

第3章

千代田区の 現況及び課題

千代田区の概況	10
区内中小企業等の事業環境	12
千代田区の街と商店街	16
千代田区の観光	20
地方との連携	26

1 千代田区の概況

千代田区は、江戸開府以来 400 年にわたり、日本の政治、経済、文化の中心として発展してきた歴史を有しています。

かつて大名屋敷や旗本屋敷が並んでいた街は、震災・戦災からの復興と高度成長を経て、近代的な大都市へと変化を遂げ、皇居を中心に個性豊かな街が形成されてきました。こうした街の個性は、例えば国会議事堂や官公庁が集積する「永田町」・「霞が関」、電気街とサブカルチャーの街「秋葉原」、古書店の街「神保町」、落ち着いた佇まいの「麴町」、スポーツ店街を有する「小川町」等、今も地域ごとに根付いています。

個性豊かな大都市へと発展した千代田区は、現代においても日本の首都「東京」の中心地となっています。東京の入口である東京駅周辺の「丸の内」や「大手町」には、日本を代表する大手企業の本社機能が集積しており、ビジネスの中心的な役割を担っています。また、区の西部には、国際協力機構や大使館といったグローバルな拠点も立地しており、世界に開かれた中枢都市としての役割も果たしています。

そして、こうした中心地としての役割を担っている千代田区では、居住人口が約 6.6 万人（※）となっているのと対照的に、昼間区民は約 90 万人（※）となっており、日々多くの人働き、行きかう大都市となっています。

※居住人口及び昼間区民は総務省「国勢調査（令和2年）」（従業地・通学地不詳は除く）の数値

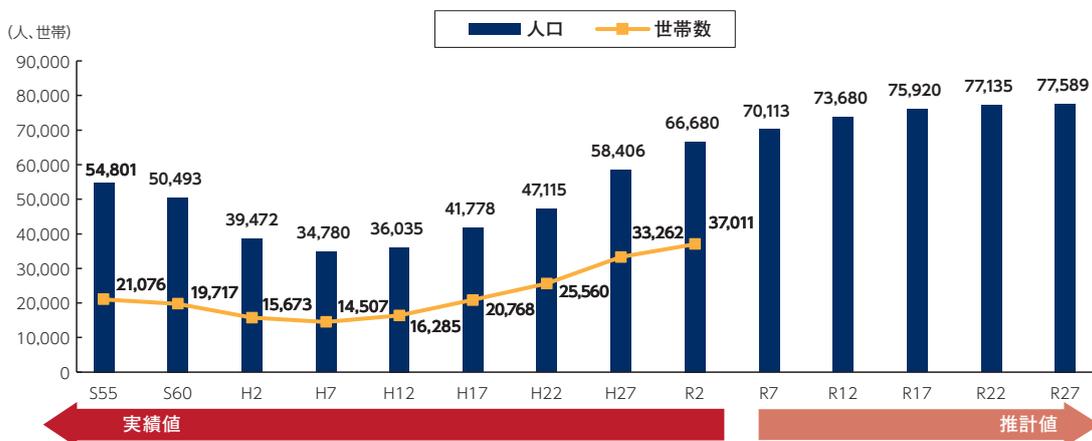
(1) 人口動向

千代田区の総人口は平成7年（1995年）以降増加傾向、今後も増加が続く見込み

国勢調査結果によると、千代田区の総人口は、令和2年（2020年）で 66,680 人、世帯数は 37,011 世帯となっており、昭和55年（1980年）以降、人口が最も少なかった平成7年（1995年）から増加傾向が続いています。

将来推計では、令和27年（2045年）にかけて主に社会増の影響によって、人口の増加傾向は続く見込みとなっています。

図3-1 人口及び世帯数の推移



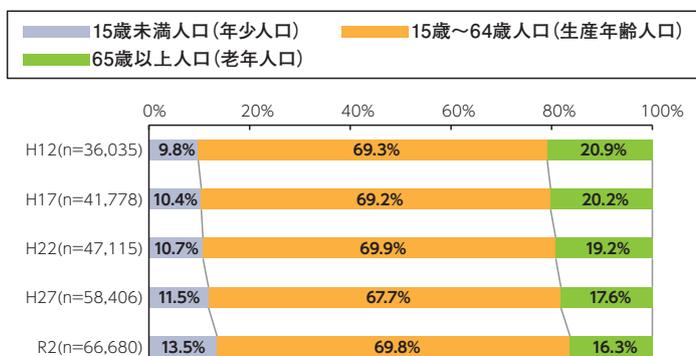
出典：総務省「国勢調査」、令和7年（2025年）以降：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計」

年少人口比率は上昇、老年人口比率は減少傾向

千代田区の年齢3区分人口の推移を見ると、15歳未満人口及び生産年齢人口の実数及び構成比は上昇しています。

一方、65歳以上人口の実数は増加していますが、構成比では低下傾向となっており、全国的には少子高齢化が進んでいる中、千代田区では相対的に進んでいない状況です。

図3-2 年齢3区分人口割合の推移



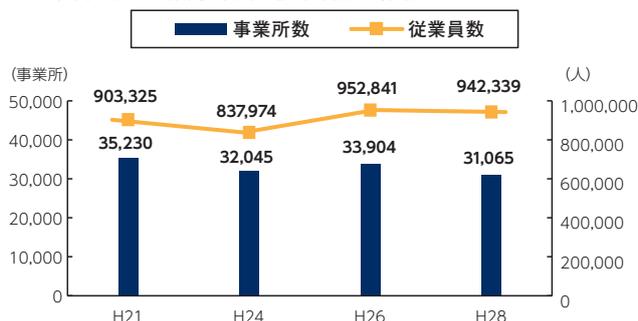
出典：総務省「国勢調査」

(2) 事業所数と従業者数

区内事業所は3万事業所超、従業者数は90万人前後で推移

千代田区の平成28年(2016年)における民営事業所数は、31,065事業所、従業者数は942,339人となっており、平成21年(2009年)以降、増減を繰り返しています。

図3-3 千代田区の民営事業所・従業者数の推移



出典：総務省「平成21年、26年経済センサス-基礎調査」「平成24年、28年経済センサス-活動調査」

(3) 付加価値額

東京23区内でも突出した付加価値額の水準

企業の生産活動によって新たに生み出された付加価値額を見ると、平成28年(2016年)において東京23区内で千代田区が突出しており、日本を代表する大手企業の本社機能をはじめ、多くの企業が立地するビジネス環境となっています。

※付加価値とは生産額から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出されたもの。

図3-4 事業所の付加価値額



出典：総務省「平成28年経済センサス-活動調査」

2 区内中小企業等の事業環境

千代田区では、明治以降に丸の内の官有地が民間に払い下げられたことから、近代的なビルが立ち並ぶオフィス街が形成され、銀行や保険業等の大手企業の本社が集積しました。現在でも、日本を代表する大企業が多数立地している千代田区ですが、そのうち約95%（※）が中小企業となっており、地域経済を支える重要な役割を果たしています。

中小企業の子業種を見ると、金融業、保険業、情報通信業、学術研究、専門・技術サービス業、その他のサービス業等が多くなっており、これらの業種が千代田区を代表する産業となっています。また、地域ごとに特色ある企業集積がみられ、神保町には出版業や古書店、秋葉原には電気製品や電気部品等を販売する小売店、神田には飲食店が多く立地しています。

こうした特徴をもつ千代田区の中小企業は、近年新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、厳しい状況になりつつあります。

