

第3章 ソフトなものづくり産業ビジネス交流会

本章では、今年度の事業において試行的に実施した「ソフトなものづくり産業ビジネス交流会」（以下、「ビジネス交流会」）の内容について整理を行う。

1. ビジネス交流会の目的

昨年度実施した市内「ソフトなものづくり産業」事業者に対するヒアリング調査においては、「市内に立地している事業者を認識」し、また、「市内事業者間が相互に交流する」機会を求める意見が多く聞かれた。そこで、本年度事業においては、下記の2つの点を主たる目的として、ビジネス交流会を試行的に開催した。

【ビジネス交流会の目的】

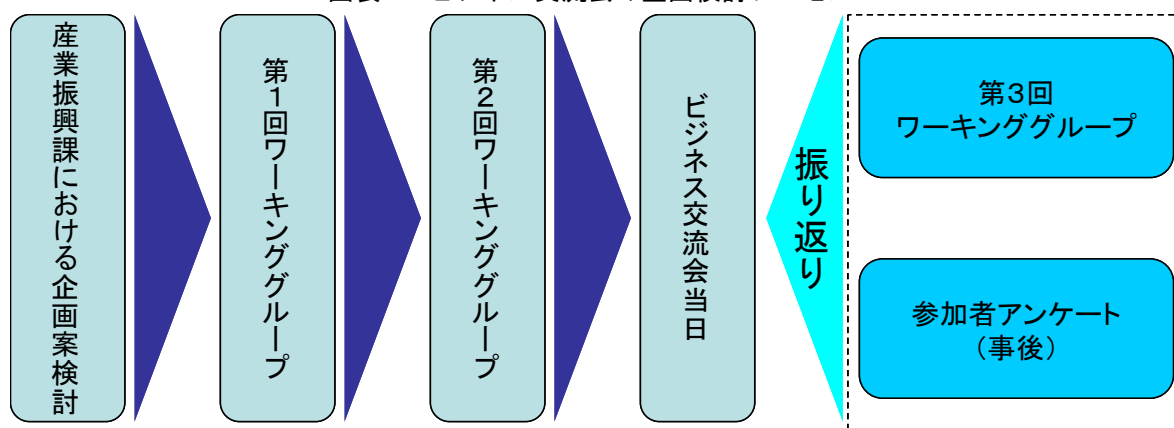
- 市内の「ソフトなものづくり産業」の事業者が、ソフトなものづくりに関する意見交換等を行い、相互交流を進めていくためのきっかけとしてビジネス交流会を開催する。
- 併せて、交流会における協議内容や参加者に対するアンケート調査等を通じて、本市産業振興施策に対する意見等の収集を行う。

2. ビジネス交流会企画内容の検討

（1）ビジネス交流会の企画検討プロセス

ビジネス交流会については、本市産業振興課において基本的な企画の方向性を検討した上で、昨年度ヒアリング調査を行った市内「ソフトなものづくり産業」事業者を中心として組成したワーキンググループでの協議を通じ、具体的な企画内容の検討を行った。

図表3：ビジネス交流会の企画検討プロセス¹⁶



¹⁶ ビジネス交流会後に同会の振り返りを目的に開催した第3回目のワーキンググループについては、後述する。

(2) ワーキンググループのメンバー構成

なお、前述のワーキンググループの組成目的、メンバーの選定基準、具体的なグループメンバー等については以下のとおりである。

【組成目的】

- 市内「ソフトなものづくり産業」事業者の「生の声」を活かし、参加者にとって有用性の高いビジネス交流会の企画立案を行う。

【メンバー選定基準】

- 昨年度実施したヒアリングにおいて、事業者間交流の意向があった事業者の中から、「ソフトなものづくり産業」該当業種間のバランス等に配慮して選定した。

図表 4：ワーキンググループメンバー

名前	ご所属
福山 道夫氏	アルファテック株式会社 代表取締役
有賀 達郎氏	株式会社エフエム西東京 代表取締役
山崎 久美子氏	有限会社デジタル・ワークス 取締役副社長
松 美奈子氏	西東京創業支援・経営革新相談センター 中小企業診断士
増岡 利典氏	西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 商工係 係長

(会社・法人名五十音順・敬称略)

