

イノベーション創出の場としての武蔵野市

Musashino City as Ba of Innovation Creation

林 聖子 (亜細亜大学都市創造学部 教授)

Seiko HAYASHI (Professor of Urban Innovation, Asia University)

〔要旨 / Abstract〕

平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査で得られた特徴的な結果から、地域で産業を振興させるために継続的なイノベーションを創出するには「イノベーション創出の場」が必要と考え、イノベーション創出の場としての武蔵野市について考察することを研究目的とした。武蔵野市にはリチャード・フロリダが提唱するクリエイティブ・クラスが一定割合居住し、武蔵野市内に立地する5大学、武蔵野プレイス、既存の創業支援施設はイノベーション創出の場になりえると考えられる。大都市圏に立地する武蔵野市立地企業は都市型連携活用によるイノベーション創出を目指せる。40-69歳の男性に起業志向比率が高いことから、起業志向者、クリエイティブ・クラス、武蔵野市立地企業、大学生や若者等が自由にコミュニケーション、連携できる新しいタイプのビジネス・インキュベーション施設の設置が期待される。
キーワード：イノベーション、イノベーション創出の場、クリエイティブ・クラス、起業、都市型連携、ビジネス・インキュベーション施設

This study analyzes Musashino City as Ba of innovation creation through the characteristic results obtained in the Musashino City Industry Promotion Plan preliminary survey in FY2017. This research is found that five universities located in Musashino city, Musashino Place and existing establishment support facilities are the place of innovation creation and innovation creation by urban type collaboration can be expected. In the future, it is necessary to establish a new type of business incubation facility for entrepreneur oriented residents.

keywords : innovation, ba of innovation creation, creative class, entrepreneur, urban type collaboration, business incubation facility

1. はじめに

人々が幸せに暮らすためには、人々が暮らす各地域での一定の経済活動が必要となる。そのためには地域で産業が振興することが必須であり、地域での継続的なイノベーション創出が重要となる。イノベーション創出を地域という場で、いかに継続的に行っていくかは、地域に既存立地している大企業・中小企業・ベンチャー企業が自社単独、産学連携活用、オープンイノベーション活用等により、持続的に多数のイノベーションを創出することに期待がかかっている。

一方で、外部市場環境変化が著しく、少子高齢化が

加速するわが国において、そういった既存企業にのみイノベーション創出を求める従来型のシステムだけに依存することは難しくなっているように見受けられる。従来型の地域産業振興の手法であった企業誘致から、事業化のためのインキュベーション施設の強化や、各地域でクラスターを形成してイノベーション創出を促進する等の各種政策が講じられ、一定の成果はあがっているが、今後は政策主導型のみならず、住民自らが強み等を活かしてイノベーションを創出していくことも必要になってくるのではないだろうか。

亜細亜大学都市創造学部では、平成29年度武蔵野市より「武蔵野市産業振興計画事前調査」を受託し、平

成30年度実施予定の武蔵野市産業振興計画策定の資料とするため、市内の産業実態等について幅広い視点から調査を行い、「平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書」を作成し、住民の中には自分の知識や経験を生かしたいから起業を望む者が一定割合存在することや、武蔵野市立地企業は課題として人材確保、販路開拓、人材開発、宣伝・PR、組織の基盤づくり、商品・サービス開発や技術力をあげている状況等や、武蔵野市内に立地するメリットやデメリットを把握することができた¹。

本稿では平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査で得られた特徴的な結果から、地域で産業を振興させるために継続的なイノベーションを創出するには「イノベーション創出の場」が必要と考え、イノベーション創出の場としての武蔵野市について考察することを研究目的とする。

2. 特徴的な武蔵野市調査結果

「平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書」¹の概要を紹介するとともに、地域で産業を振興させるためのイノベーション創出の場につながるような特徴的な調査結果に着目してみる。

(1) 平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書の概要

「平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書」は、産業構造や働き方を把握するための基礎調査、武蔵野市及び近隣住民アンケートと武蔵野市立地企業アンケートと武蔵野市来街者アンケートと亜細亜大学学生アンケートからなる意向調査、武蔵野市事業者意向ヒアリング調査の団体調査（一般事業者、金融等既存団体、創業支援事業者）、亜細亜大学都市創造学部教員による各種論考から構成されるものである¹。

これらのアンケート調査結果より、特徴的と考えられるアンケート結果が複数導出されたので、次項から細かく見ていく。

(2) 特徴的な市民意向調査結果

①市民意向調査の概要

平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査では平成29年12月16日から19日に武蔵野市及び近隣住民1953人

へインターネット調査の手法により、アンケート調査（質問項目：居住地、年齢、性別、居住年数、居住タイプ、最寄駅沿線、最寄駅までの移動手段と時間、家族構成、職業、職種、役職、通勤・通学先、商店街認知・利用頻度・利用目的・満足度・満足していない理由、購入品別の購入先と理由、外食先と理由、イベント認知度、市内及び近隣で働きたいか、働きたい職種、労働形態、希望する労働時間、起業希望とその理由、近年の労働時間と残業時間、職業生活満足度、居住地域満足度、困りごと、自由に使えるお金と時間）を実施し、興味深い結果を得た¹。

アンケートに回答した1953人の居住地内訳は、武蔵野市吉祥寺地区（吉祥寺東町、吉祥寺南町、御殿山、吉祥寺本町、吉祥寺北町）190人、武蔵野市中央地区（中町、西久保、緑町、八幡町）123人、武蔵野市武蔵境地区（関前、境、境南町、桜堤）133人、杉並区219人、練馬区215人、三鷹市216人、小金井市215人、西東京市214人、調布市213人、新座市215人である¹。

②職種について

職種について1位「事務関連」が23.4%、2位「専門・研究・技術関連」が18.2%、3位「サービス提供関連」が16.2%、4位「営業・販売関連」が13.9%、5位「管理・マネジメント関連」が13.8%であった¹。

職種について居住地別でみると、武蔵野市吉祥寺地区では1位「事務関連」が27.6%、2位「営業・販売関連」が18.9%、3位「専門・研究・技術関連」と「管理・マネジメント関連」が同数で16.5%、武蔵野市中央地区では1位「事務関連」が26.8%、2位「専門・研究・技術関連」と「サービス提供」が15.9%で同数、4位「管理・マネジメント関連」と「営業・販売関連」が14.6%で同数、武蔵野市武蔵境地区では1位「事務関連」が26.7%、2位「専門・研究・技術関連」と「営業・販売関連」が18.1%で同数、4位が「サービス提供関連」が16.2%であった¹。

③希望する労働形態

希望する労働形態として1位「正社員」が57.2%、2位「アルバイト」が26.5%、3位「自営業（フリーランス含む）」が7.8%、4位「嘱託職員」が7.3%、5位「その他」が1.3%という結果であった。必ずしも正

社員だけを望んでいないことが明らかとなった¹。

④起業について

武蔵野市及び近隣で起業してみたいと思うかどうかについて、全体で「是非してみたいと思う」と回答したのは2.7%であった¹。そのうち武蔵野市全体は42.3%で、さらに細かくは武蔵野市吉祥寺地区が25.0%であった¹。全体で「まあしてみたいと思う」と回答したのは10.6%で、そのうち武蔵野市全体は35.3%で、さらに細かくは武蔵野市吉祥寺地区が15.5%、武蔵野市武蔵境地区が12.1%であった¹。

図表1のように、起業したい理由として全体では1位「自分の知識や経験を生かしたいから」が58.7%と高く、2位「高収入を得たいから」32.0%との差が大きかった¹。エリア別では武蔵野市中央地区と武蔵境地区は1位「自分の知識や経験を生かしたいから」がいずれも70.0%と高い割合を占めていた¹。

起業を「是非してみたいと思う」男女別年齢は、1位「男性50-59歳」が32.7%、2位「男性40-49歳」と「男性60-69歳」が15.4%、4位「女性40-49歳」であった¹。

現在の職業別の起業についての意向は自営業（フリーランス含む）では「是非してみたい」が10.8%、会社

役員では「是非してみたい」が13.5%と高かった。反対に、「全然してみたいと思わない」と回答したのは、主婦・主夫・家事手伝いでは57.4%、無職では52.0%、パート・アルバイトでは43.4%と高かった¹。

(3) 特徴的な企業アンケート結果

①企業アンケートの概要

平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査では平成30年3月5日から20日に武蔵野市内に立地する8,378の企業・事業所へポスティング調査（はがきにアンケートサイトを記入し、受け取った企業・事業所でアンケートサイトに記入する方式）による武蔵野市に関する企業調査として、アンケート調査（質問項目：業種、所在地、創業からの年数、資本金、従業員数、従業員の市内在住割合、経営者の性別と年齢、後継者、昨年度売上、売上の増減、今年度前期の収益状況、経営課題、経営課題解決施策、資金調達有無と調達先、公的資金調達支援制度の認知や利用の有無や利用等、従業員採用状況、高齢者・若年者・女性の雇用対策、所属団体、地元商店街活動への参加等、武蔵野市外への事業所移転の可能性、武蔵野市の環境や立地メリット・デメリット等）を実施し、回収数278票で回収率は3.81%であった¹。

