

新宿区産業振興会議

第1期 報告書

平成23年8月23日～平成25年8月22日

はじめに

今から 30 年以上前の 1979（昭和 54）年、東京都墨田区で、地域の中小企業の活性化が地域経済、地域社会にとって不可欠であり、そのために地域を挙げて中小企業の振興を図っていくことを掲げた中小企業振興基本条例が策定されました。それ以来、100 を超える全国の市区町村で、地域の中小企業振興、地域産業振興を目的とした条例がつくられ、近年その数はさらに増えつつあります。条例を制定した地域では、地域の中小企業や産業を元気にし、地域経済、地域社会を活性化させていくための創意工夫や実践が積み重ねられ、条例を生きたものにすべく努力が行われています。

新宿区でも、産業振興基本条例制定直後から、本報告書にあるように条例を生きたものにすべく産業振興会議で活発な議論を行ってきました。大都市東京の中心部に位置する新宿区は、活発なビジネスや多くの人が集まる消費・娯楽の場であるとともに、多くの住民が生活する地域です。そして、国内外から毎日多くの人を訪れ、居住する地域でもあります。こうした新宿の特徴を生かし、新宿区内の多くの企業が事業を発展できる条件を区内の経済団体、支援機関、金融機関、大学等と協働で創り上げていくこと、区内の企業自身の力を強化していくこと、そして新宿区から新たに企業と産業を創造していくことを課題に、議論を積み重ねてきました。

新宿区産業振興基本条例に示された課題は、簡単に実現できるものではありません。振興会議第 1 期で行ってきたことは、課題の実現に向けた第一歩に過ぎません。しかし、一步一步がどのような一歩であるのかを常に振り返りながら、確実に一步一步進むことなしに課題の実現はできません。その一方で、新宿区の企業をめぐる経営環境は日々変化し、厳しい状態が続いており、状況に対応した機敏でタイムリーな対応が求められていることも看過できません。この報告書は、次の一歩、そして今後の産業振興基本条例の実践にとって重要なものであるとともに、今何をやらなければならないのかを強く自覚して記されたものであることを確信しています。そして、この報告書で示したことを確実に次の一歩につなげていかなければならないことを最後に強調しておきたいと思います。

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.....	1
1. 新宿区産業振興会議について.....	1
2. 専門部会について.....	1
第2章 産業振興施策の方向性.....	2
1. 新宿区産業振興プラン.....	2
2. 新宿区産業振興基本条例.....	3
第3章 検討事項.....	5
1. 中小企業活性化支援について.....	5
(1) 中小企業の現状.....	5
(2) 中小企業活性化支援の方向性と施策.....	5
(3) 中小企業活性化支援施策の課題.....	6
(4) 今後の方向性.....	9
2. 商店街活性化支援について.....	12
(1) 商店会の現状.....	12
(2) 商店街活性化支援の方向性と施策.....	12
(3) 商店街活性化支援施策の課題.....	13
(4) 今後の方向性.....	16
3. 産業会館活用について.....	19
(1) 産業会館の現状.....	19
(2) 産業会館活用の方向性と施策.....	19
(3) 産業会館活用の課題.....	20
(4) 今後の方向性.....	20
第4章 産業振興会議設置後の変化.....	22
1. 産業振興会議の意見を反映した施策.....	22
2. 産業振興会議設置後に新しく生まれた変化等.....	23
3. 産業振興会議の注目事例.....	24
第5章 来期に向けて.....	25
第6章 第1期各委員のコメント.....	26
資料編.....	31

産業振興会議 第1期報告書

第1章 新宿区産業振興会議

1. 新宿区産業振興会議について

新宿区では、平成23年4月に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。）を施行しました。

また、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。）を設置しました。（条例第10条）

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。

（条例第11条、第12条）

2. 専門部会について

産業振興会議では、産業振興に関する個別テーマに沿って、区の実施や施策などについて調査・検討する「専門部会」を設置しています。

今期の専門部会では、「中小企業」「商店街」「施設」という3つの検討テーマを設定しました。このテーマを選択した理由は、「中小企業」「商店街」が新宿区産業振興プラン（平成20年3月策定）で掲げられている産業振興ビジョンの柱であり、「施設」は区立産業会館が中小企業支援の拠点であるためです。また後述するように、これら3つのテーマは現在様々な課題を抱えており、これらの課題の解決は新宿区の産業振興を図っていく上で不可欠であると考えています。

専門部会では、各テーマに関する現状・課題の調査、現場視察、検討を行い、その結果を産業振興会議に報告し、情報を共有化し、施策の改善点や今後の在り方などを議論するという形で進めています。

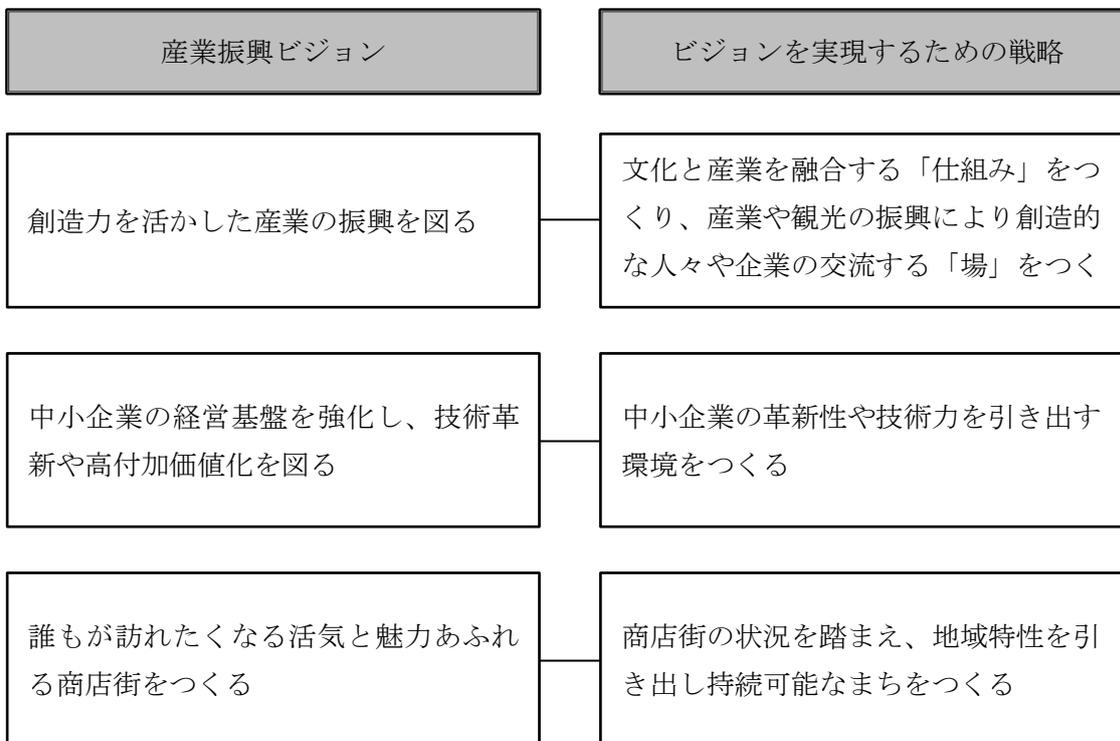


第2章 産業振興施策の方向性

1. 新宿区産業振興プラン

新宿区では、まちづくりにおいて新宿区のめざすまちの姿と進むべき方向性を明らかにする「基本構想」「総合計画」を策定しています。

平成20年3月に策定しました「新宿区産業振興プラン」は、基本構想及び総合計画を受けて、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に、平成29年までの10年間の産業振興の「ビジョン」と「ビジョンを実現するための戦略」を示しています。



2. 新宿区産業振興基本条例

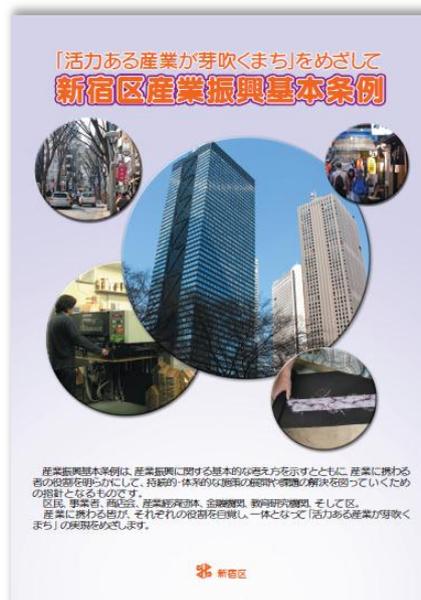
「新宿区産業振興基本条例」では、4つの基本理念と区の責務を規定しています。

<基本理念> (条例第3条)

