

Ⅲ. クリエイティブ産業支援策と経済効果調査

クリエイティブ産業支援策と経済効果調査

ーIT産業を核としたクリエイティブ産業の発展に向けてー

クリエイティブ産業研究プロジェクトチーム

クール・カマクラ

PTアドバイザー	土屋 依子
情報推進課	友野辰五郎（リーダー）
経営企画課	武部 太郎（サブリーダー）
財政課	吉田 寛樹（サブリーダー）
秘書広報課	小池美佑紀
資源循環課	石井まりか
まちづくり政策課	剣持紀美子
観光商工課	商工担当
政策創造担当	比留間 彰
政策創造担当	齋藤 千夏

-目次-

はじめに	185
1. 研究の背景と目的	186
1-1 研究の背景	186
1-2 研究の目的	188
1-3 研究のフロー	188
2. IT産業の現状と動向	189
2-1 鎌倉市のIT産業の現状と動向	189
2-2 統計から見た他都市におけるIT産業の現状と動向	196
2-3 施策から見た他都市におけるIT産業の動向	201
2-3-1 IT産業の集積に取り組む自治体事例	
3. ヒアリング・アンケート調査	212
3-1 ヒアリング調査	212
3-1-1 市内IT企業（成熟企業）へのヒアリング調査	
3-1-2 カマコンバレーへのグループヒアリング調査	
3-1-3 まとめ	
3-2 アンケート調査	221
3-2-1 アンケート調査概要	
3-2-2 アンケート調査結果	
3-2-3 まとめ	
4. IT産業を核としたクリエイティブ産業の育成と持続的な発展の可能性	231
4-1 本市におけるIT産業を核としたクリエイティブ産業の育成	231
4-2 発展的施策の提案	235
4-2-1 空き店舗・空き家を活用したIT産業誘致の可能性	
4-2-2 インキュベート施設整備によるIT産業の持続的な発展の可能性	
4-2-3 クリエイティブ産業の振興を進めていくための段階的な提案	
5. 経済効果	243
5-1 IT産業の集積による経済効果調査	243
5-2 クリエイティブ産業がもたらす経済効果調査	246
6. まとめ	248

おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	252
資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	253
資料 1 カマコンバレーに関する新聞記事	
資料 2 I Tに関する市議会での意見・提案	
資料 3 ヒアリング記録	
資料 4 アンケート用紙	
資料 5 アンケート集計結果（グラフ）	
資料 6 経済波及効果の簡易分析ツール	
平成 20 年神奈川県産業連関表（中分類）を用いた算出結果	

はじめに

PT アドバイザー 土屋依子

本調査は、本市の新たな産業として、IT産業を核としたクリエイティブ産業の誘致育成の可能性について検討することを目的としている。具体的には本市のIT産業の現状と動向、国内先進事例・類似事例調査によるIT産業振興策の動向等を踏まえ、新たな産業振興策を提言したものである。また、産業振興策が実現した場合の経済効果の試算も行っている。

調査体制としては、統計分析グループ（石井，比留間，吉田），アンケート調査グループ（剣持，齋藤，武部），政策動向調査グループ（友野，小池）が各々に分担を持ち，分析・執筆作業を行っている。主に，統計分析グループは市の情報通信業の構造と特性に関する分析，アンケート調査グループはヒアリング調査，アンケート調査，経済効果算出，政策動向グループがIT誘致・育成政策に関する先進事例・類似事例調査，ビジョン作成を担当している。

第2章では、情報通信業の事業所数、従業者数の近年の変遷から本市のIT産業の特徴として、そのほとんどが小規模事業者であり、産業構造全体に占める規模も現時点では大きくないが、IT産業が集積されつつあることが確認された。また、IT企業の誘致・育成に取り組む先進自治体の政策に共通する事項として市町村と県が連携し地域課題の解決や産学官の研究体制の構築に先駆けて、誘致政策を展開していることがわかった。また、政策を体系化すると①経済的支援、②企業間交流の機会の創出、③場の提供・支援、④人材の育成の4つを軸としていることが確認された。

第3章では、市内外のIT企業及び市内の製造業の経済活動の実態を把握するために実施したアンケート調査から、現状では市内IT企業と市内製造業の取引・協業は活発ではないこと、市内IT企業は「事務所経費の安さ」、「広さ」、「情報インフラ」を重視しているにも関わらず満足度が低いことが明らかとなった。

以上の現状分析を踏まえ、第4章では、IT産業の集積を進めるためには「オフィス床の確保」が不可欠と考え、重要政策として「空き店舗の活用」「空き家の活用」「新規大規模オフィスの建設」の3本を掲げた。このほか、基盤となる政策として、先の4つの軸に沿って、市内製造業・サービス業との取引・協業を促進し、底上げを図ることを目的とした政策を提案した。

さらに、第5章では、提案する政策を実施した結果、オフィス床面積の増加に伴い市内IT企業の誘致・育成が実現したと仮定し、神奈川県産業連関表を用いて経済効果を算出した。本市のIT産業が県内の1年間の経済活動にもたらす生産誘発額は、10%成長した場合15億円、50%成長した場合73億円、約2倍の規模まで成長した場合147億円と試算された。

本調査では市内IT企業の経済活動実態把握に重点を置いたため、政策を十分に具体化することができなかった。産業振興ビジョンの具体化とともに、経済効果の試算方法の精緻化と将来推計の実施、市内企業の集積状況の分析の深度化が今後の課題である。

1 研究の背景と目的

1-1 研究の背景

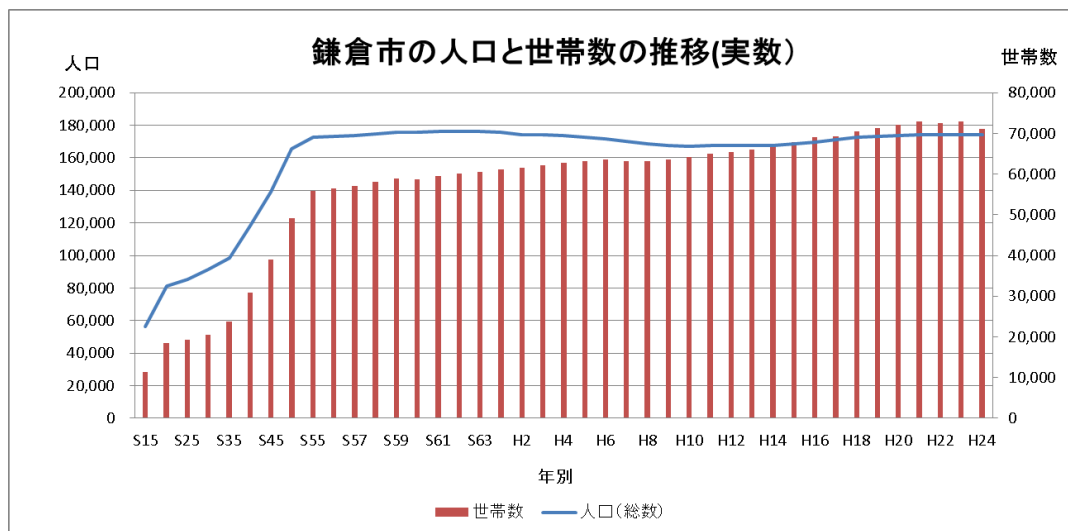
「観光都市、住宅都市として発展して来た本市の総合的發展を進めるためには、産業の振興により、生産性を高め、経済力の充実を図る必要がある。」として、鎌倉市は、昭和 28 年 12 月「鎌倉市企業誘致の奨励措置に関する条例」（以下「条例」という。）を制定した。

条例は、その目的を「本市産業の興隆、市勢の伸展を図る」としているが、実質的には企業誘致による市税増収という市財政の基盤確立と赤字克服を目指すものであったとも言われている。昭和 36 年に廃止されたが、それまでの間、市税の減免や奨励金の交付措置により、積極的に企業の誘致や既設工場の拡張の支援を行い、現在の都市構造を造るとともに、財政基盤を築く重要な役割を果たした¹。多くの都市でも同様に様々な企業誘致施策が講じられ、高度経済成長期から現在に至るまで、産業振興、地域活性化、雇用創出、税収増への取組みが継続的に進められてきた。

しかしながら、近年は、地価高騰、移動手段や ICT 技術の充実などにより、大規模事業所の郊外や海外への移転が顕著となり、その誘致の争いも激化している。一方、企業等が移転した後は、集合住宅等への土地利用転換が進み、従来の都市構造や都市機能のバランスが崩れつつある事例も散見されている。この傾向は、本市においても同様である。

本市の人口の推移を見ると昭和 30～40 年代の首都圏の人口増加の影響による転入人口の急速な増大は、昭和 50 年代半ばにやや鈍化し、昭和 62 年の 17 万 6 千人をピークに減少傾向となるが、平成 10 年頃から再び増加傾向となり、現在に至っている（図表 1）。この増加傾向は、大規模事業所などの土地利用転換によるものとも推測される。

図表 1 鎌倉市の人口と世帯数の推移（実数）



※国勢調査より作成

1 鎌倉市議会定例会議録（昭和 36 年 9 月 22 日）番外 5 番民生部長説明より抜粋。

都市計画基礎調査²「建物の用途別床面積」を見ると、市内の建物の総床面積は増加しているものの、業務施設や工業系施設の床面積は減少傾向にある。これに対し、住宅系の建物の床面積は増加しており、特に共同住宅の床面積増加が著しい³。

本市の昼夜間人口（平成 24 年）を見ると夜間人口 174,236 人に対し、昼間人口は 167,517 人となっており、6,719 人の流出超過、昼夜間人口比率 96.14%となっている。昼夜間人口比率 96.14%は、比較的高い数値で、県内 33 市町村中第 5 位（鎌倉市よりも昼夜間人口が高いのは、箱根町、中井町、厚木市、平塚市。）であり、現時点では、必ずしも住宅だけの都市という状況ではない⁴。

しかしながら、法人市民税は、17 億 37 百万円と市税全体の 5%に過ぎず、藤沢市 7.7%、小田原市 6.7%、平塚市 8.8%、横須賀市 8.3%、茅ヶ崎市 4.6%と近隣自治体と比較し、決して高い状況ではない（図表 2）。また、本市の個人市民税は 156 億 67 百万円と市税全体に占める割合の 45.4%と比較的高い割合であるが、今後、予想される人口減少や進行する少子高齢化などを考えると、バランスのとれた税源構成の維持に取り組むことが急務であると考えられる⁵。

この様な状況の中、近年、IT（情報技術）関連の企業が本市に集積していると注目されている⁶。この背景には、都心に比べてテナント賃料や自然環境などの面で勝るうえ、歴史文化のまちの魅力を会社のイメージや知名度に生かせることなどがあるようである。鎌倉の環境に合った新たな産業としての期待も高まり、市議会をはじめとした様々な場面において、支援とともに誘致策の検討などの意見や提案を受けている⁷。

このため、本研究では、本市の新たな産業として集積されつつある IT 産業に着目し、IT 産業の現状把握、今後の可能性、集積による経済効果の予測、さらに、これらの視点から新たな産業誘致に係る支援策を考察し、提言することとした。

また、IT 産業の集積を促進し地域全体を活性化する手法として、国のクールジャパン戦略などの動きも視野に入れ、クリエイティブ産業の育成とその可能性について考察を行うこととした。国のクールジャパン戦略では、クリエイティブ産業を新たな柱と位置づけ、2020 年までに世界市場のうち 8～11 兆円の獲得を目指している。しかし、クールジャパン戦略では、地域資源の発掘と国際発信を課題としており、日本各地の豊かな地域資源を活用した個々の成功事例はあるものの、地域経済を支える産業としてのスケール感に乏しいことから、今後、「点を

2 都市計画法第 6 条に基づく調査。都市計画に関する基礎調査として、人口規模、産業分類別の就業人口の規模、市街地の面積、土地利用その他に関する現況及び将来見通しについて、概ね 5 年ごとに調査を行うもの。

3 本市では市内の建物全体に占める住宅系（住宅、集合住宅、店舗併用住宅、作業所併用住宅、併用集合住宅（宿泊系・娯楽系・遊戯系・その他）の合計）床面積の割合は、約 85%となっており、住宅都市であることが良く分かる。また、他の用途の延床面積の割合は、業務施設が 1.8%、商業系施設（商業施設 A～C、商業系複合用途施設の合計）が 3.9%、工業系施設（重工業施設、軽工業施設、サービス工業施設 A・B、家内工業施設の合計）が 11.7%となっている。

4 昼間人口は鎌倉の統計（平成 24 年度版）から引用している。データは、国勢調査の結果を引用しているが、通勤・通学先が不詳である人数を昼間人口から除いているため、国勢調査で公表されている数値と異なっている。国勢調査では、昼間人口 170,398 人、昼夜間人口比率 97.8%である。

5 鎌倉市の将来人口推計（平成 23 年度実施）のデータを引用している。

6 資料 1 を参照。

7 資料 2 を参照。

面に展開する」「大きく稼ぐ」ことが必要であることを強調している。

本市においても、これまで個別企業、個別業種の取組みにとどまっていたものを、業種や地域を越えた連携が可能となるような仕組みの検討が求められるところである。本研究を通じて、新たな産業育成、地域経済の活性化、雇用の創出、さらには地域コミュニティの活性化に向けた政策を提案していきたい。

図表 2 近隣自治体個人市民税・法人市民税比較表

		鎌倉市		藤沢市		茅ヶ崎		小田原		平塚		横須賀	
		税額(千円)	市税に対する構成比	税額(千円)	市税に対する構成比	税額(千円)	市税に対する構成比	税額(千円)	市税に対する構成比	税額(千円)	市税に対する構成比	税額(千円)	市税に対する構成比
H24	個人市民税	15,676,120	45.4	30,488,934	39.9	15,877,001	45.6	11,400,138	35.7	15,275,040	35.9	24,171,746	39.0
	法人市民税	1,737,324	5.0	5,845,197	7.7	1,585,166	4.6	2,143,610	6.7	3,774,626	8.8	5,150,777	8.3
H21	個人市民税	16,971,692	47.2	31,727,938	42.5	16,820,270	47.8	12,187,845	37.0	16,539,657	37.9	26,207,043	40.3
	法人市民税	1,679,549	4.7	3,369,315	4.5	1,244,776	3.5	1,892,643	5.8	2,917,125	6.6	4,923,791	7.6

※政府統計の総合窓口 e-stat より作成

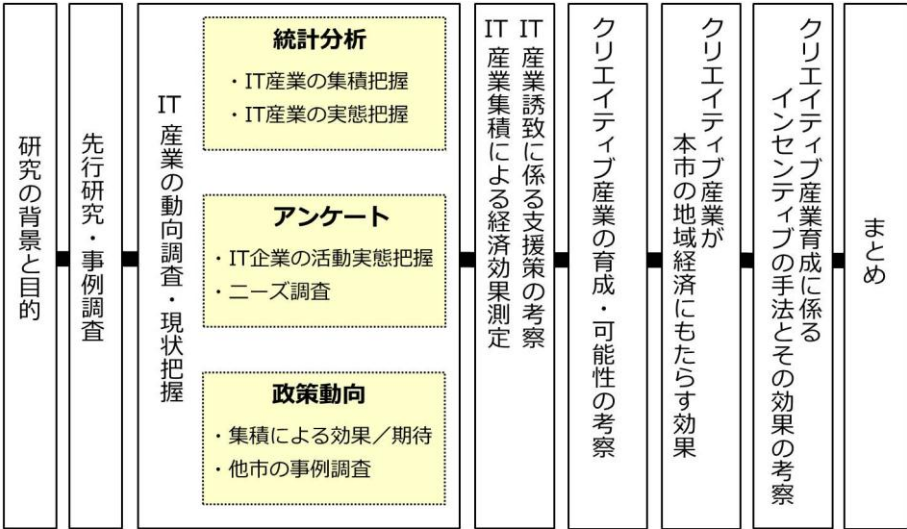
1-2 研究の目的

本研究の目的は、次の5点である。

- (1) IT産業の将来動向や他都市における動向を調査し、IT産業全般の現状を把握する。
- (2) 本市におけるIT産業の集積による経済効果を予測し、その視点からIT産業誘致に係る支援策を考察する。
- (3) IT産業の集積と持続的な発展を図るための手法として、新たな産業（クリエイティブ産業）の育成とその可能性について考察する。
- (4) クリエイティブ産業が本市の地域経済にもたらす効果を明らかにする。
- (5) クリエイティブ産業育成（誘致）に係るインセンティブの手法とその効果について考察する。

1-3 研究のフロー

本研究のフローは、次の通りである



2 IT産業の現状と動向

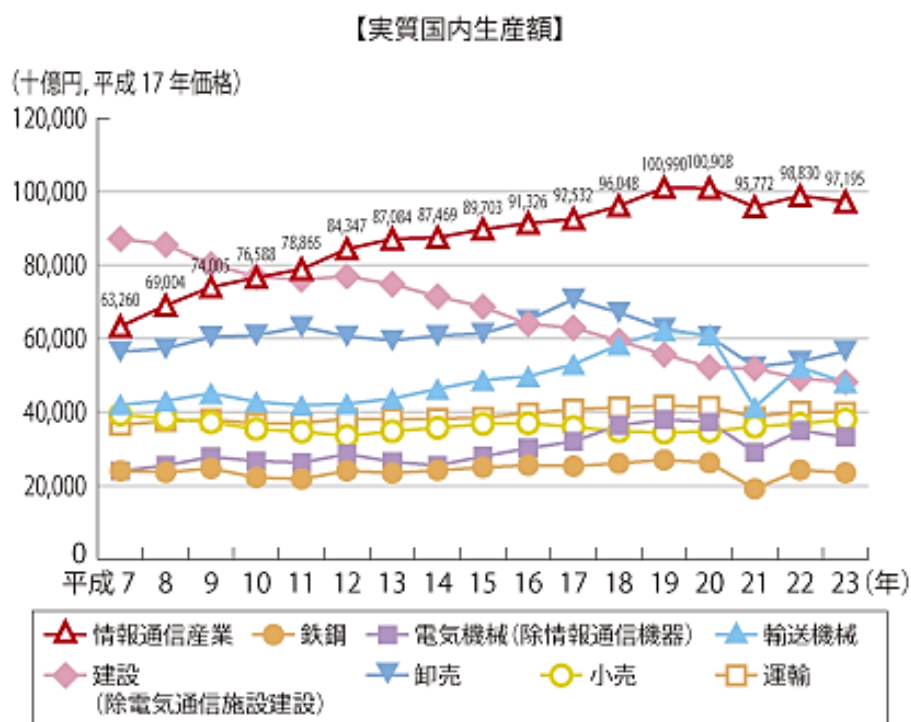
本章では、国及び鎌倉市のIT産業の現状と動向を明らかにする。

2-1 IT産業の現状と特徴

(1) 国の情報通信産業の市場規模（実質国内生産額）と経済効果

平成17年価格による平成23年の主な産業の市場規模（実質国内生産額）の推移をみると、情報通信産業は平成7年から平成20年にかけて毎年増加しており、その後は他の産業と同じく平成21年に生産額が落ち込んだものの、平成22年は増加したが、平成23年は若干減少している。実質国内生産額は平成10年から現在まで最大規模である（図表3）。

図表3 主な産業の市場規模（実質国内生産額）の推移

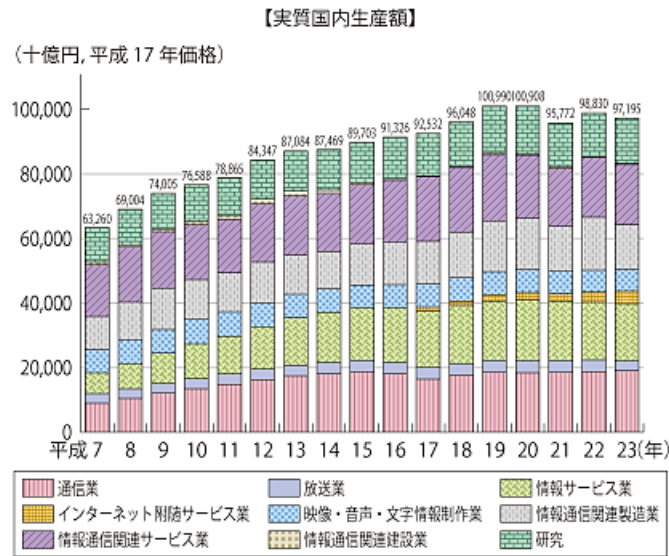


(出典) 総務省「ICTの経済分析に関する調査」(平成25年)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/link/link03.html>

情報通信産業の市場規模（実質国内生産額）の推移の内訳をみると、情報サービス業はこの10年程最大規模の産業であり、インターネット附随サービス業も規模を年々拡大している（図表4）。

図表4 情報通信産業の市場規模（実質国内生産額）の推移



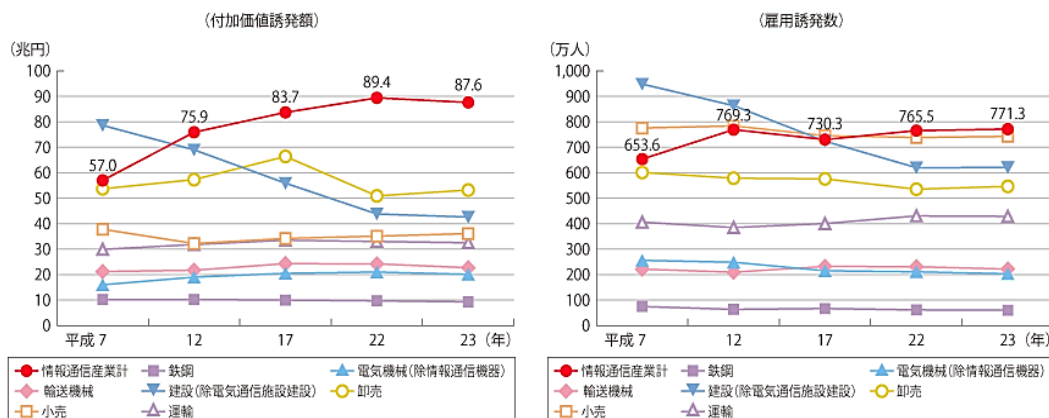
(出典) 総務省「ICTの経済分析に関する調査」(平成25年)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/link/link03.html>

(2) 情報通信産業の経済波及効果

主な産業の生産活動による経済波及効果⁸をみると、情報通信産業の付加価値誘発額は他の産業と比較すると最も高く、平成23年で87.6兆円、雇用誘発数は771.3万人となっている(図表5)。情報通信産業の付加価値誘発額が高い理由は、製造業等と比べて、中間投入としての加工・組立や物流等の経費等が少ないからと考えられ、他の産業と比べて、利益を投資に投入しやすいことから、成長が見込まれる産業であると解釈できる。

