

新宿区産業振興プラン (素案)

目 次

第1章 プランの概要	1
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推進	3
第2章 新宿区の産業の特徴	6
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	12
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	13
3. 情報化の更なる進展	13
4. グローバル化の進展	14
5. 外国人観光客の増加	14
6. 安全・安心への関心の高まり	15
第4章 新宿区の企業・商店街の現状と課題	16
1. 事業革新の推進	16
2. 経営の安定化	18
3. 持続的発展につながる事業承継・ひとづくり	19
4. 創業環境の向上	20
5. 情報技術を活用した事業展開	21
6. 新宿のまちの強みを活用できる環境づくり	22
7. 区民の生活を支える商店街の活性化	24
第5章 基本目標・産業振興の視点	26
1. 基本目標	26
2. 産業振興の視点	29
第6章 施策の方向	31
方向1 価値創造に向けた積極的な事業活動の推進	32
方向2 経営基盤の強化支援	34
方向3 発展的な事業承継の促進	36
方向4 創業へのチャレンジ支援	37
方向5 ICTを活用した事業展開支援	38
方向6 来街者の増加を好機とした事業展開支援	39
方向7 商店街の魅力アップ支援	41
第7章 推進に向けて	43
1. 推進体制	43
2. 産業振興施策の公表	43
3. 庁内関連部署との連携	43
4. 国・東京都との連携	43
5. 産業振興会議の運営	43

第1章 プランの概要

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かか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きました。

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年度（2008年）に策定した「新宿区産業振興プラン」に基づき、産業振興施策を推進してきました。その後、リーマンショック^(注)や東日本大震災など産業界に大きな影響を与える出来事が起こり、区内企業の多くが様々な影響を受けました。

平成23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、改めて当条例及び現行プランのもとに産業振興を図ってきました。また、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、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。

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として、「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、「新宿区産業振興プラン」を策定するものです。

(注) 平成20年（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
の株価暴落などを指す。

2. 計画期間

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

3. 位置づけ

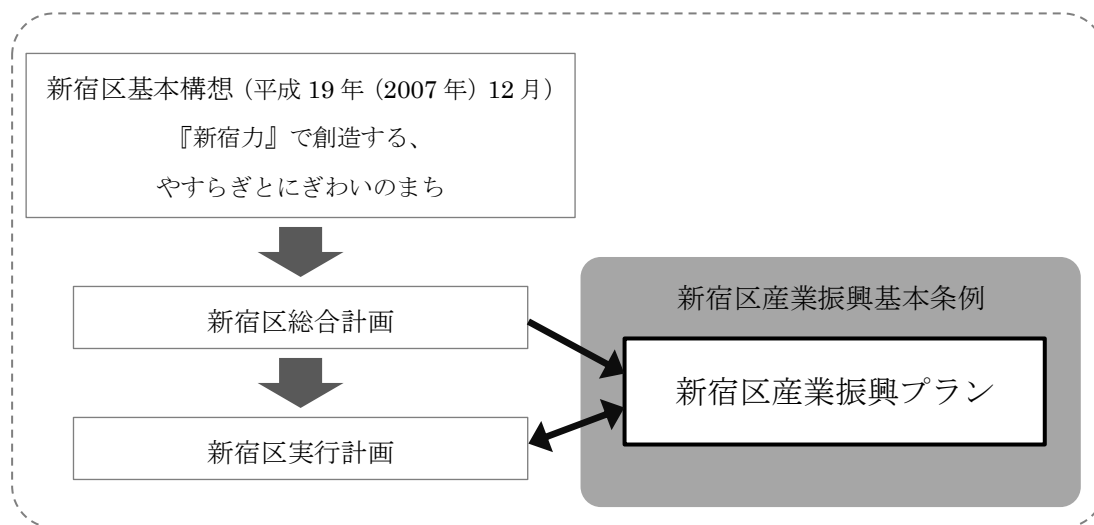
本プランは、「新宿区産業振興基本条例」の第 4 条第 3 項に規定する「産業振興に関する総合的な計画」として定めます。

新宿区産業振興基本条例

第 4 条 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。

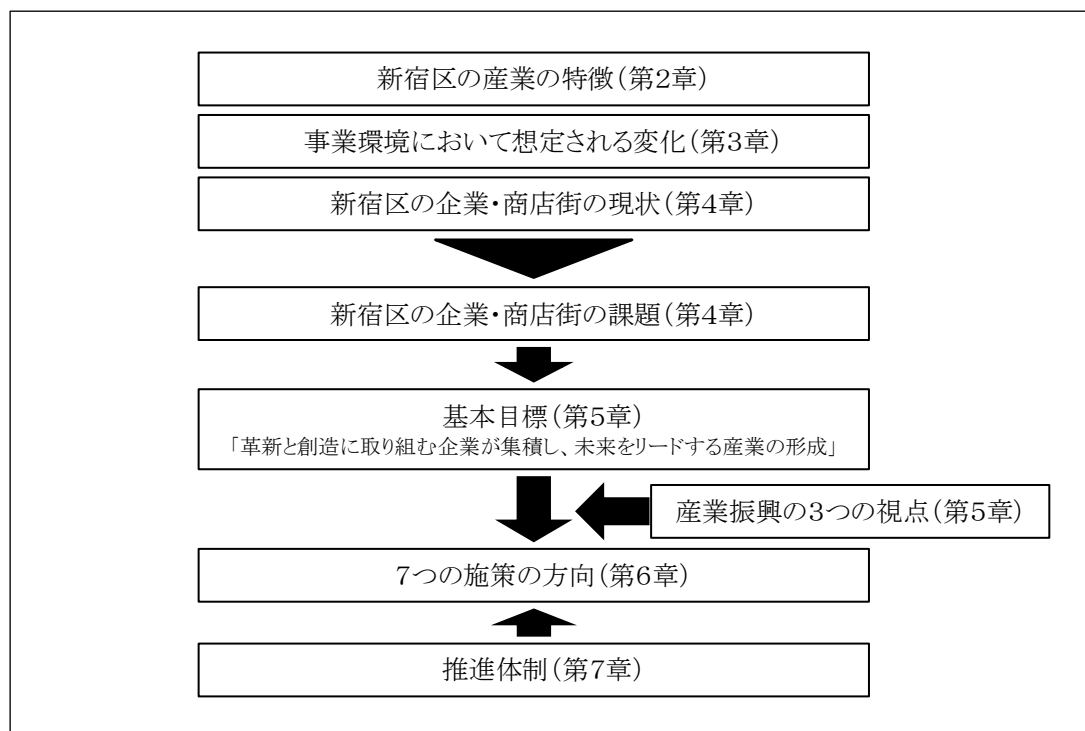
また、「新宿区基本構想」及び「新宿区総合計画」の実現をめざした個別計画として位置づけられます。

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が集積し、未来をリードする産業の形成」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推進

「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、従業員を大切にし、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、商店街の振興を図る団体です。商店街は商売の場だけでなく、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作られており、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。

(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、資金の供給など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。

産業振興が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、区で働き、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」であると位置づけます。

(区の役割)

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いく必要があります。

(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、角筈などの地域は、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、大名屋敷など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、研究施設などが建設されました。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、公営住宅など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年(1887年)代から宅地化が進み、大正12年(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相俟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年(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、発展していきます。

