

北九州市における情報サービス業と
インキュベーション施設入居企業の現状

大分大学経済学部
中澤高志

Working Paper Series Vol. 2006-31
2006年12月

この Working Paper の内容は著者によるものであり、必ずしも当センターの見解を反映したものではない。なお、一部といえども無断で引用、再録されてはならない。

財団法人 **国際東アジア研究センター**
ペンシルベニア大学協同研究施設

北九州市における情報サービス業とインキュベーション施設入居企業の現状

大分大学経済学部

中澤高志

要旨

本稿の目的は、北九州市の情報サービス業に関する実証的な検討を通じ、今後の同産業の振興に資する基礎的な知見を提示することである。九州の情報サービス業は福岡市への集中が著しく、北九州市は人口規模の割に情報サービス業の集積が貧弱である。また、情報サービス業の開業率がきわめて低く、廃業率が開業率を上回っている点も課題である。北九州市の情報サービス産業においては、ゼンリンが重要な位置づけを占めているが、市内の ICT ベンチャーとの取引はほとんど無い。

北九州市は、情報サービス業を成長産業と位置づけ、積極的な支援を行っている。インキュベーション施設の整備は、その一つの柱である。現在インキュベーション施設に入居している企業は、入居自体が信用につながることや、さまざまな支援が受けられることなど、入居にメリットを感じている。一方で、入居企業の中に不満や要望の声があることも確かであり、入居企業間の連関も、今のところ限られた範囲、限られた内容にとどまっている。

キーワード：情報サービス業， インキュベーション施設， 北九州市， ICT ベンチャー

連絡先

870-1192 大分市旦野原 7 0 0 大分大学経済学部

nkzw23@cc.oita-u.ac.jp

I. 問題の所在

本稿の目的は、北九州市における情報サービス業の現状に関する実証的な検討を通じて、北九州市の情報サービス業の課題を明らかにし、今後の同産業の振興に資する基礎的な知見を提示することである。

戦後日本の高度経済成長を牽引し、雇用を支えてきたのが製造業であったことは、誰しもが認めるところだろう。高度経済成長末期の1970年には、国内総生産の36.0%が製造業によって生み出され、製造業就業者は全就業者の4人に1人以上に上っていた(図1, 2)。しかしそれ以降、国内総生産、雇用の両面における製造業の地位は、傾向的に低下した。二度にわたるオイルショックとプラザ合意による急速な円高は、原燃料を輸入し、完成品を輸出するという日本の製造業のあり方に見直しを迫るものであった。経済成長に伴う創業コストの高騰や、ASEAN や中国などの新興工業諸国の台頭も、日本の製造業の競争力をそいだ。2004年の国内総生産に占める製造業の割合は21.0%となり、2005年の製造業就業者割合は17.3%に低下した。

製造業の凋落と対照的に、国民経済におけるプレゼンスを高めてきたのがサービス業である。1970年の時点では、国内総生産ベースで10%にも満たない存在であったが、順調に拡大を続け、2004年には製造業をしのぐ21.3%の国内総生産を生み出すまでになった。これと歩調を合わせる形で、就業者に占める割合も上昇を続けている¹⁾。

一般にサービス経済化と称されるこうした変化は、むしろ北九州市でも起こった(図3, 4)。北九州市は日本を代表するものづくりの街であるが、1970年時点での市内総生産に占める製造業の割合は36.8%であり、意外にも日本全体における製造業の位置づけとそう変わらない²⁾。その後、1980年代までは、市内総生産に占める製造業の割合は、全国値ほど低下しなかったものの、1990年に大きく低下し、2003年の時点では20.0%と、結局全国値とほぼ同レベルに落ち着いている。一方製造業就業者の割合は、全国よりもやや早いテンポで減少を続け、2000年の時点で16.1%となっている。日本においてそうであるように、北九州市でも、製造業、とりわけ鉄鋼業に代わる新しい産業の芽を見いだすことが求められている。

そうした新たな産業の芽は、急成長を続けるサービス業の中に模索されることが多い。とりわけ、情報サービス業は、1980年代から新たなリーディング・インダストリーの候補と目されてきた。実のところ、1980年代の情報サービス業の成長はすさまじかった。1980年に6,698億円であった市場規模は、10年後の1990年には5兆8,727億円に達した³⁾。就業者数もこれと軌を一にして急速に拡大し、1980年に93,271人であった就業者数は1990年には458,462人にふくれあがったのである⁴⁾。

1980年代の産業政策における最大の課題の一つは、東京一極集中の是正であった。1983年のテクノポリス法と、1988年の頭脳立地法の制定は、情報サービス業を含むハイテク産業を非大都市圏に分散させ、地域経済振興の柱とする政策潮流を具体化させた(伊東, 1998)。情報サービス業は、成長性だけでなく、それが生み出す商品の特性の点からも、1980年代

の産業政策の方向性に叶うものであった。つまり、情報サービス業が生み出すソフトウェアなどの情報財は、原理的に情報通信インフラが整備されてさえいれば、距離の制約を受けずに輸送することが可能であるため、同産業は立地自由度が高く、地方圏でも発展が可能であると考えられたのである。アルビン・トフラーの「第三の波」(トフラー, 1980)の訳書が刊行され、人々が通信回線によってつながれたエレクトリック・コテージに居住し、そこで仕事をするようになるという構想が知られるようになったのが、ちょうど1980年である。情報通信技術の発達時間が時間と場所を選ばない働き方を約束すると信じられていた1980年代には、多くの地方自治体が、その恩恵を最も受けやすいと考えられる情報サービス業の振興に力を入れた。結果的には、情報サービス業が圧倒的に東京圏(埼玉県, 千葉県, 東京都, 神奈川県)に集中する構図は変わらなかった。特定サービス産業実態調査報告によれば、情報サービス業就業者に占める東京圏のシェアは、1980年が61.3%, 1990年が59.9%とほとんど低下しなかった。しかし1980年代を通じて、地方圏でも情報サービス業の市場規模と雇用の絶対量が拡大し、地域経済における情報サービス業の重要性が増したことは事実である。非大都市圏の情報サービス業就業者は、1980年代の10年間で5倍以上になった。

1990年代の前半にバブル経済が崩壊すると、情報サービス業は一時冬の時代を迎えるが、インターネットの登場によって1990年代の後半には再び活況を取り戻す。インターネットの登場は、既存の情報通信技術以上に距離の制約を減少させ、情報サービス業の立地自由度を増大させるものと期待された(Graham and Marvin, 1996)。渋谷駅周辺の「ビットバレー」がインターネット関連企業の集積として注目を集めて⁵⁾からそう時間を置かずに、札幌駅北口や福岡市の大名地区など、地方都市におけるインターネット関連企業の集積も見いだされた(日本政策投資銀行九州支店, 2000; 日本政策投資銀行札幌支店, 2000)。事業所ベースでは、インターネット関連企業は、他の情報サービス業に比べて非大都市圏への分散が進んでいることを示す資料もある(国土交通省国土計画局大都市圏計画課編, 2001, 2002)。ところが、情報サービス業全体の就業者数で見ると、1990年代の後半になって東京圏集中はむしろ強まったのである。程なくしてネットバブルの崩壊が言われ、現在情報サービス業は依然として停滞期を迎えている。

しかし情報サービス業の市場規模は、すでに14兆5560億円に達している。日本産業分類でも、インターネットに代表される情報通信技術の発達と情報サービス業の今日における重要性に鑑み、2002年の改訂で中分類「インターネット附随サービス業」が新設され、大分類にも「情報通信業」が設置された。新たな産業分類の下で行われた初めての国勢調査になる2005年の国勢調査では、大分類の情報通信業の従業者数は約162万人を数える。もはや情報サービス業は、新たな産業の芽ではなく、国民経済、地域経済にしっかりと根を下ろしている。現在情報サービス産業は停滞期を迎えているが、ネットバブルの熱狂が過ぎ去った後の今こそ、情報サービス業のはらんでいる問題点を明らかにし、今後の発展可能性を冷静に見極める好機であると考えられる。本稿は、北九州市という地域的文脈の下で、

そうした作業を行う試みである。

本稿は、二つの部分からなっている。続くⅡ章では、本章では事業所・企業統計や特定サービス業実態調査報告などの各種資料を用い、北九州市の情報サービス産業が持つ特徴を明らかにする。それを通じて、北九州市の情報サービス産業が内在している問題点を提示する。Ⅲ章は、北九州市の ICT ベンチャー企業向けインキュベーション施設である、北九州テレワークセンターならびにメディア道場 eM サイトに入居している企業に対するインタビュー調査に依拠している。入居企業はインキュベーション施設のどのような所にメリットを感じ、逆にどのような所に問題点を感じているであろうか。入居企業同士はどのような関係にあるのだろうか。入居企業の現在の業務内容はどのようなものであり、今後どのような展開を考えているのか。こうした問いに答えることから、今後の ICT ベンチャー企業支援のあり方を考える上でのヒントが得られるであろう。

Ⅱ. 北九州市の情報サービス産業の特徴

1. 事業所・企業統計による北九州市の情報サービス産業の位置づけ

2004 年の事業所・企業統計によれば、九州には全国の情報サービス事業所の 6.8%が立地し、従業員数の 4.8%を占めている。このシェアは人口 (9.1%, 2005 年国勢調査)、県内総生産 (10.2%, 2003 年県民経済計算)、製造品出荷額 (17.5%, 2004 年工業統計表) と比べて低い。また、従業員のシェアが事業所のシェアをかなり下回っていることから、九州の情報サービス業は相対的に小規模の企業からなっていることがわかる。

