

# 新宿区 産業振興プラン

平成30(2018)年3月

新宿区



# 新宿区産業振興プランの策定にあたって



新宿区は、様々な特色ある産業・企業が集まり、業務・文化・居住機能などが集積する多様性に富んだ街です。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、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て発展してきました。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、増加する外国人観光客に対するビジネスチャンスへの期待が高まる一方で、全国的な少子高齢化の進行、「第4次産業革命」などの情報化のさらなる進展やグローバル化の進展など、区内産業を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。

こうした社会構造の大きな変化の中、今後10年の変化を的確に想定することが難しい状況となっていますが、区内企業が今後も継続的に事業を展開していくためには、こうした変化をチャンスととらえ、積極的に事業革新を進め、新たな価値の創造に挑戦することが重要となってきます。

新宿区では、地域とともに発展する個々の企業に対し、きめ細かな支援を行うことで、この産業振興プランの基本目標である「革新と創造に取り組む企業の集積と持続的に発展する産業システムの形成」の実現を目指し、地域経済がさらに発展できるよう積極的に産業振興施策や事業を展開してまいります。

今回の策定にあたり多大なるご尽力をいただきました新宿区産業振興会議の委員の皆様をはじめ、各種調査等を通じて貴重なご意見をいただきました区民や事業者の皆様にご心から御礼申し上げます。

平成30年3月

新宿区長 吉住 健一



## 第1章 プランの概要

1. 策定の背景と目的…………… 1
2. 計画期間…………… 2
3. 位置づけ…………… 2
4. プランの構成…………… 3
5. 各主体が一体となった産業振興…………… 3

## 第2章 新宿区の産業の特徴

1. 産業の成り立ちと現状…………… 6
2. 産業・企業にみられる多様性…………… 8

## 第3章 想定される事業環境の変化

1. 全国的な少子高齢化の進行…………… 12
2. ライフスタイルや働き方の変化…………… 14
3. 情報化のさらなる進展…………… 14
4. グローバル化の進展…………… 14
5. 外国人観光客の増加…………… 15
6. 安全・安心への関心の高まり…………… 16

## 第4章 新宿区の企業・商店街の現状と課題

1. 事業革新の推進…………… 17
2. 経営の安定化…………… 19
3. 持続的発展につながる事業承継…………… 20
4. 創業環境の向上…………… 21
5. 情報技術を活用した事業展開…………… 22
6. 新宿のまちの強みを活用できる環境づくり…………… 24
7. 区民の生活を支える商店街の活性化…………… 26

## 第5章 基本目標・産業振興の視点

1. 基本目標…………… 29
2. 産業振興の視点…………… 32

## 第6章 施策の方向

- 方向1 価値創造に向けた積極的な事業活動の推進…………… 35
- 方向2 経営基盤の強化支援…………… 37
- 方向3 発展的な事業承継の促進…………… 39
- 方向4 創業へのチャレンジ支援…………… 40
- 方向5 ICTを活用した事業展開支援…………… 41
- 方向6 来街者の増加を好機とした事業展開支援…………… 42
- 方向7 商店街の魅力アップ支援…………… 44

## 第7章 推進に向けて

1. 推進体制…………… 46
2. 産業振興施策の公表…………… 46
3. 庁内関連部署との連携…………… 46
4. 国・東京都との連携…………… 46
5. 産業振興会議との連携…………… 46

## 用語説明

本文中※印の語句は、用語説明に掲載しています。

…………… 47

## 資料編

…………… 49



### 1. 策定の背景と目的

産業は、区民の生活と地域社会に密接な関わりを持つものであり、区民を支える様々な物やサービスを提供するとともに雇用や就労の機会を提供し、新宿区の魅力を高める役割も果たしています。

新宿区において産業の果たす役割は、将来にわたっても変わることなく重要なものであり、「区内企業の活性化」に取り組むことによって、多くの企業や来街者をこれまで以上に惹きつけ、「区民生活の向上」へとつながる好循環が期待されます。

新宿区は、暮らしの場、働く場、学びの場、集いの場として、多種多様な価値や文化を受け入れ、「活力ある産業が芽吹くまち」の実現を目指します。

新宿区は、平成20（2008）年3月に「新宿区産業振興プラン」を策定しました。このプランでは、「創造力を活かした産業の振興を図る」「中小企業の経営基盤を強化し、技術革新や高付加価値化を図る」「誰もが訪れたいくなる活気と魅力あふれる商店街をつくる」という3つの産業振興ビジョンを掲げ、「文化と産業を創造する『場と仕組み』をつくる」ことを目指してきました。

平成23（2011）年3月に策定した「新宿区産業振興基本条例」では産業振興に向けた基本理念を掲げて、区民、企業、商店会、産業経済団体、金融機関及び教育研究機関の役割を明らかにし、同年に設置した「産業振興会議」での意見をいただきながら、その前年に策定した「新宿区文化芸術振興基本条例」と併せ、時代の変化に対応していくための施策や事業を強化してきました。

こうした中、これまでの産業振興プラン策定後には、平成20（2008）年のリーマンショック\*や平成23（2011）年の東日本大震災をはじめとした産業界に大きな影響を与える出来事が起こるなど、新宿区を取り巻く社会経済状況は変化を続けており、今後10年の変化はさらに不透明さを増していくことが予想されます。これまでの産業振興プランで掲げた産業ビジョンの方向性は引き継ぎながらも、変化する産業構造、社会経済状況に対応した産業振興の方向性をより明確に示す必要があります。

本プランは、社会経済状況の変化や区内企業・商店会等の現状・ニーズを踏まえ、これからの10年間の産業振興の基本目標や施策の方向性を明らかにするとともに、産業施策を効果的かつ効率的に実施することを目的に、「新宿区産業振興基本条例」に基づいた産業振興計画として策定するものです。

## 2. 計画期間

本プランの計画期間は、平成30（2018）年度～平成39（2027）年度の10カ年とします。

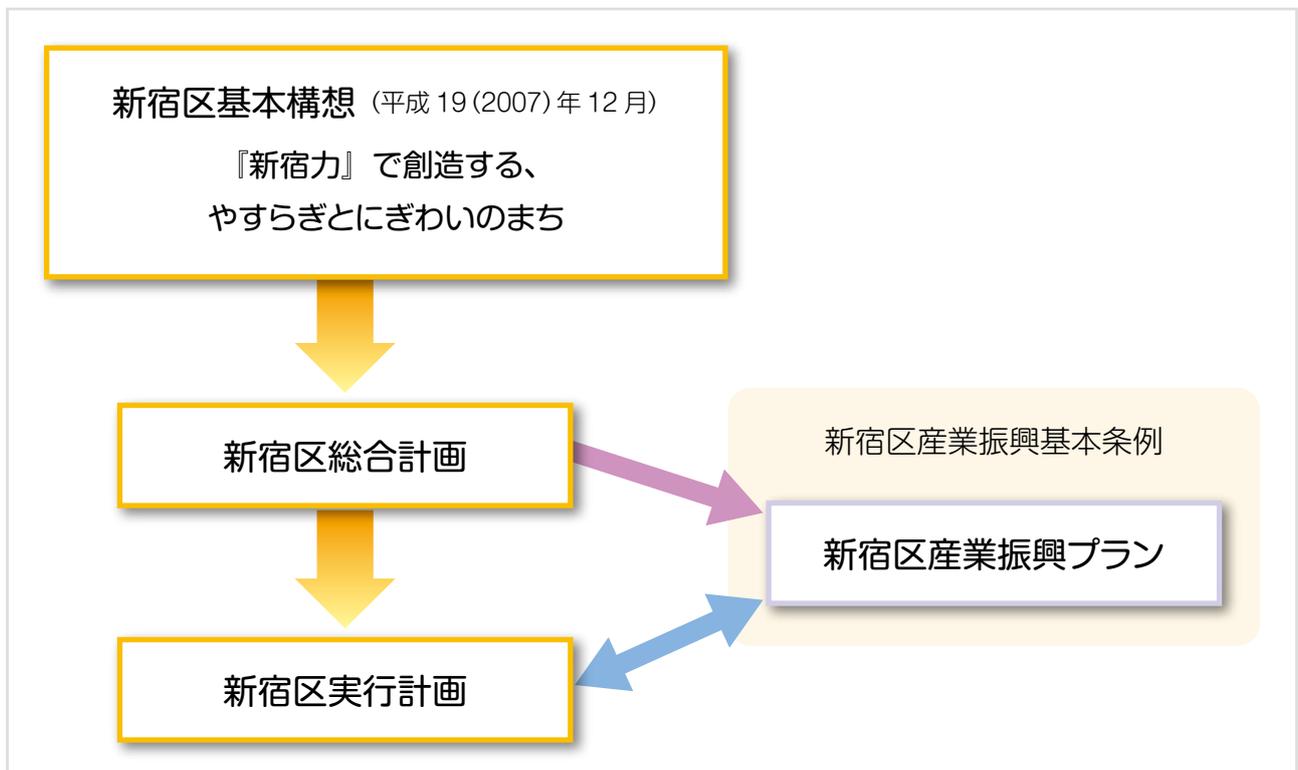
## 3. 位置づけ

本プランは、「新宿区産業振興基本条例」の第4条第3項に規定する「産業振興に関する総合的な計画」として定めます。

### 新宿区産業振興基本条例

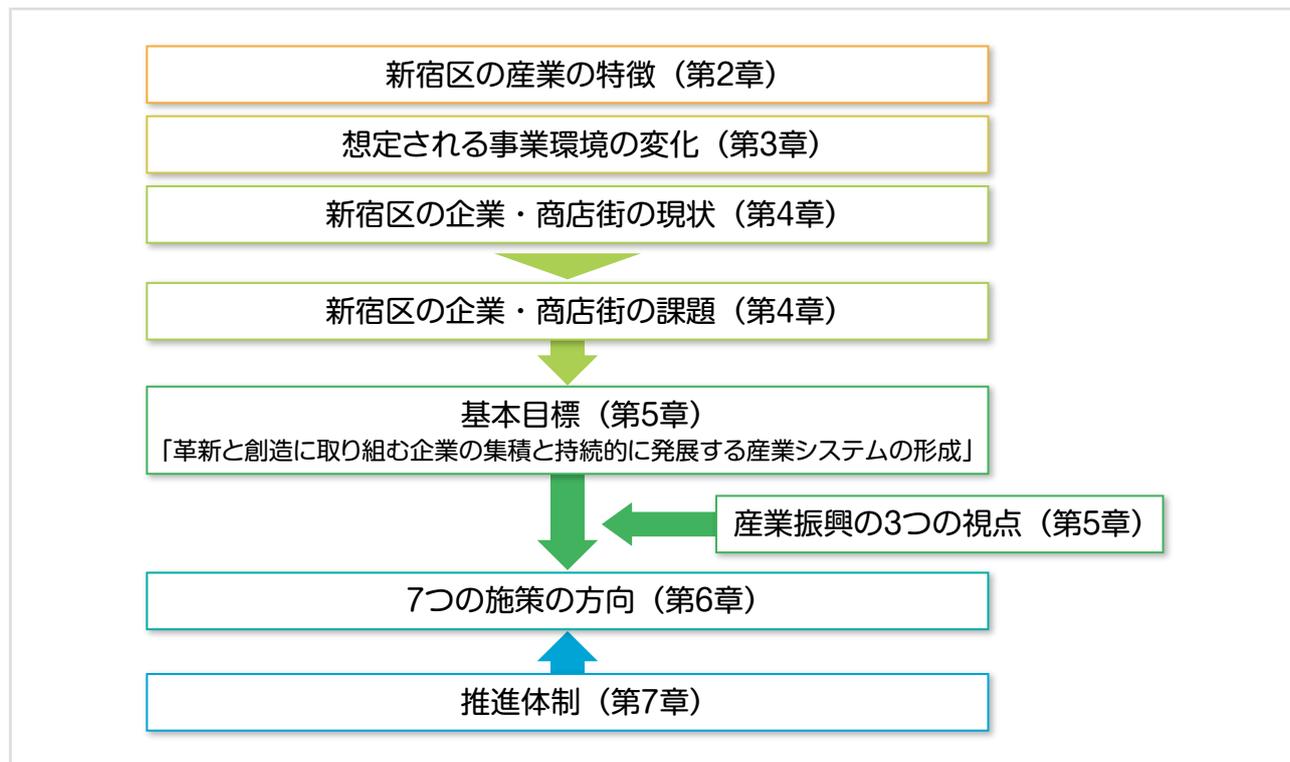
第4条第3項 区は、基本的施策を効果的かつ効率的に実施するため、都市計画、文化、福祉、教育、環境等の施策との調整を図り、産業振興に関する総合的な計画を定めるものとする。

また、「新宿区基本構想」及び「新宿区総合計画」の実現をめざした個別計画として位置づけられます。なお、個別の施策については、別途策定する「新宿区実行計画」で取り組んでいきます。



## 4. プランの構成

本プランは以下のとおり構成しています。新宿区の産業の特徴や現状、事業環境の変化等を踏まえて、新宿の産業・企業等の課題を整理し、10年後に目指す基本目標として「革新と創造に取り組む企業の集積と持続的に発展する産業システムの形成」を設定しました。基本目標の実現に向けて重要となる産業振興の3視点を踏まえた、7つの産業振興施策の方向とその推進体制を記しています。



## 5. 各主体が一体となった産業振興

「新宿区産業振興基本条例」では、各主体の役割を次のように定めています。それぞれが役割を果たしながら、一体となって産業振興を図っていきます。

### 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。

区内企業は、区内の産業における中心的な存在であり、新宿区の構成員として重要な役割を担っています。自らの工夫と努力による取組みによって成長と発展を遂げ、雇用の創出を図ります。

また、従業員を大切に、働きがいのある環境づくりに取り組むとともに、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ることに努めます。

## 商店会<sup>(注)</sup>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。

商店会は、商店街<sup>(注)</sup>の振興を図る団体です。商店街は買い物場だけではなく、街路灯や防犯カメラの設置等により、地域の安全・安心を推進し、地域におけるコミュニティを支える等の多面的な役割を担っています。商店街の魅力は、それを形成する個々の店舗の魅力によってつくられており、商店会は店舗の魅力向上のための取組みを支援します。

また、商店会自身も創意工夫と努力によって、誰もが訪れたいくなる商店街づくりに取り組みます。

(注)「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。

## 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。

商工会議所など企業で構成される産業の振興を図ることを目的とした団体は、独自の取組みだけでなく、区や他の産業振興機関と連携して新宿区の産業振興を図るための重要な担い手として、企業同士の出会いの機会の提供や、事業発展のための研修、研究会の実施など事業環境を整備するように努めます。

金融機関は、企業が経営基盤の強化や経営革新を行えるよう、資金の供給等を通じた経営支援に努めます。

教育研究機関は、その教育内容や研究内容を通じて、産業に携わる人材を育成するとともに、新しい理論や技術の提供により、産業振興に努めます。

## 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。

産業は区民生活に密接に関わりがあることから、消費活動を通じて産業振興の推進に努め、区や企業等が行う取組みに協力することを期待します。なお、ここでの「区民」は住民だけを指すのではなく、区で働く人や学ぶ人など継続性を持って区内で活動する人も区内の産業を支える「区民」と位置づけます。

## 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。

区は、新宿区の産業振興に向けて、区内企業が営む事業活動を側面的に支援するとともに、働きやすい環境づくりや安全・安心なまちづくり（防犯・防災等）等の区内企業が事業活動に取り組みやすい環境整備を図っていきます。その推進に向けては、他の施策との調和や連携を図り、産業振興に努めます。そのため、十分な組織体制を整備するとともに、財政上の措置を講ずることとします。

また、他の主体と連携・協力を図り、基本的な施策を実施していきます。

# 第2章

## 新宿区の産業の特徴

### 1. 産業の成り立ちと現状

新宿区の産業は、まちづくりの変遷と織りなすように営まれ発展してきました。今後の新宿区の産業を考えるにあたっては、新宿区の産業の成り立ちや現状を踏まえておく必要があります。

#### (1) 商工業の発展

江戸時代の新宿区の区域には四谷、市谷、牛込の地域で武家地、寺社地、町地が入り混じり、内藤新宿など街道沿いには町屋が立ち並びました。また、早稲田、戸塚、落合、柏木、角筈等の地域は、江戸の近郊農業地として農産物の供給を担っていました。

明治期に入ると、大名屋敷等の大規模な敷地は政府によって買い上げられ、軍の施設や教育施設、研究施設等が建設されました。現在では、こうした武家屋敷跡のまとまった敷地が公園や学校、官庁、病院、公営住宅等の敷地となっています。

また、大久保、百人町の鉄砲組屋敷では副業として観賞用植木の栽培が行われていましたが、明治20(1887)年代から宅地化が進み、大正12(1923)年の関東大震災以降にはこうした農地はほとんどなくなっていました。

一方、この頃から宅地化とあいまって工業や商業が主要な産業として発展してきました。明治19(1886)年に秀英社(現在の大日本印刷㈱)が市谷加賀町で業務を開始し、その周辺には印刷・製本関連の業種が集積していきます。また、大正期には神田や浅草の染色業者が良質な水を求めて妙正寺川畔や神田川畔に染色産業の集積を形成し、新宿区の地場産業として発展しました。関東大震災以後、都心部の人口が比較的被害の少なかった新宿以西へと移動したことに伴い新宿は商業地としての優位性を高めていきます。

#### (2) 都市計画と業務商業地区の発展

新宿駅は明治18(1885)年に日本鉄道品川線(現在の山手線)の開通に伴い開業し、現在の中央線は甲武鉄道として明治22(1889)年に開通しています。大正の初めには京王線、昭和初期には西武新宿線(高田馬場～東村山間)や小田急線が開通し、新宿駅西口の専売局煙草工場跡地に駅前広場が整備されます。

昭和9(1934)年には、新宿を新しい都市拠点とする都市計画が決定されていますが、昭和20(1945)年の東京大空襲により新宿区内は大半が焼失し、戦前の西口の都市計画は廃止され、昭和35(1960)年に策定された新宿副都心計画へと引き継がれていきます。

新宿駅西口地区では、新宿副都心計画に基づき移転された淀橋浄水場跡地に超高層による新たな都市の建設が行われました。このことにより西新宿は東京都庁やホテル、企業の本社機能が集積する国際的な業務地区へと変貌を遂げていきます。また、東口には、新宿駅開業の時代から続く名店や百貨店等があり、国際的にも知名度の高い商業集積地として発展してきました。

現在、新宿駅周辺地域は特定都市再生緊急整備地域<sup>\*</sup>等に指定され、日本の国際競争力の強化・活力創出を牽引するエリアのひとつとして位置付けられています。

一方、幹線道路や鉄道等の都市交通網の発達も、新宿区の産業の発展にとって重要な要素です。昭和21（1946）年の戦災復興都市計画で定められた外苑東通りや明治通り等の環状街路と、大久保通り、新宿通り、靖国通り等の放射街路の整備が進められ、昭和34（1959）年の地下鉄丸ノ内線の開業以降、東西線、南北線、有楽町線、都営新宿線、都営大江戸線、副都心線の7路線の地下鉄が整備されていきます。こうした都市交通の発達により、駅周辺や幹線道路沿道に業務商業地区が発展してきました。

### (3) 土地利用から見る産業構造の変化

「新宿区の土地利用2013」によると、昭和56年度と平成23年度の「土地利用現況調査」の30年間の比較で、「商業・業務系用地比率（宅地面積に占める専用商業施設や事務所施設、住商併用施設等の敷地面積の割合）」は18.7%から24.5%に増加していますが、一方で「工業系用地比率（宅地面積に占める専用工業・作業所、倉庫等の工業系施設の敷地面積の割合）」は5.1%から2.9%に減少しています。工業系用地は主に山吹町から東五軒町にかけてのエリアと市谷加賀町の周辺にあり、新宿区の地場産業である印刷・製本関連業が集積する地域での宅地化が進んでいることが考えられます。

現在の新宿区は先進性を持ち、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個性豊かな地域も残る、多様性に富んだ都市です。そして、訪れた多くの人々の持つ様々な文化や価値観を受け入れながら、そうした人々の多様なニーズに応えることで新しい時代の流れをつくり、世界有数の大都市として、発展し続けています。

