

センシュアス・シティ ランキング 2025

Sensuous City 2025

「官能都市」

身体で経験する都市
あるいは都市のナラティブ



LIFULL HOME'S
総研
Sensuous City
[官能都市]
2025

身体で経験する都市
あるいは都市のナラティブ

序章 Prologue

- P.002 センシュアス・シティを歩く
卷頭エッセイ
島原 万丈 LIFULL HOME'S 総研所長

- P.009 なぜいま、再び、センシュアス・シティなのか
序論
島原 万丈 LIFULL HOME'S 総研所長

第1部 Academic Perspectives

学術的視座から語るセンシュアス・シティ

- P.040 都市・身体・物語
—空間の現象学からティム・インゴルドのタスクスケープ論へ—
渡會 知子 横浜市立大学都市社会文化研究科准教授
- P.054 均質化した街の「顔」：都市に個性は必要なのか?
清水 千弘 一橋大学大学院ソーシャル・データサイエンス研究科教授

第2部 Survey Data Analysis

LIFULL HOME'S 総研 アンケート調査分析

- P.078 官能都市調査2025
調査
データ分析①
橋口 理文・吉永 奈央子 株式会社ディ・プラス

- P.136 官能(センシュアス)から見る都市のウェルビーイング
調査
データ分析②
有馬 雄祐 九州大学大学院人間環境学研究院助教

第3部 Feature Report

特集記事〈寄稿／レポート〉

- P.154 成熟社会の共感都市再生
寄稿1
山田 大輔 前・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室長／現・柏市役所副市長

- P.162 都市計画の未来：「Sensuous」と「迂回」の視点から
インタビュー
吉江 俊 『(迂回する)経済の都市論』著者 〈聞き手〉島原 万丈 LIFULL HOME'S 総研所長

- P.174 センシュアス・シティのつくりかた
取材
レポート1
渋谷 雄大 LIFULL HOME'S PRESS 編集部

- P.196 まちの魅力を支える中小事業者たち
居場所を、風景を守る——事業承継の“今と課題”
取材
レポート2
中川 寛子 株式会社東京情報堂・ライター

- P.216 みんながデベロッパーになる時代
寄稿2
林 厚見 株式会社スピーカー共同代表／「東京R不動産」ディレクター

終章 Conclusion

- P.227 Make The City Sensuous
島原 万丈 LIFULL HOME'S 総研所長



巻頭エッセイ

センシュアス・シティを 歩く

LIFULL HOME'S 総研 所長

島原万丈

センシュアス・シティ静岡のおまち

静岡市を訪れるのは久しぶりだ。6、7年ぶりだろうか。2015年に発表した『Sensuous City[官能都市]』で静岡市が高評価だったことをきっかけに、市の委員や講演会などの仕事が相次ぎ、わりあい頻繁に静岡に通っていた時期があったのに、こんなにも長く間が空いたのは、2020年に新型コロナウイルスのパンデミック騒ぎが起り、静岡どころか地方出張が、いや外出する機会そのものが激減してしまったからだ。今になって振り返れば、まったくあのコロナ禍のヒステリックな熱狂はなんだったろうと思う。もしも感染症の専門家やワイドショーが煽り立てた過剰な感染対策があと1年も続いたら、都市は回復不能なダメージを負っていたに違いない。

そんなわけで、2024年になって久しぶりに静岡出張の機会を得た私は、前日のスケジュールを調整して静岡の中心市街地を歩き回ることにした。静岡市の中心市街地は、JRの静岡駅からほど近い呉服町通りを中心にしてコンパクトに集約されている。

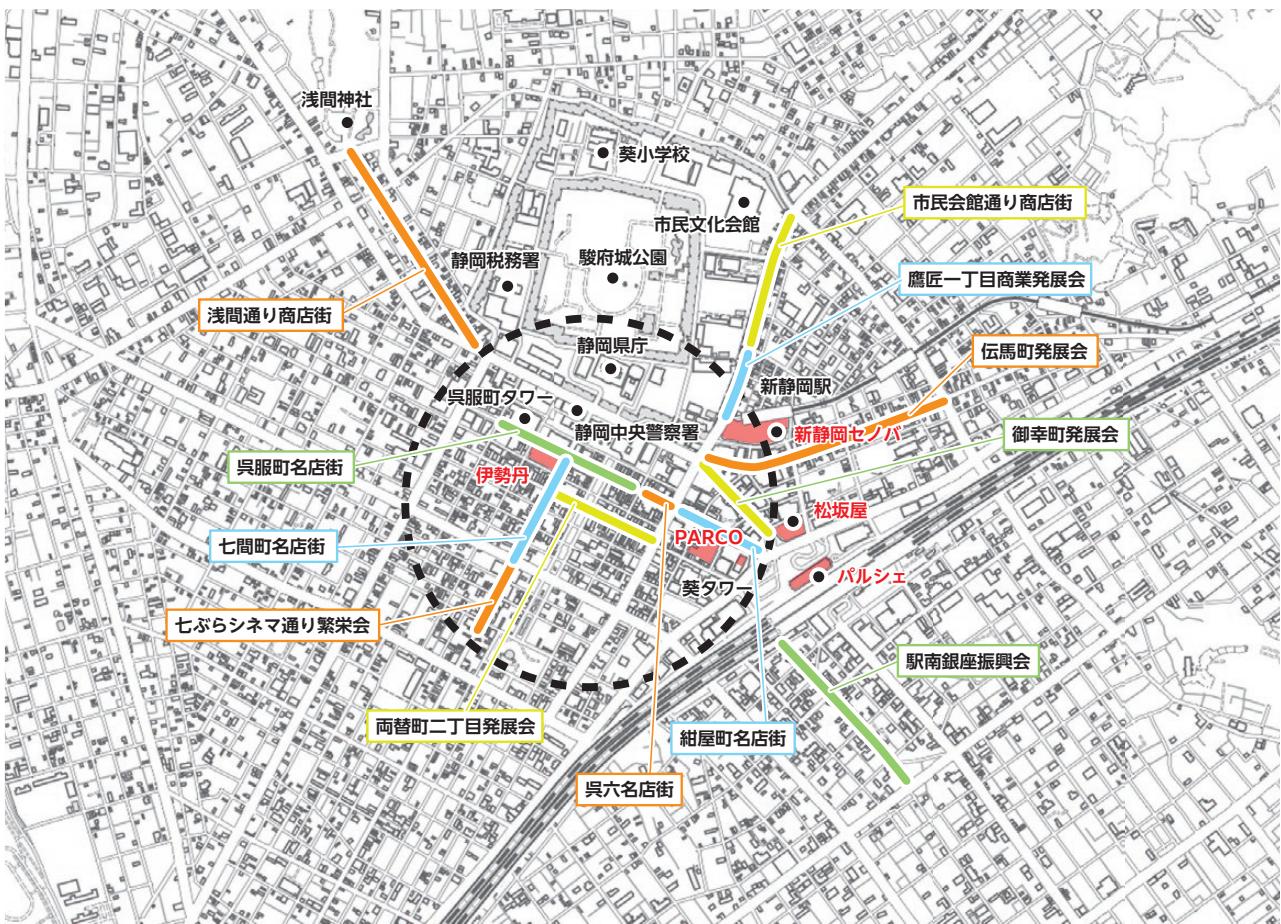
呉服町通りには、駅から近い順に紺屋町名店街、呉六名店街、呉服町名店街と3つの商店街が切れ目なく連なり、七間町を左折して七間町名店街へ続く。呉服町通りを長辻、七間町通りを短辻として切り取られるエリア、すなわち呉服町通りの商店街の裏に並行する数ブロックには、両替町通りを中心線とする歓楽街が広がり、県内随一の夜の街として

栄えている。その反対側、呉服町通りの東側には県庁と市役所が立地する官庁・オフィス街が広がり、御幸通りを超えて駿府城公園につながる。御幸通りは両側4車線の幹線道路だが、両側の歩道には商店街があり、新静岡駅へ向かう伝馬町へ商店街がつながっている。

このように静岡駅のすぐ目の前に広がるいくつもの商店街と歓楽街、オフィス街で構成される密度の高い繁華街を、静岡市民は昔から“おまち”と呼ぶ。地図で確認すると“おまち”がいかにコンパクトであるかが一目瞭然だ(図1)。2つの主要な駅、市役所・県庁、オフィス街、デパート等の大型商業施設、商店街、歓楽街、シネコンやボウリング場などの娯楽施設、美術館・博物館が、半径500mの円の中にはほぼ収まっている。町名からわかるように、このあたりは江戸時代には駿府城の城下町で、商人や職人が住む町人街だったエリアである。碁盤の目の町割りも城下町時代のものである。

静岡市民にとって“おまち”は、単に地図上に線引きされた地理的中心という以上の意味を持っている。私の生まれ故郷にも“おまち”と呼ばれる商店街があったのでわかるが、“おまち”とは市民にとって刺激的な都会であり、「おまちへ行くよ」と言われたら、それだけでわくわく楽しい気分になる場所、おしゃれをして行く場所である。商店街という日常でありながら非日常。「ハレとケ」の「ハレ」が強調されるがゆえに、まちに「御」をつけて“おまち”と呼ばれるのだ。





静岡市の中心市街地「令和4年 静岡中心市街地活性化基本計画」より作成（一部抜粋）／地図：国土地理院 柔軟な線の円は筆者による“おまち”的イメージ

再生する“おまち”人宿町へ

そんなおまちのはずれに、最近リノベーションまちづくりで盛り上がりを見せてているエリアがある。まちづくり関係の友人からそういう話を聞いていたので、この機会に訪れるにした。七間町通りから昭和通りを渡った先、七ぶらシネマ通りと呼ばれる通りと、西に1ブロック先の人宿町通りで挟まれる人宿町人情通り界隈が、近年大きな変貌をとげている注目のエリアだ。

この界隈は明治時代から映画館や芝居小屋、寄席などが立ち並ぶ活気のある商店街で、七間町をぶらぶら歩くことを「銀ぶら」ならぬ「七ぶら」と言うほど、もともと“おまち”に含まれるエリアである。しかし時代の流れの中で映画や芝

居も廃れ、商店街も寂れ、空き家が増え、とうとう2011年には老朽化していた9つのスクリーンを持つ3つの映画館が一斉に閉館した(新静岡駅のシネコンに移転)。いよいよエリアの衰退も極まったかに思われたが、しかし、映画館の閉館と時を同じくして人宿町に移ってきた建築デザイン会社の創造舎が中心的存在となってまちの再生に取り組み、2018年に「人宿町人情通り OMACHI 創造計画」を立ち上げる。OMACHI 創造計画は驚くべきハイペースで空き家・空きビルのリノベーションを進めていき、これまでに135 店舗ほどの個性的な飲食店やギャラリー、ショップなどの誘致を実現し、静岡駅や新静岡駅からは徒歩で15分以上と若干離れ

た距離に位置するにもかかわらず、流行に敏感な人たちで賑わっている。

人宿町通りと人宿人情通りとの交差点には、中庭でつながる2軒の古民家をリノベーションした人宿町マートがある。地元静岡産の野菜や果物を扱う八百屋、メンチカツが美味しい肉屋、静岡醸造(SHIZUOKA BREWING)のタップルーム、鷹匠に本店を持つ惣菜屋、鷹匠から移転してきたカフェなど、どれも小さいながら個性の際立つお店が集まり、まるで小さな横丁のようにレトロでクラフトな世界観を創り出している。

ここまであちこち回り道しながらうろうろ歩き回ったので、ひとまずクラフトビールで喉の乾きを癒すことにした。静岡県中部から静岡県東部にかけては隠れたクラフトビール王国だ。南アルプスや富士山から流れ出す良質な水に恵まれているせいだろう。静岡市内にも5つの醸造所があって(2つのウイスキー蒸溜所も!)、“おまち”にはいくつものタップルームが点在している。ここは奇をてらわない素直で素朴なラガーが美味しい。せっかくなので2階のカフェものぞいてみよう。古民家の狭い階段を上ると、建具や鴨居など住宅として使われていた頃の雰囲気をそのまま残した空間に、赤い焙煎機と大きなカウンター席が置かれ、物干しへランダがテラス席になっている。リノベーションはなかなか上級テクだ。隣の女性客が食べているシフォンケーキが美味しそうだったが、我慢して自家焙煎のオリジナルブレンドをオーダーした。「お仕

事ですか?」とオーナー夫婦の奥様と思しき人が話しかけてきたので、このまちについて少し話を聞くことができた。興味深かったのは、このエリアへの出店にあたっては、顔が見える関係を重視するまちづくりの方針のため、店主が店に立つことが求められるという話だ。

カフェを出て付近を散策すると、ところどころの建物の外壁に周辺エリアの案内マップが掲示されていて、新築ビルから中古ビルや商店、民家のリノベーション、コンテナまで様々なタイプの建物を活用したお店が、人宿町人情通り沿いに集中的に配置されていることがわかる。7年ほど前に静岡に通っていた頃にはこのエリアのことは耳に入っていたが、その後コロナ禍もあったことを思えば、まちの変化のスピードは舌を巻くばかりである。



人宿町マート(筆者撮影)

見慣れない風景と忘れていた記憶

創造舎の手による2つの新築ビルが向き合う角で人宿人情通りから七間町通りに折れ、再び呉服町通り方面に戻る。呉服町通りまであと少しのところまで戻ったとき、伊勢丹の裏手の斜向かいに見覚えのない新しい建物を見つけ、それが作り出すまちの光景に、私はしばし目を奪われた。

それは、高く大きな庇がある屋外の広場を備えた白い箱だ。4階建てで近隣の建物とスカイラインが揃っている。庇の下の広場は、七間町通りに面してまるまる1ブロック分、奥行きは隣接する建物ひとつ分くらいの面積がある。商店街の中に突然現れたポケットパークだ。

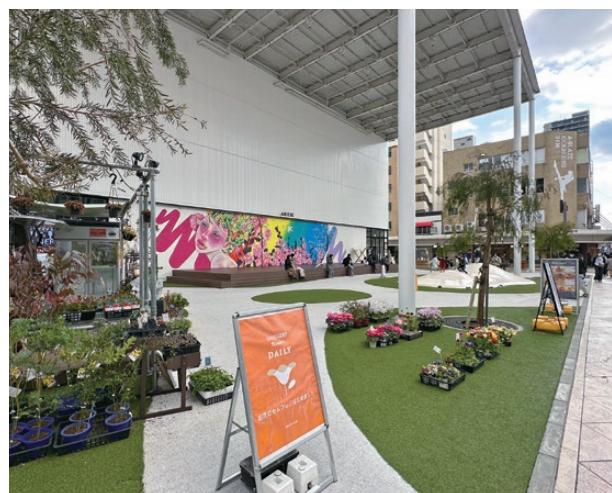
建物の両側面にはポップアートの壁画が描かれている。韓流アイドルみたいなキャップを被った若い女性が2人、アートを背にしておどけたポーズを取ってお互い撮影している。SNSにアップするのだろうな。広場の奥にあたる建物の正面の壁には低いステージがあり、男子高校生のグループが並んで腰掛け、ゲームでもしているのか誰もスマートフォンから顔を上げないのにみんなで楽しそうにしているのは、ちょっと不思議な光景だ。少し離れた位置にはサラリーマン風の若い男が一人、左手でスマートフォンを耳に当てながら、膝に乗せたノートパソコンのキーボードを右手で叩いていた。

広場に敷かれた人工芝を柔らかく切り抜くように白い路があり、橋間に残された芝の中に低い山のような白い盛り上がりがある。どうやら柔らかいトランポリンのようなものらしく、小さな子どもが3、4人ぴょんぴょん飛び跳ねたり這ったりして遊んでいる。傍らにベビーカーを置いた母親たちが、時々スマートフォンで我が子を撮影しながら見守っている。よく見ると、子どもたちを除いてここにいる全員がスマートフォンを触っている。私は100%賛同するつもりはないけれど、もはや快適な都市空間の定義のひとつは、いかに楽しくスマートフォンが使える・使いたくなる場所であるのか、と考えるべきなのかもしれない。

広場の端には小ぶりのエアストリームが置かれている。テイクアウト用のカフェかと思ったらお花屋さんだった。その先に建物の入口があるので近づいてみると、ガラスに「BOWL & DINER」のネオンサインが青く光っている。

「あっ！」私は思わず声を上げた。それを見た瞬間、すっ

かり忘れていた記憶が、突然しかし鮮明に蘇ってきたのだ。「ああ、そうか。こうなったのか」私は何度も頷きながら、心の中で感嘆の声を漏らした。



ARTIE（アルティエ）／静活株式会社（筆者撮影）

まちを守るひとの思い

それは2017年の初夏。静岡市で開かれた講演会の後の懇親会の席のことだった。ひとりの男性が名刺交換のために近づいてきた。年齢は50代半ばから後半といったところだろうか。講演会は地元の商工会議所の主催だったので、地元企業のオーナー経営者だろうとすぐに察したが、もし全く違う場で会ったとしてもおそらく同じように判断んだろう。渡された名刺には、静活株式会社・代表取締役社長と書いてある。静岡市内で映画館やボウリング場をやっている会社だと彼は自己紹介をした。後で調べて分かったことだが、静活の創業は大正8年（1919年）、七間町の辻に映画館をオープンした昔まで遡る。実に100年以上も続く地元の老舗企業である。

社長の江崎和明氏の手には、何枚かの付箋が貼られた光文社新書『本当に住んで幸せな街 全国「官能都市」ランキング』があった。そう、LIFULL HOME'S 総研が2015年に発表した『Sensuous City【官能都市】』（以下、『センシュアス・シティ』）を一般書籍化したものだ。その本にサ

インを頼まれた。

「この本が静岡のまちを救ってくれたんですよ！」

お世辞にしては大袈裟だ。何事なのか飲み込めないでいる私に、江崎氏がその言葉の真意を説明してくれた。江崎氏が熱を込めて語ってくれた話は、大筋を要約するということだった。

静活が七間町に所有する「静活ボウリングビル」が老朽化しており、そこに市街地再開発事業による共同建て替えの話が持ちかけられた。組合が結成されて具体的な計画について協議が始まったものの、デベロッパーから提案されるタワーマンションを中心とした複合施設への再開発案に、彼はずつと違和感を感じていた。繁華街とタワーマンションの相性の悪さを懸念していたのだ。

「うちはもともとライブハウスや小劇場もやってたから、ギタークリエイション持つてゲームセンターの前に座りこんで、缶ジュース飲みながらだらだらおしゃべりしている、ああいう子たち

が大事なお客さんだったんですよ」そう語る江崎氏の目には、かつてライブハウスや小劇場を利用していた若者たちの顔が浮かんでいるように見えた。「でもあそこがタワーマンションになったら、住人は彼らを嫌がってうるさいって怒るでしょ。そしたらあの子たちの居場所がなくなってしまうじゃないですか」うちはそんなことをしちゃいけないんだ、と自分に言い聞かせるような口ぶりだった。今でもはっきり覚えている。「若者たちの居場所を守りたい」江崎氏は確かにそう言った。その言葉は、単に施設の提供者と利用者・消費者という関係を超えた、まちに集まる若者に対する責任感にも似た江崎氏の思いの吐露だ。

実はその時江崎氏は語らなかったのだが、七ぶらシネマ通り界隈で2011年に一斉に閉館した映画館は、すべて静活が運営する施設だった。そしてその跡地にタワーマンションを核とする27階建ての複合施設が完成したのが2017年7月、講演会の翌月だ。ひょっとすると江崎氏はこの再開発に納得していなかった、あるいは後悔にも似た感情があったのかもしれない。直接聞いてはいないので、なんとも言えないのだが。

とにかく、組合の会議で江崎氏が何度も違和感を訴えてもデベロッパーはまともに取り合ってくれず、次の会議でもまた同じ案が持ち込まれる。かといってどう言えば自身の思いが伝わるのかも分からぬ。議論の流れを変える糸口も見いたせず、次第に江崎氏も苛立っていった。まさにそんなとき、たまたま書店で新書版『センシュアス・シティ』を見つけた奥様に「これ、読んでみたら？」と勧められ、手に取ったのだそうだ。

「これだ!と思いましたね」江崎氏は興奮気味だ。『センシュアス・シティ』をヒントに、静岡の街の魅力とは何かということについて、彼なりの答えが得られたのだろう。そして、

それは決してタワーマンションを前提とする市街地再開発によって作られるものではない、と確信したのだ。そして静活は再開発組合を抜けることを決意する。静活の企業理念「情報文化の担い手として地域社会に奉仕する」に照らせば、それはごく自然な判断だったのだと思う。

ところが、再開発対象となるほとんどの敷地を所有する静活が脱退すれば、再開発事業は要件を満たすことができず計画は頓挫してしまう。デベロッパーにとっては寝耳に水。はしごを外された格好の担当者が必死で食い下がるもの当然だ。だが江崎氏は「これを読め」と新書版『センシュアス・シティ』を見せて、これ以上話をする意思はないことを伝え議論を打ち切った。逆ギレ気味の担当者は最後に、「隣にタワマン建ててあげますよ」と捨て台詞を吐いたのだそうだ。

このような経緯で七間町の再開発計画は白紙撤回され、老朽化した建物は各オーナーが個別に建て替えするという結論に落ち着いた。「静岡のまちを救ってくれた」という江崎氏の言葉は、この本に出会わなければ、きっとあのままデベロッパーに押し切られ再開発に至っていたろう、との思いからだったのである。そういう意味では、新書版『センシュアス・シティ』を見つけて江崎氏に勧めた奥様が最大の功労者だ。

その後、江崎氏とは何軒かはしごをして両替町を飲み歩き、初期段階のパースを見せてもらいながら建て替えの構想を聞いた。今だから言えるが、あの時に見せてもらったパースは、正直なところ心躍るようなものではなかった。こんな自由な広場もなくアートもなく、今の姿とはまったく違うものだったと記憶する。しかしそれでも、江崎氏のまちにかける思いと決断には、敬意を伝えないではいられなかった。すっかり忘れていたのが不思議でならないが、私にとって強烈な一夜だった。

七間町通りのバレエ

言い忘れていたが、この施設の名前はARTIE（アルティエ）という。「ART（アート）で人と人をTIE（つなげる）場所」というコンセプトから考えた造語だ。ダイニングレストラン併

設のボウリング場、ホログラムシアター、カフェ、ゲームセンターなどの複合施設である。後日、静岡の知り合いに聞いたところによれば、地元での評判は上々のようである。特に

あの広場は、誰でも自由に使える開かれた場所なので、まさに公園のように気軽に使う人が多いのだそうだ。

私もカフェでコーヒーを買ってステージに腰掛け、秋風が肌寒くなるまでしばらくその風景を眺めていた。そこに流れていく日常の光景は、まちにとって本当に幸せな時間のように思えた。

あまり時間をおかず、サラリーマンはパソコンをリュックにしまって足早に立ち去った。子供たちはささやかな抵抗を見せるも、最後には母親にベビーカーに乗せられ三々五々家路についた。その間にも何人もの人が七間町通りを行き交い、ある人は歩きながら、またある人は短く立ち止まり広場を眺めていった。いつの間にかいなくなっていた男子たちに

替わって、やはり高校生のカップルが互いの身体を支え合うようにステージに腰掛けている。この2人だけはスマートフォンを触っていない。その後にやって来た若いアジア系の女性は市内の留学生だろうか。ステージに小さなバッグを置いて、腰掛けることなくずっとスマートフォンを触っていた。せいぜい10分か15分くらいだろう。待ち合わせに遅れてきた彼氏に彼女が不満を言って最初は少し揉めているよう見えたが、すぐに仲直りをして、暮れ始めたまちへ二人で消えていった。そこまで見届け、私も久しぶりの静岡の夜に向かうことになった。勝手ながら祝杯を上げさせてもらうつもりだ。ただ困ったことに両替町はまだ、ギムレットには早すぎた。



島原万丈

Manjo Shimahara

●しまはら・まんじょう／1989年株式会社リクルート入社。グループ内外のクライアントのマーケティングリサーチおよびマーケティング戦略策定に携わる。リクルート住宅総研を経て2013年7月より現職。他にリノベーション協議会設立発起人・エグゼクティブアドバイザー、リノベーション・オブ・ザ・イヤー審査委員長。内閣府地方創生推進アドバイザー、文化と教育の先進自治体連合総合アドバイザー、一般財団法人武蔵野市開発公社フェローほか、国土交通省や地方自治体、業界団体の各種委員・アドバイザー等を歴任。主な著書に『本当に住んで幸せな街 全国官能都市ランキング』(光文社新書)

『Sensuous City [官能都市] 2025』

なぜいま、再び、 センシュアス・シティなのか

LIFULL HOME'S 総研所長 島原万丈

Prologue :

本報告書は、LIFULL HOME'S 総研が2015年に発表した
『Sensuous City [官能都市]』の改訂版として位置づけ、
この10年間の社会環境や都市環境の変化を踏まえ、
都市の魅力を測るモノサシをチューニングすることを目的とする。
そこで報告書全体の導入として、
改めて2015年版『Sensuous City [官能都市]』の
問題意識と提案について振り返り、
2025年の改定にあたってプロジェクトチームが議論検討したことを共有して、
改定の方向性を示しておきたい。

第1章 『Sensuous City [官能都市]』とは 何だったのか

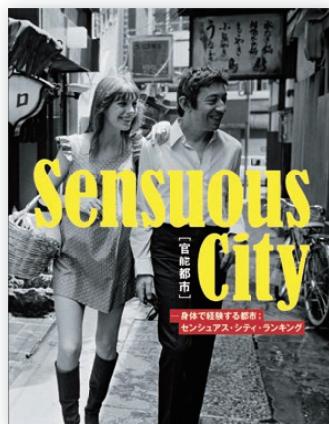
1. きっかけ

このまち、なんかいいよね。そんなふうに私たちはきちんと言語化することを意識せずに、曖昧な言葉で自分の住むまちの良さを語る。分かる人には分かるが、分からぬ人は通じない。ふだんはそれでなんの問題もない。だが、突然それを頭ごなしに否定するような人があらわれたら、私たちには反論する言葉がない。

きっかけは、2015年の年末、武蔵小山駅前の横丁が一掃されてしまった市街地再開発に対する筆者の違和感だった。長年地域の人たちに愛されてきた横丁が、防災性や土地の高度利用、街の発展など、“強くて正しい”言葉によって、跡形もなく消し去られてしまった。跡地にはお約束のタワーマンション、140m級の超高層建物2棟が建てられた。

私たちが「なんかいいよね」と感じている漠然とした都市の魅力とその価値は、どう言語化すれば広く社会で共有できるのか。都市工学や経済的合理性で正当化される都市計画に対抗させるためには、できるだけ客観的な数値でそ

れを語る必要がある。LIFULL HOME'S総研が2015年に発表した『Sensuous City [官能都市]』は、そんな思いでつくった調査研究レポートである。



[図1] 『Sensuous City [官能都市]』 LIFULL HOME'S総研 (2015)
<https://www.homes.co.jp/souken/report/201509/>

2. 『Sensuous City [官能都市]』の問題意識

『Sensuous City [官能都市]』はレポート全体を通して、既存の街をスクラップアンドビルトする市街地再開発事業に対して批判的な議論を展開している。しかし再開発事業でつくられるタワーマンションや超高層ビルを、その高さや巨さをもって直接に否定したかったわけではない。それよりも我々が問題にしたのは、横丁や路地、古ぼけた建物群がつくるなんでもない小さな街の情緒は、なぜこうも否定されるのか、という素朴な疑問である。市街地再開発事業を駆動する価値観は、おそらく横丁などの木造密集地域だけではなく、昔ながらの商店街の親近感、雑居ビルが密集する繁華街の雰囲気としたエネルギー、鉢植えが並ぶ小さな路地

のやさしさ、ちょっとした樹木が差し出す木陰のさわやかさ、水辺の色気、等など、大きな都市計画にとって取るに足らない、しかし私たちにとって身近で、何か大切なものが蓄積された場所の価値に対する軽視にもつながっているはずだ。

狭い路地に古い木造狭小建物が密集する駅前の横丁について言えば、百歩譲って、防災性・安全性を高める、限られた土地を有効活用するなど再開発の大義名分を認めたとしても、なぜ新たに作り出される街はどこもハード(空間)もソフト(コンテンツ)も同じようなものになるのか。なぜそのように都市が画一化していくことを問題視しないのか。全国の郊外が、どこもかしこもショッピングセンターやロードサイ

ド店だらけの風景になることをなぜ問題視しないのか。

根本的な問題は、都市を評価するモノサシにあると考えた。経済波及効果、利回り、税収などのように金額換算できないまちの魅力は、“文学”として求められることはあっても、現実の都市においてその価値を評価するモノサシがない。

京都のような観光都市であれば、京町家はインバウンド向けの宿やお店として収益性が計算でき、観光資源としての経済波及効果も期待できる。しかし、普通の住宅地にある古いお屋敷の場合、たとえその建物が地域の歴史を風景に刻む小さなランドマークであったとしても、庭に植えられた桜の大木が毎年春に地域の人たちの目を楽しませてきたとしても、ただ単に耐震性の劣る、値段のつかない古家にしか過ぎない。更地になって建売住宅が4棟5棟建つようがより多くのGDPと税収を期待できるし、地域の防災性も高まる判断される。商業施設についてもそうだ。駅前にあつた老舗の定食屋や居酒屋が、再開発で新しくできた複合施設の牛丼チェーンの店やハンバーガーショップに置き換わったとしても、飲食店としての質やまちにとっての意味は一顧だにされない。建築物の耐震性や設備の老朽化は改修すれば対策可能であるにもかかわらず、たとえそれが名建築と呼ばれる作品だったとしても、容積率が余っているなら迷いなく建て替えが選ばれる。

このような都市においては、長年慣れ親しんだ場所や風景に根ざす地域のアイデンティは、糸の切れた糸のように風まかせに漂うほかない。個別の局面でそのように合理的な意思決定がなされていく結果、都市のあらゆる面を合理性というモノサシが支配するようになる。

『Sensuous City〔官能都市〕』とは「新しい都市評価指標の提案」である。ランキング形式で各都市の評価結果を発表したけれども、本来の趣旨は都市に優劣をつけて序列化することではない。ランキングはあくまで、こういう指標で測ればこういう結果になった、というかたちで指標のアイデアにリアリティを与えるものであり、それ以上でもそれ以下でもない。また、すべての都市がセンシュアス・シティを目指すべきだと主張する意図もない。

『Sensuous City〔官能都市〕』が目指したのは、これまで我が国の都市政策や都市開発において、公共の利益にとつて取るに足らないものとして、あるいは前近代的として、または個人的な趣味として否定され退けられてきたけれども、現実にその都市で生きる生活者の多くが魅力に感じ、そこに住む理由となり、またそれゆえに愛着や誇りを抱いている、生きられた都市の価値に光を当て、社会的な議論の俎上に浮かび上がらせることである。

3. 『Sensuous City〔官能都市〕』(2015年) の提案

「楽しい」とか「うれしい」とか、あるいは「おしゃれ」とか「心地よい」とか、「味がある」とか「刺激的」などなど。定性的で感覚的な価値を評価する形容詞は、人が「感じる・知覚する」「思う・考える」主観的なモノサシである。ひとりの人間が同じ都市について尋ねられても、時と場合によって回答は揺れ動く。「そう思う」か「そう思わない」かを判定する基準も人それぞれである。しかし、「〇〇をした／〇〇はしていない」という経験の有無・頻度であれば、個人的回答はかなり安定的であるし、人による基準のブレもない。消費財のマーケティングリサーチでは、「思う／思わない」や「感じる／感じない」といった言葉で商品イメージなどを聞く調査を意識調査、「買った／買わない」「持っている／持っていない」という行動の事実を聞く調査を実態調査と呼ぶが、実態調査の方法なら主観的に経験される都市の姿を、自己

申告ながら客観的なデータとして測定することができるのではないか、と考えた。

その際に重要なのは、アンケートの調査項目として用意する動詞（経験）に、その都市の情緒的な価値をリアルに想起させるシズル感のあるワーディングを施すことである。そしてそれは、回答者自らの都市生活における具体的なシーンが、「わかる、わかる」「ある、ある」というような確かな実感値を伴って想起されるものでなければならない。

『Sensuous City〔官能都市〕』では、まず都市の動詞（経験）を関係性に属するもの、身体性に属するものの2つの領域に分け、共同体を測定する「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」、匿名性を測定する「平日の昼間から外で酒を飲んだ」、ロマンティックな雰囲気を測定する

「素敵な異性に見とれた」、都市における自然体験を測定する「公園や水辺で緑や水に直接ふれた」、ウォーカブル性を測定する「遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた」などなど、その行為自体が喜びであるような価値を射程するワーディングを施された32項目のアクティビティで、都市の身体性と関係性について各4つの指標を構成した[図2]。そして、各都市に住む一般の人々から得られたアンケートの回答の水準をもって、これまで言語化できずにいた都市の魅力を測定することを試みた。社会学の用語を使って言い換え

ると、『Sensuous City[官能都市]』の調査が光を当てたのは、都市のインストゥルメンタル：道具的・手段的な価値ではなく、都市のコンサマトリー：自己充足的な価値である。

そこにはまた、たとえば、雑多さや猥雑さ、いかがわしさ、夜など、政治的な“正しさ”で武装した資本とアカデミックな工学が重視してこなかった、あるいは意図的に排除した、人間が生きる場所であるところの都市の本音を救出する意図もあった。

関係性指標	評価項目（アクティビティ）	身体性指標	評価項目（アクティビティ）
共同体に帰属している	お寺や神社にお参りした	食文化が豊か	庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ
	地域のボランティアやチャリティに参加した		地元でとれる食材を使った料理を食べた
	馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった		地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ
	買い物の途中で店の人や他の客と会話を楽しんだ		ミシュランや食べログの評価の高いレストランで食事した
匿名性がある	カフェやバーで1人で自分だけの時間を楽しんだ	街を感じる	街の風景をゆっくり眺めた
	平日の昼間から外で酒を楽しんだ		公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た
	不倫のデートをした		活気ある街の喧騒を心地よく感じた
	夜の盛り場でハメを外して遊んだ		商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた
ロマンスがある	デートをした	自然を感じる	木陰で心地よい風を感じた
	ナンパした・された		公園や水辺で緑や水に直接ふれた
	路上でキスした		美しい青空や朝焼け・夕焼けを見た
	素敵な異性に見とれた		空気が美味しいで深呼吸した
機会がある	刺激的で面白い人達が集まるイベント、パーティに参加した	歩ける	通りで遊ぶ子どもたちの声を聞いた
	ためになるイベントやセミナー・市民講座に参加した		外で思い切り身体を動かして汗をかいた
	コンサート、クラブ、演劇、美術館などのイベントで興奮・感動した		家族と手を繋いで歩いた
	友人・知人のネットワークで仕事を紹介された・紹介した		遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた

[図2] 2015年調査での評価指標（『Sensuous City[官能都市]』LIFULL HOME'S総研）

第2章

都市の合理性について考える

1. 合理性の“正しさ”が都市を均質化する

さて、耐震性や不燃性など建築物としての合理性、効率的で安全な道路計画や土地の有効利用（容積率）という都市計画としての合理性、これを合わせて工学的な合理性とすれば、それと車の両輪をなすのが、資産価値や利回りなどで測られる経済合理性である。工学も経済学のどちらも数学を基礎において成立する学問なので、1+1の答えはいつどこで誰が計算しても2であるように、再現性や普遍性を志向する。たとえばAIに、こういう規制条件の1haの敷地で収益を最大化する開発計画を、と命じれば、それが東京の湾岸エリアだろうと、近郊の私鉄駅前だろうと、大阪だろうと名古屋だろうと、地方都市だろうと、出てくる計画はどれも似通ったものになるはずだ。建築家の原広司は、「多くの建築的な仕事、それが大規模な建設であればあるほど、もはや個人（建築家：筆者）の想像力の対象となる前の段階で、大組織の手に委ねられる傾向があり、経済原則に則って具体化される」と建築表現の危機を語っている※1。

これは良い悪いという価値判断の問題ではなく、合理性とはそういうものだという事実に過ぎない。それよりもここで問題したいのは、その合理性に政治行政的な“正しさ”という価値判断のお墨付きが与えられるとき、工学的・経済的な合理性で評価が劣るものは、“正しくない”もの、“正すべき”ものと、悪意なく認定されることだ。「土地の合理的かつ健全な高度利用」と定められた市街地再開発事業の目的が、その短い一文によって図らずも語っているのは、都市政策による“正しさ”的選別である。

建築物の場合、合理性は生命や財産に関わるので、本密は危険だと主張する工学的な“正しさ”に対して表立って反論することも許されない空気がある。実際には改修という選択肢があるのだが、経済的合理性の裏付けがない（投資を回収できる見込みがない）ので、所有者がそれを検討することはない。こうして、合理性の“正しさ”が都市の均質化を推し進めていく過程を、私たちはいま目の当たりにしている。

2. ドーピングされた経済合理性で成立する再開発

ただし、ここには少し補足をしておくべき話がある。

現代の日本で都市の均質化の大きな原動力となっている市街地再開発事業には、おおむね総事業費の約30%、多い場合は実質50%以上の補助金が投入※2されていて、全国の再開発事業に投入される補助金は年間約1兆円に上ると試算※3されている。たとえば、東京のせんべろの聖地とも言われる「呑んべ横丁」を含む京成石駅前の再開発は、総事業932億7000万円（2022年末時点）のうち約4割、373億円程度が補助金でまかなわれる。それが2024年には総事業費は約1186億円と約253億円アップしている。工期の延期と昨今の建設費の高騰でさらなる上振れは避けられそうもない状況※4だが、いったい補助金はいくらまで膨れ

上がるのか。参考までに、2024（令和6）年度の文化庁予算を確認すると、国宝や重要文化財に指定されている建造物の保存修理のための予算はたったの113億円である。市街地の再開発に投じられるお金がいかに巨大なものか理解できよう。

もしも京成石駅前の再開発に投じられる補助金を、対象地域の建物の耐震・耐火改修に使うことができれば、間違いなく地域の防災性を格段に高めることができた。おそらく投入される予算は十分の一で収まるだろう。しかし、個人が所有する建物にそれだけの補助金を入れる法的スキームはない。ところが高層化を前提とする再開発事業であれば、補助金や税制優遇が与えられ、規制緩和によって新た

に生み出された保留床の売却で、所有者はほとんど持ち出しなしで共同建て替えした新築建物に権利床を得る。これが再開発の経済的合理性を支えている。だから、もし緩和される容積や補助金がいくらか少なかったとしたら、再開発事業の経済合理性はたちどころに失われてしまう。そういう意味で、再開発の経済合理性はドーピングされた経済合理性と言えるのだ。

市街地再開発事業は都市再開発法に基づき1969年から存在する制度であるが、2002年に制定された都市再生特別措置法によって、大幅な規制緩和と金融的支援のボーナスが上乗せされて勢いづいた。都市再生特別措置法は、総則に「都市機能の高度化及び都市の居住環境の向上を図り、併せて都市の防災に関する機能を確保するため」と定められてはいるものの、都市再生特別措置法制定までの議論をたどれば、純粋な都市政策というよりも経済政策としての本音が明らかである。

少し経緯を振り返っておくと、まず小渕内閣時代の経済戦略会議（1998年～1999年）で東京の国際金融都市とし

ての地位低下に対する危機感が強く表明され、続く総合規制改革会議では都市計画や建築規制の硬直性が問題視され、民間有識者から規制緩和の提言がなされた。そして都市再生特別措置法の前年の2001年、竹中平蔵氏を経済財政政策担当大臣に起用した小渕内閣下で開かれた経済財政諮問会議（「構造改革なくして景気回復なし」というスローガンで知られる）において、「活力ある経済社会を目指した規制改革、制度改革」の重要テーマのひとつに都市再生が掲げられた。これを受けて翌年には、小泉総理の肝いりで都市再生本部が設置され、異例の早さで都市再生特別措置法が制定される。

一連の経緯から分かるように、都市再生特別措置法には、1990年代にバブル崩壊によって不良債権化して塩漬けになっていた都市の不動産の再生によって、日本経済を浮揚させようとする狙いがあった。それを民間の資金で推進するために大幅な規制緩和と財政的支援が必要だったのだ。つまり現在の市街地再開発を成り立たせている経済合理性は、景気対策として再開発事業が成立するように設計された合理性なのだ。

3. 目的合理性と価値合理性

もちろん多様な価値観を持った多様な人々にも等しく一定水準の平等な都市環境を提供しようとするならば、合理主義に導かれる普遍化・均質化は決して否定されるべきものではないし、現実問題としても避けることはできない。しかしながら、合理性という概念には、これまで議論してきたような工学的・経済的な場面で語られる合理性とは異なる性質の合理性もあることは知っておきたい。

目的合理的行為。これは、外界の事物の行動および他の人間の行動について或る予想を持ち、この予想を、結果として合理的に追求され考慮される自分の目的のために条件や手段として利用するような行為である。

価値合理的行為。これは、或る行動の独自の絶対的価値——倫理的、美的、宗教的、その他の——そのものへの、結果を度外視した、意識的信仰による行為である。

マックス・ヴェーバー（1972）『社会学の根本概念』清水幾太郎訳、岩波文庫、39p

意訳すると、目的合理性は、外界や他者の行動を予想し、目標や目的を達成するためにもっとも効果的・効率的な手段を選択する行為の合理性で、目的と手段は明確に区別される。なにより成果や効率が重視され、「目的そのものが正しいかどうか」ではなく、「与えられた目的に対して、どの手段

が最も有効か」が問われる。対して価値合理性は、正しい・美しい・善い、など行為者が内在的に信じる価値に従つてなされる行為の合理性である。行為の動機は価値そのものにあり、効率よりも価値に忠実であることが重視され、時に目的と手段の区別は意味をなさない。

ヴェーバー自身はこれを「理論上の純粹型」として区別し、現実の行為において両者の境界はしばしば曖昧になることを認めているが、とりあえずここでは、ひとくちに合理性と言っても、次元の異なる“理にかなう”がある、ということを共有してもらえたらしい。

ここで、もう少し分かりやすく私たちの問題に引き寄せて考えるために、ヴェーバーの弟子でもあるタルコット・パーソンズが使った、インストルメンタル（道具的）とコンサマトリー（自己充足的）という概念の対比を思い出したい。パーソンズはアメリカ社会の価値システムについて、「社会は、〈それ自体が目標〉であるのではなく、むしろある意味で社会の外

部の、あるいは社会を超越する諸目標を達成するための手段※5として把握されている」（タルコット・パーソンズ（1973）『社会構造とパーソナリティ』 武田良三監訳、新泉社、262p）と分析し、〈インストルメンタル：道具的〉という用語と〈コンサマトリー：自己充足的（成就的）〉という用語を対置した。パーソンズは道具主義（インストルメンタリズム）の概念について、システムとしての社会にとって何らかの明確な目標となる状態が存在しないと定義づけ、「このことにより結局、諸単位の目標レベルにおける積極的な業績達成が第一次的なものとして強調され、諸単位の業績が適切な形で評価されなければならない」（同書366p）と述べる。これを受け、日本の社会学者の見田宗介は、パーソンズが〈インストルメンタル〉に対比させた〈コンサマトリー〉という概念を重視して社会のこれからの方針を提唱するが、見田は、正確な日本語訳が難しいとされるこの言葉を、次のように美しく定義した。

〈わたしの心は虹を見ると踊る〉という時この虹は何かある目的のために役に立つわけではない。

つまり手段としての価値があるわけではない。かといって「目的」でもない。

それはただ現在において、直接的に「心が踊る」ものである。

この時虹は、あるいは虹を見るということは、コンサマトリーな価値がある。

見田宗介（2018）『現代社会はどこに向かうか』 岩波書店、155p

ヴェーバーの目的合理的行為／価値合理的行為の対比と、パーソンズ・見田のインストルメンタル／コンサマトリーの対比は、そもそも次元の異なる議論であり概念として完全に置き換える可能なものではないものの、ヴェーバーの合理性概念を実用的に（学術的ではないという意味で）理解する上では助けになる。要するに、目的合理的行為＝インストルメンタルな行為（道具的行為）、価値合理的行為＝コンサマトリーな行為（自己充足的行為）、とざっくり理解しておいても深刻な間違いではないだろう。

目的合理的行為は道具的であるので、効率よく目的を達成するために「どうやるか」（手段）を徹底的に考え、常にその業績を重視するけれど、目的そのものの意味や意義（価値）は問わない。逆に価値合理的行為は自己充足的なので、行為そのものが目的で、その行為による損得や、どうすれば効率的に達成できるかは重要ではない。ただただ楽しいから、うれしいから、尊いから、それを行うことで自分が満たされるからやる。そのようなコンサマトリーな態度は、社会

一般では非合理的な行為と見なされがちだが、ヴェーバーによれば、それもまた別の合理的な行為なのである。

一般に都市計画や都市開発のプロジェクトにはKPI（Key Performance Indicator：重要業績評価指標）が要求される。大きな目標達成に向けたプロセスを諸要素に分割し、数値で管理するための指標である。大きな目標であるまちづくりの方針やコンセプトは、例えば、良好な居住環境の整備、にぎわいの創出、質の高い都市機能の整備など、たいていは定性的で情緒的な言葉で語られ、るが、そもそも人間にとて居住環境の良好さとは何かなどの定義問題は議論されることはない。これは、全体としての理想像はない（曖昧）が、諸単位の目標レベルにおける業績達成が強調され、業績が適切な形で評価されなければならない、とパーソンズが論じたように、いかにも道具主義的である。定性的で情緒的な価値は、広告のキャッチコピーとしては重宝されるが、いわば努力目標みたいなもので、その達成度が検証される

ことはない。

このような状況で都市計画・都市開発の目的が工学的な“正しさ”や経済的な“正しさ”にフォーカスされれば、いかに多様な価値観や固有の歴史・文化、人の幸福が既にそこ

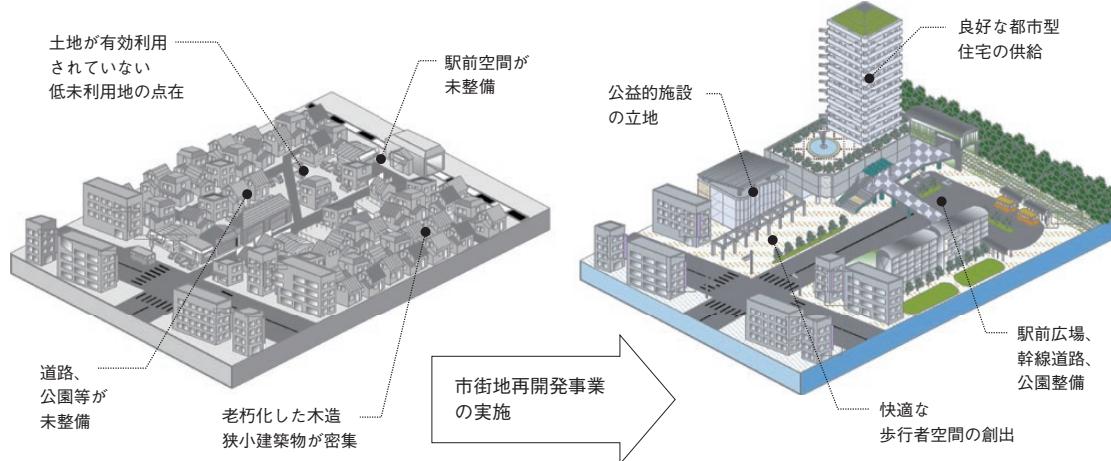
にあろうと、ソリューションは同じようなものになってしまい都市の均質化は止められない。それが『Sensuous City〔官能都市〕』で批判した、再開発によって均質化していく都市の現状である。

4. 都市を均質化する再開発のフォーマット

もっとも強烈に都市の均質化を推し進める直接的な力の源泉は、市街地再開発事業に求められる大街区に超高層+低層商業+空地というフォーマット（図3）である。大義名分は「土地の合理的かつ健全な高度利用」という思想だ。合理的はまだ分かるが、「健全な高度利用」の健全さとはなんだろう。「良好な都市型住宅」の良好さとはなんだろう。歩行者空間の快適さとはなんだろう。その概念の定義や内実が示されることはついぞないが、再開発事業は、自治体の許可を得るために、再開発組合とデベロッパーが事業の収

支を成立させるためにも、事実上このフォーマットに従わなければならない。まさに道具主義的である。

“合理的”で“健全”な土地利用によって、細分化された歪な街区はスクラップアンドビルトによって統合される。その時、その場所から消し去られるのは老朽化した狭小建物だけではなく、その場所で営まれていた小さな商いとそれを利用していた人々が醸す都市の個性だ。そうしてその場所に蓄積した時間と経験の記憶は失われ、都市はどこも均質化し、都市生活の画一化が進む。



[図3] 市街地再開発事業のフォーマット（国土交通省）

このフォーマットのアイデアの起源をたどれば、モダニズム建築の巨匠ル・コルビジェによる「300万人の現代都市（1922年）」、「ヴォアザン計画（1925年）」（図4）、「輝く都市（1930年）」の一連の都市計画案にたどり着く。1920年代は、1908年に登場したT型フォードを皮切りにさまざまな自動車メーカーが興り、自動車が大衆化する兆しが見えてきた頃だった。そこで提案された都市像は、当時の最新テクノロジーである自動車や鉄筋コンクリート造を活用し、きたる機械文明に適合するために構想された。

住む場所と働く場所で土地の用途を分け、その間を自動車で移動する。道路は広く直線で曲がり角を少なくし、歩行者と自動車を分離する。街区は大きく、空地をたっぷり取って緑を植え、建物は鉄とコンクリートで超高層に積み上げる。「ヴォアザン計画」を紐解くと、現代の都市計画の骨格となるアイデア、あるいは都市開発が重視する良質さは、ほぼ全てここにあることがわかる。ちなみに、大手デベロッパーの森ビルが理想の都市像として掲げるコンセプト「Vertical Garden City - 立体緑園都市」は、文字通りコル

ビュイの「輝く都市」で提唱された垂直田園都市の姿である。

そもそもモダニズム建築自体が合理主義に貫かれたものだ。それを真棒するコルビュジエの言葉には傲慢さを感じるほど上から目線の押し付け感がある^{※6}。それでもなお、「輝く都市」に代表されるモダニズム建築の運動は、産業社会が発展するにつれて格差が拡大し、貧民が住む地区が過密で不衛生で、貧困と疫病がはびこる20世紀初頭の西洋都市の惨状に対して、誰にでも等しく太陽と空間と緑を与えられる健康で明るい都市の建設による社会改良を目指す、いわば社会善という価値合理的なユートピア思想を持ち合わせていた。しかしコルビュジエから100年後の日本の都市では、その思想は官僚が考案した制度によって高度に形式化し、健全さや、良好さ、快適さの内実が空洞化したまま、実行フェーズは市場原理に委ねられた結果、目的合理性に支配されるに至っている。原広司も言うように、都市計画や建築設計の実務家たちは、自分たちが主体的に仕事をしているつもりでも、実はシステムによって合理的に行はせられる歯車

にしか過ぎず、自由で創造性に満ちた人間性は失われていく。そのような事態をマックス・ヴェーバーは「鉄の檻（堅固な外殻）」と表現し、社会の隅々まで目的合理性ばかりが優勢になり、価値合理性が排除されていくことを強く危惧した。

これまで述べてきたように、合理性という概念は一般に考えられているよりも多義的であり、別の合理性もあるのだということがわかれば、第三の道が開けてくるのではないか。見田宗介は「合理性の限界を知る合理性こそを眞の合理性として、〈メタ合理性〉とよぶことができる」と合理性概念の統合を訴える。それは良心的な建築家なら常に取り組んでいることだ。要するに、工学的な合理性と経済的な合理性を担保しつつ、いかにコンサマトリーで価値合理的な建築を設計するか、という両極を自由に行き来する姿勢である。『Sensuous City [官能都市]』がこれまでにない独特の評価指標ですくい上げたかったのは、都市において軽視されてきたコンサマトリーな価値、価値合理性の文脈で語られる都市の魅力である。



[図4] ル・コルビュジエ「ヴォアザン計画」(1925年)

※1 原広司 (2007) 『空間〈機能から様相へ〉』岩波書店、23p

※2 NHK取材班 (2024) 『人口減少時代の再開発 「沈む街」と「浮かぶ街」』NHK出版、108p

※3 共同通信 (2024年11月17日配信) 「【独自】乱立するタワマンに公費1兆円 再開発118地区、住民恩恵薄

<https://nordot.app/1230796039981482870?o=302675738515047521>

※4 東洋経済オンライン(2025年1月16日配信)「あんなに愛された街が…「立石再開発」微妙な現状」<https://toyokeizai.net/articles/-/852242>

※5 現世での労働は神から与えられた天職で、神の王国を地上に建設するための神への奉仕、というカルヴィニズム的倫理に由来する価値観を指している。社会の諸領域はその業績を達成する場であり、労働による組織的かつ合理的な利潤追求は神への奉仕である、という心情が近代資本主義の発展に大いに寄与した、というのがマックス・ヴェーバーの『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』の要諦

※6 コルビュジエは「今日では、かつてのように人が何を主張しようと、また何と反対しようと、鉄およびガラスによる建築が時代の進むべき可能性を照らしてくれる眞の光明であることは動かせない事実である」と、モダニズム建築の絶対的な正しさを譲らない。ル・コルビュジエ(1968/1935)『輝く都市』坂倉準三訳、鹿島出版会(SD選書)、46p

第3章

『Sensuous City [官能都市] 2025』の時代認識

1. 2025年の都市の状況

さて、ようやくここから『Sensuous City [官能都市]』の改定について話題を進めよう。前作を発表した2015年から今年で10年の時間が流れた。人口減少と高齢化が着々と進行する中、私たちはパンデミックを経験し、コロナ後にはインフレが待っていた。異常気象は常態化し都市はた

びたび大災害に見舞われ、さらに能登半島で大震災も起つた。それらとは無関係にテクノロジーの進化はますます加速し、生活環境は目まぐるしく変化している。そんな時代の変化の中で、都市もいま大きな曲がり角に立っている。

1-① 再開発のタワマン化と全国展開

この10年間、市街地再開発プロジェクトが勢いを増している。そう感じる人も多いと思うが、国土交通省の統計を確認すると少々意外なことに気づく。市街地再開発事業の事業完了地区数(図5)は、2023年3月時点で累計1190に達するものの、毎年の完了地区数は、2002年の都市再生特別措置法を境にみても、ここ10年をみても、加速しているというわけではない、ということである。年ごとの完了地区数を平均すると、1990年代が年平均約32地区に対して2000年以降は年平均21.5地区と、むしろ減少している。

にもかかわらず、私たちが再開発の勢いが増していると感じるのは、一つ一つの事業が大規模化していることが一つの原因ではないかと考えられる。国土交通省の資料「最近の再開発事業の動向について(令和6年3月)」によれば、市街地再開発事業完了後の用途は、平成2年(1990年)前後までは店舗を主用途とする再開発が大半であったが、平成7年(1995年)以降から住宅が急増し、平成12年(2000年)に住宅が半数を超え、近年では住宅が7割前後を占めるようになっていて、市街地再開発事業が規制緩和で生み出された容積をタワーマンションとして販売することで成り立っているという構図が分かる。そこでタワーマンショ

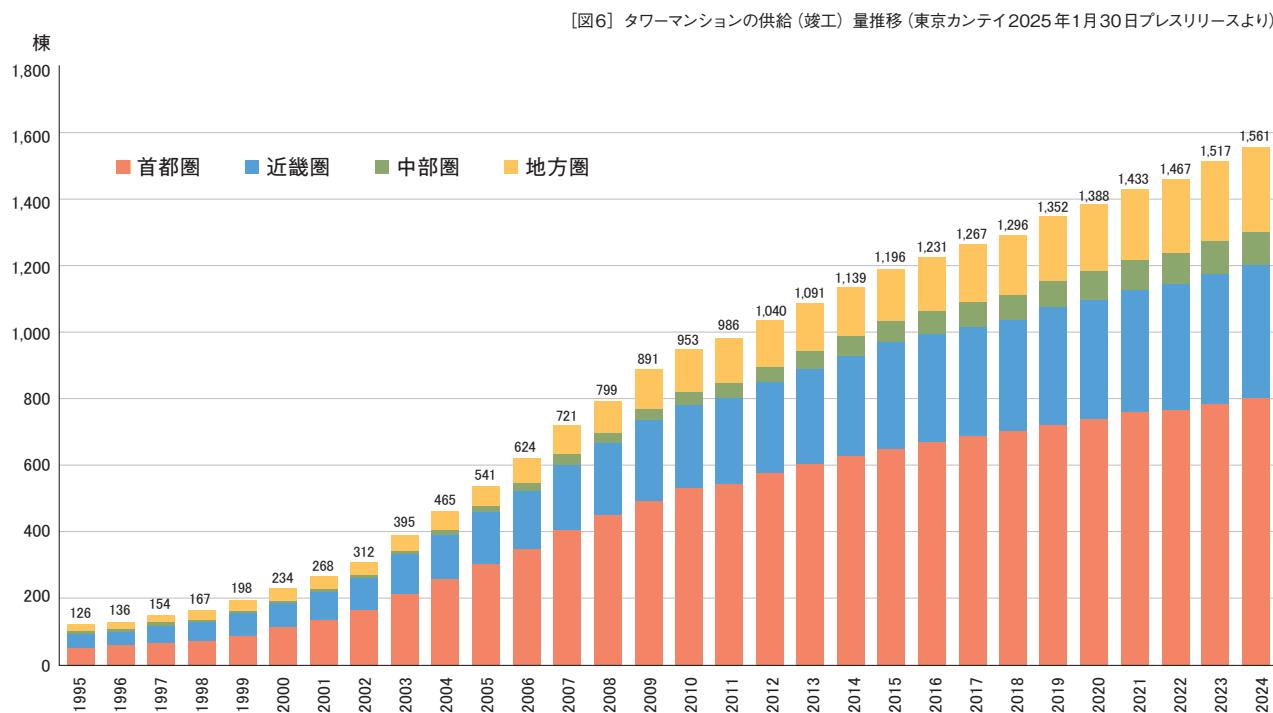
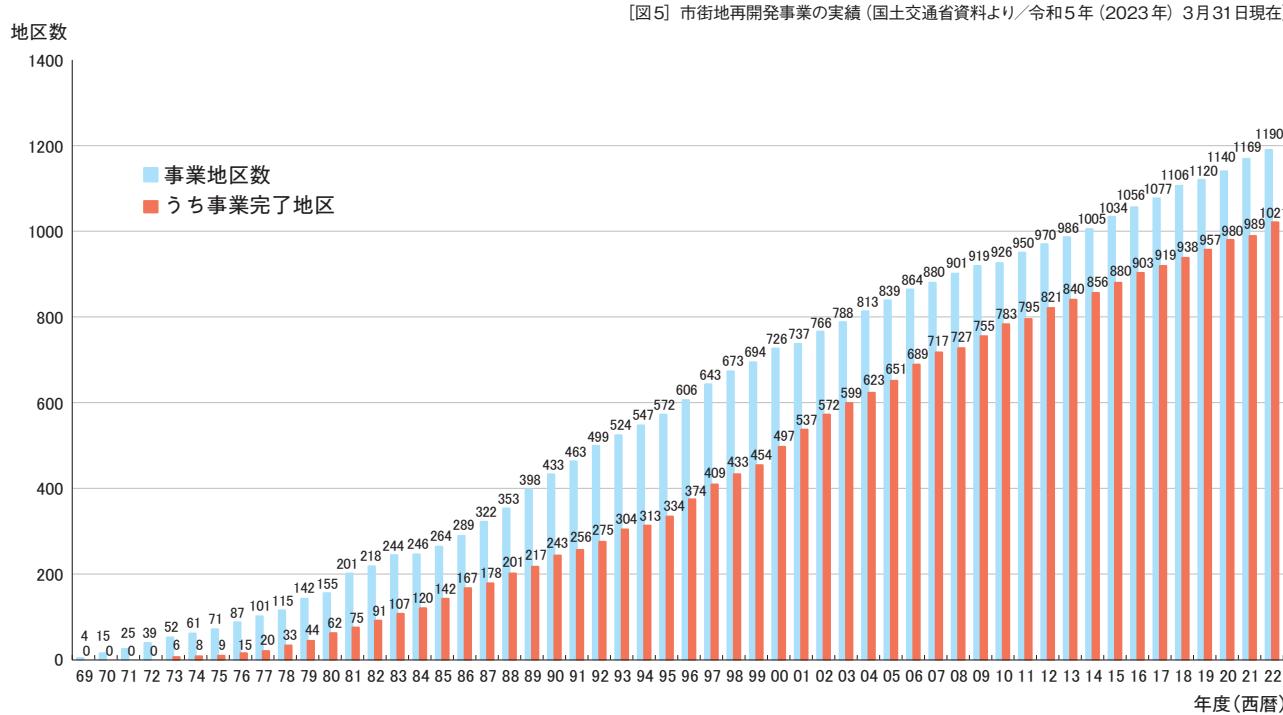
ンの竣工棟数の推移(図6)を確認すると、90年代後半から2001年までの年平均が23.3棟だったのに対して、2002年から2024年までの年平均は56.2棟へ倍増している。プロジェクトの巨大化という見立てにはほぼ間違いはないだろう。

再開発が勢いを増していると感じるもう一つの要因は、再開発事業の地理的広がりだろう。地域別のタワーマンションの供給数をみると、圧倒的シェアを占める首都圏が2010年代に入り伸びが鈍化し高原状態になっているのに対して、近畿圏、中部圏、地方圏での供給数が増加傾向にあることが分かる。タワーマンション化の大波は、開発ラッシュとも言えるほど加熱した東京都心から近郊へ、そして郊外へ、さらに全国的主要都市へ広がっていった。いまや、全国どこへ行っても、県庁所在都市レベルであれば、再開発によって建てられたタワーマンションを見ない都市はない。

図5および図6で示した統計からもうひとつ興味深い発見を付け加えるなら、市街地再開発事業の実施地区数は毎年かなり安定的なペースで増え続けていて、バブル崩壊やリーマンショックによる落ち込みがみられない、という点である。タワーマンションの竣工数にもリーマンショックの影響はみられない。新設住宅着工数が、バブル崩壊やリーマンショック

の経済的ショックや消費税導入前後で大きく変動することを考えれば、いかに市街地再開発事業が不動産市場全体の

市場原理とは別の世界で計画的に実施されているか、ということがうかがえる。



1-② 不動産価格の高騰と社会の不協和音

再開発で供給されるタワーマンションは、その価格の高さが波及する形で、周辺の中古マンションの価格を引き上げ、賃料相場をも引き上げる効果を持つ。不動産投資家が再開発プロジェクトの周辺の既存物件に目をつけるのはこのためである。最初の発火点となる新築マンション価格は、2013年以来のアベノミクスの大規模な金融緩和と、コロナ禍後半からの資材価格と人件費の高騰で、まさに天井知らずといった状況である。国土交通省が発表する不動産価格指数は、2010年を100として、2024年のマンションは205.1、オフィスは179.7まで上昇している。東京23区では中古マンションの平均価格も1億円を超え（東京カンティ2025年6月30日プレスリリース）、もはや一般庶民が手を出せない価格帯へ上昇した。賃貸住宅の家賃相場についても上昇傾向が続き、2025年4月にLIFULL HOME'Sに掲載された東京23区の賃貸住宅の賃料の平均値は、シングル向けで11万7417円、ファミリー向けで23万1588円といずれも過去最高を記録し、前年同月比で10%前後の上昇となっている。2021年以降、東京23区から子育て世帯の転出超過が続いているのだが、不動産価格の高騰が影響していることは疑いようがない。

東京23区における不動産価格の上昇の要因としては、国内外の投資マネーがマンション市場へ流入していることが指摘されている。2020東京オリンピック・パラリンピックの選手村跡地をファミリー向け住宅地として分譲した晴海フラッグについては、多くの報道があったので記憶に新しい。交通の便は良くないものの、都心に隣接する立地を考慮すれば分譲価格は割安とみられ、賃貸収益や転売益を目的とした投資マネーが殺到した。結果、抽選倍率は70倍を超え、最終的に約2割の物件が投資家に買われた。

もともと東京都がファミリー世帯向けの住宅地が供給されることを念頭にデベロッパーに土地を安く提供して開発された住宅地が、マネーゲームの場となってしまったことを問題視する声は大きく、これを発端にして、居住実態のない投資家、特に外国勢力に不動産が買い漁られることに対して世論の不満が高まるようになった。確かに、公的資金で補助された再開発タワーマンションが投機の対象になり、周辺の不動産価格までつり上がりつつあることは問題があり、適切な措置が待たれるところではある。しかし、不動産を舞台とするマネーゲームに対する不満が、一足飛びに外国人排斥論へ飛躍し、一部の政治的勢力に利用されかねない状況には懸念を覚える。

1-③ 街の商売の衰退

コロナ禍は、個人が営む小さな飲食店や商店の経営に甚大な影響を与えた。もっともコロナ禍の最中は、政府の持続化給付金やゼロゼロ融資といった資金繰り支援によって、2021年の企業倒産件数は6030件と過去50年で最少となったが、それは単なる延命措置に過ぎず、もともと脆弱だった経営体質が根本的に改善されることはなかった。ゼロゼロ融資などの返済が本格化した2022年以降、倒産件数は再び増加に転じ、2024年には1万6件と高水準に達している。これらの倒産の75%は負債1億円未満の小規模事業者によるものであり、個人経営の商店や飲食店、街のサービス業といった地域密着型の事業が少なくない。（データはすべて東京商工リサーチ「全国企業倒産状況2025年1月」より）

だがより深刻なのは、「廃業」の増加である。法的整理

を伴わず、静かに看板を下ろす「休廃業・解散」の件数は2024年に6万2695件と、前年比25.9%増と大幅に増えており、倒産件数の7倍近くに上る（東京商工リサーチ「全国企業『休廃業・解散』動向調査2024年」）。

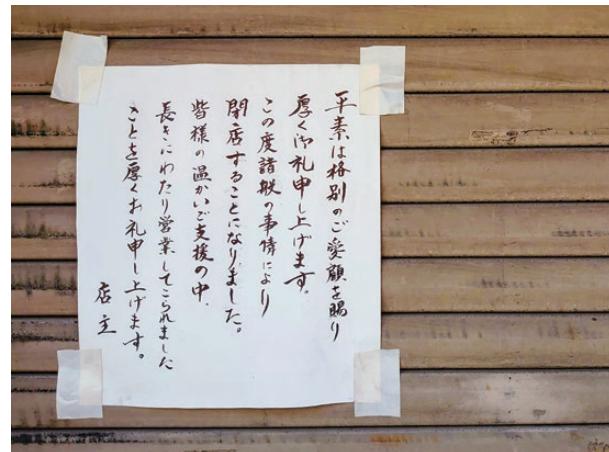
これらの多くは従業員5人未満の小規模事業者であり、業種では飲食業、小売業、サービス業といった生活密着型の業種に集中している。東京商工リサーチの同調査によれば、2024年の休廃業・解散のうち、飲食・娯楽を含むサービス業が32.1%、小売業が11.5%を占めており、これら「街の商売」に関わる業種だけで全体の40%以上を構成している。また業歴別で50年以上の構成比が過去最高の13.0%に達しており、いわゆる老舗の休廃業が増えている。

廃業の背景には構造的な要因として物理的・人的な老朽化がある。店主の高齢化と後継者の不在は、経営革新や人

材確保、設備更新のための投資を躊躇させ、代表の体力の衰えと事業の衰えがリンクする。休廃業企業の代表者の年齢の中央値は74歳に達しており、事業承継を諦めた“あきらめ廃業”が増加している。また、店舗そのものの老朽化も進み、耐震基準の問題や修繕費の重さから、営業継続よりも閉店を選ぶ例が相次ぐ。近年では、再開発による立ち退きによって、長年の店舗が一掃されるケースもある。

こうした「街の商売」の退出は、単なる経済活動の縮小ではない。街角の定食屋、八百屋、喫茶店、古びた商店街の衣料店——そうした店先には、商品やサービスの提供を超えて、日常のリズムや、顔なじみとの挨拶、偶然の出会いがあった。小規模店舗とは、都市の身体の末端神経のようなものである。マクロな視点でみれば、生産性の低い事業者の退出でしかなくとも、実際には、都市の感覚がひとつずつ失われていくことである。さらに、地域のコミュニティにとってもその影響は深刻である。地域の祭りやイベン

トなどのまちづくりの活動は、地元の商店主たちを抜きにしては成り立たない。常連客を抱える店では、店を中心に形成されていた人と人との緩やかなつながりは、閉店とともに断ち切られ、孤立や無関心を深める一因となる。



[図7] 廃業する個人店（イメージ）

1-④ 地方都市の人口減少、ファスト風土も衰退フェイズへ

2014年にローカルアベノミクスと打ち上げられた地方創生政策は、政権交代で看板をかけ変えながら、現政権に至るまで毎年約1兆円の予算を地方に投入し続けてきた。しかし、人口の東京一極集中は緩和されるどころかコロナ禍明けにむしろ再加速し、地方では人口の自然減が年々拡大し人口減少が止まらない。人口は中心へ集まる傾向があり、地域ブロックでみればその中心的大都市へ、県レベルでは県庁所在都市へ人口が集中し、一般に人口規模が小さい自治体ほど人口減少が激しい傾向がある。自治体単位でみれば、旧市街と言われる中心部の人口減少は比較的穏やかで、中心から離れるほど減少率は大きくなる。

そのような地方の中小都市では、1991年の大規模小売店舗法規制緩和以降、消費も娯楽もすべからくロードサイドの巨大ショッピングセンターに吸い上げられ、中心市街地はシャッター街化し、もともとあった地域の固有性——風景、商店街、商業、食、娯楽などなど、幅広い分野に及ぶ独自の生活文化——は痩せ細ってしまっている。社会デザイン研究家の三浦展氏が、そのような郊外の状況を「ファスト風土化」と名付けて厳しい批判とともに警鐘を鳴らしたのは2004年だったが、2010年代半ばごろにはファスト風土化は

全国的に徹底化されていた。平成の大合併で市域を拡大した自治体では、かえってファスト風土化が加速した感がある。ロードサイドのショッピングセンターと中心市街地の商店街の対比では、あたかも前者が強大な力によって後者を衰退させたような印象を与えるが、正確には、もともと中心市街地が衰退している地域の郊外に巨大ショッピングセンターが進出し、地域住民は自ら進んでロードサイドの巨大チェーンストアを選択し、中心市街地の商店街を見捨てた、というのが実態に近い。なにしろそのほうが安くて便利で楽しく、品揃えもよいのだ。そういう個々の合理的な選択を積み重ねていった結果、ロードサイドのチェーンストアに依存した地方都市のライフスタイルが形成された。別の視点から眺めるとそれは、効率性を追い求めるチェーンストアのマーケティングに適応する形で、自らの消費生活の合理化を徹底していく過程であるとも言える。さらに近年では、インターネット＋スマートフォンが提供するECやストリーミングサービスがその流れを強化した。

ところが、そのショッピングセンターの新規出店数はこの10年で右肩下がりに減っており、新規出店する施設も小型

化している。閉店する施設も増加傾向にあり、施設総数は6年連続の減少だ。ECの進展もさることながら、高齢化と人口減少による地方の購買力の低下の要因がもっとも大きいとみられている。このような環境変化に適応するように、業界は一施設あたりの収益拡大へ舵を切り、施設の整理統合を進めているのである。

日本経済新聞の報道によれば、ショッピングセンターの業績は立地タイプごとに明暗が分かれ、「インバウンド客の増加で好調だった大都市の施設の売上高が伸びた一方で、ベッドタウンなどが位置する中規模都市の施設は伸び悩んでいる」(日本経済新聞電子版2025年2月11日「ショッピングセンター新規開業、2025年は過去最少見通し」と、大型ショッピングセンターはもはや大都市でなければ成立しにくい状況となっていることを伝えている。

この先、地方の高齢化・人口減少がさらに進展するに従い、不採算店舗の整理統合はさらに進む。地方都市では、2006年の都市計画法の改正と中心市街地活性化法の改正によって、大型ショッピングセンターの郊外への出店を抑制して中心市街地へ誘導し、疲弊した中心市街地を再生する方向に舵を切ってはいるものの、成果を上げている例は県庁所在都市レベルにほぼ限られている。少ない人口がすでに広く郊外に拡散し、高齢化と人口減少が加速し、さらに完全にクルマ移動が定着している規模の小さい地方都市では厳しい状況のようだ。モータリゼーションと人口の郊外化を土台にしてロードサイドの消費空間化を押し広げたファスト風土は、まさにその土台が崩れたことで、縮減のソフトランディングが求められている。

1-⑤ 行き詰まる市街地再開発

『Sensuous City [官能都市]』は発表以来、今年で10年目を迎えるが、いまだに自治体や企業、団体からの講演会やレクチャー、シンポジウムなどトークイベントの依頼が続いている。そればかりか、コロナ禍を脱した2023年ごろから2024年にかけて、引き合いがむしろ増加傾向にある。これはアンケート調査という賞味期限のあるデータを元に作成した報告書としては、かなり異例のことだ。

このように10年近くも経って、『Sensuous City [官能都市]』に対する関心が再燃している背景には再開発という都市再生スキームが行き詰まりを見せてているという事情がある、とみている。一つには、市街地再開発プロジェクトが全国に広がるつれ、だからこそ逆に、スマクリアランスで消えゆく既存の街の良さが再認識される、といふいわば作用一反作用のような力学が働いているのではないか。それと同時に、再開発で作られる低層商業+タワーマンションの複合施設が地方都市においてすら身近な存在になることで、都市がどこも画一化していることに多くの人が気づき、そのことに問題意識を持つようになってきたと思われる。実際、『Sensuous City [官能都市]』の講演会の依頼は、再開発プロジェクトがきっかけであることが多い。主催者に講演依頼の理由を尋ねると、多くの場合で「金太郎飴のような街にしたくない」という答えが返ってくる。

もう一つの要因がより切実かもしれない。建設費の高騰

で白紙撤回された中野サンプラザの再開発が代表的な例だが、建設コストが当初の計画よりも大きく上振れして、当初の計画が破綻するプロジェクトが増えている。たとえば、五反田のTOCビルでは建て替えのためすべてのテナントが退去した直後に、工事の延期が決定され、営業が再開された。京王電鉄とJR東日本が新宿駅の南口で進めている再開発は、既存ビルの解体は終わったというのに、施工を請け負うゼネコンが見つからず着工の目処すら立っていない、などなど、東京都心の一等地であったとしても計画が座礁する事態が続いている。中野サンプラザの場合、当初想定していた工事費1210億円が最終的には約2745億円へ2倍以上に膨らんだのだが、これはもう追加の補助金や小手先の仕様変更などでどうにかなる金額ではなく、事業環境がまったく異なるフェイズになっているものとして認識をする必要がある。

言うまでもなくこの大幅な工事費の膨張は、建築資材の高騰に人件費の高騰が合わさった結果であり、ゼネコンが暴利を貪っているというわけではない。三井住友建設が麻布台ヒルズの建設において工期遅延やコスト増により累計757億円の損失を計上したニュースが象徴するように、竣工までに長い期間を要する再開発では、工事途中にコストが上昇するリスクが大きく、数年前に作られた事業計画での建設コストでは、どのゼネコンも引き受けくれないとする事態が

多発しているのだ。

さらにそれだけでなく、せっかく完成した複合施設の飲食や物販の商業テナントの床が、開業後も埋まらない状況も相次いでいる。もっとも最近（原稿執筆時）の事例では、JR十条駅前の十条西口商店街を再開発して2024年11月に誕生した「ザ・タワー十条」の足元の商業施設「J&Mall（ジェイトモール）」が、2025年6月時点で39区間のうち20区画しか埋まっておらず、地元では「明るい廃墟」と揶揄されている、と伝えるネット記事がYahooニュースに転載され、Xを中心にSNSで多く拡散された。『Sensuous City[官能都市]』の巻頭エッセイでも書いた、東急目黒線武蔵小山駅前の横丁の再開発でできた「パークシティ武蔵小山」の「THE MALL（ザ モール）」は、私の知る限り2019年の開業以来一度も満床になったことはなく、2025年6月現在でも46区画の1割は空いたままである。

東京都内から離れると状況はさらに悪化する。2022年に大宮駅東口の繁華街にできた「大宮門街」は、総事業費約658億円に対して約75%にあたる491億円の補助金が投入された市の肝いりの複合施設であるが、2023年2月の市議会では商業フロアの入居率は66%に留まっているとの報告がある。私が2024年のクリスマスに訪れたときも、すずらん通りからそのまま連続する路地のように設計された通路で「大宮門街」施設内に足を進めると、「テナント募集中」が貼られたガラスの壁が延々と続き、まだオープンしていないのかと錯覚するほどだった。施設の周辺はいつも大勢の人で賑わっているのだから、立地の問題ではなく施設の問題であることは明らかである。首都圏ですらこうなのだから、三大都市圏以外の地方都市では言わずもがな。中心市街地の再開発によって生まれた商業フロアの大部分が、公共系の施設になっているケースも散見されるほどだ。これは要するに建設時に補助金を投入してでき上がった施設を、地元の税金で家賃を払って支えているという異常な事態である。

最近ではこの手の話が都心からも聞こえてくるから、状況はかなり深刻なのだろう。超一等地に巨大複合施設が華々しくオープンし、その様子をテレビが賑やかに報道しても、その実、商業フロアのテナント区画はまったく埋まっておらず、ネットには「ガラガラ」「閑散」といった現地レポートがいくつもアップされる。東京の超一等地の目玉開発であっても、テナント募集に苦戦していることは明らかである。

都心から地方都市まで苦戦する商業施設に共通しているのは、周辺の小さく古びた不動産の賃料相場に対して、新築の再開発施設の店舗賃料が高すぎるということだ。地方の中小都市であれば、元より空き店舗だらけになっているエリアにピカピカのビルができても、高額な家賃にテナントの収支が合わないのである。業界関係者にヒアリングをすると、建設費が高いので賃料を安くすることはできず、それに加えて深刻な人手不足が重なり、飲食や物販の出店意欲が渋いのだそうだ。東京都心から地方都市まで濃淡はあるとも、再開発でつくり出される商業フロアがテナント誘致に苦戦しているのは、事業環境的な制約によるもので、これから先も状況が改善する見込みは薄い。

さらに商業施設だけでなく、オフィスについても少し雲行きが怪しくなってきた。東京都心に次々に完成する新しいオフィスの入居率は好調を保っている一方で、2000年代前半に、湾岸エリアなど相対的に交通利便性が劣る地域で供給されたオフィスの空室率が高まっているのである^{※9}。企業の採用戦略としてもオフィス環境が重視されるようになっているいま、オフィスのニーズは、複数路線が乗り入れる利便性の高いエリアの高規格ビルに集中する傾向が強い。少し古いデータになるが、平成27（2015）年の国勢調査を基準に東京都が推計した「東京都就業者数の予測（令和2年10月）」によれば、都内で働く就業者数は2025年をピークに徐々に減少に向かうと予測されている。東京への人口集中によって実際のピークは多少後ろに倒れるとしても、数年以内に東京都のオフィスワーカーの人口は減少トレンドに転じる。それに対して大規模オフィスの供給は、今後も5年ほどは増えていく見込みである。つまり相対的に利便性の劣るエリアでは、再開発によるオフィス供給も厳しくなるということだ。

市街地再開発事業の行き詰まりについては、日本経済新聞やNHKといった正統なメディアからの問題提議の報道が相次ぎ、広く社会に認知されるようになっている。日本経済新聞は2023年8月2日付けの「民需なき「官製再開発」広がる 3割で自治体が施設購入」を皮切りに、5回シリーズの「ゆがむ官製都市」の連載を、2025年3月には「岐路に立つ再開発」の連載を始め、市街地再開発事業が行き詰まりを見せていくことを継続的に報じている。NHKは2024年1月20日にNHKスペシャル「まちづくりの未来～人口減

少時代の再開発は～」を放映し、その内容をまとめた新書『人口減少時代の再開発 「沈む街」と「浮かぶ街』（2024年7月）を発行した。日経新聞とNHKのどちらも、建設費の高騰などで事業計画が破綻し補助金頼みになっているこ

と、さらにタワーマンションが投機対象となり公益性がないがしろになっている現状などを伝え、その持続可能性に疑問を投げかけている。

2. 都市政策の方向転換

このように再開発事業に対して批判的な世論が高まりを見せつつある中、国土交通省も問題を認識し、2024年11月に「都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会」を立ち上げ、2002年の都市再生特別措置法以来20年の「都市再生」のこれまでを振り返るとともに、中長期的な視点で新しい時代の都市再生のあり方を検討する議論を重ねてきた。4月に公表された中間とりまとめ「成熟社会の共感都市再生ビジョン」では、「容積率の緩和に軸足を置いて優良な都市開発プロジェクトを促進することには限界が生じつつあり」と再開発事業の行き詰まりを認め、「引き続き、都市の普遍的魅力を向上させるとともに」と保留しつつも、「画一化することなく固有の魅力を一層高めていく」と事実上の方針転換を宣言するに至っている。ここで「固有の魅力」として例示されているのは、地域の歴史・文化、本物の雰囲気（オーセンティシティ）、コミュニティ、ローカルビジネス…と、これまでの都市再生の名のもとに行われた再開発プロジェクトが破壊してきた価値、いわば都市の個性をつくる要素である。

以上を踏まえて、「取り組むべき施策」として次の5項目がビジョンとして提示された。

1. 協働型都市再生によるウェルビーイングの向上
2. 余白を楽しむパブリックライフの浸透
3. 地域資源の保全と活用による
シビックプライドの醸成
4. 業務機能をはじめ多様な機能の集積による
稼ぐ力の創出
5. 共創・支援型エリアマネジメントによる地域経営

特に注目したいのは、「余白を楽しむパブリックライフの浸透」である。これは、本報告書でもインタビューを掲載している、早稲田大学リサーチイノベーションセンター研究員講

師の吉江俊氏（現・東京大学都市デザイン研究室講師）による画期的な都市論『〈迂回する経済〉の都市論』の提案に依拠するものであり、「成熟社会の共感都市再生ビジョン」は、全体的に同書の影響が色濃く感じられる内容となっている。『〈迂回する経済〉の都市論』の内容は162p～173pのインタビュー記事に譲るが、同書の核心を成すキーワード〈迂回〉は、目的地に向かって最短距離で直進するのではなく、寄り道・回り道の無駄や偶発性に価値を見出す態度である。「余白を楽しむパブリックライフの浸透」は、今回のビジョンで宣言された方針転換を象徴するものと理解できる。

国土交通省の方針転換を理解するために、「余白」という概念が都市再生の施策に取り入れられたことの意味を、今一度よく考えてみたい。提出された5つの施策の中で、「余白を楽しむパブリックライフの浸透」だけは他の4つとは異質なニュアンスがあるのを感じないだろうか。他の4つがすべて、「○○による××」と、手段→目的という構造であるのに対し、「余白を楽しむパブリックライフの浸透」だけはそうではない。

例えば、「4. 業務機能をはじめ多様な機能の集積による稼ぐ力の創出」についてみれば、「稼ぐ力」という目的を実現するためには、工場の誘致や観光開発など複数の戦略が考えられるが、その中から「多様な機能の集積」という手段が選ばれているという構造である。これに対して「余白を楽しむパブリックライフの浸透」は、「余白による」ではなく「余白を楽しむ」と、「余白」自体に楽しむものとしての価値・目的を置き、その行為が修飾的にパブリックライフにかけられている。つまりこれは、余白を楽しむことはパブリックライフである、パブリックライフとは余白を楽しむことである（少なくともパブリックライフは余白を内包している）、という等価関係を述べているにすぎず、余白やパブリックライフの外側に期待されるアウトカムは明示されていない。すなわち、余

白やパブリックライフはコンサマトリーな価値として定義され、それ自体を目的とすると言っているのだ。これが国土交通省の政策にこれだけの重みをもって提案されたことの意味は思いの外大きい。

というのは、前段で長々と論じたように、これまで都市政策の基本的な姿勢を貫いてきたのは、インストルメンタルな目的合理性である。それは目的そのものの価値や意味を深く問うことよりも、目的を達成するための手段を重視し、ツリー状に分割した諸目標を客観的な数値で評価できるKPIを設定し、結果を予測し行動を管理する、という形式で行為される。「地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成」も、「シビックプライド」とは何かという定義問題には触れることなく所与のものとして目的化され、「地域資源の保全と活用」にフォーカスが当たっている印象が強い。最終的な施策の制度づくりにおいては、おそらく、保全と活用の対象となる地域資源とは何か、どんな活用方法を推進するのか、という諸目標は細かく定義され、KPIも設定されるだろう。通常そこに余白などという予測不能な空白があつてはならない。にもかかわらず今回の方針では、取り組むべき施策の一つに余白そのものが掲げられたのだ。これはかなり画期的なことではないか。

余白という概念が本来的に求めるものは、単なるオープンスペースのようなものではない、ということは決定的に重大な認識である。広場とか公園とか多目的ホールとか、その場所に用途や機能のラベリングをして、その用途が想定する通りに場が運用された時点で、そこはもう余白などではない。さらに言えば、余白という概念はまた、建築によって作り出される物理的な空間や用途の曖昧さや多義性といったレベルだけでなく、意味や価値の領域にまで及ぶものである。

少し見方を変えてみよう。余白という概念は、遊びという言葉が包含するものと多くを共有する。たとえば、「ハンドルの遊び」と表現するバッファゾーンのような意味においては、まさに遊び=余白と言い換えることができる。だがおそらくそれだけに留まらず、両者は本源的な性質において重なり合うものがある。

まず、遊びはそれ自体を楽しむこと以外に目的を持たな

いコンサマトリーな行為の典型である。日本の伝統芸能や美術を特徴づける「間（ま）」を思い浮かべると、余白もまたコンサマトリーな性格を持つ概念であると理解できる。また、遊びはルールに則ってなされるが、ルールは閉じつつ開かれているとでも言うべき、柔軟で曖昧な性質を持っている。ままごとやごっこ遊びなど、小さな子どものころの無邪気な遊びを思い起こせば腑に落ちると思う。遊びは、その場のプレイヤーが遊びながらルールを逸脱しつつ、かといって無秩序に陥ることのないよう、なんとなく更新されていく新しいルールを遊ぶという、実は極めて高度な社会性を備えている。そこには超越的な立場からルールを定め個々の行為を裁定する者は存在しない。カードゲームのイカサマのようにゲームを根底からぶち壊してしまうような逸脱がない限り、そのゲームを楽しもうと参加する者は誰も排除されず、その場のなんとなくの合意でルールが書き換えられ運用される。厳格なルールブックが存在し、アンパイアが絶対的権威を持つプロスポーツ競技にまで昇華した遊びであっても、例えば大谷翔平のような前代未聞の才能が登場すれば、あっさりルールを書き換えるのだ。メジャーリーグが大谷翔平の二刀流のためにルールを変えたことについて、メジャーリーグの名だたるレジェンドたちのコメントが印象深い。彼らは口を揃えて「ショウヘイは野球の歴史を書き換えているんだ、野球を進化させているんだ。だからルールを変えるのはまったく当然で、不公平でもなんでもない」と、事実上ドジャースを利する大谷ルールを肯定する。要するに遊びはコンサマトリーな価値合理的行為であるがゆえに、それ自体の価値を高めるために、常に自らの意味をも書き換える可能性に開かれているのである。遊びがそうであるように、余白もまた柔軟で曖昧で寛容だ。余白のある都市は、思いも寄らない偶然性・偶発性に開かれ、あるいは想定外の逸脱を許容し、そこから新しい秩序を再構築し、自らの価値を高めていく潜在的な可能性に満ちているはずである。「成熟社会の共感都市再生ビジョン」本文では、「都市の固有の魅力をどう醸成していくか」という文脈で、余白は次のように語られているが、おそらくこれが、今回提出されたビジョンの核心にある最重要メッセージである。

将来的な可変性や柔軟性を許容し、幅を持った時間軸や空間の自由度、人々の主体的な関わりシロを意味する「余白」を重視することで、潜在的な価値を再発見し、地域文化の醸成に資する新たな価値を付加していくことも重要である。

国土交通省(2025)「成熟社会の共感都市再生ビジョン」11p

注目すべきは、この一節が登場する直前に、目指すべき都市再生の方向性として「竣工・開業のタイミングをエリア価値のピークと捉えず」「人々の営みが源となり、時間の経過を経て、徐々に醸成され」と、「都市の固有の魅力」が定義されていることだ。それはまさに、「完成時点での価値最大化」から「利用の継続による価値醸成」というパラダイム転換の宣言であり、それはすなわち、計画しそれを遂行すれば完了、という市街地再開発事業のフォーマットを根底から覆すかのように、都市再生は「完了しない」プロジェクトになるという宣言でもある。そしてその転換を導く鍵として、余白が位置づけられているのである。

この一節が持つ意味の大きさは、何と言っても、「潜在的な価値」や「新たな価値」の表現からわかるように、余白がもたらすものが何であるのかが特定できないという点にある。ほかの施策は、ウェルビーイング、シビックプライド、稼ぐ力、地域経営といった既出の概念（その概念の丁寧で慎重な検討がないにせよ）で目的が明示され、成果の評価も比較的容易である。「余白を楽しむパブリックライフの浸透」に関する施策としては、ウォーカブル推進に話題が集中しているが、これは明らかに看板と内容がマッチしていないし、方向性として示される施策アイデアの中に「余白」という言葉も出てこない。霞が関が作成する文書において珍しいことだと思うが、こうなってしまうのも無理はない。それはなぜか。

先ほど述べた遊びの話でもわかるように、余白・遊びが持つ本質的な性質は、偶発性や逸脱を許容することで可能性が開かれるということである。メジャーリーグが野球の進

化のために大谷翔平を探していたのではなく、大谷翔平という著しい逸脱が登場したから野球の進化が見出されたのだ。余白に期待する以上、「探しているものが何なのかは見つかって後でしかわからない」と構えるほかないである。それでも探し続けなければ「潜在的な価値」は潜在したまま花開かない可能性すらある。しかしそれゆえ、余白を都市政策のコンセプトとして掲げることが、大きな意味を持つのだ。

余白、都市政策の基本的価値観がインストルメンタルな目的合理性からコンサマトリーな価値合理性へ転換する兆しを予感させ、都市政策における都市空間の語りを機能から意味へ転換させる可能性を感じさせる。そしてまた、都市再生に時間軸を持ち込み、継続的に主体的な関わりを要請している。国土交通省の都市政策が「余白を楽しむ」という言葉で掲げた方針転換は、ことによると、これから都市にとって思いの外大きな変化をもたらすかもしれない。果たして、これをどう都市再生の政策として具現化していくのか、KPIの呪縛とどう折り合いをつけるのか。まだ何も見通せないけれど、遊びが持つ曖昧で柔軟な秩序に基づくコンサマトリーな価値は、都市の本質的な一面であることは間違いないだろう。

本報告書154p～161pに、この懇談会を主催した前・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室長山田大輔氏（現・柏市副市長）に、「成熟社会の共感都市再生ビジョン」について、その背景から狙いまで詳しい解説を寄稿してもらっているので、参照されたい。

※9 日本経済新聞電子版(2025年5月18日)「東京都心で1年超の空室ビル急増、3年で12倍 湾岸部の苦戦鮮明」

第4章

なぜいま 「センシュアス・シティ」の 改定が必要なのか

1. 求められる新しい都市の公準とモノサシ

明らかにいま都市は、ターニングポイントを迎えている。都市中心部は市街地再開発でできた超高層ビル化されたオフィスやマンションが林立し、郊外は巨大ショッピングセンターとチェーンストアが立ち並ぶロードサイドの“ファスト風土”。平成から令和にかけて都市と郊外の風景をつくりだした力は、人口減少や社会経済環境の変化の中で行き詰まりをみせている。国土交通省の「成熟社会の共感都市再生ビジョン」で提出された「画一化することなく固有の魅力を一層高めていく」という方向性は、具体的な制度や施策へ落とし込まれる前に、潮目が変わったという認識を広く宣言しているのだ。

平成から令和にかけて都市と郊外の風景をつくりだした力とは、ひとことで言えば合理性である。建築・工学的な合理性と経済的な合理性が、健全という政治的な“正しさ”的墨付きを得て、システムチックにそれらの風景をつくり都市を均質化してきたのである。だから、都市の固有の魅力を高めていくと宣言する都市政策の方針転換は、都市再生のエンジンを合理性（普遍性）だけでなく、これまでの合理性とは異なる別の公準とのハイブリッドにする、という宣言でもあるのだ。

合理性とは異なる別の公準とはなにか。それを考えるためには、いま一度、合理主義的な開発がつくりだしてきた都市の風景を思い出す必要がある。

再開発の複合施設やショッピングモールは、東京だろうが地方だろうが、その地の消費力に合わせて分け隔てなく均質な消費空間と経験を提供する。例えばスターバックスは全国どこでもスターバックスらしいしゃれた空間で、青山のお店に行っても、大阪ミナミのお店に行っても、九州でも東北で

も四国でも、スタッフは標準語で対応してくれる。マクドナルドは全国どのお店で食べても変わらぬマクドナルドの味を提供する。ユニクロは立地によって異なるのは店の規模と商品点数だけである。再開発ビルの商業施設は、経営母体が違っても、空間の質もお店の顔ぶれもどこも似たりよったりなので、目に見える景色も、流れている音楽も、味も匂いも、接客も、なんなら客層も全国均一だ。東京郊外のショッピングモールと田舎のショッピングモールで都会的な洗練度が違う、なんていうことはほとんどない。最近の再開発ビルで増えている緑の多いちょっといい感じのオープンスペースや、横丁を模した飲食フロアも、最初のうちは目新しかったがものはや食傷気味だ。そこで滞在し過ごす経験とどこか別の施設で過ごす経験の間に、その場所ならでは記憶の違いはない。後で思い出そうとしてスマホの写真を見返しても、ほとんどの場合、日付と位置情報を確認しなければどこがどこだから分からなくなる。

均質化していく都市では、ここだけの・ここならではの場所と結びついた記憶に刻まれる経験に乏しい。そのように身体的経験が均質化していく場所では、逆に利用する側の人間の存在も、デモグラフィックな属性と購買力でデータ化され、匿名なサンプルとして均質に管理されている。その場所がその場所である必然性がないように、ここでは私が私である必要はない。

合理性を公準にして均質化されてきた都市において失われてきたのは、物理的な風景や建物だけでなく、身体的な経験や記憶の多様性と私という個性、そこから生まれる私にとっての「場所の意味」である。おそらく、その最大公約数的なものが都市の固有の魅力であり、合理性とは異なる別の公準である。

2. イーフー・トゥアンとエドワード・レルフが論じた空間と場所

モダニズム建築の合理性を公準とする近代的都市計画の問題をもっとも早く直感的に指摘したのが、1960年代の都市思想家ジェイン・ジェイコブズであった。ジェイコブズは、コルビジェを代表とするモダニズム建築家たちが構想する合理主義的・機能主義的な都市計画を厳しく批判し、生活者の視点から都市を観察し、有名な「ハドソン通りのバレエ」で、通りや角の雑多なにぎわい、偶発的な出会いや関係性の重なりといった、いわば「都市の身体的アリティ」が都市に活気と愛着をもたらすことを描き出した。その実践的思想を、より理論的に補強したのが、1970年代の人文主義地理学者イーフー・トゥアンとエドワード・レルフである。

どの場所も外見ばかりか雰囲気までおなじようになってしまい、場所のアイデンティが、どれも同じようなあたりさわりのない経験しか与えられなくなってしまうほどに弱められてしまうことである

エドワード・レルフ (1991) 『場所の現象学』 山本浩訳、筑摩書店、157p

場所から意味を漂白していく偽物性とは、場所の個性をつくる本物性（オーセンティシティ）に対立する概念で、「世界と人間の可能性に対して心を閉ざす態度」と抽象的に定義される。さらに、次のような都市計画の「テクニーク」が

空間は均質であって物事は操作可能でその中に自由に位置づけられるという、暗黙の仮定に基づいている。場所の意味の深さによる差異はあまり重要でなく、場所は開発可能性がその最大の特質であるような単なる位置に還元されている（同153p）

レルフの論を凝縮・意訳すれば、モダニズム建築由来の合理主義と資本市場の経済合理主義の複合体を公準とする普遍性を求める都市計画の態度（テクニーク）——都市や空間を数値データによって計画し管理しようとする態度——が、都市に偽物性を溢れさせ、ファスト風土化したロードサイドや市街地再開発に典型的な没場所性を招く、ということである。興味深いのは、レルフが本物性（オーセンティシティ）に対立する偽物性について、「世界と人間の可能性に対して心を閉ざす態度」であると述べていることだ。都市計画における開かれた可能性とは余白と言い換えることができる。余白を塗りつぶしてしまう合理的な計画は偽物性をもたらす。

トゥアンは、物理的な空間と現象的な場所を切り分け、空間が、人間の身体的経験や感情、記憶の蓄積によって意味を持つ場所へと変化する過程を描いた。人は歩き、見て、触れ、記憶しながら、空間に意味を与える。こうして場所は単なる地理的ロケーションではなく、「生きられた経験の地層」として生成されていく。

一方レルフは、「没場所性（placelessness）」という概念を使って、かつて多様で意味に満ちていた場所が、近代的都市計画がもたらす偽物性によって損なわれていく過程に警鐘を鳴らした。彼のいう「没場所性（placelessness）」とは次のような状態である。

偽物性をつくる、と言う。「テクニーク」とは言葉としてはテクニック（技術・技法）のようなイメージがあるが、レルフの使い方としては、むしろ態度や姿勢に近い。

らし「没場所性（placelessness）」を招く、と言うことができるかもしれない。

さて、曲がり角に立つ都市がこれから「固有の魅力」を重視するなら、これまでの都市計画において多様性を制約してきた合理性とは別の、新しい公準を共有しなければならない。それは、合理主義的な都市計画が頼ってきた、工学的な数字や経済的な数字で測定・管理できるものではない。都市のモノサシを変える必要があるのだ。もし都市の固有性が、イーフー・トゥアンとエドワード・レルフが論じたような場所の意味に根ざすのであれば、新しい公準は、そ

の場所に蓄積された身体的経験、それに基づく感情の記憶によって測定されるべきだろう。

こうした認識に立って、『Sensuous City [官能都市] 2025』は、場所と身体の関係性を回復するための都市評価

として位置づけたい。工学や経済の合理性だけでは測れない都市の魅力を、身体的に経験された記憶や関係の中から捉え直す。そのことによって、都市が「代替不可能な場所」としての意味を取り戻すことに寄与したい。

3. 改定の方向性

プロジェクトチームはここまで長々と議論してきたことを踏まえ、『Sensuous City [官能都市]』の調査票のチューニングを行った。ここでは、2015年調査からの主な変更点を共有しておく。

前提として、冒頭にも述べたように『Sensuous City [官能都市]』のそもそもの目的は、都市の魅力を測る新しいモノサシの提案である。都市に優劣をつけて序列化すること

ではないので、本研究は10年後の改訂版ではあるものの、10年前の調査結果と比較して個別の都市のランキングの変動は問題にしない。調査設計に大きな変更を加えたので、比較することもできない。それよりも今回の改定では、2025年の現在、わたしたちが都市のあり方に何を問うべきか、センシュアス・シティの概念を磨くことに専念したい。

3-① センシュアス指標のチューニング

2015年版の「関係性」と「身体性」のフレームは踏襲したまま、時代の変化を捉えた指標を追加し改編することを検討した。

実際の改定の検討作業は次のように進めた。まず2015年調査の8指標32項目のアクティビティに加えて、社会環境と都市環境の変化をプロジェクトメンバーのプレストで議論し、それを踏まえたアクティビティを28項目追加し、新指標の検討材料として合計60項目のアクティビティを揃えた。そして、それを使って小さな規模の予備調査を実施し、得られた回答データの因子分析を繰り返し、統計的な信頼度を検証しつつ、ワーディングとしてのリアリティや実感値など

を考慮して、指標の集約とアクティビティの取捨選択をした。また、それと並行して、『Sensuous City [官能都市]』を読み込ませたAI (ChatGPT4o) に60項目のアクティビティ群について言語構造的な意味分析をさせて、アクティビティの集約と指標化を試みた。

そうして得られた2つの作業結果を突き合わせて、最終版として8指標を構成する32項目を選んだ(図10)。多くは2015年調査からの踏襲であるものの、踏襲した項目についても一部ワーディングをブラッシュアップしている。最終的に採用した2025年版のセンシュアス指標については、終章で解説しているので参照してもらいたい。

3-②：サブ指標：近未来のセンシュアス指標としての「多様性」と「ナイトタイム」

2025年の時点では、人口規模の小さい地方都市においてはまださほどリアリティがないかもしれないが、今後は必ず重要性が増していく価値観を2つ、センシュアス・シティのサブ指標として設定する。一つは「多様性」、もう一つが「ナ

イトタイム」である。

LIFULL HOME'S総研(2020)『地方創生のファクターX 寛容と幸福の地方論』で指摘した「多様性への不寛容が若者の流出を招き地方の衰退につながっている」という事

実は、広く地方でも認識されるようになってきたが、その関心はもっぱらジェンダー平等に留まっているように見える。しかし地方が向き合う必要がある多様性問題はそれだけに留まらない。働き手の減少がいよいよ深刻化する地方都市ほど、さまざまな領域で外国人に頼らざるを得ないし、多くの地方都市でインバウンド市場は挑戦する価値のある成長分野である。また、多様化を肯定する社会は、性の多様性も含めてあらゆる多様性に対する開放性を要求する。自分とは異なる他者とも気楽につきあえることは、予期せぬ幸運な出会いを引き寄せ、都市生活をより幸福にするための基本的なスキルになるだろう。以下のようなアクティビティの経験度で都市の「多様性・開放性」を測定する。

- ・外国人とのちょっとしたやりとりを楽しんだ
- ・街で自然に振る舞う同性のカップルを見かけた
- ・障がい者やベビーカーなど街で困っている人を手助けした
- ・職場や学校では出会わないような新しい友だちができた

2015年ごろ盛り上がりの機運を見せていたナイトタイムエコノミーは、コロナ禍で大きく失速した。しかし、インバウンド観光市場がそうであるように、ナイトタイムエコノミーが、これから都市が頼ることができる有力な成長分野であることは疑う余地はない。あえてその重要性を強調するために、サブ指標として「ナイトタイム」を設定する。具体的なアクティビティとしては、以下を考えた。

- ・街の夜景やライトアップ、イルミネーションを楽しんだ
- ・ライブハウスやクラブ、カラオケで発散した
- ・ほろ酔いで夜の街を散歩した
- ・ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた

前述したように、「多様性」と「ナイトタイム」の2つの新指標は、現時点では人口規模の小さい地方都市や郊外ではリアリティがないと思われる所以、2025年版ではセンシュアス・シティ・ランキングの算出には使用しないで、そう遠くない近未来の指標のアイデアとして提出しておく。

3-③ コンサマトリーな経験がつくる都市の「ナラティブ」

「センシュアス・シティ」は都市のコンサマトリーな価値を可視化するモノサシである。馴染みの飲み屋で常連客と盛り上がること、デートすること、街で素敵な人に見とれること、地元のスポーツチームの応援をすること、美味しいローカルフードや地酒を楽しむこと、木陰で気持ちいい風を感じること、等など。これらの経験はそれだけで価値があり、それ以上の目的は必要としない。生活者として私たちにとっては、これらの経験が豊富にできることだけで都市はすでに価値ある場所なのである。

とはいえたが、この経験が、泡沫の夢のように後に何も残すことなく消えていく、というわけではない。コンサマトリーな経験の蓄積が都市に意味を与えてくれるのだ。そのことを明らかにするために、社会学や心理学でも用いられる「物語（ナラティブ）」という概念を導入し、「都市のナラティブ」の強度を測定するための項目を追加する。

辞書的に記述するなら、ナラティブとは人が自身の経験や出来事に意味づけをしながら語る物語のことである。ここで

いう物語は、単なる事実の羅列ではなく、また起承転結のあるフィクションのストーリーでもない。語る者の視点や価値観を通して構成された「意味ある語り」を指す。

それを都市に当てはめれば、その街に暮らす人々との記憶や歴史、日常のエピソードを通じて、その都市に固有の意味や個性を与えるものが「都市のナラティブ」と言える。この「意味づけ」の基盤にあるのが、人間の身体的な経験である。人は歩き、見て、触れ、日常を繰り返しながら空間を「意味ある場所」として感じとる。このプロセスを明確にしたのが人文地理学者イーフー・トゥアンである。彼は、物理的に広がる抽象的な空間（space）が、身体的経験や記憶、愛着によって「場所（place）」に変わる過程を描いた。つまり、都市にナラティブが宿るためには、まず身体が空間と交差し、意味を生成する必要がある。

都市にナラティブが必要なのは、それが場所と人を結びつけ、いま・ここ（この都市）に自分がいる自発的・内在的な理由や意味を与え、愛着を生むからである。語るべきナラティブのない都市は、ただの機能的空間にすぎない。そこで

は私が私という個性でここにいる必要性ではなく、同時に都市自体も利便性や機能性とそこに住む対価によって代替可能な空間に過ぎない。このような空間は、エドワード・レルフが「没場所性 (placelessness)」と呼んだ状態に近い。そこでは都市の固有性や記憶は失われ、どこにでもあるような均質な風景が広がる。レルフは、記憶や身体的関係性の積層が場所の本質であるとし、それが失われることで都市は“どこでもない場所”と化すと警鐘を鳴らした。場所性を喪失した都市とは、すなわちナラティブが失われた都市である。

社会の合理化や都市の合理化が徹底されていくと、あるいは自分が住む場所に意味を見出せなくなると、「自分が疎外されていない」という感覚を実感することが難しくなっていく。社会学者ジョージ・リツツアは、現代社会が「マクドナ

ルド化」——すなわち効率性・計算可能性・予測可能性・制御の論理——によって合理性の非合理性(脱人間化)を招くと指摘した。このような論理が都市の空間や制度にも浸透することで、個人は固有の意味を持つ主体ではなく、消費システムの中で交換可能なパートとして扱われてしまう。「この街では自分が疎外されていない」という確かな実感を得るために、ナラティブは不可欠なものである。

具体的な設問としては、都市のナラティブを「記憶」「共有」「同一化」「居場所」の4つの段階に分解し、「この街には自分にとって特別の思い出や記憶に残る経験がある」「この街の良さについて、地域の人たちが話すことに共感できる」「この街に住んでいることは自分の個性のひとつ感じる」「この街には家の外にも自分の居場所があると感じる」など各4項目・合計16項目で測定する。

3-④ センシュアス・シティがもたらす都市の「ウェルビーイング」

2015年版はシンプルな設問で各都市の「居住満足度」と「幸福実感度」を測定し、都市がセンシュアスであることと、そこに住んでいることの「満足度」と「幸福度」は互いに相関があることを明らかにしたが、2025年版ではこの手続きを精緻化したい。具体的には、OECDが推奨し学術的な研究でも一般的な主観的幸福(ウェルビーイング)の測定方法を導入し、都市がセンシュアスであることがウェルビーイングの実感にどの程度寄与するのかを検証する。

日常ではひとくちに「幸福だ」と表現してしまう感覚にも、実はいろいろニュアンスの異なる幸福感がある。たとえば都心の一等地でタワーマンションに住んでいる人の場合は、選択肢の豊富さや圧倒的な利便性、建物や街の新しさ、あるいはステータス性や資産価値の高さによって、「この街は最高だ」と感じているかもしれない。その感覚は自分の生活を主観的に評価した幸福感と言える。一方で、庶民的な下町で気さくなご近所付き合いをして、時に助け合うような生活には、ちょっとしたうれしさや喜びを感じる瞬間が多いかもしれない。あるいは、感度の高い人やお店が多く、街に出るたび何かしら新しい情報に触れられるような街では、刺

激的でわくわくするような生活ができるだろう。これらは幸福感の感情的な側面である。かたや、広々した緑の公園に家族で出かけて元気に遊ぶわが子を見守る親は、ささやかな休日のひとときを、かけがえのない時間を感じているはずだ。また、まちで商売をしている人やまちづくりに日々奮闘している人なら、まちの人の笑顔を見られることが喜びであり、それによって自分の人生にやりがいを感じる。このような幸福感は、「この街は最高だ」とも「わくわく楽しい」ともまた少し違う種類の幸福感である。いうならば、その街で暮らすことで得られる充実感や生きがいだろう。

このような多様な幸福感は、ひとことで「わたしはいま幸福だ」といった単純な言葉で測ることはできない。本調査では主観的幸福(ウェルビーイング)という概念を、「都市の満足度(評価)」、「都市でのポジティブ感情」、「都市がもたらすエウダイモニア(生きがい)」の3つの次元に分けて測定する。3つの次元は互いに独立的ではなく、ある程度相関するものであるが、都市の性格によって感じ方の濃淡があるだろう。センシュアスな都市はどのような次元の幸福感をもたらすのだろうか。

3-⑤調査対象エリアの拡大

前回調査では県庁所在都市およびそれ以外の政令市を調査対象としたが、より多くの都市に『Sensuous City [官能都市]』の提案をしたいという思いから、2025年版では人口20万人以上の中核市まで拡張する。

さらに、前回調査では自治体単位で調査したためメッシュ

が粗すぎた人口100万人以上の都市、札幌市、仙台市、川崎市、名古屋市、京都市、神戸市、広島市、福岡市については、中心部と郊外部のように立地特性を考慮しながら数ブロックに分割し、実際の住民の生活実感値に近いエリア区分での評価を試みる。

第5章 本報告書の内容

今回の報告書でも、LIFULL HOME'S総研オリジナル調査「官能都市調査2025」のデータ

分析を補強するために、学術的な理論的視点と現場の実践的視点の両面から知見を集めた。

以下、この序章に続く本報告書の各パートについて、大まかにその内容と位置づけを紹介する。

第1部 Academic Perspectives

「都市・身体・物語——空間の現象学からティム・インゴルドのタスクスケープ論へ——」

渡會 知子（横浜市立大学都市社会文化研究科准教授）

横浜市立大学の渡會氏は、まず、「センシュアス・シティ」を含め多くの都市論が無批判に依拠しがちな場所論の古典について、社会学の観点からその限界を明示する。その古典とはイーフー・トゥアンとエドワード・レルフが現象学のアプローチで切り拓いた、経験を介してスペース（空間）とプレイス（場所）を区別する人文地主義理学の理論である。

渡會氏は、まずトゥアンについて、「親密な場所」の説明にノスタルジーを強調しがちで、場所の親密性が経験の蓄積に過度に結びつける点を批判する。その結果、好ましくない経験に結びついた「場所」の意味づけや、初めて訪れた場所にさえ生じる身体的共鳴が捉えきれないと指摘する。レルフについては、場所性／没場所性の両義性に目配せし、景観が同時代の社会的態度の相似形であると洞察してはい

ても、基本的には、記憶・意味=内面／景観=外界の二分法での語りとなっているため、「住めば都」と没場所的な開発を正当化する主張を退ける強度に欠けると批判する。

トゥアンとレルフの限界を乗り越えるために、渡會氏はティム・インゴルドの「タスクスケープ論」を導入する。この文脈でのインゴルドの核心は、記憶が内的イメージで景観が外的な実在であるという二分法の否定である。「景観は物語である」とするインゴルドの景観論においては、ランドスケープは人・モノ・自然・歴史が織りなす活動と不可分であり、永遠に「建設中」な運動体である。それゆえ私たちは皆ランドスケープの共同制作者であり、私たちの生活の営み（タスク）は交換価値ではなく使用価値に根ざす営みとして位置づけられる。このようなインゴルドの視座をもとに渡會氏は、

私たちの生活の営みを消費に回収されない都市の使い方を問へ直す後半の議論へと接続する。

以上のような議論を経て本稿は、身体性と関係性の経験で観測されるセンシュアス・シティと、それを形作る都市の

エレメントや様相の関係を、街の共同制作=タスクスケープとして読み替える枠組みを提示し、動詞で都市を評価するというセンシュアス・シティのアプローチに理論的背骨とえ、その意義を拡張してくれる。

「均質化した街の「顔」：都市に個性は必要なのか？」

清水千弘（一橋大学大学院ソーシャル・データサイエンス研究科教授）

経済学者の清水氏の論考は、「都市に個性は必要なのか」とタイトルされてはいるが、経済が成熟し人口が減少局面へと転じた現代社会においては、従来のような均質的仮定に基づく国土政策の有効性はもはや失われた、という問題意識から出発する。都市を均質化すると批判の多い再開発については、経済学の立場から、再開発がもたらした都心の複合用途化と人口の都心回帰を「功」と評価しつつも、人口の奪い合いとなる人口減少局面においては、世帯による需要の多様性を踏まえて都市には固有の「個性」を戦略的に形成する必然があると主張する。

清水氏は、近年都市政策の分野で話題を集める「15分都市」のコンセプトを、需要の多様性（被均質性）と立地の経済原理を踏まえず一律の均質配置を志向するものとして、その限界を指摘し、核となる集積を賢く育て、その核への

アクセスを高める設計を重視する。実証面では、1841分類の業種データに基づく首都圏約102万事業体の地理座標を用い、飲食・文化・日常サービス等のアメニティの種類・密度、空間配置と到達可能性を面的に把握する。さらに、多様性の愛好（Love of Variety）の観点から、特定の生活ニーズに対して高い利便性（集積とアクセス）を備える地域として都市の個性を抽出する。

都市アメニティの空間分析と到達可能性評価、ならびに多様性の愛好（Love of Variety）の観点からの厚生の可視化は、都市の関係性や身体性の経験を直接語るのではなく、その前提となる環境の設計原理を提示するものであり、本稿の分析は、センシュアス・シティ調査の結果と組み合わせることで、センシュアスな都市の基礎的条件を実証的に可視化する可能性を提示する。

第2部 Survey Data Analysis

「官能都市調査2025」

橋口理文・吉永奈央子（株式会社ディ・プラス）

10年ぶりの改定となる「官能都市調査」は、対象とする都市を拡大して実施した。具体的には、2015年調査が対象とした全国の都道府県庁所在都市および左記以外の政令指定都市に加えて、それ以外の中核市を対象に加えたただし千葉県柏市は回収サンプルが1桁しかなかったため集計対象からは除外）。また、2015年調査では市区別まで分割していたのは東京都、横浜市、大阪市だけだったが、今回は人口100万人以上の札幌市、仙台市、川崎市、名古屋市、

京都市、神戸市、広島市、福岡市についても区単位で分割し、都心部と郊外部を分けて集計できるようにした。ただし人口規模が少ない市区は、分析に十分なサンプル数を確保するため立地特性を考慮しながら近隣市区と合わせてブロックを構成している。これらの変更によって調査対象市区数は2015年の134から167に拡大されている。これらの仕様変更によって、2015年調査と2025年調査でセンシュアス・シティ・ランキングの変動を単純比較することはできなくなっ

ている。

調査は、株式会社クロス・マーケティングのインターネット・アンケート・システムを利用して、対象都市に居住する20～64歳までの男女を対象に実施した。集計にあたっては各都市の年代別構成比と所得階層の構成比に合わせてサンプルにウエイトをかけて、各都市の特性を再現している。

株式会社ディ・プラスの橋口理文氏・吉永奈央子氏は、クロス集計を中心に全体を整理し、センシュアス・シティの実態を明らかにする。本編には総合指標および各指標でのセンシュアス・シティ・ランキングを上位50都市まで掲載している。

「官能（センシュアス）から見る都市のウェルビーイング」

有馬雄祐（九州大学大学院人間環境学研究院助教）

九州大学大学院で環境とウェルビーイングの関係を研究する有馬氏は、本稿で、関係性と身体性の8指標・32項目で測定される都市の「官能度（センシュアス度）」を、これまでの都市政策が都市の公準としてきた「都市の普遍的魅力」——安全性・利便性・快適性など——と対比させ、ウェルビーイングというより大きな社会的目標への貢献度で検証した。

重回帰分析による結果からは、都市が官能的（センシュアス）であることと、機能的で利便性が高いことの都市における意味の違いが明瞭になる。第一に、「官能度」は「都市がもたらすエウダイモニア（自分らしさや暮らしの充実感）」を強く押し上げ、「都市の満足度」や「都市でのポジティブ感情」を高めることにも寄与する。対して、「都市の普遍的魅力」は「都市の満足」について官能度よりもさらに強い効果を持ち、「都市でのポジティブ感情」についても官能度と同程度の効果がある。しかし「都市がもたらすエウダイモニア」につ

いては官能度ほどの効果はない。第二に、官能度は「シビックプライド」「ソーシャルサポート（互助の実感）」「地域定住意向」に広く効く。他方、「都市の普遍的魅力」は「定住意向」を高めることには強い効果があるが、「シビックプライド」への効果は限定的で、「ソーシャルサポート」へはむしろ負の効果として働く。

さらに有馬氏は、パス解析という分析手法で、「官能度（センシュアス度）」がどのような経路でウェルビーイングに効くのかまでを読み解き、官能度（センシュアス度）は「ナラティブ」という概念に強く働きかけ、都市を意味づける。そして「ナラティブ」を経由することで、エウダイモニアやシビックプライドに強く作用するということを解き明かした。

本稿は、都市がセンシュアスであることの意義を定量的に検証し、また都市における身体的経験が都市のナラティブを醸成し、そのことがその都市で暮らすことの意味を紡ぎ出していることを定量的に検証した画期的な分析である。

第3部 Feature Report

寄稿1：「成熟社会の共感都市再生」

山田大輔（前・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室長／現・柏市役所副市長）

序章でもやや多めに紙面を割いて論じたが、いま国土交通省の都市政策が大きく方向転換しようとしている。2020年に打ち出された「ウォーカブル推進」は、方向転換の最初のきっかけとしての“前段”にあたる。

本稿は、国土交通省が2025年5月に発表した「成熟社会の共感都市再生ビジョン」の趣旨と実装の方向性を、まさに現場で議論を主導した国土交通省都市局（現・柏市副市長）の山田大輔氏が、簡潔に解説するものである。時代が

精神的な豊かさと生活の質の豊かさを重視する“成熟社会”へ移行する中で、転換が求められる都市再生政策の今と今後の方向性が整理されている。

今後の都市再生のキーワードは「固有の魅力」と「共感」である。価値観の変化や建築費の高騰や人口減少による需要の不確実性を踏まえて、2002年の都市再生法以来頼ってきた容積率緩和と一辺倒の開発手法が限界に達しているという認識に基づいている。今後の方向性としては、①協働型都市再生とウェルビーイング、②「余白」を活かすパブリック

ライフ、③地域資源の保全と活用によるシビックプライド、④多機能の集積による稼ぐ力、⑤共創・支援型エリマネによる地域経営——の5つの方向性が提示される。

山田氏が本ビジョンでこだわった点は明快だ。第一に経済的価値と公共的価値の両立、第二に地域固有の歴史や文化を守ること、第三に余白の重視である。この3つの力点は、都市再生に継続的な時間軸による視点を持ち込むという価値観に貫かれている。

インタビュー：「都市計画の未来：「Sensuous」と「迂回」の視点から」

吉江俊（東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻講師）

〈聞き手〉島原万丈（LIFULL HOME'S総研所長）

もしこの10年間に国内で出版された都市論の中からもっと重要な10冊を選べと言わいたら、吉江俊氏の『〈迂回する経済〉の都市論』（2024年）は、その筆頭に上げたい画期的な一冊である。立川市の「GREEN SPRINGS」や下北沢の「BONUS TRACK」、新しい例では「グラングリーン大阪」など、都市計画やまちづくり関係者であれば誰もが絶賛するプロジェクトのどこがどう優れているのか、〈迂回する経済〉という概念を使えば驚くほどシンプルに説明できる。

吉江氏は、竣工時の利益を最大化することを重視する従来の都市開発の手法を〈直進する経済〉とし、それに対比する〈迂回する経済〉というコンセプトを創造し、パブリックスペースを豊かに耕すという遠回りが、結局はエリア価値を持続的に拡大させる道だと説く。吉江氏の都市論の理念は常に、人が「誰」として現れる場としてのパブリックライフに照準している。そこで重視される余白という概念も含めて、吉江氏の思想は国土交通省の「成熟社会の共感都市再生ビジョン」にも強い影響を与えている。

パブリックライフやパブリックスペース、〈迂回する経済〉とい

う言葉からは、ややもすると従来の〈直進する経済〉による都市の否定と受け取られるかもしれない。しかし吉江氏は、それを二項対立的にするのではなく、「直進」と「迂回」を両輪化する戦略の必要性を訴える。たとえば〈迂回する経済〉が重視する即自性（コンサマトリー）な価値は、道具的（インストルメンタル）な計画論と相性が悪い。それをKPI偏重の計画の中でどう実装するのかについては、間接的なステップで段階的に収益に接続する思考を提案する。このあたりの丁寧で現実的な姿勢が、行政だけではなく民間の事業者からも支持を集める要因だろう。

経験の次元から都市を捉えようとする吉江氏の眼差しは、都市の魅力を動詞で測る「センシュアス・シティ」と響き合うところがあると考え、今回のインタビューを依頼した。本インタビューは、「センシュアス・シティ」が重視する都市のコンサマトリーな価値を、現実の都市計画の語彙へ翻訳し、「センシュアス・シティ2025」の骨格を補強するものとして期待する。

取材レポート 1 :「センシュアス・シティのつくりかた」

渋谷雄大 (LIFULL HOME'S PRESS編集部)

本稿は、LIFULL HOME'S PRESS 編集部の渋谷雄大が、LIFULL HOME'S PRESSに掲載された取材記事のなかから、街をセンシュアスにしていく実践を選び出し、その要諦を整理したものである。紹介される事例はいずれも、人々が「居たい」と感じる場所の設計、地域の物語を引き継ぐ視点、そして画一化に抗して「本物のらしさ」を紡ぎ出そうとする態度である。

大阪「グラングリーン大阪」は経済合理性を超えて都心に「みどり」を据え、立川「GREEN SPRINGS」は容積率をあえて余らせてウェルビーイングを優先した。学芸大学高架下の再整備は、地域住民やローカルクリエイターと企画段階から共に歩み、「まちの縁側」と呼ばれる新しい公共性を

かたちにした。高松丸亀町商店街は、地権者が所有と利用を分離し、自らが「まちの経営者」として商店街を再構成した。静岡・人宿町では個人店を核にしたリノベーションまちづくりが展開され、大津宿場町構想は歴史的町家を「町を語り直す」資源として再生した。

