

平成 24 年度

**西東京市ソフトなものづくり産業育成策
検討報告書**

平成 25 年 3 月

西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課

目 次

第1章 背景と目的	1
1. 背景	1
2. 目的	1
3. 本調査の実施フロー	2
第2章 先進自治体に対するヒアリング調査	3
1. 先進自治体ヒアリングの実施概要	3
2. 先進自治体ヒアリングの内容	5
3. 先進自治体ヒアリング結果のまとめ	26
第3章 ソフトなものづくり産業ビジネス交流会	28
1. ビジネス交流会の目的	28
2. ビジネス交流会企画内容の検討	28
3. ビジネス交流会の実施概要	30
4. ビジネス交流会当日の内容	32
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	35
6. ビジネス交流会のまとめ	38
第4章 ソフトなものづくり産業育成施策のあり方とその方向性	40
資 料 編	45

第1章 背景と目的

1. 背景

本市では、2011（平成23）年3月に「西東京市の産業のこれから」の礎となすべく、「地域に根ざし、みんなに必要とされる産業が育ち・育てるまち西東京」を基本理念とする「西東京市産業振興マスタープラン」（以下、「産業振興マスタープラン」）を策定した。

現在、産業振興マスタープランの実現に向けて様々な施策を展開しているところであるが、その実現に向けた取組の一環として、昨年度より住宅との共存共栄が可能な「ソフトなものづくり産業」に焦点を当てた調査・研究を行っている。

「ソフトなものづくり産業」¹に関する調査・研究については、産業振興マスタープランのアクションプランにおいて位置付けられた事業として、平成23年度から平成25年度にかけて当該産業の具体的な育成策をとりまとめしていく予定であり、昨年度は本市の「ソフトなものづくり産業」の現状と産業としてのポテンシャルを把握するとともに、「ソフトなものづくり産業」に対する4つの支援策の方向性（「情報発信」「域内連携」「起業誘致」「育成支援」）を提示した「西東京市ソフトなものづくり産業育成策調査報告書」（以下、「調査報告書」）を作成した。

本年度は、この「調査報告書」において示した「ソフトなものづくり産業」への4つの支援策の方向性を踏まえ、先進的な取組を行う自治体に対するヒアリングやモデル事業などを通じ、効果的な育成のための施策のあり方を検討し、その結果を「西東京市ソフトなものづくり産業育成策検討報告書」（以下、「検討報告書」）として作成するものである。

2. 目的

本調査では、上述の背景を踏まえ、産業振興マスタープランのアクションプランの「ものづくり」の分野における「ソフトなものづくり産業の育成策の検討」に位置付けられた項目を対象として、下記①～⑤を目的に調査・研究を実施する。

- ① 本市「ソフトなものづくり産業」の誘致や育成についての効果的な施策のあり方や具体的な事業の方向性の検討に向けた情報収集のため、情報発信や域内連携、新規立地、市内事業所の拡充に対する経済的メリットの提供とオフィススペースの確保に関して先進的な取組を行っている自治体を対象としたヒアリング調査を行う。
- ② 昨年度ヒアリングを行った市内事業者等によるワーキンググループを組成し、③に記載する「西東京市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」）の企画立案を行うとともに、当該産業の育成施策に関する情報収集を実施する。

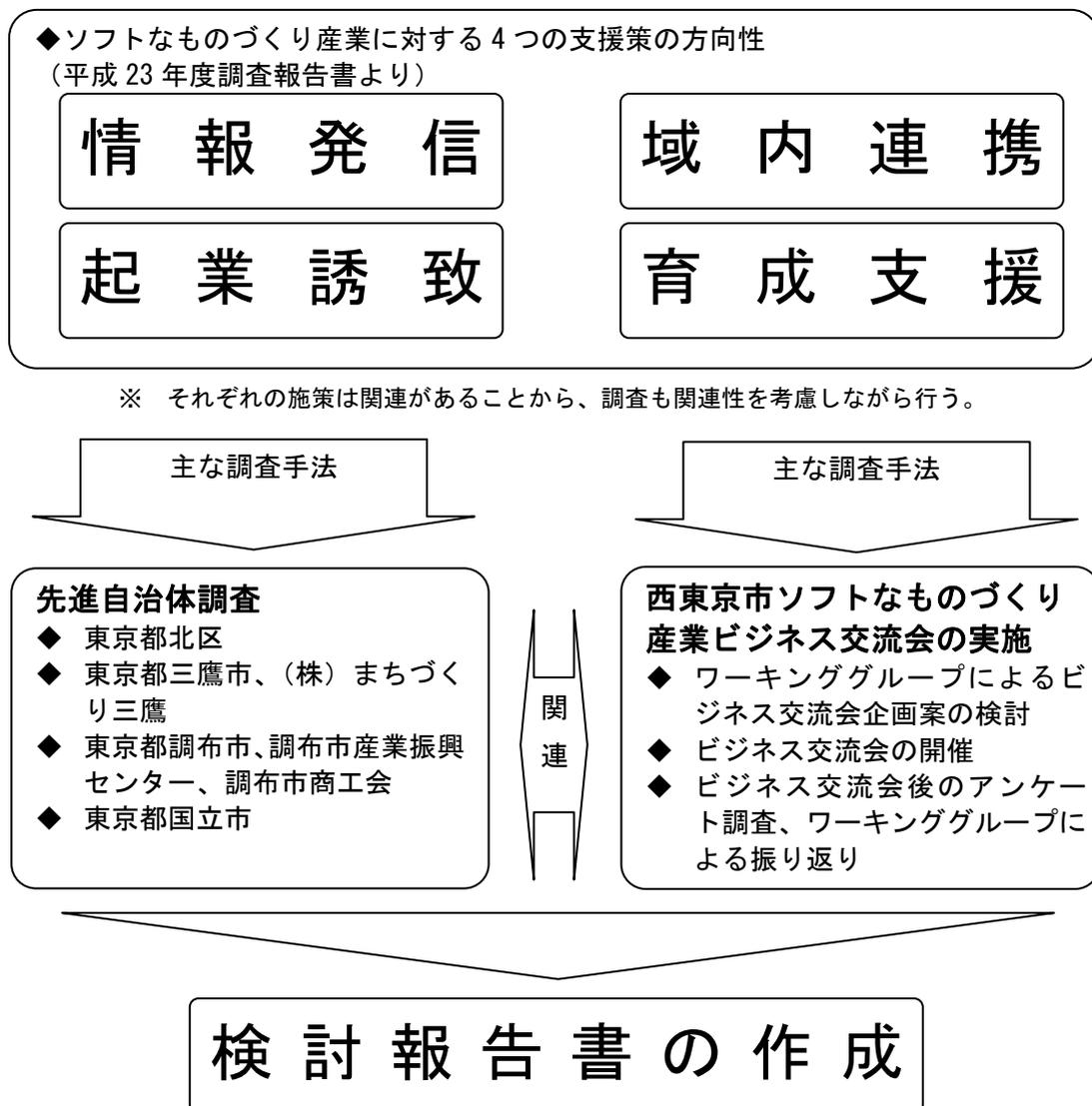
¹ 東京都「都のものづくり産業の集積施策のあり方 アジアのものづくりのハブを目指して 答申」（平成16年5月）における、情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理サービス業、情報提供サービス業など）、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業（映像情報制作・配給業、出版業など）、デザイン業、機械設計業を基本的な対象としている。また、本市においては、これらの業種に加え、製造業のうちファブレスや研究開発中心型の企業なども対象に含めて考えている。

- ③ 市内の「ソフトなものづくり産業」事業者を対象としたビジネス交流会を試行的に実施し、事業者間の交流を図るとともに、交流を進めていくための課題を明らかにする。
- ④ また、ビジネス交流会での議論内容や参加者へのアンケート等を通じ、産業振興施策に対するニーズを把握する。
- ⑤ 上記①～④の結果を踏まえ、「ソフトなものづくり産業」の育成のために求められる施策について検討を行い、施策のあり方とその方向性を検討報告書にとりまとめる。

3. 本調査の実施フロー

本調査においては、前節の目的の達成に向けて下記の手順で業務を進める。

図表 1：本調査の実施フロー



※ 先進自治体に対する調査や西東京市のソフトなものづくり産業ビジネス交流会の実施、アンケート調査結果などを踏まえて、施策のあり方とその方向性をとりまとめる。

第2章 先進自治体に対するヒアリング調査

本章では、産業振興において先進的な取組を行っている自治体を対象としたヒアリング調査について、その実施概要の整理および調査結果のとりまとめを行う。

1. 先進自治体ヒアリングの実施概要

(1) ヒアリング実施概要

昨年度の調査報告書で提示した「ソフトなものづくり産業」の4つの支援策の方向性を踏まえ、情報発信や域内連携、新規立地・市内事業所の拡充に対する経済的メリットの提供、オフィススペースの確保等に対して先進的な取組を行っている自治体に対してヒアリング調査を実施した。

ヒアリング調査の実施概要は、以下のとおりである。

図表2：ヒアリング調査の実施概要

項目	内容
調査目的	・ 本市「ソフトなものづくり産業」育成施策を検討する際に参考となる他自治体の政策情報を収集すること。
対象先の選定方法	・ 東京都内の自治体の産業振興施策について各自治体のホームページ等から情報を収集。 ・ その上で、「情報発信」「域内連携」「起業誘致」「育成支援」に関連する各施策において特徴的な事業を行う自治体を対象先として選定。
調査対象先	・ 東京都北区、国立市、調布市、三鷹市の4自治体
調査時期	・ 2012年8月～2013年1月
調査手法	・ 事前に送付したヒアリングシートに沿って「半構造化面接」の形式で実施。

(2) 先進自治体ヒアリングにあたっての考え方

調査対象先の自治体において実施されている「情報発信」「域内連携」「起業誘致」「育成支援」といった「ソフトなものづくり産業」の4つの支援策の方向性と関連性が高いと考えられる事業を深掘りする形でヒアリングを実施した。

ただし、上記の4つの支援策の方向性については相互の関連性が高いと考えられるため、ヒアリングに当たっては、極力、対象先自治体の産業振興施策の全体を把握するよう努めた。

(3) ヒアリング項目

以下のヒアリング項目を事前に対象先自治体の担当部署にお送りした上で、ヒアリング調査を実施した。ヒアリングについては、対象自治体の産業の全体像をうかがった上で、産業施策の内容と課題等について情報収集を行う形式とした。

【ヒアリング項目】

1. 産業振興施策の全体像について

- ・ 集積する産業の状況（業種、事業規模、代表的な企業名など）について
- ・ 振興施策の内容（計画、条例、施策の対象としている主要事業など）について
- ・ 振興施策への取組経緯（きっかけ、地域性、対象産業の推移・変遷など）について

2. 産業振興施策の内容について（該当する事業があるもののみ）

○「情報発信」のための施策について

- ・ 産業振興に向けた「情報発信」に関する施策（都市イメージの向上、産業振興施策の普及・啓発、集積事業者に関するデータベース化やその情報提供など）の内容について
- ・ 「情報発信」施策を実践される上での課題、留意点などについて

○「域内連携」の促進に向けた施策について

- ・ 域内事業者間の連携支援の状況について
- ・ 域内事業者間の連携促進に向けた具体的な支援施策の内容（連携コーディネーターの確保やグループ活動の支援など）について
- ・ 「域内連携」施策を実践される上での課題、留意点などについて

○「起業誘致」のための施策について

- ・ 新規立地や事業拠点拡充の状況（過去5年程度）について
- ・ 起業誘致の推進に向けた具体的な支援施策の内容（誘致ターゲット、立地に対する経済的なインセンティブ²の提供、低廉なオフィススペースの確保など）について
- ・ 「起業誘致」施策を実践される上での課題、留意点などについて

○域内企業の「育成支援」策について

- ・ 域内企業の具体的な育成支援策の内容（事業者の掘り起こし、相談支援サービスの提供、見本市等取引の拡大支援、人材確保支援など）について
- ・ 「育成支援」施策を推進する上での課題、留意点などについて

3. 上記以外で産業振興を進める上で重要な視点について

² 人や組織の意欲や具体的な動きを引き出すための刺激策のこと。

2. 先進自治体ヒアリングの内容³

◇先進事例調査ヒアリングメモ（北区産業振興課様）

【ヒアリング実施概要】

- 日 時：2012年8月9日10:00～11:30
- 場 所：北とぴあ10F応接室
- 先方対応者：北区 地域振興部 産業振興課 商工係係長 勝田様、主任主事 塚原様
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、菅原主任
株式会社浜銀総合研究所 田中、加藤

【ヒアリング項目】

1. 産業振興施策の全体像について

【北区内に集積する産業】

- ▶ 北区（以下、本区）の事業所数を見ると、全体で15,060事業所（平成21年時点）と、23区の中では下から4番目となっている。
- ▶ 業種別には、「卸売業、小売業」や「不動産業、物品賃貸業」「製造業」が上位となっており、東京都と比較しても、構成比の割合がやや高い。
- ▶ 本区の主要産業の1つである工業について、より詳細に見ると、事業所数は「印刷・同関連業」や「繊維業」が多い。従業者規模別では、従業者数が4人以下の事業所が全体の63.8%を占めており、零細企業が多い。
- ▶ 本区には4つの産業集積地域（新河岸地域、神谷地域、王子・堀船地域、田端地域）があり、多くの企業が立地している。これらの地域は、川沿いにあったことから、水資源を利用する産業が発展し、その名残で現在に至っている。
- ▶ 本区の工業の特徴としては、まず、印刷・同関連業が重要な産業として位置付けられている。事業所数は全体の23.8%あり、一番多く、製造品出荷額等は53.8%と、全体の半数以上を占めている。実際、区内には大日本印刷株式会社の工場・研究所や読売新聞工場、国立印刷局王子工場など大企業の立地が多く見られる。また、化学も中外製薬等の大手の企業が立地しており、両産業は北区の主要産業といえる。
- ▶ 大企業の撤退状況については、最近は特段見られない（直近で一番大きな撤退事例は、キリンビールだが、その跡地については、現在、読売新聞の工場が立地している）。