(2) 都市計画と業務商業地区の発展

新宿駅は明治18年(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年(1889年)に開通しています。大正の初めには京王線が開通し、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年(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年(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年(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、昭和21年(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

年（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達していきます。

（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 年度調査と平成 23 年度調査の 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、世界有数の大都市に発展してきました。

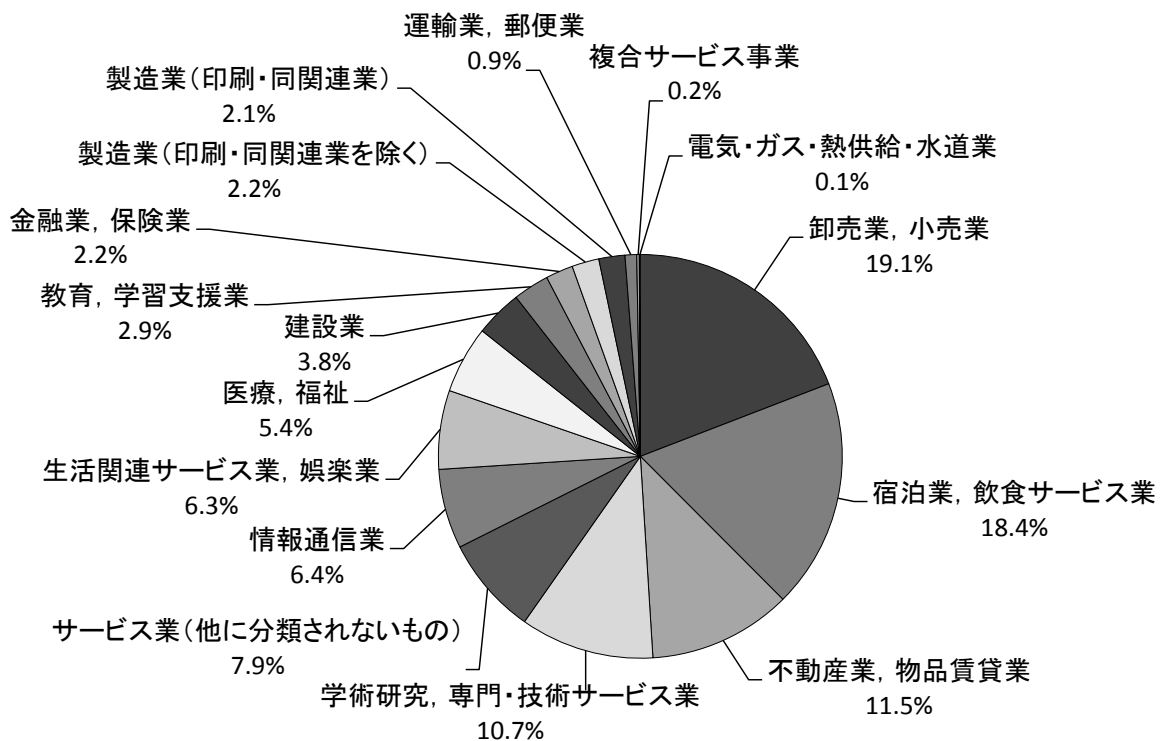
2. 産業・企業にみられる多様性

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。

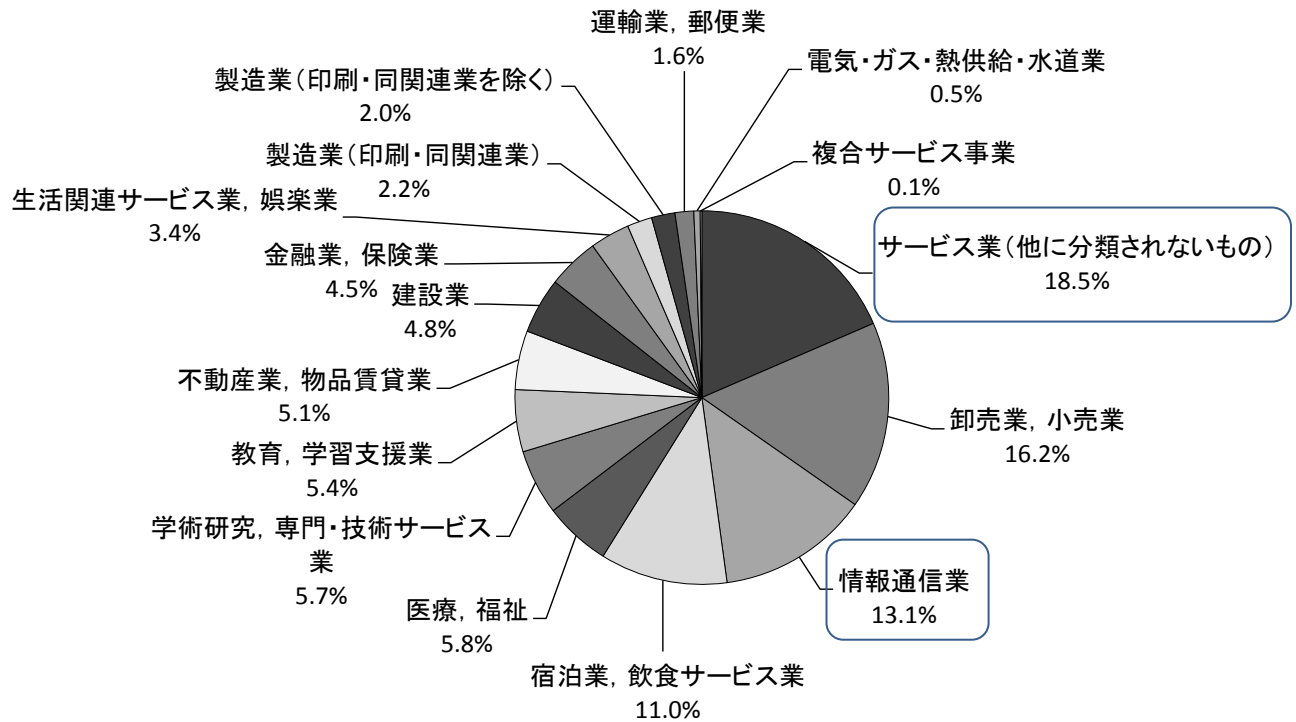
業種別事業所数の構成(総数:33,533 事業所数(公務を除く))



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。

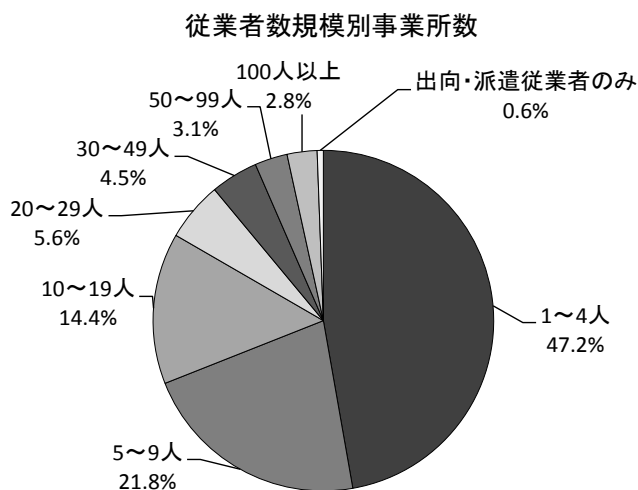
業種別従業員数の構成(総数:663,176 人(公務を除く))