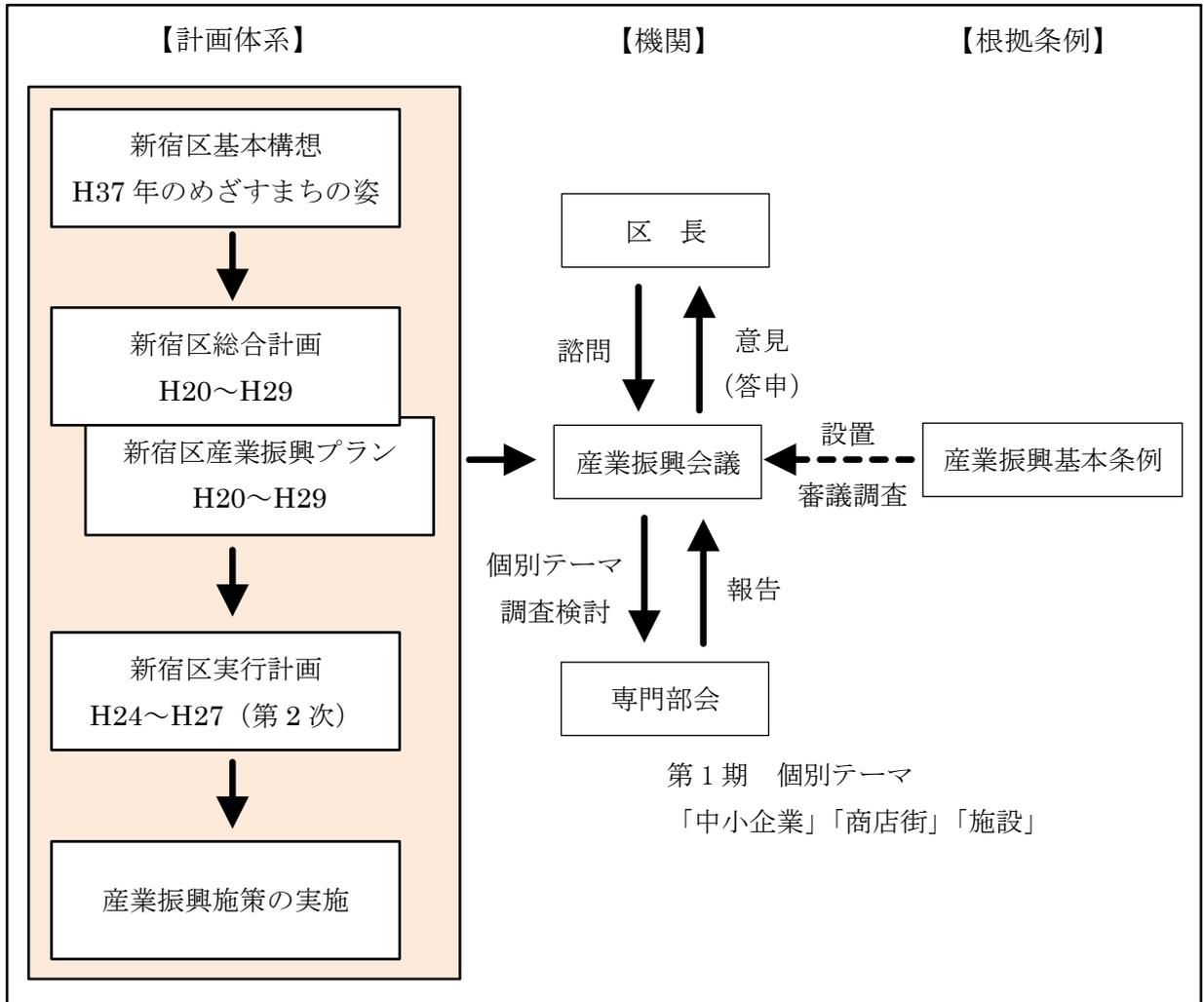
- ・産業振興は、事業者が創意工夫及び自助努力に基づく活動を行うとともに、区、商店会、産業経済団体等が一体となって、当該事業活動を促進することを基本とする。
- ・産業振興は、中小企業者の活力ある成長と発展を目指すことを基本とする。
- ・産業振興は、商店街の発展と活性化を図ることを基本とする。
- ・産業振興は、社会経済状況の変化に適切に対処するため、創業のための環境を整備するとともに、創造力のある産業を育成することを基本とする。

<区の責務> (条例第4条)

- ・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。
- ・産業振興に関するネットワークを形成すること。
- ・産業に関する情報を収集し、及び発信すること。
- ・産業振興を担う人材を発掘し、及び育成すること。
- ・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。
- ・創業及び事業承継のための環境を整備すること。
- ・創造力のある産業を育成すること。
- ・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。
- ・地場産業の持続ある発展のための取組を行うこと。
- ・商店街の発展と活性化のための取組を行うこと。



新宿区の計画体系と産業振興会議、条例との関係



第3章 検討事項

専門部会で取り上げた「中小企業」、「商店街」、「施設」の3つのテーマについて、議論の内容を報告します。

1. 中小企業活性化支援について

(1) 中小企業の現状

新宿区内の事業所数を産業分類別に見ると、「卸売業、小売業」が19.6%と最も多く、「宿泊業・飲食サービス」が19.3%、「不動産業・物品賃貸業」及び「学術研究・専門技術サービス業」が約11%と続きます。

(参照：平成24年経済センサス調査・活動調査)

資本金及び雇用者規模で事業所数を見ると、3000万円未満の企業が約85%、19人以下の企業が82.9%と比較的小規模な企業が大多数を占めています。

(参照：平成21年経済センサス調査・基本調査)

また、平成23年度より実施している「新宿区中小企業景気動向調査」の結果によると、「価格競争の激化」、「人材不足」、「顧客からの値下げ要請」、「為替レートの変動による影響」等、中小企業経営の厳しい現状があらわれています。

(2) 中小企業活性化支援の方向性と施策

産業振興プランでは、「中小企業の革新性や技術力を引き出す環境をつくる」という戦略を示し、中小企業活性化支援施策の方向性として、

- ・中小企業に対する経営支援・人材育成支援の強化
- ・区内企業のネットワークの強化
- ・新産業創出のための人材育成及び創業のための環境整備
- ・地域の伝統的産業や新たなものづくり産業の担い手を支援

という4点を掲げています。この方向性を踏まえ、区では下記の施策を実施しています。

主な中小企業活性化支援施策（平成24年度）

施策	内容
中小企業向け制度融資	金融機関への融資の紹介、利子補給、信用保証協会の保証料の助成を行う
商工相談、商工アドバイザー	専門知識を有する相談員が経営全般に関する相談、診断及び助言を行う

ビジネスアシスト新宿	企業育成指導の専門家を長期継続派遣し、企業の発展段階に応じた経営指導をする
ものづくり産業支援事業助成	新製品開発・技術開発・販路拡大等の事業費用の助成する
新宿ものづくりマイスター認定制度	ものづくり産業の同一業種に10年以上従事し後進を指導する優れた技術を有する者を認定する
ものづくり産業体験型教室	ものづくり産業の理解を深めるとともに、新宿ものづくりマイスター「技の名匠」の認知度の向上を図る
後継者育成支援	地場産業の後継者を育成するための費用を助成する
産業振興フォーラム	中小企業活性化のため、経営課題・地域課題についての意見交換する機会を提供する
優良企業表彰	経営革新や経営基盤強化への取組みにより優れた実績を上げ、地域産業の発展に貢献した企業を表彰する
新宿ビジネス交流会	優良企業表彰を受賞した企業を対象に、ビジネスチャンス拡大し、企業PRを行う場を提供する

(3) 中小企業活性化支援施策の課題

○施策の内容

企業にとって区の施策は「内容や活用の有効性がわからない」、「使いづらく、手続きに手間や時間がかかる」などの理由で、活用されていない場合があります。

また、区の施策が企業の求めているものとマッチしておらず、少なからず区と企業との間に隔たりがあるのではないかと考えられます。

産業振興会議における主な意見

- ・商工相談やビジネスアシスト新宿については知っているが、利用したら何がどうよくなるのかパンフレットに書かれていない。
- ・制度融資を利用するときは、申請や相談にとっても手間がかかる。
- ・「ビジネスアシスト新宿」は非常にいい制度だと思うが、区内の事業所数が3万社のところ8社しか受けられないので、中小企業全体を底上げしようという行政の本来の目的とあっていないのではないか。
- ・区が新宿で小規模のビジネス交流会を実施する意味が見えてこない。
- ・行政と地域の中小企業との距離は、行政が考えている以上にあり、中小企業は行政の、行政は中小企業の、お互いの実態を知らない。

