
千代田区商工振興基本計画

平成 29(2017)年度～平成 33(2021)年度

素 案

目 次

第 1 章	計画改定の概要	1
1	計画策定の経緯	1
2	前回計画の実施状況	1
3	計画改定の目的	3
4	計画の位置付け	3
5	計画期間	4
6	計画改定の検討経過	4
第 2 章	商工業を取り巻く社会経済状況	5
1	グローバルな社会経済状況の変化	5
2	国内の社会・経済状況の変化	5
3	情報通信技術の急速な進展	7
4	2020 年に向けた社会経済環境の変化	7
第 3 章	千代田区の概況	9
1	人口の変化	9
2	立地上の特徴	10
第 4 章	区内商工業の現状	12
1	区内中小企業等の現状	12
2	区内商店街の現状	14
3	区内の観光の現状	18
第 5 章	千代田区が目指す商工業振興の方向性	20
1	基本的な考え方	20
2	基本理念	21
3	施策体系	23
第 6 章	基本施策と事業計画	24
基本施策 1	中小企業振興	24
基本施策 2	商工業の活性化	32
基本施策 3	観光振興	38
基本施策 4	地方との連携	45
第 7 章	計画の推進	51
1	推進体制について	51
2	進行管理について	52

参考資料..... 53

1	千代田区の人口	53
2	千代田区の事業所数・従業者数	55
3	千代田区の産業力	59
4	千代田区内商店街の現状	61
5	千代田区の観光	67
6	関連計画・例規・要綱等	69

第1章 計画改定の概要

1 計画策定の経緯

千代田区は、平成3年に「千代田区商工振興方針」を策定し、平成4年には本区の中小企業振興の基本理念を定めた「千代田区中小企業振興基本条例」を制定し、商工振興施策を推進してきました。その後のバブル経済の崩壊や長引く景気低迷などにより、区内中小企業は、厳しい経営環境に置かれていました。こうした区内中小企業の現状と抱える課題をともに把握し、それを踏まえた区としての具体的な取り組みの方向性を示すために、「千代田区商工振興基本計画」を平成11年に策定しました。

その後、経済のグローバル化がさらに進展するなかで、区内の中小企業を取り巻く環境も大きく変化しました。区が持つポテンシャル（潜在的能力）を掘り起こすとともに、それらを最大限に生かした施策を提示することを目的として、平成23年に「改定千代田区商工振興基本計画」を策定しました。

千代田区商工振興基本計画は、急速に変化する社会経済環境のなかで、区内中小企業をはじめとする地域活性化に取り組む団体等に対し、区の基本施策や取り組み内容及び実施事業を明確にするために、策定を重ねてきました。

2 前回計画の実施状況

前回計画では、基本理念として「コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造します」を掲げ、基本理念を具体化した4つの理想のまちの姿を示しています。その4つとは、「日本・世界に向けて開かれたまち（国際都市・観光都市の視点）」、「さまざまな魅力があり、ビジネスチャンスあふれるまち（事業者の視点）」、「生活者目線のビジネスを生み出すまち（生活者の視点）」、「働く人が地域とつながり、新たな才能を見出せるまち（勤労者の視点）」です。これら4つの姿を実現するために、基本理念のもとに、基本目標を定めました。

■前回計画（H23）の基本理念と基本目標

基本理念	基本目標
コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造します ・日本・世界に向けて開かれたまち（国際都市・観光都市の視点） ・さまざまな魅力があり、ビジネスチャンスあふれるまち（事業者の視点） ・生活者目線のビジネスを生み出すまち（生活者の視点） ・働く人が地域とつながり、新たな才能を見出せるまち（勤労者の視点）	・新しいビジネスの創造 ～ニュービジネスを応援します～ ・地域資源の掘り起こし ～協働まちづくりを応援します～ ・中小企業の基盤整備 ～元気な中小企業を応援します～

この基本目標の達成に向けて、4つの基本施策を「〇〇づくり」として表現しております。

- ・地域の特性を生かした千代田区の『顔づくり』
- ・多様な地域・主体との連携を目指す『絆づくり』
- ・個々の才能を開花させる『人づくり』
- ・中小企業の基盤を強化する『土台づくり』

この4つの基本施策には、17の取組み内容とさらに43の事業を施策体系として位置づけています。

今回の計画改定では、前回計画の実施状況を検証・分析し、区としてより積極的に推進する取組みや事業、さらに取組みの方向性を明らかにしました。

■前回計画の基本施策と主な実施状況

基本施策・取組み内容		主な実施状況
顔づくり	千代田ブランドの向上 起業支援の充実 生活者関連産業の振興 観光施策の推進 技術・技能の伝承・活用支援	シティプロモーションの推進、多言語マップ作成支援、ビジネス起業塾（女性起業家編）の開催、創業支援事業の実施、観光案内所の多言語対応支援、さくらまつり・納涼のタベの開催 等
絆づくり	地域間交流の活性化 地域内交流の活性化 産学公連携の促進	東日本大震災被災地への支援、ちよだフードバレーネットワークへの支援、青空市・ちよだいちば運営支援、市町村サテライトオフィス誘致 等
人づくり	国際化対応の推進 産業人の能力開発 まちづくりの担い手育成 働く人の仕事・生活環境の充実	中小企業の次世代育成支援対策に対する商工融資利子補給の優遇、次世代育成支援行動計画策定奨励金の交付、千代田まちづくりサポートの実施、中小企業の福利厚生を支援 等
土台づくり	商店・商店街の活性化 商工関係団体の組織強化 中小ビルの活性化 中小企業の経営支援 情報化の推進	商工関係団体支援事業、商工融資あっせん制度の運用、無料経営相談の実施、消費生活支援事業、中小ビル経営支援事業、建築物耐震診断助成 等

3 計画改定の目的

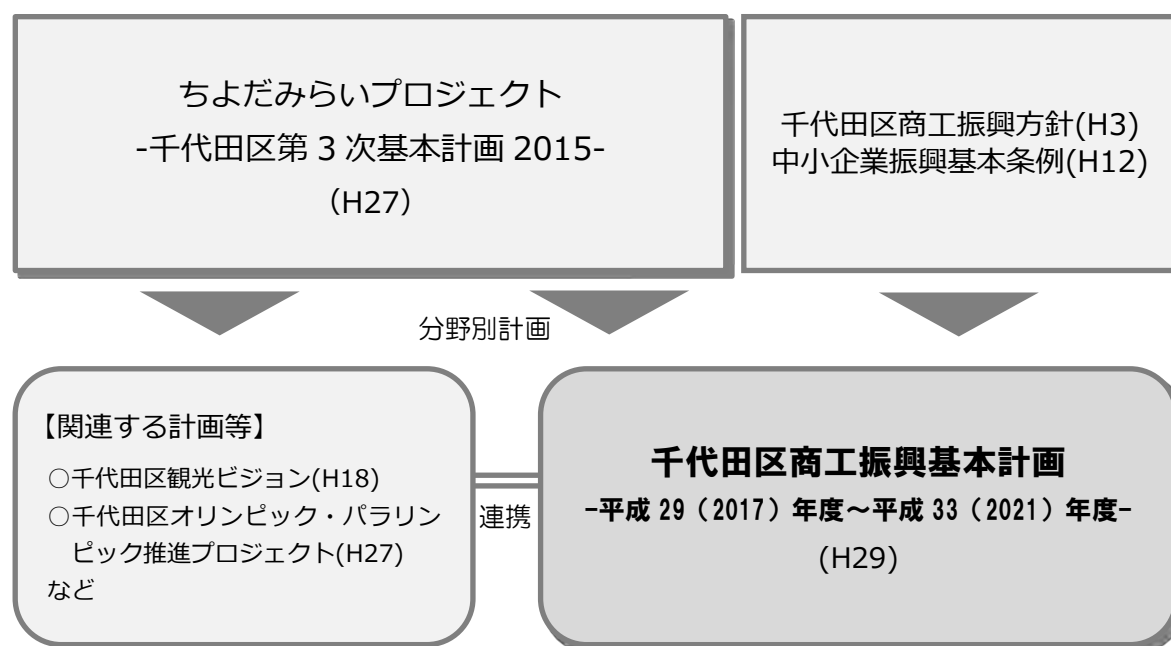
千代田区は、平成 23 年 12 月に策定した「改定千代田区商工振興基本計画」に基づき、商工関係団体等と連携し、商工振興施策を推進してきました。この計画は、平成 24 年度を初年度とする 5 か年計画であり、平成 28 年度末で計画期間が終了することから、今回の計画の改定に至りました。

計画の改定にあたっては、「ちよだみらいプロジェクトー千代田区第 3 次基本計画 2015ー」をはじめとする関連する計画や、商工業を取り巻く社会経済状況、千代田区の現状及び特性を踏まえ、計画の内容を検討してきました。改定計画では、前回計画から引き続いて区の商工業の目指す基本理念を示すとともに、基本理念を実現するための基本施策と取組みの方向性、そして事業を定めています。

4 計画の位置付け

千代田区商工振興基本計画は、「ちよだみらいプロジェクトー千代田区第 3 次基本計画 2015ー」の商工振興部門における分野別計画であり、千代田区商工振興方針及び千代田区中小企業振興基本条例に基づく計画です。

■計画の位置付け＜イメージ＞



※カッコ内は策定（制定）年又は最終改定年

5 計画期間

本計画は、平成 29 年度から平成 33 年度までの 5 年間を期間とする計画とします。計画期間においては、本計画の検証を定期的に行うとともに、必要に応じて計画の見直しを検討し、社会経済情勢の様々な変化等に対応した施策展開を図ります。

なお、本計画の期間で達成を見込む重要業績評価指標（K P I）については、次の計画改定に資する効果的な検証につなげるために、平成 31 年度時点で達成すべき成果目標を定めています。

6 計画改定の検討経過

計画改定では、学識経験者、区内事業者、区民（消費者）、商工関係団体代表者で構成する「千代田区商工振興連絡調整会議」において、4 回にわたり検討を行い、さらにテーマ別の検討会も 2 回開催し、議論を深めてきました。開催日程と検討内容については、以下のとおりです。

なお、商工振興連絡調整会議は、前回計画である「改定千代田区商工振興基本計画」の進捗状況の確認を平成 24 年度より実施しており、この度の計画改定に当たっても、前回計画の課題等を踏まえた検討作業を行いました。

■商工振興連絡調整会議の開催日程と検討内容

会議	開催日	検討内容
第 1 回	平成 28 年 6 月 29 日	○千代田区商工振興基本計画の実施状況 ○千代田区商工振興基本計画の改定方針
第 2 回	平成 28 年 8 月 23 日	○区内産業の現状分析 ○商工振興に係る検討課題の確認、共有
テーマ別 検討①	平成 28 年 10 月 24 日	○中小企業振興の施策・事業の検討 ○商工関係団体振興の施策・事業の検討
テーマ別 検討②	平成 28 年 11 月 16 日	○観光の施策・事業の検討 ○地方との連携の施策・事業の検討
第 3 回	平成 28 年 12 月 13 日	○施策・事業体系及び素案の検討
第 4 回	平成 29 年 1 月 11 日	○素案の検討
第 5 回	（未定）	

第2章 商工業を取り巻く社会経済状況

1 グローバルな社会経済状況の変化

(1) 経済・情報におけるグローバル化の進展

経済のグローバル化により、国内市場から海外市場へとビジネスチャンスが拡大しています。また、産業機能の海外流出も加速し、日本経済を支える一部の産業において、国際競争力が低下しています。さらに、情報・コミュニケーションのグローバル化により利便性が格段に向上し、企業間の商取引に限らず、個人間においても情報発信・交流が盛んになっています。今後、ヒト・モノ・カネ・情報の移動や交流がますます増えることが予想されます。

(2) 世界経済のリスク要因

サブプライムローン問題を発端とした経済危機後の世界経済は、主に新興国の投資拡大によって牽引されてきました。特に中国経済の成長のインパクトは大きく、平成 22 年に日本の GDP 規模を超えたのち、現在では 2 倍以上に成長しています。

しかし、世界経済の先行きにリスクも存在しています。中国では過剰債務や過剰生産能力が顕著になりつつあり、構造改革を進めています。イギリスでは、平成 28 年 6 月の国民投票で欧州連合からの離脱が決まりました。アメリカでも、保護主義的な主張を行う政権が誕生し、国際貿易に多大な影響をもたらす可能性があります。

さらに、超大型台風や大洪水が工場団地や社会インフラなどに深刻な被害を与える大規模自然災害も発生しています。気候変動などの地球環境問題が経済に与える影響も指摘されています。

2 国内の社会・経済状況の変化

(1) 日本経済と首都東京を取り巻く現状

国内においては、デフレの解消が大きく進展せず、経済の停滞が長期化しています。また、海外の企業との競争が激化し、一部の製造業などにおいては産業の空洞化が進んでいます。近年、一億総活躍社会に向けた、介護や子育て分野の成長が期待されているとともに、働き方の改善の進展や、それにとまなう社会全体の生産性の向上を目指しています。

また、環境や I C T といった分野での産業の成長、訪日外国人の増加によるインバウン

ドビジネスの拡大、さらに東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機としたインフラ整備も加速しており、それらを要因とした経済の成長が見込まれています。

一方、地方において少子高齢化や人口減少が進行する中で、地方から流入する人材によって支えられてきた都会の経済活動も大きな影響を受けると指摘されています。そのため、国を挙げての地方創生に向けた取組みが進められており、23 特別区においても、都心区と地方都市との2つの都市の連携のほか、広域連携など様々な形で地方都市との共生のもと、地域経済の活性化が図られています。

（２）超少子高齢化社会の到来

総務省は、2015 年に行われた国勢調査の確定値で、2015 年 10 月 1 日時点の総人口が 1 億 2709 万人であったことを発表しました。総人口は、2010 年の同調査から 96 万人減少しており、同調査の開始以来、初めて減少したことが確認されました。

総人口の減少とともに少子化が進行し、生産年齢人口の減少が起こる中で、日本経済の活力の減退、社会保障制度に対する不安、地域社会の衰退が大きな社会問題となっています。一方で、団塊の世代の高齢化に伴い、高齢者人口が増え続ける中で、介護や福祉、保険、医療などのシルバービジネスの拡大が社会的課題を解決するものとして期待されています。また、少子化対策に関連した育児・教育などの子育て支援の分野についてもビジネスの拡大が見込まれています。

（３）流通形態の変化

今世紀に入り、インターネットが著しく普及・拡大するとともに、近年ではスマートフォンなどの電子モバイル機器の利用者も大幅に増え、インターネットを介した商品・サービスの商取引が急速に増えています。それに併せて、消費者向け電子商取引（ＥＣ）も普及し、物流を含むサプライチェーンが大きく変化しています。

（４）消費者のライフスタイルやニーズの多様化

1980 年代後半に起こった大量消費を象徴するバブル期を経験した後、日本全体が成熟社会を目指す中で、人々の欲求や関心は、物の豊かさから心の豊かさへと変化してきています。

特に人々の消費行動は、「モノ消費」から「コト消費」へと変化するなど、教養娯楽サービスや通信サービスなどの支出の割合が高まっています。

また、晩婚化・高齢化が進むことで、単身世帯や高齢者が増加し、「シングル消費」や「シニア消費」の割合などが高まっています。さらに、価値観の多様化により、小売業や飲食・サービス業においては、消費者の特性や欲求・関心を捉えた商品・サービスがより重視されています。

3 情報通信技術の急速な進展

(1) 情報通信技術による産業・消費の変化

スマートフォンやタブレットの普及が本格化するなかで、SNSの利用者が年々増加し、消費行動においても口コミ効果などの重要性が増しています。一方で、スマートフォンやそれによるSNSが普及することにより、いわゆるビッグデータといわれる膨大なデジタルデータが生成・蓄積されます。ビッグデータは、消費者のマーケティング分析などに利用され、新たな消費行動を生み出し、促進することが期待されています。

生産現場や販売などあらゆる面で、情報通信技術（ICT）を用いた生産性の向上が図られており、人材不足を補うことも期待されています。近年では、クラウドサービスが普及し、情報通信技術（ICT）に関する自前の設備投資の負担が軽減されており、中小規模の事業者でも利用しやすくなっています。一方で、中小規模の事業者においては、ITリテラシーの高い人材の獲得が課題ともなっています。

さらに、AI（人工知能）、IoT¹（モノのインターネット化）、AR²（拡張現実）、VR³（仮想現実）などの最先端技術も近年急速に進化し、日常生活にも普及・浸透し始めています。

4 2020 年に向けた社会経済環境の変化

(1) 外国人観光客の増加

外国人観光客は、アジアからの旅行者が全体の8割を占めており、特に中国・台湾・韓国・香港からの訪日客が多くなっています。訪問先は東京を中心とした関東が最も多く、買物や飲食が主な目的となっています。国内の消費の大幅な改善が見込めないなかで、外国人観光客による日本滞在中の消費、いわゆる「インバウンド消費」が期待されています。

インバウンド消費については、主に中国人観光客による、いわゆる「爆買い」が沈静化しつつあり、土産物として電化製品などを買い求める「モノ消費」から、滞在先で文化やレジャーなどの体験やサービスの提供に支出する「コト消費」へと変化の兆しがみられています。また、日本の和食が世界遺産となったことにより、寿司などの知名度の高い日本食だけでなく、B級グルメなど幅広く日本食が注目されています。さらに、日本のアニメやゲーム、音楽などポップカルチャーを指していた「クールジャパン」が、今では、日本食や伝統工芸といった分野も含めて、海外での認知度が高まっています。

¹ IoT・・・Internet of Things の略。様々な物がインターネットに接続され情報交換される仕組みで、社会経済において様々な利便性が高まると期待されている。

² AR・・・Augmented Reality の略。人が知覚する現実環境をコンピュータ等により拡張する技術。

³ VR・・・Virtual Reality の略。コンピュータ等で作成した映像などを現実に近い状態で感じることを可能とする技術。

（２）東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催

2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を控え、インフラの整備や観光客の増加により、雇用創出や新たなビジネスの成長が見込まれるなど、経済効果への期待が高まっています。

千代田区内では、日本武道館（柔道、空手）、皇居外苑（自転車競技のスタート・ゴール地点）、東京国際フォーラム（ウェイトリフティング、パワーリフティング）が競技会場として挙げられおり、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした国内外からの来街者の増加が見込まれています。

また、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が近づくにつれ、全国各地で様々な関連イベントの催しが予定されており、2020年に向けての機運の高まりが人々の消費行動に大きく影響することが期待されています。

第3章 千代田区の概況

1 人口の変化

近年、千代田区の人口は増加傾向にあり、今後もしばらくは増加傾向が予想される中で、老年人口についても増加が予想されています。このような状況下において、人口の年齢構成の変化等に対応したビジネスの創出などが期待されます。また、千代田区の昼夜間人口比率は減少傾向が続くものの依然として高いことから、これらの特性を活かし、区内消費へ繋げていくことも重要となります。

