

新宿区産業振興会議 第 7 期 報告書 骨子(案)

令和 5 年 8 月 23 日～令和 7 年 8 月 22 日

目次

- 第1章 新宿区産業振興会議について
- 第2章 経営支援の現状と課題
- 第3章 経営支援施策の推進
- 第4章 創業支援の現状と課題
- 第5章 創業支援施策の推進
- 産業振興会議委員のコメント

資料編

- 1. 第7期新宿区産業振興会議 委員名簿
- 2. 第7期新宿区産業振興会議 開催実績
- 3. 新宿区産業振興基本条例
- 4. 新宿区産業振興会議規則

第 1 章 新宿区産業振興会議について

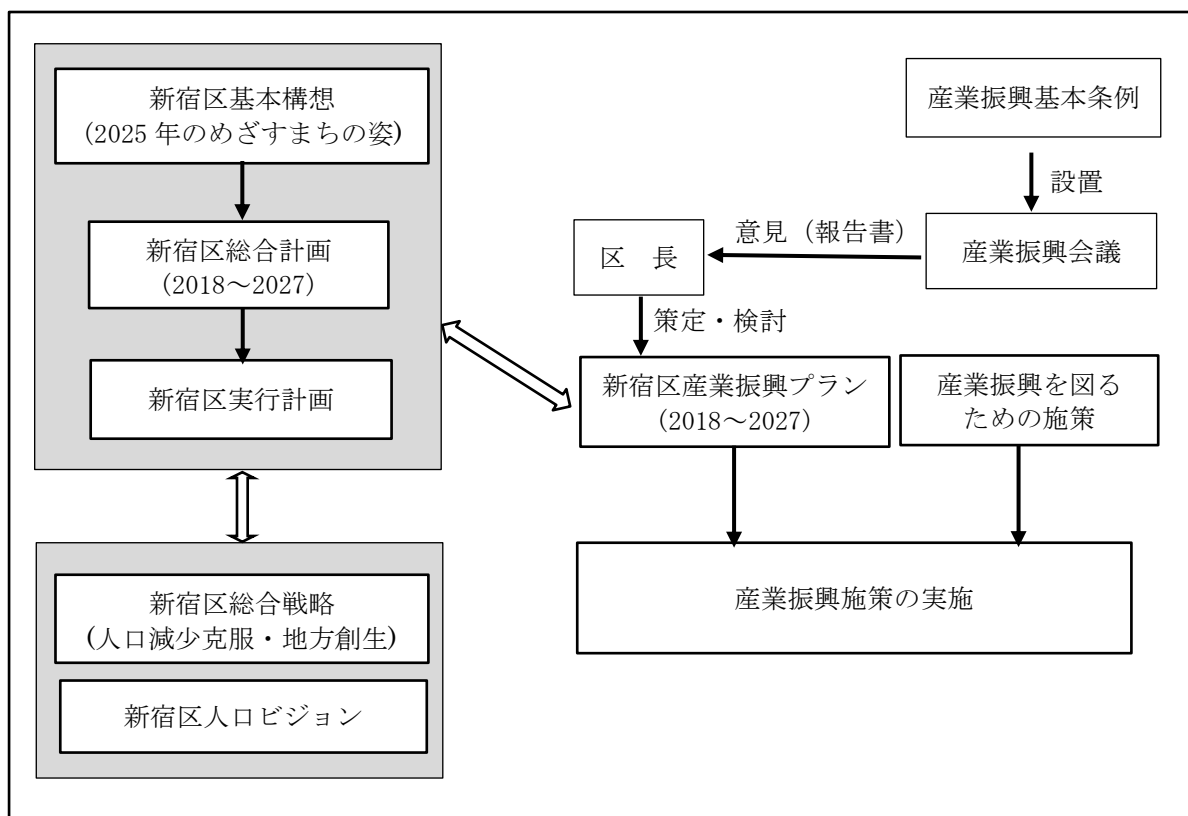
1. 新宿区産業振興会議について

新宿区では、産業振興に関する基本的な考え方を示すと共に、産業に携わる者の役割を明らかにして、持続的・体系的な施策の展開や課題の解決を図っていくための指針として、平成 23 年 4 月に「新宿区産業振興基本条例」（以下、「条例」という。）を施行しました。同年、条例に基づき、産業振興施策を効果的・効率的に実施していくため、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。）が設置されました。