【産業振興施策の実施主体】

- ▶ 本区の産業振興施策の主体は産業振興課であり、職員数は25名、産業振興係（産業振興に係る計画作成や施策のPRの実施）、商工係（商工業の振興や事業展開に関すること）、経営支援係（中小企業の経営相談や融資に関すること）と3つの係がある。
- ▶ 他地域との連携については、同じ城北地域ということや、工業に関する施策に積極的に力を入れていること等から、板橋区とは連携して事業を実施している。

³ ヒアリングメモについては、自治体名五十音順に掲載している。

【産業振興プランの策定について】

- ▶ 本区では、産業戦略の基本戦略となる「北区産業活性化ビジョン」を平成 20 年 1 月に策定した。基本戦略は 5 つの柱で構成されており、それぞれの主な対象は工業関連が 2 つ、観光、商業、雇用が 1 つずつとなっている。その下に、3 年毎の行動計画（実施計画）が策定されており、現在は第 2 期行動計画を実施している。
- ▶ 他区を見ると、産業振興条例を策定しているところもあるが、本区ではまだ取組んでいない。

2. 産業振興施策の内容について

○「情報発信」のための施策について

- ▶ 本区では、紙媒体やインターネット手段を活用して、産業団体や商店街など様々な機関に対して、産業振興の PR を行うなど、多くの方法で情報を発信している。以下、具体的な支援について記載する。

【中小企業支援ガイド】

- ▶ 産業団体や関係機関、金融機関を通じて企業を対象に、本区で実施している産業振興支援策を利用してもらうために、年 1 回発行し、配布している。

【中小企業融資あっせんのご案内】

- ▶ 年 1 回発行しており、金融機関を通じて企業へ配布している。

【北区産業情報かわら版、産業支援情報メールマガジン】

- ▶ できるだけ区の情報を企業にタイムリーに届けることを目的に、昨年度から月 1 回程度、産業団体を通じて、企業に「北区産業情報かわら版」を配布している。
- ▶ ただし、前者は紙媒体であるため、なかなか企業に行き渡らないということを考慮し、今年度から産業支援情報メールマガジンを月 2 回、配信している。現在、登録者数は約 100 名にとどまっているが、今後も積極的に増やしていきたい。

【商工通信誌「新しい風」】

- ▶ 北区の商工業の魅力を、区内はもとより、区外の人にも知ってもらうということを目的に、駅スタンド等に設置している。他の情報誌に比べると、読み物風に作成している。

【ものづくり企業データベース】

- ▶ 昨年度構築した内部のデータベースであり、各企業の概要や区の支援メニューの利用等の情報について、産業振興課内で共有化を図っている。現在の登録者数は約 250 社だが、今後も積極的に増やしていきたい。
- ▶ ものづくり企業データベースに登録されている企業のうち、外部への公開を許可いただいた企業（約 150 社）に関しては、情報の一部を「ものづくり企業支援サイト」（平成 24 年 4 月に開設）に掲載している。また、「ものづくり企業支援サイト」の開設に併せて、ホームページを作成する補助事業も始めている。
- ▶ その他の情報発信策としては、「創造北区」ものづくり編（北区の工業を PR するため平成 20 年に作成、主に一般向け）の作成・配布を行っている。これは区の事業であるが、住工混在地域が増えたことから、住民の方の工業に対するイメージを変えたい（ものづくりに対して親しみを持って欲しい）という目的で作成した。
- ▶ また、区の制度の 1 つである「きらりと光るものづくり顕彰」で受賞した企業を PR するため、

日刊工業新聞へ PR 広告の掲載も行っている。さらに、北区の産業の基礎資料（数値的な資料の冊子や過去の調査報告書等）をデータ化して、公開を検討している「デジタルアーカイブ⁴事業」も行っている。

- ▶ 情報発信を行う際の課題としては、情報を受け取る側が、情報が欲しいか否かを把握することが困難なことがあげられる。本区としては、できるだけ情報を受け取る側のニーズを考慮して、情報を発信しているが、元来、本区はものづくりに対する支援がさほど充実していなかったため、区内企業が本区の支援について目を向けてくれない風潮がある（前述の産業支援情報メールマガジンについても、まだ 100 名しか登録していないことや、ある調査で区の支援策に関して「知っている」と回答した割合が半分未満だったこと等）。
- ▶ せっかく、かわら版などで情報を提供しても、社長や必要な従業員まで行き届かない可能性も高く、その部分を改善する目的でメールマガジンを始めた。また、単に情報を発信するだけではなく、たとえば、一軒一軒訪問して欲しい人に情報が行き届けられるような取組もあわせて行っていく必要がある。
- ▶ 現在は経営アドバイザーやコーディネーターの方が一軒一軒企業を訪問し、区の支援メニューを伝えている（訪問の際に初めて支援メニューを知ったという企業が多い）。
- ▶ 金融機関との連携については、特段、協定は結んではいないが、城北信用金庫や瀧野川信用金庫には本区の事業 PR に関して協力をいただいている。

○「域内連携」の促進のための施策について

- ▶ 平成 21 年度に「財団法人地方自治研究機構」と共同で、企業間取引の連携に関する調査を実施した。調査結果から、企業間連携へのニーズはあるが、連携についての取組が弱いという特徴があると感じている。
- ▶ コーディネーターとしては、現在、経営アドバイザーや販路拡大コーディネーター（東京都中小企業振興公社から紹介された企業 OB の方）、技術相談員を設置し、彼らが中心となって、企業訪問を行い、必要に応じて、取引先の紹介や企業間のニーズのマッチングを実施している。
- ▶ 彼らを用いた理由としては、彼らが持っているチャンネルやノウハウを活用して、域内連携のみならず域外連携（本区と本区外とのマッチング等）も円滑に進めて欲しいという目的からである。
- ▶ また、前述の経営アドバイザーが運営支援をしながら、年に数回活動している異業種グループがある。現在は約 20～30 社参加しており、講師を招いての勉強会の実施や参加企業の事例の紹介を行っている。加えて、その事業を補助する「自主交流グループ活動支援事業」（年 10 万円を上限に 1/2 の活動経費を補助）も行っている。
- ▶ 大企業と中小企業との連携については、今年度予算がついたことから、取組の方向性はまだ見えていないが、マッチングやネットワークの構築を図りたい。
- ▶ 一部の中小企業は大企業との連携に強い関心を持っている。一方、区内にある大企業は区外との中小企業の連携もあること等から、大企業側から積極的に本区の中小企業を紹介して欲

⁴ 博物館や図書館等の収蔵品、有形・無形の文化的資料等をデジタル化して保存を行うこと。

しいという打診は特にはない（ただ、一部の開発関係者からは身近なところで顔を合わせて、打合せできたら本当は良いという意見もある）。

- ▶ 域外連携の具体的な取組としては、商談会の実施や KICC プロジェクト、人材育成（技術セミナーなどの講座）等を実施している。
- ▶ 東京商工会議所等の外部の産業団体との連携については、事業自体はさほど多くないが、今年度は東京商工会議所北支部と連携で、BCP⁵に関する講座を実施する予定である。必要に応じて、外部産業団体とも連携したいと考えている。
- ▶ 連携促進を実施するうえでの今後の方向としては、連携に対するニーズ（世代交代された経営者が他の企業と連携してみたい、若手でやる気のある経営者のグループの立ち上げ）はあるので、多数の緩やかな連携のグループを構築し、情報交換等を行っていただけたら良いのではないかと考える。

○「起業誘致」のための施策について

- ▶ 起業誘致について見ると、企業誘致条例は特段ない。昨年度に調査、今年度は具体的な方向性を検討した上で、メニュー出しを行い、来年度の予算に結びつけることを考えている。
- ▶ 本区として、新たにターゲットとして考えている産業は「医療・福祉産業」「環境・エネルギー産業」「文化関連産業」である。しかしながら、どのようにして育成するかについては、もう少し練らなければいけないと考えている。
- ▶ 現在、大企業を誘致できるような用地はない。比較的広い用地を所有している企業が撤退した場合に、新たな企業を誘致できるような対応をする程度にとどまり、次々に企業を誘致するようなことは難しい。ニーズとしては、工場というよりはオフィス（本区を本社にすれば、本社が東京都となるため）に対する需要はある。
- ▶ 平成 29 年に東洋大学総合情報学部が本区に移転する予定であることから、企業に対して大学と連携した情報関係の支援を行っていききたい。
- ▶ 本区に関しては、広い土地を用いての企業誘致は非常に難しい。オフィスの営業所を何十社も集積させるような工場ビルのようなものであれば構築できるかもしれないが、現時点では白紙である。

○「育成支援」のための施策について

- ▶ 創業支援については、起業家支援セミナーの開催や「ネスト赤羽」（創業支援施設：2005 年 4 月に開設）によるオフィスの貸出を行っている。「ネスト赤羽」は個室が 14 室、パーティションで区切られた半個室が 8 室で構成されている。運営主体は今年度から指定管理としている。業種は多様であり、起業して間もない企業などが入居している。若干の空室がある。
- ▶ 一般的なオフィス需要は充足しているが、賃料の問題等から、起業して間もない企業がオフィスを借りるにはやや高い。そのため、本区では起業時はオフィス貸し等により支援し、経営が軌道に乗ったら、自力で本区内にオフィスを借りて欲しいという思いがある。

以 上

⁵ Business Continuity Plan の略。緊急時企業存続計画または事業継続計画のことを指す。

◇先進事例調査ヒアリングメモ（国立市産業振興課内地域振興担当様）

【ヒアリング実施概要】

- 日 時：2013年1月17日10：00～11：30
- 場 所：国立市役所3F 第3会議室
- 先方対応者：国立市 企業誘致推進本部事務局 産業振興課内地域振興担当 事務局長 青木様
国立市 企業誘致推進本部事務局 産業振興課内地域振興担当 外立様
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、菅原主任
株式会社浜銀総合研究所 田中、加藤

【ヒアリング項目】

1. 産業振興施策の全体像について

【市内に集積する産業】

- ▶ 国立市（以下、本市）は、面積が非常にコンパクトであり、狛江市に次いで2番目に狭いというデメリットがある一方で、国立府中インターチェンジが近いことから、物流関連の企業が集積している点や、駅が3つ立地している点がメリットである。
- ▶ 本市に立地している事業所の業種については、卸売業、小売業が全体の27%を占めている。具体的な実数については、卸売業が107事業所、小売業が522事業所と、東京26市の中では12番目である。また、年間販売額は両者合わせて1,874億円である。
- ▶ その他の業種については、サービス業が全体の20%を占めている。事業立地場所の割合については、富士見台地区が最も多く、23%の事業所が立地しており、次いで、東地区（22%）の順となっている。
- ▶ 本市の事業規模については、1～4名の小規模の事業所が全体の56%を占めている。本市における代表的な企業としては、「東京多摩青果㈱」（平成18年に本社を三鷹市から本市に移転）、「㈱ヤクルト本社中央研究所」、「塩野義製薬㈱」、「東京都信用農業協同組合連合会」の事務センターなどが立地している。反対に「旧東京海上火災保険」は市内から市外に移転している。

【産業振興施策の実施主体】

- ▶ 産業振興施策については産業振興課が主に実施しており、施策によって担当部署が異なっている。企業誘致や地域プロモーションについては企業誘致推進本部事務局（地域振興担当）が実施しており、メンバー構成は職員：2名、嘱託員：3名（企業誘致担当：1名、ビジテ！くにたち運営：2名）となっている。
- ▶ 市内中小企業間との連携については産業振興課商工係で国立市中小企業等振興会議を設置し、年間4回開催し、経営安定及び経営環境の向上に関することや商店街等の活性化に関することなどに関し協議を図っている。

2. 産業振興施策の内容について

○「企業誘致」のための施策について

【国立市企業誘致促進条例の経過、内容等について】

- ▶ 企業誘致の議論が出た経過については、議会において平成 15 年頃から本市の財政状況を鑑み、
 税収増加のための手段の 1 つとして、新たな企業を誘致し税収を確保するという意見が散見
 された。その後、平成 18 年度に「第 4 期国立市基本計画」に基づいて、企業とともにまちを
 育んでいくという基本理念のもとで、平成 19 年に庁内プロジェクトチームを立ち上げ、基本
 方針を定めた。
- ▶ そして、平成 20 年 11 月に「国立市企業誘致促進条例」を策定し、市内の雇用の促進、地域
 経済の活性化を目指し、いかに企業と連携して、まちを形成していくかということで、誘致
 を進めている。
- ▶ 企業誘致促進条例については、具体的には助成する企業の分野と業種を定義している。ただ
 し、分野については文学・芸術からバイオ分野までとする一方で、業種は製造業、情報通信
 業、卸売業、開発研究を行う事業を対象としており、かなり幅広い。その他の基準としては、
 中小企業で 500 ㎡以上、大企業で 1,000 ㎡以上の用地の確保あるいは、投下固定資本が中小
 企業で 1 億円、大企業で 2 億円以上との定義となっている。
- ▶ 現在、指定されている件数は 9 件であり、その内訳について、情報通信が 1 件、開発研究所
 が 1 件、卸売業が 3 件（2 社）、製造業が 4 件となっている。代表的な企業は「東京多摩青果
 ㈱」であり、同社については増設を行う際に指定している。
- ▶ 他自治体が行う企業誘致と大きく異なる点としては 2 つある。1 つは市内企業を支援するとい
 う考えのもと、市内企業の移転及び増設に対しても助成を認めている点である。もう 1 つは、
 本市は限られた用地で企業を誘致している現状があることから、企業誘致に協力した企業誘
 致立地協力者（地主）に対しても助成を行っている点である。
- ▶ 土地の確保については、企業誘致担当の嘱託員が定期的に巡回し、空いている土地があつた
 ら、その地主と会って用地の確保を地道に進めているのが現状である（嘱託員はもともと不
 動産関連の人で、専門スキルを持った方である）。
- ▶ 企業誘致の相談については、年間に 40～50 件ある。立地あっせん協力者（銀行、ディベロッ
 パー等を市に登録していただく）と情報を共有しながら、誘致していく方針である。また、
 指定企業としての業種や分野に該当していない企業、病院、保育園、高齢者施設などの立地
 相談を受けた場合についても連携して支援している。