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、従業者数規模「１～４人」が半数弱を占め、「５～９人」の事業所を合わせると、従業者数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９５５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。

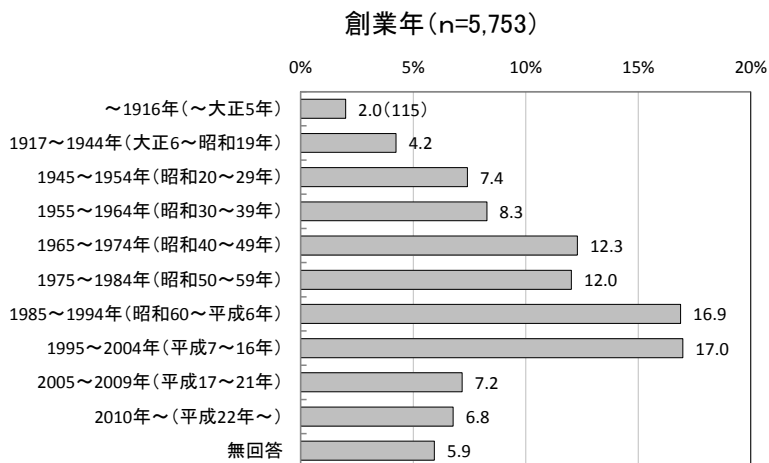


出典：「平成 26 年経済センサス-基礎調査」(総務省)

（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 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、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、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、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。



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) 多様な地域特性

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



第3章 想定される事業環境の変化

第2章では新宿区の産業の成り立ちと特徴をみてきました。本章では、これからの新宿区に目を向けて、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、現時点で想定される点を整理します。

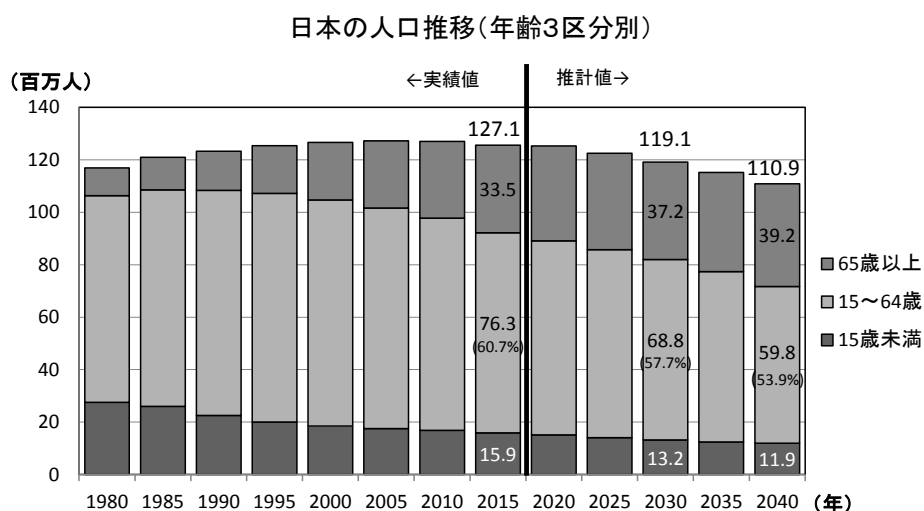
1. 全国的な少子高齢化の進行

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1億2,709万人となりました。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、2040年には1億1090万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2030年には6割台を切ることが予測されています。

昭和55(1980)年以降の新宿区の人口推移をみると、1995年を境に減少から増加に転じて、平成27(2015)年では34万人となっています。将来推計では、2030年までは増加し、その後は全国と同様に減少に転じると予測されています。全国と比較して、人口が減少する時期は遅く、15～64歳の生産年齢人口は平成27(2015)年の23.2万人から2030年には26.7万人と増加し、その割合も71.6%と変わらない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。

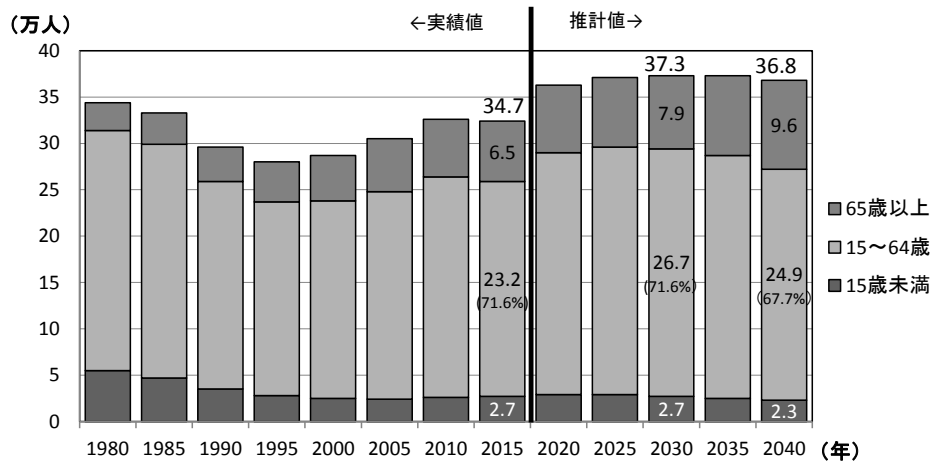
また、高齢化の進展に伴う消費行動の変化により、地域の小売店舗や商店街への影響が懸念される一方、高齢者向け商品・サービスや娯楽産業、健康関連産業、介護産業、医療産業等、高齢者を対象とした市場の拡大も想定されます。



※推計値は、「出生中位・流出中位」による推計結果を採用

出典:「国勢調査」(1980年～2015年)総務省、「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)



※推計値は、「出生中位・流出中位」による推計結果を採用

出典:「新宿区人口ビジョン」(平成 28 年 1 月、新宿区)、「2015 年国勢調査」(総務省)

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等、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、働く人の視点にた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 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. 情報化の更なる進展

ICT（情報通信技術）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。今後も、IoT（Internet of Things；モノのインターネット化）やビッグデータ、オープンデータ、AI（Artificial Intelligence；人工知能）、ロボットなどを活用した「第4次産業革命」が世界的に進展していくと予測されています。

IoT が進展することで、様々なデバイス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渡って創出されることが期待さ

れます。また、ICT の活用による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。

国はこうした変化に対応するため、ICT ベンチャーの創出・成長支援や、中小企業技術革新制度（SBIR 制度）などの支援を行い、ICT 産業の拡大を推進するとともに、プログラミング教育の促進等、ICT 人材の育成に力を入れています。

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 年からは緩やかな成長ペースが続いており、実質 GDP の成長率は 3%台前半を維持しています。一方、我が国の実質 GDP の成長率は東日本大震災以降、2.1%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平成 28 年版「ジェトロ世界貿易投資報告」によると、日本企業の海外売上高比率は、58.3%と拡大傾向が続いており、業種別で見ると、製造業が 59.2%、非製造業が 36.3%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 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。