これらの実践に通底するのは、従来型の都市再開発が追求してきた竣工時の短期的な収益の最大化フォーマットを超えた、都市の持続可能な未来価値をどう紡ぐかを模索している態度である。センシュアス・シティが掲げる関係性と身体性の指標を構成するアクティビティは、ここに紹介されたような試みの中で具体的に形を得ている。

取材レポート 2 :「まちの魅力を支える中小事業者たち 居場所を、風景を守る

——事業承継の“今と課題”」

中川寛子 (株式会社東京情報堂・ライター)

センシュアスな都市の肌理は、通りの銭湯や喫茶、食堂といった小さな商いの匂い・声・灯りから立ち上がる。それらは単に暮らしを支える機能ということとどまらず、地域の個性となり、居場所として人を結ぶ都市資本である。しかし近年、その退出は加速している。経営者の高齢化は深刻で、休廃業の代表者の平均年齢は71.0歳。後継者もおらずひとりと退出していく。後継者不在不足に加え、根の深い要因が「承継の壁」である。老朽設備・専門業者減少、さらには不動産制約が第三者承継を難しくしている。

それでも各地で、さまざまな創意工夫を通じて場所をつなぐ実践が芽吹いている。中川寛子氏が丹念に取材した事例は、いずれも一店舗の存続を超えて、まちの記憶や居場所がいかに引き継がれていくかを問うものである。銭湯の保全活動から派生した第三者承継の模索、老舗喫茶を若いオーナーが受け継ぐ事例、あるいは仲間たちとシェアする形で継がれたジャズ喫茶映画館。そこには、単なる経営の引き継ぎを超えて、場をどう再定義し、次世代に手渡すかというヒントが詰まっている。

寄稿 2 :「みんながデベロッパーになる時代」

林厚見 (株式会社スピーク共同代表／「東京R不動産」ディレクター)

都市は効率化の名の下に匿名性を増し、官能を失ってきた。株式会社スピーク／「東京R不動産」を率いる林厚見

氏は、その現実を前提として認めつつ、自身の取組みを通して都市に対する新しい視座を提示する。中心に見据える

のは、企業や大資本に集中した主導権を地域・まち・個人へと移し替える「主体性の復権」だ。これは東京R不動産を立ち上げた頃から変わらぬ、林氏のコンセプトのようなスタンスである。リノベーション事業にしても建材のECサイトTOOL BOXにしても、林氏は空間の編集権という言葉を使い、それをユーザーの手に取り戻すこと、いわば「Power to the People」を事業のビジョンにしてきた。今回は不動産開発というもっともPeopleから遠いと思われてきた世界でそれに挑戦する。

氏が掲げる「みんデベ」は、住民やローカル事業者が担い手となるデベロップメントの再定義である。「みんなで」、

ではなく「みんなが」デベロッパーになる世界観だ。その実装は、草の根の実践と大きなシステムの“いいとこどり”で橋を架け、短期の単体最適ではなく地域単位の長期全体最適を志向する「中間解」にある。デベロッパーを企業の業態から、生態系としての協働へと開き直す視点は、開発を“商品”から“ビジョン”へ反転させる契機となる。

あわせて読んでいただければ一目瞭然だが、横丁の空中権の活用に見られる制度の工夫からコーポラティブに象徴される顔の見える合意形成まで、民間事業者である林氏の「みんデベ」の構想は、まさに『〈迂回する経済〉の都市論』で吉江俊氏が提唱する「直進」と「迂回」を縫合するものだ。

終章 Conclusion

「Make The City Sensuous」 島原万丈 (LIFULL HOME'S 総研所長)

終章として、「Sensuous City〔官能都市〕2025」プロジェクトで得られた知見を総括する。まず2025年版センシュアス・シティの都市評価指標について解説する。何度も繰り返しになるが、「センシュアス・シティ」とは都市評価のモノサシの提案である。国の都市再生政策が方向転換を模索しているように、いま日本の都市は曲がり角にある。2025年時点ではLIFULL HOME'S総研が都市に何を問うのか。こ

の指標が意思表明である。その後、センシュアス・シティ・ランキング2025年版を中心に、橋口氏・吉永氏と有馬氏が担当したセンシュアス・シティ調査の定量的分析結果を整理するかたちで議論の主旋律をつくり、学識者の論考や実践者からの知見で議論の肉付けをしていく。最後に、LIFULL HOME'S総研から今後の都市再生やまちづくりに対する展望と提言をまとめられたらと思う。

参考文献

- LIFULL HOME'S総研 (2015) 『Sensuous City〔官能都市〕』
LIFULL HOME'S総研 (2021) 『地方創生のファクターX 寛容と幸福の地方論』
LIFULL HOME'S総研 (2022) 『“遊び”からの地方創生 寛容と幸福の地方論Part2』
ジェイン・ジェイコブズ (2010/1961) 『アメリカ大都市の死と生』山形浩生訳、鹿島出版会
原広司 (2007) 『空間〈機能から様相へ〉』岩波書店
マックス・ウェーバー (197/1922) 『社会学の根本概念』清水幾太郎訳、岩波文庫
タルコット・パーソンズ (1973/1964) 『社会構造とパーソナリティ』武田良三監訳、新泉社
見田宗介 (2018) 『現代社会はどこに向かうか 高原の見晴らしを切り開くこと』岩波新書
ル・コルビュジエ (1968/1935) 『輝く都市』坂倉準三訳、鹿島出版会 (SD選書)
NHK取材班 (2024) 『人口減少時代の再開発 「沈む街」と「浮かぶ街」』NHK出版
野沢千絵 (2024) 『2030-2040年 日本の土地と住宅』中公新書クラレ
三浦展 (2004) 『ファスト風土化する日本 郊外化とその病理』洋泉社
吉江俊 (2024) 『(迂回する経済)の都市論』学芸出版
イーフー・トゥアン (1988/1977) 『空間の経験 身体から都市へ』山本浩訳、筑摩書房
エドワード・レルフ (1991/1976) 『場所の現象学』高野岳彦ほか訳、筑摩書房

LIFULL HOME'S
総研
Sensuous City
[官能都市]
2025

第1部

学術的視座から語るセンシュアス・シティ

Academic Perspectives

1

「都市・身体・物語 —空間の現象学から ティム・インゴルドの タスクスケープ論へ—」

横浜市立大学都市社会文化研究科准教授

渡會 知子

Tomoko Watarai

●わたりい・ともこ／横浜市立大学都市社会文化研究科・国際教養学部准教授。Ph.D (ミュンヘン大学)。意味・包摶・知覚・空間などについて理論的考察を行うほか、ドイツ地方自治体の移民支援について研究調査を行っている。専門は社会学、社会理論、社会システム理論。2025年よりベルリン工科大学客員研究員兼任。

はじめに

「人間」について語るということは、空間を介してすでに「住まう者」を語ることである——。

かつてハイデガーが指摘したこの事実は、言われてみればまったくその通りだと思える。しかし人間と空間との結びつきが現象学的に深く考察され、それが領域横断的なテーマとして広い関心を集めようになったのは、ようやく20世紀の最後の3分の1になってから、すなわち、工業化と都市化によって彩られた「近代」が曲がり角にさしかかってからのことだった。

本稿では、「空間論的転回」(spatial turn)と呼ばれる

1970年代以降の知的動向を基点に、本報告書が主題とする「センシュアス・シティ[官能都市]」^[1]の重要な指標である身体性と関係性、記憶や愛着といった論点を取り出していく。またそれらとの関連で、限定的ではあるがいくつかの同時代的な議論を援用し、都市空間と人間とのありうる関係について考えるための理論的なスケッチを試みたい。

先に構成を述べておく。最初に、こうした主題にとって代表的な準拠枠となっている二つの作品（『空間の経験』と『場所の現象学』）を取り上げる。本稿ではその議論の前提に批判的検討を加えることで、ティム・インゴルドの「タス

クスケープ」論へと舵を切っていく。その上で、都市空間を自分たちなりに使っていく身体的実践と、こうした実践を抑圧するよりむしろ唆していく都市のキャパシティーにつ

いて、いくつかの空間論と都市論を手掛かりに考える。一連の議論を通して、身体と空間が、モノと意味が、記憶と景観が出会う場所で語るための語彙を探していきたい。

[1] 「官能都市」は、2015年に LIFULL HOME'S 総研（所長・島原万丈）が提唱した都市評価のための価値軸である。それは、生活者が心地よい・楽しいと思えるまちの「実感」と、都市計画や資本が考える良いまちの「数字」との間に、「埋めがたい大きなギャップ」があるのではないかという問題意識を基点にしていた。客観的で合理的とされる数字を根拠にした再開発案の前で、「そうではない」まちのあり方を愛する人たちの想いは過小評価され、なんとなくそれを失うのは仕方ないことであるかのように押し切られてしまう。「都市の魅力を測る適切な物差しがないのが問題なのだと思う。都市に住むことの喜びを反映した、リアルな都市生活者の物差しが必要だ」（島原 2015: 16）。そこで2015年の研究報告書では、「身体性」と「関係性」という都市の経験にフォーカスした指標が構成され、その全国調査を通して、感性的でオルタナティブな都市評価のあり方とその説得力が具体的に示された。それから10年後の官能都市論となる本報告書の問題意識については冒頭の島原氏の原稿に詳しいが、今回の調査では「身体性」と「関係性」と並んで、「都市のナラティブ」（記憶と物語）という軸が加えられているほか、他者との積極的なコミュニケーションだけではない関係のあり方、いわば、ただそこにいることが許されることの心地よさや孤独であることの快楽に目をむける指標もまた加えられている。

1

空間から場所へ： 意味と経験から都市を考える

■ 空間から場所へ

人間にとて「空間」がただ物理的に与えられるのではなく、人々の活動を通して意味づけられ、そして絶えず創り変えられていく動的なものであるという認識は、20世紀後半の地理学や都市研究、さらに人類学、社会学、カルチャル・スタディーズの理論と方法論を特徴づける重要な要素となってきた。

地理学に現象学的視点を持ち込んだことで知られるイーフー・トゥアンはまさに、空間を「意味」という視点から捉え直した人物だった。人間にとての空間の意味を考え続けた彼が、「経験の視座」(The Perspective of Experience) という旗印を掲げてまとめたのが、のちに現象学的な地理学の嚆矢と呼ばれる主著『空間と場所』(Space and Place: The Perspective of Experience) (1977) である（邦訳題は『空間の経験—身体から都市へ』）。

トゥアンは本書の中で、抽象的な広がりを持つ「空間」(space) と、主観的に意味がある「場所」(place) を明確に分けて論じる。たとえば引っ越したとき、はじめは馴染みのない漠然とした空間を歩いている感覺だったもの

が、しばらくそこに暮らすにつれ、いつもの通学路や通勤路、美味しいお店や気持ちの良い公園、友達との待ち合わせに都合の良い建物など、馴染みの感覚が生まれてくる。そして自分にとって意味を持つようになった対象物によって、その街が次第にありありとマッピングされていく。

ある空間が、われわれにとって熟知したものに感じられるときには、その空間は場所になっているのである。
(Tuan 1977=1993: 136)

空間が、場所になる。私たちはそのようにして空間を分節化し、主観的な世界を組織化して生きている。むしろ、生きるとは、空間を場所として創っていく営みそのものである。ゆえに、トゥアンが多くのページを割いて論じるように、馴染みのある場所や愛着のある場所は、自己存在の拠り所と言えるほど人間にとて根本的に重要なものである。

■ 場所なき場所の時代

こうした現象学的な空間／場所論を、機械的な都市計画に対するアンチテーゼとして論じ上げたのがエドワード・

レルフの『場所と没場所性』(Place and Placelessness) (1976) (邦訳題『場所の現象学』) だった。彼が問題視するのは、近代社会の発展に伴って、場所がますます無個性化し、標準化された「場所なき場所」が増えていることである。

彼は、「場所」に「没場所性」(placelessness) という概念を対置する。没場所性とは、いわば場所の漂白のことであり、彼自身の言葉を引用すれば、「個性的な場所の無造作な破壊と場所の意義に対するセンスの欠如」によつてもたらされる「規格化された景観の形成」を指す (Relph 1976=1999: 20)。

レルフは具体的な事例をふんだんに挙げて、当時の没場所性の広がりを批判する。イメージ商品化された住宅が地域性やアイデンティティとの結びつきを希薄化させていること、観光が多様なものとの出会いよりはむしろパンフレットで既に知っている景色の確認作業=写真撮影に置き換えられていること、未来志向をうたう建造物が、「技術」の原理によって逆に万物の標準化と場所の破壊に加担していること、均質的で操作可能な空間として設計された街が人間性の疎外と意味喪失をもたらしていること。多くの事例と引用を組み合わせてアップテンポに綴られる彼の論述は、哲学的であるよりむしろ批評的であり、70年代の脱産業主義的な空間批評として読んでも非常に興味深い。

■ 実証されざる実感への問い合わせ

トゥアンやレルフらの理論には、今日の視点から見て物足りなさを感じるところがないわけではないし、空間と場所を厳密に論じ分けるかどうかも論者によってまちまちではある。しかし、意味と経験という切り口から空間を捉え直した彼らの著作が、時代精神の記念碑的な仕事であったことは間違いない。その射程の長さは、何より彼らのスタンスを裏付ける大枠の問題意識に立脚していると思われる。それは、ひとことで言うなら、計量モデルこそが正しい世界把握の真正な方法であるという固定観念に対する違和感と危機感であった。^[2] 実際、上述したレルフの著作は、「科学的」であることを標榜した抽象的な分析が、私たちの生活に根ざした経験の分厚さやきめ細やかさを見落したり躊躇していたりすることに対する強烈な不満の表明から始まっていた。本書の訳者の一人である高野岳彦の言葉を借りれば、「実証されるものと実感されるものは同値ではなく、実感されるものはそのまま実証されるとは限らないということへの歯がゆさ」(高野 1999: 333)が、レルフの仕事を突き動かしている。人間の身体的な経験と意味を拠り所に空間へのまなざしを捉え直した彼らの仕事が今もメッセージ性を持続しているのは、当時と同じような問題意識が今もなお——場合によってはさらに強化されたかたちで——共有されているためであろう。

^[2] トゥアンやレルフらが具体的な批判の矛先としていたのは、当時の地理学で強化されていた計量学派の研究手法である。しかし大きな視点で見れば、同様の問題意識に根ざした議論は、形を変えながら歴史の中で何度も繰り返されてきた。本稿が参照する20世紀後半の議論に直結する流れで言えば、19世紀末から20世紀初頭にかけて形成された「生の哲学」と呼ばれる思想的潮流の存在は大きい。ただしそこでは近代合理主義批判の基盤として「空間」が主題化されることは少なく、むしろその役割は「時間」の動態性の検討に託されていた。

ここからはしかし、彼らの仕事に対して、ある種のないものねだりをしてみたい。それは一見意地悪な議論に聞こえるかもしれないが、しかし、経験の合理化と数字による管理が手を緩めているようには見えないこの世界の中で、彼らの視座の射程をややシビアに検討しておくことは——彼らがやろうとしていたことを別のかたちで引き継いでいくためにも——どうしても必要だと思うのだ。

■「親密な場所」

トゥアンは、場所との情緒的な結びつきを重視し、「親密な場所」の形成について語る (cf. Tuan 1977=1993: 239-264)。日常のありふれたものを再発見し、それへの愛おしさを語るトゥアンの語り口は静かでありながら印象的で、人間にとて場所が持つ重要性に説得力を持たせている。とはいえ、その大部分において語られるのは、子どもの頃から長らく親しんだ愛着のある場所や家庭的な思い出の場所であり、全体としてどこかノスタルジックな印象を与えることは否めない。結果としてそれが、親密な場所の過度な美化につながっている。しかし場所との結びつきは常にポジティブなものとは限らない。実際のところ、忘れないほど嫌な経験をした場所や、「こんな場所はいつか出てやる」と思いながら過ごした地元も、強烈な意味を帯びた「場所」に違いない。また、場所との親密性をそこで過ごした時間の長さにことさら強く結びついているように見えることも問題だ。もちろん、場所との慣れ親しみを「空間に堆積した時間」という視点から論じたこと、すなわち「時間の空間化」とも呼べる視点を含んでいたことは、トゥアンの慧眼であった。しかし、そうだとすれば、ある場所を訪れた瞬間に「ああ、ここは、いいなあ」と打たれてしまうような、えも言われぬ身体的な心地よさの経験は、ど

のように位置づけられるだろうか。^[3] そうした空間への選好あるいは感覚的な共鳴に似た敬意は、そこで生まれ育った人たちの占有物として囲い込まれるものではないだろうし、むしろその裾野が広いことがその土地の魅力とも言えるだろう。あるいはまったく逆に、長い時間をかけてどうにも好きになれない街を、トゥアンはどう論じるだろう。

■社会的態度としての都市景観

レルフは、場所の両義性について意識的であった。彼は没場所性を批判するが、それを無条件に悪いものと決めつけることはない。ひと昔前の暮らしぶりを理想化して場所性を回復しようとするロマンチズムもきっぱり否定する。いつの時代にも何らかの没場所性は存在していたし、実のところ、没場所性には、場所からの解放と自由という側面もある。レルフはこうした両義性を丁寧に論じる。そのような意味で、確かに「『場所』と『没場所性』は単純な対概念ではなく、一枚のコインの裏表であり、互いに解けがたく結びあっている」(Relph 1976=1999: 14)。

レルフはそもそも、没場所性を否定することに目的があるわけではなかった。むしろ、場所であれその破壊であれ、こうした景観のあり方が同時代の支配的な精神の相似形であるを見ていた。奥深さと多様さより効率と管理を優先した景観は、「現代社会に支配的な態度と非常によく調和する」かたちで作られた景観に他ならない (ibid: 292)。だから、実のところ、没場所性の拡大を一部の都市計画関係者のせいにして逃げることはできない。それ自体が大衆の心象と無縁ではないからだ。「景観の大きな変化は、社会的態度の大きな変化なしにはあり得ないものである」(ibid: 252)。

[3] 空間論ではないが、モノが持つこうした魅力について、トゥアンと同じく「親密さ (intimacy)」という言葉を使いながら、しかし共に過ごした時間の長さに還元することなく論じていたのは、民藝運動の創始者、柳宗悦だった。柳 (1920 [2013]) は、朝鮮の器を前にしたときの感覚的に惹き寄せられる感じとその器を生み出した背景にある人間と文化と仕事に対する敬意を込めて、わざわざ英語つきで「『親しさ』Intimacy」と表現した。哲学者の鞍田崇 (2015) は、この言葉に注目し、それを「いとおしさ」と訳す。鞍田における「インティマシー (いとおしさ)」の議論は、「美しさ」の評価とは異なるモノとの関係のあり方を示しており、本稿の議論にとっても非常に興味深い。

■ モノと意味の二分法の罠

こうしたレルフの考察は、しかし残念ながら、本人の意図するようには十分に論じきれていなかったのではないか。例えばだが、古い街並みや雑多な繁華街が取り壊されて再開発されたとき、「綺麗になったのだからよかったではないか」と言われる。そのとき何かが失われたと思うのに、清潔で綺麗で機能的なことの「正しさ」に絡め取られて強く言い返すことができない。レルフなら、「それでよかった」とはもちろん言わないだろう。思い入れのある場所の破壊は、レルフにとってアイデンティティの破壊と同義と言えるほど重大なものである。またそうした介入は彼が言うところの「奥深い場所のセンス」とは無縁だと非難するかもしれない。しかし本人の意図は別として、その批判にどれほどの強度を持たせられるかは分からない。

その理由のひとつは、記憶や意味やイメージを「内的」世界に、景観などを「外的」世界に位置づける二分法が、なるほど周到に避けるように論じられてはいても、やはりどこか透けて見えてしまうせいだと思われる。だから、思い入れのある街並みが壊されても、最終的には、「壊されたのは街並みであって、あなたの記憶じゃないから大丈夫だよ」という区別の論理がまかりとおり、逃げ道ができてしまう。逆に、その逃げ道を塞ぐための積極的な手立てが、どこかで不意に消失してしまう。例えばレルフは、どんなに平板な景観であっても、ひとたび生活の場となればそこでの経験が積み重ねられ、やがてそれが何がしかの本物性（オーセンティシティ）をその場に与えることになると語る（Relph 1976=1999: 189）。もちろんこれは場所と没場所性が「コインの裏表」であることを論じるがゆえの目配りである。しかし「住めば都」とでもいうような発想には、彼が現象学を横目に見ながら行おうとしていた人間と場所の結びつきを骨抜きにしてしまいかねない危うさがあるようと思う。場所を剥奪し、没場所性を与えておいて、「あなたたちはここもまた場所にしていくことができますよ、いつか長い時間をかけねばね」と言ってしまうなら——。

同じことはトゥアンにも当てはまる。見たように、彼にとって場所の親密性は、長い付き合いによって形成され

るものだった。どんな空間もいずれ場所にしていくことができるというある種の善良さの中に、「住めば都」論への歯止めは見当たらない。誤解を避けるために言っておくと、もちろんそれ自体が悪いわけではない。しかし自分がある場所でどうにか折り合いをつけていることは、そこがこれからも暮らし続けたいと思うほど自分の生活に積極的な意味を与えてくれる場所であるかどうかとは別の話だ。それでも空間の意味は、トゥアンにおいても相変わらず内的世界から外的世界へと与えられるのであって、逆ではない。もちろん、見慣れた街やなんの変哲もない風景が、ものの見方ひとつでガラリと変身してしまうこと——「ここにはハムレットが住んでいたのだと考えただけで、たちまち、この城がそれまでとは変わって見えてくるのはおかしなことだと思いますか」^[4]——は、意味づけの力が持つ最も魅力的な側面のひとつだ。しかし、こうした構図の中では、外的・内的世界は極論を言えばむしろ何であってもよくなってしまう。意味的世界の豊かさとは対照的に、こうした空間論の中で「モノ」の居場所は限りなくなってしまうか、与えられた意味を投影するスクリーンという受動的な役割に切り縮められてしまいかねない。内面世界をとめどない意味の源泉と捉えている限り、その場所はそもそも愛着を持たれるにふさわしい環境なのかという検討や、住民に充足感を与えるようにむしろモノ（まち）の側が変わるべきではないのかという議論は迂回されてしまう。加えて、モノとは別に記憶が保存されるという前提も、それほど一般化できない。卑近な例えで恐縮だが、筆者の近所ではコロナ禍を境に飲食店がいくつも撤退し、そこにまた別の店がやってきた。すると、さてここは以前は何だっただろうかと、何度も立ち寄ったことのある店でさえすぐには思い出せないことがある。物理的実体によって常にリマインドされなければ、記憶の解像度はおそろしいスピードで風化していく。

■ モノの権利を求めて

思うに、ここに、目立たないが根本的な落とし穴があるのでないか。というのも、モノと意味とを分けて論じている限り、住み慣れた街が失われた後で、「大丈夫、その

[4] トゥアンが『空間の経験』の序章で引用する、ある物理学者の言葉 (Tuan 1977=1993: 13)。

うち慣れますが（それに前よりキレイになったでしょう）」と語りかけてくる言葉にも、「大丈夫、思い出はあなたの心の中に生きていますよ」と語りかけてくる言葉にも、論理的に言い返すことができなくなってしまうからだ。「そういうことじゃなくて」と、確かに感じているはずの違和感や喪失感も、主観的なこととして片付けられてしまう。その主観的なものこそ大事なのだという論陣をあらためて張り直すことも可能だろうが、本稿ではもうひとつ別の理路を探ってみたい。

考えたいのは、私たちが住まう世界には、実際のところ、私「と」空間という明確に分節化された構図より以上の関係が、すなわちモノと意味とがもっと分かち難く結びついている風景があるのではないかということだ。あるまちが失われたとき、そこに宿っていた人間的世界もやはり同時に失われたと言えるべきではないのか。そうだとすれば、モノの世界と意味の世界は分けて論じてはいけないのではないか。その二分法を超えたところで語ることができれば、少なくともこの隘路とは違う議論ができるのではないか。

3 場所からタスクスケープへ

そこで以下では、人間の意味づけによる空間の構成という視点を共有しながらも、物質的世界の重要性に重心を移して語った議論を参照してみたい。それがティム・インゴルドの「タスクスケープ」論である。

■ 住まうことの視座

インゴルドはモノと意味の結びつきを別様に記述しようとする。手がかりとして参照するのは、考古学的なアプローチである。例えば考古学者が、遺された「物」にかつてそこに暮らした人々の生活の痕跡を読み取るように、人類学者もまた、「景観」(landscape)の中に、そこに住まう人々の生活の営みと活動の物語を読み取ることができるはずだ。インゴルドはそのようにして自然主義と文化主義の、言い換えれば、内か外か、物質か理念かという立場性にまつわる「不毛な対立」を乗り越えようとする。

そうした二分法に代わってインゴルドが提唱するのは、徹底して身体的な活動を起点に据えること、すなわち「住まうことの視座 (dwelling perspective)」から語ることである。「住まうこと (dwelling)」という言い回しを使い、人々を「住まう人 (dweller)」として意識的に語るインゴルドの

言葉遣いには、明らかに、「建てることはすでに住まうことである」(Heidegger 1954[2022]: 171) と言ったハイデガーの影響がある。それは、人間の生と物理的空間の形成を同一のプロセスとして捉えることの表明だった。これを景観論に適用するインゴルドは、次のように語る。「景観は、そのなかに住み込み、生き、働き、それによって自分たちの一部をそこに残してきた前の世代の人びとの不朽の記録——そして、証——として構成される」(Ingold 1993: 152)。それゆえ、景観に私たちが意味を与えるのではない。彼に言わせれば、「景観が物語を語る——いやむしろ、景観とは物語である」(ibid: 152)。

■ 景観という物語

「景観という物語」は、読解の手引きが与えられることでより深く読み取れるようになる。遺跡の場合、読解の案内人は考古学者だが、まちの場合、そこの文化や生活や歴史などについての多様な案内人がいる。何よりそこに住まう人たち自身 (native dweller) がそうある。

またもや私的な例で恐縮だが、以前住んでいたまちに引っ越しして間もなく、ふと立ち寄った地元のお寿司屋さん

のカウンターで常連客とおぼしき人に話しかけられたことがある。不意に、「あなた、何丁目?」と聞かれ、「あ、5丁目です。」と答えると、「5丁目の神輿はなあ、すごいんだ!」ということで、その場の何人かでいきなり夏祭りのお神輿の話になった。私にとっては、何丁目に住んでいるかで人を識別することも、それをお神輿と結びつけて認識することも、まったく新しい経験で、驚くと同時に感動してしまった。彼らの中にあるこのまちのメンタルマップは、これまで私が経験したことのない線引きの仕方で存在している。そしてそれは「そういうまちに私は引っ越してきたのだ」という強い印象を残した。その年のお神輿祭りの水掛けにさっそく私も家からバケツを持ち出して参加したのは、なんとかそのときの会話が記憶にあったからだと思う。結果、担ぎ手に劣らず見事にずぶ濡れになって楽しんだ。

もうひとり印象に残る案内人は、そのまちに何代も前から暮らしているという同じ職場の日本文学の先生だった。一緒に飲んだ帰り道に、そのまちの昔の姿を生き生きと語って聞かせてくれたことがある。なぜこの道はまっすぐではないのか。なぜあそこで曲がっているのか。なぜここにこの道があるのか。それはだいたい、川から材木をあげるための、色街に入していく姿を人に見られないための、いろいろな理由からそうなっていて、そのように刻まれた歴史を解き明かしてもらうのはとてもワクワクした。自分もまたそこに住みその通りを日々歩くことで、かつてそこに暮らした人たちの物語の続きを接続したような、勝手ながら、そんな感覚が楽しかった。

通常、「記憶」とは、それを体験した人に根ざすもので、「集合的記憶」と呼ばれるものもまた、それを体験した人たちの記憶であることが前提だ。^[5] この前提で言えば、私が体験したことのない物語の続きを勝手に参与した気分になるのはおかしなことだろう。しかし「景観とは物語である」と語るインゴルドにとっては、そうではない。彼ははっきり次のように述べる。

景観を知覚するとは想起 (remembrance) の行為を遂行することであり、想起する(remembering)とは

心のうちに蓄えられた内的イメージを呼び起こすといふものではなく、それ自体が過去を含み込んでいる環境と知覚的に関わり合うことである。(Ingold 1993: 152-153)

インゴルドは、記憶が内的イメージで景観が外的な実在であるという二分法を明確に拒否する。想起とは、「心に蓄えられた内的イメージを呼び起こす」ものではなく、それ自体が過去の蓄積の現れである景観と知覚的に関わり合うことに他ならない。曲がった道の理由を聞いて、かつてそこを通った人たちの姿や事情を想像するとき、あるいはその道を私たちが日々歩き、それによってあいかわらずその道が道として現代に立ち現れているとき、その物語の続きを、やはり私たちもまた紡いでいる。

地元の人たちの思い出話はとても魅力的である一方で、場合によっては、それを共有しない人を余所者あつかいする土壤となったり、排他的な「われわれ」感を醸成する手段になったりする両義性も持つ。しかし、記憶の共有は不可能でも、景観への参与を通してそれと関係することは不可能ではない。インゴルドの議論は、モノ(景観)への身体的な参与を媒介として、場所の物語をそこに暮らす人々のコミュニティに閉じるのではなく、多様な人を招き入れるようななかたちで開いていく。

■ まちの物語の継承の仕方

こうした開放的な物語の紡ぎ方の具体例としてぜひ言及したいのは、神奈川県の愛川町にある「春日台センターセンター」という一風変わった名前の施設である。昭和40年代から平成が終わるころまで春日台の人たちに愛され続けたスーパーマーケット「春日台センター」の跡地に建てられたコミュニティセンターだ。「センターセンター」というその不思議な名称には、「かつて子どもからお年寄りまで、みんなの中心だった『春日台センター』を、もういちど、このまちの中心(センター)に」という願いが込められている。^[6]

この施設の理念は、ホームページで次のように語られ

[5] 代表的にはアルヴァックスの議論を参照 (Halbwachs 1950=1989)。

[6] 春日台センターセンターホームページ (<https://aikawa-shunjukai.jp/kcc/>) 参照。また、現地の視察の様子を、岡本悠雅氏(株式会社乃村工藝社)に聞かせていただいた。記して感謝したい。

ている。「みんなが暮らし慣れたこの場所で、年齢や国籍や障害のあるなしによらず、地域のすべての人たちとともににある、まちの新しい拠点を目指します。」その言葉の通り、ここには高齢者向けのグループホームから障害のある子どものための文化教室、「なんでもない場所」としてのコモンズルーム、学びのための寺子屋からコインランドリー（「洗濯研究所」）まで、開放的な設計の施設の中に、実にさまざまな人が利用できる多様な空間が用意されている。かつてスーパーで老若男女に愛されていたという「春日台コロッケ」も販売され、コーヒーやビールとともにコロッケを食べてホッとひと息つける場所もある。

確かにスーパー・マーケットは取り壊されてしまった。しかし新しく建てられた施設がその名前を引き継ぎ、ここに集う人たちがまちの「中心」を引き継いでいく。そのようにしてまちの物語が継承され、新たに紡がれていく。時代の移り変わりに適応しながらも、人と生業と建物と歴史と一緒に創っていく、そんな場所のあり方だと思う。インゴルドなら、これをまさに「タスクスケープ」（後述）と呼ぶだろう。

■ 場所からランドスケープへ

ここでインゴルドの景観論について少し詳しく見ておきたいと思う。もとより恐ろしく複雑な議論のある景観論ではあるが、インゴルドは、景観が「何ではないか」を示すことで、自らの意図を明確に示そうとしていた。「目に見える景観」という意味で私たちが想像するイメージとは異なるため多少戸惑うかもしれないが、それこそが大事な点だ。少し抽象的にはなるが、以下にポイントを紹介し、彼の景観の見方を理解する一助としたい。

第一に、景観（以下ではランドスケープと言っておきたい）は、土地ではない。土地のように物理的重量のある領土ではない。その証拠に、ランドスケープについて「どんな感じか」という「質」を尋ねることはできても、「どれくらいか」という「量」を尋ねることはできない。ランド（土地）は量的で均質的だが、ランドスケープ（景観）は質的で多様なものの混ぜ合わせ（heterogeneous）である。

第二に、ランドスケープは、自然ではない。それは多かれ少なかれ慣れ親しまれた居住領域として私たちと共にいる（with us）のであって、私たちに対峙するようにある

（against us）のではない。そもそもインゴルドは自然と人間を対峙する関係とは捉えていない。そこを超えたところで語ることが彼の狙いだからだ。私たちが住まうことによって、ランドスケープは私たちの一部となり、私たちがランドスケープの一部となる。

第三に、ランドスケープは、具体的な空間ではない。どの地点の特定の観察からも独立しているのがランドスケープだからだ。例えば、列車で旅をする。ある地点から別の地点へと身体が移動するに伴って、車窓から見える景色は変わっていく。私たちは、それを個々の瞬間的な像の連写として認識するのではない。そうではなく、私たちはそれを移ろいゆく眺めの全体として経験している。「われわれは皆、日常生活の地図制作者である。測量士が計測器を使うように、われわれは自らの身体を使うことで感覚的なインプットがあるイメージへと加工する」（Ingold 1993: 155）。ただし測量士であれば、各地点での測量を繰り返した結果を繋ぎ合わせる途方もない作業が必要になるところを（それでもランドスケープの実感には遠いだろうが）、私たちは身体を通して、どこにでもいながら具体的にはどこにもいないかたちでランドスケープを受け止める。ここで語られているのは視覚的イメージだけの話ではない。音や匂いもまた固有の空気感を作り出し、それがその場で過ごす人々の身体に働きかける。その働きかけは、厳密には人々によるその場への参与（コミットメント）との共同達成物である。こうして、「空間において意味は世界へと付与されるが、ランドスケープにおいて意味は世界から集められる」（ibid: 155）。

■ 生業の風景としてのタスクスケープ

インゴルドは、「ある景観を人が鑑賞する」という、一見分かりやすいが論理的には問題のある静的な理解を抜けて、ランドスケープの動的なあり方を強調する。私たちは皆ランドスケープの共同制作者だ。ランドスケープが、そこで行われる活動と不可分のものであること、それゆえ永遠に「建設中」（continuously going on）であることを強調するために、インゴルドは「タスクスケープ」（taskscape）という概念を用いる。

「タスク」(task)とは、「生活の通常の営みの一部として行われる実践的な働き」のことを指し、「労働」(labour)に対置される。労働が「どれくらい（働いたか）」という量的な交換価値に換算されるのに対して、タスクは「どのように（過ごしたか）」という質的な使用価値に根ざした営みである。私たちは「さまざまなタスクが相互に入り組んだアンサンブルの全体」の中を生きており、彼はそうした生業の織物を「タスクスケープ」と呼ぶ。

タスクスケープは目で見られるだけでなく、むしろ耳を通して感知されることが多い。例えば街を歩いているとき、私たちはいろいろなものの動きや存在を耳を通して感じている。街の中の歩行者のざわめき、車道を走る車のエンジン、工事現場の人の声、重機が唸る音、ざあっと風が吹き抜ける音、セミが鳴く声、街路樹の葉が揺れる音、公園で遊ぶ子どもたちの歓声、急に降り出した雨、走る人たちの靴音。さまざまなもののが、そのまちの息づかいとして、見えなくても聞こえてくるし、その存在の全体がなんとなく感じられる。だから、「あなたが見ているのはタスクスケープです」と言う代わりに、あえて、「あなたが聞いているのは、タスクスケープです」(Ingold 1993:170)と、インゴルドは言う。

生きられた路地のネットワーク

モビリティ・スタディーズの泰斗であるジョン・アーリは、インゴルドのタスクスケープ論を、小道にまつわるトピックとして、印象的な仕方で参照している。

小道は、人びとがせっせと日々の仕事にいそしむなかで積み重ねられてきた無数の旅の痕跡を明示している。小道のネットワークが示すのは、幾代に渡るコミュニティの活動の堆積である。つまり可視化されたタスクスケープ生業の風景である。人びとは、同じ道を踏みしめている自分自身を、その道が土地に刻まれた当時の世代の人びとであるかのように想像する。このようにして、小道の引き直しや新たな道路による小道の消失は、多くの場合、そのコミュニティとその集合的記憶、当の場所での居住／移動の形式に対する破壊とみなされることになる。(Urry 2007=2015:54)

ここでいう小道の原型は、農作業をしているうちに踏み固められた道や、同じ場所が何度も通られることで作られたけもの道など、日々の動線がそのまま形になったような道である (Ingold 1993:167)。それほど牧歌的ではないにしても、都市の中にもやはり、古い住宅や飲食店が集まるところには特に、生活の必然として「そうなった」のだろうと思わせる路地が多く残っている。そうした道は、明確な意図や人工的な計画によって「作られた」というより、生活上の理由や制約や地理的条件があいまってそういうふうに「なった」という風貌をしている。そうした路地のネットワークは、まさに「可視化された生業の風景」としてそこにある。そこで生きた人たちの動きが、足どりが、生活の営みが、空間的な表現に編入され、そこを歩く経験に愉快なリズムをもたらす。たとえそれが初めて訪れたまちであったとしても、自然と招き入れられるような人間的な感覚がある。

人・モノ・自然・歴史

すでに触れているように、タスクスケープの登場（人）物は、目の前に見える人間や建物だけではない。その場に関与するすべてのもの、すなわち動植物や、過去の歴史や、その土地固有の天気や気候などもまた、欠かせないアクターとして強調される。

かつてジェイン・ジェイコブスがまちの息づかいを生き生きと描いてみせたことで有名な「ハドソン通りのバレエ」は、基本的には人と人の演舞であった (Jacobs 1961=2010: 67-71)。それに引き寄せていうなら、インゴルドが意識的に描き出そうとしたのは、人とモノと自然と歴史が互いをパートナーとして展開するその土地固有のダンスであり、その共同創作物としてのタスクスケープであったと言えるだろう。

■ 空間の使用価値について考える

ところで、こうしたインゴルドの議論をあらためて都市空間に当たはめたときに気になるのは、現代の都市を生きる私たちが、果たしてどれくらいタスクスケープの積極的な担い手として都市と関係することができているのかどうかである。もちろん人の営みのあるところには必ずタスクスケープが展開される。灰色で無機質な印象のまちもまた、そうした感性のタスクスケープと言ってしまえばそうなのだろう。しかし、タスクをわざわざ「質的な使用価値」から定義し、「どのように」という視点から考えたインゴルドの議論に沿うなら、それで終わらせるわけにはいかない。なるほど現代の都市生活には、ショッピングをして食事をして映画を見るという楽しみ方が多く用意されている。それもまちの使い方のひとつであることには違いない。しかし厳密にいえば、そこで行われているのは「与えられたものの消費」であって、インゴルドが強調した使用価値とは別の話だ。

要するに考えたいのは、消費を超えたとこまちを使う選択肢の幅である。歩き疲れたときにコーヒー一杯分の金銭と引き換えに滞在が許されるカフェがあったとして、しかし、ただそこに居ることが許されるパブリックな空間はどれくらいあるだろうか。そこに心地よいベンチはあるか。涼しい木陰はあるか。非難がましい目で見られなくても済むか。やりたいことが実現できる場所か。交換価値に還元されない都市の使い方は、どれくらいあるか。

■ 都市への権利

空間が消費の対象とされることに抗して、都市を使うことの権利を主張したのは、アンリ・ルフェーブルだった。『都市への権利』(1968)の中で彼は、消費社会では都市計画までもが交換価値に還元されていると批判し、交換の原理よりも使用の原理を優位に置くことを要求する。

彼は、都市が都市であるがゆえの形式を、「集まり」「同時性」「出会い」に見ていた。ゆえにルフェーブルにとって重要な使用の原理とは、遊戯性と演劇性、享楽と美、そして出会いの場の快適さへの欲求などに象徴される。「都市の中心は、都市の人々に、動きや思いがけないものや、可能的なるものや、出会いをもたらしているのだ。それは、《自然発生的な劇場》である。さもなければ、それは何ものでもない」(Lefebvre 1968=2011: 203)。彼は、創造的な交わりの場としての都市を、使用価値を帯びた「作品」として獲得することの権利と、その中枢性から排除されないことの権利を主張した。とはいってもそれは元来、利潤の計算や計画的秩序として押し付けられるものではない。^[7]むしろその直線的な目的から逸れるところに、つまり「管理される消費社会の諸々の間隙のなか」や「真面目くさった社会の諸々の穴のなか」(ibid: 200)に成長する。したがってルフェーブルは、こうした「《真面目なもの》に遊びを従属させるかわりに、遊びに従属されることによって集合させる」(ibid: 201)ことをむしろ王道として捉える。そのように都市を使い、その空間を「我有化」しようとする人びとの関わりによって都市そのものが変化し、その実践を通して人びともまた変化する可能性を、ルフェーブルは示していた。

[7] 「建築家も社会学者も、魔法使いの力を持たないといおう。どちらも、社会的関係を作り出しあはないのである。ある好都合な条件のなかで、彼等は、諸々の傾向が定式化される（形をとる）のを助けるのだ。ただ、総体的能力における社会生活（実践）のみが、そのような力を所有している。あるいは、所有していない。」(Lefebvre 1968=2011: 161-162)

差異の生産： スケートボーダーあるいは 女子高生のTikTok

ルフェーブルを理論的な土台にしながら、身体を通した都市空間の再定義のあり方を具体的に描き出してみせたのはイアン・ボーデンだった。自身もスケートボーダーである彼は、ボーダーたちがそれ以外の人たちとは異なるやり方で都市と関わる様子を生き生きと描く(Borden 2001=2006)。ボーダーたちにとって、ターミナルの手すりは魅力的なレーンであり、メガバンクのいかめしい建物と階段はその権威によってではなく、ただその形状がライドに適しているかどうかで価値づけられる。建築もストリートも郊外のプールも排水パイプも、徹底して自分たちにとっての使用価値で評価する。ボーデンが描き出したのは、躍動する身体を通して都市空間の固定的な意味づけを脱臼させる作法としてのスケートボーディングであり、それによってドライブされる文化とメディアと法律と空間設計の、摩擦も含んだ交渉過程であった。

他方、スケートボードに乗ってまちを滑走せずとも、なげない日常的実践の中にもすでに都市の意味をズラしていく可能性があることを、ミシェル・ド・セルトーは気づかせてくれる。彼は、私たちが受動的な消費に勤しんでいくように見えるときでさえ、「消費とみまがう生産」が行われていることに目を向ける(De Certeau 1990=2021)。例えば、筆者が先日、大阪・関西万博を訪れたときのことだ。シグネチャー館のひとつである落合陽一氏のパビリオン「null²(ヌルヌル)」は、外観もピカピカの銀色で、さすがの威容だった。抽選倍率が高すぎて来場者のほとんどは入館できていなかったのではないかと思う。しかしその中で、その外壁に自分たちの踊る姿を映してTikTokを撮って遊ぶ女子高生たちがいた。とてもクレバーで痛快なnull²の使い方だと思った。はたして落合氏は、パビリオンの展示内容がどう人々に体験されるかについては非常に意識的だったと思うが、自身の建物が女子高生のTikTokの鏡としての使用価値を持つことまで計算していただろうか。あるいは私が目にしなかっただけで、もっと別の使い方をしている人がいたかもしれない。ド・セルトーが「反規範(アンチ・ディシプリン)」の網の目として日常的実践を捉える

のはそれゆえである。いかに管理され、秩序だった空間であっても、目を凝らしてみると、意図されざる使用や、本来の目的とは異なる流用が、あちこちに混在している。というより、そもそも放っておけば、実践の次元では、秩序や計画や予定からの偏差が生じるのが自然な姿だ。それは建築や都市空間のある種の「誤用」だが、誤用だからこそ、予定調和を超える創造性がある。ルフェーブル的に言えば、あの女子高生たちは、パビリオンに入場できずに疎外されたのではなく、彼女たちのやり方で、落合氏のnull²を「我有化」(ジャック)していた。

〈ともに投げ込まれていること〉

さて本稿では、都市空間を経験するはどういうことかという問い合わせの糸にして、トゥアンとレルフからインゴルドへ、さらにルフェーブルからド・セルトーへと議論を辿ってきた。その中で、少なくとも空間の使用価値を考え始めたときにはすでに前提だったことがある。それは、人びとの活動を通して活気づけられる空間とは、「コトなかれ主義」とは逆で、原理的には「コトが起こること」が前提の、摩擦や交渉を基盤とした空間だということだ。

ドリーン・マッキーが言うように、そもそも空間を空間たらしめているのは、異質なものの共在という性質である。まったく違う経路を辿ってきた「私」と「あなた」が出会ってしまうのが、空間だ。時間との対比で言えば、時間がひとつつの物語を紡ぐのに必要であるのに対して、その糸が束ねられ、織り合わさるために必要なのは、常に空間である。「『ここ』とは、物語の数々が出会う、あるいはそれぞれ独自の時間性をもつ諸軌跡の配置や結合を形成する場である」(Massey 2005=2014: 265)。均質的な空間というのは、したがって、非常に単純化された言い回しであるか、原理的には形容矛盾である。「多様性の概念そのものが、空間性を含意するのである。」(ibid: 178)

マッキーは、都市を、「〈ともに投げ込まれていること〉」(thrown-togetherness)という(これもまたハイデガーを思い出させる)視点から捉える。私たちは、都市という相対的に限定された空間の中に「ともに投げ込まれている」。ともに投げ込まれた空間に摩擦や交渉はつきものだ。しかし、ともに投げ込まれているところに、「空間の偶然性」

(ibid: 214) もまた存在する。

今日では、個人に最適化された関連情報（「おすすめ」）のアルゴリズムに支配されたインターネットによって、情報空間はますます予定調和となり、偶発性な出会いは削ぎ落とされるようになっている。まち歩きをするときも、あらかじめ見るべきスポットを検索し、ToDoリストにチェックを入れるように動く。しかし、路地裏に知らなかった雑貨屋を発見するのも、外国からの観光客に不意に道を聞かれるのも、その場にいればこそである。フィジカルな空間の特徴は、こうした偶発性を完全には制御できないことがある。出会わなかつたはずの人やモノとの出会いが可能になってしまふのが、空間に共在することの意味だ。「『偶然性』は、空間について考えるために不可欠なものとなってくる」(ibid: 216)。異なるもの同士が否応なしに関係づけられ、それによって、もとの状態には還元不可能な何かが創発してしまう。このような身体的な共在の空間を、メアリー・L・プラットなら「コンタクト・ゾーン」と呼ぶだろう(Pratt 1992)。

マッシーにおいてもプラットにおいても、前提となっているのは、秩序と笑顔が溢れる非権力的な空間ではない。もしそういう空間があるとすれば、それは、見えにくいやり方で特定の人や振る舞いが徹底的に排除された権力の空間でないかどうか、少なくともいちど疑ってみた方が良い。マッシーたちが見るのは、異種混淆の住民たちによる絶え間ない交渉とせめぎあいの空間であり、その交渉のプロセスそのものとして形成される都市空間である。

■ 清潔で秩序ある社会の不自由さ

精神科医の熊代亨は、『健康的で清潔で、道徳的な秩序ある社会の不自由さについて』(2010)の中で、現代の「東京風の自由」の特殊さをこう述べる。

清潔・安全・安心な街のなかでお互いに臭いを消しあい、個と個がせめぎあう側面や干渉しあう側面をぎりぎりまで削り取った自由。街ですれ違っても店舗を訪れても挨拶や会釈を必要とせず、それでいてお互いの安全や安心が脅かされることのない自由。美しい公園や閑静な住宅地から不安や不審を思い起こさせるものを徹

底的に排除し、そのような慣習や通念を隅々まで行きわたらせることで実現した自由。(熊代 2010: 179-180)

こうした自由は、微細な異常も見逃さない「街じゅうに行きわたった秩序」(ibid: 167)によって支えられている。「清潔で身なりの整った人間か否か、挙動不審の印象を与えない行動がとれる人間か否か」によって選別された、徹底して澄み切った自由な世界。しかしそれは、型どおりであることを強要され、はみ出るものは剪定され、そうして何か大切なものを出会い逃し続ける不自由な空間でもある。

アーティストの卯城竜太と松田修が『公の時代』(2019)の中で語っていたのもまた同様の息苦しさだ。最近の公園は禁止事項が多く、ますます「善良でまともなマジョリティ」の占有地となっている。たとえ禁止事項に触れていたとしても、平日の日中によれたシャツを着てベンチに座る中年男性の自分たちは異分子で、訝しげなまなざしの対象となるか、はっきり職務質問の対象になる。パブリックであったはずの「公園」は、いつのまにか選別された特定の人のみを優先した「マジョリティ園」になってしまったと、彼らは言う。

■ 副次的効果としてしか手に入らないもの

難しいのは、言わずもがな、その匙加減だろう。

國分功一郎は『目的への抵抗』(2023)の中で、ベンヤミンの概念をアガンベンが言い換えた「目的なき手段」という面白い概念を紹介している。私はその意味をやや敷衍して、「副次的効果としてしか手に入らないものがある」ということとして受け取った。そしてこれは多くの関係性に当てはまる大切な側面ではないかと思った。例えば地域の活性化を目的としたイベントを開催した場合、コミュニケーションを主目的として押し出すほど参加の敷居は高くなり、気後れする人を余計に遠ざけることになる。近年、銭湯やコインランドリーがゆるやかな関わり合いの場として注目されているのはそのためだろう。ここでの機能的な目的は、お風呂に入ることや洗濯をすることである。そこで一緒にになった人と会話してもいいが、しなくてもいい。「〇〇

しに来たのであって友達を作りに来たわけではない」と言える「言い訳」があらかじめ用意されている空間は、心理的な参加のハードルが低い。そこに加えて、機能的な目的を果たした後でも何となく滞留できる心地よい空間（本や漫画などを手に取れる小上がりや、縁側、カフェ、自由に使えるテーブルと椅子など）があると、偶発的に会話が生まれる可能性は高くなる。自由に書き込んだりメッセージカードを貼り付けたりすることができる掲示板も、コミュニケーションを強いるのではなく「そそのかす」仕掛けだ。地域の出会いや交流というのは、自己目的化したときにはなかなか手に入りにくかったり形式的になったりする一方で、副次的效果として迂回したときにふと面白い人たちで手に入ったりするものの最たる例だと思う。

だからこそ、都市にはどうしても余白が必要だ。全てを目的と手段で縛り上げるのではなく、「溜め」を作つておく許容力が必要だ。そうした都市のキャパシティーは、多くの人口を画一的に制御する能力とは別で、多くの人が集まつたときに必ず生じるズレや想定外の出来事、さらには、時として異なる主張がぶつかり合うことで生じる「コト」をしたたかに受け止め、チャンスにさえする能力のことである。^[8] そのときに効いてくるのは、ガチゴチの真面目さより、ルフェーブルが言っていたように、むしろ管理とルールを遊びに従属させる原則^{ボリシー}であり、ド・セルトーが示していたように、勝手に創意工夫していく実践のじゃまをしないこと、あるいはむしろそれをそそのかすような知性と感性の使い方である。

■ おわりに

2015年に公表された『Sensuous City [官能都市]—身体で経験する都市：センシュアス・シティ・ランキング』（LIFULL HOME'S 総研）は、かつて地元の人たちが親しみを込めて「暗黒街」と呼んだある飲食店街での一夜を綴ったプロローグから始められていた。そのまちが再開発によって今はもうない（かつての姿ではもうない）ことを前提にしたとき、そのまちが物理的に消えてしまっただけでは説明のつかない喪失感を感じた。それは、他では代替のきかない厚みを持ったひとつの「タスクスケープ」の全体が失われたことの喪失感だったのだと、今なら言える。

本稿の議論の延長線上に浮かび上がってくる都市とは、固定的な実体として存在するより、何よりもまず人びとの実践に根ざした「営み」として存在する。それは、都市空間とそれを使う人たちの営みの総合的效果として立ち現れるものであって、そうした営みを離れてはあり得ないまちの姿だ。だから、もし、生業の風景として形成され愛されてきた街並みがすっかり失われてしまうなら、私たちはそれを物理的に失うだけでなく、そこで生きられた時間と活動と物語、そしてこれからもありえた営みの可能性もまた同時に失っていると言っていいのだろう。そして、そうしたまちの生と景観のアンサンブルは、お金を出しても、二度と買い戻すことはできない。

人の住まうまちとは、人とモノと自然と歴史が互いを参考し合いながら、想定外の誤用（バグ）や偶発性（ノイズ）も含み込んで営まれる身体的な実践の舞台であり、その意味において、それは常に「建設中」（continuously going on）であることをやめないタスクスケープのあり方である。そのタスクスケープが、規律と管理と合理性の帝国であるよりは、経験の充足感と悦びを伴うものであって欲しいと、本稿は願う。どのようなタスクスケープを継承し、どのようなタスクスケープを創っていくのかは、その都市の計画や設計にたずさわる人はもちろんのこと、共同制作者としての私たち全員の肩にかかっている。

参考文献

- ・Borden, Iain., 2001, *Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body*. Berg Publishers. (=2006, 斎藤雅子・中川美穂・矢部恒彦訳『スケートボード・デザイン、空間、都市——身体と建築』新曜社。)
- ・De Certeau, Michel., 1990, *L'invention du Quotidien: Arts de faire*. Éditions Gallimard. (=2021, 山田登世子訳『日常的実践のボイエティック』筑摩書房。)
- ・Halbwachs, Maurice., 1950, *La Mémoire Collective*. Éditions le Mono. (=1989, 小関藤一郎訳『集合的記憶』行路社。)
- ・Heidegger, Martin., 1954[2022], *Bauen Wohnen Denken. Vorträge und Aufsätze*. Klett-Cotta.
- ・Ingold, Tim., 1993, "The Temporality of the Landscape." In: *World Archaeology*. Vol.25, No.2, 152-174.
- ・Jacobs, Jane., 1961, *The Death and Life of Great American Cities*. The Random House Publishing. (=2010, 山形浩生訳『アメリカ大都市の死と生』鹿島出版会。)
- ・國分功一郎, 2023, 『目的への抵抗』新潮社。
- ・熊代亨, 2020, 『健康的で清潔で、道徳的な秩序ある社会の不自由さについて』イースト・プレス。
- ・鞍田崇, 2015, 『民藝のインティマシー——「いとおしさ」をデザインする』明治大学出版会。
- ・Lefebvre, Henri., 1968, *Le Droit à la Ville*. Editions Anthropos. (=2011, 森本和夫訳『都市への権利』筑摩書房。)
- ・Massey, Doreen., 2005, *For Space*. SAGE Publishers. (=2014, 森正人・伊澤高志訳『空間のために』月曜社。)
- ・Pratt, Louise Mary., 1992, *Imperial Eyes. Travel Writing and Transculturation*. London and New York: Routledge.
- ・Reilph, Edward., 1976, *Place and Placelessness*. Pion Limited. (=1999, 高野岳彦・阿部隆・石山美也子訳『場所の現象学——没場所性を越えて』筑摩書房。)
- ・島原万丈, 2015, 「Prologue Part. 1 消え行くまちで／Part. 2 本プロジェクトの動機と調査設計の思想」『Sensuous City [官能都市]——身体で経験する都市：センシュアス・シティ・ランキング』LIFULL HOME'S 総研, 04-25。
- ・高野岳彦, 1999, 「訳者あとがき——人間主義地理学とエドワード・レルフ」エドワード・レルフ『場所の現象学——没場所性を超えて』筑摩書房, 328-341。
- ・Tuan, Yi-Fu., 1977, *Space and Place*. The University of Minnesota. (=1993, 山本浩訳『空間の経験——身体から都市へ』筑摩書房。)
- ・Urry, John., 2007, *Mobilities*. Polity Press. (=2015, 吉原直樹・伊藤嘉高訳『モビリティーズ——移動の社会学』作品社。)
- ・卯城竜太・松田修, 2019, 『公の時代』朝日出版社。
- ・柳宗悦, 1920[2013], 『朝鮮の友に贈る書』青空文庫。(初出『改造』大正9年6月号。)

●参照URL

- ・春日台センターセンターホームページ: <https://aikawa-shunjukai.jp/kcc/>
- ・ベルリン市博物館収蔵作品 “Begräbnis bezahlbarer Mieten”: <https://www.stadtmuseum.de/artikel/begraebnis-bezahlbarer-mieten>

【8】ベルリンのクロイツベルク地区の路上で2016年に行われたゲリラ・アートとそれをめぐる一連の経緯は、都市のキャバシティーを考えるうえで興味深い事例である。発端は、「ロッコとその兄弟たち(Rocco und seine Brüder/Rocco and His Brothers)」というアーティスト集団が、お墓ひとつ分の道路のアスファルトを引き剥がして路上に墓碑を建てたことだった。「支払い可能な家賃の葬儀(Begräbnis bezahlbarer Mieten/RIP affordable rents)」と題された作品は、手頃な家賃の時代が終わったこと、すなわち地価高騰によってこのまちが住み続けられるまちではなくなっていることへの批判を表現していた。作品制作は事前許可のない違法行為だったが、警察はこれを3日間静観し、のちにアーティスト自身の手によって撤去された。その後の間に、住民や通行人らが自発的に花を手向けたことにより、路上はさながら本物の葬儀のようになったと言われる。この作品は、のちにベルリン市博物館内に設置され、現在は恒久的な館内のコレクションとして収蔵・展示されている。当初違法だったものが、市民の共感を呼び、のちに公的博物館に収蔵されるまで認知されるというこの作品の「キャリア」はいかにもベルリンらしい。そこには、違法なアートもまた正当な批判として受け止める「寛容な都市ベルリン」をアピールする公共のしたたかさを感じるとともに、体制の中に取り込まれることで自分たちの批判をより強くアピールする場を獲得するというアーティストの戦略的なたたかさも感じる。いずれにしても「コト」の抑圧に関係者が動くよりも「コト」の有効活用に関係者がそれぞれのやり方で加担しているのがなんともしたたかで、深刻な社会問題を主題としつつどこか都市のあそびを感じさせる展開である。

Urban Amenity

均質化した街の 「顔」： 都市に個性は 必要なのか？

一橋大学大学院ソーシャル・データサイエンス研究科 教授
社会科学高等研究院 都市空間・不動産解析研究センター長

清水 千弘

Chihiro Shimizu

●しみず・ちひろ／東京工業大学大学院理工学研究科博士後期課程中退、東京大学博士（環境学）。リクルート住宅総合研究所およびリクルートAI研究所、麗澤大学教授、日本大学教授、東京大学特任教授を経て現在に至る。

1

街の「顔」と均質的住民選好

戦後日本の都市インフラが絶対的に不足する社会では、都市形成において合理性と効率性を優先すべきであることは、必然であった。都市が合理性と効率性を追求する中で、私たちは何を失ってきたのだろうか。この問いに答えるために、経済学でいう、都市アメニティの多様性（Love of

Variety）、非均質的（非準同次）な効用関数に基づく居住選好、Jacobs型外部性の機能、そして再開発を通じた都市再構成の経済的含意といった理論的要素は、都市魅力や集積の背後にある構造を読み解く鍵となってくる。具体的には、合理性に支配された都市は均質化し、今やどのよ

うな地方都市に行っても、同じような「顔」をした街を目にする。駅前は同じようにタクシープールがあり、高架化された駅前広場があり、幹線道路沿いに行けば、同じチェーンの店舗が同じように配列されている。本稿では、このような事象を「均質化した街の『顔』」と呼ぶ。

都市インフラが絶対的に不足する段階では、国土全体を均等に発展させ、国土の均衡ある発展を実現していくことが要請されていた。このような経済社会においては、マクロ経済学的な枠組みである「成長会計 (growth accounting)」が、政策設計の理論的基盤となっていた。成長会計とは、生産要素(労働・資本)や全要素生産性(TFP)などの寄与度を定量的に分解することで、経済成長の源泉を明らかにする手法である。この枠組みにおいては、効率的な資源配分やインフラ整備を通じて、平均的な厚生水準を引き上げることが政策目標として正当化されていた。特に、人口が増加し、都市への集積が進行する局面では、全国的に都市形成を「標準化」することが合理的とされてきた。このような経済モデルのミクロ的基礎としては、家計の効用関数を均質的(homothetic)であると仮定し、それに基づいて制度設計や資源配分のあり方が支持されていた。近年では、こうした合理性や効率性を追求した都市形成の手段——たとえば、再開発事業のような代表的な施策——に対して批判も見られるようになっているが、それらの事業を通じて地域間の格差が縮小したこともまた事実であろう。実際、今日ではどの地域に住んでいても、一定水準の都市サービスやアメニティを享受できるようになったことは、高く評価されるべきである。

しかし、経済が成熟し、人口が減少局面へと転じた現代社会においては、このような均質的仮定に基づく国土政策の有効性は、もはや失われたといってよい。合理性と

効率性の追求を掲げて推進された20世紀後半の政策のもとでは、戦後最大規模の不動産バブルが全国を覆い、その崩壊後には「失われた10年」とも称される長期的な経済停滞に直面することとなった。21世紀に入ると、日本は世界でも最も早い速度で高齢化が進行し、人口は本格的な減少局面へと移行した。こうした人口動態の変化に伴い、都市には新たな成長のドライバーを見出すことが求められるようになった。人口減少下では都市間競争の激化が避けられず、各都市は他都市との差別化を通じて、競争力を確保する必要に迫られたためである。

この競争を勝ち抜くためには、それぞれの都市が独自の「個性」を打ち出すことが、地域の持続的な発展にとって不可欠な条件となっている。経済モデルの観点からも、都市の厚生水準を一律の基準で測定することはもはや適切ではなく、非均質的(non-homothetic)な効用関数を前提とした都市設計が要請される時代に移行しつつある。

非均質的な効用関数、または選好は、所得やライフスタイル、ライフステージに応じて消費構成が変化することを前提とする。たとえば、高齢者世帯は医療アクセスや静穏性を重視する一方、子育て世代は教育環境や広い住空間を求める。こうした多様なニーズを反映できない都市構造は、厚生水準の停滞や選好不一致による空間的ミスマッチを生みだし社会全体の厚生水準を低下させてしまうのである。

本稿では、都市が独自の「個性」の必然性を理解するために、①都市アメニティの多様性(Love of Variety)、②非均質的(非準同次)な効用関数に基づく居住選好、それらを踏まえた都市成長のあり方を示した③Jacobs型外部性の機能、をキーワードとして、都市の新しい成長ドライバーについて考えてみる。



■ 2.1. 集積と多様性

近年の都市集積または経済成長の理論的展開は、都市を「集積による外部性の源泉」として捉え直している。Lucas (1988) は、内生的成長理論の枠組みにおいて、都市における人的資本の集積と学習外部性 (learning externalities) が、長期的な経済成長の決定要因となることを示した。都市の知識密度が高まるほど、住民間の相互学習とイノベーションが促進され、スケーラブルな成長が可能になることを主張した。

この理論は、Glaeser et al. (1992) による実証研究により強化され、産業の多様性 (Jacobs型外部性) や情報共有ネットワークが、都市のイノベーション創出と経済的成果を左右することが示されている。Jacobs型外部性 (Jacobs externalities) とは、都市における産業や人々の多様性 (industrial and social diversity) が、異質な知識や技術の結合を可能にし、イノベーションや新産業の誕生を促進するという考え方である。

Jacobs型外部性は、Jane Jacobs が1961年の著作『The Death and Life of Great American Cities』および1969年の『The Economy of Cities』で提唱した都市理論に由来している。Jacobs (1961) は、都市が単なる人間活動の集積地ではなく、「多様な用途が時間・空間を交錯しながら共存する空間」であることが、都市の安全性、経済活力、社会的豊かさを生み出す源泉であると論じた。そして、都市における「eyes on the street (通りの目)」という概念を通じて、日常的な雑多な活動こそが都市の健全性と創造性を支えると指摘している。そして『The Economy of Cities』(1969) ではさらに踏み込み、都市

の経済的成长は特定の産業集積ではなく、「異質な活動や知識が偶発的に出合う場」としての都市の多様性にこそ宿ると主張したのである。さらに Moretti (2004) は、人的資本の集積が労働者個人の賃金や生産性に正の影響を与える「ヒューマンキャピタル外部性」の存在を実証し、都市構造の改善が経済全体の成長に与える影響の大きさを示唆した。

これらの研究は、都市がもはや成長の「結果」ではなく、「手段」として機能しうることを示している。特に成熟社会においては、都市内部の社会構成の質的改善——人的資本の高度化、空間的包摂性の拡張、機会アクセスの均等化——が成長の新たなドライバーとなることを意味する。都市空間の戦略的な再構成は、労働市場の柔軟性、教育や医療サービスへのアクセス向上、イノベーション・エコシステムの構築といった複数の経路を通じて、国家レベルの経済成長に寄与すると考えた方がよい。

このような空間階層性と非均質的選好が交差する状況において、都市政策は新たな理論的支柱を必要としている。単なる均質的成長戦略ではなく、家計の多様な選好を反映した都市構造の再設計と、それを下支えする制度的枠組み——教育政策、住宅政策、労働移動政策——が不可欠である。教育政策は、若年層の人的資本形成を促し、人口定着と出生率回復に寄与する。住宅政策は、空間的過密の解消と選択肢の多様化を通じて、厚生の向上と地価の安定に資する。労働移動政策は、地域間の人口再配分を促し、空間的格差の緩和を導くと考えられよう。

■ 2.2. 人口集積と都市の成長

都市間競争というと、人の奪い合いのことを意味する。かつては、都市の混雑に伴う外部不経済の解決が都市政策の中心に置かれたが、人口が減少していく中では、交流人口をも含めた、人口の維持・回復・成長が重要な指標となつた。

都市の成長と盛衰を理解するためには、まずその背後にある人口動態と経済成長の相互関係に関する理論的枠組みを明確にする必要がある。伝統的には、マルサス人口モデル (Malthusian model) がその出発点である。マルサス人口モデルは、人口は指数関数的に増加する一方、生存に必要な資源 (食料、土地、空間) は線形的にしか増加せず、最終的には貧困や死亡によって人口が自然に調整されることを明示的にモデル化した。この枠組みにおいては、人口密度の増加が居住環境の劣化や賃金の低下をもたらし、特に都市空間における過密とその帰結 (環境悪化、公衆衛生問題、社会的摩擦) は都市の衰退メカニズムの中心となることが示された。

一方、近年の都市経済学や内生的経済成長理論では、人口成長や人的資本の蓄積、そして空間的な選好や制度の構造が内生的に都市の発展を規定するという考え方が主流となっている。Lucas (1988) に代表される人的資本蓄積モデルでは、教育や知識のスピルオーバーによって生産性が自己強化的に上昇し、都市は成長の中心地となる。また、Glaeserらの一連の研究では、アメニティや都市サービスの質が家計の定住選好を左右し、出生率や移住行動が都市のダイナミクスを規定することが示されている。こうした理論では、都市は生産性と文化のハブとして人口と資本を惹きつける自己強化的な存在であり、適切な制度とインフラが整えば、持続的な成長が可能であると考えられる。

しかし、現代日本のように出生率が長期的に低下し、人口全体が収縮に転じた社会においては、このような内生的成長の回路は既に機能不全に陥っていると考えてよいであろう。家計の期待成長率は低下し、住宅・労働市場への参入障壁は上昇し、人的資本の蓄積にも限界が見え始めている。このような局面では、都市の成長と集積の問題は、マルサス的な人口制約のもとで再構成される必要がある。すなわち、都市の将来像を考える際には、「どの都市

が拡大するか」ではなく、「いかなる都市が縮退の中でも持続可能でありうるか」という問い合わせ立てた方がよい。

このような問題意識のもとで、Mori and Murakami (2025) は、人口減少・高齢化・距離摩擦の低下という三つの構造的变化を同時に考慮した空間統計モデルを構築し、都市の空間構造の進化を理論的・実証的に予測している。彼らのアプローチは、日本全国を1km メッシュに区切り、都市を内生的に定義された人口集積として捉える。モデルは、都市サイズ分布がべき乗則 (power law) に従うという実証事実 (Gabaix and Ioannides, 2004) を前提としつつ、都市間の成長・縮退、都市内の人団拡散 (flattening)、および都市の出現・消滅といった現象を動的に扱う。この手法によって、日本の都市構造が1970年以降どのように再構成されてきたかが再現されると同時に、将来における「都市の地理的持続可能性」が提示されている。

特に注目すべき点は、都市間の格差が単に人口規模の大小や経済基盤の強弱によって生じるのではなく、空間階層性 (spatial fractals) として構造的に再生産されているという視点である。Mori et al. (2020, 2023)によれば、日本の都市構造は自己相似的な階層パターンを持ち、各地域には一つの中核都市と複数の衛星都市が存在し、それらが全国的にフラクタルに配置されていることを発見している。このような構造においては、上位都市が資源や人材を集め、下位都市が補完的な機能に従属する関係が固定化されやすく、結果として都市間格差は空間構造の中に埋め込まれた持続的特徴として維持される。

さらに、距離摩擦の低下——高速鉄道網、通信技術、物流ネットワークの進展——は、この階層的構造を一層強化する方向に作用する。たとえば、名古屋や大阪のように東京に地理的に接近する大都市は、東京の影響圏 (agglomeration shadow) に飲み込まれ、自立的な経済圏を維持することが困難になる一方、福岡のように地理的に独立した都市は相対的に成長を遂げる。このような構図は、単なる規模の競争ではなく、階層的位置とネットワーク接続性が都市の命運を決することを意味する。

以上を踏まえると、マルサス的制約のもとでも持続可能

な都市システムを構築するためには、空間構造を変革する制度的介入が不可欠である。また、都市の成長は、もはや「人口が自然に増える限り自動的に拡大する」という時代ではない。むしろ、制度と空間、そして人口構造の制約の中で、どのようにして縮退と格差を戦略的にマネジメントし、

持続可能な都市体系を設計するかが問われている。Mori and Murakami (2025) の分析は、このような問い合わせに対し、理論と実証、そして政策応用の接続点を提供している。

3

再開発による均質化と多様性の創出

3.1. 再開発の経済学

街の「顔」の形成に大きな役割を果たしてきた都市整備手法の一つとして、「再開発」事業が挙げられる。都市再開発は、戦後日本における都市形成において極めて重要な役割を担ってきたことは言うまでもない。したがって、その功罪を適切に評価することは、都市における新たな成長ドライバーを理解するうえで、重要な示唆を与える。

再開発の功の側面としては、老朽化したインフラや建築物の更新、都市機能の高度化、防災性の向上、ならびに土地の高度利用による経済活性化などが挙げられる。特に高度経済成長期以降、東京都心や地方中核都市では、再開発を通じてオフィスビルや商業施設の集積が進み、都市のイメージ刷新や税収増加に寄与してきた。さらには、ここで開発された手法が全国展開されることで、合理的・効率的に均質な都市空間の創出を実現してきた。

一方で、その罪の側面としては、画一的な都市景観の形成、歴史的・文化的資源の喪失、地元住民の排除やジェントリフィケーション（高級化）といった社会的コストが顕在化してきたことが指摘されている。とりわけ、住宅地や商店街の再開発においては、長年にわたって形成されてきた地域コミュニティの分断や、低所得層の住まいの喪失といった課題がしばしば指摘されるところである。

再開発の歴史的変遷をたどれば、1970年代までは、戦災復興や住宅不足への対応としての「都市基盤整備型」

が主流であったが、1980年代以降は民間活力を導入した「容積率活用型」や「大規模複合開発型」へと移行し、2000年代以降は、都市の魅力創出や地域活性化を重視する「価値創造型」再開発へとシフトしてきた。このような変遷は、都市再開発が単なるインフラ整備から、都市の経済社会的価値を再構築する政策手段へと変容してきたことを示している。

そのような中で、近年では、再開発にはハード面の整備にとどまらず、アメニティの向上や社会的包摂、地域資源の継承といった観点からの再構築が進められている。都市再開発に関する経済学的な理解は、都市の空間構造と土地利用効率、外部性、規制制度の影響、そして市場の失敗に関する理論的蓄積をもとに構築してきた。再開発の経済理論に関する主要な先行研究を体系的に整理し、再開発を通じた都市の再構成がもたらす経済的含意について考えてみよう。

Henderson (1974) は都市成長の基礎理論として、集積の利益と過密のコストのトレードオフにより都市規模の最適化が図られることを示し、非効率な都市構造が制度的・市場的な要因によって生じ得るため、再開発が都市効率の回復手段となる可能性を示唆した。Helsley and Strange (1990) は、労働市場におけるマッチング効率と空間的外部性の観点から、産業クラスターの再配置によ

る生産性向上の可能性を理論化し、再開発が都市の経済的高度化に資することを明らかにしている。

これに対し、Glaeser, Gyourko and Saks (2005) は、アメリカ大都市における土地利用規制が住宅供給を抑制し、地価や住宅価格の不必要的上昇を招いていることを実証的に示し、Hilber and Vermeulen (2016) も、英国における土地利用規制の強さが住宅供給弾力性を低下させ、制度的な障壁が再開発を妨げていることを明らかにした。さらに、Fujita and Ogawa (1982) は、都市空間における複数均衡の存在と構造転換の自己強化性を理論化し、再開発が局所的ではなく都市全体の均衡に波及する可能性を指摘すると同時に、土地所有者間の交渉問題が再開発の実施を困難にしていることを示した。

加えて、Brueckner (2001) は、都市スプロールによる外部不経済を補正するための手段として、計画的再開発の必要性を論じ、政府による税制・補助・規制誘導の重要性を強調している。Epple, Gordon, and Sieg (2010) は、住宅を耐久財として捉える枠組みから、再開発が住宅

ストックの物理的・社会的陳腐化への調整メカニズムとして機能することを示し、都市の階層構造や人口分布に対する再開発の影響を理論的に明示した。

日本における事例としては、Shimizu, Karato and Asami (2010) が、東京大都市圏における都市再開発事業の事例をもとに、建物の老朽化、地価上昇圧力、法制度の複雑性、利害調整の難しさなどが再開発の実施に与える影響を実証的に分析し、都市空間の再構成が経済的合理性と制度的制約の交錯の中で進行していることを明らかにしている。

以上のように、再開発に関する経済理論は、都市の非線形成長、空間的外部性、制度的制約、所有権と交渉問題、公共介入の必要性、耐久財としての住宅市場構造など多面的な視点から構築されており、これらの理論的知見は、再開発を単なる建て替えではなく、都市空間の再編成と経済効率の回復を目指す手段として捉えるうえで不可欠な理論的基盤を提供するものである。

■ 3.2. 都市の多機能化 (multipurpose urbanism)

このような先行研究は、日本の都市のあり方と今後の開発または都市更新に対して大きな示唆を与える。とりわけ、20世紀後半に、戦後最大の住宅需要が発生し、産業構造の大きな変化の中で発生した不動産バブルの生成と崩壊、そして、その後の長期的な経済停滞に見舞われた日本において、再開発が日本の都市形成に与えた影響を理解しておくことは極めて重要である。

今後の綿密な研究の結果が待たれるところであるが、たとえば、日本の東京をはじめとする都市の再開発事業の結果は、都市の中心部を企業から家計へと開放し、企業の生産の場から家計への生活空間へと再構成することに大きく寄与するだけでなく、市場メカニズム、競争性を取り入れたことで、海外の主要都市（スーパースター都市）との競争性を一気に高めたと考えてもよいのではないか。都市の中心部を企業活動の場から家計の生活空間へと再構成していく動きは、東京などの大都市圏に限らず、多くの

地方都市においても観察される重要な都市空間の変化である。

20世紀の高度経済成長期においては、地方都市の中心部は再開発を通じて、オフィスや百貨店、商店街といった商業機能が集積する場へと転換され、これらが都市の「顔」として機能していた。また、中心部の外縁には工場や倉庫といった生産機能も分布しており、都市空間は明確な機能的分業を伴って構成されていたといつてもよい。しかし、1990年代以降、産業構造の転換、人口減少、モータリゼーション、郊外型ショッピングセンターの進出などにより、地方都市の中心市街地における商業の求心力は大きく低下し、空洞化が進行した。特に21世紀に入ると、多くの都市において老朽化した施設や衰退した商業地域を対象とした「再々開発」が必要となり、その方向性は、単なる商業の再建ではなく、「居住機能の導入」へと転換していったといえる。

この傾向は、各都市の再開発事業にも明瞭に現れている。たとえば、札幌市の創成川地区では、かつて都心の縁辺として倉庫やオフィスビルが多く立地していたエリアが、再開発を通じて住宅・商業・公共施設を融合させた複合用途の都市空間へと再編されつつある。創成イーストと呼ばれるこの地区では、地場企業による中高層マンションの建設と、カフェやギャラリーなどのソフトな都市機能の導入が進み、「住む都心」の形成が進行している。

福岡市の天神ビッグバンでは、老朽化したビル群の建て替えを契機として、オフィス・商業施設に加え、居住空間やホテル、保育施設などを一体的に整備する開発が進められている。この再開発では、単なる建物の更新ではなく、「働く」「住む」「集う」「楽しむ」といった多様な都市機能を都心に再統合するというビジョンが共有されており、住宅供給の拡大はその重要な柱の一つとなっている。

さらに、金沢市の武蔵地区では、中心市街地の再活性化を目的として、商業施設「めいてつ・エムザ」の再編とともに、周辺部に中高層の分譲マンションが供給されている。観光と歴史文化に支えられた都心空間において、恒常的な居住人口を確保することで、昼夜を通じた都市の活動性の確保が目指されている。

これらの事例はいずれも、「都市の多機能化 (multipurpose urbanism)」を志向しており、その背後には、都市機能の複合化 (mixed-use development) という概念がある。これは、従来のゾーニングによる機能分離とは異なり、住宅・商業・業務・公共施設などを同一の空間内または隣接空間で統合的に配置することによって、都市空間の効率性と活力、さらには歩行者の回遊性や都市の安全性、環境負荷の軽減などを実現しようとする計画思想である。

再開発は、前述の「罪」の部分でも見られるように、近年において、様々な批判が聞こえてくる。しかし、経済学的

には、依然として経済的な利益を創出させる政策的介入として位置づけられる。都市機能の複合化は空間的外部性 (spatial externalities) の内部化を促進し、土地利用効率の向上やスケールメリットの創出を可能にする。また、住宅と職場、生活サービスへのアクセスが近接することで、通勤時間の短縮や都市生活のQOL (Quality of Life) の向上にも寄与する。このような観点から、地方都市における中心市街地の再々開発は、単なる空間の更新にとどまらず、都市機能の再編成と多様な主体の共存を可能にする、新たな都市構造への移行過程として評価されるべきであると考えている。

この都市再構築の流れは、東京の中心部においても顕著である。かつて大都市の中心部、特に千代田区、中央区、港区は、オフィスや商業施設が集積し、主に企業活動によって支配される空間であった。こうした地域は昼間人口が著しく多く、夜間人口（常住人口）は限られており、住宅地としての性格は希薄だった。しかし、2000年代以降の都市政策の転換、とりわけ容積率の緩和や都市再生特別措置法の制定に伴う再開発の推進により、これらの都心部にもタワーマンションなどの高層住宅が次々と建設されるようになった。

その結果として、都心部にも家計が居住することが可能となり、住宅地としての性格が強まってきている。実際に、1990年から2020年の30年間における夜間人口の推移を見ると、明らかな増加が確認できる。千代田区では、1990年には約5万人だった夜間人口が、2020年には6万6000人へと約1万6000人増加した。中央区では、約6万4000人から13万人へと倍増し、およそ6万6000人の増加が見られた。港区においても、1990年の約15万8000人から2020年には26万人へと、およそ10万人の増加を記録している。これら3区を合わせると、30年間でおよそ18万5000人の夜間人口が増加したことになる。

■ 4.1. 「住みやすさとは」

人は、どのような地域を「住みやすい」と感じるのだろうか。この問いは、都市における居住選好や生活の質に関する実証的な理解を深めるうえで根源的かつ本質的なものであり、都市研究を理論的・実証的に発展させるための出発点となる。また、政策設計や都市空間の再構築においても、この問い合わせに対する回答は極めて重要な指針を与える。

この問い合わせに答えることは、言い換えれば、都市空間に内在する「価値」を経済的に測定することであり、すなわち空間価値の定量化を意味する。こうした空間価値の把握には、家計が特定の立地や都市機能に対してどれほどの金額を支払ってもよいと考えるか——すなわち限界支払意思額 (marginal willingness to pay, MWTP) や留保価格 (reservation price) を推定することが不可欠である。

都市に内在する諸機能の経済的価値を精緻に定量化することができれば、どの機能やアメニティを強化することで都市空間の価値を高められるのかを、政策的に判断することができる。また、経済的価値を通じて空間の構造を読み解くことは、都市の設計や発展が恣意的なものではなく、選好と制約の下での合理的な選択の集積であるという視点を提供する。このような認識は、これまで理論的に構築されてきた都市形成や都市集積のモデルを、実際の観測データに照らして検証することを可能にし、都市経済学の理論的枠組みと実証分析とを橋渡しする役割を果たす。

都市空間の価値を測定するうえでは、人口、世帯の空間分布のみならず、アメニティの集積状況、さらにはその多様性や空間的配置が決定的な意味を持つ。アメニティの多様性やその空間的配置に対する関心は、近年の都市経済学において高まりを見せているだけでなく、都市計画や生活圏デザインの分野においても、歴史的に繰り返し論じられてきた課題である。その源流の一つとして位置づけられるのが、クラレンス・ペリーが1929年に提案

した「近隣住区論 (Neighborhood Unit)」である (Perry, 1929)。ペリーは、約800mを半径とする小学校区を基本単位とし、その内部に商店、小学校、コミュニティセンター、公園など、日常生活に必要な施設を配置するという都市構想を描いた。すなわち、日常的な移動の大半を徒歩圏内で完結させる住環境を「住みやすい街」として明確に定義した、先駆的な提案であった。

その後、企業活動と人口の集積が都市の経済成長を加速させる一方で、過度な密集は公害や騒音といった外部不経済をもたらすようになった。また、モータリゼーションの進展により、多くの人々が快適な生活環境を求めて郊外へと移動し、都市の脱中心化や低密度開発、いわゆるスプロール現象が進行した。こうした開発形態は、逆に日常生活に必要な施設の立地を困難にし、施設アクセスに制限のある地域を生み出す結果を招いた。

このような課題に対して、1980年代以降、欧米を中心に「ニューアーバニズム (New Urbanism)」が提唱されるようになった。これは、自動車に依存せず、徒歩や自転車、公共交通機関を活用して生活できる住環境の形成を目指す都市計画理念であり、ペリーの近隣住区論を現代的に発展させたものと位置づけられる。このような都市構造の整備は、子どもや高齢者といった移動に制約のある人々にとっても、生活利便施設へのアクセスを確保するうえで極めて重要である。

さらに、駅を中心とした集約型の都市開発や、いわゆる「コンパクトシティ」の理念も、公共交通の利便性を高め、自動車依存を低減するという意味で、ニューアーバニズムの延長線上にある。こうした「歩いて暮らせる街」は、CO₂やNO_xといった大気汚染物質の削減 (Cervero & Sullivan, 2011)、住民の健康増進 (Giles-Corti et al., 2016)、生活の質の向上 (Mouratidis, 2021)、さらには社会的つながりの活性化 (Kim et al., 2022; Leyden,

2003)など、多方面にわたる波及効果をもたらすことが確認されている。このような住環境への関心は、近年のCOVID-19のパンデミックを契機に再び高まっている。感染拡大防止の観点から長距離移動が制限されたことで、人々は自宅周辺で日常生活に関わるサービスを完結させる傾向を強めた(Kim & Shimizu, 2022)。

こうした傾向を踏まえ、Moreno et al. (2021)は、「生活・仕事・商業・教育・医療・娯楽」などの都市機能がすべて徒歩または自転車で15分以内に到達可能な都市構造、いわゆる「15分都市(15-minute city)」を提案し、その考え方方はフランス・パリを起点にカナダ、オランダなどにも広がっている。

このように、「人はどのような地域を住みやすいと感じるのか」を定量的に把握するため、多くの研究が蓄積されてきた。すなわち、家計にとっての幸福度、より具体的には家計の集計的効用が最大化されるように都市を設計するためには、都市空間の価値を適切に把握・評価することが求められるからである。

都市空間を形成する過程においては、住民の参加を促しながら意思決定を行う「参加型都市計画」の取組が、まちづくりの現場で積極的に推進されている。しかし、形成された都市空間が実際にどのような価値を持つのかを評価することもまた、極めて重要な課題である。

■ 4.2. 均質な価値と非均質な価値

都市空間の価値測定において、特に市場価格や金銭換算可能な指標に基づく評価を行う場合には、経済理論の適用が有用である。空間的な価値を測定する手法の多くは、都市の集積に関する理論的議論に基づき、すべての家計が共通の消費構造および選好構造を有しているという仮定のもとに構築してきた。この枠組みは、いわゆる均質または準同次(homothetic)な効用関数に基づくものであり、所得水準が変化しても消費財の構成比率が変わらないという前提を置いている。

しかし、現実の都市には、所得水準やライフスタイルの異なる多様な住民が共存しており、実際の消費構造は所得によって大きく異なる。たとえば、高所得層は教育、文化、レジャーといったアメニティへの支出意欲が高いのに対し、低所得層は住宅費や生活必需品への支出を優先する傾向が強い。このような消費行動の非線形性を適切に捉えるためには、非均質または非準同次(non-homothetic)な効用関数に基づくモデルの導入が不可欠となる。これは都市の形成や構造の分析においても、重要な理論的転換点となる。

経済学における非均質性を理論的に示した代表的研究として、Deaton and Muellbauer (1980)による「Almost Ideal Demand System (AIDS)」が挙げられる。同研究

では、所得水準に応じて消費財への支出比率が変化することを理論的に導出し、実証的にも柔軟な需要システムの枠組みを提示している。AIDSモデルは、消費者が最低限の消費水準を超えた部分の所得をどのように配分するかを分析可能にし、エンゲル曲線の非線形性や、異なる所得階層における限界支出傾向の差異を記述するうえで非常に有効である。

このような非均質性を空間経済学の文脈に応用した先行研究として、Diamond (2016)の分析は特に重要である。彼は、アメリカにおける1980年から2000年の期間に見られたスキル別の居住地選択の変化を、都市アメニティと所得の関係に注目して検証した。高スキル労働者は、生活コストが高くても文化的・社会的アメニティの豊富な都市を選好する傾向があり、これに対して低スキル労働者は、比較的安価な地域へと流出していく。この結果、都市間において所得階層の空間的分離が進行し、都市内部における空間的不平等が拡大する構造が形成されることが明らかにされている。

同様に、Couture and Handbury (2020)は、家計ごとのアメニティ選好の違いを組み込んだ空間的選好モデルを構築し、都市中心部への高所得層の再集積(urban revival)がどのように進行したかを実証的に示している。同

研究では、同一の家賃水準であっても、アメニティの質と量に対する評価が家計の所得によって異なるという非均質的選好がモデルの中核に据えられており、それが都市構造の変化を説明する重要な要素となっている。

非均質性が都市空間の構造に与える影響については、Murata and Thisse (2005)による理論研究も注目に値する。彼らは、異なる所得階層の消費者が居住地を選択する際に、アメニティや住宅価格に対する評価が階層ごとに異なることから、都市空間において自発的な社会的分離(social segregation)が生じうることを示している。このモデルにおいては、所得階層ごとに異なる選好構造が空間的な集積と排除のメカニズムを生み出す根本的要因として位置づけられており、従来の準同次枠組みによる均質な消費者モデルでは説明が困難であった都市内分断の現象を理論的に捉えている。

さらに、Combes, Duranton, and Gobillon (2019)は、フランスの都市データを用いて、都市の集積が住宅価格や地価に与える影響を実証的に分析している。彼らの研究では、都市中心部のような高密度かつ高価格な地域に居住する住民ほど、所得水準が高く、アメニティへの評価も高いという非均質な選好構造を前提としたモデルが構築されている。そして、その枠組みを通じて、居住コストの上昇と住民構成の変化との因果関係が解明されている。

加えて、Lewbel (1991)は、需要システムの「ランク(階数)」と非均質性との理論的関係を明らかにしており、ランク3以上の需要システムでは、所得水準に応じた柔軟な消費行動の表現が可能であることを示している。これは、都市経済モデルにおいても、家計ごとに異なるエンゲル曲線を許容するような非均質的枠組みの導入が可能であることを示唆しており、現実の多様な居住選好や空間行動を捉えるうえで理論的基盤となりうる。このように、非均質な効用関数を導入することで、都市における所得階層間の異なるアメニティ選好や、空間的分離の発生、価格指標の地域差、都市間のスキル集積などを理論的かつ実証的に説明することが可能となる。都市政策の文脈においても、アメニティの分布とアクセス可能性を評価する際には、すべての住民が同一の選好を持つという単純化を避け、異質な住民が共存するという現実に即したモデル構築が必要とされる。このような問題意識を出発点として、都市の成

長メカニズムに関する研究も発達してきた。とりわけ都市の成長メカニズムにおいて、「生産の場」から「消費の場」への都市の性格転換が注目を集めている。とりわけ、消費型都市(Consumer City)の理論は、近年の都市経済学における重要な理論的基盤となっており、経済活動の集積をもたらす主要な要因として、都市アメニティの多様性とその空間的配置が注目されている。

このように、多くの先行研究においては、理論モデルの構築には非均質(non-homothetic)な効用関数が採用されている一方で、実際の実証分析においては、Cobb-Douglas型や一定の代替弾力性を持つCES(Constant Elasticity of Substitution)型の効用関数が用いられることが多い。これらのモデルでは、「ヘドニック関数」と呼ばれる理論的枠組みに基づき、地代市場や家賃市場を通じて空間的価値の測定が行われている。

一例として、Shimizu et al. (2014)は、東京圏を対象に、都市アメニティの集積およびその多様性が人口集中および住宅賃料に与える影響を、500mメッシュの地理情報とヘドニックアプローチを用いて実証的に明らかにしている。とりわけ注目すべきは、単なるアメニティの数量よりも、アメニティの多様性こそが高い住宅賃料や人口集積を誘発するという結果であり、これは先行する理論研究とも整合的であり、都市経済学において重要な示唆を与えている。同研究ではさらに、教育施設・レストラン・公園などが正の外部性をもたらす一方で、墓地やゲームセンターといったアメニティは負の外部性として機能しうることも明らかにされている。

その後の研究では、アメニティの空間的分布と住民選好との関係に関する理解が進み、より多様なデーターたとえば、POI(Point of Interest)データ、SNSのチェックイン情報、レビューサイトの評価等を活用した動的かつ高頻度の分析が展開されている。特に、以下の3本の研究は、Consumer City理論をミクロ実証の次元で拡張し、都市アメニティの空間的役割と社会的帰結の解明に大きく寄与している。

第一に、Diamond (2016)は、アメリカにおける1980年から2000年の間に生じたスキル別居住地分化の動向を、都市アメニティによって説明する一般均衡モデルを構築し、高スキル労働者がアメニティの充実した都市におい

て、高い家賃を容認して居住する傾向が強まっていることを示した。第二に、Couture and Handbury (2020) は、アメニティ選好の異質性を明示的に組み込んだ空間的選好モデルを構築し、都市中心部への若年・高所得層の再集積 (urban revival) のメカニズムを解明した。彼らのモデルでは、中心市街地に居住する家計が家賃上昇を超えるアメニティからの効用を享受していることが示されている。第三に、Baum-Snow and Pavan (2020) は、都市規模と所得格差との関係を、スキル別に異なるアメニティ評価に着目して分析し、アメニティが空間的な所得階層の分離 (spatial sorting) を促進し、都市における不平等の内生

的な形成メカニズムの一部であることを明らかにしている。以上の研究動向を踏まえると、都市アメニティの多様性およびその空間的配置が、都市への人口集中と地価形成に与える影響は、今後の都市計画や住宅政策を考えるうえで極めて重要な論点であるといえる。こうした理論的・実証的な蓄積に基づき、都市アメニティと空間的選好の関係をより正確に理解し測定することで、住民の選好に基づく都市空間の設計を可能にし、持続可能かつ包摂的な都市の実現に向けたエビデンスベースの政策立案を支援することができる。

5 東京都市圏の街の評価

5.1. 多様性の愛好 (Love of Variety)

都市空間や街の評価を実証的に行う上で、都市機能およびアメニティの多様性は極めて重要な役割を果たす。多様なアメニティの存在は、住民の選好を反映し、都市における居住満足度や定住意向に直接的な影響を及ぼす。また、商業、教育、医療、文化、交通など複数の機能が近接して存在することにより、都市空間は単なる生活の場を超えて、経済活動や人的ネットワークの形成を促進するハブとしての性格を帯びる。こうした多様性は、単なる施設の数や種類の豊富さだけではなく、それらが空間的にどのように分布し、どのような補完関係や相互作用を持つかにも依存する。すなわち、アメニティの「質」だけでなく、その「配置」や「アクセス可能性」も含めた総合的な構成が、都市空間の価値を規定する。このため、都市機能やアメニティの多様性を定量的に把握することは、都市空間の効率性や魅力度、さらには将来的な成長可能性を評価するうえでも不可欠な視点であり、都市政策の策定や再開発計画においても理論的・実証的基盤を与えるものとなる。

1977年のDixit and Stiglitzによる独占的競争モデルは、消費者が多様な財を組み合わせて消費することに効用を見出すという仮定、すなわち「多様性の愛好 (Love of Variety)」の概念を明示的に導入した点で、現代の都市経済学および国際貿易論において極めて重要な基盤を提供している。このモデルでは、消費者の効用関数にCES (Constant Elasticity of Substitution) 型の仕様を導入することで、同一カテゴリ内での商品の多様性自体が厚生を高める要因であることが示されている。

この「Love of Variety」は、国際貿易における厚生上の理論的根拠として応用されてきた。たとえばKrugman (1980) は、この概念を用いて規模の経済と製品差別化が貿易の利益をもたらすことを示し、リカード型やヘクシャー＝オリーン型とは異なる形で、同質な国同士の貿易が成立する理由を説明した。貿易の自由化により国外の多様な製品が流入することで、たとえ価格が変わらなくても選択肢の拡大そのものが厚生を高めるとされる。

同様の論理は、都市経済における空間的集積の分析にも応用されている。Duranton and Puga (2004)などの研究では、都市における企業やサービスの多様性が、住民や労働者の厚生を向上させる要因として位置づけられている。都市は単に経済活動の集積地であるだけでなく、消費者にとっては多様なレストラン、店舗、文化施設などにアクセスできる場所としての魅力を備えており、その多様性が都市への集中を促すメカニズムの一つであるとされる。このように、「Love of Variety」の概念は、ミクロ経済的な消費者選好の理論にとどまらず、貿易構造や都市形成のメカニズムを理解するうえでも中心的な役割を果たしている。加えて、近年ではこの多様性の価値が所得層や移動可能性とどのように相互作用するかといった非同質的な側面に着目した研究も進んでおり (Behrens et al., 2014)、今後の空間経済学的アプローチにおいても重要な視座を提供している。

また、近年、パリやバルセロナなどの都市政策において、「○分都市 (X-minute city)」というコンセプトが注目を集めている。この概念は、ニューアーバニズムの理念を平易に表現するキーワードとして有効である一方で、いくつかの課題も指摘されている。たとえば、Mouratidis(2024)は、(1)施設の階層性、(2)家庭ごとの異なるニーズ、(3)移動手段の多様性、といった要素が十分に考慮されていない点を批判している。

実際、医療施設一つをとっても、日常的な診療を担うクリニックと、専門的治療を行う総合病院とでは、求められる立地条件や利用頻度は大きく異なる。また、子育て世帯にとって保育施設の近接性が重要となる一方で、高齢者世帯にとってはその優先度が相対的に低くなる可能性もある。加えて、歩行が困難な高齢者にとっては、自動車が不可欠な移動手段となる場合もあり、アクセス性の評価は単一の基準では捉えきれない。

したがって、徒歩圏内で生活が完結するような理想的な都市モデルを構想するためには、施設の種類や階層性、利用者ごとのニーズ、そして移動手段に応じた到達可能距離を総合的に考慮する必要がある。

本稿では、Kim and Shimizu (2025) の成果を一部紹介する。Kim and Shimizu (2025) は、こうした課題意識のもと、自宅周辺に立地する各種施設の集積状況と、異なる

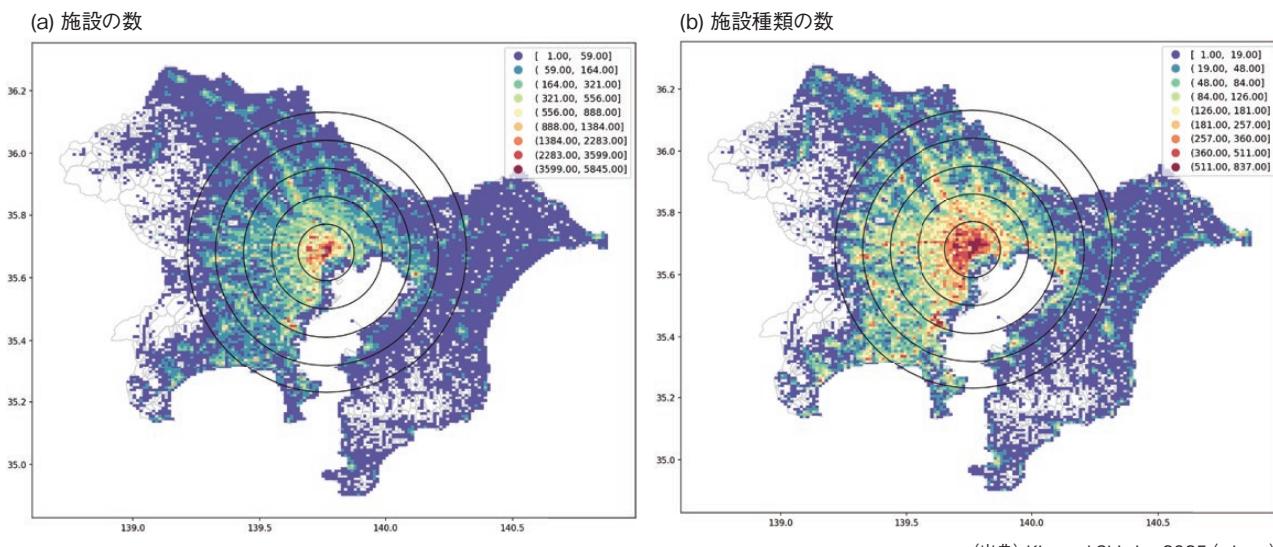
移動手段によるアクセス可能性を可視化することを目的としている。具体的には、施設の単純な数だけでなく種類の多様性 (variety effect) にも着目しつつ、徒歩15分、自転車20分、自動車20分といった複数の移動圏域における到達可能範囲を分析する。

また、子育て世帯、高齢者世帯、多文化的な食生活を重視する層といった異なるニーズを持つ仮想的な住民群を想定し、それぞれにとって重要なアメニティがどこに、どの程度集積しているのか、そしてそのアクセス性がどのように異なるのかを評価し、政策的含意を導出する。

ここで用いるデータは、NTTタウンページ株式会社が提供する2020年時点の首都圏施設データである。対象は、東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県の4都県に所在する約102万件の事業体であり、それぞれについて業種および住所情報が整備されている。空間分析にあたっては、各施設の住所をジオコーディングにより緯度・経度に変換し、地理的座標を付与した。業種分類は、イタリア料理店、中華料理店、整形外科、小児科、学習塾、美容院など、合計1841種類に細分化されており、飲食店の業態や診療科目ごとの立地状況などを高い粒度で把握することが可能である。

図1は、首都圏における人口および施設の空間的分布を、1kmメッシュ単位で集計したものである。具体的には、(a)施設の数、(b)施設の種類数 (アメニティの多様性)について、それぞれの空間分布を可視化している。図から明らかなように、東京駅から概ね10km圏内の都心部においては、(a)施設数が集中しているのみならず、(b)多様な種類の施設——すなわち都市機能の多様性——が高密度に立地している。また、これらの多様な施設は、都心部に限らず、主要な鉄道路線の沿線にも分布しており、交通インフラと都市機能の空間的連関が強いことが確認される。このように、都市中心部および沿線部では、多様な事業体が集積する傾向が顕著であり、アメニティの集積は都市空間の機能性および利便性の高さを反映していると考えられる。世帯数の空間分布もアメニティの集積と高度に重なっており、人口密度の高いエリアほど、都市機能の多様性が高い傾向が見られる。

図1. 首都圏における人口分布と施設分布



(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

■ 5.2. 首都圏のアメニティ分布

図2は、カフェ、ドラッグストア、福祉施設、外貨両替所といった都市サービスについて、それぞれの施設数の空間的分布(density)を可視化したものである。ここで重要なのは、それぞれの施設が都市空間上にどのような密度・粒度で分布しているかという点である。

たとえば、ドラッグストアのように首都圏全域に比較的広く分布しながらも、場所によっては1km単位で均質に存在するケースがある一方で、外貨両替所のように都市中心部など限られた地域にしか存在しない施設もある。また、福祉施設のように、5km単位、あるいはそれ以上の広域なスケールでしか配置されていないものも見受けられる。

これらの分布は、単に施設の供給密度を示しているのではなく、各施設の機能的性質と空間経済的論理の違いを反映している。すなわち、施設によっては「身近に存在しても、そのサービスを実際に享受するためには一定の距離を移動する必要がある」ものもあれば、「都市中心にしか存在せず、サービスを享受するためには必ず都市中心部までの移動が伴う」ものもある。この違いは、施設が持つ商業的性質、独占的利益(monopolistic rents)の有無、そしてサービスの社会的重要性と密接に関係している。

たとえば、カフェのように、人口流動が多い中心地に集積

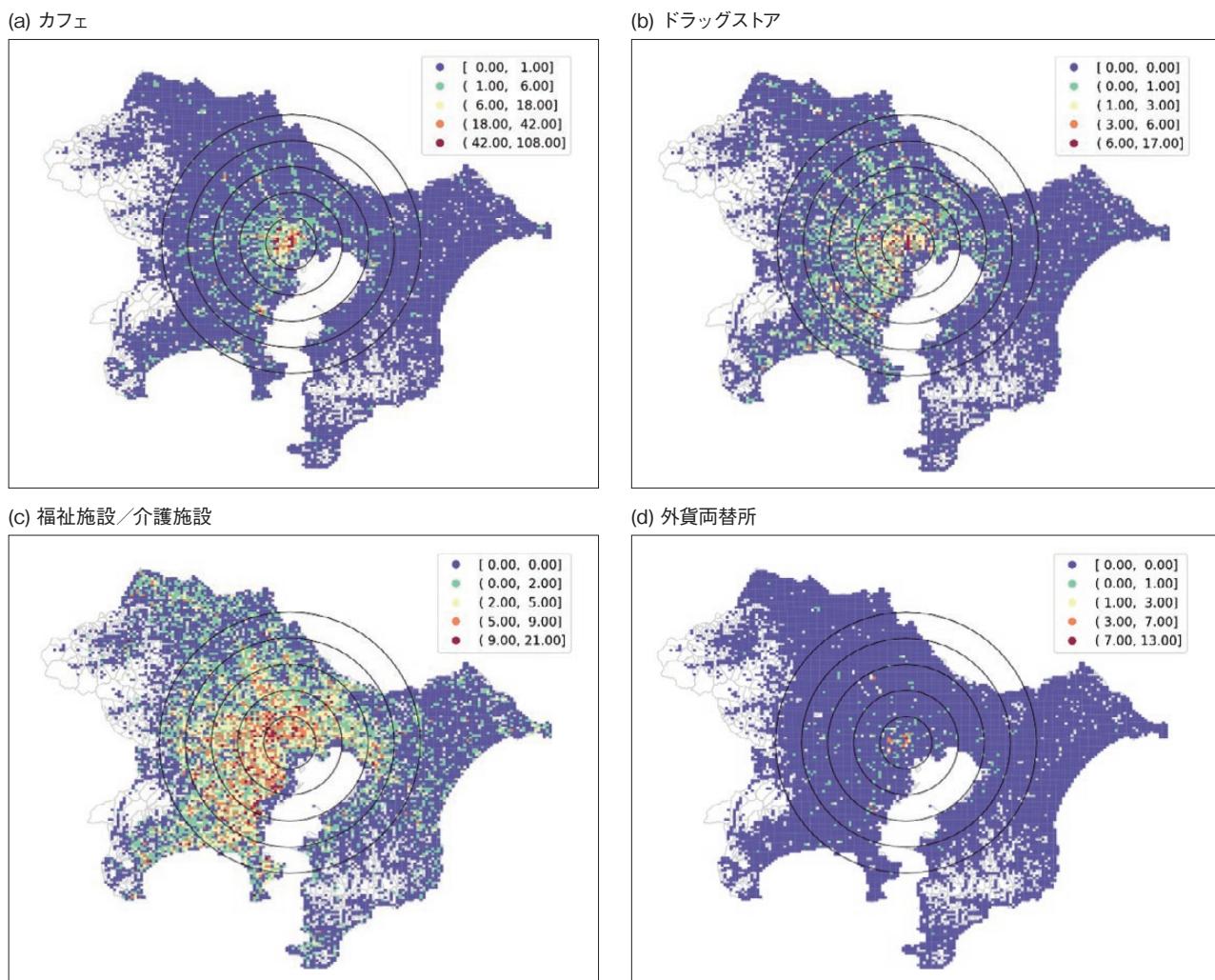
する施設は、差別化されたサービスが高い効用をもたらすことから、競争的な差別化市場が形成される領域(たとえば駅前、商業集積地)に自然と立地が集中する。このような施設は、消費者の選好が空間的に集積する場所において、自発的に密度が高まる傾向にある。

一方で、福祉施設や介護施設のように、サービスの公平なアクセスが求められる公共性の高い施設は、商圏形成に基づく自発的な集積ではなく、政策的な配置や補助金などの公的介入によって空間的分布が調整される傾向にある。そのため、立地の粒度は粗く、分散的となることが多い。また、ドラッグストアのように商業施設と医薬品販売という二重の性質を持つ施設は、都市中心部に一定の集積を示しつつも、日常的なアクセス性を考慮して郊外にも展開するなど、中間的な立地分布をとる。

さらに、外貨両替所のような極めて限定的な需要層を対象とする特殊サービスは、国際空港、都心部の金融街、あるいは訪日観光者の集中する観光地など、ごく限られた地点に集中する「スポット型立地」の典型である。

このように、施設の類型ごとに空間分布のパターンは大きく異なり、それぞれがもたらす空間的な集積構造や、政策的配慮の必要性も異なる。集積の理論に基づけば、需

図2. 首都圏における人口分布と施設分布



(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

要密度が高く多様性選好が強い財・サービスは、自然発生的に集積しやすい一方で、基礎的サービスや外部性を伴う施設については、公共的観点からの配置誘導が必要となる。したがって、都市空間における施設分布の差異は、単なる立地の違いではなく、経済的・制度的な背景構造を反映した結果であることが理解される。

このように見ると、「X分都市（15分都市）」というコンセプトは、都市生活の利便性や持続可能性を高めるうえで有効な理念である一方で、各種都市施設の性質や機能の違いに応じた最適配置という観点を、必ずしも包含していないことがわかる。本来、施設の立地には階層性や空間的な粒度の差が存在しており、それを一律に「徒歩圏内」に収めようとする発想には、一定の理論的限界がある。

このことは、先行研究において長らく採用してきた、代表的家計による均質な選好の仮定、すなわち均質または準同次的な効用関数 (homothetic preferences) に依拠した都市モデルの限界を示唆している。実際、Dixit and Stiglitz (1977) のように、差別化されたサービスに対する「多様性の愛好 (Love of Variety)」が明示される一方で、従来の都市経済モデルでは、空間的選好の異質性やアクセス制約の差はしばしば無視されてきた。Behrens et al. (2014) などが指摘するように、所得、ライフステージ、文化的背景などに応じた空間的選好の異質性を考慮することが、今後の都市政策において不可欠である。

したがって、徒歩圏で完結する理想的な都市モデルを構想するためには、施設の種類や機能的階層性、利用者層

の多様なニーズ、さらには移動手段ごとの到達可能距離や空間摩擦を総合的に考慮する必要がある。単に「徒歩15分圏内にすべてを集約する」といった一元的な空間設計

ではなく、空間的多中心性 (polycentricity) やサービスの補完性、公共的介入の必要性を含む柔軟なフレームワークが求められる。

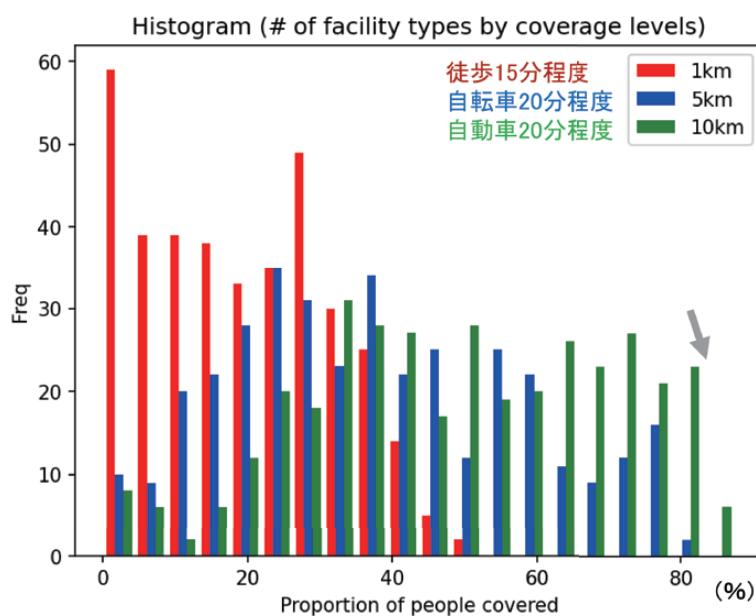
■ 5.3. 東京の街の多様性 (Love of Variety)

ここでは、一連の課題意識を踏まえ、自宅周辺に立地する各種施設の集積状況と、それらに対する異なる移動手段によるアクセス可能性を可視化することを目的とする。特に、単純な施設数の分布だけでなく、施設の種類の多様性 (Love of Variety) にも着目し、徒歩15分、自転車20分、自動車20分といった複数の移動圏域における到達可能範囲の違いを比較する。また、分析の対象として、子育て世帯、高齢者世帯、多文化的な食生活を重視する層など、異なる価値観や制約条件を持つ仮想住民プロファイルを想定し、それぞれにとって重要なアメニティがど

こに、どの程度集積しているか、さらにそのアクセス可能性が空間的にどう異なるのかを評価し、空間的不平等の実態と、立地政策の方向性に対する政策的含意を導出する。

図3は、全1841種類に分類された施設類型について、空間統計の手法を用いて集積エリアを同定し、それぞれの集積地から一定距離以内に到達可能な対象人口比率 (カバー率) を算出して可視化したものである。X軸は全対象人口に占める施設到達可能人口の割合 (%)、Y軸は該当する施設類型の数を示す。ここでは、移動圏域として(1)

図3. 距離範囲内に集積エリアが存在する領域の人口比率 (1841種)



(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

1km(赤色)、(2)5km(青色)、(3)10km(緑色)の3つの距離単位を設定しており、それぞれ徒歩15分、自転車20分、自動車20分程度の移動時間に相当する。

図3からは、当然ではあるが、移動可能距離が長くなるほど、より多くの人口をカバーできる施設類型が増加するという傾向が確認される。たとえば10km圏内では、多くの施設が首都圏全体の広い範囲をカバーしていることがわかる。一方で、移動距離を拡大してもなお、相当数の人口がアクセス困難な状態に置かれている施設類型も存在する。これは、当該施設が極めて限られた地域にしか立地していない、あるいは都市構造の偏在により空間的なスキマ(サービスギャップ)が生じていることを示唆している。

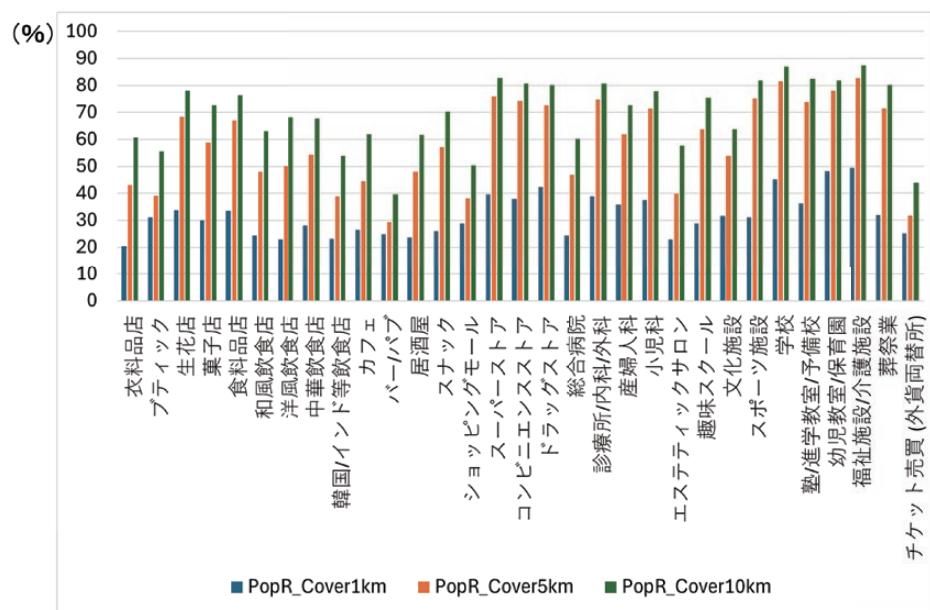
図4は、図3で扱った1841類型のうち、特に日常生活に関連する31種類の施設に絞って整理したものである。たとえば、福祉施設や介護施設のように比較的分散的に配置される施設では、1km圏内に住む人口のみで、首都圏全体の約50%をカバーすることができている。これは、施設自体の公共性の高さや、行政による立地誘導の影響

が示唆される結果である。

一方で、ショッピングモールのように立地が選択的で、集積の経済が働く大型商業施設については、同様のカバー率を達成するには、到達可能範囲を10km程度まで拡大する必要がある。さらに注目すべきは、1kmから5kmの移動圏域において、人口カバー率が急激に上昇する施設類型が多数存在する点である。これは、生活利便施設の集積エリアへのアクセス容易性を考えるうえで、自転車による20分圏(約5km)が、住民にとって空間的満足度や生活の実質的な選択肢を左右する重要な閾値となっている可能性を示唆している。

以上の結果は、アメニティの空間的な集積が一部の地域に集中しており、それ以外の地域では移動手段や支援策の有無によって利便性に大きな格差が生じていること、また、施設の機能や性質によって自発的な立地と政策的介入の必要性が分かれることを示している。今後の都市政策においては、こうした空間的アクセスの実態を踏まえたエビデンスベースの立地支援策が求められるといえる。

図4. 距離範囲内に集積エリアが存在する領域の人口比率(31種)



(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

■ 5.4. 多様性を持った街の抽出

図5～図7は、複数の施設の集積エリアを重ね合わせて可視化することにより、特定の生活ニーズに対して高い利便性を有する地域を抽出したものである。これらの図は、それぞれ異なる視点から「生活しやすい街」を構成する要素を定義し、その空間的分布特性と偏在性を明らかにすることを目的としている。個別施設単位での到達可能性分析に加え、複数のアメニティが重層的に集積することの重要性に着目したものであり、Dixit and Stiglitz (1977)における「多様性の愛好 (Love of Variety)」の応用的視点とも親和性が高い。

図6は、「子育てしやすい街」として、妊娠・出産から育児期にかけて必要とされる複数の関連施設——たとえば産婦人科、小児科、保育園など——が一定の距離圏内に揃って存在する地域を抽出している。これにより、ライフステージに応じた連続的支援が可能となるエリア、すなわち切れ目のない子育て支援のインフラが整備された生活圏を明らかにしている。

図7では、「各国料理を楽しめる街」として、イタリアン、中華、インド料理、タイ料理など、異なる国・地域の飲食店が近接して立地する地域を示している。これは、単なる飲食店の密度ではなく、食文化の多様性そのものに価値を見出す消費者選好に基づくアメニティ評価であり、都市の文化的厚みや国際性、多文化共生の度合いを示す指標ともなる。特に国際的な人材の受け入れや都市のグローバ

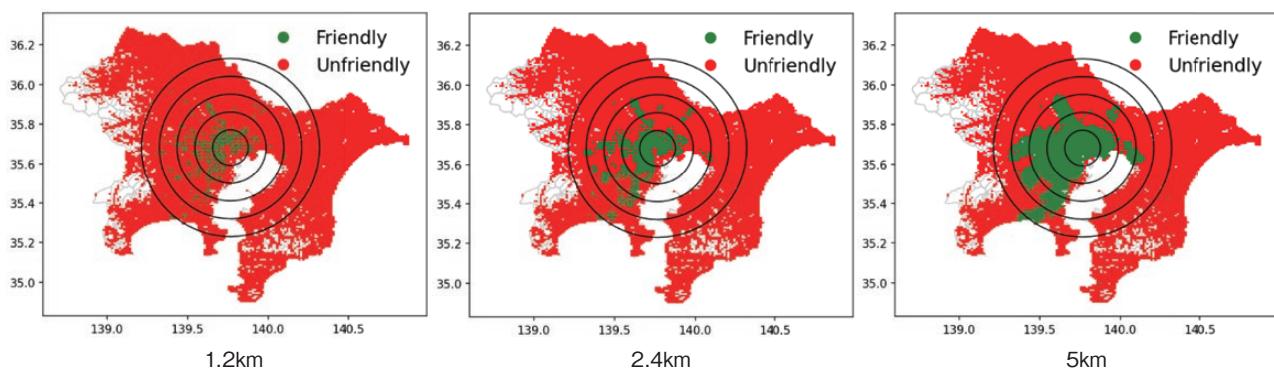
ル競争力といった観点からも、重要な空間的特性といえる。

図8では、「老後に安心して生活できる街」として、医療機関（内科、整形外科、眼科など）と福祉施設（高齢者施設、訪問介護拠点など）へのアクセスが高い地域を示しており、高齢期に必要なサービス群が空間的に集積している地域を把握できる。これは、高齢者が徒歩または短距離移動によって日常的なケアを受けられるかどうかを評価するうえで、極めて有効な指標となる。

これら3つの図から総じて読み取れるのは、対象とする生活ニーズや評価軸が異なるにもかかわらず、いずれも高い生活利便性を有する地域が、首都圏の都心部および主要鉄道路線沿線に集中する傾向があるという点である。すなわち、都市の中心部や高次交通インフラに近接した地域は、商業・医療・福祉・文化といった多様なアメニティの重層的集積が進んでおり、結果として多様なライフスタイルに対応可能な「高多様性・高到達性」の空間構造を持っている。

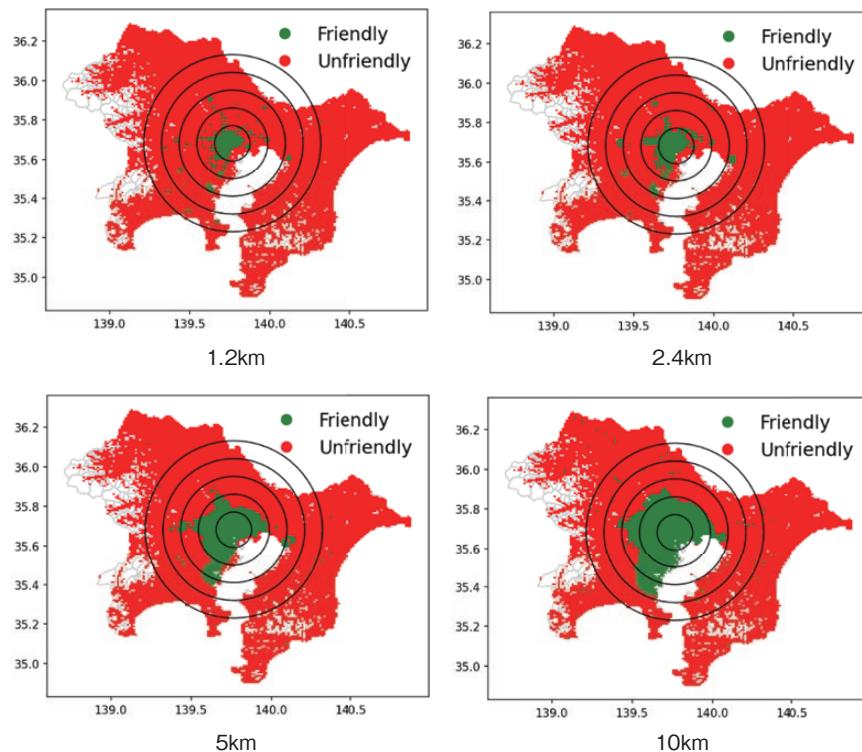
一方で、こうした集積から外れた地域においては、対象施設の分散や欠如により、特定ニーズに対する空間的制約や生活機会の格差が存在する可能性がある。とりわけ、子育て支援や高齢者福祉といった生活の質に直結する社会的インフラについては、民間の立地選好だけに任せのではなく、公共的視点からの立地支援・誘導政策の必要性が強く示唆される。

図5. 子育てしやすい街 (産婦人科・小児科・保育園の集積地に近いエリア)



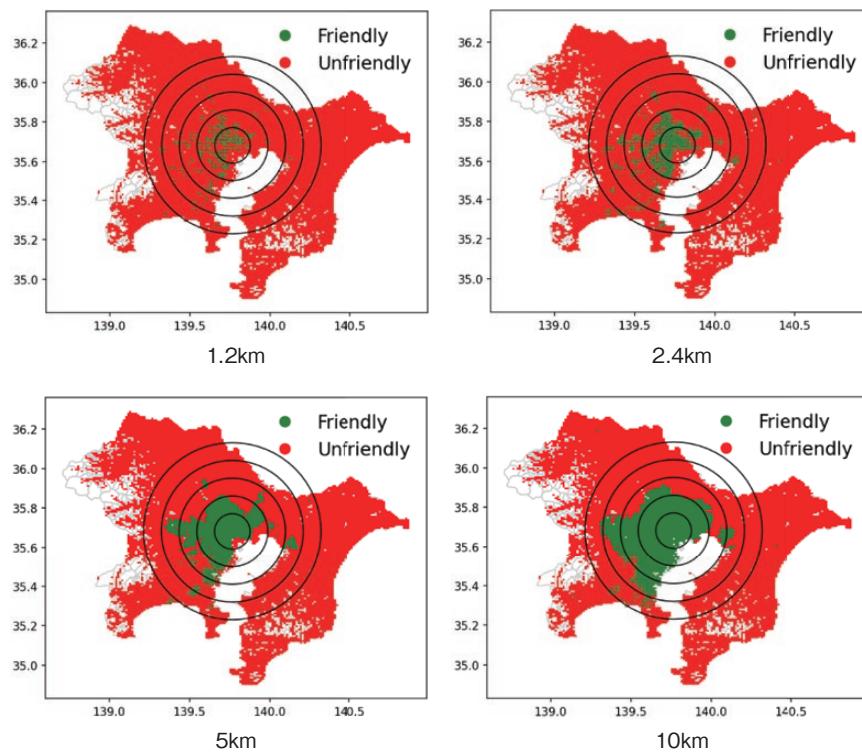
(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

図6. 各国料理を楽しめる街 (和風・洋風・中華・アジアン飲食店の集積地に近いエリア)



(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

図7. 老後に安心して生活できる街 (総合病院・診療所・介護施設の集積地に近いエリア)



(出典) Kim and Shimizu 2025 (mimeo)

本稿では、均質化が進む日本の都市空間において、非均質的な選好構造と都市アメニティの多様性を手がかりに、「街の顔」の価値とその再評価の必要性を検討してきた。戦後日本が高度成長と福祉国家の理念のもとで志向した「均質性としての平等」は、インフラとサービスの空間的波及を通じて一つの到達点に達したが、その結果としてもたらされたのは、代替可能な都市空間、すなわち意味を喪失した街の「顔」だった。

都市アメニティの空間分析、到達可能性評価、ならびにLove of Variety の概念に基づく厚生の可視化は、センシュアスな都市の基礎的条件を構成する要素を実証的に示すものである。都市の中心部に多様な機能が重層的に集積する構造は、高齢者や子育て世帯、多文化的志向を持つ家計に対して異なる意味での生活厚生を提供しうる一方で、そのアクセス性が空間的格差を内在させていることも明らかになった。

こうした結果は、単なる利便性や機能性を超えて、都市における「意味の生成」＝「ナラティブの形成」を可能にする構造的条件を提示している。すなわち、都市の顔とは、美観やイメージの問題ではなく、身体的経験・社会的関係・文化的記憶が空間に刻まれていく過程そのものである。

都市政策においては今後、単一のKPIによる成果主義を越え、個人の選好構造の異質性に対応した「厚生の個別最適化」と、「空間的機会の公正な分配」という二つの目標を調和させる制度設計が求められる。本稿で提示した分析枠組みは、そのためのエビデンスに基づく出発点となる。都市とは、ただ存在するものではなく、「意味づけられるもの」である。センシュアス・シティとは、そうした意味が生成される場としての都市の可能性を再び取り戻そうとする社会的試みであるといえよう。

本稿では、首都圏における都市施設の空間分布とアクセス可能性に着目し、「X分都市 (X-minute City)」の理念が実際の都市空間でどの程度現実化しているのかを、施設データと人口統計を用いた定量的分析により検証した。

その際、従来の都市経済モデルが想定してきた均質な家計の選好では捉えきれない、非均質的 (non-homothetic) な効用構造を前提とし、個人の属性やライフスタイルによって求められるアメニティの種類や配置の望ましさが異なるという現実を踏まえた評価を行った。

具体的には、1km メッシュ単位で施設データを集計・可視化することにより、首都圏における各施設類型の空間的な集積パターンと偏在の実態を明らかにした。さらに、到達可能圏内に施設集積エリアが存在する領域の人口比率を算出することで、各施設の立地状況とカバー率を定量化し、「X-minute City」実現に向けたボトルネックの所在を評価可能にした。

分析の結果、施設の性質に応じて立地スケールや集積密度には大きな差異が見られた。福祉施設や医療機関など公共性の高い施設は比較的分散して配置され、1km 圏内で広範な人口をカバーしている一方で、ショッピングモールや外国料理店、外貨両替所など民間主導型の施設は都市中心部や主要鉄道路線沿線に集中する傾向が顕著であった。とりわけ、生活利便施設については自転車移動に相当する半径 5km 圏内で多数の人口をカバーできることが確認されており、この距離圏が実効的な都市生活圏の閾値となっている可能性が示唆される。

また、子育て世帯、高齢者世帯、多文化的な生活志向を持つ住民といった仮想プロファイルを設定し、それぞれに必要とされる複数施設の集積状況とアクセス可能性を重ね合わせることで、「子育てしやすい街」「各国料理を楽しめる街」「老後に安心して生活できる街」など、多様な生活価値に基づく「街の顔」を定義し、その空間的ポテンシャルを可視化した。これにより、個別の施設評価を超えた重層的な生活利便性の構造と格差が明らかとなった。

以上の結果は、都市空間のあり方に関して、多様性 (variety) と均質性 (uniformity) をどのように両立させるかという都市計画上の根本的課題を改めて浮き彫りにするものである。すなわち、非均質的な効用関数を前提とすれ

ば、単一の理想都市モデルではなく、複数の「街の顔」が併存する多中心型都市構造 (polycentricity) が望ましいとされる一方で、そのような多様性が所得や属性による空間的排除につながるリスクも存在する。

したがって今後の都市政策においては、消費者選好の多様性に対応する形での「選択肢としての多様性 (diversity of choice)」と、すべての住民に最低限のサービスアクセスを保障する「権利としての均質性 (basic spatial equity)」とのバランスが不可欠となる。その実現に

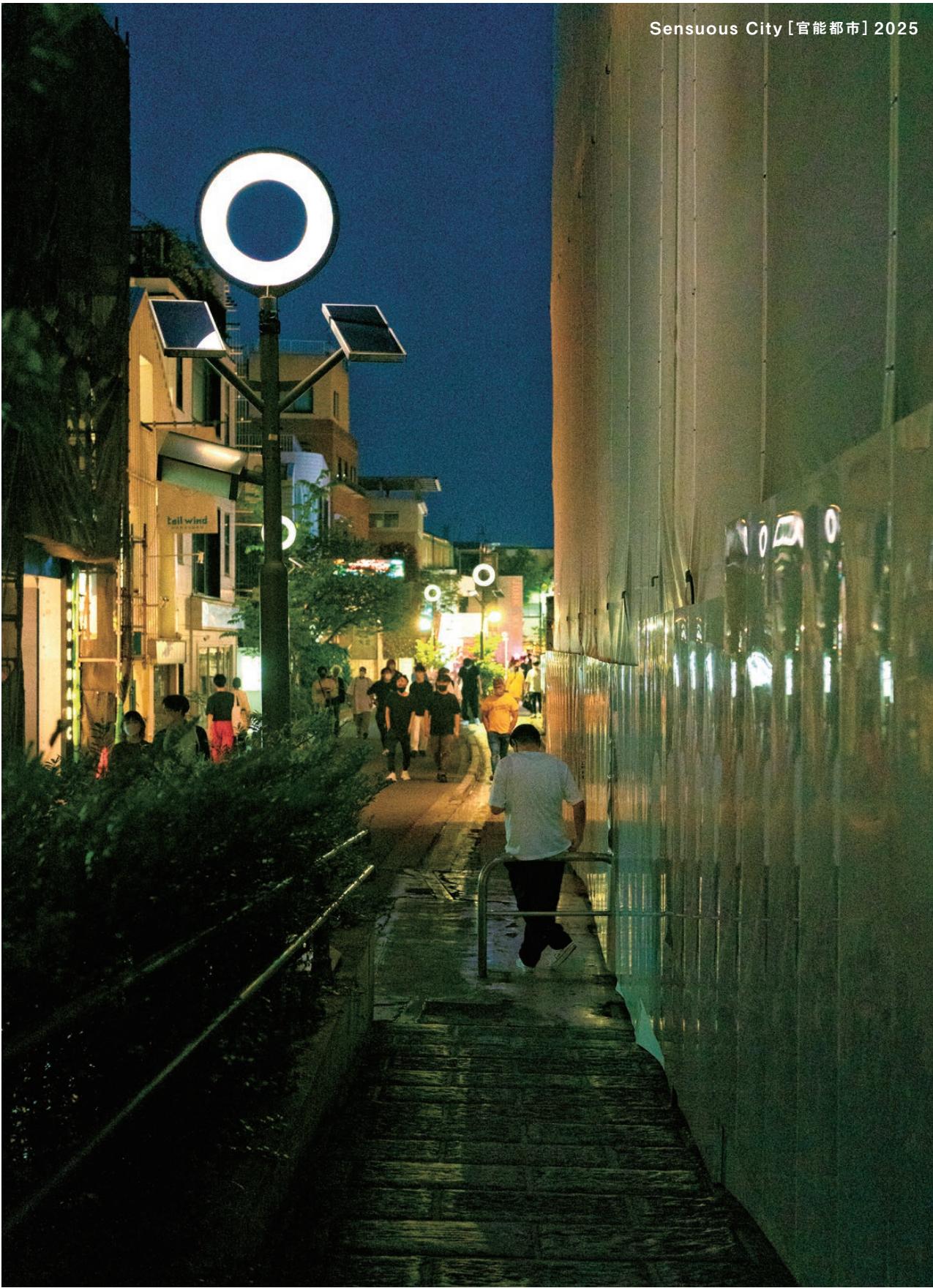
は、アメニティの立地支援やゾーニングの柔軟化に加えて、移動手段の整備やモビリティ補完策の導入など、空間と機会をつなぐ統合的な制度設計が求められる。

本稿は、都市空間の定量的可視化を通じて、アメニティ配置の実態とその含意を明らかにする実証的基盤を提供した。今後は、実際の移動履歴や利用データを活用したミクロ実証や、時間帯・季節による施設利用特性の変化も含めた動的かつ包摂的な都市評価手法の開発へと発展させていくことを予定している。

参考文献

- Baum-Snow, N., & Pavan, R. (2020). Inequality and city size. *Review of Economic Studies*, 87(3), 1061–1097.
- Behrens, K., Duranton, G., & Robert-Nicoud, F. (2014). Productive cities: Sorting, selection, and agglomeration. *Journal of Political Economy*, 122(3), 507–553.
- Brueckner, J. K. (2001). Urban sprawl: Lessons from urban economics. *Brookings-Wharton Papers on Urban Affairs*, 2001(1), 65–97.
- Cervero, R., & Sullivan, C. (2011). Green TODs: Marrying transit-oriented development and green urbanism. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 18(3), 210–218.
- Combes, P. P., Duranton, G., & Gobillon, L. (2019). The costs of agglomeration: House and Land prices in French cities. *Review of Economic Studies*, 86(4), 1556–1589.
- Couture, V., & Handbury, J. (2020). Urban revival in America, 2000 to 2010. *American Economic Review*, 110(3), 775–807.
- Deaton, A., & Muellbauer, J. (1980). An almost ideal demand system. *American Economic Review*, 70(3), 312–326.
- Diamond, R. (2016). The determinants and welfare implications of US workers' diverging location choices by skill: 1980–2000. *American Economic Review*, 106(3), 479–524.
- Diewert, W. E., & Shimizu, C. (2015). Residential property price indexes for Tokyo. *Macroeconomic Dynamics*, 19(8), 1659–1714.
- Diewert, W. E., & Shimizu, C. (2016). Hedonic regression models for Tokyo condominium sales. *Regional Science and Urban Economics*, 60, 300–315.
- Diewert, W. E., & Shimizu, C. (2022). Residential property price indexes: Spatial coordinates versus neighbourhood dummy variables. *Review of Income and Wealth*, 68(3), 770–796. <https://doi.org/10.1111/roiw.12534>
- Dixit, A. K., & Stiglitz, J. E. (1977). Monopolistic competition and optimum product diversity. *American Economic Review*, 67(3), 297–308.
- Duranton, G., & Puga, D. (2004). Micro-foundations of urban agglomeration economies. In J. V. Henderson & J. F. Thisse (Eds.), *Handbook of Regional and Urban Economics* (Vol. 4, pp. 2063–2117). Elsevier.
- Epple, D., Gordon, B., & Sieg, H. (2010). A new approach to estimating the production function for housing. *American Economic Review*, 100(3), 905–924.
- Fujita, M., & Ogawa, H. (1982). Multiple equilibria and structural transition of non-monocentric urban configurations. *Regional Science and Urban Economics*, 12(2), 161–196.
- Gabaix, X., & Ioannides, Y. M. (2004). The evolution of city size distributions. In J. V. Henderson & J.-F. Thisse (Eds.), *Handbook of Regional and Urban Economics* (Vol. 4, pp. 2341–2378). Elsevier.
- Giles-Corti, B., et al. (2016). City planning and population health: A global challenge. *The Lancet*, 388(10062), 2912–2924.
- Glaeser, E. L., Gyourko, J., & Saks, R. (2005). Why have housing prices gone up? *American Economic Review*, 95(2), 329–333.
- Glaeser, E. L., Kallal, H. D., Scheinkman, J. A., & Shleifer, A. (1992). Growth in cities. *Journal of Political Economy*, 100(6), 1126–1152.
- Helsley, R. W., & Strange, W. C. (1990). Matching and agglomeration economies in a system of cities. *Regional Science and Urban Economics*, 20(2), 189–212.
- Henderson, J. V. (1974). The Sizes and Types of Cities. *American Economic Review*, 64(4), 640–656.
- Hilber, C. A. L., & Vermeulen, W. (2016). The impact of supply constraints on house prices in England. *Economic Journal*, 126(591), 358–405.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. Random House.

