

令和4年6月定例会 経済・雇用対策特別委員会の概要

令和4年7月5日（火）

令和4年6月定例会 経済・雇用対策特別委員会における発言

平松委員

1 資料1の4、I「(1)観光事業者への支援」において、若手職員の発案で、若者に魅力を伝えていくため、VTuberを活用するというので、大変面白い取組と思うが、現在の取組はどうか。

2 資料1の4、II「(2)DX推進支援」において、県内の中小企業に対してDXを推進していくため、DX推進支援ネットワークを軸に取組を進めていくという説明があったが、地域の商工団体の話を聞いても、中小企業にDXを浸透させていくことは、簡単な取組ではないと感じている。DX推進のためには、中小企業の現状を把握し、DX導入企業の声や導入のメリットをしっかりと伝えていくことが重要だと思うが、どうか。

3 資料2の2、(1)「②適正な価格での契約」において、現在の物価高騰で受注業者もかなり困っていると思う。その中で、5、6年前頃から、年4回に単価改定頻度を上げている点は評価したい。また、アスファルトやコンクリートに関しては、今月から毎月見直す形に変えた点も、受注業者にしっかりと目を向けて取り組んでいると評価したい。一方、こうした状況が継続する中、更なる取組が必要と考えているか。

4 スライド制度について、地元企業の話を知っていると、申請が非常に手間で、請求しない場合もあると聞く。せっかく制度があるので、しっかりと活用してもらうため、使いやすくする取組が必要だと思うが、どうか。

5 資料2の2、「(2)受注機会の確保」において、県内企業をしっかりと活用していくため、今後も受注率を上げていくことは、よい方向だと思うが、細かく見ていくと、各県土整備事務所の発注は、原則として管内になり、管内に対象企業が少ないと、管内からかなり拡大することにもつながり、管内企業で受注が困難になってしまう。公平性や公正性という観点では、そうした取組も必要だと思うが、地域企業の育成という観点では、管内企業に受注していただきたいため、バランスを取るのが難しいと思う。地域企業の育成という観点から、弾力的な運用も必要と思うが、どうか。

観光課長

1 昨年12月にバーチャル観光大使として春日部つくしが認定され、今年の1月から活動が始まった。活動内容としては、県産品の販売促進、観光物産の振興という2点を担っている。活動は、ツイッターによる日々の情報発信、ライブイベント等での紹介、動画を作成したPRという主に三つの手法で取り組んでいる。春日部つくしを、多くの方に知っていただき、ファンを広げることが重要であり、最近は観光以外の仕事も着手している。例えば

7月7日には、バーチャルの水辺空間で乾杯するイベントも行っており、ファン拡大につなげる活動にも取り組んでいる

経済対策幹

2 DX推進支援ネットワークには、国・県のほか、経済団体や様々な支援機関が参画している。県の各課で様々な関連事業を展開しており、中小企業の現状等については、各課経由で情報を取得することもでき、商工会・商工会議所などの経済団体からも意見をいただいている。また、本ネットワークは、金融機関も参画しており、日々の取引からDXに関連するニーズ等を収集し、ネットワーク内で共有する取組も行っている。

建設管理課長

3 年4回行っていた全面改定を前倒し実施し、主要資材については、毎月改定している。更なる取組については、今後の価格変動を見ながら、検討していく。

入札課長

4 スライド制度の話については、最近の活用事例が少なかったため、手続がよく分からないという声があり、問合せも多くある。そのような中、昨年3月、工事請負事業者を対象とした手続の流れや相談窓口を明示したリーフレットを作成し、契約後の打合せでリーフレットを配布、説明するなど、まずスライド制度についての周知を徹底してきた。また、本年5月、具体的な計算事例や申請書の記入例を県のホームページに掲載し、エクセルシート上に入力すると、スライド制度の適用可否や見込める金額が確認できるようにしており、各建設業団体や県内市町村に周知している。さらに、本年6月には、より多くの関係者に活用していただけるよう、同じホームページ上で、計算事例を分かりやすく説明した動画を掲載した。引き続き、県土整備部と連携して、申請しやすい環境づくりに努め、問合せ対応も丁寧に行い、スライド制度の活用について支援していく。

5 一口に管内といっても、大小様々であるため、一定のルールは定めており、競争性を確保するため入札に参加できる業者が、20から30者程度そろうようにしている。そのような中、総合評価方式の入札では、地域の災害防止活動の実績や現場に近いなどの条件で加点ができるため、管内企業に対してはこれらの配慮も行い、今後も入札の状況をみながら、制度の在り方について、検討していく。

平松委員

1 VTuberは、観光以外でも活躍しているという話であり、今年度1,620万円予算計上し、それなりのコストもかけている。若者に対しては、本県に関心がある人より、現時点では余り関心がない人にも埼玉の魅力を発信していき、物産購入や観光につなげていくと資料にあるが、こうした方々の目に触れ、行動に移してもらうためには、動画の再生

数が重要である。どれだけ観光振興や物産の売上げにつながったか、客観的に判断できるやり方を行っていく必要があると思うが、どうか。

2 DX推進支援について、職員が直接商店街を訪問し、声を収集する取組も熱心に行っていると思う。団体を通じた取組も大切だが、こうした直に声を聞く取組も重要だと思うが、どうか。

3 スライド制度について、動画等の取組を行っているということだが、これで十分であるか検証が必要だと思う。スライド制度については、そもそも手続の簡素化を求める声もあるかもしれない、引き続き、受注業者の声を収集していく必要があると思うが、どうか。

観光課長

1 実際の観光等に結び付けていくことが重要という点には、同じ認識を持っている。成果については、ECサイトで紹介した商品では、通常の2倍から4倍の売上げになっており、ちよこたび埼玉のYouTubeチャンネルの登録者数について、春日部つくしが出演したことで9倍に伸びている。また、ゴールデンウィーク中、本県に来て写真を撮って投稿する簡単なイベントをツイッターで発信し、実施したところ、応募は91名と多くはなかったが、北海道や広島県という遠方からの訪問者もあった。50,000人近いフォロワーの中で、県内3割、本県以外の関東3割、全国4割となっており、全国のフォロワーを増やし、多くの方に来ていただくことが、一つの成果になると思うので、こうした取組を積み重ねて成果を高めていく。

経済対策幹

2 直接声を聞く機会もあるが、DXの対象事業は非常に幅広であり、全体に対して個別に話を聞くことは難しい。ネットワーク構成員が、日々の業務の中の様々な機会を通じて、声を聞く機会がある。ネットワークの取組を基本と考えているが、ネットワークの取組として、例えばDX好事例を目指すための取組も考えている。こうしたモデル的部分については、窓口を設けて待つということではなく、積極的にプッシュ型で訪問して声を聞き、対応していく取組も考えている。

入札課長

3 スライド制度は、基本的に国の制度を準用して行っているが、国からも話を聞き、単価の考え方などがもう少し簡単に分かるようにできないか工夫をし始めている。また、問合せや相談件数も増えてきているため、質問内容については、ホームページで分かりやすく説明するページを新たに追加する予定であり、今後問合せの中で不十分な部分も把握できると思う。資材の価格が現在も上がっており、これからも申請が増えてくると認識しており、可能な限り改善できるように努めていく。