九州内に立地する情報サービス事業所数の 60.0%は福岡県が占有しており、同じく従業員数のシェアは 66.5%に達する。さらに福岡県全体の情報サービス業事業所の 76.0%、従業員数の 83.0%を福岡市が占めている。福岡市以外の九州諸都市において情報サービス業の振興を模索するに当たっては、同産業の福岡市への著しい集中を、まず念頭に置く必要がある。

2001 年から 2004 年にかけて、全国の情報サービス業事業所数は 4.4%減少した (表 1)。この期間には、多くの都道府県も情報サービス業事業所の減少を記録しており、九州でも長崎県と大分県を除く各県で減少している。この傾向は、表 1 に掲載した 14 大都市でも変わらないが、北九州市における情報サービス業事業所の減少は、-13.9%と他の大都市と比較してかなり高い水準にある。

続いて、情報サービス業の事業所開設率 (開業率) と廃業事業所率 (廃業率) について見よう。全国の情報サービス業における事業所開設率 (29.1%) は全産業の 11.8%と比較して高い。それにもかかわらず事業所数が減少しているのは、廃業事業所率が 33.4%と極めて高いためである。ここから情報サービス業は、多産多死に特徴づけられる産業といえよう。東京都特別区部や大阪市といった大都市では、とりわけ多産多死状況が顕著であり、東京特別区部ではわずか 3 年の間に期首時点に存在した事業所の 1/3 に当たる数の事業所が誕生する一方で、4 割相当の事業所が姿を消している。

九州に目を転じると、開設率、廃業率ともに全国値をやや下回る県が多いことがわかる。事業所占有率の高い東京都や大阪府において開設率、廃業率が高水準であるため、全国値がこれに影響されて高めになっているため、非大都市圏では全般に全国値を下回ることが多くなる。福岡市と北九州市の開設率、廃業率は対照的である。福岡市は東京都特別区部や大阪市と同様に、開設率、廃業率ともに全国値を上回る高い水準を示す。これに対して北九州市は開設率、廃業率ともに低い水準にあり、特に開設率の低さが目を引く。つまり北九州市では、廃業率は低いものの、開設率がきわめて低く、それが結果として事業所数の大幅な減少をもたらしている。

次に従業員数の変動について見てゆく。事業所数は減少しているにもかかわらず、全国の情報サービス業の従業者数はこの3年間で3.2%の増加を記録している。これは、大規模事業所が従業員数を伸ばす一方で、中小の事業所が淘汰されていることを意味する。同期間に全産業の従業者数がわずかながら減少したことに鑑みれば、情報サービス業は依然として雇用成長力を保持しているということができ、その増加は地域的に偏っている。情報サービス業の従業者数の増加が目立つのは、南東北から北関東、東京都周辺、北陸地方、中国地方などであり、大局的に見て東高西低の傾向にある。九州では、福岡県と長崎県を除いて、情報サービス業従業者数は軒並み減少、結果的に情報サービス業従業員数の福岡県への集中度合いは高まっている。

福岡市は、福岡県全体よりもさらに高い従業者数増加率を示しており、福岡県内における福岡市内への集中も高まっている。北九州市の情報サービス業の従業員数増加率も、福岡市よりも小さいとはいえプラスの値を示している。北九州市がきわめて高い事業所減少率を示していたことから、北九州市では中小企業の淘汰と従業員の大企業への選択的集中が他地域と比較しても顕著であるといえる。このことから、北九州市はベンチャー企業を創業し、発展させてゆくためには厳しい環境であることが予想される。

情報サービス業の従業者数は、地域の雇用全体のうち、どの程度を占めているのだろうか。全国の全従業者数に占める情報サービス業従業者数の割合は、1.7%である。この値は、さほど大きくないように感じられるかもしれない。しかし一つの産業中分類が全従業者数に占める割合は、最大の飲食料品小売業でも6.45%である。情報サービス業従業者数は、電気機械器具製造業（1.26%）や電子部品・デバイス製造業（1.20%）を上回っており、創り出される雇用数は決して少なくない。

地域の雇用創出に果たす情報サービス業の役割にも、大きな地域差がある。東京都では全従業者数の5.3%が、情報サービス業従業者である。東京都のこの値は、他を大きく引き離しており、この値が1%を超える都道府県は大都市を有するものにほぼ限られている。九州における全従業者に占める情報サービス業従業者の割合は、福岡県を除くすべての県で1%を下回っている。情報サービス業の雇用創出力は、非大都市圏では今のところ限定的といえる。

大都市の情報サービス業従業者の割合は、都道府県単位の値よりも当然高くなる。ほとんどの大都市において、全従業者の1%以上が情報サービス業従業者である。ところが北九州市はこれが0.8%にすぎない。川崎市は北九州市と同様にものづくりの町というイメージが高いが、情報サービス業従業者の割合は6.3%と高い値を示している。これに比べると、北九州市における情報サービス業の存在感はいまだ小さいと言わざるを得ない。

全従業者に占める情報サービス業の割合について、九州内に限って市町村別に検討してみよう(図5)⁶)。市町村別単位の従業者数のデータは産業大分類別にしか得られないので、ここでは情報通信業従業者数を用いる。図中に示された傾きが急な直線が、全従業員数に占める情報通信業従業者が6%のラインであり、傾きが緩やかな直線は、同割合が2%のラインである。福岡市の3つの区(博多区、中央区、早良区)は、6%のラインにほぼ乗る。福岡市の中心部は、全国的にも有数の情報関連産業の集積地とされる大名地区を有しており、情報関連産業の集積がかなりの雇用を生み出していることが納得できる。より規模が小さい自治体では、益城町と合志町という熊本県の二つの町が6%のラインに沿っている。益城町には富士通熊本システムラボラトリと富士通南日本システムエンジニアリング本社が、合志町には東京エレクトロン系のソフトウェア子会社がそれぞれ立地している。こうした企業が生み出す雇用は、絶対量としてはそれほど大きなものではないが、局地的な労働市場での存在感はかなり大きい。

2%ラインには、福岡県以外の6県の県庁所在都市が位置する。なお、福岡市全体の情報通信業従業者比率は4.82%と高く、2%ラインと6%ラインの中間に位置づけられる。

自治体を初めとする公務部門は、非大都市圏に立地する情報サービス業の主要な顧客の一つとなっている(中澤・荒井, 2002)。公務部門を含め、中枢管理機能の一定の集中が、県庁所在都市における情報サービス業雇用を比較的大きなものにしていく。北九州市全体の情報通信業従業者比率は1.44%と2%ラインよりもかなり下になるが、北九州市の3つの区(小倉北区、戸畑区、八幡東区)は2%ラインに乗る。この3つの区の情報通信業従業者数は、合計すると北九州市内の80%を占める。つまり北九州市で最も情報通信業が集積している地域だけを切りだしても、福岡市内の中心部の集積密度には遠く及ばず、他の県庁所在地レベルの集積密度だということになる。なお、宮崎県の佐土原町も2%ラインの上にあるが、ここには宮崎県がICT産業向けのインキュベーション施設を整備しており、その関係で比較的情報通信業従業者割合が高くなっていると考えられる。

県庁所在都市以外の都市では、比較的人口規模が大きくても2%ラインには乗らず、情報通信業従業者数が1%程度の別の一団を形成している。例外的なものを除き、県庁所在都市以下の都市では、情報通信業は今のところ雇用創出にさほど貢献していないと言える。

このように、九州の情報通信業従業者割合は、都市の階層性に対応している。情報サービス業の大規模な集積を有する福岡市を別格として、これに各県の県庁所在都市が続く。それ以外の都市の情報通信業従業者割合は、せいぜい1%程度であることが普通である。北九州市の都市規模は、福岡市を除く九州の県庁所在都市をはるかにしのぐ。しかし北九

州市の情報通信産業従事者割合は、県庁所在都市の水準には届かず、どちらかといえばその他一般の諸都市に近いレベルにとどまっている。

2. 特定サービス産業実態調査報告とインタビュー調査に基づく北九州市の情報サービス業の特徴

全国の情報サービス業の年間売上高において、業務種類別に見た場合最も構成費が高いのは、受注ソフトウェア開発である（図6）。受注ソフトウェアとは、汎用製品であるパッケージソフトとは異なり、発注者の要求に応じてオーダーメイドあるいはセミオーダー的にソフトウェアの開発を行うことを意味する。そうした性格から、受注ソフトウェア開発は生産プロセスの合理化を徹底することが難しく、パッケージソフトの販売に比べて労働集約的な側面を持つ。ソフトウェアは輸送費がかからないため、労働集約的な工程のうち、分業可能なものについては人件費の安い非大都市圏の下請を活用することが広く行われている（加藤，1993）。全国的に見ても、受注ソフトウェア開発の構成比は47.6%に達しているが、一般に非大都市圏ではこの割合がさらに高く、九州では50%台半ばを示す県が多い。受注ソフトウェア開発に次ぐ構成比を示す情報処理サービスは、ソフトウェアを活用した情報処理を主な構成要素とするカテゴリーであり、やはり労働集約的な性格が強い。南九州の各県では、受注ソフトウェア開発と情報処理サービスを合計すると、県内情報サービス業の売上高の70%以上を占めるに至っており、日本における非大都市圏の情報サービス業の特徴を色濃く映し出している。

ところが北九州市では、これら2つの業務種類の売上が年間売上高の50%にも達していない。これに代わって高い構成費を示すのが、業務用パッケージの売上である。受注ソフトウェアの場合、顧客の要求を満たす機能を達成するために、生産の過程で頻繁に顧客と対面接触をする必要がある。したがって市場を地域的に拡大させることは難しい。情報財であるソフトウェアは複製が可能であるため、追加生産の限界費用はゼロに近いが、受注ソフトウェアはオーダーメイドであるために、一度作ったソフトウェアをそのままコピーして次の顧客に提供することはできない。いっぽう汎用性の高いパッケージソフトウェアは、限界費用がゼロに近いという情報財の特性を生かしつつ、市場の地域的拡大を図ることができる製品である。域内の売上高に占める業務用パッケージの比率が極めて高いことは、北九州市の情報サービス業の大きな特徴として注目される。

