



千代田区

令和5年3月

産業振興基本計画

令和5年度(2023年度)～令和9年度(2027年度)

多彩な魅力と新しい活力あふれる産業・観光都市



第1章 産業振興基本計画策定の経緯と趣旨

計画策定の経緯	1
前計画の実施状況	1
計画改定の目的	2
計画の位置づけ	2
計画期間	2

第2章 経済・社会の現況

世界の経済・社会の動向	3
日本の経済・社会の動向	5

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

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5章 各方針に基づく主な取組み

基本方針1 千代田区の立地を活かした中小企業等の振興	30
基本方針2 千代田区の各まちブランドを活かした産業の活性化	34
基本方針3 千代田区の特性を活かした観光の振興	37
基本方針4 千代田区と地方相互の発展につながる連携の推進	40
千代田区産業振興基本計画の全体像	42

第6章 計画の推進

推進体制について	44
----------	----

参考資料

千代田区の現況データ	45
計画改定の検討経過	54
例規・要綱等	55
用語集	62

第1章

産業振興基本計画 策定の経緯と趣旨

計画策定の経緯	1
前計画の実施状況	1
計画改定の目的	2
計画の位置づけ	2
計画期間	2

第1章 産業振興基本計画策定の経緯と趣旨

1 計画策定の経緯

千代田区では、平成3年に「千代田区商工振興方針」を策定し、区内の商工業振興の基本方向を定めました。平成4年には、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、商工業の振興を図ってきました。

そして、長引く景気低迷により厳しい経営環境に置かれた区内中小企業の現状や抱える課題を把握し、区としての具体的な取組みの方向性を示すため、平成11年に「千代田区商工振興基本計画」を策定しました。

以降、「千代田区商工振興基本計画」は、急速に変化する社会経済情勢に応じ、区内中小企業や地域活性化に取り組む団体等に対し、区の基本施策、取組み方針及びその実施事業を明確にするために、改定を重ねてきました。

2 前計画の実施状況

前計画（「千代田区商工振興基本計画」（平成29年（2017年）度～令和3年（2021年）度）では、「コミュニティを大切にし、魅力あるまちを創造します」を基本理念とし「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・学生の視点）」を4つの理想のまちの姿として掲げています。

基本理念とこれら4つの姿を実現するために、基本施策及び取組みの方向性を決めました。

前計画の基本施策1「中小企業振興」では、「創業しやすい環境づくり」等の課題に対し創業支援事業、千代田ビジネス大賞の開催等、基本施策2「商工業の活性化」では、「商工関係団体の組織力の低下」等の課題に対し、商店街の法人化支援、商店街等の多言語対応支援等の取組みを行いました。次いで、基本施策3「観光振興」では、「区の魅力を伝える観光」等の課題に対し、Wi-Fi環境の整備や観光案内所に対する支援等を行い、基本施策4「地方との連携」では、「地方との連携による地域の活力向上」等の課題に対し、ちよだフードバレーネットワークの活動支援等の取組みを進めました。

図1-1 前計画の基本施策と取組みの方向性



3 計画改定の目的

前計画の期間は平成29年度～令和3年度までとなっており、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、地域経済が大きな影響を受ける中で、アフターコロナを見据えた計画の改定が必要となっています。

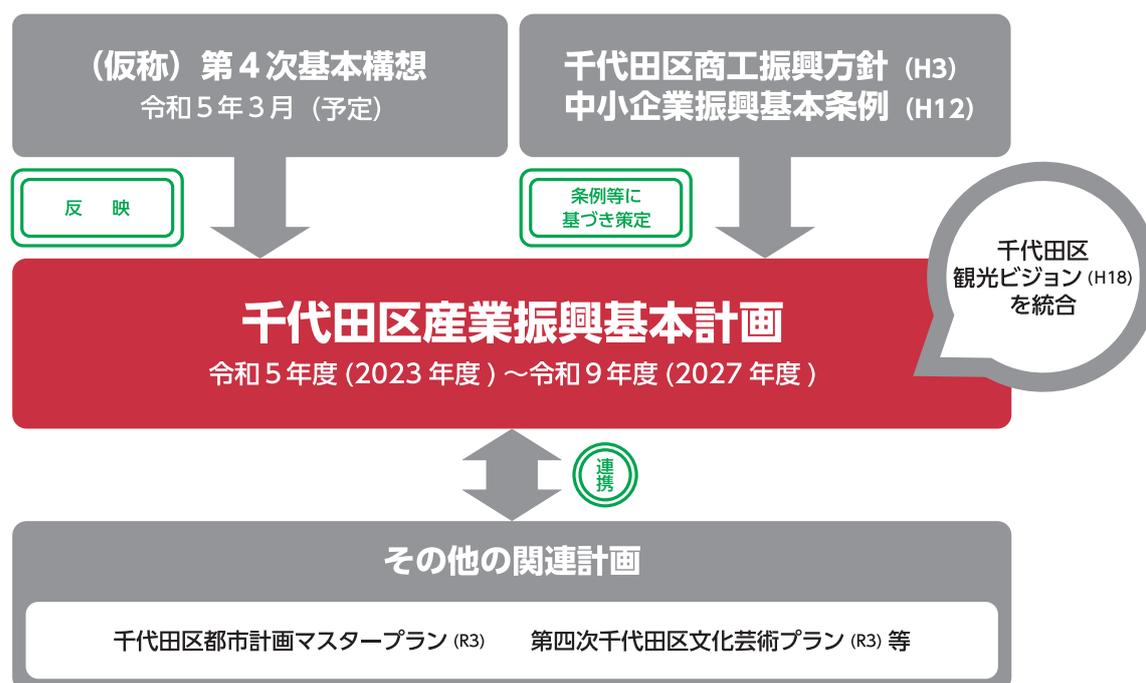
計画の改定に際しては、現在検討中の（仮称）第4次基本構想の策定を見据えながら、令和2年度に実施した区民・事業所・商店街アンケート調査やヒアリング調査の結果も踏まえ、千代田区の産業を取り巻く社会経済状況、地域の現状や課題を明確にし、新たな産業振興の理念・基本政策等を示すものとしします。

4 計画の位置づけ

本計画は、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。

今回の改定において、千代田区観光ビジョン（平成18年12月策定）を本計画に統合し、商工業や観光産業の振興等、区の産業振興の基本計画としての位置づけを明確にします。これに伴い、名称を「千代田区商工振興基本計画」から「千代田区産業振興基本計画」へと改めることとします。

図1-2 計画体系のイメージ(案)



5 計画期間

本計画は、令和5年度（2023年度）から令和9年度（2027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。

第2章

経済・社会の現況

世界の経済・社会の動向 3

日本の経済・社会の動向 5

1 世界の経済・社会の動向

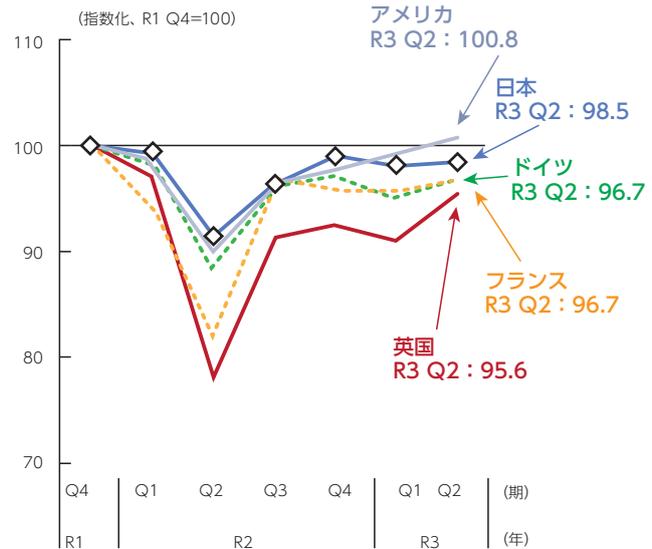
(1) 世界経済

新型コロナウイルス感染拡大の影響で大きく経済にマイナス影響が生じ、今後の先行きは不透明

令和元年（2019年）12月頃、中国の湖北省武漢市で最初に発生した新型コロナウイルス感染症は、中国で感染確認された後、アジア、ヨーロッパ、北米、アフリカ、オセアニア等全ての地域で感染が拡大し、現在も世界経済への影響が続いています。

主要国の実質GDPについて、令和元年（2019年）のQ4（10～12月期）と比較してみると、令和2年（2020年）Q2（4～6月期）に成長率が大きく落ち込んだ後、Q3（7～9月期）には前期比でプラスに転じています。世界経済は比較的早期に回復に向かっていますが、感染再拡大がみられる中で、先行きは不透明となっています。

図2-1 主要国の実質GDP



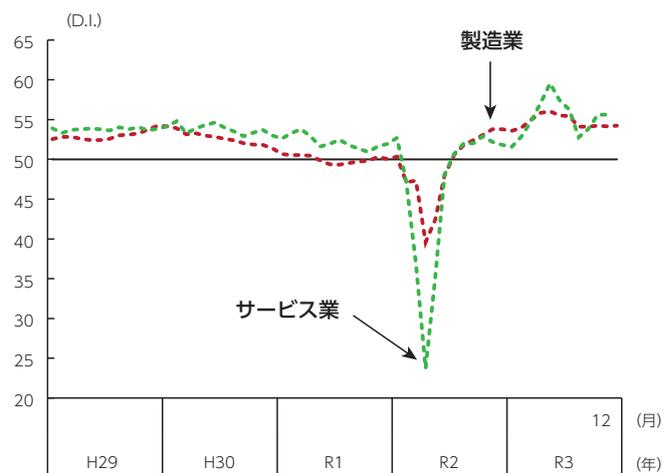
出典：内閣府「世界経済の潮流 2021年I」（令和3年（2021年）8月）「ポストコロナに向けて」

景況指数は新型コロナウイルス感染拡大の影響で悪化するも、経済活動の再開に伴い中立水準へ

景況指数の1つである購買担当者景況指数（PMI）を見ると、令和元年（2019年）には中立水準である50前後で推移していました。その後、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、世界各国で休業措置や移動制限等が導入される中、景況感が大幅に悪化し、令和2年（2020年）4月には平成20年（2008年）の世界金融危機以来の最低値を記録しています。特に、サービス業は、令和2年（2020年）4月は統計開始以来の最低値となりました。

その後、各国では経済活動の再開が段階的に進められ、景況感は製造業、サービス業ともに改善しつつあります。令和2年（2020年）7月には製造業、サービス業ともに中立水準である50に戻っています。

図2-2 世界の製造業とサービス業のPMIの推移



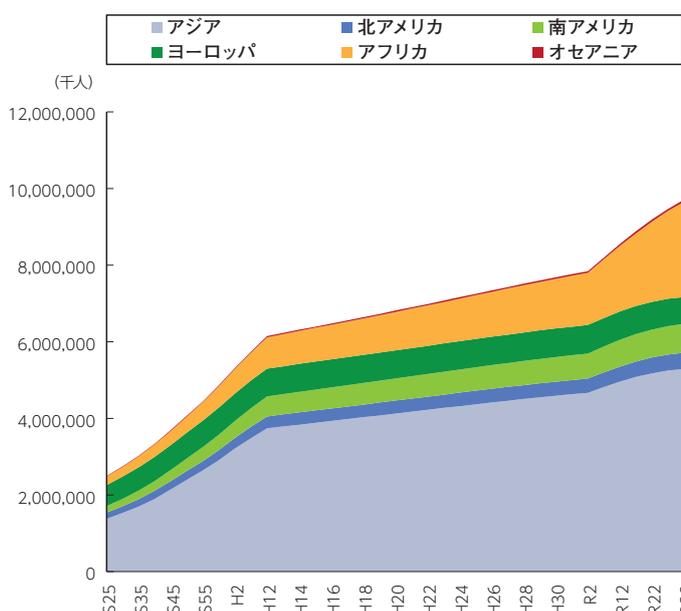
出典：内閣府「世界経済の潮流 2020年I 令和2年（2020年）11月—新型コロナウイルス感染症下の世界経済—」より作成

(2) 人口トレンド

世界全体では人口は増加傾向。その一方、先進国を中心に高齢化率が上昇

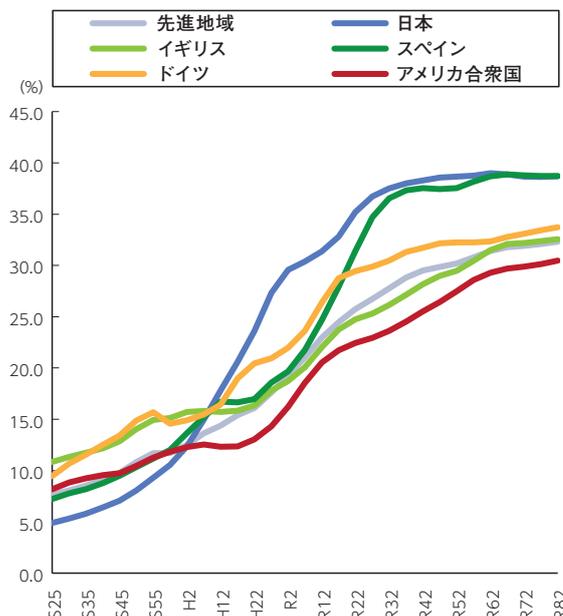
世界全体の人口は、途上国を中心に増大を続け、令和32年（2050年）には世界全体で97億人に達する見通しになっています。令和2年（2020年）から令和22年（2040年）予測値で比較すると、14億人増加することが見込まれており、特にアジア及びアフリカでの増加が著しく、全体の約8割を占める予測になっています。その一方で、ヨーロッパ、日本では人口が減少し、さらに高齢化が進展しつつあります。

図2-3 世界の人口推移



出典：UN「World Population Prospects: The 2022 Revision」

図2-4 先進各国での高齢化率の推移



(3) その他世界情勢

ロシアによるウクライナ侵攻等が、経済成長の下押しリスクとなっている

令和3年2月、ロシアによるウクライナへの軍事侵攻をきっかけに、世界経済の成長率の低下リスクが高まっています。

米国・欧州諸国を中心とした各国は、ロシアに対して強力な金融制裁や輸出入の規制を実施しており、天然ガスを含む資源の供給不安が高まることで資源価格が幅広く上昇しつつあります。この影響で、特にロシアへのエネルギー依存度が高い欧州では、ガス・原油価格が大幅に上昇し、経済活動に大きな打撃を受けています。また、ロシア、ウクライナともに小麦やトウモロコシの主要供給国となっており、今後は各国での食料価格の高騰につながり、インフレーションが進む可能性も考えられます。

その他、世界第2位の経済規模を有する中国経済の減速も懸念されています。政府による環境規制や不動産開発規制等を背景に、新型コロナウイルス感染拡大による景気低迷からの回復が鈍化しており、両規制の影響は当面持続することが予想されます。中国経済の減速は貿易等を通じて世界経済全体に大きな影響を与える可能性があります。

こうした影響によって、世界的に経済成長予測が下方修正される可能性が高まっています。

2 日本の経済・社会の動向

(1) 国内経済

新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、GDPは一時大幅減

日本経済は、雇用・所得環境の改善が続き、企業収益が高水準で推移する中、内需の柱である個人消費や設備投資が増加傾向で推移する等、令和元年頃まで緩やかな回復が続いていました。

しかし、令和2年、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、実質GDP成長率は大きくマイナスとなりました。

四半期では、令和2年（2020）年4～6月の実質GDPは-7.9%となっています。以降、プラスとマイナスを繰り返しており、先行きは不透明になっています。

図2-5 実質GDP成長率（四半期、季節調整済系列）



出典：内閣府「国民経済計算（GDP統計）」

急速な円安の進行が企業経営を逼迫する恐れ

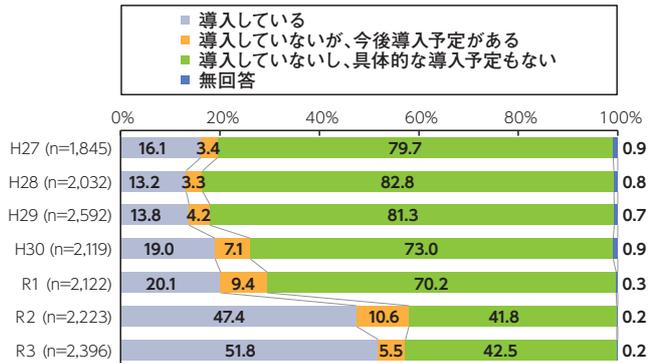
令和4年3月以降、急速に円安が進行し、9月には24年ぶりの水準である1ドル＝145円台を記録しました。日本と米国の金利差や中央銀行のスタンスの違い（金融緩和か引き締めか）が背景として考えられています。円安は、輸出産業や外国人観光客を迎え入れる観光産業にとって追い風となる一方、原材料の多くを輸入に頼る企業にとっては、向かい風となります。過度な円安の進行は、こうした企業の経営を逼迫する恐れがあることから、国内経済への悪影響が懸念されます。

新型コロナウイルス感染拡大の影響が長期化し、企業活動や働き方に変化

令和2年2月以降、日本でも新型コロナウイルス感染拡大を受けて、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等が発出され、個人には外出自粛、企業には休業や時短営業が求められました。その影響を受け、サービス業（宿泊・飲食、運輸等）をはじめとする様々な業種で大きく業績が落ち込みました。

また、外出自粛の要請は、オフィスワークのあり方にも影響を与え、多くの企業でテレワークが導入されました。テレワークを導入している企業の割合は、令和2年（2020年）には4割を超え、前年の2倍以上となっています。その他、コロナ禍の長期化によって、時差出勤や副業・兼業の広がり等、企業活動や働き方の多様化が進んでいます。

