

第8章 財団法人 藤沢市産業振興財団の現地ヒアリング調査

板橋区教育委員会事務局次長 佐々木末廣

財団設立の背景と経過

1983年11月、藤沢市中小企業振興対策協議会から、これからの中小企業の振興対策として、研修、情報、展示などの機能をもった産業センター構想が提案された。

藤沢商工会議所は、設置を促進するため、「産業センター構想研修会」「産業センター建築促進特別委員会」を設け、調査・研究を開始した。

一方、藤沢市においては、1988年5月、「(仮称)藤沢産業センター建設協議会」を設置するなどして、立地、機能、運営などについて協議、検討した。

その結果、立地条件を考慮し、民間ビル(湘南NDビルディング)の一部を賃借して、1992年4月を目標に、交流、研修、情報の機能をもつ「(仮称)藤沢産業センター」を設置し、民間主導による第3セクター方式により管理運営する方針が立てられ、その後1991年1月25日、藤沢市、藤沢商工会議所をはじめ、中小企業団体、市内企業で財団設立に関する調査、検討、審議を重ねた。

1991年11月16日、財団法人藤沢市産業振興財団の設立について神奈川県知事の許可があり、同年11月26日に登記完了、財団法人藤沢市産業振興財団が発足し、1992年4月11日、藤沢産業センターが開設された。(藤沢産業センター・ホームページより)

財団法人藤沢市産業振興財団の所在地 神奈川県藤沢市藤沢109-6

産業センターの事業領域

交流、研修、情報、調査研究、インターネット、施設管理運営、情報管理業務の7事業領域を持っている。これらのうち特色的なのは、インターネット事業が最大のものであるが、その他にも調査研究事業の新産業創出コンソーシアムや情報事業の企業化支援事業が目立っている。

(1) インターネット事業の概要

インターネット事業には、インターネット運営事業から先進的情報システム、インターネット利用促進事業、新産業マーケット調査事業、SOHOシステム、地域ITネ

ネットワーク集積促進事業まで多彩な内容がある。地域でインターネット事業を成功させるためには会員数の確保と利用料金がバランスしていることが必要であり、具体的には市民の利用料金の設定にある。本件の藤沢市では全国最低の料金ということが、会員数の増加につながった。

その他にも産業系インターネットとしてSOHOシステムを「湘南SOHOクラブ」として具体化するなど新たな試みが続いている。その目的は、地域の産業界、大学機関、市町、県が湘南東部地域のSOHO事業者と、アウトソーシングを希望する企業等との出会いの場を提供し、地域の活性化を図るとともに、SOHO支援の検討に資することにある。

インターネット・プロバイダーを始めた藤沢市(月額500円のみ)当時全国での最低料金であった。

同時期に京都市では(入会金1000円、月額500円)

(2) インターネットの商業への活用

インターネットによるバーチャル商店街やeコマースが商業の新たな発展方向として模索され始めている。地域の個々の店舗や商店街では立ち上げにくいインターネット事業であっても、地域の産業振興財団がまとめ役となれば可能性が飛躍的な高まりを見せる。商店街マップや業種別、五十音別索引、生活情報など個々の店舗や商店街のそれぞれの個性を提示して、消費者としての住民と新たな対話が生まれてくる。

問題は経費負担のあり方だ。市の総体的な産業振興施策の一環として位置付けるにしても何らかの利用者負担が将来の課題として生じてくる。現在まだ先進的なパイロット事業としての位置付けの段階にあるので、まずは参加商店の拡大が急務となっている。これら商店の中からインターネット活用のうまい商店の成長が期待されるところであり、新しい商店街や商店と地域の連携コンセプトが生まれる可能性がある。

また、藤沢市内の商店街の空き店舗情報をホームページに掲載し、不動産取引業者・物件所有者・物件を求めている者の三者の利便に供し、サポートすることによるユニークな地域活性化を財団が、始めている。ともすれば個店の問題とされ商店街としての機能不全に陥りやすい問題に対するひとつの解決策として注目される。この他にも商店街自身が主体となって空き店舗を借り受け、活用する方法など多様な取り組みが全国で展開されているが、インターネット活用という方法がユニークである。

