

## 新宿区の強み・弱み

人口構成	人口が増加傾向 (2025年～2035年がピーク)	外国人人口が1割→ 多くの文化が共生	単身世帯が多い (63%、1位/23区)	
乗降者数	新宿駅は350万人/日の乗降者数 (世界一)	乗換のみで街に 出てこない人も多い	新宿駅など 特定の駅に集中	
人の流れ	昼間人口が多い (4位/23区)	ディスプレイ 効果が高い	※日々多くの人を訪れる新宿のまちでは、多くの人にアピールすることが可能。新宿のまちの持つ集客性から生じるまちの賑わいや活性化を「ディスプレイ効果」とする。	
イメージ	全国に通用する 知名度	多様性・雑多性	何でもあることで、 何かに特化しにくい  話題性の高い場所がない (ヒカリエ、スカイツリー等)	
歌舞伎町	新たな ホテル・映画館が開設	クリーンな イメージに	⇔ 猥雑なイメージが なくなった	商業地地価下落率 1位(区部)
賃料 (オフィスビル)	賃料が安い (都心区と比較)	空室率が高い (都心区と比較)	西新宿の高層ビルは築年数が古く、 設備・耐震性で新しいビルに劣る	
創業環境	交通の便がいい	都心部では 家賃が安い	都心区と比べ ブランド力が弱い	地価が高い イメージがある
観光	外国人観光客の満足 した街4年連続1位	多種多様な 観光資源がある	文化財等の観光資源は知名度が低い	
	新宿駅周辺、神楽坂など、世界レベルで 認知度の高い場所がある			

商店街

家賃収入で生活できるので、  
危機感が薄い

病院

大規模な病院が集積  
→患者、付添、見舞者が多い

大学

教育機関が集積し、  
多くの学生がいる

ファッション

新宿駅に  
大手百貨店が集積

染色業が  
地場産業

ファッションといえば渋谷区など他区  
のイメージがある

ファッション関係の  
学校がある

飲食サービス業

事業所数、従業者数  
1位/23区

小売業

年間商品販売額日本一  
(新宿駅周辺)

東京オリンピック  
パラリンピック開催

多くの人  
が新宿に集まる

オリンピックを  
キーワードに連携可能

競技会場は湾岸エリアが中心で、  
新宿に観光客を呼び込む必要がある  
(新宿駅周辺以外の地域)

区内にオリンピック  
スタジアムがある

ハード  
整備が進む

新宿駅に  
宿泊施設が集積

飲食店、物販、家電  
量販店の集積