図表1 居住地別武蔵野市内及び近隣で起業したい理由

	上段:度数 下段:%	n=	自分の知識や経験を生かしたいから	新技術、プランなどを試したいから	能力を高めたいから	高収入を得たいから	別の収入を得たいから	チャレンジすることが好きだから	今の会社・仕事が嫌だから	会社組織で働くことが好きでないから	時間が自由に使えるから	社会に役立ちたいから	その他	特に理由はない
			TOTAL	259	152	40	62	83	67	57	23	40	71	54
	100	58.7	15.4	23.9	32.0	25.9	22.0	8.9	15.4	27.4	20.8	1.2	3.9	
杉並区	25	15	5	7	6	7	5	2	1	6	2	0	2	
	100	60.0	20.0	28.0	24.0	28.0	20.0	8.0	4.0	24.0	8.0	0.0	8.0	
練馬区	20	14	5	7	8	6	6	3	4	5	4	0	0	
	100	70.0	25.0	35.0	40.0	30.0	30.0	15.0	20.0	25.0	20.0	0.0	0.0	
武蔵野市(吉祥寺地域 — 吉祥寺東町、吉祥寺南町、御殿山、吉祥寺本町、吉祥寺北町)	45	20	7	7	13	4	8	3	7	9	9	1	4	
	100	44.4	15.6	15.6	28.9	8.9	17.8	6.7	15.6	20.0	20.0	2.2	8.9	
武蔵野市(中央地域 — 中町、西久保、緑町、八幡町)	20	14	4	4	8	8	5	0	2	7	3	1	0	
	100	70.0	20.0	20.0	40.0	40.0	25.0	0.0	10.0	35.0	15.0	5.0	0.0	
武蔵野市(武蔵境地域 — 関前、境、境南町、桜堤)	30	21	6	5	11	9	4	2	7	11	12	0	0	
	100	70.0	20.0	16.7	36.7	30.0	13.3	6.7	23.3	36.7	40.0	0.0	0.0	
三鷹市	24	12	3	8	9	5	8	4	3	4	7	0	0	
	100	50.0	12.5	33.3	37.5	20.8	33.3	16.7	12.5	16.7	29.2	0.0	0.0	
小金井市	29	16	3	10	8	10	5	1	4	12	8	0	0	
	100	55.2	10.3	34.5	27.6	34.5	17.2	3.4	13.8	41.4	27.6	0.0	0.0	
西東京市	27	19	4	6	10	11	8	6	7	10	8	0	2	
	100	70.4	14.8	22.2	37.0	40.7	29.6	22.2	25.9	37.0	29.6	0.0	7.4	
調布市	26	13	1	4	7	5	4	1	3	6	1	0	2	
	100	50.0	3.8	15.4	26.9	19.2	15.4	3.8	11.5	23.1	3.8	0.0	7.7	
新座市	13	8	2	4	3	2	4	1	2	1	0	1	0	
	100	61.5	15.4	30.8	23.1	15.4	30.8	7.7	15.4	7.7	0.0	7.7	0.0	

出典：平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書－市民意向調査¹

図表2 武蔵野市の環境や立地するメリットについて

1段目 度数 2段目 横%	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
	TOTAL	交通の便がよく地理的にも便利	自宅等が近い	街並みが整備されていて魅力的	様々な可能性・多様性のある市場構造	武蔵野市立地による企業イメージアップ	企業や人口密集等大規模市場が至近	刺激が多く活力がある	取引先から近い	集積地で他社との連携等がしやすい	行政機関の支援等が充実している	優秀な人材が確保しやすい	重要な情報が入手しやすい	グローバルな事業展開が可能	人件費や地代等が安い	先端的な技術や情報に接する機会が多い	資金調達に有利	その他具体的に:	特にな	
0	TOTAL	273 100.0	192 70.3	103 37.7	63 23.1	30 11.0	33 12.1	30 11.0	19 7.0	35 12.8	4 1.5	13 4.8	3 1.1	3 1.1	0 0.0	4 1.5	1 0.4	2 0.7	17 6.2	18 6.6
1	100万円未満	16 100.0	9 56.3	4 25.0	2 12.5	3 18.8	2 12.5	1 6.3	1 6.3	0 0.0	2 12.5	1 6.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	6.3	18.8	3 12.5	2 12.5
2	100万円以上400万円未満	55 100.0	40 72.7	22 40.0	12 21.8	2 3.6	5 9.1	3 5.5	4 7.3	8 14.5	0 0.0	5 9.1	1 1.8	1 1.8	0 0.0	1 1.8	0 0.0	0 0.0	3 5.5	3 5.5
3	400万円以上700万円未満	16 100.0	11 68.8	7 43.8	5 31.3	1 6.3	1 6.3	3 18.8	0 0.0	2 12.5	0 0.0	2 12.5	0 0.0	2 12.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 6.3	2 12.5
4	700万円以上1,000万円未満	14 100.0	12 85.7	3 21.4	2 14.3	1 7.1	2 14.3	1 7.1	2 14.3	1 7.1	0 0.0	0 0.0	1 7.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
5	1,000万円以上1億円未満	75 100.0	49 65.3	24 32.0	16 21.3	8 10.7	15 20.0	6 8.0	3 4.0	14 18.7	2 2.7	3 4.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 2.7	1 1.3	1 1.3	4 5.3	5 6.7
6	1億円以上	27 100.0	21 77.8	3 11.1	9 33.3	5 18.5	2 7.4	7 25.9	0 0.0	5 18.5	1 3.7	1 3.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 3.7	0 0.0	0 0.0	3 11.1	0 0.0
7	個人事業主	70 100.0	50 71.4	40 57.1	17 24.3	10 14.3	6 8.6	9 12.9	9 12.9	4 5.7	1 1.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 4.3	6 8.6

出典：平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書－武蔵野市に関する企業調査¹

②企業の属性

業種は「商業・サービス業」が65.9%と高く、その内訳は「サービス業」が23.3%、「卸売・小売業」が22.2%。「商業・サービス業以外」は34.1%で、その内訳は「その他」が29.0%、「製造業」が17.2%であった。¹

資本金別所在地は、資本金「1億円以上」では武蔵野市中央地域が51.9%、「1,000万円以上1億円未満」は武蔵野市吉祥寺地域が54.7%、「個人事業主」は武蔵野市吉祥寺地域が54.3%と高かった。¹

従業員数は1位が「1人」で20.5%、2位が「5人以上10人未満」が16.1%、3位が「100人以上」で15.4%で、経営者の年齢は1位が「50歳代」で32.6%、2位が「60歳代」で30.4%、3位が「70歳代」で14.3%。¹

③経営課題

最近の経営課題の1位は「人材確保」で41.4%、2位が「販路開拓」で27.5%、3位が「人材開発」で26.4%、4位が「宣伝・PR」と「組織の基盤作り」が同数で19.4%、6位が「商品・サービス開発」で17.6%、7位が「技術力」で16.1%であった。¹

④経営課題解決へ向けて有効と思う施策

最近の経営課題解決へ向けて有効と思う施策について、1位は「必要ない」で34.0%、2位が「補助金・助成金」で29.8%、3位が「ビジネスマッチング」で21.7%、4位が「金融機関からの資金供給促進」で14.5%、5位が「経営者との交流」で13.2%。資本金別

では、資本金「1億円以上」の1位は「ビジネスマッチング」と「必要ない」が同数で28.0%。¹

一方、「補助金・助成金」が1位なのは資本金「100万円未満」「400万円以上700万円未満」「700万円以上1000万円未満」であった。¹

⑤武蔵野市外への事業所移転の可能性

武蔵野市外への事業所移転の可能性について、「可能性はない」が70.7%、「可能性はあるが、具体的に検討はしていない」が26.7%であった。¹

⑥武蔵野市の環境や立地するメリット

武蔵野市の環境や立地するメリットについては、図表2のように1位が「交通の便がよく地理的にも便利」で70.3%、2位が「自宅が近い」で37.7%、3位が「街並みが整備されていて魅力的」が23.1%で、4位が「取引先から近い」で12.5%、5位が「武蔵野市立地による企業イメージアップ」で12.1%、6位が「様々な可能性・多様性のある市場構造」と「企業や人口密集等大規模市場が至近」で11.0%であった。¹

なお、1位の「交通の便がよく地理的にも便利」はいずれの資本金別カテゴリーでも1位であった。¹

⑦武蔵野市の環境や立地するデメリット

武蔵野市の環境や立地するデメリットについては図表3のように1位が「建物・施設の賃貸借の費用が高い」で49.8%、2位が「特にな」で23.8%、3位が「競争相手が多く、競争が激しい」で23.1%、4位は