- Jacobs, J. (1969). *The Economy of Cities*. Random House.
- Kim, H., Hino, K., Asami, Y., & Kondo, N. (2022). Neighborhood effect of geographical distribution of urban facilities on older adults' participation in hobby and sports groups. *Cities*, 131, 103903.
- Kim, H., & Shimizu, C. (2022). The relationship between geographic accessibility to neighborhood facilities, remote work, and changes in neighborhood satisfaction after the emergence of the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 14(17), 10588.
- Kim, H., & Shimizu, C. (2025). The Homogenization of Urban Landscapes. (mimeo).
- Krugman, P. (1980). Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade. *American Economic Review*, 70(5), 950–959.
- Lewbel, A. (1991). The rank of demand systems: Theory and nonparametric estimation. *Econometrica*, 59(3), 711–730.
- Leyden, K. M. (2003). Social capital and the built environment: The importance of walkable neighborhoods. *American Journal of Public Health*, 93(9), 1546–1551.
- Lucas, R. E., Jr. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3–42.
- McMillen, D., & Shimizu, C. (2021). Decompositions of house price distributions over time: The rise and fall of Tokyo house prices. *Real Estate Economics*, 49(4), 1290–1314.
- Moretti, E. (2004). Workers' education, spillovers, and productivity: Evidence from plant-level production functions. *American Economic Review*, 94(3), 656–690.
- Moreno, C., Allam, Z., Chabaud, D., Gall, C., & Pratlong, F. (2021). Introducing the "15-minute city" : Sustainability, resilience and place identity in future post-pandemic cities. *Smart Cities*, 4(1), 93–111.
- Mori, T., & Murakami, Y. (2025). Modeling demographic-driven spatial sustainability under urban shrinkage. *RIETI Discussion Paper*. https://www.rieti.go.jp/en/projects/program_2024/pg-03/002.html
- Mori, T., Nishikimi, K., & Smith, T. E. (2020). Fractal structures and spatial hierarchy in cities. *Urban Studies*, 57(12), 2425–2443.
- Mori, T., & Smith, T. E. (2023). Urban dynamics and scale: Modeling fractal city systems. *Journal of Regional Science*, 63(2), 265–290.
- Mouratidis, K. (2021). Urban planning and quality of life: A review of pathways linking the built environment to subjective well-being. *Cities*, 115, 103229.
- Mouratidis, K. (2024). Time to challenge the 15-minute city: Seven pitfalls for sustainability, equity, livability, and spatial analysis. *Cities*, 153, 105274.
- Murata, Y., & Thisse, J.-F. (2005). A simple model of social segregation. *Journal of Economic Geography*, 5(3), 397–409.
- Ogawa, Y., Oki, T., Zhao, C., Sekimoto, Y., & Shimizu, C. (2024). Evaluating the subjective perceptions of streetscapes using street-view images. *Landscape and Urban Planning*, 247, 105073. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2024.105073>
- Perry, C. A. (1929). The neighborhood unit. In *Regional Plan of New York and Its Environs* (Vol. 7). Regional Plan Association.
- Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: Product differentiation in pure competition. *Journal of Political Economy*, 82(1), 34–55.
- Shimizu, C., Karato, K., & Asami, Y. (2010). Estimation of redevelopment probability using panel data: Asset bubble burst and office market in Tokyo. *Journal of Property Investment & Finance*, 28(4), 285–300.
- Shimizu, C., Nishimura, K. G., & Watanabe, T. (2010). House prices in Tokyo: A comparison of repeat-sales and hedonic measures. *Journal of Economics and Statistics*, 230(6), 792–813.
- Shimizu, C., S. Yasumoto, Y. Asami and T. N. Clark (2014), "Do Urban Amenities drive Housing Rent?," CSIS Discussion Paper(The University of Tokyo), No.131.
- 清水千弘 (2025)「住宅の投資財化が生む弊害」『日本経済新聞』経済教室、2025年5月21日。



東京都渋谷区

Sensuous City [官能都市] 2025



大阪市北区

LIFULL HOME'S
総研
Sensuous City
[官能都市]
2025

第2部

LIFULL HOME'S 総研 アンケート調査分析

Survey Data Analysis

アンケート調査分析①

「官能都市調査2025」

株式会社ディ・プラス 代表取締役

橋口理文 Masafumi Hashiguchi

●はしごち・まさふみ／東京大学経済学部卒業後、(株)リクルートに入社。主に新規事業関連企業のマーケティング・リサーチを担当。マーケティングリサーチ・エージェンシー取締役を経て、2019年に住生活、高等教育、観光・地方創生を中心とするリサーチ＆コンサルティング企業（株）ディ・プラスを設立。(現・取締役)。

リサーチャー／株式会社ディ・プラス フェロー

吉永奈央子 Naoko Yoshinaga

●よしなが・なおこ／上智大学文学部卒業後、インターネットリサーチ会社に入社。リサーチャーとして様々な調査に関わり、退社後もフリーリサーチャー、(株)ディ・プラス フェローとして調査業に従事。また、東京学芸大学大学院を修了、公認心理師、臨床心理士として心理発達支援にも携わる。

株式会社
マーケティングリサーチシステム

2015年1月設立。アンケート集計・データ処理、分析・多変量解析をはじめ、調査企画業務やレポート、実査などマーケティング・リサーチ業務全般を行っている。特に自社開発のアンケート集計システムによるデータ処理、アンケート集計・分析とレポート作成を主力業務としている。

アンケート調査分析②

「官能（センシュアス）から見る 都市のウェルビーイング」

九州大学大学院人間環境学研究院
都市・建築学部門助教

有馬雄祐 Yusuke Arima

2

官能都市調査2025

目次

「官能都市調査2025」の調査概要	P.079	
I 人々は都市をどのように感覚・行動しているか		
1. 都市の総合評価		
① 都市生活満足度	P.081	
② 都市生活幸福度	P.081	
③ 都市生活における感情	P.082	
④ 人生の幸福度	P.082	
2. 都市で体験する場所・霧囲気の変化		
① 都市での生活時間の変化	P.083	
② 住んでいる都市の霧囲気の変化	P.085	
II センシュアス・シティとは何か		
1. センシュアス・シティとは何か		
① センシュアス・シティの定義	P.086	
② センシュアス・シティ 上位都市の顔ぶれ —センシュアス・シティ ランキング〈全体〉	P.088	
③ センシュアス・シティ ランキング〈8指標別〉	P.090	
参考) センシュアス・シティ ランキング〈男女別〉	P.098	
④ センシュアス・シティのタイプ	P.099	
2. センシュアス・シティの総合評価		
① 都市生活満足度	P.104	
② 都市生活幸福度	P.104	
③ 都市生活における感情	P.105	
④ 人生の幸福度	P.105	
⑤ 都市の寛容度	P.106	
3. センシュアス・シティで体験する場所		
① センシュアス・シティでの生活時間の変化	P.107	
② センシュアス・シティにある場所	P.108	
③ センシュアス・シティの基盤評価	P.110	
④ センシュアス・シティの霧囲気	P.111	
⑤ センシュアス・シティの霧囲気の変化	P.113	
⑥ センシュアス・シティでの行動	P.114	
4. センシュアス・シティの顔ぶれはどう変わったか		
① センシュアス・シティ ランキングの変化	P.116	
② ランキングの変動をもたらした人々の行動	P.117	
III センシュアス・シティであるために無視できないこと		
1. センシュアス・シティと多様性・開放性		
① 行動ベースの都市の多様性・開放性	P.120	
② センシュアス・シティと都市の【多様性・開放性】	P.122	
③ 都市の【多様性・開放性】ランキング	P.123	
2. センシュアス・シティとナイトタイム		
① 行動ベースのナイトタイム	P.124	
② センシュアス・シティと行動ベースの【ナイトタイム】との関係	P.126	
③ 都市の【ナイトタイム】ランキング	P.127	
IV センシュアス・シティがもたらすもの		
1. センシュアス・シティと都市のナラティブ		
① 都市のナラティブとは何か	P.128	
② 都市のナラティブとその都市にある場所	P.130	
③ 都市のナラティブとシビックプライド	P.132	
④ 都市のナラティブと都市生活満足度	P.132	
⑤ センシュアス・シティと都市のナラティブとの関係	P.133	

「官能都市調査2025」の調査概要

調査方法

インターネット調査

◎株式会社マーケティングアプリケーションズのインターネット・リサーチパネルを利用

調査対象

◎全国の都道府県庁所在都市、および左記以外の政令指定都市、
および中核市に居住する20~64歳までの男女。

※次ページの調査対象都市・エリア別有効回答数の2列目に、●もしくは都市名の記載がある都市・エリア=都道府県庁所在都市、
◎のある都市・エリア=都道府県庁以外の政令指定都市、○のある都市・エリア=中核市。(ただし「東京23区以外」は例外的に採用)
※なお、有効回答数が100未満の千葉県柏市は対象から除外している。

調査対象の区分と回収サンプル数設定

◎原則として、区部をもつ都市は、適宜区部をグルーピングし、各グループで100サンプル以上を回収目標とした。残る都市はすべて200サンプル以上を回収目標とした。

※静岡市、新潟市、岡山市、熊本市については、事前の回収予測数から、各200サンプル以上を回収目標においた。

◎例外として、東京都の23区外は回収目標数を「人口5万人以上の市を各100サンプル以上」と設定し、その後、適宜区部をグルーピングした。

◎結果として、次ページの167都市・エリアを今回の調査対象とした。

◎有効回収サンプル数は4万4472サンプルである。

調査実施時期

2025年6月9日(月)~6月24日(火)

調査実施機関

株式会社ディ・プラス

ウエイトバックについて

◎ウエイトバック係数自体は、令和2年国勢調査に基づく性・年代別データ（男女×「20~30代」、「40代」、「50代」「60代前半」人口）と、平成30年住宅・土地統計調査に基づく世帯年間収入階級データの2つを用いている。

◎そのうえで、2種類のウエイトバック係数（A、B）を算出し、人口構成比と世帯年収比を調整している。

◎ウエイトバック係数Aは、今回の調査対象市区部それぞれの性・年代別人口規模、世帯年収比を反映した係数である。サンプル全体を対象とする基礎分析に用いた。

◎ウエイトバック係数Bは、各市区部のサンプル数を同数とおき、そのうえで各市区部の性・年代別の実際の比率と、世帯年収比を反映するための係数である。各市区部の調査数が同数であるため、市区部合計スコアを基に、ランキング等、都市間比較の分析に用いた。

※なお、ウエイトバック係数を掛けたため、本レポート中の各セグメントの調査数を合算しても全体の調査数にはならない。

なお、全体値とクロス集計値ではウエイトバック係数が異なるため、クロス集計値がすべて全体値を上回る／下回るケースも生じる。

調査対象都市・エリア			有効回答数	調査対象都市・エリア			有効回答数
北海道	札幌市	1 札幌市中央区	297	山梨県	● 86 甲府市	137	
		2 札幌市北区、東区	390	長野県	● 87 長野市	285	
		3 札幌市白石区、厚別区	254	○ 88 松本市	150		
		4 札幌市豊平区、清田区、南区	297	静岡県	● 89 静岡市	370	
		5 札幌市西区、手稲区	239	◎ 90 浜松市	370		
		○ 6 函館市	175	愛知県	91 名古屋市中区、東区	234	
		○ 7 旭川市	186		92 名古屋市中村区、北区、西区	359	
		● 8 青森市	208		93 名古屋市熱田区、中川区、港区、南区	377	
		○ 9 八戸市	149		94 名古屋市千種区、昭和区、瑞穂区	298	
		● 10 盛岡市	223		95 名古屋市緑区、天白区	316	
宮城県	仙台市	11 仙台市青葉区、宮城野区、若林区	444		96 名古屋市守山区、名東区	260	
		12 仙台市太白区	165		○ 97 豊橋市	243	
		13 仙台市泉区	164		○ 98 豊田市	254	
秋田県	● 14 秋田市	232	○ 99 岡崎市	276			
山形県	● 15 山形市	168	○ 100 一宮市	291			
福島県	福島市	● 16 福島市	185	岐阜県	● 101 岐阜市	303	
		○ 17 郡山市	188	三重県	● 102 津市	224	
		○ 18 いわき市	148	滋賀県	● 103 大津市	261	
茨城県	● 19 水戸市	178	京都府	104 京都市上京区、中京区、下京区	283		
栃木県	● 20 宇都宮市	293		105 京都市左京区	150		
群馬県	● 21 前橋市	202		106 京都市右京区、北区、西京区	381		
	○ 22 高崎市	221		107 京都市東山区、山科区	126		
埼玉県	23 さいたま市西区、北区、大宮区、見沼区	355		108 京都市南区、伏見区	333		
	24 さいたま市浦和区、桜区、南区、緑区	401		109 大阪市北区、福島区	203		
	25 さいたま市中央区、岩槻区	183		110 大阪市中央区	152		
	○ 26 川越市	230		111 大阪市西区	127		
	○ 27 越谷市	238		112 大阪市天王寺区、浪速区	180		
千葉県	○ 28 川口市	324		113 大阪市淀川区、西淀川区、東淀川区	408		
	29 千葉市中央区	199		114 大阪市都島区、旭区、城東区、鶴見区	347		
	30 千葉市花見川区、稻毛区、美浜区	372		115 大阪市東成区、生野区	165		
	31 千葉市若葉区、緑区	180		116 大阪市阿倍野区、住吉区、住之江区、西成区	357		
	○ 32 船橋市	361		117 大阪市東住吉区、平野区	233		
東京都	33 東京都 千代田区、中央区	364		118 大阪市此花区、港区、大正区	134		
	34 東京都 台東区	183		◎ 119 堺市	361		
	35 東京都 大田区	463		○ 120 高槻市	255		
	36 東京都 豊島区	245		○ 121 東大阪市	283		
	37 東京都 足立区	399		○ 122 豊中市	298		
	38 東京都 墨田区	251		○ 123 枚方市	294		
	39 東京都 世田谷区	550		○ 124 八尾市	207		
	40 東京都 北区	253		○ 125 寝屋川市	147		
	41 東京都 葛飾区	264		○ 126 吹田市	319		
	42 東京都 港区	205		127 神戸市中央区	175		
	43 東京都 江東区	374		128 神戸市東灘区、灘区	355		
	44 東京都 渋谷区	207		129 神戸市兵庫区、長田区	195		
	45 東京都 荒川区	156		130 神戸市須磨区、垂水区	282		
	46 東京都 江戸川区	390		131 神戸市北区、西区	310		
	47 東京都 新宿区	278	兵庫県	○ 132 新姫路市	314		
	48 東京都 品川区	295		○ 133 西宮市	374		
	49 東京都 中野区	272		○ 134 尼崎市	318		
	50 東京都 板橋区	353		○ 135 明石市	249		
	51 東京都 文京区	190		● 136 奈良市	301		
東京都	52 東京都 目黒区	188		● 137 和歌山市	250		
	53 東京都 杉並区	386		● 138 烏取市	153		
	54 東京都 練馬区	427		● 139 松江市	153		
	55 東京都 八王子市	332		● 140 岡山市	476		
	56 東京都 町田市	260		○ 141 倉敷市	281		
	57 東京都 府中市	194		142 広島市中区、東区、南区、西区	455		
	58 東京都 調布市、狛江市	245		143 広島市安佐北区、安佐南区	218		
	59 東京都 西東京市	156		144 広島市佐伯区、安芸区	149		
	60 東京都 三鷹市	151		○ 145 福山市	277		
	61 東京都 小平市	136		○ 146 吳市	121		
	62 東京都 立川市、昭島市	209		● 147 山口市	123		
	63 東京都 日野市、多摩市、稻城市	335		○ 148 下関市	153		
	64 東京都 東村山市、東久留米市、青梅市	270		● 149 徳島市	214		
	65 東京都 武藏野市	138		● 150 高松市	301		
	66 東京都 国立市、国分寺市、小金井市	264		● 151 松山市	346		
	67 東京都 その他	304		● 152 高知市	193		
神奈川県	横浜市	68 横浜市中区	148	153 福岡市博多区	223		
		69 横浜市西区	152	154 福岡市中央区	164		
		70 横浜市鶴見区、神奈川区	459	155 福岡市東区	235		
		71 横浜市港北区、緑区	461	156 福岡市南区、城南区	263		
		72 横浜市青葉区、都筑区	417	157 福岡市西区、早良区	302		
		73 横浜市保土ヶ谷区、旭区、泉区、瀬谷区	448	福岡県	◎ 158 北九州市	386	
		74 横浜市港南区、磯子区、金沢区	389		○ 159 久留米市	180	
		75 横浜市南区、戸塚区、栄区	420		● 160 佐賀市	139	
		76 川崎市川崎区	188		● 161 長崎市	223	
		77 川崎市幸区、中原区	290		○ 162 佐世保市	128	
		78 川崎市高津区、宮前区	261		● 163 大分市	268	
		79 川崎市多摩区、麻生区	295		● 164 熊本市	412	
		● 80 相模原市	352		● 165 宮崎市	233	
		○ 81 横須賀市	256		● 166 鹿児島市	307	
		● 82 新潟市	473		● 167 那覇市	190	
新潟県	● 83 富山市	269	合 計	44,472			
富山県	● 84 金沢市	320					
石川県	● 85 福井市	198					

I. 人々は都市をどのように感覚・行動しているか

I-1 都市の総合評価

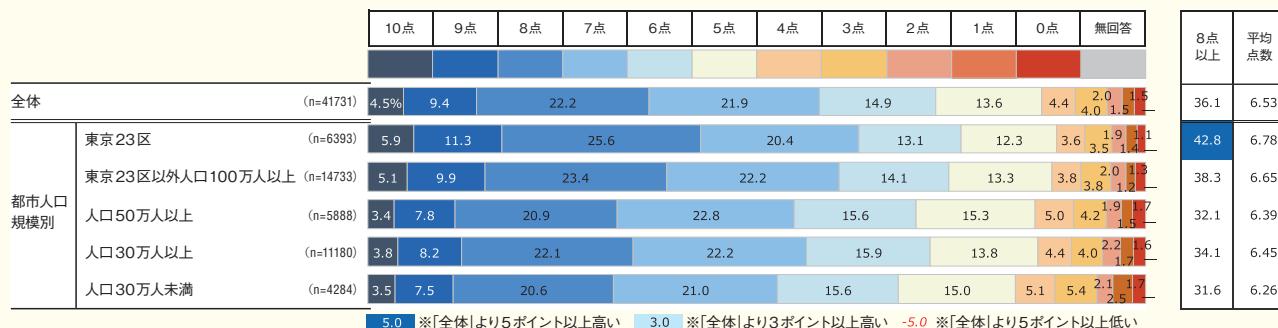
① 都市生活満足度

▶ 都市生活満足度の平均は6.53点。1/3以上が「8点」を超えている。

- ✓ 都市生活満足度平均は、東京23区が最も高く6.78点。おおよそ人口規模が大きいほど平均値も高いが、人口30万人以上の平均値は人口50万人以上を上回っている。

■ 都市生活満足度（全体／単一回答）

Q あなたはお住まいの地域にどの程度満足していますか。「非常に満足している」を10点、「全く満足していない」を「0点」とした場合、何点くらいになるかをお答えください。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心、主な生活圏のことを指します。



② 都市生活幸福度

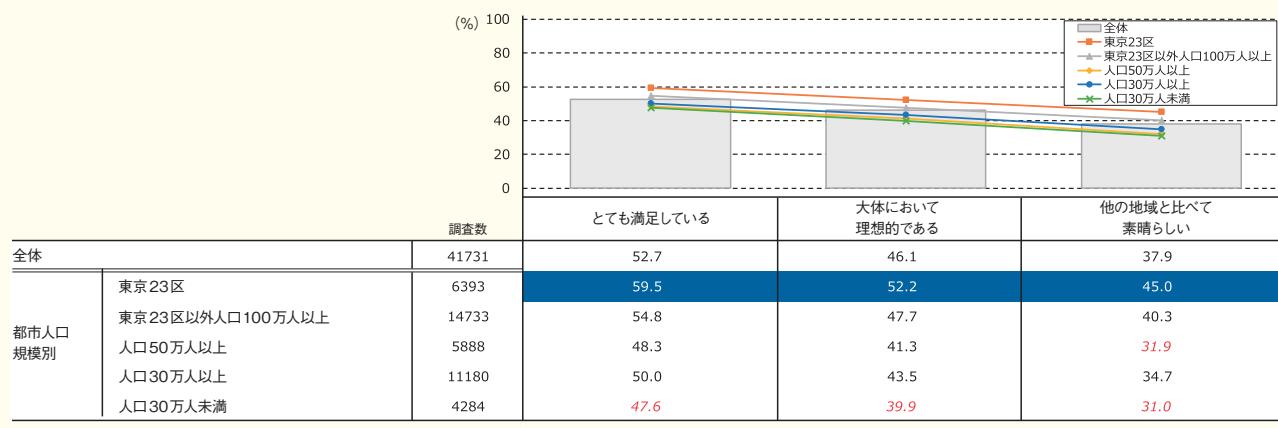
▶ 「都市生活幸福度」の3項目とも、「東京23区」がトップ、「人口30万人未満」が最下位。

▷ 現在住んでいる地域に関して、3つの都市生活の幸福度に関する評価項目を設定し、5段階の当てはまり度を回答してもらった。その「あてはまる・計」（「とてもよく当たはまる」+「やや当たはまる」）のデータを掲載する。

- ✓ 3つの項目とも、「東京23区」がトップ、「東京23区以外100万人以上」が2位、「人口30万人未満」が最下位である。
✓ ただし、3つの項目とも、「人口50万人以上」<「人口30万人」であり、人口規模と都市生活幸福度とがきれいに相関しているわけではない。

■ 都市生活幸福度（全体／単一回答）

Q お住まいの地域について、以下の各項目はどのくらい当たはまりますか。「まったく当たはまらない」から「とてもよく当たはまる」までの5段階でお答えください。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心、主な生活圏のことを指します。



③ 都市生活における感情

▶ 都市規模が大きいほどワクワク感や自己実現感が大きい傾向。

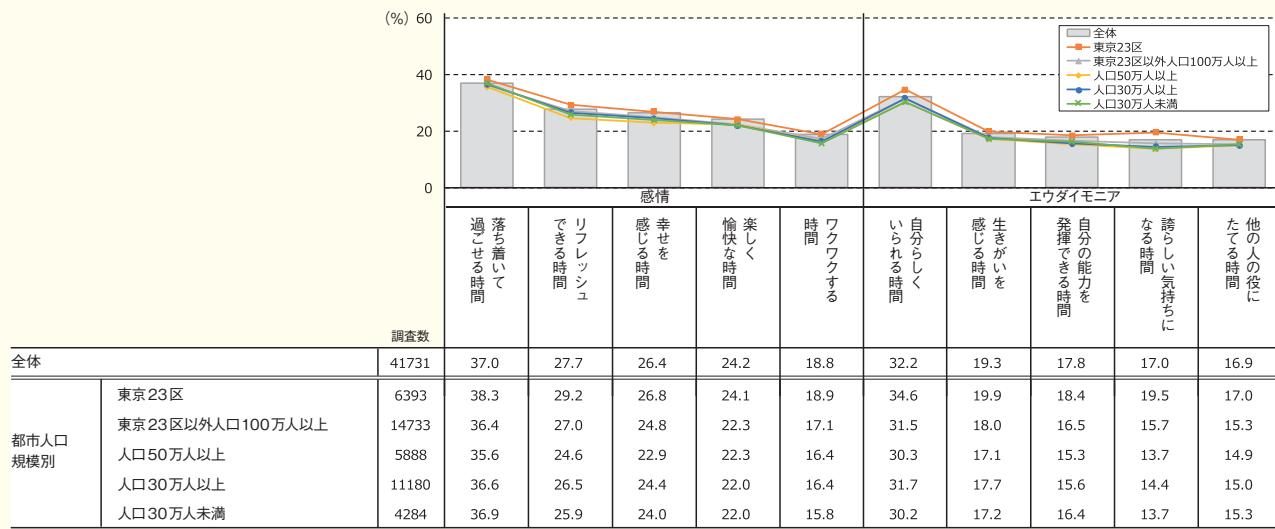
▷ 都市生活における気持ちについて、「感情」と「エウダイモニア」の大きく2つのジャンルに分けて詳細を聞いた。「感情」は「ワクワクする時間」、「落ち着いて過ごせる時間」など、情緒的な気分を示すワード、「エウダイモニア」は「生きがいを感じる時間」、「自分の能力を発揮できる時間」など、いわゆる自己実現系のワードを、それぞれ5つずつ設定し、その頻度を聞いている。

※なお、ここでは、「ほとんど毎日」、「たくさんある（週に数回）」、と回答した人の比率を用いている。

✓ ここでも、おおよそ「東京23区をはじめとする人口規模の大きい方が『週に数回以上・計』のスコアが高い」傾向にあるが、人口30万人以上が人口50万人以上よりも良好な結果である。今回のカテゴリーで最も人口規模の小さい、人口30万人未満の層の都市群のスコアが全般に低い。特に、「ワクワクする時間」は全体値より3ポイント低い。ただし、「他の人の役にたてる時間」などは、人口50万人以上よりも高くなっている。

■ 都市生活における感情【週に数回以上・計】（全体／各単一回答）

Q. 住んでいる地域での暮らしで、あなたは以下の気分をどのくらい感じる時間がありますか。「まったくない」から「ほとんど毎日」までの5段階でお答えください。



④ 人生の幸福度

▶ 全体平均は5.94点。東京23区がトップ、最低は人口30万人未満。

▷ 総合的に考えて、自分の人生について0～10点満点で採点してもらった。

✓ 全体平均は5.94点。これを人口規模別にみると、最も高いのは東京23区の5.93点であるが、これに僅差で続くのが東京23区以外人口100万人以上の5.91点。最も低いのは人口30万人未満の5.77点である。

■ 人生の幸福度（全体／単一回答）

Q. 考えうる最高の人生と最低の人生があるとして、あなたの人生は現在どの位置にありますか。あなたにとっての「最高の人生」を10点、「最低の人生」を0点とした場合、現在のあなたの人生の位置が何点くらいになるかをお答えください。



I - 2 都市で体験する場所・雰囲気の変化

① 都市での生活時間の変化

▶ コロナ禍以降、『買い物』やネット視聴、散歩などが増えたが、宴会、パーティなどの『飲食』、近隣との交流が大きく減少。

▶ 100万人以上の大規模都市ほどアクティビティは増加。
小規模都市が、コロナ禍以前まで戻り切れていない。

▷ コロナ禍をはさんで、その前後での日頃の行動や出来事の変化を聞いた結果が次ページの表である。

✓ 「増えた・計」の比率が最も高いのは、「ネットショッピングやネットオークション利用」である。「近所の商店街での買い物」、「ショッピングモールやアウトレットでの買い物」、「ウィンドウショッピング、街歩き」なども含めて、『買い物』関連分野が増えていることがわかる。

✓ これらと同等に「増えた・計」が高いのが、「動画や音楽などのストリーミング視聴」、「散歩・ウォーキングやランニング」など。

✓ これに対して、「増えた・計」が低いのが、「深夜までのしご酒や夜遊び」、「大人数の宴会、パーティ」などの『飲食』関連項目である。『仕事』に分類したが、「仕事上の会食、接待」の比率が低いこと、「減った・計」の比率が最も高いのが「少人数の会食や飲み会」であることと考え合わせれば、「みんなで集まる飲み会」が減少しているといえるだろう。

✓ 「増えた・計」が低い項目群として、『社会活動』があることも留意したい。「地元での社会活動・ボランティア」、「近所の人たちとの交流」いずれも、近隣での交流の度合いを示す項目でもある。その観点から、「増えた・計」が総じて低かった『飲食』のうち、「1人で外食・飲酒」は、比較的高めの比率であること、「おしゃれして出かける」の「減った・計」の高さを考え合わせれば、他人との交流や、それに付随する行動が減少していることがうかがえよう。

✓ 都市人口規模別にみても、上記の傾向自体は大きく変わらないが、総じて東京23区をはじめとする大都市ほど、「増えた・計」と「減った・計」との差がプラス方向に大きいことがわかる。つまり、大都市ほど都市におけるアクティビティが増加している（または減少幅が小さい）。特に、「近所の商店街での買い物」や「ウィンドウショッピング、街歩き」を中心とする『買い物』関連項目で、その傾向が強い。

✓ その他にも、いくつか指摘できる。まず、「増えた・計」の比率が高かった「近所の商店街での買い物」は、東京23区で顕著であるが、同時に、東京23区の「ショッピングモールやアウトレットでの買い物」が他層より低い。また、「リモートワーク、オンライン会議」や、「散歩・ウォーキングやランニング」なども、同様の傾向を示している。

① 都市での生活時間の変化

		元々ほとんどしていない					増えた・計					減った・計							
		全体	東京 23区	東京23 区以外 人口 100万人 以上	人口 50万人 以上	人口 30万人 以上	人口 30万人 未満	全体	東京 23区	東京23 区以外 人口 100万人 以上	人口 50万人 以上	人口 30万人 以上	人口 30万人 未満	全体	東京 23区	東京23 区以外 人口 100万人 以上	人口 50万人 以上	人口 30万人 以上	人口 30万人 未満
仕事	リモートワーク、オンライン会議	64.4	54.4	64.8	69.0	67.2	68.7	23.1	30.8	22.6	19.6	20.8	19.7	12.5	14.8	12.6	11.4	12.0	11.6
仕事	仕事上の会食、接待	60.9	54.3	60.7	64.5	63.1	62.8	12.7	14.1	11.9	9.9	9.7	9.8	26.3	31.6	27.4	25.7	27.2	27.4
美容・健康	散歩・ウォーキングやランニング	39.1	32.6	39.5	41.6	41.2	42.9	43.4	49.3	42.9	40.0	41.0	39.8	17.5	18.0	17.6	18.3	17.8	17.3
美容・健康	フィットネスジムやスイミング、ヨガスタジオなどで運動	68.6	64.8	70.7	72.3	72.9	73.0	17.5	19.9	15.7	14.1	13.3	13.7	13.9	15.3	13.6	13.6	13.8	13.3
美容・健康	銭湯やサウナ	60.0	59.5	61.0	62.3	62.5	60.1	18.1	18.9	16.4	15.2	15.0	17.4	21.9	21.7	22.6	22.5	22.5	22.5
美容・健康	整体マッサージやストレッチ	61.9	57.5	63.2	66.0	65.7	66.2	20.7	23.3	19.0	17.4	17.1	17.4	17.4	19.2	17.8	16.6	17.2	16.4
美容・健康	おしゃれして出かける	37.7	39.0	41.1	41.8	42.4	44.6	26.8	26.1	25.2	22.0	23.3	22.6	35.5	34.9	33.7	36.1	34.3	32.8
娯楽・文化	ピクニックなど公園で遊ぶ	56.8	56.5	59.3	60.0	59.0	60.2	22.9	22.1	20.4	19.2	20.3	19.2	20.4	21.4	20.3	20.9	20.7	20.6
娯楽・文化	映画館での映画鑑賞	44.8	42.7	46.6	48.3	48.0	50.2	24.3	25.7	22.6	20.1	21.5	20.1	30.8	31.7	30.8	31.6	30.5	29.7
娯楽・文化	ライブでの音楽鑑賞、観劇	53.5	50.0	55.2	57.2	56.9	58.7	20.6	22.4	19.0	16.9	17.3	16.9	25.8	27.6	25.8	25.9	25.8	24.4
娯楽・文化	美術館や博物館の展覧会鑑賞	57.9	51.1	58.6	61.8	60.7	61.4	19.4	22.6	18.5	15.6	16.3	16.0	22.7	26.3	22.9	22.7	22.9	22.7
娯楽・文化	動画や音楽などのストリーミング視聴	35.2	34.4	37.4	39.6	38.4	37.2	52.4	52.3	50.0	48.7	49.7	50.3	12.4	13.2	12.6	11.7	11.9	12.4
娯楽・文化	オンラインゲーム	62.5	63.1	64.6	66.3	66.3	65.3	25.4	23.9	23.0	22.1	22.4	22.9	12.1	13.0	12.5	11.6	11.3	11.9
飲食	1人で外食・飲酒	49.6	41.7	48.9	52.3	52.9	52.3	28.6	32.9	28.6	25.2	26.3	25.8	21.8	25.4	22.5	22.4	20.8	22.0
飲食	大人数の宴会、パーティ	48.1	42.0	49.0	50.5	50.3	49.8	15.6	16.8	14.3	12.8	12.8	13.0	36.3	41.2	36.7	36.8	37.0	37.2
飲食	少人数の会食や飲み会	35.5	29.5	35.1	38.3	38.0	38.7	24.2	25.9	23.3	20.0	21.2	20.9	40.3	44.6	41.6	41.7	40.8	40.4
飲食	深夜までのはしご酒や夜遊び	60.3	54.6	60.3	62.8	63.6	63.2	11.8	13.0	10.2	9.1	8.5	9.3	28.0	32.4	29.5	28.0	28.0	27.6
飲食	ケータリング・宅配での食事	64.7	61.7	66.3	69.3	69.7	68.6	19.9	21.1	18.1	16.8	16.0	16.8	15.4	17.2	15.7	13.8	14.3	14.6
飲食	宅飲み、ホームパーティ	60.9	57.3	61.3	63.8	63.2	62.6	21.6	24.1	21.3	20.0	19.9	21.2	17.5	18.5	17.5	16.2	16.9	16.2
買い物	近所の商店街での買い物	33.8	23.4	31.8	36.8	35.8	35.0	45.1	55.5	47.4	41.1	43.3	43.3	21.1	21.1	20.8	22.1	20.9	21.7
買い物	ショッピングモールやアウトレットでの買い物	26.8	33.4	26.6	26.0	27.2	30.3	38.7	33.1	38.3	37.5	37.0	35.1	34.5	33.5	35.1	36.5	35.9	34.6
買い物	ネットショッピングやネットオーバークション利用	25.4	23.3	25.9	27.6	26.8	27.2	57.9	59.6	56.7	55.9	57.0	56.3	16.7	17.1	17.4	16.5	16.2	16.5
買い物	ウインドウショッピング、街歩き	35.1	32.0	35.4	38.2	38.9	40.8	33.0	36.1	32.0	27.6	29.1	27.8	31.9	31.9	32.7	34.2	32.0	31.4
活動	地元での社会活動・ボランティア	71.3	70.6	72.3	73.0	72.7	72.3	13.8	14.9	12.8	11.9	11.5	12.0	14.8	14.5	14.9	15.1	15.9	15.7
活動	近所の人たちとの交流	64.0	64.3	65.3	63.3	63.4	64.3	17.1	18.1	15.8	16.0	15.4	15.4	18.8	17.6	18.9	20.7	21.2	20.3

5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

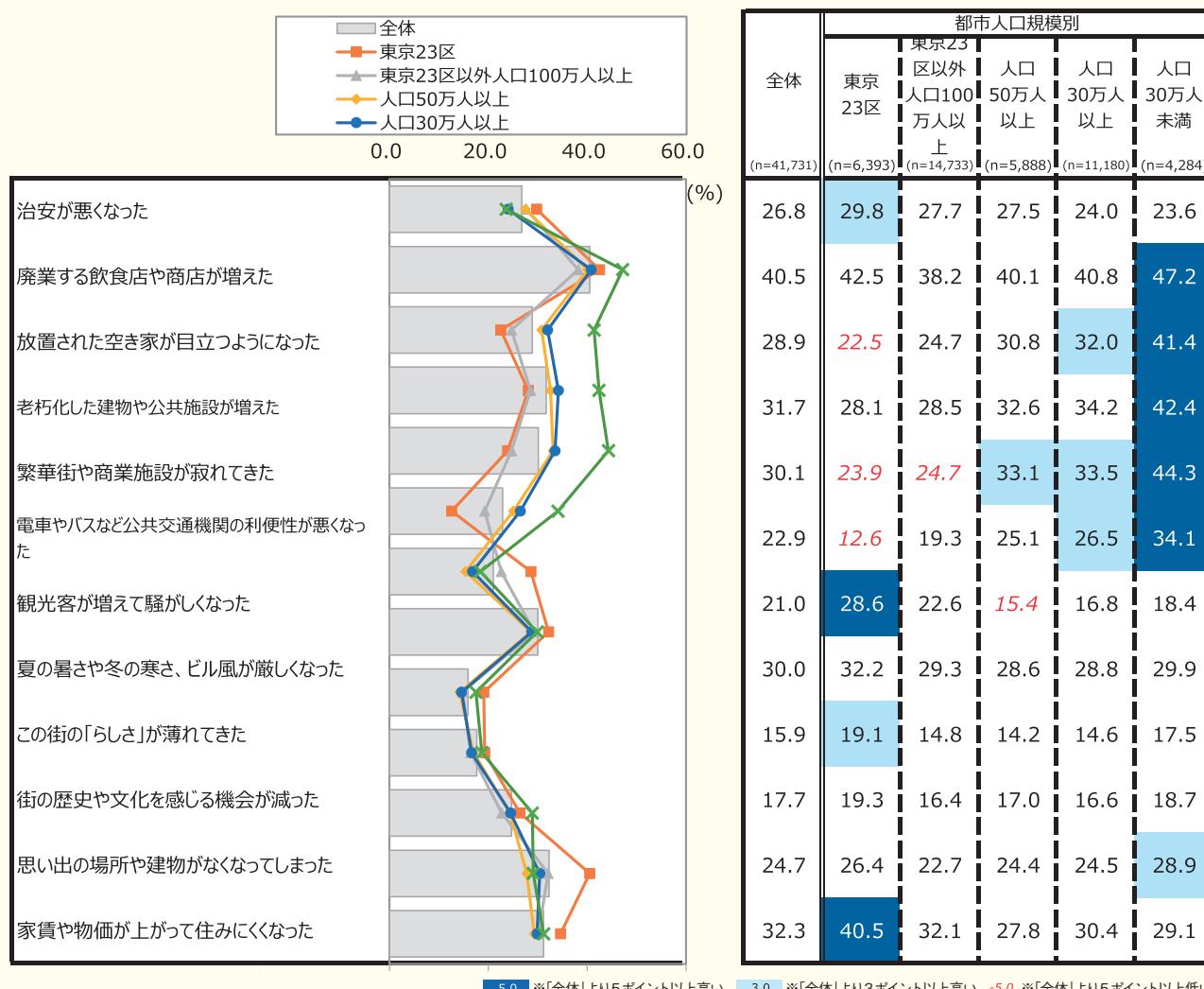
② 住んでいる都市の雰囲気の変化

▶ 飲食を中心とする商業施設の衰退を感じる者が多い。特に小規模都市で顕著。

- ✓ コロナ禍以降の、街の雰囲気や様相の変化について聞いた。
- ✓ 提示した項目のうち、最も「そう感じる・計」の比率が高かったのが「廃業する飲食店や商店が増えた」であり、4割。飲食店つながりでいえば、「繁華街や商業施設が寂れてきた」も3割。
- ✓ 「家賃や物価が上がって住みにくくなった」、「老朽化した建物や公共施設が増えた」、「夏の暑さや冬の寒さ、ビル風が厳しくなった」なども3割を超えている。
- ✓ 都市人口規模別にみると、東京23区を含む人口100万人以上の都市で「家賃や物価が上がって住みにくくなった」、「観光客が増えて騒がしくなった」などが特徴的に高い。逆に、小規模都市ほど「繁華街や商業施設が寂れてきた」、「電車やバスなど公共交通機関の利便性が悪くなつた」、「放置された空き家が目立つようになった」が高くなっている。

■ 住んでいる都市の雰囲気の変化【そう感じる・計】(全体／各単一回答)

Q. 昨今(ここ5,6年)の、あなたが住んでいる街の変化についてお聞きします。以下にあげる地域の雰囲気について、あなたはどうのように感じていますか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを指します。



II. センシュアス・シティとは何か

II-1 センシュアス・シティとは何か

① センシュアスシティの定義

✓ 序章でも紹介されている通り、今回の調査にあたって、前身となる2015年の『官能都市調査』から、その意匠は受け継ぎつつ、街自体の変化、時代感覚の変化などを念頭において、

①センシュアス度を測定する各因子自体の再考と、その構成項目（選択肢）の再検討を行った。

✓ さらに、

②対象都市・エリアを前回調査の138から167に拡張した。

具体的には、a) 前回対象都市・エリアの一部細分化 b) 中核市の追加 の2点である。

✓ そのため時系列の変化を正確に追うことはできないが、今回は各都市・エリアの“センシュアス度の現在位置”を広く把握することを優先した。

✓ ①についての検討プロセスは序章に譲るが、具体的には測定指標に以下表のような変更を施した。大きくは、提示項目のワーディングの修正と、想定因子の枠組み変更／追加を行ったことになる。

✓ このうち、『関係性指標』の「多様性・開放性」因子と、『身体性指標』の「ナイトタイム」因子は、今回新たに設定した。将来的に都市のセンシュアス度を測定する際に、やがて重要な因子となることを想定し、いわば実験的に設定したものだが、いずれも、LIFULL HOME'S 総研の過去10年にわたる、都市の寛容性や、地方創生に関する研究結果を踏まえている。

▷ 例えば、『寛容社会 多文化共生のために＜住＞ができること』、『地方創生のファクターX 寛容と幸福の地方論』などを参照されたい。

✓ 結論を取りりていえば、「多様性・開放性」因子も「ナイトタイム」因子も、前回フレームを踏襲した都市のセンシュアス度と密接な相関がある。ただし新しいセンシュアス度を10因子構成とするには、各因子間の構造や、ウェルビーイングなどの他総合指標との関係性をもう少し慎重に検討する必要があると考え、今回の指標として加えることは見送った。

		前回調査	今回調査
関係性指標	共同体に帰属している	地域のボランティアやチャリティに参加した 馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった 買い物途中で店の人や他の客と会話を楽しんだ お寺や神社にお参りをした	地域のボランティアやチャリティに参加した 馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった 店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした 近所の人にお裾分けをした・された
	匿名性がある	平日の昼間から外で酒を飲んだ カフェやバーで1人で自分だけの時間を楽しんだ 不倫のデートをした 夜の盛り場でハメを外して遊んだ	お寺や神社にお参りをして手を合わせた カフェやレストランで自分だけの時間を使い込んだ 銭湯で見知らぬ人たちと湯に浸かった（※） にぎわう広場や通りで、思い思いに過ごす人々をひとりで眺めていた
	ロマンスがある	デートをした 路上でキスした 素敵な異性に見とれた ナンパした・された	デートをした 路上でキスした 素敵な人に見とれた 配偶者や恋人と外出して誕生日や記念日を祝った
	機会がある	コンサート、クラブ、演劇、美術館などのイベントで興奮・感動した 刺激的で面白い人が集まるイベント、パーティに参加した ためになるイベントやセミナー・市民講座に参加した 友人・知人のネットワークで仕事を紹介された・紹介した	コンサートや演劇、演芸などライブパフォーマンスに感動した 美術館や博物館の展覧会で知的な刺激を受けた 地元のプロスポーツチームの試合をみんなで応援した ネット上の趣味のコミュニティのオフ会に参加した
			外国人とのちょっとしたやりとりを楽しんだ 街で自然に振る舞う同性のカップルを見かけた 障がい者やベビーカーなど街で困っている人を手助けした 職場や学校では出会わないような新しい友だちができた
	食文化が豊か	庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ ミシュランや食べログの評価の高いレストランで食事した 地元でとれる食材を使った料理を食べた 地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ	庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した 地元産の食材や郷土料理を楽しんだ 地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ
	街を感じる	街の風景をゆっくり眺めた 公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た 活気ある街の喧騒を心地よく感じた 商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた	街の風景をゆっくり眺めた 公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た 活気ある街の喧騒を心地よく感じた 商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた
	自然を感じる	木陰で心地よい風を感じた 公園や水辺で緑や水に直接ふれた 美しい青空や朝焼け・夕焼けを見た 空気が美味しいで深呼吸した	木陰で気持ちよい風にふかれた 公園や水辺で緑や水に直接ふれた きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた 小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた（※）
	歩ける	通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた 遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた 外で思い切り身体を動かして汗をかいた 家族と手を繋いで歩いた	通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた 遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた 路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ 道端でくつろぐ猫を見かけた
		※前回調査と今回調査とでまったく同一の項目には青濃網掛け、若干の修正を加えた項目には青薄網掛け。 ※今回調査項目のうち末尾に※のある項目は、前回調査でも（因子の構成要素としては用いなかつたが）同一もしくは類似の項目を採取している。	街の夜景やライトアップ、イルミネーションを楽しんだ ライブハウスやクラブ、カラオケで発散した ほろ酔いで夜の街を散歩した ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた

② センシュアス・シティ 上位都市の顔ぶれ — センシュアス・シティ ランキング〈全体〉

▷センシュアスシティ・ランキングの算出手続きは、基本的に前回を踏襲している。あらためて整理すると下記のようになる。

▷①センシュアスシティを構成する8つの因子32項目それぞれについて、「どの程度の頻度で経験したか」を4段階の選択肢で聞いている（単一回答）が、回答データを得点化するために、それぞれの項目に対して3～0点を付与した。選択肢と配点の関係は以下の通りである。

1. しそっちゅうあった	3点
2. 頻繁ではないが数回あった	2点
3. 1～2回あった	1点
4. ほんなかつた	0点

▷②次に、ばらつきを標準化するために、各項目の得点および各因子に対応する4項目の合計得点を偏差値化した。図では、後者の偏差値を「カテゴリー偏差値」と表現している。

▷③最後に、8つのカテゴリー偏差値の単純合計を、各都市の「センシュアス度スコア」（以下、「センシュアス度」と表記）とした。

▷そのうえで、全体のランキングを概観する。

▶ 「東京都_千代田区、中央区」が総合トップ。

✓ センシュアス度のトップは、「東京都_千代田区、中央区」となった。「神奈川県_横浜市西区」、「東京都_豊島区」が続くが、偏差値の単純合計でも40以上の大差をつけている。

✓ グラングリーン大阪の先行まちびらきから間もない「大阪府_大阪市北区、福島区」が4位、「神奈川県_横浜市西区」に隣接する「神奈川県_横浜市中区」が5位、以下「東京都_渋谷区」、「東京都_港区」、「大阪府_大阪市中央区」が続くが、いずれも東京、神奈川（横浜）、大阪の、いわゆる中心エリアが上位を占める結果となった。トップテン内では、9位の「福岡県_福岡市博多区」が例外だが、これもまた中心エリアといえるだろう。天神のある「福岡県_福岡市中央区」も16位と高順位である。

✓ 10位台に目を移すと、「兵庫県_神戸市東灘区、灘区」が14位。旧居留地の所在する「兵庫県_神戸市中央区」（22位）を、若干ながら上回った。また、東京23区では、「東京都_世田谷区」、「東京都_文京区」のほか、いわゆる下町エリアを多く含む「東京都_荒川区」、「文京区」に隣接する「東京都_台東区」も入ってくる。実は、30位以内に東京都の各エリアがランクインしているが、唯一、23区以外の「東京都_立川市、昭島市」が20位。

✓ 東京都、大阪市、横浜市、名古屋市、福岡市、および神戸市以外の地方都市では、「宮崎県_宮崎市」（23位）、「長野県_松本市」（24位）、「滋賀県_大津市」（27位）が、比較的高い順位にある。

センシュアス・シティ ランキング		センシュアス度 スコア (偏差値合計値)	親密な 共同体	ひとりの 公共性	ロマンス	文化・娯楽	食文化	街の ライブ感	都市の リトリー	ウォーカブル
		偏差値	偏差値	偏差値	偏差値	偏差値	偏差値	偏差値	偏差値	偏差値
1	東京都_千代田区、中央区	630.5	85.6	78.7	86.6	82.4	83.8	78.6	62.8	72.0
2	神奈川県_横浜市西区	588.6	74.0	75.9	79.1	82.2	80.9	76.0	58.5	62.0
3	東京都_豊島区	551.8	68.3	77.4	74.4	78.0	63.0	77.3	44.7	68.8
4	大阪府_大阪市北区、福島区	551.0	55.4	66.3	80.7	68.7	76.6	73.9	59.2	70.0
5	神奈川県_横浜市中区	550.9	68.8	81.2	58.9	74.1	69.1	77.9	62.9	58.0
6	東京都_渋谷区	548.4	67.6	73.2	71.6	70.3	72.9	72.7	58.3	61.8
7	東京都_港区	532.8	60.8	66.7	70.2	67.0	75.2	75.8	62.3	54.7
8	大阪府_大阪市中央区	531.1	74.5	68.4	81.9	69.2	70.7	67.6	45.3	53.6
9	福岡県_福岡市博多区	529.2	63.0	67.6	70.1	70.7	73.6	67.9	47.7	68.8
10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	523.7	70.1	71.4	68.2	75.3	64.9	63.8	34.4	75.6
11	北海道_札幌市中央区	519.3	58.7	69.5	69.8	72.8	70.9	63.4	61.7	52.5
12	大阪府_大阪市西区	511.4	69.9	63.4	66.9	80.4	62.8	64.0	49.4	54.7
13	東京都_世田谷区	507.0	61.7	63.0	62.0	62.4	60.1	66.8	64.7	66.3
14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	499.0	58.4	60.9	58.2	62.0	64.4	67.7	61.2	66.2
15	東京都_文京区	493.6	53.0	71.5	60.2	62.8	56.4	61.8	54.5	73.4
16	福岡県_福岡市中央区	489.2	50.8	57.6	65.9	70.7	65.8	63.8	55.2	59.5
17	東京都_荒川区	485.4	62.7	65.2	67.0	59.8	51.2	60.4	49.4	69.6
18	東京都_台東区	485.3	60.1	70.0	66.8	58.7	56.8	73.7	44.1	55.0
19	愛知県_名古屋市中区、東区	484.8	57.6	60.6	65.3	73.0	66.9	71.2	38.8	51.3
20	東京都_立川市、昭島市	483.7	64.7	59.7	57.4	63.1	53.1	59.4	64.4	61.9
21	東京都_江東区	483.0	52.8	64.6	57.3	56.5	56.6	61.8	70.2	63.0
22	兵庫県_神戸市中央区	475.4	48.7	60.8	62.3	56.3	59.2	74.0	55.9	58.2
23	宮崎県_宮崎市	471.6	67.4	53.2	52.8	52.5	72.7	46.9	68.9	57.2
24	長野県_松本市	464.7	55.2	58.8	62.6	54.2	59.5	49.3	69.2	55.9
25	東京都_墨田区	462.7	53.6	64.6	56.1	56.9	58.1	64.6	51.5	57.2
26	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	458.4	52.6	67.7	60.4	56.2	63.6	60.4	44.8	52.7
27	滋賀県_大津市	447.7	62.2	58.8	58.4	52.2	56.3	49.9	61.4	48.6
28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	445.4	52.2	54.8	55.1	57.2	56.5	52.7	64.2	52.7
29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	440.5	56.7	53.2	57.6	57.8	49.4	57.6	52.1	56.1
30	東京都_目黒区	438.3	49.0	53.4	56.0	49.3	54.8	61.6	58.3	56.0
31	東京都_小平市	435.1	52.8	55.2	57.4	54.4	45.8	46.3	55.3	67.9
32	東京都_大田区	432.9	56.0	61.3	52.4	52.5	51.7	53.4	47.8	57.8
33	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	432.5	50.4	47.5	54.8	62.8	61.8	52.9	45.1	57.2
34	福岡県_福岡市東区	431.6	54.6	56.5	54.6	56.1	52.4	51.2	51.2	55.0
35	兵庫県_姫路市	431.0	65.6	59.0	54.1	45.2	53.9	49.8	54.2	49.1
36	石川県_金沢市	430.1	53.4	61.0	58.2	52.5	56.6	50.9	51.2	46.2
37	兵庫県_西宮市	427.9	46.8	49.9	46.2	55.2	56.2	54.5	60.4	58.7
38	大阪府_吹田市	427.4	50.5	48.8	59.9	53.0	49.6	52.7	53.3	59.5
39	東京都_武蔵野市	426.8	42.4	62.0	38.2	37.9	52.2	68.3	65.0	61.0
40	和歌山県_和歌山市	426.2	59.0	48.4	61.3	47.3	59.1	47.7	51.4	52.0
41	東京都_足立区	425.2	54.3	56.4	54.3	50.5	47.3	55.8	44.0	62.5
42	岐阜県_岐阜市	425.0	68.4	60.7	53.4	57.9	50.6	44.1	49.7	40.3
43	東京都_新宿区	424.3	47.3	62.5	54.7	47.5	55.5	65.0	42.7	49.2
44	東京都_品川区	422.5	43.3	58.7	51.2	45.7	45.8	61.6	50.1	66.1
45	福岡県_福岡市西区、早良区	422.1	47.5	46.9	48.1	56.3	54.3	51.2	54.2	63.5
46	東京都_調布市、狛江市	420.1	34.1	56.8	47.5	41.6	45.9	63.9	66.1	64.1
47	群馬県_高崎市	418.6	52.4	44.2	50.6	48.8	53.9	52.8	63.2	52.7
48	徳島県_徳島市	418.1	54.4	49.0	60.2	51.8	64.2	47.1	47.6	44.0
49	山形県_山形市	416.7	66.8	54.8	42.2	49.4	61.1	44.9	60.5	37.0
50	神奈川県_川崎市川崎区	416.3	44.4	49.7	51.7	52.8	49.7	60.9	44.2	63.0

③ センシュアス・シティ ランキング〈8指標別〉

本項では、8指標—センシュアス度を構成する8つの因子—別に、ランキングを確認する。

1) 親密な共同体

✓ 「岐阜県_岐阜市」や、「宮崎県_宮崎市」、「佐賀県_佐賀市」など、地方都市の上位ランクインが目立つが、「東京都_千代田区、中央区」がトップであり、「大阪府_大阪市中央区」が2位、「神奈川県_横浜市西区」が3位であり、大都市が上位を占める点については、全体と同じである。

✓ ただし、これら上位都市は、「近所の人にお裾分けをした・された」が相対的に低いことが特徴となっている。この項目の上位は、「佐賀県_佐賀市」、「山形県_山形市」などである。上位を占める大都市は、「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」、「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」など、少し“ライトな” コミュニケーションに関する項目の順位が高いことがわかる。

センシュアス・シティ ランキング 【親密な共同体】		カテゴリーカテゴリー偏差値	地域のボランティアやチャリティに参加した		馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった		店の人や他の客とおしゃべりながら買い物をした		近所の人にお裾分けをした・された		
順位	(参考) 全体順位		偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	
1	1	東京都_千代田区、中央区	85.6	80.8	1	85.1	1	82.5	1	58.1	31
2	8	大阪府_大阪市中央区	74.5	63.3	15	81.2	2	73.6	3	55.3	46
3	2	神奈川県_横浜市西区	74.0	68.7	8	73.4	7	79.1	2	50.7	74
4	10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	70.1	70.1	6	75.3	6	62.4	22	52.5	65
5	12	大阪府_大阪市西区	69.9	64.7	13	79.2	3	66.8	8	48.8	89
6	5	神奈川県_横浜市中区	68.8	53.9	53	76.3	5	69.1	6	57.2	33
7	42	岐阜県_岐阜市	68.4	79.5	2	53.8	39	64.6	13	57.2	33
8	3	東京都_豊島区	68.3	67.4	9	70.4	10	64.6	13	52.5	65
9	6	東京都_渋谷区	67.6	59.3	26	78.3	4	70.2	5	45.1	108
10	23	宮崎県_宮崎市	67.4	56.6	35	59.7	22	65.7	11	70.2	3
11	103	佐賀県_佐賀市	67.0	71.4	4	47.9	87	46.7	98	85.1	1
12	49	山形県_山形市	66.8	71.4	4	55.7	34	45.6	103	77.6	2
13	35	兵庫県_姫路市	65.6	70.1	6	54.8	35	64.6	13	57.2	33
14	100	福島県_いわき市	64.7	60.7	20	53.8	39	61.2	24	68.3	5
15	20	東京都_立川市、昭島市	64.7	59.3	26	53.8	39	63.5	18	67.4	7
16	61	愛知県_岡崎市	64.1	74.1	3	53.8	39	48.9	76	65.5	12
17	71	香川県_高松市	63.8	66.0	11	50.9	64	63.5	18	60.9	22
18	9	福岡県_福岡市博多区	63.0	63.3	15	68.5	11	60.1	29	46.9	101
19	17	東京都_荒川区	62.7	55.3	44	64.6	14	54.5	49	63.7	18
20	27	滋賀県_大津市	62.2	63.3	15	57.7	30	60.1	29	55.3	46
21	90	福井県_福井市	61.8	67.4	9	53.8	39	59.0	32	55.3	46
22	13	東京都_世田谷区	61.7	60.7	20	60.6	20	61.2	24	52.5	65
23	67	静岡県_静岡市	61.1	56.6	35	47.9	87	62.4	22	66.5	9
24	7	東京都_港区	60.8	49.9	76	72.4	8	56.8	39	53.4	57
25	18	東京都_台東区	60.1	58.0	31	63.6	15	59.0	32	49.7	79
26	87	山梨県_甲府市	60.0	60.7	20	52.8	50	50.0	66	66.5	9
27	40	和歌山县_和歌山市	59.0	53.9	53	56.7	33	60.1	29	56.2	40
28	11	北海道_札幌市中央区	58.7	55.3	44	63.6	15	66.8	8	40.4	136
29	104	愛知県_名古屋市中村区、北区、西区	58.4	59.3	26	51.8	57	57.9	36	56.2	40
30	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	58.4	55.3	44	63.6	15	66.8	8	39.5	144
31	120	大阪府_八尾市	58.2	41.8	131	52.8	50	63.5	18	66.5	9
32	19	愛知県_名古屋市中区、東区	57.6	51.2	66	68.5	11	64.6	13	38.6	148
33	82	東京都_その他	57.4	58.0	31	53.8	39	47.8	85	62.7	19
34	105	宮城県_仙台市泉区	56.9	55.3	44	44.0	113	56.8	39	64.6	16
35	29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	56.7	52.6	62	54.8	35	61.2	24	51.6	70
36	142	愛知県_豊田市	56.7	60.7	20	41.1	133	50.0	66	68.3	5
37	119	愛知県_豊橋市	56.3	55.3	44	49.9	73	44.5	114	69.2	4
38	125	広島県_福山市	56.3	62.0	18	46.9	94	48.9	76	60.9	22
39	79	愛知県_名古屋市熱田区、中川区、港区、南区	56.1	55.3	44	52.8	50	56.8	39	53.4	57
40	99	島根県_松江市	56.1	47.2	96	42.0	129	63.5	18	65.5	12
41	51	鳥取県_鳥取市	56.1	56.6	35	46.0	100	50.0	66	65.5	12
42	32	東京都_大田区	56.0	51.2	66	59.7	22	54.5	49	52.5	65
43	73	新潟県_新潟市	55.8	56.6	35	53.8	39	53.4	52	53.4	57
44	81	福岡県_北九州市	55.6	56.6	35	52.8	50	56.8	39	50.7	74
45	4	大阪府_大阪市北区、福島区	55.4	48.6	85	65.5	13	64.6	13	37.6	151
46	24	長野県_松本市	55.2	58.0	31	49.9	73	57.9	36	49.7	79
47	56	熊本県_熊本市	54.6	52.6	62	49.9	73	46.7	98	64.6	16
48	34	福岡県_福岡市東区	54.6	59.3	26	51.8	57	55.6	47	46.9	101
49	64	兵庫県_神戸市北区、西区	54.6	60.7	20	43.0	123	50.0	66	60.0	27
50	80	岡山県_岡山市	54.5	66.0	11	46.0	100	44.5	114	57.2	33

2)ひとりの公共性

✓ 「神奈川県_横浜市中区」がトップ。「お寺や神社にお参りをして手を合わせた」が相対的に低い「東京都_千代田区、中央区」を上回った。

✓ その「お寺や神社にお参りをして手を合わせた」のスコアが高い「京都府_京都市上京区、中京区、下京区」、「東京都_文京区」、「東京都_台東区」などが、全体値よりも順位を上げている。また、「銭湯で見知らぬ人たちと湯に浸かった」などが高い「青森県_八戸市」、「石川県_金沢市」といった地方都市が上位にランクインしていることも注目されよう。なお、「東京都_豊島区」も「銭湯で見知らぬ人たちと湯に浸かった」のスコアが高い。

▷ 説明が前後するが、今回、『ひとりの公共性』として設定した各項目は、「明確なコミュニケーションとはいえないが、他者の存在を念頭に置いた行為」として考えられている。誰かのために祈ること、積極的に関わらなくても他者同士のコミュニケーションを心地よく感じる行為などであり、他人と関わりたいのに関われない「孤独」とは異なる

▷ 事前の予備調査で、「お寺や神社にお参りをして手を合わせた」は、こうした『ひとりの公共性』に関わりが深いことが確認されたため、前回調査の考え方を踏襲するのであれば『親密な共同体』に入るべきところを、こちらの因子の構成要素としている。

順位	(参考) 全体順位	センチュアス・シティ ランキング 【ひとりの公共性】	カテゴリー 偏差値	お寺や神社にお参 りをして手を合せ た		カフェやレストランで 自分だけの時間を 楽しんだ		銭湯で見知らぬ人 たちと湯に浸かった		にぎわい広場や通 りで、思い思いに 過ごす人々をひと で眺めていた	
				偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位
1	5	神奈川県_横浜市中区	81.2	64.4	11	76.5	3	70.6	6	82.6	2
2	1	東京都_千代田区、中央区	78.7	58.0	34	79.4	2	65.6	10	83.5	1
3	3	東京都_豊島区	77.4	54.8	53	68.4	9	77.7	2	81.7	3
4	2	神奈川県_横浜市西区	75.9	58.0	34	80.1	1	66.6	8	73.3	5
5	6	東京都_渋谷区	73.2	66.8	7	73.5	5	56.5	34	73.3	5
6	15	東京都_文京区	71.5	76.3	2	69.8	7	47.4	93	71.5	7
7	10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	71.4	63.6	15	65.4	15	58.5	26	77.0	4
8	18	東京都_台東区	70.0	71.5	5	56.6	34	64.6	16	67.8	12
9	11	北海道_札幌市中央区	69.5	56.4	45	68.4	9	63.6	17	70.6	9
10	8	大阪府_大阪市中央区	68.4	62.8	19	66.9	13	54.4	46	71.5	7
11	26	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	67.7	80.3	1	60.3	26	51.4	58	61.3	23
12	9	福岡県_福岡市博多区	67.6	70.7	6	63.2	19	50.4	67	68.7	10
13	7	東京都_港区	66.7	58.0	34	69.1	8	57.5	30	65.9	14
14	4	大阪府_大阪市北区、福島区	66.3	55.6	51	68.4	9	57.5	30	67.8	12
15	17	東京都_荒川区	65.2	64.4	11	55.1	44	60.5	21	65.9	14
16	25	東京都_墨田区	64.6	57.2	39	61.0	25	65.6	10	60.4	24
17	21	東京都_江東区	64.6	57.2	39	75.0	4	51.4	58	60.4	24
18	12	大阪府_大阪市西区	63.4	58.0	34	67.6	12	54.4	46	60.4	24
19	13	東京都_世田谷区	63.0	58.8	27	64.7	17	55.5	39	60.4	24
20	43	東京都_新宿区	62.5	54.8	53	66.9	13	56.5	34	59.5	28
21	39	東京都_武蔵野市	62.0	58.8	27	72.0	6	40.3	147	65.0	17
22	68	青森県_八戸市	61.5	48.4	87	41.8	128	97.0	1	47.4	80
23	32	東京都_大田区	61.3	59.6	26	56.6	34	58.5	26	59.5	28
24	36	石川県_金沢市	61.0	57.2	39	48.5	79	74.7	3	53.0	50
25	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	60.9	46.0	104	61.7	22	65.6	10	59.5	28
26	22	兵庫県_神戸市中央区	60.8	58.8	27	55.8	40	49.4	76	68.7	10
27	42	岐阜県_岐阜市	60.7	60.4	22	54.4	46	63.6	17	53.9	45
28	19	愛知県_名古屋市中区、東区	60.6	58.0	34	58.8	30	49.4	76	65.9	14
29	59	京都府_京都市右京区、北区、西京区	60.5	74.7	4	55.8	40	46.3	101	54.8	41
30	20	東京都_立川市、昭島市	59.7	46.0	104	64.7	17	55.5	39	63.2	18
31	35	兵庫県_姫路市	59.0	60.4	22	56.6	34	55.5	39	54.8	41
32	24	長野県_松本市	58.8	75.5	3	54.4	46	48.4	84	48.4	70
33	27	滋賀県_大津市	58.8	66.0	8	55.8	40	55.5	39	49.3	63
34	44	東京都_品川区	58.7	62.8	19	52.9	55	47.4	93	63.2	18
35	92	愛知県_一宮市	57.9	58.8	27	63.2	19	53.4	52	48.4	70
36	16	福岡県_福岡市中央区	57.6	54.8	53	53.6	54	51.4	58	63.2	18
37	46	東京都_調布市、狛江市	56.8	63.6	15	58.8	30	42.3	133	55.8	37
38	34	福岡県_福岡市東区	56.5	49.2	81	54.4	46	59.5	24	56.7	34
39	61	愛知県_岡崎市	56.4	61.2	21	51.4	65	58.5	26	48.4	70
40	41	東京都_足立区	56.4	52.4	61	54.4	46	50.4	67	62.2	21
41	31	東京都_小平市	55.2	44.4	117	65.4	15	46.3	101	59.5	28
42	28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	54.8	46.8	97	55.8	40	53.4	52	58.5	32
43	99	島根県_松江市	54.8	64.4	11	44.8	108	62.5	19	42.8	127
44	49	山形県_山形市	54.8	56.4	45	42.6	124	72.7	4	42.8	127
45	54	東京都_杉並区	54.4	52.4	61	61.7	22	43.3	126	55.8	37
46	85	長野県_長野市	54.2	66.0	8	41.1	132	65.6	10	40.0	150
47	52	富山県_富山市	53.9	45.2	113	43.3	118	67.6	7	55.8	37
48	30	東京都_目黒区	53.4	46.8	97	59.5	28	47.4	93	56.7	34
49	55	京都府_京都市東山区、山科区	53.4	64.4	11	39.6	148	62.5	19	43.7	116
50	23	宮崎県_宮崎市	53.2	58.8	27	44.0	114	58.5	26	48.4	70

3) ロマンス

- ✓ 「東京都_千代田区、中央区」がトップ。全項目が高水準である。
- ✓ 2位の「大阪府_大阪市中央区」も、「路上でキスした」がトップであるなど、全項目が高水準。全体値8位から順位を上げている。
- ✓ 全般に、大都市の中心部が上位を占めるジャンルである。地方都市で目立つのは、「配偶者や恋人と外出して誕生日や記念日を祝った」が高い「長野県_松本市」や「和歌山県_和歌山市」、「デートをした」が高い「大阪府_八尾市」などにとどまる。

センシュアス・シティ ランキング 【ロマンス】			カテゴリ 偏差値	デートをした		路上でキスした		素敵な人に見と れた		配偶者や恋人と 外出して誕生日 や記念日を祝っ た	
順位	(参考) 全国順位			偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位
1	1	東京都_千代田区、中央区	86.6	77.7	1	84.4	3	87.1	1	76.3	2
2	8	大阪府_大阪市中央区	81.9	74.6	4	86.0	1	77.0	5	71.6	5
3	4	大阪府_大阪市北区、福島区	80.7	77.7	1	69.9	7	81.4	3	76.3	2
4	2	神奈川県_横浜市西区	79.1	67.5	14	73.1	5	75.8	6	83.4	1
5	3	東京都_豊島区	74.4	69.6	8	82.8	4	72.5	8	58.7	27
6	6	東京都_渋谷区	71.6	62.5	20	66.7	11	82.6	2	62.3	17
7	7	東京都_港区	70.2	69.6	8	57.0	29	78.1	4	64.6	11
8	9	福岡県_福岡市博多区	70.1	77.7	1	63.5	15	72.5	8	55.2	42
9	11	北海道_札幌市中央区	69.8	70.6	7	71.5	6	59.0	21	67.0	7
10	10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	68.2	59.4	25	86.0	1	73.6	7	43.5	123
11	17	東京都_荒川区	67.0	73.6	5	60.3	20	65.7	14	58.7	27
12	12	大阪府_大阪市西区	66.9	64.5	18	69.9	7	61.3	17	62.3	17
13	18	東京都_台東区	66.8	68.5	12	68.3	9	69.1	10	51.7	67
14	16	福岡県_福岡市中央区	65.9	68.5	12	60.3	20	68.0	11	57.6	33
15	19	愛知県_名古屋市中区、東区	65.3	66.5	15	65.1	12	68.0	11	52.9	57
16	24	長野県_松本市	62.6	58.4	29	55.4	34	57.9	28	71.6	5
17	22	兵庫県_神戸市中央区	62.3	69.6	8	50.6	63	68.0	11	54.1	49
18	13	東京都_世田谷区	62.0	55.3	40	60.3	20	65.7	14	59.9	23
19	120	大阪府_八尾市	61.7	71.6	6	50.6	63	52.3	51	65.8	8
20	40	和歌山県_和歌山市	61.3	56.4	36	50.6	63	59.0	21	72.8	4
21	26	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	60.4	62.5	20	52.2	53	63.5	16	57.6	33
22	15	東京都_文京区	60.2	63.5	19	49.0	75	59.0	21	63.4	15
23	48	徳島県_徳島市	60.2	66.5	15	61.9	16	50.0	69	56.4	38
24	38	大阪府_吹田市	59.9	59.4	25	55.4	34	55.6	34	63.4	15
25	55	京都府_京都市東山区、山科区	59.5	56.4	36	60.3	20	50.0	69	65.8	8
26	5	神奈川県_横浜市中区	58.9	69.6	8	52.2	53	47.8	87	61.1	19
27	27	滋賀県_大津市	58.4	58.4	29	53.8	45	55.6	34	61.1	19
28	36	石川県_金沢市	58.2	56.4	36	58.6	24	55.6	34	57.6	33
29	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	58.2	58.4	29	58.6	24	50.0	69	61.1	19
30	71	香川県_高松市	58.1	54.3	44	55.4	34	53.4	43	64.6	11
31	61	愛知県_岡崎市	57.9	44.2	120	65.1	12	59.0	21	58.7	27
32	108	福島県_郡山市	57.7	61.4	22	45.8	103	54.5	40	64.6	11
33	29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	57.6	52.3	53	53.8	45	60.1	19	59.9	23
34	20	東京都_立川市、昭島市	57.4	61.4	22	55.4	34	53.4	43	55.2	42
35	31	東京都_小平市	57.4	46.2	101	68.3	9	59.0	21	51.7	67
36	21	東京都_江東区	57.3	56.4	36	55.4	34	52.3	51	61.1	19
37	25	東京都_墨田区	56.1	49.3	74	61.9	16	54.5	40	55.2	42
38	30	東京都_目黒区	56.0	57.4	34	52.2	53	56.8	31	54.1	49
39	83	京都府_京都市南区、伏見区	55.5	65.5	17	45.8	103	48.9	78	58.7	27
40	79	愛知県_名古屋市熱田区、中川区、港区、南区	55.3	54.3	44	53.8	45	51.2	63	58.7	27
41	28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	55.1	55.3	40	65.1	12	48.9	78	48.2	95
42	33	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	54.8	50.3	62	58.6	24	53.4	43	54.1	49
43	43	東京都_新宿区	54.7	53.3	48	47.4	86	61.3	17	54.1	49
44	34	福岡県_福岡市東区	54.6	57.4	34	57.0	29	57.9	28	43.5	123
45	91	栃木県_宇都宮市	54.5	59.4	25	47.4	86	52.3	51	56.4	38
46	41	東京都_足立区	54.3	51.3	57	61.9	16	53.4	43	48.2	95
47	35	兵庫県_姫路市	54.1	53.3	48	52.2	53	52.3	51	56.4	38
48	100	福島県_いわき市	53.5	58.4	29	58.6	24	45.5	101	49.4	86
49	56	熊本県_熊本市	53.4	55.3	40	47.4	86	43.3	116	65.8	8
50	42	岐阜県_岐阜市	53.4	49.3	74	53.8	45	53.4	43	55.2	42

4) 文化・娯楽

✓ ここでも大都市圏が強い。「東京都_千代田区、中央区」、「神奈川県_横浜市西区」が1位、2位である。

✓ その大都市圏の中で、全体値とは異なる順位変動がある点が面白いところだろう。「コンサートや演劇、演芸などライブパフォーマンスに感動した」が高い、「大阪府_大阪市西区」や「愛知県_名古屋市中区、東区」、「地元のプロスポーツチームの試合をみんなで応援した」が高い「広島県_広島市佐伯区、安芸区」、「広島県_広島市中区、東区、南区、西区」などの広島勢が順位を上げている。

センシュアス・シティ ランキング 【文化・娯楽】		カテゴリ 偏差値	コンサートや演劇、演芸などライブパフォーマンスに感動した		美術館や博物館の展覧会で知的な刺激を受けた		地元のプロスポーツチームの試合をみんなで応援した		ネット上の趣味のコミュニティのオフ会に参加した		
順位	(参考) 全体順位		偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	
1	1	東京都_千代田区、中央区	82.4	77.7	4	82.6	1	66.9	8	81.9	1
2	2	神奈川県_横浜市西区	82.2	80.6	3	63.0	19	88.6	1	76.2	4
3	12	大阪府_大阪市西区	80.4	84.4	1	67.7	12	76.9	5	73.4	6
4	3	東京都_豊島区	78.0	74.8	7	82.6	1	57.9	32	79.1	3
5	10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	75.3	69.0	12	73.3	6	62.4	15	80.5	2
6	5	神奈川県_横浜市中区	74.1	70.9	9	64.9	16	77.8	4	67.7	10
7	19	愛知県_名古屋市中区、東区	73.0	82.5	2	61.1	21	63.3	12	70.5	7
8	11	北海道_札幌市中央区	72.8	71.9	8	65.8	15	74.2	6	64.9	12
9	9	福岡県_福岡市博多区	70.7	69.0	12	70.5	10	62.4	15	67.7	10
10	16	福岡県_福岡市中央区	70.7	70.0	10	74.2	5	63.3	12	62.0	20
11	6	東京都_渋谷区	70.3	67.1	14	75.1	4	57.0	34	69.1	9
12	8	大阪府_大阪市中央区	69.2	66.1	15	64.9	16	58.8	27	74.8	5
13	4	大阪府_大阪市北区、福島区	68.7	77.7	4	66.7	13	55.2	41	63.5	17
14	58	広島県_広島市佐伯区、安芸区	67.3	55.6	32	59.3	26	88.6	1	54.9	42
15	7	東京都_港区	67.0	65.2	17	77.0	3	51.6	61	63.5	17
16	20	東京都_立川市、昭島市	63.1	70.0	10	54.6	39	58.8	27	60.6	21
17	61	愛知県_岡崎市	62.9	57.5	25	60.2	22	55.2	41	70.5	7
18	33	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	62.8	51.7	55	56.5	34	78.7	3	56.4	33
19	15	東京都_文京区	62.8	66.1	15	71.4	8	50.7	67	54.9	42
20	13	東京都_世田谷区	62.4	58.4	23	64.9	16	53.4	50	64.9	12
21	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	62.0	57.5	25	66.7	13	59.7	23	56.4	33
22	55	京都府_京都市東山区、山科区	61.4	76.7	6	62.1	20	46.2	97	53.5	52
23	65	兵庫県_神戸市兵庫区、長田区	60.2	62.3	18	57.4	29	57.0	34	57.8	29
24	17	東京都_荒川区	59.8	58.4	23	54.6	39	55.2	41	64.9	12
25	18	東京都_台東区	58.7	53.6	39	73.3	6	46.2	97	56.4	33
26	42	岐阜県_岐阜市	57.9	52.7	49	53.7	47	55.2	41	64.9	12
27	29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	57.8	61.3	19	54.6	39	52.5	55	57.8	29
28	60	愛知県_名古屋市守山区、名東区	57.3	60.4	21	52.7	52	60.6	22	50.7	66
29	28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	57.2	50.7	62	49.9	67	58.8	27	64.9	12
30	25	東京都_墨田区	56.9	53.6	39	53.7	47	52.5	55	63.5	17
31	21	東京都_江東区	56.5	53.6	39	60.2	22	48.9	76	59.2	26
32	45	福岡県_福岡市西区、早良区	56.3	55.6	32	57.4	29	63.3	12	45.0	104
33	22	兵庫県_神戸市中央区	56.3	57.5	25	60.2	22	57.0	34	46.4	90
34	26	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	56.2	61.3	19	69.5	11	43.5	116	46.4	90
35	34	福岡県_福岡市東区	56.1	54.6	35	49.9	67	62.4	15	53.5	52
36	57	宮城県_仙台市青葉区、宮城野区、若林区	55.9	53.6	39	49.0	75	62.4	15	54.9	42
37	37	兵庫県_西宮市	55.2	47.9	85	54.6	39	61.5	21	53.5	52
38	31	東京都_小平市	54.4	47.9	85	54.6	39	51.6	61	60.6	21
39	100	福島県_いわき市	54.3	53.6	39	53.7	47	48.0	82	59.2	26
40	73	新潟県_新潟市	54.3	51.7	55	50.9	60	59.7	23	52.1	60
41	82	東京都_その他	54.2	54.6	35	49.0	75	54.3	48	56.4	33
42	24	長野県_松本市	54.2	53.6	39	57.4	29	55.2	41	47.9	83
43	84	北海道_旭川市	53.9	52.7	49	41.6	132	59.7	23	59.2	26
44	74	埼玉県_さいたま市西区、北区、大宮区、見沼区	53.7	53.6	39	54.6	39	53.4	50	50.7	66
45	110	北海道_札幌市北区、東区	53.6	49.8	68	47.1	91	58.8	27	56.4	33
46	104	愛知県_名古屋市中村区、北区、西区	53.4	50.7	62	55.5	36	48.9	76	56.4	33
47	79	愛知県_名古屋市熱田区、中川区、港区、南区	53.0	56.5	29	49.0	75	55.2	41	49.3	73
48	38	大阪府_吹田市	53.0	54.6	35	43.4	123	57.0	34	54.9	42
49	50	神奈川県_川崎市川崎区	52.8	60.4	21	46.2	100	48.0	82	54.9	42
50	91	栃木県_宇都宮市	52.6	50.7	62	49.0	75	59.7	23	49.3	73

5) 食文化

✓ 全体値と比べて、「東京都_豊島区」が順位を落とし、「宮崎県_宮崎市」、「愛知県_名古屋市中区、東区」が順位を上げている以外、大都市圏が強い傾向に変化はない。「東京都_千代田区、中央区」、「神奈川県_横浜市西区」が1位、2位である。

✓ そうした中で、「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」が高い地方都市が上位に食い込んでいるのが目につく。「宮崎県_宮崎市」(7位)がその代表である。ほかにも、「徳島県_徳島市」、「鳥取県_鳥取市」、「福井県_福井市」、「新潟県_新潟市」、「山形県_山形市」などが20位台前半までにランクインしている。

センシュアス・シティ ランキング 【食文化】		カテゴリ 偏差値	庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ	ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した		地元産の食材や郷土料理を楽しんだ	地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ
順位	(参考) 全体順位			偏差値	順位		
1	1 東京都_千代田区、中央区	83.8	79.5	3	88.4	1	62.1
2	2 神奈川県_横浜市西区	80.9	70.4	8	86.0	2	60.7
3	4 大阪府_大阪市北区、福島区	76.6	81.8	2	75.5	6	58.5
4	7 東京都_港区	75.2	74.2	4	85.2	4	50.8
5	9 福岡県_福岡市博多区	73.6	72.6	6	64.2	13	69.1
6	6 東京都_渋谷区	72.9	71.1	7	86.0	2	50.1
7	23 宮崎県_宮崎市	72.7	70.4	8	61.7	21	76.9
8	11 北海道_札幌市中央区	70.9	65.0	14	60.9	22	69.8
9	8 大阪府_大阪市中央区	70.7	62.8	17	80.3	5	55.7
10	5 神奈川県_横浜市中区	69.1	83.3	1	63.4	16	56.4
11	19 愛知県_名古屋市中区、東区	66.9	68.8	10	64.2	13	54.3
12	16 福岡県_福岡市中央区	65.8	67.3	12	65.8	11	62.8
13	10 大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	64.9	73.4	5	69.8	7	50.8
14	14 兵庫県_神戸市東灘区、灘区	64.4	61.2	21	62.5	19	50.8
15	48 徳島県_徳島市	64.2	59.0	27	54.5	35	69.8
16	26 京都府_京都市上京区、中京区、下京区	63.6	65.8	13	60.9	22	53.6
17	3 東京都_豊島区	63.0	68.8	10	68.2	9	45.8
18	12 大阪府_大阪市西区	62.8	60.5	25	69.8	7	50.8
19	33 広島県_広島市中区、東区、南区、西区	61.8	58.2	29	60.1	26	62.1
20	51 鳥取県_鳥取市	61.7	55.9	35	47.2	86	71.9
21	90 福井県_福井市	61.6	54.4	40	52.9	38	66.3
22	73 新潟県_新潟市	61.3	52.9	47	52.0	47	67.7
23	49 山形県_山形市	61.1	59.0	27	39.1	154	72.7
24	13 東京都_世田谷区	60.1	61.2	21	63.4	16	50.1
25	68 青森県_八戸市	59.6	57.4	32	51.2	53	64.2
26	24 長野県_松本市	59.5	54.4	40	52.9	38	69.1
27	22 兵庫県_神戸市中央区	59.2	61.2	21	53.7	36	54.3
28	40 和歌山県_和歌山市	59.1	55.9	35	49.6	68	67.0
29	25 東京都_墨田区	58.1	65.0	14	63.4	16	44.4
30	116 福岡県_久留米市	58.1	62.8	17	50.4	59	57.1
31	123 岩手県_盛岡市	57.0	48.3	85	42.4	132	64.2
32	148 高知県_高知市	57.0	52.1	57	46.4	99	75.5
33	18 東京都_台東区	56.8	62.8	17	66.6	10	46.5
34	85 長野県_長野市	56.7	52.1	57	50.4	59	65.6
35	21 東京都_江東区	56.6	58.2	29	62.5	19	43.7
36	138 沖縄県_那覇市	56.6	53.6	46	43.2	124	66.3
37	36 石川県_金沢市	56.6	49.1	80	52.9	38	63.5
38	101 秋田県_秋田市	56.6	47.6	92	46.4	99	64.2
39	28 神奈川県_横浜市港北区、緑区	56.5	51.4	65	57.7	29	50.1
40	15 東京都_文京区	56.4	63.5	16	64.2	13	43.0
41	27 滋賀県_大津市	56.3	52.1	57	60.1	26	55.7
42	37 兵庫県_西宮市	56.2	55.9	35	60.9	22	52.2
43	57 宮城県_仙台市青葉区、宮城野区、若林区	55.8	52.9	47	50.4	59	60.7
44	43 東京都_新宿区	55.5	62.0	20	60.9	22	40.2
45	56 熊本県_熊本市	54.9	52.9	47	52.0	47	63.5
46	30 東京都_目黒区	54.8	56.7	34	65.0	12	38.1
47	67 静岡県_静岡市	54.5	51.4	65	50.4	59	57.8
48	45 福岡県_福岡市西区、早良区	54.3	55.2	39	52.9	38	53.6
49	52 富山県_富山市	54.1	45.3	107	50.4	59	59.2
50	115 宮城県_仙台市太白区	54.0	49.8	75	45.6	109	62.8

6) 街のライブ感

✓ 「東京都_千代田区、中央区」がトップであるが、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」が若干低いなど、他のジャンルほど圧倒的ではない。僅差のトップである。「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」が高い「神奈川県_横浜市中区」が2位。そのほか、上位にランクされた「兵庫県_神戸市中央区」や「東京都_台東区」、「愛知県_名古屋市中区、東区」などは、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」が高いのが共通している。

✓ なお、吉祥寺を擁する「東京都_武蔵野市」が、全体値比、順位を上げているのも目につく。4項目全般にスコアが高いが、特に「街の風景をゆっくり眺めた」、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」などが相対的に高い。

順位	(学年) 全休験	センシュアス・シティ ランキング 【街のライブ感】	カテゴリ 偏差値	街の風景をゆっくり眺めた		公園や路上で演 奏やパフォーマンス している人を見た		活気ある街の喧騒 を心地よく感じた		商店街や飲食店 から美味しい匂 いが漂ってきた	
				偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位
1	1	東京都_千代田区、中央区	78.6	83.2	1	67.5	13	80.5	2	72.9	5
2	5	神奈川県_横浜市中区	77.9	74.1	7	75.7	7	81.8	1	69.8	9
3	3	東京都_豊島区	77.3	65.9	11	80.8	2	76.8	5	75.9	2
4	2	神奈川県_横浜市西区	76.0	74.9	3	79.5	3	66.7	13	73.5	3
5	7	東京都_港区	75.8	77.4	2	64.3	16	78.7	3	73.5	3
6	22	兵庫県_神戸市中央区	74.0	74.9	3	77.6	5	66.7	13	68.0	12
7	4	大阪府_大阪市北区、福島区	73.9	64.2	16	68.1	10	78.0	4	76.5	1
8	18	東京都_台東区	73.7	61.8	19	78.9	4	76.2	6	69.2	11
9	6	東京都_渋谷区	72.7	69.2	10	70.7	9	72.4	7	70.4	8
10	19	愛知県_名古屋市中区、東区	71.2	56.8	35	76.4	6	72.4	7	71.6	6
11	39	東京都_武蔵野市	68.3	74.9	3	65.0	15	63.6	18	63.1	21
12	9	福岡県_福岡市博多区	67.9	65.1	12	67.5	13	69.3	10	63.1	21
13	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	67.7	74.9	3	54.8	41	63.6	18	71.0	7
14	8	大阪府_大阪市中央区	67.6	61.0	20	68.1	10	69.9	9	65.0	19
15	13	東京都_世田谷区	66.8	70.8	8	60.5	24	68.0	12	61.9	25
16	43	東京都_新宿区	65.0	61.0	20	61.1	23	66.1	15	66.2	18
17	25	東京都_墨田区	64.6	65.1	12	63.7	18	64.9	17	59.5	30
18	12	大阪府_大阪市西区	64.0	56.8	35	63.1	19	63.0	20	68.0	12
19	46	東京都_調布市、狛江市	63.9	60.1	26	71.9	8	58.0	30	60.7	27
20	16	福岡県_福岡市中央区	63.8	54.4	48	57.3	30	68.6	11	69.8	9
21	10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	63.8	56.0	37	63.1	19	66.1	15	65.0	19
22	11	北海道_札幌市中央区	63.4	62.6	18	62.4	21	62.4	22	61.3	26
23	21	東京都_江東区	61.8	70.8	8	54.2	43	57.3	31	60.7	27
24	15	東京都_文京区	61.8	65.1	12	52.9	46	61.7	23	63.1	21
25	44	東京都_品川区	61.6	61.0	20	51.6	53	61.7	23	68.0	12
26	30	東京都_目黒区	61.6	65.1	12	49.7	68	59.8	28	67.4	17
27	121	東京都_三鷹市	60.9	61.0	20	64.3	16	56.1	35	58.3	32
28	50	神奈川県_川崎市川崎区	60.9	46.1	101	83.3	1	56.1	35	54.0	44
29	54	東京都_杉並区	60.6	55.2	44	59.9	26	60.5	26	63.1	21
30	26	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	60.4	57.7	31	54.8	41	57.3	31	68.0	12
31	17	東京都_荒川区	60.4	58.5	28	57.3	30	63.0	20	58.9	31
32	20	東京都_立川市、昭島市	59.4	56.0	37	61.8	22	60.5	26	55.8	37
33	70	東京都_中野区	58.2	53.6	50	57.3	30	61.7	23	57.0	35
34	29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	57.6	57.7	31	60.5	24	56.1	35	53.4	45
35	65	兵庫県_神戸市兵庫区、長田区	57.3	56.0	37	68.1	10	49.8	61	52.8	49
36	78	東京都_北区	56.9	58.5	28	54.2	43	54.2	45	58.3	32
37	134	神奈川県_川崎市幸区、中原区	56.7	40.4	139	59.9	26	56.1	35	68.0	12
38	41	東京都_足立区	55.8	54.4	48	49.7	68	58.6	29	58.3	32
39	72	神奈川県_横浜市青葉区、都筑区	55.6	64.2	16	52.3	49	54.8	42	49.1	76
40	76	大阪府_枚方市	54.6	56.0	37	58.6	28	49.8	61	52.2	52
41	37	兵庫県_西宮市	54.5	61.0	20	47.2	84	53.0	48	55.2	39
42	57	宮城県_仙台市青葉区、宮城野区、若林区	53.9	53.6	50	56.1	35	53.0	48	51.6	55
43	127	千葉県_千葉市中央区	53.7	52.7	57	56.7	33	51.1	56	52.8	49
44	32	東京都_大田区	53.4	52.7	57	51.6	53	51.7	54	56.4	36
45	77	神奈川県_川崎市高津区、宮前区	52.9	51.9	61	52.9	46	53.6	46	52.2	52
46	33	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	52.9	51.1	66	51.6	53	56.7	33	50.9	63
47	47	群馬県_高崎市	52.8	56.0	37	56.7	33	46.7	89	50.9	63
48	38	大阪府_吹田市	52.7	57.7	31	47.2	84	53.6	46	51.6	55
49	107	大阪府_大阪市阿倍野区、住吉区、住之江区、西城区	52.7	44.5	116	53.5	45	51.7	54	60.1	29
50	53	兵庫県_神戸市須磨区、垂水区	52.7	53.6	50	50.4	61	56.7	33	49.1	76

7) 都市のリトリート

✓ 都市のリトリートに関する4項目については、他のジャンルとは様相が大きく異なる。トップは「東京都_日野市、多摩市、稻城市」であり、「東京都_江東区」、「長野県_松本市」が続く。それぞれ、「木陰で気持ちよい風にふかれた」、「公園や水辺で緑や水に直接ふれた」、「きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた」が1位である。

✓ 他ジャンルで抜群の強さをみせる「東京都_千代田区、中央区」は20位。全体2位の「神奈川県_横浜市西区」も36位にとどまっている。しかし、これは一概に、自然や緑が少ないとことではない点に注意が必要だろう。大都市、しかも中心部に所在する都市は、総じて「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」が低いことが、ランクを下げた要因となっているようだ。例えば、「東京都_千代田区、中央区」の「公園や水辺で緑や水に直接ふれた」は3位、「東京都_港区」の「木陰で気持ちよい風にふかれた」は4位に入っている。

センシュアス・シティ ランキング 【都市のリトリート】		カテゴリ 偏差値	木陰で気持ちよい 風にふかれた		公園や水辺で緑 や水に直接ふれた		きれいな青空や夕 焼けをしばらく眺め た		小鳥のさえずりや 虫の音に耳を澄ま せた		
順位	(参考) 全休憩回数		偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	
1	94	東京都_日野市、多摩市、稻城市	76.4	79.6	1	70.7	3	67.3	4	72.3	4
2	21	東京都_江東区	70.2	73.3	3	78.4	1	63.4	13	54.0	51
3	24	長野県_松本市	69.2	67.1	6	61.1	24	73.3	1	63.8	17
4	23	宮崎県_宮崎市	68.9	64.4	15	65.9	8	72.3	3	61.9	21
5	72	神奈川県_横浜市青葉区、都筑区	68.7	67.1	6	68.8	7	59.4	30	68.4	8
6	118	東京都_東村山市、東久留米市、青梅市	66.7	65.3	12	59.2	31	59.4	30	73.0	3
7	109	千葉県_千葉市若葉区、緑区	66.2	63.5	16	57.3	39	63.4	13	71.0	6
8	46	東京都_調布市、狛江市	66.1	62.6	19	62.1	20	66.3	6	63.8	17
9	52	富山県_富山市	66.1	58.2	33	62.1	20	73.3	1	61.2	26
10	51	鳥取県_鳥取市	65.1	58.2	33	64.0	15	67.3	4	61.9	21
11	39	東京都_武蔵野市	65.0	76.0	2	72.6	2	48.4	90	54.0	51
12	146	東京都_町田市	64.7	54.6	47	64.0	15	57.4	40	74.3	1
13	13	東京都_世田谷区	64.7	67.1	6	65.0	12	61.4	21	56.6	38
14	20	東京都_立川市、昭島市	64.4	60.9	23	65.0	12	61.4	21	61.9	21
15	28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	64.2	60.9	23	64.0	15	62.4	17	61.2	26
16	95	東京都_国立市、国分寺市、小金井市	63.6	69.8	5	65.0	12	54.4	55	57.3	35
17	145	茨城県_水戸市	63.3	58.2	33	60.2	27	61.4	21	65.8	12
18	47	群馬県_高崎市	63.2	65.3	12	62.1	20	62.4	17	55.3	45
19	5	神奈川県_横浜市中区	62.9	65.3	12	65.9	8	61.4	21	51.4	65
20	1	東京都_千代田区、中央区	62.8	63.5	16	70.7	3	65.3	11	44.2	120
21	7	東京都_港区	62.3	71.6	4	64.0	15	58.4	35	48.1	87
22	122	福島県_福島市	62.2	53.7	55	56.4	42	64.3	12	67.1	11
23	69	京都府_京都市左京区	62.1	61.8	21	65.9	8	60.4	28	53.4	56
24	123	岩手県_盛岡市	62.1	57.3	38	48.7	90	66.3	6	69.0	7
25	64	兵庫県_神戸市北区、西区	62.0	57.3	38	50.6	77	61.4	21	71.7	5
26	11	北海道_札幌市中央区	61.7	66.2	10	69.8	5	54.4	55	49.4	78
27	27	滋賀県_大津市	61.4	60.0	27	61.1	24	60.4	28	57.3	35
28	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	61.2	60.9	23	58.3	36	66.3	6	52.7	58
29	130	神奈川県_川崎市多摩区、麻生区	60.9	58.2	33	55.4	46	62.4	17	61.2	26
30	49	山形県_山形市	60.5	53.7	55	54.4	50	63.4	13	64.5	15
31	105	宮城県_仙台市泉区	60.5	46.6	101	48.7	90	66.3	6	74.3	1
32	37	兵庫県_西宮市	60.4	59.1	30	58.3	36	63.4	13	54.7	49
33	98	神奈川県_横浜市保土ヶ谷区、旭区、泉区、瀬谷区	59.9	58.2	33	50.6	77	57.4	40	67.7	9
34	93	神奈川県_横浜市港南区、磯子区、金沢区	59.5	53.7	55	53.5	57	57.4	40	67.7	9
35	4	大阪府_大阪市北区、福島区	59.2	61.8	21	69.8	5	56.4	47	43.5	126
36	2	神奈川県_横浜市西区	58.5	63.5	16	59.2	31	57.4	40	48.8	81
37	115	宮城県_仙台市太白区	58.3	49.3	82	47.7	97	66.3	6	65.1	14
38	30	東京都_目黒区	58.3	62.6	19	61.1	24	58.4	35	46.2	106
39	6	東京都_渋谷区	58.3	67.1	6	59.2	31	52.4	66	49.4	78
40	96	北海道_札幌市豊平区、清田区、南区	58.1	59.1	30	52.5	62	59.4	30	56.6	38
41	164	山口県_山口市	57.8	54.6	47	46.8	103	61.4	21	63.8	17
42	85	長野県_長野市	57.7	57.3	38	53.5	57	54.4	55	61.2	26
43	151	東京都_八王子市	57.5	53.7	55	56.4	42	56.4	47	59.2	31
44	121	東京都_三鷹市	56.3	56.4	42	65.9	8	48.4	90	50.7	72
45	60	愛知県_名古屋市守山区、名東区	56.0	53.7	55	58.3	36	58.4	35	50.1	74
46	22	兵庫県_神戸市中央区	55.9	60.0	27	60.2	27	54.4	55	45.5	108
47	54	東京都_杉並区	55.8	60.9	23	53.5	57	55.4	50	50.1	74
48	150	大阪府_高槻市	55.5	54.6	47	62.1	20	49.4	82	52.7	58
49	31	東京都_小平市	55.3	66.2	10	56.4	42	51.4	73	44.2	120
50	62	神奈川県_横須賀市	55.3	48.4	90	46.8	103	58.4	35	64.5	15

8) ウォーカブル

- ✓ 「大阪府_大阪市天王寺区、浪速区」がトップである。「通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた」以外のスコアがいずれも高水準である。2位は「東京都_文京区」、3位は「東京都_千代田区、中央区」となった。「東京都_千代田区、中央区」は、「遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた」、「路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ」はトップだが、「道端でくつろぐ猫を見かけた」の144位が足を引っ張った格好だ。
- ✓ 地方都市で注目されるのは、「沖縄県_那覇市」(6位)である。これは「道端でくつろぐ猫を見かけた」が1位であることが大きい。なお、順位が51位以下のため掲載はしないが、同2位、3位は、「長崎県_長崎市」、「長崎県_佐世保市」の長崎県勢である。
- ✓ 指摘したいのが、「路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ」の“大都市性”である。この項目順位と全体順位との相関係数は0.75あるのに対し、「道端でくつろぐ猫を見かけた」は0.03であり、ほぼ無相関。大都市圏に所在する都市の中でも、必ずしも中心部に位置しない都市が上位にランクインするのは、そうした理由も大きいようだ。

センシュアス・シティ ランキング 【ウォーカブル】		カテゴリー 偏差値	通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた		遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた		路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ		道端でくつろぐ猫を見かけた		
順位	(参考) 全体順位		偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	
1	10	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	75.6	55.8	50	70.0	5	74.2	4	65.9	8
2	15	東京都_文京区	73.4	64.3	12	75.2	2	66.0	15	54.7	48
3	1	東京都_千代田区、中央区	72.0	50.4	84	76.7	1	89.7	1	40.0	144
4	78	東京都_北区	71.9	67.4	3	63.4	20	57.8	27	67.7	4
5	4	大阪府_大阪市北区、福島区	70.0	58.1	37	69.3	7	72.4	5	51.8	65
6	138	沖縄県_那覇市	70.0	63.6	16	59.0	32	45.9	103	83.0	1
7	17	東京都_荒川区	69.6	59.7	28	62.7	21	68.7	9	59.4	25
8	3	東京都_豊島区	68.8	51.2	79	73.7	4	68.7	9	54.7	48
9	9	福岡県_福岡市博多区	68.8	51.2	79	69.3	7	67.8	11	60.0	24
10	31	東京都_小平市	67.9	65.9	5	59.7	29	65.1	16	55.3	45
11	13	東京都_世田谷区	66.3	57.4	40	67.1	11	66.9	13	50.6	75
12	14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	66.2	65.1	9	67.8	9	60.5	21	48.2	98
13	44	東京都_品川区	66.1	59.7	28	64.1	19	58.7	25	58.8	28
14	53	兵庫県_神戸市須磨区、垂水区	64.4	73.6	2	50.1	71	56.9	30	56.5	37
15	46	東京都_調布市、狛江市	64.1	67.4	3	61.2	25	55.9	32	51.8	65
16	45	福岡県_福岡市西区、早良区	63.5	64.3	12	55.3	47	58.7	25	56.5	37
17	21	東京都_江東区	63.0	61.2	23	59.7	29	69.6	8	42.9	131
18	50	神奈川県_川崎市川崎区	63.0	58.9	32	61.9	23	53.2	50	59.4	25
19	134	神奈川県_川崎市幸区、中原区	62.8	64.3	12	57.5	39	54.1	41	57.1	33
20	41	東京都_足立区	62.5	54.3	59	59.0	32	55.9	32	63.0	16
21	2	神奈川県_横浜市西区	62.0	38.0	144	66.4	14	84.2	2	42.3	134
22	20	東京都_立川市、昭島市	61.9	58.1	37	53.1	53	72.4	5	47.0	107
23	6	東京都_渋谷区	61.8	43.4	118	66.4	14	80.6	3	40.0	144
24	39	東京都_武蔵野市	61.0	55.8	50	70.0	5	67.8	11	34.7	159
25	38	大阪府_吹田市	59.5	74.4	1	43.5	117	57.8	27	48.8	92
26	16	福岡県_福岡市中央区	59.5	45.8	108	66.4	14	60.5	21	51.8	65
27	89	東京都_板橋区	59.3	60.5	27	58.2	35	55.9	32	49.4	82
28	135	東京都_葛飾区	58.9	58.9	32	53.8	51	49.6	69	60.6	22
29	37	兵庫県_西宮市	58.7	62.8	19	56.0	43	54.1	41	49.4	82
30	60	愛知県_名古屋市守山区、名東区	58.4	58.9	32	56.0	43	53.2	50	53.5	55
31	65	兵庫県_神戸市兵庫区、長田区	58.4	56.6	46	50.1	71	49.6	69	65.3	9
32	22	兵庫県_神戸市中央区	58.2	43.4	118	64.9	17	60.5	21	52.4	63
33	5	神奈川県_横浜市中区	58.0	36.5	148	75.2	2	64.2	18	44.7	124
34	32	東京都_大田区	57.8	49.6	87	56.0	43	55.0	37	59.4	25
35	25	東京都_墨田区	57.2	55.8	50	64.9	17	55.0	37	42.9	131
36	33	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	57.2	48.1	95	56.8	41	57.8	27	55.9	42
37	76	大阪府_枚方市	57.2	65.9	5	49.4	75	53.2	50	50.0	77
38	23	宮崎県_宮崎市	57.2	61.2	23	43.5	117	49.6	69	64.1	11
39	75	大阪府_豊中市	56.9	62.0	21	56.8	41	53.2	50	45.9	118
40	132	大阪府_東大阪市	56.7	57.4	40	47.9	91	47.7	86	64.1	11
41	58	広島県_広島市佐伯区、安芸区	56.4	48.1	95	58.2	35	47.7	86	62.4	20
42	94	東京都_日野市、多摩市、稻城市	56.3	63.6	16	51.6	59	54.1	41	47.0	107
43	54	東京都_杉並区	56.2	52.7	68	67.8	9	49.6	69	45.9	118
44	29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	56.1	52.7	68	59.0	32	56.9	30	47.0	107
45	109	千葉県_千葉市若葉区、緑区	56.1	64.3	12	55.3	47	47.7	86	48.2	98
46	70	東京都_中野区	56.0	48.9	92	58.2	35	51.4	62	57.1	33
47	30	東京都_目黒区	56.0	41.9	126	60.5	26	64.2	18	48.8	92
48	24	長野県_松本市	55.9	48.1	95	50.9	63	53.2	50	63.0	16
49	86	福岡県_福岡市南区、城南区	55.8	57.4	40	50.9	63	53.2	50	53.5	55
50	66	千葉県_千葉市花見川区、稲毛区、美浜区	55.4	58.9	32	47.9	91	50.5	67	56.5	37

参考) センシュアス・シティ ランキング(男女別)

男性順位	(参考) 女性順位	センシュアス・シティ ランキング <男性>	偏差値 合計	女性 順位	(参考) 男性 順位	センシュアス・シティ ランキング <女性>	偏差値 合計
1	2	東京都 千代田区、中央区	616.8	1	13	神奈川県 横浜市西区	611.3
2	29	福岡県 福岡市博多区	568.8	2	1	東京都 千代田区、中央区	575.5
3	87	愛知県 名古屋市中区、東区	563.2	3	81	東京都 立川市、昭島市	569.4
4	14	神奈川県 横浜市中区	559.9	4	11	大阪府 大阪市北区、福島区	549.6
5	46	北海道 札幌市中央区	557.5	5	12	東京都 渋谷区	546.2
6	61	東京都 台東区	533.0	6	7	東京都 豊島区	539.9
7	6	東京都 豊島区	522.8	7	17	大阪府 大阪市天王寺区、浪速区	531.1
8	56	兵庫県 神戸市中央区	522.6	8	14	東京都 港区	530.0
9	11	大阪府 大阪市中央区	519.0	9	21	大阪府 大阪市西区	528.4
10	31	東京都 文京区	514.5	10	29	福岡県 福岡市中央区	508.3
11	4	大阪府 大阪市北区、福島区	512.5	11	9	大阪府 大阪市中央区	504.4
12	5	東京都 渋谷区	511.2	12	16	東京都 世田谷区	495.8
13	1	神奈川県 横浜市西区	507.0	13	18	兵庫県 神戸市東灘区、灘区	495.8
14	8	東京都 港区	501.5	14	4	神奈川県 横浜市中区	495.0
15	40	東京都 荒川区	498.0	15	114	東京都 品川区	489.9
16	12	東京都 世田谷区	489.1	16	82	東京都 目黒区	485.7
17	7	大阪府 大阪市天王寺区、浪速区	488.5	17	108	東京都 小平市	485.7
18	13	兵庫県 神戸市東灘区、灘区	473.6	18	135	山形県 山形市	483.5
19	23	東京都 江東区	471.0	19	33	宮崎県 宮崎市	477.8
20	33	長野県 松本市	463.1	20	144	京都府 京都市左京区	475.6
21	9	大阪府 大阪市西区	460.7	21	140	兵庫県 神戸市兵庫区、長田区	474.0
22	35	東京都 墨田区	460.7	22	104	福岡県 福岡市西区、早良区	472.6
23	124	広島県 広島市佐伯区、安芸区	458.1	23	19	東京都 江東区	468.3
24	119	兵庫県 神戸市須磨区、垂水区	455.2	24	99	東京都 新宿区	468.2
25	72	兵庫県 姫路市	454.9	25	32	京都府 京都市上京区、中京区、下京区	460.2
26	51	神奈川県 横浜市港北区、緑区	448.7	26	62	東京都 大田区	459.9
27	97	徳島県 徳島市	447.7	27	93	和歌山県 和歌山市	456.2
28	166	広島県 吴市	447.3	28	120	兵庫県 神戸市北区、西区	452.6
29	10	福岡県 福岡市中央区	446.8	29	2	福岡県 福岡市博多区	450.1
30	130	愛知県 岡崎市	446.6	30	39	滋賀県 大津市	449.8
31	128	京都府 京都市右京区、北区、西京区	443.7	31	10	東京都 文京区	446.3
32	25	京都府 京都市上京区、中京区、下京区	442.2	32	67	兵庫県 西宮市	446.2
33	19	宮崎県 宮崎市	441.0	33	20	長野県 松本市	445.9
34	108	東京都 杉並区	440.5	34	43	神奈川県 横浜市鶴見区、神奈川区	444.4
35	116	愛知県 名古屋市守山区、名東区	435.2	35	22	東京都 墨田区	441.5
36	77	東京都 調布市、狛江市	433.4	36	138	福岡県 福岡市南区、城南区	440.1
37	75	宮城県 仙台市青葉区、宮城野区、若林区	433.1	37	153	長野県 長野市	440.1
38	132	大阪府 枚方市	432.6	38	71	岐阜県 岐阜市	439.5
39	30	滋賀県 大津市	430.9	39	52	福岡県 福岡市東区	439.4
40	47	広島県 広島市中区、東区、南区、西区	429.8	40	15	東京都 荒川区	436.7
41	52	大阪府 吹田市	427.8	41	51	石川県 金沢市	436.5
42	73	京都府 京都市東山区、山科区	426.7	42	136	愛知県 名古屋市熱田区、中川区、港区、南区	434.1
43	34	神奈川県 横浜市鶴見区、神奈川区	426.0	43	159	岩手県 盛岡市	431.1
44	157	大阪府 大阪市阿倍野区、住吉区、住之江区、西成区	423.7	44	90	熊本県 熊本市西区、中央区、東区、南区、北区	430.0
45	154	福島県 郡山市	422.1	45	49	東京都 武蔵野市	429.6
46	162	岡山県 倉敷市	421.2	46	5	北海道 札幌市中央区	429.5
47	109	新潟県、新潟市中央区、西区、東区、北区、秋葉区、江南区、西蒲区、南区	421.0	47	40	広島県 広島市中区、東区、南区、西区	426.8
48	57	群馬県 高崎市	419.5	48	156	福島県 福島市	425.2
49	45	東京都 武蔵野市	418.5	49	59	神奈川県 川崎市川崎区	423.3
50	50	東京都 足立区	418.4	50	50	東京都 足立区	422.1