(1) 千代田区の人口動態

全国的に人口が減少していく中で、千代田区は、平成7年を境に一貫して上昇傾向にあります（資料番号1）。

千代田区の年齢3区分の人口推移では、昭和60年以降、老年人口が年少人口を上回っており、生産年齢人口は、平成7年を境に増加傾向にあります（資料番号2、3）。

近年では、年少人口と老年人口とが共に増加傾向にありますが、生産年齢人口の増加の伸びはそれらを大幅に上回っており、千代田区の人口増加に寄与しています。

今後の人口推計では、総人口は増加傾向にあり、年少人口は平成40年代以降では横ばい、生産年齢人口は平成50年代以降では減少傾向にあります。一方、老年人口は一貫して増加傾向にあり、特に生産年齢人口が減少に転じる平成52年以降ではその傾向が顕著にみられます（資料番号4、5）。

人口の高齢化や生産年齢人口の減少等に伴い、事業承継や後継者の育成がより一層必要となると考えられます。また、区内の人口増加は、区民生活に身近な商店や商店街にとって大きなチャンスになることが期待されます。少子化への対応においては、ワーク・ライフ・バランスの実現に向けた取組みにより、一人ひとりが生活に合った働き方ができる環境が必要となります。

(2) 千代田区昼夜人口の推移

千代田区の昼夜人口は、平成7年以降、昼間人口が減少傾向にある一方で、夜間人口が増えていることから、昼夜間人口の差が縮小傾向にあります。それに伴い、昼夜間人口比率は平成7年以降、一貫して減少傾向にあります（資料番号6）。

区内で学び・働く多くの昼間区民を、街歩きなどの区内散策や、商店街での買い物や食事といった消費行動へと結びつけていくことで、地域経済の活性化を図ることが重要となります。

2 立地上の特徴

千代田区は、公共交通機関をはじめとする都市基盤が充実しており、区内には多くの企業が集積しています。また、東京駅を有する千代田区は地方からのアクセスにおいても高い利便性をもっています。さらに、大学をはじめとする教育機関や文化施設さらに研究機関などが存在しており、産学連携による新たなビジネスにつながる大きな可能性も有しています。

これらの千代田区の立地や環境を活かし、区内商工業の振興につなげていくことが重要となります。

(1) 千代田区の都市基盤

千代田区は、東京都の特別区のほぼ中央に位置しており、JR、地下鉄各線などの公共交通機関をはじめとする都市基盤が整備されており、ビジネス環境としての魅力が高い地域といえます。

恵まれた立地により、千代田区には多くの企業が集積しています。図表 3-1、図表 3-2 では、千代田区の総事業所数は、23 区では港区、中央区に次いで多い数となっています。また、平方キロメートル当たりの事業所数では、中央区に次いで多い数となっています。

千代田区がビジネスを行う環境、立地として適しており、多くの企業に選ばれていることは、ビジネスを行ううえでの一定のブランド力を有していることを示しています。また、多くの企業が集積していることから、千代田区は情報収集、情報発信の両面で優位性をもっています。これらの条件を千代田区の魅力や区内の地域ブランド認知度のさらなる向上につなげていくことが重要となります。

図表 3-1 23 区の事業所

順位	地域	事業所数
1	港区	39,375
2	中央区	37,869
3	千代田区	34,250
4	新宿区	33,602
5	大田区	31,432
6	世田谷区	28,994
7	渋谷区	28,613
8	足立区	25,887
9	台東区	24,446
10	江戸川区	21,840
11	品川区	21,609
12	練馬区	21,426
13	杉並区	20,592
14	豊島区	19,938
15	板橋区	19,343
16	江東区	19,112
17	葛飾区	17,953
18	墨田区	16,884
19	文京区	14,316
20	北区	13,701
21	中野区	12,917
22	目黒区	12,211
23	荒川区	9,899

図表 3-2 23 区の面積(k㎡)当たり事業所数

順位	区名	面積(k㎡)当たり 事業所数
1	中央区	3,709
2	千代田区	2,937
3	台東区	2,418
4	港区	1,933
5	渋谷区	1,894
6	新宿区	1,844
7	豊島区	1,533
8	文京区	1,268
9	墨田区	1,226
10	荒川区	974
11	品川区	946
12	目黒区	832
13	中野区	829
14	北区	665
15	杉並区	605
16	板橋区	600
17	大田区	518
18	葛飾区	516
19	世田谷区	499
20	足立区	486
21	江東区	476
22	練馬区	446
23	江戸川区	438

※面積は、国土交通省国土地理院

『平成 26 年全国都道府県市区町村別面積調』による

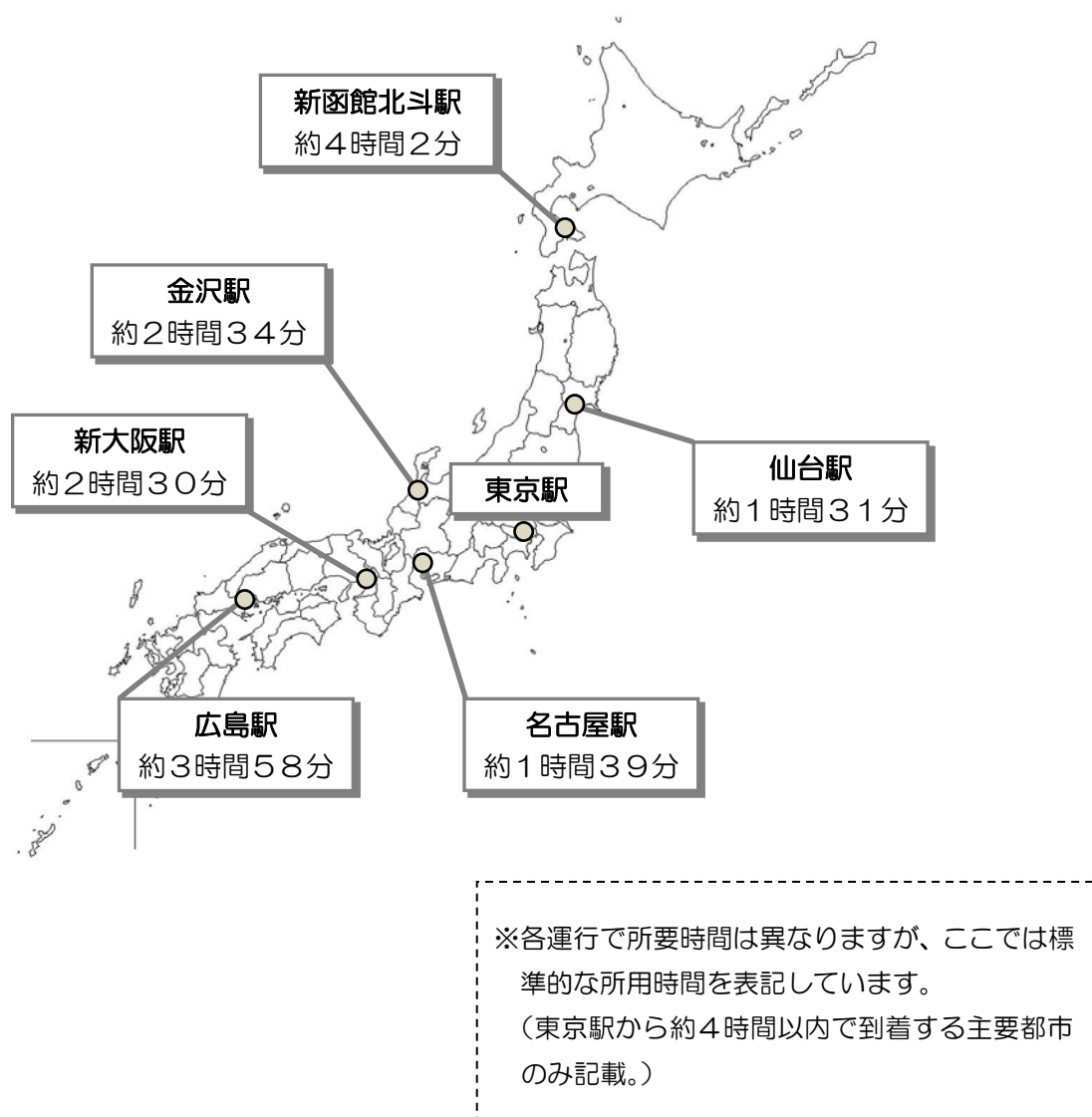
出典：経済センサス（平成 26 年）

(2) 地方からのアクセスの利便性

東京駅を有する千代田区は、新幹線での地方からのアクセスにおいても高い利便性をもっています。特に、一般的に所用時間が4時間を超すと新幹線から飛行機を選ぶとされる「4時間の壁」からみると、北陸新幹線、北海道新幹線の一部開通を契機に約4時間以内で東京駅と結ばれる主要都市が近年増えています。

恵まれた立地を活かし、地方との連携を図っていくことで、ヒト、モノ、コトなど様々な面において関係性を深めるとともに、区民や区内商工業者に対するメリット、また区内での新たな産業の創出などにつなげていくことが重要となります。

図表 3-3 東京駅からの新幹線所要時間



第4章 区内商工業の現状

1 区内中小企業等の現状

都内では、平成 21 年から平成 26 年にかけて従業者数が増加する一方で、事業所数は減少しています。千代田区も事業所数は減少傾向にありますが、周辺区と比べて減少率は小幅です（資料番号 9）。地区別の事業所数・従業者数では、麹町地区（大丸有エリア）と万世橋地区において増加傾向にあります（資料番号 12）。一方で、区内の小売業については、1 事業所あたりの年間商品販売額の伸び率が鈍化しています。また、千代田区は創業比率が東京都や全国よりも高い傾向にあり、多くの起業家から創業の地選ばれています。

（1） 区内事業所数・従業者数の推移

平成 21 年と 26 年とを比較すると千代田区では、区内事業所数は減少し、区内事業所の従業者数は増加しています。事業所数は、東京都全体や千代田区の周辺区でも同じ期間において減少傾向にあります（資料番号 9）。一方、従業者数は、同年にかけて東京都全体で増加し、千代田区の周辺区においては中央区、新宿区でも増加しています（資料番号 10）。

また、図表 4-1 では、麹町地区（うち大丸有エリア）、万世橋地区で事業所数・従業者数が増加しています。麹町地区の大丸有エリアは日本有数のオフィス街であること、万世橋地区は御茶ノ水駅周辺の再開発が行われたことが要因の一つと考えられます。

図表 4-1 区内事業所・従業者数の増減＜地区別＞（平成 21・26 年比較）

	麹町地区						富士見地区	
	(全体)		大丸有エリア		大丸有以外			
	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率
事業所数	445	3.9%	776	18.5%	-331	-4.6%	-516	-12.3%
従業者数	44,033	8.2%	14,118	4.9%	29,915	12.0%	7,754	7.7%
	神保町地区		神田公園地区		万世橋地区		和泉橋地区	
	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率
事業所数	-447	-10.8%	-325	-6.5%	20	0.5%	-492	-7.5%
従業者数	1,595	2.4%	-3,863	-4.4%	11,398	13.3%	-8,638	-7.9%

出典：経済センサス（平成 21 年、平成 26 年）

（２）創業比率からみる創業力の比較

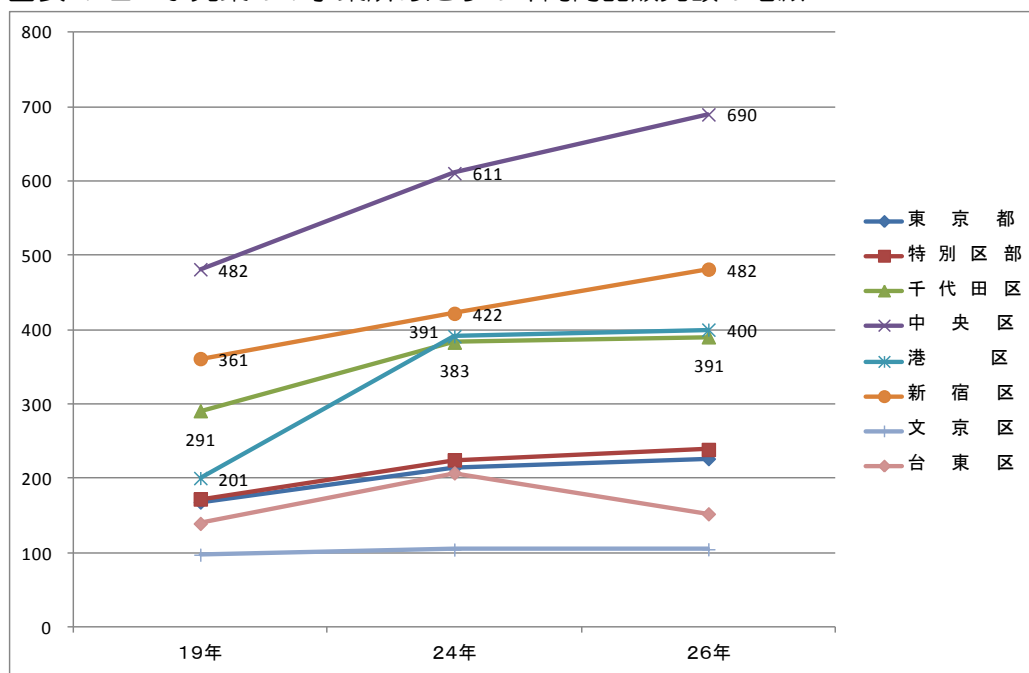
千代田区の創業比率は、東京都全体や全国と比較して高い数値を維持しています（資料番号 13）。これは、千代田区がビジネスの創業の場として、立地・環境面の条件等において優位性を有していることを示しています。

（３）卸売業・小売業の販売額の推移

区内における卸売業の１事業所あたりの年間販売額は、平成 19 年から平成 26 年にかけて大きく増加しています（資料番号 14）。一方、図表 4-2 では、千代田区の小売業の１事業所あたりの年間販売額は、平成 19 年から平成 24 まで増加するものの平成 24 年から平成 26 年にかけては、ほぼ横ばいとなっています。

これらの背景には、インターネットによる電子商取引（ＥＣ）が急速に普及していることなどにより、１事業所あたりの小売業の販売額の伸びが鈍化していると考えられます。

図表 4-2 小売業の１事業所あたりの年間商品販売額の増減



出典：経済センサス（平成 24 年）、商業統計（平成 26 年）

2 区内商店街の現状

商店街では、会員となる商店の減少、商店街組織の役員等の人材不足などにより、組織の維持が困難となる商店街が存在しています。また、社会経済環境の変化による経営への影響、経営者の高齢化による廃業や後継者不足などがみられます。

(1) 区内商店街アンケートの分析結果

区内商店街の現状や課題等を整理するため、千代田区内の商店街に「千代田区内商店街アンケート調査」を実施しました。アンケート結果の概要については以下のとおりです。

商店街会員の現状について

商店会の会員数は、減少傾向にあります。(資料番号 16)。

背景として、経営者の高齢化による廃業やビル賃貸業への転業などによる会員の退会が考えられます。また、ビル賃貸事業者が商店街入会のメリットを感じられず、商店街に属さないことなども要因として考えられます。

社会経済環境の変化について

商店街にとって対応が課題となっている社会経済環境の変化については、「消費者情報の多様化」「コンビニエンスストアの増加」とする回答が上位となっています(資料番号 18)。

これらの要因としては、近年、情報通信技術が急速に発展する中で、SNS などでの情報交換が多様化していること、また利便性の高いコンビニエンスストアなどの小規模小売店による商店街エリア内への進出が増加してきていることが考えられます。

商店街の景況について

商店街全体の現在の景況感については、半数以上の商店街が「衰退している」または「やや衰退している」と感じています。一方で、「繁盛している」または「やや繁盛している」と感じている商店街は約 4 分の 1 に留まっています。(資料番号 19)。

また、商店街全体の売り上げを 3 年前と比較した場合、半数以上の商店街が「減少した」と感じています(資料番号 20)。

近年、インターネットによる電子商取引(E C)が急速に普及し、小売店での消費が減少傾向にあると考えられます。

商店街の担い手について

商店街が組織として抱える問題では、「役員の不足」、「役員の高齢化」、「会員の減少」、「未加入者の増加」という回答が、上位となっています（資料番号 21）。経営者の高齢化が進む中で、商店街の組織を運営する役員について、若い担い手が不足していることが原因と考えられます。

空き店舗への対応について

「空き店舗がある」と回答した商店街は約 3 割となっています（資料番号 22）。また、空き店舗が 3 年前より増加したと回答した商店街は、2 割弱となっています（資料番号 23）。空き店舗が埋まらない理由としては、「家賃が高い」とする回答が上位となっています（資料番号 24）。

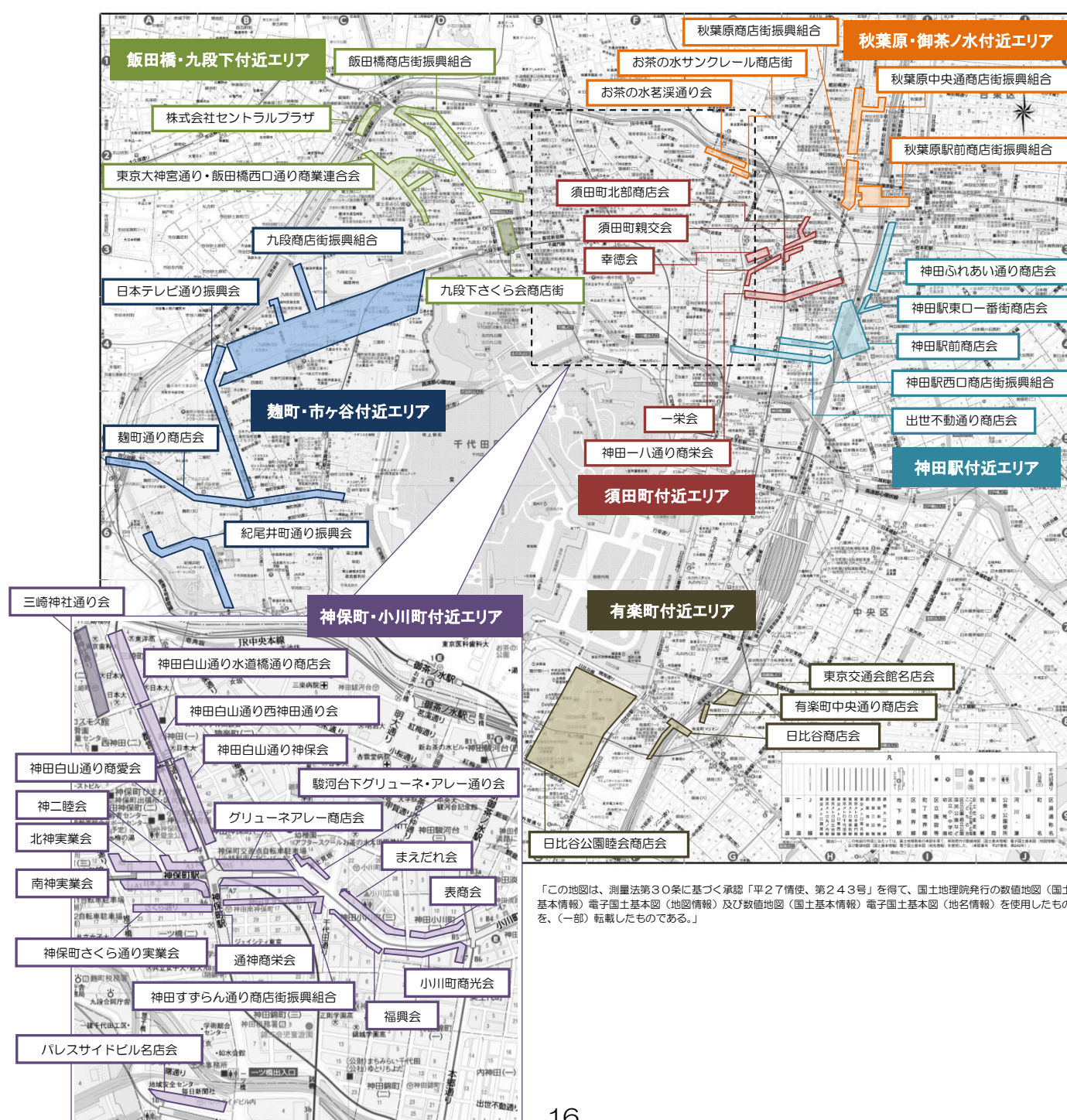
経営者の高齢化による廃業や後継者不足などから空き店舗が増加していると考えられます。また、消費者行動の変化から売上が減少するなど厳しい経営環境に置かれている事業者の存在も考えられます。

