

第3回懇談会検討資料

(第1、2回懇談会発言内容及び委員アンケートより論点整理)

新宿の特色、特徴

【大消費地、大経済圏である】

- ・日本を代表する大消費地、大経済圏である。
- ・昼間人口70万人はもはや県レベルである。

【多様性がある】

産業の多様性

- ・映画を見に行き、エンターテインメントを楽しめ、服も買えるというように、いろいろな用事を1度訪れるだけで済ませられる強みがある。
- ・新宿区は情報の最先端であると同時に伝統産業もあり、新旧が混在しているまちである。(古さと新しさ 染物などの産業から西新宿ビルまで)
- ・多種多様の産業がある。

地域の多様性

- ・新宿は多彩な町である。いろいろな多彩な面を持っている。
- ・工業地区あり、商業地区あり、低層住宅地もあることから、新宿の多様性が見えてくる。
- ・人々の生活の中に産業が共存している。
- ・地域(ゾーン)によって特色があるので、それらを育てていくことが大切だと思う。

外国人の存在

- ・外国人比率が高い(区の総人口の10%以上)、庶民的な外国文化が存在している。

【活気がある・可能性を感じるイメージがある】

- ・新宿区は「若者が集う活気ある区」のイメージがある。
- ・「人が多い」「活動的・国際的」「ビジネスチャンスが生まれる」イメージがある。
- ・若者にとっての魅力的なまちである。
- ・年代を超えて何かを始められる可能性がある。

【事業活動がしやすい】

- ・企業として考えた場合、新宿はやりやすい。とてもアピールしやすい。
- ・新宿というイメージステータスがある。

【アクセスがよい】

- ・都心部に出やすい。
- ・どこにでも行きやすい。

区の産業振興の方向性について(1)

【正しい中小企業を増やす】

- ・中小企業を単に守るため、保護するための基本条例であってはならない。
- ・正しい中小企業が多数立地集積し、集積したほうがプラスになるような条例であるべきではないか。
- ・正しいとは「社員を犠牲にしない」「地域社会を犠牲にしない」「下請けや外注を犠牲にしない」ということで、このような企業が我が国はふさわしい中小企業である。
- ・正しい方向に向かう企業を区を挙げて支援する体制にしないとイケない。
- ・今までの中小企業政策は、中小企業だからという理由で保護・救済されていた歴史が非常に長く続き、結果として農業政策的な中小経済政策という面が強くなっている。
- ・企業の自主性・自立性を最大限引き出し、正しい企業を区内の多数派にする、または少なくとも全国レベルで一番多いというエリアにするということも、ひとつの使命ではないか。

【企業の振興】

中小企業を活性化する

- ・正しく経営している企業が長く継続できる環境をつくる。
- ・産業を大切にすれば、地方の自治体が中小企業の誘致に動いている流れの中で、区内企業を留置することができる。
- ・入札について、区内中小企業に対する優先性があるとよい。

新しい企業を引き込む

- ・新たに種をまき伸びていく若者たち、新しい土壌を作っていく若者たちを引き込む。
- ・若者がもっと気楽に事業を始める事により街の活性化につながる。
- ・創業をしやすい環境をつくる。
- ・企業を誘致してくる。

若手人材の育成

- ・次期世代の若者の人材育成を考えていきたい。

中小企業が良くなることで全体が良くなる

- ・中小企業の元気が出て利益が上がることで、結果的に国や地域のためになる。

区の産業振興の方向性について(2)

【地域性・まちづくり】

地域の特徴を活かした産業振興

- ・各地域にあったものづくり、まちづくりの施策を考えていくべきである。
- ・ゾーン分けをし、まちの特徴をはっきり出す。
- ・他区にはない1区でのバラエティな持ち味を特色とする。
- ・地域の特徴、多様性を促進し確立する。

まちづくりの視点も含めた産業振興

- ・まちづくりと産業集積の観点も必要である。
- ・ソフトだけでなく都市政策も含めた産業振興の重要性を考える。

【生活の視点】

- ・「生活の中であつたらいいな」と思うもの、人が「食べたい、楽しみたい」と思うものが産業になっていくので、自分の生活の視点を入れた議論をした方がいい。産業が産業を生むわけではなく、産業は生活の中で作られるものである。

【イメージづくり・情報発信】

イメージづくり

- ・国際化が一段と進む中で「世界の中の新宿」という視点を持つべきである。
- ・誰もが安心して近寄れるイメージづくり(治安が良い、街がきれい)が大切である。
- ・新宿に「弱者にもチャンスがある」「救いの手立てがある」というイメージができた方がいい。

情報発信

- ・情報収集力、情報発信力を強化する。
- ・新宿の特性をアピールする。
- ・新旧が混在する区であることをPRする。

【企業・他機関との連携】

- ・企業同士の連携を促進する。
- ・大学・金融機関等の機関との連携を促進する。(産学官連携等)

【人が集まる】

- ・地域が活性するということは人が多く集まること。区は人が集まる仕掛けをつくることで、地域が活性し産業振興に結びつくのではないか。

【その他の分野と産業振興】

環境・雇用問題等

- ・環境問題、雇用問題等への取り組みが必要である。