

中野区産業振興ビジョン（案）について

中野区産業振興ビジョンの策定にあたり、素案に対する意見交換会を経て、中野区産業振興ビジョン（案）としてとりまとめたので報告する。

今後、案に対するパブリック・コメント手続により、策定に向けた意見募集を行う。

1 中野区産業振興ビジョン（案）

- ・中野区産業振興ビジョン（案）…「別紙1」のとおり
- ・素案から案への主な変更点 …「別紙2」のとおり

2 素案に対する意見交換会等の実施結果

「別紙3」のとおり

3 今後の予定

- | | |
|----------|-----------------|
| 9月 6日(木) | パブリック・コメント手続き開始 |
| 9月26日(水) | パブリック・コメント手続き終了 |
| 10月 | 中野区産業振興ビジョンの策定 |

中野区産業振興ビジョン

(案)

～ I C T ・コンテンツの活用とライフサポート
サービスの充実で経済が活性化するまち～

中野区

内容

第1章	中野区産業振興ビジョンの策定に当たって	1
1	産業振興ビジョン策定の目的	1
2	産業振興ビジョンの位置付け	2
3	産業振興ビジョンで示す期間	2
第2章	目指すべき将来像と その実現に向けた戦略・取り組み	3
1	現状と課題	3
2	目指すべき産業の将来像	6
3	産業振興ビジョンの体系図	7
4	将来像実現に向けた戦略と主な取り組み	9
	戦略Ⅰ 新たな企業の集積	9
	戦略Ⅱ 中小企業の振興	12
	戦略Ⅲ 重点分野の振興	17
	(1) ICT・コンテンツ関連産業の振興	20
	(2) ライフサポート関連産業の振興	22
第3章	産業振興ビジョン実現に向けた推進体制	24
資料集		25
1	本文で引用した基礎データ	26
2	参考資料	31

第1章 中野区産業振興ビジョンの策定に当たって

1 産業振興ビジョン策定の目的

中野区は、中野区基本構想において、10年後のまちの姿の一つとして「産業と人々の活力がみなぎるまち」を掲げました。その実現に向け、「新しい中野をつくる10か年計画（第2次）」（以下「10か年計画（第2次）」という。）で、「まち活性化戦略」を定め、優先的な取り組みを示しました。

中野区産業振興ビジョン（以下「産業振興ビジョン」という。）は、この具体的な進展を図るに当たって、区内産業の現状と課題を踏まえながら、産業振興の目指すべき方向性を将来像として明らかにするとともに、その実現に向けた戦略と主な取り組みについてとりまとめ、施策の効果的な実施を図るためのものです。

特に、時代や地域の要請に応じて、今後、産業発展の契機と見込まれるICT¹・コンテンツ²の活用や、ニーズが高まると見込まれるライフサポートサービスに係る産業を重点分野と捉え、中野の産業発展の特徴を示すものです。

同時に、将来像や戦略等について、産業界や区民の方々等と（この策定過程も通じて）共有し、その実現に向けて互いの役割を理解し協調・連携して取り組んでいく関係を構築していくためのものです。

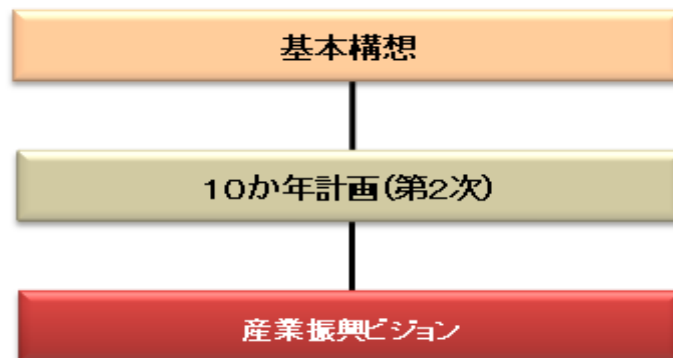
¹ ICTとは、「Information & Communication Technologyの略、情報通信技術」のことをいいます（総務省「情報通信白書」から引用）。

² コンテンツとは、「文字・画像・動画・音声・ゲーム等の情報全般、またはその情報内容のこと。電子媒体やネットワークを通じてやり取りされる情報を指して使われる場合が多い」とされています（総務省「情報通信白書」から引用）。

2 産業振興ビジョンの位置付け

産業振興ビジョンは、10か年計画（第2次）の具体的進展に向けた区内産業振興に係る指針であり、これに基づき、各年度の産業振興施策の具体化とその実施に向けた予算編成を行っていくものです。

また、中小企業基本法第6条に規定される中小企業に関する施策の策定に相当するものです。



3 産業振興ビジョンで示す期間

産業振興ビジョンで描く将来像「目標とする姿」は、概ね10か年計画（第2次）で描く計画期間（平成31年度）までに実現していくべきものとして示しています。

その実現のための戦略や取り組みについては、毎年度のPDCAサイクルにより、必要な調査による定量的データ等を踏まえ、目標への効果の検証などを行い、改善を図っていきます。その展開や時期を3つのステップ（概ね3年間ずつ）に分けて示しています。

第2章 目指すべき将来像と

その実現に向けた戦略・取り組み

1 現状と課題

- ・ 中野区内の事業所数³は、2009 年調査で 14,367 件となっており、2006 年調査の 13,601 件から 5.6%増加していますが（資料 1）、全事業所数では 23 区の中で荒川区、目黒区に次いで少ない状況です（資料 2）。

区内事業所の従業者数も同 125,683 人で、2006 年調査の 117,494 人から 7.0%増加していますが（資料 3）、23 区の中では荒川区に次いで少ない状況です（資料 4）。

区内経済の活性化には、更なる企業集積を促進していく必要があります。

- ・ 区内の事業所のうち、従業者数 300 人未満の中小の事業所数は 14,340 件で、全事業所の 99.8%を占めています⁴。また、それら中小の事業所に従事する従業者数は 110,713 人で、全従業者の 88.1%を占めています。

区内事業所の業種構成は、卸売業・小売業(3,207 件)が最も多く、次いで不動産業・物品賃貸業(2,059 件)、宿泊業・飲食サービス業(2,038 件)、生活関連サービス業・娯楽業(1,327 件)、医療・福祉(1,062 件)、建設業(1,031 件)、学術研究・専門技術サービス業(904 件)、サービス業(廃棄物処理業・自動車整備業等 630 件)、製造業(587 件)、情報通信業(499 件)、教育・学習支援業(488 件)、運輸業・郵便業(281 件)、金融業・保険業(166 件)などとなっています（資料 5）。

卸売業・小売業（3,207 件）のうち、小売業は 2,425 件で全事業所数の 16.9%を占め、最も多くなっています。宿泊業・飲食サービス業の内訳では、飲食店 1,892 件、持ち帰り・配達飲食サービス業 111 件を合わせた飲食サービス業が 2,003 件で同 13.9%を占めています。これらを合わせると、4,428 件で同 30.8%を占めています。

³ 事業所とは、経済活動が行われている場所ごとの単位で、原則として次の①及び②の条件を備えているものをいいます。

①一定の場所（1 区画）を占めて、単一の経営主体のもとで経済活動が行われていること

②従業者と設備を有して、物の生産や販売、サービスの提供が、継続的に行われていること

⁴ 中小企業者とは、中小企業基本法で、製造業・その他業種で資本金の額又は出資の総額が 3 億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 300 人以下の会社及び個人、卸売業で資本金の額又は出資の総額が 1 億円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社及び個人、小売業で資本金の額又は出資の総額が 5000 万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 50 人以下の会社及び個人、サービス業で資本金の額又は出資の総額が 5000 万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が 100 人以下の会社及び個人と定義されています。

2009 年経済センサス基礎調査の区内の会社企業（本店・単独）をみると、従業者 50 人以上で資本金 5000 万円以上の会社企業数は 104 社であり、全会社企業数 5,768 社の 98.2%が中小の会社企業です。なお、会社企業とは、経営組織が株式会社（有限会社を含む）、合名会社、合資会社、合同会社及び相互会社をいいます。

生活関連サービス業（1,124 件）には、美容業（391 件）、洗濯業（259 件）、理容業（198 件）、冠婚葬祭業（36 件）、旅行業（25 件）などが含まれます。

医療・福祉のうち医療業（819 件）の内訳は、一般診療所（285 件）、療術業（258 件）、歯科診療所（240 件）などの他、病院（13 件）となっています。福祉（243 件）の内訳は、保育所などの児童福祉事業（107 件）、訪問介護事業などの老人福祉・介護事業（86 件）、障害者福祉事業（29 件）などとなっています。

専門・技術サービス業（886 件）は、法律事務所や税理士事務所などの専門サービス業（472 件）、土木建築サービス業などの技術サービス業（367 件）などからなっています。

サービス業（630 件）は、ビルメンテナンスなどの建物サービス業（123 件）や機械等修理業（59 件）、自動車整備業（29 件）などの他、廃棄物処理業（17 件）からなっています。

製造業（587 件）は、印刷・同関連業（119 件）が最も多く、以下繊維工業（71 件）、食料品製造業（41 件）、金属製品製造業（38 件）、業務用機械器具製造業（37 件）、電気機械器具製造業（30 件）、家具・装備品製造業（23 件）、化学工業（21 件）などとなっており、業種が多岐にわたっています。

教育、学習支援業（488 件）には、小・中学校や専門学校、各種学校などの学校教育（119 件）の他、学習塾（103 件）や音楽や外国語会話などの教授業（229 件）が含まれます。

- ・ 業種別の従業者数は、卸売業・小売業(25,662 人)が最も多く、次いで医療・福祉(13,124 人)、宿泊業・飲食サービス業(12,843 人)、情報通信業(9,636 人)、建設業(9,373 人)、教育・学習支援業(8,550 人)、サービス業(8,318 人)、生活関連サービス業・娯楽業(6,367 人)、運輸・郵便業(6,329 人)、不動産・物品賃貸業(5,860 人)、学術研究・専門技術サービス業(5,837 人)、製造業(5,235 人)、金融・保険業(4,790 人)などの順となっています（資料6）。

区民の地域での生活を直接間接にわたって支えている中小の事業所の持続的な活性化が今後とも重要です。

- ・ 中野区では、10 年計画（第2次）において、ICT・コンテンツ関連産業⁵による区内経済活性化を描いています。ICT・コンテンツ関連産業とは、通信業、放送業、ソフトウェア業・情報処理業等の情報サービス業、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業、専門

⁵ ICT・コンテンツ関連産業…日本標準産業分類（2011 年 11 月改定）における、通信業（固定電話通信業、移動電話通信業、電話通信に付帯するサービス業）、放送業（民間放送業、有線放送業）、情報サービス業（ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業）、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業（映像情報制作業、音声情報制作業）、専門サービス業のうちデザイン業、著述・芸術家業、広告業、技術サービス業のうち写真業、娯楽業のうち映画館、興行場・興行団に該当する事業所を指しています。

サービス業のうちのデザイン業と著述・芸術家業、広告業、技術サービス業のうちの写真業と娯楽業を指しています。

I C T・コンテンツ関連産業の区内事業所数は、2009 年調査において 742 件（全事業所に占める割合は 5.2%）で、2006 年調査の 673 件から 10.3% 増となっています（資料 7）。また、従業者数は同 11,072 人で、2006 年調査の 10,825 人から 2.3%増加しています（資料 8）。

I C T・コンテンツ関連産業が、様々な産業と連携することで、新たな事業の創出などを促進し、区内産業全体の活性化をけん引することが求められます。

- ・ 10 年計画（第 2 次）において産業集積を掲げている介護・保険医療、教育などの生活に欠かすことができない産業が区内全域に点在し、日々の生活を支える小売・飲食などの店舗が商店街を中心に展開されています。これら区民の日常の暮らしに係る性の高いサービスを提供する産業をライフサポート関連産業⁶（後記「戦略Ⅲ」を参照）とします。医療・福祉を始め、小売業、不動産業、飲食サービス業、生活関連サービス業、教育・学習支援業など様々な業種にわたり、その事業所数は、2009 年調査において 10,593 件（全事業所数に占める割合は 73.7%）で、2006 年調査の 10,331 件からの 2.5%増となっています（資料 9）。また、従業者数は同 75,696 人（全従業者数に占める割合は 60.2%）で、2006 年調査の 70,107 人から 7.9%増加しています（資料 10）。

今後、更なる少子高齢化が進む中、医療・介護等を始めとして、地域での生活を様々な支えるライフサポート関連産業に対するニーズが高まるとともに、雇用機会が創出されることも期待されます。

- ・ 文化・商業・娯楽・飲食・サービスといった都市機能の魅力を来街者が楽しむ形態を「都市観光」とし⁷、それに係る産業を観光関連産業としてくくると、小売業(2,425 件)⁸、宿泊業・飲食サービス業(2,038 件)、運輸業(157 件)⁹、娯楽業(203 件)などが含まれます。その事業所数は、2009 年調査において、4,823 件(全事業所数に占める割合は 33.6%)で、従業者数は同 34,555 人（全従業者数に占める割合は 27.5%）となっています。

来街者を増やし、区全体の活性化を図っていくためには、これら観光産業の振興も重要となってきます。

⁶ ライフサポート関連産業…日本標準産業分類における、卸売業・小売業、不動産業・物品賃貸業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、教育・学習支援業、医療・福祉、建設業（一般土木建築工事業、建築リフォーム工事業、床・内装工事業）、製造業（食料品製造業、飲食・たばこ・飼料製造業、繊維工業、医薬品製造業、化粧品・歯磨・その他の化粧品調整品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業、その他の製造業）に該当する事業所を指しています。

⁷ 「中野区都市観光ビジョン」から抜粋しています。

⁸ 日本標準産業分類における、卸売業・小売業のうち卸売業を除いた事業所数を指しています。

⁹ 日本標準産業分類における、運輸業・郵便業のうち鉄道業及び道路旅客運送業の事業所数を指しています。

2 目指すべき産業の将来像

～ICT・コンテンツの活用とライフサポートサービスの充実 で経済が活性化するまち～

これまでになかった多彩なコンベンション（会議・展示会等）やビジネス交流会等が年間を通じて多様に催されるとともに、進出してくる企業や大学等との産学公連携などをきっかけにしてビジネスチャンスが広がっています。また、企業や大学、関係団体、区民等の協力によって、こうした産業や学問研究にとっての魅力的な状況を自主的・自律的に維持し向上しています。

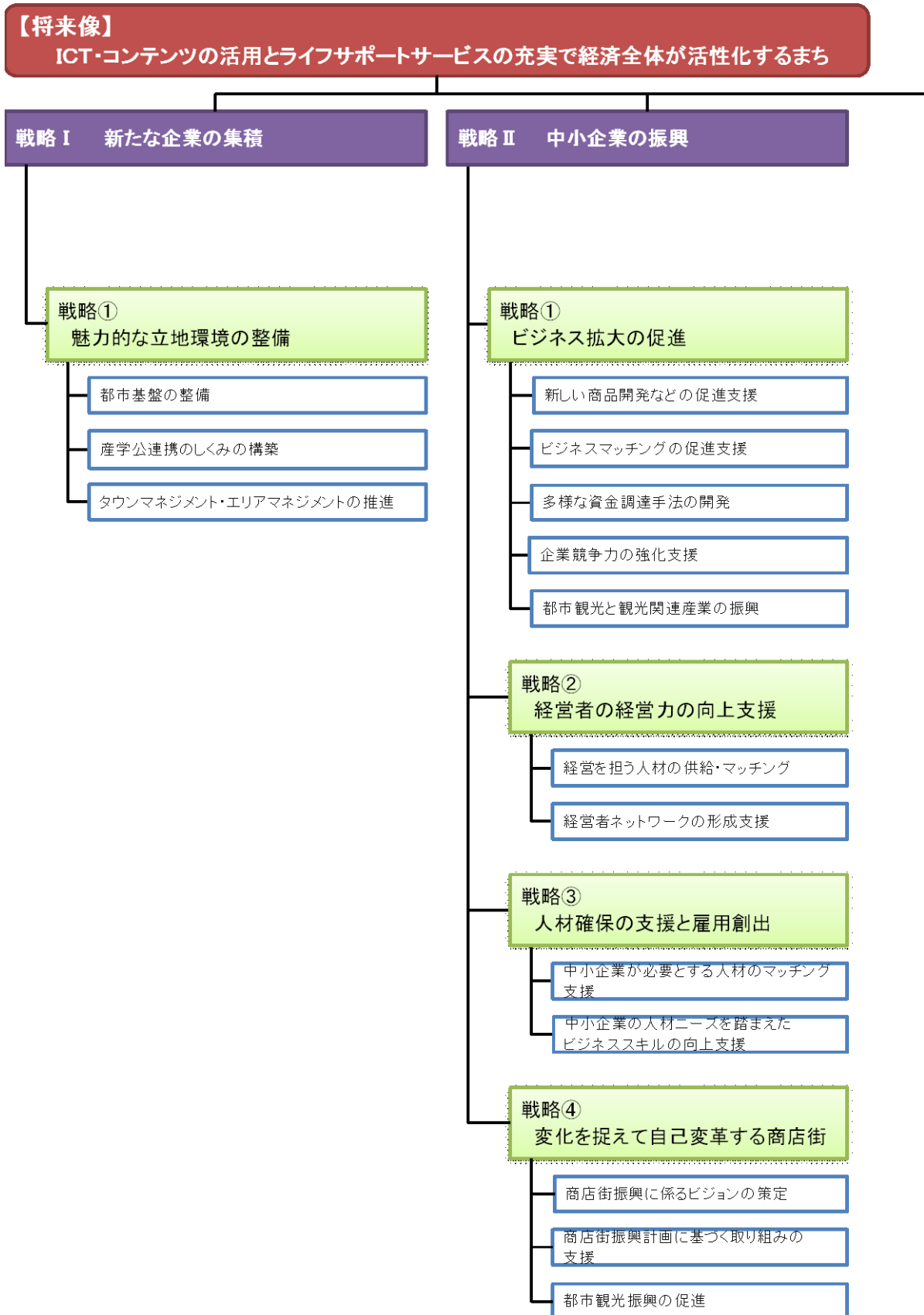
区内の中小事業者は、事業者間のネットワークや産学公連携による支援を効果的に活用し、経営者の経営能力、従業員の技術力などを向上させるとともに、新たな事業展開に取り組んでいます。

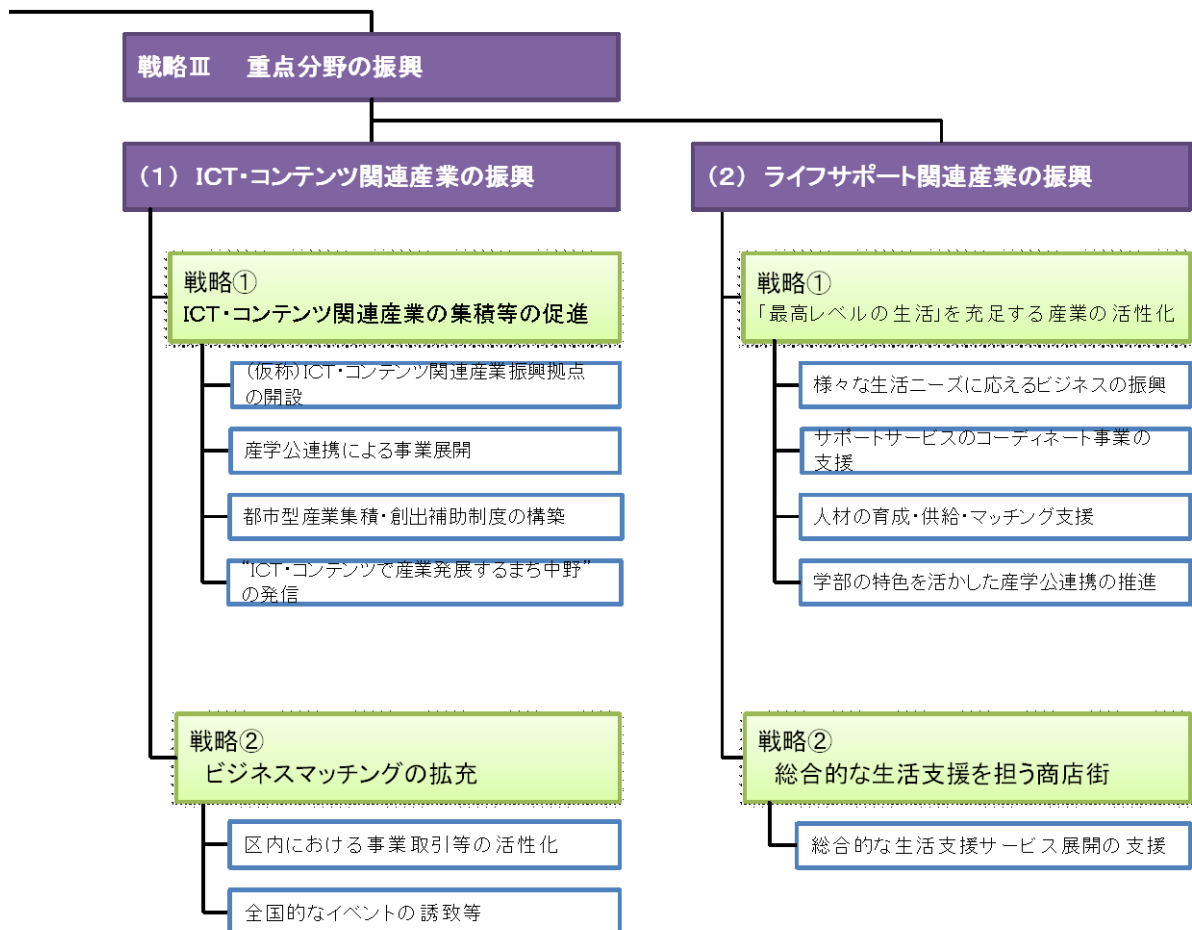
ICT・コンテンツ関連産業が、他産業との懸け橋となって、新たな共同事業やビジネスモデルの創出などにより区内経済をけん引しています。

見守りや安心、健康や医療・介護、家事や育児、あるいは語らいや憩いなど、様々な生活場面をサポートする産業が、行政やボランティアなどと一体となって、多様な区民個々のニーズを満たしています。

多様な業種業態で構成される商店街が、時代や地域のニーズに応じたサービスを直接区民に提供する身近な存在として、地域生活の支えとなっています。

3 産業振興ビジョンの体系図





4 将来像実現に向けた戦略と主な取り組み

戦略Ⅰ 新たな企業の集積

■目標とする姿

区内の広域中心拠点である中野駅周辺を始め、東中野駅周辺や中野坂上駅周辺などの交流拠点では、立地を活かした産業・商業地として、新たな企業の進出や都市機能などの充実によって産業集積・商業集積が進んでいます。特に中野駅周辺では、ビジネス活動の一環や文化表現・学術活動としての大規模なコンベンション（会議・展示会等）や集客力のあるイベントなどによって、新しい東京の顔としてふさわしい新たなにぎわいが創出されています。