図2-6 テレワークの導入状況



出典：総務省「通信利用動向調査（企業編）」

(2) 人口トレンド

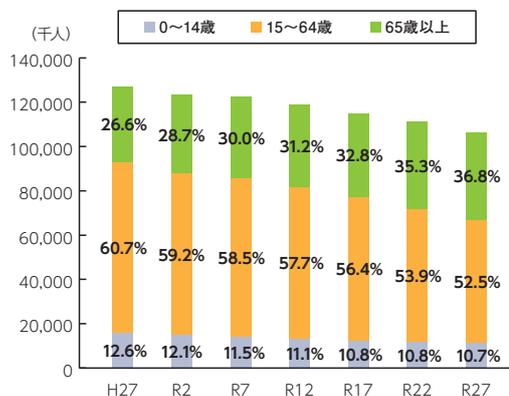
少子高齢化は急速に進展、社会経済にとって依然大きな課題

日本の総人口は平成20年をピークに減少局面に入り、令和2年（2020年）の総人口は約1億2,600万人となっており、前回の国勢調査から約0.7%減少しています。

高齢化率は28.7%で出生数・出生率の低迷により、若い世代、親となり得る世代の人口が減少している一方、総人口に占める高齢者世代の割合が増加しており、社会保障制度と財政の持続可能性、地域社会の衰退等が大きな社会問題となっています。

また、人口構造の歪みから生産年齢人口の減少等の人材不足を中心に、産業面でも多くの課題が生じています。

図2-7 国内年齢3区分別将来人口推計



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」

(3) 観光の現状

コロナ禍前のインバウンド観光客数は過去最大。一転、新型コロナウイルス感染拡大の影響で激減

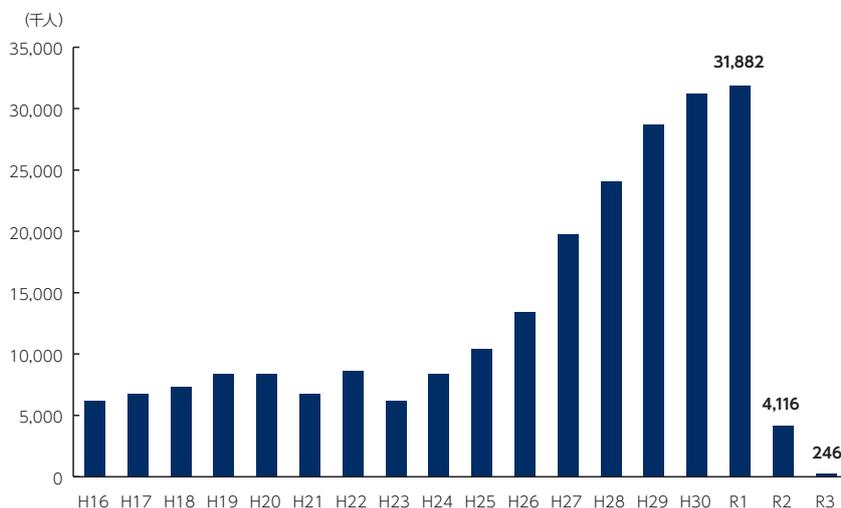
令和元年（2019年）の訪日外国人旅行者数は3,188万人であり、日本政府観光局が統計を取りはじめた昭和39年（1964年）以降、最多となっています。これら訪日外国人旅行者数の内訳は、アジアの国々が80%を超えています。

また、令和元年の訪日外国人旅行消費額は、全体で4兆8,135億円となっており、特に、東京都、大阪府等で訪日外国人の旅行消費額は大きな割合を占めています。

しかし、世界的な新型コロナウイルス感染拡大によって、令和2年2月以降、日本や世界中の国々において出入国制限措置が採られたため、3月から8月までの出入国者数は大幅に減少しました。

また、インバウンドの減少のみならず、国内旅行のキャンセルや予約控えも頻発、長期化し、全国の観光産業に深刻な影響を与えています。

図2-8 訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）「年別 訪日外客数、出国日本人数の推移」

(4) 情報通信技術の発展等

デジタル化が進んだ新たな未来社会像（Society 5.0）の実現に期待が高まる

日本がめざすべき未来社会の姿として、「Society 5.0」が提唱されています。Society 5.0とは、「サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会」のことで、AI、IoT、ロボット等革新技術をあらゆる産業や社会に取り入れ、社会システム全体が最適化されることにより、経済発展及び社会的課題の解決が期待されています。

例えば医療・介護領域では、各個人のリアルタイムの生理計測データ、医療現場の情報、医療・感染情報等の様々な情報を含むビッグデータをAIで解析することができ、リアルタイムでの自動健康診断による病気の早期発見や健康促進等が可能になります。その結果として、健康寿命延伸、社会的コストの抑制等、社会課題の解決につながる可能性が指摘されています。

図2-9 Society 5.0のイメージ



出典：内閣府「Society 5.0「科学技術イノベーションが拓く新たな社会」説明資料」

デジタル技術関連サービスの普及が加速

近年、第5世代移動通信システム（5G）の導入や新型コロナウイルス感染症の影響による非接触ニーズの拡大に伴い、様々なデジタルサービスの普及が加速しました。その中でも特に注目すべきものとして、コミュニケーション領域ではバーチャル空間でのアバターを用いたメタバース等の取組みが活発になっており、様々な企業がサービスへの投資や開発を進めています。国においても令和32年（2050年）までに、多様な社会活動に参画できるサイバネティック・アバター基盤構築の目標が掲げられています。

さらにエンタメ領域では、PC・家庭用ゲーム機・スマートフォン等、デジタル技術を活用したゲーム競技「eスポーツ」の注目度が高まっています。従来のゲームとは異なり、参加者がインターネット上で対戦し、その様子を大勢の観客が同時進行で観戦して盛り上がるのが可能であり、集客効果も高いことから、自治体においても地方創生の取組みとして活用され始めています。

図2-10 サイバネティック・アバター生活のイメージ



出典：内閣府「ムーンショット目標」令和2年（2020年）

(5) 持続可能な社会に向けた取組み

持続可能でより良い社会をめざす、SDGsの気運が高まる

SDGsは、平成27年9月の国連サミットで採択され、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、令和12年（2030年）を年限とする17の国際目標のことで、世界的にも各国で取組みが広がりを見せています。

日本国内においてもSDGsに関する取組みは徐々に進みつつあり、平成30年以降、内閣府では「SDGs未来都市」として地方創生の原動力となるSDGsの考え方のもと、持続可能なまちづくりの取組みが始まっています。

図2-11 持続可能な開発目標（SDGs）



出典：外務省「持続可能な開発目標（SDGs）達成に向けて日本が果たす役割」

2050年温室効果ガスの排出を実質ゼロにするカーボンニュートラルの取組みが進展

温室効果ガスの排出量を全体としてゼロにする「脱炭素化」の流れが世界的に加速しています。

日本においても、令和2年10月に「2050年カーボンニュートラル」を宣言し、温室効果ガスを令和12年（2030年）までに、▲46%（平成25年度比）、令和32年（2050年）までにネットゼロをめざし、カーボンニュートラル実現に向けた「グリーン成長戦略」が策定されました。この戦略は、脱炭素社会をめざして再生可能エネルギーの導入・省エネルギー技術の導入等によるエネルギーシフトを行い、同時に経済成長を図るという目標となっています。

(6) 国や東京都の動向

国・東京都ではグリーンとデジタルを軸にした施策が展開されている

国は「経済財政運営と改革の基本方針 2021」や「成長戦略実行計画」の中で、新たな日常に向けてグリーン社会の実現や官民挙げたデジタル化によるイノベーションの促進、大企業・中堅企業の事業再生・環境整備等を進めていくことが示されています。

また、東京都においても「未来の東京戦略」にて、重要な方針として、グリーンとデジタルを軸としたイノベーション等の取組みが位置付けられています。

経済成長の担い手、地域課題解決の担い手としてスタートアップに注目が集まる

様々な産業施策がある中で、現在ウィズコロナ・アフターコロナの世界を見据えて、未開拓の分野に進出し成長の担い手となるスタートアップに注目が集まっています。国は、「成長戦略実行計画」の中で、私募取引の活性化に向けた環境整備やSPAC（特別買収目的会社）制度整備等について方向性を示し、「世界と伍するスタートアップ・エコシステム拠点都市の形成」では、都市や大学等を巻き込んで世界を志向する起業家教育やアクセラレータ機能を抜本的に強化すること等を通じたスタートアップ・エコシステムの構築をめざしています。

一方、東京都は「スタートアップ・エコシステム拠点都市」に選定されていると同時に、「未来の東京戦略」では、スタートアップによって地域課題を解決し、東京都が世界に誇るスタートアップ都市となることを目標にしています。

表2-12 スタートアップに関する東京都や国の主な戦略・計画等

主 体		戦略・計画名称	目 標
国	内閣	成長戦略実行計画（令和3年）	ウィズコロナ・アフターコロナの世界を見据えて、未開拓の分野に進出し、成長の担い手となる企業を創出する環境整備。
	内閣府、 文部科学省、 経済産業省	Beyond Limits. Unlock Our Potential. ～世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成戦略～	都市や大学を巻き込み、起業家教育やアクセラレータ機能を抜本的に強化すること等を通じて、起業家がこれまでの制約を超越し（Beyond Limits）、日本の潜在能力を開放する（Unlock Our Potential）、スタートアップ・エコシステムの拠点形成。
東京都	東京都	未来の東京戦略	イノベーション・エコシステムの形成やスタートアップの力で社会的課題を解決する新たなモデルを創出し、東京の持続的な成長を生み出すことで、世界に誇るスタートアップ都市へと進化させる。
	スタートアップ・ エコシステム 東京コンソーシアム	BeyondLimits.UnlockOur Potential. 世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成計画	国際競争力の強化、スタートアップの創出や成長、ひいては東京の経済の持続的な発展を実現。イノベーションを社会に実装し、地域に還元。Society 5.0を実現し、日本全国の課題解決や世界経済の発展に貢献。 ※国等が進める「世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成戦略」における「グローバル拠点都市」に選定されたコンソーシアムの取組み

出典：内閣「成長戦略実行計画（令和3年）」、内閣府 文部科学省 経済産業省「Beyond Limits. Unlock Our Potential. ～世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点戦略～」、東京都「未来の東京戦略」、「未来の東京戦略 version up 2022（令和2年）」、スタートアップ・エコシステム 東京コンソーシアム「Beyond Limits. Unlock Our Potential. 世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成計画」より作成

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

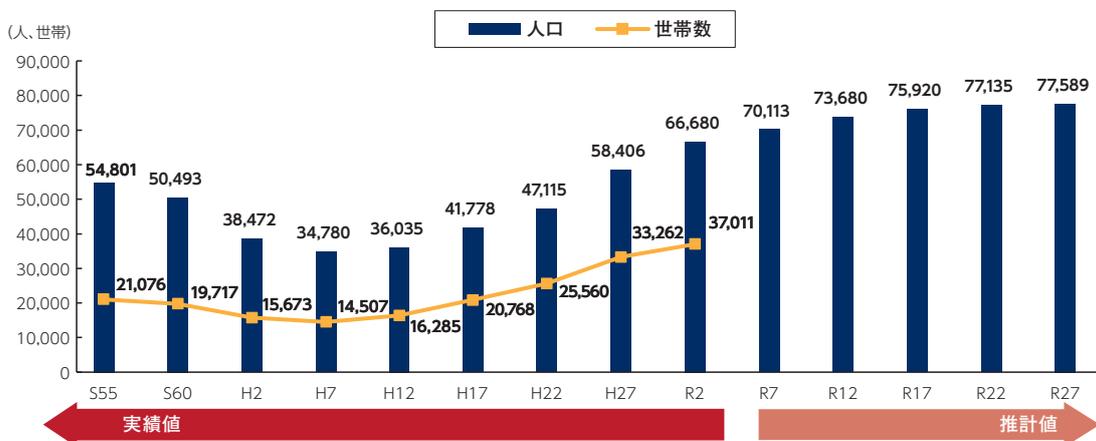
(1) 人口動向

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



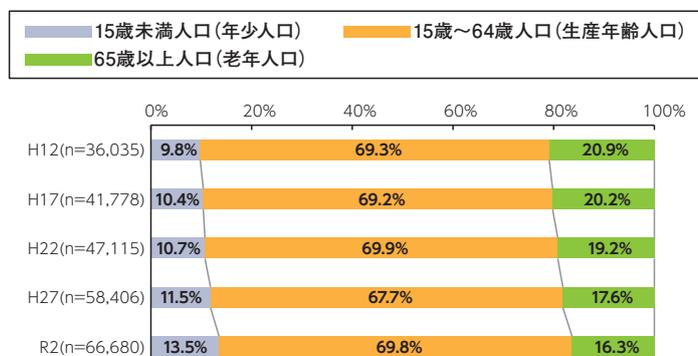
出典：総務省「国勢調査」、令和7年（2025年）以降：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計」

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



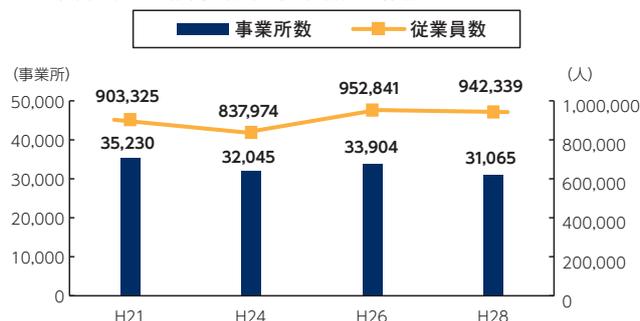
出典：総務省「国勢調査」

(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り算出されたもの。

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。

中小企業の主な業種を見ると、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

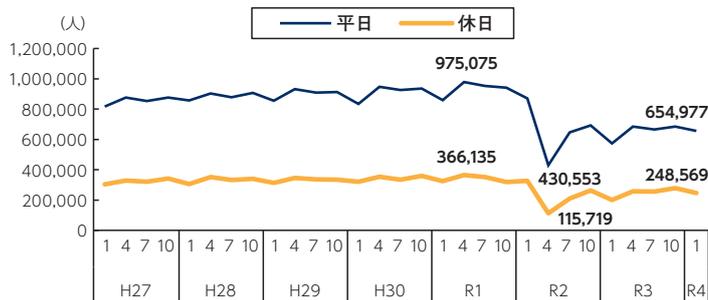
(1) 新型コロナウイルス感染拡大の影響

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3年（2021年）7月時点で平日の滞在人口は令和元年（2019年）の同じ月の7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4月時点での区内オフィスの空室率は5.0%で、2年前の同月(1.2%)と比較して約4倍まで上昇しています。

図3-5 滞在人口の推移



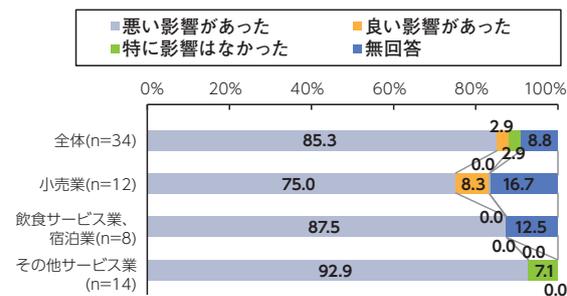
出典：地域経済分析システム（リーサス）、（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計®」）
※平日14時の15歳以上80歳未満の滞在人口

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3-6 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。

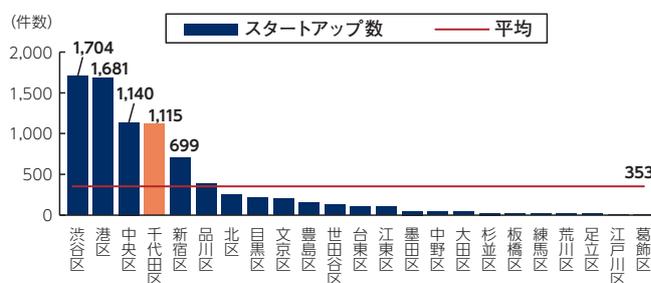
出典：千代田区「法人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

(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3-7 スタートアップ数の比較（東京都 23 区部）

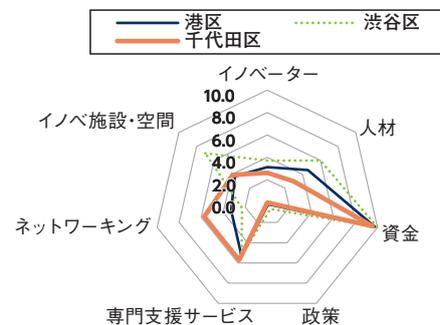


出典：フォースタートアップス株式会社「スタートアップデータベース」より作成

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3-8 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。