図表5 主な産業部門の生産活動による経済波及効果（付加価値誘発額、雇用誘発数）の推移



(出典) 総務省「ICTの経済分析に関する調査」(平成25年)

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/link/link03.html>

⁸ 「生産活動による経済波及効果」とは産業部門に着目し、その生産活動が国内産業にもたらす経済波及効果をみるものである。

(3) 鎌倉市の産業構造と特徴

次に、経済センサスから本市の産業構造を見る。経済センサスとは、日本全国の事業所及び企業を対象に経済活動の実態を明らかにする調査で、「経済の国勢調査」と言えるものである。

総務省の平成 24 年経済センサス活動調査（確報）産業横断的集計（基本編）によると、国内の企業などの数は 412 万 8215 企業（平成 21 年経済センサス基礎調査と比べると▲7.9%）、売上（収入）金額（以下「売上高」という。）で 1335 兆 6410 億円、付加価値額は 244 兆 7620 億円となっている。

産業大分類別に企業数を見ると「卸売業、小売業」が最も多く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」、「建設業」となっており、上位 3 産業で全産業の 5 割弱を占めている。売上高においても「卸売業、小売業」が最も多く、次いで「製造業」、「金融業、保険業」となっており、上位 3 産業が全産業の 6 割強を占めている（図表 7）。

本市の企業などの数は 2777 企業（平成 21 年経済センサス基礎調査と比べると 5.0%増）、売上高で 3329 億 54 百万円、付加価値額は 1754 億 34 百万円となっている。売上高を見ると「卸売業、小売業」が最も多く、次いで「製造業」、「医療、福祉」となっており、上位 3 産業で全産業の 6 割強を占めている。1 企業当たりの売上高を見ると、「製造業」が最も多く、次いで「医療、福祉」「運輸業、郵便業」となっている（図表 6）。

本市の「情報通信業」の企業数は、全企業数の 3.8%と、国の 1.1%に比べて高いものの、1 企業当たりの売上高 8200 万円は、国の 1 億 2600 万円と比較すると低いことから、本市の「情報通信業」は、生産規模が小さい企業が多いと解釈できる。

図表 6 鎌倉市の産業分類別企業数、売上高及び付加価値額

産業大分類	企業数				売上高			付加価値額		
	21年	24年	増減率 (%)	合計に 占める 割合 (%)	(百万円)	合計に 占める 割合 (%)	1企業 当たり 売上高 (万円)	(百万円)	合計に 占める 割合 (%)	1企業 当たり 付加価値 額 (万円)
合計	2,645	2,777	5.0	100.0	332,954	100.0	11,990	175,434	100.0	6,317
農林漁業(個人経営を除く)	6	7	16.7	0.3%	186	0.1%	2,657	80	0.0%	1,143
工業,採石業,砂利採取業	0	0	0.0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0
建設業	348	319	▲ 8.3	11.5%	27,460	8.2%	8,608	6,184	3.5%	1,939
製造業	156	147	▲ 5.8	5.3%	68,112	20.5%	46,335	18,087	10.3%	12,304
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0.0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0
情報通信業	124	105	▲ 15.3	3.8%	8,636	2.6%	8,225	4,441	2.5%	4,230
運輸業、郵便業	30	31	3.3	1.1%	6,493	2.0%	20,945	3,522	2.0%	11,361
卸売業,小売業	777	711	▲ 8.5	25.6%	101,165	30.4%	14,229	28,244	16.1%	3,972
金融業,保険業	42	33	▲ 21.4	1.2%	617	0.2%	1,870	335	0.2%	1,015
不動産業,物品賃貸業	360	323	▲ 10.3	11.6%	15,530	4.7%	4,808	60,787	34.6%	18,820
学術研究,専門・技術サービス業	247	211	▲ 14.6	7.6%	14,945	4.5%	7,083	7,844	4.5%	3,718
宿泊業,飲食サービス業	228	241	5.7	8.7%	15,790	4.7%	6,552	6,741	3.8%	2,797
生活関連サービス業,娯楽業	118	120	1.7	4.3%	10,584	3.2%	8,820	3,567	2.0%	2,973
教育,学習支援業	58	90	55.2	3.2%	14,642	4.4%	16,269	8,931	5.1%	9,923
医療,福祉	47	167	255.3	6.0%	41,987	12.6%	25,142	23,815	13.6%	14,260
複合サービス事業	0	0	0.0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0
サービス業(他に分類されないもの)	104	272	161.5	9.8%	6,807	2.0%	2,503	2,856	1.6%	1,050

※平成 24 年経済センサス活動調査より作成

図表 7 国の産業大分類別企業数、売上高及び付加価値額

産業大分類	企業数				売上高			付加価値額		
	21年	24年	増減率(%)	合計に占める割合(%)	(百万円)	合計に占める割合(%)	1企業当たり売上高(万円)	(百万円)	合計に占める割合(%)	1企業当たり付加価値額(万円)
合計	4,480,753	4,128,215	▲ 7.9	100.0	1,335,640,971	100.0	37,622	244,761,987	100.0	6,894
農林漁業(個人経営を除く)	25,738	24,616	▲ 4.4	0.6	3,884,692	0.3	17,304	884,674	0.4	3,941
工業,採石業,砂利採取業	2,187	1,766	▲ 19.3	0	714,500	0.1	44,994	140,304	0.1	8,835
建設業	520,473	468,199	▲ 10.0	11.3	83,384,100	6.2	20,626	15,593,241	6.4	3,857
製造業	450,966	434,130	▲ 3.7	10.5	343,085,349	25.7	89,294	56,465,853	23.1	14,696
電気・ガス・熱供給・水道業	922	759	▲ 17.7	0	21,871,668	1.6	142,481	2,801,774	1.1	402,554
情報通信業	51,576	45,441	▲ 11.9	1.1	47,640,311	3.6	126,538	12,899,132	5.3	34,262
運輸業、郵便業	82,970	75,783	▲ 8.7	1.8	54,971,022	4.1	83,455	14,291,100	5.8	21,696
卸売業,小売業	1,059,676	930,073	▲ 12.2	22.5	415,122,173	31.1	50,217	45,497,713	18.6	5,504
金融業,保険業	37,529	32,419	▲ 13.6	0.8	113,927,926	8.5	408,212	18,530,797	7.6	66,397
不動産業,物品賃貸業	356,486	329,449	▲ 7.6	8	35,663,570	2.7	12,778	8,367,744	7.6	2,998
学術研究,専門・技術サービス業	209,160	192,062	▲ 8.2	4.7	28,940,016	2.2	17,677	10,705,863	7.6	6,539
宿泊業,飲食サービス業	606,517	545,801	▲ 10.0	13.2	19,980,711	1.5	4,733	7,369,226	7.6	1,746
生活関連サービス業,娯楽業	407,667	385,997	▲ 5.3	9.4	37,314,827	2.8	11,242	6,389,431	7.6	1,925
教育,学習支援業	122,497	116,051	▲ 5.3	2.8	13,992,086	1.0	13,860	6,671,654	7.6	6,609
医療,福祉	272,217	276,972	▲ 1.7	6.7	74,537,763	5.6	30,854	24,142,922	7.6	9,994
複合サービス事業	6,923	6,469	▲ 6.6	0.2	7,474,813	0.6	121,819	2,357,739	7.6	38,425
サービス業(他に分類されないもの)	267,249	262,228	▲ 1.9	6.4	33,135,444	2.5	14,201	11,652,820	7.6	4,994

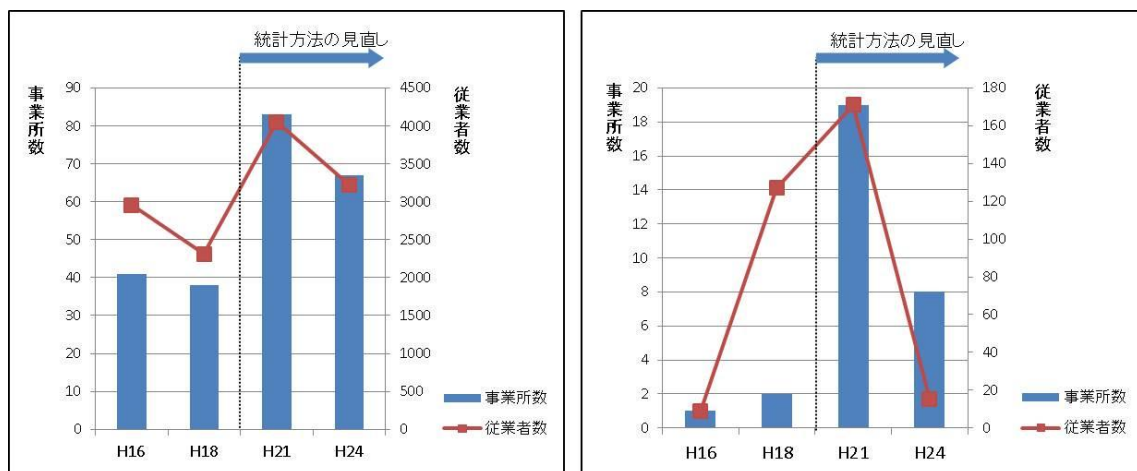
※平成 24 年経済センサス活動調査より作成

(4) 鎌倉市の情報通信産業の現状

総務省の平成16年・18年の事業所・企業統計調査、及び平成21年から平成24年にかけての経済センサス基礎調査及び活動調査のデータから、情報サービス業、インターネット附随サービス業をIT産業と捉え抽出した。

平成16年は情報サービス業が41事業所で2,960名、平成18年には38事業所で2,312名となっており、事業数、従業者数ともに若干減少している。平成21年は、83事業所で従業者数も4,052名と回復しているが、平成24年には再び、67事業所で従業者数は3,224人となっており、平成21年と比較すると事業所数、従業者数ともに約2割の減少となっている(図表8及び図表9)。

図表 8 情報サービス業事業所数・従業者数 インターネット附随サービス業事業所数・従業者数



※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成。

図表 9 鎌倉市の全産業の事業所数・従業者数と情報サービス業・インターネット附随サービス業の事業所数・従業者数及び両産業が全産業の中で占めるシェア

	事業所数				従業者数			
	H16	H18	H21	H24	H16	H18	H21	H24
全産業	6,798	6,721	7,764	7,228	63,510	62,239	70,916	66,493
情報サービス業	41	38	83	67	2,960	2,312	4,052	3,224
インターネット附随サービス業	1	2	19	8	9	127	171	15
情報サービス業シェア(%)	0.0060	0.0057	0.0107	0.0093	0.0466	0.0371	0.0571	0.0485
インターネット附随サービス業シェア(%)	0.0001	0.0003	0.0024	0.0011	0.0001	0.0020	0.0024	0.0002

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

総務省の事業所・企業統計調査が、経済センサス基礎調査・活動調査に変更された際に、統計データの取得方法が見直され、絶対数では推移を見ることができないため、本市における情報サービス業、インターネット附随サービス業を、全産業の中におけるシェアの変化で比較することとした。

全産業における本市の情報サービス業及びインターネット附随サービス業のシェアはともに 1 % 以下で、平成 21 年に増加したが、平成 24 年に減少している（図表 9）。

また、平成 24 年の従業者数規模別の事業所の分布を見ると、従業員数が 10 人以下の事業所が 45 事業所となっており、約 7 割を占めているが、その従業者数は 105 人で、全体の 3 パーセントに過ぎない。一方、従業者数が 100 人以上の大規模事業所は 3 事業所しかないにも関わらず、従業者数は 2,301 人で、全体の約 7 割を占めている。

インターネット附随サービス業においては、4 人以下の小規模事業所数が大多数を占め、平成 18 年度と 21 年度には 100 人以上の規模の事業所があったが、平成 24 年度においては、4 人以下の事業所のみとなっている（図表 10 及び図表 11）。

図表 10 情報サービス業事業所数・従業者数（鎌倉市）

	H16		H18		H21		H24	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
1～4人	11	28	14	33	55	108	39	71
5～9人	7	42	5	33	8	49	6	34
10～19人	6	86	5	65	4	60	6	75
20～29人	1	20	2	51	3	76	4	106
30～49人	5	189	1	30	2	70	2	71
50～99人	7	510	6	396	4	291	7	566
100人以上	4	2,085	5	1,704	7	3,398	3	2,301
合計	41	2,960	38	2,312	83	4,052	67	3,224

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

図表 11 インターネット附随サービス業事業所数・従業者数（鎌倉市）

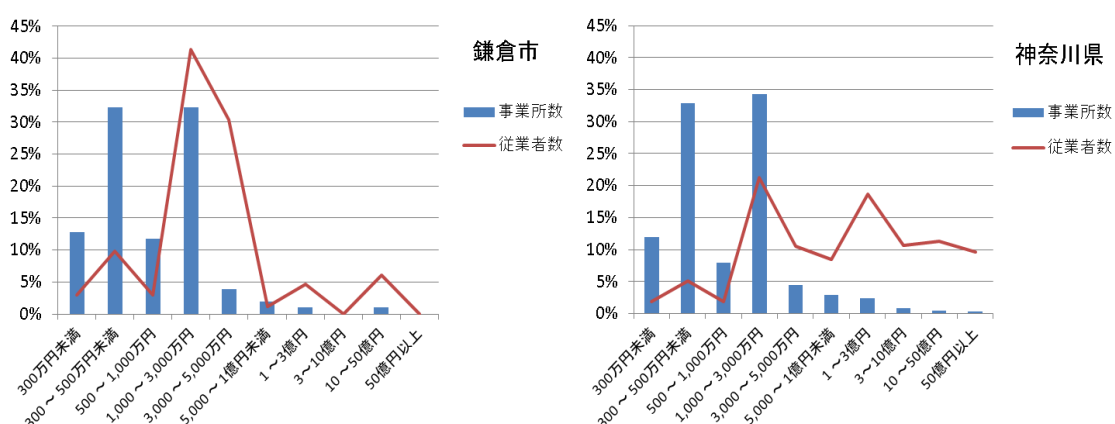
	H16		H18		H21		H24	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
1～4人	0	0	0	0	16	33	8	15
5～9人	1	9	0	0	1	7	0	0
10～19人	0	0	0	0	0	0	0	0
20～29人	0	0	1	24	0	0	0	0
30～49人	0	0	0	0	1	30	0	0
50～99人	0	0	0	0	0	0	0	0
100人以上	0	0	1	103	1	101	0	0
合計	1	9	2	127	19	171	8	15

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

次に、平成 24 年経済センサス基礎調査による、本市と神奈川県の情報通信業の資本金別事業所数及び従業者数の割合を比較すると、資本金 300～500 万円未満と、1,000 万から 3,000 万未満の事業所が、本市・神奈川県ともに 3 割を超えている。他の資本金別事業所数の割合も、ほぼ同じである。事業所数の割合に、大きな差異は見られない。

従業者数について見ると、本市は資本金 1,000 万～3,000 万円未満が 41%、3,000 万～5,000 万円未満が 30%を占めているのに対し、神奈川県は、資本金 1,000 万～3,000 万円未満が 21%で、1 億～3 億円未満が 19%となっており、その他の資本金 3,000 万円以上企業の割合は 1 割前後となっている。本市は大規模な事業所が少ないために、従業者数も資本金 3,000 万円未満が約 9 割を占めており、神奈川県は大規模事業所があることから、資本金 5,000 万円以上が約 6 割を占めている（図表 12）。

図表 12 鎌倉市及び神奈川県の情報サービス業資本金別事業所数・従業者数割合



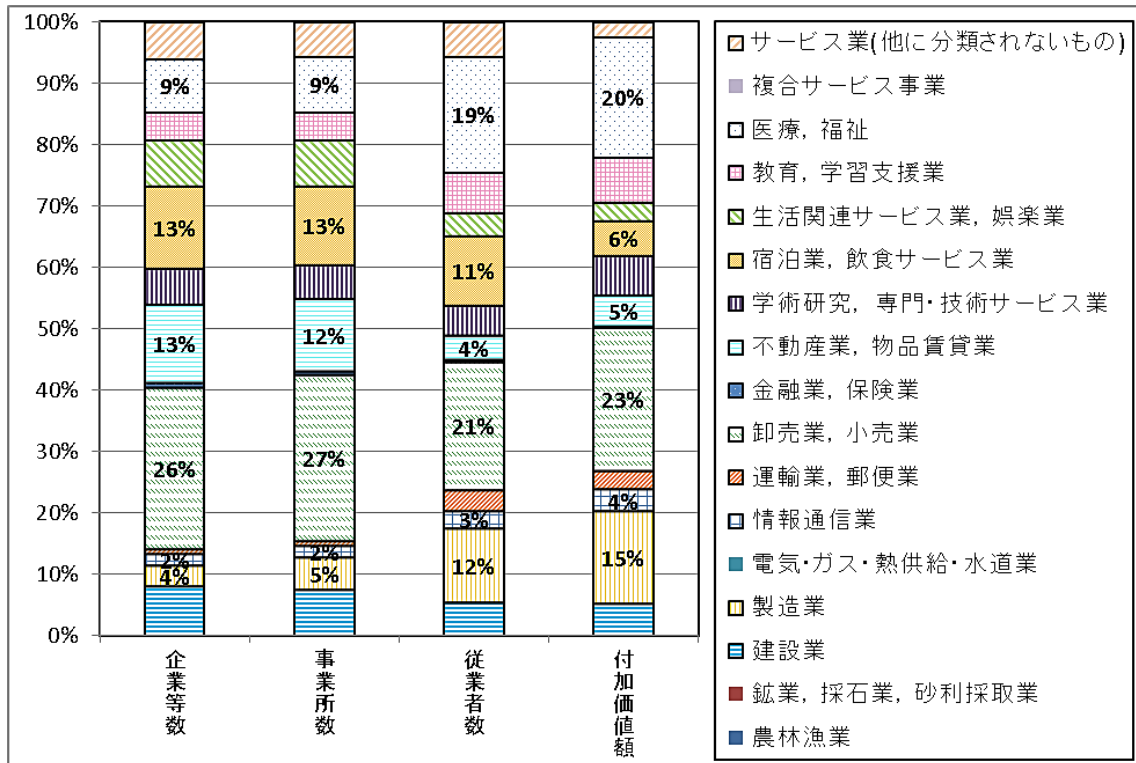
※平成 24 年経済センサス-基礎調査より作成

(5) 鎌倉市における情報通信業と他の産業の付加価値額

平成 24 年度経済センサス活動調査によると、鎌倉市において事業所数が 27%と最も多い卸売業、小売業については、市全体に占める付加価値額のシェアは 23%となっており、ほぼ同じ割合である。2 番目と 3 番目に事業所数が多い宿泊業、飲食サービス業および不動産業、物品賃貸業は、事業所数が 13%、12%であるのに対し、付加価値額はそれぞれ 6 %、5 %と低い値になっている。

情報通信業は、企業等数 2 %、事業所数 2 %、従業者数 3 %となっているが、付加価値額は 4 %となっており、産業の規模こそ少ないものの、他の産業に比べて、付加価値額が高くなっている。さらに情報通信業は、事業所数、従業員数の市全体に占めるシェアよりも、付加価値額に占めるシェアが高い。これは、他の産業に比べて、中間投入の経費等が少ないためと思われる（図表 13）。

図表 13 鎌倉市の産業別付加価値額の比較



※平成 24 年経済センサス活動調査より作成

(6) まとめ（全国との比較・本市の現状）

国の情報通信産業の市場規模（実質国内生産額）は、全産業の中で最大規模であり、その内訳の推移を見ると、情報サービス業は最大規模の産業であり、インターネット附随サービス業も規模を年々拡大している。

本市では、集積が注目されているものの、現時点では情報サービス業の 1 企業当たりの売上

高は、全国平均より低い状況である。また、従業員数が10人以下の事業所が45事業所となっており、約7割を占めているが、その従業者数は105人で、全体の3%に過ぎない。また、資本金が3,000万円未満の企業が全体の約9割を占める。

一方、従業者数が100人以上の大規模事業所は3事業所しかないものの、従業者数は2,301人で、全体の約7割を占めている。

インターネット附随サービス業においては、4人以下の小規模事業所数が大多数を占め、平成18年度と21年度には100人以上の規模の事業所があったが、平成24年度においては、4人以下の事業所のみとなっている。

以上のことから、本市には小規模な事業所が多いが、従業者の約7割は大規模な事業所に勤めていることが分かる。

鎌倉市の情報通信業の付加価値額は他の産業に比べて高く、製造業、医療・福祉に次いで高い。国の平成25年情報通信白書においても、情報通信業の付加価値誘発額は、この10年間にについて他の産業と比較して最も高額である。付加価値額が高いということは、利益を新たな投資につなげやすいことから、今後の情報通信業の成長や経済効果が期待される。

2-2 統計から見た他都市におけるIT産業の現状と動向

(1) 大都市、近隣市等の現状と動向

次に、本市以外の自治体におけるIT産業の動向について見る。

調査方法としては、総務省統計局がホームページで公開している平成16年及び18年の「事業所・企業統計調査」、平成21年「経済センサス-基礎調査」⁹、平成24年「経済センサス活動調査」を基に、平成16年から平成24年までの全産業の事業所数及び従業者数と、情報サービス業とインターネット附随サービス業の事業所数及び従業者数を抽出し、全産業に占めるIT産業の割合を見ることとした。なお調査対象は、近隣市、IT産業が集積する主な大都市及び総務省が「ITビジネスモデル地区」¹⁰として指定した自治体とした（図表14）。

まず、近隣市と主な大都市を見る。東京都に属する港区、渋谷区において事業所数の割合は約3%～5%で推移しているものの、その他の都市では多くても1%台とIT産業の占める割合はかなり低い水準である。従業者数の割合についても、港区、渋谷区の約10%前後という数値以外は、0から4%台に留まっている。

また、この8年間の推移を見ると、平成16年から平成18年、平成18年から平成21年にかけては、IT産業の事業所数が増加している都市が大多数であるが、平成21年から平成24年には調査対象都市の大半において事業所数が減少している（図15）。一方、割合の推移を見ると、

9 平成21年経済センサス-基礎調査は、我が国の事業所及び企業を対象に新しく創設した調査のため、事業所・企業統計調査（平成18年まで実施）と調査の対象は同様だが、調査手法が次の2点において異なることから、平成18年事業所・企業統計調査との差数が全て増加・減少を示すものではない。①商業・法人登記等の行政記録の活用、②会社（外国の会社を除く）、会社以外の法人及び個人経営の事業所の本社等において、当該本社等の事業主が当該支所等の分も一括して報告する「本社等一括調査」の導入等