周辺商業などが、新しい機能・環境などとの界索性（新旧の施設や店舗等が個性を保ちつつ相互に影響しあって溶け込んだ一体的な雰囲気）を醸成しながら、親しみ・味わいのある飲食街など豊かな業務環境や生活空間の一端を演出し、個々に応じた価値や時間の消費の場を提供することで活気づいています。

集積するオフィスや店舗そのものが、また、そこでの各種の活動や機能が情報の集積・発信の場となると同時に、多様な来街者もまちの構成要素として新たな情報を発信しています。

こうした吸引力・滞留力による様々な企業やヒト、モノ、情報の国内外からの流入や交流を通じて常に変化の最先端としての可能性や意外性を持ち、競争優位性を高めながらビジネスチャンスや楽しみなどの新たな価値を区内外へ産み出しています。

■成果指標と目標値

	平成 23 年度 (2011 年度) 実績等	平成 26 年度 (2014 年度) 目標値	平成 31 年度 (2019 年度) 目標値
中野区内で事業を継続したいと思う事業所の割合 ¹⁰	調査予定 (平成 25 年度)	—	—
勤務地が中野区内であることに満足しているワーカーの割合 ¹¹	調査予定 (平成 25 年度)	—	—

¹⁰ 区内事業所を対象とするアンケート等を実施する予定です。

¹¹ 区内ワーカーを対象とするアンケート等を実施する予定です。

■実現に向けた戦略

① 魅力的な立地環境の整備

中野駅周辺や交流拠点等のまちづくりの推進において、新たな業務・商業ビルや会議・展示などに活用できる交流施設等の誘導、様々な都市機能の整備などによって、良好な業務環境を創出します。

関係主体による自主的自律的なしくみを導入することによって、良好な環境を連携して維持・創造等していきます。

新たに進出してくる大学などが保有する知的財産と企業ニーズ等とを結び付け活用するしくみ等を構築することによって、産業の創造力を高めていきます。

【主な取り組み】

●都市基盤の整備

区は、防災や環境、景観、ユニバーサルデザインなど、安全で快適なまちなみの形成や生活の質を高めていく都市基盤の整備を進め、民間施設等の誘導を促進します。

●産学公連携¹²のしくみの構築

区は、企業や大学等による知的財産や情報の相互活用や、新産業創出に係る共同研究などの展開が進むよう、産学公連携の体制を整えていきます。

●タウンマネジメント¹³・エリアマネジメント¹⁴の推進

区は、一定範囲の地区の魅力維持・向上していくための関係者間によるタウンマネジメントの取り組みを支援していきます。

中野四季の都市地区におけるエリアマネジメントの取り組みを推進するとともに、中野駅周辺全体のタウンマネジメントの導入に向けた準備を進めます。また、こうした手法の応用について研究していきます。

¹² 産学公連携…産業界や教育機関、行政が、相互の取り組みを活かしながら一体となって連携・協働する体制と基盤を構築することをいいます。また、それぞれが有する知的資産・情報・技術等を活用し、新事業や新産業の創出を図る取り組みをいいます。

¹³ タウンマネジメント…地権者のほか産業団体などの関係団体が、一定範囲の地区全体の魅力向上・活性化といった公益の実現に資することを目的として、景観の調和やユビキタス環境の創出、まちのプロモーションなどの基本的なまちのあり方等について共有しつつ、都市経営的な発想のもとに協調・連携してとりくむ手法をいいます。

¹⁴ エリアマネジメント…一定の範囲の各地区の地権者等が、その本来の活動をより効果的効率的に進めるため、一帯の環境の改善や魅力の発信などに共同して取り組む手法をいいます。

【実現へのステップ】 戦略Ⅰ 新たな企業の集積

実現に向けた戦略	ステップ1	ステップ2	ステップ3
①魅力的な立地環境の整備	○中野四季の都市地区エリアマネジメント協議会が発足し、エリアにふさわしい活動が展開され、企業進出が進んでいる。 ○中野駅周辺タウンマネジメントの準備が進められている。 ○新たに進出する大学等との産学公連携の取り組みが開始される。	○中野四季の都市地区エリアマネジメントにより一帯の魅力が維持・向上され、企業や大学の活動に貢献している。 ○中野駅周辺タウンマネジメントの主体や事業の具体化が進む。 ○産学公の連携領域が拡大している。	○中野駅周辺タウンマネジメント組織による活動が展開される。

戦略Ⅱ 中小企業の振興

■目標とする姿

区内事業所の大半を占める中小企業が、中野駅周辺の新たな産業・商業集積や都市観光の振興などを一つのビジネスチャンスとして、企業間や大学などとの連携も助けつつ、新たな製品・サービスの研究開発やビジネスモデルの創出など、自律的發展力を高めながら成長を続けています。

様々な業種業態からなる商店街が、日々様々な顧客からその潜在的なニーズをつかみ新たな商品・サービスや提供方法などの開発等を進め、地域での生活を支える必要性・存在感を発揮していきます。

共同組織の信用金庫・信用組合などを中心とした地域金融機関が、資金の供給者としての役割とともに、長期的な取引関係の構築を通じて経営者の人柄やリスクテイクの可能性なども含めた企業情報を把握し、独自の多面的長期的な企業評価力や事業支援機能を強化することで、区内中小企業が長期的に育ち、雇用も含めた経済循環が拡大しています。

■成果指標と目標値

	平成 23 年度 (2011 年度) 実績等	平成 26 年度 (2014 年度) 目標値	平成 31 年度 (2019 年度) 目標値
前年(前期)より売上高が増加した事業所(従業者 50 人未満)の割合 ¹⁵	調査予定 (平成 25 年度)	—	—
区内外のビジネスフェア ¹⁶ へ出展した区内事業所数	62 社 ¹⁷	90 社	120 社

¹⁵ 区内事業所を対象とするアンケート等を実施する予定です。

¹⁶ 東京都主催の産業交流展や、東京商工会議所中野支部、区内地域金融機関などが区内外で開催するビジネスマッチングのためのイベントをいいます。

¹⁷ 平成 23 年度に開催された、東京都主催「産業交流展」(19 社)、東京商工会議所中野支部主催「ビジネス交流会」(27 社)、西武信用金庫主催「ビジネスフェア from TAMA」(10 社)、同主催「東京発! 物産・逸品見本市」(3 社)、公益財団法人ユニジャパン主催「CREATIVE MARKET TOKYO」(3 社)の出展企業数の合計です。

■実現に向けた戦略

① ビジネス拡大の促進

地域生活に根差した製品・サービスの企画・開発や都市観光振興の促進等によって、中小企業のビジネスチャンスの拡大を図ります。また、新規事業の拡大や資金調達力の向上、経営革新を促すことなどによって、企業競争力の強化などを促進・支援します。

【主な取り組み】

●新しい商品開発などの促進支援

区は、クリエイターや教育機関等とのコラボレーション（協業）によって、区内事業者の商品の企画開発やデザインなどの付加価値の向上を支援します。

●ビジネスマッチングの促進支援

区は、経営者等の支援拠点とする（仮称）産業振興センターを核にして、進出企業や区内商工団体、金融機関などと連携し、情報交流や展示会などビジネスチャンスを区内に拡充していきます。

●多様な資金調達手法の開発

区は、制度融資の充実によって経済情勢へ機動的に対応するとともに、優れた技術力やノウハウを有する中小企業の資金調達の可能性を高めるため、事業拡大・設備投資に係る優遇的な融資制度の構築や公民連携によるファンド等の設立を検討します。

●企業競争力の強化支援

区は、国や東京都などと連携して、知的財産保護や海外販路開拓、BCP（事業継続計画）の策定や公的認証の取得に係る経費補助などの支援を通じて、持続的な企業競争力を高めます。

●都市観光と観光関連産業の振興

区は、中野区都市観光ビジョンに示す、観光資源や推進体制の整備などを進め、中野ブランドの商業化などにより観光関連産業の活性化を促進します。

② 経営者の経営力の向上支援

実務に裏打ちされた経営ノウハウの獲得や経営者同士のコミュニティ形成などを意図した取り組みを産学公が連携して構築することによって、経営者の経営力の向上を支援し、区内企業の成長、区内経済の活性化を持続させていきます。

【主な取り組み】

●経営を担う人材の供給・マッチング

区は、商工団体や教育機関等と連携して、経営学等を修得できる中小企業経営者向けのプログラムの開発や区内企業が必要とする経営能力を有する人材と企業とをマッチングさせる機会の創出を促進します。

●経営者ネットワークの形成支援

区は、既存のマッチングイベントや経営者セミナーなどを拡充するとともに、そうした機会を活用して、同業種・異業種間や産学公のネットワークの形成を進めます。

③ 人材確保の支援と雇用創出

産学公や地域金融機関等との連携により人材の需要と供給を効果的に結び付けるしくみを構築することによって、区内中小企業が求める人材を継続的に輩出し、人材確保を円滑にするとともに、雇用創出を図ります。

【主な取り組み】

●中小企業が必要とする人材のマッチング支援

区は、ハローワークを始め、産業界や教育機関等との連携を通じて、区内中小企業が必要とする人材情報や区内の企業情報を把握し、企業と教育機関とで活用するしくみや、インターンシップ以外に学生と企業が接点を持てる機会の充実などによって、区内中小企業が必要とする人材のマッチングを効果的に促進します。

●中小企業の人材ニーズを踏まえたビジネススキルの向上支援

区は、中小企業の人材ニーズを踏まえて人材育成が行われるよう教育機関や人材育成機関等へ働きかけます。また、そうした機会を区内の就労希望者が利用しやすい環境を整備します。

④ 変化を捉えて自己変革する商店街

変化する時代や地域のニーズを捉えて自己変革を進める商店街を重点的に支援することによって、地域から必要とされ続ける商店街づくりを促進します。また、観光振興を進めることによって、来街者を呼び、新たな商機の拡大を図ります。

【主な取り組み】

●商店街振興に係るビジョンの策定

区は、それぞれの立地特性やまちづくりの動向等を踏まえた商店街振興のあり方に係るビジョン・方向性を取りまとめます。

●商店街による計画的な取り組みの支援

区は、商店街振興に係る区のビジョンに基づき、時代や地域のニーズに応じたそれぞれの商店街の発展の方向性や、そのための取り組みを示す計画を自ら策定し、これに取り組む商店街に対して、助成制度等により重点的な支援を行います。

●都市観光振興の促進

区は、中野区都市観光ビジョンに示す取り組みを進め、来街者の増大・回遊等を図り、商店街等での消費拡大を促進します。

【実現へのステップ】 戦略Ⅱ 中小企業の振興

実現に向けた戦略	ステップ1	ステップ2	ステップ3
①ビジネス拡大の促進	○ビジネスフェア等によるビジネスチャンスが拡大している。 ○融資などの活用を通じて事業拡大などに注力できている。 ○観光関連産業が活性化している。	○新しいサービスや事業が生まれている。	○中野ブランドなどの商業化等が進んでいる
②経営力の向上支援	○経営者向けの学習機会などを通じて経営力の向上の取り組みが進んでいる。	○経営を担い支える人材の供給が拡充している。	
③人材確保の支援と雇用創出	○区内企業が必要としている人材について教育機関等との共有が進んでいる。	○区内の企業と教育機関等の間で人材の供給確保等の取り組みが進められる。	○区内産業人材の育成供給確保等のしくみがつくられ機能している。
④変化を捉えて自己変革する商店街	○にぎわい・観光振興により商店街が状況を呈している。	○地域の変化等に応じた商店街づくりの取り組みが進んでいる。	

戦略Ⅲ 重点分野の振興

今後の産業発展における、ＩＣＴ・コンテンツの活用の重要性や、少子高齢化社会に対応したライフサポートサービスの必要性に着目し、これらに係る産業を重点分野と位置付け、区内経済活性化のけん引役としてその集積や振興を図ります。

１ 成長が見込まれる産業

クラウドコンピューティング¹⁸の拡大やスマートフォン（多機能携帯電話）の普及などに見られるように、今後さらにＩＣＴ¹⁹の活用等は拡がり、様々な産業やコンテンツ²⁰とも深く関わって発展していくものと期待されています。

その時代のニーズやライフスタイルの変化に応じて、新しい業態や事業モデルなどが誕生してきましたが、ＩＣＴの発達によって、これらが加速すると見込まれています。

ＩＣＴ・コンテンツ関連産業とは、通信業、放送業、ソフトウェア業・情報処理業等の情報サービス業、インターネット付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業、専門サービス業のうちデザイン業、著述・芸術家業、広告業、技術サービス業のうち写真業、娯楽業のうち映画館、興行場・興行団などの産業を指しています。区内には、これらの産業が一定程度集積しています。

一方、少子高齢化が進むにつれ、介護・保健医療、教育などの生活産業への需要の増大が確実視されています。さらに一人暮らしの高齢者の増加や地域コミュニティ等の人間関係の希薄化などを背景に地域における見守りや防犯防災に係るニーズ、買物や外出への補助をはじめとする様々な生活場面でのサポートの必要性も高まるものと予想されます。

こうしたニーズに応える産業をライフサポート関連産業と位置付けます。介護・保険医療、教育を始め、小売、飲食、子育て、習い事、健康づくり、理美容、おしゃれやショッピングなどの楽しみや娯楽、レジャーなどに関わる産業、また、これらの利用を円滑にする買い物代行や送迎サービス、さらに、医療機器や健康器具、サプリメントなどの製造、バリアフリー住宅の供給や見守りシステムの開発、防犯・防災グッズの製造を担う産業などを指し

¹⁸ クラウドコンピューティングとは、データサービスやインターネット技術等が、ネットワーク上にあるサーバー群（クラウド（雲））にあり、ユーザーは今までのように自分のコンピュータでデータを加工・保存することなく、「どこからでも、必要な時に、必要なだけ」利用することができる新しいコンピュータ・ネットワークの利用形態をいいます（総務省「情報通信白書」から引用）。

¹⁹ ICTとは、「Information & Communication Technology の略、情報通信技術」のことをいいます（総務省「情報通信白書」から引用）。

²⁰ コンテンツとは、「文字・画像・動画・音声・ゲーム等の情報全般、またはその情報内容のこと。電子媒体やネットワークを通じてやり取りされる情報を指して使われる場合が多い」とされています（総務省「情報通信白書」から引用）。

ます。

このようにライフサポート関連産業には、区内の中小企業にとって多くのビジネスチャンスを見出すことができます。

2 中野の立地優位性

都心に近いという中野区の地理的条件や中小様々な規模の事務所が多数存在するという状況は、ICT・コンテンツ関連産業やライフサポート関連産業の多くにとって立地メリットがあると考えられます。

また、通勤利便性や豊富な周辺飲食、良好な憩い空間などワーカーにとって魅力的なビジネス環境も立地の魅力となります。

ICT・コンテンツ関連産業にとっては、JR中央線沿線などの近隣区も含めてアニメ・映画などのコンテンツ産業が集積しているイメージがあること、30歳未満の人口割合が比較的多いことなども立地のインセンティブ（動機）の一つとなり得ます。

また、高齢者人口の急激な増加に加えて、人口密度の高いコンパクトなまちであることは、地域に密着して様々な生活ニーズを捉えるライフサポート関連産業の立地にとって大切な要因の一つであると言えます。

以上の観点から、ICT・コンテンツ関連産業及びライフサポート関連産業の集積・振興等を重点的に進め、区内産業全体の活性化に結び付けていきます。

■目標とする姿

I C T・コンテンツ関連産業の集積が進み、商店街や観光振興の取り組み、表現・文化活動、学術活動等に、その技術等が導入・活用されることによって、新たな事業展開などが促され、区内の産業全体が活性化しています。

また、ライフサポート関連産業が、暮らしの身近なところで展開され、行政やボランティアなどと適切に連携し、区民の多様なニーズに合ったきめ細やかなサービスを提供しています。

区内での起業・創業や、企業と大学などの教育研究機関との共同研究による新たな事業の創出などにより、需給を拡大していくとともに、地域雇用を創出しています。

商店街が、I C Tの活用や店舗間協力などによって、以上のような見守りや安心、語らいや憩いなどの付加価値を提供し、多機能で総合的な生活支援サービスの供給者としての役割を発揮しています。

■成果指標と目標値

	平成 23 年度 (2011 年度) 実績等	平成 26 年度 (2014 年度) 目標値	平成 31 年度 (2019 年度) 目標値
I C T・コンテンツ関連産業の事業 所数 ²¹	742 件 ※平成 21 年実績	800 件	900 件
ライフサポートサービスを提供す る事業所の増加率 ²² (調査初年度=100 とする指数)	調査予定 (平成 25 年度)	—	—

²¹ 経済センサス（総務省統計局）から作成しています。経済センサスは、事業所・企業の基本的構造を明らかにする「経済センサス - 基礎調査」（平成 21 年～、5 年毎実施）と、事業所・企業の経済活動の状況を明らかにする「経済センサス - 活動調査」（平成 24 年～、5 年毎実施）の二つから成ります。「経済センサス-活動調査」の実施に当たっては、従来の「事業所・企業統計調査」、「サービス業基本調査」をはじめとした大規模統計調査を統合するほか、平成 21 年商業統計調査、平成 23 年工業統計調査の調査事項についても取り込むこととされています。

²² 区内事業所を対象とするアンケート等を実施する予定です。

(1) ICT・コンテンツ関連産業の振興

■実現に向けた戦略

① ICT・コンテンツ関連産業の集積等の促進

区内のICT・コンテンツ関連産業のネットワークを強めるとともに、同産業に対する各種の相談・支援機能の充実や補助制度の構築、現行規制の緩和の検討などによって、ICTやコンテンツを活用した産業の集積・創出等を図ります。

【主な取り組み】

●（仮称）ICT・コンテンツ関連産業振興拠点の開設

区は、ICTやコンテンツの可能性を多様に発揮させ、企業間の連携や新たな事業モデルの開発、企業と人材のマッチング、創業や事業拡大などを促進する機能を備えた拠点を開設します。

●産学公連携による事業展開

区は、ICT・コンテンツ関連産業と他産業、商店街、大学などの教育機関などの連携を図り、新産業創出や事業モデルの開発、事業取引の拡大などを進めます。

●都市型産業集積・創出補助制度の構築

区は、ICT・コンテンツ関連産業を集積・創出等の促進に資する事業を行う民間事業者に対する補助制度を創設します。

●“ICT・コンテンツで産業発展するまち中野”の発信

区は、優遇融資制度や、同業産業等のネットワークの拡充支援、総合特区の研究など、ICTやコンテンツの可能性を十分に活用して各企業が事業展開していける環境を整備するとともに、これらについて様々な機会や媒体を通じて積極的に情報発信していきます。

② ビジネスマッチングの拡充

区内の商工団体や金融機関、新たな進出企業や大学等との連携体制を構築し、ＩＣＴ・コンテンツ関連企業間や他業種との取引の拡大や新事業創出の機会を拡充することによって、区内経済全体の活性化を導いていきます。

【主な取り組み】

●区内における事業取引等の活性化

区は、区内の金融機関や商工団体等が行っている各種のビジネスマッチングなどとの役割分担や連携のあり方等を明確化し、区内のＩＣＴ・コンテンツ関連企業が他業種や大学等と交流し取引拡大等を図れる機会の充実に向けて取り組みます。

●全国的なイベントの誘致等

区は、商工団体等と連携して、著名なアニメ・マンガ・ゲーム等の大会やＩＣＴ・コンテンツ関連のビジネスフェア等への区内企業の参加を支援するとともに、それらのイベントの区内誘致など、ビジネスチャンスの拡大を図ります。

【実現へのステップ】 (1) ＩＣＴ・コンテンツ関連産業の振興

実現に向けた戦略	ステップ1	ステップ2	ステップ3
① ＩＣＴ・コンテンツ関連産業の集積の促進	○産業振興拠点が開設され、区内ＩＣＴ・コンテンツ関連産業のビジネス拠点となっている。	○内外からＩＣＴ・コンテンツ関連産業の集積等が進んでいる。	○ＩＣＴ・コンテンツを活用した新たな事業等が展開されている。
② ビジネスマッチングの拡充	○ビジネスマッチング等を通じ、企業交流が進んでいる。 ○新たな進出大学等の学部特性等に応じて、産学公連携の取り組みが始まる。	○ＩＣＴ・コンテンツを活用した産学公連携のとりくみが拡大している。	○著名なイベントが区内で催行され、国内外の事業者やクリエイターの集積が進んでいる。

(2) ライフサポート関連産業の振興

■実現に向けた戦略

① 「最高レベルの生活²³」を充足する産業の活性化

子どもや高齢者に対する見守り、安心、支え合いや、健康、医療、介護を始め、家事や育児、あるいは語らいや憩いなど、様々な生活場面での個々人のニーズを捉えることによって、快適な日常生活をサポートする産業の集積・創出等を支援していきます。

商店街を構成する個店が連携して様々な生活場面でのニーズに対応するサービス等を提供するしくみによって、商店街のある地域に暮らすことの付加価値を高めます。

また、ライフサポート関連産業を支える人材の育成を促進することによって、サービスの質・量を向上するとともに、地域の雇用を生み出します。

【主な取り組み】

●様々な生活ニーズに応えるビジネスの振興

区は、健康・医療・介護・育児などを始め様々な生活場面でのニーズを捉えたライフサポート関連産業を展開する事業者の起業・創業等に対して、優遇融資制度の構築などにより支援します。

●サポートサービスのコーディネート事業の支援

区は、健康・医療・介護・育児、あるいは、これらに必要な器具など実際に生活を支える産業等に関する情報を一元化しそれら各種のサービスをパッケージ化して、個々の利用者の状況やニーズに応じたサービスを効率的に提供するビジネスの創業や集積を支援します。

●人材の育成・供給・マッチング支援

区は、産学公で連携し、社会人向けの育成プログラムや事業者とのマッチング機会の創出など、地域の潜在労働力を掘り起こし、健康・医療・介護・育児などの実際に生活を支える産業への人材供給を促進します。

●学部の特徴を活かした産学公連携の推進

区は、医療・福祉系の学部などの教育研究機関の持つ知的財産を活用した産学公連携の取り組みを支援し、付加価値の高いサービス提供ができるようライフサポート関連産業の振興を図ります。