図表3 武蔵野市の環境や立地するデメリットについて

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1段目 度数 2段目 横%	TOTAL	建物・施設 の賃借 費用が 高い	競争相 手が多 く、競争 が激しい	顧客の 固定化 が難しい	人件費 が高い	顧客の 要望・ ニーズが 多様で 高度	環境変 化が激し く、対応 が難しい	マーケッ トが多様 化・細分 化	人材が 集まらな い	交通環 境が悪く 事業に 支障が ある	地域住 民等との 接点が 少なく、 地縁性 がない	街並み が整備さ れておら ず、魅力 に乏しい	産業集 積が十分 でない	企業間 の連携 がしづら い	行政機 関の支 援等が 充実して いない	顧客・取 引先から 遠い	周辺環 境の理 解が得 にくい	地元金 融機関 からの融 資調達 が難しい	通勤時 間が長 く、コス トも高い	重要な 情報が 入手し にくい	その他 具体的 に:	特にな い	
0	273 100.0	136 49.8	63 23.1	15 5.5	26 9.5	21 7.7	10 3.7	19 7.0	15 5.5	3 1.1	12 4.4	8 2.9	11 4.0	12 4.4	12 4.4	7 2.6	6 2.2	0 0.0	5 1.8	2 0.7	13 4.8	65 23.8	
1	16 100.0	7 43.8	3 18.8	1 6.3	1 6.3	1 6.3	1 6.3	4 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 6.3	0 0.0	1 6.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	7 43.8
2	55 100.0	29 52.7	11 20.0	3 5.5	9 16.4	3 5.5	3 5.5	3 5.5	4 7.3	2 3.6	2 3.6	1 1.8	1 1.8	2 3.6	4 7.3	3 5.5	1 1.8	0 0.0	1 1.8	0 0.0	0 0.0	2 3.6	13 23.6
3	16 100.0	8 50.0	2 12.5	1 6.3	1 6.3	2 12.5	3 18.8	3 18.8	2 12.5	0 0.0	1 6.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 6.3	0 0.0	2 12.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 12.5	3 18.8	
4	14 100.0	7 50.0	4 28.6	1 7.1	1 7.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 14.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 7.1	1 7.1	4 28.6	
5	75 100.0	35 46.7	9 12.0	2 2.7	7 9.3	2 2.7	9 12.0	3 4.0	8 10.7	0 0.0	1 1.3	0 0.0	5 6.7	3 4.0	3 4.0	4 5.3	2 2.7	0 0.0	2 2.7	0 0.0	2 2.7	2 2.7	22 29.3
6	27 100.0	10 37.0	7 25.9	1 3.7	1 3.7	2 7.4	0 0.0	2 7.4	1 3.7	1 3.7	1 3.7	1 3.7	3 11.1	3 11.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 3.7	1 3.7	5 18.5	
7	70 100.0	40 57.1	27 38.6	6 8.6	6 8.6	4 5.7	1 1.4	4 5.7	0 0.0	0 0.0	7 10.0	5 7.1	2 2.9	3 4.3	2 2.9	0 0.0	1 1.4	0 0.0	2 2.9	0 0.0	5 7.1	11 15.7	

出典：平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査報告書－武蔵野市に関する企業調査¹

「人件費が高い」で9.5%、5位は「顧客の要望・ニーズが多様で高度」で7.7%、6位は「マーケットが多様化、細分化」で7.0%であった¹。

なお、1位の「建物・施設の賃貸借の費用が高い」はいずれの資本金別カテゴリーでも1位であった¹。

(4) 特徴的な武蔵野市事業者意向ヒアリング調査

武蔵野市内等の一般事業者30カ所へ拠点設置背景、事業展開計画、働き方支援、事業者間連携、異業種交流、行政への期待・要望についてヒアリング調査を実施し、武蔵野市のブランドには魅力があり、オフィス機能は武蔵野市に残したいといったメリットをあげる声もあれば、地代家賃が高すぎるというデメリットの声も複数見受けられた。事業者間連携については飲食、物販は積極的とか、地域活性化を見据えた連携協力関係があるという声もあれば、イベント中心の連携は予算やマンパワー的に頻繁に実施できないとする声もあった。行政への期待・要望としては、ビジネスマッチングの場づくりへの期待や小規模事業者への優遇策の希望等様々な声が寄せられた¹。

特に興味深い商品企画から製造販売を行っているX社について紹介する。X社は社長のアイデアから体に負荷のかかりにくい商品を開発し、製造し、吉祥寺に店舗を構えて販売している¹。現在に至る経緯をヒアリングした際に、産学連携等を研究してきた筆者は体に負荷がかかりにくいという主張について客観的なデー

タが必須であると直感し、ボランティアで専門領域に近い知り合いの他大学教員へ相談し、専門の研究所同行までをコーディネートした。

(5) 特徴的な武蔵野市調査結果からの検討項目

(1)から(4)で前掲したように、特徴的な平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査結果をとりあげた¹。

武蔵野市及び近隣で起業したい武蔵野市の住民がいることは興味深く、起業したい理由の1位は「自分の知識や経験を生かしたいから」で、起業を「是非してみたいと思う」男女別年齢は、1位「男性50-59歳」、2位「男性40-49歳」と「男性60-69歳」が同数と、男性40-69歳に起業志向が高いことが明らかとなったので、起業して「イノベーション創出の場」としての武蔵野市について検討することとする¹。

さらに、少子高齢化や年金受給年齢の引き上げ、副業の拡大等社会環境変化を勘案すると、住民の起業意向は大切なパラダイムであり、今後の地域産業振興の一翼と期待でき、起業や事業創出等を支援するビジネス・インキュベーション施設も時代と共に進化しているので、「起業支援とビジネス・インキュベーション施設」に着目することとする。

また、大都市圏東京の武蔵野市内立地企業側の回答で、武蔵野市内立地のデメリットの3位が「競争相手が多く、競争が激しい」、5位は「顧客の要望・ニーズが多様で高度」、6位は「マーケットが多様化、細分

化¹」を勘案すると、競争に勝てる、多様で高度な顧客ニーズに対応し、多様で細分化したマーケットに対応できること等が求められていることから、産学連携やオープンイノベーション等を活用した「都市型連携活用イノベーション創出」を検討してみることにする。

3. 先行研究

前章において特徴的な武蔵野市調査結果から、「イノベーション創出の場」、「起業支援とビジネス・インキュベーション施設」、「都市型連携活用イノベーション創出」を検討項目として導出したので、関連する先行研究を整理する。

(1) イノベーション創出の場

①イノベーション

イノベーションについては諸説あるが、シュンペーターが新しいものを生産する、あるいは既存のものを新しい方法で生産することとし、新結合と表現し、具体的には「新しい財貨」「新しい生産方法」「新しい販路の開拓」「原料あるいは半製品の新しい供給源の獲得」「新しい組織の実現」の5つをあげている²。

後藤（2000）は「イノベーションとは「新しい製品や生産の方法を成功裏に導入すること」を意味している。成功裏とは、それにより利益があがることを意味する」とし、一橋大学イノベーション研究センター（2001）ではシュンペーターの定義を基本にし、イノベーションを「経済成果をもたらす革新⁴」としている。野中・紺野（2012）は「イノベーションとは、革新的な技術あるいは革新的な方法による技術の活用と、提供者のシステム、ユーザーの利用や消費の形態（行為や行動）の革新を通じて、顧客の問題の解決や新たな創造的な社会的関係性を創出することである」と論じ、「イノベーションは、人間社会に生じるさまざまなギャップの発見から生まれる」とも、「イノベーションとは技術だけでなく多様な要素の融合である」とも論じている⁵。

本稿ではシュンペーターの定義をベースとし、イノベーションを科学的発明や技術的発明、サービス等を発展あるいは組み合わせることで新たな経済的価値や社会的価値を生み出すことと定義し、新製品や新サービス等を開発し、市場で流通させること、自社製品の

開発により技術等の強みのPR等で新たな受注を確保すること等をイノベーションの概念に含めることとする^{6,7,8}。

②イノベーション創出

イノベーション創出については平成20年6月11日に公布された「研究開発システムの改革の推進等による研究開発能力の強化及び研究開発等の効率的推進等に関する法律」の第二条5で「この法律において「イノベーションの創出」とは、新商品の開発又は生産、新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、役務の新たな提供の方式の導入、新たな経営管理方法の導入等を通じて新たな価値を生み出し、経済社会の大きな変化を創出すること」と定義され、これが法律で定められた最初である⁹。

③イノベーションの場

「場」については、各領域で様々な研究がなされている。「場の概念」が様々な学問領域でどのように捉えられ論じられてきたかを概観している河野（2010）は、社会科学の分野において、〈場〉（field）の視点から人間の行動を説明しようとしたのが社会心理学者のK.Lewin であるとし、K.Lewin（1951）は「心理学的な場における何らかの行動または何らかの他の変化は、その時における心理学的場のみ依存する¹¹」と論じている。河野（2010）は、場の成立要件として「(1) その内部の構成要素間に自己組織的な関係性の枠組みが存在すること、(2) この関係性を結ぶための情報が非線形的かつ非記号的に伝達されていること、(3) そうした関係性によって生み出された全体の方向性が個の振る舞いに方向性を与え、その振る舞いが様々な環境要因の意味を汲みながら〈場〉の意味を再構成していく、この循環的プロセスが存在すること、の3つが少なくとも必要である」と論じている¹⁰。

