

《4》横浜型経済戦略を理解するためのキーワード

② 経済活性化のための中期ビジョン「集い、創り、歓ぶ」チャレンジ・横浜！」

1 はじめに

のです。

今年7月に、横浜経済活性化に向けた中期ビジョン「集い、創り、歓ぶ」チャレンジ・横浜！」が策定されました。昨年6月に「横浜経済活性化懇談会」が設置され、この懇談会のもとに「横浜中期経済ビジョン策定委員会」（土志田征一委員長）が置かれ、検討されてきたものです。

2 経済政策における「ビジョン政策」について

横浜の経済政策としての「ビジョン」を考えるに当たり、法や金融政策を持った国の場合とは違って、「現場」として取り組んで来た地域経済政策の歩んで来た道を、一度過去にさかのぼり、力（先人の知恵）を得て再び現在に帰って来るといふ視点で振り返ってみることは、私たちが、今だけを見て反応するのではなく、戦後横浜が歩んできた先人たちの労苦を深くとらえ、活用するために有効な方法だと思えます。

ともに、既存中小・零細企業の再生支援、誘致（工場団地の形成）や問屋街の建設、インド商社街の再生、国内の販路開拓、輸出振興など、積極的な工場誘致や育成策などの「誘導政策」が行われた時期で、政策の目的が地域経済の復興と雇用確保に向けられていました。

しかし、高度成長を経て1980年代を前後して、地域経済の再生と新たな企業集積が進むにつれて、直接的な「誘導政策」に併せて、都市型サービス業や先端技術産業の振興、新たな商店街振興、コンベンション・情報機能の重視、経済中枢機能の強化など、戦略性を持った機能的・横断的なバランスある経済発展をめざす「調整政策」が加わってきます。

さらに90年代になり、ソフト化・サービス化が進むなど、産業構造の調整・転換が課題となるにつれて、都市づくりにおける経済政策の役割、市民の豊かさの実現に向けた成熟化時代の都市としてのめざすべき姿など、先進的な目標像を付加した「ビジョン政策」へと発展してきました。

こうした経済政策の変遷から、例えば、現在の「企業誘致」政策を考えると、単に、「誘導政策」における量的な集積強化ではなく、産業集積の質的な機能強化（中枢機能の強化など）や、都心部づくりの戦略的手段（MM21地区、京浜臨海部、既存集積の補完と再生のトリガー）としての「調整政策」となっており、ついにはフラッグシップ企業の誘致、京浜臨海部の再生など都市の個性が求められるようになってきています。つまり、「ビジョン政策」として考えるにあたっては、「都市の魅力」を高める性格を併せ持っていることが重要となってきたのです。

今回の経済ビジョンは、平成元年の「新産業構造ビジョン」、平成5年の「よこはま新経済ビジョン」に続く、3度目で10年ぶりのビジョンです。

このビジョンは、非成長・拡大の時代を迎え、産業構造の転換や少子高齢化の進展など本市を取り巻く経済・社会環境が変化する中で、横浜市中期政策プランを踏まえ、横浜経済の再発展をより積極的に図るため、「民と行政の協働」を重視した、新しい経済ビジョンとして策定されたも

このように横浜の経済政策

は、「誘導政策」、「調整政策」、「ビジョン政策」の重層化の縦糸と、都市と市民の生活様式の高度化、成熟化の横糸で、歴史的に編み合わされて創り出されたものです。さらに、これらの経済政策は、地域における産業集積と複合化（パランスある経済発展と都市づくりとの一体化）を図る立地政策として統合され、彩られて、自治体固有の地域経済政策をめざしてきました。

② 中期ビジョンの役割

このように横浜の経済政策

は、「誘導政策」、「調整政策」、「ビジョン政策」の重層化の縦糸と、都市と市民の生活様式

の高度化、成熟化の横糸で、歴史的に編み合わされて創り出されたものです。さらに、これらの経済政策は、地域における産業集積と複合化（パランスある経済発展と都市づくりとの一体化）を図る立地政策として統合され、彩られて、自治体固有の地域経済政策をめざしてきました。