契約先産業別の情報サービス業の売上高構成は、その地域の産業構造を反映して地域ごとに異なる。ここでは九州全般に当てはまる特徴を中心に指摘した後、北九州市の特徴について考える。図7において契約先が同業者とは、情報サービス業の企業から仕事を受注しているということであり、つまるところ下請を意味する。九州各県は、全国や東京都に比べて同業者の割合が大きく、同業者の下請として成り立っている企業がかなりあることを示している。これは、先にも述べたとおり、生産工程のうち労働集約的な部分が、人件

費の安い非大都市圏にトランスファーされていることの表れである。いくつかの県では、公務の割合も比較的高くなっている。公務部門の仕事は、大手ベンダーやその地方子会社が受注し、部分的に下請に出されることが多い。公務部門の発注する仕事が重要な位置を占め、下請構造が発達していることから、非大都市圏の情報サービス業はしばしば建設業に類似した構造を持っているとされる。東京都及び全国では、金融・保険業からの売上高がかなり大きな部分を占めているが、九州各県では佐賀県を除いてはこれが小さいことも特徴として挙げられる。

続いて情報サービス業の契約先産業別売上高構成の特徴をふまえながら、北九州市の情報サービス業の特徴を説明する。まず、熊本県や長崎県と同様に、製造業の割合が大きいことが指摘できる。これは北九州市が鉄鋼業を中心とした製造業を核に発展してきた都市であることと関連づけられる。北九州市の情報サービス業では、新日鐵や安川電機の子会社、関連会社が重要な位置を占めている。こうした企業は親会社の生産ラインの制御システムなどを手がけるほか、そこで培ってきたノウハウを生かし、製造業を中心とする他企業との取引を増やして成長してきた。

約 250 人の従業員を擁するソルネットも、そのような企業の一つである。ソルネットの前身は、新日鐵八幡製鉄所のデータ・エンتری部門である。1967 年の設立からしばらくは、新日鐵からの出向者からなる会社として、八幡製鉄所のデータ・エンتریを請け負っていた。1980 年からソルネットのプロパーでの採用を開始し、新日鐵を中心とする客先に SE を派遣する形でソフトウェアの開発を請け負っていた。その後、さらなる事業拡大を模索して、ハードウェアの販売も手がけるようになると、顧客からハードウェア、ソフトウェア、ネットワークなどのトータル・ソリューションを求められるようになり、システム・インテグレーションが業務の柱の一つとなった。今では自社開発した商工会議所向け業務パッケージも有しており、製造業以外の顧客も着実に広がっている。

製造業を親会社に持つ情報サービス企業をもう一つ紹介しておこう。アクシスは包装材製造を手がける大石産業を親会社とする。大石産業のコンピュータ部門がアクシスとして独立したのは 1986 年のことである。親会社の生産ラインのシステム開発のその経験を生かして、製造業の受注ソフトウェア開発とシステム・インテグレーションに強みを持っている。新日鐵との取引もあるが、製造業のシステム開発に強いことが買われ、月星化成や久光製薬、大電など、久留米周辺の企業からも信頼を得ている。現在では取引総額に占める親会社の比率は、10～20%に低下している。2000 年には、同じく大石産業のデザイン部門が独立して出来たファディモを合併し、ウェブデザインやデジタル・コンテンツの製作も手がけている。旧アクシスと旧ファディモは事業部としての独立性を保っているが、インターネット関連の事業などにおいて、両事業部の連携によって進める仕事も増えてきている。

図 7 に戻ると、北九州市の情報サービス業売上高構成をもっとも特徴づけているのは、

契約先産業において「その他」に分類されるものの割合が大きいことがわかる。これは、住宅地図で有名なゼンリンとその関連会社の存在によるところが大きい。ゼンリンは、カーナビ用の地図データベースや、GIS 向けの地図データベースの提供および関連ソフトウェアの開発など、情報サービス業に類する業務を多く手がけている。ゼンリンの2006年3月期の売上高は490億円、単体でも404億円に達しており、近年微増傾向にある。地図データベースや関連ソフトウェアなど、電子地図関連事業の売上は、全売上の55%に達しており、一般に知られた住宅地図出版関連事業の30%を大きく上回るきわめて重要な業務となっている。特定サービス業実態調査報告による北九州市の情報サービス業売上高は、514億円である。特定サービス業実態調査報告の数値には、かなりの遺漏があると予想されるが、額面通りに受け取れば、北九州市の情報サービス売上高の半分程度はゼンリン関連の売上によって占められることになる。

ゼンリンに対する聞き取り調査によれば、ゼンリンの住宅地図や道路地図のほとんどは事業所向けであり、コンシューマ向けの売上が占める比率は小さい。特定サービス業実態調査報告は、契約先産業において「その他」に分類される産業には、農林水産業、鉱業、運輸業などが該当するとしている。この中で運輸業は、ゼンリンの地図データベースを活用した配送業務のオペレーション・システムを採用しているところが多い。また、北九州市の情報サービス業売上高構成において製造業の比率が高いことには、ゼンリンによるカーナビ関連の売上も寄与していると考えられる。北九州市の業務種類別の年間売上高構成において、業務用パッケージの比率が高かったことも、ゼンリンのGIS関連のアプリケーションや電子地図、ナビゲーションソフトを想定すれば説明がつく。

それでは、ゼンリンは北九州市内にどの程度の受注連関を持っているのだろうか。端的に答えれば、ゼンリンの情報サービス部門は北九州市内の情報サービス企業とはきわめて限られた取引関係しか有していない。地図データベースを用いたアプリケーションを開発する場合には、顧客側の要望などもあり、大手ベンダーとのアライアンスの下で業務を進めている。カーナビメーカーも北九州・福岡周辺には立地していない。ゼンリンから発生する情報サービス関連の需要は、ほとんどが北九州市外に流出しているのである。

情報サービス業において、最も労働集約的なデータ・エントリーの業務も、域外に流出している。ゼンリンでは、電子地図に表示される地名や地形情報などの文字データの入力を中国（上海と深セン）と沖縄で行っている。人件費が安いからである。もともとは沖縄で行っていたのだが、大阪の同業者を傘下に収めた際に、その同業者が中国でデータ・エントリーをしていたのを引き継いだ。その会社が中国でのオペレーションをはじめた時には文化的背景や雇用形態の違いなどにより、様々な困難があったようだが、現在は十分な水準で業務ができている。

ゼンリンから発生する情報サービス需要のうち、北九州市内に発注されているのは、地図データベースを作成するためのシステム程度である。このシステムを作るに当たっては、北九州市内の地場ソフトウェア会社数社に協力してもらっているという。前出のソルネッ

トは、そうした会社の一つであり、「ゼンリンは地場の企業では良いお客であり、ゼンリン関係の事業にはかなりの力を割いている」という。ソルネットは北九州市内の情報サービス企業では屈指の規模である。それでもゼンリンの基幹業務に携わることができていない。

以上の考察をまとめてみよう。北九州市は、都市規模の割には情報サービス業の成長が遅れている。北九州市では、情報サービス業における開業率がきわめて低水準であるために事業所数が減少している一方で、従業者数は増えており、中小企業の淘汰と大企業への選択的集中が進んでいる。また、いまや有力な情報サービス企業といえるゼンリンの存在は、北九州市の情報サービス業の姿を特徴的なものにしてている。しかしゼンリンは、北九州市内の企業とほとんど取引関連を有していない。

ゼンリンを取り去って考えた場合、北九州市の情報サービス業が都市規模に比べて未発達であることはいっそう際だつ。顧客業種の構成についても、若干の製造業と公務需要、そして同業者の下請が中心となり、地方都市に典型的な契約先産業別売上高構成となるであろう。こうした厳しい環境の中でも、北九州市内で業務を続ける中小の情報サービス企業が相当数存在している。こうした中小情報サービス企業の経営実態はどのようなものであるのだろうか。彼らは行政の現在の支援策をどのように評価し、今後どのような支援を期待しているのだろうか。次章では、北九州市の公設インキュベーション施設に入居する企業に対する聞き取り調査をもとに、これらを明らかにする。

Ⅲ. 北九州市のインキュベーション施設入居企業に対するインタビュー調査

北九州市には、現在公設のインキュベーション施設が5箇所ある。このうち、情報サービス業を主たる支援対象としているのは、北九州テレワークセンターと九州ヒューマンメディア創造センターのメディア道場 eM サイトである。本研究の対象は、主としてこの2つのインキュベーション施設に入居している情報サービス企業である。

北九州テレワークセンターは、ICT 技術を活用して新たなビジネスを展開しようとする個人や創業5年未満の企業を対象として、2000年に開設された。入居スペースはスタートアップブース(約4㎡のブース)、インキュベーションオフィス12室(約11~12㎡)、一般オフィス17室(約60~103㎡)に別れており、スタートアップブースは原則6ヶ月以内、インキュベーションオフィスは原則3年以内の入居期限が設定されている。メディア道場 eM サイトも、広義の情報サービス業において創業しようとする個人または創業5年未満の企業を対象としているが、音声や映像を含めたマルチメディア関連の企業育成に特に力を入れている。インキュベーションオフィス8室は約22~35㎡の広さであり、やはり3年以内の入居期限がある。いずれのインキュベーション施設も入居時の審査と、更新時の審査がある。入居時の審査では、面接において事業計画などについてかなり厳しい追及があるようで、面接終了時には審査に落選したとと思っていたと振り返る経営者も少なくなかった。