さらに、千代田区は地価が高く、テナントが集まりにくいことが空き店舗が埋まらない要因となっています。中小ビルは、1 階部分の路面店だけでなく、2 階以上の空室リスクも抱えています。

(2) 区内商店街の立地状況

区内には、区内商店街の連合組織である「千代田区商店街連合会」と「千代田区商店街振興組合連合会」があります。それぞれの連合組織に属する商店街はもとより、地元の商店は区民の消費生活を支えるとともに、地域の防犯や美化活動などを通じて、地域のエリア価値の向上に寄与しています。

図表 4-3 千代田区商店街連合会に加盟する商店街の立地状況



(3) 区内商店街の活動状況

各商店街では、区民とのつながりや地域の活性化などを目的として、地域の特色や季節ごとに様々なイベントを開催しています。(資料番号 25)

また、イベント相互の連携により集客効果を高めることを目的に、春季のイベントを「千代田のさくらまつり」、秋季のイベントを「ちよだ秋まつり」と名付けて、同業種団体等とも協力して、イベント等の開催を通じて地域の活性化に取り組んでいます。

図表4-4 商店街等の主なイベント

 さくらフェスティバル (千代田区商店街連合会)	 神田技芸祭 (出世不動通り商店会)
 日比谷公園丸の内音頭大盆踊り大会 (日比谷公園睦会商店会)	 お茶の水アートピクニック (お茶の水茗溪通り会)
 東京名物神田古本まつり (神田古書店連盟)	 神田スポーツ祭り (神田スポーツ店連絡協議会)
 神保町ブックフェスティバル (同実行委員会)	 岩本町・東神田ファミリーバザール (同実行委員会)

3 区内の観光の現状

千代田区は、恵まれた交通環境にあるとともに様々な歴史や文化といった観光資源を有していることから、国内外から多くの観光客が訪れます。さらに、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機に、今まで以上の観光客が訪れることが予想されます。

(1) 千代田区の観光客の現状

千代田区を訪れる国内観光客等の多くは、千葉県、神奈川県、埼玉県の3県が占めており、首都圏周辺から多くの方が訪れています。(資料番号 26)。

また、東京を観光・レジャー目的で訪れる外国人は、中国、台湾、韓国、香港の東アジアが上位を占めています(資料番号 27)。

今年 1 月に、日本政府観光局(JNTO)がとりまとめた、2016 年の訪日外国人客数は 2400 万を超え、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、観光客のより一層の増加が予想されます。

(2) 区内の観光資源

千代田区は、交通環境に恵まれた立地であるとともに、皇居や社寺などの歴史的な施設や、秋葉原を中心とするポップカルチャー、美術館などの文化施設といった多面的な観光資源を有しており、国内外から多くの観光客が訪れています。

千代田区内に存在する主な観光資源としては、次のようなものがあります。

図表 4-5 千代田区内の主な観光資源



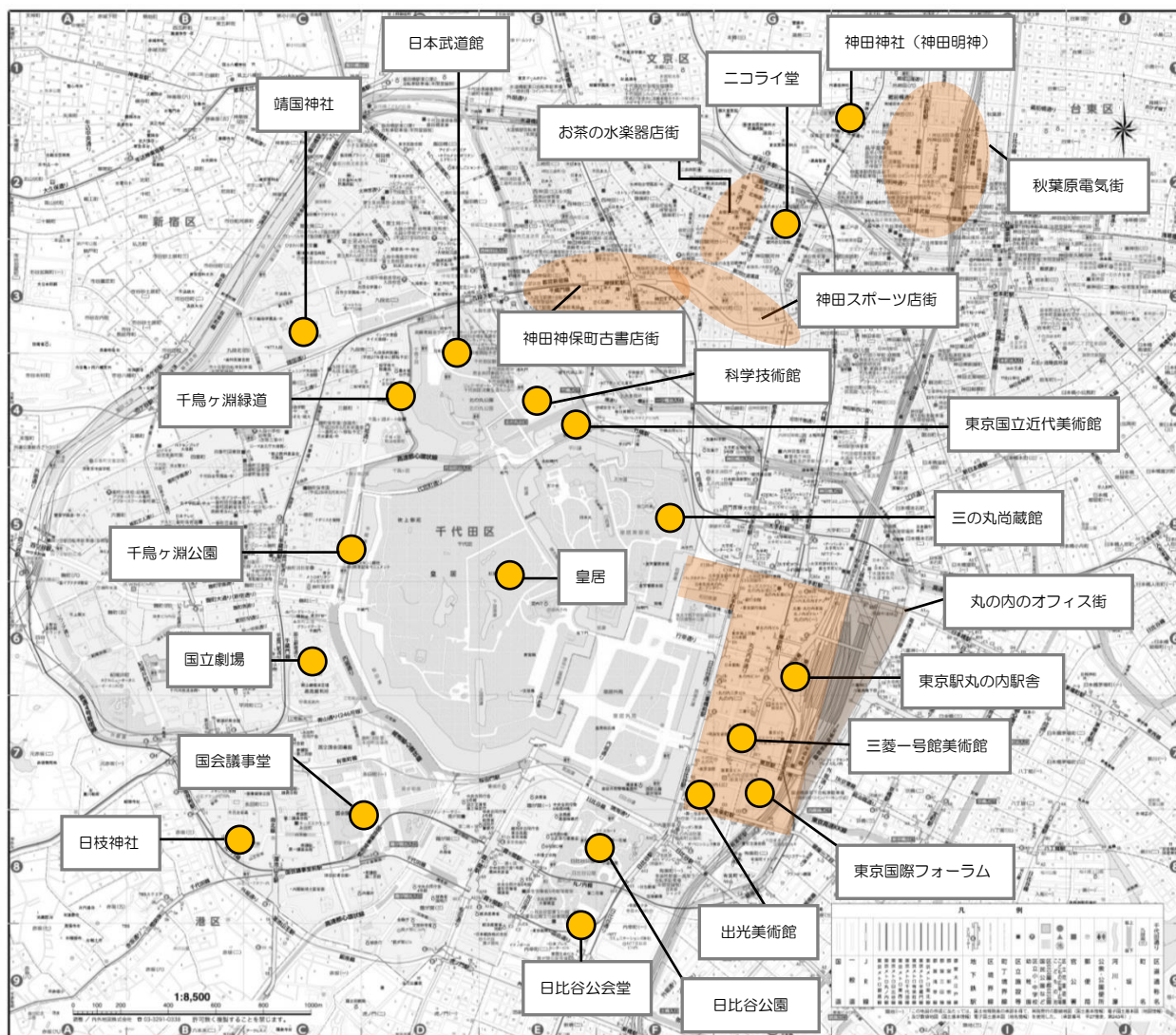
皇 居



千鳥ヶ淵



丸の内のオフィス街



「この地図は、測量法第30条に基づく承認「平27情使、第243号」を得て、国土地理院発行の数値地図（国土基本情報）電子国土基本図（地図情報）及び数値地図（国土基本情報）電子国土基本図（地名情報）を使用したものを、（一部）転載したものである。」



秋葉原電気街



神田神社（神田祭）



ニコライ堂

写真提供／一般社団法人千代田区観光協会

第5章 千代田区が目指す商工業振興の方向性

1 基本的な考え方

本計画は、「コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造する」という前回計画の基本理念を継承するとともに、上位計画の「ちよだみらいプロジェクトー千代田区第3次基本計画2015ー」に掲げられた「めざすべき姿」を踏まえたうえで、区内商工業の振興につながる施策及び事業を定めます。

ちよだみらいプロジェクトー千代田区第3次基本計画2015ー

【めざすべき10年後の姿】

- 起業しやすいまちとして活力に満ちあふれている。
- 異業種交流や情報交換の場が充実し、努力する中小企業が事業展開しやすいまちとなっている。
- 商工関係団体等の精力的な取組みにより、まちが国内外の来街者で賑わっている。
- 区内中小企業の経営が安定し、産業が活性化している。

商工業に携わる事業者が、いきいきと事業活動を行い、企業努力が実を結ぶように、商工業支援に関わる区内の金融機関や関係団体など様々な主体が連携することが重要です。関係機関・団体間の連携を強化することにより、支援を必要とする事業者に支援が行き届き、その結果、地域の活性化につながることを目指しています。

この章では千代田区の商工業を取り巻く社会経済状況、人口の変化、立地上の特徴、区内商工業の現状などを踏まえたうえで施策体系を定めます。

また、次章の第6章に記載する基本施策と事業計画において、施策体系に基づく各事業について記載します。これらの事業は、個々の成果を求めつつ、各事業を相互に関連付けて展開していくことにより、相乗効果が期待できます。さらに、事業の実施主体とともに重点業績評価指標（K P I）を設定する事業を明らかにすることで、本計画をより推進力と実効性あるものとします。

2 基本理念

本計画は、『コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造します』という前回計画の基本理念と目指す理想のまちの姿を継承することで、中期的な視点に立った商工振興施策を目指します。さらに、区内に集積する大学・専修専門学校で学ぶ多くの学生の視点を新たに加えることで、学生の力を地域の商工業の振興につなげていきます。

【基本理念】

コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造します

- 日本・世界に向けて開かれたまち（国際都市・観光都市の視点）
- さまざまな魅力があり、ビジネスチャンスあふれるまち（事業者の視点）
- 生活者目線のビジネスを生み出すまち（生活者の視点）
- 働く人・学ぶ人が地域とつながり、新たな才能を見出せるまち（勤労者・学生の視点）

（１）日本・世界に向けて開かれたまち（国際都市・観光都市の視点）

千代田区が有する文化や伝統、恵まれた立地などによる地域が有する価値をさらに活かし、地方や海外の人々が訪れて良かったと思える「まち」を目指し、おもてなしのまちづくりを進めていきます。開かれた「まち」としては、ハードとソフトの両面において充実したまちづくりを進め、さまざまな人々が交流し、そこから生まれる新たな価値や地域の魅力を広く発信していくことを目指します。

（２）さまざまな魅力があり、ビジネスチャンスあふれるまち（事業者の視点）

千代田区はそれぞれの地域が特性を有し、歴史・文化的な資源などにより多様な魅力を備えています。それらの魅力が混在しながらも融合している「まち」であるといえます。それぞれの魅力が相乗作用で影響し合い、新たな魅力が生まれることや、様々なビジネスチャンスを生み出す「まち」を目指します。

(3) 生活者目線のビジネスを生み出すまち（生活者の視点）

賑わいのある「まち」を実現するためには、区内で生活する人々（生活者）にとって地域の商店や企業が提供するサービスが利用しやすいものである必要があります。今後、区内人口の年齢構成の変容など社会経済環境が変化していく状況において、区民や昼間区民、関係団体、事業者等のさまざまな主体が交流を深めるなかで、お互いが意見や知恵を出し合い、その中で、生活者に望まれるビジネスが生まれる「まち」を目指します。

(4) 働く人・学ぶ人が地域とつながり、新たな才能を見出せるまち（勤労者・学生の視点）

多様な働き方が受容される社会を目指すためには、働く人のワーク・ライフ・バランスを実現していくことが重要となります。一日の生活においてゆとりある時間が生まれてこそ、社会活動等にも参加し、地域社会との関係を深めることができます。これは、地域が活性化するだけでなく、あらたな才能を開花させ充実した生活を送ることにもつながります。働く人々が、豊かな人生を見つけることができる「まち」を目指します。

また、区内には大学をはじめとする教育機関が集積しており、多くの学生が集う「まち」でもあります。学生による新たな視点や情報発信力が地域において活かされることで、若者にとっても生き生きと活躍できる「まち」を目指します。

3 施策体系

千代田区の商工業の現状及び課題を踏まえたうえで、基本理念と4つの理想のまちの実現を目指し、基本施策及び取組みの方向性を以下のとおり整理します。

コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造します

- 日本・世界に向けて開かれたまち  国際都市・観光都市の視点)
- さまざまな魅力があり、ビジネスチャンスあふれるまち  事業者の視点)
- 生活者目線のビジネスを生み出すまち  生活者の視点)
- 働く人・学ぶ人が地域とつながり、新たな才能を見出せるまち  勤労者・学生の視点)

基本施策	取組みの方向性
基本施策1 中小企業振興	1 創業期から経営安定までを支援  2 頑張る中小企業を支援  3 働く人の仕事・生活環境の充実 
基本施策2 商工業の活性化	4 商工関係団体の組織活性化    5 商店街の集客力強化   
基本施策3 観光振興	6 区の魅力を伝える観光の推進  7 外国人観光客等の受入環境を整備    8 安全・安心な滞在環境の提供 
基本施策4 地方との連携	9 千代田区ならではの地方との連携を推進  10 区民の生活を豊かにする取組みを支援   11 地方との連携による商工業の振興  

第6章 基本施策と事業計画

基本施策 1 中小企業振興

区内の恵まれたビジネス環境を生かし、創業期だけでなく中小企業の経営の安定化さらに業態転換などを支援します。また、経営努力を重ねる中小企業に対しても、その努力が実を結ぶよう支援を図るとともに、区内で働く人の仕事と生活とのバランスが取れるよう、ワーク・ライフ・バランスを推進する企業を支援します。

(1) 中小企業振興における課題

■創業しやすい環境づくり

少子高齢化、国際化、情報化の進展に伴い、中小企業を取り巻く環境が急速に変化しています。新たな需要開拓により企業活動を継続・発展しようと努力している企業とともに、起業によって事業展開を試みようとする事業者にとって、事業活動がしやすい環境づくりが課題となっています。

そのため、区外からも多くの事業者を呼び込み、区内での創業を後押しするための環境づくりが必要となります。

■中小企業の経営安定化

区内で活躍する多くの中小企業により、区内の経済活動が維持・継続されてきました。

しかし、経営者の高齢化が進むなかで、次の担い手に事業を引き継ぐためには、事業承継や後継者の育成に対する支援が必要となります。

また、区内の中小企業支援に関わる金融機関をはじめ各団体の事業が、複雑かつ多岐にわたるため、事業者にとって利用しにくい状況です。中小企業者が、多様な支援の中から必要な支援を的確に選択し、活用できるよう、支援関係者間の連携を強化することが重要です。

さらに、新たな顧客獲得により経営を向上させるためには、中小企業のみでの努力では限界があります。商品開発等に取り組む中小企業には、新たな販路開拓など顧客獲得に向けた支援が必要となります。

■中小ビルの活性化

区内の商工業の一業態として、中小貸しビル業があり、区内の主要な産業の一つです。

しかし、高度経済成長期やバブル期に建設された中小ビルの多くが、現在の利用ニーズに合う設備が備えられていないことや、ビルオーナーの経営ノウハウの不足により、

テナントを呼び込めず、空室が目立つ状況です。空室率の多い中小ビルが増えることで、街の活力や治安にも影響してきます。そのため、中小貸しビル業を減退させないために、まずは中小貸しビルの経営実態を適正に把握し、支援につなげていくことが重要です。

■勤労者への支援

従来の長時間労働を見直し、新たな働き方や多様な働き方を受容できる社会を目指すためには、育児や介護への社会的なサポートが不足しています。今後これらのサポートがますます必要となることから、勤労者に対するワーク・ライフ・バランスの確保に向けて中小企業の経営を通じて支援を行うことが大切です。

(2) 事業の体系

☆は効果測定指標を設定する重点的な事業

取組みの方向性	事業		
1 創業期から経営安定までを支援	1☆	創業支援事業	
	2	商工融資あっせん制度の運用【拡充】	再掲8
	3	千代田ビジネス起業塾の開催【拡充】	
	4	千代田ビジネス大賞の開催【拡充】	再掲9,16
	5☆	経営相談（よろず相談）の実施【拡充】	再掲10
	6	インキュベーション施設活動支援	
2 頑張る中小企業を支援	7☆	展示会等への出展支援【新規】	再掲20
	8☆	商工融資あっせん制度の運用	再掲2
	9	千代田ビジネス大賞の開催	再掲4,16
	10☆	経営相談（よろず相談）の実施【拡充】	再掲5
	11	中小ビル経営支援事業	
	12	産業財産権取得支援事業	
3 働く人の仕事・生活環境の充実	13	ワーク・ライフ・バランスを推進する中小企業を支援【拡充】	
	14	中小企業の福利厚生を支援	
	15	内職の相談・あっせん	
	16	千代田ビジネス大賞の開催	再掲4,9

【KPI（重要業績評価指標）】

指標	現状	目標(H31)	目標の考え方
特別区内の事業所数順位※1 (一平方キロメートルあたり)	2 位 (H26)	2 位以上 (H30)	2020 年のオリンピック・パラリンピック競技大会を控える中で、都心区における事業者数は益々増えることが予想される。その中において継続して 2 位以上の位置を維持します。
創業支援制度利用者の事業継続者の割合	—	90% ※ 2	創業時の相談等及び創業後フォローアップ支援により経営の安定的継続を図ります。
経営相談・フォローアップ診断の合計件数	956 件 (H27)	1,600 件	出張相談の拡充により、より利用者にとって利便性が高い相談・診断を目指します。
経営相談の満足度	—	満足度 80%以上	出張相談の開始など、利用者の利便性を高める経営相談を目指します。
展示会出展者のうち 販路拡大が図れた企業割合	—	50%以上	展示会出展支援により、販路拡大が図れた企業を、支援を受けた企業数の半数以上を目指します。

