

平成26年度 第2回新宿区産業振興会議 議事要旨

【日 時】 平成26年7月29日（火） 午後6時 ～ 8時

【場 所】 B I Z新宿（区立産業会館） 多目的ホール

【出席者】 委 員：植田、河藤、川名、松尾、下吹越、前田、志村、加藤、富田、益田、酒井、北村各委員
事務局：中川産業振興課長、橋本文化観光課長、菊地一般社団法人新宿観光振興協会事務局長、
黒澤産業振興係長、香取主任主事、久野主任主事、後藤産業創造プランナー

【欠席者】 高橋委員

【傍聴者】 1名

【配布資料】 省略

【内 容】

1 開会

2 議事

（1）専門部会「集客」の報告

資料2に基づき、3回実施した専門部会「集客」のまとめについて事務局より報告した。

（2）専門部会「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」の検討の方向性

資料4に基づき、次回の専門部会に向けて事務局より説明した。

3 主な発言内容

○専門部会「集客」の報告について

- ・区民や外国人住民、来街者に観光情報の発信を協力してもらうのであれば、何らかの動機づけが必要だと思う。例えばイベントに参加したときに Twitter などでも発信すると何らかのサービスがあるなど、仕掛けが必要になるだろう。
- ・新宿観光振興協会の SNS 発信は楽しみにしている。これをもっともっと広げていくために、新宿観光振興協会の SNS を知らない人がそこに行き着くまでにどうしたらいいのかということを考えたほうがいいと思う。「新宿」「観光」と検索しただけでその SNS が出れば、もっと利用者の方が増えるのではないかな。
- ・観光振興をシームレスに考えるのであれば、人が集まってくる入口、「駅」というのが非常に重要なキーワードになるのではないかな。公共交通機関である事業主体のひとつ、JR とどう連携を図っていくのかを考えてはどうか。また他区や東京都との連携も必要であるし、「シームレス」や「駅」というキーワードで活性化を考えていくと方向性が出てくるのではないかな。
- ・夜の時間軸というのは、新宿にとっての強みだと思う。夜、安全に動くことができれば、都市型産業としての可能性が広がるが、営業時間を長くして来街者が楽しめるようにするなど、今あるもので十分対応可能なものがあるのではないかな。JR などと連携するのは、とても良い発想だと思う。例えば山手線圏内は、住むところ、働くところ、遊ぶところ、いろいろなものが集積しているので、山手線終電後に代替のバスを走らせれば夜中でも安心して楽しめる。山手線が接触しているエリアの区で連携して取り組むことも考えられる。インフラ整備の中には、そこまで考えていくことが必要で、それが観光にもつながると思う。
- ・2020年に向けて、まずすぐにできることとして、表彰事業を考えてみてはどうか。外国人向けのお土産や、新宿ブランドを開発したなどの小さな表彰や、褒める仕組みをつくっておかなければいけないので

はないか。

- ・来街者を呼び込んで商店街を活性化させていくようなことができるのではないかと考えているので、地域おこしというものを産業振興の一つの目玉にもしていただきたい。ひとつひとつの資源を活かした地域活性化ということが非常に大事であって、まずは地域の魅力の発掘が必要ではないか。
- ・資料では企業と団体をひとくくりにしてしまっているが、どういう企業がどういうことを考えていかなければいけないのか、どういう団体がどういうことを考えていかなければいけないのかを、最終的にはもう少しつめて考えていきたい。

○専門部会「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」の検討の方向性について

- ・新宿らしさを考えていく中で、地場産業の染色と印刷業は、平成 13 年から平成 24 年の間に事業所数が半分ほどに減っている。新宿区の地場産業ということで、施策は講じられていると思うが、効果はあったのか、効果はあったがこうなったのか、今後はどうなっていくのか、そのあたりも併せて考えていけたらいいと思う。
- ・売上高や従業員数でくくると産業としての規模は分かるが、支援すべき対象を絞り込む時には、違うフィルターが必要ではないか。
- ・やる気のある人たちにお金を出していくというのが、行政の本来の姿ではないか。
- ・新宿区の企業の中には「THE 日本」というような企業があると思う。新宿のモノが、日本のモノとして、「日本」と表現されるように、企業がランクアップしていけるといい。そのようなレベルをつくっていくということが、次の新宿らしさに繋がっていくのではないか。
- ・業種でくくって、この産業を振興しなくてはというのはナンセンスだと思う。印刷も染色も大事だし、商店街も大事、雑多なものがいっぱいあるのが新宿区の良さであるなら、業種ではなく「コト」でくくって、産業振興をするべきだと思う。例えば「おもてなし産業」や「23 区一外国人に優しい産業」、「女子に優しい産業」でもいい。「23 区の中でここは絶対にはずせない」、そういった一つの「コト」があればいいのではないか。コンテンツが大事な時代で、先を行く新宿だからこそ、「コト」でくくる必要があるのではないかと考えている。
- ・どういうものを新宿らしいと位置づけて定義するのかは、専門部会で検討していかないと施策にはできないのではないか。データで整理して定義することが必要で、全部を「コト」でくくって何でもいいというわけにはいかないと思う。
- ・現在新宿区が行っている企業支援や産業支援は、日本の多くの自治体が行っていることとそれほど変わりはない。国の政策や施策に影響されていて、国が今まで製造業を非常に大事にして支援してきたことを受け、ものづくり産業の支援を一つの柱として置いている。商店街についても、国がいろいろな形で商店街支援を行ってきたので商店街を大きな柱にしている。最近は創業や中小企業支援といわれているので、中小企業に対する支援に取り組んでいるが、国がやってきたことに引っ張られる形で、積み上げられてきているというのが実態である。それが全部悪かったわけではなく、これからの時代は非常に大きな環境の変化、例えばグローバル化や IT 化、高齢化という変化の中で、新宿の企業や産業が残っていくにはどういう視点で考えていくべきなのか、現状の支援のままで対応していけないと思うので、次の専門部会で練って考えていきたい。そこで出てくる結果というのは、現状の支援とは違ったものにしなければいけないということだと思う。
- ・データを整理した上で、業種別に支援していくことにどれだけ意味があるのかは考えなくてはいけない点

だと思う。今後は業種ではなく、個々の企業が何をしたいのか、どういう方向に進んでいこうとしているのかということを把握し、支援していくことが非常に大事になってくるので、業種の枠でとらえるというのはかなり難しくなっているということを現状として見ておかなければならない。

4 次回日程について（予定）

○産業振興会議…平成26年11月中旬（会場：BIZ新宿）

○専門部会「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」

＜第1回＞…平成26年9月5日（金）午後6時～8時（会場：BIZ新宿・研修室A）

5 閉会