

神奈川県鎌倉市にIT(情報技術)関連のベンチャー企業が集積し、事業を拡大している。東京都心に比べテナント賃料や自然環境などの面で勝るうえ、京都と並ぶ歴史ある街の魅力を会社のイメージや知名度に生かせることなどが背景にある。起業家たちは米シリコンバレーになぞらえて鎌倉を「カマコンバレー」と呼び始めた。

JR鎌倉駅東口から徒歩5分。鶴岡八幡宮に向かう大通り沿いの商業ビルに10月、ベンチャー企業「iichi(いち)」がオフィスを構え、営業を始めた。インターネットで生活雑貨や衣類、食器といった手作りの品物の売買などを仲介するサイトを運営する。資本金は5000万円。

作家300人登録

以前は大手広告会社の博報堂グループが主導する有限責任事業組合としてサイトを運営していた。登録する手芸作家が約3000人になり、出品は約2万7000点に達したことから、さらに事業を拡大するため株式会社化した。iichiには、地元

「カマコンバレー」羽ばたく

鎌倉に「IT」集積



鎌倉市内に本社を置くウェブ
サイト企画・開発などの村式

起業に文化色生かす

を展開するランサーズ(同)は2009年に川崎市から同市内に移転した。請け負う個人会員数はまもなく10万人に達する勢いで、仕事案件数は月6500ほどと1年前

意味が込められている。「鎌倉には工芸などの作家や団体が多く、これも魅力」と飯沼健太郎代表取締役は話す。

格のネットサービス開発、ひとりひとりやそれぞれのキャク(鎌倉)や、という意味の英語「e」ウェブサイトの制作の村式「ch」と、多くの人が集(同)も出資した。iichi、良いものと出合える仲介する「クラウドソーシング」というサービス

横のつながり強く

の約4倍に増えていると、業容拡大に対応し、アルバイトなども含め現在21人の従業員を12年度中に30〜40人に増やす計画だ。

た。村式の住吉社長は「鎌倉には価値観の近い人が集まっている」と話す。取引先を鎌倉の地に引き入れる企業立地の好循環も生まれている。

ベンチャー企業は横のつながりも強く、「鎌倉IT勉強会」を立ち上げ

東京から転入 東京などからの転入も、環境も良いため移転することにした(桑畑タケル代表取締役)とい

古都・鎌倉に集積するIT系企業		
社名	設立	事業の概要
＜鎌倉発ベンチャー＞		
カヤック	1998年	ネット上のコンテンツ作成
村式	2006年	ウェブサイトの企画・開発
iichi	2012年	手芸雑貨の売買仲介サイト
＜移転のベンチャー＞		
ランサーズ(2009年に川崎市から移転)	2008年	ネット上で業務を外部委託
ジャンプスタート(東京・中央)	2008年	広告の企画・制作・運営
デルクリエイティブ(東京・渋谷)	2005年	ウェブサイトの制作や運営

広告の企画制作やネットショッピングサイトなどを運営するデルクリエイティブ(東京・渋谷)も11月末に本社を同市内に移す。インターネットの普及で場所を問わず働けるようになった時代の変化を映している。

日程	キーワード	内容
平成24年 12月議会	IT企業誘致 カマコンパレー	【質問】IT企業の誘致について、どのように考えているか。
		<p>■国の事業所、企業統計調査によると、鎌倉市の事業所のうち、IT企業などの情報通信業の数が、平成18年の60カ所から平成21年には154カ所と、2.5倍に伸びているということ で、その増加傾向にある。</p> <p>■これをシリコンバレーになぞって鎌コンバレーと言っているそうなのですが、この状況、別に鎌倉市が何かやったわけではなくて、IT業界の方々が鎌倉がよく見えていると思う んですが、このIT企業の誘致、企業誘致は鎌倉はなかなか工場をつくるとか、そういうことも難しいで すし、大きなショッピングセンターというの、可能性はやるとしても深沢ぐら いしかないというところで、IT企業の誘致というのは、オフィスを構える場所さえあれば、法人市民税 が入ってくるのでいいんじゃないかなと。今、IT企業はバブルだそうなので、 この点についてはいかがでしょうか。</p>
平成25年 2月議会	IT企業誘致 職住近接型	<p>【質問】鎌倉の環境を活用した職住近接型のICTソフト企業の誘致や育成による新たな収入確保の可能性と今後の支援策について伺いたい。</p> <p>■職住近接の有用性ととも、近年では、海や田んぼがある環境で開発に当たれば、IT技術者が新しいアイデアを生み出せるのではと、サテライトオフィスを地方に置く事例も増えています。</p> <p>■海もあり、自然豊かな鎌倉は、環境面でもICT産業の適地ではないかと考えます。</p> <p>■特に、大きなスペースを必要としないことも、市域面積が決して大きくない鎌倉には適しており、市内に職場があることにより、居住による個人の市県民税だけでなく、新たな雇用も生まれ、さらには法人市民税などの税収につながるかと考えます。</p>
	IT企業誘致 カマコンパレー	<p>【質問】新たな企業誘致を行う考えはありませんか。特にIT企業であれば、多少拠点が分散してもネットワークでカバーできることもあり、アメリカのシリコンバレーのようにカマコンパレーを形成して行くことは、検討できないでしょうか。</p> <p>■IT企業の集積地としてのカマコンパレー構想等、将来の夢を語るの新生古都を目指し、頑張っていくようエールを送り、討論を終わります。</p>
	企業誘致	<p>■長く鎌倉市内で事業展開を行ってきた資生堂大船工場が平成27年に撤退するという発表がありました。</p> <p>■市としては、撤退後のあり方を見据えていかなければなりません。市としてどのように取り組んでいくのか伺うとともに、今後資生堂と連携して検討するのはいかがでしょうか伺います。</p> <p>■資生堂の撤退と関連するが、企業誘致による産業振興と市内での就労の場の確保をしないとベッドタウン化してしまうが、その点についての認識を伺いたい。</p>
	企業誘致 資生堂跡地 カマコンパレー	<p>■資生堂の撤退発表の一方、日本経済新聞等でも紹介されたカマコンパレー等、新規企業の参入の可能性に対する考え方をお伺いしたいと思います。</p> <p>また、今後は、市内への企業誘致を考えていかなければならないと思いますが、どのような公的メリットを考慮することが考えられるかお伺いいたします。</p>
平成25年 9月議会	鎌倉らしい産業	<p>【質問】市長が考える20年後も続く鎌倉らしい産業とは、どのようなものと考えているのか。また、その誘導策、育成策については検討が進められているのか。</p> <p>■今市長の言われたようなIT産業の集積というのは、非常に重要だと思っております。</p>
	IT企業の集積 歳入確保	<p>【質問】歳入確保の取り組みについて</p> <p>■IT企業の集積地となっていくということは、かなり直接的に税収としてはね返ってくる可能性がありますのでね、この辺はぜひ進めていただきたいなと思います。</p> <p>何か新しいものにチャレンジしていく、新しい事業を起こしていく。そういう部分を民間の力をかりてやっていく、アウトソーシングをしながらやっていくとか、ぜひ新しいことにチャレンジして収入の確保をしていくことをやっていただきたいなと思います。</p> <p>■子育て施策をやって、鎌倉に移り住んでいただくとか。IT企業の集積地は、そういう世代の人たちですから、物すごく収入が高い人もいますし、そういう方たちを呼び込んでいくというのも一つの方法だろうと思います。</p>
	カマコンパレー	<p>【質問】市民の中のバラエティに富んだ人材だけでなく、近年、IT企業を中心にした「カマコンパレー」のグループなど、鎌倉を拠点とする企業が集積している傾向がある。これらの企業との連携についてどう考えるか。</p> <p>■カマコンパレーの皆様と連携しながら、新しい可能性も探していただければなと思います。</p>
	IT産業育成	<p>■最近では、鎌倉市内でIT産業が進出してきていることから、これら産業を育成し、地域経済の活性化を図るなど、安定した収入確保対策を望むものであります。</p>

資料 3-①

クリエイティブ産業支援策と経済効果調査（カマコンバレーヒアリング）

■日時：平成25年8月29日（木）15：30～16：30

■場所：春秋オフィス3階 会議室

■参加者：カマコンバレー参画企業 5社

市…土屋（PTアドバイザー）、比留間、友野、武部、小池、剣持、石井、齋藤

(1) 部長挨拶（5分）

(2) ヒアリング（25分）※5グループに分かれて個別にヒアリングをさせていただきます。

□オフィス環境の選定理由について

- ・鎌倉に来る前はどこにオフィスがあったのか。
- ・オフィスの立地環境として、鎌倉以外に魅力を感じた場所はあったか。
- ・鎌倉にオフィスを構えるメリット、デメリットは何か。

□取引先・協業関係について

- ・主な取引先や顧客はどういったところか。（カマコンバレー内・市内・横浜・東京・海外）
- ・仕事のパートナーは誰か。（カマコンバレー内・市内・横浜・東京・海外）また、どういった職種か。
- ・市内の個人クリエイターとつながりはあるか。
- ・市内の製造業者とのつながりはあるか。

□交流関係について

- ・カマコンバレーの他に、交流のある組織または加入している団体はあるか。
- ・交流を図る目的は何か。

□集積することについて

- ・「同業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリットはあるか。
- ・「協業関係・取引先（顧客）の事業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリットがあるか。
- ・近隣に立地することで、貴社の業務の効率性向上につながる業種はあるか。
具体的にどのような業種か。
- ・カマコンバレーへの参加動機、活動することによるメリットは何か。
- ・カマコンバレーの活動を通して何を実現したいか。どのような活動を目指しているか。
- ・カマコンバレーに類似する他地域の活動で、理想とする取り組みはあるか。具体的にどこか。

□クール・ジャパンについて

- ・国が取組んでいる「クール・ジャパン」に関心があるか。

□事務所移転について

- ・過去3年くらいで転出した企業を知っていたら教えてほしい。
- ・今後、市外に移転する予定はあるか？その理由は何か。

□行政に求めること

- ・行政に求める支援はあるか。具体的にどういった支援か。

(3) 自由な意見交換（30分）ファシリテーター：武部

資料3-② ヒアリング記録 -カマコンパレー個別ヒアリングまとめ-

1 オフィス環境の選定について			回答数
a 鎌倉に来る前はどこにオフィスがあったか。	場所	鎌倉	2
		目白	1
		東京都中央区	1
		東京都渋谷区	1
	自由意見	住みたいところと働きたいところが一致したため鎌倉にオフィスを構えた	1
b オフィスの立地環境として、鎌倉以外に魅力を感じた場所はあったか。	場所	都内	2
		鎌倉のみ	1
		都心から1時間圏内(鎌倉・千葉など)	1
		東京都渋谷区	1
c 鎌倉にオフィスを構えるメリット、デメリットは何か。	メリット :	生活と仕事(働き方)のバランスが良い	3
		場所の独自性・クリエイティブな環境	3
		相性の良い人が集まる	2
		自然が豊か・緑がある	2
		産業の集積がまだない	1
		環境が良い	1
		空気が良い	1
		集中出来る	1
		情報が少ない分ユニークな発想が出来る	1
		地名・地域のブランド力	1
		既存パートナーとの距離が程よい	1
		素材が多い	1
		自由な雰囲気	1
	都内より一歩引いている	1	
	カマコンパレーがある	1	
	デメリット:	東京から遠いが、ほとんどデメリットを感じていない	1
		遠い(東京での打合せ)	1
		オフィスが少ない	1
		社員の転居が必要	1
		食事情が悪い(金額・時間)	1
クライアントが少ない		1	
未回答		2	
2 取引先・協業関係について			回答数
a 主な取引先や顧客はどういったところか。	場所	鎌倉	0
		東京	4
		未回答	1
	職種	広告代理店	2
		同業のweb制作会社	1
		新規にweb関連事業を立ち上げたい人(広告・出版)	1
b 仕事のパートナーは誰か。どういった職種か。	場所	カマコンパレー内	2
		鎌倉市内	2
		東京	2
		未回答	2
	職種	同業者	1
		制作会社	1
c 市内の個人クリエイターとのつながりはあるか。	ある・ない	ある	4
		ない	1
	相手	市内のクリエイター	3
		カマコンパレー内の個人	2
	職種	業務上のつながりはまだない	1
		ライター	1
d 市内製造業者とのつながりはあるか。	ある・ない	ある	1
		ない	4
	つながり方	製造業者とのつながりはないので、今後つながりたい	1
		カマコンパレーとしてのつながりはある	1
3 交流関係について			回答数
a カマコンパレーの他に、交流のある組織または加入している団体はあるか。	ある・ない	ある	5
		ない	0
	交流のある組織:	グリーンパレー(徳島県)	3
		シリコンパレー(ネット会議)	1
	加入している団体:	商工会議所	1
		JANIC(NGO)	1
		日本環境教育フォーラム(Jeef)	1
その他:	カマコンパレーと同程度のつながりのところはない	1	
b 交流を図る目的は何か。	目的	兵庫でもIT企業を集める同様の取り組みがある	1
		NPOとのつながりをつくる	2
		人を活性化させる	1
	仲間とつながる	1	
その他	鎌倉は人間関係が強い	3	
	未回答	1	

4 集積することについて				回答数
a 「同業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリットはあるか。どのようなメリットか。	ある・ない	ある	5	
		ない	0	
	メリット :	仕事のスピードが増す(相談・意思疎通・コミュニケーションが迅速)	4	
		集まっている企業それぞれの仕事が増える	2	
		仕事の幅・不足を補える・クオリティが増す	2	
		発信力が増す	1	
		仕事仲間が増える	1	
社員の成長などお金で買えないものを得られる	1			
b 「協業関係・取引先(顧客)の事業者」が一定規模に近隣に立地することによるメリットはあるか。	ある・ない	ある	5	
		ない	0	
	メリット :	仕事が増え利益につながる	3	
		交友関係が広がる	2	
		打合せしやすい	2	
		コミュニケーションが増す	1	
		スタートアップがスムーズ	1	
仕事のスピードが上がる	1			
c 近隣に立地することで、貴社の業務の効率性向上につながる業種はあるか。	ある・ない	ある	4	
		ない	1	
	具体的な業種:	大学・専門学校(産学連携、労働力、研究費)	2	
		IT・広告代理店(産業を新しく創造したい人)	2	
		寺院・産業などが近くにあるのは価値が高い	1	
		投資関係(VC)	1	
d カマコンパレーへの参加動機、活動することによるメリットは何か。	動機:	自然発生的に集まった	2	
		活動理念共感・素敵な組織だと思った	2	
		参加メンバーが魅力的	1	
		近い業種が揃う	1	
		学生時代にカマコンパレーのfacebook作成に携わった	1	
	メリット:	競争相手ではなく信頼できる仲間としての一体感・共に新しいものを作って行く意識がある	2	
		実行力があり出来る事が広がる	2	
		会社の枠を超えて地域密着の関係ができる	1	
		他企業交流で業務向上につながっている	1	
		メディアが目目する	1	
地域活性につながる	1			
カマコンパレーをきっかけに入社希望者が増え採用がし易くなった	1			
e カマコンパレーの活動を通して何を実現したいか。どのような活動を目指しているか。	ある・ない	ITというツールを使って鎌倉市を盛り上げたい	2	
		地方活性化の成功事例となり、日本の地方都市を盛り上げていきたい	2	
		新しいライフスタイルや働き方を提案したい	2	
		鎌倉のために頑張りたい人たちをつなぐ役割を担いたい	1	
		日本の精神文化を牽引したい	1	
			1	
f カマコンパレーに類似する他地域の活動で、理想とする取組はあるか。	ある・ない	ある	4	
		ない	1	
	地域・内容:	シリコンバレー:産業が生まれ続けるしくみ	2	
		スペイン:サンセバスチャン(鎌倉市と人口同等) お互いのレシピを見せ合うなど情報や知識の共有をすることで、みんなで成長していこうという雰囲気がある。	1	
		徳島県:神山町	1	
	ドイツ:バウハウス(地域活動)	1		
その他:	鎌倉だから人・金が集まる	1		
5 クール・ジャパンについて				回答数
a 国が取組んでいる「クール・ジャパン」に関心があるか。	ある・ない	ある	2	
		ない	1	
	自由意見	未回答	2	
		内容をよく知らない やり方に違和感。トップダウンで官僚的 鎌倉にはcoolよりwarm(人とのつながりや温もり)が似合う	1	
6 事務所移転について	回答数	自由意見(転出理由)	オフィス床が少なく規模を維持できない。	1
			取引先は都内が多い。	1
		ある・ない	ある	2
			ない	3
			ずっと鎌倉にいたい (場所があれば留まるが、場所がなければ移転も検討せざるを得ない)	1
			移転を検討しているが市内・市外かは未定(場所・スペースの問題) 今は鎌倉が良いが、会社が成長したときは分からない(場所の問題)	1
7 行政に求めること				回答数
a 行政に求める支援はあるか。具体的にどういった支援か。	ある・ない	ある	5	
		ない	0	
	支援:	場所の提供(ビル・広い古民家など)	4	
		スタートアップ支援(移転補助、資金、労働力)	3	
		集積エリア・働くのに適した地区整備	2	
		まちの活性化	1	
クラウドファンディング「iikuni」の運営と一緒に携わってほしい	1			

資料3-③ ヒアリング記録 ―カマコンバレー意見交換―

■オフィス環境の選定について

Q 鎌倉にオフィスを構えるメリットは何か？

A 鎌倉のまちは、住民、商業、宗教など、地域が密接につながる程よい規模である。そこには都心や横浜では得られない良さがある。

環境か利便性かで言えば、離れた場所でも鎌倉らしいロケーション（山・海・自然）であれば良い。必ずしも、利便性の良い駅前ビルが良いわけではない。

Q 鎌倉にオフィスを構えるデメリットは何か？

A デメリットがあるとすれば、都心から遠いこと、オフィスが少ないこと、食事情が残念なこと。（ジャンクフードが少ない・高い）

■取引先・協業関係について

Q 取引先は市内と都心とどっちが多いか？

A 圧倒的に都内が多い。

Q 市内の個人クリエイターとのつながりはあるか？

A 今はないが、今後つながりを掘り起こしていきたい。

Q どうすれば、つながりをつくれるか？

A つながれる“場所”が必要。渋谷大学やバウハウスのような学校をつくるのも良い。研究と労働力が加われば、活動がより充実し加速する。

■集積することについて

Q 離れていても仕事ができる職種であるのに、なぜ集積するのか？

A 集まれば、外から注目をあびるので、仕事も増える。良い循環が生み出される。

Q 同業者が一定規模で近隣立地することによるデメリットはないのか？

A カマコンバレーとして注目はされているが、現段階では、競合という規模ではないので特にデメリットは感じない。逆に、点では影響力や発信力がない。市内に別の“カマコンバレー”ができることも歓迎する。ライバル会社同士でも手を取り合って成長していける土壌があるのが鎌倉である。

Q どういう業種に来てほしいか。

A 同業者でなくても、近い業種が集まるとそこに仕事生まれる。例えば、iichiのようなネットを活用する企業に来てもらいたい。

大企業やスタートアップ企業ではなく、ある程度力のある企業の支店が集まり、そこでコラボが生まれるイメージ。そのために、“カマクラ”にいれば何か生み出せるというイメージをカマコンバレーで発信していきたい。

Q カマコンバレーに類似する他地域の活動で、理想とする取組はあるか？

A シリコンバレーは好きだが、シリコンバレーを目指している訳ではない。鎌倉にコミットする企業の集合体。

資料3-③ ヒアリング記録 ―カマコンバレー意見交換―

Q カマコンバレーの活動を通して何を実現したいか。どのような活動を目指しているか？

A 徳島県グリーンバレーと交流があるが、地方のさびれた町から、仕事を探して都市へ出るのではなく、IT がいて仕事が成り立つという新しい働き方や価値観を鎌倉で表現したい。首都圏を通さずに、鎌倉と〇〇（地方都市の IT 集積地）がつながり、何かが生み出される社会が面白い。市内の企業間を取りまとめ、つながりを生み出す役割を担いたい。概念先行型ではあるが、まずは、IT と言えば“カマクラ” というイメージが浮かぶようにしたい。

Q 集積の具体的なイメージは？

A 集積の規模は数百社。ただ、物理的に一カ所集中は難しいので、市内に分散したゆるやかなネットワークの中にシンボリックな集合体も存在し、そこが発信力・求心力をもって成長企業が集まってくるイメージ。対外的にも、「集積」を思わせるシンボルがあれば人や仕事が集まりやすい状況が生まれる。そこに宿泊施設があって、東京などに本社がある企業が、2週間くらい開発合宿を行って、文化や価値観を醸成できるような場所も良い。また、鎌倉には、「固定化された集積」ではなく、組織に属さないノマド的な人が立寄る「流動的な集積」が馴染む。世界中のフリークリエイターが集まる場所“カマクラ”。日本で留学するなら“カマクラ”。世界がここ（カマクラ）にあるといったイメージ。

■行政に求める支援について

Q 現在、企業への支援は商工会議所マターであるが、市に望むことはあるか？

A スタートアップ時の資金と労働力。鎌倉に集まっている企業は、助成金目当てで来ている訳ではないが、鎌倉ファンドがあると面白い。最近立ち上げたクラウドファンディング「iikuni」の運営や会議に市も参加してもらって、一緒にアイデアを出し合うのも面白い。

