

## 第3回 (仮称)新宿区産業振興基本条例に関する懇談会 主な発言内容

### 新宿区全体のマクロ的な課題

- ・住んでいる人が見えている部分と、外から来る人たちの見えている部分の両方の意見を聞きながら、“世界の新宿”に向かってアピールできるものをまとめてみると、新しい観点で新宿の産業が見えてくるのではないかと。
- ・**経済が活性化すると魅力的な「住空間」、「就業空間」、「就学空間」、「遊空間」、「買い物空間」がある**どうかと思う。経済を活性化するためには、人々が魅力を感じるような、行ってみたいようなまちにするために、ブラッシュアップすることに尽きるのではないかと。
- ・新宿区に関しての客観的事実を調べないと、一部の人・現象・企業の状況を新宿区の全体像として見誤ってしまう可能性がある。統計資料等を利活用して問題がどこにあるのか把握しなければならない。
- ・新宿区は他の地域の住民からどう見られているのか、もう少し客観的に認識する必要があり、それがわからないと今後検討する条例が独りよがりなものになってしまう。
- ・調査によると外国人観光客が最も楽しいと感じるまちに新宿をあげている。「家電量販店がある」「歌舞伎町がある」「神楽坂に行く」などの目的が考えられるが、それが「本当に新宿の強みなのか」というとよく分かっていない。
- ・区民アンケートでは、年齢別・男女別でまちへの思いが調査結果として出ているが、来街者に向けてのアンケートは実施していないので、どのような人が来ているのかという点は分からない。

### 「人」

- ・新宿は多様であるが個性がない。個性がある新宿を構築するためには、ベーシックなテーマを持って、中長期的に新宿の姿を捉えていく必要がある。ベーシックなテーマとは「**人**」だと思ふ。
- ・**「新宿区は正しい中小企業を増やし応援する」という姿勢を示せば、区民を巻き込み、参画・賛同できる産業振興につながりやすい。**
- ・現在、新宿区は大消費地・大経済圏であるが、この先もそうなのか疑問を感じる。**「人」を集める仕掛けをつくらないと、大消費地・大経済圏であり続けることは難しい。**
- ・新宿は大学よりも専門学校が多いので、専門職業人を育てているといえる。そういう人たちが新宿で創業すれば、新しい産業が起きる可能性がある。そのような**創業の受け皿作り**をすると地域内でいい循環がおきるのではないかと。
- ・**受け皿作りと情報発信**をしっかりとすれば、いくらでも**「人」が中心となった活性化**ができる。
- ・商店街の活性化に挑戦したい。マーケットがなければ活性化できない。マーケットの担い手は地域の**「人」**であり、**「人」**が増えその地域に定着しないと活性化できない。
- ・「人」の捉え方には、**住んでいる人＝常住人口、夜間人口、通勤、通学する人＝昼間人口、買い物や遊びに来る人＝交流人口**がある。
- ・**行政にとって一番大事なものは常住人口であり、住んでいる人の満足度を高めることが大切である。住んでいる人には企業も含まれるので、ここを大事にすることが産業振興の柱になる。**
- ・**起業家になりたい人を育てる。**いま大学には、「理系に行くか文系に行くか」「銀行員になるか公務員になるか」という選択はあるが、「サラリーマンになるか経営者になるか」という教育はない。結果として現在起業家が少ないという要因のひとつになっているのではないかと。箱モノを作るだけでなく、教育も必要である。

### 大学、専門学校の活用・連携

- ・**大学、短大、専門学校の集積**を利用すべきである。
- ・地域の特色を生かした活性化の方法を地域の各学校で話し合い、**学生の起業家支援**をする。まちおこしや起業のアイデアをコンテストし、実現していく。そうすることで商店街の活性化や、既存の企業の活性化が図れる。
- ・**高等教育機関の圧倒的な集積**を活かすべきで、これは活性化の鍵になるだろう。
- ・新宿は大学よりも**専門学校が多いので、専門職業人を育てている**といえる。そういう人たちが新宿で創業すれば、新しい産業が起きる可能性がある。そのような**創業の受け皿作り**をすると地域内でいい循環が起これるのではないかと。

### 起業家たちが集まるまち

- ・新しい企業が起これやすいまちにするなら、**インキュベーション施設**をつくってもよい。
- ・**新しい「知」の流入、新しい「知」の共存**、新しい産業を区内に呼び込み育てることと、既存の産業とコラボレーションすることが大切である。そうすることで新旧の産業が互いに活性化する。
- ・地域の特色を生かした活性化の方法を地域の各学校で話し合い、**学生の起業家支援**をする。まちおこしや起業のアイデアをコンテストし、実現していく。そうすることで商店街の活性化や、既存の企業の活性化が図れる。
- ・新宿は大学よりも**専門学校が多いので、専門職業人を育てている**といえる。そういう人たちが新宿で創業すれば、新しい産業が起きる可能性がある。そのような**創業の受け皿作り**をすると地域内でいい循環がおきるのではないかと。
- ・新宿にふさわしい活性化の方法は**起業家を誘致すること**だと思ふ。起業するには新宿は最適な環境である。

## 新しい産業・企業

・全国には東京に営業所を出したいと思っている企業が多いが、コスト面を理由に実際には進出できないことが多い。中小企業は、一極集中と言われている東京のマーケットで事業をしたいと思っている。通信販売がここまで普及しても営業所を出す価値があると感じている企業も多く、**営業所を出したいというニーズ**が新宿にはかなりある。

