

新宿区産業振興プラン

(素案)

平成 2 9 年 1 0 月

新宿区

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. 情報化のさらなる進展	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	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	29
1. 基本目標	29
2. 産業振興の視点	32
第6章 施策の方向	34
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	46
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	48

(本文中※印の語句は、用語説明に掲載しています。)

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 年度（2008 年度）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 年（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 年のリーマンショック※や平成 23 年の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 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

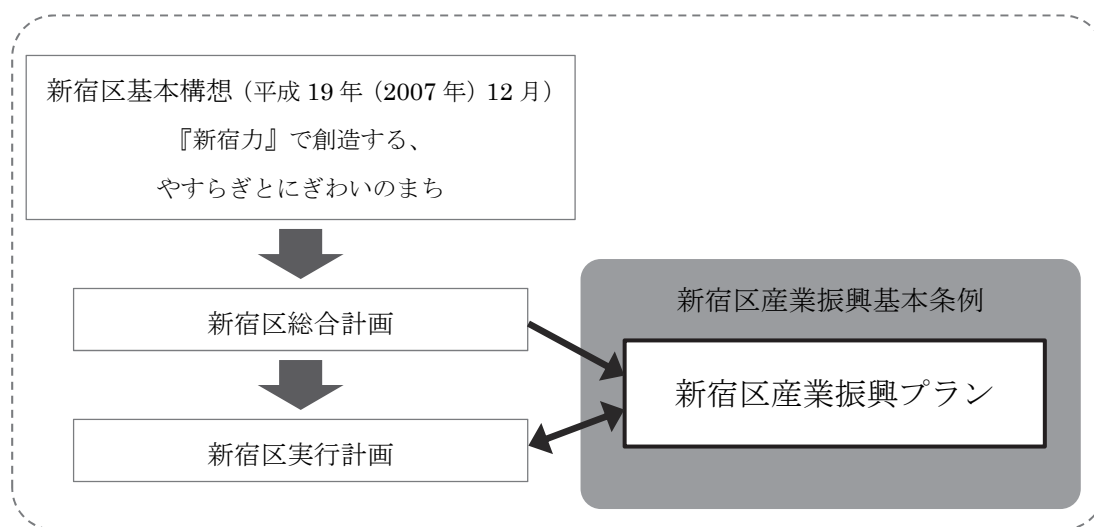
本プランは、「新宿区産業振興基本条例」の第 4 条第 3 項に規定する「産業振興に関する総合的な計画」として定めます。

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。

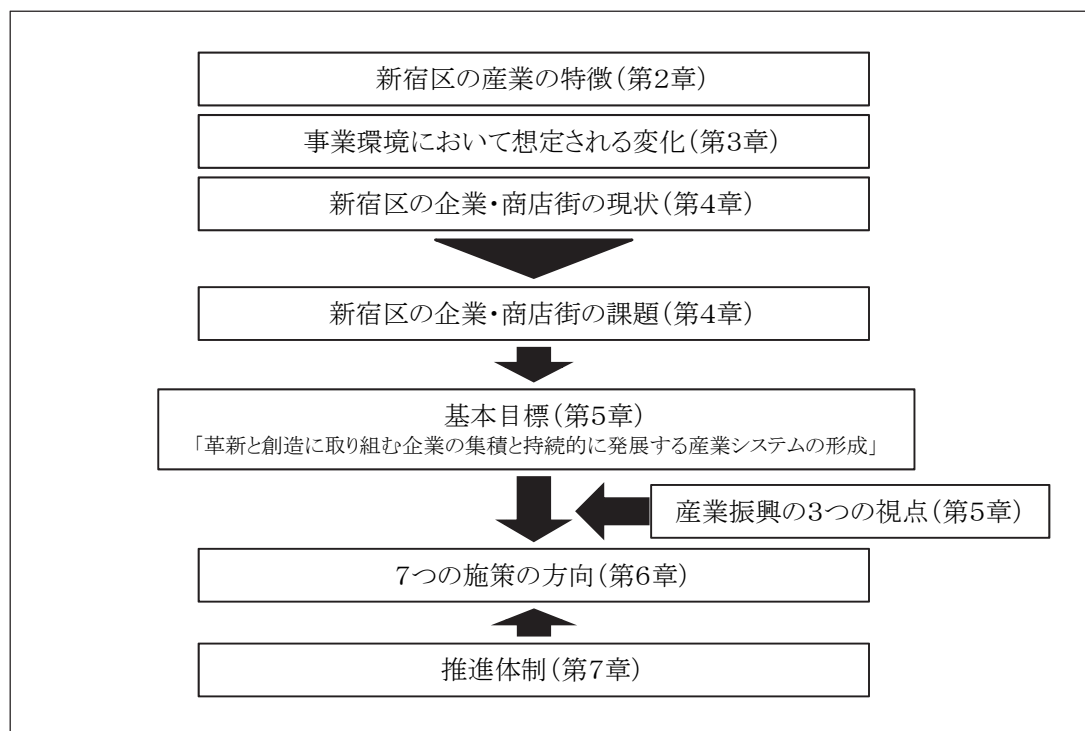
また、「新宿区基本構想」及び「新宿区総合計画」の実現をめざした個別計画として位置づけられます。

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^(注)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^(注)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。

(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」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、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として発展し続けています。

現在、新宿駅周辺地域は特定都市再生緊急整備地域[※]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 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。