※中小企業割合は、「経済センサス-活動調査（平成28年）」における「鉱業、採石業、砂利採取業」、「建設業」、「製造業」を除いた推計値

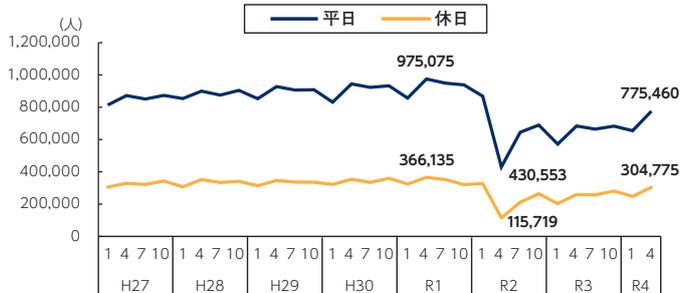
(1) 新型コロナウイルス感染拡大の影響

昼間区民が減少、オフィス空室率も上昇

千代田区の滞在人口は新型コロナウイルス感染拡大が始まった令和2年（2020年）4月に大きく減少しており、回復傾向はみられるものの、令和4年（2022年）4月時点で平日の滞在人口は令和元年（2019年）の同じ月の8割程度になっています。

また、民間会社の調査によると、令和2年以降、テレワークの普及でオフィス縮小の動きが続いていることもあり、令和4年9月時点での区内オフィスの空室率は約5.0%で、3年前の同月（1.35%）と比較すると4倍弱の水準まで高まっています。

図3-5 滞在人口の推移



出典：地域経済分析システム（リース）、（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計」）
※平日14時の15歳以上80歳未満の滞在人口

図3-6 オフィス空室率の推移



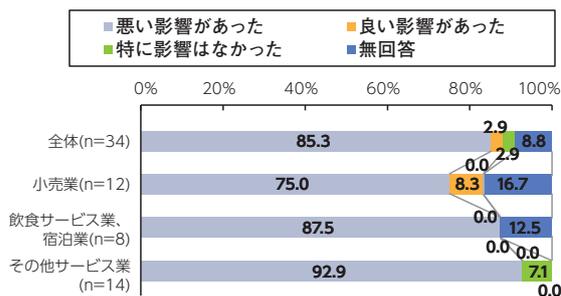
出典：三鬼商事株式会社「オフィスマーケット」

飲食サービス業、宿泊業、その他サービス業等を中心に、悪影響を受けている可能性

千代田区は令和2年11月、区内中小企業を対象に「商工活動実態調査アンケート」を実施しました。

新型コロナウイルス感染拡大による経営への影響では「悪い影響があった」と回答する中小企業が多く、特に飲食サービス業、宿泊業、その他サービス業では8割を超え、多くの中小企業で経営に悪い影響があったことがわかります。1つの原因として、昼間区民の減少による客数減少、売上減少による影響が考えられます。

図3-7 新型コロナウイルス感染拡大による経営への影響



※表側の不明サンプルは除く。

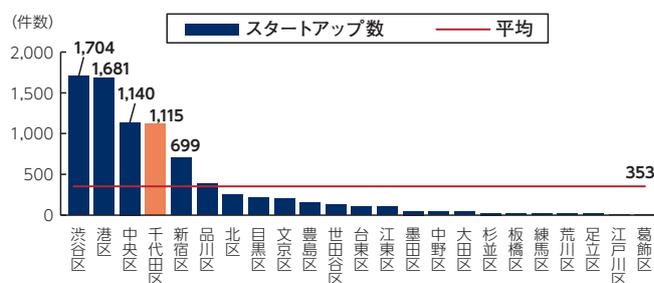
出典：千代田区「法人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

(2) イノベーション創出に関する新たな担い手の状況

スタートアップ数は高い水準だが、渋谷区、港区とは差が生じている

東京 23 区内で把握可能なスタートアップ数は約 8,000 社で、区別では渋谷区が最も多く 1,704 件、次いで港区、中央区が続きます。千代田区は 1,115 件と 4 位と高い水準となっています。千代田区にはスタートアップが集積しており、魅力的なビジネス環境であることが窺えますが、スタートアップの街として知名度の高い渋谷区や、高いブランド力を有する港区とはやや差が生じている状況となっています。

図3-8 スタートアップ数の比較（東京都 23 区部）

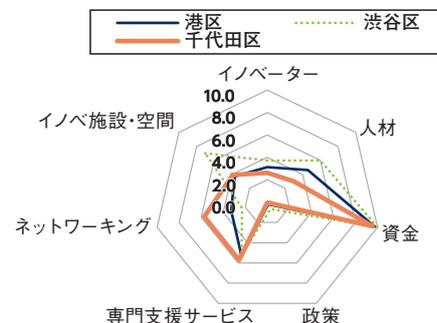


出典：フォースタートアップス株式会社「スタートアップデータベース（2021年10月時点）」より作成

都市のイノベーション要素については、イノベーター、人材では港区や渋谷区を下回る

都市のイノベーションを実現するスタートアップ等の指標について、港区・渋谷区と比較すると、専門支援サービス、ネットワーキングの2項目では他区を上回る強みとなっています。逆に、イノベーター・人材の2項目では、千代田区が他2区を下回っている状況となっています。イノベーターの項目では、区内の新規開業数や、スタートアップ数、ユニコーン企業数、人材の項目では、従業員における研究者や専門的・技術的職業従事者の割合等が影響しているものと考えられます。

図3-9 各要素の得点比較（平成30年）



出典：国土交通省「都市におけるイノベーション創出に係る指標（案）分析シート」より作成

※「都市におけるイノベーション創出に係る指標」は、58 指標から構成されている。各要素の指標例は以下の通り。

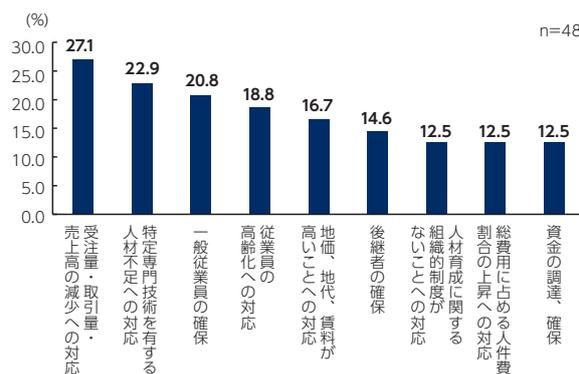
- ・イノベーター：従業員1万人あたり新規開業数、従業員1万人あたり新規開業数等
- ・人材：従業員における研究者の割合、従業員における専門的・技術的職業従事者の割合等
- ・資金：従業員1万人あたりスタートアップ企業の資金調達金額等
- ・政策：スタートアップビザ認定有無、従業員1万人あたり「創業支援者件数」及び「創業者数」
- ・専門支援サービス：従業員1万人あたり支援業種（KIBS）の立地数等
- ・ネットワーキング：従業員1万人あたり国際会議開催件数等
- ・イノベ施設・空間：従業員1万人あたりメカーススペース、ファブラボの数等

(3) 中小企業の経営課題

受注量・取引量・売上高の減少への対応が最も大きな課題

法人を主たる顧客とする企業が現在経営上抱えている課題は、「受注量・取引量・売上高の減少への対応」が 27.1% と最も多く、主要な課題となっています。次いで、「特定専門技術を有する人材不足への対応」、「一般従業員の確保」、「従業員の高齢化への対応」等人材に関する課題も多くなっています。

