

人が行き交い 感性を育むまち新宿

文化創造産業の育成に関する提言

平成21年12月

新宿区文化創造産業育成委員会

はじめに

新宿区文化創造産業育成委員会

新宿区文化創造産業育成委員会は、新宿区に明るい未来を拓く「文化創造産業」の発展を促進する観点から、関連企業を誘致し育成する施策、その担い手を集め育てる方策、文化創造産業を創る環境の整備などを検討してきました。

平成 19 年 12 月に策定された新宿区基本構想及び総合計画では「多様なライフスタイルが交流し、『新宿らしさ』を創造していくまち」をまちづくりの基本目標のひとつに掲げ、「新宿ならではの活力ある産業が芽吹くまち」を個別目標に掲示しています。そして、この目標を実現するための施策として「新宿区のこれからの産業振興にあたって欠かせない、賑わい産業の大きな核である文化創造産業の誘致・育成・振興を図るための施策を展開していく」ことを定めています。

また、新宿区は平成 20 年 3 月には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のビジョンと戦略を示す「新宿区産業振興プラン」を策定しました。その中で「文化と産業とを融合する『仕組み』をつくり、産業や観光の振興により創造的な人々や企業の交流する『場』をつくる」ことをうたい、その方策のひとつとして「文化創造産業の誘致・育成」を挙げています。

これを受けて、平成 20 年 5 月に新宿区文化創造産業育成委員会が設置され、平成 21 年 3 月には文化創造産業振興の基本的視点や区の方針の方向性について示した中間報告書を取りまとめました。当委員会は、中間報告書で示した基本的視点や方向性をもとにさらに検討を重ね、このたび今後区が取り組むべき支援策を中心に「文化創造産業の育成に関する提言」を取りまとめました。ここに新宿区長に提出する次第です。

平成 21 年 12 月

目次

． なぜ今、新宿で文化創造産業なのか.....	1
1. 都市の魅力と文化の創造.....	1
2. 新宿のまちの光と影.....	1
3. 新宿らしい文化を創造する産業の振興.....	2
． 新宿のまちと産業のすがた.....	3
1. 新宿のまち.....	3
2. 新宿の産業.....	4
3. 新宿区の産業振興施策.....	6
． 文化創造産業の振興の基本的視点.....	7
1. 新宿区の特性を強みに活かす.....	7
2. 文化創造産業の実態をふまえる.....	8
3. 文化創造産業を柔軟にとらえる.....	8
． 区の総合的取組みへの提言.....	11
1. 区の支援の基本的考え方.....	11
2. 支援策の提案.....	12
おわりに.....	15
参考資料	
資料1：文化創造産業育成委員会 開催・検討内容.....	17
資料2：「新宿区文化創造に関する実態調査」(抜粋).....	26
資料3：新宿区文化創造産業育成委員名簿.....	31
資料4：新宿区文化創造産業育成委員会設置要綱.....	32

提 言

．なぜ今、新宿で文化創造産業なのか

1. 都市の魅力と文化の創造

いま人々の意識は、かつての効率追求の価値観から、精神的豊かさを求める文化重視の方向へと変化してきています。都市は、その価値創造力によって人々を魅きつけ、世界、特にアジア地域において都市への人口集中が高まりました。主要都市は、その価値の一層の向上を目ざして競い合うようになっています。

情報技術を始めとする先端技術は、都市の装いを新たにする力をもっています。都市のコンパクト化を進め、経済活動を活発化し、効果と安全を高めています。同時に文化表現を多彩にし、文化の伝達方法を高度化しています。

今や都市の魅力として、「文化」が重要な要素となっています。都市の持つ文化の魅力と発信力が、その都市に世界中から多くの人々を集めています。都市に集まる多くの人々は、住み、働き、学び、遊ぶ中から様々な交流を生み出し、そこで多くの人々の「感性」が会う中から相互に刺激を受けています。

このように都市の持つ魅力によって人が集まり、活動し、相互に「感性」を刺激しあう中から新たな「創造性」が生まれ、この「創造性」が文化と産業の連鎖的な融合発展をもたらし、新しい文化や産業を生み出していく原動力となっています。

新宿が「創造性」に溢れたまちとして持続的に発展していくためには、歴史的、地域的な特性の上に「新宿らしい文化の創造」を持続する環境を整えることが必要です。

2. 新宿のまちの光と影

新宿は歴史的に宿場町として出発し、多くの人々が交流し経済活動を行うことで発展してきました。それは近代都市へ脱皮する過程において1885年の新宿駅の開設によって拍車がかかりました。現在、新宿駅を利用する人は一日に約350万人以上とされています。新宿は、新宿副都心として東京での重要な地位を占め、多くの人々が交流し経済活動を活発化させる中から多くの産業集積を生み出し、多様な文化を創り出してきたという歴史があります。

このように多様で豊かな文化を創造してきた新宿を、未来に向かってより豊かなまちとしていくためには、新宿に集まる多くの人々や企業と、行政とが力をあわせて環境条件や人々の価値観の変化に即して絶えず自己改革を続け、人々が愛着や誇りをもてる「まちづくり」を進めていくことが必要です。それには目先の利益にとらわれ、遊興娯楽本位の安易な手法をとるのではなく、長い目で高次元の精神的文化的欲求に応える豊かなまちをつくっていく観点から考える必要があります。

現在の新宿のまちも映画、演劇、音楽、ファッションなどに関する産業が多く存

在し、エンターテインメント・シティとしての活力は保っておりますが、他方で「新宿コマ劇場」や「シアタートップス」の廃業など大衆娯楽産業の拠点がなくなっています。また、各種チェーン店の増加に象徴されるように新宿オリジナルな店舗の減少など、これまで新宿のまちの活力の源泉となっていた新宿らしい文化の発信力のあるまち並みが少なくなってきたのではないかと危惧されます。

3. 新宿らしい文化を創造する産業の振興

われわれ日本人は、自然との共生の下で美的感覚と感性を磨き、文化を育んできました。新宿御苑が象徴するように、日本庭園は、自然の美しさと人間の技の粋を見事に融合しています。

日本が目覚しい発展を示した高度技術は、地球環境を保ち文化との融合を多様にする条件を提供するものです。

これからの新宿を、これまで以上に多くの人々に感激を与え、楽しさを提供できるまちとしていく重要な鍵となるのは、こうした条件を活かし新宿のこれまでの文化を創造的活動に結びつけていくことではないかと考えています。

新宿に集まる多くの人々が交流する中から生まれる文化を産業と結びつけるといふ新しい形での産業振興を図っていくことが大切です。これによって新宿というまちの魅力を一層高めることが可能となると考えます。

・ 新宿のまちと産業のすがた

1. 新宿のまち

新宿区の人口は平成 21 年 11 月 1 日現在 317,906 人です。そのうち 1 割にあたる 35,337 人が外国人登録者です。この外国人登録者数は都内で最も高く、新宿区は多くの文化が共生するまちといえます。