・新宿は大学よりも専門学校が多いので、専門職業人を育てているといえる。そういう人たちが**新宿で創業すれば、新しい産業が起きる可能性**がある。そのような創業の受け皿作りをすると地域内でいい循環がおきるのではないか。

・新しい産業のうまれ方には3つある。1つ目は、**既存の産業を育成**することである。企業は、時代の変化に合わせて進化することで生き残る。そのため、**第2次、3次、4次創業を加速しようとする企業を支援**すべきである。2つ目は、**企業家を誘致**することである。起業するには新宿は最適な環境である。3つ目は、**起業家になりたい人を育てる**ことである。いま大学には、「理系に行くか文系に行くか」「銀行員になるか公務員になるか」という選択はあるが、「サラリーマンになるか経営者になるか」という教育はない。結果として現在起業家が少ないという要因のひとつになっているのではないか。箱モノを作るだけでなく、**教育も必要**である。

## 既存の企業

・新宿区は、百貨店が多く、**商業として「人」を集める核**を持っている。映画館も多く、**エンターテインメントのまち**としての魅力もある。

・新宿区には、**たくさんの要素が集積**しているので、もう一段階あげるためには、新しい文化の発信や新しい試みが必要ではないか。

・新しい“知”の流入、新しい“知”の共存、新しい産業を区内に呼び込み育てること、**既存の産業とコラボレーションすることが大切**である。そうすることで新旧の産業が互いに活性化する。

・印刷業界の魅力をどう発信していくか、中小企業が協力し合い、問題意識を持って取り組んでいる。

・新宿区は**大企業をどう巻き込むのか**が大きなポイントである。大企業も「地域にどう貢献すべきか」「納税だけでいいのか」迷っている。大企業も新宿区と関わりたいと思っているはずである。社会貢献という形でも産業振興、地域の活性化に関われるのではないかと思う。

## 地域(商店街、人口集積、高齢化など)

・東京で**一番外国人が多い区**なので、その点をどう捉えるか非常に興味がある。

・**歌舞伎町の猥雑さと怖さ**は若者をひきつけている。

・**地域の特色を生かした活性化**の方法を地域の各学校で話し合い、学生の起業家支援をする。まちおこしや起業のアイデアをコンテストし、実現していく。そうすることで商店街の活性化や、既存の企業の活性化が図れる。

・まちおこしにはブログなどの新しいメディアを使うと、効果的に若者を捉えることができる。**商店街の特性をブログに流すような若さを作っていくことが大切**である。

・新宿は地域の特性を踏まえた**エンターテインメントや文化を結びつけた企業の集積地として**、それらの応援を打ち出した産業振興条例にすると、他にない特徴やメッセージ性のあるものになる。

・地域密着を大事にしている企業は新宿を選ばない。「愛情がない」「家賃が高い」「社員の流動性が高すぎる、すぐ辞めてしまう」というイメージがあるからだという。

・新宿駅の**乗降客、1日350万人という魅力**を十分に活かさきれていない。

・商店街の活性化に挑戦したい。マーケットがなければ活性化できない。マーケットの担い手は地域の「人」であり、**「人」が増えその地域に定着しないと活性化できない**。

・**商業人、経営者の育成**も考えなくてはいけない。

・人数の少ない学校もあるので、学校の有効利用を考える必要もある。

・昼間人口と夜間人口の差が大きい新宿だから、区で線引きするのではなく、周辺の区と連携して機能分担・役割分担をすればよい。**産業政策の中に広域的な観点**があってもいい。

・新宿区は他区と比べて若者のまちと言われているが、年寄りのまちでもある。これは高年齢者比率や住民基本台帳のデータからでも明らかである。若年層でいえば、15～24才は多いが、未来の地域社会の担い手である0～14才はとても少ない。だから**住空間・就業空間を整えることが大切**である。

## 金融機関との連携

・金融機関には2年に1回金融庁の検査があるが、以前は「健全な金融機関なのか」に重きがおかれていたが、現在は「**地域にとって本当に必要な金融機関なのか**」という点に重きがおかれ、「お客様にきちんとコンサルティングできるか」「新しい事業に対して積極的に支援しているか」という点が重視されている。その観点から考えれば、新宿区は新しい事業の起点のイメージがあり、それが活性化の鍵となる。

・新しい産業は実績がないが、新しいからこそ実績がないので、金融機関には「**一定の割合で地域企業にお金を回す、地域でお金が回る予算組み**」をお願いしたい。**金融機関が区と組む**ことによって何か新しいことができないかと思う。

## その他

・条例を制定することによりどういう結果になったのか、**検証**できるようなものがあればいい。

・もっと**生活者の意見を吸い上げるシステム**が欲しい。毎日の生活で「人」が集まるような場所に意見箱を設置し、いい意見にはまちで使える新宿区独自の電子マネーを与えるというのはどうだろうか。

・今の若者たちは携帯で物を買うことにあまり抵抗がなく、これからはお金(現金)よりも電子マネーが普及してくるのではないか。その先駆けで新宿区が**未来都市のモデルケース**となれば、話題づくりやイメージアップにもつながる。

・**他の区にはない新宿区のイメージ**を作っていかなければいけないと思う。

・現在、新宿区は大消費地・大経済圏であるが、この先もそうなのか疑問を感じる。**人を集める仕掛け**をつくらないと、大消費地・大経済圏であり続けることは難しい。

・条例制定後の制度設計の中で、地域金融に関して、**新宿ならではの経済が活性化するような大胆な取り組み**を期待したい。

・まちおこしには**ブログなどの新しいメディア**を使うと、効果的に若者を捉えることができる。商店街の特性をブログに流すような若さを作っていくことが大切である。