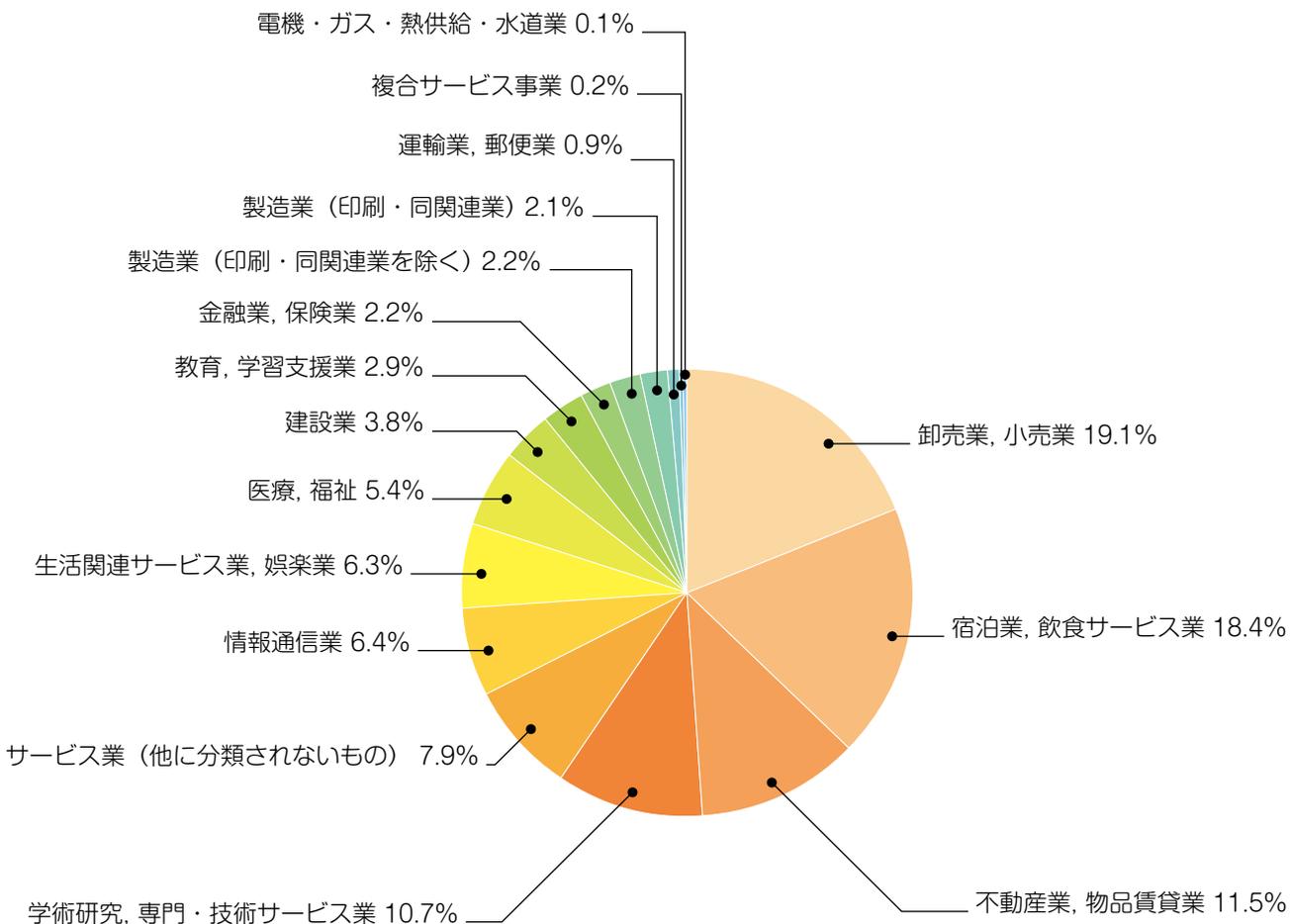
## 2. 産業・企業にみられる多様性

前述のとおり、まちの歴史とともに形成されてきた新宿の産業は、「多様性」が大きな特徴となっています。

### (1) 業種の多様性

新宿区の産業構造は多様な業種で構成されています。その中でも「卸売業,小売業」が19.1%、「宿泊業,飲食サービス業」が18.4%を占め、次いで「不動産業,物品賃貸業」が11.5%、「学術研究,専門・技術サービス業」が10.7%と続いています。

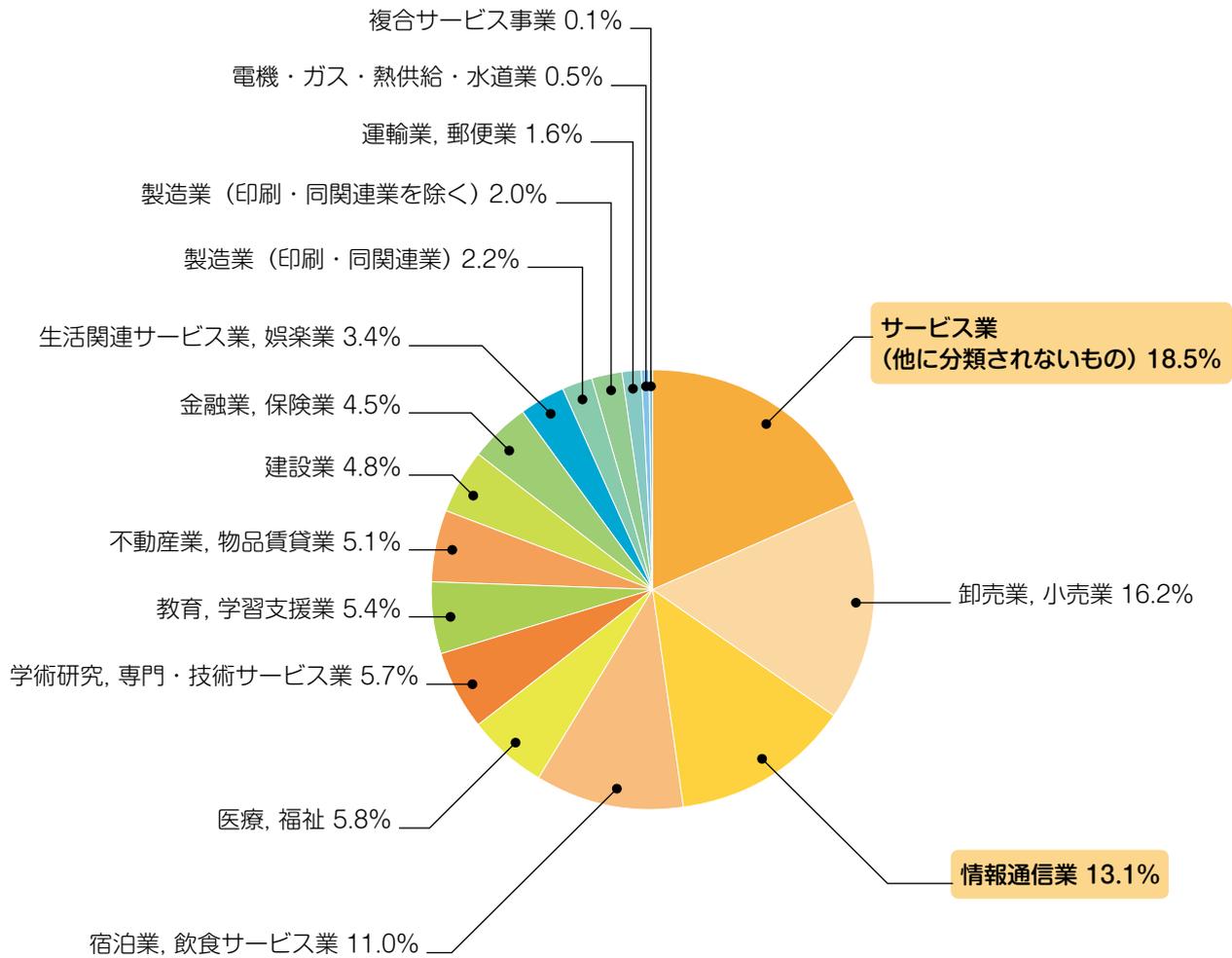
業種別事業所数の構成（総数：33,533事業所（公務を除く））



出典：「平成26年経済センサス-基礎調査」（総務省）

従業者数では、「サービス業（他に分類されないもの）」が18.5%、「情報通信業」が13.1%とそれぞれ事業所数での比率を大きく上回っています。

業種別従業者数の構成（総数：663,176人（公務を除く））

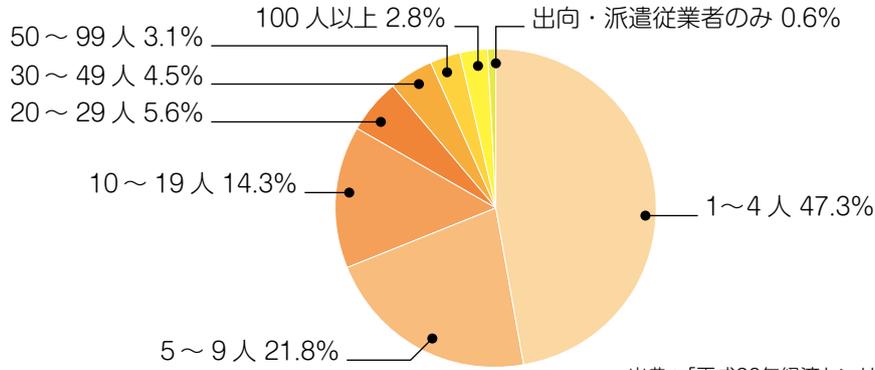


出典：「平成26年経済センサス-基礎調査」（総務省）

## (2) 事業所規模の多様性

区内の事業所は、従業員数規模「1～4人」が半数弱を占め、「5～9人」の事業所を合わせると、従業員数9人以下の事業所が約7割を占め、区内では多くの小規模事業所が操業しています。一方で「100人以上」の企業は2.8%と926事業所が区内に存在しており、小規模事業所から大企業まで多様な規模の事業所が事業活動を行っています。

従業員数規模別事業所数（総数：33,533事業所（公務を除く））



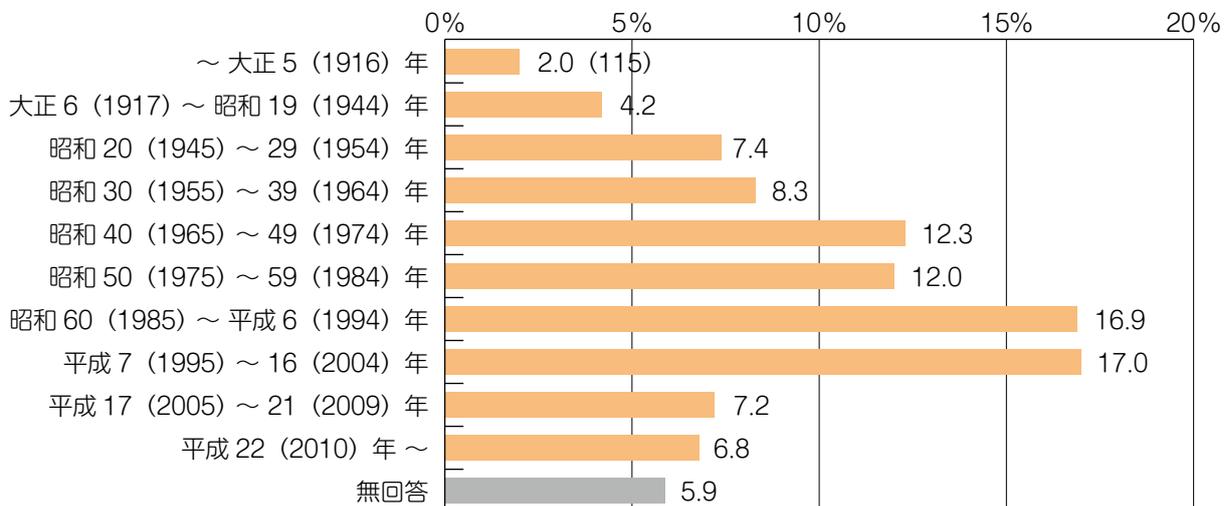
出典：「平成26年経済センサス-基礎調査」（総務省）

## (3) 事業年数の多様性

「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」の回答企業における創業年をみると、継続して一定数の企業が創業しています。最近では、企業数が減少傾向にあるものの、平成17（2005）年以降の創業が14.0%を占めており、多くの新しい企業が区内で事業活動を行っています。

一方で、大正5（1916）年以前に創業した業歴100年以上の企業も2.0%で115社存在しています。また、平成28（2016）年12月に実施された株式会社東京商工リサーチの「全国「老舗」企業調査」によると、新宿区における創業100年以上の企業数は166件を数えており、業種だけではなく、操業年数においても、老舗企業からベンチャー企業まで、多様な企業が区内産業を構成していることが新宿区産業の特徴です。

創業年（回答数：5,753）

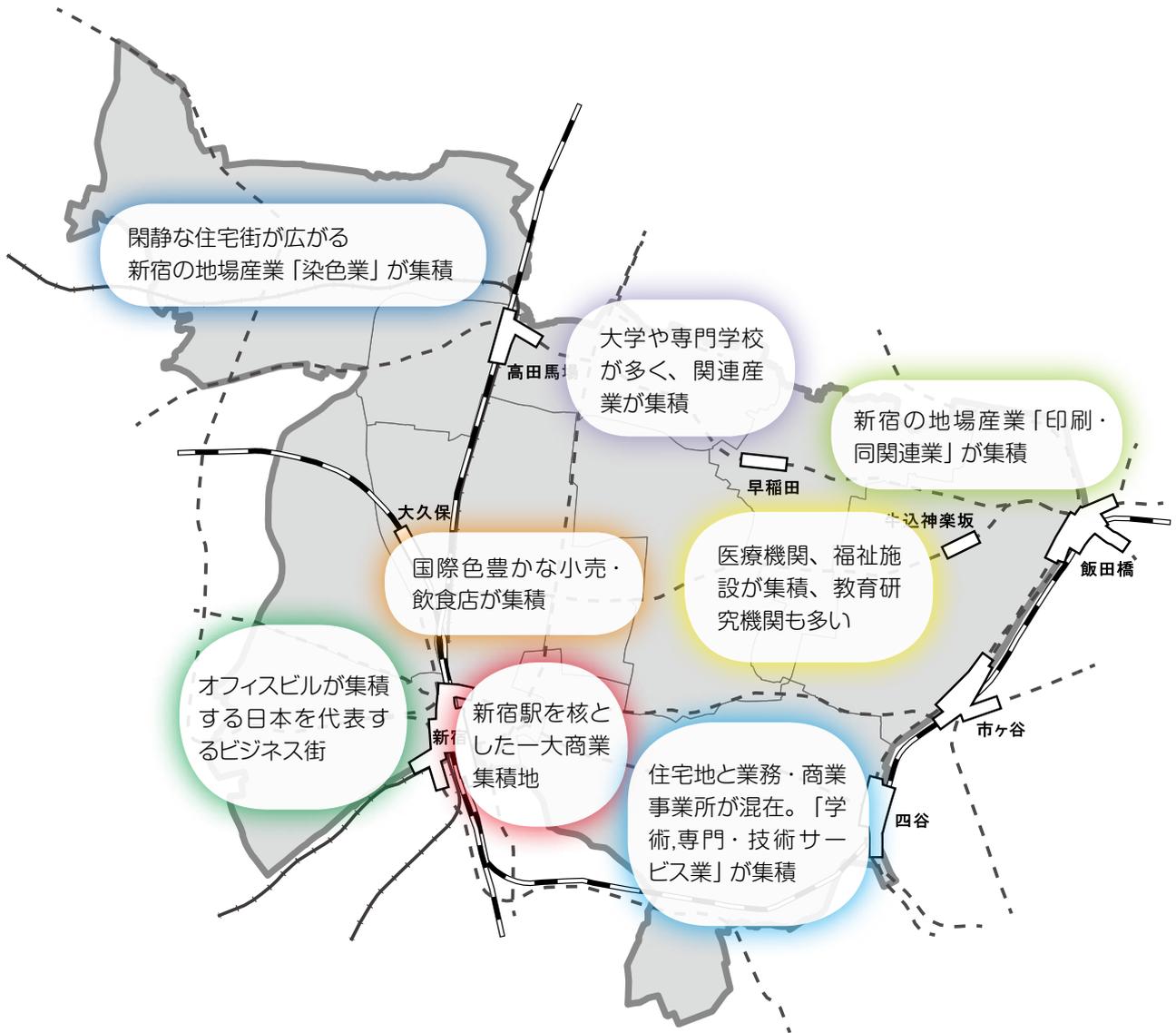


出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」（新宿区）

(4) 地域特性の多様性

まちの変遷とともに形成されてきた新宿の産業は、地域ごとに独自の集積と、集積が生み出す特性がみられる点が特徴です。それらの集積と特性が新宿の魅力を高め、区内外から企業や来街者を誘引しています。

地域ごとに異なる産業特性



- JR：山手線、中央線、総武線
- 私鉄：西武鉄道 新宿線、京王電鉄 京王線、小田急電鉄 小田原線
- 東京メトロ：有楽町線、東西線、丸ノ内線、南北線、副都心線、都営：新宿線、大江戸線、荒川線

# 第3章

## 想定される事業環境の変化

今後10年の間に、新宿区の企業の事業環境に影響を与える変化として、以下のような点が現時点で想定されます。

### 1. 全国的な少子高齢化の進行

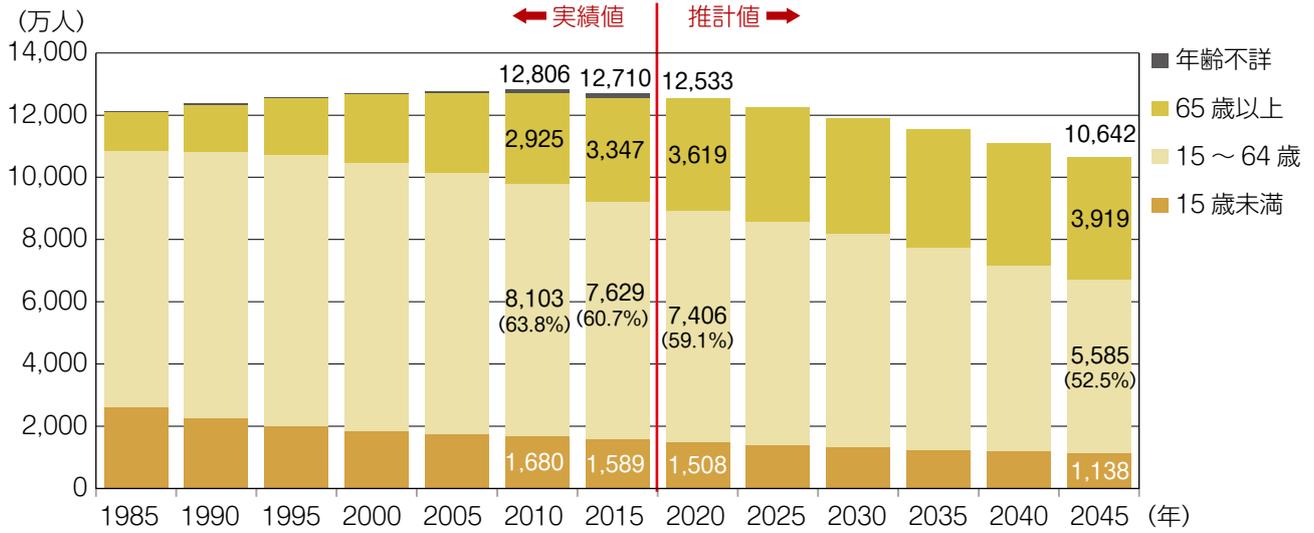
戦後増加し続けてきた我が国の人口は、平成22(2010)年をピークに減少に転じ、平成27(2015)年には1億2,710万人となりました。今後は加速的に減少していくことが予測され、「日本の将来推計人口(平成29年推計)」によると、2045年には1億642万人にまで減少すると推計されています。合わせて、高齢化が進むことにより、15~64歳の生産年齢人口の割合は2020年には6割台を切ることが予測されています。

昭和60(1985)年以降の新宿区の人口推移をみると、平成7(1995)年を境に減少から増加に転じて、平成27(2015)年では33.4万人となり、その後増加が続き、2035年に35.2万人でピークを迎えます。2045年までは横ばいが続き、2050年以降、全国と同様に減少に転じると推計されていますが、人口が減少する時期は全国と比較して遅くなっています。15~64歳の生産年齢人口は平成27(2015)年の23.9万人から2030年には25.1万人に増加するといった見通しが立てられています。しかしながら、全国的な生産年齢人口の減少化傾向の影響を受けることは不可避であり、新宿区の産業においても、人材の確保・育成や、事業承継に係る課題が生じてくることが予測されます。

全国的に少子高齢化が進む中、国では中長期的な経済産業構造を見通した総合的人口政策として、女性・高齢者の労働参加に資する働き方改革や、IT・ロボットによる生産性向上、外国人材活用等のあり方について検討を進めています。

また、高齢化の進展に伴う消費行動の変化により、地域の小売店舗や商店街への影響が懸念される一方、高齢者向けの商品・サービスや娯楽産業、健康関連産業、介護産業、医療産業など、高齢者を対象とした市場の拡大も想定されます。

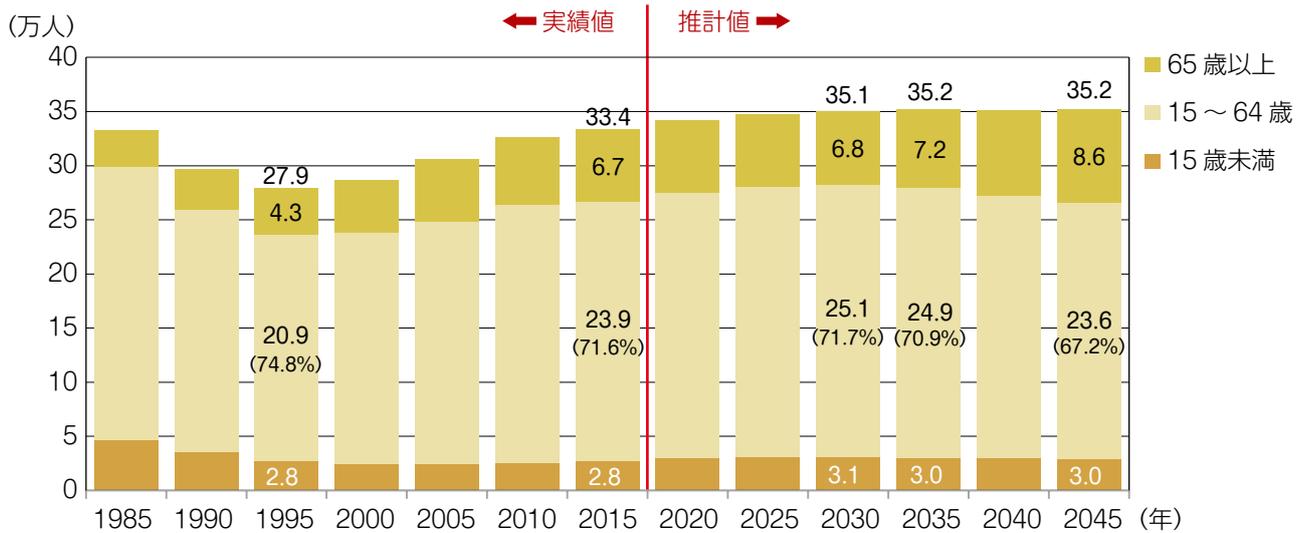
### 日本の人口推移 (年齢3区分別)