※1 統計調査の公表時期の関係上、H26 と H30 の比較とする。

※2 平成 31 年度の目標ではなく、創業支援制度利用年度の翌年度から起算して 2 年後（創業 3 年目）

(3) 実施事業

取組の方向性1 創業期から経営安定までを支援

千代田区は、多数の企業の集積や整備された都市基盤などにより、東京都、全国と比べて高い創業比率を維持しています。この恵まれた環境を活かし、区内での創業をさらに誘致し、企業活動を活発なものへと支援することで、地域の活性化につなげる必要があります。

そのため、創業期だけではなく、創業前から経営安定化までの期間についても支援を充実・継続していくことが重要です。

また、異業種間や同業種間の連携や交流促進の機会を今以上に創出し、企業のネットワーク形成のきっかけづくり、さらに販路開拓にも繋がるよう支援をすることで、創業を志す人に千代田区における創業のメリットを感じてもらい、実際に創業へとつなげていきます。

事業		内容	所管
1	☆創業支援事業	区や創業支援に関する様々なノウハウを持つ事業者（公財 まちみらい千代田、日本政策金融公庫東京支店・上野支店、東京商工会議所千代田支部、興産信用金庫）が連携して、区内で創業を希望する方々にワンストップ相談窓口を通してそれぞれの実情に合った情報を提供し、セミナーや金融支援、インキュベーション施設の紹介など各支援機関の強みを生かした支援を行います。	商工観光課
2	商工融資あっせん制度の運用【拡充】【再掲 8】	中小企業者が企業の実力と信用で資金調達が可能となるように、区、東京信用保証協会、区内指定金融機関の三者の協調により、融資あっせん制度を継続して実施します。 区内での創業を活発にするため、利子補給の一本化を図るなど、創業を志す人がより利用しやすい制度へと転換を図ります。	商工観光課

3	千代田ビジネス起業塾の開催【拡充】	女性起業家や一般起業家を増やすため、カリキュラムの見直し、充実を図り、ビジネス起業塾の取組みを継続します。新たに起業塾の修了者を対象とした交流会及び個別相談を開催し、区内の起業家ネットワークの形成を支援します。	(公財)まちみらい千代田
4	千代田ビジネス大賞の開催【拡充】【再掲 9,16】	中小企業の成長発展を支援することを目的として、経営革新や経営基盤の強化に取り組む企業を表彰します。従来のビジネス大賞を見直し、新たに起業 5 年未満の企業を対象とした部門の新設等を行います。	(公財)まちみらい千代田
5	☆経営相談(よろず相談)の実施【拡充】【再掲 10】	区内の中小企業を支援する関係機関・団体と連携し、中小企業向けの経営相談を引き続き実施します。 また、中小企業診断士の出張による相談を拡充していきます。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田
6	インキュベーション施設活動支援	区内のインキュベーション施設の運営を支援します。	(公財)まちみらい千代田

取組の方向性2 頑張る中小企業を支援

中小企業者の事業活動を活発にするためには、創業を支援するとともに、頑張る中小企業経営者の事業継続を支援することが必要です。そのため、現在の経営相談を充実し、事業継承や後継者問題なども含め広く経営課題に対応していきます。また展示会等への出展支援のほか、中小貸しビル業の経営改善の一步として、オーナー向け啓発事業を開催します。

さらに、千代田区が中小企業と大企業が共存する地域であり、両者の共存共栄が地域の発展に不可欠であることから、大企業の協力も求めつつ地域の中小企業の振興に努めます。

事業		内容	所管
7	☆展示会等への出展支援 【新規】【再掲 20】	地域の活性化に貢献する団体に所属する中小企業の新たな事業機会を創出し、販路拡大により顧客獲得を目指す中小企業に対し、展示会への出展を支援します。	商工観光課
8	☆商工融資あっせん制度の運用【再掲 2】	中小企業者が企業の実力と信用で資金調達が可能となるように、区、東京信用保証協会、区内指定金融機関の三者の協調により、融資あっせん制度を実施します。	商工観光課
9	千代田ビジネス大賞の開催【再掲 4,16】	中小企業の成長発展を支援することを目的として、経営革新や経営基盤の強化に取り組んでいる企業を表彰します。	(公財)まちみらい千代田
10	☆経営相談(よろず相談)の実施【拡充】【再掲 5】	区内の中小企業を支援する関係機関・団体と連携し、中小企業向けの経営相談を引き続き実施します。 また、中小企業診断士の出張による相談を拡充していきます。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田
11	中小ビル経営支援事業	経営上の悩みを抱える中小貸しビルオーナーを対象に、過去の相談事例を元にした小冊子等を配布し、経営知識の啓発を行うとともに、支援対象者の掘り起こしを行い、経営相談につなげます。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田

12	産業財産権取得支援事業	産業財産権（特許権・実用新案権・意匠権・商標権）の新規取得に係る経費の一部を補助します。	商工観光課
----	-------------	--	-------

～コラボレーションによる新たな事業展開～

■コラボレーションによる課題解決

社会経済環境の変化により情報の受発信の態様が様変わりし、千代田区に古くから根差す出版業や印刷業といった中小企業に対しても、多大な影響をもたらしました。

これらの業界に属する中小企業は、業態転換や新たな事業分野に進出する第二創業に取り組むことにより、企業の存続や蓄積された技能の承継・活用を図っています。その際に、異業種交流や多様な企業間の連携による「コラボレーション」という手法を取ることで、複数の業界それぞれが抱える課題解決をも図っています。

■求められるプラットフォーム

コラボレーションが生まれるためには、金融機関や民間企業、公共的団体が運営するマッチングのための場としてのプラットフォームが大きな役割を果たします。

さらに、このプラットフォームが有効に機能するためには、多様な業種の中小企業や研究機関を集めるだけでなく、それぞれが抱える課題の共有と課題解決のために、各企業や団体それぞれが何を得意とし、どう関わられるのか、コーディネーター兼ファシリテーター役が重要となります。

■千代田区のポテンシャル

千代田区は、中小企業がコラボレーションを図る上で、パートナーとなる大企業や研究機関、また公的機関が高度に集積している特徴的な都市です。情報がインターネットを介して瞬時に受発信できる時代とはいえ、物理的な距離が近く、face to face の信頼関係を築ける立地環境にあることは、本区で企業活動を行ううえでの強みです。千代田区は、地域経済の活性化のために、こうした異業種間連携を促進する仕組みづくりの検討をすすめてまいります。

取組の方向性3 働く人の仕事・生活環境の充実

中小企業の振興は、その前提として、企業で働く者の仕事と生活とのバランスが成り立つ社会を実現することが大切です。

従来の長時間労働を見直し、新たな働き方や多様な働き方を受容する社会を目指すためには、育児や介護への社会的なサポートが今後ますます必要となってきます。国や都が推進する仕事と生活の調和を図る施策と連携しながら、本区においても、勤労者に対するワーク・ライフ・バランスの取組みへの支援をより推進していく必要があります。

事業		内容	所管
13	ワーク・ライフ・バランスを推進する中小企業を支援【拡充】	中小企業のワーク・ライフ・バランスを推進するため、従業員の育児や介護をサポートするために雇用環境の整備に努める中小企業に対し、助成等の支援制度を充実します。	子育て推進課 国際平和・男女 平等人権課 商工観光課
14	中小企業の福利厚生を支援	中小企業の従業員等の福利厚生のために、健康セミナーの開催や給付金の支給、健康増進・余暇活動を支援する取組みを行います。	(公社)ゆとりち よだ
15	内職の相談・あっせん	内職希望者と、内職者を求める事業主のために、内職の相談とあっせんとを行います。	商工観光課
16	千代田ビジネス大賞の開催【再掲 4,9】	中小企業の成長発展を支援することを目的として、経営革新や経営基盤の強化に取り組む企業を表彰しています。表彰制度として、社員の活躍で成長している企業を対象にした、ワーク・ライフ・バランス部門を設けています。	(公財) まちみらい 千代田

基本施策 2 商工業の活性化

商工関係団体等が自ら行う組織力の強化や集客力強化に向けた取組みを支援することにより、区内商工業の活性化を目指します。

(1) 区内の商工業が抱える課題

■ 商工関係団体の組織力の低下

区内の商店街や同業種団体等を含む商工関係団体の多くが、営業活動のほかイベントや祭など催事を通じて、地域に賑わいが生まれるよう、自主的な活動を行っています。

しかし、商工関係団体の中には、会員が減少し、活動が困難になる団体が増えており、組織運営の担い手の高齢化や不足により、組織全体の機能が低下しています。

■ 商店街の集客力強化

商店街は、地域経済の担い手として、また、地域活動の核として様々な役割を果たしています。しかし、半数を超える商店街が3年前と比べて売り上げが減少していると感じており、集客力の強化による活性化が求められています。今後、増え続けることが予想される外国人観光客を含め、国内外からの来街者に対し、商店街の受入環境を整えていくことが課題となっています。

（２）事業の体系

☆は効果測定指標を設定する重点的な事業

取組みの方向性	事業		
4 商工関係団体の 組織活性化	17	大学生ボランティア団体とのマッチング支援 [新規]	
	18	商工関係団体の活性化事業支援	
	19	商店街等への決算分析による経営改善支援 [新規]	
	20☆	展示会等への出展支援 [新規]	再掲 7
	21	商店街の法人化支援（組織化指導）	
	22	区内商工関係団体の連携推進	
	23☆	商店街や同業種団体の主催イベント支援	再掲 46
5 商店街の集客力強化	24	外国人旅行者おもてなし機運の醸成【新規】	再掲 36
	25	商店街等の多言語対応の取組みを支援	再掲 37
	26	商店街装飾灯の運営・管理支援	
	27	防犯カメラ等の設備の整備補助	再掲 40
	28	観光情報の収集と発信機能強化	再掲 32

【KPI（重要業績評価指標）】

指標	現状	目標(H31)	目標の考え方
中小企業の卸売業・小売業の年間商品販売額 （平成 23 年 1 年間の 100 とする）	100 (H23)	107	年間商品販売額が「107」以上となり、経済成長率が実質 1% 以上達成されれば、区内の卸売業・小売業の業績が向上していると判断します。
商工関係団体支援事業の事業評価における B 評価以上のイベント事業の割合	—	80%	商工関係団体の自主的なイベントが、効果的に行われたかを表す「B 評価」以上が、全てのイベントのうち 8 割で達成されれば、大半の地域において賑わい創出につながったと判断します。
商店街の景況感 （「繁盛している・やや繁盛している」と感じる商店街）	26%	50%	商店街の景況感が改善されたと回答する商店街が、半数以上となることを目指します。

(3) 実施事業

取組の方向性4 商工関係団体の組織活性化

商工関係団体が、これまで以上に地域のまちづくりや賑わい創出の担い手として活動するためには、その組織を維持・継続し、組織の体制強化を図る必要があります。

事業		内容	所管
17	大学生ボランティア団体とのマッチング支援 【新規】	区内の学生ボランティア団体等を商店街のイベントや事業に連携できるように、マッチングできる仕組みづくりを行います。	商工観光課
18	商工関係団体の活性化事業支援	区内の商工関係団体の活性化や IT 機能の強化等のための自主的な取組みを支援します。	商工観光課
19	商店街等への決算分析による経営改善支援【新規】	中小企業診断士による商店街等の決算分析による助言を実施します。	商工観光課
20	☆展示会等への出展支援 【新規】【再掲 7】	地域の活性化に貢献する商工関係団体に所属する中小企業の新たな事業機会を創出するための展示会出展を支援します。	商工観光課
21	商店街の法人化支援 (組織化指導)	商店街振興組合や事業協同組合など、法人化を検討している商店街の相談に応じ、法人化を支援します。	商工観光課
22	区内商工関係団体の連携推進	商工団体連携強化連絡協議会を開催し、区内商工関係団体の連携による取組みを推進します。	(公財)まちみらい千代田

～エリアマネジメントによる地域商工業の活性化～

■商工振興施策にも寄与する「エリアマネジメント」という手法

商工振興施策は、地域の経済を活性化するという目的とともに、そこに住む区民が生活の豊かさを実感でき、まちに誇りをもてるよう有形・無形の価値を高めることにあります。

商工業の発展と住みやすいまちづくりとの両立を目指すうえで「エリアマネジメント」によるまちづくりは、有効な手法のひとつといえます。

エリアマネジメントは、国土交通省の発行する『エリアマネジメント推進マニュアル』において、「地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取り組み」と定義されています。近年、区内においても、再開発事業などと連動したエリアマネジメントを活用した取り組みが増えています。

■区内での取り組み事例

区内でのエリアマネジメントの事例として、秋葉原駅前の土地区画整理事業をきっかけとして設立された「秋葉原タウンマネジメント株式会社」の活動があります。秋葉原が持つ「人・物・情報が交流する拠点」としての資源と地域の公共空間を最大限活かしながら、安全・安心を基盤とし、地域活性化に向けた取り組みを展開しています。

■商工業の活性化に向けて

このほか、区内にはいくつかのエリアマネジメントを担う組織が、まちの魅力・価値の向上や、持続的な繁栄を目指して活動しています。エリアマネジメントの手法を用いて、地域の関係者の合意のもと、自主的なまちづくりを進めることにより、そこに住み、働き、学ぶ人の良好な生活環境や円滑な事業展開が実現します。

こうした自主的な取り組みについて、地域の商工業のさらなる活性化という観点から、個別のケースごとに地域の事情に応じた対応を目指します。

取組の方向性5 商店街の集客力強化

今後、増え続ける外国人観光客をはじめとした区外からの来街者が、商店街を訪れて、モノやサービスを消費するだけでなく、祭りやイベントなど商店街等が主催する催事にも参加し、地域の持つ魅力を十分知ってもらい、再び訪れてもらうことが、商店街の集客力の向上さらに活性化につながると考えられます。

商店街の集客力を各商店や商店街全体の利益向上につなげるためには、商店街が主体的に行う祭やイベント等の地域の活性化事業を引き続き支援していくとともに、今後、増え続けることが想定される外国人観光客のインバウンド需要についても新たに取り込めるよう、商店街におけるおもてなし機運を高め、受入環境を整えていく必要があります。

事業		内容	所管
23	☆商店街や同業種団体の主催イベント支援【再掲 46】	地域資源を活用した、商店街が自主的に実施するイベントの支援を継続します。	商工観光課
24	外国人旅行者おもてなし機運の醸成【新規】 【再掲 36】	商店街等に参加する区内の飲食店に対して、ムスリム旅行者などの外国人観光客の多様な文化的な背景等について啓発を行います。この取組みによって、事業者の自主的な集客力強化の取組みを支援します。	商工観光課
25	商店街等の多言語対応の取組みを支援【再掲 37】	商店街等が集客力を強化することを目的として、自主的に行う多言語対応の取組みを支援します。	商工観光課
26	商店街装飾灯の運営・管理支援	商店街が設置する商店街装飾灯の運営管理を支援します。	商工観光課
27	防犯カメラ等の設備の整備補助【再掲 40】	区内商店街等が行う防犯設備（防犯カメラ等）の整備を支援します。	安全生活課
28	観光情報の収集と発信機能強化【再掲 32】	ホームページの多言語化対応、スマートフォン対応を支援します。 また、外国人観光客向けにガイドブックの発行を支援します。	商工観光課 (一社)千代田区観光協会

～区内の消費喚起に向けて～

■これまでの区の実取り組み

千代田区では、平成 11 年度より千代田区商店街連合会及び千代田区商店街振興組合連合会の自主的な取り組みである「千代田区内共通商品券」事業に対する支援を行いました。

そして、平成 14 年度から平成 27 年度までは、区内商店で買い物や飲食した際に利用できる「スタンプカード」を区民に配布し、区内消費の促進を目的とする「消費生活支援」事業を実施しました。

■他自治体の事例

他の自治体においても、さまざまな取り組みが実施されています。商店街等が発行し、額面より 1 ～ 2 割お得な商品やサービスが購入できる「プレミアム付き商品券」事業も事例の一つです。また、域内消費限定の電子クーポンやポイント機能のあるクレジットカードなどの「ご当地カード」を発行し、プレミアム分を上乗せする「ご当地カード」事業に取り組む自治体の事例もあります。

■豊かな消費生活をめざして

千代田区では、これまで実施した事業における参加商店の負担感の軽減や利用者の利便性向上などの課題に対して、I C T 機能を活用した新たな消費喚起の仕組みである共通ポイント制度についてかねてより検討をしてきました。

今後も、他の自治体における取り組み事例や、国の施策の検討状況を注視して、真に区民や商業の活性化に役立つ消費喚起の仕組みの構築をめざします。

基本施策 3 観光振興

2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会の開催とその後を見据えて、観光客に区の魅力を伝える仕組みづくりを確立するとともに、外国人観光客などを受け入れる環境整備を加速することで、魅力ある都市として来街者の満足度も高めていきます。

(1) 観光振興の課題

■区の魅力を伝える観光

区内で実施する観光のためのイベントが、集客数や一時的な経済効果を求めるためだけでなく、地域の観光資源の掘り起こしや伝統文化の継承という側面においても貢献でき、さらに、国際化の流れなども汲みながら千代田区らしい事業として展開していく必要があります。そのためには、観光に携わる地域の団体や機関、企業がより連携を強化し、相乗的に事業効果を発揮できるよう、区と観光協会とが側面支援をしていくことが重要となります。

また、現在は、区の魅力や観光に関する情報が散在しており、観光客など来街者にとって、必要な情報を迅速に入手できないことも課題となっています。

■外国人観光客等への対応

2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けて、東京都が訪都外国人観光客数 2500 万人⁴の目標値を定めるなど、千代田区においても外国人観光客の急増が想定されています。外国人観光客が滞在中に不便と感じる無料の Wi-Fi 環境についても、観光情報の発信の充実とともに整備を推進していく必要があります。また、外国人観光客が区内で観光や食事を楽しむ場の一つとして、商店街を訪れてくれるよう、商店街のおもてなし機運を高め、受入環境を整えていくことも課題となっています。

■観光客等の安全対策とまちの環境美化対策

多くの人やモノが集まる観光地やイベント会場において、起こりうる事故を予測し、未然に防止することが、安全・安心な滞在環境を提供するうえで課題となっています。

また、安全対策に加えて、まちの美観を保持し、清潔な滞在環境を提供することも観光客等が千代田区の魅力を感じ、滞在を楽しむうえで不可欠です。

⁴「東京都観光産業振興実行プラン 2017（仮称）」の中間報告における目標値
訪都外国人旅行者数 2020 年：2,500 万人、2024 年：3,000 万人

(2) 事業の体系

☆は効果測定指標を設定する重点的な事業

取組みの方向性	事業		
6 区の魅力を伝える観光の推進	29	体験型観光の実施を支援【新規】	
	30	さくらまつり、納涼の夕べ、秋まつりの開催支援	
	31	写真コンテストの実施	
	32	観光情報の収集と発信機能の強化【拡充】	再掲 28
7 外国人観光客等の受入環境を整備	33☆	Wi-Fi 環境の整備【拡充】	
	34☆	観光案内所に対する支援	
	35	観光人材の育成支援	
	36	外国人旅行者おもてなし機運の醸成【新規】	再掲 24
	37☆	商店街等の多言語対応の取組みを支援	再掲 25
8 安全・安心な滞在環境の提供	38	観光客への防災情報の提供【新規】	
	39	外国人観光客をサポートする団体等との連携【新規】	
	40	防犯カメラ等の設備の整備補助	再掲 27
	41	防犯活動等事業に対する支援	
	42	環境美化・浄化推進団体への支援	
	43	千代田区建築物耐震診断助成	

