

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、社長や必要な従業者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られる。
- ▶ 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た。
- ▶ 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 m²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う（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）。