資料3-④ ヒアリング記録（成長企業）

クリエイティブ産業支援策と経済効果調査 ヒアリング項目 <企業A・企業B>

	企業A	企業B
日時	平成26年2月14日(金)10:30~11:30	平成26年3月19日(水)14:00~15:00
インタビュー	武部、剣持、齋藤	林、齋藤

■ヒアリング内容

□オフィス環境の選定理由について

- ・鎌倉に本社を移転する前はどこにオフィスがありましたか。
- ・本社の場所として鎌倉を選んだ理由は何ですか。
- ・鎌倉にオフィスを構えるメリット、デメリットは何ですか。

□取引先・協業関係について

- ・主な取引先や顧客の地域別の割合を教えてください。また、取引先や顧客の主な業種は何ですか。
- ・協業関係にある仕事のパートナーの地域別の割合を教えてください。また、パートナーの主な業種は何ですか。
- ・近接性を重視する取引先はありますか。また、それはどういった業種ですか。
- ・現在、市内の個人クリエイターやと製造業者とつながり（連携した事業等）はありますか。

□人材育成について

- ・人材育成プログラムの内容を教えてください。
- ・市内人材育成への協力や連携の可能性はありますか。
- ・従業員の居住地の地域別割合を教えてください。

□企業誘致・産業集積について

- ・「同業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリット・デメリットは何ですか。
- ・「協業関係・取引先（顧客）の事業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリット・デメリットは何ですか。
- ・近隣に立地することで、貴社の業務の効率性向上につながる業種がありましたら教えてください。

□国の政策について

- ・総務省が推進しているテレワーク（在宅勤務）に関心がありますか。
- ・経済産業省が推進している「クール・ジャパン戦略」について、貴社で具体的に検討されていることはありますか。

□行政に求めること

- ・行政に求める支援は何ですか。

資料3-⑤ ヒアリング記録（企業A）

■■■ ヒアリング記録（企業A） ■■■

日時	2014年2月14日 10:30～11:30
ヒアリング先	企業A
参考文献	特になし。
インタビューア	武部太郎、剣持紀美子、齋藤千夏（クリエイティブ産業PT）

（1）会社の成り立ち等について

- 障害者を雇用する親会社の特例子会社として設立した。
- 社員数は5500名強で、子会社等グループ会社で1万人の社員がいる。

（2）オフィス環境の選定について

Q 鎌倉に本社を移転する前はどこにオフィスがありましたか。

- 現在の本社は、親会社が30年前に本社ビルとして使っていたもの。その後、親会社が本社を横浜に移したため、特例子会社が本社ビルとして使うこととなった。したがって、始めから鎌倉に本社を置いている。

Q 本社の場所として鎌倉を選んだ理由は何ですか。

- 主要な取引先が鎌倉にあったため、本社を横浜から鎌倉に移した。また、外国の投資家が多く「kamakura」という響きが良かったからである。広報の観点からすると良い利点である。

Q 鎌倉にオフィスを構えるメリット、デメリットは何ですか。

- 鎌倉にオフィスを構えるメリットは、地名度と通勤である。知名度については、上述の選定理由にもある通り「kamakura」は京都と並び外国の投資家に対して受けが良い。また、多くのサラリーマンが満員電車で東京方面へ通勤する中、鎌倉への通勤は下り電車であり、社員にとってはメリットである。
- 鎌倉にオフィスを構えるデメリットは特にない。

（3）取引先・協業関係について

Q 主な取引先や顧客の地域別の割合を教えてください。また、取引先や顧客の主な業種は何ですか。

- 主な取引先・顧客の地域別シェアは、親会社9割、近隣等（市役所、観光協会、消防署、その他近隣の業者）1割である。
- 主な取引先・顧客の業種は、業務内容によって異なる。特例子会社の業務は通常、清掃や名刺づくりが一般的であるが、企業Aでは多種多様な作業を行っている。

名刺作成：親会社・グループ会社、市役所、観光協会、塾関係等

データ入力・集計：親会社・グループ会社等

ホームページ作成・運営・管理：病院、NPO等（精神障害の技術者が担当する。）

サーバー管理：親会社・グループ会社

印刷物全般の製作：イベントポスター、選挙関係、はがき製作等

障害者委託訓練：国の事業で各都道府県が推進する障害者の一般就労支援のための委託訓練。年

資料3-⑤ ヒアリング記録（企業A）

3回実施している。

Q 協業関係にある仕事のパートナーの地域別の割合を教えてください。また、パートナーの主な業種は何ですか。

- 主な仕事のパートナーは親会社である。
- 企業Aで行っているオンデマンドプリントは100枚単位での受注が効率的であるため、それ以上の場合は、藤沢にある印刷会社や製本会社に発注している。
- 近年、県庁内で障害者へ積極的に仕事を発注する動きがあり、東京で工房を持ち、障害者の描く絵をデザインに活かしている企業と連携し、その絵をデザインに取り入れた県職員の名刺作成に取り組んでいる。
- 今後は、特例子会社同士で不足分野を補いながら協業していく仕組みも必要であると感じている。
- 市内の事業者はITに馴染のない方が多く、一緒に何かに取り組むのは難しいという印象がある。

Q 近接性を重視する取引先はありますか。また、それはどういった業種ですか。

- 取引先は近いに越したことはないが、特に印刷物関係の取引先は近接性が高い方が納品しやすい。
- 親会社も近い方が良い。

（4）人材育成

Q 人材育成プログラムの内容を教えてください。

- キャリアアップや昇任・昇格制度はある。
- 障害者雇用が多いため、まず「会社に来ること」に力を入れ指導している。特に、知的障害の方は時間通りに出勤・退社するが、精神障害の方は時間どおりに出勤することに難がある方が多い。
- 社員同士の思いやりを醸成するため、互いの障害に対する知識を身に着ける研修を行っている。
- 精神障害の方などは、再発の恐れがあるため、自己分析を研修に取り入れている。
- 次世代育成行動計画として、社員が体を壊さないよう、毎日がノー残業デーを実施している。

Q 市内人材育成への協力や連携の可能性はありますか。

- 現在、実施している障害者委託訓練を今後拡大していきたい。現在、県からの受託で、年3回実施しているが、1回の実施期間が3か月（約10人）であるため身に着けられることが限られている。そこで、国からの受託（就労移行支援事業）に切り替え、通年実施とし、2年間継続的に指導できる環境にしたい。
- 知的障害者の方は、工場などでの単純作業を集中して行う能力に優れているため、大手企業は早くから採用していた。企業Aは、知的障害の方だけでなく、精神障害の方の採用にも全国で早い時期から取り組み、好事例で厚生労働大臣賞を2回受賞している。
- 社員が事故で車いす生活になったことをきっかけに、障害者雇用に取り組んでいる。（法定雇用率前から）
- 採用は全てハローワークから行っている。県から紹介を受ける場合もあるが、必ずハローワーク経由で来てもらっている。即戦力として経験者採用を希望しているが、2年に1回養護学校から新卒採用をしている。
- 仕事は8～10人を1チームとし、チーム長（健常者1名）を配置している。また、障害者でもチーム長に昇格する場合もある。

資料3-⑤ ヒアリング記録（企業A）

Q 従業員の居住地の地域別割合を教えてください。

- 現在の従業員数は129名であり、居住地のシェアは、県内（87%）、横浜（41.9%）、鎌倉（7%）、藤沢（10%）、横須賀（7.8%）、県内その他（20.9%）である。また、事業所がある東京（6.2%）、長崎（6.2%）である。
- 「職住接近」を進めたい。障害者の生活は親がかりであることが多いが、今後は、独立して生活できる環境の提供が必要である。会社としてグループホーム（共同生活）を検討している。市内雇用にもつながると考えている。

（5）企業誘致・産業集積について

Q 「同業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリット・デメリットは何ですか。

- 特例子会社の近隣立地は、相互の不足部分を補いながら協業していけるのでメリットである。
- IT企業の近隣立地は一般には競争になるが、企業Aの場合、障害者雇用により低コストであり、納期に余裕のある仕事を中心に受注しているので深刻な競合関係にはならない。

Q 「協業関係・取引先（顧客）の事業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリット・デメリットは何ですか。

- 取引先は近いに越したことはない。データ入力等は近接していなくても良いが、印刷物関係は近接している方が良い。

Q 近隣に立地することで、貴社の業務の効率性向上につながる業種がありましたら教えてください。

- 印刷の依頼をしてくれる業種。（飲食店、全国規模ではない塾等で数千枚単位の受注は効率が良い。）

（6）国の政策について

Q 総務省が推進する「テレワーク（在宅勤務）」に関心がありますか。

- 親会社では進んでいる。今日（雪の日）は恐らく社員の半数以上が在宅勤務である。
- IT企業の中には、通勤困難な方のために在宅勤務を売りにしている企業もある。特例子会社でも在宅は多いが、企業Aは会社に出勤することを前提に、障害者の方との共同作業を大切にしている。

（7）行政に求めることについて

Q 行政に求める支援は何ですか。

- 障害者雇用への助成を行ってほしい。現在、藤沢市、横須賀市、葉山町には障害者雇用に対する永年助成がある。鎌倉市は4～5年前に助成制度がなくなった。居住地が対象になるので、鎌倉市内で雇用した場合は助成がない。市内採用の推進にもなるので検討してほしい。
- 現在も名刺作成の依頼をもらっているが、今後も仕事の依頼をしてほしい。
- アンケートでも回答したが、異業種間の交流を促す機会の創出や産学連携の支援を充実させてほしい。営業拡大のため、既存の加入団体（商工会議所、観光協会）以外にも、つながりや接点をつくりたい。

資料3-⑥ ヒアリング記録（企業B）

■■■ ヒアリング記録（企業B） ■■■

日時	2014年3月19日 13:30～14:30
ヒアリング先	企業B
参考文献	特になし。
インタビューア	林浩一、齋藤千夏（クリエイティブ産業PT）

（1）オフィス環境の選定について

- Q 鎌倉に本社を移転する前はどこにオフィスがありましたか。
- 20年前はハードも取り扱っており、横浜工場に本社があった。
- Q 本社の場所として鎌倉を選んだ理由は何ですか。
- 創業者が当社のメインの客先の出身であり、メインの客先が鎌倉にあり、取引を考え鎌倉に移転した。
- Q 鎌倉にオフィスを構えるメリット、デメリットは何ですか。
- ITとは言え、営業は顔の見える関係、アナログで近い方が良い。鎌倉の客先との取引が多いので、鎌倉市内にオフィスを構えることで、顧客の要求や相談に対し迅速に応えられるのが最大のメリット。
 - デメリットとしては、リクルートの難しさである。東京の大学出身の学生が多いので、下り方面の鎌倉にはなかなか新入社員が来ない。

（2）取引先・協業関係について

- Q 主な取引先や顧客の地域別の割合を教えてください。また、取引先や顧客の主な業種は何ですか。
- 主な取引先・顧客の地域別シェアは、東京5割、鎌倉4割、多摩1割。
 - 主な取引先の顧客に東京の会社が多いので、必然的に東京の割合が多い。
 - 主な取引先・顧客の業種（エンドユーザー）は、金融機関である。
- Q 協業関係にある仕事のパートナーの地域別の割合を教えてください。また、パートナーの主な業種は何ですか。
- 協業関係にある仕事のパートナーの地域別割合は、東京5割、横浜5割、鎌倉0割である。
 - 社員だけでは賅えない業務を同業者に協力依頼するケースが多い。
- Q 近接性を重視する取引先はありますか。また、それはどういった業種ですか。
- パートナーは必要であるが、あまり近場に同業者が増えると競合する恐れがある。
 - 主な顧客が異なる同業者であれば良い。例えば、当社の主な取引先以外の富士通やNECを主な顧客としているパートナーであれば競合の可能性は低い。
 - 市内のクリエイターや製造業者とのつながりはない。商工会議所の会合等で市内事業者と名刺交換程度は行うが、そこから具体的な事業に発展するようなつながりはない。

（3）人材育成

- Q 人材育成プログラムの内容を教えてください。
- 資格取得者支援や技術者教育を行っている。

資料3-⑥ ヒアリング記録（企業B）

- 新入社員は2ヵ月間、神奈川県情報サービス産業協会（K I A）で集合研修を行う。
- 6月から4～6ヵ月は内部研修（O J T）や実際に顧客との業務に参加させてもらい開発研修を行う。
- 資格取得は会社の信用に繋がるので大変重要である。資格者の割合はパートナー企業からの評価につながる。
- 資格取得に対し、手当や報奨金の支給も行っている。

Q 市内人材育成への協力や連携の可能性はありますか。

- 市内のスタートアップ企業を中心とした人材育成への協力や連携の可能性について、具体的に検討している訳ではないが、突発的な仕事等に備えパートナーの幅を広げたいとは考えている。人材・スキルのマッチングの仕組みがあると良い。
- ただし、人材マッチングについては信頼の担保が難しい。ある程度付き合いがあり、実績があるパートナーが良いというのが企業の本音である。
- 金融機関や官公庁関係等の業務が多いため、情報セキュリティを第一に考えている。新たなパートナーの信用の担保が重要である。
- 仕事の内容にもよるが、「旅するオフィス」等ノマド的なクリエイターとパートナーを組むのは、現実的に考えられない。

Q 従業員の居住地の地域別割合を教えてください。

- 従業員は77名おり、居住地の地域別シェアは、県内7割、東京3割。
- 県内は、横浜、川崎、藤沢、茅ヶ崎が多く、鎌倉市内は7名。
- 従業員は独身が多いので、親元を離れず多くが実家に住んでいる。

（4）企業誘致・産業集積について

Q 「同業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリット・デメリットは何ですか。

Q 「協業関係・取引先（顧客）の事業者」が一定規模で近隣に立地することによるメリット・デメリットは何ですか。

Q 近隣に立地することで、貴社の業務の効率性向上につながる業種がありましたら教えてください。

- お互いの弱点を補いサポートし合える同業者であれば近隣立地はメリットになるが、競合関係であればデメリットである。
- 例えば、シスミックインテグレーションはJ A V Aを得意としているので、I Tネットワーク構築やサーバーを得意とする同業者であれば、技術をハンドシェイクできる。

（5）国の政策について

Q 総務省が推進する「テレワーク（在宅勤務）」に関心がありますか。

- テレワークは、個人情報、顧客情報、メール等のセキュリティの管理が難しく当社では実現が困難。
- テレワークの考えと反するが、仕事のデータやドキュメントは絶対に家に持ち帰らないよう社員教育をしている。
- 当社はセキュリティ面で信頼を得ているので、万が一クライアントの情報が漏えいするようなことがあれば会社の存続危機になるだろう。

資料3-⑥ ヒアリング記録（企業B）

Q 経済産業省が推進する「クールジャパン戦略」について貴社で具体的に検討されていることはありますか。

- クリエイティブな話なので、残念だが現状では当社に馴染まない。
- 現在は受託開発型の仕事を中心であるが、将来的には自社製品をもちたいという考えはある。iPhone等のアプリケーション開発ができれば発信していきたいが、今は現実的な話ではない。

（6）行政に求めることについて

Q 行政に求める支援は何ですか。

- アンケート調査では主に金銭的支援を回答したが、アベノミクス効果により景気が良くなってきているので、業績的には上がっている。
- 社員は22歳から55歳くらいまでいるが、顧客と仕事をする際、先方のプロジェクトリーダーが若いため、経験豊富でスキルが高い年配の技術者が単に年齢だけで弾かれてしまうケースが多い。市にお願いするのは難しいかもしれないが、何か支援があればお願いしたい。
- パートナーの幅を広げたいので、同業者との交流の機会やスキルマッチングの仕組みがあると良い。

（7）その他

Q IT産業の今後についてどう考えているか。

- まだまだIT産業は伸びていく。
- 単価が下がっていき、無名の小規模なベンチャー企業がクラウドを使ってパッケージソフトウェア開発を行っている現実がある。昔は数十億の費用をかけて開発していたソフトを数十万で請負って処理している。
- セキュリティの制約がなくなれば、仕事はベトナムやインドに行くと考えられる。
- 当社の主な顧客も既に中国に発注しており、オフショア発注額は増加しているとのことである。
- ハードウェアの変化に合わせてアプリも変わるので、より性能・機能の高いシステムを求める動きは今後も続く。
- 但し、不景気の場合は、広告・ITへの投資が真っ先に切られる。

IT企業の経営実態と支援策に関するアンケート

平成25年10月
鎌倉市役所政策創造担当

この調査は、IT企業の皆さまの経営実態や交流活動をお伺いし、その結果を鎌倉市の産業振興施策の基礎資料として施策に反映することを目的としています。

現在、鎌倉市にはITベンチャー企業が集まりメディア等で注目されています（※1）。鎌倉市としてオフィス環境など床面積に制約の少ないIT企業の誘致は、本市の狭隘な土地柄に優位性を発揮するものであり、新規の産業として集積が進めば、産学連携等を視野に入れての新たな街づくりの基礎となり得る分野であると考えています。このことから、今後研究を重ね、IT企業の支援に力を入れていきたいと考えていますので、ご多忙とは存じますが、趣旨をご理解のうえ、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

また、このアンケートの調査結果については、報告書に取りまとめて公表するとともに、後日、ご回答いただいた皆様にお知らせいたします。

1. この調査表は、上記の目的以外に使用されることはありません。また、調査結果は統計的に処理し、個別企業の内容が公表されることはありません。
2. ご回答は、経営者、または経営全体を把握されている担当者の方をお願いします。
3. 各設問では、当てはまる番号をクリックにてチェックまたは○をつけ、（ ）内や枠内に該当する事項を具体的にご記入ください。
4. 記入したアンケート用紙（本調査票）は、**平成25年11月8日（金）**までに、Eメールにて回答をお願いいたします。
5. 調査の内容等、不明な点がございましたら、下記担当者へお問い合わせください。

※1 参考までに、鎌倉市内のIT企業で構成される組織例として「カマコンバレー」があります。メディアの詳細についても閲覧できますので、下記のホームページをご参照ください。

<http://www.kamacon.com/>

この調査票は、IT産業に携わる事業所にお送りしています。万が一、該当しない場合は、お手数ですがご一報ください。

【問い合わせ先・連絡先】

鎌倉市役所政策創造担当

〒248-8686 鎌倉市御成町18番10号

Tel : 0467-23-3000（内線2792） Fax : 0467-23-8700 E-mail : souzo@city.kamakura.kanagawa.jp

2 交流活動・異業種連携について

(1) 貴社または経営者が加入している団体について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 商工会議所 2. 観光協会 3. 業界団体（名称： ）
 4. その他（ ） 5. 加入している団体なし ⇒設問(3)へ

(2) (1)で「1～4」に回答した方へお聞きします。団体に加入する目的は何ですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 同業者との交流 2. 人材(パートナー)募集・紹介 3. 官民産学連携
 4. 情報収集 5. 異業種交流 6. 企業情報の発信
 7. その他（ ）

(3) 現在、仕事のパートナーとして連携している相手はどこですか。A～Eの相手先について、該当するものすべてにチェック☑をつけてください。また、今後連携したい相手先についても同様にチェック☑をつけてください。連携相手がない場合は「F. 該当なし」に☑をつけてください。
 ※正式なパートナーシップに限らず、何かの取組みを一緒に進めている程度の連携で構いません。

	A 同業種 他社	B 異業種 他社	C 大学 専門学校	D 公的研究 機関	E その他 ()	F 該当なし
現在	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
今後	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

(4) その他、連携相手の獲得等について、課題があればご記入ください。

(5) 今後の、事業展開をしていく上で、どのような交流形式が望ましいとお考えですか。当てはまるもの1つにチェック◎をつけてください。

1. 会員制交流会（協議会形式等） 2. 定期開催の交流会（サロン等）
 3. 不定期開催（イベント的）の交流会 4. その他（ ）
 5. 特にない

3 ビジネスの運営方法について

(1) 現在の主な顧客はどこですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 鎌倉市内 2. 横浜市内 3. 神奈川県内（鎌倉・横浜以外）
 4. 都内 5. 1～4以外の日本国内（都市名： ）
 6. 海外（都市名： ）

(2) 経営方針について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 株式の上場を目標 2. 現事業の専門化 3. 現業を中心に周辺・新分野への参入
 4. 営業拠点の拡大 5. 受託型から自己・共同投資型ビジネスへのシフト
 6. 現状維持 7. 事業転換や縮小 8. その他（ ）

(3) 現在、課題と感じていることは何ですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 売上・受注規模の拡大 2. 新規顧客の開拓・獲得 3. 同業・異業種との交流
 4. 人材確保 5. 資金調達 6. オフィスの規模
 7. 情報インフラ整備 8. 企業情報の発信 9. 特にない
 10. その他（ ）