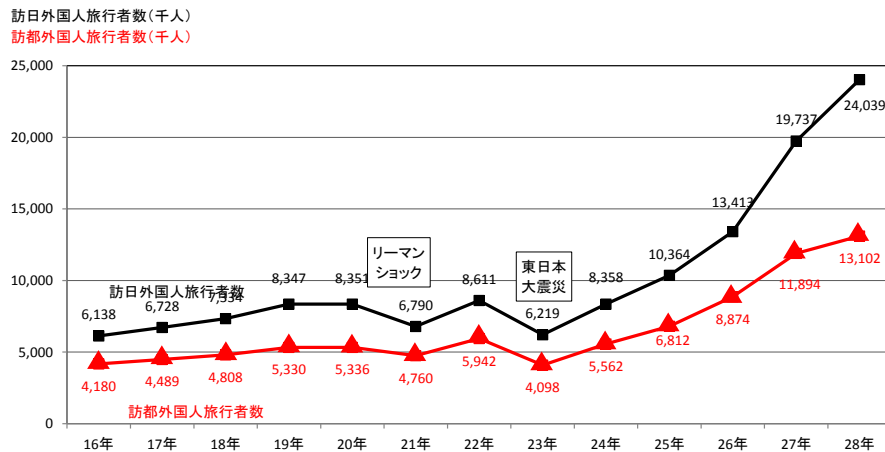
「平成 27 年度 東京都国別外国人旅行者行動特性調査」によると、東京都を訪れる外国人旅行者のうち 4 割以上が、訪日回数 3 回以上のリピーター旅行者であり、訪都回数が 2 回以上の割合は約 5 割となっています。

また、訪都外国人旅行者の都内訪問先をみると、「新宿・大久保」は韓国・香港・タイ・シンガポール・マレーシア・イギリス・インドネシアの旅行者で 1 位となっています。

訪都外国人旅行者のうち約 6 割以上が新宿区を訪れたと回答しており、都内で「一番期待した場所」の 3 位、「一番満足した場所」の 2 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一つとなっています。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」(JINTO)、「東京都観光客数等実態調査」(東京都)

東京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.銀座	14.6	1.銀座	18.8
2.秋葉原	13.7	2.新宿・大久保	8.1
3.新宿・大久保	11.6	3.浅草	7.9

出典:「平成 27 年度 東京都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。

特に最近では、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。東日本大地震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は、約 7 万 7 千人の避難者や約 31 万 4 千人の帰宅困難者が発生すると想定しています。

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事業継続計画(BCP)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

今後想定される事業環境の変化に対応し、新宿区の企業が発展していくためには、どのような課題があるのかを、新宿区の産業・企業等の現状を踏まえて、以下のとおりまとめました。

1. 事業革新の推進

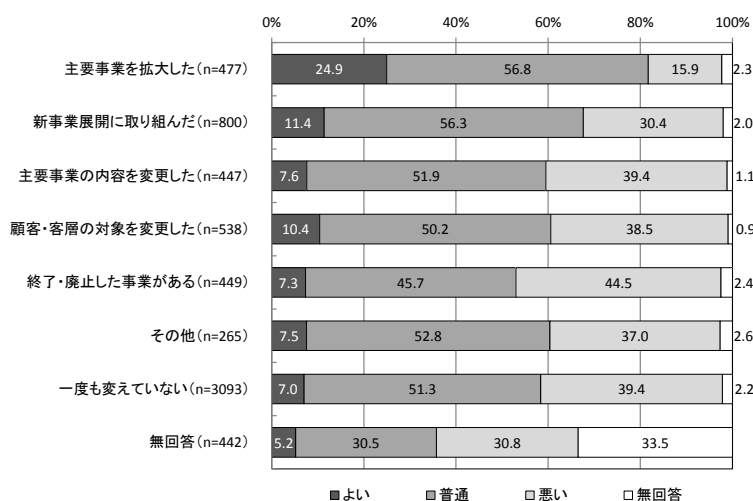
(1) 現状

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かみ、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」では、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。

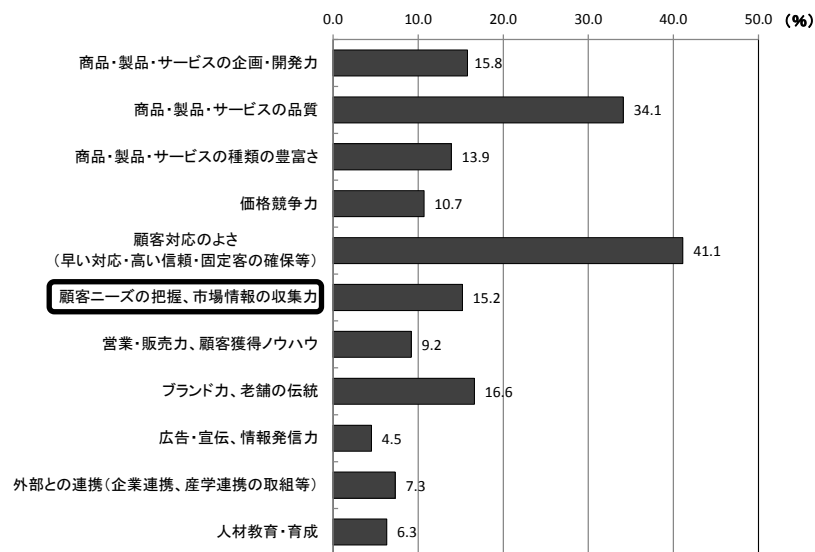
事業革新を図っていくためには、顧客ニーズや市場状況の把握が重要となりますが、上記調査では、販売・顧客拡大における企業の強みとして、「顧客ニーズの把握、市場情報の収集力」が「強い」と回答している企業は15.2%に過ぎず、社会経済を取り巻く環境の変化を把握するための情報収集力が弱いことが明らかとなりました。

事業内容の見直し・変更の取組み別・経営状況(n=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)

販売・顧客拡大における企業の強み(n=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)

(2) 課題

今後想定される事業環境の変化に対し、これまでのやり方を大胆に変えて、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、事業革新に取り組む企業こそが厳しい競争環境を勝ち抜いていくことができるといえます。

また、事業革新に取り組むに当たって、中小企業は限られた経営資源で取り組まなければならないことや顧客ニーズや市場に関する情報の収集力が弱いことが課題となっています。

中小企業は、自らの経営基盤の強化を図るとともに、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、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

- さらなる発展に向けた事業革新
- 顧客ニーズや市場情報の収集力の向上
- 他の企業や区内の大学等の教育・研究機関との連携の促進

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、継続的に経営の安定化を保つための経営資源としては、新事業展開に向けた事業化資金、設備投資等の資金調達、新たな市場や販路開拓に向けた情報発信・収集、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なか、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、区内企業の約 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

新宿区は、総人口および生産年齢人口ともに当面は増加することが予測されていますが、区外における人材不足の傾向や雇用のミスマッチ等の影響から、区内企業にとっても人材の確保・育成は課題となっています。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。今後、働き方の多様性を高めるために、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。

また、事業基盤の強化に向けて、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
- 高まる人手不足感と人材の確保・育成への対応
- ライフスタイルの変化や働き方の変化に対応した環境整備
- 災害時の事業継続のための準備

3. 持続的発展につながる事業承継・ひとつづくり

(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なか、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、経営者は早期段階から自社の将来を考え、事業承継に向けた準備を行うことが重要です。

経営者はその必要性を早くから認識して、自社の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、よりよい状態で後継者に継承するために経営改善に努めながら、自社株式や事業用資産の継承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 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、継承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なか、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等、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

- 早期からの事業承継に向けた準備
- M & A 等も含めた多様な事業承継が選択できる環境づくり
- 後継者による事業革新

4. 創業環境の整備

(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)によると、平成21年の35,082事業所から平成26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なかで、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企業の中には、雇用を伴う事業に発展しているところもあります。

