

視 察 報 告 書

報告者氏名：大村洋子

委員会名：総務常任委員会

期 間：平成 29 年（2017 年）10 月 31 日（火）～11 月 2 日（木）

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

横浜データセンター（富士通 FIP）

クラウド時代の最先端技術を結集した最新鋭のデータセンター

- ・ 阪神淡路大震災、東日本大震災という大きな震災を経験し、情報（データ）を守るということがあらゆる活動において重要となった。
- ・ 富士通のデータセンターは全国に主要 16 カ所。

横浜データセンター

- ・ 立地は活断層を回避して、津波や洪水からもリスクは低い。
- ・ 堅牢な設備となっていて、免震構造設計。72 時間無給油運転可能な自家発電システム。
- ・ 省エネルギーの観点からも太陽光発電等を行っている。
- ・ 24 時間 365 日の有人監視。IC カードや生体認証によるセキュリティ管理。
- ・ 監視カメラ映像は長期保存。

【情報漏えい対策】

- ・ 金属探知機による持込・持出品検査
- ・ 不正持ち出し防止ゲートの導入
- ・ 生体認証システムにより権限を持たない入出者の不正入室を防止
- ・ 内部情報漏えい防止システムの導入



感想

説明を受けた部屋には窓があり、壁に植物のディスプレイがあしらってありました。それがいかにもという感じで人工的でした。建物の中は壁と通路と階段、エレベーターだけで無機質な空間でした。だからこそ、人の集う会議室くらいはとの思いだったのでしょう。でも、それはかえって私には人工感を醸し出していました。

ともあれ、データを守るためにはここまでやるのかというくらいのセキュリティでした。社会が「人」「モノ」「金」から「情報」が価値を生むものへと変わり、その情報を守るために物理的に堅牢なハコをつくり、掌静脈認証システムで人物を特定し、不正入室者をシャットアウトするということなのでしょう。

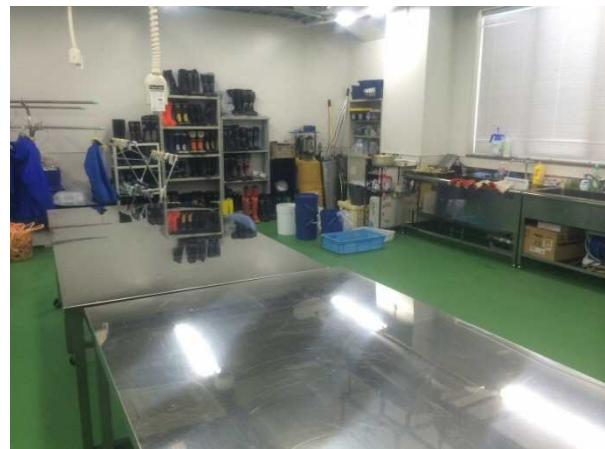
他方、システムをいかに強化しても、人の行うことですから、どこまで行ってもヒューマンエラーは100%クリアーできないでしょう。そして、強固なシステムも性善説という土台の上に建てられているのだと思います。科学の粋を結集した素晴らしい施設であればこそ、謙虚さが求められると感じました。

国際水産・海洋総合研究センター（函館市）

海からはじまる新しいまちづくりのシンボルとして、位置付けられているこの施設は、豊富な水産資源と水産・海洋分野の優れた学術研究機関や関連産業の拠点となっている。



- ・施設は本館、海洋調査研究棟、取水棟、車庫棟からなっている。
- ・本館には研究室という研究者の居室も設置。
- ・共用実験施設には生物・科学系のラボや飼育培養系の施設、大型実験水槽などがある。下の左画像は魚類等の実験水槽。下の右画像は解剖施設。



- ・ 会議室や学習室も完備。最上階には展望ロビー。
- ・ 用地は函館ドックだったところを市が1億円で購入したとのこと。
- ・ 合併特例債を活用して資金調達。
- ・ 漁業探知機の開発も行い経済効果を挙げていきたいとのこと。
- ・ 函館市は原点に戻って海をキーワードにしていきたいという方針を出している。
- ・ 大きな観測船なども寄港できる。



感想

函館は上の画像にもあるように暖流と寒流が流れ込み多くの海洋生物が生息する地域となっています。こういう圧倒的な優位性をもったところにこれだけの施設をつくったということは素晴らしいと感じました。本市が今、掲げている「海洋都市構想」の学術的な部分では大いに参考になるのではないかと感じました。

魅力都市さっぽろシティプロモート戦略（札幌市）



「笑顔」をキーワードとしてシティプロモートをおこなっている札幌市。国内5番目の人口をもちその多くが第3次産業に関わっている。

- ・人口が195万人で年間の降雪量が6メートル。こんな都市は世界にない。ここを活かして観光戦略を打っている。
- ・年間をとおして、さまざまな人を呼び込む仕掛け、イベントが組まれている。
- ・第1次産業は極端に少ないが、北海道各地から新鮮な食材が集まる。「札幌グルメ」
- ・過去10年間で「最も魅力的な都市」常に3位までをキープ。

・シティプロモート戦略会議において「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」との意見が出た。

- ・そこから、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いうことを導きだした。
- ・そこで、上の画像にあるロゴマークで発信。

【サッポロスマイルロゴの取組・運動】

- ・事業展開として①市民向け ②団体向け ③来札者向けを具体的に展開
- ・サッポロスマイルロゴの認知度は平成25年度には19.1%だったものが、平成28年度には61.6%にも上がってる。
- ・札幌市は平成34年（2022年）には年間観光客を1,500万人する目標を掲げている。

感想

195万人の大都市で年間降雪量が6m。これを強みにしていることにまず驚きました。その雪の処理に莫大な予算が計上されると同時にそれを観光の目玉にしてしまうというしたたかさもすごいなと感じました。