【企業誘致を進める上での課題について】

- ▶ 立地いただいた企業から審査段階では、将来の地域貢献や市内雇用について提案されてい
 るが、課題は、それをどのように確認していくかという点である。今後は指定後も企業に対し
 てヒアリングを実施し、現状の把握に努める必要がある。
- ▶ 昨年 8 月に、指定された 7 社を対象に「現状に関するアンケート調査」を実施した。結果を
 見ると、予想以上に市内で消費されており、個人消費ベースだと、年間 2 億円弱程度となっ
 ている。企業側の立地に関する目的については、助成があつたというよりは企業側の事業拡
 大や交通環境の利便性の意見が多かった。地域貢献については、インターンシップや職場体

験の受入、商工会への加入等が見られた。

- ▶ 他の課題としては、企業側のニーズと地主のニーズのマッチングのしづらさといった点も挙げられる。事業用地については、南部地域（準工業地域に指定）での誘致が多い。ただ、生産緑地が多いところもあるので、広大な土地を確保することは困難な状況にある。企業のニーズとしては600～800坪の立地要望が多いが、実際、確保することは困難である。また、生産緑地については、相続の際に、生産緑地を解除するタイミングで企業を誘致する取組を行っているが、こちらについてもマッチすることが難しい。
- ▶ 条例を策定する過程においては、本市に企業が来て、その後雇用の促進という目的だったため、ターゲットをあえて絞らず、幅広い企業に来ていただき、その後行政、企業とともにまちを育むという思いであった。ただ、現在は、来た企業が実際にどのような地域貢献、地域活性化をしていただけたのかを検証する時期に来ている。単に助成するのみならず、助成した企業が地域にどのような貢献をするのかを考えないといけない。

○「情報発信」のための施策について

【ビジテ！くにたちの運営】

- ▶ 企業誘致を立ち上げる際にホームページ以外の独自にサイトを展開するという目的で、平成22年11月に立ち上げた。ただし、企業誘致のみの情報では市民に周知できないため、地域ポータルサイト⁶として様々な情報を掲載し、情報を発信している。その際には、できるだけ新しい情報を発信していく点に注意を払っている。
- ▶ 加えて、魅力発信や市内の企業支援としての「おしごと情報（求人情報）」「企業百景」、ロケのコーディネート実績、実際にロケされた場所等についても掲載している。
- ▶ サイト立ち上げの経緯については、本市内で地域ポータルサイトの創設を要望する声が多く、庁内でも企業誘致とポータルサイトの情報を発信したいという思いから、専門サイトに長けている嘱託員を1名雇用した。加えて、市内サイト運営に協力いただける企業と委託契約を結び、サイトを立ち上げた。
- ▶ 情報収集については、当課で実施している。企業誘致情報における、土地や空きスペースの情報については、定期的に地主からの情報や企業からの立地要望の情報を入手し、相手から掲載許可の確認が取れた情報については、掲載している。また、市内企業や市民等が新聞等のマスコミに掲載されたときも、当課が取材を行い、本サイトに記事として載せるケースもある。
- ▶ 課題としては、「ビジテ！くにたち」に限らず、市内には様々な情報発信サイト（例：観光まちづくり協会、商工会、個人が運営するサイト等）があり、それらのサイトと情報が重複していることが挙げられる。情報発信としては良いが、総合ポータルサイトとして、他のサイトと融合を図ることが課題である。

○「域内連携」の促進のための施策について

- ▶ 市内の事業者との相互連携（ビジネスマッチング、交流会、産学連携）の取組については、

⁶ 自治体や地域のビジネス情報やイベント情報などを総合的に紹介するウェブサイトのこと。

平成 20 年 11 月から企業誘致アドバイザーグループを立ち上げてきた。メンバーには、商工会、商業協同組合、金融機関、農協等に参加いただき、企業誘致に関する助言や本市からの情報を提供等、年 2 回実施してきた。

- ▶ しかし、昨年、アドバイザー要綱の一部を改定し、商工会や指定企業、金融機関、企業立地あっせん協力者等による新たな委員による会を発足し、行政と市の企業、産業界の情報共有の場という目的のもと、これまでは指定企業が立地後、商工会や他の市内企業と交流する機会が少なかったため、このような形で、定期的な会合し、情報の共有や地域貢献などの取組について話合っている。

○「起業誘致」のための施策について

- ▶ 起業支援は本市が直接支援を行っているわけではないため、具体的な支援策はないのが現状である。それゆえ、インキュベーション施設⁷（SOHO⁸）や起業相談については、民間の企業支援を進めている団体があるので、そこが行っている。

○「育成支援」のための施策について

- ▶ 企業育成の人材育成制度は当課では特に実施していない。中小企業からの相談等については、商工会が実施している。
- ▶ 商工会と行政の連携（情報共有等）については、指定企業を評価する際に、誘致企業審査委員会で、指定ランクの評価の中に地域に貢献できる団体の所属の有無について評価項目として入れることや、企業が相談される際には、商工会のパンフレットを提供するなどを検討している。

○産業振興を進める上での今後の考え

- ▶ 本市の場合は、企業を誘致する際には、立地したいという情報をいただくが、マッチングする用地の確保が難しい。やはり、情報を持っている専門的な業者や金融機関との連携や、実際に土地を持っている地主からいかに信頼を得て、用地を確保するかが重要である。
- ▶ 立地あっせん協力者の情報は、資格要件を満たして、申請すれば、企業や地主の情報を優先的に提供する。現在は 22 社いるものの、登録だけの企業もあれば、情報交換を頻繁に行う企業もあり、実際の活用状況は企業によってまちまちである。
- ▶ 協力者の中には当課よりも情報を持っているところもあるので、そういった企業と連携を取ることにより、助成制度よりも大きな効果があると考ええる。
- ▶ 産業振興（農産）の立場だと、適地が農地ということもあり、反対に農地の減少や建物が南側に立地されると日照権の問題が生じ、農地としての利用ができなくなるため、お互いの利害関係を調整することが困難となってきている。
- ▶ 撤退企業の中には、既存不適格で建て替えができずに撤退した企業もある。また、現状でも

⁷ 新しく設立された企業に対して自治体などが経営相談や資金面での支援を行い、育成を図る施設のこと。

⁸ Small Office・Home Office の略。インターネット等を活用して自宅や小さな事務所で起業すること。あるいはその事務所そのものを指す。

既存不適合で耐用年数がだいぶ経っているが建て替えができない企業も存在しており、そのような企業を市内移転という考えに持っていくためにどのような支援が必要か検討する必要があると考える。

以 上

◇先進事例調査ヒアリングメモ（調布市産業振興課様）

【ヒアリング実施概要】

- 日 時：2012年8月8日9：30～11：30
- 場 所：調布市役所本庁舎会議室
- 先方対応者：調布市 生活文化スポーツ部 産業振興課 経済産業係 係長 御前様
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、菅原主任
株式会社浜銀総合研究所 添野、田中

【ヒアリング項目】

1. 産業振興施策の全体像について

【市内に集積する産業】

- ▶ 調布市（以下、本市）の事業所を見ると、卸売・小売業、飲食業、その他サービス業などの事業所数が多い。また、本市内には34の商店街があり、商店街の多さが特徴である。
- ▶ 市内には準工業地域が少なく、あまり大きな製造業事業所はないが、大手保険会社のオフィスやIT系企業の研究開発拠点、研修所などが立地している。
- ▶ 本市の特徴的な産業としては、映画産業が挙げられる。角川大映や日活などの大きな撮影所があり、それらの撮影所を軸に映画関連の企業が集積している。
- ▶ 現在は、集積する映画産業を活用し、「映画のまち 調布」として、市内の小学生を対象とした撮影所見学や、「キンダー・フィルム・フェスティバル」等のイベント開催などを通じて地域振興を図っている。

【産業振興施策の実施主体】

- ▶ 本市の産業振興課の職員数は17名（嘱託等を含め25名）であり、経済産業係と観光係がある（農業は別課）。商工業振興は経済産業係が担当しており、商工会と連携し、産業振興センターとともに施策の展開を進めている。
- ▶ また、昨年2月に調布市内の中小企業に密着した営業を行っている多摩信用金庫（市内融資額トップ）と中小企業等支援に関する包括協定を締結した。同信用金庫とは、3ヶ月に1回程度のペースで情報交換を行っており、中小企業向け支援策の厚みが増したと考えている（例えば、人気のあるセミナー講師の選定・開催など）。
- ▶ 多摩信用金庫との主な連携事業としては、「事業継承支援」「創業・経営支援」「人材育成・人材確保支援」「商品開発・販路拡大支援」「商店街支援」などが想定されている。

【産業振興プランの策定について】

- ▶ 本市では、平成19年度～平成23年度を計画期間とする産業振興計画を策定し、市内事業者の振興を行ってきた。
- ▶ ただ、仮に期間を見据えて産業振興を行ったとしても、成果が景気動向に大きく左右されてしまう。そのため、現時点では産業振興のための新たな計画策定の必要性はないと考えており、次期総合計画(平成25年度～)に基づき対応することも考えている。

2. 産業振興施策の内容について

○「情報発信」のための施策について

【見本市出展支援】

- ▶ 平成 21 年度に実施した「調布市 事業所経営実態調査」において、展示会等への出展支援に関するニーズが多く見られたことから、「調布市見本市等出展支援事業」を実施している。
- ▶ 本事業は、市内企業が比較的小規模の展示会・見本市等（100 以上の企業が出展している展示会）へ出展する際に、その出展小間料の一部を市が負担するものである。
- ▶ 1 社あたりの金額の上限は 10 万円で、年間 2、3 件程度の申請があり、平均して 1 件あたり 3 万円程度を支援している。
- ▶ なお、市では年間 50 万円の予算を確保しており、現行の申請額であれば十数件の支援が可能である。

【「産業ニュースちょうふ」の発行】

- ▶ 市の産業振興に関する取組等を市内の事業者に向けて発信するためのツールとして、「産業ニュースちょうふ」を隔月で発行している。
- ▶ ニュースの内容については、多摩信用金庫との包括協定の内容や事業者向けセミナー、都や市の産業振興施策の動向などであり、掲載する情報の取材や制作は市の職員が行っている。
- ▶ 希望する事業者に対して FAX およびメールにより発送しており、現時点で約 70 件の事業者に発送しているが、今後、より一層の読者数の拡大が必要と考えている。
- ▶ なお、市の施策については、同ニュースや市報、市のホームページで周知を行っており、加えて、商工会を通じて同会の会員向けに情報発信を行っている。

○「域内連携」の促進のための施策について

- ▶ 昭和 63 年度から平成 23 年度まで、産学官連携のための異業種交流会に対する支援を商工会と市で行ってきた。
- ▶ 長期に渡り異業種交流を支援してきたが、当事者が交流を広げていく気にならなければ、取組が広がっていかないと感じている。
- ▶ 昨年度までの異業種交流支援では研修や視察に対する助成を行ってきたが、本年度から事業の窓口を商工会へ移管し、事業の内容も見直し、市内事業者によるものづくりを支援する制度に切り替えている（「調布市商工会新製品等事業化促進事業費補助金」）。
- ▶ その他の域内連携施策としては、多摩信用金庫のコーディネートによる市内企業間のビジネスマッチングや、東京都での国体の開催を見据えたお土産などの検討を行っている。
- ▶ また、市内に集積する映画産業との連携については、日活芸術学院の学生による市内商店街の CM 作成といった取組のほか、観光を絡めたものがある。

○「起業誘致」のための施策について

- ▶ 昨年度末まで 6 年間の時限条例として「調布市企業立地等促進支援条例」を設け、情報通信業や金融保険業、サービス業などの事業所の市外からの誘致や市内オフィスの増床促進を図ってきた。
- ▶ 金融保険業の事業者を主なターゲットとして大手事業者に対して営業活動を行った結果、大

手保険会社の市内拠点の拡充につながった。

- ▶ 条例については一定の成果が見られた一方で、条例の誘致策を目当てに大手企業は動かないと感じている。
- ▶ 条例を設けることで、市の産業振興に取り組む姿勢を市内外の企業に示す意味が大きいのではないかと思う。
- ▶ 今後の条例については、「映画のまち 調布」に絡めた映画産業なども対象にした誘致策を検討しているが、企業規模なども含め未定である。

○「育成支援」のための施策について

- ▶ 創業支援については、京王線国領駅前にある産業振興センターにおいて実施している。同センターでは、市が委嘱した11名の起業支援指導員（中小企業診断士など）が月曜日から日曜日までシフトを組んで常駐し、経営相談を受け付けている（相談は予約制）。この起業支援指導員の人件費の平成24年度予算額は、年間6,337千円である。
- ▶ また、同センターでは、創業初期段階の企業に対して最長3年間で7~12㎡程度のスモールオフィスを貸し出している。同オフィスは、3~4.7万円/月程度の賃料で貸し出しており、入居時には審査を行っている。なお、全7室のうち現時点で空室は1室であり、入居者はIT事業者やコンサルタント等が多くなっている。
- ▶ なお、産業振興センターは創業支援が業務の中心であり、商工会は既存企業の支援といった形で棲み分けができており、事業の重複などは発生していないと考えている。

以 上

◇先進事例調査ヒアリングメモ（調布市商工会様）

【ヒアリング実施概要】

- 日 時：2012年8月11日10：00～10：40
- 場 所：調布市商工会会議室
- 先方対応者：調布市商工会 商工振興課長 川鍋様、巡回相談員 宮田様
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、菅原主任
株式会社浜銀総合研究所 田中、小泉