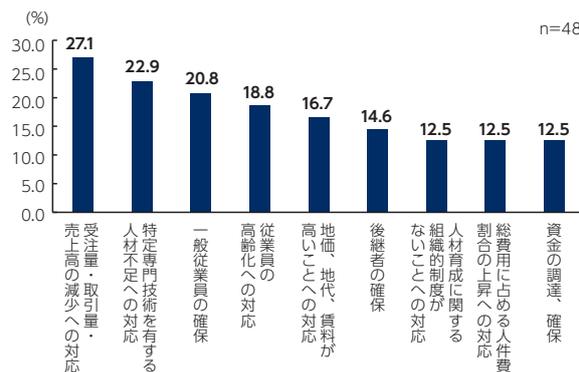
- ・イノベーター：従業員 1 万人あたり新規開業数、従業員 1 万人あたり新規開業数等
- ・人材：従業員における研究者の割合、従業員における専門的・技術的職業従事者の割合等
- ・資金：従業員 1 万人あたりスタートアップ企業の資金調達金額等
- ・政策：スタートアップビザ認定有無、従業員 1 万人あたり「創業支援者件数」及び「創業者数」
- ・専門支援サービス：従業員 1 万人あたり支援業種（KIBS）の立地数等
- ・ネットワーキング：従業員 1 万人あたり国際会議開催件数等
- ・イノベ施設・空間：従業員 1 万人あたりメカーススペース、ファブラボの数等

(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3-9 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）



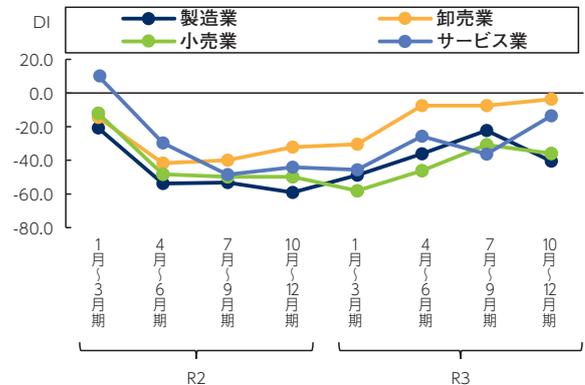
出典：千代田区「法人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査（令和 2 年 11 月）」（商工活動実態調査アンケート）

(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3-10 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3-11 売上高の増減 (法人を主たる顧客とする企業)

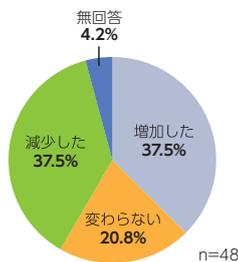
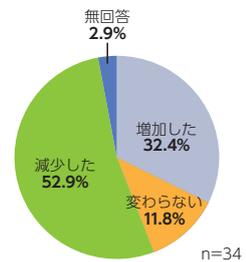


図3-12 売上高の増減 (個人を主たる顧客とする企業)



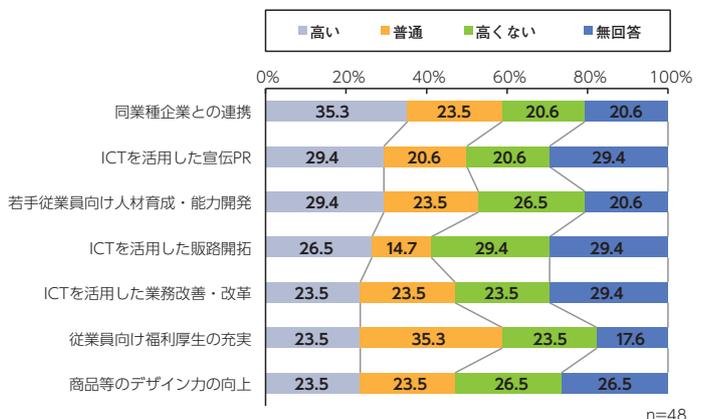
出典：千代田区「個人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査(令和2年11月)」、
「法人を主たる顧客とする企業向けアンケート調査(令和2年11月)」(商工活動実態調査アンケート)

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3-13 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。

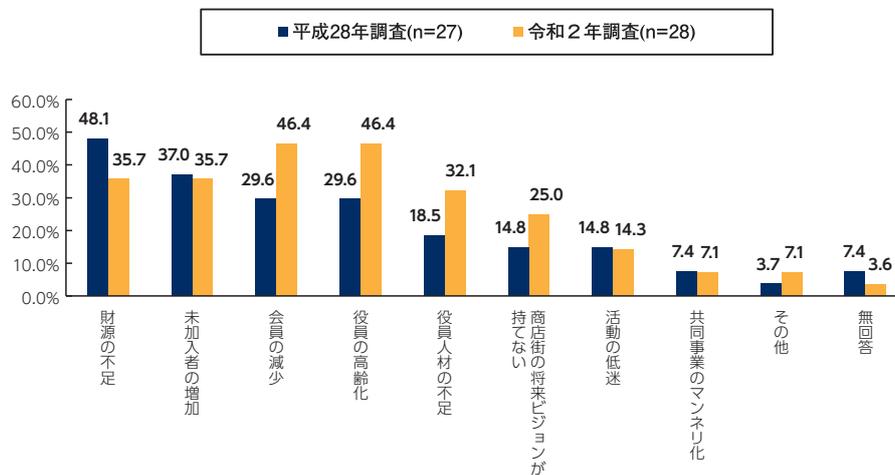
(1) 商店街が抱える問題

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3-14 商店街組織の問題点



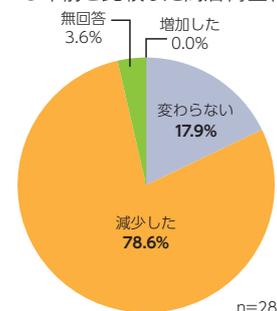
出典：千代田区「商店街アンケート調査結果調査（令和2年11月）」
（商工活動実態調査アンケート）

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。

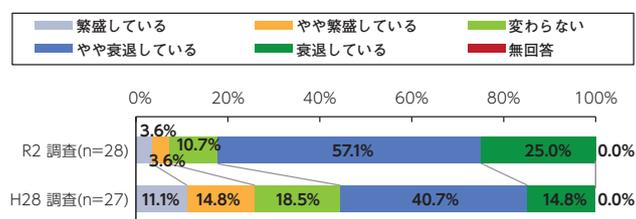
商店街全体の景況は、「やや衰退している」が57.1%で最も多く、次いで「衰退している」が25.0%、「変わらない」が10.7%等となっています。平成28年（2016年）調査と比較すると、「やや衰退している」、「衰退している」の合計割合が多くなっており、衰退傾向が見られます。

図3-15 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3-16 商店街全体の景況

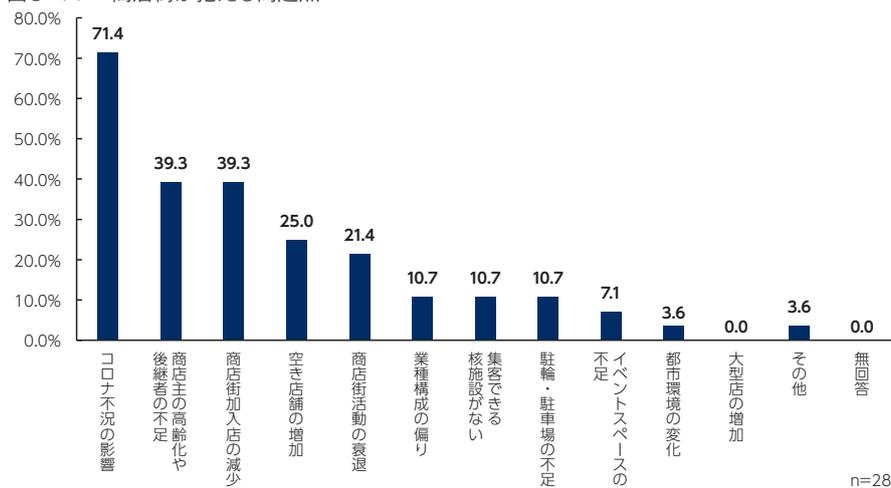


出典：千代田区「商店街アンケート調査（令和2年11月）」（商工活動実態調査アンケート）

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3-17 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3-18 空き店舗の有無

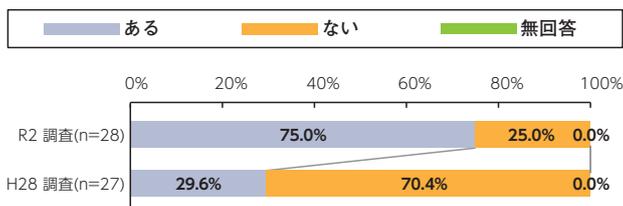
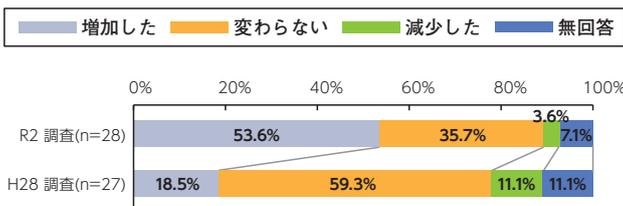


図3-19 3年前と比較した空き店舗増減



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）

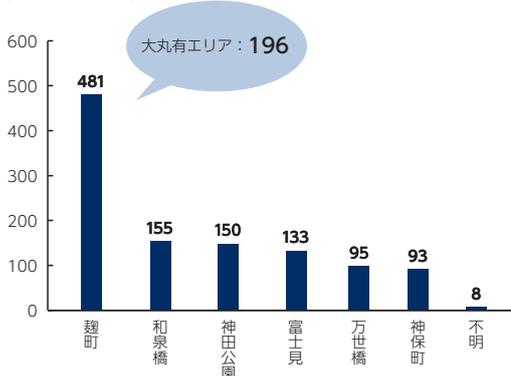
(2) にぎわいを生む新たな産業

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有名なエリアですが、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3-20 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」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。

4 千代田区の観光

千代田区には、東京の玄関口である東京駅丸の内駅舎、重要文化財である江戸城桜田門をはじめとした皇居周辺の歴史的な資源、日本有数の桜の名所である千鳥ヶ淵の自然資源、帝国劇場や国立近代美術館等の文化的資源、秋葉原のポップカルチャー等、都市観光を彩る多様な観光資源が存在しています。

また、こうした様々なジャンルの観光資源や集客施設が、皇居を取り囲むような形で円状にコンパクトに集積しており、優れた回遊性を有していることも千代田区の観光の大きな特徴となっています。

さらに、千代田区は23区内でも駅の数や道路面積の割合が相対的に多く、近接地からのアクセスが良好であるとともに、交通結節点の東京駅が立地していることから、遠隔地からのアクセスにも優れており、遠近にかかわらず非常に高いアクセス性を有しています。

図3-21 千代田区的主要観光資源



出典：千代田区観光協会HP

(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。

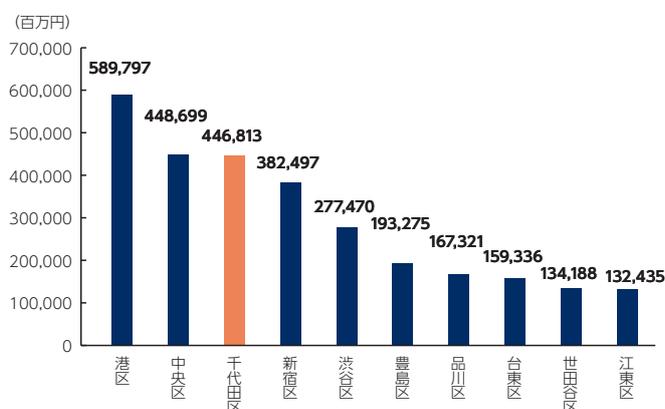
区内宿泊業、飲食サービス業の売上高は、平成24年(2012年)以降増加しており、新型コロナウイルス感染拡大前は成長傾向にあったことが窺え、アフターコロナの折には、再成長が見込まれます。

表3-23 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

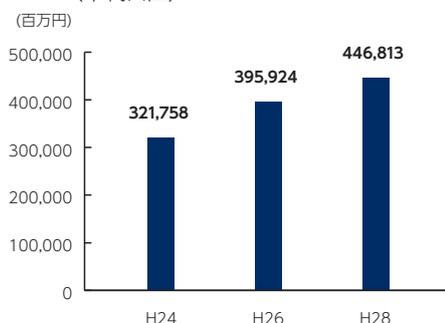
出典：総務省「平成28年経済センサス-活動調査」
※売上(収入)金額は平成27年1年間の数値。売上(収入)金額不詳の事業所を除く。

図3-22 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」

図3-24 宿泊業、飲食サービス業の売上高推移(千代田区)

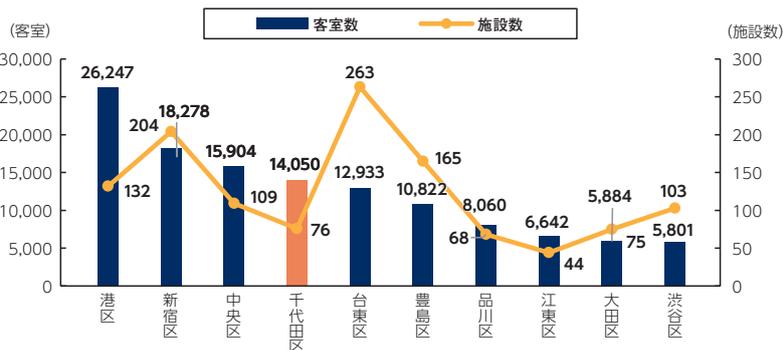


出典：総務省「平成24年、28年経済センサス-活動調査」、
「平成26年経済センサス-基礎調査」

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、新宿区、中央区に次いで4番目に多くなっています。施設数は76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3-25 宿泊施設数・客室数(上位10区・平成29年)



出典：東京都福祉保健局「福祉・衛生統計年報(平成29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

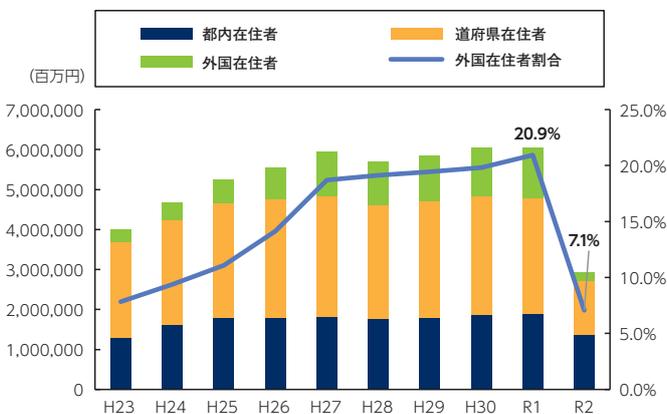
東京都の観光消費額は増加傾向にあり6兆円規模となっていたが、大幅に減少

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いました。

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。

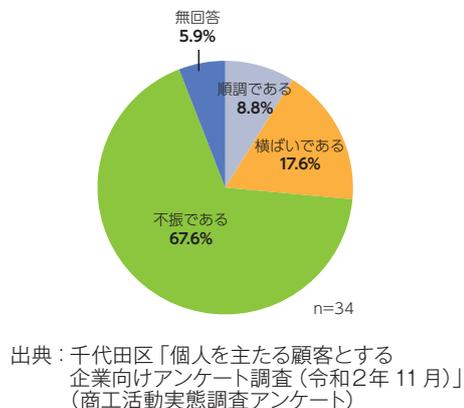
千代田区においても、個人を主たる顧客とする企業の業績で「不振である」と回答する企業の割合が67.6%と高くなっており、観光消費額の減少による影響が相当あったものと考えられます。

図3-26 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3-27 最近(令和2年)の店舗・事業所の業績



(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」が策定され、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3-28 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

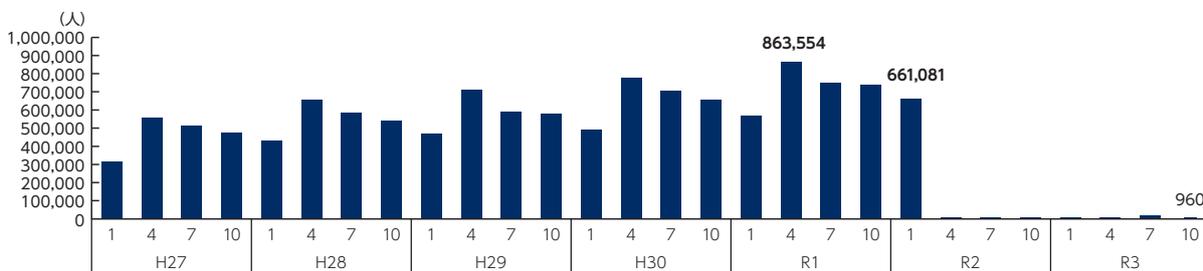
(3) 滞在者数の動向

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3年（2021年）10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3-29 千代田区における外国人滞在者数の推移

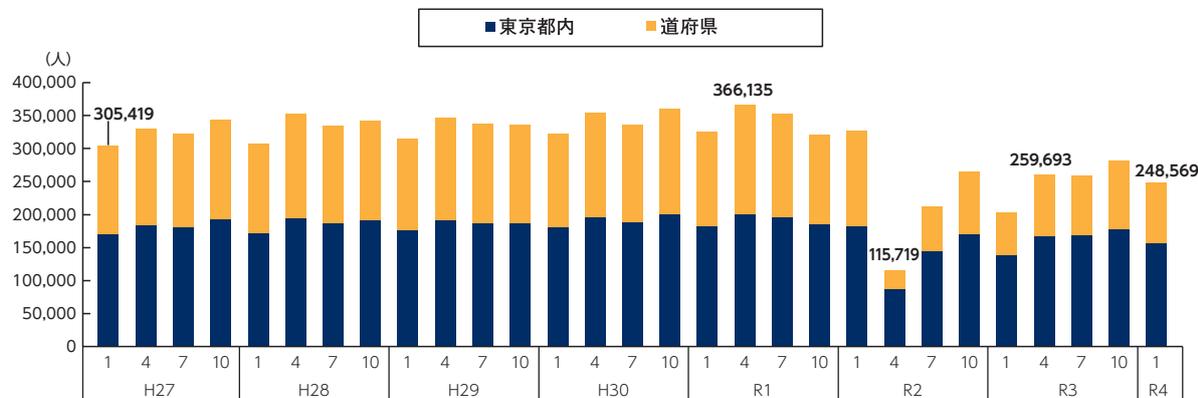


出典：地域経済分析システム（リーサス）、（株式会社NTTドコモ・株式会社ドコモ・インサイトマーケティング「モバイル空間統計[®]」）
 ※滞在者数とは、指定地域の昼間帯（10時から18時の間）に、2時間以上滞在した外国人数を日別に算出し、対象期間の日数分を積算した延べ人数を表している。同一人物が複数の地域に滞在した場合、複数カウントしている。同一人物が該当地域に複数日に跨って滞在した場合、複数カウントしている。

