

地域産業振政策の構築

－産業振興からのまちづくり－

はじめに

－産業振興施策の目的を問う意義－

1. 都市経営の視点から産業振興策をとらえる

- (1) 都市経営と産業振興の関係をどう見るか
- (2) 都市経営の観点から位置づけられる産業振興策の条件
- (3) 産業振興のあり方は、地域主体のまちづくりという観点からも見ておく

2. 自治体産業政策の新動向を整理する

1. 産業振興の枠組みや視点の広がり

- (1) 産業政策とまちづくり・都市戦略の融合化傾向
- (2) 都市の集客力増大の必要性を意識し、施策化する
- (3) 都心の賑わい回復を兼ねた事業所の都心誘致策
- (4) 都心の賑わい装置として位置づける都市商業への積極的支援

2. 産業振興施策から産業政策づくりへ

- (5) 地域産業の全体としての方向性と個別的な対応策を明示し、めりはりを持ったかたちの対策を促す
- (6) 地域のブランド化を推進する
- (7) 地域雇用創出への目配り

3. ソフト的な産業振興基盤方策への着目

- (8) 地域内の関係機関をコーディネートするかたちの産業振興策の展開
- (9) 民間活力導出型の産業振興策の展開
- (10) 経営者への働きかけを産業支援方策として位置づける
- (11) 独自なかたちで地域の優良企業の顕彰を行う
- (12) 産業情報の積極的発信と地域的な共有化の努力
- (13) 施策の内容について市民参加なり、提案・提言を伴った参画をもとめる傾向

4. 独自の政策手段の開発努力

- (14) 新たな企業環境を創造する産業拠点や産業集積づくり
- (15) 弾力的な企業誘致策の新展開
- (16) 産業振興のための新たな政策手段の開発

5. 既存施策の見直しによる施策の魅力化、政策化
 - (17) 新規創業、ベンチャー企業支援策の新工夫と新展開
 - (18) 地域に見合った新たなリーディング産業を育成する
 - (19) 地域企業の体質強化、独自性の強化・高付加価値化
 - (20) 既存工業の都市型産業化への脱皮を誘導する
 - (21) 地域の既存産業の活性化策を取り入れ、第二創業を支援する
 - (22) 政策性を入れ込んだ金融施策の導入

3. 横浜市の産業振興施策

- (1) 重点的な産業振興施策
- (2) 産業立地促進策の特徴
- (3) 産業振興拠点としての金沢ハイテクセンター、産学共同研究センター
- (4) 中田市政下における最近の産業政策の特徴を見る
 - <全般的な特徴>
 - <地域企業全般の底上げとブランド化>
 - <創業支援・ベンチャー企業の育成>
 - <技術力の向上策>
 - <ライフサイエンス関連産業の振興>
 - <IT産業の集積の形成>
 - <工業集積の促進事業>
 - <商店街の活性化>

4. 神戸市の産業施策

- (1) 神戸医療産業都市構想の主旨と概要
- (2) 医療関連ビジネス支援の具体策
- (3) 神戸ロボットテクノロジー構想の主旨と概要
- (4) ロボットテクノロジー関連ビジネス支援の具体策
- (5) 神戸国際マルチメディア文化都市構想
- (6) ファッション産業の振興
- (7) 産業立地の促進策

5. 京都市の産業振興施策

- (1) 京都市における産業振興策の評価点
- (2) スーパーテクノシティー構想
- (3) 伝統産業振興への独創的な試み
- (4) 都心商業の振興策

- (5) 融資制度を政策化する努力

6. 金沢市の産業振興施策

- (1) 金沢市における産業振興施策の水準の高さ
- (2) ファッション産業振興とファッション産業都市づくりの打ち出し
- (3) 多彩な技術セミナーや経営セミナーの実施
- (4) 積極的な工場団地づくりときめ細かい立地促進助成との組み合わせ
- (5) 地域の既存企業への振興策
- (6) 地域企業に対する独自の顕彰事業の存在
- (7) きめ細かい商業振興策

7. 墨田区の産業振興施策

- (1) 墨田区の産業振興の歴史
- (2) 墨田区中小企業センターによる地域企業への支援策
- (3) 地域企業の高度化・高付加価値化の支援、都市型工業への適応支援
- (4) 経営者フォーラムの開催などによる相互交流と経営革新の支援
- (5) 小零細事業所の復権アピール活動
- (6) 都市型の商業振興のための施策メニュー
- (7) 産業支援のための拠点施設の建設と産業振興部局と連動した一体的な運営
- (8) 産学官の連携の推進
- (9) 産業情報の提供と情報発信機能の発揮

8. 足立区の産業振興施策

- (1) 足立区の企業参加型の経済活性化事業
- (2) 足立区経済活性化協議会の試み
- (3) 産業振興組織の実働組織である外郭団体

地域産業振政策の構築

－産業振興からのまちづくり－

はじめに

－産業振興施策の目的を問う意義－

高度成長の時代にあつては、経済全体のパイが増えるので、そのおこぼれは地方にも及ぶ。それゆえ、地方不在の地域開発でも構わなかった。しかし、経済規模の伸びが少なく、他方でグローバル化の激しい競争圧力が加わる成熟化の時代にあつては、全般的に画一的な目標は成立しにくくなる。どういう経済主体であれ、目標やさらには目的、方向性は自らつくり上げなければならない。これは地域開発の目的や、そこで中核とならざるを得ない地域産業政策の目的に関しても同様にあてはまる。今日においては、産業振興や産業政策づくりでも、その目的をあらためてよく検討していかなければならないのである。

では、今日の地方における産業振興や産業政策づくりの目的とは何か。それは産業活動の振興を通じて地域の暮らしをよくする、あるいは魅力的なまちにする、さらには市民の自己実現を図り、多くの人びとが地域において幸せな人生を送ることができるようにするためといえよう。つまり、今日の産業振興の目的を深く吟味すると、それは単なる産業活動の範囲に限られたものではない。それを通じた人びとの生活や人生を視野に入れたものでなければならない。

したがって、ここでの自治体産業振興施策の潮流に関する整理は、こうした視点から行なうものである。

1. 都市経営の視点から産業振興策をとらえる

(1) 都市経営と産業振興の関係をどう見るか

自治体の産業振興ないし産業支援策の目的をあらためてとらえ直すという点では、それと都市経営の関係について明らかにしておくことも有益であろう。そうすると、自治体の産業振興ないし産業支援策は、経済性に絡む問題である。したがって、この点でいえば、産業振興ないし産業支援策の問題は、都市に関するトピック的な問題の中でも相対的に都市経営となじみやすいように見える。

しかし、これまでのように自治体の産業施策が単に地域中小企業の保護施策にとどまるだけの存在では、地域の先行きに影響を及ぼす都市経営的な施策になり得ない。都市経営といえる産業振興施策であるためには、地域の先行きに影響し、それを望ましき方向に動かす得るものでなくてはならない。こうした意味で、都市経営の視点から見た産業振興施策は、明確な政策志向をもつか、あるいはまちづくりと結びついたものとなっているかどうか問われてくる。つまり、産業振興策の中身が「地域産業政策」、もしくは「産業振興からのまちづくり」と呼べるものであるかどうか問題となってくるのである。

(2) 都市経営の観点から位置づけられる産業振興策の条件

そこで、都市経営の観点から位置づけられる産業振興策の条件とはどのようなものか、次にもう少し見ておこう。これは上のことからして、明確な政策志向を持った産業振興策であるか、あるいはまちづくりと結びついた産業振興策という要素を持ったものでなければならぬ。より具体的には、次のようなことがあげられよう。

- ・自前の産業振興ビジョンづくりにとくむこと
- ・産業振興施策が何らかの基準で体系的に整理されて、打ち出されていること
これは産業振興施策を体系化するためのグルーピングの必要性といってもよい。そうしたグルーピングの例としては、たとえば、①次世代型新産業の育成、②新規創業・ベンチャー企業育成支援、③既存産業の高度化、第二創業の支援、④産業集積づくりによる拠点の整備、⑤まちづくりと連動させた産業振興施策、⑥経営者への働きかけによる経営革新誘発施策、⑦産業人全般に対する各種の教育施策、⑧産業人の相互交流促進策と政策形成への参加施策、⑨産業振興に関する情報の発信と地域的な共有化策、⑩政策性を入れ込んだ内容の金融施策、施策と連動する融資対策、などがあげられる。
- ・魅力ある地域産業の要件を提示して、そうした方向に地域企業を向かわせる
- ・地域企業がより高い目標に向かうような仕掛けや仕組みづくりに注力する
- ・地価が上がらない状況を前提として、自治体がディベロッパー機能、プロデューサー機能を発揮する方途を探る
- ・産業振興の個別プロジェクトとまちづくり・都市活性化策の融合を図る
- ・地域の中の異なる経営主体が特定プロジェクトに参加するよう自治体として誘導していく
- ・自治体が主導するプロジェクトにアライアンス戦略を取り込む
- ・産業振興に関係する地域内の関係機関における業務革新を誘導し、産業振興施策の高度化を図る
- ・産業振興に関する産・学・官の連携づくりを行う
- ・金融施策に政策性を入れ込み、金融面から産業活性化を促す