資料4 アンケート用紙

鎌倉市内IT企業の経営実態と支援策に関するアンケート

平成25年10月
鎌倉市役所政策創造担当

この調査は、市内IT企業の皆さまの経営実態や交流活動をお伺いし、その結果を鎌倉市の産業振興施策の基礎資料として施策に反映することを目的としています。

現在、鎌倉市にはITベンチャー企業が集まりメディア等で注目されています（※1）。鎌倉市としてもオフィス環境など床面積に制約の少ないIT企業の誘致は、本市の狭隘な土地柄に優位性を発揮するものであり、新規の産業として集積が進めば、産学連携等を視野に入れての新たな街づくりの基礎となり得る分野であると考えています。このことから、今後研究を重ね、IT企業の支援に力を入れていきたいと考えていますので、ご多忙とは存じますが、趣旨をご理解のうえ、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

また、このアンケートの調査結果については、報告書に取りまとめて公表するとともに、後日、ご回答いただいた皆様にお知らせいたします。

-
1. この調査表は、上記の目的以外に使用することはありません。また、調査結果は統計的に処理し、個別企業の内容が公表されることはありません。
 2. ご回答は、経営者、または経営全体を把握されている担当者の方をお願いします。
 3. 各設問では、当てはまる番号をクリックにてチェックまたは○をつけ、（ ）内や枠内に該当する事項を具体的にご記入ください。
 4. 記入したアンケート用紙（本調査票）は、**平成25年11月8日（金）**までに、Eメールにて回答をお願いします。
 5. 調査の内容等、不明な点がございましたら、下記担当者へお問い合わせください。
-

※1 参考までに、鎌倉市内のIT企業で構成される組織例として「カマコンバレー」があります。メディアの詳細についても閲覧できますので、下記のホームページをご参照ください。
<http://www.kamacon.com/>

この調査票は、IT産業に携わる事業所にお送りしています。万が一、該当しない場合は、お手数ですが、ご一報ください。

【問い合わせ先・連絡先】

鎌倉市役所政策創造担当

〒248-8686 鎌倉市御成町18番10号

Tel : 0467-23-3000（内線2792） Fax : 0467-23-8700 E-mail : souzo@city.kamakura.kanagawa.jp

1 貴社が求めるオフィス環境について

- (1) 貴社がオフィス選定において重要視している内容について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。また、「1機能・形態」「2交通利便性」「3周辺環境」のそれぞれに対して、最も重要視しているものにはチェック◎をつけてください。
- (2) 現在のオフィス環境で満足している内容について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。また、(1)と同様に最も満足しているものにはチェック◎をつけてください。

オフィス環境に求める条件		(2) 重要視している項目		(3) 満足している項目	
		最重要◎	重要☑	最も満足◎	満足☑
1 機能・ 形態	① 業務ビルであること	○	☐	○	☐
	② 店舗・業務併用住宅であること	○	☐	○	☐
	③ フロアの広さ	○	☐	○	☐
	④ 事務所経費の安さ	○	☐	○	☐
	⑤ 情報インフラ環境が整っている	○	☐	○	☐
	⑥ 駐車場がある	○	☐	○	☐
2 交通 利便 性	① 都心からのアクセスが良い（1時間程度）	○	☐	○	☐
	② 鉄道駅からのアクセスが良い（15分程度）	○	☐	○	☐
	③ バス停からのアクセスが良い（10分程度）	○	☐	○	☐
	④ 高速道路ICからのアクセスが良い（15分程度）	○	☐	○	☐
	⑤ 空港からのアクセスが良い（1時間程度）	○	☐	○	☐
3 周辺 環境	① 営業・販売先（顧客）が多い	○	☐	○	☐
	② 仕入先・発注先が多い	○	☐	○	☐
	③ 同業者が多い	○	☐	○	☐
	④ 仕事のパートナーが多い	○	☐	○	☐
	⑤ クリエーター・技術系の人材が多い	○	☐	○	☐
	⑥ 大学・専門学校がある	○	☐	○	☐
	⑦ 自然環境が良い（海・山・緑道・公園・川など）	○	☐	○	☐
	⑧ 地域の知名度・ブランド力が高い	○	☐	○	☐

- (3) 現在のオフィス環境について、課題があればご記入ください。

2 交流活動・異業種連携について

- (1) 貴社または経営者が加入している団体について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 商工会議所 2. 観光協会 3. 業界団体（名称： ）
 4. その他（ ） 5. 加入している団体なし ⇒設問(3)へ

- (2) (1)で「1～4」に回答した方へお聞きします。団体に加入する目的は何ですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 同業者との交流 2. 人材(パートナー)募集・紹介 3. 官民産学連携
 4. 情報収集 5. 異業種交流 6. 企業情報の発信
 7. その他（ ）

- (3) 現在、仕事のパートナーとして連携している相手はどこですか。A～Eの相手先について、該当するものすべてにチェック☑をつけてください。また、今後連携したい相手先についても同様にチェック☑をつけてください。連携相手がない場合は「F. 該当なし」に☑をつけてください。
 ※正式なパートナーシップに限らず、何かの取組みを一緒に進めている程度の連携で構いません。

	A 同業種 他社	B 異業種 他社	C 大学 専門学校	D 公的研究 機関	E その他 ()	F 該当なし
現在	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
今後	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				

- (4) その他、連携相手の獲得等について、課題があればご記入ください。

- (5) 今後、事業展開をしていく上で、どのような交流形式が望ましいとお考えですか。当てはまるもの1つにチェック◎をつけてください。

1. 会員制交流会（協議会形式等） 2. 定期開催の交流会（サロン等）
 3. 不定期開催（イベント的）の交流会 4. その他（ ）
 5. 特にない

3 今後のビジネス展開と行政支援について

- (1) 現在の主な顧客はどこですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 神奈川県内（横浜・鎌倉以外） 2. 横浜 3. 都内 4. 鎌倉市内
 5. 1～4以外の日本国内（都市名： ）
 6. 海外（都市名： ）

- (2) 経営方針について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 株式の上場を目標 2. 現事業の専門化 3. 現業を中心に周辺・新分野への参入
 4. 営業拠点の拡大 5. 受託型から自己・共同投資型ビジネスへのシフト
 6. 現状維持 7. 事業転換や縮小 8. その他（ ）

- (3) 現在、課題と感じていることは何ですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

1. 売上・受注規模の拡大 2. 新規顧客の開拓・獲得 3. 同業・異業種との交流
 4. 人材確保 5. 資金調達 6. オフィスの規模
 7. 情報インフラ整備 8. 企業情報の発信 9. 特にない
 10. その他（ ）

- (4) 最近、鎌倉市内にITベンチャー企業が集まり「カマコンパレー」として注目されているのを知っていますか。当てはまるもの1つにチェック◎をつけてください。

1. 知っているし興味がある 2. 知っているが興味はない 3. 知らない

- (5) 今後、鎌倉市内に貴社のオフィスを構える考えはありますか。当てはまるもの1つにチェック◎をつけてください。

1. ある 2. ない ⇒設問4「その他について」へ

- (6) (5)で「1.ある」と回答された方にお聞きします。鎌倉市内にオフィスを構える場合、どのような行政支援が必要ですか。下表の①～⑩の項目について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。また、特に効果的だと思われる支援にはチェック☑をつけてください。

支援内容	必要な支援 ☑ (すべて)	効果的な支援 ☑
① 補助金・交付金	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 税の控除・減免	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 金利優遇 (利子補給)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ テナントのあっせん	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ インキュベート施設	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ 異業種間の交流を促す懇談会・イベント開催	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑦ 官民産学連携	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑧ 経営セミナーや講座開催	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑨ 経営に関する相談窓口	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑩ その他 ()	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- (7) 国が取組んでいる「クール・ジャパン」に関心がありますか。当てはまるもの1つにチェック◎をつけてください。

※ 「クール・ジャパン戦略」とは、経済産業省などが推進する文化発信プロジェクトであり、マンガやアニメに代表されるポップカルチャーやクリエイティブ産業などを主とした、日本発の世界が認める文化・世界に誇れる文化を積極的に世界に発信していこうという取組みです。

1. ある 2. ない 3. 聞いたことがあるがよく知らない 4. 聞いたことがない・知らない

4 その他

行政への意見や要望など、ご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

鎌倉市の製造業の現状と支援策に関するアンケート

平成25年10月
鎌倉市役所政策創造担当

この調査は、市内製造業の皆さまの技術連携や経営の実態などをお伺いし、その結果を鎌倉市の産業振興施策の基礎資料として施策に反映することを目的としています。

現在、経済産業省では「クール・ジャパン戦略(※1)」として、マンガやアニメに代表されるポップカルチャーやクリエイティブ産業(※2)など、日本が世界に誇れる文化を積極的に世界に発信していく取組みを推進しています。本市においても、鎌倉彫をはじめとした製造業など、地域に根付いた産業があり、これらの産業を積極的に発信し、市場を開拓していくため、クリエイティブ産業の支援に力を入れていきたいと考えています。

ご多忙とは存じますが、趣旨をご理解のうえ、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

また、このアンケートの調査結果については、報告書に取りまとめて公表するとともに、後日、ご回答いただいた皆様にお知らせいたします。

1. この調査表は、上記の目的以外に使用することはありません。また、調査結果は統計的に処理し、個別企業の内容が公表されることはありません。
2. ご回答は、経営者、または経営全体を把握されている担当者の方をお願いします。
3. 各設問では、当てはまる番号をクリックにてチェックまたは○をつけ、()内や枠内に該当する事項を具体的にご記入ください。
4. 記入したアンケート用紙(本調査票)は、**平成25年11月8日(金)**までに、Eメールにて回答をお願いいたします。
5. 調査の内容等、不明な点がございましたら、下記担当者へお問い合わせください。

※1 「クール・ジャパン戦略の詳細」については、下記のホームページをご参照ください。

http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/index.html

※2 「クリエイティブ産業」とは、一般にはIT産業、ラジオ・出版・広告といったマスメディア関連産業、工芸品・伝統芸能などの伝統文化関連産業などの業種を指しますが、本市では既存の解釈に加え、これらの産業を結びつけることで新たな価値創造を可能とする産業も「クリエイティブ産業」であると考えています。

この調査票は、製造業に携わる事業所にお送りしています。万が一、該当しない場合は、お手数ですが、ご一報ください。

【問い合わせ先・連絡先】

鎌倉市役所政策創造担当

〒248-8686 鎌倉市御成町18番10号

Tel : 0467-23-3000 (内線2792) Fax : 0467-23-8700 E-mail : souzo@city.kamakura.kanagawa.jp

■貴社の概要についてご記入ください。
 当てはまる番号にチェックをつけてください。

会社名					代表者名		
	<店舗名>						
所在地	〒 (-)				電話	TEL ()	—
					FAX	FAX ()	—
Email							
HP	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	URL :					
年商規模 ※直近の 年間売上高	<input type="checkbox"/> 1. 1千万円未満		<input type="checkbox"/> 2. 1千万円以上3千万円未満				
	<input type="checkbox"/> 3. 3千万円以上1億円未満		<input type="checkbox"/> 4. 1億円以上3億円未満				
	<input type="checkbox"/> 5. 3億円以上10億円未満		<input type="checkbox"/> 6. 10億円以上				
設立時期	<input type="checkbox"/> 1. 1979年以前		<input type="checkbox"/> 2. 1980年～1984年		<input type="checkbox"/> 3. 1985年～1989年		
	<input type="checkbox"/> 4. 1990年～1994年		<input type="checkbox"/> 5. 1995年～1999年		<input type="checkbox"/> 6. 2000年～2004年		
	<input type="checkbox"/> 7. 2005年～2009年		<input type="checkbox"/> 8. 2010年以降				
経営者の 年齢	<input type="checkbox"/> 1. 10歳代・20歳代	<input type="checkbox"/> 2. 30歳代	<input type="checkbox"/> 3. 40歳代	<input type="checkbox"/> 4. 50歳代	<input type="checkbox"/> 5. 60歳以上		
従業者数 (正規社員)	<input type="checkbox"/> 1. 1～4人	<input type="checkbox"/> 2. 5～9人	<input type="checkbox"/> 3. 10～19人	<input type="checkbox"/> 4. 20～29人			
	<input type="checkbox"/> 5. 30～49人	<input type="checkbox"/> 6. 50～99人	<input type="checkbox"/> 7. 100人以上				
従業者の 平均年齢	<input type="checkbox"/> 1. 20歳代	<input type="checkbox"/> 2. 30歳代	<input type="checkbox"/> 3. 40歳代	<input type="checkbox"/> 4. 50歳代	<input type="checkbox"/> 5. 60歳以上		
オフィス 数	合計	か所	うち、市内	か所	オフィスの 広さ(本社)	約	m ²
	店舗数	合計	か所	うち、市内	か所	店舗の広さ (本店)	約
事業内容	※主な事業内容をご記入ください。						

1 ビジネスの運営方法について

(1) 貴社はどのような業務を担っていますか。業務内容として当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

<input type="checkbox"/> 1. 企画	<input type="checkbox"/> 2. 設計・デザイン	<input type="checkbox"/> 3. 研究・開発
<input type="checkbox"/> 4. 試作	<input type="checkbox"/> 5. 素材生産	<input type="checkbox"/> 6. 加工 (印刷含む)
<input type="checkbox"/> 7. 製造・組立 (製本含む)	<input type="checkbox"/> 8. 営業・販売	<input type="checkbox"/> 9. PR・情報発信
<input type="checkbox"/> 10. その他 ()		

(2) 貴社の取引先について、地域別にお答えください。

A 次の項目について、地域別に取引先会社数をご記入ください。

	鎌倉市内	横浜	神奈川県内 (鎌倉・横浜を除く)	国内 (神奈川県を除く)	海外 ()	合計
①受注・販売先 (卸先)						
②発注・仕入先						

B 次の項目について、地域別の取引金額(年商)をおよその割合でご記入ください。

	鎌倉市内	横浜	神奈川県内 (鎌倉・横浜を除く)	国内 (神奈川県を除く)	海外 ()	合計
①受注・販売先 (卸先)						10割
②発注・仕入先						10割

(3) 取引先の獲得に対して貴社で積極的に行っている取組はありますか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

<input type="checkbox"/> 1. 親会社や取引先 (受注先) からの紹介	<input type="checkbox"/> 2. 同業種・異業種交流会に参加
<input type="checkbox"/> 3. 企業相互の技術交流会に参加	<input type="checkbox"/> 4. 業界団体等とのつながり
<input type="checkbox"/> 5. 大学や公的研究機関との交流	<input type="checkbox"/> 6. 営業による開拓
<input type="checkbox"/> 7. 見本市等への出展	<input type="checkbox"/> 8. 行政支援の利用
<input type="checkbox"/> 9. インターネットの利用	<input type="checkbox"/> 10. マスコミやメディアを通じた情報発信
<input type="checkbox"/> 11. その他 ()	

2 操業環境について

貴社が鎌倉市内に立地していることで感じる「強み」について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。また、特に強みであると感じる項目についてもチェック☑をつけてください。

鎌倉市に立地していることで「強み」と感じる項目	強み ☑ (すべて)	特に強み ☑
① 受注・販売先との近さ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
② 発注・仕入先との近さ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
③ 部品・部材の調達しやすさ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
④ 交通の便利さ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑤ 消費地との近さ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑥ 地域ブランド力	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑦ 有能な人材の集めやすさ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑧ 情報の集めやすさ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑨ 関連サービスの得やすさ (機械の修理や検査がしやすいなど)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑩ 同業者が多い	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑪ 地価・家賃の手ごろさ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑫ 労働コスト (人件費) の低さ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑬ 製造業の営みやすさ (近隣住民の理解を得やすいなど)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
⑭ 自宅との近さ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3 経営の動向と課題について

(1) 貴社の経営上の課題として、特に重要だと思うもの3つまでにチェック☑をつけてください。

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. 企画力の向上 | <input type="checkbox"/> 2. 品質の向上、技術力の強化 | <input type="checkbox"/> 3. 企業・製品のブランド化 |
| <input type="checkbox"/> 4. 営業力の強化 | <input type="checkbox"/> 5. 受注・販売先や発注・仕入先の開拓 | |
| <input type="checkbox"/> 6. 市場の開拓 | <input type="checkbox"/> 7. 新製品・新分野の開発 | <input type="checkbox"/> 8. 研究開発力の強化 |
| <input type="checkbox"/> 9. 情報発信力・収集力の強化 | <input type="checkbox"/> 10. グローバル化への対応 | <input type="checkbox"/> 11. 資金調達 |
| <input type="checkbox"/> 12. 人材の確保 | <input type="checkbox"/> 13. 後継者の育成 | <input type="checkbox"/> 14. 建物・設備の建替えや入替え |
| <input type="checkbox"/> 15. 周辺地域社会との共生 | <input type="checkbox"/> 16. 地域内企業との連携 | <input type="checkbox"/> 17. 同業種・異業種との連携 |
| <input type="checkbox"/> 18. IT企業との連携 | <input type="checkbox"/> 19. 官民産学連携 | <input type="checkbox"/> 20. その他 () |

(2) 今後の事業展開について、課題があればご記入ください。

4 交流活動・異業種連携について

(1) 貴社または経営者が加入している団体について、当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

- | | | |
|-------------------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 商工会議所 | <input type="checkbox"/> 2. 観光協会 | <input type="checkbox"/> 3. 業界団体 (名称:) |
| <input type="checkbox"/> 4. その他 () | <input type="checkbox"/> 5. 加入している団体なし ⇒設問(3)へ | |

(2) (1) で「1～4」に回答した方へお聞きします。団体に加入する目的は何ですか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

- | | | |
|-------------------------------------|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 同業者との交流 | <input type="checkbox"/> 2. 人材(パートナー)募集・紹介 | <input type="checkbox"/> 3. 官民産学連携 |
| <input type="checkbox"/> 4. 情報収集 | <input type="checkbox"/> 5. 異業種交流 | <input type="checkbox"/> 6. 企業情報の発信 |
| <input type="checkbox"/> 7. その他 () | | |

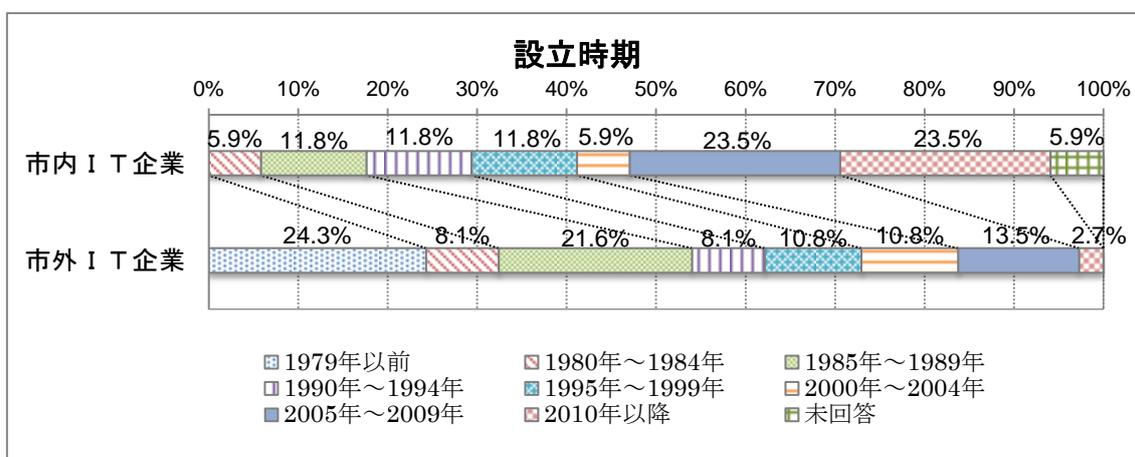
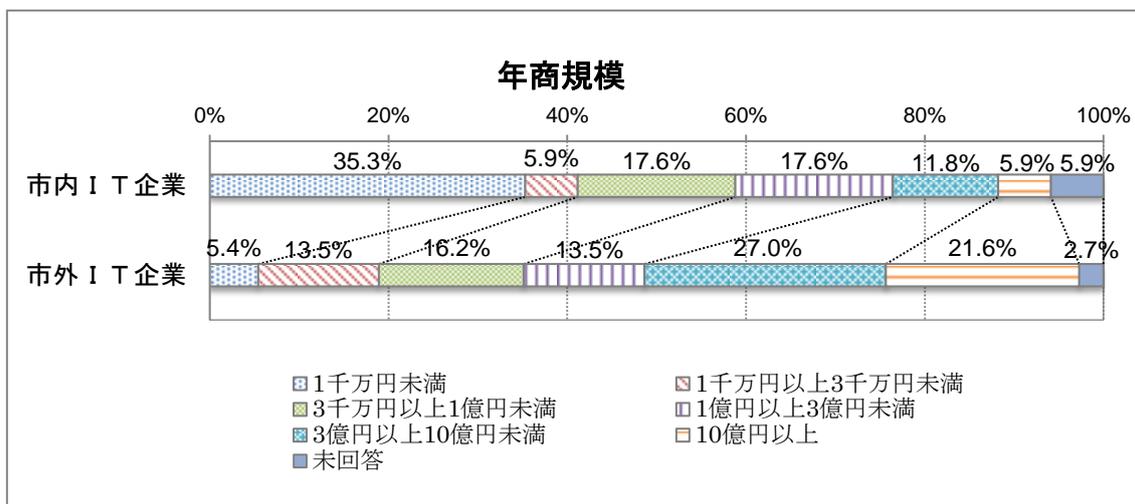
(3) 貴社の業務において、異業種他社と連携して取組んでいる業務はありますか。当てはまるものすべてにチェック☑をつけてください。

