

新宿区産業振興会議

第1期 報告書

平成23年8月23日～平成25年8月22日

はじめに

今から 30 年以上前の 1979（昭和 54）年、地域の中小企業の活性化が地域経済、地域社会にとって不可欠であり、そのために地域を挙げて中小企業の振興を図っていくことを掲げた中小企業振興基本条例が、東京都墨田区で策定されました。それ以来、100 を超える全国の市区町村で、地域の中小企業振興、地域産業振興を目的とした条例がつくられ、近年その数はさらに増えつつあります。条例を制定した地域では、地域の中小企業や産業を元気にし、地域経済、地域社会を活性化させていくための創意工夫や実践が積み重ねられ、条例を生きたものにすべく努力が行われています。

新宿区でも、産業振興基本条例制定直後から、本報告書にあるように条例を生きたものにすべく産業振興会議で活発な議論を行ってきました。大都市東京の中心部に位置する新宿区は、活発なビジネスや多くの人が集まる消費・娯楽の場であるとともに、多くの住民が生活する地域です。そして、国内外から毎日多くの人を訪れ、居住する地域でもあります。こうした新宿の特徴を生かし、新宿区内の多くの企業が事業を発展できる条件を区内の経済団体、支援機関、金融機関、大学等と協働で創り上げていくこと、区内の企業自身の力を強化していくこと、そして新宿区から新たに企業と産業を創造していくことを課題に、議論を積み重ねてきました。

新宿区産業振興基本条例に示された課題は、簡単に実現できるものではありません。振興会議第 1 期で行ってきたことは、課題の実現に向けた第一歩に過ぎません。しかし、一步一步がどのような一歩であるのかを常に振り返りながら、確実に一步一步進むことなしに課題の実現はできません。その一方で、新宿区の企業をめぐる経営環境は日々変化し、厳しい状態が続いており、状況に対応した機敏でタイムリーな対応が求められていることも看過できません。この報告書は、次の一歩、そして今後の産業振興基本条例の実践にとって重要なものであるとともに、今何をやらなければならないのかを強く自覚して記されたものであることを確信しています。そして、この報告書で示したことを確実に次の一歩につなげていかなければならないことを最後に強調しておきたいと思います。

新宿区産業振興会議
会長 植田 浩史

目次

第1章 新宿区産業振興会議.....	1
1. 新宿区産業振興会議について.....	1
2. 専門部会について.....	1
第2章 産業振興施策の方向性.....	2
1. 新宿区産業振興プラン.....	2
2. 新宿区産業振興基本条例.....	3
第3章 産業振興施策について.....	5
1. 中小企業.....	5
(1) 中小企業の現状.....	5
(2) 中小企業活性化支援の方向性と施策.....	5
(3) 中小企業活性化支援施策の課題.....	6
(4) 今後の施策のあり方.....	9
2. 商店街.....	11
(1) 商店会の現状.....	11
(2) 商店街活性化支援の方向性と施策.....	11
(3) 商店街活性化支援施策の課題.....	12
(4) 今後の施策のあり方.....	15
3. 施設.....	17
(1) 産業会館の現状.....	18
(2) 産業会館活用の方向性と施策.....	18
(3) 産業会館活用の課題.....	19
(4) 今後の施策のあり方.....	20
第4章 新宿区産業振興会議設置による成果.....	21
1. 新宿区産業振興会議の意見を反映した個別施策.....	21
2. 産業振興会議設置後に生まれた動き.....	22
3. 新宿区産業振興会議の注目事例.....	25
第5章 来期に向けて.....	27
第6章 第1期各委員のコメント.....	29
資料編.....	36

第1章 新宿区産業振興会議

1. 新宿区産業振興会議について

新宿区では、産業振興に関する基本的な考え方を示すと共に、産業に携わる者の役割を明らかにして、持続的・体系的な施策の展開や課題の解決を図っていくための指針として、平成23年4月に「新宿区産業振興基本条例」（以下、「条例」という。）を施行しました。

また、産業振興施策を効果的・効率的に実施していくため、区長の附属機関として「新宿区産業振興会議」（以下、「産業振興会議」という。）を設置しました。（条例第10条）

産業振興会議は、学識経験者・区民・事業者・商店会関係者等からなる委員が区の産業振興に関する事項について調査審議し、区長に意見を述べることを規定しています。

（条例第11条、第12条）

2. 専門部会について

産業振興会議では、産業振興に関する個別テーマに沿って、区の取り組みや施策等について調査・検討する「専門部会」を設置しています。

今期の専門部会では、「中小企業」「商店街」「施設」という3つの検討テーマを設定しました。このテーマを選択した理由は、「中小企業」「商店街」が新宿区産業振興プラン（平成20年3月策定）で掲げられている産業振興ビジョンの柱であり、「施設」で取り上げた区立産業会館は中小企業支援の拠点であるためです。また後述するように、これら3つのテーマは現在様々な課題を抱えており、これらの課題の解決は新宿区の産業振興を図っていく上で不可欠であると考えています。

専門部会では、各テーマに関する現状・課題の調査、企業ヒアリング、現場視察、検討を行い、その結果を産業振興会議に報告し、施策の改善点や今後のあり方等を議論するという形で進めています。

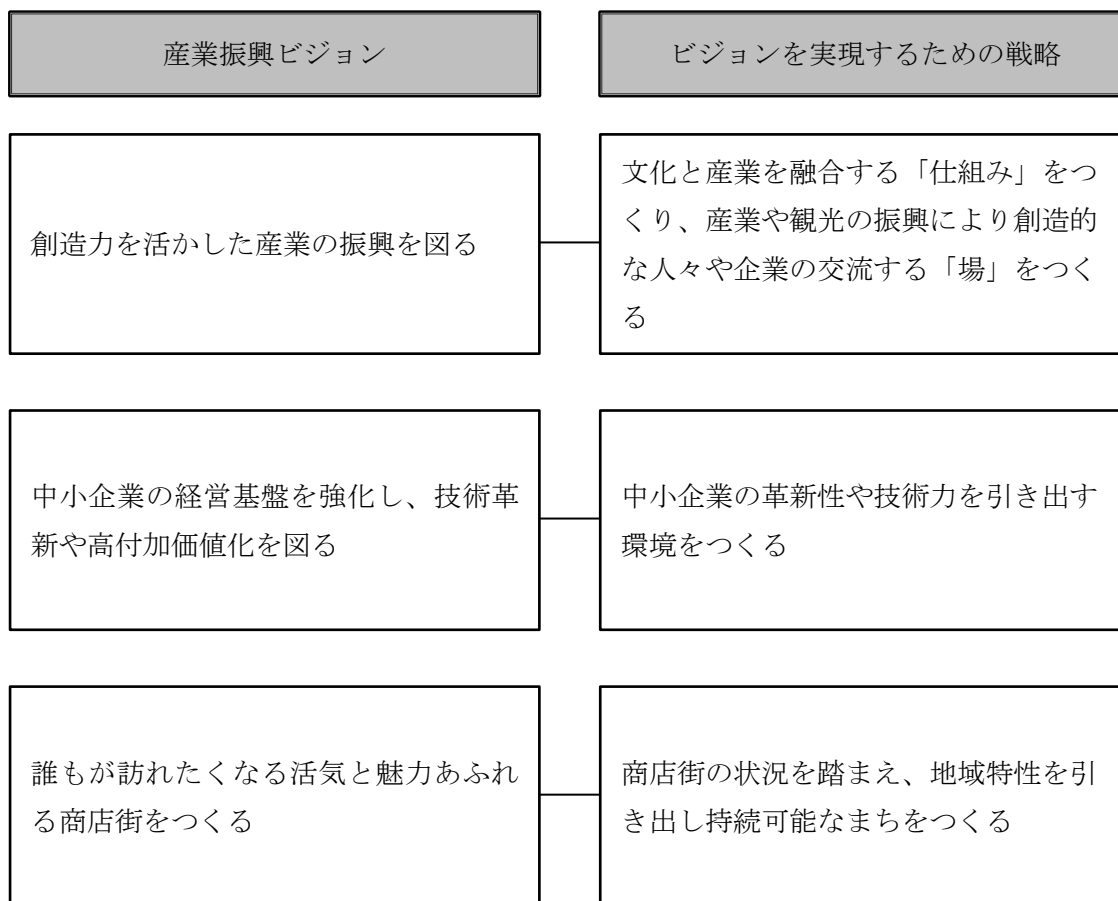


第2章 産業振興施策の方向性

1. 新宿区産業振興プラン

新宿区では、新しい時代の新宿区のまちづくりを進めるにあたり、基本理念、新宿区がめざすまちの姿、まちづくりの基本目標及び区政運営の基本姿勢を明らかにする「新宿区基本構想」、基本構想を実現するためのまちづくりの方向性と、まちづくりを推進し、下支える区政運営の方向性を示す「新宿区総合計画」を策定しています。

また、基本構想及び総合計画を受け、まちづくりの目標を産業振興の面から実現していくために、平成20年3月に「新宿区産業振興プラン」を策定し、平成29年までの10年間の産業振興の「ビジョン」と「ビジョンを実現するための戦略」を示しています。



2. 新宿区産業振興基本条例

平成 23 年 4 月に施行した「新宿区産業振興基本条例」では、産業振興の基本的な考え方を示すものとして 4 つの基本理念を以下のとおり規定しています。また、区の産業に携わる多彩な担い手の役割を明らかにし、一体となって産業振興に取り組むことを規定し、担い手の一つである区の責務を以下のとおり定めています。

<基本理念> (条例第 3 条)