○施策の周知

中小企業活性化支援施策の活用状況や申請件数などを見ると、施策の企業への周知は十分だとは言えず、区が発信する情報が必要としているところに必ずしも届いてないという現状があります。

産業振興会議における主な意見

- ・区のホームページや区報、課の広報誌だけではなかなか周知されないのではないか。
- ・産業振興施策の情報発信力が弱い。区が行っている情報発信について見直す必要があるのではないか。

○他機関との連携

中小企業活性化支援を目的として施策を講じているのは区だけではなく、産業団体や地域金融機関、教育機関などでも行っていますが、それぞれが別々に行っていて、お互いうまく結びついていません。また、区と他の機関が協働で行っている事業も内容や成果が周知されていない点も課題として挙げられます。

産業振興会議における主な意見

- ・中小企業家同友会や商店会連合会、商工会議所や金融機関が、区が行っているものと同じ目的で、それぞれがバラバラの支援を行っている。
- ・区と関係機関が連携として行っている事業は、企業が、それぞれのサービスに対し、どのようにアクセスしていいのか認知されていない。

中小企業活性化支援施策利用企業ヒアリング

(株式会社エヌエスケーエコーマーク、株式会社サンセイ)

(平成 24 年 7 月 23 日実施 専門部会「中小企業」より)

施策を知ったきっかけ

- ・金融機関から紹介された。
- ・活路や経営支援を求めているいろいろ調べているときに、ホームページを見つけた。
- ・他の相談を受けた時に区の担当職員から紹介された。

施策を利用後の変化

- ・施策の内容や価値が周知・浸透していないので、社内外の反応が得られない。積み重ねが必要である。
- ・『新宿ビジネス交流会』への参加はあまり成果が出なかったが、出展することが次に結びつき、継続していくことで成果が出る可能性があると考えている。
- ・『ビジネスアシスト新宿』は、中小企業診断士の的確なアドバイスが自社の問題を解決できるのではないかと期待があり利用した。2名の中小企業診断士が担当し、違う角度からアドバイスをもらえる点がよかった。

経営に関する相談

- ・中小企業診断士や社会保険労務士、税理士など、経営に関する相談を受ける専門家の紹介メニューがあるとよい。
- ・専門家との相談ができるきっかけや、気軽に相談できる仕組みをつくってはどうか。
- ・中小企業診断士と少数の企業によるグループディスカッションを実施してはどうか。

施策の周知方法

- ・自治体が実施している施策を、企業側が知る努力をしないと難しい。
- ・受け身では自身の問題解決に結びつかない。
- ・企業それぞれ問題点が違うので、問題点の気づきや導き出す機会を設けてはどうか。

中小企業活性化支援のために必要な施策

- ・長いスパン、継続性のある施策があるとありがたい。
- ・企業が新宿区にずっといられるように、温かく面倒見の良いところがあるとよい。
- ・業種業態を分類し、規模別に細かく分けて、企業が必要とする施策をわかりやすく伝えてほしい。

(4) 今後の方向性

現在実施している中小企業活性化支援施策は、活用した企業にとっては非常に有意義なものです。しかし、現行の施策には前述のとおり課題もあり、施策の方向性を見直す必要があります。

○施策内容の改善

現行の中小企業活性化支援施策が区内の企業のニーズに合っているのか洗い直しを行い、申請方法、中小企業診断士など専門家のサポート、企業自らが経営改革に取り組むための支援など、必要に応じて内容を改善する必要があります。

産業振興会議における主な意見

- ・制度融資は「難しい、面倒。」という声をよく聞く。だからといって申請手続きを緩めるわけではないが、もっと使いやすくしてはどうか。
- ・経営の質を高めるための施策を利用する企業がもっと増える方法を考えたらどうか。
- ・ものづくり産業支援補助金の補助対象に人件費があると、ソフトウェアや知的産業が伸びていくのではないか。
- ・ビジネス交流会は規模別や産業別、異業種交流などテーマを決め、新宿区ならではの独自性を持たせる必要がある。
- ・ビジネス交流会でマッチングして生まれた新しいアイデアや商品を支援する形ができると、ビジネス交流会が系統的に他の支援策とつながっていくのではないか。
- ・条例の目的の一つに、中小企業の自助努力を促すといったことがあったが、自助努力を促進するための施策が必要である。

○中小企業の実態を知る

企業訪問の実施や、窓口の対応を充実させるなど、中小企業との接点を広げて実態を知る必要があります。

産業振興会議における主な意見

- ・行政が中小企業のデータを持っていると、頑張っている企業がわかり、施策にマッチする企業がどこにいるのかがわかってくる。
- ・区は企業訪問し、その企業がどんな施策を必要としているのかということ把握して、それに対する施策を紹介すれば、企業も施策を有効に活用できる。
- ・区が企業と接点を持つ最大のは商工相談なので、強く意識し、うまく活かして、情報収集の場として非常に意味があると捉えることが大事である。

○施策の周知

企業への施策の周知は十分とは言えず、周知方法を改善する必要があります。現在周知には、区のホームページや広報を利用していますが、事業者がそれらを目にする機会は少ないので、ツイッターやフェイスブックなどのソーシャルメディア、経済団体や金融機関などのネットワークを活用し、施策の活用例などの情報と併せて周知を行う仕組みは、施策を利用する企業が増え、有効と考えられます。

また、産業振興施策は、区だけでなく、国や東京都でも実施しています。区がそれらの情報を取りまとめ発信する、コーディネート機能を果たすことも必要であると考えます。

産業振興会議における主な意見

- ・産業振興施策の情報発信力が十分とは言えないので、産業振興課ツイッターなどで情報を流してみてもどうか。
- ・区の窓口を、施策を直接伝える場として有効であると考えてみてはどうか。
- ・区の施策を知ってもらうためには地域の経済団体や金融機関、また企業の相談にたずさわる中小企業診断士や会計事務所などのネットワークを活用する。そして施策のパンフレットに成功事例などの情報を入れ、付加価値をつけ、施策の周知に協力してもらえば、非常に効果が高くなると思う。
- ・区は、区の施策を使ってもらうだけでなく、国や東京都の施策を有効に活用してもらうことも、区の支援策であるというスタンスを持つべきである。また、国や東京都の施策にどのようなものがあるのか、区が周知することも必要ではないか。

○他の機関との連携

条例のもと、区、事業所、産業経済団体、金融機関、教育機関は、産業振興におけるそれぞれの役割を認識し、中小企業活性化支援という同じ目標に向かってより一層連携していく必要があります。

産業振興会議における主な意見

- ・区も金融機関も中小企業に対して様々な融資制度を持ち、経営支援も行っているが、どういう形で連携できるのか、どういった違いがあるのかを知っておく必要があるだろう。区がやらなければいけないこと、他の機関が実施しているので区が行う必要がないことを整理し、検討していく必要がある。
- ・産業振興会議は、大学もあり金融機関もあり、様々な中小企業に係る機関が参加していて、産業振興に関する情報が一番入りやすい場なので、区の施策だけではなく、他の機関が行っているさまざまな中小企業振興のための支援の仕組みを全部洗いだし、それを並び替えて、どうなっているのかを把握することがすごく大事なことだと思う。
- ・成果につなげる重要なキーは、区だけで行うのではなく、いろいろな団体と連携、コラボレーションするというのではないかと思う。中小企業家同友会や商店会連合会、商工会議所や金融機関が、区が行っているものと同じ目的で、それぞれがバラバラで行っていることを束ねることによって、成果につなげやすいのではないか。
- ・大学や金融機関、経済団体がやってきていることと、区がやろうとしていることを結び付けていく。会議の委員個人同士の関係で終わらせるのではなく、産業振興会議としてコラボレーションを考えていくことも必要であると思う。
- ・中小企業庁は、金融円滑化法期限切れ後のセーフティネットとして、経営改革を支援する金融機関、会計事務所、税理事務所等を「経営革新等支援機関」として認定している。その機関に求められているのは、実現可能な経営計画を立てることである。中小企業の一番弱いところは、計画なく経営していることで、経営計画を立てると積極的に前に向かって動き出せる。区は経営革新等支援機関と連携し、区内企業の経営力を高めていくような施策を考えてもいいのではないか。

2. 商店街活性化支援について

(1) 商店会の現状

新宿区には、109の商店会（※）があり、うち新宿区商店会連合会加盟団体は93商店会です。（参照：新宿区商店会連合会調査 平成25年3月31日現在）

平成15年から商店会・加入商店数は減少し、特に商店街の核となるべき、生鮮三品の事業所の減少は顕著です。このような、商店会や商店の減少に加え、店主の高齢化や後継者不足、建替えによるビルのテナント化、道路拡幅による閉店、商店会未加入店舗の増加、空き店舗の増加、さらに外的な要因として、近隣住民の高齢化や生活様式の多様化があり、商店会の組織力低下、利用客の減少につながるといった悪循環に陥っています。