【KPI（重要業績評価指標）】

指標	現状	目標（H31）	目標の考え方
外国人観光案内所の利用者数	49,642 人 (H25)	110,000 人 (H31)	東京都が掲げる訪都外国人観光客数の目標値の増加率とほぼ同規模として設定しています。
Wi-Fi の外国人利用者の伸び率	－ (H29)	2 倍 (H31)	サンプル地域における利用する外国人の数が、おおよそ 2 倍に増加していることを目指します。
観光振興による商店街の景況感	－	実感できる 50%以上	観光振興施策により、観光客が増加し、商店街の景況感が好転していると推定される商店街の割合が半数以上となることを目指します。

(3) 実施事業

取組の方向性6 区の魅力を伝える観光の推進

区内には、魅力的な観光スポットが数多く存在し、四季折々に特長ある姿を見せています。こうした観光資源を活かしたイベントは大きな集客効果が期待でき、点在する観光スポットやイベントを連携し繋ぐことで、来街者の周遊性を高め、より千代田区の魅力を知っていたき体感していただく機会となります。

また、最近では、外国人観光客にとって、日本文化や日本人の日常生活を体験できる体験型観光が注目されています。体験型観光は、その土地でしか得られない体験ができることで、大規模な催事・イベントとは違った集客を見込むこともできます。このため、大規模イベントや催事への開催支援とともに、千代田という都市でしか得られない体験型観光についても、側面的に支援していく必要があります。

さらに、このような区内の観光情報などを効果的に発信するためには、さまざまな主体が開催する情報を整理し、正確に発信していくことが求められます。また、増え続ける外国人観光客にも対応するため、情報の多言語対応を進めていく必要もあります。

事業		内容	所管
29	体験型観光の実施を支援【新規】	観光協会や商工関係団体等が行う、歴史や文化等の観光資源を用いたイベントにおいて、体験型観光を推進するための支援を行います。	商工観光課
30	さくらまつり、納涼の夕べ、秋まつりの開催支援	さくらまつりや納涼の夕べ、秋まつりについて、イベント開催やイベント間の連携した情報発信等について支援します。	商工観光課 (一社)千代田区観光協会
31	写真コンテストの実施	区内の新たな魅力発見につなげるために、「東京大回廊写真コンテスト」を開催します。	(一社)千代田区観光協会
32	観光情報の収集と発信機能の強化【拡充】	ホームページの多言語化対応、スマートフォン対応を支援します。 また、外国人観光客向けにガイドブックの発行を支援します。	商工観光課 (一社)千代田区観光協会

～世界に Chiyoda の魅力を伝える～

■千代田区魅力発信会議の活動

千代田区では、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会が、これまで蓄積された「文化資源」や「観光資源」などといった魅力を、広く国内外へ継続的に発信していく絶好の機会と捉え、平成 27・28 年度に「千代田区魅力発信会議」を開催しました。

この会議は、学識経験者や区内の在住・在勤・在学者等で構成しており、区の魅力の整理や体系化、プロモーションの具体的な手法等の検討を行っています。

■これまでの取り組み

これまでも、千代田区観光協会において、さくらまつりにおける区の観光資源である桜の夜間ライトアップの実施や、史跡である皇居・旧江戸城を案内する「江戸城ウォーク」の開催、動画や画像がスマートフォンに表示される AR マーカーを記載した観光パンフレットの発行などを通じて、区の魅力を伝え、体験できる事業に取り組んできました。

■さまざまな手法で伝える千代田区の魅力

魅力発信会議での議論を踏まえて、区の魅力を広く国内外に発信し、多くの観光客に区の魅力を体験してもらい、まちの賑わいや回遊性を高めるための取り組みを推進します。

また、近年は SNS 等を利用した口コミ効果による新たな情報発信も注目をあつめています。ますます急速に進化する情報通信技術に対応し、時代に即した情報発信手段・手法を整備していきます。

取組の方向性7 外国人観光客等の受入環境を整備

外国人も含め観光客が、より快適に観光や食事、買い物を楽しむためには、これらの情報を無料の Wi-Fi 環境で提供するなど、情報の受発信のための環境整備は不可欠です。このため、主要な駅・観光スポットへの環境整備に続き、区内の周遊性を高めるよう FREE Wi-Fi のアクセスポイントを整備していきます。

また、観光に携わる人材の育成や観光案内所における多言語対応による運営への支援を通じて、観光客がより快適に区内を周遊できる環境を整備します。

さらに、商店街を訪れる外国人が快適に食事や買い物が楽しめるよう、商店街でのおもてなし機運を高めるとともに、多言語対応に取り組む商店街を支援していきます。

これらの取組みを総合的に推進することにより、外国人観光客のインバウンド需要を地域に取り込み、地域経済の活性化を目指します。

事業		内容	所管
33	☆Wi-Fi 環境の整備 【拡充】	商店街や観光地など多くの観光客が訪れる場所を重点的に、CHIYODA Free Wi-Fi のアクセスポイントを整備し、運用します。	商工観光課
34	☆観光案内所に対する支援	外国人観光客向けの観光案内所に対する支援を行います。また、定期的な情報交換などで得た情報を集約して発信します。	商工観光課
35	観光人材の育成支援	観光ボランティア・語学ボランティア等の育成を支援します。	商工観光課 国際平和・男女 平等 인권課 (一社)千代田区 観光協会
36	外国人旅行者おもてなし 機運の醸成 【新規】【再掲 24】	商店街等に参加する区内の飲食店に対して、ムスリム旅行者などの外国人観光客の多様な文化的な背景等について啓発を行います。この取組みによって、事業者の自主的な集客力強化の取組みを支援します。	商工観光課

37	☆商店街等の多言語対応の取組みを支援【再掲 25】	商店街等が集客力を強化することを目的として、自主的に行う多言語対応の取組みを支援します。	商工観光課 (一社)千代田区観光協会
----	---------------------------	--	-----------------------

取組の方向性8 安全・安心な滞在環境の提供

イベントの実施に伴う事故や観光スポットにおける犯罪の発生は、区民や来街者に危険を及ぼす可能性だけでなく、まちのイメージをも損ない、地域が信頼を回復することに多大な時間と労力を要します。また、自然災害の発生による被害にも、平常時から対応策を考えて備えておくことが、安全・安心な滞在環境を提供するうえで不可欠です。

観光客など来街者にとって安全・安心な滞在環境は、千代田区に住み、働き、学ぶ人すべての安全・安心につながります。このため、国内外からの来街者が、区内で快適に過ごすことができるよう、防災情報の提供をはじめとしたサポート体制を充実していく必要があります。

事業		内容	所管
38	観光客への防災情報の提供【新規】	外国人観光客向けの防災情報の伝達方法を検討し、手段を整備します。	災害対策・危機管理課
39	外国人観光客をサポートする団体等との連携【新規】	災害時における外国人観光客支援のためのボランティア団体等と日頃から連携し、情報発信等を行います。	(一社)千代田区観光協会
40	防犯カメラ等の設備の整備補助【再掲 27】	商店街等が行う防犯設備の整備(防犯カメラ等)を支援します。	安全生活課
41	防犯活動等事業に対する支援	防犯協会が、地域住民の安寧を図るために実施する防犯活動等事業を支援します。	安全生活課

42	環境美化・浄化推進団体への支援	生活環境の美化・浄化を目的として、環境美化・浄化推進団体が自主的に取り組む生活環境整備の事業を支援します。	安全生活課
43	千代田区建築物耐震診断助成	滞在環境の安全を図るため、建築物の耐震化の推進を目的として、耐震診断を行う個人または中小企業に助成します。	建築指導課

基本施策 4 地方との連携

千代田区をはじめとする大都市は、食糧やエネルギーなど生活全般にわたり、地方に支えられ成り立っています。また、都会の経済活動は地方から流入する多くの人材によって支えられています。千代田区と地方とは、お互いの強みを生かし共生の理念に基づき、ともに発展していくことを目指しています。

(1) 地方との連携における課題

■ 地方との連携による地域の活力向上

区の情報発信力を活かし、地方都市の情報提供の場を充実して、相互連携をより一層強化していくことはもとより、これまでの物産などモノを通じた連携のあり方から、ヒトやコトを通じた連携へと転換していくことが、地方と持続性のある共存共栄を目指した関係構築につながります。千代田区として目指す地方との連携のあり方を探求し、示していくことが、今後の連携を推進するうえで重要となります。

■ 区民の生活をより豊かにする地方との連携

都会での生活の利便性が向上する一方で、失うモノやコトがあるのも事実です。区民が今の生活による利便性を享受しつつ、地方都市でしかできない体験や人との交流を通じて、心の豊かさを涵養することが、より豊かに生きるうえで重要となっています。

■ 商工業の振興につながる地方との連携

千代田区と地方は、お互いの強みを活かし 共生の理念に基づきともに発展していくことを目指しており、そのためには、連携の担い手を増やすための環境づくりが課題となっています。

こうした課題を解決することで、地方との連携によって区と地方の双方の商工振興や観光振興につなげていくことが重要です。

(2) 事業の体系

☆は効果測定指標を設定する重点的な事業

取組みの方向性	事業		
9 千代田区ならではの 地方との連携を推進	44	地方との連携に関する調査・検討【新規】	
	45☆	ちよだフードバレーネットワークの活動支援【拡充】	
	46	商店街・同業種団体の主催イベント支援	再掲 23
	47	市町村サテライトオフィス東京の運営	
	48	姉妹都市交流	
	49	災害協定、被災地への職員派遣	
	50	環境対策の連携	
10 区民の生活を豊かに する取組みを支援	51	援農・里山体験による地方都市との交流【新規】	
	52	食育を通じた地方都市との市民交流支援【新規】	
11 地方との連携による商工 業の振興	53	区内商工関係団体と地方商工関係団体の交流事業【新規】	
	54	地方の活性化の担い手育成の環境づくりを支援【新規】	

【KPI（重要業績評価指標）】

指標	現状	目標(H31)	目標の考え方
地方と連携したマルシェ・出店等の区が関与した事業数	14 事業 (H25)	28 事業 (H31)	商店会などが実施する地方との連携に関する事業数が2倍の28事業まで増えることを目指します。
地方との連携に対する区民の認知度	—	30%	目標年次において、地方と連携する事業について区民生活に身近に感じられるよう、3割以上の区民への認知が広がるよう目指します。

(3) 実施事業

取組の方向性9 千代田区ならではの地方との連携を推進

区と地方都市と共存共栄の関係を、より多岐にわたり強めていくためには、従来から区が進めてきた地方との連携による支援だけでなく、今後、区として目指す地方連携のあり方を探求し、その方向性を提示していく必要があります。

事業		内容	所管
44	地方との連携に関する調査・検討【新規】	地方都市との継続性のある関係構築のために、区として目指すべき姿と今後の方向性を示す調査・研究を実施します。	商工観光課
45	☆ちよだフードバレーネットワークの活動支援【拡充】	常設のアンテナショップである「ちよだいちば」やマルシェ等の活動を行う「ちよだフードバレーネットワーク」の取組みを支援します。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田
46	商店街や同業種団体の主催イベント支援【再掲 23】	商店街が自主的に実施するイベントの支援を継続します。 地方との連携に自主的に取組むイベント主催者を支援します。	商工観光課
47	市町村サテライトオフィス東京の運営	地方自治体が、東京での活動拠点として利用できるように、サテライトオフィス（貸しデスク）の提供を支援します。	(公財)まちみらい千代田
48	姉妹都市交流	姉妹提携をしている自治体との交流事業を推進し、お互いのまつりへの参加やスポーツ・文化活動などを通じた住民主体の交流を支援します。	商工観光課 他
49	災害協定、被災地への職員派遣	災害時における相互援助協定に基づき、物資の提供などの相互支援を行います。また、災害時には被災地に対する職員派遣を相互に実施します。	災害対策・危機管理課 人事課

50	環境対策の連携	森林整備事業（カーボンオフセット） で地方の森林整備を協同で行います。	環境政策課
----	---------	--	-------

取組の方向性 10 区民の生活を豊かにする取組みを支援

区民が今の生活による利便性を享受しつつ、地方都市でしかできない体験や人との交流を通じて、心の豊かさを育むために、援農や里山体験を通じた都会では得られない機会を提供するとともに、食育イベントなどを通じた地方都市との市民交流を育む取組みを支援します。

事業		内容	所管
51	援農・里山体験による地方都市との交流【新規】	区民等が地方都市で、援農・里山体験ができるよう、地方都市との交流を支援します。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田
52	食育を通じた地方都市との市民交流支援【新規】	地方の物産品を用いた食育イベント等の運営を支援します。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田

取組の方向性 11 地方との連携による商工業の振興

地方との連携により、区と地方都市とが共に発展していくためには、それぞれの地域の域内経済が活性化することが必要です。そのために、それぞれの都市の商工業がお互いの強みを生かした活動を展開できるよう支援をしていく必要があります。

双方の商工業が発展するきっかけづくりとして、区内と地方それぞれの商工関係団体が交流を持ち、共同で事業を実施できるよう支援をしていくことが重要です。さらに商工業分野においても、地方の活性化を担う人材や区と地方とのパイプ役を担う人材の育成の環境づくりを支援します。

事業		内容	所管
53	区内商工関係団体と地方商工関係団体の交流事業【新規】	区内の商工関係団体と地方の商工関係団体の交流によって、新たな事業展開を促すための支援をします。	商工観光課
54	地方の活性化の担い手育成の環境づくりを支援【新規】	「(仮称)食・農起業塾」等の講習会を開催し、地方の活性化に取り組む担い手育成の環境づくりを支援します。	商工観光課 (公財)まちみらい千代田

～地方との連携のさらなる進展に向けて～

■これまでの取組み

姉妹提携をしている群馬県嬭恋村や秋田県五城目町との交流や、ちよだフードバレーネットワークが実施する物産展やアンテナショップの運営支援、地方の自治体の東京での活動拠点であるサテライトオフィスの運営支援、森林整備事業を通じてカーボン・オフセットという都心ならではの課題解決に取り組む活動などを通じて、地方都市との連携を深めてきました。

また、行政だけでなく、商店街や民間団体による地方と連携した自主的な取組みが行われ、地域の活性化に貢献しています。

■地方との共生に向けて

千代田区は、電気・ガスなどのライフラインを地方に依存しており、地方との共生なくして区は成り立ちません。また、多くの民間交流や経済活動などを通じて、千代田区と地方は結びつき、互いに発展してきました。

しかし、地方の人口減少による地方経済の弱体化によって、地方からの人の流入で支えられていた都市部にも大きな影響を与える可能性が高まっています。そのため、国ではこれらの課題に対応するために、地方創生の取組みを進めています。

千代田区と地方都市の更なる地域活性化に向けて、これまでの取組みを継続しながら、今後、地方との連携の新たな指針を示し、戦略的に推進していきます。

第7章 計画の推進

当計画の推進にあたっては、官民の役割分担を明確にし、地域で活動する多様な主体（人材・団体等）と連携・協力していくことが求められます。その上で、行政が事業者の自立や事業者同士の連携を推進するための支援をしていくことになります。そこで当計画を実現するために、次のような推進体制を構築し、計画の着実な推進を図ることとします。

1 推進体制について

（１）商工業者の意識改革

当計画に掲げた施策を実行していくには、まず事業者自らが主体的に取り組む意識を醸成することが肝要です。自らが道を切り拓く強い意思と行動力が求められ、当事者意識を持つことによって、事業者間の連携が図られることになります。さらには、日頃から経済環境の変化や環境問題、自然災害などの中長期的なリスクへの対策を積極的に行うことで、経営の安定化を図ることも重要です。区は、こうした事業者の活動を下支えしていくことで計画の実効性を高めていきます。

（２）商工関係団体、まちづくり組織等との連携

区内の商工関係団体は、個々の事業者では達成できない取組みを支援する重要な役割を担っています。当計画の推進にあたっては、こうした商工関係団体との連携強化は不可欠です。

また、地域に根ざした商工振興施策を実行していくには、そこで活動するまちづくり組織等との連携も欠くことはできません。

（３）千代田区商工振興連絡調整会議の設置

計画の円滑かつ効果的な推進に向けて、その実効性を担保するためには、学識経験者及び区内民間事業者、関係団体の代表者、区民商工関係団体等で構成し、当計画の策定に携わった千代田区商工振興連絡調整会議を引き続き設置し、計画推進体制の中核的役割を担います。

2 進行管理について

(1) PDCAサイクルによる進行管理

計画期間中の進行管理は、千代田区商工振興連絡調整会議で行います。

この会議を定期的に開催し、計画の進捗状況の確認、事業効果の検証、事業計画への反映等を行います。さらに部会を設けるなどして、テーマごとに活発な議論が行える体制を整備します。

事業の検証・評価は、PDCAサイクルのPlan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）の考え方に基づき、毎年年度ごとに行い、その効果を踏まえて次年度以降の事業計画を決定していきます。

なお、先行き不透明な時代においては、計画期間中に社会経済情勢の変化が予想されます。そうした場合でも、適宜、関係機関と調整を図り、柔軟に対応していきます。

(2) 重要業績評価指標（KPI）による重点施策・事業評価

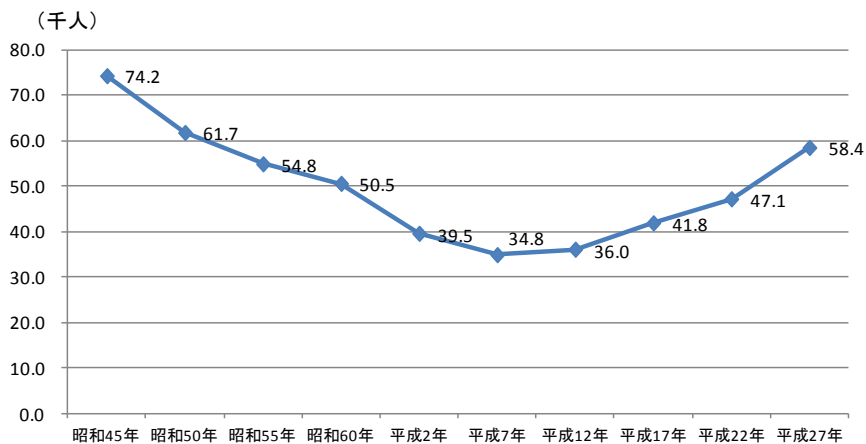
重点施策・事業については、重要業績評価指標（KPI）を設定しており、計画期間最終年度の前年度には、これによる評価、検証を行います。

また、計画期間中でも、可能なものについては評価を行い、計画期間中の事業計画において、施策の実現に向けたより効果的な取組みや具体的事業を反映させ、実施していきます。