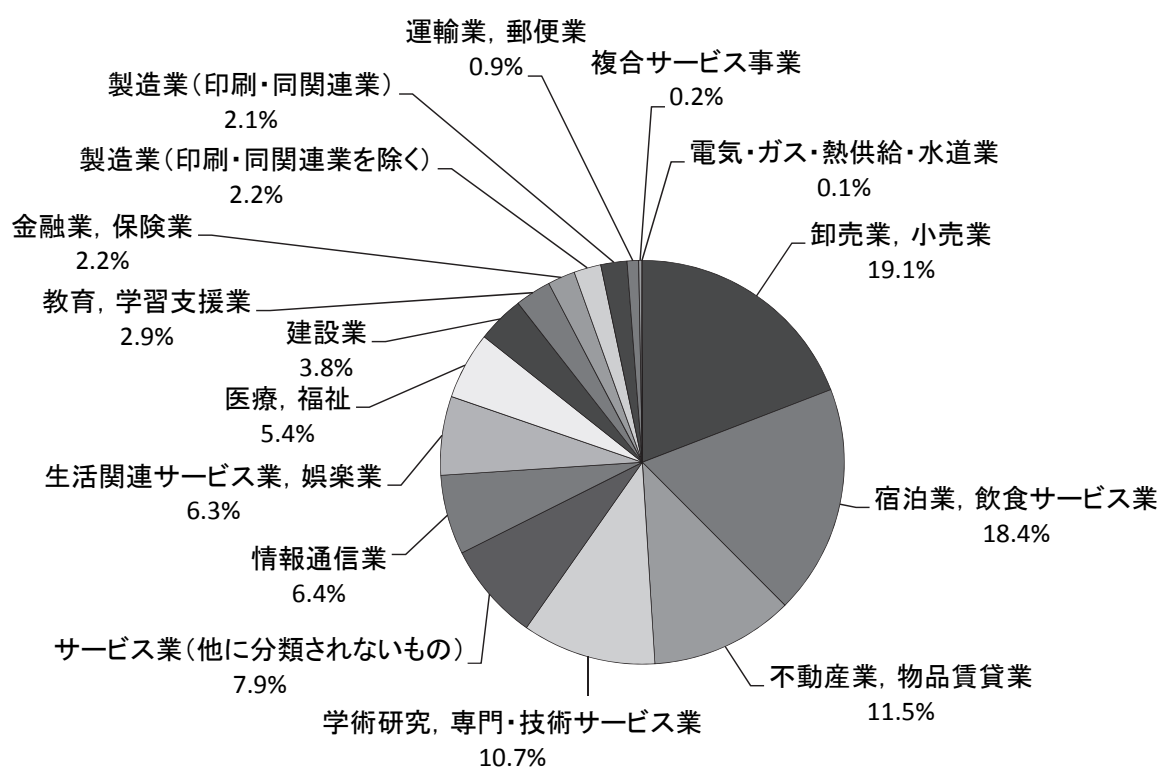
2. 産業・企業にみられる多様性

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。

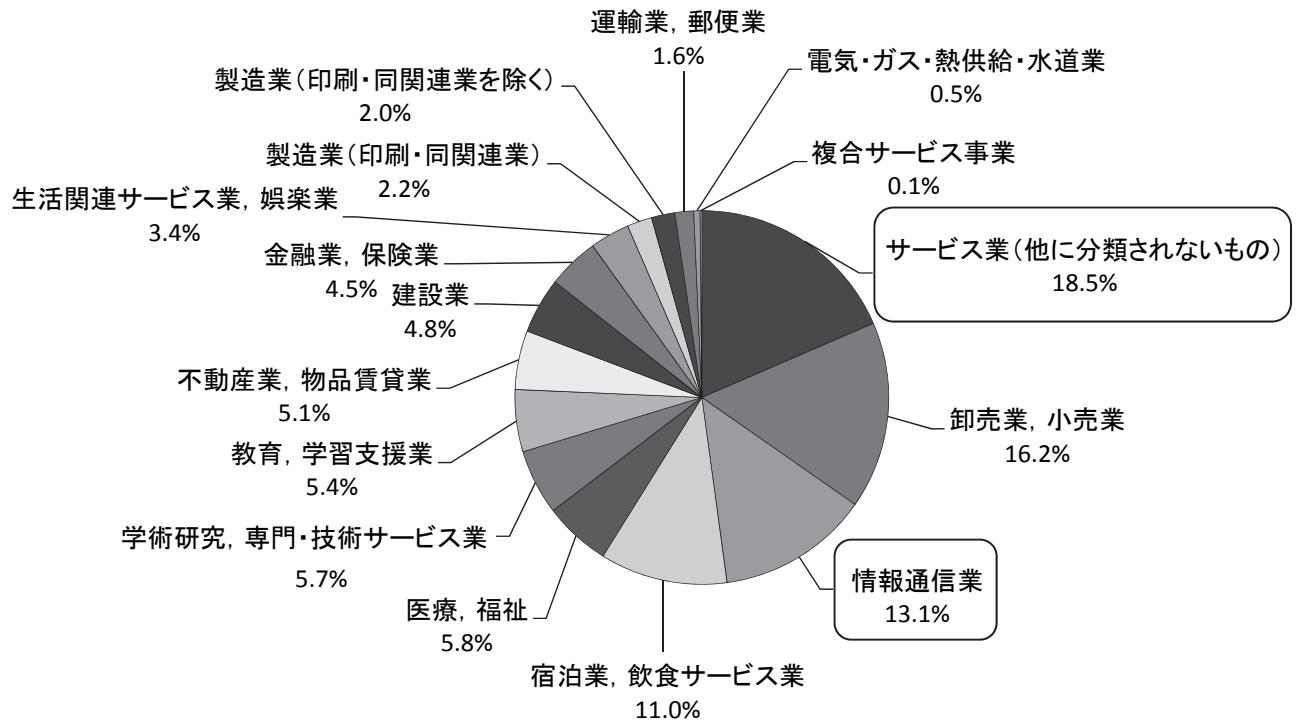
業種別事業所数の構成(総数:33,533 事業所数(公務を除く))



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。

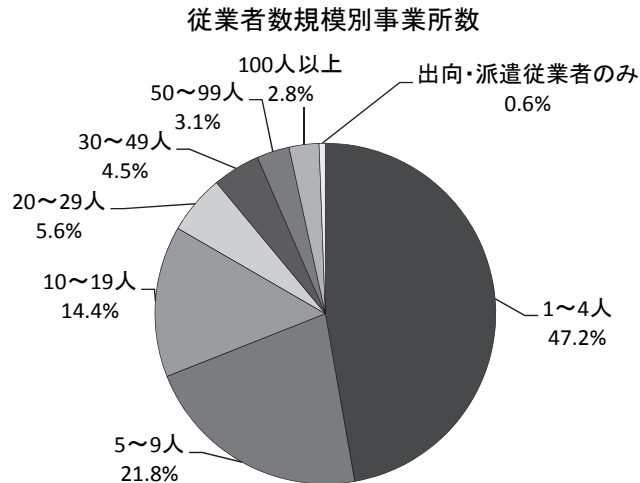
業種別従業員数の構成(総数:663,176 人(公務を除く))



