

委員会視察記録

委員会名	総務委員会
期 間	令和7年1月14日～16日
参加者	委員長 勝俣 昇
	副委員長 伊丹 雅治 副委員長 良知 駿一
	委員 鈴木 澄美 委 員 相坂 摂治
	委員 落合 愼悟 委 員 江間 治人
	委員 四本 康久 委 員 盛月 寿美
	委員 塚本 大
視察先	1 C I C T o k y o （東京都港区）
	2 T o k y o I n n o v a t i o n B a s e （東京都千代田区）
	3 栃木県庁（栃木県宇都宮市）
	4 大谷資料館（栃木県宇都宮市）
	5 茨城県庁（茨城県水戸市）

視察の概要

1月14日(火)

■ C I C T o k y o

<概要>

C I C T o k y oは、米国で創業したC I Cの日本拠点で、日本最大級のイノベーションセンターとして約 300 社が入居している。ライフサイエンスや環境エネルギー分野等のスタートアップ支援、日本企業の海外展開支援、日本に進出を目指す海外企業のサポートのほか、入居するメンバー同士のコミュニティの構築に力を入れている。さまざまなタイプのオフィスと1席から契約可能なコワーキングスペースがあり、アメニティー等が充実している。



静岡県をスタートアップから選ばれる地にするため、本県も今年度から駐在職員が2名入居し、関係者とのネットワーキングなどの活動を行っている。

＜主な質疑応答＞

Q 入居者同士で共創が生まれる機会や活動はあるか。

A 一つ一つのオフィスがコンパクトなため、オープンスペースで作業する方も多い。そこでの何げない会話や館内で開催されるイベントなどをきっかけに共創が起こる場の力があると思う。C I C T o k y oに入居しているだけでも、静岡県がスタートアップ支援に力を入れている県だと関係者に伝わっていると感じる。

■ Tokyo Innovation Base

<概要>

Tokyo Innovation Baseは、世界最高にスタートアップフレンドリーな東京の実現に向けて、東京都が令和6年5月にオープンした拠点。ビジネスコンシェルジュサービスや支援者とのネットワークづくりを行っているほか、3Dプリンター等のハードウェア開発用機材を使える実証フィールド、テストマーケティングの場として活用できるショップ等もある。革新的なアイデアやテクノロジーで社会を前進させる挑戦者を生み出す場として、世界中のイノベーションの結節点を目指している。



本県は、東京都と同施設の利用についてパートナー協定を締結しており、令和6年10月には本県主催のビジネスマッチングセミナー（鈴木知事出席）も開催された。

<主な質疑応答>

Q 内装等について、通常のオフィスとは違う工夫をしているのか。

A 視察した海外のいくつかのスタートアップ拠点を参考に設計した。多様性を重視する観点からポップでユニークなデザインを採用している。調度品等を調達する際も色はばらばらにするなどの工夫をしている。

Q 大学発スタートアップの現状は。

A 数としては全体から見るとそれほど多くないが、東京都は大学発スタートアップを資金面でサポートする事業を実施し、成長を支援している。

Q 日本にユニコーン企業（評価額10億ドル以上の未上場のスタートアップ企業）が生まれにくい理由をどのように考えるか。

A 日本では資金の出し手がスタートアップへの投資にまだ慣れていない印象がある。またユニコーン企業を目指すのであれば、事業をグローバルに展開する必要もあると考える。

1月15日（水）

■ 栃木県庁

<概要>

栃木県は、令和5年2月に栃木県庁デジタル人材育成方針を策定し、全職員のデジタル知識の底上げを図りつつ、デジタル技術を学ぶ意欲のある職員等を募り集中的に育成することで県のさまざまな取り組みへのデジタル技術の活用を進め、より便利で質の高い県民サービスの提供を目指している。



また、地域が抱える課題をさまざまな立場の方々と共有し、その解決方法について話し合うウェブサイト「とちぎデジタルハブ」を運営している。地

域課題とデジタルによる解決手法を持つ者とのマッチングを図り、実証実験も取り入れながら地域課題の解決を加速させるとともに、新たな技術の開発やビジネスモデルの創出を目指している。

さらに、デジタルマーケティングを活用したPRとして、イメージ動画の県ホームページへの掲載やインスタグラムでの動画広告、グーグルやヤフー等でのリスティング広告やディスプレイ広告を実施し、災害情報の発信にも活用している。