図3-10 経営上抱えている課題（上位9項目 法人を主たる顧客とする企業）



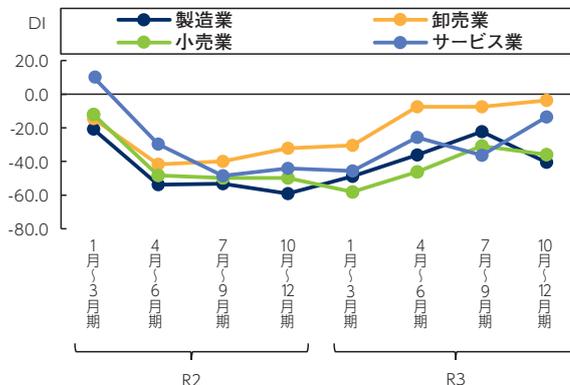
出典：千代田区「法人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

(4) 中小企業の業況と今後の取組み意向

コロナ禍では、景況感DIは全業種でマイナス

千代田区における直近の業種別DIを見ると、一部を除きどの業種においてもマイナス圏を推移しています。令和2年(2020年)は悪化傾向にありましたが、令和3年(2021年)に入り、改善しつつあるように見受けられます。ただし、依然として、全業種がマイナスであり、業況の先行きは不透明な状況です。

図3-11 千代田区における業種別DI



出典：千代田区「中小企業景況調査」

売上高が増加している中小企業も一定数存在

平成28年度(2016年度)と比較した令和元年度(2019年度)の売上高の増減について、法人を主たる顧客とする企業では、「増加した」が37.5%、個人を主たる顧客とする企業では「増加した」が32.4%となっており、売上高が上昇している企業も一定数存在していることがわかります。

図3-12 売上高の増減 (法人を主たる顧客とする企業)

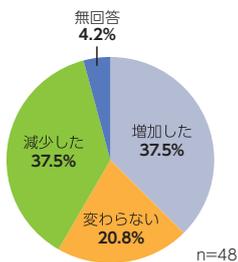
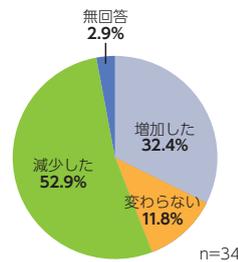


図3-13 売上高の増減 (個人を主たる顧客とする企業)



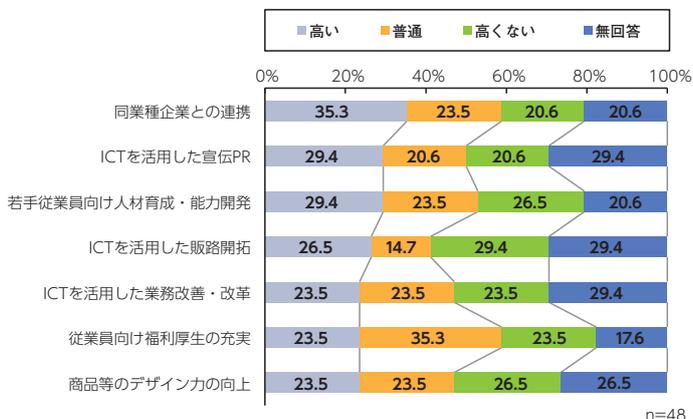
出典：千代田区「個人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査(令和2年11月)」、
「法人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査(令和2年11月)」(商工活動実態調査アンケート)

同業種企業との連携といった積極的な事業展開を希望する企業も多い

個人を主たる顧客とする企業では、「同業種企業との連携」が35.3%で最も取組み意向が高くっており、次いで「ICTを活用した宣伝PR」、「若手従業員向け人材育成・能力開発」がそれぞれ29.4%となっており、積極的な事業展開を希望する企業も多くなっています。

また、法人を主たる顧客とする企業においても、「同業種企業との連携」への取組み意向は比較的高くなっています。

図3-14 今後の取組み意向(上位7項目 個人を主たる顧客とする企業)



出典：千代田区「個人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査(令和2年11月)」(商工活動実態調査アンケート)

■ 中小企業等の事業環境に関する課題

前項までの内容を踏まえた中小企業等の事業環境に関する課題は以下の通りです。

課題①

コロナ禍で傷んだ区内経済の活性化と成長力の維持・向上

昨今の新型コロナウイルス感染拡大に端を発するリモートワークの普及によって、区内オフィス空室率の上昇や昼間区民の減少が見られます。こうした状況は、結果的に昼間区民の受け皿となっていた飲食・サービス等を中心とした中小企業の売上高減少にも結び付き、ひいては地域経済の大きな低迷が懸念されます。

こうした中、国土交通省「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」では、ソーシャルキャピタルが低下する中で都市の生産性を高めていくための方策として、新たな価値やイノベーションの創出が重要であると指摘しています。

区の有する資源を有効活用し、新たな価値やイノベーションの創出を通じて、区内経済の活性化と成長力の維持・向上を図っていくことが必要となっています。

課題②

中小企業の経営安定化

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、区内の中小企業は景況感の悪化や売上高の減少等、マイナスの影響を受けていることが懸念されます。実際、売上高の減少を課題として挙げる中小企業も、個人を主たる顧客とする企業では5割、法人を主たる顧客とする企業では3割と多く、中小企業にとっては経営を続けていけるかどうかが喫緊の課題になっていることが窺えます。

そこで、こうした課題を有する中小企業が継続的に安定した経営を継続していくための支援が必要になっています。

課題③

中小企業の成長・発展に向けた積極的な取組みの促進

区内中小企業の多くは売上高の減少等の問題に直面していますが、堅調な業況を示している企業も一定数存在します。また、新たな取組みや同業種連携等の積極的な事業展開を望む企業も多いことが窺えます。

こうした状況を踏まえ、区内の意欲ある中小企業をより一層発展させていくことも重要です。

3 千代田区の街と商店街

千代田区の各街には、商店街や同業種団体等を含む商工関係団体、NPO、エリアマネジメント組織、官民連携プロジェクト等、街の活性化に取り組む団体組織が存在しています。これらの団体は、東京名物神田古本祭りや神田カレーグランプリ、丸の内de打ち水等、多岐にわたるイベントや祭事を行っており、千代田区の街のにぎわい創出やコミュニティの醸成、街の安心・安全に寄与しています。中でも、商店街は、区民や在勤者の消費生活を支え、街のエリア価値向上に重要な役割を果たしています。

千代田区商店街連合会に加盟している商店街は45を数え、大手町・丸の内・有楽町エリアや秋葉原、お茶の水周辺等働く方が多く集う地域では、来街者向けの飲食店や物販店が多く、麴町・市ヶ谷付近、飯田橋・九段付近等のエリアにおいては、生鮮食品等を中心とした物販店等、地域住民向けの商店が多く立地しています。

