

新宿区産業振興会議

第6期 報告書

骨子（案）

令和3年8月23日～令和5年8月22日

はじめに

(※植田会長のあいさつ文を記載)

目次

第1章 新宿区産業振興会議について	○
1. 新宿区産業振興会議について	○
2. 第6期産業振興会議での検討事項	○
第2章 コロナ禍での区内中小企業を取り巻く状況の変化	○
1. 区内中小企業の業況の変化	○
(1) 業況D Iの推移	○
(2) 業種別業況D Iの推移	○
(3) 人手D Iの推移	○
(4) 倒産件数の推移	○
(5) 物価高騰の影響と資金繰りの状況	○
(6) 行政支援の情報収集と企業の取組	○
2. 中小企業を取り巻く経営環境の変化	○
(1) 需要面の変化	○
(2) 供給面の変化	○
(3) 国際情勢の不確実性の高まり	○
(4) 時代の潮流(トレンド)の変化	○
3. 経営環境の変化への対応	○
第3章 アフターコロナを見据えた施策の方向性について	
(1) 創業のまち	○
(2) 企業が成長・発展していくまち	○
(3) 地域資源を活かした付加価値を生み出すまち	○
第4章 来期に向けて	○

(※箇条書きで記載している内容については、今後文章形式にする。)

第1章 新宿区産業振興会議について

1. 新宿区産業振興会議の概要

- ・産業振興会議の概要、区の計画や条例との関係について

2. 第6期産業振興会議での検討事項

- ・コロナ禍で生じた様々な状況の変化を見極め、その変化に対応した具体的な施策を講じられるよう、アフターコロナを見据えた各施策の方向性について中長期的な視点から議論

第2章 コロナ禍での区内中小企業を取り巻く状況の変化

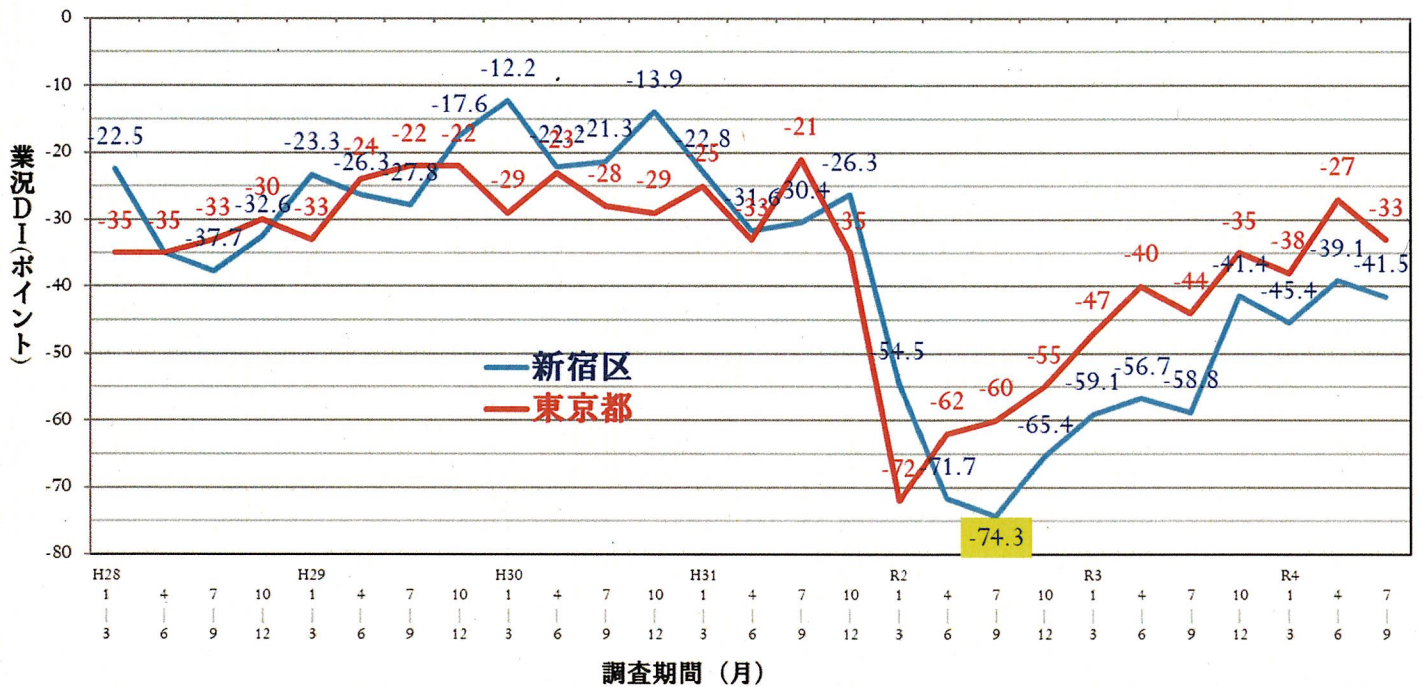
コロナ禍や物価高騰で生じた状況の変化を捉えるため、各種指標や中小企業の経営環境の変化を確認した。