ここでまた、知識経済社会における産業振興のあり方にもふれておこう。そうすると、知識経済社会では、知識を生み出す人間、知的ワーカーの価値が高まる。こうした人たちにとっては、知識を生み出す苗床としての都市生活のあり方や、そこでの情報交流と相互刺激の活発さがきわめて大事になってくる。こうして、都市の発展と産業の発展が緊密に結びつき、相互に支え合うような関係になることがもたらわれてくる。したがって、知識経済社会における産業振興のあり方を探るヒントは、ここにも存在する。

(3) 産業振興のあり方は地域主体のまちづくりというより広い観点からも探る

次いで、ここからさらに進み、望ましき地域開発なり、あるいは地域主体のまちづくりというより広い観点から産業振興を見てみよう。そうすると、それはどのように位置づけられるのであろうか。実はこれについては、すでに戦後日本の地域開発の歴史を検証した項で検討している。それによると、望ましき地域開発なり、あるいは地域主体のまちづくりの条件として、戦後日本の地域開発の歴史の検証も踏まえて次のような5つの視点が示されたところである。

①産業自治（地域の経済的基盤づくりの自治）

これは地域開発の問題を分野別に分けると、地域におけるビジネス分野の問題となることであった。つまり、グローバル化の状況においては、地域の存立可能性を賭けた地域産業政策の打ち出しがもとめられてくる。産業自治とは、こうしたことに対処するための方向性を示すものである。

②教育自治（地域からの人づくりに関する自治）

これは地域からのヒトづくりに関するものである。学校教育における地域自治の回復ももちろん含む。しかし、それだけではない。ここには、地域産業の生き残りのため必要となる高度経営人材の育成等の課題も含む。教育自治とは、こうした広い観点からの人づくりに関する地域自治の必要性を指している。

③空間形成に関する自治（まちづくりの自治）

地域開発の現場は、広い意味のマチである。ビジネス活動の現場もマチを背景とする。したがって、空間形成に関する自治（まちづくりの自治）とは、都市計画はもちろん、公共交通計画、美しい街づくりなどの各種のハード・ソフトにわたるまちづくり施策に関する自治の問題である。

④財政自治（地域のモノとカネの運用にかかる自治）

地域開発を行なうには、地域のモノ、カネに関する運用力が大事になる。そこで、財政自治とは、単に行政的な意味での自主財源の保証、課税自主権の保証等だけをいうのではなく、地域のモノ、カネに関する運用力を含めた自治のことを指すのである。

⑤市民協同、市民参加による市民自治（地域に関する市民のマネジメント力の発揮）

以上のことをもし一つにまとめるとするならば、地域に総体的なソフトパワーの発揮がもとめられる。つまり、成熟化の今日にあっては、地域自立の視点に立った個性豊かで質の高い開発がもとめられる。このため、自然環境や歴史文化的な資産を最大限生かした開発がもとめられ、公共空間の豊かさや都市生活の豊かさの実現が大事になる。さらに、人の能力の高度発揮や、市民の自己実現の重視、さらには自立性の高い市民を育てることが一層重要性を増してくる。

こうしたことは、成熟経済下において「地域開発も目先の効率性や利便性の追求、直接的な経済的成果の獲得からはいったん迂回する」ことがもとめられるといってもよい。そこで、産業振興においても、目先の経済的成果とは距離があるような都市政策・まちづくり戦略との融合がもとめられる。ともあれ、こうして産業振興にあたって文化活動の取り込み、もっといえば文化芸術創造都市づくりといったことが重要なテーマになってくるのである。

2. 自治体産業政策の新動向を整理する

こうしたことを踏まえ、次に新たな地域産業政策の構想に資すると思われる自治体産業施策の新動向について整理をしていく。これは大きく分ければ、次の5つのグループに分けられる。

1. 産業振興の枠組みや視点の広がり
2. 産業振興施策から産業政策づくりへ
3. ソフト的な産業振興基盤方策への着目
4. 独自の政策手段の開発努力
5. 既存施策の見直しによる施策の魅力化、政策化

以下、それぞれの項目に具体的にどのような新施策が登場しているのか見ていく。

1. 産業振興の枠組みや視点の広がり

これは新しい地域開発に関する5つの原則・方向性からいえば、地域のビジネス活動をとらえる場合の視点の広がり的重要性からくることである。こうしたことを反映して、近年、まちづくり、都市戦略と産業振興策の融合傾向や、あるいは芸術文化創造都市づくりという行き方など、文化の振興という視点から経済の振興に近づけていく方策が自治体の産業振興施策としても目に付くようになってきた。

(1) 産業政策とまちづくり・都市戦略の融合化傾向

これは、産業振興という観点から都市の政策課題や追求テーマを具体化するような施策が登場してきていることを指す。たとえば、神戸、京都、横浜、金沢などで行われている芸術文化の振興や、まちなか居住の促進、これらと産業振興策の融合事例などである。あるいは、金沢市のような独自にとらえ方をしたファッション産業の振興等もここに入れてよい。都市振興のテーマと産業振興のテーマを結びつけるという点からは、神戸市における医療産業の振興や、ファッション産業振興、あるいは横浜市の集客都市づくり、さらに金沢 21 世紀美術館と一体になった金沢市のファッション産業振興などがあげられる。

(2) 都市の集客力増大の必要性を意識し、施策化する

ここでは、横浜市における戦略的なシティプロモーションによる集客力の増大方策が注目される。また、同じく横浜市における芸術・文化創造都市づくりによる産業振興という方向性も産業振興の新しいかたちの一つである。

(3) 都心の賑わい回復を兼ねた事業所の都心誘致策

金沢市では、都心の賑わい回復を兼ねて SOHO 事業所の都心誘致に取り組んでいる。SOHO 事業まちなか集積促進事業がそれである。同様な主旨の事業では、京都市の京町屋における工房化事業、あるいは西陣の京町屋を有効利用する町屋倶楽部などの事業もある。横浜市の SOHO 集積策は、相対的な規模の大きさと民間企業との連携タイアップ方式により財政負担が少ないという点で注目される行き方である。

(4) 都心の賑わい装置として位置づける都市商業への積極的支援

ここでは、京都市や、金沢市、墨田区などの施策が注目される。これらは単なる商店街支援から抜け出て、都心の商業にターゲットをあて、その賑わい回復を狙っているからだ。

一方、地方都市において、都市商業への積極的な支援施策を行なっているという点では、四日市市の例が注目される。これは補助金を伴う2つの助成事業とソフト的な総合事業と

しての「まちなかにぎわい創出事業」の大きく3つの事業よりなるが、非常に弾力的で柔軟な支援策を打ち出している点で評価できる。

ここで、前者の助成事業の一つは、「こだわり商店街創出事業費補助金」である。これは、商店街や3店以上のグループを対象にして、商品サービスの独自化による店舗の魅力化を図る活動に対して助成する。事業名に商店街と謳われているものの、3店以上のグループを補助対象とするように、実際は商店街だけでなく、個店レベルの経営も視野に入れた非常に弾力的で柔軟な制度となっている。補助の対象となる活動は、これらの組織が「こだわりを持って実施する店舗ビジネスの活性化活動」を幅広く含むので、都市商業におけるきわめて広範な活動が含まれる。また、助成の決定は、企画コンペ方式で行なわれる。商店街や各グループが公募による市民委員からなる審査会に企画書を提出し、審査を受け、優秀企画が選ばれる。したがって、これは都市商業活動における知的アイデアの創出や、都市にとって望ましき経営方向を支援するというやり方に立つといえる。この点で、商業振興事業においては、きわめて目新しく、また創造的な事業である。