参考資料

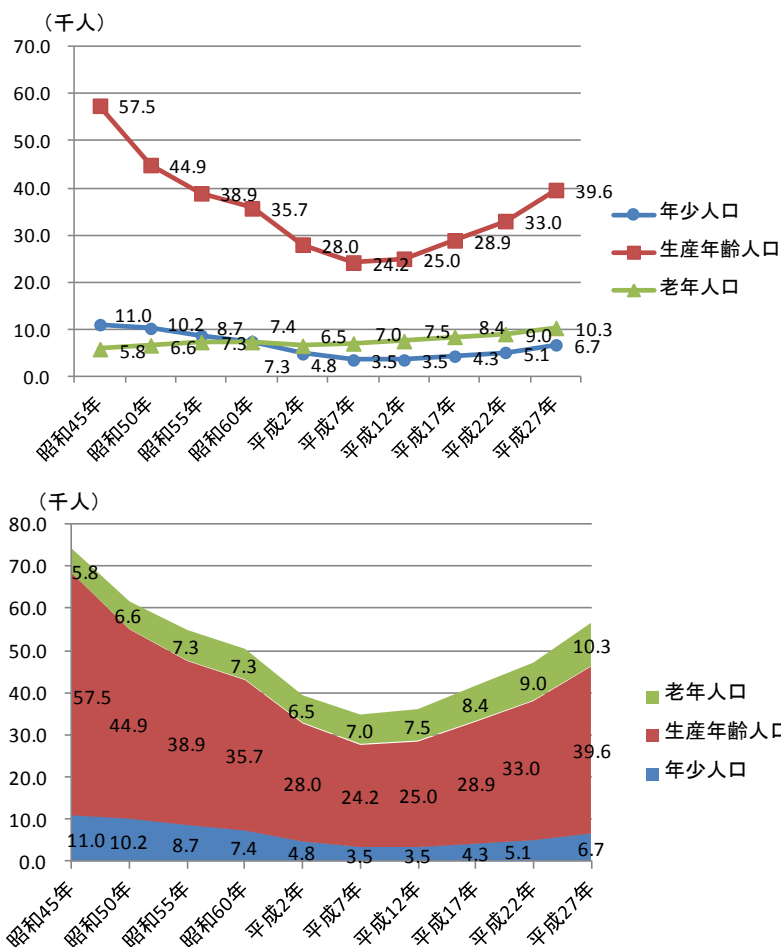
1 千代田区の人口

(1) 千代田区総人口の推移



【資料番号 1】

(2) 千代田区年齢3区分人口の推移

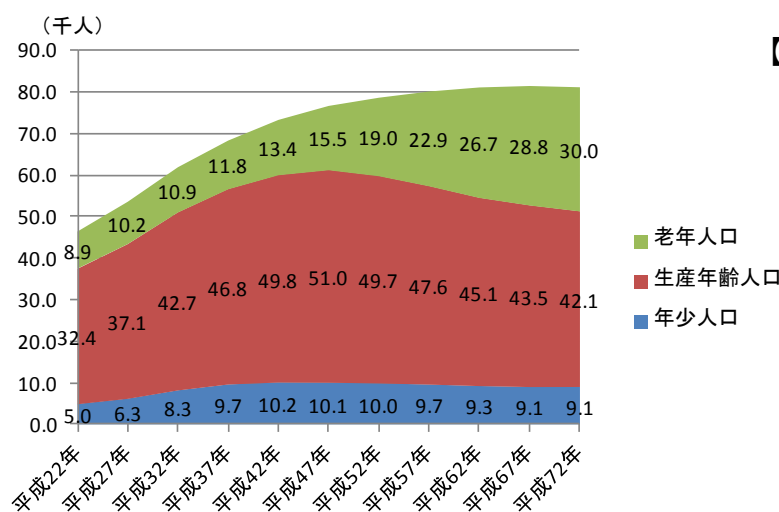
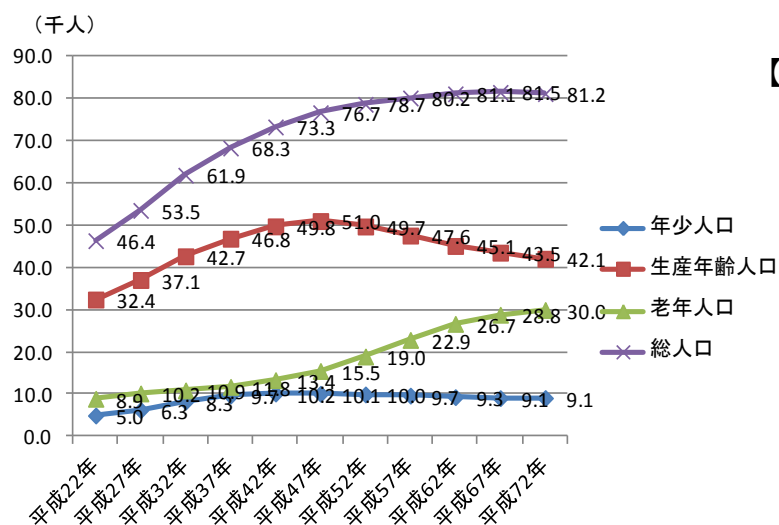


【資料番号 2】

【資料番号 3】

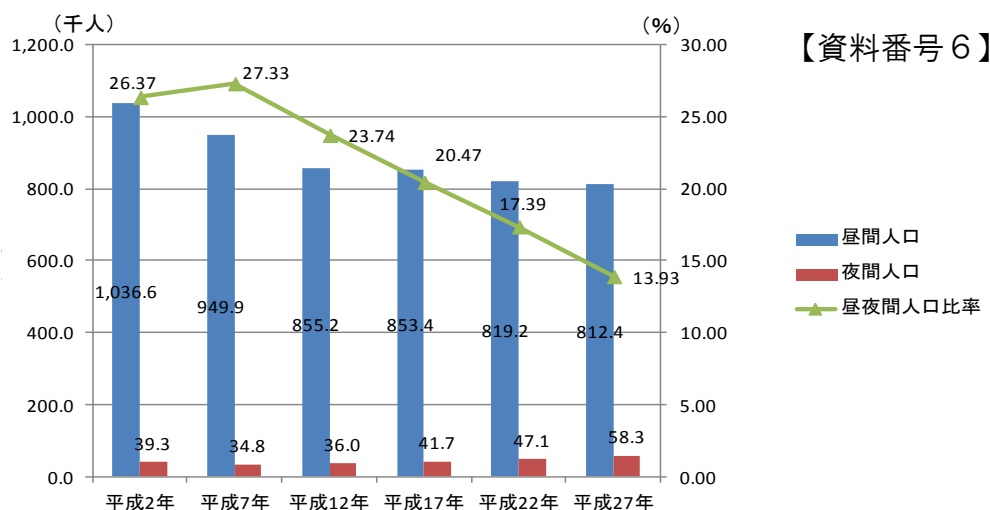
出典：国勢調査

(3) 千代田区将来人口の推計



出典：千代田区人口ビジョン

(4) 千代田区昼夜人口の推移



出典：国勢調査

※平成 27 年の昼間人口は「東京都昼間人口の予測（平成 27 年 3 月公表）」より

2 千代田区の事業所数・従業者数

(1) 23区の実業所数（平成26年）

■23区の実業所

【資料番号7】

順位	地域	事業所数
1	港区	39,375
2	中央区	37,869
3	千代田区	34,250
4	新宿区	33,602
5	大田区	31,432
6	世田谷区	28,994
7	渋谷区	28,613
8	足立区	25,887
9	台東区	24,446
10	江戸川区	21,840
11	品川区	21,609
12	練馬区	21,426
13	杉並区	20,592
14	豊島区	19,938
15	板橋区	19,343
16	江東区	19,112
17	葛飾区	17,953
18	墨田区	16,884
19	文京区	14,316
20	北区	13,701
21	中野区	12,917
22	目黒区	12,211
23	荒川区	9,899

■23区の面積(k㎡)当たり事業所数

【資料番号8】

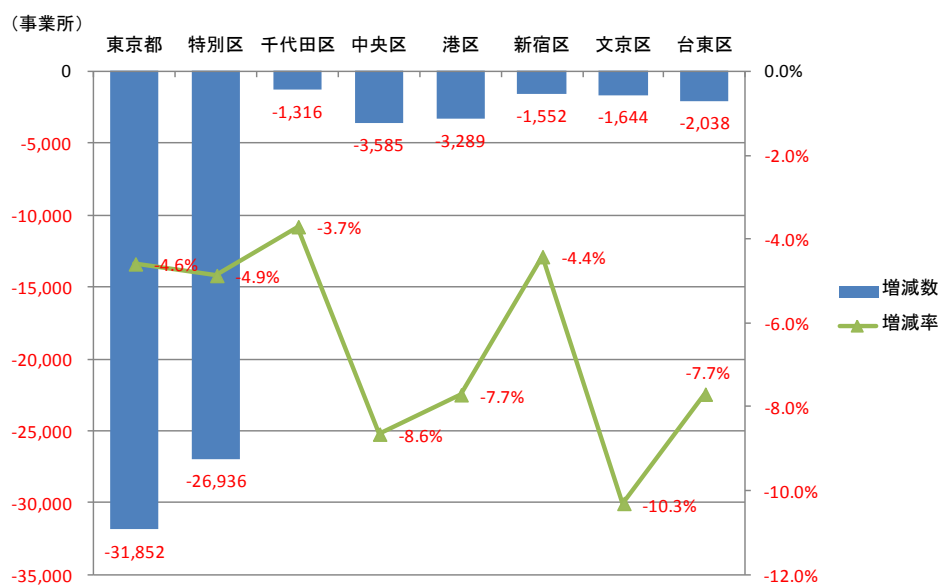
順位	区名	面積(k㎡)当たり 事業所数
1	中央区	3,709
2	千代田区	2,937
3	台東区	2,418
4	港区	1,933
5	渋谷区	1,894
6	新宿区	1,844
7	豊島区	1,533
8	文京区	1,268
9	墨田区	1,226
10	荒川区	974
11	品川区	946
12	目黒区	832
13	中野区	829
14	北区	665
15	杉並区	605
16	板橋区	600
17	大田区	518
18	葛飾区	516
19	世田谷区	499
20	足立区	486
21	江東区	476
22	練馬区	446
23	江戸川区	438

※面積は、国土交通省国土地理院

『平成26年全国都道府県市区町村別面積調』による

出典：経済センサス（平成26年）

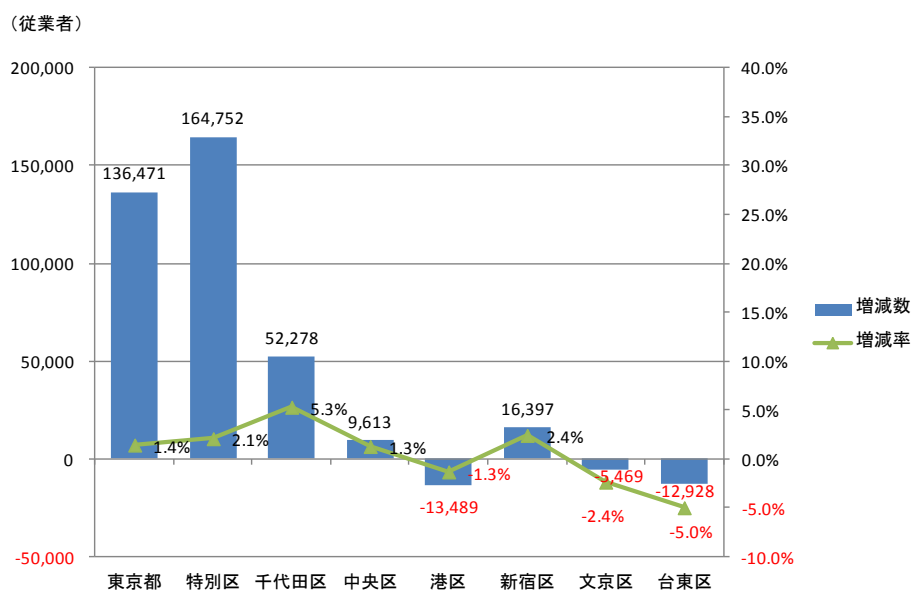
(2) 事業所数の増減（平成 21・26 年比較）



【資料番号 9】

出典：経済センサス（平成 21 年、平成 26 年）

(3) 従業者数の増減（平成 21・26 年比較）



【資料番号 10】

出典：経済センサス（平成 21 年、平成 26 年）

(4) 区内事業所・従業者数の増減<地区別> (平成 21・26 年比較)

【資料番号 11】

	麹町地区						富士見地区	
	(全体)		大丸有エリア		大丸有以外			
	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率
事業所数	445	3.9%	776	18.5%	-331	-4.6%	-516	-12.3%
従業者数	44,033	8.2%	14,118	4.9%	29,915	12.0%	7,754	7.7%
	神保町地区		神田公園地区		万世橋地区		和泉橋地区	
	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率
事業所数	-447	-10.8%	-325	-6.5%	20	0.5%	-492	-7.5%
従業者数	1,595	2.4%	-3,863	-4.4%	11,398	13.3%	-8,638	-7.9%

出典：経済センサス（平成 21 年、平成 26 年）

(5) 区内事業所・従業者数の増減<地区別・規模別> (平成 21・26 年比較)

【資料番号 12】

		麹町地区						富士見地区	
		(全体)		大丸有エリア		大丸有以外			
		増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率
事業所数	1～4人	-86	-2.0%	163	12.7%	-249	-8.3%	-252	-13.7%
	5～9人	80	3.3%	236	28.1%	-156	-9.8%	-169	-17.4%
	10～19人	156	8.5%	138	17.3%	18	1.7%	-58	-9.5%
	20～29人	69	9.0%	50	13.4%	19	4.8%	-39	-15.9%
	30人以上	168	9.0%	135	16.1%	33	3.2%	-19	-3.7%
事業者数	1～4人	-148	-1.5%	387	12.8%	-535	-7.8%	-619	-14.0%
	5～9人	624	3.9%	1,620	29.0%	-996	-9.4%	-1,149	-18.0%
	10～19人	2,476	10.0%	1,930	17.8%	546	4.0%	-831	-10.1%
	20～29人	1,636	8.9%	1,172	13.0%	464	4.9%	-1,002	-17.1%
	30人以上	39,445	8.5%	9,009	3.5%	30,436	14.6%	11,355	14.9%
		神保町地区		神田公園地区		万世橋地区		和泉橋地区	
		増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率	増減数	増減率
事業所数	1～4人	-209	-10.4%	-109	-5.0%	-62	-3.3%	-246	-8.6%
	5～9人	-110	-11.9%	-139	-11.0%	-15	-1.4%	-158	-9.9%
	10～19人	-108	-18.8%	-57	-7.5%	32	4.8%	-67	-6.9%
	20～29人	-13	-6.3%	-9	-3.3%	41	16.0%	-9	-2.2%
	30人以上	-12	-3.3%	-25	-4.8%	13	2.5%	-28	-4.2%
事業者数	1～4人	-612	-12.8%	-317	-5.9%	-320	-6.8%	-735	-10.4%
	5～9人	-747	-12.3%	-929	-11.2%	-150	-2.2%	-985	-9.4%
	10～19人	-1,467	-19.1%	-804	-8.0%	366	4.0%	-1,012	-7.7%
	20～29人	-307	-6.2%	-189	-2.9%	866	14.0%	-240	-2.4%
	30人以上	4,728	11.2%	-1,624	-2.8%	10,636	18.0%	-5,666	-8.3%

※「(1) 21・26 年度比較の事業所、事業者数の増減（地区別）」と事業所の増減数が一致しないのは、出向・派遣従業者のみの事業所を含んでいないため。

出典：経済センサス（平成 21 年、平成 26 年）

《凡例：地区割り》

地区名		町名
麴町地区	大丸有エリア	丸の内一丁目、同二丁目、同三丁目、大手町一丁目、同二丁目、有楽町一丁目、同二丁目
	大丸有以外	内幸町一丁目、同二丁目、霞が関一丁目、同二丁目、同三丁目、永田町一丁目、同二丁目、隼町、平河町一丁目、同二丁目、麴町一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目、同五丁目、同六丁目、紀尾井町、一番町、二番町、三番町、四番町、五番町、六番町、皇居外苑、日比谷公園
富士見地区		千代田、北の丸公園、一ツ橋一丁目、九段南一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目、九段北一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目、富士見一丁目、同二丁目、飯田橋一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目
神保町地区		一ツ橋二丁目、神田神保町一丁目、同二丁目、同三丁目、三崎町一丁目、同二丁目、同三丁目、西神田一丁目、同二丁目、同三丁目、猿楽町一丁目、同二丁目
神田公園地区		神田錦町一丁目、同二丁目、同三丁目、神田小川町一丁目、同二丁目、同三丁目、神田美土代町、内神田一丁目、同二丁目、同三丁目、神田司町二丁目、神田多町二丁目、神田鍛冶町三丁目
万世橋地区		神田駿河台一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目、神田淡路町一丁目、同二丁目、神田須田町一丁目、外神田一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目、同五丁目、同六丁目
和泉橋地区		鍛冶町一丁目、同二丁目、神田紺屋町、神田北乗物町、神田富山町、神田美倉町、岩本町一丁目、同二丁目、同三丁目、神田西福田町、神田須田町二丁目、神田東松下町、神田東紺屋町、神田岩本町、東神田一丁目、同二丁目、同三丁目、神田和泉町、神田佐久間町一丁目、同二丁目、同三丁目、同四丁目、神田平河町、神田松永町、神田花岡町、神田佐久間河岸、神田練塀町、神田相生町

※統計処理上、出張所の管轄区域とは一致しない。

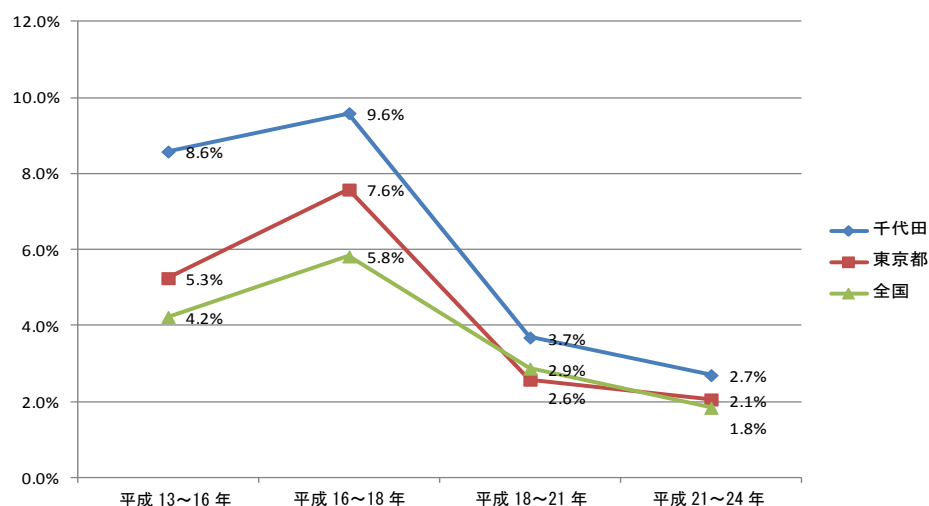
一つの町の中でも、番地によって2つの出張所に管轄が分かれている場合がある。こうした地域は、番地以下でより多くの地域が属していると考えられる方に組み入れている。(大手町一丁目、九段南二丁目、神田駿河台一丁目・二丁目、が該当)

