

# 新宿区産業振興会議

## 第3期 報告書

平成27年8月23日～平成29年8月22日



## はじめに

---

新宿区産業振興会議が発足し、3期目の報告書を提出する時期となりました。

第3期は、第1期、第2期で議論してきたことを踏まえて、新しい新宿区の産業振興プラン策定に向け、近年の新宿区の産業、企業の実態を把握するとともに、あらためて新宿区らしい産業振興の方向性を検討する議論を積み重ねてきました。多くの方が生活するとともに、国内外から多くの方がさまざまな目的をもって常に集まっている新宿は、さまざまなタイプの多くの企業が存在しています。グローバルに事業を展開している企業や、全国的な市場、首都圏市場を対象にしている企業、そして地域のニーズにこたえる企業や商店、地域の産業集積を基盤にした企業など、事業活動の内容、業種や企業組織の形態や規模もさまざまです。

新宿区産業振興会議では、新宿をこれからも活力ある地域としていくためには、新宿に所在している企業、なかでもその大半を占める中小企業が、時代と環境の変化に積極的に対応して、新たな価値を創造していくことによって、顧客や地域、社会にとって不可欠な企業として新宿で事業を維持・発展させていくことが大切だと考えてきました。そして、変化に対応していく、新たな価値を創造していく、事業を維持・発展させ、新宿で頑張りたいという中小企業に、新宿区を含め中小企業に関わる組織、団体等のオール新宿で支援する環境を創造していくためには何が必要なのかについて、検討してきました。

3期6年間にわたる議論の中で、新たな取り組みや制度も生まれています。また、新しいネットワークも生まれ、新たな経済が創造されつつあります。しかし、求められている課題からすると、まだまだ多くの問題が残されています。今後予想される時代と環境の変化に向けて、これまでの成果を踏まえ、産業振興会議自体もさらなるバージョンアップが必要になっていくと思われます。

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について.....	1
1. 新宿区の計画体系と産業振興会議、条例との関係.....	1
2. 産業振興会議 第1期、第2期の検討概要.....	2
3. 第3期産業振興会議での検討事項.....	3
第2章 新宿区産業と企業の現状把握について.....	4
1. 区内企業の現状把握.....	4
2. 各調査から見えた区内産業の現況と課題.....	6
第3章 今後の産業振興の方向性について.....	10
1. 新宿区の産業を取り巻く環境変化.....	10
2. 産業振興の方向性.....	12
第4章 来期に向けて.....	16
産業振興会議委員のコメント.....	17
産業振興会議設置後の取組み.....	23
1. 産業振興会議の意見を反映した個別施策.....	24
2. 関係団体の新たな動き.....	27
資料編 .....	29



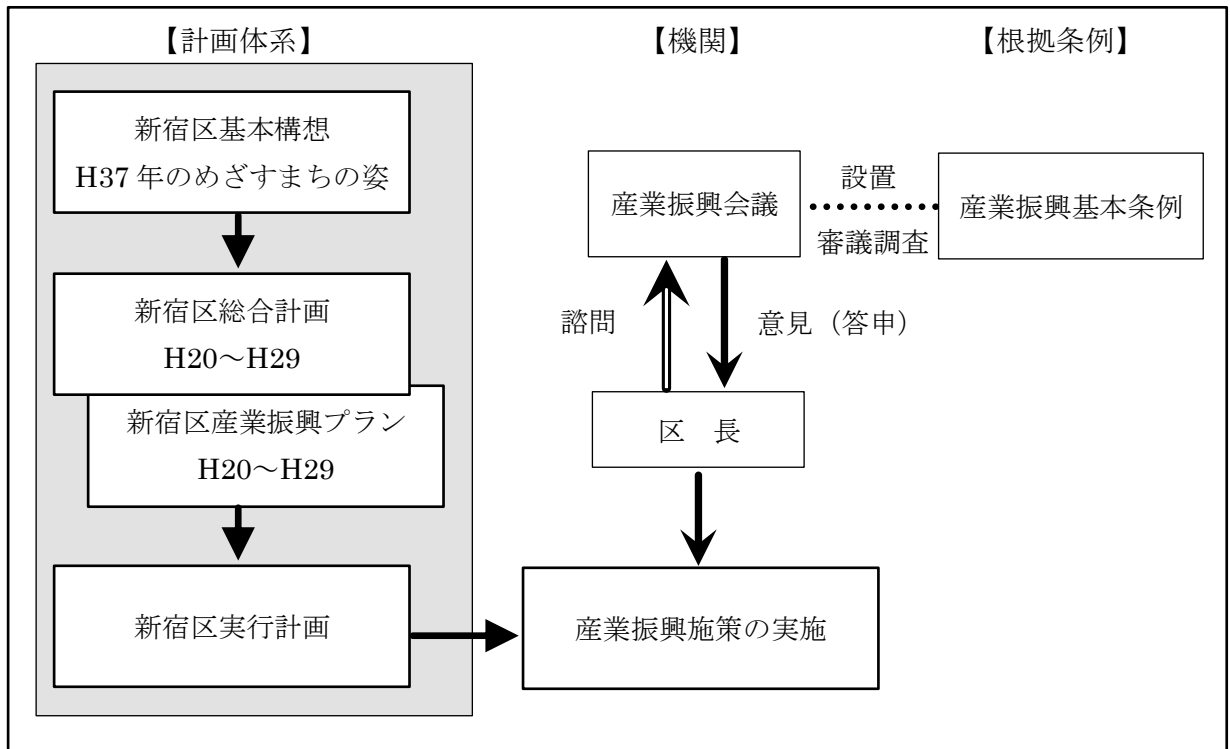
# 第1章 新宿区産業振興会議について

## 1. 新宿区の計画体系と産業振興会議、条例との関係

新宿区では「新宿区基本構想」「新宿区総合計画」により、まちづくりにおいて新宿区のみならずまちの姿と進むべき方向性を明らかにしています。平成20年度に策定された「新宿区産業振興プラン」（以下、「産業振興プラン」という。）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、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、「新宿区産業振興基本条例」（以下、「条例」という。）が施行され、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。）を設置しています。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。

新宿区の計画体系と産業振興会議、条例との関係



## 2. 産業振興会議 第1期、第2期の検討概要

### (1) 第1期での検討の概要

第1期では、「中小企業」「商店街」「施設」を検討テーマに設定し、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、それぞれ今後の施策のあり方をまとめました。

#### ①中小企業

- ・必要に応じた施策内容の改善
- ・中小企業の実態把握
- ・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
- ・区と他の機関との中小企業活性化支援に向けた連携

#### ②商店街

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

#### ③施設

- ・区立産業会館（BIZ 新宿）における会議室の利用予約の改善など利便性の向上
- ・イベント実施や区内産業 PR など戦略的な活用

### (2) 第2期での検討概要

第2期では、「新宿区の特性を活かした産業振興施策の在り方について」諮問を受け、答申結果をまとめました。

#### ①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

#### ②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

### ③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として、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

### ④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。

## 3. 第3期産業振興会議での検討事項

新宿区では、平成20年度から29年度までを対象とした産業振興プランをもとに産業振興施策を展開していますが、平成20年度の策定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、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、新宿区内の産業を取り巻く環境は大きく変わってきています。