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。

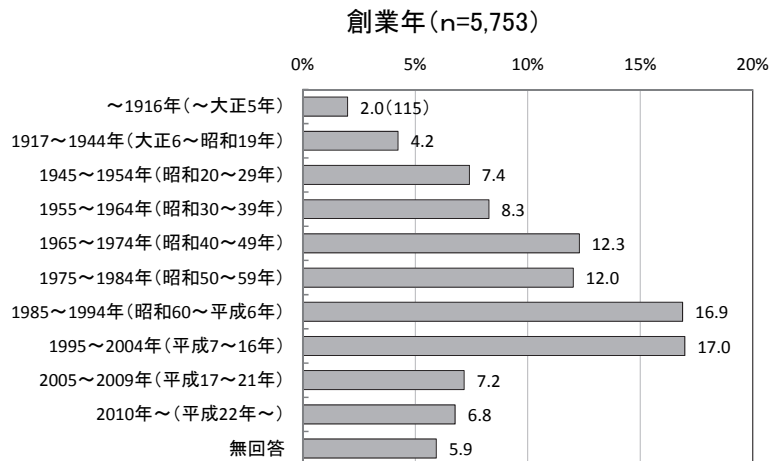


出典:「平成 26 年経済センサス-基礎調査」(総務省)

（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（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 年（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 年（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。

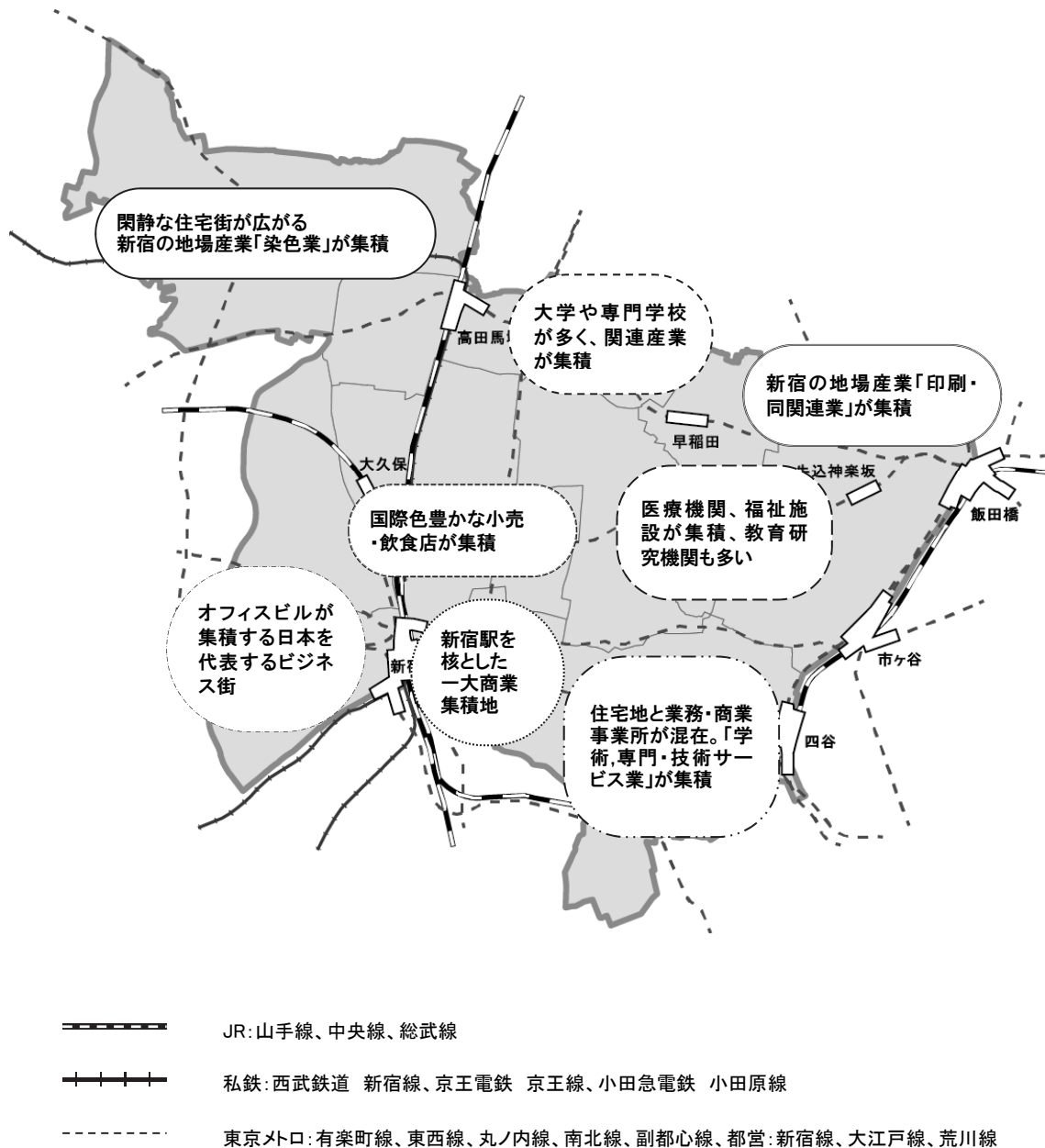


出典:「平成 28 年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」(新宿区)

(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



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、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