(4) センシュアス・シティのタイプ

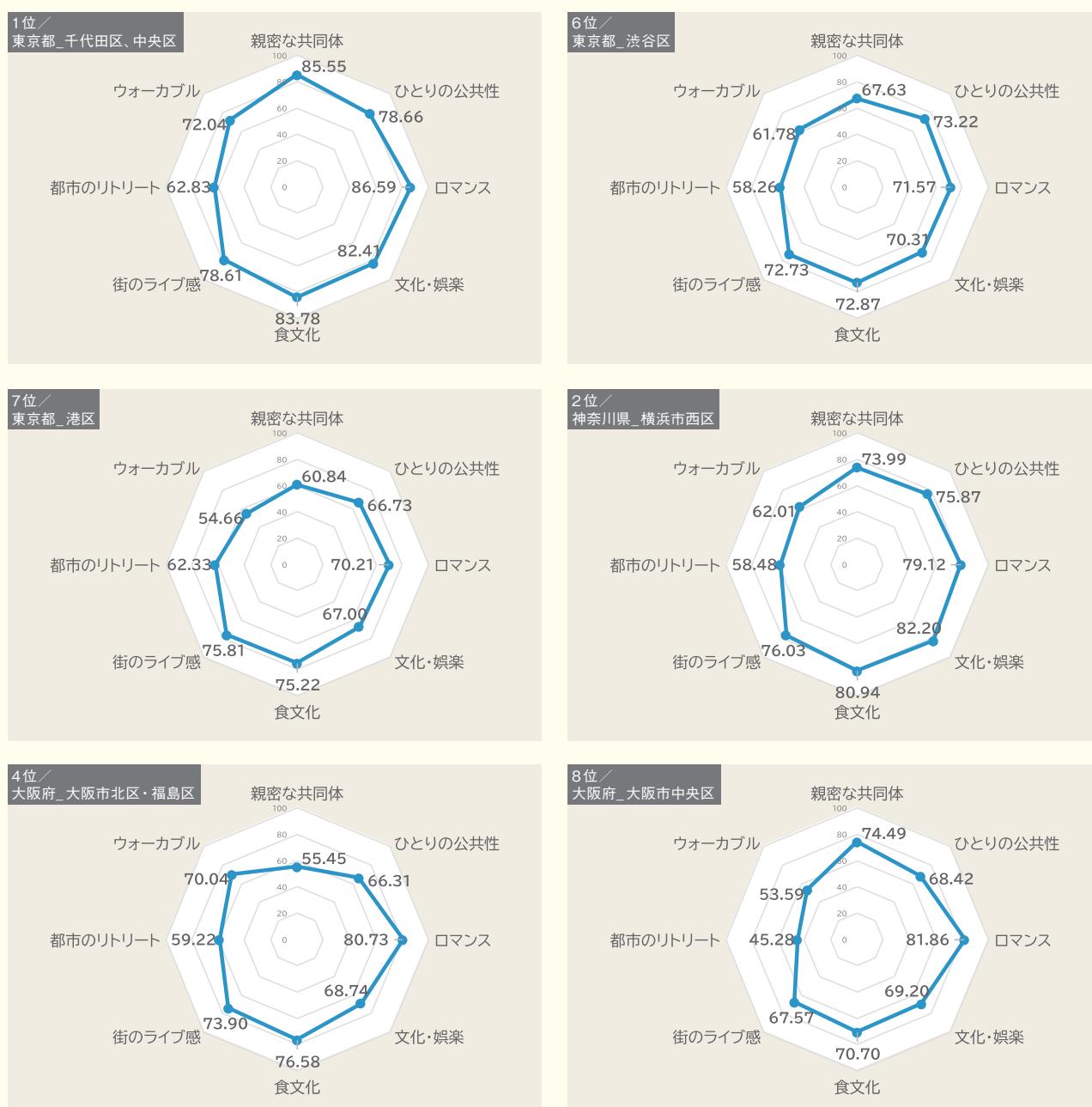
▷センシュアス・シティ ランキングが同程度であっても、8指標の偏りによって各都市の特徴が表れる。8指標のスコアを元にクラスター分析を行った（データは未掲載）が、その結果も参照しながら、ここではその共通点と相違点を大づかみにみていく。

▷なおレーダーチャート内の数値は、「総合偏差値」を指標数8で除した値（「平均偏差値」）を用いている。

▶ 1) センシュアス・シティ ランキング上位層〈全方位型〉

✓ センシュアス・シティ ランキングで10位以内の都市の多くは、【都市のリトリート】指標が相対的に低い以外は、いずれも高水準にある。大都市圏、かつその中心部にある都市が多く、当然の結果ともいえるが、【親密な共同体】指標など、地方都市の得意分野も高い点に留意したい。

✓ なお、「大阪府_大阪市北区、福島区」、「大阪府_大阪市中央区」の大阪2都市は、【ロマンス】指標が相対的に高くなっているのも特徴である。



▶ 2) センシュアス・シティ ランキング上位層 〈【街のライブ感】突出型〉

- ✓ センシュアス・シティ ランキング上位層だが、特に【街のライブ感】指標が高い都市群である。
- ✓ 【街のライブ感】指標は、「街の風景をゆっくり眺めた」、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」、「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」、「商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた」の4項目から構成されるが、「自ら参加するわけではないが、都市の喧騒を好ましく感じる」都市群といえそうである。下記に挙げた4都市は、いずれも【ひとりの公共性】が高いことも指摘しておきたい。



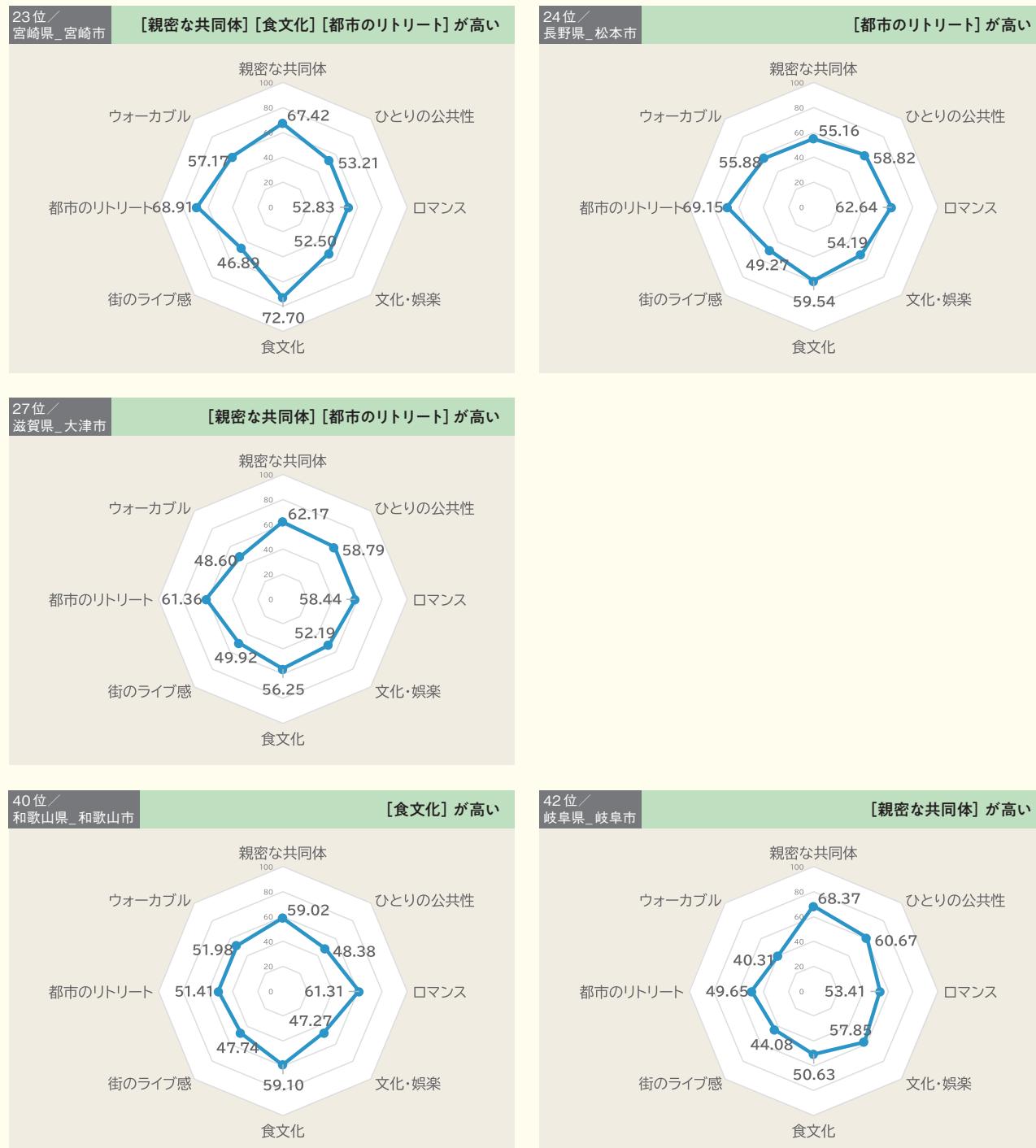
▶ 3) 【ひとりの公共性】【ウォーカブル】突出型

- ✓ 「東京都_文京区」、「東京都_武蔵野市」を例として挙げる。
- ✓ 【ひとりの公共性】指標は、「カフェやレストランで自分だけの時間を楽しんだ」や「にぎわう広場や通りで、思い思いに過ごす人々をひとりで眺めていた」など、単純な孤独ではなく、「喧騒の中にひとりいることを楽しむ」指標である。一方、【ウォーカブル】指標は、“歩いて楽しい” “歩くこと自体が楽しい”ことを示す。これらの指標が相対的に高い都市群がある。



▶ 4) 地方都市上位層（【親密な共同体】【食文化】【都市のリトリート】のいずれかが強い）

✓ センシュアス・シティ ランキングの多くは大都市圏に所在する都市、という結果だったが、それでも上位に食い込んだ地方都市は、【親密な共同体】、【食文化】、【都市のリトリート】のいずれかが相対的に高いという特徴がある。

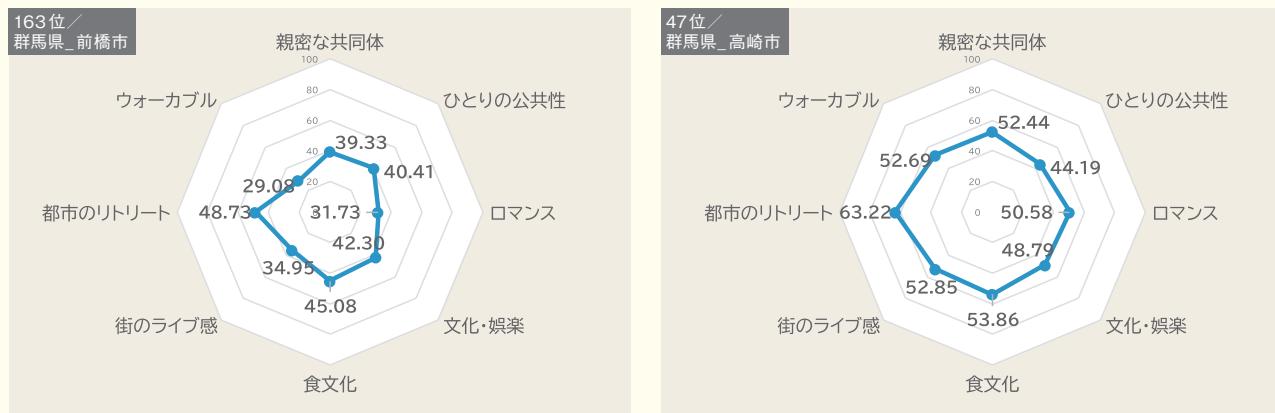


▶ 5) 同一県内／近隣エリア比較

▷ センシュアスシティのタイプ分類という視点からは離れるが、同一県内、もしくは近隣エリアで複数都市が対象となっているケースがあり、いくつかピックアップ、比較していく。

◆前橋市 vs 高崎市

✓ 「群馬県_前橋市」と「群馬県_高崎市」。「政治都市」と「商業都市」の対比で語られることが多いが、今回調査では、「群馬県_高崎市」のセンシュアス度が高い結果となった。「群馬県_高崎市」は、特に【都市のリトリート】のスコアが高く、その他の指標も偏差値50を超えるものが多い。



◆立川市・昭島市 vs 武蔵野市

✓ 「東京都_立川市、昭島市」と「東京都_武蔵野市」はどうだろうか。

✓ 今回のセンシュアス・シティ ランキングでは、「東京都_立川市、昭島市」の方が上位にランクされた。特に、【親密な共同体】、【文化・娯楽】、【ロマンス】で大差がついている。「東京都_武蔵野市」のその他の指標は、決して低くはない。「東京都_武蔵野市」にある吉祥寺のイメージからはズレているようにも思えるが、【親密な共同体】、【文化・娯楽】、【ロマンス】の3つの指標が低いという結果となった。



◆ 静岡市 vs 浜松市

✓ 「静岡県_静岡市」と「静岡県_浜松市」は、今回調査では、「静岡県_静岡市」のセンシュアス度が高いという結果である。各指標をみると、「静岡県_浜松市」は、【ひとりの公共性】、【ロマンス】、【文化・娯楽】などは互角であるし、【都市のリトリート】では「静岡県_静岡市」を上回っている。

✓ 浜松市の課題は、【親密な共同体】と【食文化】、【街のライブ感】、【ウォーカブル】で差をつけられることになるだろう。【食文化】、【街のライブ感】、【ウォーカブル】は、偏差値水準も50を割り込んでいる。



◆ 金沢市 vs 富山市

✓ 「石川県_金沢市」と「富山県_富山市」は、「石川県_金沢市」がバランスの取れたレーダーチャートの形であるのに対し、「富山県_富山市」は【都市のリトリート】が突出して高いという違いがある。「富山県_富山市」の【都市のリトリート】以外の指標の相対的な低さが、センシュアス・シティ ランキングの差を生んでいる。

✓ もちろん、各指標のバランスがとれているから良い、ということではない。地方都市でセンシュアス・シティ ランキング上位に位置する都市の多くは、【親密な共同体】、【食文化】、【都市のリトリート】のいずれかが強い、ということは先にみた通りだが、「石川県_金沢市」はその3指標とも平均的な値にとどまっている。強いて言えば、センシュアス・シティ ランキング上位層〈全方位型〉のレーダーチャートの形状に近く、その偏差値水準は及ばないという課題があるようにみえる。



II-2 センシュアス・シティの総合評価

▷本章では、センシュアス度に応じて各都市を3つの層に分け、「センシュアス度の高い都市は何が違うのか」を把握していく。

※センシュアス度データをもとに、第1四分位範囲にある都市を「センシュアス度・上位都市」、第2、第3四分位範囲にある都市を「センシュアス度・中位都市」、第4四分位範囲にある都市を「センシュアス度・下位都市」とした。

① 都市生活満足度

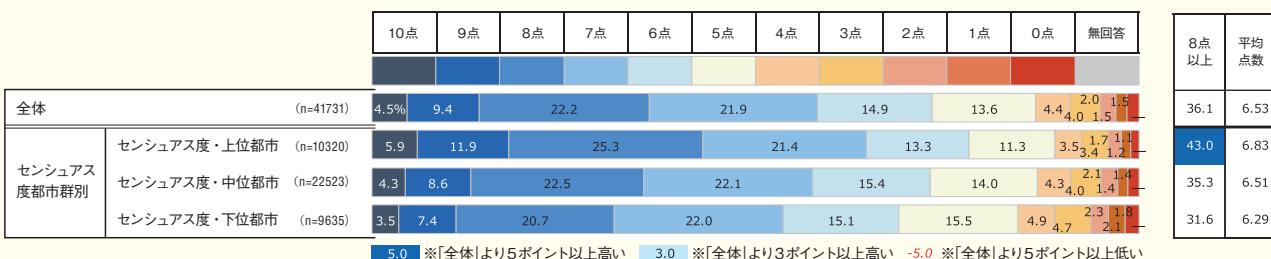
▶ センシュアス度が高い都市は、都市生活満足度（現在住んでいる地域に対する満足度）も高い。

▷住んでいる都市に対する満足度を、0～10点までの11段階で評価してもらった。

- ✓ 「センシュアス度・上位都市」の都市生活満足度の平均値は6.83点。「センシュアス度・下位都市」との差は0.5以上。両者の「8点以上」の比率の差は、10ポイント以上ある。

■ 都市生活満足度（全体／単一回答）

Q. あなたはお住まいの地域にどの程度満足していますか。「非常に満足している」を10点、「全く満足していない」を「0点」とした場合、何点くらいになるかをお答えください。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



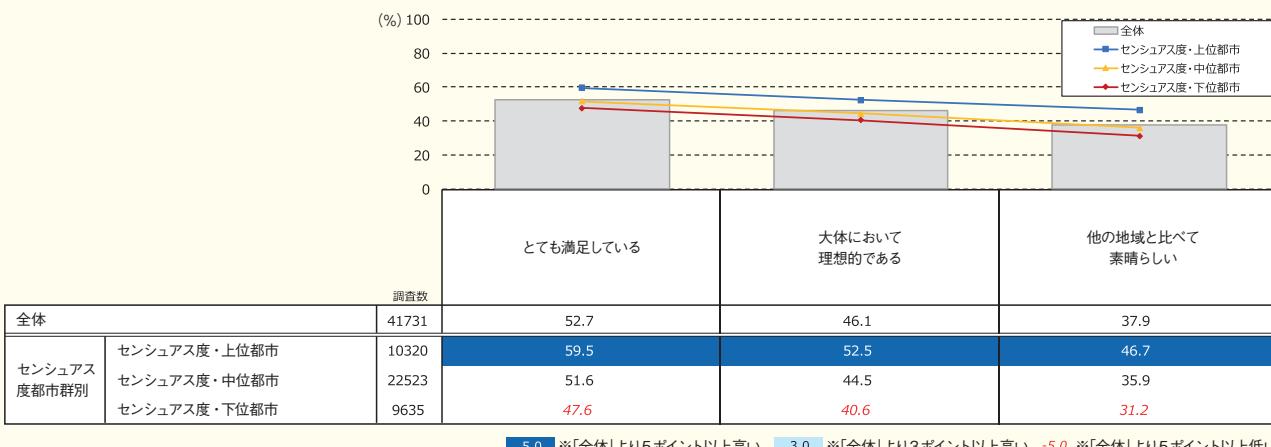
② 都市生活幸福度

▶ 都市生活幸福度3指標とも、センシュアス度が高い都市群ほどスコアも高い。

- ✓ 現在住んでいる地域について、「とても満足している」、「大体において理想的である」、「他の地域と比べて素晴らしい」という3つの指標の当てはまり度を聞いた。
- ✓ いずれの指標の「あてはまる・計」とも、「センシュアス度・上位都市」のスコアが際立って高い。特に、「他の地域と比べて素晴らしい」という比較評価の指標では、「センシュアス度・中位都市」を10ポイント以上上回っている。

■ 都市生活幸福度（全体／各単一回答）

Q. お住まいの地域について、以下の各項目はどのくらい当てはまりますか。「まったく当てはまらない」から「とてもよく当てはまる」までの5段階でお答えください。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



③ 都市生活における感情

▶ センシュアス度が高い都市に住む人ほど、ポジティブな感情を感じる頻度が高い。

▷具体的には、10項目の気分や気持ちを表す項目を提示し、「ほとんど毎日」、「たくさんある（週に数回）」、「ときどきある（月に数回）」、「あまりない」、「まったくない」の5段階でその頻度を聞いた。このうち、「ほとんど毎日」、「たくさんある（週に数回）」のいずれかに回答した人の比率を、「週に数回以上」として、それぞれの項目のスコアをみたものが下記グラフである。

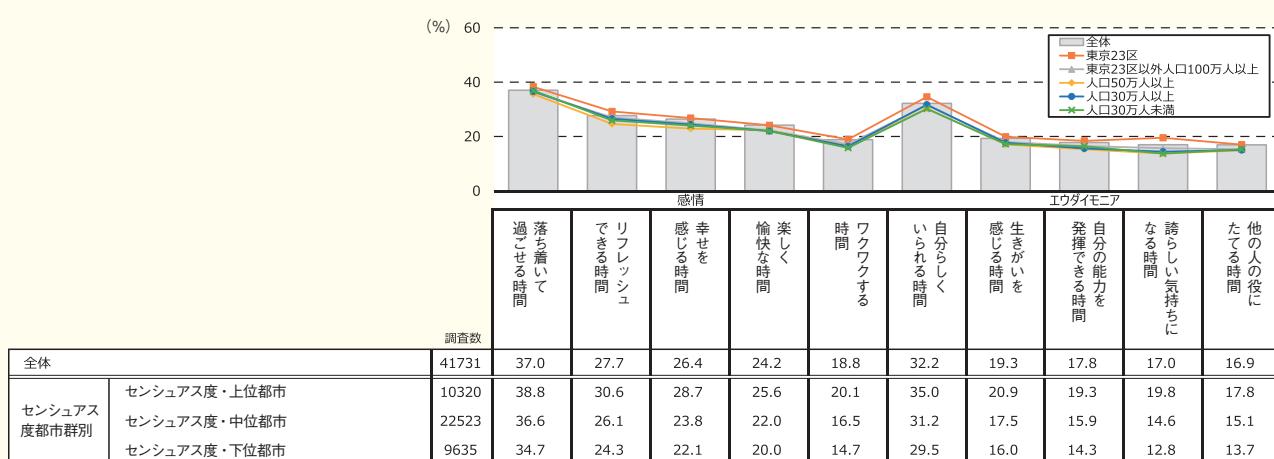
▷提示項目は、既に「都市人口規模別」で説明した「感情」関連項目5つと、自分らしさを発揮できているかという「エウダイモニア」関連項目5つを設定した。

✓ 10項目すべてにおいて、センシュアス度が高いほど、「週に数回以上」の比率が高くなる。

▷ポジティブな気分についても、自分らしさを発揮できているという感覚も、「センシュアス度・上位都市」と「センシュアス度・下位都市」との差は、すべて5ポイント前後ある。

■ 都市生活における感情【週に数回以上・計】(全体／各单一回答)

Q.住んでいる地域での暮らしで、あなたは以下の気分をどのくらい感じる時間がありますか。「まったくない」から「ほとんど毎日」までの5段階でお答えください。



④ 人生の幸福度

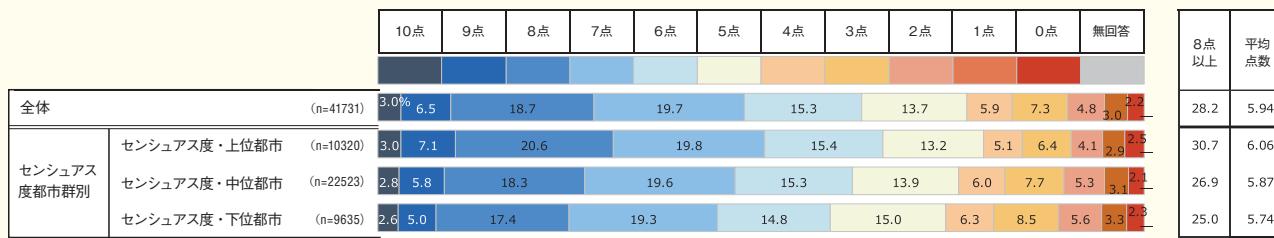
▶ センシュアス度の高い都市に住む人々ほど、人生の幸福度も高い。

▷自身の人生に対する評価を、0~10点までの11段階で評価してもらった

✓ 住む場所が直接的に及ぼす影響は、「都市生活満足度」などより小さくなるのは当然ではあるが、「センシュアス度・上位都市」の人生の幸福度の平均値は6.06点であり、「センシュアス度・下位都市」との差は0.3以上。両者の「8点以上」の比率の差は、5ポイント以上という結果となった。

■ 人生の幸福度(全体／単一回答)

Q.考えうる最高の人生と最低な人生があるとして、あなたの人生は現在どの位置にありますか。あなたにとっての「最高の人生」を10点、「最低の人生」を0点とした場合、現在のあなたの人生の位置が何点くらいになるかをお答えください。



5.0 ※「全体会」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体会」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体会」より5ポイント以上低い

⑤ 都市の寛容度

▷都市の寛容度については、後段でも「都市の多様性・開放性」で詳細にみることになるが、ここではズバリ、「地域の気風や社会の雰囲気」の5つのジャンルにおいて、いわゆる「保守↔リベラル」の両極にある項目を提示し、その当てはまり度を聞いた。

▷回答は「とてもあてはまる」から「まったくあてはまらない」の4段階評価で聞いたが、ここでは「あてはまる・計」（「とてもあてはまる」+「ある程度あてはまる」）のデータをみていく。

▶ 「センシュアス度・上位都市」では、気風や雰囲気が「リベラル」。

特に【女性】、【個人】に関する項目について顕著。

✓ まず、「保守↔リベラル」の全体傾向として、5つのジャンルとも「リベラル」側の項目の比率が高い。ジャンル【女性】において、「結婚した女性は仕事よりも家庭や子育てを優先することを求められる」と「ビジネスや政治の場面で活躍している女性が多い」とが拮抗しているが、若干ながら後者が上回っている。

✓ センシュアス度都市群別にみた場合、以下の諸点を指摘することができるだろう。

✓ ①「センシュアス度・上位都市」の、「リベラル」側の項目が特徴的に高い。特に以下の2項目は、全体平均を10ポイント以上上回っている。

◆「ビジネスや政治の場面で活躍している女性が多い」（ジャンル【女性】）

◆「他人の目を気にせず我が道を行く人が多い」（ジャンル【個人】）

✓ とはいえる、「保守」側の項目が、センシュアス度が高くなるにつれて低くなるという単純な傾向は示していない。「外国人労働者や留学生を国籍や人種で見下す人が多い」（ジャンル【マイノリティ】）など、センシュアス度・上位都市が（わずかとはいえる）最も高い。また、すべての「リベラル」側の項目が、センシュアス度が高くなるにつれて高くなるわけでもない。

✓ いえるのは以下の点程度である。

②センシュアス度・中位都市と下位都市との差は大きくない。例えば以下の2項目では、センシュアス度・中位都市よりセンシュアス度・下位都市の方が高い。

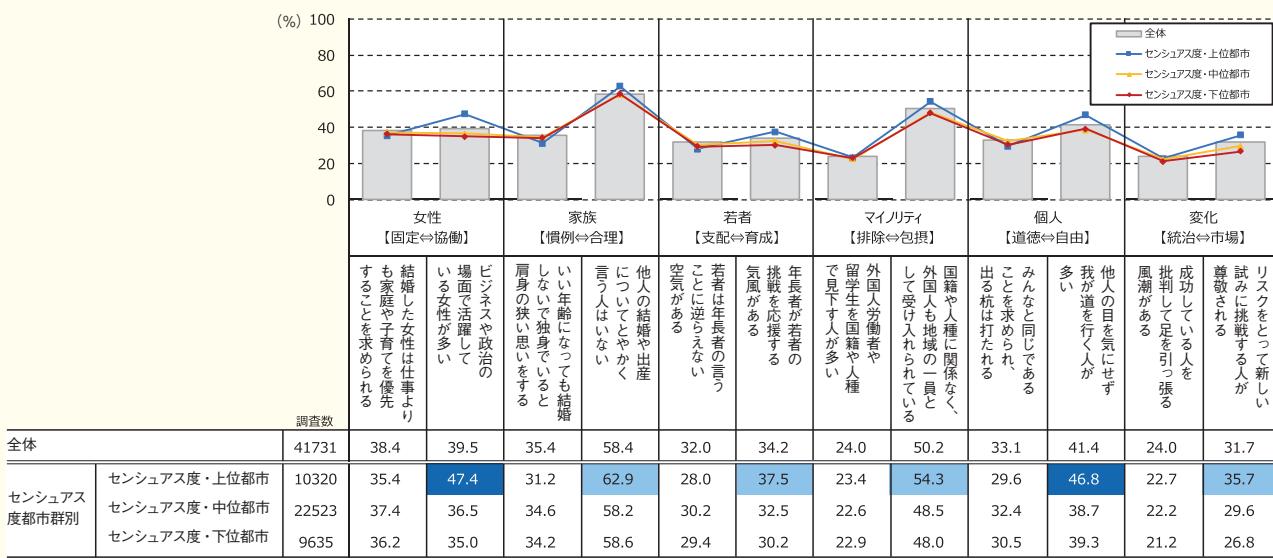
◆「他人の結婚や出産について、とやかく言う人はいない」（ジャンル【家族】）

◆「他人の目を気にせず我が道を行く人が多い」（ジャンル【個人】）

■ 都市の寛容度：「あてはまる・計」（全体／各単一回答）

Q. あなたがお住まいの地域の気風や社会の雰囲気にどのようなイメージをお持ちですか。以下にあげる項目について、それぞれどの程度あてはまるかお答えください。

*「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを指します。



5.0 ※「全般」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全般」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全般」より5ポイント以上低い

II-3 センシュアス・シティで体験する場所

① センシュアス・シティでの生活時間の変化

▶ センシュアス度が高い都市群は、元々の経験率が高いうえに、「増えた・計」も高い。

✓ 仕事関連を除けば、特に「散歩・ウォーキングやランニング」、「美術館や博物館の展覧会鑑賞」、「1人で外食・飲酒」、「近所の商店街での買い物」で、その傾向が顕著。

▷ コロナ禍をはさんで、その前後での日頃の行動や出来事の変化を聞いた結果を、センシュアス度都市群別にみた結果が下記表である。

▷ 既にみた通り、「コロナ禍以降、『買い物』やネット視聴、散歩などが増えたが、宴会、パーティなどの『飲食』、近隣との交流が大きく減少」というのが全体傾向のポイントだった。

✓ まず、すべての項目において、センシュアス度が高い都市群ほど、「元々ほとんどやっていない」の比率が低くなる点を確認したい。センシュアス度が高い都市群は、元々アクティビティが高いのである。

✓ 上記の特徴は、特に以下の項目で顕著である。

- ◆ 「リモートワーク、オンライン会議」、「仕事上の会食、接待」の【仕事】関連項目
- ◆ 「散歩・ウォーキングやランニング」
- ◆ 「美術館や博物館の展覧会鑑賞」
- ◆ 「1人で外食・飲酒」
- ◆ 「近所の商店街での買い物」。

✓ 「増えた・計」をみても、ほとんどの項目で、「センシュアス度・上位都市」のスコアが高い。つまり、センシュアス度が高い都市群は、元々の経験率が高いうえに、「増えた・計」も高いことになる。

✓ なお、以下の2点については特記しておきたい。

- ①「センシュアス度・上位都市」でも「減った・計」が特に多いのは、「仕事上の会食、接待」、「深夜までのはしご酒や夜遊び」である。
- ②「センシュアス度・下位都市」で、「増えた・計」が特に低いのは、「おしゃれして出かける」、「ウィンドウショッピング、街歩き」である。

		元々ほとんどいない				増えた・計				減った・計			
		全体	センシ アス度・ 上位 都市	センシ アス度・ 中位 都市	センシ アス度・ 下位 都市	全体	センシ アス度・ 上位 都市	センシ アス度・ 中位 都市	センシ アス度・ 下位 都市	全体	センシ アス度・ 上位 都市	センシ アス度・ 中位 都市	センシ アス度・ 下位 都市
仕 事	リモートワーク、オンライン会議	64.4	56.6	67.1	68.4	23.1	28.9	21.1	19.6	12.5	14.4	11.9	11.9
	仕事上の会食、接待	60.9	54.6	62.5	64.8	12.7	14.7	10.5	8.8	26.3	30.7	27.0	26.3
美 容 ・ 健 康	散歩・ウォーキングやランニング	39.1	33.8	41.2	41.8	43.4	47.9	41.2	40.5	17.5	18.3	17.6	17.7
	フィットネスジムやスピンning、ヨガスタジオなどで運動	68.6	64.9	72.1	74.2	17.5	19.4	14.3	13.2	13.9	15.6	13.6	12.6
娛 樂 ・ 文 化	銭湯やサウナ	60.0	58.1	61.9	63.3	18.1	19.4	15.7	14.5	21.9	22.5	22.5	22.2
	整体マッサージやストレッチ	61.9	57.5	65.1	67.1	20.7	22.7	18.0	16.3	17.4	19.8	16.9	16.6
飲 食	おしゃれして出かける	37.7	37.6	42.0	44.8	26.8	27.6	23.6	21.6	35.5	34.8	34.4	33.5
	ピクニックなど公園で遊ぶ	56.8	54.9	59.9	61.3	22.9	22.7	20.0	18.7	20.4	22.4	20.2	20.0
買 い 物	映画館での映画鑑賞	44.8	43.1	47.7	49.4	24.3	25.4	21.6	20.0	30.8	31.5	30.7	30.6
	ライブでの音楽鑑賞、観劇	53.5	50.2	56.3	59.2	20.6	22.7	17.8	16.0	25.8	27.2	25.8	24.8
活 社 動 会	美術館や博物館の展覧会鑑賞	57.9	52.3	60.2	62.2	19.4	22.3	17.1	15.1	22.7	25.4	22.7	22.7
	動画や音楽などのストリーミング視聴	35.2	34.8	37.9	39.4	52.4	51.8	50.0	48.5	12.4	13.4	12.0	12.1
活 社 動 会	オンラインゲーム	62.5	63.4	65.1	66.8	25.4	23.3	23.2	21.5	12.1	13.3	11.7	11.6
	1人で外食・飲酒	49.6	44.1	50.9	52.7	28.6	32.0	27.1	25.2	21.8	23.9	21.9	22.1
飲 食	大人数の宴会、パーティ	48.1	43.5	49.8	51.1	15.6	17.5	13.2	11.8	36.3	39.0	37.0	37.1
	少人数の会食や飲み会	35.5	31.2	37.0	38.0	24.2	26.6	21.5	20.2	40.3	42.2	41.5	41.8
買 い 物	深夜までのはしご酒や夜遊び	60.3	54.9	62.4	64.0	11.8	13.3	9.1	8.4	28.0	31.8	28.5	27.7
	ケータリング・宅配での食事	64.7	61.7	68.7	69.4	19.9	21.3	16.8	15.7	15.4	17.0	14.5	15.0
活 社 動 会	宅飲み、ホームパーティ	60.9	57.2	62.7	64.0	21.6	23.7	20.3	20.4	17.5	19.1	17.0	15.5
	近所の商店街での買い物	33.8	27.1	34.5	34.1	45.1	52.4	44.4	43.9	21.1	20.5	21.1	21.9
活 社 動 会	ショッピングモールやアウトレットでの買い物	26.8	28.4	27.6	28.8	38.7	37.4	37.0	35.3	34.5	34.2	35.4	35.9
	ネットショッピングやネットオーダー利用	25.4	24.5	26.4	27.3	57.9	58.0	56.9	56.4	16.7	17.5	16.7	16.3
活 社 動 会	ウインドウショッピング、街歩き	35.1	31.9	37.8	39.5	33.0	36.3	29.5	28.0	31.9	31.8	32.7	32.5
	地元での社会活動・ボランティア	71.3	68.8	72.9	74.2	13.8	15.6	11.9	10.9	14.8	15.6	15.1	14.9
活 社 動 会	近所の人たちとの交流	64.0	62.2	64.5	65.9	17.1	18.6	15.5	14.4	18.8	19.1	20.0	19.6

5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以下低い

② センシュアス・シティにある場所

▶ センシュアス度の高い都市には、

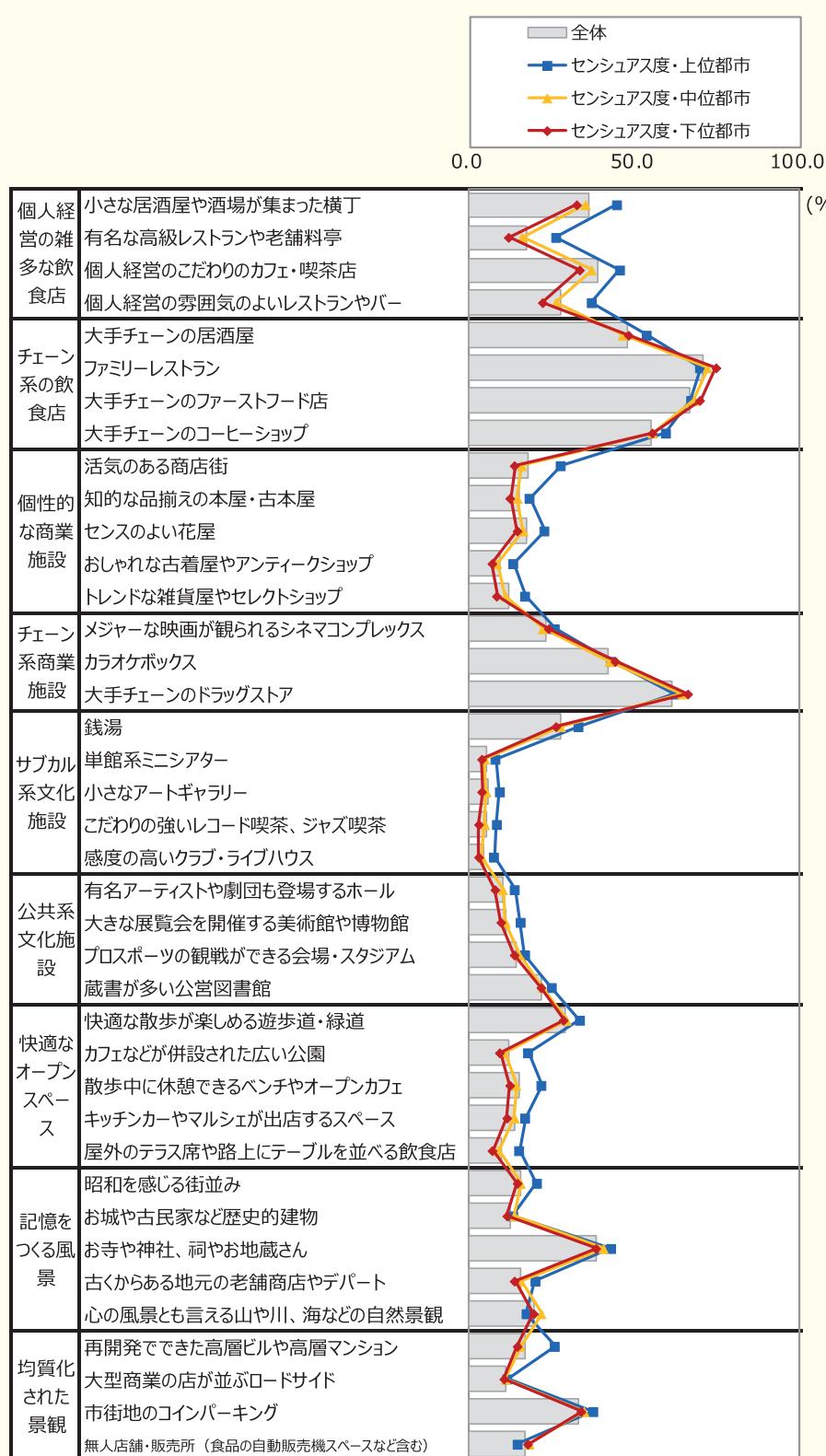
【個人経営の雑多な飲食店】、【個性的な商業施設】、【快適なオープンスペース】が多い。

- ✓ 「センシュアス度・上位都市」では、
【個人経営の雑多な飲食店】の各項目、
「活気のある商店街」や「センスのよい花屋」などの【個性的な商業施設】関連項目、
「カフェなどが併設された広い公園」などの【快適なオープンスペース】関連項目
の比率が特徴的に高い。
- ✓ そのほかにも、「銭湯」をはじめとする【サブカル系文化施設】、「昭和を感じる街並み」、「お寺や神社、祠やお地蔵さん」などの【記憶をつくる風景】など、一見、ノスタルジックなイメージを持つ場所の比率が高いが、同時に、「再開発でできた高層ビルや高層マンション」なども高くなっている。
- ✓ 一方で、以下の点についても留意したい。
 - ◆ 「センシュアス度・下位都市」の場合、【個人経営の雑多な飲食店】の比率が相対的に低い。
 - ◆ 「ファミリーレストラン」、「大手チェーンのファーストフード店」、「大手チェーンのドラッグストア」などは、
センシュアス度が低くなるにつれてその比率が上昇する。

■ センシュアス・シティにある場所（全体／複数回答）

Q. あなたのお住まいから気軽に行ける地域に、以下のような場所はありますか。ある場所をすべてお選びください。

※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこととします。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

③ センシュアス・シティの基盤評価

▶ 「センシュアス度・上位都市」は、「利便性」、「快適性」が高評価。

✓ 都市のごく基本的な基盤について、その評価を聞いた結果が以下のグラフである。

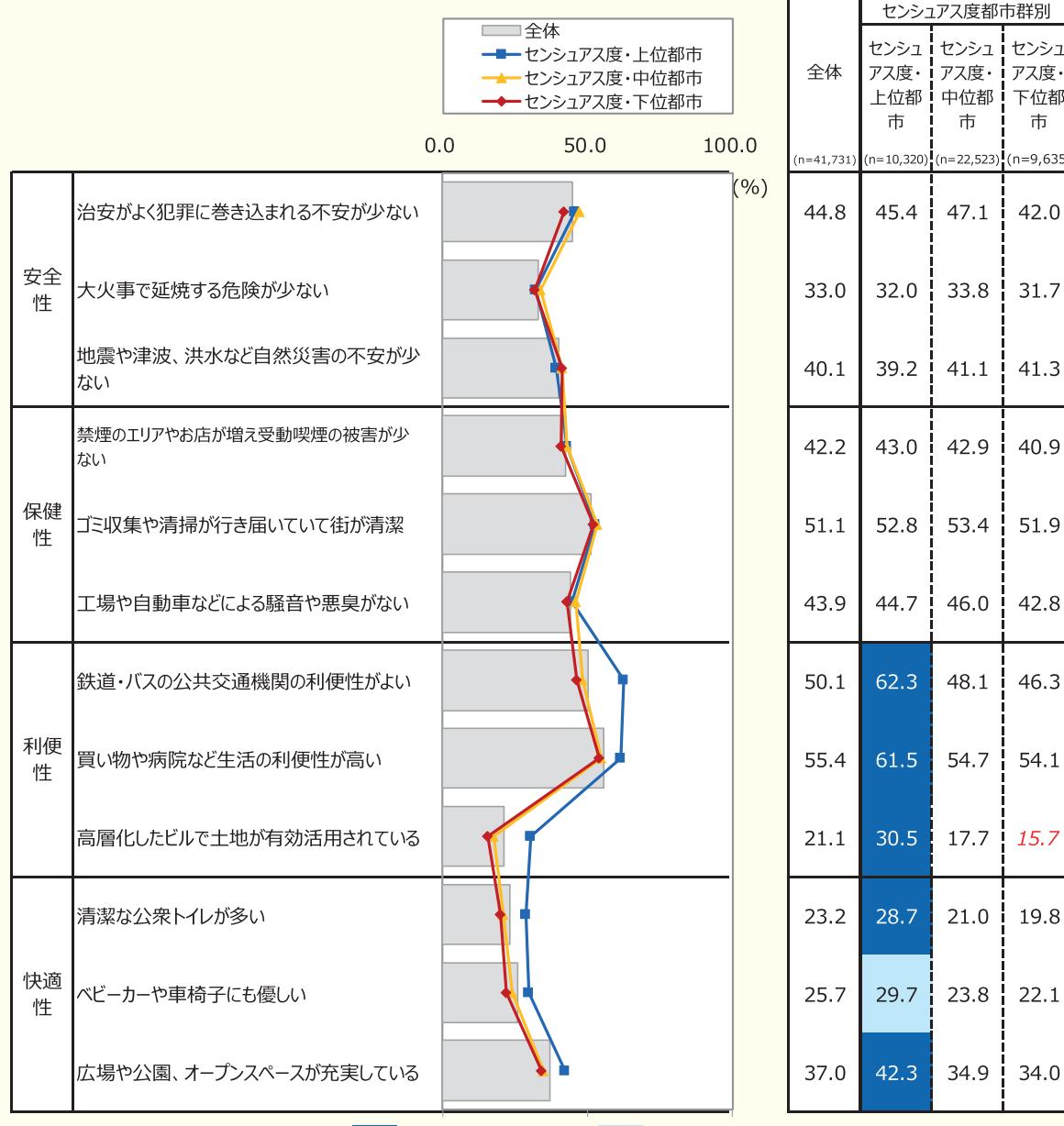
※当ではまり度を5段階で評価、「あてはまる・計」（「あてはまる」+「ある程度あてはまる」）のスコアを表示している。

✓ 「安全性」、「保健性」の各項目では、センシュアス度により差はみられないが、「利便性」、「快適性」において、「センシュアス度・上位都市」のスコアが、際立って高い項目が多い。

▷ 「鉄道・バスの公共交通機関の利便性がよい」、「買い物や病院など生活の利便性が高い」、「高層化したビルで土地が有効活用されている」（以上、「利便性」）や、「清潔な公衆トイレが多い」、「広場や公園、オープンスペースが充実している」（以上、「快適性」）は、「センシュアス度・上位都市」の「あてはまる・計」の比率が、全体値を5ポイント以上、上回っている。

■ センシュアス・シティの基盤評価【あてはまる・計】（全体／各単一回答）

Q. 以下にあげることは、あなたがお住まいの地域にどの程度あてはまりますか。



④ センシュアス・シティの雰囲気

▶ センシュアス度の高い都市ほど、街区・ロケーションの密度が高く、
楽しく歩け、刺激を受ける新しさがある。

✓ ほぼすべての項目で、センシュアス度が高い都市群ほど比率が高くなるが、「センシュアス度・上位都市」と「センシュアス度・下記都市」との差が相対的に大きい項目は以下の通りである。

◆【ジェイコブスの4原則】

- ・住宅、オフィス、飲食店や小売店などが狭いエリアに混在している
- ・通りが入り組んで曲がり角が多くいろいろなルートで歩ける

◆【歩きやすさ】

- ・目を楽しませる素敵な住宅やお店などがある
- ・歩いて疲れた時にちょっと休憩できる場所が簡単に見つかる

◆【刺激的】

- ・住人の文化的なレベルが高い
- ・新しい刺激に満ちている
- ・新しいことを取り入れたり挑戦する気風がある

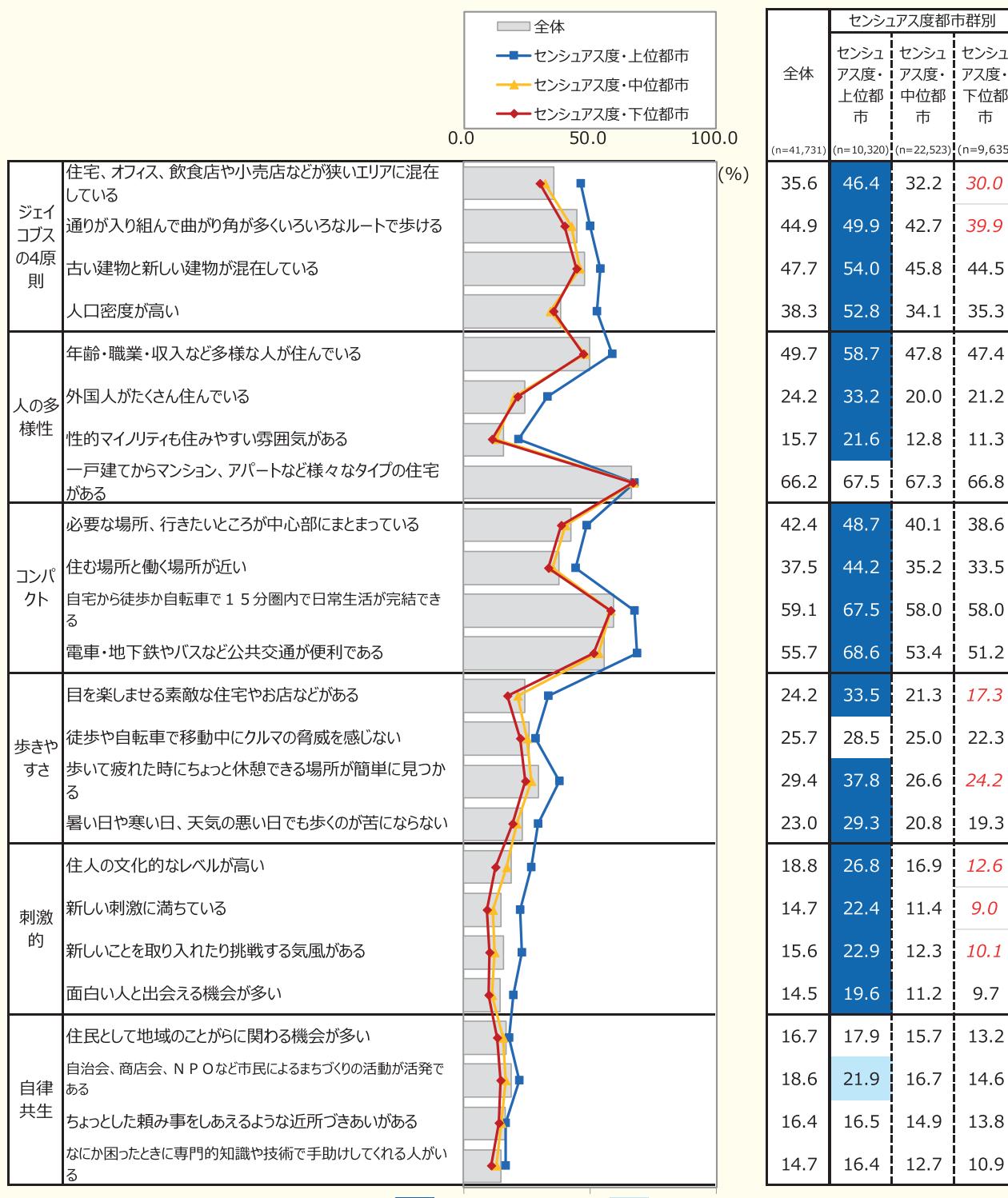
※「ジェイコブスの4原則」：都市計画研究に詳しい米国の作家・ジャーナリストであるジェイン・ジェイコブズが、その代表的著作である『アメリカ大都市の死と生』で提唱した、都市に多様性と活気をもたらす4つの原則。

④ センシュアス・シティの雰囲気

■ センシュアス・シティの雰囲気 :【あてはまる・計】(全体／各単一回答)

Q. あなたの住まいの近隣の地域は、どのようなところですか。

※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを指します。



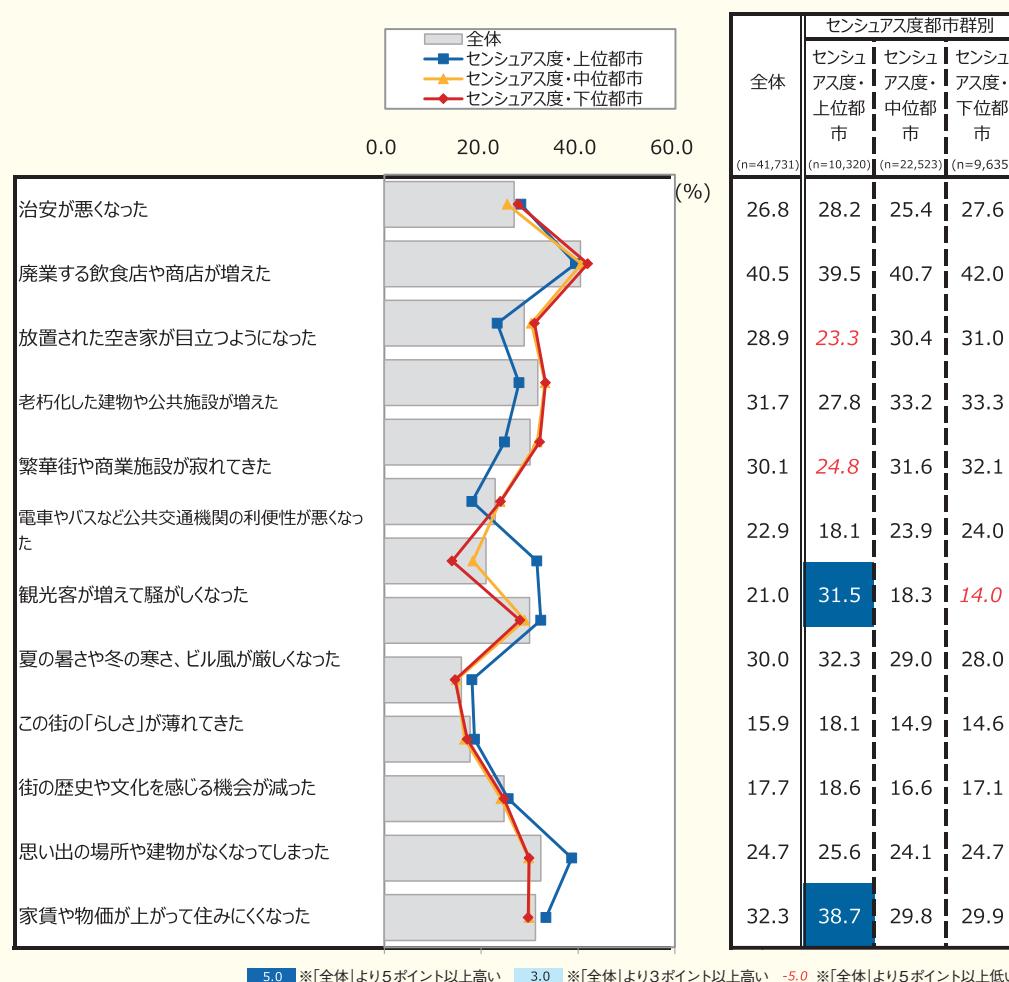
⑤ センシュアス・シティの雰囲気の変化

▶ 「センシュアス度・上位都市」では、放置空き家、繁華街や商業施設の寂れが少ない。

- ✓ 「センシュアス度・上位都市」で特に高いのは、以下の2項目である。
 - ◆「観光客が増えて騒がしくなった」
 - ◆「家賃や物価が上がって住みにくくなった」
- ✓ ただ、都市の雰囲気の変化は、むしろ「センシュアス度・上位都市」で低い項目、つまり、「どのようなネガティブな状態・雰囲気を免れている都市がセンシュアス度が高いのか」に着目した方が、本項の目的にかなう。以下のような項目である。
 - ◆「放置された空き家が目立つようになった」
 - ◆「繁華街や商業施設が寂れてきた」
 - ◆「老朽化した建物や公共施設が増えた」
 - ◆「電車やバスなど公共交通機関の利便性が悪くなつた」

■ センシュアス・シティの雰囲気の変化【そう感じる計・計】(全体／各単一回答)

Q. 昨年(ここ5,6年)の、あなたが住んでいる街の変化についてお聞きします。以下にあげる地域の雰囲気について、あなたはどうのように感じていますか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを指します。



⑥ センシュアス・シティでの行動

▷ここでは、センシュアス度8指標を形成するそもそもの項目と、都市のセンシュアス度との関係を見る。「近所の人にお裾分けをした・された」、「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」などの例外を除くほとんどの項目で、センシュアス度が高い都市群ほど比率は高いことが前提である。

▶ センシュアス度の高い都市では、 特に【街のライブ感】、【食文化】のアクティビティが重要な役割を担う。

✓ 「センシュアス度・上位都市」が特に高いのは、以下のような項目である。

◆ 【街のライブ感】

「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」

「商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた」

✓ また、「センシュアス度・下位都市」の比率が特に低いのが以下の項目である。

◆ 【食文化】

「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」

✓ 上記項目以外にも、「センシュアス度・上位都市」が相対的に高い項目がある（次ページグラフ表の薄い青網掛け）。ここでは3点、指摘しておきたい。

①【ひとりの公共性】の各項目の、「センシュアス度・上位都市」の比率が総じて高い。

②飲食店、およびそこでのコミュニケーションが重要。

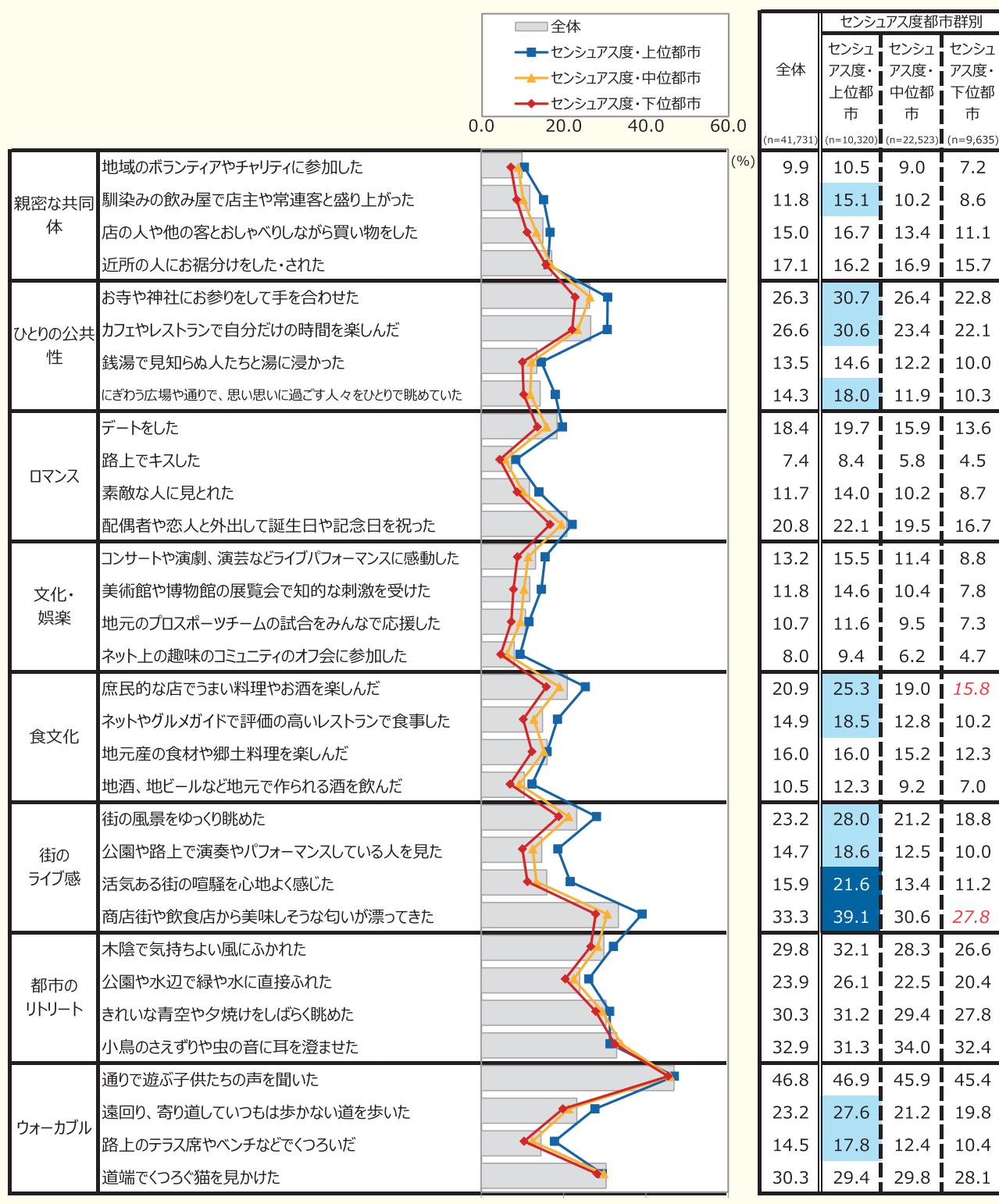
③オープンスペースはじめ“楽しみながら歩けること”、“歩くこと自体が楽しいこと”が重要。

▷例えば「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」、「カフェやレストランで自分だけの時間を楽しんだ」など、ジャンルを超えて飲食店関係の項目の比率が高い。

▷また、「遠回り、寄り道していくものは歩かない道を歩いた」、「路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ」などの【ウォーカブル】関連項目以外にも、「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」などは、実際に近隣を歩くことが前提となる項目である

■ センシュアス・シティでの行動【「数回あった」以上・計】(全体／複数回答)

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

II-4 センシュアス・シティの顔ぶれはどう変わったか

① センシュアスシティ・ランキングの変化

▶ 大都市・中心部が躍進。地方都市が沈む。

- ✓ 50位までのランキングを、前回調査と今回調査とで比較した（下表）。
- ✓ 今回、各因子を構成する項目を修正したこと、対象都市を拡張したことなどから、一概に比較はできない。しかし、「センシュアス度」という、ひとつの評価軸で都市を評価することには変わりない。大きくみて、どのような変化があったのか。
- ✓ 一言でいえば、「大都市、しかもその中心部が躍進している」ということになる。
- ✓ 今回調査のトップ10をみると、東京23区、横浜市、大阪市、福岡市の各エリアのみで占められていることに気づく。また、「神奈川県_横浜市西区」、「神奈川県_横浜市中区」などの横浜市の中心エリアや、「東京都_渋谷区」、「東京都_港区」など、東京23区でも中心部と目されるエリアが順位を上げている。

✓ これを、トップ20まで広げてみても、札幌市（「北海道_札幌市中央区」）、神戸市（「兵庫県_神戸市東灘区、灘区」）、名古屋市（「愛知県_名古屋市中区、東区」）、および東京都下（「東京都_立川市、昭島市」）といった、大都市、もしくは準大都市の中心エリアが加わるだけである。

✓ 一方、いわゆる地方都市は、「金沢市」が前回8位から今回36位に順位を下げ、「静岡市」、「盛岡市」が50位圏には入れなかった。また、吉祥寺を擁する「武蔵野市」も前回3位から大きく順位を落とし、39位。今回調査での地方都市は、20位台以降で「宮崎県_宮崎市」、「長野県_松本市」が入るなど、前回調査時には登場しなかった顔ぶれがみられるようになるが、10年前には地方都市のモデルとして注目した都市が、相當に順位を落としていることがわかる。

センシュアス・シティ ランキング 2015年	センシュアス度 スコア (偏差値合計値)	センシュアス・シティ ランキング 2025年		センシュアス度 スコア (偏差値合計値)
		順位	都道府県	
1 文京区	608.0	1 11 東京都_千代田区、中央区	630.5	
2 大阪市北区	566.5	2 - 神奈川県_横浜市西区	588.6	
3 武蔵野市	550.4	3 39 東京都_豊島区	551.8	
4 目黒区	548.6	4 2 大阪府_大阪市北区、福島区	551.0	
5 大阪市西区	530.1	5 26 神奈川県_横浜市中区	550.9	
6 台東区	525.9	6 15 東京都_渋谷区	548.4	
7 大阪市中央区	525.4	7 10 東京都_港区	532.8	
8 金沢市	515.0	8 7 大阪府_大阪市中央区	531.1	
9 品川区	508.7	9 17 福岡県_福岡市博多区	529.2	
10 港区	488.6	10 - 大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	523.7	
11 千代田区	485.6	11 - 北海道_札幌市中央区	519.3	
12 静岡市	483.2	12 5 大阪府_大阪市西区	511.4	
13 横浜市保土ヶ谷区	479.8	13 33 東京都_世田谷区	507.0	
14 盛岡市	479.3	14 46 兵庫県_神戸市東灘区、灘区	499.0	
15 渋谷区	475.4	15 1 東京都_文京区	493.6	
16 荒川区	472.3	16 17 福岡県_福岡市中央区	489.2	
17 福岡市	469.1	17 16 東京都_荒川区	485.4	
18 仙台市	458.0	18 6 東京都_台東区	485.3	
19 那覇市	457.3	19 - 愛知県_名古屋市中区、東区	484.8	
20 大阪市都島区	457.0	20 22 東京都_立川市、昭島市	483.7	
21 八王子市	455.7	21 - 東京都_江東区	483.0	
22 昭島市	455.6	22 46 兵庫県_神戸市中央区	475.4	
23 山形市	454.9	23 - 宮崎県_宮崎市	471.6	
24 京都市	448.5	24 - 長野県_松本市	464.7	
25 葛飾区	446.5	25 - 東京都_墨田区	462.7	
26 横浜市中区	444.0	26 24 京都府_京都市上京区、中京区、下京区	458.4	
27 大阪市阿倍野区	439.1	27 - 滋賀県_大津市	447.7	
28 江戸川区	438.1	28 36 神奈川県_横浜市港北区、緑区	445.4	
29 大阪市福島区+此花区	437.2	29 41 神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	440.5	
30 青梅市	436.9	30 4 東京都_目黒区	438.3	
31 府中市	435.9	31 - 東京都_小平市	435.1	
32 松江市	435.8	32 - 東京都_大田区	432.9	
33 世田谷区	435.7	33 - 広島県_広島市中区、東区、南区、西区	432.5	
34 松山市	433.5	34 17 福岡県_福岡市東区	431.6	
35 長野市	431.7	35 - 兵庫県_姫路市	431.0	
36 横浜市港北区	430.6	36 8 石川県_金沢市	430.1	
37 大阪市住吉区	423.6	37 - 兵庫県_西宮市	427.9	
38 新潟市	422.8	38 - 大阪府_吹田市	427.4	
39 豊島区	422.2	39 3 東京都_武蔵野市	426.8	
40 中央区	420.7	40 - 和歌山県_和歌山市	426.2	
41 横浜市鶴見区	418.8	41 - 東京都_足立区	425.2	
42 宇都宮市	418.1	42 - 岐阜県_岐阜市	425.0	
43 熊本市	416.3	43 - 東京都_新宿区	424.3	
44 高知市	415.6	44 9 東京都_品川区	422.5	
45 大阪市住之江区	413.8	45 17 福岡県_福岡市西区、早良区	422.1	
46 神戸市	412.6	46 - 東京都_調布市、狛江市	420.1	
47 あきる野市	412.6	47 - 群馬県_高崎市	418.6	
48 奈良市	412.1	48 - 徳島県_徳島市	418.1	
49 青森市	411.6	49 23 山形県_山形市	416.7	
50 横浜市栄区	410.3	50 - 神奈川県_川崎市川崎区	416.3	

② ランキングの変動をもたらした人々の行動

▷大都市・中心部の躍進の理由については後段に譲り、ここでは、「センシュアス度の上がった都市において、人々の行動がどう変わったのか」を確認することとしたい。

※センシュアス度は、32の人々の行動を表す項目を提示し、それぞれについて「しょっちゅうあった」、「頻繁ではないが数回あった」、「1~2回あった」、「ほぼなかった」から該当するものを選んでもらい、その回答データを元に算出されている。ここでは、「しょっちゅうあった」、「頻繁ではないが数回あった」、「1~2回あった」のいずれかを回答した「経験あり・計」のスコアを用い、各都市の時系列変化をみていく。

※比較に際して、「1. センシュアス・シティとは何か ①センシュアス・シティの定義」に掲載した、センシュアス度測定項目一覧のうち、青の網掛けを施した項目を用いる。つまり、微修正をかけたが意味合いはほぼ同じ項目までを採用した。また対象とする都市も正確に同じ都市ばかりではなく、一部エリアがズレていたり、加わっていたりするケースもあるが、適宜ルール設定してスコアを整えた。したがって厳密な比較ではないが、おおよその傾向をとらえるには問題はない」と判断している。

※次ページの表は、比較可能と判断した項目と都市の、2015年→2025年のランキング順位の変動幅で降順ソートしているので、左端の縦に並ぶ都市は、上から順位を上げた順番に並べられている。

※上記で求めた「経験あり・計」のスコア差が20ポイント以上高い項目には濃い青網掛け・白抜き文字、同10ポイント以上20ポイント未満は薄い青網掛け、同5ポイント以上10ポイント未満は青字で表記。また、10ポイント以上低い項目には、濃い赤網掛け・白抜き文字、それ以外のマイナスの数値のセルには薄いピンクの網掛けを施した。

※上記を踏まえたうえで、「センシュアス度が大きく伸びた都市に特徴的な項目」をみる場合、上部にある都市の青系のセルを参照すると一目とらえることができるし、同時に下部に配置されているセルの赤系の色があることを確認できれば、その項目が当該都市のセンシュアス度に影響を及ぼしている項目かどうかが視覚的に判断できる。

▶ “食”と“リトリート”がセンシュアス度に大きく影響。

▶ センシュアス度の低下幅の大きい地方都市は、

「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」が総じて下がっている。

✓ まず、上位にランクされている都市が、東京23区などを中心とする大都市に所在する都市が多く、下部は地方都市が多いことが確認できる。

✓ そのうえで、青系の色合いが強くみられる項目が2つあることに気づく。

- ◎「カフェやレストランで自分だけの時間を楽しんだ」(因子【ひとりの公共性】)と、
- ◎「ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した」(因子【食文化】)である。

これらの項目は、全般に前回調査よりも比率自体が上がった項目であるが、さらによくみれば、上位都市の方が濃い青網掛けの密度が高い。つまり、「全体に経験率が伸びているが、特にセンシュアス度の高い都市での伸びが大きい項目」である。

✓ もうひとつ目立つのが、全体に赤系の色が多いが、特に下部の都市に濃い赤網掛けが目立つ項目、つまり「全体に経験率が下がっているが、特にセンシュアス度が下がった都市で経験されなくなった項目」である。以下がその代表項目である。

- ◎「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」(因子【親密な共同体】)
- ◎「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」(因子【食文化】)
- ◎「きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた」(因子【都市のリトリート】)
- ◎「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」(因子【都市のリトリート】)

✓ そのほか、経験率の増減自体はそれほどでもないが、センシュアス度が上昇した都市では高くなり、下落した都市では低くなっている(つまり相関の強い)項目として、以下が挙げられる。

- ◎「地域のボランティアやチャリティに参加した」(因子【親密な共同体】)
- ◎「地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ」(因子【食文化】)
- ◎「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」(因子【街のライブ感】)
- ◎「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」(因子【街のライブ感】)
- ◎「木陰で気持ちよい風にふかれた」(因子【都市のリトリート】)
- ◎「遠回り、寄り道していくつも歩かない道を歩いた」(因子【ウォーカブル】)

✓ センシュアス度が向上した都市を、散文的にまとめれば、以下のようになるだろうか。

①一人の時間を楽しめるカフェや、美味しいレストランが十分に多いこと、同時に地元産の食材を用いた料理や地場のビールなど、豊かな「食」の経験が維持されることが大事。

②きれいな青空や夕焼けや小鳥のさえずり、木陰での気持ちよい風などを感じられる環境であることが大事。

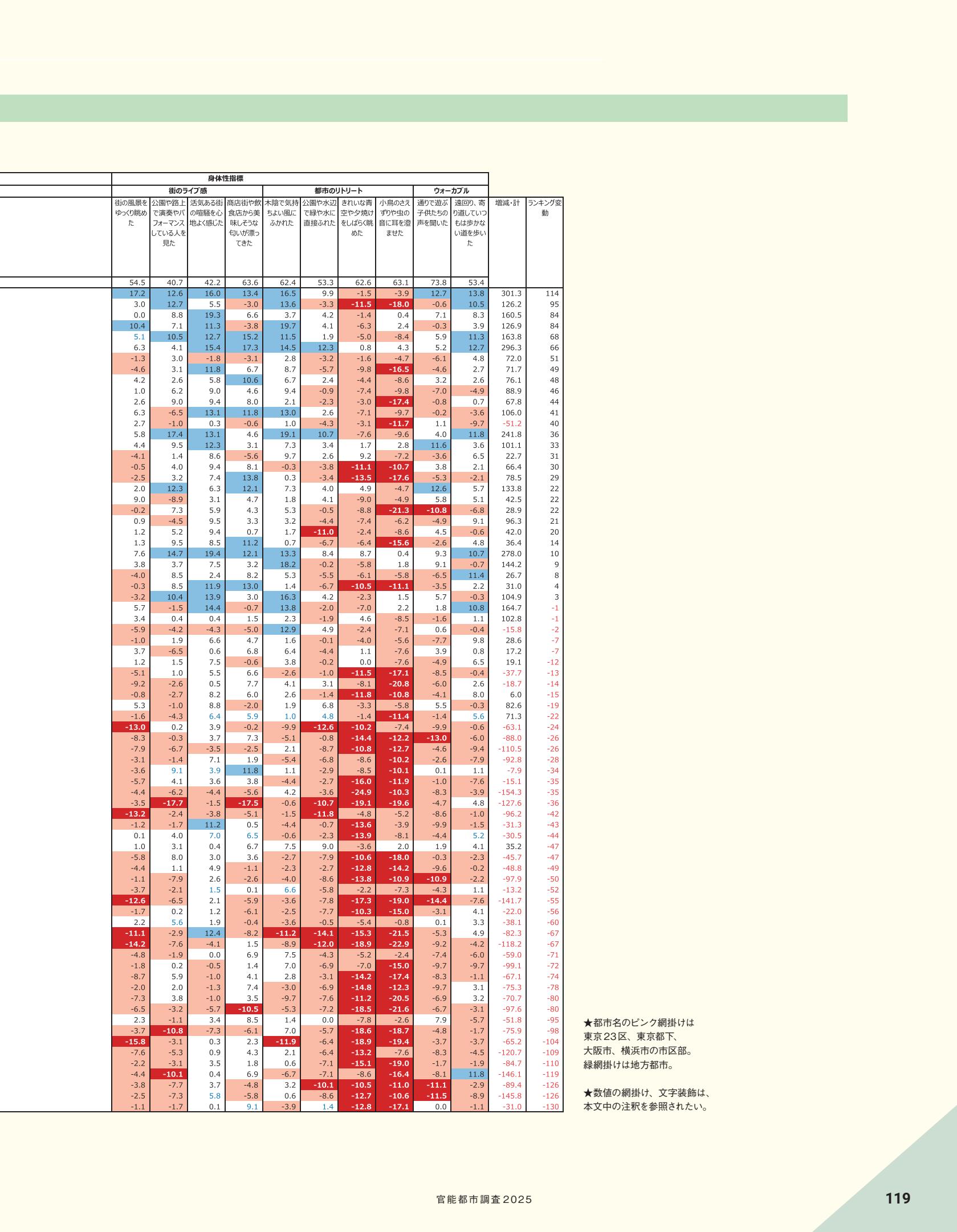
③路上での演奏・ライブをはじめとする都市らしい喧噪だけでなく、歩くこと自体を楽しめることも重要。

✓ このうち、②と③、特に②は、センシュアス度を下げた地方都市において、相当に失われている(コロナ禍以降、戻ってきていない)環境だといえるのではないだろうか。

② ランキングの変動をもたらした人々の行動

■ センシュアス度スコア：2025-2015の「経験あり・計」回答スコアの変化

	関係性指標												食文化					
	親密な共同体			ひとりの公共性			ロマンス			文化・娯楽			食文化					
	地域のボランティアやチャリティに参加した	馴染みの飲食店で店の客としゃべりながら盛り上がり始めた	お寺や神社で手を合わせて楽しめた	カジオラスで自分たちの時間を楽しめた	温泉湯で見知らぬ人たと湯に浸かった	デートをした	路上でキスした	素敵な人に見とれた	コンサートや演劇、芸能などライブフォーマンスに感動した	庶民的な店で美味しい料理やお酒を楽しんだ	ネットやグループでの高いレベルで食事をした	地元産の食材や郷土料理を楽しんだ	地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ					
2025年全体 (%)	26.9	30.1	38.6	65.5	55.2	32.5	37.6	19.2	31.0	34.0	51.0	41.4	43.2	31.5				
大阪府_大阪市天王寺区、浪速区（2015年は大正区も含まれる）	13.8	8.4	6.6	4.9	25.2	6.1	10.7	18.4	11.2	7.0	15.0	26.9	24.4	16.0				
東京都_小平市	12.5	9.4	-5.4	3.1	38.2	3.4	-0.4	6.7	14.7	6.8	7.9	11.8	-4.0	12.6				
東京都_立川市、昭島市（2015年スコアは立川市・昭島市の平均）	3.5	3.0	-0.2	4.6	27.3	9.4	2.0	5.2	4.1	11.5	7.0	22.0	-4.8	8.9				
東京都_墨田区	2.2	-4.6	0.4	-7.0	28.9	8.1	-6.9	3.8	-0.4	0.2	2.2	23.1	17.4	11.0				
和歌山県、和歌山市	10.8	6.3	2.4	8.0	21.2	5.4	4.0	5.2	8.0	5.7	4.7	14.5	-5.2	12.1				
神奈川県、横浜市西区	13.9	12.9	8.4	4.9	32.7	13.3	1.9	7.0	9.1	11.6	17.8	29.3	12.8	27.8				
東京都_江東区	0.0	5.2	-4.1	-9.6	24.4	10.0	-0.9	6.7	3.4	-1.7	-4.9	22.0	14.9	17.8				
徳島県_徳島市	-5.5	7.5	-4.6	-1.6	25.5	1.8	9.0	9.2	5.7	4.6	0.1	22.4	-7.4	13.2				
鳥取県_鳥取市	0.6	1.5	-10.9	6.7	16.2	4.5	7.7	4.0	-1.3	-2.2	8.3	17.9	-12.0	10.0				
東京都_大田区	8.3	2.3	-8.9	2.0	17.9	-2.0	2.8	5.4	6.1	-1.5	4.1	20.9	16.4	14.9				
香川県_高松市	4.3	5.1	-1.2	2.9	18.7	2.7	9.4	7.7	1.5	-3.2	-4.6	18.5	-9.7	7.4				
東京都_足立区	5.0	8.3	-6.4	2.5	22.1	-2.3	4.2	4.7	5.3	-0.2	8.2	16.0	7.4	11.5				
東京都_新宿区	-4.7	-0.8	-10.8	-13.9	13.9	0.7	-13.8	-5.6	-8.4	-10.3	-5.1	10.3	9.5	13.1				
東京都_豊島区	18.1	12.2	4.2	0.0	29.6	19.9	2.8	10.3	8.5	8.8	5.6	19.1	18.9	14.5				
東京都_調布市、狛江市（2015年スコアは調布市・狛江市の平均）	-3.0	-0.4	-8.4	5.9	21.6	2.2	0.3	6.3	4.1	-0.7	4.9	14.6	-13.1	7.1				
東京都_杉並区	3.0	1.0	-9.5	-5.1	19.8	-5.1	-9.2	-0.9	4.4	-0.5	-7.8	10.9	0.9	3.3				
宮崎県_宮崎市	5.1	8.4	-2.0	-1.5	17.8	8.6	0.5	0.9	4.3	-1.8	3.4	21.4	-11.0	11.3				
滋賀県_大津市	9.0	10.7	-2.8	-0.6	30.6	3.4	8.6	8.0	6.9	-0.3	4.3	20.3	-8.9	9.0				
東京都_板橋区	6.0	5.9	-10.1	2.9	23.3	6.1	3.7	2.6	0.4	1.8	-1.5	10.6	6.5	13.1				
東京都_北区	-1.5	2.6	-8.8	-2.6	22.1	-2.8	-4.3	-0.7	9.1	-2.4	-8.7	9.9	13.9	5.9				
岐阜県_岐阜市	4.8	6.0	-3.1	9.2	24.5	6.2	0.5	4.2	3.9	-2.1	-4.6	7.5	-9.3	6.8				
神奈川県_横浜市中区	5.0	9.1	-7.0	13.0	22.7	15.1	9.7	5.9	-8.5	-3.8	10.6	14.5	6.2	5.2				
東京都_世田谷区	5.9	6.7	-5.2	2.2	12.0	4.1	-6.3	1.8	7.0	-5.8	-1.8	7.4	3.4	10.5				
福岡県_北九州市	2.0	5.8	-6.6	-4.9	19.6	4.1	-1.0	4.6	1.0	-6.1	0.8	15.3	-10.8	7.9				
千代田区・中央区（2015年スコアは千代田区・中央区の平均）	14.7	11.9	4.6	-2.7	20.4	14.6	7.1	10.9	8.9	6.4	8.2	22.3	25.0	21.1				
東京都_渋谷区	5.4	11.6	1.1	6.6	19.5	16.8	-3.3	6.2	4.0	-11.7	0.4	16.6	16.2	14.2				
富山県_富山市	4.4	0.1	-3.3	-0.9	20.4	-6.9	1.1	4.7	-3.4	-4.2	-1.7	18.3	-17.1	7.3				
福井県_福井市	2.3	4.6	-8.1	-6.3	18.8	1.9	-1.6	-0.8	-2.0	-4.9	-0.1	16.0	-5.5	11.8				
東京都_港区	4.7	8.0	-7.8	3.5	13.0	9.6	-2.9	-2.9	6.6	-7.5	-3.3	7.0	14.4	13.3				
東京都_荒川区	6.5	12.6	-5.6	5.1	25.3	5.1	17.9	5.6	6.2	8.8	-5.1	13.4	18.2	13.2				
大阪府_大阪市中央区	10.5	11.6	8.1	-9.5	18.0	8.3	-1.5	6.8	13.8	-4.6	1.6	15.6	8.6	13.8				
大阪府_大阪市北区、福島区（2015年スコアは北区のみ）	-1.3	-7.4	-16.4	-7.3	11.2	-2.0	-7.6	1.8	0.4	-1.5	-5.6	13.2	9.8	7.8				
三重県_津市	-1.0	5.2	-5.5	0.0	13.5	2.1	3.8	3.1	2.0	0.2	1.3	11.9	-14.5	0.3				
大阪府_大阪市西区	6.1	-4.1	-7.5	-6.2	13.6	-5.8	-3.3	3.9	-3.2	10.6	-8.0	9.8	4.2	2.3				
東京都_台東区	5.6	0.8	-10.5	-13.8	7.8	-0.9	1.1	0.4	-3.6	-10.3	0.5	15.9	17.8	1.1				
熊本県_熊本市	3.8	-2.5	-11.7	0.2	9.9	-5.6	6.5	2.5	-3.4	-2.7	-5.0	12.8	-14.2	4.8				
東京都_文京区	-6.5	-5.7	-4.2	-5.2	11.1	-1.4	-2.3	-2.7	0.4	-5.7	-6.9	13.3	14.3	11.5				
岡山県_岡山市	8.9	6.5	-14.4	-1.1	16.6	-2.4	-3.4	-1.0	3.5	-1.2	-1.2	15.1	-13.1	0.0				
東京都_中野区	0.0	-3.7	-2.2	4.5	10.9	2.7	-2.4	4.7	3.9	12.3	-2.2	13.4	12.2	12.6				
大阪府_堺市	7.7	3.7	-5.3	-2.1	23.3	-2.2	8.9	4.6	4.0	9.1	-6.4	14.0	-0.2	8.6				
山梨県_甲府市	7.5	6.7	-11.1	-4.1	14.8	-1.8	-2.2	5.6	-4.0	-1.5	-7.4	16.1	-16.6	-5.4				
山形県_山形市	2.4	-2.4	-9.1	-11.7	20.5	-4.0	-3.3	-2.7	-5.5	-12.6	0.7	7.0	-18.3	0.1				
東京都_目黒区	3.5	-7.1	-15.4	-12.7	14.9	3.6	-9.1	-1.9	-16.9	-10.7	-13.2	-0.2	3.4	16.0				
石川県_金沢市	0.8	-5.2	-3.8	-2.3	10.3	-5.8	-4.5	-0.8	-9.2	-9.0	-9.6	8.3	-21.9	-3.1				
秋田県_秋田市	-0.9	0.7	-8.7	0.2	19.6	-6.1	-2.8	-1.2	-12.1	-4.4	2.0	15.0	-13.1	1.9				
新潟県_新潟市	1.4	3.5	-10.7	0.1	18.2	0.7	2.7	5.3	-2.8	-3.6	-3.0	16.6	-10.5	4.8				
東京都_品川区	-10.4	-10.2	-20.6	-5.5	6.4	-5.7	-5.2	0.0	0.8	-12.6	-16.4	-3.7	-1.9	-1.9				
東京都_武藏野市	-9.3	-0.8	-14.6	1.1	18.7	-6.7	-12.4	-2.8	-6.5	-8.3	-5.5	14.4	-16.8	12.0				
佐賀県_佐賀市	14.5	3.5	-13.0	-4.9	16.5	-0.6	-12.9	-4.6	-11.1	-4.2	-5.7	10.3	-23.3	-3.3				
静岡県_浜松市	0.5	-0.3	-13.3	-0.9	18.5	-1.2	-5.3	4.4	-0.7	-5.4	-3.5	10.2	-12.1	3.0				
東京都_三鷹市	-0.8	-0.5	-15.7	-1.1	16.5	-9.2	-5.4	-0.8	-7.6	-3.7	-2.8	10.5	-10.5	7.1				
福島県_福島市	3.1	4.6	-5.4	7.8	12.5	-1.5	-6.6	1.6	-4.2	-5.9	-2.4	10.3	-16.6	5.8				
鹿児島県_鹿児島市	-0.7	-0.4	-14.3	1.3	17.5	-12.8	-1.7	-0.7	-2.8	-3.8	-3.2	15.1	-10.3	4.1				
栃木県_宇都宮市	-5.0	-1.6	-14.3	-2.9	20.5	-1.6	2.6	0.1	3.6	-3.9	-3.4	15.4	-15.4	-1.6				
長野県_長野市	-3.8	-3.7	-13.7	-7.1	12.2	-3.3	1.2	2.7	-6.1	-6.4	-6.7	15.8	-18.6	-1.0				
神奈川県_相模原市	2.9	-1.2	-14.0	-5.6	23.7	-3.3	-0.3	-2.6	-3.7	1.6	1.4	12.3	-8.6	0.3				
静岡県_静岡市	-3.8	-1.7	-11.9	-4.0	12.7	-0.4	-11.3	-1.5	-5.3	-5.6	-5.1	9.1	-20.5	0.2				
大分県_大分市	6.2	4.5	-10.4	-5.3	18.8	-8.8	3.3	0.8	1.4	-9.3	1.4	21.7	-13.4	8.0				
東京都_町田市	-1.0	1.9	-20.6	-14.8	20.6	-1.2	-1.0	-5.2	-5.6	-2.4	-5.7	7.0	-13.5	1.0				
長崎県_長崎市	0.7	7.6	-15.6	-16.3	19.6	4.6	0.1	2.7	-0.2	-3.5	-8.7	13.1	-20.2	6.1				
島根県_松江市	-2.3	-3.7	-7.9	-9.6	16.2	6.6	-0.4	-1.5	-3.4	1.8	-0.9	12.7	-18.0	-3.9				
茨城県_水戸市	-5.3	-0.1	-12.6	-12.1	20.4	6.9	-4.1	1.3	-7.9	-4.2	-10.9	16.4	-23.0	-6.2				
山口県_山口市	-2.0	-4.8	-19.4	-11.0	7.7	-6.0	-1.9	-0.3	-4.3	-2.7	-11.6	13.0	-20.2	6.4				
群馬県_前橋市	-4.8	-0.6	-15.1	3.9	12.9	-0.9	-0.9	-2.2	-3.8	-2.8	-3.6	6.5	-16.9	2.2				
奈良県_奈良市	-3.8	-2.5	-14.4	-1.7	21.9	-1.4	1.5	1.0	-3.6	-6.7	-13.5	2.8	-15.1	-2.3				
愛媛県_松山市	-1.3	3.1	-6.5	-1.2	17.9	-9.4	-0.7	1.1	-4.6	-11.4	-3.0	9.5	-14.3	3.8				
東京都_西東京市	4.4	1.3	-7.9	-9.6	19.2	0.8	2.9	2.9	-2.5	-1.1	-14.5	0.4	-12.1	6.5				
青森県_青森市	-6.3	-4.0	-15.8	1.9	10.9	-10.2	-3.9	-2.6	-7.4	-8.6	1.5	8.0	-15.2	-6.4				



III. センシュアス・シティで あるために無視できないこと

III-1 センシュアス・シティと多様性・開放性

① 行動ベースの都市の多様性・開放性

▷ LIFULL HOME'S 総研の過去研究を踏まえ、都市のセンシュアス度に影響を及ぼす項目として、今回新たに、【多様性・開放性】と【ナイトタイム】の2指標を設定した。

- ▷ 【多様性・開放性】について、以下の4項目を設定した。
- ※ 「外国人とのちょっとしたやりとりを楽しんだ」
 - ※ 「街で自然に振る舞う同性のカップルを見かけた」
 - ※ 「障がい者やベビーカーなど街で困っている人を手助けした」
 - ※ 「職場や学校では出会わないような新しい友だちができた」

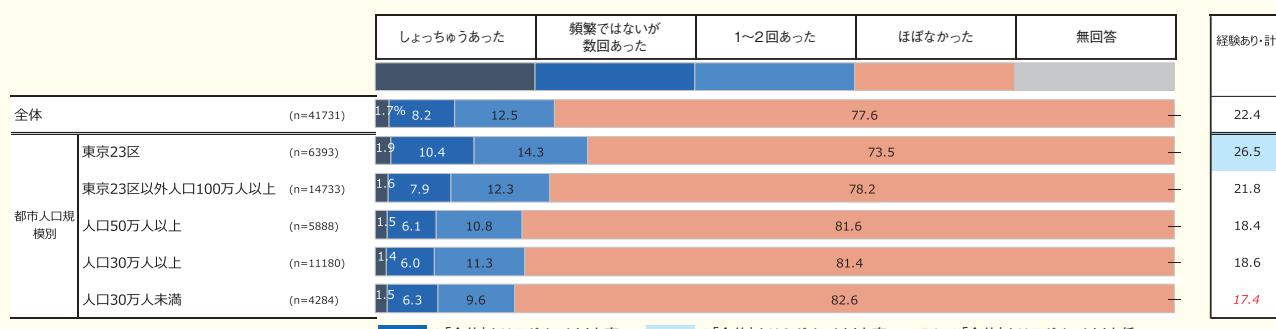
▷ 既存指標との関係について、より詳細な構造分析が必要となるため、一気に新指標として組み込むことはしないが、その基本的な結果を記載する。

▶ 総じて、人口規模の大きい都市群の【多様性・開放性】経験率は高いが、一律に相関が認められるわけではない。

- ✓ 「経験あり・計」のスコアは、どの項目もトップは「東京23区」であり、「東京23区以外人口100万人以上」が2位となっている。また、いずれの項目も、「人口30万人未満」が最下位である。
- ✓ ただし、「外国人とのちょっとしたやりとりを楽しんだ」や「障がい者やベビーカーなど街で困っている人を手助けした」などは、「人口30万人以上」の方が「人口50万人以上」を上回っているなど、人口規模が大きければ「経験あり・計」のスコアも伸びるという関係にはない。

■ 行動ベースの都市の多様性・開放性①外国人とのちょっとしたやりとりを楽しんだ（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことと指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

■ 行動ベースの都市の多様性・開放性②街で自然に振る舞う同性のカップルを見かけた（全体／単一回答）

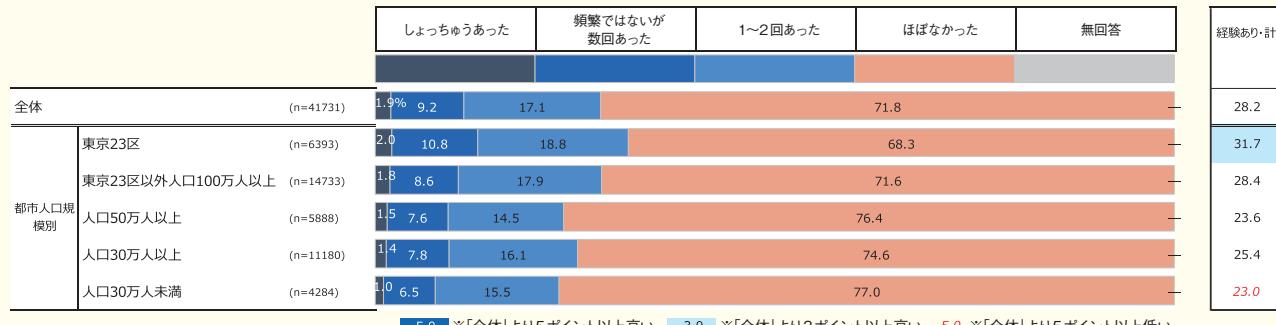
Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことと指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

■ 行動ベースの都市の多様性・開放性③障がい者やベビーカーなど街で困っている人を手助けした（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことと指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

■ 行動ベースの都市の多様性・開放性④職場や学校では出会わないような新しい友だちができた（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことと指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

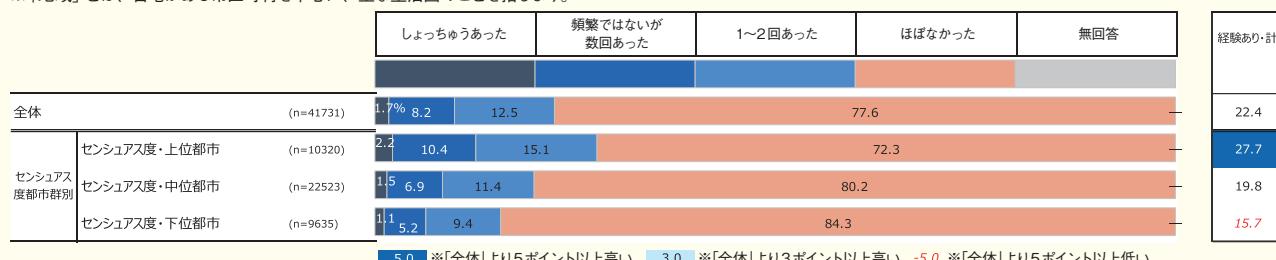
② センシュアス・シティと都市の【多様性・開放性】

▶ 都市人口規模別とは異なり、センシュアス度の高い都市群ほど、 【多様性・開放性】各項目の経験率が上昇。

✓ 【多様性・開放性】の全項目で、センシュアス度が上がるにつれ、「経験あり・計」のスコアが上昇する。センシュアス度が高い相関があることがわかる。

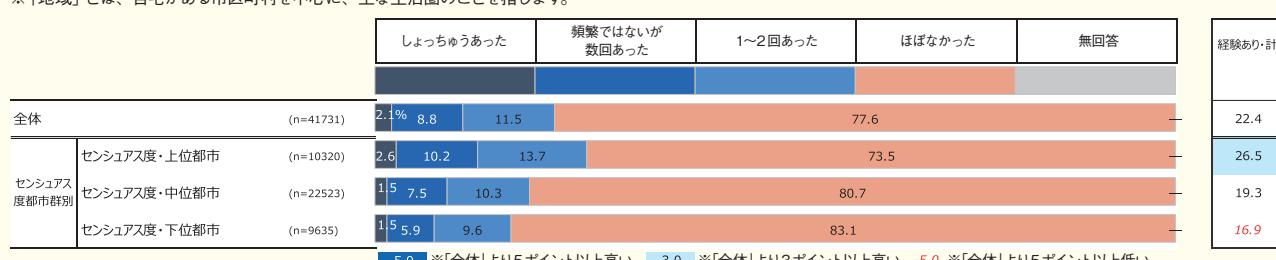
■ センシュアス・シティと都市の多様性・開放性①外国人とのちょっとしたやりとりを楽しんだ（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



■ センシュアス・シティと都市の多様性・開放性②街で自然に振る舞う同性のカップルを見かけた

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



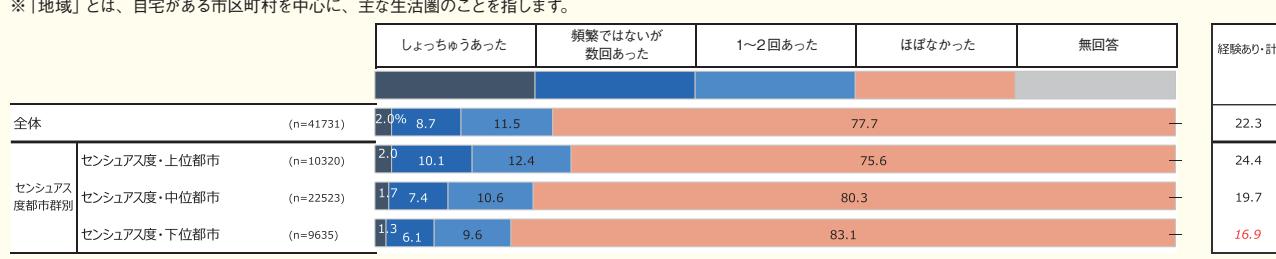
■ センシュアス・シティと都市の多様性・開放性③障がい者やベビーカーなど街で困っている人を手助けした（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



■ センシュアス・シティと都市の多様性・開放性④職場や学校では出会わないような新しい友だちができた（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。あなたが住んでいる地域で過去1年間に、以下にあげることをどの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



③ 都市の【多様性・開放性】ランキング

▶ 「東京都_千代田区、中央区」がトップ。センシュアス度全体6位の「東京都_渋谷区」が2位、同8位の「大阪府_大阪市中央区」が3位に。

✓ センシュアス度ランキングを作成するのと同じ手順（4項目の回答の加重平均値を偏差値化）で、都市別の【多様性・開放性】スコアを算出し、ランキング化したのが下記表である。

✓ 20位までの顔ぶれに大きな変動はないが、「東京都_渋谷区」や「大阪府_大阪市中央区」、「東京都_台東区」、「兵庫県_神戸市中央区」が順位を上げ、「福岡県_福岡市博多区」、「北海道_札幌市中央区」などが順位を下げているのが目立つ。

✓ なお、センシュアス度全体と【多様性・開放性】との（都市単位での偏差値の）相関係数は0.86。

順位	多様性・開放性 ランキング	(参考) センシュアス 度全体順位	偏差値	順位
1	東京都_千代田区、中央区	84.7	1	
2	東京都_渋谷区	81.3	6	
3	大阪府_大阪市中央区	77.9	8	
4	東京都_豊島区	76.4	3	
5	神奈川県_横浜市西区	75.8	2	
6	大阪府_大阪市北区、福島区	75.8	4	
7	神奈川県_横浜市中区	75.4	5	
8	東京都_港区	74.7	7	
9	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	73.2	10	
10	東京都_台東区	71.9	18	
11	大阪府_大阪市西区	68.6	12	
12	東京都_荒川区	65.9	17	
13	兵庫県_神戸市中央区	65.5	22	
14	愛知県_名古屋市中区、東区	65.2	19	
15	東京都_江東区	63.7	21	
16	福岡県_福岡市博多区	63.0	9	
17	東京都_新宿区	61.6	43	
18	岐阜県_岐阜市	61.5	42	
19	東京都_墨田区	61.4	25	
20	東京都_世田谷区	61.1	13	
21	東京都_中野区	61.1	70	
22	北海道_札幌市中央区	60.9	11	
23	兵庫県_神戸市兵庫区、長田区	60.8	65	
24	福岡県_福岡市中央区	59.2	16	
25	神奈川県_川崎市川崎区	58.8	50	
26	京都府_京都市東山区、山科区	58.2	55	
27	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	58.2	26	
28	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	58.2	14	
29	東京都_大田区	58.1	32	
30	長野県_松本市	58.0	24	
31	愛知県_岡崎市	57.9	61	
32	福岡県_福岡市東区	57.7	34	
33	東京都_立川市、昭島市	57.5	20	
34	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	56.6	29	
35	神奈川県_横浜市港北区、緑区	56.5	28	
36	大阪府_大阪市阿倍野区、住吉区、住之江区、西成区	56.4	107	
37	東京都_板橋区	56.0	89	
38	神奈川県_横須賀市	55.6	62	
39	東京都_文京区	55.5	15	
40	東京都_品川区	55.4	44	
41	東京都_足立区	55.1	41	
42	埼玉県_さいたま市西区、北区、大宮区、見沼区	55.1	74	
43	福岡県_福岡市南区、城南区	54.8	86	
44	埼玉県_さいたま市浦和区、桜区、南区、緑区	54.8	63	
45	東京都_目黒区	54.7	30	
46	東京都_その他	54.4	82	
47	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	54.0	33	
48	石川県_金沢市	53.9	36	
49	滋賀県_大津市	53.8	27	
50	愛知県_名古屋市中村区、北区、西区	53.5	104	

III-2 センシュアス・シティとナイトタイム

① 行動ベースのナイトタイム

▷ LIFULL HOME'S 総研の過去研究を踏まえ、都市のセンシュアス度に影響を及ぼす項目として、今回新たに、【多様性・開放性】と【ナイトライフ】の2指標を設定した。

▷ 【ナイトタイム】について、以下の4項目を設定した。

※「街の夜景やライトアップ、イルミネーションを楽しんだ」

※「ライブハウスやクラブ、カラオケで発散した」

※「ほろ酔いで夜の街を散歩した」

※「ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた」

▷ 既存指標との関係について、より詳細な構造分析が必要となるため、一気に新指標として組み込むことはしないが、その基本的な結果を記載する。

▶ 総じて、人口規模の大きい都市群の【ナイトタイム】経験率は高めだが、一律に相関が認められるわけではない。

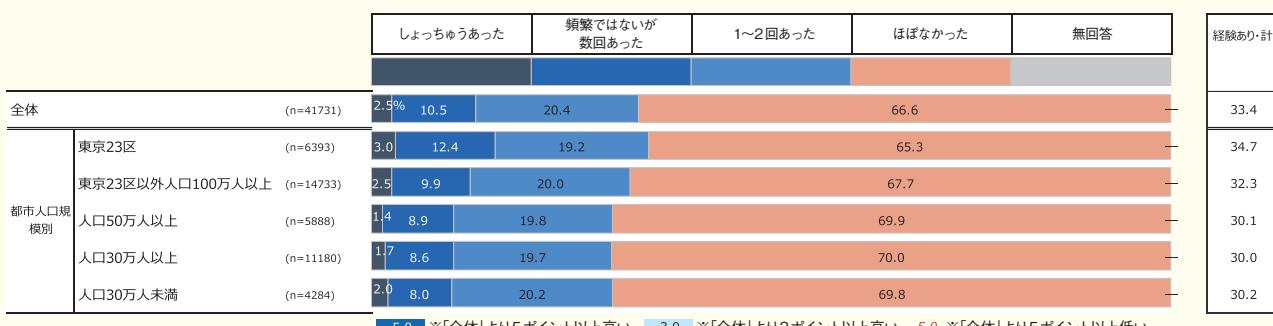
✓ 「ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた」以外の3項目の「経験あり・計」のトップは「東京23区」。「東京23区以外人口100万人以上」が2位となっている。

✓ ただし、人口規模が大きければ【ナイトタイム】の各項目の経験率が上昇するわけではない。「ライブハウスやクラブ、カラオケで発散した」の「経験あり・計」は、「人口50万人以上」を底に、「人口30万人以上」、「人口30万人未満」とスコアが上昇している。

▷ 「ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた」の「経験あり・計」は、「人口50万人以上」、「人口30万人以上」、「人口30万人未満」で拮抗しており、人口規模との相関は薄い。

■ 行動ベースのナイトタイム①街の夜景やライトアップ、イルミネーションを楽しんだ（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを目指します。



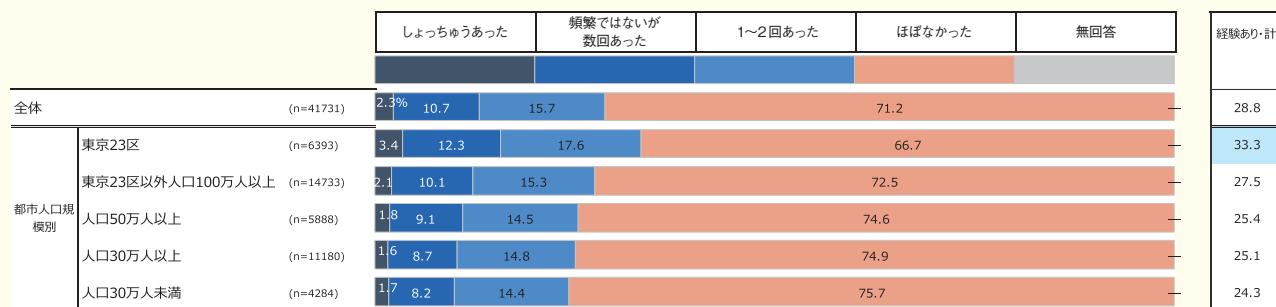
■ 行動ベースのナイトタイム②ライブハウスやクラブ、カラオケで発散した（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを目指します。



■ 行動ベースのナイトタイム③ほろ酔いで夜の街を散歩した（全体／単一回答）

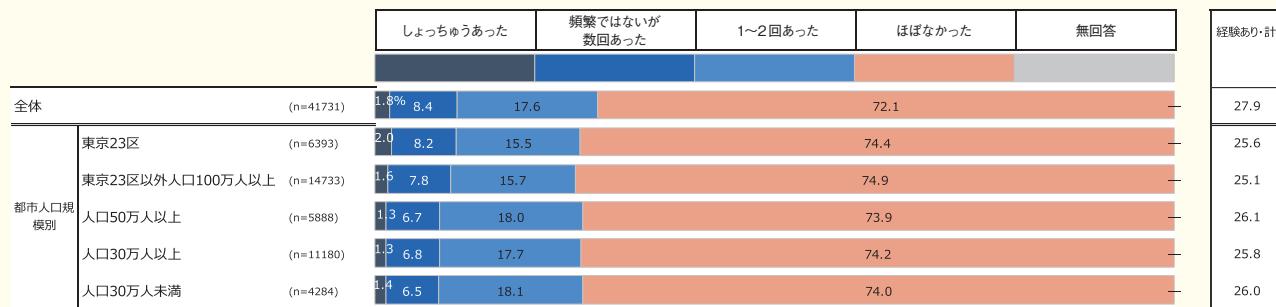
Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことと指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

■ 行動ベースのナイトタイム④ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことと指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い

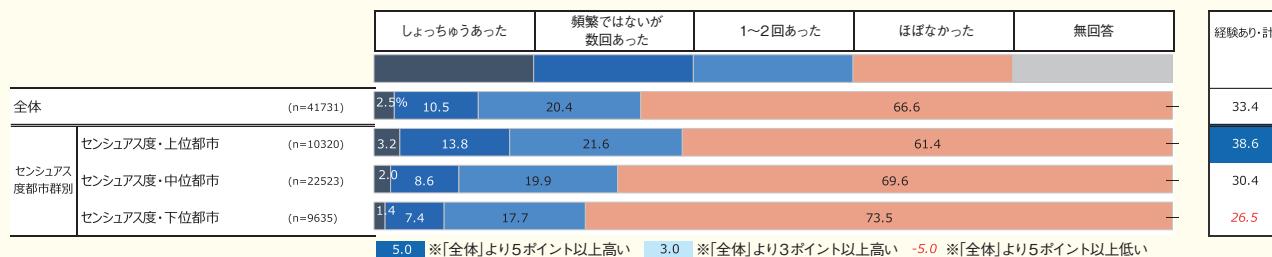
② センシュアス・シティと行動ベースの【ナイトタイム】との関係

▶ 都市人口規模別とは異なり、センシュアス度の高い都市群ほど、 【ナイトタイム】各項目の経験率が上昇。

✓ 【ナイトタイム】全4項目とも、センシュアス度が上がるにつれ、「経験あり・計」のスコアが上昇する。これは、「しおりうつあつた」だけでも、「頻繁ではないが数回あった」以上にしても同様。センシュアス度が高い相関があることがわかる。

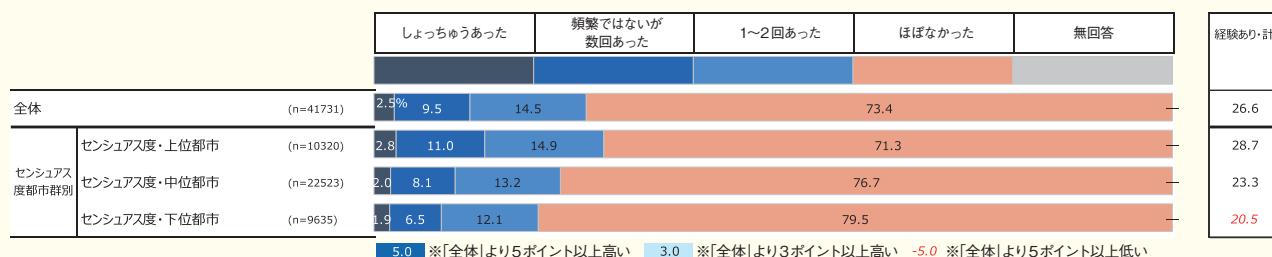
■ センシュアス・シティとナイトタイムとの関係①街の夜景やライトアップ、イルミネーションを楽しんだ（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



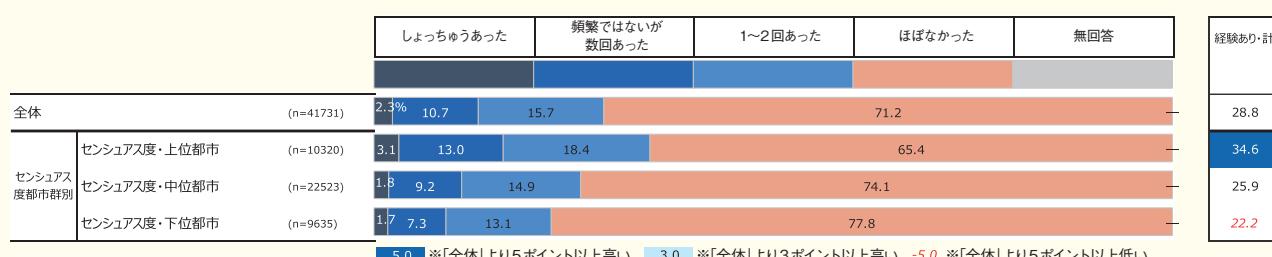
■ センシュアス・シティとナイトタイムとの関係②ライブハウスやクラブ、カラオケで発散した（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



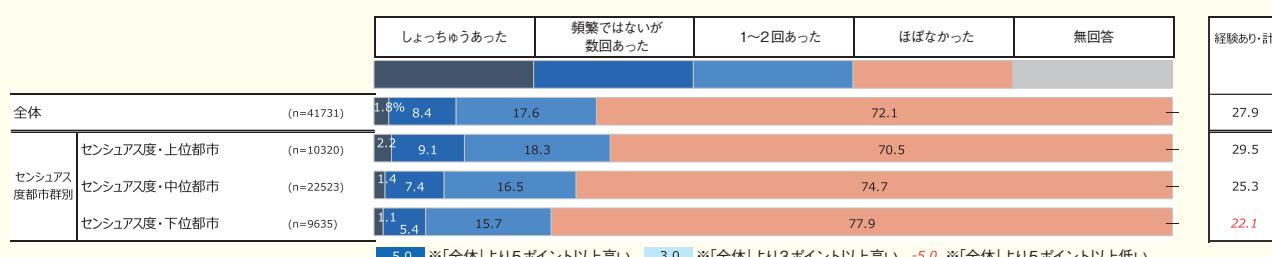
■ センシュアス・シティとナイトタイムとの関係③ほろ酔いで夜の街を散歩した（全体／単一回答）

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



■ センシュアス・シティとナイトタイムとの関係④ナイトミュージアム、夜間参拝、夜市、花火大会など夜のイベントに出かけた

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。以下にあげることのうち、あなたが住んでいる地域で過去1年間に、どの程度の頻度で経験しましたか。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこと指します。



③ 都市の【ナイトタイム】ランキング

▶ 「神奈川県_横浜市西区」がトップ。センシュアス度全体12位の「大阪府_大阪市西区」が3位。

- ✓ センシュアス度ランキングを作成するのと同じ手順(4項目の回答の加重平均値を偏差値化)で、都市別の【ナイトタイム】スコアを算出し、ランキング化したのが下記の表である。
- ✓ 「東京都_台東区」や「兵庫県_神戸市中央区」、「愛知県_名古屋市中区、東区」、「東京都_江東区」、「東京都_新宿区」が順位を上げている一方、「東京都_豊島区」などが順位を下げている。
- ✓ なお、センシュアス度全体と【ナイトタイム】との(都市単位での偏差値の)相関係数は0.89であり、非常に高い。

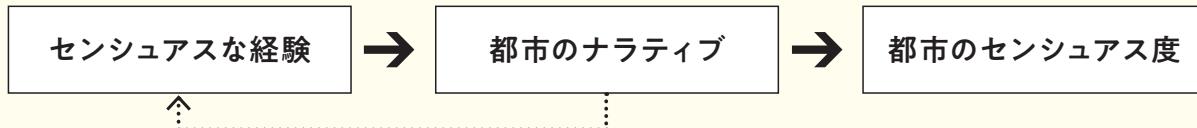
ナイトタイム ランキング		(参考) センシュアス 度全体順位	
順位		偏差値	順位
1	神奈川県_横浜市西区	93.8	2
2	東京都_千代田区、中央区	87.8	1
3	大阪府_大阪市西区	79.9	12
4	神奈川県_横浜市中区	78.1	5
5	大阪府_大阪市北区、福島区	77.2	4
6	東京都_港区	74.8	7
7	東京都_台東区	73.0	18
8	福岡県_福岡市博多区	72.7	9
9	大阪府_大阪市中央区	72.5	8
10	東京都_渋谷区	70.6	6
11	兵庫県_神戸市中央区	69.5	22
12	東京都_豊島区	68.8	3
13	大阪府_大阪市天王寺区、浪速区	67.7	10
14	愛知県_名古屋市中区、東区	66.6	19
15	東京都_江東区	63.1	21
16	北海道_札幌市中央区	62.3	11
17	東京都_荒川区	62.1	17
18	東京都_世田谷区	61.3	13
19	東京都_新宿区	60.7	43
20	東京都_墨田区	60.6	25
21	福岡県_福岡市中央区	60.6	16
22	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	60.0	14
23	福岡県_久留米市	58.5	116
24	東京都_文京区	57.7	15
25	宮崎県_宮崎市	57.7	23
26	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	57.4	29
27	東京都_立川市、昭島市	57.0	20
28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	56.6	28
29	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	56.5	26
30	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	55.5	33
31	大阪府_枚方市	55.4	76
32	東京都_足立区	55.4	41
33	岐阜県_岐阜市	55.1	42
34	東京都_大田区	54.9	32
35	福井県_福井市	54.7	90
36	宮城県_仙台市青葉区、宮城野区、若林区	54.4	57
37	大阪府_吹田市	54.4	38
38	長野県_松本市	54.2	24
39	滋賀県_大津市	54.2	27
40	香川県_高松市	54.2	71
41	和歌山県_和歌山市	54.1	40
42	徳島県_徳島市	54.0	48
43	山形県_山形市	53.8	49
44	広島県_福山市	53.7	125
45	青森県_八戸市	53.6	68
46	福岡県_福岡市東区	53.6	34
47	福岡県_北九州市	53.5	81
48	新潟県_新潟市	53.2	73
49	神奈川県_川崎市川崎区	53.0	50
50	北海道_旭川市	53.0	84

IV. センシュアス・シティがもたらすもの

IV-1 センシュアス・シティと都市のナラティブ

① 都市のナラティブとは何か

- ✓ 序章での説明の通り、「その街に暮らす人びとの記憶や歴史、日常のエピソードを通じて、その都市に固有の意味や個性を与えるもの」を「都市のナラティブ」と呼ぶ。
- ✓ 都市のセンシュアス度との関係を示せば、おおよそ以下の通りである。「都市における様々な経験、特に身体的な経験」、つまりセンシュアスな経験の蓄積が、長期的な都市のナラティブ度を形成すると考える。
- ✓ 同時に、都市のナラティブ度は、都市のセンシュアス度をもドライブする。簡単にいえば、「多くの人にとって固有の意味がある都市は、そうした経験を提供する場所や空間、環境が作られやすい」ということだ。同じ再開発が進む都市でも、センシュアスな経験を提供できるエリアと、そうでないエリアとでは、「都市のナラティブ」を経由して、その後の「良い感じの都市」であり続けるかどうかが分かれる、という仮説でもある。



- ✓ 今回、「都市のナラティブ」を表現する状態を、4つの視点から4項目ずつ、合計16項目設定し、自分の住む地域についての当てはまり度を5段階で聞いた。

▶ 「東京23区」と「人口30万人未満」の両極で、「都市のナラティブ」は高水準。

▶ 【記憶】に強い「人口30万人未満」、「自分らしさ」と「愛着」の強い「東京23区」。

- ✓ 「都市のナラティブ」を、都市人口規模別にみると、興味深い傾向が確認できる。ほぼすべての項目について、「東京23区」か「人口30万人未満」のいずれかが1位、もしくは2位であり、「人口50万人以上」の都市群の比率が最も低い、ということである。

▷ センシュアス度に関する分析において、「多くのセンシュアス指標は都市規模が大きければ高い傾向を示すが、「人口50万人以上」<「人口30万人以上」となるケースが多い」という結論だったが、「都市のナラティブ」(度)が影響を与えていると考えられる。

- ✓ その内容を細かくみると、「東京23区」が相対的に高い項目は以下の通りである。
 - ◎「この街には自分のお気に入りの場所や風景がある」【記憶】
 - ◎「自分の身体がこの街に馴染んでいるという感覚がある」【同一化】
 - ◎「この街に住んでいることは自分の個性のひとつと感じる」【同一化】
 - ◎「この街には愛着がある」【居場所】
 - ◎「この街では自分らしく生きることが許されていると感じる」【居場所】

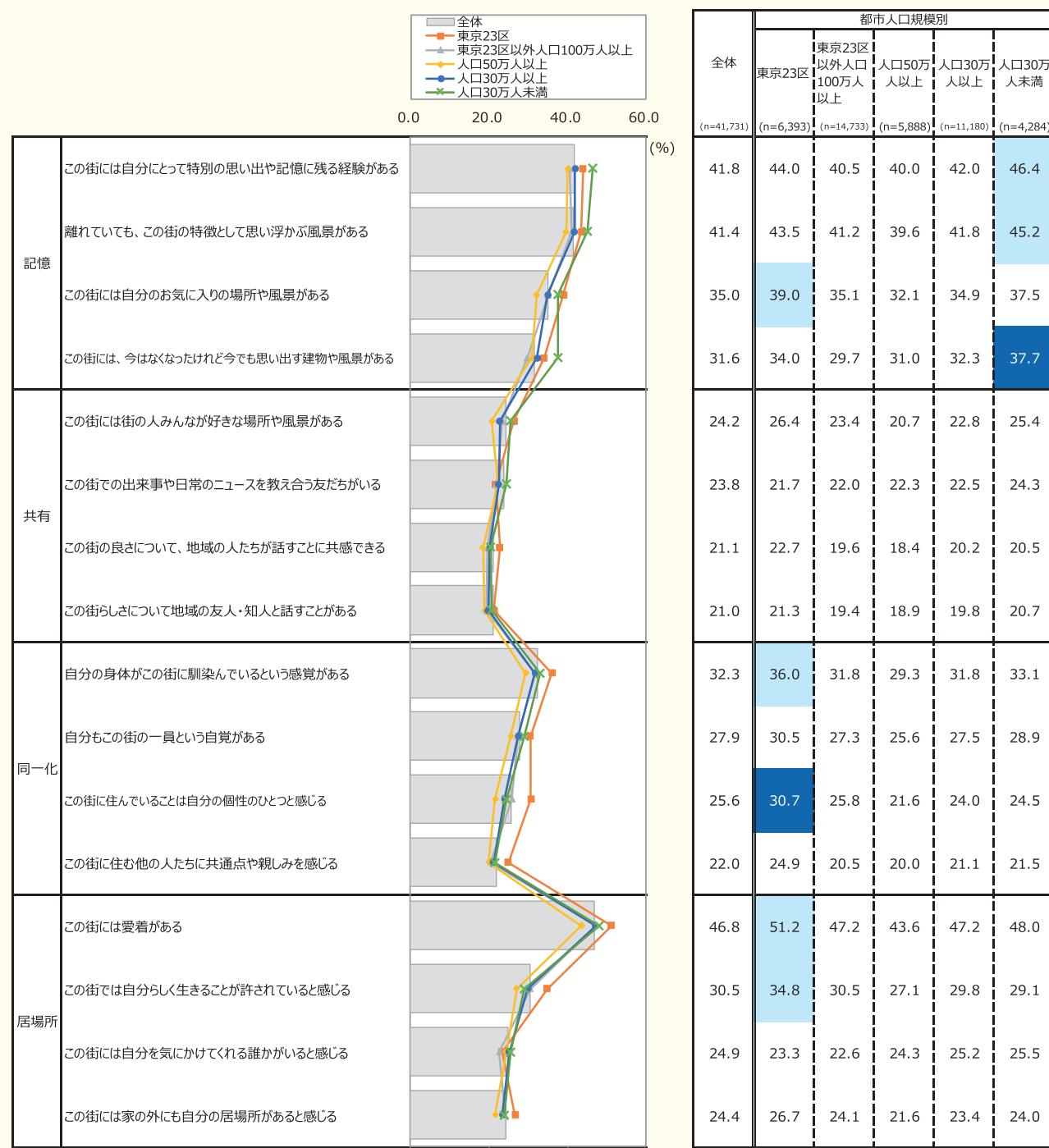
- ✓ 「人口30万人未満」の都市群が、相対的に高い項目は以下の通りである。
 - ・「この街には自分にとって特別の思い出や記憶に残る経験がある」【記憶】
 - ・「離れていても、この街の特徴として思い浮かぶ風景がある」【記憶】
 - ・「この街には、今はなくなったけれど今でも思い出す建物や風景がある」【記憶】

- ✓ 【記憶】に関する項目は「人口30万人未満」の都市群が強いのに対し、「東京23区」は、自分らしさ（【同一化】、【記憶】）に関する項目が高い。それだけでなく、「東京23区」は、個人にとって特別な記憶や愛着を感じる人が多い点は、留意すべきポイントである。

■ 都市のナラティブとは何か【あてはまる・計】(全体／各単一回答)

Q. お住まいの地域での生活についてお聞きします。この地域で暮らしてきたなかで、以下のような経験や実感はどの程度ありますか？

※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心、主な生活圏のことを指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い ※「全体」カテゴリー毎降順ソート

▷前ページで確認した「都市のナラティブ」の各項目の回答を、それぞれ「とてもあてはまる」5点→「あてはまる」4点……のように傾斜配点し、その加重値を足し上げた値を各都市別に算出した。そのうえで各都市を、第1四分位=「ナラティブ度・上位都市」、第2、第3四分位=「ナラティブ度・中位都市」、第4四分位=「ナラティブ度・下位都市」として、以下の分析を行った。

② 都市のナラティブとその都市にある場所

▶ 「ナラティブ度・上位都市」には、
【個人経営の雑多な飲食店】、【個性的な商業施設】、【快適なオープンスペース】が多い。

✓ おおよそ、「ナラティブ度・上位都市」の比率が高い項目が多いが、【チェーン系の飲食店】の「ファミリーレストラン」、「大手チェーンのファーストフード店」は、むしろナラティブ度が低い都市の比率の方が高くなっている。

- ✓ 「ナラティブ度・上位都市」の比率が特に高いのは、
 - ◎【個人経営の雑多な飲食店】の各項目、
 - ◎【個性的な商業施設】の各項目、
 - ◎【公共系文化施設】の各項目、
 - ◎【記憶をつくる風景】の各項目、
 - ◎【快適なオープンスペース】の各項目

などである。

▷上記の中でも、【個人経営の雑多な飲食店】、【個性的な商業施設】、【快適なオープンスペース】は、設定した4項目中3項目以上において、「ナラティブ度・上位都市」の比率が全体を10ポイント以上上回っている。

▷また、【個人経営の雑多な飲食店】のうち、「小さな居酒屋や酒場が集まった横丁」、「有名な高級レストランや老舗料亭」、「個人経営の雰囲気のよいレストランやバー」は、「ナラティブ度・下位都市」の比率が特に低くなっている。