今井（1986）はイノベーションの行われる場について論じている¹²。伊丹（1999）¹³、伊丹（2005）は「場とは、人々がそこに参加し、意識・無意識のうちに相互に観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激をする、その状況の枠組みのこと」と定義している¹⁴。

K.Lewinの場の研究についてとりあげた野中（1974）¹⁵は、その後、Nonaka・Konno（1998）で知識創造の場を知識が共有された動的な文脈あるいは意味空間と定

義している¹⁶。野中・遠山・平田（2010）では、「知識は関係性の中で創られる。対話と実践という人間の相互作用により、知識を継続的に創造していくためには、そうした相互作用が起こるための心理的・物理的・仮想的空間が必要である。そうした空間を知識創造理論では「場」と呼び、組織的知識創造プロセスにおけるその重要性を議論してきた¹⁷」ことが論じられている。さらに、野中・紺野（2012）では、「インターネットを通じて自由なコミュニケーションを行うようになった今、新しい観点で「場」を捉え直す必要がある」ことや、これまで組織内や部門内の場という色彩が強かったが、「「場」を組織や社会の成立する、つながりの基本単位として捉え直す必要が生じてきた」と論じ、「「場」はバウンダリーオブジェクトの生まれる場所といってもよいし、バウンダリーオブジェクトによって場や知識コミュニティができるといってもよい」とし、「「場」では、現場の状況から共有概念を生み出し、視覚的物理的なバウンダリーオブジェクトを生み出すデザイン¹⁸の知が有効」となり、デザイン思考などの知の方法論、都市における場、フューチャーセンターやリビングラボ（イノベーションのための都市などにおける社会実験）などの協業的な試みは、こうした場のデザインの例と述べている⁵。

④場のイノベーション

研究・イノベーション学会新たな活動検討委員会に設置されたワーキンググループでは、場のイノベーションについて議論している。菊池・小林編（2018）では「場のイノベーション（Field Innovation）とは、専門的職能集団によりデザインされた「場」（空間、環境、組織、関係、体系）の実現により捻じり出される変革を総称する事象」で、「場（Ba）」のコンセプトを社会関係の構図と読み換え、「場のイノベーション」という切り口から、「我が国の国力の源泉」を俯瞰する試みを行っている¹⁸。

同書において菊池は「イノベーションは対話から始まる」ことを述べるとともに、「場のイノベーション」はシュンペーターの「新結合における新組織の実現²」に基づく場の考えを踏襲し、「K.Lewin（1951）の「相互共存」を参照しているが、「組織環境が人材を作る」という場の考え方ではないこと¹¹」、既存の組織内部での枠組みを扱った野中・紺野（1999）¹⁹や伊丹（2005）¹⁴の

「知の相互作用が成り立つ枠組み」を包摂し、「関係性を重視した組織機能を内包する場」の形成を目指していることを論じている。

⑤イノベーション創出の場について

「研究開発システムの改革の推進等による研究開発能力の強化及び研究開発等の効率的推進等に関する法律」によるイノベーション創出の定義⁹と伊丹（2005）の場の定義¹⁴を援用すれば、「新商品の開発又は生産、新役務の開発又は提供、商品の新たな生産又は販売の方式の導入、役務の新たな提供の方式の導入、新たな経営管理方法の導入等を通じて新たな価値を生み出し、経済社会の大きな変化を創出するために、人々がそこに参加し、意識・無意識のうちに相互に観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働いかけ合い、相互に心理的刺激をする、その状況の枠組み」ととらえることができる。

(2) 起業支援とビジネス・インキュベーション施設

①産業立地政策とビジネス・インキュベーション施設

地域産業の振興のために様々な政策が講じられてきたが、外部環境変化がある限り、最適で永久不変の地域産業振興のための政策や手法は存在しない。世の中の流れや外部環境変化を勘案しつつ、ステークホルダーが全体最適を見据えながらバランス感覚の良い連携等で、自らの地域の産業集積や資源等の強みを活かし、全体を把握したランドデザインを描き、その下で数年程度の具体的なプロジェクトを作り上げていくようなイメージが描かれる。

戦後、わが国では多くの政策が立案・実施され、先進国としての経済国家を築いてきた。その一つが産業立地政策であり、全国各地域に工業団地を造成し、企業を誘致して行くことが現在でも各地方公共団体では重要なミッションとなっている。1983年には高度技術工業集積地域開発促進法（略名：テクノポリス法）が施行となり、全国26地域がテクノポリス地域と指定され、地域が生産拠点から知識集約化産業拠点開発へと変貌していった⁷。

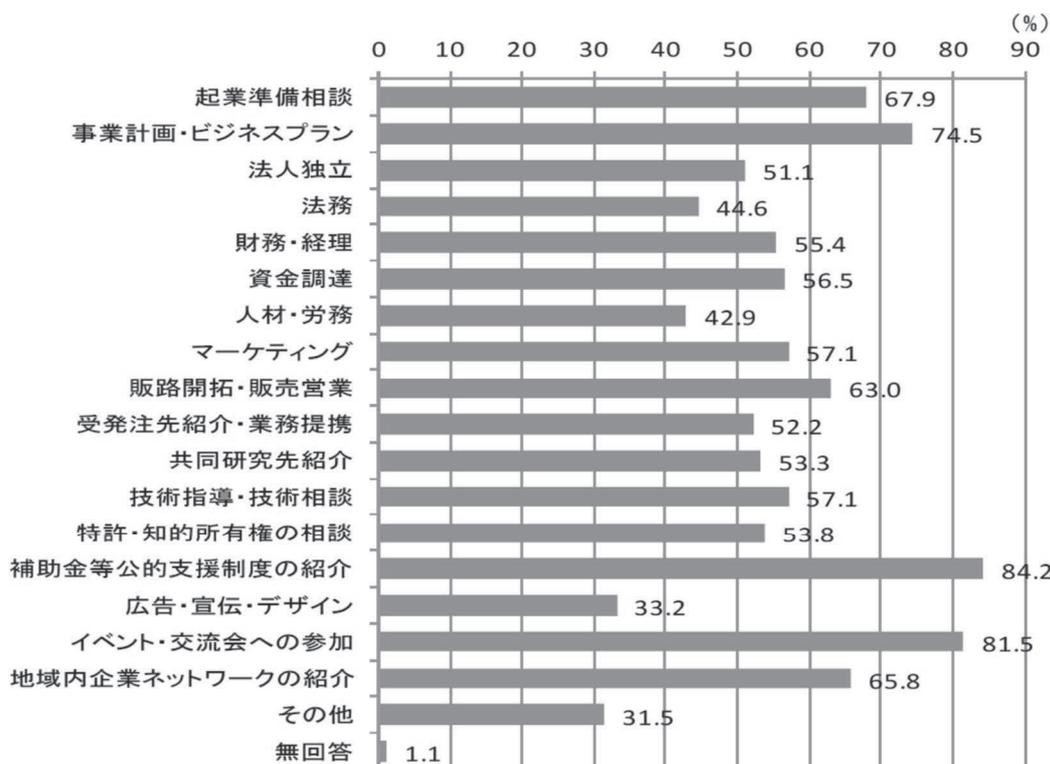
テクノポリス法等を踏襲した新事業創出促進法は1999年に施行され、新事業を創出させるという目的達成のために、都道府県と政令指定都市には産学官から構成

される総合的支援体制としての地域プラットフォームが整備されることになり、1999年6月日本立地センター内に地域プラットフォームの中核的支援機関をネットワークして、新事業の創出を支援する日本新事業支援機関協議会（Japan Association of New Business Incubation Organizations：JANBO）が発足した。

林（2003）によれば、「わが国では新事業を創出させる支援手法の一つとして、1980年代の米国が不況から脱したことを参考に、ビジネス・インキュベーションに着目した。JANBOでは2001年5月に発表した「ビジネス・インキュベーション将来ビジョン」で、2010年にビジネス・インキュベーションにより15万人の雇用を創出するためには、400箇所のビジネス・インキュベーション施設と600人のインキュベーション・マネージャーが必要である」とし、筆者らによるJANBO独自調査で2002年国内にビジネス・インキュベーション施設が266立地（一部開設予定を含む）し、東京都内には都道府県別最多の22施設が立地していることが明らかになった。²⁰ 林（2003）はビジネス・インキュベーションを「新たな事業を創出するための一連の支援システムと連動活動」と定義し、ビジネス・インキュベーション施設を「賃貸スペースがあり、賃貸スペース入居企業へソフト支援として新たな事業を創出するための一連の支援システムと連動活動であるビジネス・インキュベーション（具体的には会社設立支援、経営支援、技術開発支援、商品開発支援、販路開拓支援等）をインキュベーション・マネージャーらが中心となって実施している施設である。複合施設等で、施設の一部がビジネス・インキュベーション施設である場合も含む」と定義しており、本稿においてもビジネス・インキュベーションとビジネス・インキュベーション施設についてこの定義を用いることとする。JANBO（2005）はインキュベーション施設の定義として「1）起業家に提供するオフィスなどの施設を有していること、2）インキュベーション・マネージャー等（起業・成長に関する支援担当者）による支援を提供していること、3）入居対象を限定していること、4）退去企業に、「卒業」と「それ以外」の違いを定めていること、の4つ」をあげている。²¹