なお、神田駿河台一丁目・二丁目は奇数・偶数で半々に地区が分けられることから、神田駿河台三丁目・四丁目にあわせて万世橋地区に組み入れている。

3 千代田区の産業力

(1) 創業比率からみる創業力の比較

【資料番号 13】

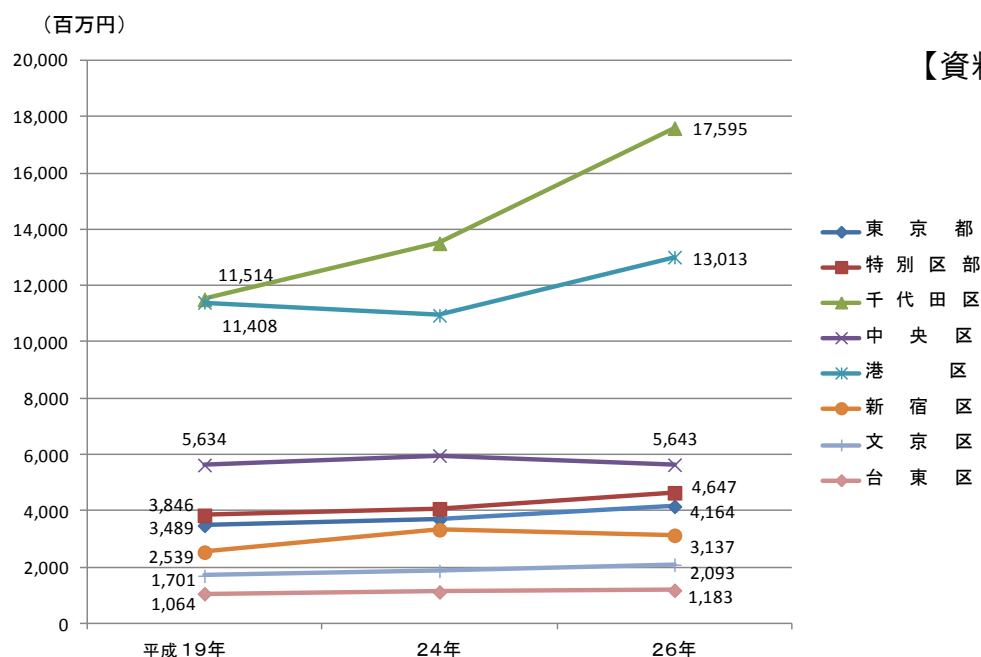


※「平成 21 年経済センサス-基礎調査」より、新設事業所の定義を変更したため、2006-2009 年の創業比率は過去の数字と単純には比較できない。創業比率は、個人、(法人) 会社を足し合わせて算出しており、会社以外の法人及びその他の団体は含んでいない。

出典：総務省「平成 13 年事業所・企業統計調査」、総務省「平成 16 年事業所・企業統計調査」、総務省「平成 18 年事業所・企業統計調査」、総務省「平成 21 年経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「平成 24 年経済センサス-活動調査」

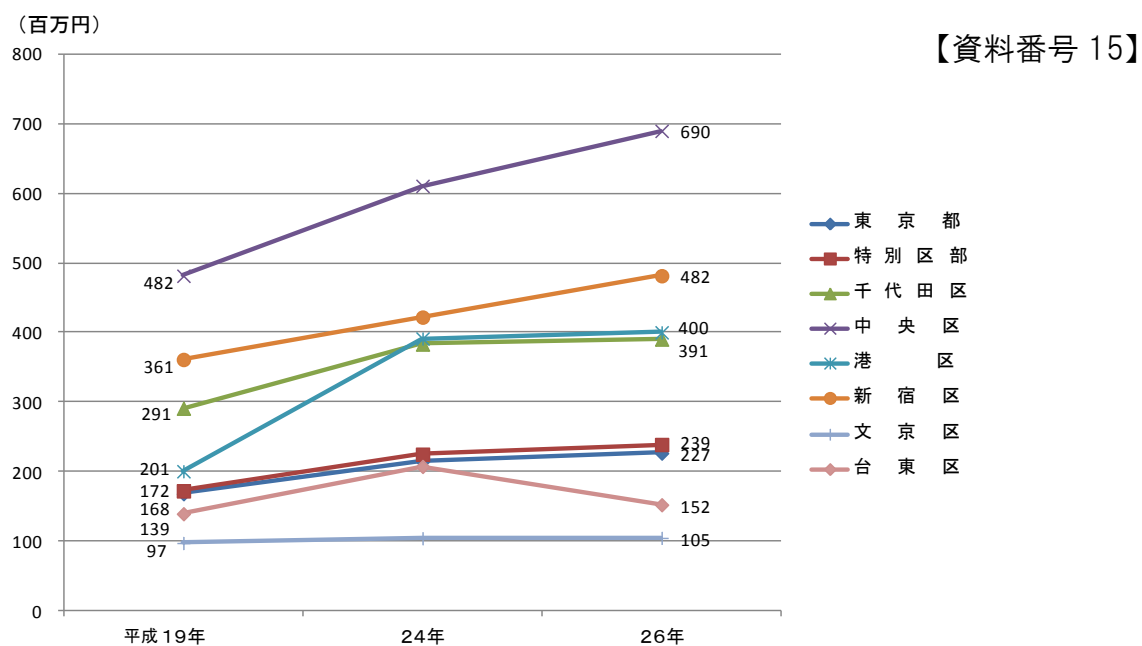
(2) 卸売業の 1 事業所あたりの年間商品販売額の推移

【資料番号 14】



出典：商業統計（平成 19 年、平成 26 年）、経済センサス（平成 24 年）

(3) 小売業の1事業所あたりの年間商品販売額の推移



出典：商業統計（平成 19 年、平成 26 年）、経済センサス（平成 24 年）

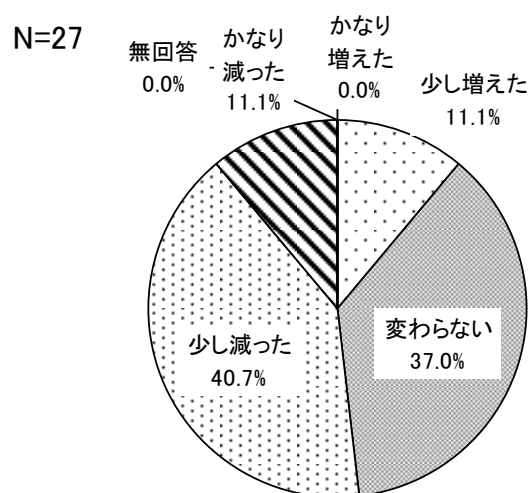
4 千代田区内商店街の現状

(1) 区内商店街へ実施したアンケート結果（概略）

- 調査対象：千代田区商店街連合会に加入する商店街（休会中の団体を除く）
- 調査期間：平成 29 年 7 月 14 日 ～ 平成 29 年 9 月 8 日
- 調査方法：郵送配布・郵送回収
- 回収率：61.3%（44 団体のうち 27 団体から回答）

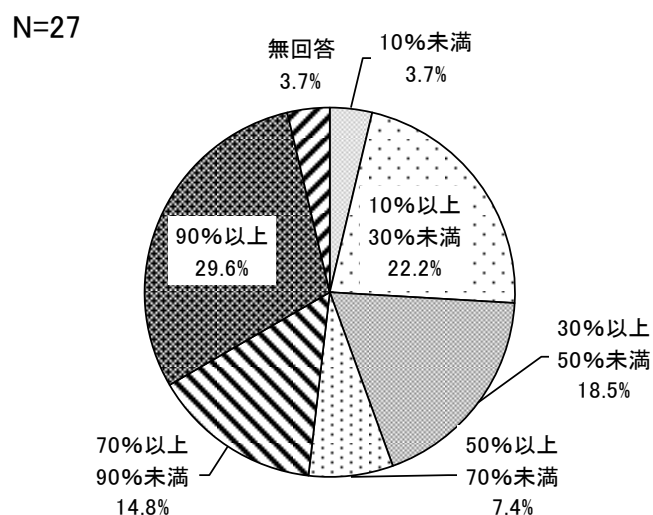
問：会員数は 3 年前と比べて変化したか。

【資料番号 16】



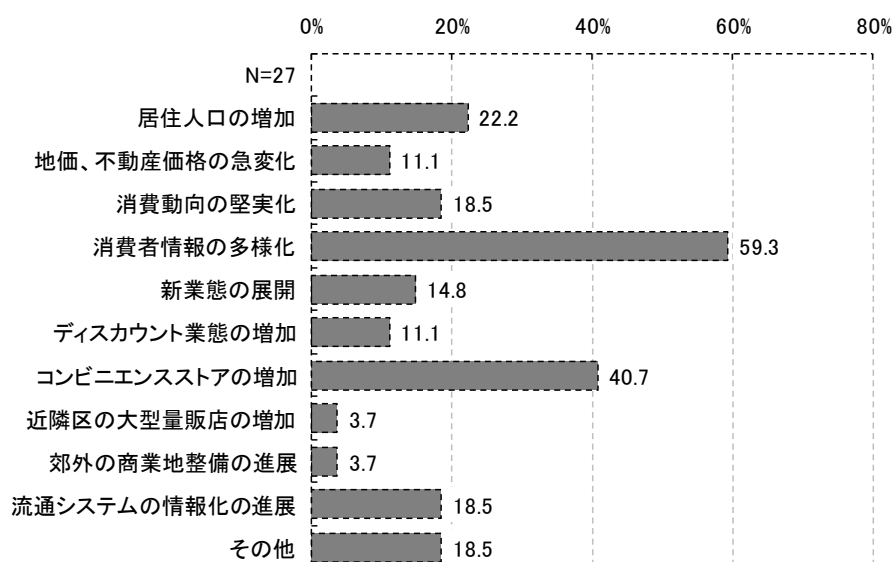
問：貴商店街の会則・定款等で定める商店街の範囲の店舗のうち、加盟する店舗の割合はどれくらいか。

【資料番号 17】



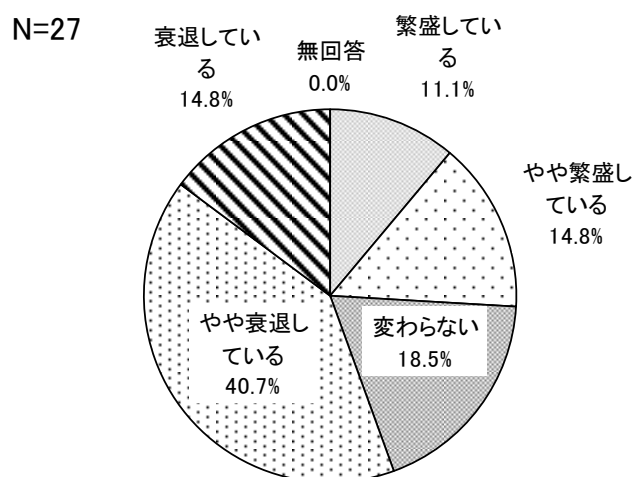
問：貴商店街にとって対応が課題となっている社会経済環境の変化について、当てはまるものは何か。

【資料番号 18】



問：貴商店街全体の現在の景況についてもっとも近いと思うものは何か。

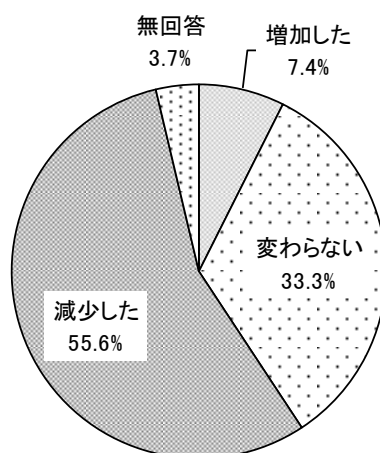
【資料番号 19】



問：貴商店街全体について、3年前と比較して、売上はどのように変化したと思うか。

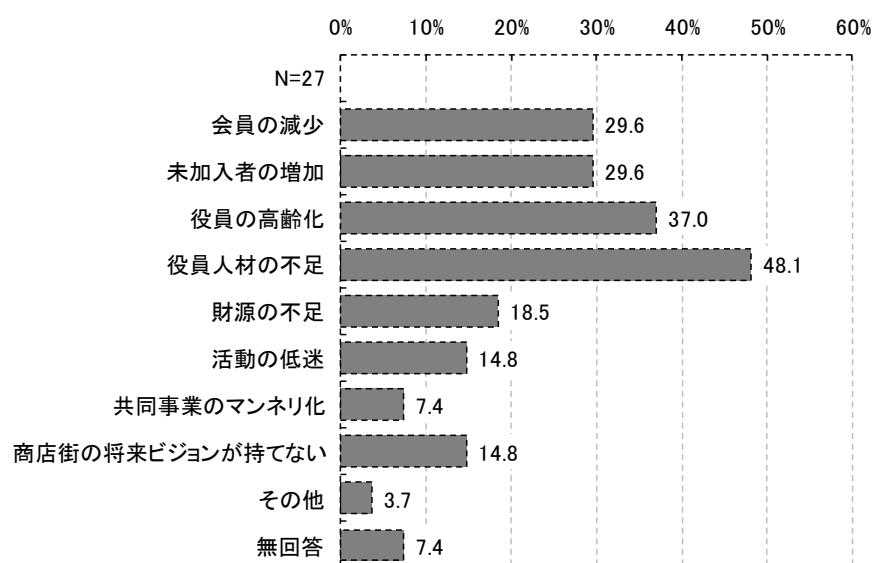
【資料番号 20】

N=27



問：貴商店街組織が抱えている問題点は何か。

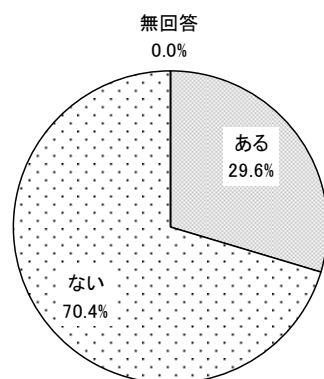
【資料番号 21】



問：貴商店街には空き店舗はあるか。

【資料番号 22】

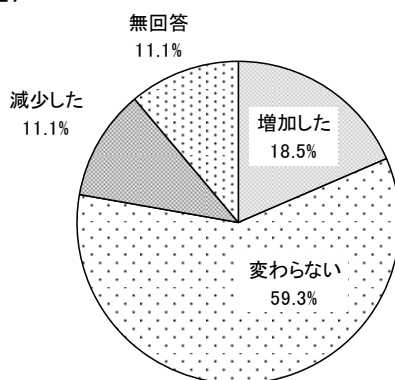
N=27



問：空き店舗は3年前と比較して増加したか。

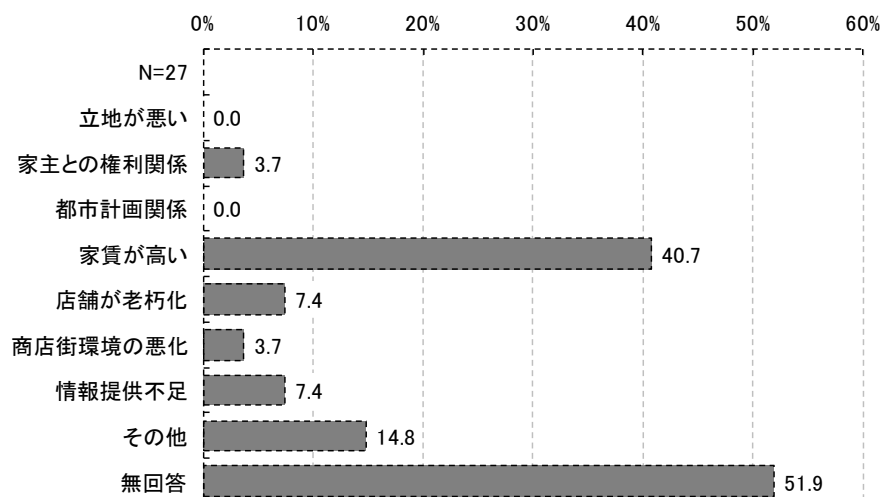
【資料番号 23】

N=27



問：空き店舗が埋まらない理由は何か。

【資料番号 24】



(2) 区内商店街、同業種団体等主催の主なイベント

■平成 28 年度商店街、同業種団体等が実施した主なイベント

【資料番号 25】

平成 28 年 10 月現在

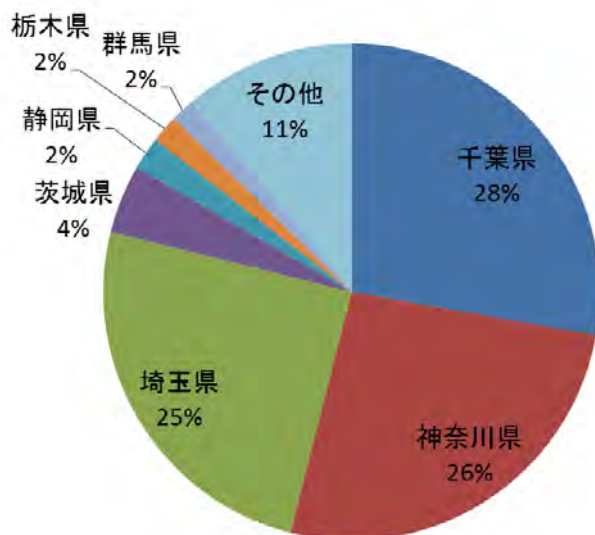
	イベント名称	主催団体名
春	千代田のさくらまつり (千鳥ヶ淵緑道のライトアップ)	千代田区観光協会
	さくらフェスティバル	千代田区商店街連合会
	千代田観光まちづくり事業 (さくら祭り関連事業)	千代田観光まちづくり実行委員会
	第五回坂の上の街「九段」サクラ祭り	九段商店街振興組合
	植木市	出世不動通り商店会
	桜まつりフラワープレゼント	飯田橋商店街振興組合
	秋葉原さくらまつり 2017	秋葉原商店街振興組合
	神保町さくらみちフェスティバル	南神実業会他 4 商店会
	神保町さくら通りもちつき大会	神保町さくら通り実業会
	麹町通り商店会さくら祭り大売出し	麹町通り商店会
	第 30 回本の街神田すずらんまつり	神田すずらん通り商店街振興組合
夏	やすくに七夕夢まつり	神二睦会
	第 9 回七夕まつり	パレスサイドビル名店会
	東京交通会館名店会「有楽祭」2016	東京交通会館名店会
	第 13 回神田・秋田湯沢 七夕絵どうろうまつり	神田駅西口商店街振興組合
	納涼のタベ	千代田区観光協会
	朝顔まつりフラワープレゼント	飯田橋商店街振興組合
	第 12 回「夢みる七夕イベント」	お茶の水サンクレール商店会
	納涼盆踊り大会	東京大神宮通り飯田橋西口通り 商業連合会
	第 39 回納涼盆踊り大会	日本テレビ通り振興会
	日比谷公園丸の内音頭大盆踊り大会	日比谷公園睦会商店会
	神田技芸祭 16	出世不動通り商店会
	かまぼこ板デザインコンテスト in ちよだ 2016	東京都麺類協同組合神田支部