現在の産業振興プランは平成29年度に期間終了を迎えることから、新たな産業振興プランの検討が必要ですが、今後の新宿区の産業振興の方向性を検討していくうえで、区内産業の実態に対する正確な認識が不可欠です。新宿区は平成28年度に、区内企業の現況や企業の抱える課題を把握するための調査を実施する予定であったため、どういった内容で調査をするのか、調査結果をどのように読み解いていくのか、結果から新宿区の産業の課題をどのように考えていくのかなどの検討が必要となっていました。以上の背景から第3期では、「区内産業と企業の現状把握」と「今後の産業振興の方向性」について検討を行いました。

## 第2章 新宿区産業と企業の現状把握について

---

### 1. 区内企業の現状把握

新宿区が平成28年度に実施することとなっていた、区内企業への調査について検討した内容を報告します。

#### (1) 調査の目的

調査を実施するにあたり、調査の目的を明確にし、調査結果をどのように利用するかを考える必要があります。

調査の第一の目的は、産業振興プランを策定する際の基礎資料とするため、区内企業等の現状を把握することです。ただし、現状把握だけでなく、調査を通して新宿の特性を活かして積極的な取り組みをしている企業を発見することも可能であると考えます。また、企業が自分で気づいていない魅力を聞き出し、魅力を持った企業同士の連携などに繋げることができるのではないかと意見もありました。

この調査を新宿区から企業への情報発信の場としてとらえることもできます。新宿区はこれからどのような施策の展開を考えているのか、新たな産業振興プランの策定を目指しているのかを企業に情報提供をすることで、それらに関心を持っている企業と一緒に産業振興を進めていくための土台作りをすることもできます。また、調査票と合わせて区の産業振興施策を周知することで今まで区の産業振興施策を知らなかった企業へ情報提供することも可能という意見もありました。希望者には今後、産業振興情報を配信し、区と企業がつながるきっかけを作るなど、積極的な企業と接点を持つことを調査の目的としてもいいのではないかと考えます。そして、企業が新宿という場を活かし、新しい事業展開を考えていくきっかけになる調査にする必要があると考えました。

#### (2) 調査対象

調査対象を絞ることで見落としてしまう企業がでてくることを避けるため、特定の業種・規模・法人格の有無に特化せず、調査をすることとしました。

#### (3) 調査内容

区が独自で調査をするので、経済センサスなど既存の調査で分からないことを把握することとし、調査に回答する過程で、企業に対しては今後区が行う事業の方向性を提示することができるような調査内容にすることが望ましいと考えました。

### ○企業の事業内容

「平成 26 年経済センサス - 基礎調査」の結果から新宿区では、業種別で「サービス業（他に分類されないもの）」が従業者数で 1 位、事業所数では 5 位と現行の産業分類では把握できない企業が多く存在しています。もともと商店だったところが不動産業を始めるケースなど、都市ならではの状況もあると思われます。一般的に使われている産業分類では捉えられない業務内容や複数の業務を行っているケースなど、実態を把握できるような調査を行う必要があります。そういう中で、新しい産業、新しい企業がどういう形で現れているかを把握することができれば、新宿の産業の方向性を検討する際に有効だと考えます。

### ○企業の事業展開における課題

今後、業種を超えた連携や活動が必要ですが、新宿区はそのような取り組みを行っている企業が伸びていける環境があると思います。そういった企業から希望や問題意識などを吸い上げることができる調査にできればと考えます。また、複数の企業で何か新しいことを始める場合の課題を聞いてはどうかという意見もありました。

### ○企業が考える新宿の特性

新宿区は多様性のまちと言われ、様々な魅力がありますが、事業を行うにあたり各企業が新宿区の特色をどのように認識し、どのように活かして事業活動をしているのか、その活動を行う際にどのような問題を抱えているのか、また、新宿の企業同士で何か新しいことを始めているか、地域と連携しているか、などを確認したいという意見がありました。

さらに、新宿区内で伸びている企業とはどういう企業なのか、新宿区のどのような優位性を活かして区内にいるのか、新宿にどういうビジネスチャンスがあると考えているのか、そのビジネスチャンスを活かしていくうえでどういう課題を抱えているのかも併せて確認する必要があると考えます。

#### 【主な意見】

- ・創業 100 年以上の企業は今までどう承継してきたのか、100 年続けるにはどうしたらいいのか話が聞けるとよい。
- ・何か新しいことにチャレンジしながら事業を続けている企業が何を求めているのか、どんなことをやっていけば業績を伸ばしていけるのかということ調査し、把握していきたい。
- ・ヒアリング調査をする際に、コーディネーターになりえる人が現場の声を吸い上げ、この調査で得た情報を蓄積し、他の企業と繋げていく、そういう人を育てる機会とすることもできるのではないかと。

- ・ 経営者の人的なネットワーク、特に若い人が活用しているネットワークを知ること、これから区が情報発信していく際に重要ではないか。
- ・ 商店会へのヒアリングは、個店レベルと商店会組織のギャップなどを踏まえながら行うといいのではないか。
- ・ 産業と防犯防災をどう結び付けていくのか、ヒアリングしてみるといい。
- ・ 土地と建物は、新宿区にとって大きな地域資源の一つであるので、どう活用していくのか関係づけられるようなアンケートになったらいいのではないか。
- ・ 企業が区の施策に対して期待していること、これから区に取り組んで欲しいことを聞く必要があるのではないか。
- ・ 地域ごとの意識調査、地域性が現れる調査になるといいのではないか。

## 2. 各調査から見た区内産業の現況と課題

上記での検討内容を受け、平成 28 年度に「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」を実施し、結果は区ホームページでも公開されている報告書にまとめられています。これ以外にも、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」を実施しています。この調査は、区内商店街の現況と空き店舗の状況を的確に把握するとともに、消費者の動向を踏まえ、今後の商店街のにぎわい創出に向けた施策を実施する際の基礎資料とするためのもので、これら 2 つの調査とその他の統計資料も活用しながら、区内産業の現況と課題を確認しました。

### (1) 企業の多様性

新宿区の産業構造は、多様な業種で構成されており、「平成 26 年経済センサス - 基礎調査」によると「卸売業,小売業」が 19.1%、「宿泊業,飲食サービス業」が 18.3%を占め、次いで「不動産業,物品賃貸業」が 11.5%、「学術研究,専門・技術サービス業」が 10.7%で続いています。従業者数では、「サービス業（他に分類されないもの）」が 17.7%で最も多く、次いで「卸売業,小売業」が 15.5%、大企業が立地する「情報通信業」が 12.6%、「宿泊業,飲食サービス業」が 10.5%で続いています。

平成 21 年から平成 26 年にかけて、事業所数はやや減少しているものの従業者数は増加しています。業種別にみると、「製造業」「学術研究,専門・技術サービス業」「宿泊業,飲食サービス業」「生活関連サービス業,娯楽業」等では事業所数及び従業者数ともに減少している一方で、「医療,福祉」「サービス業（他に分類されないもの）」等では事業所数、従業者数ともに増加しています。