²³ 中野駅周辺まちづくりグランドデザイン Ver.3 で、「安全・安心で持続可能なまち」を将来像のひとつとして掲げ、安全で快適なまちなみ、量的・質的に充実した商業空間、どのライフステージにあっても安心して健康を維持できる生活、多世代が居住するコミュニティという姿を「最高レベルの生活空間」として描いています。

② 総合的な生活支援を担う商店街

身の回り品の小売りや飲食を始め、理美容、医療・薬局など日々の生活の必要に応じたサービスを商店街として充実するほか、店舗等が連携し複数のサービス等を組み合わせて提供することなどによって、一帯の地域での生活の継続を支える商店街としての発展を目指します。

【主な取り組み】

●総合的な生活支援サービス展開の支援

区は、買い物の付添いサービスや商品の配達サービスなど、各個店が顧客と日々接する中から様々なニーズを捉え、それに直接応える新たなサービスの提供あるいは円滑に対応するためのサポート事業などの展開に取り組む商店街を支援していきます。

【実現へのステップ】 (2) ライフサポート関連産業の振興

実現に向けた戦略	ステップ1	ステップ2	ステップ3
①「最高レベルの生活」を充足する産業の活性化	○ライフサポート関連産業の創業等が増加している。	○ライフサポート関連産業が連携し、新たなサービスが効果的効率的に提供されている。	○ライフサポート関連産業の集積等が進んでいる。
②総合的な生活支援を担う商店街		○地域生活の総合的な支援が商店街で展開されている。	

第3章 産業振興ビジョン実現に向けた推進体制

（仮称）中野区産業振興協議会の設立

産業振興ビジョンを効果的に実現していくためには、企業や商工団体はもとより、金融機関や大学などの教育機関、地域団体、区民などとの協調、連携関係を構築していく必要があります。

については、区の産業振興政策全般に係る方向性などを共有し、協調した取り組みを進めるため、（仮称）中野区産業振興協議会を設置します。

この場において、重点分野に位置付けたICT・コンテンツ関連産業やライフサポート関連産業の振興策について、あるいは商店街の活性化など、その時々に必要なテーマに沿って、意見交換や政策提言等を得ながら、産業振興、経済活性化の方向等を共有し取り組みを進めていくものとします。

また、これらの協議会での議論の中から、さらに必要が生じた場合には、関係団体の協力により必要な推進体制を整えていきます。

なお、ICT・コンテンツ関連産業の振興については、ICT・コンテンツ産業振興協議会を先行して設置し、取り組みを進めます。

資料集

1 本文で引用したデータ

資料 1 ～ 1 0

2 参考資料

(1) 人口・世帯

- ①人口推計
- ②世帯推計

(2) 産業全般

- ①事業所数
- ②従業者数
- ③産業大分類別の事業所数
- ④産業大分類別の従業者数
- ⑤資本階級別の事業所数
- ⑥資本階級別の従業者数

(3) 商業・工業・農業

- ①小売業の事業所数・従業者数・年間販売額
- ②大規模小売店舗の立地件数
- ③卸売業の事業所数・従業者数・年間販売額
- ④工業の事業所数・従業者数・製品出荷額
- ⑤農業の経営戸数

(4) 重点産業

- ① I C T ・コンテンツ関連産業の事業所数
- ② I C T ・コンテンツ関連産業の従業者数
- ③ライフサポート関連産業の事業所数
- ④ライフサポート関連産業の従業者数