ビジネス・インキュベーション施設については、ビ

図表4 育成支援メニュー



出典：経済産業省：平成25年度地域産業活性化対策調査（ビジネス・インキュベーション手法調査）報告書²²

ビジネス・インキュベーション施設、インキュベーション施設、インキュベーター、創業支援施設等その呼び方は様々であるが、本稿では固有名称を除き、事業創出のための施設や企業孵化施設や創業支援施設等をビジネス・インキュベーション施設と称する。

前掲したように、2002年国内にはビジネス・インキュベーション施設が266立地していたが、経済産業省(2014)「ビジネス・インキュベーション手法調査」によれば、2014年度には498施設を抽出し、調査票を送付したところ、220施設から回答を得ている²²。社会経済の変化に伴い、ビジネス・インキュベーション施設にも変遷が見受けられるとともに、講じられる政策は移り変わり、新事業創出促進法は2005年に中小企業新事業活動促進法に継承され、JANBOの活動は2009年に終了している。

②ビジネス・インキュベーション施設における起業支援

2002年のビジネス・インキュベーション施設266のソフト支援状況は、1位「情報提供」、2位「経営支援」、3位「技術開発支援」、4位「交流会」、5位「販路開拓支援」、6位「会社設立支援」、7位「資金調達支援」、8位「セミナー」であった(複数回答)²⁰。

経済産業省(2014)「ビジネス・インキュベーション手法調査」によれば入居企業へ提供する支援メニューとしては図表4のように、1位「補助金等公的支援制度の紹介」、2位「イベント、交流会への参加」、3位「事業計画・ビジネスプラン」、4位「起業準備相談」、5位「地域内企業ネットワークの紹介」の順となっている²²。

丹生(2017)はビジネス・インキュベーション施設側から支援従事者のやりがいやモチベーション要因等、ビジネス・インキュベーション施設入居企業からはビジネス・インキュベーション施設に対する満足度や貢献度等を調査し、それらの関連性を分析し、ビジネス・インキュベーション施設における「支援活動に関する含意として、インキュベーション施設におけるソフト支援のより一層の充実、支援従事者の雇用形態や活動体制の整備を含めた組織的な配慮の必要性、起業や新事業経験者のノウハウのさらなる活用」の3点を提示している²³。

(3) 都会型連携活用イノベーション創出

リチャード・フロリダ(原著2002、訳本2008)はクリエイティブな仕事に携わる人が増大し、「具体的には科学者、技術者、芸術家、音楽家、デザイナー、知識産業の職業人等であり、それを私はひとまとめにクリエイティブ・クラスと呼んでいる」と論じ、「場所はいまも重要な経済的・社会的な構成要素」で、「人に仕事を、仕事に人を結びつけるのは場所」であり、「人のクリエイティビティを活用し、それを経済的な価値へと変換する仕組みを提供しているのも場所」であると主張し、「地域はそれぞれ成長するための独自の強み」を持っており、地域の問題の「解決策はそれぞれの地域の中にあるということだ。住民の知識、知性、クリエイティブな能力にかかっている」と論じ、「クリエイティブ・クラスを経済的階層と定義」し、「クリエイティビティを通じて経済的価値を付加する人々から成り立っている」とし、その際立った特徴は「意義のある新しい形態をつくり出す仕事に従事していること」で、「スーパー・クリエイティブ・コア」と「クリエイティブ・プロフェッショナル」から構成されていることや、都市がクリエイティビティとイノベーションの促進者としての役割を取り戻していること等を論じている²⁴。

また、リチャード・フロリダ(原著2005、訳本2007)は「都市の中心は、常にクリエイティビティの培養器となっている」と論じ²⁵、イギリスの都市計画学者ピーター・ホール卿(1998)が代表作”Cities in Civilization”で「都市は科学、技術、起業家精神などと同様に芸術、医学、文学、政治における人類の進化を育む揺りかごとして機能しており、過去500年の間、イノベーションと経済成長の原動力であった²⁶」と記していることや、都市経済学者ウィルバー・トンプソン(1965)がイノベーションの培養器としての都市の機能について「大学、博物館、図書館、研究所などのある大都市は、空間に統一された一つの大きな「コーヒー・ハウス」であり、そこでは多様な文化圏から来た優れた頭脳を持つ者たちが衝突し、新製品や新しいプロセスにつながる火花を散らしている。発明家や革新者は時間的、空間的に偏在して活動する傾向にあり、また活動的な人々はみずからの同類を引き寄せるので、そのようなクリエイティビティには限界がないと言う²⁷」ことを紹介してい

る。リチャード・フロリダは、「大学はクリエイティブ経済の知の中心である」と主張し、「クリエイティブ時代に大学ができること、大学がすべきことについて、従来の理解のままでは限界がある」とも論じ、大学を才能と寛容の磁石にすることの重要性を述べている。²⁵

さらに、リチャード・フロリダ（原著2008、訳本2009）は「現代のクリエイティブ経済における経済成長の真の原動力とは、才能と生産性に満ちた人々の蓄積と集中化である。彼らが特定の地域に寄り集まって住むことで、新しいアイデアが生まれ、その地位の生産性は増加する。集積化によって個々の生産力が高まり、今度は生産物と富の増加を生成しつつ、地域そのものの生産性を高めるのだ。集積力により、都市や地域は経済成長の真の動力源となる」と述べている。²⁸

North et al. (2001) によれば、中小企業は大企業に比して経営資源に限りがある。²⁹ ゆえに、わが国企業数の99.7%を占める380.9万者の中小企業（うち小規模事業者が328.2万者）³⁰ は、一部のR&D型等の中小企業を除き、独自にイノベーションを創出することは難しく、各種支援機関等による支援や応援が必要となり、^{7,8} 産学連携やオープンイノベーション等を活用することになる。

4. イノベーション創出の場としての武蔵野市

2章では特徴的な武蔵野市調査結果より、住民が自分の知識や経験を生かした起業を望み、特に男性50-59歳が最も起業志向が高いことや、武蔵野市内立地企業が市内立地のデメリットとしての回答で競争相手が多い等から、¹ 競争に勝てる、多様で高度な顧客ニーズに対応できる、多様で細分化したマーケットに対応できることが求められていること等が明らかになり、検討項目を導出した。

3章では2章で導出した検討項目、イノベーション創出の場に関してはイノベーション、イノベーション創出、イノベーションの場、場のイノベーションについて、起業支援とビジネス・インキュベーション施設では、産業立地政策とビジネス・インキュベーション施設、ビジネス・インキュベーション施設における起業支援、都会型連携活用イノベーション創出ではリチャード・フロリダの主張やR&D型を除く中小企業が独自にイノベーションを創出することは難しく、産

学連携やオープンイノベーション等を活用する等について先行研究を整理した。

リチャード・フロリダ（原著2002、訳本2008）は科学者、技術者、芸術家、音楽家、デザイナー、知識産業の職業人等をクリエイティブ・クラスとしているが、²⁴ 武蔵野市にクリエイティブ・クラスが居住しているかどうか検討する。

ウィルバー・トンプソン（1965）はイノベーションの培養器としての都市の機能について、大学、博物館、図書館、研究所などのある大都市は、空間に統一された一つの大きな「コーヒー・ハウス」で、新製品や新しいプロセスにつながる火花が散っていると述べ、²⁷ リチャード・フロリダ（原著2005、訳本2007）は大学はクリエイティブ経済の知の中心であり、クリエイティブ時代に大学ができること、大学がすべきことについて、従来の理解のままでは限界があると述べていること等から、本章では武蔵野市に立地する大学、図書館機能を包含する武蔵野のプレイス、武蔵野市の創業支援政策と武蔵野市内に立地するビジネス・インキュベーション施設に着目し、検討する。

(1) クリエイティブ・クラス

リチャード・フロリダ（原著2002、訳本2008）は科学者、技術者、芸術家、音楽家、デザイナー、知識産業の職業人等をクリエイティブ・クラスとし、²⁴ 市民意向調査の回答者の職種を居住地別でみると、武蔵野市吉祥寺地区では1位「事務関連」が27.6%、2位「営業・販売関連」が18.9%、3位「専門・研究・技術関連」と「管理・マネジメント関連」が同数で16.5%、武蔵野市中央地区では1位「事務関連」が26.8%、2位「専門・研究・技術関連」と「サービス提供」が15.9%で同数、4位「管理・マネジメント関連」と「営業・販売関連」が14.6%で同数、武蔵野市武蔵境地区では1位「事務関連」が26.7%、2位「専門・研究・技術関連」と「営業・販売関連」が18.1%で同数、4位が「サービス提供関連」が16.2%であり、¹ 技術者等が一定割合居住しているため、クリエイティブ・クラスが居住、集積していると見受けられる。