第2の助成事業は、「商店街魅力アップチャレンジ事業費補助金」である。これは商店街の魅力向上を狙う研修や講演会の開催等の教育研修事業、ミニイベントの開催やニーズ調査、商店街のコンセプトづくり、あるいは空き店舗等に新規店舗を出店させる事業など、これまた広範な商店街活性化と店舗活性化事業を補助対象にしている。これは補助対象事業費が3万円以上と低額事業を想定していることや、補助決定が市で行なわれる点を除けば、おおむね第1の助成制度と同様である。

第3の「まちなかにぎわい創出事業」は、3つの小事業よりなる。その一つは、まちなかにぎわい塾である。これはワークショップを開催して、まちづくりガイドラインの設定や、まちづくりルールの提案を行ったり、まちづくりの協働作業をする。その二つは、まちなか店舗等外装費補助金である。これは街並みに合わせた店舗改修の助成経費である。その三は、まちなか空き店舗新規出店支援事業であり、空き店舗への出店が中心市街地のにぎわいをもたらすという観点から、改修費の一部を助成するというものである。

こうした事業により、いくつかの注目すべき成果が生まれている。たとえば、商店街とかたちではなく、徹底したおもてなしで差別化しようという40の店が集まった「得々商店街」や、空き店舗へ出店したコミュニティレストランの「こらぼ屋」の活動などである。後者は、料理自慢の素人シェフが日替わりでランチやディナーを提供するという新タイプのレストランである。

2. 産業振興施策から産業政策づくりへ

地域のビジネス活動の変化や、それと関連する広義のヒトづくり活動の高度化要請、マチの高質化への要請、地域のモノ・カネの運用力増大に関する要請等が相まって、従来の産業振興施策をより体系だつて強力な自治体産業政策に再編することがもとめられるようになってくる。

そこで、こうした潮流をあらわすものとしては、従来の漫然とした自治体商工振興策というレベルからは脱却し、自治体産業政策を志向するものが入られる。具体的には、地域産業の向かうべき方向性を明示し、実際にその方向に向ける力を持った施策・対策のことである。そこでは、施策の体系の中で集中と選択も必要となるし、明確なテーマ性を打

ち出すことも大事である。こうしたテーマ性の打ち出しということであれば、芸術文化創造都市づくりも一つであるし、地域のブランド化なども一つである。

(5) 地域産業全体としての方向性と個別的な対応策を明示し、めりはりを持ったかたちの対策を打ち出す

地域産業のとるべき方向性を明解に打ち出す。そこでは、産業をいくつかに分けて個別的な対応策も明示し、地域の各企業はどういう方向性をとればよいか明確に示す。その説得力をさらに増すには、めりはりを持ったかたちの助成策にしていくことがよい。

(6) 地域のブランド化を推進する

グローバル競争時代の強みをつくるポイントの一つは、個別企業や産業レベルを超えた地域のブランド化を図る点にある。こうした実践は、いまだささやかであるが、京都市における伝統産業の「京ものブランド」づくりや、金沢市における伝統工芸の「金沢ブランド」の育成事業などのかたちで見られる。なお、両市においては、伝統野菜などでも、「京野菜」や「金沢野菜」などのかたちでブランド化する例が見受けられる。

(7) 地域雇用創出への目配り

3. ソフト的な産業振興基盤方策への着目

ここでソフト的な産業振興基盤方策とは、地域開発の5つの原則・方向性に対応させていえば、魅力的なマチの形成に関連して、モノ・カネの運用力を発揮したり、ソフトパワーを発揮したりすることがとくに関連してくる。実際の施策の潮流としては、自治体がコーディネート力を発揮したかたちの産業振興策や、民間活力の導出による産業振興策、経営者への働きかけを産業振興方策として位置づけることなどである。あるいは、地域優良企業を自治体レベルで顕彰することにより、それらの企業にベンチマーキング効果を発揮させること。さらに、産業情報の積極的発信と共有化努力、また、自治体の産業施策の内容について、市民参加なり、提案・提言を伴った参画をもとめる傾向などがここに入れられるであろう。

(8) 地域内の関係機関をコーディネートするかたちの産業振興策の展開

自治体が地域内で主導権を発揮し、地域内の異なる事業主体をリードして自らが描く産業振興プロジェクトを実現するという方向性である。たとえば、京都市の桂イノベーションパークなどはこうしたものの一つになる。

(9) 民間活力導出型の産業振興策の展開

従来の行政施策のように、行政が一方的に企業活動を支援するという事業ではなく、むしろ民間企業の活動・事業が前面に出て、それを行政が後押しするという構図の事業である。上の(3)で述べた横浜市のSOHO集積策もそうしたものの一つである。これは民間企業である株式会社SOHOが設置するSOHO横浜インキュベーションセンター（横浜市山下町にある旧シルクホテルの74室をSOHO用のインキュベーションセンターと

して賃貸する施設)や、SOHO-STATION(同じく山下町にあるSOHO専用の新築オフィスで、51室のスペース)を賃料助成で横浜市が支援するというものである。

(10) 経営者への働きかけを産業支援方策として位置づける

こうしたものの中では、墨田区で行っているいくつかのフォーラムや経営塾的な活動が注目される。たとえば、「すみだフォーラム」は、経営者自らが企画する経営者の相互交流と自己革新のためのフォーラム開催である。あるいは、「フロンティアすみだ」も経営者のための教育活動であるが、これは実地調査やワークショップなど実践的な内容を盛り込んだ経営者塾である。

(11) 独自なかたちで地域の優良企業の顕彰を行う

ここでは、金沢市、墨田区などに典型的な単なる形式だけではない顕彰事業が注目される。つまり、これらは顕彰事業を行うことで、その企業の活動を広く地域社会に認知させていく。これにより、他の企業の経営の模範にしようというベンチマーク的な効果を狙ったものである。たとえば、金沢市では、金沢市経済活動賞、ITビジネス大賞といった独自のテーマの顕彰事業を行っている。あるいは、墨田区では「すみだが元気になるものづくり企業大賞」を設ける。これは、区長が自ら表彰企業に訪問し、表彰することで、社員を激励するという事業である。なお、これは2004年度から実施されている。

(12) 産業情報の積極的発信と地域的な共有化の努力

墨田区では、区の広報紙とは別個に産業振興ニュースを作成発刊している。あるいは、ホームページレベルでの産業振興施策の公開と発信についてみると、大都市においてとりわけ優れたところが多い。なかでも、横浜市のホームページにおける市政情報の詳細な公開や、統計データの全面公開が注目される。さらには、京都市、神戸市なども評価できる。

(13) 施策の内容について市民参加なり、提案・提言を伴った参画をもとめる傾向

ここでは、金沢市における金沢まちづくり市民研究機構(2003年6月設置)での市民による政策提言や、足立区の企業参画型と銘打った経済活性化事業(2005年度事業)などが注目される。

4. 独自の政策手段の開発努力

地域開発の新しい原則に則って施策づくりを進めると、従来の自治体を持つ施策手段だけではどうしようもない。新しい政策手段を自ら開発する必要に迫られる。こうしたことが自治体産業施策の潮流にも反映してきている。たとえば、特区的なかたちによる産業集積づくりや企業誘致策、あるいは行政課題の解決と企業の経営革新を結びつける事業、行政としては独自性が高いアウトソーシング策、市民参加による政策開発の試みなどのことである。

(14) 新たな企業環境を創造する産業拠点や産業集積づくり

たとえば、横浜市の企業誘致策は、きわめて戦略的なやり方をとっている。それは、I

T、バイオ、環境、先端技術、デザインなど、機能とテーマの点から誘致の対象とする事業を絞っていくやり方である。ここには誘致対象となるターゲットを明確化し、産業集積自体も機能分化と個性化で特徴づけていこうとする志向がみられる。

(15) 弾力的な企業誘致策の新展開

(16) 産業振興のための新たな政策手段の開発

行政が持つ資源を新たな角度から見直して、産業振興のための新たな政策手段にしていこうとする傾向がみられる。たとえば、行政の事務をSOHO等にアウトソーシングするとか（高知県の試み）、行政課題の解決のために、地域中小企業を巻き込んで彼らの知恵を発揮させる機会にしていこうなどである。後者の例としては、横浜市で始めている行政課題解決型の技術革新事業がある。これは、自治体が行政課題の中から地域中小企業に提示する研究テーマを選び出し、この研究テーマに取り組みたい企業を公募する。そして、行政はこの応募企業と共に行政課題の解決にあたり、一方で応募企業は研究開発型企業に脱皮するためにこの機会を活用していくという主旨の事業である。