「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」結果から、新宿区での事業開始年を見ると、これまで継続的に一定規模の事業所が事業を開始し、業歴 100 年以上の企業 115 社から回答があり、ここ約 10 年間に創業した企業も一定規模見られることから、業種だ

けではなく、操業年数においても多様な企業が区内産業を構成していることが分かりました。

## (2) 企業が抱える課題

### ①事業革新の推進

経済や社会が急速に変化していく中で、社会や顧客のニーズを捉えた事業を推進していくとともに、環境変化の中から新たな事業機会を捉え社会や顧客に新たな価値を提供していくことが重要となっています。「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」では、事業内容の見直し・変更を行ったことがある企業では比較的経営状況がよいという結果が分かりました。しかしながら、事業内容を見直し・変更したことがある企業は約3分の1に留まり、今後取り組む企業を増やしていくことが必要です。

また、事業革新に取り組むにあたって、限られた経営資源で対応しなければいけないことや顧客ニーズや市場に関する情報の収集力が弱いことから、自ら経営基盤の強化を図るとともに、情報収集力の強化や他の企業や大学・研究機関と連携していくことも必要です。

### ②企業の情報化の推進

ICTの進展により、中小企業においても、情報発信や経営管理、マーケティング等への積極的活用の重要度が増しています。「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、情報化の推進に対して、区内企業の関心度は高いですが、関心を持っている内容は、「情報技術を活用した情報発信（ホームページ、SNSの活用等）」が最も多く、新たな基盤技術として注目されている「IoT（Internet of Things）を活用した新事業展開」や「ビッグデータの活用（データを活用したマーケティングや新事業創出等）」は中小企業での関心度は低く、これからの課題となっています。

また、「どのような可能性やビジネスチャンスがあるかを知りたい」「中小企業での導入の難しさや利用に向けた相談機能を望む」などの回答があったことから、ICTの活用メリットや活用方法等の普及啓発や導入・活用への支援等による企業の情報リテラシーを上げていくことが情報化社会への対応から喫緊の課題となっています。

### ③人材の確保・働く環境の整備

全国的な少子高齢化の進展等による労働人口の減少や最近の景気の回復基調に伴う労働需要の増加等により、人材の不足感が高まっています。社会経済情勢の変化に対応した事業展開に自立的に取り組む企業にとっては、必要とする人材と求職者の能力と一致しない雇用のミスマッチ等も生じています。「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、事業拡大を志向している企業においては人材の確保は重要な経営課題となっています。

また、平成28年度の「新宿区ワーク・ライフ・バランスに関する企業及び従業員の

意識・実態調査」をみると、区内企業の多くがワーク・ライフ・バランスの推進が企業戦略に重要であるといった認識を持っており、多様な人材が活躍できる環境づくりが重要となっています。ワーク・ライフ・バランスを推進するために必要な取り組みとして、「管理職の意識改革」や「企業トップのリーダーシップ」「業務の改善」「従業員の意識改革」等が主に必要とされています。

#### ④持続的発展に向けた事業承継

「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、区内企業の代表者の約3割が70歳以上と高齢化が進んでおり、事業承継が課題となっています。後継者がいる企業は円滑な事業承継を促進し、承継を望んでいても後継者がいない企業には、親族や従業員以外への承継やM&A等の多様な手法の検討も含めた承継支援等、それぞれの企業の実情に合わせた事業承継に向けた支援が必要です。

事業の承継には、後継者が事業をそのまま引き継ぐだけでなく、事業の再構築や発展的な事業の転換を目指し、現存の経営資源を活用した商品・サービスの付加価値を高める等、後継者が新たな事業展開に取り組んでいくことが重要です。

### (3) 商店会の抱える課題

「商店街のにぎわい創出に向けた調査」によると、商店会が抱える主な問題点として、経営者の高齢化や各店舗の後継者の不在が上位に挙がっています。同様に商店会役員の高齢化も進んでおり、商店街活動の担い手不足や組織力の低下等、商店会の運営における問題もみられることから、商店会活動を引っ張っていく人材の育成や組織力の向上が課題となっています。また、多様な主体との連携により、商店街の活性化や魅力づくりを図っていくことも重要となっています。

商店街がにぎわいを維持していくには、「小売業」「飲食サービス業」「生活関連サービス業」等の比較的小規模な事業所の活性化が重要となります。しかしながら、「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、これらの業種では「廃業の予定」が20%を超えており、経営状況でも「悪い」と回答した企業が50%を超えるなど、厳しい経営状況の企業が多くなっています。これらの個店が魅力を高め経営力をつけていくことも課題の一つとなっています。

### (4) 新宿のまちのブランドの活用

「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、今後、期待できる新宿区の強みとして、約半数が「交通環境の利便性」、約3割が「まちのブランド力」を挙げているほか、「多様な企業・人との交流・連携」「通勤者・ビジネス客の増加」挙げられました。地域のブランド力の向上や安全・安心なまちづくりを進め、新宿のまちの総合的イメージアップを図ることが、区内企業にとっても企業ブランドや信用力の向上につながっていくと考えられます。新宿区が有するブランド力を高め、企業や区内で働く人、

来街者が、安全・安心に産業活動や消費活動を楽しめる環境づくりに官民が連携して取り組んでいくことが重要です。

**【主な意見】**

- ・新宿区は各地域で特徴あるまちづくりがされているので、地域によって企業の考え方が違うのではないか。
- ・創業 100 年以上の企業も多いことが分かったので、この存在を区の特徴として発信してはどうか。
- ・「観光を活かした事業展開」や「海外展開」の関心は低く、「東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会」については、開催後も集客できる事業展開の関心が若干高いが、開催時に何をしたいと考えている企業は少ない。この結果を今度の産業振興施策にどう結び付けていくか考える必要がある。
- ・「新規事業展開」や「人材の確保」など基盤についての関心が高い。今後 10 年の環境変化を活用していくことと、企業の経営基盤を強化していくことは、別に考えなければいけない。
- ・商店会は役員の高齢化が進んでいるのであって、個店の状況とはギャップがある。

## 第3章 今後の産業振興の方向性について

---

### 1. 新宿区の産業を取り巻く事業環境の変化

今後の産業振興の方向性を考えるにあたり、区内産業を取り巻く事業環境の変化を考慮する必要があります。スマートフォンの普及など、今から10年前では想像できなかったことが現実起きています。これからの10年で想像以上の変化が起きる可能性は大きく、予想がつかないことを前提として、フレキシブルに変化に対応できる方向性を考えていく必要があります。ただし、「少子高齢化」「ICT活用」「グローバル化」など、ある程度変化が想定できるものもあり、その中で企業づくりの方向性を区としてイメージしておく必要があります。

