

松 山 大 学 論 集
第 29 卷 第 4 号 抜 刷
2 0 1 7 年 10 月 発 行

マルチメディア産業の持続的な発展と都市政策

—— サンフランシスコ市・ソーマ地区の国際事例研究 ——

清 水 麻 帆

マルチメディア産業の持続的な発展と都市政策

—— サンフランシスコ市・ソーマ地区の国際事例研究 ——

清 水 麻 帆

1. はじめにーマルチメディア産業の持続的な発展と都市政策ー

近年、マルチメディア産業やそれらの市場はもの凄いスピードで進化していると同時に、グローバリゼーションも加速している。そうした状況下で、マルチメディア産業は異分野と関連づけながら、さらなる発展が期待される産業分野でもある。その持続的な発展には、新たなことにチャレンジし、既存の枠にはないアイデア、ビジネスモデル、財・サービスを創出できる人材や企業が必要とされているのである。そのため、スタートアップに対して巨額の資金が投資され、ある特定の都市にはスタートアップの企業が集積し、それらが成長することによって、マルチメディア産業の成長の持続性を保持しているのである。

一方で、都市でのマルチメディア産業の急速な発展は都市内部のジェントリフィケーションを助長している。オフィススペースの需要の高まりと不足で地価が上昇し、オフィスだけではなく住宅の賃貸料も上昇しているのである。その結果、市民の生活環境や自治体の社会的コストに大きな影響を及ぼしているのである。このような状況下で、マルチメディア産業は持続的に発展できるのだろうか。

地域経済学者の R. フロリダは、マルチメディアやテクノロジー関連で発展しているサンフランシスコが全米で最もクリエイティブな都市であり、発展している都市の特徴を次のように分析している。それは、文化の多様性、寛容さ、

開放性（オープンな文化）、そしてインフォーマルなつながりである。同時に、これまでの政策は企業が地域経済の担い手であるという理論からのアプローチであったため企業にインセンティブを与えてきたが、ほとんどの都市や地域の経済の発展につながっていないと指摘している。それは、企業が費用を最小限にする理論から立地コストが最大の決定要因になるため、そうしたインセンティブを実施しても結局は地域の経済にはつながらないことをあげ、都市経済を発展させるためには、クリエイティブな人々¹⁾を惹きつける都市である必要性を説いている²⁾ (R. フロリダ 2002)。

また、マルチメディアやハイテク関連の産業が発展している要因に関しても上記の発展している都市の特徴と同様な分析結果がでている。都市経済学者のA. サクセニアンによると、ボストンのルート128とサンフランシスコのシリコンバレーを比較し、後者の方が発展しており、その要因は開放的な風土や水平的なネットワーク（つながり）などの外部性要因であると言及している。これらは、自由な企業間異動、インフォーマルなネットワークを通じた学習やアイデアの発見、自由なコミュニケーションを促進し、それが新たな財・サービスを生み出す要因となっているのである。

フロリダが自治体の企業に対する政策は失敗が多いと主張している一方で、地域経済学者の鈴木茂によると、イギリスのサイエンスパーク政策は地域経済を再生させ、20年以上が経った今なお拡大しており、その要因については、企業のスタートアップに対する支援が質の高いハイテクベンチャー企業の集積をもたらしていると指摘している。そして、その要因を次のように指摘している。

まず、ケンブリッジなどワールドクラスの歴史のある大学の知的財産の蓄積であり、それらを有効に活用・実用化している点である。また、地域の大学の得意な分野と企業が連携することにより、質の高いものを生み出しているのである。次に、質の高いハイテクベンチャー企業の新規創業支援である。例えば、地域の大学・研究機関との広範なネットワークなどがネットワークを構築し、

技術的課題や財務・法務問題等に関する支援を主として実施している。

そして、ベンチャーキャピタル（以下 VC）の環境である。VC がサイエンスパークに常駐し常に支援を行っている。サイエンスパークのテナント料金に関しても基本的に市場価格であるが、創業まもない企業に関しては段階的にテナント料を上げていくなど多様な賃料形態が提供されている。最後に、サイエンスパークの運営の自律性である。つまり、政府主導ではなく、サイエンスパーク協会が事業を統括しており、政府はあくまで支援のみである。これらに付け加えて、こうした産業の発展だけでなく、都市の発展につなげるには文化の多様性を受け入れ、保持していくことが重要になるとされている（鈴木 2017）。

上記より、これまでの都市経済学や地域経済学的視点からの主たる先行研究では、マルチメディア産業による都市の発展の主な要因が文化の多様性、寛容さ、開放性（オープンな文化）、そしてインフォーマルもしくは水平的なネットワークであるとされている。それに付け加えて、マルチメディア産業の発展を維持する要因には、質の高いスタートアップに対する財政的・技術的な支援の実施や大学の知的財産の活用が挙げられている。

しかしながら、都市におけるマルチメディア産業の持続的な発展と都市政策の関係性に関する理論的説明はほとんど触れられていない。上述のように、マルチメディア産業の発展によって、住宅問題だけではなく、貧困層と高所得者層の都市空間の分断や社会の不平等がより顕著に表れるようになってきた。こうした都市問題は社会や経済を停滞させる。犯罪率の上昇やそれに対応する社会費用の増大、同時に生活環境の悪化による人口やマルチメディア産業の流出を引き起こす可能性がある。その結果、都市財政を圧迫し、悪循環を生み出してしまうのである。

したがって、都市政策の観点からマルチメディア産業の持続的な発展の要因を検証する必要があるだろう。そこで、本稿では、マルチメディア産業が持続的に発展する要因に関して、世界的なマルチメディア産業の企業を今日まで

次々と生み出し、牽引しているサンフランシスコ市の事例を考察する。以下、第2章では、サンフランシスコ市経済とソーマ地区を概説する。第3章では、ソーマ地区におけるマルチメディア産業の持続的な発展の要因に関して考察・検証する。第4章では、ソーマ地区における都市政策と都市問題を考察する。第5章では、サンフランシスコのマルチメディア産業の維持可能性と都市政策のあり方について言及する。

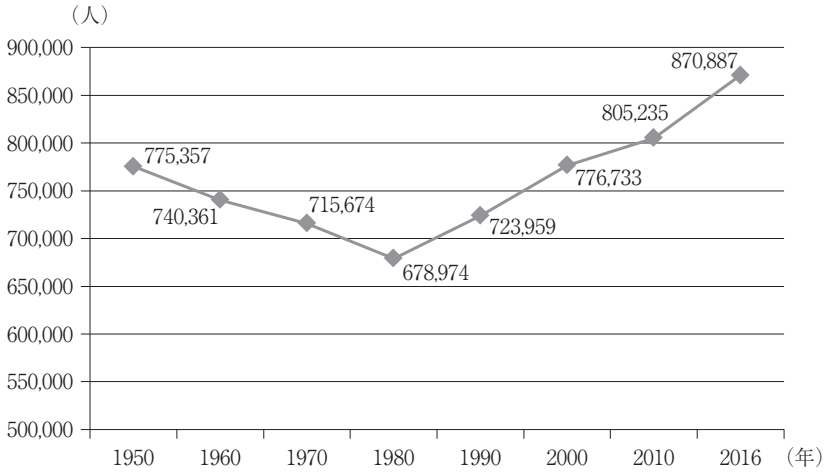
なお、本稿におけるマルチメディア産業とは、アクセス・プロバイダー、ソフトウェア開発、サービス・プロバイダー、コンテンツ開発、コンテンツサービス、e-コマース、そしてe-チャンネル関連の企業と定義し、総称してテック企業とよぶことにする。

2. サンフランシスコ経済とソーマ地区

サンフランシスコは、米国・西海岸のカリフォルニア州の北部に位置している。気候は温暖で、人口は約87万人、面積は124 km²のコンパクトな街である。1980年から現在までの人口は増加傾向にあり、その増加率は約28%にも達する（図1参照）。20歳から54歳の労働人口は548,004人で、全人口の55.75%を占めており、そのうち雇用されているのは528,074人である。1人あたりの年間収入をみても1970年には約47万円であったのが、2015年には10倍以上の約570万円にまで達している（図2参照）。2015年の全米の1人あたりの年間収入が約320万円であったのに対して、サンフランシスコは、その約1.7倍であることが分かる（U. S. Census）。サンフランシスコは今なお発展している街であるといえよう。

サンフランシスコの主要な産業は弁護士、会計士、テック関連の専門的なビジネス関連のサービス産業であり、約27万人の従事者数で全体の雇用の30%を占めている。次いで多いのが貿易、輸送公共サービス産業で17%、次が教育・健康関連サービス産業と娯楽・観光産業で各15%ずつ、次いで政府関連が14%、輸送や倉庫業が5%、製造業が4%である（U. S. Census）（表1参照）。