(3) ワーキンググループの実施概要

ワーキンググループの開催時期および各回での協議内容については、以下のとおりである。

図表 5：ワーキンググループ 実施概要

開催回	実施日時・場所	協議内容
第1回	2012年9月20日 15:00~16:30 西東京市役所保谷庁舎防災センター講座室 I	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本ワーキンググループの目的について ・ 「西東京市ソフトなものづくり産業ビジネス交流会」(仮称)について
第2回	2012年10月22日 15:00~16:30 西東京市役所保谷庁舎別棟 B会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第1回ワーキンググループ議事要旨のご確認 ・ 「西東京市ソフトなものづくり産業ビジネス交流会」(仮称)の企画案について ・ 連携コーディネーターの発掘方策について

3. ビジネス交流会の実施概要

(1) ビジネス交流会の実施概要と当日の流れ

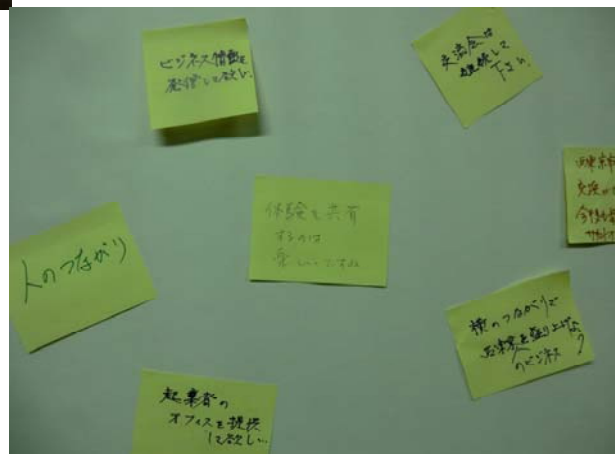
本市産業振興課内および2回にわたるワーキンググループでの協議を通じて企画の内容を確定させた上で、産業振興課からのダイレクトメール、ワーキングメンバーからの声かけ等を通じて参加者を募集した。その結果、最終的に14の事業者から15名の方にご参加をいただくことができた。

当日は、ワールドカフェ方式(図表7参照)により図表8に記載した流れでビジネス交流会を実施した。

◆ビジネス交流会の実施概要

- 開催日時：2012年11月26日(月)18:00~20:15
- 開催会場：西東京市民会館3階第5会議室
- 主催：西東京市生活文化スポーツ部産業振興課
- 参加人数：14社15名(放送、映像・音声制作、ICT系、デザイン系企業など)
- 募集方法：産業振興課からのダイレクトメール・ワーキングメンバーからの声かけ等
- 討議手法：ワールドカフェ方式(4人×3グループ・3人×1グループ)
- 討議課題：「西東京市でソフトなものづくりビジネスを進める上での課題について」

図表6：ビジネス交流会当日の会場風景・討議内容



図表7：ワールドカフェの説明

<p>【ワールドカフェとは？】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ワールドカフェとは、「創造的なアイデアや知識、知恵は、機能的な会議室の中で生まれるのではなく、人々がオープンに会話を行い、自由にネットワークを築くことのできる『カフェ』のような空間でこそ創発される」という考えに基づいた話し合いの手法。 ○ アニータ・ブラウン氏とデイビッド・アイザックス氏が、1995年に開発・提唱。 <p>【ワールドカフェの効用】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 本物のカフェのようにリラックスした雰囲気の中で、テーマに集中した対話を実施。 ○ 自分の意見を否定されず、尊重されるという安全な場で、相手の意見を聞き、つながりを意識しながら自分の意見を伝えることにより生まれる場の一体感を味わうことができる。 ○ メンバーの組み合わせを変えながら、4～5人単位の小グループで話し合いを続けることにより、参加者全員が話し合っているような効果が得られる。 <p style="text-align: right;">出所：「ワールド・カフェ・ネット」ホームページ</p>
--