ホームページに藤沢市44商店街2700店のうち41商店街1100の個

店が参加予定。通常は1ページ程度、記事の多い店は、2～3ページ。

Iモード化も進んでいる。既に、飲食店180店が参加予定。

全て財団でヒアリング調査を掛けながら無料実施している。

商店街のホームページについては、個々の商店の要望に沿った形となるようにしている。それを覗いて新しいお客さんが来たということが商店街から報告されている。インターネットのことなので、副会長には若手の人になるなど商店街の世代交代が起こっている。

(3) インターネットの工業への活用

周知のとおり今日、日本の工業なかんづくモノづくりはボーダレス化する世界の中で比較優位性を失いつつある。かつては強みとされた系列や仲間内取引が逆に高コスト体質の原因となっており、企業は新しいモノづくりシステムを模索している。このような背景の中で、コスト削減の嵐は地域の中小企業に一層厳しい。地域から内発する中小企業のモノづくりのあり方が問われている。

地域と産業との連携によるモノづくりを築く取り組みが各地域で行われているが、ここではインターネットを活用した共同ネットワークづくりが提示されている。事業所名鑑や企業紹介メニューなど個々の情報は既存情報であっても業種別に集積することによる付加価値づくりの取り組みが新しい。また新産業創出のための連携としてコンソーシアムを設立している。背景として、昭和40年代の企業誘致により、工業出荷額では全国レベルで15位に入る産業都市となってきたが、経済環境の激変の中で工業出荷額にもかげりが生じてきたことがある。またその趣旨は「科学技術の高度な発達と高度情報化の進展する今日においては、技術産業のイノベーションや新産業の創出は、熱い思いや高い知識技術を持つ人々のネットワーク交流の中から生まれる確率が高いと言われている。

また、世界の一流と言われる企業においても、自社開発の特許・知的資産を企業内だけで活用する時代から、積極的に他社と交換提携する中から活路を見出す動きが目立ってきている。さらに、ここ10年来アメリカにおいて経済再生の大きな担い手となった大学生などの若者によるベンチャー企業の誕生の流れは、我が国においても芽生えつつある。

このような動向を踏まえ、藤沢市域を核として湘南地域に、世界に存在感を示せる日

本を代表する新産業創出と集積地を形成するための仕組として、起業家を目指すものと新規事業を支援する大学や技術・資金・経営等の支援機関とで共同研究・情報交換・交流・提携する共同体として「湘南新産業創出コンソーシアム」を設立するとしている。(コンソーシアム・ホームページより)

(4) インターネットのNPO等への活用

単なる産業振興を超えて地域のNPO等とのネットワーク形成が課題となりつつある。インターネットの活用領域は従来の産業支援対象である商工業から住民との協働にまで拡大し始めている。キーワードとして女性と高齢者が上げられるが、外国人も考えられる。

事業を支えるハイタッチ部分

(1) 人材活性化としての第三セクター

事業は言うまでもなく、人によって支えられる。とりわけ最先端の企画、事業推進はキーパーソンなくして成り立たない。本ヒアリングを通して如実に感じることはまさにこのことである。多くの自治体で産業振興政策を推進しているが、違いは何処からくるのか。主要な要因はキーパーソンと人材の継続性である。

自治体では、定期異動によってせっかく得た知識が次の担当ではゼロになる可能性もある。もちろんゼネラリスト育成という点からは定期異動の効果も首肯できるが、専門化する最近の行政領域では単なるゼネラリストでは対応できないことが多くなってきた。

このような時代にあっては、専門的知識と継続性を担保する組織のあり方が求められる。例えば本件のように財団という自治体の外部で財団固有職員による先駆的事业を展開することによって公的セクターとしての良さを継承しつつ、効率をあげる組織も有効性があることが実証される。しかし、経営スピードの更なる向上が必要とされる場合には純然たる民間組織として運営していくことも考えていく必要が生じている。新たな公私の役割分担の総合的な検討が欠かせないところである。