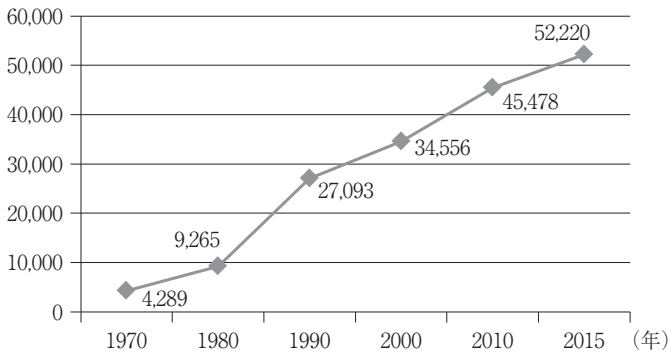
図1 サンフランシスコの人口の推移（1950～2016年）



出典：U. S. Census から著者作成

図2 サンフランシスコにおける1人あたりの年間収入

(ドル)



出典：U. S. Census から著者作成

表1 産業別従事者数 (2016年)

産 業	部門別従事者数 (人)	従事者数 (人)
教育・健康関連サービス	135,642	
教育サービス		29,171
短大・大学・専門学校		12,250
ヘルスケア・社会支援関連		105,952
救急サービス		34,025
病院		16,058
看護・在宅ケア施設		10,708
社会福祉		45,133
専門的なビジネス関連のサービス	274,442	
専門職、科学・技術サービス		183,225
法律関係		17,283
会計士・税理士		11,358
建築、エンジニア関連サービス		13,942
コンピューターシステム・関連サービス		71,225
会社経営		29,133
行政支援サービス・ごみ処理サービス		62,083
行政支援サービス		59,733
貿易、輸送・公共サービス	151,950	
卸売業		27,200
小売業		82,983
輸送、倉庫業・公共サービス	41,767	
公共サービス		5,933
輸送・倉庫業		35,833
空輸		16,767
配達業		5,583
製造業	35,400	
耐久財		15,942
非耐久財		19,458
娯楽・観光	138,358	
芸術・娯楽・リクリエーション		20,017
演劇など		6,517
ホテル・食品サービス		118,384
ホテル		23,308
食品サービス・飲料		95,033
政府関連	126,942	
中央政府		17,775
州政府		35,033
市政府		74,133

出典：San Francisco Center for Economic Development

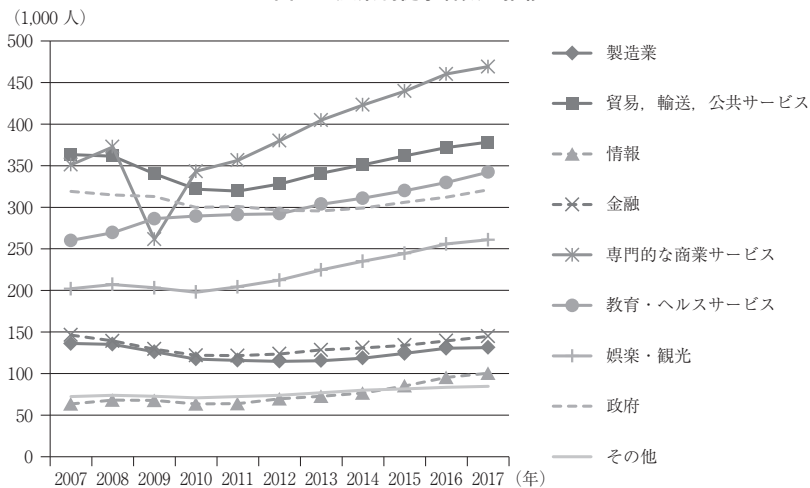
専門的なビジネス関連のサービス産業の中で1番従事者数が多いのがコンピューターシステムデザインとその関連サービスであり、25%を占めている。また、3番目に多い産業の娯楽・観光産業においては、ホテル業が顕著に多いことが分かる。これらのデータより、サンフランシスコ市経済の特徴として、専門的な技術や知識を持った知識産業が発展しており、その中でもマルチメディア関連産業に従事している割合が高い。同時に、観光産業もサンフランシスコ経済の主軸の1つであるといえよう。実際に、サンフランシスコの訪問客数は年間約1,800万人であり、彼らが観光で消費する年間の総額は約100億円に上る（San Francisco Center for Economic Development）。

同様に、従事者（雇用）数の推移からも、その伸び率が高いのは、専門的なビジネス関連のサービスであり、一番低水準の2010年から2017年までに約37%も上昇している。また、娯楽・観光についても約32%以上の上昇がみられる。2007年から2012年まで減少傾向であった製造業でさえ、それ以後は増加傾向にあり、少なくとも14%の伸びを見せている。このように、マルチメディア産業を含む情報産業などの専門的な知識産業がサンフランシスコ経済を牽引し、他の産業の従事者数も2012年以降は増加しているのである（図3参照）。

また、2015年時点のサンフランシスコの失業率は3.1%であり、全米の4.5%に比べてかなり低い数値になっている。2008年以後の数年はリーマンショックの影響により、その失業率は2008年の4.4%から2010年には9.1%と2倍以上にも上昇したが、順調に下降し、2015年現在では3.1%と10年前の4.2%を1.1ポイントも下回っている（図4参照）。これらのデータより、リーマンショック以後、サンフランシスコ経済は順調に回復し、好調であることが明らかである。

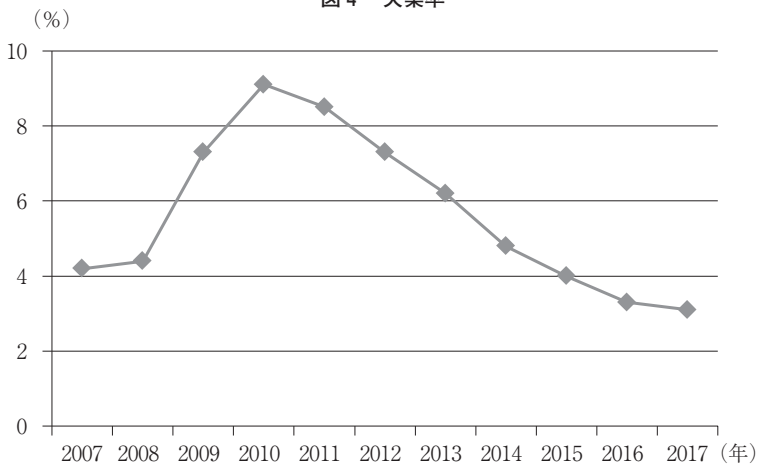
好調なサンフランシスコ経済を牽引しているのがテック企業である。テック企業が集積している場所がソーマ地区であり、そこにマルチメディア産業の発祥の地とよばれているマルチメディアガルチ（溪谷）が位置しているのである。

図3 産業別従事者数の推移



出典：Bureau of labor Statistics Data より著者作成

図4 失業率



出典：Bureau of Labor Statistics のデータから著者作成

地図1 ソーマ地区



出典：エアビーアンドビー HP から抜粋

ソーマ地区は、地図1の影の掛かった部分であり、マーケットストリートの南側（South of Market）の部分である。現在のソーマ地区の面積は約704 km²、人口は11,623人であり、住民の人種は多様性がある。白人とアジア人とで6割強を占め、ヒスパニック系と黒人が約1割ずつを占めており、その他多様な人種構成となっている（U. S. Census）。

また、2015年のソーマ地区住民の平均年収は92,455ドル（約1千万円）であり、サンフランシスコの平均年収の92,094ドルを316ドル（約4万円）ほど上回っているが、多くの層は10,000ドル（約110万円）から30,000ドル（約330万円）の間に属しているのが実状である。また、ソーマ地区の母子家庭率は他の地域に比べて高い。サンフランシスコ市の全世帯における母子家庭の割合は7.5%であり、そのうちのソーマ地区の母子世帯の割合は34.4%を占めている。こうしたことからソーマ地区は相対的に低所得者が多い貧困な地域であることは明らかだ。そのため、賃貸料もサンフランシスコより平均約6万円安いのである。実際に、ソーマ地区の賃貸料の平均は1,047ドル（11.5万円）で、サンフランシスコは1,609ドル（17.7万円）である（City Data com）。近

