

第5回 (仮称)新宿区産業振興基本条例に関する懇談会 主な発言内容

産業が活性化していくための環境

区民の役割・協力・理解とそこに行政がどうかかわっていくのか。互いの相乗効果で意識を改革して、活性化していかないといけない。

活性化するための環境には「人が集まらないと難しい」「道やアクセスがいい」「仕事を探す機関の充実」の3つが考えられる。地域産業活性化のために大事な7人がいる。よい企業家、起業家 支援者 市民(区民) 産業支援機関 金融機関 行政 教育機関 この7者がそれぞれの役割・使命を果たし、お互い連携し協働していく。

元気な中小企業と、元気な中小企業の経営者には共通する特徴がある。そのような中小企業の誕生を支援し、集積させる環境整備が大事である。

中小企業施策の目的は施策対象企業を増加させることではなく、なくてはならない中小企業を増加させることである。これからの中小企業施策は、場づくりや顕彰制度、経営者対策として経営者が学ぶ機会を支援することだと思う。

住民が30万人を超え、外からも人が集まってくる新宿は、商業・IT・医療の集積を見ても、新宿区の中だけで考えるのではなく、日本の中で見た新宿区の優位性と役割をもう一度見直すべきである。大都会新宿の役割は、日本のリーディング産業をつくるまちになることである。

文化や伝統を守っている産業が、経済発展主義の中で失われていくのは困る。人の心には文化や伝統を求めているところも多くあると思う。

商店街は根っこからの意識改革が必要である。ビジョンの話をする前に、足元から変えていかなければならない。

条例の方向性

条例の主体に教育機関が入っているのはいいと思う。新しい産業を興すなら、大学との連携を密に図り、区が間を取り持つ。大学などの研究機関と産業を結びつけて、新しい産業を創造していき、他区にはない新宿区の特色と位置づける。

企業からの相談は、創業に関することが多い。これは新宿の特徴ではないかと思う。場づくり、企業間交流、創業は重要なことなので、条例に盛り込むことが必要だと思う。

単なる条文が並んでいる条例であってはいけない。イメージできるものを前文などに入れ、条例を活用できるものにする。

「大企業」について条文化するときは、誤解を生む可能性があるなので、注意が必要である。

条例の各主体をネットワークや協働により束ねることも必要である。

従業員にも意識改革を含めて役割や使命があるはずである。正しい経営者のもとには、正しい従業員が育ってほしい。主体の「事業者等」の中に、従業員の自己啓発なども含めてはどうか。

「金融機関」も「産業支援機関(産業振興団体)」も主体の項目に入れてはどうか。

創業よりも大事なものは既存の企業で、既存の企業が元気になることが第一の目的ではないか。「事業者等」の中に企業も起業も書き示せば、創業にも触れられると思うので、項目を立てる必要はないのではないか。

条例は告知ではなく、読んだ人が具体的に意識を持ってイメージできるものでないと活性化につながらないと思う。

産業振興施策について

中小企業施策の目的は施策対象企業を増加させることではなく、なくてはならない中小企業を増加させることである。これからの中小企業施策は、場づくりや顕彰制度、経営者対策として経営者が学ぶ機会を支援することだと思う。

出会いの場、ビジネスのきっかけが必要である。顧客が不特定多数ではなく、特定少数または多数の場合、技術・開発・デザイン力を強化することも必要である。区はそのような場づくり、異業種交流やエンドユーザー交流の場をつくるような支援をしていってはどうか。

創業しやすい環境づくりをする。そのために、創業に関してワンストップサービスで相談できる場所を複数作る。

ハードの都市政策の法律、条例、規制、強化姿勢などの目配りをしないといけない。例えば、集積で考えると、ゾーニングをきちくと考えると新宿区の産業の特色が出ると思う。

海外で仕事をしている人などの新しい目や外からの視点で、伝統産業を見てもらう。

新宿にはどのような企業があり、どのような経営者がいるのか調査する必要がある。また、人が人を呼び、その集積が産業施策には非常に重要である。

施策の使命は「いい会社にスポットライトを当てる」とともに、「いい会社になろうと努力している会社にスポットライトを当てる」ことである。

元気な中小企業と、元気な中小企業の経営者には共通する特徴がある。そのような中小企業の誕生を支援し、集積させる環境整備が大事である。

新宿には大学が多いので、区と連携し、経営者が学ぶ機会を支援していくのが良いのではないかと。

条例の主体に教育機関が入っているのはいいと思う。新しい産業を興すなら、大学との連携を密に図り、区が間を取り持つ。大学などの研究機関と産業を結びつけて、新しい産業を創造していき、他区にはない新宿区の特色と位置づける。

各主体について

商店街は根っこからの意識改革が必要である。ビジョンの話をする前に、足元から変えていかなければならない。今後経営者が意識して考えなければならぬことは、「環境を考える」「技術を上げる」「連携できる」「アジアを考える」の4つある。