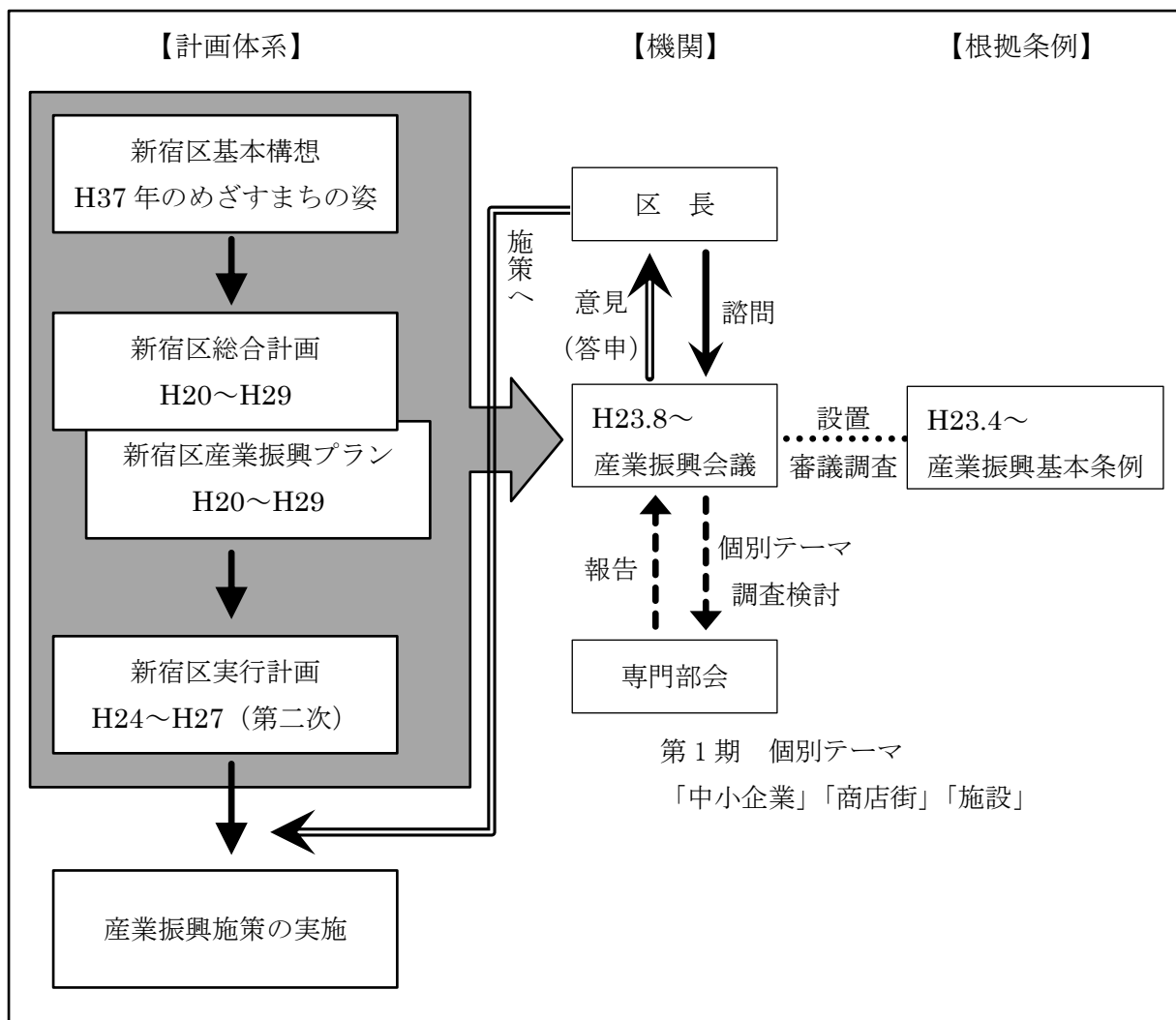
- ・産業振興は、事業者が創意工夫及び自助努力に基づく活動を行うとともに、区、商店会、産業経済団体等が一体となって、当該事業活動を促進することを基本とする。
- ・産業振興は、中小企業者の活力ある成長と発展を目指すことを基本とする。
- ・産業振興は、商店街の発展と活性化を図ることを基本とする。
- ・産業振興は、社会経済状況の変化に適切に対処するため、創業のための環境を整備するとともに、創造力のある産業を育成することを基本とする。

<区の責務> (条例第 4 条)

- ・事業者の創意工夫及び自助努力に基づく事業活動を支援すること。
- ・産業振興に関するネットワークを形成すること。
- ・産業に関する情報を収集し、及び発信すること。
- ・産業振興を担う人材を発掘し、及び育成すること。
- ・社会経済状況の変化に適応する事業転換を支援すること。
- ・創業及び事業承継のための環境を整備すること。
- ・創造力のある産業を育成すること。
- ・中小企業者の活力ある成長と発展のための取組を行うこと。
- ・地場産業の持続ある発展のための取組を行うこと。
- ・商店街の発展と活性化のための取組を行うこと。



新宿区の計画体系と産業振興会議、条例との関係



「新宿区基本構想」「新宿区総合計画」では、まちづくりにおいて新宿区のめざすまちの姿と進むべき方向性を明らかにし、「新宿区産業振興プラン」では、基本構想および総合計画を受け、新宿区がめざすまちの姿を産業振興の面から実現していくためのビジョンと戦略を示しています。

また、新宿区がめざすまちの姿を実現するため、平成24年度から平成27年度までの4年間に、計画的・優先的に推進していく事業を示す「新宿区第二次実行計画」を策定し推進しています。

産業振興会議は、区の産業振興に関する事項について調査審議し、会議での意見をとりまとめ、区長に産業振興の方向性を報告します。区長はその意見内容を尊重し、産業振興施策を進めていきます。

第3章 産業振興施策について

第1期では「中小企業」、「商店街」、「施設」の3つのテーマを設定し、現状・課題の把握、施策の改善点や今後のあり方等を検討しました。

1. 中小企業

(1) 中小企業の現状

新宿区内の事業所数を産業分類別に見ると、「卸売業、小売業」が19.6%と最も多く、「宿泊業・飲食サービス」が19.3%、「不動産業・物品賃貸業」及び「学術研究・専門技術サービス業」が約11%と続きます。

(参照：平成24年経済センサス調査-活動調査)

資本金及び雇用者規模で事業所数を見ると、3,000万円未満の企業が約85%、19人以下の企業が82.9%と比較的小規模な企業が大多数を占めています。

(参照：平成21年経済センサス調査-基本調査)

また、平成23年度より実施している「新宿区中小企業景気動向調査」の調査結果の「経営上の問題点」によると、「価格競争の激化」、「人材不足」、「顧客からの値下げ要請」、「為替レートの変動による影響」等が上位を占め、中小企業経営の厳しい現状があらわれています。

(2) 中小企業活性化支援の方向性と施策

産業振興プランでは、「中小企業の革新性や技術力を引き出す環境をつくる」という戦略を示し、中小企業活性化支援施策の方向性として、

- ・ 中小企業に対する経営支援・人材育成支援の強化
- ・ 区内企業のネットワークの強化
- ・ 新産業創出のための人材育成及び創業のための環境整備
- ・ 地域の伝統的産業や新たなものづくり産業の担い手を支援

という4点を掲げています。この方向性を踏まえ、区では以下の施策を実施しています。

主な中小企業活性化支援施策

施策	内容
中小企業向け制度融資	金融機関への融資の紹介、利子補給、信用保証協会の保証料の助成を行う

商工相談、商工アドバイザー	専門知識を有する相談員が経営全般に関する相談、診断及び助言を行う
ビジネスアシスト新宿	企業育成指導の専門家を複数回派遣し、企業の発展段階に応じた経営指導をする
ものづくり産業支援事業助成	新製品開発・技術開発・販路拡大等の事業費用を助成する
新宿ものづくりマイスター認定制度	ものづくり産業の同一業種に10年以上従事し、後進を指導する優れた技術者を認定する
ものづくり産業体験型教室	ものづくり産業の理解を深めるとともに、新宿ものづくりマイスター「技の名匠」の認知度の向上を図る
後継者育成支援事業	地場産業等の後継者を育成するための費用を助成する
産業振興フォーラム	中小企業活性化のため、経営課題・地域課題について意見交換する機会を提供する
優良企業表彰	経営革新や経営基盤強化への取り組みにより優れた実績を上げ、地域産業の発展に貢献した企業を表彰する
新宿ビジネス交流会	優良企業表彰を受賞した企業を対象に、ビジネスチャンス拡大し、企業PRを行う場を提供する

(3) 中小企業活性化支援施策の課題

① 施策の内容

企業にとって区の施策は「内容や活用の有効性がわからない」、「使いづらく、手続きに手間や時間がかかる」等の理由で、活用されていない場合があります。また、区の施策が企業の求めているものとマッチしておらず、企業のニーズに合った施策が求められていません。

主な意見

- ・「商工相談」や「ビジネスアシスト新宿」については知っているが、利用したら何がどうよくなるのかパンフレットに書かれていないため、分からない。
- ・制度融資を利用するときは、申請や相談にとっても手間がかかる。
- ・「ビジネスアシスト新宿」は非常にいい制度だと思うが、区内の事業所数が3万社以上のところ8社しか受けられないので、中小企業全体を底上げしようという行政の本来の目的とあっていないのではないか。

- ・区が、区内事業者同士の小規模なビジネス交流会を実施する意味が見えてこない。
- ・行政と地域の中小企業との距離は、行政が考えている以上にあり、中小企業は行政の、行政は中小企業のお互いの実態を知らない。

②施策の周知

中小企業活性化支援施策の活用状況や申請件数を見ると、施策の企業への周知は十分とは言えず、区が発信する情報が必要としているところに必ずしも届いてないという現状があります。

主な意見

- ・区のホームページや区報、課の広報誌だけではなかなか周知されないのではないか。
- ・産業振興施策の情報発信力が弱い。区が行っている情報発信について見直す必要があるのではないか。

③他機関との連携

中小企業活性化支援を目的として施策を講じているのは区だけではなく、産業団体や地域金融機関、教育機関等でも行っていますが、それぞれが別々に行っていて、お互いうまく結びついていません。また、区と他の機関が協働で行っている事業も内容や成果が周知されていない点も課題として挙げられます。

主な意見

- ・商店会連合会、商工会議所、中小企業家同友会や金融機関が、区が行っているものと同じ目的で、バラバラに支援を行っている。
- ・区と関係機関が連携して行っている事業は、企業がそれぞれのサービスに対し、どのようにアクセスしているのか分からない。

中小企業活性化支援施策利用企業ヒアリング

(平成 24 年 7 月 23 日実施 専門部会「中小企業」より)

専門部会「中小企業」では、施策を利用した2社の経営者からヒアリングを行い、施策の有効性を検討しました。

施策を知ったきっかけ

- ・金融機関から紹介された。
- ・活路や経営支援を求めているいろいろ調べているときに、ホームページを見つけた。
- ・他の相談を受けた時に区の担当職員から紹介された。

施策を利用後の変化

- ・施策の内容や価値が周知・浸透していないので、社内外の反応が得られない。積み重ねが必要である。
- ・『新宿ビジネス交流会』への参加はあまり成果が出なかったが、出展することが次に結びつき、継続していくことで成果が出る可能性があると考えている。
- ・『ビジネスアシスト新宿』は、中小企業診断士の的確なアドバイスが自社の問題を解決できるのではないかという期待があり利用した。2名の中小企業診断士が担当し、違う角度からアドバイスをもらえる点がよかった。

経営に関する相談

- ・中小企業診断士や社会保険労務士、税理士等、経営に関する相談を受ける専門家の紹介メニューがあるとよい。
- ・専門家との相談ができるきっかけや、気軽に相談できる仕組みをつくってはどうか。
- ・中小企業診断士と少数の企業によるグループディスカッションを実施してはどうか。

施策の周知方法

- ・自治体を実施している施策を、企業側が知る努力をしないと難しい。
- ・受け身では自身の問題解決に結びつかない。
- ・企業それぞれ問題点が違うので、問題点の気づきや導き出す機会を設けてはどうか。

中小企業活性化支援のために必要な施策

- ・長いスパン、継続性のある施策があるとありがたい。
- ・企業が新宿区にずっといられるように、温かく面倒見の良い施策があるとよい。
- ・業種業態を分類し、規模別に細かく分けて、企業が必要とする施策をわかりやすく伝えてほしい。

(4) 今後の施策のあり方

現在実施している中小企業活性化支援施策は、活用した企業にとっては非常に有意義なものです。しかし、施策の周知が十分ではないということも含め、多くの企業に活用されていないという課題もあり、施策の方向性を見直す必要があります。