※一般的に使用されている「商店街」は、小売業、飲食店等が集積している地域を指すが、「商店会」は条例第2条でも定義されているように、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指す。

(2) 商店街活性化支援の方向性と施策

産業振興プランでは、「商店街の状況を踏まえ、地域特性を引き出し持続可能なまちをつくる」という戦略を示し、商店街施策の方向性として、

- ・多様性に応じた商店街の強化
- ・身近な生活を支える社会的機能の整備
- ・持続可能な商店街の実現
- ・支援策の効果的活用

という4点を掲げています。この方向性を踏まえ、区では下記の施策を実施しています。

主な商店街活性化支援施策（平成24年度）

施策	内容
にぎわいと魅力あふれる商店街支援事業	商店会等が実施するイベントや施設整備への費用助成を行う
環境に配慮した商店街づくり推進事業	LED街路灯の設置等、環境対策への取り組みに対し費用助成を行う
商店会サポート事業	専門知識を持った商店会サポーターにより、アドバイスや情報提供を行う
地域商業イメージアップ促進事業	同業組合等による商店街活性化につながる事業に対し費用助成を行う
生鮮三品小売店活性化事業	生鮮三品特販組合が行う消費者との交流事業等の自主的な活動に対し、支援を行う
新宿区商店会連合会への事業助成	新宿区商店会連合会主催の表彰事業（金賞）へ助成する

商店街消費拡大推進事業	新宿応援セールの実施に対し、助成を行う
商店街空き店舗活用支援融資(借主特例)	商店街の空き店舗を活用して事業を行う創業者に対し、低利な融資を紹介する
商店街空き店舗活用支援融資(貸主特例)	商店街にある空き店舗の貸主が店舗改修を行う場合、低利な融資を紹介する
魅力ある商店街づくり資金	カラー舗装・案内板・街路灯の設置等に対し、低利な融資を紹介する
商店会共同事業資金	中元・年末売出等に対し、低利な融資を紹介する

(3) 商店街活性化支援施策の課題

○商店会運営のサポート

商店街は、商店会によって維持運営されています。しかし、地域に密着した「生活拠点型商店街」を中心に、その運営が極めて困難な状況に陥っています。商店会サポート事業等、商店会運営の支援策もありますが、劇的な改善は望めない状況です。

産業振興会議における主な意見

- ・目標やビジョンを設定していない商店会が多い。
- ・商店会が、商店会組織をマネジメントする方法を知らない。
- ・商店会リーダーが、勉強する意識を醸成することが必要だが、時間的に余裕がなく勉強会に参加できない、他の商店会の様子を見る機会も少ないという現状がある。
- ・商店会活動に携わる人が高齢化し、担い手がいなくなっている。後継者も不足している。
- ・大手販売店、チェーン店が商店会に加入しない。また加入しても会費は払うが、商店会活動に参加しない。

○施策の活用方法

商店会は施策を活用することで、個店の商売に結び付けていく意識が必ずしも高いとは言えないという実態があります。また、支援を受ける場合、受ける側の体制が整っておらず、商店街活性化支援施策を十分に利用出来ていない現状も見えてきました。

産業振興会議における主な意見

- ・商店会がイベントを行う時、客数を増やすためにどんなことをやるのか、目的意識をイベントに合わせて持ってやっているのか。事業を提案する行政側も、その提案にのる商店会側も、成果を大きく出すように、コストパフォーマンス、費用対効果を最大限に出すという意志の共有が必要である。
- ・「商店会サポート事業」という制度をどのように利用しようとしているのかが大事。商店会、あるいは個店から、こんなことをサポートしてほしいということが具体的にあがってきて、商店会のレベルアップと商店会サポーターの指導とがからみあっていくといい。しかし、現状は必ずしもそうではなく、制度はあるが活用できていない状況もあるのではないか。
- ・中小企業庁の新しい支援策に、商店街の活性化策があるが、それを受ける側が、体力や気力が足りないのではないか。支援を受けるということは、受ける側も覚悟を決めて受ける体制が必要である。

商店街視察(住吉町商工会)

(平成 24 年 6 月 11 日実施 専門部会「商店街」より)

地域との連携

- ・商店会で行っているハロウィンイベントは、子どもたちが参加できるイベントとして始まり、婦人部が中心となって運営していたが、婦人部が解散した後はPTAと連携してイベントを継続している。
- ・今後は、地域の防犯等に貢献していきたい。

商店街診断を受けて気づいたこと

- ・「人通りが思ったより多く、恵まれた環境である」という診断は、商店会が持っていたイメージとギャップがあった。
- ・利用客からは、「開店時間が短い、品数が少ないので飽きてしまう」などの意見があり、ニーズにあったサービスを提供できていなかったという実態は分かったが、各商店がこの調査結果を商売に十分に活かしているとは言えない。

商店会運営の問題点

- ・会費で支払った分が商売に還元されないと脱会してしまうので、商店会に入るメリットを目に見えるような形で提示していく必要がある。
- ・商店会の中に、組織運営に携わるメンバーがいない。また、後継者の育成も難しい。
- ・商売をやめ、貸店舗にした後にはチェーン店が出店してしまうため、地域に愛着をもった店主が減っている。また、チェーン店は商店会には加入しているが、活動への参加はほとんどない。
- ・商店会で資金を集め活動を行うことが目標だが、現在は補助金がないとイベント等商店会活動は出来ない状況にある。
- ・イベントは、地域にあったテレビ局移転後のまちの活性化という最初のコンセプトを変えたくないという意見が多く、イベント運営はボランティアで行っているので、イベントを通じて商売に活かそうという意識があまりない。

(4) 今後の方向性

○商店会組織の運営

担い手不足、参加者の意識の低下などにより、商店会の組織力は低下しています。財政面からの助成だけでなく、情報の共有やマネジメント力の強化、商店会会長をはじめとする商店会会員の勉強会など、活動を支援するための施策が必要となっています。

産業振興会議における主な意見

- ・商店会組織のあり方、役員のあり方、商店会の運営の仕方、後継者の育成など、中長期的に新しい姿を考えていかなければいけない。
- ・商店街が常に活性化していくには、新しいことに挑戦していくことが必要なので、区はこれを支えていくような施策づくりをしていかなければいけない。それは、お金を使うよりも、やる気をサポートするものではないか。
- ・商店会をサポートし、やる気を起こさせ、指導していく外部の人材が必要ではないか。その場合、行政が民間企業を公募するなどの方法もある。
- ・商店会が設定するテーマ（防犯、子育てなど）に合わせて、知識やノウハウが持てるように支援する。
- ・商工アドバイザーなどの相談業務で、商店会のマネジメントやマーケティングなど、いろいろな商店会の情報に基づいてアドバイスしてみてもどうか。
- ・商店会サポート事業は商店会の現状に合わせて、より一層サポート、フォローをする必要がある。
- ・商店会の人々が勉強できる場を積極的に作っていく。場所や時間も、参加しやすさを考えて、柔軟に対応していくことが必要である。
- ・若手や女性など、次世代を育てる仕組みが必要である。

○商店街のあり方

商店会組織の担い手が少なくなっている問題については、町会やPTA、NPO、企業など、地域で活動している団体等と協力して多様な参画者を増やしていくことが、解決の糸口になると考えます。

また、補助金を利用する場合は、「他団体と連携するものに対して補助する」等の条件をつけることによって、さらなる支援効果を目指していく必要があります。

産業振興会議における主な意見

- ・地域に出店したい人、商店街の道路を使ってイベントを開催したいNPOやサークルなどがたくさんいる。そういう人たちとの連携に対し、補助金を出してはどうか。外部の組織との連携を促すような補助の仕方や、そういったことを誘導するような施策を持つべきである。

- 商店街の活性化を、全て商店街の人たちが担うというのではなく、学生や地域に住んでいる若者が商店と関係なく始めたイベントなどに商店街が相乗りすることや、商店の人たちが手伝うことがあってもよい。商店会活動が「他人事ではない」という意識を持ってもらうには、多様な参画者を増やしていくことが必要ではないか。商店街の目標が地域に対しての存在価値であるならば、地域ぐるみで地域の活性化に取り組めばよいのではないか。
- 商店街が地域に根差していくのであれば、地域のニーズに合った形を考える必要がある。住民の減少などで衰退していくことが避けられないならば、その地域で残しておきたい機能を考え、足りない業種、足りない機能を積極的に補うという発想はないだろうか。
- どこでも誰でもやっているというようなものではなく、そのまちだけが持っている核になるものを作っていく。きっかけとアイデア次第で商店街は活性化していくと思う。地域に根差したものを考えていくと、商店街も活性化していくのではないか。
- 近隣の人にターゲットを合わせるのはもちろんだが、地域外から来た人に対して何が提供できるか考えてみたらどうか。お土産があり飲食店があり、遠くから来た人たちが「商店街に来た。」という思い出になるような商店街を目指すことも、都会の商店街には必要ではないか。観光やおもてなしという視点がこれからは必要になるのではないか。
- 今商店街が非常に切迫していて大変な時期に差し掛かっている。商店街もエリアマネジメントを考える時代に入ってきているのではないか。