2007年1月現在で北九州テレワークセンターに入居している企業は、インキュベーショ

ンオフィスに 6 社、一般オフィスに 16 社である⁷⁾。メディア道場 eM サイトには、3 社の企業が入居している。筆者らは、2006 年 8 月にこれらの企業のうち、8 社に対して 1 時間から 1 時間 30 分程度のインタビュー調査を実施した (表 2)。インタビュー調査は、インキュベーション施設内にある各企業のオフィスかパブリックスペースで実施した。調査では、業務内容一般を理解することに加え、北九州市およびインキュベーション施設を創業地として選んだ理由、取引関係の地理的広がり、創業者の経歴なども把握するよう努めた。

1. インキュベーション施設に対する評価

北九州テレワークセンターとメディア道場 eM サイトは、いずれも小倉駅北口の AIM というビルの中にある。AIM は人工地盤で小倉駅とつながっており、世界の雑貨村や大塚家具などの商業施設も入居している。北九州テレワークセンターはその 6 階を、メディア道場 eM サイトは 7 階に位置する。月当たりの賃料は、北九州テレワークセンターが使用料 2,700 円/m²と共益費 1,050 円/m²、メディア道場 eM サイトが使用料 2,700 円/m²であり、いずれも光熱費は実費である。平均的な広さのオフィスを借りると、北九州テレワークセンターで月額 4 万円強、メディア道場 eM で 6~9 万円程度となる。三光エステート株式会社の相場データによると、2007 年 1 月現在における小倉地区の月額オフィス賃料は、ワンフロア 200 坪以上の大規模ビルで坪当たり 8,714 円、100 坪以上 200 坪未満の大型ビルで坪当たり 7,870 円、50 坪以上 100 坪未満の中型ビルで 6,671 円であった。賃料だけから判断すると、AIM のインキュベーション施設は必ずしも格安とは言えない。しかしスタートアップ期の企業にふさわしい広さのオフィスを設備の整った大規模ビルの中に確保できる機会の希少性や、入居することで得られるフリンジ・ベネフィットを考慮して、賃料を評価する必要がある。

北九州テレワークセンターには 4 名のインキュベーション・マネージャーが常駐しており、両施設の入居企業は経営上発生する様々な問題に関する相談を随時受け付けている。入居企業は、常駐する経営コンサルタントや社会保険労務士などから、経営を補助する専門的なサービスを受けることもできる。また、メディア道場 eM サイトには、映像・音楽編集スタジオが併設されており、高額な各種機材を格安で利用できる。北九州テレワークセンターにも、ちょっとした商談のためのパブリックスペースや、低価格で利用可能な会議室やセミナー室が備えられている。

ほとんどの入居企業の経営者は、インキュベーション施設に高い評価を与えていた。ハード面での設備の立派さは、誰もが認めるところである。語学教材のレコーディングや DTP を使った編集者養成講座を AIM の中でやっている A 社や、映像ネットワーク通信システムをハードウェアとソフトウェアの両面で設計、販売している C 社は、インキュベーション施設に付帯するスタジオや機材を安く使えることにもメリットを感じている。インキュベーション・マネージャーを初めとするインキュベーション施設のスタッフサポートについては、感謝の声がある一方で、不満点を述べる経営者もいた。

ある経営者は、次のような言葉でインキュベーション・マネージャーの熱意に率直な感謝を表明した。「AIM には来るまでは、行政の人はお役所的な仕事の仕方しかしないと思っていたが、AIM のスタッフはとても献身的にやってくれる。いま、大学とのコネクションを作りたいと思っているが、そういうときにインキュベーション・マネージャーが相談に乗ってくれ、大学とのコンタクトを取ってきてくれる。おそらく飛び込みで大学に行っても、まったくだめだっただろう。自分たちのために一生懸命にやってくれているという印象がある。」これ以外にも、各種助成金の情報を流してくれることや、経営相談に乗ってくれることなどが、メリットとして複数の経営者から挙げられた。不満の声としては、「インキュベーション・マネージャーは、仕事や人の相談は出来ないで、あまり使えない」、「レスポンスが遅いことは少々不満」、「本当に重い相談には、役に立つ助言をしてくれない」などがある。こうした言葉の背景には、自分自身が経営者ではないインキュベーション・マネージャーが、経営者である自分たちの苦労を真に理解し、適切な助言を与えることができるのだろうかという疑念がある。

ほぼすべての経営者がインキュベーション施設に入居していることのメリットとして挙げたのは、公的なインキュベーション施設に入居していることから得られる信用である。一般に情報サービス業では、製造業のようにサンプルとして提示できる商品が無い場合、ベンチャー企業が自らの実力や可能性を端的に提示することが難しい。しかし入居企業はかなり厳しい審査を経て入ってきているので、入居していること自体がある程度の品質証明になる。F 社は経営者が独立してから 5~6 年、会社組織にしてから 3 年の若い企業で、従業員数は 4 人である。F 社の経営者は、AIM は立地条件も環境も良く、駅からも近いので、来客にも来てもらいやすいと話す。また、「面接にもばんばん人が来る。」という。F 社の経営者は、それは単にアクセスが良いだけでなく、インキュベーション施設に入居していることによって信用が高まったことがあると感じている。G 社もまた、AIM に入居していることによって、信用面で大いに助けられている。「取引先からは、よく入れたねという評価がいただける。」のだという。そして G 社としても、AIM に入居していることを対外的なアピールとして使っている。A 社の本社は市内他所にあり、AIM には編集部のみを置いているが、「顧客の本社サイドと話をするときなどには、小倉駅前の立派なオフィスビルの一角に入っていることが、かなりの信用になっているようだ」と話した。A 社の場合には、韓国の企業との取引があることから、「アジアとのつながりを強調するようなビルに入っているメリットもある」という⁸⁾。

ところで、AIM のインキュベーション施設に入居している企業は、どのような経緯で入居を決めたのだろうか。G 社の経営者は、前にいた会社が行政の仕事をしていた関係で、起業する以前から AIM のことは知っており、会社を辞めるまえから入居に向けて手を打っていた。彼のように、起業以前から北九州インキュベーションプラザやメディア道場 eM サイトの存在を認識していた経営者はまれである。H 社の経営者は、まだ起業をする前、前の会社を辞めることが決まっていたときに、電話帳を見ながら企業の支援をしてくれる

行政機関を探し、手当たり次第に電話を掛けた。たまたま商工会議所に電話したときに、ここの存在を知ることができ、入居にこぎ着けることができた。E社が入居した経緯も、H社と似ている。E社の経営者は、起業するに当たってオフィスを借りようと、信用、立地条件、賃料などの観点から物件を検討した。その結果、ある程度の売上が上がるようになるまではオフィスを借りるのは難しいと思うようになり、住居とは別に借りたマンションの一室で事業をはじめた。何ヶ月か経って、そろそろオフィスに入ろうと思うようになった頃、ふと北九州は政令指定都市なので、何か市の施設があるだろうと思いつき、調べてみた。すると、メディア道場 eM サイトの募集があることが分かり、入居に至ったのである。その他、すでに入居していた企業に知り合いがいたことにより、北九州テレワークセンターの存在を知った B 社、ある空きオフィスにテナントとして入居しないかという勧誘を受け、相場や条件を調べていたところ、たまたま AIM の情報を見つけた A 社など、インキュベーションの存在を偶然知るところとなった例が多い。

一般的に言って、インタビューした企業の経営者は、自らが入居しているインキュベーション施設に満足していた。しかし北九州テレワークセンターのインキュベーションオフィスとメディア道場 eM サイトには、空室が目立つのである。その理由の一つとして、審査を通過できるだけのビジネスモデルを備えた入居希望者が不足していることが考えられる。しかし、多くの経営者はインキュベーション施設自体の広報不足を指摘した。G 社の経営者は、起業しようという人は、AIM のようなところを探すだろうと述べた。しかし彼も、現状では、その気になって探さないとわからないという点で、インキュベーション施設の宣伝は行き届いていないと考えている。彼自身、北九州テレワークセンターのロビーに、市民が自由に使えるパソコンがあることは、入居してしばらく経って初めて知ったという。A 社の経営者も、空室が多い現状と、自分も入居以前にはインキュベーション施設のことを知らなかったことをふまえて、そもそも、このような場所があること自体を知らない企業も多いだろうと述べた。彼は、市はもっと告知の努力をするべきだと言う。それは、市内の企業は同じ税金を払っているのに、知っている人だけが恩恵を受けられるのは不公平な気がするからである。裏を返せば、自ら不公平を認識するほど、自社がインキュベーション施設のメリットを享受していると感じているのであろう。

2. 入居企業の業務内容

インタビュー調査の対象となった企業は、いずれも従業員数が 5 人以下のきわめて小規模なものである。業務内容から対象企業を分類すると、最も多いのは、広い意味でのソフトウェア開発の 5 社である。それ以外は、DTP による印刷・出版を手がける A 社、ソフトウェアとハードウェアの両面から動画配信システムの構築を行う C 社、携帯サイトを運営する E 社である。以上 3 社がメディア道場 eM サイトに入居しており、ソフトウェア開発の 5 社が北九州テレワークセンターに入居している。