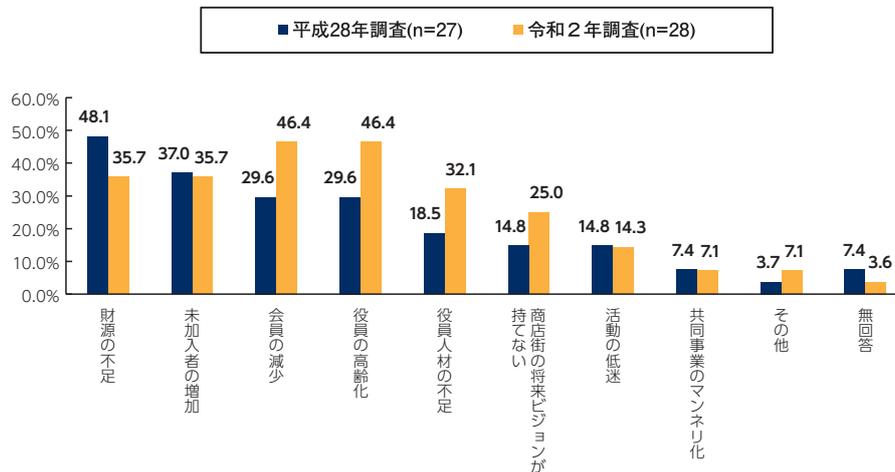
(1) 商店街が抱える問題

商店街組織に関する問題点は、役員の高齢化や人材不足

令和2年（2020年）11月、区内商店街を対象に「商工活動実態調査アンケート」を実施しました。

商店街組織の問題点では、「会員の減少」、「役員の高齢化」が最も多くなっています。平成28年（2016年）調査と比較すると、「会員の減少」、「役員の高齢化」、「役員人材の不足」、「商店街の将来ビジョンが持てない」が多くなっており、組織運営のための人材不足が懸念されます。

図3-15 商店街組織の問題点



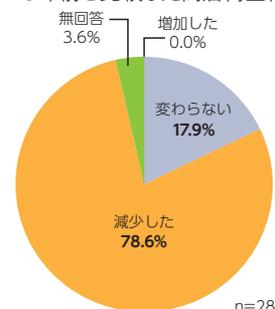
出典：千代田区「商店街アンケート調査結果調査（令和2年11月）」
（商工活動実態調査アンケート）

商店街の景況は衰退傾向で、売上も減少傾向

3年前と比較した商店街全体の売上の変化は、「減少した」が78.6%と最も多く、商店街全体としては売上減少の傾向となっています。

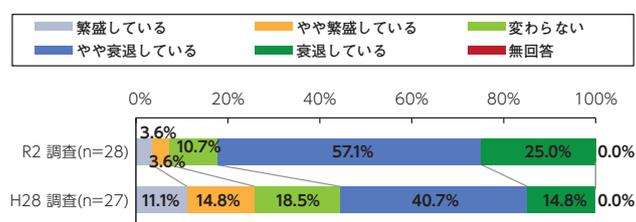
商店街全体の景況は、「やや衰退している」が57.1%で最も多く、次いで「衰退している」が25.0%、「変わらない」が10.7%等となっています。平成28年（2016年）調査と比較すると、「やや衰退している」、「衰退している」の合計割合が多くなっており、衰退傾向が見られます。

図3-16 3年前と比較した商店街全体の売上増減



出典：千代田区「商店街アンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

図3-17 商店街全体の景況

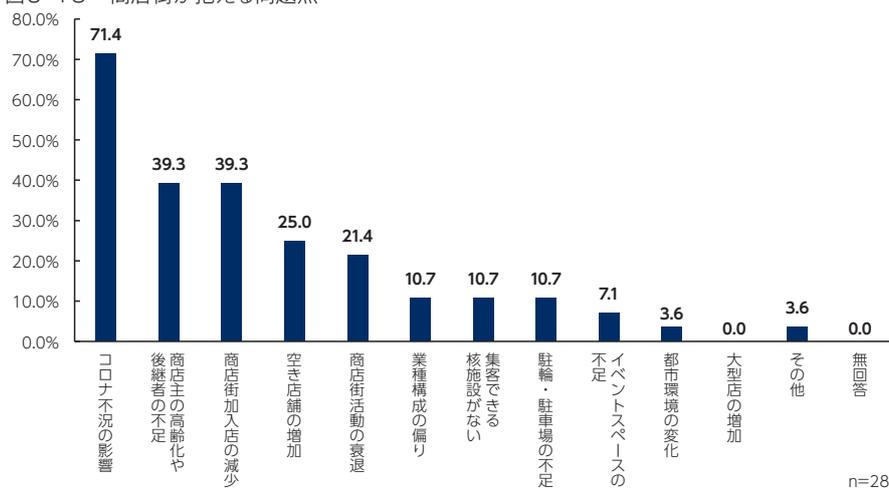


出典：千代田区「商店街アンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

コロナ不況の影響、店主の高齢化、加入店の減少等が商店街の大きな問題

商店街が抱えている問題点は、「コロナ不況の影響」が71.4%で最も多くなっており、「店主の高齢化や後継者の不足」、「商店街加入店の減少」もそれぞれ39.3%となっています。

図3-18 商店街が抱える問題点



出典：千代田区「商店街アンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

空き店舗がある商店街は3/4で、増加傾向

商店街の空き店舗を見ると、平成28年（2016年）調査と比較して、令和2年（2020年）調査では「ある」と回答した商店街が2倍以上に増加して、3/4の商店街で空き店舗が存在しています。

また3年前と比較した空き店舗数の増減についてみると、令和2年（2020年）調査では半数以上の商店街で空き店舗が増加し、平成28年（2016年）調査よりも増加している商店街が多くなっており、区内商店の空き店舗化が大きく進んでいることが窺えます。

図3-19 空き店舗の有無

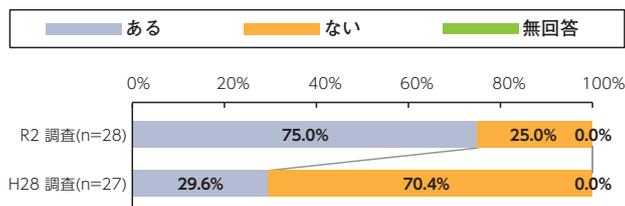
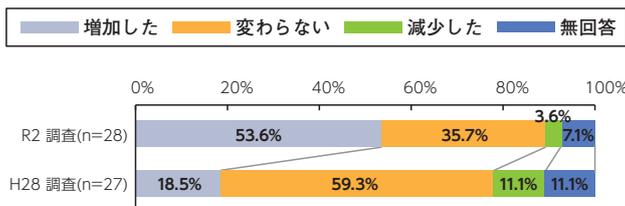


図3-20 3年前と比較した空き店舗増減



出典：千代田区「商店街アンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

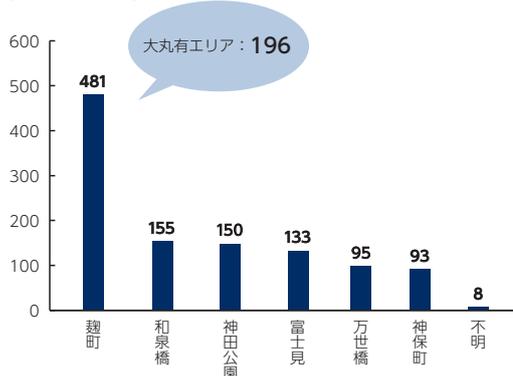
(2) にぎわいを生む新たな産業

スタートアップやeスポーツ等新たな産業等によるにぎわいが各街で生まれつつある

丸の内、大手町等のオフィス街を中心にスタートアップが集積しており、新たな産業の動きが活発になっています。秋葉原駅付近は、サブカルチャーの聖地として著名なエリアですが、近年ではeスポーツに関連した施設（eスポーツカフェ）の集積が見られます。