図表8：ビジネス交流会当日の流れ

時刻	所要時間	実施プログラム	内容
18:00～18:10	10分	開催挨拶	西東京市生活文化スポーツ部産業振興課長より開会の挨拶。
18:10～18:20	10分	開催趣旨の説明	昨年度調査の経緯説明・交流会の開催趣旨説明。
18:20～18:30	10分	本日の進め方説明	ワールドカフェの進め方の説明。
18:30～18:55	25分	ラウンド①	質問・テーマに関する探究。
18:55～19:20	25分	ラウンド②	テーブルホストを1人残して、他テーブルに移動。 新メンバーのラウンド①で出た意見に関する情報を共有。 質問・テーマの探求を継続
19:20～19:50	30分	ラウンド③	ラウンド①のテーブルに戻り、ラウンド②のテーブルで話されていた内容を報告。 各テーブルからお一人ずつ、当日の気づきや参加した上での感想・ご意見を発表。
19:50～19:55	5分	閉会挨拶	西東京市生活文化スポーツ部長により閉会の挨拶。
19:55～20:15	20分	意見交換・名刺交換会	交流会でお感じになられた点やお気づきの内容、疑問を付箋に記入し、皆様方全員で正面の模造紙に貼付。 併せて名刺交換を実施。

4. ビジネス交流会当日の内容¹⁷

◆ビジネス交流会に対するご意見・ご感想

	ご意見・ご感想	要改善点
ビジネス交流会でのご意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 西東京市内の企業と情報交換ができる機会に、今後も参加してみたい。 ・ 大変楽しい時間だった。地域の将来に希望が持てるような気がした。続けて参加させていただきたい。 ・ 交流の機会を拡充し、横のつながりで西東京のビジネスを盛り上げていきたい。 ・ 新しい出会いに感謝！街がもっと狭くなると良い。 ・ 皆様の多様なご意見が伺えて楽しかった。 ・ 今後もこうした交流会は継続していく必要があると思う。 ・ 今回、『西東京市にこれだけの企業が存在するんだ』と新たな思いができた。これをきっかけにしてより良い環境づくりに協力させていただきたい。 ・ 新しい試みが行われるなど、市内の行政や企業の意識が少しずつ変わってきているような気がする。 ・ 「ソフトなものづくり」って何だろう。また考えてみたい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事前に業種についての予備情報があってもよかったと思う。 ・ 時間が短いためテーマが絞りきれなかった感があった。

¹⁷ 交流会の中で話された内容および交流会終了直後に参加者に記載をいただいたご意見、ご感想等を事務局にて整理したものを掲載。

◆本市の事業環境における強みと弱み

	事業を行う上での強み	事業を行う上での弱み
<p>ビジネス交流会でのご意見</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 賃料が安い（都心部と比較して）。 ・ 職住近接（クリエイティブな仕事には大変良い環境）。 ・ 住環境やビジネス環境が良く、都心部からのアクセスも良い。 ・ 西東京市の魅力は、「街に住む人」にあるのではないか。 ・ 都心部と多摩地区の中心部に立地しており、両方の商圈に効率的にアクセスが可能。 ・ 都心部からの距離を見ると、田園調布など高級住宅街と同じ。高級感のある地域イメージを出せるのではないか。 ・ 多摩方面では、都心とは違う地域あるいは企業間のコミュニティが構築できる可能性がある。 ・ 大手情報機器メーカーの拠点ができるなど、地震などの災害に強い（地盤が強固）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市の理想とする都市のイメージづくりができていない。 ・ 市内での事業者同士のつながりが薄い（弱い）。 ・ 地域（市の名称や特徴など）の知名度が低い。 ・ オフィスとして使用できる物件が少なく、賃料が高い。特に商店街内の商業店舗の賃料水準が高いと感じる。 ・ 起業しようと思ってもオフィスがない。その点を市民は知っているため、市内での創業を考えないケースもあるのではないか。 ・ クライアントはみんな市外にあり、市内にお客様が少ない。 ・ 市内に企業がないのではないか。特に、B to B の事業者に対する市内ニーズがないのではないか？ ・ 事業所が減り、営業する先がなくなりつつある。 ・ 頭脳の市内への定着をいかに進めるかが問題。（現在は頭脳流出の傾向が見られる）。 ・ ビジネスに活用できる技術力のある企業が少なすぎる。 ・ 西東京ならではの、西東京には「これがある」という魅力、セールスポイントがほしい。 ・ 同業者との横のつながり、異業種とのつながりが探しづらい。ビジネスを大きくしていこうとする人たちの動きが見えない。 ・ 何事にも控えめな町。 ・ 個々にいろいろな動きがあり、その情報が入ってこない。 ・ 商工会に産業振興の音頭を取ってもらいたいが、反応があまりよくない。

