

**分野** ICTをテコとした地域産業活性化

**サービス・事業概要**

東京都三鷹市における、民学産公の協働によるSOHOの集積であり、2007年には、ICTを完備した8拠点に、115ものSOHO事業者が、オフィスを構えるまでに成長した。

単に、SOHO施設を提供し、SOHO事業者を集積させるのみならず、コーディネータを配し、SOHOコミュニティの活性化や、経営相談を行なったりすることで、活性化を達成している。

また、SOHO事業者育成のための、「SOHOベンチャーカレッジ」を開催したり、広く一般市民に対し、学びの場を提供しており、「SOHOベンチャーカレッジ」は、三鷹ネットワーク大学の講座として開催されている。

全国的に見ても、SOHO事業者を集積し、積極的にその支援範囲を拡げている成功例として位置付けられる。

**サービス・事業の背景**

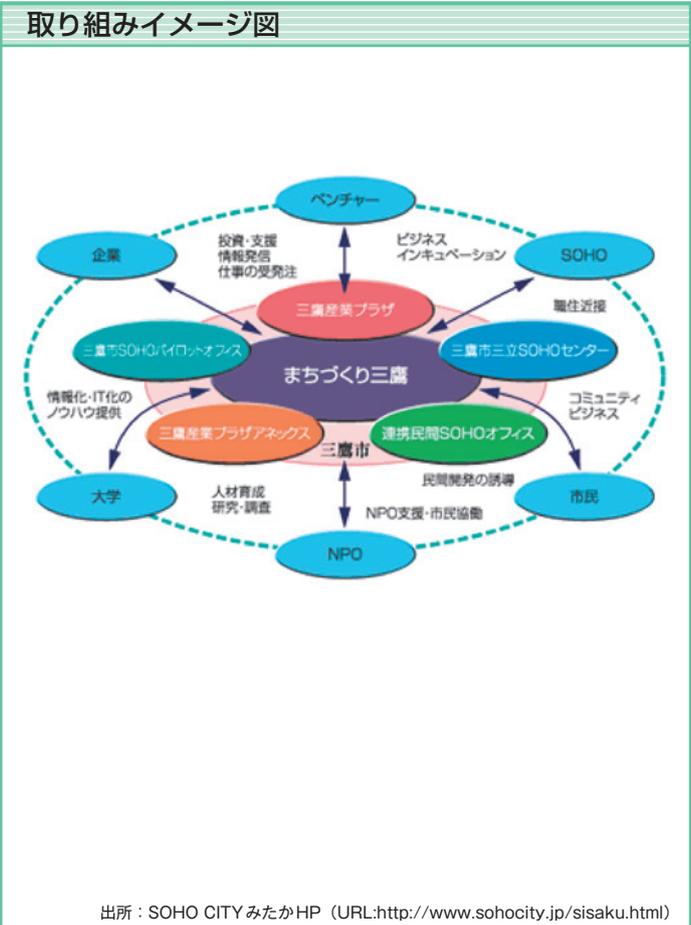
三鷹市では、1988年以降、市内工場の移転が続き、10年間で約100工場、工場出荷額で1,000億円、約4,000人の雇用が失われた。こうした事態に対し、三鷹市では、市民の視点（一般市民、企業、商工会）、専門家の視点（経営コンサルタント、大学教授、ITの専門家）、行政の視点（市職員）からなる研究会を設立。新たに工場を誘致するのではなく、今後の情報都市を見据えて、職・住が一致するSOHOの集積（「SOHO CITYみたか」構想）を市長に提言した。

1997年のINS実験を契機に、「情報都市みたか」を標榜し、SOHO CITY構想を具体化して行く。単に、SOHO事業者を同市に集積するに留まらず、「SOHOベンチャーカレッジ」によるSOHO事業者の育成支援等についても同時に検討を行い、事業の展開を行なって行く事となる。

**サービス・事業の成果**

- ▶ SOHO：250社
- 売上合計：約125億円
- 雇用創出：約1,600人
- ▶ 三鷹市内SOHO推定数：1,000～2,000社

- 実施運営体制**
- ▶ 三鷹市（全面的なバックアップ）
  - ▶ 「SOHO CITYみたか」推進協議会（民／学／産／公からなるSOHO CITYみたか推進母体）
  - ▶ ㈱まちづくり三鷹（第三セクタ。SOHO拠点の運営や、SOHO事業集積構築を受け持つ）
  - ▶ 三鷹産業プラザ／三鷹市三立SOHOセンター等（インキュベーション施設整備と支援施策のメニュー化）
  - ▶ NPOシニアSOHO普及サロン三鷹（地域ICTサポート事業）等の、官、民、NPOが一体となった運営体制
  - ▶ 総務省地域ICT利活用モデル構築事業（平成19年度～3カ年）を活用