(2) 課題

交通の利便性が高く、人やモノ、情報が集まる新宿区は、創業者にとって恵まれた事業環境と言えますが、一方では、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おり、区内外から区内で創業を希望する事業者が新たなビジネスを創出できる環境の向上が必要です。創業まもない時期は、経営資源も限られていることから、ビジネスや経営の情報等を入手できるネットワークづくりを図っていくことも重要です。また、創業希望者や創業者が事業を推進していく上で必要な相談や支援策を活用できるように、支援策等の情報が入手できる環境づくりを図っていく必要があります。

さらに、創業準備から創業、事業発展へとステージごとに課題が変わってくることから、事業の成長段階に応じた支援ができる支援体制づくりが挙げられます。

多様な働き方に対応した創業として、今後シニアや女性の創業、兼業による週末創業等、創業も多様化していくことが予測されるなか、様々な創業に対する支援の充実も必要です。

主な課題点

- 新たなビジネスを創出する環境づくり
- 創業に関する情報入手の環境づくり
- 創業準備期から事業発展期まで一貫した支援の構築
- 多様な創業形態に対応した支援の充実

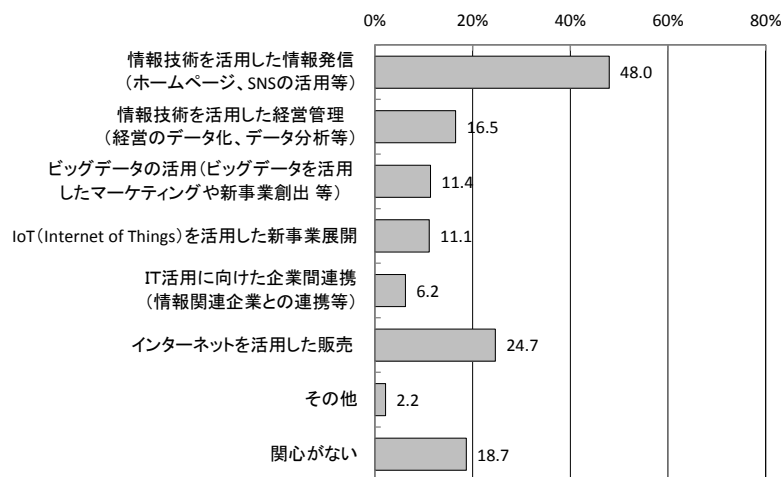
5. 情報技術を活用した事業展開

(1) 現況

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、取引先との決済や取引管理上、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。「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。

しかしながら、関心がある内容をみると、「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（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。

情報化の推進についての関心(複数回答, n=369)



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利用領域は限定的であるため、今後、事業活動への効果的な利用を高めていくことが課題となっています。

区内企業からは ICT を活用することで、どのような可能性やビジネスチャンスが生まれてくるのかを知りたいといった意見や、具体的な利用方法が分からないといった意見も聞かれたことから、ICT に関する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の企業が集積しており、ICT の効果的活用のためにも、地域の企業や団体等との交流の機会を増やしていく必要があります。多様な企業との交流は、情報通信業の企業にとっても、新たなビジネスチャンスになる可能性があります。

さらに、ICT の利用が進んでいくと、コンピューターウィ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

- 中小企業の ICT に関する情報収集力の向上
- 高い関心を持ちながら、進んでいない ICT の導入・活用
- 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

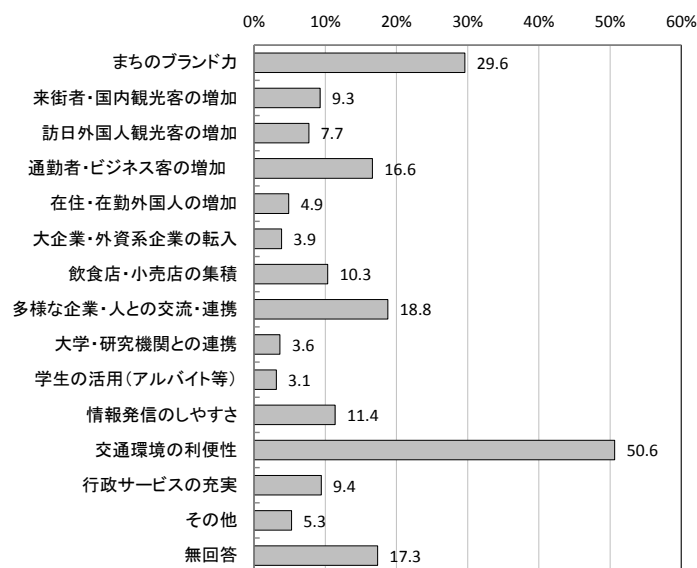
6. 新宿のまちの強みを活用できる環境づくり

(1) 現況

「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繋がるブランド力」等がまちのブランド力の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」の企業や人の集積等、優れた事業環境が評価されています。

また、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、まちのブランドを高め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(n=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)

(2) 課題

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・ビジネス客の増加」といった新宿が有するまちの強みを、区内企業もそれぞれの事業活動に活用することを志向しています。区内企業がこれらの新宿のまちの強みを最大限に活用できる環境づくりを図っていくことが必要です。

新宿のまちが有する集積力を活用した、商品・サービスのマーケティングや販売促進等の市場拡大・販路開拓に企業が活発に取り組んだり、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ていくことで、さらに企業や人を引きつけ、新宿の集積メリットを高めていくことが重要です。

また、地域のブランド力の向上や安全・安心なまちづくりを進め、新宿のまちの総合的イメージアップを図ることが、区内企業にとっても企業ブランドや信用力の向上につながっていくと考えられます。

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、区内の個性ある地域でまち歩きや消費活動を楽しめる回遊性の向上も必要です。

新宿区が有するブランド力を高め、区民や外国人観光客を含む来街者が消費活動や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

- 新宿の「集積力」を活用した交流・連携活動の推進
- 新宿の「都市のブランド力」を活用した事業展開の推進
- 区民や来街者が消費活動を楽しめる環境づくり
- 来街者の受け入れ態勢の整備
- 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) 現況

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数年前に生まれた商店街、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。

その活動内容をみると、まちのにぎわいを生み出すイベントや祭りなど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災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 化等、多岐にわたった事業が取組まれています。

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等、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。

【神楽坂まつり】

神楽坂に近接する3商店会が連携して、ほおずき市や阿波踊り大会等、4 日間にわたって多彩なイベント開始しています。

【染の小道】



妙正寺川に反物を張る「川のギャラリー」

江戸時代から、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。

【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」にオープンカフェを設置し集客を高めています。

（２）課題

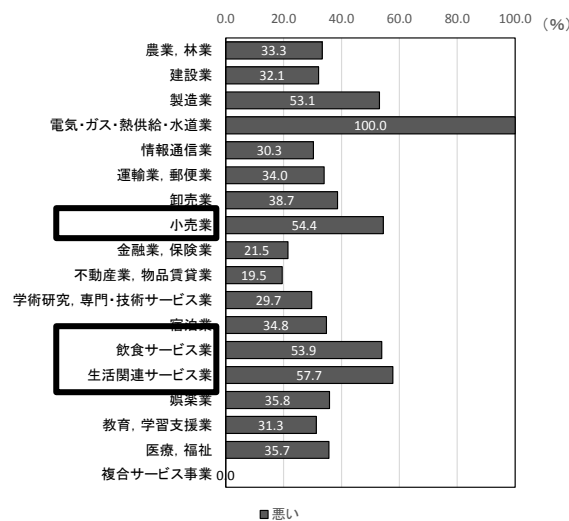
買い物の場だけでなく、地域での役割・機能が高まっているなか、新しい時代に対応した商店街の形を検討し、構築していくことが重要です。