また、区内の事業所数は約 3 万 4 千で、従業者数は 60 万人を超え、大学・専修学校など多くの教育機関が集積し、近年では日本芸能実演家団体協議会、宝塚造形芸術大学、吉本興業グループ、韓国文化院といった文化に関連する学校・企業・団体等が新宿区に活動の拠点をおいています。

さらに、ターミナル駅である新宿駅では 1 日の乗降客数が 350 万を超え世界一とされています。

新宿駅周辺以外に目を向けてみると、自然が多く商業も盛んな四谷、風情ある江戸情緒を残す神楽坂、多文化が共生する大久保、歴史的・文化的資源に恵まれた落合といったそれぞれ特色を持つ地域が多くあり、「新宿」とひとくくりにはできない多様な地域性を有しています。

このように新宿のまちは、生活の場だけでなく、働く場、学ぶ場としての機能を備えた、多くの人が行き交う、多様性のあるまちといえます。

<表 1> 東京都内における外国人登録者数（上位 5 位）（平成 21 年 1 月 1 日現在）

	人口総数	外国人登録数
東京都	12,907,066	408,284
区部	8,742,995	340,130
新宿区	314,956	33,555
江戸川区	667,686	24,589
足立区	637,119	23,222
港区	212,667	22,354
江東区	447,352	18,644

「東京都の人口（推計）」「外国人登録」東京都及び新宿区資料

<表 2> 新宿駅における 1 日の平均乗降客数（平成 19 年度）

新宿駅	3,694,908
-----	-----------

「わたしたちの新宿」新宿区

<表 3> 大学、専修学校など教育機関が集積する新宿区（区部上位 5 位）

順位	大学・短期大学				専修学校・各種学校			
	学校数		学生数		学校数		生徒数	
	東京都	239	東京都	709,937	東京都	629	東京都	180,799
	区部	162	区部	477,783	区部区	538	区部	156,009
1	千代田区	27	千代田区	102,838	新宿区	84	新宿区	27,889
2	新宿区	18	世田谷区	77,610	渋谷区	57	渋谷区	26,242
3	世田谷区	17	新宿区	69,234	豊島区	49	千代田区	17,098
4	文京区	16	文京区	62,834	千代田区	42	豊島区	15,782
5	港区	14	豊島区	33,764	中野区	27	大田区	8,139

「平成 20 年度学校基本調査報告」東京都

注：大学は一部学部等が所在する場合も含む

2. 新宿の産業

平成 18 年の事業所・企業統計によると、新宿区内の事業所数は 34,297 で、従業者数は 606,026 人となっています。平成 13 年と比較すると事業所数は約 3,000 減少していますが、従業者数は約 1,500 人と増加しており、都内では港区、中央区、千代田区に次ぐ事業所の集積が見られます。

産業別に見てみると、サービス業、飲食店・宿泊業、卸売・小売業の順に多く、不動産業、情報通信業と続いています。

<表 4> 東京都内の事業所数、従業員数（上位 5 位）

事業所数				従業者数			
平成 13 年		平成 18 年		平成 13 年		平成 18 年	
東京都	724,769	東京都	690,556	東京都	8,608,794	東京都	8,704,870
区部	587,024	区部	557,107	区部	7,134,941	区部	7,213,675
中央区	44,977	港区	44,916	千代田区	888,149	港区	901,544
港区	41,301	中央区	44,094	港区	812,783	千代田区	876,172
新宿区	37,260	千代田区	34,768	中央区	733,465	中央区	723,882
千代田区	36,104	新宿区	34,297	新宿区	604,490	新宿区	606,026
大田区	35,368	渋谷区	32,226	渋谷区	438,903	渋谷区	488,038

「平成 13 年・18 年事業所・企業統計調査報告」東京都

<表 5>産業別事業所数割合の比較

	新宿区	東京都	東京区部
合計	100.0%	100.0%	100.0%
農業	0.0%	0.0%	0.0%
林業	0.0%	0.0%	0.0%
漁業	0.0%	0.0%	0.0%
鉱業	0.0%	0.0%	0.0%
建設業	3.7%	6.2%	5.5%
製造業	5.2%	9.1%	9.8%
電気・ガス・熱供給・水道業	0.1%	0.1%	0.1%
情報通信業	5.9%	3.1%	3.5%
運輸業	1.0%	3.0%	3.3%
卸売・小売業	19.0%	25.5%	25.5%
金融・保険業	1.8%	1.4%	1.5%
不動産業	9.9%	7.5%	7.6%
飲食店・宿泊業	21.4%	14.6%	14.7%
医療・福祉	4.5%	5.8%	5.3%
教育・学習支援業	2.5%	2.9%	2.5%
複合サービス事業	0.3%	0.4%	0.4%
サービス業(他に分類されないもの)	24.5%	19.9%	20.3%
公務(他に分類されないもの)	0.2%	0.3%	0.2%

「平成 18 年事業所・企業統計調査報告」東京都

3. 新宿区の産業振興施策

新宿区ではまちづくりの基本目標のひとつに「多様なライフスタイルが交流し、『新宿らしさ』を創造していくまち」と定め、新宿区第一次実行計画ではその実現のための基本施策及び計画事業を次のように掲げました。

新宿区第一次実行計画での基本施策

基本施策	計画事業
文化芸術創造産業の育成	文化創造産業育成委員会の設置、新宿文化ロードの創出、産業振興フォーラムの実施、ビジネスアシスト新宿等
誰もが、訪れたくなる活気と魅力あふれる商店街づくり	商店会サポート事業、空き店舗活用支援等

この他にも中小企業向け制度融資や商工相談、産業会館の運営などの産業振興施策を行っています。

・ 文化創造産業の振興の基本的視点

1. 新宿区の特性を強みに活かす

(1) 文化や産業を育む豊かな土壌

新宿区はその歴史を振り返ってみると、昔から宿場町として多くの様々な人々が行き交い、交流する中から相互に感性を刺激し合って多くの文化的活動を展開してきました。新宿にはいつの時代でも前衛的な文化を創造する人々を受け入れて育てる土壌があり、これまでも多くの文化人や文化を担う産業が生まれ育ちました。

今や著名となっている多くの作家、芸術家、音楽家たちが、無名時代に新宿で作品をつくって発表し、演奏会を開催するなど、新宿を活動の舞台として成長していきました。

明治から昭和にかけて夏目漱石や林芙美子、坪内逍遙などの文学者や佐伯祐三や中村彝などの画家が多く活動し、戦後はジャズ喫茶やライブハウスができて多くのジャズ演奏者が育ってきました。映画館や劇場も多く集積し、大衆文化の発信地となりました。

新宿区の産業についても、これまで多くの企業や事業者が活発な経済活動を展開し、産業集積を高めてきました。特に、来街者が多いという新宿の特徴によって小売業や、飲食業、サービス業を中心に日本でも有数の商業集積を生み出しました。さらには、大学や各種学校が多く集積し、先端的な産業を生み出す知的資源となっています。