※ 2015年までの実績値の総数は年齢不詳人口を含むため、年齢3区分の人口の合計と必ずしも一致しない。表記している数値は下一桁を四捨五入しているため、総数は2030年及び2045年も年齢3区分の人口の合計と必ずしも一致しない。  
 ※ 推計値は、「出生中位・流出中位」による推計結果を採用

出典：1985年～2015年：「国勢調査」（総務省）、2020年以降：「日本の将来推計人口（平成29年推計）」（国立社会保障・人口問題研究所）

### 新宿区の人口推移 (年齢3区分別)



※ 2015年までの実績値は年齢不詳人口を男女・年齢5歳階級別人口構成比により按分して含めている。  
 ※ 表記している数値は下一桁を四捨五入しているため、総数は年齢3区分の人口の合計と必ずしも一致しない。

出典：「2015年国勢調査に基づく新宿区将来人口推計」（平成30年1月、新宿区新宿自治創造研究所）

## 2. ライフスタイルや働き方の変化

ライフスタイルや働くことに対する意識の変化、子育てや介護等と仕事との両立など、人々の仕事と生活に係る状況やニーズが多様化してきています。

そのような中で、これまで我が国の経済発展を支えてきた日本特有の雇用慣行（年功賃金・終身雇用・企業別組合）と働く人の意識の間に乖離が生じてきています。少子高齢化が進み、労働力が不足してくると企業活動の生産性の低下や活力衰退につながることから、企業にとっては、働く人の視点に立った多様な働き方への対応が重要となっており、ワーク・ライフ・バランス<sup>\*</sup>を考慮した雇用制度とその運用への関心が高まっています。

国では、平成29（2017）年3月に「働き方改革実行計画」を策定し、具体的取組みとして、非正規雇用の処遇改善、賃金引上げと労働生産性向上、長時間労働の是正、柔軟な働き方がしやすい環境整備、仕事と子育て介護等の両立、障害者就労の推進、外国人材の受入れ、女性・若者が活躍しやすい環境整備、転職・再就職支援、人材育成、教育の充実、高齢者の就業促進等を挙げています。

## 3. 情報化のさらなる進展

ICT<sup>\*</sup>の目覚ましい進展により、インターネットや、スマートフォンを始めとする情報通信端末の普及をはじめ、社会・経済・生活のあらゆる場面で情報化が進んでいます。今後はさらに、IoT<sup>\*</sup>やビッグデータ<sup>\*</sup>、オープンデータ<sup>\*</sup>、AI<sup>\*</sup>、ロボット等の先端技術を活用した「第4次産業革命」<sup>\*</sup>が世界的に進展していくと予測されています。

ICTが進展することで、様々なデバイス<sup>\*</sup>から集積されるビッグデータの活用が広がり、この付加価値に着目した新たなサービスが多様な産業分野にわたって創出されることが期待されます。また、ICTの活用により業務の効率化が図られ、省人化にもつながっていくことが予測されます。

国はこうした変化の中、「第4次産業革命」の先端技術を活用しつつ、人、機械、データ等がつながることで、新たな製品、サービス、価値が創出され、高齢化や人手不足、環境・エネルギー制約等の様々な社会的課題を解決し、わが国の産業競争力の強化を図っていくことを提唱しています。

## 4. グローバル化の進展

世界経済は、リーマンショック以後の平成22（2010）年から緩やかなペースでの回復が続いており、実質GDP<sup>\*</sup>の成長率は3%～5%台を維持しています。一方、我が国の実質GDPの成長率は東日本大震災以降、2%以下に留まっており力強さを欠いています。

そのような中、海外市場を目指して海外展開を図る企業数は増加しており、特にアセアン諸国への進出が多くなっています。日本貿易振興機構の2017年版「ジェトロ世界貿易投資報告」によると、日本企業の売上高の国内外別構成比は、平成25（2013）年以降、海外が50%を超えており、業種別で見ると、製造業が57.7%、非製造業が32.9%となっています。

自由貿易協定 (FTA) \*や経済連携協定 (EPA) \*の締結により、貿易障壁が低下し、商品・サービスの自由貿易化が進んでいます。このため、国内企業は海外展開の機会が増加する一方、国内市場でもグローバル競争が激しくなることが予測されます。

## 5. 外国人観光客の増加

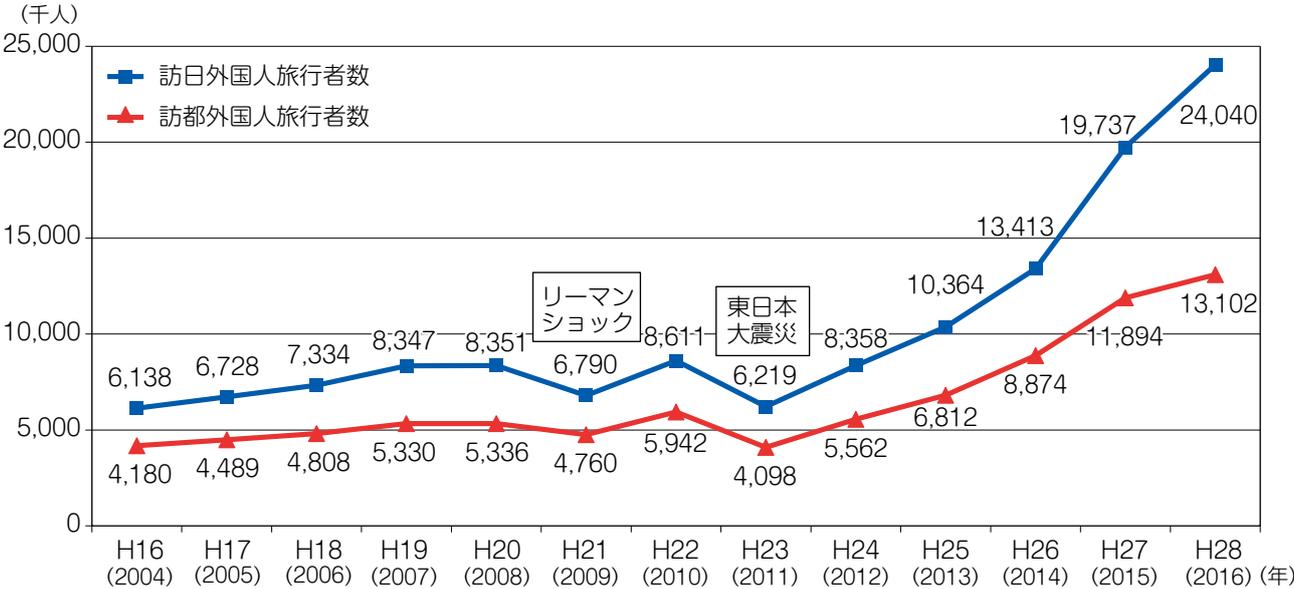
平成28 (2016) 年の訪日外国人旅行者は約2,400万人に到達し、「平成28年東京都観光客数等実態調査」によると、東京都を訪れた外国人旅行者数は約1,310万人を数えています。「平成28年度国別外国人旅行者行動特性調査」によると、東京都を訪れる外国人旅行者のうち、約5割が訪都回数2回以上のリピーターが占めています。

訪都外国人旅行者の都内訪問先をみると、「新宿・大久保」が6割弱と最も多く、次いで「浅草」「銀座」と続いています。

また、都内で「一番期待した場所」の3位、「一番満足した場所」の1位に「新宿・大久保」が入っており、新宿区は都内でも人気ある地域のひとつとなっています。「新宿・大久保」で行った行動をみると、「日用雑貨、化粧品、食品、菓子類のショッピング」や「服・服飾雑貨のショッピング」「日本食を楽しむ」等が上位に挙がっており、今後はさらに、外国人観光客が増加していくことが予測される中、旅行者を対象とした商業やサービス業の活性化が期待されます。

国は「観光先進国」の実現に向けて、「観光資源の磨き上げ」「観光産業の革新」「快適に観光を満喫できる環境整備」の3つの視点を打ち出しています。「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催に向け、2020年の訪日外国人旅行者数4,000万人を目標に掲げて官民連携のもと観光振興を推進しています。その結果、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」開催後もさらなる外国人観光客の増加が期待されます。

訪日・訪都外国人旅行者数の推移



出典：「訪日外客数」(日本政府観光局)、「東京都観光客数等実態調査」(東京都)

## 訪都外国人旅行者が一番期待していた場所、一番満足した場所（上位3か所）

一番期待していた場所（%）		一番満足した場所（%）	
1. 秋葉原	13.6	1. 新宿・大久保	12.7
2. 銀座	12.7	2. 浅草	11.7
3. 新宿・大久保	11.5	3. 銀座	11.6

出典：「平成 28年度国別外国人旅行者行動特性調査」（東京都）

## 6. 安全・安心への関心の高まり

自然災害や環境・エネルギー問題、農産物・食品等に対する人々の安全・安心への関心が高まっています。

我が国の政治経済を取り巻く環境は中東情勢の緊迫やアジアにおける政情の不安定といった地政学的リスクが高まっており、国内においても予測できない出来事の影響を受ける可能性もあります。また東日本大震災や熊本地震等の大型地震の発生が続いたことや大雨の頻度の増加、台風の強度の増大等による洪水や土砂災害等の災害リスクが増大していることから、防災への関心が高まっています。

近い将来起こるとされている首都直下地震等による新宿区の被害想定は、避難者が約7万7千人、帰宅困難者が約31万4千人となっています。

内閣府が策定した「防災基本計画」では、企業の役割として、災害時の役割を十分に認識し、各企業において災害時に重要業務を継続するためのBCP<sup>\*</sup>を策定するよう努めるとともに、防災体制の整備、防災訓練、事業所の耐震化、予想被害からの復旧計画策定、各計画の点検・見直し等を実施することを位置付けています。さらに、国は災害による被害をできるだけ少なくするためには、自助、共助、公助の連携が不可欠とし、地域住民や地域団体と企業、商店街が連携して地域防災に取り組むことを促進しています。

# 第4章

## 新宿区の企業・商店街の現状と課題

### 1. 事業革新の推進

#### (1) 現状

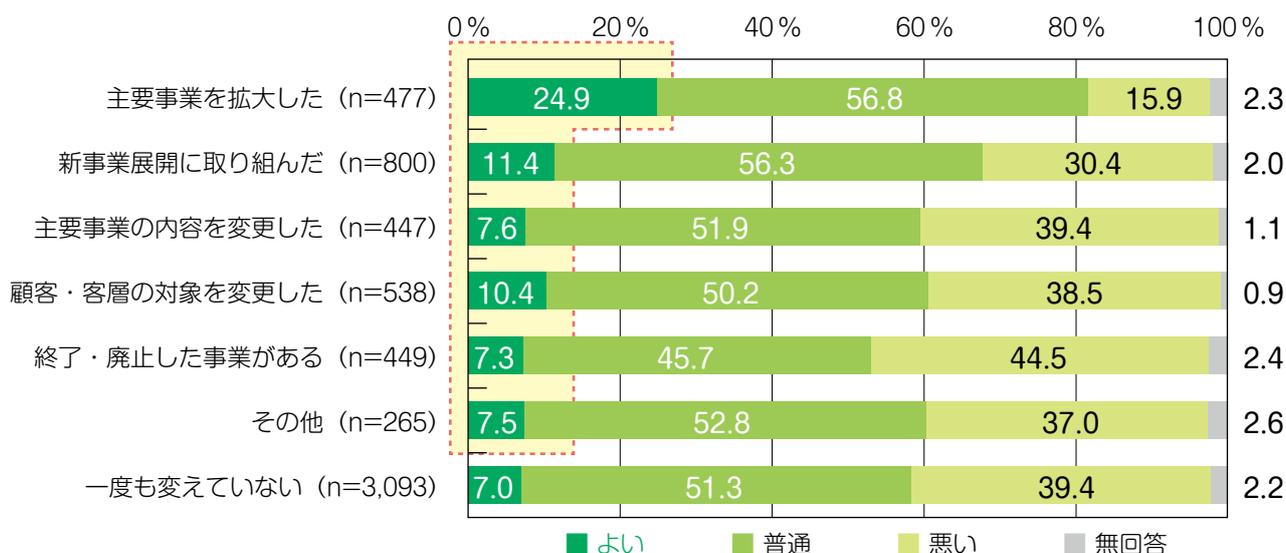
少子高齢化の進展に伴う高齢者市場の拡大を始め、今後想定される社会経済を取り巻く環境の変化には、新たな市場やビジネスを生み出すシーズやニーズが多く含まれています。そのような環境変化の中から新たなビジネスチャンスをつえ、社会や顧客に新たな価値を提供していくことが企業の役割のひとつです。

「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、事業内容の見直し・変更を行ったことがある企業では比較的に経営状況がよいという結果が得られました。しかしながら、事業内容を見直し・変更したことがある企業は回答数の約三分の一に留まっています。

事業革新を図っていくためには、顧客ニーズや市場状況の把握が重要となりますが、上記調査では、販売・顧客拡大における企業の強みとして、「顧客ニーズの把握、市場情報の収集力」が「強い」と回答している企業は15.2%に過ぎず、社会経済を取り巻く環境の変化を把握するための情報収集力があると感じている企業が少ないことが明らかとなりました。

また、他企業や大学等の教育機関等との連携については、取り組んだことがある企業が12.7%、取り組みも関心もない企業が6割弱となっており、連携による事業展開に取り組む企業は多くありません。

事業内容の見直し・変更の取組み状況からみた企業の経営状況 (回答数：5,753、複数回答)



■ よい ■ 普通 ■ 悪い ■ 無回答

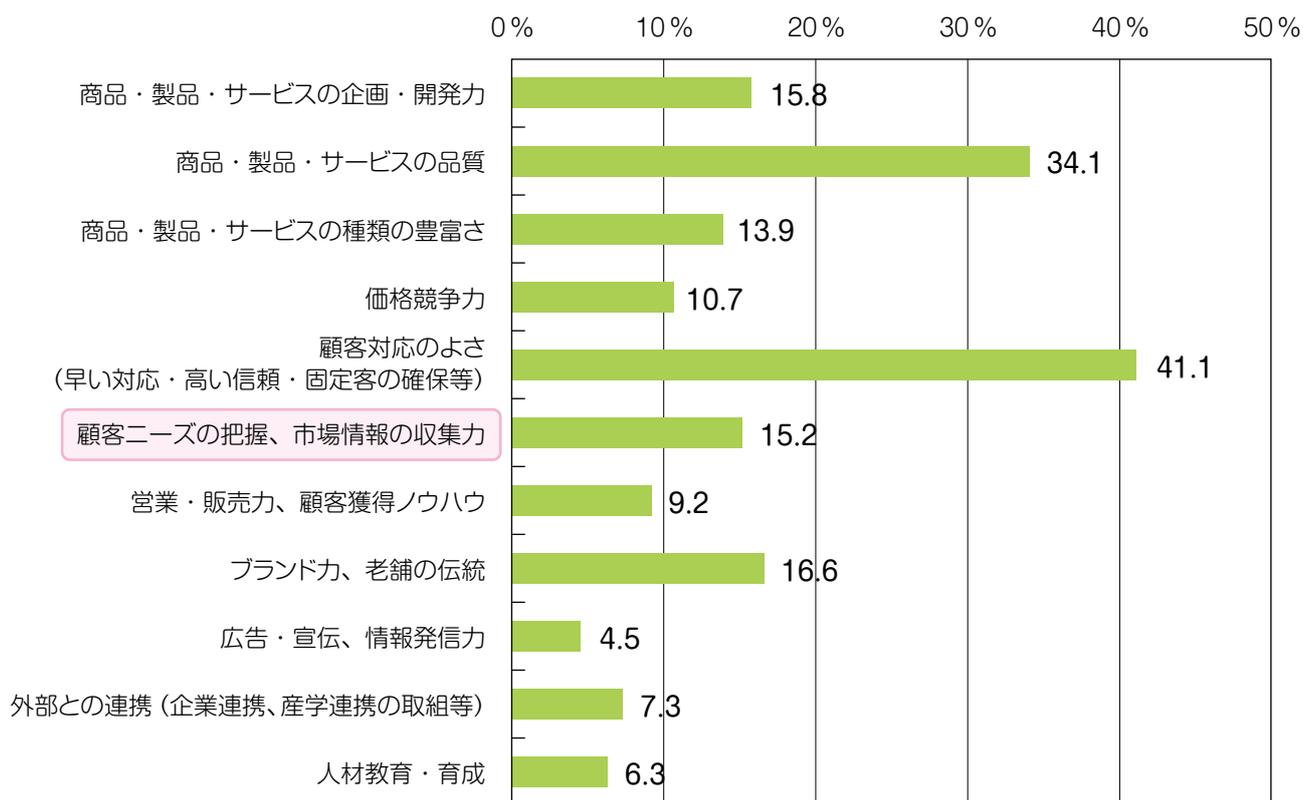
事業内容の見直し・変更したことがあり、経営状況がよい企業の比率

※nは項目ごとの回答数を表す

※事業内容の見直し・変更の取組みに対する無回答を除く。

出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」(新宿区)

## 販売・顧客拡大における企業の強み (回答数：5,753、複数回答)



出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」(新宿区)

### (2) 課題

今後想定される事業環境の変化に対し、既存の事業にとどまらず、新たな発想に基づく事業の見直しや変更、新しい分野への挑戦等が求められます。我が国が成熟した市場を迎える中で、企業自らが事業革新に取り組み、厳しい競争環境を勝ち抜いていかなければなりません。

事業革新に取り組むに当たっては、自社の事業の棚卸及び事業の再構築のため、社会経済情勢の変化や市場の動向に関する情報を集めることが必要です。そして、新たな事業展開を図っていくためには、新たな市場や販路の開拓を進めていくことが求められます。

今後は自らの経営基盤の強化を図るとともに、限られた経営資源で事業革新に取り組まなければならない中、他の企業や大学・研究機関と積極的に情報交流や連携を行い、事業環境の変化や市場動向の情報を収集し、外部の専門家や他業種との取組みにより事業化を図っていくことが重要です。

#### 主な課題点

- 企業の持続的発展に向けた事業革新の取組み
- 顧客ニーズや市場の動向を捉えた新たな市場・販路の開拓
- 他企業や区内の大学等の教育・研究機関との交流・連携の強化

## 2. 経営の安定化

### (1) 現状

経済変動の影響を受けやすい中小企業が、継続的に安定した経営を行うために必要な経営資源としては、新事業展開に向けた事業化資金、設備投資等の資金、新たな市場や販路開拓のための情報、事業を担う人材等があります。

特に、経営資源の中でも「人」は重要な資源であり、事業推進の基盤となります。しかしながら、全国的な少子高齢化の進展による労働人口の減少や、最近の景気の回復基調に伴う労働需要の増加等により人材の不足感が高まっています。また、社会経済情勢の変化に対応した事業展開に自立的に取り組む企業にとっては、必要とする人材と求職者の能力とが一致しない雇用のミスマッチ等も生じています。

また、ライフスタイルや働き方への意識が変化する中、平成28年度の「新宿区ワーク・ライフ・バランスに関する企業及び従業員の意識・実態調査」をみると、約6割が「ワーク・ライフ・バランスの推進が企業戦略にとって重要である」といった認識を持っています。

### (2) 課題

「新宿区中小企業の景況（平成29年10月～12月期）」をみると、経営上の問題点として「売上の停滞・減少」（54.9%）、「人手不足」（29.6%）、「同業者間の競争の激化」（25.3%）が上位に挙がっています。事業の推進力である資金調達や販路開拓、人材の確保が課題となっており、特に、事業拡大を志向している企業においては人材の確保が重要な経営課題となっています。

また、ライフスタイルや働き方の変化に対応した環境整備は、多様な人材の活用が図られ、必要人材の確保につながることから重要な課題となっています。子育て等で就労が途絶えた人材の再就職に向けた機会の充実、外国人材の活用、テレワークの導入等も推進していくことが必要です。企業の管理面では、就業規則の見直しや再構築の他に、ライフステージや多様な働き方に対応した人事計画や評価システム、メンタルヘルス等の労働衛生面への取組み等が必要とされています。

事業基盤の強化に向けては、区内企業の関心が高い防犯・防災への対策が重要であり、災害時の従業員の安全の確保や事業の継続や復旧を図るための計画の作成等の対策を講じておく必要があります。

#### 主な課題点

- 資金調達・販路開拓の強化
- 必要人材の確保・育成
- ライフスタイルの変化や働き方の変化に対応した働く環境の整備
- 災害時対応等の危機管理対策

### 3. 持続的発展につながる事業承継

#### (1) 現状

高度経済成長期に企業を興した団塊世代の経営者の多くが70歳を超えていく中、事業承継は全国的にも大きな課題となっています。新宿区においても、「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」結果では、代表者の年齢は「60代」が3割強で最も多く、70歳代以上が3割弱を占め、高齢者比率が高くなっています。特に、従業員数4人以下の小規模企業では70歳以上が3割を超えており、さらに高齢化が進んでいます。

#### (2) 課題

中小企業経営者の高齢化が進んでいる中、事業承継が課題となっています。事業承継が進まず廃業する企業が増えると、事業所数が減少するだけでなく、その企業の雇用やサプライチェーン<sup>\*</sup>等の経営資源を失うこととなり、地域経済力の低下につながります。

円滑な事業承継を進めるためには、後継者教育も含め十分な準備期間が必要であり、経営者は早いうちから自社の将来を考え、経営状況や経営課題を把握することや事業承継に関する情報を収集することから始め、自社株式や事業用資産の承継に伴う法的対応や税務対策、後継者の育成等に取り組んでいくことが有益です。

後継者が不在の場合でも、事業の承継先は親族や親族以外の従業員、外部人材等の第三者、さらにM&A<sup>\*</sup>等といったように多様な選択肢があり、それぞれの企業の状況に合わせて検討していくことが必要です。

また、後継者候補となる親族がいても、「事業に将来性がない」といった理由等から事業承継が困難になっている企業も多い中、後継者が自ら承継を希望するような経営状態への改善に努めることで、事業承継につながっていきます。