単純化しすぎることを恐れずに言えば、ソフトウェア開発をしている 5 社は、業務内容

からみて典型的な非大都市圏の中小ソフトウェア企業であるといえる。すなわち、大規模な受注ソフトの一部や地場企業などの小規模なシステムの開発を主たる業務としている。こうした業務の場合、打ち合わせや客先に出向く必要性が頻繁に発生するため、必然的にローカルな顧客が中心になる。この点は、インタビュー対象企業も例外ではなかった。オリジナルなパッケージソフトを持っていれば、市場の地理的範囲を拡大する可能性が生まれてくる。しかし開発にかなりの予算と時間がかかる上に、売れ行きの見通しが立てにくいことや、どうやって販路を確保するかといった課題に対応することが難しいため、多くの企業はパッケージソフトを自前で開発する目標を持ちながら、なかなかそれに踏み切れないでいる。インタビュー対象企業のうち、調査時点で唯一自社開発のパッケージソフトを持っていたD社も、顧客は北九州、福岡を中心とする福岡県内がほとんどで、県外の顧客は何社かいる程度であった。G社もパッケージソフトのラインナップをそろえていたが、経営者が起業前に勤務していた会社から営業権を譲渡してもらったものと、海外の企業が開発したものをカスタマイズして販売していた。G社の経営者は、顧客の業界に精通したオリジナル製品を近い将来開発したいとの抱負をもっている一方で、オリジナル製品をすぐに開発していくのはリスクを伴うと感じている。

受注ソフトウェアの開発を主たる業務としている企業では、仕事の多寡によって必要になる人員は変動する。また、一つのソフトウェアの開発においても、工程によって必要な人員が変化する。AIMに入居している企業は、いずれも従業員規模が小さいため、余剰人員を抱えておくことは難しい。そのため、外注を活用することで、工数の変動に対応している。外注先は、SOHO的な働き方をしている個人や同様の小規模のソフトウェア企業であり、ほとんどが北九州市内かその周辺に分布している。どの企業も「人件費のリスクを負うよりは、外注管理をした方がいい」(D社)との考えから、外注を活用しているのであるが、適切な外注管理をするためには、対面接触が可能な範囲に立地している方が都合がよいのである。

外注そのものが業務を特徴づけている企業として、B社がある。B社が受注するソフトウェアは自治体関連業務、販売、財務、製造管理システムなどであり、受注ソフトウェアを中心とする企業の典型といえるが、B社は中国企業を活用してオフショア開発している点に特徴がある。中国でのオフショア開発は、大手メーカー系ソフトウェア企業はかなり前から取り組んでいた。中国での開発は、人件費の安さに大きな魅力があるが、工程管理や文化的な違いへの対応において困難に直面する場合も多い。そのため、オフショア開発のためのイニシャルコストやリスクを織り込んでもメリットが見込める大規模な案件では、オフショア開発が進んでいたものの、B社が請けているような20~30万円から200~300万円の仕事では、ほとんどオフショア企業の活用は無かった。B社の経営者は、以前の勤め先がオフショア開発をやっていたことと、開発現場で知り合った中国人のつてを生かすことで、小規模のオフショア開発を可能にしている。現在は中国の企業を仲介として、オフショア開発を行っているが、ゆくゆくは中国に拠点を置き、直接オフショア開発を行う

ことを念頭に置いている。

メディア道場 eM サイトに入居している 3 社も、外注を活用している。C 社は、経営者が以前いた会社からスピンオフする形で起業したものであり、外注も以前の会社に勤めていた頃からつきあいのある所であった。映像ネットワーク通信システムという特殊なシステムを手がけている関係で、C 社の経営者は外注がどれだけ自分について来てくれるかと気をもんだと話す。外注先も企業と企業の関係でつきあいをしているので、以前の勤め先を飛び出した自分とは付き合いにくいのではないかと危惧したが、思った以上についてきてくれたという。外注先は、ほとんどが福岡県内の企業であるが、北九州市内の企業は技術水準が低いので、どうしてもレベルの高い福岡市内の企業を使うことが多くなる。C 社の経営者が退社した 1 年後、彼が以前にいた会社は倒産したという。

携帯サイトを運営する E 社は、サイトのデザインやアイディアの提案をしてもらうために、近隣の大学の学生に協力してもらっている。これは、学生にとってビジネスに参加できる良い経験となる一方で、E 社にとっては携帯サイトの主な利用者である学生のニーズを効率的に汲み上げることができ、さらにはコストダウンにつながる方法である。筆者がインタビューに訪れた時も、5、6 人の学生が雑誌を持ち寄って、携帯サイト上のアバターのアイテムに関する相談などを行っているところであった。

A 社には、延べ 100 人ほどの在宅勤務者の登録があり、PDF の編集やイラストレーターを使った作業を委託している。A 社に登録している在宅勤務者には、子どもを抱えていて外で働けないが、スキルは持っているという女性が多い。在宅勤務者との仕事のやりとりは、すべてインターネットを通じて行っており、在宅勤務者は A 社のサーバーからファイルをダウンロードし、作業をした後にアップロードする。A 社の経営者は、「SOHO の人は小遣い感覚で 1 ヶ月 5 万円程度稼いで満足しており、一方 A 社としてもコスト削減ができる」と、そのメリットを語る。

ソフトウェア開発を手がける企業では、AIM の入居企業同士で人手が足りないときに従業員を融通し合うことがあるという。これも仕事量の変動に合わせた外注利用の一種といえよう。また、AIM に入居する企業の間には業務に関連した一定の関係が築かれていることの証左でもある。いくつかの企業の間で仕事を共同受注し、オフショア開発をしようという動きもある。B 社がオフショア開発を推進していることに関連した取り組みであるが、調査時点ではまだ具体化には至っていなかった。

いっぽう、入居企業同士のつながりが思ったより少ないと感じている経営者も少なくない。情報サービス業のベンチャー企業が集まっているインキュベーション施設なので、入居企業同士の取引や共同開発などがもっとあると期待して入居したが、実際にはあまりつきあいが無いとの感想を述べた経営者が複数いた。ある企業では、現在のところ AIM 入居企業との取引はない。この企業の経営者は、AIM に入居するときに、入居企業に発注できる仕事はなるべく入居企業に発注してほしいと要請された。しかし「どういう業種の企業が入っているのかよくわからないし、IT といってもいろいろあるので、なかなか難しい」

のだという。また、別の企業経営者は、自社の業務に関連するソフトウェアの開発などは、技術的には AIM 入居企業にも出来る仕事だと感じていながら、コスト的なことを考えると、そのメリットは小さいのではないかと考えていた。

インキュベーション施設内では、たしかに一部の入居企業同士に協力関係が生まれているが、その輪に入っていない企業同士は他企業の業務内容すら明確に理解していないのが現状なのである。また、現存の協力関係は、人員の融通や共同受注に基づくオフショア開発など、量的な面において規模の経済を達成するためのものであり、共同開発などを通じてシナジー効果が得られるという範囲の経済を達成できるものにまで高められてはいない。H 社の経営者は、「地元のベンチャー企業経営者の中には、それなりの規模まで会社を成長させ、後輩に手を貸したいと思ってくれている人もいる」と語った。モノリスの経営者が、まさにそうであった。モノリスが誕生したのは 16 年前で、ソフトウェア開発を中心にしてきた。インターネットが一般に浸透しはじめると、経営者がもともと編集やデザインをしていたことを生かし、コンテンツ制作やグラフィカル・ユーザー・インターフェースの設計、ネットワーク構築などに携わってきた。今では医療関係を主な顧客とする自社開発のパッケージソフトを持っているほか、ロボット特区事業の一端を担うエムザックのロボットをデザインしたり、台湾製のノートパソコンを日本に紹介したりと、多彩な事業を展開している。モノリスの経営者は、北九州テレワークセンターは「ベンチャーを作るというより、人を育てるようにした方が良い」と考えている。彼は、ICT ベンチャー企業相互の交流を図るため、「下の年代の人たちをとりまとめたいたいと考えているが、下の人たちのことはよくわからない」という。こうした現状をふまえると、AIM 入居企業同士、あるいは市内の情報サービス企業同士の交流を図る場については、行政が音頭取りをして設けることも考えてよいのではないだろうか。

3. ICT ベンチャー企業にとっての北九州市

北九州市では、情報サービス業従業者数は若干増加しているものの、開業率がきわめて低い。そのことから判断すると、北九州市はベンチャー企業を興し、それを育ててゆくのに好条件の地域とは言えない。ベンチャー企業経営者の間でも、そうした意識はあるようで、E 社の経営者は、「北九州は閉鎖的な土地で、職人気質だとよく言われる。ベンチャーにとっては難しい土地だとよく言われている」と語った。若い世代のベンチャー企業経営者たちのまとめ役になりたいと話すモノリスの経営者は、「小倉は俺が俺が、という土壤なので、一つにまとまらない」という。小規模のベンチャー企業が単体でできることは限られている。したがって、企業間の連携が必要となるのだが、先に見たように、AIM の内部ですら、連携は限られたメンバー、限られた内容にとどまっている。集積内部での企業間の連携が進んでいないことも、北九州市内でベンチャー企業を起業し、経営することの難しさの一因となっている可能性もある。

また、北九州市の位置も、ICT ベンチャー企業の経営環境に影響している。北九州市は

政令指定都市ではあるが、県庁所在都市ではないため、自治体関連の情報サービス需要はその分だけ少なくなる。しかも、普通電車でも1時間弱の所に、九州の中核都市であり、県庁所在都市である福岡市が位置する。福岡市に近すぎるゆえに、北九州市には大企業の支所・支社・支店が少ない。2001年の事業所・企業統計によれば、人口規模が同程度の仙台市の支所・支店・支社が14,992事業所であるのに対し、北九州市は9,598事業所であり、うち6,213事業所は、同一県内（多くは福岡市であろう）に本所・本社を持つ企業のものであった。こうした事情も、北九州の情報サービス需要を人口規模の割に小さく抑える要因となっている。また、福岡市内には全九州の60%にもおよぶ情報サービス企業が集積しており、福岡市の企業との競争が激しいことも、ベンチャー企業の誕生を阻害している可能性がある。ただし、インタビューした企業の経営者は、福岡市内の企業との競争圧力をそれほど感じていないようであった。それは、彼らが他地域の企業が参入しないような中小のシステム開発や、大手ソフトウェア企業の下請を中心的な業務としているからであろう。なお、多くのインタビュー対象者は、北九州市内で発生する大規模な開発案件が東京の大手企業に発注され、地元還元されないことには不満を抱いていた。

