

産業振興会議 専門部会
「新宿らしい産業振興・新しい産業づくり」報告

1. 新宿らしさとは

(1) 特色あるエリア

①歴史的背景から生まれた、地域の特性

(2) 多国籍な住民

①122 か国の外国人住民

(3) 多様な来街者

①在学、在勤者（昼夜間人口比率：229.9%）

②日本人、外国人旅行者

③オリンピックによる来街者の増加

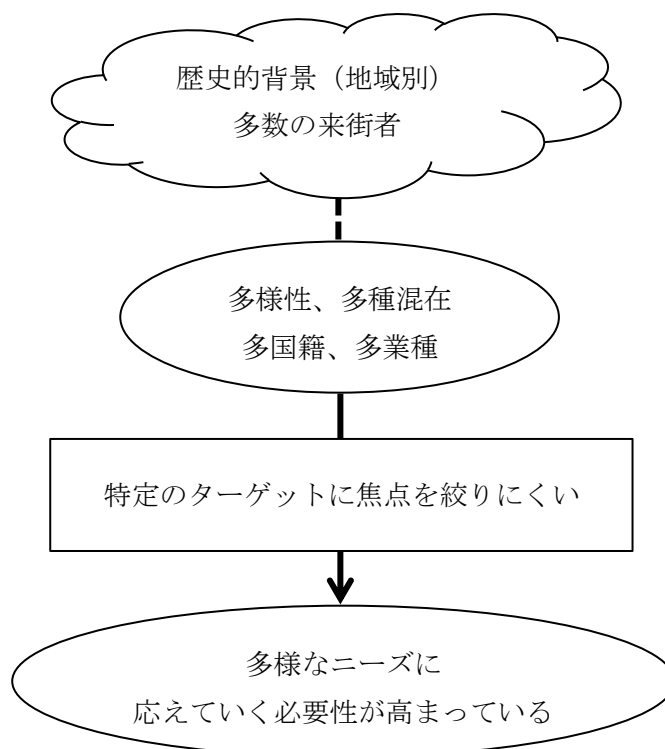
(4) 多様な企業

①大企業、中小企業、商店街の個店など様々な規模の企業の集積

②老舗企業と創業直後の企業の集積

③統計上、産業別に分類されない企業の増加

④来街者関連産業とその波及効果のある関連企業の集積



2. 新宿区の産業振興施策の現状と課題

(1) 新宿区の産業振興施策の現状

①業種の枠組みで行っている施策

- ・ものづくり産業（新製品開発・販路拡大等への助成、ものづくりマイスターの認定、体験型教室の開催、後継者育成のための助成）
- ・地場産業（印刷・製本関連業、染色業）
- ・商店街

②全業種を対象にした施策

- ・販路拡大（商談会の開催、展示会等出展費用の助成、営業力強化の支援）
- ・場の提供（産業振興フォーラム、ビジネス交流会の開催）
- ・課題解決（中小企業診断士による相談）

(2) 新宿区の産業振興施策の課題

①現状の産業振興施策の方向性

- ・国が全国一律で実施してきた政策・施策に沿った産業振興施策
- ・従来の「業種」の枠組みで行われる産業振興施策

②現状の産業振興施策の課題

- ・新宿区の特性と実施している産業振興施策にギャップがある
- ・新宿区の産業の活性化に十分につながっていない
- ・企業の課題と実施している産業振興施策にミスマッチがある
- ・同じ業種でも同じ切り口の支援では対応が出来なくなっている