<主な質疑応答>

Q デジタル関係の資格を取得した職員に手当はつくか。

A 資格手当はない。

Q 資格の取得が職場でデジタル技術を活用するモチベーションにつながっているか。

A 人口減少社会が進展し労働力が不足していく中で、行政の仕事も可能な限りデジタル化し、人でなければできない業務に特化して人員を配置していくことになる。今後はすべての行政職員がデジタルに関する知識を持つべきと考えて行っている取り組みであり、全庁的な機運醸成につながっていると思う。

Q デジタルマーケティングの成果は、どのように確認しているか。

A 県が見てほしいウェブサイトの閲覧数やクリック数などで成果を確認している。大目標は栃木県のブランド力を上げることであるが、製造品出荷額、農産物輸出額、観光消費額、農村地域における交流人口、移住相談件数、県民の栃木県に対する愛着度などの各KPIの達成度で総合的に判断している。

Q 災害情報をバナー広告で発信する取り組みは全国でも珍しいと思うが、発想のきっかけは。

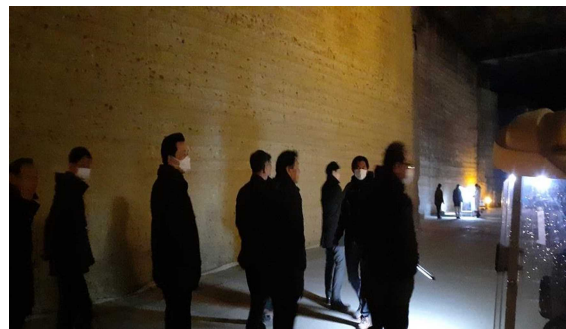
A アプリはダウンロードしてもらいハードルが高く、普及しづらいと考えバナー広告を選んだ。地域を限定して必要なエリアだけに情報を出せる利点もある。

■ 大谷資料館

<概要>

大谷資料館は、旧帝国ホテルなど歴史的建造物の主要建材に使用されている大谷石の地下採掘場跡を一般公開している。

大谷石は、文化庁が認定する文化遺産であり、令和6年10月には「大谷の奇岩群と採石産業の文化的景観」が国の重要文化的景観にも選定された。



<主な質疑応答>

Q 資料館が地域の関係人口拡大に好影響を与えている理由は。

A 映画やテレビドラマ、プロモーションビデオ等の撮影を数多く受け入れていること、巨大な地下空間を生かしたプロジェクションマッピングなど他に類を見ないイベントを開催していることなどが来訪者の増加に好影響

を与えている。

1月16日（木）

■ 茨城県庁

<概要>

茨城県は、原子炉施設における使用済み核燃料の保管に対する課税、RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）の導入推進、全職員を対象にした選択的週休3日制などに取り組んでいる。



核燃料税については、全国の原子力発電所立地地域で最も多いPAZ・UPZ圏内人口91.7万人を対象とした避難計画の策定など安全対策に対する負担が大きい状況に鑑み、事業者に対して応分の負担を求めるため昭和53年から課税している。原子炉施設における使用済み核燃料の保管が長期化しないよう、県外への搬出促進策として令和6年4月から1,500円/kgの課税を行っているほか、原子炉の設置（出力割）の税率を8.5%から9.5%へ引き上げるなどの見直しを行った。

また、RPAについては平成30年に導入推進プロジェクトチームを発足させ本格導入を開始し、令和元年～令和4年の4年間で80業務において年間7.5万時間の削減効果を実現させた。令和3年からはコスト削減のため、RPAの内製化に取り組んでいる。

さらに、職員の希望や業務の状況などに応じて1～4週間の期間に付き合計の勤務時間を変えずに1日当たりの勤務時間を変更できるフレックスタイム制を導入し、勤務時間の割り振り方によっては週休3日も可能となる働き方改革を行った。

<主な質疑応答>

Q 原子炉施設における使用済み核燃料の保管に対する税率を1,500円/kgとした考え方は。

A 再処理事業者の使用済み核燃料の保管に対して既に1,500円/kgで課税しており、かつ先行して課税している福井県の税率も1,500円/kgであったため。

Q RPAの開発ができる職員は各部署にいるのか、それともRPA開発の専門部署があるのか。

A RPA化したい業務を庁内で公募し、年間で20人程度の（専門部署ではなく）各業務の担当職員が簡易ツールを使って業務改善に取り組んでいる。

Q フレックスタイム制や在宅勤務における職員の勤怠管理の方法は。

A 各職員が使用するパソコンのログで管理しているほか、在宅勤務の場合は行った業務について職員に結果報告書の提出を義務づけている。