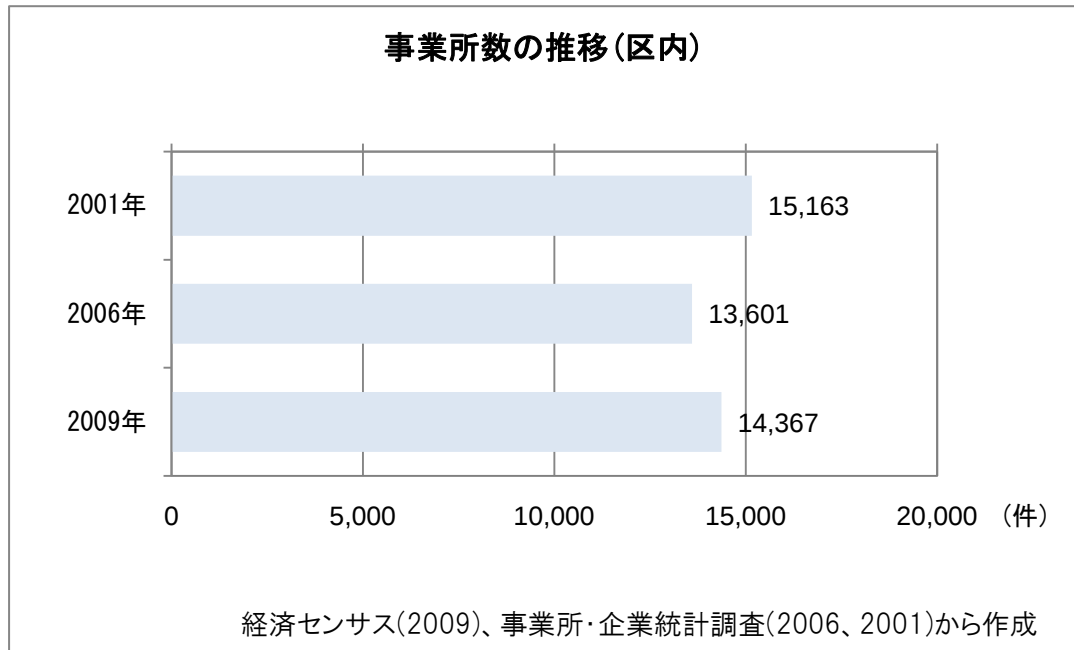
(5) 労働・生活

- ①労働力人口
- ②労働状態
- ③収入等

1 本文で引用した基礎データ

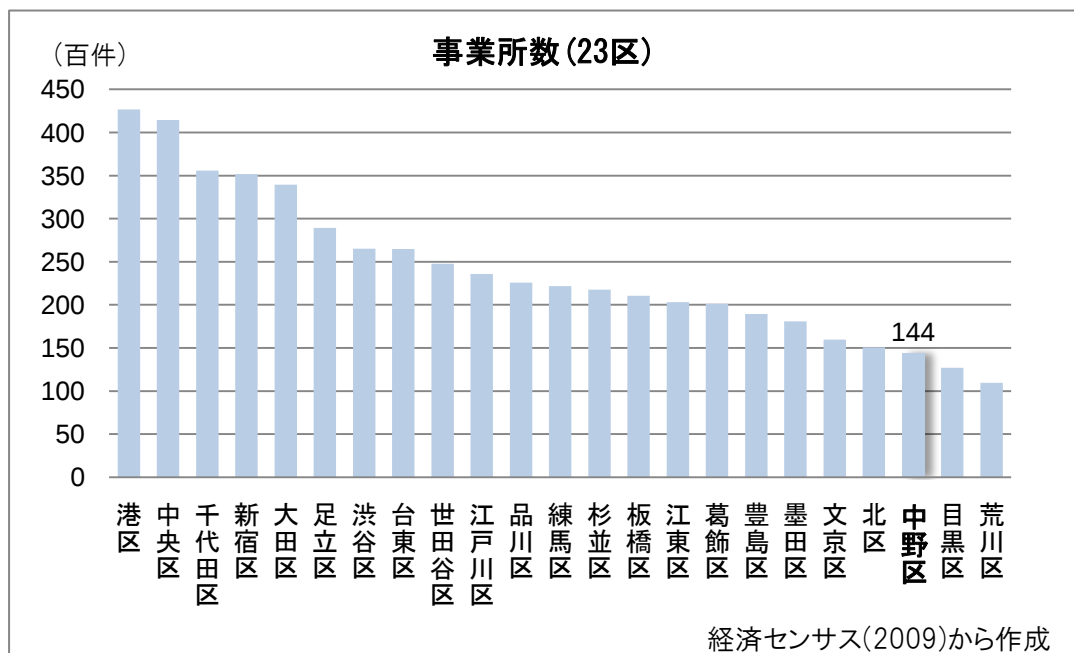
【資料 1】

- 中野区内の事業所数は、2009 年調査で 14,367 件となっており、2006 年調査から 5.6%増加しています。



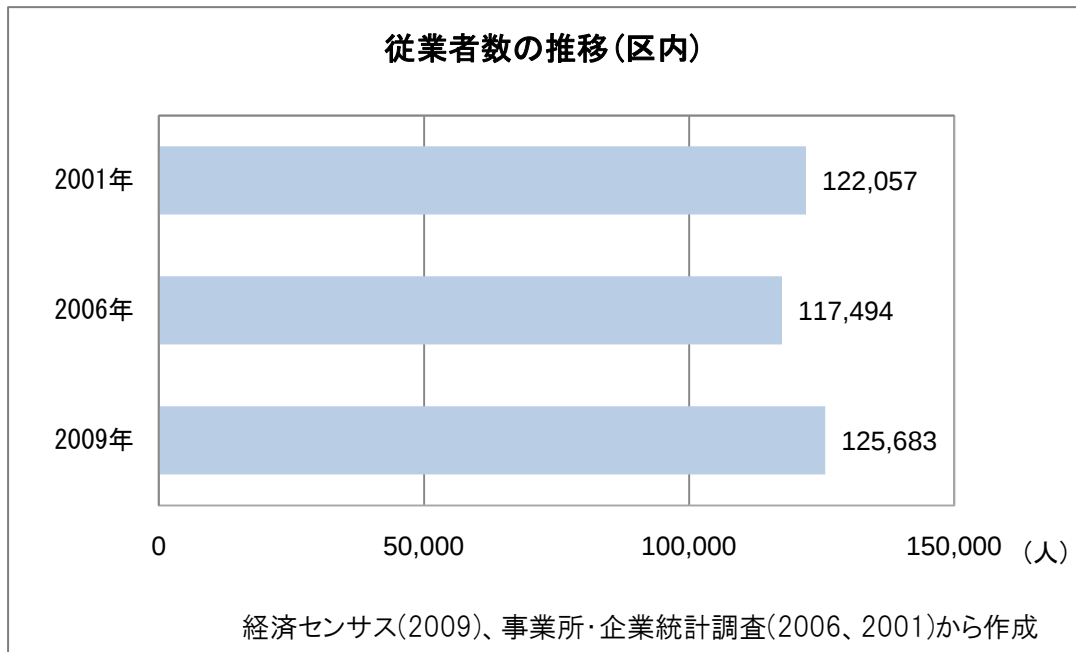
【資料 2】

- 中野区内の事業所数は、23 区の中で荒川区、目黒区に次いで少ない状況です。



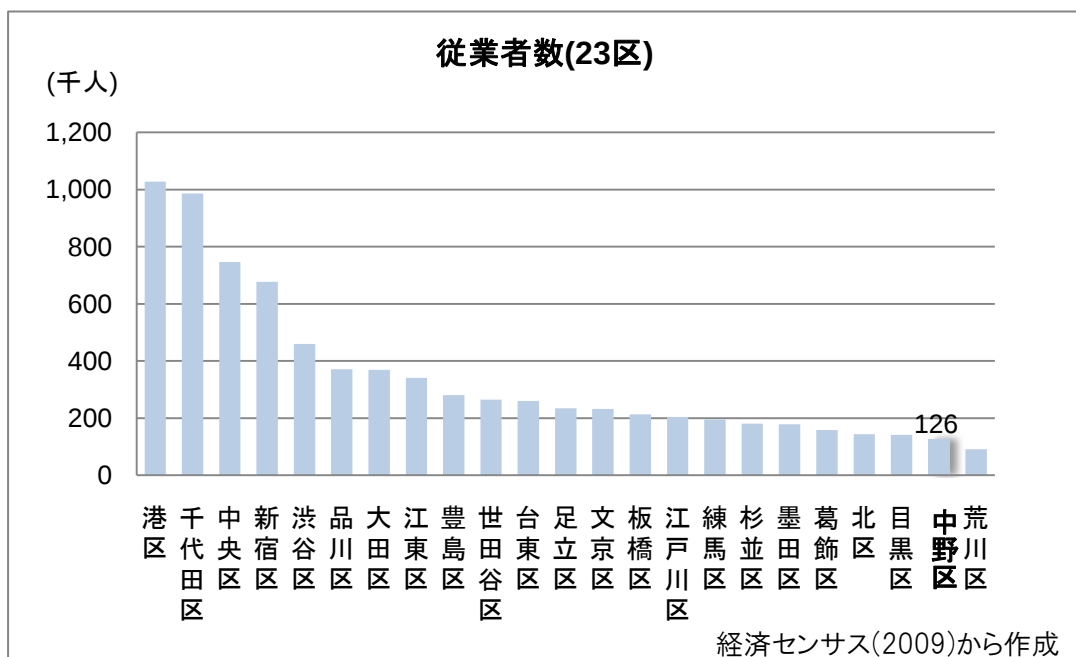
【資料 3】

■中野区内の従業者数は、2009 年調査で 125,683 人となっており、2006 年調査から 7.0%増加しています。



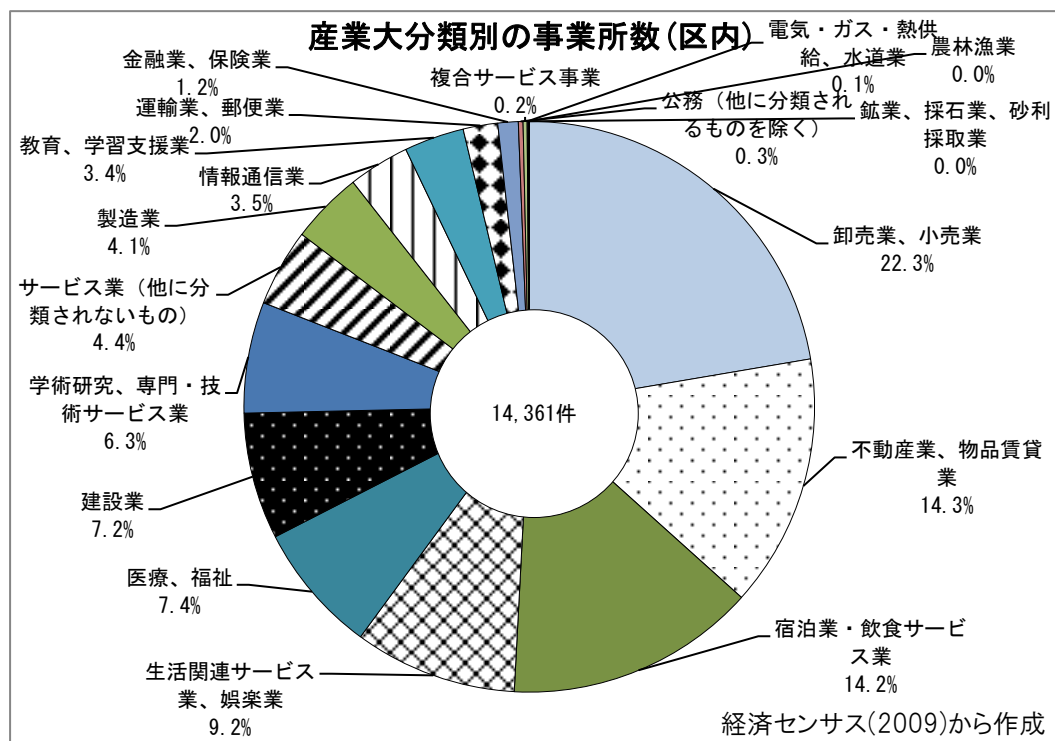
【資料 4】

■中野区内の従業者数は、23区の中で荒川区に次いで少ない状況です。



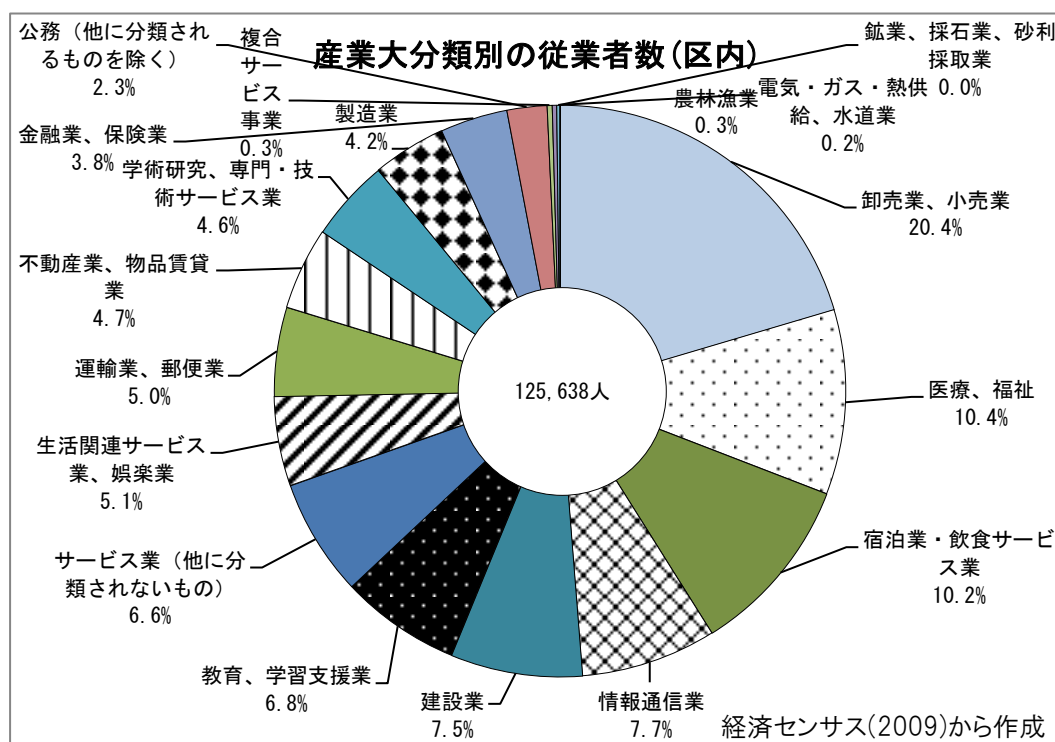
【資料5】

■区内事業所の構成は、卸売業・小売業(22.3%)が最も多く、次いで不動産業・物品賃貸業(14.3%)、宿泊業・飲食サービス業(14.2%)となっています。



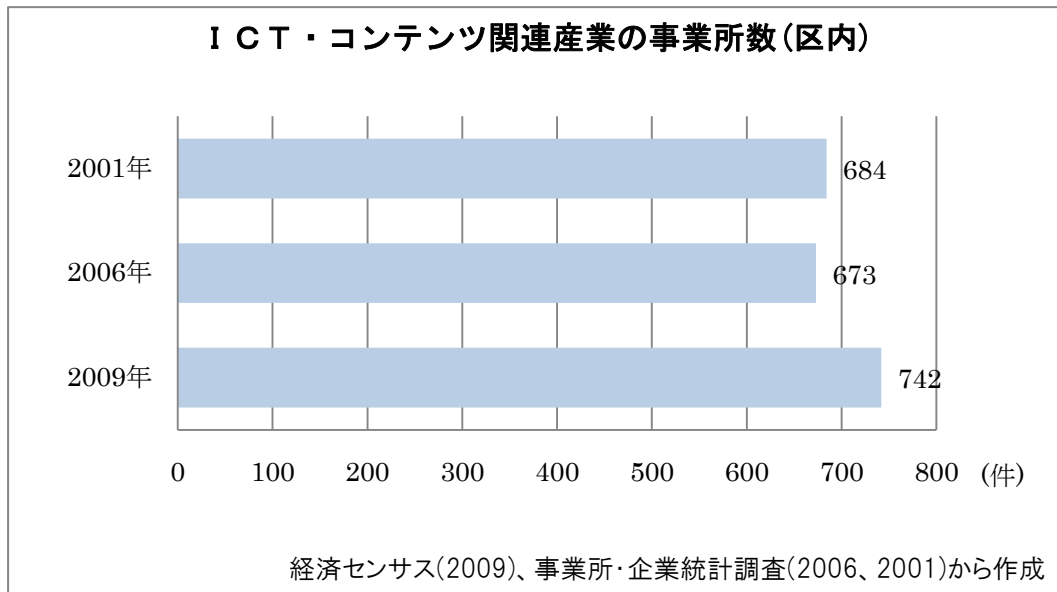
【資料6】

■業種別の従業員構成は、卸売業・小売業(20.4%)が最も多く、次いで医療・福祉(10.4%)、宿泊業・飲食サービス業(10.2%)となっています。



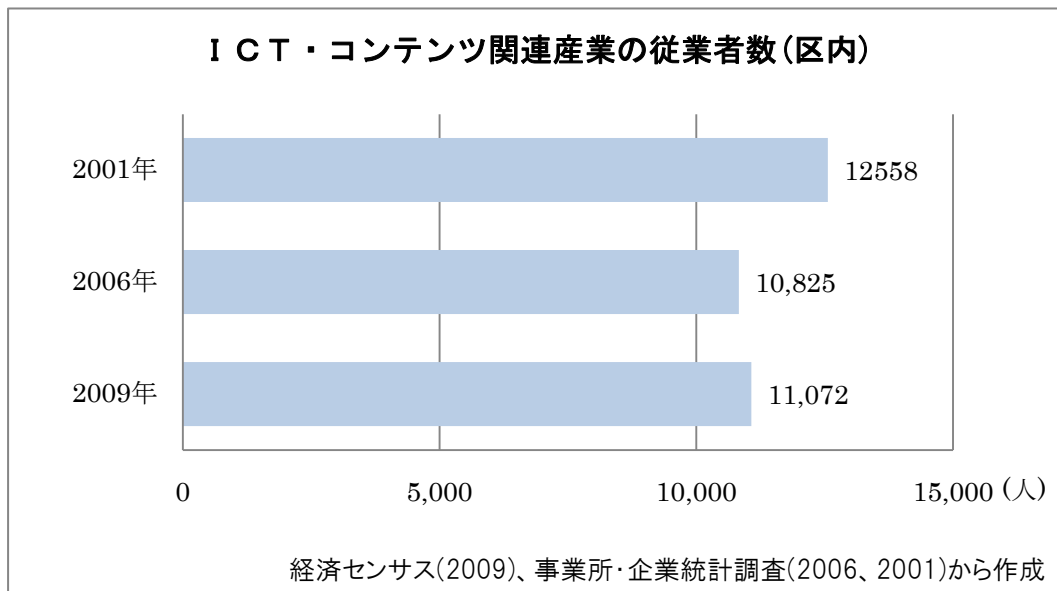
【資料 7】

- I C T・コンテンツ関連産業の区内事業所数は、2009 年調査で 742 件となっており、2006 年調査から 10.3%増加しています。



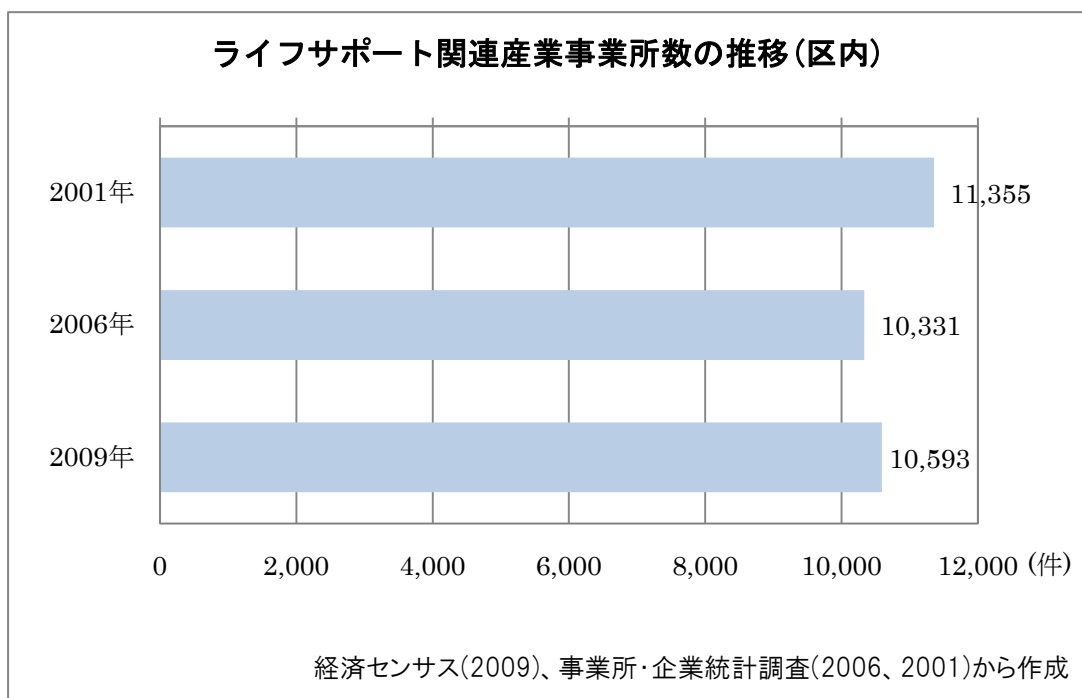
【資料 8】

- I C T・コンテンツ関連産業の区内従業者数は、2009 年調査で 11,072 人となっており、2006 年調査から 2.3%増加しています。



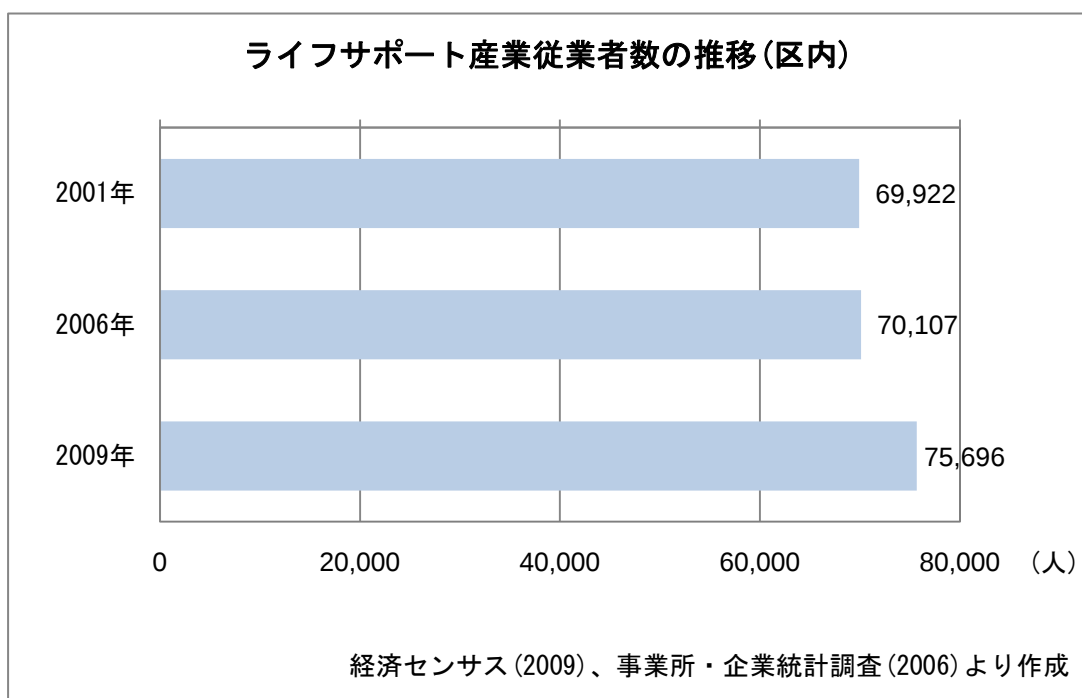
【資料 9】

- ライフサポート関連産業の区内事業所数は、2009 年調査で 10,593 件となっており、2006 年調査から 2.5%増加しています。



【資料 10】

- ライフサポート関連産業の区内従業者数は、2009 年調査で 75,696 人となっており、2006 年調査から 7.9%増加しています。



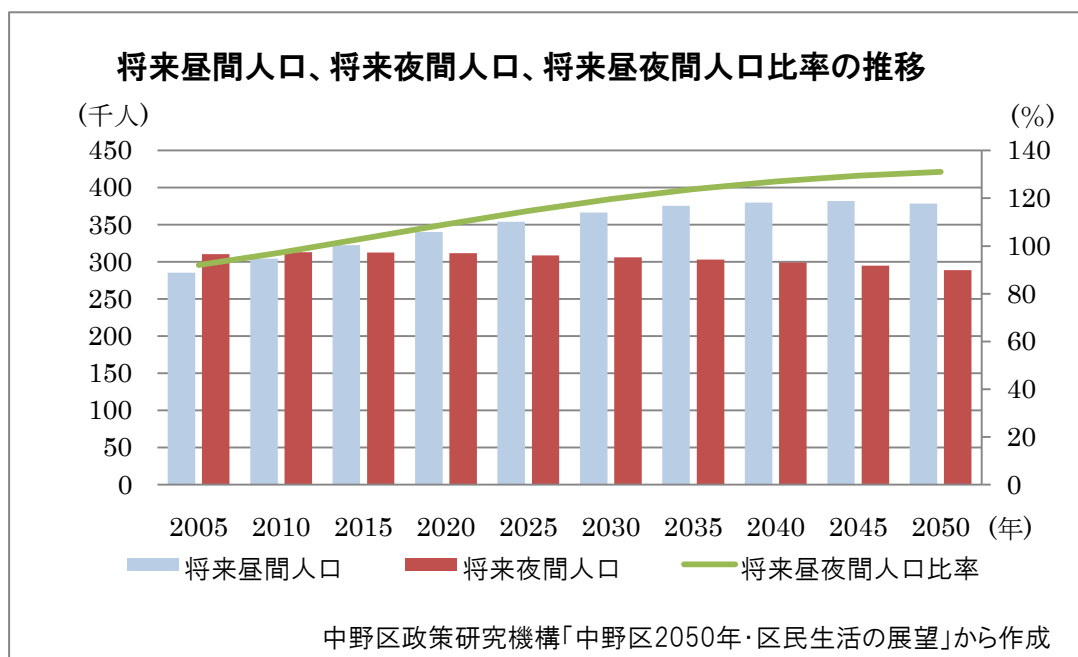
2 参考資料

(1) 人口・世帯

①人口推計

【昼夜間人口、昼夜間人口比率（推計）】

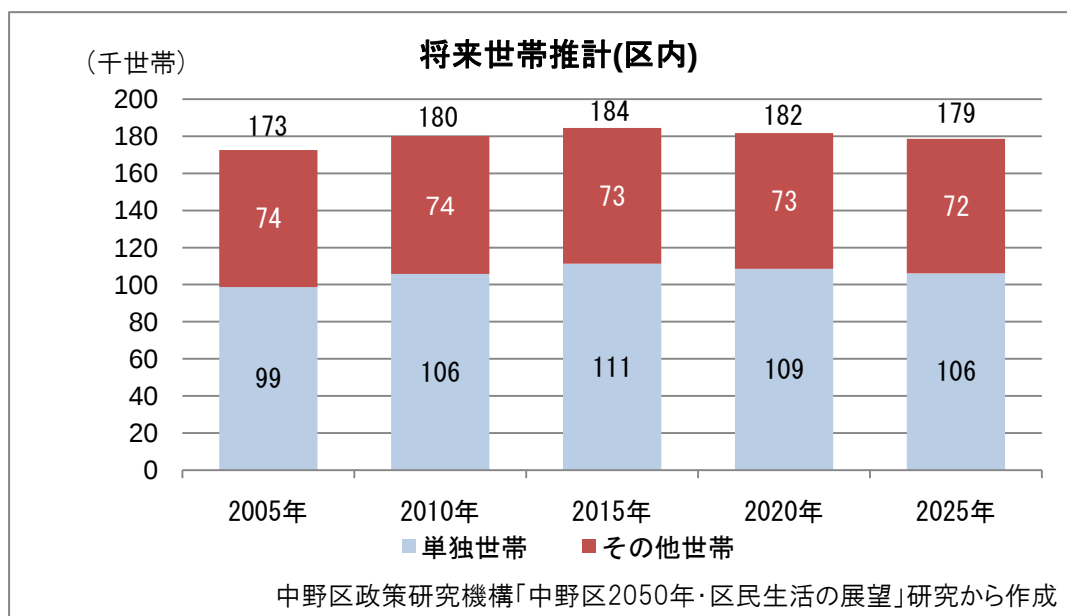
■2050年には、現在より夜間人口は減少するものの、全国に比べてその減少率は低く、29万人程度となります。また、昼間人口は、2050年には2005年より約7万人増加して、約35万人と推計されています。



