネジメントサービス・アプリケーションサービス・BPO サービス）を展開しているが、今回はファシリティサービスを中心に説明を受けた。

横浜データセンターでは顧客の持つデータやシステムを、あらゆる脅威から守るため徹底した対策が取られている。対策はセンターの立地条件からすでにとられており、活断層を回避し、液状化診断でも危険性がなく、津波や洪水のリスクが極めて低い場所を選んで立地している。建物の仕様においても免震構造はもちろんだが、データを預かるサーバ室の床は二重構造となっているほか、サーバラックの開閉はシステムで集中管理されている。建物内、各室内への入場は監視カメラや有人監視でチェックされるとともに、ICカードや手のひらの静脈による生体認証での出入りとなっている。情報漏洩対策としても、金属探知機による持ち込み・持ち出し品の検査や不正持ち出し禁止ゲートなど万全の対策が取られている。



あらゆる脅威（停電・火災・地震などの自然災害・テロなど）に対する対策が取られると共に、インシデント発生時の対応として、徒歩で駆け付ける事の出来る常備員を配置しているという。通常時においてもSEが24時間体制で常駐し、運用サポートに際しても高度なサービスを提供している。

堅牢な設備と安全対策、セキュリティー環境など、全てにおいて最高水準の最新鋭のデータセンターである。こうしたサービスを提供する企業が増えてきている事の裏を返せば、行政もふくむ各分野・各産業においてICTの活用が急速に広がり、また進化した形での運用が進んでいるのであろう。行政においても今後、ICTを活用した業務が確実に増えてくるなかで、個人情報はもちろんのこと、安定した業務運営のためにも、こうした先進のクラウドサービスを選択する必要性に迫られるであろう。コスト面の比較は重要だが、市民サービスの観点から、いかなる状況においても安定した業務運営を行うことも重要である。このふたつのことを、どの様に天秤にかけ比較するのか明確な判断基準がない中で判断することは大変難しいことだと感じる。

②国際水産・海洋総合研究センター 海洋都市構想について

本市でも方針が決まった海洋都市構想の参考にすべく、函館市の海洋都市構想を国際水産・海洋総合研究センターで伺う。本市のJAMSTECとも連携している同センターは、入居型の貸研究施設として、研究機関や民間企業が研究室を利用している（現在研究室は満室状態）。隣接する岸壁では調査研究船が接岸しており、近海から北極海まで、様々な海域から採取した海水を研究・実験に役立てている。

函館は、本市と同様に海に囲まれた土地であること、暖流と寒流が入り混じる特異な地理条件と、水産・海洋に関する学術研究機関や水産業が多かったこともあり、よりそれらの優位性を高めるためにも平成15年に「函館国際水産・海洋都市構想」が生まれた。センターはいわばこの構想に基づいて建設されたもので、平成26年に供用が開始された。もともとこの土地には船のドックがあり、民間が買い取りマリパーク建設を計画したが頓挫したそうで、そのため合併特例債を使って市が土地を買収し、センターを建設したようだ。

産官学が連携し、マリンサイエンスの分野で世界をリードする研究成果や革新技术を生み出し、それを地域の雇用創出や経済の活性化に結び付けるのが目的で、水産・海洋に関する学術研究機関の集積（研究者：約400名・学生：約5,500名）と、地域と学術研究機関との連携を行っている。その一方で、大型クルーズ船寄港基地化や観光資源の有効活用といった観光の側面や、マリンスポーツ

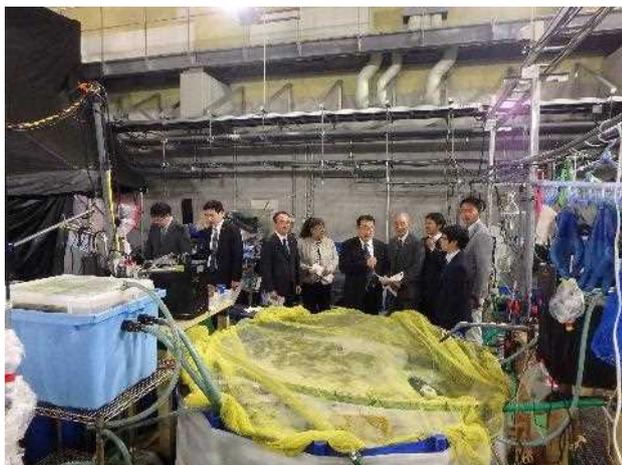


振興・まちかど水族館の創出など、様々な分野との融合を果たしている。

地域ブランド調査で常に上位に名を連ねる函館市ではあるが、近年は本市同様に人口減少に悩まされているという。若者の雇用の場が減少し、主たる産業のひとつである漁業においても高齢化と担い手不足に陥っている。それに加え、温暖化の影響で海水温が上昇したことにより、主力であるスルメイカの漁獲量が大幅に減ってきているようだ。

そのような背景のなか、このセンターにおける研究成果を新たな産業に結び付けていく役割は大きい。今までに最新の魚群探知機や、ブイなどに IT 機器を搭載して周辺の調査を行うなどのマリン IT の分野でも研究が進んでいる。しかしながら、研究が知的財産となるレベルには到達しておらず、今後の更なる成果が待たれるところだ。その他にも、直接的に漁業に結び付く養殖産業の研究を進めるということだが、今現在では昆布とサケの養殖研究がなされているだけで、民間企業の参入がないと厳しい状況である。