年、ソーマ地区の開発が進んでいる場所ではオフィスビルなども開発され、開発地区周辺の賃料はかなり上昇している。

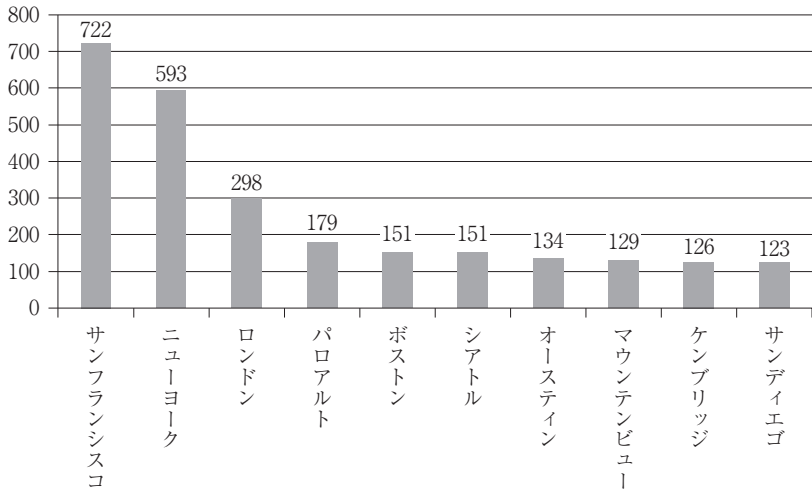
こうした社会的背景のソーマ地区はマルチメディア産業の発祥の地としてマルチメディアガルチとよばれ、現在でも多くの新興企業が起業し活況な空間である。1990年代には、サンフランシスコのマルチメディアを含む情報テクノロジー関連企業の起業やそれへの投資が盛況になり、ドットコムバブルとよばれるようになっていた。当時は、テック関連の企業であるというだけで、莫大な資金を調達することができ、株式公開をするテック関連の企業が急激に増加していたのである。

1999年から2000年にかけて、そうした熱狂的なドットコムバブルは崩壊し、株価も暴落した。その結果、大きい企業もいくつか倒産したが、ほとんどは上述のように実態のない企業が破綻し、淘汰されたことにより、その後は、順調に回復をしてきた。ニール・マッカーシーによると、2012年の8月以降の1年間のスタートアップの数は、世界の都市でサンフランシスコが最も多く、722社に上っていると報告されている。次いで多いのがニューヨークで593社、その次がロンドンで298社になっている（McCarthy 2013）。こうしたデータからも、サンフランシスコでスタートアップする企業もしくは個人が多いことが分かるであろう。

そうした中から、今日有名になった企業も事務所を構えている。例えば、ツイッター（twitter）、ウーバー（Uber）³⁾ エアビーアンドビー（airbnb）⁴⁾、ドロップボックス（Dropbox）⁵⁾ などをはじめとして、多くの企業がサンフランシスコでスタートアップした企業である。ツイッターは2017年8月時点の時価総額119.05億円、エアビーアンドビーは3兆円に上り、ウーバーも約7兆円の企業にまで成長している（ロイター8月18日アクセス）。地図2は、ソーマ地区に位置している500人規模以上のテック企業の分布を示したものである。

サンフランシスコでスタートアップし、世界的に成長した企業がサンフランシスコ経済を牽引し、持続的な発展につながっているのである。このように、

図5 都市別スタートアップ数（2012年の1年間）



出典：Statista 2013

地図2 500人以上規模のテック企業⁶⁾の分布



出典：https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=14jJ8mSh_ma9uN5youZtjhOmMTg0&hl=en&ll=37.783041078653184%2C-122.40067442590333&z=15

サンフランシスコのマルチメディア産業はドットコムバブルやリーマンショックを乗り越え、今日に至っているのである。次章では、マルチメディア産業関連がソーマ地区で発展してきた要因を考察・検証する。

3. マルチメディア産業の発展とソーマ地区

3-1. マルチメディア産業とアーティスト・デザイナー

サンフランシスコ市のマルチメディア産業の発祥は、現在、マルチメディアガルチとよばれるソーマ地区の一角から生まれた。元々、ソーマ地区は、重化学工業の工場地帯が遊休地となり、荒廃していた地域である。工業化時代に使用されていた倉庫（ロフト）に、無名アーティストが住み始めて、彼らと80年代に技術革新したマルチメディアが結びつき、マルチメディア産業が発祥したのである。そして、現在では、先述のように、ツイッターなど現在では誰もが知るテック企業が集積しているのである。

ソーマ地区は第2次世界大戦以後からサンフランシスコの柱となる製造業の集積地であり倉庫（ロフト）が多く立ち並んでいた。1906年の地震以後、サンフランシスコ市は製造業や卸売業が多く集積していたソーマ地区から経済的恩恵を受けていたのである。以後約30年間で約330のロフトと61の製造業用の工場が存在していたと報告されている。

しかしながら、1960年代から70年代の産業構造の転換によって製造業は衰退した。その結果、ソーマ地区も衰退し荒廃していったのである。1970年当時の米国国勢調査によると、ソーマ地区には約1万人以上、7,200世帯が暮らしていた。その多くが比較的貧しい国からの移民であるラテンアメリカ、そしてアフリカ系アメリカ人等の労働階級の貧困層であった。また、浮浪者、アルコール依存症、そして麻薬中毒の人々がソーマ地区に集中し、環境アメニティが悪化していたのである。

そのため、地価（賃貸料）が市の中心部より25%も安く、1970年代頃から徐々に中流階級の白人やLGBT（レズビアン、ゲイ、バイセクシャル、トラン

スジェンダー)の人々や無名のアーティストたちがロフトを自ら改造し、オフィスとアトリエ兼用住居として住み始めるようになる⁷⁾。そして、LGBTのコミュニティが形成され、彼らや無名のアーティストたちが独自にビジネスを立ち上げ始めたのである(Wolfe 1999)。このように、ソーマ地区には、多様な文化や様々な背景を持った人々が共存し、表現や発想の自由なライフスタイルを確立していった。

また、当時のソーマ地区の企業数は約3千社に上り、約12万人が通勤していた。その業種の内訳は18%が製造業(主にアパレル、印刷、建設、そして金属等)であり、残りのほとんどは専門的なビジネス関連のサービス業(主に広告、グラフィックアート、デザイン、建築、インテリアデザイン、コンサルティング、そしてデータプロセッシング等のハイテク関連企業等)であった。後の残りは10%から14%がフィルム、ビデオ、サウンドプロダクションと編集、そして出版関連等の産業が占めていた。1970年代初期には、すでに、約1万から1.6万人が現在のマルチメディアガルチ周辺で働いていたと報告されている。こうした背景より、1979年から1985年にかけて、約40から60店舗の飲食店やナイトクラブ、カフェ、コインランドリー、インターネット関連の店、ジム等がオープンし、地域コミュニティとして生成されてきたのである(Wolfe 1999)。

こうした中で、サウスパークという小さな公園周辺にテック企業が集積し始めるのである。エンジニアたちも同様に、ロフトを改造して移り住むようになった。そして、サウスパークの目の前にある小さなカフェでテック企業のエンジニアたちとアーティストやデザイナーがカフェで顔見知りになり、接点を持つようになる。デザインや画像処理を得意とする無名のアーティストやデザイナーなどとコンピューターソフトを担う開発者やエンジニアたちがインフォーマルな空間と自由な時間の中で、情報交換をするようになっていったのである。このことが無名アーティストを巻き込んでビジネスへと発展し、やがて小規模のマルチメディア関連企業がこの場所に集積するようになり、マルチメ

ディア発祥の地としてマルチメディアガルチとよばれるようになる。同時に、元々ソーマ地区に集積していた既存産業である印刷・出版産業やインディーズの音楽産業とも結びつき、マルチメディアガルチ周辺のコミュニティにも経済的波及効果をもたらしたのである。

したがって、マルチメディアガルチの発祥には、無名アーティストやデザイナーの存在があり、彼らが現在のアート・クリエイターやグラフィックデザイナーとしての役割を担ってきたのである（清水 2005）。そして、テクノロジーとデザインやアートが融合してビジネスが生まれ、地元の他産業とも関連づいて建設的な波及効果をもたらしていたのである。

実際に、シティラボによると、都市の人口1人あたりにおけるデザイナー（ファッション、建築、空間、インテリア、工業、グラフィック、ウェブ、ディスプレイのデザイン分野に従事している従業員とフリーランス）の比率が一番高いのがサンフランシスコである。次に高いのがニューヨーク、次いでロサンゼルスである。また、サンフランシスコはマルチメディア関連企業と同様に、デザイン事務所やアート系NPO・企業、そしてデザインやアート関連のフリーランスも多いという特徴がある。これに関しても、サンフランシスコの比率が1番高く、次にニューヨークが続いている。