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3年（2021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6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3-30 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。

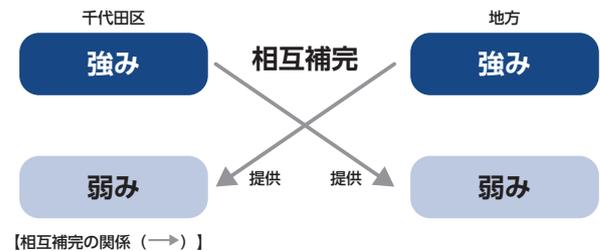
区では「千代田区における地方との連携のあり方（平成30年）」を定め、「千代田区と地方のヒト・コトの交流を通じた連携」「資源・モノの提供を通じた連携」「安全安心・快適な暮らしのための連携」、「千代田区の情報発信力・集客力を活かした連携」の4つの取組みの方向性に沿って、姉妹提携自治体及び連携自治体を中心に全国の様々な自治体との連携を進めてきました。

(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めざして、さらには本来地方でしかできない体験や人との交流等を通じて、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、地方との連携をさらに推進していくため「千代田区における地方との連携のあり方」を平成30年に策定しています。

図3-31 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3-32 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	

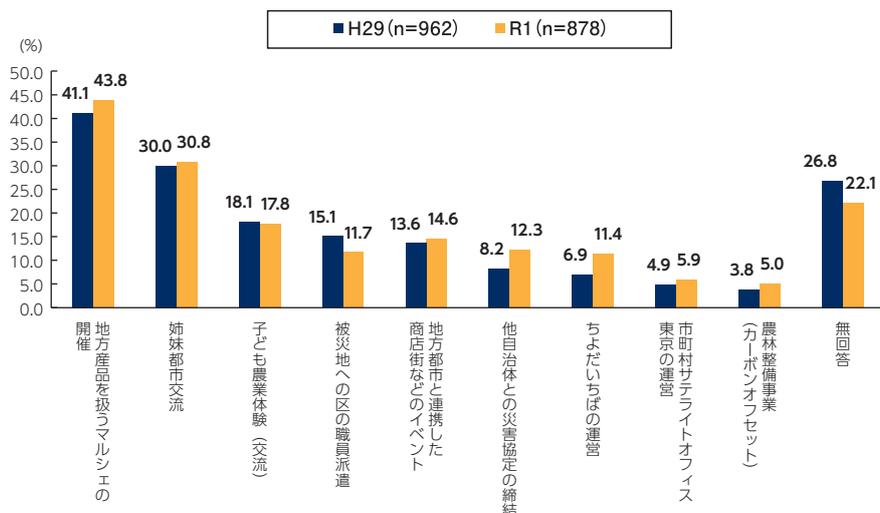
広く地方連携の取組みを認知している区民は少ない状況

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3-33 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

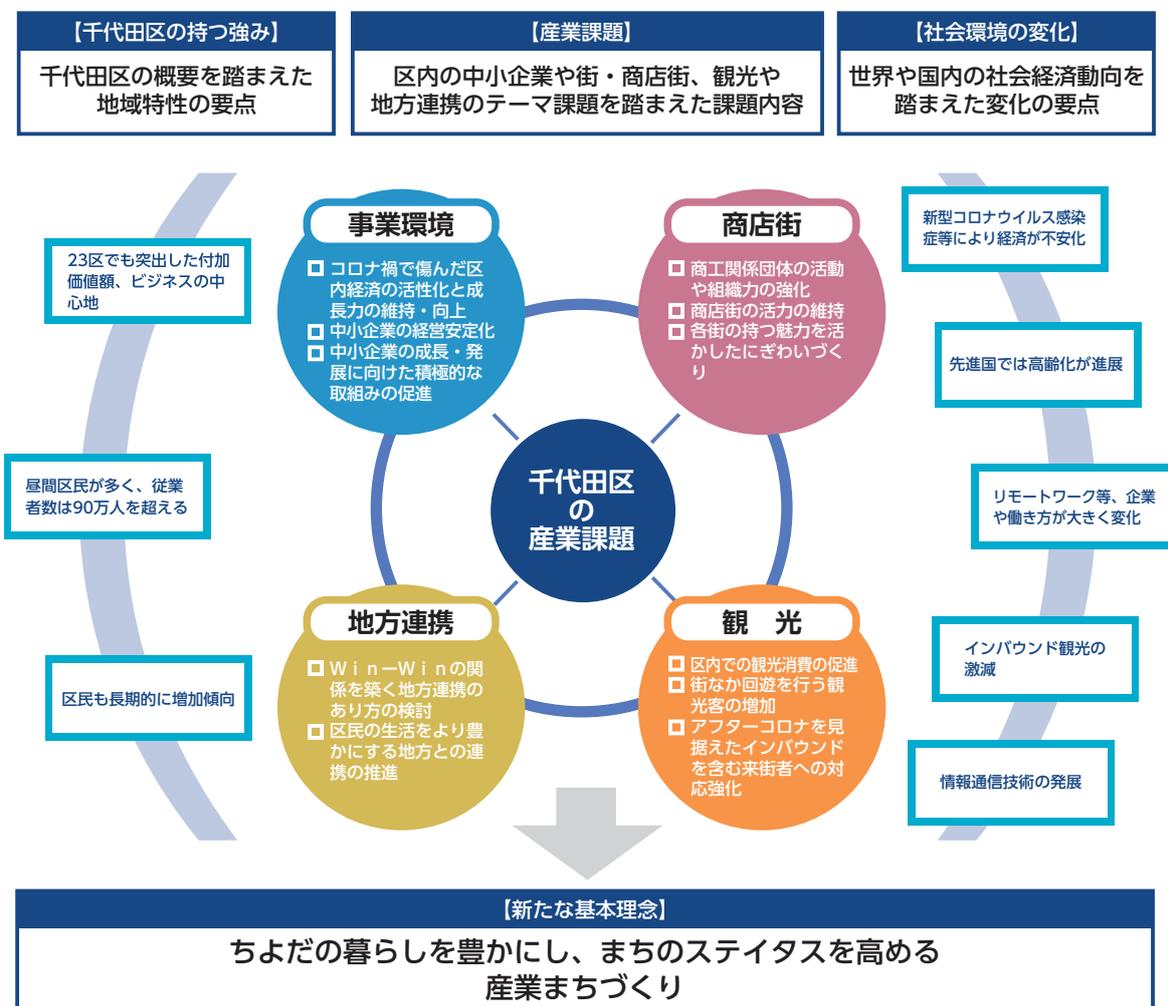
1 計画の基本理念

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働く方の暮らしの豊かさにつなげ、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。

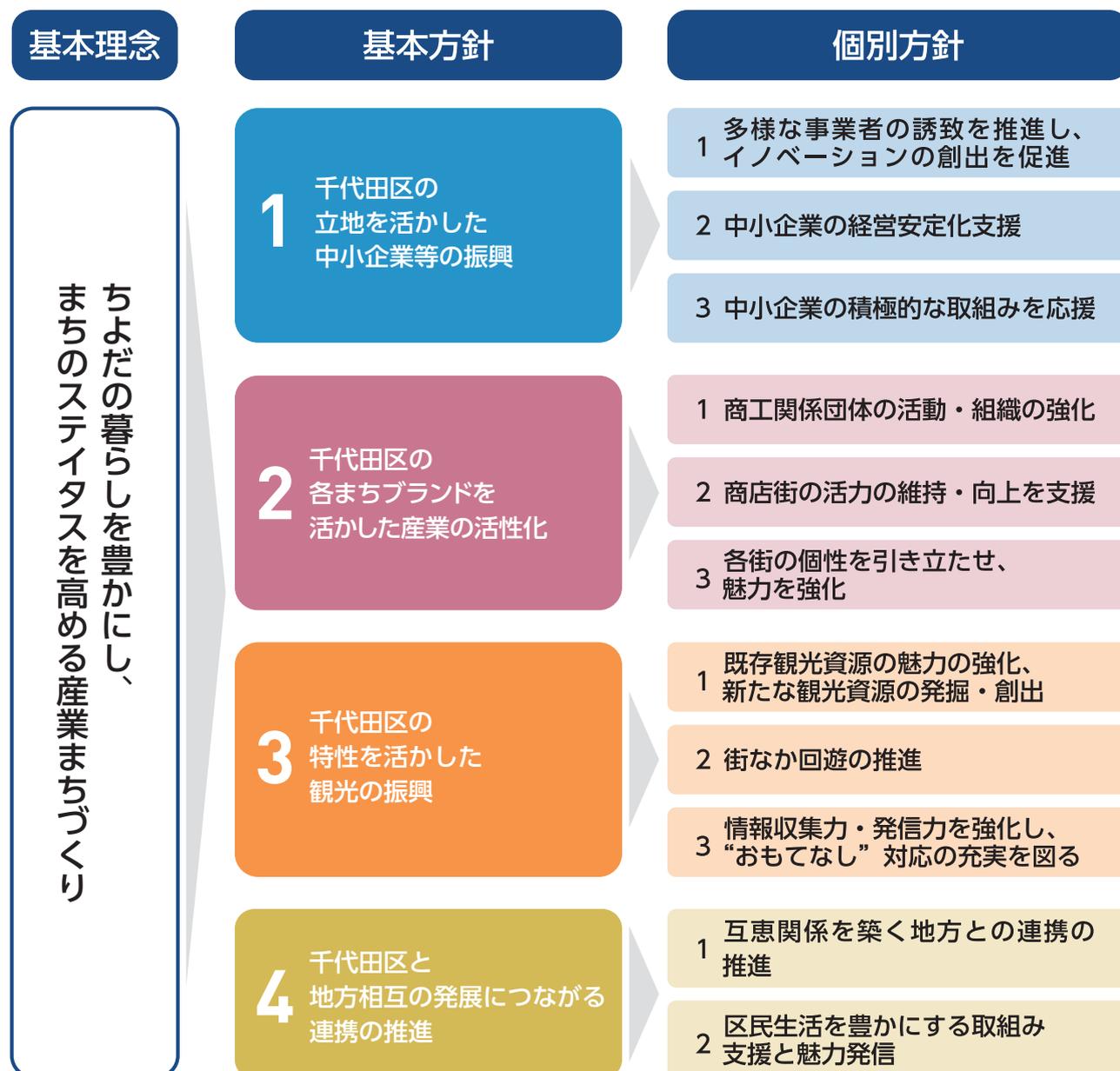
そこで、基本理念を「ちよだの暮らしを豊かにし、まちのステイタスを高める産業まちづくり」とし、取組みを行っていくこととします。

図4-1 理念図



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



第5章

各方針に基づく 主な取組み

基本方針1	千代田区の立地を活かした中小企業等の振興	30
基本方針2	千代田区の名まちブランドを活かした産業の活性化	34
基本方針3	千代田区の特徴を活かした観光の振興	37
基本方針4	千代田区と地方相互の発展につながる連携の推進	40
	千代田区産業振興基本計画の全体像	42

1 基本方針1 千代田区の立地を活かした中小企業等の振興

第3章では、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、②中小企業の経営安定化、③中小企業の成長・発展に向けた積極的な取組みの促進の3点を課題として整理しました。

それぞれの課題に対応していくために、①に対し、「多様な事業者の誘致を推進し、イノベーションの創出を促進」、②に対し、「中小企業の経営安定化支援」、③に対し、「中小企業の積極的な取組みを応援」の方針で取組みを進めていきます。

課 題	個別方針
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	1 多様な事業者の誘致を推進し、イノベーションの創出を促進
2 中小企業の経営安定化	2 中小企業の経営安定化支援
3 中小企業の成長・発展に向けた積極的な取組みの促進	3 中小企業の積極的な取組みを応援

(1) 基本方針1における個別方針と主な取組み

個別方針1 多様な事業者の誘致を推進し、イノベーションの創出を促進

昨今の新型コロナウイルス感染拡大によるリモートワークの普及やオフィス空室率の上昇に伴い、区内での経済活動の低迷が懸念される状況です。こうした中、地域経済の回復、ひいては地域が持続的かつ長期的に成長・発展していく取組みが従来よりも重要になってきます。

千代田区には、スタートアップが集積しており、イノベーション創出のために必要な要素（ネットワーキング等）でも強みを有していることから、スタートアップ等の成長を核とした地域でのイノベーション、商い、及び雇用の創出が期待できます。

そこで、区内での創業を活発化させていく様々な取組みを積極的に進めると同時に、イノベーション創出の主な担い手となる、スタートアップをはじめとする多様な事業者への支援を通して、地域経済の活力維持・向上につなげていきます。さらに、こうしたスタートアップ等の集積に伴い、様々なイノベーションが創出される事業環境を実現し、生産性が高まり続ける好循環を生む都市をめざします。

主な取組み

● 創業支援

区内の創業支援事業者と連携し、相談窓口の運営、起業資金融資のあっせん、ビジネス起業塾の開催等、区内での創業の活発化に向けた取組みを推進します。

所管

商工観光課

(公財) まちみらい千代田

図5-1 ビジネス起業塾の様子



出典：まちみらい千代田

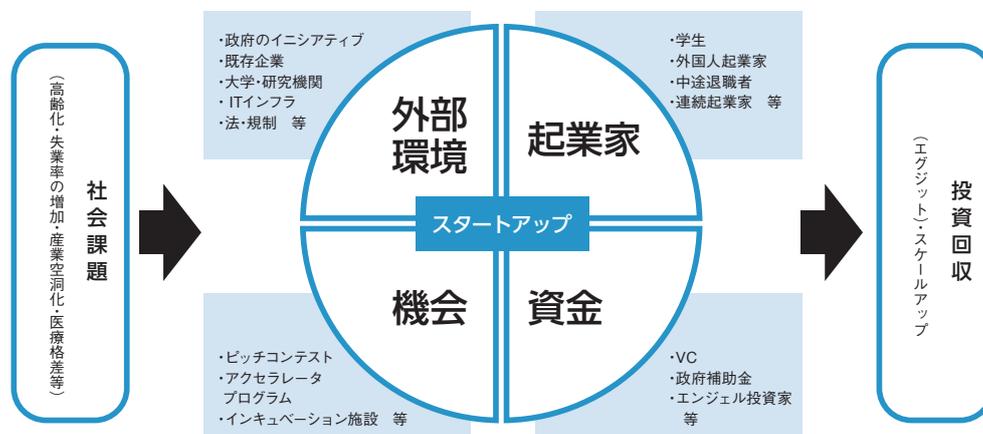
● スタートアップ・エコシステム構築に向けた支援

区内のスタートアップをはじめとする事業者の活動状況や特性に応じて必要な支援策を検討し、関係機関と連携のうえ、スタートアップ・エコシステムの構築をめざしていきます。

所管

商工観光課

図5-2 エコシステム概念図



出典：JETRO HP

個別方針 2 中小企業の経営安定化支援

統計データからも明らかな通り、区内中小企業は新型コロナウイルス感染拡大によって、売上高の減少を筆頭に経営上様々なマイナス影響を受けています。こうした状況において、中小企業の経営安定化を支援していくことが、一層重要になっています。

中小企業の経営安定化に向けては、経営相談や融資、補助金の支給、専門家派遣等、多角的な支援が求められます。そこで、中小企業のような困りごとに応じた支援メニューを提供していくことで、良好な事業環境づくりを進めていきます。

主な取組み

● 資金繰りの支援

所管

商工観光課

中小企業が安定的に経営を行っていくためには、円滑な資金繰りが不可欠となっており、区ではこうした企業の円滑な資金繰りを支援します。

具体的には、中小企業がその実力と信用で資金調達を行えるように、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、商工融資あっせん制度を継続して実施していきます。