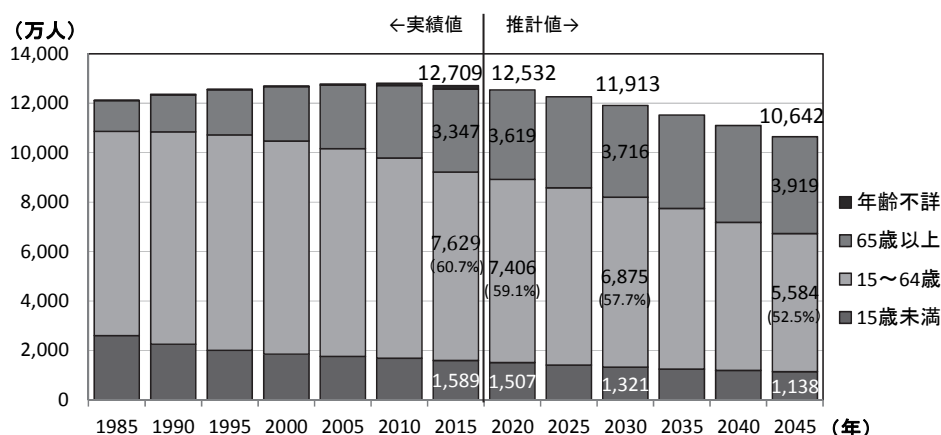
戦後増加し続けてきた我が国の人口は、平成22年（2010年）をピークに減少に転じ、平成27年（2015年）には1億2,709万人となりました。今後は加速的に減少していくことが予測され、「日本の将来推計人口（平成29年推計）」によると、2045年には1億642万人にまで減少すると推計されています。合わせて、高齢化が進むことにより、15～64歳の生産年齢人口の割合は2020年には6割台を切ることが予測されています。

昭和60年（1985年）以降の新宿区の人口推移をみると、平成7年（1995年）を境に減少から増加に転じて、平成27年（2015年）では33.4万人となっています。将来推計では、2045年まではゆるやかに増加し、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年（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）

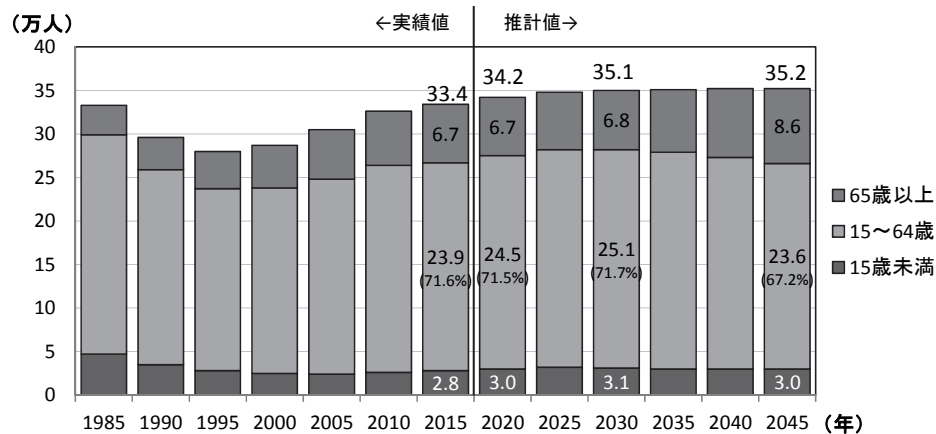


※2015年までの実績値の総数は年齢不詳人口を含むため、年齢3区分の人口の合計と必ずしも一致しない。
表記している数値は下一桁を四捨五入しているため、総数は2030年及び2045年も年齢3区分の人口の合計と必ずしも一致しない。

※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(速報版)」(平成 29 年 9 月、新宿区)

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*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（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*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*やビッグデータ*、オープンデータ*、AI*、ロボット等の先端技術を活用した「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 年（2010 年）から緩やかなペースでの回復が続いており、実質 GDP^{*}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、日本企業の海外売上高比率は、56.5%と拡大傾向を維持しており、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

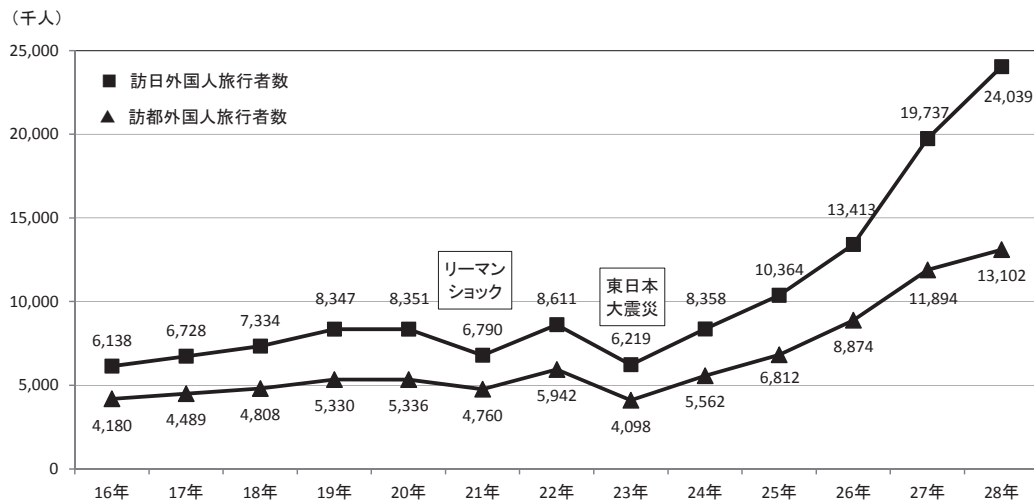
平成 28 年（2016 年）の訪日外国人旅行者は約 2,400 万人に到達し、「平成 28 年東京都観光客数等実態調査」によると、東京都を訪れた外国人旅行者数は約 1,310 万人を数えています。「平成 28 年度 東京都国別外国人旅行者行動特性調査」によると、東京都を訪れる外国人旅行者のうち、約 6 割が訪都回数 2 回以上のリピーターが占めています。

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」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一つとなっています。「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」(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.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 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。

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※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