○商店街と個店

商店街の繁栄には個店の発展が必須です。商店街の枠を越え、積極的に取り組んでいる個店への支援も必要があると考えます。

産業振興会議における主な意見

- ・商店街の活性化以前に個店の活性化をしないといけない。そのためには人材の教育、後継者の育成が必要である。
- ・商店街活性化の補助金として、開店して日の浅い人や若い人たちが動きやすい仕組みを作ってはどうか。
- ・商店街の活性化には個店の発展も重要なので、商店街の枠を超えておもしろいことをやっているとか、個店同士が結びつくというところに助成できる制度が必要ではないか。
- ・商店街のこれからの機能として、インキュベーション機能というものがあると思う。大型商業施設では、出店コストが高く、信用力もないから創業できない。商店街の狭い倉庫を借りて始め、徐々に認識されて、店舗を増やしていくのではないか。商店街は、新規創業ができる最初の場所として機能させていくべきだと思う。
- ・空き店舗対策は、空き店舗を利用したい人が恒常的にビジネスとして成り立っていく形にしていくのが一番難しい。ニーズはいろいろな形であるので、打てる手があるのではないか。

3. 産業会館活用について

(1) 産業会館の現状

産業会館では、研修室等の貸し出しを行っています。平成24年度の稼働率は、一番稼働率のよい研修室で約70%、全体では約45%となっています。また、産業会館の近隣の西新宿にある企業の利用が半数を占めています。稼働率を上げるためにも、認知度を上げ、中小企業の利用しやすい利用要件に変更していく必要があります。

(2) 産業会館活用の方向性と施策

産業振興プランでは、産業会館を「中小企業振興の拠点」として位置づけ、多目的ホールや研修室等の提供、実践的な講座、講演会による学習機会の提供、事業者の学習研究活動への支援などを行っています。

産業会館で実施する主な施策（平成24年度）

施策	内容
産業振興フォーラム	講演、パネルディスカッション等
金融分科会	金融機関との情報交換会
表彰事業	新宿ものづくりマイスター認定式 優良企業表彰式(東京商工会議所新宿支部との連携事業)
ものづくり産業体験型教室	ものづくりマイスターによる体験教室
ビジネス交流会	商談会・交流会(東京商工会議所新宿支部との連携事業)
パソコン教室	中小企業向けパソコン教室(民間事業者との協働事業)



(3) 産業会館活用の課題

産業振興プランでは、今後の活用方針として、インキュベーション施設機能と人材確保支援施設機能を掲げています。インキュベーション施設として、平成23年10月に「高田馬場創業支援センター」を開設し、人材確保支援として「就職面接会」を平成20年度より産業会館で実施していますが、産業会館のさらなる活用方法の検討も必要です。

産業振興会議における主な意見

- ・産業会館は産業振興・中小企業振興のための施設として位置づけられているので、多くの中小企業や産業団体が、うまく活用できるような形にしていく必要がある。
- ・これだけ立派な施設があるのに戦略的な利用というのが非常に少ないと思う。区の主催でセミナーが開催されているようだが、まだまだ開拓の余地はあるのではないか。利用度が低い部分についての仕掛け作りをする必要がある。
- ・BIZ新宿の存在、会議室の貸し出し情報のアピール手段を考え伝えていかないと、利用されない、利用したくても利用できないということになってしまうのではないかと。

(4) 今後の方向性

○利便性の向上

現在、会議室等を利用する場合、物品販売や飲食が制限されるなどの規制があります。中小企業が利用しやすい施設にし、稼働率を上げるためにも、規制を緩和する必要があります。

また、会議室等の利用予約は現行の方法では利便性が悪く、改善が必要です。

産業振興会議における主な意見

- ・稼働率を上げるのであれば、販売を認めることも考えなければならない。その方が会館を有効に活用できるのではないかと。
- ・物品販売の目的で貸すのか、物品販売が主目的ではなく、その中に販売が含まれるものであればよしとするのか、そこをどう捉えるか検討が必要である。
- ・飲食禁止というのは時代に逆行していると思う。最近は会議の後に飲食を伴う懇親会形式も多く、そのような場で議論する形が増えている。企業は懇親会などお互い知りあい、ネットワークを広げていくことを大事だと考えている。
- ・電話でしか予約状況の確認や予約ができないというのは非常に不便である。予約状況だけでもインターネットで把握できるというのは必要だと思う。

- ・稼働率は忙しいときとそうでないときでの変動や、季節の需要で違いがあると思う。平均していくにはいろいろな人が出入りした方がいい。企業の展示パネルは、産業関係以外の人に見てもらった方がいいと思う。新宿区はどういう区なのか、どんな企業があるのか、一般の人に一番見てほしいので、そういう人たちに来てもらうという展開を考え、複合施設のような要素を取り入れてもいいのではないか。
- ・産業会館を利用したい人はいるので、利用が増える可能性は十分あると思うが、今の規制では利用しづらいので、規制を緩和することによって、自由な使い方やいろいろな発想が出てくるのではないか。そうすることでもっと施設の発展に結びつくと思う。

○戦略的活用

産業会館は、会議室の貸出し以外にも、講演会やビジネス交流会等中小企業の活性化のために利用されていますが、もう一步踏み込んだ活用が必要となると考えます。

産業振興会議における主な意見

- ・多目的ホールの活用例として、求人活動やビジネスアイデアのマッチング会などを開催すると、人が多く集まるのではないか。
- ・大学の学生と中小企業の経営者の方との交流会、ただ就職だけではなく、現場を学ぶというワークショップを開催してはどうか。
- ・実験的にワンフロアだけ民間に託してみる形で、より良い活用ができないかを模索するのも一つのやり方ではないかと思う。
- ・“BIZの日”というものを作って、イベントを開催してみてもどうか。敷地の共有部分である中庭に、ランチタイムに屋台を集積させてお弁当などを販売すると、新宿の産業振興や創業支援にもつながるのではないか。
- ・もっと広く新宿の人に使ってもらおうということは、産業振興基本条例の理念と同じだと思う。中小企業を基準に考え、中小企業で働く人のことを理解して、中小企業の大切さを知ってもらうというのが、条例の意味だと思う。より広く考えることはすごく大事なのではないか。
- ・イベントを考える際に、単なる中小企業者の展示会ではなく、一般の消費者が参加するものが、最終的には中小企業者に還元していくものになればよいと思う。一見一般の人たちの楽しいイベントに見えても、最終的には中小企業の振興につながっていけばよいのではないか。
- ・最近の産業関連施設をみると、フリースペースを設けているところが多い。インターネットをつなぐことができ、テーブルと椅子があり、カフェや飲み物の自動販売機があると、人が集まってきて賑わうのではないか。人が集まれば、ここにある会議室も認知されるのではないか。

第4章 産業振興会議設置後の変化

産業振興会議設置後は、会議での意見を基に、区の産業振興施策や事務が改善され、新しい取り組みが生まれ始めています。

1. 産業振興会議の意見を反映した施策

施策	意見	平成 24 年度	平成 25 年度
ビジネスアシスト新宿	<ul style="list-style-type: none"> ・利用事業者数を増やす施策にする ・経営の質が高められる内容にする 	—	年1回の募集から随時の募集に変更し、派遣回数を定めない
新宿ビジネス交流会	<ul style="list-style-type: none"> ・実施の意義を再確認する ・ビジネスチャンスの場を確立する 	今まで参加者同士の交流に限られていたが、ビジネスチャンスの拡大のため、一般商談希望者を募集した（約20名参加）	参加者同士がさらに活発に交流できるよう内容を検討する
ものづくり産業支援事業補助金	<ul style="list-style-type: none"> ・補助対象事業を拡大すると、もっと活用しやすくなるのではないか 	—	海外進出の際の事前調査を対象項目に追加する
新宿応援セール	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街活性化に一定の効果がある ・新宿応援セールを成功させるために、商店街が積極的に取り組んでいる 	—	継続
商店街情報収集	<ul style="list-style-type: none"> ・蓄積されている商店街の情報をもとに、商店街振興について考えたい 	情報収集	情報収集 データ化