【ヒアリング項目】

1. ものづくり企業DB検索システムについて

【取組の経緯】

- ▶ 東京都のシナジースキーム事業を活用し、平成18年度から基本計画を作成、19年度に選定を受け取組を開始した。
- ▶ 事業期間自体は、3年間だったが、期間中、受発注システム・データベースなどを構築した。
- ▶ 「ものづくり企業DB検索システム」を立ち上げるに当たり、各企業に対して、自社の概要や製品、商品の画像について、エクセルファイルに記入するように依頼した。しかしPC操作に慣れない中小企業の経営者にとって、その作業は困難だった様子であり、実際、情報収集は苦勞した。

【掲載企業】

- ▶ 当初110社の参加だったが、毎年20社程度増加し、現在は158社程度が参加している。
- ▶ 掲載企業の内訳は、80%が製造業で、残りの20%がソフト、デザイン、映像、企画関係である。
- ▶ 掲載企業の新規発掘方法については、都の産業技術研究センター出身の相談員が、ものづくり、ソフト、デザイン関係の企業を訪問し、その企業に対して、データベース掲載の依頼を行っている。
- ▶ データベースの削除は、商工会の退会届や相談員の直接訪問などから情報を収集している。
- ▶ 商工会の会員でなくともデータベースに掲載している場合もある。

【成果等】

- ▶ 全て把握しているわけではないが、個別企業同士で仕事の受注、共同開発などの成果が出てきている。
- ▶ 所有する設備や品番を「見える化」したことで、各企業の詳細が分かるようになり、商工会の活動にも幅が出てきている。
- ▶ 成果は商工会に話を通した時や巡回時の聞き取りをした場合のみ把握が可能で、企業同士が個別に行っている場合は、把握が困難である。

【現在の課題等】

- ▶ 調布市内にある中小企業は、下請け企業が多いことから、企業自身が製品のPRを行うと、取引先との関係が悪化してしまう可能性があり、それが掲載に対して躊躇する要因となっている。

【成功のポイント】

- ▶ 既に存在しない会社が市内データベースに入っていると活用する気がなくなるため、更新作業が非常に重要である。

2. その他産業振興の状況について

【市内企業の特徴】

- ▶ 機械加工、部品の製造が多いが、下請け企業が多く、自社製品を作る会社が少ない。
- ▶ 商工会の会員数約 3,000 社のうち、2,000 社が商業であり、商業系が多い。
- ▶ 調布市内では、発注企業となる大手企業の転出が目立ってきている。

【市内企業の交流状況】

- ▶ 異業種交流会や工業部会等交流会・都連主催マッチング商談会を通じて企業同士で交流を深める事業を行っている。
- ▶ 平成 24 年度より、調布市の異業種交流会助成は商工会を通じたの支援に変更された。商工会では、新製品開発に重点を置き、広く市内ものづくり企業への新製品開発助成にシフトした。

【その他の産業施策】

- ▶ 今年度から、新製品開発等に対する助成事業をスタートした（補助限度額 100 万円）。
- ▶ 今後は、調布市商工会を主体としたビジネスマッチング事業を予定している。

以 上

◇先進事例調査ヒアリングメモ（調布市産業振興センター様）

【ヒアリング実施概要】

- 日 時：2012年8月11日 11：20～12：20
- 場 所：調布市市民プラザあくろす会議室2
- 先方対応者：調布市 生活文化スポーツ部 産業振興課 産業振興センター主事 長谷部様
多摩信用金庫 価値創造事業部 森田様
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、菅原主任
株式会社浜銀総合研究所 田中、小泉

【ヒアリング項目】

1. 産業振興センターの業務について

- ▶ 調布市職員は4名（担当課長1名、係員1名、再任用1名、臨時職員1名）勤務している。
- ▶ 相談員は12名（調布市起業支援指導員（※1）：11名、多摩信用金庫職員（※2）：1名）勤務している。
 - ※1：調布市起業支援指導員設置に関する規則に基づき任用している。
 - ※2：調布市と「中小企業等支援に関する包括協定」を締結した多摩信用金庫との「経営課題解決事業委託契約」に基づき勤務している。

- ▶ 調布市産業振興センターがある調布市市民プラザあくろすの管理運営は、指定管理者制度を導入し、(株)東急コミュニティーが行っている。調布市市民プラザあくろすには、産業振興センターの他に、男女共同参画推進センター、市民活動支援センターがある。

【創業相談業務】

- ▶ 中小企業診断士や社会保険労務士、企業経営者などの相談員が常駐し、創業を志す方や経営課題を解決したい方のサポートを行っている。
- ▶ 相談員は、平日は2名の交代制、土日祝日は1名のみ勤務している。相談は予約制である。
- ▶ 調布市と「中小企業等支援に関する包括協定」を締結した多摩信用金庫との「経営課題解決事業委託契約」に基づき、週1日、多摩信用金庫職員が産業振興センターへ派遣されてきている。

【インキュベーション施設】

- ▶ 創業支援施設スモールオフィスを7部屋準備している。
- ▶ 家賃は3～4.7万（共益費込）。入居期間は最長3年で事前の入居審査を経て入居が決定する。
- ▶ 創業塾出身の利用者は1名いる。
- ▶ インキュベーション施設卒業後は、調布駅前など、ほぼ市内への移転になっている。卒業後は市内に移転しなければならないといった規則はない。
- ▶ 市民プラザあくろす内の会議室は、あくろすの受付で団体登録し予約することで利用できる。
- ▶ 周辺の同様施設としては、電通大の施設があるが、同大学の教職員および学生で、研究成果をもとにベンチャー企業を設立しようとする者、もしくは、電気通信大学発ベンチャーとして認定を受けた企業が入居対象となっており、競合関係にはない。
- ▶ 多摩市の事例であるが、ビジネススクエア多摩は、個室が13室あり、100%入居している。

- ブースプランも 19 人が利用している。また三鷹市の同様の施設もほぼ稼働率 100%である。
- ▶ 2、3 年前は審査が難しいほど応募があったが、近年はスモールオフィスへの応募も減ってきており、相談件数も減少してきている。
 - ▶ 近年は、ライターやシステム開発など、PC1 台で仕事ができる時代になってきており、家賃をかけず創業するケースが増えてきていると思う。
 - ▶ スモールオフィスの入居をみても、IT 系、士業が多い。士業の人も入居基準を満たしているもので、申し込みはできるが、地域への雇用の広がり観の観点等により、審査で落とされることもある。
 - ▶ 現在 2 階にある多目的室は、平成 22 年 8 月までチャレンジショップ（店舗スペース）として 4 区画を各 2 万円程度で貸し出していた。しかし、通行人数が少なく、商売に適さないと判断し、平成 24 年 3 月に廃止した。
 - ▶ 今後、調布市がインキュベーション施設を増やす動きは無い。

【創業塾】

- ▶ 毎年創業塾を開催している。期間中は、第二、第四土曜日に開催する。
- ▶ 定員は少数精鋭の 15 名。
- ▶ 今年で開始から 7 年を迎え、今年の実卒業生で既に創業済が 3 人、創業準備中が 3 人いる。
- ▶ 累計で卒業生の約 3 割が創業している。他の創業塾は約 2 割なので高いといえる。
- ▶ 受講生の出身地の規定は無く、山梨、埼玉から受講しに来ることもある。
- ▶ 受講生のフォローアップアンケートを実施したが、回収率が悪かった。そのため、近年の相談に来た人には、電話やメールなどでフォローを始めた。
- ▶ 本来、何年度創業件数何件という評価をすべきであった。相談件数だけでニーズを図っていたので、費用対効果が不明になっている。

【その他セミナー業務】

- ▶ 創業、経営相談会という名前を付けると参加しづらいので、ネットショップ相談会、気軽に参加できるテーマを選定し、相談会を行っている。
- ▶ 日本政策金融公庫三鷹支店の専門担当者による融資相談会も毎月実施している。
- ▶ それ以外にも、飲食業の開業セミナーや経営分析のセミナーなども実施している。
- ▶ メールマガジンを登録件数約 600 件にメール配信し、市のホームページや産業振興センターのホームページで広報活動を行っている。また調布市地域情報ポータルサイト「ちょうふどっとこむ」と連携している。
- ▶ 多摩信用金庫がコーディネートを行っていることで、調布市の創業塾の受講生や既に起業をした人とのネットワークが構築でき、他の多摩地域の創業者・事業者等とのビジネスマッチングも進めている。
- ▶ 他地域の人たちを呼び相互に交流するセミナーなども実施しており、市域を超えた交流ができています。

以 上

◇先進事例調査ヒアリングメモ（三鷹市生活経済課様・株式会社まちづくり三鷹様）

【ヒアリング実施概要】

- 日 時：2012年10月15日13：30～15：00
- 場 所：まちづくり三鷹 会議室
- 先方対応者：三鷹市 生活環境部 生活経済課 商工労政係係長 渡邊様
(株)まちづくり三鷹 経営事業部 シニアマネジャー 宇山様
- 調査訪問者：西東京市 生活文化スポーツ部 産業振興課 増岡係長、菅原主任
株式会社浜銀総合研究所 田中

【ヒアリング項目】

1. 産業振興施策の全体像について

【市内に集積する産業】

- ▶ 三鷹市（以下、本市）は住宅都市なので、大規模な用地もなく、地価もそれなりに高い。そのため、それほど大きな産業誘致をすることは難しい。現状、企業が出ていった跡地にマンションが建ち、産業が流失した状態である。
- ▶ 準工業地域、工業地域といった用途地域については、製造業に限らず、様々な事業所に来ていただきたいと考え、都市型産業という括りで誘致を促進する条例を作った。
- ▶ なお、SOHO については、情報通信関連の産業が多いものの、士業があったり、小さい製造業もある。SOHO というのは業種ではなく、どちらかといえば業態なので、本市ではあまり産業振興の「対象業種」を絞っていないのが現状である。

【産業振興施策の実施主体】

- ▶ まちづくり三鷹については、全体で54名の職員がいる。そのうち、市政窓口のカウンターを受託しているのは20人くらいなので、実質30人で産業支援を実施している。事業については、6人でチームを作って実施している。

2. 産業振興施策の内容について

○「起業誘致」のための施策について

【SOHO 支援の経緯】

- ▶ SOHO 支援については、本市として特に大きな予算を掛けているわけではない。まちづくり三鷹（以下、当社）や前身である財団の方が積極的にやってきた経緯があり、SOHO 支援は当社が、既存産業の支援は商工会や農業委員会などを中心にしていくという役割分担を行っている。
- ▶ SOHO 等の支援に着手したのには大きく2つの背景がある。1つは、中心市街地の空洞化の問題や民間の空き物件をどうするか、少子高齢化を迎える中で市の財政基盤についての議論がなされていた。またもう1つは、1995年にWindowsが登場して、社会の情報化が一気に進んだ。また、1996年以降は、地元のケーブルテレビ会社が光ファイバーをひいたので、そのインフラをどう活用するのかといった課題があった。
- ▶ 市内に大きい工場を誘致する土地を確保することが難しく、また、環境負荷を与えるような産業の立地も困難であった状況において、産業振興策として浮かび上がってきたのが、民間

のマンションやオフィスビルの空室への IT を中心とした小規模事業者の誘致であった。

- ▶ 当社が採った支援策としては、1998 年に「パイロットオフィス」を設けた。同オフィスは 5 年間、約 80 坪くらいあった雑居ビルの 2 階を半分に分け、一方を入居施設（9 室）、もう一方を入居者でなくても使えるオープンなスペースとして会議室などを設け、市内の SOHO 事業者にも使用してもらった。
- ▶ 当時は SOHO と言っても実態の把握が難しく、ここに集積してもらうことで彼らの実態とニーズを調査、研究する目的があった。
- ▶ パイロットオフィスにしても産業プラザにしても予想外に応募者が多く、書類審査を実施した。決算書（財務諸表）をチェックし、しっかり家賃が払ってもらえる会社を選んだ。なお、もうひとつ三立 SOHO センターがあるが、こちらはインキュベーションを目的としていたので、財務諸表に加え、どちらかといえば、事業計画を重視して選んでいる。

【各施設の賃料設定と特徴】

- ▶ SOHO センターについては、インキュベーション施設なので入居期間 5 年以内との制限を設けている。当初は空きが出てもすぐ入居者が見つかったが、最近は空きが出てもすぐ埋まらないケースもある。
- ▶ パイロットオフィスについては、3 階にも拡張しているが、賃料が高いところはなかなか埋まらない。当社が民間ビルを借りて、それを入居者に転貸しているのだから、家賃がどうしても高くなってしまっている（1 m²あたり 8,000 円程度）。
- ▶ 産業プラザは、完全個室で 1 m²あたり 4,200 円～4,300 円くらいの賃料設定である。
- ▶ 特徴的なのは、入居者に対して家賃補助等を行っていないことである。パイロットオフィスの入居施設部分は入居者が全部負担し、会議スペースについてのみ三鷹市から補助がでている（2003 年度まで。年間 2,500 万円程度）。現在は独立採算で収支はプラスマイナスゼロである。
- ▶ 産業プラザにいたっては近隣よりも高めに料金設定している。市有地に国の補助金等を活用して施設を建て、東京都の無利子融資なども受けながら体質的に黒字になるように工夫した。
- ▶ また、家賃補助等を行わなくても、メディアなどで当社あるいは三鷹市の取組が取り上げられたことから、優秀な企業が集まってくる。