10 ITビジネスモデル地区とは、ITビジネスにとって魅力的な環境を先行的に実現することで、地域展開のモデル構築と他地域への波及による地域経済の活性化を目的として、ITビジネスの振興に積極的な地方公共団体を総務省が指定した地区のことである。詳細については、「2-3 施策から見た他都市におけるIT産業の動向」で述べる。

平成 21 年から平成 24 年にかけて事業所数が減少している都市において、IT 産業の占める割合が増加しているという特徴がみられる。これはリーマンショックなどの影響による景気後退に伴う全産業の事業所数の減少に対して、IT 産業の事業所数が若干ではあるが伸びを示した結果である。なお、従業者の数と割合については、ほぼ同じような増減の動きを示している。

このように、今回調査対象とした近隣市と大都市において、IT 産業が全産業に占める割合は、事業所数、従業者数ともに数%台と低い水準であり、かつ調査した 8 年間では大きな伸びを示してはいないことが分かった（図表 16）。

ここで、今回調査対象とした自治体における IT 産業の動向が、同規模の自治体にも言えるかを考察するために、類似団体の現状についても比較することとした。

図表 14 調査対象とした自治体（近隣市・主な大都市・IT ビジネスモデル地区）

近隣市	藤沢市、茅ヶ崎市
IT 産業が集積する主な大都市	東京都港区、渋谷区、大阪市、札幌市、横浜市港北区
IT ビジネスモデル地区	横須賀市、大垣市、岩見沢市、和歌山県白浜町、田辺市、宮崎市、福岡県飯塚市、仙台市、岡山市、北九州市、福岡市、松山市

図表 15 IT 産業事業所数・従業者数（近隣市・主な大都市・IT ビジネスモデル地区）

調査対象自治体	IT 産業事業所数(箇所)				IT 産業従業者数(人)			
	H16	H18	H21	H24	H16	H18	H21	H24
鎌倉市	42	40	102	75	2,969	2,439	4,223	3,239
茅ヶ崎市	17	13	47	38	124	427	250	192
藤沢市	48	53	101	81	703	876	1,092	793
横須賀市	37	37	90	81	1,458	1,715	2,368	1,474
大垣市	93	87	77	60	1,688	1,865	1,714	1,534
岩見沢市	4	6	16	16	26	43	47	88
白浜町	1	1	1	1	45	4	65	78
田辺市	11	13	17	18	91	100	114	101
宮崎市	78	87	104	108	1,360	1,767	1,785	2,616
飯塚市	1	26	32	23	155	223	271	248
港北区	157	183	248	235	7,281	8,322	9,098	9,466
港区	1,430	1,979	2,027	1,678	68,168	97,769	115,162	106,661
渋谷区	1,200	553	1,128	969	45,315	35,236	44,284	41,815
大阪市	2,335	2,953	3,601	3,101	72,877	87,376	93,787	85,937
仙台市	376	495	606	568	11,494	11,764	13,740	13,944
札幌市	657	858	1,048	955	16,600	20,825	20,227	20,525
岡山市	182	222	305	280	5,967	6,290	6,609	5,718
北九州市	148	173	259	232	3,519	5,055	5,531	4,255
福岡市	863	1,045	1,365	1,181	23,255	27,021	31,097	28,541
松山市	135	143	207	198	2,430	2,495	3,157	2,888

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

図表 16 全産業に占める IT 産業の割合（近隣市・主な大都市・IT ビジネスモデル地区）

調査対象 自治体	IT 産業事業所数				IT 産業従業者数			
	H16	H18	H21	H24	H16	H18	H21	H24
鎌倉市	0.62%	0.60%	1.31%	1.04%	4.67%	3.92%	5.95%	4.87%
茅ヶ崎市	0.28%	0.21%	0.67%	0.65%	0.24%	0.79%	0.41%	0.38%
藤沢市	0.39%	0.42%	0.75%	0.75%	0.54%	0.58%	0.69%	0.59%
横須賀市	0.26%	0.26%	0.61%	0.70%	1.21%	1.40%	1.66%	1.34%
大垣市	1.18%	1.07%	0.89%	0.77%	2.40%	2.45%	2.04%	2.04%
岩見沢市	0.13%	0.18%	0.44%	0.55%	0.10%	0.15%	0.14%	0.32%
白浜町	0.09%	0.07%	0.07%	0.10%	0.55%	0.04%	0.60%	0.86%
田辺市	0.24%	0.24%	0.30%	0.34%	0.36%	0.33%	0.32%	0.32%
宮崎市	0.48%	0.48%	0.56%	0.64%	1.02%	1.11%	1.02%	1.49%
飯塚市	0.02%	0.42%	0.51%	0.44%	0.47%	0.43%	0.46%	0.49%
港北区	1.59%	1.84%	2.11%	2.41%	6.11%	6.71%	5.92%	7.21%
港区	3.72%	4.43%	4.76%	5.58%	8.76%	11.00%	11.28%	10.51%
渋谷区	4.03%	1.73%	4.26%	5.31%	10.56%	7.34%	9.72%	9.16%
大阪市	1.15%	1.48%	1.72%	1.87%	3.53%	4.12%	3.90%	3.86%
仙台市	0.87%	1.08%	1.25%	1.40%	2.46%	2.36%	2.44%	2.67%
札幌市	0.92%	1.18%	1.31%	1.49%	2.21%	2.67%	2.25%	2.54%
岡山市	0.65%	0.76%	0.91%	1.02%	2.16%	2.10%	1.90%	1.88%
北九州市	0.31%	0.37%	0.54%	0.61%	0.85%	1.20%	1.15%	1.03%
福岡市	1.23%	1.51%	1.84%	2.01%	3.13%	3.51%	3.49%	3.45%
松山市	0.64%	0.68%	0.90%	1.06%	1.23%	1.24%	1.34%	1.34%

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

(2) 各類似団体の現状と動向

(1) で取り上げた調査対象市について、相対的に変化を見るために、それぞれの類似団体についても比較を試みることにした（図表 17）。今回調査対象とした自治体の類似団体¹¹の、IT 産業事業所数・従業員数及び全産業に占める IT 産業事業所数・従業員数の割合を示したのが図表 18 及び図表 19 である。

まず事業所数では、IT 産業の占める割合がほとんど 1 %未満であり、かつ平成 16 年から平成 24 年までの 8 年間でほとんど割合が伸びていないことが分かる。また、従業者数についても、事業所数の割合の低さが示す通り、そのほとんどが全体の数%台であり、IT 産業の占める割合が低い現状が浮き彫りとなっている。そして、事業所数の増減に関しても、平成 18 年から平成 21 年にかけては軒並み数が増加している。不況のあおりによるものか定かではないが、平成 24 年にかけてはほとんどの自治体が減少している。

この表が示す通り、各類似団体でも、先に述べた近隣市や大都市の状況と同じく、全産業に対する IT 産業の割合は低い状況であり、この数年に大きな伸びは見られないことが分かった。

¹¹ 類似団体とは、全国の市長村を「指定都市」「中核市」「特例市」「都市」「町村」「特別区」に分類した上で、さらに「都市」「町村」を人口規模や産業構造で細分化し、グループ分けを行ったもののうち、同じグループに属する自治体を指す。

図表 17 調査対象とした各市の類似団体

鎌倉市	兵庫県川西市
茅ヶ崎市	平塚市、小田原市、厚木市、大和市
横須賀市	大分市
大垣市	帯広市、上田市、鈴鹿市
岩見沢市	千歳市、恵庭市、十和田市
白浜町	那須町、三郷町
田辺市	和歌山県紀ノ川市
宮崎市	富山市、久留米市、長崎市
飯塚市	海老名市、岐阜県多治見市、三島市、奈良県生駒市、福岡県春日市
札幌市	神戸市
松山市	広島県福山市、高松市

図表 18 IT産業事業所数・従業者数（類似団体）

調査対象 自治体	類似団体	IT産業事業所数(箇所)				IT産業従業者数(人)			
		H16	H18	H21	H24	H16	H18	H21	H24
鎌倉市	川西市	-	4	25	18	-	7	71	48
茅ヶ崎市	平塚市	22	24	58	43	487	463	667	616
	小田原市	22	24	50	39	898	867	1,046	1,036
	厚木市	59	62	85	81	2,745	2,316	2,516	2,293
	大和市	27	23	69	54	551	712	576	586
横須賀市	大分市	102	119	155	151	2,202	2,320	3,262	2,636
大垣市	帯広市	28	34	40	31	214	283	244	229
	上田市	376	40	61	48	7,594	659	772	715
	鈴鹿市	12	11	-	21	119	79	-	93
岩見沢市	千歳市	-	4	-	-	-	29	-	-
	恵庭市	-	-	5	5	-	-	29	81
	十和田市	-	-	11	7	-	-	45	31
白浜町	那須町	-	-	2	2	-	-	2	2
	三郷町	-	-	4	3	-	-	15	10
田辺市	紀ノ川市	-	-	6	-	-	-	16	-
宮崎市	富山市	105	120	168	137	2,383	3,711	3,712	3,997
	久留米市	31	40	48	46	537	575	850	480
	長崎市	72	80	131	124	1,309	1,366	1,647	1,349
飯塚市	海老名市	16	15	34	29	402	245	406	187
	多治見市	11	12	26	23	58	93	132	120
	三島市	-	-	60	58	-	-	735	851
	生駒市	-	4	24	16	-	40	79	63
	春日市	-	13	28	24	-	78	146	115
札幌市	神戸市	398	456	611	502	9,204	9,588	11,592	10,713
松山市	福山市	70	75	94	106	1,446	1,620	1,475	1,373
	高松市	122	152	208	173	2,283	2,468	2,636	2,617

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

図表 19 全産業に占める I T 産業の割合（類似団体）

調査対象 自治体	類似団体	IT産業事業所数				IT産業従業者数			
		H16	H18	H21	H24	H16	H18	H21	H24
鎌倉市	川西市	-	0.10%	0.58%	0.46%	-	0.02%	0.18%	0.14%
茅ヶ崎市	平塚市	0.23%	0.23%	0.54%	0.44%	0.47%	0.40%	0.56%	0.58%
	小田原市	0.25%	0.28%	0.56%	0.47%	1.11%	0.99%	1.12%	1.19%
	厚木市	0.62%	0.63%	0.82%	0.85%	2.14%	1.67%	1.66%	1.62%
	大和市	0.35%	0.30%	0.84%	0.71%	0.75%	0.87%	0.67%	0.77%
横須賀市	大分市	0.53%	0.61%	0.75%	0.79%	1.17%	1.14%	1.37%	1.26%
大垣市	帯広市	0.31%	0.38%	0.43%	0.36%	0.29%	0.34%	0.28%	0.30%
	上田市	5.94%	0.47%	0.71%	0.62%	13.94%	0.85%	0.98%	1.02%
	鈴鹿市	0.18%	0.16%	-	0.31%	0.16%	0.10%	-	0.11%
岩見沢市	千歳市	-	0.13%	-	-	-	0.06%	-	-
	恵庭市	-	-	0.24%	0.27%	-	-	0.10%	0.38%
	十和田市	-	-	0.29%	0.21%	-	-	0.14%	0.11%
白浜町	那須町	-	-	0.12%	0.13%	-	-	0.01%	0.02%
	三郷町	-	-	0.83%	0.74%	-	-	0.34%	0.30%
田辺市	紀ノ川市	-	-	0.22%	-	-	-	0.07%	-
宮崎市	富山市	0.56%	0.52%	0.72%	0.66%	1.37%	1.55%	1.49%	1.84%
	久留米市	0.24%	0.27%	0.32%	0.33%	0.49%	0.42%	0.60%	0.39%
	長崎市	0.38%	0.39%	0.62%	0.64%	0.80%	0.75%	0.76%	0.67%
飯塚市	海老名市	0.43%	0.39%	0.78%	0.72%	0.85%	0.49%	0.72%	0.35%
	多治見市	0.22%	0.22%	0.47%	0.46%	0.17%	0.21%	0.29%	0.30%
	三島市	-	-	1.04%	1.07%	-	-	1.50%	1.85%
	生駒市	-	0.15%	0.81%	0.59%	-	0.15%	0.27%	0.25%
	春日市	-	0.39%	0.84%	0.76%	-	0.28%	0.48%	0.47%
札幌市	神戸市	0.57%	0.63%	0.83%	0.74%	1.45%	1.33%	1.47%	1.51%
松山市	福山市	0.34%	0.32%	0.40%	0.49%	0.82%	0.74%	0.64%	0.66%
	高松市	0.62%	0.65%	0.85%	0.78%	1.34%	1.12%	1.12%	1.28%

※平成 16 年・18 年の事業所・企業統計調査、平成 21 年経済センサス-基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査より作成

(3) まとめ

以上のように、I T 産業の事業所数、従業者数及びそれらの全産業の中に占める割合を、大都市、近隣市、I T ビジネスモデル地区でデータ比較をした結果、本市の I T 産業は、従業者数が 5 人～10 人の小規模事業所は増加しているものの、現時点では集積しているとまでは言い難い状況である。

しかし、本調査で比較した大都市等やそれらの類似団体に比べ、本市における I T 産業の全産業に占める割合が事業所数、従業員数ともに顕著に高いこと、また、I T ビジネスモデル地区など I T 産業振興に積極的に取り組んでいる自治体に比べ、自然発生的に事務所が集積しつつある状況は、本市にとって大変価値がある。この傾向を自覚的に捉え、本市として I T 産業誘致のための環境整備や支援策を講じることで、I T 産業を核とした市内産業の活性化に寄与できるものとする。

次節では、こうした傾向を踏まえ、I T 産業の集積に取り組む自治体先進事例を調査する。

2-3 施策から見た他都市におけるＩＴ産業の動向

2-3-1 ＩＴ産業の集積に取り組む自治体事例

企業の誘致や育成に関する施策の成果は、単に事業者数の増加だけで図ることは困難であり、1～2年の短期間では評価できず、中長期的な視点と経年の動向による考察が必要である。

そこで、本調査では、ＩＴ産業の誘致に概ね10年以上取り組み、施策に対しても一定の成果や評価が付されている自治体及び近隣自治体を対象として、先進事例調査を実施した。

調査対象自治体において、これまでに取り組まれてきた施策の概要とその施策の目指す水準（目標数としての事業所数、従業員数の増分）から、当該自治体も施策に対する評価を試みる。

また、各事例の施策の特徴を把握し、施策の性格別に分類することで、国内自治体においてどのようなＩＴ産業の誘致・支援策が、どのような組み合わせで展開されてきたのかを概観し、後節において、本市において取り組むべき施策を検討する際の参考とする。

(1) ＩＴビジネスモデル地区

ＩＴビジネスモデル地区とは、ＩＴビジネスにとっての魅力的な環境を先行的に実現することで、地域展開のモデル構築と他地域への波及による地域経済の活性化を目的として、ＩＴビジネスの振興に積極的な地方公共団体を総務省が指定した地区のことである（図表20）。

ＩＴビジネスモデル地区に対する支援として、①地域の情報通信基盤の整備、②アプリケーション開発などの促進、③ＩＴ技術者の育成の各分野に対する特例措置が適用されるほか、地方公共団体が負担する費用に対して特別交付税が措置されるものである。

図表 20 I T ビジネスモデル地区の概要

地域特性	応募地方 公共団体	対象地区	概要	増加目標（3 か年）
地方大都市型	仙台市	仙台市（仙台 I T ア ベニュー）	I T ビジネス同市の交流・競争・協働状 態を発生させ、I T ビジネスの集積を図 るとともに、市産業全体の I T 化を促進。	60 事業所、 約 2 千 2 百人
	大阪市	大阪市	都市機能の集積した都市部と研究開発機 能の集積が見込まれる臨海部の連携によ り、I T ビジネスと既存産業の融合を通 じ、新たな I T ビジネスを創造。	359 事業所、 約 1 万 4 千人
	福岡県等	北九州市、福岡市、 飯塚市	ふくおかギガビットハイウェイを活用し て、北九州、福岡、飯塚の 3 市の I T 資 源を仮想的な一体の I T ハブと位置づ け、I T ビジネスを集積。	137 事業所、 約 3 千人
地方都市型	岐阜県	大垣市（ソフトピア ジャパン）	ソフトピアジャパンにおいて、世界一高 密度な I T ビジネス・頭脳労働者の一大 集積団地を形成。	200 事業所、 約 3 千 3 百人
	和歌山県 等	白浜町、田辺市	I H S（Innovation Hot Spring）構想 の推進や県 I T 総合センターの整備を核 に、自然・文化環境を兼ね備えた、魅力 的な I T ビジネス環境のモデルを構築。	36 事業所 約 4 百人
	岡山県	岡山市	ユビキタス社会実現に向けた I P v 6 ・ I C タグ活用型ビジネスモデルを構築。	117 事業所、 約 1 千人
	宮崎県	宮崎市、清武町	優れたリゾート環境と宮崎情報ハイウェ イ 21 等を活用したアウトソーシングビジ ネスの拠点形成。	20 事業所、 約 5 百人
	岩見沢市	岩見沢市	他地域に先行整備されている I T インフ ラを活用した、住民生活の質的向上に資 するコミュニティサービスの展開など優 れたビジネス環境の構築による新たな I T ビジネスの創造を促進。	61 事業所、 約 4 百人
	松山市	松山市※H16 年度指 定	I T 利用・サービス実験の集中展開。	50 事業所、 約 5 百人
近隣都市型	横須賀市	横須賀市	電子自治体の構築や、横須賀リサーチパ ークにおけるモバイル通信技術の研究開 発等を通じ、自然・生活環境の充実した、 新たなワーク/ライフスタイルを実現。	38 事業所、 約 2 千人

出典：総務省東北通信局等

①仙台市の事例

I Tビジネスモデル地区の総称である「仙台 I Tアベニュー」は、仙台駅東口エリアの自然発生的な I T産業の集積を総称しているものであり、自然発生的な集積後に支援策を講じた「後発の集積モデル」である。

施策面では、目的に応じた豊富な助成金が用意されているほか、企業誘致や中小企業施策についてきめの細かい情報の発信を行っている。また、仙台クリエイティブ・クラスター・コンソーシアムの設立（産学官連携のプラットフォーム）により、異なる事業者同士の連携機会の創出を行っている。

補助金等の支援
【企業立地促進助成金】 ・製造業立地促進助成金や広域集客型産業立地促進助成金のほか、情報通信業等に係るものとして、研究開発施設立地促進助成金、特定コールセンター・バックオフィス等及び高機能物流施設立地促進助成金、データセンター・ソフトウェア業立地促進助成金、クリエイティブ産業立地促進助成金等が用意されており、助成金額については、事務所等の新設、増設（賃借にも対応）に係る固定資産税等相当額の 70% から 100%を 3 年間～5 年間で交付、雇用加算として新規雇用等の社員一人につき、10 万～60 万円を 1 年間交付している。
企業間交流の機会
【仙台クリエイティブ・クラスター・コンソーシアムの設立】 ・仙台市で産学官連携により設立された組織で、クリエイティブ産業の集積の形成や都市等の課題の解決も手掛ける。企業間交流の場として S C 3 カフェの開催や W e b サイトを活用しての情報発信（交流促進）を行っている。
場の提供
【T－B i z（東北大学連携ビジネスインキュベータ）】 ・東北大学を中心とした大学の研究シーズと連携した新ビジネスの創出を目的とした施設（大学内に立地）で、起業家に事業用貸室を提供（常駐のインキュベーションマネージャーにより経営支援等のサービスもあり）している。 ※中小企業基盤整備機構が、宮城県、仙台市及び東北大学と連携して運営 【都市環境とライフスタイルを宣伝】
人材の育成
【産学連携支援モデルの確立】 ・東北大学 I I S 研究センターとの連携スキームを組み、東北大学の技術資源と企業の技術力を集約、官による立地支援等を含む産学官の連携体制を構築している。

《仙台市の基礎情報（平成 26 年 2 月 1 日現在：人口 1,070,389 人）》

	事業所数	対前年比	従業者数	対前年比
H 1 6	376 件	—	11,494 人	—
H 1 8	495 件	131.65%	11,764 人	102.35%
H 2 4	568 件	114.75%	13,944 人	118.53%

上記の表は総務省統計局の資料から抽出しており、平成 16 年及び平成 18 年は事業所・企業統計調査、平成 24 年は経済センサス基礎調査より情報サービス業とインターネット付随サービス業の合計を記載（以下同様）

②大垣市（岐阜県）の事例

岐阜県の中部に位置する一大 I T 拠点「ソフトピアジャパン（大垣市）」を核として、I T を中心とした新産業の創出を図るべく各種の事業が推進されており、事業の展開にあっては先行的に整備された施設が効率的に活用されている。

平成 21 年度からは「G I F U ・スマートフォンプロジェクト」の推進により、ソフトピアジャパンにはスマートフォンアプリケーション開発者や企業が多く集まるエリアが形成されている。

補助金等の支援
【雇用促進奨励金】 ・新規地元常用雇用者 1 名につき 50 万円を交付している。 【コールセンター等立地促進事業補助金】 ・事業所の賃貸に支払った経費の 4 分の 1 以内、設備に対する固定資産にかかる固定資産税（償却資産）相当額を通信回線を使用した経費の 8 分の 1 以内を 5 年分交付している。
企業間交流の機会
【ソフトピアジャパンマッチングサイトの開設】 ・ソフトピアジャパン内のすべての企業を検索できるほか、それらの企業が行っている製品やサービスの検索ができ、既存企業とのマッチングが可能である。
場の提供
【ソフトピアジャパンセンターによる施設設備の提供】 ・国際インキュベーションセンター、全国マルチメディア専門の研修センターやワークショップを設置した。
人材の育成
【I A M A S（情報科学芸術大学院大学）の設立】 ・ソフトピアジャパンと共に産業文化創造の担い手を育成する拠点として設立した。

《大垣市の基礎情報（平成 26 年 1 月 31 日現在：人口 163,035 人）》

	事業所数	対前年比	従業者数	対前年比
H 1 6	93 件	—	1,688 人	—
H 1 8	87 件	93.55%	1,865 人	110.49%
H 2 4	60 件	68.97%	1,534 人	82.25%

③白浜町、田辺市（和歌山県）の事例

和歌山リサーチラボなどの施設を I T 人材の育成の交流拠点として、地域の資源となる遊休保養所の活用や通信環境を整備することで企業の誘致を図っている。

補助金等の支援
【試験研究施設・オフィス施設の奨励金】 ・奨励金には雇用奨励金（新規地元雇用者数×30万円）、立地奨励金（投下固定資産額等×30%）、通信補助金（通信回線使用料×50%）、オフィス賃借補助金（賃借料×50%）、航空運賃補助金（航空機利用回数×6,000円）等あり 【白浜町の助成制度】 ・閉鎖中の宿泊施設を取得した場合、固定資産税相当額の 1/2 の補助等あり
企業間交流の機会
【和歌山リサーチラボ等による交流サロンの提供】
場の提供
【県・市の連携によるスタートアップオフィスの提供】 ・和歌山リサーチラボ、和歌山県立情報交流センタービッグ・ユーや白浜町 I T ビジネスオフィス等の提供を行っている。 ・田辺市賃貸オフィスの情報提供システムの提供を行っている。
人材の育成
【和歌山県情報交流センターを活用した情報系人材の育成】 【誘致企業への人材供給につながる人材バンクの創設】 ・きのくに I T 人材バンクの活用を行っている。

