

次期「新宿区産業振興プラン」について

<新宿区産業振興プランの体系>

【新宿区基本構想（めざすまちの姿）】

「新宿力」で創造する、やすらぎとにぎわいのまち

【新宿区総合計画（H30～H39）】（産業、観光振興関連） ※審議中

基本政策：賑わい都市・新宿の創造

個別施策 10 活力ある産業が芽吹くまちの実現

異種産業の混在集積と多様な消費者ニーズが溢れる都市特性とを活かし、新しいニーズに対応した新たな事業展開ができるよう事業者を支援することで、産業の活動拠点として魅力的なまちをめざします。また、就労支援と人材確保支援の双方に取り組むことによって、働く人と企業がともに支え合い、発展することができるまちづくりを目指します。

個別施策 11 魅力ある商店街の活性化に向けた支援

魅力ある商店街づくりを進め、暮らしやすさとにぎわいの調和のとれた、人々のふれあいと交流のあるまちをめざします。

個別施策 12 まちの歴史や記憶、文化、芸術など多様な魅力による賑わいの創造

- ・新宿が持つ歴史や土地の記憶、文化、芸術などの多彩な魅力を発掘・創造・発信しつづけることにより、区民のまちへの愛着と誇りを醸成します。
- ・官民一体による観光振興や産業振興などの施策を総合的に推進し、国際観光都市としての魅力とブランド力をさらに高め、「賑わい都市・新宿」の実現をめざします。

【新宿区産業振興プラン（H30～H39）】

<産業振興ビジョン> 産業振興プランの柱

<産業振興施策の方向性>

新宿区の特性を活かした産業振興

- チャレンジ精神をもった企業の支援
 - ・業種の枠を超えた支援（テーマ別、目的別）
 - 海外展開、自社ブランド・製品の開発、新分野への進出
 - ・新たな価値創造、新産業創出
 - 創業、産学連携、企業間連携
 - ・人材育成、事業承継
- 商店街の魅力づくりの推進
 - ・情報発信、地域との連携
- 観光と一体となった産業振興
 - ・観光関連産業の支援
 - ・まちのブランドづくり
 - ・オリンピック前後を意識した戦略

<ビジョン検討のための基礎資料>

1. 区内産業を取り巻く環境の変化

- ・自然災害、自然環境の変化
- ・世界情勢の変化
- ・経済のグローバル化
- ・少子高齢化、人口減少
- ・個人の価値観の変化、ライフスタイルの多様化
- ・訪日外国人観光客の増加
- ・2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催
- ・「第4次産業革命」によるさらなる社会環境の変化
(IoT、ビッグデータ、人口知能(AI)等による技術革新)

2. 「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」から見た区内事業所の現状と課題

(1) 積極的な事業活動を行っている企業の発掘

主要事業を拡大した：現在の経営状況がよい 24.9% 悪い 15.9%

一度も変えていない：現在の経営状況がよい 7.0% 悪い 39.4%

⇒主要事業を拡大した企業の現在の経営状況は、一度も事業内容の見直し、変更を行っていない企業よりよい結果となった。

(2) 海外展開

海外展開への支援：「とても関心がある」「関心がある」15.3%

⇒経済産業省「工業統計表」から「IT投資や海外展開を積極的に行う企業の方が、売上高や生産性の水準が高い」という結果があるが、産業実態調査の結果は、海外展開への支援への関心がある企業が15.3%と低い。

(3) 事業承継

代表者の年齢：60歳代 32.8% 70歳以上 28.4%

後継者の有無：廃業予定 14.4% 候補がいない 15.3%

⇒今後事業所数の減少が加速することが予測される。

(4) 情報発信力の強化

顧客対応のよさ：強い 41.1% 弱い 6.0%

商品・製品・サービスの品質：強い 34.1% 弱い 5.6%

広告・宣伝、情報発信力：強い 4.5% 弱い 35.3% (産業実態調査結果)

⇒「商品・サービスの質」を強みと考えている企業が多い一方、「広告・宣伝、情報発信力」を弱みとしている企業が多い。

(5) 今後、期待できる新宿区の強み

交通環境の利便性 50.6%

まちのブランド力 29.6%

多様な企業・人との交流・連携 18.8% (産業実態調査結果)

⇒今後、期待できる新宿区の強みは、交通環境の利便性に続き、まちのブランド力、多様な企業・人との交流・連携と続いている。

(6) 既存の業種の枠に分類できない企業の存在

産業分類で「他に分類されないもの」となる企業や、事業が多岐に渡り一つの業種に絞ることができないなどの企業形態が複雑化している

3. 「商店街のにぎわい創出に向けた調査」から見た区内商店街の現状と課題

(1) 経営者の高齢化

商店会活動を担う役員の平均年齢

40歳代 (5.4%) 50歳代 (23.9%) 60歳代 (55.4%) 70歳以上 (13.0%)

⇒役員の平均年齢が60歳代以上の商店会が約7割ある。

(2) 各店舗の後継者不足

商店会活動の担う人の育成状況

育成を行っている (29.3%)

育成を行っていない (63.0%)

⇒約5割の商店会が、若手の存在を弱みとしている。

(3) 会員の商店会活動に対する意欲の低下

商店会が実施していない事業

広報誌 (商店会報) の発行 (77.2%)

商店会女性部・青年部の組織化 (65.2%)

商店会による勉強会の開催 (57.6%) 等

⇒情報共有が不足するなど、組織力の低下がある。

4. ビジョンに対しての基本方針

(1) 市場環境の変化に合わせた事業展開の支援

急速な社会環境の環境変化⇒10年後の状況を見通すのは難しい
激しい変化の中でも生き残れる企業を支援するという視点を盛り込む

(2) 観光振興計画としての視点

5. 現「産業振興プラン」のビジョン（別紙参照）

- （1）創造力を活かした産業の振興を図る
- （2）中小企業の経営基盤を強化し、技術革新や高付加価値を図る
- （3）誰もが訪れたいくなる活気と魅力あふれる商店街をつくる

6. 他区の産業振興関連計画（別紙参照）

- （1）港区
- （2）板橋区
- （3）練馬区
- （4）墨田区