事業承継は、経営者交代を機に飛躍的に事業を成長・発展させる機会でもあることから、後継者が事業をそのまま引き継ぐだけではなく、事業の再構築や発展的な事業の転換を目指し、承継する経営資源を活用した商品・サービスの付加価値を高めるなど、後継者による事業革新と呼ばれる新たな事業展開に取り組んでいくことが重要です。

#### 主な課題点

- 早いうちから取り組む事業承継への準備
- M&A等も含めた多様な手法を活用した事業承継
- 後継者が事業革新を図る発展的事業承継

## 4. 創業環境の向上

### (1) 現状

新宿区の事業所数（公務を除く）は、「経済センサス」（総務省統計局）によると、平成21（2009）年の35,082事業所から平成26（2014）年の33,533事業所に減少しています。このように、事業所数が減少傾向にある中で、創業を増やしていくことは事業所数の維持とともに、地域経済を維持・活性化していくために重要な役割を担っています。

新宿区では、創業支援として、制度融資や創業相談、平成23（2011）年に開設したインキュベーション施設\*「新宿区立高田馬場創業支援センター」の運営等に取り組んでいます。当センターの利用を終えた事業者の中には、雇用を伴う事業を展開しているところもあります。

### (2) 課題

新宿区は交通の利便性が高く、人や企業、モノ、情報が集まり、創業者にとって恵まれた事業環境と言えますが、不動産や賃貸オフィスの価格が高く、事業スペースの確保が区内で創業する上で課題の一つとなっています。

創業まもない時期は、経営資源や人的ネットワークが限られており、必要な情報の収集が難しい状況にあるため、ビジネスや経営に役立つ情報を入手できる環境づくりを図っていくことも重要です。

さらに、創業期においては、事業計画の作成や創業資金の調達等が主な課題となりますが、事業発展期には、雇用や販路開拓等の課題が新たに生じてくるように、成長ステージごとの課題を克服していかなければいけません。

また、創業者や創業の形態も多様化していくことが予測されるため、多様な創業者が新宿区で創業に挑戦できる環境づくりが必要です。

#### 主な課題点

- 事業スペースの確保
- ビジネス情報を入手できる環境づくり
- 成長ステージごとの課題への対応
- 多様な創業者が挑戦できる環境づくり

## 5. 情報技術を活用した事業展開

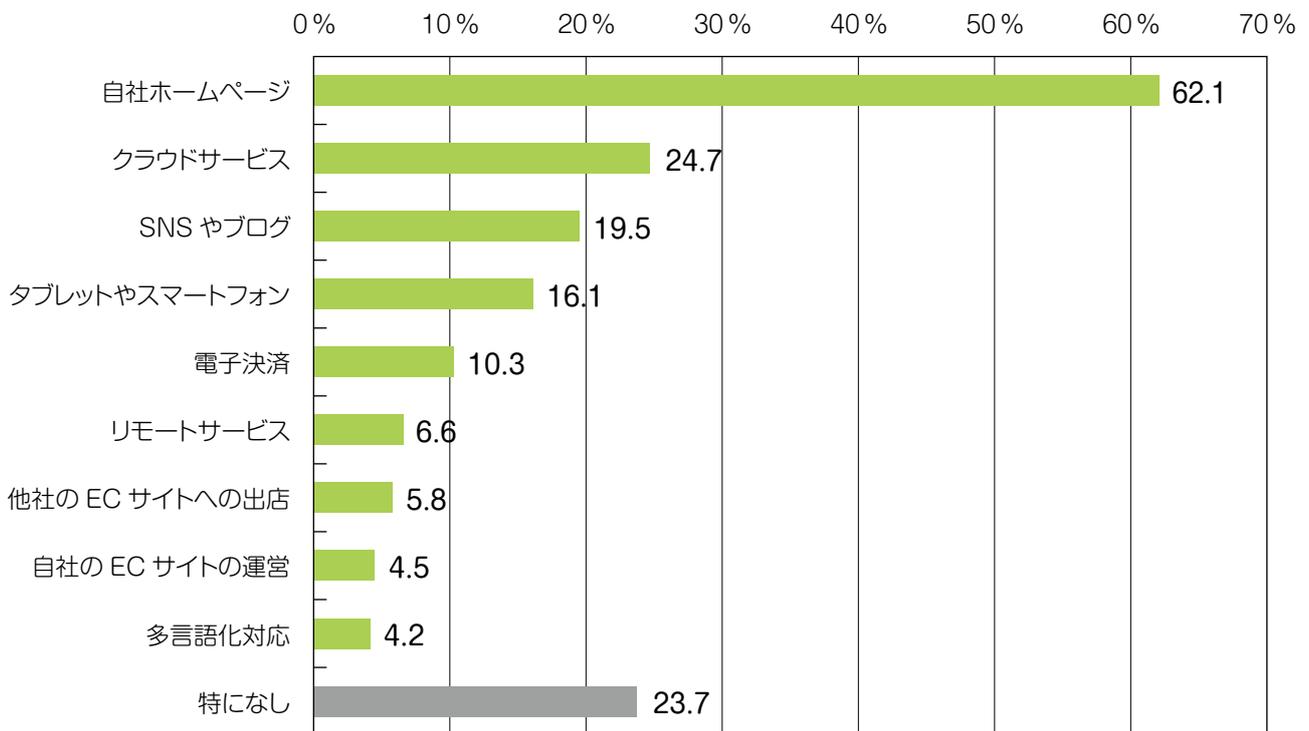
### (1) 現状

ICTの進展により、中小企業においても、情報発信や経営管理、マーケティング等へのICTの積極的活用の重要度が増しています。今後、企業内での活用だけでなく、取引先との決済など、取引管理のための新たなシステムの導入が必要になってくることも考えられます。

「新宿区中小企業の景況（平成29年4月～6月期）」をみると、区内の中小企業が現在導入しているICTは、「自社ホームページ」が最も多く6割強を占めています。

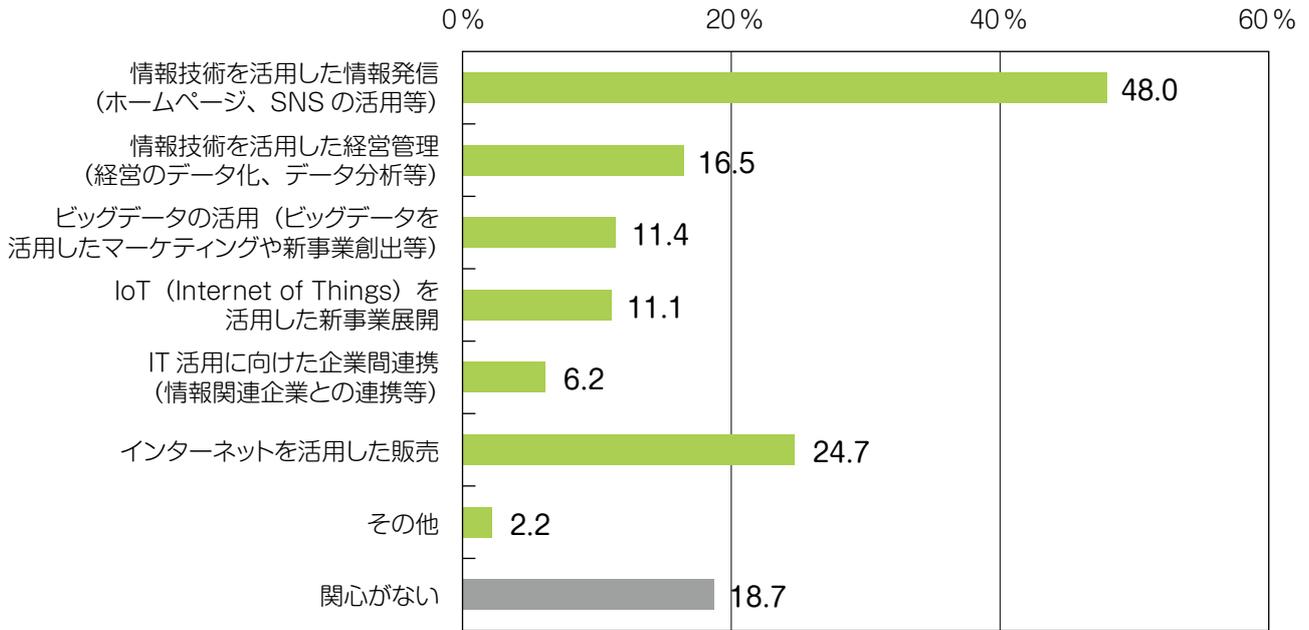
「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」では、区内企業も情報化の推進に対して、高い関心を持っていることが明らかとなりましたが、その内容をみると、「情報技術を活用した情報発信（ホームページ、SNS\*の活用等）」が最も多く、新たな基盤技術として注目されている「IoT（Internet of Things）を活用した新事業展開」や「ビッグデータの活用（ビッグデータを活用したマーケティングや新事業創出等）」への関心は低くなっており、活用が限定的となっています。

現在導入しているICT(上位10項目) (回答数：380、複数回答)



出典：「新宿区中小企業の景況（平成29年4月～6月期）」（新宿区）

情報化の推進についての関心(回答数：352、複数回答)



出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」(新宿区)

(2) 課題

区内企業は、情報化への高い関心を示しているものの、現在のICTの主な活用はホームページやSNSによる情報発信など活用領域は限定的であるため、今後、新たな事業展開や事業の効率化に向けて利用を高めていくことが課題となっています。

ICTを活用することで生まれる可能性やビジネスチャンス、具体的な活用方法など、ICTに関する情報の収集や知識を高めていくことが喫緊の課題となっています。

また、新宿区には情報通信業が集積しており、これらの企業と地域の企業や団体等との交流の機会を増やしていくことで、地域の企業や団体等はICTの導入やICTを活用した新たな事業展開が進み、情報通信業の企業にとっては、新たなビジネスチャンスにつながる可能性があることから、双方の交流機会を増やしていくことが必要です。

さらに、ICTの活用が進んでいくと、コンピューターウイルス\*やクラッキング行為\*から情報やデータを守る情報セキュリティ対策も重要な要素となります。

主な課題点

- 事業活動におけるICTの効果的な利用
- ICTに関する知識の向上
- 情報通信業との交流・連携の促進
- 企業の情報セキュリティ対策の強化

## 6. 新宿のまちの強みを活用できる環境づくり

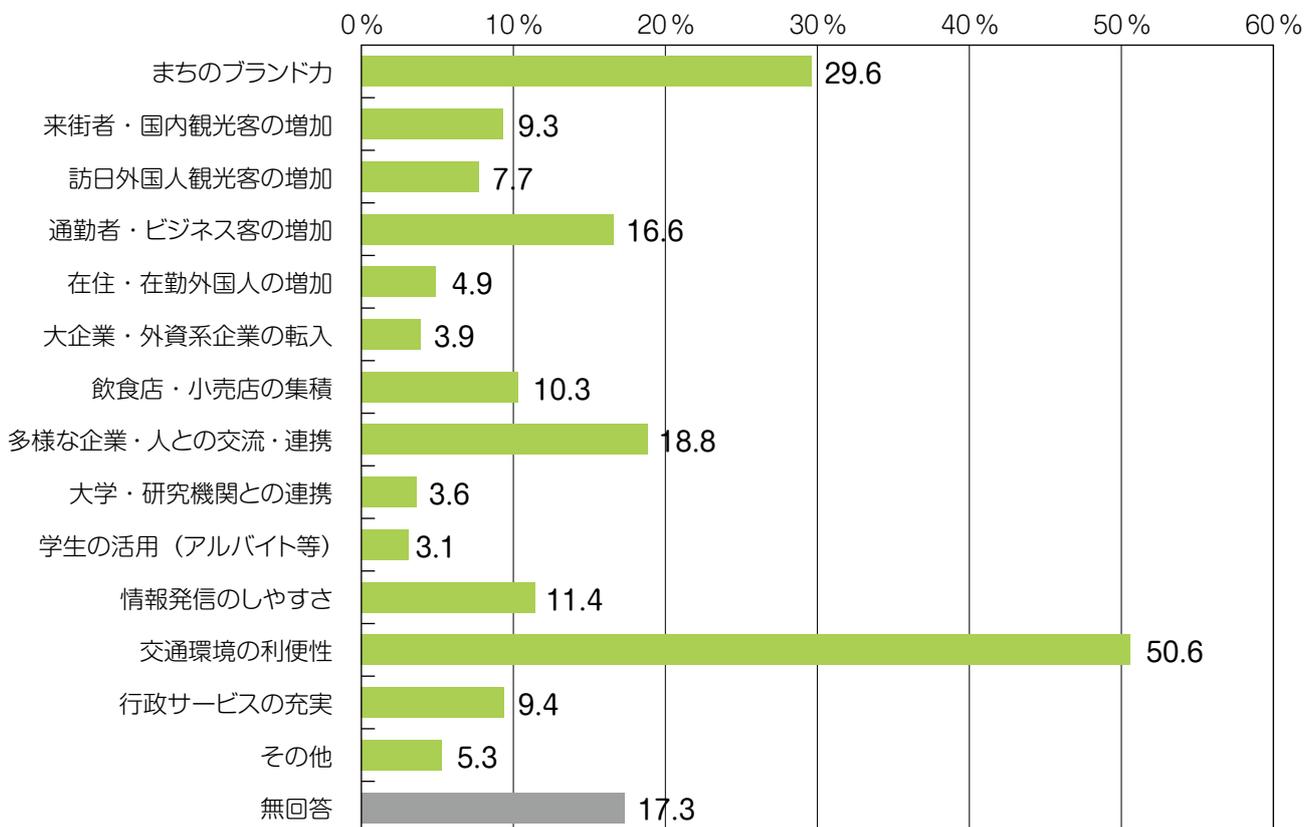
### (1) 現状

「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」によると、区内企業が今後事業活動を行う上で、期待できる新宿区の強みとして、「交通環境の利便性」や「まちのブランド力」が高く評価されており、「国内外に通じる知名度」や「立地していることが信用付加につながる」といったことがまちのブランドイメージとなっています。その他、「多様な企業・人との交流・連携」「通勤者・ビジネス客の増加」といった企業や人の集積など、優れた事業環境が評価されています。

一方、住民からの視点では「平成28年度第4回区政モニターアンケート」をみると、約半数の住民が住んでいる地域で犯罪への不安を感じており、その理由としては、事件に関する報道が多いこと等が挙げられています。また、「平成28年度第3回区政モニターアンケート」では、全国的に知名度を持った歌舞伎町に対して、「映画館やカラオケ店など、楽しめる施設があるから行きたい」といった意見がある一方で、行きたくない理由として「治安が悪いイメージがあるから」が第1位に挙がっており、マイナスイメージが強くなっています。

そのような中、新宿区の支援の方向性に関する関心度では、「まちのブランド力向上」や「防犯・防災に対応した地域づくり」といった地域やまちづくりへの支援が上位に挙がっています。地震や風水害等の自然災害への対策だけでなく、国内外から多数の来街者が訪れることから、まちのブランド力の向上につながる治安への関心が高いことがうかがえます。

今後に期待できる新宿区の強み（回答数：5,753、複数回答）



出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」（新宿区）

## (2) 課題

新宿区には、日本一の乗降客数を有する新宿駅に代表される「交通環境の利便性」や、「まちのブランド力」「多様な企業・人との交流・連携できる事業環境」「通勤者・ビジネス客の多さ」「国内外から集まる豊富な商品」等のまちの強みがある一方、住民や消費者が感じている繁華街の治安に対するマイナスイメージもあることから、そのイメージを払拭し、新宿のまちの総合的イメージアップを図っていく必要があります。

新宿のまちが有する強みや集積力を活用した、商品・サービスの開発、マーケティングや販売促進等の市場拡大・販路開拓、多様な交流・連携活動で形成される新たなネットワークづくりを推進し、企業が積極的に事業を展開していくことが重要です。

わが国でもトップクラスの集客力を持った新宿駅周辺等への来街者が、区内の個性ある他の地域でのまち歩きを楽しめるよう、回遊性を高めていく必要があります。そのためには、区民や外国人観光客を含む来街者がまち歩きを楽しめる環境づくりに区内企業が主体的に参画し、官民が連携して取り組んでいくことが重要です。

### 主な課題点

- 「都市のブランド力」の向上
- 「集積力」を活用した事業展開
- 区内各地域への回遊性の向上

## 7. 区民の生活を支える商店街の活性化

### (1) 現状

区内には100を超える商店街があり、戦後すぐに組成された商店街から比較的新しい商店街、ターミナル駅を中心とした大規模な商店街から区民の生活を支える地域に密着した商店街までと、その規模やタイプはバラエティに富んでいます。

商店街の店舗で構成する商店会の活動内容を見ると、まちのにぎわいを生み出すイベントや祭り等の地域に密着したイベントのほか、防犯カメラや商店街路灯の設置等の防犯活動やまちの環境整備、省エネの推進に向けた街路灯のLED<sup>\*</sup>化など、多岐にわたった事業に取り組んでいます。

またそれらの活動の中には、複数の商店会が連携したイベント開催や地域の企業や地域団体、大学との連携による取組みなど、新たな組織による事業もみられます。

新宿区の商店街は、地域住民や来街者の買い物や、商売の場の役割を果たすだけでなく、地域と密着した地域の活性化や地域が抱える課題に対応した活動も積極的に行っており、「地域の顔」としての役割を担っています。

### 【染の小道】



妙正寺川に反物を張る「川のギャラリー」

染色関連業の集積地である「落合・中井」地域で、毎年2月に、地域と商店街が連携した住民主体のイベントとして「染の小道」が実施されています。

### 【神楽坂まつり】



多くの参加者で賑わう阿波踊り大会

神楽坂に近接する商店会が連携して、ほおずき市や阿波踊り大会など、4日間にわたって多彩なイベントを開催しています。

## 【道路空間を活用した「オープンカフェ」】



道路を利用したオープンカフェ

「都市再生特別措置法」\*に基づく道路占用の特例制度を活用し、新宿駅東口の「新宿モア4番街」ではオープンカフェを設置し集客を高めています。

### (2) 課題

買い物の場だけでなく、地域での役割・機能が高まっている中、新しい時代に対応した商店街の形を検討し、構築していくことが重要です。

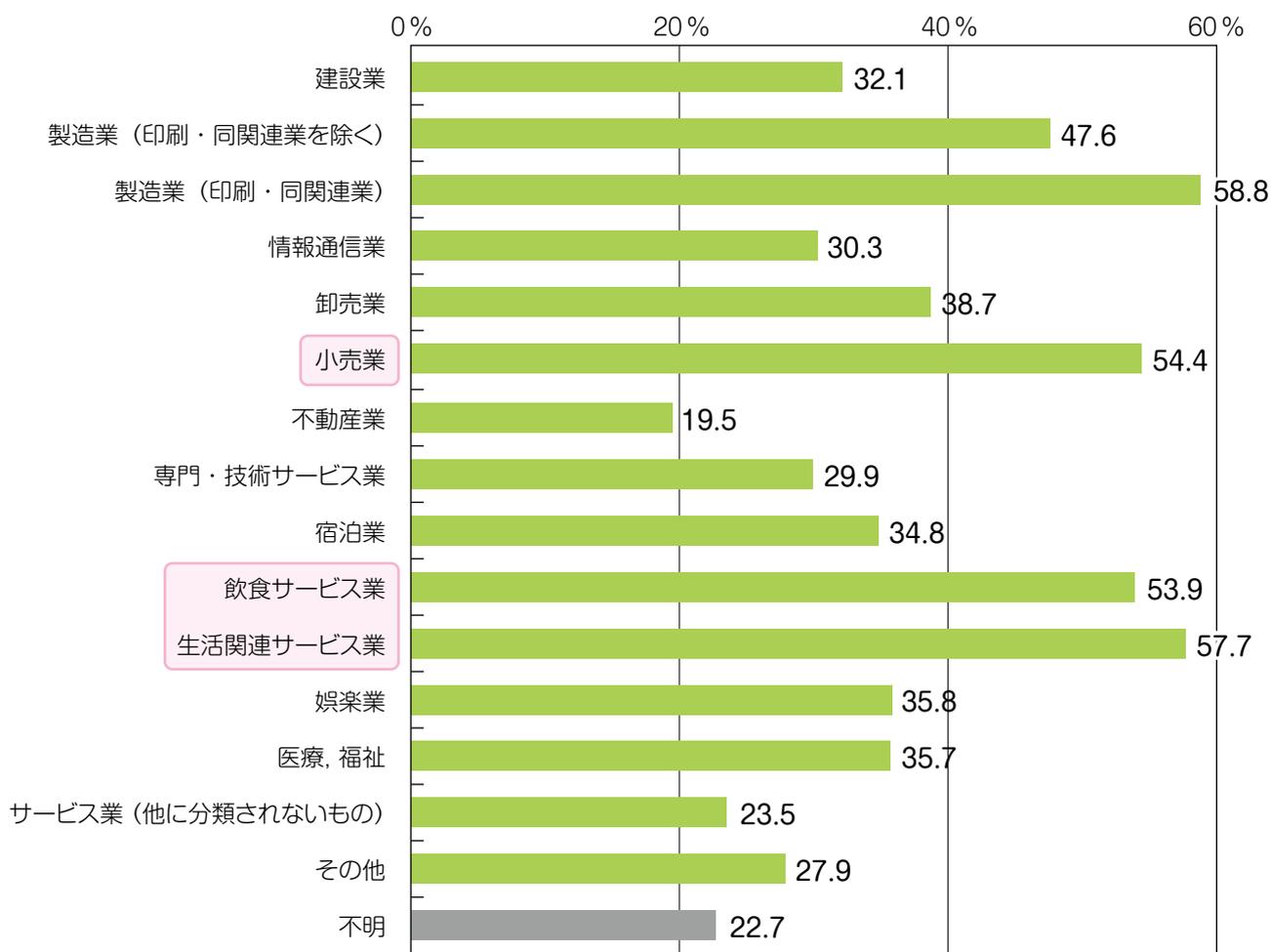
新宿区内の商店街では、個店の経営者の高齢化とともに、商店会役員の高齢化も進んでおり、商店会活動の担い手不足や組織力の低下など、商店会の運営における問題が生じています。そこで、商店会の組織力・活動力の向上を図っていくために、商店会活動を引っ張っていく人材の育成や地域団体や大学、NPO\*等との連携により事業体の強化を図っていくことが必要となっています。