1. 区内中小企業の業況の変化

(1) 全体の業況 DI の推移

- 令和2年7月～9月にマイナス74.3ポイントまで大幅に落ち込んだ後、感染状況や緊急事態宣言による行動制限等に伴い、上昇と下降を繰り返しながら全体的に緩やかに回復しており、直近（R4.7～9時点）ではマイナス40ポイント台まで持ち直しているが、コロナ前の水準には戻っていない。
- コロナ前の新宿区と東京都の業況 DI は均衡していたが、コロナ以降は新宿区が東京都を常に下回っている。

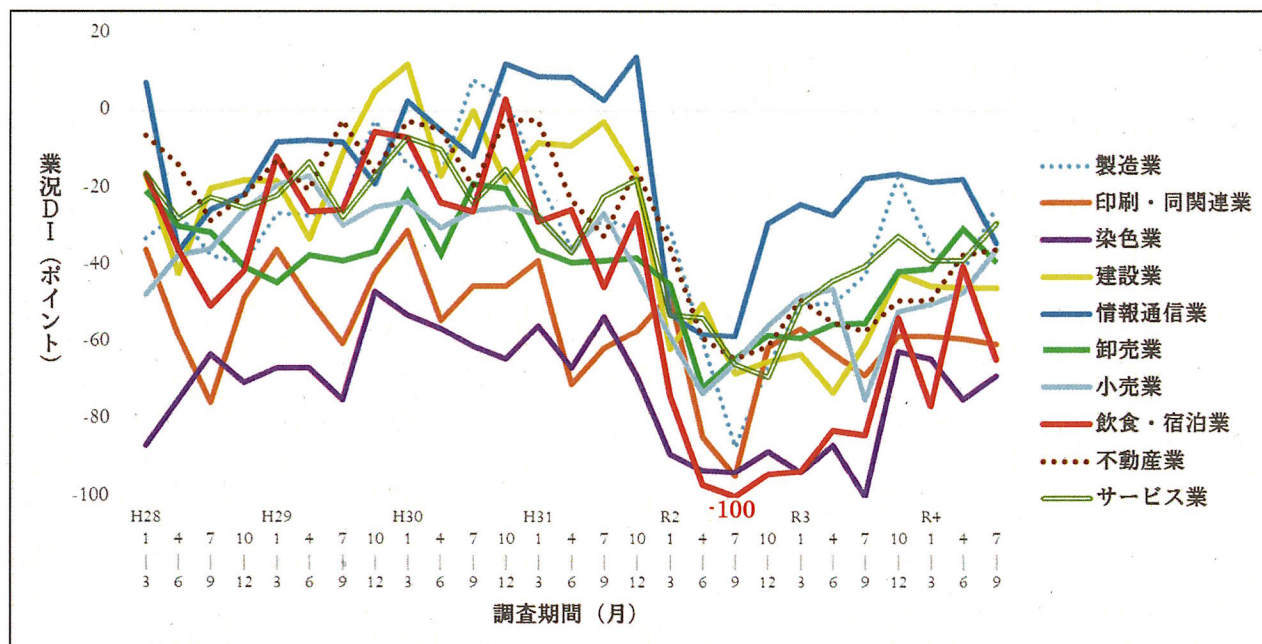
（※報告書完成時は直近の状況を反映した内容を記載）



(2) 業種別の業況DIの推移

- ・全業種が新型コロナの影響を受けたが、特に「飲食・宿泊業」は令和2年7月～9月期の業況DIがマイナス100ポイントになるなど大きな影響を受けた。
- ・直近では全体的に回復傾向ではあるものの、「卸売業」など一部の業種を除いてコロナ前の水準には戻っていない。