より詳細な分野別のデータによると、グラフィックデザイナーの比率に関しては、ミネアポリスが1番高くなっており、サンフランシスコは2番目であった。この背景としては、ミネアポリスにはマーケティングや広告会社の本社が多いことが理由として挙げられていた。次に、建築デザイナー率に関してもシアトルが1番高く、2番目がサンフランシスコであった。おもちゃや車などの商業・工業デザイナー率で1番高いのがデトロイト、次いでシンシナシティであり、サンフランシスコは9位であった。これはデトロイトに自動車製造の本社が集積していることやサンフランシスコの主要産業がマルチメディアや観光といったサービス産業であることが考えられよう。ファッションデザイン率もニューヨークが一番高く、ついでロサンゼルスであった（Florida 2014b）。

これらのデータより、サンフランシスコのデザイナーの特徴は、フリーランスのグラフィックや建築関連のデザイナーが多いということである。つまり、サンフランシスコのデザイナーやアーティストは様々な産業と柔軟に結びつきながら、付加価値を生み出しているのである。特に、グラフィックデザイナーが多いことからテクノロジーとデザインが融合してビジネスを生み出し、マルチメディア産業の発展につながっていることが明らかである。デザイナーやアーティストと結びついて新たな商品やアイデアを開発してきた気質はマルチメディアガルチ発祥の頃から変わっていない。

実際に、商品化をするにあたって重要とされているのは使用感とスタイリッシュなデザインである。こうした人々（ユーザー）の経験した価値が経済価値を生むのである。例えば、エアービーアンドビーも創業して約3年間は停滞期であったが、ホストとユーザーの評価システムを導入し、そのデザインを一新して、よい評価を押すマークをハートに変えたところ、ユーザーが急増したのである⁸⁾。また、創業者のチェスキー氏とゲビア氏はスタンフォード大学のコンピューターサイエンスを学んだのではなく、芸術大学出身者である。アップルの製品においても同様な現象がある。デザインや画像処理をする人にとって、マックコンピューターを使用することに利点がある一方で、日本のほとんどの企業ではマイクロソフトを使用しているため、仕事上でも利点はほとんどないもかわらず、そのスタイリッシュなデザインからアップルを選択する若者は多い。

サクセニアンやフロリダが指摘しているように、サンフランシスコの特徴として、文化の多様性、寛容さ、開放性や緩やかなつながりがあり、マルチメディア産業が発展していく過程にも、開放性やインフォーマルで水平なつながりがあった。これが新たな商品や既存の枠にとらわれない商品やデザインなどを生み出してきたといえよう。実際に、ソーマ地区では、コンピューターサイエンスの専門家や無名のアーティストやデザイナーが同じ空間で共存し、何の垣根もなく会話しているのを見かける。通常であれば、顔見知りでもない無名

のアーティストとカフェで会話したり、ビジネスの話をしたりはしないであろう。しかし、サンフランシスコでは、上記の寛容さや開放性などの気質があり、様々な所で人とのつながりができる。そうしたことを通じて、カフェやクラブなどでの何気ない会話から新しいアイデアが生まれている。このように、サンフランシスコの場合はアーティストやデザイナーとテック企業の人々が結びつき、高い付加価値を生み出してきたのである。

グーグルをはじめとしたテック企業が通常のオフィスではなく洗練されたデザインのオフィスを提供していることは新しい何かを生み出すことを促進させるためであろう。例えば、仕切りがなく、様々な人と交流できる遊び心あるオフィススペースにデザインされているのである。こうした理由から、サンフランシスコのコワーキングスペースも洗練されたデザインになっている。これに関しては後節で詳しく述べている。

このように、サンフランシスコのマルチメディア産業の発展は、テック企業やその従業員のみで発展してきたのではなく、会社とは全く関係のないアーティストやデザイナーとの自由な会話から新たなアイデアが生まれたのである。つまり、こうした地域他産業の人々と柔軟に連携することでマルチメディア産業は発展してきたのである。

実際に、ソーマ地区のマルチメディア関連企業の発展は、他の様々な産業にも影響を及ぼしているのである。先述にもあるように、マルチメディア産業の発展により、コワーキングスペースやマルチメディア関連の企業が入居するテナントのオフィスのデザインの需要が現在活況である。元々ソーマ地区には家具産業が集積しており、空間デザイナーも多く、家具関連のショップやオフィスデザインの会社も多く点在している。マルチメディア産業はこうした企業と関連づけながら、成長産業の1つになり、地域経済に波及効果をもたらしているのである。

また、表1と図3にあるように、ヘルスケア・社会支援関連企業がテクノロジーと関連づいて成長を続けているのである。実際に、スタンフォードの大学

院生が起業し、「究極のアフォーダビリティデザイン」というテーマでライフセービング（長寿）・テクノロジーを開発し、貧困地区で活用されている（フォーブス ジャパン 2015）。それらに付け加えて、カフェやレストランの従業員から弁護士や会計士に至るまで新たな仕事を創出しているのである。特に、弁護士や会計士といった専門的な知識を必要とするビジネスの需要は高い。それは、先述のように、スタートアップの企業がサンフランシスコには多く、専門知識が必要不可欠であることが挙げられる。それゆえ、そのニーズが高く、図3で示されているように、従事者数の数は大幅に伸びているのである。こうした専門的な知識労働者だけが恩恵を受けている訳ではない。同様に、カフェやレストランの従業員も人手不足になっているようだ。

以上より、サクセニアンとフロリダのいう文化の多様性、寛容さ、開放性、水平的ネットワークという条件は、様々な人たちが連携して主体性を持って新たなものを作り出す際の要件であることがわかる。つまり、テック企業もしくはその従業員だけでマルチメディア産業が発展してきたわけではなく、様々な地域の人々が関連づけられてもしくは関わりを持つことで発展してきたのである。サンフランシスコの場合は元々アートの基盤があり、多くのアーティストやデザイナーが存在していたことから、彼らとテック企業の人々が結びついた。そして、成長していくテック企業に伴って、地元の他の既存産業と結びつきながら今日まで都市全体で発展を遂げてきたのである。

3-2. スタートアップの現状と支援環境

3-2-1. ベンチャーキャピタル（VC）

サンフランシスコでスタートアップする企業や個人はドットコムバブル以前から相対的に多い。マーティン・プロスペリティ・インスティテュートによると、2012年のハイテク関連のスタートアップに対する世界のベンチャーキャピタル（以下VC）の投資総額は420億ドル（約4兆6,000億円）に達しており、VCの投資総額が多い上位20都市でアメリカの都市が占める割合は45%

であったと報告されている。すべての都市において総額が一番多いのがサンフランシスコである。その総額は64.71億ドル（約7,120億円）にも上り、上位20位の投資総額の約15.4%を占めている（表2参照）。人口1人あたりのVCの大きさでもサンフランシスコやサンフランシスコベイエリアが上位を占めており、その投資総額は1,415ドル（約16万円）で2番目に大きい投資額である。一方で、世界都市の代表であるニューヨークへのVCの投資総額は21.06億ドル（約2,316億円）で、上位20都市の総額のうち5%を占め、約1人あたりの投資額は105ドル（約1万2千円）である（Florida 2016a）。換言すると、サンフランシスコのVCの投資額はニューヨークの3倍以上、1人あたりの投資額では13倍以上も上回っている。

サンフランシスコ経済開発センターの「ベンチャーキャピタルリサーチレポート」によると、2017年第1期（1Q）にVCを通じて最も多くの資金を投資されたサンフランシスコ市の産業はインターネット関連であり、総額約2,000億円、121の取引があった。次いで多かったのがヘルスケアへの投資で約560億円、21の取引があった（表3参照）。サンフランシスコ市での企業に総額約3,500億円が1Qで投資されており、これはサンフランシスコベイエリアに投資されているVCの総額の約56%を占めているのである。取引数もサンフランシスコベイエリア全体で325であり、そのうちサンフランシスコ市の取引が占める割合は約65%であった（San Francisco Center for Economic Development 2017）。

また、企業の発展段階とVCとの関係性については、企業の発展段階の初期がスタートアップもしくはシード、次が早期（early）、その次の段階が拡大期（expansion）、次が拡大後（later）とすると、拡大や拡大後の企業には多く資金が投資されている一方で、スタートアップや早期の段階の企業はそれに比べて少ない投資額である。実際に、サンフランシスコベイエリアの2016年第4期（Q4）におけるVCの投資総額のうち2%がスタートアップ、16%が早期、39%が拡大、39%が拡大後の企業に投資されているのである。スタートアップ