また、産業振興会議での検討を踏まえて平成 30 年 3 月に策定された現行の「新宿区産業振興プラン」（以下、「産業振興プラン」という）は、「新宿区基本構想」および「新宿区総合計画」の実現を目指した個別計画として位置付けられ、新宿区がめざすまちの姿を産業振興の面から実現していくための基本目標や施策の方向性を明らかにしています。

産業振興会議は、学識経験を有する者、区民及び事業者並びに商店会、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から構成されており、区の産業振興に関する事項について調査審議し、区長に意見を述べることを規定しています。

新宿区の計画体系と産業振興会議、条例との関係



2. 第7期産業振興会議での検討事項

第6期では、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を行いました。

第7期では、第6期報告書の中で示された施策の方向性のうち、経営支援の強化と創業支援の強化について、具体的な施策の検討を行いました。

第2章 経営支援の現状と課題

経営支援は融資や補助金などの金銭的支援と経営相談やセミナーの提供などの人的支援により構成され、経営環境の見通しが立ちやすい状況では、金銭的支援が課題解決に効果的ですが、現在のような経営環境が不透明かつ変化の激しい時代においては、何を課題として認識・把握するかという課題設定型の人的支援が益々重要になってきています。

本章では、こうした問題意識に基づき、区の経営支援における人的支援の各事業における現状と課題を抽出し、次章で今後の施策の展開について提言します。

1. 相談支援について

(1) 利用状況

- ・ 商工相談は融資と特定創業支援事業に関する相談が約9割を占めている
- ・ 経営そのものに関する相談が少ない
- ・ ビジネスアシスト新宿は、利用件数自体が少ない

【商工相談の実績表を挿入】

【ビジネスアシスト新宿の実績表を挿入】

(2) 相談体制

- ・ 商工相談とビジネスアシスト新宿に連動性がない

(3) 商工相談員の育成

- ・ 相談員に対するマニュアルや研修制度がない

(4) 専門分野の多様化

- ・ ビジネスアシスト新宿の専門家の大半が中小企業診断士である

(5) 各支援機関の活用

- ・ 国や都の支援情報を十分に案内できていない

(6) 相談記録の電子化

- ・ 相談記録が紙媒体で保存されており容易に閲覧できない

(7) 利便性や相談環境の向上

- ・オンライン予約やオンライン相談ができない
- ・産業会館の相談ブースについて、相談者のプライバシーが確保されていない

(8) 認知度の向上

- ・商工相談とビジネスアシスト新宿の認知度が低い

2. 講座の提供について

(1) 講座内容の多角化

- ・売上向上実践講座だけではテーマが限られている

(2) 経営相談と講座提供の連携

- ・相談事業と講座事業の間で連携がない

3. 情報発信について

(1) 一体的な情報提供

- ・現在は各支援情報が区のホームページにカテゴリーごとに提供されており、支援施策が把握しにくいこと

(2) 情報発信ツールの見直し

- ・情報発信ツールとして SNS 等の活用が不足していること

第3章 経営支援施策の推進

今後の経営支援は、経営資源に制約のある事業者に寄り添った支援を展開し、事業者と共に進むべき道を描き、事業者の自己変革力を後押ししていく姿勢が、これまで以上に求められます。また、コロナ禍を契機として、インフレを基調とした経済環境に局面が大きく変化するなど経営環境が激変している中においては、総合的かつ専門的な支援が求められおり、産業会館が中小企業支援の中核的なインフラ機能としてその役割を果たしていくことが期待されます。こうした問題意識に基づき、新たな経営支援の展開について提起します。