一方、伝統文化的価値をもつ産業として東京染小紋や江戸更紗、東京手描友禅などの工房が神田川・妙正寺川沿いに存在し、新宿の産業に厚みをもたらし、情報や文化の伝達を担う都市型産業として印刷・製本業も牛込地区を中心に多く集積しています。

(2) ディスプレイ性と新たな才能を育てる力

新宿区の特性について考えると、第1に巨大ターミナル駅があるなど交通が至便であり、多くの人が行き来するまちであること、第2に都内でも有数の産業の集積地であること、第3に区の人口の1割が外国人であるなど多くの文化が共生していること、第4に早稲田大学を始め、高い教育機能を備えていること、第5に高層ビル群に象徴されるビジネス街がある一方で神田川流域や神楽坂などの伝統的なまちなみを持つ特色ある地域が存在することなどが挙げられます。

新宿区における人々の交流や産業の集積は新たな文化や産業を生み出す源泉であり、大学や各種学校の集積は先端的な文化や産業を生み出すための基盤と見ることができます。さらには、日々多くの人々が来訪し交流する新宿では、多くの人々にアピールできるという「ディスプレイ性」を持ち、これを活かして新たな文化や産業を発展させることが期待できます。

このような新宿区の地域的、歴史的、文化的特性を産業振興における強みに活かしていくためには、新宿で「開花し始めた新たな才能」を支援していくことが必要です。

2. 文化創造産業の実態をふまえる

文化創造産業の支援策を検討していくためには、その実態をふまえる必要があります。新宿区では、文化創造産業振興を検討する際に基礎的資料とすることを目的とした「新宿区文化創造産業に関する実態調査」(アンケート及びインタビュー調査)を行い、平成21年9月に報告書にまとめました。この報告書では、文化創造に関連する産業の状況や課題、区に対する評価や要望・意見などが述べられています。文化創造産業振興について考えていく上では、こうした産業の実態を把握し、調査結果を踏まえつつ検討していく必要があります。

注：実態調査の結果の概要は巻末の参考資料に記載

3. 文化創造産業を柔軟にとらえる

近年、需要構造が多様化し、産業構造が高度化しており、産業の文化的活性化と文化活動のビジネス化が進んでいます。こうした状況にあって、文化創造産業を縦割りの定義することは難しいことです。委員会は、これを定義するに当たっては、「文化」と「産業」とが融合する領域に、「創造性」と「情報性」という要素を加えて考えてみました。さらに新宿区を考えるに当たってその基礎自治体の「歴史性」や「地域性」を加味する必要があります。

そこで、この委員会では「新宿区の多様な地域資源を活用し、豊かな文化的価値を創造していく活動を産業の観点から包括的に表現したものを、『文化創造産業』と捉えることとします。これは文化創造産業を固定的なものと考えず、時代や人々の意識の変化に応じて新たな文化の創造に向け変容していく産業と捉えるものです。

しかしながら、文化創造産業に対する支援策を検討する場合、実際の施策の実施に即した仕組みとするため、対象となる業種を具体化しなくてはなりません。

委員会では、新宿区の持つ特性、新宿区産業振興プラン、新宿区文化創造産業に関する実態調査を踏まえつつ検討を重ねた結果、「エンターテインメント」産業、「コンテンツ」産業、「音楽」産業、「デザイン」産業および「ファッション」産業を支援の対象とする文化創造産業と定義します。ここで挙げた産業はそれぞれ重複する部分もあります。ただし、前述のように文化創造産業とは固定化せず時代の変化に応じて変容していく産業と捉えるため、具体的な産業については今後も定期的に見直し柔軟に対応していく必要があります。

(1)「エンターテインメント」産業

エンターテインメント産業とは、映画、演劇、演芸などに代表される大衆芸能文化にかかわる産業を想定します。

新宿には、紀伊國屋ホールなどの劇場や映画館の集積、末広亭の寄席など古くから多種多彩な大衆芸能文化が息づいています。

また吉本興業グループが「新宿区における大衆文化の振興等に関する協定書」を区と締結し、平成20年には廃校となった小学校に東京本部を移すなど、新宿における大衆芸能文化がますます発展することを期待します。

(2)「コンテンツ」産業

平成16年に制定された「コンテンツの創造、保護及び活用の促進に関する法律」では、コンテンツを「映画、音楽、演劇、文芸、写真、漫画、アニメーション、コンピュータゲームその他の文字、図形、色彩、音声、動作若しくは映像若しくはこれらを組み合わせたもの又はこれらに係る情報を電子計算機を介して提供するためのプログラムであって、人間の創造的活動により生み出されるもののうち、教養又は娯楽の範囲に属するものをいう」と定義しています。

経済産業省の「技術戦略マップ2008(コンテンツ分野)」によると、「映画、アニメ、ゲーム、マンガ、テレビ、音楽などの日本のコンテンツ産業の市場規模は2006年に約14兆円と推計」され、日本経済を支える産業として期待されます。このような産業は、これからの新宿の活性化に欠かせない分野であると言えます。

新宿区には、『鉄腕アトム』に関する覚書を区と締結している手塚プロダクションや『天才バカボン』を制作したフジオ・プロダクションなどコンテンツ産業に深いかわりを示す企業が存在しています。

(3)「音楽」産業

新宿には古くからジャズが根付いており、様々なジャンルのライブハウスも多く存在しています。また、東京オペラシティや新宿文化センターなど、本格的なクラシック演奏を楽しむことができるホールがあります。

また、大久保、百人町エリアには多くの楽器店が存在します。区内における楽器小売業は東京都全体の約1割にのぼり(注)、一大集積地となっています。

このように新宿には多種多様な「音楽」にかかわる産業があります。同時に多くの音楽を楽しむ人々が集まり、これらの人々が相互に刺激しあうことでさらに新しい文化が生まれることを期待します。

注：「平成18年事業所・企業統計」東京都をもとに算出

(4)「デザイン」産業

デザインは、モノを創り出す際に、モノ自体の付加価値を高める重要な要素であると言えます。また、モノだけでなくそこに施されたデザイン自体がしばしば価値を持ちます。

新宿区には建物をデザインする建築設計業が集積しています。また、印刷や出版に関連する産業の集積も見られ、これらの作成にあたってデザインは欠くことのできない表現方法であると言えます。

(5)「ファッション」産業

ファッションは、人間の生活スタイルの魅力と新しい価値を創造し、表現するものと言えます。新宿には大手百貨店が集積し、カジュアル衣料大手のユニクロが次々と店舗を展開し、海外資本のH&Mが出店するなど、ファッションの一大消費地であり、同時に新たな創造的価値を生み出していく場となっています。