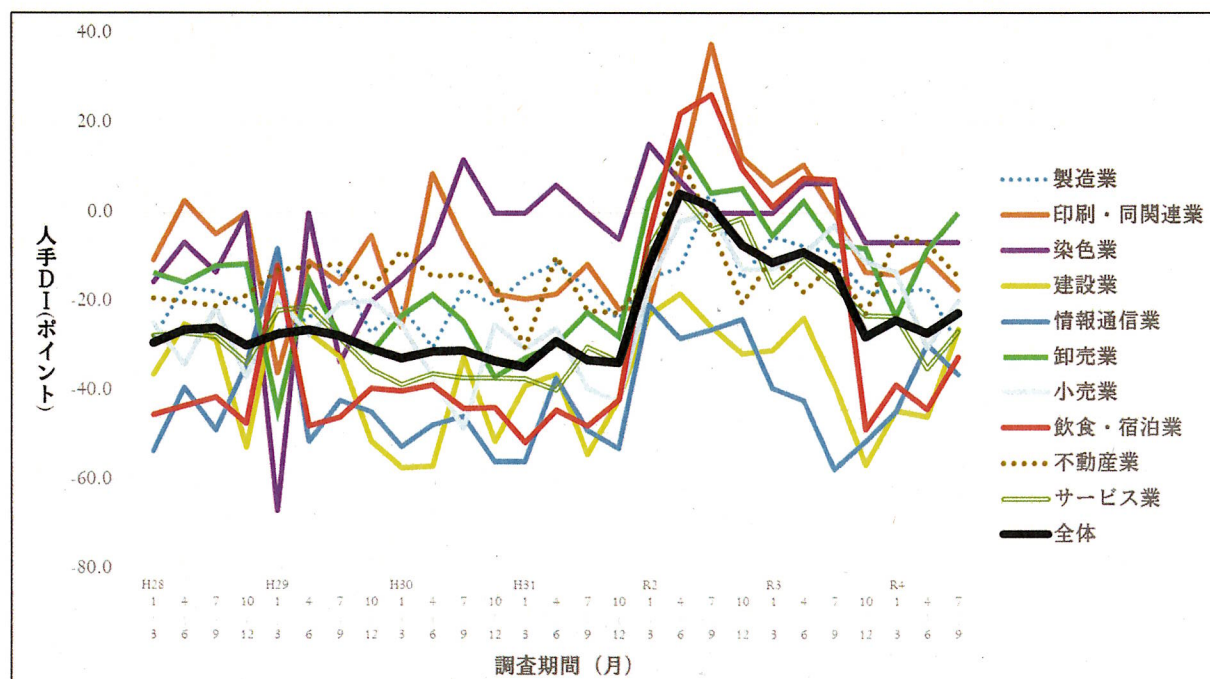
(※報告書完成時は直近の状況を反映した内容を記載)



(3) 人手DIの推移

- ・全体の人手DIは、コロナによる行動制限や営業自粛が影響し、令和2年4月～6月期はプラス4.2ポイントとそれまでの長期に及ぶマイナスの状態からプラスに転じたが、同年10月～12月期には再びマイナスに転じ、直近ではコロナ前の水準近くまで戻っている。
- ・業種別では飲食・宿泊業及び印刷・同関連業などがコロナ禍で大きく上昇したが、飲食・宿泊業はその後の落ち込みも大きい。