(2) 武蔵野市内に立地する大学

武蔵野市は東西6.4km、南北3.1kmで、人口は約14万

人、市内に立地する大学は、亜細亜大学、成蹊大学、日本獣医生命科学大学、武蔵野大学、武蔵野美術大学である。

2000年初頭は大学の研究シーズを企業へ提供し、それを企業が実用化してイノベーションを創出する産学連携が提唱されたが、大学の研究シーズを一過性で企業へ移転しても、多くの経営リソースを保有する大企業でさえ、その実用化は難しいことが次第にわかり、連携先が中小企業の場合は特に、企業のニーズに大学教員が対応する方が具体的な実用化につながるのではないかとの考えから、林・田辺（2010）は東北大学堀切川教授を核とする支援チームと中小企業が継続的に新製品を生み出していることに着目、分析して、仙台堀切川モデルを提唱した。林・田辺（2010）は仙台堀切川モデルで堀切川教授を核とする支援チームが地域中小企業のイノベーション創出を促進するのに果たしている機能として「専門知と事業化知の同時提供機能」、「地域中小企業のパートナー機能」、「知の蓄積継承機能」を導出した。その仙台堀切川モデルの横展開として、福島堀切川モデル等も機能し、成果が順調にあがっているので、中小企業のニーズに大学を含む支援チームが対応する堀切川モデルは、堀切川教授の突出したアイデア創出力や思考力が肝となっているものの、継続的にその地域で中小企業と大学等が産学連携でイノベーションを創出していく一つの仕組みと考えられる。

リチャード・フロリダ（原著2005、訳本2007）が大学について従来の理解のままでは限界があると述べ、野中・紺野（2012）が知識創造の場について新しい観点で「場」を捉え直す必要があると論じていること等から、大学のイノベーション創出への機能について考えてみる。大学は研究シーズの企業への提供機能、企業のイノベーション創出のためのニーズへの対応機能、林・田辺（2010）が提唱する仙台堀切川モデルが提供している3つの機能「専門知と事業化知の同時提供機能」、「地域中小企業のパートナー機能」、「知の蓄積継承機能」に加えて、大学教員は理系のみならず社会科学の視点で地域の中小企業や学生と連携して、地域の課題解決につながる新製品や新サービスを開発すること等も必要になってくると考えられる。新たな経済的価値を創出するイノベーションのみならず、地域企業、

地域住民、大学教員、学生等が一丸となって連携し、地域の課題を解決するための社会的価値を生み出す機能も求められる。ソーシャルイノベーション創出といえるかもしれない。既に地域の課題解決に取り組んでいる大学もある。

さらに、大学は「学びの場」であることから、イノベーション創出の場に参画し、何らかの貢献ができる学生を育成する機能も担っている。

大学の場を地域課題の解決を含むイノベーション創出の場として活用するには、大学の設立種別等によりちがいがあられるかもしれないが、林・田辺（2010）が提唱する仙台堀切川モデル⁶を参考にしながら地域企業や住民や学生や教員で連携し、大学がバーチャルな地域課題解決を含むイノベーション創出の場になれるものとする。そういったバーチャルなイノベーション創出の場になりうる大学が、武蔵野市には5大学立地しており、今後の連携によるイノベーション創出が期待される。

(3) 武蔵野プレイス

JR中央線武蔵境駅南口下車徒歩1分に立地する武蔵野市立「ひと・まち・情報 創造館武蔵野プレイス（以下、武蔵野プレイスと記す）」は、ホームページでの公表によれば、武蔵境のまちづくりの推進の一環として、西武図書館を移転拡充し、図書館機能、生涯学習支援機能、市民活動支援機能、青少年活動支援機能等を併せ持った複合機能施設として2011年2月に竣工し、同年7月に地上4F、地下3Fの新たな施設としてオープンしている³²。武蔵境駅南口農水省食糧倉庫跡地だった場所で、1973年に東京食糧事務所長へ払い下げの要望書を提出して以来、様々な検討を経て、人々が集い、知的な創造や交流を育む「場」として誕生した施設である³²。

武蔵野プレイスは公共施設の類型を超えて、複数の機能を融合させ、図書や活動を通して、人々が出会い、それぞれが持っている情報（知識や経験）を共有・交換しながら、知的な創造や交流を生み出し、地域社会の活性化を深められるような活動支援型の公共施設をめざすとともに、人々の交流が自然に生み出される質の高い「場」を提供し続けることによって、生活、文化、芸術、自然、歴史、まちづくり、ボランティア活

動、市民活動、生涯学習、福祉、教育等の横転的な活動や交流のネットワークの活性化を促し、多様な人々がそれぞれの活動を通して時間を共有する快適な空間(場)は地域社会の魅力を高めることに寄与するという理念を掲げ、アクションの連鎖が起こる施設をめざしている。³²

武蔵野プレイスの施設は、1 Fがエントランスフロアで「パークラウンジ(中心にカフェあり)」、2 Fは親子や家族で楽しめる図書フロアの「コミュニケーションライブラリー」、3 Fは市民活動フロアの「ワークラウンジ」、4 Fは周辺を緑に囲まれた最上階で「ワークテラス」、B 1 Fは一般図書フロアの「メインライブラリー」、B 2 Fは青少年の居場所、創作活動の場の「ティーンズスタジオ」、B 3 Fは駐車場というフロア構成で、電源や館内のFree Wi-Fiサービスも使用できて書齋的に使える有料の個人席や、一部PCが持ち込める無料席など、利用者のニーズにあった利用の仕方ができるようになっており、武蔵野市の指定管理者である公益財団法人武蔵野生涯学習振興事業団が管理・運営を行っている。³²

武蔵野プレイスでは様々な講座、講演会、イベント等が活発に開催されており、ウィルバー・トンプソン(1965)が論じる図書館などのある大都市は大きな「コーヒー・ハウス」であり、優れた頭脳を持つ者たちが衝突し、新製品や新しいプロセスにつながる火花を散らしている²⁷まさにその場所になっており、アクションの連鎖から、菊池・小林(2018)で菊池が論ずる「イノベーションは対話から始まる」の場や機会を提供していると見受けられる。¹⁸武蔵野プレイスでのアクションや対話がイノベーションのヒントやアイデアの源泉になったとしても、そこからどれだけのイノベーションが創出したかの測定は難しいと考えられるが、武蔵野市におけるイノベーション創出の場の一つであることにまちがいはない。

(4) 武蔵野市創業支援政策とビジネス・インキュベーション施設

①武蔵野市創業支援政策

武蔵野市では創業支援事業者と連携し、「むさしの創業サポートネット」を立ち上げ、2014年6月に国の創業支援事業計画の認定を受け、武蔵野市生活経済課内

にワンストップ窓口を開設している。³³武蔵野市内で創業を考えている人や創業5年未満の人を対象に、武蔵野市役所に相談窓口を設けるとともに、外部専門機関(武蔵野商工会議所、日本政策金融公庫、多摩信用金庫、西武信用金庫、株式会社マネジメントブレン、一般財団法人武蔵野市開発公社)と連携し、創業についての相談窓口、情報交換会、必要な知識を学べる創業塾・セミナー、ビジネスプラン作成の個別指導を実施しており、事業用スペースの貸出、資金調達・金融相談、創業後のフォローも外部連携機関によって行われ、優遇策が受けられる武蔵野市の特定創業支援として、創業に必要な4つの知識(経営・財務・人材育成・販路開拓)³⁴すべて身につく継続的な支援も行っている。

ビジネス・インキュベーション施設について武蔵野市では創業支援施設と称し、武蔵野市内に新たな创业者を増やし地域の活性化を図ることを目的に、2017年度に「創業サポート開設支援事業」をスタートし、4つの創業支援施設があり、企業や団体が運営している。³⁵他にも民間による創業支援施設や類似施設が武蔵野市内に立地している。

②創業支援施設

「i-dream 吉祥寺(吉祥寺地区)」は夢をカタチにするコミュニティ・スペースをコンセプトとした女性向けシェアオフィスで、レンタルスペースや販売支援のレンタルボックスも完備しており、「集う×学ぶ・教える×稼ぐ」をコンセプトにしている。^{35, 36}同じグループでは、ワーキングスペース i-office 吉祥寺、JR 吉祥寺駅徒歩2分のクリエイター向けシェアオフィス KN-lab³⁸も展開している。

「MIDOLINO__ (中央地区)」は惣菜・ソース類・粉末食品製造許可を取得したシェアキッチンを完備し、飲食店や食品製造・販売業での起業をサポートし、創業支援の方法論はユニークネスブランディングである。^{35, 39}