②世帯推計

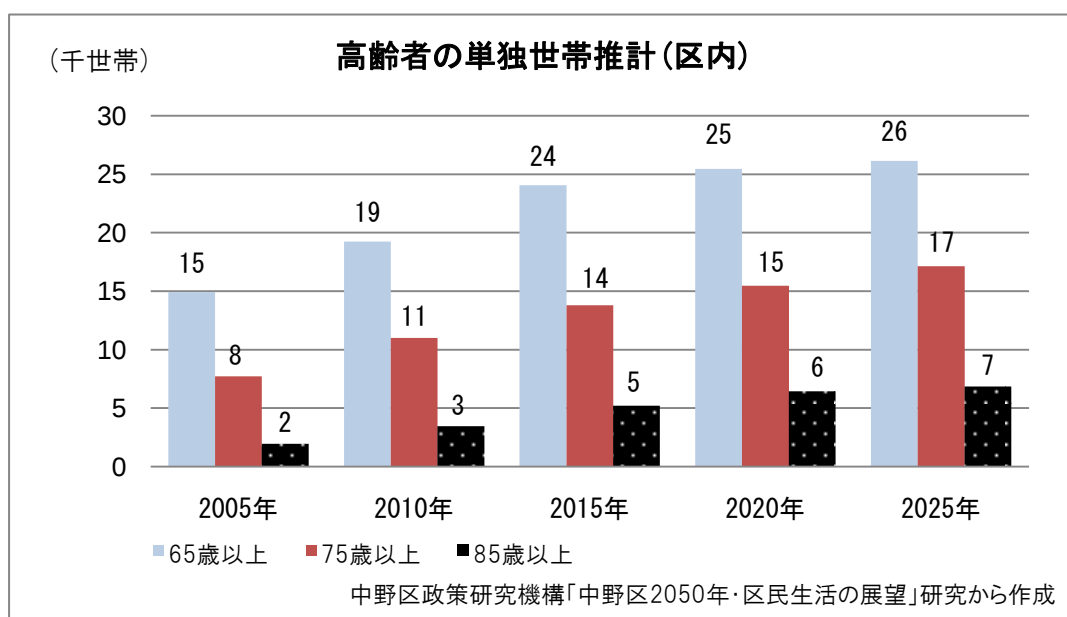
【将来世帯推計】

■2015 年まで総世帯数及び単独世帯数が増えていきますが、その後の人口減少に伴い、総世帯数、単独世帯数が微減していく見込みです。



【高齢者の単独世帯数推計】

■高齢者の単独世帯数は、65歳以上、75歳以上、85歳以上の全てにおいて増加していきます。

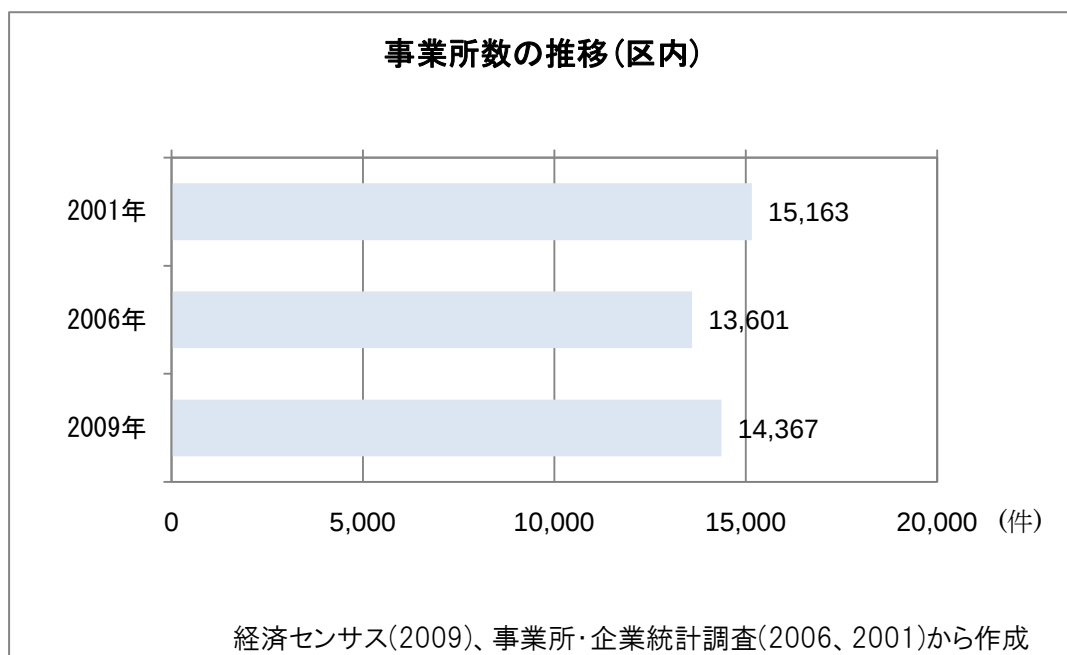


(2) 産業全般

①事業所数

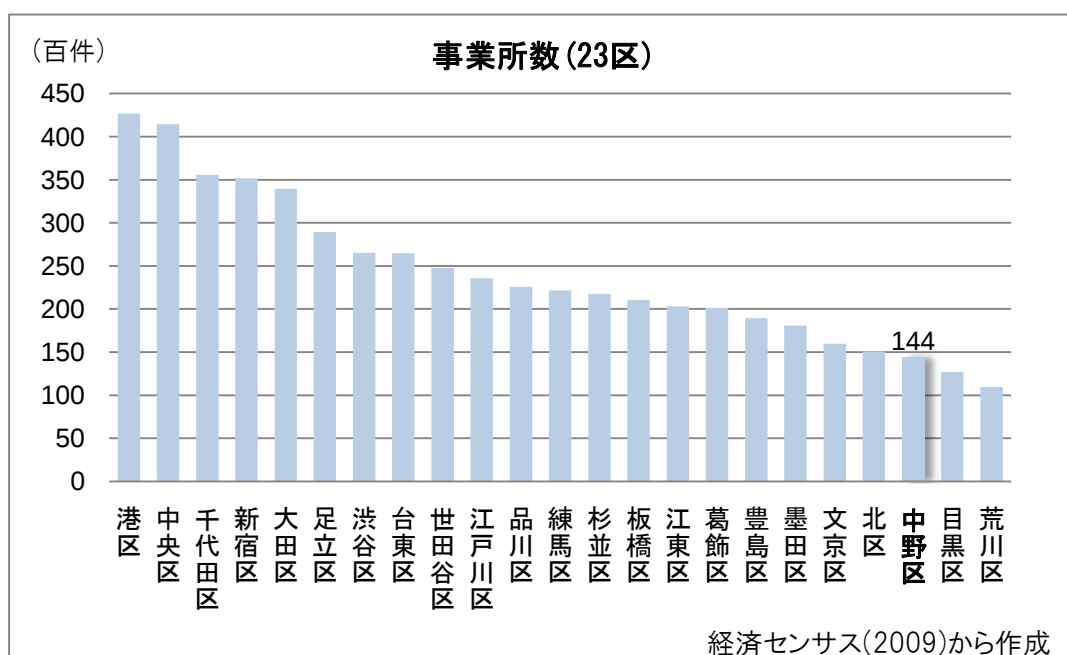
【区内推移】

■中野区内の事業所数は、2009年調査で14,367件となっており、2006年調査から5.6%増加しています。



【23区比較】

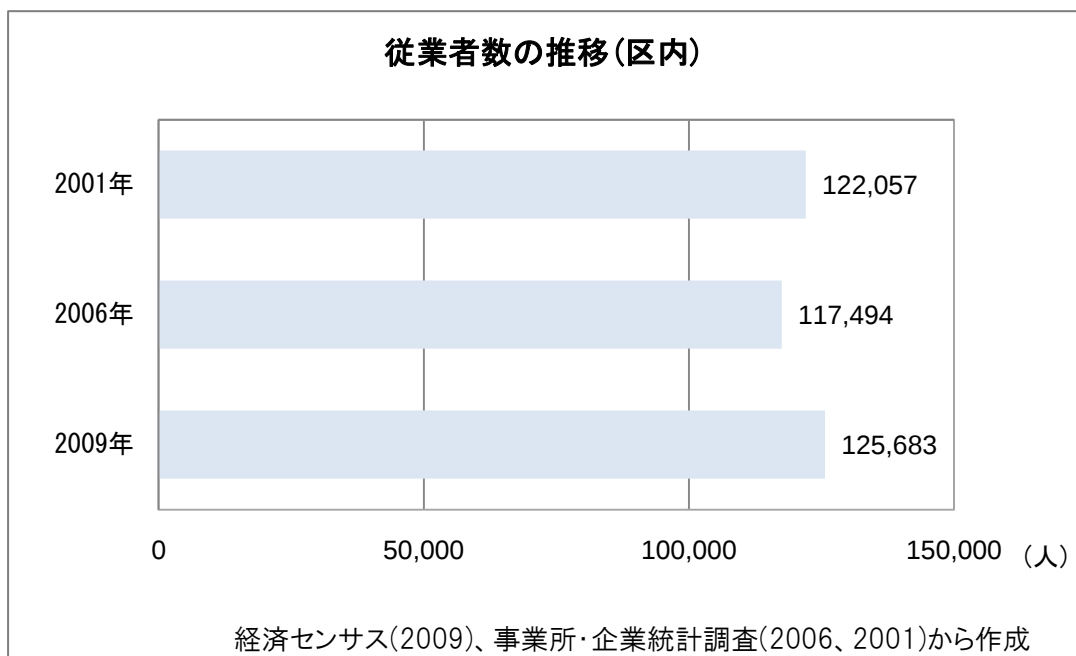
■中野区内の事業所数は、23区の中で荒川区、目黒区に次いで少ない状況です。



②従業者数

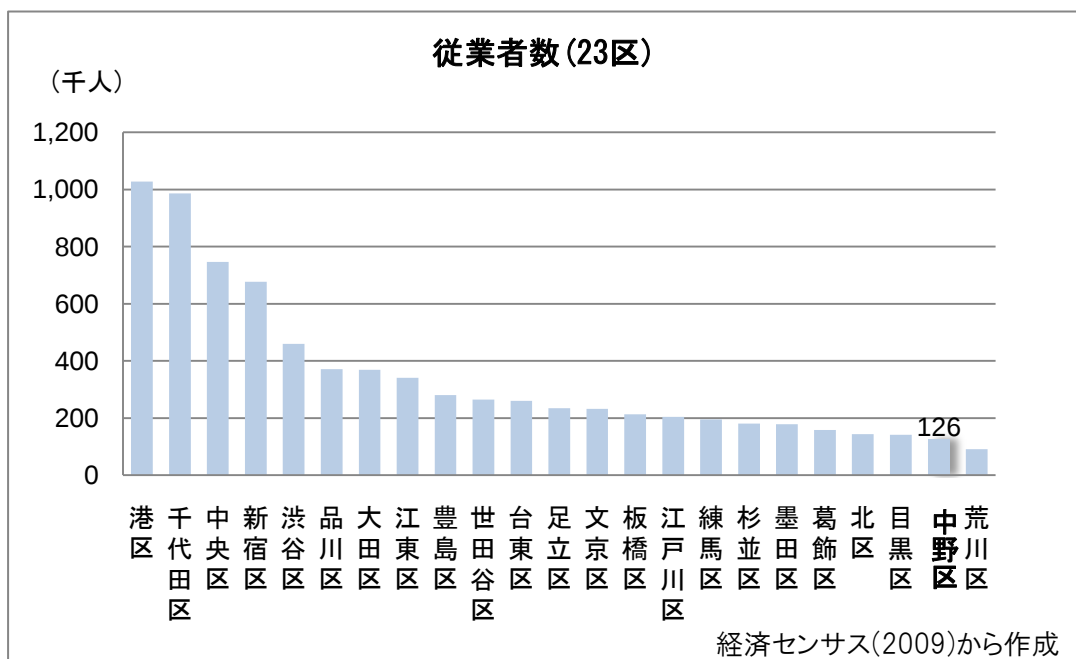
【区内推移】

■中野区内の従業者数は、2009 年調査で 125,683 人となっており、2006 年調査から 7.0%増加しています。



【23区比較】

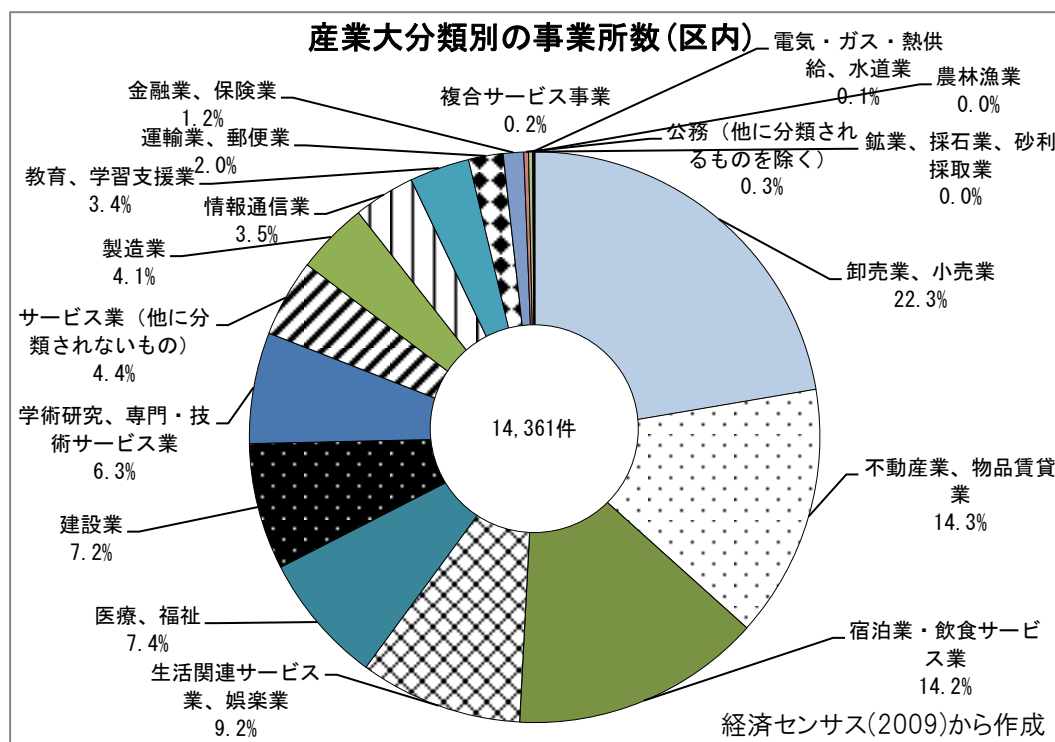
■中野区内の従業者数は、23区の中で荒川区に次いで少ない状況です。



③産業大分類別の事業所数

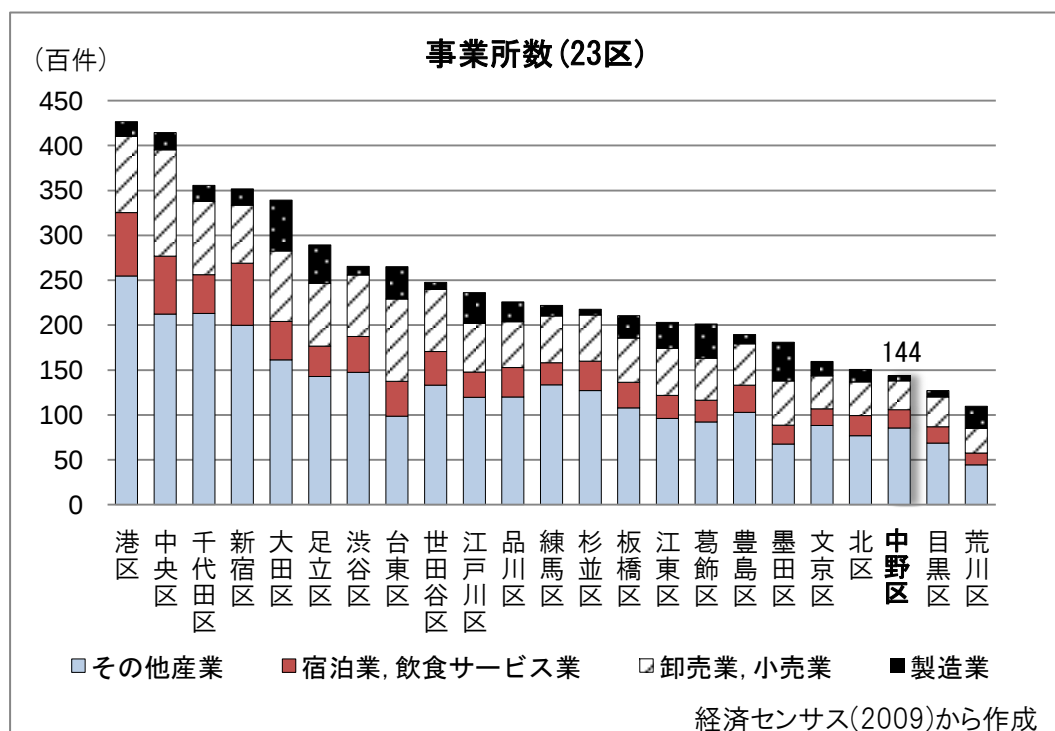
【区内】

■区内事業所の構成は、卸売業・小売業(22.3%)が最も多く、次いで不動産業・物品賃貸業(14.3%)、宿泊業・飲食サービス業(14.2%)となっています。



【23区比較】

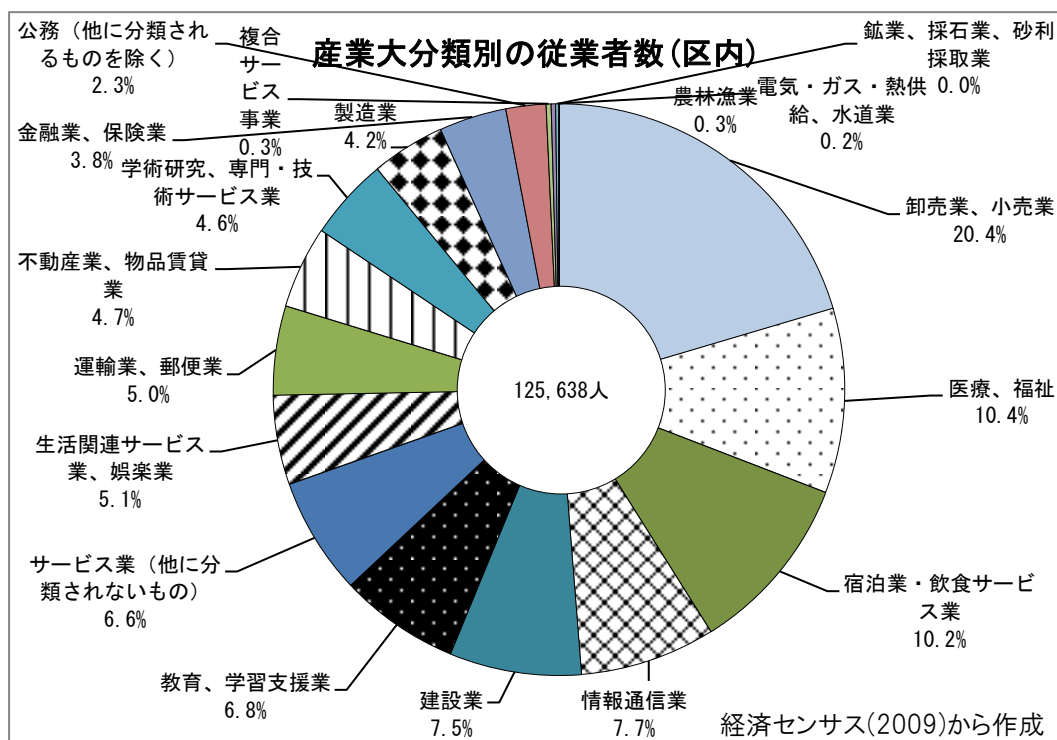
■製造業の数が少なくその割合も低いのが中野区産業の特徴の一つです。



④産業大分類別の従業者数

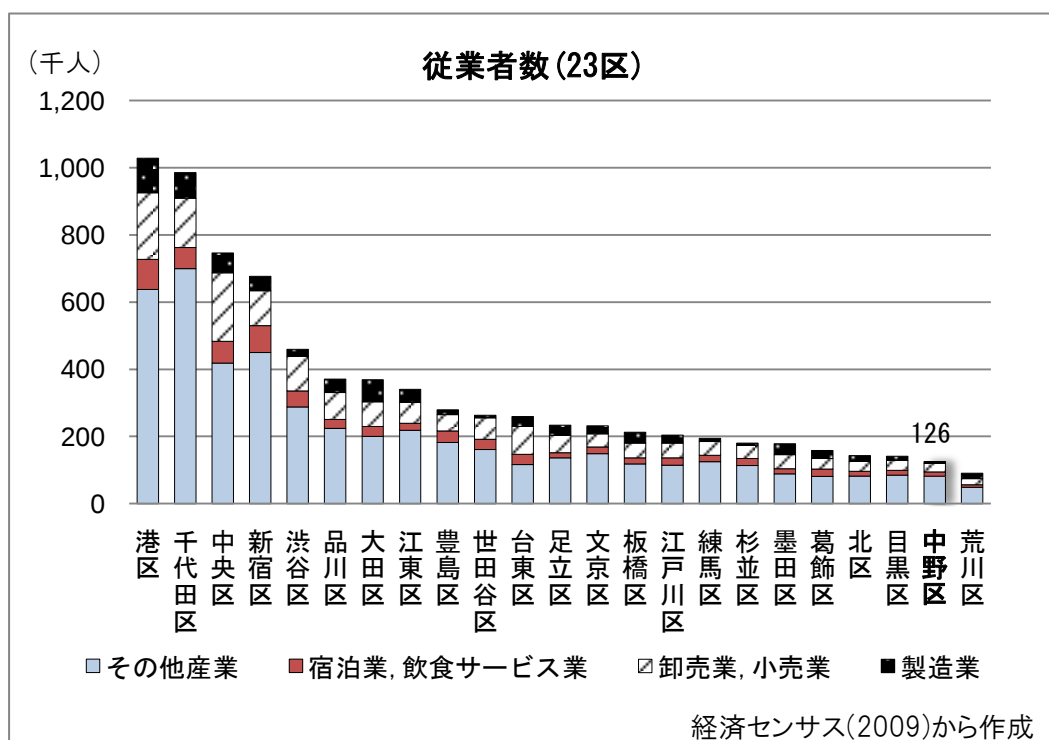
【区内】

■業種別の従業員構成は、卸売業・小売業(20.4%)が最も多く、次いで医療・福祉(10.4%)、宿泊業・飲食サービス業(10.2%)となっています。



【23区比較】

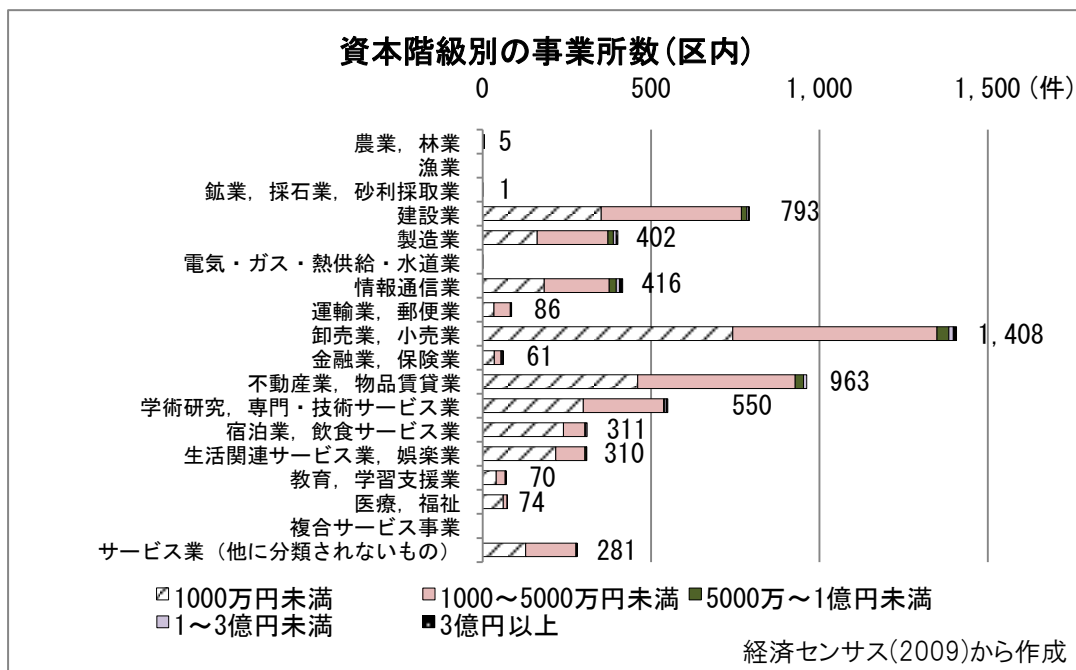
■製造業以外は、概ね他区と同様の業種構成割合となっています。



④資本階級別の事業所数

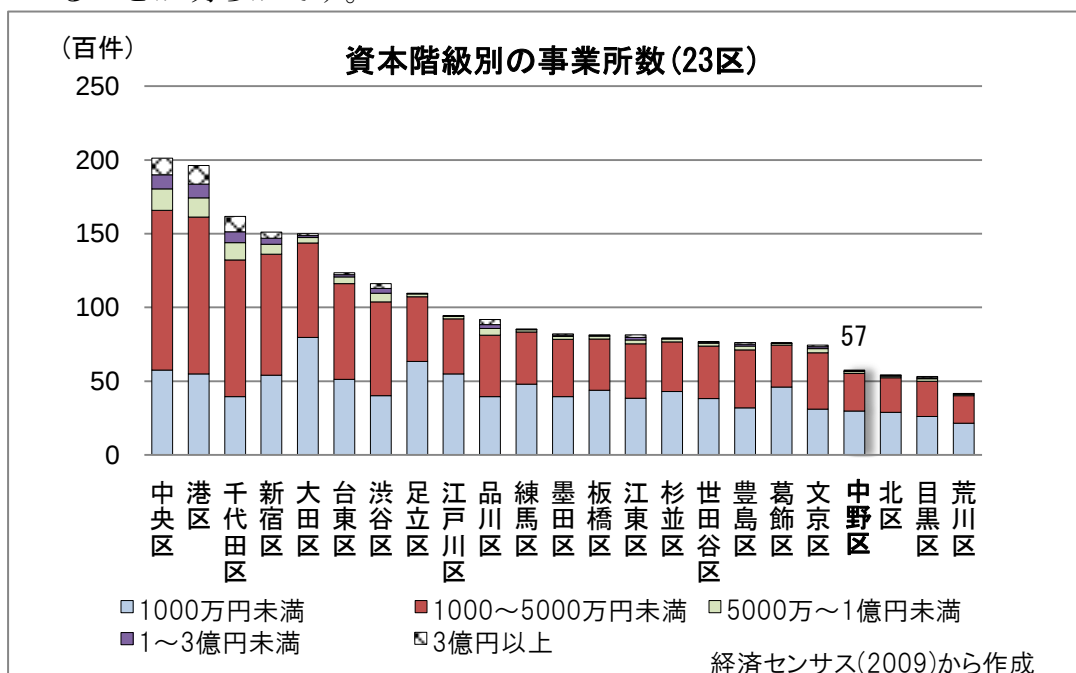
【区内】

■全産業において、資本金 5000 万円未満の事業所が 9 割以上を占めています。



【23区比較】

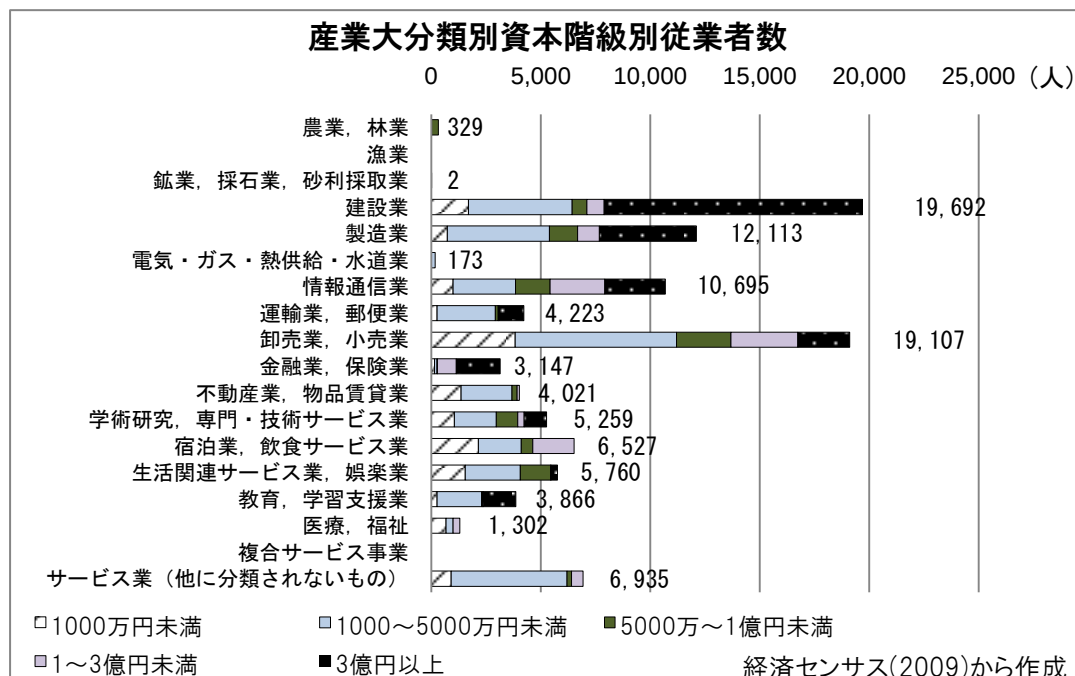
■千代田区、中央区、港区の都心区に、資本金の大きい企業が集中していることが明らかです。