①施策内容の改善

現行の中小企業活性化支援施策が区内の企業のニーズに合っているのか洗い直しを行い、申請方法、中小企業診断士等専門家のサポート、企業自らが経営改革に取り組むための支援等、必要に応じて内容を改善する必要があります。

- ・ 利用しやすい制度融資
- ・ 中小企業の自助努力を促進する施策
- ・ 企業の経営の質を高める施策
- ・ 業種、業態に応じた支援
- ・ 独自性を持たせた新宿区ならではのビジネス交流会

②中小企業の実態を知る

企業訪問の実施や、窓口の対応を充実させる等、中小企業との接点を広げて、企業の実態を知る必要があります。

- ・ 訪問や窓口による、中小企業の実態データ収集
- ・ 企業の実態を把握した施策の展開
- ・ 企業に対する施策の有効な活用方法の提案

③施策の周知

企業への施策の周知は十分とは言えず、周知方法を改善する必要があります。現在周知には、区のホームページや広報を利用していますが、企業がそれらを目にする機会は少ないと思われます。施策の周知を含めた情報発信力の強化が必要です。いろいろなメディアやネットワークを活用した周知や、施策の活用例を発信することは、施策を利用する企業を増やすために、有効と考えられます。

また、産業振興施策は、区だけでなく、国や東京都でも実施しています。区がそれらの情報を取りまとめ発信する、コーディネート機能を果たすことも必要であると考えます。

- ・ メールマガジン、ツイッターやフェイスブック等のソーシャルメディアを活用した情報発信
- ・ 経済団体や金融機関等のネットワークを活用した周知の仕組みの確立
- ・ 施策の活用例等の情報提示
- ・ 施策の周知手段としての窓口の活用
- ・ 国や東京都が実施する施策の周知

④他の機関との連携

条例のもと、区、事業者、産業経済団体、金融機関、教育機関は、産業振興におけるそれぞれの役割を認識し、中小企業活性化支援という同じ目標に向かってより一層連携していく必要があります。

- ・ 区、産業経済団体、金融機関等の支援内容の把握および整理
- ・ 区、産業経済団体、金融機関等との連携による支援の拡大
- ・ 中小企業庁認定の「経営革新等支援機関」との連携
- ・ 産業振興会議を軸とした連携の検討

2. 商店街

(1) 商店会の現状

新宿区には、109の商店会*があり、うち新宿区商店会連合会加盟団体は93商店会です。(平成25年3月31日現在 新宿区商店会連合会調査)

平成15年から商店会・加入商店数は減少し、特に商店街の核となるべき、生鮮三品(鮮魚・青果・食肉食鳥)の事業所数の減少は顕著です。このような商店会や商店の減少に加え、商店主の高齢化や後継者不足、建替えによるビルのテナント化、道路拡幅による閉店、商店会未加入店舗の増加、空き店舗の増加、さらに外的な要因として、近隣住民の高齢化や生活様式の多様化があり、商店会の組織力低下、利用客の減少につながるといった悪循環に陥っています。

※一般的に使用されている「商店街」は、小売業、飲食店等が集積している地域を指すが、「商店会」は条例第2条でも定義されている、区内における商店街の振興を目的として組織する団体を指す。

(2) 商店街活性化支援の方向性と施策

産業振興プランでは、「商店街の状況を踏まえ、地域特性を引き出し持続可能なまちをつくる」という戦略を示し、商店街施策の方向性として、

- ・多様性に応じた商店街の強化
- ・身近な生活を支える社会的機能の整備
- ・持続可能な商店街の実現
- ・支援策の効果的活用

という4点を掲げています。この方向性を踏まえ、区では以下の施策を実施しています。

主な商店街活性化支援施策

施策	内容
にぎわいと魅力あふれる商店街支援事業	商店会等が実施するイベントや施設整備への費用助成を行う
環境に配慮した商店街づくり推進事業	LED街路灯の設置等、環境対策への取り組みに対し費用助成を行う
商店会サポート事業	専門知識を持った商店会サポーターにより、アドバイスや情報提供を行う
地域商業イメージアップ促進事業	同業組合等による商店街活性化につながる事業に対し費用助成を行う

生鮮三品小売店活性化事業	生鮮三品特販組合が行う消費者との交流事業等の自主的な活動に対し、支援を行う
新宿区商店会連合会への事業助成	新宿区商店会連合会主催の表彰事業（金賞）へ助成する
商店街消費拡大推進事業	新宿応援セールの実施に対し、助成を行う
商店街空き店舗活用支援融資（借主特例）	商店街の空き店舗を活用して事業を行う創業者に対し、低利な融資を紹介する
商店街空き店舗活用支援融資（貸主特例）	商店街にある空き店舗の貸主が店舗改修を行う場合、低利な融資を紹介する
魅力ある商店街づくり資金	カラー舗装・案内板・街路灯の設置等に対し、低利な融資を紹介する
商店会共同事業資金	中元・年末売出等に対し、低利な融資を紹介する

（３）商店街活性化支援施策の課題

①商店会運営のサポート

商店街は、商店会によって維持運営されています。しかし、地域に密着した「生活拠点型商店街」を中心に、その運営が極めて困難な状況に陥っています。商店会サポート事業等、商店会運営の支援策もありますが、劇的な改善は望めない状況です。

主な意見

- ・目標やビジョンを設定していない商店会が多い。
- ・商店会が、商店会組織をマネジメントする方法を知らない。
- ・商店会リーダーが、勉強する意識を醸成することが必要だが、時間的に余裕がなく勉強会に参加できず、他の商店会の様子を見る機会も少ないという現状がある。
- ・商店会活動に携わる人が高齢化し、担い手がいなくなっている。後継者も不足している。
- ・大手販売店、チェーン店が商店会になかなか加入しない。また加入しても会費は払うが、商店会活動に参加しないところが多い。

②施策の活用方法

商店会は施策を活用することで、個店の商売に結び付けていく意識が必ずしも高いとは言えないという実態があります。また、支援を受ける場合、受ける側の体制が整っておらず、商店街活性化支援施策を十分に利用出来ていない現状も見えてきました。

主な意見

- ・商店会がイベントを行う時、客数を増やすためにどんなことをやるのか、目的意識をイベントに合わせて持ってやっているのか。支援事業を提案する行政側も、その提案を実行する商店会側も、成果を大きく出すように、コストパフォーマンス、費用対効果を最大限に出すという意志の共有が必要である。
- ・「商店会サポート事業」という制度をどのように利用しようとしているのかが大事。商店会、あるいは個店から、こんなことをサポートしてほしいということが具体的にあがってきて、商店会のレベルアップと商店会サポーターの指導とがからみあっていくといい。しかし、現状は必ずしもそうではなく、制度はあるが活用できていない状況もあるのではないか。
- ・中小企業庁の新しい支援策に、商店街の活性化策があるが、それを受ける側が、体力や気力が足りないのではないか。支援を受けるということは、受ける側も覚悟を決めて受ける体制が必要である。

商店街視察

(平成 24 年 6 月 11 日実施 専門部会「商店街」より)

専門部会「商店街」では、施策を利用した商店街を視察、商店会長からヒアリングを行い、施策の有効性を検討しました。

地域との連携

- ・商店会で行っているイベントは、子どもたちが参加できるイベントとして始まり、婦人部が中心となって運営していたが、婦人部が解散した後はPTAと連携してイベントを継続している。
- ・今後は、地域の防犯等に貢献していきたい。

中小企業大学の商店街診断を受けて気づいたこと

- ・「人通りが思ったより多く、恵まれた環境である」という診断は、商店会が持っていたイメージとギャップがあった。
- ・利用客からは、「開店時間が短い、品数が少ないので飽きてしまう」等の意見があり、ニーズにあったサービスを提供できていなかったという実態は分かったが、各商店がこの調査結果を商売に十分に活かしているとは言えない。

商店会運営の問題点

- ・会費で支払った分が商売に還元されないと脱会してしまうので、商店会に入るメリットを目に見えるような形で提示していく必要がある。
- ・商店会の中に、組織運営に携わるメンバーがいない。また、後継者の育成も難しい。
- ・商売をやめ、貸店舗にした後にはチェーン店が出店してしまうため、地域に愛着をもった店主が減っている。また、チェーン店は商店会には加入しているが、活動への参加はほとんどない。
- ・商店会で資金を集め活動を行うことが目標だが、現在は補助金がないとイベント等商店会活動は出来ない状況にある。
- ・イベントは、テレビ局移転後のまちの活性化という最初のコンセプトを変えたくないという意見が多く、イベント運営はボランティアで行っているため、イベントを通じて商売に活かそうという意識があまりない。

(4) 今後の施策のあり方

現在実施している商店街活性化支援施策は、街路灯設置の費用助成等ハード面のみならず、ソフト面においてもイベントの費用助成や新宿応援セール等様々なものがあります。しかし、商店会の組織力の低下や施策の活用が商店街の発展に結び付かない等の課題もあり、施策の方向性を見直す必要があります。

①商店会組織の運営

担い手不足、参加者の意識の低下等により、商店会の組織力は低下しています。財政面からの助成だけでなく、情報の共有やマネジメント力の強化、商店会会長をはじめとする商店会会員の勉強会等、活動を支援するための施策が必要となっています。

- ・ 商店会役員や後継者の育成、商店会の運営方法等、商店会の組織力を高める支援
- ・ 若手や女性等、次世代を育てる仕組み
- ・ 商店街活性化のための新しい取り組みに対するサポート
- ・ 商店会をサポート、指導していく外部の人材の登用
- ・ 商店会の実態に即した商店会のマネジメントやマーケティング等のアドバイス
- ・ 商店会に携わる人が学べる場の提供(参加しやすい場所や時間等を考慮)

②商店街のあり方

商店会組織の担い手が少なくなっている問題については、町会やPTA、NPO法人や企業等、地域で活動している団体等と協力して多様な参画者を増やしていくことが、解決の糸口になると考えます。

また、補助金を利用する場合は、「他団体と連携するものに対して補助する」等の条件をつけることによって、さらなる支援効果を目指していく必要があります。

- ・ 商店会が取り組む外部の組織や団体との連携・活動に対する支援
- ・ エリアマネジメント、地域ぐるみで問題解決に取り組む商店街活性化に対する支援
- ・ 地域のニーズに合わせた取り組み、地域の特性に合わせた商店街づくりに対する支援
- ・ 観光の視点で取り組む商店街活性化に対する支援

③商店街と個店

商店街の繁栄には個店の発展が必須です。商店街の枠を越え、積極的に取り組んでいる個店への支援も必要であると考えます。

- 商店街活性化に不可欠な個店の活性化のための人材の教育、後継者の育成
- 開店して日の浅い個店や若い経営者が利用しやすい助成の仕組み
- 商店街の枠を超えて個店同士が結びつき、地域の活性化に向けた取り組みに助成できる制度
- 利用ニーズに即した空き店舗対策

3. 施設

新宿区には、区立産業会館（BIZ新宿、以下「産業会館」という。）と区立高田馬場創業支援センター（以下、「創業支援センター」という。）の2つの産業振興施設があります。