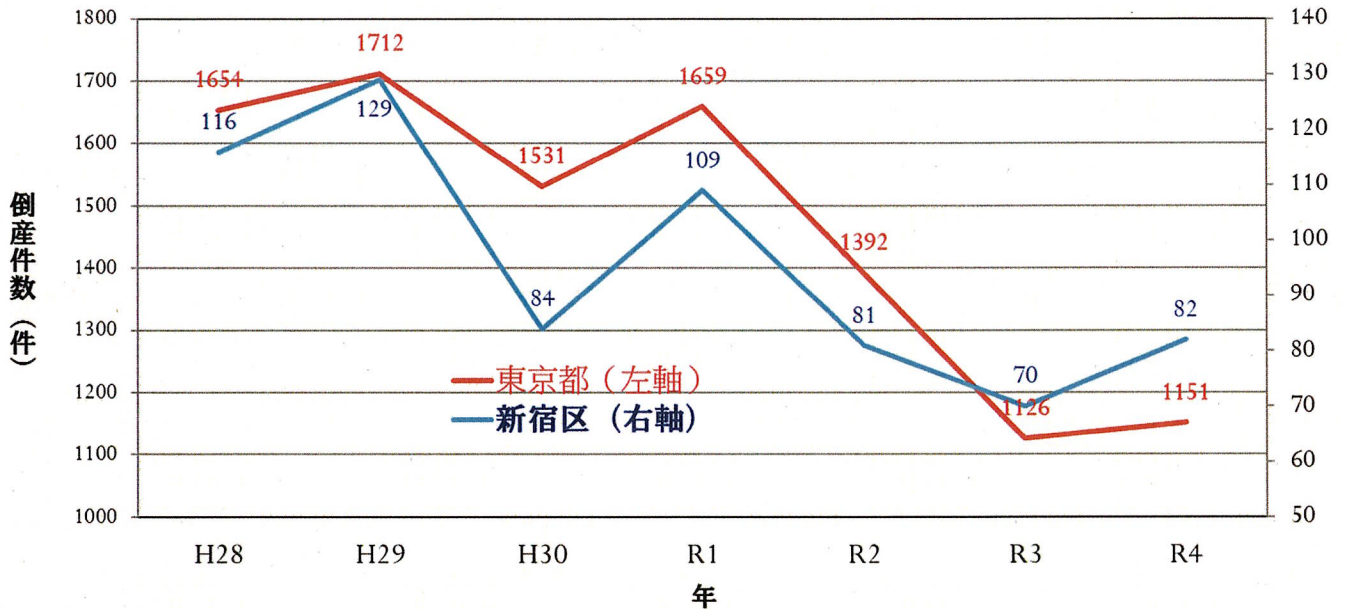
(※報告書完成時は直近の状況を反映した内容を記載)



(4) 倒産件数の推移

- 行政や金融機関が早い段階で資金繰り支援を開始したことや、経営者が迅速に資金確保に取り組んだことなどにより、コロナ禍で倒産件数は減少傾向にあったが、令和4年は増加に転じた。今後、コロナ禍で実施されたゼロゼロ融資の返済が令和5年夏以降に本格化するとされており、状況を注視していく必要がある。

(※報告書完成時は直近の状況を反映した内容を記載)



(5) 物価高騰の影響と資金繰りの状況

- 物価高騰で約8割の企業に収益への影響と仕入単価の上昇が見られる。
- 販売価格への転嫁については、転嫁できている企業とできていない企業に状況が2分され、転嫁できない理由としては競合他社との価格競争や取引差異・顧客との関係が挙げられている。
- 物価高騰の影響を受けているほど業況が悪く、また、販売価格に転嫁できていない企業ほど業況が悪い。
- コロナ禍で新たに融資を受けている企業は全体の約4割であるが、そのうちの約4分の1が返済の見通しが立っていない。

(6) 行政支援の利用状況と企業の取組

- 行政支援の利用状況は国による支援策が最も多く、次いで東京都、新宿区の順となった。また、物価高騰の影響を受けている企業の方が利用率が高かった。
- 行政による企業支援に関する情報の収集先としては金融機関が最も多く、次いで東京都、国、コンサルティング、新宿区の順となった。
- テレワークを「導入している」「これから導入する」企業は約4割であり、「導入していない」「導入していたがやめた」企業は約6割であった。