また、新宿にはファッションに関連する学校があり、ファッションを生み出す基礎を持っているとも言えます。さらに、新宿の地場産業の1つに染色業があり、伝統に基づいたファッションも息づいていると考えられます。

このように、新宿はファッション活動の集積地として、力を生み出す場と位置づけられます。

区の総合的取組みへの提言

1. 区の支援の基本的考え方

(1) 産業振興における区の基本的役割

区の役割は支援の対象とする分野によって異なります。福祉の分野のように区が主体的にかかわる分野もありますが、産業はもともと民間の企業や個人が主体となって行う経済的活動です。従って、産業振興については環境を整備するのが基本的な役割と考えられます。

文化創造産業は、才能豊かな個人や創造性の高い企業が自由な発想と優れた技術に支えられて発展するものです。

新宿の強みを活かして文化創造産業を振興していくためには、区は企業等が活動しやすい条件と環境を整備していくことを基本とすべきだと考えます。

(2) 文化創造産業の育成

新宿には多様な産業が集積し、大学や専門学校などの集積も高くなっています。多様な産業集積を活かし、今新宿にある文化創造産業を育成し進化させていく人材を重点的に支援していくことが、最も有効な方策と考えます。

こうした取組みが新宿に新たな文化創造産業を呼び起こすことにつながると期待します。

(3) 支援の対象

今日の経済的活動は、株式会社といった営利団体や個人だけでなく、NPO 法人のような非営利団体も重要な担い手と考えます。区が支援策に取り組む場合は、文化創造産業を柔軟にとらえ、こうした非営利団体も対象に含めるべきです。

(4) 支援方法の考え方

文化創造産業の支援方法については、補助という対象の確定したものへの支援方法にはなじみません。特定の団体が一定期間のみ資金援助を受けるという方法は即効性はあっても、長期的に見ると文化的活動を行う企業・団体・個人を育成することにはつながらないと考えるからです。

従って、区が企業・団体・個人に直接補助金を交付するという手法ではなく、企業・団体・個人の活動の場の提供、仕組みづくりなどを提供するという間接的手法で支援を行っていくことが妥当であると考えます。

また、ここでの文化創造産業の支援とは、文化創造を産業面から支援していくことであり、企業等が自立し、発展していくための方策に焦点をあてるべきと考えます。

2. 支援策の提案

(1) 文化創造産業育成支援の5つのキーワード

文化創造産業育成の支援方法は「場の提供」「仕組みづくり」「情報発信」「人材育成」「企業との連携」の5つが挙げられます。

文化創造産業に携わる個人・団体・企業（以下、企業等）が文化創造的活動を行うには、創作活動や練習・稽古を行う「場」、活動成果の発表や作品のPRなどをする「場」が必要です。また、家賃の高い新宿にあっては事務スペースの「場」の確保も重要な課題です。

そこで、まず企業等にこのような「場」を提供していくことを提案します。

次に、こうした「場」を広く活かすための「仕組み」や、文化創造的活動を行っていく上で助けとなる「仕組み」を作り出すことで、文化創造産業の振興につながると考えます。

このような「場」や「仕組みづくり」を行っても、その周知が充分でなければ効果はありません。区は自ら行う支援策や企業等の活動について、積極的に情報発信を行うべきと考えます。

さらに、文化創造産業を育成する上では、その担い手となる人材の育成や企業との連携も必要であると考えます。人材育成については、若手と呼ばれる担い手達に発表や機会の場を設けることが重要です。

また、企業との連携も欠かせません。メセナ活動など社会貢献について関心を持っている区内企業へ働きかけ、文化創造への関心を促し、区が事業を行う際に直接あるいは間接的に企業等と連携を高めることによって新宿区全体での文化創造的活動への意識の高揚が図れるに違いありません。

ここで述べた5つのキーワードを基に、以下に具体的支援策について提案します。ただし、全ての支援策について早急に実施するのではなく、その時期や方法について検討を重ねた上で、適宜取り組んでいくべきだと考えます。

(2) 制度融資の活用

企業等が活動を行う上で、資金の確保は重要な課題です。

資金が潤沢にあれば、文化創造的活動はより充実していくと考えます。しかしながら、先に述べたように、補助金による資金援助は中長期的に考えると、企業等の自立を損ね、必ずしも文化創造産業の育成につながらないおそれがあります。

そこで、区の制度融資(注)を活用して、文化創造産業を対象とした融資支援策を設けることを提案します。融資資金であれば、企業は自助努力によって資金の返済を行わなければなりません、その過程が企業の育成につながっていくと考えます。区では現在でも中小企業に対する制度融資を行っていますが、文化創造産業を対象に金利を優遇するなどの支援策が必要です。

注：金融機関に企業を紹介し、利子や保証料の一部を区が負担する制度
融資自体は金融機関の審査により、金融機関が実行する

(3) インキュベーション機能の充実

インキュベーションとは「国や地方自治体、企業集団が、情報提供、経営相談などを行って、企業を支援すること」です(注)。区が行った文化創造に関するアンケート調査では、回答企業の4割が区に立地する不便な点として、家賃が高いことを挙げています。また、インタビュー調査では活動場所や練習場所など場の提供に関する意見や要望が多く見られました。

そこで、区の施設をインキュベーション施設として整備し、企業等への場の提供に活用することを提案します。

こうした施設の整備や環境を整えることは、未来の新宿の文化創造産業を担う企業等の育成と発展につながっていくはずです。

注：「カタカナ・外来語/略語辞典」自由国民社

(4) 経営指導

文化創造的活動そのものの内容が素晴らしいものであっても、それを行っていく上での、経営・運営上の知識や実践力が乏しければ、安定した活動の継続は難しいことでしょう。企業等が文化創造的活動を安定的に継続していくには、経営上の課題を解決し財務内容の改善に努める必要があります。

そこで、企業等に専門家を派遣し、経営・運営上の助言を行いサポートする体制の整備が望まれます。区には企業育成指導の専門家を無料で長期間継続派

遣する制度がありますが、ここに、文化創造産業に携わる企業等の枠を設けるなども有効な措置であると考えます。

(5) 区の事業への参加

公平性を保つべき行政は、一般的に特定の企業等のみを優遇することは許されません。しかし一方で企業同士の交流の場を設けたり、区が連携を図って発信していくことは、文化創造産業を育成していく上で重要です。

そこで、例えば、区が行うイベント等で作成する印刷物のデザイン案や、イベントのアイデア案の公募など区事業に多くの企業等の積極的な参加を促すことを期待します。

区ではこれまでも新宿から様々な文化を発信していくために、周辺の商店街や企業・学校等の協力を得て「新宿文化ロード」という文化イベントを行っています。区は、こうしたイベントに文化創造産業に携わる企業等が参加できる仕組みづくりに取り組み、文化創造的活動への関心を高めていくべきです。