【入居企業のニーズ】

- ▶ 当初は家賃補助を行うことも考えていたが、入居者にヒアリングして見ると、支援ニーズとして賃料補助や補助金よりも起業支援、経営サポートを求める声が多く聞かれた。特に営業、販路開拓の支援が求められていた。
- ▶ 入居企業の営業支援に向けて、「SOHO CITY 三鷹推進協議会」を設置し、市内でのクライアント探しの手伝いを始めたが、なかなかうまくいかなかった。
- ▶ 三鷹市に関連のある大企業と SOHO 事業者のマッチングなども進めたが、従業員が 1、2 人の企業と大企業を結びつけるのは難しいと感じた。小規模事業者は 100 万円の仕事であれば対応できるが、1,000 万円だと資金繰りが続かない。半年先の 1,000 万円のために、6 ヶ月間無料で業務ができるわけではない。その間にどこかが入って、大企業に対してはリスクヘッジ、SOHO に対しては中間払い・前払いをしないと仕事が回せない。
- ▶ そこで、ICT 事業者協会という小規模会社が共同受注できるようなしなやかな連携を SOHO 事業者が

作った。

【コワーキングスペースについて】

- ▶ SOHO 事業者等は、賃料という固定費を削るため自宅をオフィスとして活用する方が多い。
- ▶ 最近では、個室ではなく机 1 脚だけ貸してもらいたいといったニーズが見られる。そこで、今年オープンしたのが、コワーキングスペース⁹である。
- ▶ 個人事業主の間では、自分たちのスキルアップや人的ネットワークづくり、ビジネスパートナーを探すニーズが高まっており、むしろ個室ではないオープンでフリーなスペースがいいと考えて設置した。
- ▶ 現在の利用者は 72 人。今年 6 月からのペースとしては、それなりに集まっている。口コミやフェイスブックでの認知度が高い。
- ▶ 利用者の業種としては、オープンソース¹⁰やウェブ系の技術者など IT 系が多い。
- ▶ なお、コワーキングスペースは多摩地域を含む東京都内で 100 ヶ所くらいあり、全国では 250 近くある。

【入居者間の連携について】

- ▶ 年 1 回、3 つの施設の入居者などを対象に、B to B、B to C¹¹の交流会「SOHO フェスタ」を開催している。そのほか、「i クラブ」という会員組織を立ち上げ、打ち合わせのための会議室を安く借りられるなどの会員サービスや、会員対象のニュース配信をしている。

3. 産業振興を進める上での今後の考え

- ▶ 2012 年以降は、特に商店街や商業施設で産業振興を進める上でどのようにした方が良いか模索している。行政・商工会には公平性を求められるため、特定の企業だけ支援していくのが難しいからである。
- ▶ 当社に関しては、人材や企業を徹底的に育てていくことを理念としている。
- ▶ 事業的には 10 億円前後の売上があり、その利益を地域に再投資していくことが当社の主な役割である。再投資する時に、今後そういったやり方に沿っていければ良いと考えている。

以 上

⁹ 主にフリーランスの方々が利用する、固定席がないビジネススペースのこと。

¹⁰ ソースコード（設計図）を無償で公開しているソフトウェアのこと。また、そのソフトウェアを改良し、自由に再配布できるようにすること。

¹¹ Business to Business および Business to Consumer の略。B to B は、法人間取引のことを、B to C は法人と一般消費者との取引のことを指す。

■先進自治体ヒアリング結果整理表¹²

	北区	国立市	調布市 ¹³	三鷹市・株式会社まちづくり三鷹 ¹⁴
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中小企業支援ガイド（冊子 1,500 部作成） ・ 中小企業融資あっせんの案内（金融機関経由） ・ 産業情報かわら版（経済団体等へチラシ配布 5,000 部） ・ 北区産業支援情報（約 100 件の登録者に対するメルマガ） ・ 商工通信誌「新しい風」「創造」（一般向け冊子） ・ ものづくりデータベース（約 250 社） ・ ものづくり企業支援サイト（約 150 社） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 企業誘致と地域プロモーションのホームページ（ビジテ!くにたち）を開設 ・ 提供情報は、企業誘致、立地あっせん、貸オフィス・貸店舗情報、ロケ地、仕事情報など 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産業ニュースちょうふ（約 70 件の登録者に対するメルマガ、チラシ） ・ ものづくりデータベース（製造業のマッチング支援中心） ・ データベースの情報については、商工会の嘱託職員が随時収集・更新 	—
域内連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営アドバイザーや販路拡大コーディネーター等が中心となり、マッチングを実施 ・ 異業種交流に対する補助「自主交流グループ活動支援事業」（年 10 万円を上限に 1/2 の活動経費を補助） ・ 大企業と中小企業との連携強化に着手 ・ 東京商工会議所等との連携、商談会の実施や KICC プロジェクト、人材育成（技術セミナーなどの講座）等の域外連携支援も実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 平成 20 年度から企業誘致アドバイザーグループを立ち上げ（年 2 回） ・ 現在のメンバーは、商工会、企業誘致促進条例指定企業、金融機関など ・ 指定企業が市内に立地後、商工会や他の市内企業と交流する機会が少なかつたため、定期的な会合を催し、情報共有や地域貢献などの取組について話し合っている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 昭和 63 年度から昨年度まで、産学官連携のための交流会を商工会と市主導で実施 ・ 多摩信用金庫のコーディネートにより市内企業間のビジネスマッチングなどを実施 ・ 市内にある日活芸術学院の学生による市内商店街 CM 制作といった取組あり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ICT 事業者協会という小規模会社が共同受注できるようなしかけを構築 ・ 年 1 回、3 つの施設の入居者などを対象に、B to B、B to C の交流会を開催

¹² 本整理表は、ヒアリング結果を踏まえ西東京市にて再構成をしたものである。

¹³ 調布市商工会、調布市産業振興センターの取組を含む。

¹⁴ 三鷹市及び株式会社まちづくり三鷹については、起業誘致施策の取組を中心にヒアリングを行ったため、情報発信・育成支援の項目については「—」とした。なお、三鷹市及び株式会社まちづくり三鷹の内容は、平成 23 年度に行ったヒアリングの内容も加味して記載している（詳細は、昨年度の調査報告書を参照されたい）。

	北区	国立市	調布市	三鷹市・株式会社まちづくり三鷹
起業誘致	<p>【企業の誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> 企業誘致のための条例化は検討段階 ターゲット産業は「医療・福祉産業」「環境・エネルギー産業」「文化関連産業」 オフィス（本区を本社にすれば、本社が東京都となるため）に対する需要はある 広い用地を必要とする企業の誘致は非常に難しい <p>【オフィスの確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「ネスト赤羽」（2005年4月に開設）によるオフィスレンタルを実施 	<p>【企業の誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> 平成20年度に国立市企業誘致促進条例を制定 指定件数は9件（情報通信、研究開発、卸売業、製造業など） ①市内企業の新設・増設、②企業誘致に協力した地主（企業誘致立地協力者）などへの助成を行う点に特徴 立地斡旋協力者（市に登録した銀行、ディベロッパー等）と情報を共有しながら、誘致活動を展開 	<p>【企業の誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> 時限条例として「調布市企業立地等促進支援条例」を設け、情報通信業や金融保険業、サービス業などの誘致や市内オフィスの増床を促進 一定の成果が見られた一方で、現行の規模の支援内容だけでは、大手企業は動かない印象 誘致条例は、行政の産業振興に取り組む姿勢をアピールする意味が大きい <p>【オフィスの確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全7室のsmallオフィス（市営施設）を設置 経営相談員が常駐して入居企業を支援 	<p>【企業の誘致】</p> <ul style="list-style-type: none"> 三鷹市都市型産業誘致条例を制定（平成23年度調査報告書より） <p>【オフィスの確保】</p> <ul style="list-style-type: none"> まちづくり三鷹管理のSOHOオフィス「SOHOパイロットオフィス」「三立SOHOセンター」「三鷹産業プラザ」の3施設（68ユニット） 民間型SOHOオフィス三鷹産業プラザアネックスなど5施設（48ユニット） コワーキングプロジェクト・ミタカフェ（平成24年度より開設し、協働ワークスペースとして実証実験中・利用者72名）
育成支援	<ul style="list-style-type: none"> 起業家支援セミナーの開催 	—	<p>【見本市等出展支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「調布市見本市等出展支援事業」を実施 市内企業による小規模な展示会・見本市等へ出展に際し、出展小間料の一部を市が補助 <p>【地域金融機関との包括提携】</p> <ul style="list-style-type: none"> 事業支援、人材育成支援、経営ノウハウ支援などの面で多摩信用金庫と包括提携 <p>【新製品開発促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内企業による新製品開発等に対する支援 <p>【セミナー】</p> <ul style="list-style-type: none"> 毎年、創業塾を開催 また、経営相談会、創業相談会なども随時開催 	—

3. 先進自治体ヒアリング結果のまとめ

以下、本節ではヒアリング対象とした4つの先進自治体の取組における特徴を踏まえ、本市の「ソフトなものづくり産業」振興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

- ▶ ヒアリング先自治体の「情報発信」に関する取組を見ると、調布市や国立市などにおいては情報の鮮度と量に重きが置かれ、嘱託職員なども活用しながら、様々な情報の収集が行われていた。
- ▶ また、収集および発信される情報については、域内企業のビジネスニーズやオフィスの空室状況、行政の産業振興施策、域内企業の事業紹介など極めて幅広い内容であった。
- ▶ 併せて、今回ヒアリングを実施した先進自治体では、上記のようなマンパワーを活用して収集した情報を、行政や商工会のホームページや産業振興施策専用のポータルサイト、登録者に対するメールマガジン、情報提供用の小冊子、チラシなど多様な媒体を活用して発信が進められていた。
- ▶ なお、情報発信の対象については、不特定の市内外の企業に対して情報を提供することを目的としているケースに加え、北区などにおいては、域内の産業の現状を広く区民に提供することを目指した取組（商工通信誌の発行など）も行われている。

(2) 「域内連携」について

- ▶ 対象先の自治体においては、異業種、大企業と中小企業、市内企業と域外企業、大学など業種や組織の規模を超えた多様な主体間で連携が行われていた。
- ▶ そうした連携については、行政が自ら交流会などを主催している事例は少なく、例えば市内事業者による自主的な連携・交流に対して補助を行ったり、提携関係のある地域金融機関や経営アドバイザーなどの外部の専門家・専門機関を紹介してビジネスマッチングのコーディネートを行うなど、域内事業者の自主的・自発的な活動を行政が側面から支援するケースが多く見られた。

(3) 「起業誘致」について

- ▶ ヒアリングを行った一部の自治体においては、大企業・中堅企業と中小・SOHO事業者いづれに対しても支援を行うケースが見られた。
- ▶ 例えば、中小企業、SOHO事業者を対象としたスモールオフィスやシェアオフィス¹⁵の設置などを先行させつつ、大企業・中堅企業を主たる対象とする企業立地促進に向けた優遇制度（以下、「企業立地促進施策」）を検討し導入していくという取組をともに実施している自治体があった。
- ▶ スモールオフィスやシェアオフィスについては、行政が直接的にハードを整備した事例も見られたが、民間事業者によるスモールオフィスの設置などに対して行政が支援を行うなどの形で効率的かつ迅速にオフィススペースを確保する事例も見られた。

¹⁵ 複数の事業者が同じスペースを共有するオフィスの形態。小規模な事業者が使用するケースが多い。

- ▶ なお、企業立地促進条例については、「条例が即座に企業の進出増加につながるわけではない」といった発言や、「地域内での大規模な事業用地の確保が難しい自治体では、そもそも新規の大手企業の進出が難しい面がある」との考えも聞かれた。

(4) 「育成支援」について

- ▶ ヒアリング先の自治体においては、自治体内の事業者に対して「新製品開発に対する支援」、販路開拓などを目的とする「見本市等への出展支援」、中小企業診断士といった専門家による「経営相談・経営支援」「創業・起業セミナー」などが行われているケースが多く見られた。
- ▶ また、一部の自治体においては、ビジネスマッチング等の連携や域内事業者間の交流に加え、自治体内外の専門機関や地域金融機関が、育成支援についても大きな役割を果たしている事例も見られた（地元の信用金庫と連携した創業・起業セミナーの開催、講師派遣、経営支援など）。

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】

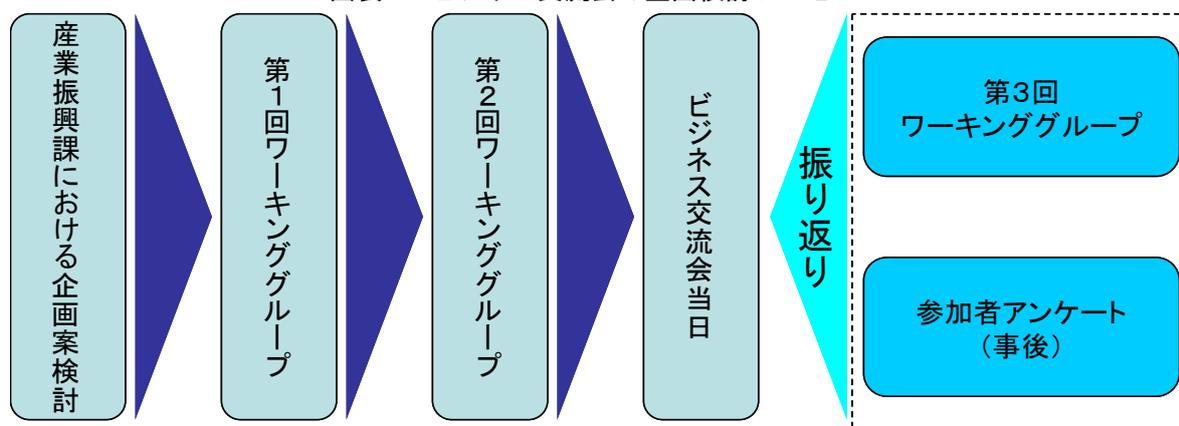
- 市内の「ソフトなものづくり産業」の事業者が、ソフトなものづくりに関する意見交換等を行い、相互交流を進めていくためのきっかけとしてビジネス交流会を開催する。
- 併せて、交流会における協議内容や参加者に対するアンケート調査等を通じて、本市産業振興施策に対する意見等の収集を行う。

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	アルファータック株式会社 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