◆産業振興施策に対するご意見

	情報発信	域内連携	起業誘致	育成支援
ビジネス交流会でのご意見	<ul style="list-style-type: none"> 市内企業やビジネス関連の情報を、市が中心となり内外に発信してもらいたい。 市内のビジネス関連情報が一覧できるようなホームページなどがあれば良い。 市内に集積するアニメ制作会社を活用し、市の文化を発信すると良い。 住むだけの街からビジネスの拠点としてのアピール、仕組み・環境づくりが必要。 西東京の魅力を発信し、企業の市内への定着を促す必要がある。 都心部とは違う地域や企業間の「コミュニティ」形成をキーワードとして、地域ブランドの構築やPRを行う。 「ゆるキャラ」や地域アイドル、市出身の著名人を活用し、市のPRを行う。 地場の名物があると良い。 	<ul style="list-style-type: none"> 現状、ビジネス上のつながりが少なく、市内事業者をつなぐ必要がある。 今回のような交流会などを継続的に開催していく。 西東京市内のソフトなものづくり事業者が連携して1つの業務に取り組むような仕組みが必要ではないか。 市内の小規模事業者のネットワーク（プロや職人のネットワーク）を構築し、共同受注などをする仕組みが作れないか。 その際には、物理的近接性以外の、西東京市の事業者がタッグを組むことの意義・強みを明確化する必要がある。 西東京市だけでなく、近接する市との交流も行っていければ良い。 連携をするのであれば、西東京市の企業が連携するからこそその強みを持たなければならない。 地域金融機関のマッチング支援などをうまく活用する。 「ここに行けば面白い事業者と会える」といった共有ワークスペースを設置する。 	<ul style="list-style-type: none"> 新規創業企業に対し、一定期間の助成や補助を行う。 事業所創造の核になるような施設の設置が必要。 公共のレンタルスペースの設置。 雑居オフィスを活用して応接室を市が創造する。 商店街等の空きスペースの情報を提供し、安価に入居できるようにする。 アニメ制作会社など下請企業の従業員に対して、市として援助を行う（福利厚生の充実、割引券など）。 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスコンペ等を開催し、ビジネスプランが認められれば市がバックアップするような仕掛けがあると良い。 イベント等への共同出展支援。 市内で販路開拓につながるようなイベントを開催してみてもどうか。 市内で人材を確保することが非常に難しい。

5. ビジネス交流会実施後のアンケート結果およびワーキンググループによる振り返り

(1) ビジネス交流会参加者向けアンケート調査の実施概要

ビジネス交流会が終了した後、ビジネス交流会の参加者を対象として「ビジネス交流会の参加目的と満足度」、「今後のビジネス交流会参加意向」、「本市ソフトなものづくり産業振興施策に対する意見・要望」などを把握することを目的としてアンケート調査を実施した。

図表 9：ビジネス交流会参加者向けアンケート調査の実施概要

項目	内容
調査目的	・ ビジネス交流会の満足度と今後の参加意向、本市産業振興施策に対するニーズを把握すること。
調査対象者	・ 2012年11月26日のビジネス交流会に参加した14社15名
調査時期	・ 2013年1月7日～同年1月16日
調査手法	・ 郵送により調査票を送付し、FAX、メール等で回収
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネス交流会への参加目的 ・ ビジネス交流会に参加した上での満足度 ・ 今後のビジネス交流会参加意向と希望するビジネス交流会の内容 ・ 本市での事業継続意向 ・ 本市で事業を営む上での強みと弱み ・ 本市産業振興施策に対する意見・ニーズ
回収状況	・ 調査対象15名中13名から回収

(2) ビジネス交流会参加者向けアンケート調査の結果概要

(1)で記載したビジネス交流会参加者向けアンケート調査の結果概要は、以下のとおりである。なお、詳細な集計結果については、本報告書巻末の資料編を参照されたい。

図表 10：ビジネス交流会参加者向けアンケート調査の結果概要

設問項目	回答内容
ビジネス交流会の内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大半の参加者が同種の交流会への参加経験なし（今回、初参加）。 ・ 今回の参加目的としては、「市内企業」や市の「産業振興施策」に関する情報収集が多く見られた。併せて、「市内企業との取引拡大のきっかけづくり」との回答も多い。 ・ 5割弱の回答者は上記の目的が達成されたと回答していた一方で、どちらともいえないあるいは達成できなかったとの回答が過半数であった。 ・ 上記の目的達成に向けて、今後、より深い交流の機会を重ねていくことを希望する意見もあった。