こうした歴史的な変遷を持った横浜の「経済政策」ですが、今回のビジョンは、これまでのように経済政策の総合的な体系作りや都市づくりの重点を置くものではありません。むしろ、経済の先行き・動向が不透明な時代を反映して、横浜経済の現状を打破し、再発展を図るため、「民」の力を存分に活かして、新たな前進を図るための新しい手段

① 経済政策の重層化

横浜市中期政策プランを踏まえ、横浜経済の再発展をより積極的に図るため、「民と行政の協働」を重視した、新しい経済ビジョンとして策定されたも

て、まず、震災復興で始まる戦後を見ると、環境整備（ハードインフラの整備や業界団体・外郭団体の再生など）と

このように横浜の経済政策

は、「誘導政策」、「調整政策」、「ビジョン政策」の重層化の縦糸と、都市と市民の生活様式

の高度化、成熟化の横糸で、歴史的に編み合わされて創り出されたものです。さらに、これらの経済政策は、地域における産業集積と複合化（パランスある経済発展と都市づくりとの一体化）を図る立地政策として統合され、彩られて、自治体固有の地域経済政策をめざしてきました。

と方法を特徴とし、危機突破を図る実行型ビジョンとしての性格を意識した「プロジェクト重視型」とも言えるものとなっています。それだけに事業の立ち上げを見越した中期ビジョンとならざるを得ないものとなりました。

3 中期ビジョンの特徴と視点

今回のビジョンは、以上のような歴史的な変遷の中で役割を持つと同時に、これまでのビジョンとは違う特徴を持っています。その特徴の第一は、具体的なプロジェクトを提案する実行型ビジョンであることです。第二の特徴は、プロジェクトを推進するに当たり、「民」と「行政」との協働による手法を重視したビジョンであることです。さらに特徴の第三は、暮らしや文化に及ぶ広い分野を対象とし、ベンチャーやNPOなどの新しい経済活動の担い手と、広範な横浜経済や雇用を支えている既存企業との連携を重視したビジョンであることです。

また、ビジョンは以下のよ

①新しい価値を創造する経済社会をつくる
生活の豊かさ(質)や発想、知識・技術を重視し、新しい価値を創造する(または本来の価値を再生する)経済社会を形成することです。

②多様な経済主体が活躍して元気のある横浜経済をつくる
新しい価値を創造する主体として、これまでの企業や商店街に加え、ベンチャー企業、市民、産業NPO(コミュニティビジネスを含む)、企業コンソーシアムなど、多様な経済主体が、連携を図ることにより、経済の活力を創造していくことです。

③都市づくりと一体化した産業活動の場づくり
都心・副都心をはじめとした地域構造の変化や産業の空洞化などの構造の変化、IT、バイオなど新たな産業集積に対応した都市・産業基盤整備や、安全で快適な都市生活空間の整備により、都市づくりと連動した産業活動空間を形成していくことです。

④横浜経済のポジショニングを高める
東京への新たな一極集中の動きを踏まえて、横浜の資源

や魅力などの強みを伸ばすとともに、都市間競争への対応を図るため、一方では東京の力を借りつつ、東京との補完的関係を重視するなど、広域的な連携を促進し、魅力(個性)ある横浜経済の確固たるポジショニングを高めることです。

4 中期ビジョンの主な内容

①将来像の前提
ビジョンはまず、「社会経済の新たな潮流」、「横浜経済の現状」及び「横浜のポテンシャル」として分析し、これを踏まえ、「横浜経済の可能性」を次の4点に集約しています。

- (1)「独自性、競争優位性の高いビジネス」が展開される
- (2)「ネットワークの構築によるダイナミズム」を生み出す
- (3)「地域特性を活かした産業集積」を形成する
- (4)「横浜経済のプレゼンス(存在感)」が高まる