しかしながら、全国的に商店街は、経営者の高齢化による後継者問題や、集客力が高く話題性のある店舗・業種が少ないこと等が主な問題となっており、新宿区においても、経営者の高齢化や各店舗の後継者の不在が課題になっています。

同様に、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等、商店会の運営における問題につながっており、商店会活動を引っ張っていく人材の育成や組織力・活動力の向上や地域団体や大学等の学校、NPO 等との連携により事業体の強化を図っていくことも必要です。

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事業所の活性化が重要となります。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。これらの業種の個店が地域だけでなく、広域から来街者を引きつける魅力を高めていくことも課題の一つとなっています。

業種別・経営状況が悪い企業



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)

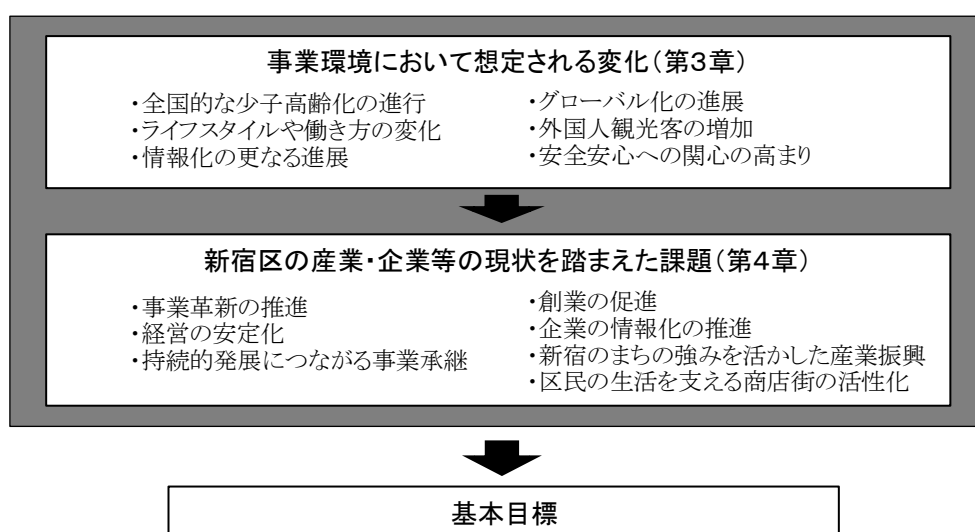
主な課題点

- 個店主の高齢化の進展による事業承継
- 商店会役員の高齢化の進展による商店街活動の担い手の確保、商店会組織の再編
- NPOや地域団体等との連携による新たな事業体の活動促進
- 商店街を構成する個店の魅力の向上

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等、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、そのような環境のなかで、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。



そこで、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が集積し、未来をリードする産業の形成

新宿区では江戸時代から活発な産業活動が営まれ、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、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なか、社会や経済情勢の変化を先取りし、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。

そこで、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、将来に渡って、日本経済をけん引していく新宿の産業を形成していきます。（P 28 図を参照）

【区外の企業・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、新たなビジネスチャンスを生み出します。

また、区外企業が新宿に進出したり、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、さらなる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】

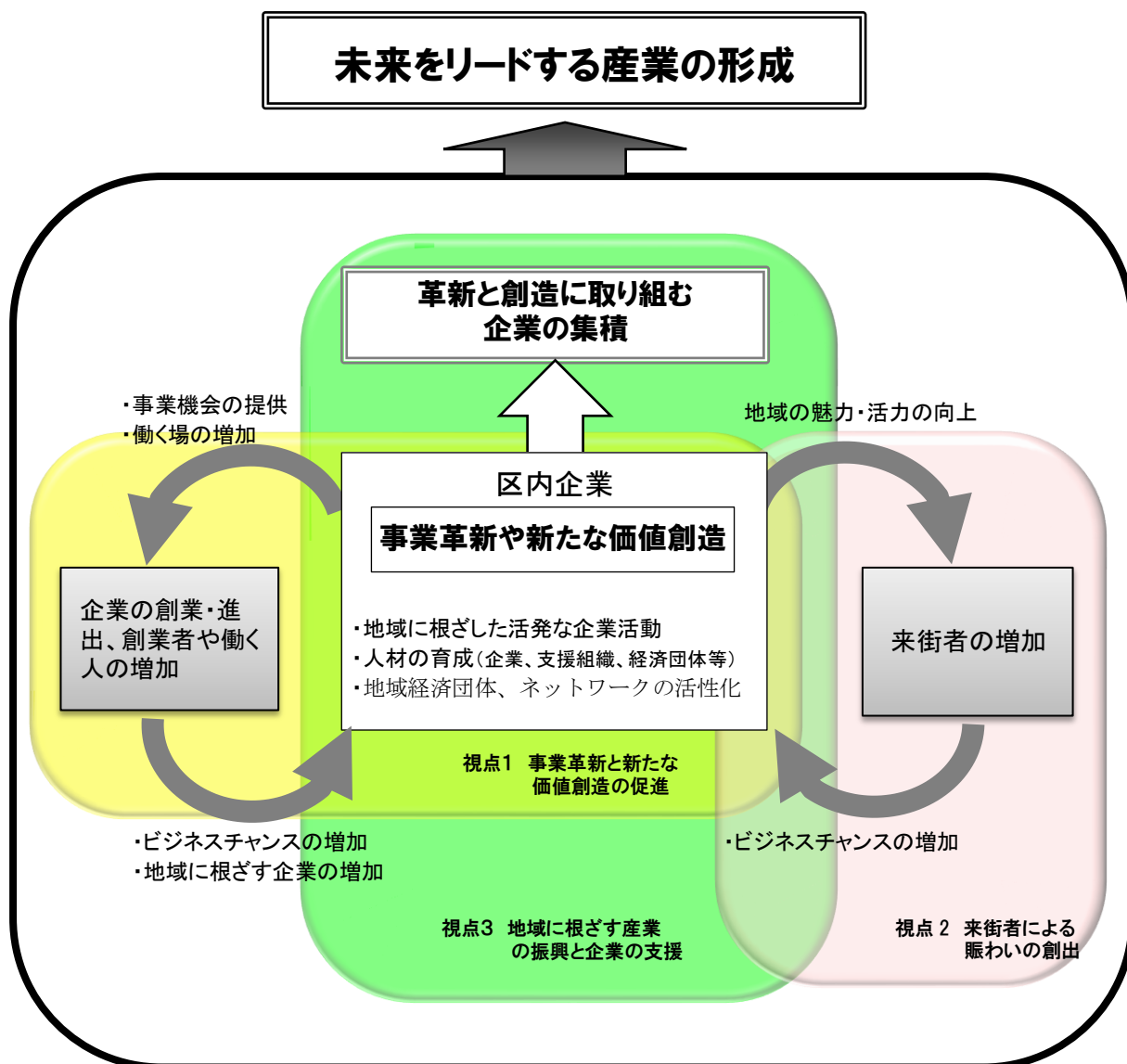
地域に根ざした区内企業が、新宿区が有する地域特性や魅力を活用しながら、事業革新や新たな価値創造に取り組むことによって地域の魅力や活力が向上します。

