

ヒアリング調査実施報告

1. 調査目的

アンケート調査項目の深堀りと、第2次企業アンケート調査の仮説を設定する。

2. 調査対象と抽出方法

アンケート調査の回答企業のうち、ヒアリング調査への協力可能と回答した企業 837 社から、「事業内容の見直し・変更」における取組内容、業種、従業者数規模、地域等の内容とバランスを見ながら 45 件を抽出。

3. 実施時期 平成 28 年 10～11 月

4. 調査方法 訪問聞き取り調査

5. ヒアリング項目

下記の中から企業ごとに選択。

①事業の概要、②事業推進上の課題、③事業環境の変化に対応し、事業発展に向けて工夫してきた取組み（事業内容の見直し・変更、新事業展開、顧客・客層の転換等）、④今後の展開、⑤新産業振興プランに期待する点

6. 団体ヒアリング

下記の団体について、ヒアリング調査を実施した。

- (1) 一般社団法人新宿区印刷・製本関連団体協議会
- (2) 商店街（新宿駅前商店街振興組合、十二社商店親睦会、早大通り商栄会、牛込中央通り商店会）

7. ヒアリング調査結果（要点整理）

（1）事業環境の変化に対応し、事業発展に向けて工夫してきた取組み

いくつかの企業では、事業の見直しを実施せず、長年に渡って事業を継続している企業もあったが、見直しや変更を行っている企業では、下記のような見直しや変更が取組まれていた。見直し・変更による事業の成長要因までは聞き取りができなかった。

1. 市場・取引先の新規開拓・拡大	①新規分野参入（医療分野、航空機分野等）
	②取引先の拡大（B to Bだけでなく、B to Cへの展開、ターゲット世代の拡大もしくは変更（中高年から若い世代へ）等）
	③市場の地理的拡大（海外市場開拓等）
2. 事業の強化	①商品・サービスの充実（新商品の開発、付加価値化、商品・サービス構成の変更等）
	②事業領域の拡大（商業写真撮影だけから広告制作全般へ等）
	③ニッチ市場をターゲットとした新たなビジネスモデルの構築
3. 取引方法の拡大	①ネット販売参入

(2) 地域別特性



(3) 新産業振興プランに期待する点

①新宿の魅力・課題

魅力	課題点
<ul style="list-style-type: none"> ●交通の利便性（移動しやすく、商圈も広がる） ●世界に通じる知名度 ●国内だけでなく海外からの強力な集客力 ●都市イメージと、そこから生じる都市ブランド力（立地していることが信用付加につながる） ●都心部（千代田区、港区、渋谷区に比べて家賃や多少安価 ●飲食店が多く交流しやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ●テナント料、家賃が高く創業が困難 ●がやがやゴミゴミしている。 ●二次交通は弱い ●緑が少ない

②期待する新宿の10年後の姿

a. 新宿の特性

- 多様性：国内外から様々な人間が観光やビジネスで訪れる。街全体に色々な業種が集積している。古いものと新しいものが調和している。
- 高層ビル街のイメージ、おしゃれなイメージと、歌舞伎町の歓楽街が同居している。
- 外国人の目線だと新宿の魅力は「雑居の美」と言われている。
- 都心部では特定のディベロッパーが開発していないまち。統一性がない点が面白みを形成。
- 歓楽街の歌舞伎町のイメージが強いが、神楽坂をはじめ各エリアは多様な特性を持っている。
- 新宿駅前だけでなく、各エリアに歴史・文化がうもれている。
- 歌舞伎町のような歓楽街がありながら安全なまちは世界でも珍しい。

b. 新宿の特性を活かした産業振興

新宿が目指す姿として下記のような意見が聞かれた。

- イノベーションのまち

分野・規模も多様な企業が集まっており、都心部でも日本橋等とは違うまちの魅力がある。新宿発イノベーションのまちづくりを目指し情報発信していく。
- 創造したものが実現可能なまち

デジタル化が進み、事業を起す環境が変化してきている。発想と行動力があれば、「こんなことを考えている」とアイデアを発信すれば、情報収集やネットワークでビジネスが構築できる。みずから事業計画を作成し、実現していかなければできなかった昔と大きく変化してきている。ネットワークを活用したビジネス都市の実現を図る。
- 住みたいビジネス都市の実現

新宿はオフィスビルのようなビル街だけでなく、閑静な住宅街もあり、サラリーマンから学生、親子など様々な人々が混在しており、色々な人が触れ合える場所。住むにも良いし、ビジネスをするにも良いし、遊ぶにも良い、今の魅力を持続していく。

(4) 新宿区の産業振興の方向性に関して

①まちのブランド力向上

a. イメージするまちのブランド

- 交通の利便性（移動しやすく、商圈も広がる）
- 世界に通じる知名度
- 国内だけでなく海外からの強力な集客力
- 都市イメージと、そこから生じる都市ブランド力（立地していることが信用付加につながる）
- 日本を代表する印刷業の集積地

b. まちのブランド力向上に向けて

- 「印刷の街＝新宿」のブランド価値向上。組合でも進めている「環境に対応した印刷」を推進し、「環境に即した印刷のメッカ」を目指す。よい。
- 「新宿＝IT産業のまち」というブランド力ができる、「人材」確保がしやすくなる。ITの大手の誘致として、シンボリックなビルに、名前を聞けばわかるITの会社が集める、または老朽化したビルを活用し、韓国のITビルのようなIT系企業が集積地（ビル）を形成する。
- 新宿駅前だけでない。他エリアの魅力の情報発信を図る。
- 人を引き付けるシンボリックなものが新宿にはない。池袋の路面電車のようなものや、モール化等が考えられる。また、新宿は文化的施設機能が弱い。駅近に、クラシックホールがあるとよい。文化センターはアクセスが良くない。また、ネーミングも古いイメージがある。