(3) 区内企業の現状

①景況調査（特別調査）

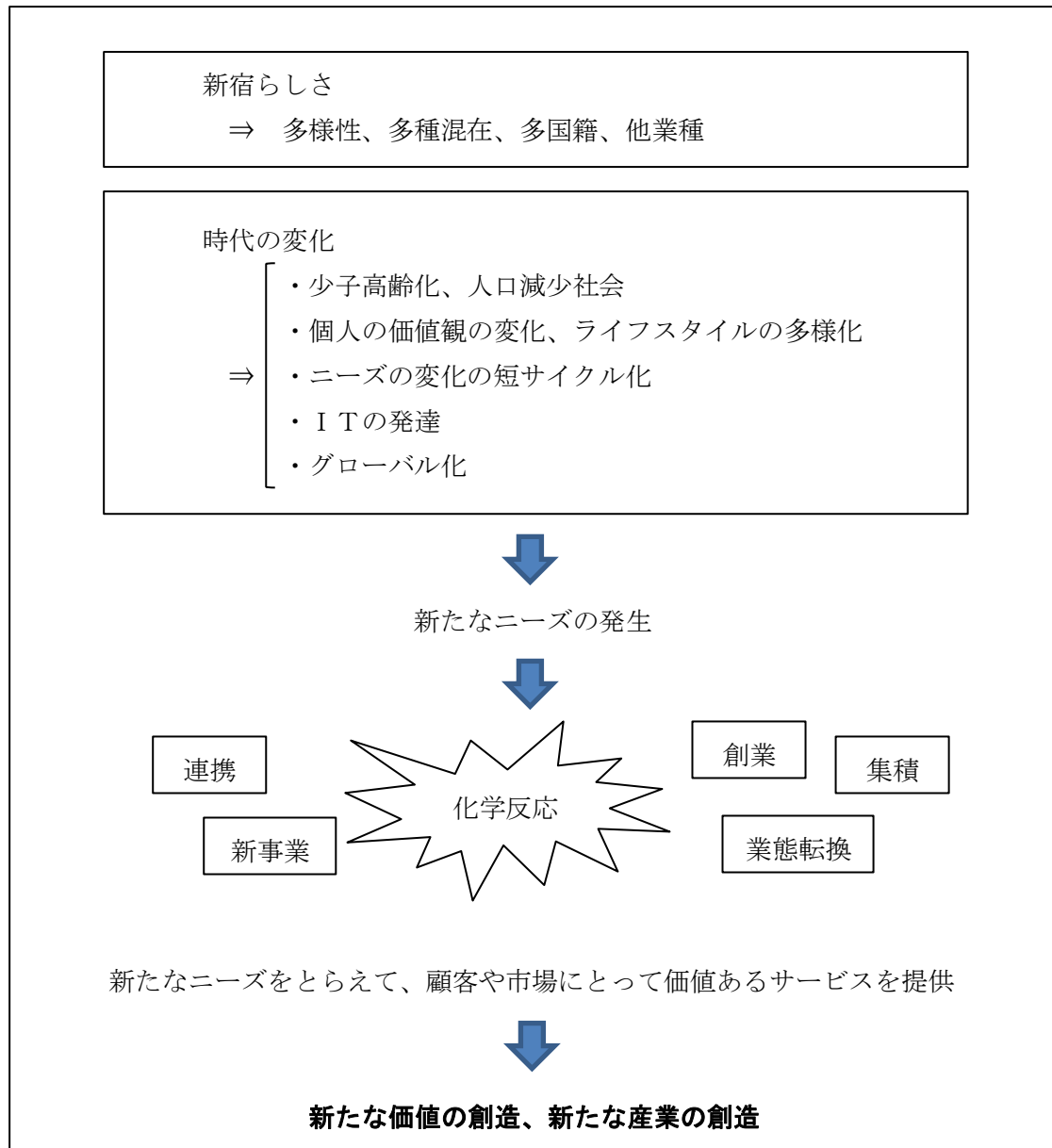
- ・事業承継(平成 26 年 4 月～6 月期) 「資料 4」 参照
◇事業承継の予定が「現時点では未定」 42.8%
- ・販路拡大等の取り組み(平成 26 年 7 月～9 月期) 「新宿区中小企業の景況(平成 26 年 7 月～9 月期)」参照
◇販路拡大等に関する取り組みの課題点
人材確保が難しい 35.6%、販路・販売先の確保が難しい 30.2%、
専門知識・ノウハウの不足 24.3%
◇販路拡大等に関して今後行いたい取り組み
営業の人員強化 21.7%、新商品・新サービスの開発(又は取り扱い)18.0%、
自社ホームページの充実・機能強化 16.9%

②区内企業の現状把握

- ・平成 28 年度実態調査実施予定（次期産業振興プラン策定に向けて）

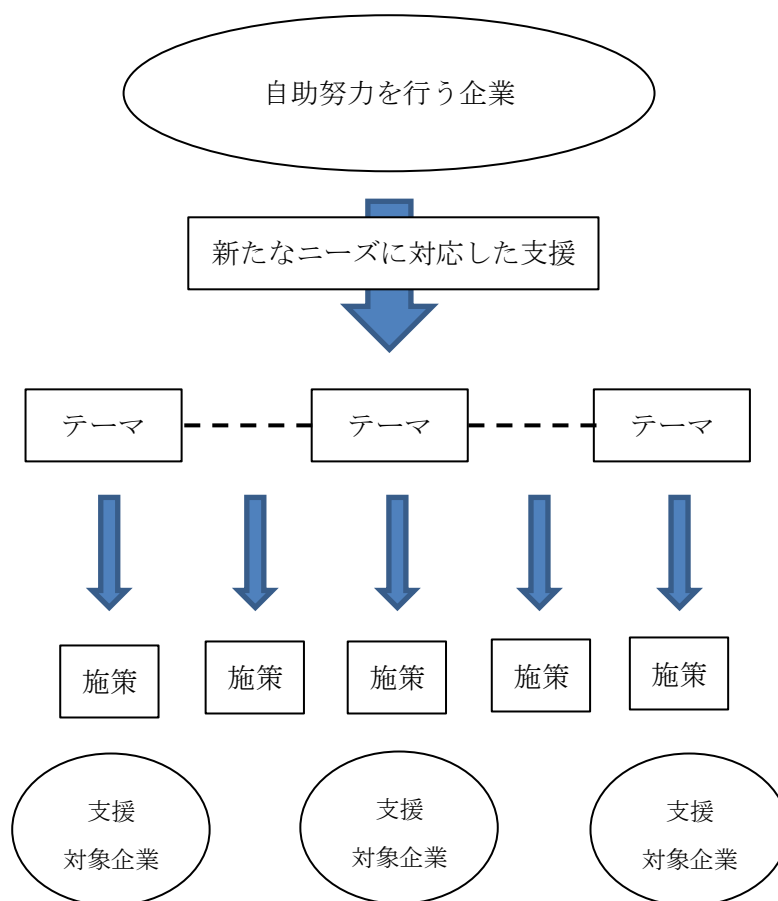
3. 産業振興策の方向性

(1) 新宿区の産業、企業が目指すべき姿



(2) 産業振興施策の考え方

- ・ 自助努力を行う企業に対しての支援（新宿区産業振興基本条例第3条「基本理念」）
- ・ 新しい時代に対応した枠組みでの産業振興施策の推進
- ・ 従来の産業の枠を越えた、テーマ性を持った枠での産業振興施策の推進



4. その他検討が必要な項目

(1) 求められている企業の姿

①今の時代、企業に求められているもの

②新宿区、地域で増えて欲しい企業

(2) 支援の実施者

①区が行う施策

②区と企業、金融機関、教育機関、産業経済団体と協力して行う施策

(3) 新たなニーズに対応したテーマ