この集積の影響もあり、千代田区は東京都で最もeスポーツ関連施設が多くなっています。このように、各街において新たな産業によるにぎわいが生まれつつある状況です。

図3-21 地域別スタートアップ数
(スタートアップ数)



出典：フォースタートアップス株式会社「スタートアップデータベース（2021年10月時点）」より作成
※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）

千代田区の街と商店街に関する課題

前項までの内容を踏まえた千代田区の街と商店街に関する課題は以下の通りです。

課題①

商工関係団体の活動や組織力の強化

近年、区内では商店街組織を中心に、組織の会員数の減少、高齢化、未加入者の増加等の問題によって組織全体の機能が低下しつつある状況が窺えます。組織機能が低下すると、商工関係団体が執り行ってきた多くのイベントや祭り等の催事が縮小していくこととなり、結果的に地域のにぎわいや活力が縮小していくことが懸念されます。

こうした問題意識のもと、地域のにぎわいを維持していくためにも、商店街を中心とした商工関係団体の組織力・活動力の強化を図っていく必要があります。

課題②

商店街の活力の維持

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、昼間区民が減少したこと等の影響から、商店街の多くは「コロナ不況」を問題点として挙げています。商店街全体での売上高が減少したとする割合は7割を超えている状況です。

また、区内の3/4の商店街では空き店舗が存在し、過去と比較すると件数は増加しています。空き店舗自体はこれまでも存在していたと考えられますが、「コロナ不況」も相まって、商店街はより厳しい局面にあることが窺えます。

商店街の衰退は、街の活力低下を意味します。活力が低下すれば、区民の安全・安心な生活への影響も懸念されます。商店街の活力を維持していく取組みが必要となっています。

課題③

各街の持つ魅力を活かしたにぎわいづくり

千代田区には、官庁街、オフィス街、下町情緒、サブカルチャー等、各街それぞれに特徴があり、個性的な魅力を有しています。近年、このうちサブカルチャーの聖地として著名な「秋葉原」ではeスポーツに関わる産業の集積、オフィス街として著名な「丸の内」や「大手町」ではスタートアップの集積等といったように、各街で様々な新しい動きが見られます。

区内には、これらの産業だけに留まらず、新たな動きとして芽吹きつつある産業がほかにもあることが予想されます。こうした資源や産業を育て、魅力を高めていくことができれば、街の新しいにぎわいづくりに貢献していくと考えられます。

現在の街の個性に新しい魅力を掛け合わせ、各街の持つポテンシャルを十分に活かしたにぎわいづくりが必要となっています。

(1) 区内観光産業の概況

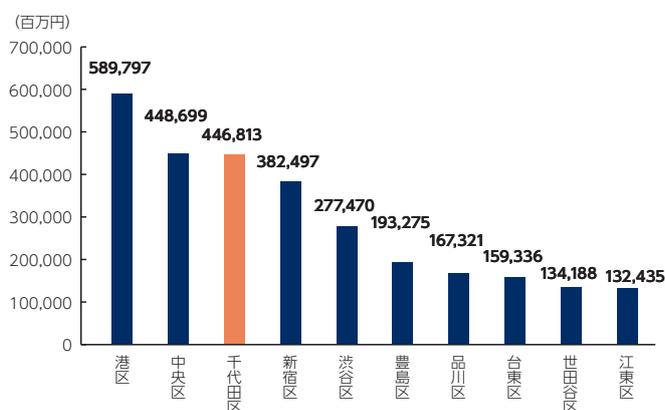
観光産業は区の主要産業であり、「宿泊業，飲食サービス業」の売上高は23区内で上位

平成28年の観光産業の事業所数は全産業の2割、従業者数は全産業の1割強を占めるボリュームとなっており、千代田区にとって重要な産業の一つとなっていることがわかります。

観光産業に関わりの深い「宿泊業，飲食サービス業」の売上高について見ると、千代田区は446,813百万円と23区で3番目になっています。また、1事業所あたりの従業者数及び売上高は、都心5区でトップとなっており、比較的大規模な事業所が多いと想定されます。

区内「宿泊業，飲食サービス業」の売上高は、平成24年（2012年）以降増加しており、新型コロナウイルス感染拡大前は成長傾向にあったことが窺え、アフターコロナの折には、再成長が見込まれます。

図3-23 「宿泊業，飲食サービス業」の売上高(上位10区・平成28年)



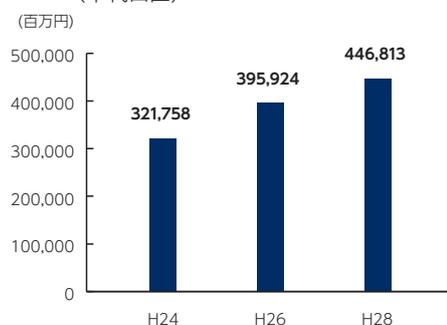
出典：総務省「平成28年経済センサス-活動調査」

表3-24 「宿泊業，飲食サービス業」の1事業所あたり従業者数・売上高(平成28年)

地域	1事業所あたりの従業者数(人/事業所)	1事業所あたりの売上高(万円/事業所)
港区	15.5	14,943
中央区	10.8	11,123
千代田区	16.1	15,429
新宿区	15.1	10,192
渋谷区	12.7	9,739

出典：総務省「平成28年経済センサス-活動調査」
 ※売上(収入)金額は平成27年1年間の数値。売上(収入)金額不詳の事業所を除く。

図3-25 「宿泊業，飲食サービス業」の売上高推移(千代田区)

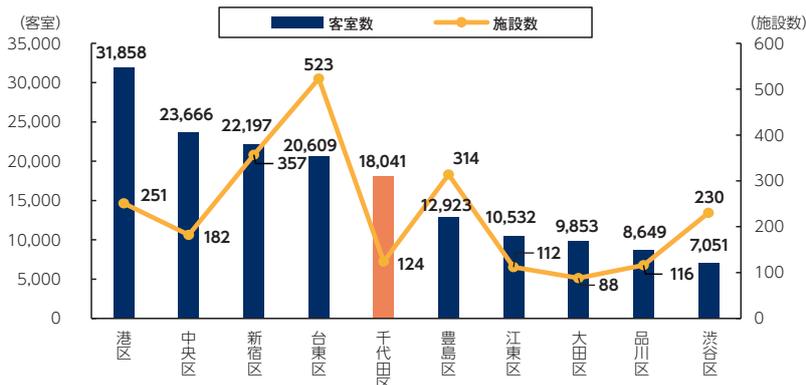


出典：総務省「平成24年、28年経済センサス-活動調査」、
 「平成26年経済センサス-基礎調査」

比較的大規模なホテルが所在、宿泊客の受け入れ体制が整っている

千代田区の宿泊施設の客室数・施設数を見ると、港区、中央区、新宿区、台東区に次いで5番目に多くなっています。施設数は124と他区と比較して多くない状況ですが、客室数が多くなっていることから、比較的大規模なホテル等が所在していると想定され、多くの宿泊客を受け入れる環境が整っていると考えられます。

図3-26 宿泊施設数・客室数(上位10区・令和2年度)