5. 既存施策の見直しによる施策の魅力化、政策化

地域開発の新しい原則に則って施策づくりを進めるには、独自の施策手段の開発も大事であるが、それだけでも十分でない。既存施策の見直しによる施策の魅力化、政策化もこうした方向に至る有力な方途となる。そこで、実際の施策中流にもこうした動きが見出されることになる。たとえば、新規創業やベンチャー企業支援策の新工夫と展開、地域企業の企業体質の強化、高付加価値化策、既存工業の都市型産業への脱皮や誘導、地域企業の第二創業にかかる支援策、そして金融施策の政策化の試みなどといったことである。

(17) 新規創業、ベンチャー企業支援策の新工夫と新展開

ここでは、横浜市における産学共同研究センターとリーディングベンチャープラザ（横浜新技術創造館）の一体的な運営が注目される。つまり、これは単にベンチャー企業に対する入居スペースの提供だけでなく、試験研究開発スペースの提供、そして産学共同の研究開発拠点を一体化した施設である。なお、横浜市のベンチャー企業支援策では、ベンチャーの育成支援に関する各種の施策がワンストップサービスのかたちで提供されている。ここでは、ベンチャー企業の発掘から、研究開発・新製品化の支援、販路開拓の支援、各種の指導助言サービス、融資助成など、さまざまなサービスをワンストップサービス方式により提供している。

(18) 次世代型新産業の育成などによる新たなリーディング産業の育成

バイオ、ナノテク、環境など、次世代型新産業と目されているものを自治体の産業振興のターゲットにしようという動きである。横浜市におけるバイオ、IT企業の集中地区づくりもそうしたものの一つである。

(19) 地域企業の企業体質の強化、独自性の強化・高付加価値化

これについては、これまで新製品開発、新分野進出なり、新市場の開拓支援助成というかたちで行われてきた。近年では、これらの支援の仕方が単なる補助金によるものでなく、専門家がチームを組んで支援企業にアドバイスするとか、あるいはコンサルテーション付きの支援などと結びついたものに発展してきている。

(20) 既存工業の都市型産業化への脱皮・誘導方策

既存工業の都市型産業化では、京都市の伝統産業における総合的プロデュース事業が目玉に値する。ここでは、総合的プロデューサーの育成という人的支援の面から、製品の企画や、製造から販売までの事業プロセス全体のサポートを行っているからである。

(21) 地域の既存産業の活性化策、第二創業の支援策

これには、地域企業の技術力向上を多面的なかたちで支援することが必要になってくる。たとえば、研究開発については、重点テーマや特定分野に絞ったかたちで集中的に助成していく。そうでないと、インパクトをもったかたちの研究開発助成にはならない。あるいは、企業活動全体の中で、技術力の強化や新製品開発も位置づけていくという点では、事業プロセス全般を見渡した戦略的な助成措置が望まれるところである。

(22) 政策性を入れ込んだ金融施策の導入

従来、自治体の金融施策は、地域の中小企業の資金繰りの融通対策に終始し、ことさら政策と結びつく内容のものではなかった。しかし、近年では、地域企業の振興施策と融資を連動させたり、あるいは創業支援融資などで、融資の対象・ターゲットを明確化し、融資制度の重点を明示するようになってきている。総じて、融資内容のめりはりを効かせて融資先企業が政策的な方向に向かうインセンティブにしようという傾向もうかがえる。

こうした中、横浜市においては、中小企業の立場に立って地域の金融市場を独自に組み立て直そうということで、横浜型債券市場推進事業を打ち出している。これは優れた技術力、発想力や成長意欲のある中小企業が信用力に応じた多様な資金調達を図れるようにするための事業である。具体的には、ローン担保証券（CLO）や社債担保証券（CBO）の導入により、中小企業の資金調達をより迅速で、使い勝手のよいものにする。また、これにより、市民が地域中小企業の金融事案に投資家として参加することも期待している。なお、ここでローン担保証券とは、金融機関の貸付債権をひとまとめにし、証券化したものであり、社債担保証券とは、中小企業が発行する社債を集めてひとまとめにし、証券化したものである。

3. 横浜市の産業振興施策

(1) 重点的な産業振興施策

・ベンチャー・ビジネス、コミュニティ・ビジネスの支援

ベンチャービジネスの支援では、市長のトップセールスと横浜における起業の優位性を前面に打ち出す横浜ベンチャーフォーラムの活動がとりわけ注目される。これは横浜外からの新規創業者を横浜に呼び込もうとするものであり、開催場所はあえて東京・大阪で行っている。2004年度では、大阪会場で250人の参加があり、東京では400人の参加があった。ちなみに、ベンチャーフォーラムへの応募者自体はもっと多く、800人を超える数となっている。また、ベンチャーフォーラムと別個に、ベンチャーの経営者に照準をあてたベンチャー経営者フォーラムも開催している。これにより、地方でベンチャー企業を立ち上げた経営者を横浜市に呼び込むよう意図している。創業環境として優れた面が多い横浜市に地方のベンチャー企業を呼び込もうというわけである。

・IT、ライフサイエンスなど新たなリーディング産業の支援

科学技術先端都市の形成。バイオ・ライフサイエンスは、鶴見地区に重点的な集積を図る。この拠点施設が横浜市産学協同研究センターであり、横浜新技術創造館（リーディングベンチャープラザ）である。また、IT産業の集積は、新横浜、横浜、関内などの都心において形成しようとしている。

・芸術・文化創造都市づくりによる産業振興

文化芸術と観光振興による都心部活性化も中田市政が掲げる重点施策の一つである。これは、より具体的には従来型の都市開発手法をとらず、芸術創造活動や広い意味での都市文化活動を促進することによって、MM21地区や関内あるいは臨海部などの都心地域活性化を図ろうとするものである。芸術・文化創造都市づくりによる産業振興とは、芸術・文化活動と都市の発展・成長が不可分なものととらえるところに淵源をもつ。具体的には、芸術文化振興事業は、アーツ・コミッション事業や、新進芸術家発掘育成事業、芸術プロモーション推進事業などからなる。

また、中田市政下におけるマニフェスト的な展開は、この芸術・文化創造都市づくりにおいても明確に打ち出される。たとえば、芸術・文化創造都市づくりさしあたっての目標年次は2008年度である。そして、この年までに次のような目標指標を達成するものとする。すなわち、第1に、市内に住むアーティスト・クリエイターを現状の3,000人強から2008年度までに5,000人にする。第2に、創造的産業の従業者数を現在の1万5千人から、2倍の3万人にする。第3に、文化鑑賞者数を現在の250万人から100万人増の350万人にする、というものである。（日本経済新聞2006年1月21日（土）「文化の力で街再生 進む『創造都市』づくり」）。

・戦略的シティプロモーションによる集客力の増大、戦略的観光政策の展開

国際交流集客都市を確立する一環となるものである。横浜市の戦略的シティプロモーション

ョンは多彩であるが、なかでも、横浜観光プロモーションフォーラムの活動が費用に比べて効果が大きいという点で注目される。横浜観光プロモーションは、いわば都市集客事業に企業参加をもとめる活動とあってよい。つまり、「民が主役」、民間主導のプロモーション活動である。より具体的にいえば、このフォーラムで横浜への来訪者を増やす事業を広く公募する。そして、審査を経て認定された事業は、フォーラムの会員である企業等が様々なかたちで活用・支援するというものである。こうして、この事業にかかる横浜市の予算は約 2000 万円であるが、横浜観光プロモーションフォーラムの認定事業として生み出された総事業費を合計すると、15 億円にもなるという。

あるいは、都市への集客事業の核として、イベント満開のまち、ヨコハマを打ち出す。そこでは、四季を通じてイベントが行われ、しかも全国から集客できるイベントの確立を目指している。たとえば、結婚式その他人生の喜び事や記念の日を横浜で過ごしてもらおうという「記念日は横浜で」キャンペーン事業などである。

また、海外からの観光客の集客にあたっては、ターゲットマーケティングを意識する。具体的には、横浜市に訪れる海外観光客のうち 5 割を中国、香港、台湾、韓国の東アジア 4 カ国で占める。そこで、集客の重点をこの 4 カ国に置き、それぞれの国にもっともふさわしいメディアツールを駆使して、ターゲットとする層に迫っていくのである。

(2) 産業立地促進策の特徴

企業誘致の対象は、国内企業だけでなく、外資系の企業も入る。このため海外でも企業誘致セミナー企業訪問を行っている。横浜市には、外資系企業の集積拠点が市内に 4 つもある。外資系企業の集積拠点を含め、横浜市の立地促進の重点地区は 13 拠点ある。横浜市の場合、この重点地区に進出する企業には、賃借料の 1 ヶ月分が 100 万円を上限として支給される。