● 経営相談

所管

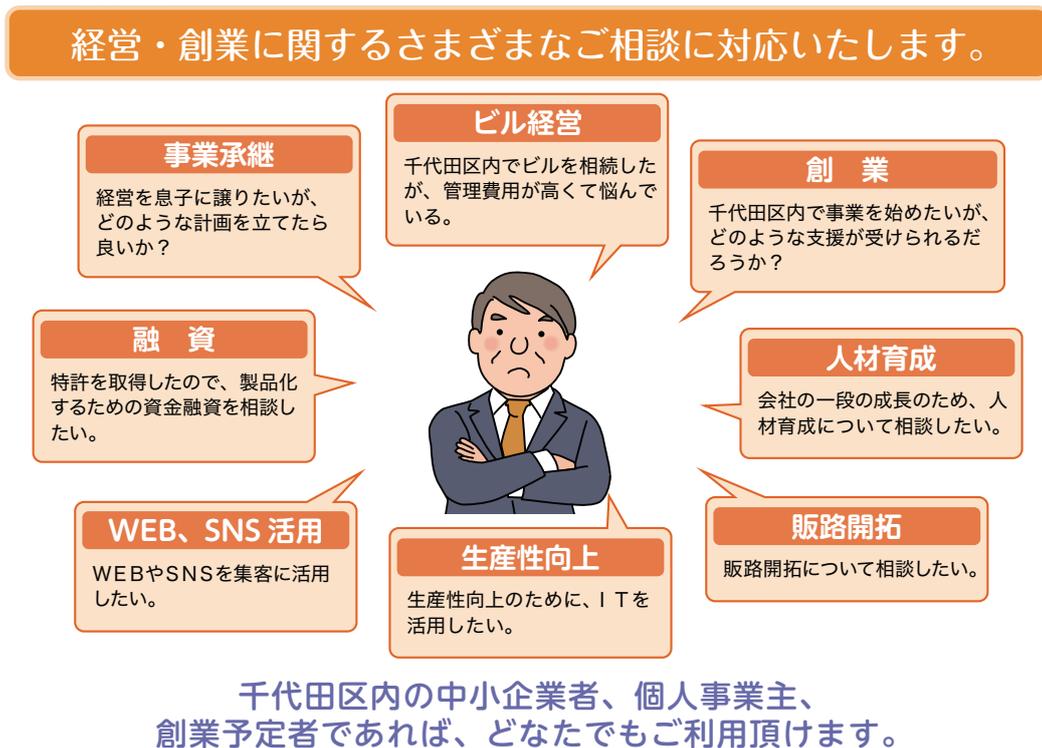
商工観光課

(公財) まちみらい千代田

区内の中小企業は、売上減少への対応、従業員や後継者の確保等、多くの課題を抱えています。

中小企業が必要な時に必要な支援を受けることができるよう、経営相談を実施していきます。また、利便性向上のため、訪問相談の充実やオンライン相談の実施も検討していきます。

図5-3 経営相談のイメージ



出典：中小企業診断士による千代田区無料経営相談パンフレット

個別方針3 中小企業の積極的な取組みを応援

区内には新型コロナウイルス感染拡大の影響をあまり受けておらず、同業種での連携や積極的な事業展開を希望する中小企業も一定数存在しています。また、コロナ禍で苦しんだ事業者であっても、アフターコロナに向けて新たな取組みを行うニーズが窺えます。こうした中小企業が活発に事業を展開し、産業を牽引することで、地域の中小企業の成長・発展が促されます。

区は、こうした意欲のある中小企業の積極的な取組みや社会的に必要な取組みをサポートし、中小企業の成長・発展を支援していきます。

主な取組み

● 販路拡大に向けた取組みに対する支援

中小企業が持続的に成長・発展していくことができるよう、引き続き、中小企業の販路拡大に向けた取組みに対する支援を行います。

具体的には、展示会への出展（オンライン開催を含む）等を支援し、区内中小企業のビジネスチャンス拡大をサポートします。

所管 商工観光課

図5-4 東商千代田ビジネスフェア



出典：東京商工会議所千代田支部HP

● デジタルトランスフォーメーション (DX) の取組みに対する支援

企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、競争力を維持・強化するためには、データとデジタル技術を活用し、素早く業務プロセスやビジネスモデルを変革する、デジタルトランスフォーメーションが求められています。しかし、特に中小企業ではデジタル人材の不足や資金不足、旧態依然とした企業文化等によってうまく進んでいないのが現状です。

区内中小企業が積極的な事業展開によって企業価値を最大化していくために、デジタルトランスフォーメーションに向けた取組みの支援を検討します。

所管 商工観光課

図5-5 デジタルトランスフォーメーションのイメージ



出典：経済産業省「デジタルトランスフォーメーションの河を渡る～DX推進指標診断後のアプローチ～」

● SDGs達成に向けた取組みに対する支援

所管 商工観光課

SDGsが社会的な潮流になりつつある中、大企業を中心に様々な取組みが進みつつあります。SDGsの取組みが進んでいない場合には大企業等のサプライチェーンから除外される可能性もあることから、中小企業においても、SDGs達成に向けた取組みは重要となっています。しかし、多くの中小企業では、資金不足や人員不足等の問題によって取組みが難しくなっています。

そこで、SDGs達成に向け、様々な関連する取組みを積極的に行う区内中小企業に対する支援の検討を行います。

図5-6 SDGs目標の詳細

8 働きがいも 経済成長も		目標8 [経済成長と雇用] 包摂的かつ持続可能な経済成長及び全ての人の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する
9 産業と技術革新の 基盤をつくらう		目標9 [インフラ、産業化、イノベーション] 強靱（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る
12 つくる責任 つかう責任		目標12 [持続可能な消費と生産] 持続可能な消費生産形態を確保する

出典：外務省「持続可能な開発目標（SDGs）と日本の取組」

2 基本方針2 千代田区の各まちブランドを活かした産業の活性化

第3章では、①商工関係団体の活動や組織力の強化、②商店街の活力の維持、③各街の持つ魅力を活かしたにぎわいづくり、の3点を課題として整理しました。

それぞれの課題に対応していくために、①に対し、「商工関係団体の活動・組織の強化」、②に対し、「商店街の活力の維持・向上を支援」、③に対し、「各街の個性を引き立たせ、魅力を強化」の方針で取組みを進めていきます。

課題		個別方針
1 商工関係団体の活動や組織の強化	→	1 商店街の活力の維持・向上を支援
2 商店街の活力の維持	→	2 商店街の活力の維持・向上を支援
3 各街の持つ魅力を活かしたにぎわいづくり	→	3 各街の個性を引き立たせ、魅力を強化

(1) 基本方針2における個別方針と主な取組み

個別方針1 商工関係団体の活動・組織の強化

区内では商店街や同業種団体を含む商工関係団体の多くが、イベントや祭り等を通じて地域のにぎわいが生まれるような様々な活動を実施していますが、近年、特に組織機能の低下が懸念されており、地域のにぎわいを維持していくことが大きな課題となりつつあります。

そのような中、これら各種団体による地域のにぎわいづくりを維持していくためにも、商店街をはじめとした組織の体制を着実に強化し、活動を維持していくための取組みを進めていきます。

主な取組み

● 商店街の組織強化への支援

地域のにぎわいが生まれるような様々な活動を持続的に行っていくため、商店街の組織強化の支援をしていきます。

具体的には、法人化を検討する商店街の相談に応じた支援や、商店街経営に関して助言を行う等、商店街が今後も継続できるよう支援を行っていきます。

所管

商工観光課

図5-7 支援イメージ



個別方針 2 商店街の活力の維持・向上を支援

「コロナ不況」に伴う商店街の衰退傾向（売上高の減少や担い手の高齢化、空き店舗の増加等）が懸念される中、商店街の活力維持に取り組んでいくことが求められています。

そのため、今後さらなる深刻化が想定される商店の空き店舗化への対応や大学との連携等、新たなにぎわいづくりに向けた取組みへの支援を強化していくとともに、従来通り商店街への柔軟かつ機動的な支援を行っていくことで、商店街の活力の維持・向上を支援していきます。

主な取組み

● 商店街や同業種団体主催のイベント開催支援

地域資源を活用した、商店街や同業種団体が主体的に行う祭りやイベント等の地域の活力維持に向けた取組みを引き続き支援していきます。

所管 商工観光課

図5-8 同業種団体によるイベント



出典：千代田区観光協会HP

● 商店街の次世代の担い手支援

商店街の担い手の高齢化や空き店舗化への対応のため、若手グループが行う商店街のイベントの支援や、商店街での事業承継・開業支援等、商店街のこれからを担う若者の活動に対しての支援を検討していきます。

所管 商工観光課

図5-9 商店街の担い手イメージ



● 商店街等と大学の連携支援

地域活性化や新たなにぎわいの形成に向け、商店街等と大学の連携を支援していきます。具体的には、商店街等と大学のマッチング支援や、大学生と商店街が共同で行うイベントの支援等を検討していきます。

所管 商工観光課

図5-10 商店街と大学との連携による観光マップ



出典：千代田区資料

個別方針3 各街の個性を引き立たせ、魅力を強化

新たに萌芽する産業や各街の活かしきれていない資源を見つけ育てることで、こうした産業や資源が新たな街のシンボルとなり、街のにぎわい創出やブランド力の向上につながっていきます。

こうした新たな街のシンボルとなりうる新産業や成長途上にある商品・サービス等の地域資源を活かし育てる取組みを行うことで、各街の持つ個性を一層引き立たせ、魅力を強化していきます。

主な取組み

● 新産業を核とした街のにぎわい創出

新産業を活用し、街のにぎわいづくりや魅力を高める取組みを検討します。

例えば、千代田区の新産業の一つとして考えられる、秋葉原を中心としたeスポーツ産業の成長を後押しし、関連事業者の集積を促すことで、街の活性化を図る取組み等が考えられます。また、新産業成長の経済効果を他地域に波及させ、区内広域での活発な経済循環を促す取組みも検討していきます。

所管

商工観光課

図5-11 区内eスポーツ施設の様子



出典：千代田区観光協会HP

● 地域に根差した産業振興の取組み

千代田区の各地域の個性を活かした産業振興の取組みを進めます。

区内には神保町に立地する古書店や秋葉原を中心としたコンテンツ産業等、それぞれの街や地域に根差した産業の特徴があると考えられます。これらを活用し、街のにぎわいやブランド力を向上させていくため、テーマごとに地域に根差した産業振興のあり方を検討します。

所管

商工観光課

3 基本方針3 千代田区の特性を活かした観光の振興

第3章では、①区内での観光消費の促進、②街なか回遊を行う観光客の増加、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の3点を課題として整理しました。

それぞれの課題に対応していくために、①に対し、「既存観光資源の魅力の強化、新たな観光資源の発掘・創出」、②に対し、「街なか回遊の推進」、③に対し、「情報収集力・発信力を強化し、“おもてなし”対応の充実を図る」の方針で取組みを進めていきます。

課題	個別方針
1 区内での観光消費の促進	1 既存観光資源の魅力の強化、 新たな観光資源の発掘・創出
2 街なか回遊を行う観光客の増加	2 街なか回遊の推進
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	3 情報収集力・発信力を強化し、 “おもてなし”対応の充実を図る

(1) 基本方針3における個別方針と主な取組み

個別方針1 既存観光資源の魅力の強化、新たな観光資源の発掘・創出

東京都における観光消費額は長年増加基調にありましたが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い大幅に減少し、区内の観光産業も大きな影響を受けました。今後の観光需要の回復を見据え、区内の観光産業が一早く立ち直るためにも、観光消費を喚起していくことが重要です。

そこで今後、区内の既存観光資源の魅力を高める取組みを強化していくとともに、新たな観光資源を発掘・創出し、これらの観光資源を目的に訪れる観光客のさらなる増加、それに伴う区内観光消費額の増加による地域経済の活性化をめざしていきます。

主な取組み

● 観光イベントの開催

区の魅力を高めていくため、区内観光イベントを継続して開催します。

新型コロナウイルス感染拡大が収束した後、区の代表的なイベントであるさくらまつり等を拡充して実施し、その魅力を高めていきます。また、新たな魅力あるイベントの実施や開催支援も検討していきます。

所管	商工観光課
	(一社) 千代田区観光協会

図5-12 千代田のさくらまつり



出典：千代田区観光協会HP

第5章 各方針に基づく主な取組み

● 地域の魅力発見・発信

千代田区には、四季折々の風景、伝統行事、人の営みといった街の魅力が数多くあります。これらの魅力を多くの人のさまざまな視点で写し出す「写真コンテスト」を開催し、地域の魅力の再発見や新たな観光資源の創出につなげます。

また、こうした観光資源は、ホームページ、ガイドマップ、広報誌等で紹介するとともに、アンバサダーも活用しながら積極的に発信していきます。

● 新たな観光資源の発掘・創出

観光による持続的な地域振興を図っていくため、新たな観光資源の発掘や創出に取り組みます。

具体的には、観光客の「聖地巡礼」のニーズを捉えるため、区内にある漫画・アニメの舞台やドラマのロケ地等の資源を発掘し、PRを強化していきます。また、映画やTVロケの積極的な誘致の取組みも検討していきます。

所管

(一社) 千代田区観光協会

図5-13
第6回東京大回廊写真コンテストグランプリ受賞作品
「空のキャンパス」



出典：千代田区観光協会HP

所管

商工観光課

(一社) 千代田区観光協会

図5-14 区内の著名なロケ地例
(警視庁本部庁舎)



出典：千代田区観光協会HP

個別方針2 街なか回遊の推進

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する千代田区の長所を多くの観光客に認知してもらう必要があります。

ウォーカブルまちづくりデザインに基づく取組み（ハード面の取組み）と歩調を合わせながら、地域の消費を生み出す観光施策（ソフト面の取組み）を実施し、ハード・ソフトの一体的な「街なか回遊」を推進していきます。

主な取組み

● ウォーカブルな観光の推進

観光ガイドを活用し、「街を歩き、楽しむ観光振興の取組み」を行い、区内での観光客の回遊を推進します。また、区内外一体での回遊ニーズやマイクロツーリズムに関する需要を取り込むために、隣接する他区と連携した取組みも検討していきます。

所管

商工観光課

景観・都市計画課

(一社) 千代田区観光協会

個別方針 3 情報収集力・発信力を強化し、“おもてなし” 対応の充実を図る

今後の外国人観光客の受け入れ再開の動きを見据え、多くの観光客を区に迎え入れるために、観光客に向けた情報発信力や応対力を強化していくことが重要となります。

そこで、区内観光のデジタル化を推進し、効率的な情報収集と効果的な情報発信に取り組むとともに、外国人等向けツアーを実施する等、“おもてなし” 対応の充実を図っていきます。

主な取組み

● 観光のデジタル化の推進

観光客の利便性向上と効率的・効果的な情報発信のため、観光のデジタル化、ICT化を検討します。また、Visit Chiyodaのアクセス解析等、今あるデータを効果的に分析し、来街者の旅行動態や移動傾向の把握に活かします。これらを踏まえ、新たな周遊ルートやニーズの高いイベントの企画検討を進めます。

所管

商工観光課

(一社) 千代田区観光協会

図5-15 デジタルを活用した観光スタイルのイメージ



● 外国人等の誘客推進

今後、国内外から多くの観光客が訪れると想定される中、多くの観光客が千代田区の魅力を存分に楽しみ、滞在中の満足度を一層向上させるような取組みを進めます。

その1つとして、区民との交流や日本ならではの体験を行える外国人等向けの観光ツアーを実施します。また、快適な滞在とするために、あわせて商店街等の多言語対応支援、Wi-Fi環境の運用を行う等の取組みも進めていきます。

所管

商工観光課

(一社) 千代田区観光協会

図5-16 インバウンド向けバーホッピングツアー

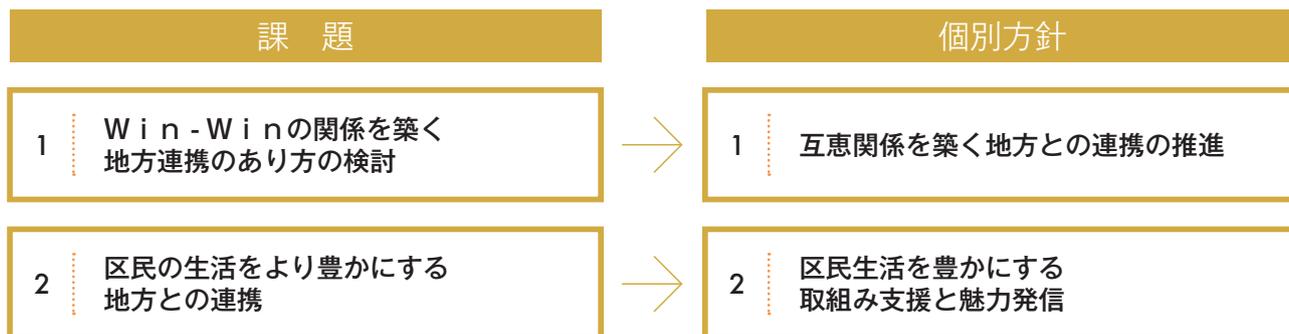


出典：千代田区観光協会HP

4 基本方針4 千代田区と地方相互の発展につながる連携の推進

第3章では、①Win-Winの関係を築く地方連携のあり方の検討、②区民の生活をより豊かにする地方との連携の推進の2点を課題として整理しました。

それぞれの課題に対応していくために、①に対し、「互恵関係を築く地方との連携の推進」、②に対し、「区民生活を豊かにする取組み支援と魅力発信」の方針で取組みを進めていきます。



(1) 基本方針4における個別方針と主な取組み

個別方針1 互恵関係を築く地方との連携の推進

令和5年度には、「千代田区における地方との連携のあり方」を策定してから5年という節目の時期を迎えます。そこで、改めて、千代田区-地方の双方に恩恵のある、効果的な連携を行うために、あり方の再検討を行い、新たな地方連携を推進します。

主な取組み

● 姉妹都市・連携自治体交流

所管

商工観光課、他

新型コロナウイルス感染拡大によって一部開催できなかった、姉妹提携自治体及び連携自治体との交流事業について、感染状況等を見極めたうえで再開、推進し、お互いの祭りへの参加やスポーツ・文化活動等を通じた住民主体の交流を支援します。