出典：東京都福祉保健局「福祉・衛生統計年報(令和2年度)」
 ※施設数・客室数ともに「旅館」「ホテル」の合計値で「簡易宿所」、「下宿」は含まれていない

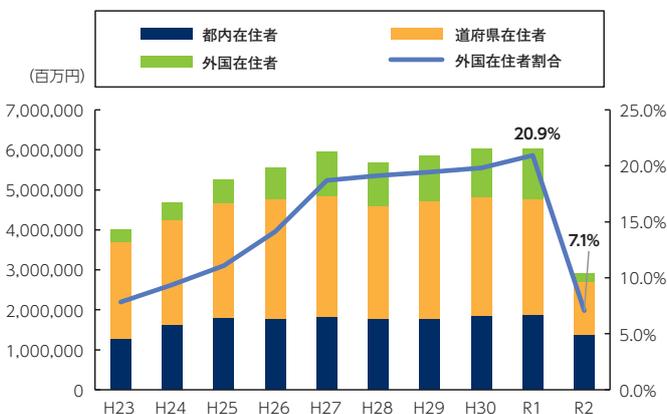
東京都の観光消費額は増加傾向にあり6兆円規模となっていたが、大幅に減少

東京都の観光消費額は令和元年(2019年)まで増加傾向で、外国在住者による観光消費額の割合が増加してきました。

令和2年(2020年)、新型コロナウイルス感染拡大の影響による、緊急事態宣言に伴う外出自粛やインバウンド観光客の出入国制限によって、日本人旅行者は約2兆7,168億円(前年度43.1%減)、外国人旅行者の消費額が約2,068億円(同83.6%減)となり、全体としては約2兆9,236億円(同51.6%減)で、いずれも平成22年(2010年)以降、年間として過去最低となっています。

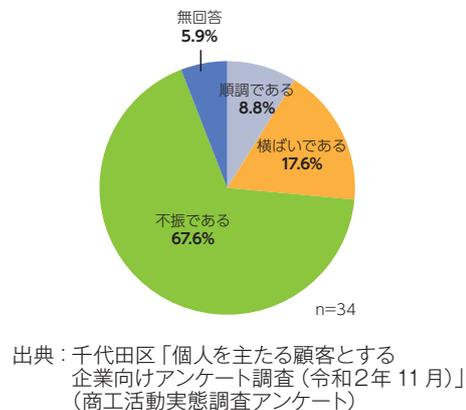
千代田区においても、個人を主たる顧客とする企業の業績で「不振である」と回答する企業の割合が67.6%と高くなっており、観光消費額の減少による影響が相当あったものと考えられます。

図3-27 観光消費額の推移



出典：東京都「東京都観光客数等実態調査」

図3-28 最近(令和2年)の店舗・事業所の業績



出典：千代田区「個人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査(令和2年11月)」(商工活動実態調査アンケート)

(2) 回遊性

千代田区内エリア間の移動を見ると目的のスポットのみの滞在で回遊には至っていない

千代田区では、平成30年にCHIYODA Free Wi-FiとJapan Connected-free Wi-Fiアプリの位置情報ログを活用したビッグデータ分析（動線分析）を行いました。

日本人観光客の移動状況を見ると、秋葉原と神田の移動等が少なくなっています。各エリアを回遊せずに、目的のスポットのみを訪問し区外へ移動している可能性が考えられます。

一方、外国人観光客の移動状況は、秋葉原と神田の移動、丸の内と有楽町の移動等、区西部の隣接エリアでの移動が多いことがわかっています。また、他エリアへの移動については、九段・市ヶ谷等への移動が増えつつありますが、依然として少ない状況となっています。

こうした状況もあり、千代田区では、「千代田区ウォーカブルまちづくりデザイン」を策定し、千代田区が持つ、地域の歴史・文化等の「ウォーカブルな要素（地域資源）」を活用した、それぞれの地域の人たちにとって居心地の良い「滞留空間」、それらをつなぐ「回遊空間」の創出によって地域活性化やにぎわい創出等をめざしています。

図3-29 日本人観光客及び外国人観光客の千代田区内エリア間移動（平成30年）



出典：千代田区「平成30年千代田区導線分析カスタマイズレポート」
※Japan Wi-FiアプリのGPS位置情報をもとに、エリア間の移動量を掲載

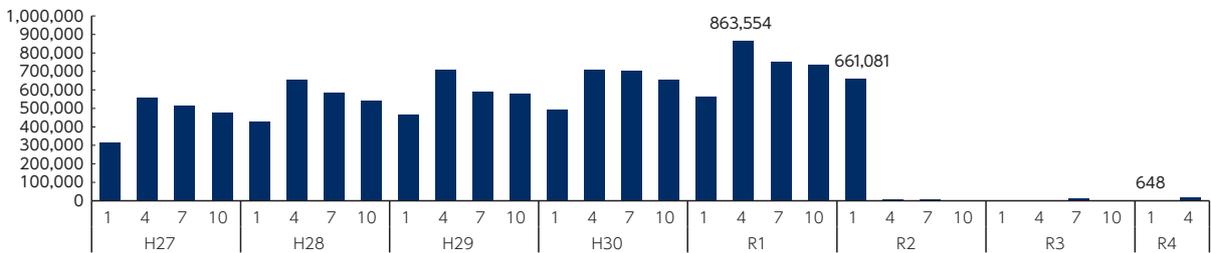
(3) 滞在者数の動向

千代田区の外国人滞在者数はコロナ禍で激減、未回復な状況だが徐々に受け入れ再開の動き

千代田区の外国人滞在者数についてみると、令和元年（2019年）4月の863,554人／月をピークに、世界で新型コロナウイルス感染拡大が始まった2月以降激減しています。千代田区はさくらまつり等の春のイベントが開催される4月が年間を通して最も滞在者数が多くなっていましたが、相次ぐイベントの中止等の影響もあり、令和4年（2022年）1月時点で回復しておらず、1,000人以下となっています。しかし、令和4年3月に規制緩和が進み、国際的な人の往来が再開されつつあります。

また、観光庁「平成28年訪日外国人消費動向調査」によると、訪日外国人の日本滞在中の情報取得に関して、スマートフォンを使ったインターネット、観光案内所（空港以外）を利用する傾向が強くなっています。

図3-30 千代田区における外国人滞在者数の推移
(人)

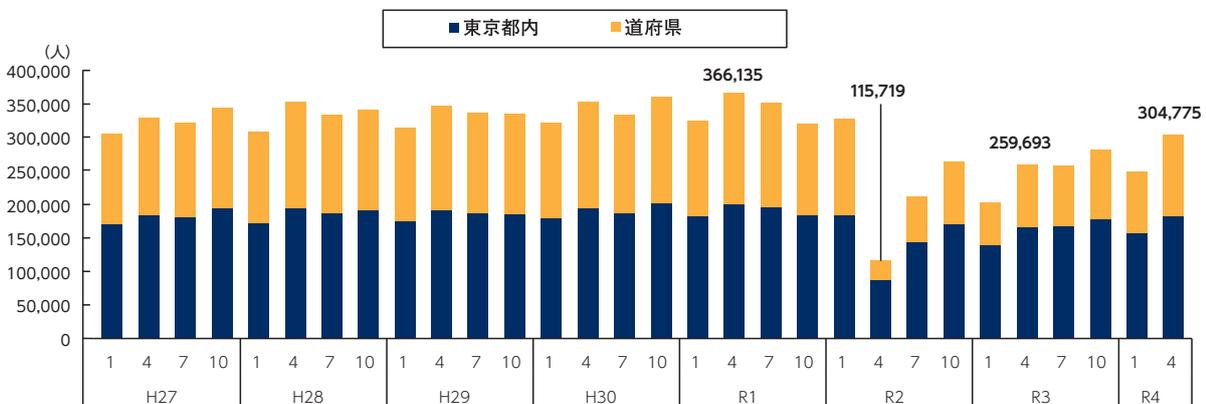


出典：地域経済分析システム（リーサス）、（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計[®]」）
※滞在者数とは、指定地域の昼間帯（10時から18時の間）に、2時間以上滞在した外国人数を日別に算出し、対象期間の日数分を積算した延べ人数を表している。同一人物が複数の地域に滞在した場合、複数カウントしている。同一人物が該当地域に複数日に跨って滞在した場合、複数カウントしている。