設問項目	回答内容
今後のビジネス交流会参加意向 今回のビジネス交流会の満足度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 今後、同様のビジネス交流会が開催された場合の参加意向については、約7割が前向きな回答をしており、異業種又は同業種との交流を期待する意見が多く見られた。 ・ 今回のビジネス交流会は「ソフトなものづくり産業」として近接業種の方々を対象として実施したが、必ずしも同業種と考えない参加者の方も見られた。 ・ また、今回のビジネス交流会については約6割の回答者が「満足」「やや満足」との回答をしていたが、より深い交流、ビジネスに直結する交流を期待する意見もあった。
本市での事業拡大・継続意向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 約7割の回答者が市内顧客との取引はほとんどないと回答していた一方、約8割が今後、市内顧客との取引を拡大していきたいと回答。 ・ また、約8割が今後も本市内で事業を継続していきたいと回答。
本市で事業を営む上での強みと課題	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本市に立地することの強みについては、「都心部との近接性」が約9割、「職住近接」が約7割となっていた。 ・ また、鉄道・車でアクセス利便性や生活環境の良さを挙げる回答も見られた。 ・ 一方、課題については、「市内での取引先の確保」「市内での協力企業の確保」などを挙げる回答が多く、「地域の知名度・イメージ」「人材の確保」との回答も比較的多くあった。
本市に期待する産業振興施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「ビジネスマッチング・連携促進」に向けた施策を求める意見が最も多く（約7割）、以下、「市内企業の発掘と市内外へのPR」（約6割）、「市の魅力に関するシティセールス」（約4割）と続いていた。

（3）第3回ワーキンググループによるビジネス交流会の振り返り

ビジネス交流会の企画検討にご協力をいただいたワーキンググループのメンバーの方々に再度ご参集いただき第3回ワーキンググループを開催し、ビジネス交流会の振り返りを行うとともに、今後の域内交流に関して議論をいただいた。

図表 11：第3回ワーキンググループの実施概要

開催回	実施日時・場所	協議内容
第3回	2013年2月15日15:30～17:00 西東京市役所保谷庁舎 防災センター1階会議室	<ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネス交流会当日の意見交換の内容について ・ 事後アンケート結果について ・ ビジネス交流会に参加された上でのご意見・ご感想 ・ 今後の交流会のあり方について ・ 情報発信・域内連携の方向性について

◆ビジネス交流会当日の感想と今後の方向性：ワーキンググループによる協議内容要旨

【ビジネス交流会当日の感想】

- （当日は）場を盛り上げようという認識が強すぎた。
- ビジネス交流会を開催したところから何か出でくるものがあると思う。同じメンバーを中心に繰り返し開催して何かを深堀りしていく方法もあるし、違うメンバーで行う方法もある。今回を市内事業者の交流の場と位置付ければ、1回目としては上手くいったと感じる。ただ、これで終わることなく、2回目、3回目も開催した方が良い。
- 参加者プロフィールのようなものが事前に配布されたらよりコミュニケーションが盛り上が

った。趣味等も含めて相手のことを事前に知っていれば、話がスムーズに進むと思う。

- ▶ 今回の交流会は「ソフトなものづくり産業」という類似業種で集まったつもりが、類似業種と捉えていない方が多いという印象があった。開催者側の立場で見ると、「ソフトなものづくり産業」同士でも「話が噛み合わない」ということが発見できたことも1つの成果だと思う。

【今後のビジネス交流会のあり方について】

- ▶ ビジネス交流会を企画した当初は、事前情報の必要性を感じなかった。また、（参加者に対する）要求事項も上手く洗い出せなかった。今後、ビジネス交流会を続ける場合は要求事項を明確にした方が良くと思う。市内企業リストや市内のオフィス賃料の資料等を配布し、参加した人たちが「この会合に出たから、西東京市のことがもっと理解できた」「面白い資料がもらえた」と感じるような仕組みがあれば良いと思う。
- ▶ ビジネス交流会は続けるべきである。1回のみだと単なる打ち上げ花火に過ぎない。
- ▶ 例えば、金融機関が絡むとビジネス交流会の価値は上がると思う。起業してすぐの事業者はどこから資金を借りていいのかわからない場合がある。その際に、金融機関によるビジネス交流会であれば参加するインセンティブが働くと思う。