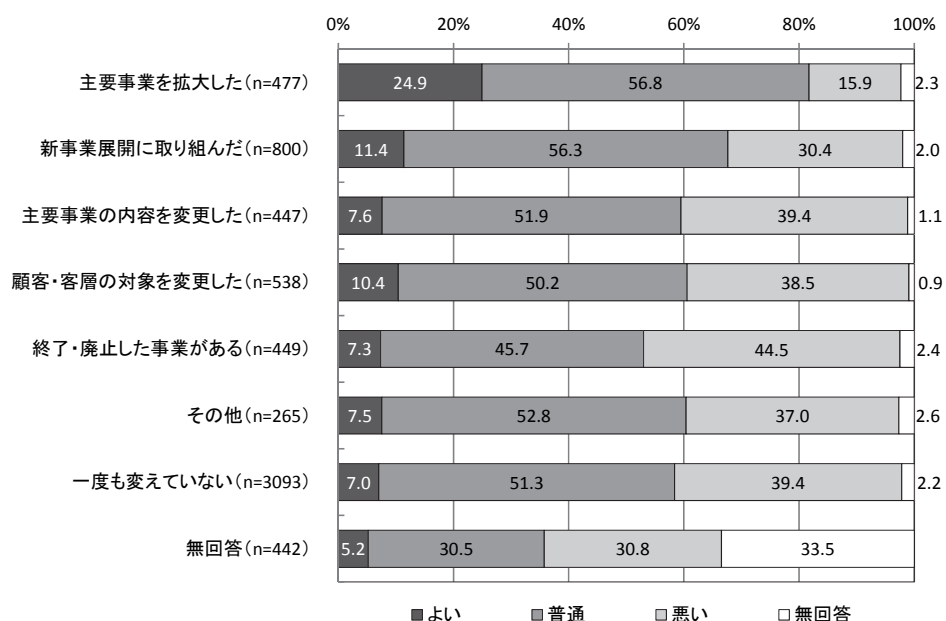
少子高齢化の進展に伴う高齢者市場の拡大を始め、今後想定される社会経済を取り巻く環境の変化には、新たな市場やビジネスを生み出すシーズやニーズが多く含まれています。そのような環境変化の中から新たなビジネスチャンスをつえ、社会や顧客に新たな価値を提供していくことが企業の役割のひとつです。

「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。

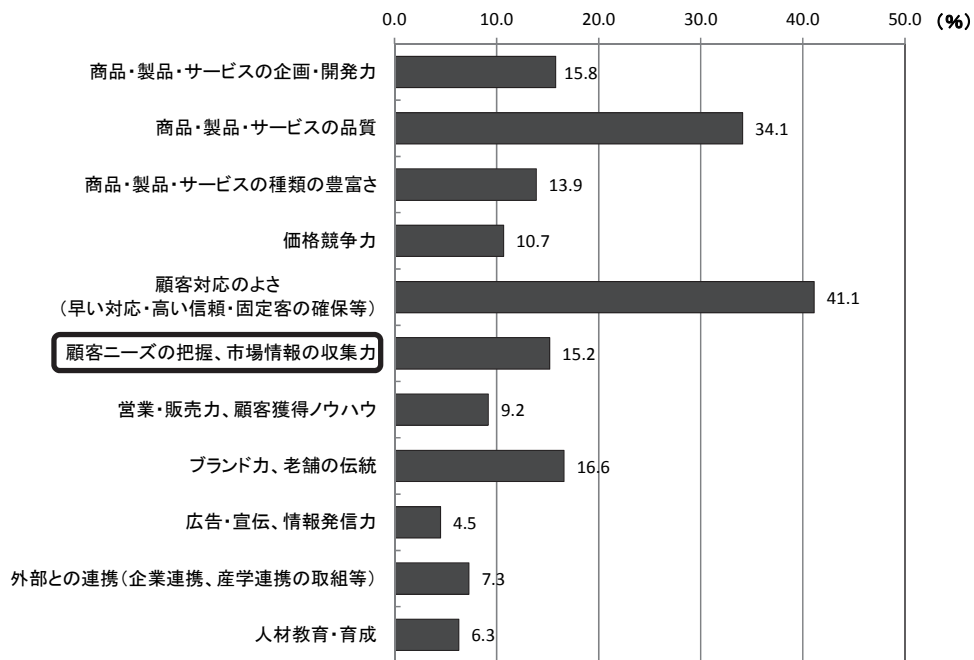
また、他企業や大学等の教育機関等との連携については、取り組んだことがある企業が12.7%、取組みも関心もない企業が6割弱となっており、連携による事業展開に取り組む企業は多くありません。

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、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、継続的に経営の安定化を保つ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、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

「新宿区中小企業の景況(平成 29 年 4 月～6 月期)」をみると、経営上の問題点として「売上の停滞・減少」(58.6%)、「同業者間の競争の激化」(30.9%)、「人手不足」(27.0%)が上位に挙がっており、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。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^{*}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 年（2009 年）の 35,082 事業所から平成 26 年（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 年（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

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、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