表2 都市別ハイテク関連のスタートアップに対する VC の投資額

順位	都 市	VC (100 万 US ドル)	上位 20 位における 割合 (%)
1	サンフランシスコ	6,471	15.4
2	サンノゼ	4,175	9.9
3	ボストン	3,144	7.5
4	ニューヨーク	2,106	5.0
5	ロスアンジェルス	1,450	3.4
6	サンディエゴ	1,410	3.3
7	ロンドン	842	2.0

出典：Martin Prosperity Institution's Report on Global Startup Cities

と早期の企業に対する投資額の割合は小さいが、取引数に関しては、スタートアップが81、早期が90であった一方、拡大した段階の企業は76、拡大後は36であり、取引数に関してはスタートアップや早期といった未成熟な企業への投資の方が多くなっている（San Francisco Center for Economic Development 2017）。

サンフランシスコのなかでも、ソーマ地区のVCの投資総額は、2012年時には約1,160億円に達しており、現在でも世界第1位の投資額である。これはニューヨークのソーホー（Soho/NYU）と比べて3倍以上にも上る。また、ソーマ地区に立地する企業に対して投資の多かった分野はメディア・エンターテインメントとソフトウェアであり、前者は世界のどの地域よりも1番多く、530億円、後者は4番目に多く、約440億円であった。ソーマ地区に立地するメディア・エンターテインメント関連の企業に対する投資は他の地域よりも圧倒的に多く、2位のリンカーンヒル（サンフランシスコ市）と比べると3倍以上になっている（Florida 2016b）。

こうしたVCの投資が活況な背景には、サンフランシスコやシリコンバレーで世界的企業に成長した企業の投資部門がスタートアップに投資していることも要因の1つとして挙げられる。例えば、グーグルはグーグルベンチャーズ、

表3 サンフランシスコ市の企業に対する VC 投資額と取引数 (2017 年1Q)

産 業	VC 総額 (100 万ドル)	取引数
インターネット関連	1,963	121
ヘルスケア	557	21
携帯・電話	563	29
ハードウェアと関連サービス	66	3
電子機器	20	3
産業	92	5
ソフトウェア (インターネット・携帯以外)	55	9
消費者商品・サービス	88	10
エネルギーとユーティリティ	44	4
その他	6	3
飲食関連	12	4
総額	3,466	212

出典：San Francisco Center for Economic Development の Venture Capital Research
Q1 Report 2017

インテルはインテルキャピタルという投資部門を持ち、スタートアップ企業に対する投資を 2009 年から行ってきた (CB Insight 2014)。グーグルベンチャーズは、2015 年時点で 280 社以上に総額約 20 億ドル (約 2,200 億円) を投資し、ウーバーやネストなど今では有名になった企業にも投資してきた実績がある (Courrier Japan)。ウーバーは 2012 年から 2017 年 6 月までに 97 億 5 千万ドルもの巨額な資金を調達しているスタートアップ企業の 1 つである (CB Insight 2017)。また、エアービーアンドビーはノルウェー政府年金基金からも投資されている (夢野 2015)。つけ加えて、サンフランシスコには VC 関連の企業も多く存在しており、それらの多くはインターネット関連だけではなく、環境や不老長寿などバイオや医療といった萌芽的な分野にも巨額な投資を行っているのである。

3-2-2. コワーキングスペース

次に、サンフランシスコでは洗練されたデザインのコワーキングスペースが提供されている。一般的に、コワーキングスペースとは、所謂日本でいうシェアオフィスのようなものであるが、サンフランシスコの場合は複数の会社または個人が個室をオフィスとしてレンタルしているようなものではない。

例えば、ビートラックスのヒル氏によれば、サンフランシスコのコワーキングスペースは、オープンシェアデスクがあり、空いている場所ならどこでも使用可能であるテーブルや机があるということである。電話やプリンター、インターネット環境、会議室など様々なものが完備され、入居当日からすぐに仕事ができる環境が提供されているのである。ソファなどで仕事をする人もいれば、複数人で仕事をする場合はプライベートオフィスとよばれる場所があり、個室が使用できる。リース契約がなく、月々の契約であると同時に保証金も免除されている場合が多い。使用料もインターネット代金や光熱費などのすべての諸経費が月額使用料金に含まれている。また、キッチンが常設され、コーヒーやソフトドリンクも無料で提供されている場合が多い。入居者はスタートアップ企業が多いため、会計士や弁護士が特別料金で法的な支援を提供しているのである。また、サンフランシスコのコワーキングスペースはどこでも洗練された内装のところがほとんどであり、勉強会など様々なイベントを催すところも近年では多くなってきている。コワーキングスペースを使用するには、入居審査がある。財務は審査対象とされないことが多い一方で、事業内容や社会への貢献度、他社からの推薦などが審査基準としてある（Hill 2011）。

こうした特徴的なコワーキングスペースが特にソーマ地区を中心として、2010年末ごろからその周辺地域にも広がっている（地図3参照）。先述のように、ソーマ地区は倉庫街だったこともあり、多くの倉庫（ロフト）が再利用され、趣のある外観を残し、内部をオフィスに改築し、洗練された空間になっているのである。ツイッター、インスタグラム、ユーストリーム、そしてビートラックスのオフィスもソーマ地区に立地している。例えば、サンフランシスコ

地図3 サンフランシスコ・ソーマ地区周辺の
コワーキングスペースの立地



出典：San Francisco Center for Economic Development
から抜粋（グーグルマップ）

で最大のコワーキングスペースであるロケットスペース（RocketSpace）は、フリーデスク付きで500ドル、専用デスク付きで650ドルであり、イベントが頻繁に開催され、投資家の出入りも多いところでもある。スタートアップHQというコワーキングスペースは、ガレージを改装した建物で、1人向けデスクは月550ドルで借りられる。複数の会議室、パティオやシャワー、そして自転車駐輪所まで完備され、ペットの同伴も可能になっている（K. Hill 2013）。

サンフランシスコ市の中心部で通常オフィスを構える場合、その賃貸料金は数倍または数十倍の価格になる。表2は地域別平均募集賃料を表したものである。ソーマ地区のイーストソーマはマルチメディア発祥の地とされるサウスパークが位置している場所である。現在ではオフィスビルや地下鉄を開発中であり、カフェやレストランも多く人気の場所となっている。そのため、その賃料もサンフランシスコの中でも1番高くなっている（表4参照）。実際に、テックテナントとよばれている潤沢な資金をもつテナントが流入してきているのである。また、ウェストソーマは賃料が他地域と比べて安価であるため、人気も

表4 地域別オフィス空室率と賃料（2016年第3Q）

地 域	空室率 (%)	平均募集賃料 /SF (ドル)
ノースフィナンシャルディストリクト	10.4	69.96
サウスフィナンシャルディストリクト	6.4	70.76
ジャクソンスクエア	4.5	59.72
ノース・ウォーターフロント	4.5	46.58
イーストソーマ	9.2	74.67
ウェストソーマ	2.0	52.43
プレシディオ	0.4	62.50
ユニオンスクエア	5.5	66.46
ヴァンネス	2.5	60.19
ショープレイススクエア	11.7	61.63
ミッションベイ	0	N/A
ヤーバブエナ	5.2	68.61
シビックセンター	9.2	N/A

出典：San Francisco Center for Economic Development

高く空室率は2%と下位である（San Francisco Center for Economic Development 2017）（表4参照）。サンフランシスコ中心地区の業種別賃貸契約割合もテクノロジー関連の企業が全体の54%を占め、上位であると同時に、オフィス需要もテクノロジー関連の企業の需要が全体の33%を占め、1番高く、次いで法律関係が12%、健康医療が12%と続いている（夢野 2015）。

サンフランシスコのマルチメディア企業のスタートアップは小規模で自由な発想のもとで始めることが多い。そのため、コワーキングスペースは、スタートアップの企業が市内中心部に平均月500ドルでオフィスを借りることができ、様々なイベントや勉強会、さらには投資家や弁護士など様々な支援や機会が提供されている。さらに、他の入居者との交流があるということも大きな利点の1つであろう。このように、彼らにとって良いビジネス環境が提供されているのである。

3-2-3. スタートアップ支援のイベント

サンフランシスコ市内ではスタートアップのイベントも頻繁に行われている。例えば、2012年のOpenCo SFとよばれるイベントは、サンフランシスコ市長主導で開催され、85社、約2,000人が参加していた。その中には、グーグル、セールスフォース、アドビ、エアビーアンドビーなどの有名企業からスタートアップしたばかりの企業までが参加していた。また、ソーマ地区で前夜祭が開かれ、ツイッターのCEOであるギサブ（Github）氏など関連著名人が招かれていた。