【情報発信・域内連携の方向性について】

- ▶ 情報発信をいかに行うかが最大のテーマだと思う。情報発信している街でないと、魅力が薄く、企業も集まってこない。現在西東京市にはどのような企業が存在している、あるいは建物ができているといった情報があれば、住みやすい、働きやすいと思い、人が集まってくる。
- ▶ 強みがはっきりしていないのが西東京市の現状だと思う。例えば、三鷹市の強みというと「情報ビジネス」や「教育」がすぐに出てくる。一方、西東京市については、売りにできるキーワードが出てこないで、「こういう強みがあるから西東京に任せて下さい」ということを模索しても良いと思う。
- ▶ 都市の情報を発信する際には、仮に実際そうでなくても、「西東京市はこういう街である」と定義していくことは必要だと思う。
- ▶ 産業振興課としての情報発信について、ビジネス情報はこれまであまり積極的に発信していなかった。今回の調査結果や意見を踏まえて情報を発信すれば、少なくとも産業分野については前進すると思う。
- ▶ 情報発信の方法としてキャラクター活用というのは意外に効果がある。
- ▶ 西東京市に住んでいる人たちは、アクセスが良くて便利で安いからという理由のみでこの街を選択していると感じている。「西東京市に居ることは素晴らしい」と思う機会が増えれば良いと思う。
- ▶ 例えば産業に関して、西東京市でビジネスをやっていることはどうして良いのだろうか、という感触を共有できれば良いと思う。
- ▶ 実際に成功している事業者は西東京の中にもいるので、その人たちは、どこにどのような優位性を感じているのかを聞くのも良いと思う。

6. ビジネス交流会のまとめ

以下、本節では、ビジネス交流会での協議内容、ビジネス交流会参加者アンケートの結果、第3回ワーキンググループにおけるメンバーからの意見を踏まえ、「ソフトなものづくり産業」育成施策を検討する上で考慮すべき視点を整理する。

(1) 「情報発信」について

- 「ソフトなものづくり産業」の4つの支援策の方向性のうち「情報発信」については、ビジネス交流会での協議、ビジネス交流会参加者アンケート、第3回ワーキンググループいずれにおいても、「ソフトなものづくり産業」に留まらず、産業全般に係る共通の課題と認識されており、かつ、今後の積極的な取組が強く求められていた。
- 期待されている情報発信の内容については、市内事業者を対象に市内企業や市内ビジネス関連情報が中心であった。
- 併せて、ワーキンググループ等において、本市の強みや市内の地域資源を明確化し、市内外に伝えることで既存事業者の市内定着や市外からの誘致も期待できるとの意見も聞かれた。

(2) 「域内連携」について

- 「域内連携」については、ビジネス交流会での協議、ビジネス交流会参加者アンケート、第3回ワーキンググループの振り返りなど全てにおいて、現状の市内事業者間のつながり、連携の必要性に関する意見があり、今回のようなビジネス交流会の継続的な開催を求める意見が多く聞かれた。
- また、今回実施したような、事業者間が相互に知り合うきっかけとなるビジネス交流会に加え、よりビジネスに直結したビジネスマッチングを視野に入れた交流会についても事業者のニーズが見られた。その場合、交流先の希望業種は「ソフトなものづくり産業」に限定されることなく、目的に応じた業種とすることが望ましいとの声が聞かれた。
- アンケートやワーキンググループでの議論を踏まえると、交流会の継続を前提としつつ、①市内事業者間が知り合うきっかけとなる交流会、②市内取引先や協力企業などの確保に向けたビジネスマッチングといったそれぞれのレベルでの域内連携が期待されていた。

(3) 「起業誘致」について

- ビジネス交流会において、市内でのオフィススペースの確保が事業実施上の課題として多く聞かれた。
- 特にニーズの多かったオフィススペースの形態は、小規模な事業者を対象とするレンタルスペースや雑居オフィス等を活用した応接スペース、シェアオフィスなどであり、新規創業企業等に対して安価に提供するなどの支援についての意見が聞かれた。

(4) 「育成支援」について

- 「情報発信」や「域内連携」などに対するニーズと比較して、相対的に施策に関する意見等は少なかった。

- しかしながら、ビジネスコンペ等を通じた市内企業の発掘と育成、販路開拓、人材確保といった取組を求める声が比較的多くあった。