2. 産業振興会議設置後に新しく生まれた変化等

条例の基本理念である「自助努力」する事業所への支援の意識が、産業振興会議に参加する委員、区職員へと浸透し、その結果出てきた新たな動きを報告します。

○商店街IT化プロジェクトの立ち上げ

商店会連合会と産業振興課がメンバーとなり、インターネットを利用した売上拡大を目指したプロジェクトを立ち上げ、検討を開始しました。

○産業と観光の連携

産業振興課では、産業振興と観光は切り離して考えられないものとして、新宿駅周辺のホテルへの地場産業のアプローチ等、観光の側面からの地域産業支援を始めました。

○職員によるマッチングのコーディネート

産業振興課では、産業交流展などのビジネス交流会で交流した区内中小企業や、先進事例を持つ自治体への訪問をきっかけに紹介されたデザイナーと、地場産業団体とのマッチングを行い、販路拡大、製品化等に結び付けています。

○高田馬場創業支援センターを中心としたネットワークづくり

高田馬場創業支援センターでは、入居者と地域の人々を結び付けるための勉強会を開催し、地域の活性化と入居者やセンター退所後独立開業した方の支援を行っています。

○新宿区印刷・製本関連団体協議会の一般社団法人化

新宿区の地場産業団体である「新宿区印刷・製本関連団体協議会」は、より競争力を身に付けるため、平成25年3月に区が支援し、一般社団法人化しました。

○新宿区染色協議会による公募展の実施

新宿区の地場産業団体である「新宿区染色協議会」は、新規事業として、全国から作品を募集する公募展を平成25年2月に開催し、染色業のPRを進めています。

○産業振興会議発のネットワーク構築

産業振興会議には、様々な団体の代表が参加しています。2年間の会議を通し、メンバー間でのネットワークが構築され始めました。今後は、過去の委員も含め、つながりを強化し、このネットワークを区内に広めていくような方法を検討していきます。

3. 産業振興会議の注目事例

産業振興会議では、いくつかの事例に注目し、今後新宿区の産業振興施策を検討する上で参考にしていきます。

○染の小道

地場産業の染色業PRのため、妙正寺川や中井駅周辺の商店街を色鮮やかな反物やのれんで飾るイベントです。年々来場者が増えているこのイベントは、地場産業の染色を核に、商店、染色業者、地域の住民が協力し、地元の活性化を目指し開催されています。このように地域全体を巻き込んで成功している地域活性化事例として注目しました。

○商店街

区内商店街の事例として、西早稲田商店会は、「源兵衛子育地蔵」という地域の資源を発掘し、地元のシンボルとして活用し、商店会の活性化を行っています。また、全国的に有名になった神楽坂の商店街も、地元のボランティアの人たちが、多くの人を巻き込んで活動した結果、神楽坂のブランドを確立しました。

○金融機関との連携

帯広市では、市職員と金融機関職員がお互いに出向し、地域の中小企業をサポートしています。双方が何をやっているかを十分に理解することで、中小企業にとって一番いい支援策を提案できるように連携を行っています。

○企業訪問

東大阪市では、市職員が直接企業を訪問し、情報を徹底的に収集し、市内にどのような企業があるかを把握し、どの企業にどういった施策が有効かも理解した上で進めています。企業を知ることの重要性を知るというためにも、有効な事例です。

○産学連携

「早稲田地球感謝祭」は早稲田大学のキャンパスを会場に開催され、早稲田大学周辺の商店会と、早稲田大学学生の有志とが協力して「まちづくり」へのきっかけを目的としたイベントです。毎年延3万人が来場し、大学と地域との連携が成功している事例と言えます。

また、早稲田大学は、区内信用金庫の産学交流セミナーへの講師派遣やビジネス交流会への出展など、企業と大学を繋ぐための活動を行っています。

第5章 来期に向けて

第1期では、専門部会で取り上げた「中小企業」「商店街」「施設」の3つのテーマを中心に議論を重ねてきました。その他にも、会議の中では、今後検討すべきいくつかのテーマが取り上げられました。

特に、下記テーマは第2期で改めて検討する必要があると考えています。

- ・ 新宿らしい産業とはどういうものなのか
- ・ これからの産業を担っていく人材の育成（後継者育成や事業継承等）をどう考えていくのか
- ・ 金融機関や教育機関等との連携の仕組みを具体的にどう考えていくのか
- ・ 産業振興会議が今後どういう機能を持つべきか

また、今回、専門部会の「施設」では、産業会館のみを議論の対象としましたが、産業振興に関わるもう一つの施設、高田馬場創業支援センターの活用方法についても検討の必要があります。高田馬場創業支援センターは、初期段階の創業を支援するインキュベーション施設として機能していますが、その後の段階的なサポート体制を整えていくべきと考えています。その他にも、観光・文化と産業との関係についても、具体的な議論をする必要があると考えています。

これら産業振興会議で出た意見を実現するためには、区だけではなく外部団体とのネットワークが重要になってきます。具体的に進めていく仕組みとして、金融機関や教育機関を交えたプロジェクトチームを編成するなど、検討の場を作っていくことも議論が必要な事項の一つになると考えています。

第6章 第1期各委員のコメント

「新宿区産業振興会議 第1期を終えて」

会長 植田 浩史 / 慶応義塾大学経済学部教授

新宿区の条例は、今後の日本の大都市の地域産業振興の方向性を示唆する。それだけに、産業振興会議のスタートは正直大変だったが、着実な成果もあった。

第1に、地域産業や中小企業が抱えている問題を洗い出し、共有し、議論できた。振興会議は、審議の場であると同時に創造の、場にしなければならない。創造のためには、率直な議論と情報の共有が不可欠であり、その土台は築くことができたと思う。

第2に、会議での議論が、各現場で活動されている委員さんたちや行政の新しい動きを生み出すことに多少なりとも貢献できたことである。

第3に、とはいえ、各機関の取り組みのネットワーク化など、課題も残されている。今後とも活発な議論と創造の場としての役割を期待している。

副会長 河藤 佳彦 / 高崎経済大学地域政策学部教授

新宿区は、「基本構想」、「総合計画」に基づく「産業振興プラン」の策定や「産業振興基本条例」の制定などにより産業政策の理念目的体系を整え、更に地域の事業者や区民が参画する「産業振興会議」を設置し、実践的な産業政策の企画立案体制を整えました。これは、全国的にも注目すべきことだと思います。

産業振興会議には今後とも、商業・サービス業の一大集積地という新宿区の優位性の有効活用、区民生活に密着した商店街、中小企業や地場産業、観光産業の振興などにより新宿区の経済力と魅力を高める方策について、継続的に議論し提言していくことが求められると思います。

副会長 川名 和美 / 高千穂大学経営学部教授

新宿というと、高層ビルや繁華街のイメージが強いですが、区内には印刷、情報やサービス関連などの都市型産業や、染色などの昔からの伝統産業、さらには学生街をささえる商店街もあり、その多くは中小企業で構成されています。また次世代の中小企業を育てるためのインキュベーション施設も高田馬場に設置され、創業の中心地となっていくポテンシャルの高い区でもあります。

産業振興会議では、そうした国際性と業種のバラエティ豊かな多様性のある新宿区の個性を引き出すにはどうしたらいいのかを考えていきました。

松尾 武司 / 公募区民

本報告書は意欲的である。新宿の現状を踏まえ、やる気ある事業者をどの様に振興するか率直な議論と問題提起や提案が行われている。その上で、さらなる成功情報の収集、施策とする際の具体的な形、周知方法の3点が今後の会議に求められている。また、委員間の繋がりや試みといった成果を目にすることで、私個人としても自分が持つリソースをより活かし協力できればと考えている。

産業振興は各事業者の自助努力は勿論のこと、新宿という地域の力と連携していくことが望ましい。文化や観光も対象とすることで可能性は大きく広がると言える。

下吹越 一孝 / 公募事業者

新宿区内の産業振興のために、実に多くの意義ある施策が新宿区によって講じられていることについて、産業振興会議の委員に選任され、改めて認識することとなりました。これらの施策が真にその目的を達成するためには、それらの施策が地元の企業や団体のニーズにマッチしていることと、そのような施策がそれを必要とする企業等に周知せられていることが必要です。そしてもっと必要なことは、それらの施策を活用して企業等が自ら努力すること。その意味で企業等が自助努力する環境を作ることも重要な施策であろうと考える次第です。