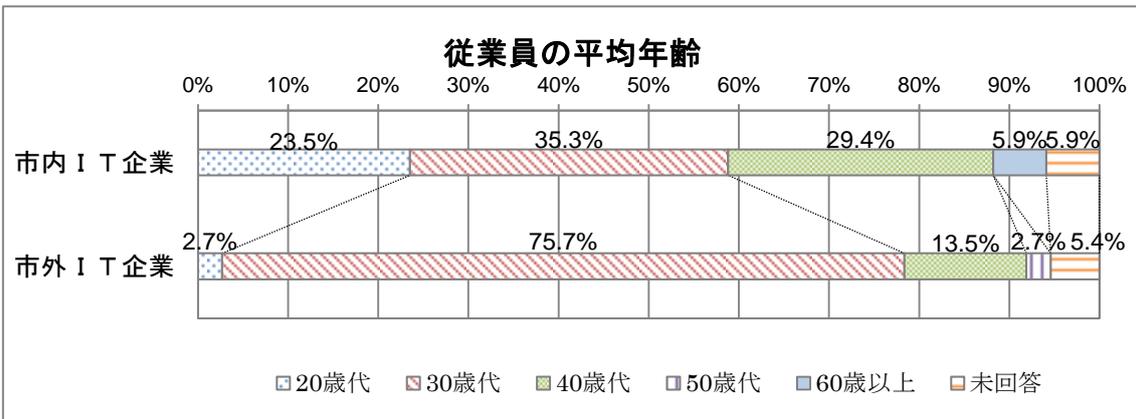
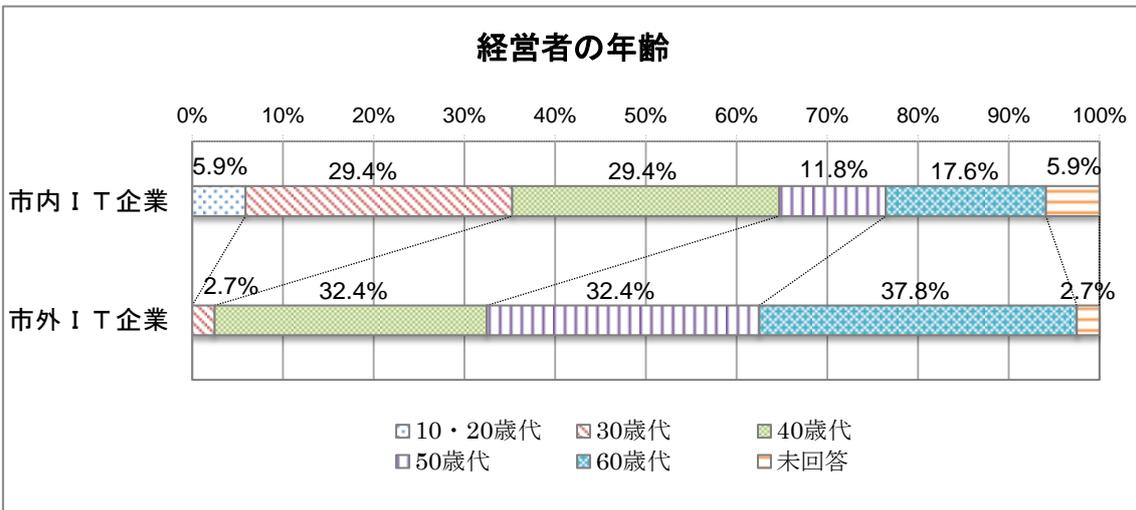
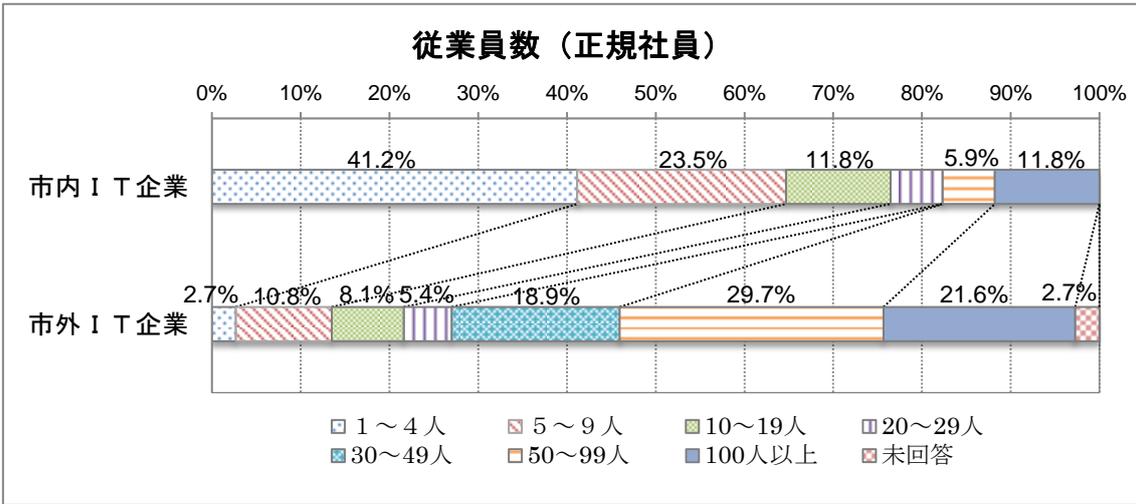
- | | | |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. 企画 | <input type="checkbox"/> 2. 設計・デザイン | <input type="checkbox"/> 3. 研究・開発 |
| <input type="checkbox"/> 4. 試作 | <input type="checkbox"/> 5. 素材生産 | <input type="checkbox"/> 6. 加工 (印刷含む) |
| <input type="checkbox"/> 7. 製造・組立 (製本含む) | <input type="checkbox"/> 8. 営業・販売 | <input type="checkbox"/> 9. PR・情報発信 |
| <input type="checkbox"/> 10. その他 () | | |

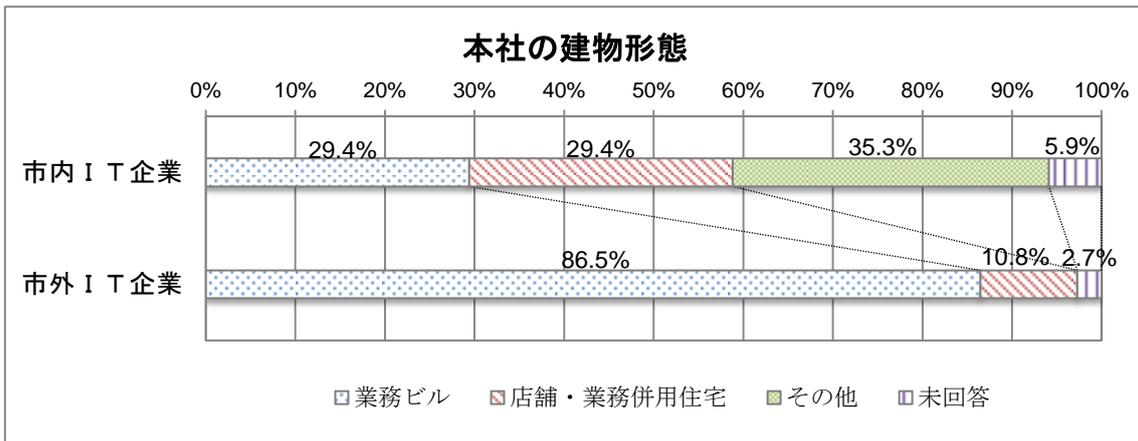
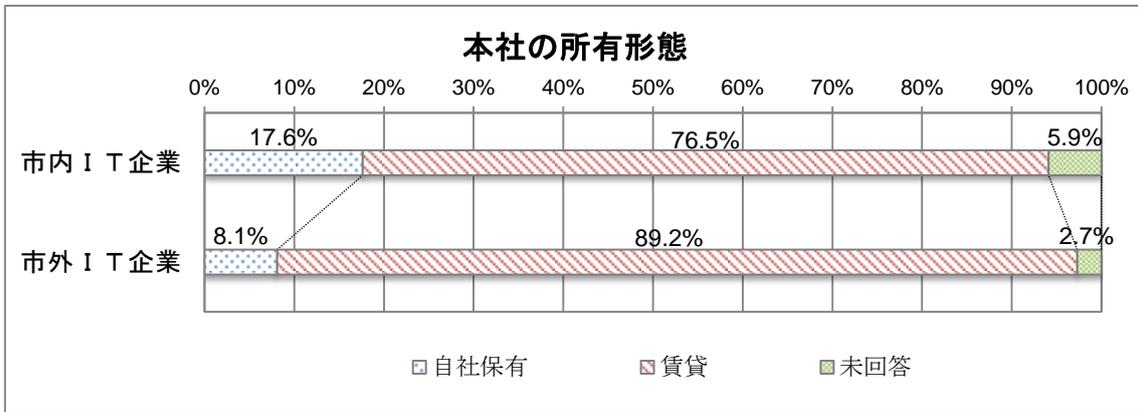
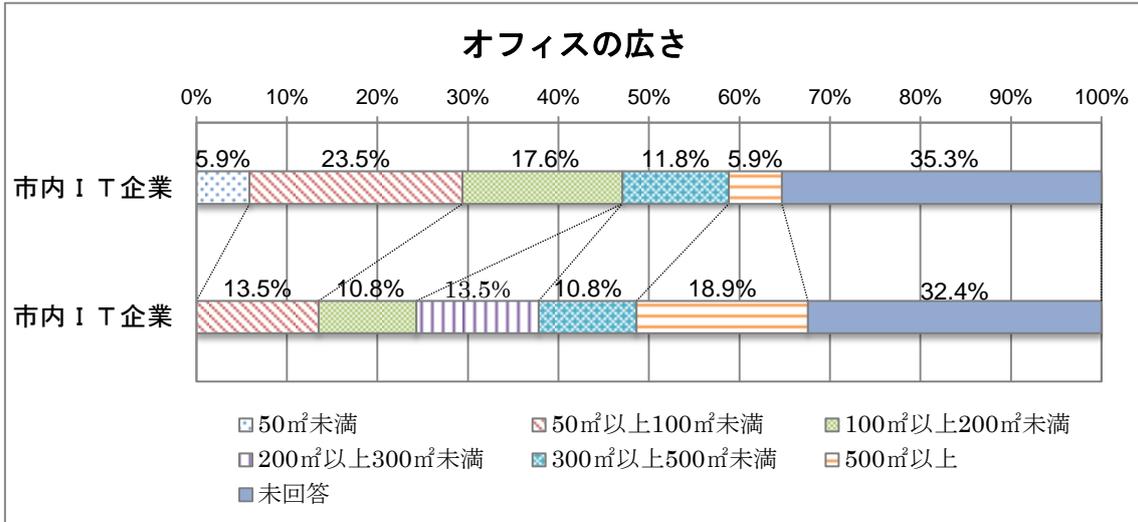
(4) 異業種他社と連携するに当たって、課題があればご記入ください。

資料5 アンケート集計結果(グラフ)

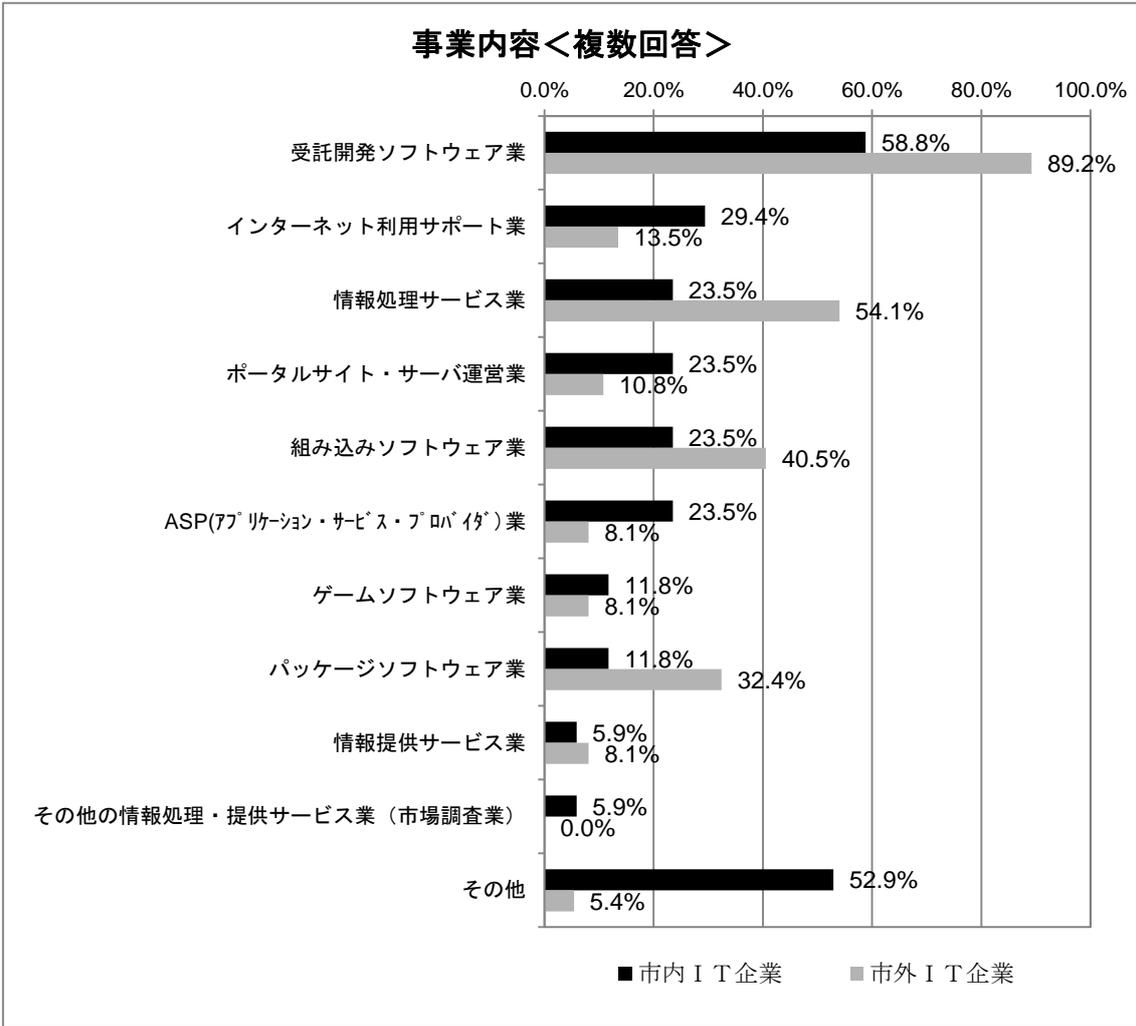
<市内・市外 I T 企業>





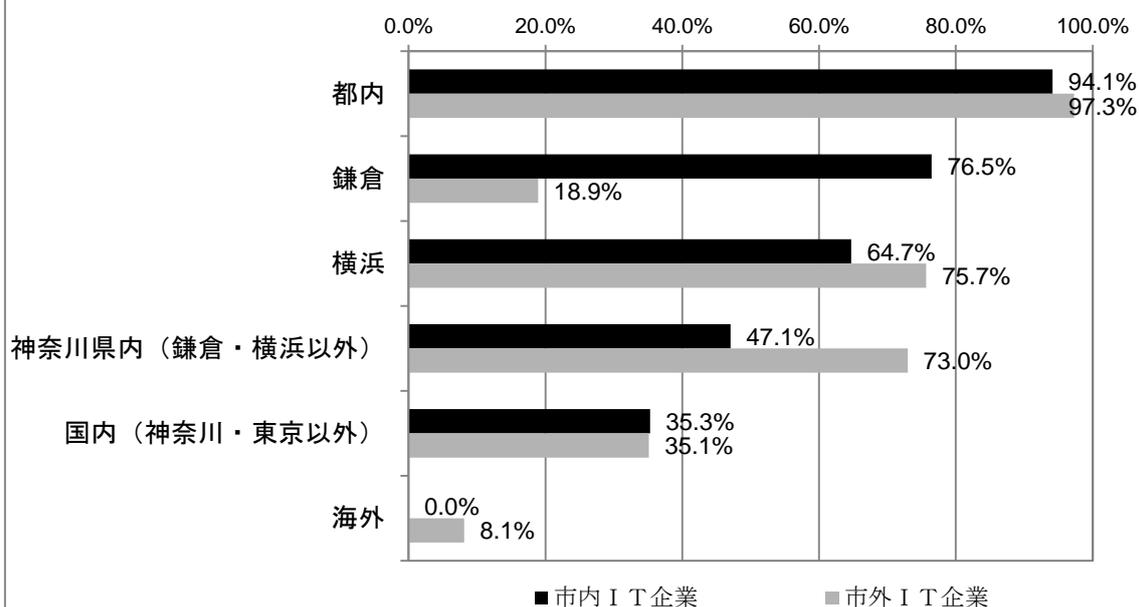


その他	回答数
古民家	1
シェアオフィス	1
鎌倉市消防本部出張所	1

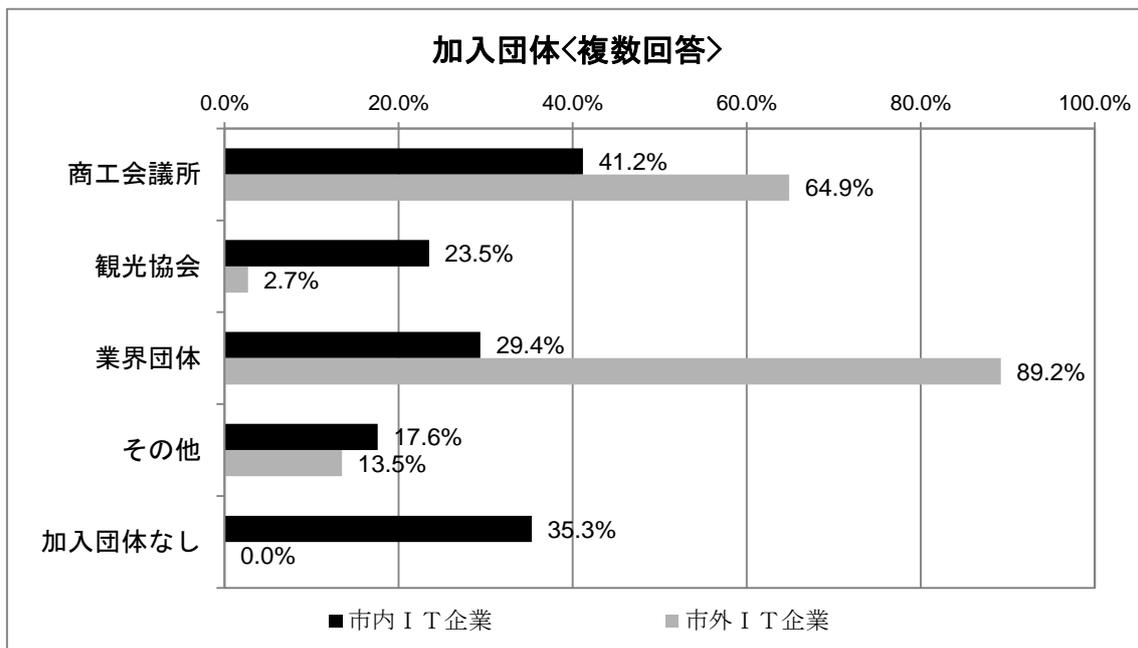


その他（市内 I T 企業）	回答数
広告の企画・制作、ブランディング	2
電子書籍	1
コミュニティエフエム放送	1
名刺作成、各種印刷、委託訓練	1
未回答	4
その他（市内 I T 企業）	回答数
広告代理業	1
コンピュータ販売	1