②新事業展開・事業の多角化（個店の魅力づくり等）

- 商圈の広域化を実現する商品・サービスの魅力向上
魅力ある商品やサービスにより、近隣の消費者だけでなく、近隣区からの来店者を増やし、売り上げをあげている小売・サービス業者がいる。消費力のある都心部では、商品・サービスの競争力を高めると、販売・利用者の増加につながりやすい。
- スムーズな業態変換を支援
ホテルから介護施設への業態変換について、行政サイドからの支援を希望する。企業を継続する時の雇用の支援をして欲しい。建物建て替えに1年以上かかるがその間に、介護施設に研修に行けるとよい。自ら探すには業界が異なりすぎてわからない。受け入れ施設の紹介をしてほしい。
- 裏店の魅力づくり
商店街の裏通りに新規開店する個店を支援し、面的広がりを図っていく。
- 大学との連携推進
区内に多い大学を活用した産学連携を促進する。

③事業承継

- 後継者育成のための教育制度があるとよい。
- 二代目の必死さを醸成する機会づくり（後継者意識啓発）
- やる気のある若い人材との接点づくり

④ネットワークづくり

- 目的を明確にした交流の場づくり

新宿に集積しているテクノロジー関連企業や情報系企業、エンターテインメント企業や大学等を活かした交流の場やマッチング支援、ユニークな企業の広報・情報発信があるとよい。

- 防災ネットワーク

近隣の企業とは警察・消防の会合で緩やかなネットワークができている。情報交換や相互発注等も生まれている。当社の支店が東日本大震災を被災した際、物資支援も受けたことがある。

⑤観光を活かした事業展開

- 区内周遊マップの作成

区内のエリアごとの観光マップは作っているが、エリアをつなぐマップの制作や、区内をまわるツアーを作ってはどうか。

- 新宿の歴史・文化の情報発信

観光客や来街者が新宿の歴史・文化に触れられる仕掛けや世界に向けた発信を進めていく。

- 染め物体験・販売所の設置

廃校予定の小学校（今はまだ無い）が出てくれば、工場アパートに用途転換し、人材を育成するとともに、観光客に染め物を体験・販売できるようにする。

⑥東京オリンピック・パラリンピック開催を活用したビジネス展開

- オリンピックに向けた取組検討

開催都市の企業として何か取り組みたい。社員のモチベーションにもつながる。地域の主たる企業の意見交換などがあれば、是非参加したい。

- アニメに特化した取組み

中央沿線のアニメ制作会社等の拠点として新宿でアニメ業界と連携のもと世界に向けた取組みを実施する。

⑦防犯・防災に対応した地域づくり

- 安心安全のまちづくり

美化運動や治安対策の取組みを実施する。地域で課題となっている放置ごみの対策をする。

- 帰宅困難者対策

立地企業の連携も図りながら対策を検討する。

- 商店街の防災対策

災害時の来街者対応策など安心安全に買い物ができる環境づくりを図る。

⑧創業支援

- 創業者への融資制度の充実

創業時に資金調達に困ったため、起業家に対する融資制度の充実をする。

- 事業所確保への支援

新宿は事業所の賃貸価格が高いため、シェアオフィスや安価な事業所物件を探すことへの支援があるとよい。

●アクティブシニア（プラチナ世代）の創業支援

自宅等の事業所を確保しており、コミュニティビジネス等に取り組むシニア層が事業化する際に必要とするトレーニング（技術習得等）できるようにする。

●外国人起業者支援

日本語での煩雑な手続きや法的対応などの支援を提供する。

⑨海外展開

●海外展示会の出展支援

海外市場へのチャンネルがないので、海外の代理店等への取次ぎや見本市のアテンド、対象国でのビジネスを進める上での商慣等も含めてサポートしてもらえるとありがたい。

●海外のサイトへの掲載、海外代理店への営業支援

海外のサイトで日本の伝統工芸品を売りたいという話が来ている。日本でホームページを出しても中々見られないから、海外のサイトへの掲載や海外の販路のネットワーク、新しいツールができれば一番良い。

●海外進出時の事業スペースの確保支援

海外進出に当たって事業所の立地コスト負担が大きいので、簡易な事務所でもよいので、立地支援があるとよい。

●海外事業人材の確保

海外事業展開に見合うスキルの人材を採用するのは難しい

⑩働きやすい就労環境づくり（ワークライフバランス等）

多様な働き方の実現に向けて、就労環境づくりへの関心が高まっているなか、就労環境の見直し、環境整備を検討している企業が複数あった。

●自社の就業規則の見直しや再構築に向けた相談ができるとよい。

●勉強会の開催、参考となるモデルケースの紹介

【その他】

⑪人材確保

各業種で人材確保が課題となっている。特に、ソフトウェア開発等の情報通信業では、慢性的人材不足に陥っており、人材が確保できないためやむなく受注機会を放棄しているといった企業も見られた。

（5）産業振興の推進体制

区内の大手企業等から地域活動や新宿の活性化への関心や参加意向が聞かれた。区の産業振興を図っていくために、区内企業との官民連携体制で推進していくことが望まれる。具体化に向けて、企業人の意見交換会の場づくり等を進めていくことも一案と考えられる。