渡邊 裕晃 / 公募事業者

2009年10月に始まる「産業振興条例に関する懇談会」を含めると、委員として約3年半、このプロジェクトに携わることができました。心の底から新宿を愛する「新宿 Love!」なメンバーばかり。そんな委員の皆様に囲まれて、新宿の素晴らしさ、そして今後の潜在力と可能性の大きさを教えられました。「産業振興会議」の定例会のみならず、日常の場においても「新宿の未来を語りあう」交流が頻繁に行われていけば、新宿はもっともっと素晴らしい街になるだろうと確信しました。それはまさに「地域コミュニティ」や「地縁」というものを尊ぶ場ですが、そういう環境づくりこそが、新宿のさらなる振興に、また、日本の再生の原動力に直結するような気がしてなりません。「地域に根差して未来を語りあう」その大事さを改めて教えられた思いです。

志村 一夫 / 新宿区商店会連合会

「活力あふれた力強い商店街づくり」を目標に日夜努力している私たち商店会連合会ですが、取り巻く環境は厳しく、少子化、高齢化による顧客ニーズとマーケットの変化、大型店、コンビニエンスストアの進出等による競争の激化などの外部要因と店主の高齢化、後継者不足などの内部要因に加えて、高層ビル化による商店街の消滅など多くの障害に妨げられ、商店数の減少、組織力の低下を余儀なくされている現状です。しかし、その逆境にも負けず新宿という知名度の高い立地を有利にして、創意工夫と自助努力によって商店街を発展させるのは私たちの使命です。

今、商店街は変革期にあるといえましょう。スマートフォン、タブレットなどIT機器を利用した新しい販促システム等、変化に対応した新しいマーケットの創造に挑戦していかなければならないと思っています。

新宿の商店街活性化のために皆様のご援助とご指導をお願いいたします。

加藤 仁 / 新宿区印刷・製本関連団体協議会

印刷関連業界の立場から第1期を振り返ってみた時、他の業種と比べてみてもわれわれ業界が大転換期を迎えていることを痛感した。24年度、新宿区のアドバイスで新宿区印刷・製本関連団体協議会是一般社団法人化の設立を成し遂げることができた。求められているものを実現化していくためには、柔軟で広い視野と誰よりも俊敏な行動力で、つまるところ若い頭脳を持って積極的に活動・活躍するということだろうか。幸いにして新宿区という地の利を活かして異業種間の垣根を超えた交流も可能である。

新たな組織で施策を実施し、業界の発展あるいは他業種との交流の機会が与えられたと期待している。

富田 篤 / 新宿区染色協議会

新宿の染色業は、日本の三大染色産地が京都・金沢・新宿(東京)であるにもかかわらず、認知されていないので、マスコミへの宣伝の強化が求められます。中井の「染の小道」のイベントでの集客は14,000人と成功していますが、常設で実演披露や作品を展示できる基地を作る必要があります。また、着物離れの対策として、着付けでなく着方講座を実施して着物を着ることが出来る人を増やすことも、地場産業振興のための施策としては有効であると考えます。

他にも「洋装・雑貨等の染色」への転換を検討する必要があり、区はそれらの活動の後方支援を年度ごとに指針目標を明示して実施していくべきではないでしょうか。

染色業もファッション業界、流通業界など色々な業種とマッチングしていく必要もあるので、ビジネス交流会及び多様な相談業務にもきめ細かな対応を期待しています。

益田 佳代子 / 東京商工会議所新宿支部

東京商工会議所新宿支部から会議に参加する機会を頂き、心から感謝申し上げます。

地域産業の振興には、中小企業の活性化が絶対条件です。大地震、不況を乗り越えての活性化は、企業の自助努力だけでは及びません。行政等からの支援の情報を受け取ったり、逆に企業自身の情報（コマーシャル的な事）を他に知ってもらう為には、行政、商工会議所、商店街、組合等を含めた大きなソーシャルネットワークの構築がキーポイントになると感じました。

酒井 学雄 / 東京中小企業家同友会新宿支部

条例の理念は、『新宿力』で創造する、やすらぎとにぎわいのまち』を目標とする中小企業支援施策の指針と学びました。一方、同友会の理念は、『良い会社をつくろう』『良い経営者になろう』『良い経営環境をつくろう』です。共通の理念を感じました。

会議では、伝統産業と商店街の活性化、新宿駅周辺の商業の活性化と文化情報の発信が、重要なテーマであり、継続的施策が必要であることなどを再認識させられました。更なる情報発信が必要と感じます。今後も、同友会の活動を通して情報発信に努力していきたいと思えます。

河島 正日 / 東京三協信用金庫業務部

産業振興会議に委員として参加させていただき、私自身非常に勉強になりました。地域密着型金融機関である信用金庫として「中小企業」「商店街」「施設」の検討テーマは正に信用金庫としての検討テーマでもあり、中小企業また地元商店街が抱えている問題点について、委員の意見、提案等生の声を聴くことができ、今後活かしていきたいと考えております。

第1期では、具体的な目標の設定に課題を残しましたが、今後本会議活性化していく手応えを感じました。また、新宿区内に店舗を構える11信用金庫25店舗で構成されている「新宿区しんきん協議会」との提携も視野に入れていけばと考えます。

奥山 龍一 / 早稲田大学教務部社会連携推進室

今回この会議に参加し多くの示唆を与えて頂いた委員、関係者の皆様に御礼を申し上げます。私は大学の社会連携に携わっているが、地域と学生の連携が重要なテーマになっている。特に商店会や地域企業の役割は大きいですが、それは研究対象としてではなく、人材育成フィールドとしての価値である。それは学生や地域人材の育成という点で産業発展に寄与する。最近、学生との議論の中で「地域とは共有する事」という印象的な一言があった。地域における産業・企業活動は、この「共有」という考え方を根底に据えるべきである。商店会や地域企業は「共有すべき地域との連携」というクライテリアを持つことで、生き残っていくであろうと強く感じた。

おわりに

平成23年8月にスタートした、第1期の産業振興会議は、従前の「仮称新宿区産業振興基本条例に関する懇談会」の熱意を引き継ぎ、委員一人ひとりが新宿の更なる産業振興を想い、2年間にわたり真剣に議論を重ねてきました。

今回の報告書は、新宿区内の「中小企業」「商店街」「産業振興施設」を重点に検討し、その結果を報告するものです。ぜひ本報告書の趣旨を踏まえた施策を実現し、新宿区の産業が活性化されるよう願っています。

また、会議のなかでは、サービス業やIT関連業などの振興策についての議論も少なからずありました。今後は、多種多様な産業を抱える新宿区の特徴を踏まえた産業振興策の検討を行っていく必要があると考えます。

最後に、どのような施策を用意しても、その効果を十分に発揮するためには、事業者の創意工夫や自助努力と共に、区、商店会、産業経済団体が一体となっていくことが重要です。我々委員一同は、この新宿産業振興基本条例に掲げた理念を踏まえつつ「活力ある産業が芽吹くまち」の実現を願って止みません。

資料編

1. 新宿区の産業

○事業所数・従業者数(※)

事業所数 32,209 所 / 従業者数 631,869 人

[東京都区部 事業所数、従業者数 (上位5区)]

順位	事業所数		従業者数	
		東京都	628,744	東京都
	特別区部	499,859	特別区部	7,298,756
1	中央区	37,492	港区	977,092
2	港区	37,348	千代田区	848,418
3	新宿区	32,209	中央区	727,673
4	千代田区	32,182	新宿区	631,869
5	大田区	30,530	渋谷区	441,892

○事業所数・従業者数の増減(※)

[事業所数]

	平成24年	平成21年	増減数	増減率
全国	5,465,578	6,002,730	-537,152	-8.9%
東京都	628,744	692,112	-63,368	-9.2%
特別区部	499,859	552,349	-52,490	-9.5%
新宿区	32,209	35,082	-2,873	-8.2%

[従業者数]

	平成24年	平成21年	増減数	増減率
全国	56,324,082	60,991,824	-4,667,742	-7.7%
東京都	8,749,182	9,271,914	-522,732	-5.6%
特別区部	7,298,756	7,695,399	-396,643	-5.2%
新宿区	631,869	647,878	-16,009	-2.5%

(※)全産業のうち「公務」および事業内容等不詳を除く

[平成24年経済センサス-活動調査 速報集計(事業所に関する集計) 平成24年2月1日現在]

[平成21年経済センサス-基礎調査(事業所に関する集計) 平成21年7月1日現在]