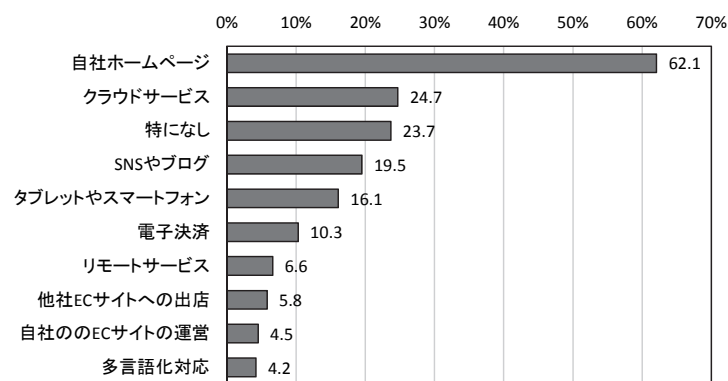
(1) 現況

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。

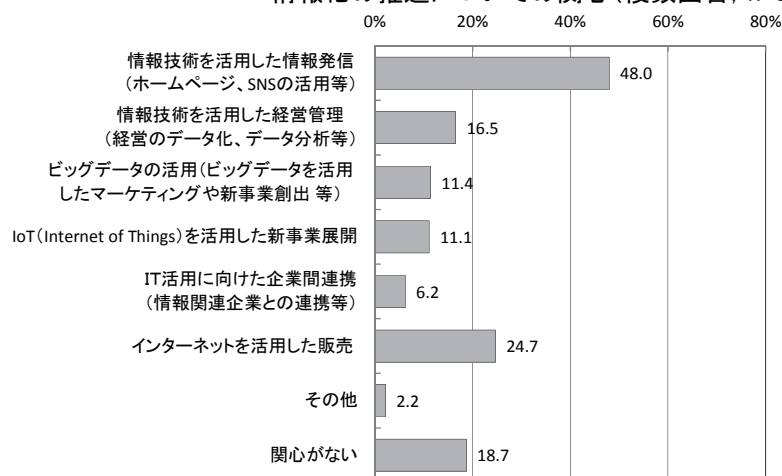
「平成 28 年度新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」では、区内企業も情報化の推進に対して、高い関心を持っていることが明らかとなりましたが、その内容をみると、「情報技術を活用した情報発信（ホームページ、SNS※の活用等）」が最も多く、新たな基盤技術として注目されている「IoT（Internet of Things）を活用した新事業展開」や「ビッグデータの活用（ビッグデータを活用したマーケティングや新事業創出等）」への関心は低くなっており、活用が限定的となっています。

現在導入している ICT(複数回答,上位 10 項目,n=380)



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(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、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、具体的な利用方法など、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の企業が集積しており、これらの情報通信業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 の利用が進んでいくと、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

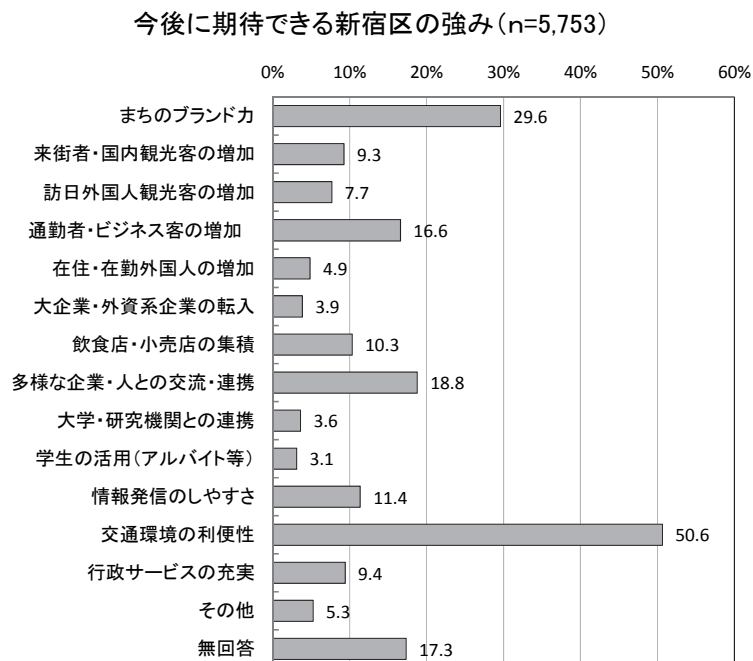
6. 新宿のまちの強みを活用できる環境づくり

(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、まちのブランドを高める治安への関心が高いことがうかがえます。



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)

（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り、それに加え、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を払拭することで、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ていくことで、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みると、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】

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。



多くの参加者で賑わう阿波踊り大会

【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

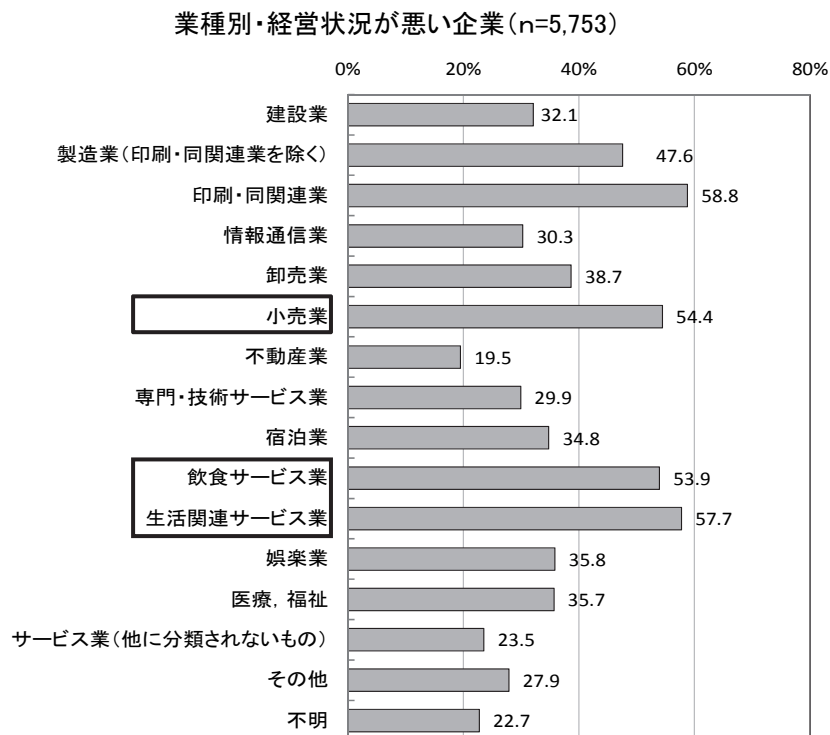
買い物場だけでなく、地域での役割・機能が高まっている中、新しい時代に対応した商店街の形を検討し、構築していくことが重要です。

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、消費活動を安全安心に楽しめるように、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・防災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。



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)