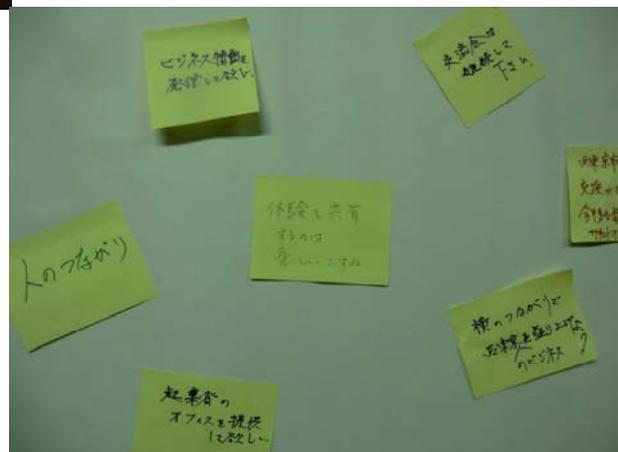
本市産業振興課内および2回にわたるワーキンググループでの協議を通じて企画の内容を確定させた上で、産業振興課からのダイレクトメール、ワーキングメンバーからの声かけ等を通じて参加者を募集した。その結果、最終的に14の事業者から15名の方にご参加をいただくことができた。

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をしてもらいたい。 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、西東京市のことの方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、働きやすいと思われ、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。

第4章 ソフトなものづくり産業育成施策のあり方とその方向性

本章では、昨年度の「調査報告書」にて示された「ソフトなものづくり産業」に対する4つの支援策の方向性及びモデル施策のケーススタディを前提に、本年度の先進自治体調査およびビジネス交流会等を通じて「施策のあり方とその方向性」をとりまとめる。

とりまとめにあたっては、産業振興マスタープランのアクションプランの進捗よくや個別事業の課題・問題点等に留意しながら、産業振興マスタープランの計画への位置付けや施策を実施することの効果や予算・制度面等への対応といったことも総合的に考慮しながら、検討することとする。

(1) 「情報発信」に関連する施策について

【「情報発信」に対するニーズ】

- ▶ ビジネス交流会での意見やビジネス交流会参加者へのアンケート、ワーキンググループでの議論によれば、市内外へ情報発信する取組について市内企業から多くのニーズが寄せられていた。
- ▶ 発信が期待されている情報については、市内立地企業の魅力（企業の技術力や経営者の考え方など）や市内の空きオフィス、求人情報などが挙げられていた。
- ▶ また、ビジネス交流会参加者へのアンケートでは、市内の産業振興施策に対する認知度がそれほど高くなく（「産業振興マスタープラン」の内容を知らないとの回答が約6割）、ビジネス交流会への参加理由についても「行政の産業振興施策に関する情報収集」との回答が半数を超えていた。

【「情報発信」に関する先進自治体の取組】

- ▶ 調布市や国立市などの情報発信を積極的に進めている自治体においては、情報の鮮度と情報量を重視し、行政や商工会の正規職員に加えて嘱託職員などを採用し、ホームページや事業所データベースに掲載する情報の収集や更新が行われている。
- ▶ 域内企業のビジネスニーズやオフィスの空室状況、行政の産業振興施策、域内企業の事業紹介など収集・発信される情報の幅は極めて広がっている。
- ▶ こうした先進自治体においては、上記のようなマンパワーを活用して収集した情報を、行政や商工会のホームページや産業振興施策専用のポータルサイト、登録者に対するメールマガジン、情報提供用の小冊子、チラシなど多様な媒体を活用して発信が進められていた。
- ▶ なお、情報発信の対象については、特に対象とする業種を定めずに、市内外の企業に対して広く情報を提供することを目的としているケースが多く見られた。

【「情報発信」に関する施策の検討】

- ▶ 上述の先進自治体で行われている取組を踏まえれば、業種を特定せずに広く市内外の事業者を対象として、産業振興関連の情報を種々の媒体の中から効率的に発信していくことが求められる。

- ▶ その際、情報の収集、更新などには相当なマンパワーやノウハウの蓄積、予算を要する点に留意する必要がある。
- ▶ また、情報発信に関する施策を行う上で、ビジネス交流会での意見、ビジネス交流会参加者アンケートの結果などを参考に、情報内容や発信媒体など優先順位を設定し、商工会や創業支援・経営革新相談センター等との連携も視野に入れていくことが想定される。

(2) 「域内連携」に関連する施策について

【「域内連携」に対するニーズ】

- ▶ ビジネス交流会参加者へのアンケートによれば、広く相互交流を目的とした交流会の内容についてはおおむね満足を得られ、自社と類似する業界の企業が市内に存在することを初めて認識したとの意見が多く見られた。また、その上で、今後も交流を期待する意見が多数寄せられている。
- ▶ 一方で、「ソフトなものづくり産業」に限定しない異業種も対象とした交流やビジネスに直結した、より深い内容あるいは対象者を絞り込んだ交流を希望する声が聞かれた。

【「域内連携」に関する先進自治体の取組】

- ▶ ヒアリングを行った先進自治体については、異業種連携、域内の大企業と中小企業との連携、近隣自治体の企業との連携など多様な主体間で連携が行われている。
- ▶ また、域内事業者間の自発的な連携・交流に対して行政が支援を行っているケースもあった。

【「域内連携」に関する施策の検討】

- ▶ ビジネス交流会やアンケートでの意見を踏まえると、本市の域内連携施策については交流、相互認知を目的としたものと、事業に直結したビジネスマッチングなどの双方についてニーズがあると考えられる。
- ▶ また、ビジネス交流会での意見や先進自治体の事例を参考とすれば、ビジネス交流会の参加対象については、ビジネスマッチングの成約可能性等を高めるため、「ソフトなものづくり産業」あるいは中小規模の事業者に限定せず、広く市内外の様々な規模の企業に参加を促していくことが有効であると想定される。
- ▶ なお、市内外の多様な規模の企業間でビジネスマッチングを進めていく上では、一度のマッチングイベント等で取引が成立するケースは少ないと考えられる。そのため、個々の企業のニーズとシーズを把握し、継続的に相互を結び付けていく連携コーディネーターの役割が重要となってくる。マッチング等の動きの本格化を図る上では、今後、交流の進展に応じて、連携コーディネーターの育成が検討課題となってくる。

(3) 「起業誘致」に関連する施策について

【「起業誘致」に対するニーズ】

- ▶ ビジネス交流会での意見や参加者へのアンケートによれば、本市で事業を進める上でのオフィススペースの確保が難しいとの課題が比較的多く挙げられている。
- ▶ 参加者の大半が「ソフトなものづくり産業」事業者であることから、一般のオフィスという

よりもむしろ、スモールオフィスやシェアオフィス、応接スペース、連携を促進するようなサロンスペースなどに対するニーズが多く見られた。

【「起業誘致」に関する先進自治体の取組】

- ▶ ヒアリングを行った自治体においては、中小企業、SOHO 事業者を対象としたスモールオフィスやシェアオフィスの設置などを先行させつつ、大企業・中堅企業を主たる対象とする企業立地促進施策を検討し導入していくという取組をとともに実施しているケースも見られた。大企業・中堅企業の立地促進施策と中小・SOHO 事業者支援とのバランスや公平性などに配慮した結果と考えられる。
- ▶ また、三鷹市に対するヒアリングによれば、行政が直接的にハードに投資を行っている一方で、民間事業者によるスモールオフィスの設置などに対して支援を行うことにより効率的かつ迅速にオフィススペースを確保できるとの話もあった。

【「起業誘致」に関する施策の検討】

- ▶ 起業誘致施策については、施策の公平性、バランスの観点から大企業等を対象とする企業立地促進施策、SOHO 事業者等を対象としたスモールオフィスやシェアオフィスの設置などの両面を検討する必要がある。
- ▶ 本検討報告書の対象となる「ソフトなものづくり産業」においては、事業者の規模が小さく、また、交流会等でもスモールオフィスやシェアオフィス、応接スペースなどに対するニーズが多く見られる。「ソフトなものづくり産業」を対象とする起業誘致施策を検討するにあたっては、SOHO 事業者の支援で実績のある三鷹市の取組などを参考とすれば、民間施設の活用を主としたスモールオフィス・シェアオフィス、サロンスペースの確保などを進めていくことが想定される。
- ▶ 一方で、企業立地促進施策については用地の確保といった都市計画との連携や予算措置・制度設計などが必要であるため、実現にはある程度の準備期間を要することとなる。

(4) 「育成支援」に関連する施策について

【「育成支援」に対するニーズ】

- ▶ 人材確保、販路開拓、経営支援、新規創業事業者の発掘とそれに対する支援などがニーズとして挙げられていた。
- ▶ また、本市で事業を営む上での課題として、約 2 割のアンケート回答者により「ビジネス支援機能の不足」が挙げられている。

【「育成支援」に関する先進自治体の取組】

- ▶ ヒアリング先の自治体においては、自治体内の事業者への製品開発支援、販路開拓などを目的とする「見本市等への出展支援」、中小企業診断士等や東京都の産業技術研究所の OB といった専門家による経営支援などが行われているケースが多く見られた。
- ▶ また、一部の自治体においては、自治体内外の専門機関や地域金融機関が育成支援のみならず、ビジネスマッチング等の連携や域内事業者間の交流についても大きな役割を果たしてい

る事例も見られた。

【「育成支援」に関する施策の検討】

- ▶ ビジネス交流会での意見やアンケート等から見れば、他の施策と比べると「育成支援」の施策を求める意見は、それほど多くなかった。しかし、「育成支援」施策で対象となってくるものは、経営や人材の育成・確保など事業の基盤となる項目であり、他の3つの施策と同様に事業を展開する必要がある。
- ▶ 現状、経営支援や人材の育成については、本市の創業支援・経営革新相談センターが様々なセミナーや相談支援を実施しているが、他の自治体で見られるように地域金融機関や専門機関の持つノウハウ等を活用し、より支援の幅に厚みを持たせていくことが求められる。
- ▶ また、上記と併せて中小企業の経営において重要な販路開拓については、見本市等への出展支援などがヒアリング先などで行われているが、より詳細な情報収集を行い、その費用対効果や「ソフトなものづくり産業」事業者におけるニーズなどを見極めた上で実施する必要がある。
- ▶ なお、「ソフトなものづくり産業」事業者には個人事業主なども多く、経済センサス等の統計でその実態を把握し、事業者を発掘することが難しい面がある。交流会等で挙がっていたビジネスプランコンテストなどによる事業者の発掘等、中長期的な視点で様々な事業者の掘り起こし策が検討課題として挙げられる。

(5) ソフトなものづくり産業育成のための施策のあり方とその方向性

ここでは、(1) から (4) までそれぞれの施策のニーズ、先進自治体の取組及び施策の検討結果を次の表のとおり、とりまとめるものである。

図表 12：ソフトなものづくり産業育成のための施策のあり方とその方向性

項目	先進自治体 ヒアリング調査結果	ビジネス交流会等での 意見	施策のあり方	施策の方向性
情報発信	・ 市内外問わず発信すべき情報	・ 市の文化、ビジネス拠点（立地等）としてのPR、市の魅力の情報発信	・ 市の立地特性や魅力などの情報発信	・ 中期計画 ・ 業種を問わない
		・ 市内企業やビジネス関連情報を内外に発信	・ 市内企業の発掘と市内外へのPRの検討	・ 中後期計画 ・ 業種を問わない
	・ 市内企業・市民に直接届けられる情報	・ ビジネス情報の一覧のようなものがあると良い。 ・ 行政の産業情報に関する情報収集	・ 産業ニュース、チラシ等の作成	・ 中期計画 ・ 業種を問わない
		・ 市内企業経営者インタビュー	・ 企業の魅力を伝える小冊子等の作成	・ 中期計画 ・ 業種を問わない
域内連携	・ 域内の連携（異業種・同業種の交流）	・ 市内事業者同士をつなぐしくみ ・ 市内事業者の発掘	・ 市内企業同士が知り合う交流機会の提供	・ 中期計画 ・ 業種を問わない
	・ 技術の集積を活かした連携、ビジネスマッチングなど企業間の連携	・ 市内事業者が連携して事業に取り組むことができるしくみ ・ 小規模事業者が共同受発注できるしくみ ・ 市外企業との連携	・ ビジネスマッチングの実施 ・ 連携コーディネーターの育成検討	・ 中期計画 ・ 業種を問わない
起業誘致	・ スモールオフィス、シェアオフィスに対する支援策	・ 事業所創造の核となるような施設が必要 ・ 公共のレンタルスペース設置が必要	・ 民間施設の活用を主とした支援検討（オフィス・サロンスペース・運営団体への支援等）	・ 中期計画 ・ ソフトなものづくり産業向け
	・ 企業誘致・立地促進のための支援策	・ 雑居オフィスを活用した応接室の設置	・ 企業立地促進施策導入の検討 ・ 都市計画との連携の検討	・ 中後期計画 ・ ソフトなものづくり産業向け
育成支援	・ 経営ノウハウ支援、人材育成支援	・ 市内での人材確保の難しさ	・ 専門機関、金融機関、専門家などとの連携	・ 中期計画 ・ ソフトなものづくり産業向け
	・ 市内企業の発掘と市内外へのPR	・ 市が行うビジネスコンペなど実施し、事業者の発掘やバックアップできるようなしくみ	・ 事業者発掘のためのしくみ、イベントの検討	・ 中後期計画 ・ ソフトなものづくり産業向け
	・ 新製品化、販路開拓への支援	・ イベント等への共同出展支援	・ 新製品開発や販路開拓のための支援検討	・ 中後期計画 ・ ソフトなものづくり産業向け

施策の方向性の標記例

- ・ 中期計画：産業振興マスタープラン中期計画（H26～H30）に位置付けを検討すべき支援施策
- ・ 中後期計画：他の事業の進ちょくを踏まえて産業振興マスタープラン中期計画又は後期計画（H31～H35）に位置付けを検討すべき支援施策
- ・ 業種を問わない：業種を問わず施策を展開すべき分野
- ・ ソフトなものづくり産業向け：ソフトなものづくり産業向けの施策として展開すべき分野

資料編

西東京市

申込受付中! (定員20名程度)

ソフトなものづくり産業 ビジネス交流会

参加
無料

西東京市内の“ソフトなものづくり業者”が集結!