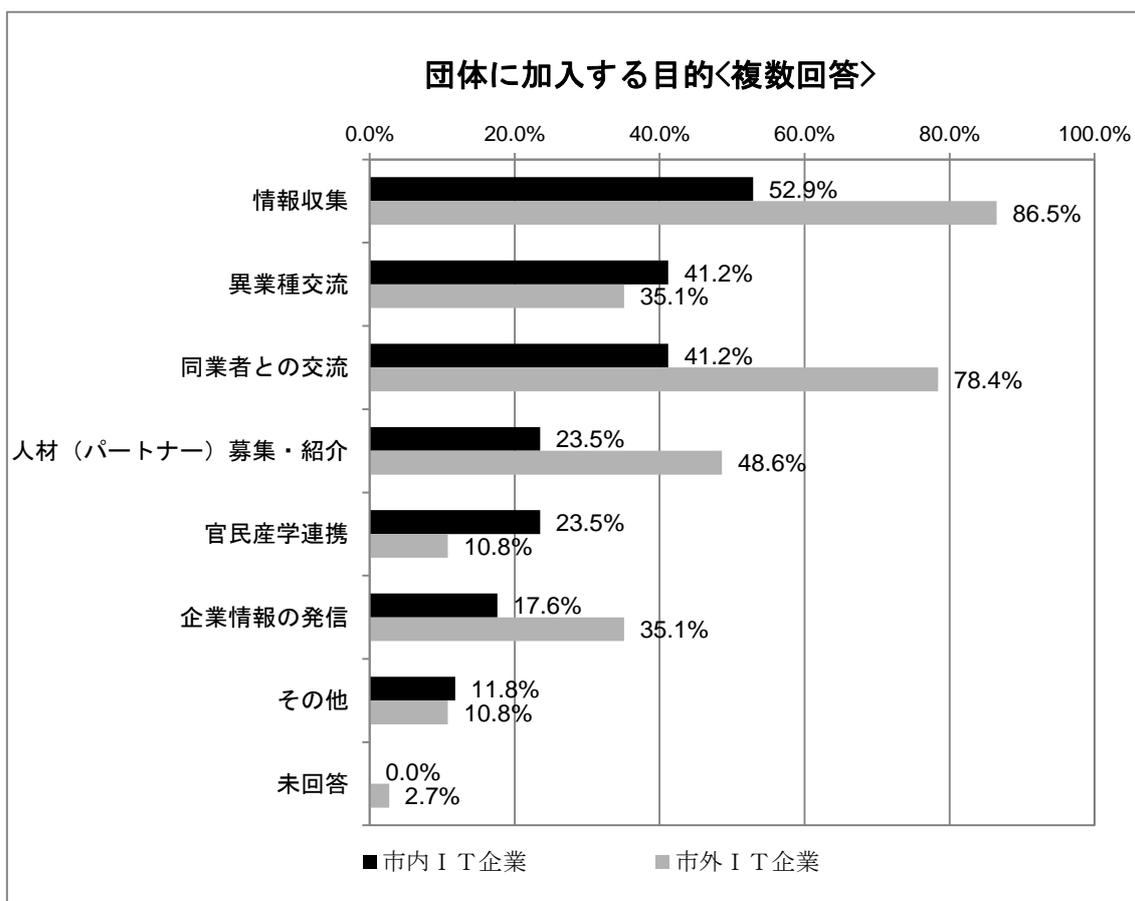
取引・協業関係にある企業の所在<複数回答>



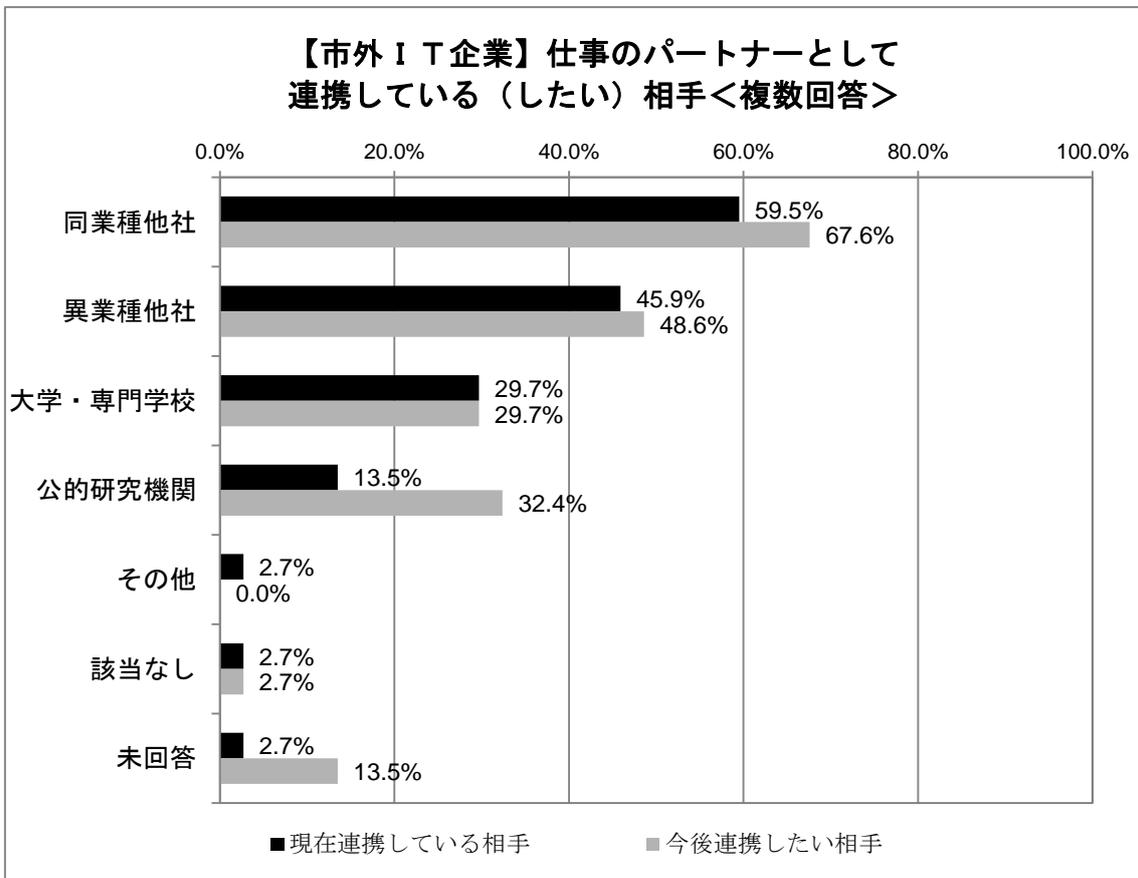
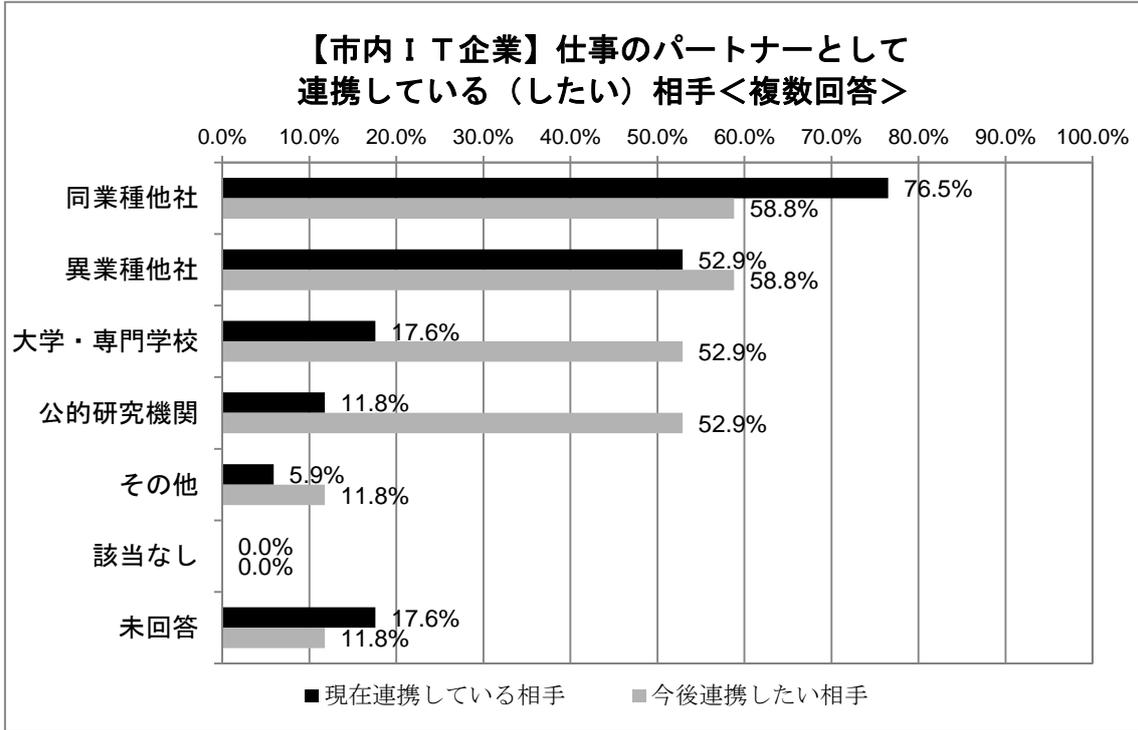
国内	回答数 (市内 I T 企業)	回答数 (市外 I T 企業)
北海道	0	1
宮城県	1	3
山形県	0	1
茨城県	0	1
栃木県	1	0
埼玉県	1	1
千葉県	1	1
石川県	0	1
静岡県	0	1
愛知県	0	2
京都府	1	1
大阪府	1	6
兵庫県	1	2
島根県	1	0
愛媛県	0	1
福岡県	1	1
長崎県	1	0
宮崎県	2	0
北海道から鹿児島まで (全県ではない)	0	1



業界団体	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
神奈川県情報サービス産業協会	1	29
社)全国重度障害者雇用事業所協会	1	0
JCBA	1	0
情報サービス産業協会(JISA)	0	3
その他	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
カマコンバレー	3	0
法人会	1	0
中小企業同友会	0	1
日本広告制作協会	0	1

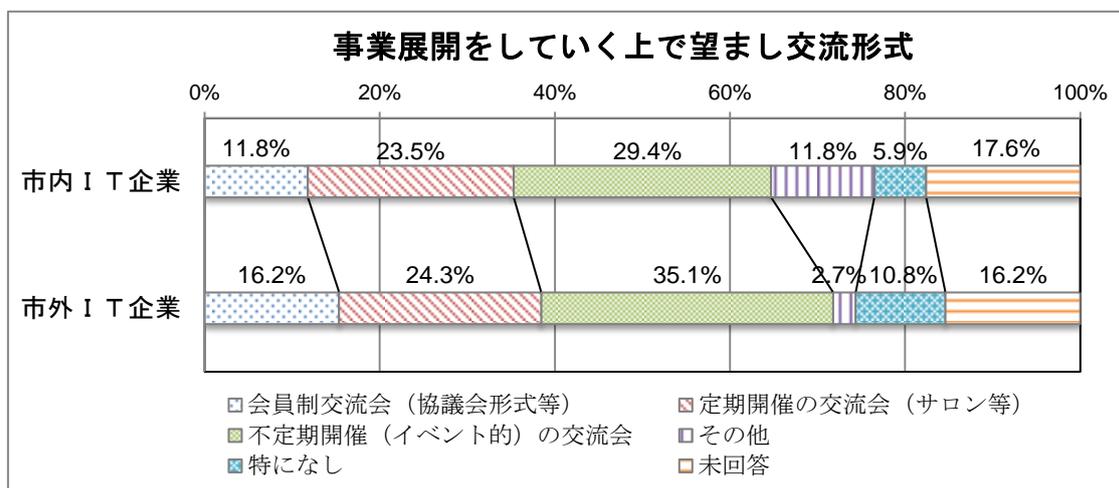


その他	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
企業が困っていること、求めているサービスや物などクラシファイド的な情報	1	0
社員教育	0	2
教育情報	0	1
採用	0	1

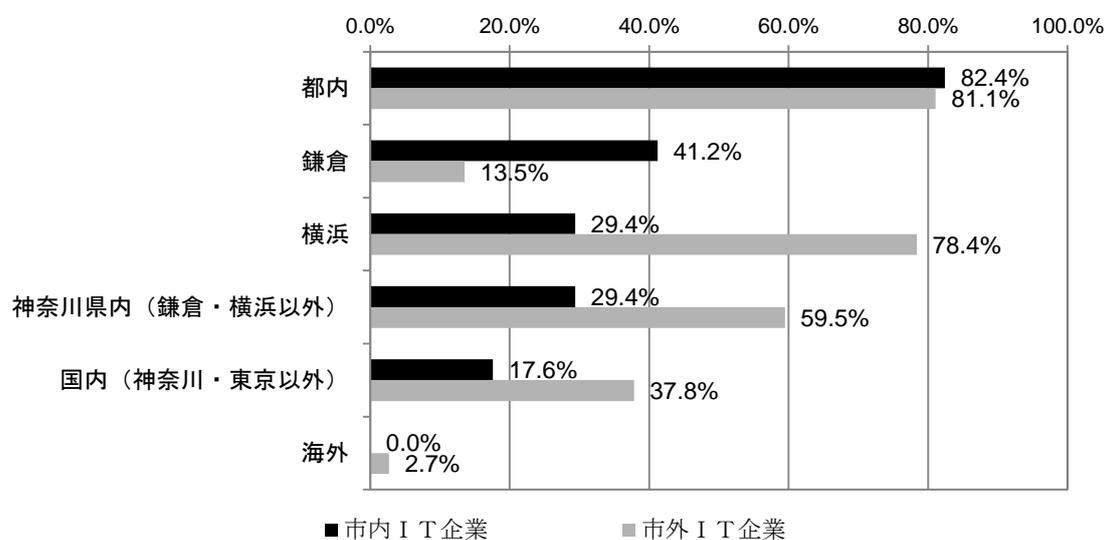


その他	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
NPO・NGO	1	0
広告媒体	0	1

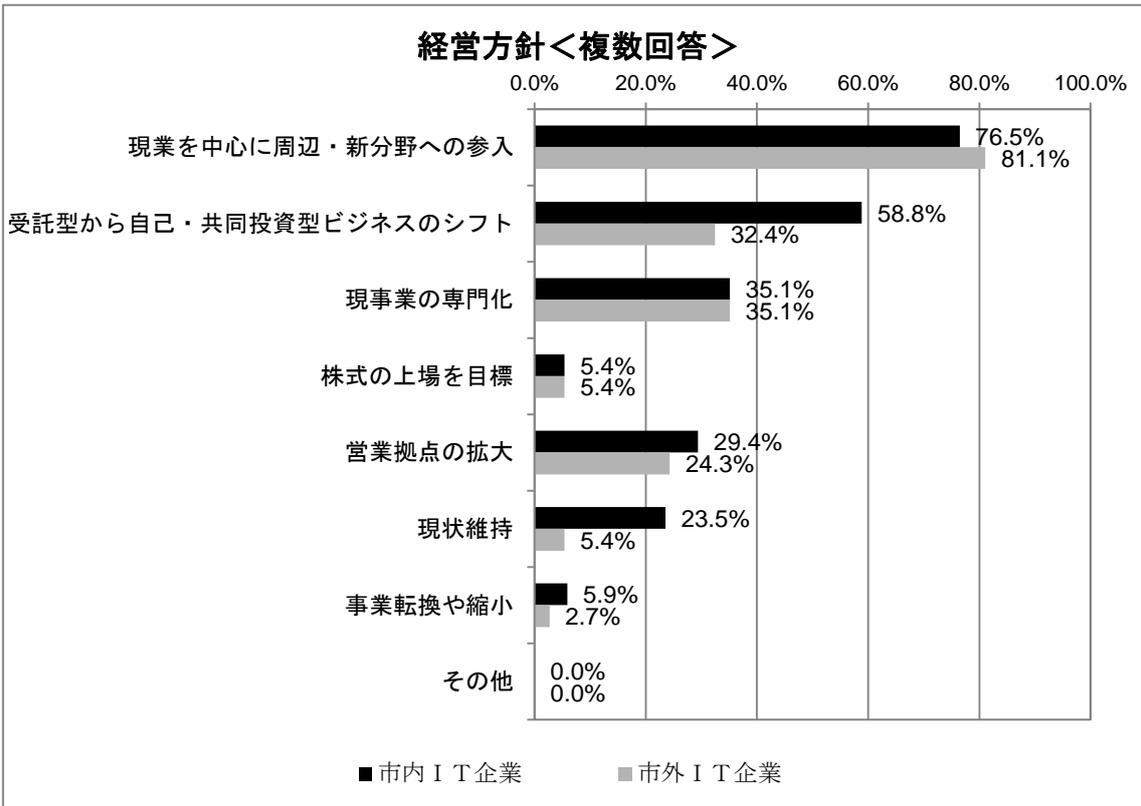
連携相手の獲得における課題<自由回答>	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
そもそも、同業他社や異業種他社以外の相手とどのような連携の形があるのかよくわからない。	1	0
より効果的に地域に企業が貢献する為には、行政との強い連携があるとよりよいと感じる。	1	0
植物工場を鎌倉市内で立ち上げようと計画していますが、連携すべき市内の農家や小売販売業、飲食店等をどのように見つけてよいのかわかりません。	1	0
提携相手が不足している	0	1
連携できるデザイン会社を増やしたい(含む、異業種連携を増やす)	0	1
望まれるスキルの人材と育成	0	1

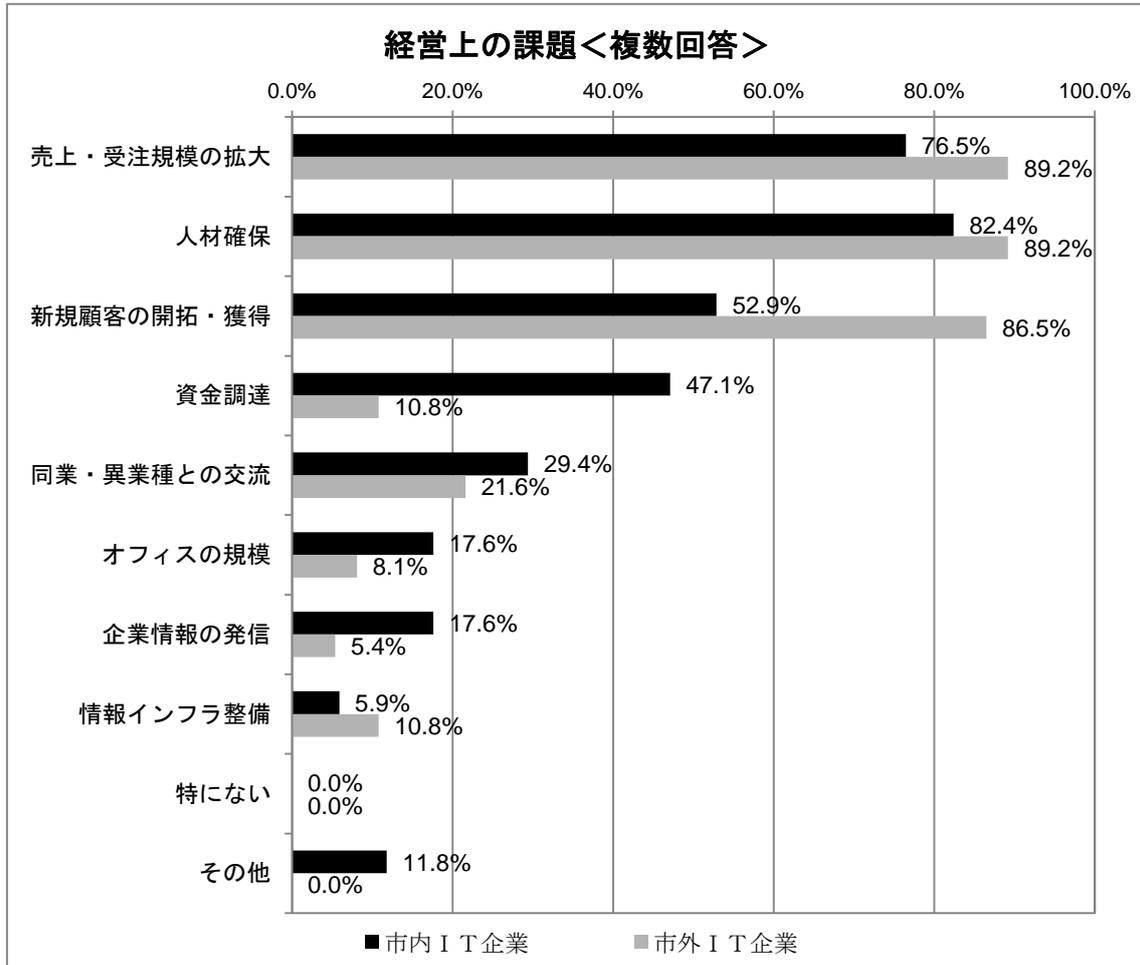


現在の主な顧客の地域<複数回答>



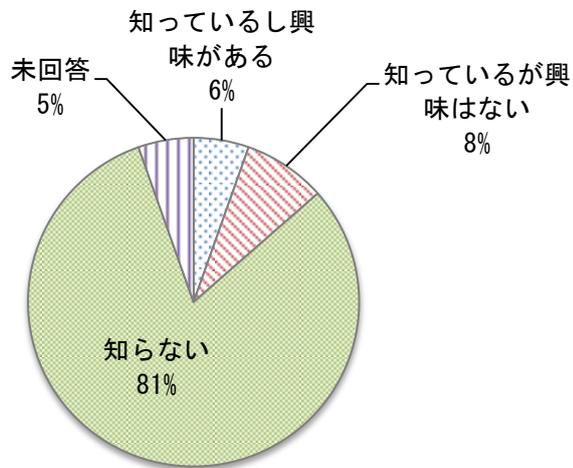
日本国内	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
岩手県滝沢村	0	1
土浦市	0	1
千葉市	0	3
町田市	0	1
1~4 以外の関東	0	1
静岡市	0	1
掛川市	0	1
名古屋市	0	3
大阪市	0	4
関西圏	1	0
福岡市	0	2
長崎県	1	0