「Start up Café (武蔵境地区)」はクラフト・アート系やスモールビジネスで事業をはじめようとする人々を支援し、レンタルスペース、レンタルロッカー、私書箱サービスを完備したカフェ併設のコワーキングスペースで、高校・大学、地域商店・企業、金融機関、市民団体等と連携しながら、様々なワークショップを開催している。^{35, 40}

「8K MUSASHISAKAI (武蔵境地区)」は空き店舗を

活用した8人で使うシェアキッチンで、食品衛生責任者資格があれば利用初日からでも自分の店としてパン・スイーツ・デリなどを製造し、販売可能で、直ぐに営業を始められること、オリジナル屋号で出店できること、開業サポートを受けられるという特徴がある。^{35,41}

③創業支援環境

武蔵野市では創業支援事業を実施するとともに、武蔵野市内には上記の②で記した創業支援施設等がある。

また、東京都産業労働局ではホームページ「東京都創業NET」を立ち上げ、起業に必要な各種情報を提供するとともに、東京都と公益財団法人東京都中小企業振興公社が連携して設立した「TOKYO創業ステーション」を千代田区丸の内⁴²に開設している。さらに、東京都が認定したインキュベーション施設が近隣の三鷹市、小金井市、立川市、多摩市に立地している。⁴³

1999年新事業創出促進法が施行された頃に比して、創業支援の仕組みも、ビジネス・インキュベーション施設も充実し、起業環境・創業環境は整備されてきている。本人が起業しようという確固たる信念と戦略と実行力があれば、起業して、イノベーションを創出しやすくなっているのではないかと考えられる。

5. 考 察

平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査で得られた特徴的な結果から、地域で産業を振興させるために継続的なイノベーション（本稿ではイノベーションを新たな経済的価値や社会的価値を生み出すことと定義^{6,7,8}）を創出するには「イノベーション創出の場」が必要と考え、イノベーション創出の場としての武蔵野市について考察する。

伊丹（1999、2005）による「場とは、人々がそこに参加し、意識・無意識のうちに相互に観察し、コミュニケーションを行い、相互に理解し、相互に働きかけ合い、相互に心理的刺激をする、その状況の枠組みのこと」^{13,14}や、菊池・小林（2018）による「場のイノベーションとは専門的職能集団によりデザインされた場の実現により捻じり出される変革を総称する事象」で、イノベーションは対話から始まるとの考えや、ウィルバー・トンプソン（1965）が大学や図書館などのある大都市は一つの大きなコーヒー・ハウスであり、優れた頭脳を持つ者たちが衝突し、新製品や新しいプロセ

スにつながる火花を散らしていると論じていることは²⁷、図書館機能を保有する武蔵野プレイスや武蔵野市内に立地する大学等がその役割を担っていると考えられる。

また、4章(1)で見てみたようにリチャード・フロリダ（原著2002、訳本2008）が提唱するクリエイティブ・クラス²⁴について、武蔵野市には一定割合のクリエイティブ・クラスが居住、集積している。リチャード・フロリダが（原著2005、原著2008）都市の中心は常にクリエイティブティの培養器となり²⁵、現代のクリエイティブ経済における経済成長の真の原動力とは才能と生産性に満ちた人々の蓄積と集中化であると論じていることから²⁸、武蔵野市はクリエイティブ・クラスが集積するとともに、起業したい住民のクリエイティブティの培養器になっているとも考えられる。

武蔵野市の創業支援政策や武蔵野市内開設の創業支援施設の特徴やコンセプトは、物販や飲食関連での起業希望者向けで、子育てで家庭に入った女性等のチャレンジへの支援の一助になっていると見受けられ、少子高齢化時代の労働力不足解消のためにも、ワークライフバランスを考え、自分なりのペースで子育てや家庭生活もある程度尊重しながら仕事を再開したい主婦層等を支援する重要な取り組みである。

自分の知識や経験を生かして武蔵野市内での起業を希望しているのは50-59歳の男性を筆頭に、40-49歳の男性、60-69歳の男性の比率が高く、そのような40-69歳の男性向けのビジネス・インキュベーション施設及び類似のワーキングスペースやシェアオフィス（前掲したi-office 吉祥寺やKN-lab）等も既に武蔵野市内に立地している。

以上のように、武蔵野市にはターゲットをある程度絞り込んだきめ細かい創業支援施設が立地している。野中・紺野（2012）はインターネットを通じて自由なコミュニケーションを行うようになった今、新しい観点や組織や社会の成立するつながりの基本単位として「場」を捉え直す必要が生じてきたことや、「場」ではデザイン思考などの知の方法論、都市における場、イノベーションのための都市などにおける社会実験等の協力的な試みについて論じているように⁵、こういった機能を保有しつつ、起業志向者、クリエイティブ・クラス、武蔵野市立地企業、大学生や若者等が自由に、気軽に何時でも対話やコミュニケーションができ、そ

ここで生まれたアイデア等からイノベーションを創出できるような、分野も参画者も多様な融合・協働・創発型の新しいタイプのビジネス・インキュベーション施設の武蔵野市内での設置が期待される。そうすれば、武蔵野市内立地企業は新しいタイプのビジネス・インキュベーション施設入居起業等との連携や、ビジネス・インキュベーション施設での新たな出会い等から、産学連携やオープンイノベーションを活用し、市内立地デメリットを払拭すべく、競争に勝つことができ、多様で高度な顧客ニーズに対応でき、多様で細分化したマーケットへ対応することができるのではないかと考えられる。

新しい価値創造を見据えた、イノベーション創出の新しいコラボレーションの場としての新しいタイプのビジネス・インキュベーション施設を提案するものである。参考になる一例は、筆者が2016年9月8日に訪問したシンガポールのPlug-in@Blk71である。Plug-in@Blk71はシンガポール国立大学（National University of Singapore / NUS）が運営するNUSエンタープライズとシングテル（シンガポール・テレコム）のベンチャーキャピタルのInnov 8（イノバイト）とシンガポールのメディア開発庁の連携により2012年に設立され、アントレプレナーをアイル＝ラジャ地区のこのブロックに集め、事業の創出を支援している⁴⁴。工業団地の貸し工場棟をリノベーションしており、起業を目指すスタートアップ企業同士のコミュニティを形成することに加え、Plug-In@Blk71にはNUSエンタープライズ以外のインキュベーターや投資家、エンジェル投資家も同居しているため、産学官連携等でスタートアップ企業のビジネス展開や新しいビジネス等が対話やコミュニケーションや各種イベント等を通して生まれ、インキュベーション施設というよりは起業家のメルティングポットとして、未来のシンガポール経済を支える起業家を生み、育てられる文化の醸成を目指し、コミュニティが活発になるための空間作りを最優先にしている⁴⁴。

新しいタイプのビジネス・インキュベーション施設は新たな建屋を新設する必要は無く、既存施設を活用し、起業家を中心に、産学官多様な人々のコミュニケーションの場となり、イノベーションが生まれるしかけを作れるプロデューサー的人材が常駐していることが

望ましいと考えられる。

特徴的な武蔵野市事業者意向ヒアリング調査で前掲したX社は、社長のアイデアから体に負荷のかけにくい商品を開発し、製造販売しているが、筆者はヒアリングした際に、体に負荷がかけにくいことに関する客観的なデータが必要であることを直感し、社長へ話したところ是非専門家等を紹介してほしいとの希望があった。そのため、平成29年度亜細亜大学都市創造学部が受託した武蔵野市からの調査の一環ではなく、産学連携を長年研究する筆者がボランティアで、東北大学教授・准教授へ相談し、東京都内にある国立研究所の研究者を紹介してもらい、筆者が国立研究所へ出向いて相談し、都区内にある別のY研究所を紹介してもらった。後日、X社社長と筆者でY研究所を訪問し、客観的データをとりたいこと等相談し、当然のことながら費用がかかること等説明を受けたが好感触であった。産学連携で費用が発生する際にタイムラグ無く使える補助金など、生憎武蔵野市の仕組みにはなかった。その後、X社社長の知人の元勤務先Z社が加わり、X社とY研究所とZ社での共同研究が進捗するという好結果に至った。これは、筆者が産学連携の研究を通して、この案件の専門領域に近い東北大教授・准教授へ相談したことがきっかけとなっているが東北大学を除くと、最初に紹介してもらった国立研究所もY研究所も東京都内に立地しており、近接性を活かした都市型の産学連携を活用できたと言える。筆者がボランティアで動けたのも、ある程度近接性のある都市型の産学連携だったからである。X社、Y研究所、Z社共同による客観的データの測定分析から共同研究を通しての新たなイノベーション創出までには時間を要すると想定されるが、産学のステークホルダーが一定の近接性の中に存在する都市型連携活用によるイノベーション創出は存在するものとする。武蔵野市はわが国最大の大都市圏東京にあり、市内既存企業や起業を考えている住民等との近接性のある連携先が多数存在しており、都市型連携活用イノベーション創出を目指せるものと考えられる。