また、商店街が賑わいを維持していくためには、商店街に多い「小売業」「飲食サービス業」「生活関連サービス業」等の比較的小規模な個々の事業所の活力が必要です。しかしながら、「小売業」「飲食サービス業」「生活関連サービス業」等では経営状況が「悪い」と回答した企業が50%を超えており、厳しい経営状況の企業が多くなっています。商品やサービスの魅力を高めるとともに、近隣地域を対象とした事業展開に加え、交通の利便性が高い立地環境を活かして、広域から来街者を惹き付ける工夫をしていくことも課題の一つとなっています。

区内への来街者が魅力ある商店街に立ち寄り、消費活動を安心して楽しめるように、商店街の情報発信やまちの回遊性の向上を図っていくことも重要です。

さらに地域における重要な役割として、防犯活動やまちの環境整備を継続して実施していくことが望まれます。

業種別・経営状況が悪い企業 (回答数 : 5,753)



出典 : 「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」 (新宿区)

### 主な課題点

- 商店会の組織力・活動力の向上
- 商店街を構成する個店の魅力の向上
- 商店街の情報発信・まちの回遊性の向上
- 地域の安全・安心を担う役割の維持・発展

# 第5章

## 基本目標・産業振興の視点

### 1. 基本目標

第3章で述べたように、区内産業を取り巻く環境は、本格的な少子高齢社会の到来や社会経済の急速なグローバル化、ライフスタイルや働き方の変化など、社会構造における多様な変化に直面しており、大きな転換期を迎えています。そして、第4章のとおり、そのような環境の中で、区内企業が事業を展開していくためには、経営力のさらなる強化、経営者の高齢化への対応や人材の確保・育成、事業を推進するためのネットワークづくりや組織づくり、まちの強みを活用した事業展開等が必要となっています。

#### 事業環境において想定される変化（第3章）

- ・全国的な少子高齢化の進行
- ・グローバル化の進展
- ・ライフスタイルや働き方の変化
- ・外国人観光客の増加
- ・情報化のさらなる進展
- ・安全・安心への関心の高まり

#### 新宿区の産業・企業等の現状を踏まえた課題（第4章）

- ・事業革新の推進
- ・情報技術を活用した事業展開
- ・経営の安定化
- ・新宿のまちの強みを活用できる環境づくり
- ・持続的発展につながる事業承継
- ・区民の生活を支える商店街の活性化
- ・創業環境の向上

#### 基本目標

区内企業がこれらの課題を克服し、環境変化に対応した事業を発展させることで、事業革新と価値創造を促進し、新宿区の産業の活性化を図っていくための基本目標を次頁のとおり設定し、その実現を目指します。

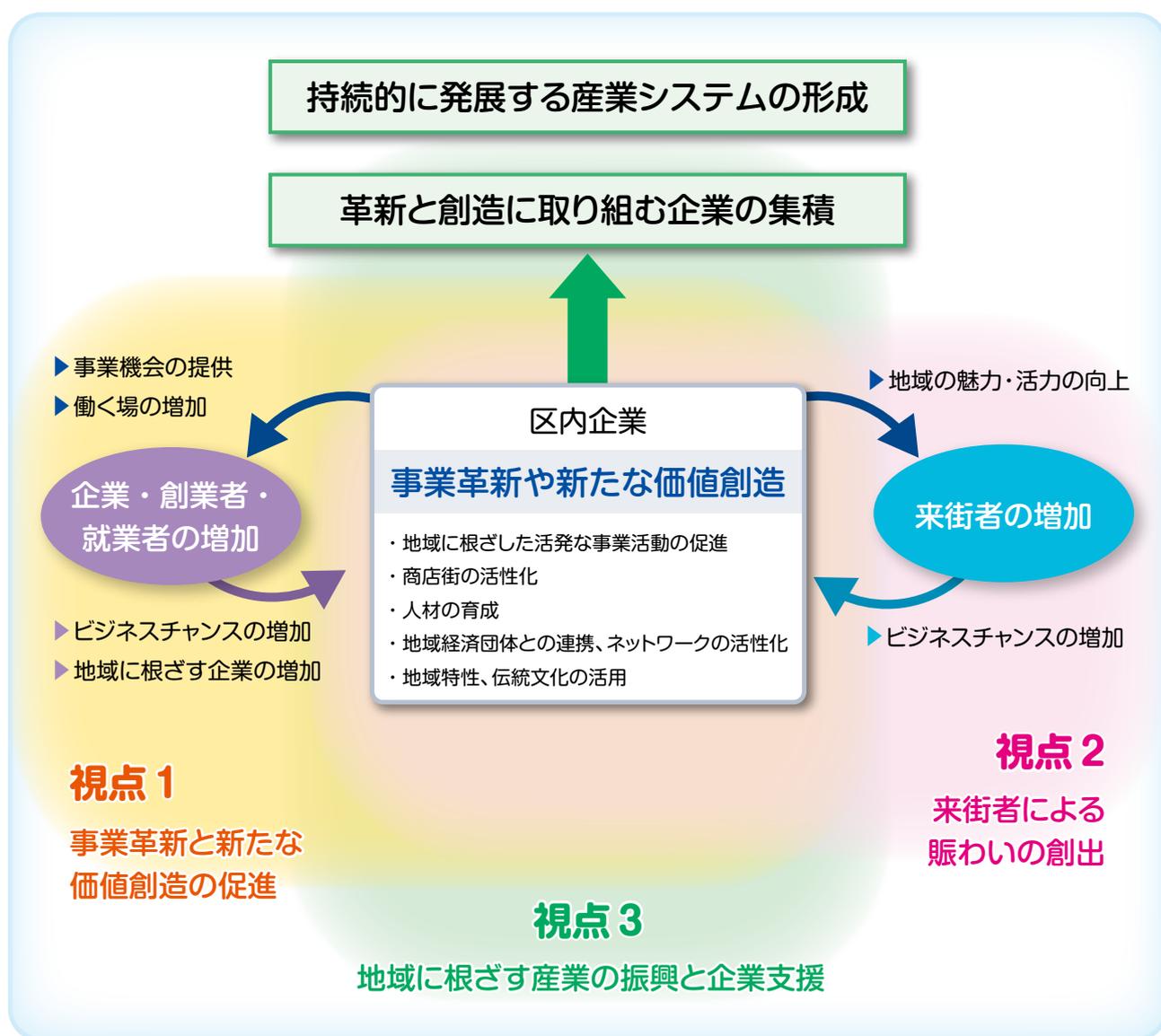
# 基本目標

## 革新と創造に取り組む企業の集積と 持続的に発展する産業システムの形成

新宿区では江戸時代から活発な事業活動が営まれ、新宿区の産業は歴史の変遷とともに形を変えながら発展してきました。その発展を支えたのは、多様性によって新宿の地に生まれた湧き上がるパワーと、時代の流れとともに変化する環境に対応しながら、新たな事業に挑戦してきた新宿区の企業です。

今まさに社会構造の大きな変化を迎える中、こうした変化を先取りし、新宿区が有する地域特性や魅力を活用しながら、積極的に事業における革新を進め、新たな価値の創造に挑戦することが重要になっています。

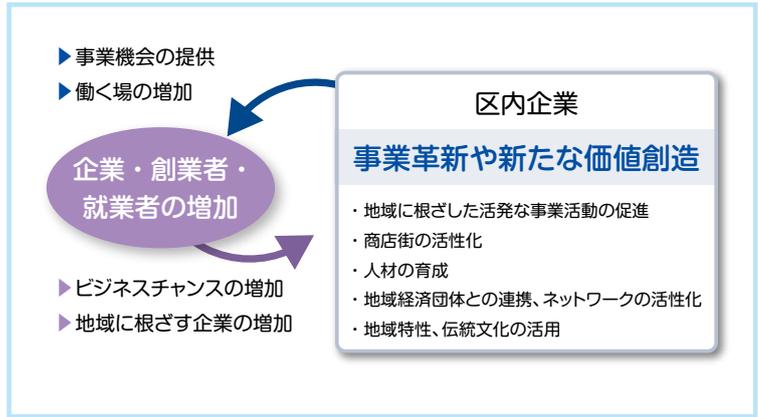
これまで新宿区の企業に培われてきたチャレンジ精神を礎とし、区内企業の事業革新や新たな価値創造を促進するとともに、将来にわたって、日本経済を牽引し持続的に発展していく新宿の産業システムを形成していきます。



## 【企業・創業者・就業者の増加を軸とした好循環】

区内企業による積極的な事業革新や新たな価値創造は、区外企業や創業を志す人に、新たな事業機会を生み出します。

また、区外企業が新宿に進出するなど、新たな企業が生まれて地域に根ざすことにより、区内での就業者が増加し、さらに活発な事業活動が行われ、区内企業は新たなビジネスチャンスをつかむといった好循環を創出します。

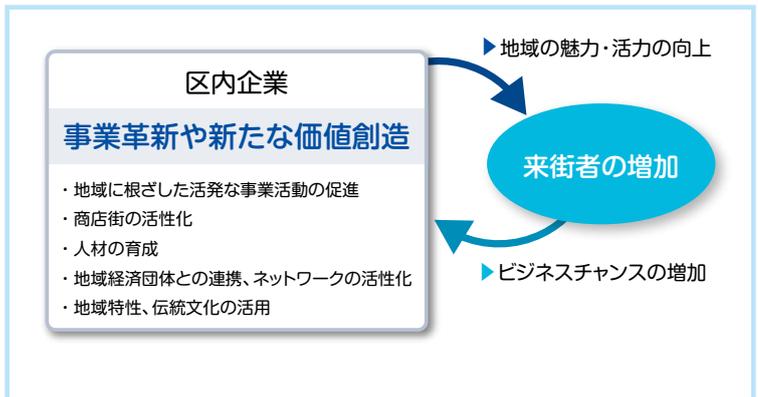


## 【来街者の増加を軸とした好循環】

地域に根ざした区内企業が、新宿区が有する地域特性や魅力を活用しながら、事業革新や新たな価値創造に取り組むことによってさらに地域の魅力や活力が向上します。

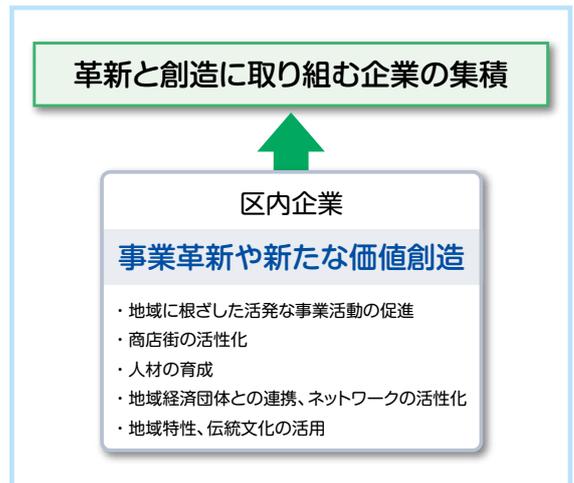
そして、そのことが新宿区の新たな魅力となり、来街者を増やすことにつながっていきます。

区内企業は、来街者の増加をチャンスとして捉え、新たな商品やサービスを生み出し、さらに来街者を惹き付けていくといった好循環を創出します。



## 【革新と創造に取り組む企業の集積】

持続的に企業が革新と創造に取り組みつづけられる環境を整えることにより、元気な企業が集積し、さらなる好循環を創出していくことで、持続的に発展する産業システムの形成を図ります。



## 2. 産業振興の視点

基本目標の実現に向けて以下の3つの視点を設定します。(P30図を参照)

### 視点1 事業革新と新たな価値創造の促進

わが国は社会構造の変化による転換期を迎えています。区内企業を取り巻く事業環境はこれまで以上に厳しさを増していくことが予測され、そのような環境の中で、区内企業が存続していくためには、危機感を持って、立ち止まることなく、事業環境の変化に対応した事業展開を図っていかなければいけません。自らの事業が社会や顧客のニーズに合致しているかなど、環境変化に対応した事業への革新に取り組むことは不可欠となっています。

一方、区内企業は、来街者の増加や社会の変化から生じる市場の創出等の多くのビジネスチャンスがあり、新宿の地域特性や魅力等を活用できる環境に恵まれていることから、これらの好環境をいかに活用していくかも重要となっています。

成熟した産業分野においても、伝統や文化を基盤としながら事業革新を図ることで、発展している企業も少なくなく、新宿区には業歴100年以上にわたって事業を継続してきた企業も、従来の事業改善の積み重ねとは異なった「事業革新」に取り組むことにより事業を継続しています。

さらに、顧客や市場に対して、今までにない価値を提供していくことが必要です。従来の商品・サービスや販売方法に依存し続けると、いつしか顧客や市場の機会を逃して衰退の途をたどってしまうことが危惧されます。特に、社会・経済の変革期においては、今までにないアイデアや発想のもと、非連続的な革新的価値の創造に取り組むチャンスです。

新宿区の企業、大学、情報、資金等が集まる特性を活かし、多様なネットワークを活用することで、新たな価値創造に取り組みやすくなり、区内企業の活性化が期待できます。

新宿区は、常に変化する社会や経済情勢、市場ニーズを的確に捉えて、事業革新を積極的に図り、新たな価値創造にチャレンジする企業や人を応援します。

## 視点2 来街者による賑わいの創出

交通の利便性、特色ある地域性、買い物や食事、娯楽、文化施設、企業集積、コンベンション施設\*、まちのエネルギーなど、新宿が有する多様な魅力が、国内外から観光客や買い物客、就業者を新宿区に集めています。今後は、「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」の開催に伴い、さらに国内外から注目を集めることにより、今まで以上に来街者の増加が予測されます。

また、地域固有の魅力やまちのブランド力を高め、魅力ある新宿の情報発信や観光振興に取り組むことで、区内での消費や経済活動を活発にし、継続的に来街者が訪れるまちにしていくことが重要です。

新宿区は、これら来街者の増加を区内企業のビジネスチャンスとして捉え、新たな事業展開や新産業の創出を図る企業を応援します。

## 視点3 地域に根ざす産業の振興と企業支援

新宿区は、まちの変遷とともに多様な産業が興り、企業が集積して、活発な経済活動が行われてきました。現在も、様々な企業が地域に根ざして多様な事業活動を行っています。また、企業だけでなく、区民の生活を支える商店街も地域に根ざして様々な事業を展開しています。

これらの企業や商店街は、「新宿区」という地域に根ざし、事業活動を行うことで、地域に雇用や消費を生み出し、他企業や他商店街、地域団体等と共に地域活動に取り組むことで地域ににぎわいと活気をもたらします。

また、地域が有する特性や魅力等の資源を積極的に活用する企業の事業活動が来街者の増加につながり、企業が地域の課題解決に着目して事業を展開することで住民の生活の質を高めていきます。

新宿区は、このように地域に根ざして事業展開している企業や商店会を応援します。

# 第6章

## 施策の方向

基本目標の実現に向けて、産業振興を図っていく上で重要となる3つの視点を踏まえた、7つの施策の方向を定め、各主体と一体となって取り組んでいきます。



今後、企業を取り巻く環境は大きく変化することが予測される中で、環境変化の中にチャンスを見出し、新たな商品・サービスの開発や新市場・顧客の開拓等に取り組む区内企業の積極的な事業活動を支援します。

事業革新や新たな価値創造に取り組むためには、主体的に推進する人材や組織の存在が重要です。そこで、環境変化に受動的に対応するだけでなく、環境変化の中に新しい事業機会を見つけ、自らの事業や組織の革新を図っていくことに、意欲を持ってチャレンジする人材の育成や組織づくりを支援します。

新たな価値を創造するためには、これまでに交流したことがない業種や業態の企業との交流等を通じて、多様な情報を組み合わせることや、他の企業に刺激を受けて発想力を喚起することが重要です。その点、新宿区は情報が集まるメリットを持ったまちで情報収集や交流がしやすい環境にありますが、一方では情報量が肥大化して、必要な情報を掴みとりにくい面も否めません。そこで、区内企業が必要とする情報や交流の機会を捉え、わかりやすく選択できる環境を整えます。

区内企業が新たな価値の創造に向けて、多様な連携を構築しネットワークを活用できるように、活発な事業活動に取り組む企業や大学、地域等の多様な主体が交流し、対話を通じて相互に刺激し合う場を拡充します。特に、新宿区には大学や専修学校等の教育機関が多いことを活用し、区内の企業や商店会との連携を推進します。

このようにして創出された新たなサービス等の事業化や、商談会や展示会など出展等による市場拡大・販路開拓を支援します。また、グローバル化の進展や外国人観光客の増加により事業機会が増えることが予測されることから、海外への市場拡大・販路開拓も支援します。

( )内は取組み主体

### 新たな事業展開へのチャレンジ支援 (区) **新規**

- ▶ 商品・サービスの品質の向上や開発、新たな事業の創出等に積極的にチャレンジする企業や商店会、団体を支援します。

### チャレンジ人材の育成支援

#### (産業経済団体、金融機関、教育研究機関、区) **拡充**

- ▶ 区内企業が自らの事業を見直し、事業革新や新たな価値創造にチャレンジするためのきっかけづくりとなる機会や場づくりの充実を図ります。

## 多様な主体による交流・連携の促進

### (企業、産業経済団体、金融機関、教育研究機関、区) **新規**

- ▶ 新たな事業展開に向けて、企業や大学等の教育機関、地域等の多様な主体による交流・連携活動を支援します。
- ▶ 企業や教育機関、地域等の多様な主体が連携して取り組む事業を支援します。
- ▶ 区内の大学や専修学校等の教育機関と企業や商店会との連携を図るため双方からアプローチできる窓口機能の強化を図ります。

### 新たな市場・販路開拓支援 (区) **拡充**

- ▶ ビジネスマッチングや展示会への出展、商談会など、国内外の市場拡大・販路開拓に向けた取組みを支援します。

## 方向 2 経営基盤の強化支援

区内企業の事業革新や新たな価値創造にチャレンジしていくために必要な経営基盤の強化を支援します。

新宿区では、従来から区内企業向けに経営基盤の強化につながる施策に取り組んできましたが、「資金」「人」「情報」の3つの主な経営資源の強化について、施策・事業の拡充を図ります。

複雑かつ多様化している企業の課題解決に向けて相談機能の充実を図り、資金繰りや資金調達に関する相談や制度融資を行います。

多様な人材が活躍できる環境づくりに向けては、人材育成や雇用支援、働く環境の整備、人材不足に対応した組織の改革を支援します。

また、変化する社会経済情勢や産業動向など、経営判断に活用できる鮮度の高い情報を提供するとともに、東京都や国まで含めた資金融資や補助金制度等の情報を広く収集し、区内企業が必要とする情報を的確に発信します。さらに、区内企業が効果的な支援策を気軽に利用できる相談機能の充実を図り、新宿区だけでなく多様な支援策が活用できるように他の支援機関や関係機関との連携を図ります。他にも、自然災害等の不測の事態への対応策として、BCPの策定を支援します。

( )内は取組み主体

### 相談機能の充実（産業経済団体、金融機関、区） **拡充**

- ▶事業活動が複雑化、広域化している中、企業が抱える課題も多様化及び専門化しており、必要とされるニーズに臨機応変に応えられるよう、機能の強化を図ります。その一つとして、区内企業が抱える問題や課題の解決に、迅速に対応できる相談機能を設置します。

### 資金調達支援（産業経済団体、金融機関、区）

- ▶活発な事業活動の推進に向け、資金融資の相談・紹介を行います。新宿区だけでなく、国や東京都など、企業が利用可能な制度に関する情報を収集し、必要とする企業に向けて発信を行います。

### 経営者や従業員のスキルアップ支援

#### （産業経済団体、金融機関、教育研究機関、区） **拡充**

- ▶経営者や従業員を対象に意識啓発やスキルアップの機会を提供するなど、多様な人材育成に向けた支援を行います。

## 働く環境整備支援（区）

- ▶ ワーク・ライフ・バランスの取組みを推進するなど、多様な働き方に対応した環境整備に向けた支援を行います。

## BCPの策定支援（産業経済団体等、区）

- ▶ 自然災害等の不測の事態への対策として、BCP策定の必要性を発信し、企業が実効性の高いBCPを策定することを支援します。

## 鮮度の高い情報の提供（産業経済団体等、区）

- ▶ 急速に変化していく社会経済情勢の中で求められる、鮮度の高い情報をそれぞれの企業のニーズに合わせて提供します。また、国、東京都、産業経済団体や金融機関等の企業支援情報を収集するとともに、個々の区内企業にとって有益な情報を的確に提供し、利用に向けた支援を行います。

企業の代表者の高齢化が進む中、事業承継は早急な対応が必要となっています。後継者がいる企業には円滑な事業承継を促進し、承継を望んでいても後継者がいない企業には、親族や従業員以外への承継や多様な手法の検討など、それぞれの企業の実情に合わせた事業承継に向けた支援を行います。

「後継者の意識啓発・育成」や「将来の事業承継に向けた準備対策」に対して区内企業の関心が高いことから、早期からの事業承継対策や後継者育成など、企業のライフサイクルを見据えた幅広い支援を図ります。

また、後継者候補の積極的な事業意欲を喚起し、各企業が有する経営資源を活用しながら、新たな事業の創出やグローバルな市場も視野に入れた事業展開、業態転換を図ることで、新たな価値を創造する事業承継を支援します。