⑥資本階級別の従業者数

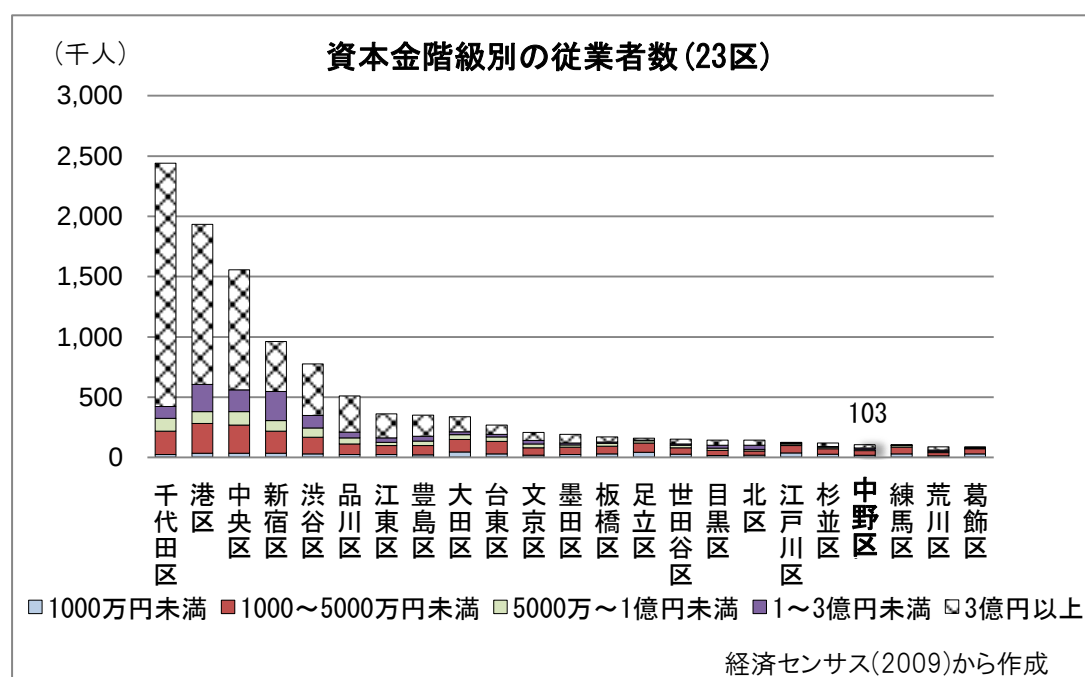
【区内】

■建設業、製造業、情報通信業、金融業において、資本金の大きい企業の従業者が多くなっています。



【23区比較】

■都心区では、資本金の大きい企業の従業者が大半を占めています。

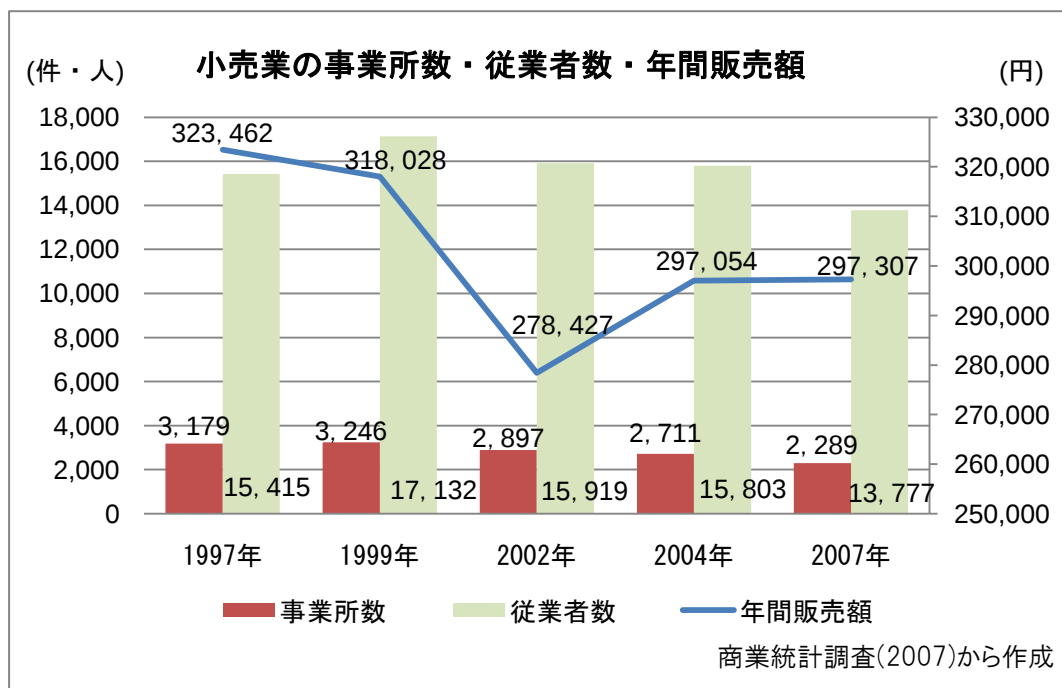


(3) 商業・工業・農業

①小売業の事業所数・従業者数・年間販売額

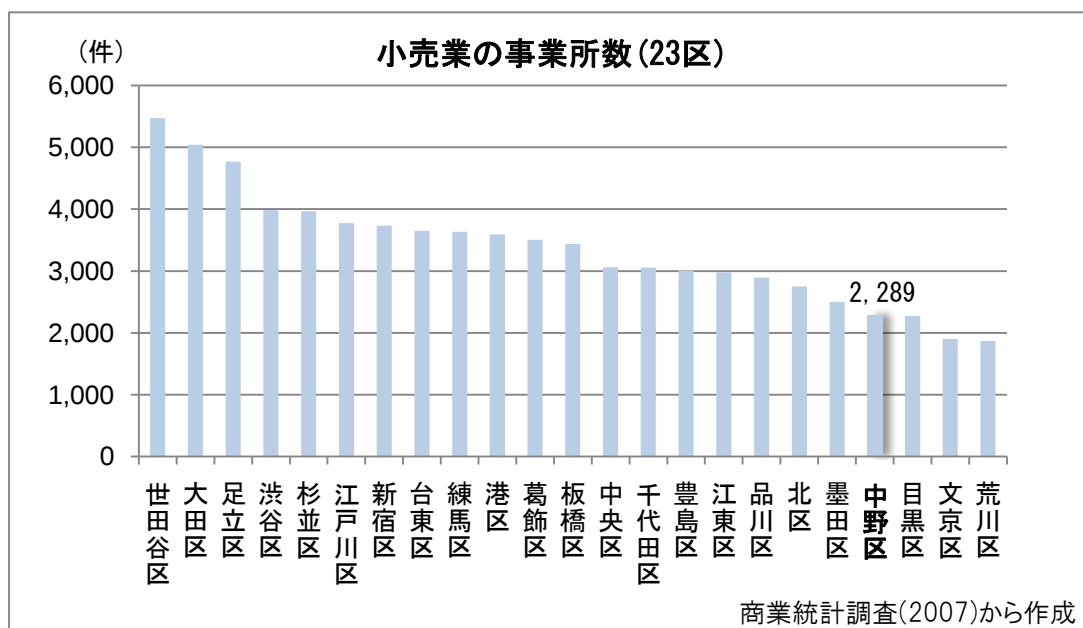
【区内推移】

■区内の小売業は、事業所数、従業者数ともに減少傾向にあります。



【23区比較】

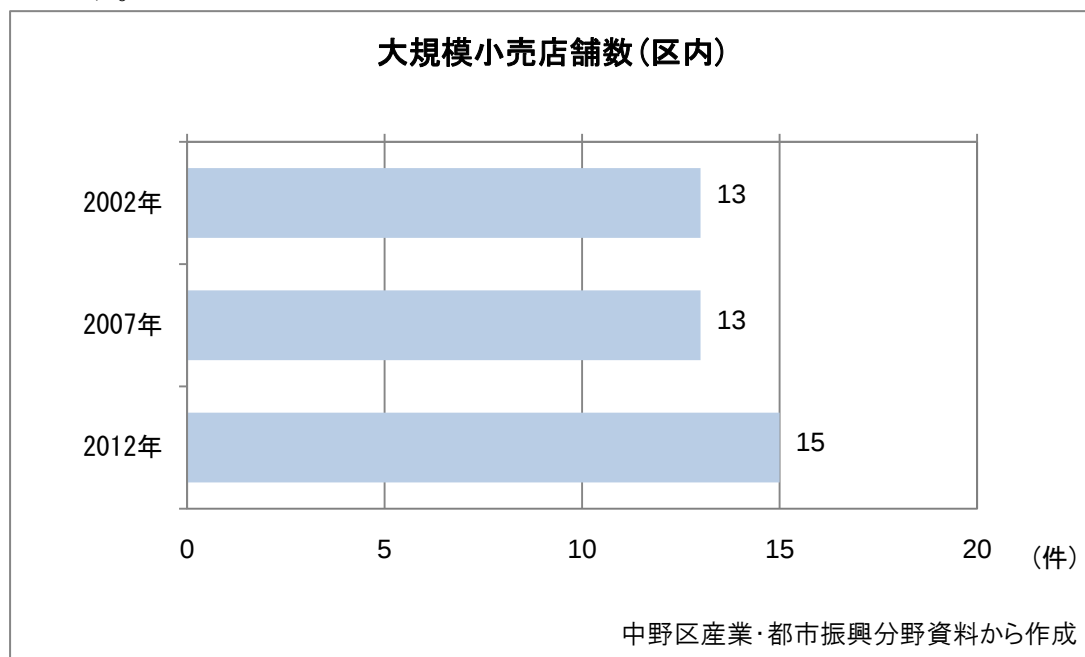
■小売業の事業所数は、人口が多い区において比較的多くなっています。



②大規模小売店舗の立地件数

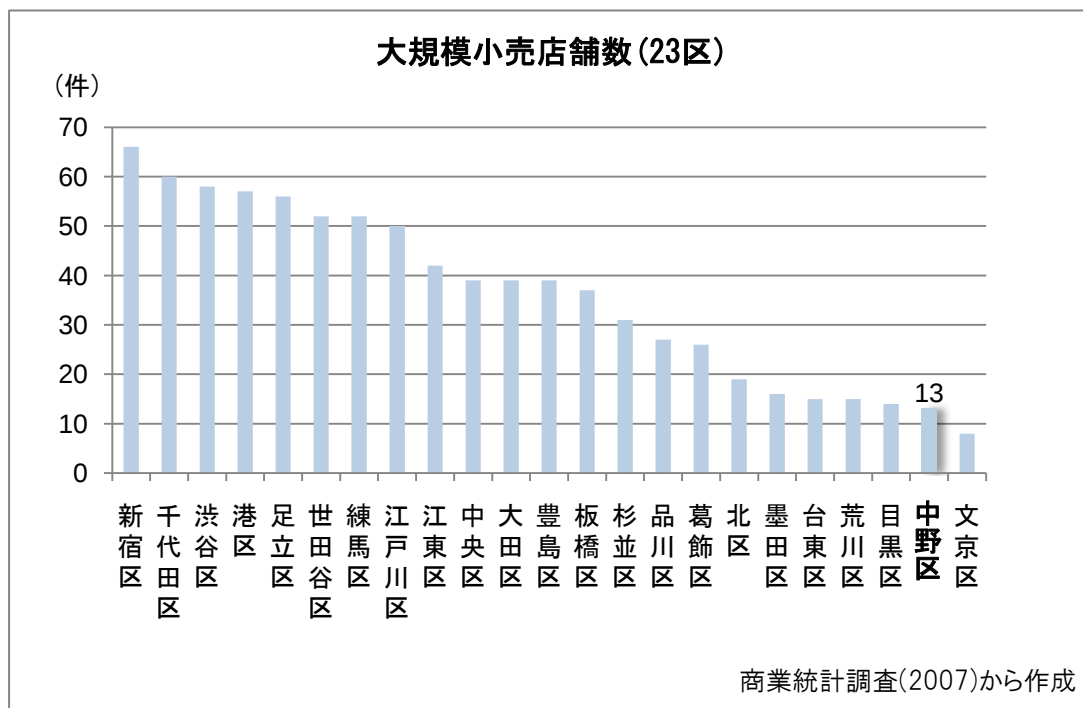
【区内推移】

■区内に立地する大規模小売店舗は少ないが、近年は新規の出店がみられます。



【23区比較】

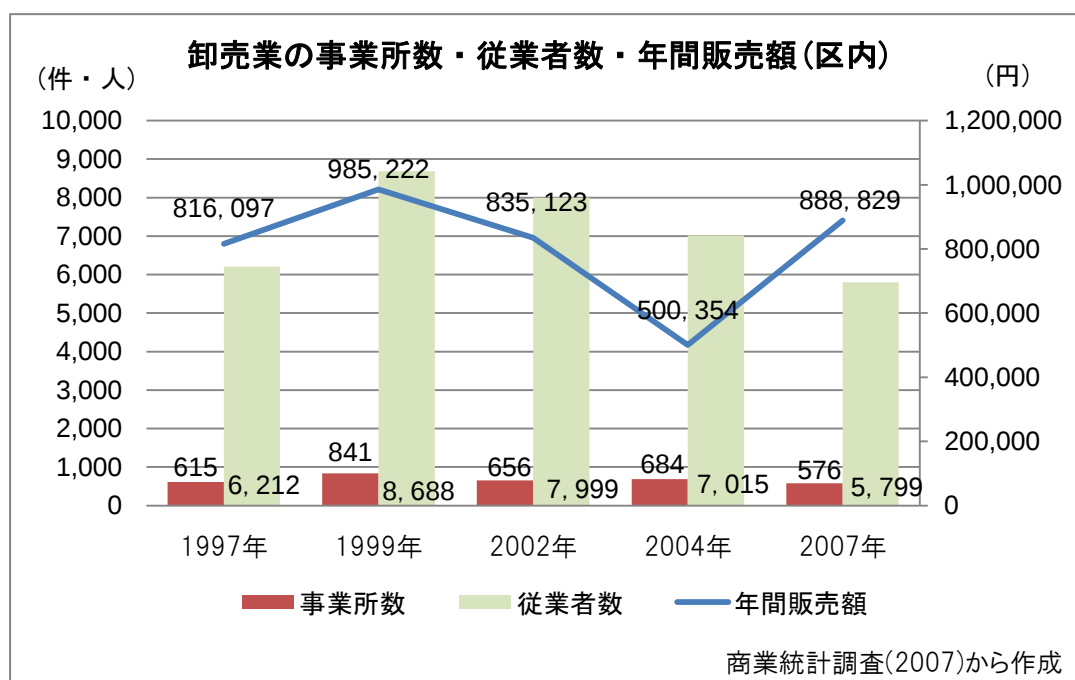
■中野区内に立地する大規模小売店舗は、文京区について2番目に少ない件数となっています。



③卸売業の事業所数・従業者数・年間販売額

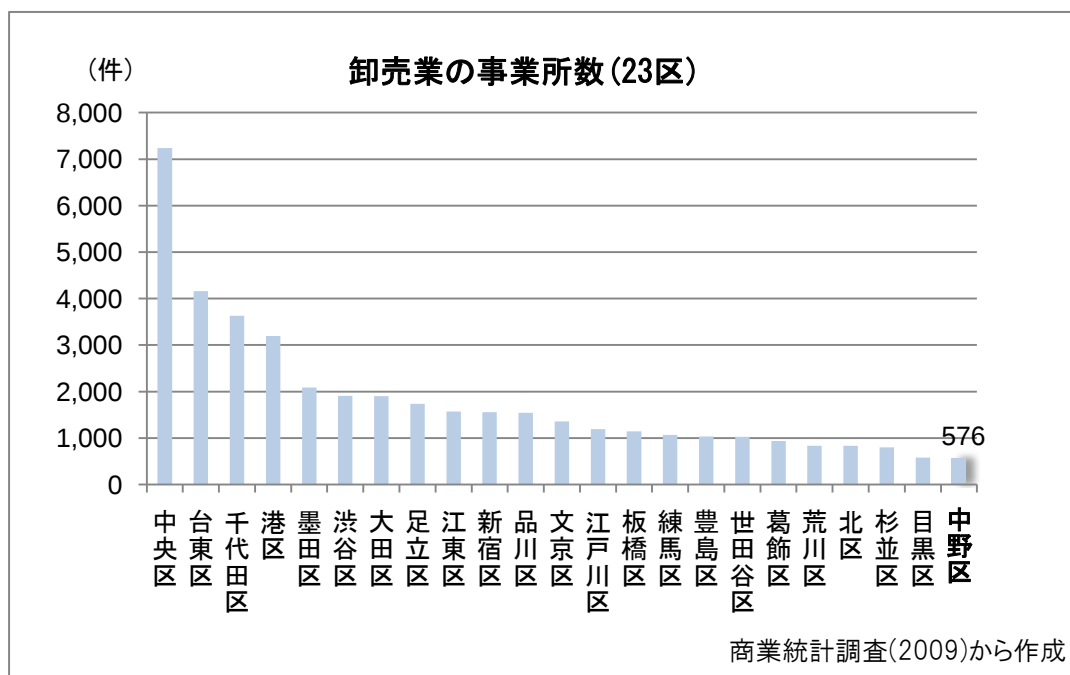
【区内推移】

■区内卸売業は、事業所数、従業者数ともに減少傾向にあります。



【23区比較】

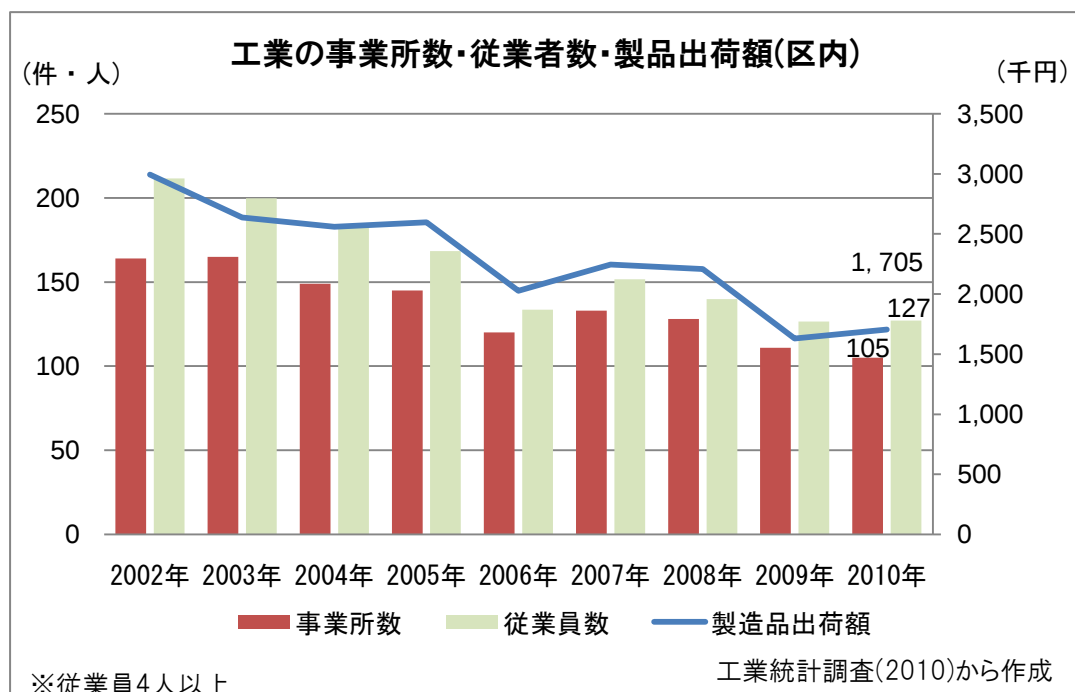
■中央区において、卸売業の集積が目立っています。中野区の卸売業の事業所数は23区で最も少ない状況です。