このような状況を踏まえ、今後10年間に、区内企業の事業環境に影響を与える変化として、次の6点を想定しました。

#### (1) 少子高齢化の進行

戦後増加し続けてきた我が国の人口は、平成22年をピークに減少に転じ、今後は加速的に減少していくことが予測されます。合わせて、高齢化が進むことにより、15～64歳の生産年齢人口の割合は2030年には6割台を切るものが予測されています。新宿区の人口推移をみると、平成7年を境に減少から増加に転じ、平成27年では34万人となっています。将来推計では、2030年までは増加し、その後は全国と同様に減少に転じると予測されています。全国と比較して、人口が減少する時期は遅く、15～64歳の生産年齢人口は平成27年の23.2万人から2030年には26.7万人と増加し、その割合も71.6%と変わらないといった見通しがされています。しかしながら、全国的な生産年齢人口の減少化傾向の影響を受けることは不可避であり、新宿区の産業においても、人材の確保・育成や、事業承継に係る課題がさらに生じてくるものが予測されます。

高齢化の進展に伴う消費行動の変化により、地域の小売店舗や商店街への影響が懸念される一方、健康関連産業、介護産業、医療産業等、高齢者を対象とした市場の拡大も想定されます。

#### (2) ライフスタイルや働き方の変化

ライフスタイルや働くことに対する意識の変化、子育てや介護等との両立等、働く人の仕事と生活に係る状況やニーズが多様化してきています。そのような中で、これまで我が国の経済発展を支えてきた日本特有の雇用慣行（年功賃金・終身雇用・企業別組合）と働く人の意識の間に乖離が生じてきています。少子高齢化が進み、労働力が不足してくると企業活動の生産性の低下や活力衰退につながることから、企業にとっては、働く人の視点にたった多様な働き方への対応が重要となっており、ワーク・ライフ・ balan



スを考慮した雇用制度とその運用への関心が高まっています。

### (3) 情報化の更なる進展

ICT（情報通信技術）の目覚ましい進展により、インターネットやスマートフォン等の情報通信端末の普及をはじめ、社会・経済・生活のあらゆる場面で情報化が進んでいます。今後も、IoT（Internet of Things；モノのインターネット化）やビッグデータ、オープンデータ、AI（Artificial Intelligence；人工知能）、ロボットなどに代表される「第4次産業革命」が世界的に進展していくと予測されています。

IoTが進展することで、様々なデバイスから集積されるビッグデータの活用が広がり、この付加価値に着目した新たなサービスが多様な産業分野に渡って創出されることが期待されます。また、ICTの活用による業務の効率化が図られ、省人化にもつながっていくことが予測されます。

### (4) グローバル化の進展

世界経済は、リーマンショック以後の平成22年からは緩やかな成長ペースが続いており、実質GDPの成長率は3%台前半を維持しています。一方、我が国の実質GDPの成長率は東日本大震災以降、2.1%以下に留まっており力強さを欠いています。

そのような中、海外市場を目指して海外展開を図る企業数は増加しており、特にアセアン諸国への進出が多くなっています。日本貿易振興機構の平成28年版「ジェトロ世界貿易投資報告」によると、日本企業の海外売上高比率は58.3%と拡大傾向が続いており、業種別で見ると、製造業が59.2%、非製造業が36.3%となっています。

自由貿易協定（FTA）や経済連携協定（EPA）の締結により、貿易障壁が低下し、商品・サービスの自由貿易化が進んでいます。このため、国内企業は海外展開の機会が増加する一方、国内市場でもグローバル競争が激しくなることが予測されます。

### (5) 外国人観光客の増加

平成28年の訪日外国人旅行者は約2,400万人に到達し、「平成28年東京都観光客数等実態調査」によると、東京都を訪れた外国人旅行者数は約1,310万人を数えています。

国は「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催に向け、2020年の訪日外国人旅行者の目標数を4,000万人に変更し、「観光先進国」の実現に向けて、観光資源の磨き上げ、観光産業の革新、快適に観光を満喫できる環境整備の3つの視点を打ち出しています。

「平成27年度東京都国別外国人旅行者行動特性調査」によると、東京都を訪れる外国人旅行者のうち4割以上が、訪日回数3回以上のリピーター旅行者であり、訪都回数が2回以上の割合は約5割となっています。

また、訪都外国人旅行者の都内訪問先をみると、「新宿・大久保」は韓国・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・イギリス・インドネシアの旅行者で1位となっています。

訪都外国人旅行者のうち約 6 割以上が新宿区を訪れたと回答しており、都内で「一番期待した場所」の 3 位、「一番満足した場所」の 2 位に「新宿・大久保」が入っており、新宿区は都内でも人気ある地域のひとつとなっています。

#### (6) 安全・安心への関心の高まり

我が国の政治経済を取り巻く環境は中東情勢の緊迫やアジアにおける政情の不安定といった地政学的リスクが高まっており、国内においても予測できない出来事の影響を受ける可能性もあるなか、安全・安心への関心が高まっています。特に、東日本大地震や熊本地震等の自然災害の発生が続いたことから、首都直下地震への対策や防災への関心が高まっています。

最新の新宿区地域防災計画によると、首都直下地震等による新宿区の被害想定は、約 7 万 7 千人の避難者や約 31 万 4 千人の帰宅困難者が発生することが予測されています。内閣府が策定した「防災基本計画」では、企業の役割として、災害時の役割を十分に認識し、各企業において災害時に重要業務を継続するための事業継続計画（BCP）を策定するよう努めるとともに、防災体制の整備、防災訓練、事業所の耐震化、予想被害からの復旧計画策定、各計画の点検・見直し等を実施することを位置付けています。さらに国は、災害による被害をできるだけ少なくするためには、自助・共助・公序の連携が不可欠とし、地域住民や地域団体と企業、商店街連携して地域防災に取り組むことを促進しています。

## 2. 産業振興の方向性

### (1) 今後の産業振興を考える上で重視する点

新宿区の産業の特徴、事業環境の変化、区内産業の抱える課題等を踏まえ、今後の支援の方向性を検討する必要があります。

企業は地域に存在し事業を展開することで、社会的役割を果たしており、そこで雇用や消費が生まれていることは地域の経済にとって大切なことです。しかし、企業は最初から貢献だけを目指しているわけではなく、結果として貢献しているという点も併せて考える必要があります。

一方、産業振興というのは、企業が「行政は何をしてくれるのか」という視点を持つのではなく、自立的に企業が事業活動を行い、行政が自主性を阻害しない範囲において、あるいはさらにそれを高めるために何をするのかという視点が基本であり、公的なサポートはプラスアルファでなくてははいけません。条例でもその点を踏まえて各主体の役割を謳っているので、支援策は受け身の企業ではなく、自助努力を行っている企業を対象とすることが必須となります。

また、新宿区には多くの人が訪れており、来街者が地域にもたらす波及効果、にぎわいが地域に落ちていく方法を考えていくことが必要です。来街者によるにぎわい創出と地域における産業振興は、非常に重要な課題で、創出されたにぎわいと個々の企業の展

開や地域における産業振興が絡み合っていく仕組み・方向性を産業振興プランの中で描いていく必要があります。

これらを受け、今後の新宿区の産業振興は、下記の 3 つの点を中心に進めていく必要があると考えました。

#### 事業革新と新たな価値創造の促進

これからの社会は、少子高齢化による人口構成の変化、経済や社会の成熟化、情報通信技術の進展など、あらゆる分野において変化や新しい事態が生じることが予測されることから、その変化を捉え、社会や顧客に今までにない価値を提供していくことが求められている。人、企業、情報、資金が集まる新宿区の特徴を活かして、常に変化する社会や経済情勢、市場ニーズを的確に捉えて、事業革新を積極的に図り、新たな市場・価値創造にチャレンジする企業や人を応援する。