支援に当たっては、国が策定した「事業承継5ヶ年計画」の方向性を踏まえ、関係機関とも連携しながら進めます。特に、個々の企業の実情に合わせた対応ができるように、国、産業経済団体、金融機関と連携し、M&Aも含めた多様な事業承継について、社会経済動向と企業の実態に即した支援のあり方も検討していきます。

( )内は取組み主体

### 事業承継に向けた準備・後継者育成への支援

(産業経済団体、金融機関、区) **新規**

- ▶ 区内企業の円滑な事業承継を図るため、経営者の事業承継に関する意識を高め、早い段階から事業承継に向けた準備に取り組めるように、相談機能の充実を図ります。また、後継者候補を対象に、経営者教育の機会を提供します。

### 新たな価値創造に挑戦する事業承継支援

(産業経済団体、金融機関、区) **新規**

- ▶ 後継者候補が、これまでの経営資源を基盤としながら、新たな価値創造に挑戦する事業承継を支援します。

### 円滑な事業承継への支援 (産業経済団体、金融機関、区) **新規**

- ▶ 事業承継や廃業を検討する企業に対しては、それぞれの企業の実情に応じた円滑な事業承継や事業整理に取り組めるように、ノウハウや成功事例等の情報提供を行い、専門家による相談機能の充実を図ります。

新宿区が有する比較的恵まれた事業環境を活かして、多様な分野にわたり、区内外から新宿区での創業を希望する人を呼び込み、その事業化を支援します。

これまで取り組んできた創業相談、セミナーの開催、インキュベーション施設の運営、制度融資等の様々な創業支援の充実に向けて、今後さらに産業経済団体や金融機関等との連携を強化し、創業しやすい環境の充実を図ります。

また、創業支援は事業の成長ステージに応じ、創業準備段階から事業発展期まで、一貫した創業支援を提供できる体制づくりを図り、区内での事業継続を支援します。

さらに、シニアや女性、外国人等を含めた創業を目指す誰もが創業できる環境づくりを図ります。

( )内は取組み主体

### 「高田馬場創業支援センター」を核とした創業拠点の構築 (区)

- ▶ インキュベーション施設として創業者を支援するとともに、区内の創業拠点として、創業を目指す人や区内外の企業が交流・連携できる環境づくりを推進します。
- ▶ 区内の民間インキュベーション施設とのネットワークを構築し、情報や企業の交流を図ります。
- ▶ センターの卒業生の成長と創業希望者の創業支援に向けて、高田馬場創業支援センターを核としたネットワークづくりを図ります。

### 資金調達支援 (産業経済団体、金融機関、区) (再掲)

#### 創業期から事業成長期までの支援

#### (産業経済団体、金融機関、区) **新規**

- ▶ 創業準備から創業、事業発展へと成長段階ごとに変化する課題を克服するための支援を関係機関と連携しながら実施し、創業者が区内で継続的に事業展開していく環境づくりを推進します。

### 多様な創業者への支援 (産業経済団体、金融機関、区)

- ▶ 今後、経済活動の担い手として期待されるシニアや女性等の多様な担い手による創業を支援します。
- ▶ 新宿区は国際的なビジネス都市であることから、区内で創業を目指す外国人の創業を支援します。

ICTの急速な発展による動きをキャッチアップし、その変化に自らの事業活動を適応させていくこと、さらにはその変化を先取りし、新事業展開、新たな価値の創造、生産性の向上や業務効率化等を図っていく企業活動を支援します。

ICTの導入・活用方法や技術面等の専門的なアドバイスができる支援体制の充実を図り、企業におけるICTの導入やICTを活用した事業展開を支援します。また、区内の教育研究機関や情報通信関連企業等との交流やマッチングの機会を設け、連携によるICTを活用した事業展開を促進します。

また、公共データをオープンデータとして公開することで、事業活動に活用できる環境づくりを図ります。

( )内は取組み主体

### ICT導入に向けた情報提供・相談機能の充実 (区) **拡 充**

- ▶事業活動へのICT導入に向けた情報提供（活用方法・効果、導入方法等）や情報セキュリティ対策に対する相談機能の充実を図ります。

### ICT活用による新たな産業や事業創出に向けた交流・連携の推進 (企業、区) **新 規**

- ▶区内に集積する教育・研究機関や情報通信関連企業等との交流・連携を推進し、ICT活用による新たな産業や事業の創出を図ります。

### オープンデータの公開・活用支援 (区) **拡 充**

- ▶企業が自社の事業を客観的に見直しや分析をし、事業革新や新事業創出を図るために、必要な基礎データ（地域データ等）をオープンデータとして公開し、企業が活用できるように支援します。

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会など世界的なビッグイベントの開催を控える中、これまで以上に国内外から観光客やビジネス客が新宿区に訪れることが想定されることから、新宿区を訪問する来街者が多様な観光や経験ができる機会を増やすとともに、来街者の回遊性を高め、各エリアへ来街者を呼び込んでいきます。

また、さらなる来街者の増加と来街者の利便性を高めるため、官民一体で新宿の観光振興を担っている一般社団法人新宿観光振興協会（以下、「観光振興協会」という。）と連携し、国内外に向けて、多様な観光情報を発信します。

来街者の増加を好機とした事業展開を積極的に進める企業を支援します。宿泊や飲食サービス、エンターテイメント等の観光関連産業だけでなく、さらに広がりをもって多様な業種への波及効果も期待されることから、このような機会を活かし、自社の商品・サービスのPRや、新たな商品・サービスの開発、販路開拓を支援します。

（ ）内は取組み主体

### 回遊性の向上（区） **新規**

- ▶ 来街者に区内を回遊してもらうため、区内各エリアの観光資源を活用し、回遊を強く動機付ける新しい観光ルートの形成を行います。
- ▶ 新宿のまちの魅力として、新宿の文化観光資源、文化芸術資源等を活用し、区民のまちへの愛着と誇りを高め、国内外からの来街者の回遊を高める取組みを行います。

### 来街者の受入れ環境整備（観光振興協会、区） **拡充**

- ▶ 訪日観光客をはじめ、来街者が区内を快適に回遊できるよう無料公衆無線LAN環境を整備します。

### 案内機能の拡充（観光振興協会、区） **拡充**

- ▶ 観光案内所のサービスを向上させ、来街者にきめ細かな対応を図ります。
- ▶ 来街者が多く訪れる主要駅周辺の観光案内標識の整備を進めます。

## 魅力ある観光情報の発信（観光振興協会、区） **拡充**

- ▶ 国際観光都市としての、魅力とブランド力の向上を図るため、観光振興協会の情報媒体を活用して、グルメ、ショッピング等の情報と併せて、多様な新宿の魅力を観光客の視点から国内外に発信します。
- ▶ 区内のパブリックアートをはじめとした魅力あるスポット等の新しい観光資源を発掘するとともに、文化歴史資源と併せて発信します。

## 産業PRイベントの開催（企業、観光振興協会、区） **拡充**

- ▶ 新宿産業観光フェア等を通じて、区内企業や関係団体による自慢の逸品販売のほか、染色や印刷技術等の体験コーナーを通じて、区内産業の認知度を高める取組みを進めます。

## 来街者を意識した商品・サービスの開発支援 （産業経済団体、区） **新規**

- ▶ 来街者を意識した新たな商品やサービスの開発等の事業活動を支援します。また、観光関連事業への新規参入や新たなサービスを提供する企業が取り組みやすい環境づくりを図ります。
- ▶ 新たな事業展開に向けて、関連する企業や団体との連携を支援します。

### 【しんじゅく逸品マルシェ】



新宿区と新宿観光振興協会が、新宿の産業や国際観光都市としての魅力を広く発信することを目的に主催するイベントを開催しています。

社会や地域が必要としている商店街の新たな形を模索し、多くの来街者が商店街を訪れ、商店街の賑わいを創出していくことを支援します。

商店街の持続的な発展のため、商店会活動を担う若手人材の育成への取組みを支援します。商店街活動の推進力の強化として、商店会と大学や企業等の多様な主体との連携を促すことによって商店街活動を担う組織力を高め、これまでにない新たな事業にも取り組める環境づくりを図ります。また、商店街活動の業務効率化や商店街としてのマーケット分析等にICTを導入するなど、新たな商店街活動の運営を実践する商店街を支援します。

さらに、商店街全体の魅力を高めるため、商店街を構成する個店それぞれの魅力づくりや、創業支援も含めて積極的に事業の革新を図る個店の取組みを支援します。

商店街は、高齢者や子ども連れの買い物客など地域の様々な方が利用する場所であるため、誰もが安心して買い物を楽しめる環境づくりを促進するとともに、利用者へ商店街や個店の情報提供を支援します。

地域コミュニティにとって商店街が重要な役割を担っている安全・安心への取組みを支援し、地域に根ざした商店街の振興を図ります。

( )内は取組み主体

### 商店街やまちづくりを担う人材の育成（商店会、産業経済団体、区）

- ▶ 次代の商店街づくりに向けて、商店街の組織や活動の革新を図っていく人材の育成とその活動を支援します。

### 新たな連携・組織による商店街の活性化支援

（商店会、教育研究機関、区） **拡 充**

- ▶ 大学や専門学校など多様な主体との連携により、商店街活動の活性化や社会課題の解決を図る取組みを支援します。

### ICT導入に向けた情報提供・相談機能の充実（区）（再掲）

### 個店の魅力向上の支援（商店会、産業経済団体、金融機関、区）

- ▶ 個店が創意工夫のもと魅力ある商品やサービスづくりや顧客対応を図り、消費者が行きたくなくなる魅力ある個店づくりを進めることを支援します。

## 誰もが買い物を楽しめる環境づくり（商店会、区）

- ▶ 高齢者や子ども連れの買い物客等、誰もが繁華街や商店街で安心して買い物ができる環境づくりを促進します。
- ▶ 区民の日常生活を支える商店街として、地域住民が親しみをもって買い物が楽しめるように、商店街や個店の情報発信を支援します。

## 地域の安全・安心な環境整備（商店会、区）

- ▶ 地域の住民や来街者の安全・安心に配慮した商店街活動を支援します。

## 回遊性の向上（区）（再掲）

### 【新宿区商店会情報誌（新宿商人）】



商店街の魅力づくりを推進していくための取組みとして、商店会・商店主向け情報誌「新宿商人」を平成28（2016）年10月に創刊し、商店経営、商店街活動の参考となる情報を提供しています。

### 【商店街街路灯、防犯カメラ】



商店街は、街路灯や防犯カメラを設置するなど、まちの安全・安心に取り組んでいます。

# 第7章

## 推進に向けて

産業振興プランの基本目標・産業振興の視点・施策の方向に基づき、施策を推進するために以下の取り組みを行っていきます。

### 1. 推進体制

---

事業者、商店会、産業経済団体等、区民、区がそれぞれの役割を担いながら、連携し、産業振興施策を推進します。

### 2. 産業振興施策の公表

---

産業振興基本条例に基づき、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公表します。区の施策の実施状況を明らかにすることで、産業振興の担い手がそれぞれの立場で区の産業の現状や課題を広く共有化し、より効果的な施策の展開につなげていきます。

### 3. 庁内関連部署との連携

---

都市計画、文化、福祉、教育、環境等の産業振興に係る庁内の関係部署との調整・連携を図り、産業振興施策を推進します。

### 4. 国・東京都との連携

---

国や東京都の産業施策との連携を図りながら進めるとともに、財源の確保や制度の改善のために必要な事項に関する要望を国や都に対し行っていきます。

### 5. 産業振興会議との連携

---

新宿区産業振興基本条例に基づき、区長の附属機関として設置された「新宿区産業振興会議」は区民、事業者、商店会、産業経済団体など様々な立場にある委員によって構成されています。産業振興会議において施策の進捗状況を報告し、基本的施策に係る事項や産業振興を図るために必要な事項についての幅広い議論からの意見をもとに、施策の見直し等を行い、各実施主体が一体となって、産業振興プランの推進に向けて取り組んでいきます。

# 用語説明



インキュベーション施設	新しいビジネスの成長・事業化を促進するために、安価な家賃で、コンサルティング等の支援を併せて提供する賃貸施設。
オープンデータ	行政機関や交通機関が保有する公共データを加工しやすい形で公開し、市民の利用に供する仕組み。
クラッキング行為	悪意をもって他人のコンピューターのデータやプログラムを盗み見ることや改ざん・破壊等を行うこと。
経済連携協定 (EPA)	2カ国以上の国や地域が相互に、経済の幅広い分野での連携強化を目指し、自由貿易協定 (FTA) に加え、貿易以外の人の移動や投資、政府調達、2国間協力等を含めて締結される包括的な協定。
コンピューターウイルス	コンピューター・プログラム的一种で、他のコンピューターに侵入して、データの破壊や消去を行うプログラム。
コンベンション施設	大会や会議、学会等を開く会場を備えた複合施設。
サプライチェーン	原材料、部品の調達から生産、物流、販売まで一貫した製品供給の流れ。
実質GDP	GDPは国内総生産を指し、一定期間に国内に産み出された付加価値の合計を示す。実質GDPとは、その時の市場価格で評価した名目GDPから物価の変動による影響を差し引いたものを指す。
自由貿易協定 (FTA)	2カ国以上の国や地域が相互に関税や輸入割当など、その他の貿易制限的な措置を一定の期間内に撤廃あるいは削減することを定めた協定。
第4次産業革命	第1次産業革命は、蒸気による工場の機械化、第2次は大量生産化、第3次は自動化・機械化、それに続く、第4次産業革命とはIoT及びビッグデータ、AI等のICTを活用した技術革新を指す。
デバイス	語意は装置。コンピューターの周辺機器の総称。
特定都市再生緊急整備地域	都市再生の拠点として、都市開発事業等を通じて緊急かつ重点的に市街地の整備を推進すべき地域として、政令で指定している都市再生緊急整備地域の中で、都市の国際競争力の強化を図る上で特に有効な地域として政令で指定する地域を指す。
都市再生特別措置法	急速な情報化、国際化、少子高齢化等の社会経済情勢の変化に対応した都市機能の高度化及び都市の居住環境の向上（都市の再生）を図るために、平成14（2002）年に制定された法律。

<b>ビッグデータ</b>	膨大な容量のデータのこと。大量のデータを活用して社会・経済の問題解決や、業務の付加価値向上を図るなど、新たな価値の創造への利用に関心が高まっている。
<b>リーマンショック</b>	平成20(2008)年9月15日に、国際的な金融危機の引き金となったリーマン・ブラザーズの経営破綻とその後の株価暴落等。
<b>ワーク・ライフ・バランス</b>	仕事と家庭、私生活とのバランスを取って、両立を図り、性別や年齢を問わず、すべての人が働きやすい仕組みをつくることを指す。
<b>AI (人工知能)</b>	「Artificial Intelligence」の略で、コンピューターを用いて、人間の脳が持つ知能を実現させようというもの。
<b>BCP (事業継続計画)</b>	「Business Continuity Plan」の略で、大地震やテロ事件等が発生した際に、企業等が事業を継続するためにあらかじめ策定し、準備しておく計画。
<b>ICT</b>	「Information & Communications Technology」の略で、情報通信技術を表す。情報技術であるIT (Information Technology) に、Communications Technologyが加わることで、コンピューター、ソフトウェア、ネットワークといったより幅広い分野をカバーする。
<b>IoT</b>	「Internet of Things」の略で、「モノのインターネット」を表す。従来、インターネットに接続されていたパソコンやサーバ等のIT関連機器に加えて、ありとあらゆる「モノ」がインターネットと接続されることで、新たなビジネスや価値創造につながる。
<b>LED</b>	「Light Emitting Diode」の略で、電気信号を光信号に変えて光を発する半導体をLED (発光ダイオード) という。高輝度で、電球に比べて発光当たりの消費電力が少ない。
<b>M&amp;A</b>	「Merger and Acquisition」の略で、企業の合併、買収のこと。合併は複数の企業が一つの企業になることであり、買収は他の企業を買い取ること。
<b>NPO</b>	「Non-Profit Organization」の略で、医療・福祉・環境・文化・芸術・スポーツ・まちづくり・国際協力・交流・人権・平和等のあらゆる分野における民間の非営利組織。
<b>SNS</b>	「Social Networking Service」の略で、会員制のサイト上で、写真や文章等を公開し、会員間で交流できる機能を提供するサービス。

# 資料編

1. データ集	49
2. 新宿区産業振興基本条例	55
3. 検討経過	59
4. 平成30年度からの事業一覧	65

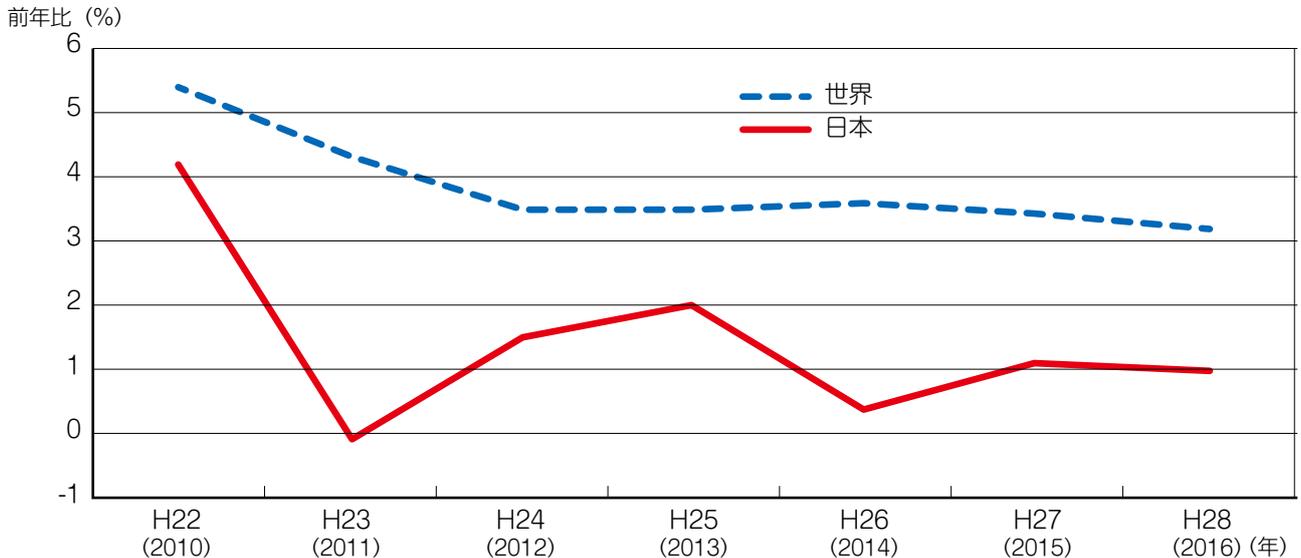


# 1. データ集

※グラフ中のnは、回答数を表す。

## (1) 実質GDP成長率の推移 (本編14頁)

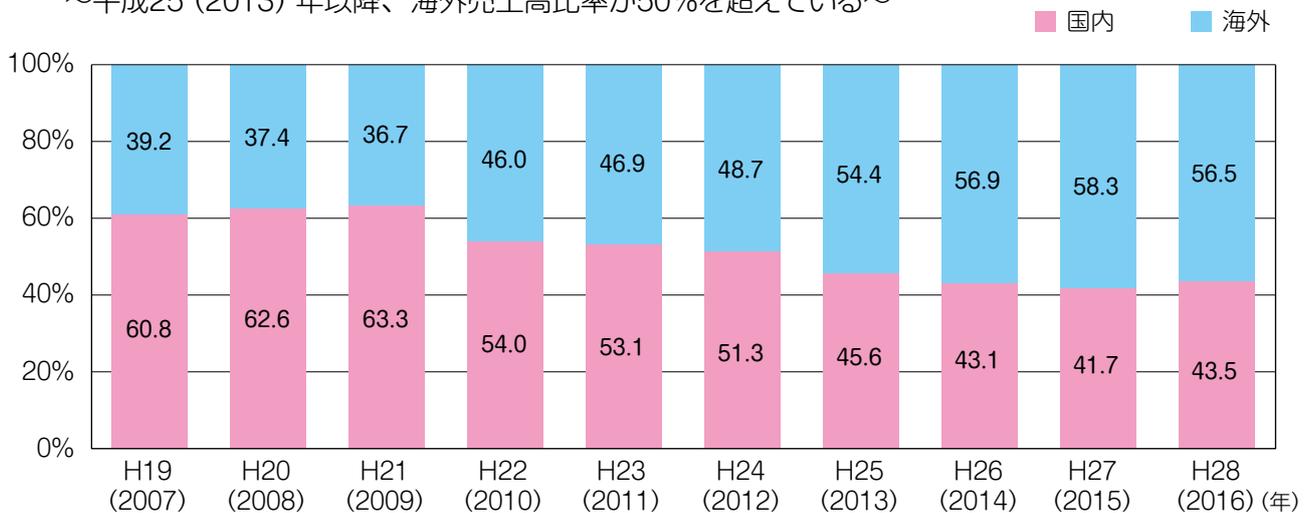
～2011年以降、わが国の実質GDP成長率は2%以下の水準で推移している～



出典：世界「World Economic Outlook (October,2017)」(IMF)  
日本「国民経済計算 (GDP統計)」(内閣府)

## (2) 日本企業の売上高の国内外別構成比の推移 (本編14頁)

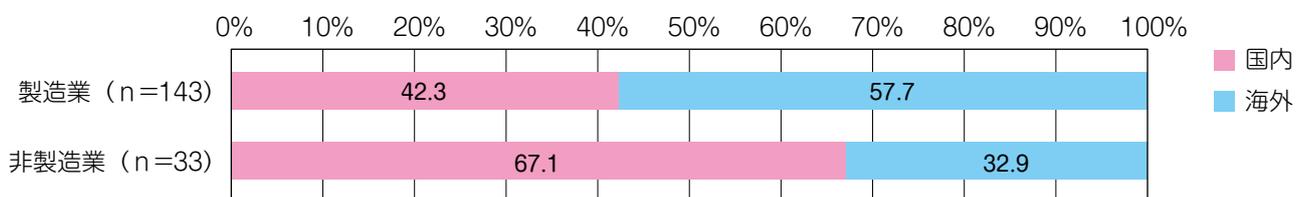
～平成25 (2013) 年以降、海外売上高比率が50%を超えている～



出典：「2017年版 ジェトロ世界貿易投資報告」(独立行政法人日本貿易振興機構)