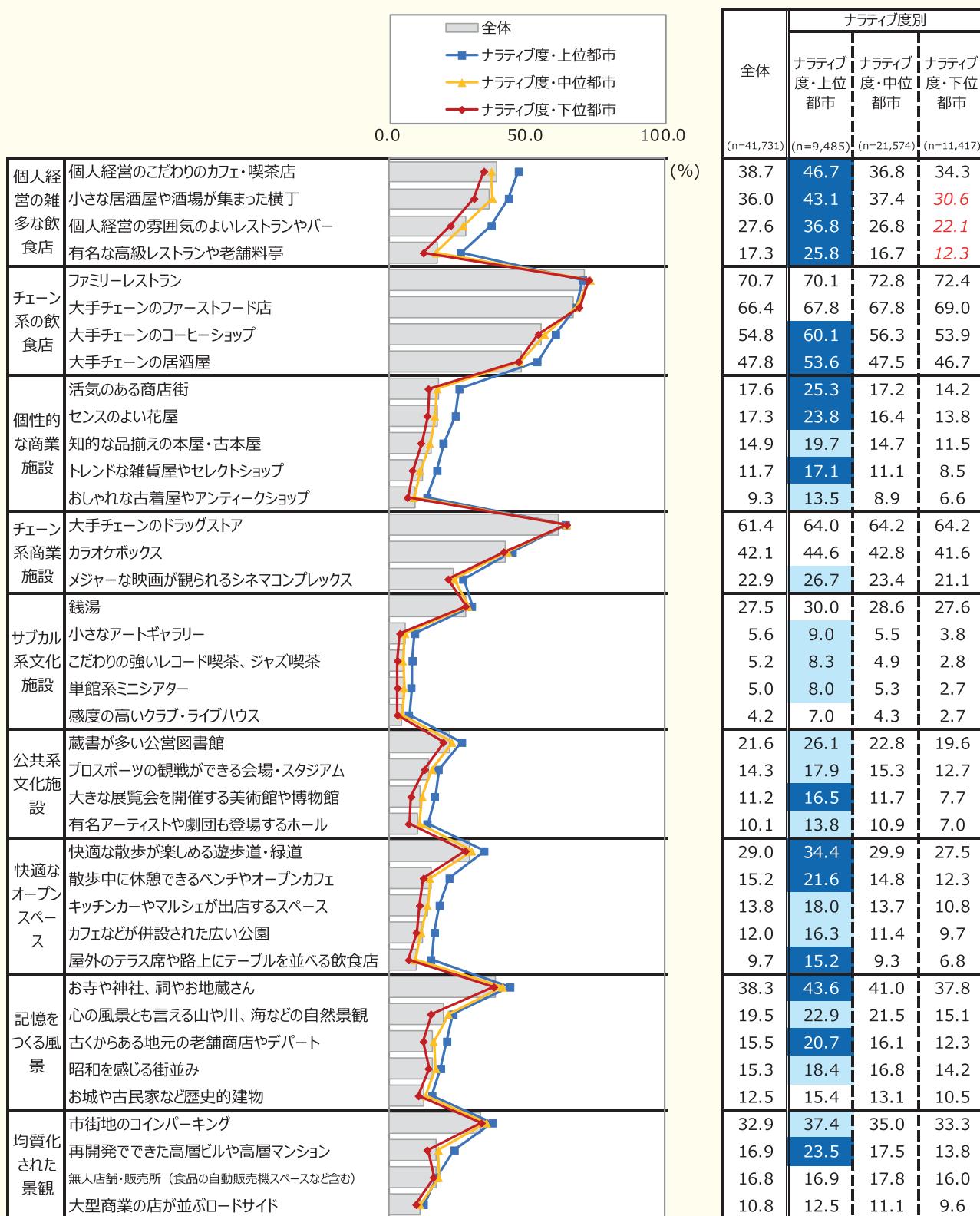
▷【公共系文化施設】の中でも「大きな展覧会を開催する美術館や博物館」の比率が高いこと、【記憶をつくる風景】の中でも「お寺や神社、祠やお地蔵さん」、「古くからある地元の老舗商店やデパート」の比率が高いことも指摘しておきたい。

- ✓ そのほか、以下のような場所の比率も特徴的に高い。
 - ◎「大手チェーンのコーヒーショップ」
 - ◎「大手チェーンの居酒屋」
 - ◎「再開発でできた高層ビルや高層マンション」

■ 都市のナラティブとその都市にある場所 (全体／複数回答)

Q. あなたのお住まいから気軽に行ける地域に、以下のような場所はありますか。ある場所をすべてお選びください。

※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のことを指します。



5.0 ※「全体」より5ポイント以上高い 3.0 ※「全体」より3ポイント以上高い -5.0 ※「全体」より5ポイント以上低い ※「全体」カテゴリー毎降順ソート

③ 都市のナラティブとシビックプライド

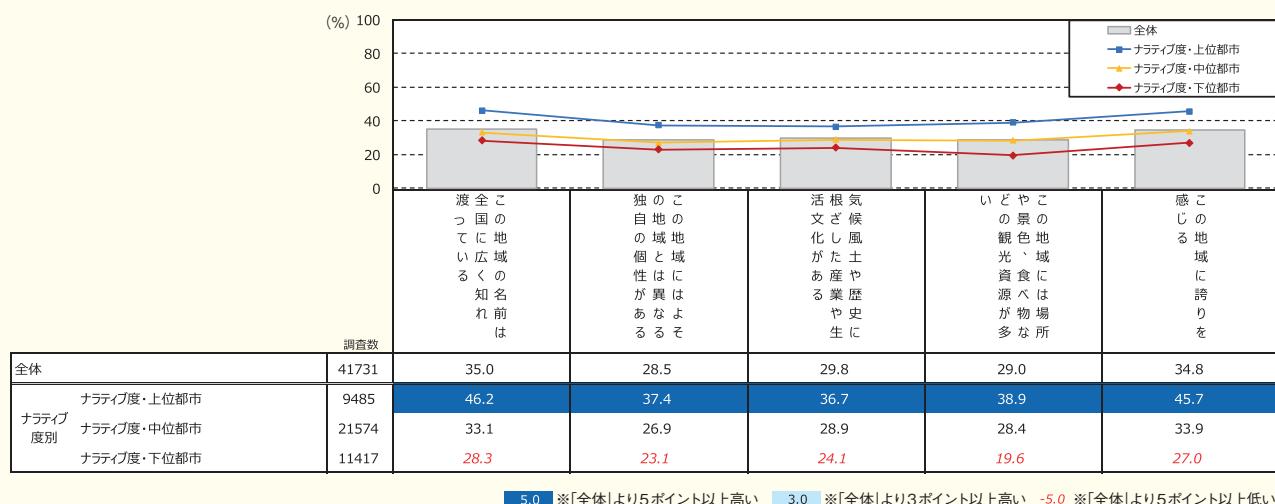
▶ 都市のナラティブ度が高いほど、シビックプライドも高くなる。

▷ シビックプライドに関して5項目を設定し、それぞれの当てはまり度を5段階で聞いた。下記グラフは「あてはまる・計」のスコアである。

- ✓ 都市のナラティブ度とシビックプライドには、明確な相関が認められる。

■ 都市のナラティブとシビックプライド【あてはまる・計】(全体/各単一回答)

Q. あなたのお住まいの地域について、以下のような実感がありますか。どの程度あてはまるお答えください。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこととします。



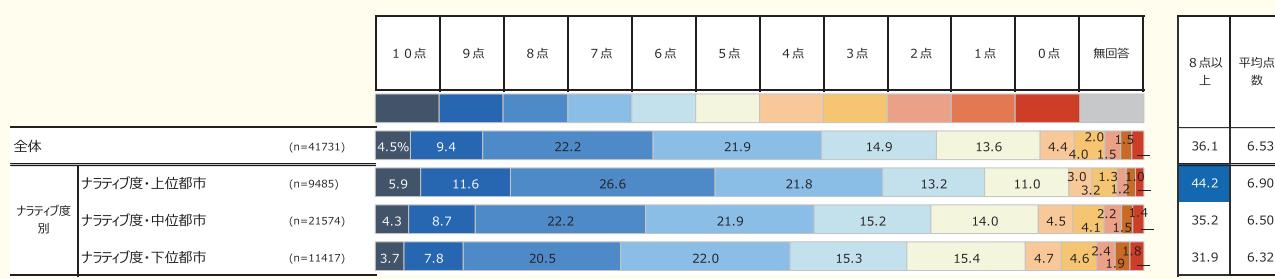
④ 都市のナラティブと都市生活満足度

▶ 都市生活満足度と都市のナラティブ度には強い相関がある。

- ✓ 「ナラティブ度・上位都市」に住む人の44%が「8点以上」と評価。

■ 都市生活満足度(全体/単一回答)

Q. あなたのお住まいの地域にどの程度満足していますか。「非常に満足している」を10点、「まったく満足していない」を「0点」とした場合、何点くらいになるかをお答えください。
※「地域」とは、自宅がある市区町村を中心に、主な生活圏のこととします。を「0点」とした場合、何点くらいになるかをお答えください。



⑤ センシュアス・シティと都市のナラティブとの関係

▷ ここでは、既に求めた「都市のナラティブ」の加重値を偏差値化（＝「都市のナラティブ度」）し、そのランキングを算出し、センシュアス・シティランキングと比較した。

▶ センシュアス・シティと都市のナラティブ度の都市別の偏差値の相関係数は0.60。

▶ 都市のナラティブ度のトップは「神奈川県_横浜市中区」。「東京都_文京区」が3位に。

▷ 「東京都_目黒区」、「長野県_松本市」、「北海道_函館市」、「東京都_武蔵野市」などが順位を伸ばす。

▷ 「東京都_豊島区」（50位）や、「大阪府_大阪市北区、福島区」、「大阪府_大阪市中央区」、「大阪府_大阪市天王寺区、浪速区」などは、センシュアスシティ・ランキングから大きく順位を落とした。

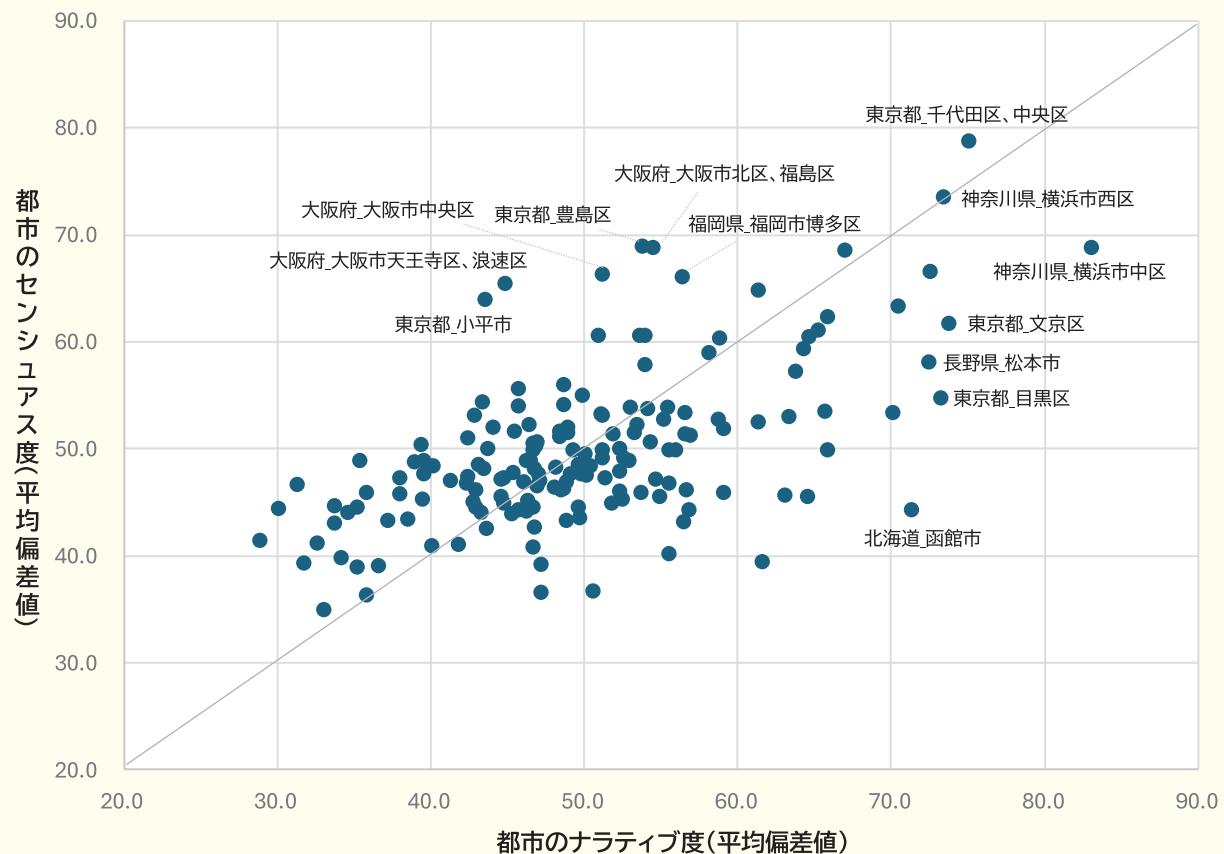
ナラティブ度ランキング		(参考) センシュアス ・シティ ランキング
順位	偏差値	順位
1	83.08	5
2	75.07	1
3	73.83	15
4	73.45	2
5	73.30	30
6	72.54	7
7	72.44	24
8	71.35	137
9	70.49	13
10	70.11	39
11	67.01	6
12	65.91	69
13	65.91	14
14	65.72	37
15	65.29	16
16	64.67	20
17	64.58	123
18	64.34	22
19	63.81	26
20	63.38	43
21	63.15	121
22	61.62	159
23	61.33	11
24	61.33	46
25	59.09	51
26	59.09	117
27	58.86	21
28	58.76	45
29	58.14	23
30	56.90	58
31	56.85	138
32	56.66	115
33	56.61	57
34	56.57	38
35	56.47	148
36	56.42	9
37	55.95	68
38	55.57	157
39	55.57	72
40	55.57	108
41	55.42	35
42	55.18	44
43	54.95	124
44	54.66	102
45	54.52	4
46	54.33	62
47	54.18	36
48	53.99	17
49	53.94	25
50	53.85	3

✓これらの関係を、縦軸にセンシュアス・シティ ランキング(平均偏差値)、横軸にナラティブ度(平均偏差値)をとて散布図にしたもののが下のグラフである。

✓代表的な都市しか記載しないが、およその意味合いは以下のように考えられる。

◆左上のゾーン：現時点でセンシュアス度が高くてもナラティブ度が低く、長期的なセンシュアス度を担保する固有の場所や依り代が不足している都市が位置する。

◆右下のゾーン：長期的なセンシュアス度を担保する固有の場所や依り代はあるが、現時点でのセンシュアスな経験が不足している都市が位置する。



官能(センシュアス)から 見る都市の ウェルビーイング

九州大学大学院 人間環境学研究院 都市・建築学部門 助教

有馬 雄祐

Yusuke Arima

●ありま・ゆうすけ / 東京大学博士(工学)。専門は建築環境工学。熱環境など物理面から建築環境の予測・評価を行うほか、ウェルビーイング概念に基づく心理面からの環境評価にも取り組んでいる。



「A. 分析の詳細」を本報告書WEB版で公開しています。

<https://www.homes.co.jp/souken/report/202509/>

1. はじめに

ウェルビーイング(Well-being)という言葉は、ここ数年で広く使用されるようになった。本調査と関心が近い例を挙げれば、国主導で地域幸福度(Well-Being)指標^[1]が開発されて、各自治体における市民のウェルビーイングを測定する試みが始まっている。ウェルビーイングは「幸

福」と訳される場合が多いことからも分かる通り、この言葉は人生や社会の良好な状態を意味している。わざわざウェルビーイングという用語を使用する意義は、この言葉が担う科学的な意味合いにあると筆者は考える。ウェルビーイングは、幸福度という主観的な申告値を含めて、測

定可能な要素で定義された幸福（人生や社会の良好な状態）であり、実証的なデータから幸福を追求しようという科学の精神が、ウェルビーイングという言葉には込められているのである。

幸福が我々にとって大切な問題である点に議論の余地はないだろう。しかし、なぜこれを科学する必要があるのか？という疑念はあり得るよう思う。本分析パートは、都市のウェルビーイングを都市の「官能（センシュアス）」の観点から分析することが目的であるが、上述の疑念を晴らすため、はじめに幸福という考え方方が科学で重視され始めた経緯を振り返ることにしたい。やや遠回りにはなるが、都市の問題にウェルビーイングの考え方を導入する本分析の意義の説明にもなるに違いない。

幸福の問題が科学の世界で着目され始めた契機の一つに、アメリカの経済学者リチャード・A・イースタリンによる「幸福のパラドックス（矛盾）」の発見が挙げられる。1974年の論文「経済成長で人々は豊かになるか？いくつかの実証的証拠」^[2]で、イースタリンは所得と幸福度について次の実証的事実を指摘した。同じ国で暮らす人たちで幸福度と所得の関係性を分析すると、幸福度と所得の間には明確な正の相関関係があることが観測できる。次に、世界各国の幸福度と経済的な豊かさを意味する一人当たりの国内総生産（GDP）の関係性を見ると、幸福度と所得の関係性は国内で見られる相関よりも曖昧になる。さらに、特定の国の幸福度を時系列で追ってみると、経済的な豊かさは必ずしも幸福度と相関しない事実が確認される。時系列的な幸福度については日本の事例が代表的であり、高度経済成長は我々の幸福度を増大させはしなかった^[3]。経済学の世界では経済的な豊かさを追求すること、すなわちGDPの追求が目標とされてきたわけだが、この目標が必ずしも我々の幸福に直結しない事実が明らかにされたのである。

幸福のパラドックス（発見者の名を冠してイースタリン・パラドックスとも呼ばれる）の発見を契機として、社会の発展の指標としてのGDPの限界が意識され、経済的な豊かさに代わる指標が模索される。こうした背景から、当時フランスの大統領であったニコラ・サルコジは2008年に「経済業績と社会進歩を計測する委員会（CMEPSP）」を設立して、GDPという経済的指標からの脱却と、生活の質や持続可能性を測る指標の在り方を議論した。そう

した動きが経済協力開発機構（OECD）をはじめとする世界中の研究者や組織による幸福度の測定の流れを生み、2012年には国連の世界幸福度報告書^[4]の発表が始まる。現在では世界各国で幸福度の測定と分析が広く行われており、幸福が科学の主要な研究テーマの一つとして確立されてきたというのが、科学の世界でウェルビーイングの考え方方が広がった主な経緯である。

ウェルビーイングの科学とは元来、経済的な豊かさの追求という目標の限界に対する問題意識から生まれてきたのである。経済的な豊かさは人生や社会に快適性や機能性をもたらしてくれることは確かであるが、幸福のパラドックスが告げているように、我々の幸福はお金が全てではない。「あなたはどのぐらい幸せですか？」といった問い合わせで測られる幸福度は、一つの総合的な指標として、経済的な豊かさの観点からは見えてこない人生や社会の良さを可視化してくれる。ウェルビーイングの科学をめぐる経緯と事実は、都市の分析にウェルビーイングの考え方を導入する際にも意識しておく方が良いだろう。都市の良さを表す指標として、経済的な豊かさは一つの客観的な指標である。一方で、人々が都市の暮らしの中で経験している幸福感もまた、お金とは異なる都市の良さを表す指標になり得る。ウェルビーイングに寄与する都市の在り様は、経済的な合理性を追求する都市とは異なる姿を見せてくれるに違いない。

本分析では、都市のウェルビーイングの現状を把握すると共に、本調査の中心的な概念である都市の官能性（センシュアス）、および都市の物語（ナラティブ）との関係性を探りたい。都市の幸福度を測定するには尺度が必要となるが、本調査ではOECDが推奨する幸福度の3領域を基に、都市の幸福度尺度を構成した。表1に本調査で使用した都市の幸福度尺度を示す。『主観的幸福を測る—OECDガイドライン』^[5]では幸福度を、認知的な満足（評価）、経験的な感情、そして精神的な機能を含めたエウディモニアの3領域で測定することを推奨している。これら幸福度の各領域を都市という領域へと変換することで、本調査では「都市の満足」「都市での感情」「都市がもたらすエウディモニア」の3領域で都市の幸福度を定義した。本分析では、各項目について1点から5点で得点化して、それらの平均値として都市の幸福度を算出する。「都市の幸福度」は計13項目の平均値、「都市の満足」は3項目、「都

「市での感情」と「都市がもたらすエウダイモニア」はそれぞれ5項目の平均値である。

以降の分析では、本報告書のアンケート調査の回答者

である全国44,472人から得たデータ^{注1)}を使用する（調査概要79頁参照）。都市レベルの分析では各市区で回答者が100人以上となる195都市を対象に分析を実施した。

表1 都市の幸福度尺度

領域	項目	設問／尺度
都市の満足	とても満足している	お住まいの地域について、以下の各項目はどのくらい当てはまりますか。「まったく当てはまらない」から「とてもよく当てはまる」までの5段階でお答えください。／「まったく当てはまらない」「あまり当てはまらない」「どちらともいえない」「やや当てはまる」「とてもよく当てはまる」
	大体において理想的である	
	他の地域と比べて素晴らしい	
都市での感情	幸せを感じる時間	住んでいる地域での暮らしで、あなたは以下の気分をどのくらい感じる時間がありますか。「まったくない」から「ほとんど毎日」までの5段階でお答えください。／「まったくない」「あまりない」「ときどきある（月に数回）」「たくさんある（週に数回）」「ほとんど毎日」
	楽しく愉快な時間	
	ワクワクする時間	
	リフレッシュできる時間	
	落ち着いて過ごせる時間	
都市がもたらすエウダイモニア	生きがいを感じる時間	ト（頼れる人たち）」は、地域に自身を支えてくれる人がいるかどうかを問う設問に対して5段階で回答させており、1点（いない）から5点（いる）で得点化した。
	自分らしくいられる時間	
	誇らしい気持ちになる時間	
	他の人の役にたてる時間	
	自分の能力を発揮できる時間	

2. 都市のウェルビーイング

ウェルビーイングの要素は、調査主体となる研究者や組織ごとに定義されるが、一つの考え方として、それ自体で人生や社会の良好さに寄与する要素から定義するというものがある^{注2)}。ここでは、前節で説明した「都市の幸福度」と共に、都市の持続的な発展や人々の生活の豊かさに寄与する要素と考えられる、「シビックプライド」「地域定住意向」「ソーシャルサポート」の4種類を都市のウェルビーイングの要素と捉えて測定した。表2に都市のウェルビーイングの各要素の設問を示す。「シビックプライド」は5項目を5段階尺度で回答させて、各項目を1点（まったくあてはまらない）から5点（よくあてはまる）とする平均値で算出した。「地域定住意向」は、地域にどの程度「住み続けたい」と思うかという設問に対する7段階尺度の回答をそのまま1点（まったく住み続けたいと思わない）から7点（ぜひ住み続けたい）で得点化した。「ソーシャルサポー

ト（頼れる人たち）」は、地域に自身を支えてくれる人がいるかどうかを問う設問に対して5段階で回答させており、1点（いない）から5点（いる）で得点化した。

図1に全国の回答者（N=44,472）の個人レベルでの個人属性、住居属性ごとの都市の幸福度の平均値を示す。関係性を把握しやすいよう、平均値はZ得点化（平均値が50、標準偏差が10となるように変換した値）して図示している。都市の幸福度と個人属性との関係性は、いずれの領域も基本的には類似した関係性にあることが確認できる。例えば、性別では女性、結婚の有無では結婚、子どもの有無では子どもありの人たちで都市の幸福度は高い傾向にある（図1(a)）。年齢との関係性では、都市の幸福度はいずれの領域も20歳代や30歳代の若年層で高く、40歳代、50歳代で下がり、60歳代ではやや上昇する傾向が見られ、特に「都市での感情」と「都市がもたらすエウ

「ダイモニア」でそうした傾向は顕著である(図1(b))。人生全般の幸福度では年齢との関係性がU字カーブとなる現象(中年の危機とも呼ばれる)がよく知られているが^[6]、都市の幸福度でも年齢と同様な関係性が観測される。

図1(c)に示すように、都市の幸福度はいずれの領域も所得と明確な正の相関関係にあることが確認できる。都市の幸福度も人生全般の幸福度と同様に、経済的な豊かさに左右される部分は大きいことが見てとれる。

移動歴との関係性では都市の幸福度は各領域でやや傾向が異なり、「都市の満足」と「都市での感情」は「定住(もともとずっと住んでいる)」が最も高くなるが、「都市が

もたらすエウダイモニア」は「Uターン(もともと出身地だが、一度離れてから帰ってきた)」の人たちで最も高い。また、「Uターン」の人たちの「都市の満足」は低い傾向にあり、「移住(よその街から移り住んできた)」の人たちは「都市での感情」「都市がもたらすエウダイモニア」がやや低い傾向にある。住居属性と都市の幸福度の関係性も、各領域で基本的に類似した関係性にある(図1(e))。特徴的な傾向としては、「マンション」に住む人たちでは「都市の満足」が他の幸福度の領域と比較して高い傾向にあり、「戸建て」の人たちでは「都市がもたらすエウダイモニア」が高い傾向があることが見てとれる。

表2 その他の都市のウェルビーイングの設問

領域	項目	設問／尺度
シビックプライド	この地域の名前は全国に広く知れ渡っている	あなたはお住まいの地域について、以下のような実感がありますか。どの程度あてはまるかお答えください／「まったくあてはまらない」「あまりあてはまらない」「どちらともいえない」「ある程度あてはまる」「よくあてはまる」
	この地域にはよその地域とは異なる独自の個性がある	
	気候風土や歴史に根ざした産業や生活文化がある	
	この地域には場所や景色、食べ物などの観光資源が多い	
	この地域に誇りを感じる	
地域定住意向	あなたは、現在お住まいの地域に、どの程度「住み続けたい」と思いますか。／「まったく住み続けたいとは思わない」「住み続けたいとは思わない」「あまり住み続けたいとは思わない」「どちらともいえない」「どちらかといえば住み続けたい」「住み続けたい」「ぜひ住み続けたい」	
ソーシャルサポート (頼れる人たち)	あなたが助けを必要としたとき、お住まいの地域にあなたを支えてくれる人たち(頼れる人たち)がいますか。／「いない」「多分いない」「どちらともいえない」「多分いる」「いる」	

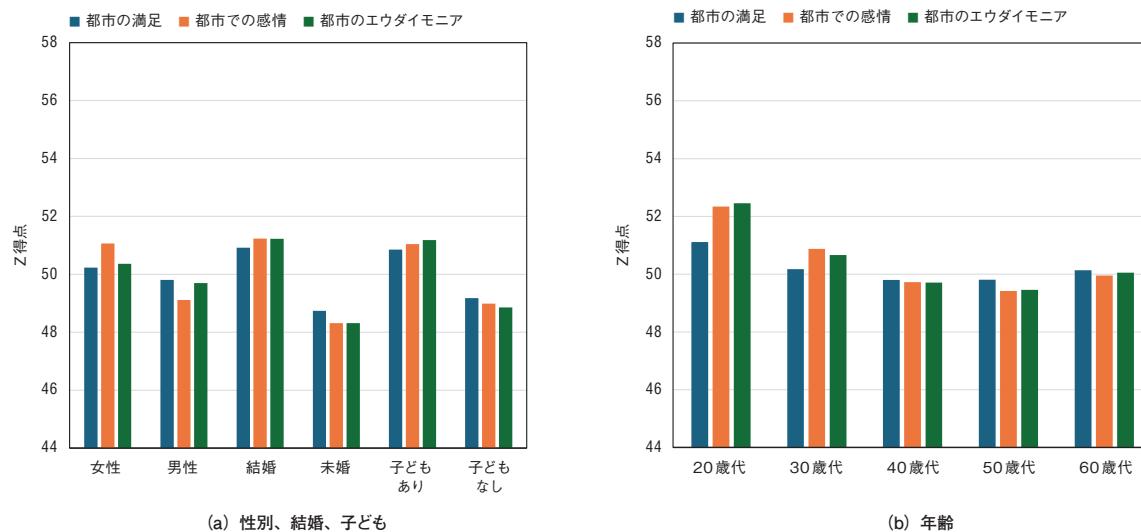


図1 個人属性、住居属性ごとの都市の幸福度の平均値(N=44,472)

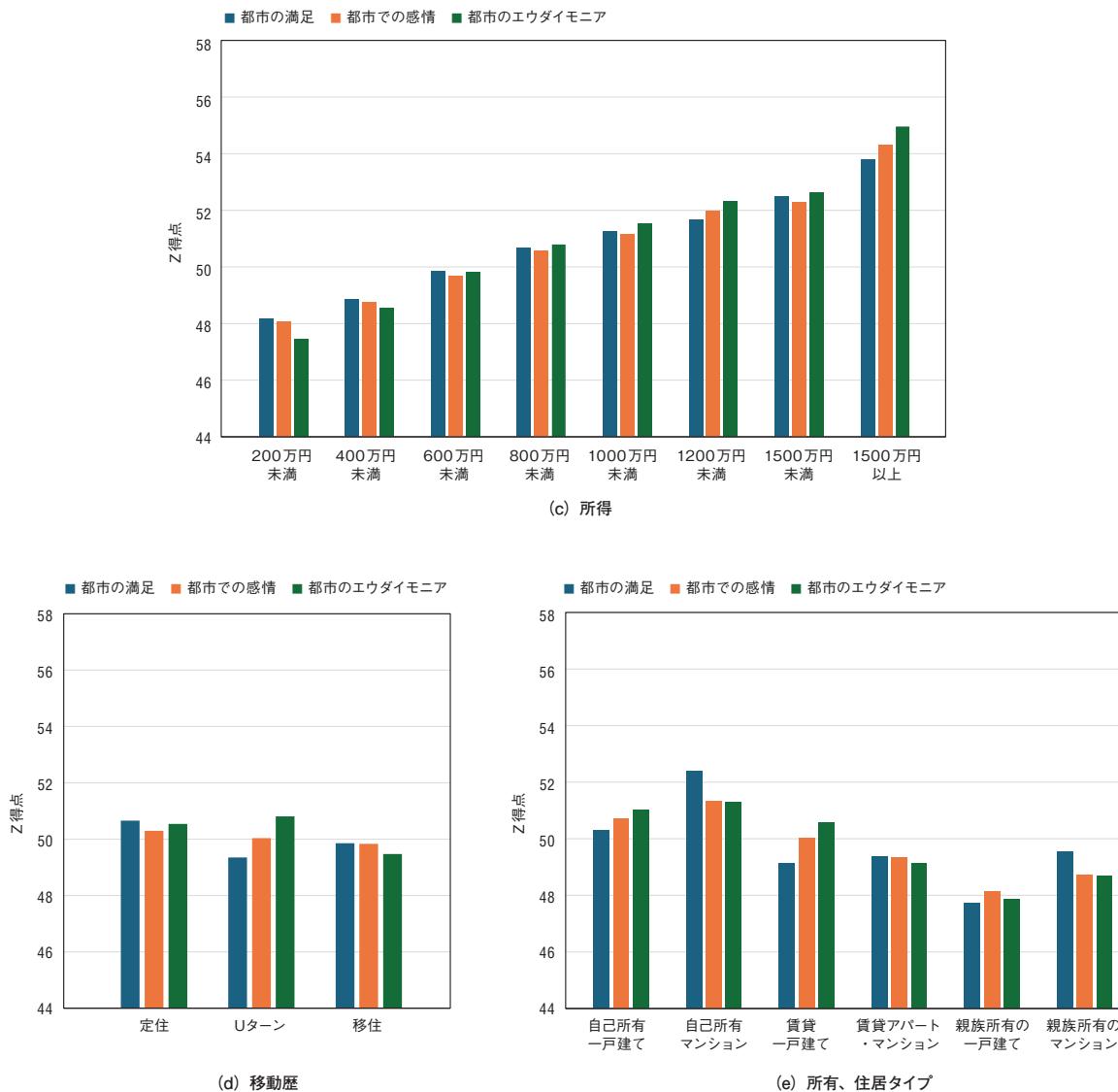


図1 個人属性、住居属性ごとの都市の幸福度の平均値 (N=44,472)

次に、シビックプライド、地域定住意向、ソーシャルサポートの個人属性および住居属性ごとの平均値 (Z得点化) を図2に示す。これら都市のウェルビーイングの各要素との関係性では、都市の幸福度とやや異なる傾向が見られる点は興味深い。例えば、地域定住意向の平均値は女性よりも男性の方がやや高く、シビックプライドは男女間でほとんど相違が見られない。年齢との関係性では、地域定住意向はその他の都市のウェルビーイングとは対照

的に、年齢の上昇と共に高くなる傾向にある。移動歴では、「Uターン」の人たちのシビックプライドやソーシャルサポートがやや高い傾向にあり、「移住」の人たちでは都市のウェルビーイングが全体的に低い傾向が見られる。住居属性との関係性では、「持ち家」で地域定住意向が高い傾向が見られるのは当然ではあるが、「戸建て」に住む人たちの方がソーシャルサポートは高い傾向にある。

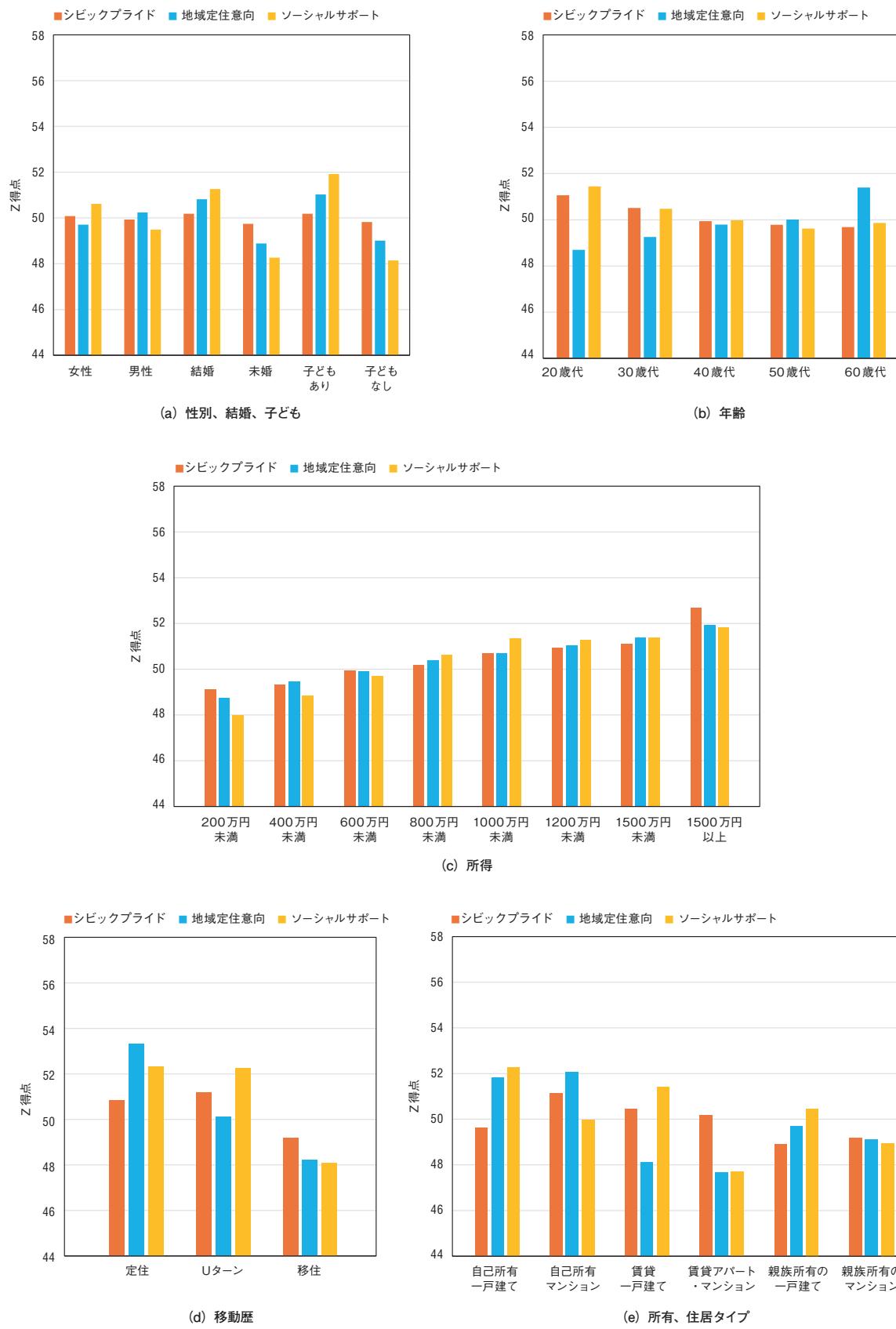


図2 個人属性、住居属性ごとの都市の各ウェルビーイング (N=44,472)

個人レベルでは都市のウェルビーイングは個人属性や住居属性と密接な関係性にある。特に、個人の所得と都市のウェルビーイングの間には明確な正の相関関係があることが確認された。それでは、都市レベルでの都市のウェルビーイングも所得と明確な正の相関があるのだろうか。図3に各都市の平均的な所得^{注3)}と個人の得点を平均化して算出した都市のウェルビーイングの関係性を示す。対象とするのは、調査データからサンプル（回答者）が100人以上となる計195の都市である。図3(a)で確認できるように、都市の平均的な幸福度は、都市の経済的な豊かさと比較的強い正の相関関係にあることが分かり（相関係数 $r=0.599$ ）、都市における幸せのある部分は経済的な豊かさに左右されている事実があるらしい。しかし、同程度の所得がある都市同士でも都市の幸福度の高低には差異が見られる。例えば、都市の幸福度が1位である渋谷区（街の幸福度は3.39）や、5位の武蔵野市（3.26）、15位の福岡市中央区（3.17）、21位の立川市（3.14）などは、所得に対して相対的に都市の幸福度が高いと言える。都市の幸福度のこうした相違は、経済的な豊かさ以外の都市

の特徴や要素によって左右されている可能性がある。

また、都市レベルにおけるその他の都市のウェルビーイングと所得の関係性は、個人レベルにおける相関と比較してあまり明確でない。地域定住意向は所得と正の相関が見られるが（ $r=0.388$ ）、シビックプライドとの相関は弱く（ $r=0.145$ ）、ソーシャルサポートとは負の相関関係が観測される（ $r=-0.368$ ）。それぞれで上位3都市を挙げれば、シビックプライドでは1位が北海道の函館市（3.76）、2位は横浜市中区（3.72）、3位は京都市中京区（3.62）、地域定住意向は1位が東京都中央区（5.78）、2位は兵庫県の西宮市（5.77）、3位は武蔵野市（5.75）、ソーシャルサポートでは1位は静岡市清水区（3.47）、2位は福井市（3.39）、3位は愛知県の豊橋市（3.37）と、それぞれに上位の顔ぶれはまったく異なる。

都市のウェルビーイングが経済的な豊かさだけでは測り難いものであることは確からしい。以降の分析では、全国195都市を対象として、都市ごとの平均的な値を用いて都市のウェルビーイングを分析していこう

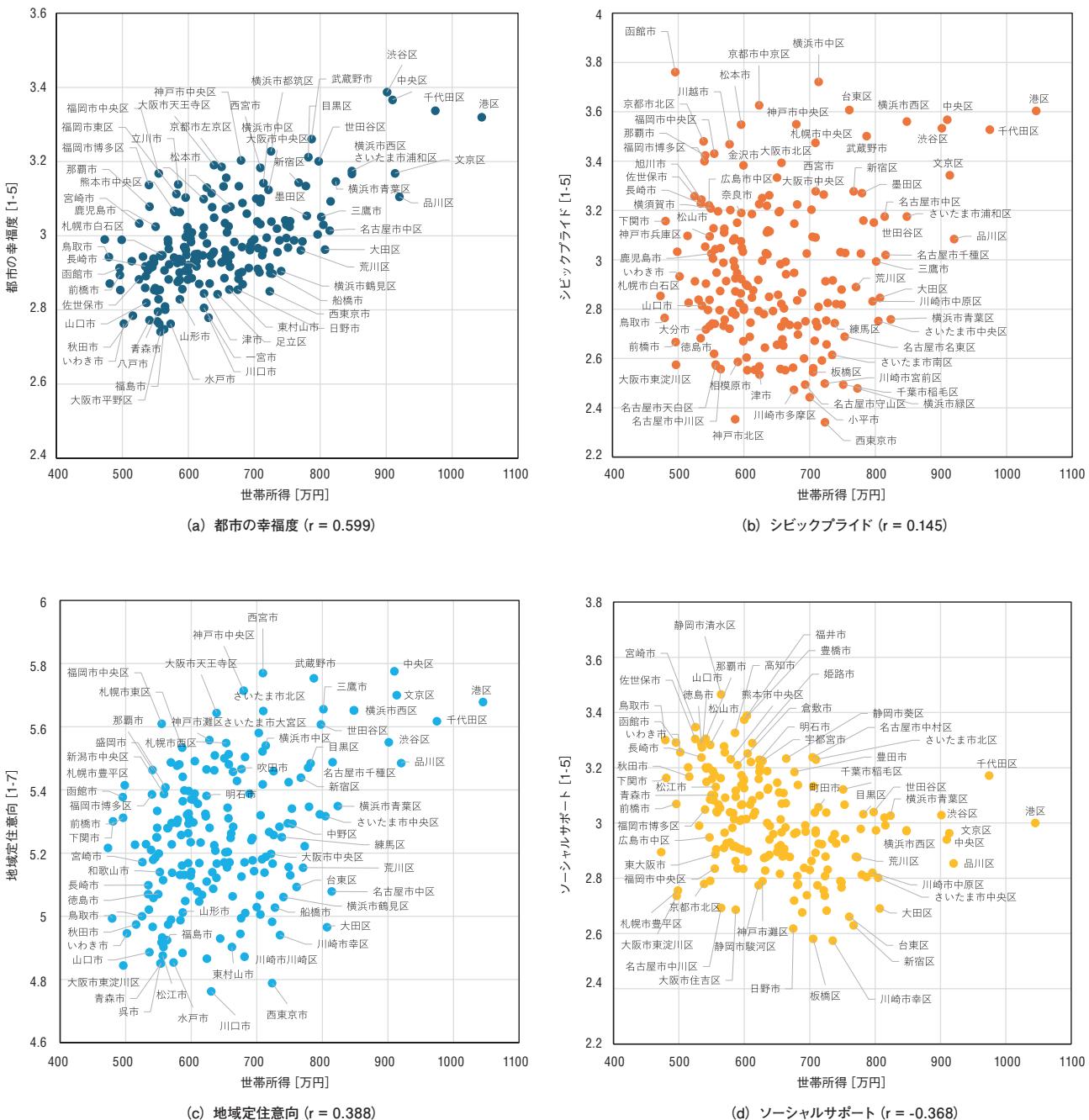


図3 各都市の所得とウェルビーイングの散布図

3. 都市の官能性と普遍的魅力

まずは、本調査の主題である都市の官能性（センシュアス）と都市の幸福度の関係性の分析から始めよう。本調査の官能都市（センシュアス・シティ）指標は、「関係性」と「身体性」の二つの区分から成り、それぞれが4つの下位領域で構成される。関係性の下位領域は、「親密な共同体」「ひとりの公共性」「ロマンス」「文化・娯楽」、身体性は「食文化」「街のライブ感」「都市のリトリート」「ウォーカブル」である。各下位領域は4項目で測定されるため、官能都市指標は計32項目から成る。項目の詳細は本報告書「II. センシュアス・シティとは何か」(86頁)を参照してほしい。官能都市指標では、計32の項目群について、住んでいる地域での過去1年間における活動・経験の頻度を「ほぼなかった」「1~2回あった」「頻繁ではないが数回あった」「よほちゅうあった」の4段階の尺度で測定する。本分析パートでは、各項目を1点（ほぼなかった）か

ら4点（よほちゅうあった）で得点化し、その平均値として都市の官能性の程度（都市の官能度）[1-4]を算出した。

官能都市指標は、都市における個々人の活動や体験としてのアクティビティに着目している点に特徴がある。一方で、アンケート調査で都市のウェルビーイングの分析を試みる場合、都心のより基本的な機能やアメニティに着目するのが一般的であると言える。本調査では、こうした都市の基本的な働きとして、「安全性」「保健性」「利便性」「快適性」の4領域をそれぞれ3項目で測定している。本分析ではこれらを「都市の普遍的魅力」と呼ぶことにする。都市の普遍的魅力は、どんな都市にも共通の在り方で普遍的に追求されるべき機能やアメニティである。表3に都市の普遍的魅力の設問を示す。都市の官能度と都市の幸福度の関係性を分析するうえで、都市の普遍的魅力も平行して分析していこう。

表3 都市の普遍的魅力の設問

領域	項目	設問／尺度
安全性	治安がよく犯罪に巻き込まれる不安が少ない	以下にあげることは、あなたがお住まいの地域にどの程度あてはまりますか。／「まったくあてはまらない」「あまりあてはまらない」「どちらともいえない」「ある程度あてはまる」「あてはまる」
	大火事で延焼する危険が少ない	
	地震や津波、洪水など自然災害の不安が少ない	
保健性	禁煙のエリアやお店が増え受動喫煙の被害が少ない	
	ゴミ収集や清掃が行き届いて街が清潔	
	工場や自動車などによる騒音や悪臭がない	
利便性	鉄道・バスの公共交通機関の利便性がよい	
	買い物や病院など生活の利便性が高い	
	高層化したビルで土地が有効活用されている	
快適性	清潔な公衆トイレが多い	
	ベビーカーや車椅子にも優しい	
	広場や公園、オープンスペースが充実している	

都市の官能性と都市の普遍的魅力の都市の幸福度に対する影響度を評価するため、重回帰分析を実施する。重回帰分析では、複数の要因の影響を同時に考慮したうえで、各説明変数の目的変数に対する影響度が評価できる。都市の幸福度の各領域を目的変数、性別や所得などの個人属性^{注4)}を統制変数として、都市の官能度と都市の普遍的魅力を説明変数とする重回帰分析を実施した。図4に各説明変数が都市の幸福度に与える影響度（標準化偏回帰係数）を示す（詳細は「A.分析の詳細」表A5参照）。全体的に見て、都市の官能度は都市の幸福度に対して、都市の普遍的魅力と同程度の影響度があることが確認できる。また、都市レベルの分析では平均的な「所得」よりも、都市の官能度や都市の普遍的魅力の正の効果が強いことも確認できる。

都市の幸福度の各領域に対する影響度の違いに着目すると、都市の官能度と都市の普遍的魅力では効果の強い領域に相違が見られる。「都市の満足」に対しては都市の官能度に比べて都市の普遍的魅力の影響度が大きい。に対して、「都市がもたらすエウダイモニア」の領域に対しては、都市の官能度の方が都市の普遍的魅力に比べて正の効果が強い。「都市での感情」に対しては都市の官能度と都市

の普遍的魅力は同程度の効果がある。要約するに、都市の官能性（センシュアス）は都市の幸福度に対して全般的に正の効果があり、特にエウダイモニックな側面の都市の幸福度に対する影響度が大きいと言える。

次に、シビックプライド、地域定住意向、ソーシャルサポートに対する都市の官能度と都市の普遍的魅力の影響度を評価する。図5に各説明変数が都市の各ウェルビーイングに与える影響度（標準化偏回帰係数）を示す（表A6参照）。都市の普遍的魅力は地域定住意向に対しては統計的に有意な正の効果が見られるが、シビックプライドには有意な効果が見られず、ソーシャルサポートに対しては有意な負の効果が見られる。都市の官能度は、都市のいずれのウェルビーイングに対しても統計的に有意な正の効果が見られ、特にシビックプライドに対する効果が強い。都市の官能性は、都市の幸福度を増進すると共に、都市の一般的な機能の追求では増進が難しいと推察される、都市の様々なウェルビーイングを増進する鍵を握っているようである。都市の官能性（センシュアス）が都市のウェルビーイングを増進するメカニズムについては、本分析パートの5節で改めて分析を試みることにする。

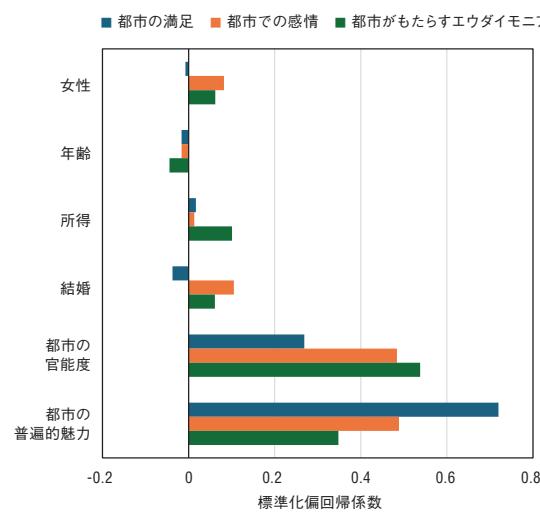


図4 都市の幸福度に対する影響度（標準化偏回帰係数）
(表A5記載のモデル1a～モデル1c)

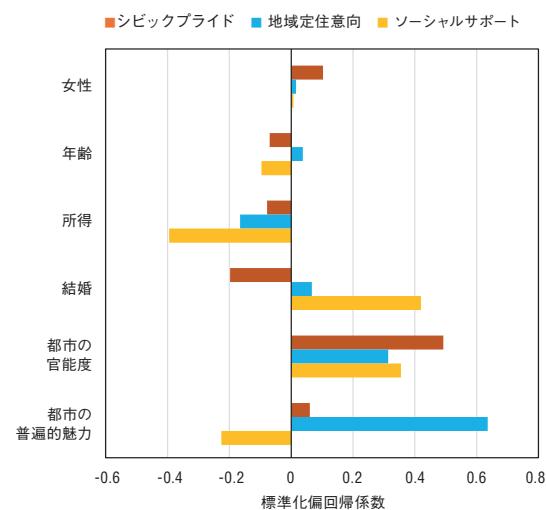


図5 都市の各ウェルビーイングに対する影響度（標準化偏回帰係数）
(表A6記載のモデル2a～モデル2c)

4. 都市の官能性を生み出す要因

次に、都市の官能性（センシュアス）が、どういった都市の特徴や要素と関係しているのか分析してみよう。ここでは、「街の雰囲気」「街のエレメント」そして「都市の普遍的魅力」を説明変数として、都市の官能度の要因を分析する。「街の雰囲気（A）」は、「街区・ロケーション」「人の多様性」「コンパクト」「歩行空間の安全・快適」「自立共生」の5つの下位領域（4項目ずつ）から成る^{注5)}（詳細は112頁参照）。「街区・ロケーション（A）」は「住宅、オフィス、飲食店や小売店などが狭いエリアに混在している」などの4項目で測定される『アメリカ大都市の生と死』の著者でお馴染みのジェイン・ジェイコブスが重視した都市の特徴である。「人の多様性（A）」は「年齢・職業・収入など多様な人が住んでいる」など、「コンパクト（A）」は「必要な場所、行きたいところが中心部にまとまっている」など、「歩行空間の安全・快適（A）」は「徒歩や自転車で移動中にクルマの脅威を感じない」など、「自立共生（A）」は「自治体、商店会、NPOなど市民による街づくりの活動が活発である」などの項目で測られる。

「街のエレメント（E）」は、「個人経営の雑多な飲食店」「チェーン系の飲食店」「個性的な商業施設」「チェーン系商業施設」「サブカル系文化施設」「公共系文化施設」「快適なオープンスペース」「記憶をつくる風景」「均質化された景観」の下位領域で構成される（詳細は109頁参照）。個人経営の雑多な飲食店（E）は「個人経営の雰囲気のよいレストランやバー」など、「チェーン系の飲食店（E）」は「大手チェーンの居酒屋」など、「個性的な商業施設（E）」は「おしゃれな古着屋やアンティークショップ」など、「チェーン系商業施設（E）」は「カラオケボックス」など、「サブカル系文化施設（E）」は「単館系ミニシアター」など、「公共系文化施設（E）」は「大きな展覧会を開催する美術館や博物館」など、「快適なオープンスペース（E）」は「散歩中に休憩できるベンチやオープンカフェ」など、「記憶をつくる風景（E）」は「古くからある地元の老舗商店やデパート」など、「均質化された景観（E）」は「再開発でできた高層ビルや高層マンション」などの項目で測定される。

「都市の普遍的魅力（B）」は、前節と同様に「安全性」「保健性」「利便性」「快適性」の下位領域で構成される（表

3参照）。これら都市の特徴や要素を表す要因と共に個人属性と住居属性も考慮して、都市の官能性に対する各要因の影響度を分析する。

考慮すべき説明変数の数が多く、また互いに相関の強い説明変数も含まれるこれら都市の要因の影響度を評価するうえで、本分析では説明可能なAIと呼ばれる分析手法を採用した。説明可能なAI（XAI: eXplainable AI）とは、機械学習などの複雑な予測モデルから、人間が解釈可能な情報を生み出すための技術の総称である。一般に、予測モデルには予測力と解釈性の間にトレードオフな関係性がある。前節で使用した重回帰モデルでは、説明変数と回帰係数の積を加算する単純な統計モデルが仮定されている（「A.1 モデルの概要」参照）。そのため、重回帰分析で推定される回帰係数は各説明変数の影響度の大きさとして解釈することが可能であり、従来の統計モデルは一般に高い解釈性がある。対して、複雑な機械学習モデルは高い予測力を備えているが、モデルが複雑であるために説明変数と目的変数の関係性を解釈することが難しい。近年では、機械学習モデルを人間が解釈するためのXAIの開発が進み、複雑な機械学習モデルで高い予測力と解釈性の両立が可能になってきた。XAIを活用することで、目的変数と説明変数のより複雑な関係性を考慮しながら、各説明変数の影響度が評価できる。本分析では、XAIの中でも影響度の分析で広く使用されているSHAP（Shapley Additive exPlanations）を採用した。SHAPの詳細は「A.1 モデルの概要」の参照を願うが、SHAPは協力ゲーム理論のShapley値という概念を援用したXAIの一種であり、各説明変数のSHAP値（の絶対値の平均値）は目的変数に対する影響度として解釈できる。なお、機械学習モデルは勾配ブースティング決定木（実装はXGBoost^[7]）を採用してXAIを実施した。

図6に、都市の官能度に対する各説明変数の影響度（SHAP値による重要度）を示す。図中の各説明変数の効果の向きは、青色で正の効果、赤色で負の効果を示す^{注6)}。最も影響度が大きい要因は「街のエレメント（E）」の下位領域の一つの「個人経営の雑多な飲食店」であり、次に「街の雰囲気（A）」の下位領域の「歩行空間の安全・

快適」「自立共生」の影響度も大きい。続いて、個人属性として「年齢」で負の効果が見られ、「所得」は正の効果が見られる。全体的な傾向として、「都市の普遍的魅力 (B)」の要因では影響度の大きい説明変数は見られず、最も影響度が大きい説明変数は「保健性」で正の効果の傾向が

あり、「安全性」では若干の負の効果の傾向も見られる。「街のエレメント (E)」では、「チェーン系の飲食店」や「チェーン系商業施設」は負の効果の傾向が見られ、これらは都市の官能性の増進には積極的に寄与していない街の要素である可能性が高いことが分かる。

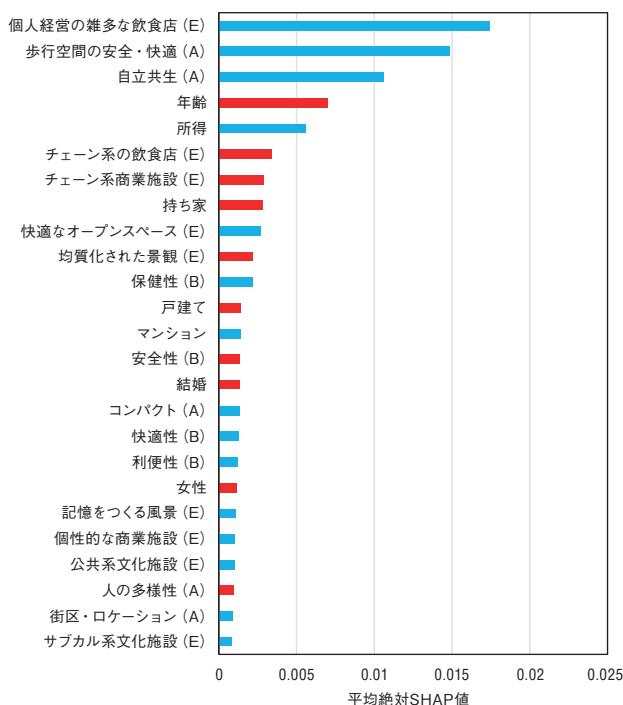


図6 都市の官能度への影響度 (SHAP値による重要度)

次に、図7と図8に、関係性と身体性それぞれの領域で算出した都市の官能度に対する各説明変数の影響度を表す。図7に示す都市の官能度（関係性）に対しては、「個人経営の雑多な飲食店」と「自立共生」の影響度が大きい点は総合的な都市の官能度に対する影響と同様であるが、「年齢」や「チェーン系の飲食店」の負の効果がより強い点や、「均質化された景観」で負の効果の傾向が見られる点などの特徴が挙げられる。「快適なオープンスペース」は都市の官能度（関係性）に対しては負の効果の傾向が見られるが、総合的な都市の官能度に対しては正の効果の傾向

が見られ、図8で示す都市の官能度（身体性）に対しては比較的強い正の効果が見られるなど、都市の官能性は領域ごとで影響の強い要因に相違が見られる。都市の官能度（関係性）に対しては、「歩行空間の安全・快適」「コンパクト」「街区・ロケーション」などの「街の雰囲気 (A)」で正の効果の傾向が見られる点も特徴的である。また、都市の官能度（身体性）では「街の雰囲気 (A)」の下位領域の「歩行空間の安全・快適」の影響度が最も大きいという特徴がある。

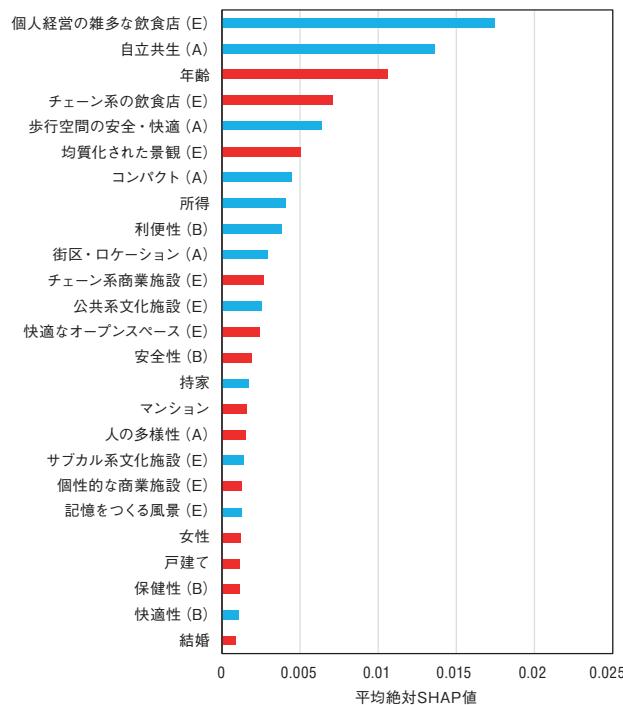


図7 都市の官能度(関係性)への影響度
(SHAP値による重要度)

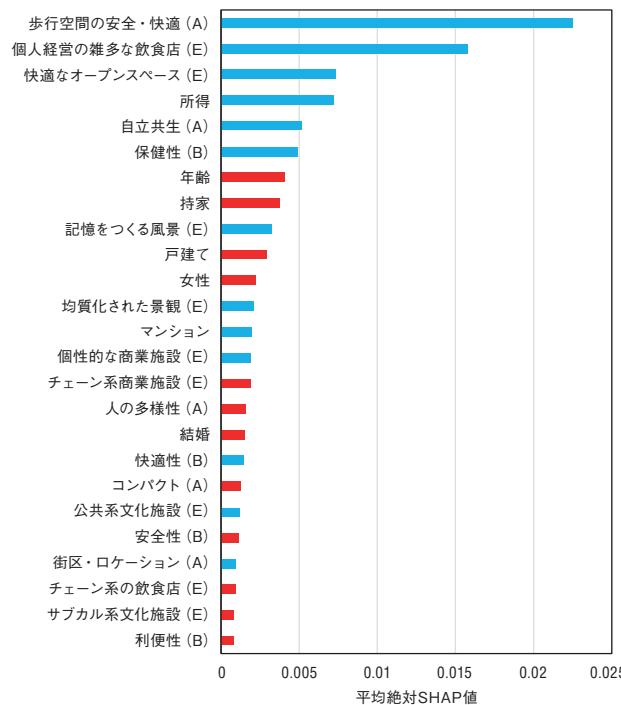


図8 都市の官能度(身体性)への影響度
(SHAP値による重要度)

5. 都市の物語（ナラティブ）

都市の官能性（センシュアス）は、都市の幸福度と共に都市の様々なウェルビーイングを増進している可能性があることを3節で確認した。都市における関係性や身体性に関わるアクティビティが、都市の幸福度を増進する効果があることは理解し易いが、都市の官能性はシビックプライドや地域定住意向、ソーシャルサポートといったその他の都市のウェルビーイングに対しても正の効果が見られ、こうした効果は都市の一般的な機能（都市の普遍的魅力）では見られない。都市の官能性は、なぜ都市の多様なウェルビーイングと正の相関関係が見られるのだろうか。

本調査では、都市の官能性（センシュアス）が、都市の物語（ナラティブ）を紡ぐ役割を果たしているという因果的な仮説を立てている。都市の物語（ナラティブ）とは、都市への愛着や、他者と共有される都市のイメージなどである。人文主義地理学において議論されてきた「場所（プレイス）」という現象学的な概念から、本調査における都

市のナラティブを理解してくれてもよい。都市という「空間（スペース）」は、都市の物語を伴うことでかけがえのない「場所（プレイス）」となる。都市を物理的なスペースから情緒的なプレイスへと変貌させ、都市の物語を紡ぐ契機となっているのが都市における様々なアクティビティ、すなわち都市のセンシュアスである、というのが本調査で依拠する仮説である。そこで、都市の官能性が都市の物語を紡ぐことで、都市に様々な効能をもたらす図9で示す因果関係を分析してみるとしよう。

本調査では、都市の物語（ナラティブ）を「記憶」「共有」「同一化」「居場所」の4つの下位領域で捉えて、各4項目の計16項目で測定した。表4に都市の物語の設問を示す。各項目を「まったくあてはまらない」から「よくあてはまる」の5段階で回答させており、本分析では各項目を1点から5点で得点化し、それらの平均値で「都市の物語（ナラティブ）」[1-5] の得点を算出した。

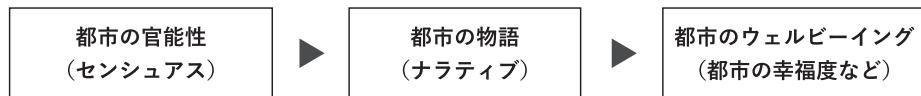


図9 都市の物語を介して都市の官能性がウェルビーイングを増進する因果関係

表4 都市の物語 (ナラティブ) の設問

領域	項目	設問／尺度
記憶	この街には自分にとって特別の思い出や記憶に残る経験がある	お住まいの地域での生活についてお聞きします。 この地域で暮らしてきたなかで、以下のようないい経験や実感はどの程度ありますか？／「まったくあてはまらない」「あまりあてはまらない」「どちらともいえない」「ある程度あてはまる」「あてはまる」
	離れていても、この街の特徴として思い浮かぶ風景がある	
	この街には、今はなくなったけれど今でも思い出す建物や風景がある	
	この街には自分のお気に入りの場所や風景がある	
共有	この街での出来事や日常のニュースを教え合う友だちがいる	
	この街らしさについて地域の友人・知人と話すことがある	
	この街の良さについて、地域の人たちが話すことに共感できる	
	この街には街の人みんなが好きな場所や風景がある	
同一化	この街に住んでいることは自分の個性のひとつと感じる	
	自分もこの街の一員という自覚がある	
	この街に住む他の人たちに共通点や親しみを感じる	
	自分の身体がこの街に馴染んでいるという感覚がある	
居場所	この街には家の外にも自分の居場所があると感じる	
	この街では自分らしく生きることが許されていると感じる	
	この街には自分を気にかけてくれる誰かがいると感じる	
	この街には愛着がある	

図9で示した因果関係を分析するため、本分析では構造方程式モデルング (SEM: Structural Equation Modeling) によるパス解析を実施した。パス解析は、回帰分析を拡張した変数間の因果関係を分析する手法である。都市の官能性 (センシュアス) から都市のウェルビーイングへの効果を都市の物語 (ナラティブ) が媒介することを確認し、その影響度を評価することが分析の主な目的である。同時に、都市の普遍的魅力からの都市のウェルビーイングへの効果も確認されているため (3節を参照)、ここでは都市の官能性と都市の普遍的魅力の両方が、都市の物語を介して都市のウェルビーイングに及ぼす影響を評価する。都市の官能性と都市の普遍的魅力を並列的に扱うことで、都市の官能度の効果が相対的に明確にできるに違いない。

図10に、都市の幸福度の各領域に対するパス解析の結果を示す。都市の物語 (ナラティブ) への効果に着目すると、都市の官能度からの効果は0.577、都市の普遍的魅力からの効果は0.218と、都市のセンシュアスが都市のナラティブを増進する効果がより強いことが確認できる。都市の物語は、都市の一般的な機能 (都市の普遍的魅力) よりも、都市におけるアクティビティ (都市の官能性) を介して増進される傾向にあることが分かる。図10中に記載した表の間接効果が都市の物語を介した都市の幸福度への効果の強さを意味するが、都市の普遍的魅力の効果と比較して都市の官能度からの効果が全体的に強く (例えば、都市での感情への間接効果は都市の官能度では0.177、都市の普遍的魅力では0.067)、都市の官能性 (センシュアス) は都市の物語 (ナラティブ) を介して都市の幸福度

を増進する効果があることが確認できる。直接的な効果と間接的な効果を合わせた総合的な効果では、都市の官能性は特に「都市がもたらすエウダイモニア」を増進する効果(0.557)が、都市の普遍的魅力度の効果(0.394)と比較して強い。総合的な効果では、「都市の満足」に対しては都市の普遍的魅力度の効果(0.715)が都市の官能度の効果(0.299)と比べてより強く、「都市での感情」に対しては都市の官能度と都市の普遍的魅力度は概ね同程度の影響があることが確認できる。

図11に都市の各ウェルビーイングに対するパス解析の結果を示す。まず、都市の官能性と都市の普遍的魅力度の直接効果に着目すると、いくつかの影響で負の効果が見られる。都市の官能度では、ソーシャルサポートに対して有意な負の直接効果(-0.223)が見られる。都市の普遍

的魅力では、シビックプライドとソーシャルサポートに対して負の直接効果(-0.224, -0.498)が見られる。一方で、都市の物語(ナラティブ)から都市のウェルビーイングへの影響はいずれもが正の効果である。結果として、都市の官能性と都市の普遍的魅力度の総合効果を比較すると、都市の物語を増進する効果が強い都市の官能度は、都市のウェルビーイングのいずれの領域に対しても正の効果が見られるが、反対に、都市の普遍的魅力度ではシビックプライドを増進する効果は見られず、ソーシャルサポートに対しては負の総合効果(-0.366)も見られる。都市の官能性(センシュアス)が都市の様々なウェルビーイングを増進する効果は、都市の物語(ナラティブ)によって媒介されていることが確認できる。

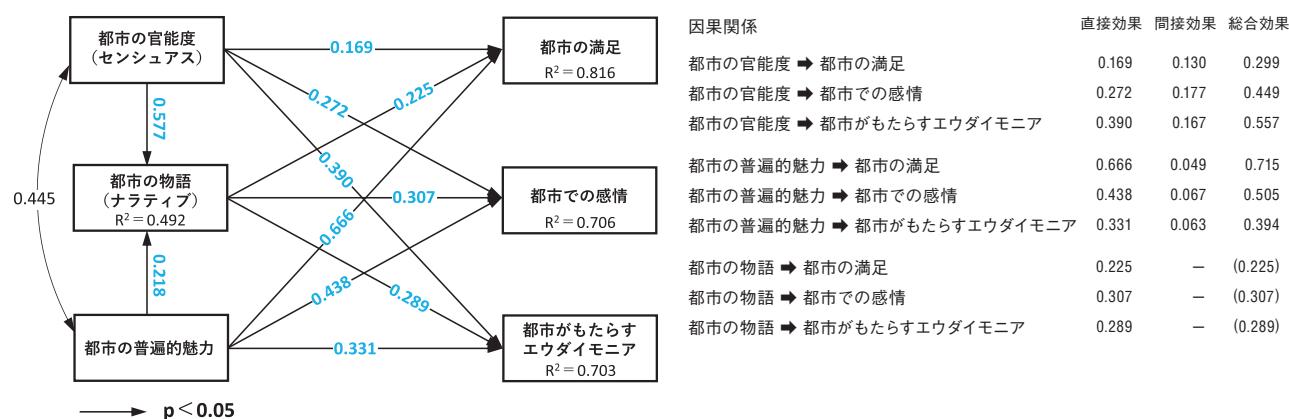


図10 都市の物語を介して都市の幸福度へ向かう因果の影響度(標準化されたパス係数)
(誤差相関の記載は省略、飽和モデル、表A9記載のモデル4a)

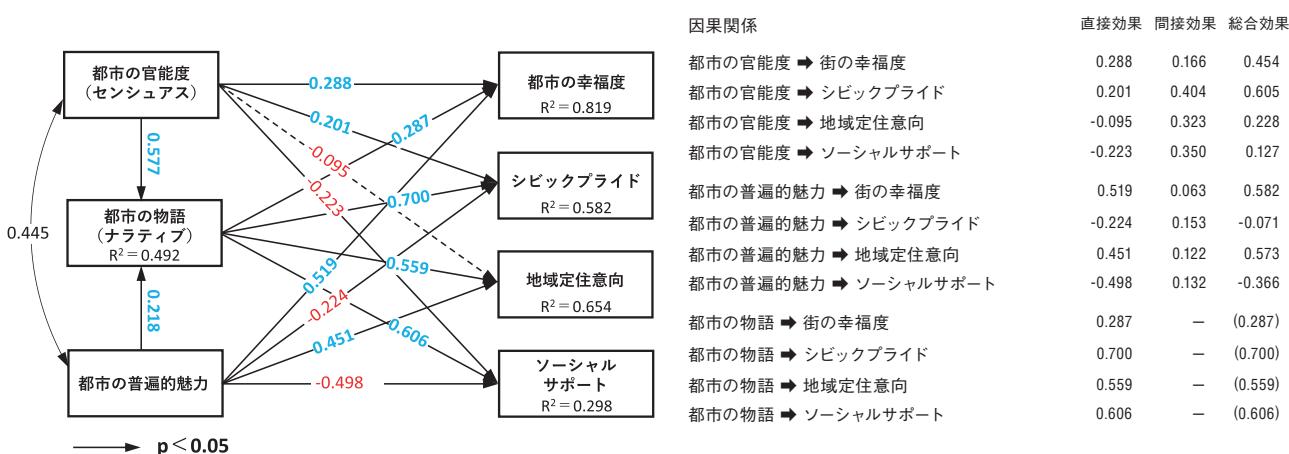


図11 都市の物語を介して都市の各ウェルビーイングへ向かう因果の影響度(標準化されたパス係数)
(誤差相関の記載は省略、飽和モデル、表A10記載のモデル4b)

6. まとめ：都市の官能性（センシュアス）の効能

本分析では、都市の幸福度を中心として都市のウェルビーイングを評価し（2節）、都市の官能性（センシュアス）との関係性を中心に分析した（3節）。また、都市の官能性を生み出す要因を説明可能なAI（XAI）を用いて分析し（4節）、都市の官能性が都市のウェルビーイングを生み出すメカニズムとして、都市の物語（ナラティブ）を媒介する因果関係をパス解析で分析した（5節）。以下に本分析で得られた知見を箇条書きで示す。

- ①都市の官能度は、都市の幸福度に対して全般的に正の効果があり、特にエウダイモニックな側面の都市の幸福度に対する影響度が大きい。
- ②都市の官能度は、都市の一般的な機能（普遍的魅力）の追求のみでは増進が難しい都市の様々なウェルビーイングに対して正の効果がある。
- ③官能（センシュアス）な都市では、街の要素としては「個人経営の雑多な飲食店」や、街の雰囲気としては「歩行空間の安全・快適」「自立共生」などの特徴があり、また「チェーン系の飲食店」「チェーン系商業施設」の街の要素がやや少ない傾向がある。
- ④関係性に関わる都市の官能度は、街の要素として「チェーン系の飲食店」や「均質化された景観」で低くなる傾向があり、街の雰囲気として「歩行空間の安全・安心」「コンパクト」「街区・ロケーション」で高くなる傾向がある。身体性に関わる官能度が高い都市は、街の雰囲気として「歩行空間の安全・安心」の高さが特徴的であり、街の要素として「快適なオープンスペース」が高い傾向が見られる。
- ⑤都市の官能性は、都市の普遍的魅力（一般的な機能やアメニティ）と比較して、都市の物語（ナラティブ）を増進する効果が強い。
- ⑥都市の官能度は都市の幸福度を直接に増進すると同時に、都市の物語（ナラティブ）を介しても都市の幸福度を増進する。特に、都市の官能度は都市がもたらすエウダイモニアを増進する効果が都市の普遍的魅力による効果と比較して強い。

⑦都市の物語（ナラティブ）には都市の幸福度、シビックプライド、地域定住意向、ソーシャルサポートのいずれも増進する効果がある。結果として、都市の物語を増進する効果が強い都市の官能度は、都市のウェルビーイングの全領域に対して正の効果が見られる。

これらの実証的な知見を踏まえたうえで、改めて都市の官能性（センシュアス）の観点から都市のウェルビーイングを考察して本分析を終えよう。都市における多様なウェルビーイングを目指すうえで、都市の官能性（センシュアス）は都市の普遍的魅力と同程度、ないしはそれ以上に重要な都市の様相であることが確認された。都市の普遍的魅力は都市の官能度以上に所得との相関が強く（都市レベルで相関係数は0.641, 0.460）、都市の普遍的魅力は経済的豊かさから比較的追求し易い都市の魅力であると言えるが、都市の官能性を育むためには、個人経営の雑多な飲食店や歩行空間の安全・快適、自立共生といった街の雰囲気が大切である。また、都市のウェルビーイングの増進を図るうえで、都市の物語（ナラティブ）が重要な媒介となることも確かである。都市の物語（ナラティブ）から生み出されるエウダイモニックな都市の幸せや、都市への自尊心とも言えるシビックプライド、およびソーシャルサポートなどの人間関係は、経済的な豊かさのみでは生み出し難い、都市の持続的な発展に不可欠な都市の効能であると言える。都市の物語（ナラティブ）は現象学的な概念でもあり、計画的に作り出すことの難しい都市の様相であるに違いないが、都市の官能性はナラティブを紡ぐ確かな足掛かりになることをデータは示唆している。一見すれば刹那的に思える官能性（センシュアス）こそが、都市の持続的な効能を生み出す起点であり、長期的な都市の成熟を左右する鍵を握っていると言えそうだ。

参考文献

- [1] デジタル庁：デジタル田園都市国家構想実現に向けた地域幸福度（Well-Being）指標の活用 (<https://well-being.digital.go.jp/>)
- [2] Easterlin, R.A.: Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. *Nations and Households in Economic Growth, Essays in Honor of Moses Abramovitz*, 89-125, 1974
- [3] Easterlin, R.A., & O' Connor, K.J.: The Easterlin Paradox. *IZA Discussion Paper*, 13923, 2020
- [4] Helliwell, J.F., et al. (eds.): *World Happiness Report 2025*. University of Oxford: Wellbeing Research Centre, 2025 (<https://www.worldhappiness.report/ed/2025/>)
- [5] 経済協力開発機構（OECD）(著), 桑原進(訳), 高橋しのぶ(訳)：主観的幸福を測る OECDガイドライン. 明石書店, 2015
- [6] 有馬雄祐：人生満足度と年齢の関係性の再考—所得と他者との交流が「中年の危機」を緩和する. 島原万丈(編) *住宅幸福論Episode3 lonely happy liberties ひとり暮らしの時代* (p.174-179). LIFULLHOME'S 総研, 2020
- [7] Chen, T., & Guestrin, C.: XGBoost: A scalable tree boosting system. *Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 785-794, 2016

注1…本報告書のため2025年6月にWeb調査会社を介して実施された、全国の都道府県庁所在都市、政令指定都市、および中核市に在住する20歳から64歳までの男女44,472人の調査データを使用した。都市レベルでは区部のグレーピングは行わず、各市区で回答者が100人以上となる195都市を分析対象とした。

注2…心理学分野でウェルビーイングの研究を牽引しているマーティン・セリグマンは、それ自体が人生の持続的な幸福に寄与するものとして、「(P) ポジティブ感情」「(E) エンゲージメント」「(R) 人間関係」「(M) 人生の意味」「(A) 達成」をウェルビーイングの要素とする理論（頭文字をとってPERMAモデル）を提唱している。対して、経済学の文脈ではウェルビーイングは主観（幸福度を含む）と客観（所得などを含む）の両面から定義される場合が多い。本調査では、セリグマンのウェルビーイング理論に見られるような考え方から、都市の持続的な発展や人々の生活の豊かさに寄与する要素として、「都市の幸福度」「シビックプライド」「地域定住意向」「ソーシャルサポート（頼れる人たち）」で都市のウェルビーイングを測定した。

注3…本調査では所得を「あなたの世帯年収（税込み）はどれくらいですか」という設問で、「収入はない」「200万円未満」「200万～300万円未満」「300万～400万円未満」「400万～500万円未満」「500万～600万円未満」「600万～700万円未満」「700万～800万円未満」「800万～900万円未満」「900万～1000万円未満」「1000万～1200万円未満」「1200万～1500万円未満」「1500万～2000万円未満」「2000万円以上」「答えたくない」の選択肢で回答させている。各選択肢を中間値から「0円」「100万円」「250万円」「350万円」「450万円」「550万円」「650万円」「750万円」「850万円」「950万円」「1100万円」「1350万円」「1750万円」「2000万円」と見なし、各都市の平均値として都市レベルの「所得」の変数を作成した。

注4…都市レベルの分析における個人属性の変数は、回答者の属性の都市ごとの平均値として算出した。「女性」「結婚」は各都市の回答者のうちの比率[0-1]を意味し、「年齢」は平均年齢であり、「所得」は注3の手続きで推定した。

注5…本調査の本編における「街の雰囲気（の有無）」では、これら4つの下位領域に加えて「刺激的」（「住人の文化的なレベルが高い」など）の領域が含まれているが、都市の操作可能な特徴や要素ではないため本分析での都市の官能度を説明するための要因からは除外した。

注6…SHAP値は各サンプル・各説明変数で計算される値であり、SHAP値で計算される説明変数の重要度（SHAP値の絶対値の全サンプルの平均値）は正負の向きを持たない。図中で示す正負の向きは、説明変数が高い上位25%と低い下位25%のSHAP値の差分を算出し、差分が0以上の場合は正の効果、0未満の場合は負の効果と判断した。特に、重要度が小さい説明変数の効果の向きの判断は参考程度とする。

A. 分析の詳細

A. 1 モデルの概要

A. 1. 1 重回帰モデル

本稿で実施した重回帰分析における統計モデルの一覧を表 A1 に示す。

表 A1 モデルの一覧

モデル名	統計モデル	目的変数Y	説明変数X
モデル 1a		都市の満足	個人属性、都市の官能度、都市の普遍的魅
モデル 1b		都市での感情	力
モデル 1c		都市がもたらすエウダイモニア	
モデル 2a	重回帰モデル	シビックプライド	
モデル 2b		地域定住意向	
モデル 2c		ソーシャルサポート	

重回帰モデルは、目的変数Yと説明変数Xを以下の統計モデル（式 1）で表現したものである。予測値 \hat{Y} と観測値Yの差（誤差項）の平方和が最小になるよう、最小二乗法で切片 α と偏回帰係数 $\beta_1 \dots \beta_J$ を推定する。重回帰モデルにおける各説明変数 X_j の偏回帰係数 β_j は、その他の説明変数を統制した場合の目的変数に対する影響度として解釈できる。

重回帰モデル：

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_J X_J \quad (\text{式 } 1)$$

A. 1. 2 機械学習モデルと XAI (SHAP)

本稿で実施した説明可能な AI (XAI) で採用した機械学習モデルの一覧を表 A2 に示す。機械学習モデルは勾配ブースティング決定木 (GBDT) を回帰モデルとして採用し、実装では XGBoost を使用した。GBDT はアンサンブル学習のブースティングと決定木を組み合わせた機械学習モデルであり、高速性と汎化性の高さから広く採用されている。XGBoost におけるハイパーパラメータは、ランダムサーチと K 分割交差検証で調整し、決定木の本数は 200、学習率は 0.03、最大深さは 4、子ノードの最小重みは 5、サブサンプル率は 0.85、特徴量の割合は 0.7、ノード分割の最小損失削減量は 0、正則化は L1 正則化を 0.01、L2 正則化を 1.0 で設定した。

表 A2 機械学習モデルの一覧

モデル名	機械学習モデル	目的変数Y	説明変数X
モデル 3a	勾配ブースティング	都市の官能度（総合）	個人属性、住居属性、都市の普遍的魅
モデル 3b	決定木 (GBDT)	都市の官能度（関係性）	力、街のエレメント
モデル 3c	※XGBoost	都市の官能度（身体性）	

本分析の XAI は SHAP を採用した。SHAP (SHapley Additive exPlanations) は、ゲーム理論的な方法に依拠した機械学習モデルの予測値を説明するための XAI の一種である。SHAP では、各サンプルに対する予測値 $f_i(X)$ （本分析では「都市の官能度」）とその期待値 ϕ_0 の差分を各説明変数（特徴量）の貢献度 $\phi_{i,j}$ に分解し（式 2）、この貢献度が協力ゲーム理論の Shapley 値の考え方を基に計算される。

$$f_i(X) - \phi_0 = \phi_{i,1} + \phi_{i,2} + \dots + \phi_{i,J} = \sum_{j=1}^J \phi_{i,j} \quad (\text{式 } 2)$$

協力ゲーム理論では、プレイヤーが協力して得られる利益を各プレイヤーの貢献度に対して合理的に分配する方法を考える。予測モデルにおける各説明変数を各プレイヤーと見立てて、説明変数 X_j の貢献度 ϕ_j をShapley 値の考え方を援用して定義されるのが SHAP 値であり、各説明変数 X_j の SHAP 値 ϕ_j は式 3 で計算される。 $J = \{1, \dots, J\}$ は説明変数の集合を表し、 S は「集合 J から説明変数 X_j を除いた説明変数群」で作られる空集合を含む全ての組み合わせを表す集合である ($S \subseteq J \setminus \{j\}$)。 $|J|$ と $|S|$ は集合 J , S の要素数 ($|J|=J$)。 $f(\cdot)$ は予測モデルを表し、 $f(S \cup \{j\}) - f(S)$ は説明変数 X_j の「あり ($S \cup \{j\}$)」と「なし (S)」の予測値の差分を意味する。

SHAP 値 :

$$\phi_j = \sum_{S \subseteq J \setminus \{j\}} \frac{|S|! (|J| - |S| - 1)!}{|J|!} (f(S \cup \{j\}) - f(S)) \quad (\text{式 3})$$

SHAP 値は各サンプルで計算されるが、ある説明変数の貢献度 $\phi_{i,j}$ (SHAP 値) の絶対値を全サンプルで平均化して算出される平均絶対 SHAP 値は (式 4)、その説明変数の目的変数に対する平均的な影響度として解釈できる。

平均絶対 SHAP 値 :

$$\bar{\phi}_j = \frac{1}{N} \sum_{j=1}^J |\phi_{i,j}| \quad (\text{式 4})$$

A. 1. 3 構造方程式モデル

本稿で実施した構造方程式モデリングにおけるモデルの一覧を表 A3 に示す。仮定した因果モデルは図 10 と図 11 の参照を願う。図中では誤差相関の記載を省略しており、都市のウェルビーイングを表す内生変数は誤差相関を設定した飽和モデルである。

表 A3 構造方程式モデルの一覧

モデル名	外生変数	内生変数 (媒介変数)	内生変数 (都市のウェルビーイング)
モデル 4a	都市の官能度 (総合)、 都市の普遍的魅力	都市の物語 (ナラティブ)	都市の満足、都市での感情、都市がもたらすエウディモニア
モデル 4b	都市の官能度 (総合)、 都市の普遍的魅力	都市の物語 (ナラティブ)	都市の幸福度、シビックプライド、地域定住意向、ソーシャルサポート

A. 2 変数の要約統計量

本分析で使用した変数の要約統計量を表 A4 に示す。いずれもサンプルサイズは 195 である。

表 A4 分析で使用した変数の要約統計量

	変数	平均値	標準偏差	最小値	最大値
都市のウェルビーイング	都市の幸福度	2.979	0.120	2.741	3.387
	都市の満足	3.355	0.208	2.863	3.921
	都市での感情	2.998	0.098	2.760	3.326
	都市がもたらすエウダイモニア	2.736	0.108	2.497	3.179
	シビックプライド	2.949	0.294	2.341	3.761
個人属性	地域定住意向	5.247	0.219	4.762	5.775
	ソーシャルサポート	3.004	0.178	2.574	3.466
	女性	0.452	0.045	0.341	0.623
	年齢	48.50	1.25	43.61	52.12
	所得	646.4	99.1	473.1	1045.0
住居属性	結婚	0.581	0.062	0.406	0.730
	持ち家	0.619	0.092	0.301	0.797
	戸建て	0.441	0.160	0.107	0.749
都市の官能性 (センシュアス)	マンション	0.548	0.160	0.251	0.883
	都市の官能度（総合）	1.620	0.075	1.503	1.958
	都市の官能度（関係性）	1.474	0.078	1.334	1.856
都市の普遍的魅力	都市の官能度（身体性）	1.766	0.082	1.610	2.059
	安全性	3.224	0.214	2.642	3.667
	保健性	3.382	0.172	2.828	3.781
	利便性	3.242	0.360	2.349	3.979
街の雰囲気	快適性	3.026	0.190	2.628	3.593
	街区・ロケーション	3.109	0.280	2.507	3.758
	人の多様性	3.140	0.231	2.634	3.730
	コンパクト	3.384	0.310	2.645	3.990
	歩行空間の安全・快適	2.830	0.235	2.307	3.458
街のエレメント	自立共生	2.540	0.129	2.228	2.951
	個人経営の雑多な飲食店	1.291	0.356	0.640	2.386
	チェーン系の飲食店	2.500	0.243	1.739	3.149
	個性的な商業施設	0.758	0.322	0.280	2.014
	チェーン系商業施設	1.324	0.175	0.870	1.755
	サブカル系文化施設	0.514	0.225	0.153	1.554
	公共系文化施設	0.648	0.252	0.192	1.480
	快適なオープンスペース	0.870	0.270	0.349	1.914
	記憶をつくる風景	1.091	0.316	0.407	2.067
	均質化された景観	0.844	0.170	0.441	1.526

A. 3 モデルの推定結果

本分析で実施された重回帰モデルの推定値を表 A5 と表 A6 に示す。

表 A5 重回帰モデル（モデル 1a, モデル 1b, モデル 1c）の推定値（切片, 偏回帰係数）

	モデル 1a	モデル 1b	モデル 1c	VIF
切片	-0.526	0.919 ***	0.660 **	
女性	-0.028	0.169 *	0.135	1.248
年齢	-0.003	-0.001	-0.003	1.521
所得	0.019	-0.004	0.030	1.997
結婚	-0.134	0.173 *	0.106	1.265
都市の官能度（総合）	0.748 ***	0.645 ***	0.795 ***	2.023
都市の普遍的魅有力	0.880 ***	0.288 ***	0.232 ***	1.887
R ²	0.793	0.675	0.671	
サンプルサイズ	195	195	195	

*** p < 0.01 (1%水準) ; ** p < 0.05 (5%水準) ; * p < 0.1 (10%水準)

表 A6 重回帰モデル（モデル 2a, モデル 2b, モデル 2c）の推定値（切片, 偏回帰係数）

	モデル 2a	モデル 2b	モデル 2c	VIF
切片	0.825	1.126	3.334 ***	
女性	0.626	0.048	-0.031	1.248
年齢	-0.017	0.006	-0.015	1.521
所得	-0.128	-0.167 **	-0.328 ***	1.997
結婚	-0.889 **	0.290	1.316 ***	1.265
都市の官能度（総合）	1.950 ***	0.916 ***	0.838 ***	2.023
都市の普遍的魅有力	0.121	0.825 ***	-0.226 ***	1.887
R ²	0.395	0.517	0.344	
サンプルサイズ	195	195	195	

*** p < 0.01 (1%水準) ; ** p < 0.05 (5%水準) ; * p < 0.1 (10%水準)

本分析の XAI (SHAP) で使用した機械学習モデルの予測精度について、K 分割交差検証 (5 分割 × 3 回) による OOF 予測での評価を表 A7 に示す。また、表中に全サンプルでの予測の評価も参考として示す。

表 A7 機械学習モデル（モデル 3a, モデル 3b, モデル 3c）の予測精度

	モデル 3a	モデル 3b	モデル 3c
R ²	0.606 (0.890)	0.534 (0.858)	0.610 (0.908)
RMSE	0.047 (0.025)	0.053 (0.029)	0.051 (0.025)
MAE	0.034 (0.014)	0.038 (0.017)	0.040 (0.016)
サンプルサイズ	195	195	195

OOB (out-of-fold) での評価. 括弧内は全サンプル (in-sample) での評価.

XAI (SHAP) で推定された機械学習モデルの予測における説明変数の平均絶対 SHAP 値を表 A8 に示す

表 A8 機械学習モデル（モデル 3a, モデル 3b, モデル 3c）の説明変数の重要度（平均絶対 SHAP 値）

	モデル 3a			モデル 3b			モデル 3c		
	絶対平均	上位	下位	絶対平均	上位	下位	絶対平均	上位	下位
女性	0.0012	-0.0008	0.0010	0.0012	-0.0016	0.0010	0.0022	-0.0003	0.0001
年齢	0.0070	-0.0065	0.0134	0.0106	-0.0109	0.0202	0.0041	-0.0017	0.0071
所得	0.0056	0.0088	-0.0071	0.0041	0.0079	-0.0052	0.0072	0.0086	-0.0080
結婚	0.0013	-0.0018	0.0018	0.0009	-0.0016	0.0001	0.0015	-0.0018	0.0016
持ち家	0.0028	-0.0023	0.0025	0.0017	0.0024	-0.0011	0.0038	-0.0040	0.0035
戸建て	0.0014	-0.0011	0.0022	0.0011	-0.0013	0.0019	0.0029	-0.0048	0.0031
マンション	0.0014	0.0027	-0.0014	0.0016	0.0011	0.0013	0.0019	0.0035	-0.0030
安全性	0.0014	-0.0026	0.0011	0.0019	-0.0040	0.0019	0.0011	-0.0017	0.0005
保健性	0.0021	-0.0001	-0.0021	0.0011	-0.0018	0.0009	0.0049	0.0027	-0.0055
利便性	0.0012	0.0020	-0.0003	0.0038	0.0073	-0.0018	0.0008	-0.0008	0.0008
快適性	0.0013	0.0025	-0.0001	0.0010	0.0017	0.0001	0.0014	0.0028	-0.0003
街区・ロケーション	0.0009	0.0014	-0.0012	0.0029	0.0052	-0.0026	0.0010	0.0011	-0.0003
人の多様性	0.0009	-0.0016	0.0005	0.0015	-0.0030	0.0014	0.0016	-0.0019	-0.0007
コンパクト	0.0013	0.0018	-0.0003	0.0045	0.0086	-0.0032	0.0013	-0.0008	0.0021
歩行空間の安全・快適	0.0148	0.0293	-0.0116	0.0064	0.0133	-0.0070	0.0225	0.0433	-0.0184
自立共生	0.0106	0.0184	-0.0142	0.0136	0.0211	-0.0171	0.0051	0.0095	-0.0064
個人経営の雑多な飲食店	0.0174	0.0327	-0.0162	0.0175	0.0329	-0.0178	0.0158	0.0284	-0.0141
チェーン系の飲食店	0.0034	-0.0064	0.0026	0.0071	-0.0135	0.0072	0.0009	-0.0013	0.0005
個性的な商業施設	0.0010	0.0008	-0.0001	0.0013	-0.0008	0.0012	0.0019	0.0023	-0.0027
チェーン系商業施設	0.0029	-0.0028	0.0053	0.0026	-0.0027	0.0048	0.0019	-0.0019	0.0027
サブカル系文化施設	0.0008	0.0009	-0.0007	0.0014	0.0006	-0.0025	0.0008	0.0005	0.0008
公共系文化施設	0.0010	0.0010	-0.0017	0.0025	0.0029	-0.0036	0.0012	0.0004	-0.0018
快適なオープンスペース	0.0027	-0.0006	-0.0051	0.0024	-0.0048	0.0015	0.0073	0.0046	-0.0158
記憶をつくる風景	0.0011	0.0007	-0.0024	0.0012	0.0012	-0.0017	0.0033	0.0023	-0.0068
均質化された景観	0.0022	-0.0013	0.0011	0.0051	-0.0071	0.0044	0.0021	0.0016	0.0000
サンプルサイズ	195		195		195		195		

“上位”と“下位”はそれぞれ特徴量が上位 25% と下位 25% の SHAP 値。

パス解析で推定された構造方程式モデルの推定値を表 A9 と表 A10 に示す。

表 A9 構造方程式モデル（モデル 4a）の推定値（パス係数, 分散, 共分散）

		モデル 4a
パス係数	都市の官能度（総合） → 都市の物語	0.978 ***
	都市の普遍的魅力 → 都市の物語	0.162 ***
	都市の官能度（総合） → 都市の満足	0.470 ***
	都市の官能度（総合） → 都市での感情	0.357 ***
	都市の官能度（総合） → 都市がもたらすエウダイモニア	0.562 ***
	都市の普遍的魅力 → 都市の満足	0.817 ***
	都市の普遍的魅力 → 都市での感情	0.253 ***
	都市の普遍的魅力 → 都市がもたらすエウダイモニア	0.210 ***
	都市の物語 → 都市の満足	0.370 ***
	都市の物語 → 都市での感情	0.238 ***
分散	都市の物語 → 都市がもたらすエウダイモニア	0.246 ***
	都市の官能度（総合） ↔ 都市の官能度（総合）	0.008 ***
	都市の普遍的魅力 ↔ 都市の普遍的魅力	0.029 ***
	e.都市の物語 ↔ e.都市の物語	0.006 ***
	e.都市の満足 ↔ e.都市の満足	0.008 ***
共分散	e.都市での感情 ↔ e.都市での感情	0.003 ***
	e.都市がもたらすエウダイモニア ↔ e.都市がもたらすエウダイモニア	0.003 ***
	都市の官能度（総合） ↔ 都市の普遍的魅力	0.006 ***
	e.都市の満足 ↔ e.都市での感情	0.001 ***
共分散	e.都市での満足 ↔ e.都市がもたらすエウダイモニア	0.001 ***
	e.都市での感情 ↔ e.都市がもたらすエウダイモニア	0.002 ***
	サンプルサイズ	195

*** p < 0.001 (0.1% 水準) ; ** p < 0.01 (1% 水準) ; * p < 0.05 (5% 水準) . “e.” は誤差項を意味する。

表 A10 構造方程式モデル（モデル 4b）の推定値（パス係数、分散、共分散）

		モデル 4a
パス係数	都市の官能度（総合） → 都市の物語	0.978 ***
	都市の普遍的魅力 → 都市の物語	0.162 ***
	都市の官能度（総合） → 都市の幸福度	0.462 ***
	都市の官能度（総合） → シビックプライド	0.791 **
	都市の官能度（総合） → 地域定住意向	-0.279
	都市の官能度（総合） → ソーシャルサポート	-0.531 **
	都市の普遍的魅力 → 都市の幸福度	0.366 ***
	都市の普遍的魅力 → シビックプライド	-0.387 ***
	都市の普遍的魅力 → 地域定住意向	0.582 ***
	都市の普遍的魅力 → ソーシャルサポート	-0.523 ***
	都市の物語 → 都市の幸福度	0.272 ***
	都市の物語 → シビックプライド	1.621 ***
	都市の物語 → 地域定住意向	0.968 ***
	都市の物語 → ソーシャルサポート	0.854 ***
分散	都市の官能度（総合） ↔ 都市の官能度（総合）	0.006 ***
	都市の普遍的魅力 ↔ 都市の普遍的魅力	0.029 ***
	e.都市の物語 ↔ e.都市の物語	0.008 ***
	e.都市の幸福度 ↔ e.都市の幸福度	0.003 ***
	e.シビックプライド ↔ e.シビックプライド	0.036 ***
	e.地域定住意向 ↔ e.地域定住意向	0.017 ***
	e.ソーシャルサポート ↔ e.ソーシャルサポート	0.022 ***
共分散	都市の官能度（総合） ↔ 都市の普遍的魅力	0.006 ***
	e.都市の幸福度 ↔ e.シビックプライド	0.001
	e.都市の幸福度 ↔ e.地域定住意向	0.003 ***
	e.都市の幸福度 ↔ e.ソーシャルサポート	0.000
	e.シビックプライド ↔ e.地域定住意向	0.003
	e.シビックプライド ↔ e.ソーシャルサポート	-0.004 *
	e.地域定住意向 ↔ e.ソーシャルサポート	0.002
サンプルサイズ		195

*** p < 0.001 (0.1%水準) ; ** p < 0.01 (1%水準) ; * p < 0.05 (5%水準). “e.”は誤差項を意味する.

LIFULL HOME'S
総研
Sensuous City
[官能都市]
2025

第3部

特集記事〈寄稿／レポート〉

Feature Report

3

成熟社会の 共感都市再生

前・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室長
(現・柏市役所副市長)

山田 大輔

Daisuke Yamada

●やまだ・だいすけ／長野県長野市出身。2006年国土交通省入省。河川・道路事務所や都市計画課長補佐を歴任するほか、不動産会社、神戸市役所へ出向するなど国・自治体・民間の立場から都市政策の企画立案や事業構築を担当。2022年より都市局官民連携推進室長として都市再生制度や官民連携まちづくりを推進。2025年7月より柏市役所副市長として出向。

はじめに

都市は、人々の生活と経済活動を支える日本の活力の源泉である。2001年、内閣に都市再生本部が設置されて以降、都市再生特別措置法に基づく制度を活用し、公共公益施設の整備や民間投資による都市開発プロジェクトを通じて、都市の魅力と国際競争力の向上が官民一体となって図られてきた。

しかし、バブル崩壊後の経済低迷を受け“緊急措置”として制度を創設した当時と、現在の社会経済環境とでは状況が大きく異なる。人口増加を前提とした量的拡大の“成長社会”から、精神的な豊かさと生活の質を重視する“成熟社会”へ移行する中で、都市政策にも転換が求められている。

具体的には、SDGsへの貢献、気候変動に備えた暑熱対策や脱炭素、コロナ禍で顕在化したライフスタイルの変化への対応に加え、ウェルビーイングやシビックプライド

の醸成、多世代が共に暮らす包摂的なまちづくりなど、人を中心とした豊かな都市生活を育む政策が期待されている。

加えて、建築費の高騰や人口減少による需要の不確実性を踏まえると、容積率緩和のみを軸とした開発手法には限界が見え始めており、より多様なインセンティブ設計が必要な時期に来ている。

こうした背景のもと、国土交通省は2024年11月から「都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会」を設置。学識者、自治体、民間事業者と共に、中長期的な視点や地域文化を重視した議論を重ね、2025年5月に『成熟社会の共感都市再生ビジョン』(以下、本ビジョン)を公表した。

本稿では、その要点を紹介しながら、都市再生の現在地と今後の方向性を論じる。



都市再生の現在地と萌芽

まず、これまでの都市再生政策の変遷について簡単に振り返りたい。

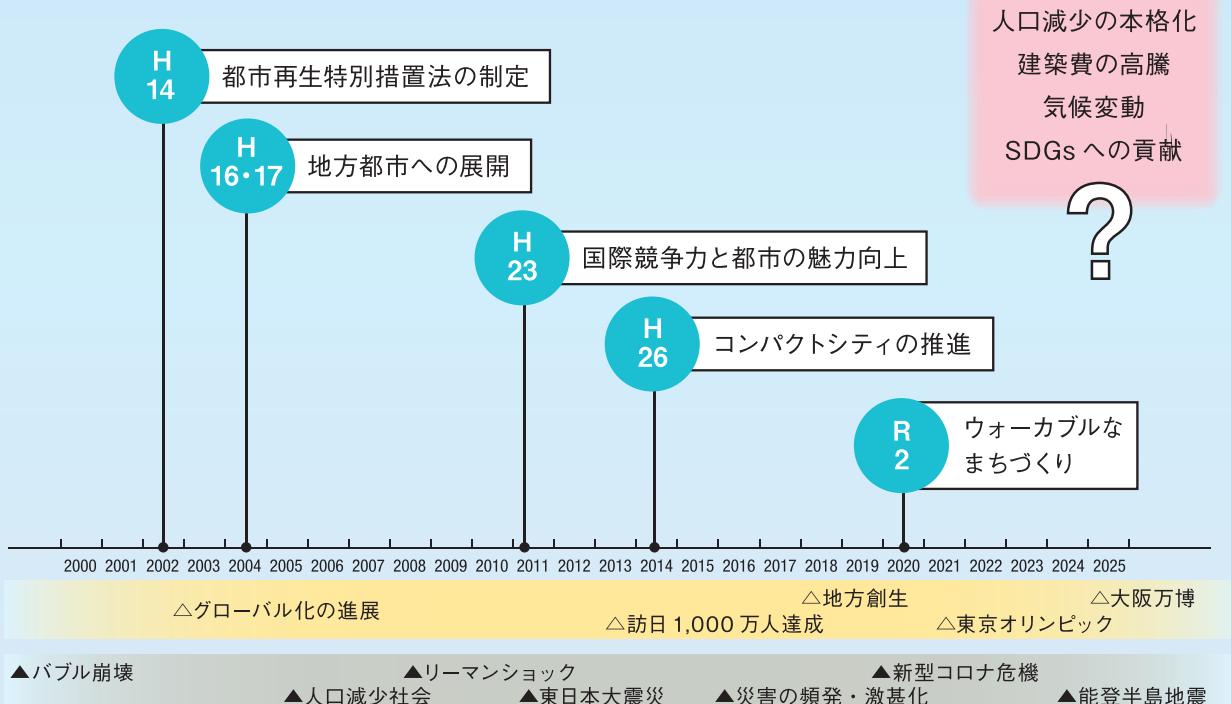
バブル崩壊後の深刻な不況を打開すべく、2002年（平成14年）に都市再生特別措置法が制定された。大胆な規制緩和により民間投資を誘発し、土地の高度利用と居住環境の向上を推進。その後、2004年（平成16年）には「まちづくり交付金」を創設し、全国各地で公共公益施設の整備を後押しした。

その後も、幾度かの法改正を経てきたが、近年の都市再生政策は、海外企業や高度人材の誘致を主眼とする「大都市の国際競争力の強化」、人口減少下での居住誘導と都市機能の再配置を進める「地方都市のコンパクトシティ」の二本柱で進めてきた。但し、前者はGDPの国際的地位の低下や他アジア諸国の台頭など厳しい状況が続き、後

者は政策意義の理解醸成に多大な時間と労力を要することもあり、両者共に政策の進化が課題となっていた。

そこで2020年（令和2年）、都市の多様性とイノベーションに着目した新たな政策として掲げられたのが“ウォーカブル”なまちづくりである。この概念は「歩ける」ではなく「自然と歩きたくなる」ことを重視し、主観的な居心地の良さを政策の中心に据えている。10年前、LIFULL HOME'S 総研が公表した『Sensuous City [官能都市] レポート』が五感と身体性で都市を測った視座と軌を一にするものであり、ハード重視のこれまでの都市再生から人の感覚や営みに重点をシフトした大きな節目ともいえ、本ビジュアルでもウォーカブル政策のさらなる拡張可能性を提示している。

【図1】都市再生の変遷（仮）



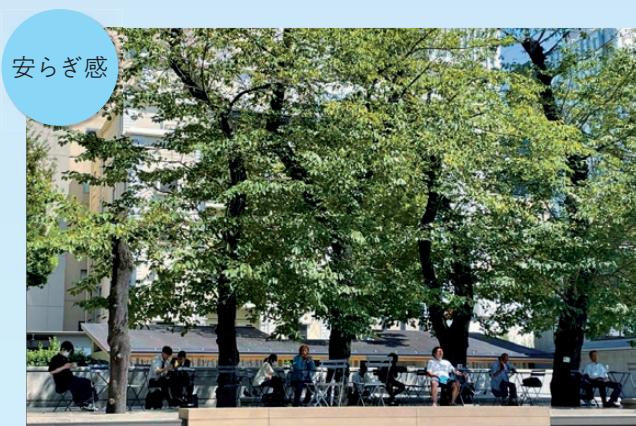
居心地の良さによる磁力の発揮

米国の社会学者、リチャード・フロリダがクリエイティブ都市論において「創造性は居心地の良い場所を求める」と述べているように、「ウォーカブル」なまちづくりは官民のパブリックスペースを人を中心の居心地の良い空間に転換することで多様な人々を惹きつける磁力を生み出すことを期待している。そして、人々が集い・憩い・交流することでアイデアやコミュニティが醸成され、地域課題の解決と価値創造の好循環を生み出す——これが、国際競争力強化やコンパクトシティをアップグレードする道筋だ。

推進にあたり重視するのは歩行量ではなく滞在時間と交流機会である。もちろんウォーカビリティの確保には歩きやすさも重要であるため、快適かつ安全な歩行空間の整備も必要であるが、安易にそれを先行させてほしくはない。例えば、街路であればリンク（交通）とプレイス（場所）の

両機能を備えることが肝要であり、前者が移動するための導管として通行時間の短縮を重視していることに対し、後者はそれ自体が目的地や居場所となることで緩やかに時間を過ごすことを意図している。そのため、自然と滞在したくなるような“居心地の良さ”という人の感覚や気持ちに寄り添ったアプローチを考える必要がある。

それでは、目に見えない“居心地の良さ”とは何なのか。シーンや置かれている状況により人がどのように感じるか定義することは難しいが、多くの滞在者が共通して受ける感覚の把握を試みることで場づくりの精度や滞在者の都市生活の質の向上に繋げていくことも出来るのではないだろうか。そのような思いから国土交通省では民間事業者に協力頂いたアンケートを踏まえて、居心地の良さを



居心地の4つの要素イメージ



- ・安心感
(不快感を感じず安全に滞在・活動ができる状態)
- ・寛容性
(違和感や疎外感がなく滞在・活動ができる状態)
- ・安らぎ感
(その場所に安らぎを感じ、
その場所に留まろうとする状態)
- ・期待感
(そこで行われる非日常的な活動への期待・
喜びを創出する状態)

の4つの要素にグルーピングし、各要素ごとに具体的な指標を設け、主観（例：安心して赤ちゃんを連れてこられる場所だと感じる）と活動（例：赤ちゃんを連れている人がいる）

の両面から場所の特性を把握するツール「まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver.1.1）」を2024年に公表した。これは、日常生活の体験価値に基づく都市の質を測る評価軸を提供したSensuous Cityと同じベクトルへ変化した証といえる。

このように都市再生の変遷を辿ると、これからのはじとなるのは人を中心とした日常の活動や営み、そこから得られる体験価値に依るところが大きく、それを大切に育むプロセスが共感の連鎖を生み、多くの人の幸福度を高める都市に繋がっていくと思われる。

前置きが長くなつたが、以上の流れを引き継ぎつつ、今後の社会経済情勢の変化も踏まえた「成熟社会の共感都市再生ビジョン」の視点と方向性について次頁より紹介したい。

成熟社会の共感都市再生ビジョン

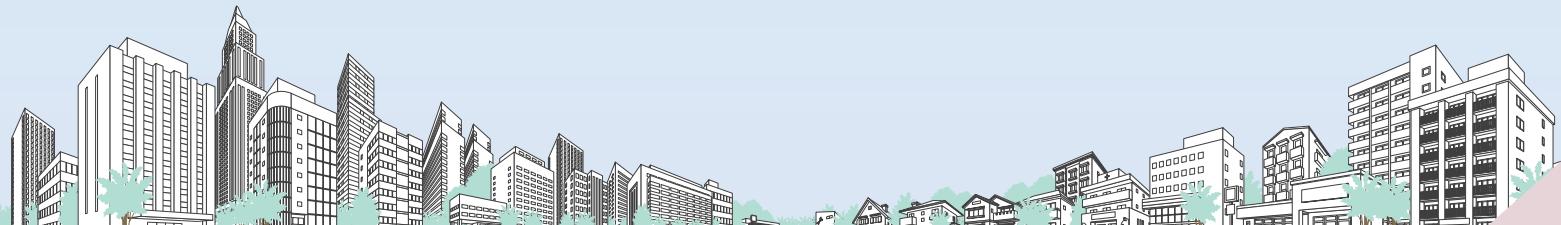
前述の通り、人口減少の本格化、建築費の高騰、SDGsへの貢献など都市を巡る状況は大きく変化している。これから都市の持続性を考えるのであれば、成長社会に見られた均質化・画一化からの脱却を図り、個性を確立させ、暮らす人・働く人・訪れる人を惹きつける質や価値の向上に一層取り組まねばならない。

その鍵を握るのは何か。それは「固有の魅力」と「共感の形成」である。

都市には、安全性や利便性、快適性の高さといった普遍的な魅力と、その都市を訪れてこそ体験できる地域の歴史・文化、自然や景観、本物の雰囲気といった固有の魅力が存在する。両者と共に高めていくことが、都市の質や価値を高め、人や投資を呼び込む磁力の強化に繋がると考えられるが、都市機能の高度化が一定程度進んできた成熟社会においては、後者をより高めていく観点が重視されるべきである。ナラティブな視点から地域に息づく歴史・文化、人々の思いやその地を醸す雰囲気を守り、コミュニ

ティやローカルビジネスを育成しながら、都市の個性を確立していくことが望ましい。特に、人口流出、地域経済の縮小等に直面する地方都市においては、地域資源を存分に活かしつつ固有の魅力を高めることで、いわゆる“シビックプライド”の醸成、域内経済の循環の構築に繋げることが求められる。

これらは一朝一夕では実現しない。都市の固有の魅力は、長年かけて形成された環境を舞台に人々の営みが重なり、時間の経過を経て、徐々に醸成され「発酵」していくものである。また、短期的な収益を追求する利己的な開発ではなく、地域全体へ裨益する公共的価値を再認識し共創していく過程で形成・発現するものであり、地域住民や就業者、来訪者、事業者、行政などの協働と共感なくしては実現されない。そして、これらの共感の形成・連鎖には上述の中長期的な時間軸とプロセスが不可欠となる。



【図2】成熟社会の共感都市再生ビジョン



本ビジョンでは以下5つの方向性を提示した。

1 協働型都市再生による ウェルビーイングの向上

第一の柱として掲げられるのが、官民の協働による都市再生を通じたウェルビーイング（身体的・精神的・社会的な幸福）の向上である。従来、都市再生においては経済合理性や物理的な整備が重視されがちであったが、本ビジョンでは、住民・事業者・行政・大学・NPO等が計画段階から対等なパートナーとして関与し、「経済的価値」と「公共的価値」の両立を目指すことを示した。特に、気候変動や高齢化に対応する形で、バリアフリー化、暑熱対策、緑化などのハード整備とともに、アートや地域コミュニティイベントといったソフト施策を一体的に展開することが重視されている。こうした取り組みは、都市空間が単なる機能的場ではなく、人々の暮らしの質を高める基盤として再定義されることを意味している。

2 余白を楽しむパブリックライフの浸透

第二の柱では、都市空間における「余白」の価値に着目する。高度成長期以降、都市は空間を最大限に効率化し、余剰を排する方向で整備されてきたが、成熟社会においては、活動の自由度を担保する「余白」の存在が、人々の創造性や滞在意欲を育む鍵となる。本ビジョンでは、民有地や空地も含めたパブリックスペースの利活用やまちづくりの初動期の重要性に鑑み、準備段階の充実や暫定利用、社会実験、日常的な居場所の創出といったアプローチを奨励している。また、ウォーカブル施策、駐車場・交通政策との連携を通じて、引き続き人を中心の居心地の良い場づくりを推進していくこととしている。

3 地域資源の保全と活用による シビックプライドの醸成

第三の柱では、地域に埋もれた文化的・歴史的資源に光を当て、それらを保全・活用しながら、地域住民の誇りを醸成していく視点が強調されている。ここでいう地域資源には、文化財に指定されていない歴史建築や日常に根ざした景観も含まれる。また、無形の文化資源である地域の伝統行事や芸能の継承も視野に入れながら、まちづくりと観光・文化政策との連携強化を進めていく。

4 多様な機能の集積による稼ぐ力の創出

第四の柱は、都市における「稼ぐ力」の再構築である。都市は単なる居住・通勤の場にとどまらず、創造性や交流を生むプラットフォームとしての役割が期待されている。そこで、都市再生ではオフィス、研究・開発、文化、教育、医療、住まいといった多様な都市機能を集積し、相互作用によって地域経済を活性化する空間構造を形成する。特に、人々が徒歩や自転車でアクセスできる範囲に、都市アメニティや機能を集め、都市の利便性と暮らしの快適性を両立させていくことを重視している。

5 共創・支援型エリアマネジメントによる 地域経営

最後の柱では、エリアマネジメントをエリアの質や価値の向上のために不可欠な活動と位置付け、エリアマネジメント団体を地域全体を経営する存在へと進化させる方向性を示した。特に財源や人材確保の課題に対して、官民協調の領域を明確に定める計画の必要性や従来の「受益者負担」に基づく考え方ではなく、負担者に適切な受益をもたらすという「負担者受益」に発想をシフトし、資金や人材を提供したくなるようなインセンティブを組み込んだ仕組みづくりの必要性を示している。



今後、法改正を見据え具体的な制度検討を進めていくことになるが、最後に事務局担当者として本ビジョンでこだわったポイントや意義を3点紹介しておきたい。

1 経済的価値と公共的価値の両立に向けた創意工夫の積極的な評価

これまでの都市再生は、都市機能の高度化と都市の居住環境の向上を目的としてきたところであるが、今後は防災性の向上、脱炭素化等を通じた環境負荷の低減、地域資源の保全・活用を通じた地域固有の文化の振興、地域住民や就業者などのウェルビーイングの向上に軸足を置き、開発プロジェクトにおいても経済的価値のみならず官民共創による公共的価値を重視することを明確に打ち出した。

そのため、公共的価値に繋がる創意工夫を積極的に評価していく姿勢を示し、これまで公共公益施設やインフラの整備などハードや機能の充実を主としてきた公共貢献に関しても、エリアマネジメントや地方創生への寄与、歴史文化や地域産業の継承や振興、アフォーダビリティの確保など、ソフト面を含む多様な工夫を講じる貢献を柔軟に評価していくことを推奨している点が大きな意義と捉えている。

2 文化を「まもる」ことへの注力

人口減少下においてストックの飽和も見られる成熟社会では、「つくる」ことから地域資源を積極的に「つかう」方向へのシフトは自明の理としてこれまで言われてきたことであるが、都市再生の枠組みの中で改めて地域固有の魅力となる歴史・文化資源に着目したことは前進であり、本ビジョンで「つかう」前段階の「まもる」ことに注力する姿勢を表明したことには大きい意義を感じている。

城郭や寺社仏閣等の文化財や、文化財指定を受けていないものの歴史的価値を有する建造物、地域のアイデンティティとなる昔ながらの街並み、雑多性を帯びたローカ

ルでディープな界隈などは、その地域固有の魅力となる象徴性を有し、愛着やシビックプライドの醸成を図る上でも重要な要素となるが、所有者の自主保護に委ねられることや都市機能の更新のために毀損・滅失の危機にあるものも多い。

今回のとりまとめではこのような地域資源の活用だけではなく、保全することも重視し、具体的な用途が定まっていない状況においても、地域の意向を踏まえて措置を講じていくことや開発プロジェクトにおいても、地域の歴史や文脈の継承を図り、そのオーセンティシティを確保していくべきと示している。

3 空間的・時間的・主体的な余白の重要性

最後は今後の都市再生における余白の重要性である。不確実な将来に対応できるよう柔軟性や可変性を許容していくことが求められるが、そのために余白の存在は欠かせない。

例えば、立川駅前のGREEN SPRINGSでは容積を使い切らず空の広さとゆとりを重視した「空間的な余白」を設け、来訪者の健康的なライフスタイルやウェルビーイングの向上を目指している。

また、まちを育てていく観点からは、竣工時やまちびらき時にピークを迎えるのではなく中長期的に迂回しながら経済的価値や公共的価値を生み出す「時間的な余白」を予め含んでおくことが肝要である。

そして、共感の形成・連鎖や固有の魅力や新たな価値を共創していくために、場づくりやプロジェクト推進に際して、パブリックライフの本質とも言える「個」の関わりを自然と促す「主体的な余白」をデザインすることが必要である。

このように、余白は、いかに早く、詰めて、完成させるかを志向してきた従来の価値観の転換を促す触媒となるものであり、ポジティブな創出を期待している。



おわりに

最後にパブリックライフとは何かについて触れながら本稿をまとめたい。

パブリックライフ研究を長年続けてきた都市計画家ヤン・ゲールは「屋外で起こるあらゆる活動であり、私たちが目にすることができる活動」と表現しているが、私は吉江俊氏（東京大学都市工学科都市デザイン研究室講師）が著書『〈迂回する〉経済の都市論』において、ドイツ系ユダヤ人の哲学者ハンナ・アーレントの『人間の条件』を用いた定義が腑に落ちている。

ハンナ・アーレントはユダヤ人として収容された経験を持ち、アメリカに亡命した終戦後になぜホロコーストのような人類に対する犯罪が起きたかを考察し、以下を述べている。

「誰」として扱われるとき、その人は多様でそれぞれが唯一無二の人間として接せられる

「何」として扱われるとき、その人は「会社員」や「父親」などの属性のひとりであり代替可能な部品である

人を「何」＝交換可能な記号として扱うことがホロコーストの大量殺戮を可能とした

人が「誰であるか」は、他者に見られ聽かれることで現れる。これが公共空間の役割である

これを踏まえ、吉江氏はパブリックスペースを「人々が自由にアクセスできる空間であり匿名的な『何』としてふるまう人々がふいに『誰』に変わり、人ととの顔の関係が構築される空間」、パブリックライフを「人々を『誰』として目撃することにより、多様な人々が同じ社会を生きているという共通の土台（共感）を実感できる生活のこと」と定義している。

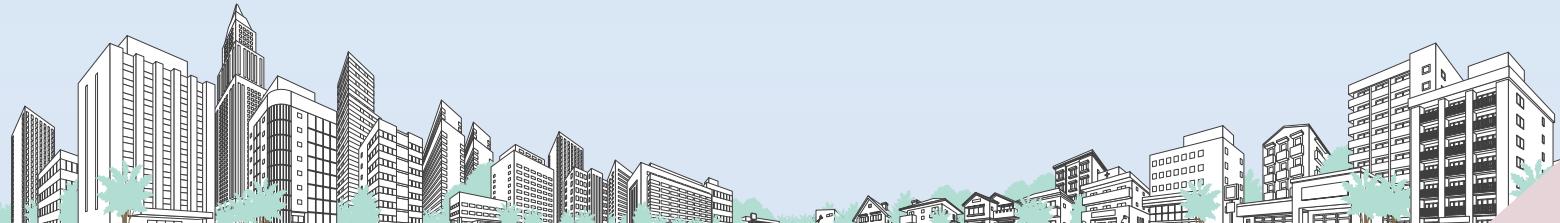
これから分かるのは、パブリックは誰のものもあるということだ。そして、個としての表現、行動を実感できる余白をまちに織り交ぜていくことが今後の共感都市再生の重要なファクターと私は考えている。

成熟社会の都市再生には、空間的・時間的・主体的余白を備え、未完であり続けることを寛容的に受け入れていく姿勢が求められる。そして、人の身体性や文化・歴史・自然のナラティブな価値観も踏まえながら都市の質や価値、固有の魅力を磨き続けていく必要がある。

本ビジョンで掲げた理念や方向性が浸透し、中長期的な視点や地域文化を育む観点が各地で取り入れられ、原動力となる共感を呼び込むような着実な変化をもたらすことを期待している。

参考文献等

- ・成熟社会の共感都市再生ビジョン（2025年）／国土交通省都市局
- ・まちなかの居心地の良さを測る指標（改訂版ver.1.1）（2024年）／国土交通省都市局
- ・クリエイティブ都市論（2009年）／リチャード・フロリダ
- ・パブリックライフ学入門（2016年）／ヤン・ゲール、ビアギッテ・スヴァア
- ・〈迂回する経済〉の都市論—都市の主役の逆転から生まれるパブリックライバー（2024年）／吉江俊
- ・人間の条件（1958年）／ハンナ・アーレント
- ・空と大地と人がつながる“ウェルビーイングタウン” GREEN SPRINGS <https://greensprings.jp/>



吉江俊氏 × 島原万丈

『〈迂回する経済〉の都市論』著者に聞く

都市計画の未来： 「Sensuous」と 「迂回」の視点から

東京大学
大学院工学系研究科
都市工学専攻講師

吉江俊氏

LIFULL HOME'S
総研所長

島原万丈



●よしぇ・しゅん／専門は都市論・都市計画学。早稲田大学創造理工学部建築学科・同大学院修士課程卒業。後藤春彦研究室にてまちづくりの取り組みや建築設計に従事するとともに、消費社会下の都市空間の変容を追う「欲望の地理学」の研究を進める。早稲田大学にて2015年から10年間「空間言論セミ」を主宰。民間企業との共同研究のほか東京都現代美術館「吉阪隆正展」企画監修や早稲田大学キャンパスマスター・プラン作成（内容は『〈迂回する経済〉の都市論』第13章に掲載）など活動は多岐にわたる。単著に『住宅をめぐる〈欲望〉の都市論』（2023年2月、春風社）ほか共著多数。趣味は料理。