横浜市の企業誘致策は、機能とテーマの点から誘致企業の対象とする事業を絞っていくという戦略的なやり方をとっている。そこで、企業誘致で重点とする対象事業は、IT、バイオ、環境、先端技術、デザイン関連の事業である。そうした事業を営む企業で横浜市に新規立地する場合は、土地または建物の取得経費の 1 % (もしくは、土地または建物の賃借料の 1 ヶ月分) が 300 万円を限度として助成される。

(3) 産業振興拠点としての金沢ハイテクセンター、産学共同研究センター

これは 6 階建てのテクノコア棟と 22 階建てのテクノタワー棟にわかれる。テクノコア棟は、企業の R & D を支援する各種施設や、横浜市工業技術支援センター、新規事業に挑むベンチャー企業が入居するベンチャーラボなどからなる。テクノタワーは、R & D に対応するオフィスと一般オフィス、研修所、ホテル、レストラン等からなる。また、この施設は市の様々な先端技術産業の支援施策と連動する存在である。

一方、鶴見地区にある横浜市産学協同研究センターは、横浜市が誇る産学共同研究の拠点施設であり、市内 9 大学と緊密な連携により、バイオ等を中心にした産学共同研究が行われている。

(4) 中田市政下における最近の産業政策の特徴を見る

<全般的な特徴>

産業振興に関しても、マニフェスト的な取りくみが行われているのが特徴である。すなわち、施策ごとに目標の達成年次を示し、目標は数値化されたかたちで示すようにしている。目標の数値化は、産業振興の点ではとりわけ事業効果の評価が明確に浮き出る結果となる。また、基本的な方向と個別施策の間は、基本方針（局運営方針）→重点施策→戦略プロジェクト→モデル事業という流れのきわめて体系性をもった具体化と展開が行われている。

<地域企業全般の底上げとブランド化>

「横浜元気企業 1000 社作戦」

これは横浜経済活性化の牽引役となる元気な市内中小・中堅企業を掘り起こそうとする事業である。これにより、市内企業のステージアップの促進を図ろうとする。この具体的な目標としては、さしあたり 2009 年度（開港 150 周年）までに市内の上場企業数を 150 社に引き上げるといふことがある。

「メイドイン横浜事業」

これは地域のものづくりブランド力を高めるためのものである。地域のブランド力を高めるため、ものづくりの範囲も広く取り、この事業の中には横浜の都心に I T 系企業を集積させることなども含む。

「行政課題解決型技術革新事業（横浜版 S B I R）」

これは横浜市が解決すべき行政課題を企業に対する研究開発テーマのかたちで提示する。これに応募し、採用された企業の研究開発を助成支援するというものである。行政が抱える研究開発テーマを地域の中小企業に提示し、研究開発に関する助成を行うことで、地域中小企業の開発型企業への脱皮を促すのが政策意図である。2005 年度から始めた事業であり、当初予算で 1500 万円が計上されている。

<創業支援・ベンチャー企業の育成>

これは、①創業ないしベンチャー企業の横浜市新規立地で、当面、350 社の誘致を目標とする。②中小企業・ベンチャー企業の支援をワンストップ方式で行う。たとえば、市内中小・中堅企業の経営革新や新事業創出のため、民間の力を活用したかたちの経営支援をワンストップサービスで行う。より具体的には、横浜市中小企業支援センター内の「横浜起業家サポートデスク」が支援サービスの統括を行う。そして、意欲ある中小・中堅企業やベンチャー企業に対し、経営課題が解決するまで民間の専門家を派遣するというような事業である。③株式公開が視野に入ったベンチャー企業などに対し、経営支援のプロがいろいろなアドバイスを行う。このため、民間からの公募により、プロジェクトマネージャー（1名）、サブマネージャー（2名）を招く。④起業を目指す人には、「起業家人材養成事業」により、起業に必要な基礎的知識やノウハウを伝授する。⑤横浜新技術創造館（リーディングベンチャープラザ）の運営事業。横浜新技術創造館は、ベンチャー企業のスタートアップオフィスである。⑥横浜市産学協同研究センターの設置運営。これは 1999 年 3

月に開設され、2001年3月に拡充された。この施設は、開発に伴う各種の実験が可能な実験棟と小・中規模の研究開発のための研究棟よりなる。実験棟は旧NKKの建物を利用しているので、大型の実験を行うのに適している。ちなみに、公的施設でラボラトリー機能を備えたところは今のところ横浜市産学協同研究センター以外にない。さらに、この⑤、⑥の両施設共に365日、24時間利用可能であるので、利用者、入居書の使い勝手はきわめてよい施設である。そして、この両施設あわせて研究開発から試作開発、製品開発、市場化、スタートアップ企業へのオフィス提供サービスなど、企業における広義の開発プロセス全般をカバーし、支援する施設である。そして、財団法人横浜産業振興公社の2人の職員がここに入居する40社余りの企業の側面的支援を行っている。

<技術力の向上策>

ものづくり技術の継承と技術後継者の確保事業

ものづくりに関する熟練技術者・技能者の発掘と技術を担うことができる後継者の育成支援事業である。

テクノパートナーの推進事業

テクノパートナー制度は、1996年度より始まった。これは独自技術を有し、技術高度化への意欲が高い市内中小・中堅企業と、市内外の大企業研究開発部門や大学研究者等を結びつけ、技術移転や技術交流の促進を図るというものである。

技術連携コンソーシアムの設置と技術交流の推進

横浜市では、年6回程度、技術連携のためのコンソーシアムを開催している。そして、技術連携のためのパートナー企業がコンソーシアム内で見つかるように様々な支援を行う。あるいは、専門的な技術課題の解決については、コンソーシアム内に専門部会を設けて対応をしている。横浜市の産学連携事業は、市内に9つの理工科系大学の拠点があるという地の利を活かし、横浜市産学共同研究センターと新技術創造館（リーディングベンチャープラザ）という2つの拠点施設を中心にして、技術リエゾンプロデューサー制度や横浜リエゾンサポート制度など独自の制度でも後押しさせながら、水準の高い活動を進めている。

<ライフサイエンス関連産業の振興>

国際競争力があると見られる先端計測分析技術や機器開発等について、当面20社程度を目途に支援する。また、バイオ関連産業分野で研究開発に取りくむ企業の育成・支援については、横浜新技術創造館の活用により行う。

<IT産業の集積の形成>

地域的には、新横浜、横浜、関内などの都心においてIT産業の集積を形成する。

人間の創造性を引き出す新しい情報機器の開発のため、民間事業者とともに「横浜発情報家電プロジェクト」に取りくむ。また、市内事業者に安価で安全な情報ネットワークを提供するため、民間事業者とともに「横浜情報通信ネットワークプロジェクト」に取りくむ。ITコーディネーター制度などの活用により、中小企業の立場に立ったIT化の推進を図る。また、そうしたことの効果を証明するため、中小企業IT化の成功事例をつくっ

て全国に発信する。

<工業集積の促進事業>

海外企業との誘致

海外におけるシティセールス等の活動をはじめとした取りくみにより、国内外から5カ年間で200社の企業を誘致する。当面、2004年度については、50社の誘致を目標とする。

「操業環境確保推進事業」

これは2005年度新規事業である。たとえば、住宅地の拡大などによる操業環境の悪化を防止するため、建築協定の取りくみ促進などを図るというものである。

「民間主導の企業団地（ファクトリーパーク）づくり事業」

工業団地化、製造業の集積・集団化促進に民間の力を組み入れる。つまり、民間主導の団地づくり（ファクトリーパークづくり）を行うというものである。

<商店街の活性化>

街づくりの視点からの商店街支援活動

区がまちづくりの視点に立って行う商店街と区民の連携による商店街振興策について支援する。

「市井の名店支援事業」

これは地域にとって欠かせない特徴ある個店に対して、その継承範囲を第三者である継承希望者にまで広げる。そして、市による両者の橋渡しで店舗の円滑な承継を図るというものである。

「こだわりの逸品」街づくり事業

これは自店の商品やサービスを他店でまねのできない「こだわり商品」に仕立て上げるための事業である。具体的には、勉強会の開催や共同販促の実施等に助成される。

空き店舗の活用

これはコミュニティーの活性化に貢献するソフト事業と一体化した空き店舗活用事業である。具体的には、保育サービス、学童保育、親子交流、高齢者交流、給食・宅配サービス、電動スクーターの貸出事業や商店街情報の提供事業などに助成する。

