

## 視察報告書

報告者氏名：田中 洋次郎

委員会名：総務常任委員会

期間：平成 29 年 10 月 31 日～11 月 2 日

視察都市等及び視察項目：

横浜市 富士通 F I P 横浜データセンターについて

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

札幌市 魅力都市さっぽろシティプロモート戦略について

2017 年 10 月 31 日

《富士通 F I P 株式会社の横浜データセンター》

ワンストップソリューションとしてコンサルティング、システム設計構築など、サービス利用が一手に引き受けられるような施設になっている。セキュリティ対策が非常に完備されており防犯対策設備としての入退室管理システム、そして生体認証装置、各種防災センサーなどが完備されており、機密情報保護対策として金属探知ゲート、DR タグゲート、内部情報漏洩防止システムなどが設置されている。

安全対策としては、そもそも建築場所として選定するまでに水害からのリスク、地震からのリスク等を地形や位置なども含めてリスクが最も低い場所を選んで建設がされている。

その他にも自家発電装置が設置されており、建物全体が免震構造となっており、万一のときのエネルギー源の確保や広域災害訓練も行われている。

建物の外には看板等は一切なく、明確な住所地は知らせていない。多数のビデオカメラや赤外線センサーが設置されており、外からの無断侵入は一切できなくなっている。

内部のセキュリティーも何重にもチェックを敷き、間違った状況になるとその場所に閉じ込められてしまうような装置も見られた。

働くスタッフも各自が働くエリアは限定されており、自分のセクション以外には出入りができなくなっている。

横浜データセンターは東北大震災の直前に建てられたが、揺れによる被害はほとんどなく免震装置もその力を十分に発揮しているように見えた。

万が一に備え 24 時間体制でチェックができるようになっているのはもちろん、社員の方が体調崩さないようにとインフルエンザウィルスなどの侵入を防ぐ様に最先端の除菌技術を取り入れている。

今までの実績としては、20 年以上のサービス提供実績があること。12 年連続国内ナンバーワンの ICT アウトソーシングサービスであること。製造業、流通業、金融業、公共など様々な業種 5,000 件を超えるお客様が利用されていること。44,000 台のサーバー台数を持っていること。100 拠点以上のグローバルデータセンターを持っていること。

導入効果としては、ビジネスの成長支えるためのリリースの最適化、安心安全に利用できる事業継続性の強化、ICT 環境の最適化、システムの安定稼働を実現している。

個人的な感想としては、この情報社会の中でデータの拠点がトラブルに巻き込まれ情報が漏洩する事は非常に大きなリスクであり、それを徹底的に回避する事は非常に重要であると感じた。

YRP などの技術拠点をもち活断層も存在する横須賀市において、今後 AI や ICT をさらに進めていく上で防災や防犯に対して今一度現況のレベルをしっかりと確認し、対策を打つ必要があると感じた。

2017 年 11 月 1 日

《函館市 国際水産・海洋総合研究センター》

函館は 2016 年 3 月に新幹線が開通し、地域ブランド調査 2017 年の調査結果では全国で第 2 位、その前の年は 3 年連続で 1 位をとっている。

函館の持つ様々な優位性を生かした「まちづくり構想」が海洋都市構想である。平成 15 年 3 月に地域の産官学により策定をされた。

構想を進める上での優位性の1つ目は地理的・自然的に恵まれていること。2つ目は学術研究機関がたくさん集積していること。3つ目は水産海洋関連産業の集積があること。

マリンサイエンスの研究分野で世界をリードする国際的な水産海洋に関する学術研究拠点都市を形成している。

まず1つ目の「地理的・自然的優位性」は暖流・寒流が流れ込み、優良な漁場を形成していること。

そして2つ目の「学術研究機関の集積」は、北海道大学、公立はこだて未来大学、北海道教育大学、函館大学、函館短期大学などの様々な教育機関、そして道立函館水産試験場、道立工業技術センター等の研究機関があり、水産系だけではなく情報、教育、商業、工業系産業が一緒になって400人の研究者と5,500人の学生が協力して、ニーズの発掘、ニーズの研究・開発をし、新産業の創出と産業経済の活性化を目指して取り組んでいる。