(6) 情報の発信

上記で述べてきた具体的な支援策をより効果的に実施し、区内の文化創造産業の育成を促進するには、区の積極的な情報の発信が欠かせません。区は文化創造産業の育成に積極的に取り組んでいる点や、区内の文化創造産業に携わる企業等の周知を図っていくべきです。先に述べたインキュベーション施設を利用する企業等の情報や、企業も巻き込んだ文化イベントを区内はもとより、区外さらには世界に向けて積極的に周知することが不可欠です。

おわりに

新宿区文化創造産業育成委員会は平成 20 年 5 月に設置されて以来、21 回の会合を重ねてきました。その間委員会では、新宿のまちとはどういう特性があるのか、文化創造産業とは何であるのか、企業の実態やその課題はどのようなものか、文化創造産業育成のためにどのような方法があるのかについて議論を重ね、ここに提言するものです。

産業の育成は短期的にその効果が現れるものではありません。文化創造産業の育成や発展を図っていくには、区は総合的な観点から取り組みの方向性を考え、中長期にわたって施策を着実に実施していく必要があります。その一環として、区が産業振興の計画や施策を行う際には、文化創造産業を振興する視点を取り入れていくことを期待します。

文化創造産業の育成と発展は、新宿というまちに新しい活力と魅力を高めるものです。「新宿ならではの活力ある産業が芽吹くまち」は、まちづくりの担い手である個人・団体・企業、そして新宿区とが協働してこそ実現できるものであります。

参 考 资 料

資料 1 : 文化創造産業育成委員会 開催・検討内容

<平成20年度>

第1回委員会 平成20年5月29日(木)

区長あいさつ

新宿区の現状、これからの産業振興策、委員会に期待すること など

委員委嘱状交付及び委員自己紹介

福川伸次氏(財団法人機械産業記念事業財団会長)

山田英夫氏(早稲田大学ビジネススクール大学院教授)

垣内恵美子氏(政策研究大学院大学教授)

委員長・副委員長の選任及び今後の開催スケジュール調整、懇談

委員長(座長):福川氏 副委員長:山田氏、垣内氏

スケジュール:概ね月1回の開催とする

第2回委員会 平成20年7月7日(月)

新宿の歴史・文化に関する説明

冊子「「歩きたくなるまち新宿」をめざして」、「新宿まち歩きガイド」をもとに新宿区の文化的拠点を紹介。

新宿区の産業振興施策に関する説明

冊子「中小企業支援施策 案内ガイド」をもとに、産業振興課の事業を説明。

委員会検討内容

- ◆ 文化創造産業の捉え方(概念整理)について
文化創造産業の範囲、対象について検討していく
- ◆ 委員会における目的・提言範囲
文化創造産業の誘致・育成支援策や担い手を新宿に集める方策について検討し、環境の整備や仕組みづくりについて提言していく
- ◆ 目的、支援の対象など区としての考え
対象は新宿区内で文化創造産業を行う企業や事業とし、総合計画「文化芸術創造のまち」づくりを目的とする

第3回委員会 平成20年7月14日(月)

新宿区内視察

新宿文化ロードエリア、落合、神楽坂他

第4回委員会 平成20年7月23日(水)

新宿区の文化及び産業に関する施策(実行計画)説明

- ・基本構想、実行計画、産業振興プランをもとに図示し説明
- ・文化にかかわる他のプロジェクトとの位置づけを説明

新宿区の業種別事業所数や販売額などに関するデータ説明

東京都の統計調査結果などから新宿区の現状を説明

委員会検討内容(第2回委員会続き)

- ◆ 文化の範囲について
特定の産業を選択し限定するのか、広く抽象的に捉えるのかについて検討
- ◆ 新宿の特性、強みについて
交通至便で、人が多いため、ディスプレイ効果が期待できる。
- ◆ 「誘致」と「育成」について
新宿は既に多くの産業集積があるので、誘致よりも育成が効果的である。
- ◆ 区における実態調査
新宿に拠点がある団体などからのヒアリング調査の提案

第5回委員会 平成20年8月24日(日)

文化創造産業育成委員会開催内容説明(第1回~第4回)

第1回から第4回までの委員会開催内容について説明

文化創造産業育成についての区長への質問・意見交換

- ◆ 文化創造産業育成の目的・理由は何か
持続的文化活動の支援、人の交流が持続するまちの仕組みづくり
- ◆ 文化創造産業育成施策の対象(場所・人)は何か
新宿全体を文化、芸能の発信の場としていく
- ◆ 新宿の魅力について
都市としての機能のバランスがよい

第6回委員会 平成20年9月9日(火)

第5回委員会における区長との意見交換の整理

第5回委員会における委員からの質問に対し、区長の意見などを産業振興課の見解と合わせて整理

委員会検討内容(中間報告へ向けた項目の検討)

- ◆ 項目の例示と体系的整理
「なぜ今、新宿で文化創造産業をとりあげたか」を明記していく
- ◆ 文化創造産業の意味(概念)
文化の範疇を特化せずに考えたほうがよい
- ◆ 実態調査の提案

追加委員候補についての検討

第7回委員会 平成20年10月16日(木)

委員会検討内容

- ◆ 中間報告について
区のビジョン、特性、問題点、課題
文化創造産業の概念整理
- ◆ 文化創造産業に関する実態調査について
ニーズの高まっている文化的産業(例:アート、ファッション、観光等)を対象とする
新宿にいる理由、いない理由、拠点にするための問題点などを調査

今後の委員会の体制について

新宿文化ロードについて

10月24日~11月25日開催の新宿文化ロード事業概要説明

第8回委員会 平成20年11月7日(金)

委員会検討内容

- ◆ 中間報告の方向性
新宿に蓄積する強みから支援できそうな産業に注目する
これまでの検討内容をふまえ行政のすること、しないことについて考える
- ◆ 文化創造産業に関する実態調査
調査の必然性、目的をはっきりさせる
区が文化創造産業を支援するのにふさわしいか、改善すべきものがあるのかを結果に反映される調査形式

第9回委員会 平成20年12月1日(月)

文化創造産業に関する実態調査担当機関紹介

委員会検討内容(中間報告の方向性)

- ◆ 文化創造産業の概念、定義づけ

区が持つ文化的特性と産業的特性を組み合わせたものを「文化創造産業」とする

産業の文化的活性化、文化活動のビジネス化、という2方向から考えられる

文化創造産業に関する実態調査説明

- ◆ 実態調査の概要、スケジュール説明

- ◆ 委員との質疑応答・意見交換

第10回委員会 平成21年1月15日(木)

協力委員紹介

大和 滋氏(社団法人 日本芸術実演家団体協議会)

12月10日総務区民委員会について報告

大和滋氏講話

「文化創造産業について - 実演芸術を中心に」

- 1) 新宿区への芸術団体、施設の集積

- ・現状データ

- ・歴史的蓄積と特徴

- 2) エンタメ産業：人と資本と事業

- 3) 新宿区の内外部環境の変化

文化創造産業に関する実態調査について

- 1) 新宿区の「文化創造産業」の集積状況

- 2) 「文化創造産業」の各業種・事業体の相対的な位置関係(仮説)