#### 来街者による賑わいの創出

地域の魅力やまちのブランド力を高め、魅力ある新宿の情報発信や観光振興により来街者の増加を図り、区内での消費や経済活動を活発にしていく。これらの来街者の増加を商機として捉え、区内企業による新たな事業展開や新産業の創出を図っていく。このような事業活動がまちの魅力を高め、さらに来街者を惹きつけ、持続的な新宿区の産業の活性化につなげていく。

#### 地域に根ざす産業の振興・企業の支援

新宿区は、まちの変遷とともに多様な産業が興り、企業が集積して活発な事業活動が行われてきた。それらの企業は、「新宿」という地域に存在し事業活動を行うことで、地域に雇用や消費を生み出し、地域に活気をもたらしている。これらの地域に根ざした企業や今後新宿区に根ざして事業活動をしようとする企業と、その活動の場となる地域の発展を、産業振興の中核となる視点とする。

### (3) 施策の方向性

上記 3 つの視点をもとに、7 つの施策の方向性について検討しました。

#### ○価値創造に向けた積極的的事业活動

- ・環境変化の中にチャンスを見出し、新たな商品・サービスの開発や新市場・顧客の開拓等の積極的な事業活動に対し、支援を行っていく。
- ・多様な連携が構築できるよう、活発な事業活動に取り組む企業や大学、地域等の多様な主体が交流し、対話を通じて相互に刺激し合う場を拡充していく。

#### ○経営基盤の強化

- ・多様な人材が活躍できる環境づくりを支援していく。
- ・関係機関との連携のもと、広く情報を収集し、区内企業が必要とする情報を的確に発信していく。

#### ○発展的な事業承継

- ・親族や従業員以外への承継や M&A 等の多様な手法の検討も含めた承継支援、それぞれの企業の実情に合わせた事業承継に向けた支援を行っていく。
- ・企業が有する経営資源を活用しながら、新たな事業の創出や市場開拓、業態変換を図ることで、新たな価値を創造する発展的な事業承継を支援していく。

#### ○創業へのチャレンジ

- ・区内外から新宿区での創業を希望する人を呼び込み、その事業化を支援していく。
- ・成長段階に合わせ、段階別に支援を行っていく。

#### ○ICT を活用した事業展開

- ・中小企業における ICT の導入・活用に向けた環境づくりを図っていく。
- ・技術面等の専門的なアドバイスができる支援体制や、情報通信企業等との連携による取組みを推進していく。

#### ○来街者の増加を好機とした事業展開

- ・来街者の増加を好機とした事業展開を進める企業に対して、場の提供や開発支援受入対応支援などを行っていく。
- ・新宿区の観光振興に貢献するような、まちの魅力向上や情報発信に取り組む企業を支援していく。

#### ○商店街の魅力アップ

- ・大学など多様な主体との連携を通じて、商店街の活性化や魅力づくりを図っていく。
- ・商店街を構成する個店の魅力づくりを支援していく。
- ・地域のコミュニティによって安全・安心な環境を提供し、区民の消費や暮らしを支える商店街の魅力を高めることによって、地域に根ざした商店街の振興を図る。

### 【主な意見】

- ・今までの産業振興は、業種別に一律の支援が多かったが、今後は「個」である個別の企業を積極的に支援していくことが必要で、頑張っている企業、頑張っている個人など、「個」へのフォーカスが欠かせない。
- ・新宿区にあるもの同士をコラボレーションさせることはできないか。企業同士の顔が見える環境で、面白いことを連携してできるネットワークと場所が新宿区にはたくさんあると思う。地場産業とのコラボレーション、教育機関の研究、情報通信分野の活用などを融合することで新しいモノが生まれる。コラボレーションできる基盤をつくり、コーディネート機能を充実させて、全体が潤うようなことができるといい。
- ・ネットワークやコラボレーションをどうやって作っていくかというのも大事だが、行政ができる範囲は限られているので、企業にとって必要なコラボレーションやネットワークとはどういうものなのか、それに対して行政ができることは何なのかを考えていく必要があるのではないかな。
- ・区全体に対しての施策と併せて、地域別の産業の特色を活かした施策もあると思う。商店街についても、それぞれのエリアによって個性があり、地域というエリアの概念など別の視点を入れていってはどうか。
- ・商店街に関して、来街者の経済的効果を区内の商店街に落としてもらうためにはどうしたらいいのか、検討する必要があるのではないかな。
- ・産業構造の変化を考えると、製造業や印刷、卸、小売業などは全体として市場規模が縮小してきている中で、産業としてはある程度成熟している。飲食サービス業や専門技術サービス業、情報通信などは需要が拡大しているというより、新陳代謝が激しいので創業も多いと思われる。業種によって、創業からの年数によって特色があり、その点を意識する必要がある。
- ・住みやすく働きやすいビジネス都市というのを実現するためには、産業政策だけでは無理で、他部署の事業と連携して進めていく必要がある。
- ・企業が良いものをつくって発信しても、買ってくれるお客さんは少ないというミスマッチが起きている。外国から東京に集まってきた人、宿泊した人が新宿に何を求めているのかを導き出し、それに対して何ができるのかを考えていかないといけない。
- ・創業する人が事務所を借りると賃貸するオーナーに家賃が入り、企業に雇用が生まれると近隣商店街で飲食をし、地域が潤う。創業する人が地域に根づき、地域の産業が活性化する循環が生まれる形がつかれるといいと思う。

## 第4章 来期に向けて

---

第3期では、平成30年度からの新たな産業振興プランの方向性について議論を重ねてきました。平成23年8月から始まった産業振興会議の議論もふまえ、誰もが積極的に取り組むことが可能な産業振興プランの策定を望みます。

区内産業を取り巻く環境の変化は急速で、10年後の見通しは不透明な部分も多くあります。今後、環境の変化に合わせ、施策を見直す必要が出てくると思いますので、その際は産業振興会議の意見をもとに、時代に合わせた施策展開を行い、産業振興に取り組んでいって欲しいと考えています。

第4期の産業振興会議は平成29年から平成31年までと、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催の準備期間でもあります。企業にとっては大きなビジネスチャンスでもあるため、開催に向けて、そして、大会終了後を見据えた事業展開に対してどのような支援ができるか検討が必要となります。そして、策定された産業振興プランに沿った新たな産業振興施策についての議論を行い、企業のニーズに合った、より実効性の高い施策の検討を進めていきたいと考えています。

## 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**

新宿区産業振興会議では、メンバーの多様性（性別、年齢、経歴等）、会議での積極的な議論、企業委員の経験や挑戦などの情報共有、などを意識的に追及してきました。新たな価値を創造する企業を支援するためには、産業振興会議自身もフラットに、自由に討論する中で、委員間での新しい関係や新しいネットワークを創造していくことが大事である、と考えてきたからです。3期6年の中で、少しずつ実現してきたとは思っていますが。