このイベントでは、市内のスタートアップの企業がどのような仕事をしているのかを理解してもらうために企画され、85社を訪問するというものであった。また、企業のCEOが会社のビジョンなどのプレゼンテーションを行い、その後はフラットな雰囲気の中で様々な人と交流ができるようになっている。このイベントの特徴は、市長をはじめ、有名企業や著名エンジェルなど、社会に影響力のある人々がボランティアで参加していることである。そして、参加費は無料であり、イベントにはアメックスなどの大手企業がスポンサーとして名を連ねているのである。こうしたスタートアップ関連のイベントが大小問わず連日行われているのである。

3-2-4. 大学

サンフランシスコの近隣にはシリコンバレーそして大学も多数立地しているのである。サンフランシスコ周辺の大学は優秀な大学が立地しており、博士号を持つ人も多い。実際に、大学の学位もしくはそれ以上の学位をもつ25歳以上の人口の割合は、2000年が全体の45%、2010年が51.2%、そして2015年が53.8%と、2015年の全米が29.8%であったのと比較してもかなり高い割合になっている（U. S. Census）。

フォーブス誌によると、大学卒業生と現役大学生の中で起業している人数が1番多い大学は、スタンフォード大学である。サンフランシスコ近郊の大学で

20 位以内に入っている大学は、3 位にカリフォルニア州立大学バークレー校、19 位にスターバックス創業者である 3 人の母校であるサンフランシスコ大学が入っている。バークレー校では、「スタートアップ UCLA」というスタートアップコンペティションが行われており、受賞者はスタートアップ資金として約 100 万ドル（1 億円）が賞金として提供されている（フォーブスジャパン 2015）。その他にも、学内で「ウェスト・コースト・アクセラレーター（スタートアップ支援プログラム）」を設立し、起業家の輩出を積極的に支援しているのである（フォーブスジャパン 2017）。例えば、多くの起業家を輩出しているスタンフォード大学の卒業生にはインスタグラムのケビン・シストロム CEO などが輩出されている。大学等の教育機関を通じて、起業教育プログラムが実施され、起業が促進されているのである。

また、こうした名門校は特許を数多く保持している。サンフランシスコベイエリアで特許を持っている数が 6 番目に多いのがカリフォルニア大学の 537 である。16 位にはスタンフォード大学で 222 の特許を取得しているのである（San Francisco Business Times, the Book of Lists 2017）。こうした知的財産を活用し、サンフランシスコ近郊の企業と連携することでも寄与しているのである。

それに付け加えて、サンフランシスコには上述の名門のコンピューターサイエンスを得意とする大学だけではなく、多くのデザインやアート関連の専門学校や大学がある。カリフォルニア州立大学サンフランシスコ校、ゴールデンゲート大学、サンフランシスコ大学、シティカレッジ、アカデミーオブアートカレッジ、ステイニングカレッジなど他にもクレジットされていない大学など多数点在している。こうした教育機関との連携や共同、それだけではなく、彼らとインフォーマルなネットワークの中での交流で学習していくことによって、シリコンバレーやソーマ地区は発展してきたのである。

3-2-5. サンフランシスコ市政府

サンフランシスコ市政府のマルチメディア産業に関連する政策または支援に関しては、マルチメディアガルチが発祥する以前から市政府としては何もスタートアップ政策や他の支援策は実施していないのが現状である。その背景には、企業側は支援政策や財政的支援は必要としておらず、政府の介入や規制を緩和もしくは取り除くために政府と交渉をしていることが挙げられる。

例えば、エアービーアンドビーは、現在日本でも、民泊が問題になっているように、ホテルや旅館とみなした場合、旅行業務法違反、建築基準法違反、そして消防法違反の可能性が出てくる。こうした違法状態で事故が起きた場合など様々な問題を抱えている。サンフランシスコでは、これに対処するために、市民との勉強会や署名活動などを行い、日々市政府と交渉しているのである。

市政府は、こうした法規制や条例、そしてビジネスの規範などを緩和していくことに真摯に向き合っているのである。ビートラックスのヒル氏によると定期的に主にインフォーマルな形での議論がなされている。例えば、市の外郭団体であるサンフランシスコ経済開発センターのアドバイザリーグループには、市長とスタートアップに関連する企業の有識者十数名が名を連ね、有識者たちが市長に対して定期的に問題点や改善すべき点、起業家が活動しやすくなるような新たな視点を助言しているのである (Hill 2017)。

つまり、投資や支援側は社会を変革していく主体性を持ってスタートアップ支援をしているのである。また、スタートアップした企業側も政府からの援助や補助金による介入が一番避けたいと考えている。それは、規制の中では新たなアイデアや革新的な財・サービスは生まれないためである。それを考慮にいれ、市政府側もインフォーマルな形で状況や問題点を話し合うことによって、対応しているのである。

以上より、鈴木が析出しているマルチメディア産業の持続的な発展の要因はすべてサンフランシスコの場合でも当てはまる。一方で、イギリスの場合は開発政策のため、オフィスのデザイン性などに関しては不明であることや、サン

フランシスコの場合は投資家がコワーキングスペースをかなり安価に提供している点が異なる。それに付け加えて、サンフランシスコでは、スタートアップの企業、投資関連の企業、地域の大学や市政府それぞれが地域の主体として市政府や市民を巻き込みつつ、社会に働きかけていたことが挙げられよう。

例えば、スタートアップの企業は市民を巻き込んだ勉強会など様々な形で地域に関わっていた。また、投資家やすでに成長した企業はVCなどを通じた投資、イベントの企画、ボランティアでのイベント参加、政府とのインフォーマルな議論などを積極的に行っている。特筆すべきは、大きく成長した企業がその利潤をスタートアップに再投資するといった投資の循環が生まれている点である。特に、テック企業だけではなく、サンフランシスコの他産業への再投資にも活用されることで都市全体に建設的な波及効果をもたらしているのである。そして、大学も知的財産の活用による企業との連携だけではなく、起業家精神の育成を促進する様々な教育プログラムを持っていた。実際に、多くの著名な起業家を輩出し、地域社会に貢献しているのである。

上述の通り、マルチメディアに関わるアクターが地域の主体として、市民や地域社会を巻き込みつつ、社会を変革し、マルチメディア産業を発展させているのである。こうした点がさらなる都市経済の発展だけではなく、スタートアップを目指す人たちを惹きつけているのであろう。したがって、サンフランシスコでのスタートアップに魅力があるのは、そうした企業にとって魅力的な条件が提供されていることだけではなく、スタートアップを含めた企業を持続的に発展する環境に起因しているのである。

本章を通じて、マルチメディア産業の持続的な発展の要因を考察してきた。その結果、サンフランシスコの場合は、先行研究で指摘されているような要因に付け加えて、持続的な発展の要因は、以下の3点に集約できよう。第1に、地元の他産業やテック企業だけではなく、個人（アーティストやデザイナー）や既存の産業と関連づけながら都市全体で発展してきた点である。第2に、マルチメディア産業に関わる人々や機関が地域の主体としてイニシアティブを取

り、市民を巻き込んで、社会全体で発展してきた点である。第3に、スタートアップに対する投資が循環している等の持続的にスタートアップ企業を育成・成長する環境が提供されている点である。

4. サンフランシスコ・ソーマ地区の都市政策と都市問題

これまで考察してきたように、サンフランシスコ市のマルチメディア産業は今日まで発展をし続けている。特に、近年のスタートアップの投資は短期間で企業を集積させ、その結果、ジェントリフィケーションを引き起こしているのである。このことは住宅の賃貸料の上昇を助長し、市民を元いた場所や市内から追い出し、社会における格差や貧困問題を露わにした。その不満が抗議活動へと発展したのである。

サンフランシスコ市では2013年12月に活動家の一部がシリコンバレー行きのグーグル社員を乗せたバスを妨害し、窓を割るという事件が起きた(Elinson 2014)。それに対し、市政府は2014年に市交通局と協議を始め、2016年4月にコンピューターシャトルプログラムを施行し、バス停留所の利用料徴収やシャトルバスの路線規制を設けた。その結果、シャトルバスに対する抗議活動は弱まったのである(San Francisco Municipal Transportation Agency 2016)。

しかしながら、これはサンフランシスコ社会における本質的な問題の解決にはなっていない。この抗議活動は大型のシャトルバスを1日何往復も走らせることによる都市環境の悪化だけに抗議しているのではないからだ。市民は、地価高騰による実質的な生活に支障をきたすほどの家賃の上昇(生活圏への影響)、貧困、不平等など様々な都市問題に対して不満を抱いているのである。