《白浜町の基礎情報（平成 26 年 1 月 31 日現在：人口 22,821 人）》

	事業所数	対前年比	従業者数	増減
H 1 6	1 件	—	45 人	—
H 1 8	1 件	100.00%	4 人	8.89%
H 2 4	1 件	100.00%	78 人	1,950.00%

《田辺市の基礎情報（平成 26 年 1 月 31 日現在：人口 79,522 人）》

	事業所数	対前年比	従業者数	対前年比
H 1 6	11 件	—	91 人	—
H 1 8	13 件	118.18%	100 人	109.89%
H 2 4	18 件	138.46%	101 人	101.00%

④岡山市（岡山県）の事例

岡山情報ハイウェイ（I p v6 対応ネットワーク）の整備を中心として、同ネットワークの仕様に沿ったアプリケーションの開発促進、インキュベート施設に加えて、おかやま I T 特別経済区を利用した I T 企業の誘致による産業の集積促進を図ってきた。

補助金等の支援
【企業立地促進法の活用】 【岡山県地域 I T ベンチャー企業等優先発注制度】 ・岡山県内の I T ベンチャー企業等の育成、発展を図るため役務を優先的に発注する。 【新岡山県企業立地促進補助金】 ・土地、家屋に係る固定資産評価額に対して一定額を補助する。 【岡山県データセンター構築等支援補助金】 ・県内に新規データセンターを整備する場合、電気料金及び人件費等について一定額を補助する。 【岡山市企業立地促進奨励金】 【岡山市都市型サービス産業事業補助金】 ・コールセンターや情報通信産業の立地について、人材育成や施設整備に係る費用を補助する。 【岡山市次世代型産業立地推進事業補助金】 ・企業家支援施設での成果を活用して企業する中小企業者の事務所賃料の 1/2 を補助する。
企業間交流の機会
【岡山リサーチパークインキュベーションセンターを活用しての交流会の開催】 ・入居企業間、入居企業と外部企業等との交流の場を提供している。
場の提供
【岡山リサーチパークインキュベーションセンターの施設設備の提供】 ・高度な情報通信環境（岡山情報ハイウェイに直結したネットワーク）を完備した。 【岡山市企業用地等マッチング事業】 ・不動産情報の提供とマッチングの制度を構築した。
人材の育成
【岡山リサーチパークインキュベーションセンターでの人材育成事業の実施】 ・事業支援サービスとして、常駐のインキュベーション・マネージャーが事業ステージに応じたきめ細かな対応で、企業の事業基盤の確立や事業拡大を支援している。 ・創業支援、創業準備室を開設し、新技術・新製品による企業者の事業活動や創業準備を支援している。

《岡山市の基礎情報（平成 26 年 1 月 31 日現在：人口 704, 484 人）》

	事業所数	対前年比	従業者数	対前年比
H 1 6	182 件	—	5, 967 人	—
H 1 8	222 件	121. 98%	6, 290 人	105. 41%
H 2 4	280 件	126. 13%	5, 718 人	90. 91%

⑤岩見沢市の事例

デジタルデバイトの解消に資するブロードバンド環境の整備を契機として、高齢者等生活行動支援システムなど新たなコミュニティサービスに関するアプリケーションの開発やデジタルコンテンツ制作技術者の育成などを図ってきた。企業誘致にも積極的であり、一般社団法人日本経営協会などが主催する企業フェアにも参加している。

補助金等の支援
【企業立地促進法の活用】 【特例措置の適用】 ・法による過疎地域で指定地域等に立地した場合に国税、道税、市税に特例がある。 【岩見沢市新産業創出・雇用促進支援補助金】 ・事業所の新設、設備機器の購入、研修費、通信回線の活用等について一定額を補助する。
企業間交流の機会
【岩見沢市新産業支援センター入居企業とのアライアンスの機会提供】
場の提供
【岩見沢市新産業支援センターによるオフィススペースの提供】 【空き工場の情報提供】
人材の育成
【岩見沢市新産業支援センターによるビジネスサポート】 ・NPO法人と連携しての各種経営サポートを実施している。

《岩見沢市の基礎情報（平成26年1月31日現在：人口87,189人）》

	事業所数	対前年度比	従業者数	対前年度比
H16	4件	—	26人	—
H18	6件	150.00%	43人	165.38%
H24	16件	266.67%	88人	204.65%

⑥宮崎市、清武町（宮崎県）の事例

宮崎市や清武町での I T 産業振興の取組みは平成 6 年からと早く、平成 16 年度には産業クラスターの創出を目的として協議会が設立され、通信網の整備と合わせて I T 分野の共同研究開発に対する支援を開始する。その後、特区制度の活用や企業立地促進法に基づく I T 関連産業などを集積業種としての計画を策定し、I T 企業の誘致に注力した政策を展開している。

補助金等の支援
【宮崎市ものづくり技術改善補助事業】 ・新技術の開発に要する経費の一部を補助 【企業立地奨励金交付事業】 ・中心市街地に新たな産業の誘致を実施
企業間交流の機会
【マルチメディア祭を開催】 【医療機関との連携】 ・地元大学と電子カルテ等の共同運用を実施
場の提供
【宮崎県ソフトウェアセンターのインキュベートルームの提供】 【住環境の提案】 ・住環境等のワークライフバランスを取り入れた提案
人材の育成
【宮崎県ソフトウェアセンターによる I T 関連のコンサルティング等の実施】 【ふるさと宮崎人材バンクの運営】

《宮崎市の基礎情報（平成 26 年 2 月 1 日現在：人口 405,767 人）》

	事業所数	対前年度比	従業者数	対前年度比
H 1 6	78 件	—	1,360 人	—
H 1 8	87 件	111.54%	1,767 人	129.93%
H 2 4	108 件	124.14%	2,616 人	148.05%

※清武町は H22.3 月に宮崎市に合併され、現在、合併特例区として旧町区域を所管

(2) 近隣市

① 藤沢市の事例

藤沢市は、昭和 30 年代から 40 年代の初めにかけて企業の誘致を積極的に行ってきたが、近年は大規模製造工場の閉鎖や市外転出が相次いでいる。「藤沢市産業振興計画」では、平成 23 年～34 年を計画期間としているが、3 年ごとに見直しをすることとしている。同計画では、「産学官連携と広域連携によるベンチャー企業支援と新産業創出」を重点施策の 1 つとしており、その内容は以下の通りである。

ア 起業者を対象に支援を行うこと

イ 湘南の文化や環境を活かしながら、ICT を活用したフィールド実験が行えるよう環境の整備を行うこと

起業家への支援については、ベンチャー企業の育成施設である「慶応藤沢イノベーションビレッジ」を立ち上げ、大学と連携しながら起業家の発掘から育成施設卒業後の支援まで、各段階に合わせた支援を充実させる。

また、新しい産業と産業の集積を図るために立ち上げた「湘南新産業創出コンソーシアム」では、既存の産業、大学、公的機関などが連携して、ビジネスコンテストなどを行っている。藤沢市を実証フィールドとして利用してもらうことにより、藤沢のまち全体が新しい価値を生み出すイノベーションフィールドであることを発信することとしている。

上記 2 点とも大学との連携が強いことが特徴だが、一般的な税制上の支援措置や企業立地雇用奨励補助制度、企業立地促進融資利子補給制度なども行っている。

(3)本市における施策検討の視点

① 自然発生的な集積を加速化、円滑化する施策

本市のIT産業の集積状況は誘致策を講じる前の自然発生的な側面があり、仙台市の事例と同様に、自然発生的な集積後に支援策を講じた「後発の集積モデル」に分類することができる。また、豊かな自然環境やロケーションを背景としたライフスタイルの提案という意味では、本市でも積極的な情報発信が求められるところであり、仙台市のきめの細かい情報発信（プラットフォームの構築など）の形は参考としたい事例である。

②観光資源の活用施策

白浜町のように観光地ならではの遊休地や保養所などといった、豊かな自然環境などの地域（観光）資源を活かし、課題を施策に転化していくという視点は、本市においても参考とした事例である。

③地域資源（ストック）活用施策

和歌山県のきのくに人材バンクや宮崎県のふるさと宮崎人材バンクのように地元の人材と地元の企業とを自治体が直接取り持つことは、市内における雇用創出や職住近接といった優位性の高いモデルの構築が見込めるものであり、施策の醸成状況をみて取り入れたい事例である。

また、岡山市などの不動産情報の提供とマッチングの例では、単なる企業の誘致に留まらず、空き家や空き店舗などの漸増といった潜在的な課題の解決にも資するものであり、本市でも活用を見込みたい事例である。

(4)施策分類と体系

以上の調査結果から、企業誘致に係る施策は次の4種類に分類することができる。これら4つの施策は、企業誘致を積極的に進める自治体においては、共通の施策であることが確認された（図表21）。

- ア 経済的支援
- イ 企業間交流の機会の創出
- ウ 場の提供・支援
- エ 人材育成

図表 21 施策分類と体系

参考自治体	政策分類	7 経済的支援		イ 企業間交流の機会の創出			ウ 場の提供・支援			エ 人材育成	
		補助金を出す	民の補助・免除	企業間	企業と人	IT企業と他業種	インキュベーター施設の提供	物件の紹介	インフラの支援	セミナー実施、講師の派遣	育成場所の設置
1	岐阜県大垣市 (ソフトピアジャパン)	◆コールセンター等立地促進 事業補助金 ◆雇用促進奨励金		◆ソフトピアジャパンソーシャル トープ ◆ソフトピアジャパンマタナグ サイトの開設		IT企業と他業種	◆ベンチャー向けのインキュ ベーター施設の提供(セナード ビル、ドリームコアなど) ◆ソフトピアジャパンセンターに よる施設のリース施設の提供		◆ソフトピアジャパンのIT研修 ◆中小企業の情報支援(セミ ナー、研修の実施、ITアドバイ ザーの派遣)		◆AMAS 岐阜県が設置した 公立の大学
2	和歌山県・中辺町・ 白浜町(リノエ)型 ITビジネスモデル地 区	◆オフスの賃貸補助	◆白浜町では郡内中の宿 5 施設 を助成し、場合、固定資産税 相当額の補助あり				◆ベンチャー向けのレンタルオ フィス ◆白浜町でオフィスや駐車場の などのレンタル	◆田辺市で賃貸オフィスの情報 提供	◆高速ネットワークPSDHの リースなど設備が利用可能 ◆リノエ内や外などを使って 無料でインターネットに接続でき る環境を用意		
3	岡山県	◆企業立地促進奨励金	◆企業立地促進奨励金	◆インキュベーター施設では業同 士の交流会、セミナーを実施	◆ハローワークと協力して合同 面接を実施		◆経営所や貸作業の貸出し	◆不動産の情報提供等から情 報を得て、企業へ紹介、双方の マッチングをする	◆高速の無線LANが使用でき る場所を提供 ◆インキュベーター施設のマネー ジャーが事業の相談などを受 け、企業を支援 ◆新しい製品などを開発してい るグループや個人の事業活動を 支援		◆県内ベンチャー企業と協 働する制度
4	岩手県	◆企業立地に際する補助金 ◆雇用促進文書補助金	◆特定の地域に立地した学生、 国際・市県などにおいて特約 あり	◆インキュベーター施設への入居 企業とのアライアンスによるシ ステム共同開発・運用等の機会 を提供	◆企業誘致フェアをはじめとし た積極的な宣伝		◆岩手県新作業支援セン ターを活用		◆高速の無線LANが使用でき る場所を提供		
5	宮崎県	◆宮崎市のづくり技術者補 助事業 ◆企業立地奨励金交付事業		◆マルナデ7校を開設(情報 交流会)		◆医療産業との連携	◆リノエ施設の提供			◆学生連帯、情報サービス業に 求められる知識力の人材を育 成	
6	大阪市			◆大手IT企業とソフト系IT企業 との連携による研究開発	◆イベント開催		◆水道局の旧庁舎を活用		◆高速道路の環境整備(特に 臨海部) ◆美能美能の実施を支援	◆技術者育成支援	
7	仙台市	◆通産料 賃料の減免									
8	松山市	◆上原(徳)の企業立地奨励 金 ◆はは真を採用した1人につ き5万円、非正規を採用したら1 人につき10万円の補助									
9	福岡市	◆立地交付金(県の交付金とは 別)		◆セミナー開催に合わせて企業 間の交流会を実施				◆物件の紹介		◆IT業界で著名な人の講演会 を開催	
10	横浜須賀野市										

3 ヒアリング・アンケート調査

3-1 ヒアリング調査

3-1-1 市内IT企業（成熟企業）へのヒアリング調査

(1) 調査目的

鎌倉市内に本社を置き、事業実績のあるIT企業にヒアリングを行い、市内の事業環境や経営上の課題を把握する。

(2) 調査概要

調査対象としたIT企業2社の概要及び調査概要は図表22のとおりである。なお、企業の選定に当たっては、次節で述べるアンケート調査において回答のあった企業のうち、事業年数、年商規模、従業員数等から事業実績のある成熟企業を対象とした。

図表 22 調査概要

	企業A（調査日：平成26年2月14日）	企業B（調査日：平成26年3月19日）
設立年	平成3年（※）	昭和60年（※）
年商規模	3億円以上10億円未満（アンケート調査）	3億円以上10億円未満（アンケート調査）
従業員数	139名（※平成25年4月1日現在）	78名（※平成25年4月1日現在）
ヒアリング内容	①オフィス環境の選定理由について ②取引先・協業関係について ③人材育成について ④企業誘致・産業集積について ⑤国の政策について ⑥行政に求めることについて	

※企業HPから掲載

(3) 調査結果

以下に、調査結果の要点を述べ、詳細は資料3に示す。

① オフィス環境の選定について

オフィス環境選定の決め手は2社ともに市内にある主要な取引先との距離にあり、取引先との関係を重視して、本社を市内に移転している。場所の制約を受けにくいIT産業とは言え、顔の見えるアナログな関係の方が顧客の要求や相談に対し迅速に応えられるというのが2社共通の見解であった。また、「Tokyo、Yokohama、Kyoto」よりも「kamakura」という言葉の響きが海外の投資家から受けが良いことも理由の1つとして挙げられた。

② 取引先・協業関係について

主要な取引先や顧客の地域別シェアは、親会社や支社の立地に影響される傾向にあり、都内の割合が高い。協業関係においても都内に立地する親会社や都内・横浜の同業者が多く、市内企業とのつながりは見られなかったが、今後の協業関係のあり方については、自社の不足分野を補える子会社や同業者の近接立地を望んでいた。

③ 人材育成について

2社ともに社内の人材育成は充実していた。市内の個人クリエイターやスタートアップ企業人材育成への協力や市内事業者との連携の可能性については、IT 産業への需要の少なさから、現段階で具体的な検討はないものの、仕事のパートナーの幅を広げる手段や人材発掘の機会として関心を示す意見があった。特に、人材発掘については、近年リクルート（新入社員の獲得）に苦慮していることもあり、一般的な就職活動とは違った方法による人材確保について関心を示していた。また、従業員居住地の地域別シェアでは、神奈川県内の居住率は高いものの、そのうち、市内のシェアは低く、職住接近で働ける環境整備が課題として挙げられた。

④ 企業誘致・産業集積について

「同業者」が一定規模で近隣に立地することについては、相互の不足分野を補いながら協業していける関係であればメリットであるが、事業内容や主要な取引先が重複し、競合する場合はデメリットであるというのが共通の見解であった。また、オフィス環境の選定理由と同様に、主要な取引先との関係における近接立地を重要視しており、特に印刷物などの納品を要する業務や受託開発ソフトウェア業など顧客のニーズを細やかに反映すべき業務については、業務の効率向上の観点から、とりわけ近接立地を重要視する傾向にあった。

⑤ 国の政策について

総務省が推進する「テレワーク（在宅勤務）」について、親会社やIT業界を中心に在宅勤務が増えていることは認識しつつも、セキュリティに不安が残るなどの課題があるため、積極的な導入は考えていないというのが共通の見解であった。

また、経済産業省が推進する「クール・ジャパン戦略」については、現段階で具体的な検討はしていないものの、将来的には、現在の業務（事業）形態を受託開発型から自社製品（アプリケーション）の開発まで拡大し、世界に発信していきたいという意向も見られた。

⑥ 行政に求めること

同業・異業種間の交流を促す機会の創出や産学連携の支援の充実により、営業先やパートナーの拡大を図りたいというのが共通の見解であった。また、機会の創出と同時に人材・スキルマッチングの仕組みづくりを求める一方で、人材・スキルへの信頼の担保が課題として挙げられた。

3-1-2 カマコンバレーへのグループヒアリング調査

カマコンバレーとは、「鎌倉を I T でハッピーに！」という主旨に賛同する企業からなる組織である¹²。近年、メディアなどでその活動が注目されており、市内 I T 企業の自然発生的な集積モデルの事例として活動の実態を把握するため、ヒアリング調査を行った。

(1) 調査目的

カマコンバレー参画企業の経営及び交流活動の実態とオフィス環境課題を明らかにする。

(2) 調査方法

調査概要は図表 23 のとおりである。

まず、カマコンバレー法人会員 5 社に対して個別ヒアリングを行い、その内容を全体で共有した。次に、特に確認したい内容についてより深い質疑を行うとともに意見交換を行った（図表 24）。

図表 23 調査概要

実施日	平成 25 年 8 月 29 日（木）
実施場所	春秋オフィス 3 階
ヒアリング対象	カマコンバレー法人会員 5 社
ヒアリング内容	①カマコンバレーの運営方法・参加動機について ②オフィス環境の選定理由について ③取引先・協業関係について ④交流関係・類似する他地域での団体や理想とする取組みについて ⑤一定規模で集積する意義について ⑥事務所移転について ⑦行政に求めること

図表 24 グループヒアリングの様子



個別ヒアリング

意見交換

12 <http://www.kamacon.com/>

(3) 調査結果

以下に、調査結果の要点を述べ、詳細は資料3に示す。

① カマコンバレーの運営方法・参加動機

会費制（法人会員・個人会員）による運営方法で、毎月1回の定例会を開催している。活動内容は、プロジェクト形式による鎌倉の活動団体支援やイベント実施のほか、類似した活動を行っている地方都市との交流や勉強会の実施など多岐に渡っている。また、運営に当たっては会員数の増加に伴い、定例会などを行うスペースの確保や事務局のリソース・資金不足が課題となっている。

また、ヒアリングを行った企業は、設立年数が浅いスタートアップ企業が多く、会社の枠を超えた地域密着型のネットワークの創出や競争相手であっても事業連携や一体感を生み出せる鎌倉の環境に魅力を感じており、単独では成し得ない大規模プロジェクトなどへの実行力向上を期待してカマコンバレーに参加している。

② オフィス環境の選定理由について

都内から1時間圏内をオフィスの候補地として検討していた企業が多かったが、最終的に鎌倉を選んだ主な理由は、ワークライフバランスの実現にあり、鎌倉の豊かな自然環境や地域が密接につながることができる程よい距離感を評価していた。また、都心と一定の距離を保つことで、IT産業全体の動向に捕らわれないユニークな発想や独自性の創出が可能であることも利点となっており、都心に近く交通利便性の良い駅前ビルだけが魅力的なオフィス環境ではないというのが共通の見解であった。

一方で、事務所移転に伴う社員の市内居住（職住近接）の難しさや市内におけるIT産業への需要の少なさが問題点として挙げた。

③ 取引先・協業関係について

取引先・協業関係にある企業は圧倒的に都内が多く、市内ではカマコンバレー参画企業同士の間で若干の取引・協業がある程度であった。今後は、カマコンバレー参画企業同士やそこから独立した企業・個人との関係を維持・充実させるとともに、市内クリエイターとのつながりを掘り起こしていくことが共通の課題として挙げた。

④ 類似する他地域での団体や理想とする取組・交流関係について

ITを活用した地域活性のモデルケースとして、市内企業とのつながりを生み出すクリエイティブ・ハブのような役割を担うことを目標としており、情報や知識を互いに共有し合い、共に成長していく組織を理想として掲げている。また、他地域での理想的なモデルや取組として、カマコンバレーの名前の由来であるシリコンバレーや地方都市のIT集積事例であるグリーンバレー（徳島県神山町）の他、クラフト・アーツの総合的な教育を行ったドイツのバウハウ

スを挙げていた。特に、シリコンバレーやグリーンバレーとはネット会議や訪問を通じて交流を深めており、2地域に見られるようなITを通した新しい働き方やライフスタイルの提案・発信も重要な取組の1つとしている。

⑤ 一定規模で集積する意義について

現段階では、競合と感ずる規模の集積はなく、同業者が一定規模で近接立地することで国内外への影響力や発信力を強めることができるというのが共通の見解であった。また、取引・協業先が集積することで意思疎通や相談などが円滑になるため、企業のスタートアップ支援や互いの不足分野を補った質の高い仕事が期待できるとしていた。

さらに、企業だけではなく大学・専門学校などが集まることで、企業は労働力や研究費の確保、学生は実践の学び場や起業の機会を得るなど双方にメリットがあるといった意見も挙げられた。

⑥ 事務所移転について

鎌倉の自然環境などに魅力を感じているが、会社の規模を拡大した場合のオフィス床不足や市内でのIT産業への需要の少なさを理由に、将来的には市外への移転も検討せざるを得ないとする意見が大半であった。

⑦ 行政に求めること

スタートアップ時の経済的支援の充実やオフィス環境の整備が挙げられた。特に、オフィス環境については、オフィスの床面積不足を解消する手段として、古民家や空き家を活用した企業集積地を目指すなど、鎌倉の特性を活かした場所の賃貸・提供の仕組みづくりを求める意見があった。また、カマコンバレーの活動への参加など、官民産学連携の推進も挙げられた。

3-1-3 まとめ

ヒアリングから明らかになったことは、次のとおりである。

① オフィス環境について

- 鎌倉にオフィスを構える最大のメリットは地域の知名度（ブランド力）にあり、日本国内だけでなく、海外への発信力に対しても一定の評価があることがわかった。
- 多くの市内企業が都心のオフィス集積地や取引先との距離を重要視しているが、一方で鎌倉の自然豊かな環境を高く評価しており、都心と一定の距離を保つことにより生まれるユニークな発想（鎌倉ならではの創造性）やワークライフバランスの実現に期待して鎌倉にオフィスを構えている。特に、カマコンバレーに参画しているスタートアップ企業において、この傾向が強いことがわかった。
- 鎌倉にオフィスを構えるデメリットは、社員の市内居住（職住近接）の難しさや市内商工業者のIT産業に対する需要の少なさであることがわかった。
- 市内企業（事業者）の持続的な経営や発展に伴うオフィス環境課題は、会社の規模を拡大した場合のオフィス床不足や新入社員などの人材確保であることがわかった。