②将来像と「めざすべき姿」
将来像は「集い、創り、遊ぶ」チャレンジ・横浜」として掲げています。「集い」

は、市内外の多様な企業、人、情報、文化、モノ、技術が集積、交流、融合する都市を、「創り」は新技術、新製品、新産業などの新しい価値を創り出す都市を、そして「遊ぶ」は市民や企業などが、創造する欲び、生活の豊かさ、充実感を分かち合える都市をそれぞれ意味しています。

この将来像は、「民」が主役、豊かさが実感できる街、「新事業・新産業を持続的に生み出す街」、「国際ビジネスが集い、交流の拠点となる街」という3つの個性をあわせ持った街(「横浜経済のめざすべき姿」)を実現することによって、到達できるものとしています。

そのため、この3つの「めざすべき姿」の展開方向を具体的なイメージとして提示することによって、横浜らしい個性が発揮される地域経済の新しい展開方向とその道筋として明らかにすることができるとして、としています。

- (1)「民」が主役、豊かさが実感できる街
- (2)多様な担い手による新たなビジネスの創出

③大都市性を活かし、豊かさを広域に発信
(2)「新事業・新産業を持続的に生み出す街」

- ①技術、知識、アイデア、経験等を活用した事業革新に創出
- ②ベンチャー企業を持続的に創出
- ③大学、研究機関の知財を活用した活発なイノベーションの展開
- ④特色のある産業クラスターの形成

(3)「国際ビジネスが集い、交流の拠点となる街」
①様々な国・地域への意欲的な海外事業展開
②様々な国・地域から進出する外資系企業の集積
③国際ビジネス拠点の形成
④国内外から多くのデジタル

③基本戦略
さらに、こうした「めざすべき姿」に向けた「基本戦略」として、重視すべき五つの力(「技術力、知識力」、「文化力」、「地域力」、「ネットワーク力」)

「情報発信力」を発揮すること、また、今後5年間重点的に育成・振興を図る戦略産業群(生活関連産業、デジタル

家電産業、バイオ関連産業、集客産業」を示しています。

これまでのビジョンでは「将来像や行政の施策体系及びブランドデザイン」を示していましたが、本ビジョンでは、「実現に向けた5年間の実行型ビジョン」を提案し、「民」と行政がともに課題を共有し、その解決に向けてそれぞれの役割を認識し、具体的な行動を起こす」ことを重視しています。

- さらに、5つの基本戦略を踏まえつつ、3つの「めざすべき姿」の実現に向けて、民が主体又は民と行政が協働で実行するアクションプランを「10の重点プログラムと37の事業」として次のように提案しています。
- (1) 地域生活産業プログラム
 - (2) 女性への支援プラットフォーム形成プログラム
 - (3) 高齢者への支援プラットフォーム形成プログラム
 - (4) 文化芸術創造都市の形成プログラム
 - (5) ものづくりプログラム
 - (6) 地域の金融機能の強化プログラム
 - (7) 京浜臨海部の再生プログラム
 - (8) 産業集積の創出プログラム
 - (9) 集客産業プログラム
 - (10) 国際交流拠点の形成プログラム

ラム

さらに中期的期間での事業着手を勘案し、担い手が存在し、具体化の動きがあり、今後3年間(2004年～2006年)のうちに取りかかることができると見られる「5つの戦略プロジェクト」として選り出し、提案しています。

- (1) コミュニティ再生モデルプロジェクト
生活支援ビジネスの創造と商店街の再生
- (2) メイド・イン・ヨコハマプロジェクト
「横浜ブランド」の創出による製造業の再発展
- (3) 横浜発デジタル家電プロジェクト
新技術と既存産業の融合による機器開発
- (4) 横浜情報通信ネットワークプロジェクト
情報インフラ活用による競争力強化
- (5) 歴史を活かしたテーマ型集客プロジェクト
150年の国際性豊かな歴史を活かした魅力づくり

5—新しい手法と考え方

今回のビジョンで新たに打ち出した主な手法等について説明しておきましょう。

- ① 都市の魅力
まず、都市の個性とブランド化を、「都市の魅力」として打ち出しています。これまでは「産業が都市を創って」きました。しかし、これからは、「都市が産業を創る」時代です。経済を活性化するためには、その都市に、多様な人、企業、情報、文化を惹きつける質の高さがあり、個性、魅力があることが求められており、こうした魅力ある都市となるには、横浜の持つ地域資源(ポテンシャル)をいかに発揮し、活用し、発信する必要があります。