## 成功要因の整理 (1/2)

### 行政の特色／役割

- ▶元々、進取の精神を持つ市であり、何でもチャレンジして行く意識が醸成されていた。
  - ✓ 全国初の下水道率100%を達成した。
  - ✓ INS実証実験に積極的に参加した。
- ▶「市民参加」を、そもそも基本路線としていた。
  - ✓ 民・学・産・公連携によるまちづくりを当初から標榜していた。
  - ✓ 本事業の現状調査段階で、市民を主体とした「まちづくり研究所」(任意団体)を設立した。
  - ✓ 市民募集で300人以上が集まる等、市民もまちづくりに積極的に関与する姿勢が高かった。
- ▶民・学・産・公による役割分担を徹底した。
  - ✓ 初期投資段階において、市はSOHO施設整備等のサポート役となった。
  - ✓ その後は、学・産・公・市民をつなぐ、コーディネータ的な役割に徹した。
  - ✓ SOHO CITYみたか運営は、民が主体である。



ゼロから手を付けるのではなく、行政そのものの持つ特色を最大限に活かして計画を実行する。

また、地域のプレイヤーとの役割分担を考え、得意な面を最大限に活かしてサービスを推進して行くことが重要である。

### 現状調査・サービス企画プロセス

- ▶市の職員の役割はコーディネーターであり、人と人をつなぐ事を重視した。
  - ✓ 10人のコーディネーターを職員内に育てた。
- ▶積極的な市民が行政に参加した。
  - ✓ 市民が市の基本計画策定に参加する。
- ▶サービスの企画は、行政サービス高度化ではなく、住民の満足度を高める視点で計画された。
  - ✓ 電子自治体に対する投資等ではない。



すべてを一人では実行出来ない。人と人を繋ぐコーディネーター的発想で、サービス開発に挑むことが重要である。

### 計画プロセス

- ▶初期投資は、国の補助事業等を積極的に活用した(市の役割)。
  - ✓ 行政サービスの向上のために活用するのではなく、サステナブルな事業モデル構築に努めた。
- ▶地方交付税を工夫して活用することに取り組んだ。
  - ✓ 貴重な財源なので、工夫して使うことを心掛けている。  
三鷹市は地方交付税の不交付団体なので、より強く意識して取り組んでいる。



得意・不得意／出来る事・出来ない事があることを認識した上で、行政に何が求められているかを良く協議し、それぞれのメンバーが最大限力を発揮出来る様に動くようにする。

## 成功要因の整理 (2/2)

### 開発プロセス

#### ▶ 民・学・産・公による取り組みの推進を徹底した。

- ✓ 各自の役割分担（公…国からの補助取得、施設整備／民・学・産…ビジネス基本モデルのブラッシュアップ／民…サービス（ソフト）の開発）を徹底、適材適所を心がける。
- ✓ 公は、それぞれを結びつけるコーディネータ（コネクタ）として機能した。



行政の役割として、国からの補助事業の獲得や、設備投資など、民ではなかなか出来ない領域がある。

各プレイヤーとの協働の中で、得意分野を発揮させることが重要なポイントとなる。

### 運営・評価プロセス

#### ▶ 運営に公は口を出さず、SOHO起業家に事業が黒字化するよう努力させる。

- ✓ 経営面のアドバイスや、ベンチャー育成プログラムを積極的に提供し、1期目から黒字化を目指す。SOHO事業者を選定する（アドバイザーとしての役割）。
- ✓ SOHO起業に失敗しないための側面支援は怠らない。必要な事務や法務上の支援を行い、成功させる確信を持たせる。
- ✓ 信用金庫と連携し、無担保にて1,000～2,000万の融資も実施した。

#### ▶ 事業の評価は「外から評価」をさせることで取り組み自体が活性化する。

- ✓ 積極的にマスコミ取材に対応し、三鷹市が積極的にSOHOへ取組んでいることを市民や関係者が改めて認識するように活用した。
- ✓ 積極的に取り組んで行く雰囲気が醸成される。



行政は、運営では、あれこれ口を出すのではなく、バックアップを心がける。

小さな成功体験の積み重ねが、大きな成功を生む。そのためアドバイスを積極的に行うことが重要である。

広報（マスコミの取材）は、外への取り組み紹介だけでなく、地域で暮らす人達に「やる気」が出るので積極的に活用できる。