**副会長 河藤 佳彦 / 高崎経済大学地域政策学部教授**

新宿区産業振興会議が発足して、早いもので6年になります。私は会議の発足当初から参画していますが、地域で産業活動の実践に取り組んでおられる委員の皆さんによる活発な討議は、新宿区の産業政策に着実に反映され活かされてきたものと実感しています。新たな施策の提案と併せ、実施中の施策に関する改善策の検討を継続的に行っていくことは、実効性のある産業政策の実現のため、益々その重要性を増していくものと思います。

**松尾 武司 / 公募区民**

産業振興プランの策定にあたり、その方向性とそのための情報整理として、どのような調査を行うかについて、率直で熱意に溢れた議論が行えたと考えている。その内容は、多様な地域と事業者といった新宿の特色や、東京2020オリンピックや時代の変化を踏まえ、特定の業界・事業者や画一的ではない、自立を前提とした、「変化を先取り」「持続的な発展」「新しい価値を創造」「地域に根差した」といったキーワードを元にしたコトへの支援の在り方を模索した結果である。

また、その過程において、特に、調査から得られた結果や、各事業者が感じる新宿区への魅力やニーズを鑑み、「新宿ならではの」という視点から、地域資源の活用や参加・連携について活発な議論が行われた。そのうえで、「新宿に根付く」といった、外部資源や来街者を惹き付けていく点にも配慮されたと自負すると共に、本結果が活かされるためにも、推進・改善を行っていく原動力として本会議の役割が今後も期待される。



酒井 学雄 / 公募事業者

3期6年間、委員を務めさせていただきました。思い起こせば、大学も新宿、初めての一人暮らしも新宿、就職した会社も新宿、そして、歌舞伎町のホテルの経営、神楽坂でBarの経営と、田舎から東京に出てきて35年以上新宿にすることになります。今期は、次期10か年の計画の年ということで、俯瞰的な調査・分析とマクロ的な計画立案の検討をしたわけですが、産業構造が毎年のように変わる時代に長中期の計画の実行は極めて難しいのではないかと感じています。改善の方法があるとなれば、企業経営がそうであるように、毎年中期計画を見直し、選択と集中を繰り返すぐらいの新宿らしい「ワイザツ」な施策が必要に思います。「消滅しない都市No.1新宿」を目指しましょう！長い間お世話になりました。

前田 明宏 / 公募事業者

前期に引き続き、区の事業者委員として産業振興会議に参加させていただきました。今後10年間の新宿区の産業振興プランを検討する本会合に事業者委員として参加できたことは、私にとって大変な名誉でした。専門部会にも微力ながら参画し、新宿区のよりよい産業振興を後押しできるよう尽力して参りました。事業の発展には事業者の自助努力が何よりも重要ですが、産業振興は来街者、地域社会、事業者の相互利益が不可欠です。その一助となれば幸いです。

志村 一夫 / 新宿区商店会連合会

産業振興会議の委員の皆さん、長い間お世話になりました。私たちの努力の結果が形となり数字となって現れる日がいつになるか大変楽しみです。議論の中でも申しあげましたが、商店街の現状は大変厳しい状況です。しかし逆に考えれば10年後の新しい構想の商店街を考えた時、むしろその変革のチャンスかもしれません。オリンピックまでなどと短期的なものではなく10年、20年の構想でしっかりとした未来像の中で宇宙空間のように明るく輝く、活気があふれたモデル商店街の夢のような総合プランを構築し、実現化して世界中から注目をあびるような新宿のニュー商店街を作りたいものです。

加藤 仁 / 一般社団法人 新宿区印刷・製本関連団体協議会

昨今の印刷関連企業は大変厳しい経営環境にある。勝ち残る企業なのか、生き残る企業なのかは別にして、どこに主眼を置くべきなのだろうか。産業振興会議で議論したように「創意工夫」「自助努力」に基づくどのような事業活動を行うか、各社が目標を明確にする事である。ICT（情報通信技術）、IOT（モノのインターネット化）、AI（人工知能）など電子媒体との融合も必要不可欠であり、新宿区内の誇る商店会、学校、病院等の協力連携は他地区にない大きな魅力である。

新宿の地場産業である我々業界全体の発展には、各社のトップがどれだけ強い向上意志とコンセプトを発信することが出来るかと同時に、受注生産方式を整備し仕事を創り出す企画と工夫を考える事だ。そのためには常にビジネスチャンスを探すサーチライトを強力に照らし続けたいものである。

富田 篤 / 新宿区染色協議会

新宿の街を歩くと、さまざまな言語が飛び交っています。ガラガラとバッグを引いて歩く外国の方が多く見受けられます。新宿には宿泊施設の集積があり、外国人観光客の皆さんも利用しています。さて、この産業振興会議では、観光についても討論されましたが、現在の施策は外国の方が日本を理解するものになっているのでしょうか。駅やショップで戸惑っている風景が多々見受けられます。今一度、原点に戻り、日本に来た外国の方が、「新宿に来たらこんなことに困っている」「こんなことがあれば助かるのに」などと思っていることを調べ、見直す必要があるのではないかと思います。「新宿に行けば困ることなく楽しめる。」と、外国の方たちに認識していただくではありませんか！『日本に行くならまず新宿から』これを気に世界の方が新宿の街へ来ていただけることを願います。

益田 佳代子 / 東京商工会議所新宿支部

街は年々多様な進化をしてく、大きな生き物だと思います。住む人、集う人、通り過ぎる人、それぞれのニーズに対応する産業は多種多様でなければならないですが、それにベストで応えられる街は、新宿だと感じます。しかしそれだけでなく、他との差別化がないと街の機能は錆びていきます。新宿ブランドとは何か、第3期を終えて、その大きなテーマを表現する時期に来ています。

産業振興の方向性として「環境変化に対応し、持続的に発展する魅力的なまちの実現」を私は押します。ここに新宿ブランドの答えがあるかもしれません。

太田 正一 / 東京中小企業家同友会新宿支部

新宿区産業振興会議を第3期からお手伝いさせていただいています。

中小企業家同友会新宿支部として学ばせていただきましたことは、働きやすい新宿がテーマであったことです。私たち中小企業は人材確保の面を考えても、働く環境は不可欠です。人はイメージから入る事が多いと思います。新宿というネーミングで引き寄せられる地域を今後も一緒に盛り上げていきたいです。訪日外国人の数が年々増加しています。その中でも新宿は一番人気と聞いております。新宿には伝統産業や地域に隠された魅力が沢山あります。是非、新宿区産業振興課のメンバーの方々と新宿の明るい未来を共に作っていただけると幸いです。今後も発展に寄与していきたいと思います。

遠藤 雅久 / 東京三協信用金庫

地域金融機関として会議に参加させていただく機会を与えて頂き感謝申し上げます。会議に参加された多くの識者や区職員の方々の考えや意見を聴くことで、自身の視野の狭さと勉強の足りなさを痛感いたしました。新宿区は産業、情報の集積地であり、地方に比べ恵まれた環境と感じていましたが、都心ならではの多くの問題を抱えていることに気づかされました。

