

令和2年度 第2回公社等運営評価委員会 議事要旨

1 日 時 令和2年7月28日(火) 13:30~15:30

2 場 所 テレビ会議(事務局は西館4階テレビ会議室から出席)

3 出席者

- (1) 委員 佐竹委員長、勝沼委員、嘉納委員、中尾委員、藤本委員
- (2) 兵庫県 企画財政局長、新行政課長、新行政課副課長

4 議事要旨

(1) 個別団体ヒアリング①[(公財)計算科学振興財団]

公社及び県関係課から、団体の事業成果及び経営状況、団体の今後の方向性について説明後、委員との質疑応答を実施。委員からの主な意見は次のとおり。(※「→」は公社及び県関係課による回答を指す。)

① 団体の事業成果及び経営状況

- 富岳が整備されることもあり、スパコン利用の裾野拡大の取組を引き続き行っていくことが期待される。今後も財団の役割を果たせるよう、経営の安定化を図っていただきたい。
 - 令和3年度から共用開始が予定されている富岳の時代においても、FOCUSが富岳をはじめとしたスパコン利用の裾野拡大に貢献することが期待されている。これに応えられるようコスト削減に取り組みつつ、利用料収入を確保するための取組を推進し、経営の安定化を図っていきたい。
- FOCUS スパコンの更新はいずれ必要になってくると思うが、将来の更新に向けてどのような財源対策を行っているのか。
 - 現在運用しているFOCUS スパコンは、文科省等から支援を受けて設置した。更新にあたっては多額の費用を要するため、当財団だけで更新費用を準備することは困難である。現在、兵庫県・神戸市とともに文科省へ支援等を要望しているところであり、今後も引き続き要望を続けていく。
- FOCUS スパコンを長期的に活用していくためには、スパコンの維持・修繕等に必要となる経費と、それを賄う収入のバランスとを考慮しつつ団体を運営していく必要がある。中・長期の計画策定による長期的な視点での団体運営について検討されたい。

② 団体の今後の方向性

- スパコン利用の裾野拡大に向けて、スパコンに関心の低い中小企業やベンチャー企業等を対象にした PR 等にもどのように取り組まれているのか。
 - 企業ニーズを把握し技術の高度化を支援するために企業訪問活動を行っているほか、財団内に相談窓口を設置している。また、財団の会場を使用した講習会だけでなく出前型講習会を開催する等、スパコン未利用の企業に対する PR 活動を行っている。
- スパコン利用者の裾野拡大について、地元だけでなく、全国の中小企業に売り込んでいくという余裕はあるのか。
 - 利用者が増えたとしても対応は可能と考えている。現在、県や神戸市の協力を得ながら、西神工業団地等において中小企業に対する事例紹介等に取り組んでいる。直ちにスパコンの利用につなげることは難しいかもしれないが、少しずつでも広げていきたい。
- FOCUS スパコンの性能が他の機関で整備されるスパコンに比べ相対的に低下している中、設備の更新ができなくても収入を確保する方策を検討することのことだが、具体的にはどのようなことを検討されているのか。
 - 現在、富岳の計算資源を一部借りて、FOCUS が付加サービスをつけて企業に提供することで利用料収入を得る「富岳クラウド」事業の研究を理研とともに進めている。
- 今後もスパコンの活用による研究開発や、スパコンの産業利用推進等により、富岳を中核とした計算科学の研究教育拠点を形成していくとともに、Society5.0 時代においても、計算科学分野の振興と産業経済の発展への寄与といった団体の役割を果たされたい。

(2) 個別団体ヒアリング②[(公社)ひょうご観光本部]

公社及び県関係課から、体制の強化等を踏まえた今後の事業展開について説明後、委員との質疑応答を実施。委員からの主な意見は次のとおり。(※「→」は公社及び県関係課による回答を指す。)

① 体制の強化等を踏まえた今後の事業展開について

- 成功している DMO は、地域の核となる企業等と連携し、協力して事業を進めている。五国からなる兵庫県の場合、各地域の関係者との連携が必要になると思うが、具体的にどのような取組をされているのか。
 - 兵庫県が産業振興にかかる連携協定を結んでいるみなと銀行と連携して観光産業の振興に取り組んでいるほか、神戸市と 11 の都市を空路で結ぶスカイマーク、フジドリームエアラインズと協働して就航先の DMO との連携を模索している。また、今年度から神姫バス職員をコンテンツ開発担当課長として迎えたことから、今後は地元の交通事業者との連携も図っていききたいと考えている。

このほか、県内の団体については周遊型・体験型コンテンツの創出に重点を置いており、地元の観光協会や事業者とともにコンテンツを磨いていこうと取組を進めている。その過程で、各地域の関係者との連携を図りたいと考えている。

- 新型コロナウイルス感染症の影響により県内の観光を取り巻く環境が大きく変化している。ポストコロナ社会における観光客のニーズを的確に把握した、戦略的な事業展開を検討されたい。
 - これまで、インバウンドの取り込みについて議論を重ねてきたが、このコロナ禍においては、国内観光客の取り込みが重要となる。しかし、国内観光客のどういった層に重点的に働きかけていくことが効果的なのかということについては今後議論を深める。兵庫県の場合、特に若者の入込みが少ないという調査結果が出ているため、今後、働きかける対象を絞り込んで効果的な取組を進めていきたいと考えている。
- DMO 登録に向け、県からの派遣職員も含め、外部からマーケティングの専門人材を獲得するなど体制の強化を図られたと思うが、今後、中・長期でのマーケティング専門職の人材ローテーションについてはどのようにお考えか。
 - マーケティングの強化を図るため、昨年4月にマーケティング課長を新設したほか、今年4月には観光コンテンツの開発等を行うツーリズムプロデューサー2名を新たに配置している。一部は、県からの派遣職員であることから、異動の対象になる可能性があるため、専門人材をどのように確保し続けるかが今後の課題だと考えている。
- ガイドラインが改定され、DMO 登録の更新制度が導入された。更新には関係者との合意形成の仕組みを強化している必要があるとのことだが、どのように取り組まれるのか。
 - 改定されたガイドラインでは、合意形成の仕組みを強化するよう示されており、当団体としても今後取り組むべき重要な課題と認識している。多様な関係者の合意形成を図るため、ワーキング的な組織の立ち上げやひょうごツーリズム戦略推進会議のメンバーの拡充といった方法を検討していきたいと考えている。
- 登録 DMO として、観光地域づくりの司令塔としての役割が求められている。関係者との合意形成において、当法人が主導的な役割を果たし、各地域が主体となった取組を推進されたい。
- 人口減少局面にある我が国においては、地域外から人を呼び込むことが重要になっている。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、登録 DMO のモデルケースとなるような取組を推進されたい。