

【要 旨】

札幌・仙台・広島・福岡といった100万都市には、人口や企業が集積しているため、相応にサービス産業に対する需要規模も大きい。従って、小さな都市では成立しない多様化した消費者のニーズを満たすサービス産業や、企業向けの特種で専門的なサービス産業など、大都市ならではのサービス産業（「都市型サービス産業」）が成立し得る。

本調査では、「都市型サービス産業」を、その性格から、大都市の魅力・求心力となる産業および都市の求心力により生まれる産業である「都市型集客サービス産業」、大都市に本社機能が集積することから生まれる知的サービス産業である「都市型知的サービス産業」に分類し、広島におけるこれらの現状、今後の可能性について分析を行った。

< 広島の「都市型集客サービス産業」 >

本調査では、徒歩や市内交通等の利用で気軽に周遊可能な範囲を各都市の中心部から半径2km圏内とし、このエリアを都市型集客サービスの提供に適した中核的空間と設定した。札幌・仙台・広島・福岡の4都市について、このエリアに存在する都市資源（都市型集客サービスの提供拠点）の分析を行った結果、広島では福岡に匹敵するほど都市資源数は充実しており、さらに中心部1.0km²の狭い範囲に様々な機能が集中している（多機能一極集中型）という特徴が把握できた。

従って、広島には都市型集客サービスの提供に適した「雑踏」「回遊性」「長時間滞在」などを生み出しやすい特徴がある。そこで、下記のようなソフト面での工夫により、街を歩く楽しみを充実させ、都市の魅力を高めることが、「都市型集客サービス産業」の活性化にとって重要であると考えられる。

- ・都市資源のより面的なつながりや回遊性をもたせる工夫（本通りから平和記念公園、平和大通りの面的つながりの創出、オープンカフェなど公共スペースの活用により、「にぎわい」を創出することで新たな回遊性を生むなど）
- ・市民の手で運営され、かつ、市民が参加して楽しむことができる「市民参加型」のイベント、祭りなどの集客の仕掛けづくり（同時に都市の躍動感創出につながる）
- ・中心部に存在する美しい公園、水際空間（河川）の有効活用による都市の魅力向上のためのイメージ戦略

< 広島の「都市型知的サービス産業」 >

札幌・仙台・広島・福岡といった100万都市には、企業的意思決定機能を持つ本社が集積していることから、単なる事務代行を行うサービス産業だけでなく、企業戦略をサポートするような知的なサービス産業（「都市型知的サービス産業」）が生まれる素地が

ある。特に都市の持つ人材面でのポテンシャルと合致したものが、「都市型知的サービス産業」として成立する可能性があると思われる。

広島には大手製造業内に優秀な「インダストリアルデザイン」のデザイナーや「機械設計」の技術者が存在することから、そうした人材面でのポテンシャルをうまく活用することにより、デザイン分野、設計分野などで新しい「都市型知的サービス産業」が育つ可能性がある。また、「情報サービス産業」では、既にネットビジネスやデジタルコンテンツ分野での人的ネットワーク（交流組織「五空」）が形成されているが、さらに知的・技術的交流を活発化させることで、成長の可能性があるとと思われる。

「インダストリアルデザイン」「機械設計」においては、現状では、デザイナーや設計の技術者が大手製造業内に囲い込まれ、その技能を地域の中堅・中小企業が活用できる環境になく、一方でデザイナーや技術者も自社内の業務に限られ、スキルアップの機会を喪失しているといった問題を抱えている。また、「情報サービス産業」についても、地域需要が首都圏に漏出しており、地元企業は首都圏企業の下請業務が多く、スキル形成の機会が十分でないという状況に置かれている。

従って、これらが「都市型知的サービス産業」として成長するには、次のような課題を乗り越える必要があると考えられる。

- ・サービスの技術高度化および高付加価値化（「インダストリアルデザイン」と「機械設計」を組み合わせ、製品の開発業務の一部を提供するなど）
- ・ユーザー側の製造業における、外部シーズ活用への意識改革
- ・デザイナー同士、機械設計の技術者同士といった同業者間の交流や、デザイナーと機械設計の技術者といった異業種間の交流、さらにはユーザー企業を加えた交流の機会を増やし、互いのニーズ、シーズへの理解を深めること
- ・「情報サービス産業」においては、起業家の継続的な活動拠点や集積のコアとなり得るインキュベーション施設の整備が必要

以 上