インタビュー対象者を初めとするICTベンチャー企業の経営者は、なぜあえて条件の厳しいと思われる北九州市を創業の地として選んだのであろうか。それはひとえに、彼らが北九州市の出身だからである。インタビュー対象者はすべて北九州市の出身であり、他地域との比較考量の上で北九州での起業を決めたわけではない。インキュベーション施設の整備が起業をうながしたわけでもない。前述の通り、ほとんどの経営者は起業以前にインキュベーション施設の存在を知らなかったのである、A社の経営者以外は、起業する以前に北九州市内の別の企業に勤務していた⁹⁾。そして多かれ少なかれ、前の会社で自分がしていた仕事を受け継ぐ形で、スピノフ的に起業している。F社は、以前の会社の業務の一部を切り離す形で起業しているし、G社も前勤務先から営業権の譲渡をしてもらったパッケージソフトを核にした事業展開をしている。C社の経営者は、もともと起業したいという希望を強く持っていた。そのため、独立を見越して、「会社に勤めていたときも、自分が担当している顧客は会社の顧客と言うより自分の顧客であると思っていた」という。ICTベンチャーの多くは、経済的合理性に照らして企業する地域を選んでいるわけではない。しかし、彼らの起業とその後の事業展開は北九州市の市場に埋め込まれており、北九州市以外での起業は不可能であったであろう。

今後、企業に順調に成長を遂げたとき、彼らはどのような地域的展開を考えているのだろうか。インタビューをした経営者のほとんどは、福岡市にはあまり興味を示さず、東京への進出を口にした。九州の情報サービス企業の過半数が福岡市に集中しているとはいえ、そもそも九州に立地している情報サービス企業は全国の6.8%でしかない。情報サービス需要は、圧倒的に東京に集中しているのである。しかし大規模な開発案件が大手に押さえられている現状では、受注ソフト中心の業態では、東京への進出は難しい。やはり顧客が容易にメリットを理解できる魅力を持ったパッケージソフトを開発し、それを武器に進出を

図る必要がある。それを考えると、インタビュー対象企業の多くは、他地域へと市場を拡大するためには今少しの時間が必要だろう。しかし東京を初めとする他地域への進出が達成され、企業が成長軌道に乗ったとき、その企業は北九州に拠点を置き続けるだろうか。それとも、東京などの大都市に本社を移してしまうのだろうか。この点については、あるゼンリンの社員が「北九州にいる理由もないが、移る理由もない。しかし従業員の採用などを通じて、ここに根付いている」と言っていたのが印象的であった。

北九州市は、2000年9月に「地域情報化計画」を策定し、「情報化による産業の活性化と新たな雇用の創出」をその柱の一つに据えた。これを承けた「北九州市IT推進アクションプラン」でも、「地域の経済を活性化し、雇用を創出することを目標」の一つとしてきたし、続く2002年7月の「北九州e-PORT構想」でも、「eソーシング産業など新たなIT関連産業の育成・振興」が目的の一つとして掲げられている。一連の政策が、北九州市内におけるICT産業の振興と、それによる地域経済の活性化ならびに雇用創出を目指すものだとすれば、北九州市で誕生したICTベンチャー企業が成長軌道に乗ったところで他地域に出てしまっただけでは、目的を十全に達成したことにはならない。他方、企業の成長のためには、東京を初めとする他地域への進出は不可能である。それでも、成長を遂げた企業が創業の地に相当の業務機能と人員を置いてくれるか否かは、経営者や従業員のその地域に対する思い入れといった非経済的な要因が、案外強く作用するのではないだろうか。

IV. まとめにかえて

北九州市における情報サービス業の現状と、インキュベーション施設に入居するICTベンチャー企業の実態に関する以上の分析をふまえ、最後に北九州市の情報サービス業ならびにICTベンチャー企業育成にかかる課題を整理してみたい。

北九州市の情報サービス業における最大の問題点は、開業率がきわめて低いうえに、廃業率が開業率を上回っていることである。客観的な評価は難しいが、北九州市の情報サービス業支援策が他の自治体と比較して手薄であるとは感じられない。しかし公的機関や支所・支社・支店が福岡市に集中しているため、そもそも北九州市では情報サービス需要が少ないという条件を考えると、北九州市ではICTベンチャーを政策的に支援することが他の都市以上に重要となるといえよう。

AIMに位置するインキュベーション施設は、北九州市によるICTベンチャー支援策の一つの柱である。現在AIMに入居している企業は、施設への入居にメリットを感じている。その一方で、入居企業の中に不満の声や要望があることも確かであり、それに対しては虚心坦懐に耳を傾け、いっそうの支援の充実が図れねばならない。インキュベーション・マネージャーを初めとするインキュベーション施設のスタッフは、ひとつひとつの入居企業にとって真に有意義な助力ができていないか、今一度考えてみる必要がある。また、入居企業間の有機的な連関が生まれていない現状では、行政がイニシエーターとなって、入居企業間の交流を推進することを考えても良いだろう。もっとも、それが形式的、儀礼的なもの

にとどまるのであれば、実質的な意味は無いのであるが。

北九州市の情報サービス業は、ゼンリンの存在と新日鐵を初めとする製造業のシステム開発の比重が大きいことに特徴づけられる。これらと全く関係のない分野の開拓を図るよりは、さしあたりこうした構造的特徴を所与のものとしてうまく活用した方が、ベンチャー育成の手法としては早道であろう。たとえば、GIS 関連のソフトウェアを開発できる人材を育てる枠組みを作ることや、これまで手がけてきた製造業向けのシステムをパッケージするための開発を支援し、市場の地域的拡大をバックアップすることが考えられる。

また、東アジア諸国との地理的、心理的に近い点もメリットとして生かすことができよう。中国や韓国、台湾などにおける情報サービス業の発展は著しい。AIM 入居企業が模索しているように、東アジアの情報サービス企業を活用した中小規模のオフショア開発のノウハウが確立すれば、ICT ベンチャーにとって有力なビジネスモデルとなる。また、他国の有望な ICT ベンチャーのパッケージ商品などをいち早く発掘し、日本に紹介すれば、先駆者利益を手にすることも出来るだろう。しかしこうした手法は、一時の利益をもたらすものではあっても、企業の持続的な成長をもたらすものではない。やはり海外の企業と連携のもとに新たなパッケージソフトの開発をするなどして、新たな市場を切り開くことを考えなければならない。

新しいことを手がける以上に大切なことは、今持っている資源を最大限に活用することである。すでに入居している企業の経営者も言っているように、より多くの企業がインキュベーション施設に入居して、そのメリットを承けられるように、ICT ベンチャー支援事業の内容を積極的に広報することが求められている。インキュベーション施設内の空室が減少すれば、おのずと入居企業同士が接触する機会は増加する。そこから自然発生的に入居企業同士の連携が生まれる可能性もある。北九州市や北九州市立大学を初めとする公的機関において発生する情報サービスの仕事を、可能な限り市内の ICT ベンチャーに発注する心がけは、是非必要である。仕事を与えることは、何にも勝るベンチャー支援である。

文献

伊東維年（1998）『テクノポリス政策の研究』日本評論社

岩本 純・吉井博明（1998）『「情報」の商品化と消費—ソフトウェア開発の産業・企業・技術者—』学文社

加藤幸治（1993）「仙台市におけるソフトウェア産業の展開」『経済地理学年報』, vol. 39, pp. 318-339

亀山嘉大（2006）『集積の経済と都市の成長・衰退』大学教育出版

国土交通省国土計画局大都市圏計画課編（2001）『ソフト系 IT 産業の実態調査報告書』財務省印刷局

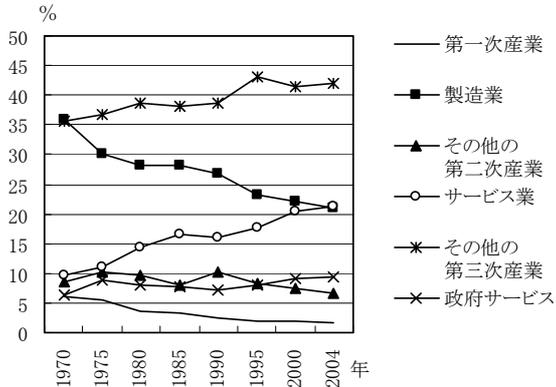
国土交通省国土計画局大都市圏計画課編（2002）『平成 14 年版 ソフト系 IT 産業の実態調査報告書』財務省印刷局