鎌倉のメリット

- ◎地域の**ブランド力**がある
- ◆海外投資家の受けが良い
- 地域が密接につながれる程よい規模
- 環境が良い**（山・海・自然・空気・静けさ）
- 人が集まりやすい
- 都心と一定の距離（**ユニークな発想**）

鎌倉のデメリット

- ◎市内居住（**職住近接**）が難しい
- ◎**IT産業への需要**が少ない
- ◆新入社員などの**人材確保**が難しい
- （広い）**オフィス床**が少ない
- 都心からの距離がやや遠い
- 食事情が残念
（観光地価格の値段設定・閉店時間の早さ）

オフィス環境

鎌倉以外に魅力を感じた場所

- 都内（渋谷などオフィス集積地）
- 都心から1時間圏内の地域
- 鎌倉のみ

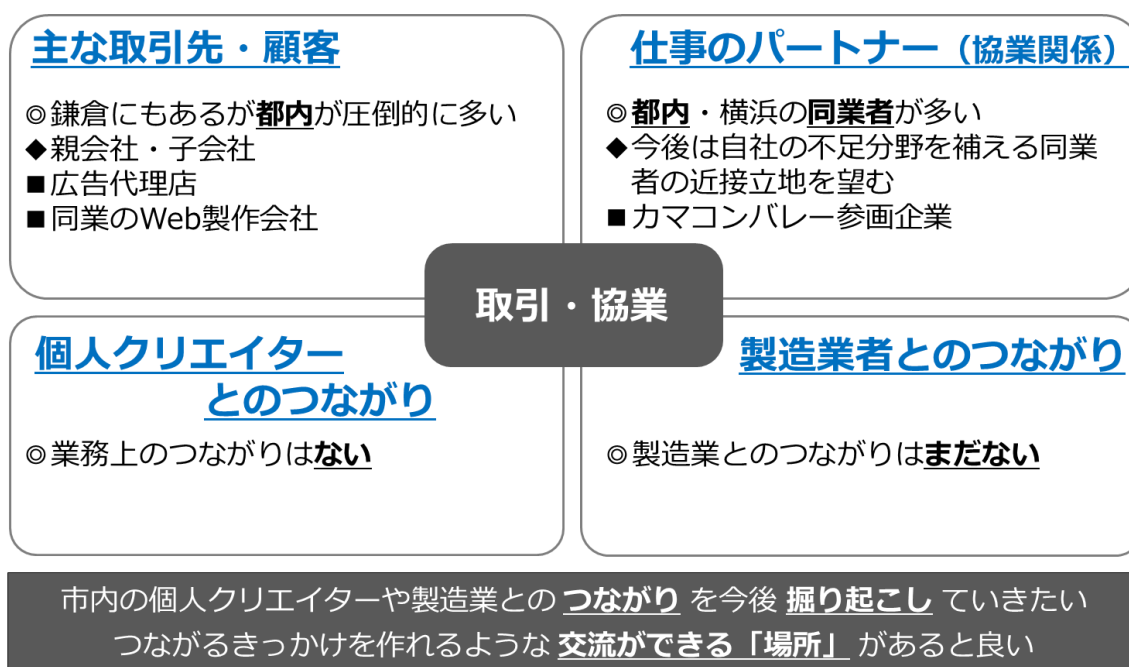
オフィスの選定理由

- ◎地域の**ブランド力**（知名度）
- ◆取引先との距離
- ワークライフバランス**の実現

◎成熟企業・カマコンバレー参画企業 ◆成熟企業 ■カマコンバレー参画企業

② 取引・協業関係について

- 主要な取引先・顧客は都内の企業が圧倒的に多いことがわかった。
- 成熟企業の協業相手は、東京・横浜の同業者が多い。また、カマコンバレー参画企業の協業相手は取引先と同様に都内が圧倒的に多いが、カマコンバレー参画企業同士では若干の協業関係があることがわかった。
- 市内企業（事業者）やクリエイターとのつながりは現時点ではないが、今後は互いの不足分野の補完や仕事のクオリティ向上を目指した協業関係に発展させたいと考える企業が多いことがわかった。
- 市内企業（事業者）やクリエイターとのつながりをつくる機会や交流できる場の創出が求められていることがわかった。



◎成熟企業・カマコンバレー参画企業 ◆成熟企業 ■カマコンバレー参画企業

③ 集積について

- IT産業は一般的に場所の制約を受けにくい業種であると言われているが、業務の効率やクオリティ向上の観点から一定の産業集積は必要であり、互いの不足分野を補完し合える企業の近接立地が望ましいことがわかった。
- 知識、経験、ノウハウなどの蓄積や取引・協業ネットワークの強みが、クリエイターなど創造的な仕事を志向する人々を惹きつける要因となることがわかった。
- 企業が一定規模で集積することの最大のメリットは、対外的な発信力・求心力の増強であると考えており、集積の具体的なイメージとして、市内の分散的な集合とインキュベーション施設のようなシンボリックな点での集積の双方を抱えていることがわかった。
- 企業だけでなく、大学や専門学校などの教育機関も集積の対象としており、産学連携を視野に入れた持続的な発展を期待していることがわかった。

集積のメリット

- ◎ 相互の不足分野を補完できる（協業関係）
- ◎ **仕事の効率や質の向上**が図れる
- **影響力・発信力・求心力**が増す
（現在は競合する規模ではない）
- 教育機関も集積すれば、**産学連携**の推進につながる

集積のデメリット

- ◆ **競合**の恐れがある
（事業内容・取引先が重複する場合）

集 積

集積により 実現したいこと

- 鎌倉にコミットした集合体
- **クリエイティブ・ハブ**機能を担う
- 発信力・求心力の向上
- 新しい働き方・ライフスタイルの提案

集積の具体的なイメージ

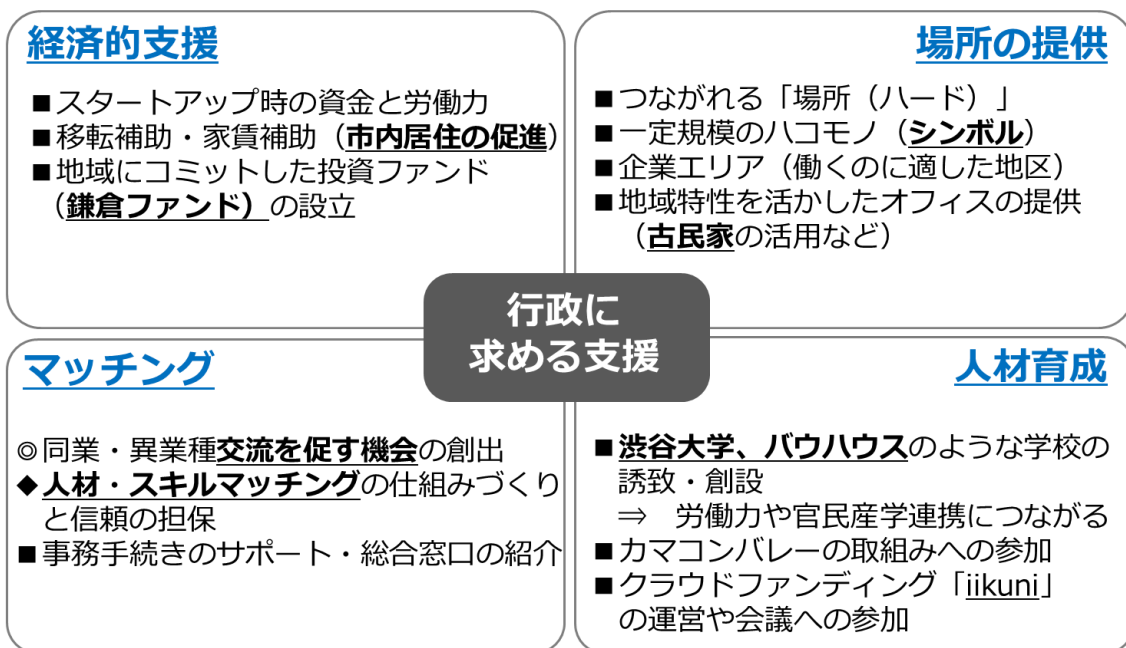
- ◆ 協業できる企業の近接立地
- 規模は**数百社**
- 市内に分散した緩やかなネットワーク
- **シンボリック**な集合体（発信・求心）
- ノマド的な人が立寄る**流動的な集合**
- ある程度力のある企業の**支店集合**

不足分野を補完する協業関係により、**仕事の効率・質の向上**を図る
対外的に「集積」を思わせる **シンボル（集合体）** によって発信力・求心力を高める

◎成熟企業・カマコンバレー参画企業 ◆成熟企業 ■カマコンバレー参画企業

④ 行政に求める支援について

- 行政に求める支援は、「経済的支援」「マッチング」「場の提供」「人材育成」の4項目に分類できることがわかった。
- 市内の成熟企業は、同業・異業種交流を促す機会の創出や産学連携支援の充実に加え、人材・スキルマッチングの仕組みづくりとその信頼への担保を求めていることがわかった。
- カマコンバレー参画企業は、スタートアップ時の経済的支援や鎌倉の地域特性を生かしたオフィス環境の整備・提供を求めている。また、市との積極的な関わりをもちながら、カマコンバレーの取組を通じた官民産学連携の推進を目指していることがわかった。



◎成熟企業・カマコンバレー参画企業 ◆成熟企業 ■カマコンバレー参画企業

3-2 アンケート調査

3-2-1 アンケート調査概要

(1) 調査目的

本調査の目的は次の5点である。

- ①市内 I T 企業のネットワーク構造（取引・協業関係）を把握する。
- ②市内オフィス環境の課題を把握する。
- ③市内誘致へのポテンシャルを明らかにする。
- ④行政に求める支援を明らかにする。
- ⑤市内クリエイティブ産業の育成とその可能性を明らかにする。

(2) 調査対象

I T 企業の育成、誘致、持続的な発展を目指し、市内 I T 企業、市外 I T 企業、市内製造業を対象に調査を実施した。

(3) 調査方法

調査方法及び調査対象等は図表 25 のとおりである。

図表 25 アンケート調査概要

実施期間	平成 25 年 10 月 25 日 ～ 平成 25 年 11 月 8 日
実施方法	①電子メールで送付し、電子メールで回収 ②F A X で送付し、F A X または電子メールで回収 ③郵送し、返信用封筒で回収
調査対象 及び配布数	■市内 I T 企業（配布数 60） ・タウンページから抽出した市内の情報通信業者 ・カマコンバレー参画企業 ・鎌倉市観光協会会員（鎌倉市観光協会 H P から抽出） ・鎌倉市商工会議所会員（※）
	■市外 I T 企業（配布数 275） ・神奈川県情報サービス産業協会・正会員 ・鎌倉市観光協会会員（鎌倉市観光協会 H P から抽出）
	■市内製造業（配布数 129） ・鎌倉市観光協会会員（鎌倉市観光協会 H P から抽出） ・鎌倉市商工会議所会員（※） ・鎌倉推奨品登録事業者（製造関係）

※鎌倉市商工会議所会員については、「鎌倉ウェディング事業化検討プロジェクト」で行った市内事業者へのアンケート調査で回答を頂いた事業者に送付した。

(4) 調査内容

調査内容は、下記のとおりである。なお、アンケート調査票は資料4に示す。

市内 I T 企業	○基本情報（年商規模、設立時期、従業員数、オフィスの所有形態・建物形態、事業内容など） ○求めるオフィス環境について（機能・形態、交通利便性、周辺環境） ○交流活動・異業種連携について ○ビジネスの運営方法について ○行政支援について
市外 I T 企業	○基本情報（内容は、市内 I T 企業と同様） ○求めるオフィス環境について（機能・形態、交通利便性、周辺環境） ○今後のビジネス展開と行政支援について
市内製造業	○基本情報（年商規模、設立時期、従業員数、オフィス・店舗の広さ、事業内容など） ○ビジネスの運営方法について ○操業環境について ○経営の動向と課題について ○交流活動・異業種連携について ○行政支援について

3-2-2 アンケート調査結果

アンケートの回収結果は、図表 26 の通りである。

回答結果については、要点のみを概観し、集計結果は資料5に示す。

図表 26 アンケート回収結果

配布先	配布数	回収数	回収率
市内 I T 事業者	60 票	17 票	28.3%
市外 I T 事業者	275 票	37 票	13.5%
市内製造業者	129 票	27 票	20.9%

(1) 市内・市外 I T 企業の現状と課題

① 基本情報

市内 I T 企業の特徴として、年商規模が 1,000 万円未満、従業員数 1～4 人の小規模な企業が全体の 4 割を占めており、設立時期が 10 年未満の企業が全体の半数であることから、成長期にあるスタートアップ企業が多いことがわかった。また、本社の建物形態では業務ビルよりも店舗・業務併用住宅が多いことが特徴であり、古民家の活用やシェアオフィスといった小規

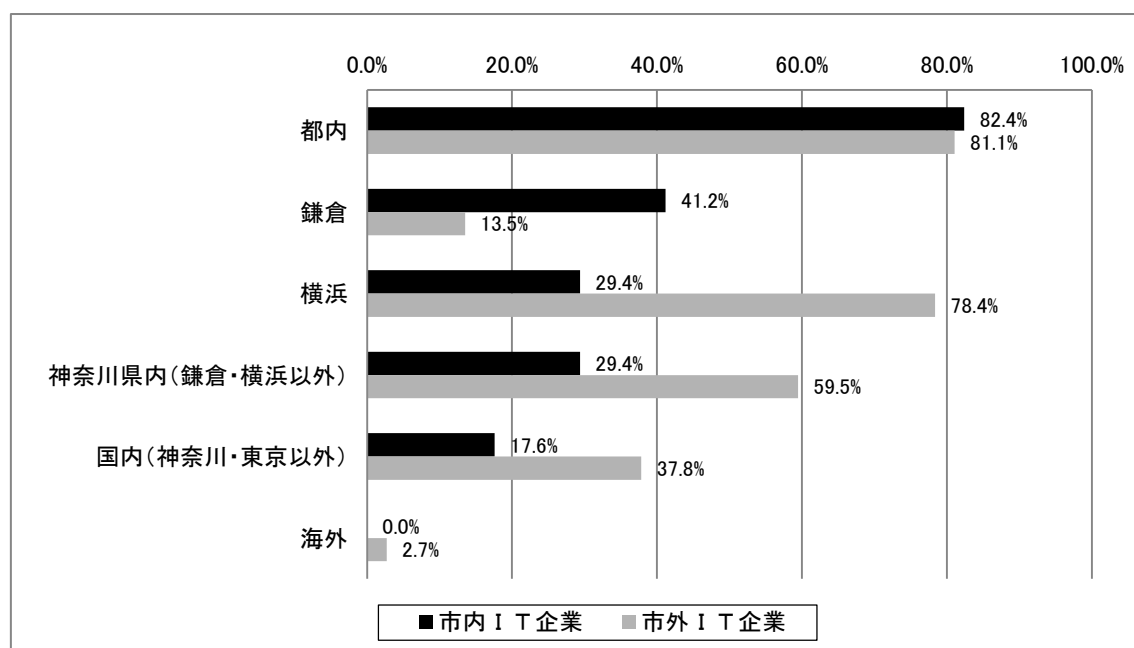
模企業ならではのオフィス環境が伺えた。

一方で、市外 I T 企業の特徴としては、年商規模が 3 億円以上の企業が約 5 割であり、会社を設立後 20 年以上経過した企業が半数以上であることから、成熟した企業が多いことがわかった。また、従業員数が 50 人以上の企業が半数を占め、本社の建物形態では 86.5%が業務ビルであった。

取引先や協業関係では、市内 I T 企業の場合、都内に次いで市内が多いことがわかった。一方で市外 I T 企業では、都内に次いで横浜、鎌倉・横浜以外の神奈川県内が多く、市内事業者とのつながりは 13.5%と希薄であることがわかった。

この設問は複数回答のため、市内の取引・協業関係を全体のシェアで把握するには至っていないが、今後は、市内・市外問わず、市内事業者とのつながりを醸成していくことが求められるだろう（図表 27）。

図表 27 取引・協業関係にある企業の所在＜複数回答＞



② 求めるオフィス環境について

オフィス選定において重要視している条件では、市内・市外 I T 企業ともに、「事務所経費の安さ」、「情報インフラ環境が整っている」、「フロアの広さ」といった建物の機能・形態に関する条件が多く挙げられた。また、市内 I T 企業では、自然環境の良さや人材の豊富さといった周辺環境を重要視しているのに対し、市外 I T 企業では、都心や鉄道駅からのアクセスの良さといった交通利便性を重要視していることがわかった。

現在のオフィス環境で満足している内容では、市内・市外 I T 企業ともに都心からのアクセスの良さを挙げている。また、市内 I T 企業が、自然環境の良さ、人材、地域の知名度といっ

た周辺環境に関する項目を満足している点として挙げているのに対し、市外 I T 企業は、建物の機能・形態や交通利便性に対して満足度が高いことがわかった。

ここで得られた、オフィス環境に対する重要度・満足度の相関については、「3-2-3 まとめ」で述べることとする。

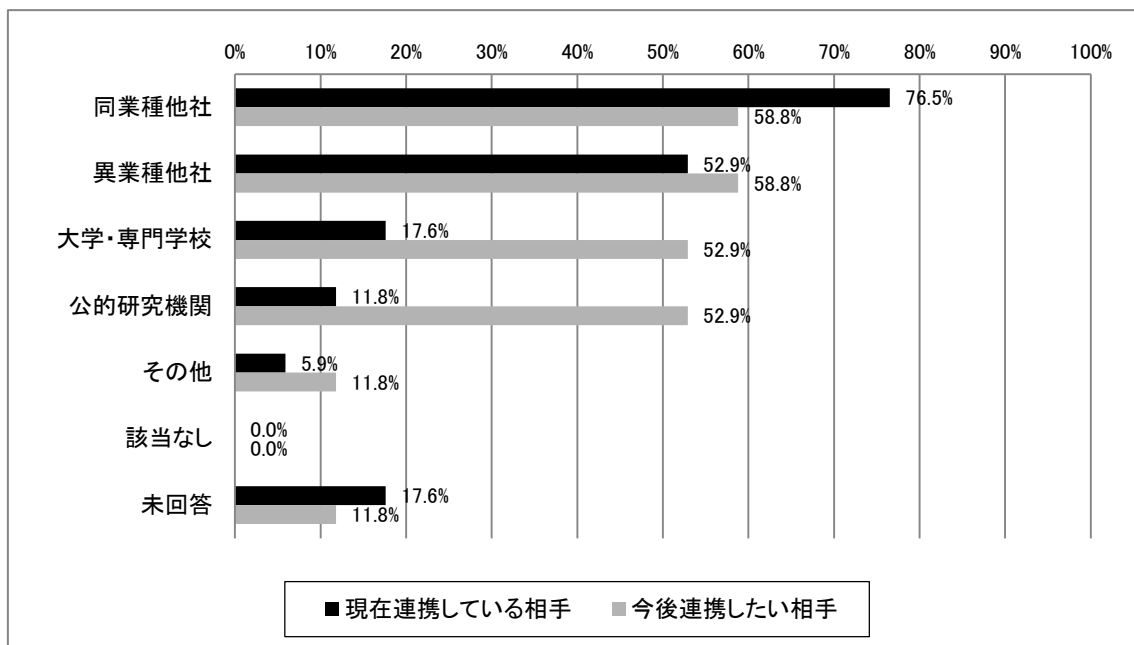
③ 交流活動・異業種交流について

市内 I T 企業では何らかの団体に加入していない企業が 4 割弱であったが、市外 I T 企業では約 6 割が複数の団体に加入しており、市内 I T 企業と比較して交流活動に対して積極的であることがわかった。また、団体に加入する目的として、市内・市外 I T 企業ともに「情報収集」、「同業者との交流」が多いことがわかった。

仕事のパートナーについては、市内 I T 企業が、現在連携している同業種・異業種他社に加え、今後の連携先として大学・専門学校や公的研究機関を挙げているのに対し、市外 I T 企業は、今後の連携先として新しい相手を開拓するのではなく、現状と同様の連携を求めていることがわかった（図表 28）。

事業を展開していく上で望ましい交流形式は、市内・市外 I T 企業ともに、定期・不定期に関わらず形式的な交流会でよりも、イベント的に参加できる交流の場を望んでいることがわかった。

図表 28 【市内 I T 企業】仕事のパートナーとして連携している（したい）相手＜複数回答＞



④ ビジネスの運営方法・今後のビジネス展開について

現在の主な顧客の地域は、市内・市外 I T 企業ともに「都内」が最も多く、次いで市内 I T

企業では「鎌倉市内」、市外 I T 企業では「横浜市内」、「神奈川県内（鎌倉・横浜以外）」であることがわかった。

経営方針では、市内・市外 I T 企業ともに、現業を中心とした事業の発展や現業の専門化に加え、受託型から自己・共同投資型ビジネスへのシフトを挙げている。また、経営上の課題では、人材確保、売上・受注規模の拡大、新規顧客の開拓・獲得が市内・市外 I T 企業共通の課題であるが、それに加え市内 I T 企業では「資金調達」も課題として挙げられた。

また、市外 I T 企業におけるカマコンバレーの認知度は低く、また現段階では鎌倉市内にオフィスを移転する考えをもった企業はほとんどいないことがわかった。

⑤ 行政支援について

市内 I T 企業は、補助金・交付金や税の控除・減免などの金銭的支援に加え、官民産学連携や異業種間の交流を促す懇談会・イベント開催など、企業や各組織間の連携・マッチングへの支援を求めていることがわかった。また、市外 I T 企業が鎌倉市内に移転する際に必要な支援や効果的な支援においても、市内 I T 企業と同様に、金銭的支援や連携・マッチングへの支援が挙げられたが、市外 I T 企業への設問に対する有効回答数は 4（鎌倉市に移転希望があると回答した企業）であるため、回答結果はあくまで参考値であることに留意する必要がある。

経済産業省が推進する「クール・ジャパン戦略」への関心度については、市内・市外 I T 企業で差が見られ、市内 I T 企業では関心があると回答した企業が 6 割強であったが、市外 I T 企業では 3 割弱であり、市内 I T 企業ほど関心をもっていないことがわかった。