- 3) 企業向けアンケート調査について

- ・プレヒアリングを行い、その成果を元に業種を絞る。

- ・「経営状況」「企業等の関係性」「新宿区の立地上の魅力」「企業としての課題」

- 「支援策の要望」などが引き出せる質問項目を置く

- ・想定対象をどの産業にするのか検討する

第11回委員会 平成21年2月9日(月)

協力委員紹介

金山 茂人氏(社団法人 日本演奏連盟専務理事、東京交響楽団理事・最高顧問)

金山茂人氏講話

- 1)東京交響楽団の紹介
- 2)楽団の経営について
- 3)日本における楽団を取り巻く環境について

委員会検討内容

- ◆ 中間報告について
報告書の構成や本文の書き込みについて意見交換
- ◆ 文化創造産業に関する実態調査について
アンケート内容を最終検討

第12回委員会 平成21年3月13日(金)

委員会検討内容

- ◆ 中間報告について
区が「やらないこと」を入れる(例：金融的支援は行わない)
- ◆ 新宿ならではの「Something new(売り)」が感じられるとよい
- ◆ アンケート調査結果の速報値をまとめて記載する

実態調査進捗状況報告

NTTタウンページのデータを基に文化に関連する事業所にアンケートを郵送

発送：5328社 回収：892社 回収率：16.7%

第13回委員会 平成21年3月27日(金)

協力委員紹介

尾原 蓉子氏(財団法人ファッション産業人材育成機構 IFI ビジネススクール学長)

尾原 蓉子氏講話

- 1)財団法人ファッション産業人材育成機構及び IFI ビジネススクールの紹介
- 2)ファッション産業の人材育成についての経緯
- 3)「ファッションビジネス」の概念について

委員会検討内容

- ◆ 中間報告について
報告書の構成や本文の書き込みについて意見交換
- ◆ 文化創造産業に関する実態調査について
アンケート調査 調査結果報告

<平成21年度>

第1回委員会 平成21年4月20日(月)

区長あいさつ

- ◆ 人々がよりよく生きていくため、また都市が持続的に発展していくためには、文化が重要な要素になると考えている。
- ◆ 新宿は歴史的にみて多くの人々が行き交ったプラットホームを持ち、その遺伝子に磨きをかけ、多くの人々に貢献できるまちとして持続的に発展していきたい。
- ◆ 基礎自治体として、人々の暮らしから発展を考えると産業はとても重要だと考える。

委員委嘱状交付及び委員自己紹介

福川伸次氏(財団法人機械産業記念事業財団会長)

垣内恵美子氏(政策研究大学院大学教授)

尾原蓉子氏(財団法人ファッション産業人材育成機構 IFI ビジネススクール名誉学長)

金山茂人氏(社団法人日本演奏連盟専務理事、東京楽団理事・最高顧問)

神戸好夫氏(大日本印刷株式会社 CSR 推進室長)

北山孝雄氏(株式会社北山創造研究所代表)

大和滋氏(社団法人日本芸能実演家団体協議会芸能振興部長兼調査研究部長)

委員長・副委員長の選任

委員長(座長): 福川氏 副委員長: 垣内氏

委員会検討内容

- ◆ 中間報告について
中間報告書の概要について説明
- ◆ 文化創造産業に関する実態調査について
アンケート調査調査結果報告およびインタビュー調査の概要説明

第2回委員会 平成21年5月19日(火)

北山 孝雄氏講話

- 1)まちづくりについて
- 2)これまでに手がけたプロジェクトについて
サンストリート亀戸(江東区)、東京ミッドタウン(港区)、アスナル金山(名古屋市)、
ピナウォーク(神奈川県海老名市) など
- 3)既存施設について:深夜の時間帯も使用できると利用者にとってありがたい
- 4)西新宿のまち並みの印象
- 5)提案:自由な文化人や芸術家が集まり、活動し、住み、楽しめる施設をつくる。

文化創造産業に関する実態調査(インタビュー調査)進捗状況報告

- ◆ インタビュー調査対象想定団体
- ◆ インタビュー実施済み団体の回答報告

委員会検討内容

- ◆ 平成21年度委員会スケジュール
平成21年12月に区長へ提言(最終報告書)を提出

第3回委員会 平成21年6月16日(火)

神戸 好夫氏講話

「印刷産業と文化のかかわり」

- 1)会社概要、業務内容
- 2)印刷の歴史(国内外)
- 3)メセナ活動について

北山 孝雄氏講話

「こんなまちに暮らしたい」

文化創造産業に関する実態調査(インタビュー調査)進捗状況報告

- ◆ インタビュー実施済み団体の回答報告

委員会検討内容

- ◆ 具体的施策について
第4回、第5回委員会で具体的施策について検討を進める
具体的施策を検討する上での、基本的考え方(誘致より育成に重点を置く
など)を確認

第4回委員会 平成21年7月21日(火)

文化創造産業に関する実態調査(インタビュー調査)進捗状況報告

- ◆ インタビューは終了し、報告書の作成を行っていく

委員会検討内容

- ◆ 具体的施策について

文化を愛する人たちを新宿としてどう育てていくか

規制の中で文化創造はない

具体的施策例：インキュベーション、ライブハウスや演劇のアピール・横のつながり、「新宿御苑」の活用、プロとアマが一緒になって同じようなテーマで取り組む、新宿文化ロードイベントの発展

第5回委員会 平成21年9月2日(水)

文化創造産業に関する実態調査(インタビュー調査)進捗状況報告

- ◆ 報告書素案の提出、調査結果の概要説明

新宿区に立地して便利な点、不便な点

新宿区の魅力、不満

事業上の課題

委員会検討内容

- ◆ 具体的施策について

産業的な手法で提案的なものがあると、まとまる

(実態調査の結果から)いいプロダクトを作って、それをマーケットにつなげるときのサポートの必要性を感じさせる

空き店舗を短いサイクルで使用させる仕組み

情報発信力を強める

つなぎ融資制度、区の融資制度

- ◆ 提言書(最終報告書)について

中間報告書を基に、具体的施策を追加するかたちで議論を進める

今の時代の文化は何かというような定義が必要

第6回委員会 平成21年10月20日(火)

委員会検討内容(提言書素案についての意見交換)

- ◆ 文化創造産業の範囲について
各産業の位置づけ、重複する部分をどう捉えるか
非営利的な団体も含む
- ◆ 「開花し始めた才能」を重点的に支援する
- ◆ 情報発信の部分が重要

第7回委員会 平成21年11月17日(火)

委員会検討内容(提言書素案についての意見交換)