産業会館は、中小企業支援の活動拠点として、事業者及び勤労者等の主体的な学習や相互交流の場を提供し、経営革新や新産業の創出を促すことにより、中小企業の活性化を推進しています。また、東京商工会議所新宿支部、新宿区商店会連合会、新宿区観光協会が入居しており、産業経済団体との連携を図っています。

創業支援センターは、区内で創業もしくは創業間もない方、また事業承継や経営を目指す方を支援する施設です。施設利用者に対し創業等に精通する職員が、必要な情報の提供や経営相談等を行い、創業の準備段階から経営改革まで必要なノウハウの習得を支援しています。

第1期は、開設して10年が経過した産業会館について検討しました。



(1) 産業会館の現状

産業会館では、会議室等の貸し出しを行い、事業者等が研修、会議、採用試験等で利用しています。また、新宿区主催の講演会やビジネス交流会等の会場としても利用しています。

平成 24 年度の稼働率は、一番稼働率のよい研修室で約 70%、全体では約 45%となっています。資料者は、産業会館の近隣の西新宿にある企業の利用が半数を占めています。また、物品の販売や入場料を徴収しての利用はできません。会議室等の貸し出し方法は、電話または窓口にて予約後、窓口にて利用申請をします。

(2) 産業会館活用の方向性と施策

産業振興プランでは、産業会館を「中小企業振興の拠点」として位置づけ、多目的ホールや研修室等の提供、実践的な講座、講演会による学習機会の提供、事業者の学習研究活動への支援等を行っています。

新宿区では、産業会館を利用して以下の施策を実施しています。

産業会館で実施する主な施策

施策	内容
産業振興フォーラム	中小企業向け講演、パネルディスカッション等
金融分科会	区と金融機関との情報交換会、イベントの実施
表彰事業	新宿ものづくりマイスター認定式 優良企業表彰式(東京商工会議所新宿支部との連携事業)
ものづくり産業体験型教室	ものづくりマイスターによる体験教室
ビジネス交流会	商談会・交流会(東京商工会議所新宿支部との連携事業)
パソコン教室	中小企業向けパソコン教室(民間事業者との協働事業)

(3) 産業会館活用の課題

産業振興プランでは、産業会館の活用方針として、インキュベーション施設機能と人材確保支援施設機能を掲げていますが、インキュベーション施設として、平成23年10月に「区立高田馬場創業支援センター」を開設しました。人材確保支援としては「就職面接会」を平成20年度より産業会館で実施していますが、産業会館のさらなる戦略的な活用の検討が必要です。

また、産業会館の認知度の低さや会議室等の貸し出し情報の発信力不足、物品販売や飲食行為の制限や予約方法の不便さ等、産業会館の利便性に問題があると考えます。

主な意見

- 産業会館は産業振興・中小企業振興のための施設として位置づけられているので、多くの中小企業や産業団体が、うまく活用できるような形にしていく必要がある。
- これだけ立派な施設があるのに戦略的な利用というのが非常に少ないと思う。区の主催でセミナーが開催されているようだが、まだまだ開拓の余地はあるのではないか。利用度が低い部分についての仕掛けづくりをする必要がある。
- BIZ新宿の存在、会議室の貸し出し情報のアピール手段を考え伝えていかないと、利用されない、利用したくても利用できないということになってしまうのではないか。
- 物品販売ができないというのは利用する中小企業にとって使い勝手が悪いのではないか。
- 飲食禁止というのは時代に逆行していると思う。最近では会議の後に飲食を伴う懇親会形式も多く、そのような場で議論する形が増えている。
- 電話でしか予約状況の確認や予約ができないというのは非常に不便である。予約状況だけでもインターネットで把握できるというのは必要だと思う。

(4) 今後の施策のあり方

①利便性の向上

現在、会議室等を利用する場合、物品販売や飲食が禁止される等の制限があります。物品販売は企業PRにもつながり、飲食を伴う会議や研修は、企業同士の交流やネットワークを広げる機会となります。中小企業が利用しやすい施設にし、稼働率を上げるためにも、利用制限を緩和する必要があります。

また、会議室等の利用予約方法の改善が必要です。

- ・ 販売行為の許可(主目的または主目的に付帯するもの)
- ・ 飲食行為の許可
- ・ 予約方法の改善

②戦略的活用

産業会館は、会議室の貸出し以外にも、新宿区の主催で講演会やビジネス交流会等、中小企業の活性化のために利用されていますが、戦略的にもう一步踏み込んだ活用が必要であると考えます。

さらに、新宿区の産業を一般の人にも周知する視点で、産業会館をとらえる必要があると考えます。

- ・ ビジネスアイデアのマッチング会の開催
- ・ 学生と中小企業経営者との交流会、現場を学ぶワークショップの開催
- ・ 民間委託による会議室等の活用の模索
- ・ 産業振興および創業支援につながる特定日の設置(イベント実施)
- ・ フリースペース、交流の場の設置
- ・ 新宿区の産業をPRする場としての活用

第4章 新宿区産業振興会議設置による成果

産業振興会議設置後、会議での意見を参考に、区の産業振興施策や事務が改善され、関係団体にも新しい取り組みが生まれ始めています。

1. 新宿区産業振興会議の意見を反映した個別施策

施策	意見	平成24年度	平成25年度
ビジネスアシスト新宿	利用事業所数を増やすべきではないか	—	年1回の募集から随時の募集に変更し、派遣回数を定めないことにより、施策の利便性を高める
	経営の質が高められる内容にする必要がある		
ビジネス交流会	実施の意義を再確認し、ビジネスチャンスの場を確立する必要がある	今まで参加者同士の交流に限られていたが、ビジネスチャンスの拡大のため、一般商談希望者を募集した(約20名参加)	年1回から年2回に回数を増やすとともに、参加者同士がさらに活発に交流できる内容で実施する
	業種を絞ったり、テーマ性を持たせる等、新宿の特性を活かした交流会を目指すべきではないか	—	デパート等のバイヤーとの商談会を実施する
ものづくり産業支援事業補助金	補助対象事業を拡大すると、もっと活用しやすくなるのではないか	—	海外進出の際の事前調査を対象項目に追加する
新宿応援セール	商店街活性化に一定の効果がある	—	継続
	新宿応援セールを成功させるために、商店街が積極的に取り組んでいる		

商店街情報収集	商店会サポーターの持っている情報を共有したい	各商店会サポーターが個別に蓄積していた商店会の情報をリスト化した	リスト化された情報を施策に活用できるよう、統計データを作成する
中小企業経営力強化事業	コンサルティングによる一般論的なアドバイスではなく、業績に直結する支援があるといい	—	営業代行やコスト改善業務を民間企業に委託し、中小企業の経営力を強化するための事業を開始する

2. 産業振興会議設置後に生まれた動き

条例の基本理念である「自助努力」する事業者への支援の意識が、産業振興会議に参加する委員、区職員へと浸透し、新たな動きが出てきています。

○商店街IT化プロジェクトの立ち上げ

新宿区の商店街、特に地域に密着した商店街は、売上げ、商店の減少により、厳しい状況が続いています。

解決策のひとつとして、「新宿区商店会連合会」と区が、インターネットを利用した売上拡大を目指すプロジェクトを立ち上げ、検討を開始しました。商店会が時代に即した手法を取り入れ、自主的に行動を起こしたことは、今後の商店街活性化のための一つの流れとなっていくと考えます。

○新宿区印刷・製本関連団体協議会の一般社団法人化

印刷・製本関連業は新宿区の地場産業として位置づけられていますが、約8割が10人未満の小規模な事業所であり、各事業所の存続が厳しい状況にあります。

そのため、それぞれの得意分野を活かし、新宿区の印刷業全体として競争力を付けるため、新宿区の地場産業団体である「新宿区印刷・製本関連団体協議会」は、平成25年3月に一般社団法人化しました。一般社団法人化することで、共同受注することができる、団体として契約することができる、官公庁の入札に参加できる等のメリットを活かし、受注拡大を目指しています。

○新宿区染色協議会による公募展の実施

染色業は、新宿区の地場産業として、区内に集積していますが、日本人の着物離れ、職人の高齢化等により事業所数は減少の一途をたどっています。

新宿が東京の染の中心であり、京都や金沢と並ぶ日本3大産地の一つでもあるということをもPRするため、新宿区の地場産業団体である「新宿区染色協議会」は、初めての試みとして、全国から作品を募集した「染色公募展」を平成25年2月に開催しました。

開催当日は、会場に全国から集まった40点の作品が並び、5,000人もの方が来場しました。公募展は職人に刺激を与え、その後の意欲的な活動に繋がっています。

○区立高田馬場創業支援センターを中心としたネットワークづくり

創業支援センターでは、創業もしくは創業して間もない方、事業継承・経営改革を目指す事業者に対し、情報提供・経営相談・オフィススペースの提供等を行っています。

地元高田馬場で創業支援センターの信頼を向上させ、ビジネスにおける地域の連携や活性化に貢献する必要があるとの考えにより、平成24年から「地域活性化勉強会」やセミナーを開催しています。参加者は、創業支援センター入居者だけでなく、高田馬場周辺の商店主、事業者、金融機関、教育機関、行政職員等様々な分野から地域振興を考える人々が集まり、ネットワークを作っています。その活動の中から、地域の活性化、入居者やセンター退所後独立開業した事業者の支援を目指しています。



○産業と観光の連携

産業と観光は切り離して考えられません。一方で、新宿駅周辺には、多くのホテルがあるにも関わらず、区との接点はあまりありませんでした。このような状況を受け、区では、新宿駅周辺のホテルへ地場産業の商品の紹介やイベントの周知を行う等、観光の側面から地域産業の支援を始めました。

また、新宿のまちに多くの人々を惹きつけ、新たな魅力の創造を図ることを目的に、平成25年3月までの3年間を設置期間とした「新宿シティプロモーション推進協議会」を設置し総合的なPR活動を行ってきました。しかし、さらに都市間競争が高まる中、新宿のまちを総合的・戦略的に発信していく組織体制を構築していくことが必要です。そのため、平成26年3月まで期間を延長するとともに構成団体を拡充し「ALL新宿」の魅力の創造と発信を担う組織体制について検討を行っています。

○区職員によるマッチングのコーディネート

企業同士や、デザイナーと企業のマッチングは企業の業績を伸ばす上で大きな役割を持っていますが、有効なマッチングが難しいという現状があります。

区では、ビジネス交流会で交流した区内中小企業や、先進事例を持つ自治体への訪問をきっかけに、紹介されたデザイナーと地場産業団体とのマッチングを行い、販路拡大、製品化等の実績に結び付けています。

○産業振興会議発のネットワーク構築

産業振興会議には、様々な団体の代表が参加しています。しかし、それぞれの団体がどのような活動を行っているのか、お互いに知らないことも多く、個々に活動しているといった状態でしたが、2年間の会議を通し、委員間でのネットワークが構築され始めました。

今後は、過去の委員も含め、つながりを強化し、このネットワークを区内全体に広めていくことで、更なる産業の振興につなげていく必要があります。

3. 新宿区産業振興会議の注目事例

産業振興会議では、いくつかの事例に注目し、引き続き新宿区の産業振興施策を検討する上で参考にしていきます。

○染の小道

「染の小道」は、落合・中井を「染めのまち」として日本や世界へ発信すること、そして、地域が大切にしてきた価値や環境を多くの方々に直接体験してもらい、地域の活性化につなげることを目的とした、住民主体のイベントです。妙正寺川の川面を反物で飾り、商店街店舗の軒先に、作家や学生が制作したのれんを展示しています。

「染の小道」の来場者は年々増え、平成25年の来場者推計は、14,000人となっています。イベントは、地場産業の染色を核に、商店、染色業者、地域の住民が協力し、地域の活性化を目指し開催されています。このように地域全体を巻き込んで成功している地域活性化事例として注目しました。



○商店街

区内商店街の参考事例として、西早稲田商店会と神楽坂の商店街を取り上げました。

西早稲田商店会は、「源兵衛子育て地蔵」という地域の資源を発掘し、地元のシンボルとして活用、商店会の活性化を行っています。この子育て地蔵は、古くから地域の人々に親しまれてきました。長年、商店会が管理していたこともあり、商店街のフラッグや商店街マップにも子育て地蔵をあしらい、子育て地蔵にちなんだ縁日も開催しています。もともと地域にあったものを見つめ直すことによって、商店街の活性化が成功している例です。

また、全国的に有名になった神楽坂の商店街では、地元のボランティアの人たちが、多くの人を巻き込んで活動した結果、現在の神楽坂のブランドを確立しました。神楽坂でも廃業する店舗が多くなり、賑わいが少しずつ失われている時期がありました。その中で、大きな再開発を行うのではなく、路地や街並みのたたずまいを活かしたまちづくりを行った結果、神楽坂のイメージは大きく向上し、今では、住んでみたいまちの上位に入っているようになっています。昔ながらの情緒があるまちというイメージを大切にし、まちのブランドづくりに成功した例といえます。

○産学連携

「早稲田地球感謝祭」は毎年、早稲田大学のキャンパスを会場に、早稲田大学周辺の商店会と、早稲田大学学生の有志とが協力して開催しているイベントです。環境、防災、地域コミュニティ、健康、芸術・文化、世代間交流、地域交流等を切り口にしたイベントを通し、早稲田の街で人々が出会い・関わることによって街が賑わい・元気になること、「早稲田の街の元気づくり・活性化」を目的としています。毎年延3万人が来場し、大学と地域との連携が成功している事例と言えます。

○金融機関との連携

帯広市では、市職員と金融機関職員がお互いに出向し、地域の中小企業をサポートしています。双方が何をやっているかを十分に理解することで、中小企業にとって一番いい支援策を提案できるように連携を行っています。自治体と金融機関が同じ目的に向かって連携をしている事例の一つです。

○企業訪問

東大阪市では、市職員が直接企業を訪問し、情報を徹底的に収集しています。市内にどのような企業があるかを把握し、どの企業にどのような施策が有効かを理解した上で産業振興策を進めています。企業を知ることの重要性を認識することが出来る、有効な事例です。

第5章 来期に向けて

第3章で述べてきたとおり、第1期では、専門部会で取り上げた「中小企業」「商店街」「施設」の3つのテーマを中心に検討を重ねてきました。

第2期では、それぞれのテーマについて議論を深めていくほか、産業振興会議のあり方、第1期で検討できなかったテーマに検討事項を拡大してする必要があります。

産業振興会議のあり方

- ・参加関係機関の連携

産業振興会議には、産業経済団体や金融機関、教育機関等の関係者が参加していますが、それぞれの団体が新宿区の産業振興のために活動しています。各団体の活動について情報を共有し、お互いがどのように協力していくことができるのか検討する必要があります。

- ・議論を実現する組織形態

産業振興会議での議論を議論のまま終わらせるのではなく、それらを実現可能な提言にするため、より実践的なプロジェクトチームを作る等、一歩進んだ組織形態を目指すべきと考えています。

第2期での新たな検討事項

- ・新宿区の特性を活かした産業振興

新宿区は、飲食業・サービス業等が集積している、医療機関が多い、外国籍住民が多い等の特徴があります。このような新宿区の特性を活かした産業振興とは何かを考え、区内企業の発展につながる産業振興施策を検討する必要があります。

- ・観光と一体化した産業振興

産業と観光は切り離して考えることは出来ません。新宿区は、国内だけでなく海外からも多くの方が訪れています。大都市の観光をどういう形で産業として位置づけて展開していくのかは難しい内容ですが、実現可能な観光産業を考えていく必要があります。

- ネットワークの構築

産業の新しい動きは、企業同士等のつながり、ネットワークから生まれます。ネットワークをどうやって作っていくのか、そのために行政としてできることは何かを議論する必要があります。また、エリアマネジメントをもとに、地域住民、事業者、商店街等地域全体で産業振興を検討する必要があります。

- 人材育成

商店街や事業者は、後継者や事業継承と言った問題を抱えています。これからの産業を担っていく人材を育成し、いかに事業を継続していくかが、検討課題の一つです。さらに、創業支援センターは、初期段階の創業を支援していますが、その後の段階的なサポート体制を整えていくべきと考えています。

これらは、新宿区の産業振興を検討する上で必要な項目であると考えています。産業振興会議は区の産業振興施策について議論をするだけの場ではなく、より具体的に施策に意見を反映させ、新しい動きを作るきっかけとなる場として機能するよう目指します。

第6章 第1期各委員のコメント

「新宿区産業振興会議 第1期を終えて」

会長 植田 浩史 / 慶応義塾大学経済学部教授

新宿区の条例は、今後の日本の大都市の地域産業振興の方向性を示唆する。それだけに、産業振興会議のスタートは正直大変だったが、着実な成果もあった。

第1に、地域産業や中小企業が抱えている問題を洗い出し、共有し、議論できた。振興会議は、審議の場であると同時に創造の場にしなければならない。創造のためには、率直な議論と情報の共有が不可欠であり、その土台は築くことができたと思う。

第2に、会議での議論が、各現場で活動されている委員さんたちや行政の新しい動きを生み出すことに多少なりとも貢献できたことである。

第3に、とはいえ、各機関の取り組みのネットワーク化等、課題も残されている。今後とも活発な議論と創造の場としての役割を期待している。

副会長 河藤 佳彦 / 高崎経済大学地域政策学部教授

新宿区は、「基本構想」、「総合計画」に基づく「産業振興プラン」の策定や「産業振興基本条例」の制定等により産業政策の理念目的体系を整え、更に地域の事業者や区民が参画する「産業振興会議」を設置し、実践的な産業政策の企画立案体制を整えました。これは、全国的にも注目すべきことだと思います。

産業振興会議には今後とも、商業・サービス業の一大集積地という新宿区の優位性の有効活用、区民生活に密着した商店街、中小企業や地場産業、観光産業の振興等により新宿区の経済力と魅力を高める方策について、継続的に議論し提言していくことが求められると思います。

副会長 川名 和美 / 高千穂大学経営学部教授

新宿というと、高層ビルや繁華街のイメージが強いですが、区内には印刷、情報やサービス関連等の都市型産業や、染色等の昔からの伝統産業、さらには学生街をささえる商店街もあり、その多くは中小企業で構成されています。また次世代の中小企業を育てるためのインキュベーション施設も高田馬場に設置され、創業の中心地となっていくポテンシャルの高い区でもあります。

産業振興会議では、そうした国際性と業種のバラエティ豊かな多様性のある新宿区の個性を引き出すにはどうしたらいいのかを考えていきました。

松尾 武司 / 公募区民

本報告書は意欲的である。多様な新宿の現状を踏まえ、やる気ある事業者をどの様に振興するか率直な議論と問題提起や提案が行われている。その上で、さらなる成功情報の収集と分析、施策とする際の具体的な形、周知方法の3点が今後の会議に求められている。

また、議論の過程において各委員や産業振興課職員に、より前向きな意識改革が見受けられた。エンパワメント作用として委員間の繋がりや試み、そして、産業振興課としての新たな取り組みといった、会議から生まれた成果を目にすることで、私個人としても自分が持つリソースをこれまで以上に活かし貢献できればと考えている。こうした変化は会議そのものが人材育成の場になったのではないかと考えている。

産業振興は各事業者の自助努力は勿論のこと、新宿という地域の力と連携していくことが望ましい。文化や観光も対象とすることで可能性は大きく広がると言える。

下吹越 一孝 / 公募事業者

新宿区内の産業振興のために、実に多くの意義ある施策が新宿区によって講じられていることについて、産業振興会議の委員に選任され、改めて認識することとなりました。これらの施策が真にその目的を達成するためには、それらの施策が地元の企業や団体のニーズにマッチしていることと、そのような施策がそれを必要とする企業等に周知せられていることが必要です。そしてもっと必要なことは、それらの施策を活用して企業等が自ら努力すること。その意味で企業等が自助努力する環境を作ることも重要な施策であろうと考える次第です。

渡邊 裕晃 / 公募事業者

2009年10月に始まる「産業振興条例に関する懇談会」を含めると、委員として約3年半、このプロジェクトに携わることができました。心の底から新宿を愛する「新宿 Love!」なメンバーばかり。そんな委員の皆様に囲まれて、新宿の素晴らしさ、そして今後の潜在力と可能性の大きさを教えられました。「産業振興会議」の定例会のみならず、日常の場においても「新宿の未来を語りあう」交流が頻繁に行われていけば、新宿はもっともっと素晴らしい街になるだろうと確信しました。それはまさに「地域コミュニティ」や「地縁」というものを尊ぶ場ですが、そういう環境づくりこそが、新宿のさらなる振興に、また、日本の再生の原動力に直結するような気がしてなりません。「地域に根差して未来を語りあう」その大事さを改めて教えられた思いです。

志村 一夫 / 新宿区商店会連合会

「活力あふれた力強い商店街づくり」を目標に日夜努力している私たち商店会連合会ですが、取り巻く環境は厳しく、少子化、高齢化による顧客ニーズとマーケットの変化、大型店、コンビニエンスストアの進出等による競争の激化等の外部要因と店主の高齢化、後継者不足等の内部要因に加えて、高層ビル化による商店街の消滅等多くの障害に妨げられ、商店数の減少、組織力の低下を余儀なくされている現状です。しかし、その逆境にも負けず新宿という知名度の高い立地を有利にして、創意工夫と自助努力によって商店街を発展させるのは私たちの使命です。

今、商店街は変革期にあるといえましょう。スマートフォン、タブレット等IT機器を利用した新しい販促システム等、変化に対応した新しいマーケットの創造に挑戦していかなくてはならないと思っています。

新宿の商店街活性化のために皆様のご援助とご指導をお願いいたします。

加藤 仁 / 新宿区印刷・製本関連団体協議会

印刷関連業界の立場から第1期を振り返ってみた時、他の業種と比べてみてもわれわれ業界が大転換期を迎えていることを痛感した。24年度、新宿区のアドバイスで新宿区印刷・製本関連団体協議会は一般社団法人化の設立を成し遂げることができた。求められているものを実現化していくためには、柔軟で広い視野と誰よりも俊敏な行動力で、つまるところ若い頭脳を持って積極的に活動・活躍するということだろうか。幸いにして新宿区という地の利を活かして異業種間の垣根を超えた交流も可能である。

新たな組織で施策を実施し、業界の発展あるいは他業種との交流の機会が与えられたと期待している。

富田 篤 / 新宿区染色協議会

新宿の染色業は、日本の三大染色産地が京都・金沢・新宿(東京)であるにもかかわらず、認知されていないので、マスコミへの宣伝の強化が求められます。中井の「染の小道」のイベントでの集客は14,000人と成功していますが、常設で実演披露や作品を展示できる基地を作る必要があります。また、着物離れの対策として、着付けでなく着方講座を実施して着物を着ることができる人を増やすことも、地場産業振興のための施策としては有効であると考えます。

他にも「洋装・雑貨等の染色」への転換を検討する必要があり、区はそれらの活動の後方支援を年度ごとに指針目標を明示して実施していくべきではないでしょうか。

染色業もファッション業界、流通業界等色々な業種とマッチングしていく必要もあるので、ビジネス交流会及び多様な相談業務にもきめ細かな対応を期待しています。

益田 佳代子 / 東京商工会議所新宿支部

東京商工会議所新宿支部から会議に参加する機会を頂き、心から感謝申し上げます。

地域産業の振興には、中小企業の活性化が絶対条件です。大地震、不況を乗り越えての活性化は、企業の自助努力だけでは及びません。行政等からの支援の情報を受け取ったり、逆に企業自身の情報（コマーシャル的な事）を他に知ってもらう為には、行政、商工会議所、商店街、組合等を含めた大きなソーシャルネットワークの構築がキーポイントになると感じました。

酒井 学雄 / 東京中小企業家同友会新宿支部

条例の理念は、『新宿力』で創造する、やすらぎとにぎわいのまち』を目標とする中小企業支援施策の指針と学びました。一方、同友会の理念は、『良い会社をつくろう』『良い経営者になろう』『良い経営環境をつくろう』です。共通の理念を感じました。

会議では、伝統産業と商店街の活性化、新宿駅周辺の商業の活性化と文化情報の発信が、重要なテーマであり、継続的施策が必要であること等を再認識させられました。更なる情報発信が必要と感じます。今後も、同友会の活動を通して情報発信に努力していきたいと思えます。

河島 正日 / 東京三協信用金庫業務部

産業振興会議に委員として参加させていただき、私自身非常に勉強になりました。地域密着型金融機関である信用金庫として「中小企業」「商店街」「施設」の検討テーマは正に信用金庫としての検討テーマでもあり、中小企業また地元商店街が抱えている問題点について、委員の意見、提案等生の声を聴くことができ、今後活かしていきたいと考えております。

第1期では、具体的な目標の設定に課題を残しましたが、今後本会議活性化していく手応えを感じました。また、新宿区内に店舗を構える11信用金庫25店舗で構成されている「新宿区しんきん協議会」との提携も視野に入れていけばと考えます。

奥山 龍一 / 早稲田大学教務部社会連携推進室

今回この会議に参加し多くの示唆を与えて頂いた委員、関係者の皆様に御礼を申し上げます。私は大学の社会連携に携わっているが、地域と学生の連携が重要なテーマになっている。特に商店会や地域企業の役割は大きいですが、それは研究対象としてではなく、人材育成フィールドとしての価値である。それは学生や地域人材の育成という点で産業発展に寄与する。最近、学生との議論の中で「地域とは共有する事」という印象的な一言があった。地域における産業・企業活動は、この「共有」という考え方を根底に据えるべきである。商店会や地域企業は「共有すべき地域との連携」というクライテリアを持つことで、生き残っていくであろうと強く感じた。

おわりに

平成 23 年 8 月にスタートした、第 1 期の産業振興会議は、従前の「(仮称) 新宿区産業振興基本条例に関する懇談会」の熱意を引き継ぎ、委員一人ひとりが新宿の更なる産業振興を想い、2 年間にわたり真剣に議論を重ねてきました。

今回の報告書は、新宿区内の「中小企業」「商店街」「産業振興施設」を重点に検討し、その結果を報告するものです。ぜひ本報告書の趣旨を踏まえた施策を実現し、新宿区の産業が活性化されるよう願っています。

また、会議のなかでは、サービス業や I T 関連業等の振興策についての議論も少なからずありました。今後は、多種多様な産業を抱える新宿区の特徴を踏まえた産業振興策の検討を行っていく必要があると考えます。

最後に、どのような施策を用意しても、その効果を十分に発揮するためには、事業者の創意工夫や自助努力と共に、区、商店会、産業経済団体、金融機関、教育機関が一体となっていくことが重要です。我々委員一同は、この新宿区産業振興基本条例に掲げた理念を踏まえつつ「活力ある産業が芽吹くまち」の実現を願って止みません。

資料編

1. 新宿区の産業

○事業所数・従業者数(※)

事業所数 32,209 所 / 従業者数 631,869 人

[東京都区部 事業所数、従業者数 (上位5区)]

順位	事業所数		従業者数	
	東京都		東京都	
	東京都	628,744	東京都	8,749,182
	特別区部	499,859	特別区部	7,298,756
1	中央区	37,492	港区	977,092
2	港区	37,348	千代田区	848,418
3	新宿区	32,209	中央区	727,673
4	千代田区	32,182	新宿区	631,869
5	大田区	30,530	渋谷区	441,892

○事業所数・従業者数の増減(※)

[事業所数]

	平成24年	平成21年	増減数	増減率
全国	5,465,578	6,002,730	-537,152	-8.9%
東京都	628,744	692,112	-63,368	-9.2%
特別区部	499,859	552,349	-52,490	-9.5%
新宿区	32,209	35,082	-2,873	-8.2%

[従業者数]

	平成24年	平成21年	増減数	増減率
全国	56,324,082	60,991,824	-4,667,742	-7.7%
東京都	8,749,182	9,271,914	-522,732	-5.6%
特別区部	7,298,756	7,695,399	-396,643	-5.2%
新宿区	631,869	647,878	-16,009	-2.5%

(※)全産業のうち「公務」および事業内容等不詳を除く

[平成24年経済センサス-活動調査 速報集計(事業所に関する集計) 平成24年2月1日現在]

[平成21年経済センサス-基礎調査(事業所に関する集計) 平成21年7月1日現在]

○産業の構成

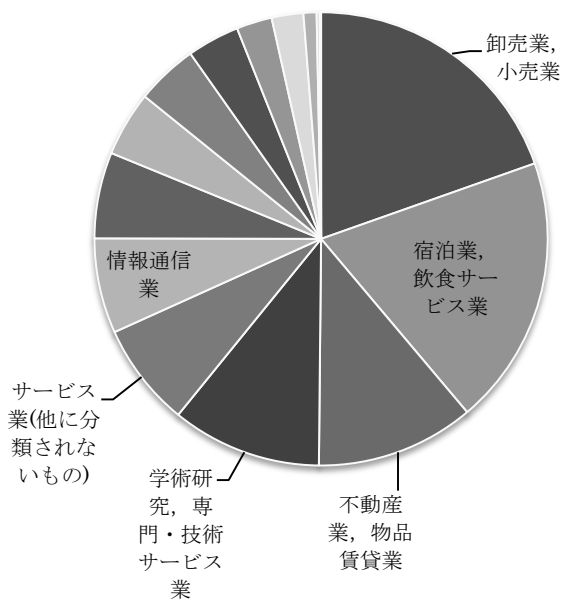
〔事業所数〕

順位	産業大分類	事業所数	構成比
1位	卸売業, 小売業	6,312	19.6%
2位	宿泊業, 飲食サービス業	6,202	19.3%
3位	不動産業, 物品賃貸業	3,640	11.3%
4位	学術研究, 専門・技術サービス業	3,447	10.7%
5位	サービス業(他に分類されないもの)	2,383	7.4%

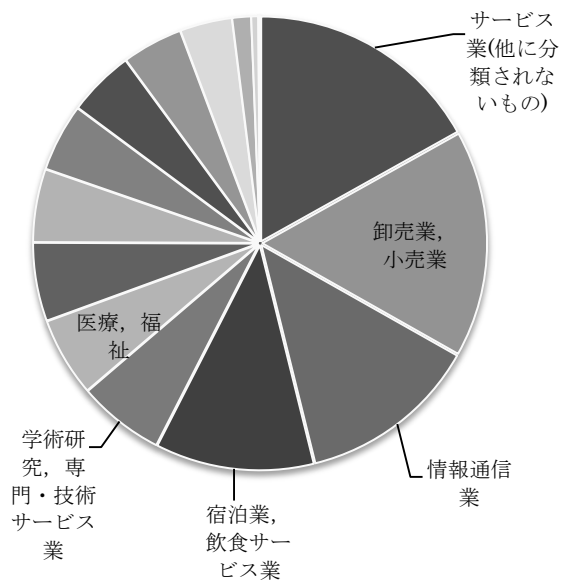
〔従業者数〕

順位	産業大分類	従業者数	構成比
1位	サービス業(他に分類されないもの)	106,772	16.9%
2位	卸売業, 小売業	102,891	16.3%
3位	情報通信業	81,880	13.0%
4位	宿泊業, 飲食サービス業	71,951	11.4%
5位	学術研究, 専門・技術サービス業	39,275	6.2%

〔事業所構成〕



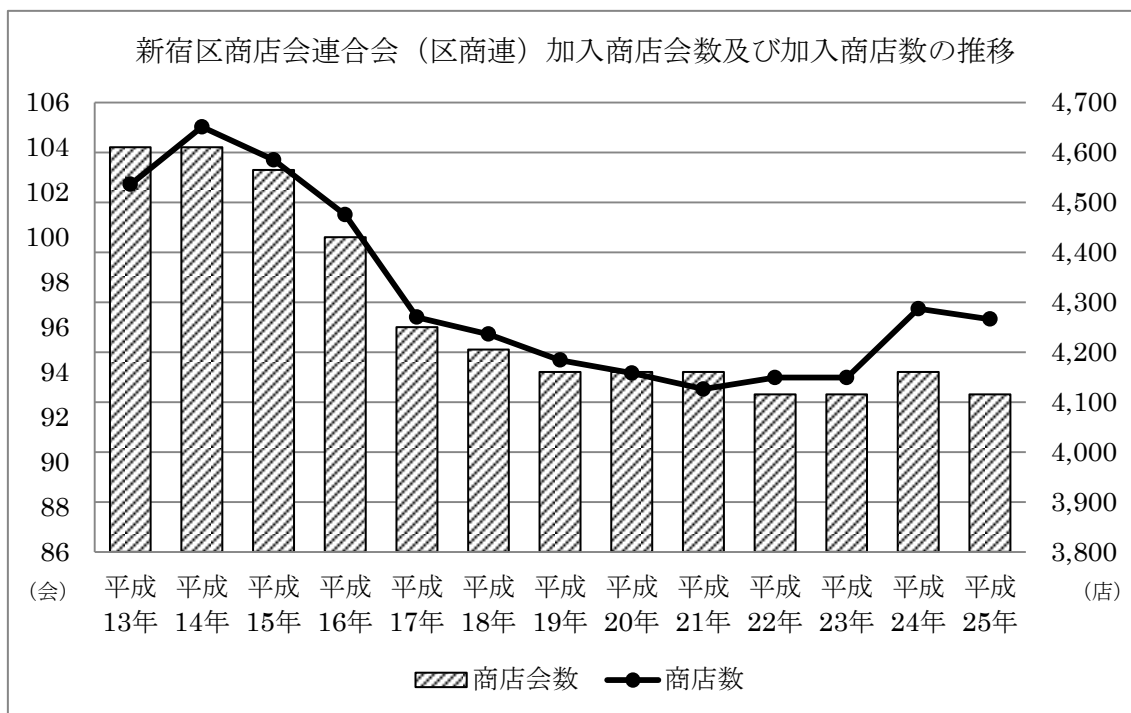
〔従業者構成〕



〔平成24年経済センサス - 活動調査 速報集計(事業所に関する集計) 平成24年2月1日現在〕

○商店街

商店会 109 商店会
 区商店会連合会加入商店会 93 商店会
 区商店会連合会加入商店数 4,266 店舗



(平成 25 年 3 月 31 日現在)

2. 新宿区的主要産業振興施策

ものづくり産業の支援	
①新宿ものづくり マイスター認定制 度	区内ものづくり産業の同一業種に10年以上勤め、後進の指導をし優れた技術・技能を持つ技術者を新宿ものづくりマイスター「技の名匠」として認定し、地場産業を含むものづくり産業の新たな技術者の育成や振興を図ります。
②ものづくり産業 体験型教室	新宿ものづくりマイスター「技の名匠」や地場産業等の認知度を向上させるため、体験型教室を新宿区立産業会館（BIZ新宿）等において実施します。
③後継者育成支援	地場産業（染色業、印刷・製本関連業）の新たな技術者を育成するため、研修生を受け入れる事業所等に対し、材料費等の運営費の一部を補助します。26年度からは補助の対象を区内ものづくり産業に広げ、新たな技術者を育成します。
ものづくり産業支援 事業助成	区内で、ものづくり産業を営む中小企業者等が実施する、新製品開発・技術開発・販路拡大等の事業費用の一部に補助金を交付し、企業支援、地域産業の活性化を図ります。
高田馬場創業支援セ ンターによる事業の 推進	高田馬場創業支援センターにおいて、地域産業の賑わいや活性化等区内の産業振興に寄与する事業を創業等（第二創業、経営改革を含む）しようとする方に、「場」の提供とともに専門家による育成支援を行います。
産業振興会議の運営	産業振興をより一層推進するとともに、効果的・効率的に施策を実施していくため、条例に基づき設置された新宿区産業振興会議を運営します。
中小企業向け制度融 資	中小企業の事業資金（運転・設備資金、環境改善・情報技術の導入資金等）の融資が低利で利用できるよう取扱金融機関への紹介を行います。あわせて、利子補給や信用保証協会の保証料の助成を行います。
商工相談	商工相談員が、区内中小企業に適切な助言及び診断を行うことを通じて、中小企業等の振興発展を図ります。
産業振興フォーラム の実施	新たなビジネスチャンスの創出や製品・技術開発のきっかけづくり、経営課題・地域課題についての意見交換等を目的に「産業振興フォーラム」並びに分科会を開催します。
ビジネスアシスト新 宿による経営支援	区内中小企業の経営改善や、文化創造産業の育成等を目指して、経営・財務・税務等の専門家が育成企業を長期間継続して訪問し、育成企業の発展段階に応じてタイムリーかつ的確なアドバイスを行い、企業の成長・発展をサポートします。
産業コーディネータ ーの活用	産業振興に関する専門的知識を有する学識者等を産業コーディネーターとして委嘱し、区内企業の経営改革・活性化のための事業の実施に活かします。
優良企業表彰	東京商工会議所新宿支部と共催し、経営革新・基盤の強化に取り組む中小企業を対象に、産業の振興と地域経済の活性化に貢献した企業を表彰します。また、受賞企業のPRのための「ビジネス交流会」を開催しています。

中小企業向けパソコン教室の運営	区内中小企業のIT化促進、勤労者のスキルアップ等を図るため、民間事業者との協働により、実践的で多様なコース設定をしたパソコン教室を、BIZ新宿で、年間200コース、のべ1,000名程度の規模で実施します。
地場産業団体の展示費等支援	地場産業の各団体が自主的・自立的に取り組む事業に対して、経費の一部を助成し、地場産業全体の活性化を図ります。
地場産業団体分担金等	区の地場産業である印刷・製本関連産業及び染色業の業界が厳しい経営環境にある中、振興策として総合的な育成及び振興事業を実施します。
地場産業振興小野基金利子の運用	区の地場産業の育成のため、地場産業団体と定期的に調整を図りながら、地場産業振興小野基金利子を活用します。
新宿ビズタウンネット	区内産業や新宿が持つ魅力（区内の産業振興関連のイベント等）を、インターネットを活用して動画情報として配信し、対外的な発信力を高め、にぎわい・交流・活力あるまちの実現を目指します。
新宿ビズタウンニュース	区の産業振興施策や各種産業情報を提供するため、区内の中小企業者、商店街関係者向けに「新宿ビズタウンニュース」を四半期ごとに発行します。
産業会館の管理運営	中小企業支援の活動拠点としての位置付けに基づき、産業関係者の主体的な学習や相互交流の場を提供し、経営革新や新産業の創出を促すことにより、区内中小企業の活性化を推進します。
にぎわいと魅力あふれる商店街支援	商店会等が実施する、まちのにぎわいや交流を創出するためのイベントや商店街の魅力を高めるための施設整備（改装等）に対して、必要な費用の助成を行うことで、商店街の活性化を図ります。
環境に配慮した商店街づくりの推進	商店会等が実施する、商店街路灯のLED街路灯への設置・切替や、ソーラー・ハイブリッド型街路灯の設置・切替等の環境対策への取り組みに対し必要な費用の助成を行うことで、環境に配慮した商店街づくりを推進します。
商店街空き店舗活用支援融資	
①中小企業向け制度融資 創業資金（商店街空き店舗借主特例）	商店街にある空き店舗を活用して事業を行う創業者に対し、低利な融資（利息、貸付信用保証料を区が全額補助）を紹介することで、活力ある創業者を商店街に誘致し、賑わいあふれる商店街を創出します。
②中小企業向け制度融資 店舗改装資金（商店街空き店舗貸主特例）	商店街にある空き店舗の家主に対し、店舗改修を目的とした低利な融資（利息、貸付信用保証料（上限あり）を区が全額補助）を紹介し、家主が空き店舗を貸し出すためのサポートを行うことで、商店街に活力ある事業者を呼び込み、商店街の空き店舗の減少を図ります。
生鮮三品小売店活性化事業	区民に新鮮で良質な生鮮三品（鮮魚・青果・食肉食鳥）を提供するために充足した「新宿区生鮮三品特販組合」が行う特価販売、消費者との交流事業等の自主的な活動に対する支援を行います。

商店会サポート事業	区内の商店会及び同業組合に適切な助言を行うことができる専門知識のある職員を、商店会サポーター（専門非常勤職員）として採用し、配置します。
新宿区商店会連合会への事業助成	地域商業の振興を図るため、新宿区商店会連合会が主催する、こだわりを持った品揃え・顧客サービス等が地域から高く評価されている店舗を表彰する事業（『金賞』新宿区商店会連合会推奨）への助成を行います。
地域商業イメージアップ促進事業	区内で活動する同業組合等が自主的に行う、商店街の活性化につながる事業に対し、必要な経費の助成を行い、支援することで地域経済の活性化を図ります。
商店街消費拡大推進事業	地域の消費拡大と商店街の活性化のため、新宿区商店会連合会が主催する、商店街での買い物に対し金券が当たる事業（「新宿応援セール」）への助成を行います。

3. 第1期委員名簿

No.	氏名	区分	肩書等
1	植田 浩史	学識経験者	慶應義塾大学 経済学部教授
2	河藤 佳彦	学識経験者	高崎経済大学 地域政策学部教授
3	川名 和美	学識経験者	高千穂大学 経営学部教授
4	松尾 武司	区民	公募区民
5	下吹越 一孝	事業者	公募事業者
6	渡邊 裕晃	事業者	公募事業者
7	志村 一夫	商店会	新宿区商店会連合会 副会長
8	加藤 仁	産業経済団体	新宿区印刷・製本関連団体協議会 会長
9	富田 篤	産業経済団体	新宿区染色協議会 会長
10	益田 佳代子	産業経済団体	東京商工会議所新宿支部
11	酒井 学雄	産業経済団体	東京中小企業家同友会新宿支部 副支部長
12	河島 正日	金融機関	東京三協信用金庫 業務部部長
13	奥山 龍一	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室副室長

※産業振興基本条例に規定する区分順（同一区分では、氏名または団体名の50音順）に記載しています。

※肩書等は平成23年8月委嘱当時のもの。

○専門部会名簿

〔商店街〕

No.	氏名	区分	肩書等
1	植田 浩史	学識経験者	会長 慶應義塾大学 経済学部教授
2	川名 和美	学識経験者	副会長 高千穂大学 経営学部教授
3	松尾 武司	区民	公募区民
4	志村 一夫	商店会	新宿区商店会連合会 副会長
5	奥山 龍一	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室副室長

〔中小企業〕

No.	氏名	区分	肩書等
1	植田 浩史	学識経験者	会長 慶應義塾大学 経済学部教授
2	河藤 佳彦	学識経験者	副会長 高崎経済大学 地域政策学部教授
3	松尾 武司	区民	公募区民
4	下吹越 一孝	事業者	公募事業者
5	益田 佳代子	産業経済団体	東京商工会議所新宿支部

〔施設〕

No.	氏名	区分	肩書等
1	植田 浩史	学識経験者	会長 慶應義塾大学 経済学部教授
2	川名 和美	学識経験者	副会長 高千穂大学 経営学部教授
3	渡邊 裕晃	事業者	公募事業者

4. 開催実績

年度	回	日時	会場	主な議事、検討内容
23年度	第1回	平成23年8月23日(火) 午後3時～5時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・委嘱状交付 ・会長および副会長選出 ・区の概要 ・産業振興会議の展開
	第2回	平成24年2月6日(月) 午後3時～5時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興基本条例と区の施策 ・専門部会の設置
24年度	第1回	平成24年5月7日(月) 午後3時～5時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「商店街」および「中小企業」に関する現状・課題点の把握
	第2回	平成24年9月3日(月) 午後3時～5時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「商店街」および「中小企業」の実施報告 ・専門部会「施設」に関する現状把握
	第3回	平成25年1月28日(月)	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「施設」の実施報告 ・第1期報告書作成に向けて
25年度	第1回	平成25年4月16日(火)	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・第1期報告書案検討
	第2回	平成25年7月2日(火)	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・第1期報告書案検討

専門部会

テーマ	日時	会場	検討内容
商店街	平成24年6月11日(月) 午後3時～5時15分	あけぼの橋通り商店街 (住吉町商工会)	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街視察 ・住吉町商工会会長との懇談
		男女共同参画センター 「ウィズ新宿」	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の課題、方向性 ・商店街施策の方向性
中小企業	平成24年7月23日(月) 午後3時～5時	産業会館(BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・企業ヒアリング ・区の取り組み、施策の方向性
施設	平成24年11月19日(月) 午後3時～5時	産業会館(BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・産業会館内見学 ・産業会館の活用の方向性

5. 新宿区産業振興基本条例

新宿区条例第9号

新宿のまちは、先進性を持つ国際色あふれるにぎやかな姿を見せる一方で、歴史と伝統が息づく緑豊かなやすらぎのある姿を見せる個性豊かな都市として発展を遂げてきた。暮らしの場、働く場、学びの場、集いの場として多くの人々が行き交う中で、多種多様な価値や文化を受け入れ、活力ある産業を育み、その魅力を向上させてきた。

産業は、私たちの生活と地域社会に密接な関わりを持つものである。産業は、私たちの生活に必要とされる様々な物やサービスを提供するとともに、それらの物やサービスの循環を通じて新たな物やサービスを生み出し、地域ににぎわいと豊かさをもたらし、私たちの生活を向上させ、地域社会を発展させてきた。

私たちは、新宿のまちにおいて産業が果たす役割が、将来においても変わることなく重要なものであると確信する。

しかしながら、新宿のまちを取り巻く環境は日々目まぐるしく変化し、社会構造の変化や生活様式の多様化により、中小企業者を始めとする事業者や商店街の活力を維持向上させるための環境は厳しさを増している。このような環境の改善に向けた取組を一層充実させるとともに、社会経済状況の変化に適応することができる創造力のある産業やその担い手を育成する必要性が生じている。

こうした事態に対処するためには、区民、事業者、商店会、産業経済団体、金融機関、教育研究機関及び新宿区その他産業に関わるすべてのものが、それぞれの役割を自覚し、一体となって「活力ある産業が芽吹くまち」の実現を目指し、それによって産業の振興を推進していく必要がある。

ここに、産業の振興についての基本理念を明らかにしてその方向性を示し、産業の振興を総合的かつ恒常的に推進していくため、この条例を制定する。

(目的)

第1条 この条例は、新宿区（以下「区」という。）における産業が区民生活及び地域社会にとって重要な役割を果たしていることに鑑み、区における産業の振興（以下「産業振興」という。）に関する基本理念を定め、区の責務並びに事業者、商店会、産業経済団体、金融機関、教育研究機関及び区民の役割を明らかにすることにより、産業振興の総合的かつ恒常的な推進を図り、もって区民生活の向上及び地域社会の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

(1) 区民 区の区域内（以下「区内」という。）に住所を有する者、区内に存する事務所

又は事業所に勤務する者、区内に存する学校に在学する者及び区内において活動する者をいう。

- (2) 事業者 区内において事業を行うものをいう。
- (3) 商店会 区内における商店街の振興を目的として組織する団体をいう。
- (4) 産業経済団体 区内に存する商工会議所その他の産業の振興を図ることを目的として組織する団体をいう。
- (5) 金融機関 区内において事業を行う銀行、信用金庫、信用組合その他の機関をいう。
- (6) 教育研究機関 区内において産業振興に資する調査研究及び教育を行う大学その他の機関をいう。

(基本理念)

第 3 条 産業振興は、事業者が創意工夫及び自助努力に基づく事業活動を行うとともに、区、商店会、産業経済団体等が一体となって、当該事業活動を促進することを基本とする。

- 2 産業振興は、中小企業者の活力ある成長と発展を目指すことを基本とする。
- 3 産業振興は、商店街の発展と活性化を図ることを基本とする。
- 4 産業振興は、社会経済状況の変化に適切に対処するため、創業のための環境を整備するとともに、創造力のある産業を育成することを基本とする。

(区の責務)

第 4 条 区は、前条に規定する基本理念に基づき、次に掲げる事項を基本的施策として実施するものとする。

- (1) 事業者の創意工夫及び自助努力に基づく事業活動を支援すること。
 - (2) 産業振興に関するネットワークを形成すること。
 - (3) 産業に関する情報を収集し、及び発信すること。
 - (4) 産業振興を担う人材を発掘し、及び育成すること。
 - (5) 社会経済状況の変化に適応する事業転換を支援すること。
 - (6) 創業及び事業承継のための環境を整備すること。
 - (7) 創造力のある産業を育成すること。
 - (8) 中小企業者の活力ある成長と発展のための取組を行うこと。
 - (9) 地場産業の持続ある発展のための取組を行うこと。
 - (10) 商店街の発展と活性化のための取組を行うこと。
- 2 区は、前項の基本的施策（以下「基本的施策」という。）を実施するに当たっては、必要に応じて区民、事業者、商店会、産業経済団体、金融機関及び教育研究機関との連携を図るものとする。
 - 3 区は、基本的施策を効果的かつ効率的に実施するため、都市計画、文化、福祉、教育、環境等の施策との調整を図り、産業振興に関する総合的な計画を定めるものとする。
 - 4 区は、基本的施策を実施するに当たっては、組織体制を整備するとともに、財政上の

措置を講ずるものとする。

(事業者の役割)

第 5 条 事業者は、創意工夫及び自助努力に基づく事業活動を行うとともに、経営基盤の強化、当該事業活動に係る情報発信及び雇用の創出に努めるものとする。

2 事業者は、自らの事業活動が従業員によって支えられていることから、従業員の育成と福利厚生増進に努めるものとする。

3 事業者は、自らが地域社会の一員であることを自覚し、地域社会との調和を図り、その発展に寄与するよう努めるものとする。

(商店会の役割)

第 6 条 商店会は、商店街が産業振興のみならず、地域の安全・安心の推進等地域におけるコミュニティを支える上で多面的で重要な役割を担っていることから、商店街の活性化に努めるものとする。

2 商店会は、商店会を構成する事業者が行う事業の魅力の向上が商店街の活力ある成長と発展をもたらすことから、当該事業者の創意工夫及び自助努力に基づく事業活動の促進に努めるものとする。

3 商店会は、加入者を増やすことによりその組織力の強化を図るとともに、商店街において小売業等を営む事業者は、商店街の重要性を理解し、その活性化に協力するため、商店会に加入するよう努めるものとする。

(産業経済団体等の役割)

第 7 条 産業経済団体は、事業者が創意工夫及び自助努力に基づく事業活動を行うことができるよう、必要な環境整備に努めるものとする。

2 金融機関は、事業者が経営基盤を強化し、及び経営革新に取り組むことができるよう、経営支援を行うことにより、産業振興の推進に寄与するよう努めるものとする。

3 教育研究機関は、産業振興に関する調査研究の成果の普及を図るとともに、産業振興を担う人材を育成するよう努めるものとする。

(区民の役割)

第 8 条 区民は、産業が生活に必要とされる物やサービスを提供する等区民生活に密接に関わっていることから、その消費活動を通じて産業振興の推進に寄与するよう努めるとともに、区、事業者又は商店会が行う産業振興を推進するための様々な取組に協力するよう努めるものとする。

(産業振興施策の公表)

第 9 条 区長は、毎年 1 回、産業振興に関する主たる施策の実施状況を取りまとめ、これを公表するものとする。

(産業振興会議の設置)

第 10 条 産業振興に関する基本的事項について調査審議するため、区長の附属機関として、新宿区産業振興会議（以下「産業振興会議」という。）を設置する。

(所掌事務)

第 11 条 産業振興会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

- (1) 次に掲げる事項について調査審議すること。
 - ア 基本的施策に係る重要な事項
 - イ 産業振興に関し、区長が諮問する事項
- (2) 産業振興を図るために必要な事項について、区長に意見を述べること。

(組織)

第 12 条 産業振興会議は、委員 13 人以内をもって組織する。

- 2 委員の任期は 2 年とし、再任を妨げない。ただし、委員に欠員が生じた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 3 委員は、学識経験を有する者、区民及び事業者（法人その他の団体にあつては、その構成員）並びに商店会、産業経済団体、金融機関及び教育研究機関のそれぞれの関係者のうちから、区長が委嘱する。
- 4 前 3 項に定めるもののほか、産業振興会議の組織及び運営に関し必要な事項は、新宿区規則で定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この条例は、平成 23 年 4 月 1 日から施行する。ただし、第 10 条から第 12 条までの規定及び次項の規定は、公布の日から起算して 6 月を超えない範囲内において新宿区規則で定める日から施行する。

(新宿区附属機関の構成員の報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)

- 2 新宿区附属機関の構成員の報酬及び費用弁償に関する条例（昭和 34 年新宿区条例第 9 号）の一部を次のように改正する。

[次のよう] 略

6. 新宿区産業振興会議規則

新宿区規則第58号

(趣旨)

第1条 この規則は、新宿区産業振興基本条例(平成23年新宿区条例第9号。以下「条例」という。)第12条第4項の規定に基づき、新宿区産業振興会議(以下「産業振興会議」という。)の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(定義)

第2条 この規則で使用する用語の意義は、条例で使用する用語の例による。

(組織)

第3条 産業振興会議の委員の構成は、次のとおりとする。

- (1) 学識経験を有する者 3人以内
- (2) 区民 1人
- (3) 事業者(法人その他の団体にあつては、その構成員) 2人以内
- (4) 商店会の関係者 1人
- (5) 産業経済団体の関係者 4人以内
- (6) 金融機関の関係者 1人
- (7) 教育研究機関の関係者 1人

(会長及び副会長)

第4条 産業振興会議に会長1人及び副会長2人以内を置く。

- 2 会長は委員の互選により定め、副会長は会長が指名する。
- 3 会長は、産業振興会議を代表し、会務を総理する。
- 4 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、産業振興会議が別に定めるところにより、その職務を代理する。

(会議)

第5条 産業振興会議は、会長が招集する。

- 2 産業振興会議は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。
- 3 産業振興会議の議事は、出席委員の過半数でこれを決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。
- 4 産業振興会議は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、その意見を聴くことができる。
- 5 産業振興会議の会議は、公開を原則とする。ただし、会長が必要と認めるときは、非公開とすることができる。

(専門部会)

第6条 産業振興会議に専門部会を置くことができる。

- 2 専門部会は、会長の指名する委員をもって組織する。
- 3 専門部会に専門部会長を置き、専門部会長は専門部会に属する委員が互選する。
- 4 専門部会長は、専門部会を招集し、専門部会の事務を掌理し、専門部会の調査審議の経過及び結果を産業振興会議に報告する。
- 5 専門部会は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、その意見を聴くことができる。
- 6 前各項に定めるもののほか、専門部会の運営に関し必要な事項は、専門部会長が定める。

(庶務)

第7条 産業振興会議の庶務は、地域文化部産業振興課において処理する。

(補則)

第8条 この規則に定めるもののほか、この規則の施行に関し必要な事項は、区長が別に定める。

附 則

この規則は、平成23年8月23日から施行する。

新宿区産業振興会議 第1期 報告書

発行年月：平成25年8月

編集・発行：新宿区産業振興会議

事務局：新宿区地域文化部産業振興課

〒160-0023

東京都新宿区西新宿六丁目8番2号

電話 03-3344-0701

印刷物作成番号

2013-12-2615

※この印刷物は、森林資源の保護とリサイクル促進のため、古紙を利用した再生紙を使用しています。

※この印刷物は、業者委託により700部印刷製本しています。その経費として、1部あたり299円（税込み）がかかっています。ただし、編集時の職員人件費や配送経費等は含んでいません。