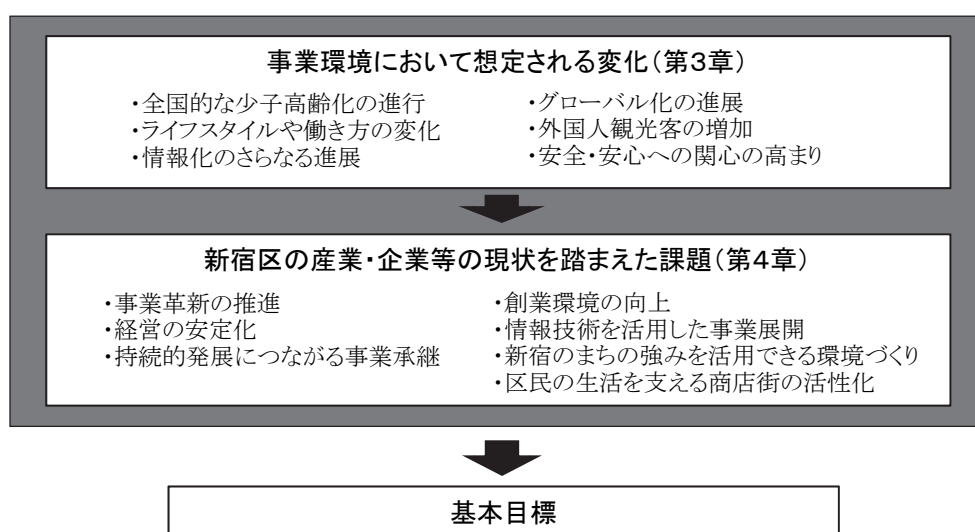
主な課題点

- 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
- 商店街や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。



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。

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。（P31 図を参照）

【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。

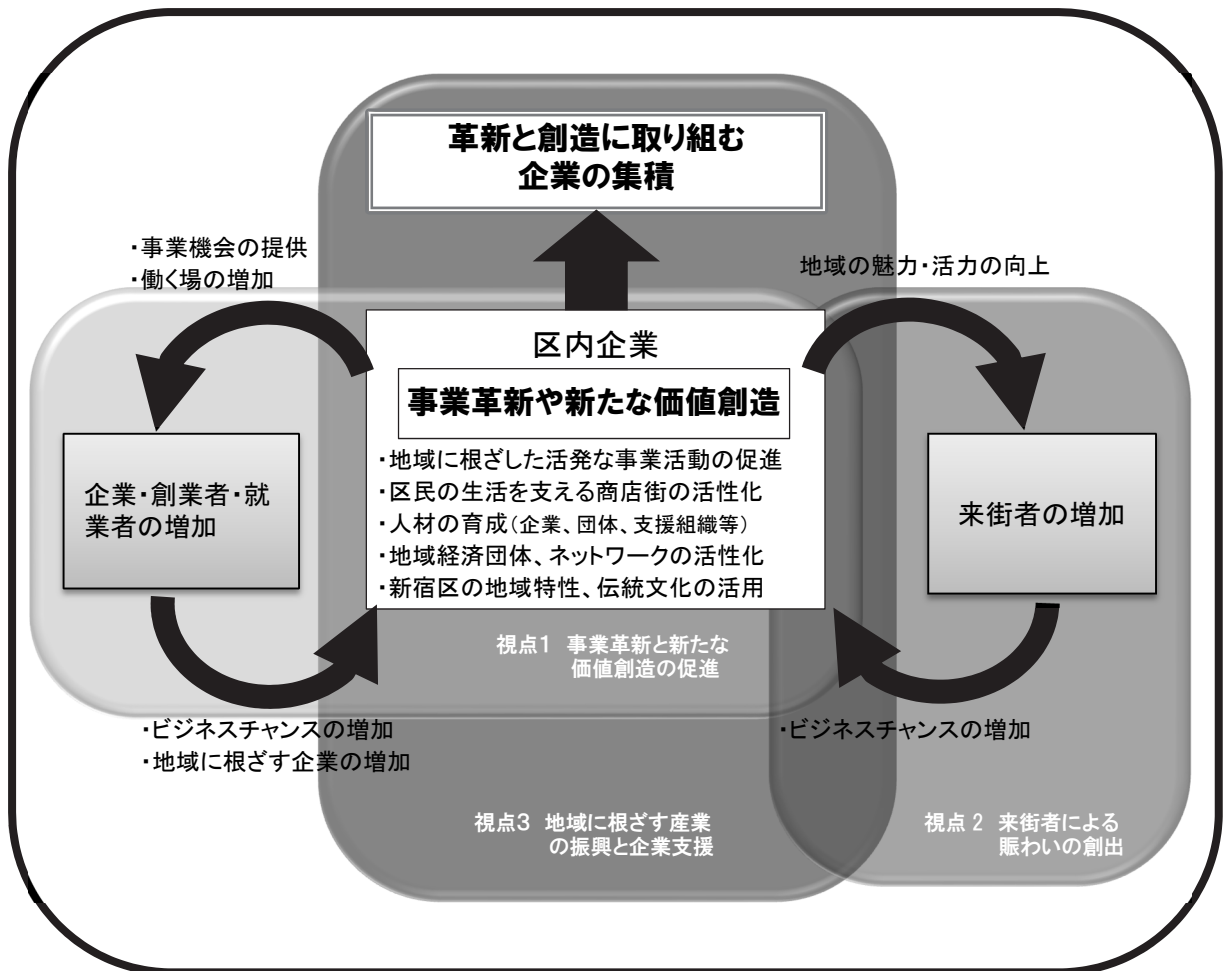
そして、そのことが新宿区の新たな魅力となり、来街者を増やすことにつながっていきます。

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により、持続的に発展する産業システムの形成を図ります。

持続的に発展する産業システムの形成



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。(P31 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、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続け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けることが重要です。