設備や環境はすばらしく、研究機関にとっては最高の施設であると感じる一方で、もっと民間の感覚が必要であると感じる。最近では養殖の研究で名高い近畿大学が有名だが、研究機関としては負けていないだろうと思われる同センターでは、ビジネスの感覚があまり感じられない。お金にならない研究でも、その功績はすばらしいのは当たり前だが、函



館市の背景ならびにセンターの役割を考えれば、もう少し産業を生み出すための研究にシフトしても良いのではないだろうか。センター長への質問で、「漁獲量の減ってきたイカの養殖は？」の問いに対し、あっさりと「イカは養殖が難しいので・・・」と回答していたあたりは、いかにも行政らしい回答であり、産官学は連携すれども融合まではまだまだ遠いと感じさせる。養殖の研究を今後進めたいと言う割には、すでにセンターは手狭にもなっているようだ。函館市は「市の魚はイカ」とまで定めており、函館を訪れる方々も新鮮なイカを食べることを楽しみにしているだろう。課題が多いからこそ研究をするべきだし、その得られる成果も大きいと感じるのだが。

本市においても、海洋都市構想に基づき JAMSTEC との連携も強化されるであろう。その際には、当然のことながら多方面にわたる連携となるのであろうが、こと産業の創出に絡む事からは、つなぎ役を含め民間の活力を最大限に活用する必要があるのではなかろうか。

③魅力都市さっぽろシティープロモーション戦略について

道内において札幌市は、いわば一人勝ちの状態である。国内5番目の人口を有する北海道の中心都市であり、先の函館市と同様に、都市の魅力度ランキングでは常に上位に位置する。札幌市と言えば、大都市的なイメージを彷彿させるが、市内の6割以上の面積を森林が占めるなど、豊かな自然と充実した都市機能を備えるまちでもある。これらの環境の良さに加え、四季折々のイベントや道内各地域から集まる食材をもとにした札幌グルメなども大きなPRポイントとなっている。

そんな札幌市のシティープロモーションは「笑顔」をキーワードとし、定住よりも交流人口の増加を狙って取り組まれている。日本の全国規模でおこる人口減少社会の波は、道内の王者ともいえる札幌市でも避けられず、市内の産業の9割近くが第3次産業で、「ヒット」にサービスを提供し稼ぐ経済構造は、少子高齢化による生産年齢人口の減少によって大きなダメージを受ける予測がなされている。



実際に実質市内総生産は平成16年度にピークを迎えて以降、生産年齢人口の減少に合わせ、減少の一途をたどっている。

今後の札幌市の経済発展には、観光による交流人口の増加は欠かせないが、観光客入込数は平成18年度に1,400万人を記録して以降、東日本大震災のあった平成23年度までは右肩下がり減少してきた。現在はV字回復し、平成18年度とほぼ変わらない入込数を記録しているが、この原因となるのは、国内観光客の減少とインバウンドの増加である。国内観光客は底をうった平成23年度と比較して、ほぼ同水準で推移しているが、それを補う形でインバウンドが増加している。そのほとんどがアジア圏からの観光客で、近年は東南アジアからの来訪が増えてきているという。

そういった背景の中で、「笑顔」をキーワードとしたシティープロモーションとはいったいどういったものなのか。インバウンドの増加にあるように、言葉が通じなくても気持ちが伝わる世界共通のキーワードが必要である。それが「笑顔」だ。観光客のみならず、市民に向けても、市役所内に向けても共通して取り組むことができ、目指すべきゴールの形が写真や映像として表現できるため、説明力や共有性、訴求力に優れている。札幌市の魅力である、優れた都市環境で「笑顔」、おいしい食事で「笑顔」、観光で・・・、子どもたちの未来を・・・、いつまでも健康で・・・といったように、札幌市のシティープロモートは笑顔を増やすことをゴールとしている。

目にしたことがある人も多いと思うが、右の写真にあるキャッチーなロゴマークを使い、行政・民間企業・市民が一体となって、サッポロスマイルを通じた魅力発信を行っている。私は視察をするまでサッポロビールのマークと勘違いしていたが、このサッポロスマイルのロゴ



は、市内企業の461団体がパートナーズ登録をしており、ホテルや百貨店、コンビニ、郵便局、交通事業者、金融機関などで様々な形で自由に使われていると共に、サッポロスマイルの発信を担っている。その他にも笑顔を中心とした、言葉でではなく気持ちの伝わる、見ているものにも分かりやすいインバウンド向けの映像コンテンツなどの工夫もされている。

本市も観光立市として、今後の交流人口の増大は非常に重要な課題である。とはいえ、やはり札幌市と比較すると正直持っているものが違う・・・とも感じてしまう。しかしながら、今現在本市の持つポテンシャルに対しての観光客入込数は、まだまだ少ないと思うなかで、より分かりやすく相手に魅力を伝える工夫は必要である。また、市民・民間企業も一体となった醸成感はまだ薄く、こちらに対しても分かりやすく、取り組みやすい工夫は今後の施策の中で不可欠であろうと感じた。