都市計画、まちづくりは「迂回」すべきなのか――

センシュアス・シティを考察するための必読書

『〈迂回する経済〉の都市論』の著者、吉江俊氏のインタビューが実現。

経済成長至上主義の都市開発は本当に豊かな生活を生むのか？

『迂回する経済』とはそもそも何か？ 目指すべき都市計画の未来とは……

LIFULL HOME'S 総研所長の島原万丈が問う

Sensuous City2015

島原万丈（以下、島原） 吉江先生の『〈迂回する経済〉の都市論』、拝読しました。出版社のメールマガジンでふとタイトルに目が留まったのがきっかけでしたが「おっ！」となって即購入して熟読しました。読み始めてからすぐに、都市に対する目線や態度というか姿勢の根底が2015年にLIFULL HOME'S総研で発表した『センシュアス・シティ』と共にしていると感じていました。まずは、10年前の『センシュアス・シティ』の感想をお聞かせいただけますか。吉江先生は『センシュアス・シティ』をどう読まれたのでしょうか。

吉江俊（以下、吉江） 画期的な調査が現れたなというのが当時の印象です。従来のアンケート調査、マクロ調査には限界があり、経験的、実存的な側面が全然すぐえない中で敢えて「動詞で測る」というアプローチを採用した、挑戦的な調査だなと思いました。都市計画系の人たちはみな知っている調査ですよね。経験を通してある種のパブリックライフを評価していると思ったし、〈迂回する経済〉と似ている姿勢ではある気がします。

島原 僕が吉江先生の本に同じ目線を感じたのは間違いじゃなかったというわけですね。

吉江 実はマクロ調査にはいろんな指標があるものの、結局、何がどれくらいあればどうなのかというのは定かでない

ことが多いんです。この地域の値が全体の平均値より多いか少ないかといったって、それが良いか悪いかとは別です。客観的指標って、調査方法が科学的であればいかにもすごそうだけれど、根本がぐらついている部分もあります。それに対して、住んでいる人、もしくは外から来た人は「このまちをどう経験したのか／感じたのか」というのが、ある種の「答え側」の調査で、それを実施しているのがおそらく『センシュアス・シティ』だったのだろうと感じています。

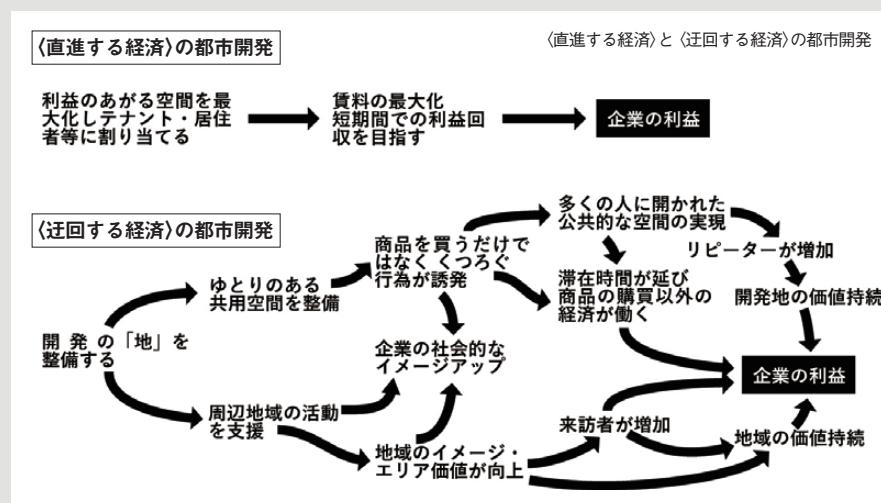
パブリックライフ・パブリックスペース

島原 吉江先生からそのお話を聞いて嬉しいです。それでは『〈迂回する経済〉の都市論』についてお聞きしたいと思います。衝撃的だったのは、〈迂回する経済〉という言葉。どういうことだろう？という新鮮な驚きを覚えています。〈迂回する経済〉という言葉で都市に対して何を提案されたかったのでしょうか。

吉江 ありがとうございます。〈迂回する経済〉とは何か？については、この本の中では〈直進する経済〉と〈迂回する経済〉という対比をモチーフにしています。都市で経済活動を開拓していくときには、そのエリアの価値を高めていくことが必要です。商業施設なら敷地内だけでなく基盤となっている「エリア」を育てるというところからスタートしないといけません。何を育てるのか——そこで「パブリックライフ」を豊かにすることが、エリアの価値を高めることに還っていくアプローチではないかと。



〈迂回する経済〉の都市論（学芸出版社）



島原 パブリックライフと同様、パブリックスペースも本書の重要なキーワードとなっていますね。

吉江 パブリックスペースについてですが、いわゆる都市型アセットの開発事業では床面積の最大化のみが目的の開発が多く見られました。とくに90年代には、建築規制の緩和を目的としてつくられた公開空地はアリバイみたいなものが多くて、何に使うのか?と言いたくなるような細長くて何もない舗装空間ばかりができてしまった。本当はつくりたくないのに嫌々つくったパブリックスペースって良くないですよね。都市開発においては、本当にやりたいことと建前上やらないといけないこと、つまり「本音」と「建前」が縫合されるべきだと思います。そのためには、パブリックスペースをつくることが利益として還元されないといけないので、それを〈迂回する経済〉という考え方で説明できればと考えています。

島原 都市開発や住宅プロジェクトに限らずいろんな領域でも〈迂回する経済〉というコンセプトは使えそうだと感じました。さて、吉江先生の研究には、「パブリックライフを耕す」というのが大きな理念としてあると思いますが、そういう観点が、これまでの都市計画には抜けていたということでしょうか。

吉江 そうですね。「パブリックライフ」という言葉が日本で定着したのは最近のことですが、日本語で言語化しやすい言葉もあるんです。たとえばパブリックスペースなら「公共空間」と表せます。ただ、日本の場合は公共空間というと国や自治体など公の組織が所有する空間という意



味があるので、公開空地やちょっとした空間も含めて「パブリックスペース」という言葉で包んでいます。「パブリックライフ」の言語化はもっと難しくて、訳語がひとつも思いつかない(笑)。

島原 著書の中では哲学者のハンナ・アーレント^{*1}を引用されているのが印象的でした。「現れ」という概念を使ってパブリックライフを説明されていましたよね。

吉江 アーレントは「その人自身」として人と人が関係を結ぶ状態のことを「誰と誰」の関係としました。つまりその人自身は「誰」であるということです。それに対して「何」とは属性のことを言います。「あなたは何?」と聞かれたら「学校の先生です」、「日本人です」など職業や肩書き、国籍などを答えると思います。学校の先生=真面目そうといったレッテルや想定を持ってしまいがちですが、実は人はそうではありません。それが分かる瞬間があって、属性の中の1人である「何」の世界から、その人自身である「誰」として飛び出てくる、それをアーレントは「現れ」としました。人間は「誰」として現れることができる機会があるべきで、その「現れ」を発生させる可能性を持つのがパブリックスペースの役割であるということです。ですから、「何」だと思っていた人が「誰」として見えるようなパブリックスペースの営み、それをパブリックライフと呼んでみたらいいと思います。コロナが後押しにもなってパブリックライフの重要性は認知されるようになりました。Park-PFIの広まりもそのひとつではないでしょうか。ただ、今はその良さを深掘りすることより、実現するためのスキームや運営手法を論じることが多い気がしています。都市計画全体的にみて、手法論に特化していく風潮がありますね。それも必要ですが、そもそもパブリックライフやパブリックスペースとは何なのか、何がいいのかという議論が深まればと思っています。

都市の匿名性とパブリックライフ

島原 『センシュアス・シティ』での大きなテーマに、都市においての「匿名性」があります。アーレント的な文脈でのパブリックライフは親密なコミュニティと親和性が高い印象を受けますが、実際には、都市にはある程度匿名性も

必要で、「誰」でありつつ「何」ではないという微妙なグラデーションがあると思えるのですが。

吉江 それでふと思い出したのが福岡の中心部にある警固公園※2です。広い空間にひとりの人や何人かのグループもいて、人の在り方にバリエーションがあって。各々なのにまとまりがある、とてもいい雰囲気でした。都市の良さのひとつはこのような匿名性だと思います。僕のゼミではオンラインミーティングの研究をしたことがあります※3、これが面白かったです。『ジモティー』の掲示板にはオフ会の募集が連日何百件もあるわけです。中でも自身のコンプレックスなど、ちょっと自分がマイノリティだと感じている人が共有できるオフ会があって、その募集数を都市の人口規模別に調べてみたんです。すると人口30万人以上の都市部ではマイノリティたちのオフ会が連日開かれていますが、人口規模が小さくなるとオフ会は減っていきます。なぜかといえば、募集した段階でバレてしまう、匿名性が失われるリスクになってしまいます。大きな都市には匿名性による助け合いのような状況が自然と生じていて、これは都市の匿名性のいいところです。結局、コミュニティによる解決なのか、匿名性による解決なのか考えさせられました。

島原 そのふたつを併せ持っているのがパブリックライフということでしょうか？

吉江 そうだと思います。

島原 前回の『センシュアス・シティ』では文筆家の小野美由紀さんが銭湯のことを書いています※4。ライターとして独立したばかり、東京でコネもなくひとり寂しいという

ときに銭湯で救われたという話です。銭湯でのコミュニケーションは、しゃべるわけではないけれどもつながりを感じる、いわばサイレントコミュニケーションです。銭湯と同じように、公園でもコミュニケーションは取らないけどなんとなくこの場を共有しているという感覚はありますね。これが吉江先生が書かれていた「共在感覚」なのかを感じています。

吉江 次に来たときにまたあの人いる、みたいな。知り合いでないし話もしないけれど間接的な知り合いのような感覚は生じます。銭湯の場合は物理的に湯舟でつながっているこのともあり「場」を共有している感が強いと思います。しかも服も脱いだ一番無防備な状態ですから。

島原 以前、首都圏を中心にひとり暮らしの孤独度合いの調査をしたことがあるのですが※5、ひとり暮らしで地域のお祭りが盛んなまちに住むことは、やや孤独度を高めるという意外な結果が出ました。一般的には「孤独にさせないためのコミュニティづくりをどうするか」が論じられるが、ひとり暮らしで社会的に孤立しがちな人は、コミュニティの結束が強い地域に住んでいるほうがむしろ孤独を感じるという。

吉江 確かに祭りは団結の強さによってハードルが高まるので、参加できる人はほんの一握りになることもあります。参加できる人は孤独を感じないのだろうけど、そこに入つていけない人たちはよけい孤独になる。調査結果は多分正しいのだろうと思いますが、その調査が面白いと思うのは、別の分析方法をとると逆の結果になる可能性もあるところです。つまり、祭りによく参加する人は帰属意識があるはずなので、数値上は「祭りへの参加度合いが高いほど孤独

※1 ハンナ・アーレント（1906年～1975年）：アメリカ合衆国の哲学者・思想家。ドイツ系ユダヤ人でありナチスから逃れパリへ、第2次世界大戦中にナチスの強制収容所から脱出しアメリカへ亡命した。『全体主義の起源』（原書1951年）、『人間の条件（原書1958年）』など

※2 警固公園（けごこうえん）：福岡県中央区天神、大都市の中心部にある公園。広さは11382m²。問題だった犯罪や迷惑行為の抑制のため警固公園再整備事業が実施され平成24年12月にリニューアルオープン。福岡大学工学部景観まちづくり研究室プロジェクト・レポートに詳細がある
<https://www.tec.fukuoka-u.ac.jp/tc/labo/keikan/kegopark.htm>

※3 オフラインミーティングの研究：「社会的少数者によるオフラインミーティングの諸相と開催都市の人口規模による差異」廣瀬耀也、後藤春彦、吉江俊　日本建築学会計画系論文集/85巻(2020)778号
https://www.jstage.jst.go.jp/article/aija/85/778/85_2671/_pdf/-char/ja

※4 小野美由紀さんの記事：「都市のなかの人生ターミナル トキヨー・銭湯学」は2015年版『Sensuous City[官能都市]』p150-p157に掲載。現在はWEB版で閲覧可能
https://www.homes.co.jp/search/assets/doc/default/edit/souken/PDF2015/sensuous_city_07.pdf

※5 ひとり暮らしの孤独度合いの調査：2020年にLIFULL HOME'S総研より発行された「住宅幸福論 Episode3 lonely happy liberties ひとり暮らしの時代」
<https://www.homes.co.jp/souken/report/202006/>

は和らぐ」という結果は出ますよね。そうすると、「祭りが大事だ」という結論になってしまいます。しかし実際には、祭りは孤独な人を一層孤独にしているかもしれない。聞き方によってミスリードにもなるというのは考えさせられます。どちらにせよ、コミュニティは、疎外や排除と表裏一体になってしまふ面があるのも事実です。銭湯にしても小さなところで常連ばかりだと行きづらいですよね。

島原 飲み屋も常連で固まっているとこはちょっと敷居が高くなりますね。確かに、東京はコミュニティにおける人と人のつながりという部分は地方に比べると少ないですが、逆に匿名の気楽さがあります。一方地方都市ではコミュニティのつながりは強いのだけれども、匿名性がなさすぎて息苦しい面もあるのではと感じています。

吉江 僕も地方でまちづくりに関わるときには、地元の人 「どこでデートするんですか？」とよく聞いていましたね(笑)。誰と誰が付き合っているかすぐばれてしまう環境なので。

島原 それ分かります(笑)。『センシュアス・シティ』では、ロマンス指標として「デートした」という指標があるのですが、地方で講演するとすごく受けるんですよ、とくに女性に。「そうそう、デートできる場所がないの、このまちに！」といった感じです。地方は強固なコミュニティがある一方で、匿名性の高い都市生活はショッピングモールにかなり依存してしまっていて、その中間域部分である、パブリックスペースなようなものがあまり機能していない印象です。〈迂回する〉〈直進する〉の対比で言うと、地方ほど余裕がなくなっていて、即利益にならないことができなくなっているような気がしています。

〈迂回する経済〉の誕生

島原 〈迂回する経済〉はこの言葉だけでその間にハッとされられる素晴らしいキーワードだと思います。これは「直進する」という言葉よりも前に「迂回する」を思いついていたのでしょうか。

吉江 そもそも僕自身の道のりからになりますが、早稲田大学の後藤春彦先生の研究室にいたときは、地方の自治体から委託されるプロジェクトが多くて、宮城県加美町で5年間、佐賀県多久市で2年半まちづくりプロジェクトに関わったりしていました。そのうち民間企業との共同研究の必要性が叫ばれるようになったのですが、民間企業との研究はプロジェクトの規模や金額からいっても、もうコンサルタントの仕事で大学生が関わる領域でなくなってしまう。「大学の役割はなんなんだろう」と当時、僕はすごく葛藤していました。そういう中でポラスグループ(埼玉県越谷市を拠点とする不動産グループ。以下、ポラス)※6と早稲田大学研究チームとの共同研究が始まったのですが、コロナ禍になってしまって。ただ、ポラスとしてはコロナ期間中がこれまで一番住宅が売れていると。それを聞いて「郊外に何が求められているのだろうか」と疑問を持ったのが始まりです。すでにハウスメーカーは住宅だけをつくるのではなく、周りの住宅や市街地全体のバリューが上がることを考えないといけない時期にきていると感じていたし、日本のかなりの面積のまちが郊外にあてはまるわけです。越谷はベッドタウンという印象が強いですが、日光街道の宿場町であったストーリーを生かすことはできないかと考えるようになって。ただ、まだこのときは〈迂回する経済〉という言葉は浮かんでいませんでしたね。

島原 それが現在につながっていくのですね。何かきっかけはあったのでしょうか。

吉江 立川の「GREEN SPRINGS」や下北沢の「下北線路街」※7を見たときですね。センセーショナルな事例を見た!と衝撃を受けてしまって、その帰りには〈迂回する経済〉と言ってました(笑)。越谷でぼんやりと浮かんでいたストーリーが明確になって、極端にやれば「GREEN SPRINGS」「下北線路街」のようにできるんだという、可能性が見えた感じです。つまり、2020年の春あたりが〈迂回する経済〉の誕生で、そこからずっと考えているというわけです。

島原 なるほど!「GREEN SPRINGS」の開業あたりがきっかけだったんですね。あれは本当に画期的な開発だと

思います。

吉江 ええ、まず従来のディベロッパーではできないことでしょう。土地の持ち主である企業自らが開発計画において容積率を下げるることはほぼないことです。「下北線路街」の小田急電鉄にしても、僕の本の中で紹介しているのは身を削った人ばかりなので、どの企業でもできるわけではないとも言われます。最近では「グラングリーン大阪」ができましたよね。あれが面白いなと思ったのは、広大な公園をつくるという判断を大阪市がしたところです。※8



島原 民間企業でも空地はつくるにせよ、あれだけ広大な公園や広場に面積は取らないですよね。

吉江 本当に大阪市が判断を下したところがポイントです。立川や下北沢の再開発は事例としてはいいけれど、今はまだ民間にしわ寄せがきている、という声はまちづくり関係者からも聞かれます。「行政がサポートしてくれてない」ということをもっと僕に書け、と(笑)。

島原 僕は基本的に再開発には批判的な立場ではあります、大丸有エリアや日本橋エリアは企業が威信をかけてやっていますし、やはりあの空間の質やエリアマネジメントの取り組みは認めざるを得ません。ヒルズも賛否あるいは好き嫌いはあるものの、否定できない精度で開発をしていますし運営もさすがだなと思います。ああいう超大手ディベロッパーは自分のお膝元の開発では、「迂回」と「直進」が矛盾しないことを本能的に知っているのだと思います。そういう意味では、沿線価値を上げることで長期的な収益安定が見込める電鉄会社やバス会社がもっと『〈迂回する経済〉の都市論』に触発されてほしいと思います。

吉江 民間で〈迂回する経済〉の最初のプレイヤーになり得るのは、土地を持っている企業だと思います。大丸有で取り組んでいる三菱地所もそうですね。電鉄会社でいえば、駅舎がその地域でいちばん古い建物だという地域もあるので、その地域のオーセンティシティを守る役割を果たすことが望ましいと思います。小田急電鉄は先駆的ですが、沿線地域が狭いため場所が絞りやすいというのがあります。JRの規模となると駅単位のマネジメントの負担に加え、自治体がまたがっていたりもするので障壁は高いかもしれない。ただ、可能性としては沿線エリアの広さを生かして多拠点居住者の支援などに乗り出しことも期待できます。自治体以外の面白い立場で民間企業が関わってくることはこれからあり得ると思います。

島原 公益性の高い企業であるゆえ地域を育てる、エリアの価値を上げていける可能性がありますね。リノベーションまちづくりに関わる清水義次さんは「敷地に価値なし、エリアに価値あり」、つまりエリア価値を上げていくことに専念する重要性を強く言われていますが、とくに地方都市のまちづくりの中では、そうせざるを得ない状態になっているところも多い。これは、吉江先生が本の中に書かれている※9 「〈直線する経済〉が通用しない郊

※6 ポラスグループ：埼玉県越谷市に本社を置く地元密着型企業グループ。一貫施工体制をモットーに住宅メーカーや分譲マンション事業、不動産売買仲介、リフォーム事業から飲食店まで幅広く手掛ける。早稲田大学研究チームとは2020年から共同研究を行っている

※7 立川の「GREEN SPRINGS」や下北沢の「下北線路街」：「GREEN SPRINGS」は2020年4月に開業した、立飛グループが手掛ける複合商業施設。立川駅から徒歩5分という立地ながら商業棟に囲まれた中心部に約10,000m²の中央広場が設けられている。キャッチコピーは「空と大地と人がつながる“ウェルビーイングタウン”」／「下北線路街」は小田急線東北沢駅～下北沢駅～世田谷代田駅が地下化したことにより、1.7kmの線路跡地を小田急電鉄が開発。2016年から順次開業し2022年に全面オープン。両施設については吉江氏の『〈迂回する経済〉の都市論』でレポートされているので参照されたい

※8 「グラングリーン大阪」：大阪駅前で進められてきた再開発「うめきたプロジェクト」の2期地区として旧梅田貨物駅の跡地にグラングリーン大阪南館が2025年3月にオープン。大阪市は2015年3月策定の「うめきた2期区域まちづくりの方針」で緑地創出をコンセプトとすることを明確にし、官民連携による一体的な緑地の整備・管理を掲げた

※9 吉江先生が本の中に書かれている：『〈迂回する経済〉の都市論』では〈迂回する経済〉が発生する条件として、1) 余裕のある大企業が企業イメージのために行う新事業として始める場合 2) 敷地の条件が悪くそもそも〈直進する経済〉が成立しない場合 3) 地元密着型企業が地域価値を上げることで利益が還元されると気づいた場合という3つを挙げている

外や周縁部」に含まれているからであり、やむを得ずではあるものの自然と「迂回」しているのではないかと思います。ほかには、「地域に根差した企業活動」も〈迂回する経済〉を実施できるパターンのひとつと書かれていますが、不動産開発やまちづくりとは直接関係のない業界や業種でも、地域に根差した企業は全国に多数あります。そのような企業がまちづくりの新しいプレイヤーとして出てくる可能性もあるということですね。

吉江 そうですね。僕も詳しく実態を把握しているわけではないのですが、経済産業省が推進している「地域未来牽引企業」※10という制度があって、すでに4,000以上の企業が選定されています。まちづくりや地域の経済活動に貢献している地元の会社を経産省が認定しているのですが意外と建設不動産会社は1割ほどだということです。それ以外は、バス会社など交通系、その他にも福祉系や教育系の企業があります。これまでまちづくりや都市開発に関わってこなかった企業が選定されていて、この風潮というのは面白いですね※11。

〈迂回する経済〉を貫く3つの概念

島原 『〈迂回する経済〉の都市論』の中では、コンサマトリー・リフレキシビティ・コンヴィヴィアリティという3つの重要な概念が出てきます。これについて少しご説明いただけますか。

吉江 まず「コンサマトリー」は日本語で「即自性」としています。インストゥルメンタル（道具性）の逆といえば分かりやすいのですが、目的のために行うのではなく、それ自体に価値があるという考え方です。たとえば地域のお祭りについて、「観光客を集客できるイベント」とするのは即利益につなげる考え方、道具的といえます。しかし、実際に運営する側や来る人が重視しているものは意外と道具性ではないこともありますよね。それをコンサマトリーな価値と言ってみましょう。公園の芝生にばんやり座っている人に「座っているとどうなるんですか？」と聞いたところで明確な答えがあるわけではない。どうなるかは意識せずに座っているわけで、その言葉にならないものをまずは価値とし

て認めようということです。そもそもパブリックライフといいうもの自体が即的なものたちの詰め合わせです。それをきちんと認識するというのがコンサマトリーだし、〈直進する経済〉〈迂回する経済〉との対比で言うと、道具性に特化しているのが「直進」で、道具から離れた何かに思いを馳せるのが「迂回」の正体です。

島原 〈迂回する経済〉を語るときにもっとも重要な概念だと思います。次の「リフレキシビティ」は日本語で「再帰性」と表現されていますが、具体的にはどのような概念ですか。

吉江 「リフレキシビティ」は社会学の概念で、自分の周りの当然視してきたことを意識的に考え直して、変化していく柔軟性や流動性を指します。ある意味内省的と言い換えられますが、「これでよかったのだろうか」とか「これまで当たり前だと思っていたことが当たり前じゃなかった」というように常に更新していくといった視点です。考えを新陳代謝したり柔軟を取り入れるのになくてはならない概念です。

島原 まちづくりの中においても、常に反省して振り返るというような行為を忘れてはいけないということですね。それは常に変化の余地を持っているということもあります。

吉江 自己点検でもありますね。3つめの「コンヴィヴィアリティ」はイヴァン・イリイチという哲学者の概念で、日本語だと「自立共生」とされるのですが、分かりにくいので「共立性」としています。3文字で統一したくて（笑）。ある



程度の集団で共助・互助によって暮らしていく中で、そのときになるべくシステムに頼らない、現代技術に関わらないで従来の人間の力ができる範囲はやっていくという考え方で、これはイリイチが牧師でもあったというのも関係していると思われます。分かりやすい例で言えば、医者に行かなくても健康への取り組みは食生活の管理や運動によって自身で管理できる部分がありますよね。社会問題についても、専門家に頼らざるを得なくなる前段階では、意外にコミュニティなどで引き受けることができるというのがコンヴィヴィアリティ。これを都市計画で考えると、たとえばウォーカブルなまちづくりは、自動車なしでは暮らしれないような地域では本末転倒で、かえって普通に人が歩いてまちを楽しむことができなくなってしまいます。自然と歩いている人たちがいて、それがまちになっていく、歩いている人たちによってまちができていくという過程を取り戻そう、というのがコンヴィヴィアリティの視点になります。

たとえばウェルビーイングも同じで、幸福もそんなに難しいことを考えなくてもいいものです、本来は。ただ、高度なものになったために一般人はそこにタッチできない状態になっています。東日本大震災のときよく議論された「科学の民主化」とも共通する議論ですね。もともと原発については議論が高度になりすぎてよく分からず、多くの人は興味がなかったのに、震災直後は原発の仕組みをみんな知りたがりました。コロナのときも専門家がテレビで解説していましたよね。そうやってさまざまな専門知が共有されることで専門性の領域が広がります。そうすると専門家に頼る前段階として、人と人の関係でサポートできる領域が広がるということです。

コンサマトリーな都市計画

島原 3つの概念の中でもコンサマトリーが重要という印象を持ちました。そこで、実際の都市計画やまちづくりにおけるコンサマトリーについてお聞きします。行政やディベロッパーにすると、プロジェクトには企画書や計画書が

必要で、ただ「楽しい」を目指すというだけのマスタープランでは済まないところが多々あります。とくに行政ではKPI（重要業績評価指標）が求められる。この中で「〈迂回する経済〉の都市」を計画することはできるのでしょうか。そもそも計画という概念がインストゥルメンタルで、コンサマトリーとは親和性が低いような気もするのですが。

吉江 できると思います。この本の最後のほうに「コンサマトリーな世界とインストゥルメンタルな世界を、不連続だが統一されているようにつくるというのがこれからの都市デザインだ」と書いたのですが、それはどちらかを他方に入り組ませるというのではありません。たとえば、インストゥルメンタルな観点で都市の真ん中にオープンスペースをつくって周りを商業が囲うといった計画だったとしても、そこによってきた人はコンサマトリーな楽しみ方をするかもしれない。それは企画段階でコンサマトリーを意識しなくても実現しうることです。

理想的には、計画時に「これが利益になる」と即答できるものばかりではなく、「これがあるとこうなってこうなります」くらいの、少なくとも3ステップ、4ステップで利益までつながる道のりを考えたい。その道のりの最後のほうは道具的な価値になってくるけれども、その手前の段階はコンサマトリーな価値が含まれている。そこまで含めて議論できるのが理想です。

コンサマトリーなものは主観的なものでもあって、「思わず地面に座りたくなったかどうか」といった主観項目の調査では、すぐに利益とはつながりませんが、思わず～という情動的な動きと、少なくとも滞在時間や来訪頻度であれば結びつく。そしてその時間や頻度やリピート率といったデータは、収益の増減と関連して説明できますよね。こうすることである程度説明がつくような気がします。

島原 そのような実証で科学的に証明するためには膨大な事例数が必要だったり、分析にも時間がかかりそうですね。それだけにもっと安直に、センサーダイヤモンドで測定したもの

※10 地域未来牽引企業：「経済産業省により選定された、地域経済の中心的な担い手となりうる事業者」（地域未来牽引企業WEBサイトより）2017年度から2020年度にかけて、全国で約4,700社が選定された。製造業がもっとも多く63%、次いで卸売・小売業が12%、建設業8.0%、サービス業7.2%と続く（2023年3月発表の中間評価資料より）https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/chiiki_kenin_kigyou/

※11 吉江氏がこのときに挙げたのが化粧品ブランドのSHIRO（北海道砂川市に「みんなの工場」オープンなど）とメガネのJINS（創業者が出身地の群馬県前橋市のまちの再生に取り組む）



をAIが分析して結論に結びつける、といった方向に転がりそうな危うさもあります。

吉江 実際パルコの1階^{※12}にありましたよね。カメラのセンサーで来店者の行動パターンを記録・解析してフィードバックされるという仕組みが。

島原 僕はグーグルがやろうことしていたことやウーブン・シティとかはちょっと気持ち悪いと思ってしまいます。その気持ち悪さというのは、誰かに一元的にコントロールされているのではないかというところにあるのかもしれません。たとえばネオ横丁を横丁と呼んでいいのかという問題。何が違うのかと考えたときに、質感やデザインや古さとかというだけではなくて、端的に言ってしまえば、ビルの閉館時間にすべて一斉に閉店する横丁って普通はないよね、という違和感です。独立した主体の独立した意思がそれぞれ勝手にふるまっているけど、なぜか全体としては調和している状態が都市であると思っています。

吉江 僕もセンサー的な分析の結果を使って計画するのはコンサマトリーなものではないと思います。慶應義塾大学のホルヘ・アルマザン氏の『東京の創発的アーバニズム』^{※13}という著書がありますが、ここでいう「創発的」とは、たとえば鳥が集団で飛ぶときに、風に強い形態になつたりとフォーメーションを組むわけですが、これはリーダーが指揮をしているわけではなくて1羽1羽がただ飛んでいて、それぞれ自分とその周りだけを意識している。その集合体が全体としては合理的なグループであり、それを「創発」としています。これを商店街で考えると、それぞれのお店が、

自分の店だけではなく周りにも気にかけていることで、全体としての雰囲気が保たれる。自分とその周りについて関心がある人が集まっているのが商店街の良さというわけです。そこへトップダウンのエリア管理者やチェーン店がたくさん入ってきたとします。チェーン店はここがダメならよそへ行けばいいというリスク管理ができるため、常連客を増やしたりコミュニケーションを取ったりする特別な努力をする必要性が低いでしょう。創発的な集団として「ひとつ」になっていることと、一元管理されて「ひとつ」になっている状態は異なります。

島原 先ほど「地面に座りたくなった」というコンサマトリーな指標と客単価の相関を測るためにには、もうワンステップが必要とおっしゃいましたが、そこにセンサー的なものを採用して解決しようとするのも、誰かが一元的に分析するという感じがして違和感がありますね。

吉江 そうですね。広場という空間にしても、使い方のコードみたいなものが創発的に生成される場合もあります。鴨川沿いでは等間隔に人が座るとか。それは周りを見渡してどこだったら座っていいかなと考えるわけで、そう考える個々が集まってあのような状態になっているわけです。創発的に生まれた広場や公園に「ボール遊び禁止」などのルールが課せられることも多いですが、やはり一番の理想は、ボトムアップに出てくる空間の利用の仕方がごく自然に定着していくことです。カメラセンサーとAI分析で出てくるのは結果の記録だけで、再現することはできないでしょうね。鴨川の画像分析をして、その結果に基づいて「等間隔に並びなさい」というルールをつくることを考えると、おかしさが分かると思います。

島原 それともうひとつ。「迂回する」となると成果が目に見えるようになるにはある程度の時間が必要です。実際は年単位で予算組をする行政や、さらに四半期決算で戦略を見直す必要があるような企業では難しい面があると思いますが、この点はいかがですか。

吉江 先行する取り組みとして、「タクティカル・アーバニズム」も本来は同様の問題意識に基づく考え方です。短

期的な小さいプロジェクトを実施して長期的な変化のために実証的にやっていくというのがタクティカル・アーバニズムで、長期的な視野を持ちながらひとつひとつを区切って、成果を可視化していくことが大事です。たとえば単にイベントを打つだけでなく、きちんと結果をフィードバックして長期的な計画に寄与しないといけない。土日しかやらない小さなイベントだとしても結果の分析と仮説を積み重ねていくことが重要となっています。

商店街で〈迂回する経済〉は可能か

島原 この本の中で書かれていた事例は、比較的新しい開発事例でパブリックスペースや直接は利益を生まない空間を設けるといった例が出ていたと思うのですが、既存のまちである商店街は利益を追求する事業体の集合です。既存の商店街や横丁で〈迂回する経済〉というものをどう実現できるのでしょうか。

吉江 コンサマトリーとリフレキシビティ、コンヴィヴィアリティの観点で丁寧に計画していくべき、既存のまちでもできると思います。まず、コンサマトリーというのは計画自体が楽しい道のりになるためのプロセスが重要で、「計画のコンサマトリー化」を目指すことになります。たとえば、エリアリノベーションの中の小さな取り組みが連鎖的に行われていく過程では、そのプロジェクトの道のりにいろんな人たちが関わって、多くの人たちの人生が重ねられていく。これがコンサマトリーの文脈で語られること、そしてその中でどう人々の意識の変化を導いていくかはリフレキシビリティの観点となります。そして、コンヴィヴィアリティは、地域の中での豊かさや自立性を持つことが目標です。

島原 先ほども言いましたが、地方や郊外ほど即利益につながらないことをやる余裕がなくなっているように感じています。しかし、そのようなエリアこそ、さまざまな局面で組

み直しをすればコンヴィヴィアルな暮らしを実現できる可能性を秘めているように思うのですが。

吉江 おっしゃる通り郊外はコンヴィヴィアルじゃないエリアゆえ、都心に依存する部分が多くなりがちです。ではどうすればいいのか。郊外の住宅地は、どうしても家ばかりが並ぶ単調なまちになってしまっています。そこにカフェなどの飲食店、買い物するところ、働く場所などを埋め込んで、その地域の中で豊かに暮らせるようにしていくことが大切です。僕が関わった越谷のプロジェクトを例にすると、越谷は日光街道がありますが車はビュンビュン通るし、そりゃ子育て世代はここでは暮らせないという感じなんです。だから、旧日光街道などの裏道をどんどんつなげていって、散歩道を整備して歩けるまちを目指しています。エリア全体をコンヴィヴィアリティにしていくということは、本来は既存のまちで実践されるべきです。近代につくられたものは、ほとんどコンヴィヴィアリアルでないのでそれをどうしていくか。プロセスとしては、トップダウンでいつの間にか実施されているものではなく、その内容をオープンにしつついろんな人を取り込んでいける間口の広さが必要です。

島原 「迂回する」という言葉からは、広場や空地のような物理的なスペースを想像してしまいがちですが、単に利益と直結しない無料スペースをつくりましたよ、ということではなく3つの概念の原理が働いているのが「迂回するまちづくり」だということですね。

吉江 確かにパブリックライフの中心には何かしらのパブリックスペースがあるので、広場なども重要です。ただ、古典的な議論には、伊藤ていじなどの「日本には昔から（西洋式の）広場はなかった」^{*14}というのもあるんです。広場がなくてもパブリックスペースとなる場所としては、路地や辻またはポケットパークのような小さな緑地であり、しかもそれらが生活者のネットワーク上にポツポツとあること

*12 パルコの1階：渋谷PARCOに2019年にオープンした実証実験特化ショールーム「BOOSTER STUDIO by CAMPFIRE」。クラウドファンディングの（株）CAMPFIREと（株）パルコが共同経営。AIカメラ解析による来店客の属性や展示製品に関心を寄せた人数、行動パターンなどの回遊データを出展メーカーにフィードバックするという試みだった。2023年1月末に閉店

*13 ホルヘ・アルマザン氏の著書：ホルヘ・アルマザン+Studiolab 著『東京の創發的アーバニズム：横丁・雑居ビル・高架下建築・暗渠ストリート・低層密集地域』（学芸出版社、2022年）。ホルヘ・アルマザン氏は建築家であり慶應義塾大学教授

*14 伊藤ていじなどの廣場論：『建築文化1971年8月号特集：日本の廣場』など。これは伊藤ていじ・宮脇檀などが中心となって活動していた都市デザイン研究体が発表したもので2009年に『日本の廣場－復刻版』（彰国社）として復刊された

で、そこを舞台にパブリックライフが営まれることもあると思います。広場はないけど「広場化」が起きているということです。しかし、それにはまちの構造の解読からスタートする必要があります。先ほどの越谷の例でいうと、旧日光街道は江戸時代にできた街道なのでかなり細分化されていて、現代のように広場がどーんとある感じではないので、ネットワーク上のパブリックスペースをどう生かすかという問題があります。再開発のようにイチからの計画であれば、広場や公園をつくるという発想が出てくると思うのですが。

島原 パブリックスペースにはパブリックライフを営むベースとしての役割があるとすれば、既存のまちの中にある路地や辻などもパブリックスペースと呼べるんですね。アーケード商店街の通路もまさにそうだと思います。

〈迂回する経済〉の未来

島原 さて、吉江先生は「直進する経済」と「迂回する経済」を両輪でやっていくことが大事だとも強調されています。具体的にはどういう事例があるのか、その紹介を含めてまちづくり関係者に向けて伝えたいことがあればお願ひします。

吉江 まずは先ほどの越谷での事例の中で、「油長内蔵」(あぶらちょううちくら)^{※15}を紹介できればと思います。ここは、もともと敷地内に3つあった江戸時代の蔵のひとつを改修したうえで道路に面するように移築し、残りは解体しました。そして、空いたスペースに新築で4棟の家を



油長内蔵（吉江俊／写真提供）
パブリックスペースとなった蔵が通りに面し、奥に住宅を4棟建設した

建てています。蔵をすべて解体していれば家は5棟建てられたし、蔵を改修するのにこの新築1棟よりも高い金額がかかっています。ですが、改修した蔵は越谷市に寄贈され、まちづくり相談所やコミュニティカフェなどが入ったオープンな施設となりました。さらに、蔵に併設された新築の4棟は相場より高額な価格帯で売れたので、普通の新築5棟よりも売り上げとしては上がったということです。

島原 先ほどおっしゃっていた、広場ではないパブリックスペースを活用するには「まちの構造の解読からスタートする必要がある」ということにもつながります。まちの歴史をつないできた蔵の風景を残したことでエリアの価値も高めた事例ですね。

吉江 もうひとつ、越谷には「はかり屋」^{※16}という事例もあります。旧日光街道沿いにある明治時代の町屋をフルリノベーションし、日本料理や古民家ピストロなどの飲食店、多目的スペースなどをテナントとして入れています。駅前はチェーン店舗の低廉なお店が多い中で、「はかり屋」には日常使いで入れる店も、お客様をもてなせる店もあるという、越谷の食に多様性が生まれた例です。その多様性が共立性、つまりコンヴィヴィアリティな環境をつくっていくことにもつながると思います。

島原 地域の価値も上がり、まちの歴史や風景への理解や愛着にもつながる。なにより「直進」していないのにきちんと利益が出せている、そのように面白いまちづくりを実践する視点はどのようなものでしょうか。



はかり屋（吉江俊／写真提供）
旧日光街道沿いに立つ建物は宿場町であった風情を今につなぎ、そこに人が集まる

吉江 ひとつひとつのプロジェクトでバランス良くすることを目指すのではなく、一方は利益に特化して他方は公共性を重視して赤字、けれどトータルで見ると黒字になっているくらいであってもいいと思います。民間で完結するだけでなく、行政・自治体を巻き込んで裾野を広げることも大切です。小さい範囲のプロジェクトも1つではなく連続的におこなって結果を積み上げていくと、全体の中で「〈迂回する経済〉の役割」ができるようになってくる。なぜそんな試行錯誤しながらやらなくてはいけないかというと、それがニーズを生むことになるからです。ただ商業施設や住宅をつくるだけではなく、そのまちに来る人が増える、エリアの認知度が上がるなど、人が集まるための間口を工夫することが大事です。パブリックスペースに来たたくさんの訪問者たちが別の経済活動につながる可能性も生まれます。ゼロだったニーズを増やしていくという意味でも〈迂回する経済〉というのは必ずどこかで都市計画に組み込む必要があります。

島原 今の話を聞いていて思い出したのが、岩手県紫波町の「オガールプロジェクト」※17という公民連携の開発です。町が購入したものの財政難で長年塩漬けになっていた土地があって、そこをなんとかしたいと。まずフットボールセンターを誘致し、町民の要望が強かった図書館や公共施設をつくり、中央に広い芝生のスペースも設けて、それを取り囲むように地元企業を中心としたさまざまなテナントが入っています。面白いのは、まずは消費目的でない人を集客できる装置を固めてから全体をつくっていったという事業計画です。スコープを変えるという言葉がちょうどいいかも知りませんが、単体ではなくエリア全体を通して吉江先生のおっしゃる3つの要素（即自性／再帰性／共立性）を実現している例なのではないかと思います。まずは都市計画のやり方の土台を変えていくことがコツなのかもしれません。「損して得を取れ」という昔からの言葉がありますが、全体としてどのやり方が得なのかという発想に立てば、面白いまちづくりは考えられるということですね。

吉江 ただ、土地を持たない自治体や企業はどうするのかということや、四半期ごとに決算報告をする上場企業が株主を納得させるときに長期的な話ができないといった問題があるのも事実です。

島原 長期的な評価で進めにくいというところは確かに問題ですね。吉江先生が2020年に〈迂回する経済〉というワードをひらめいてからさまざまな事例を通して、いろんな問題やハードルも見えてきたのではないでしょうか。

吉江 はい。ですので、『〈迂回する経済〉の都市論』の続きを書きたいと考えています。もう少し先になりますが。大企業でなくてもあてはまるような、一般化した内容にしたいと思っています。

島原 それは楽しみですね！ もっと〈迂回する経済〉という概念が広がること、この『センシュアス・シティ』が少しでもその一助になれることを願っています。本日はありがとうございました。



※15 ※16 「油長内蔵」と「はかり屋」：『〈迂回する経済〉の都市論』に詳しいのでぜひ参照されたい

※17 オガールプロジェクト：プロジェクトの始まりからの詳細は（公財）市町村アカデミーによる「まちづくり実践レポート～北から南から～町民主体の公民連携によるオガールプロジェクトで年間96万人の集客を実現」に記されている。ちなみにオガールとは、「成長」を意味する紫波の方言「おがる」と、「駅」を意味するフランス語「ガール」を合わせた造語 https://www.jamp.gr.jp/wp-content/uploads/2019/12/127_01.pdf

センシュアス・シティの つくりかた

LIFULL HOME'S PRESS編集部

渋谷 雄大

Takehiro Shibuya

●しぶや・たけひろ／2015年、株式会社LIFULLに新卒入社。LIFULL HOME'Sの営業を経て、2020年より『LIFULL HOME'S PRESS』編集部。LIFULL HOME'Sマーケットレポートを担当するほか、LIFULL HOME'S のデータを活用した記事を多数執筆。特に、町家、景観、都市交通、ウォーカブル、和の文化に関心。広島県出身。

1. 曲がり角を迎えた「都市再生」

1-1 これまでの「都市再生」はセンシュアスか？

本報告書では、官能都市（センシュアス・シティ）は都市の物語（ナラティブ）が育まれやすく、そのような都市では人々の主觀的幸福（ウェルビーイング）のうち、特に生きがいや自分らしさといった「都市がもたらすエウダイモニア」が高い水準を示すことが明らかにされた。都市の官能度は、人々の幸福度に対して、安全性や利便性といった「都市の普遍的魅力」と同程度の影響があり、エウダイモニックな幸福に限るとその影響はさらに大きい。つまり、センシュアス・シティは、都市機能の追求のみでは得難いウェルビーイングに寄与する可能性があるという（詳細は本報告書序章 9p～37p、および有馬氏の分析 136p～152p を参照されたい）。

では、日本の都市はこれまで、いかなる方向に進んできたのか。結論から述べれば、都市の普遍的魅力の向上に力を注ぐ一方で、ナラティブを育みエウダイモニアをもたらすセンシュアス・シティの観点は、ほとんど関心が持たれ

ていなかった。序章で指摘しているように、公共の利益にとって取るに足らない、あるいは前近代的なものとして否定され退けられてきた向きすらある。

事実、今日の日本の都市開発の中核をなす仕組みが、1969年の都市再開発法に基づく「市街地再開発事業」と、1954年の土地区画整理法に基づく「土地区画整理事業」である。前者は土地利用の細分化や老朽化した木造建築物の密集、公共施設の不足などの課題を抱える地域において、土地の合理的かつ健全な高度利用と都市機能の更新を図ろうとするもので、高層化・大規模化で創出した新たな床（保留床）の売却（処分）により事業費を賄うことが前提となっており、スクラップアンドで高層ビルやタワーマンションを形成するケースが多い。後者も既存市街地を一掃し、道路や公園といった公共施設を整備するとともに、土地の区画を整形化し利用価値の高い宅地を生み出そうとするもので、どちらも都市機能の向上や経済合理



性が強く志向される、都市の普遍的魅力づくりに最適化した手法といえよう。

特に 2002 年の「都市再生特別措置法（以下、都市再生法）」成立以降は、国が都市再生緊急整備地域の指定、当該地域での都市計画決定手続きの迅速化、大幅な規制緩和や金融支援、税制優遇等を行うことで、多くの再開発が推進されてきた。なお、一連の政策は都市の課題解決と同時に、マクロ経済的課題の解決に主眼が置かれていた点は序章などで述べられているとおりである。

しかし、こうした都市の普遍的魅力の向上に重心を置いた開発は、センシュアス・シティの因子である「親密な共同体」や「街のライブ感」から乖離するものでもあった。例えば「親密な共同体」には「地域のボランティアやチャリ

ティに参加した」「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」という項目があるが、タワーマンションの住民は比較的近隣住民との付き合いに消極的な傾向があるとされるし※1、大規模再開発はチェーン店を増加させる※2（有馬氏の分析ではチェーン店は都市の官能度に負の効果があるとする）。確かにマニュアル化された接客が幅を利かせた店で店主と盛り上がることは難しいだろう。また、「街のライブ感」の因子には、「活気ある街の喧騒を心地よく感じた」や「商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた」という項目があるが、人々の営みを建物内に囲い込んでしまう大規模施設のある街では、街の活気や喧騒、匂いを感じる機会は制限される。

1-2 曲がり角を迎えた「都市再生」のいま

都市再生法が推進した都市再生の取り組みの対象は、当初の三大都市圏から、都市再生整備計画と交付金制度、民間都市開発事業の認定制度などによって地方都市へ波及した。そこでは先進的なモデルとなるプロジェクトが実現した一方で、多くは経済合理性を前提とした都市機能の更新へと傾倒し、そのフォーマット化された制度によって都市

景観の画一化を招いたともいえる。再開発が進むほどに都市の顔が「どこにでもある街」へ均質化していったと感じるのは筆者だけではないだろう。同時に、馴染みの景色が消えていく寂しさを覚えることも増えた。現に、2000 年代に多くを占めた公共所有地や工場跡地の開発プロジェクトは減少し、2020 年代には既存市街地をスクラップア

※1 タワーマンション居住者の近隣住民との付き合いの状況、近隣住民との付き合いに関する意向は、大規模集合住宅居住者や戸建て住宅居住者よりも低い（特別区長会調査研究機構、2023年「令和4年度 調査研究報告書 タワーマンション等 大規模集合住宅を含む 地域コミュニティの醸成」による）

※2 岸本・鈴木（2011）によると、都市が成熟して施設密度が高くなるとチェーン店が優位になる傾向があり、塙本・牛垣（2023）は、大泉学園駅周辺での再開発に伴うチェーン店の増加を指摘している

ンドビルドによって高層化する開発が主流となりつつある※3。

しかし今、時代は変わりつつある。人口減少が進み、コロナ禍、円安、資材価格の高騰や人手不足といった要因が建設コストを押し上げ、従来の再開発モデルは持続可能性の危機に直面している。建設工事デフレーター（建築総合）は2015年度の100を基準として、2024年度には128.4（暫定）まで上昇。進行中の再開発事業の多くで工事費が上昇している※4。一部は「工事の遅れや停止」「権利床の見直し」「施設の形態変更」などの対応を余儀なくされ、計画の根本が揺らいでいる。工事の遅延や停止は、権利床を得て新たな暮らしをスタートさせるはずの地権者の生活を路頭に迷わせるし、権利床の見直しについても、例えば家族4人で暮らすはずの地権者が単身向けの床しか割り振られないというケースも考えられる。こうした状況を受け、国は「防災・省エネまちづくり緊急促進事業 地域活性化タイプ」を創設した。事業の停滞によって生活再建等に支障を及ぼす恐れのある事業に対して補助金を出すものだ。こうして、多くの再開発事業で補助金への依存度を高めている。

工事費の上昇を受け、当初の公共性の高い用途から分譲マンションへ計画を変更するケースも散見する。用途の転換については、地権者の持ち出しを増やせないなどの理由で、公共性より収益性が優先された結果である。税金等を財源とする補助金への依存度が高まっているにもかかわらず、事業の公共性は低下傾向にある。また、多額の補助金が投入され分譲された住戸に対し、国内外から投機目的の購入が相次ぎ※5※6、次々と転売されるなど、その公共性・公平性に疑問を抱かざるを得ない事態も起きている。

こうしたなか、2025年5月に国土交通省は「成熟社会

の共感都市再生ビジョン（中間とりまとめ）」を公表した。ここでは、従来の都市再生の成果を示しつつも、容積率緩和による高層化・大規模化に軸足を置いた手法には限界が生じつつあることを認め、「共感を呼び込む個性の確立と質の向上」を都市再生の新たな方向性として掲げた。詳細は序章および国交省・山田氏の寄稿（p154～161）に譲るが、本ビジョンでは以下の5つの柱が示された。

- (1) 協働型都市再生によるウェルビーイングの向上
- (2) 余白を楽しむパブリックライフの浸透
- (3) 地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成
- (4) 多様な機能の集積による稼ぐ力の創出
- (5) 共創・支援型エリアマネジメントによる地域経営

これらの理念は、センシュアス・シティに通底する部分がある。センシュアス・シティ調査は余白を楽しむといった都市における動詞の測定※7を目指しているし、センシュアス・シティの根本思想は、多様な機能の集積を是とするジェイン・ジェイコブズの都市論※8に立脚している。また、前述のとおりセンシュアス・シティは都市のナラティブを育む都市である。風景への愛着というようなナラティブの蓄積は、シビックプライドの醸成へつながり※9、それらはエウダイモニアをはじめとするウェルビーイングを高めることにもつながる。つまり、センシュアス・シティの実現は、合理化の果てに行き詰った都市再生の新たな一手となり得るのではないだろうか。

ここからは、筆者が編集に携わる「LIFULL HOME'S PRESS」(<https://www.homes.co.jp/cont/press/>)で取材した各地の取り組みから、センシュアス・シティの提案と親和性が高い事例を「センシュアス・シティのつくりかた」として紹介する。センシュアス・シティに関心をもつ皆さんの参考になれば幸いだ。

※3 東京都における開発前の土地利用は、公共所有地（2000年代：24.0%、2020年代：5.0%）や工場跡地（2000年代：20.0%、2020年代：10.0%）が減少し、中小ビル・住宅（2000年代：4.0%、2020年代：35.0%）が増加（国土交通省都市局、2025年、第4回 都市の個性の確立と質や価値の向上に関する懇談会 資料1「都市再生プロジェクトの展開について」による）

※4 NHK 取材班（2024）の調査による

※5 売却したマンションの入手経緯は、24.1%が「投資目的で購入した」（LIFULL HOME'S 不動産査定、2025、東京圏のマンション売却に関する意識調査）

※6 都心のマンションの高騰の要因に投資目的の外国人の存在が指摘されていることを受け、国交省は外国人による不動産取引の実態調査に乗り出した（NHK（2025年5月25日）による。参照URL：<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20250523/k10014813261000.html> 閲覧日2025年7月26日）

※7 LIFULL HOME'S 総研（2015）による

※8 ジェイン・ジェイコブズ（1961）『アメリカ大都市の生と死』など

※9 伊藤（2017）は、シビックプライドは「愛着」「持続願望」「アイデンティティ」「参画」の4因子から成っていることを明らかにしている

2. センシュアス・シティのつくりかた

CASE 01

グラングリーン大阪（大阪市北区）

「大阪最後の一等地」と称された、JR 大阪駅北側の梅田貨物駅跡地約 24 ヘクタールで、産学官連携による「うめきたプロジェクト」が進められている。2013 年に「グランフロント大阪」として開業した先行開業区域（うめきた 1 期地区）は、ショッピングモールやレストラン、オフィス、ホテルなどで構成される南館および北館と、高層マンションで構成されており、開業から 10 年で 4 億 7,000 万人の累乗来場者を記録するなど、数多くの人が訪れる場所になっている。そして道路を挟んだ西側のエリア「うめきた 2 期地区」で現在、三菱地所株式会社を代表企業とする JV（ジョイント・ベンチャー）9 社による開発が進められている。うめきた 2 期地区は、「“Osaka MIDORI LIFE” の創造」～「みどり」と「イノベーション」の融合～というコンセプトを掲げ、約 4.5 ヘクタールの大型都市公園「うめきた公園」を中心に、公園の南側にホテルやオフィスが入居する南館と高層マンションを、公園の北側にホテルを主とした北館と高層マンションを配置する計画となっている。うめきた公園は、大規模ターミナル駅直結の都市公園としては世界最大級の規模であり、上質な天然芝と水盤のある芝生広場や大屋根、豊かな緑とダイナミックな水系のある「うめきたの森」などを整備する。

「グラングリーン大阪」と名付けられたうめきた 2 期地区は、2024 年 9 月に先行まちびらきが行われ、うめきた公園（サウスパークとノースパークの一部）とノースタワーが開業。JR 大阪駅前に誕生した広大なうめきた公園は多くの市民や観光客に驚きをもって迎えられた。都心のオ

サウスパークの芝生広場では、幅広い年代の人々が、思い思いにくつろいでいる
(撮影: 井口克美)



アシスのような魅力的な空間であるが、この開発の真価は、単なる公園整備にとどまらず、街全体の美観と機能を統合する点にある。公園と街の管理を一体的に進めることで、人々の交流の場としての活用が推進されている。サウスパークでは、音楽イベントや冬のイルミネーションなど、開業後半年で約 50 件以上の多彩なイベントが実施された。平日・休日を問わず、幅広い世代が訪れ、先行まちびらきからの来場者はすでに 1,000 万人を突破。都市の新たなシンボルとして、確実に根付いてきている。2025 年 3 月には南館もオープン。うめきた公園では、家族連れや会社員、学生、観光客が思い思いに過ごす風景が生まれつつあり、人々の動きや街との関わり方が大きく変化しているのを実感する。

大阪府はニューヨーク・タイムズの「2025 年に行くべき 52ヶ所」に選ばれ、さらにグラングリーン大阪は「Game changing project（都市の在り方を変える革新的なプロジェクト）」として取り上げられている。

文：一般社団法人住まいる総合研究所 代表理事 井口克美 『グラングリーン大阪南館がグランドオープン。“うめきたエリア”的さらなる活性化に期待』(LIFULL HOME'S PRESS 2025年4月16日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_01791/)、「うめきた2期」の概要と工事の進捗状況。大阪最後の一等地で次世代の都市モデルを』(LIFULL HOME'S PRESS 2021年11月8日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01108/)を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

うめきた2期地区は、民間による高収益開発を促す各種の優遇措置を受けられる都市再生緊急地域および特定都市再生緊急地域内にあり、本来であれば容積率を最大限に活用した高層ビル群の建設が主流となる立地である。しかし、本プロジェクトでは、決して高収益とはいえない「みどり」を整備した。これまでの再開発の主流であった「土地の合理的かつ健全な高度利用」という経済合理性優先の思想とは異なる開発といえる。

もともとうめきた2期地区には、ビル群やサッカースタジアムを建設する構想があったが、地元経済団体の関西経済同友会は「ひとびとにやすらぎと生きるよろこびをもたらす空間こそが、世界都市大阪の魅力を高め、ひいては経済活動を盛んにする」として、「ほんまもんのみどり」による「グリーンパーク」とすることを提言していた。しかし、経済合理性を重視する民間主導の都市再開発では、短期的に利益を生まない「みどり」はつくれられにくい。

そこで同会は、大阪府と大阪市が土地を取得して整備することを提言。橋下市政下で具体化し、敷地の一部が大阪市が管理する都市公園として整備されることと

なった。

開業後のうめきた公園は、都市にありながら、緑や水に直接触れる、小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませるといった「都市のリトリート」体験を提供しているのはもちろん、多彩な催しは「文化・娯楽」などにつながる体験をもたらし、歩行者のためのルートやベンチは「ウォーカブル」な都市空間を演出するなど、多くのセンシュアス・シティの構成因子を刺激する。

このようにかつてないセンシュアスな空間を実現した最も大きな要因は、近視眼的な経済合理性ではなく、中長期的な都市の在り方から逆算した姿勢だろう。関西経済同友会の言葉を借りると「『理念』なしには、いかに費用を投じても、厳しい都市間競争に勝つことはできない。単一の敷地の収益性ではなく、「この都市に何が必要か」という都市全体の価値判断を起点とするまちづくりは、画一的な都市開発から脱却し、ナラティブが紡がれる個性ある都市を実現するうえで欠かせないものとなるはずだ。

すでにグラングリーン大阪は全体の約70%が完成。2027年春の全面オープンに向けて期待が高まっている。

CASE 02

GREEN SPRINGS(東京都立川市)

2020年、再開発ビルという枠を超えて、東京郊外の立川に新しい「街」が誕生した。「空と大地と人がつながるウェルビーイングタウン」をコンセプトにつくられた商業、文化、オフィスからなる複合施設「GREEN SPRINGS(グリーンスプリングス)」である。50階建てのビルを数棟建てられる敷地なのに、11階建てのホテルがあるほかはほとんど3階建てになっている。容積率が500%の敷地なのに150%程度しか使っていない。

利益最優先ではこんな場所はつくれない。開発した株式会社立飛ホールディングスが GREEN SPRINGS を

ピオトープには魚もいるので子どもたちに人気(撮影:三浦展)



収益の柱としてではなく、立川全体の「都市格」を向上し、立川市民のシビックプライドを醸成する装置として

位置づけたからこそこうした開発が実現した。GREEN SPRINGSは立飛の事業の1つだが、100年続く街をつくることが最初のパーパスだったという。そして100年続く街を考え抜いた結果が「ウェルビーイング」というコンセプトだった。

建物で囲まれた中庭のような空間は、多摩地域の在来種である草木がふんだんに植え込まれている。植物の種類が350種もあり、それもテーマパークのように花が咲いているときだけ植えるというものではなく、枯れるまでずっと植えてあるという。だから冬には枯れるものもあるし、四季が感じられる。ビオトープには多摩地域在来の魚などを放っている。

GREEN SPRINGSでは建物のコンセプトを「街の縁側」としている。その実現のために敷地内の各所に無数の可動式の椅子や、長尺の木材を使ったベンチなどが置かれており、来た人たちが自由に座れる。多くのショッピングモールでは窓はほとんどなく、客は店と商品だけを見て歩くことになる。ショッピングモールでは人は消費者として存在するが、GREEN SPRINGSでは人は消費者とは限らない。犬の散歩に来た人、ママ友同士、ノートパソコンで仕事をする人、放課後の女子高生、おだやかに談話をするシニアたちなど多様な人々が集まる。まるで公園のような場所だ。

またGREEN SPRINGSに入っているテナント店舗にはチェーン店はほとんどない。立川にはすでに複数の大規模店があり、飲食を中心に全国チェーンやグローバルブ

ランドはすでに十分に揃っている。そのため GREEN SPRINGS では、ウェルビーイングというコンセプトと共に鳴してもらえる店を選んでリーシングした。日本中どこの街にもあるブランドが入ることは便利だが、市民のシビックプライドにはつながらない。

消費が中心の開発ではないからこそ、GREEN SPRINGSでは年齢や性別などのターゲットを設定しなかった。そのかわり、ウェルビーイングの考え方やGREEN SPRINGSの世界観に共感する人を「ウェルビーイングシーカー」と呼んでいる。だから人々は必ずしも消費を目的とせずにそこに集まるのである。

またGREEN SPRINGSは空にこだわっている。立飛の前身が立川飛行機株式会社だったからである。タワーマンションの高層階から空を見渡すのもよいが、それはあくまで個人が自分の家から眺めるだけで、プライベートはあるがパブリックがない。だがGREEN SPRINGSの空はそこで働く人だけでなく、そこを訪れた人々すべてのものである。そこには消費をする空間やプライベートな空間をつくることよりも、パブリックな場所をつくる（プレイスメイキングする）という姿勢が濃厚に感じられる。実際 TACHIKAWA STAGE GARDENの屋上に位置するスカイデッキで、夕映えの富士山を静かに眺めている人たちも多い。その人たちを見ていると、消費という目的のための空間よりも大事なものが求められていると実感する。

文：カルチャースタディーズ研究所 三浦展『立川グリーンスプリングス。第四の消費的な“時代の方向性を示す”郊外再開発～立川 GREEN SPRINGS（グリーンスプリングス）①』（LIFULL HOME'S PRESS 2022年10月29日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_01035/）、『新しい街づくりの再開発、グリーンスプリングス。人が集まり、過ごす場所をつくる（プレイスメイキング）～立川 GREEN SPRINGS（グリーンスプリングス）②』（LIFULL HOME'S PRESS 2022年11月3日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_01036/）を基に、三浦氏の意見を踏まえて加筆修正

センシュアス・シティの つくりかた

プレイスメイキングの視点を取り入れる

「GREEN SPRINGS」は、まず容積率500%の敷地で約150%しか使用していないという空間の使い方が衝撃的だ。商業性を重視すれば、より高密度な建物配置が選択されるはずだが、本計画では空間的なゆとり

が優先されている。グラングリーン大阪同様に、単一の敷地としての収益性でなく、100年先を見据えた「都市格の向上」や「ウェルビーイング」を目的に掲げたことが、土地利用の判断に影響を与えたと考えられる。

加えて、GREEN SPRINGSの開発には「プレイスメイキング的視点」が色濃く見て取れる。プレイスメイキングとは、人々が公共空間に関わりながら「場所」を育っていくプロセスのこと。単なる空間デザインではなく、人が「居たい」と感じる居場所をどうつくるか、その設計と運用の思想を指す。センシュアス・シティのコンセプトに影響を与えたヤン・ゲール（2014）※10は「初めに人々が街でどのような生活を送るかを考え、次にそのための空間を考え、最後に建物を考え」ことが大切だと説いているが、GREEN SPRINGSは、都市の価値を高めるために、人の滞在や活動が自然に生まれるような場の在り方を起点とするゲールの考え方を実践しているといえよう。

GREEN SPRINGSは、移ろう自然のなかにベンチや東屋、リビングルームなどのフリースペースがあり、イベント時にはキッチンカーや地元野菜を売る屋台などが出店。人々が過ごしたくなる仕掛けづくりが随所に見られる。商業施設でありながら「プレイスメイキング」と表したのは、ここは一部エリアを除き夜間も閉鎖されず24時間開放されており、商業施設の枠を超えた公共のコミュニティスペースともいえるから。開放的なガラス張りの店が内と外の活気をつなぎ、施設内にあ

る約2,500席規模のホール（TACHIKAWA STAGE GARDEN）でさえ、客席後方の壁を開放すると屋外空間と一体化するなど、どこを取っても内に閉じない「街のライブ感」を感じさせる設計が徹底されている。

これらの空間では、グループでにぎやかに過ごす光景もあれば、木陰やベンチでひとり静かに過ごすことも許容される場となっていて、「ひとりの公共性」も担保されている。このように、にぎわいと孤独、活動と静寂が共存できる場は、多様な身体性・関係性を包摂する。ここで重要なのは、こうした場の設計が「完成して終わり」ではなく、「使われながら育てていくこと」を前提にしている点である。多くの再開発事業では、設計段階で用途を規定し、事業完了時点をプロジェクトの終点としている。しかし、GREEN SPRINGSでは、使われ方が厳密に規定されることなく、訪れた人々が思い思いに過ごし、その積み重ねによって場の価値が形成されていくような余白のある設計となっている。

立川駅前という都市の中心にありながら、消費だけを目的としない滞在や活動を促し、地域らしさや公共性を実現したGREEN SPRINGSは、センシュアス・シティをつくるプレイスメイキングの先行例といえるだろう。

※10 LIFULL HOME'S総研（2015）による

CASE 03

東急東横線学芸大学駅高架下（東京都目黒区）

東急東横線学芸大学駅付近の高架下リニューアルのプロジェクトが動き始めた。東急東横線の高架下と聞けば、2016年に誕生した中目黒高架下を思い出す人もいるだろう。飲食を中心に広い地域から人を集めの人気のエリアだが、学芸大学駅（以下、学大）高架下のリニューアルを担当する東急株式会社プロジェクト開発事業部の植松達哉さんが街の人たちにヒアリングしていくなかで出てきたのは「中目黒みたいにはしてほしくない」という言葉。中目黒高架下を否定しているのではない。中目黒と学大は当たり前だが違う街であり、そこに生まれるものは当然に違うものになるはず。学大らしい高架下を！ ということなのだ。

テナントリーシングの前に開催したマルシェの様子（撮影：中川寛子）



周辺住民はクリエイティブなプロフェッショナルが多く、彼らが街に関わるようになれば街はもっと面白くなるのではないかと考えた植松さんは、施設の完成からではなく、

施設をつくる企画の時点から地域の人と一緒にやろうと考えた。そのために、アイデアキャラバンと名付けた街の人の声を聞いて回る突撃ヒアリングを実施したほか、学大未来作戦会議も開催した。あわせて、関わってくれるクリエイター（ローカリスト※11）を募集。建築、デザインなどを依頼することにした。今後、テナントにも彼らの専門性を活用してもらうことを考えているという。また、フリーマーケットやキッチンカーの出店、ワークショップや野外シネマなどのイベントで高架下を利用しながら、周囲の反応を見る実験もしてきた。

聞き取った街の声から出てきたのは、街に居場所がほしい、街に馴染みたい、街の人とつながりたいという3点。コロナ禍を経て、街にこれまでと違うもの求めることになったのではないかと植松さんは仮説を立てた。

そうした考えから生まれたのが、南北1kmの「まちの縁側」というリニューアルコンセプトだ。縁側は建物の内側と外側がほどよくまざり合う中間領域であり、それになぞらえればまちの縁側は公と私がぼんやりと重なる場というこ

とになる。北から、スタートアップなどの入居を想定したオフィス棟、既存の学大横丁と周囲の飲食店の利用者がまじり合う「縁食」街区、駅を挟んで、シェアキッチン、飲食店などがあるフードマーケット（1年半前にリニューアル済み）を整備。そこに続くエリアは学大の中央広場と位置づけられており、ベンチが置かれるなど、コンセプトであるまちの縁側が最も体現される場所になる。一番南のエリアは唯一の新築で、多様な目的、使い方の空間がまざり合うものが想定されている。

2023年6月には予定地でマルシェを開き、近隣の幅広い年代の人が集まった。

「周囲が第一種低層住居専用地域という住環境を重視する地域のため、テナントをリーシングする前に、周囲の反応も見ておきたい、また、整備予定のイベントスペースの実験としての意味もあり開催しました」と植松さんは語る。方向が決まったところで少しずつリニューアルがスタート。2023年秋から2024年春にかけて順次オープンする予定だ。

文：住まいと街の解説者 中川寛子 『東急東横線学芸大学駅高架下が「まちの縁側」をコンセプトにリニューアル。ひと味違うその作り方とは?』(LIFULL HOME'S PRESS 2023年7月6日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01276/)を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

センシュアス・シティの つくりかた

地域住民とともに開発を計画する

学芸大学駅高架下の再整備は、開発事業者による整然とした計画やゾーニングからではなく、地域住民の意向や実感、そしてその対話の積み重ねを起点に空間が立ち上がっていくという点で、従来の都市開発とは異なるアプローチを探っている。地域住民は、アイデアキャラバンや学大未来会議を通じて、ともに街をつくる主体として巻き込まれていった。

都市に魅力を感じるか否かは、完成した建物や風景だけではなく、その成立過程にも宿るはずである。（本件は市街地再開発事業ではないが）山口・大村・有田（2006）は、再開発では、周辺住民や計画に大きな

影響を受ける関係者が実質的に意見を表明し、計画内容を議論する場がないことで結果的に企画提案者と行政の間で計画が策定されてしまうこと。そして再開発イメージが地域のなかで共有されないまま法定手続きを通じて一般に計画内容が周知されることで、地域とは異質な開発に対して反発が高まると指摘している。

しかし学大のケースは、事業者はローカリストや地域住民とともに都市の成立過程から協働した。上原・後藤・吉江・林（2024）によれば、この取り組みはローカリスト自身の地域に対する当事者性を高めることが確認されたという。おそらく、そのほかの地域住民も、自

※11 上原・後藤・吉江・林（2024）は、特定の地域に根付きつつ、都市計画とは異なるそれぞれの専門性を生かしながら都市や地域の計画に参画し、ボランティアではなくそれによって報酬を得ている人々のことを、「地域住民」と区別するために「ローカリスト」と呼称している

分たちの声が反映した新しい街に対しては、そうでない街と比べて愛着を持ちやすいのではないだろうか。こうして、どこにでもある街ではなく、地域住民が「学大ら

しさ」を感じられる街が実現した。演出された「らしさ」ではなく、街に関わる多様な立場の人々がともにつくり出した、本物の「らしさ」がそこにはある。

CASE 04

高松丸亀町商店街（香川県高松市）

香川県高松市の高松丸亀町商店街は、徳川幕府開府の7年後となる慶長15（1610）年に高松藩主・生駒正俊が丸亀にいた商人たちを今の場所に移したことから始まった。以来、商業の中心として栄えてきた。しかし、バブル期の地価高騰で居住者が郊外へ流出し、中心部の空洞化が始まる。さらに同時期に瀬戸大橋が開通（1988年）し物流が安定したことで、それまで大型店がほとんどなかった香川県に大型店が相次いで出店。丸亀町商店街はダブルパンチを受けた。バブル崩壊による不良債権を抱え、新たな投資はもちろん、廃業すら困難となる。そこで最後の手段として再開発を選んだ。全長470mのアーケード街を7街区に分けて再開発を進め、現在は4街区、約6割まで完成。テーマに沿った店舗が並び、居住者も増加。2014年以降、路線価は市内最高額を維持している。再開発にあたっては、バブル真っ只中の1990年から、将来を見越して街全体のリニューアルを調査。全国の失敗した再開発や衰退した商店街の事例を調べた。

「役所主導の再開発は覚悟が伴わず、前例主義に陥りがち。だったら身銭で、民間主導でやろうと考えました」（丸亀町商店街振興組合理事長・古川康造さん）多くの再開発が失敗していると認識するなかで再開発を選んだのは、それが目的ではなく、やりたいことを実現する手段だったからだ。目的は居住者を取り戻すこと。地価高騰で住民が郊外に転出し、青果店、鮮魚店、銭湯などが成り立たず、飲食店はゼロ。業種の偏りが商店街の衰退を加速させて

G街区中庭。屋根があり、ベンチも配されている空間で、高校生、ビジネスマン、女性グループ、高齢者、さまざまな人たちが勉強したり、会話を楽しんだり（撮影：中川寛子）



いた。

所有権を持っている以上、土地を放置しようが、周囲の迷惑になる店舗を入れようが、そこには誰も口を挟めない。しかしそのままでは理想的なテナントミックスは困難。そこで、土地の所有と利用を切り離し、再開発ビルに60年の定期借地権を設定。所有権は各自保持したまま、利用権のみを放棄し、細分化した土地を限定期間だけ共有・活用可能にした。

この仕組みにより再開発とテナントミックスが可能となったが、これは地権者はそこでの商売をやめることを意味する。「全員で廃業、業種転換をして、街の経営者になりました。商店街は街や生活機能の一部。私たちは商店街を再生するのではなく、街づくりをしようと考えたのです」（古川さん）地域特性を踏まえた人口計画を立案し、必要な施設を計画的に誘致。住む人たちにとっての利便性を高め、街を再生させる。それを地権者自身が行っているのが、丸亀町の取り組みである。

文：住まいと街の解説者 中川寛子 『高松丸亀町商店街を生活の場に変えた3つのキーワードは民間主導、土地の所有と利用を分離、脱車社会』（LIFULL HOME'S PRESS 2023年9月6日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_01564/）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

高松丸亀町商店街は、中心市街地の空洞化という課題に対して、制度と空間の両面から街を組みなおした事例だ。

地価高騰により中心部から住民が郊外に流出した結果、生活に必要な商店や飲食店が減少。金融機関や衣料品店の割合が高くなり、街のにぎわいを阻害していた。そうした衰退した商店街の一部が、再開発によってタワーマンションなどにつくり替えられる動きは全国にあるが、高松丸亀町商店街がそれらと大きく異なるのは、商店街という形態を保ったまま、それも地権者の土地の「所有」と「利用」を分離するという特徴的な手法を探って再開発を行った点である。

地権者は自らの店を手放すかわりに、街全体の経営に責任を持つ立場に立った。これによって実現されたのが、街を全体でデザインする視点である。全長470mのアーケード街をショッピングモールと見立てテナントを再構成。再開発前には皆無だった飲食店や生活利便施設も復活し、理想のテナントミックスを実現した。さらに居住者を呼び戻すため、商店街に沿ってマンションも建設した。このマンションは定期借地権のため価格を抑えることに成功したが、定期借地権ゆえにローンが借りにくく、結果的に富裕層が比較的多く入居する傾向に。その結果を踏まえ、次に開発するマンションはすべて賃貸住戸とし、ファミリー層もターゲットにするなど目的に沿って軌道修正した。これは、街の理想

像をもった地権者が街への責任を継続的に持ってプロデュースするからこそできることであり、ディベロッパー任せの再開発では成しないものであろう。

また、センシュアス・シティの観点では、空間の身体性に対する配慮にも注目したい。アーケードの天井は高く、光を通す素材でできており、通り全体が明るく、風が抜ける。車に依存しないという思想も早くから導入されていた。歩いて気持ちよく、ふと立ち止まりたくなる場所にはベンチがあり、植栽が目を癒す。こうしたしつらえは人間の身体性に訴える設計であり、センシュアス指標の「街のライブ感」や「ウォーカブル」を実現している。

しかし、高松丸亀町商店街がセンシュアス・シティとなり得たのは、空間や施設の整備によってだけではなく、制度と意識のレベルから「街との関わり方」を再設計したからにほかならない。制度の面では、A街区とG街区は市街地再開発事業、うちA街区が先述の定期借地権方式、G街区は一般的な所有権方式を採用している。一方、B・C街区は小規模連鎖型任意再開発を採用。こちらも定期借地権方式となっている。ここから見えてくるのは、「制度を使いながら、制度に縛られない」という姿勢ではないだろうか。制度はあくまで目的達成のための手段であり、高松丸亀町商店街では目的を実現するための手法を柔軟に取り入れ、センシュアス・シティを実現している。

CASE 05

人宿町のリノベーションまちづくり（静岡市）

2025年2月8日、兵庫県姫路市で民間主導による新しいまちづくりをテーマとしたシンポジウム「なぜあの企業は地域に投資するのか？ 民間が担うこれからの公共」が開催された。主催は株式会社リノベリング。同社は地域の潜在資源を活用して地域の課題を解決する「リノベーショ

ンまちづくり」を推進する取り組みを行う。地域を変える人材を集め、実際に空き物件を題材にして事業提案をする「リノベーションスクール」を全国各地で開催。多くの地域でエリアリノベーションによるまちづくりを行い、成果を上げている。

シンポジウムの第1部では、まず各地で民間によるまちづくりの取り組みを行い、成果を出している3名が登壇。その一人が、静岡市にある建築デザイン企業・株式会社創造舎の山梨洋靖代表だ。山梨さんは静岡市出身で、地元建設会社での勤務を経て、2007年に創造舎を独立開業。2011年に静岡市葵区の人宿町（ひとやどちょう）にある銭湯だった廃ビルをリノベーションし、自社ビルとして事務所を郊外より移転、山梨さんの住居も同ビルに移した。また同町の通りを「人宿町人情通り」と名付け、「OMACHI創造計画」としてまちづくりの活動に取り組んでいる。人宿町はJR静岡駅の北西約600m、静岡市のシンボルである駿府城公園の南西約500mという場所に位置する。昭和時代には映画館が数軒ある娯楽の街だった。しかし、しだいに映画館が撤退していき、いつしか廃ビルが多く活気の失われたエリアとなっていた。その人宿町に活気を取り戻したいと考えた山梨さんは、佐賀市の「わいわい!!! コンテナ」プロジェクト※12を知る。これを参考にすべく佐賀を視察。そして、人宿町内の空地にコンテナ広場をつくり、定期的にイベント開催を始めた。この結果、人宿町に人が集まるようになったという。

コンテナ広場が期間満了で終了したあと、山梨さんはさらなる取り組みを始める。2016年に自主運営にてラーメン店をオープン。また翌2017年には5階建ビルの大幅リノベーションを実施した。これを契機にOMACHI創造計画が本格始動し、エリア内のビルを次々にリノベーションしていく。人宿町人情通り周辺は徒歩3分ほどで回れる小さ

生まれ変わった人宿町
人情通り



なエリアだが、山梨さんはそのエリア内に110店舗を誘致（2024年現在）した。

「人宿町のまちづくりは、行政の補助金に頼らず、民間の力のみで取り組んできました。ビルを購入してリノベーションし、そこへテナントとして店に入ってもらい、家賃をいただいて収入としたことがポイントです。またテナント出店したい人を期間限定で雇用し、修業のような形で弊社の飲食店で働いてもらい、タイミングを見て独立できるスタイルをつくっています。このように、まちづくりを継続させる仕組みづくりが重要だと思います。また人宿町に誘致した店は、いずれも個人店です。こだわりや情熱を持った店主たちだからこそ、魅力のあるエリアになっていると思います」と山梨さんは話す。

山梨さんは、地域の活性化のことを常に考えるようにしているという。地域の活性化は先頭に立つボス的存在が必要で、ボス的存在がないと統率がとれた街がつくれず、魅力が育たないと話す。そのため山梨さん自身がリーダーとなり、自ら手と足を動かし、地域を見ているそうだ。

文：フォトライター 浅野陽介 『シンポジウム「なぜあの企業は地域に投資するのか？ 民間が担うこれからの公共」企業が地域とともに発展する新しいまちづくりの形』
(LIFULL HOME'S PRESS 2025年3月9日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01466/) を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

センシュアス・シティの つくりかた

記憶を継承し、新たな記憶を創り出すリノベーションまちづくり

高層・大規模化に伴い、再開発ビルのテナント賃料はただでさえ高くなりがちだ。それに加えて、本章の冒頭で述べたように近年はさらに建設費が高騰しており、もはや小商いやチャレンジ的なお店が入居しやすい低

めの賃料設定することは困難だろう。実際、再開発エリアの周辺ではチェーン店が増加する一方で、エリアによっては既存店舗が減少しているという報告もある（塚本・牛垣, 2023）。これは、店舗のみならず住居にも当

てはまる。再開発エリア周辺では物件価格が上昇するという指摘もあり※13、個性ある個人店を開いたりエリアに新たな文化をもたらしたりする若者は、住みづらくなるだろう※14。

しかし、人宿町で行われているようなリノベーションまちづくりであれば、既存建物を活用するために費用が抑えられ、個人店やチャレンジ店も入居しやすい家賃設定が可能となる。個人店は属人的なぶん、店主と

客、客同士のコミュニケーションが生まれやすい。センシュアス・シティの因子には「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」や「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」といった評価項目からなる「親密な共同体」があるが、「日本で一番人情が深いまち」を目指すという人宿町OMACHI創造計画は、リノベーションまちづくりによってそれを体現しようとしている。

CASE 06

大津宿場町構想（滋賀県大津市）

かつて旧東海道屈指の宿場町として栄えた滋賀県大津市。中心部には江戸時代以来の「大津町家」が約1500棟も残っている（大津市調べ）。しかし、高度成長期以降、街からにぎわいは失われ、商店街にはシャッターが目立つようになった。

そこで大津市が官民挙げて取り組む活性化のビジョンが、2018年4月に発表された「大津宿場町構想」だ。新しい「まちづくり」ではなく、街の歴史に根ざした「まちもどし」を目指している。

2018年6月、旧東海道沿いに町家を改修した宿が開業した。そのほか商店街に散らばる町家と合わせて合計7棟を改修し、ひとつのホテルとしている。1組1棟貸しが基本の贅沢な宿で、名称は「宿場町 HOTEL 講 大津百町」。第1号は2017年4月に開業した「粹世（いなせ）」で、1933（昭和8）年に建設された米穀商の建物を、当時と同じ材料を使って改修した。宿場町の面目を復活する“町家の宿”の誕生だ。

改修したそのほかの町家は、江戸末期の呉服屋など商家もあれば、大正・昭和期の長屋もあった。事業主の「木の家専門店 谷口工務店」の谷口弘和さんが工夫したのは



（左上）アーケード商店街の元天ぷら屋を改修した「鈴屋」／（右上）旧東海道に面した「茶屋」。ホテル形式の客室5室がある／（左下）明治の長屋を改修した一棟貸しの「鍵屋」。旧東海道から少し入った風情のある路地に立つ／（右下）かつては花街だった住宅街にある一軒家「粋屋」（写真提供：左下は自遊人、ほか3点は木の家専門店 谷口工務店）

お披露目 の方法だ。ホテルが目指す地域貢献の在りかたを広く知ってもらいたいという思いから、プレオープンを前に盛大なお茶会を開くことにした。お茶会なら、完成した空間を味わってもらうことはもちろん、ホテルのおもてなし精神も伝えられる。茶室のしつらえや道具に滋賀県各地の工芸品を使い、地元の銘菓を供することで、地域文化の紹介にもつながる。

※12 街なかに増え続ける空き地を借用して、芝生の“原っぱ”に置き換え、中古コンテナを使った雑誌図書館や交流スペース、チャレンジショップを設置し、街なかの回遊を促す社会実験

※13 LIFULL HOME'S PRESS 福嶋真司 2025年6月2日公開『再開発が途絶えない渋谷駅周辺中古マンション価格は何を根拠にどう変わったのか？』
(https://www.homes.co.jp/cont/press/opinion/opinion_00399/)による

※14 こうした現象に近いものを表す言葉に「ジェントリフィケーション」がある。都市の高級化を表す言葉で、再開発などによって地域の地価が高騰し、居住者の所得層が入れ替わることを指す

ホテルの名前は、運営を担う自遊人※15が付けた。「講（こう）」とは、かつて日本にあった地域の助け合い組織の呼び名だ。商店街に泊まって、街なかで食べて飲んで、買い物を楽しんでもらう。周囲には昔懐かしい銭湯もあるから、住人になった気分で旅の汗を流すのもいい。ホテルでは毎日、付近の商店の協力を得て、「商店街ツアー」を開催している。地酒の利き酒、漬物や川魚の惣菜など、これまで地元の人しか知らなかった、大津ならではの味を試食しながらの街あるきだ。これまでに、商店街でおよそ15万円もの買い物をした宿泊客もいたという。

自遊人は「ステイファンディング」という新しい試みを

始めた。1泊1人あたり150円をプールし、商店街連盟に寄付する仕組みだ。150円は温泉地の入湯税に相当する金額。これを、まちおこしの財源にしてもらう。その狙いについて自遊人・編集長の岩佐十良さんは次のように語る。「日本中どこでも、民間のまちおこし団体は財源に困っている。私自身も新潟で経験しています。ステイファンディングを大津で定着させて、ゆくゆくは全国に広がっていくことを願っています」。

文：エディター＆ライター 萩原詩子『滋賀県大津市に誕生した“商店街ホテル”。町家活用で宿場町の魅力を楽しむ』(LIFULL HOME'S PRESS 2018年12月4日公開
https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_00760/)を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

センシュアス・シティの つくりかた

街を“つくり変える”のではなく、街を“語り直す”

人々に豊かな都市体験をもたらすセンシュアス・シティ。しかし、その魅力は必ずしもゼロから新たに創り出す必要はない。都市がこれまでに積み重ねてきた歴史や風景、文化は、それ自体が固有の価値であり、他の都市では代替できない唯一無二の資源となりうる。言い換えば、それは偽物ではない本物（オーセンティシティ）の魅力である。

「宿場町HOTEL 講 大津百町」を含む大津市の宿場町構想は、既存の歴史的価値や情緒を、今日的な都市体験として再表象させようとする取り組みである。高度経済成長期以降、街に残された町家は十分に活用されることなく、商店街の衰退とともに街全体が活力を失っていった。しかしこのプロジェクトでは、こうした歴史ある町家が単なる建物の再生にとどまらない、地域文化を編み直す象徴となっている。

たとえば、開業前のお茶会での地元の工芸・銘菓を取り入れた演出、近隣の商店と連携した「商店街ツアーアー」などの取り組みは、都市に眠っていた物語を起こすきっかけとなる。訪れた人々は単なる観光客とし

てではなく、一時的に街の一員となるような感覚を得るが、その体験は外から来る者にとっての発見であると同時に、地域住民にとっても、見慣れた風景や日常を解釈し直す機会となる。

このように、観光まちづくりを超えて地域づくりにも寄与するこの取り組みは、「都市の再生」とは何か、「開発」とは何かという根本的な問いを突きつける。街を“つくり変える”のではなく、街を“語り直す”ことは、社会が縮退していくなかでのまちづくりのひとつの方針性である。実際、前出の「成熟社会の共感都市再生ビジョン」においても、「地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成」が明確に掲げられている。

都市の魅力の向上は、未来の計画や新しい施設だけがもたらしてくれるものではない。時を経ても色褪せることのない本物の価値が、都市のなかに埋もれている。センシュアス・シティの実現は、そうした「忘れられた風景」を丁寧に掘り起こし、現代の都市生活のなかで再編集する営みからも生まれてくる。

※15 株式会社自遊人。雑誌「自遊人」の発行や、新潟県南魚沼市の宿泊施設「里山十帖」の運営などを行っている

2020年10月、東京・上野～湯島の歓楽街・仲町通りで「上野・湯島ガイトウスタンド&テラス」が始まった。11月末までの金・土曜日に定期開催され、17時になると仲町通りの街灯42本のうち21本に小さな着脱式テーブルが取り付けられる。来場者は通り沿いの飲食店からテイクアウトした飲食物をそこで自由に楽しむ。ネオンに照らされた通りには、来訪者、運営スタッフ、店員がまざり合い、コロナ禍を忘れるようなぎわいが生まれていた。

なぜこの取り組みが仲町通りで始まったのか。池之端仲町界隈は、寛永寺や湯島天神の門前町として発展し、江戸時代は商店街として、明治以降は花街として、学者や職人らが集う文化的な場所であった。しかし戦後、売春禁止法や風営法改正により花街は衰退、歓楽街へと変貌。近年ではバーやスナックの閉店が相次ぎ、空き店舗が増えている。

こうした状況を受け、地域文化を再び育て空き店舗を減らそうと、2019年初頭より地元ビルオーナーとともに勉強会が始まった。その成果として同年9月に「第1回アツ&スナック運動」が開催。空きスナック店舗を活用し、現代アートや伝統文化を紹介したこのイベントは258人を集め、空きテナントへの入居決定などの効果をもたらした。翌年の第2回はコロナ禍により中止となったが、代替案として生まれたのが「ガイトウスタンド&テラス」である。

三密回避を前提に、「街を支えるイベント」を模索するなかで、街灯にテーブルを付けるというアイデアが出たのは2020年5月初旬。従来、オープンカフェのために道路占用許可を得るのは困難で、目抜き通りが対象だったが、商店会が占用許可を持つ街灯に小さなテーブルを加える手法は実現性が高かった。同年6月に国交省から「国道の路上



街灯そばの飲食店から食べ物、飲み物をテイクアウトしてスタンドテーブルの周りに集う（写真提供／アツアンドスナック運動実行委員会）

利用における道路占用許可基準の緩和」が発表されたことも追い風となり、準備が進行。テイクアウト対応を始めた飲食店、積極的な不動産オーナーらの協力も得られ、21店舗が参加に至った。

今後も継続予定で、訪問者アンケートでは「食べ歩きが楽しい」「好きな場所を使える」「次回は他店を利用したい」「落語家さんが加わってくれた」など、好意的な意見が多く寄せられている。

この取り組みの背後には制度的な変化もある。コロナ禍対応で始まった道路占用許可基準の緩和は、2020年11月に歩行者利便増進道路制度「ほこみち」として制度化された。従来、道路は車のための空間だったが、通行に支障がない範囲で活用することで、にぎわいある公共空間の創出を目指す。「ほこみち」制度開始から4年余、すでに全国64市区町・171路線※16で活用されており、道路が地域の交流や活性化に資する空間として再評価されつつある。

文：編集者 介川亞紀 「上野・湯島ガイトウスタンド&テラス」開催。withコロナ時代のニューノーマルを探る』（LIFULL HOME'S PRESS 2020年11月16日公開
https://www.homes.co.jp/cont/press-rent-rent_00842/）を基に筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

※16 2025年3月31日時点

かつての道路空間は、屋台が立ち並び、家の前では打ち水が行われ、子どもたちの遊び場にもなるなど、生活の延長線上にあるあいまいで包摂的な空間であった。しかし、高度経済成長期を迎えると、モータリゼーションの進展により、道路は自動車中心のインフラへと転換されていった。市街地再開発や土地区画整理事業では、都市の不燃化と同時に幅員の広い道路整備が推進され、歩行者と車両の分離も進められてきた。今日においても、日本では戦後間もない頃の成長を前提とした構想に基づき、約80年前の都市計画道路がいまだに建設され続けている。

一方、世界では現在、車中心の都市空間から人中心の都市空間への転換が加速している。ニューヨークではタイムズスクエアの歩行者空間化が実現し、パリでは「15分都市」の概念のもと、徒歩15分圏内で生活が完結する都市構造と、それに即した交通政策が導入されている。日本国内においても、2019年に国交省が「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の形成を目指し、「ウォーカブル推進都市」の公募を開始した。これは、2014年の都市再生法の改正により導入された立地適正化計画制度を含む「コンパクト・プラス・ネットワーク」の取り組みをさらに発展させ、官民が連携して公共空間を人中心のウォーカブルな空間へと転換すること

を目指すものである。こうした方針は、世界的な都市政策の潮流に呼応するものである。

さらに、2020年にはコロナ禍がウォーカブルの取り組みを後押しする契機となった。緊急事態宣言下で来客が激減した飲食店を支援する目的で、同年、国交省は道路占用許可基準を緩和し、加えて「歩行者利便増進道路制度（通称：ほこみち）」を創設。これにより、道路空間を活用した新たな公共空間づくりが制度的に可能となった。同年9月の改正都市再生法は「ウォーカブル推進法」とも称される。

上野・湯島の仲町通りで展開されている「ガイトウスタンド&テラス」の取り組みも、当初はコロナ禍の特例措置から始まり、現在は「ほこみち制度」へと移行して活動が継続している。

全国的には、パークレットの設置や車線の削減による交通制限などの大規模な社会実験を通して、歩道の拡幅やトランジットモールの整備といった都市空間の再編が、時間をかけて進められるケースも多い。一方で、上野・湯島の事例のように、街頭にテーブルを置くという小さなアクションから始めることも可能である。本事例は、センシュアス・シティの因子である「ウォーカブル」の実現に向けた第一歩を踏み出すヒントを示してくれている。

CASE 08

ミズベリング信濃川やすらぎ堤（新潟市）

新潟市を訪れたならぜひ、訪れてみてほしい場所がある。市の中心部を流れる信濃川の河川敷「やすらぎ堤」である。やすらぎ堤では2006年に社会実験として萬代橋の下流側、右岸（新潟駅側）で萬代橋サンセットカフェが始まつて以降、信濃川やすらぎ堤川まつり、萬代橋誕生祭などといったイベントで水辺を使い続けてきた。そこに2016年から加わったのが「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」。

これは2011年に行われた河川占用許可準則の改正により、河川区域で民間事業者等による企業活動が可能になったことを契機として開催されるようになったもの。実際に水面を含めた河川区域を利用するためには都市・地域再生等利用区域の指定を受ける必要もあったが、新潟市では前述のサンセットカフェや河川敷を利用した各種イベントを続けてきた実績があり、2016年には指定を受け、同年

から「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」がスタートしている。メインとなる会場は右岸側。堤上の遊歩道脇の萬代橋寄りに1軒、八千代橋寄りに6軒の飲食店が出店しており、店内に加え、河川敷に設置されたテント内で飲食が楽しめるようになっている。テントや椅子、ランタンその他用意されているのはすべて新潟県三条市に本社を置くアウトドア用品等で知られる株式会社スノーピークの製品。

3年目(2018年)には平日限定で「水辺キャンピングオフィス」も行われた。水辺に設置されたテントやタープ内では会議や打ち合わせ、そしてその後の懇親会を楽しんでみては?という提案である。いつものメンバーで行う会議でも、場所が変わるだけで気分が変わり、自由な発想が生まれたり、互いの距離を近く感じたりするそうで、それが水辺の開放的な空間であればさらに自由になれるはず。試してみたいものである。

市民からのポジティブな評価も増えている。

「信濃川の夕暮れがこんなにきれいとは知らなかった、気持ちの良い空間だった、新潟にやすらぎ堤があって良かったなど、やすらぎ堤を訪ることで、これまで気づかなかつたこの街の良さに気づいたというような声を聞いています。

昼間からにぎわうこと。夕方は6時くらいから人が集まり始めるそうだ(撮影:中川寛子)



やすらぎ堤が自分たちの街を愛する気持ち、シビックプライドの醸成につながっているのです」(新潟市都市政策部まちづくり推進課 以下まちづくり推進課)

視察などで新潟市を訪れた他自治体の職員が見学を要望することも増えているそうで、新潟市の取り組みは全国的にも知られつつある。水辺を使いたいと考える自治体も増えているのだろう。歩いたり、走ったり、ぼおっとしたりする場から飲食、買い物、仕事などで人が集う場へと変化してきたやすらぎ堤にさらに新しい使い方が増えるかどうか。年々使い方が多彩になってきたことを考えると、今後にも期待したい。

文:住まいと街の解説者 中川寛子 「食べて、遊んで、働いて。使い方多彩な「ミズベリング信濃川やすらぎ堤」に行って来た」(LIFULL HOME'S PRESS 2019年7月22日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/buy_00922/)を基に、筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

センシュアス・シティの つくりかた

都市にある自然資源を活用する

ミズベリングとは、まだ十分に活用されていない水辺環境に対する社会の関心を高め、その新しい活用の可能性を切り開いていくための官民一体の協働プロジェクト。かつて街の象徴として人々の暮らしとともにあった水辺も、高度経済成長とともに効率重視の排水路と化し、街並みから背を向けられる状況にある。また、治水の観点からその利用は厳しく制限され、利用する場合にも公共性、公益性が重視され、その主体は公的機関に限定されていたが、2011年の河川敷地占用許可準則の改正により、全国の河川で民間事業者による飲食店や照明施設等を設けて営利事業を行うことが可

能になった。ただし民間事業者が河川敷地を利用するには、都市および地域の再生等のための利用によらなければならない。これらを背景に、水辺を「つくる」だけでなく水辺や周辺地域・文化を「つかいこなす」ことを視野に、その活用のムーブメントを起こそうというのがミズベリングのミッションだ。

信濃川のやすらぎ堤の活用は、萬代橋サンセットカフェの社会実験から始まり、2016年以降はミズベリングとして実施している。同年「信濃川やすらぎ堤かわまちづくり」として国のかわまちづくり支援制度に登録、2019年には「かわまちづくり大賞」も受賞した。

センシュアス指標の「都市のリトリート」場面を創り出せる水辺の活用だが、ミズベリングではその参加方法を「『水辺が好き』『水辺を良くしたい』。そのアツい気持ちさえあれば、立派なミズベリスト。仲間を集めて『ミズベリング〇〇』を立ち上げるだけ」と説明しているように、全国的なコミュニティや支援が豊富にある点が特徴的。

国交省も、各河川の国管理区間において、民間事業者等による河川敷地の活用が可能と想定される箇所を「河川敷地の民間等活用に資するポテンシャルリスト」で公開しているほか、市町村や民間事業者に向けた「かわよろず」という相談窓口も用意している。

民間に河川が開かれた今、まずは動いてみることがセンシュアス・シティをつくる第一歩になりそうだ。

CASE 09

豊島区小規模公園活用プロジェクト（東京都豊島区）

東京都豊島区といえば、「南池袋公園」が頭に浮かぶのではないだろうか？ 池袋駅近くにありながら、約7,800m²と相当の広さがあり、緑豊かで使い勝手がよく、カフェがあるなどおしゃれ感もある。もはや同区の公園の代名詞といってもいい。ところが、意外にも豊島区の公園の区民ひとりあたりの面積は、東京23区では最低ランクだ。また、大きな公園はほとんどなく、1,000m²以下の小さな公園や児童公園が約7割を占める（2020年1月時点）という。

「区は維持管理はしてきたものの、残念ながら、住民に使われず閑散としている公園が少なくありませんでした」（豊島区「わたしらしく、暮らせるまち。」推進アドバイザーの宮田麻子さん）

住民にもっと公園に目を向けてもらうにはどうすればいいか。そこで、宮田さんがまず着手したのは、老朽化して近寄りがたくなった公園トイレを改善する「としまパブリックトイレプロジェクト」。区内133ヶ所のうち85ヶ所を改修。そのうち24ヶ所のトイレの内外の壁に明るくカラフルな絵を描き、「アートトイレ」へと変えた。

そして、2018年から取り組んだのが、「小さな公園活用プロジェクト」。コンセプトは「ともに育つ公園」だ。地元の公園をもっと使いやすく、過ごしやすいものになるよう、“みんなで考え育てていく”という趣旨である。

「現在、多くの公園では残念ながら『〇〇禁止』が多く、思うように活用できていません。まずは、そういった状況を覆し、『〇〇できる』を増やすことが重要だと考えました。

白い屋根のコンパクトな屋台は組み立て式。使用後は公園内の倉庫にしまう（撮影：介川 垣紀）



公園の設備や遊具といったハードだけではなく、住民のコミュニティ形成や公園の活用ルールなど、公園に関わるソフトの見直しを通じて状況を変えていく方針です」（宮田さん）

数ヶ所の公園を選び、パイロット事業として試験的にプロジェクトをスタート。周辺住民を対象に「“〇〇公園をみんなで育てよう” 井戸端かいぎ」や「“公園でどう過ごしたい” 投票」を行って、住民の意見をうまく引き出し、取りまとめていった。2019年12月には「過ごしたい公園」を形にしたイベントが、西巣鴨二丁目公園で開催された。井戸端かいぎで出たアイデアをもとにデザインしたウッドデッキやベンチ、新たなサインを取り入れた看板、本とコーヒーを楽しめる通称「パークトラック」のお披露目のほか、近隣住民の発案で公園の防災かまどでいももちをつくって組み立て式の屋台で販売するなど、非常にぎやかな一日となった。看板は「〇〇禁止」という言葉を排除し、新たに、「くつろぐ」「遊ぶ」「集う」など、できることをまとめて示し

たデザインである。

同月、西池袋の上り屋敷公園でも同様の趣旨のイベントが行われた。今後、「小さな公園プロジェクト」ではこの2公

園をモデルにしながら、同様の手法でより多くの公園の活用を促進していきたいとする。

文：編集者 介川亜紀 『豊島区で小規模公園活用プロジェクトが進行中。公民連携のリニューアルで長く暮らしやすいまちを目指す』(LIFULL HOME'S PRESS 2020年3月13日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/rent/rent_00769/)を基に、筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

センシュアス・シティの つくりかた

余白が新たな“動詞”を創り出す

豊島区が取り組む「小さな公園活用プロジェクト」は、センシュアス度を高めるうえで重要な要素である「余白」を、都市の真ん中で創り出す試みである。

センシュアス・シティとは、本質的に「動詞」で測られる都市である。しかし従来の公園設計は、「何ができるか」ではなく「何をしてはいけないか」を基準としてきた。たとえば、「ポール遊び禁止」「火気厳禁」「テント禁止」といった文言が並ぶ看板がその象徴であり、こうした禁止事項は空間の使い方をあらかじめ限定し、利用者の創造的な関与（動詞の創出）を抑制してきた。

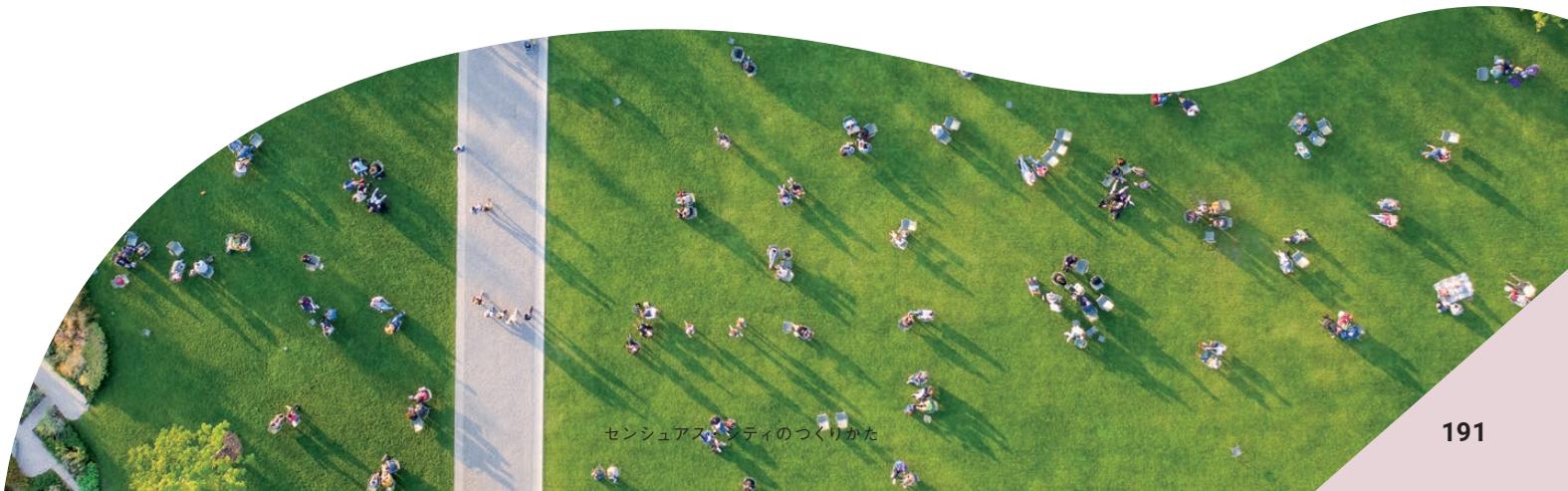
こうした状況に対して豊島区は、「○○してもよい」という選択肢を広げる方向へと発想を転換した。「くつろぐ」「遊ぶ」「集う」など、能動的な動詞を通じて空間の利用方法を提示し、利用者が主体的に関われる（動詞を創造できる）環境を整備したのである。このアプローチは、都市空間を「使われることを前提に設計する」というプレイスメイキング的な思想と軌を一にするものといえる。

さらに本プロジェクトの特徴は、単なるハードの更新

にとどまらない点にある。地域住民との対話を重ね、「どのように過ごしたいか」「どのような場所であってほしいか」といった声を丁寧に引き出し、それをもとに看板やウッドデッキ、移動式のコーヒースタンド「パークトラック」などを導入するプロセスは、まさに場を育てる継続的なまちづくりの実践である。その結果、公園は「完成された施設」から「ともに変化し続ける場」へと変容した。

近年、Park-PFIの導入により大規模公園の利活用が進むが、この豊島区のような身近な小規模公園においても、創意と工夫によって空間の可能性を引き出すことができる。本プロジェクトは、その具体的な手本を示している。

センシュアス・シティにおける公共空間とは、都市が一方的に提供する「正解」ではなく、市民とともに見出していく「余白」の集積である。その余白があるからこそ、偶発的な出会いや即興的なアクティビティが生まれ、都市に自由と創造性が宿る。豊島区の小さな公園の活用は、都市の細部に宿る「余白」から、新たな“動詞”を引き出すセンシュアス・シティの実践例といえるだろう。



いつもは多くのビジネスマンが行き交う歩道。しかし、この期間ばかりは移動販売車やキッチンカーが立ち並び、カップルや家族連れがドリンクや軽食を片手に散歩を楽しむ……。2023年6月に開催された「新虎ストリートマルシェ」は、新橋と虎ノ門を結ぶ新虎通り（環状2号線同区間）を会場としたイベントだ。4月に行われた第1回に続き、地域にぎわいをもたらす契機となった。

出店は、コーヒー、オムライス、ハンバーガー、カレー、パスタ、タコライス、かき氷、クレープなど多彩な店が出店し、なかには、お香の販売ワゴンや新虎通りの近くで創業した歴史を持つ永谷園のお茶漬け海苔の無料サンプル配布車なども。新橋や虎ノ門にゆかりのある老舗や新事業の店舗が軒を連ねて、来場者をもてなした。さらに親子で遊べる遊び場も設けられたほか、寄せ植えや文具のワークショップなども開催。老若男女を問わず、幅広い層に向けてバリエーションに富んだ企画が盛り込まれ、新しい形のストリートカルチャーとなる気配を感じさせた。

このイベントの背景となっているのが、2020年に創設された「歩行者利便増進道路指定制度」、通称「ほこみち制度」だ。東京都の「ほこみち」第1号として新虎通りが指定されたことを受け、「新虎ストリートマルシェ」が企画された。

主催者に名を連ねる新虎通りエリアマネジメントは「多様な人々の交流と多彩なアクティビティがあふれる心躍るまち」を目指す。新虎通りの豊かな歩道空間や沿道空間を

広い通りにキッチン
カー等が並ぶ



中心に、周辺の公園や広場空間などの公共的空間や民間施設を地域に開放し、居心地の良い居場所として展開することで、さまざまな人が立ち寄りやすく、多彩なアクティビティの受け皿として機能させるのだという。

そこで新たな交流が生まれ、地域の伝統や文化を広めたり、地域の未来につながるアイデアを育み、発信していく。そのような交流とエリアが常に生まれ続けていく地域となることをビジョンとして掲げている。「新虎ストリートマルシェ」は、そうした取り組みのひとつの集大成でもあり、通過点でもある。

「新虎ストリートマルシェ」では、地元の住民、企業、自治体を中心に、幅広く有志が集い、新虎通りという「場」に特別な意味と価値を根付かせていくこうという姿勢が伝わってきた。そこには現代的なフラットな関係性のみがあり、多様な存在が共存する、これからの中の街のあり方が提示されているようにも思われた。

文：住宅・建築ライター 渡辺圭彦 『新虎通りで「新虎ストリートマルシェ」開催。「ほこみち」制度で新たにぎわいが生まれる』（LIFULL HOME'S PRESS 2023年7月7日公開 https://www.homes.co.jp/cont/press/buy/_01536/）を基に、筆者が要約・責了 ※内容は取材当時のもので、現在と異なる可能性があります

センシュアス・シティの
つくりかた

合理的な街にこそプレイスメイキングを

新虎通りの整備は、1945年12月に閣議決定された「戦災地復興基本方針」に基づく都市計画に端を発する。しかし、用地買収の難航により長らく着工は凍結

されていた。

その後、立体道路制度の創設や、都市再生特別措置法に基づく「都市再生緊急整備地域」への指定を契

機として再開発が本格的に始動し、新虎通りの整備および、4つの再開発事業から構成される虎ノ門ヒルズが開業するに至った。

このエリアは、高層ビルとその周辺に広がるオープンスペース、さらには幹線道路に沿った広く直線的な街路空間によって構成されている。こうした都市構造は、2015年版「センシュアス・シティ」の視点から見れば、小さな街区、曲がり角、新旧の建物が混在するような、いわゆる“ジブリ的”な都市の感覚とは対極にある“アトム的な都市”、すなわち計画的・直線的・巨大構造的な再開発の典型と捉えられるだろう。

このような再開発型の都市空間は、設計段階で用途が規定され、センシュアス・シティにおいて重視される動詞的な「体験」、すなわち人が能動的に関わる余地を生み出しつづくという課題を抱える傾向にある。つまり、設計者の意図が強く先行し、生活者による即興性

や偶発性を受け入れる“余白”が少なくなるのである。

しかし新虎通りでは、再開発と並行してエリアマネジメント組織が設立され、早い段階から「新虎ストリートマルシェ」などのイベントが継続的に開催されるなど、空間の活用において能動的なストリートアクティビティが積極的に展開してきた。これにより、計画型の都市構造に対しても、市民の関与や体験を通じたセンシュアスな価値の創出が図られている。

このことは、むしろ再開発によって整備された都市空間こそ、プレイスメイキング的アプローチ（人々の行動や交流を通じて“場”をつくっていくという思想）が不可欠であることを示唆している。高度に計画された空間であっても、それが人にひらかれ、使われ、語られる場所となるには、制度や建築のみならず、日常的な「都市の使いこなし」が伴わなければならないのである。

3. 大きなる火葬場 バラナシにて

本章では、センシュアス・シティのつくりかたとして参考したい全国10の事例を紹介してきた。これらの事例に共通していたのは、都市再生＝大規模化・高層化・収益性偏重という従来の再開発の文脈に対する、静かでしなやかな異議申し立てである。そこでは制度や空間をただ消費するのではなく、これまでの都市の文脈や営みに丁寧に耳を傾け、自分たちの都市をどのような都市にしたいのか、都市でどう暮らしを営んでいくのか、という根本的な問いに立ち返る姿勢があった。

センシュアス・シティは、利便性や効率性では測れない都市の価値を再評価する試みである。それは、身体性や関係性に基づく都市体験からつくられる。グラングリーン大阪のように都市全体のビジョンから開発の在り方を再定義する事例、GREEN SPRINGSのように空間の効率性

よりも人の心地良さを重視する事例、学大高架下や高松丸亀町商店街のように、開発事業者や所有者の枠を乗り越えながら地域住民がまちづくりを主導していく事例、人宿町のリノベーションまちづくりや大津市の商店街ホテルのように今あるものを生かしながら街の記憶を紡いでいく事例、本章でセンシュアスとは異なるベクトルであると述べた大規模再開発でできた街であっても、プレイスメイキングによって街を使いこなそうとする新虎ストリートマルシェの事例……いずれも、都市の「個性」や「ナラティブ」は、あらかじめ設計されるものではなく、人と人との関係性や都市との対話のなかで徐々に育まれていくことを示している。ナラティブを創出するセンシュアスなまちづくりは、決してそれが目的になるようなものではなく、私たちと都市の日々の関わりのなかで紡がれていくコンサマトリー（自己

充てた) なものなのではないだろうか。

2025年6月上旬、筆者は本報告書でセンシュアス・シティの事例紹介を担当するにあたり、ヨーロッパの各都市を訪れる予定を立てていた。それぞれの都市のガイドブックや文献も読み込んでおり、あとは現地に行くだけという段階であった。しかし、出発前日になんでも、どうも心が躍らない。

「センシュアス・シティには偶発的な出会いがあるべきだ」——この議論は、かねてよりプロジェクトメンバーのあいだで語られていた重要な視点の一つである。それを思い出したとき、筆者は自らの旅程は、見るべきもの、体験すべきものがあらかじめ分かっており、予定通りに視察を終えるだけの旅で偶発性が欠けている。それは既知の答えをなぞるだけの、コンサマトリーとは対極のインストゥルメンタル(道具的)な行為であると気がついた。

翌日、筆者の足はインドへと向いていた。事前知識も準備もなく、むしろそういった無防備な状態で都市を歩いてみたくなったのである。

ニュー・デリーの空港に降り立った瞬間、気温は摂氏45度を示していた。6月がインドで最も暑い季節だということは後から知った。熱波と喧騒のなかで、まず驚かされたのは予定調和のなさだ。タクシーやオートリキシャは目的地に素直に向かわない。運転手は平然と道を逸れて旅行代理店に立ち寄る。駅員を装った詐欺師が駅の外に誘導し、ツアーを売り込もうとする。インドでは制服は役割を示すものではない。秩序も信用もあらかじめ担保されてはいない。

この感覚は、日本の都市では得がたいものだ。日本では、制服を着た人は信頼でき、公共交通機関は時刻どおりに動き、都市のサービスはほぼ例外なく顧客の要望通りに機能する。その正確さ、快適さは素晴らしいが、都市体験としては極めて予定調和的だ。裏切られることがない分、想像を超えてくることもない。

あくる日、筆者はインド北部に位置するヒンドゥー教の

聖地・バラナシ(ワーラーナシー、ベナレスとも呼ばれる)を訪れた。バラナシには、ヒンドゥー教において女神ガンガーとして崇拜されるガンジス河(ガンガ)が流れている。その流れに身を浸すことは、輪廻転生の苦しみからの解脱=モークシャへの道とされ、なかでもバラナシで沐浴を行えば、生涯の罪が洗い流されると信じられている。また、ここで息絶えることは最高の死とされ、ヒンドゥー教徒たちは生前に一度はこの地を訪れようと願い、死を前にした人々は家族にこの地への移送を頼むという。

バラナシの道路網は複雑極まりなく、大通りの周囲には無数の路地が広がる。それらは、網目状でも蜘蛛の巣状でもなく、何の規則性も見出せない。地図上では道として表示されても、実際には人家と人家の隙間だったりする。バラナシの路地は「歩行者中心」とは言いがたいが、高密度に並ぶ商店や露店、ひしめく人々の喧騒、歩くことでしか見つけられないものの連続である。人と牛と犬とバイクが錯綜するこの街では、居心地は決して良くない。だが、街の匂い、音、質感が身体の五感すべてに迫ってくる。筆者が日本で経験してきた安全に管理されたウォーカブルとは根本的に異なるが、間違いなくそれは「歩きたくなる」街であった。

やがて路地を抜けると、視界が一気に広がった。聖なる河・ガンガだ。川沿いには「ガート」と呼ばれる階段状の河岸空間が連なっており、そこは宗教空間であると同時に公共空間でもある。洗濯する人、沐浴する人、ヨガをする人、昼寝する人。誰がどのように使うかは誰によっても規定されていない。まさに都市の余白である。

そしてガートにはもう一つの大切な役割がある。それは「火葬場」としての役割だ。人々が思い思いに過ごすその向こうでは、常に煙が空に向かい立ち昇っている。人々が暮らす都市の真ん中で、火葬が行われているのである。

ここであらためてバラナシの特性について触れておこう。バラナシは、ヒンドゥー教における輪廻からの解脱が約束される都市であり、この地で火葬されることが、彼らにとってはこの世で最も聖なる行為だ。マニカルニカー・ガートでは、火葬が絶え間なく続いている。鮮やかな色の布に包まれた遺体を大量の薪の上に載せて火を放ち、川の畔で数時間かけて荼毘に付すのだ。都市の中心にあるにもかかわらず、それを拒む者はいない。

かつてイギリス統治下にあった際、街の真ん中に火葬場があるのは公衆衛生上好ましくないという西洋的な倫理觀から、火葬場を郊外に移し、それまでの火葬方法をやめ近代化すべきであると、火葬場の閉鎖が宣言された。しかし、バラナシの人々は強い異議を唱えた。そのときの記録が「バラナシ市制報告書（1925年）」に残されている。そこには次の言葉が記されていた。

「火葬場（中略）が街のために存在するのではない。街が、火葬場のために存在するのである」※17

この価値觀の反転にこそ、バラナシの都市としての本質が表れている。都市計画や合理性ではなく、宗教的・文化的なナラティブによって空間の意味が規定されているのである。都市が「どうあるべきか」ではなく、都市が「どう生きてきたか」によって空間の価値が形成されている。都市がセンシュアスであるためには、単に五感に訴える物理的刺激だけでは足りない。その都市ならではの物語が、体験として伝わってくることが不可欠だ。バラナシには、都市のフォーマット化では決して再現できない深い時間軸がある。そして、その物語の語り手は、そこに暮らす人々、そして訪れる人々一人ひとりである。彼らの暮らしは都市空間を意味づけており、その結果として生まれる偶發的な出会いや、五感に訴える体験が、バラナシという都市を官能

たらしめている。

日本の都市政策に目を向ければ、「ウォーカブルシティ」「個性ある都市づくり」など、かつてに比べて多様性や人間らしさを取り戻そうとする動きが活発化している。その姿勢自体は歓迎すべきだが、制度として整備されるにつれて、都市の在り方が再び予定調和的なものに収斂されていく懸念も否めない。センシュアス・シティとは、画一的な取り組みや制度によってつくられるものではない。制度の枠を超え、市民一人ひとりの暮らしの積み重ねが空間に染み出すことで、はじめて都市はセンシュアスな存在になり得る。

都市のナラティブ。それは、センシュアス・シティの起点であり、核心である。筆者はバラナシを歩きながら、そのことを確かに感じた。



早朝のダシャーヌワメード・ガート（筆者撮影）

※17 NHK (2002) による

参考文献

- ・岸本達也・鈴木亜衣 (2011). 競合環境におけるチェーン店と独立店の配置に関する研究. 日本建築学会計画系論文集. 76巻. 663号, pp903-909
- ・塚本創悟・牛垣雄矢 (2023). 大泉学園駅周辺における駅前再開発に伴う商業構造の変容. 学芸地理. 79号, pp1-15
- ・LIFULL HOME'S 総研 (2015). Sensuous City[官能都市]
- ・伊藤香織 (2017). 都市環境はいかにシビックプライドを高めるか 今治市を事例とした実証分析. 日本都市計画学会 都市計画論文集. 52巻 3号, pp1268-1275
- ・上原祐輝・後藤春彦・吉江俊・林書嫗 (2024). 住民と専門家の境界領域にいる「ローカリスト」の沿線開発への参画とその課題. 日本都市計画学会 都市計画論文集. 59巻 3号, pp760-767
- ・山口美貴・大村謙二郎・有田智一 (2006). 大規模都市開発における行政・企画提案主体・市民による協議の実態と課題. 日本都市計画学会 都市計画論文集. 41巻 3号, pp301-306

参考書籍

- ・NHK 取材班 (2024). 人口減少時代の再開発「沈む街」と「浮かぶ街」. NHK 出版
- ・ヤン・ゲール (2014). 人間の街 (北原理雄訳). 鹿島出版会
- ・カルロス・モレノ (2024). 15分都市一人にやさしいコンパクトな街を求めて (小林重裕訳). 柏書房
- ・NHK (2002). ベナレス: 生と死の聖地 (NHK スペシャル アジア古都物語). NHK 出版

まちの魅力を支える中小事業者たち

居場所を、 風景を守る —事業承継の “今と課題”

株式会社東京情報堂 代表取締役

中川 寛子

Hiroko Nakagawa

●なかがわ・ひろこ／各種媒体での記事執筆のほか、テレビ番組出演や住宅関係の著書も多数。40年以上住宅関係の取材・執筆を行い、実際の足で集める情報は多岐にわたる。「空き家再生でみんなが稼げる地元をつくる「がもよんモデル」の秘密」(和田欣也共著 学芸出版社、2021年)など空き家関係の著書も多い。

商店街をはじめ、飲食店や銭湯その他まちに存在する各種の中小・零細の事業者は暮らしを支えるだけでなく、地域のイメージや風景となり、居場所となるなどさまざまな面からまちの魅力を支える大きな存在。

ところが昨今、こうした事業者に高齢化の波が押し寄せ、知らぬ間に閉店、廃業していたという話を聞くようになつた。2022年の帝国データバンクの「全国企業『休廃業・解散』動向調査」によると休廃業した企業の代表者の平均年齢は71.0歳。2年連続で70歳を超えており、高齢

化は明らかだ。

加えてこの間では2020年以降のコロナ禍がまちの個人事業主に大きな打撃を与えた。コロナ禍で廃業した企業の8割超が従業員5人未満の企業で占められており(*1)、特に飲食店の倒産件数は緊急事態宣言下の2020年には780件と過去最多(当時。*2)に及んでいる。2022年以降はコロナ融資の返済開始、物価高騰などの影響で倒産件数が増加しており、ここでもダメージを受けているのは負債1億円未満の中小・零細事業者である(*3)。



そして、退場した事業者の跡地はマンション、あるいは建売住宅などに変わった。事業を続けられたかどうかがまちの風景に影響を与えてきたともいえる。

では、承継を阻むものはなんなのだろう。ここでは承継できた例を中心にさまざまな事業者、関係者に事業承継

(以下本文では承継)について話を聞いた。

(*1) コロナ前後における小企業の廃業の実態 —「全国中小企業動向調査・小企業編」による分析 日本政策金融公庫 調査月報 2023年 183号より

(*2) 「飲食店」の倒産動向調査(2024年度) 株式会社帝国データバンク

(*3) 倒産集計2024年7月報 株式会社帝国データバンク

10年前の絶滅危惧種、銭湯は今も減少中、 その一方で明るい話題を聞くことも

2015年、官能都市のレポートが出た年に知り合い、その後、何度も取材でお目にかかっている人たちがいる。その一人がレポート内で当時の銭湯の状況について語っていた、現在も文京建築会ユースで銭湯の保全とアーカイブに取り組んでいる栗生はるかさんだ。

知り合ったのは2015年9月に廃業した本郷の菊水湯の保全活動を通じて。当時、文京区では2013年の「おとめ湯(千石)」以降「鶴の湯(千駄木)」「月の湯(自白台)」と立て続けに銭湯の廃業が続き、10年前のレポートによると「絶頂期の昭和43年に63軒あった銭湯が2015年には1軒、8軒になった」とある。その10年後の現在は5軒(組合非加盟1軒を含む)。減少傾向は続いている。2008年の住宅・土地統計調査で浴室のある住宅は全体の95.5%に達しており、公衆衛生という意味での銭湯には存在意義はほぼ無くなっているのである。

だが、10年前に比べ、銭湯=絶滅危惧種とは思わない人は確実に増えている。その背景には成功する銭湯の登場がある。分かりやすいところでは2024年に原宿の商業施設ハラカドに「小杉湯原宿」を出店した「小杉湯(杉並区)」、2015年に廃業寸前の「サウナの梅湯(京都市)」を承継、この10年で10軒の銭湯を継いだ湊三次郎さん(ゆとなみ社)が挙げられる。前者は家業として銭湯経営をしてきた人たち、後者は第三者が経営にあたることで成功したもので、第三者のうちには銭湯再生を手掛ける法人なども登場している。

栗生さんたちが2020年に立ち上げた一般社団法人せん

とうとまちがハブとなり、銭湯を残すための情報などが共有され、相談先となっていることも大きい。

とはいっても、銭湯業界の人たちは今の状況を楽観視していないと栗生さん。

「いくつか、承継への障壁があります。高齢化、人手不足、後継ぎの不在に加えて、承継したいという他者がいても銭湯業界では家族以外には継がせたくないという意識が非常に強く、ある地域での調査ではすべての銭湯が他人には継がせたくないと答えたとか。継ぎたい人はいても第三者者承継までの道のりはハード。成功例は奇跡なのかもしれません。

設備の老朽化も大きな問題で、改修には多額の費用がかかり、それだけの蓄えのある銭湯は少ない。さらに最近では設備のメンテナンス事業者の廃業も問題。浴槽の狭い縁に合わせてタイルを施工できる事業者はすでに1社だけと聞きました。銭湯は足元から崩れつつあるのです。