3つ目の「水産海洋関連産業の集積」は造船業や水産加工業、機械部品、マリンITに至るまで様々な産業が集積していること。

以上の背景があることから平成15年3月に函館国際水産・海洋都市構想が策定された。

それから時を経て今から3年前に函館市国際水産海洋総合研究センターがオープンした。

当時市町村合併の補助金があり、そのうちの多額を建設費に投資することが出来たため、函館市が多額の拠出をする必要がなかった背景がある。

現在は年間約1億円の運営費を市が負担している。

研究センター内の研究室は学術研究機関や企業などが入居して満室の状態、運営は順調との事だった。

函館市はかつて最大34万人であった人口が現在26万人になって毎年3,000人ずつ減少している。

主である漁業の就労者の減少と高齢化、そして知名度のある、スルメイカと真昆布そしてマグロの漁獲高が近年激減しているという問題を抱えている。

函館のこうした現場の問題を解決するために都市構想の主要政策は以下の通りである

- 水産海洋に関する学術研究機関の集積
- 水産海洋に関する学術研究機関の充実と誘致

- 国際的な水産海洋研究機関の事務局や支部及び学会等の誘致
- 調査船等の寄港基地化
- 知的人材の集積
- 地域と学術研究機関の連携
- 高等教育機関と研究機関との連携
- 研究を支援するための環境整備
- 起業家支援環境の構築
- 観光と学術研究の融合
- 観光資源の有効活用
- 観光施設と学術研究機関との連動
- 大型クルーズ船の寄港地化
- 水産海洋に関する資料の充実
- 水産海洋と市民生活の調和
- 市民と観光客の海とのふれあいの場としての港や漁港の活用
- マリンスポーツの振興
- 海に関する様々な社会活動の展開
- 水産海洋に関するシンポジウムイベント等の開催
- 街角水族館の創出

海に囲まれた環境のある我々横須賀市としても、とても参考になることが多かった。

中でも様々な海藻を研究して、マリンバイオクラスター形成事業としてサプリメントの開発や、食品の開発は文部科学大臣賞を受けて、商品化による地域活性化の1つになる可能性を感じた。

大型クルーズ旅客船も多く就航するようになり話題を呼んでいる。

函館イカマイスター認定制度を作り地域ブランドの強化や観光業の活性化を目指している。

産学官連携強化による新産業の創出をして雇用が生まれている。

これらの取り組みは非常に素晴らしいと思ったが、巨額の投資に対する地域活性化の度合いはまだまだこれからだと感じ、今研究室が埋まっていることなどに安心してしまうと今後毎年の1億円かかる維持費が負担とを感じる時が来るかもしれないと思った。

大型クルーズが寄港できる環境を整えることは多くの方を呼ぶことが出来、宿泊施設も不足している横須賀市にとっては様々な可能性を非常に広げることになると感じた。

また外国人観光客の誘致に遅れをとっていると課題を感じた。

研究と地域の発展を、どちらかに偏ることなくバランスをとりながら、研究という投資をもとに街に対して資本を生み出す仕組み作りをしていく必要があると感じた。

海洋都市構想を進めていく横須賀市にとってとても良い機会になった。

2017年11月2日

《札幌市役所》

札幌にて「笑顔」をキーワードとしたシティープロモートを学んできた。

「笑顔のあるところに人は集まる」というコンセプトでこの戦略が始まった。

まず自分たちのことをよく知らないと戦略を立てることができない。

札幌は国内5番目の人口規模を持つ北海道の中心都市。公共交通機関等充実した都市基盤が揃っている。産業は全国平均と比べて製造業である第二次産業が平均の半分ほどで、観光を中心とした第三次産業が全体の8割以上を占める。最近では長崎、神戸と共に日本三大夜景にも選ばれ、足利フラワーパーク、長崎のハウステンボスと共に日本三大イルミネーションにも選ばれた。

イルミネーションや夜景、飲食業のサービス向上などで観光客の宿泊が見込まれ、観光客の一人当たりの観光単価の上昇を狙う。

札幌の年間降雪量は述べ6mにのぼり、除雪に要する経費は200億円かかるっている。

市民にとっては除雪に対する作業の手間も費用も負担があるが、「雪も観光資源に変える」という発想でオリンピックや世界的なウィンタースポーツ大会の開催都市として積極的に誘致している。