日時: 2012年11月26日(月) 18:00~20:10

場所: 西東京市民会館 3階 第5会議室

西東京市田無町4-15-11 西武新宿線田無駅北口より徒歩8分
<http://www.city.nishitokyo.lg.jp/sisetu/itiran/hall/simin.html>

主催: 西東京市

日ごろ感じている
ビジネス上の課題を、
ワールドカフェ方式で
気軽に意見交換!

意見交換後は名刺交換会も行います。

問題解決のヒントを見つけられたり、
ビジネスパートナーに出会えるチャンスです。
交流を通じて、ぜひビジネスチャンスの拡大を!

※ワールドカフェ方式: カフェのようなリラックスした雰囲気の中で、少人数のグループで、ときどきメンバーの組み合わせを変えながら自由に会話を行うことで、アイデアを生み出したり、互いの理解を深めることができる話し合いの手法です。

■概要

西東京市では、平成23年3月に「地域に根ざし、みんなに必要とされる産業が育ち・育てるまち西東京」を基本理念とする「西東京市産業振興マスタープラン」を策定し、その実現に向けた取組の一つとして、「ソフトなものづくり産業[※]の展開」を目指しています。このたび、その取組の一環として、西東京市内のソフトなものづくり産業の事業者の皆様にお集まりいただき、ソフトなものづくりに関する意見交換等を通じて交流していただく機会としてビジネス交流会を実施します。

※「ソフトなものづくり産業」について

本市では、情報サービス業(ソフトウェア業、情報処理サービス業、情報提供サービス業など)、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業(映像情報制作・配給業、出版業など)、デザイン業、機械設計業等、製造業のうちファブレスや研究開発中心型の企業等を「ソフトなものづくり産業」として捉えています。

■お問い合わせ・お申し込み

西東京市生活文化スポーツ部産業振興課 TEL: 042-438-4041 / FAX: 042-438-2021 / mail: sangyou@city.nishitokyo.lg.jp

[FAX]042-438-2021

西東京市生活文化スポーツ部産業振興課 行

西東京市ソフトなものづくりビジネス交流会 参加申込書

会社名:		
所属・お名前:		(他 名)
TEL:	FAX:	mail:

※平成24年11月19日(月)までにお送り下さい。

ビジネス交流会 参加者各位

本日の交流会内容について ワールドカフェのすすめ方

平成24年11月26日

株式会社浜銀総合研究所
地域戦略研究部 田中 知宏

目次

1. 本日の背景と目的
2. ワールドカフェとは？
3. ワールドカフェの大まかな流れ
4. 実施前の準備

1. 本日の背景と目的

○本日の交流会の背景

- 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において、市内企業間での取引拡大や企業間連携に対するニーズが一定程度存在していることが分かりました。
- その一方で、市内にどのような企業が立地しているかといった点について情報が少ないことを指摘するご意見も見られました。
- また、同時期に実施した産業振興において先進的な取組を進めている自治体へのヒアリングでは、起業支援や自治体外からの企業誘致に加え、既存立地企業へのネットワーク構築支援を重視する意見が聞かれました。
- そこで、上記のような事業者ニーズ等の調査結果を踏まえ、下記の点を目的としてビジネス交流会を実施します。

○目的

- 市内のソフトなものづくり産業の事業者が、「ワールドカフェ」スタイルによる相互交流を行い、ソフトなものづくりに関する意見交換等を行うビジネス交流会を実施します。

2

2. ワールドカフェとは？

本日の交流会では、「ワールドカフェ」スタイルによる意見交換・交流を実施したいと考えております。

◆ワールドカフェとは？

- アンニータ・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。
- 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し、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。
- 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行います。
- 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えます。
- 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、あたかも参加者全員が話し合っているような効果が得られます。

出所:「ワールド・カフェ・ネット」HP

3

3. ワールドカフェのおおまかな流れ(1)

- 20分～30分のセッション1回を1ラウンドとし、メンバーを入れ替えながらラウンド①～ラウンド③まで全部で3回のトークセッションを行います。
- ラウンド①は、今お座りのテーブルの皆様方と意見交換をお願いいたします。本日、皆様方にお話いただきたいテーマは、以下のとおりです。

「本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」

- 所定の時間が経過いたしましたら、事務局より合図をいたします。各テーブルのホストを残し、今お配りしているラウンド②用の座席表に記載されている座席へ移動してください。
- 移動後、各テーブルのホストより、前のラウンドで話されていた内容についてお話をいたします。その情報を踏まえ、新しいメンバーで2回目のトークセッション(ラウンド②)をお願いします。

4

3. ワールドカフェのおおまかな流れ(2)

- ラウンド②では、当初設定したテーマに限定せず、自由にお話を展開していただいて結構です。
- ラウンド②が終了いたしましたら、ラウンド③に進みます。ラウンド③の座席は、ラウンド①と同様です。今お座りの席へお戻りください。
- ラウンド③では、ホストよりラウンド②で話されていた内容について、ご報告いたします。その上で、ご自身が参加されたラウンド②で出された意見、ご自身のご感想、ご意見などについて自由にお話ください。
- ラウンド③の最後に、各テーブルからお一人ずつランダムに指名をさせていただきます。指名をされた方は、本日の交流会に参加されたご意見、ご感想、今後の思いなど、本日の参加者の皆様全体へのご発表をお願いいたします(お一人2～3分程度)。

5

3. ワールドカフェのおおまかな流れ(3)

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。

6

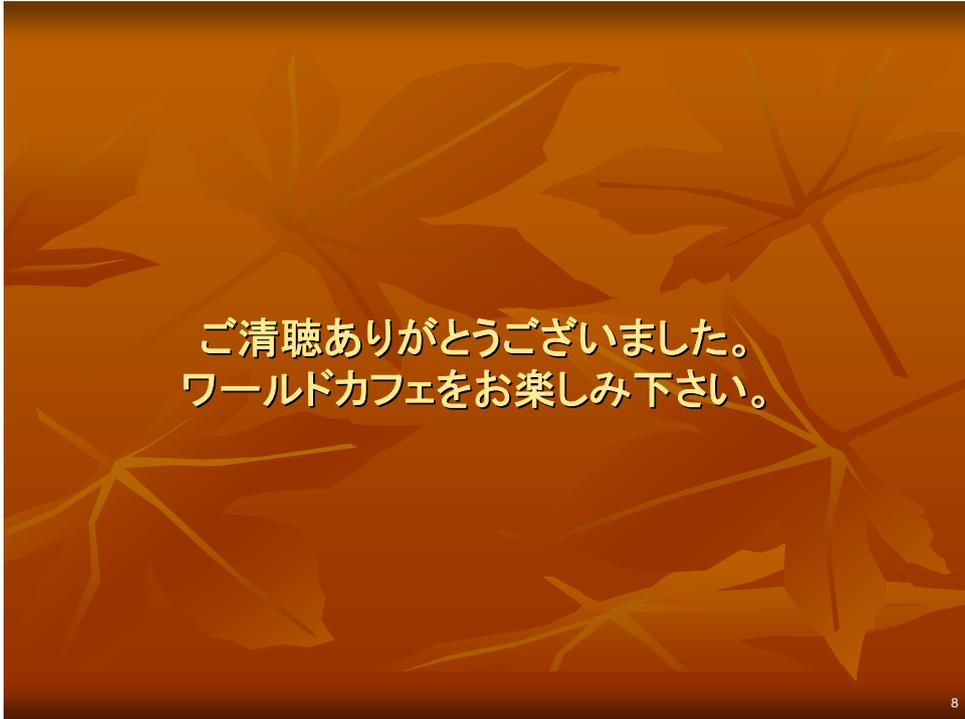
4. 実施前にあたっての留意点

- ①さきほどお示した本日お話をいただくテーマを、模造紙の中央にご記入ください。

「本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」

- ②模造紙は、皆様方のご発言や議論の展開をお書き留めいただいたり、お話いただきながら落書きをしたり、絵を書いたり、自由にお使いください。特に、模造紙の使い方にはルールはありません。
- ③ラウンド①～③の中でお気づきになった点、印象的な発言、感想などをお手元の付箋にメモをいただくようお願いします。(ラウンド③でのご発表、名刺交換会で使用いたします)
- ④最後になりましたが、お菓子をお召し上がりいただきながら、リラックスして会話、交流をお楽しみ下さい。

7



2. 本市の「ソフトなものづくり産業」振興策についてお伺いします。

問8	本市の「産業振興マスタープラン」をご存知ですか。(1つだけ○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 名称も内容を知っている 2. 名称は聞いたことがあるが内容は知らない 3. 名称も内容も知らない
問9	職場(事務所)の形態を教えてください。(1つだけ○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市内に事務所を置いている(自宅は市外にある) 2. 市内に事務所を置いている(自宅は市内の別の場所にある) 3. 自宅と事務所を兼用している 4. その他()
問10	市内顧客との取引状況(売上ベース)を教えてください。(1つだけ○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 売上の大半が市内顧客 2. 売上の5割程度が市内顧客 3. 市内顧客の売上は2~3割程度 4. 市内顧客との取引はほとんどない
	市内顧客との今後の取引意向を教えてください。(1つだけ○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市内の顧客との取引を拡大したい 2. 市内の顧客との取引を拡大する予定はない 3. 市内の顧客情報がないため、取引を拡大するかわからない 4. その他()
問11	本市での事業の継続意向を教えてください。(1つだけ○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 本市で事業を継続したい 2. 本市で事業を継続したいとは思わない 3. その他()
	⇒上記の回答理由を教えてください。(自由回答)	(例: 近隣に取引先企業がないため都心へ移転など)
問12	事業を展開される上で、本市に立地することの「強み」を教えてください。(3つまで○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 賃料水準の低廉さ 2. 職住近接 3. 都心部との近接性 4. 都市のイメージ 5. 地域コミュニティ 6. 企業OB・OG人材の蓄積 7. 特に「強み」はない
	⇒上記以外の「強み」があれば、ご記入下さい。(自由回答)	(例: 同業他社が近隣に多数集積しているなど)
問13	本市で事業を展開される上での「課題」を教えてください。(3つまで○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 都心部からの距離 2. 地域の知名度・イメージ 3. 人材の確保 4. 市内での協力企業の確保 5. オフィススペースの確保 6. 市内での取引先の確保 7. 賃料水準の高さ 8. ビジネス支援機能の不足 9. 特に「課題」はない
	⇒上記以外の「課題」があれば、ご記入下さい。(自由回答)	(例: セミナー等の知識獲得の機会が少ないなど)
問14	ご自身が経営される事業を発展させていく上で、本市に期待する産業振興施策を教えてください。(3つまで○)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 市内企業間の交流促進 2. 市の魅力に関するシティセールス 3. 市内企業の発掘と市内外へのPR 4. ビジネスマッチング・連携支援 5. オフィススペースの確保 6. 市内企業の資金調達支援 7. 創業支援 8. 人材獲得支援 9. 市外企業の誘致促進 10. 特になし
	上記に加えて産業振興のために必要とお考えになる施策をご記入下さい。(自由回答)	(例: 産学連携や企業間連携コーディネーターの設置など)
問15	本市の産業振興施策に対するご意見・ご要望をお聞かせ下さい。(自由回答)	

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

ご回答をいただいた調査票は、西東京市産業振興課宛に1月16日(水)までに
FAX(042-438-2021)又はメール(sangyou@city.nishitokyo.lg.jp)にてご返送ください。

資料編 : ビジネス交流会参加者アンケート結果

西東京市「ソフトなものづくり産業」ビジネス交流会参加者 アンケート結果（単純集計）※¹

1. 交流会の内容

問1. 類似の交流会への参加状況を教えてください。（単一回答、N=13）

	回答数	割合
1. 過去に参加したことがある	4	30.8%
2. 今回初めて参加した	9	69.2%

問2. 今回の交流会をお知りになられたきっかけを教えてください。（単一回答、N=13）

	回答数	割合
1. 西東京市産業振興課からのダイレクトメール	8	61.5%
2. 知人からの紹介	1	7.7%
3. その他	4	30.8%

その他の回答内容としては、「調査受託業者等からのお誘い」、「西東京創業支援・経営革新相談センターを通じて」、「創業支援センターからのご紹介」があった。

問3-①. 交流会に参加された目的を教えてください。（複数回答、N=13）

	件数	割合
1. 市内にどのような企業があるか知りたかった	8	61.5%
2. 市内企業との取引拡大のきっかけづくり	8	61.5%
3. 市内企業との課題共有のため	4	30.8%
4. 市内企業間での連携のきっかけづくり	7	53.8%
5. 行政の産業施策に関する情報収集	7	53.8%
6. その他	3	23.1%

その他の回答内容としては、「市施策についての理解を深めるため」、「西東京市の狙いを知りたい」、「情報収集とビジネス交流会への興味」があった。

問3-②. 問3-①で回答した目的は達成されましたか。（単一回答、N=13）

	回答数	割合
1. 達成された	1	7.7%
2. おおむね達成された	5	38.5%
3. どちらともいえない	2	15.4%
4. あまり達成されなかった	3	23.1%
5. 達成されなかった	2	15.4%

※「1. 達成された」～「2. おおむね達成された」回答の合計：46.2%

※¹ 各回答の割合については、四捨五入の関係上、合計が100%にならない箇所もある。

問3-③. (問3-②で「3. どちらともいえない」～「5. 達成されなかった」のいずれかを回答した方に対して) 回答した理由を教えてください。(自由回答、N=7)