(2) 市内製造業の現状と課題

① 基本情報

年商規模は 1 千万円未満の事業者が約 3 割であり、従業員数「1～4 人」の小規模な事業所が大半を占めることが分かった。また、経営者の年齢は「60 歳代」が約 5 割であり、従業員の平均年齢も「50 歳代」及び「40 歳代」が多いことから、小規模経営に加えて、経営者及び従業員年齢の高齢化が伺えた。

② 事業の運営方法について

事業内容については、「営業・販売」が 77.8%、次いで「製造・組立（製本含む）」が 66.7%、「加工（印刷含む）」が 37.0%であった。一方で、IT 産業と相性の良い「PR・情報発信」については 0%であった。

取引先の地域別シェアでは、「受注・販売先」及び「発注・仕入先」とともに、神奈川県外の国内が約 5 割を占め、鎌倉市内のシェアは、「受注・販売先」が 15.8%、「発注・仕入先」が 9.2%であった。また、取引先の獲得に対して積極的に行っている取組みについては、「業界団体等とのつながり」、「営業による開拓」、「インターネットの利用」が 29.6%と最も多く、次いで、「同業種・異業種交流会に参加」が 25.9%、「親会社や取引先（受注先）からの紹介」が

22.2%と続いた。

③ 操業環境について

鎌倉市に立地している強みとして、「地域ブランド力」、「自宅との近さ」、「消費地との近さ」、「同業者が多い」の4項目が挙げられた。

④ 経営の動向と課題について

経営上の課題では、「品質の向上、技術力の強化」が40.7%と最も高く、次いで「企業・製品のブランド化」が25.9%、「新製品・新分野の開発」、「後継者の育成」が22.2%と続いた。一方で、「地域内企業との連携」、「IT企業との連携」、「官民産学連携」への課題意識は3.7%であった。

⑤ 交流活動・異業種交流について

会社又は経営者が加入している団体については、「商工会議所」が77.8%、次いで「業界団体」が59.3%、「観光協会」が48.1%であった。また、団体に加入する目的としては、「情報収集」が64.0%、次いで「同業者との交流」が56.0%と続いた。

異業種他社と連携して取組んでいる業務については、「営業・販売」が25.9%、次いで「企画」が22.2%、「加工（印刷含む）」が14.8%と続いた。一方で、IT産業と馴染の良いPR・情報発信については、11.1%であった。

⑥ 行政支援について

行政に求める支援としては、「産・学・公との連携充実・機会提供」、「取引先（受注・販売先や発注・仕入先）の紹介」と連携やマッチングを促す内容が25.9%と最も多く、次いで「情報ネットワークの構築支援」、「資金調達への支援」が22.2%と続いた。

また、経済産業省が推進する「クール・ジャパン戦略」への関心度については、「聞いたことがあるがよく知らない」が37.0%、「関心がある」が33.3%であった。

3-2-3 まとめ

アンケート調査から明らかになったことは、次のとおりである。

① 市内IT企業のネットワーク構造（取引・協業関係）

市内IT企業と取引・協業関係にある企業や主な顧客の所在を見ると、都内（約8割）が圧倒的に多く、次いで鎌倉市内（約4割）であることがわかった。一方で、鎌倉市内企業と取引・協業関係がある市外IT企業は約1割であり、市内IT企業ほど充実していないことがわかった。但し、

また、現在、仕事のパートナーとして連携している相手先として、同業種・異業種他社と回答した企業が多いが、今後連携したい相手先については、同業種・異業種他社に加え、大学・専門学校や公的研究機関を挙げており、教育研究機関と連携した市内IT企業育成の重要性を示唆した。

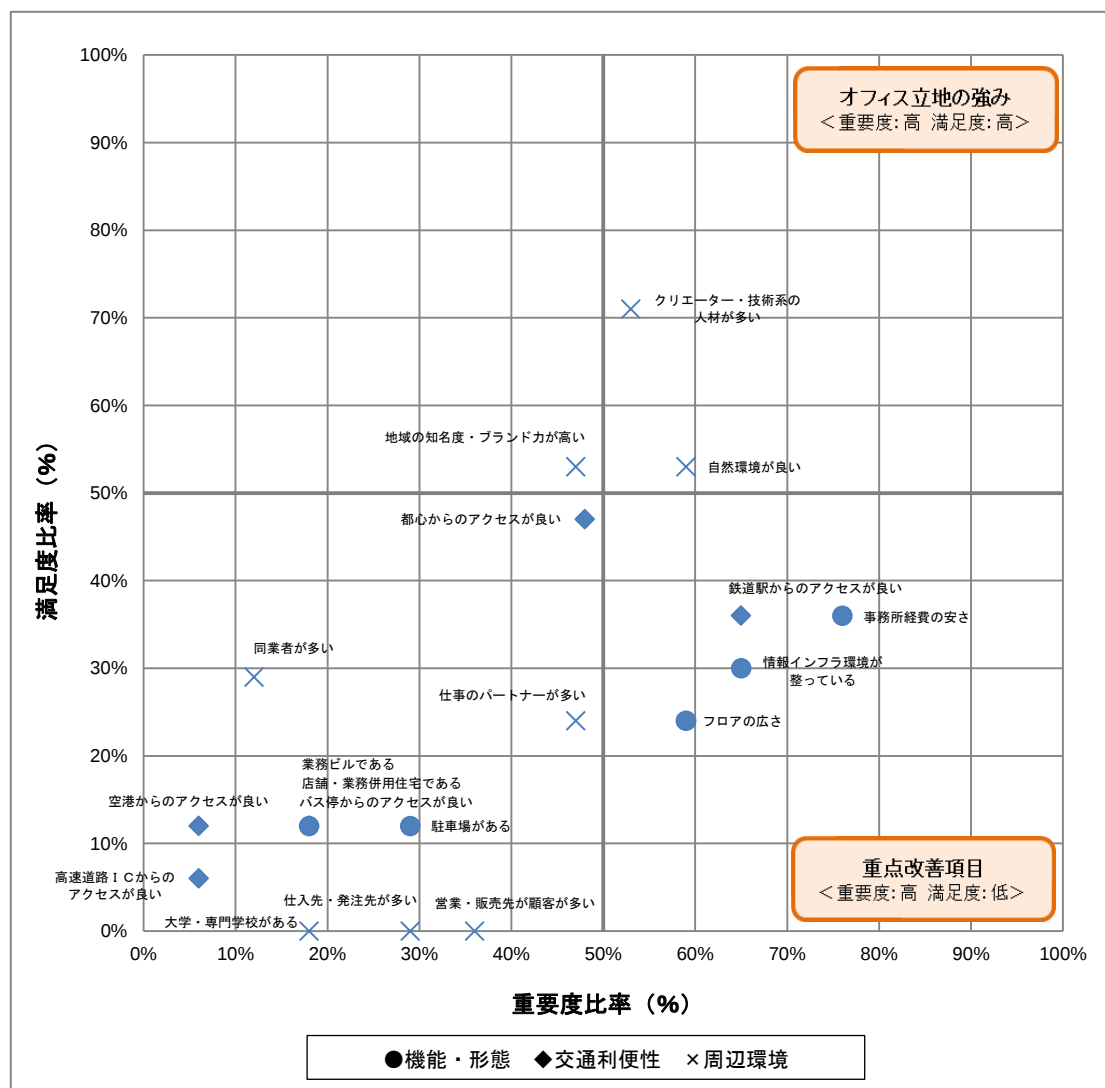
② 市内オフィス環境の課題

オフィス選定において重要視している条件及び現在のオフィス環境で満足している条件について、有効回答数に対する重要度・満足度比率を用いてグラフを作成した（図表29）。さらに、各比率が50%のラインを基準に、重要度が高く、満足度が高い項目を「鎌倉市内にオフィスを立地する強み」、重要度が高く、満足度が低い項目を「重要改善項目」、やや重要度が高く、満足度が低い項目を「改善項目」とすると、鎌倉市のオフィス環境の強み・改善項目は図表28のように整理できる。

図表29 鎌倉市内オフィスの強み・改善項目

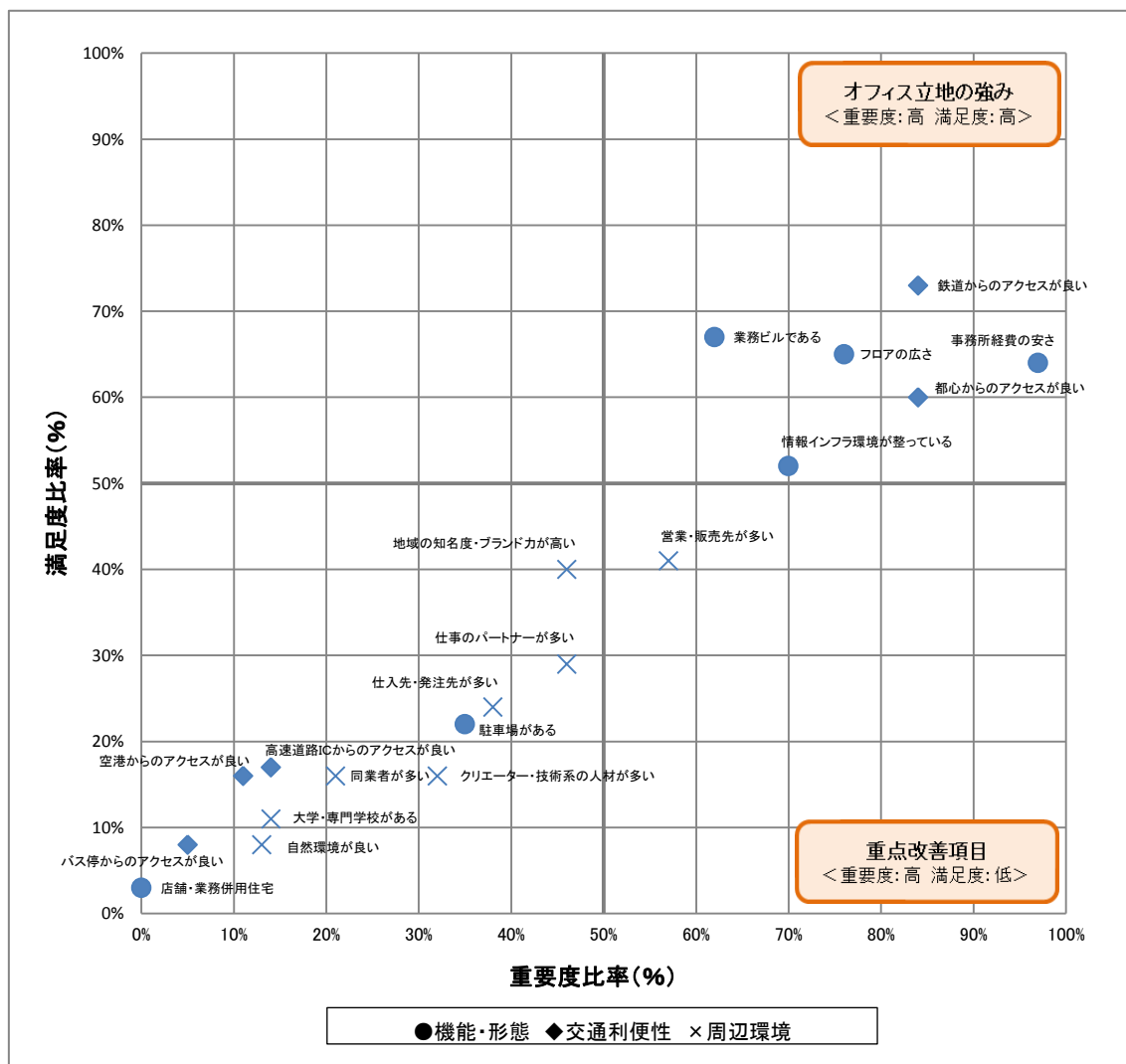
オフィス立地の強み (重要度：高／満足度：高)	・自然環境が良い。 ・クリエイター・技術系の人材が多い。
重点改善項目 (重要度：高／満足度：低)	・事務所経費の安さ。 ・情報インフラ環境が整っている。 ・鉄道駅からのアクセスが良い。 ・フロアの広さ。
改善項目 (重要度：やや高／満足度：低)	・営業・販売先が多い。 ・仕入先・発注先が多い。

図表30 オフィス環境における重要度・満足度グラフ（市内IT企業）



一方で、市外IT企業の回答についても同様にグラフを作成すると、改善項目はほとんど見られず、現在のオフィス立地の強みとして、「事務所の経費」、「鉄道駅からのアクセスが良い」、「フロアの広さ」、「業務ビルである」、「都心からのアクセスが良い」、「情報インフラ環境が整っている」の6項目が挙げられた（図表30）。このうちの4項目が、市内オフィス環境の重点改善項目と一致することから、これらの条件を改善し充実させることは、市内IT企業の満足度を上げ、市外への転出抑制につながるとともに、市外IT企業の市内誘致における絶対条件であるといえる。

図表31 オフィス環境における重要度・満足度グラフ（市外IT企業）



③ 市内誘致へのポテンシャル

市外IT企業275社のうち、鎌倉市内にオフィスを構える考えのある企業は4社であり、現時点では、市内誘致のポテンシャルが高いとは言い難い。しかし、「②市内オフィス環境の課題」でも述べたとおり、市内のオフィス環境については、改善すべき課題が明確である。後述の「④行政に求める支援」と合わせて、ハード、ソフト両面の支援を充実させることにより市内誘致へのポテンシャルを高めることができるだろう。

④ 行政に求める支援

市内IT企業が行政に求める支援は、「補助金・交付金」や「税の控除・減免」といった金銭的支援が圧倒的に多く、次いで「官民産学連携」や「異業種間の交流を促す懇談会・イベント」などの連携・マッチングに関する支援が求められている。また、連携したいパートナーと

して、教育・研究機関が支持されていることから、今後は、金銭的支援に拠らず、企業間等のネットワークを広げる機会の創出が市内ＩＴ企業の育成支援につながるものと考ええる。

また、市外ＩＴ企業については、回答数が４件と少ないため参考値ではあるが、鎌倉市内に移転希望がある４件のうちの半数が「金銭的支援」と同様に「官民産学連携」を必要な支援として挙げているため、市内誘致を進める上では、オフィス環境の改善と合わせて、連携やマッチングの仕組みづくりが求められるだろう。

⑤ 市内クリエイティブ産業の育成とその可能性

「ＩＴ産業の持続的な発展」の視点から製造業を対象に行ったアンケート結果を概観すると、現段階では、市内製造業とＩＴ産業との積極的なつながりや連携は見られない。

「事業内容」及び「異業種他社と連携して取組んでいる業務」の設問を見ると、ＩＴ産業の得意分野とされる企業のＰＲや情報発信についての回答は１割程度であった。ＩＴ産業との連携や育成の可能性は見られたものの、「経営上の課題」に関する回答を見ると、ＩＴ企業を含め、他業種と連携した経営についての意識が低いため、今後は、企業間連携の普及啓発などの意識づけが必要である。

4 クリエイティブ産業の育成とIT産業の持続的な発展の可能性

ここまで、IT産業の現状と動向、先進自治体における支援策の調査を行った。

本市におけるIT産業は、その集積が注目されているものの、現時点では特別に集積が進んでいるとは言えないことがわかった。しかし、特段の支援策を講じていない中でも自然発生的な集積が見られることから、「2-3-1（IT産業の集積に取り組む自治体事例）」で示した4つの施策など一定の支援を講じることで、さらなる集積の加速化が期待できる。

また、ヒアリング及びアンケート調査から、IT産業は周辺産業（サービス業、商業、製造業など）と連携することで付加価値を高める可能性があることが分かった。このことから、周辺産業を含めた総合的な支援策を講じることで、IT産業の持続的な発展が可能であると考えられる。

本章では、クリエイティブ産業の振興策として国が進める「クール・ジャパン」戦略の動向、先進自治体の取組みを概観し、本市の地域特性や現状を加味しながら、IT産業を核とした新たな産業（クリエイティブ産業）振興の可能性について考察する。

4-1 本市におけるIT産業を核としたクリエイティブ産業の育成

(1) 国が進める「クール・ジャパン戦略」の概要

国は、2000年初頭から「クール・ジャパン」に関する政策や提言を打ち出している。当初は、コンテンツ産業（映画、アニメ・ゲーム、書籍、音楽などの制作・流通を担う産業の総称）の振興に重点が置かれていたが、近年は、コンテンツ産業に限定することなく、食、地域産品、ファッションなどの知的・文化的資産も振興の対象となり、地域資源の発掘と日本文化の国際的発信の推進に重点が置かれるようになった。また、「クール・ジャパン戦略」では、それを支えるクリエイティブ産業の基盤構築のため、従来型の「重厚長大」産業では見られなかった、新しい連携（文化と産業、内と外、ネットとリアル、異業種・職種間）を促進している。

なお、イギリスのDCMS（文化・メディア・スポーツ省）の産業支援におけるクリエイティブ産業の業種は図表32のとおりである。

図表32 クリエイティブ産業の業種（英国文化・メディア・スポーツ省の定義より）

職種	業種	
➤ IT系	➤ 広告	➤ 映画・ビデオ
➤ 広告系	➤ 建築	➤ 音楽
➤ デザイン系	➤ 芸術及びアンティーク	➤ 舞台芸術
➤ 印刷系	➤ ゲーム	➤ 出版
➤ 編集系	➤ 伝統工芸	➤ ソフトウェア
➤ 技術系(IT以外)	➤ デザイン	➤ テレビ・ラジオ
	➤ ファッション	

（出典）クリエイティブ産業の経済学・後藤和子（2013）

(2) 先進自治体の取組み

国の動きとともに、地方自治体でも地域特性や事業所の集積状況に合わせた様々な手法で取組みが展開されている。以下に、先進的な取組みを行っている金沢市、仙台市、横浜市、札幌市、東京都中野区の事例を概観する（図表 33）。

図表 33 先進自治体の取組み

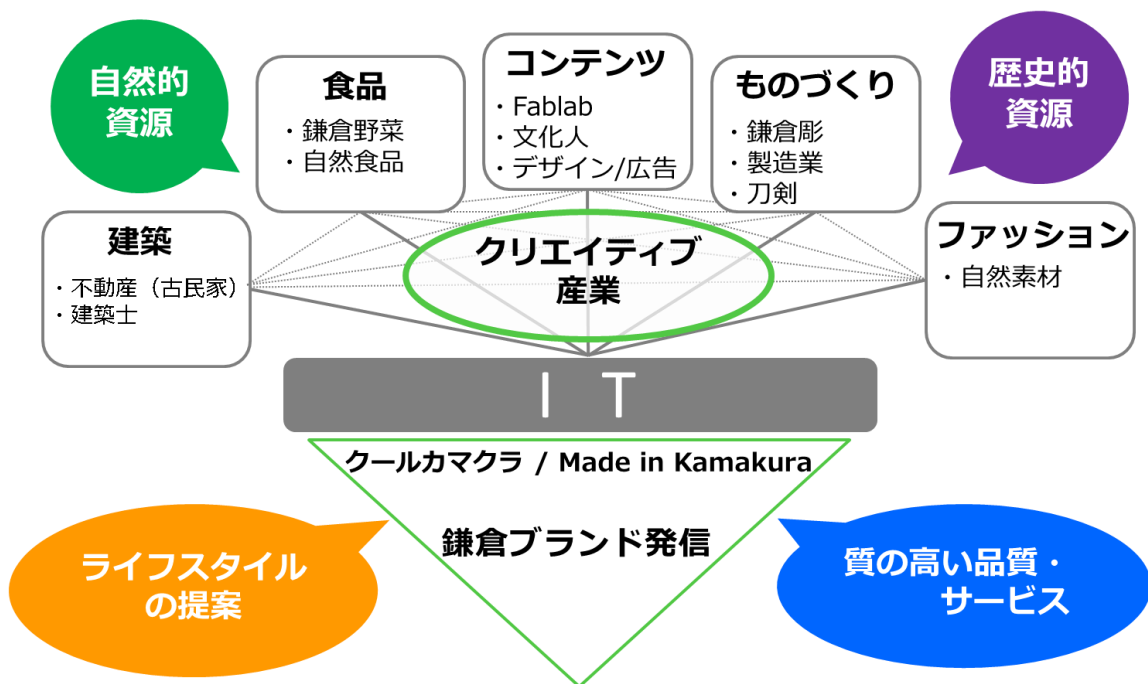
金沢市 ○伝統文化 ○伝統工芸	・2009年に「ものづくり基本条例」を制定し、2010年に条例の理念を具現化するため「ものづくり戦略」を策定した。 ・「ものづくり戦略」は、金沢の豊かな自然や伝統文化を基礎に、人づくり、事業環境の整備などを進め、繊維、食品、情報、映像、デザイン産業をはじめとする製造業を中心に、付加価値の高いものづくりと戦略的な販路開拓を進め、「独創性と多様性に富んだものづくり産業の振興による創造産業都市・金沢の実現」を目指している。 ・具体的な施策として、新製品・デザイン開発の促進助成制度、インキュベーション施設の設置、金沢ブランド優秀新製品の表彰などの取組みを積極的に実施している。
仙台市 ○支店経済都市	・クリエイティブ産業に対する企業立地助成制度を2009年1月から実施した。 ・制度の対象は、中小企業（資本金5,000万円以下並びに従業員数100人以下）で、助成は新規投資に係る固定資産税相当額の100%を5年間交付する。
横浜市 ○芸術 ○アート	・「創造都市横浜」プロジェクトとして、「アートを通じたまちづくり」を実践。 ・文化や芸術の持つ創造性を活かし、歴史的建造物をリユースしてアトスペースやクリエイティブな拠点を創出し、アーティストやデザイナー、建築家といったクリエイティブな人々を支援・誘致することで、より魅力あふれる都市を創り上げることを目指している。 ・創造的産業やアーティスト、クリエイターの集積を促進するための様々な助成を2005年から実施している。
札幌市 ○観光 ○食品	・創造都市を都市戦略に位置付け、「札幌にある既存の魅力資源を市民・企業の創造性を活用し再生する」「既存の魅力資源を効果的に活用し、観光や経済などにおける交流人口の増加につなげる」「多様な文化により生まれる新たな創造性を整備する」ことを目的に、「創造都市さっぽろ」の取組みを推進している。 ・2007年に「創造都市さっぽろ宣言」を行ったほか、文化的活動の場の整備、国際シンポジウムの開催などに積極的に取り組んでいる。
東京都中野区 ○ゲーム ○アニメ	・区の産業の特徴とともに、将来像や戦略を示した「中野区産業振興ビジョン」を2012年に策定。 ・同ビジョンでは、時代や地域の要請に応じて、今後、産業発展の契機と見込まれるICT・コンテンツの活用やニーズが高まると見込まれるライフサポートサービスに係る産業を重点分野と捉え、「ICT・コンテンツ関連産業が、様々な産業と連携することで、新たな事業の創出などを推進し、区内産業全体の活性化を牽引することが求められる。」とし、ICT・コンテンツ関連産業の振興に積極的に取り組むこととしている。 ・2013年には、中野区産業振興拠点「ICTCO」を開設し、区内に多いICTやゲーム、アニメなどのコンテンツ産業、生活支援事業などを主な対象とし、技術提携先探しや販路拡大などの支援を行っている。