札幌は四季の変化によって様々な表情を持つ。

イベントも季節ごとに、春は「よさこい」、夏は「ビール祭り」、秋は「オータムフェスト」、冬は「雪まつり」と行い、いずれも100万人規模の集客ができています。

民間主導で大通り公園では11月以外は毎月イベントが行われている。

道内には浸透しているオータムフェストは道外への認知度はまだまだ低く、道外へのプロモーションが課題である。

北海道には新鮮で上質な食材が多く、札幌にはそういった食材が集まる優位性がある。

しかし札幌市内には海もなく、農地も殆どないので、食材の殆どが道内の市外から集まってくる。

札幌市は情報発信とプロモーションのために毎月 40 ページからなる「広報さっぽろ」という広報誌を発行している。

そこには札幌のことだけではなく、道内他市町村の情報も記載されている。

食材の入手でお世話になった他市町村に恩返しをしながらオール北海道でプロモーションを図っている。

郷土意識調査では愛着度、定住意識ともに約 9 割という高い数字が出ている。

外部評価としても地域ブランド調査では過去 12 年間で全てトップ 3 以内に選ばれている。

しかし手を抜くことなく動画などを使いながらプロモーションを続けている。

Youtube などを見て海外からも観光客が集まってきている。

戦略策定の背景は今後の人口減少社会の到来が見えているからとのこと。

50 年後、約 50 万人の人口が減少し、生産年齢人口においては今の半分になり、それに伴う経済規模縮小がみえる。

リーマンショックや東日本大震災で観光客が激減した。観光客入込数は回復し、外国人宿泊者数は平成 23 年と比較して約 5 倍に成長した。外国人観光客はアジアからが多く（93%）、中国、韓国、台湾最近ではタイからの観光客が増加している。

道外からの観光客の評価も満足度、再訪意欲ともに 8 割を超えているがその割に国内からの旅行者数は伸び悩んでいる。

平成 22 年に外部有識者に対してヒアリング調査を行なった。

札幌には「ストレスフリーで過ごしやすく暮らしやすいイメージ」そして「楽しいライフスタイルを持てる街」という感想だった。

それを元に翌年から今度は市内関係者による議論「シティプロモート戦略会議」を 5 回に渡って行い、札幌は「楽しいライフスタイルや生活文化があり、住み

やすい街」 「恵まれている素材や独自のライフスタイルの価値を、市民が気づき世界に発信することが必要」との結果がでた。

そして札幌の魅力は、笑顔で楽しんでいる市民の生活そのもの=ライフスタイルにあると定義づけた。

まずは魅力を再発見すること、魅力を味わい発信する、魅力を創造する、時代や世代にマッチしたものをどんどん作ろうと様々なことを進めてきた。

それまでは定住に対しても考えてきたがプロモーションの視点ではそこには重きをおかず、とにかく魅力のある場所にする。

無理に定住を推し進めるのではなく、富裕層のセカンドハウスとして季節ごとに来てもらうような考えに切り替えた。

重点取り組み分野としては

- ①MICE によるプロモート
- ②映画、コンテンツによるプロモート
- ③食によるプロモート
- ④滞在期間の拡大によるプロモート
- ⑤創造的な活動による都心活性化

行政、民間企業、市民が笑顔になれる町札幌を共通認識として、「住む人の笑顔、訪れた人も笑顔になれる街さっぽろ」を掲げている。

市民向けには来訪者に「おもてなし」をするために「おもてなし講演会」を実施している。

林修氏を講師に招き講演会を実施。実施にあたり新聞に内容を記載したところ1,400人の参加に対し4,600人の応募があった。

講演会の費用は概ね1,600万円で実施

おもてなしや札幌の魅力発信を行う上では札幌のことを深く知ることも重要であるので、そのきっかけとなる札幌ミニ検定等の付帯事業を実施してその一助とした。

団体向けにはパートナーズの拡充を図り様々なところにチラシを配布したり、商品にロゴ貼付したり、スタッフがスマイルバッチを着用したり、オリジナルグッズを作ったりしながら市全体で歓迎を表明している。

パートナーズの登録済は設立当初の目標値は平成31年までに350団体だったが、平成29年現在すでに461団体に上る。

市民、団体、来訪者に向けてロゴマーク、コンセプトをさらに周知しようとしている。

個人的な感想としては、説明をして下さった職員の大木さんがとにかく笑顔でいるので非常に説得力があった。

職員みんながスマイルロゴのバッチをつけて働いている。

市民に対しても札幌に関わる方々に対してコンセプトや方向性が非常にわかりやすく伝わっている事が強みだと感じた。

市の職員が笑顔になり働きがいを感じながら明るい環境を作っていくことで街の雰囲気は作られるのだと感じました。

横須賀でも、本来持っている魅力に立ち返り、横須賀のセールスポイントを見直し、誰もがわかりやすい明るいコンセプトを見出し、横須賀市内外を問わず共有していくことができれば街のブランドを作ることができると感じた。