「3. どちらともいえない」の回答理由

最初の出会いなので、これから。
まだ名刺交換しただけだから。

「4. あまり達成されなかった」の回答理由

「5. 行政の産業施策に関する情報収集」に関しておおまかな輪郭は把握できたが、テーマが大きすぎて1回の会合では時間が足りなかった。
自己紹介の場がなかったから。
テーマを話す時間だけで、お互いの業態を話す時間がなかったから。

「5. 達成されなかった」の回答理由

対象業者がいなかったと思ったから。
話題の範囲では事業の具体的な内容が大きく異なると感じたから(理念や展望などが大きく異なると感じた)。

問4-①. 交流会でお知り合いになられた企業と今後も継続的につながりを持ちたいと思いますか。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 思う	6	46.2%
2. やや思う	2	15.4%
3. どちらともいえない	1	7.7%
4. あまり思わない	3	23.1%
5. 思わない	1	7.7%

※「1. 思う」～「2. やや思う」回答の合計：61.6%

問4-②. 問4-①で回答した理由を教えてください。(自由回答、N=13)

「1. 思う」の回答理由

市内のいろいろな企業とつながって、この街全体の活性化につなげたい。
「地域活性化」という大目的が共有されている。「顔の見える関係」が構築できている。
事業所間の情報共有。
興味深いお仕事をされている方が身近にいることに気づいたので。
現在新しい仕事の話を進めている為。
市内の企業と連携できそうな事があると思うので。

「2. やや思う」の回答理由

どの様な、会社様かまだ理解できていないので、徐々に。
視野が広がることへの期待から。

「3. どちらともいえない」の回答理由

話題の範囲では判断できなかった。

「4. あまり思わない」の回答理由

仕事としては、近しい業種の企業が無かったので難しいと思う。
関連性のない企業だった。
関連企業がなかった。

「5. 思わない」の回答理由

対象業者がいなかった。

問5-①. 今後、同様の交流会が開催された場合、参加してみたいと思いますか。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 思う	8	61.5%
2. やや思う	1	7.7%
3. どちらともいえない	2	15.4%
4. あまり思わない	0	0.0%
5. 思わない	2	15.4%

※「1. 思う」～「2. やや思う」回答の合計：69.2%

問5-②. (問5-①で「1. 思う」あるいは「2. やや思う」と回答した方に対して) 参加を希望される交流会の内容を教えてください。(複数回答、N=9)

	回答数	割合
1. ワールドカフェ	5	55.6%
2. グループワーク	4	44.4%
3. 有識者等を招いての懇談	1	11.1%
4. 企業視察等を交えた交流	2	22.2%
5. 市内事業者による研究会・勉強会	3	33.3%
6. 異業種による交流	6	66.7%
7. 同業種による交流	5	55.6%
8. その他	2	22.2%

その他の回答内容としては、「もう少しテーマが具体的な交流会」、「前向きな人ならだれでもOK。

「面倒くさいな」という感じの人が何人もいたから、話をして「後ろ向き」な人といるのはマイナスである。」があった。

問5-③. (問5-①で「3. どちらとも思わない」～「5. 思わない」のいずれかを回答した方に対して) ご回答の理由を教えてください。(自由回答、N=4)

「3. どちらともいえない」の回答理由

会の目的がはっきりしなかった為。
今回は業態が広すぎたと思う。近しい企業が集まるテーマ(交流会)があればよいと思う。

「5. 思わない」の回答理由

表面的な交流では実態が見えないため無意味と思う。意思決定者の深いレベルでの交流が期待できるのであれば参加したいと思う。
市内ではマーケットがないと感じたから。

問6. 交流会の満足度を教えてください。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 満足	1	7.7%
2. やや満足	7	53.8%
3. どちらともいえない	2	15.4%
4. やや不満	3	23.1%
5. 不満	0	0.0%

※「1. 満足」～「やや満足」回答の合計：61.5%

問7. 交流会に対するご意見・ご指摘、参加されたご感想等をお聞かせ下さい。(自由回答、N=11)

(これまであまり交流をしていなかった為)市内の企業経営者の方とお話できて大変有意義だった。
ここがスタートなので、これから続けていく事だと思う。
参加者の方々の皆さん方から、西東京市への要望が多く出ていたが、我々に、何が出来てそれに対する援助を具体的に提案してみてもどうか。
このような会合には初めて参加させて頂きましたが、皆さんの様々な意見を聞くことが出来て、刺激となった。今回だけで終わることなく継続して頂き、出来ればもう少しテーマを絞った形で徐々に発展できれば良いと思う。
参加者が意欲的に意見交換をされており、大変参考になった。ただし企業の経営者が中心となるワールドカフェでは「コントローラータイプ」の構成率が高くなる特徴があるようなので、「相手の考え方を批判しない」など、簡単なグラドルールの共有レクチャーが必要と感じた。
問5にも通じるが、参加者がより具体的にどんなお仕事をされているかが分かると良いかと思う。回を重ねればよいと思う。
懇親会の有無は事前に案内すべき。懇親会への出席者に市側の役職者欠席は取組み姿勢を問われる。主催者として出席すべき。

「浜銀総研」は必要だったのか？タダじゃやらないで予算があっても使い道がおかしい。正直言って、「あの程度の交流会の仕方ではものたりない」という声が聞こえた。システムを消化する方向にエネルギーが聞いていて、それを理解するだけで終わった感がある。当社は全国展開でマーケットがマニアックなため、あまり話が通じなかった。表面的な交流では実態が見えないため無意味と思う。意思決定者の深いレベルでの交流が期待できるのであれば参加したいと思う。

自己紹介の時間が欲しかった。「交流」と言っただけでは、市に対する意見を話す場になっていないのが、本題からずれているのではないかと思った。

2. 本市の「ソフトなものづくり産業」振興策について

問8. 本市の「産業振興マスタープラン」をご存知ですか。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 名称も内容も知っている	6	46.2%
2. 名称は聞いたことがあるが内容は知らない	2	15.4%
3. 名称も内容も知らない	5	38.5%

問9. 職場（事務所）の形態を教えてください。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 市内に事務所を置いている（自宅は市外にある）	3	23.1%
2. 市内に事務所を置いている（自宅は市内の別の場所にある）	6	46.2%
3. 自宅と事務所を兼用している	4	30.8%
4. その他	0	0.0%

問10-①. 市内顧客との取引状況（売上ベース）を教えてください。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 売上の大半が市内顧客	2	15.4%
2. 売上の5割程度が市内顧客	0	0.0%
3. 市内顧客の売上は2～3割程度	2	15.4%
4. 市内顧客との取引はほとんどない	9	69.2%

問10-②. 市内顧客との今後の取引意向を教えてください。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 市内の顧客との取引を拡大したい	10	76.9%
2. 市内の顧客との取引を拡大する予定はない	0	0.0%
3. 市内の顧客情報がないため、取引を拡大するかわからない	2	15.4%
4. その他	1	7.7%

その他の回答内容としては「個人的ルートで拡大している」があった。

問 11-①. 本市での事業の継続意向を教えてください。(単一回答、N=13)

	回答数	割合
1. 本市で事業を継続したい	10	76.9%
2. 本市で事業を継続したいとは思わない	0	0.0%
3. その他	3	23.1%

その他の回答内容としては「西東京市にこだわりはない。」、「現在、検討中」があった。

問 11-②. 問 11-①でご回答した理由を教えてください。(自由回答、N=11)

「1. 本市で事業を継続したい」の回答理由

西東京市の放送局として存在している。
職住近接。
長くこの地域に居住したいと考えており、職住近接を実現できるこの市での取引を拡大したいと思う。また、そもそも西東京市自体が産業の多様性など事業上の魅力を持っていると考えたためにこの市を選んで転居した経緯がある。
市内ビジネスの発展に寄与したい。
当社の顧客様とのアクセスが非常に良い。
特に不自由がないことと、環境が良いので。
「通勤」に時間をかけるのはムダ。
自宅があるため。

「3. その他」の回答理由

全国に顧客があるため移動に不便でなければ事業場所にこだわりはない。
現在、市外の事務所での業務比率が拡大してきており、本市での業務継続にメリットがあるのか？を見極めたうえで決定してゆく予定である。
現状は取引先へのアクセスも良いので不満はないが、賃料などバランスの良い場所があれば移転しても良いと思っている。

問 12-①. 事業を展開される上で、本市に立地することの「強み」を教えてください。(3つまでの複数回答、N=13)

	回答数	割合
1. 賃料水準の低廉さ	1	7.7%
2. 職住近接	9	69.2%
3. 都心部との近接性	12	92.3%
4. 都市のイメージ	0	0.0%
5. 地域コミュニティ	1	7.7%
6. 企業OB・OG人材の蓄積	0	0.0%
7. 特に「強み」はない	0	0.0%

問 12-②. 問 12-①以外の「強み」があれば、ご記入ください。(自由回答、N=4)

都心に比較して「生活者かつ事業者」の構成比率が高いことから環境変化が緩やかで安定している。
現場仕事に外環道も近く、車での移動が便利である。
鉄道、道路への拠点がある。しかし、受け入れ度が低いマンションばかり建っている感じがする。企業が来たくくなるようなインフラが充実していない気がする。宣伝が少ない。
自然に恵まれ、制作時の気合に余裕が生まれる。

問 13-①. 本市で事業を展開される上での「課題」を教えてください。(3 つまでの複数回答、N=13)

	回答数	割合
1. 都心部からの距離	0	0.0%
2. 地域の知名度・イメージ	4	30.8%
3. 人材の確保	4	30.8%
4. 市内での協力企業の確保	5	38.5%
5. オフィススペースの確保	3	23.1%
6. 市内での取引先の確保	7	53.8%
7. 賃料水準の高さ	0	0.0%
8. ビジネス支援機能の不足	3	23.1%
9. 特に「課題」はない	0	0.0%

問 13-②. 問 13-①以外の「課題」があれば、ご記入ください。(自由回答、N=3)

地縁者が多くネットワークの内部に組み込まれれば取引の輪が広がるのが期待できる反面、事業分野によっては地縁のないネットワークへの参入が難しい。(”一見さん”との取引に慎重)。
人口の4割が65歳以上。今後増え続ける可能性がある年配の方がもっと働けるような仕組みをつくるべき。お金はそこにあるので。
地元の文化人の集える中心的スポットがない。例えば、ライブハウス、ブックカフェなど目的をもつ場所が成立していない。

問 14-①. ご自身が経営される事業を発展させていく上で、本市に期待する産業振興施策を教えてください。(3つまでの複数回答、N=13¹)

	回答数	割合
市内企業間の交流促進	3	23.1%
市の魅力に関するシティセールス	5	38.5%
市内企業の発掘と市内外へのPR	8	61.5%
ビジネスマッチング・連携支援	9	69.2%
オフィススペースの確保	4	30.8%
市内企業の資金調達支援	1	7.7%
創業支援	2	15.4%
人材獲得支援	2	15.4%
市外企業の誘致促進	3	23.1%
特になし	0	0.0%

問 14-②. 上記に加えて産業振興のために必要とお考えになる施策をご記入下さい。(自由回答、N=6)

市独自(?)の税制優遇(特区など?)。
創業支援・既存企業の資金調達支援などは勿論必要だが、これに加えて「既存の事業者の個々の特徴を事業者にわかりやすく伝える活動」を促進することで、従来接点のない市内事業者間の連携が促進され、また市外事業者との取引機会の増加が見込めると思う。
シェアオフィスの設置(創業3年間無償提供)。廃業事務主の提供情報サイトによる利用促進。
「ソフトなものづくり」の具体的な仕事を市内業者へ発注されることを希望。
(策はありませんが)独自の産業振興策などがあれば、企業は集まり、ついでには人が集まると思う。また、高齢者の就業の掘り起こし、やる気のある若者の集まりやすいシステム作りを望む。
公共施設などの未使用部分の有効利用。イベントPRの仕掛け。将来性のある企業の誘致。創業者の誘致。前述のことを可能にするプロジェクト集団の設置。

問 15. 本市の産業振興施策に対するご意見・ご要望をお聞かせ下さい。(自由回答、N=8)

今回のような会合を始めた事に意味があるので、これからも継続して欲しい。市が積極的に民間と交流をして欲しい。アルコールありの交流会を積極的に実施して欲しい。
市内の特定業者に偏ることなく、広く意見を取り入れて頂きたい。
今回の交流会・WGに参加させていただき、実際に活躍されている意欲ある事業者の方々とお会いすることで「ソフトさ」の「幅・厚み」を感じる事ができた。「ソフト

¹ 4つ以上回答した方が2名いたが、お寄せいただいた意見を最大限反映するため、その方々の回答も集計に含めている。

なものづくり」産業は、各事業者の幅や厚みの分だけその組み合わせによって爆発的な多様性が発生しうる産業分野だと思われる。一見突飛なもの、奇抜なものも含め、こうした多様さを容認し、その中から新たに発展しうる事業を見出し、育成し、成長を促進する土壌を備えた市であって頂きたいと思う。

市と商工会の位置付けの明確化と周知。商工ビジネス予算の配分重視。マスタープラン進捗状況の広宣活動。

余り急がずに、一步一步確実に成果を上げる事を最大の目標に企画してほしい。色々な意見があるのは、分かっているのですから色々な、テストケースを実践してみて、すばらしい結果にたどり着けば良いと思っている。

より仕事のしやすい環境づくりをおねがいしたい。

官民共同で旗振り役のグループを設置するべき。企業や個人を魅了するスペースや交通・通信環境の整備・拡充等、いろいろある。

どこまで行なっても個人の手やアイデアによる実現化しない。抽象的な誰かやグループではなく、個々人を発掘し、動いてもらえないと感じる。それに尻込みしている感じがする。

以 上

平成24年度
西東京市ソフトなものづくり産業育成策
検討報告書
平成25年3月

発行 西東京市生活文化スポーツ部産業振興課
東京都西東京市中町1-5-1（保谷庁舎）
電話 042-438-4041（直通）
調査委託先 株式会社浜銀総合研究所 地域戦略研究部