● 環境対策の連携

所管

環境政策課

地方と連携し、環境負荷低減に取り組みます。

具体的には、森林整備事業（カーボンオフセット）、再生可能エネルギーの活用、木材の利用や交流事業の推進等に連携して取り組みます。

図5-17 「ちよだ・つま恋の森づくり」
植樹ツアーの様子



出典：千代田区資料

● 地方との連携活動の拡大・推進に向けた計画等の見直し・検討

地方連携の取組み強化に向け、民間事業者との連携や幅広い地方との連携等、新たな取組みの可能性を見据え、改めて、地方連携のあり方の見直しや新たな計画の検討を行います。

所管	商工観光課
----	-------

図5-18 連携のイメージ



個別方針2 区民生活を豊かにする取組み支援と魅力発信

千代田区ではこれまで様々なテーマで地方連携を進めてきており、取組みの一部に関して、区民の認知度も徐々に向上していますが、より一層区民生活と地方連携が身近であることを情報発信していく必要があります。

地方の有益な特産品、サービス、体験の機会等を区民に還元するとともに、地方独自の魅力を区から発信することで、千代田区と地方の双方の産業振興に取り組みます。

主な取組み

● 自然体験による交流支援

区民の心身ともに充実した社会生活に向け、自然に触れる機会を提供します。

区民が、観光ツアーや農業体験ツアー等によって地方の人々や自然と触れ合う機会を持てるよう、積極的に交流支援を行っていきます。

所管	商工観光課 (公財) まちみらい千代田 (一社) 千代田区観光協会
----	---

図5-19 農業体験ツアーの様子



出典：千代田区資料

● 食を通じた交流支援

地方ならではの食を通じて、区民が身近に地方を感じ、区民自身の生活を豊かにするための支援を行います。具体的には、地方の特産品を用いた食育イベントとして行う料理教室等を通じ、区民が地方の食を学びながら、交流できる機会を創出していきます。

所管	商工観光課 (公財) まちみらい千代田
----	------------------------

図5-20 ちよだ秋葉原マルシェの様子



出典：千代田区 HP

基本理念

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

基本方針

1

千代田区の
立地を活かした
中小企業等の振興



1

多様な事業者の誘致を推進し、
イノベーションの創出を促進

2

中小企業の経営安定化支援

3

中小企業の積極的な取組みを応援

2

千代田区の
各まちブランドを
活かした
産業の活性化



1

商工関係団体の活動・組織の強化

2

商店街の活力の維持・向上を支援

3

各街の個性を引き立たせ、
魅力を強化

3

千代田区の
特性を活かした
観光の振興



1

既存観光資源の魅力の強化、
新たな観光資源の発掘・創出

2

街なか回遊の推進

3

情報収集力・発信力を強化し、
“おもてなし”対応の充実を図る

4

千代田区と
地方相互の
発展につながる
連携の推進



1

互恵関係を築く地方との連携の
推進

2

区民生活を豊かにする取組み
支援と魅力発信

基本計画の全体像

個別方針

既存の創業支援等に加え、イノベーション創出の主な担い手となる、スタートアップをはじめとする多様な事業者への支援を通して、地域経済の活力維持・向上につなげていきます。

コロナ禍の影響を勘案し、区が従前より注力して実施してきた、経営安定化支援に関する取組みを強化し、地域経済の安定化を図っていきます。

変化の激しい社会経済状況の中、積極的な事業展開を行う中小企業の積極的な取組みや社会的に必要な取組みをサポートし、中小企業の成長・発展を支援していきます。

イベントや祭り等の様々な催事を行い、街のにぎわいづくりに寄与している商店街を中心とした商工関係団体等組織の体制を着実に強化し、活動を維持していくための取組みを進めていきます。

今後さらなる深刻化が想定される商店の空き店舗化への対応や大学との連携等、新たなにぎわいづくりに向けた取組みへの支援を強化していくとともに、従来通り、商店街への柔軟かつ機動的な支援を行っていくことで、商店街の活力の維持・向上を支援していきます。

新たに萌芽する産業や各街の活かしきれていない資源を見つけ育むことで、こうした産業や資源が新たな街のシンボルとなり、街のにぎわい創出やブランド力の向上につながっていきます。こうした新たな街のシンボルとなりうる新産業や成長途上にある商品・サービス等の地域資源を活かし育てる取組みを行うことで、各街の持つ個性を一層引き立たせ、魅力を強化していきます。

各街の既存観光資源の魅力を高めるとともに、新たな観光資源を発掘・創出することで、観光客のさらなる増加を図り、地域経済の活性化をめざしていきます。

ウォーカブルまちづくりデザインに基づく取組み（ハード面の取組み）と歩調を合わせながら、地域の消費を生み出す観光施策（ソフト面の取組み）を実施し、ハード・ソフトの一体的な「街なか回遊」を推進していきます。

外国人観光客の受け入れ再開の動きを見据え、区内観光のデジタル化を推進し、効率的な情報収集と効果的な情報発信に取り組むとともに、外国人等向けツアーを実施する等、“おもてなし”対応の充実を図っていきます。

「千代田区における地方との連携のあり方」策定から5年が経過するのを機に、千代田区 - 地方の双方に恩恵のある、効果的な連携ができるよう再検討を行い、新たな地方連携を推進します。

地方の有益な特産品、サービス、体験の機会等を区民に還元するとともに、地方独自の魅力を区から発信することで、千代田区と地方の双方の振興に取り組めます。

主な取組み

- 創業支援
- スタートアップ・エコシステム構築に向けた支援

- 資金繰りの支援
- 経営相談

- 販路拡大に向けた取組みに対する支援
- デジタルトランスフォーメーションの取組みに対する支援
- SDGs達成に向けた取組みに対する支援

- 商店街の組織強化への支援

- 商店街や同業種団体主催のイベント開催支援
- 商店街の次世代の担い手支援
- 商店街等と大学の連携支援

- 新産業を核とした街のにぎわい創出
- 地域に根差した産業振興の取組み

- 観光イベントの開催
- 地域の魅力発見・発信
- 新たな観光資源の発掘・創出

- ウォーカブルな観光の推進

- 観光のデジタル化の推進
- 外国人等の誘客推進

- 姉妹都市・連携自治体交流
- 環境対策の連携
- 地方との連携活動の拡大・推進に向けた計画等の見直し・検討

- 自然体験による交流支援
- 食を通じた交流支援

第6章

計画の推進

推進体制について 44



1 推進体制について

本計画の推進にあたっては、千代田区商工振興連絡調整会議が中核的な役割を担いつつ、外郭団体や商工関係団体とも連携・協力し、事業効果の拡大を図ります。

(1) 千代田区商工振興連絡調整会議を核とした計画の推進

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、学識経験者、区内事業者、区民（消費者）、商工関係団体代表者等で構成され、本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継続していきます。この会議が計画推進体制の中核的役割を担います。

(2) 千代田区商工振興連絡調整会議を核とした計画の推進

本計画は、以下の外郭団体と一体となって事業を推進していきます。

○公益財団法人まちみらい千代田

公益財団法人まちみらい千代田は、居住支援や産業振興等に関連する事業を総合的に推進することにより、区に住み、働き集う人たちが心豊かに生活することのできる地域社会の発展に寄与することを目的に設立された外郭団体です。千代田区の産業振興の中核を担っており、経営支援、企業の活性化支援、地方との連携推進の事業を行っています。

○一般社団法人千代田区観光協会

一般社団法人千代田区観光協会は、昭和26年に設立され、平成23年に法人認可された外郭団体です。区の観光施策を担い、多様な連携を行うための中核組織となっており、事業所や商店街等の商工関係団体、大学等、多様な活動主体を結び付け、区の魅力を磨き上げ、発信する役割を果たしています。

(3) 商工関係団体、まちづくり組織等との連携による推進

区内の商工関係団体は、個々の中小企業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。本計画の推進にあたっては、引き続きこうした商工関係団体との連携強化を図っていくことで、事業の実施効果を高めていきます。

(4) 関連計画等との連携

「千代田区都市計画マスタープラン」、「千代田区文化芸術プラン」の関連計画等と連携を図りながら、本計画の推進に取り組んでいきます。

参考資料

千代田区の現況データ	45
計画改定の検討経過	54
例規・要綱等	55
用語集	62

1 千代田区の現況データ

(1) 人口

総人口の推移

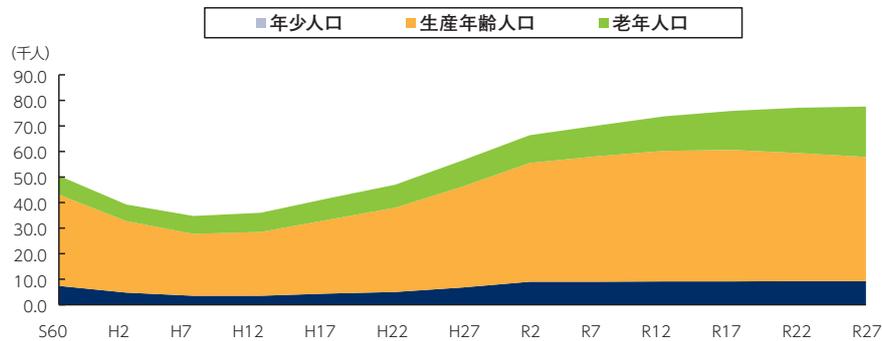
【資料番号1】



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

年齢3区分人口の推移

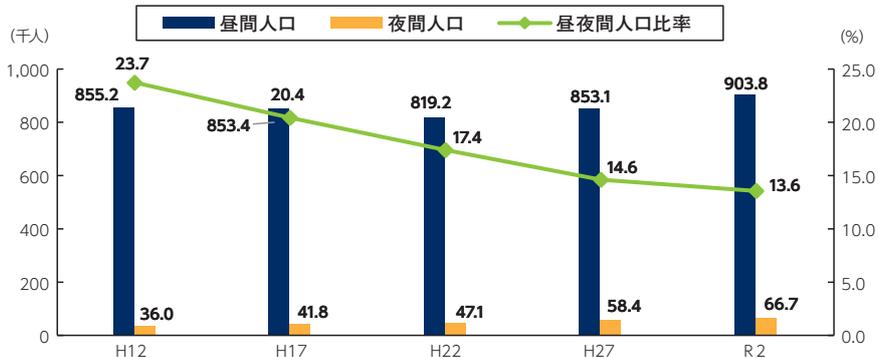
【資料番号2】



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

昼夜間人口の推移

【資料番号3】



出典：総務省「国勢調査」

(2) 事業所数と従業者数

23区の実業所数（平成28年）

【資料番号 4、5】

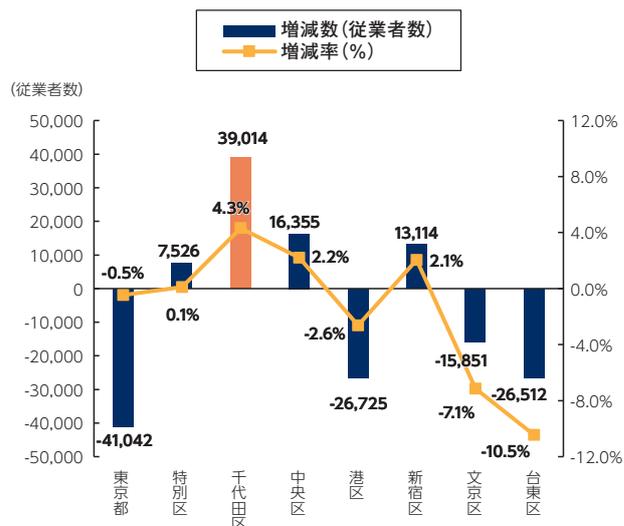
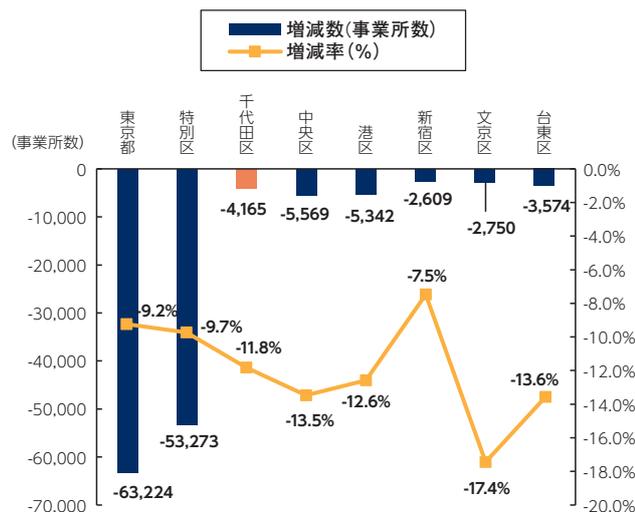
順位	区名	事業所数
1	港区	37,116
2	中央区	35,745
3	新宿区	32,274
4	千代田区	31,065
5	渋谷区	29,816
6	大田区	29,497
7	世田谷区	27,034
8	足立区	23,557
9	台東区	22,770
10	練馬区	20,278
11	江戸川区	20,228
12	品川区	20,123
13	杉並区	19,246
14	豊島区	18,962
15	江東区	18,024
16	板橋区	17,825
17	葛飾区	16,636
18	墨田区	15,492
19	文京区	13,018
20	北区	12,536
21	中野区	12,068
22	目黒区	11,389
23	荒川区	9,060

順位	区名	面積 (km ²) あたり 事業所数
1	中央区	3,501
2	千代田区	2,664
3	台東区	2,252
4	渋谷区	1,973
5	港区	1,822
6	新宿区	1,771
7	豊島区	1,457
8	文京区	1,153
9	墨田区	1,125
10	荒川区	892
11	品川区	881
12	目黒区	776
13	中野区	774
14	北区	608
15	杉並区	565
16	板橋区	553
17	大田区	486
18	葛飾区	478
19	世田谷区	466
20	江東区	449
21	足立区	442
22	練馬区	422
23	江戸川区	405

出典：総務省「平成28年経済センサス-基礎調査」、国土交通省国土地理院「全国都道府県市区町村別面積」（平成28年）

事業所数・従業者数の増減（平成21・28年比較）

【資料番号 6、7】



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

参考資料

事業所・従業者数の増減<地区別> (平成21・28年比較)

【資料番号 8】

	麴町地区									富士見地区		
	全体			大丸有エリア			大丸有以外					
	H 21	H 28	増減率	H 21	H 28	増減率	H 21	H 28	増減率	H 21	H 28	増減率
事業所数	11,050	10,461	-5.3%	4,166	3,974	-4.6%	6,884	5,703	-17.2%	4,155	3,303	-20.5%
従業者数	461,632	504,808	9.4%	278,028	263,214	-5.3%	183,604	154,337	-15.9%	95,118	95,288	0.2%
	神保町地区			神田公園地区			万世橋地区			和泉橋地区		
	H 21	H 28	増減率	H 21	H 28	増減率	H 21	H 28	増減率	H 21	H 28	増減率
	事業所数	4,113	3,319	-19.3%	4,994	4,360	-12.7%	4,386	4,098	-6.6%	6,531	5,524
従業者数	65,336	61,682	-5.6%	86,982	80,158	-7.8%	85,357	104,136	22.0%	108,899	96,267	-11.6%

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

事業所・従業者数の増減<地区別・規模別> (平成21年・28年比較)

【資料番号 9】

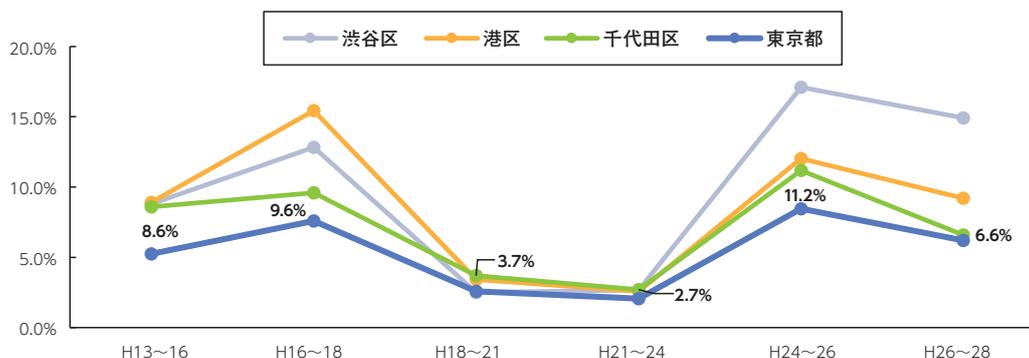
		麴町地区									富士見地区		
		全体			大丸有エリア			大丸有以外					
		H 21	H 28	増減率									
事業所数	1~4人	3,858	3,382	-12.3%	1,304	1,120	-14.1%	2,554	2,262	-11.4%	17,125	13,747	-19.7%
	5~9人	2,254	2,247	-0.3%	770	858	11.4%	1,484	1,389	-6.4%	9,202	741	-91.9%
	10~19人	1,610	1,986	23.4%	712	938	31.7%	898	1,048	16.7%	5,998	501	-91.6%
	20~29人	672	837	24.6%	329	424	28.9%	343	413	20.4%	2,374	2,288	-3.6%
	30人以上	1,449	2,043	41.0%	699	974	39.3%	750	1,069	42.5%	4,835	4,902	1.4%
従業者数	1~4人	9,281	7,911	-14.8%	3,105	2,588	-16.7%	6,176	5,323	-13.8%	41,099	32,493	-20.9%
	5~9人	14,838	13,693	-7.7%	5,132	5,326	3.8%	9,706	8,367	-13.8%	60,543	50,650	-16.3%
	10~19人	21,724	22,396	3.1%	9,659	10,516	8.9%	12,065	11,880	-1.5%	80,747	73,539	-8.9%
	20~29人	16,050	18,143	13.0%	7,861	8,953	13.9%	8,189	9,190	12.2%	56,855	54,778	-3.7%
	30人以上	329,589	355,408	7.8%	220,488	235,831	7.0%	109,101	119,577	9.6%	761,030	818,190	7.5%
		神保町地区			神田公園地区			万世橋地区			和泉橋地区		
		H 21	H 28	増減率									
		事業所数	1~4人	2,056	1,810	-12.0%	1,745	1,166	-33.2%	1,735	1,500	-13.5%	3,281
5~9人	1,005	720	-28.4%	1,030	1,017	-1.3%	875	957	9.4%	1,892	1,297	-31.4%	
10~19人	644	472	-26.7%	656	693	5.6%	624	663	6.3%	1,133	833	-26.5%	
20~29人	228	188	-17.5%	226	176	-22.1%	237	277	16.9%	506	481	-4.9%	
30人以上	460	439	-4.6%	443	436	-1.6%	526	573	8.9%	912	864	-5.3%	
従業者数	1~4人	4,785	4,098	-14.4%	4,368	2,829	-35.2%	4,293	3,566	-16.9%	8,066	6,724	-16.6%
	5~9人	6,610	5,644	-14.6%	6,754	4,672	-30.8%	5,809	5,673	-2.3%	12,500	10,017	-19.9%
	10~19人	8,635	7,601	-12.0%	8,691	6,586	-24.2%	8,543	9,084	6.3%	15,339	14,103	-8.1%
	20~29人	5,500	4,501	-18.2%	5,428	4,254	-21.6%	5,634	6,713	19.2%	12,155	11,521	-5.2%
	30人以上	64,646	79,038	22.3%	55,611	65,585	17.9%	60,861	83,562	37.3%	105,777	94,639	-10.5%