これを解決もしくは緩和する都市政策がなければ、再び抗議活動が始まったり、犯罪率が増加したりするであろう。その結果、都市環境が悪化すると、サンフランシスコの開放性や多様性のある文化が損なわれ、マルチメディア産業自体の発展にも影響を及ぼすと同時に、市民生活全体や自治体経営にまでネガティブな影響を及ぼすことにつながる。こうした問題意識の下、以下では、市

政府が計画しているソーマ地区の都市政策を考察する。

サンフランシスコのセントラルソーマプランは2040年までに社会的、経済的、環境的に維持可能な地域に作り上げていくことが目標である⁹⁾。サンフランシスコ市の都市計画局は、2011年にセントラルソーマを開発するための計画の準備をし始め、2016年に草案が発表された。この背景の1つには、上述のようにソーマ地区にテック企業が集積し、スペースの不足による地価上昇に伴うオフィスや住宅の賃貸料の上昇がある。サンフランシスコ市によると、特に、2016年は社会的に維持できない程の水準にまで住宅の賃料が上昇し、ほとんどの人が支払不可能になっていたということである。オフィスの賃料も同様な状況であり、ソーマ地区に事務所を構えていたNPOやアーティスト、そして既存の企業を追い出す結果になったのである。また、今後、イエल्पなどの成長した企業には更にスペースが必要なることが予測される。将来的に、こうした状況は住民にも既存のテック企業にも不利益である。そこで、セントラルソーマを住民、労働者、観光客のよりニーズに合った地域にデザインし直すことがこのプロジェクトの目的である。

現在のセントラルソーマは、住宅の他に、流通業、小売業、修理業、製造業の事務所が集積している場所である。これらの多様性を維持しつつ、密度を高め、オフィスを増加させ、維持可能な地域になるようなアメニティを提供することが目標である。同時に、この地域は元々マルチメディア産業とアートに関連したイノベーションや創造性の歴史に依拠しており、それに沿うような革新的な計画を推進していくと報告されている。

その条件をいくつか挙げておくと、まず、開放感あふれる街なみである。この地域にはサウスパークやヤーバブエナガーデン（以下YBG）があり、高層ビルの喧騒のなかでリラックスできる空間がある。これらの資源をこの地区の再生の重要な要素と位置づけているのである。

次に、手ごろな価格の住宅のストックを維持する。具体的には、こうした価格帯の住宅の供給を今のまま維持する条例や戦略を作ると同時に、永続して現

にある住宅の建て替えなどを支援していくことを目標として挙げている。

そして、文化の多様性を保持することである。この地域には先述のようにフィリピン人やLGBTの人々が多く住んでいた歴史がある。彼らの生活文化や文化遺産を資源として保全していくことが挙げられている。同時に、先述の製造業などの既存の企業や産業が立地しているビルや場所は、オフィス開発が禁止されている。テック企業などには、広いフロアの需要が高いことから、市場にゆだねると、既存企業が追い出される可能性があるため、既存企業のビルはオフィスや住居に開発することを規制されているのである。それによって既存企業の立地の維持、産業の多様性も保全していこうとしている。

最後に、環境的に維持可能で回復力のある地域にしていくことが掲げられている。先ほども出てきたYBGやサウスパークのような文化資源を最大限に提供することが目標である。また、高速道路が通っているため、地域が分断されてしまうようなあまり好ましくない場所がある。そこをパブリックアートでより明るい、人が行きかう場所にしていくことも挙げられている。そして、インフラの整備も重要事項の1つになっている。道路の整備と自転車道などの確保、地下鉄やカルトレインの乗り入れも計画されている。倉庫街であったことから、道路が広くトラックが通る道になっており、遊歩道が狭いため、それを改善していく予定である。こうしたインフラの整備や文化資源を活用し、維持可能な地域にすることがセントラルソーマプランである。

それに関連して、サンフランシスコはダウNTOWN計画にパブリックアートの設置を義務付けている「アート・フォ・1%」事業がある。これはダウNTOWNエリアで25,000 sfまたはそれ以上の広さの新たなビルを建設する場合、建設費用の総額の少なくとも1%を公共アートに配分することを義務付けており、2012年5月から施行されている。また、オプションがあり、公共アートファンドに1%を預けてもよい。このファンドはサンフランシスコのアーツコミッションが運営管理し、すべての資金はパブリックアートやイベント、アートマーケットに活用される他、文化施設や芸術作品の維持や修復にも活用され

る。実際に、ソーマ地区は現在開発中であることから相対的に他の地域より、パブリックアートの設置数が多い（San Francisco Planning Department, San Francisco Arts Commission）。

5. サンフランシスコのマルチメディア産業の維持可能性と都市政策のあり方

サンフランシスコは世界をリードするマルチメディア産業によりサンフランシスコ経済を牽引してきた。同時に、サンフランシスコはニューヨークやロンドンといった世界都市ではないにもかかわらず、VCやコワーキングスペースなどスタートアップの企業に対する潤沢な投資が世界中から集中している。しかも、それに対する政策は実施されていない。

スタートアップのためのVCなどの投資を誘発する政策を実施する場合、より多く投資を提供している都市に立地するという企業の論理であれば、都市間で競争原理が働き、世界中の様々な都市で有望な企業の獲得のためのインセンティブ政策が実施されるようになるだろう。その場合、世界経済を牽引しているニューヨークやロンドンなどの資金が集中している都市が有利になる。実際に、近年ではベルリンや上海をはじめとしたアジア諸都市でのVCの投資額の増加が顕著である。したがって、こうした支援や投資は、新たな企業を育成・成長させ、マルチメディア産業の持続的な発展につなげるための必要な要件であり、集積のインセンティブにはなるかもしれないが、競争原理の理論であり、持続的な発展の普遍的な理論にはならないだろう。

もし同様なレベルの投資や支援環境であれば、地域固有である大学の知的財産や文化の多様性、寛容さ、開放性などを有する地域が優位であるといえよう。そして、これらの条件は政策や支援ですぐに構築できるものではない。そのため、サンフランシスコはマルチメディア産業の持続的な発展において他都市よりも優位性があるのだ。文化の多様性に関しては都市政策や都市文化政策において、その推進や保全が可能である。文化の多様性を維持することは、人々の

多様な文化的背景を維持するということである。このことは、時間がかかるかも知れないが、他者や多文化への寛容さや開放性といった地域文化を育成していくであろう。それが水平的ネットワークを自然と生み出す環境構築につながるのである。実際に、ソーマ地区の都市政策でもソーマ地区に立地している既存産業を含めた多様性やフィリピンやゲイ・レズビアン文化を保全していくことが目標とされている。こうした積み重ねが今のサンフランシスコ市を作り上げているのである。

これらに付け加えて、先述のように、スタートアップ企業、投資家または投資会社、他の産業、市民(ユーザー)がそれぞれ地域の主体としてイニシアティブを取り、市民を巻き込みつつ、社会を変革していくことが、マルチメディア産業の持続的な発展には重要であった。そして、地元の既存企業及びフリーランスの個人がマルチメディア産業と結びつくことによって、都市全体で発展していくことが可能になるのである。

そのため、大きな社会問題や都市問題は上述の地域文化等を揺るがし、マルチメディア関連産業の維持可能な発展に負の影響を及ぼすといえよう。したがって、これを都市政策によって早急に解決する必要がある。その解決法の1つとしては、プロジェクトとよばれる市営住宅をソーマ地区の開発計画に盛り込み、既存のものを保持するだけでなく、最優先事項として実行することである。手ごろな価格の住宅に関しては政策に盛り込まれており、すでに2,400部屋が着工されている。こうした維持管理費については、莫大な利潤を生んでいるマルチメディア産業の利潤の一部をここに配分するなど新たな制度や仕組みが必要であるかもしれない。主にこうしたテック企業からの社会的余剰を都市環境整備やインフラに使用し、都市環境を維持することは公共政策論的にも妥当なことである。住宅供給だけで、こうした貧困問題や格差社会などは解決しないが、十分に緩和されるであろう。

テック企業も抗議活動や市民と対立することは望んでいない。そのため、市政府はシャトルバス問題の時のようにテック企業とフォーマル・インフォーマ

ルな形で議論をし、なんらかの都市政策や民間レベルでの解決につなげていかなければならない。それは、上述の通り、テック企業だけでマルチメディア産業が発展した訳ではなく、ウーバーやエアビーアンドビーのように多くの企業は市民社会の理解を必要とするものであり、市民、投資家、市政府の地域全体で発展してきたからである。