千代田区の休日の滞在人口は一時大幅に減少したものの、直近はやや回復傾向

休日14時の滞在人口は、30万人程度で推移していましたが、令和2年（2020年）4月に新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、約11万人に落ち込んでいます。しかし、都道府県別の滞在人口を見ると、令和4年（2022年）4月は、令和元年（2019年）同月と比較して、都内からの滞在が約9割、その他道府県からは約7割で、都内からの滞在についてはおおむね回復しており、近隣の旅行等によって滞在人口が戻ってきていると考えられます。

図3-31 千代田区における休日の滞在人口（休日14時）



出典：地域経済分析システム（リーサス）、（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計[®]」）
※滞在人口とは、千代田区の休日14時に滞在していた人数の月間平均値を表している。携帯電話の運用データについては国籍に関わらず契約者のデータが使用されていることから、滞在人口の算出には国内に居住する外国人も推計として含まれている。

千代田区の観光に関する課題

前項までの内容を踏まえた千代田区の観光に関する課題は以下の通りです。

課題①

区内での観光消費の促進

東京都全体での観光消費額は、新型コロナウイルス感染拡大前は6兆円規模を誇っていましたが、令和2年は国内旅行者・外国人旅行者ともに大幅な減少となっており、消費額は約3兆円にまで縮小しました。

千代田区は、他区と比較しても大規模ホテルが多く受け入れ体制が整っており、「宿泊業、飲食サービス業」の売上高も高いことが特徴となっていますが、観光消費額の減少によってこれらの観光産業は、特に大きな影響を被っていることが想定されます。

こうした問題に対応していくために、アフターコロナにおける来街者の増加を図りながら、区内の観光消費を促進していくことが必要です。

課題②

街なか回遊を行う観光客の増加

千代田区は、個性豊かな街が皇居を中心としたコンパクトなエリアに存在しており、歩いて楽しむには最適な回遊特性を有しています。しかし国内外に関わらず、区に訪れる観光客は、主に東部での回遊移動に留まっており、区全体の回遊には至っていないことが指摘されています。そうした中、千代田区ではウォーカブルなまちづくりを推進するための方針として「千代田区ウォーカブルまちづくりデザイン」を策定しました。本方針では、区の持つ回遊特性を活かしながら、区民や来街者の滞留・交流を進めていくことを重要な要素として位置づけています。

こうした状況を捉え、観光振興の面でも観光客の回遊を一層促進することが重要です。

課題③

アフターコロナを見据えたインバウンドを含む来街者への対応強化

新型コロナウイルス感染拡大前は、訪都外国人旅行者・日本人旅行者は増加傾向で、それぞれ非常に好調であったことが窺えます。千代田区では、インバウンドの受け入れ体制整備に向けて、Wi-Fiの整備や区の観光情報の発信拠点である千代田区観光協会のホームページの多言語化等を進めてきました。

直近では、徐々に自粛等の規制が緩和されてきたこともあり、区への国内からの来街者は緩やかに回復し、新型コロナウイルス感染拡大前の傾向に戻りつつあります。今後、本格的に入国規制が緩和され、インバウンド観光客の来街者が街に戻ってくる可能性が高いことから、今後は効果的な情報発信や観光のデジタル化等を視野に入れたインバウンドを含む来街者への対応強化が求められます。

5 地方との連携

千代田区をはじめとする大都市は、食糧やエネルギー等生活全般にわたり、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。

区では「千代田区における地方との連携のあり方（平成30年）」を定め、「千代田区と地方のヒト・コトの交流を通じた連携」「資源・モノの提供を通じた連携」「安全安心・快適な暮らしのための連携」、「千代田区の情報発信力・集客力を活かした連携」の4つの取組みの方向性に沿って、姉妹提携自治体及び連携自治体を中心に全国の様々な自治体との連携を進めてきました。

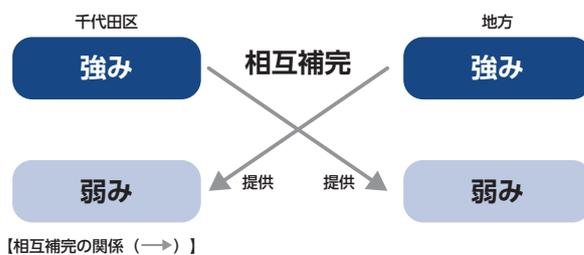
(1) 地方連携の考え方

「千代田区における地方との連携のあり方」の策定

区は、地方とお互いの強みを活かし、相互に補完し合い、共生の理念に基づき、共に発展していくことを目的として、平成30年に「千代田区における地方との連携のあり方」を策定しました。

また、地方でしかできない体験や人との交流等を通じて地方との連携を推進することで、地域の活力向上や商工振興・観光振興等にもつなげ、区民の生活がより豊かになることもめざしています。

図3-32 地方との関係の位置づけ



出典：千代田区「千代田区における地方との連携のあり方」

(2) 取組み内容と区民の認知状況

姉妹都市交流やマルシェの開催等、様々な取組みを展開

千代田区が主催、後援した主な地方連携の取組み実績（平成29年度から令和3年度まで）は以下の通りです。

表3-33 主な連携実績

主体	連携方法	連携自治体	主な取組み
千代田区が主体の連携	姉妹都市交流	群馬県嬭恋村、秋田県五城目町	○ちよだ・つま恋の森づくり植樹ツアー実施 ○児童交流事業実施
	森林整備	群馬県嬭恋村、岐阜県高山市	○共同で森林を整備 ○森林を継続的に整備することで増加する二酸化炭素(CO ₂)吸収量を、区内で発生するCO ₂ 排出量と相殺
	連携協定	福井県、岩手県大槌町、静岡県西伊豆町、新潟県糸魚川市、岐阜県高山市	○福井フェアの実施(福井県) ○特産品を使ったメニューを区内飲食店が提供するグルメフェアの実施(大槌町、西伊豆町、糸魚川市)
公益財団法人まちみらい千代田による連携	島根県海士町、秋田県五城目町、静岡県西伊豆町等	○「市町村サテライトオフィス東京」の運営	
ちよだフードバレーネットワークによる連携	岩手県釜石市、福島県白河市、石川県穴水町、長野県東御市等	○「ちよだ秋葉原マルシェ」、「ちよだオンラインマルシェ」等のマルシェ開催 ○食農体験セミナーの実施	