もうひとつ、不動産の問題もあります。古い銭湯は自宅が一体になっていて切り分けられないた



栗生さんには文京区白山のレトロ喫茶「ELLA&LOUIS」で話を聞いた。このエリアには以降で登場するジャズ喫茶映画館など歴史のある喫茶店がまだ点在している

め、誰かに営業してもらうということが非常に難しい。都心部の土地の価格が高い地域ではまとまった土地に立つ銭湯は狙われやすく、営業中からマンションに建替えないかという営業電話がかかってきます。井戸水を使用していた銭湯では近隣のマンション建設で水脈が断たれて水が出なくなる、濁水になって営業できなくなつたというケースも聞きます」

成功する銭湯がある一方で低迷、廃業に至る銭湯も多く、承継へのハードルも高い。この10年は二極化が進んだ時期だったといえるのだ。その二極化の要因のひとつは銭湯の存在意義をどう捉えているかにもあるかもしれない」と栗生さんはあるキーワードを挙げた。

「経営に前向きな銭湯事業者からはサードプレイスとしての銭湯という言葉をよく聞きます。一方で家業として続いている人たちの中には、そのような発想から遠いところにいる方もいます。意識に変化がなく、これまで通り公衆衛生の場としてただ続けているだけなのか、新しい地平に向かって努力しているのか、要因はさまざまですが、それが差異を生んでいるようにも感じます」

東京都では25年度から「公衆浴場承継マッチング事業」を計画しており、事業を引き継ぐためのコンサルティング事業者の活用などを想定し、事業承継に必要な条件などを整理するとしている。そうだが、問題はそこだけではなさそうである。

銭湯と喫茶店の間にある差異、 意識と規模、不動産的存在感

栗生さんにはもうひとつ、喫茶店についても聞いた。文京建築会ユースは2022年、2024年に「まちのオアシス『文京喫茶』展」を行っており、それにあたり区内の昭和創業（1950～1980年代）の喫茶店を調査している。銭湯同様、喫茶店に地域のコミュニティ拠点としての役割や

可能性を感じての調査、展示で、彼女は喫茶店の変化についても詳しいのだ。

取材で栗生さんとお目にかかった「レトロ喫茶ELLA & LOUIS」（以下ELLA & LOUIS）は48年間続いた老舗で2023年7月に店名と経営者が変わった。居抜きで以前から店を持ちたいと考えていたジャズ好きの現オーナーに

承継されたのである。そのため、運営にあたるスタッフは若返り、メニューにはタコライスのような以前は無かったものも並ぶが、店の雰囲気はほぼ変わっていない。それを楽しみたいのか、若い層も目立つ店である。

「文京区内の喫茶店もどんどん減少していますが、銭湯と違い、この店のように不動産市場に居抜きで出てきたり、現経営者が誰か引き継いでくれないかと周囲に声をかけることなどもあって、多少は承継されやすい印象があります」

その要因として喫茶店は銭湯よりも最初から居場所、サードプレイス的な自覚があること、小資本で大きな設備投資なく営業できること、営業時間も短く、アルバイトなどで人手を賄うことでもできることなどが挙げられるが、逆に不動産的には弱点もある。

「銭湯でも借りて営業しているところがありますが、喫茶店の場合は借りているケースが大半。その分、営業を他人に承継しやすいのですが、一方で都心部では開発のために立退きを迫られる、大幅な家賃アップを迫られることも。近隣では後楽園の再開発で消えた喫茶店がありました。1960年～1970年頃の喫茶店ブームの時代から営業



以前は貴苑という喫茶店で、内装、家具、カップなどは以前のものを継承。店内の雰囲気は大きく変わらず、昭和のままだ

しているとすると建物も50～60年ほど。建替え計画がある例も少なくありません」

白山でもビルの建替えで近々閉店する予定の1979年創

業の老舗喫茶店があり、ELLA & LOUISではその店が長年作り続けてきた名物メニューを引き継ぐ予定だ。

9人で承継、シェアして営業する ジャズ喫茶映画館の新しいスタイル

2025年に承継された「ジャズ喫茶映画館」（以下映画館）は、1978年に映画を上映する喫茶店として白山下で営業を開始。1983年に現在の場所に移転し、以降は先代店主・吉田さんが制作した音響機材が目を惹く、ジャズが聴ける喫茶店に。店内には3000枚以上はあると思われるレコード、書籍などがぎっしり詰め込まれており、ライブや上映会、トークイベントなどが開かれる文化発信の場ともなっている。

承継の話が出始めたのは2～3年前だったと映画館二代目の荒川俊児さん。

「年のせいで体が動かない、誰かやってくれる人がいなければという話で、去年4月にやる人が決まり、11月からは引き継ぐと聞いていました。それが直前にダメになり、昨年10月末に『荒川さん、やらないか』と誘われ、知人、友人に声をかけ始めました。映画館の収入だけで生活するのは無理なので、副業的に稼げればという人を想定、当初は

3人で5日営業と考えていましたが、なかなか難しい。そのうち、常連でやりたい人がいることが分かり声をかけたと

白山駅近くにひっそり佇むジャズ喫茶映画館。わざわざ訪れる人も多い、知る人ぞ知る老舗で、日本のジャズ喫茶を紹介する書籍にも登場している



ころ、年末ぎりぎりになんとかなると目途がつき、継ぐことができる」と返事しました」

結果、2025年1月に初顔合わせを行い、荒川さんと友人4人、常連5人の9人で運営会を作つて運営することが決まり、その受け皿として吉田さんと荒川さんが事業組合（ジャズ喫茶映画館有限責任事業組合）を作ることになった。以降コーヒーの淹れ方を習うなどして4月16日から新生映画館がスタートしている。

事業組合を立ち上げたのは、吉田さんの個人事業ではなくなるので法人化する必要があったため。店舗の賃貸契約については吉田さんが個人から事業組合への名義変更依頼書を出したものの不動産会社から受け入れられないとの返答があったため、吉田さんが引き続きオーナーとして賃貸契約を継続。店の運営については事業組合が業務委託



先代の吉田さんが制作した音響機材を背景に二代目店主の荒川さん。たまたま仕事で縁があり、そこから承継の相談を受けたそうだ

を受けて行うということになった。

「ここは吉田さんが作った作品のような店。残してくれてありがとうございますとよく言われますし、私自身、これからも残したいと考えています」

映画館では取材時、2人の若い女性メンバーに会った。それぞれ本業を持っていて、ここでの仕事はアルバイトのようなものだが、ここでの時間がとにかく楽しいと笑顔で話してくれた。ジャズ喫茶は日本独自だそうで、海外から

わざわざ来る人も多く、そうした人たちも含め、人と話をするのが新鮮だという。いつもと違う場所で違う人と違う会話は仕事というより、ある意味非日常の遊びなのかもしれない。

今は使われていない古めかしいレジスター。店内にはこうした昔ながらの品が無造作に置かれており、空間自体が楽しい



喫茶店、カフェの存続、承継について 大阪でも聞いてみた

不動産が中小ビジネスの承継に大きな影響を及ぼすとしたら首都圏以外はどうなのだろう。それを聞きに大阪ガスネットワーク株式会社エネルギー・文化研究所所長代理・研究員である山納洋さんを訪ねた。

山納さんは社業での複合文化施設の運営を通じて場づくりに関心を持つようになり、その後、個人でカフェやカフェ的な交流の場でのプロデュースを行ってきた。いくつかの場所での異なる形のカフェや場の運営を経て2023年10月からは大阪市北区の「扇町ミュージアムキューブ」と名づけられたシアターコンプレックス1階で「談話室マチソワ」という店主がお客様に話しかける場を作っている。過去には喫茶店の承継に携わったこともある。

山納さんによると大阪ではこれまで首都圏ほどの家賃上

昇がなかったため、1960~80年代に喫茶店ブームの時に開業した店がその後長く続き、最近では店主が70~80代になったことで、少しずつ代替わりしたり、閉店したりするお店が出てきているという。

今後に関しては店主の高齢化に加え、客層や社会の変化が影響するのではないかという。かつてビジネス街の喫茶店には会社をさぼって新聞を読んでいるような会社員も見かけられたが、今はほぼ皆無。ビジネスマンのお小遣いが減ってランチの後にコーヒーを楽しむ余裕が無いという点もある。コロナ以降の米、珈琲価格などの上昇もマイナス要因だ。

不動産の影響というより、高齢化、顧客の減少、物価高、後継者不在などが大阪でも昭和からの喫茶店を圧迫、首都圏よりはテンポが遅いとしても今後は徐々に減っていくのだろう。

ただ、全体としては家賃の大幅上昇は無かったものの、スポット的には人気とともに家賃が上昇、まちの面白さが失われるという現象は大阪でも何度か見られたという。

「大阪で最初にまち外れが『発見』されたのは今、アメリカ村と呼ばれているエリアでした。1969年に喫茶店『Loop』が開業、若い人たちが集まるようになりましたが、賃料が坪5~6万円と高騰。大資本が出てくるようになってつまらなくなり、2000年前後からは周辺の堀江、南船



複数の店主がおののの個性を生かして営業する談話室マチソワの前で山納さん。マチソワとはマチネとソワレの間ということ

場などに分散。堀江は2000年以降のカフェブームで賑わいましたが、ブランド化で賃料が坪3万円くらいにアップし、多くのカフェがなくなりました。

それ以降でまだ『発見』された余波が続いているのが中崎町、空堀などで戦前の長屋が残り、古民家を利用して月数万円で小商いができるエリア。蒲生四丁目や昭和町、中津なども似たような雰囲気。ただ、中崎町ではこの10年で家賃が上昇、倍はおろか場合によっては4倍ほどにも。不動産会社が入る、所有者が外国人に代わるなどすると上昇することが多く、今はまだ模様になっています」

それ以上に山納さんが気になっているのはカフェを利用する人、カフェをやりたいと思う人に起きている変化だ。カフェを利用する人でいえば、10代、20代ではカフェにコミュニケーションを求めなくなっているという。

「中崎町に1982年から営む、私が承継に関わった喫茶店があるので、現在の店主が『お客様はいっぱいなのに、一日で「いらっしゃいませ」「ありがとうございました」としか喋っていないこともある』と。店主はカフェはコミュニティ空間ではなくなったと言っています。

実際、若い人々はスターバックスあるいは映える店に行こうとしますし、グループで訪れ、そこで写真を撮っておしまい。店の人と話そうとはしません」

対してカフェをやりたいという人の変化は高年齢化だ。山納さんは大阪市の男女共同参画施設で「カフェ開業チャレンジ講座」の講師をしているのだが、受講者の多くが40代以降になっているという。

「90年代後半に始まったカフェブームは若い女性たちを熱狂させましたが、その中心は20代の女性。ところが

今、カフェ講座に来る人は子どもが中学生あるいは大学生になって手が離れた主婦、そしてリタイアした女性。彼女たちはカフェが儲からないことは知っていて、それでも、場を作りたいとカフェ講座に通っています。

数字ではなく、場づくりを考えているのですが、中には介護や子育てで苦労した人、大病を経験した人などが多く、自分がしんどかった分、他の人に何か助けになることがしたいと考えている様子。年齢層が高くなつた分、不動産を所有している人なども増えています」

かつてのような自己実現の場としてのカフェではないため、シェアでよいという人も多く、山納さんはその中からレトロな喫茶店を継ぐ人が出でてくれれば面白いと思っている。

こうした年代ごとに異なるカフェに期待する機能の違いが、この後、どうなっていくのか。今の段階ではまったく分からぬが、それがまちに存在する事業者の姿、承継などに影響するだろうことは間違いない。それがさらにまちに期待するもの、どんなまちを良しとするかに大きく影響するようになるとすると、気になるところだ。

さて、最後に談話室マチソワ。ここは山納さんを始めとして25人（！）の店長があり、月に2日、多い日で4日くらい店に立つ。前述の映画館もスタッフが日替わりだったことを考えると、これからのお店舗経営ではシェアという考えはポイントになりそうである。



談話室マチソワの掲示。見た目は喫茶店だが、主目的はお茶を飲むよりも人と話をすること、会うことと読んだ

カフェと銭湯、 両方を経営してみて感じていること

銭湯とカフェ、異なる業態の承継の話を聞いてきたが、ここではカフェを開業、銭湯を承継した松本市の菊地徹さんを紹介しよう。菊地さんは静岡県出身で茨城県の大学

に進学後、スターバックスでのアルバイトを通じて同社が掲げる「サードプレイス」という考え方方に感銘を受けた。自らもそうした場を作りたい、そのためには接客を学ぼうと松

本近くの温泉旅館に就職。その後、2013年に自分にとって住み続けたいまちとなった松本に個人事業として「ブックカフェ栢日」をオープン、2016年には後に承継することになる「菊の湯」の向かいに移転した。

100年ほど前に創業した菊の湯は、2020年9月末までは3代目の宮坂さんが営業を続けていた。松本駅からは徒歩10分と近いことから、地元のお客さんに加え、登山客なども来訪。2階には登山用ザックを置くロッカーなども設えられていた。盛業だったのである。

2020年5月、宮坂さんから菊地さん宛てにメールが送られてきた。相談したいことがあるというのだ。宮坂さんは以前に一度栢日を訪れており、その後、2018年に菊地さんが栢日のマンスリーレターのために宮坂さんを取材するという縁があったが、関係はそれだけ。他の銭湯の承継は銭湯好きによることが多いのだが、菊地さんは銭湯好きではない。

その菊地さんに宮坂さんは銭湯を閉じることにしたと伝え、建物を取り壊して更地にするのではなく、何か違う用途で使えないかと相談した。栢日がかつての電気店の看板、外装をそのままに使っていることから、何かアイディアをということだったのだろう。

だが、菊地さんの答えは宮坂さんを驚嘆させた。銭湯を承継しますというのだ。

菊の湯では宮坂さんが土地、建物を所有しており、水は湧水を利用、家族で運営しているので人件費はほぼかかっていない。日常の経費はガス代くらいでとりあえずの経営には問題ないものの、設備の修理や更新を考えると明るい未来は描けない。いつか損益分岐点を割る前に決断しようと悩んだ末の相談だったのだ。

だが、菊地さんは自分が求めていたものの先に銭湯の未

来を思い描いていた。

「スターバックスの提唱したサードプレイスとは現代人にとって自分自身を取り戻す場。一人一人が日常からはぐれてしばしリフレッシュする場で一杯のコーヒーによってその場と時間が自分のものとなる。そこで自分を取り戻し、また日常に戻る。銭湯にも同じような、いや、それ以上の役割があるのかもしれないと思ったのです。地域のサードプレイスの一形態として銭湯がある。であればやってみようと考えたのです」

その後、きつくて儲からない仕事を継いでもらうわけにはいかないという宮坂さんを、収支計画書を作って説得。リノベーションをしてデザイン、場の雰囲気を変えて子育て世代の若い層を呼び込む、レンタルのタオルなどを用意して手ぶらで利用できるようにする、オリジナルグッズを作るその他あの手この手の案を提案、問答を繰り返した。それに宮坂さんが折れ、8月には菊地さんが銭湯を承継することが決まった。

その後は驚くほどスピーディーに進み、9月からは改修費用を賄うためクラウドファンディングがスタート。常連さんがいる場でもあり、休業は短期に、費用を抑えてやる必要があり、改修はわずか2週間で行われることになった。クラウドファンディングでは1カ月ほどで500万円余が集まり、新生菊の湯は2020年10月15日にリニューアルオープンした。

これだけ短期間で承継できたのには宮坂さんが50代と若く、判断力があり、菊の湯が営業している状況だったことに加え、菊地さんの見ている未来像を共有できたことが大きい。

銭湯に限ったことではないが、取材をしていると世代(*)によって見ている未来が全く異なることがあることに気づかされる。たとえばかつて岩手県の石巻で漁業の取材をした時、親世代は未来のない漁業など継がず公務員になれ、と言ったと息子世代は苦笑していた。

既存のルールの中でこれまでと同じ市場を見て事業を続けるなら苦境は続くだろうが、市場は拡大しており、使えるツール、新しい技術は日々生まれている。息子世代はそこに光を見ている。だが、モノを見るには動物としての眼だけがあればよいが、未来や希望を見るためには情報や知識など眼以外のものが必要だ。



カフェ栢日の店内で菊池さん。カフェ好きの間では有名な店で遠くからも来訪者がいる。一般書店では置かれていません雑誌その他が置かれている

そして、一般論としていえば年齢が上がれば上がるほどそうした社会の変化に疎くなりやすくなる。それが世代ごとに見えているものの差を生んでいるのだろう。

銭湯のケースでいえば公共衛生の一翼を担うという本来の役

割は内風呂の普及すでに失われている。それを存続させるためには銭湯がまちにある価値を再定義する必要がある。

「そこで菊の湯の場合はまちに開いていく銭湯、地域のコミュニティを編み直すハブと再定義しました。昨今の銭湯の再定義では若者に向けて目新しいカルチャースポットとして開き直す、地域に向けて改めてコミュニティハブとして開き直すという二手の方向性があるように思いますが、菊の湯は後者。これまでの常連さんたちを大事に、でも、せっかくサードプレイスとして再定義したので、これまでとは違う皆さんにも来ていただこうという選択をしました」

これまで通っていた年長者と新しく足を運び始めた年代が縦に繋がり、浴槽に多世代が漫かり、その交流が地域に流れ出していく。それが菊地さんの再定義した菊の湯の未来だ。

その未来像があまりにも明確で思わず質問した。10年前に比べ、銭湯の存在意義を巡る言葉の輪郭が非常にはっきりしてきたように感じるが、背景には何があるのでしょうか。

菊地さんの答えは教育だった。菊地さんは今、40歳目



(左) あがな森通りを挟んで向かい合うカフェ葉日と菊の湯。葉日は高橋ラジオ商会という看板のある店舗の外装を変えずに使っている (右) 菊の湯内部。フロントその他は改修で手を入れたが、浴室についてはそのまま



前だが、今の20代、30代は子どもの頃から学校教育の中で少子化、高齢化、地域コミュニティ存続の難しさなどを教えて育ってきた。貨幣価値に換算できない価値があること、それが互助やコミュニティであることも繰り返し教えてきた。

「無意識にせよ、意識的にせよ、コミュニティをどう形成し直すか、残すかについては比較的早い時期から考えている世代。事業計画をたてる時にも初期設定として地域コミュニティへの貢献という項目を重視しているのではないかと思います」

世代によって変わるものも多々あるが、教えられるものも変わっていたのだった。コミュニティという言葉が持つ意味は世代によって異なる。これからまちの主役となる人々は幼い頃からコミュニティとその意味に触れて来た人たち。銭湯を残したいという動きの背景にはそうした人たちがいるということなのかもしれない。

(*) 必ずしも年齢ということではない。高齢の人でも見えている人はいるし、若くても見えていない人はいる。ただ、一般論として年代が上の人に見えない人が多いよう

に感じるという程度のことでの説明を分かりやすくするためにこの言葉を使った。

2回閉館した映画館を承継、 地元を再編集する場に

銭湯に再定義が必要だったようにシネマコンプレックスに顧客を奪われ続けてきた映画館も再定義、存在意義の明確化が必要だった施設のひとつだろうと思う。銭湯も映

画館もある程度の広さ、設備が必要である点も似ている。

取材にお邪魔したのは江戸時代に天領として栄えた大分県日田市。このまちにはかつて7軒の映画館があったそ

うだ。

だが、今、日田市にあるのは1991年に創業、2008年に2度目の閉館を経て2009年に現支配人の原茂樹さんが引き継ぎ、今も経営を続けている「日田シネマテーク・リベルテ」(以下リベルテ)だけ。2015年の国土交通白書(*)で映画館が成り立つ人口規模を8万7500人~17万5000人以上としていることを考えると、2025年7月現在で人口6万人を切る日田市に映画館があり、継続していること自体が奇跡といっててもよいのかもしれない。

わずか8ヶ月ほどで2度目の閉館をしたリベルテを承継した原さんは音楽、映像などの作り手側の人だった。が、映画が自分を成長させてくれた、映写機を残したいという思いや地元を再編集することで今まで来なかつた人が入るようになり、面白い人が集まる拠点ができれば人は集まるようになるのではと考え、引き受けることにしたという。

そのため、リベルテは映画館ではあるが、映画以外のものや人、情報が集まる場となっており、映画だけの場所ではない。最初のうちは映画館なのだから映画を上映していればよいと言われたそうだが、原さんは時間をかけて間口を広げてきた。初めて来た人は映画館らしくない空間にここはどこ？と思うかもしれない。

入ったところにはカフェがあり、陶器やカード、食品、ぬいぐるみや風呂の蓋(!)が売られており、壁には絵やTシャツが飾られ、珈琲も飲める。しかも、置かれているものはひとつずつ原さんが知っている人たちが作ったもの。創作の背景も、その人の思いも知った上で置かれている。時には作者が居合わせることもある。

館内では1ヶ月先まで細かくスケジュールされた映画はもちろん、珈琲教室、トークイベント、ライブ、展示会なども行われており、そのうちにはグラミー賞を3度受賞したファンタスティック・ネグリートのような世界的なスーパースターのライブも。

原さん自身の活動も多岐にわたる。地元、全国を問わず、各種媒体への寄稿に始まり、大学講師、地元美術館でのキュレーション、林業を支援する団体ヤブクグリの広報担当その他。2021年にはエルメスの日本全国のミニシアターを横断して開催された一夜限りのイベントの企画を担当した。館内に描かれたサインや活動を聞いていると日本のみならず、世界からも人が集まっていること、人を惹きつける

場所があるのは東京だけではないことが分かる。

それでも原さんが映画を中心に据えているのは映画を見ることは他人の人生を見ることだと思っているから。

「映画を見なくなると自分しか見られなくなります。今の自分の世界の、見えている範囲でしかものを考えなくなると言ってもいい。それがまちの小さなビジネスを否定しているのではないかとも思うのです」

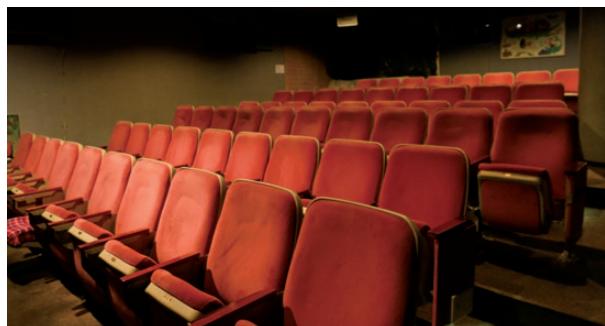
大学で教えている原さんは、親は子どもたちに好きなことをやりなさいと言っている一方で、「ちゃんと勉強しないと、良い学校に行かないとい良い会社に入れない、〇〇さんみたいになっちゃうわよ」と口にするという。子どもは親の満足に敏感だから、親が望まないことはやろうとしない。結果、本当はやってみたいことでも避けるようになる。

地元に愛されてきた小さな店を応援せずに全国ブランドの店を誘致しようとするのも同じこと。それは行政や政治家が無名の存在には価値がないと言っているようなものだ。

それを原さんは「映画が足りていない」という。映画の中にある無数の他人の人生を見ていたら、そうした判断はしにくい。映画を通じて世界と繋がっていたらもっと広い視野で考えられるのではないかというのだ。

映画の力を理解しているからだろう、ブッキングには力を入れている。全63席のコンパクトな映画館であり、このサイズに合う映画がある。

「ジェットコースターのような映画は音響効果の良い大きな会場で見たほうがよいでしょうし、じんわり泣ける映画ならこのサイズが合う。世界を救う話ではなく、日常を考える、じんわり考えさせられる、そんな映画をセレクト。これを見たら、その次これが見たくなるんじゃないかと日田を流れる大河、三隈川のように流れを作りながらブッキングしています」



1スクリーン、全63席のコンパクトな映画館。ひじ掛けは小さなテーブルになっていて飲み物を置くことができる。カフェで頼んだコーヒーを飲みながら鑑賞することも

そのため、一般的な映画館は公開日からできるだけ時間を置かずに入映したがるが、リベルテでは封切日にはこだわらない。取材に訪れた日はちょうど承継から16周年の日だったが、16周年記念作品として上映されていたのは2016年公開、ジム・ジャームッシュ監督の「パターソン」。何か特別なことが起きるわけではないバス運転手の日常が描かれているのだが、その変わらない日常が愛おしいという、リベルテの存在に重なるような作品である。

16年といえば短くない時間だが、原さんはあっという間だったという。

「山を登ったらまた山があり、来月潰れるかとずっと思いながら生き延びてきました。スタッフに賃金を払い、必要な支払いをすると貯金が無くなってしまい、ずっと年収4万円くらい。超低空飛行を続けてきましたが、それでもだんだん評価する人が増えてきました。すぐに結果を出そうとせず、続けてきたことがよかったです」

この間で多くの地域から映画館が消えたことを思うと、編集者、キュレーターとして地元を再編集するという原さんの当初の方針が今に繋がってきたのだろうと思う。映画を



(上) 館内にあるカフェ。地元を中心にリベルテを応援する作家たちの作品、オリジナル商品などが所狭しと飾られている。(下) 取材中にも訪れる学生に声をかけたり、顔を見に寄ったという人がいたり、地元では有名人の原さん。長時間深い話を聞かせて頂いた



中心にした地元の文化のハブとしてのリベルテ。既存の映画館という言葉からはだいぶはみ出しており、大きな箱にはできないことがここにはある。

(*) 国土交通白書 2015年
<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h26/hakusho/h27/pdf/np101200.pdf>

奔走しても承継できず、 昭和の名洋食店がひっそり消えた

続いて業種を変え、飲食店の承継を取り上げよう。ここまで取り上げた銭湯や映画館は再定義、幅を広げるなどで承継を可能にしてきたが、飲食店にはその幅があまりないように思われる。味のように属人性が高いものもある。実際のところはどうなのだろう。

最初にひとつ、承継できなかった洋食店を紹介しよう。その店、「キッチンチェック」(以下チェック) があったのは豊島区西池袋。映画館やゲームセンター、ボウリング場などが入った遊びの複合施設・ロサ会館の1階。1968年にオープンしており、2024年に閉店した時で創業56年。池袋が誇る洋食の名店として知られ、行列の絶えない店で

もあった。ロサ会館には現在建替え、再開発の計画があるが、チェックは開発後も残る予定で、再開発ビル内にはそのための場所も確保されており、図面も引かれていた。

ところが、去年1月。ロサ会館を経営するロサラーンド株式会社の代表取締役である伊部知顕さんは突然呼ばれ、5月の契約更新を前に突然、店を辞めたいと切り出された。「再開発後も続ける、後継者を育てるという話で来ていたのがいきなり辞めたいということでびっくり。愛されている店でもあり、売り上げも上々。すぐに4つの案を考えて承継に動き始めました。ランチの仕込み以降ずっと働いている彼らにはできそうにないからです」

伊部さんが考えたのは①若手を入れて育てる事、②M&A、③レシピを保存すること、④ラーメン店でよくあるように顧客からやりたいという人を探すというやり方。だが、レシピはできても味は再現できないと言われ、③案は早々に消えた。①もすぐに無理と分かった。

「チェックの厨房は最小限にコンパクトで、そこに長く一緒に働いていた3人が入る。形、役割が決まっていて、それを全く知らない若い人に教えるのは難しいし、彼らもやりたくない。クーラーが効かない厨房は暑くて労働環境として厳しい。そのスタイルのままではM&Aも無理。労働基準法を完全に無視した事業を承継するわけにはいかないでしょう」

5月に最終的な話し合いをした時には長年続けてきた経営者が「私たちはもうぼろぼろ。辞めさせてほしいのです」と言い出した。病院通いをしながら続けてきた彼らは80代前後。一番の若手ですら60歳ほどで、その年齢でコロナ前までは年中無休で働いてきた。

「コロナ禍に週1日休むことにしたのですが、そこで私が週休2日にしたらと言ったことがあります。そうしたら、2日休んだら、もう家から出られなくなると言われました。仕事が生活になっている状態なんだ、気づかなかったと自分の

池袋にあるこちらも老舗の遊びの複合施設・ロサ会館の経営にあたる伊部さん。ロサ会館を含む一画では再開発計画が進んでいる



言葉を反省しました」

結局閉店は2カ月延ばしてもらって7月になったが、彼らは常連を除き、誰にも言わずに店を閉めた。伊部さんはもっと早くから彼らとコミュニケーションを取り、後継者問題などに取り組むべきだったと反省している。

同時に今後、こうした廃業が相次ぐとも予測する。高度経済成長期に創業した事業者の多くは好況に追われ、足元を固める余裕なくここまで来ており、そこに今、自身の高齢化、後継者不足、設備老朽化、家賃や材料の高騰とさまざまな試練が降りかかっている。順調な売り上げがあった店ですら続けられないのであれば、それ以外の店の存続はさらに難しいはずだ。

夫婦揃ってのハードワークを経て 予約1年待ちの名店を承継

同じ池袋に1年先まで予約が取れないという鰻の名店「かぶと」がある。この店が二代目となる藤森公将さんに承継されたのは10年前。先代はそれまでずっと夫婦2人で営業しており、藤森さんが入ったことは常連さんたちには珍しい事態と思われたらしい。何度も「どうしたんだ、その若い衆は？」と聞かれたそうだ。

職人らしく、飾った言葉遣いをしない先代は「どこからか湧いて来た」とそっけなく答えたと藤森さん。それだけで藤森さんが師匠に真摯に向かい合い、学ぼうとする人であることが分かる。今どきであれば、その言葉だけで嫌になる

人がいても不思議ではないだろう。

鰻店は労働時間が長く、厨房は暑くて過酷。そこで先代は50代、60代で承継者を見つけてリタイアしようと考えていた。熱心に修行する藤森さんは見込まれ、何度も先代から店を継がないかと打診される。

最初のうちは断っていた。名店を継ぐプレッシャーに加え、自分の店を持ちたいという気持ちもあったからだ。だが、ある時、覚悟を決めた。

そこで化粧品関係の仕事をしていた妻に仕事を辞めてもらい、それから1年間、藤森さん夫妻は先代夫妻と一緒に

店に立った。先代の「夫婦でやらないでどうする」という言葉に従ったのだ。「夫婦ともに昭和の人間ですからね」と藤森さん。

修行の1年が終わり、それ以降先代はきっぱり何も口を出さなくなった。それはそれでやりやすくなったのだろうが、それまで4人でやっていた仕事を2人でやることになった。その忙しさがとんでもないことは誰でも分かる。
「仕事が一段落して夜になっても山のような後片付けがあります。一休みさせてと座った妻がそのまま寝込んでしまうこともしばしば。そんな日々が続きました」

1年後まで予約が入っているため、肉体的に大変でもそうそう休んではいられない。その後、ようやく人を雇うことができるようになったそうだが、労働時間は相変わらず長い。

しかも、修業というと伝統をそのまま引き継ぐと思ってしまいそうだが、藤森さんは「分かっている道を歩くだけではつまらない」と変革を考えている。「少しづつ、変えていく」という言葉からは肉体的にはつらい仕事なのに、それを楽しみ、面白がっていることが分かる。

だが、と藤森さん。

「今の人々にそこまでの没頭を求めるのは難しいでしょうね」

食の世界はこれまでこうした修業を基本、是としてきており、それがあつて私たちは家庭では作れないような美味を楽しめる。そうした店を大事にしたいと思う。だが、それが今後も今の形で続いているのか。修業への畏敬の念とともに懸念も感じた。

不動産の立地と、承継を考える まちに欲しいと招聘されたフランス料理店

違う業種の飲食店にも聞いてみた。まずお一人目は2024年5月まで自由が丘で43年間フランス料理「プティマルシェ」を営んできた石島邦彦さん。43年前といえばフレンチレストランはホテルにあるもの。それを自由が丘の自社ビルに呼びたいと考えた人がいた。

「私もその時はホテル勤務で自由が丘はまだ何もない場所でした。が、地元の人がビルを建てる、そこにフレンチを入れたいと考えていると新宿の自宅に電話があり、これはチャンスだと急いで渋谷まで会いに行ったことを覚えています」

先方から望んで来てほしいという話もあり、賃貸条件は非常に良かった。その頃の自由が丘の商圈は今ほどではなかったということもある。店はビルの2階で18坪、テーブルが16席、カウンター4席という店でそこに今では珍しい住み込みで夫婦で営業を始めた。

まだ野菜を使ったデザートのない時代で、そこで作ったかぼちゃのプリンが当たった。雑誌などの取材が相次ぎ、それが常連客獲得、生き残りに寄与した。ある種のレジエ

ンドになれたのだ。加えて自由が丘という場所だったことも大きい。

「都心の店が潰れたバブル後期も自由が丘では会社のお金ではなく、自前で来る人中心でしたし、周囲が住宅街で家族のお祝いの日に来る人が多数。最後の頃は二代、三代どころか、四代続けていている人もおり、五代目、六代目はどこに行けばよいのと聞かれました」



43年間同じ場所でフランス料理店を営業してきた石島さん。現在は出張料理人をしたり、あちこちを食べ歩いたりと悠々自適

プティ マルシェ以降自由が丘にはフレンチの出店もあったが、たいていは10年ほどで入れ替わっており、自由が丘で43年続いた店は希少。代々住み続けている、しかもある程度以上に裕福な人たちがいる住宅街が後背地としてあったことがそれを支えた。店舗の承継には顧客の承継もセットなのである。

店を閉じる決断をした直接の理由はここ何年かマダムの体調が悪かったこと。だが、それ以外にも食材の高騰、人手の問題もあった。

「イタリアンなら極端な話、開店10分前にお湯が沸いたらなんとかなりますが、フレンチで昼、夜出そうとすると1日8時間労働では無理。ウチはキッチン3人、フロア2人で回していましたが、今、ワンオペの店も増えているのはそのためでしょう。スタッフは8時間労働だけれど、シェフは働くだけ働くという店もあるようです」

しかも、これは日本だけではない。かつてヨーロッパの三つ星レストランは黙っていても働きたいという人が集まり、

彼らは長時間労働にも文句を言わなかったが今はそれができない。そのため、三つ星でも閉めるところが出てきているという。

閉店準備を進めているところに建物所有者が店が無くなることを惜しみ、半年ほど前に空いた1階で誰か居抜きで店をやらないかという話が出た。石島さんと20年ほど働いていた人に白羽の矢が立ち、最終的にはその人が階下に店を開くことになった。椅子やテーブル、食器、調理器具その他を階下に運び、働いていたアルバイトスタッフのうち4人はそこで働くことに。同じ場ではないが、地元の人たちにとっては懐かしい場所が続くことになった。

「私の場合は大家に恵まれました。フレンチは日本では歴史が浅く、承継されるケースは非常に珍しい。自由が丘は近年家賃が大幅にアップ、場所によっては都心のほうが安いほど。店が出て行ってもすぐ次が入ると強気な家主が多く、個人店はどんどん無くなっています」

場が続いてもシェフが、 味が変わったらそれは承継ではない

銀座に店を構えるフランス料理店「SALLE À MANGER」の脇坂尚さんもかつて虎ノ門に構えていた店を弟子に承継できたのは大家に恵まれたからだという。虎ノ門界隈は今、再開発で変動の激しい場所だが、脇坂さんが借りていたビル周辺だけは昔の風情が残っている。

契約時には仲介会社が入ったものの、オーナーは管理会社を入れておらず、入居以降はオーナーとの直接やりとり。そこで、長く働いていたスタッフが脇坂さんが移転した後の店を借りたいということになった時、募集の手間が無くなり、不動産会社に払う仲介手数料が要らないならオーナーにとっても良いこととすぐにOKが出た。
「私が預けていた敷金を返してもらい、新たに入る人が新しい敷金を入れ、名義などを変更。それだけでした」

ただ、店舗は場として承継されたものの、フランス料理

の場合、店はシェフの味で成り立っており、シェフが変わった時点でそれは違う店だと脇坂さん。味は承継できないからだ。



リヨン地方の伝統的な料理で知られるレストランサラマンジェで脇坂さん。リヨンのブション(ピストロ)を思わせる内装

「日本でも老舗のレトロな喫茶店は店が資産で店自体が集客してくれる。パリ中心部でもっとも古いレストラン『Au Pied de Cochon』も、併まい、存在が価値となっており、味で選ばれているわけではない。ヨーロッパやパリで長く続いている店はシェフの名を冠した店ではありません。

逆に神戸にも店を出し、料理界のダ・ヴィンチとまで言われたアラン・シャベルは本人が亡くなった後、しばらくは営業していましたが、今はすでに閉店しています。個人を全面に出しているレストランは容易に承継できるものでは

ないと思います」

場としての店は承継できても、シェフ、味が変わればそれは承継ではないというのだ。しかし、ここで疑問が湧く。ここまで取材、ご紹介してきた銭湯や映画館、喫茶店の承継では形は承継されているが、場の役割、定義その他は大きく変わり、それが承継を可能にした。一方で味が変われば、シェフやその場にいる顔ぶれが変われば、それは違う場という考え方もある。何を大事にしたいかによつて承継の意味も異なるということなのだろう。

まぐろを売りにした食堂を立飲み酒場に。 まちの頼れる相談役が承継、発展を下支え

豊島区南長崎に「厳選こだわりまぐろ」を売りにした立飲み酒場「おぐろのまぐろ」がある。元々は70年以上続く築地の仲卸・小黒食品代表の小黒宏さんの母がやっていた惣菜店兼食堂で、2018年に業態を変えてリニューアルオープンした。承継したのは小黒さんの高校の後輩で、地元でゲストハウスなどを運営する株式会社ユウトの長田昌之さんだ。

「南長崎は祖父母の自宅兼アパートがあった場所で、15年ほど前に当時築60年以上だったそのアパートをゲストハウスにリノベしたことから地域に縁が生まれ、まちのイベント、町会の仕事なども引き受けるようになっていました。そこに小黒さんのお母さんが引退、店を閉めるという話があり、それを惜しんだ地元の人たちは勝手に『長田さんならなんとかしてくれるんじゃないかな』と小黒さんに話をした。そこで小黒さんから私に承継してもらえないかと話がきました」

飲食店経験は大学生時代に居酒屋でアルバイトしていた程度でほぼゼロ。だが、頼られたからにはと引き受けることにし、友人の飲食店プロデューサーを通じて店長候補、料理長候補などをを集め、新たなコンセプトで店づくりを始めた。そこで最初にやったのは何が一番大事なのかをよく考えて譲り受けるもの、譲り受けないものをしっかり分け

るということ。

長田さんは本業でゲストハウス・シェアハウスなどの企画・設計、マーケティング、地域プロデュースなどの他に小規模M&Aのアドバイザーなどもしており、承継時に起きる衝突をよく知っている。

「長年やってきた人には思い入れがあり、この看板は壊さないで、これは変えないでと思いがち。でも、新たに店をやりたい人は全部を先人がやってきたままでやりたいのではない。そこで間に入る行司が必要。譲り受ける側、譲渡する側がお互いを見合っていると話がまとまらないので、



おぐろのまぐろ店頭で長田さん。周辺には飲食店が立ち並び、活気がある。近くにはもう1店、惣菜を中心とした店も出している

一緒に目線でユーザーを見て、残すものを明確にし、双方が歩み寄る。それが成功に繋がります」

おぐろのまぐろの場合、「まぐろ」と「近所の人が集まる場」であることが大事と合意した。であれば、それをベースにあとは譲り受ける側がやりやすいようにしていけばよい。

その結果、食堂だった店は気軽にに入れて、友達ができやすい立飲み酒場スタイル、20代後半から40代のサラリーマンを中心にゼロ次会利用してもらえる店に変わった。名物は升盛り本まぐろ。映えることで店のPRを狙った商品だが、それがまぐろという点にこの店が何を大切にしているかが見える。

開業後、しばらくは多少の衝突はあったようだが、事前の同意からそれが大きな齟齬に



升盛り本マグロ。絵になる看板商品をという考え方方はまさに今どきのセンス。時代に応じて売り物を考えるという考え方も必要なのだ

発展することではなく、「おぐろのまぐろ」はあっという間に人気店に。今では近隣、池袋に3店を展開するまでになっており、長田さんが意図した通り、客同士の交流も盛んだという。

さらに承継後1年経った2019年には長田さんから最初に店長を務めた志村さんの会社、株式会社TUNAに経営が譲渡されている。

「やりたいことは店を持ち続けることではなく、人の成長を促進させること。そこで志村さんが起業できるように支援し、彼に店の経営を譲りました。彼は地元の豊島区生まれでも、地元に暮らしているわけでもありませんが、今、店のある池袋エリアで商店会の理事をやっています。知っている人がたくさんいる、飲食店、ホテルが魅力的なまちはいいまちだと思って事業をしていますが、それを理解、行動してくれているのがうれしいですね」

承継と言う言葉にはどこか保存というニュアンスを感じるが、この事例は芯を残した上で進化、さらにそこに新しい要素が加えられている。承継を起業の機会に転化したものもあり、こうした形の承継が増えればまちも面白くなりそうである。

商店街の名物パン屋を素人が承継、 シェアで継続を模索中

長屋、路地の残るまち、墨田区京島のキラキラ橋商店街に「ハト屋」というコッペパン屋がある。創業は大正元年。なんとも味のある看板が名物で、2017年に店主が亡くなり、営業を止めた後も地元の人たちは去就を気にした。近隣では古い店、長屋がどんどんと建て替えられ、新しい建売住宅に変わっているからだ。

そのハト屋が売りに出たのは2019年末。昭和3(1928)年築ですにぼろぼろだった建物は価値無しとして不動産広告的には借地権上の古家付土地となっており、住戸内には残置物も大量にあった。それでも商店街のど真

ん中でもあり、ほぼ購入を決めた人もいた。建替えで4階建てを建てるらしいと噂が出た。建売業者が買うかもという話もあった。

それに待った!をかけたのは20年ほど前から京島に居住、本業では都市計画や密集市街地の整備に携わる紙田和代さんだ。

墨田区を訪れたのも密集市街地の整備がきっかけ。建替え促進、道路拡幅、公園整備などは災害時にまちの安全を担保するために行われる事業だが、紙田さんはそれがそのまちらしさを消していくことに疑問を抱いてもいた。そ

のまちらしさを残しつつ、ソフト、ハード面からまちを安全にできないか、どうしたら災害時だけでなく平時も助け合う情緒も含めたまちづくりができるか。移り住んでできることを考えよう。地元の人たちと仲良くなっていたこと、長屋好きだったこともあって暮らし続けてきており、ハト屋はもちろん知っていた。

「店の経営は大変ですが、店が無くなり、建売住宅ばかりになると商店街の衰退に拍車がかかる。一方、空き店舗を購入、リノベーションすることで商店街に人が戻り、地域が再生されるかもしれません。これまでこの地域のまちづくりに尽力してきた後藤大輝さんと組んで地域の空き店舗を購入、リノベーションして貸すという投資をしてきたので、ハト屋もそうした形で再生できるのではないかと考えました。それに個人的にもあの看板を残したいと強く思いました」

そこで紙田さんは自己資金を投資、ハト屋を購入した。購入後、空き店舗にしておいては意味がないので、まずは4カ月ほどをかけて残置物を撤去、店を改装した。建物はかなり傷んでおり、雨漏りがあるなど非常に悪い状態だっ

商品ラインアップ。惣菜パンが多少高いくらいで、都心の高級なパン屋に比べればいずれも安価。だが、この地域には高めではないかと紙田さんは気にしている

たそうだ。

建物の改修と並行してパン作りを学んだ。本当は誰かにやってもらいたいところだったが、任せられる引き受け手がいな

かった。半年ほど修業してとりあえずは2020年11月から自分で店を始めた。当初は大きさ、形もバラバラで味についてもこれじゃない、そうじゃない周囲からといろいろ言われたそうだが、やり始めて半年ほどで今の味に落ち着いた。

自分でやりながら同時に誰か、ここでパン屋をやらないかと声をかけ続けた。幸い、兼業でやりたいという若い人がおり、2024年春まではその人が営業をしていた。紙田さんは大家さんに徹し、場所、設備を貸し、売り上げから一定の家賃を貰うことにした。

「下町の、高級店でないパン屋は儲かりません。以前は120円と150円でしたが、今はプレーンが170円で、そこに具が入るとその分、高くなりますが、具は商店街から買ってきたほぼそのままの額なので、利益はプレーンのパンの分だけ。全体として2割以上値上げはしていますが、光熱費、材料費も上がっています。ハト屋は再生後しばしばテレビなどのメディアに取り上げられており、知名度が上がって多くの方が買いに来てくださっていますが、ここの売り上げで妻子を養うのは難しく、アルバイト程度というところです」

それがハト屋に後継者がいなかった理由だろう。紙田さんは以前、ハト屋のおばあちゃん、息子さんにハト屋を継いで良いですかという話をしたことがある。だが、残してほしいという言葉はなかった。儲かっている店ではなく、営業している本人たちにはごく当たり前の自分たちの生業であり、何か特別なものという感覚はなかったのだろう。

収益が上がらないなら値上げすれば良いと思うかもしれないが、紙田さんは高齢者の多いこのエリアでは総菜パン350円でも申し訳ないと感じている。ハト屋は朝6時半に開店、高齢者が一人でモーニングを楽しんでいるような店。都心の高額店とは違うというのだ。



店頭で紙田さん（右）と後藤さん。建物、看板ともに手は入っているが、味わいを残したやり方で古いまのように見える

その後、副業としてやってくれていた男性に第2子が生まれ、育児に手が取られるようになったということで新たな担い手の女性と共同経営することになり、ハト屋はとりあえず継続している。

ただ、紙田さんは将来的には賃料10万円でパン屋、できれば難しいことは承知の上でコッペパン屋として使ってくれる人に貸したいと考えている。

「他でパン屋をやっている店の支店のような形だとコッペパンだけにはならない。パン屋以外でも困る。コッペパン限定でお店をやってくれる人はなかなかいません。きちんと修業してきた人は自分の店をやりたいと思うからです」

これまで紙田さんの会社が買い取り、後藤さんが再生してきた店舗は10軒ほどに及ぶが、それらは今どきの店として再生されており、投資に対してある程度資金回収ができる。それに対して以前とまったく同じ形で再生された店舗はハト屋が初めて。そしてハト屋は現状、なんとかなってはいるものの、誰かがリスクを負って経営するような状

況にはまだまだ辿り着けてはいない。コッペパンという庶民的な価格の商品で勝負しようとすると金銭的な無理が生じてしまうからだ。

お二人にとっては悩ましい状況だろうと思うが、外から見ているとこれが商店街の昔ながらの商品を扱う店舗の経営、承継の難しさの縮図のように見える。

ただ、ハト屋をやったことで副業、シェアの可能性がこれまで以上に見えてきたことも確か。紙田さん、後藤さんはいずれ閉店するかもしれない地元の飲食店をこの手で再生できないかと考えている。

このエリアの飲食店の閉店理由の多くは高齢化と設備の老朽化に後継者の不在。そんな店を買い取って改修、複数人の料理ができる人、好きな人などでシェアして営業する手がないかというのだ。副業、シェアといった近年急速に広まって来た考え方が小規模店舗、商店街を救うかもしれない。

伝統と革新の両輪がないと 承継しても続かない

もう一人、10年前に取材した文京区本郷の魚屋「魚よし」の三代目で、2010年に立ち上げ、今は認定NPO法人となった街ing本郷の代表理事、長谷川大さんにも再度話を聞いた。

街ing本郷は地域にある5つの商店街や町会その他縦割りの組織に、地元に多数いる学生や社会貢献に関心のある社会人を混ぜ合わせて横に繋ぐ団体で、設立当初から将来の高齢化を意識していた。たとえば今はできている町会などの地域活動もいずれはできなくなる、その時に町会内以外の横の繋がりがあれば助け合えると考えたのだ。

「NPOを始めたのは魚屋を継いで父と一緒に仕事を始めた頃。当時は仕事のやり方を巡って父と意見が合わず、いろいろ揉めましたが、ある時、安定的な商売ができている

強みを感じ、だったらその安定をベースに一方で革新的なことをしようとNPOを始めました。

その背景には同じことを続けるだけではダメだという考えがあります。承継というと店を継ぐことと思われるでしょうが、実際には顧客も承継しないと店は続かない。顧客を承継するためには地域に関わることも必要。伝統と革新の両輪があって商売は続くのです」

長谷川さんは例として500年続くという和菓子の虎屋を挙げた。美味しいものを作り続けるというポリシー、伝統は変えず、でも海外に出店する、新しい売り方にチャレンジするなど常に革新を続けている。伝統と革新の両輪があるからそれだけ長く続いているのだと。

長谷川さんの家業である魚よしもずっと鮮魚を扱ってい

るもの、売り方は変わってきた。初代が魚よしを始めた頃の本郷は旅館街で、魚よしのお得意さんは旅館。それが1982年のホテルニュージャパンの火災後、旅館業法・消防法が厳しくなったことなどを受けて多くの旅館が廃業。そこで魚よしは小売を始めた。

その後、スーパーマーケットの勃興で小売りが厳しくなってくると保育園に卸すようになり、現在は飲食店や企業食堂にも卸している。それに合わせて営業は午後からにした。朝から魚屋に来る客はいないからだ。

「まずは親の言うことをやってみて、それを少しずつ変えてきました。最初は一気に全部ひっくり返そうとしましたが、それまでの顧客も大事にしないといけない。でも、振り返るとこれまで変わって来たし、これからも変わる。変わつていいし、変わらない店は潰れます」

親に怒られながらNPOを始め、続けてきたことで地元商店街ではほとんど空き店舗がない状況が保たれている。他商店街では外部コンサルタントを雇わなくてはできない事業を自前でこなし、各種助成事業を取って来られる力があることが地域を支えているのである。

「承継できずに閉店した店はなく、跡を継いでいる店、若い人が入ってきた店が増加、古い店10に対して新しい店12~13といったところ。まちも賑やかになってきています」

2010年という時点でNPOを始めていたことがポイントだった。当時、魚よしには父母と長谷川さんの3人がいたし、他の店では店員がいたところも。今より儲かっており、労働力があったから商店街の会合も昼間に行われ、全体を考えて動くこともできた。

だが、今では店主ひとりで切り盛りしている店が多く、課題があることが分かっていても動けない。商店街だけでなく、個店も同じ。危機が迫っていても手を打つヒマ、力がない。早い時期に全体のために動ける組織を作つておいたことが今になって功を奏しているのだ。



地元の他店主とNPOを始め、さまざまな事業を実践してきた長谷川さん。地域の空き家問題などにも新たな手を打とうとしている



魚よしのある菊坂周辺には肉屋、寿司屋、喫茶店、床屋その他の個人店が残り、営業を続いている店舗も少なくない

長谷川さんはコロナ禍にもうひとつ、承継のための手を打った。それが店舗の建替えだ。

「以前の建物は昭和25年築。背後に木造アパートもあり、どちらもリノベを繰り返しながら使っていましたが、父が施設に入り、子どもが就職、学費が不要になったタイミングでビルに。周囲からはなぜこの時期にと言われましたが、建築費高騰前の良いタイミングでした」

こうしておけば子どもが魚屋を継がなくても事業としては継続できる。ビル内に6戸の賃貸住宅があり、それを貸すことで一定の収入が得られているからだ。

「この間の変化を考えると家賃を払って店舗を借りていたら100%できていなかったと思います。不動産を所有していること、家賃が不要なこと、不動産が稼いでくれることには本当に大きな意味があります」

新しい店舗では加工販売のための調理スペースと設備を整えた。ここは今後の変化を意識して作った。もし、子どもが魚屋を継がないとしても、今、安定的に稼いでくれている保育園との取引をゼロにはしたくない。そこで、既存のビジネスとこの場をセットに他者に継がせることを考えているのだ。

「仕入れ、保育園への配達は午前中。だったら、夕方から営業する和食店の調理場として午前中の仕事とセットでここを貸す手もあると考えています。今もそうですが、午前中に魚屋が開いている必要はありません。このやり方なら肉屋が焼き肉屋と組むなどの手もあり、さまざまな業種をまちから無くさずに済みます」

まちには保育園や小中高などの学校、福祉施設の給食、調理実習など食材を必要とする場が意外にあり、少量多

品種への即応が求められるため、大手には頼みにくい。それを商店街を受け皿にすることで各店舗に仕事を作るということも考えている。こうした商店街のこれからを考える人

がいるかどうかで、商店街、個店の趨勢も変ってくるのかかもしれない。

取材を終えて

以上承継に成功した事例を中心にさまざまな人の話をまとめた。話だけを伺った事例もあり、承継には個人の事情、考えが色濃く反映。周辺の人々の思惑、タイミングなども含めて考えると、こうすればうまく行くという万能なレシピを見出すのは難しいように感じた。

特に昭和に創業、組織、資金などを固める余裕がないまま、社会の変化にそぐわなくなってしまった働き方で続けてきたケースでは同じやり方で事業を続けるのは難しい。場合によっては惜しいと思いつつも見送るしかないのかもしれない。

その一方で承継に成功した事例にはいくつかヒントがある。ひとつは銭湯、喫茶店、映画館、商店街などの事例で出てきたサードプレイス、文化のハブ、横の繋がりなどという言葉だ。単に事業そのものだけで考えるのではなく、まちの中での存在意義を考え、再定義することで事業を残していくという手があるのではないかということだ。

この点では周囲の人たちがその事業が地域で愛されていること、大事に思われていることを事業主に伝えることも大事なのではないかと思う。何度か、「単に生業としてやってきただけで、そんな大層なものではない」というような言葉を聞いたのだが、その言葉は「だからウチなんかいつ辞めても」と続く。いや、そうではない、あなたの店がまちには必要なのだと言う人たちがいれば、黙って退場ということにはならなかつかもしれない。

相談できる人、必要な情報が手に入るようになっていることも重要。事例でいくつか紹介したように業界やまちに「なんとかしてくれる」存在があれば事態は変わってくるはず

なのだ。

といつても、現状は商店街も町会も高齢化で動けない団体になりつつある。まちづくりでは新しい事業者の誘致など既存を変えることに意識がいきがちだが、既存のまちの小規模、個人事業者を支えることも視野に入れるべきではなかろうか。そうした観点での商店街、町会などの再考もあり得るかもしれない。

意外だったのはシェアして運営という話を多く聞いたこと。ビジネスとして資金面などに弱みがある事業などでは検討に値する考え方だろう。

予想はしていたが、不動産が承継に大きな影響を与えていることもよく分かった。特に都心部のように不動産価格、賃料が高騰している地域ではその変動が事業の生殺与奪の権を握る。不動産オーナーにとって最高値で貸すことは正義であり、商店主が自分で経営するよりテナント業に転じて収益を上げるほうが容易と考えるのも当然だろう。

だが、常に最高値を出すテナントに貸し続けることはまちの均質化に繋がり、長い目で見るとまちが個性を失っていくことになる。短期的には正義の行いが長期的にはマイナスというわけだ。そこをどう考えるか。

承継できなかった洋食店の事例で話を聞いた伊部知顕さんはビルオーナーでもあり、自社ビルを含めた地域の再開発にも主導的な立場で関わっているのだが、伊部さんによると「近年、ビルオーナーも高齢化。自分の代でなんとかしたいからか、投資を短期で回収したがる人が増えている」という。本来はビルオーナーなど建物の所有者が地域の将来を考えてテナントを選ぶべきだが、それを不動産会社に

丸投げ、テナントとは対話もしないという。

一方で大型テナントビルでは一定額の賃料+売り上げに応じた歩合が一般的で、テナントが頑張ることがビルの利益に繋がる。だからビル側はテナント側と会話し、応援する。伊部さんも最近のテナントとはこの形式で契約しており、事例で取り上げた立飲み居酒屋おぐろのまぐろは以前に入っていた牛丼チェーンよりも大きな売り上げを上げているという。

同じ不動産でも住宅ではこの間でオーナーがまちを意識、

勉強するケースが増えてきている。ビルオーナーにもそうした意識を持っていただくことも大事かもしれない。

個人的には以降、レトロという言葉の使い方に気をつけようと思った。評価しているような印象のある言葉だが、この言葉は懐かしいと言っているだけで評価はしていない。美味しいでも、素晴らしいでもないのに、レトロなら良しと思ってしまう、思わせてしまうのは事業としてはまずいのではないか。よく使われる言葉だが、これを評価軸にしてはいけないのでないかと思う。



東京R不動産「みんデベ」仕掛け人が考える “地域の未来のつくり方”

みんなが デベロッパーに なる時代

株式会社スピーク共同代表／「東京R不動産」ディレクター

林 厚見

Atsumi Hayashi

●はやし あつみ／1971年東京生まれ。東京大学工学部建築学科(建築意匠専攻)、コロンビア大学不動産開発科修了。マッキンゼー・アンド・カンパニー、株式会社スペースデザイン(不動産ディベロッパー／Kenedix社に統合)取締役を経て2004年に当社を共同設立。建築・デザイン、事業企画推進・ファイナンスなどのバックグラウンドを統合し、プロジェクトや新規事業のプロデュースを行う。



身体性と個の喪失

昔からあった横丁が再開発で消え、清潔で安全だがどこにでもありそうなビルに取って代わられる。そこにかつて何があったのかも思い出せなくなる……よく聞かれる話だ。ではそれは“多様性の喪失”なのか?“均質化”なのか?商店街や横丁も、それこそどこの街にもあって、どれも似ていたのではないか?ヨーロッパの歴史的都市の建物や風景だって、どこも似ているのではないか……そんなふうにも言えるだろう。

ではそうしたいわゆる“つまらない開発”に投げかけられる疑問、あるいは問題とは何なのか。再開発事業で往々にして起こる経済的な失敗の話は置いておくとして、街の官能性に絡めて言うならば、スケールや環境の人工性に起因する身体性の問題は確かにある。大きな開発には利点や魅力もある一方で、人間はそれらに囲まれることで心地

よさを感じにくくなるようにもできている。そして大きな開発は「個人の匿名化」を進め、街から個人の個性や意思の表出を消していく、それが街から何かを奪っていくのだ。

街の風景はいつだって経済ロジックと無縁ではなかった。商売が繁盛する場所に店ができ、より繁盛すべく看板や椅子を道路にはみ出させる。繁盛しなければ消えていく。人は自分の財布と相談しながら魅力ある場所を選んで家を構える。だが時代とともに街の姿を規定する経済ロジックの形は変わる。金融システムの進化によって、大きな資本の合理性が街の風景を規定するようになっていった。大きな解決は都市の密度を上げ、時にエキサイティングで新しいシーンをつくり出すが、必然的に細部が雑になったりするし、個性や思い入れよりも効率と汎用性を歓迎する結果として世界をつまらなくするものだ。

時代の流れの中で

近現代の社会システムの進化は、あらゆる分野で商品やサービスをより大きく・より早く提供していくことを求めてきた。“その人だからできるもの”よりも“誰がやってもできるもの”へ向かうことの合理を正義として、我々を“豊か”にしてきた。現代都市と市場世界の中に生きる我々を取り囲む全てはフォーマット化が進み、短期的欲求を解決する利便価値を優先し、質的譲歩によるコストダウンによって変容していく。交通が発展し、仕事のあり方が変化し、情報流通が進化して、人は働く場所や住む場所を自らつくるよりも「選ぶ」ようになった。我々は物事の役割を分けていくことにより多くの自由を得ることができた。そうした中で場所と人の関係が希薄化することも、僕らを“面

倒”から解放した。

不動産の世界でもそれは20世紀を通じてずっと進んできた。そして90年代終わり頃から不動産の証券化、ファンドビジネスが日本でも勃興し、それは加速していった。大量生産型のディベロッパービジネスはさらに大きな力を持ち、個人の地主や企業が持っていた多くのビルやマンションの多くが投資ファンドに売られていったことで、土地や建物をプロが所有しマネジメントする世界が広がった。それは不動産という資産の生産性と流動性を上げて大いなる経済価値を生み出したが、同時に「主体性」を個人から引き離していった。

隙き間を開発すること

僕らは成長と開発の時代が終わりかける転換期に青春を過ごして、そんな街の姿の“合理的”な変容に自然に違和感を持ち、必然的に「隙き間」に着目するようになった。

残された小さな空間や時間の蓄積を感じる場所は僕らをワクワクさせた。それはきっと“消えていくもの”だったからでもあったはずだし、その意味では“ある時代”的特有の

感覚だったのかもしれない。だが少なくとも、新しい大きなものをつくることに未来を感じることはあまりなかった。そして、誰かが思いを持ってつくった魅惑的な建物や空間を、東京R不動産という装置によって誰かにつなぐことによって残していくことを考えた。同時に僕らはリノベーションに夢中になった。リノベーションにはそれなりの経済合理性があったから、一定規模の市場に育っていった。リノベーションの考え方は人口減少の時代状況にもフィットし、やがてまちづくりの領域に浸透した。いわゆる「エリアリノベーション」が提唱され、各地に広がった。それは地域

の個人(たち)が主体となって、既にあるものを活かした事業を小さく始め、それらを連鎖させることで街を変えていく方法であった。大きな計画で動かせずにいる「隙き間」に、個人の意思が血の通った場所や商い、そして物語を生み出していく。だがそこに大きな資本が迫る時、リノベーションというボトムアップの方法論はしばしば壁にもぶちあたることになる。そうして僕らは、大きな計画・大きな資本の世界と、グラスルーツの世界の“間”に何ができるのかを考えようになっていった。

“ディベロッパー”の終わりと始まり

戦後の人団増加の時代は「建てることがSDGs」だった。とにかく住宅をたくさん供給しなければならない、そのためには効率が必要だ。資本を集約し、大きな計画をこなさねばならない。それを担う民間企業が成長していくことが社会を救う。そういう時代だった。ハウスメーカー、マンション会社、アパート会社……それらをまとめてディベロッパーと言うならば、ディベロッパー業界は大いに成長し、市場と金融の進化とともに大きなシステムと化して、街をどんどん再編集していった。気づけば時代の潮目が変わり、その弊害や寂しさに気づいても、システムは簡単には変わ

らない。それは今なお多くの人に“求められるもの”であり、資本の論理としても政治や行政の力学からしても合理的なものであるから、まだしばらく続いているだろう。僕らは自分たちが創りたい世界に近づくべく試行錯誤してきたけれど、残念ながら主流にはなっていない。だがこのままのあり方が続くことは未来をよくすることは思えない。何かに代替されるべきなのは確かだ。ともかくそんな中、ずっと感じていたのは「ディベロッパーは意味的には終わった」ということである。

「みんデベ」の世界へ

僕らの興味と使命感も、時間とともに自然に変わってきた。ここからのテーマは、一言で言えば“主体性”的復権である。ある意味抽象化された主体としての企業・資本から、地域・まち・個人への、主体性・主導権の移動である。場所に固有の資源を背景に持つ地域の「個人(たち)の意思」が空間や街に反映されること、豊かでおもしろいことであり、それが街に個性と魅力を生み出し、資産価値をも守っていくのだと考えるようになった。“誰でも・どこでもできる”ことの合理性を、“誰かの意思”的力が超えていく時代が来るのではないかと思うようになった。誰でも、プロでなくとも、実は自分たちの街を“開発”していくれるし、



【図1】「みんデベ」サイト
<https://www.realtokyoestate.co.jp/mindev/>

より大きなインパクトを生み出すことができるのではないかと。

そうしたあり方、価値観そして方法論を、僕らは「みんながディベロッパーとなる世界」、略して「みんデベ」と言うことにした。「みんデベ」の本質は、その場所に生きる人がイニシアチブを持つことだ。ここで大事なことは「みんなで」ではなく「みんなが」である。その具体的な方法論の開発と実践はまだ夜明けの段階であるが、まずはそれを加速させるムーブメントをつくるべく僕らは「みんデベ」というメディアを始めている。副題は「今日からみんな、ディベロッパー」。地域で意思を持つ人や事業者が、“小さなまち

づくり”を超えて、街を変えていくディベロップメント（開発・再生）を展開していくための知恵袋や、知恵と人のマッチングの場のようなものを目指している。

なおここにはちょっとした言語矛盾が生じる。ディベロッパーは日本では成長志向の大資本を想起させる“業態”や“業界”を指す言葉とされており、“素人”たちによる街の開発はディベロッパーの行為の隙き間にこそ舞台があったともいえるからだ。だが「みんデベ」とは、これまでのディベロッパーを徐々に代替（リプレイス）し、ディベロッパーを再定義していくのだという心意気を含んだ概念である。

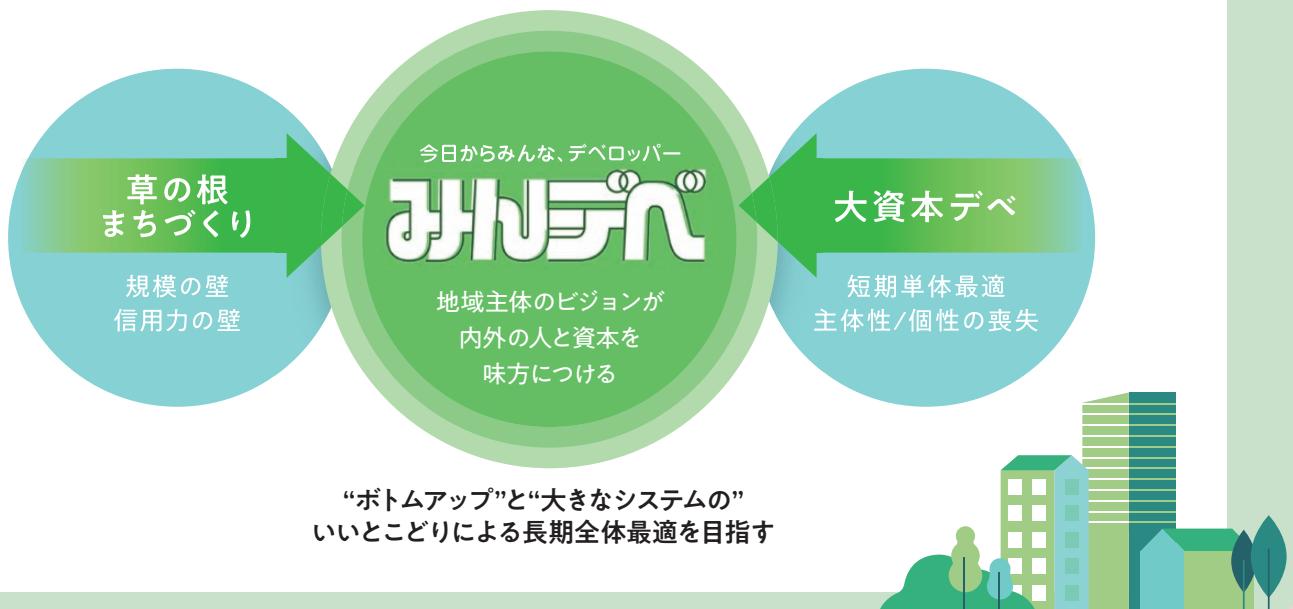
準備は進んできた

これまでずっと、人間的で官能的な街や場所をつくる実践や、乾いていく都市・街をより心地よいものにしつつ、場所の記憶やアイデンティティを継承するためのチャレンジはたくさん行われてきた。民主導の市街地再生や地区計画、地場の民間企業がリードする地域再生や公共空間開発、エリアリノベーションと家守会社、固有の物語を描く地主や大家たち、地方地域に新たな価値観で火を灯す若者たち……。そしてそのためのルールもさまざまな形でつくれられてきた。その多くは主流の流れを変えることはできなかったかもしれないけれど、少なくとも僕らは多くのヒント

をもらってきた。

大きな計画から小さなまちづくりの時代に入り、行政もそこに期待を持つようになった。公共に関わる世界でも“稼ぐ意識”と“パブリックマインド”的な共存が進んできた。新しい時代の価値観の萌芽はすでに大いに進んでおり、知恵や道具も環境も、少しづつ着実に前進している。そしてここへきて建築費も物価も上がり、多くの再開発や大規模プロジェクトが成立しなくなる時代がやってきた。ここから「みんデベ」的な知恵と力、あるいは精神が実を結んでいく時代に入っていくだろう。

【図2】「みんデベ」のポジショニング



必要なのは中間解

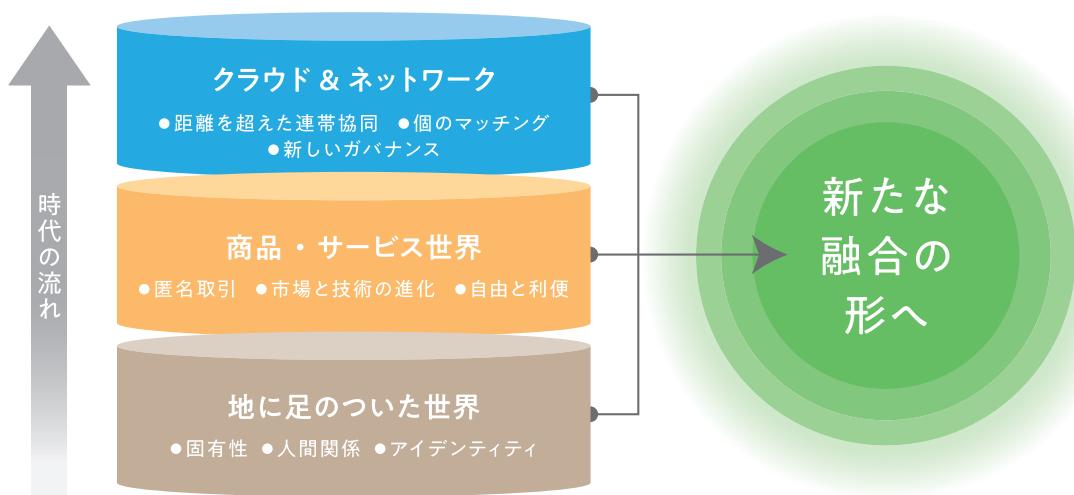
“小さなまちづくり”は思いある個人の意思を点火しながら進化し、徐々に力を持つようになった。地場の大きな資本や、時に大手資本をも巻き込むことも増えてきた。大きなシステムの側も、ローカルの意思や力、あるいはつながりを必要としているのである。

僕らはいま必要なのは「中間解」だと考えるようになった。進化するボトムアップの精神と“大きな資本”的な世界との間に結び融合するための新たな方法論である。ローカルな主体や意思が、市場の力に振り回されるのではなく、むしろ市場を味方につけて活かし、スケールやインパクトを拡張していくのだ。

かつて大都市の時代の前には、人が住む場所と働く場所は大抵重なっていたし、人間関係も土地と強く結びついていた。良くも悪くも顔の見える地域社会はいわば「地に足のついた世界」と言える。だが市場と技術の進化とともに、全てが商品となりサービスとなり、画一化が進み、モノもお金も場所を超えて、人は“まち”的な外へ出ていった。そして力を増していった「商品とサービスの世界」のレイヤーが「地に足のついた世界」の多くの部分を取って代わるようになっていった。

「みんデベ」の考え方は“脱商品”的な価値観を確かに持っているが、かつてのあり方に「回帰する」ことを意図していない。今は「商品とサービスの世界」の上に、「クラウド & ネットワーク」のレイヤーが加わった時代である。デジタルで匿名的な世界に、昔ながらのアナログな世界と、個をつなぐテクノロジーが両側から重なり融合されていく……そういう発想に未来が見出せるだろう。商品とサービスのパラダイムは、規模による信用と効率によって「客が見える前に」大きな投資をすることができるのがその強さである。そこでは小さな主体は極めて限られたリスクしか取れない。だが、仮に使う人や買う人の顔が先に見えていれば、小さな主体がより大きなビジョンを持って投資を誘発することができるはずだ。

新たなディベロッパーのかたちは、ローカルな志と資産を中心しながら、資本やシステムの力を活かしつつ、物理的制約を超えた共感のネットワークを取り込みながら、固有のビジョンをかたちにしていく。それは企業という単位ではなく、もっと柔らかな生態系のようなものである。ではそうした方法論の要素とはどんなものだろうか。



【図3】「みんデベ」のサービス概念



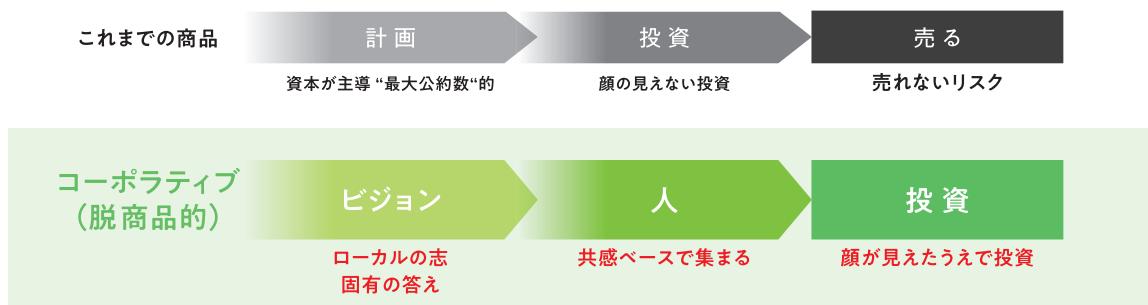
コーポラティブの可能性

コーポラティブハウスという住宅づくりの形式がある。市民が集まって手を組み、自ら開発主となって集合住宅をつくるものだ。住み手たちが「組合」をつくり、土地探しから建物づくり、その後の管理などもしていく。欧米の多くの都市でそれは一般解の一つである。日本では1970年代にチャレンジが始まり、既に50年にわたる歴史がある。自分（たち）の欲しい住まいを自ら主体性を手放すことなくつくり出すコーポラティブハウスに住む人たちの満足度・幸福度は高い。つくる過程で醸成される人間関係もそれを支えていく。コーポラティブはそのプロセスにコミュニケーションを必要とするから、確かに“面倒”ではあるが、そこには確かに幸せが生まれている。そもそも人間は、勉強をサボれば落ちこぼれたり、体を鍛えなければ健康を損ない醜くといった具合に、面倒を避けているだけでは幸せになりにくいものなのだろう。

コーポラティブには「みんデベ」の世界へ向かうまでの

一つの可能性を見出せる。先にビジョンがあり、それに共感する人々が集まった時点でお金が動き、コトが起こされる。金融的信用力のある大資本が先に登場する必要がなく、例えば建築家が自分で土地を見つけてそこにビジョンを描き、住む人（買う人）を集めればプロジェクトは実現できるわけだ。顔の見えない段階でリスクの少ない“最大公約数的な商品”を計画する必要はない。

コーポラティブとは「主体性」の復権そのものである。“脱商品”的であり、本質的に合理的でもある。多くの資源を費やすことで高級価値を生むのではなく、プロセスと関係性によって愛着価値を生むという性質も含んでいる。近年急速に発達しつつあるWeb3やDAOといった脱中心・分散のパラダイムへ向かう動きも、コーポラティブな世界観と共にある。そこでは不動産の所有権や利用権は主体性を持った人々の意思に基づいて柔らかく流通し、共有されていく。



【図4】コーポラティブ（脱商品的）とこれまでの「商品」の違い

コレクティブな発想へ

コーポラティブハウスと似た言葉でコレクティブハウスがある。高齢者や多世代が集まって住む住居形態だが、日本の老人ホームのようなシェアハウス型ではなく、各々の世帯は独立した家を持つつつ、共有のダイニングなどのコモンスペースを持つ。孤独を避けながらもプライバシーを確保し、そのバランスを取るかたちである。コレクティブというのは「集まって・集合の」といった意味もあるが「全体

の・全体で」という意味もあり、その2つはもちろん関係がある。集まるならその全体のあり方を考えようというのは自然なことであって、日本のマンションのように「集まっているが、全体としての意味は特ない」というのはコレクティブではない。

街というのは本来、意識的にせよそうでないにせよ全体としてデザインされる方がいい。だがこれまでのディベロッ

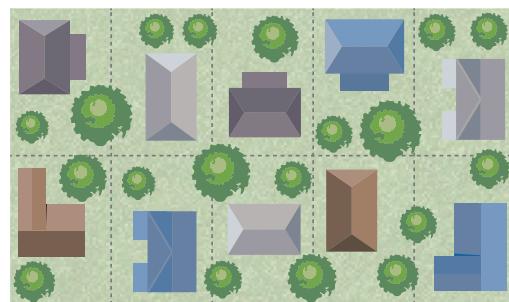
パーは、周辺や地域をコレクティブにつくっていくような枠組みの中にはなかった。しかし昨今のディベロッパーたちは、本質的にその場所に必要とされる範疇を超えて開発する。需要があるからつくるのではなく、仕事の機会をつくるために売り物をつくることを迫られる。その結果、敷地単体の範囲で考えるだけでは利回りに限界があり、むしろ周辺を含めて何がしかの仕掛けを考えることが経済最適へつながるという場面が増えてきた。ある土地の価値はエリアの価値に左右されるため、エリアの価値を上げること、街をコレクティブに捉えることが合理性を持っていくというわけだ。

都市計画や建築に関わる制度も、住居地域や商業地域といいったいわゆる用途ゾーニングなどは全体のあり方から考えられたものではあるが、土地・建物の単位では、私権優先のルールが基本であり、各々が自由にバラバラに最適化されていくようにできている。その基本的なあり方が根本的には変わらないにせよ、コレクティブな都市に向かうためのルールや手法は色々ありえる。例えば小さな個人店が連なる入り組んだ横丁は、権利がまとまりさえすればタワーに変わることが経済論理として必然に思えるが、その上空の空中権すなわち容積率を近くのビル開発案件に売却すれば、経済的な問題はクリアして生き残ることができる。これは東京駅の駅舎で行われたものだが、米国などでは歴史的建築を保存するために使われる制度として容積率バンクも存在する。

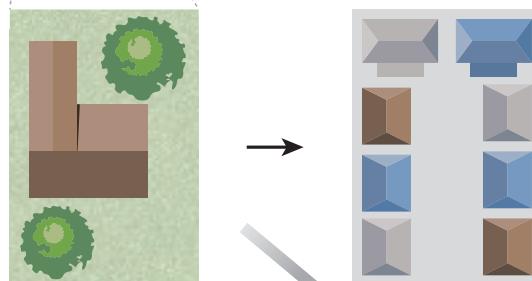
主体性が地域・まち・個人に移ることは、そうしたエリア単位での長期的な全体最適に向かっていく力を強めていく可能性を持つだろう。

【図5】ミニ開発を避ける考え方の例

広い区画割で 緑が残ってきた地区



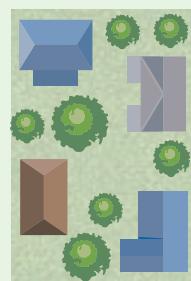
相続で小さな区画に分割され、緑が消えていく…



そうではなく…

「4~5区画の分割でも
売れる場所ではないか?」

コ-ポラティブ方式で
買い手が集まったら売る



それが連鎖することでできる街並みを
ビジョンとして先に掲げ、現実を誘導する



地主が主体性を取り戻す

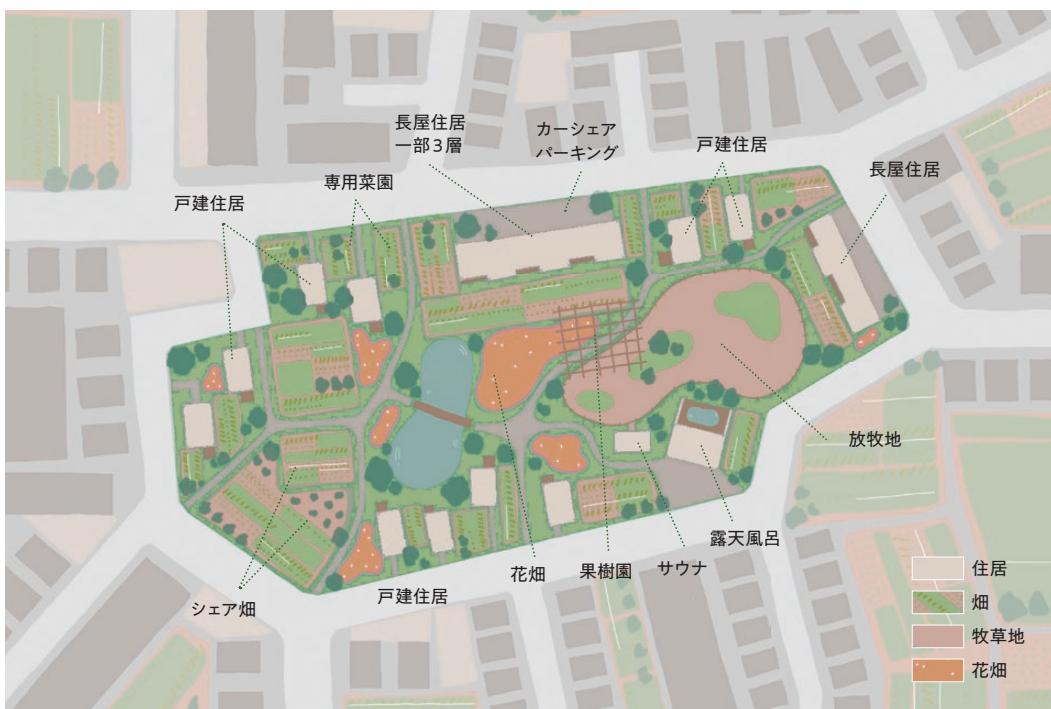
地域の魅力を守ることと自分の資産を守ることが同期する時代になった。新たな世代の地主たちは徐々にそれに気づきつつある。価値観の転換期が来ているのだ。ここでも土地に根を張る個人の主体性が改めて意味を持つだろう。

相続で畠が売られ、宅地分譲業者や建売業者が買い取り、売りやすいサイズに切って売られていく……よく見かける風景だ。それは市場原理には一見適っているが、主導権が地主でなくディベロッパー側にある限り、あくまで部分最適に向かっていく。だがその場所に根を張る地主が自らディベロッパーとしてふるまうことができれば、長期的・全

体的な最適へ向けて別の考え方をとることもできる。仮に自分の持つ畠の半分をどうしても売らねばならなくなつたとしても、ただ半分に切って売るのではなく、真ん中を畠として残して周りに家を建てていくだけでも意味は変わる。住宅は畠を風景として取り込み、そこに住む家族や高齢者は畠と共生する。地主が営農を続けることが難しければ地域でシェアしていくことで、畠地域の新たなアメニティ、共有資産となる。畠はコミュニティの拠点、新たなコトの始まりの場になるかもしれない。

僕らはいま東京の郊外で新しい価値観を持つ地域の地

【図6】生産緑地の共生型活用のイメージ



主たちとタッグを組んで、いくつかのコーポラティブ・ビレッジのプロジェクトを進めている。あるお寺のオーナーは、創造的な教育事業も手がけながら地域の新たなコモンズとしての寺のかたちを追求して独特のコミュニティをつくりあげつつ、境内の森や寺の歴史を継承していくべく様々な活動を展開し、寺を新たな場所として再定義しながら、我々

と協働して周りの不動産の再編集を進めている。またある農地地主は自ら「自分ごとタウン」というコンセプトを立てて自らの農地を地域に開き、農地を介して街に新たなコトを生み出していくプロジェクトをスタートした。また別の地主は、福祉事業やカフェを運営しながら“日常の中のケア”を街全体に重ねていくというテーマに向けて不動産の再生

や開発をしつつある。

僕らは住宅のプロジェクト等を起点にしながら、地域の組合やオーナー自身の地域事業や、域外の人との関わりの仕掛け、公民連携などについても一緒に考えていくことになる。相続は街の風景が変わるきっかけになる機会であ

り、そこで単に外の誰かに資産を手渡すことで経済的問題を解決するのではなく、未来の風景に向けた創造的なシナリオを持つことで街の魅力を同時につくり出し、それによって資産を守っていく。そのためにはやはり、主導権・主体性を自ら持つことが必要である。

ローカルディベロッパーの生態系

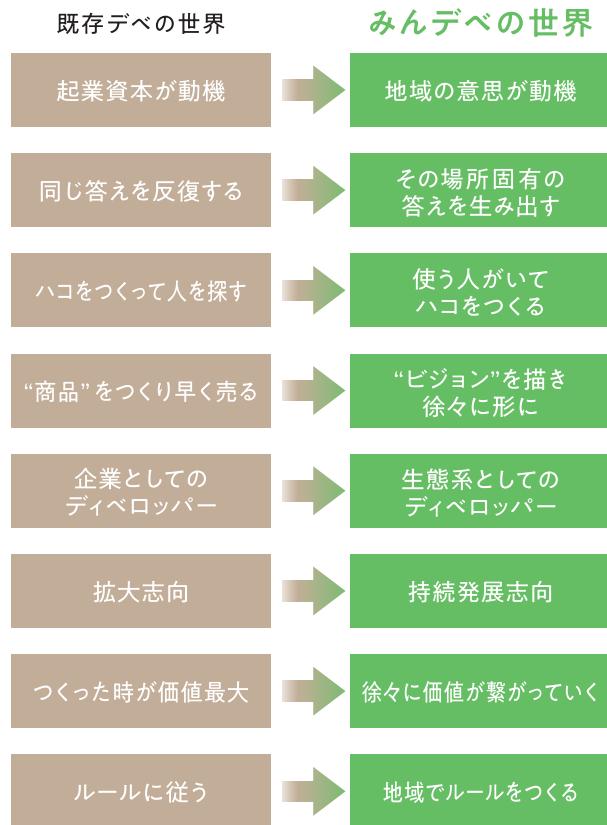
地方地域はどうか。ここでも、その土地・地域と運命を共にする腹括りを持つ人や事業者が「主体」になれるかが鍵になる。ローカルの主体性がなくなった地域は、客観的な合理性のみで評価される結果として、一部のコア都市を除けば衰退へ向かわざるを得ないだろう。一方で強い主体性と地域への執着・愛着を持ったリーダーシップが存在すれば、そこにはある意味で“非合理的な”志と情熱が波及し、個性と魅力が宿り、しぶとさが生まれていく。これは決して意識高めのベキ論ではなく、豊かに生き残るために戦略といえる。これからは合理性とは、固有性にこそ見出せる。想像力を放棄してシステムに任せることは悪手であり、何よりもおもしろくない。

ローカルな個人の意思や個性がローカルな資本や事業とつながること。そこから新たなローカルディベロッパーのイメージが見えてくる。ここでいうローカルディベロッパーとは、地域資本や地域の意思がベースとなる地域再生／開発の主体だが、それはもちろん一つの企業を意味しない。連携・協同する会社、人、活動、金融、そして地域の小商いや草の根活動までをも含めた総体としての「生態系」を意味する。そこにはナショナル企業が株主のために経済最適を目指すものとは違う目的がある。資本主義ルールの目線から見れば非合理的ともいえるような志は、それが自体が事業展開におけるパワーの源泉ともなっていく。

ローカルディベロッパーは、ハコ（不動産）とソフト（地域のビジネスや活動）と一緒に開発していく。地場の産業、自然資源や観光資源、人、技、文化・風土、風景、魅力的なコンテンツ……それらをつなげて編集し、価値を拡張していく長期的な企てである。それは旧来の不動産ディベロッパーという概念の外側を含むものだ。そしてそれは「みんデベ」の思想と当然に同期する。

例えば、地域で個性的な取り組みをして逞しく稼いでいる酒蔵の若旦那と農業を営む若手のチームが街の未来を考えているとする。彼らがローカルディベロッパーの発起人となる。彼らは自分の会社やチームだけでなく、地域でおもしろい小商いをやっている人や地域金融など様々なプレーヤーたちと一緒に、地域産業の発展の戦略や街の未来像、そしてそこへ至る戦略や道筋を描いていく。新たな仲間を募りながら、例えば東京の料理研究家などとも連携して発酵食品加工の新事業をつくり、それらを体験できる

【図7】過去のデベ、これからのデベ



レストラン、ファクトリー、宿泊、アグリツーリズモ等へも展開する。徐々に関係人口も生まれ、そこからまた新たなコトが派生していく……そんなイメージだ。そんな展開において不動産を動かす実務的なブレインや資本は外から呼べばいいが、志と道筋を決して丸投げすることなく、あくまで自分ごととして進めていけるパートナーを頼ることが重要となる。そしてローカルディベロッパーは地域の課題を解決するような新たなルール・制度をも提案し、地元の共感・支持を得て実現していく。

僕らは例えばいま、伝統工芸産業が今も根強く残る街で、地元の人たちとともに不動産会社と観光関連の運営会社をつくり、街なかの再生と産業再生をシンクロさせていくシナリオを考え始めている。また別の地域では、独自の感性やアイディアを持つ食品加工事業者や畜産事業者と話を始めているが、そこでは食事業自体への投資や、多世代共生居住の新たなかたち、アウトドアを絡めて体験の場などさまざまな要素を組み合わせたローカルディベロップメントの実践をしたいと考えている。

武器の共有と橋渡しの職能

ここで書いたような話に関心や共感を持つ人が「みんデベ」しよう!と思ったとしても、多くの人は「言いたいことはなんとなくわかった気がするけど、どうやっていくのかイメージがわからない..」と戸惑いを感じるように思う。道筋や方法を、あるいは必要となる道具やつながりを、共有していかなければならない。僕らの「みんデベ」メディアはそのための場の一つだ。

小さな志が生まれたとして、そこから誰にどのような話をして巻き込んでいけばよいかのイメージもしにくい人が多いだろうが、少し行動の方向性や考え方を変えるだけで、物

事の進み方は変わる。資金調達に関しても、クラウドファンディングの仕組みは進化してはいるものの、他にもまだあまり知られていない工夫・方法は存在する。不動産や建物については確かに専門的な知識も必要となるし、行政へのロビингも時には必要となるだろう。そうした場面では当然ながら専門家、プロフェッショナルの出番がある。これからプロに求められるのは「個人の意思と市場やシステムの間の橋渡し」だ。僕らはこうしたさまざまなサポートを新たな職能にして実践しながら、自らも当事者となりたい。

主体性がナラティブを生む

誰もがディベロッパーになること、その場所に生きる人が主体となることは、個々の人と場所の物語=ナラティブが街に、都市に表れていくことに他ならない。そしてその過程自体とともに、新たなナラティブが人々に共有されていく。個性や固有性が都市の風景と体験から少しずつ消えていく中で失われたものを新たなマインドと方法によって取

り戻すことは、街と紐づいたアイデンティティを人々の中に再生していく。冒頭の均質化論に対する一つの処方箋となることを目指して、住まいや街のあり方・つくり方をより自由で多様で民主的なものにしていくという僕らの変わらぬテーマを追求していきたい。



『Sensuous City [官能都市] 2025』

終章

Make The City Sensuous

LIFULL HOME'S 総研所長 島原万丈



はじめに： アンドロイドは都市の夢を見るか

大阪夢洲で開催されている大阪・関西万博。大阪大学のロボット工学者石黒浩氏がプロデュースしたシグネチャーパビリオン「いのちの未来」で、50年後の未来として見せられた映像は、ちょっとうろたえてしまうほど衝撃的な未来だった。そこでは、孫と暮らす余命わずかなおばあさんに、ふたつの選択肢が提示される。ひとつは寿命を全うしナチュラルに生涯を終える道。もうひとつは、自身の記憶をアンドロイドに引き継ぎ、アンドロイドとして生き続ける道。どちらかを強制されるものではないが、街には既にアンドロイドが溢れている。

初めて聞いたアイデアだから驚いたわけではない。「攻殻機動隊」では電腦化した脳を持つ全身義体化されたサイボーグが主人公だ。しかし攻殻ではオリジナルの脳は脳核の中に引き継がれ、自我はゴーストとして継続するのに対して、「いのちの未来」では脳は肉体と一緒に滅び、記憶だけがデータとしてアンドロイドに移植される。その後は機械の身体で世界を経験し、保存された記憶データからAI的な何かが意識のようなものを生成して“生き”続けるというのだ。おばあさんは「アンドロイドの私は私なの？」と葛藤するが、ちょっと待ってくれ、そんな訳があるはずない。映像は強い絆で結ばれた家族にテクノロジーが寄り添う物語のように仕立てられてはいたが、私にはテクノロジーによってブーストされたディストピア、エゴイスティックでグロテスクな未来にしか見えなかつた。50年後というリアリティがあるようないような中途半端な未来なのがまた、気持ちの悪さを増幅させた。

今回の万博では他に、「PASONA NATUREVERSE」パビリオンで展示された、iPS細胞から培養された拍動する心筋シートも大人気だったらしい。アンドロイドにしろiPS細胞由来的心筋シートにしろ、これら日本のパビリオンが考える「いのち輝く未来」とは、ひょっとすると可能な限り死がない未来なのかもしれない。もちろん病気の人を救う医療技術の発展は重要だ。しかし、iPS細胞の心臓とアンドロイドの間のどこに一線を引くのか、という哲学的な難題に私たちが答えを持っているわけではない。

一方、フランスとイタリアのパビリオンが見せてくれたのは、

日本側とは全く次元の異なる「いのち」だった。フランスパビリオンのテーマは「愛の讃歌」、イタリアは「芸術は生命を再生する」だ。SDGsとテクノロジーの祭典のような「いのち輝く未来社会」に、愛と芸術で乗り込んできたのはさすがのお国柄だ。

イタリアパビリオンの目玉は、古代ローマ時代の彫刻「ファルネーゼのアトラス」、そしてバロック美術の巨匠カラヴァッジオの「キリストの埋葬」。どちらも重さによって人間の肉体を生きしく表現する、イタリア美術の至宝ともいえる作品である。しかしこの2作品を同時に展示したところに、イタリアが忍ばせたメッセージがあるような気がした。永遠に老いない肉体でゼウスの罰を受け続けるアトラスと、人類の救済のため死を受け入れたイエスの亡骸。この対比が言外に語りかけるのは、「死」こそが「いのち」に尊い輝きを与える、という彼らの人間観だ。フランスパビリオンはディオールの展示が感動的だった。壁一面に飾られた約400点もの白いトワル（試作の服）は圧巻のひとことで、ミニチュアなのに息を呑むような美しいシルエットは、布が服として生命を宿す瞬間を切り取り、そこに包まれる人間の美しい肉体を表現する。しかも試作の服として見せられることで、そこにははない職人の手仕事に思いが至る。そして、暗い展示室を抜けて一度屋外に出たところで私たちが目にするのは、水盤の向こうで初夏の日差しに照らされた樹齢1000年のオリーブの大木だ。人間がつくり出すファッショントモードと自然の圧倒的な時間軸の対比。フランスパビリオンもまた、日本のパビリオンとはまったく異なる生命観をメッセージする。

今回の万博には未来の都市の巨大なジオラマを展示するパビリオンもあって期待したのだが、プレゼンテーションの主眼はエネルギーにあったのか、未来都市のイメージとしてはちっとも心が躍らない。そんなコルビジェの超劣化版のような空地ばかりの都市に誰が住みたいかね。未来の都市を名乗るパビリオンも専門特化したメーカーによる展示なので、各セクターの後衛開発のショーケースに過ぎない。パビリオンの展示はイメージ系のビジュアルプレゼンテーションが主流で、やたらと専用アプリを使わされた印象がある。大屋根のリングは優しくも莊厳で素晴らしいが、会場全体

はよくできたテーマパークのようだった。1970年万博の空中都市のように、未来への大きな想像力を刺激してくれる展示がないのは、もうそういう時代ではないということなのだろう。未来の都市を巡る構想は、リアルな空間をどうこうしようというのではなく、主戦場はすでにサイバー空間に移動しているようだ。アンドロイドはリアルな都市の夢を見ないのだ。

それだけにイタリアやフランスのプレゼンテーションの核心にある人間観が、私には好印象であった。ある意味で、1970年万博で岡本太郎が「人類の進歩と調和」に叩きつけた太陽の塔にも似た、痛烈な異議申し立てがそこにはあった。

第1章 センシュアス指標

1. 動詞で都市の官能性を測る

調査結果を確かめる前に、まずあらためて『Sensuous City [官能都市]』（以下、このレポートのことを指すときは「センシュアス・シティ」、概念として用いるときはセンシュアス・シティ、または〈センシュアス〉と表記する）の評価指標に込めたLIFULL HOME'S総研の意図を共有し、この指標で都市評価をする意義について確認しておきたい。

2015年の「センシュアス・シティ」が、先行するさまざま都市評価指標とは一線を画したのは、動詞すなわちアクティビティによる都市評価という点に尽きる。

アクティビティから都市を分析するアイデアは、経験が人と場所を結びつけるという新たな視点を都市に持ち込んだイーフー・トゥアンやエドワード・レルフによる人文主義地理学に思想的起源を持つ「プレイスメイキング」から着想を得たものだ。「プレイスメイキング」とは、トゥアンとレルフが提出したスペースとプレイスという概念を土台に、ボトムアップ型のアプローチで公共空間をスペースからプレイスに変えていくとする新しい都市デザインの考え方で、1980年代にヤン・ゲールの『建物のあいだのアクティビティ』によって実践方法として確立されてきた※1。「センシュアス・シティ」はプレイスメイキングの考え方をマーケティングのリサーチ手法として取り入れ、大規模な定量アンケート調査によって各都市の魅

力を測定するという試みであった。

動詞で都市を評価することのリサーチ上の利点は2つある。それはまず、得られるデータの主語がその都市に住む「私」であるということ。一般的な都市評価では、インフラの整備率やGDPもしくは所得、大学や病院あるいは大型商業施設などの数、公園面積など、公的な統計として整備された客観的数値で都市を評価することが多い。この場合、確かに数値は客観的だが、都市の魅力を語る数字の主語はモノやカネである。またこのような公的統計からのアプローチは一見客観的な評価のように見えるが、結局どの統計数字を指標として使うかの取捨選択——それはすなわち魅力的な都市とは何かという定義問題もある——に調査主体の都市に対する価値観や意志が反映することは避けられず、その点においてはアンケート調査と優劣はない。動詞による評価のもう一つの利点は、調査回答者の自己申告ではあります、「した／していない」という事実としてブレないデータで測定できることである。これに対して、「楽しい」や「美しい」など形容詞、あるいは「住みやすい」「利便性が高い」などの都市の機能や性能に対する主観的な価値評価は、クライテリアが人それぞれであるばかりでなく、個人的回答も不安定であるという弱点を持つ。

※1 都市デザイン手法としてプレイスメイキングが確立していく過程は、園田聰（2019）『プレイスメイキング』学芸出版社、18～38pを参照

2. 評価指標の改定の動機

「センシュアス・シティ」は都市の魅力を測る新しいモノサシの提案である、と本報告書の中では何度も述べてきた。2015年版『Sensuous City [官能都市]』が我々の想定を遙かに上回るヒット作となったおかげで、「毎年やらないのか」「定期的に発表して欲しい」などの要望を本当に多数いただいていた。にもかかわらず、2015年に発表して以来「センシュアス・シティ」を改定してこなかったのは、そもそも目的が都市の序列化ではなく、モノサシの提案だったからだ。だから改定する必要があるとしたら、それは評価指標そのものを見直す時だと考えていた。

今回、「センシュアス・シティ」の評価指標を見直す大きなかきっかけとなったのは、やはりコロナ禍の経験が大きい。懸念されるのは、コロナ禍の自粛生活が生活意識として定着しているのではないか、ということである。野村総合研究所(NRI)が全国の15~69歳の男女個人約3000名を対象に2023年12月に実施した調査^{※2}によると、生活全般について「コロナ禍前の生活に戻る(戻った)」と回答した割合は34%に留まり、49%は「ある程度コロナ禍前の生活に戻るが、完全には戻らない(戻っていない)」と考えており、さらに17%は「コロナ禍と同じ生活を送り続ける(送り続けている)」と回答しており、その理由は「今の生活様式に慣れてしまったから」が最大である。コロナ禍前の生活に戻っていない人ほど、「外食」「趣味・レクリエーション関連」「旅行費用」「人とのつきあい・交際費」等の支出意向が低く、「1人で過ごす時間」「リラックスする時間」を重視する傾向がある。NRIのレポートは、自粛生活に慣れてしまった人々が元の生活にシフトするとは考えにくいとして、時間がたてばコロナ禍以前の生活に戻っていくと楽観的には考えられないと分析している。

NRIの調査は新型コロナウイルス感染症が5類に移行して半年以上経過した時期とはいえ、2023年12月に実施されたものなので、これが単なる回復の遅れなのか定着なのかを断定するには最新の調査を待つ必要がある。けれども、2024年になっても消費や娯楽がコロナ前の水準を回復していないことを伺わせる調査結果(たとえば総務省「家計調査」など)は数多くある^{※3}。今回我々が実施した調査でも、コロナ禍を境にネットショッピングやストリーミング視聴が増え、街での飲食や他者との交流が減っていることを示すデータ

が得られている(83p~84p)。

もし「コロナ禍と同じ生活」意識が一定程度の市民の中に定着しているのであれば、都市はこのような生活意識の変化を受け止める必要がある。たとえば中心市街地再生の目標とされがちな「経済の活性化」や「賑わいの創出」や「交流の促進」などのスローガンは、いくらか軌道修正が求められるかもしれない。

もちろんコロナ禍が都市にもたらした変化には、都市にとってポジティブなものもある。密な状態を避けることを求められたコロナ禍では、コロナ前から提唱されてきた水辺や公園や歩道などの公共空間のオープンスペースの活用に関心が集まつた。各地で多くの社会実験的なプロジェクトが行われ、プレイスメイキングの取り組みとともに次第に都市に実装してきた。たとえば河川空間のオープン化は2023年度末で累計137事例、Park-PFIは2024年度末で182箇所、ほこみち(歩行者利便増進道路)指定路線は2024年度末で171路線と、いまや公共空間の整備・活用はまちづくり的一大テーマと言っても過言ではない。都市生活者として歓迎する状況であるのは間違いないが、先ほどみたコロナ禍による生活意識の変化は、公共空間の活用においても目配せが必要になる。コロナ禍前の生活に戻った人が他者との時間を増やしたいと感じているのに対して、そうでない人はひとりでリラックスする時間を増やしたいと考えているため、求められる都市空間の質は両者で違ってくる可能性があり、特に公共空間などでは互いに異なる志向性をバランスさせることが求められる。

また、テレワークやWEB会議、コンテンツのストリーミングサービスやフードデリバリーなど各種ネットサービスが、コロナ禍期間中に一気に普及・浸透したことは、一概にポジティブともネガティブとも言えないが、これらデジタル化によってもたらされたライフスタイルの変化は、自宅や自宅周辺で過ごす生活時間を増加させることを意味しており、私たちと都市の関係を確実に変化させた。

さらに付け加えるなら、この10年の間に国土交通省の都市政策の方向性が変わったことも、「センシュアス・シティ」の評価指標の見直しの動機になった部分もある。2020年から始まった「居心地が良く歩きたくなるまちなか」というコンセプトを掲げたウォーカブル推進プログラムは、道路を単

なる通行路と見なしていた従来の政策にはなかった発想で、国の政策が新しいまちづくりの方向性を打ち出したものと評価できる。さらに、2025年5月に発表された『成熟社会の共感都市再生ビジョン』では、容積率の大幅な緩和を起点とする都市再生の限界を認め、新しい都市再生の方向性の必要性を宣言した。国策の方針転換は決定的なものになったとみていいだろう。それは逆にいって、従来の都市計画やまちづくりの政策を規定していた価値観が限界を迎えており、という認識に基づいたものもあり、「センシュアス・シティ」

が提案してきたようなコンサマトリーな価値へ目を向ける時代の到来を予感させるものである。

2025年は、前作『Sensuous City [官能都市]』の発表から10年の節目であるし、新型コロナの感染症法上の位置付けが5類に移行してまる2年が経った。このようなタイミングを時至れりと見て、センシュアス・シティの指標を見直しておくべきではないかと考えた。

3. 2025年版センシュアス指標

それでは、具体的に『Sensuous City [官能都市] 2025』の評価指標を確認していこう。「センシュアス・シティ」では、都市生活の基礎的な条件としてアクティビティを不特定多数の他者との「関係性」にかかわるものと生身の身体で経験する「身体性」にかかわるもの大きく2つの領域に分け、各領域には4つの指標があり、それぞれの指標は4つの動詞から構成される、という形になっている。断っておく必要があると思われるのは、先に勘と経験で指標を設定してアクティビティを揃えたのではないという点だ。設計のプロセスとしては、まずプロジェクトチームがブレストで考えた60項目のアクティビティ群（動詞）で予備調査を実施し、回答を因子分析し、さらにAIの助けも借りながら指標に集約したという順

になる。

なお、予備調査にかけるアクティビティ群（動詞）のリストアップでは、子育てや日常的な通院のように特定の属性にのみ可能または高頻度で発生するものは除外し、単身者でもファミリーでも若者でも高齢者でも、成人の都市生活者であれば誰にでも行える・行う可能性があるアクティビティに限定した。

都市評価調査はランキング結果にばかり目が行きがちではあるが、この評価指標こそが「センシュアス・シティ」の核心であり、都市に対するLIFULL HOME'S総研の価値観の表明でもあり提案でもあるので、少々長くなるが、まずはお付き合い願いたい。

【関係性】

①親密な共同体

おおよそ都市はよそ者が集まって生きる場所である。もちろん地方都市では生まれも育ちも地元という人が多いだろうが、数世代さかのぼればだいたい別の土地にルーツがあつたりする。都市ではそれぞれ違った価値観を持つ他の他人が集まって住むからこそ、人々は、互いの違いを認め合い協力し合って生きる共同体を必要とする。それに、私たちは地域に税金を納めてはいても、地域に対して消費者であるべきではないという認識は重要である。国全体で財政も人材

も不足するこの時代、なんでもかんでも行政に要求して文句を言っているよりも、地域の問題は地域で解決し、地域の利益のためにみなで協力するという態度のほうが、結果的に自分の利益にもなる。

しかし、都市の共同体は伝統的ムラ社会的な地縁血縁にもとづく半ば強制的な関係性ではなく、あくまで自由意志にもとづく緩やかな協力関係として形成される。特によその土地から移り住んで来た者にとっては、その地を選んだこと

※2 野村総合研究所(2024)「コロナ禍以前の生活に戻せない日本人～戻らない日本人の余暇消費と新規需要開拓の必要性～」
https://www.nri.com/jp/knowledge/report/20240226_1.html

※3 たとえば総務省「家計調査」では、2024年の「外食の飲酒代」や「教養娯楽サービス」に対する支出額（全国平均）は、2023年より改善しているとはいえ、2019年比でまだマイナスとなっており、人口規模が小さい都市ほどマイナス幅が大きい。

はたまた偶然であったとしても、住む場所での良好な人間関係が地域とのつながりを実感させる経路となり、地元意識を育む。社会全体で人間関係が希薄化する現代、さらに自宅と自宅近くで過ごす時間が増加したアフターコロナ時代には、この指標の重要性は高くなっているだろう。都市における「親密な共同体」を以下の4項目で測定する。



「親密な共同体」イメージ

【関係性】

②ひとりの公共性

都市生活者は、人と人が人格的につながる共同体を求めるのと同時に、つながらないで放っておく／放っておられる匿名性も必要とする。職場や学校や家庭で常に“誰”であるかの役割を求められている私たちには、時には“誰でもない”自分になって雑多な大衆に溶け込む自由で気ままな匿名性を求める。

2015年調査では「共同体」指標に対するバランスを取るために「匿名性」指標を設定し、共同体の価値観・倫理観の束縛からの自由さ、言い換えると都市の寛容さを測ることを意図していた。しかし、具体的な項目として「カフェやバーで1人で自分だけの時間を楽しんだ」「平日の昼間から外で酒を飲んだ」「不倫のデートをした」「夜の盛り場でハメを外して遊んだ」など、夜の闇に溶け込んでいくような匿名性をイメージさせるアクティビティを揃えてしまった。そのことで都会の無関心に限りなく近い匿名性を抽出してしまった感があり、実際「匿名性」は大都市に優位な指標になっていた。

しかし「センシュアス・シティ」が想定する匿名性は、その場所や他者に無関心であることとは違う。自分さえよければ他人はどうでもいいと誰もが身勝手に振る舞えば、回り回って自分が生きる環境の質が悪化する。かといって見知らぬ人を、コミュニティの利益を侵すかもしれない潜在的脅威として過度に警戒すれば、様々な行為があらかじめ禁止される窮屈な管理社会を招いてしまう。都市の匿名性は、お互い名前も素性も知らない同士が、たとえ直接的にコミュニ

- ✓ 地域のボランティアやチャリティに参加した
- ✓ 創業の飲み屋で店主や常連客と盛り上がった
- ✓ 店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした
- ✓ 近所の人にお裾分けをした・された

ケーションをとらなくても、この場所と時間を共有し、無言の連携プレーでそれを守っているという参加意識のような感覚を土台に成立するべきである。社会的な生き物である人間にあって必要なのは、自分が自分よりも大きなものの中に帰属しているという感覚であり、それは匿名性の高い空間にも求められる。

結局のところ都市に求められる匿名性とは、無関心な没交渉ではなく、自分の価値観で他人のことによやかく口を出さない慎み深さや寛容性にもとづく匿名性であり、もう一つは、見知らぬ人々を基本的に善良な人々であると直感的に信頼する良識をもった匿名性である。未婚化と高齢化の相乗効果で単身世帯比率が4割に達する現代において、またひとりの時間を望む人が増えたアフターコロナ時代において、都市はひとりを受け止め孤独にしない場所であることも求められる。このようなニュアンスを表現するため、この指標の名称を「ひとりの公共性」として、以下の4項目の動詞を設定した。

- ✓ お寺や神社にお参りをして手を合わせた
- ✓ カフェやレストランで自分だけの時間を楽しんだ
- ✓ 銭湯で見知らぬ人たちと湯に浸かった
- ✓ にぎわう広場や通りで、思い思いに過ごす人々をひとりで眺めていた



「ひとりの公共性」イメージ

【関係性】

③ロマンス

2015年の調査で設定した「ロマンスがある」指標は、間違いなく「センシュアス・シティ」のシグニチャー指標であり、LIFULL HOME'S 総研のスペシャリテである。都市にロマンティックであることを要求する都市評価調査は「センシュアス・シティ」をおいて他にはない。権威ある高名な研究者が数多く委員会に名を連ねる某大手研究機関の発表する都市評価調査では、86項目もの統計を都市の評価に使っているにもかかわらず、都市がロマンティックであるかどうかを推し測れるような項目は一つとしてない。

素朴に不思議に思う。東京都は婚活のマッチングアプリを開発したり、地方都市の地方創生政策でも婚活パーティに予算が割かれたりもするにもかかわらず、都市計画やまちづくりの世界の辞書には「ロマンティック」という言葉はないようだ。もし都市計画あるいは都市評価の場面で都市の「ロマンティック」という特性を議論することが不適切だとされるなら、その態度こそ大真面目に大問題だ。

この10年、数え切れないほどの講演会やトークイベントに呼ばれたが、そこで一般市民の聴衆にもっとも受けたのは「ロマンスがある」指標だ。年齢層を問わず特に女性が賛同してくれる。中には確かに眉をひそめた人もいるかもしれないが、聴衆の反応は壇上からは案外わかるもので、そういう

人は50人に1人いるかいないか、というのが私の体感値だ。質疑応答で「これは若い独身の人しか答えられない項目ですね」と嫌味を含めた質問をしてきた人も中にはいたが、「結婚した夫婦は街でデートをしてはいけないのでですか?」「あなたはご主人とデートしないのですか?」と返したら、憮然とした顔で着席した。おそらく人間の本音を不真面目なものとして抑圧するような欲求不満が都市をつまらなくするのだ。ややもすれば、ポリコレ(ポリティカル・コレクトネス)が過剰な“配慮”を求めがちな現代において、「ロマンス」は都市の権利として正々堂々と要求されるべきである。出生率のためだとか野暮なことは言わなくてもいい。都市が都市である以上、都市にはロマンティックが必要だ。反論は受け付けない。2025年調査でも以下4項目のアクティビティはそのまま踏襲した。ただ1点、2015年調査の「素敵な異性に見とれた」は、時代に合わせて「異性」を「人」に変えた。

- ✓ デートをした
- ✓ 路上でキスした
- ✓ 素敵な人に見とれた
- ✓ 配偶者や恋人と外出して誕生日や記念日を祝った



「ロマンス」イメージ

【関係性】

④文化・娯楽

コロナ禍で不要不急のものとして真っ先にやり玉にあげられたように、文化芸術や娯楽は都市政策においてあまり重視されることはなかった。自治体の総合戦略や地方創生政策では、文化芸術や娯楽は観光資源として扱われることはあっても、それ自体が価値のあるものとして話題にされることが多い。文化芸術は行政組織の中でも教育委員会など都市計画やまちづくりとは無縁のセクションに任せられ、予算は微々たるものである。そもそも日本では文化芸術や娯楽は、経済的に余裕がある階層の道楽のように考えられているところもあり、文化芸術や娯楽へのアクセスはほぼ市場経済任せになっている。

都市における「文化・娯楽」指標は、都市における文化芸術や娯楽の経験を、単なるお楽しみや余暇の活動にとどまらず、都市生活の質を高め、住民同士の絆を強化し、都市の活力を支える基盤となる重要な要素として重視する。コンサートや演劇、スポーツ観戦、趣味のコミュニティといった活動をリアルな空間で共に経験することで、社会的階層を横断した感動の共有を促進し、住民間の絆を強化し、個々の孤立感を減少させる。また、美術館や博物館の展覧会で得られる知的刺激は、住民の文化的教養を

高め、都市全体の創造性を涵養しイノベーションの土壌を耕す。LIFULL HOME'S 総研(2022)『“遊び”からの地方創生 寛容と幸福の地方論』では、全国を対象としたアンケート調査の結果から、文化芸術や娯楽も含めた「遊び」の経験が住人の寛容度と幸福度を高める効果があることも明らかにしている。

社会全体が成熟した時代、人々は物質的な豊かさではなく精神的な豊かさを求める傾向が強くなる。それをもたらす代表選手が文化芸術や娯楽である。文化芸術や娯楽にかかる活動が、ネット空間ではなくリアルな空間で行われることは、都市の精神的・社会的な豊かさを形成するために必要不可欠であると考え、以下の4項目で都市の「文化・娯楽」の充実を測る。

- ✓ コンサートや演劇、演芸などライブパフォーマンスに感動した
- ✓ 美術館や博物館の展覧会で知的な刺激を受けた
- ✓ 地元のプロスポーツチームの試合をみんなで応援した
- ✓ ネット上の趣味のコミュニティのオフ会に参加した



「文化・娯楽」イメージ

【身体性】

⑤食文化

国内旅行の行先を決めるときのことを考えてもらいたらすぐにわかると思うが、食文化は地域の個性をこれ以上なく雄弁に語る。その都市の食文化が後背地の農村・漁村から調達される食材によって成り立つことは、近代化で見えにくくなつた都市の素性である地理的条件や気候風土をあらわにする。またその地域の歴史的な立ち位置は、街道や舟運を通じて往来した人によって伝播した食材や調理技術として地

域の食文化に刻まれている。近代以降に目を向けても、シフト勤務の労働者の多い街の立ち飲み・角打ち文化、未明から働く人が多い地域の朝ラー（朝からラーメン）文化、漁師めし、等など、地域の産業構造にもとづくライフスタイルに依拠する場合も少なくない。目に見える都市景観はある程度均質化が進んだとしても、ローカルフードには地域の個性が色濃く残っている。

地元の美味しいものが食える。都市における日常の豊かさを測るうえで、これ以上のものがあるだろうか。地元の食材や郷土料理を楽しむことは、住民にとって自分たちの地域の自然の豊かさや歴史を再確認する機会を提供し、住民が自らの文化的アイデンティティに自覚的になることを促す。また、食事は一緒に食卓を囲む家族や友人とのつながりを深める場としても機能し、ローカルフード体験を通じて、日常生活の中で自然に地域の文化が共有される。これにより、住民は自らの土地への誇りを感じ、地域社会の一体感を高めよう。ローカルな食文化が都市圏の経済にも寄与することは言うまでもない。庶民的な店から高級レストラン、地元の酒場に至るまで、街場の飲食店は小売業が衰退した中心市街地の再生の頼みの綱であり、それらの飲食店が地元産の食材や地酒を利用することは、地元の生産者を支援することにもつながる。

地元の「食文化」の豊かさを測定する具体的なアクティビティは2015年調査からほとんど変更していない（大都市に有利な「ミシュランや食べログの評価の高いレストランで食事した」と、大都市に不利な「地元でとれる食材を使った料理を食べた」については表現を少し調整した）。ちなみに2015年版センシュアス・シティ ランキングで、金沢市、静岡市、盛岡市、那覇市、山形市など、人口規模がさほど大きくなない地方都市が100万人以上の大都市を抑えて上位ランキングに食い込んだのは、まさにローカルフードの経験の豊かさによるところが大きかった。

- ✓ 庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ
- ✓ ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した
- ✓ 地元産の食材や郷土料理を楽しんだ
- ✓ 地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ



「食文化」のイメージ

【身体性】

⑥街のライブ感

街の賑わいや活気をどう測るかは案外難題である。よく使われるのは、来街者数や通りの通行量で、これはこれで客観的な数字ではあるのだが、たとえばこういう課題がある。ある地方都市の中心市街地の駅から徒歩15分くらいの場所にスタジアムが建設され、Jリーグの試合が開催される日はサポーターが大挙して駅からの道を歩く。通行量調査の数字だけでみるとその通りは賑わいが創出されたことになる。しかし現実にはその沿道に商業施設が増えて活気づいているというわけではなく、単に通行路として人数を捌いているに過ぎない。あるいは品川駅の高輪口と港南口を結ぶ自由通路は、朝と夕に大量の通勤客がものすごい密度で一方向へ流れていく。これは単純にストレスフルな混雑であってストリートの活気ではない。

街の活気とは、人々の暮らしや生業のエネルギーが心地

よく感じられる状態であり、そのような質感を伴った経験値で測定することで、リアルな「街のライブ感」を評価することができる。また「街の風景をゆっくり眺めた」という項目は、建築物や街路樹が醸す街並みだけでなく、ランドマークやモニュメント、ストリートアートやパブリックアートなども含めた、いわゆる“映え”をシンプルな動詞ひとつで測定することを可能にする。この指標に用いた4項目は、リアルな都市空間に生身の身体を置いてこそ経験できるアクティビティであり、後述する「ウォーカブル」指標とも相関が高くなる。

- ✓ 街の風景をゆっくり眺めた
- ✓ 公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た
- ✓ 活気ある街の喧騒を心地よく感じた
- ✓ 商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた



「街のライブ感」のイメージ

【身体性】

⑦都市のリトリート

この原稿を書いているのは8月上旬だが、連日危険な暑さが続いている。気象庁は命の危険性があると不要不急の外出を控えるよう呼びかけるものの、仕事をしている現役世代はそんなことも言つていられない。街を歩くときはできるだけ日陰を求めるが、やはり樹木のつくりだす日陰は建物がつくりだす日陰よりも心地がいい。葉から水分を蒸発させる蒸散作用の気化熱で周囲の温度を下してくれるためだ。高層ビルも直射日光を遮る陰はつくるが、コンクリートの駆体が吸収した熱を放射するので温度を下げる効果はなく、せっかく風が吹いてもドライヤーの風を浴びているような不快さがある。

地球温暖化に加えてヒートアイランド現象が深刻化する都市において、樹木の重要性はますます大きくなるばかりだが、都市の緑を測る適切な指標がない。一般には上空から見たときに緑で覆われている面積の割合を示す緑被率という数字が使われるが、これだと公開空地に申し訳程度に植えた低木やビルのテラスの緑化なども算入され、視覚的には緑が多くとも歩行者の感じる快適性とはズレが大きい。しかも街路樹は管理予算節約のため強剪定され、見た目は不自然に貧相で、路上に落とす影の面積を小さくされているのが現実だ。本来なら樹木の葉や枝の広がりを面積的に示す樹冠率（樹冠被覆率）で示されるべきだが、正確な測定が難しかっため一般化していない。

とはいへ現実問題として都市生活者が切実に必要としているのは、樹木が何本あるかではなく、緑による身体的な心地良さである。「木陰で気持ちよい風に吹かれた」といつ

た経験の多さで測れば、少々雑ではあるが簡便に核心に迫ることができるのではないか。同様に、公園や水辺などの公共空間においても、視覚的なものだけでなく、直接手を触れることができる自然がありがたい。たとえば、ウェルビーニングタウンをコンセプトにつくられた立川市の複合商業施設「GREEN SPRINGS」は、空が広く見えるよう建物の高さを抑え、容積率を贅沢に余らせたオープンスペースに多様な緑と水を配置し、水の流れるカスケードでは直接水に触れることできる。ウェルビーニングという概念が実空間としてデザインされるときに、空や緑や水が主役になるということは示唆するものが大きい。

目を楽しませる草花、木々の葉を揺らす微風、樹木がつくりだす涼しい木陰、光を反射しながら揺れる水面、ぽっかりと空に浮かぶ雲、都市にも生息する野生の生き物、等など。これらはたとえ人間が計画的に配置したとしても完全には制御できるものではなく、いわば都市の余白や揺らぎとしてそこにある。その制御しきれなさが、人工的な都市空間に潤いや癒し、あるいはウェルビーニングの手触りを与えてくれるのだ。以下の4項目のアクティビティで測定する。

- ✓ 木陰で気持ちよい風にふかれた
- ✓ 公園や水辺で緑や水に直接ふれた
- ✓ きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた
- ✓ 小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた



「都市のリトリート」イメージ。GREEN SPRINGS／グランゲリーン大阪(筆者撮影)

【身体性】

⑧ウォーカブル

日本の都市政策・まちづくりにおいて「ウォーカブル」というコンセプトが広く共有されるようになったのは、2019、2020年ごろからである^{※4}。そのきっかけは、国土交通省都市局が開催した「都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会」(2019年)で提案された『「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市の再生』、それをもとに2020年から打ち出された「まちなかウォーカブル推進プログラム」である。もちろんそれ以前の都市政策においても「歩けること」が無視されてきたわけではなく、たとえば1999年には「歩いて暮らせる街づくり構想」が打ち出されていた。しかしそれが現在のウォーカブル推進政策と決定的に違うのは、中心市街地活性化やコンパクトシティの文脈から都市機能の集約化に大きな関心があり、歩行空間についての視点は、歩行者の安全やバリアフリーなどの工学的な“快適性”、つまり文字通りのウォーカビリティ(「walk(歩く)」×「able(～できる)」)にとどまるものであったという点だ。それゆえ、居心地のよさといった空間の質やそこに滞留することも積極的に評価する「居心地が良く歩きたくなるまちなか」は、国土交通省にとっても大きな転機であったと言える。2025年7月時点で全国395都市がウォーカブル推進都市に名を連ね、132市区が滞在快適性等向上区域(まちなかウォーカブル区域)を設定している。

このような経緯をみても、2015年に既に「遠回り、寄り道していくつもは歩かない道を歩いた」や「通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた」のようなアクティビティで歩行空間の質を問題にした「センシュアス・シティ」は、現在の流れを先取りした提案だったと自負している。ちなみに、2015年調査の「歩