- トフラー, A. 著, 鈴木健次訳『第三の波』日本放送出版協会
- 中澤高志 (2002)「九州における情報技術者の職業キャリアと労働市場」『地理学評論』vol. 75, pp. 837-857
- 中澤高志・荒井良雄 (2002)「情報サービス産業の業務活動の空間的広がりに関する研究－九州における事例－」『都市計画論文集』No. 37, pp. 67-72
- 日本政策投資銀行九州支店 (2000)『福岡における情報産業系ベンチャー企業の集積－ITベンチャー興隆を持続発展させるための方策を求めて－』日本政策投資銀行九州支店
- 日本政策投資銀行北海道支店 (2000)『サッポロバレー・コア・ネットワーク－集積の効果を得つつある札幌市内 IT 企業群の現状と課題－』日本政策投資銀行北海道支店
- 湯川 抗 (1998)「コンテンツ産業の地域依存性－マルチメディアガルチー」『FRI 研究レポート』No. 40, pp. 1-32
- 湯川 抗 (1999)「コンテンツ産業の発展と政策対応－シリコンアレー－」. 『FRI 研究レポート』No. 47, pp. 1-44
- 湯川 抗 (2001)「東京におけるネット企業の集積－日本版シリコンアレーの発展に向けて－」. 『Economic Review』 vol. 5(1), pp. 8-33
- Arai, Y., Nakamura, H., Sato, H., Nakazawa, T., Musha, T., and Sugizaki, K. (2004), “Multimedia and internet business clusters in central Tokyo,” *Urban Geography*, vol. 25, pp. 483-500

注

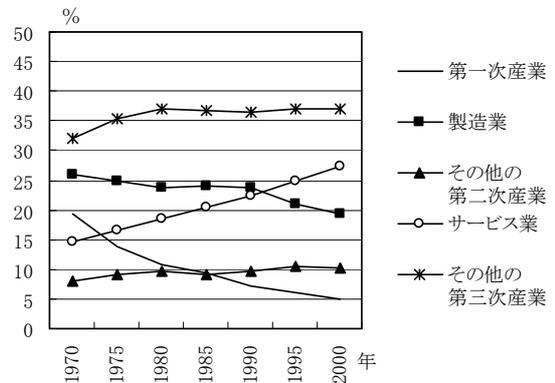
- 1) すでに 2005 年国勢調査の産業大分類別就業者数は得られるが、2000 年の産業大分類とは異なるため、これまでの産業大分類の基準でのサービス業就業者割合は把握できない。
- 2) 北九州市の製造業の沿革については、亀山 (2006, 第 8 章) を参照。
- 3) 特定サービス産業実態調査報告による。
- 4) 1990 年代までの日本の情報サービス産業の歴史については、岩本・吉井 (1998) が手際よく整理している。また、筆者も中澤 (2002) において、日本の情報サービス産業を地方圏分散との関連で整理している。
- 5) いわゆる「ビットバレー」に関する研究には、湯川 (1998, 1999, 2001), Arai *et al.* (2004) などがある。
- 6) 本来、福岡市, 北九州市も市レベルで図に掲載するのが妥当であろうが、従業者数が多すぎてグラフが見にくくなるため、区単位としている。
- 7) <http://www.k-twc.gr.jp/corp/kigyuu.php> 2007 年 1 月 31 日検索。一般オフィス入居企業のうち、早稲田大学国際情報通信研修センター九州研究室と九州工業大学ネットワークデザイン研究センターは、正確には企業ではない。また、一般オフィス入居企業のうち、「北九州のインキュベーション施設」というウェブサイト (<http://www.kitakyu-bi.jp/> 2007 年 1 月 31 日検索。) に紹介されているのは、5 社である。一般オフィスには、安川情報九州のように比較的規模の大きい企業も入居しているが、この 5 社は創業支援の対象となるベンチャー企業であると見なせる。
- 8) AIM とは、Asia -pacific Import Mart の略である。
- 9) A 社の経営者は、家業を継ぐ形で印刷業に従事していた。かつて親しくしていた会社が和議破産したのをきっかけに、その名前を受け継いで株式会社化した。D 社は大学発ベンチャーである。

図1 国内総生産の産業別構成の変化



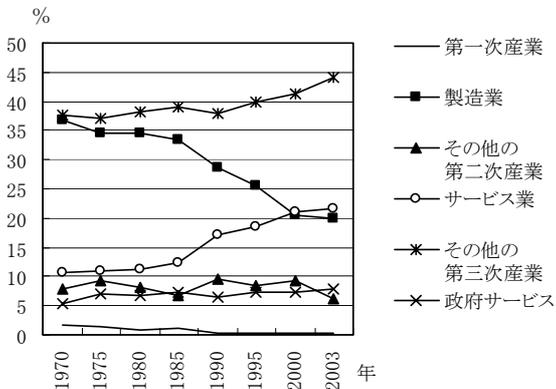
資料:国民経済計算

図2 就業者の産業別構成の変化(全国)



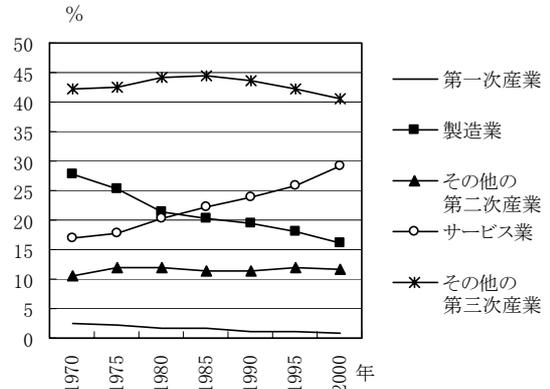
資料:国勢調査

図3 北九州市内総生産の産業別構成の変化



資料:北九州市の市民経済計算

図4 就業者の産業別構成の変化(北九州)



資料:国勢調査

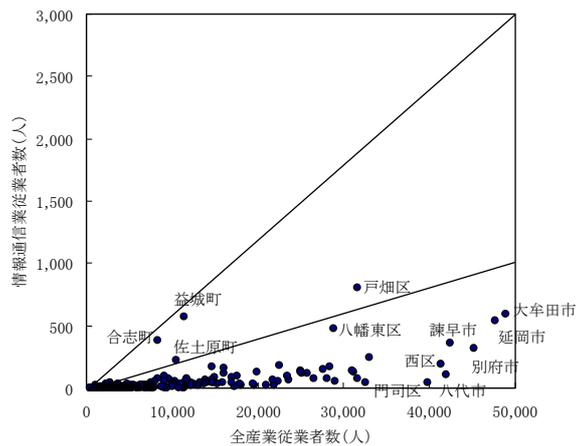
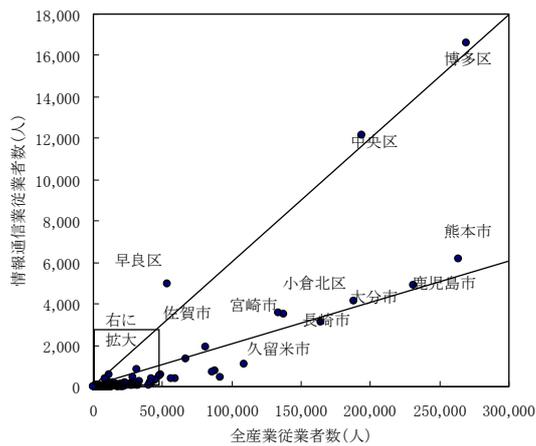