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から未来をリードする産業の形成へ】

以上のような好循環を創出し、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、新宿の産業を形成していくことを目指します。そして、新宿区から未来をリードする産業の形成を図ります。



図：基本目標の概念図

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、産業振興に向けた取組みを推進していきます。（P28図を参照）

視点1 事業革新と新たな価値創造の促進

前述のとおり、わが国は社会構造の変化による転換期を迎えています。また、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等、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、事業革新を図ることで、事業を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。

新宿区は、人、企業、情報、資金が集まる新宿区の特性を活かして、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、まちのエネルギー等、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することが重要です。

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。

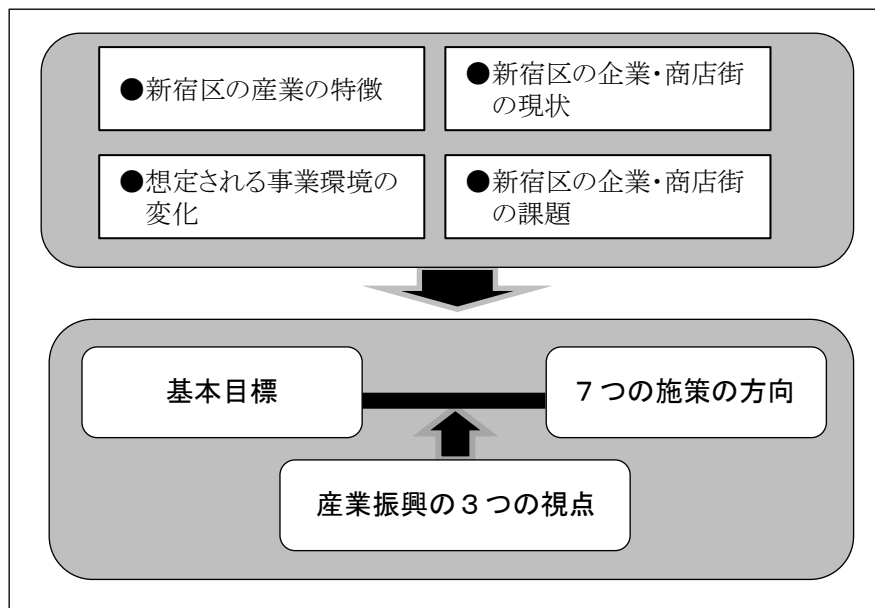
これらの企業や商店街は、「新宿区」という地域に根ざし、事業活動を行うことで、地域に雇用や消費を生み出し、他企業や他商店街、地域団体等と共に地域活動に取り組むことで地域ににぎわいと活気をもたらします。

また、区内の大学や企業の集積、地域が有する特性や魅力等の資源を積極的に活用したり、住民や地域の企業、来街者等が抱える課題解決に着目して事業を展開している企業もあり、住民の生活の質を高め、企業の事業発展や来街者の増加につなげることも重要です。

新宿区は、地域に根ざして事業展開している企業や商店街を応援します。

第6章 施策の方向

上記の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産業振興の3つの視点を踏まえた、7つの施策の方向を設定し、各主体と一体となって産業振興を図っていきます。



方向 1 価値創造に向けた積極的な事業活動の推進

第3章のとおり、今後の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ていきます。

市場や販路の開拓に向けては、商談会や展示会出展支援などによる市場拡大・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・販路開拓の支援も推進していきます。

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、環境変化のなかに新しい事業機会をみつけたり、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ていきます。

特に、新たな価値を創造するためには、多様な情報を組み合わせたり、他の情報に刺激を受けて発想力を喚起する「価値創造の場」が重要です。新宿区は多様な情報が集まるメリットを持ったまちですが、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。新宿区に集まる多様な人や企業、情報から、新宿区の企業が必要とする情報や交流機会が選び出せるための環境づくりを図っていきます。

中小企業が新たな価値の創造に向けて、多様な連携が構築できるように、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ていきます。

その結果、新宿区内の企業が、地域に根ざして事業を継続し、事業活動を通じて創出する新たな価値が新宿区の産業の魅力を形成していくことにつながっていきます。

●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、新たな事業の創出などに積極的にチャレンジする企業や商店会、産業団体を支援します。

●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支援や商談会等、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。

●多様な主体者による交流・連携の促進（企業、産業経済団体、金融機関、区）

- ・新たな事業展開に向けて、企業や大学、地域等の多様な主体者による交流・連携活動を支援します。

●連携による事業化支援（産業経済団体、金融機関、区） **新 規**

- ・企業や大学、地域等の多様な主体者が連携して取り組む事業を支援します。

●知の拠点との連携支援（教育研究機関、区） **拡 充**

- ・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っていきます。

方向 2 経営基盤の強化支援

中小企業が社会経済情勢等の事業を取り巻く環境の変化に対応し、事業活動を継続しさらには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は、経営基盤の強化が求められます。

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

多様な人材が活躍できる環境づくりに向けて、人材育成や雇用支援、働く環境の整備を支援します。資金繰りや資金調達に関する相談や制度融資、企業や製品・商品・サービス等を国内外に向けて情報発信し、新宿の産業の特性を活かしたブランド形成を図ります。また、変化する社会経済情勢や新宿区の産業の動向等の経営判断に利用できる情報を提供します。

また、自然災害などの不測の事態への対応策として、BCP（事業継続計画）の策定を支援します。

支援体制として、区内企業が効果的な支援策の利用ができるように、気軽に利用できる相談機能の充実を図ります。また、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ていきます。さらに、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っていきます。

（ ）内は取組み主体者

●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、中小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 대응できるように機能の強化を図ります。その一つとして、中小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、国や東京都等、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。

●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）

新 規

- ・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っていきます。
- ・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等、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。

●人材不足に対応した組織の改革支援（区）

- ・社内の改革や ICT の活用を進めながら、生産性や効率化の向上を図り、人材不足に対応する組織改革への取組みを支援します。

●BCP（事業継続計画）の策定支援（産業経済団体等、区）

- ・自然災害など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ていきます。また、国、東京都、商工会議所や金融機関等の産業経済団体等の企業支援策の情報を収集するとともに、個々の区内企業にとって有効な施策を想定し、的確な情報提供や利用に向けた支援を行います。

方向3 発展的な事業承継の促進

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等、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っていきます。

「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、早期から事業承継対策や後継者育成等の、企業のライフサイクルを見据えた幅広い支援を図っていきます。

また、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市場開拓、業態転換を図ることで、新たな価値を創造する発展的な事業継承を支援します。

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ていきます。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。

また、廃業や譲渡を検討している企業の事業や資産が有効に次世代に引き継がれる循環の仕組みを形成します。

このように、発展的な事業承継を推進することにより、区内企業が新たな価値を創造するとともに、企業が地域に根ざして事業を営んでいく環境づくりを推進します。

()内は取組み主体者

●発展的な事業承継支援（産業経済団体、金融機関、区） **新 規**

- ・後継者候補者が、新たな価値創造に挑戦する発展的な事業承継を支援します。

●事業承継に向けた準備支援・後継者育成（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、早期段階からの相談機能の充実等の環境づくりを図ります。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。

●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が取組めるように、ノウハウや成功事例等の情報提供や専門家による相談機能の強化等を進めます。

