

## ○定住人口はこれまでの20年間で約2倍に。今後も増加見込みであるものの、その伸びは次第に鈍化し、将来は減少局面も

- ▼平成36(2024)年には20万都市に。平成40年代(2030年代)をピークに本区の人口は減少に転じる見込み。
- ▼今後20年間の本区の出生数は、2千人前後で推移する見込みであり、保育園・幼稚園・小中学校の不足が懸念。
- ▼保育ニーズは年々増加、一方で幼稚園の入園率は減少傾向。3～5歳児のそれぞれの比率を比べると、平成26(2014)年度には、保育ニーズ率(44.6%)と区立幼稚園入園率(43.7%)が逆転。
- ▼高齢化率は減少傾向にあり、平成28(2016)年には16.18%と23区内で最も低い水準。高齢者人口は着実に増加しており、元気な高齢者を地域社会との連携をもとに、元気であり続ける施策が極めて重要。要介護者等支援を要する高齢者も増えていくことが想定され、介護需要や医療費が増大する見込み。
- ▼高齢者のいる世帯数について、平成26(2014)年は16,632世帯と平成22(2010)年と比べて約2千世帯増加。また、高齢者のいる世帯のうち単独世帯の占める割合も増加傾向にあり、その割合は、国や都と比べても高水準。〈H22国勢調査 本区:38.7%、都:33.9%、国:24.8%〉
- ▼区民意識調査において、44.5%の方が「近隣に助け合える友人・知人がいない」と回答。そのうち62.1%の方が「必要性は感じるが、知り合える機会がない」と回答。

## ○平成26(2014)年に東京を訪れた外国人旅行者数は887万人。区内では銀座・日本橋、築地などに来訪

- ▼都では、2020年東京大会が開催される平成32(2020)年に1,500万人、平成36(2024)年に1,800万人の訪都外国人旅行者数を目標に。
- ▼外国人増加により「トラブルを招く」など否定的回答(47.4%)があり、受け入れ体制が整っていないことが明らかに。〈区民意識調査〉

## ○まちづくりや交通インフラの整備

- ▼2020年大会後、選手村の住宅転用が計画されている晴海地区など、区内全域において、多様な人々が交流し、快適に暮らせるまちづくりを実現。
- ▼築地市場移転後の跡地については、都と連携し、本区の魅力をより一層高めるまちづくりに向けた検討が必要。
- ▼平成31(2019)年の運行開始を目指すBRTや都心部臨海地域地下鉄の事業化の推進、コミュニティサイクルや水上交通などを整備。

## ○歴史と未来が交差するまちの魅力に一層の磨きを

- ▼江戸開府以来、日本の商取引の中心地として発展してきた歴史の中、現在でも区内には3万8千もの事業所があり、商業機能が集積。
- ▼長い歴史と最先端の都市活動が絶妙に交わり、各地域の個性豊かで多彩な魅力が共存・混在する本区のポテンシャルをさらに引き上げ。
- ▼ビジネス環境や住環境の整備等を通じ、既存の主要産業の高度化とともに、地域の活性化に向けた新たな産業の創出に期待。

## 👉 視点1: 将来の人口動向を踏まえた公共サービスのあり方

人口増加や地域社会の変容、住民意識の変化などに伴い、これまで行政が担ってきた「公」の範囲にとどまらない多様なニーズが増えている。従来の枠組みにとらわれず、サービス受益者である区民や民間企業を提供側に呼び込むなど、まち全体が自律的・持続的に地域の課題解決に取り組み、区内全域で生活の質(QOL)を向上させていく「新たな都市モデル」を構築。

### ➤ 大都市圏ならではの「新たな地域社会モデル」の発信

- 地域における全ての課題に対し、公的サービスだけでは非効率。基本的な区民ニーズは公的サービスで対応しつつも、地域における多様なニーズへの的確な対応を図る上で、地域や民間企業が主体的に関わり・支え合う、地域における「新たな支え合い」を構築。
- 住み慣れた地域で円滑に社会的関係を構築することができるなど、区民一人一人が充実した人生を満喫し、安心して心豊かに暮らせる「地域活躍モデル」を政策的に確立。
  - ◆女性の社会進出の進行や共働きの核家族の増加など、区民の価値観や生活様式が大きく変容する中で、新たなライフスタイルへの対応。
  - ◆介護や育児などが、家族に負担感が少なく、ストレスを感じさせない政策へのニーズの高まり。

### ➤ 多様な世代の真の幸せを追求する「次世代型都心モデル」の構築

- 利便性の高い公共交通機関や快適な居住空間など、都心区ならではの暮らしの中で、さらに、自然とのふれあいや癒しの空間の創出が課題。
- 今後の人口増減や人口構造等を勘案し、将来を見据えた公共施設の整備や既存施設の転換・シェアリング、民間活用など聖域なき改革を推進。

## 👉 視点2: 東京のエンジンとなり、日本全体の持続的な発展を牽引

- 卸・小売業や出版印刷業など、これまで本区の地域経済を支えてきた多彩な産業とともに、情報や創薬、観光業といった新たな時代でも本区の旺盛な社会経済活動の屋台骨となりうる産業を強化。
- 本区の魅力を観光資源として発掘・整備するだけでなく、交通インフラや宿泊施設の整備、先進的なスマートシティの実現など、最先端都市モデルを推進。さらに、流行の拠点など本区の立地特性を最大限に活かしたプロモーションや他の自治体との連携の強化等により、「日本のショールーム」として全国の魅力を世界に発信。
- 「世界一の都市」東京の牽引役として、本区の総合力をこれまで以上に結集させ、世界をリードする都市として新たな価値を創造。