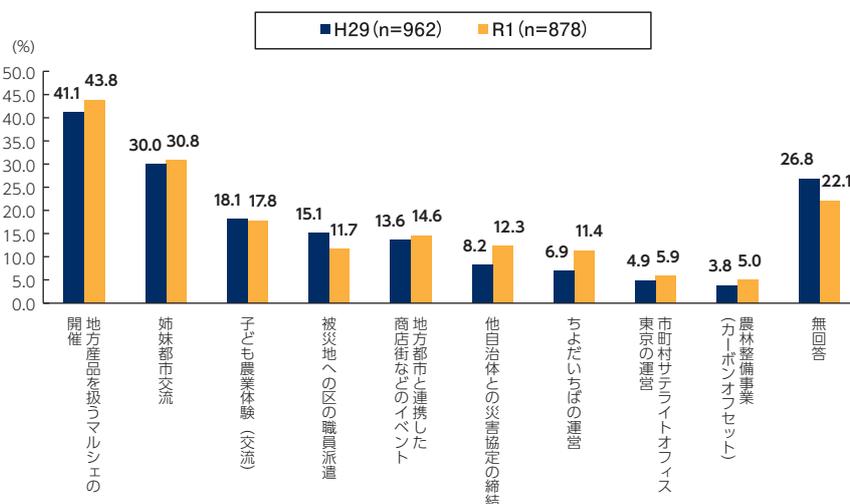
広く地方連携の取組みを認知している区民は多くない状況

区民の認知度の状況について、区民意識調査（区や関係団体の地方との連携における取組みの認知状況）から確認すると、以下の図の通りとなっています。

最も認知度が高い取組みは「地方産品を扱うマルシェの開催」となっており、4割を超える認知度で広く区民に浸透している取組みとなっています。

ただし、無回答の割合も2割を超えていることから、広く認知されているという状況には至っていないと考えられるため、取組みを強化し、発信していく余地が残されていることが窺えます。

図3-34 区や関係団体の地方との連携における取組みの認知状況（平成29年・令和元年）



出典：千代田区「区民意識調査」

地方との連携に関する課題

前項までの内容を踏まえた地方との連携に関する課題は以下の通りです。

課題①

Win-Winの関係を築く地方連携のあり方の検討

千代田区では、「千代田区における地方との連携のあり方（平成30年、以下「あり方」）」を整理しており、この方針を基に地方との連携を進めてきました。また、本計画期間に「あり方」の策定から5年、連携協定の締結から3年が経過という節目の時期を迎えます。

こうしたことを踏まえ、改めて千代田区-地方の双方がメリットを享受できるよう、これまで以上に効果的な連携を行うための「あり方」の再検討を行い、Win-Winの関係を築いていくことが重要となっています。

課題②

区民の生活をより豊かにする地方との連携の推進

地方連携に関する具体的な取組みでは、ちよだフードバレーネットワークの活動支援におけるマルシェ、区民参加型農業体験ツアー、食農体験セミナー等を中心に進めてきました。しかし、こうした取組みに対する区民の認知はあまり進んでおらず、より一層地方との連携をPRしていく必要があります。

第4章

産業振興基本計画に おける方向性

計画の基本理念 28

計画の基本方針と個別方針 29

第4章 産業振興基本計画における方向性

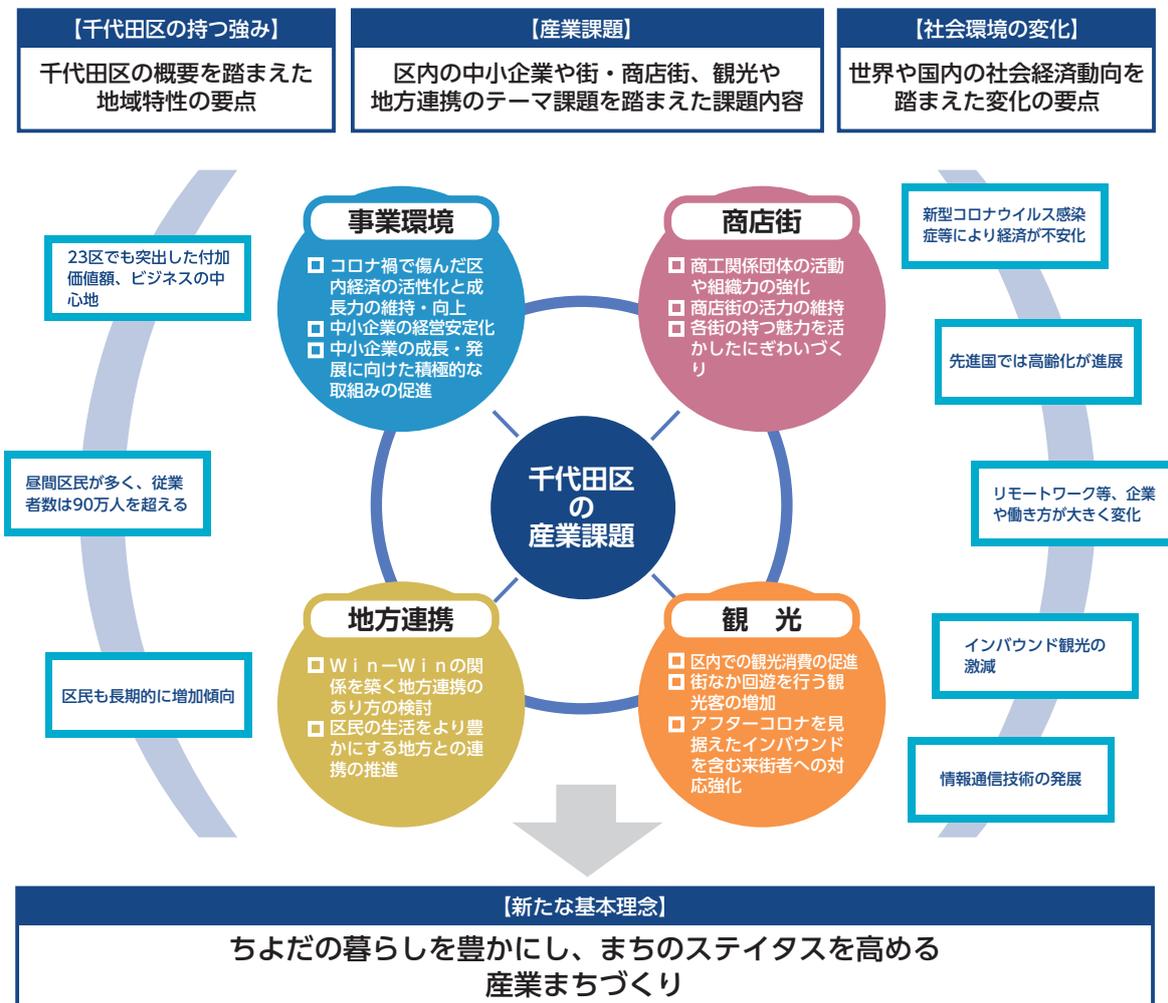
1 計画の基本理念

第2章「経済・社会の現況」の要点を【社会環境の変化】、第3章「千代田区の現況及び課題」の要点と課題をそれぞれ【千代田区の持つ強み】と【産業課題】として整理すると以下の図の通りとなります。

こうした【社会環境の変化】や【千代田区の持つ強み】を踏まえたうえで、【産業課題】の解決を図っていくことで、区内で事業を営む方や暮らしている方の豊かさにつなげ、千代田区の持つ都心の風格（＝ステイタス）を維持・向上していくことが重要となります。

そこで、基本理念を「ちよだの暮らしを豊かにし、まちのステイタスを高める産業まちづくり」とし、取組みを行っていくこととします。

図4-1 理念図



2 計画の基本方針と個別方針

本計画では、新たな基本理念である「ちよだの暮らしを豊かにし、まちのステイタスを高める産業まちづくり」を実現するために、以下の4つの基本方針及び基本方針に付随する個別方針を設定しました。

図4-2 方針の概要