(3) 鎌倉市が目指すべきクリエイティブ産業とは

本市の目指すクリエイティブ産業のイメージは図表 34 のとおりである。IT 産業を核として、本市の地域資源・地域産業を融合させることで、新たな価値創造を可能とする産業を「クリエイティブ産業」と定義する。

本市における産業分類別の事業所数、従業員数、売上高のシェアを見ると、クリエイティブ産業に分類される業種が比較的大きな割合を占めているため、本市においてもクリエイティブ産業を振興させる素地は十分にあると考えられる。

図表 34 鎌倉市が目指すクリエイティブ産業のイメージ



また、本市においてクリエイティブ産業を推進する上での強みについて考えると、次の5点が挙げられる。

- ① 明るく広がる海や緑豊かな丘陵などの豊富な自然的資源と多くの歴史的資産の存在。
- ② その中で育まれてきた伝統文化や芸術、コンテンツの素材となる豊富な資源の存在。
- ③ 古都の伝統を受け継ぐ伝統工芸、別荘地時代から今に伝えられる高品質の製品など、鎌倉ブランドを築き上げてきた質の高い品質とサービスの存在。
- ④ 鎌倉の自然や環境、ライフスタイルに共感し、鎌倉ブランド力を使いながら、さらに価値を高めていこうという事業者（起業者）の存在。
- ⑤ 主だった支援策を講じていないにもかかわらず、近年、集積する傾向にある、ICT関連産業の存在。

これらの強みを活かしながら、鎌倉独自の施策提言を行う。

(2) 鎌倉市における施策提言

「2-3-1 (I T産業の集積に取り組む自治体事例)」で行った調査では、施策の分類として「経済的支援」「企業間交流の機会の創出」「場の提供・支援」「人材育成」の4つが挙げられており、調査対象自治体の多くがこの4つの施策を融合し、企業や個人に支援を行っていることが確認された。3章のヒアリング・アンケート調査においても市内事業者から同様の支援策を求められていることが明らかとなったが、現状では十分な支援を行っているとはいえないことから、今後は本市もこの4つの施策分類を念頭に、バランスを考慮した施策を打ち出していく必要があると考えられる。

以下に、今後本市が打ち出すべき施策について、4つの施策分類に沿って提言する。

① 経済的支援

経済状況が逼迫している本市にとって、新たな経済的支援制度を打ち出すことは非常に厳しい状況である。しかし、先に紹介した事例においても、多くの市が一定の補助制度、税制優遇策を講じていること、また、I T企業の誘致に伴い将来的な財政基盤（法人市民税の増収効果）構築にもつながることから、将来のまちづくりの礎に対する投資（呼び水）として捉え、本市においても一定の支援策を講じることが必要であると考ええる。さらに、市の支援と合わせて、国や県が行っている補助制度を有効活用することで、一定の経済的支援を整えることができる。

また、地元企業を支える鎌倉商工会議所や湘南信用金庫などの金融機関と一層の連携を図り、地域全体で支援していく視点も必要である。

② 企業間交流の機会の創出

他の自治体では、企業間や企業とクリエイター等との交流を図ることで、ビジネスチャンスの創出を促進している。本市においてもI T産業と他業種（ファッション、建築、食品、コンテンツ、ものづくりなど）の経営者やクリエイターが出会える異業種交流の場を提供するなど、取引・連携を促進するための仕組みを構築することが必要である。具体的には、岐阜県大垣市のように企業間のマッチングを目的としたサイトの開設・運営や、企業とクリエイター等をつなぐコーディネーターの派遣、企業セミナー研修等の実施である。

また、同時に既に定着している地域資源（歴史文化、自然環境など）だけでなく、市内の豊富な人材も地域資源と捉えて掘り起しを行うなど、市が企業間や企業とクリエイター等の人材とをつなぐフックとなることが肝要である。

③ 場の提供・支援

場の提供・支援では、スタートアップ企業に対して、インキュベーション施設を整備し、安い賃貸料でオフィスを提供する。同時に、会社経営の知識ノウハウや他とのネットワークを広げるためのコーディネーターの配置なども有用である。また、オフィススペースに共有部を設けるなど、シェアオフィスを兼ねた施設も有用であると考えられる。シェアオフィス空間を設

けることで、企業同士の協働が進み、経験豊富な成熟企業がスタートアップ企業に対して経営のアドバイスを行うなど、経営課題へのサポート体制が充実することから、クリエイティブ産業の育成が期待できる。シェアオフィスは近年民間サービスによる提供も行われつつあるが、まだ市内での供給例はほとんどないことから、市が保有する未利用地等の有効活用も視野に入れた場の提供が必要である。

④ 人材育成

大垣市・岐阜県の事例のように、鎌倉市が新規に大学を誘致することは場所的に厳しいが、起業家や企業家等の外部講師を招き、最新の技術を学べる機会を設ける場を提供することは可能であると考えられる。また、近隣の大学と連携することによって、大学からは講師を派遣してもらい、企業からはインターンの学生を受け入れることで、企業に属している人も学生も学びの場の提供をうけることができる。

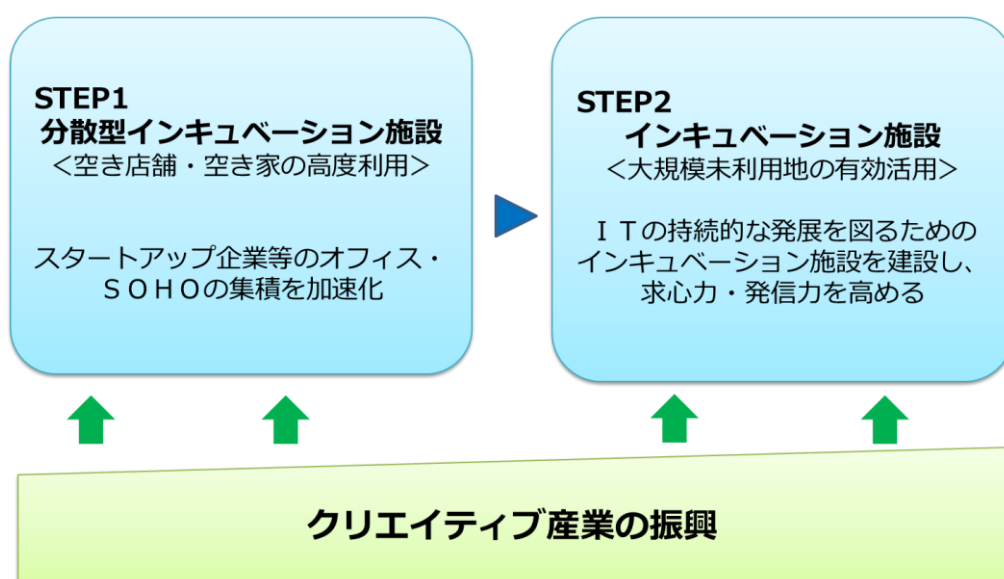
また、市内のIT企業を市が支援・成長させる目的で、市内の企業への優先発注を行うなどの支援策により企業の育成に携わる。

4-2 発展的施策の提案

基本的な施策は4-1で述べたが、3章のヒアリング・アンケート調査からオフィス床面積が不足していること、現時点で市内事業者とのつながりがいいことなどが明らかになった。

そこで、本節では、これまでの調査結果を踏まえ、ヒアリング・アンケートの双方から課題として挙げた「オフィス床面積不足」に着目し、IT産業を核としたクリエイティブ産業振興施策の段階的な展開を考える（図表35）。

図表 35 オフィス床面積不足に着目した段階的な施策提案のイメージ



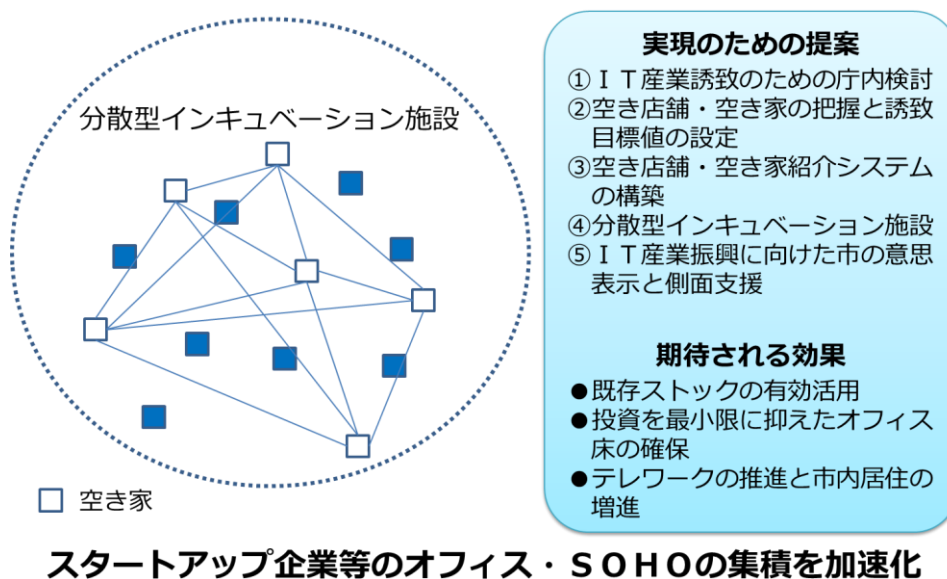
4-2-1 空き店舗・空き家を活用したIT産業誘致の可能性

既存ストック（空き店舗・空き家）の高度利用によるIT産業誘致を考える。

内 容	市内にある空き店舗・空き家を資源と捉え、スタートアップ企業等のオフィス・S O H Oとして有効活用する。
現 状 ・ 課 題	①市内にある空き家・空き店舗数 <空き家> 現在、市全体を対象とした空き家調査が行われた実績がないため、正確な数は把握できていない。しかし、高齢化が進む分譲地においては、全国的に空き家が目立っており、「長寿社会のまちづくり」に取り組む今泉台で平成25年度に行った空き家目視調査によれば、2,325件のうち120件の空き家が確認できている（平成25年11月時点）。他の分譲地においても同程度の空き家ストックが見込めるが、オフィス利用については用途地域等による制限がある。 <空き店舗> 市内の商店会を対象として、平成25年8月に実施したアンケート調査によると、2,404店舗のうち54店舗が空き店舗であった。（ただし、本調査は目視調査ではなく、商店会長のアンケート結果に基づいているため、実際と異なる場合がある。）
	②建築基準法の用途地域 建築基準法上の用途地域において、第一種及び第二種低層住居専用地域、第一種中高層住居専用地域では、オフィス用途での建物を建設することができない。また、昭和40～50年代に開発分譲された戸建住宅団地の空き家に着目すると、これらのエリアはその大半が第一種低層住居専用地域であるため、活用にあたっては「兼用住宅」として活用することとなり、オフィスの用途に供する床面積が50㎡以下でなければならない。
	③所有者と利用者のマッチング 空き家の活用にあたっては、空き家バンクなど自治体やNPOが地域の空き家の情報を集約し、外部に提供する仕組みが実施されている。市内でも民間企業が「鎌倉古民家バンク」などを運営し、実際にIT企業が古民家オフィスを利用した事例がある。
実 現 の た め の 提 案	①IT産業誘致のための庁内検討 庁内関連課による検討組織を設置し、本市の産業振興のあり方等とともに、IT産業誘致のための支援策について検討を行う。また、鎌倉市商工会議所や湘南信用金庫などとも連携を図る。
	②空き店舗・空き家数の把握と誘致目標値の設定 庁内空き家ワーキンググループと連携を図りながら、空き家・空き店舗数を把握し、具体的な誘致目標値を設定する。

期待される効果	③空き店舗・空き家紹介システムの構築 2020 年東京オリンピックの開催や国家戦略特区構想を背景に、日本国内の宿泊できる民家を紹介できる「TOMARERU」 ¹³ やノマド的なアーティスト・クリエイターの作業場兼宿泊先をデータベース化した「Move arts Japan」 ¹⁴ など、近年、空き家などの物件を特定のターゲット向けに賃貸再生し紹介するポータルサイトが増えている。この流れを汲み取れば、システムの構築やマッチング（仲介）自体は民間での需要が期待できるため、民間活力の導入も視野にいたした検討を行う。
	④分散型インキュベーション施設としての活用 空き店舗・空き家の紹介とともに、インキュベーション・マネージャーのような指導・助言を行う人材を配置することで、地域一帯をインキュベーション施設とみなし、支援を行う。
	⑤ I T 産業振興に向けた市の意思表示と側面支援 I T 産業誘致の推進について対外的にアピールするとともに、必要に応じて用途地域など、法規制の整備により側面支援を行う。
	①既存ストックを有効活用することで、インキュベーション施設整備等への投資を抑え、オフィス床を確保することができる。 ②空き家利用に合わせてテレワークを推進することで、市内居住の増進に寄与できる。

図表 36 分散型インキュベーション施設（空き店舗・空き家の高度利用）



13 <https://tomareru.jp/>

14 <https://movearts.jp/>

4-2-2 インキュベーション施設整備によるＩＴ産業の持続的な発展の可能性

既存ストック（大規模未利用地・施設）の有効活用によるＩＴ産業誘致を考える。

内 容	市が保有する大規模未利用地（施設）を有効活用し、ＩＴ産業の持続的な発展を図るためのインキュベーション施設を建設する。
現 状 ・ 課 題	①場所の選定・用途地域など法規制の整理 市が保有する大規模未利用地（施設）の有効活用を念頭に置きながら、ＩＴ企業にとって魅力的な立地環境を選定する必要がある。特に、鉄道駅からのアクセスは市内オフィス環境の重点改善項目であるため、鎌倉駅や大船駅からの公共交通手段の確保について考慮する必要がある。 また、活用対象とした大規模未利用地が市街化調整区域などにより用途が明確に定められていない場合、庁内関連課を含めた協議・審議の上、都市計画決定を行う必要がある。
	②成長企業の移転・流出 近年、市内企業の移転・流出が目立っている。ヒアリング・アンケート調査からも分かるとおり、オフィス床不足が課題となっており、特に成長企業においては事業規模拡大に伴うオフィス床不足は深刻であるため、一定規模のオフィス環境、もしくは、会員制のシェアオフィスやレンタルスペースなど、現在の小規模なオフィス（兼用住宅など）で仕事をしつつ、仕事内容に応じて柔軟に利用できるスペースの確保が求められている。
	③起業・経営コンサルティングの総合支援 一般的にインキュベーション施設は、起業や創業をするために活動する入居者を支援する施設であり、オフィスの安価な貸与とセットでインキュベーション・マネージャーによるコンサルティングや各種の支援施策が用意されている。本市のＩＴ企業は成長期にあるスタートアップ企業が半数であるため、起業や持続的な発展に向けた、経営に関するコンサルティング支援が必要である。
	④産学連携と人材育成 他市のインキュベーション施設では、大学などの教育機関との連携により人材育成と雇用の創出を図ることで、ＩＴ産業の持続的な発展に成功している。一方、本市にはＩＴ産業に関連する教育機関がなく、また新規に大学などの教育機関を誘致することは厳しいため、インキュベーション施設を利用した新たな人材育成手法の検討が必要である。

	⑤設備投資・運営 実際の施設整備には多額の費用が必要となるため、費用対効果を算出するとともに、P F I や P P P などの民間活力を利用した設備投資を検討する必要がある。また、他市のインキュベーション施設ではN P O が運営している事例が多いことから、運営に携わる担い手の育成や運営スキームの整理が必要である。
実現のための提案	①未利用地（施設）活用のための庁内検討 庁内関連課による検討組織を設置し、未利用地の有効活用のあり方等とともに、I T 産業誘致のための支援策について検討を行う。また、鎌倉市商工会議所や湘南信用金庫などとも連携を図り、施設投資に係る費用対効果を算出する。
	②インキュベーション施設の運営主体の選定 他市のインキュベーション施設ではN P O が運営している事例が多いが、経営難に陥るケースが少なくない。また、地方自治体が設置・運営する公的インキュベータは、ベンチャー企業育成を目標に掲げながらも、公的な立場であるため、結局は中小企業の保護に留まる場合が多い。そのため、民間ベースでの運営を念頭に置いた運営主体の選定を行う。その際、「サウンディング調査」として、施設計画・活用検討の段階で、公募により民間事業者と直接対話する場を設け、資産の市場性や活用アイディアなどを把握し、民間事業者が参入しやすい公募条件の設定を行うとともに、地域課題に配慮した、より優れた事業提案を促す。
	③鎌倉ファンド（ベンチャーキャピタル）の導入 鎌倉投信¹⁵や鎌倉市限定クラウドファンディング「iikuni」¹⁶など既に鎌倉にコミットした投資ファンドがあるが、インキュベーション施設の入居を希望する企業・起業家などが利用できる投資ファンドの仕組み・機能を導入することで、起業しやすい環境整備を行う。
	④持続的な運営を可能にする人材資源の確保 企業を育て、インキュベーション施設を持続的に運営していくためには、次の5つの要素が必要であるといわれる¹⁷。 ○意欲的で有望な起業家 ○ベンチャー・キャピタル ○新企業で働く優秀な人材 ○新企業に市場を提供する先進的顧客 ○適切な指導のできる助言者 これらの要素を揃えることは容易ではないが、市が適したフィールドを提供し、運営者と情報発信していくことで側面支援が可能である。

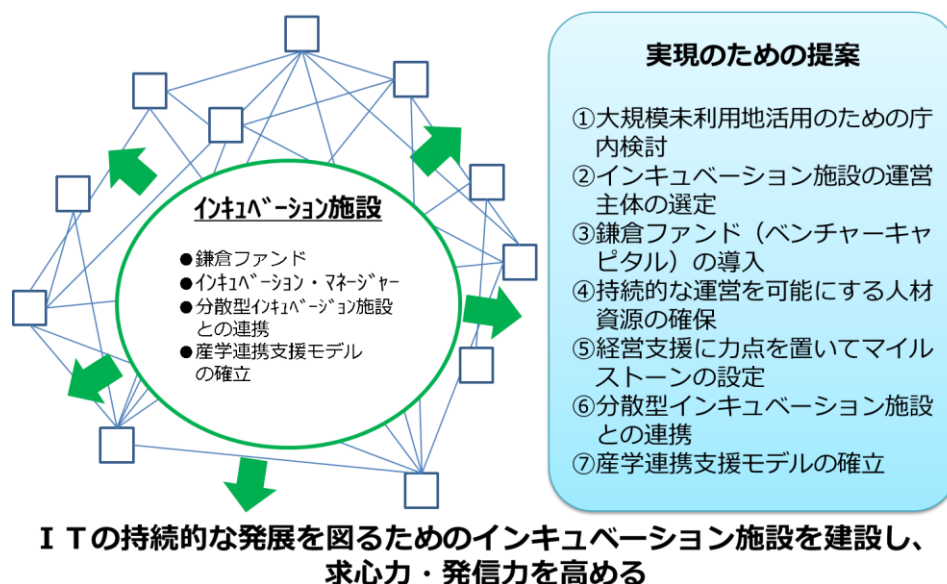
¹⁵ <http://www.kamakuraim.jp/about.html>

¹⁶ <http://iikuni-kamakura.jp/>

¹⁷ エドワード・A・ファインゲンバウム、ディビッド・J・ブルナー『起業特区で日本経済の復活を！』日本経済新聞社、2002年。

期待される効果	⑤経営支援に力点を置いたマイルストーン¹⁸の設定 インキュベーション施設の整備（オフィス床の確保）によるハード面の支援と並行して、経理・法務などのセミナーの開催や滞在するインキュベーション・マネージャーによるフォローを継続的に行う仕組みを構築する。
	⑥空き店舗・空き家を活用した分散型インキュベーション施設との連携 「4-2-1」で提案した、既存ストック（空き店舗・空き家）の高度利用による分散型インキュベーション施設との連携を図り、クリエイティブ・ハブ機能として、全市的にフォローしていく仕組みを構築する。
	⑦産学連携支援モデルの確立 近隣市などの大学との連携スキームを組み、大学の技術資源と企業の技術力を集約し、IT産業の担い手育成を図る。
	①市が保有する未利用地の有効活用に寄与する ②求心力・発信力が高まり、IT産業を核とした、本市の産業振興につながる。

図表 37 インキュベーション施設（大規模未利用地・施設の有効活用）



18 経営や事業計画上で、成長の過程における達成すべき目標・目安のことをマイルストーンと言う。具体的には、営業の進捗状況や売上高・利益水準、あるいは、研究開発の達成段階、事業構築の状況などにおいて課題を設定し、達成目標とする。

4-2-3 クリエイティブ産業の振興を進めていくための段階的な提案

内容	鎌倉の自然や歴史、伝統文化や伝統工芸、深い歴史に育まれた様々な時代のヒト・モノ・コトなどが連携し合い、さらに新たな価値を築いていくことのできる環境をつくり、クリエイティブ産業の振興を進めていくことで、本市の産業を活性化させる。
現状・課題	① 本市におけるクリエイティブ産業の認知度の向上 「クリエイティブ産業」は、国や先進自治体では既に取り組みが進められているが、本市においては馴染みがないものと考えられる。まして、都心からの距離もそれほどない本市においては、新たな連携を市内で図る必要性を感じていない事業者も少なくないと思像される。
	②自治体コミットメントの必要性 クリエイティブ産業の振興に取り組む先進自治体では、独自に「創造都市宣言」を行っている。本市においても、都市のブランド戦略として積極的に指針を対外発信（宣言）していくことが求められる。
	③外部の視点による地域ブランド発信 クリエイティブ産業の振興の目的は、「地域資源の発掘と国際的発信の推進」にあるが、地域資源の担い手の多くは、個人、中小企業などであり、地域資源の新しい魅力を引き出す外部人材の誘致や海外展開を行う上での戦略が必要である。
	④人材ネットワークの構築・連携の場の確保 個人や中小企業の実践だけでは、市外・海外からの信用力や認知度が不足している。海外市場の情報やトレンドを掴み、海外展開する訴求力を高めるため、コーディネートできる人材の誘致・育成や発信拠点となる場の創出が求められる。
実現のための提案	①クリエイティブ産業の振興を進めるための庁内検討 今回の研究も参考にしつつ、庁内関連課（観光商工課・産業振興課・文化財課など）による検討組織を設置し、本市の産業振興のあり方とともに、その中でのクリエイティブ産業の位置付けについて検討を行う。また、鎌倉市商工会議所や湘南信用金庫などとも連携を図り、クリエイティブ産業の現状把握を行った上で、重点的に取り組むべき分野などについて絞り込みを行い、クリエイティブ産業を次代の産業の柱として成長させていくことの庁内合意を形成する。
	②クリエイティブ産業振興に向けた市としての意思表示（クリエイティブシティ宣言） クリエイティブ産業の推進については、事業者の理解と協力を得るとともに、対外的にしっかりとアピールしていくことが重要である。このため、①の検討を踏まえ、市としてクリエイティブ産業を支援していくことを宣言するとともに、目指すべき将来像とその実現に向けた施策などの考え方を示す。