図5 全産業の従業者数と情報通信業(中分類)従業者数

資料:事業所・企業統計

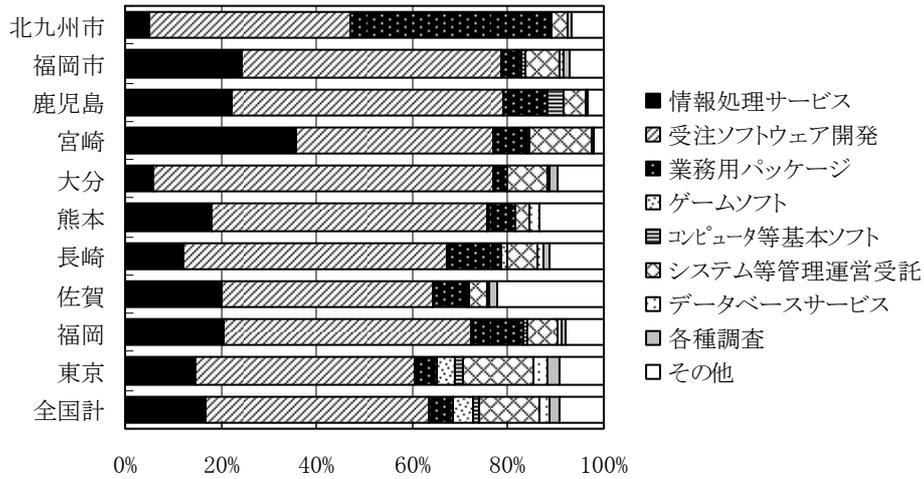


図6 情報サービス業の業務種類別の年間売上高構成

資料:特定サービス産業実態調査報告

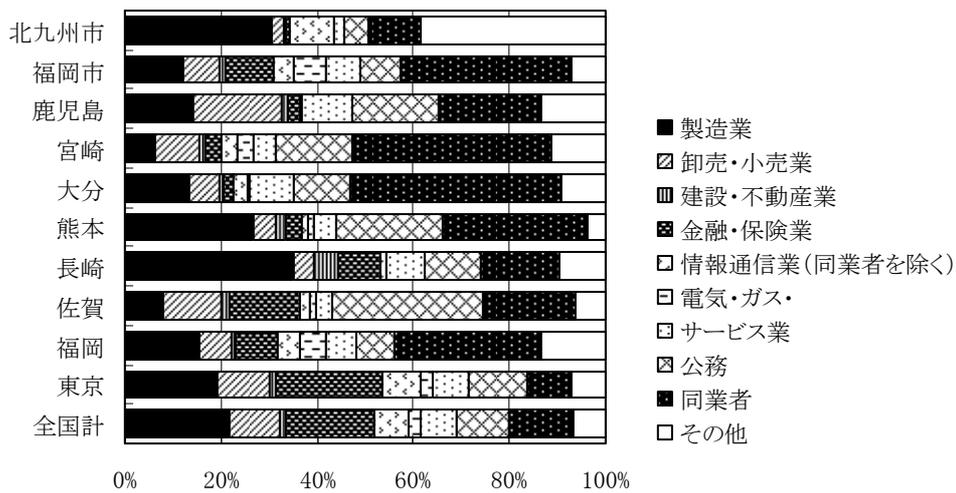


図7 情報サービス業の契約先産業別の年間売上高構成

資料:特定サービス産業実態調査報告

表1 都道府県別の情報サービス業の事業所数および従業者数の変動

	事業所数		増加率 (%)	新設 事業所	開業率 (%)	廃業 事業所	廃業率 (%)	情報サービス業 従業者数		増加率 (%)	全従 業者に占め る割合(2004)	全従業者(人)
	2004	2001						2004	2001			
全国	26,413	27,619	-4.4	8040	29.1	9217	33.4	863,796	837,000	3.2	1.7	52,067,396
北海道	850	926	-8.2	222	24.0	293	31.6	18,636	19,543	-4.6	0.9	2,112,225
青森県	94	100	-6.0	20	20.0	24	24.0	1,593	1,816	-12.3	0.3	504,715
岩手県	145	150	-3.3	41	27.3	47	31.3	3,345	3,037	10.1	0.6	525,651
宮城県	392	429	-8.6	125	29.1	153	35.7	11,661	10,867	7.3	1.2	934,680
秋田県	123	110	11.8	31	28.2	28	25.5	2,336	2,247	4.0	0.5	432,169
山形県	135	122	10.7	43	35.2	34	27.9	1,932	1,765	9.5	0.4	482,235
福島県	182	190	-4.2	46	24.2	44	23.2	3,573	3,695	-3.3	0.4	823,085
茨城県	364	371	-1.9	85	22.9	89	24.0	11,085	10,423	6.4	1.0	1,127,776
栃木県	189	201	-6.0	43	21.4	51	25.4	4,855	4,556	6.6	0.6	826,960
群馬県	247	265	-6.8	47	17.7	72	27.2	5,869	6,080	-3.5	0.7	853,664
埼玉県	592	602	-1.7	146	24.3	173	28.7	13,036	12,789	1.9	0.6	2,244,443
千葉県	497	557	-10.8	126	22.6	172	30.9	20,497	20,059	2.2	1.1	1,831,187
東京都	9,844	10,258	-4.0	3442	33.6	4008	39.1	408,565	381,241	7.2	5.3	7,752,604
神奈川県	1,604	1,716	-6.5	463	27.0	564	32.9	84,590	85,829	-1.4	2.9	2,967,599
新潟県	353	361	-2.2	74	20.5	81	22.4	7,085	6,776	4.6	0.7	1,013,122
富山県	154	154	0.0	34	22.1	32	20.8	4,103	3,378	21.5	0.8	502,094
石川県	272	270	0.7	76	28.1	65	24.1	6,974	6,290	10.9	1.3	518,164
福井県	131	136	-3.7	23	16.9	24	17.6	3,180	2,642	20.4	0.9	358,769
山梨県	93	94	-1.1	14	14.9	17	18.1	2,074	1,804	15.0	0.6	349,227
長野県	361	379	-4.7	71	18.7	96	25.3	7,537	8,160	-7.6	0.8	916,701
岐阜県	260	265	-1.9	78	29.4	76	28.7	3,847	3,744	2.8	0.5	852,492
静岡県	549	566	-3.0	123	21.7	136	24.0	10,467	10,404	0.6	0.6	1,661,281
愛知県	1,535	1,497	2.5	476	31.8	439	29.3	37,966	38,666	-1.8	1.1	3,336,547
三重県	125	123	1.6	22	17.9	23	18.7	2,592	2,914	-11.1	0.4	734,468
滋賀県	107	111	-3.6	24	21.6	30	27.0	1,897	1,939	-2.2	0.4	532,384
京都府	337	318	6.0	97	30.5	91	28.6	7,038	7,259	-3.0	0.7	1,044,411
大阪府	2,667	2,917	-8.6	883	30.3	1036	35.5	81,492	84,829	-3.9	2.0	4,067,294
兵庫県	658	708	-7.1	212	29.9	256	36.2	17,102	17,444	-2.0	0.9	2,001,934
奈良県	37	43	-14.0	13	30.2	14	32.6	690	628	9.9	0.2	393,053
和歌山県	72	74	-2.7	15	20.3	9	12.2	1,065	1,178	-9.6	0.3	343,577
鳥取県	67	59	13.6	18	30.5	13	22.0	909	903	0.7	0.4	228,670
島根県	79	83	-4.8	18	21.7	22	26.5	1,112	945	17.7	0.4	288,334
岡山県	257	275	-6.5	68	24.7	73	26.5	7,370	6,737	9.4	1.0	753,362
広島県	448	462	-3.0	114	24.7	128	27.7	11,016	10,510	4.8	0.9	1,172,063
山口県	144	141	2.1	25	17.7	22	15.6	1,995	1,979	0.8	0.3	576,259
徳島県	60	56	7.1	20	35.7	11	19.6	1,098	824	33.3	0.4	287,684
香川県	137	150	-8.7	30	20.0	38	25.3	2,382	2,552	-6.7	0.6	405,854
愛媛県	185	187	-1.1	48	25.7	50	26.7	3,089	3,477	-11.2	0.6	556,411
高知県	84	83	1.2	23	27.7	15	18.1	1,488	1,484	0.3	0.5	276,982
福岡県	1,069	1,145	-6.6	316	27.6	401	35.0	27,443	26,494	3.6	1.4	2,013,973
佐賀県	63	64	-1.6	14	21.9	16	25.0	962	1,003	-4.1	0.3	329,076
長崎県	127	120	5.8	32	26.7	23	19.2	2,012	1,955	2.9	0.4	521,310
熊本県	172	185	-7.0	39	21.1	46	24.9	4,076	4,526	-9.9	0.6	661,159
大分県	118	110	7.3	35	31.8	33	30.0	2,456	2,598	-5.5	0.5	457,560
宮崎県	109	117	-6.8	28	23.9	28	23.9	2,055	2,112	-2.7	0.5	425,256
鹿児島県	135	154	-12.3	35	22.7	53	34.4	2,285	2,388	-4.3	0.4	621,524
沖縄県	190	215	-11.6	62	28.8	68	31.6	5,366	4,511	19.0	1.2	447,408
札幌市	636	673	-5.5	190	28.2	230	34.2	16,132	16,505	-2.3	2.1	752,669
仙台市	358	397	-9.8	115	29.0	143	36.0	11,342	10,688	6.1	2.4	467,156
さいたま市	178	189	-5.8	53	28.0	67	35.4	4,740	5,374	-11.8	1.3	355,157
千葉市	151	164	-7.9	48	29.3	57	34.8	9,510	7,581	25.4	2.9	326,411
特別区部	8,959	9,279	-3.4	3205	34.5	3689	39.8	377,180	346,067	9.0	5.8	6,456,600
横浜市	880	951	-7.5	265	27.9	328	34.5	42,199	45,617	-7.5	3.6	1,185,778
川崎市	304	292	4.1	93	31.8	90	30.8	28,140	26,483	6.3	6.3	447,983
名古屋市	1,157	1,128	2.6	381	33.8	358	31.7	30,168	31,548	-4.4	2.3	1,284,915
京都市	272	257	5.8	75	29.2	73	28.4	6,496	6,276	3.5	1.0	664,062
大阪市	2,223	2,444	-9.0	757	31.0	893	36.5	71,763	73,419	-2.3	3.5	2,065,304
神戸市	369	400	-7.8	137	34.3	169	42.3	8,887	9,928	-10.5	1.4	634,522
広島市	316	312	1.3	85	27.2	86	27.6	7,860	8,095	-2.9	1.6	502,261
北九州市	143	166	-13.9	25	15.1	48	28.9	3,496	3,401	2.8	0.8	414,716
福岡市	812	868	-6.5	266	30.6	324	37.3	22,768	21,623	5.3	3.1	743,074

資料:事業所・企業統計

表2 インタビュー対象のインキュベーション施設入居企業

ID	創業年	資本金 (万円)	従業員数	業務内容	創業経緯
A	2004	1,000	7	在宅勤務を活用した学習教材作成, Webコンテンツ製作, 印刷物製作	父の代から印刷業に従事しており, 破産した企 業ののれんを受け継いで株式会社化
B	2005	150	3	オフショア(中国)を活用した ソフトウェア開発	地場ソフトウェア会社に勤務していた現社長が, その時のノウハウを生かして創業
C	2003	1,500	5	映像・音響配信システムの設計, 施工, コンテンツの製作	地場ソフトウェア会社で同様の仕事をしていた現 社長が, その時のノウハウを生かして創業
D	2005	880	2	ネットワーク関係のコンサルティング, ソフトウェア開発	大手情報サービス企業で働いていた現社長が 創業し, ビジネスコンテスト入賞を機に株式会社
E	2005	100	3	モバイル用ポイントサイトの製作・運営	飲食関係のマネージメントをしていた現社長が 広告関係の仕事をしていたパートナーと設立
F	2002	1,000	4	主として新日鐵系のソフトウェア開発	地場ソフトウェア会社に勤務していた現社長がス ピンオフ
G	2005	1,000	5	ソフトウェア開発, パッケージソフトのASP事業	地場ソフトウェア会社に勤務していた現社長が営 業権を受け継ぐ形でスピンオフ
H	2005	—	3	オープンソースを活用した ソフトウェア開発	地場ソフトウェア会社に勤務していた現社長が会 社の運営方針とのずれを感じて創業

資料: 各社ホームページ, 聞き取り調査など