2. 中小企業を取り巻く経営環境の変化

(1) 需要面の変化

- ・行動制限による来街者の減少
- ・生活様式の変化に伴う消費行動やワークスタイルの変化 など

(2) 供給面の変化

- ・コロナ禍での供給量の減少による物価の上昇
- ・円安や原材料価格の高騰、気候変動等による仕入コストの上昇 など

(3) 国際情勢の不確実性の高まり

- ・ロシアのウクライナ侵攻による影響
- ・アメリカの物価上昇やそれに伴う金融引締めによる世界経済減速の懸念
- ・経済のグローバル化の更なる進展 など

(4) 時代の潮流（トレンド）の変化

- ・コロナ禍を機としたデジタル化の加速（DX）
- ・脱炭素化、SDG s の普及 など

3. 経営環境の変化への対応

- ・長引くコロナ禍や物価高騰の影響など、経営環境がめまぐるしく変化する中で、中小企業が環境変化に迅速、柔軟に対応する自己変革力を高めていくためには、様々な状況の変化を捉えながら自社の経営課題を見極め、販路開拓や売上向上のための経営努力を継続していくことが重要。
- ・行政は、企業の経営基盤を高めていくための支援として、これまでの資金繰り支援や補助金等の制度の見直しを常に行いながら、より効果的な支援を実施していくとともに、事業者の状況に応じた経営支援や、情報発信を強化していくことが必要。

第3章 アフターコロナを見据えた施策の方向性について

新型コロナウイルスや国際情勢などの影響により生じた様々な変化を捉えたうえで仕切り直しを行い、今、必要とされる産業振興施策について議論し、目指すべき新宿のまちの姿を実現するため、今後重点的に取り組んでいくべき3つの柱について、現状と課題の把握と施策の方向性を検討した。

(1) 創業のまち (※内容：創業への支援)

【現状と課題】

- ・ 創業に対する関心や裾野が広がっている（育児後や定年後など様々な背景）
- ・ 区内に民間インキュベーション施設が増えている（東京都認定施設：9所）
- ・ 区内大学も学生の起業支援に力を入れている（早稲田や東京理科大など）
- ・ コロナ禍で創業に関する相談が増えている（区や金融機関） など

【施策の方向性】

ヒト、モノ、情報など豊富な経営資源を持ち、大学や専門学校も多い新宿の特色を活かしながら、創業しやすい（したいと思える）まちとして、新規創業やコロナ禍での再チャレンジへの支援を、大学や金融機関等の関係機関と連携し一体的に行うことにより、新宿での創業及び定着促進を図っていくことが重要。

【区の取組み状況】

- ・ 高田馬場創業支援センターの運営
- ・ ビジネスプランコンテスト
- ・ ビジネス交流会（創業者を対象に実施）

(2) 企業が成長・発展していくまち (※内容：企業への個別支援)

【現状と課題】

- ・ 社会の不確実性が増す中で、環境変化に対応するための自己変革力が必要
- ・ デジタル化など時代の潮流に対応した変化が求められている
- ・ コロナ禍で多くの企業が行政支援を活用したが、金融機関から情報を得る企業も多く、区と金融機関の関係性強化が必要
- ・ 区の商工相談の多くが融資を借りるための事前相談になっている など

【施策の方向性】

区内中小企業が様々な状況変化に対応していくためには、自社の経営課題を見出

し、自己変革力を高めていくための経営努力が必要。また、行政は、企業が経営力を高め持続的に成長・発展していけるよう、経営相談や情報発信の支援を強化するとともに、個々の企業との関係性が強い金融機関等と連携した効果的な支援を行っていくことが必要。

【区の取組み状況】

- ・各種相談事業（商工相談、ビジネスアシスト、行政書士相談会）
- ・HPの充実やメールマガジン、刊行物等による情報発信

(3) 地域資源を活かした付加価値を生み出すまち（※内容：区内経済全体への支援）

【現状と課題】

- ・コロナ禍で減少した来街者の再来がはじまっている
- ・区内には神楽坂や新宿御苑などの魅力的な観光資源が多くある
- ・物価高騰等により区内消費の縮小が懸念される
- ・地場産業の事業所数が年々減少している
- ・コロナ禍で減少していた商店街のイベントが復活してきている など

【施策の方向性】

インバウンドの再来に向け、魅力的なスポットを活かした観光コンテンツの創出を図っていくとともに、伝統ある地場産業の優れた技術を守り、活性化を図っていくことや、商店街の地域特性を生かしたにぎわいの創出を進めていくことが必要。

また、これらの地域資源の魅力さをさらに高めながら、来街者に新宿の魅力を発信していくことを通じて区内産業に新たな商流を生み出し、地域経済全体の活性化を図っていくことが重要。

【区の取組み状況】

- ・商店会共同販促事業

(※委員の主な意見を掲載予定)

第4章 来期に向けて

(※報告書のまとめと来期への抱負や意気込みなどを記載)

(※以降のページで「産業振興会議委員のコメント」及び「資料編」を掲載)