方向 4 創業へのチャレンジ支援

創業は、新たな産業を生み出す原動力となり、地域経済の活性化とその持続的発展につながるため、継続的に創業を生み出していく必要があります。また、新たな創業を増やすことにより、区内企業が創業者との交流・連携を通じて触発され、事業革新や新たな価値創造に取り組んでいくことも考えられます。

新宿区が有する恵まれた事業環境を活かして、多様な分野に渡って、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ていきます。

これまでも新宿区は、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に取り組んできました。今後さらに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に努めていきます。また、創業者の事業発展に向けて、企業や大学等との交流・連携を支援していきます。

()内は取組み主体者

●「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とのネットワークを構築し、情報や企業の交流を図っていきます。

●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**

- ・当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、当センターを核としたネットワークづくりを図っていきます。
- ・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アイデア段階から具体的な事業課題が生じる事業成長期まで支援を行い、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。

●多様な資金調達支援（金融機関、区）

- ・金融機関と連携のもと、創業者が必要とする資金の調達を支援します。

●外国人創業者支援（産業経済団体、金融機関、区）

- ・区内で創業を目指す外国人が抱える特有の課題解決をサポートします。

●知の拠点との連携支援（教育研究機関、区） **新 規**（再掲）

- ・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っていきます。

方向5 ICTを活用した事業展開支援

ICTの急速な発展により、ICTの進展を基盤としたIoT、ビッグデータ、人工知能（AI）等の新たな技術の社会での実装が進んでいき、生産や販売、流通、取引といったあらゆる経済活動が変化していくことが予測され、ICTの活用は不可欠となります。

企業規模を問わず、これらの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ことが求められます。

新宿区は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や、新宿区に集積する情報通信業企業等との連携やマッチングによる取組みを図り、企業の事業展開を支援していきます。

新宿のまちは老若男女、多くの人が活動しています。ICTを活用した事業の実証実験やマーケティングのサンプル収集等の取組みにおいて、高い効果が得られると考えられます。集積している教育・研究機関との連携や情報通信業企業と接点を持つことも可能なまちです。これらの特性を活かし、ICTを活用した事業展開ができるまちとして盛り上げていきます。

（ ）内は取組み主体者

●ICT導入に向けた情報提供・相談（区） **新規**

- ・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っていきます。

●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

- ・ICT活用による新たな産業や事業の創出に向けた交流・連携を推進します。

●新宿産業データベースの公開（区） **新規**

- ・企業が自社の事業を客観的に見直し分析するために、必要な基礎データ（地域データ等）をデータベースとして公開し、企業が活用できるように支援します。

方向 6 来街者の増加を好機とした事業展開支援

国の積極的な取組みにより、外国人観光客数は継続的に増加してきており、今後も、2020年の東京オリンピック・パラリンピックなど世界的なビッグイベントの開催を控え、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ます。

こうした来街者に滞在型で楽しめる環境を提供することで、宿泊や飲食、エンターテイメントなどの観光関連産業では、さらに事業を拡大していく区内企業の増加が期待されます。

また、従来から考えられている観光関連産業だけでなく、これまでと異なる業種への波及効果も期待されることから、区内企業にとっては、このような機会を活かし、自社の商品・サービスをPRするとともに、新たな需要を取り入れた商品・サービスの開発や販売に活かす大きなチャンスであると言えます。

そこで、新宿区では魅力あるまちづくりを進めることによって来街者を呼び込む観光振興に取り組むとともに、来街者の増加を好機とした事業展開を進める企業に対して、様々な場の提供や開発支援、受け入れ対応支援などに取り組み、地域に根ざした産業の振興を図ります。

()内は取組み主体者

●産業PRイベントの開催（企業、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、染色や印刷技術などの体験コーナーを通じて、区内産業の認知度を高める取り組みを進めます。

●来街者を意識した商品・サービスの開発支援（企業、商店会、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、区内の宿泊関連企業（ホテル等）と飲食店組合や商店会との連携を図ります。

●回遊性の向上（区）

- ・新宿の多彩な観光資源を活用し、ただ訪れるだけではなく、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り組みを行います。
- ・区内各地への回遊性を図るため、訪日観光客等から特に要望が強い、無料公衆無線LAN環境を整備し、集客力や回遊性の向上を図ります。

●観光資源の情報発信（区）

- ・国民的文豪・夏目漱石をはじめとした新宿区ゆかりの文化人等の施設や土地の記憶を、文化・観光資源として全国に広く発信します。
- ・区内の回遊性を高めるとともに新宿の魅力度向上を図るため、官民一体で新宿の観光振興を担っている新宿観光振興協会の情報発信を活用して、新宿の持つ多様な魅力を観光客の視点から発信していきます。
- ・新宿フリーWi-Fiを利用して、イベント、グルメ、ショッピング等の観光情報を広く発信し、区内各地への回遊を促進していきます。

「しんじゅく逸品マルシェ」



新宿区と一般社団法人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として開催しています。

方向 7 商店街の魅力アップ支援

区内の商店街は、地域特性等を活かした多様な商店街活動を推進していますが、会員数が減少したり、店主の高齢化などによって商店街を担う人材が不足し、商店街活動の推進が大きな課題となっています。一方で、商店街は商品やサービスの提供の場だけでなく、地域の賑わいづくりやコミュニケーションをつくる場、地域の安全安心を支える等、地域が必要とする多様なコミュニティ機能を持った「地域の顔」としての役割が増しています。

そのような中、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、商店街の事業や組織を構築していくため、商店会活動を推進する若手人材の育成とともに、商店街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、これまでにない新たな事業にも取り組める環境を構築し、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。

また、商店街全体の魅力を高めるためには、商店街を構成する個店それぞれの魅力づくりも不可欠です。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、新たな価値の創造を促進します。さらに、地域のコミュニティにとって安全・安心な環境を提供し、区民の消費や暮らしを支える商店街の魅力を高めることによって、地域に根ざした商店街の振興を図ります。

()内は取組み主体者

●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）

- ・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。

●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） **新規**

- ・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。

●商店街及び個店の情報発信支援（商店会、区）

- ・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。

●個店の魅力向上の支援（商店会、産業経済団体、金融機関、区） **新規**

- ・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整備（商店会、区）

- ・高齢者や子ども連れの買い物客等の誰もが安心して繁華街や商店街で買い物ができる環境づくりを促進し、利用者等に広く情報発信を図っていきます。

●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）

- ・新宿の多彩な観光資源を活用し、ただ訪れるだけではなく、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り組みを行います。
- ・区内各地への回遊性を図るため、訪日観光客等から特に要望が強い、無料公衆無線 LAN 環境を整備し、集客力や回遊性の向上を図ります。

●ICT 導入のに向けた情報提供・相談（区） **新規**（再掲）

- ・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っていきます。

「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り組みとして、商店会・商店主向け情報誌「新宿商人」を平成28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。

第7章 推進に向けて

産業振興プランの基本目標・産業の視点・施策の方向に基づく施策を策定し、実施、推進するために以下の取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. 産業振興会議の運営

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」において施策の進捗状況を報告するとともに、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ご意見をいただきながら、施策の見直し等を行っていきます。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るため、産業振興プラン・産業振興施策の進捗状況や効果的・効率的な施策の実施について幅広い議論を行い、各実施主体が一体となって、具体的な施策に取り組んでいきます。