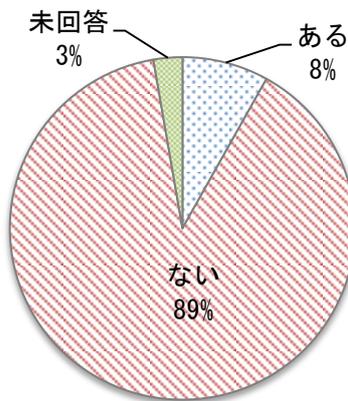


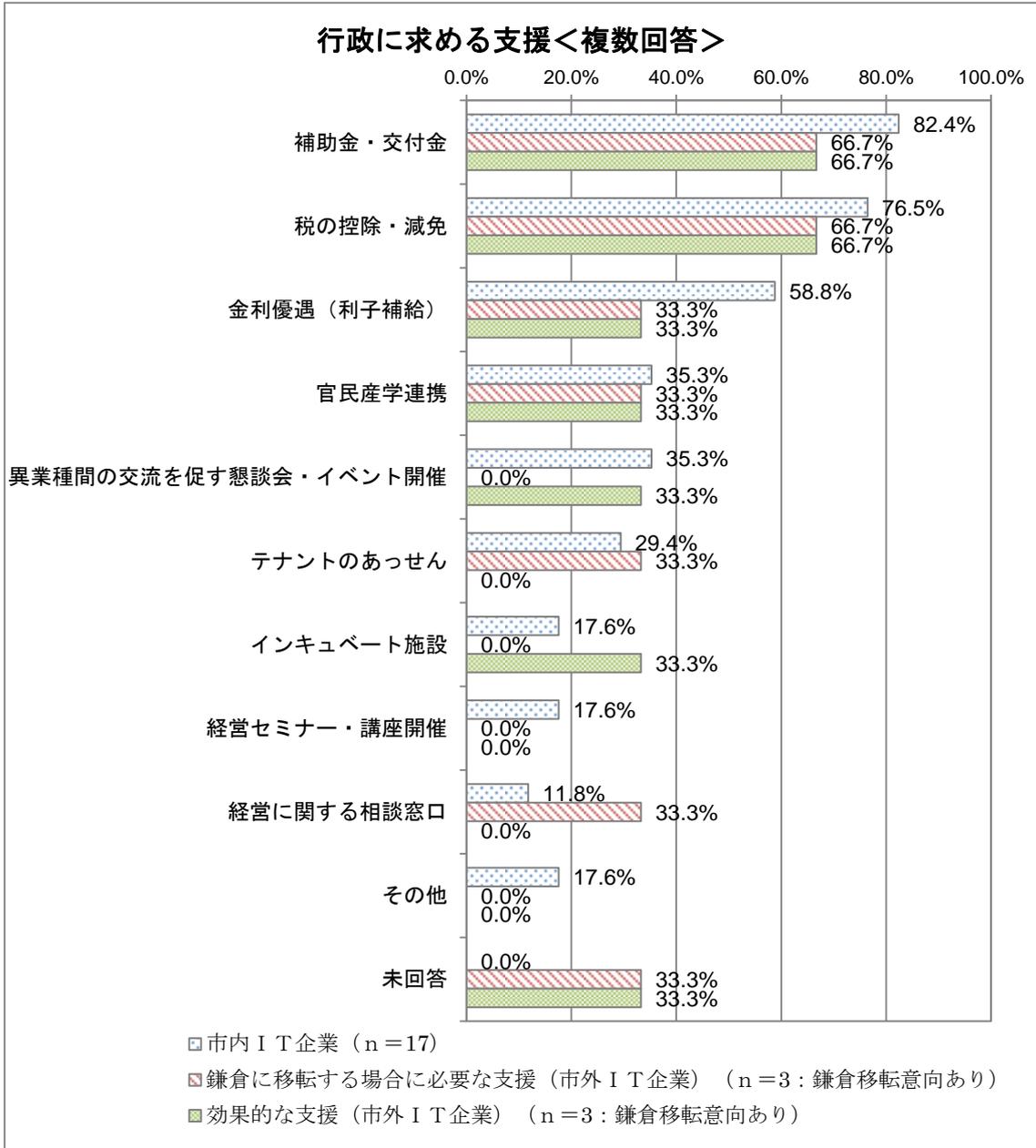
その他(自由回答)	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
人材の成長	1	0
社員のモチベーション維持	1	0
健康維持	1	0

【市外IT企業】カマコンバレー認知度



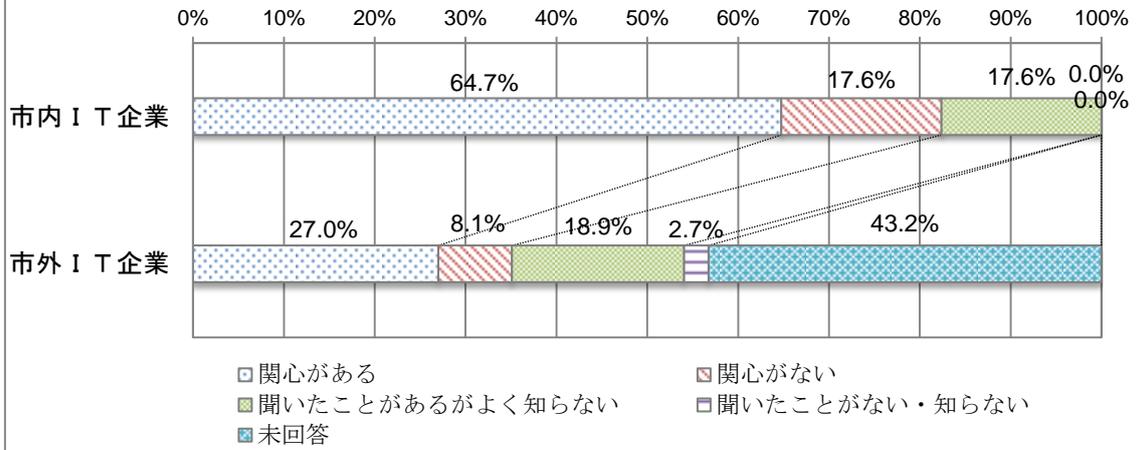
**【市外IT企業】
鎌倉市内にオフィスを構える考えはあるか**



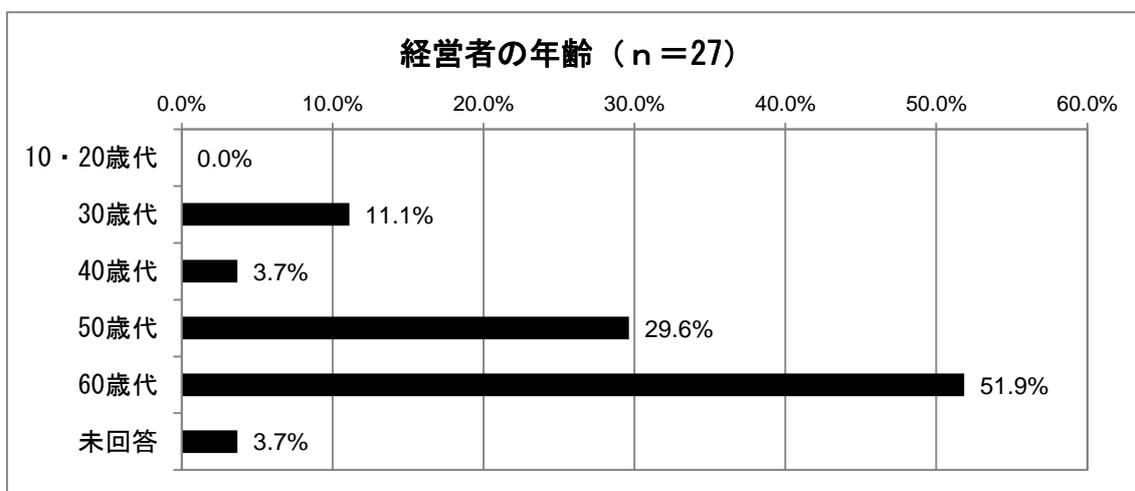
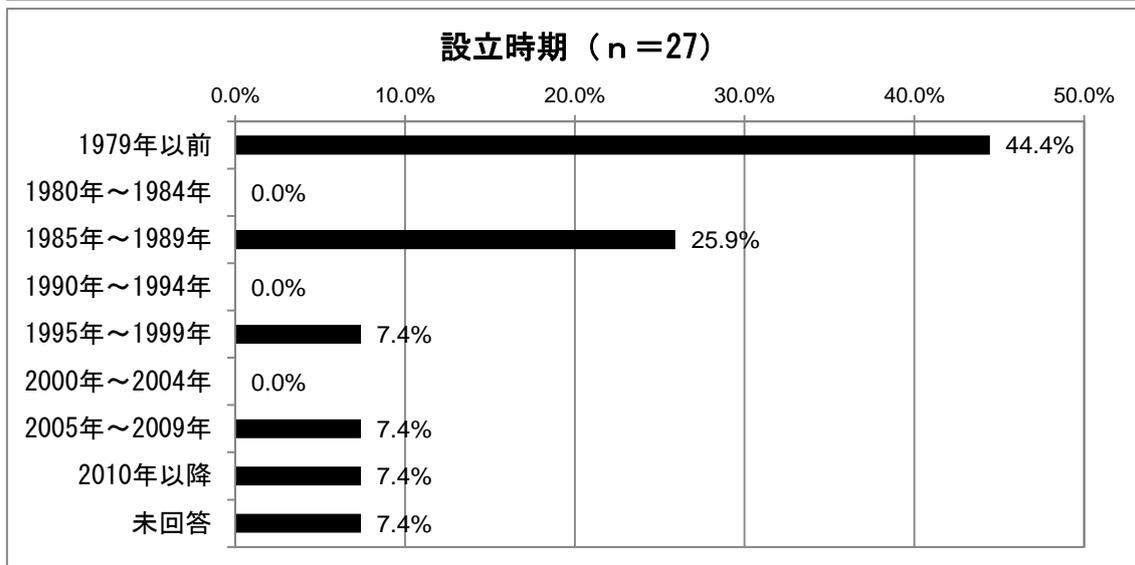
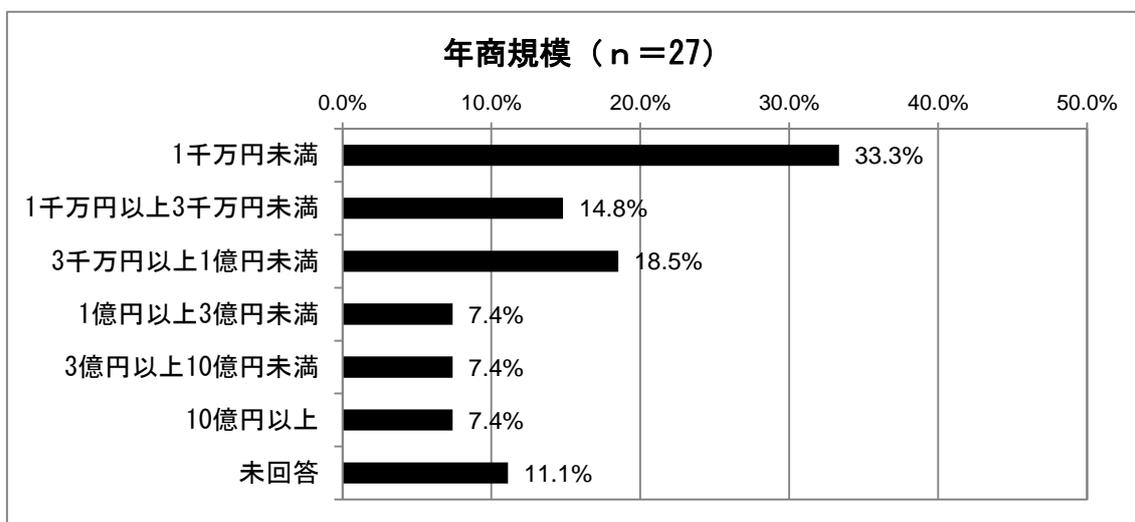


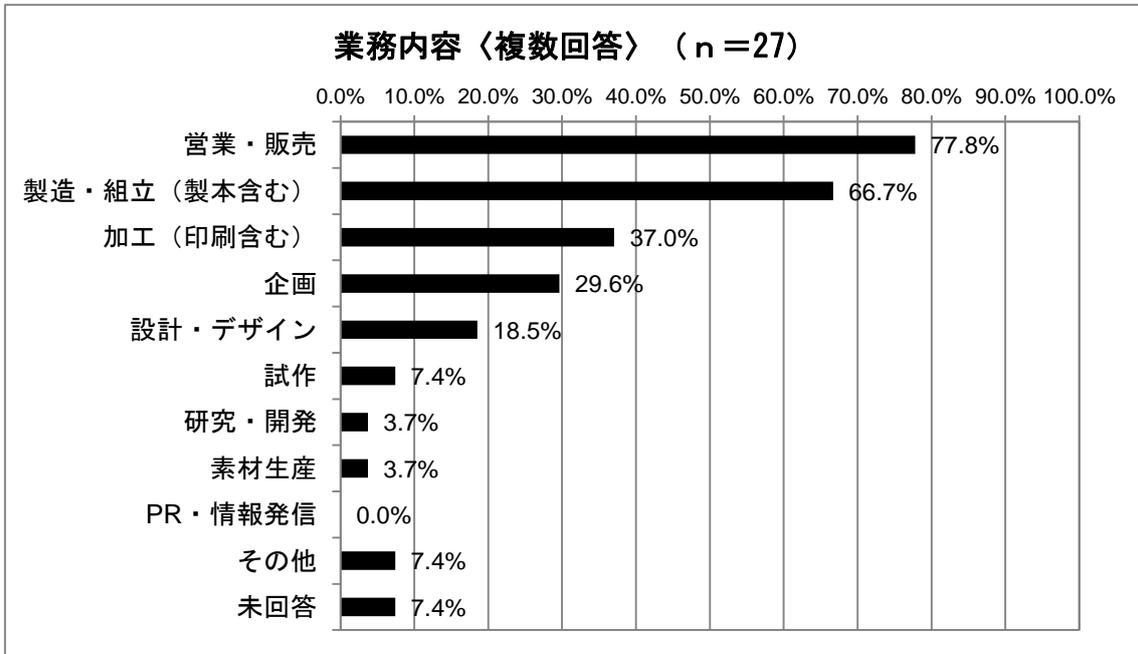
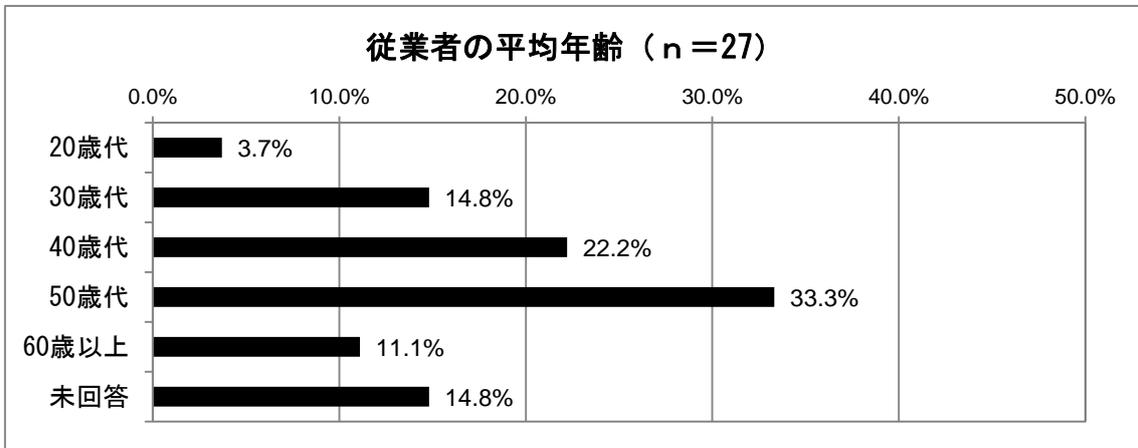
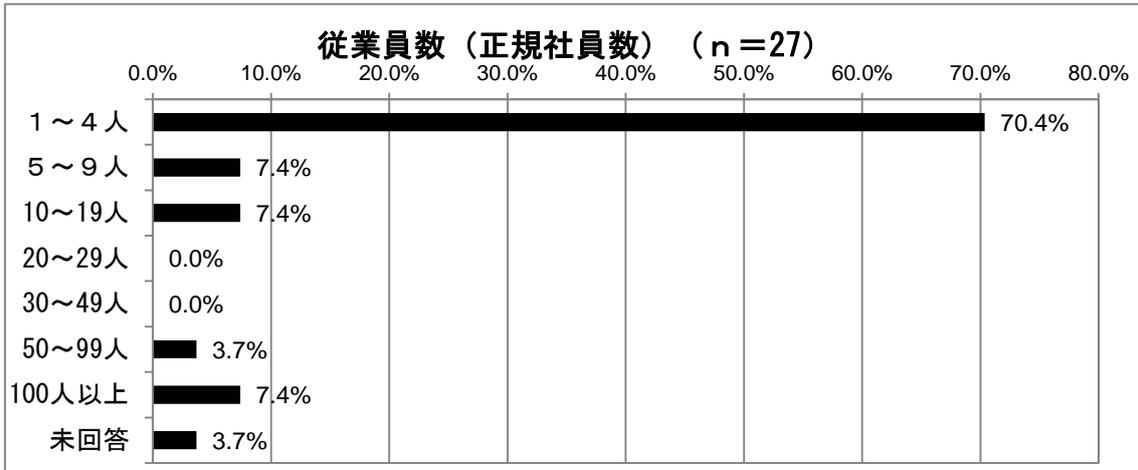
その他(自由回答)	回答数(市内IT企業)	回答数(市外IT企業)
制度そのもの以上に行政の情報が取得できる広報の仕組み	1	0

クールジャパンへの関心度

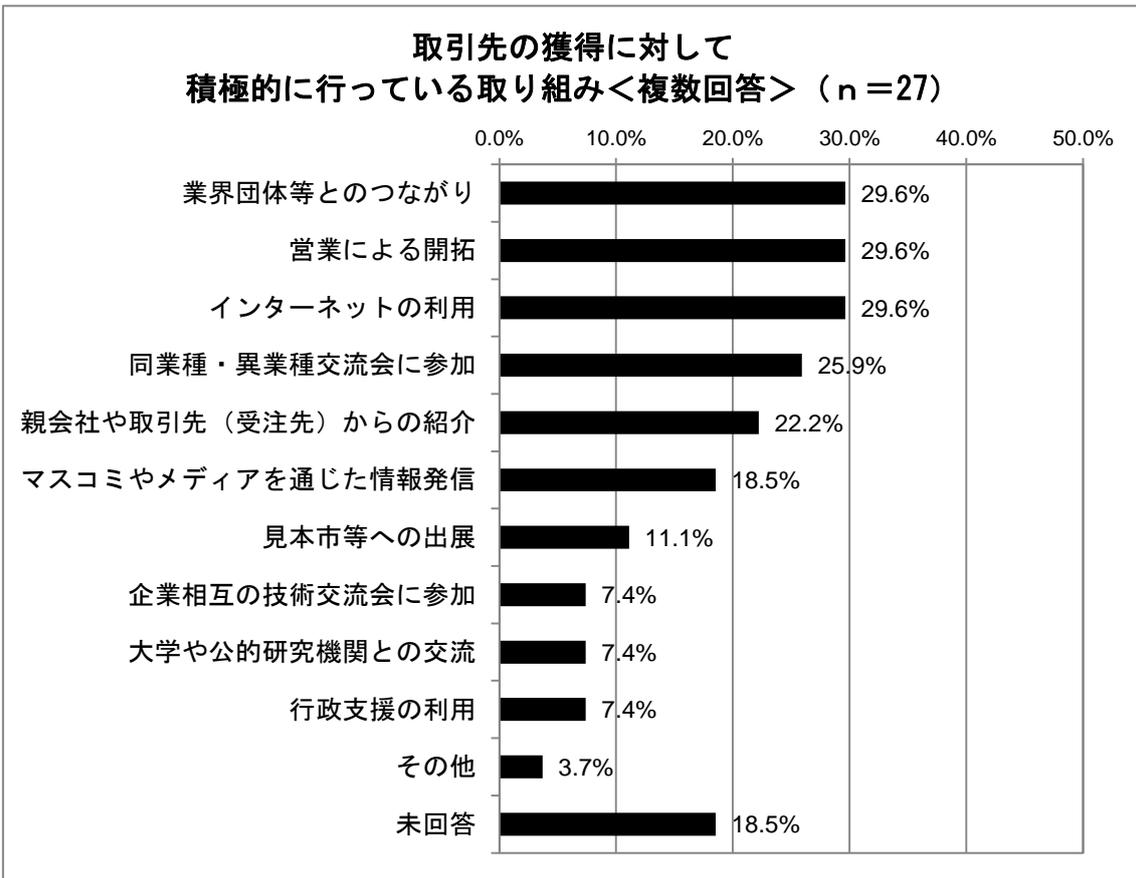
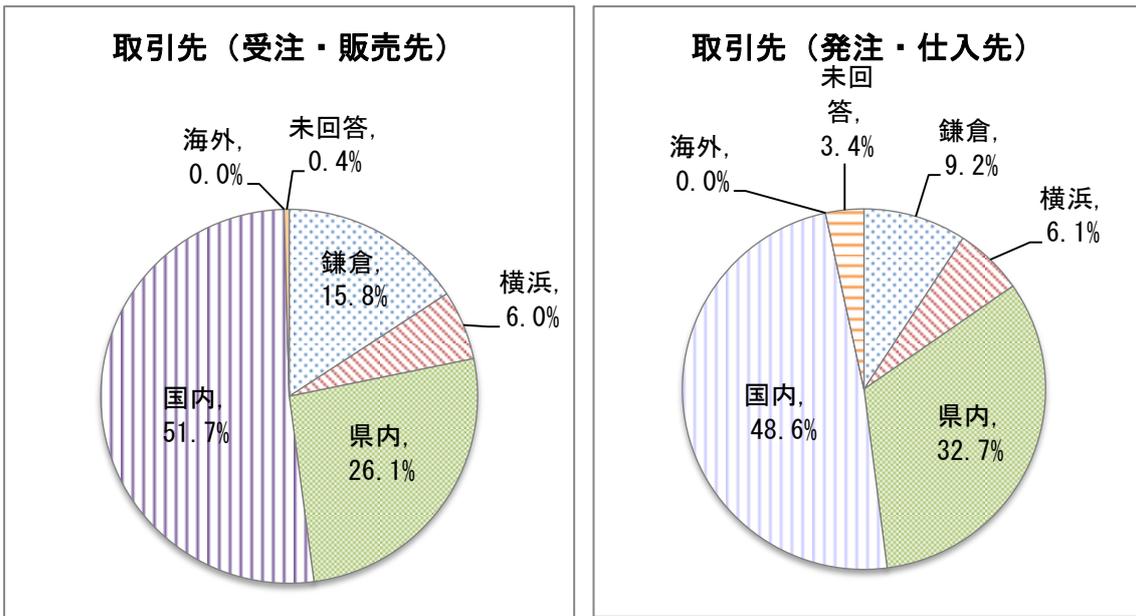