- ◆ 文化創造産業の各産業の定義・表現について
1つの事柄が相乗的效果で創造性を生む

次回以降の委員会について

次回委員会で区長へ提言を提出することを確認。

平成22年度も、区の文化創造産業振興施策の進捗状況について確認するための委員会を開催することを確認

第8回委員会 平成21年12月16日(水)

区長へ提言提出

区長との懇談

今後の委員会について

資料 2 : 「新宿区文化創造に関する実態調査」(抜粋)

1. アンケート調査の概要

(1) アンケート実施概要

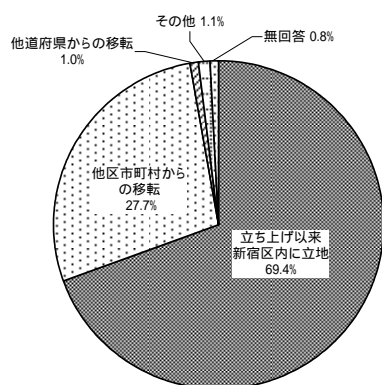
区内事業者の中から、「文化創造産業」に関連すると思われる、文化・芸能分野、映像・音楽、服飾・ファッション、スタジオ・劇場等を対象としてNTTタウンページから配布先を抽出した。

【アンケート実施概要】

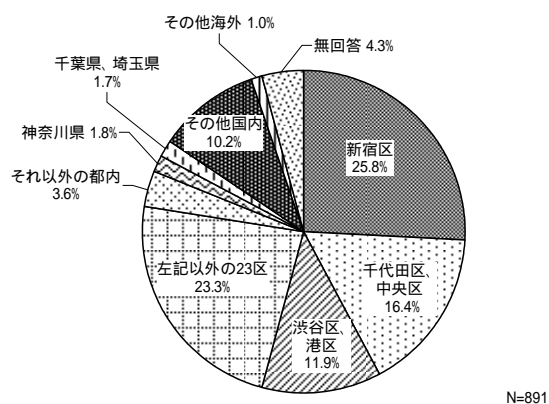
発送数	5328団体
実施時期	平成21年2月
対象抽出方法	NTTタウンページから、配布先業種抽出
配布回収方法	郵送配布 郵送回収
回収数	892団体(うち1団体は白紙回答)
回収率	16.7%

(2) アンケート調査結果

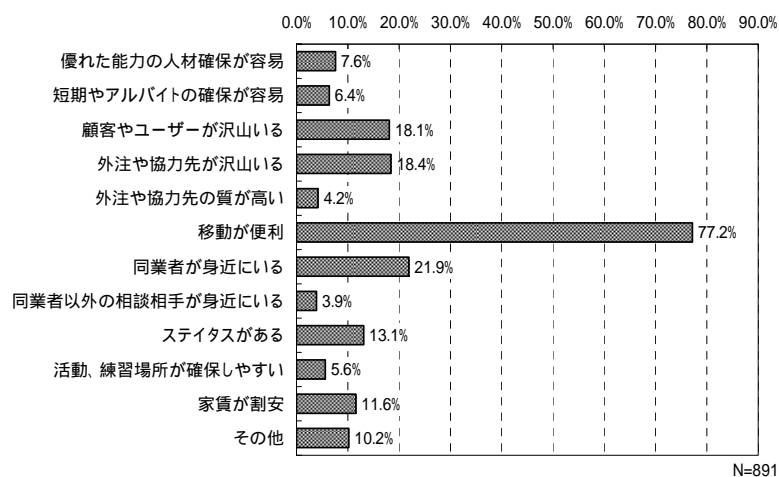
新宿区との関係について



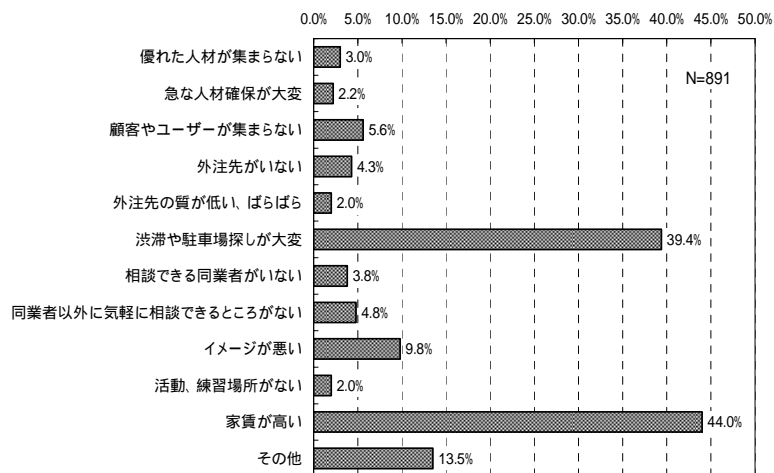
最も取引関係のある企業や事業所の所在地



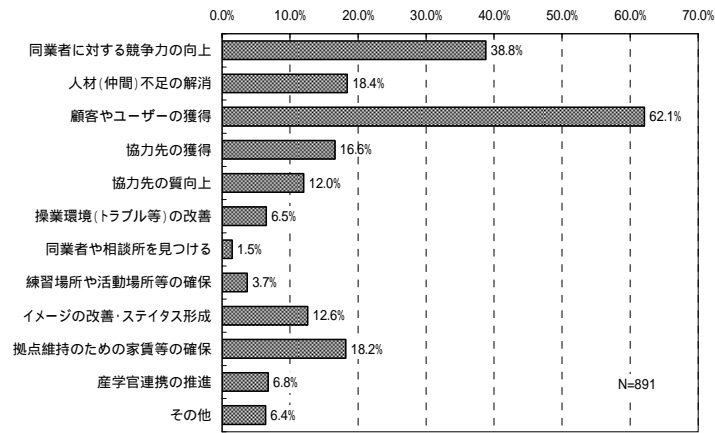
新宿区に立地してよかったこと(3つまで選択)



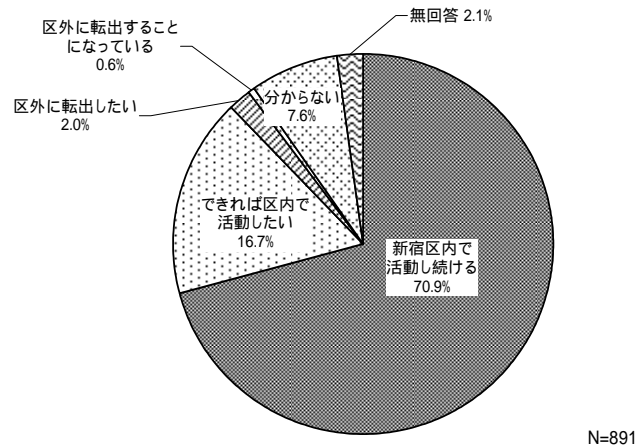
新宿区に立地して不便と感じていること(3つまで選択)