会議で得られた多くの学びを糧として、今後も会議に参加された方々と交流をさせてもらい、地域金融機関として地域の活性化に向けた取組に努力したいと思います。

友成 真一 / 早稲田大学教務部社会連携推進室

新宿区の産業振興の未来について深く楽しく議論させていただき、感謝いたします。わが校のいわばふるさとでもあるこの地には、多くの学生たちがさまざまな熱い思いを抱いています。地域経営を専門とするわたしの立場からは、「地域の目的」をどこまで深め明確化し共有できるかが鍵を握っていると毎度発言させていただきました。今回の議論が起爆剤となって、地域を担う多様な方々が、個人のビジョンと区の産業振興の未来を重ね合わせることができれば、「新」たな方々を惹きつけ続ける「場=宿」としての新宿が輝きつづけると勝手に妄想しております。



## 産業振興会議設置後の取組み

## 1. 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"> <li>・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</li> <li>・変化と創造を目指す企業の支援</li> <li>・企業がチャレンジ精神を持てる土壌を作る</li> <li>・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</li> </ul>
施策	産業振興フォーラム
28年度	「企業の持続的発展」に焦点をあて、「長寿企業の経営哲学」をテーマとした講演を行い、企業の持続的な発展に向けて、課題解決のヒントを得る機会とする。
29年度	時代の変化に即したテーマで開催予定

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャレンジ精神を持った企業のニーズに合わせた支援</li> <li>・マッチングのための場の提供</li> </ul>
施策	新宿商談会
28年度	バイヤーへの事前ヒアリング、商談企業への事前訪問、商談力向上セミナーの開催により、マッチング精度を向上させる。
29年度	継続

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・同業種、異業種問わない様々な企業との交流・連携</li> <li>・観光がもたらす波及効果を活かす</li> </ul>
施策	新宿ビジネス交流会
28年度	「観光」がテーマの交流会を年2回開催する。
29年度	各回テーマを設定し、ワールドカフェ方式やファシリテーターを導入することで活発な交流を促し、マッチングの精度を向上させる。

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中小企業の自助努力の促進</li> <li>・チャレンジ精神を持った企業を増やす</li> <li>・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</li> </ul>
施策	優良企業表彰
28年度	多くの企業が応募するよう、周知方法を強化する。
29年度	地域貢献度を重視するよう、審査方法を見直す。

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企業の実態を把握した施策展開</li> <li>・ 企業に対する施策の有効な活用方法の提案</li> </ul>
施策	新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査
28年度	区内企業の現状や企業の抱える課題等を把握することで、今後の産業振興の方向性を定め、産業振興施策を立案する際の参考とする。
29年度	調査結果を踏まえ、今後の産業振興施策を立案する。

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 様々なメディア、ネットワークを活用した周知</li> </ul>
施策	商店会情報誌の発行
28年度	商店会、商店主向けの情報誌を発行し、先進的な活動事例の紹介や、新たな魅力の発掘など、商店経営、商店街活動の参考となる情報を提供する。
29年度	発行を年4回に増やす。

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>
施策	大学との連携による商店街支援
28年度	—
29年度	大学等が持つ専門性や人的資源を活かしながら、商店街の抱える潜在的な課題の解決に向けた取り組みを支援する。また、大学等と地域（商店街）の連携・交流を進めることにより、商店街の魅力づくりを推進する。

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 魅力あふれるまちづくりで来街者を呼び込む観光振興</li> <li>・ 観光がもたらす波及効果を活かす</li> <li>・ 企業がチャレンジ精神を持てる土壌を作る</li> </ul>
施策	新宿産業観光フェアの開催
28年度	区内産業や国際観光都市としての新宿の魅力を広く発信し、区内中小企業の新たなビジネスチャンスを創出するため、(一社)新宿観光振興協会と共催で「新宿産業観光フェア」を開催する。
29年度	継続

意見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新宿発の企業、商品、サービスの PR</li> <li>・人材の発掘、育成</li> <li>・観光がもたらす波及効果を活かす</li> <li>・様々なメディア、ネットワークを活用した周知</li> </ul>
施策	ものづくり産業の発信
28年度	区内のものづくり産業を志す人材の創出やものづくり産業の振興を図るため、ものづくり産業の魅力を発信するための動画を制作し、区の産業及び観光関連イベントでの上映や Youtube での配信等を行う。
29年度	継続



## 2. 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、区内産業の活性化を目指して活動を行っています。

### ○各商店会による独自の取組み

全国的に商店会会員が減少傾向にある中、「目白通り商いの会」では街路灯設置をきっかけに役員の皆さんが会員勧誘に歩き、16店の新規会員を獲得し、商店会組織の強化に成功しました。

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。「新大久保商店街振興組合」では平成29年に初めて「新大久保ゆかたまつり」を開催し、多くのお客様を商店会に呼び込みました。

また、「歌舞伎町商店街振興組合」は多言語マップを作成するなど、近年増え続けている外国人観光客を商店街に取り込もうと動き出しています。

### ○一般社団法人 印刷・製本関連団体協議会の取組み

- ・新宿産業観光フェアへの出展

新宿区と新宿観光振興協会が主催する「新宿産業観光フェア」に出展し、来場者に印刷技術をPRすることで、B to Bだけでなく、B to Cへもマーケットを広げるための取組みを行っています。

### ○新宿区染色協議会の取組み

- ・染のまち新宿のPR

東京都が実施している「地域資源発掘型実証プログラム事業」を活用し、PR動画とパンフレットを作成しました。外国語にも対応し、積極的に外国人観光客を取り込むための取組みを行っています。

- ・イベント実施

染色協議会では、今までも「神田川 水べの染め体験」や「染の小道」など様々なイベントを通じて、染のまち新宿をPRしています。平成27年に開始した「お江戸新宿・紺屋めぐり」では、地域ごとに実施期間を分けるなど、参加者がより楽しめる工夫を行っています。

## ○新宿区生鮮三品小売店連絡会の取組み

- ・レシピの作成

生鮮三品小売店を活性化し、区民の健康に寄与するため、栄養士や食育ボランティアの協力のもと、鮮魚、青果、食肉食鳥を使用した料理レシピを作成して区民に配付しました。

- ・伊那市と連携した研修会の実施

会員を対象に、友好都市である伊那市の良質で安全な生鮮品の生産現場を訪れて生産者との交流を行うことで商品に対する知識を深め、区内生鮮三品小売店店舗の活性化を図るため、研修会を実施しました。この研修では、新宿区食育ボランティアにも参加を呼びかけ、3者の交流の場としました。

# 資料編

## 1. 新宿区の主な産業振興施策

中小企業経営支援	
商工相談	商工相談員が中小企業者等に対して、経営全般に関する相談、診断及び助言などを行います。
ビジネスアシスト新宿	中小企業者等の経営全般に係る相談に対し、専門家を派遣して支援を行います。
新宿区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。
中小企業活性化支援	
産業振興フォーラム	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」を開催します。
新宿商談会	区内中小企業者の販路開拓を支援するため、区と地域金融機関が連携し、バイヤーを招いて個別商談会を開催します。
新宿ビジネス交流会	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	区内中小企業者の売上拡大、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。
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、基盤の強化などの取組みにより優れた実績を上げ、地域産業の発展と向上に貢献した中小企業を表彰します。
創業支援	
高田馬場創業支援センター	区内産業の活性化を図るため、新宿区内の意欲ある創業者へのオフィススペースの提供や、区内で創業、新産業の創出、経営改革を目指す方への専門家による育成支援を行います。
新宿区特定創業支援事業	認定創業支援事業者（東京商工会議所新宿支部、東京三協信用金庫、西京信用金庫）と連携し、創業支援事業計画に基づく特定創業支援事業を実施します。