<市内製造業>

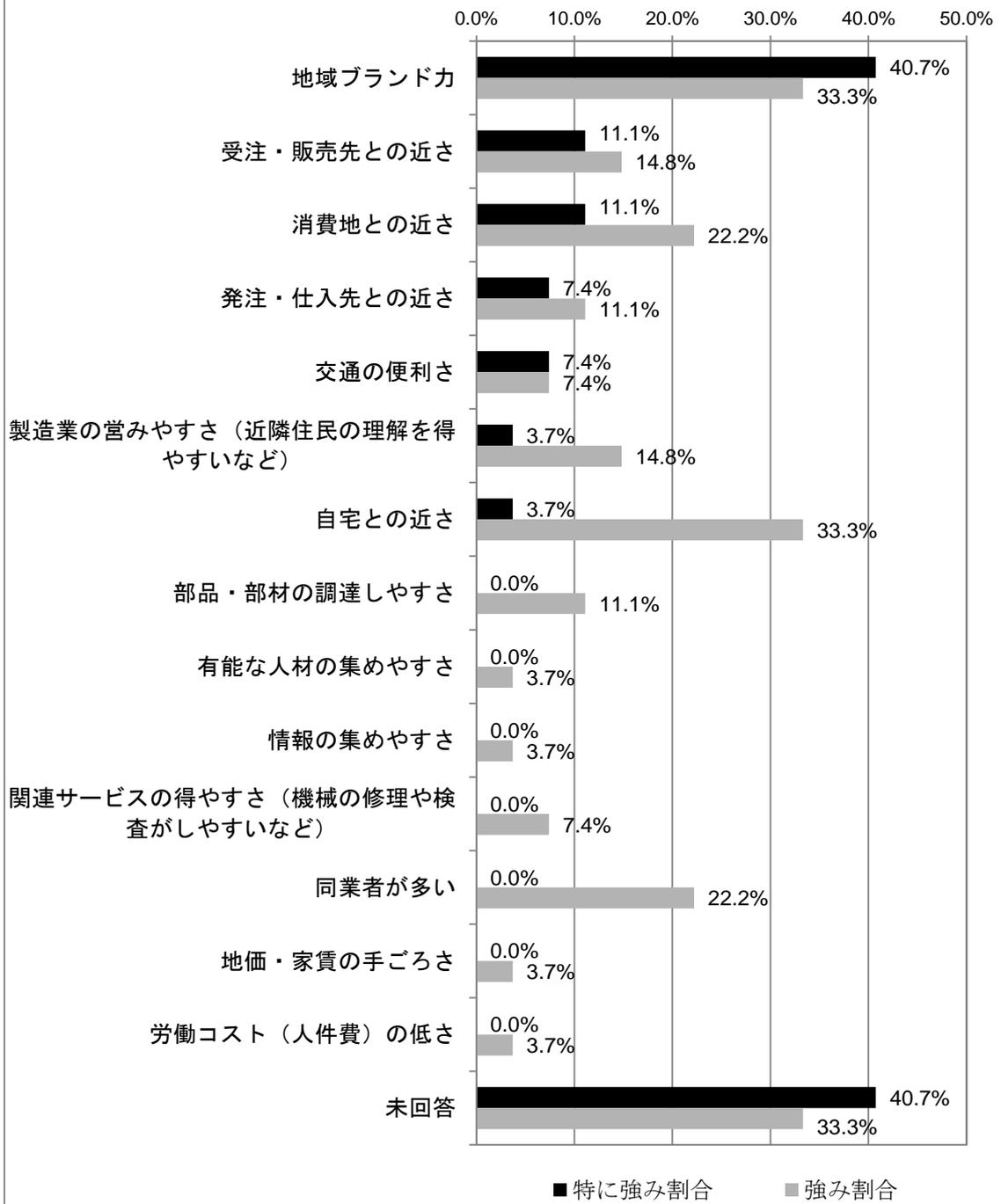




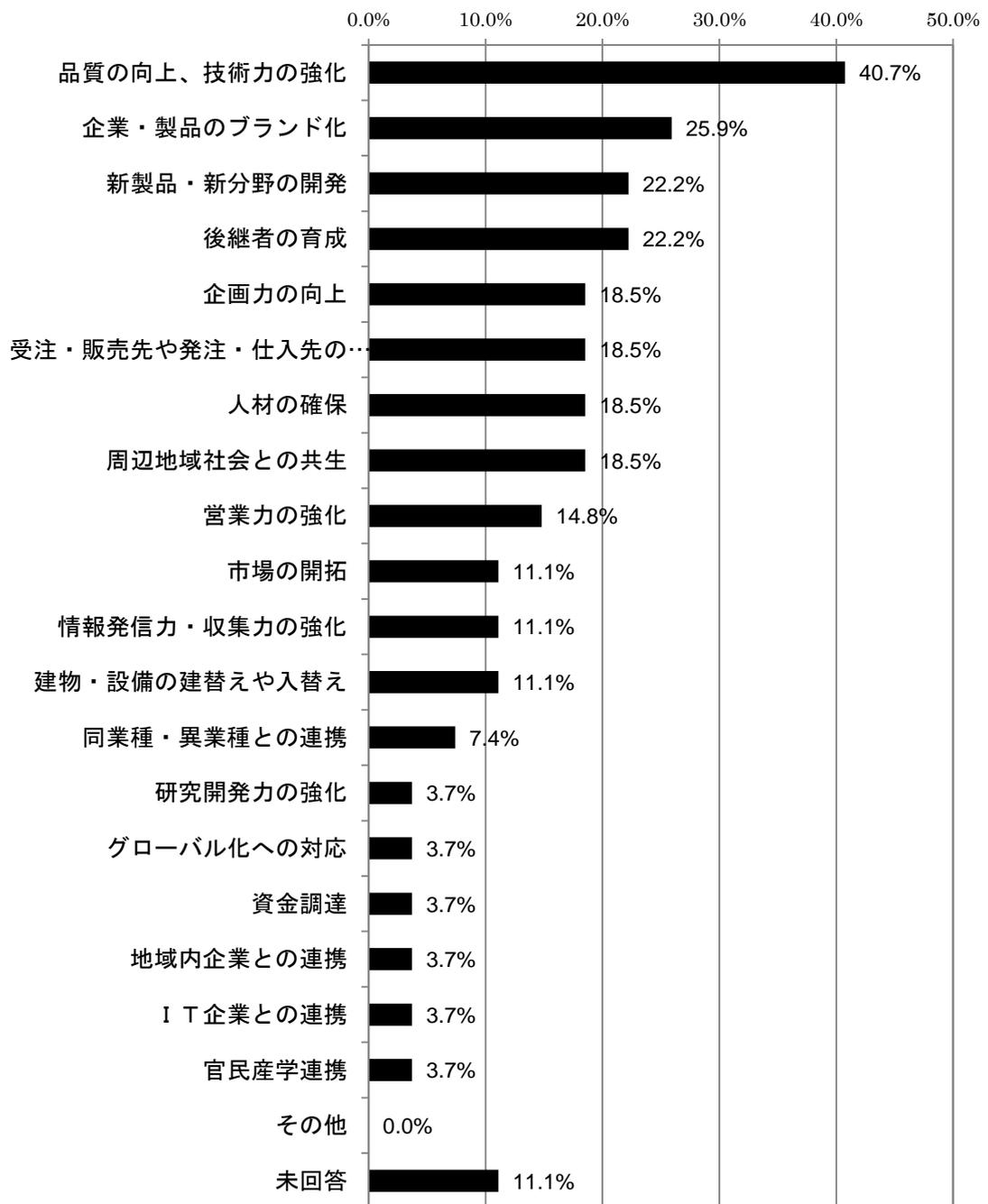
その他	回答数
教育・教室	2

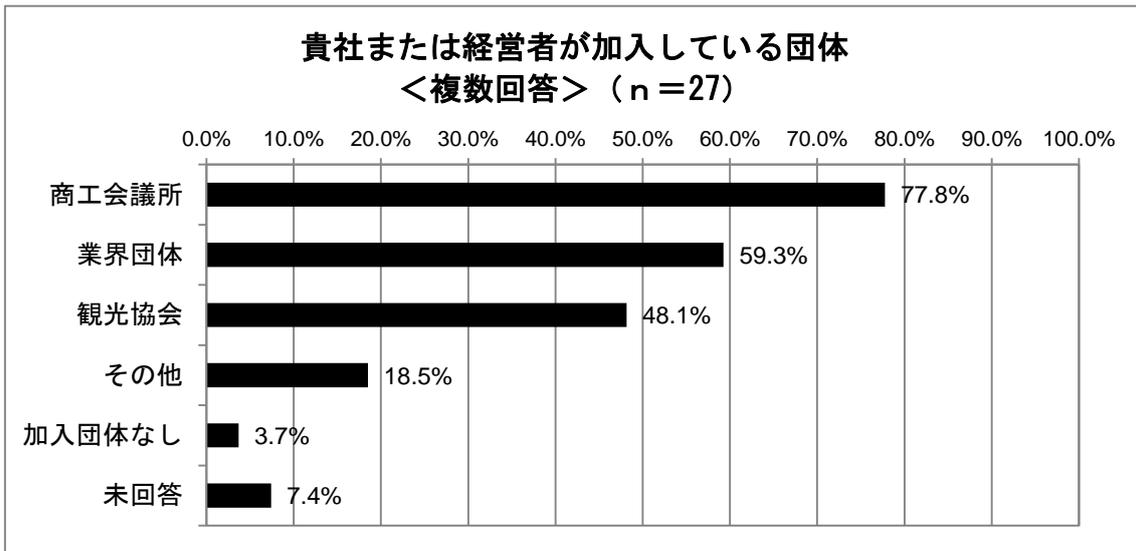


鎌倉市に立地していることの強み<複数回答> (n=27)

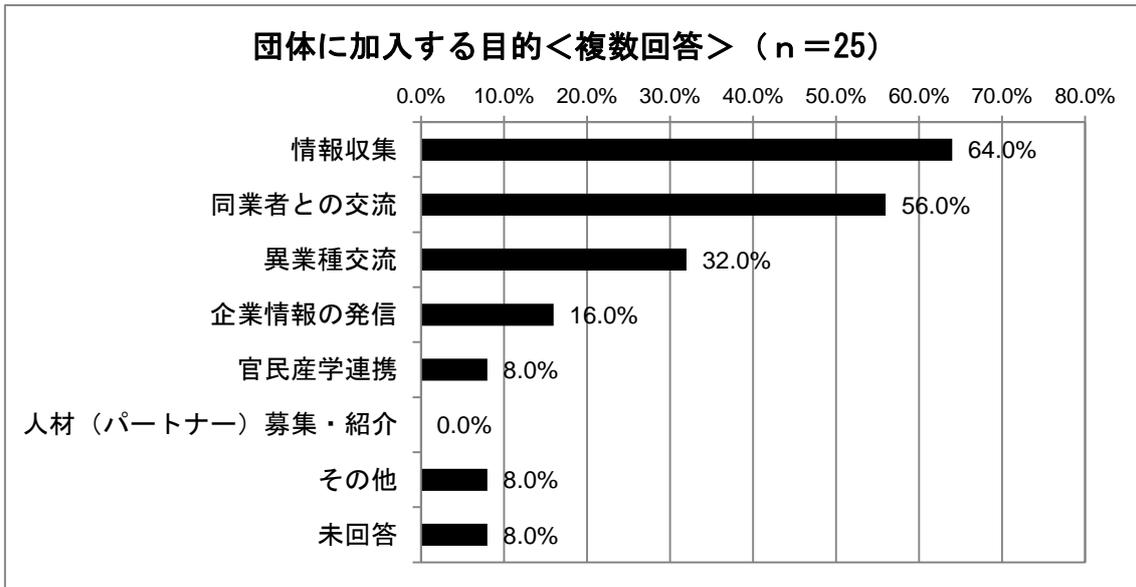


経営上の課題＜複数回答（3つまで）＞（n=27）

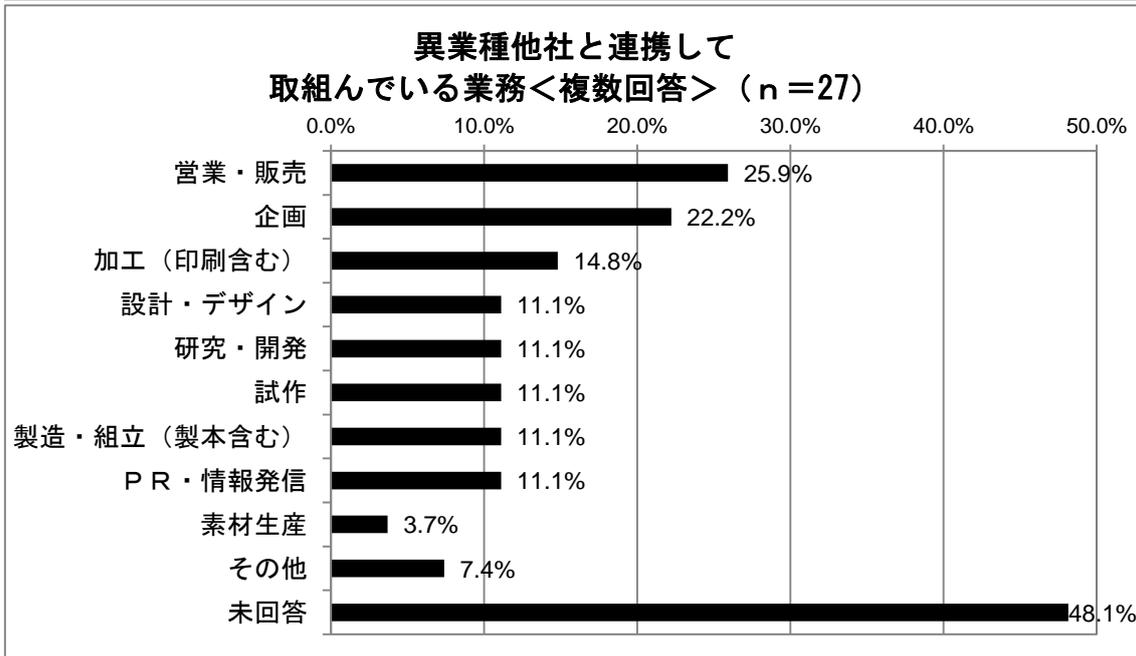




業界団体	回答数
伝統鎌倉彫事業協同組合	4
鎌倉豆腐組合	2
鎌倉菓子組合	2
全国ビール醸造者協議会	1
法人会	1
飲食店組合	1
洋菓子協会	1
協同組合	1
伝産組合	1
鎌倉彫協同組合	1
日本ショッピングセンター	1
印刷業協同組合	1
その他	回答数
地元商店会	2
菓子製造等	1
消防団	1
由比ヶ浜中央商店会	1
食品衛生協会	1
食品技連協	1
鎌倉ロータリークラブ	1

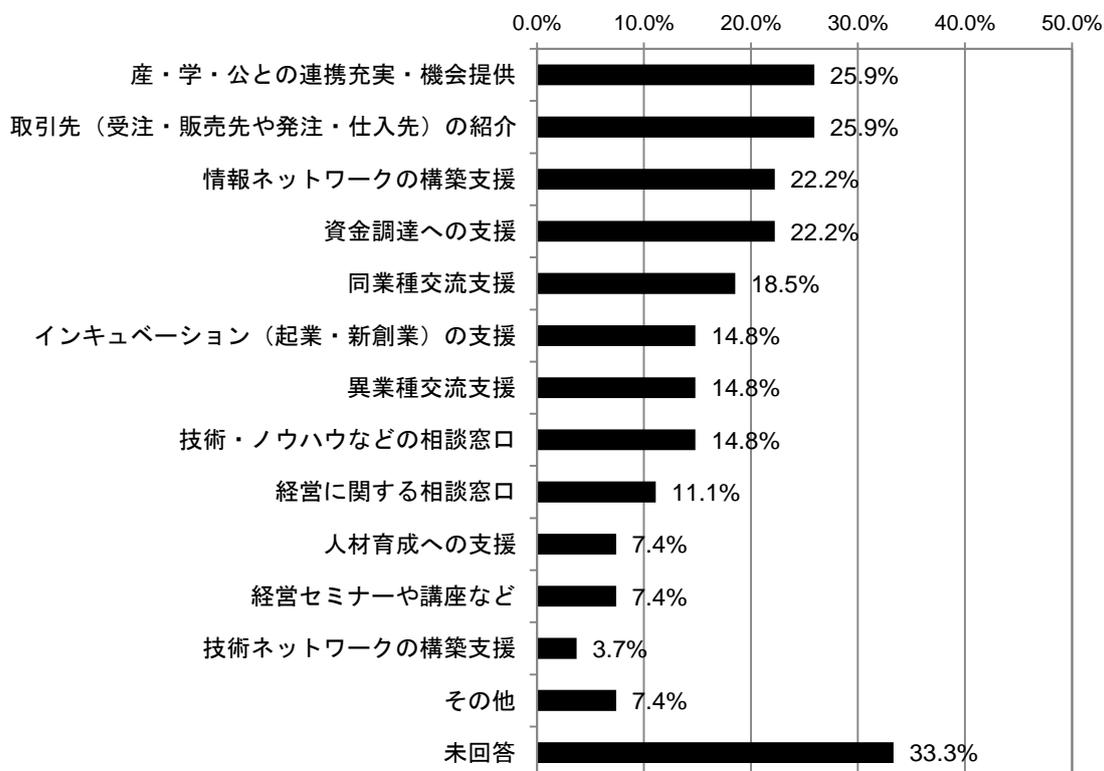


その他	回答数
誘われたから	1
未回答	1



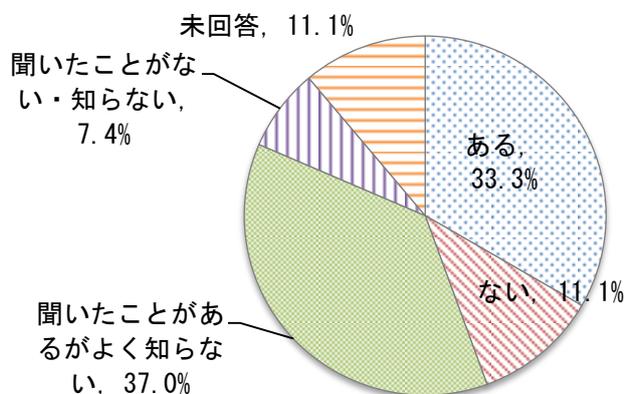
その他	回答数
特になし	2
異業種他社と連携するに当たっての課題（自由記入）	
・ITの活用にしても法律面やセキュリティーその他難題が多い（営業に支障）	1
・海外への展開のノウハウ不足	1

行政に求める支援＜複数回答＞（n=27）



その他	回答数
自社についてはないが、商店街への支援がほしい	1
特になし	1

クール・ジャパンへの関心（n=27）



その他行政への意見（自由記入）	回答数
鎌倉市の特色を活かし、鎌倉ウェディングの推進や告知など	1
市の制度での融資を借りやすくして欲しい。中小企業にとっては、増税はかなりの負担。資金繰りで困った際や働けなくなった時、弱者に対してのケアを望んでいる。	1
商店街に対しての体力強化につながる支援策がほしい。	1
商観光課と政策創造という分掌の違いが明確でない。	1
ニーズの掘り起こしやフィールドワークの更なる必要性。NPO や例えばガイド協会から得られる観光客が鎌倉に求めるものとは何かという情報。	1
鎌倉の伝統工芸を広く紹介（全国、海外）する場を作って欲しい。小さなスペースでもよい。通年とおせて紹介する場があればベスト（常設）。	1
鎌倉彫の作品、製品が市内外の店で売れていなくて業界全般で不況である。	1
伝統技術の保存への理解と支援	1

