

第8章 インターネット企業集積地

インターネット企業集積地

ビットバレーから全国へ 今後も重要度を増す「知識創造の場」

現在語られている「IT革命」という言葉は、「インターネット革命」とも言い換えられよう。これはインターネットという革新的な情報流通チャネルの出現により、今までになかった新しいビジネスを生み出すとともに、さまざまな産業において組織の再構築が迫られている現象と捉えることができる。

インターネット関連の技術やサービスのベンダーである情報産業においては、その利用者である他の産業にも増して、技術革新のスピードや、新しい製品、新しいサービスの出現に直面せざるを得ない。そのため、多様な情報・知識の組み合わせが価値を生み出す知識集約型産業への早急な転換を迫られている。

集積と発展の関係

情報産業がこうした環境変化に対応する方法の1つとして、米国のシリコンバレーやシリコンアレーのように特定の地域に集積し、人的ネットワークを構築することで「知識創造の場」を形成し、産業全

体を発展させる現象が起きている。

こうした「場」は、言い換えれば専門家のコミュニティともいえるが、一度コミュニティが形成されると、その内部の情報の流通速度が高まるとともに、交換できる情報の質・量が増大することによってプロダクトイノベーションの頻度も高まってくる。その結果、一定地域に立地する産業全体の発展を生み出すことにつながるのだ。

また、こうしたコミュニティの認知度が高まると、さらに企業や専門家の集積が進み、それがさらなる好循環に結びついて産業全体を飛躍的に発展させる作用がある。たとえば、情報産業集積の成功例である「シリコンバレー」は、単なる地域名称というよりも、その地域に存在する専門家同士のコミュニティを指すことが多い。そして、このコミュニティの一員となるために世界各地からさらに多くの企業や人材、巨額のリスクマネーが流入しつづけている。

情報産業の中でも特にインターネット関連産業が発展していくためには、企業

集積が今後とも重要になっていくと予想される。それは、インターネットビジネスのように今までになかった新しいビジネスを生み出すためには、多種多様な才能がフェース・トゥー・フェースで濃密な接触を繰り返すこと、つまりバーチャルなコミュニティよりもリアルなコミュニティが重要になるからである。Linuxのような共通の技術をもった同種の専門家のコミュニティと違い、互いの専門分野が異なるがゆえにフェース・トゥー・フェースで交流することが肝心なのだ。

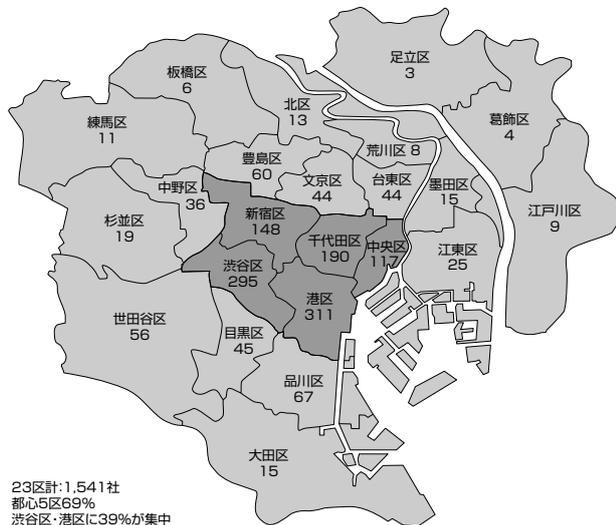
こうして考えると、「インターネットビジネス」という基本的な興味を軸に、さまざまな専門家どうしが容易に接触できる環境、つまり企業集積はきわめて有利なものだといえる。

東京におけるネット企業集積の現状

それでは、このようなコミュニティの活動の基盤となる企業集積は東京においてどの程度形成されているのだろうか。

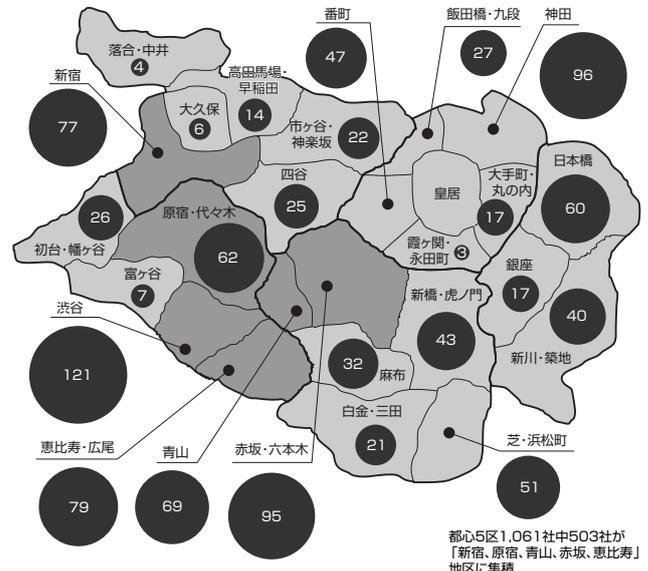
富士通総研（FRI）の調べによれば、

資料2-8-1 東京23区のネット企業



出所 FRIの調査（23区調査）を元に作成

資料2-8-2 集積地域と集積度



出所 FRIの調査（23区調査）を元に作成

第8章 インターネット企業集積地

東京都区部には2001年2月末時点で1541社のインターネット関連企業が存在することがわかった。区別にみると都心5区（千代田・中央・港・新宿・渋谷）に都区部全体の約7割近く、なかでも港区と渋谷区には全体の4割近くが立地している。最も立地企業数が多いのは港区である（資料2-8-1）。