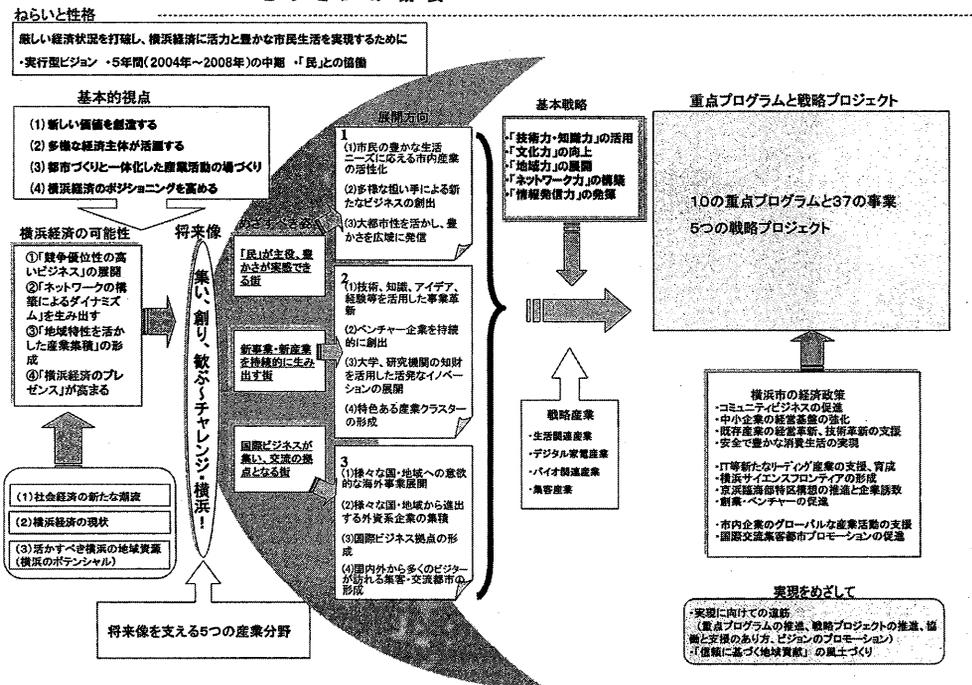
都市の魅力を高める地域資源の最大の柱は「市民」です。ビジョンでは、その市民を「経済主体の多様化」として捉えました。これまでの既存の企業、商店などと共に、ベンチャー企業、コミュニティビジネス、NPOなどを積極的に取りあげています。NPOやコミュニティビジネスについては、平成元年のビジョンにおいてすでに「草の根ビジョン」として打ち出されていましたが、むしろそうしたビジネス形態が本格化し始めたことや、雇用や地域コミュニティの再生という観点から今回は積極的に取りあげています。

② 経済主体の多様化

「経済主体の多様化」として捉えました。これまでの既存の企業、商店などと共に、ベンチャー企業、コミュニティビジネス、NPOなどを積極的に取りあげています。NPOやコミュニティビジネスについては、平成元年のビジョンにおいてすでに「草の根ビジョン」として打ち出されていましたが、むしろそうしたビジネス形態が本格化し始めたことや、雇用や地域コミュニティの再生という観点から今回は積極的に取りあげています。

図

ビジョンの概要



③ 地域循環性の重視

次に、都市の自立性、内発性を重視して、「地産地消をベースにする（地域循環性の重視）経済政策」、「地域資源を最大限活かす経済政策」を基本としました。これは「ネットワーク論」や「産業集積論」の基礎にある考え方です。

横浜経済が、産業集積によるバランスある産業コンプレックスを形成する上で、付加価値があらゆる段階で地元へ帰属するような地域産業連関を図ることが重要です。つまり、地域内産業連関の発展（生産誘発効果）をベースとする産業振興を基本とし、市民の多彩な就業機会（雇用誘発効果）、生活の保障（所得誘発効果）、地域金融による地域再投資（資金循環）、市民の豊かさへの質的向上（地域コミュニティの形成、産業文化・生活・芸術文化への誘発・温床効果）に直接的具体的に貢献することが重要な点です。