以上より、マルチメディア産業の持続的な発展には都市政策が重要な役割を果たしているのである。

謝 辞

この度はつつがなくご退官の日を迎えられましたことを心よりお喜び申し上げます。

鈴木茂先生に初めてお目にかかったのは地域経済学会の時でした。その頃、私はまだ博士課程の学生であったにもかかわらず、お声をかけて頂き、私のサンフランシスコに関する論文へのご指導や先生が院生の頃の話をお伺いしたことを今でも鮮明に覚えています。また、日本学術振興会の特別研究員の時も研究会に招いて頂くなど、これまでの様々な学術的なご指導を頂き本当にありがとうございました。また、集大成ともいえる「イギリスの都市再生とサイエンスパーク」は日本の中心市街地活性化やテクノポリス政策との比較など、今までなかった視点からの詳細な考察・分析は大変参考になりました。今回退官されるにあたり、私はまだまだ先生に教えて頂きたいことが沢山あるような気がしてなりません。今後は研究を活かし地域に貢献される活動に専念されるとのこと。今後、ますますのご活躍をされますよう、ご健勝とご発展を心より祈念しております。

参 考 文 献

- 加藤えり子 (2015)「先端技術企業が牽引するサンフランシスコのオフィス市場」ニッセイ基礎研究所
- 清水麻帆 (2004 年)「都市再生事業における文化インキュベーターシステムの役割－サンフランシスコ市 Yerba Buena Center プロジェクトの事例から－」『地域経済学会誌』第 14 号、2004 年
- 清水麻帆 (2005 年)「都市の再生とサステナビリティにおける文化産業の成長と文化政策

- ーサンフランシスコ市, マルチメディア産業の事例研究からー』『日本文化経済学会誌』第4巻第3号, 2005年
- 鈴木茂 (2001) 『ハイテク型開発政策の研究』 ミネルヴァ書房
- 鈴木茂 (2017) 『イギリスの都市再生とサイエンスパーク』 日本経済評論社
- 宮本憲一 (1999年) 『公共政策のすすめ』 有斐閣
- 宮本憲一 (2000年) 『都市の思想と現実』 有斐閣
- CB Insight (2014) “Silicon valley tech investment and exit report”
- CB Insight (2017) “Tech’s backyard : the most well-funded bay area tech startups by cities in one map”
- City and county of San Francisco “Review of the impact of the market payroll tax exclusion – Office of the controller – Office of Economic Analysis –”
- Florida, Richard (2002) ‘*The rise of creative class*’, Basic books.
- Florida, Richard (2014a) “Why San Francisco may be the new silicon valley” Martin Prosperity Institute.
- Florida, Richard (2014b) “American’s Leading Design Cities” Martin Prosperity Institute.
- Florida, Richard (2016a) “The rise of global startup cities” Martin Prosperity Institute.
- Florida, Richard (2016b) “America’s leading startup neighborhoods” Martin Prosperity Institute.
- Florida, Richard (2017) “Confronting the new urban crisis” Martin Prosperity Institute.
- Harvey, David (2001) ‘*Space of Capital : towards a critical geography*’, New York. Routledge.
- Hall, Peter (1998) ‘*Cities in Civilization-culture, innovation, and urban order*’, Weidenfeld & Nicolson : London.
- Helft, Miguel (2016) 「企業の価値が半減の Dropbox 利用者 5 億人でも厳しい評価」 フォーブス誌
- Howkins, John (2001) ‘*The Creative Economy-how people make money from ideas*’, Penguin Books.
- Jacobs, Jane (1961) ‘*The death and life of great American cities*’, New York. Random House.
- Lee, Edwin M. and Tom DeCaigny “Arts for the city : Community arts and affordable innovations in San Francisco” Federal Reserve Bank of San Francisco.
- McCarthy, Niall (2013) “San Francisco has the most active start-up scene”
- MDG.org, Coopers & Lybrand, San Francisco Redevelopment Agency and San Francisco Partnership (1998) “the interactive media industry survey”
- Ricchiuto, Katy (2015) “A two-fold success : San Francisco’s Central Soma and citywide eco-district program.”
- San Francisco Municipal Transportation Agency (2016) “Commuter shuttle program”
- Steinmetz, Katy (2014) “A big, good, bad day for Google busses in San Francisco” Times
- Saxenian, AnnaLee (1994) ‘*Regional advantage : culture and competition in Silicon Valley and*

- Rout 128” Harvard Press. 大前研一監訳 (1995)『現代の二都物語』講談社
- Steinmetz, Katy (2014) “Tech buses to become permanet in San Francisco” Times
- Scott, Allen (1998) ‘*The cultural economy of cities*’, 1998.
- Scott, Allen (2003) ‘*Culture-products industries and urban economic development : prospects for growth and market contestation in global context*’.
- “Recognizing, Protecting and memorializing south of market LGBTQ social heritage neighborhood resources” (2011)
- “Recognizing, Protecting and memorializing south of market Filipino social heritage neighborhood resources” (2011)
- San Francisco Planning Department (2016) “Central SOMA Plan & Implementation Strategy” Draft for public review.
- Wolfe, Mark R (1999) “The wired loft : lifestyle innovation Diffusion and industrial networking in the rise of San Francisco’s multimedia gulch” *Urban Affairs Review*, vol 34, No. 51.
- Zukin, Sharon (1982) ‘*Loft of living.*’, The John Hopkins University Press.
- Elinson, Zusha (2014) 「グーグルなどハイテク企業の通勤用バスに批判－サンフランシスコ」ウォールストリートジャーナル.

インターネットアクセス

- フォーブスジャパン (2017) : <https://forbesjapan.com/articles/> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- フォーブスジャパン (2015) : <https://forbesjapan.com/articles/detail/7456> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- ロイター : <http://jp.reuters.com/investing/quotes/quote?symbol=TWTR.K> (2017 年 8 月 18 日アクセス)
- エアービーアンドビーホームページ : <https://www.jp/locations/san-francisco/soma>
- Courrier Japan : <http://courrier.jp/> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- Hill, Brandon K (2017) : <http://blog.btrax.com/jp/2017/02/12/sfgov/> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- San Francisco Arts Commission : <http://www.sfartscommission.org/our-role-impact/about-commission/policies-guidelines/public-art-trust-fact-sheet> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- San Francisco Center for Economic Development HP : <http://sfced.org/coworking/> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- San Francisco Planning Department : <http://sf-planning.org/private-ly-owned-public-open-space-and-public-art-popos> (2017 年 8 月 7 日アクセス)
- Statista : <https://www.statista.com/> (2017 年 7 月 30 日アクセス)

注

- 1) クリエイティブな人々とはフロリダがクリエイティブクラスと呼び労働者で、コンピュ

ーター、建築、エンジニアリング、芸術、デザイン、教育、生命科学、法律、金融などに従事している人々を定義している。詳しくは R. Florida (2002) を参照されたい。

- 2) ドットコムバブルが弾ける以前に実施されたマルチメディア関連企業に対するアンケート調査「Interactive Media Industry Survey (1998)」においても、同様な結果が得られている。このアンケートに答えた企業の7割がサンフランシスコで起業した企業であり、今後移転すると答えた企業もわずか1%であった。こうした背景には、サンフランシスコの質の高い労働力、総合的な生活の質(環境アメニティやレストラン・カフェ、文化施設など)、技術的な基盤、同業者との接近性が上位4つの理由として挙げられていた。また、このように、今後C to Cのビジネスに移行するという企業がほとんどであったが、現在その通りになっている。
- 3) 2009年創立のカーシェアリングサービスの先駆けの会社である。2016年9月時点で月間利用者数は世界で4,000万人に上る(フォーブスジャパン)。
- 4) 2008年創業の空き部屋のシェアリングサービスの会社である。現在の利用者数は1億5千万人以上である(airbnb ホームページ)。
- 5) 2008年創業のオンラインでのストレージサービスの会社である。2016年3月当時点で5億人以上の利用者に上る(Helft 2016)。
- 6) グーグル、ツイッター、ドロップボックス、セールスフォースコム、イエルプ、セガアメリカ、アドビシステム、ジンガなど。
- 7) LGBTの人々は、主に7th ストリート、8th ストリート、そしてフォルサムストリート周辺に住み始め、ロフトが一番集中している2nd ストリートから6th ストリート周辺にサンフランシスコ市内の無名アーティストたちがアトリエ兼住居を構えていた。
- 8) 他にも、人間の行動心理学なども勉強したということである。人は好みやセンスが似た人の評価を信頼する傾向がある。
- 9) ソーマ地区の中央部分が開発エリアである。詳しくは「Soma Central Plan 2016」を参照されたい。