6. おわりに

本稿では、平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査で得られた特徴的な結果から、地域で産業を振興さ

せるために継続的なイノベーションを創出するには「イノベーション創出の場」が必要と考え、イノベーション創出の場としての武蔵野市について考察することを研究目的とし、検討項目に「イノベーション創出の場」、「起業支援とビジネス・インキュベーション施設」、「都市型連携活用イノベーション創出」を導出し、先行研究や筆者のヒアリング等から次の内容を考察した。

武蔵野市にはリチャード・フロリダが提唱するクリエイティブ・クラスが一定割合居住し、集積している。

武蔵野市内に立地する5大学は仙台堀切川モデル⁶を参考にしながら地域企業や住民や学生や教員で連携し、大学が学びの場のみならず、バーチャルな地域課題解決を含むイノベーション創出の場になりえると考えられる。

武蔵野プレイスは人々が集い、知的な創造や交流を育む「場」として誕生したが³²、場を利用する優れた頭脳や行動力を持つ者たちのアクションや対話がイノベーションのヒントやアイデアの源泉になり、イノベーション創出が期待され、武蔵野市におけるイノベーション創出の場の一つになるものと考えられる。

武蔵野市は創業支援政策を講じており、武蔵野市内には既に複数の創業支援施設がある。起業志向比率の高い40-69歳の男性等が強みを発揮してイノベーションを創出していくことが望まれる。そのため、起業志向者、クリエイティブ・クラス、武蔵野市立地企業、大学生や若者等が自由に、気軽に何時でも対話やコミュニケーションができ、産学連携やオープンイノベーションの活用も念頭に置きながら、そこで生まれたアイデア等からイノベーションを創出できるような新しいタイプのビジネス・インキュベーション施設の設置が期待される。イノベーションが生まれるしかけを作れるプロデューサー的人材が常駐していることが望ましいと考えられる。

武蔵野市はわが国最大の大都市圏東京にあり、市内既存企業や起業を考えている住民の連携先が近隣に多数あり、都市型連携活用イノベーション創出を目指せるものである。

今回は平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査で得られた特徴的な結果から、地域で産業を振興させるために継続的なイノベーションを創出するには「イノ

ベーション創出の場」が必要と考え、イノベーション創出の場としての武蔵野市について、「イノベーション創出の場」、「起業支援とビジネス・インキュベーション施設」、「都市型連携活用イノベーション創出」に関して概観し、考察したが、誌面の都合もあり、それぞれについて保有すべき新たな機能等の詳細な提案までには至っていないことが本研究における課題である。例えば、新しいビジネス・インキュベーション施設の在り方について、シンガポールのPlug-In@Blk71を参考にしているが、複数の他の新しいコンセプトで運営しているビジネス・インキュベーション施設等についても研究し、参考にしていきたい。

イノベーション創出の場としての武蔵野市のポテンシャルの高さが明らかになったので、起業志向の住民等や既存立地企業等との連携による継続的なイノベーション創出により、武蔵野市の産業が一層発展することが期待される。

引用文献・参考文献

- 1) 平成29年度武蔵野市産業振興計画事前調査事業報告書
- 2) Schumpeter, J.A.: The Theory of Economic Development, Cambridge Harvard University Press, 1934. (塩野谷祐一他訳：経済発展の理論, 岩波書店, 東京, 1977.)
- 3) 後藤晃：イノベーションと日本経済, p22, 岩波書店, 東京, 2000.
- 4) 一橋大学イノベーション研究センター編：イノベーション・マネジメント入門, p3, 日本経済新聞出版社, 東京, 2001.
- 5) 野中郁次郎・紺野登：知識創造経営のプリンシプル, 東洋経済新報社, 東京, 2012.
- 6) 林聖子・田辺孝二：地域中小企業のイノベーション創出を促進する仙台堀切川モデルの考察, 産学連携学, 7(1), 31-41, 2010.
- 7) 林聖子：地域産業振興を促進する中小企業のイノベーション創出支援機能, 都市創造学研究, 第1号, 101-115, 2017.
- 8) 林聖子：地域産業振興を促進するための公設試験研究機関の支援機能, 都市創造学研究, 第2号, 43-60, 2018.
- 9) <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/law/detail/?id=2799&vm=01&re=>
- 10) 河野秀樹：〈場〉とはなにか——主要な理論と関連する概念についての学際的考察, 目白大学人文学研究, 第6号, 39-60, 2010.
- 11) Kurt Levin: Field Theory in Social Science, Harper & Brothers, 1951. (猪股佐登留訳：社会科学における場の理論, 誠信書房, 東京, 1956.)
- 12) 今井賢一：イノベーションと組織, p9, 東洋経済新報

- 社, 東京, 1986.
- 13) 伊丹敬之: 場のマネジメント——経営の新パラダイム, p40-41, NTT 出版株式会社, 東京, 1999.
 - 14) 伊丹敬之: 場の論理とマネジメント, p42, p103, 東洋経済新報社, 東京, 2005.
 - 15) 野中郁次郎: 組織と市場——: 組織の環境適合理論, p40, 千倉書房, 1974.
 - 16) Nonaka, I. and Konno, N.: The Concept of “Ba” —— Building a Foundation for Knowledge Creation, California Management Review, 40 (3), 40-54, 1998.
 - 17) 野中郁次郎・遠山亮子・平田透: 流れを経営する——持続的イノベーション企業の動態理論, p59, 東京経済新報社, 東京, 2010.
 - 18) 菊池純一・小林直人編: 場のイノベーション——異なるコト・モノの協創のための理論と実践, p1-2, 中央経済社発行, 中央経済グループパブリッシング発売, 東京, 2018.
 - 19) 野中郁次郎・紺野登: 知識経営のすすめ——ナレッジマネジメントとその時代, 筑摩書房, 東京, 1999.
 - 20) 林聖子: わが国におけるビジネス・インキュベーション施設の現状と課題, 日本知財学会第1回研究発表会・シンポジウム予稿集, 69-72, 2003.5.25.
 - 21) 日本新事業支援協議会: データハウス ビジネス・インキュベーション施設の整備状況, JANBO Review, No.8, 21-22, 2005.
 - 22) 経済産業省: 平成25年度地域産業活性化対策調査(ビジネス・インキュベーション手法調査) 報告書, 経済産業省委託事業(委託先: 一般財団法人日本立地センター), 2014.
 - 23) 丹生晃隆: ビジネスインキュベーション施設における支援活動と成果に関する探索的研究——入居企業の満足度と支援従事者のモチベーション要因を中心に, 宮崎大学地域資源創成学部紀要, 第1号, 1-17, 2017.
 - 24) Richard Florida: The Rise of the Creative Class, Basic Books, New York, 2002. (リチャード・フロリダ著, 井口典夫訳: クリエイティブ資本論——新たな経済階級の台頭, ダイアモンド社, 東京, 2008.)
 - 25) Richard Florida: The Flight of The Creative Class, HarperBusiness, New York, 2005. (井口典夫訳: クリエイティブ・クラスの世紀——新時代の国、都市、人材の条件, ダイアモンド社, 東京, 2007.)
 - 26) Peter Hall: Cities in Civilization-Culture, Innovation and Urban Order, Weidenfeld & Nicolson, London, 1998.
 - 27) Wilbur R. Thompson: A Preface to Urban Economics, Prepared for Resources for the Future, Inc. Johns Hopkins Press, Baltimore, 1965.
 - 28) Richard Florida: Who's Your City?: How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life, Basic Books, New York, 2008. (井口典夫訳: クリエイティブ都市論——創造性は居心地のよい場所を求める, ダイアモンド社, 東京, 2009.)
 - 29) North, D.: Public Sector Support for Innovating SMEs, Small Business Economics, 16 (4), 303-317, 2001.
 - 30) 中小企業庁: 2017年版中小企業白書概要, 中小企業庁, 2017. http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/PDF/h29_pdf_mokujityuuGaiyou.pdf
 - 31) 林聖子・田辺孝二: 震災復興支援のための福島堀切川モデル, 研究・技術計画学会第28回年次学術大会講演要旨集, 639-642, 2013.
 - 32) http://www.musashino.or.jp/place/_1187.html
 - 33) http://www.city.musashino.lg.jp/kurashi_guide/shoko_nosei_rosei/shoko/1005796.html
 - 34) http://www.city.musashino.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/005/796/2018.4.1.pdf
 - 35) <https://www.musashino-shouren.com/founderinfo/>
 - 36) <http://www.i-dreamkichi.com/>
 - 37) <http://www.mb-brain.com/group/i-office/>
 - 38) <http://www.mb-brain.com/group/kn-lab/>
 - 39) <http://midolino.tokyo/>
 - 40) <http://startupcafe-tokyo.com/>
 - 41) <http://8k-sharekitchen.com/>
 - 42) <http://www.tokyo-sogyo-net.jp/>
 - 43) <https://www.tokyo-kosha.or.jp/station/>
 - 44) <https://www.worksight.jp/issues/538.html>