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

(3) 産業力

創業比率から見る創業力の比較

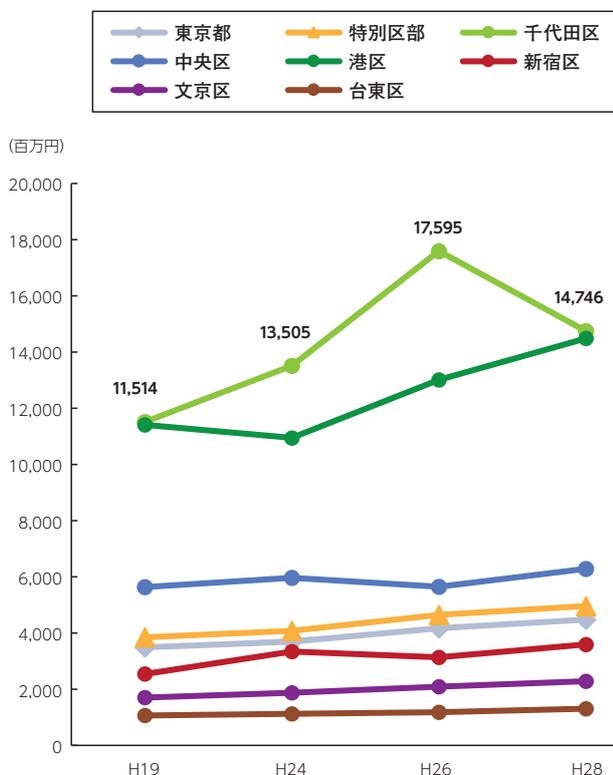
【資料番号 10】



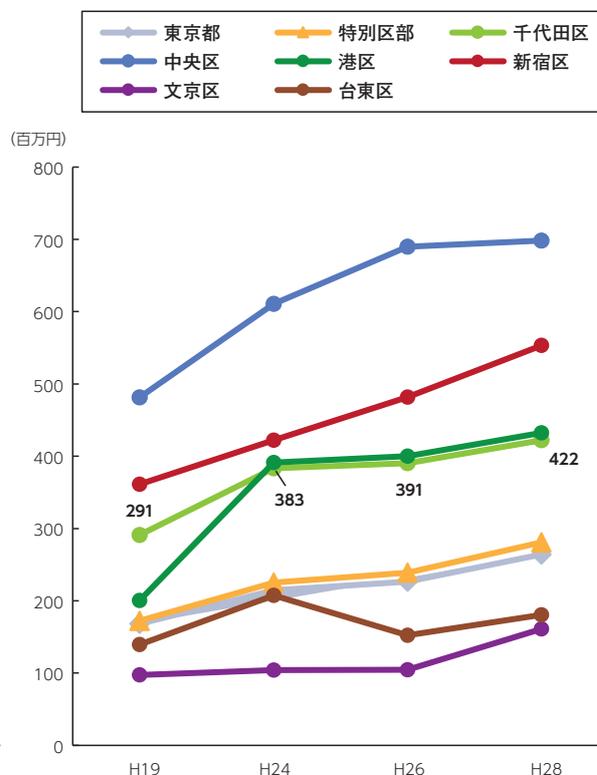
出典：総務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス-基礎調査」、「経済センサス-活動調査」
 ※新設事業所数/比較年事業所数×100(%)。総務省「平成13年、平成16年事業所・企業統計調査」と経済センサス-基礎調査、「経済センサス-活動調査」については調査手法が異なるため、比較できない。総務省「平成21年経済センサス-基礎調査」及び「平成24年経済センサス-活動調査」と「平成26年経済センサス-基礎調査」及び「平成28年経済センサス-活動調査」では新設事業所及び廃業事業所の定義が異なるため、平成24年から平成26年の事業所の増減については比較できない。

卸売業の1事業所あたり年間商品販売額の推移

【資料番号 11、12】



小売業の1事業所あたり年間商品販売額の推移



出典：経済産業省「商業統計確報(平成19年、平成26年)」、総務省「平成24年、平成28年経済センサス-活動調査」

(4) 街と商店街

千代田区の主なイベント

【資料番号 13】

実施月	主なイベント名称	主催団体
1月	初詣	区内各社寺
	新年一般参賀	宮内庁
	箱根駅伝 スタート・ゴール	関東学生陸上競技連盟
	神田明神だいでこく祭り	神田明神
	神田小川町雪だるまフェア	まえだれ会、表商会、福興会、駿河台下グループ・アレー通り会
2月	節分祭	神田明神、日枝神社、東京大神宮ほか
	ちよだ猫まつり	一般財団法人ちよだニャンとなる会
	祈年祭	日枝神社、東京大神宮ほか
3月	雛まつり	東京大神宮
	千代田のさくらまつり	千代田区、一般社団法人千代田区観光協会
4月	JUZZ AUDITORIA inWATERR AS	JAZZ AUDITORIA実行委員会
5月	ラ・フォル・ジュルネTOKYO	ラ・プティット・フォル・ジュルネ運営委員会
	神田明神新能	神田明神
	神田祭	神田明神
	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
	岩本町・東神田ファミリーバザール(5月、11月開催)	岩本町・東神田ファミリーバザール実行委員会
6月	楽器の日ライブ	ちよだ音楽連合会
	山王祭	日枝神社
	納涼大会	日枝神社
7月	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
	七夕祭	神田明神、平河天満宮
	祈願祭	東京大神宮
	みたままつり	靖国神社
	納涼のタベ	千代田区、一般社団法人千代田区観光協会
	大手町・丸の内・有楽町 夏祭り	大手町・丸の内・有楽町夏祭り実行委員会
8月	納涼盆踊り大会	東京大神宮
	神田明神納涼祭り	神田明神
	丸の内キッズジャンボリー	株式会社東京国際フォーラム
	日比谷公園丸の内盆踊り大会	日比谷公園睦会商店会
	神田カレー街食べ歩きスタンプラリー	神田カレー街活性化委員会
9月	神田技芸祭	出世不動通り商店会
	アートアワードトーキョー丸の内	アートアワードトーキョー丸の内実行委員会
	秋の夜長の御神楽	靖国神社
	中秋管絃祭	日枝神社
	10円カレーチャリティ	日比谷松本楼
10月	お茶の水アートピクニック	お茶の水茗溪通り会
	東京味わいフェスタ	東京都・東京味わいフェスタ実行委員会
	お茶の水JAZZ祭	お茶の水JAZZ祭実行委員会
	千代田区文化芸術の秋フェスティバル	千代田区
	日比谷公園ガーデニングショー	日比谷公園ガーデニングショー実行委員会
	東京名物神田古本まつり	神田古書店連盟
	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
	神田スポーツ祭り	神田スポーツ店連絡協議会
11月	東京都観光菊花大会	日比谷公園菊花連盟、東京都、千代田区
	お茶の水熱烈楽器祭	ちよだ音楽連合会
	神田カレーグランプリ決定戦	神田カレー街活性化委員会
	WHITE KITTE(～12月下旬)	日本郵便株式会社
12月	区内イルミネーション(～2月)	-
	皇居二重橋等のライトアップ 東京ミチテラス	宮内庁 東日本旅客鉄道株式会社東京支社、三菱地所株式会社

出典：千代田区観光協会「MITTE CHIYODA東京・千代田区総合ガイドブック」

千代田区の主なまちづくり関連団体

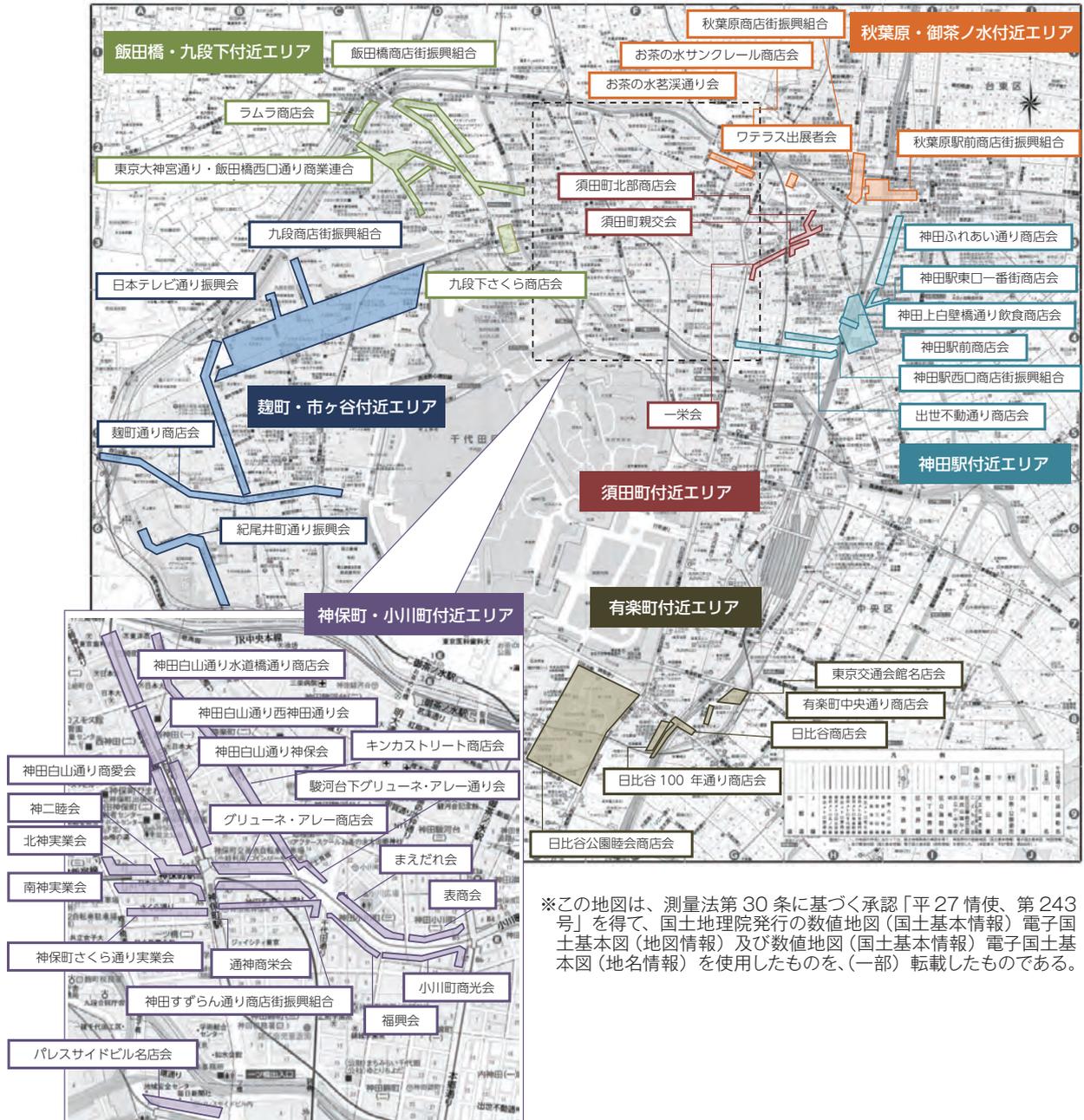
【資料番号 14】

分類	主な団体の名称
まちづくり協議会	大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり懇談会、外神田一丁目まちづくり協議会、神田駅西口地区まちづくり協議会、神田警察通り沿道整備推進協議会 等
エリアマネジメント組織	一般社団法人大手町・丸の内・有楽町地区まちづくり協議会、NPO大丸有エリアマネジメント協会、秋葉原タウンマネジメント株式会社、一般社団法人有楽町駅周辺まちづくり協議会 等

出典：千代田区「千代田都市づくり白書」

商店街の位置

【資料番号 15】



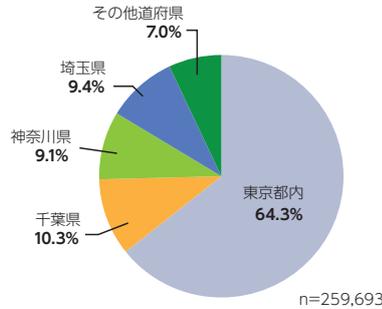
出典：千代田区資料

※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。

(5) 観光

都道府県別滞在人口（令和3年4月）

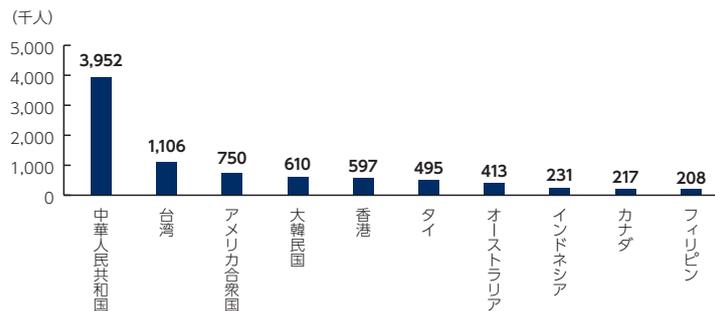
【資料番号 16】



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[®]」）

東京都外国人訪問人口（令和元年・観光レジャー目的）

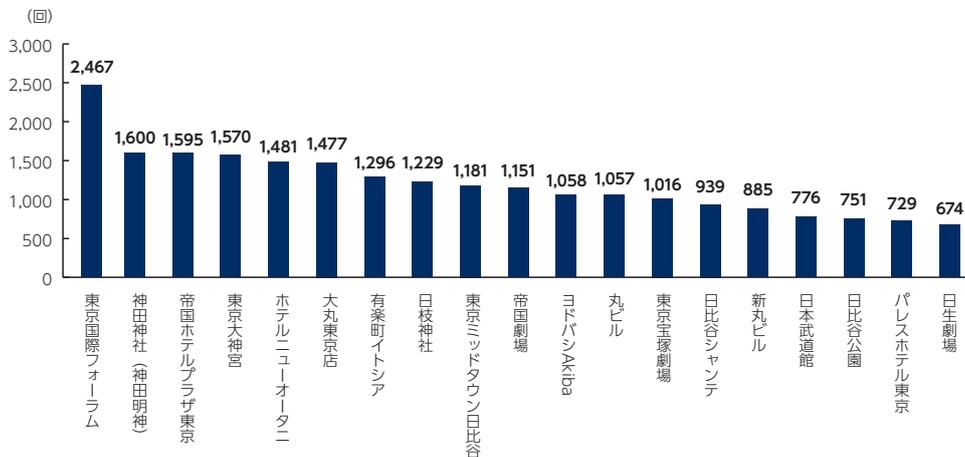
【資料番号 17】



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」
※「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