	③普及啓発をはじめとする推進施策の展開 クリエイティブ産業を活性化し、クリエイティブシティを創造していくためには、まずは、短期的に一定の成果を上げ、これを広く示していくことが必要である。このため、現在、運用の準備を始めている「鎌倉市企業情報発信・交流サイト」¹⁹を活用した、地元企業PR、企業間のビジネス交流などを始め、既往の制度を活用した取組みを先行的に進めていくこととする。また、普及啓発、意識醸成、人材発掘、ネットワーク構築に向けたセミナーや勉強会の開催を積極的に進める。特に、文化人、アーティスト、市民活動家などの個人のネットワークづくりが重要であり、「人材バンク（市内登録制度）」を創設することも有効である。 一方、クリエイティブ産業を根付かせていくには一定の時間が必要とも考えられることから、中長期的な目標を定めた上で、段階的、継続的な取組みを進めていくことが重要である。
期待される効果	①伝統産業を始めとした既存産業の発展につながる。 ②業種（地域資源、デザイン、アート、コンテンツ、サービス、観光など）・地域を超えた連携が進み、高付加価値化や新たな市場の開拓が期待できる。

図表 38 クリエイティブ産業振興のイメージ



¹⁹ 地元企業のPR、企業間でのビジネス交流、求職者と企業のマッチング機会の創出及び地域産業の活性化を図ることを目的とした公式サイト。平成26年4月1日から公開する。

5 経済効果

5-1 IT産業の集積による経済効果調査

本節では、神奈川県が公表している産業連関表経済効果簡易分析ツールを用いて IT 産業の集積がもたらす、経済効果の試算を試みる²⁰。

5-1-1 経済効果の考え方

神奈川県産業連関表は、ある 1 年間に県内で行われた財・サービスの産業間の取引及び産業と家計、県外、国外などとの取引をまとめた一覧表であり、これを用いた経済分析ツールが神奈川県により公表されている。

具体的には、分析シートに、今後本市で増加すると想定される経済活動の規模を「生産者価格」と「購入者価格」のいずれかを想定することで、その経済活動がもたらす経済効果を県内の生産誘発額として算出できる。

本調査では、情報サービス業及びインターネット付随サービス業の経済成長・集積を想定しているため、産業中分類（107 分類）を用い、本市の現在の生産規模が拡大した場合、どの程度総生産が増加するかを試算する。ただし、分析結果の読取には、次の 2 点に留意したい。

- 「鎌倉市」という空間的な条件は考慮されず、神奈川県内のどこかで、鎌倉市と同規模の総生産増加が生じた場合の経済効果が算出される。
- 将来推計ではなく、平成 20 年時点の神奈川県の産業構造に基づき推計される。

(1) 経済効果の算出方法

算出方法は下記の通りである。

- ① 本市での情報通信業の「売上金額」を、需要の「生産者価格」と想定する。神奈川県及び本市の情報通信業の事業所数、従業員数、売上金額は図表 34 のとおりである。
- ② 経済センサス（平成 24 年 2 月値）の鎌倉市総売上金額「情報通信業」23,414 百万円を、従業員比率で、情報サービス業、インターネット付随サービス業に按分する（図表 35）。
- ③ オフィス床に着目し、生産規模の増加率が異なる 3 シナリオを作成し、総需要を算出する。
- ④ シナリオごとに試算する。

²⁰ 産業連関表とは、一定地域、一定期間における生産活動を通じた産業相互間や産業と家計間などの経済取引を金額で表した表である。地域内経済構造のほか、消費や投資などの最終需要の変化が地域内の生産や移輸入に及ぼす影響がわかるので、経済政策の効果測定などを行う際の資料として利用できる。

図表 39 神奈川県と鎌倉市の比較

	事業所数 (箇所)	従業員数 (人)	売上 (収入) 金額(百万円)		1 事業所当 たり従業者 数 (人)	1 事業所当 たり売上 (収入) 金 額 (万円)	従業者 1 人当 たり売上 (収 入) 金額 (万 円)
神奈川県	2,331	87,160	2,054,718	神奈川県	37.4	90,836	2,551
鎌倉市	65	3208	23,414	鎌倉市	49.4	38,384	1,140
対県シェア	2.8%	3.7%	1.1%	県を 1 とした 場合の規模	1.3	0.4	0.4

図表 40 情報サービス業・インターネット付随サービス業の按分

	情報サービス業	インターネット付随サービス業
従業員数 (人)	3,224	15
従業員比率	99.5%	0.5%
売上<按分額> (円)	23,297 百万 (23,414 百万×0.995)	117 百万 (23,414 百万×0.005)

(2) シナリオの作成

シナリオは、低位、中位、高位の 3 パターンである。オフィス床の増加に伴い、1 年間に本市の情報サービス業及びインターネット付随サービス業の生産額が増加する（売上の増分と同額）と想定する。

- ① 低位：空き店舗など既存ストックの活用によるオフィス床の増加（10%増）
- ② 中位：空き家など既存ストックの活用によるオフィス床の増加（50%増）
- ③ 高位：未利用地など既存ストックの活用によるオフィス床の増加（100%増）

(単位 百万円)

		計	情報サービス業	インターネット付随サービス業
増加率	低位 (10%増)	2,341	2,331	11
	中位 (50%増)	11,707	11,653	54
	高位 (100%増)	46,828	46,611	217

5-1-2 分析結果

生産誘発額、粗付加価値額、雇用者所得誘発額の3項目を算出した。

■用語の説明			
(平成17年(2005年)神奈川県産業連関表 テキスト概要版 平成22年1月神奈川県総務部統計課)			
生産誘発額 ：県内の各産業の生産活動は、中間需要及び最終需要を満たすために行われているが、中間需要に対する生産活動は最終需要を満たす生産を行うための原材料などを生産する活動なので、究極的には最終需要を満たすための活動であるといえる。よって、県内の生産の大きさは最終需要の大きさによって決定され、最終需要を賄うために直接・間接に必要な県内生産額を生産誘発額と呼んでいる。			
粗付加価値誘発額 ：各最終要素によって生産が誘発されれば、それに伴い粗付加価値(生産活動により新たに付加された価値、雇用者所得などから成る)も誘発される。この誘発額を粗付加価値誘発額といい、生産誘発額に当該産業部門の粗付加価値率(＝粗付加価値÷県内生産額)を乗じて求める。			

(1) 低位(オフィス床10%増)

空き店舗などの既存ストックを活用し、オフィス床を10%増やした場合、生産誘発額は第1次波及効果で約15億円であった。

(単位 百万円)

	第1次波及効果 ²¹ (直接効果 ²² 含む)	第2次波及効果 ²³	合計
生産誘発額	1,465	287	1,752
うち粗付加価値誘発額	874	189	1,063
うち雇用者所得誘発額	483	69	552

(2) 中位(オフィス床50%増)

空き家などの既存ストックを活用し、オフィス床を50%増やした場合、生産誘発額は第1次波及効果で約73億円であった。

(単位 百万円)

	第1次波及効果 (直接効果含む)	第2次波及効果	合計
生産誘発額	7,327	1,435	8,762
うち粗付加価値誘発額	4,369	944	5,313
うち雇用者所得誘発額	2,417	343	2,761

(3) 高位(オフィス床100%増)

未利用地などの既存ストックを活用し、オフィス床を100%増やした場合、生産誘発額は第1次波及効果で約147億円であった。

(単位 百万円)

	第1次波及効果 (直接効果含む)	第2次波及効果	合計
生産誘発額	14,655	2,869	17,524
うち粗付加価値誘発額	8,737	1,889	10,626
うち雇用者所得誘発額	4,835	687	5,522

21 一次波及効果とは、ある産業に需要が発生した場合にその需要が産業の連関を通じて各産業にどれだけの生産増加をもたらすかを計算したものである。

22 直接効果とは、消費や投資などの最終需要により生じる最初の生産増加額のことをいう。

23 二次波及効果とは、直接効果と第一次波及効果によって生み出された雇用者所得のうち消費にあてられた分が新たに生み出す効果をいう。

5-2 クリエイティブ産業がもたらす経済効果

本節では、5-1（ＩＴ産業の集積による経済効果調査）で算出した経済波及効果を107分類の産業部門別に俯瞰し、ＩＴ産業を誘致して、本市の情報サービス業及びインターネット付随サービス業の生産額が増加した場合のクリエイティブ産業への経済波及効果を見る。

(1) 産業部門別の経済波及効果

産業部門別の経済波及効果を全部門中のシェアで見ると、ＩＴ産業が集積し、生産額が増加することで、情報サービス業、その他の対事業所サービス業²⁴、住宅賃貸料、商業など、クリエイティブ産業又はクリエイティブ産業と関連のある業種の生産活動が誘発され、活性化することが確認できる（図表41）。また、これらのクリエイティブ産業は、粗付加価値誘発額においてもシェアが大きいため、雇用者所得増による生活の質の向上など定性的な効果も期待できる。なお、産業部門別の分析結果シートは資料6に示す。

図表 41 産業部門別の生産誘発額及び粗付加価値誘発額のシェア（生産誘発額上位 20 部門）

産業部門（中分類）	107 部門中のシェア	
	生産誘発額	粗付加価値誘発額
情報サービス（※）	65.52%	63.64%
その他の対事業所サービス（※）	7.17%	9.03%
住宅賃貸料（帰属家賃）（※）	3.96%	5.75%
商業（※）	2.76%	3.05%
不動産仲介及び賃貸（※）	2.41%	2.95%
金融・保険（※）	2.04%	2.15%
通信	1.98%	2.03%
自動車・機械修理	1.06%	0.58%
住宅賃貸料	0.91%	1.18%
飲食店（※）	0.88%	0.66%
教育（※）	0.82%	1.11%
電力	0.75%	0.28%
インターネット付随サービス業（※）	0.66%	0.40%
物品賃貸サービス業	0.65%	0.70%
石油製品	0.59%	0.19%
建設補修	0.58%	0.44%
その他の対個人サービス（※）	0.57%	0.72%
研究	0.49%	0.46%
食料品（※）	0.45%	0.19%
道路輸送	0.41%	0.45%

産業部門別の分析結果シートから作成（クリエイティブ産業又はクリエイティブ産業と関連のある業種は※印で示す）

24 ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業、インターネット付随サービス業、映像情報制作・配給業、音声情報制作業、新聞業、出版業、映像・音声・文情報制作に附帯するサービス業、クレジットなどの対事業所サービス業をいう。

(2) クリエイティブ産業がもたらす経済効果

(1)の結果をもって、クリエイティブ産業の振興が本市に多大な経済効果をもたらすとまでは言い難いが、I T産業を核としたクリエイティブ産業をひとつのパッケージとして育てていくことは市内経済の活性化にとって効果的であると考ええる。

また、3章で「I T産業の持続的な発展」の視点から製造業を対象として行ったアンケート調査では、現段階では市内製造業者とI T産業との積極的なつながりや連携は見られておらず、また同様に、図表 41 に示した産業部門別の経済波及効果においても「製造業」への波及効果は見られなかったが、増加傾向にあるI T産業を含め、今後、市内事業者間で協業関係を築くことができれば、さらに地域活性化や雇用促進が進み、鎌倉のまちに好影響を及ぼすことが期待できる。

6 まとめ

以下に、第1章から第5章までの概要を述べる。

本研究では、本市の新たな産業として、IT産業の集積に着目し、IT産業の現状把握、今後の可能性、集積による経済効果の予測、さらに、これらの視点から新たな産業誘致に係る支援策を考察し、施策の具体を提言したものである。

以下に本研究による成果として各章の概要をまとめ、最終的な考察を行う。

(1) 第1章・研究の背景と目的について

研究の背景には、都市計画基礎調査などからの業務施設や工業系施設の床面積が減少傾向にあること、また、市税における法人市民税が低水準で推移していることがある。さらに、今後の人口減少や進行していく少子高齢化を憂慮すべき課題として考えると、バランスのとれた都市機能の維持に力点を置いた施策が必要であるとの所見に至ったものである。

本市では市域に移転してくる又は起業する事業者に対して特段の支援措置がとられていない中で、各種のメディアで本市に拠点を置いているIT企業の集合体が米国のシリコンバレーを模して「カマコンバレー」と称され注目を集めていた。

このことから、IT産業を中心とした今後の企業誘致・産業振興策を検討する際の基礎データとして活用するため、次の4点を明らかにすることを目的として調査研究に取り組んだものである。

- (1) IT産業の将来動向や他都市における動向を調査し、IT産業全般の現状を把握する。
- (2) 本市におけるIT産業の集積による経済効果を予測し、その視点からIT産業誘致に係る支援策を考察する。
- (3) IT産業の集積と持続的な発展を図るための手法として、新たな産業（クリエイティブ産業）の育成とその可能性について考察を行う。
- (4) クリエイティブ産業が本市の地域経済にもたらす効果を明らかにする。
- (5) クリエイティブ産業育成（誘致）に係るインセンティブの手法とその効果について考察する。

(2) 第2章・IT産業の現状と動向について

最初に本市のIT産業の現状と動向を見定めるために、総務省の経済センサス基礎調査・活動調査における統計資料を基に国や県の業種全体の傾向、市内のIT産業の傾向を分析することとした。その結果、類似の市町村などとの比較において、本市におけるIT産業の全産業に占める割合は、事業所数、従業員数ともに顕著に高く、また、ITビジネスモデル地区などIT産業振興に積極的に取り組んでいる自治体に比べ、自然発生的に事務所が集積しつつあることがわかった。

また、誘致施策に一定のスキームを持つ先進自治体の例を調査したところ、共通する事項として市町村と県が連携し地域課題の解決や産学官の研究体制の構築に先駆けて、誘致施策を展

開しており、施策を体系化すると①経済的支援、②企業間交流の機会の創出、③場の提供・支援、④人材育成の4つを軸としていることが確認できた。

本市においても、県や国の制度等の活用も視野に入れた上で、これらのバランスのとれたパッケージを整備することが肝要である。

また、本市の観光都市としての特性や歴史的景観・自然環境の保全、良好な住環境などの資源を有効に活用し、本市独自の施策を展開していくことが必要である。

(3) 第3章・ヒアリング・アンケート調査について

I T産業やクリエイティブ産業の事業環境や経営実態などを明らかにし、本市がとるべき有効な施策の契機とするため、市内に本社を置く成長企業2社及び市内I T企業の自然発生的な集積モデルである「カマコンバレー」にヒアリングを実施した。

ヒアリングの結果からは、本市の「強み」として、「働くうえでの自然環境の良さ」、「本市の知名度の高さ」を再確認することができた。また、本市に対する要望としてオフィスや活動拠点の確保、産学連携の仕組みづくりや異業種間の交流の機会の創設といった共通の事項を見出すことができた。

さらに、市内外のI T企業及び市内の製造業に対して広く実態を把握するためアンケート調査を実施した。

アンケートの結果からは、下記の課題を確認した。

- (1) 市内I T企業の取引・協業関係は都内が圧倒的多く、現段階では市内事業者とのつながりが希薄であるため、今後は企業間連携の普及啓発やマッチングの仕組みづくりが求められる。
- (2) 市内オフィス環境の課題として「事務所経費の安さ」「情報インフラ環境の整備」「鉄道駅からのアクセスの良さ」「フロアの広さ」が挙げられた。これらの項目は、市外I T企業のオフィス立地環境では満たされているため、この4項目を改善し充実させることが、市内企業の転出抑制、さらにはI T企業の誘致における絶対条件である。

(4) 第4章・クリエイティブ産業の育成とI T産業の持続的な発展の可能性について

本章では、本研究の核となる政策提言について述べたものである。

本市には通常のオフィスのほか、ストックとして人気の高い古民家や住宅地内の空き家、空き店舗が数多く存在し、これらは工業団地等の用地を持たない本市にとって企業誘致のポイントとなる「地域資源」である。また、企業側においても起業・交流の場となる拠点や人材の確保といった「課題の解決」は、持続的な発展に欠かすことのできない事柄であり、この需要と供給の関係に本市の「強み」を掛け合わせることが初期段階において重要であると判断したものである。例えば、テレワークの推進など、本市の「強み」を活かした新しい働き方の提案をすることで、「職住接近」のモデルが構築でき市内居住の促進につながると考える。

さらに、今後I T産業の集積が進み、法人市民税の増収効果が見込まれる場合には、市内の

大規模未利用地を有効活用したインキュベーション施設を整備し、集積に拍車をかけるなどの施策も必要である。

また、クリエイティブ産業の特徴である高付加価値の創出においては産学連携や企業間交流は欠かせないツールである。ＩＴ産業の持続的な発展のため、本市の地域資源（歴史的環境、豊かな自然環境、伝統工芸、人材など）を活かし、ＩＴを核としたクリエイティブ産業振興を進めていくことが必要であると考ええる。

（５）第５章・経済効果について

ＩＴ産業の集積及びクリエイティブ産業の集積による経済効果は、神奈川県産業連関表を使用し試算した。今後の施策展開に応じて、市域に立地するＩＴ産業の成長性を低位（空き店舗など既存ストックを活用してオフィス床を１０％増加した場合）・中位（空き家などの既存ストックを活用してオフィス床を５０％増加した場合）・高位（未利用地などの既存ストックを活用してオフィス床を１００％増加した場合）の３水準で想定し、経済効果を推計したものである。

また、これらの推計結果から産業部門別の経済波及効果を全１０７部門中のシェアで見ると、ＩＴ産業の生産額が増加した場合、クリエイティブ産業などの生産活動が誘発され、活性化することが確認できた。これをもってクリエイティブ産業の振興が本市に多大な経済効果をもたらすとまでは言い難いが、ＩＴ産業を核としたクリエイティブ産業をひとつのパッケージとして育成することは市内経済の活性化にとって効果的であると考ええる。

・今後の課題（作業の積み残し）

市内ＩＴ企業、市内製造業、市外（県内）ＩＴ企業の３種類のアンケート調査、市内ＩＴ企業のヒアリング調査と４種類の実態調査を行った。企業間取引（受発注及び協業関係）は事業者によって多種多様であり、回答数も少なかったものから、構造化・パターン化することはできなかった。傾向としては、市内企業の多くが市外企業（都内）との取引が中心であることがわかったが、市内企業間の取引状況の詳細について把握することができなかった。立地上の空間的制約がなく「分散」して立地する「ＩＴ産業」であるが、「集積」による優位性（メリット）があるとする企業も存在することが本調査でも明らかになっており、今後さらに現状把握に努める必要がある。

経済効果は施策展開のシナリオから産業別に市場売上規模の増分を仮定して経済効果の試算を行ったものである。実際には、企業活動は景気や経営戦略など様々な影響を受け、また神奈川県の産業連関表を用いている性質上、経済効果の帰着先は「鎌倉市」という空間的な限定はないことを留意する必要がある。

今回の研究では、ＩＴ企業の誘致に関して集積状況の調査から現状の把握を行い、ＩＴ産業自体の可能性を検証していくため、先進自治体の例などを参考に政策のスキームを構築した。したがって、実際の施策の導入プロセスでは、多様な角度から中長期的な視点による将来ビジョンを作成し、本市の地域資源を活かした固有の施策が求められるものである。

また、研究期間の関係もありクリエイティブ産業という新しい産業の本市での可能性について、深い言及ができていないことから、今回の成果にクリエイティブ産業としての定義を付加し、より効果的な施策づくりを論じていく必要がある。

おわりに

クール・カマクラ

本研究は、本市の新たな産業として集積されつつあるＩＴ産業に着目し、ＩＴ産業の現状を把握したうえで、ＩＴ産業を核とした鎌倉ならではのクリエイティブ産業の誘致育成の可能性を探るという大変難しい研究テーマであった。これといった先行研究や文献がない中で、なかなか研究の方向性を見出せず、手探りでのスロースタートとなったが、その過程で何度も行った『鎌倉市にとってのクリエイティブ産業とは何か』という議論は、日々の業務の中で忘れられがちな「鎌倉‘らしさ’」や「鎌倉の‘魅力’」といった、市の将来像を描く上で重要だけれども、これまで曖昧に共有されてきた言葉について、プロジェクトメンバー各々が改めて深く考え、共有する契機になったのではないだろうか。

研究を進めるに当たっては、「統計分析」「ヒアリング・アンケート」「政策動向」と調査研究の基礎となる３つの手法に取組み、その調査結果を積み上げて将来像や施策提言を行う「ボトムアップ型」で進めた。プロジェクト開始当初、アドバイザーの土屋先生からは「アンケートや統計のデータから読み取れることはほんの些細なこと。その些細なことを積み上げて、鎌倉市の将来像や施策を導くことは容易ではない。しかし、目の前のデータに対して謙虚に、誠実に向き合うことが調査研究の基本であり、そのデータをどのように整理し、読み取れることを過不足なく相手に伝えるかを真剣に考えることが、調査研究手法を学ぶ上で最も大事である。」との話があった。実際に手を動かし始め、メンバーが直面したことはまさに、「調査や分析に誠実であればあるほど、市の将来像や政策の議論になかなか辿り着けない」というジレンマであったことだろう。それでも、トップダウン型（将来像からその実現のために必要な現状分析を行う方法）ではなく、ボトムアップ型に拘ったのは、限りある時間の中で少しでも調査研究スキルを習得したいというプロジェクトメンバーの強い意志によるものである。

結果として、ＩＴ産業の現状分析に重点を置いた報告書となり、クリエイティブ産業の本市における可能性について深い言及ができなかったことは心残りであるが、メンバーで汗をかき、市内のオフィス環境課題、またスタートアップ企業が考える新しい働き方（ワークライフバランス）や鎌倉という都市の捉え方などをリアルに把握できたことは大きな成果であり、新しい施策提案に向けた貴重な資料となり得ると考えている。この調査研究の成果が、１０年後、２０年後の鎌倉市の将来に貢献できることを期待したい。

最後に、難しい研究テーマに対して根気強く指導し、研究の道筋を示してくださった土屋先生、ヒアリング・アンケート調査にご協力くださった市内事業者、市外ＩＴ企業の皆様、また最後まで諦めずに一緒に研究に取り組んだプロジェクトメンバーに感謝申し上げます。