今後、展開していく上での課題（3つまで選択）



今後、新宿区内で活動を続けていこうという意向



2. インタビュー調査の概要

アンケート調査に回答し、個別のインタビュー調査に応じると回答された企業等と、区内の文化創造産業に関係するとみられる多分野の企業等を対象にインタビュー調査を実施した。インタビューの際には、主に、活動状況（業務内容）、新宿区の魅力・不満、新宿区への要望・意見の3項目について聞き取りを行った。

本調査でインタビュー調査を実施した企業等団体は、20団体でそのうち、株式会社や個人事業主等が16団体、公益法人等が4団体となっている。

(1) 調査実施時期：平成21年5月から6月まで

(2) 調査対象： アンケート調査に回答し、回答内容について照会しても良いと回答した410団体から抽出した14団体

上記団体のほか長年区内で活動するなどの視点で選定した6団体

(3) 調査方法：インタビュー形式

(4) 調査結果の概要

新宿区の魅力・不満(イメージ)

新宿区の魅力としては、団体の所在地にかかわらず、ほとんどの団体が交通アクセスの良さを挙げている。その他には賃料の安さ、雑多なイメージ、新宿駅周辺以外の区内各地域の持つ魅力についても評価があった。

不満点としては、駐車場の少なさ、渋滞の問題、賃料の高さ、練習場（活動場所）の少なさが挙げられている。賃料については、業種や所在地によって、割安感を持つ団体と割高感を持つ団体と分かれている。また、前述のように雑多性を評価する声がある一方で、歌舞伎町に対するイメージが怖い、良くないという意見をはじめ街並みについて不満を感じる声も聞かれた。

<魅力>

交通アクセス、多様性、区内各地域の魅力・個性、集積性(業種による認識差)

<不満>

交通渋滞・駐車場、地価・賃料が高い(業種、地域による認識差)、街並み、イメージ

区に対する要望・意見（支援内容）

・活動場所の提供

インキュベーション施設や練習場など、活動場所として利用する場の提供に関する要望・意見がよせられた。具体的には、廃校を利用した映像関連のレンタルスタジオやインキュベーション施設（映画製作）、稽古場（劇団）、空き店舗を利用したアート

スペース事業（ギャラリー）などが挙げられる。

・イベント等の実施

区が主催する、あるいは何らかの形でかかわるイベント等の開催についての要望・意見があった。具体的には、映画祭（映画音響製作）、ジャズ祭（喫茶店）、演劇祭（劇場）、演劇・朗読ワークショップの開催（劇団）、漫画作品の公募（編集プロダクション）、出前コンサート（交響楽団）、アートイベント（ギャラリー）などが挙げられる。

・仕組みづくり

ポスターや広告の一般公募（デザイン）、「新宿」をテーマにした漫画誌・小説の制作、出版（編集プロダクション）、若手が発表・研究できる場や機会の提供（服飾製作）、地域でのイベントが継続的に実施できるための支援（ギャラリー）など、それぞれの活動・業務を継続していくうえでの仕組みに対する要望・意見があった。

・税制・助成

税制面での優遇や、助成金に対する要望・意見も寄せられた（映画音響制作ほか）。また、すでに営業活動を行っていない団体から、減税や改装費用に関する助成があれば継続していたかもしれないという意見もあった。

・連携・交流

同業種同士の連携（ホールほか）、ビジネスマッチングの場の提供（文化団体）、大学や専門学校との産官学連携（編集プロダクション）、企業と連携したケーススタディ、インターンシップ（専門学校）など、情報共有を図る組織や、企業同士あるいは企業と学校との連携に対する要望・意見が寄せられた。

・その他

今回のインタビュー調査では、具体的な施策への要望・意見のほかに、施策を検討するうえでの考え方についての意見も寄せられた。たとえば、「『新宿』をひとくくりで考えるのではなく、地域の特性を理解したうえでの施策の展開を考える」（ギャラリーほか）、「中長期的な視野にたつ」（文化団体ほか）、「区はもっと発信に力をいれる」（編集プロダクションほか）などが挙げられる。

注：（ ）はインタビューに回答した団体の業種・業態

資料3：新宿区文化創造産業育成委員名簿

	氏名	分野	現職等
1	委員長 ふくかわ しんじ 福川 伸次	学識経験者	・財団法人機械産業記念事業財団会長
2	副委員長 かきうち えみこ 垣内 恵美子	学識経験者	・政策研究大学院大学教授 ・新宿区文化芸術の振興に関する懇談会委員
3	副委員長 やまだ ひでお 山田 英夫 (注1)	学識経験者	・早稲田大学ビジネススクール大学院教授
4	委員 おはら ようこ 尾原 蓉子 (注2)	学識経験者	・財団法人ファッション産業人材育成機構 I F I ビジネス・スクール 名誉学長
5	委員 かなやま しげと 金山 茂人 (注2)	文化芸術 活動団体	・社団法人日本演奏連盟専務理事 ・東京交響楽団理事・最高顧問
6	委員 かんべ よしお 神戸 好夫 (注2)	民間企業	・大日本印刷株式会社 CSR推進室長
7	委員 きたやま たかお 北山 孝雄 (注2)	民間企業	・株式会社北山創造研究所 代表
8	委員 やまと しげる 大和 滋 (注2)	文化芸術 活動団体	・社団法人日本芸能実演家団体協議会 芸能文化振興部長兼調査研究部長 ・新宿区文化芸術の振興に関する懇談会委員

注1:平成21年3月まで

注2:平成21年4月から

資料 4 : 新宿区文化創造産業育成委員会設置要綱

新宿区文化創造産業育成委員会設置要綱

(設置)

第 1 条 新宿区における文化創造産業の誘致・育成・振興を図るため、新宿区文化創造産業育成委員会(以下「委員会」という)を設置する。

(所掌事務)

第 2 条 委員会は文化創造産業の誘致・育成・振興について検討し、区長に意見を具申する。

(組織)

第 3 条 委員会は、区長が委嘱、又は任命する委員をもって組織する。

(委員の任期)

第 4 条 委員の任期は委嘱又は任命を受けた日から当該年度の 3 月 31 日までとし、再任を妨げない。

(委員長及び副委員長)

第 5 条 委員会に委員長及び副委員長を置き、委員の互選により選出する。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 委員長に事故があるときは、副委員長またはあらかじめ委員長の指名する委員がその職務を代理する。

(協力委員)

第 6 条 第 2 条に掲げる事項についてテーマに応じて専門的な見地から意見を伺うため、協力委員を置く。

2 協力委員は、委員長と協議の上、区長が委嘱する。

3 協力委員は、委員長が必要に応じて委員会に出席させることができる。

(委員会の招集)

第 7 条 委員会は委員長が招集する。

(庶務)

第 8 条 委員会の庶務は、地域文化部産業振興課が担当する。

(委任)

第 9 条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は別に定める。

附 則 この要綱は、平成 20 年 5 月 15 日から施行する。

附 則 この要綱は、平成 20 年 12 月 22 日から施行する。