資料6

分析結果シート(中位:10%増加)

(単位:百万円)			
	第1次波及効果 (直接効果含む)	第2次波及効果	合計
生産誘発額	1,465	287	1,752
うち粗付加価値誘発額	874	189	1,062
うち雇用者所得誘発額	483	69	552

需要から生産への波及

県民需要	2,341	百万円
↓		
県産品需要	1,137	百万円
県外品需要	1,204	百万円
↓		
生産誘発額	1,752	百万円

産業部門別

	経済波及効果(百万円)		シェア	
	生産誘発額	粗付加価値誘発額	生産誘発額	粗付加価値誘発額
001 耕種業	0	0	0.01%	0.01%
002 畜産	0	0	0.00%	0.00%
003 農業サービス	0	0	0.03%	0.03%
004 林業	0	0	0.00%	0.00%
005 漁業	0	0	0.00%	0.00%
006 畜産物	0	0	0.00%	0.00%
007 非金属鉱物	0	0	0.00%	0.00%
008 石炭・原油・天然ガス	0	0	0.00%	0.00%
009 産物	8	2	0.45%	0.13%
010 飲料	3	2	0.17%	0.13%
011 飼料・有機肥料(除別掲)	0	0	0.00%	0.00%
012 繊維工業製品	0	0	0.00%	0.00%
013 繊維工業製品	0	0	0.00%	0.00%
014 衣服・その他の繊維製品	0	0	0.00%	0.00%
015 製材	0	0	0.00%	0.00%
016 家具・装備品	1	0	0.04%	0.02%
017 ハルブ・紙・板紙・加工紙	1	0	0.09%	0.03%
018 紙加工品	1	1	0.07%	0.05%
019 印刷・製版・製本	4	2	0.22%	0.20%
020 化学肥料	0	0	0.00%	0.00%
021 無機化学工業製品	0	0	0.00%	0.00%
022 石油化学基礎製品	0	0	0.00%	0.00%
023 有機化学工業製品(除石油化学基礎製品)	0	0	0.00%	0.00%
024 合成樹脂	0	0	0.01%	0.00%
025 化学繊維	0	0	0.00%	0.00%
026 医薬	0	0	0.03%	0.02%
027 化学農薬製品(除医薬品)	1	0	0.05%	0.02%
028 石油製品	10	2	0.59%	0.13%
029 石炭	0	0	0.02%	0.00%
030 プラスチック製品	2	1	0.12%	0.05%
031 プラスチック製品	0	0	0.01%	0.01%
032 木めし・木工・同製品	0	0	0.00%	0.00%
033 ガラス・ガラス製品	0	0	0.01%	0.00%
034 セメント・セメント製品	0	0	0.01%	0.01%
035 陶磁	0	0	0.00%	0.00%
036 その他の窯業・土石製品	0	0	0.00%	0.00%
037 鉄鉄	1	0	0.03%	0.01%
038 鋼材	0	0	0.01%	0.00%
039 鉄鋼	0	0	0.00%	0.00%
040 その他の鉄鋼製品	0	0	0.01%	0.00%
041 非鉄金属製錬・精製	0	0	0.00%	0.00%
042 非鉄金属加工製品	0	0	0.00%	0.00%
043 建設・建築用金属製品	0	0	0.00%	0.00%
044 その他の金属製品	1	0	0.04%	0.03%
045 特殊産業機械	0	0	0.01%	0.01%
046 特殊産業機械	0	0	0.01%	0.00%
047 その他の産業機械及び部品	0	0	0.00%	0.00%
048 産業用電子部品	0	0	0.01%	0.00%
049 産業用電気機械	0	0	0.00%	0.00%
050 電子応用装置・電気計測器	0	0	0.00%	0.00%
051 その他の電気機械	0	0	0.00%	0.00%
052 民生用電気機械	0	0	0.00%	0.00%
053 通信機・同関連機	0	0	0.01%	0.00%
054 電子計算機・同付属装置	0	0	0.00%	0.00%
055 半導体素子・集積回路	0	0	0.00%	0.00%
056 その他の電子部品	0	0	0.03%	0.01%
057 乗用車	1	0	0.04%	0.01%
058 その他の自動車	0	0	0.01%	0.00%
059 自動車部品・同付属品	2	0	0.10%	0.04%
060 船舶・同付属品	0	0	0.00%	0.00%
061 その他の輸送機械・同付属品	0	0	0.01%	0.01%
062 特殊産業機械	0	0	0.01%	0.00%
063 その他の製造工業製品	1	0	0.06%	0.03%
064 再生资源回収・加工業	0	0	0.01%	0.01%
065 各種建設	0	0	0.00%	0.00%
066 建設補修	10	5	0.58%	0.44%
067 公共事業	0	0	0.00%	0.00%
068 その他の土木建設	0	0	0.00%	0.00%
069 電力	13	3	0.75%	0.28%
070 ガス・熱供給	5	1	0.30%	0.12%
071 水道	5	2	0.28%	0.22%
072 廃棄物処理	1	1	0.08%	0.09%
073 商業	48	32	2.76%	3.05%
074 金融・保険	36	23	2.04%	2.15%
075 不動産仲介及び賃貸	42	31	2.41%	2.95%
076 住宅賃貸	16	13	0.91%	1.18%
077 住宅賃貸(附属家賃)	89	61	3.86%	3.79%
078 鉄道	6	4	0.34%	0.39%
079 道路	7	5	0.41%	0.43%
080 水	0	0	0.01%	0.00%
081 航空	0	0	0.00%	0.00%
082 貨物利用運送	0	0	0.02%	0.02%
083 倉庫	1	1	0.07%	0.07%
084 運輸付帯サービス	4	3	0.24%	0.24%
085 通信	35	22	1.98%	2.03%
086 放送	1	1	0.06%	0.05%
087 情報サービス	1,148	676	65.51%	63.64%
088 インターネット付随サービス	12	4	0.67%	0.40%
089 映像・文字情報制作	2	1	0.14%	0.12%
090 公務	2	2	0.13%	0.16%
091 教育	14	12	0.82%	1.11%
092 娯楽	9	5	0.49%	0.46%
093 医療	9	3	0.35%	0.32%
094 飲食	5	4	0.29%	0.34%
095 その他の公共サービス	3	2	0.19%	0.04%
096 広域公共サービス	3	2	0.18%	0.12%
097 広域公共サービス	5	2	0.28%	0.12%
098 物品賃貸サービス	11	7	0.65%	0.70%
099 自動車・機械修理	19	6	1.06%	0.58%
100 その他の対事業所サービス	126	96	7.17%	9.03%
101 娯楽サービス	7	4	0.39%	0.42%
102 飲食	15	7	0.88%	0.66%
103 宿泊	1	0	0.05%	0.04%
104 洗濯・美容・美容・浴場	6	4	0.34%	0.40%
105 その他の対個人サービス	10	8	0.57%	0.72%
106 事務	2	0	0.13%	0.00%
107 分類不明	6	1	0.37%	-0.08%
合計	1,752	1,062	100.00%	100.00%

資料6

分析結果シート(中位:50%増加)

(単位:百万円)

	第1次波及効果 (直接効果含む)	第2次波及効果	合計
生産誘発額	7,327	1,435	8,762
うち粗付加価値誘発額	4,369	944	5,313
うち雇用量所得誘発額	2,417	343	2,761

需要から生産への波及

県民需要	11,707	百万円
↓		
県産品需要	5,684	百万円
県外品需要	6,023	百万円
↓		
生産誘発額	8,762	百万円

産業部門別

	経済波及効果(百万円)		シェア	
	生産誘発額	粗付加価値誘発額	生産誘発額	粗付加価値誘発額
001 耕種業	1	1	0.01%	0.01%
002 畜産業	0	0	0.00%	0.00%
003 農業サービス	2	2	0.03%	0.03%
004 林業	0	0	0.00%	0.00%
005 漁業	0	0	0.00%	0.00%
006 金属鉱物	0	0	0.00%	0.00%
007 非金属鉱物	0	0	0.00%	0.00%
008 石炭・原油・天然ガス	0	0	0.00%	0.00%
009 食料	39	10	0.45%	0.19%
010 飲料	15	8	0.17%	0.16%
011 飼料・有機質肥料(除別掲)	0	0	0.00%	0.00%
012 たばこ	0	0	0.00%	0.01%
013 繊維工業製品	0	0	0.00%	0.00%
014 衣服・その他の繊維製品	0	0	0.00%	0.00%
015 製材・木製品	0	0	0.00%	0.00%
016 家具・寝具・装具	3	1	0.04%	0.02%
017 パルプ・紙・板紙・加工紙	7	2	0.09%	0.03%
018 印刷・製版・製本	6	3	0.07%	0.05%
019 印刷・製版・製本	19	10	0.22%	0.22%
020 化学	0	0	0.00%	0.00%
021 無機化学工業製品	0	0	0.00%	0.00%
022 石油化学基礎製品	0	0	0.00%	0.00%
023 有機化学工業製品(除石油化学基礎製品)	0	0	0.00%	0.00%
024 合成樹脂	1	0	0.01%	0.00%
025 化学繊維	0	0	0.00%	0.00%
026 医薬	2	1	0.03%	0.02%
027 化学最終製品(除医薬品)	4	1	0.05%	0.02%
028 石油製品	52	10	0.59%	0.19%
029 石炭	1	0	0.02%	0.00%
030 プラスチック製品	10	3	0.12%	0.09%
031 ゴム製品	1	0	0.01%	0.01%
032 なめし革・毛皮・同製品	0	0	0.00%	0.00%
033 ガラス・ガラス製	1	0	0.01%	0.00%
034 セメント・セメント製	1	0	0.01%	0.01%
035 陶磁	0	0	0.00%	0.00%
036 その他の窯業・土石製品	0	0	0.00%	0.00%
037 鉄鉄・粗鋼	3	0	0.03%	0.01%
038 鋼材	1	0	0.01%	0.00%
039 鋳造	0	0	0.00%	0.00%
040 その他の鉄鋼製品	0	0	0.01%	0.00%
041 非鉄金属製錬・精製	0	0	0.00%	0.00%
042 非鉄金属加工製品	0	0	0.00%	0.00%
043 錬鉄・鋳造用金属製	0	0	0.00%	0.00%
044 その他の金属製	3	2	0.04%	0.03%
045 一般産業機械	1	0	0.01%	0.01%
046 特殊産業機械	1	0	0.01%	0.00%
047 その他の一般機器及び部品	0	0	0.00%	0.00%
048 事務用・サービス用機器	1	0	0.01%	0.00%
049 産業用電気機器	0	0	0.00%	0.00%
050 電子応用装置・電気計測器	0	0	0.00%	0.00%
051 その他の電気機器	0	0	0.00%	0.00%
052 民生用電気機器	0	0	0.00%	0.00%
053 通信機器・同関連機器	1	0	0.01%	0.00%
054 電子計算機・同付属装置	0	0	0.00%	0.00%
055 半導体素子・集積回路	0	0	0.00%	0.00%
056 その他の電子部品	2	1	0.03%	0.01%
057 乗用車	3	0	0.04%	0.01%
058 その他の自動車	0	0	0.01%	0.00%
059 自動車部品・同付属品	9	2	0.10%	0.04%
060 船舶・同修理	0	0	0.00%	0.00%
061 その他の輸送機械・同修理	1	0	0.01%	0.01%
062 精密機械	1	0	0.01%	0.00%
063 その他の製造工業製品	5	2	0.06%	0.03%
064 再生资源回収・加工処理	1	0	0.01%	0.01%
065 建設	0	0	0.00%	0.00%
066 建設補修業	50	23	0.58%	0.44%
067 公共事業	0	0	0.00%	0.00%
068 その他の土木建設業	0	0	0.00%	0.00%
069 電力	66	15	0.75%	0.25%
070 ガス・熱供給	26	6	0.30%	0.12%
071 水道	23	12	0.26%	0.22%
072 廃棄物処理	7	5	0.08%	0.09%
073 商業	242	162	2.76%	3.05%
074 金融・保険	179	114	2.04%	2.15%
075 不動産仲介及び賃貸	211	157	2.41%	2.95%
076 住宅賃料	80	63	0.91%	1.18%
077 住宅賃料(帰属家賃)	347	305	3.96%	5.75%
078 鉄道	30	19	0.34%	0.35%
079 道路	36	24	0.41%	0.45%
080 水	11	0	0.01%	0.00%
081 航空	0	0	0.00%	0.00%
082 貨物利用運送	2	1	0.02%	0.02%
083 食	6	4	0.07%	0.07%
084 運輸付帯サービス	21	13	0.24%	0.24%
085 通信	174	108	1.98%	2.03%
086 放送	5	3	0.06%	0.05%
087 情報サービス	5,741	3,381	65.52%	63.64%
088 インターネット付随サービス	58	21	0.66%	0.40%
089 映像・文字情報制作	12	6	0.14%	0.12%
090 公務	11	8	0.13%	0.16%
091 教育	72	59	0.82%	1.11%
092 研究	43	24	0.49%	0.49%
093 医療・保健	31	17	0.35%	0.35%
094 社会保険	26	18	0.29%	0.34%
095 介護	3	2	0.03%	0.04%
096 その他の公共サービス	16	10	0.18%	0.19%
097 広告	23	7	0.26%	0.12%
098 物品賃貸サービス	57	37	0.65%	0.70%
099 自動車・機械修理	93	31	1.06%	0.58%
100 その他の対事業所サービス	628	480	7.17%	9.03%
101 娯楽サービス	34	22	0.39%	0.42%
102 飲食	77	35	0.88%	0.66%
103 宿泊	4	2	0.05%	0.04%
104 洗濯・理容・美容・浴場	39	21	0.34%	0.40%
105 その他の対個人サービス	50	38	0.57%	0.72%
106 事務用品	12	0	0.13%	0.00%
107 分類不明	32	-4	0.37%	-0.08%
合計	8,762	5,313	100.00%	100.00%

資料6

分析結果シート(高位:100%増加)

(単位 百万円)

	第1次波及効果 (直接効果含む)	第2次波及効果	合計
生産誘発額	14,655	2,869	17,524
うち粗付加価値誘発額	8,737	1,889	10,626
うち雇用量所得誘発額	4,835	687	5,522

需要から生産への波及

県民需要	23,414	百万円
↓		
県産品需要	11,368	百万円
県外品需要	12,046	百万円
↓		
生産誘発額	17,524	百万円

産業部門別

	経済波及効果(百万円)		シェア	
	生産誘発額	粗付加価値誘発額	生産誘発額	粗付加価値誘発額
001 耕種業	2	1	0.01%	0.01%
002 畜産業	1	1	0.00%	0.00%
003 漁業	5	3	0.03%	0.03%
004 林業	0	0	0.00%	0.00%
005 採石業	0	0	0.00%	0.00%
006 金属採掘業	0	0	0.00%	0.00%
007 非金属採掘業	0	0	0.00%	0.00%
008 石炭・原油・天然ガス	0	0	0.00%	0.00%
009 食料	78	21	0.45%	0.19%
010 飲料	30	17	0.17%	0.16%
011 飼料・有機質肥料(除別掲)	0	0	0.00%	0.00%
012 たばこ	1	1	0.00%	0.01%
013 繊維工業製品	0	0	0.00%	0.00%
014 衣服・その他の繊維製品	1	0	0.00%	0.00%
015 皮革・木製品	0	0	0.00%	0.00%
016 家具・装飾・雑工業品	6	2	0.04%	0.02%
017 ハルブ・紙・板紙・加工紙	13	5	0.08%	0.05%
018 紙・加工紙	38	21	0.22%	0.20%
019 印刷製版工業品	0	0	0.00%	0.00%
020 化学工業製品	1	0	0.00%	0.00%
021 無機化学工業製品	1	0	0.00%	0.00%
022 石油化学基礎製品	1	0	0.00%	0.00%
023 有機化学工業製品(除石油化学基礎製品)	0	0	0.00%	0.00%
024 合成樹脂	1	0	0.01%	0.00%
025 化学繊維	0	0	0.00%	0.00%
026 医薬品	5	2	0.03%	0.02%
027 化学最終製品(除医薬品)	8	2	0.05%	0.02%
028 石油製品	104	20	0.59%	0.19%
029 石炭製品	3	0	0.02%	0.00%
030 プラスチック製品	20	6	0.12%	0.06%
031 ゴム製品	1	1	0.01%	0.01%
032 皮革・毛皮・同製品	0	0	0.00%	0.00%
033 カラス・ガラス製品	1	0	0.01%	0.00%
034 セメント・セメント製品	2	1	0.01%	0.01%
035 陶器	0	0	0.00%	0.00%
036 その他の窯業・土石製品	0	0	0.00%	0.00%
037 鉄鋼・粗鋼	0	1	0.03%	0.01%
038 銅・鉄鋼材料	1	0	0.01%	0.00%
039 鉄鋼製品	0	0	0.00%	0.00%
040 その他の鉄鋼製品	1	0	0.01%	0.00%
041 非鉄金属製錬・精製	0	0	0.00%	0.00%
042 非鉄金属加工製品	1	0	0.00%	0.00%
043 建設・建築用金属製品	1	0	0.00%	0.00%
044 その他の金属製品	7	3	0.04%	0.03%
045 一般産業機械	2	1	0.01%	0.01%
046 特殊産業機械	1	0	0.01%	0.00%
047 その他の一般機械及び部品	1	0	0.00%	0.00%
048 事務用・サービス用機器	1	0	0.01%	0.00%
049 産業用電気機器	1	0	0.00%	0.00%
050 電子応用装置・電算機	0	0	0.00%	0.00%
051 その他の電気機器	0	0	0.00%	0.00%
052 電子用電気部品	0	0	0.00%	0.00%
053 電子計測器・同関連装置	2	0	0.01%	0.00%
054 電子計測機・同付属装置	1	0	0.00%	0.00%
055 半導体素子・集積回路	0	0	0.00%	0.00%
056 その他の電子部品	5	1	0.03%	0.01%
057 乗用車	7	1	0.04%	0.01%
058 その他の自動車	1	0	0.01%	0.00%
059 自動車部品・同付属品	18	4	0.10%	0.04%
060 船舶・同修理	0	0	0.00%	0.00%
061 その他の輸送機械・同修理	2	1	0.01%	0.01%
062 精密機械	1	0	0.01%	0.00%
063 その他の製造工業製品	10	4	0.06%	0.03%
064 再生资源回収・加工処理	1	1	0.01%	0.01%
065 建設業	0	0	0.00%	0.00%
066 建設補修業	101	47	0.58%	0.44%
067 倉庫	0	0	0.00%	0.00%
068 その他の土木建築	0	0	0.00%	0.00%
069 電気・ガス・熱供給	131	29	0.75%	0.23%
070 ガス・熱供給	53	13	0.30%	0.12%
071 水	46	23	0.26%	0.22%
072 廃棄物処理	14	9	0.08%	0.09%
073 商業	483	324	2.76%	3.05%
074 金融・保険	358	228	2.04%	2.15%
075 不動産仲介及び賃貸	422	314	2.41%	2.95%
076 住宅賃貸	159	125	0.91%	1.18%
077 住宅賃貸料(掃屋賃)	693	611	3.96%	5.73%
078 鉄道運輸	59	37	0.34%	0.35%
079 道路運輸	72	48	0.41%	0.45%
080 水	1	0	0.01%	0.00%
081 航空	0	0	0.00%	0.00%
082 貨物利用	3	2	0.02%	0.02%
083 倉庫	13	25	0.07%	0.07%
084 運輸付帯サービス	41	25	0.24%	0.24%
085 運輸	347	215	1.98%	2.03%
086 放送	10	5	0.06%	0.05%
087 情報サービス	11,481	6,763	65.52%	63.64%
088 インターネット付随サービス	115	42	0.66%	0.40%
089 映像・文字情報制作	25	13	0.14%	0.12%
090 公務	23	17	0.13%	0.16%
091 教育	144	118	0.82%	1.11%
092 研究	87	48	0.49%	0.46%
093 医療・保健	61	34	0.35%	0.32%
094 社会保険	51	36	0.29%	0.34%
095 介護	5	4	0.03%	0.04%
096 その他の公共サービス	31	20	0.18%	0.19%
097 物品賃貸サービス	45	13	0.28%	0.12%
098 自動車賃貸	114	74	0.63%	0.70%
099 自動車賃貸	186	62	1.06%	0.59%
100 その他の対事業所サービス	1,256	969	7.17%	9.23%
101 娯楽サービス	128	45	0.39%	0.42%
102 飲食	154	71	0.88%	0.68%
103 宿泊	8	4	0.05%	0.04%
104 洗濯・理容・美容・浴場業	59	43	0.34%	0.40%
105 その他の対個人サービス	100	76	0.57%	0.72%
106 運送	23	0	0.13%	0.00%
107 分類不明	64	-8	0.37%	-0.08%
合計	17,524	10,626	100.00%	100.00%

平成 25 年度鎌倉草創塾研究結果報告書

平成 26 年 6 月発行

鎌倉市政策創造担当

〒248-8686 鎌倉市御成町 18 番 10 号

TEL 0467-23-3000 (代表)

FAX 0467-23-8700