商店街と大学の連携支援事業

これは商店街活性化のために、大学が持つ経営・まちづくり・情報技術などの専門知識や、学生の発想力、行動力などの人的資源を活用しようというものである。

商店街ライブタウン整備事業

これは商店街の魅力や集客力の向上を図るため、公共施設の整備と一体的に行われる商業基盤施設の整備に対し、助成するものである。

4. 神戸市の産業施策

(1) 神戸医療産業都市構想の主旨と概要

超高齢化社会に向かう中で発展が見込まれる健康福祉産業の振興により、神戸経済の活性化を図るため、医療産業都市構想が1998年策定された。以後、これの具体化に向けてのプロジェクト展開が行われてきている。医療関連産業を集積するための主要な拠点施設として、次の3つの主要拠点施設が考えられている。すなわち、次世代医療システムの構築を担う先端医療センター、医療サービスの水準向上を担う人材育成を担うトレーニングセンター、そして医療ビジネスの支援、インキュベーション支援を担うメディカルビジネスサポートセンターである。主要施設の展開場所は、ポートアイランドの第二期（工区）である。したがって、医療産業の集積のため新たな大投資をするという計画ではない。むしろ、震災以後の財政逼迫という情勢の中、基本的に財政支出を抑えながら、地道に医療関連産業の集積を増やし、それによる既存産業の活性化狙いが主眼とあってよいものであろう。

(2) 医療関連ビジネス支援の具体策

ここでは主要拠点施設の建設以外の施策で、医療関連ビジネスの支援につながるものを見ておこう。そうすると、上のような事情からいって、それは必ずしも多くはないが、医療・健康・福祉分野に絞った研究開発費の補助はそうしたものの一つとして上げられる。たとえば、神戸医療・健康・福祉分野研究開発補助金であり、あるいは神戸医療産業都市コンソーシアム事業化推進補助金である。前者は、大学や医療研究機関におけるライフサイエンス分野の事業化を図るものである。後者は、医療コンソーシアムに対する助成により、神戸における医療産業クラスターの形成を期するというものである。補助の限度額は100万円/件から1000万円/件の範囲であり、補助率は二分の1以内である。

(3) 神戸ロボットテクノロジー構想の主旨と概要

ロボットテクノロジーに着目することも、財政事情の制約を感じさせる所以となる。それは、この構想も基本的に大プロジェクトは無縁の性格のものであり、既存の産業基盤に新たな光をあて、そこから引き出したものであるからだ。それはともかく、この構想が出てきた背景は、3つに集約される。すなわち、第1にこれまで神戸地域には、機械系工業や素材系の工業を中心にして、産業用ロボットの開発で実績があり、生産技術も蓄積されてきた。また、大学におけるロボット関係の研究者も少なからず存在している。第2は、医療産業都市構想との関連がある。つまり、そこでは医療・福祉ロボットの開発や、再生医学におけるロボットの開発が課題となっているからである。第3は、阪神大震災の経験によるレスキューロボットの開発経験を持つということである。

(4) ロボットテクノロジー関連ビジネス支援の具体策

これも医療産業都市構想における関連ビジネス支援策と同様、多くの種類はないが、神戸ロボット研究開発費補助金はそうしたものの目玉の一つとなる。これはロボット開発を

通じた新分野の研究開発を進めることにより、地域のものづくり産業の高度化・活性化を図るといふ主旨のものである。ロボットの試作品製作やロボットテクノロジーに関する基礎開発を行う地域に中小企業が補助対象先となる。補助の対象経費は、試作品の開発経費や研究等にかかる費用である。補助限度額は単独企業の場合は100万円/件、グループ企業の場合は200万円/件である。補助率は二分の一以内である。

(5) 神戸国際マルチメディア文化都市構想

これも前2者と並んで、最近の神戸市政における重点プロジェクトの一つとしてあげられているものであるが、これについての関連ビジネスの振興支援策で具体化されているものはない。

(6) ファッション産業の振興

ファッション産業の振興は、神戸市が震災前から謳っているものであり、この点で以上の重点プロジェクトより取り組みの歴史はある。また、神戸市でいうファッション産業とは、通常でいうファッション産業に神戸市独特のアレンジを加えたものであり、生活文化にかかわる神戸の地場産業をとらえて広くいっている。具体的には、ケミカルシューズ、アパレル、真珠加工、清酒、神戸洋服、神戸靴、神戸家具、コーヒーを指す。

これらの業種に属する企業が新業態や新分野に進出したり、戦略的な販路開拓を行うとき、神戸市はファッション産業ブレイクスルー支援事業補助でもって対応する。これにより、広くは神戸のブランド力を高めていこうという主旨からである。補助対象者は、上記のファッション産業に属する製品の製造・企画を営む市内中小企業であり、対象事業は新業態や新分野への進出、戦略的な販路開拓を行う場合である。補助限度額は250万円/件であり、補助率は二分の一以内である。

(7) 産業立地の促進策

神戸市の市街地は海沿いの幅1kmくらいの範囲であり、全市域に対しても1割くらいとごく狭い。しかし、全市域面積は約550km²と広く、市街地の背後に広大な余裕地を抱えている。このため、神戸市は早くから山を削り、海を埋め立てる方式で新産業立地の創造を行い、それによる企業誘致に取り組んできた。こうした取り組みの結果、神戸市の産業立地策は、中小都市の大半で主流である工業団地の造成という性格を超え、産業集積の創造と呼んだ方がよいものとなっている。また、そこへの企業誘致も、産業集積づくりと連動した戦略性の強いかたちで行われている。たとえば、次のようなことである。

神戸西郊に早い時期に建設された西神インダストリアルパークは、メカトロニクス産業を中心とした先端工業を主とした団地であるが、工業団地単独として存在するものでなく、約61,000人が居住する住宅団地を隣接させた職住一体型のものであった。もっといえば、業務・商業機能や文化・教育レクリエーション機能が配置され、地下鉄で都心と連結する一大ニュータウンづくりの一環としてのものであった。さらに、近年では、そうした産業集積もそれぞれの性格に合わせ、ハイテクパークとか、リサーチパーク、サイエンスパーク、あるいは複合産業団地というような名称で呼ばれるように、産業集積の機能分化と個性化を狙っている。あるいは、これは横浜市と同様な行き方ともいえるが、産業集積の機

能やテーマに応じて、誘致する対象企業を変えていっている。そして、企業誘致の優遇措置は、市側が戦略的に立地を誘導したい高度集積地区等については割り増した条件をつけている。(横浜市や京都市と共通すること)。

5. 京都市の産業振興施策

(1) 京都市における産業振興策の評価点

京都市の産業振興策で評価される点は、そのビジョンなどにおいて産業振興への取り組みが単に経済政策的な意味があるだけでなく、都市戦略としても重要であることを明確にしていることである。産業振興策のまちづくりとの融合ないし、都市戦略・まちづくりというより大きな視点から産業振興策を位置づける必要性ということである。

(2) スーパーテクノシティー構想

京都市では、1995年3月策定の京都市産業振興ビジョンを受け、その発展型として2002年3月スーパーテクノシティー構想を作成した。これは95年ビジョンの基調である京都の産業都市的性格、ものづくり基盤を今日的情勢を踏まえ、より発展させていこうという立場にたつものである。京都市がものづくりを都市活動の基盤に据える理由は、次のとおりである。すなわち、①ものづくりは新たな付加価値を生み出す源泉である。②多様な産業・職場において雇用の場となる。③ものづくりは税収面でも貢献する。④ものづくりの盛衰がまちづくりについても大きな影響を及ぼす。

スーパーテクノシティー構想は、バイオやナノテクノロジー、IT、環境、文化芸術、福祉などの分野における新産業起こしも柱の一つとして含む。これらのうちバイオの振興については、別途バイオシティ構想としてもまとめられ、その他の領域を知的産業クラスターの形成というかたちで貫き、知的クラスター創成事業というかたちで括っている。そして、京都大学の桂キャンパスの隣接地では、この知的クラスター創成事業を新たな産業集積づくりも意図して展開している。これが桂イノベーションパーク構想である。具体的には、京都大学との連携の下、国の科学技術振興事業団や地域振興整備公団と協力しながら、民間企業の研究開発施設の進出やイノベーション施設づくりを行うことで知的クラスターづくりの核をつくっていこうとするものである。したがって、ビジョン・構想としてはそれなりに大がかりであるが、市による直接投資負担の面だけでいえば、さほど大きくない。よくも悪くも景気後退期、成熟経済期における財政逼迫状況下の事業である。