④工業の事業所数・従業者数・製品出荷額

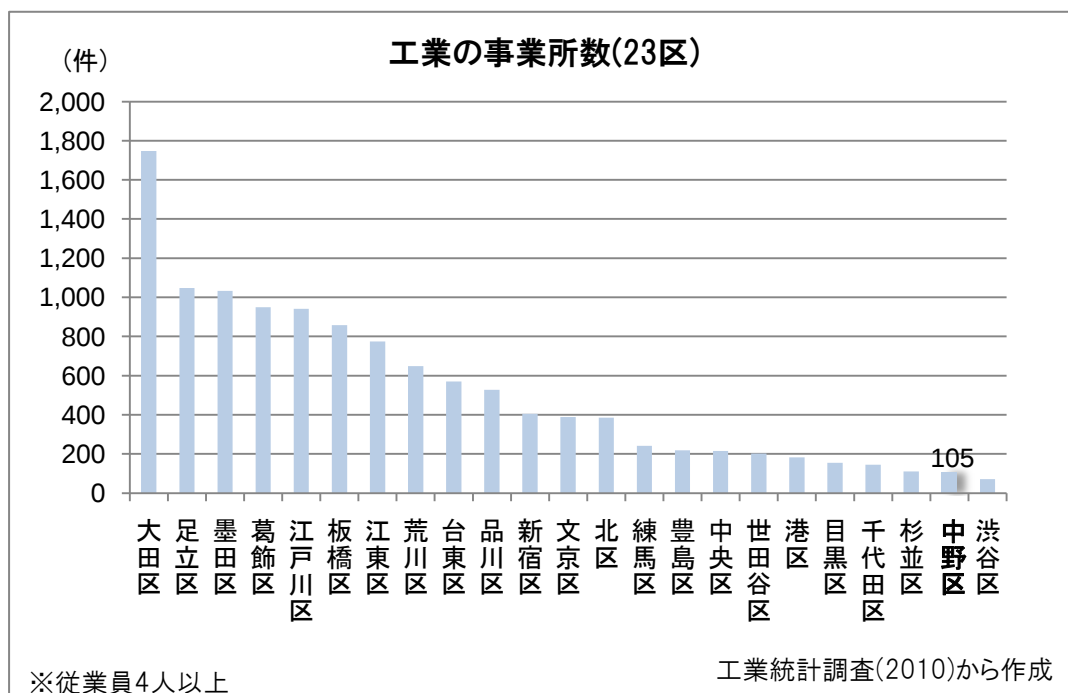
【区内推移】

■工業の事業所数は減少傾向が続いています。



【23区比較】

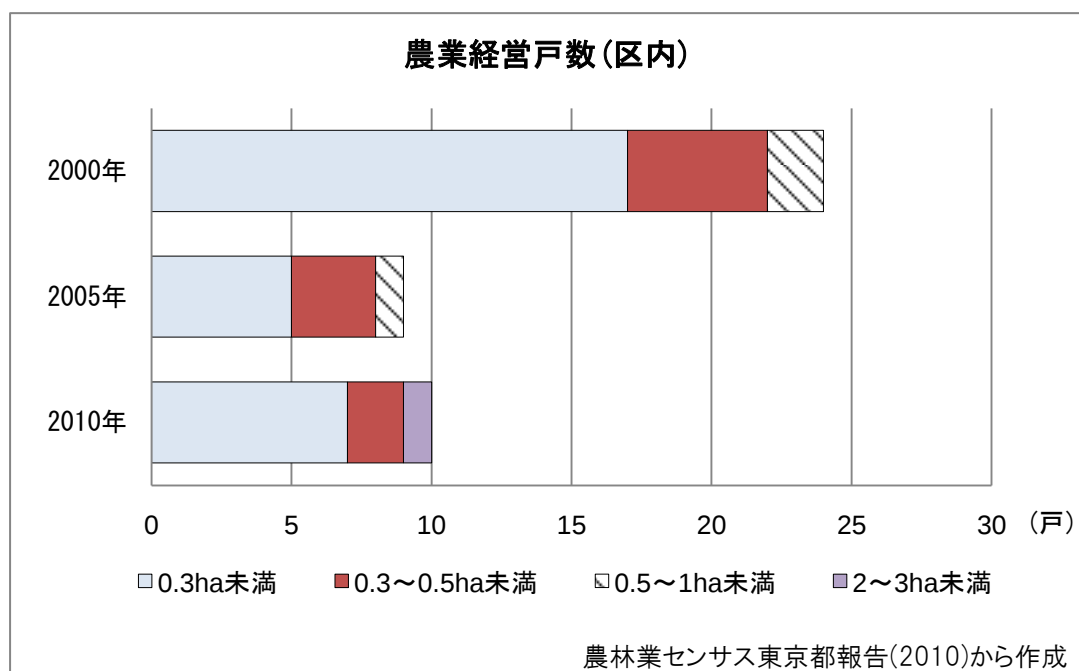
■中野区内の工業の事業所数は、渋谷区に次いで2番目に少ない状況となっています。



⑤農業の経営戸数

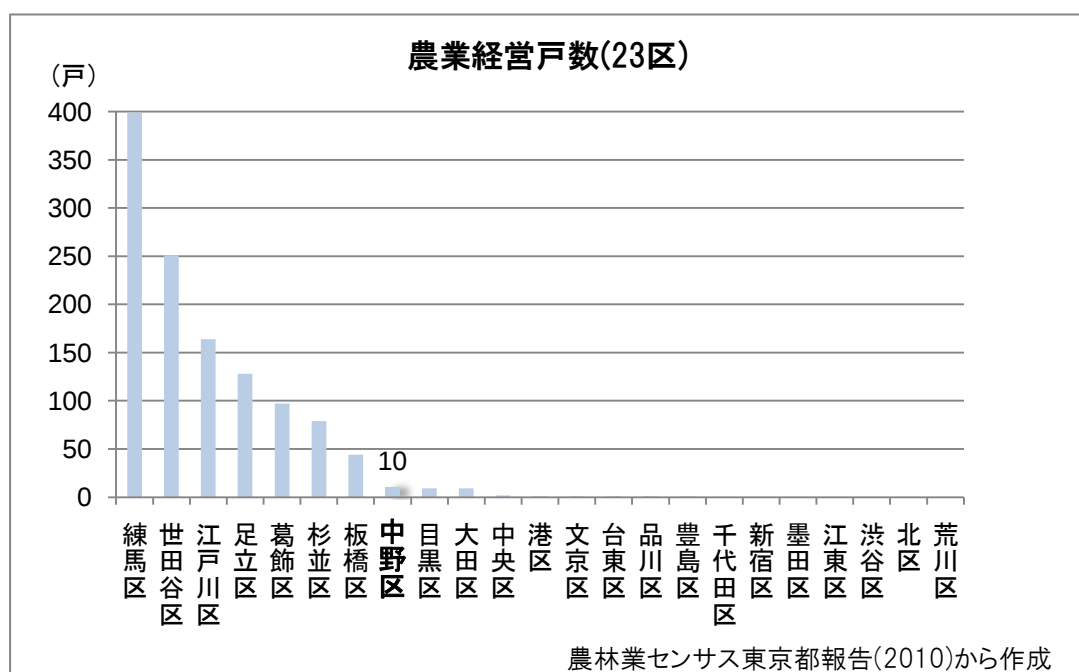
【区内推移】

■区内の農業経営戸数は少なく、ほぼ横ばいで推移しています。



【23区比較】

■23区内の農業経営戸数は、練馬区が突出しています。

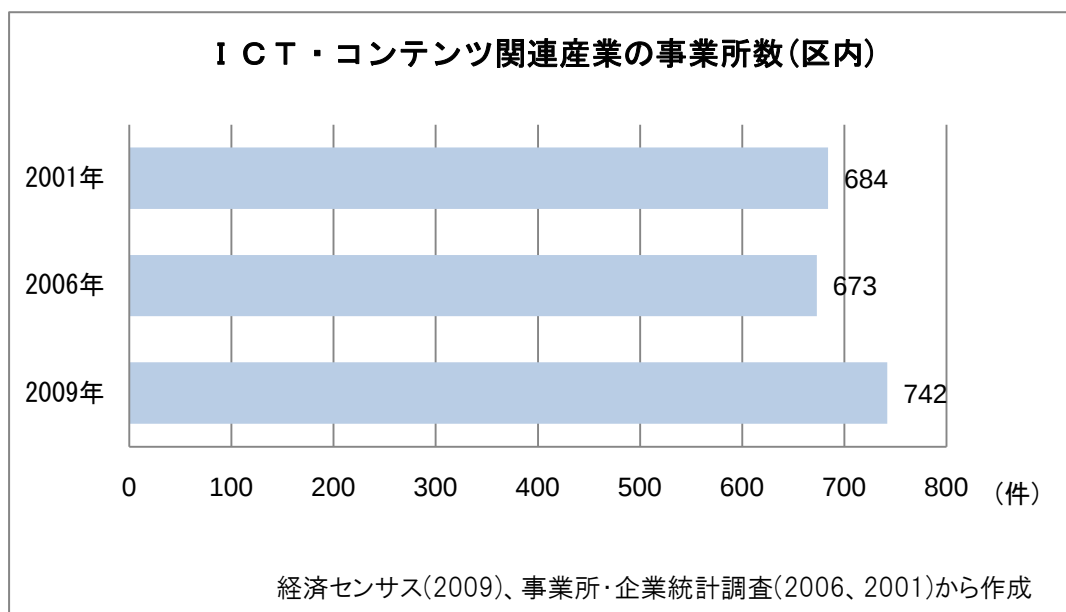


(4) 重点産業

① ICT・コンテンツ関連産業の区内事業所数

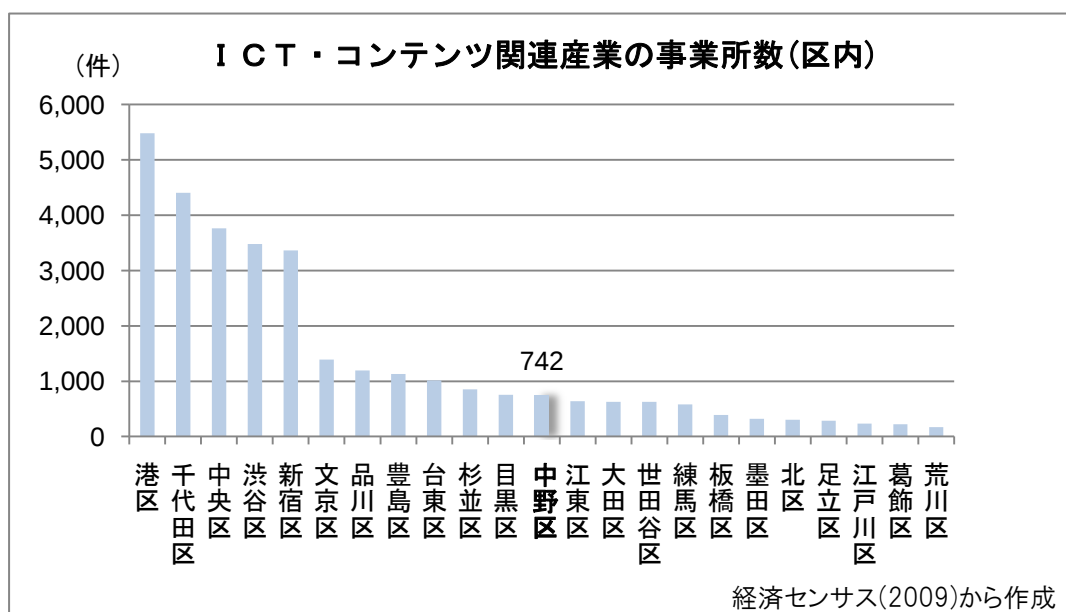
【区内推移】

■ ICT・コンテンツ関連産業の区内事業所数は、2009年調査で742件となっており、2006年調査から10.3%増加しています。



【23区比較】

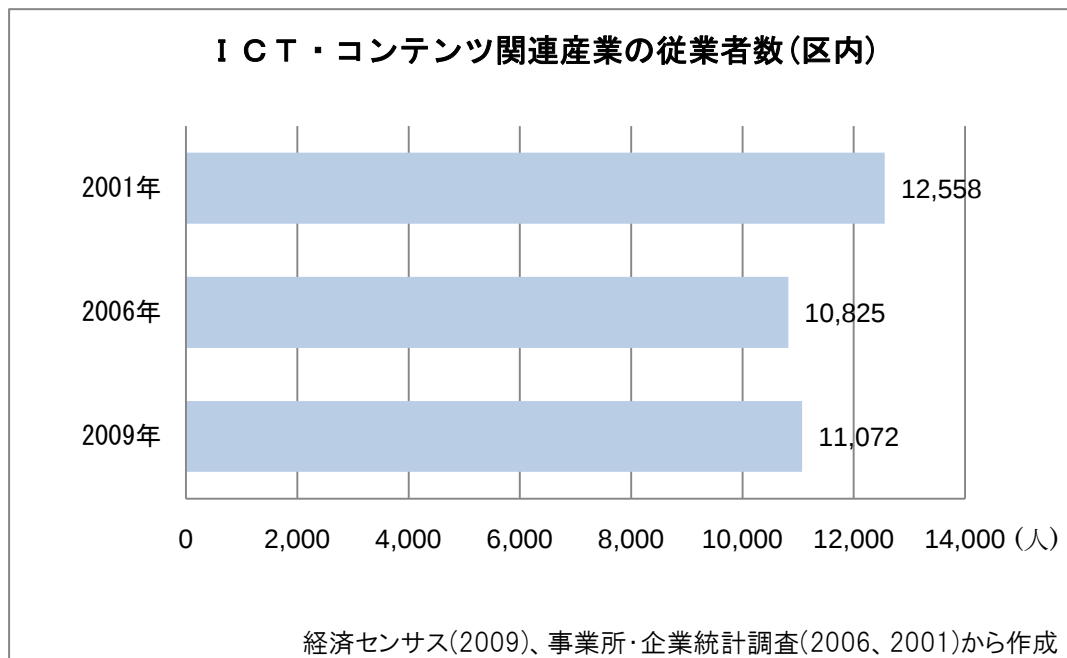
■ 23区では、都心3区、新宿区、渋谷区に集積しています。



② I C T ・ コンテンツ関連産業の区内従業者数

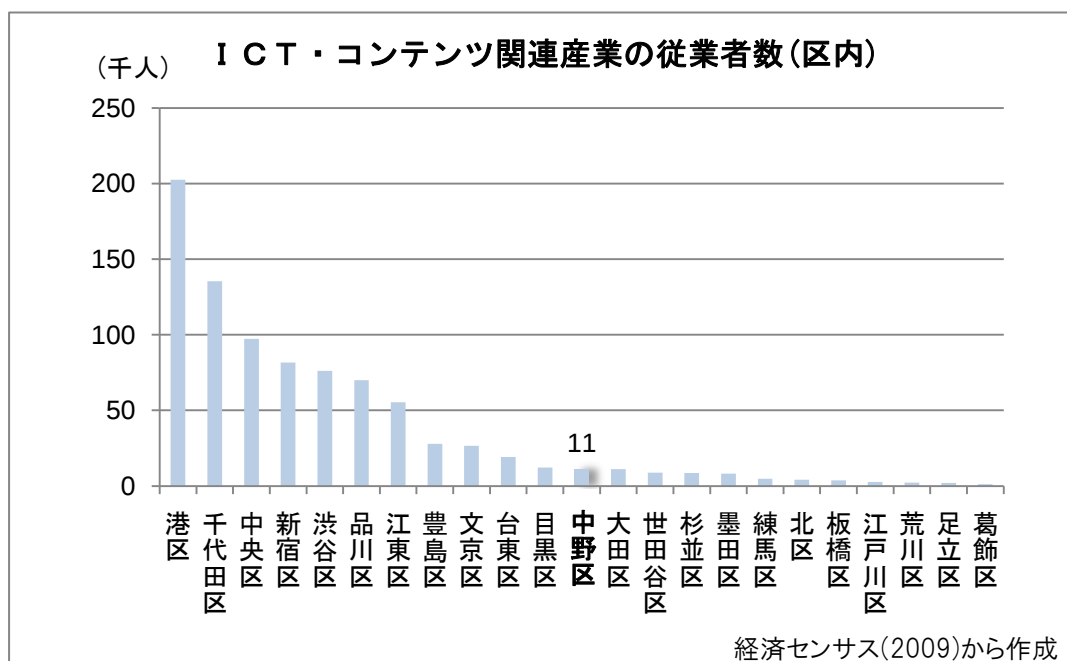
【区内推移】

- I C T ・ コンテンツ関連産業の区内従業者数は、2009 年調査で 11,072 人となっており、2006 年調査から 2.3%増加しています。



【23区比較】

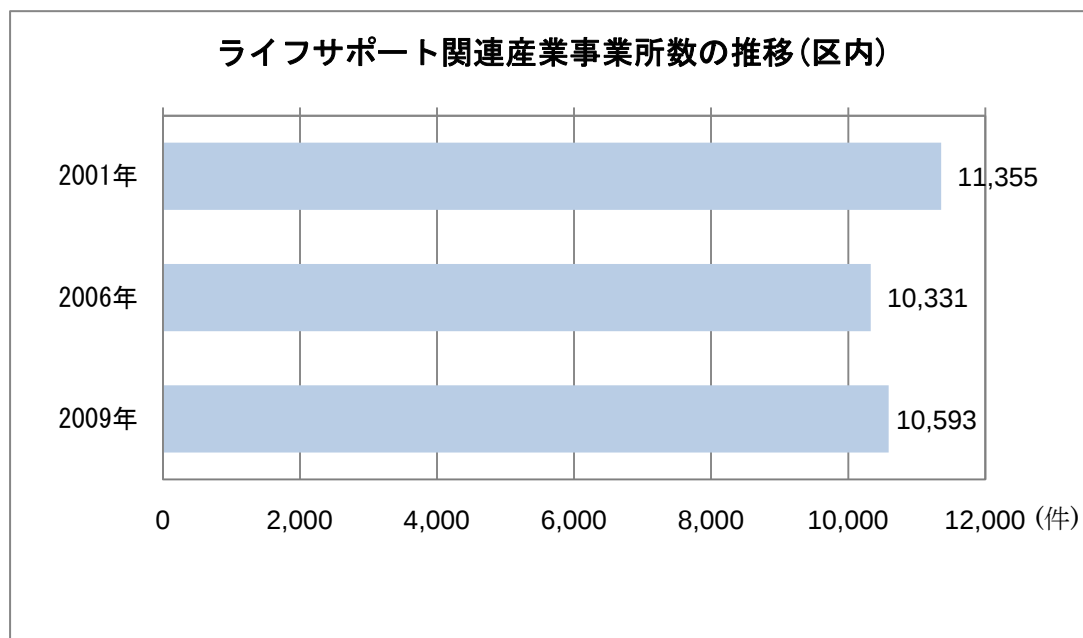
- 企業の本社機能が集積する都心区において従業者数が多くなっています。



③ライフサポート関連産業の区内事業所数

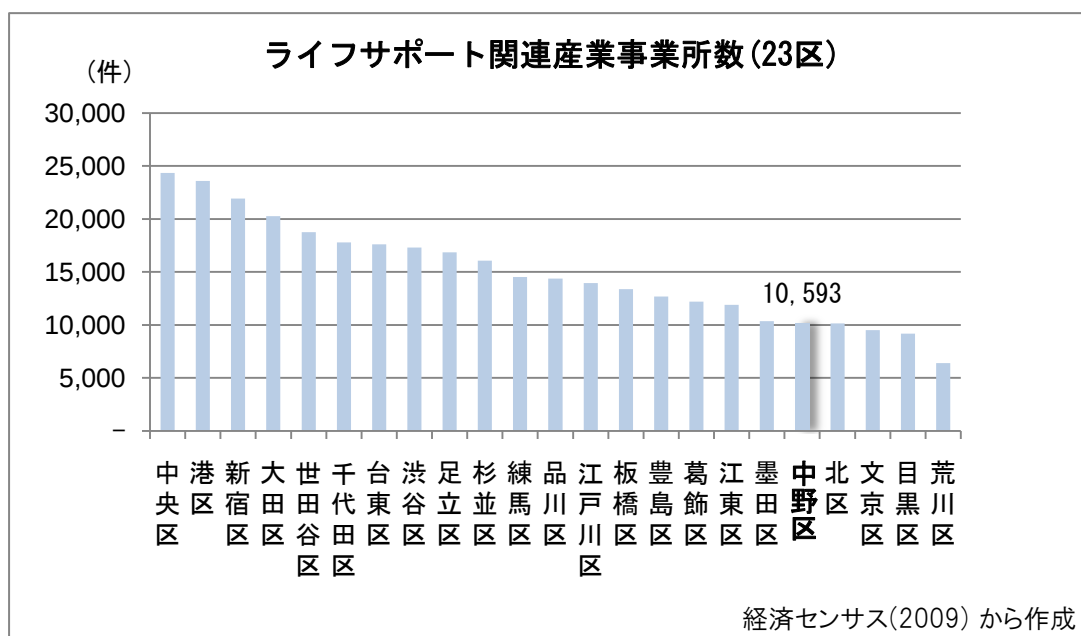
【区内推移】

■ライフサポート関連産業の区内事業所数は、2009 年調査で 10,593 件となっており、2006 年調査から 2.5%増加しています。



【23区比較】

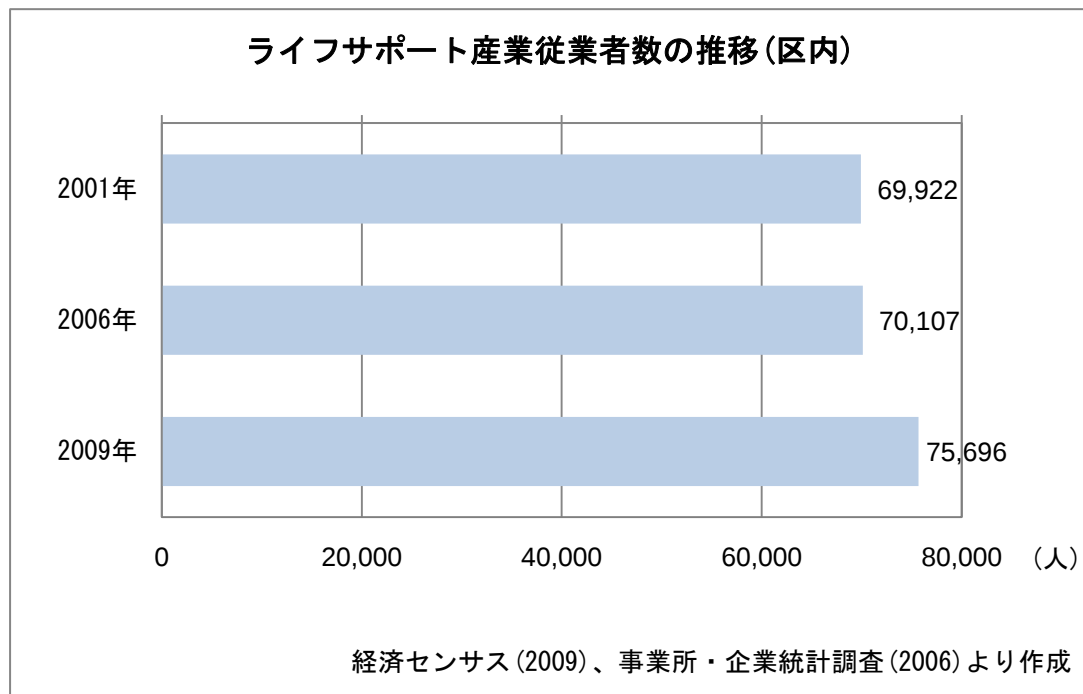
■全産業の事業所数でみた順位と概ね同様となっていますが、若干住宅都市が上位に進出しています。