ものづくり産業の支援	
新宿ものづくりマイスター 「技の名匠®」の認定	地場産業を含めたものづくり産業の振興を目的に、ものづくり産業の同一業種に10年以上従事する区内在勤者のなかで、優れた技術・技能を有し後進の指導を行っている方を『技の名匠®』として認定します。
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・新技術開発事業、販路開拓事業及び海外展開事業等の経費の一部を助成します。
商店街活性化支援	
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事業や、商店街の魅力を高めるための施設整備事業に対して、必要な費用の助成を行い支援することで、商店街の活性化に向けて取り組みます。
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LED街路灯の新設やLEDランプ交換等の環境対策への取組みに対して、必要な費用の助成を行い支援することで、環境に配慮した商店街づくりを推進していきます。
商店街の魅力づくりの推進	商店会、商店主向けの情報誌を発行し、区内等の魅力ある商店会等の活動事例の紹介や地域ブランドの創出など、商店経営、商店街活動の参考となる情報を提供することにより、商店街の魅力づくりを推進します。また、新たな商店街振興施策について、検討・実施していきます。
商店街消費拡大推進事業（新宿応援セール）	商店街における消費拡大と活性化を図るため、区内全域の商店街で一斉にスクラッチくじ方式の抽選券を配布し、金券が当たるキャンペーンを、新宿区商店会連合会に委託して実施します。
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（非常勤職員）として採用し、配置します。
商店街空き店舗情報の提供	民間不動産会社の持つ区内空き店舗情報を活用し、区の空き店舗情報提供サイトにアップロードすることで情報提供し、商店街の空き店舗での開業を促進します。
商店街ホームページ活性化事業	区の協働事業提案制度を活用し、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の向上を目指します。

産業関連情報の発信	
新宿産業観光フェアの開催	『新宿産業観光フェア』を新宿観光振興協会と連携して開催し、新宿の産業や国際観光都市としての新宿の魅力を国内外に発信します。
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	メールアドレスを登録された方に、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。
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。
新宿区中小企業の景況	新宿区の中小企業の景気動向について、四半期ごとに区内の中小企業を対象に調査を行い報告書を作成し、区公式ホームページで公開します。
その他	
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。
新宿区産業振興プランの策定	社会経済状況の変化や区内事業所の抱える課題に合わせ、平成30年度から始まる新たな産業振興プランを策定します。
区立産業会館（B I Z 新宿）	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。

## 2. 第3期委員名簿

No.	氏名	区分	肩書等	備考
1	植田 浩史	学識経験者	慶應義塾大学 経済学部教授	会長
2	河藤 佳彦	学識経験者	高崎経済大学 地域政策学部教授	副会長
3	川名 和美	学識経験者	高千穂大学 経営学部教授	副会長
4	松尾 武司	区民	公募区民	
5	酒井 学雄	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	太田 正一	産業経済団体	東京中小企業家同友会新宿支部 幹事	
12	遠藤 雅久	金融機関	東京三協信用金庫 融資部 部長	
13	友成 真一	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室 参与	

※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.3 川名委員の任期は以下のとおり。

平成27年8月23日～平成29年4月22日

○専門部会名簿

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	前田 明宏	事業者	公募事業者

※No.3 川名委員の任期は以下のとおり。

平成 27 年 8 月 23 日～平成 29 年 4 月 22 日



### 3. 開催実績

回	日時	会場	主な議事、検討内容
第1回	平成27年9月4日(金) 午後6時～8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・委嘱状交付</li> <li>・会長および副会長選出</li> <li>・第3期の進め方とスケジュール</li> <li>・現行の産業振興施策</li> </ul>
第2回	平成27年11月11日(水) 午後6時～8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業実態調査と産業振興プランについて</li> </ul>
第3回	平成28年1月28日(木) 午後6時～8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現産業振興プランの棚卸について</li> <li>・産業実態調査について</li> </ul>
第4回	平成28年4月20日(水) 午後6時～8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「商店街のにぎわい創出に向けた調査」報告</li> <li>・平成28年度新規事業紹介</li> <li>・産業実態調査について</li> </ul>
第5回	平成28年9月2日(金) 午後4時～6時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」中間報告</li> <li>・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」ヒアリング調査と第2次アンケート検討</li> <li>・次期新宿区産業振興プランについて</li> </ul>
第6回	平成28年12月6日(火) 午後6時～8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」第1次アンケート追加分析報告ヒアリング調査実施報告、第2次アンケート調査票検討</li> <li>・次期新宿区産業振興プランについて</li> <li>・専門部会について</li> </ul>
第7回	平成29年2月28日(火) 午後6時～8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」第2次アンケート結果報告</li> <li>・産業振興ビジョンの検討</li> </ul>
第8回	平成29年5月23日(火) 午後6時～午後8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興プランの構成案とたたき台について</li> <li>・第3期報告書の作成について</li> </ul>
第9回	平成29年7月11日(火) 午後3時～午後5時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興プランについて</li> <li>・第3期報告書について</li> </ul>

専門部会

回	日時	会場	主な議事、検討内容
第1回	平成29年2月2日(木) 午後2時～4時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新宿区基本計画(骨子案)について</li> <li>・新宿区産業振興基本条例について</li> <li>・現新宿区産業振興プランの棚卸</li> <li>・新宿区の産業を取り巻く環境</li> <li>・プラン策定に向けて検討が必要な事項</li> <li>・産業振興プランに向けた産業振興会議の議論の整理</li> <li>・個別テーマ「商店会」についての検討</li> </ul>
第2回	平成29年4月11日(火) 午前10時～12時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」結果報告</li> <li>・産業振興プラン策定の目的と対象について</li> <li>・産業振興プランの構成</li> <li>・産業振興ビジョンと施策の方向性</li> </ul>
第3回	平成29年4月25日(火) 午後6時～午後8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興の方針と施策の方向性について</li> <li>・産業振興プランの構成案について</li> </ul>
第4回	平成29年6月20日(火) 午後6時～午後8時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興プランについて 構成、基本目標、施策の方向性</li> </ul>
第5回	平成29年8月17日(木) 午後4時～午後6時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興プランについて 素案検討</li> </ul>

#### 4. 新宿区産業振興基本条例（平成23年3月23日新宿区条例第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

福利厚生を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

## 5. 新宿区産業振興会議規則（平成23年7月14日新宿区規則第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、文化観光産業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。

附 則

この規則は、平成28年4月1日から施行する。



## 新宿区産業振興会議 第3期 報告書

発行年月：平成29年8月

編集・発行：新宿区産業振興会議

事務局：新宿区文化観光産業部産業振興課

〒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

2017-39-2803

※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250.56円（税込み）がかかっております。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。