(3) 伝統産業振興への独創的な試み

京都市においては、もともと伝統産業の比重が大きかった。近年、経済的にはこの比重が低下しつつあるとはいっても、産業政策上依然として無視できない存在である。そこで、上のスーパーテクノシティー構想においても、伝統産業の振興は項を設け、位置づけられている。しかし、そうしたことより実務的に実施されている伝統産業の支援策を見ると、京都の土地柄を生かした独創的なものになっている。この点が評価されるところである。

具体的には、次のようなことである。

伝統産業における企画・製作・販売等に取り組む総合プロデューサーの育成発掘事業がある。そして、そうしたプロデューサーが活躍できる場づくりとして、京町屋の工房化を行ったり、さらには「京ものブランド」づくりに取り組んでいく。あるいは、伝統産業の製作現場に消費者を招待しての見学会の開催や、逆に地域のサークル等に出向いて出前で伝統産業の技術を教える出前教室の開催、そして売り場での製作実習等のふれあい、もしくは交流の場づくり等である。

(4) 都心商業の振興策

京都は、多くの観光客の入れ込みのある観光都市でもあるだけに、都心部の商業の活性化を産業振興という点からつかむだけでなく、観光の基盤としてのまちの賑わいづくりやまちの魅力という視点からみていく必要がある。つまり、まちづくりの視点から産業振興をとらえていくことがこの面からも要求されるのである。こうした点から京都市の商業振興策で注目されることとして、まず次のようなことがある。

まず、京都市の商業振興ビジョンでは、商業振興における基本的視点として3点をあげる。それは、①消費者の目線に立った商業の振興ということである。そして、②商店街対策という商業集積対策が重要であるにとらえ、このため③都心商業活性化の必要性と、④個々の店の魅力アップ策を施策の中に位置づける。さらに、この商業振興ビジョンの策定にあたっては、他に見られない手法もとられている。それは、ビジョンの策定委員として市民からの公募による委員2人を取り入れていること。また、ビジョンづくりのプロセスでは、京都市内の大学における若手研究者がつくる研究チームから商業活性化の提言を受け、それを商業振興ビジョンに反映していくこととしたことである。その他にも、次のような注目点がある。⑤商業分野における新規創業の支援も施策に位置づける。これは商業ベンチャー・インキュベーション・ショップ（商い創出事業）というかたちで具体化されている。⑥京都市の繁華街である四条河原町周辺の都心部商業の振興について、行政計画の中で初めて位置づけた。⑦観光商業の育成を商業振興の中で謳った。⑧環境や福祉などの今日的な課題について、商業分野からも対応する必要があることを謳った。

(5) 融資制度を政策化する努力

京都市においては、ともすれば制度的に一律的で横並びになりがちな融資制度についても、政策的な色合いを出そうとする努力が見られる。たとえば、ベンチャー企業の評価委員会として「目利き委員会」という存在がある。この委員会において、1997年の発足時から2003年までに、ベンチャー企業の実績として優れていると認め、Aランクの認定企業としたものが32企業ある。京都市では、融資制度においても、こうしたベンチャー企業育成の活動と連動させて目利き委員会のAランクの認定企業を対象とした「きらめき企業融資」を新設した。あるいは、京都のものづくりを担う製造業とソフトウェア業を対象にして、それらが不況下の景気情勢の中で必要な投資まで抑えないよう、「ものづくり元気企業融資」も設けた。

6. 金沢市の産業振興施策

(1) 金沢市における産業振興施策の水準の高さ

金沢市は中規模の地方都市であり、外見的には広域商業都市・消費都市・観光都市としての印象が強いが、その裏側で産業都市の実体を有している。こうした点もあり、金沢市政としても、早くから独自の産業振興の展開に努め、その施策内容は全国的なレベルで見ても評価される水準にある。

金沢市の産業振興策でとくに評価されるのは、一つはビジョンの先導性と一貫性である。1990年代半ばに策定された金沢市 21 世紀工業振興ビジョンでは、その後における金沢市工業振興の基本方向を工業フロンティアビジョンというかたちで指し示した。以後、金沢市の施策は、大きくいえばこの工業フロンティアビジョンの路線を歩んできた。この点で地方の都市の産業振興策としてはビジョンの先導性と一貫性がきわめて顕著であると評価される。それはともかく、工業フロンティアビジョンでは、3つの工業フロンティアを掲げる。メカトロフロンティアと新技術フロンティア、そして生活文化フロンティアである。ここでメカトロフロンティアは、地元を集積している機械系の工業にエレクトロニクス技術や精密工業技術を融合させて、新たな産業創出や販路開拓を図ろうというものである。次の新技術フロンティアは、テクノパークなどの産業拠点にハイテクリーディング企業を誘致し、それらが持つ高度技術を地域企業に波及・伝播させる。そして、生活文化フロンティアは、金沢に集積する伝統産業から印刷、食品、アパレル、デザイン分野に至る生活と文化に根ざす企業をとらえて、その高度化により新産業の創出や販路開拓を狙うというものである。この生活文化フロンティアは、今日では次でもふれるファッション産業振興とファッション産業都市という方向により具体化されている。

金沢市の産業振興策のもう一つの評価点は、まちづくり施策と一体化した商業振興策である。金沢市も商店街の振興には力を入れており、商店街活動に関する施策の支援メニューはそれなりに充実している。しかし、金沢市の商業振興の先進性は、むしろそうした補助施策とは別のところにあるといってもよい。それは金沢市が都市の顔としての中心市街地を一貫して重視し、中心市街地活性化の一環として中心商店街の活性化も重視してきたところにある。もっといえば、常にまちづくりの視点から商業振興をとらえてきたことである。この点が他市の商業振興策と大きく違う点である。それはともかく、金沢市の商業振興策は大きく3つの政策手段からなる。その一つは、商店街を中心にした補助施策メニューである。第二の柱は、市と一体となったまちづくり会社（TMO）の活動と事業である。第三の柱は、まちづくり条例の戦略的活用、とくに良好な商業環境の形成に関する指針によるガイドライン誘導施策である。商業振興施策が金沢のような3つの柱からなるところは他市にはない。したがって、この点が金沢市における商業振興策の先進性としてとりわけ評価されるところである。

(2) ファッション産業振興とファッション産業都市づくりの打ち出し

金沢市は、ファッション産業を単に衣類関連の産業を指すのではなく、文化と絡めて衣食住のすべてを豊かにする産業と広くとらえる。そして、こうした意味での文化による新産

業起こしや、地域産業の高付加価値化を目指し、金沢市におけるファッション産業都市の実現を謳う。このため、金沢ファッション産業都市戦略会議を開催したり、また 2005 年 1 月には金沢ファッション産業創造機構を設立した。後者は、行政内の金沢市ファッション産業振興室と連携して、金沢の伝統産業である美術・工芸などにも目配りしながら、販路の開拓促進支援、新製品開発の促進支援、人材の育成という側面からファッション産業の実現に貢献しようとする組織である。

金沢ファッション産業創造機構における具体的事業を見ると、販路の開拓では、加賀友禅の販路拡大支援やグッドデザイン製品の開発と市場開拓の調査を行う。新製品の開発では、金沢 21 世紀美術館と連携し、同館で売り出すミュージアムグッズを開発する。また、現代にマッチした伝統工芸品を開発する企業や個人等に助成する。あるいは、海外デザイナーの指導も受けて、金沢独自の素材も生かした海外向けの新製品開発を行う。人材育成では、地域のデザイン力の向上のため、金沢市立美術工芸大学の大学院修士コースにファッションデザインコースを新設する。オフィスユニフォームデザインコンペを開催し、入選作品を金沢 21 世紀美術館などで展示する。ファッションリーダーの育成事業を行う、などとなっている。

このように金沢の産業振興施策は、伝統的な地域企業の保護という意味での中小企業施策から抜け出て、都市の活性化と結びつく新たなタイプの産業政策としての中小企業振興施策を模索している。この点がとくに評価される点である。

(3) 多彩な技術セミナーや経営セミナーの実施

金沢市程度の規模では、通例、製造業を中心とした企業に市単独で専門的な技術指導をする体制は欠けている。つまり、市単独で十分な内容の技術セミナーや経営セミナーを地域企業に実施する余裕はないのが実際である。ところが、金沢市の場合は、金沢市に集積する機械工業向けを中心とした専門的な内容の技術開発セミナーから、IT ビジネスフロンティアセミナー、パソコン活用セミナー、金沢市トップマネジメントセミナーまで多様なメニューの研修会を継続的に実施している。