	イベント名称	主催団体名
秋	秋葉原おもてなしフェア 2016	秋葉原商店街振興組合
	パレスサイドビル名店会 50 周年記念イベント	パレスサイドビル名店会
	皇居ランDAY2016 ～グッドラン・グッドマナー～	一般社団法人おもてなしランナー協会
	第 13 回お茶の水アートピクニック	お茶の水茗溪通り会
	お茶の水熱烈楽器祭	ちよだ音楽連合会
	第 57 回東京名物神田古本まつり	神田古書店連盟
	第 22 回「神田スポーツ祭り 2016」	神田スポーツ店連絡協議会
	第 6 回 神田カレーグランプリ 2016	神田カレー街活性化委員会
	第 26 回神保町ブックフェスティバル	神保町ブックフェスティバル 実行委員会
	靖国通りオータム・ウインターフェス	南神実業会
冬	第 10 回「フィンランドから サンタクロースがやってくる！」	お茶の水サンクレール商店会
	平成 28 年度年末・年始イルミネーション	神田駅西口商店街振興組合
	岩本町・東神田ファミリーバザール	岩本町・東神田ファミリーバザール 実行委員会
	麴町通り商店会歳末大売り出し	麴町通り商店会
	歳末謝恩セール	東京大神宮通り飯田橋西口通り 商業連合会
	J クリスマスフェスタ	南神実業会
	第 2 回一栄会年末年始街路イルミネーション	一栄会
	東京マラソン応援歓迎フェア	靖国通り商店街連合会
	第 16 回神田小川町雪だるまフェア	まえだれ会他 4 商店会

5 千代田区の観光

(1) 千代田区都道府県別滞在人口（平成 26 年・休日）

【資料番号 26】

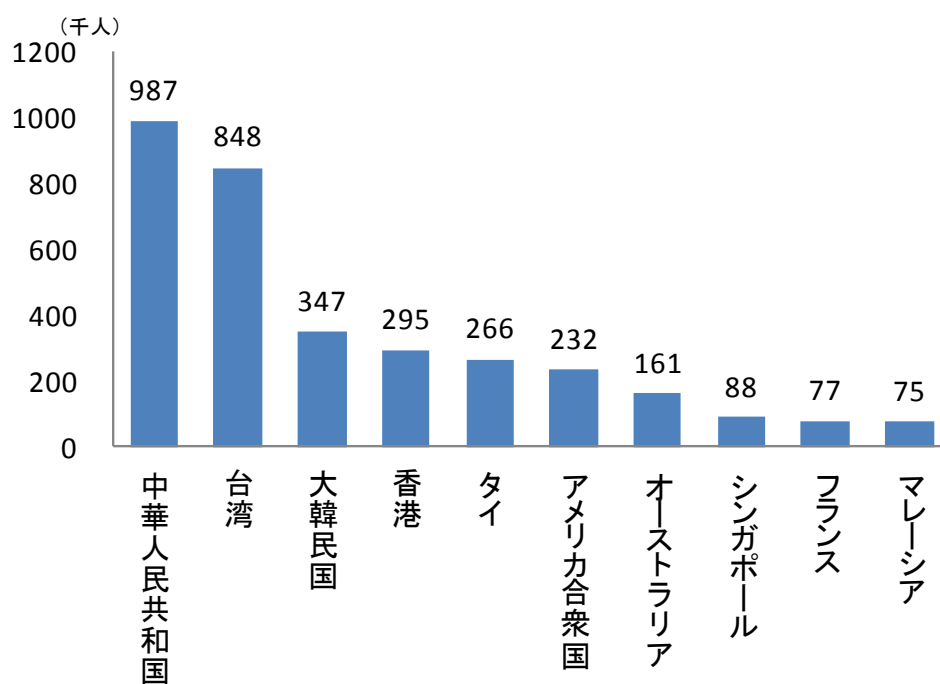


※都内市町村からの滞在人口は除く。

出典：地域経済分析システム（リーサス）、(株)Agoop「流動人口データ」

(2) 東京都外国人訪問人口（平成 26 年・観光レジャー目的） ※上位 10 カ国

【資料番号 27】



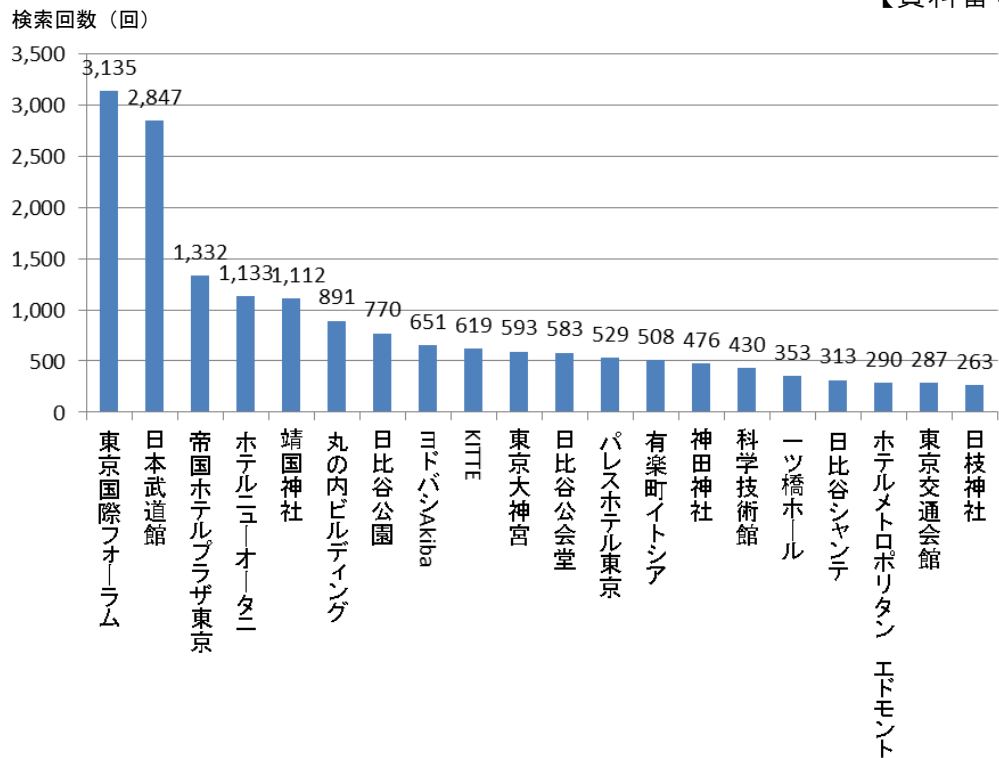
※「観光レジャー目的の地域別訪日外客数＝訪日外客数×地域別訪問率×観光レジャー目的の割合」により推計

出典：地域経済分析システム（リーサス）、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

日本政府観光局「訪日外客数」

(3) 千代田区経路検索（公共交通）目的地一覧（平成 26 年・休日）

【資料番号 28】



※検索回数は、同一ユーザの重複を除いた月間のユーザ数。

出典：地域経済分析システム（リーサス）、「㈱ナビタイムジャパン 経路検索データ」

6 関連計画・例規・要綱等

(1) 千代田区商工振興方針（概要）

平成3年2月5日策定

(1) 商工振興方針策定の意義

「千代田区街づくり方針」には、4つの都市像が掲げられていて、その1つに「活気と賑わいのある商業都心」があります。

商業都心の実現には、時代の変化に対応した事業を展開し、地域活力の源となっている中小企業の振興を図り、地域の活性化を進めることが大切です。そこで、地域の核となっている商店街を中心に、どのようにして、商工業を振興していくかについて、街づくりと整合性を図りつつ、21世紀を展望した本区の商工業振興の基本的方向を定める必要があります。

(2) 商工振興の基本方向

千代田区は、業務地化の拡大で、人口減少が続き、区民生活に密着した産業はその経営基盤を脅かされています。

地域活力の維持・向上は、ひとえに地域経済の発展にかかわっています。特に、区内企業の大半を占める中小企業と地域のかかわりを考えたときに、商工業の活性化を進め、活気と賑わいを生み出し、働きやすい都市をつくることが、地域経済の基盤確立や、人々の地域に対する親しみを増幅させ、人々が集まり、ふれあうまちづくりにつながります。

とりわけ、中小企業と大企業が共存している本区では、各々の経済的活力を維持しながら、発展していく必要があります。本区の商工振興は、街づくりと同様に、住民・企業・行政が一体となって、進めていくことが重要です。

(3) 商工振興の課題

「活気と賑わい」を生み出すためには、来街者の回遊を促し、本区に滞在する時間を長くすることが不可欠です。また、円滑な営業活動を確保し、買い物客の利便を図るには、駐車場の整備が大切な課題となっています。

一方、商店街には、消費者の新しいニーズに応じて、買物だけでなく、何かを体験できる環境づくりが求められ、そのためには、商店会の法人化を進めることが有効です。

こうした商業環境の整備は、日常生活の利便と都心居住の魅力を高め、人口減少に歯止めをかけ、さらに人口増加にもつながります。

本区の地場産業として、印刷・製本・出版関連産業などの工業があげられますが、土地利用の制約もあり、本社機能を都心に残して他に移転する傾向にあります。また、情報サービス関連分野では、情報化、ソフト化、ハイテク化による新しい需要が生まれており、その対応が課題となっています。

以上のように、商工業の振興が地域の活性化を促し、本区の目指す「人の住むまち、住めるまち、住みたいまち」づくりにつながります。

(4) 商工振興の基本方針

① 商工業活性化の推進

商工業の振興は、原則として経営者の自助努力と行政の支援で進めます。その活性化を図るには、取り組む人々の意欲とそれを推進する人材の育成、それに商店街の法人化が不可欠です。また、商店街は、イベントの実施や CI づくりなどの共同事業を進め、その活性化を図ります。こうした事業を行うことによって、人々に参加意識や共同意識、さらにはヤル気意識が生まれ、地域の活性化に一層拍車がかかります。

一方、本区の産業を支えている小規模企業や生活関連企業については、資金面の援助や経営改善の支援を行い、体質の強化を図ります。さらに、電気、書籍、スポーツ街などの特化集積産業については、駐車場の整備や快適な環境づくりを進め、また、情報関連の都市型産業の育成にも取り組んでいきます。

② 活性化推進体制の整備

本区を取り巻く社会経済環境の変化に応じて商工業を振興していくには、街づくりとの整合性を図りつつ、キメ細やかな事業を実施することが肝要であり、その体制づくりが重要です。そして、イベントなどの共同事業を企画、立案したり、経営指導や情報の提供に民間のノウハウを生かす等、いわば、商工振興シンクタンクとしての役割を果たします。そのためには、対外的な信用と責任を持つ体制として法人格のある公社が適切で、公社は、ソフト支援を中心として、新たな発想で商工業の振興に取り組めます。

③ 商工振興への環境整備

街づくりと地域商業の活性化は、表裏をなすものです。魅力ある商品に加えて、「魅力ある環境」の整備によって、「集客力」と来街者の「回遊性」を生み出します。そうした整備を進めるにあたって、今まで述べてきたソフト面からの展開を、ハード面の整備と並行して進めます。そのためには、買物だけでない新しい魅力を備えた商店街づくりや、豊富な観光資源を生かした回遊ネットワークを整備します。

一方、営業活動や買物客の利便性の面から駐車場問題は重要であり、官民の役割を明確にして、整備を進めていきます。

④ 商工振興推進の条件整備

区では、今後の商工振興を推進するにあたって、区内の商工関係団体との連携を一層強めるとともに、広く関係者に意見を求めています。さらに、商工振興計画の基本理念と、住民、企業、行政の責務や推進体制を明らかにする「中小企業振興条例」を制定するほか、国や都との連携を深め、特に、土地対策や税金対策については、国にその対策を強く求めています。

(2) 千代田区中小企業振興基本条例

平成4年3月26日条例第19号

改正 平成12年3月28日条例第13号

(目的)

第1条 この条例は、千代田区の産業において重要な地位を占める中小企業の振興の基本となる事項を定め、産業基盤の強化及び健全な発展を促進することにより区内中小企業の振興を図り、もって区民生活の向上と活力ある地域社会の発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 中小企業者 中小企業基本法（昭和38年法律第154号）第2条第1項に規定する中小企業者をいう。
- (2) 小規模企業者 中小企業基本法第2条第5項に規定する小規模企業者をいう。
- (3) 大企業者 第1号に該当する者以外の会社及び個人であって事業を営むものをいう。
- (4) 中小企業団体 中小企業団体の組織に関する法律（昭和32年法律第185号）第3条第1項に規定する中小企業団体若しくは、商店街振興組合法（昭和37年法律第141号）第2条に掲げる団体又はこれらに準ずる団体で区長が認めるものをいう。

(基本方針)

第3条 中小企業の振興は、千代田区商工振興方針に基づく活気と賑わいのある商業都心の形成を目標に、中小企業の自助努力を助長し、地域特性に応じた施策を国その他の機関の協力を得ながら、住民・企業・行政が一体となって推進することを基本とする。

(基本的施策)

第4条 区は、第1条の目的を達成するために、次に掲げる事項を基本的施策として、その振興に努めるものとする。

- (1) 産業基盤の整備と中小企業を担う人材の育成
- (2) 中小企業の組織化の促進及び中小企業団体の育成
- (3) 中小企業の活性化及び近代化の促進
- (4) 中小企業の振興に必要な情報の収集及び提供
- (5) 中小企業者に対する融資及び助成制度の充実
- (6) 中小企業従事者のための福利厚生事業の充実
- (7) 地域の魅力を誇りをもって主張する商工振興事業の推進
- (8) その他区長が中小企業振興のために必要と認める施策

(区の責務)

第5条 区は、前条の施策を具体的に実施するに当たっては、次の各号に掲げる措置を講じるように努めるものとする。

- (1) 生活関連企業を含む小規模企業者に対して必要な考慮を払うこと。
- (2) 社会的、経済的变化に即応した推進体制の整備に努めること。
- (3) 国その他の機関と協力して施策の推進を図るとともに、必要に応じて国等の施策の充実及び改善を要請すること。

(中小企業者の責務)

第6条 中小企業者は、経営基盤の強化、人材育成及び従業員の福利向上等のために努力するとともに、消費者の安全と利便の確保に努め、地域の生活環境に配慮するものとする。

(区民等の理解と協力)

第7条 区民及び区内の商工業にかかわる者は、中小企業の振興が、地域の安定と活性化に寄与することを理解し、その健全な発展に協力するように努めるものとする。

(大企業者の理解と協力)

第8条 大企業者は、千代田区が中小企業と大企業が共存する地域であり、両者の共存共栄が地域の発展に不可欠であることを認識し、中小企業の振興に協力するように努めるものとする。

(委任)

第9条 この条例の施行について必要な事項は、別に区長が定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

附 則 (平成12年3月28日条例第13号)

この条例は、公布の日から施行する。

(3) 千代田区商工振興連絡調整会議設置要綱

平成24年4月2日24千区区生発第80号

改正 平成27年4月1日27千地地総発第295号

改正 平成28年5月31日28千地商観発第68号

(目的)

第1条 千代田区における商工振興施策を推進するため、千代田区商工振興連絡調整会議(以下「連絡調整会議」という。)を設置する。

(所掌事項)

第2条 連絡調整会議は、次に掲げる事項について所掌する。

- (1) 千代田区商工振興基本計画の推進に関すること。
- (2) 千代田区商工振興基本計画の改定の検討に関すること。
- (3) その他、千代田区の商工振興に関すること。

(構成)

第3条 連絡調整会議は、別表に掲げる分野ごとの委員で構成し、千代田区長が委嘱する。

(委員の任期)

第4条 委員の任期は1年とし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(座長等)

第5条 連絡調整会議に座長及び副座長を置く。

- 2 座長は、委員の互選により選任する。
- 3 副座長は、委員の中から座長が指名する。
- 4 座長は、連絡調整会議を代表し、会務を総理する。
- 5 副座長は、座長を補佐し、座長に事故があるときは、座長の職を代理する。

(会議)

第6条 座長は、必要に応じて連絡調整会議を招集する。

- 2 座長は、必要があると認めたときは、第3条に定める委員以外の者の出席を求め、意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 連絡調整会議の事務局は、地域振興部商工観光課に置く。

(委任)

第8条 この要綱に定めるほか、連絡調整会議の運営に関し必要な事項は、座長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成24年4月2日から施行する。

附 則（平成27年4月1日27千地地総発第295号）

この要綱は、平成27年4月1日から施行する。

附 則（平成28年5月31日28千地商観発第68号）

(施行期日)

1 この要綱は、平成28年6月1日から施行する。

(関係要綱の廃止)

2 千代田区商工振興基本計画改定検討会議設置要綱（平成22年8月26日22千区区生発第269号）は、平成28年5月31日をもって廃止する。

別表（第3条関係）

分野	所属団体
学識経験者	
民間事業者等	
区民（消費者）	
関係団体	千代田区商店街連合会
	千代田区商店街振興組合連合会
	千代田区商工業連合会
	東京都中小企業家同友会 千代田支部
	東京商工会議所千代田支部
	一般社団法人 千代田区観光協会
	公益財団法人 まちみらい千代田

(4) 千代田区商工振興連絡調整会議委員名簿

分 野	所 属	氏 名
学識経験者	明治大学 経営学部 教授	岡田 浩一
	前 法政大学 デザイン工学部 教授 千代田区魅力発信会議座長	岡本 哲志
民間事業者等	株式会社 吉香 取締役会長	吉川 稲
	庭のホテル東京 総支配人	木下 彩
	プラットフォームサービス株式会社 取締役会長	田辺 恵一郎
	株式会社新産業文化創出研究所 代表取締役所長	廣常 啓一
	元 株式会社 全国商店街支援センター 事業統括役 まちとひと 感動のデザイン研究所 代表	藤田 とし子
区民(消費者)	司町二丁目町会 会長	大井 孝一
	四番町町会 婦人部長	酒巻 完子
関係団体	千代田区商店街連合会 会長	瀬川 昌輝 (～H28.10.23)
	千代田区商店街連合会 副会長	稲垣 秀明 (H28.10.24～)
	千代田区商店街振興組合連合会 代表理事	秋山 利昭
	千代田区商工業連合会 会長	山本 久喜
	東京中小企業家同友会 千代田支部幹事 株式会社コーヤマ 代表取締役会長	高山 光江
	東京商工会議所 千代田支部 会長	前川 秀樹
	千代田区観光協会 会長	森川 清司郎
	まちみらい千代田 副理事長	鈴木 秀人
区	地域振興部長	立川 資久