○産業の構成

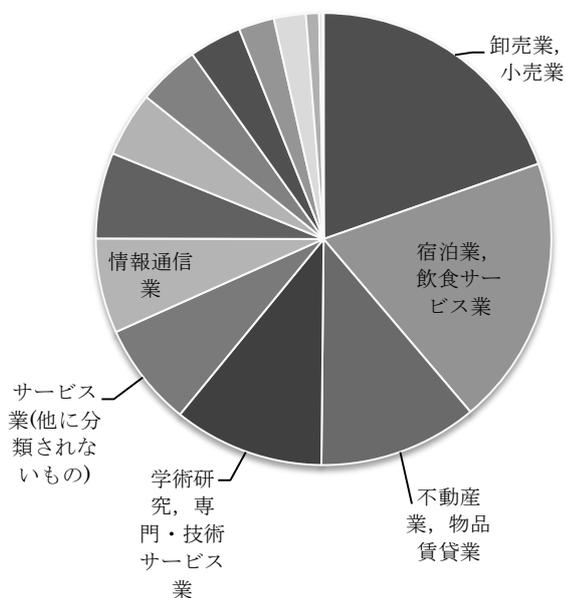
〔事業所数〕

順位	産業大分類	事業所数	構成比
1位	卸売業，小売業	6,312	19.6%
2位	宿泊業，飲食サービス業	6,202	19.3%
3位	不動産業，物品賃貸業	3,640	11.3%
4位	学術研究，専門・技術サービス業	3,447	10.7%
5位	サービス業(他に分類されないもの)	2,383	7.4%

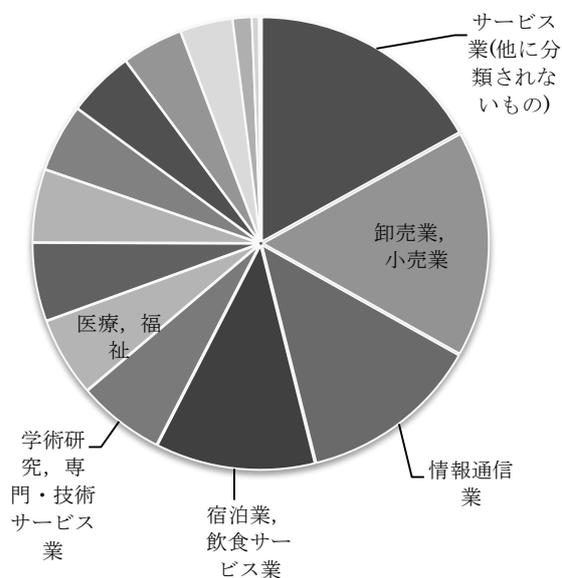
〔従業者数〕

順位	産業大分類	従業者数	構成比
1位	サービス業(他に分類されないもの)	106,772	16.9%
2位	卸売業，小売業	102,891	16.3%
3位	情報通信業	81,880	13.0%
4位	宿泊業，飲食サービス業	71,951	11.4%
5位	学術研究，専門・技術サービス業	39,275	6.2%

〔事業所構成〕



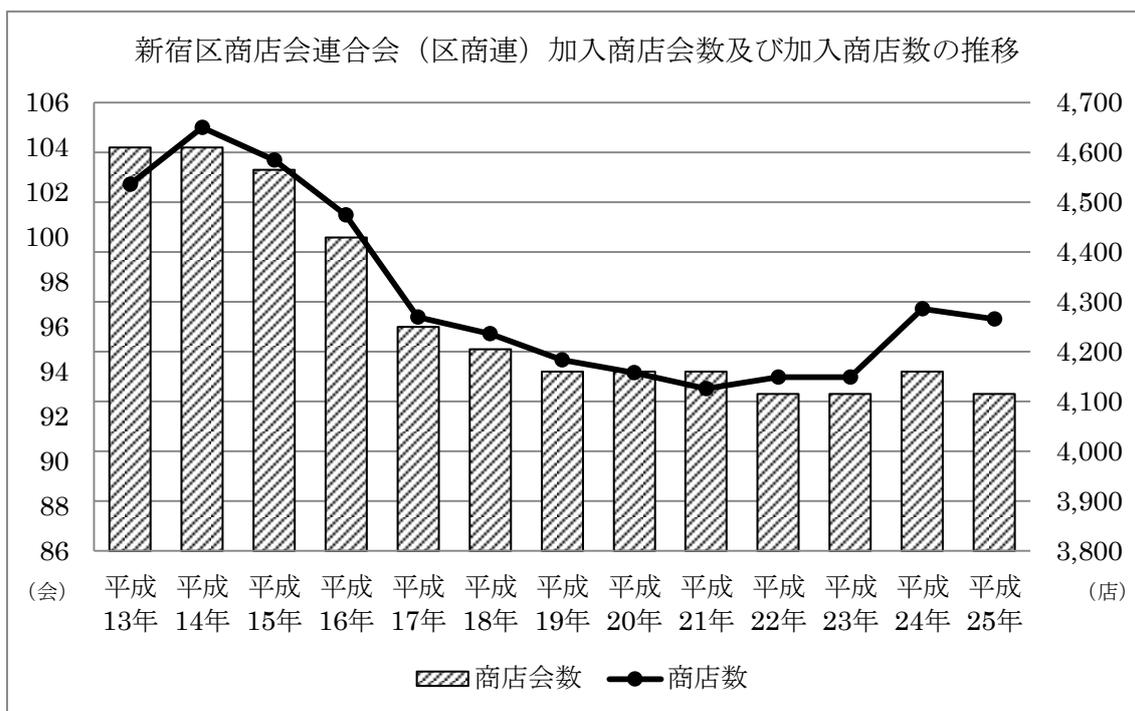
〔従業者構成〕



〔平成24年経済センサス - 活動調査 速報集計(事業所に関する集計) 平成24年2月1日現在〕

○商店街

商店会 109 商店会
 区商店会連合会加入商店会 93 商店会
 区商店会連合会加入商店数 4,266 店舗



(平成25年3月31日現在)

2. 第1期委員名簿

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 エボルブアイティワークス株式会社
5	下吹越 一孝	事業者	公募事業者 ペンデル税理士法人 代表
6	渡邊 裕晃	事業者	公募事業者 株式会社サムスル 代表取締役
7	志村 一夫	商店会	新宿区商店会連合会 副会長 株式会社オリック 代表取締役会長
8	加藤 仁	産業経済団体	新宿区印刷・製本関連団体協議会 会長 株式会社山一印刷 代表取締役 会長
9	富田 篤	産業経済団体	新宿区染色協議会 会長 株式会社富田染工芸 代表取締役社長
10	益田 佳代子	産業経済団体	東京商工会議所新宿支部 株式会社益田屋 代表取締役社長
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 株式会社ヴィンテージ代表取締役
12	河島 正日	金融機関	東京三協信用金庫 業務部部长
13	奥山 龍一	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室副室長

※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）に記載しています。

※肩書等は平成23年8月委嘱当時のもの。

○専門部会名簿

〔商店街〕

No.	氏名	区分	肩書等
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	志村 一夫	商店会	新宿区商店会連合会 副会長
5	奥山 龍一	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室副室長

〔中小企業〕

No.	氏名	区分	肩書等
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	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	益田 佳代子	産業経済団体	東京商工会議所新宿支部

〔施設〕

No.	氏名	区分	肩書等
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	渡邊 裕晃	事業者	公募事業者

3. 開催実績

年度	回	日時	会場	主な議事、検討内容
23年度	第1回	平成23年8月23日(火) 午後3時～5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 ・区の概要 ・産業振興会議の展開
	第2回	平成24年2月6日(月) 午後3時～5時	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興基本条例と区の施策 ・専門部会の設置
24年度	第1回	平成24年5月7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「商店街」および「中小企業」に関する現状・課題点の把握
	第2回	平成24年9月3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「商店街」および「中小企業」の実施報告 ・専門部会「施設」に関する現状把握
	第3回	平成25年1月28日(月)	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・専門部会「施設」の実施報告 ・第1期報告書作成に向けて
25年度	第1回	平成25年4月16日(火)	産業会館 (BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・第1期報告書案検討
	第2回	平成25年7月2日(火)	産業会館 (BIZ 新宿)	

専門部会

テーマ	日時	会場	検討内容
商店街	平成24年6月11日(月) 午後3時～5時15分	あけぼの橋通り商店街 (住吉町商工会)	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街視察 ・住吉町商工会会長との懇談
		男女共同参画センター 「ウィズ新宿」	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の課題、方向性 ・商店街施策の方向性
中小企業	平成24年7月23日(月) 午後3時～5時	産業会館(BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・企業ヒアリング ・区の取り組み、施策の方向性
施設	平成24年11月19日(月) 午後3時～5時	産業会館(BIZ 新宿)	<ul style="list-style-type: none"> ・産業会館内見学 ・産業会館の活用の方向性

4. 新宿区産業振興基本条例

新宿区条例第9号

新宿区産業振興基本条例

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應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っては、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

新宿区規則第58号

新宿区産業振興会議規則

(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