これらは市内の各地域の個性をはぐくみ、競争と共生の経済バランスを確保します。そして、そのためには地元資

本主体が地域経済発展の道を歩み、地域に中枢性、意志決定権のある自立的本社経済を形成することを基本としています。その意味でも、誘致政策は産業集積を基礎に置く内発性を強化する戦略的手段となります。

④ 異能連携

また、こうした多様な経済主体の地域特性を活かした様々なレベルでのネットワークを「協働と新たなネットワーク（異能連携）」として提起しています。

従来も、同業種、異業種、異分野（創造・製造・商売の連携）、産学・商学の連携など、個別に、もしくは集積として行う形はありましたが、さらに、多様な経済主体と共に積極的に知的専門家・企業（プロフェッサー、コーディネータなど）の仲介を得て、地域性を活かしながら関連し合って相乗効果を発揮する連携により、事業のダイナミズムを発揮する仕組みを強調しているのが「新たなネットワーク」という意味です。こうした新たなネットワークで戦

略プロジェクトの事業化も検討しようと考えています。

⑤ 国際ビジネス拠点

もちろん、グローバル社会にあつては、地産地消をベースとした上で、「国際性」を標榜し、開港以来その実績を積み上げてきた都市として、積極的に横浜を「国際ビジネス拠点」として捉えようとしています。

横浜にはすでに輸出入、海外直接投資、国際業務提携、外資系企業の進出などグローバルな事業活動を展開している特色ある多様な経済主体（外資では半導体関連、自動車関連など）が数多く立地（集積）しています。また、これらの経済主体が国内外の経済主体との間で様々なグローバル・ローカルネットワークを形成し、それらのグローバルな事業活動を支える関連産業や都市機能も整ってきています。こうした国際ビジネス拠点として、国内外に国際的な魅力ある都市像を発信し、さらに充実した都市を形成するために重要でしょう。

⑥ 地域貢献の風土づくり

最後に、新しい概念ですが、都市が産業を生み出す仕組み（土壌）、「信頼に基づく地域貢献の風土づくり」について言及しています。

様々なレベルでのネットワークが地域で重層構造を形成し、多様な面で相互に連結することで、多様な専門家や業種での緩やかな「相互の顔の見える信頼関係」が創生されつつあります。最近では、こうした試みが「ソーシャルキャピタル（社会資本）」として、重要視されるようになってきました。

さらに、地元横浜に「愛着心」や「存続心（横浜に居続けたいと思う気持ち）」を抱く企業やNPOなどの多様な経済主体の活動が、地域社会の交流などへの寄与に留まらず、「企業社会責任（CSR）」の重視や、「社会責任投資（SRI）」による「市民ファンド」や「寄付」などに発展することが地域経済の活性化推進の重要な方策の一つにあげられます。

そのためには、地域貢献への自発的な参加と協働の仕組

みを作り出し、様々な連携が進められるような、地域に根ざした環境・風土づくりが重要で、都市の魅力づくりには不可欠な要素でしょう。

6 今後の取り組み

本ビジョンは、横浜経済活性化懇談会が、広く民と行政に提言しています。「民」に対しては、「自らの経済活動の活発化」による「雇用の確保」「地域貢献」などを促し、行政には、内部での情報交換、連携を十分に図りながら、民が各事業を実施する際に各事業が必要とする協働のコーディネート、適切な支援方策の活用や環境整備に取り組みなどを提案しています。

すでにビジョン実現のため、戦略プロジェクトの事業化検討が開始されていますが、同時に、市内主要企業に対して、ビジョンの理解、参画、協働を働きかけ、市民、行政とともに企業が一体となって取り組みを推進していくことが重要となっていくでしょう。

△兼松仁礼夫、土屋秀子〓経済局総務部経済政策課▽