1. 相談支援体制の再構築について

- ・ 商工相談員と各分野の専門家が連携し伴走型の支援を実施する必要がある
- ・ 相談員に対する研修プログラムやマニュアルを策定する必要がある
- ・ 相談してみたいと思わせる多様な専門家を配置する
- ・ 相談記録を電子化し、相談者の情報を有機的に活用する必要がある
- ・ オンライン予約やオンライン相談を導入する必要がある
- ・ 相談事業の認知度向上を図る必要がある

2. 講座の提供について

- ・ 事業者のニーズを捉えた講座を提供していくことが重要である

3. 情報発信について

- ・ 専用ホームページや SNS などわかりやすい情報提供の仕組みが必要である

4. 産業会館の活用について

- ・ 産業会館の相談環境を整備するなど、中小企業支援のインフラとして効果的な運用を図っていく必要がある

5. 事業の実施にあたって

- ・ 民間のノウハウを活かしながら、事業の検証と改善を重ねていくことが重要である

第4章 創業支援の現状と課題

創業支援の検討にあたっては、スタートアップとスモールビジネスの各々の事業特性に合った支援策を講じることが求められます。一般的にスタートアップは潜在的なニーズを対象とし、Jカーブの成長曲線を描くビジネスモデルです。一方、スモールビジネスは顕在化されたニーズを対象とし、線形的成長を描くものとされています。

現在、区では、新宿ビジネスプランコンテストや高田馬場創業支援センターによるインキュベーション施設の運営、産業会館での創業相談といった支援を実施していますが、今後はスタートアップとスモールビジネスの事業特性を踏まえて、支援施策を発展させていくことが重要です。本章では区の創業支援の各種事業の現状と課題を抽出し、次章で今後の施策の推進について提言します。

1. スタートアップ支援について

(1) 支援対象の拡大

- ・ビジネスプランコンテストだけでは、支援の対象が限定的である

(2) 大学等との連携

- ・多くの大学等が集積している地域特性を活かせていない

(3) 関係機関との連携

- ・国や都の支援機関との連携がない

(4) 区外に対する情報発信

- ・新宿区内の創業を増加させるための情報発信の取組が実施されていない

2. スモールビジネス支援について

(1) 支援の対象拡大

- ・区内インキュベーション施設やその利用者に対する支援がない

(2) 高田馬場創業支援センターについて

- ・高田馬場創業支援センターの利用者への支援では対象者が限定的である

(3) 相談機能の重複

- ・産業会館と高田馬場創業支援センターで創業支援機能が重複している

(4) 区外に対する情報発信

- ・新宿区内の創業を増加させるための情報発信の取組が実施されていない

第5章 創業支援施策の推進

新宿区は交通の利便性が高く、人・物・情報等が行き交う産業集積地域であり、創業者にとって恵まれた事業環境を有し、全国から起業家が集まる地域です。また、新宿区内は大学等の教育機関の集積地でもあり、こうした教育機関で培われた知と産業を結び付けていくことで、新宿区の地域社会の発展に寄与していくことが期待されます。

新宿区産業振興プランでは、基本目標を「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」を掲げており、目標達成に向けて創業支援の果たす役割は極めて重要です。こうした観点を踏まえ、新たな創業支援の展開について提起します。

1. スタートアップ支援について

- ・より多くの起業家を支援する事業手法を検討する必要がある
- ・地域特性を活かし、大学等と連携した具体的な取組が必要である
- ・積極的に区の施策を発信するとともに、起業家間の様々な交流を促進する

2. スモールビジネス支援について

- ・区内インキュベーション施設と連携し、広域的な支援を実施する
- ・区内創業を促進するため、区外に対して情報発信をする
- ・産業会館と高田馬場創業支援センターの役割を整理し、効果的な支援を実施する