④ライフサポート関連産業の区内従業者数

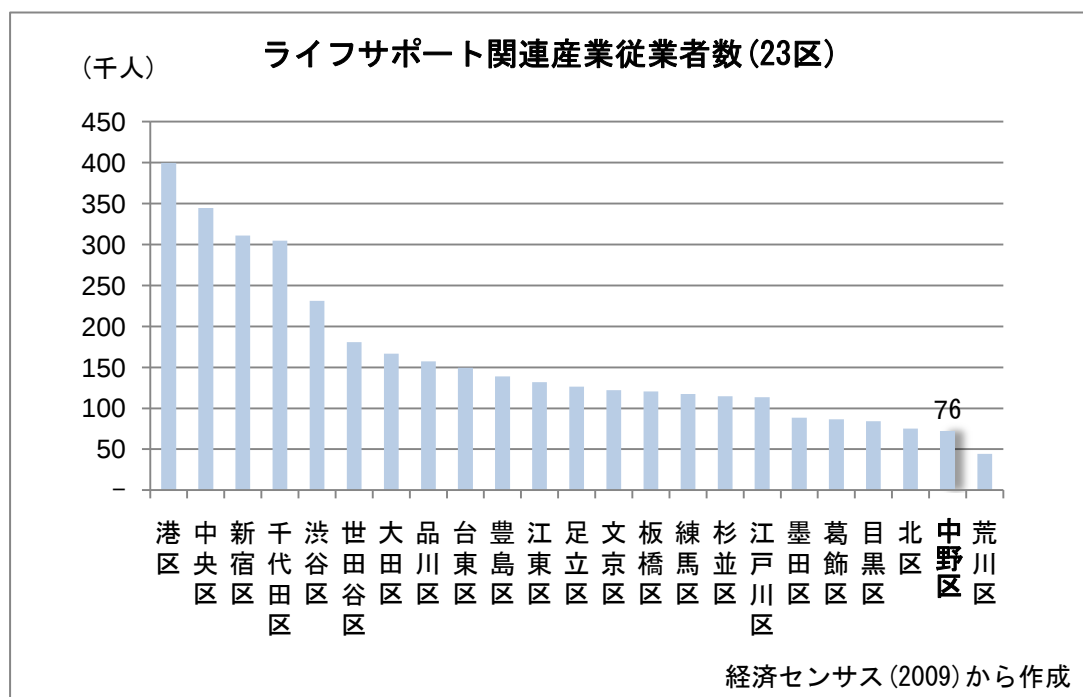
【区内推移】

■ライフサポート関連産業の区内従業者数は、2009 年調査で 75,696 人となっており、2006 年調査から 7.9%増加しています。



【23区比較】

■大企業が集積している都心部で、従業者の数が多くなっています。

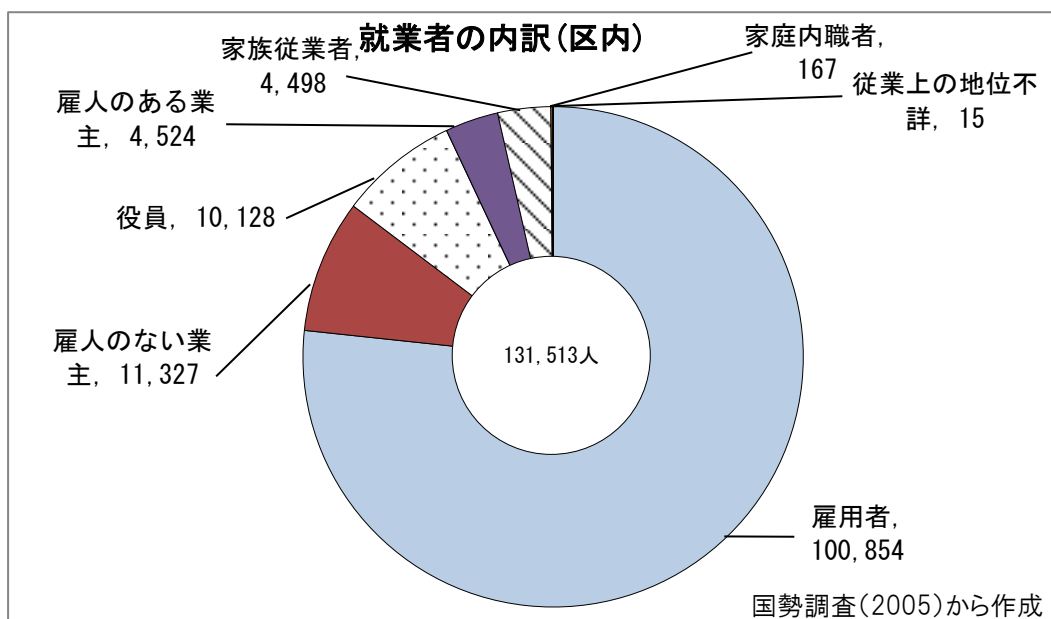


(5) 労働・生活

①労働力人口

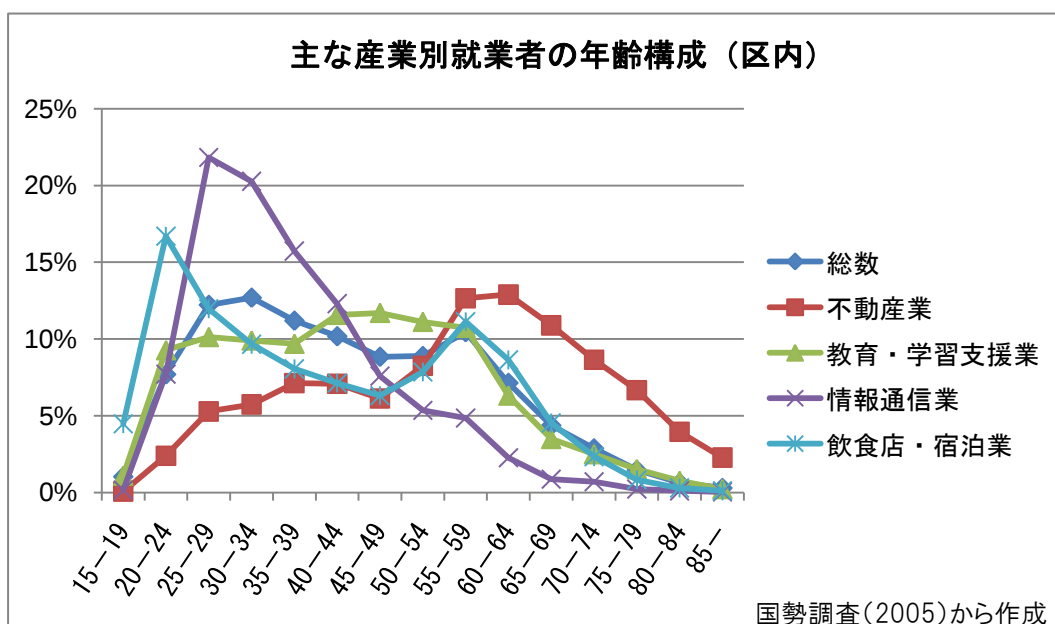
【就業者の内訳】

■労働力人口のうち、就業者数は131,513人で、雇用者が76.7%を占めています。



【年齢構成】

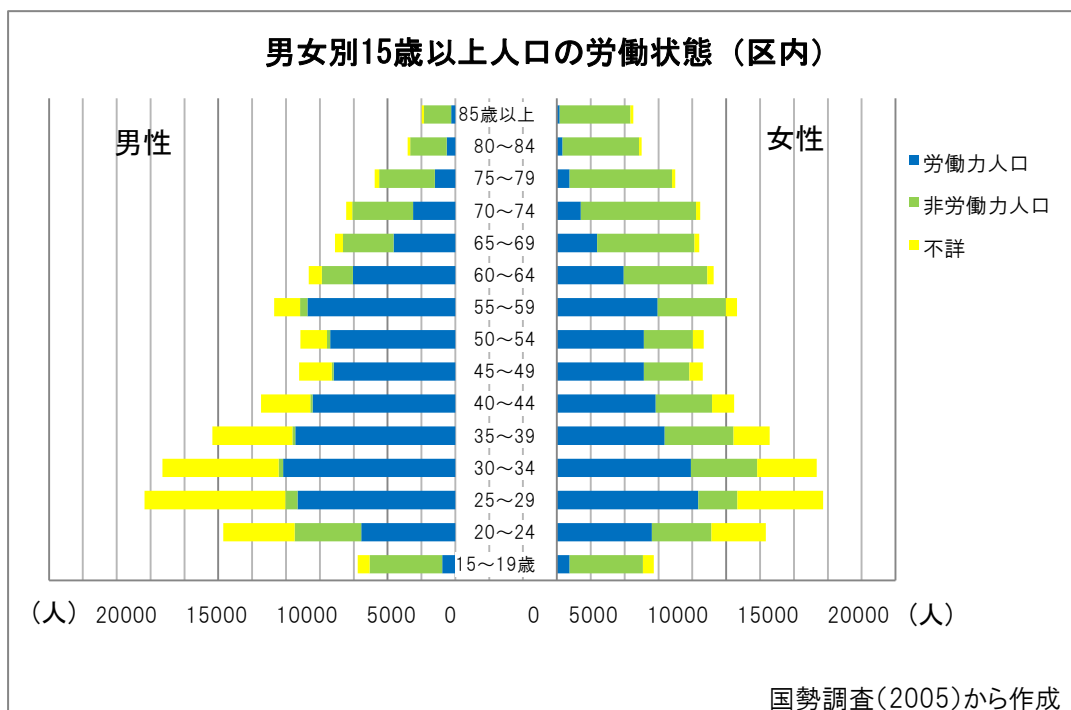
■情報通信業は若年層にかなり偏りがある一方、不動産業は高齢者に偏っています。



②労働状態

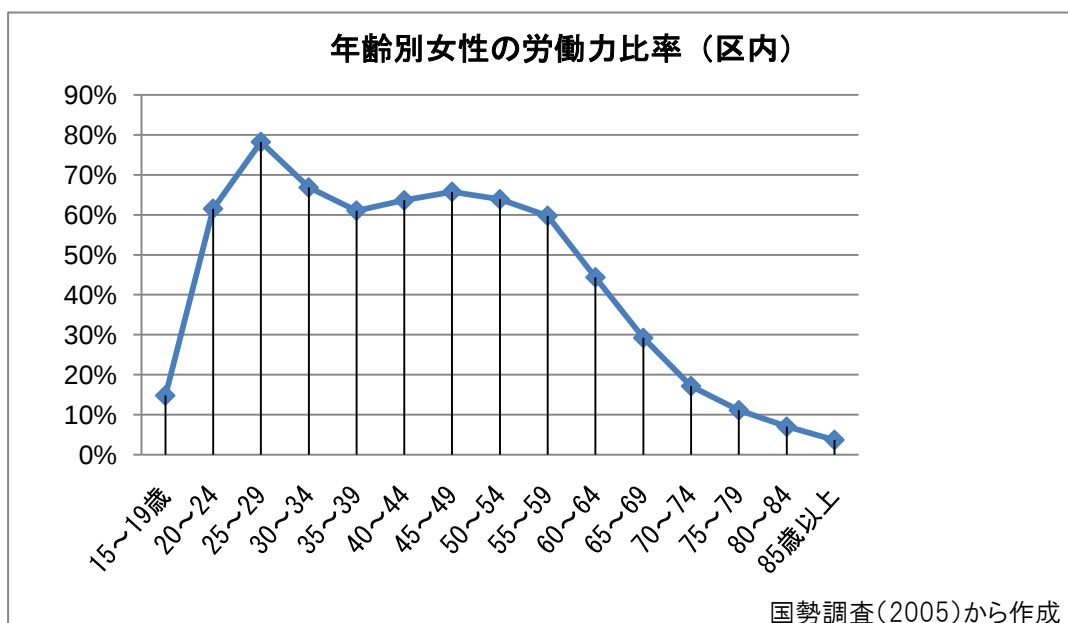
【15歳以上の労働状態】

■男性は、25～59歳までの労働力人口が多い一方で、女性は、20歳代後半以外の年齢において非労働力人口が一定割合存在しています。



【女性の労働力率】

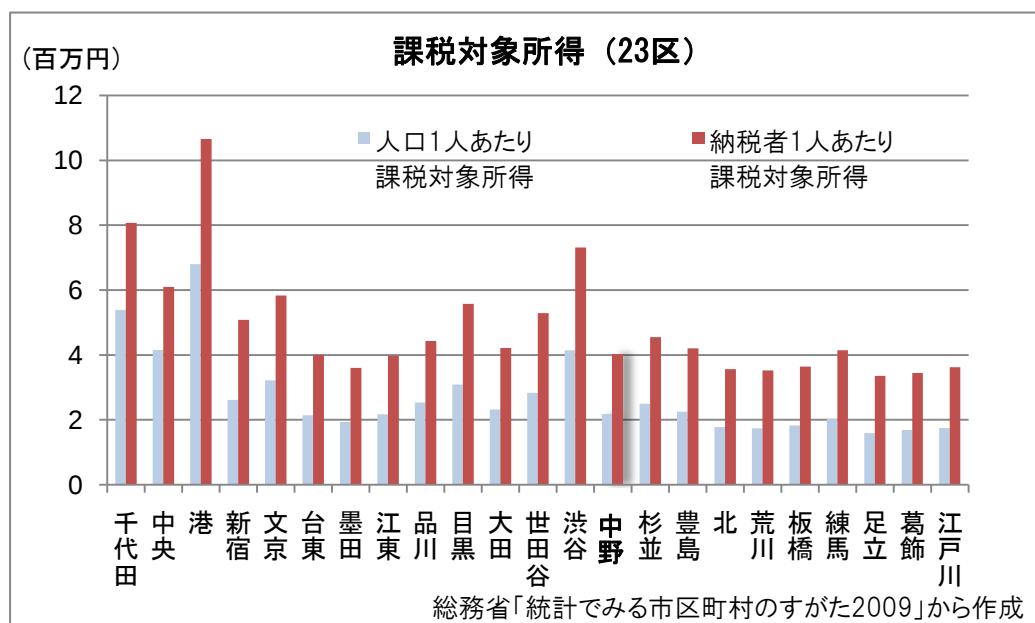
■結婚・出産期に労働力率が低下するいわゆる「M字曲線」が中野区でもみられます。



③収入等

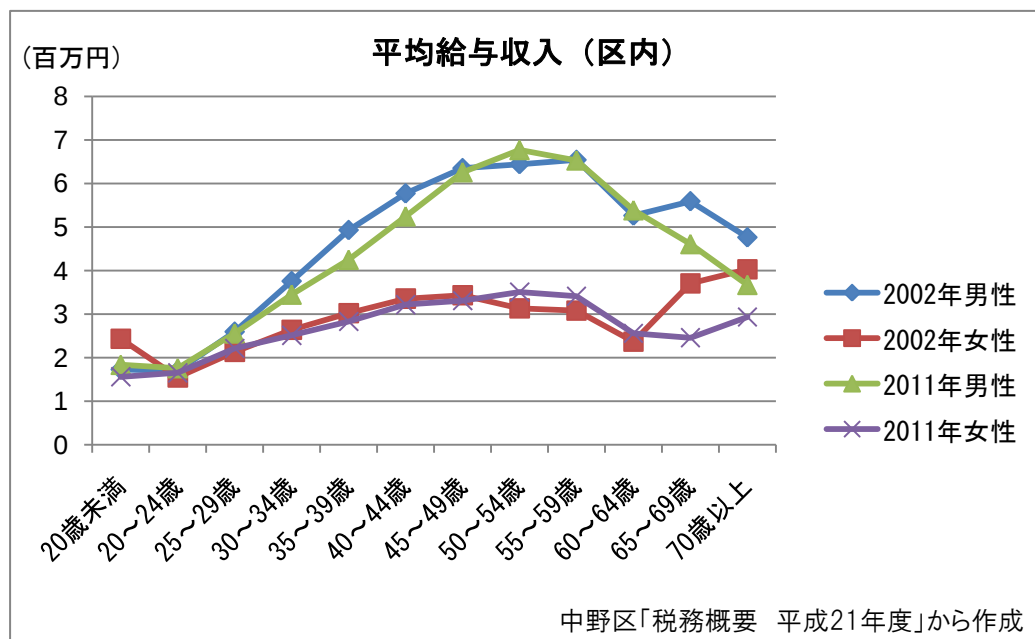
【課税対象所得】

■都心部において1人あたりの課税対象所得が高くなっています。



【平均給与収入】

■男性の給与収入が最高となる50歳代前半においては、男性の給与所得が女性の1.9倍になっています。



24 中都産第650号

中野区産業振興ビジョン（案）

～ICT・コンテンツの活用とライフサポートサービスの充実で
経済が活性化するまち～

2012年（平成24年）8月発行

発行 中野区

都市政策推進室産業・都市振興分野

東京都中野区中野4-8-1

電話 03-3228-8729

素案から案への主な変更点

※変更箇所は下線部分

第2章 目指すべき将来像とその実現に向けた戦略・取り組み

No.	該当 ページ	案	素案
1	9	戦略Ⅰ 新たな企業の集積 成果指標と目標値	
		<u>中野区内で事業を継続したいと思う事業所の割合</u> <u>勤務地が中野区内であることに満足しているワーカーの割合</u>	<u>区内事業所数</u> <u>国際会議の区内開催数 (参加者数 50 人以上)</u>
2	12	戦略Ⅱ 中小企業の振興 成果指標と目標値	
		<u>前年(前期)より売上高が増加した事業所の割合</u> <u>区内外のビジネスフェアへ出展した区内事業所数</u>	<u>区内商業(卸売・小売業)の販売額 (従業者 100 人未満の事業所)</u> <u>区内事業所の従業者数 (従業者 100 人未満事業所)</u>
3	19	戦略Ⅲ 重点分野の振興 成果指標と目標値	
		<u>ICT・コンテンツ関連産業の事業所数</u> <u>削除</u> <u>ライフサポートサービスを提供する事業所の増加率 (調査初年度＝100 とする指数)</u> <u>削除</u>	<u>ICT・コンテンツ関連産業の事業所数</u> <u>ICT・コンテンツ関連産業の従業者数</u> <u>ライフサポート関連産業の事業所数</u> <u>ライフサポート関連産業の従業者数</u>

中野区産業振興ビジョン（素案）の意見交換会実施結果

1 意見交換会の実施状況（自治基本条例第 14 条の規定に基づき実施したもの）

(1) 実施日時・場所等

実施回数 3 回

会 場	日 時	参加人数
中野区役所 7 階会議室	平成 24 年 8 月 19 日（日） 午後 1 時～午後 3 時	5 人
南中野区民活動センター	平成 24 年 8 月 21 日（火） 午後 7 時～午後 9 時	0 人
鷺宮区民活動センター	平成 24 年 8 月 22 日（水） 午後 7 時～午後 9 時	6 人
計		11 人

(2) 意見交換会における主な意見の概要と区の見解・回答

（全体に関するもの）4 項目

No.	区民からの意見・要望	区の回答
1	人口動態、年齢構造の変化などの影響はビジョンのなかでどう織り込まれているのか	中野区を含めた 23 区は全国の傾向より緩やかに人口減少が進むと推計され、昼間人口や高齢者の単独世帯等の増加が見込まれている。これに伴いライフサポートに係るニーズが高まるものとして、ビジョンの中ではこれに係る産業振興を重点分野とした。
2	産業振興ビジョンのモデルとした自治体はあるのか。夢があり、イメージしやすく、PR になるようなモデル都市名を上げてはどうか。	各自治体の産業振興ビジョン等も参考にはしているが、産業構造や立地環境など中野区の特徴を踏まえたものになっている。
3	産業振興ビジョンの体系図について、戦略Ⅰは新たに中野に来る企業向けの施策、戦略Ⅱは既存の企業等への施策という認識でよいか。	概ねそうした考えに基づいている。
4	取り組みが色々列挙されているが、その優先度や数値目標はどう考えているのか。数値目標は進捗状況を把握するにも有効と考える。	重点分野とした ICT・コンテンツ関連やライフサポート関連に力点を置いていくことになると考えている。商工団体等と連携した調査等で進捗状況を把握できる指標を検討したい。

（戦略Ⅰに関するもの）2 項目

No.	区民からの意見・要望	区の回答
1	新たに進出してくる大学の学生という人的資源の活用、それによる活性化を考えるべきではないか。	進出する大学には、コンテンツやライフサポートに関連する学部・学科も予定されている。それらの知的財産や学生による取り組みを活かした連携を進めること等をビジョンに盛り込んだ。
2	中野には若者が多数住んでいるが、そのパワーを区の産業振興に取り入れられたらよい。	

(戦略Ⅱに関するもの) 11項目

No.	区民からの意見・要望	区の回答
1	戦略ⅠとⅢは力を入れているのが分かるが、戦略Ⅱは割と普通のことになっているように感じる。	中小企業の振興という点では、他自治体等と共通するようなものもあるが、新たな進出大学等の持つ知的財産を活用してビジネスチャンスに結び付けるなど、区独自の展開も考えている。
2	区が支援すべきは、順調に成長している企業よりも、経営が上手くいっていない企業の事業転換を図るなどの方策こそが必要である。	メリハリをつけた施策展開をすべきとの考えから、ビジョンでは重点分野を掲げている。ライフサポートのような地域ニーズのあるところへのサービス提供が進むように考えていきたい。
3	経営が上手くいっていない業種の事業者は、業種を転換したくてもできないのではないかな。業態転換の手助けをしてくれるようなサービスがあったらよいと思う。	現在行っている経営相談について、ライフサポート関連などへ業種転換をしたい事業者に対して、手厚くしていくことなどを想定して、支援の方向性をビジョンに盛り込んでいる。
4	グローバルな視点も必要である。留学生はやる気のある学生が多いと思うので、中小企業とからめて何かできたらよいのでは。	大学進出に伴って海外の留学生も増加する見込みであり、ICT・コンテンツの面でも関わりをつくれる可能性を感じている。また、中小企業への人材供給という点で、区内中小企業の情報を大学へ提供するなどの連携等も考え、ビジョンに盛り込んでいる。
5	商店街振興のビジョンについては、早めの推進が必要だと思うがいつ頃の予定か。	本ビジョンを10月に策定した後、施策全体の具体的な検討を進め、来年度の予算にとりまとめていく。商店街振興のあり方もこの過程で考えていくことになる。
6	商店街の活性化について、区の方角性を早めに商店の方にも話してほしい。例えば中杉通りは昔から拡張するといわれているがまだしていない。建替え等を決めかねていることも活性化しない一因ではないか。	交通基盤整備は重要な政策だが、それが商店街衰退につながることはあってはいけないと考えている。商店街活性化については、行政、住民、事業者等が互いに役割分担を明確にし、連携してまちづくりをしていく必要がある。
7	観光に力を入れてほしい。国は2020年に2500万人の外国人観光客を呼び込むこととしており、渋谷駅周辺で開発を進める東急電鉄は、その半数を渋谷に呼び込みたいとしている。区としては区外から人を呼び込む方策をどう考えているのか。	6月に中野区都市観光ビジョンを策定した。外国人を含めた来街者増加の取り組みを商店街の方々と連携して進めていきたい。
8	都市観光と観光関連産業の振興で、中野ブランドの商業化とあるが、どのような形式のブランドをどのように手助けしていくのか。	6月に策定した都市観光ビジョンで触れている。様々な中野の個性(観光資源)をブランド化していきたい。具体的には、中野のご当地ブランド認定制度で土産物の開発や中野のイメージアップになるものへの支援、シティセールスなどである。
9	観光資源の掘り起こしについて、統一性を持ったサインなどが必要と考える。	駅周辺の来街者を回遊させるようなデジタルサイネージなどを区としても観光基盤の整備として検討していく。情報の作成・運営などについても商工団体などの協力を仰ぎたいと考えている。

10	映画等のロケ地として商店街が活用されれば活性化の材料となると考えるがどうか。	区内ロケ地の利用については現在も対応している。今後も区内ロケ地の紹介や利用などを進めていきたい。
11	観光で呼び込むのであれば、大型バスが止められるようなスペースを確保すべきだ。	大型バスの駐車スペースなども検討していくこととしている。

(戦略Ⅲ (1) に関するもの) 4 項目

No.	区民からの意見・要望	区の回答
1	I C T・コンテンツ産業の集積に向けて、まずは基本となるオフィス床の整備が必要だ。さらに、災害時にも常時どこからでも接続できるような I T インフラを整えれば、ユビキタスの基盤ともなり、ライフサポート環境も整うこととなり、企業立地の魅力になるのではないか。	I C T・コンテンツ産業の集積を図るような拠点施設の整備など産業集積等を促進する支援や大学、進出企業等と区内事業者との連携を進めることなどをビジョンに盛り込んだ。また、デジタルサイネージなど地域情報化も別途検討していく。
2	I C T・コンテンツ関連産業の推進について、インキュベーションオフィスやインフラ整備などについてどう考えているのか。	インキュベーションセンターは現在区内に 2 か所あり、他の振興策などの状況も見えていく必要があると考えている。
3	インキュベーションで成長した企業を区に留めるための考えはあるか。	中野に留まってもらうためには、適切な場所の整備というハード面と産業振興拠点などによる魅力となる機能・ソフト面の整備が必要だと考え、そのための取り組みなどを盛り込んでいる。
4	I C T・コンテンツ産業の従業員数も事業者数も 23 区の中では真ん中位だが、なぜ重点産業にしたのか。	平成 19 年の調査で、I C T・コンテンツ産業は比較的中野区に親和性があるという結果がでている。この産業は比較的小規模オフィスで良く、賃料の安さ、交通利便性の高さ、マンガ・アニメ等のイメージも働いていることが考えられる。今後とも I C T・コンテンツの活用の重要性が増すことが見込まれるとともに、区の立地特性を活かしていけるように重点としている。

(戦略Ⅲ(2)に関するもの) 7項目

No.	区民からの意見・要望	区の回答
1	現在ある工場を建て替えられるようにすれば、周辺の雇用も受け止めつつ、悪臭対策もでき、住宅街に受け入れられる。用途地域の変更は困難としても、民生品などライフサポート関連の工場くらいは残せる工夫ができないか。	改めて、研究したい。
2	介護に関しては予防に重点を置いてほしい。高齢者が元気でいれば、介護等に使用する予算が減り他の分野に回せる。	これからのニーズを踏まえて、ライフサポート関連産業を重点とした。商店街とも協力して、高齢者等の買い物支援など予防の視点も含めて進めていきたい。
3	待機児童をなくすことが最重要だと考える。実現すれば、若い夫婦が増えて、女性の労働力も増加すると考える。学校跡などを有効活用して欲しい。	待機児童の解消は区としても優先度の高い施策として取り組んでいる。ライフサポート関連産業では、女性や高齢者などの就業や創業を想定した支援も盛り込んでいる。
4	商店街への誘導策としてホームページの作成などを行っている。区も来街者への誘導策を検討・支援してほしい。若者が新宿に行くのではなく、中野にとどまって買い物してもらえようになるといいと思う。	ビジョンでは、時代や地域のニーズを踏まえ、特に地域生活をトータルにサポートする商店街を示した。これを基に個々の商店街の置かれた状況等も踏まえつつ、今後具体化を図っていくとしている。 空き店舗活用についても、商店街と取り組んでいきたい。
5	商店街の振興には空き店舗の活用も必要である。実際にシャッターが閉まっても貸す意思が不動産にも示されていない状況がある。	
6	商店街として買い物難民への対策についても検討したいが、採算ベースに乗せることは難しい。	都や国の制度などを活用しながら今後商店街と相談しながら進めたい。
7	災害時に役に立つ商店街も、商店街としての魅力の一つになると考えるが、具体的にどうすべきか対応が難しい。区として総合的にどう考えるのか。	ビジョンでは、見守り、安心、支え合いといった表現で、様々な生活場面のニーズに応える商店街として描いた。先進的な取り組みをしている商店街もあり、情報を共有しながら、それぞれの商店街に応じたあり方を共に考えていきたい。

(第3章に関するもの) 2項目

No.	区民からの意見・要望	区の回答
1	中野区産業振興協議会はどのような構成を考えているのか。	区内産業振興全般や産学公連携等に係る政策を話し合う場として、産業界を始め、金融機関や教育機関などの区内横断的な団体等から構成することを検討している。
2	中野区ICT・コンテンツ産業振興協議会はどのようなものか。	ICT・コンテンツ関連産業の振興や、ICT・コンテンツを活用した区内産業の活性化について考える協議会である。商工三団体、しんきん協議会、NPO法人中小企業診断士会、NPO法人中野コンテンツネットワーク協会、税理士協会、明治大学、帝京平成大学、早稲田大学、東京工芸大学などで構成している。

2 団体等との意見交換の実施状況

東京商工会議所中野支部、中野区工業産業協会、中野区商店街連合会、中野区産業懇談会、NPO法人中野中小企業診断士会、中野区社会福祉協議会、介護サービス事業所連絡会、地域金融機関（2件）