## (3) 日本企業の製造・非製造業別/国内外別海外売上高比率 (2016年度) (本編14頁)

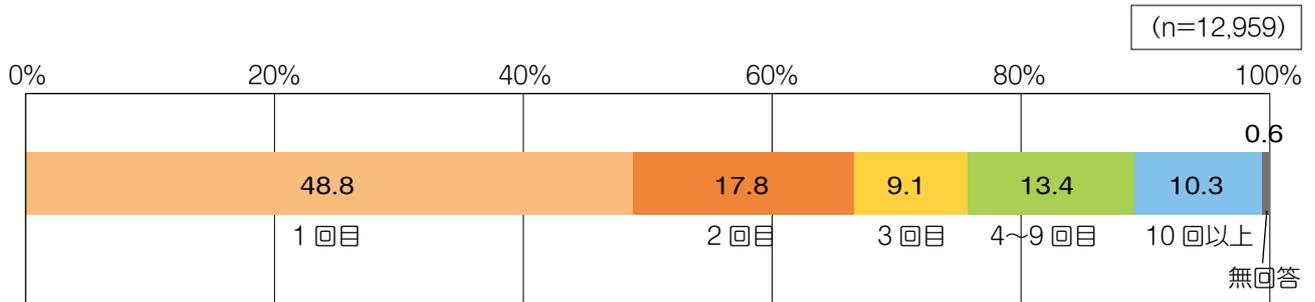
～海外売上高比率は製造業で57.7%、非製造業で32.9%を占める～



出典：「2017年版 ジェトロ世界貿易投資報告」(独立行政法人日本貿易振興機構)

#### (4) 東京都を訪れる外国人旅行者のこれまでの訪都回数 (本編15頁)

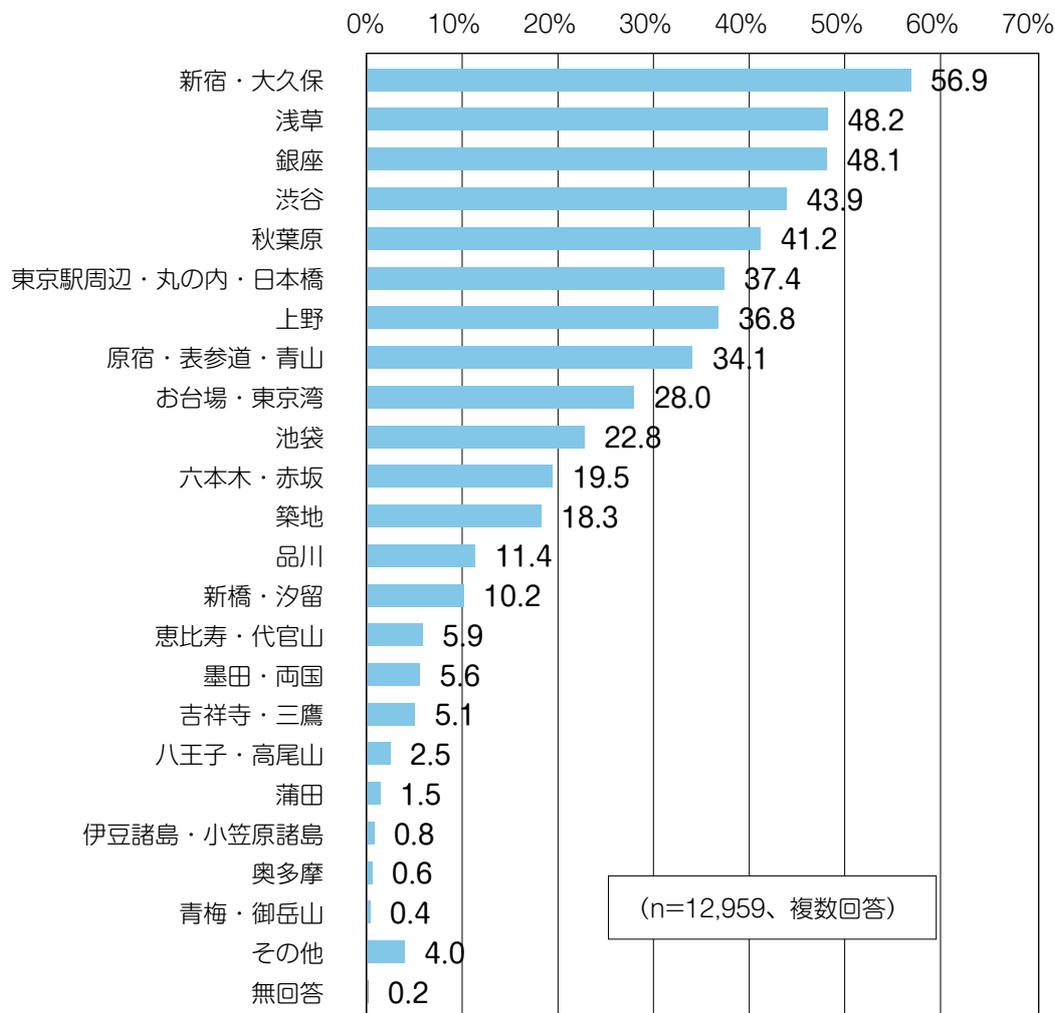
～訪都2回以上のリピーターが約5割を占める～



出典：「平成28年度国別外国人旅行者行動特性調査」(訪都者のこれまでの訪都回数) (東京都)

#### (5) 東京都を訪れる外国人旅行者が訪問した場所 (本編15頁)

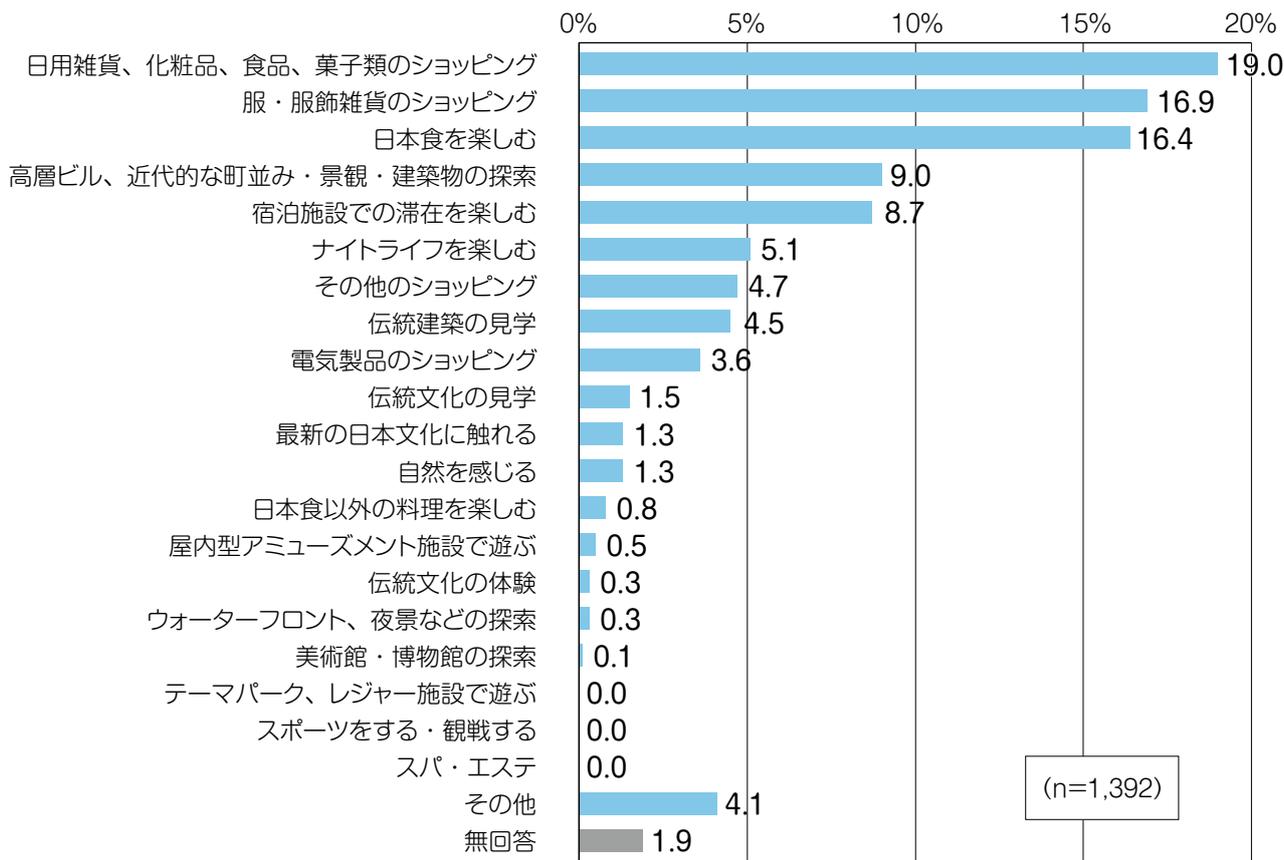
～新宿・大久保が約6割弱で最も多い～



出典：「平成28年度国別外国人旅行者行動特性調査」(訪問した場所) (東京都)

## (6) 外国人旅行者が訪問して一番満足した場所（新宿・大久保）で行った行動（本編15頁）

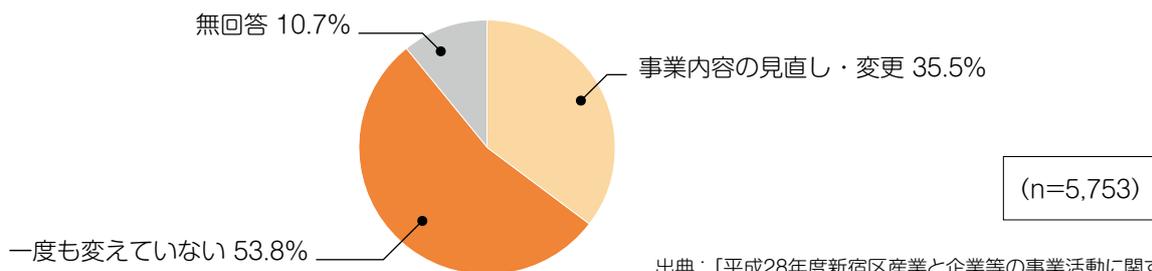
～ショッピングや食事（日本食）等の消費行動が上位に挙げられている～



出典：「平成28年度国別外国人旅行者行動特性調査」（訪問して一番満足した場所で行った行動）（東京都）

## (7) 事業内容の見直し・変更（本編17頁）

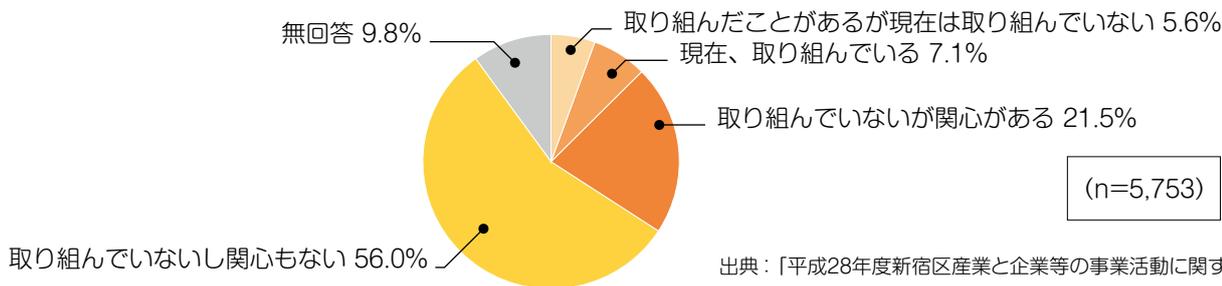
～事業内容の見直し・変更した企業は回答数の約三分の一に留まっている～



出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」（新宿区）

## (8) 他企業や大学等の教育機関等と連携して取り組んだ事業（本編17頁）

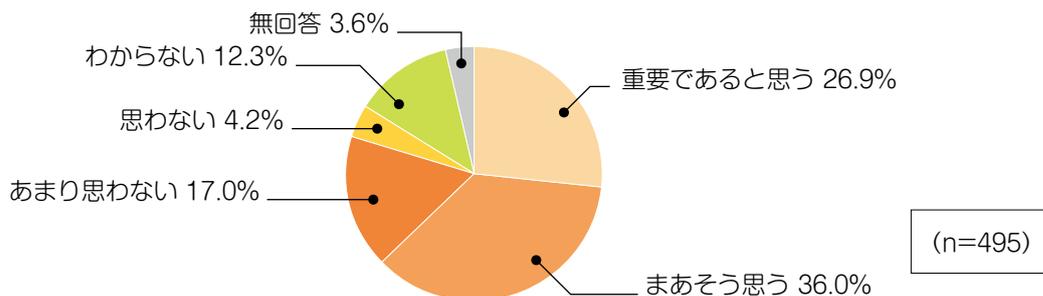
～取り組んでいないし関心もない企業が6割弱を占める～



出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」（新宿区）

### (9) 企業戦略におけるワーク・ライフ・バランスの推進の重要性 (本編19頁)

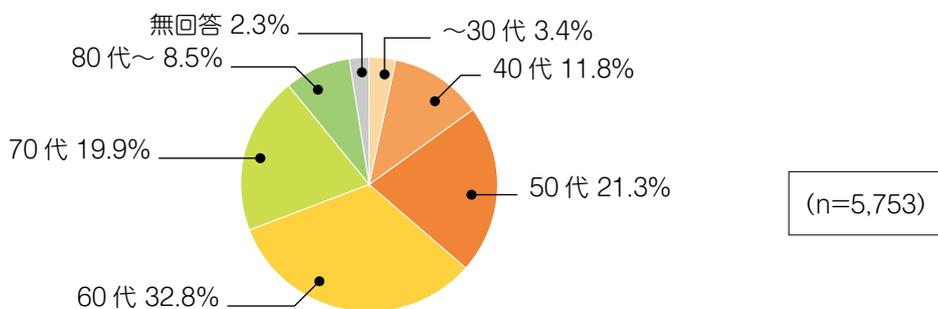
～約6割の企業が重要性を認識している～



出典：平成28年度「新宿区ワーク・ライフ・バランスに関する企業及び従業員の意識・実態調査」  
(ワーク・ライフ・バランスの推進が企業戦略において重要であるか) (新宿区)

### (10) 代表者の年齢 (本編20頁)

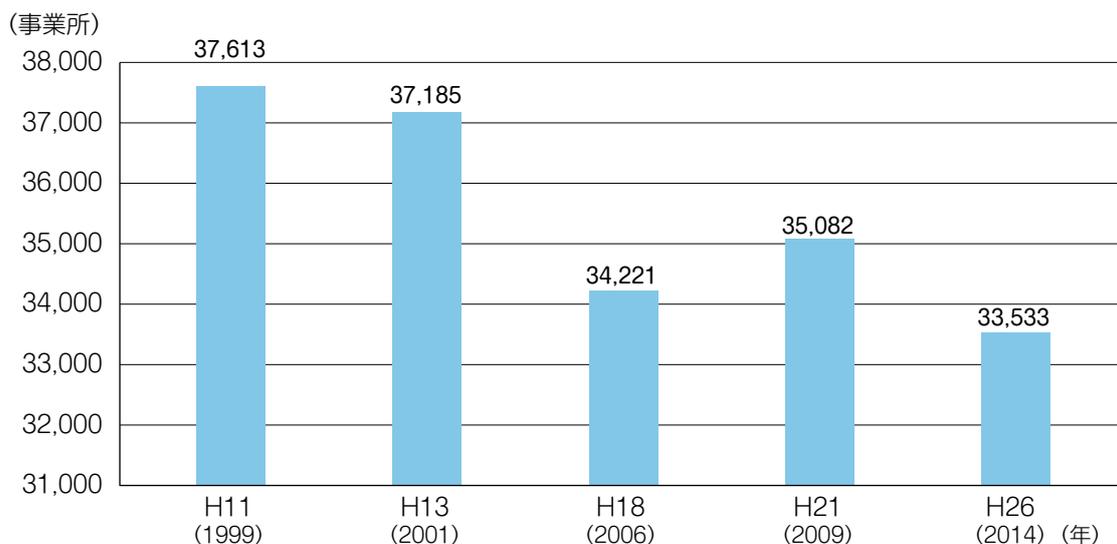
～70代以上が約3割弱を占め高齢化が進んでいる～



出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」 (新宿区)

### (11) 新宿区における事業所数 (公務を除く) の推移 (本編21頁)

～事業所数は減少傾向にある～

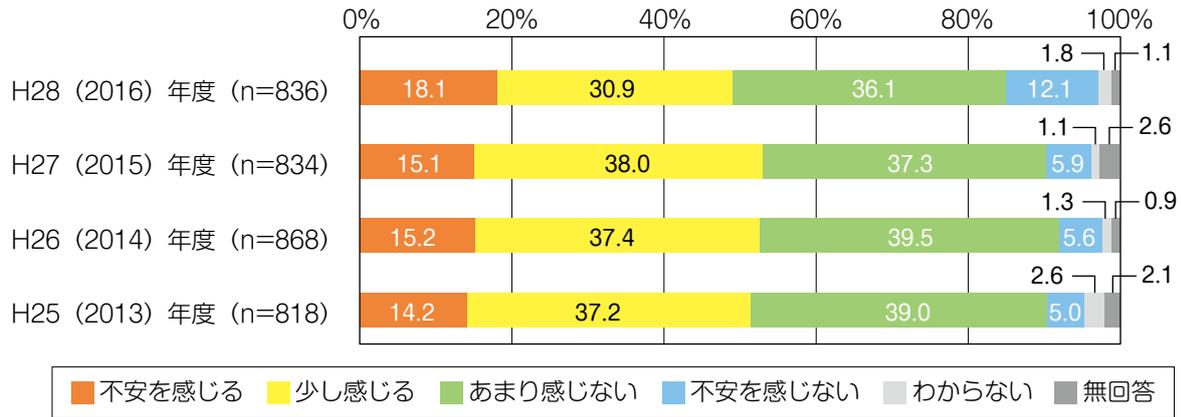


出典：平成11年～18年「事業所・企業統計調査」 (総務省)  
平成21年～26年「経済センサス-基礎調査」 (総務省)

(注) 「経済センサス-基礎調査」は「事業所・企業統計調査」と一部調査手法が異なるため、その差異がすべての増減を表すものではない。

## (12) 居住地域において犯罪に対する不安の有無 (本編24頁)

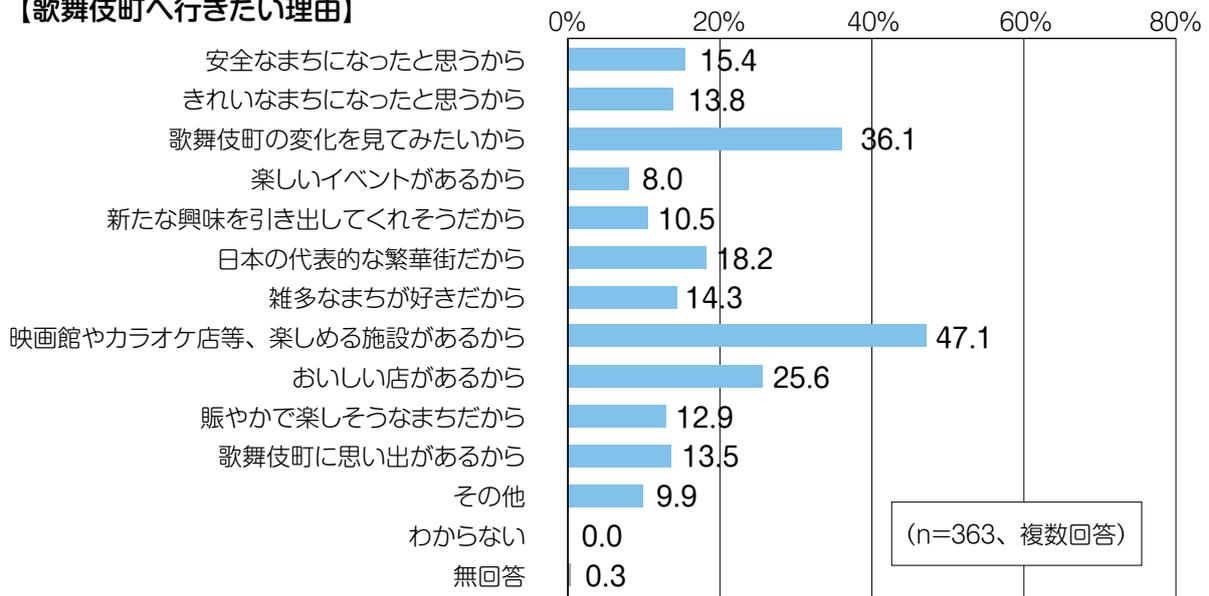
～約半数の住民が地域で犯罪への不安を感じている～



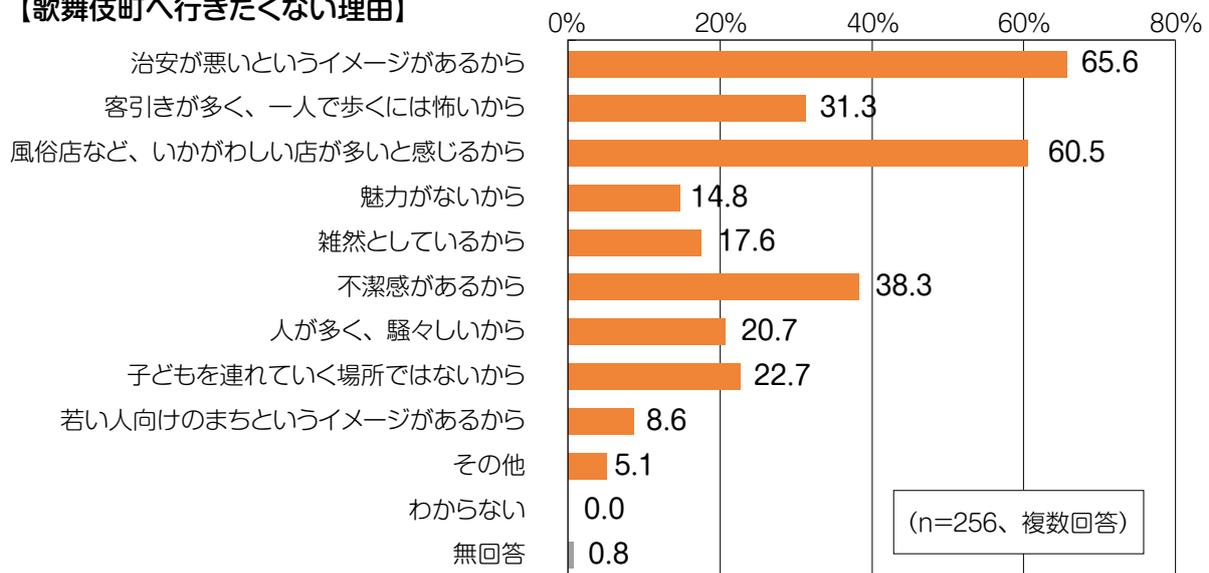
出典：「平成28年度第4回区政モニターアンケート」(犯罪への不安) (新宿区)