(4) 積極的な工場団地づくりときめ細かい立地促進助成との組み合わせ

金沢市でも、工場団地づくり、新産業集積地づくりが積極的に取り組まれている。たとえば、地域の既存産業で欠けるハイテク的な事業分野に絞った金沢テクノパークから在来型の類似業種中心の団地づくりまで、幅広いかたちの団地づくりに取り組んでいる。つまり、交通の便や、広さ、使い勝手等のメリットを強調した性格の異なる工業団地づくりに努めている。また、これらは石川県の立地促進助成とも連動するかたちで企業側にとっての誘致メリットを大きく打ち出す内容ともなっている。

(5) 地域の既存企業への振興策

金沢市における地域の既存企業に対する振興施策も工夫されているものが多い。たとえば、地域企業の技術開発力を高めるための「新製品・デザイン開発促進助成金」は一般によくある補助率の二分の一補助でなく、三分の二補助という手厚さである。新製品の開発や新技術の開発促進が単に手厚いだけでなく、新規事業分野への乗り出しの場合は、重点

産業領域を明示して誘導的なかたちの助成で行っている。これは福祉、環境、医療分野における製品開発に助成する「金沢型新産業研究開発事業助成金」である。ちなみに、これも補助率は三分の二である。あるいは、産業振興施策にまちづくり的視点を入れ込んだ事業に、SOHO事業まちなか集積促進事業がある。これは情報通信、マルチメディア産業で都心部に立地する創業間もない事業者に対し、民間賃貸オフィス家賃の助成を行う。これにより、都心への新産業の集積を高めようという主旨のものである。補助の条件は、賃借料の二分の一で月額5万円を限度とし、2年間の継続である。地域企業の隘路である市場開拓・販路開拓では国際見本市の出展に対し、国内開催では50万円、海外の開催では100万円の限度額の条件で行われている。

(6) 地域企業に対する独自の顕彰事業の存在

金沢市の産業振興策では、地域企業の活動に対し、いろいろな側面からの顕彰制度が用意されている。これ自体はあまり経費を要しない施策であるが、内容を見ると、金沢市の政策面と連動して筋が一本通っているといえる。たとえば、金沢の経済人として地域企業の牽引役にふさわしい活動をした者に贈られる金沢市経済活動賞、そして金沢の新産業起こしについてITの側面からリードする企業に贈られるITビジネス大賞がある。また、繊維産業の集積地であることを受け、しかもそれを金沢の企業が優位性を持つ分野に絞ったオフィスユニフォームデザインコンテストもある。これは、「金沢のオフィスで働く女性」をモチーフとして、一般からデザインを募集し、コンテストを開催するものである。

(7) きめ細かい商業振興策

金沢市の商業振興策も都心の活性化、賑わいの維持拡大という視点に貫かれ、先のとおり先進的な内容をもっている。また、TMOの事業と一体になった、きめ細かい豊富なメニューも評価される。

7. 墨田区の産業振興施策

(1) 墨田区の産業振興の歴史

墨田区はもともと下町の中小零細企業の集積はあっても、地域の産業力で優位と評価されるほどのものではなかった。しかし、1970年代から地域の中小企業がまちの存立を帰する存在であるとの立場に立ち、区政の第1の柱として中小企業の振興に取り組んできた。この結果、基礎自治体レベルでいうなら、墨田区の産業振興施策は稀なほどの充実ぶり水準を誇るものとなっている。

(2) 墨田区中小企業センターによる地域企業への支援策

墨田区中小企業センターは、基礎自治体レベルではめずらしい産業振興の専門的指導を中心にした産業振興拠点施設である。ここでは地域企業の水準とニーズに合わせた各種の技術高度化セミナーや経営セミナーが実施される。同時にそうしたセミナーは、同センタ

一を拠点とする各方面の人材ネットワークを活用したソフト的な支援策とも連動するようになっている。

(3) 地域企業の高度化・高付加価値化の支援、都市型工業への適応支援

これは大都市における中小零細企業の特徴を踏まえた内容のものである。たとえば、墨田区の新製品の技術開発支援事業は、コンサルティング付きで三分の二補助である。補助限度額は150万円。共同受注グループの支援、異業種交流の促進、区内生産品等販売拡張補助、すみだブランド推進活動の支援、優良工場推進運動の展開、工場建て替えての支援。

(4) 経営者フォーラムの開催などによる相互交流と経営革新の支援

地域の経営者手づくりの経営フォーラムである「フォーラムインすみだ」の開催。これは、地域の経営者によるリレーレクチャー、テーマ別の勉強会、ちゃんこ懇親会（ちゃんこパーティー）等の内容からなるフォーラムである。地域企業の後継者等を主対象にする行動的で実践的、ゼミ的なやり方の勉強会である「フロンティアすみだ」の開催など。

(5) 小零細事業所の復権アピール活動

「小さな博物館」運動、「マイスター」運動、「すみだ工房ショップ」等の取り組みである。「小さな博物館」運動は、地域の企業が蓄積した産業文化財を施設のミュージアムとして地域に拓くものである。「マイスター」運動は、地域の事業所で長年の修練により鍛えた技を公に認め、顕彰するもの。「すみだ工房ショップ」は、製造直売的な方向が可能な場合、事業所にショップも設けてもらい、工場等を地域の人たちに拓いていくというものである。

(6) 都市型の商業振興のための施策メニュー

「魅力ある個店づくり応援隊事業」。これは商店の経営に関して各種の専門家を揃え、当該店舗のニーズに沿ったかたちで専門家チームを編成し、個店の経営改善方を提案するというものである。「新元気を出せ商店街事業」。これは商店街で行う活性化にかかるイベントの助成事業である。「明るい商店街づくりの推進」。商店街の共同街路灯にかかる電気料の補助。「ワンモール・ワントライ推進事業」。専門家で構成する「スクラム会議」の支援を受けて、一つの商店街で一つのブランド品を創出しようという活動。「区民バザール」。商店街で実施する消費者・区民感謝のための大バザールである。

(7) 産業支援のための拠点施設の建設と産業振興部局と連動した一体的な運営

墨田区の産業支援にかかる主要な拠点施設には、次のようなものがある。すみだ中小企業センター、基礎自治体ではめずらしい地域企業への専門的アドバイス・研修機能を持った拠点施設である。すみだ産業会館。国際ファッションセンター、2000年オープンの施設である。すみだベンチャーサテライトオフィス、KFCクリエイティブオフィス、これは国際ファッションセンターの中にあるインキュベーションオフィスである。

(8) 産学官の連携の推進

早稲田大学他との連携活動。

(9) 産業情報の提供と情報発信機能の発揮

墨田区では、区広報と別個に区産業ニュースのかたちで産業ニュースを発刊している。空き工場、空き店舗、創業向けのオフィス情報も定期的に提供している。区内企業の優秀製品を駅等のコーナーでウインドー展示している。そして、「すみだが元気になるものづくり企業大賞」の制定授与。これは 2004 年度から実施している。表彰企業には、区長が自ら足を運んで表彰し、社員の激励をしている。

8. 足立区の産業振興施策

(1) 足立区の企業参加型の経済活性化事業

足立区では、2005 年度から地域の事業者からの提案に基づき、事業を具体化する経済活性化事業を始めた。これは2つのコースからなる。一つは、ベンチャー企業支援や新規分野進出等の方策に関して提案するビジネス・チャレンジ・コースである。もう一つは、区が行うべき新たな公共的事業のあり方を提案する事業アイデアの提案コースである。予算額は、この両者を合わせて総額1億円である。

(2) 足立区経済活性化協議会の試み

これは、地域企業総ぐるみによる足立区の経済活性化に対する提案・協議組織である。企業会員の会費は無料なので、この点からは誰でも参加できる気楽な集まりである。企業会員は、10 の業種別部会に分かれて情報交換意見交換を行い、経済活性化案の具体化を詰めていく。こうした緩やかなかたちの会員をつなぎとめるため、メールマガジンを発行している。

(3) 産業振興組織の実働組織である外郭団体

これの主なものとして足立活性化センターがある。これはまちづくり会社が法的に裏づけられる前に設立され、その後はまちづくり会社のモデルになってきたものである。足立活性化センターは、中心市街地活性化事業や商業振興事業などを中心にして、足立区の産業施策の実働部隊となっている。もう一つは、足立区まちづくり公社である。ここの事業は、よりまちづくり事業的なニュアンスが強いが、工場と地域社会の関係を強める活動などで産業振興とも接点を持つところである。