企業が集積する都心5区をさらに細かく地区別に分類すると、都心5区に立地する1061社のうち503社が新宿から渋谷、赤坂に至る地区に集中していることがわかる（資料2-8-2）。インターネットが本格的に商用利用されるようになった1994年以降に設立された企業数を見ても渋谷地区が最も多くなっており、次に赤坂・六本木地区、神田地区、恵比寿・広尾地区、日本橋地区と続く。

1999年以降に設立された企業数でも、一番多いのは渋谷地区の33社、続いて赤坂・六本木地区の30社、日本橋地区の26社、恵比寿・広尾地区の22社、神田地区の21社となっている（資料2-8-3）。ネット企業がこれらの地区を好んで立地する傾向は94年以降変化がないといえよう。

また、こうした地区にはこれまで我が国のインターネットビジネスを牽引してきた企業が数多く立地していることも注目に値する。インターネットの普及に伴いネット企業が多く生まれるのは当然だが、このように、ある特定の地域に集中して立地する傾向があるということは、企業家だけでなく自治体の政策担当者が産業の育成方法を考える上でもヒントになることが多いと思われる。

ビットバレー

1999年から2000年のインターネットビジネス関係者の間で最も話題を呼んだトピックに「ビットバレー」を挙げることができるだろう。東京渋谷近辺のインターネット関連企業を中心に生まれたコミュニティであるビットバレーは、ネットビジネスに関わる人々の交流促進を目的

としたNPO、ビットバレーアソシエーション（BVA）を生み出し、その交流パーティー「ビットスタイル」とメーリングリストは注目的になった。

先に述べたように渋谷近辺は日本有数のネット企業の集積地であるが、どれほど多くの企業が集まっても、単に同業者のオフィス同士が互いに近くあること自体に大きな意味はない。集積の利点を活かして彼らが互いに活発なコミュニケーションやコラボレーションを図り、インターネットビジネスのコミュニティを作り上げていくことが重要なのである。そして、そうしたコミュニティの中から新しいプロジェクトや企業が生まれるようになって初めて集積が発展につながっていくことになる。

こうしたことを考えるとBVAの活動は非常に重要な意味をもつ。現在BVAが行っているセミナー、勉強会等の地道な活動はかつてのビットスタイルのように華やかなものではないが、これが将来着実に実を結んでいくことを期待したい。

現在、インターネット関連産業にはネットバブルの崩壊と呼ばれる株価暴落の影響や、既存の大企業の逆襲といった向かい風が吹きつづけている。しかし、こうした時にこそリアルなコミュニティを十分に活用し、今までのビジネスのやり方を見直すとともに、新しいビジネスを生み出す努力が必要であろう。

日本各地に生まれる ネット企業のコミュニティ

ビットバレーが注目を集めたこともあって、東京だけでなく全国各地でネット企業のコミュニティが誕生している。このようなコミュニティにはさまざまな形態のものがあり、すべてを挙げることはできないが、福岡のD2K、関西のBeta ValleyやBit Bridge、東北のForest Alley、中国地方の五空、沖縄のノースバレーなどのほか、北海道のサッポロバレーのように既に地域名称として定着しつつあるものもある。実際にはこれらの地域

にどの程度ネット企業が集積しているか不明であるため、これらを「ネット企業の集積地」として扱っていいのかどうかは疑問ではあるが、ある程度企業が集積しているからこそ、コミュニティが生まれたと考えることもできよう（国土交通省の調査によれば、大阪、福岡、名古屋など大都市のターミナル駅周辺には「ソフト系IT企業」の集積があるという）。

こうしたコミュニティの目標はいずれも、セミナーやイベント等の開催を通じてフェース・トゥー・フェースのコミュニケーションを促進しようというものである。今後も、渋谷周辺だけでなく日本各地に専門家同士が濃密に接触するような「場」が生まれ、新たなビジネスが生まれていくことが望ましい。

1980年代後半にはアメリカ各地で「ザ・シリコニング・オブ・アメリカ」と呼ばれる現象が起こった。これは、全米各地がシリコンバレーの成功を模倣して情報産業の集積を進めようとする動きであった。日本でも各地で生まれたコミュニティを通じて、全国的にネットビジネスが発展していくことが望まれる。

（湯川 抗 株式会社富士通総研経済研究所 上級研究員）

資料2-8-3 94年以降設立企業数の多い地区

区	地域名	設立企業数
渋谷区	渋谷	88 (33)
港区	赤坂・六本木	67 (30)
千代田区	神田	62 (21)
渋谷区	恵比寿・広尾	46 (22)
中央区	日本橋	42 (26)
港区	青山	41 (17)
新宿区	新宿	39 (19)
千代田区	番町	30 (15)
渋谷区	原宿・代々木	30 (13)
港区	芝・浜松町	25 (7)

（注）括弧内は99年以降に設立された企業数
出所 FRIの調査を元に作成



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp