

新宿区産業振興会議 第2期 報告書

平成25年8月23日～平成27年8月22日

はじめに

本報告書は、「新宿区産業振興基本条例」（平成 23 年 4 月施行）に基づき設置された「新宿区産業振興会議」（以下、「産業振興会議」という）の第 2 期（平成 25 年 8 月 23 日～平成 27 年 8 月 22 日）の報告書である。

産業振興会議は、新宿区長からの諮問を検討事項とすることになっている。第 2 期に諮問されたのは、「新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について」であった。その理由は、国内外から仕事、観光、ショッピング、通学など様々な目的で多くの人が集まる、飲食業や宿泊業などのビジターズ産業、医療機関や教育機関が集積している、といった新宿区の特徴を踏まえるとともに、新しい時代にあった産業振興施策のあり方が求められているからであるとされていた。

産業振興会議は第 1 期で中小企業・商店街支援の現行施策について審議し、施策内容の見直しについて報告した。第 2 期はその報告をベースに、「新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について」、産業や人口、来街者の現状から新宿区の特性を把握し、新宿区の特性を活かした地域産業のあり方、区内の中小企業の活性化、新しい産業の創出、それらに対する支援のあり方を検討していくこととし、「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」「集客」の二つの専門部会を設け、議論を深めていった。

「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」部会では、現在新宿区が行っている支援を検証し、グローバル化や I T 化、少子高齢化などの環境変化の中で、区内の企業および地域産業が活性化していくための支援について、持つべき視点を検討した。

また「集客」部会では、新宿区を訪れる来街者の満足度を上げ、どのように地域産業に波及させていくべきかを議論した。新宿区産業振興プランに記載のある観光振興施策の計画的な推進のほか、外国人観光客の増加、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックの開催など将来に向け、観光の視点での産業振興を検討してきた。

産業振興会議では、二つの部会での議論の結果をもとに、全体で活発な議論を行ってきた。新宿区の産業や企業の現状を踏まえ、既存の施策の問題や課題を検討した上で、今後の産業振興施策に必要な視点や求められる課題、既存の施策のなかで強化すべき施策、新たに検討すべき施策などについて検討を深めていった。

この報告書は、こうした議論の結果を答申として取りまとめたものである。報告書では「新宿らしさ」については、新宿区の歴史的な経緯や今日の新宿区の特徴などから「多様性、多種混在、多国籍」をキーワードとして捉えるべきだとしている。そして、新宿らしさを活かすとともに、急速に変化する現代社会に対応し、区民に安心・安全・快適な生活を安定的に提供できる産業を創造していくための課題として、「従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援」「チャレンジ精神を持った企業の支援」「観光と一体となった産業振興」などの重要性を示している。特に、2020 年東京オリンピック・パラリンピックを重要な機会

として、具体的な取り組みを区、経済団体、地域企業や産業に関係する機関など様々なレベルで行っていくことを課題としている。それぞれの内容については、報告書の該当箇所を参照していただきたい。

産業振興会議第1期報告書の最後に、次のように第2期以降で検討すべきテーマを示していた。まず、産業振興会議のあり方としては、参加関係機関の連携、議論を実現する組織形態である。本報告書の紹介にもあるように、産業振興会議委員が所属する機関や団体の連携によって、産業振興会議がめざす課題の実現が生まれつつある。新宿区の抱えている課題から見るとまだ十分とは言えないものの、新たな動きは確実に見られるようになっている。

また、第2期で検討すべき事項とされたなかで、「新宿区の特性を生かした産業振興」「観光と一体化した産業振興」については、諮問事項でもあり、時間をかけて議論されてきた。しかし、「ネットワークの構築」「人材育成」については、新宿区の産業振興にとって常に重要であることが強調され、本報告書でも一部紹介されているように、取り組みは生まれてはいるものの、まだ残された課題は大きい。今後とも新宿区の課題として意識していく必要があるだろう。

第1期、第2期の産業振興会議では、新宿区産業振興基本条例制定という新しい取り組みの勢いもあり、活発な議論と実践が行われてきた。第3期以降は、こうした議論と実践を踏まえて、次のステップに進んでいく必要がある。10年を一つのタームとして考えるならば、第1期、第2期は三段ロケットの第一段で推進してきたが、第3期は一段目を切り離し、新たな軌道を描いていく必要がある。さらなる発展を期待するものである。

新宿区産業振興会議
会長 植田 浩史

目次

答申	1
答申 骨子	2
第1章 新宿区の特性	4
1. 新宿区の発展における歴史的背景	4
2. 新宿区の概要	4
第2章 新宿らしい産業振興・新しい産業づくり	6
1. 新宿らしい産業振興	6
2. 新宿区の産業振興施策の現状と課題	7
3. 施策の方向性と取り組み	7
第3章 観光と一体となった産業振興	13
1. 広義の観光関連産業	13
2. 観光振興と産業振興の考え方	14
3. 方向性と取り組み	15
第4章 新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について	20
1. 新宿区の産業を取り巻く環境の変化	20
2. 環境変化に対応する産業振興のあり方	20
3. 実施主体の求められる役割と施策・取り組み	22
第5章 来期に向けて	23
1. 第3期以降への課題	23
2. 産業振興プランと産業実態調査	24
産業振興会議委員のコメント	25
産業振興会議設置後の取り組み	31
1. 第1期新宿区産業振興会議報告書概要	32
2. 産業振興会議の意見を反映した個別施策	33
3. 関係団体の新たな動き	36
資料編	39

答 申

答申 骨子

諮問「新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について」に対し、新宿区の特性を検討し（第1章）、新宿区の特性を活かした産業振興を「新宿に集まる、多様な人やモノから生まれる新しいニーズに対応し、新たな価値を創造するために自助努力を行う中小企業に対し、従来の産業の枠組みを越えた支援を行い地域経済の活性化を目指す」と定義づけました。そのうえで、新宿らしい産業振興・新しい産業づくり（第2章）、観光と一体となった産業振興（第3章）の内容を検討しました。最後に今後の産業振興施策のあり方として、環境変化への対応と区とともに関連する企業や団体の協働が強調されました（第4章）。第2期で議論しきれなかった項目、今後中長期で考えるべき産業振興の方向性など、第3期で検討が必要となります（第5章）。各章の内容の骨子は以下のとおりです。

第1章 新宿区の特性

新宿区の発展における歴史的背景や新宿区の概要から、特色あるエリア、多様な企業など、それぞれの個性を新宿区の特性とししました。

○新宿区の発展における歴史的背景

- ・歴史的背景からみたエリアごとの特色
- ・区民と来街者の多様なニーズにより発展した産業

○新宿区の概要

- ・第3次産業をはじめとする様々な区内産業の構成と特徴
- ・増加する来街者
- ・多国籍な住民

第2章 新宿らしい産業振興・新しい産業づくり

より効果的に新宿区の産業振興を進め、地域活性化を図るには、新宿区の産業構造に即した支援を行い、新しい産業づくりを目指す必要があります。そのためには、「変化や創造を目指す企業」や「変化と創造を生み出す活動」を支援し、次のような視点を産業振興施策に加える必要があります。

○従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援

○チャレンジ精神を持った企業の支援

第3章 観光と一体となった産業振興

来街者の増加は、従来考えられていた観光関連産業だけではなく、多くの産業分野へ

波及効果が見込まれ、持続的な地域産業の活性化に繋がることから、観光と一体となった産業振興が必要であり、次のような方向性で施策を進めていく必要があります。

- 来街者受け入れ態勢の整備
- 情報発信力の強化
- 楽しくまち歩きできる環境整備
- 地域産業の活性化

第4章 新宿区の特性を活かした産業振興のあり方について

観光施策との連携により国内外の来街者を積極的に受け入れ、消費の拡大を図ることに加え、従来の産業の枠を越えた連携の仕組みを広げながら、時代や環境の変化に柔軟に対応できる産業基盤の構築、新たな産業の創造、創業支援を行うことで、地域経済を活性化していくことに取り組む必要があります。この際には、各実施主体の積極的な取り組みと連携が必要です。

第5章 来期に向けて

第2期で十分に議論ができなかった人材の発掘・育成、新宿を象徴するブランド等の創出、ICTの産業振興施策への応用、ネットワークの構築と活用については、第3期で引き続き検討が必要です。また、第3期では、新宿区が持続的に発展していくため、新宿区の現在の産業実態を把握し、新たな産業振興計画について検討する必要があります。

※ICTとは

「Information & Communication Technology」の略。情報通信技術のこと。
(総務省「情報通信白書」から引用)

第1章 新宿区の特徴

1. 新宿区の発展における歴史的背景

新宿は昔から多くの人々でにぎわい栄えてきました。四谷地域では、江戸時代に内藤新宿があった新宿1丁目から3丁目付近が旅籠屋や茶屋でにぎわい、甲州街道沿いの四谷1丁目から3丁目付近は、江戸時代からの面影が残る街並みに企業や飲食店が多く集まってきました。神楽坂付近も江戸時代から多くの人でにぎわい、今日に至るまで江戸情緒が残る横丁や老舗、史跡や文化財などに人が集まっています。また江戸時代には大名の下屋敷が点在し、下屋敷で嗜まれていた華道や茶道は現在も多くの人に親しまれています。高田馬場周辺は明治15年に早稲田大学の前身である東京専門学校が開校、その後多くの教育機関の集積により学生たちでにぎわうまちとなってきました。明治中期に新宿駅ができた以降は、東口駅前に、百貨店や老舗店舗などの商業地、映画館や演劇の拠点などが誕生し、一大繁華街に変ぼうを遂げました。明治19年、市谷加賀町に秀英舎（現、大日本印刷株式会社の前身）が中央区から移ってきて以来、その周辺には出版、印刷、製本関連の事業所が多く集まってきました。昭和の初めごろ神田川・妙正寺川沿いには、神田川の清流を求めて染色業者が工場を新設し、職人などが周辺に工房を設けたことが始まりで染色業が盛んになっていき、現在も大きな集積地となっています。新宿駅の西側は昭和40年代以降、淀橋浄水場の跡地等に高層ビルが建設され、多くの企業が集積していきました。このように各地域で特徴のある産業や文化に多くの人々が集まり交流してきました。

人々が集まることで多様なニーズが生まれ、そのニーズに応じて生まれた産業・文化・娯楽、流行や社会現象など、新しい時代の流れをつくり発展してきたという背景があります。

現在でも多くの人々が新宿を訪れていますが、価値観やライフスタイルの多様化、求められるニーズの短サイクル化などの変化が生まれてきています。時代の変化に対応し、先進性や新しい産業を生み出し、まちが持続的に発展していくためには、産業振興において新たな視点が必要になってくると考えます。

2. 新宿区の概要

新宿区は様々な規模の企業が多数集積し、その産業の分野も多岐にわたっています。その中でも「卸売業・小売業」と「宿泊業・飲食サービス業」の事業所数がそれぞれ約19%、「不動産業・物品賃貸業」と「学術研究・専門技術サービス業」がそれぞれ11%前後で続きます。従業者数では「サービス業（他に分類されないもの）」が約17%で多く、ついで事業所数も多い「卸売業・小売業」が約16%、「宿泊業・飲食サービス業」が約13%で続き、「情報通信業」の従業者数も約13%と多いのが特徴です。また、既存の産業

分類では分けることのできない業種の企業が数多く存在しています。

新宿区には約 360 万人の世界一の乗降者数を誇る新宿駅をはじめ、乗降客数が多い駅が多数あります。昼夜間人口比率は約 230%で、企業や教育機関の集積により昼間に区内で多くの人々が活動しています。そのほかに国内外から多くの観光客が訪れ、昼夜を問わずにぎわいを見せるまちです。新宿区に観光客や来街者が増加することで、新宿の経済が活性化することが期待できます。

平成 25 年に行った東京都の調査によると、東京都を訪れた外国人旅行者に「訪問先」「一番期待していた場所」「一番満足した場所」を聞いたところ、これらの項目に対し、最も多い回答が「新宿・大久保」であったという結果が出ています。「新宿・大久保」を訪問した外国人旅行者は約 56%、「一番期待していた場所」「一番満足した場所」は共に 13%台で、「一番満足した場所」は 5 年連続で 1 位となっています。新宿区は外国人旅行者が多いだけでなく、外国人住民が 3 万 7 千人以上であり、これは新宿区の人口の約 11% で国籍も 110 か国以上と、国際的で多国籍な人々が暮らすまちです。



第2章 新宿らしい産業振興・新しい産業づくり

1. 新宿らしい産業振興

(1) 新宿らしさとは

新宿区の特性を議論するにあたり、新宿らしさとは何かというところから検討を始めました。その中で、「一つのイメージを持って、全体でそのイメージに向かって進めていく」という意見があった一方、第1章で見たように、新宿区には特色あるエリア、多国籍な住民、多様な来街者、多様な企業があることから、「特定のイメージを決めず、地域、企業などそれぞれの個性を新宿らしさとする」という二つの意見がありました。

その中で、新宿区を一つのイメージで表現することは難しく、多様な人やモノが集まっていることこそが新宿らしさであり、「多様性、多種混在、多国籍」というキーワードの中に、新宿らしさがあると結論づけました。

(2) 新宿らしい産業振興

「多様性、多種混在、多国籍」というキーワードからも分かるように、新宿区には、多様な人・モノが集積し、そこから多様なニーズが発生しています。日々発生している多様なニーズに応えることで発展してきた産業、新たなニーズをとらえ顧客や市場にとって価値のあるサービスを提供してきた産業が、新宿らしい産業と言えるのではないのでしょうか。

そして「新宿に集まる、多様な人やモノから生まれる新しいニーズに対応し、新たな価値を創造するために自助努力を行う中小企業に対し、従来の産業の枠組みを越えた支援を行い地域経済の活性化を目指す」ことが新宿らしい産業振興であると定義しました。

(3) 新宿らしい産業振興の方向性

新宿らしい産業振興の定義を受けて、産業振興の方向性としては、下記の2点を今後の産業振興の方向性としました。企業だけではなく、団体やNPOの活動を支援することも必要だと考えました。

①変化と創造を目指す企業の支援

新宿らしさである多様な人やモノが集積することで発生するニーズに応えるために取り組む企業を支援する。

②変化と創造を生み出す活動の支援

地域産業の発展に取り組む企業同士の連携や地域の活性化を目指す団体やNPOなどの活動を支援する。

2. 新宿区の産業振興施策の現状と課題

(1) 新宿区の産業振興施策の現状

現状の施策は、前述の新宿区の特性に必ずしも沿ったものばかりではありません。国が全国一律で実施してきた政策・施策に合わせた産業振興施策や、産業の枠組みで行われる施策も存在しています。

①産業の枠組みで行っている施策

・ものづくり産業

新宿ものづくりマイスター「技の名匠」*の認定

*多様な業種の技術・技能者 37 名認定（平成 26 年度現在）

新宿ものづくりマイスターによる体験型教室の開催

後継者育成のための助成

新製品開発・販路拡大等への助成

・地場産業（印刷・製本関連業、染色業の支援）

・商店街（イベント等の事業や施設整備事業への助成）

②全業種を対象にした施策

・販路拡大（商談会の開催、展示会等出展費用の助成、営業力強化の支援）

・場の提供（産業振興フォーラム、ビジネス交流会の開催）

・経営力強化（制度融資、中小企業診断士による相談）

・創業（創業支援センターの設置）

・顕彰制度（優良企業表彰）

(2) 新宿区の産業振興施策の課題

大都市の特性として人やモノ、情報の流れが速く、業種によって成長や発展の度合いは様々です。また同じ業種内であってもそれぞれの企業の状況は相違しています。さらに産業分類で決められた枠に収まらない企業もたくさん生まれてきています。このような社会情勢と新宿区の産業振興施策の現状を見てみると、下記のような課題が見えてきます。

・新宿区の産業構造に即した形の支援が少ない

・新宿区の産業の活性化に十分に繋がっていない

・変化する企業の課題に産業振興施策が必ずしも追いついていない

・同じ業種でも同じ切り口の支援では対応ができなくなっている

3. 施策の方向性と取り組み

新宿区の産業振興施策の現状と課題を鑑みると、現行の施策だけでなく、従来の産業の枠を越えた支援も考える必要があります。産業の枠を越えた支援として、テーマを設

けることや企業の積極的な取り組みに対して支援していくことが挙げられます。今後の産業振興の方向性は「従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援」「チャレンジ精神を持った企業の支援」を中心に捉えていく必要があります。

<新宿らしい産業振興の方向性>

- 変化と創造を目指す企業の支援
- 変化と創造を作り出す活動の支援



<施策の方向性>

**従来の産業の枠を越えた
テーマ別の支援**

(テーマ案)

- ・観光、おもてなし
- ・新宿ブランド
- ・国際化
- ・マーケット開拓
- ・地域活性化

チャレンジ精神を持った企業の支援

- ・企業がチャレンジ精神を持てる土壌を作る
- ・チャレンジ精神を持った企業を増やす
- ・チャレンジ精神を持った企業と区の接点を増やす
- ・チャレンジ精神を持った企業のレベルに合った支援を行う

(1) 従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援

①テーマ案

支援するテーマの案として、産業振興会議では下記のテーマを取り上げました。

- ・観光、おもてなし
日本人旅行者、外国人旅行者、その他来街者向けのサービスの拡大
- ・新宿ブランド
新宿全体のイメージアップ、各エリアの知名度向上
新宿発の企業、商品、サービスのPR
- ・国際化
多国籍な外国人住民、留学生、経営者に関連したサービスの展開
外国人旅行者の受け入れ、貿易取引や海外進出をはじめとした海外展開の推進
- ・マーケット開拓
区内、国内、海外、様々なマーケットに対しての販路開拓の強化
- ・地域活性化
企業活動を通じた地域課題の解決、地域活性化への支援

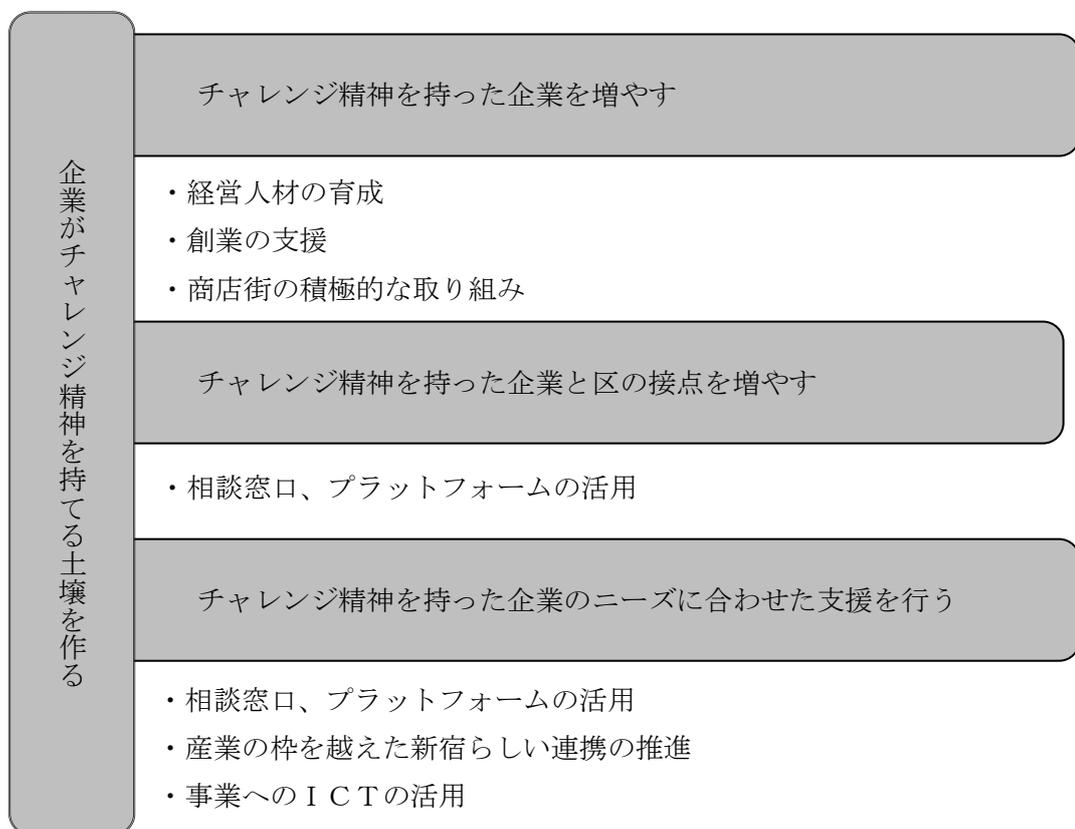
②幅広い層からの意見交換の重要性

第2期の会議の中では、上記5つのテーマを取り上げましたが、今後の環境の変化に合わせ、柔軟に対応していく必要があります。また、設定したテーマについても、それをどのように施策に反映していくのか、さらなる検討が必要となってきます。その際には、産業振興会議からの提言だけでなく、幅広い層の意見交換を通じて、現状に即したテーマを設定していく必要があります。

- ・商工会議所、中小企業家同友会、青年会議所、商店会、同業組合など、活発な議論がされている団体との意見交換
- ・車座会議など少人数の会議体からの提案
- ・地域の核となる人材（キーマン）の発掘とその人材からの提案

(2) チャレンジ精神を持った企業の支援

新宿区産業振興基本条例には、事業者の役割として「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。」とあるように、支援の対象は自助努力を行っている企業が前提になっています。既存の枠組みである業種や業界への一律の支援で、そこに属する企業へ万遍なく支援するのではなく、チャレンジ精神を持った企業、積極的な取り組みをする企業に集中的に支援をしていく必要があります。



①経営人材の育成

チャレンジ精神を持った企業を増やすには、新しい企業をつくることも必要ですが、現在事業活動を行っている企業が、積極的にチャレンジしていくことも必要であり、その土台となる経営人材の育成が不可欠です。新宿には、地元根拠企業や経験豊富な経営者、経営者の卵など、多様な人材がいて、その人達が交流することでお互い刺激し合い、地域経済の活性化、個々の企業の発展に繋がっていきます。多様な人材が交流する場、単発のイベントに加えて、定期的に交流できる場を提供することが必要です。

- ・変化に対応するための経営者の育成
- ・後継者や若手経営者の育成
 - 経験豊富な経営者と若手の交流の場の提供
 - カリキュラムに基づき、継続的に若手を育成できるコースの開設
- ・自社の発展を地域の発展と重ねあわせられる人材の育成
- ・多様な人材の雇用、多様な働き方に対応する経営者の意識改革の促進
- ・企業をサポートする経済団体、業界団体等のキーマンの育成

②創業の支援

チャレンジ精神を持った企業を増やすには、新宿区内での創業をサポートし、創業しやすい環境をつくるのが大切です。また、企業をどのように地域で育てていくか考える必要があります。

- ・創業支援センターの活用
 - 多様な分野の相談機能の充実
 - 他のインキュベーション施設など、外部機関との連携
- ・金融機関とのマッチングによる事業化
- ・商店街の空き店舗を活用した創業支援

③商店街の積極的な取り組み

チャレンジ精神を持った企業とありますが、その中には商店街、そしてその商店街を構成する個店も含まれます。新たな顧客を獲得するために、地域ブランドの創出やエリアの魅力向上など、主体性を持って創造的な企画を生んでいかななくてはなりません。また、商店会が活動を行う上では、町会やNPOなど地域で活動する団体と連携していくことで相乗効果を高めていく必要があります。

- ・商店会連合会ホームページ「新宿ルーペ」の活用
- ・新宿駅周辺や住宅地周辺など、それぞれの地域特性を意識したサービス提供

- ・商店会を支えるリーダーの育成
- ・産業以外の、顧客ニーズ（福祉、高齢者、子育て）の発掘

④相談窓口、プラットフォームの活用

チャレンジ精神を持った企業を支援していくためにも、区は、相談窓口を活用して企業との接点を増やしていく必要があります。また、個別の企業の現状を知ること、それぞれの企業に合った支援策を提案していくこともできます。

中小企業の相談窓口は、公的なものと民間のもの様々な窓口があります。相談窓口の一つである中小企業庁が認定した「地域プラットフォーム」は、地域の中小企業支援機関の連携体であり、中小企業の経営を支援するための取組を行っています。しかし、これらの窓口が中小企業の抱える課題に対し、十分に応えられていない現状があります。これに対し、新宿区は新たな窓口をつくるのではなく、既存の窓口、プラットフォームの情報を収集し、それぞれの企業に最適な窓口や施策の情報を提供することで、効果的な中小企業の支援に繋げる必要があります。

- ・区の相談窓口の強化

- 個別企業への効果的な情報提供の仕組みの構築

- 専門家の得意分野と企業のニーズのマッチングの精度の向上

- コンサルタント機能の強化

- ・既存の相談窓口、地域プラットフォーム、他機関の施策の活用

- 各機関の役割、機能、施策の情報収集

- 相談者の必要に応じた情報提供

- ・地域で活動しているグループやキーマン、民間プラットフォームとの連携、交流

- 有効に機能している取り組みの情報収集

- 活動の認定等を通しての紹介、PR

⑤産業の枠を越えた新宿らしい連携の推進

同業種、異業種問わず、様々な企業と交流を持ち、連携することによって、新たな取引、事業に発展し、さらに新宿らしい新たな価値が生まれ、活性化に繋がっていくことが考えられます。

現在も大企業と中小企業が一堂に会する産業振興フォーラムやビジネス交流会を実施し、新たなビジネスチャンスの創出を目指していますが、参加企業の規模やテーマを設定することで、マッチングの精度を上げていくことが必要です。

- ・マッチングのための場の提供

- ・連携を目指す企業の課題解決の支援

- 連携時の法律相談などの専門家のアドバイス

⑥事業へのICTの活用

企業の規模や経営課題によって、対応の方法は変わってきますが、ICTを課題解決に利用し、事業を効率的に進めていくことができます。また、テーマ別の支援を行う際のツールとして活用もできます。

その際には、ICTを活用する企業、ICTを提供する企業、両面からの支援が必要となってきます。区内には、ICT企業の集積も見られることから、これら企業とICTの面から課題解決を目指す企業のマッチングも効果的であると考えます。

- ・ 自社の個性を発信する企業とそのサポートをする企業の支援
- ・ ICTを使って事業の改善を行う企業の推進

第3章 観光と一体となった産業振興

1. 広義の観光関連産業

新宿区は、企業や団体、区民と共に行ってきた文化観光の取り組みにより、多くの来街者が訪れ発展してきたまちです。今後、官民一体となった持続的な取り組みや、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催などが追い風となって、さらなる来街者の増加が予想されます。来街者の増加は、従来考えられている観光関連産業だけではなく、企業同士の新たな繋がりをつくり出し、これまでと異なる産業分野へも経済効果が波及するなど大きな影響を与えます。影響する多くの産業分野を広い意味での観光関連産業ととらえて産業振興を考えていくことが必要です。

来街者増加

広がる波及効果

従来の観光関連産業

○買い物・食事

- ・百貨店
- ・小売店
- ・飲食店
- ・ホテル
- ・旅館
- ・アミューズメント施設
- ・博物館、美術館
- ・神社、仏閣
- ・映画館
- ・劇場
- ・鉄道
- ・バス
- ・タクシー

○宿泊

○観光

○エンターテイメント

○交通機関

広義の観光関連産業

○商品企画・製造

- ・デザイン関連企業
- ・染色関連企業
- ・製造関連企業
- ・物流関係企業
- ・映像制作関連企業
- ・広告関連企業
- ・通信関連企業
- ・IT関連企業
- ・印刷関連企業
- ・出版関連企業
- ・金融関連企業
- ・職業紹介
- ・人材派遣
- ・士業関連
- ・コンサルタント
- ・病院、診療所
- ・大学、専修学校

○物流サービス

○コンテンツ制作

○広告・宣伝

○印刷・出版

○金融サービス

○雇用

○専門サービス

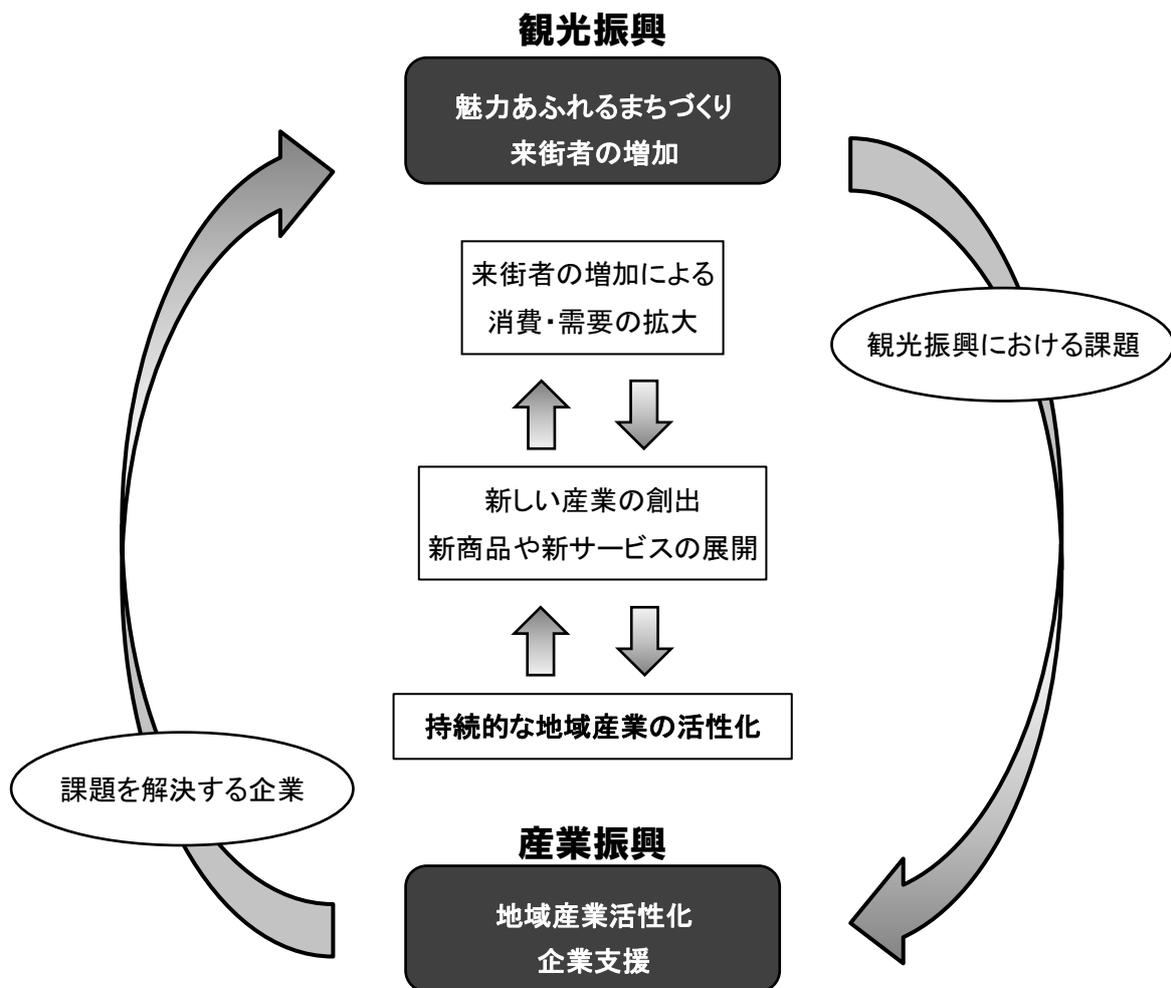
○医療

○教育機関

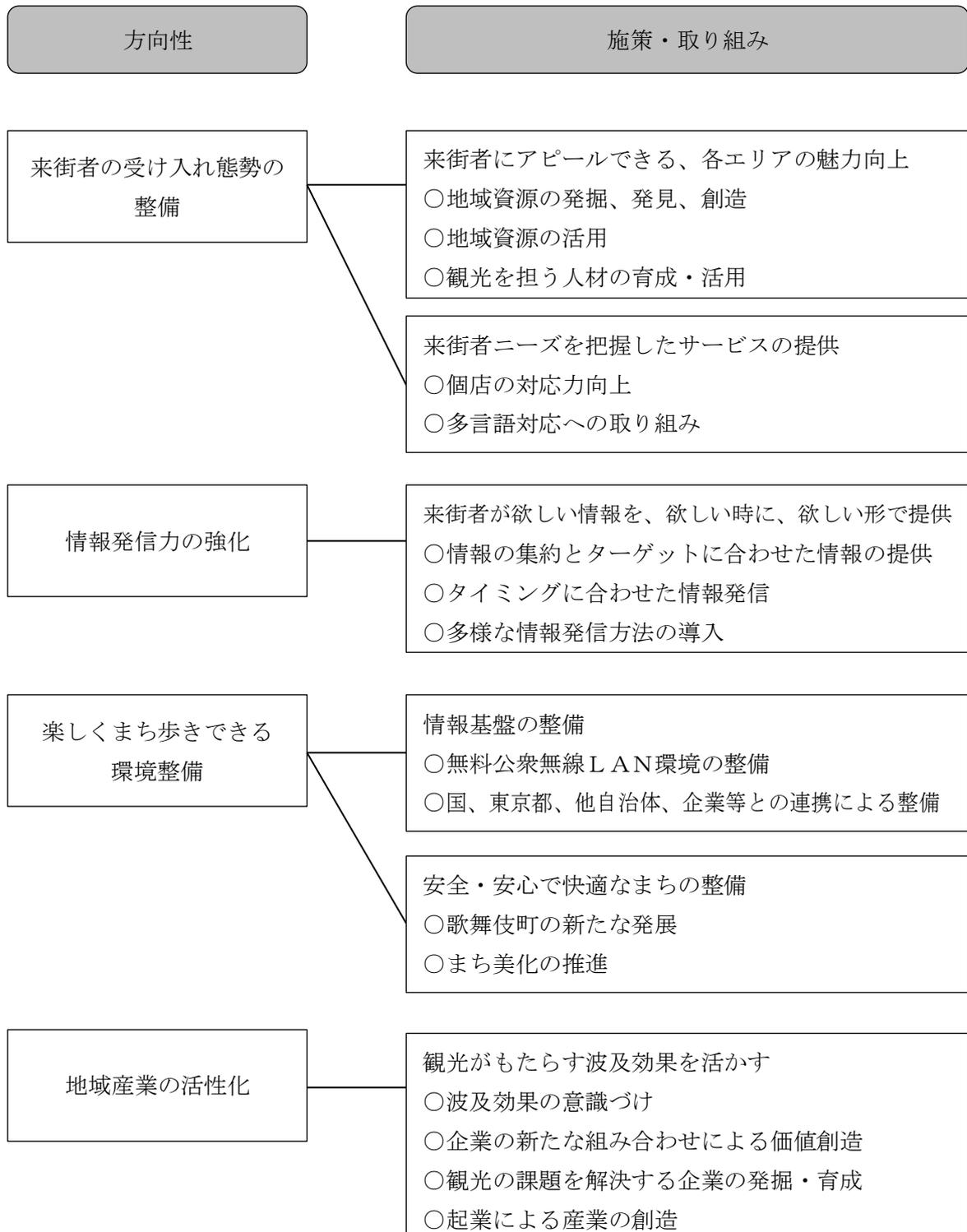
2. 観光振興と産業振興の考え方

2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催は、国内外からの来街者の増加による消費の拡大や、その波及による多様な需要をもたらし、大きな経済効果が期待できます。そして企業にとっては将来を見越した、積極的な事業展開ができるチャンスであると考えられます。開催をきっかけに創出される新しい産業や新商品・新サービスが、開催後の来街者の増加にも繋がり、持続的な地域産業の活性化に結びついていくという意識を持つことが重要です。

新宿区は、魅力あふれるまちづくりで来街者を呼び込む観光振興の取り組みとともに、観光の視点で産業振興をとらえ、情報の提供や連携・交流の場を設けるだけでなく、観光振興における課題に対する事業展開ができる企業を、地域の中に増やしていく必要があります。来街者が増えることで企業活動が活発になり、それが持続的な地域産業の活性化に結びつくように、産業振興と観光振興が循環する仕組みづくりを考えていかななくてはなりません。



3. 方向性と取り組み



(1) 来街者の受け入れ態勢の整備

①方向性

新宿区はエリア・商店街ごとに特色があり、多様性に富んだまちです。来街者を増やし、来街者の消費を促すためには、「来街者にアピールできる、各エリアの魅力向上」が欠かせません。また、「来街者ニーズを把握したサービス提供」をすることで来街者が満足しリピーターとなるように、各エリア・各商店街の受け入れ態勢を整備する必要があります。

②施策・取り組み

来街者にアピールできる、各エリアの魅力向上

○地域資源の発掘、発見、創造

- ・ エリアや商店街の文化歴史資源の掘り起し
- ・ 区内企業の名品の発掘、新商品の開発
- ・ 全国の特産品、名産品が集積してくるまちのイメージの定着

○地域資源の活用

- ・ 観光資源と各エリアが連携した回遊の創出
- ・ ものづくりマイスター（技の名匠）の活用

○観光を担う人材の育成・活用

- ・ 観光レポーター*の育成
 - *イベントや各エリアを取材し、新宿の魅力を発信する担い手
- ・ 教育機関等との連携による観光を担う人材の育成（イベントの共同運営など）

来街者ニーズを把握したサービス提供

○個店の対応力向上

- ・ 外国人旅行者受け入れのためのセミナー実施
（外国文化の理解、接客、外国語会話など）
- ・ 多様な来街者のニーズに合わせた、柔軟な店舗運営
（営業時間、食文化への対応など）

○多言語対応への取り組み

- ・ 標識、案内標示、ホームページ、メニューなどの多言語対応

(2) 情報発信力の強化

①方向性

新宿区は各エリアの歴史や様々な文化財、個性的な店舗など、多様な魅力にあふれていますが、それを知ってもらわなければ来街者は新宿区を訪れてはくれません。新宿に何があり、新宿でどんな体験ができるかを知ってもらうためには、ただ情報を流すのではなく、「来街者が欲しい内容を、欲しい時に、欲しい形で提供」し、効果的に情報が届くよう発信方法を検討する必要があります。

②施策・取り組み

来街者が欲しい内容を、欲しい時に、欲しい形で提供

○情報の集約とターゲットに合わせた情報の提供

- ・各エリア、商店街、企業・団体などが個別に発信している情報の集約
- ・禁煙／喫煙情報、トイレ、Wi-Fi スポット、公衆電話など、きめこまやかな情報発信
- ・飲食店、小売店など個店情報の提供
- ・多言語での観光情報の発信

○タイミングに合わせた情報発信

- ・日本人来街者向け
新宿駅周辺など集客数の多い場所を活用した情報発信
(各エリアの情報発信など)
- ・外国人旅行者向け
 - a.入 国 前：新宿観光振興協会、ホテルなどのホームページからの発信
留学生、外国人住民、外国人旅行者などのSNSからの発信
 - b.入国直後：空港、リムジンバスなどでの発信
 - c.新宿到着後：観光案内所、ホテル、商店街、個店などでの発信
- ・海外プロモーション
海外各国に対する新宿の魅力をアピール

○多様な情報発信方法の導入

- ・観光案内所の設置・運営
来街者にきめ細やかなサービスが提供できる、地域に密着した観光案内所の設置・運営
- ・ICTを活用した情報発信
 - a.基盤整備（観光アプリの導入など）
 - b.コンテンツづくりと観光情報の発信（観光アプリを活用した地域情報・企業情報の発信など）

- c. SNSなどの新しいメディアによる発信（観光レポーターの活用、留学生・外国人住民・外国人旅行者による多言語での発信）
- ・紙媒体による発信
 - 観光案内所、駅、ホテル、交通機関、商店街など集客数の多い場所での配布

（3）楽しめるまちに向けた環境整備

①方向性

来街者が新宿のまちを訪れた際に情報の収集や発信をスムーズに行うため、「情報基盤の整備」が必要です。また昼夜を問わず安心して新宿のまちを楽しめるように、地域全体で協力して「安全・安心で快適なまちの整備」に取り組んでいく必要があります。快適で安全・安心なまちというイメージが定着することで、さらに来街者が増え、産業の活性化に繋がると期待できます。

②施策・取り組み

情報基盤の整備

- 無料公衆無線LAN環境の整備
 - ・情報発信に効果的な設置場所の検討
- 国、東京都、他自治体、企業等との連携による整備
 - ・観光案内所・イベントスペース等の設置

安全・安心で快適なまちの整備

- 歌舞伎町の新たな発展
 - ・歌舞伎町を誰もが安心して楽しめるまちにするため、地元商店街振興組合、町会、民間企業、警察や消防等の関係行政機関、NPO、ボランティア等、官民一体となった取り組み
 - ・新たな文化の創造・発信とにぎわいづくり
- まち美化の推進
 - ・商店会、企業、町会、学校、ボランティア団体など地域と一体となった、まちの美化活動の取り組み

(4) 地域産業の活性化

①方向性

来街者を増やす、消費を促すというだけで終わらせるのではなく、「観光がもたらす波及効果による地域産業の活性化」を目指し、来街者の増加をビジネスチャンスと捉え、企業が新しい産業の創造、新商品や新サービスの展開に繋げられる支援が必要です。また、観光振興における課題を解決できる企業を地域で増やしていく必要があります。観光がもたらすものが企業の発展や地域産業の活性化などの産業振興に結びつき、それがまた観光振興につながるよう、循環していく仕組みを考える必要があります。

②施策・取り組み

観光がもたらす波及効果を活かす

○波及効果の意識づけ

- ・講演会、意見交換会（産業振興フォーラム、セミナーによる研修機会の提供）

○企業の新たな組み合わせによる価値創造

- ・マッチング事業（企業・団体、ホテルとのマッチングなど）
- ・販路開拓支援（商談会、ビジネス交流会など観光をテーマにした企業間連携）
- ・情報提供（産業振興課メールマガジンによる関連情報の発信、事業実施時における関連資料の配付）

○観光の課題を解決する企業の発掘・育成

- ・事業展開しやすい環境づくり

○起業による産業の創造

- ・観光関連の創業支援（高田馬場創業支援センターでの支援、金融機関による目利きなど）

第4章 新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について

1. 新宿区の産業を取り巻く環境の変化

これまで述べたとおり、新宿区の産業は業種や規模において多種多様であり、大都市の特性として人やモノ、情報の流れが速く、消費者動向も外的環境の影響を受け急激に変化しています。とりわけ、「少子高齢と人口減少社会の到来」、「個人の価値観の変化に伴うライフスタイルの多様化」、「情報化社会の進展」、「国際化や地球環境への対応」など、新宿区の産業を取り巻く環境も大きく変化しており、区内の事業者は、こうした環境変化に的確に対応していかなければ、事業継続が困難になっていきます。今後の環境変化に柔軟に対応していくことで、新宿区の産業はさらに活性化し持続的な発展が期待できます。

この会議では、新宿区の特性の一つである観光を取り上げ、「観光と一体となった産業振興」をテーマに議論を行いました。この間、政府による訪日プロモーションやASEAN諸国に対する査証要件の緩和、円安などを背景とした訪日外国人数の大きな増加や、2020年東京オリンピック・パラリンピック等を契機とした来街者の増加により、今後も区内での消費拡大が期待できます。このため、新宿区の産業を全体に盛り上げていくためには、観光関連産業を広義に捉えて、経済への波及効果を上げていくことが重要です。

2. 環境変化に対応する産業振興のあり方

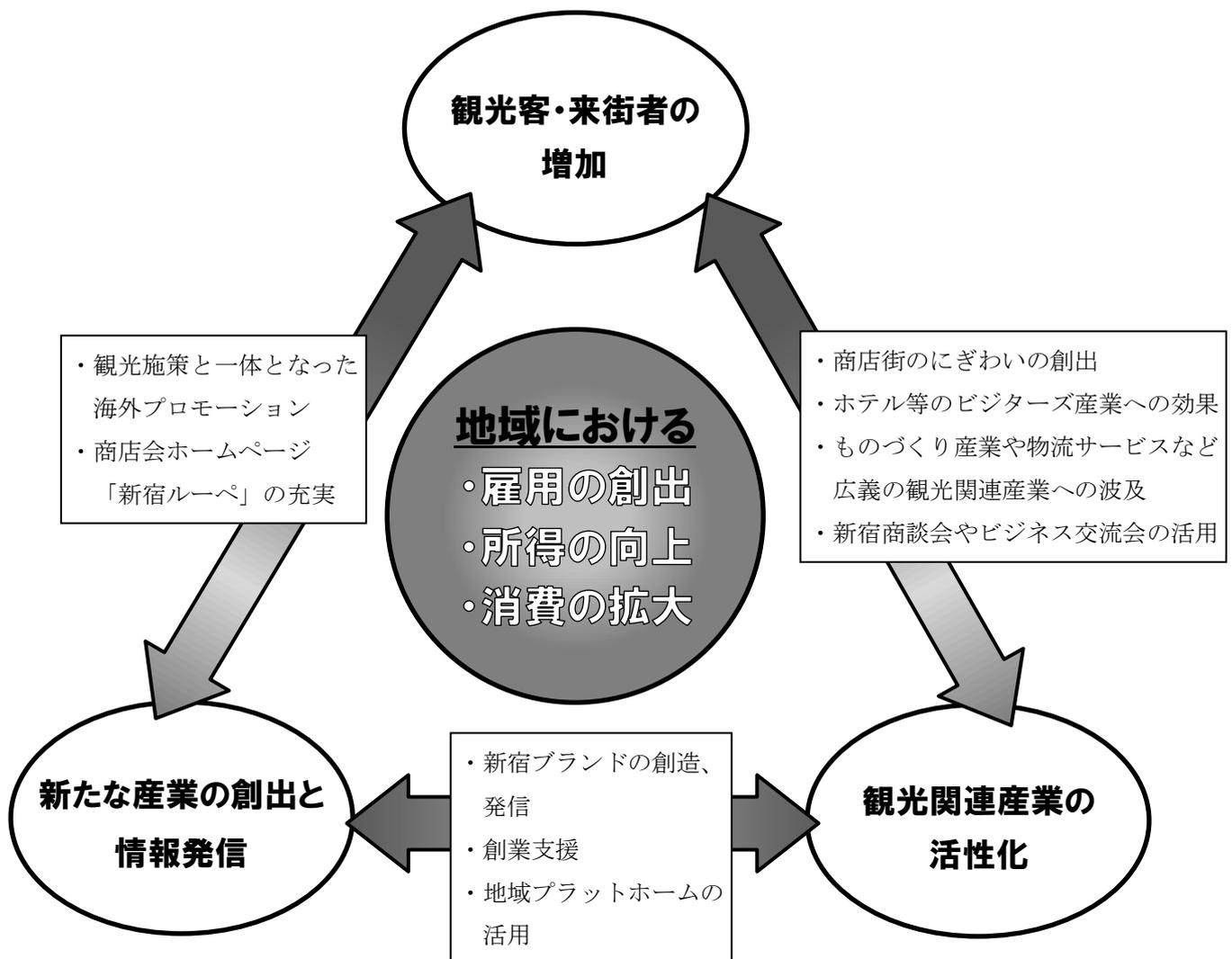
第2章で述べたとおり、これからの産業振興施策の方向性には「従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援」と「チャレンジ精神を持った企業の支援」という視点を加え、前述のような環境変化に対応できるように事業者への支援を的確に行っていく必要があります。「従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援」では、「観光と一体となった産業振興」が特に重要であり、同時に「チャレンジ精神を持った企業の支援」を行っていくことで、広義の観光関連産業の活性化を図り、事業者間の連携による新たな産業の創出に繋げていくことが可能となります。

新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方として、観光施策との連携により国の内外からの来街者を積極的に受け入れ、消費の拡大を図ることに加え、これまで行っている「新宿商談会」や「ビジネス交流会」などにより従来の産業の枠を越えた連携の仕組みを広げながら、金融機関や経済団体等との連携による支援を行い、時代や環境の変化に柔軟に対応できる産業基盤の構築、新たな産業の創造、創業支援を行うことで地域経済を活性化していくことに取り組むべきであると考えます。

新宿区の特徴を活かした産業振興施策のあり方

- ・ 従来の産業の枠を越えたテーマ別の支援
- ・ チャレンジ精神を持った企業の支援
- ・ ものづくり産業支援
- ・ 地場産業支援
- ・ 商店街支援

観光と連携した地域産業の活性化イメージ



3. 実施主体の求められる役割と施策・取り組み

産業振興には多くの実施主体が関わってきます。各主体が求められる役割を自覚し、連携して積極的に取り組んでいく必要があります。

実施主体	求められる役割
新宿区	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興に関する計画の策定 ・公平性、信頼性に基づいた地域産業の活性化支援策の実施 ・各実施主体の行う取り組みに対する支援 ・情報インフラの整備 ・国や都、他区との情報交換・連携
一般社団法人 新宿観光振興協会	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の魅力向上 ・観光拠点や個店など、観光情報の集約と発信 ・地域、企業、団体などの連携による都市観光の振興と観光プラットフォームの形成
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・チャレンジ精神を持ち、個性や主体性を発揮した企業経営 ・地域の変化を積極的にチャンスととらえた企業経営 ・新しい観光資源づくり ・地域の活性化に繋がる活動、地域貢献
経済団体	<ul style="list-style-type: none"> ・変化を積極的にチャンスととらえて活動する企業の支援 ・マッチングの推進 ・経営人材の育成 ・新しい観光資源づくり
商店会	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の魅力づくり ・地域の情報発信 ・来街者を受け入れる環境整備 ・安全、安心なまちづくりの推進
金融機関	<ul style="list-style-type: none"> ・経営基盤強化の支援 ・新規事業、創業者に対する積極的支援
教育機関 (大学、専門学校等)	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の活性化に向けた連携 ・産業を担う人材の育成
区民 (区内在住、在勤、 在学、活動をする者)	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の魅力づくり、地域資源の発掘、発見 ・地域の情報発信 ・おもてなしの心の醸成、異文化理解 ・安全、安心なまちづくりの推進

第5章 来期に向けて

1. 第3期以降への課題

第2期では、新宿区長から諮問を受け、「新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について」議論を重ねてきました。その結果については、本報告書の第1章から第4章の中で論じてきたとおりです。

会議では、本報告書で書かれた内容にとどまらず、様々な視点から議論を重ねてきましたが、第2期では結論が出ず、第3期以降でも議論を継続してほしい論点や強く意識してもらいたい点などについても意見があがりました。報告書の最後を締めくくるにあたって、第3期以降に引き継ぐ点をまとめます。

第1に、人材の発掘、育成の問題です。新宿の産業や企業を動かしていくうえで、新宿でビジネスの成功をつくりだし、新たな経済を創造していくとともに、そうした流れを意識的に地域のなかでつくり出していこうという人材が不可欠です。キーマンになるような人材を地域で発見し、人材のネットワークをつくりだしていくとともに、人材を意識的に地域で育てていくことも必要です。人材については、本報告書においても触れられていますが、今後ますます重要になる課題として意識していかなければなりません。

第2に、今回「新宿」についてあらためて検討する中で、「新宿力」についてのさらなる深掘りの必要性が指摘されるとともに、「新宿」を象徴する何らかのブランド、キャッチフレーズ、キャラクターがあってもいいのではないか、などの意見も出されました。簡単に結論が出る問題ではありませんが、検討事項として引き継いでいきます。また、日本経済、日本の産業に対する新宿の役割、新しい産業や文化を生み出し、新しいビジネスをつくり出す場としての新宿が持つ意味の重要性について議論されてきたことも重視しておきたい点です。

第3に、ICTの産業振興施策への応用です。個々の企業や産業がICTの利用によって大きく変わり、発展していく事例が世界で多数見られるだけでなく、新宿区内でもしばしば見られています。特に、今後2020年東京オリンピック・パラリンピックというビッグイベントが開かれるなかでICTを活かしたビジネスチャンスはますます広がっていくと考えられます。新宿区としても、こうしたビジネスチャンスを活かしてもらう環境整備や情報提供を、都や国とも協力して積極的に進めていくことが必要であり、そのためのスピード感ある提案を産業振興会議でも行っていくことが求められます。

第4に、新宿には可能性が常にありますが、その可能性を活かすためには、人、企業、各種団体・組織、学校、金融機関、NPOなど様々なつながりとネットワークが新たに生まれ、新しい経済が地域で生まれることが必要であることが確認されました。新宿区産業振興基本条例が制定され、産業振興会議がスタートして以降、第1期、第2期の報告書で紹介したように、多くの新しいネットワークが生まれています。しかし、新宿の

可能性を活かすためには、さらに新たなネットワークを意識的につくり上げていくことが求められます。そのためには、現在実施されていることを充実させていくとともに、時代にあった新しいネットワークの場を常につくり上げていくこと、そのための提案を産業振興会議が行っていくこと、産業振興会議とそのメンバーが新たなネットワークの担い手になっていくことが重要であり、今後の検討課題としてあげられます。

2. 産業振興プランと産業実態調査

新宿区では、平成 20 年度から 29 年度までを対象とした「新宿区産業振興プラン」を策定し、実施しています。「新宿区産業振興プラン」は、新宿区基本構想および新宿区総合計画を受けて、目指すまちの姿である「新宿力で創造する、やすらぎとにぎわいのまち」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すものです。プランでは、「想像力を活かした産業の振興を図る」「中小企業の経営基盤を強化し、技術革新や高付加価値化を図る」「誰もが訪れたいくなる活気と魅力あふれた商店街をつくる」という三つの柱を産業振興ビジョンとし、ビジョンの実現に向けて施策や事業を展開しています。

しかし、平成 20 年度に策定してから現在に至るまで、リーマンショックや東日本大震災など産業界に大きく影響を与える出来事があり、多くの区内企業も様々な影響を受けました。また少子高齢化や人口減少、個人の価値観の変化やライフスタイルの多様化、IT化の加速、グローバル化などのほか、国内外の来街者の増加や新しいニーズの発生など、新宿区を取り巻く環境は大きく変わってきています。

産業振興会議では、新宿区産業振興プランを前提に、時代の変化に対応していくためにはどういった産業振興を進めていけば良いのかを議論してきましたが、第 3 期以降は、改定時期が迫った新たな産業振興プランのあり方も含めた検討が必要になってきます。

現在の新宿区の産業の状況と将来の展望を検討していくうえで、現状の実態に対する正確な認識は不可欠です。新宿区は、平成 27 年度に「商店街のにぎわい創出に向けた調査」を進めています。また、今後区内企業の実態調査も計画されています。こうした調査をどう進めていくのか、調査結果をどのように読み解いていくのか、結果から新宿の地域産業の課題をどのように考えていくのか、などについても、産業振興会議で検討していくことが必要です。

以上のように、第 3 期産業振興会議では、施策の前提となる実態調査、そしてこれまでの議論と実態調査の結果をもとにした、平成 30 年度以降 10 年間の新宿の産業振興の方向性を示す産業振興プランの検討など、新たなステップに向け、さらに進化していくことが課題となります。

産業振興会議委員のコメント

会長 植田 浩史 / 慶応義塾大学経済学部教授

産業振興会議2期目も、会議での活発な議論、委員と区の適切な協働関係と緊張関係、を実現することで、区の新しい施策、企業や経済団体の新たな取り組みを生み出すことができた。産業振興会議は、協働と創造の場として機能してきたと評価できる。もちろん、現在の新宿の地域産業や企業に求められている課題から見れば、不十分な点も多い。今期の成果を踏まえ、次期以降もさらに新宿の産業・企業の発展に寄与すべく、協働と創造を積み上げていくことが必要になるだろう。

副会長 河藤 佳彦 / 高崎経済大学地域政策学部教授

自治体においては、国による「まち・ひと・しごと地方創生」への取り組みを踏まえた「地方版総合戦略」の策定が進められています。地方創生には、地域個性にふさわしい産業創出が不可欠です。第2期新宿区産業振興会議ではまさに、この趣旨に即した議論が先取りされて来たと思います。すなわち、新宿区の地域個性である多様な規模・産業分野にわたる企業・事業者の集積や国内外からの多くの来訪者の存在などを踏まえた実践的な議論が熱心に展開され、新宿区の産業政策に反映されてきました。この先進的な取り組みが定着し第3期以降も継続的に展開されることを、心より期待しております。

副会長 川名 和美 / 高千穂大学経営学部教授

新宿区産業振興会議は第1期からお手伝いをさせていただいております。

今回は2020年五輪を見据えて、多国籍、宿泊者数の多さ、にぎわいと何が起こるかわからない「わい雑さ」など、新宿らしさがよりクローズアップされた内容になっているのではないのでしょうか。けれども、新宿区の文化・産業の良さをもっとアピールした地域ブランドの開発、そこに活躍する起業家の応援体制など、まだまだそのポテンシャルを活かせていないところを強化する必要があります。第3期では、そうした潜在的な新宿の力を発揮するための具体策を議論していきたいと思っております。

松尾 武司 / 公募区民

産業と観光の連携とは、多様な新宿の地域資源を活用した産業振興と言える。第1期の報告書を踏まえ、2020年の東京オリンピック開催が決定した今、より高い成果を目指し、これまで以上に、観光客の回遊性や地域住民の暮らしを考慮した事業の展開や、各関係者が果たす役割・課題の理解と、実現に向けた取り組みが必要である。また、それを後押し、新宿らしい産業を発展させるため、テーマ設定を行うにも拾い上げていくにも、改めて産業や観光に関する情報の収集・整理・発信の在り方が問われる。特に、集積地として場となるプラットフォームや、そこで行われる目利きや議論の内容と、地域のキーマンは、今後、重要な位置づけになると考えている。そのうえで、本答申に向けた産業振興会議は、行政や民間という立場や会議を超え、新しい価値を模索した場と人の集まりとして機能した一つの例示の様に思う。

下吹越 一孝 / 公募事業者

「新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方」について、第2期産業振興会議も第1期と同様、新宿をこよなく愛する者たちの熱のこもった議論の場となりました。新宿区の特性とは何か？それは「多様性」であると我々は結論付けました。そのような特性を持つ新宿区において、行政が様々なニーズの一つひとつ応えて行くことは困難です。したがって、多様なニーズを受け止めるプラットフォームを充実させる施策が有効であり、それを活用しようとする事業主体の自主性を引き出すことが大切であるという一つの回答を出しました。そのような考え方に基づいて、新宿区の今後の産業振興施策が進められることを期待します。

前田 明宏 / 公募事業者

私は商店街の運営には行政の助力が不可欠だと思い、商店街の視点、若者の視点を新宿区に示すことができればと今期より産業振興会議に参画しました。区の産業振興支援のための数々の施策が商店街や小商いの店子とはほとんど縁がない現状。その現状を打開する新宿区の特性を活かした産業施策という諮問内容は、大変有意義でした。一方の意見や見解のみを鵜呑みにせず、企画する側と実施する側の意思の摺合せによって双方が自発的に企画運営に携われるような環境が整うことを期待します。

志村 一夫 / 新宿区商店会連合会

少子、高齢化社会が急速に進み、消費者ニーズが大きく変化するなかで、商店はいかに繁栄発展していくか、安全、安心、そして暮らしやすいまちづくりをいかにして構築していくか、新宿の特性をアピールした創造的革新とは。さまざまな課題を抱えながら商店街の活性化に全力投球するためには、まず自らの経営意識の変革をしなければなりません。産業振興会議で議論を重ねその方向性を示し、地域の「力」を結集して進化、発展に努力していかねばならないと考えています。

加藤 仁 / 一般社団法人 新宿区印刷・製本関連団体協議会

新宿区の多様性の追求と並行して、我々業界もこの一年の変化に戸惑いながらも、業界の多様性とは何かを考えました。現在は、電子媒体とのコラボや「AR」「ドローン」「ビーコン」といった新たな技術の活用が求められています。それらの新技術が紙媒体の必要性に繋がるよう考えなければなりません。また、印刷物の受注の仕方も変化してきているので、その対応も考えていかなければなりません。

このような中で、新宿区産業振興課の施策の「営業代行」を活用することによって、業界の考え方が大きく変化したことは嬉しい限りです。産業振興会議のメンバーのご意見を参考に、業界のあり方をさらに追及できればと思っております。

富田 篤 / 新宿区染色協議会

2年間出席させていただいて、今更ながら、新宿は多様な町だと言う事を、もう一度感じました。

新宿区染色協議会等、地場関連産業も、この会を通じて色々な施策を模索できるようになり、新宿区の文化としての位置づけや、今後の産業施策においても、頑張れる要因を考えて頂く事ができました。なお一層、文化と産業育成に頑張りたいと思います。

又、街の活性化を図る為にも、商店街の目玉をつくり、客寄せができると、活性化ができると思います。その例として中井の「染の小道」は商店街・地域の有志・新宿区染色協議会が染色を目玉に売り出し、第二の神楽坂を目指して頑張っているいい例だと思います。

益田 佳代子 / 東京商工会議所新宿支部

産業振興会議に参加させて頂き誠にありがとうございました。産業は人が中心です。その人は何によって生きるのか。「衣・食・住」がなくては生きていけません。産業はその「衣・食・住」をうまく循環させていなくっては成り立ちません。古いものを新しくしたい、より良いものが欲しい。そういう欲求が産業を育てると思います。まず新宿にはどういう価値があるのか、それを明確にすれば産業が浮き上がります。どういった産業が育つか、それを知るためにも歴史・文化に目を止める必要があります。今注目されている観光産業も新宿にとっては大きな力です。

酒井 学雄 / 東京中小企業家同友会新宿支部

第1期目の答申「観光と産業の融合」を踏まえ、第2期目は「新宿らしい産業のあり方」について議論を重ねた。過去・現在・未来を見据えてその「らしさ」の検証をした。「わいざつ」から「多種多様性の共存」。それらを活かして、住民・企業住民・来街者が魅力ある新宿に触れられる産業政策の方向性を模索した。東京オリンピックに向けて、その都市機能と伝統的文化をいち早く発信できる政策の方向性を答申できた。

企業人として社会に関わってきたが、2期目に参加して、政策の多眼的にバランスを取ることの重要性を感じたが、逆に又尖った政策でないと社会を変えるほどのイノベーションは興きないことも、改めて感じた。

北村 啓介 / 西京信用金庫

地域の発展なくしては自らも成長できない地元金融機関の一員として参加をしました。商店街や伝統産業の業界の方々との活動やご意見を直接耳にすることができ、新宿という日本で最も先進的な地域についての理解が進みました。

ただ未来に目を向けますと、新宿にはまだいくつかの解決すべき課題を抱えているように伺われます。新宿区産業振興会議の次期委員の皆様方には、さらに広角度で深度の深い議論を進められ、この地のさらなる繁栄を築いていけるようにご議論願いたいと思います。

坂倉 みどり / 早稲田大学教務部社会連携推進室

産業振興会議に委員として参加する機会をいただき、心から感謝申し上げます。

私は大学の社会連携に携わる中で、大学と地域がもつ多様なリソースとをつなぎ、新しい人材交流の場を創ることを目的としてきていましたが、この会議は、まさに、中小企業、商店街、様々な立場の方々が、率直な意見交換を通じ、新宿区の将来像を検討するという人材の交流の場であったと感じています。「新宿」という地域を担うそれぞれの立場の構成員が、現状の課題等を共有し、理解を深め、そのうえで、果たすべき役割を再考する機会、多様で流動性の高い「新宿」のコミュニティの創造には不可欠であると考えます。今後も多様性を取入れながら新宿区の施策が発展していきますことを期待しています。



産業振興会議設置後の取組み

1. 第1期新宿区産業振興会議報告書概要

第1期では、「中小企業」「商店街」「施設」をテーマに設定し、現状・課題の把握、施策の改善点や今後のあり方について検討しました。

「中小企業」では現行の中小企業活性化支援施策について、

- ①必要に応じた施策内容の改善
- ②中小企業の実態把握
- ③中小企業活性化支援施策の周知を含めた情報発信力の強化
- ④区と他の機関との中小企業活性化支援に向けた連携

「商店街」では商店街の活性化を担う商店会について、

- ①商店会組織力を強化する活動の支援
- ②地域との協力による商店街のあり方
- ③商店街の繁栄に不可欠な個店の活性化

「施設」では開設して10年が経過した区立産業会館について、

- ①利便性の向上に向けた利用制限の緩和
- ②イベント実施や区内産業PRなど戦略的な活用

以上、それぞれ今後の施策のあり方としてまとめました。

産業振興会議の設置後は、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、企業や商店街、地域産業の活性化の支援を強化しています。また産業振興会議に参加する委員や区職員へ支援の意識が浸透し、関連団体の活動、地域に根差したネットワーク、委員間でのネットワークの構築など、新たな動きが出てきています。

第2期に向けては、第1期のテーマについて議論を深めていくほか、課題の一つとして「産業振興会議のあり方」をあげました。産業振興会議には、産業関係団体の関係者や経営者が参加し、それぞれが産業振興のための活動を行っています。参加関係機関が連携の方策や、産業振興会議の議論を実現可能な提言にするために、一歩進んだ組織形態を目指していくことを掲げました。

そのほか、新宿区に多く集積している産業、外国籍住民が多いことなどの特性を活かした産業振興や、来街者や外国人観光客が多く訪れることをどのように産業に結び付けていくのかを議論していく必要があると考えました。さらに産業の新しい動きを生み出すネットワークの構築、これからの産業を担っていく人材の育成なども、今後の取り組み、第2期での検討課題としてあげました。

2. 産業振興会議の意見を反映した個別施策

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・必要に応じた内容の改善 ・施策の周知など情報発信力の強化 ・様々なメディア、ネットワークを活用した周知 ・相談者と指導員のマッチング精度の向上 ・指導員の指名
施策	ビジネスアシスト新宿
26年度	<ul style="list-style-type: none"> ・指導員の増加 ・区ホームページの記載内容の改善 ・区内掲示板への掲示 ・中小企業基盤整備機構が運営する中小企業ビジネス支援サイトなど外部サイトの利用
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・指導員のプロフィール・得意分野などを区ホームページに公開 ・利用者による指導員の指名が可能

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・独自性を持たせた新宿区ならではのビジネス交流会の開催 ・区、事業者、産業経済団体、金融機関、教育機関による一層の連携 ・区、産業経済団体、金融機関等との連携による支援の拡大
施策	新宿ビジネス交流会
26年度	<ul style="list-style-type: none"> ・東京商工会議所新宿支部との共催、年5回程度開催 ・各回テーマを設定し、参加者が同じ目的で交流する有意義な内容で開催
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・継続
施策	産業振興フォーラム
26年度	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)新宿観光振興協会との共催、東京商工会議所新宿支部・新宿区商店会連合会・新宿区しんきん協議会の後援で、「産業と観光」をテーマに、区長や大企業と中小企業が活発に交流する内容で開催
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・(一社)新宿観光振興協会との共催、東京商工会議所新宿支部・新宿区商店会連合会の後援で開催予定
施策	新宿商談会
26年度	<ul style="list-style-type: none"> ・区内に本支店のある信用金庫、日本政策金融公庫新宿支店との共催 ・中小企業の販路開拓を支援、金融機関の地域密着型金融の取り組みの推進
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・継続

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業の自助努力の促進 ・業種、業態に応じた支援
施策	中小企業展示会等出展支援
26年度	<ul style="list-style-type: none"> ・全業種を対象、売り上げ拡大や販路開拓を支援 ・展示会等出展小間料の一部を助成
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・継続

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街活性化に向けた新しい取り組みに対するサポート ・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
施策	商店街のにぎわい創出に向けた調査
26年度	—
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・調査機関を用いて区内商店街の現況を把握、他都市の調査結果や実施事例の傾向等を分析し、今後の商店街振興施策を立案

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の繁栄には個店の発展が必須、商店街の枠を越えて積極的に取り組んでいる個店への支援
施策	地域飲食応援事業
26年度	—
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・国の地域住民生活等緊急支援交付金を活用、区内飲食店共通の新宿区独自の飲食券を割引価格で発行

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・利用ニーズに即した空き店舗対策が必要
施策	空き店舗情報の提供
26年度	—
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興課のホームページ内に、区内商店街の空き店舗情報を提供

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・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力の強化
施策	メールマガジン配信事業
26年度	—
27年度	<ul style="list-style-type: none"> ・区の産業振興施策や各種産業情報を掲載したメールマガジンを配信

意見	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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の拡大に有効 ・ 中小企業が利用しやすい施設、稼働率向上に向け、利用制限の緩和
施策	区立産業会館（B I Z 新宿）
26 年度	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用制限の緩和に向けた検討 ・ 飲食を伴う事業の試験的实施
27 年度	・ 継続

意見	・ 観光案内所の設置
施策	文化観光情報発信拠点の整備
26 年度	—
27 年度	・ 新宿駅東南口の甲州街道高架下空間を利用、文化観光情報発信拠点の整備

3. 関係団体の新たな動き

新宿区の各地域で、地域経済の活性化のため、様々な新しい動きや活動のさらなる発展がありました。各団体は企業や地域のニーズ、時代の変化に対応し、地域活性化のイベントの開催や、同業種・異業種のビジネスマッチングなどの企業支援に力を入れました。

○新宿区商店会連合会の取組み

新宿区商店会連合会は、平成 27 年 4 月から公式ホームページ「新宿ルーペ」を開設しました。平成 27 年度から平成 29 年度にかけては、NPO による各商店会のホームページの作成・更新支援を行う予定です。

○商店会による、地域の活性化を目指した活動

平成 25 年度の補正予算として「地域商店街活性化事業」（商店街の恒常的な集客力向上や、販売力向上が見込めるイベント等や商店街の体質の強化に資する事業）が募集されたことを受け、地域の活性化を目指し、新宿区内の商店会が新たなイベントを開催しました。イベント以外にも、今後の商店が生き残る道を模索して、住民にアンケートを行った商店会もありました。

一方で、補助金を使用せず、商店会の力でイベントを実施し、成功をおさめた事例もあります。荒木町商店会では、まちバルイベント「ミシラン」を開催し、多くのお客様を商店会に呼び込みました。中井商工会は新たな取り組みとして複数の近隣大学に協力し、まちめぐりイベント「ぐるぐるなかい」を開催しました。前述の「新宿ルーペ」の開設に伴い、大学と連携して商店会の情報を Web サイトで提供できるように取り組む商店会もあります。これらは商店会が自立し、積極的に活動していくあるべき姿であると考えます。

○一般社団法人 印刷・製本関連団体協議会の取組み

・ホームページの改善

新宿区の地場産業である印刷・製本関連業の振興や事業のPRのため、既存のホームページを改善し内容を充実しました。見やすいレイアウトに変更し、構成する 6 団体の紹介やイベント情報のほか、ホームページから見積依頼ができるようになりました。

・一括受注のシステム化

印刷・製本の受注をワンストップで行うため、一括受注のシステム化を図ります。協議会に属する企業のメーリングリストを整備し、見積依頼に迅速に対応しています。

○新宿区染色協議会の取組み

・紹介パンフレット作成

新宿が染の街であることを紹介する「染の王国・新宿」パンフレットを、10年ぶりに刷新しました。新宿の染の歴史や様々な染色の説明を記載しています。外国人にもPRするため、英語の説明文も併記しています。

・イベント実施

【水元の再現】

昭和30年代の前半まで神田川で行われていた染色の工程の一つ「水元」（糊や余分な染料を落とす反物の水洗い）を、伝承技術の保存ため、「神田川親水テラス」で年に1回再現しています。当初は区の声かけで協議会が協力する形でしたが、平成25年からは戸塚地区協議会との共催で行っています。毎年夏の風物詩として多くの人が集まり、水元の再現のほかに染色体験や作品展示を通じ、新宿の染をPRするだけでなく、地域との繋がりをもって地域の活性化に取り組んでいます。

【お江戸新宿 紺屋めぐり】

平成27年の秋に新たなイベントとして、落合・高田馬場・早稲田にある染物屋（紺屋）の工房見学を実施します。各工房が趣向を凝らし、染色体験や作品展示を企画します。

【染の小道】

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、地元の活性化に繋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。年々、来場者が増え、のれんを展示する店舗や参画する大学も増加しています。第1期でも注目事例として取り上げましたが、継続する中で、賛同者が増え、現在も成長を続けているイベントです。

<染の小道のあゆみ>

開催日程	来街者推計	川のギャラリー（反物）	道のギャラリー（のれん）
2014.2.28-3.2	9,900人	109反	99カ所
2013.2.22-24	14,000人	82反	87カ所
2012.2.17-19	12,000人	72反	75カ所
2011.2.18-20	4,400人	60反	51カ所
2010.2.19-21	ギャラリー系6店舗の合同展示会		
2009.2.20-22	ギャラリー、作家、湯のし店など全8社の合同展示会		

資料：2015年版公式パンフレット

○新宿区生鮮三品特販組合 お店紹介冊子「鮮」の発行

「生鮮三品」(肉・野菜・魚)の商店は商店街の中核を担うものですが、生鮮三品の商店の減少が著しいといった現状があります。その中で、生鮮三品特販組合は生鮮三品の商店を紹介する冊子「鮮」を発行しました。その作成には、早稲田大学の学生が取材や冊子の編集で関わり、消費者が興味を持つことのできる冊子になっています。商店も冊子を見て来店するお客様と触れ合うことで、意欲の向上に繋がっています。

○一般社団法人 新宿観光振興協会の設立・活動

観光事業に取り組んできた新宿区観光協会を発展的に解散し、公益財団法人新宿未来創造財団の観光課と新宿区の観光事業を統合・一体化して、平成26年4月に「一般社団法人 新宿観光振興協会」を設立しました。

新宿の力を結集し官民一体となって、新宿のまちが持つ、歴史・文化・産業・人材などの多様な資源を活かし、観光事業の振興を図るとともに、ひと、まち、文化の交流によるふれあいのあるまちを創造することで、地域経済の活性化に寄与することを目的としています。

新宿の魅力を幅広く紹介するため、観光情報誌「新宿 plus」を創刊し、外国人観光客向け多言語ガイドブック「SHINJUKU EXPLORER」を定期発行しています。観光情報誌「新宿 plus」は、区内各地域の魅力の紹介に加え、イベント・グルメ・ショッピングなどあらゆる情報を掲載し、新宿区内のホテル、飲食店、小売店、区関連施設等の観光案内協力拠点にて無料で配布しています。外国人観光客向け多言語ガイドブック「SHINJUKU EXPLORER」は、新宿区内の企業やレストラン・ホテルとの協働、デザイナーの卵である学生の参画を図り、新宿エリアの魅力を地域一丸となって外国人観光客にPRしています。言語は英語、中国語(繁体文・簡体文)、韓国語、タイ語の5種類で、海外の主要な旅行代理店、新宿の主要な約20のホテルフロントにて配布しています。そのほかホームページやFacebookでの情報発信も行っています。



資料編

平成 25 年 9 月 6 日

新宿区産業振興会議 会長 様

新宿区長 中山 弘子

新宿区産業振興会議への諮問

新宿区の産業振興について、下記のとおり諮問します。

記

1 諮問事項

新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方について

2 諮問理由

平成 23 年 4 月に制定した「新宿区産業振興基本条例」に基づき、「活力ある産業が芽吹くまち」を実現すべく産業振興施策を展開していますが、一層の推進を図っていくことが必要です。

新宿区は、昼間人口が夜間人口の約 2.3 倍、乗降者数世界 1 位の新宿駅を抱えるなど、新宿区を訪れる方を対象とする飲食業、宿泊業等のビジターズ産業が産業構造の大きなシェアを占めています。また、教育機関や医療機関が集積し、外国籍住民が多い等の特徴もあります。

このような新宿区の特徴や産業振興会議第 1 期からの報告を踏まえ、新宿区の産業振興に有効な施策を実行していくため、新宿区の特性を活かした産業振興施策のあり方の検討を諮問します。

3 答申期限

平成 27 年 8 月 22 日

1. データ集

【産業大分類別 事業所数および従業者数】

産業大分類	事業所数 (所)	従業者数 (人)
全産業(公務を除く)	32,193	634,509
農業, 林業, 漁業	11	45
鉱業, 採石業, 砂利採取業	3	5
建設業	1,188	30,711
製造業	1,364	29,917
電気・ガス・熱供給・水道業	19	2,908
情報通信業	2,167	④ 80,953
運輸業, 郵便業	304	9,165
卸売業, 小売業	① 6,215	② 101,112
金融業, 保険業	729	34,912
不動産業, 物品賃貸業	③ 3,676	30,962
学術研究, 専門・技術サービス業	④ 3,478	⑤ 39,713
宿泊業, 飲食サービス業	② 6,207	③ 82,849
生活関連サービス業, 娯楽業	2,027	21,130
教育, 学習支援業	805	28,288
医療, 福祉	1,529	32,953
複合サービス事業	72	740
サービス業(他に分類されないもの)	⑤ 2,399	① 108,146

(囲み数字は新宿区内の上位5位)

資料：総務省「平成24年経済センサス-活動調査」

【区内主要駅乗降客数】

主要駅	1日あたり乗降者数(人)	乗り入れ線
新宿駅	3,584,112	J R線、東京地下鉄、都営地下鉄、都営地下鉄（新宿西口駅）、小田急線、京王線、西武新宿線（西武新宿駅）
新宿三丁目駅	194,510	東京地下鉄、都営地下鉄
高田馬場駅	885,028	J R線、東京地下鉄、西武新宿線
飯田橋駅	384,620	J R線、東京地下鉄、都営地下鉄
市ヶ谷駅	336,314	J R線、東京地下鉄、都営地下鉄
四ツ谷駅	295,079	J R線、東京地下鉄

資料：平成25年度実績（J R東日本・私鉄各社）

【昼夜間人口】

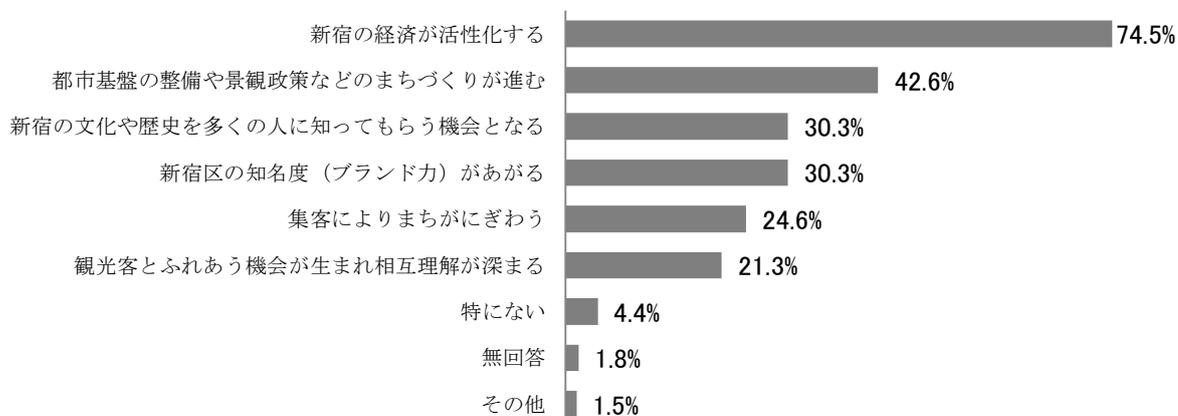
地域	昼間人口	夜間人口	昼夜間人口比率
総数	750,120人	326,309人	229.9%
四谷	62,221人	28,859人	215.6%
市谷・神楽坂	97,716人	45,495人	214.8%
高田馬場・早稲田・大久保	204,061人	146,946人	138.9%
落合	42,284人	63,068人	67.0%
新宿駅・歌舞伎町	108,774人	20,644人	526.9%
西新宿・角筈	235,063人	21,27人	1,104.7%

※昼間人口・夜間人口に旅行者等は含まない

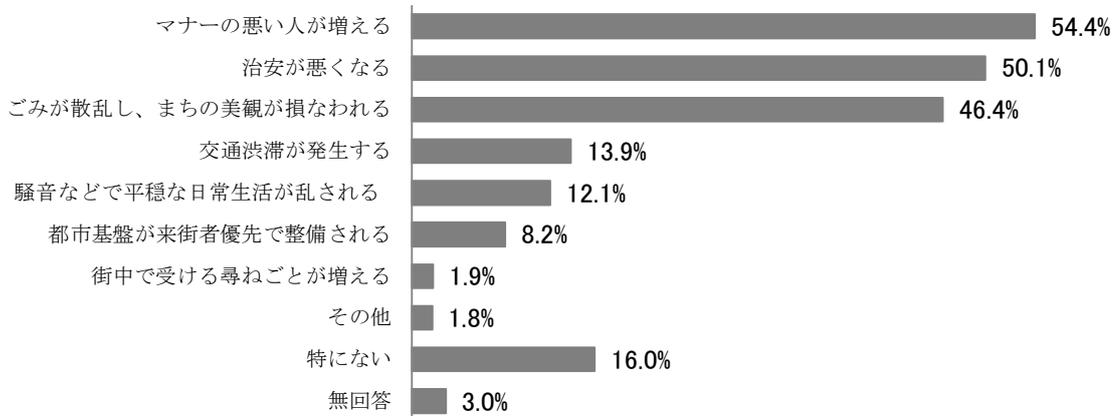
資料：東京都「平成22年東京都の昼間人口」

【新宿の都市観光】

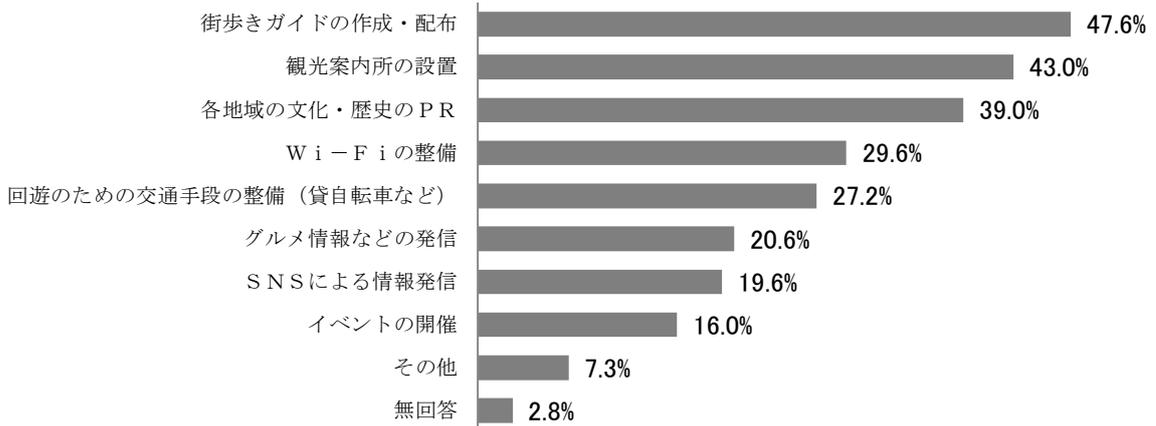
○観光客が増えることで良いこと（複数回答）



○観光客が増えることで好ましくないこと（複数回答）



○来街者に区内を回遊してもらうために必要なこと（複数回答）



資料：新宿区「平成26年度新宿区住民意識調査」

【訪都外国人旅行者の行動特性】

訪問先（複数回答）		一番期待していた場所		一番満足した場所	
新宿・大久保	55.6%	新宿・大久保	13.2%	新宿・大久保	13.8%
銀座	48.4%	銀座	13.0%	銀座	12.7%
浅草	47.3%	浅草	11.3%	浅草	12.5%
新宿・大久保で行った活動					
ショッピング	46.6%				
街歩き	18.2%				
日本食を楽しむ	12.5%				

資料：東京都「平成25年国別外国人旅行者行動特性調査」

【新宿区の人口】

住民基本台帳人口	人数	構成比
総数	331,170 人	-
日本人	293,587 人	88.7%
外国人	37,583 人	11.3%

外国人住民国籍 上位5ヶ国	人数	構成比
中国	13,690 人	36.4%
韓国又は朝鮮	10,279 人	27.4%
ベトナム	3,111 人	8.3%
ネパール	2,722 人	7.2%
ミャンマー	1,547 人	4.1%

平成27年8月1日現在

2. 新宿区の主な産業振興施策

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、後進の指導を行い、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。
④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、地域産業のにぎ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課題解決のため、経営・財務・税務等の専門家が企業を訪問し、適切なアドバイスを行い、企業の成長と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。
ビジネス交流会	年に 5 回程度「ビジネス交流会」を開催し、講演会や参加者間の交流会を通じて、ビジネスチャンスの拡大を図ります。

中小企業展示会等出展支援	区内中小企業等の売上拡大、販路開拓を支援するため、展示会等出展小間料の一部を助成します。
中小企業経営力強化事業	営業代行会社に委託し、区内中小企業等の売上拡大、販路開拓を無料で支援します。
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。
新宿ビズタウンメール	区内が中小企業者、個人事業主、区民を対象に、区の産業振興施策や各種産業情報を掲載したメールマガジンを配信します。
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。
商店街のにぎわい創出に向けた調査	区内商店街の現況を的確に把握し、今後の商店街振興施策に活用します。
商店街ホームページ活性化事業	新宿区商店会連合会のホームページの魅力を高め、来街者の増加ならびに商店街利用者の利便性を向上します。

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、にぎ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。
商店街空き店舗情報の提供	民間の不動産情報検索サイトを活用し、事業者に対して区内商店街の空き店舗情報を提供します。
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自主的に行う事業に対し、助成を行います。
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。
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)を提供するために発足した「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。

3. 第2期委員名簿

No.	氏名	区分	所属・役職
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	前田 明宏	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	一般社団法人 新宿区印刷・製本関連団体協議会 代表理事
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	北村 啓介	金融機関	西京信用金庫 理事長
13	坂倉 みどり	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室 課長
	高橋 圭三	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室 副室長

※新宿区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。

※肩書等は委嘱当時のもの。

※No.13 坂倉委員および高橋委員の任期は以下の通り。

坂倉委員…平成25年8月23日～平成26年3月31日、平成26年12月1日～平成27年8月22日

高橋委員…平成26年4月1日～平成26年11月30日

○専門部会名簿

〔集客〕

No.	氏名	区分	所属・役職
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	志村 一夫	商店会	新宿区商店会連合会 副会長
4	前田 明宏	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
6	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
7	北村 啓介	金融機関	西京信用金庫 理事長

〔新宿らしい産業振興・新しい産業づくり〕

No.	氏名	区分	所属・役職
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	下吹越 一孝	事業者	公募事業者
5	加藤 仁	産業経済団体	一般社団法人 新宿区印刷・製本関連団体協議会 代表理事
6	富田 篤	産業経済団体	新宿区染色協議会 会長
7	坂倉 みどり	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室 課長
	高橋 圭三	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室 副室長

4. 開催実績

年度	回	日時	会場	主な議事、検討内容
25 年度	第 1 回	平成 25 年 9 月 6 日 (金) 午後 6 時～8 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 ・区長からの諮問 ・区の概要 ・産業振興会議の展開
	第 2 回	平成 25 年 10 月 28 日 (月) 午後 3 時～5 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・新宿区の観光の現状 ・新宿区産業振興プランの方針と現状 ・専門部会の設置
	第 3 回	平成 25 年 12 月 11 日 (水) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・講演「新宿区と観光」 ・専門部会「集客」について
26 年度	第 1 回	平成 26 年 4 月 17 日 (木) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「集客」の中間報告
	第 2 回	平成 26 年 7 月 29 日 (火) 午後 3 時～5 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「集客」の実施報告 ・専門部会「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」検討の方向性
	第 3 回	平成 26 年 11 月 18 日 (火) 午後 3 時～5 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」の中間報告
	第 4 回	平成 27 年 3 月 9 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「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」の実施報告 ・第 2 期報告書作成に向けて
27 年度	第 1 回	平成 27 年 5 月 19 日 (火) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・第 2 期報告書案検討
	第 2 回	平成 27 年 7 月 8 日 (水) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・第 2 期報告書案検討

専門部会

テーマ	日時	会場	検討内容
集客	平成 26 年 1 月 21 日 (火) 午後 3 時～5 時	産業会館 (BIZ 新宿)	・区内全域への回遊性について
	平成 26 年 3 月 13 日 (木) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	・回遊性についてまとめ ・外国人旅行者へのPRと受け入れ体制
	平成 26 年 6 月 3 日 (火) 午後 3 時～5 時	産業会館 (BIZ 新宿)	・専門部会「集客」まとめ
新宿らしい産業 振興・新しい産業 づくり	平成 26 年 9 月 5 日 (金) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	・「新宿らしさ」の定義について
	平成 26 年 10 月 15 日 (水) 午後 6 時～8 時	産業会館 (BIZ 新宿)	・新宿区の特性を踏まえた産業振興の方向性
	平成 27 年 1 月 30 日 (金) 午後 3 時～5 時	産業会館 (BIZ 新宿)	・専門部会「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」まとめ

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2期 報告書

発行年月：平成27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

2015-39-2615

※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1000部印刷製本しています。その経費として、1部あたり232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。