経路検索（公共交通）の回数（令和2年・休日）

【資料番号 18】



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

(6) 参考データ

地域区分

【資料番号 19】

地域		町名	主要駅	主要スポット
麴町	大丸有エリア	丸の内一丁目、丸の内二丁目、丸の内三丁目、大手町一丁目、大手町二丁目、有楽町一丁目、有楽町二丁目	東京駅、有楽町駅、大手町駅等	東京駅、東京国際フォーラム、東京ミッドタウン日比谷等
	大丸有以外	内幸町一丁目、内幸町二丁目、霞が関一丁目、霞が関二丁目、霞が関三丁目、永田町一丁目、永田町二丁目、隼町、平河町一丁目、平河町二丁目、麴町一丁目、麴町二丁目、麴町三丁目、麴町四丁目、麴町五丁目、麴町六丁目、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	霞ヶ関駅、桜田門駅、永田町駅、四ツ谷駅等	二重橋、桜田門、帝国劇場、国会議事堂、日枝神社等
富士見		千代田、北の丸公園、九段南一丁目、九段南二丁目、九段南三丁目、九段南四丁目、九段北一丁目、九段北二丁目、九段北三丁目、九段北四丁目、富士見一丁目、富士見二丁目、飯田橋一丁目、飯田橋二丁目、飯田橋三丁目、飯田橋四丁目、一ツ橋一丁目	竹橋駅、市ヶ谷駅、九段下駅、飯田橋駅	千鳥ヶ淵、東京大明神、日本武道館等
神保町		一ツ橋二丁目、神田神保町一丁目、神田神保町二丁目、神田神保町三丁目、神田三崎町一丁目、神田三崎町二丁目、神田三崎町三丁目、西神田一丁目、西神田二丁目、西神田三丁目、神田猿樂町一丁目、神田猿樂町二丁目	水道橋駅、神保町駅	神保町古書店街、岩波ホール等
万世橋		神田駿河台一丁目、神田駿河台二丁目、神田駿河台三丁目、神田駿河台四丁目、神田淡路町一丁目、神田淡路町二丁目、神田須田町一丁目、外神田一丁目、外神田二丁目、外神田三丁目、外神田四丁目、外神田五丁目、外神田六丁目	末広町駅、淡路町駅、新御茶ノ水駅	秋葉原電気街、マーチエキュート神田万世橋、ワテラス等
神田公園		神田錦町一丁目、神田錦町二丁目、神田錦町三丁目、神田小川町一丁目、神田小川町二丁目、神田小川町三丁目、神田美土代町、内神田一丁目、内神田二丁目、内神田三丁目、神田司町二丁目、神田多町二丁目、神田鍛冶町三丁目	御茶ノ水駅、小川町駅	神田スポーツ店街、学士会館等
和泉橋		神田須田町二丁目、鍛冶町一丁目、鍛冶町二丁目、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、岩本町二丁目、岩本町三丁目、神田西福田町、神田東松下町、神田東紺屋町、神田岩本町、東神田一丁目、東神田二丁目、東神田三丁目、神田和泉町、神田佐久間町一丁目、神田佐久間町二丁目、神田佐久間町三丁目、神田佐久間町四丁目、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	岩本町駅、秋葉原駅	神田ガード下飲み屋街、丸石ビルディング、CHABARA AKI OKA -MARCHE等

2 計画改定の検討経過

今回の計画改定では、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、計6回にわたり検討を行い、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、前計画である「千代田区商工振興基本計画（平成29年）」の進捗状況の確認を平成29年度より実施しており、今回の改定にあたっては、前計画の課題を踏まえた検討作業を行いました。さらに、社会環境の変化に応じていくための新たな取組みについても議論を行いました。

商工振興連絡調整会議の開催日程と議事内容

会議	開催日	主な検討内容
令和2年度 第1回	令和3年3月30日	・アンケート調査結果の分析 ・産業振興基本計画（改定商工振興基本計画）の基本理念及び基本方針の検討
令和3年度 第1回	令和3年12月23日	・産業振興基本計画（改定商工振興基本計画）における新たな取組みの方向性の検討
令和3年度 第2回	令和4年3月25日	・産業振興基本計画（改定商工振興基本計画）の骨子案の検討
令和4年度 第1回	令和4年7月28日	・産業振興基本計画（改定商工振興基本計画）の素案の検討
令和4年度 第2回	令和4年12月〇日	・産業振興基本計画（改定商工振興基本計画）の計画案の検討
令和4年度 第3回	令和5年3月〇日	・産業振興基本計画（改定商工振興基本計画）の確定報告

3 例規・要綱等

(1) 千代田区商工振興方針（概要）

平成3年（1991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のが、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・出版関連産業等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づくり等の共同事業を進め、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、スポーツ街等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、イベント等の共同事業を企画、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みます。

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、買物だけでなく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、国や東京都との連携を深め、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(1992年)3月26日条例第19号

改正 平成12年(2000年)3月28日

(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。

一部改正(平成12年条例13号)

(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（2012 年）4 月 2 日 24 千区区生発第 80 号
改正 平成 27 年（2015 年）4 月 1 日 27 千地地総発第 295 号
改正 平成 28 年（2016 年）5 月 31 日 28 千地商観発第 68 号
改正 平成 29 年（2017 年）5 月 31 日 29 千地商観発第 55 号
改正 平成 30 年（2018 年）3 月 1 日 29 千地商観発第 365 号
改正 令和 3 年（2021 年）10 月 31 日 3 千地商観発第 331 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 2 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。

- 2 前項の規定にかかわらず、区長は、必要があると認めるときは、個別に委員の任期を定めることができる。

（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。

（部会の設置）

第 7 条 連絡調整会議は、第 2 条の所掌事項について詳細に検討するため、部会を置くことができる。

- 2 部会は、座長の指名した委員をもって組織する。
- 3 部会に部会長を置き、部会に属する委員のうちから互選する。
- 4 部会長は、会務を掌理し、部会の経過及び結果を連絡調整会議に報告する。
- 5 部会の運営その他に関して必要な事項は、部会長が座長の同意を得て定める。

（意見の聴取）

第 8 条 座長又は部会長は、それぞれ連絡調整会議又は部会において必要があると認めるときは、関係者の出席を求めてその意見若しくは説明を聴き、又は関係者から必要な資料の提出を求めることができる。

（会議の公開）

第 9 条 会議は、公開する。ただし、公開することにより、連絡調整会議及び部会の適正な運営に支障が生じる場合は、非公開とすることができる。

(庶務)

第10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11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。

附 則(平成29年5月31日29千地商観発第55号)

この要綱は、平成29年6月1日から施行する。

附 則(平成30年3月1日29千地商観発第365号)

この要綱は、平成30年3月1日から施行する。

附 則(令和3年10月31日3千地商観発第331号)

この要綱は、令和3年11月1日から施行する。

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

(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	専修大学 商学部 教授	渡辺 達朗
	デジタルハリウッド株式会社 取締役COO	廻 健二郎 (令和3年度から)
民間事業者等	株式会社ブックハウスカフェ 代表取締役	今本 義子 (令和3年度から)
	一般社団法人千代田つなぐ協会 理事	桃園 貴美子
	プラットフォームサービス株式会社 相談役	田辺 恵一郎
	特定非営利活動法人秋葉原観光推進協会 理事長	泉 登美雄 (令和3年度から)
	有限会社 大屋書房	瀬瀬 くり (令和2年度まで)
区民(消費者)	麹町出張所地区連合町会 会長	横山 義文 (令和3年度から)
	麹町婦人会 副会長	富山 澄子 (令和4年度から)
	麹町婦人会 副会長	岩澤 勝子 (令和3年度まで)
	万世橋地区町会連合会 会長	作道 泰明 (令和2年度まで)
	秋葉原東部町連合会 婦人部長	鈴木 愛子 (令和2年度まで)
関係団体	千代田区商店街連合会 会長	高山 肇
	千代田区商店街振興組合連合会 代表理事	秋山 利昭 (令和2年度まで)
	千代田区商工業連合会 副会長	金子 雅明
	東京中小企業家同友会千代田支部 幹事	下井 基子
	東京商工会議所千代田支部 会長	栃木 一夫
	一般社団法人千代田区観光協会 専務理事	松本 博之 (令和3年度から)
	公益財団法人まちみらい千代田 理事長	保科 彰吾 (令和4年度から)
	公益財団法人まちみらい千代田 副理事長	高橋 誠一郎 (令和3年度まで)

4 用語集

A-Z

○AI (P 7)

人工知能。人間の脳が行っている知的な作業をコンピュータで模倣したソフトウェアやシステム。具体的には、人間の使う自然言語を理解したり、論理的な推論を行ったり、経験から学習したりするコンピュータプログラム等を指す。

○DI (P 14)

企業の業況感等の各判断を指数化したもの。

○DX (P 33)

「Digital transformation (デジタルトランスフォーメーション)」の略で、ITの浸透が、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させるという概念。

○GDP (P 3、P 5)

国内総生産(Gross Domestic Product)の略。一定期間内に国内で産み出された付加価値の総額のこと。

○eスポーツ (P 7、P 18、P 19、P 36)

「エレクトロニック・スポーツ」の略で、広義には、電子機器を用いて行う娯楽、競技、スポーツ全般を指す言葉であり、コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉える際の名称。

○ICT (P 14、P 39)

Information & Communications Technologyの略であり、情報や通信に関連する科学技術の総称。

○IoT (P 7)

モノのインターネット(Internet of Things)の略語。機械や製品にセンサーや通信機能を搭載し、あらゆる「モノ」をインターネットで接続する技術の総称。

○PMI (P 3)

「Purchasing Manager's Index」の略で「購買担当者景気指数」のこと。製造業やサービス業の購買担当者を調査対象にし

た、企業の景況感を示す景気指標のひとつ。一般的に鉱工業生産や雇用統計等の統計よりも景気先行性があるとされ、株式等の運用担当者の注目度が高い指標。

○SDGs (P 8、P 33)

持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals)。2030年までに持続可能でよりよい世界をめざす国際目標のこと。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない(leave no one behind)」ことを誓っている。

○SPAC (特別買収目的会社) (P 9)

特定の事業を持たず、未公開会社等を買収することのみを目的として上場する会社のこと。スタートアップ企業は、SPACとの合併を通じて、上場の手続きの簡素化・迅速化が可能となる。

○Society 5.0 (P 7、P 9)

日本が提唱する未来社会のコンセプト。科学技術基本法に基づき、5年ごとに改定されている科学技術基本法の第5期(2016年から2020年度の範囲)でキャッチフレーズとして登場した。サイバー空間(仮想空間)とフィジカル空間(現実空間)を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会課題の解決を両立する、新たな未来社会(Society)をSociety 5.0として提唱している。

○Visit Chiyoda (P 39)

一般社団法人千代田区観光協会が運営する千代田区の観光情報公式サイトのこと。

○Wi-Fi (P 1、P 23、P 25、P 39)

無線LANの規格の1つで、パソコン、スマホ、タブレット、ゲーム機等のネットワーク接続に対応した機器を無線でLANに接続する技術。

○Win-Win (P 27、P 40)

双方に利益があること。

あ行

○アクセラレータ (P 9)

アクセラレータ (accelerator) とは英語で「加速させるもの」を意味する言葉。そこから派生し、現在では「スタートアップや起業家をサポートし、事業成長を促進する人材・団体・プログラム」を指す言葉として使われる。

○アバター (P 7)

インターネット上で利用者の分身として使われるキャラクターのこと。

○アンバサダー (P 38)

「大使」、「使節」といった意味で、自治体や企業から起用されて公式に広報活動、普及活動を行う人のこと。

○位置情報ログ (P 23)

アプリ等で位置情報の履歴や記録を取ること、またその記録のこと。

○イノベーション (P 9、P 13、P 15、P 30)

新しい技術の発明や新機軸を生み出すこと。また、切り口や捉え方、活用法を創造すること。それまでのモノ・仕組み等に対して新たな価値を生み出し、社会的に大きな変化を起こすこと。

○インバウンド (P 6、P 22、P 24、P 25、P 37、P 39)

訪日外国人旅行のこと。

○インフレーション (P 4)

一定期間にわたって経済の価格水準が全般的に上昇すること。

○ウォークابل (P 23、P 25、P 38、P 39)

「居心地が良く歩きたくなる」という意味で、まちなかを整備することで、多様な人々が出会い・交流を通じたイノベーションの創出や人間中心の豊かな生活を実現し、まちの魅力向上や多様な人材を惹きつける好循環が確立した都市となることが期待されている。

○エコシステム (P 9、P 31)

元々「生態系」という意味で、企業や顧客をはじめとする多数の要素が集結し、分業と協業による共存共栄の関係を指す。

○エネルギーシフト (P 8)

生活・仕事・交通・住宅等に関わる熱源や電力・燃料等のエネルギー全般について、徹底した省エネに取組み、熱源を有効利用し、再生可能エネルギーによる地域内自給をめざすこと。

○エリアマネジメント組織 (P 16、P 50)

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、主体的な取組みを行う住民・事業主・地権者等による組織のこと。

○温室効果ガス (P 8)

大気中のガスのことで、地表から放射された赤外線の一部を吸収する性質を持つ。例えば、二酸化炭素 (CO₂) やメタン (CH₄)、一酸化二窒素 (N₂O)、フロンガス等。

か行

○カーボンオフセット (P 40)

温室効果ガス排出量削減の取組み、また温室効果ガスの削減活動に投資すること等でその排出量の全て又は一部を埋め合わせること。

○カーボンニュートラル (P 8)

温室効果ガスの排出が差し引きゼロになること。

○緊急事態宣言 (P 5、P 22)

内閣総理大臣から都道府県知事に対策を取るよう依頼するためのもの。宣言の要件として「全国的かつ急速な蔓延」等を定めている。具体的な対策は対象となった都道府県知事が講じる。外出自粛のほか、学校を含む施設の使用停止、音楽やスポーツイベント等の開催制限を要請できる。

○コンテンツ産業 (P 36)

映像 (映画、アニメ)、音楽、ゲーム、書籍等の制作・流通を担う産業の総称。

さ行

○再生可能エネルギー (P 8、P 40)

太陽光、風力その他非化石エネルギー源のうち、エネルギー源として持続的に利用することができるものと認められるものとして政令で定めるもの。政令において、太陽光・風力・水力・地熱・太陽熱・大気中の熱その他の自然界に存する熱・バイオマ

スが定められている。

○サイバネティック・アバター (P 7)

身代わりとしてのロボットや3D映像等を示すアバターに加えて、人の身体的能力、認知能力及び知覚能力を拡張するICT技術やロボット技術を含む概念。

○さくらまつり (P 24、P 37、P 49)

さくらの名所「千鳥ヶ淵緑道」のLEDライトアップやお濠の水より夜桜を堪能できる「区営千鳥ヶ淵ボート場」の夜間特別営業等が実施される、区を代表する春のイベント。周辺の靖国神社や商店街、団体によって様々な催事が催される。

○サブカルチャー (P 10、P 18、P 19)

伝統的な高級文化や広く一般大衆を対象とするマス・カルチャーとは一線を画した若者（ないし子ども）向けの作品・コンテンツのことで、一般的にはアニメ、ゲーム、特撮、アイドル等の文化を示す場合も多い。

○サプライチェーン (P 33)

製品の原材料・部品の調達から、製造、在庫管理、配送、販売、消費までの全体における一連の流れのこと。

○私募取引 (P 9)

新しく発行される有価証券の募集を行う際、不特定多数の投資家に対して勧誘を行う公募に対し、50人未満で特定の投資家を対象に勧誘すること。金融庁へ取扱いの届出義務等が免除されるなど手続きが簡単で発行費用を少なく抑えることができる。

○新型コロナウイルス感染症 (P 3、P 7)

国際正式名称をCOVID-19といい、SARSコロナウイルス2が人に感染することによって発症する気道感染症のこと。令和元年12月に中国で初めて検出され、世界各地に感染が拡大したと考えられており、世界各国で渡航制限、検疫、外出禁止令等の対応が取られた。

○スタートアップ (P 9、P 13、P 18、P 19、P 30、P 31)

革新的なビジネスモデルの構築に向けて、新たな市場を開拓し、社会に新しい価値を提供したり、

社会貢献したりすることによって事業の価値を短期間で飛躍的に高め、事業拡大を目指す非上場の成長企業。

○聖地巡礼 (P 38)

元々、宗教において重要な意味を持つ場所（聖地）に信者が赴くこと。転じて、映画、小説、漫画、アニメ等に縁の深い場所を聖地と称し、それらの愛好者が訪れることを指す。

○ソーシャルキャピタル (P 15)

社会関係資本と訳され、信頼、規範、ネットワークといった人と人との関係に着目した概念であり目には見えないもの。

た行

○テレワーク (P 5、P 12)

ICTを活用し、場所や時間を有効に活用できる柔軟な働き方のこと。具体的には、社員の作業場所等により、在宅勤務、サテライトオフィス勤務（本来の勤務地とは別の場所にあるオフィス等で作業する場合）やモバイルワーク（営業活動などで外出中に作業する場合）と呼ばれるもの。

な行

○ネットゼロ (P 8)

「温室効果ガスの排出が正味ゼロ」という意味で、植林や森林管理で吸収する量を増やす他、大気中のCO₂を巨大な機械を使って集め、地下に埋める方法等で温室効果ガスを吸収し、排出量を実質ゼロにするという考え方。

は行

○ビッグデータ (P 7、P 23)

ボリュームが膨大でかつ構造が複雑であるが、そのデータ間の関係性等を分析することで新たな価値を生み出す可能性のあるデータ群のこと。例えば、ソーシャルメディア内のテキストデータ・画像、携帯電話・スマートフォンが発信する位置情報、時々刻々と生成されるセンサーデータ等がある。

参考資料

ま行

○マイクロツーリズム (P 39)

自宅からおよそ1時間圏内の地元や近隣への短距離観光のこと。新型コロナウイルス感染拡大によって打撃を受けた観光業界を救う手段の1つとして提唱された。

○メタバース (P 7)

メタ (meta=超越した) とユニバース (universe=宇宙) を組み合わせた造語で、仮想空間に構築された、現実世界とは異なる3次元の仮想空間、及びその空間で提供されるサービスのこと。

や行

○ユニコーン企業 (P 13)

企業価値10億ドル超の非上場企業のこと。日本のユニコーン創出スピードは、米国のみならず、中国やインドに及ばず、世界と差が開いている状況である。

ら行

○リアルタイム (P 7)

即時、同時の意味。

千代田区産業振興基本計画

令和5年度（2023年度）～令和9年度（2027年度）

令和5年3月

編集・発行：千代田区地域振興部商工観光課

〒102-0074 東京都千代田区九段南一丁目6番17号 千代田会館8F

電話 03-5211-4185



 千代田区
Chiyoda City