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。

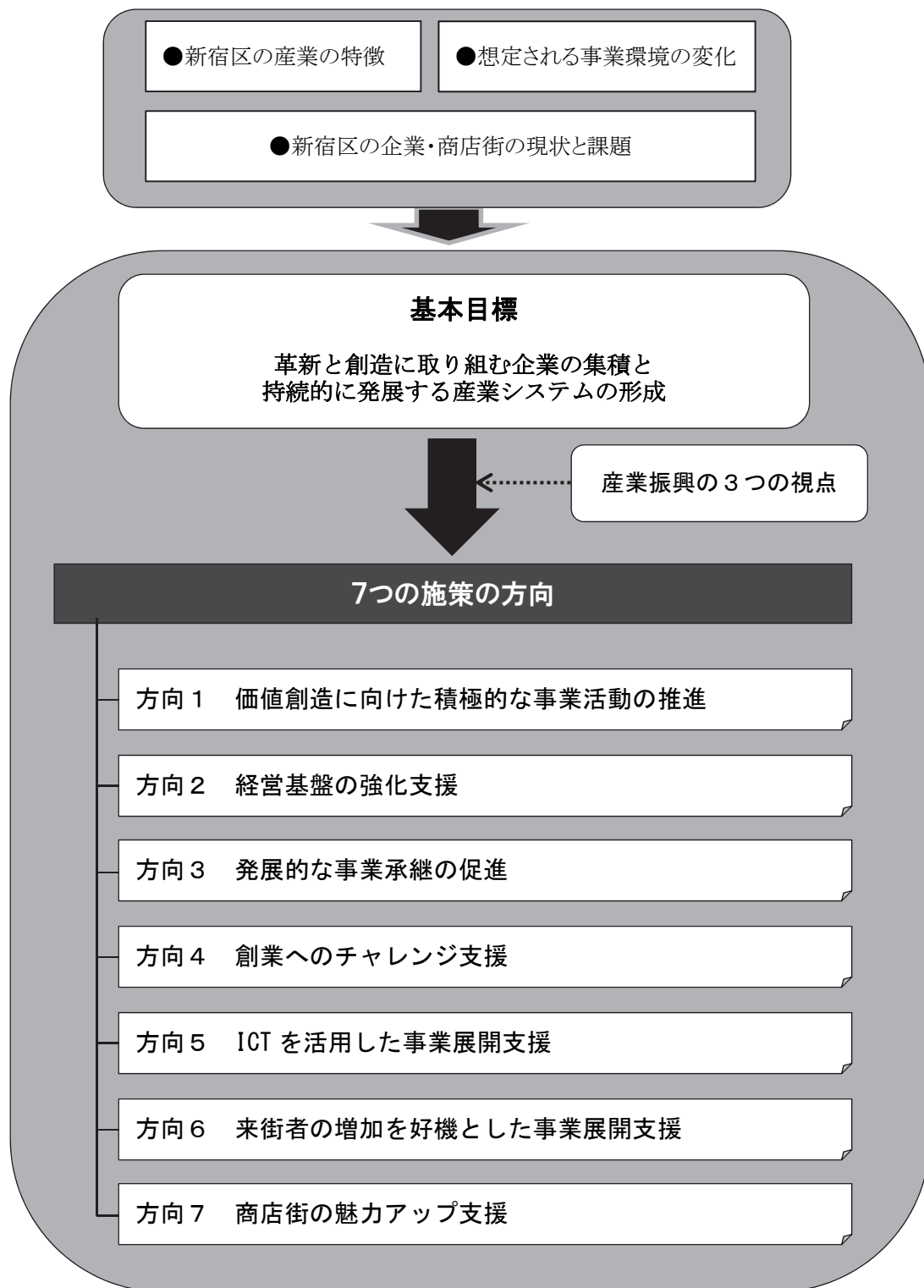
これらの企業や商店街は、「新宿区」という地域に根ざし、事業活動を行うことで、地域に雇用や消費を生み出し、他企業や他商店街、地域団体等と共に地域活動に取り組むことで地域ににぎわいと活気をもたらします。

また、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街を応援します。

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つの施策の方向を設定し、各主体と一体となって取り組んでいきます。



方向 1 価値創造に向けた積極的な事業活動の推進

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。

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、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たり、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。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機会が選り出せるための環境づくりを図っていきます。

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ていきます。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ていきます。

このようにして創出された新たな事業化の支援や、商談会や展示会など出展支援等による市場拡大・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・販路開拓の支援も推進していきます。

●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っていきます。

●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っていきます。

●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・事業の拡充を図っていきます。

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、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、経営判断に利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ていきます。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っていきます。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に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益な情報を的確に提供し、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っていきます。

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。

()内は取組み主体

●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、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

- ・後継者候補者が、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。

方向 4 創業へのチャレンジ支援

新宿区が有する比較的恵まれた事業環境を活かして、多様な分野に渡り、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ていきます。

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っていきます。

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促進していきます。

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っていきます。

()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っていきます。
- ・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っていきます。

●資金調達支援（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。
- ・国際的なビジネス都市である新宿区として、区内で創業を目指す外国人の創業を支援します。

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業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ていきます。

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っていきます。

()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

- ・区内に集積する教育・研究機関や情報通信業企業等との交流・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分析したり、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。

方向 6 来街者の増加を好機とした事業展開支援

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ていきます。

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、エンターテイン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・サービスの開発や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（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、関連する企業や団体との連携を図ります。

「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

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を図っていきます。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強化し、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っていきます。また、商店街活動に ICT を導入し、業務の効率化や商店街としてのマーケット分析等に取り組むなど、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整備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り組みを支援し、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(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、産業経済団体など、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、具体的な施策に取り組んでいきます。

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たり、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、データを破壊したり、消去したりするプログラム。
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 年（2002 年）に制定された法律。
ビッグデータ	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。
リーマンショック	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等。
ワーク・ライフ・バランス	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。
A I（人工知能）	「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 C P（事業継続計画）	「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。
I C T	「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。
I o T	「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。
L E D	「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。
M & A	「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。
N P O	「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。
S N S	「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。

新宿区産業振興プラン（素案）

印刷物作成番号

2017-42-2803

発行年月：平成 29 年 10 月

発行：新宿区文化観光産業部産業振興課
東京都新宿区西新宿六丁目 8 番 2 号
電話 03-3344-0701

※この印刷物は、森林資源の保護とリサイクル促進のため、古紙を利用した再生紙を使用しています。

※この印刷物は、業者委託により 300 部印刷製本しています。その経費として、1 部あたり 432 円（税込み）がかかっております。ただし、編集時の職員人件費や配送経費等は含んでいません。