## (13) 歌舞伎町へ行きたい理由・行きたくない理由 (本編24頁)

### 【歌舞伎町へ行きたい理由】



### 【歌舞伎町へ行きたくない理由】

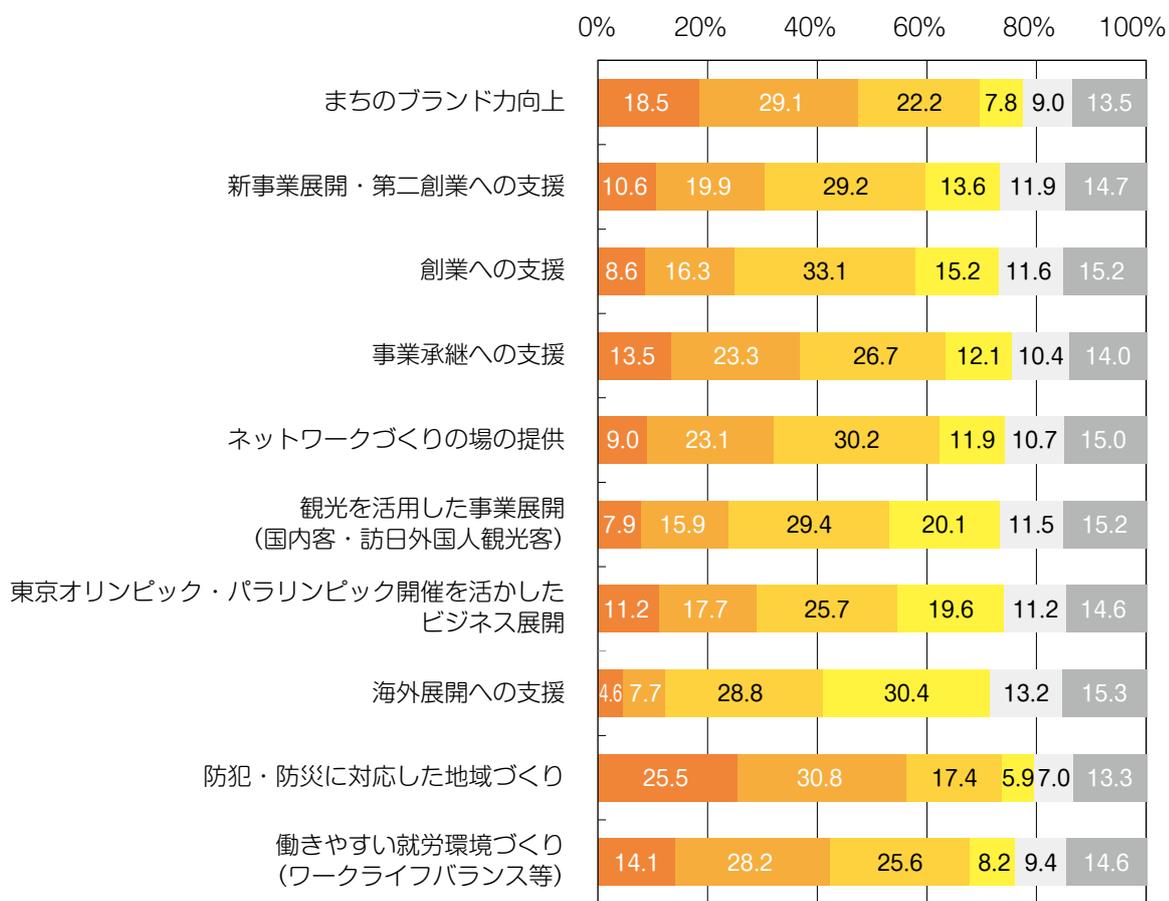


出典：「平成28年度第3回区政モニターアンケート」(新宿区)

## (14) 新宿区の支援の方向性に関する関心度 (本編24頁)

～まちのブランド力向上や防犯・防災等の地域・まちづくり支援への関心が高い～

(n=5,753)



■ とても関心がある
 ■ やや関心がある
 ■ どちらでもない
 ■ 関心がない
 ■ わからない
 ■ 無回答

出典：「平成28年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」(新宿区)

## 2. 新宿区産業振興基本条例

平成23年3月23日新宿区条例第9号

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応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つては、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

### 3. 検討経過

#### (1) 産業振興会議及び専門部会での検討経過

【第3期】（平成27年8月23日～平成29年8月22日）

##### ①産業振興会議

回	開催日	主な議事、検討内容
第1回	平成27年9月4日	・第3期の進め方とスケジュールについて ・現行の産業振興施策について
第2回	平成27年11月11日	・産業実態調査と産業振興プランについて
第3回	平成28年1月28日	・現「新宿区産業振興プラン」の棚卸について ・産業実態調査について
第4回	平成28年4月20日	・「商店街のにぎわい創出に向けた調査」報告 ・産業実態調査について
第5回	平成28年9月2日	・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」について 第1次アンケート中間報告 ヒアリング調査と第2次アンケートについて ・次期「新宿区産業振興プラン」について
第6回	平成28年12月6日	・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」について 第1次アンケート、ヒアリング調査結果報告 第2次アンケート調査票検討 ・次期「新宿区産業振興プラン」について ・専門部会について
第7回	平成29年2月28日	・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」について 第2次アンケート結果報告 ・専門部会からの報告 ・産業振興ビジョンについて
第8回	平成29年5月23日	・新宿区産業振興プランの構成案と素案について
第9回	平成29年7月11日	・新宿区産業振興プラン素案検討

## ②専門部会

回	開催日	主な議事、検討内容
第1回	平成29年2月2日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新宿区基本計画（骨子案）について</li> <li>・新宿区産業振興基本条例について</li> <li>・現「新宿区産業振興プラン」の棚卸について</li> <li>・新宿区の産業を取り巻く環境について</li> <li>・個別テーマ「商店会」について</li> </ul>
第2回	平成29年4月11日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」結果報告</li> <li>・新宿区産業振興プランについて 構成、策定の目的と対象 産業振興ビジョンと施策の方向性</li> </ul>
第3回	平成29年4月25日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新宿区産業振興プランについて 構成、産業振興の方針と施策の方向性</li> </ul>
第4回	平成29年6月20日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新宿区産業振興プランについて 構成、基本目標、施策の方向性</li> </ul>
第5回	平成29年8月17日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新宿区産業振興プラン素案検討</li> </ul>

### 【第4期】（平成29年8月23日～平成31年8月22日）

#### ①産業振興会議

回	開催日	主な議事、検討内容
第1回	平成29年9月1日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業振興プラン素案検討</li> </ul>
第2回	平成29年12月13日	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パブリック・コメントの実施報告</li> <li>・産業振興プラン資料編、概要版について</li> </ul>

## (2) 産業振興会議委員名簿

【第3期（平成27年8月23日～平成29年8月22日）委員名簿】

（敬称略）

氏名	区分	肩書等	備考
植田 浩史	学識経験者	慶應義塾大学 経済学部教授	会長 専門部会委員
河藤 佳彦	学識経験者	高崎経済大学 地域政策学部教授	副会長 専門部会委員
川名 和美	学識経験者	高千穂大学 経営学部教授	副会長 専門部会委員
松尾 武司	区民	公募区民	専門部会委員
酒井 学雄	事業者	公募事業者	
前田 明宏	事業者	公募事業者	専門部会委員
志村 一夫	商店会	新宿区商店会連合会 副会長	
加藤 仁	産業経済団体	一般社団法人 新宿区印刷・製本関連団体 協議会 代表理事	
富田 篤	産業経済団体	新宿区染色協議会 会長	
益田 佳代子	産業経済団体	東京商工会議所新宿支部	
太田 正一	産業経済団体	東京中小企業家同友会新宿支部 幹事	
遠藤 雅久	金融機関	東京三協信用金庫 融資部 部長	
友成 真一	教育研究機関	早稲田大学 教務部社会連携推進室 参与	

※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。

※肩書等は委嘱当時のもの。

※川名委員の任期は以下のとおり。

平成27年8月23日～平成29年4月22日

【第4期（平成29年8月23日～平成31年8月22日）委員名簿】

（敬称略）

氏名	区分	肩書等	備考
植田 浩史	学識経験者	慶應義塾大学 経済学部教授	会長
遠山 恭司	学識経験者	立教大学 経済学部教授	副会長
長山 宗広	学識経験者	駒澤大学 経済学部教授	副会長
松尾 武司	区民	公募区民	
堀米 秀明	事業者	公募事業者	
前田 明宏	事業者	公募事業者	
武山 昭英	商店会	新宿区商店会連合会 副会長	
青木 滋	産業経済団体	一般社団法人 新宿区印刷・製本関連団体協議会 代表理事	
富田 篤	産業経済団体	新宿区染色協議会 会長	
益田 佳代子	産業経済団体	東京商工会議所新宿支部	
太田 正一	産業経済団体	東京中小企業家同友会新宿支部 副支部長	
橋本 茂樹	金融機関	西京信用金庫 専務理事	
友成 真一	教育研究機関	早稲田大学 社会連携研究所 所長	

※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。

※肩書等は委嘱当時のもの。

### (3) 新宿区産業振興会議規則

平成23年7月14日新宿区規則第58号

#### (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、文化観光産業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日から施行する。

附 則

この規則は、平成28年4月1日から施行する。

## 4. 平成30年度からの事業一覧

### 【第一次実行計画（平成30年度～平成32年度）・経常事業（平成30年度）】

基本政策	個別施策	計画事業（網掛けあり） 経常事業（網掛けなし）	事業概要
Ⅲ 賑わい都市・新宿の創造	10 活力ある産業が芽吹くまちの実現	観光と一体となった産業振興	
		①しんじゅく逸品の普及	「しんじゅく逸品マルシェ」出展企業の商品・製品を「しんじゅく逸品」として登録するとともに、出展企業を対象とした「販売力強化セミナー」を開催し、販売力強化を支援します。「しんじゅく逸品」を広く普及することにより、区内中小企業等の新たなビジネスチャンスの支援や、区内への誘客の促進、売上拡大と地域における消費につなげていきます。併せて、地場産業団体等への支援や「しんじゅく逸品」を活かした新宿ブランドの創出に取り組んでいきます。
		②新宿ものづくりの振興	区内の事業所でものづくり産業に携わり、優れた技術・技能を持つ方を、新宿ものづくりマイスター『技の名匠』に認定するとともに、ものづくり産業発信動画を制作し、一般社団法人新宿観光振興協会と連携して区内外に広くPRすることで、区内ものづくり産業を志す人材の創出とさらなる活性化を図ります。
		中小企業新事業創出支援	
		①新宿ビジネスプランコンテスト	東京商工会議所新宿支部と連携して、「新宿ビジネスプランコンテスト」を開催します。応募・審査段階からセミナーや個別指導を行うことで、起業予定者等の事業計画策定のブラッシュアップを図るとともに、優れた事業計画を表彰し、フォローアップすることで新たな事業創出を奨励します。
		②新製品・新サービス開発支援助成	区内中小企業者が行う新製品・新サービスの開発に対し、経費の一部を助成することにより、新事業創出に向けた取組を支援します。
		③新宿ビジネス交流会	東京商工会議所新宿支部と連携して、テーマ性のある新宿ビジネス交流会を開催し、共通の目的を持った中小企業者が交流する場を設けることで、新事業創出のための連携支援を行っていきます。
		産業振興会議の運営	産業振興をより一層推進するとともに、効果的・効率的に施策を実施していくため、条例に基づき設置された新宿区産業振興会議を運営します。
		中小企業向け制度融資	区内中小企業が事業資金（運転・設備資金、環境改善・情報技術の導入資金等）の融資を低利で利用できるよう、取扱金融機関へ紹介を行います。あわせて、利子や信用保証料の助成を行います。
		勤労者福利厚生資金貸付	区内中小企業在勤者及び都内中小企業在勤の区民を対象に、住居移転、冠婚葬祭、医療・出産、不慮の災害及び生活全般に必要な臨時の資金等に係る資金の融資が、低利で利用できるよう指定金融機関への紹介を行います。あわせて、保証料の助成を行います。
		商工相談	商工相談員が中小企業者等に対して、経営全般に関する相談、診断及び助言などを行います。また、景気動向調査を年4回実施します。
		新宿商談会	区内に本・支店のある金融機関と連携して、個別商談会を開催し、中小企業とバイヤーの商談の場を設けることで、中小企業の販路拡大を支援します。
		ビジネスアシスト新宿	中小企業者等の経営全般に係る相談に対し、専門家を派遣して支援を行います。
産業コーディネーターの活用	産業振興に関する専門的知識を有する学識経験者等を産業コーディネーターとして委嘱し、区内企業の経営改革・活性化のための事業の実施に活かします。		

基本政策	個別施策	計画事業（網掛けあり） 経常事業（網掛けなし）	事業概要
Ⅲ 賑わい都市・新宿の創造	10 活力ある産業が芽吹くまちの実現	中小企業展示会等出展支援	区内中小企業等の売上拡大、販路開拓を支援するため、展示会等出展小間料の一部を助成します。
		事業承継支援	事業承継を検討するきっかけづくりとなるよう、中小企業庁「事業承継ガイドライン」の普及と、円滑な事業承継に向けた基本的な考え方や手法、事例紹介するセミナーを開催します。
		地場産業団体の展示会等支援	地場産業の各団体が自主的・自立的に取り組む事業に対して、経費の一部を助成し、地場産業全体の活性化を図ります。
		地場産業団体分担金等	区の地場産業である印刷・製本関連業及び染色業の業界が厳しい経営環境にある中、振興策として分担金を負担することで、総合的な育成及び振興事業を支援します。
		地場産業振興小野基金利子の運用	地場産業振興小野基金を活用し、地場産業振興を目的とした事業に対して、経費の一部を助成します。
		新宿ビズタウンニュース	区の産業振興施策や各種産業情報を提供するため、区内の中小企業者、商店街関係者向けに、「新宿ビズタウンニュース」を年2回発行するとともに、メールマガジンを配信します。
		産業創造プランナー	区内中小企業の課題等の把握及び情報提供を行うため、専門的な知識や企業での事業経験を有する者を、産業創造プランナーとして採用し、配置します。
		産業会館の管理運営	中小企業支援の活動拠点としての位置付けに基づき、産業関係者の主体的な学習や相互交流の場を提供し、区内中小企業の活性化を推進します。
		高田馬場創業支援センターの管理運営	地域経済の活性化と雇用創出の促進を図るため、区内での創業や経営改革を目指す方に、オフィススペースを提供するとともに専門家による支援を行います。
		人材確保支援事業	東京都人づくり・人材確保支援事業補助金の活用やハローワークとの連携等により、求職者と中小企業のマッチングを支援するとともに、働く従業員の処遇改善や就業環境の整備を支援することで、中小企業の人材確保と定着支援に取り組みます。
	11 魅力ある商店街の活性化に向けた支援	にぎわいにあふれ環境にもやさしい商店街支援	商店会等が実施する、イベント事業や活性化事業、商店街路灯のLED化による省電力化事業等に対して、必要な費用の助成を行い支援することで、にぎわいにあふれ、環境にもやさしい商店街づくりの支援を行います。
		商店街の魅力づくりの推進	
		①商店会情報誌の発行	商店会、商店主向けの情報誌を発行し、先進事例等の紹介や新たな魅力の発掘など、商店経営、商店会活動の参考となる情報を提供することにより、商店会等の魅力的な取組を支援し、商店街の活性化を図ります。
		②大学等との連携による商店街支援	大学等が持つ専門性や人的資源を活かしながら、商店街の抱える潜在的な課題の解決に向けた取組を支援していきます。また、大学等と地域（商店街）の連携・交流を進めることにより、商店街の魅力づくりを推進します。
		生鮮三品小売店活性化事業	区民に新鮮で良質な生鮮三品（鮮魚・青果・食肉食鳥）を提供する新宿区生鮮三品小売店連絡会が行う消費者との交流事業や、販売促進の取組等の自主的な活動に対する支援を行います。また、組合会員への研修会を行います。
		商店会サポート事業	区内の商店会及び同業組合に適切な助言を行うことができる専門知識のある職員を、商店会サポーターとして採用し、配置します。
	新宿区商店会連合会への事業助成	地域商業の振興を図るため、新宿区商店会連合会が自主的に行う事業に対し、助成を行います。	

基本政策	個別施策	計画事業（網掛けあり） 経常事業（網掛けなし）	事業概要
Ⅲ 賑わい都市・新宿の創造	11 魅力ある商店街の活性化に向けた支援	商店街消費拡大推進事業	商店街における消費拡大と活性化を図るため、区内全域の商店街で一斉にスクラッチくじ方式の抽選券を配布し、金券が当たるキャンペーンを、新宿区商店会連合会に委託して実施します。
		商店街空き店舗情報の提供	民間不動産会社の持つ区内空き店舗情報を活用し、区の商店街空き店舗検索サイトにアップロードすることで情報提供し、商店街の空き店舗での開業を促進します。
	13 国際観光都市・新宿としての魅力の向上	新宿フリーWi-Fiの整備等	東京 2020 オリンピック・パラリンピックを見据え、訪日観光客から特に要望が多い無料公衆無線LAN環境を整備するとともに、一般社団法人新宿観光振興協会によるWi-Fi用ポータルサイトと連携した集客力や回遊性の向上を図ることにより、オリンピック・パラリンピック終了後も、旅行者が何度でも訪れたいくなるまちづくりを進めます。
		魅力ある観光情報の発信	国際観光都市としての魅力とブランド力の向上を図るため、官民一体で新宿の観光振興を担っている一般社団法人新宿観光振興協会の情報媒体を活用して観光情報を発信します。新宿ならではのパブリックアートをはじめとした魅力あるスポット等の新しい観光資源や、まちの記憶である文化歴史資源、イベントやグルメ等、新宿の持つ多様な魅力を観光客の動向を踏まえて効果的に発信していきます。
		新宿観光案内所のサービス拡充	新宿観光案内所を、新宿の懐の深さや高いポテンシャルを発信する拠点にして、新宿を訪れる多くの方々に、区内の各エリアの魅力を提供することで回遊性を高め、何度でも訪れたい国際観光都市・新宿を目指します。
		多彩な観光資源を活かした区内回遊の促進	区内のパブリックアートをはじめとした魅力あるスポット等の新しい観光資源を発掘するとともに、まちの記憶である文化歴史資源と併せて、マップ、ホームページ、広報紙等により情報発信します。また、観光資源情報検索システムを構築・活用することにより、新宿の多彩な観光資源を活かした区内回遊を促進します。
		観光案内標識の整備促進	東京 2020 オリンピック・パラリンピックに向けて、国内外からの来街者が多く訪れる新宿駅周辺や、その他主要駅周辺の歩道上等へ、観光案内標識の整備を集中的かつ計画的に進めます。
		新宿ブランドの創出に向けた取組の推進	「しんじゅく逸品」を活かした新宿ブランドの創出に取り組むとともに、区内のパブリックアートをはじめとした魅力あるスポット等の新宿の多彩な観光資源を活用した区内回遊の促進を図ります。一般社団法人新宿観光振興協会と連携して情報発信を強化することにより、新宿ブランドの創出に向けた取組を推進し、国際観光都市としての魅力とブランド力の向上を図っていきます。
		一般社団法人新宿観光振興協会を中心とした新宿の魅力の発信	一般社団法人新宿観光振興協会への事業助成等を行い、ホームページ、観光情報誌、観光案内所の運営による観光情報の発信や、イベントによる賑わい創出を推進します。
		観光バスの駐車対策	歌舞伎町周辺等での公道上の観光バス滞留対策として、民間の土地・ノウハウを活用した観光バス駐車場の運営を支援し、外国人観光客等の誘致によるまちのにぎわいを創出します。
		観光関連団体との事業連携・情報交換	一般社団法人新宿観光振興協会や他自治体等の観光関連団体と事業連携し、情報の交換と相互周知を行い、新宿の魅力を広く区内外に発信して来街者を増やすとともに、区内回遊を促し、地域活性化を図ります。
		多彩な観光資源を活かした区内回遊の促進（さくらのライトアップ事業周知）	ライトアップされる神田川、外堀等をはじめとした区内各地のさくらの名所について、マップ等により広く発信し、区内回遊を促進していきます。

# 新宿区産業振興プラン

印刷物作成番号  
2017-50-2803

発行年月：平成 30 年 3 月

発行：新宿区文化観光産業部産業振興課

新宿区西新宿六丁目 8 番 2 号

電話 03-3344-0701