ける」指標で東京都の文京区が群を抜いての1位だったのは、いかにも「センシュアス・シティ」らしい含蓄に富む結果だ。というのは、文京区は武蔵野台地の東端で5つの台地が入り組んだ地形の上にあり、名前の付いた坂が100以上存在するとされるほど東京23区でもっとも坂の多い街である。中にはあまりにも急傾斜のため階段になった坂も多く、バリアフリーからは程遠い街路網を持っている。また根津・千駄木・白山の界隈を代表として、都市計画上は防災の観点から問題視される狭い路地も多い。しかしその文京区で人がもっとも歩行空間を楽しんでいるという事実は、これまでの都市計画やまちづくりにおける街路に対する見方を大きく変える契機となったのではないか。国交省が作成した「まちなかの居心地の良さを測る指標(改訂版ver.1.1)」でも、「子どもを遊ばせている」「まちなみや景色を眺める人がいる」「笑いながら話をしている人がいる」など、路上で行われているアクティビティの観察による評価が導入されている。

2025年調査では、ストリートの居心地の良さを強調するために、「家族と手を繋いで歩いた」と「外で思い切り身体を動かして汗をかいた」を、「路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ」と「道端でくつろぐ猫を見かけた」に入れ替えた。いずれもまち歩きでの実感値をもとに新たな項目として採用した。

- ✓ 通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた
- ✓ 遠回り、寄り道していくつもは歩かない道を歩いた
- ✓ 路上のテラス席やベンチなどでくつろいだ
- ✓ 道端でくつろぐ猫を見かけた

^{※4}「ウォーカブルとは何か|ソトノバTABLE#37レポート」には「ウォーカブル」のトレンド検索結果が掲載されており、グラフが立ち上がりを見せる2019年以前にはほとんど検索されていなかったことがわかる。<https://sotonoba.place/sotonobatable37report>



「ウォーカブル」イメージ

第2章 2025年版センシュアス・シティ ランキング

さて、いよいよ2025年調査の結果をみていくことにするが、まずは調査概要の変更について確認しておく。

2025年版では、調査対象エリアを県庁所在都市以外の中核市まで拡大（ただし、十分なサンプルが確保できなかつた千葉県柏市は集計から除いている）、2015年版では市単位で測定していた札幌市、仙台市、川崎市、さいたま市、千葉市、名古屋市、京都市、神戸市、広島市、福岡市の人口100万人以上の大都市については、都心部と郊外部を区別できるよう、区単位でいくつかのブロックに分けた。また2015年調査では市区ごとに調査した東京都の多摩地区、

横浜市、大阪市は、十分なサンプル数を確保するため近隣の市区をくくった。このようなエリアの設定の変更によって調査対象都市は2015年の134から167に増えている。そのため、2015年調査と2025年調査はランキングの比較を行うことはできない。各都市の集計にあたっては、回収サンプルに各都市の年代別人口構成比と世帯年収別の構成比を反映させて調整している。

それでは以下から、8指標32項目の2025年版センシュアス指標で測った都市のセンシュアス度によるランキング結果を紹介する。

1. 2025年版センシュアス・シティ ランキングの概観

①大都市の都心エリアが上位を独占

2025年版のランキングは、2015年版からの読者にとってはかなり意外なものになったのではないだろうか。正直なところ、我々プロジェクトメンバーにとっても想定外の結果であった。図1にランキング上位25%までの都市を示した。

まず1位から10位の上位は、東京・横浜と大阪を代表として大都市の都心部がランキングを独占した。トップ10は1位：千代田区・中央区、2位：横浜市西区、3位：豊島区、4位：大阪市北区・福島区、5位：横浜市中区…と10都市

中9都市が東京、横浜、大阪の都心部に独占されるなか、名古屋市や札幌市を抑えて福岡市博多区が9位に食い込んだ。11位から20位には、札幌市中央区（11位）、名古屋市中区・東区（19位）と東京都、横浜市、大阪市に次ぐ人口規模を持つ大都市の都心がランクインするが、福岡市中央区（16位）が博多区に続いてランクインし、福岡市都心の強さを示した。神戸市は都心優位な他の大都市と違って、三宮のある都心の中央区（22位）よりも東灘区・灘区（14位）

のほうが上位に位置している。中央区は「親密な共同体」が90位と振るわざ、「都市のリトリート」(46位)や「ウォーカブル」(32位)でも灘区・東灘区に水を開けられている。三宮駅周辺で複数路線の駅とバスターミナルの再編する工事が続いている影響があったのかもしれない。

7大都市圏の5都市が上位ランクを独占するなか、まちづくり関係者が絶賛する「GREEN SPRINGS」のある立川市・昭島市が、多摩地区の定番人気都市で前回3位の

武蔵野市(39位)を上回り20位にランクしたことは注目に値する。「親密な共同体」「文化・娯楽」「都市のリトリート」の3指標での高スコアがランキングを引き上げた。同様に「BONUS TRACK(下北線路街)」が大きな話題を呼んだ世田谷区が、前回1位の文京区(15位)を上回る13位と、都心エリアが独占するトップ20に食い込んだのは大きなトピックスと言えるだろう。

総合順位		関係性指標				身体性指標			
		親密な共同体	ひとりの公共性	ロマンス	文化・娯楽	食文化	街のライブ感	都市のリトリート	ウォーカブル
		偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位	偏差値	順位
1	東京都 千代田区、中央区	85.6	1	78.7	2	86.6	1	82.4	1
2	神奈川県_横浜市西区	74.0	3	75.9	4	79.1	4	82.2	2
3	東京都 豊島区	68.3	8	77.4	3	74.4	5	78.0	4
4	大阪府 大阪市北区、福島区	55.4	45	66.3	14	80.7	3	68.7	13
5	神奈川県_横浜市中区	68.8	6	81.2	1	58.9	26	74.1	6
6	東京都 渋谷区	67.6	9	73.2	5	71.6	6	70.3	11
7	東京都 港区	60.8	24	66.7	13	70.2	7	67.0	15
8	大阪府 大阪市中央区	74.5	2	68.4	10	81.9	2	69.2	12
9	福岡県_福岡市博多区	63.0	18	67.6	12	70.1	8	70.7	9
10	大阪府 大阪市天王寺区、浪速区	70.1	4	71.4	7	68.2	10	75.3	5
11	北海道_札幌市中央区	58.7	28	69.5	9	69.8	9	72.8	8
12	大阪府 大阪市西区	69.9	5	63.4	18	66.9	12	80.4	3
13	東京都 世田谷区	61.7	22	63.0	19	62.0	18	62.4	20
14	兵庫県_神戸市東灘区、灘区	58.4	30	60.9	25	58.2	29	62.0	21
15	東京都 文京区	53.0	59	71.5	6	60.2	22	62.8	19
16	福岡県_福岡市中央区	50.8	78	57.6	36	65.9	14	70.7	10
17	東京都 荒川区	62.7	19	65.2	15	67.0	11	59.8	24
18	東京都 台東区	60.1	25	70.0	8	66.8	13	58.7	25
19	愛知県_名古屋市中区、東区	57.6	32	60.6	28	65.3	15	73.0	7
20	東京都 立川市、昭島市	64.7	15	59.7	30	57.4	34	63.1	16
21	東京都 江東区	52.8	64	64.6	17	57.3	36	56.5	31
22	兵庫県_神戸市中央区	48.7	90	60.8	26	62.3	17	56.3	33
23	宮崎県_宮崎市	67.4	10	53.2	50	52.8	54	52.5	51
24	長野県_松本市	55.2	46	58.8	32	62.6	16	54.2	42
25	東京都_要町区	53.6	54	64.6	16	56.1	37	56.9	30
26	京都府_京都市上京区、中京区、下京区	52.6	66	67.7	11	60.4	21	56.2	34
27	滋賀県_大津市	62.2	20	58.8	33	58.4	27	52.2	57
28	神奈川県_横浜市港北区、緑区	52.2	70	54.8	42	55.1	41	57.2	29
29	神奈川県_横浜市鶴見区、神奈川区	56.7	35	53.2	51	57.6	33	57.8	27
30	東京都 目黒区	49.0	88	53.4	48	56.0	38	49.3	77
31	東京都 小平市	52.8	63	55.2	41	57.4	35	54.4	38
32	東京都 大田区	56.0	42	61.3	23	52.4	55	52.5	53
33	広島県_広島市中区、東区、南区、西区	50.4	83	47.5	88	54.8	42	62.8	18
34	福岡県_福岡市東区	54.6	48	56.5	38	54.6	44	56.1	35
35	兵庫県_姫路市	65.6	13	59.0	31	54.1	47	45.2	112
36	石川県_金沢市	53.4	55	61.0	24	58.2	28	52.5	52
37	兵庫県_西宮市	46.8	105	49.9	67	46.2	101	55.2	37
38	大阪府_吹田市	50.5	82	48.8	79	59.9	24	53.0	48
39	東京都 武蔵野市	42.4	129	62.0	21	38.2	153	37.9	156
40	和歌山県_和歌山市	59.0	27	48.4	83	61.3	20	47.3	97
41	東京都 足立区	54.3	53	56.4	40	54.3	46	50.5	65
42	岐阜県_岐阜市	68.4	7	60.7	27	53.4	50	57.9	26

図1 2025年版センシュアス・シティ ランキング(上位25%)

②元祖センシュアス・シティの低迷

2015年調査では1位になった文京区のほか、武蔵野市、台東区、目黒区、品川区、荒川区は東京都心3区エリア以上順位にランクインし、センシュアス・シティの象徴的存在として脚光を浴びたが、2025年調査では文京区が15位、荒川区が17位、台東区が18位と上位に留まったものの、武蔵野市は39位、目黒区は30位、品川区は44位とトップ

20には入れなかった。

同様に2015年調査で8位の金沢市、12位の静岡市、14位の盛岡市、19位の那覇市は、それぞれ大都市に負けない地方都市の官能性を証明したが、10年後の調査では金沢市が36位に留まったほかは、静岡市、盛岡市、那覇市は全体の中で50位以下のランキング外に沈んだ。このほか

に、2015年調査では山形市(23位)、松江市(32位)、松山市(34位)がランキングの第一四分位(上位25%)に入っていたのだが、山形市がかろうじて49位にランクされたほかは松江市も松山市も50位以下に沈んだ。

2025年調査では人口100万人以上の大都市のエリア分

けを細分化したため、各都市の都心エリアが上位ランクに顔を揃えることで、それ以外の都市が上位から押し出される形になってしまった面はあるとはいえ、元祖センシュアス・シティの多くが低迷し、静岡市、盛岡市、那覇市、松江市、松山市の5都市は50位圏内に入ることができなかった。

③新たな地方のセンシュアス・シティ

全体的に大都市の都心部が上位を独占し、元祖センシュアス・シティの地方都市が低迷するなかで、宮崎市(23位)と松本市(24位)、大津市(27位)が20位台に入り、新たな地方のセンシュアス・シティとして名乗りをあげた。それぞれのランキングを引き上げた強みをみると、宮崎市は「親密な共同体」10位、「食文化」7位、「都市のリトリート」4位と、地方都市の強みを存分に発揮した。松本市は「ロマンス」16位と「都市のリトリート」3位、大津市は「親密な共同体」20位、「ロマンス」27位、「都市のリトリート」27位と、自然豊かな地方都市の強みである身体の心地よさをいかしつつ、大都市が強い指標である「ロマンス」でも健闘した。それに続くグループとして、姫路市(35位)、金沢市(36位)、西宮市(37位)、吹田市(38位)、和歌山市(40位)、岐阜市(42位)が第一四分位に食い込んだ。金沢市以外は、名古屋市、大阪市、神戸市など広域都市圏の中心への通勤圏内に位置しつつも、40万~50万人の人口を持った自立した都市機能を持つ都市である。西宮市と吹田市以外は昼夜間人口比率が100%を超え、吹田市も96%とほぼ100%

に近い。

なお2015年調査では大阪市以外の地方都市ではトップとなる8位にランクした金沢市が36位に留まることに関しては、2024年1月1日に発災した能登半島地震の影響があると考えられる。発災直後から新年会やイベント等の中止が相次いで市内が閑散としている状況を受けて、村山卓市長が過度な自粛をすることないよう市民に呼びかけたことからも、市民の間で自粛ムードがあつたことがうかがえる。総務省「家計調査」には県庁所在都市ごとの集計があるので確認してみると、全市が2020年からのコロナ禍で大きく減らした外食と外食の飲酒、教養娯楽サービスの支出を、2023年、2024年と徐々に回復させている中、金沢市は2023年から2024年にかけて外食や教養娯楽サービスの支出を減らすなど回復の遅れが目立つ。コロナ前の2019年と2024年を比較すると外食(-54,701円)、飲酒(-13,926円)、教養娯楽サービス(-70,187円)の支出額のマイナス額は全市でもっとも大きい。金沢市の36位は不幸な震災による特殊事情とみて間違いないだろう。

④指標別のトピックス

※詳細なデータは77p~134pを参照

〈親密な共同体〉

東京都千代田区・中央区が1位、大阪市中央区が続き、以下6位までを東京、大阪、横浜の都心エリアが独占した。意外な結果と思われるかもしれないが、これらの大都市都心部では「馴染みの飲み屋で店主や常連客と盛り上がった」、「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」のスコアが高く、人間関係が希薄なイメージのある都会の真ん中でも、近所の飲食店や商店を介した交流によってコミュニティが形成されていることがわかる。また「地域のボランティ

アやチャリティに参加した」でも千代田区・中央区が1位になるなど大都市の都心部が決して低いスコアというわけではない。

一方、「近所の人にお裾分けをした・された」は都会では相対的に低く、地方都市で高くなる傾向が明瞭である。宮崎市、佐賀市、山形市、いわき市あたりがこのスコアの高さで「親密な共同体」のランキング上位に入ってくる。

〈ひとりの公共性〉

無関心ではない匿名性を測ることを意図した「ひとりの公共性」指標は、1位の横浜市中区から20位の東京都新宿区までを東京都区部、横浜市、大阪市、札幌市、京都市、福岡市が独占し、大都市優位な指標になった。お寺や神社、銭湯などの項目は多少ばらつきがあるものの、「にぎわ

う広場や通りで、思い思いに過ごす人々をひとりで眺めていた」はほぼ指標ランキングと一致しており、都会の雑踏が“誰でもない”自分がひとりで過ごす時間を受け止めている。それ以外の地方都市では、八戸市(22位)、金沢市(24位)、岐阜市(27位)が上位にランクされた。

〈ロマンス〉

この指標の高さが都会的な雰囲気を表すことは2015年調査でも明らかにされていたが、2025年調査でも同じ結果になった。千代田区・中央区を筆頭に大阪市、横浜市、福岡市、札幌市、名古屋市の都心エリアが上位を独占する。

そんな中、松本市が16位、八尾市が19位、和歌山市が

20位と健闘をみせた。いずれも「配偶者や恋人と外出して誕生日や記念日を祝った」で高スコアをとっており、都会でなければロマンティックなアクティビティはできない、というありがちな既成概念を崩してくれる。

〈文化・娯楽〉

文化芸術や娯楽のアクティビティは都市の市場の大きさに依存する部分が大きく、この指標も大都市に優位に働く指標である。2025年調査では「地元のプロスポーツチームの試合をみんなで応援した」と「ネット上の趣味のコミュニティのオフ会に参加した」の項目を入れ、できるだけ広く文化や娯楽のアクティビティを拾おうとした。

それでもおおむね大都市の都心部が上位を占める結果は

変わらないが、「地元のプロスポーツチームの試合をみんなで応援した」で強を見せた広島市の2エリアが14位と18位にランクインした。ほかには「コンサートや演劇、演芸などライブパフォーマンスに感動した」でスコアを伸ばした立川市・昭島市が16位に、「ネット上の趣味のコミュニティのオフ会に参加した」が強かった岡崎市が17位にランクした。

〈食文化〉

単純な時系列比較はできないものの、2015年から2025年の10年間でもっとも大きな異変があったのは「食文化」指標である。2015年調査では、金沢市がトップで、那覇市、山形市、盛岡市、青森市、静岡市が続き、上位10位のうち9つを地方都市が独占していた。これらの地方都市では特に地元の食材や料理、酒の経験度が高く、総合ランキングの上位に押し上げていた。ところが、2025年調査では「食文化」指標では、1位が東京都千代田区・中央区、2位が横浜市西区、3位は大阪市北区・福島区、4位が東京都港区、5位が福岡市博多区と、大都市の都心部が上位を占める結果となっている。2015年でトップ10どころか20位以内にもほとんど入っていなかったこれらの大都市都心部では、弱み

だった「地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ」で大きくスコアを伸ばし、「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」も健闘し、もともと強みだった「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」や「ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した（2015年は「ミシュランや食べログの評価の高いレストランで食事をした」）も引き続き高スコアを獲得している。

2025年調査で「食文化」で上位に入った7大都市圏以外の地方都市は、宮崎市が7位、徳島市が15位、鳥取市が20位。その後に福井市、新潟市、山形市が続くが、2015年の上位に並んだ地方都市のほとんどが上位に入ることはできなかった。

〈街のライブ感〉

2015年調査では武蔵野市、目黒区、品川区など、山手線の外側という意味で都心でない住宅地エリアが、元気な商店街を強みに上位に並んでいた。しかし2025年では、武蔵野市は11位、品川区は25位、目黒区は26位となり、トップ5の座を明け渡すことになった。替わって上位を占めたのはやはり都心で、1位が東京都千代田区・中央区、2

位が横浜市中区、3位が東京都豊島区、4位は横浜市西区と総合ランキングでもトップ5のエリアが並び、5位に東京都港区が入った。そのほか、都心部以外で上位にランクされた武蔵野市、世田谷区、墨田区、調布市・狛江市は、「街の風景をゆっくり眺めた」や「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」が高いことで共通している。

〈都市のリトリート〉

「都市のリトリート」は、自然豊かな郊外や地方都市が優位な指標である。ランキング上位の顔ぶれは他の指標とは大きく異なる。1位は東京都日野市・多摩市・稲城市、2位は東京都江東区、3位が松本市、4位が宮崎市、5位が横浜市青葉区・都筑区と、郊外と地方都市が20位までのはとんどを占めた。

それでもなお19位に横浜市中区、20位に東京都千代田区・中央区、21位に東京都港区が食い込んでいることは注

目してもいいだろう。2位の江東区と13位の世田谷区も含め、上位に入った都心エリアに共通するのは、「木陰で気持ちよい風にふかれた」と「公園や水辺で緑や水に直接ふれた」でスコアを稼いでいることだ。緑を多く取り入れる開発計画や公共空間の活用などによって、都市の中でも自然に触れる機会がつくれることを示している。ただし、これらのエリアでは「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」は一様に低い。

〈ウォーカブル〉

「ウォーカブル」は、クルマへの依存度が高い地方都市では低く、公共交通機関を前提とした生活が営まれている大都市の都心と郊外住宅地エリアが強い傾向がある。

2015年調査で1位だった文京区は、1位を大阪市天王寺区・浪速区に譲ったものの、2位に留まりウォーカブル・シティの面目を保った。4位の東京都北区、6位の那覇市は、ストリートの安全性を象徴する「通りで遊ぶ子供たちの声を聞

いた」と「道端でくつろぐ猫を見かけた」でスコアを稼ぎ上位ランクに食い込んだ。3位の東京都千代田区・中央区や5位の大阪市北区・福島区をはじめ2025年調査で各指標を席巻した大都市都心部は「路上のテラス席やベンチでくつろいだ」が共通して高く、都心エリアでウォーカブル推進が進んでいることをうかがわせる。

⑤男のセンシュアス・シティ、女のセンシュアス・シティ

今回の調査では各都市のサンプル数に余裕を持たせたので、男女別にランキングを作成することが可能になった。結果を確認すると、男性にとってのセンシュアス・シティと女性にとってのセンシュアス・シティは、かなり異なるものであることが判明した。

図2は男女それぞれのトップ20を並べ、男性のランキングの横に同じ都市が女性では何位であるかを並べ男性の順位との差を示し、女性のランキングにその逆を示している。

まず男性のランキングから確認すると、2位に福岡市博多区、3位に名古屋市中区・東区、5位に札幌市中央区、8

位に神戸市中央区が入るなど、全体ランキングでは10位以下だった地方の大都市の都心部が、東京都、横浜市、大阪市の都心部を押しのけてトップ10に顔を揃えていることがわかる。興味深いのは、これらの都市は女性ではことごとくランキングが低く、男性のアクティビティが女性よりも活発であることを示している点だ。東京都では台東区や文京区や荒川区も同じ傾向である。

女性のランキングでまず注目したいのは、立川市・昭島市が3位にランクインしたことである。男性では81位なので、その差は78と非常に大きい。また女性の15位から20位の

品川区、目黒区、小平市、山形市、京都市左京区なども、男性では目黒区の82位を除き100位にも入らないので、男女でまったくライフスタイルが異なる都市だと考えられる。

この違いはなんだろうと考えてみると、男性のトップ10に並んだ地方の大都市中心部には、中洲・錦・すすきの、三宮と全国的に有名な歓楽街があることに気づく。男性にとってはナイトライフも楽しめる街だが、逆にそのことが女性に少し敬遠されているのかもしれない。同じ都市の別の区がそれぞれランクインしているので、男女の違いをみてみると、横浜市では男性は中区>西区に対して女性は西区>中区、福岡市では男性は博多区>中央区に対して女性は中央区>博多区、神戸市では男性で中央区>灘区・東灘区に対して女性は灘区・東灘区>中央区となっていることは、〈センシュアス〉の男女差を考える手がかりになる。

同じ都市の都心エリア同士であっても、横浜市中区、福岡市博多区、神戸市中央区の男性優位なエリアは、県庁や市役所が立地する官庁街であり（福岡市役所は中央区）、しかも港湾があり歓楽街がある。そういう古くから働く街の中心部で夜の猥雑さもあるエリアで男性のアクティビティが活発になるのに対して、女性はそこを少し外した相対的に新

しかったりおしゃれだったり、住宅地としても落ち着いたエリアで活動が多くなるようである。遊びに行く繁華街のイメージでいうと、野毛や伊勢佐木町よりもみなとみらい、中洲よりも西中洲・天神、三宮よりも六甲道といった感じだろうか。東京23区では、台東区や荒川区よりも目黒区や品川区が女性優位になるのも同じような理由だろう。

このような男女差は都市の個性でもあるので一概に問題視する必要はないが、あまりに極端な差がある場合は、まちづくりの課題として議論の俎上に乗せてもいいだろう。一例をあげるとすると、広島県の呉市である。呉市は男性では28位と男性にとってはなかなかのセンシュアス・シティである。これに対して女性では全調査対象エリア167都市中ではほぼ最下位近くにあり男女の差が極端である。呉市は明治時代に帝国海軍の軍港として開発された都市であり、今でも海上自衛隊の基地の街でもある。戦前に戦艦大和を建造した技術力をいかして戦後は工業都市として発展したが、映画「仁義なき戦い」や「孤狼の血」の舞台になるほど過去には治安もよくない時代もあった。そういう街の成り立ちが呉市の女性のアクティビティを抑圧しているとすれば、まちづくりの課題は明白である。

男性ランキング（位）		女性順位	女男差
1	東京都千代田区・中央区	2	1
2	福岡市博多区	29	27
3	名古屋市中区・東区	87	84
4	横浜市中区	14	10
5	札幌市中央区	46	41
6	東京都台東区	61	55
7	東京都豊島区	6	-1
8	神戸市中央区	56	48
9	大阪市中央区	11	2
10	東京都文京区	31	21
11	大阪市北区・福島区	4	-7
12	東京都渋谷区	5	-7
13	横浜市西区	1	-12
14	東京都港区	8	-6
15	東京都荒川区	40	25
16	東京都世田谷区	12	-4
17	大阪市天王寺区・浪速区	7	-10
18	神戸市東灘区・灘区	13	-5
19	東京都江東区	23	4
20	長野県松本市	33	13

女性ランキング（位）		男性順位	男女差
1	横浜市西区	13	12
2	東京都千代田区・中央区	1	-1
3	東京都立川市・昭島市	81	78
4	大阪市北区・福島区	11	7
5	東京都渋谷区	12	7
6	東京都豊島区	7	1
7	大阪市天王寺区・浪速区	17	10
8	東京都港区	14	6
9	大阪市西区	21	12
10	福岡市中央区	29	19
11	大阪市中央区	9	-2
12	東京都世田谷区	16	4
13	兵庫県神戸市東灘区・灘区	18	5
14	横浜市中区	4	-10
15	東京都品川区	114	99
16	東京都目黒区	82	66
17	東京都小平市	108	91
18	山形県山形市	135	117
19	宮崎県宮崎市	33	14
20	京都市左京区	144	124

図2 男女別センシュアス・シティ ランキング（上位20）

⑥東京23区内の順位の変動

今回の調査では全体でのランキングの変動について分析することはできないものの、東京23区内に限定すれば2015年からの順位の変動をみることができる(図3)。2015年から2025年の10年間で、東京23区のセンシュアス地図は大きく書き換えられたようだ。

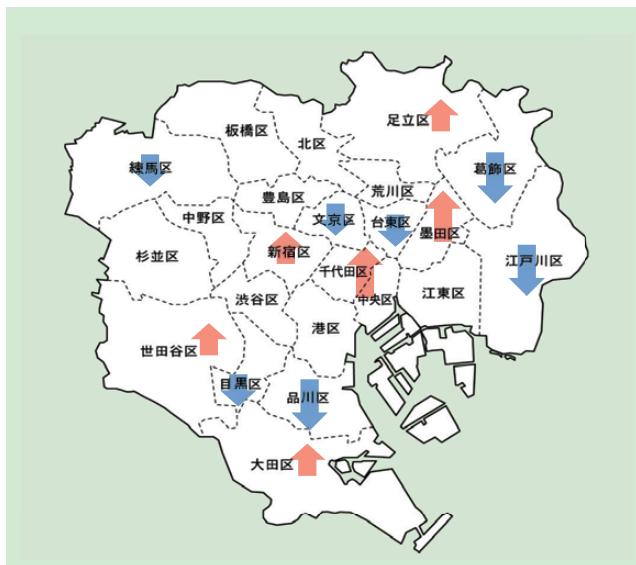
6位の千代田区と13位の中央区が合わさり1位へ、豊島区が12位から2位へ、墨田区が22位から10位へ、世田谷

区が11位から5位へ大きく順位を上げる一方、2位だった目黒区が11位へ、4位だった品川区が15位へ、9位だった葛飾区が20位へ、10位だった江戸川区は21位へ大きくランクを下げた。順位の変動に東西南北や中心からの距離などの地理的な傾向はみられず、それぞれの区の状況によるものと思われる。考察は後に譲る。

	2015年 東京23区内 ランキング	2025年 東京23区内 ランキング	2015-2025 順位変動
文京区	1	6	-5
目黒区	2	11	-9
台東区	3	8	-5
品川区	4	15	-11
港区	5	4	1
千代田区※	6	1	5
渋谷区	7	3	4
荒川区	8	7	1
葛飾区	9	20	-11
江戸川区	10	21	-11
世田谷区	11	5	6
豊島区	12	2	10
中央区※	13	1	12
中野区	14	17	-3
練馬区	15	22	-7
江東区	16	9	7
大田区	17	12	5
足立区	18	13	5
新宿区	19	14	5
杉並区	20	16	4
北区	21	18	3
墨田区	22	10	12
板橋区	23	19	4

※2025年は千代田区+中央区

図3 東京23区内のランキング変動



⑦大都市圏郊外の明暗

今回の調査でエリア区分を細かく設定した札幌市、仙台市、さいたま市、千葉市、川崎市、名古屋市、京都市、神戸市、広島市、福岡市の人口100万人以上の都市も含めて、大都市の中では、都心部>郊外部という傾向が強く、2015年調査から郊外ベッドタウンエリアが低迷する構造は変わっていない。用途を住宅に特化した郊外ベッドタウンエリアは、地域内でのさまざまなアクティビティの経験量で測る「セ

ンシュアス・シティ」では評価が難しく、第四四分位(下位25%・42都市)の半数以上は、三大都市圏のベッドタウンエリアが占めている。

とはいって、東京都なら立川市・昭島市、小平市、武藏野市、横浜市なら鶴見区・神奈川区、港北区・緑区など、ベッドタウン的な性格を持つ都市がランキング20位以下ながら第一四分位内にランクインする。これらの都市に共通する特性

は、首都圏の衛星都市の顔と、商業・業務・文化など独自の都市機能を持つ自立した都市核の顔を併せ持つ、ということである。立川市と武蔵野市は昼夜間人口比率が110%を超え、多摩地区の周辺都市から昼間人口の流入も多い。昭島市と小平市の昼夜間人口比率も90%前後で、多摩地区の昼夜間人口比率の平均以上である。鶴見区、神奈川区、港北区も、中区と西区を除く横浜市の中では昼夜間人口比率が比較的高い区である。

これと相反するように、自立した都市機能の集約が弱く

住宅都市のウエイトが大きい、昼間人口の流出の大きい郊外エリアのランキングは概ね芳しいものではない。今回の調査ではサンプル数確保のため、さいたま市各区は3ブロックに分けたのだが、大宮区と浦和区を単独で切り出していれば、もっと上位のランクに食い込んだ可能性は大きい。

首都圏以外では西宮市、吹田市、大津市、和歌山市、岐阜市も、大都市圏の中のベッドタウン的な面もありつつ、自立した都市機能をもった都市である。

2. 状況証拠からランキングの背景を考える

何度も繰り返して恐縮だが、今回の調査では2015年調査とは調査対象エリアも変更し、アンケート項目も多少の変更をしているので時系列比較はできない仕様になっている。とはいって、これだけ上位の顔ぶれが変わっているのは気にな

るところではある。そこで、2025年のランキング結果の背景となったであろう2015年から2025年にかけての状況の変化を状況証拠的に整理し、その後で2025年のセンシュアス・シティ ランキングの総合的な考察を試みる。

①タワーマンションの全国化

これまでみたように、2025年のセンシュアス・シティ ランキングの上位を占めた大都市の都心部は、2000年代前半から再開発が集中的に行われたエリアでもあり、それゆえおおむねタワーマンションが多いエリアであることは間違いない。そこでまず都市別のタワーマンションの供給状況について確認しておく。

東京カンティのプレスリリース「2024年 タワーマンションのストック数(都道府県別)」(2025年1月30日)によれば、全国のタワーマンションストック 1561棟のうち半数にあたる812棟は首都圏にあり、そのうち約6割の497棟は東京都にある。続いて大阪府282棟、神奈川県145棟、兵庫県96棟、愛知県69棟、福岡県54棟と大都市圏に集中していることは間違いない。しかし、2015年以降の供給動向を確認すると、首都圏は頭打ちから減少傾向にあり、この10年で供給量が顕著に増えているのは、むしろ中部圏や地方圏である(図4)。

次に、やや古いデータではあるが同じく東京カンティ「タワーマンションのストック数(首都圏)」(2018年10月31日)で、2020年の時点での東京23区と神奈川県の行政区別の

タワーマンション棟数を確認すると、タワーマンションの棟数と「センシュアス・シティ」のランキング結果は必ずしも一致するわけではないことがわかる(図5)。2020年以降の供給実績がまとめられた資料はないので、不動産経済研究所の「超高層マンション動向」から2020年以降の区別のタワーマンション計画数を加味して類推するしかないが、首都圏でもっともタワーマンションが多く集中しているのは間違いない港区、江東区、品川区である。また川崎市中原区や幸区には、横浜市西区や中区と同程度かそれ以上にタワーマンションが林立している。相模原市にも横浜市都心並みの18棟のタワーマンションが建っている。

ところが品川区は44位、川崎市幸区・中原区も相模原市もランキング100位以下である。またこの10年の間に中心市街地の再開発でタワーマンションが供給された地方都市は数多くあるにもかかわらず、7大都市圏以外からトップ20に食い込んだ地方都市はなく、7大都市圏以外でもっとも上位にランクした宮崎市(23位)と松本市(24位)には、調査時点で20階建て以上のマンションはまだない(宮崎市初のタワーマンションは2026年1月に竣工予定)、大津市がよ

うやく27位である。

確かに2025年版センシュアス・シティ ランキングの上位都市にはタワーマンションが多い。それは間違いない事実であ

るが、だからといって逆もまた真なりというわけではない、ということである。

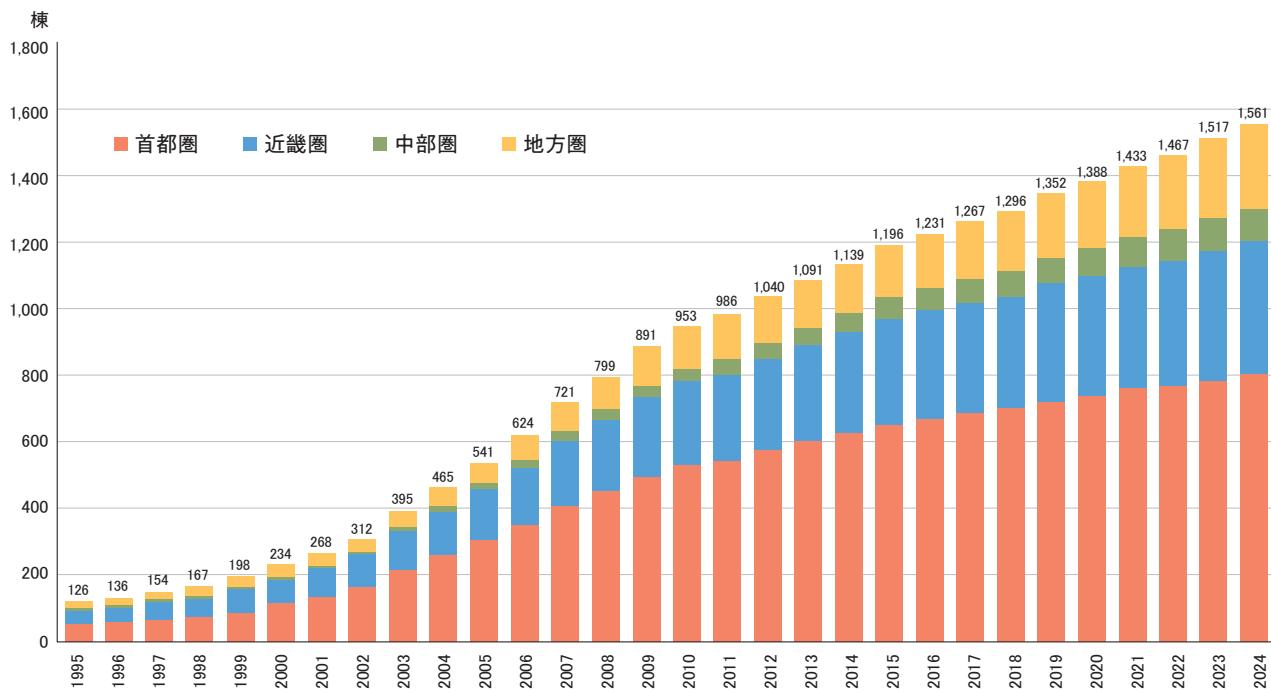


図4 圏域別タワーマンションの供給棟数(竣工ベース)／東京カンテイ(2025)より作成

行政区		タワーマンション棟数 (2020)
東京23区	港区	76
	江東区	60
	品川区	41
	中央区	34
	新宿区	29
	荒川区	18
	豊島区	17
	大田区	16
	千代田区	14
	渋谷区	12
	台東区	10
	北区	10
	江戸川区	10
	世田谷区	9
	墨田区	8
	練馬区	8
	足立区	8
	文京区	7
	板橋区	6
	目黒区	5
	中野区	5
	葛飾区	4
	杉並区	1

行政区		タワーマンション棟数 (2020)
神奈川県	横浜市神奈川区	17
	横浜市西区	13
	横浜市中区	12
	横浜市戸塚区	5
	川崎市幸区	19
	川崎市中原区	15
	川崎市川崎区	5
	相模原市	18
さいたま市	さいたま市中央区	12
	さいたま市南区	9
千葉市	千葉市美浜区	10
	千葉市中央区	9

図5 首都圏の市区別タワーマンションのストック数2020年時点／東京カンテイ(2018)より作成

②エリアマネジメント活動、公共空間の整備活用の広がり

2002年の都市再生特別措置法以来、市街地再開発が大型化・タワマン化するのと並行して、官民連携でのまちづくりの活動が盛んになっている。その活動を中心的に担うのが指定都市再生推進法人である。指定都市再生推進法人は2007年の改正都市再生特別措置法で創設された制度で、行政の補完的機能を担って地域のまちづくりの中核となる法人として市町村指定する団体である。その活動は、まちづくりの計画への参加や調査・提言まで多岐に及ぶが、特にマルシェやお祭り、ライトアップなどのイベント、オープンカフェの運営など、自治体やデベロッパーなどでは十分に果たすことができない公共空間の活用や管理によるエリアマネジメントが期待されている。

令和6（2024）年10月末時点で全国で137団体が指定都市再生推進法人に指定されているが、東京都内の20団体のうち5団体が千代田区、4団体が中央区、3団体が港区と、半数以上が都心3区を拠点としている。またこれとは別に、東京都には再開発でつくられる公開空地を活用したイベント等の開催を許可される東京都登録まちづくり団体という制度もあるが、全129団体のうち、港区に31団体、中

央区に21団体、千代田区に20団体と半数以上が都心3区に集中している。その次は、渋谷区と江東区が各13団体、品川区11団体、新宿区10団体と、登録団体のほとんどが都心7区にある。

この10年は国策によって公共空間の活用が推進された10年でもある。国土交通省は、2009年に「かわまちづくり」制度を創設し、2011年には「河川空間のオープン化特例措置の一般化」によって民間事業者による水辺空間の活用に門戸を開いた。また、2017年の公園法改正ではPark-PFIを導入して公園の再整備に民間事業者を招き入れ、2020年からはウォーカブルシティ政策を推進するため「ほこみち」制度を開始して道路占有許可の緩和をするなど、官民連携での公共空間の活用を積極的に進めてきた。そして首都圏でこれらの制度をもっとも活用しているのも都心エリアで、港区（新虎通り）、中央区（日本橋川、隅田川）、渋谷区（渋谷川）、横浜市では中区（日本大通り、伊勢佐木町通り）などである。センシュアス・シティ ランキングで都心エリアが躍進した背景には、このようなまちづくり団体による公共空間の整備や活用があるとみるのが妥当だろう。

③大都市では出社＋テレワークのハイブリッドが定着

国土交通省の「令和6年度（2024年）テレワーク人口実態調査」では、直近1年間のテレワーク実施率は全国で15.6%。首都圏27.2%、近畿圏14.5%、中京圏11.8%、地方圏8.8%と、大都市圏ほど高い傾向がある。直近1年間のテレワーク実施者の実施頻度は、コロナ禍中の2021年から平均週に2日強で推移（減っていない）。また、テレワーク継続者では日常の買い物、食事・飲み会、趣味・娯楽、散歩・運動・子どもの遊びなど、日常行動を自宅近くまたはオンラインで実施する割合が増加しているという結果も得られている。日本生産性本部が団体や企業の雇用者を対象に実施している「働く人の意識に関する調査」（2025年1

月）では、テレワーク実施率は勤務先の企業規模が大きいほど高い。

つまり、大企業に勤務する人を中心に大都市では一定のテレワークが定着したことは間違いないが、アフターコロナには都市部の相対的に所得の高い層でテレワークと出社を組み合わせた新しいライフスタイルが出現した。このことは、大都市圏では自宅および自宅周辺で過ごす時間が増加したことを意味しており、自宅周辺の環境の違いが、買い物や外食、娯楽、交流などプライベートな時間の過ごし方に影響を与えたことを示唆している。

④コロナ感染への不安は続き、外出控えの意識が定着

日本生産性本部の「働く人の意識に関する調査」では、自身が新型コロナに感染する不安の程度についても継続的に調査を続けているが、その結果は少々驚くべきものである。2025年1月に実施された第16回目の調査でも、コロナに感染する不安を「かなり不安を感じている」が9.1%、「やや不安を感じている」が39.8%と回答しているのである。確かに不安の程度は徐々に低下しており、調査開始以来最低水準ではあるものの、2025年の現在においてもなお、全体で半数近くの人がコロナの感染に対して不安を抱えた心理状態が続いているというのである。そのため不要・不急の外出について控えるようにしていると回答した割合は、「できるだけ避けるようにしている」が11.9%、「多少は避けるようにしている」が36.1%と合わせて48%に上る。コロナの不安が続くためのマインドの回復の遅れか、コロナ禍で強いられた外出控えが生活意識として定着しているのかは判断が難しいものの、あくまで意識の上では多くの人が都市から距離を取っていることは間違いない。

このようなライフスタイルの変化、もしくはコロナ禍からの回復の遅れは、総務省の「家計調査」でも追認できる。2024年の2人以上世帯の外食の飲酒代の支出は、全国平均ではコロナ前の2019年を下回っており、特に人口規模の小さい都市でのマイナスが大きい。また、旅行や観光、映画や演劇、音楽の鑑賞やスポーツ関連など教養娯楽サービスへの支出も同様で、2019年を回復していない。

もっとも、外食や飲酒、教養娯楽サービスなどは暮らし向きに余裕がなければ支出が減らされる傾向があるので、近年の物価高なども影響しているのかもしれない。そこで今回の調査期間に合わせて2014年と2024年の間で、飲酒の支出額の増減を県庁所在都市別に比べると、2025年で大きくランキングを落とした元祖センシュアス・シティの地方都市、金沢市、盛岡市、那覇市、山形市、松江市、松山市はいずれも減少額の大きい上位10都市に含まれていることが確認できる。静岡市は飲酒代の増加は全国でも2番目に高いが、教養娯楽サービスへの支出の減少幅は全国で4番目で大きい。すなわち、地方の県庁所在都市で2015年に比較的上位に位置したにも関わらず2025年調査で大きくランキングを落とした都市は、この10年間で外飲みの飲酒代と教養娯楽サービスのどちらか、または両方で支出を比較的大きく減らしていることがわかる。

このように、特に地方都市では人口減少と高齢化による継続的な経済的活力の低下傾向にコロナ禍からの回復の遅れ、また昨今の物価高が重なり、インバウンド需要で隠されてはいるが、地元民の都市での消費活動が縮小している状況が強く疑われる。特に金沢市については、2024年1月1日に発災した能登半島大地震の影響（自粛）もあり、2019年から2024年での外食代と飲酒代、教養娯楽サービスの支出額はすべて減っており、減少額も全国の県庁所在の中でもっとも大きい。

金沢市のほかに、2025年調査で大きくランキングを落とす結果となったセンシュアス・シティの象徴的都市の武蔵野市と静岡市について、別の角度からも確認しておく。

まず武蔵野市では、吉祥寺駅のJRと私鉄を合わせた乗降者数が2019年から2023年で87.4%と10%以上減っている。また駅や公共の駐輪場に駐輪されている自転車の台数もコロナ禍の2020年で大きく減り、2023年になんでも回復は遅く2019年比で80%に留まっていることから、市内の近隣エリアからの来街者数も減っていることが推察される。明らかに吉祥寺の人出はコロナ前を回復していない。それを裏付けるような別のデータもある。武蔵野市開発公社がフリーWi-Fi接続者を対象に調査している「来街者動機調査」では、朝の通勤時間帯の回答者数が減っていることから、テレワークが定着したことで通勤者が減っていることが推察されている。また前年よりは多少回復はしているとはいえ、19時台以降の回答者が大きく下がる傾向が続いている。コロナ前より早い時間帯に吉祥寺を離れる人が増えているようだ。これらのデータは必ずしも武蔵野市民だけのデータとは言えないが、吉祥寺の街に来る人がコロナ前よりも減っているだけではなく、吉祥寺に来た人も早い時間に街を離れるようになっている、という状況は間違いないさうである。

静岡市については静岡商工会議所の「通行量・来街者調査」で2019年と2024年のデータを確認してみると、2024年の静岡地区の通行者数は2019年比で89.9%、清水地区は74.2%と街を歩く人の人数はコロナ前を回復していない。静岡市では首都圏ほどテレワークの実施率は高くはなく、観光交流客数はコロナ前の水準まで戻している（「静岡市観光基本計画（2024年）より」）ので、通行者数の落ち込みは、ほぼ出歩く市民の数が減ったことによると考えることができる。

⑤「街の商売」の倒産・廃業が増加

序章でも書いたので簡単に留めるが、東京商工リサーチの調査によれば、コロナ後の2024年に商店や飲食店、街のサービス業といった地域密着型の小規模な事業者の倒産や「休廃業・解散」の件数が大幅に増えている。特に「休廃業・解散」の数は、倒産件数の7倍近くに上る。このような休廃業の増加の大きな要因は、事業者の高齢化と後継者不在である。

中小企業庁の「中小企業白書2018年版」などでも、もともと都市部（三大都市圏）よりも地方のほうが代表者の交代頻度が低いため、地方ほど後退代表者年齢の高齢化が進んでおり、退出が起こりやすいことが分析されている。詳しいデータは入手できていないが、コロナ後的小規模事業者の退出（倒産・休廃業）は地方都市ほど多く、また入れ替わりの新規開業も少ないことは容易に想像できる。

今回の「官能都市調査2025」でも、「昨今（ここ5～6年）の住んでいる街の変化」の認識を尋ねた質問を住んでいる

都市の人口規模別に比べると、「廃業する飲食店や商店が増えた」と回答する割合は、東京23区や人口100万人以上でも人口30万人以上でも40%前後で大差はないが、人口30万人未満になると47%と多くなる。また「繁華街や商業施設が寂れてきた」と回答した割合は、東京23区や100万人以上の都市では24～25%、人口50万人以上と人口30万人以上では33～34%、人口30万人未満の都市では44%と人口規模が小さい都市ほど多くなる。廃業は多かれ少なかれ大都市にも起きているが、人口規模が大きい都市では廃業する店に替わって新しい店ができるのに対して、人口が少ない都市では新しい店が出てこず、そのまま空き店舗になってしまう状況がみてとれる（詳細は85pを参照）。街における消費支出もコロナ後の回復が遅れていることを合わせて考えれば、コロナ禍を経て、地方都市の中心市街地における「街の商売」の縮退が加速しているのは間違いないさそうだ。

⑥都心と郊外・地方の明暗を分けたアクティビティ

2015年調査と2025年調査で比較可能な75都市について、一部細かくワーディングを変えてはいるもののほぼ比較可能なセンシュアス・アクティビティ項目の「経験あり」の割合を比べてみた。詳細データは118p～119pの表を参照してもらいたい。

2025年調査でランキング上位を独占した東京、横浜、大阪の都心部に共通してみられる傾向は、「ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した」のスコアを大きく伸ばしたエリアが多いことである。また「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」や「地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ」などローカルフードの食経験についての回答の伸びが大きいところも目立つ。なお「カフェやレストランで自分だけの時間を楽しんだ」は、2015年は「カフェやバーで」としていたためか、ランキングの上下にかかわらずスコアを伸ばした都市が多い。さらにランキング上位の都心部は「木陰で気持ちよい風にふかれた」や「公園や水辺で緑や水に直接ふれた」も「食文化」指標ほどではないが回答スコアを伸ばしている。ローカルフードや自然体験は、2015年調査では都会の大都市には不利な指標であったが、2025年調査では

都心が弱みを克服したかたちである。

2015年からランキングを大きく上げ上位に食い込んだ横浜市西区について詳しくみると、「ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した」が29.3ポイント、「地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ」が27.8ポイントと、「食文化」指標で大きくスコアを伸ばしている。また「木陰で気持ちよい風にふかれた」「公園や水辺で緑や水に直接ふれた」もそれぞれ10ポイント以上の伸びである。同様に3位にジャンプアップした豊島区では、「ネットやグルメガイドで評価の高いレストランで食事した」で19.1ポイントアップのほか、「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」で18.9ポイント、「地酒、地ビールなど地元で作られる酒を飲んだ」で14.5ポイント、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」が17.4ポイント「木陰で気持ちよい風にふかれた」で19.1ポイントと、身体性にかかる指標で広くスコアを上げている。

一方、ランキングが真ん中より下の地方都市や郊外では、「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」「庶民

的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」、そして「きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた」「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」の項目で10~20ポイント以上スコアを低下させているところが多い。アフターコロナで「街の商売」の退出が増えたことの影響が出ている部分はあると思うが、地元産の食材や小鳥や虫が地方で大きく減ったということは考えられないので、要するに街へ出かける頻度が下がっているものと考えられる。

大きくランキングを落とした地方都市の代表として金沢市、静岡市、盛岡市、那覇市について確認しておく。金沢市と静岡市は2015年のランキングで躍進の要因だった「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」が20ポイント以上ダウンしており、両市をセンシュアス・シティたらしめていた強みを大きく落とすことになった。静岡市では「きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた」と「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」も20ポイント近い減少となっている。盛岡市は「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」が23.7ポイント減、「地元産の食材や郷土料理を楽しんだ」が20.2ポイント減と大きい。那覇市は「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」と「コンサートや演劇、演芸などライブパフォーマンスに感動した」が18.8ポイント減、「デートをした」も16.9ポイント減となっている。

東京都内で大きくランクを落とした武蔵野市、品川区、葛飾区、江戸川区についてもみておく。武蔵野市で特徴的なのは「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」と「きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた」が20ポイント近く落ち込んでいるほか、「公園や路上で演奏やパフォーマンスしている人を見た」が17.7ポイント減、「商店街や飲食店から美味しい匂いが漂ってきた」が17.5ポイント減、さらに「デートをした」も12.4ポイント減となっている。いずれも井の頭公園を想起させるアクティビティだ。公益財団法人東京動物園協会の統計をみると、井の頭自然文化園の来園者数は令

和元年度（2019年度）の78.0万人から令和6年度（2024年度）は70.3万人へ1割減っており、コロナ禍での落ち込みを回復できていないことが確認できる。

品川区で大きな落ち込みをみせたアクティビティは、「きれいな青空や夕焼けをしばらく眺めた」の24.9ポイント減で、その次は「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」が20.6ポイント減、「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」が16.4ポイント減である。葛飾区は「小鳥のさえずりや虫の音に耳を澄ませた」の19.0ポイント減のほか、「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」が17.6ポイント減、「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」が14.2ポイント減、江戸川区も「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」が17.7ポイント減となっている。品川区や江戸川区、葛飾区に共通するのは、主要な駅前の横丁や繁華街をスクラップアンドビルドする市街地再開発がしばしば話題に上ることである。「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」や「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」のスコアの低下と再開発の関係は大いに疑われる。

非常に手荒い分析ではあるものの、2015年から2025年にかけての都市の官能性に関する変化を大掴みにまとめると、大都市都心部は2015年調査では弱かったローカルの「食文化」や「自然」で大きくスコアを伸ばし総合スコアを積み上げ、センシュアス・シティとしての存在感を高めた。その一方で、地方都市では「食文化」や「自然」に強みがあったはずが、それらに関連するアクティビティをことごとく減らし、もともと強くなかった「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」もさらにスコアを下げている。郊外も同様に数少ない強みであった「自然」指標でスコアを落とし、他の都市的な指標ではスコアを上げられなかったということになるだろう。要するに、郊外や地方は引きこもってしまっているのである。

3. 総合的な考察

①都心の逆襲

2025年のセンシュアス・シティ ランキングをひとことで言い表すとすれば、「都心の逆襲」だ。東京・横浜、大阪を代表とする大都市圏の都心は、2000年代初め頃からの集中的な再開発で定住人口が増え、オフィスビルと商業ビルばかりの業務エリアだった都心に住宅エリアとしての特性が加わり、ミクストユースと言われる状態に近づいた。増えた人口は、典型的には高収入な若い共働き世帯である。しかし、今回の「センシュアス・シティ」を席巻した都心のこの10年を振り返ると、ただ再開発で超高層ビルやタワーマンションを建てまくっただけの10年、というわけではないという認識は重要である。

総合ランキングで1位に輝き、8指標中5指標でランディング1位、2指標で2位と3位を獲得するなど圧倒的な強さを見せた東京都の千代田区・中央区を中心に少し深掘りしてみよう。

三菱地所が牽引する千代田区の大丸有エリア（大手町・丸の内・有楽町）や三井不動産が牽引する日本橋エリアでは、再開発施設の周辺エリア、——たとえば千代田区であれば神田小川町から神保町あたり、中央区なら馬喰町から東神田、兜町、人形町から浜町にかけて、つまり大手町の縁や日本橋の裏にあたるエリア——に、再開発ビルによって大幅に増えたオフィスワーカーと定住人口の消費力を当て込んだおしゃれなカフェや内装もクールなビストロ、シックなバーなど、チェーン店ではない個性的で質の高い飲食店が増えている。かつては金融街として知られた兜町がハイセンスなグルメタウンに変貌した、というのは東京都心を知る者にはおおむね共通理解である。

筆者の土地勘から東京以外の都市については詳しく書けないが、横浜や大阪や福岡など、新たなセンシュアス・シティとなった東京以外の大都市の都心エリアでも、おそらく同じような動き、つまり大きな再開発プロジェクトが動く“表”的エリアの“裏”・“奥”・“縁”に、再開発で増えた都心人口をターゲットとした豊かなアメニティが増えていると思われる。また、これはあまり知られていないことかもしれないが、三

菱地所や三井不動産——ここに平和不動産や安田不動産も加えるべきだろう——は、実は「表」の再開発プロジェクトと並行して、「裏」のエリアの小規模ビルのリノベーションなどで面的にまちづくりを進めてきた。三菱地所レジデンスによるReビル事業、三井不動産の日本橋ムロホン賑わいづくりプロジェクト、平和不動産の「日本橋兜町・茅場町再活性化プロジェクト」、安田不動産の日本橋浜町や神田錦町でのリノベーション、などである。またそれだけではなく、三菱地所や三井不動産などのデベロッパーは、地域の不動産を持つ企業や商店主と協働してエリアマネジメント団体を設立し、事務局に多くの自社スタッフを投入するなどして実質的にそれを牽引した。千代田区・中央区の圧倒的な強さは、このエリアマネジメントによるところが大きいと言えるのではないだろうか。

もともとこのエリアにはリノベーションが耕した土壌があった。馬喰町から東神田あたりは、2003年から2010年にかけて開催されたCET（セントラルイースト東京）というアートイベントを起点にして、最初期のリノベーションまちづくりが行われたエリアで、中小の空きビルや空き倉庫などの有休不動産をリノベーションしてクリエイターを呼び込むことで地域の再生が進み、2010年代半ばにはクリエイティブディストリクトに生まれ変わっていた。そこに大規模で集中的な再開発プロジェクトとエリアマネジメント活動の余波が合流した格好だ。

総合ランキング3位に入り、東京23区内でも12位から2位にジャンプアップした東京都豊島区でもエリアマネジメント団体の貢献は無視できない。豊島区では2016年にPark-PFI制度を活用した南池袋公園のオープンをきっかけに、池袋のイメージが大きく変わった。同年、サンシャインシティや良品計画など地元企業が参加するエリアマネジメント団体「グリーン大通りエリアマネジメント協議会（GAM）」が発足し、池袋駅東口から南池袋公園につながるグリーン大通りは国家戦略道路占用事業の認定を受け、2017年から「まちなかリビングのある日常」をコンセプトに「IKEBUKURO LIVING LOOP」が始まる。「IKEBUKURO LIVING

LOOP」では、グリーン大通りにストリートファーニチャー等を設置し、池袋内や沿線のつくり手や生産者が軒を連ねるマルシェが出店するイベントが南池袋公園と一体化して行われている。

アフターコロナでは大都市の大企業ほどテレワークが定着し、自宅周辺で過ごす時間が増えたことは前に述べた通りだ。そのライフスタイルの変化によって、都心居住者は、自宅周辺の質の高い外食環境を中心とする都会のアメニティを享受する。古くからビジネスマンを相手にしていた居酒屋の名店で店主や常連客から街の歴史を教わり、最近できた小さなバルで新しい友だちをつくって、その街でつくられるク

ラフトビールで乾杯し、質の高いレストランでクールな空間と料理を堪能する。休日は美術館の展覧会でアートに刺激を受け、まちづくり団体が主催するマルシェイベントを散策し、快適に整備された公園や道路や水辺の公共空間でリラックスし、時にはまちづくりのボランティアイベントにも参加して地元の出来事に関わっていく。都心ではそれらがほとんど徒歩や自転車で、地下鉄に乗っても1駅2駅で移動できる範囲内で経験できる。住民が都市を楽しみ尽くすことで街にお金が落ちて、それがまた都市に再投資される。まとめると、再開発で増えた人口、裏・奥・縁に広がるグルメタウン、エリアマネジメント団体による公共空間の整備と活用。これが「都心の逆襲」を可能にしたのだ。

②センシュアス・シティの変容

もともと「センシュアス・シティ」は、市街地再開発による都市の均質化に対して批判的な立場であったが、2025年調査ではこの10年で再開発が集中的に行われた都心部こそが、センシュアス度を高めたことが明らかになった。正直なところを白状すれば、最初に集計結果を見たときには、なにか大きなミスをしたのではないかと思うほど、違和感のある結果だった。しかし丹念にデータを読み込み、状況証拠を集めていくにしたがって、センシュアス・シティが変容したのだと認めざるを得なかった。

センシュアス・シティはどう変容したのか。それは、新たにランキング上位を独占した大都市の都心部と、入れ替わりにランキング上位から滑り落ちていった元祖センシュアス・シティを対比させることで明瞭なイメージとなってくる。

今振り返ってみれば、2015年調査での元祖センシュアス・シティは、自動車が広く庶民に普及するより前の時代に形づくられたヒューマンスケールな街の骨格の上に、戦後の庶民の営みの歴史が積み重なり、かといってバブルで台無しにされることもなく現代に受け継がれていたジブリ的な街^{※5}だった。その意味でセンシュアス・シティは「残っていたもの」あるいは「守られていたもの」だったとも言える。それが2025年調査では、センシュアス・シティは「つくられるもの」に変容した、と言ってもよいのではないか。巨大な再開発で街の風景を一変させた面は否定できないが、そこには都市のプラ

イドをかけた継続的な取り組みがあったことは正当に評価されるべきである。

ひとつ面白いものを共有しよう。図6は丸の内仲通りを中心に一体のエリアマネジメントを担っている大丸有まちづくり協議会の会報誌「ON!039号」(2017年冬号)である。大丸有まちづくり協議会は、2015年の発表直後から「センシュアス・シティ」のコンセプトに強く共感し、筆者も何度か勉強会に呼ばれた。そしてなんと、とうとう「センシュアス・シティ」の調査票をオフィス街版にチューニングして独自にアンケート調査まで実施したのだ。「センシュアス・シティ」の観点から大丸有エリアの魅力を自ら再定義しようと意図したものだ。そして、その調査結果を協議会会員に共有するため、官能都市をテーマに会報誌の特集を組んだのである。

実は、都心で再開発を推進する大手デベロッパーには「センシュアス・シティ」の熱心な読者が多い。2015年の発表当時、複数のデベロッパーから「センシュアス・シティ」のレクチャーの依頼が相次いだ。大丸有まちづくり協議会と同じように、自社でも「センシュアス・シティ」のアレンジ版の調査をしたいという打診も複数あった。当時、私が再開発に対して批判的に語ることに彼らは反論もせず、むしろ強く共感してくれる人が多かったのは嘘偽りない話だ。同時代的なセンスとして、センシュアスというコンセプトへの共感はあったのではないか。

※5 社会デザイン研究家の三浦展氏は、日本人の都市に対する価値観・見方に、アトム的・ジブリ的・パンク的と名付けられる3つの極を見出した。この中でジブリ的都市は、風土に根ざした原風景的な懐かしさを感じさせる商店街や路地裏や横丁が残る風景と定義された。詳しくは『新東京風景論 箱化する都市、衰退する街』(NHKブックス、2014年)を参照。



図6 「ON! 039号」大丸有まちづくり協議会(2017)

③再開発によってセンシュアス度が上がるまちと下がるまち

センシュアス・シティが「つくられるもの」になったとはいえる。再開発がすなわちセンシュアス・シティをつくると言えば決してそうではないことは、何度も口酸っぱく強調しておく必要がある。

たとえば文京区は、区のシンボルゾーンとしての街区形成を目指して、白山通りと春日通りが交差する後楽園駅から春日駅にかけてを一体再開発して巨大複合施設「文京ガーデン」を2023年に完成させたが、センシュアス・シティ1位の座から滑り落ちた。もともと地元民が日常的に使う商店街を潰して再開発したというのに、公式ウェブサイトのフロアマップで確認すると(2025年8月)、73のテナント区画は半分ほどしか埋まっておらず、入居しているテナントの大半はクリニックである。また、品川区は都内でも3番目に多くのタワーマンションが供給されてきた屈指のタワーマンエリアであるものの、2015年の9位から44位へ大きくランクを落とした。品川区の再開発・タワーマンションはもともと五反田駅・大崎駅周辺と品川シーサイドなどの湾岸エリアに集中していたが、この10年の間に大井町や武蔵小山や戸越公園など住宅街にまで手を広げ、大井町や武蔵小山では今でも新たな再開発計画が進行中である。ほかには、マツコ・デラックスが“絶賛”したことで話題になった小岩で大規模な再開発が進行中の江戸川区は、2015年の28位から100位以下へと消え去った。区内最大級の商圏を持つ新小岩駅周辺やせんべろの聖地呑んべ横丁のある京成立石駅で、周辺を一掃する大規模な再開発工事が進行中の葛飾区も、25位か

ら100位以下へ沈んだ。多摩地区にも再開発の完成とともにランキングを大きく下げたまちがある。2017年に駅南口の猥雑な繁華街を一掃した複合施設「武蔵府中ル・シニユ」が竣工した府中市は、2015年には全体ランク31位と多摩地区の中では上位に位置していたにもかかわらず、2025年調査では100位以下へと消えた。再開発と同時に完成したペデストリアンデッキでグランドレベルは薄暗くなり、再開発エリアに近接する商店街もマンションだらけになった印象がある。

自治体単位で測定したセンシュアス・シティ ランキングの結果を、何でもかんでも再開発に結びつけて解釈する必要はないが、市街地再開発でタワーマンションを中心とする巨大な複合施設をつくったにもかかわらず、センシュアス・シティ ランキングでは沈んでいく都市は枚挙にいとまがない。また、この10年間はむしろ地方圏こそタワーマンション供給が増えている(2024年時点でタワーマンションが1棟もない県は9県しかない)が、地方都市のランキングにその効果はあまり見て取れない。

ひとくちに再開発と言っても当然そこには質的な違いがある。都心をセンシュアス・シティに変えた超大手デベロッパーも、自社のお膝元でない地域では凡庸な開発しかしないし、事業が完了した後にも継続的にまちづくり活動を牽引するということもない。再開発組合の地権者たちは権利床を手にして引退気分なのか、テナントの誘致には戦略性も積

極性も感じられない。公開空地は容積率ボーナスのために仕方なくつくっただけで、そこを活用してまちづくり活動をするようなモチベーションは端からなさそうである。開発しっぱなしで大手デベロッパーが牽引するような力強いエリアマネジメントの不在が、再開発のネガティブな面を際立たせていると考えられる。

再開発によってセンシュアス度が上がった都市に共通することが3つある。

1つには、東京や大阪の都心のようにもともとオフィス街だった業務エリアに居住人口を集める住宅開発か、もしくは住宅地に働く場所や遊ぶ場所を集積させる商業開発か、どちらにせよエリアのミクストユースが進む再開発であるという点だ。これとは逆に、住宅地エリアの駅前にあった繁華街を再開発してタワーマンションで大量の新築住宅を供給することは、昼夜間人口比率をさらに下げエリアの单一用途化につながる。そして個人経営や小規模事業者の商売が複合施設の商業フロアのチェーン店に置き換わると、センシュアス指標の「店の人や他の客とおしゃべりしながら買い物をした」と「庶民的な店でうまい料理やお酒を楽しんだ」が毀損する。この2つの効果が住宅地にもたらすのは、ベッドタウン化へ向かう流れである。

そして、ことによると開発そのものより重要ではないかと考えるのが、再開発施設の周辺にポジティブな影響を与える継続的なまちづくり活動の存在である。2025年調査で上位にランクインした都心エリアのほぼすべてには地元の有力企業が参画するエリアマネジメント団体が存在し、行政との協働で精力的に活動を続けていることは大きなヒントになる。参考までに、ランキング順に各エリアで活動する団体をリストアップしてみる。なお、括弧内は理事や事務局を務めるなど、団体の中心的存在と思われる企業である。

千代田区には日本におけるエリアマネジメント団体の草分け的存在の「大丸有まちづくり協議会」（三菱地所）と、その関連団体で公共空間の活用とコミュニティ形成を受け持つ「リガーレ（大丸有エリアマネジメント協会）」（三菱地所）、「淡路エリアマネジメント」（安田不動産）などがある。中央区には、「大丸有まちづくり協議会」と並んで草分け的な存在の「日本橋地域ルネッサンス100年計画委員会」（三井不動産）、「日本橋室町エリアマネジメント」（三井不動産）や「日本橋浜町エリアマネジメント」（安田不動産）、横浜市西区には「エキサイトよこはまエリアマネジメント」（京急、相鉄、

東急電鉄など）、「みなとみらいエリアマネジメント」（三菱地所、UR）、大阪市北区には「梅田地区エリアマネジメント実践連絡会」（JR西日本、阪急電鉄、阪神電鉄、大阪メトロ）、「グランフロント大阪TMO」（三菱地所、阪急電鉄）、横浜市中区には「日本大通りエリアマネジメント協議会」（アルテリーベ）、「横浜北仲エリアマネジメント」（森ビル、UR）、豊島区には「グリーン大通りエリアマネジメント協議会」（サンシャインシティ）、港区には「新虎通りエリアマネジメント」（森ビル、UR）、大阪市中央区には「なんば広場マネジメント法人設立準備委員会」（南海電鉄）、渋谷区には「渋谷駅前エリアマネジメント協議会」（東急、UR）、福岡市博多区には「博多まちづくり推進協議会」（JR九州、福岡地所）等など、その地に根ざすデベロッパーや電鉄会社の存在が大きな力となっていることが明らかである。

これらまちづくり団体のエリアマネジメント活動は公共空間を舞台に行われる所以、まちづくりの効果は再開発施設の敷地内だけで完結することなく、周辺のエリアに波及していく。このようなエリアマネジメント団体の活動は、162p～173pにインタビューを掲載した吉江俊氏の『〈迂回する経済〉の都市論』の実践として評価することができる。吉江氏が〈迂回する経済〉で示す概念図では、「周辺地域の活動の支援」は、「ゆとりある共用空間の整備」とともに、迂回した経済が最終的に企業の利益につながる流れを作り出す第一歩に位置づけられている。

さらに追加するとすれば、再開発できあがる空間の質的な違いも小さくない。丸の内仲通りをみれば誰でも納得するだろうが、超大手デベロッパーは自社のお膝元といえるエリアの再開発では、威信をかけたフラッグシッププロジェクトとしてよその地域での開発とはレベルの違う質の高い都市空間を整備する。しかし自社とは関係のない地域では、竣工時の利益を最大化する戦略を採用し計画は画一的だ。駐車場の出入り口と商業施設の荷捌き用の搬入口で街区を囲むストリートを殺風景にしてしまい、コストを最小限に抑えるためか植栽は貧相で、公開空地には活用の意図が感じられない。商業フロアのテナントは全国チェーンの店かクリニックで、ひどい場合には商業フロアの顔となる区画に自社の店舗を入れたりする。

要するに、再開発のポジティブな側面がルービックキューブのように揃ったのが、大都市の都心部ということだ。では、都心以外で再開発でセンシュアス度が上がった都市はどうだ

ろう。

今回のランキングで躍進した立川市の「GREEN SPRINGS」(203 p参照)は、JR立川駅と多摩都市モノレール立川北駅から至便の立地なので、再開発ではタワーマンションが供給されるのが定石だが、事業主の立飛ホールディングスはマンションではなくとびきり上質な商業施設をつくった。また「GREEN SPRINGS」に隣接するエリアには、アリーナやドーム、スケートリンクやスケボーパークなどのスポーツ施設、ブリュワリーやバーベキューガーデン、オーベルジュなど食文化施設をオープンさせ、さらに「たちきたエリアマネジメント」を事務局として支え、「GREEN SPRINGS」が接するサンロードを中心にその周辺エリアでエリアマネジメント活動を展開する。世田谷区でも2015年

に竣工した二子玉川ライズは、楽天が入居するオフィスビルと充実したショッピングセンターをつくり二子玉川の都市機能を強化し、東急が中心的に牽引する「二子玉川エリアマネジメント」が、ライズの敷地内だけでなく多摩川の河川敷を使ったまちづくり活動を展開している。同じ世田谷区の下北沢では、地下化された小田急線の線路跡地を再開発したBONUS TRACKで小商いのテナントを集めなど、住宅地の中に伸びる下北線路街に商業テナントを配置し、小田急電鉄が支援する形で各施設のイベントが活発である。

再開発によってセンシュアス度が上がるのは、地域のミクストユースを進め、ゆとりある共有空間を整え精力的なエリアマネジメントでまちづくりを継続する都市である。この3つの条件を満たさないでただ再開発に頼る街は沈んでいく。

④コロナで引きこもった地方都市と郊外

大都市の都心部以外の郊外や地方都市はどうか。ランキング20位から40位くらいの間には、首都圏なら立川市・昭島市、小平市、武藏野市、横浜市港北区・緑区・鶴見区、神奈川区、近畿圏では西宮市、吹田市、大津市、和歌山市などベッドタウン的な性格が強い都市ながら地元の商店街もあるエリアか、松本市、姫路市のように県内第二の都市として独自の都市圏を形成する都市が並んでいる。

しかしそのような独自の繁華性のあまりない郊外都市のランキングは、概ねあまり芳しいものではない。大都市圏であれば郊外居住者もある程度テレワークが定着して自宅周辺で過ごす時間が増えたはずだが、もともと住宅に特化して開発されたエリアで自宅の近くに商店街や繁華街がない場合は、自宅で動画を観て過ごす時間が増えたのかもしれない。また消費や娯楽をロードサイドのチェーン店へ依存する度合いが高いエリアだと、地域内で増えた時間もクルマで移動してしまうことになる。それでは、きれいな青空を眺めたり、小鳥の声に耳を澄ますような身体的経験が減ってしまう。

多くの地方都市では、あまりにも強烈に自粛を求められたコロナ禍の後遺症が回復していないようだ。なにしろコロナ禍中の地方都市の自粛ぶりは常軌を逸したものだった。都会から子どもが帰省してきた家庭を非難し、寮でクラスターが発生した学校を吊し上げ、県外ナンバーの車に嫌がらせ

をし、県庁職員が県境で県外ナンバーのクルマが越境して来ないか見張る。コロナに感染することよりも感染を近所に知られることを恐れるなど、行き過ぎた同調圧力が冷静な思考や良識さえも押し潰した。たとえば、213 pに紹介した「上野・湯島ガイトウスタンド&テラス」(東京都台東区)や、「かんないテラス」(横浜市中区)のように、コロナ禍であっても感染状況の落ち着いた頃を見計らって、道路占用許可基準の緩和措置(コロナ占用特例)を活用し、三密を避けながら人々が都市を楽しめる機会をつくろうとする取り組みが、地方都市でどれほど行われたか。

今回の調査は5類に移行して丸2年が経過したタイミングで、過去1年間の経験について尋ねたのだが、2024年時点ではまだ消費マインドの回復が遅れ、外食などで街に出かける機会が減っていた可能性が高い。あるいは生活習慣がすっかり変わってしまったのかもしれない。地方都市の強みであったローカルフード体験や自然体験が減って、センシュアス・シティ ランキングは低調なものとなった。中小規模の地方都市ではこの10年で人口減少・高齢化がさらに深刻化し、アフターコロナでは中心市街地はさらに衰退し、消費と娯楽を依存していたロードサイドのショッピングモールも閉店が増え始めるという局面に入っている。「都心の逆襲」の裏側には、「引きこもる地方」というもう一つの現実がある。

第3章

センシュアス・シティとはどんな都市か

1. 都市のエレメント：身近なエリアにある施設

センシュアス・シティはどのような都市か。まず街のエレメントとして、自宅から気軽に行けるエリアにどのような場所があるかを尋ね、センシュアス・シティ ランキングの上位25%、中位50%、下位25%のクロス集計で、センシュアス・シティの特徴をあぶり出してみる。調査では39の場所を提示して尋ねているが、図7では9つのカテゴリーに分類して各分

分類	項目
個人経営の雑多な飲食店	<ul style="list-style-type: none"> 小さな居酒屋や酒場が集まった横丁 有名な高級レストランや老舗料亭 個人経営のこだわりのカフェ・喫茶店 個人経営の雰囲気のよいレストランやバー
チェーン系の飲食店	<ul style="list-style-type: none"> 大手チェーン店の居酒屋 ファミリーレストラン 大手チェーンのファストフード店 大手チェーンのコーヒーショップ
個性的な商業施設	<ul style="list-style-type: none"> 活気のある商店街 知的な品揃えの本屋・古本屋 センスの良い花屋 おしゃれな古着屋やアンティークショップ トレンドな雑貨屋やセレクトショップ
チェーン系の商業施設	<ul style="list-style-type: none"> メジャーな映画が観られるシネマコンプレックス カラオケボックス 大手チェーンのドラッグストア
サブカル系文化施設	<ul style="list-style-type: none"> 銭湯 単館系ミニシアター 小さなアートギャラリー こだわりの強いレコード喫茶、ジャズ喫茶 感度の高いクラブ・ライブハウス
公共系文化施設	<ul style="list-style-type: none"> 有名アーティストや劇団も登場するホール 大きな展覧会を開催する美術館や博物館 プロスポーツの観戦ができる会場・スタジアム 蔵書が多い公営図書館
快適なオープンスペース	<ul style="list-style-type: none"> 快適な散歩が楽しめる遊歩道・緑道 カフェなどが併設された広い公園 散歩中に休憩できるベンチや座るオープンカフェ キッチンカーやマルシェが出店するスペース 屋外のテラス席や路上にテーブルを並べる飲食店
記憶をつくる風景	<ul style="list-style-type: none"> 昭和を感じる街並み お城や古民家など歴史的建物 お寺や神社、祠やお地蔵さん 古くからある地元の老舗商店やデパート 心の風景とも言える山や川、海などの自然景観
均質化された景観	<ul style="list-style-type: none"> 再開発でできた高層ビルや高層マンション 大型商業の店が並ぶロードサイド 市街地のコインパーキング 無人店舗・販売所（食品の自動販売機スペースなど含む）

類ごとの回答の平均値でグラフ化している（詳細なデータは108p～109pを参照）。

センシュアス・シティ上位都市が中位、下位に比べて、もっと目立つのは「個人経営の雑多な飲食店」の多さである。具体的な項目として提示した、小さな居酒屋や酒場が集まつた横丁、有名な高級レストランや老舗料亭、個人経営のこだわりのカフェ・喫茶店、個人経営の雰囲気のよいレストランやバーのすべてで、上位都市が中位都市に比べても10ポイント以上多い。次にセンシュアス・シティを特徴づけるのは、「個性的な商業施設」と「快適なオープンスペース」である。商業施設では活気のある商店街、センスのよい花屋、トレンドな雑貨屋やアンティークショップが多い。オープンスペースでは、カフェなどが併設された広い公園、散歩中に休憩できるベンチやオープンカフェ、屋外のテラス席や路上にテーブルを並べる飲食店が中位の都市よりも多い。

なお、居酒屋やファミリーレストラン、ファストフードやコーヒーショップなどの大手チェーン店はセンシュアス・シティ ランキングの上中下で差はなく、もはや全国どこにでもあるインフラのような存在である。また「均質化された景観」の中に設定した「再開発でできた高層ビルや高層マンション」に

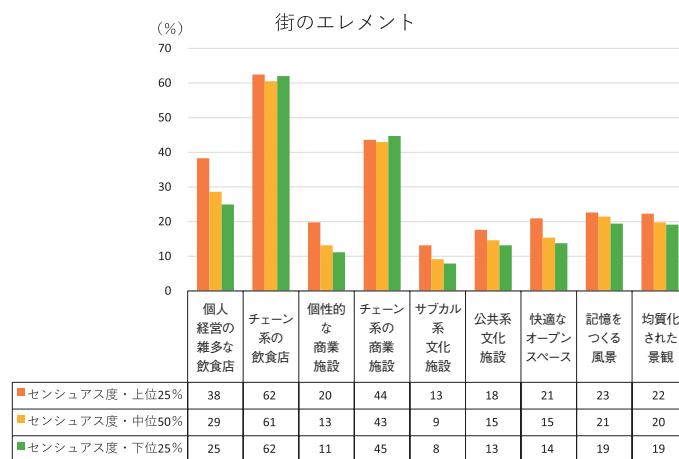


図7 センシュアス・シティのエレメント(近くにある施設)

ついても、センシュアス・シティ上位25%の都市では中位50%の都市に10ポイントの差をつけており、チェーン店と同様、再開発とセンシュアス・シティが共存しうることがわかる。センシュアス・シティには、チェーン店もあるが個人経営のこ

だわりの店も多く、再開発のタワーマンションもあるが商店街や横丁もあるというように、都市の景観や経験を支えるエレメントの多様性があるということである。

2. 都市の様相：都市の雰囲気

次は、住んでいるエリアの様子を、6つのカテゴリーにそれぞれ4つの質問（図8）を提示して、自分が住んでいる近隣エリアが「あてはまる」から「あてはまらない」の5段階で尋ねた。

分類	項目
ジェイコブズの4原則	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅、オフィス、飲食店や小売店などが狭いエリアに混在している ・通りが入り組んで曲がり角が多くいろいろなルートで歩ける ・古い建物と新しい建物が混在している ・人口密度が高い
人の多様性	<ul style="list-style-type: none"> ・年齢・職業・収入など多様な人が住んでいる ・外国人がたくさん住んでいる ・性的マイナリティも住みやすい雰囲気がある ・一戸建てからマンション、アパートなど様々なタイプの住宅がある
コンパクト	<ul style="list-style-type: none"> ・必要な場所、行きたいところが中心部にまとまっている ・住む場所と働く場所が近い ・自宅から徒歩か自転車で15分圏内で日常生活が完結できる ・電車・地下鉄やバスなど公共交通が便利である
ウォーカブル	<ul style="list-style-type: none"> ・目を楽しませる素敵な住宅やお店などがある ・徒歩や自転車で移動中にクルマの脅威を感じない ・歩いて疲れた時にちょっと休憩できる場所が簡単に見つかる ・暑い日や寒い日、天気の悪い日でも歩くのが苦にならない
刺激的	<ul style="list-style-type: none"> ・住人の文化的なレベルが高い ・新しい刺激に満ちている ・新しいことを取り入れたり挑戦する気風がある ・面白い人と出会える機会が多い
自律共生	<ul style="list-style-type: none"> ・住民として地域のことながら関わる機会が多い ・自治会、商店会、NPOなど市民によるまちづくりの活動が活発である ・ちょっとした頼み事をしあえるような近所づきあいがある ・なにか困ったときに専門的知識や技術で手助けしてくれる人がいる

センシュアス・シティは、都市構造的にはコンパクトでウォーカブルである。そしてジェイン・ジェイコブズが提唱した都市に多様性をもたらす4つの原則、通称ジェイコブズの4原則があてはまり、先に見た飲食店や商店の多様性とあわせて住む人の多様性が高い都市といえる。刺激的であるという点については、センシュアス・シティ ランキングの上位に大都市が多いためとも考えられるが、「住民として地域のことながらに関わる機会が多い」や「ちょっとした頼み事をしあえるような近所づきあいがある」など、自ら参加し助け合うコミュニティの存在も確認できる。全体的にセンシュアス・シティ ランキングの上位25%と中位50%で顕著な差があり、中位50%と下位25%の差は小さい。肌感覚で感じられる街の雰囲気はセンシュアス・シティを際立たせる要素といえるだろう。

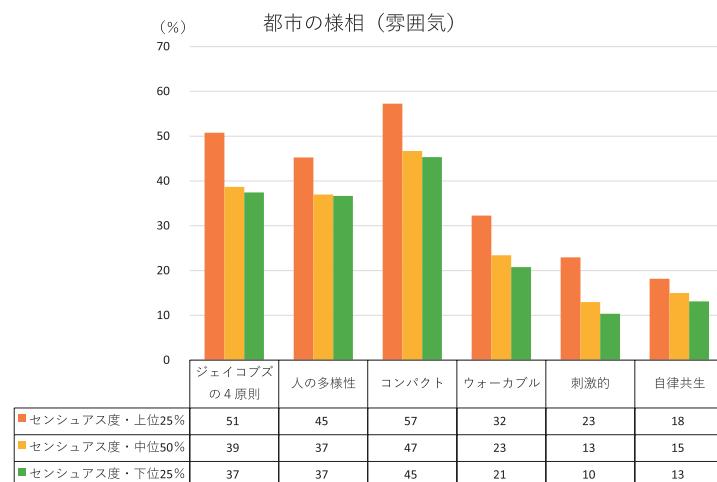


図8 センシュアス・シティの様相（街の雰囲気）

3. 都市の普遍的魅力

国土交通省の『成熟社会の共感都市再生ビジョン』では、これまで都市再生政策の主要テーマであった安全性や利便性、快適性の高さを「普遍的魅力」とし、これからも引き続き強化していく方向性が打ち出されている。横丁や狭い路地を愛するセンシュアス・シティは、そのような普遍的魅力とは無縁もしくはそれを拒否するコンセプトである、というイメージを持つ人がたまにいるが、この際だからきつぱりと否定しておかなければならない。

『成熟社会の共感都市再生ビジョン』に呼応するかたちで、「都市の普遍的魅力」を12項目で提示して「あてはまる」から「まったくあてはまらない」の5段階で測定し、センシュアス度の上中下で比較する。図9で明らかのように、センシュアス・シティはこれらの点においてまったくネガティブでない。センシュアス・シティ上位25%の「安全性」や「保健性」は、中位50%や下位25%と同レベルである。「利便性」や「快適性」はむしろセンシュアス・シティを際立たせている。

都市のエレメントでもみたように、確かにセンシュアス・シ

ティには横丁などの木造密集市街地もある。また外国人居住者も多く、最近ではインバウンドも押し寄せているので、“体感治安”については若干懸念があるかもしれないが、それは杞憂だ。「利便性」については公共交通機関が充実した大都市に有利なのでセンシュアス・シティが強いのは当然だとしても、「快適性」についてもセンシュアス・シティが強いことは、大都市だから当然と受け流してはいけない。この中の項目で「広場や公園、オープンスペースが充実している」について「あてはまる・計」の割合は、センシュアス・シティ上位25%の都市は、中位50%・下位25%に対して7~8ポイントの差をつけているが、自治体別の1人あたり都市公園面積は一般的に大都市では狭く中小の地方都市で広いことは周知の事実である。このことは、センシュアス・シティほど公共空間を楽しく快適に使えるような整備がされている、または活用する取り組みがあるということであろう。

分類	項目
安全性	・治安がよく犯罪に巻き込まれる不安が少ない ・大火事で延焼する危険が少ない ・地震や津波、洪水など自然災害の不安が少ない
保健性	・禁煙のエリアやお店が増え喫煙の被害が少ない ・ゴミ収集や清掃が行き届いて街が清潔 ・工場や自動車などによる騒音や悪臭がない
利便性	・鉄道・バスの公共交通機関の利便性がよい ・買い物や病院など生活の利便性が高い ・高層化したビルで土地が有効活用されている
快適性	・清潔な公衆トイレが多い ・ベビーカーや車椅子にも優しい ・広場や公園、オープンスペースが充実している

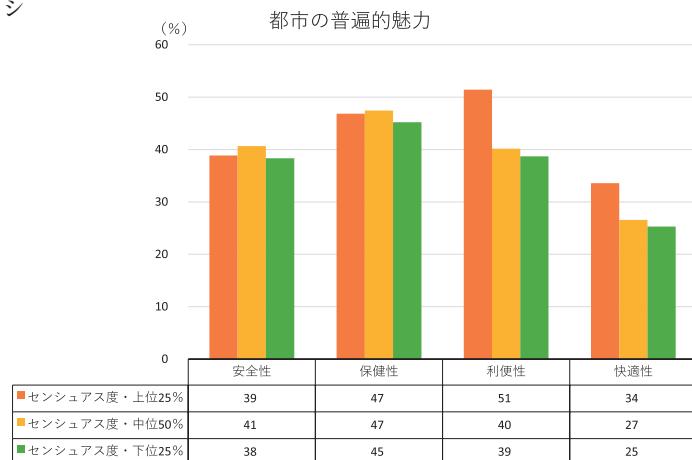


図9 センシュアス・シティの様相(街の雰囲気)

4. 都市の官能性を高める要素

ここまでセンシュアス・シティとはどんな街か、その横顔を確認してきた。ここからは、九州大学大学院人間環境学研究院の有馬氏の分析を引用して、都市のどんな要素が都市をセンシュアス・シティにするのか、について踏み込んでいく。

都市の官能度（センシュアス度）を目的変数、ここまでみてきた都市のエレメント、都市の様相（雰囲気）、都市の普

遍的的魅力を説明変数とし、XAI（説明可能なAI）のSHAP（Shapley Additive exPlanations）——手法の詳細は有馬氏の説明（146p）を参照——を使って、都市の官能性に対する各要素の影響度（重要性）を解析した結果を図10に示す。グラフの青は都市の官能性に対して正の効果、赤は負の効果があることを表している。また、個人属性の影響を

排除するため、年齢、性別、所得、未既婚、住居形態を統制している。

もっとも影響度が大きいのは「個人経営の雑多な飲食店」(横丁やこだわりのカフェなど)で、次は「ウォーカブル」(歩行空間の安全性や快適性など)、そして「自立共生」(地域への参加やご近所での助け合いなど)である。「快適なオープンスペース」にも正の効果が認められる。都市の普遍的魅力度に関しては、「保健性」(ごみ収集や清掃など)、「快適性」や「利便性」に正の効果がみられるが、官能性への影響度はあまり大きくない。一方、「チェーン系の飲食店」「チェーン系の商業施設」は都市の官能性にやや強い負の効果があり、「均質化された景観」(再開発やロードサイドなど)にも負の効果がみられる。

さらにこれを、関係性と身体性に分けて、それぞれの指標に影響を与える要素をみると(詳細は148p参照)、関係性には「個人経営の雑多な飲食店」と「自立共生」の影響度が大きく、「コンパクト」「ウォーカブル」にも正の効果がみられる。関係性に限定してみると、「チェーン系の飲食店」や「均質化した景観」の負の効果はやや大きくなる。身体性に関しては「ウォーカブル」(歩行空間の安全性や快適性など)と「個人経営の雑多な飲食店」の影響度がひとくわ強く、「快適なオープンスペース」の効果も大きい。

2015年調査ではクロス集計レベルでセンシュアス・シティに個人経営の雑多な飲食店が多いことは明らかになっていたが、今回の有馬氏の分析によって飲食店の重要性が定量的に確認されたことの意味は大きい。この分析結果は、都市再生やまちづくりの戦略に大きな気づきをもたらす。

センシュアスなまちづくりにおいて、いかに飲食店の力が大きいのか、そして飲食店の質が大事であるかということを再認識しなければならない。たとえば、昔気質の職人が焼く焼き鳥屋なのかチェーン店の居酒屋なのか、趣味人のオーナーの喫茶店なのかファーストフードなのか、シチリア帰りの

シェフのトラットリアなのかファミレスなのか。たとえば再開発ビルのテナントとして誘致する場合でも、商店街の空き店舗がリプレイスされる場合でも、お店の質によっては街の官能性に対して逆の影響力が働いてしまうことをもっと重く考えなければならない。まちづくりはハード整備以上にコンテンツ開発に力を入れるべきで、単にテナントを探すだけでなく、まちづくりの文脈での起業・創業、開業・開店、あるいは事業承継(196p~215pには、ライターの中川氏による小規模の事業者的事業承継の現状についてレポートを掲載しているので、ぜひ参照されたい)を促進するプログラムが必要になる。自治体の行政組織の中で、まちづくり×飲食店の領域が実質的に宙吊りになっている現状では、エリアマネジメント団体やまちづくり会社の役割はますます大きいものとして認識される。

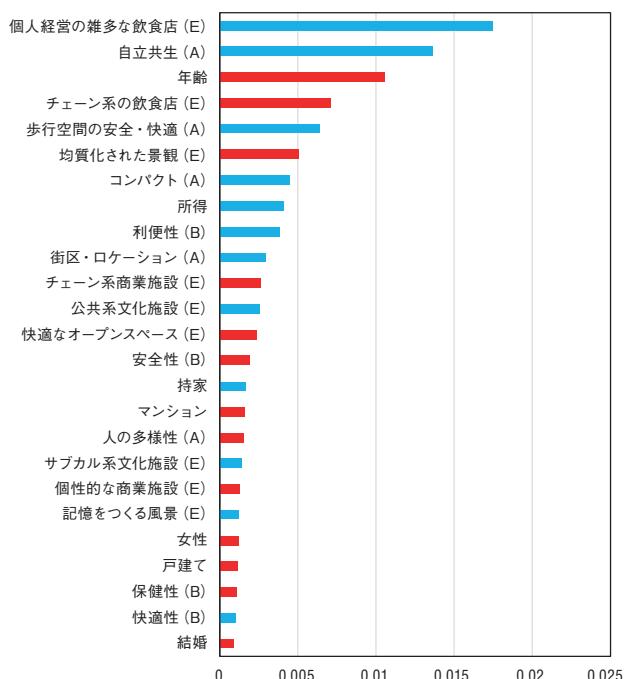


図10 都市の官能性への影響度(SHAP値による重要度)

第4章 都市がセンシュアスであることの意義

1. 都市のナラティブ

ここからは、センシュアス・シティにはどのような意味や意義があるのかについて考えたい。最初に共有したいのは「都市のナラティブ」という概念である。

イーフー・トゥアンは、『空間の経験』の冒頭で、とある2人の学者の印象的な会話を紹介している。「ここにはハムレットが住んでいたのだと考えただけで、たちまち、この城がそれまでとは変わって見えてくるのはおかしなことだと思いませんか」。

この会話が象徴するように、私たち人間は客観的事実の世界に生きてはいるけれど、見えている世界は人それぞれに違う。まち歩きをする人は、そのまちの地理や歴史などの情報を見入って歩くのと、まっさらな状態で歩くのでは、同じ道を歩いても見えてくるものが違うことを知っている。ここで言う「見えてくるもの」とは、客観的な風景や建物ではなく、個人の頭の中で認識された風景、あるいは意味による風景である。

たとえば、地域の神社を例に考えてみる。そこは地域の人々にとっては信仰の場であると同時に、地域の歴史の語り部であり、祭りや盆踊りなどを通してコミュニティのハブでもあり、住宅地の貴重な縁である。また子どものころの遊び場でもあり、お宮参りや七五三で家族の歴史が刻まれた場もある。ところがその神社が人気アニメの舞台になれば、ファンにとっては聖地となる。神社になんの関心も持たない人にとっては、どこにでもある普通の神社でしかない。このように同じ神社がそれを語る人の立場の違いで、さまざま異なる顔を持つ場所として立ち上がる。これが場所の意味である。私たちが自分のまわりの環境をこのように語るのなら、私たちは自ら意味づけた世界に生きていると言えるのだ。

自分にとっての意味によって語られる物語のことを「ナラティブ」と呼び、「昔々あるところに」で始まるようなストーリーの物語とは区別される。私たちが自分が住んでいる都市について誰かに語るとき、そこで語られるのは、よほど特殊なシチュエーションでない限り、緯度経度や面積や人口や

GDPなど客観的なデータではなく、自分自身のナラティブである。だから自分が住んでいる都市に対して大して語る言葉がないとすれば、それは自分が住む都市が、自分にとつてあまり意味化していないことを表してしまう。

語られる都市のナラティブは、たとえば「この街に引っ越して来たころ、休日はよくこの店で時間を過ごしていたなあ。マスターがつくるナポリタンが絶品で…」のように、自分が経験したことによる記憶——人間の記憶はパソコンやスマートのメモリにフォルダ形式で保存されたデータと違い、分散する情報が意味づけされたかたちで再生される一の堆積物から構成されるが、ハムレットが住んでいた城の話やまち歩きの話からもわかるように、直接自分が経験していない歴史（のナラティブ）も自分の中での意味になる。たとえば大阪の吹田市には、1970年の大阪万博跡地の公園に今でも岡本太郎の太陽の塔が威風堂々と立っているが、70年万博の頃には生まれていなかった若い親も、太陽の塔を見上げる自分の子どもに「昔ここで大きな万博があってな、えらい盛り上がったらしいで」というような話を語ってやれる。万博があったことは歴史的事実でもあるが、それが何らかの感情を伴って語られるとすれば、それは語り継がれた大阪のナラティブである。1970年万博のシンボルとしてつくられた太陽の塔が、モニュメントとして歴史のナラティブをその身に固着化させているように、街の風景として地域に親しまれている古ぼけた建物もまた、街のナラティブを呼び起こす存在である。古くから地域に住む人間もまた同じ役割を果たす。

個人の経験にもとづく個人のナラティブと共有された都市のナラティブ。それらが絡み合って豊富に積み重なった都市は、都市と自分の関係に意味を見いだしやすい。ナラティブが、自分がこのまちに住む理由、ここでなければいけない理由を与えてくれる。また、同じナラティブを共有していることで、見知らぬ他者とも緩やかな連帯感がうまれる。

都市のナラティブの多くが個人の経験の蓄積から紡がれるといえば、人が身体を通して経験する関係性と身体性のアクティビティで都市を評価する「センシュアス・シティ」では、「センシュアスな都市はナラティブが豊かであるはずだ」という仮説が導かれる。そこで、以下16項目の設問を調査票に組み込み、「よくあてはまる」から「まったくあてはまらない」の5

段階で尋ねた。図11に示す16項目は、記憶（個人的な記憶がある）、共有（地域で共有されている記憶がある）、同一化（自分がまちと深く結びついている感覚がある）、居場所（まちに居場所があると感覚）の4段階の深度で構成されている。

ナラティブ の深度	評価項目
記憶	この街には自分にとって特別の思い出や記憶に残る経験がある
	離れていても、この街の特徴として思い浮かぶ風景がある
	この街には、今はなくなったけれど今でも思い出す建物や風景がある
	この街には自分のお気に入りの場所や風景がある
共有	この街での出来事や日常のニュースを教え合う友だちがいる
	「この街らしさ」について地域の友人・知人と話すことがある
	「この街の良さ」について、地域の人たちが話すことに共感できる
	この街には街の人みんなが好きな場所や風景がある
同一化	この街に住んでいることは自分の個性のひとつを感じる
	自分もこの街の一員という自覚がある
	この街に住む他の人たちと共に共通点や親しみを感じる
	自分の身体がこの街に馴染んでいるという感覚がある
居場所	この街には家の外にも自分の居場所があると感じる
	この街では自分らしく生きることが許されていると感じる
	この街には自分を気にかけてくれる誰かがいると感じる
	この街に愛着がある

図11 センシュアス・シティの様相(街の雰囲気)

ナラティブ指標への回答を得点化し、今回調査対象とした167都市をセンシュアス・シティ ランキングの上位25%、中位50%、下位25%に三分割しクロス集計で比較すると、全項目の加重平均値の累計スコアは上位都市46.70、中位都市44.85、下位都市43.63となっており、さほど大きな差がついたとは言えないものの、やはりまちでのアクティビティが豊かなセンシュアス・シティほど、ナラティブも豊かである傾向がある。「よくあてはまる」と「あてはまる」の回答を合わせた「あてはまる・計」の割合の平均値は、上位都市34.9%、中位都市29.1%、下位都市25.2%という違いである。上位都市と下位都市で差が大きいのは「この街には自分のお気に入りの場所や風景がある」、「離れていても、この街の特徴として思い浮かぶ風景がある」といった風景の記憶と、「この街には街の人みんなが好きな場所や風景がある」の共有の感覚、「この街に住んでいることは自分の個性のひとつを感じる」という同一化の感覚、そして「この街には愛着がある」である。

ナラティブ16項目の回答の加重平均の累積値を偏差値化し、上位20都市までを図12に示した。1位は横浜市中区、2位は東京都千代田区・中央区と、3位は東京都文京区、4位は横浜市西区と、センシュアス・シティ ランキングでも上位の都市がここでも上位に並ぶ。だが全体としては、センシュアス・シティ ランキングとは少々異なる顔ぶれである。ひと目で気がつくことは、大阪市の都心部がランキング20位以内から消えたことである。東京都の豊島区、荒川区、台東区のほか、福岡市博多区、名古屋市中区・東区もいない。その代わり、函館市、京都市左京区、盛岡市がセンシュアス・シティ ランキングの圈外から飛び込んでくる。その他にも、東京都目黒区、松本市、武蔵野市、西宮市、京都市上京区・中京区・下京区、神戸市中央区、新宿区がセンシュアス・シティ20位以下からせり上がる。

センシュアス度が高いのにナラティブ度は低い都市がある。またその逆もある。このギャップはどんな要因によって生じ、何を意味するのか。後付けで強引な解釈はするべきではないが、あくまで個人的な印象では、センシュアス度でのラ

ンキングよりもナラティブ度でのランキングが高くなる都市は、歴史や文化のイメージがある都市が多いようにみえる。京都は言わずもがな、横浜市、函館市、神戸市には、都市景観的にも生活文化的にも明治の開港以来の歴史的なセンスがあり、いわゆる“オーセンティシティ”を感じさせる都市である。

ナラティブ>センシュアスということは、身体で経験したこと以上に語る言葉を持っているということである。そこにナラティブの本質的な一面が顔をのぞかせているのではないか。先にあげた以外では、下関市、那覇市、高知市、長崎市、奈良市、山口市、川越市などもナラティブ>センシュアスのギャップが大きい。いずれも歴史や伝統に根ざした地域ブランドなど、地域社会で共有されている自己イメージが豊かにあると推察される。それがまさに地域の固有性あるいはオーセンティシティと呼べるものに他ならない。センシュアスでもナラティブでも両方とも上位の、横浜市都心部、東京都千代田区・中央区、文京区、港区も、もちろんそういう都市で

ある。

それに対して、センシュアス度の高さに対してナラティブ度が大きく落ちるエリアは、雑駁に言えば「遊んでいるが語れない」という状況であり、消費都市的な側面が少し強いのかかもしれない。先に上げた都市以外では、小平市、横浜市港北区・緑区、千葉市中央区、川崎市川崎区、広島市都心部、大津市などもセンシュアス度の高さに対してナラティブ度が低い。

なお、特にセンシュアス・シティ ランキングとのギャップが目立つ大阪都心部の4エリアについて詳細を確認すると、「自分もこの街の一員という自覚がある」に対して「あてはまらない」「まったくあてはまらない」と回答した割合がやや高い傾向がある。また、東京都豊島区と名古屋市中区・東区はともに「この街には自分を気にかけてくれる誰かがいる」と感じる「あてはまらない・計」の割合が高い。

	ナラティブ 度加重平均 累積	ナラティブ 度順位	センシュア ス・シティ 順位	順位差
神奈川県_横浜市中区	52.08	1	5	-4
東京都_千代田区、中央区	50.4	2	1	1
東京都_文京区	50.14	3	15	-12
神奈川県_横浜市西区	50.07	4	2	2
東京都_目黒区	50.04	5	30	-25
東京都_港区	49.87	6	7	-1
長野県_松本市	49.85	7	24	-17
北海道_函館市	49.62	8	137	-129
東京都_世田谷区	49.44	9	13	-4
東京都_武蔵野市	49.37	10	39	-29
東京都_渋谷区	48.71	11	6	5
京都府_京都市左京区	48.5	12	69	-57
兵庫県_神戸市東灘区、灘区	48.48	12	14	-2
兵庫県_西宮市	48.45	14	37	-23
福岡県_福岡市中央区	48.35	15	16	-1
東京都_立川市、昭島市	48.22	16	20	-4
岩手県_盛岡市	48.23	17	123	-106
兵庫県_神戸市中央区	48.17	18	22	-4
京都府_京都市上京区、中京区、下京区	48.05	19	26	-7
東京都_新宿区	47.96	20	43	-23

図12 ナラティブ度ランキング（上位20位）

2. シビックプライド

シビックプライドは『成熟社会の共感都市再生ビジョン』で、取り組むべき施策の方向性の1つ「地域資源の保全と活用によるシビックプライドの醸成」として掲げられた社会的

な価値である。今回の調査では、以下の5項目を提示し、「よくあてはまる」から「まったくあてはまらない」の5段階の回答で、各都市の住民による「シビックプライド」を測定した。

- ✓ この地域の名前は全国に広く知れ渡っている
- ✓ この地域にはよその地域とは異なる独自の個性がある
- ✓ 気候風土や歴史に根ざした産業や生活文化がある
- ✓ この地域には場所や景色、食べ物などの観光資源が多い
- ✓ この地域に誇りを感じる

「シビックプライド」とセンシュアス・シティの関係をみてみると、図13の通り結果は一目瞭然で、センシュアス・シティはシビックプライドも全面的に高い。さらに全都市について5項目の回答の加重平均値の累積値を算出し、シビックプライド・ランキングを作成すると、前にみたナラティブと極めて似ているランキングになる。シビックプライドとナラティブの加重平均値の累積値同士で相関係数を算出すると、0.719と非常に高い。ナラ

ティブの総体として都市の固有性が結晶化し、そのポジティブな面の強度が市民の誇りとなる、と考えていいのではないか。

この点において、国土交通省が掲げるビジョンは妥当なものと言えるし、これまで保護・保全の対象とはならなかった20世紀の近代建築などにも視野を広げる方向性は高く評価したい。だが、やはり歴史の一本足打法ではこぼれ落ちてしまう都市のほうが多いのも事実だろう。では歴史のない都市のナラティブをどのように醸成していくかとなると、実はセンシュアスが切り札になりそうだ。図13のクロス集計結果はそのことを予感させるに十分なものであるが、これについてはまた後で解説する。

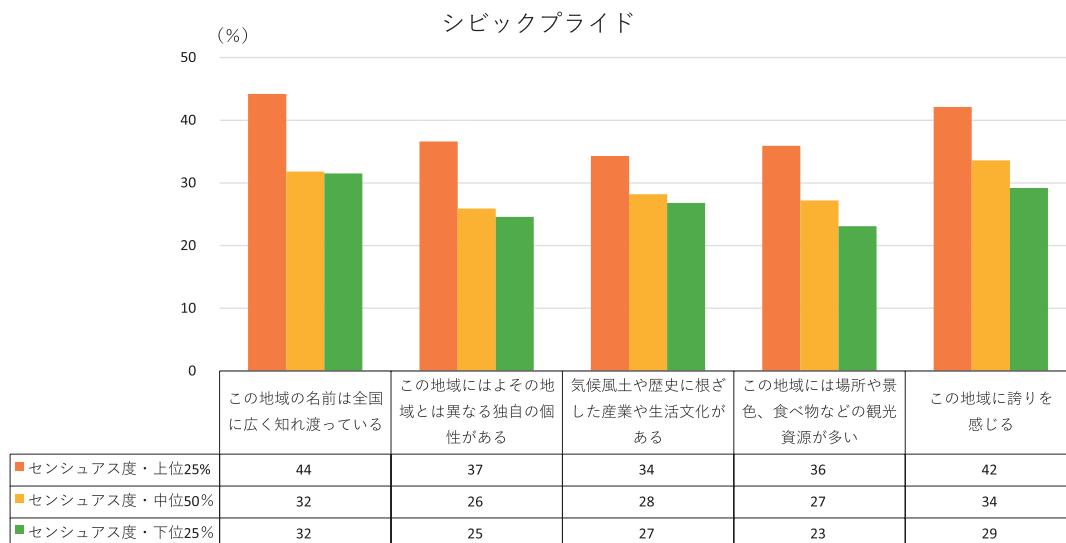


図13 センシュアス・シティのシビックプライド

3. センシュアス・シティのウェルビーイング

LIFULL HOME'S総研では、2020年発行の『住宅幸福論Episod3』以来、毎年の調査研究プロジェクトでテーマを変えながらも、一貫してウェルビーイングの研究を続けてきた。今回の「センシュアス・シティ」ではテーマを都市に移し、都市がセンシュアスであることがウェルビーイングにどう寄与するのか両者の関係を明らかにして、センシュアス・シティの意義について考えたい。

調査では、ウェルビーイングを構成する3つの次元である

「満足」「感情」「エウダイモニア」を、都市によって得られる幸福度に変換し以下の13項目の質問を設定し、それぞれ5段階で回答を得た(図14)。この3つの次元でウェルビーイングを測定するという試みは、ひと口に幸福と言っても、そこには質的に違う側面があることを念頭に置くものだ。「エウダイモニア」は聞き慣れない言葉だと思うが、自己実現や生きがいのような概念と理解してもらえばいい。

ウェルビーイングの次元	設問	回答
都市の満足度	・とても満足している ・大体において理想的である ・他の地域と比べて素晴らしい	住んでいる地域の評価について、各々「とてもよく当たる」から「まったく当たらない」の5段階で評価
都市での感情	・幸せを感じる時間 ・楽しく愉快な時間 ・ワクワクする時間 ・リフレッシュできる時間 ・落ち着いて過ごせる時間	住んでいる地域での暮らしにおいて、「ほとんど毎日」「たくさんある（週に数回）」「ときどきある（月に数回）」「あまりない」「まったくない」の5段階で回答
都市のエウダイモニア	・生きがいを感じる時間 ・自分らしくいられる時間 ・誇らしい気持ちになる時間 ・他の人の役に立てる時間 ・自分の能力を発揮できる時間	

図14 都市のウェルビーイング指標

ウェルビーイングの各次元を目的変数とし、都市のセンシュアス度（官能度） = 〈センシュアス〉を説明変数とした重回帰分析によって、両者の関係を明らかにする。また今回の分析では、都市再生政策がテーマとしてきた「都市の普遍的魅力」（安全性・保健性・利便性・快適性） = 〈ジェネリック〉も説明変数に加え、〈センシュアス〉と〈ジェネリック〉の両概念が都市のウェルビーイングに与える影響度の大きさを比較する。なお幸福度は年齢、性別や所得などの個人属性によって規定される部分も大きいため、その影響度を排除するため統制変数としてモデルに入れている。図15が重回帰分析で算出された各説明変数が都市のウェルビーイングの各次元に与える影響度（標準化偏回帰係数）である。

まず、〈センシュアス〉は3つの次元のウェルビーイングに対しても正の効果があり、それは平均所得や既婚率などの個人属性による効果を大きく上回っていることがわかる。〈ジェネリック〉もまた、ウェルビーイングのすべての次元に正の効果がある。2つを比較すると、〈ジェネリック〉が「満足」に与える効果は〈センシュアス〉のそれより2倍以上大きいことがわかる。住む都市が便利で快適であることは、センシュアスな都市に住むよりも「この街は最高だ！」というような大きな満足度による幸福感に直結するということだ。「幸せを感じる」や「ワクワクする」といった「感情」に対しては、〈センシュアス〉も〈ジェネリック〉も同じ程度の正の効果がある。〈センシュアス〉が〈ジェネリック〉よりも強いのは「エウダイモニア」に対する影響度である。「生きがいを感じる」や「自分らしくいられる」「誇らしい気持ちになる」「他の人の

役に立てる」「能力を発揮できる」といった充実感は、ジェネリックな都市よりもセンシュアスな都市のほうが得られやすい。

「満足」と「エウダイモニア」に優劣がつけられるものではないが、一般に不動産相場は利便性によって形成されることを考えれば、ジェネリックな魅力で幸福感を得るためにには、高い居住コストを覚悟しなければならないかもしれない。ちなみに「都市の普遍的魅力」の加重平均値の累積スコアがもっとも高いのは東京都港区である。また、「都市の普遍的魅力」の加重平均値の累積スコアと「シビックプライド」の加重平均値の累積スコアの相関係数は0.231と低く、ジェネリックな都市に住んだからといって、シビックプライドが持てるというわけでもない。

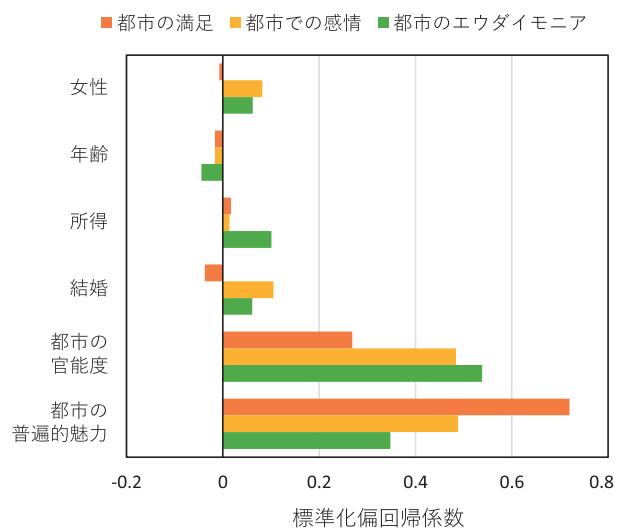


図15 〈センシュアス〉のウェルビーイング

4. センシュアス・シティのシビックプライド

次に〈センシュアス〉と〈ジェネリック〉はそれぞれ、都市に対してどのような価値をもたらすのか、「シビックプライド」「地域への定住意向」「ソーシャルサポート（頼れる人の有無）」を目的変数として、先ほどと同様の重回帰分析を行った。

図16で示す通り、〈センシュアス〉は「シビックプライド」「定住意向」「ソーシャルサポート」のすべてに正の効果があり、中でも「シビックプライド」への影響度がもっとも大きい。「ソーシャルサポート」についても、結婚による効果に近い影

響を与えている。これに対し〈ジェネリック〉は「地域定住意向」に対して〈センシュアス〉の2倍ほどの効果を持っていることがわかる。しかし、「シビックプライド」に対する効果はほとんどなく、「ソーシャルサポート」に対してはネガティブな効果が現れる。利便性のよい都市に住んでいると、他人に頼る必要はないということだろうか。同様に所得の高さが「ソーシャルサポート」に対して負の効果が大きいことが象徴的である。

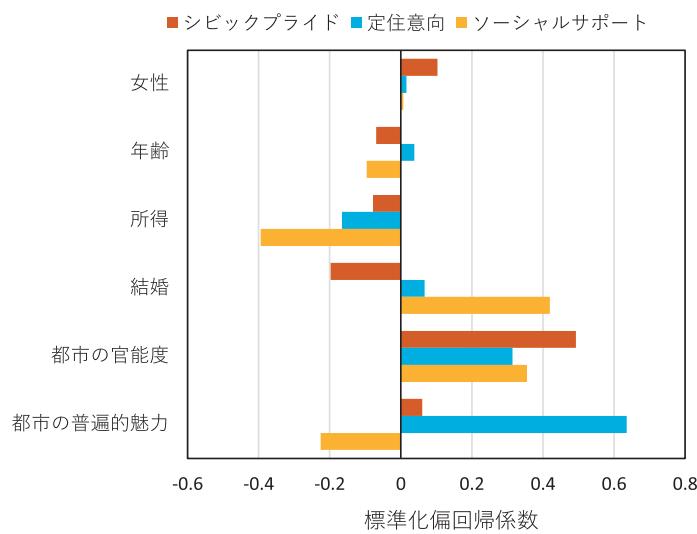


図16 〈センシュアス〉のウェルビーイング

5. センシュアス・シティとジェネリック・シティの意義

前項も含めここでの有馬氏による重回帰分析の結果からは、都市がジェネリックであること、もしくは都市がセンシュアスであることの都市に対する意義を以下のように整理できる。とりわけ、機能主義的なジェネリック・シティ政策では、

都市生活の幸福に対して手の届かない領域や逆にネガティブな領域もあることは、今後の都市政策の方向を考えるうえで重要な発見と言えるだろう。

〈ジェネリック・シティ〉

- ・安全性・利便性・快適性など「都市の普遍的魅力」を追求するジェネリック・シティには、都市のウェルビーイングを増進し、定住意向を高める効果がある
- ・中でも都市に対する満足度、定住意向を高める効果は特に強い
- ・その一方で、シビックプライドの醸成にはあまり効果がなく、ソーシャルサポートの実感に対してはむしろネガティブに働く

〈センシュアス・シティ〉

- ・都市におけるアクティビティの豊かさを追求するセンシュアス・シティは、ウェルビーイングの増進、シビックプライドの醸成、定住意向の増進、ソーシャルサポートの実感など、都市の幸福に対して全方位的な効果を発揮する
- ・都市に対する満足度と定住意向への影響力の強さではジェネリック・シティに劣るもの、エウダイモニア（生きがいや充実感）、シビックプライド、ソーシャルサポートへの貢献度は、ジェネリック・シティを大きく上回る

6. センシュアスとジェネリック、そしてナラティブ

「センシュアス・シティ」におけるLIFULL HOME'S総研の基本的な立場はあくまで、都市がセンシュアスであることにはそれ自体がすでに都市の価値である、という考え方である。とはいっても、センシュアス・シティが単に享楽的な都市に過ぎない、というわけではない。ここまで、〈センシュアス〉には都市のウェルビーイングやシビックプライドを高める貢献があることを定量的に分析してきた。それでは関係性と身体性のアクティビティはなぜ、どのようにしてウェルビーイングやシビックプライドを高めるのか。

第一の仮説は、「センシュアスな都市はナラティブが豊かである」である。リアルな都市空間における身体を伴う経験の蓄積によって、都市が自分にとって意味ある場所として立ち上がりてくる。その意味による語りがナラティブである。そして「ナラティブが自分と都市の絆を強め、都市生活の幸福感をもたらし、都市に対する誇りと愛着を育てる」、これが第二の仮説である。

ここからは構造方程式モデリング(SEM: Structural Equation Modeling)によるパス解析によって、この仮説で提示している因果関係を分析する。引き続き有馬氏の分析を借りて議論を進める。

パス解析では、変数（概念）と変数（概念）の関係を因果関係として把握する。つまり〈センシュアス〉と〈ナラティブ〉と〈ウェルビーイング〉の間に、〈センシュアス〉 \leftrightarrow 〈ナラティブ〉とか、〈ナラティブ〉 \leftrightarrow 〈ウェルビーイング〉ではなく、〈センシュアス〉 \Rightarrow 〈ナラティブ〉 \Rightarrow 〈ウェルビーイング〉という因果の力が働いていることを分析するものである。この分析の趣旨は、都市の人の営みの中に、〈センシュアス〉という目には見えないフォースが働いていることを探ること、と理解してもらっている。

図17は、〈センシュアス〉と〈ジェネリック〉と〈ナラティブ〉

が、都市のウェルビーイングどういう関係にあり、どういう経路でウェルビーイングを増進させるか、因果関係の方向と強さを表したものである。

まず確認したいのは、〈センシュアス〉〈ジェネリック〉〈ナラティブ〉のそれぞれから単独でウェルビーイングの3つの次元、「満足」「感情」「エウダイモニア」へ直接的な影響を与える力がパスとして引かれ、また〈センシュアス〉と〈ジェネリック〉のそれぞれから〈ナラティブ〉へ向かう影響力のパスがある。それぞれのパスの強さをみると、〈センシュアス〉や〈ナラティブ〉から直接ウェルビーイングへ働く影響力よりも、〈ジェネリック〉から直接ウェルビーイングへ働く影響力が大きいことがわかる。つまり安全性・保健性・利便性・快適性で構成される「普遍的魅力」は単独でウェルビーイング、特に都市の満足度を高める効果が大きいということだ。重回帰分析では〈センシュアス〉のほうが強い影響力があった「エウダイモニア」に対する影響度も〈ジェネリック〉とそれほど大きな差があるわけではない。

しかし、〈センシュアス〉から〈ナラティブ〉へのパスに、この因果モデルの中で最大の影響力が働いていることには大きな意味がある。〈センシュアス〉からウェルビーイングへの影響力は、直接働きかける効果と、〈ナラティブ〉を経由して働きかける間接効果の2つのパスがあり、その影響力を合わせたものが総合効果として計算される。たとえば〈センシュアス〉から「満足」への効果は、直接効果として0.169と、〈ナラティブ〉を経由した間接効果として0.130 (0.577×0.225) を合わせた総合効果として0.299となる。〈センシュアス〉から〈ナラティブ〉の効果が0.577と高いため、最終的には「感情」で〈ジェネリック〉と同程度の影響力となり、「エウダイモニア」に対しては〈ジェネリック〉を大きく上回る効果を与えている。〈ジェネリック〉から〈ナラティブ〉への効果は〈センシュアス〉の半分以下である。

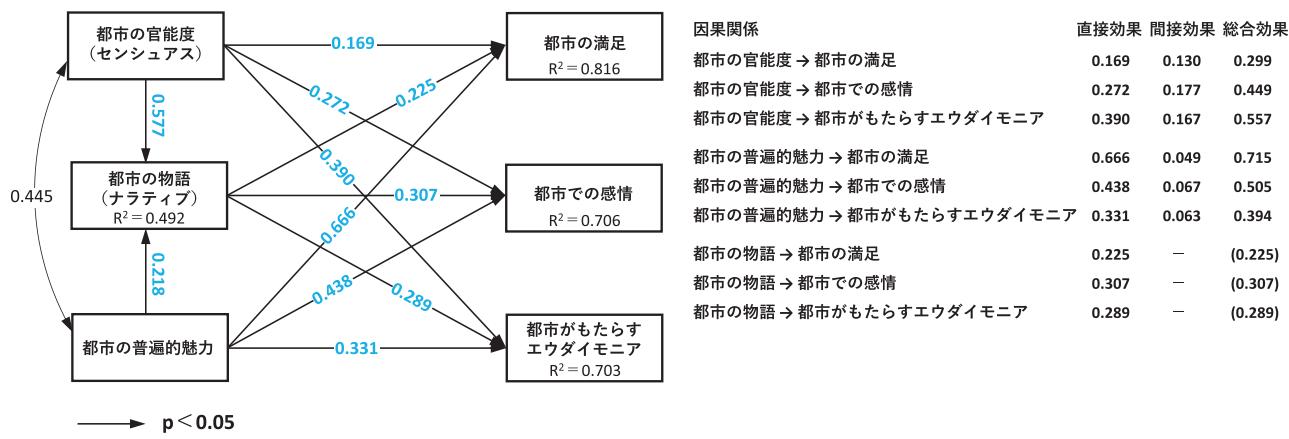


図17 都市のウェルビーイングへの因果の影響度

次に〈センシュアス〉〈ジェネリック〉そして〈ナラティブ〉から「シビックプライド」「地域定住意向」「ソーシャルサポート」への因果関係についてもパス解析を試みた。先ほど3つの次元で分析した都市のウェルビーイングは「幸福度」として1つの変数にまとめてモデルに追加している。

「シビックプライド」について、ここまでにすでに明らかになっていることは、1つには〈ジェネリック〉と「シビックプライド」の相関関係が弱いこと。もう1つが〈ナラティブ〉と「シビックプライド」の相関が非常に高いことである。そして〈ナラティブ〉は〈センシュアス〉によって高められる効果が強いことも先の分析で明らかになっている。果たしてここにどのような因果関係が認められるのか、図18に分析結果を示す。

まず単独の効果からみると、〈センシュアス〉から「幸福度」と「シビックプライド」には正の効果があるが、「定住意向」への影響度には有意性が認められず、「ソーシャルサポート」

については有意な負の効果がある。〈ジェネリック〉からの「幸福度」と「定住意向」に対する影響には強い正の効果があるが、「シビックプライド」と「ソーシャルサポート」に対しては有意な負の効果がみられる。これに対して〈ナラティブ〉からのパスはいずれも有意な正の効果があり、特に「シビックプライド」・「定住意向」・「ソーシャルサポート」に対する影響力は強い。

そして〈センシュアス〉が〈ナラティブ〉へ与える影響力は0.577と強いので、〈ナラティブ〉経由の間接効果が直接効果のマイナスを打ち消し、〈センシュアス〉から伸びる総合効果はすべてポジティブに作用する。特に「シビックプライド」への総合効果は0.605と高く分析されている。一方〈ジェネリック〉から〈ナラティブ〉への影響度は〈センシュアス〉の半分以下なので間接効果は小さく、「シビックプライド」と「ソーシャルサポート」については負の効果として残る。

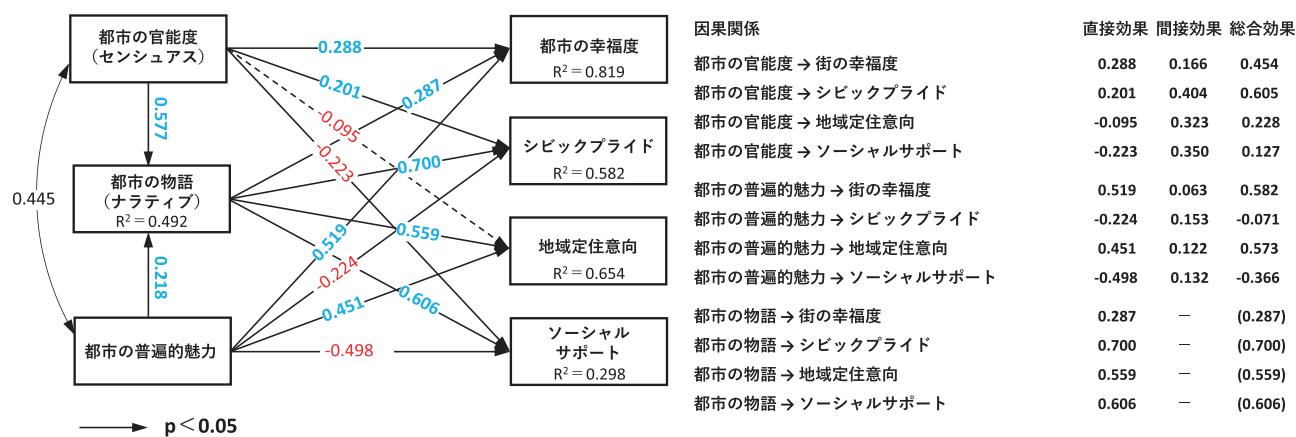


図18 シビックプライドへの因果の影響度

7. まとめ的な考察

以上のパス解析から、都市における〈センシュアス〉と〈ジェネリック〉の意義を整理しながら、ジェネリック・シティとセンシュアス・シティの心情を軽くスケッチしてまとめとしよう。

まず、安全性・保健性・利便性・快適性のような機能的な「都市の普遍的な魅力」 = 〈ジェネリック〉は、それを高めることでダイレクトに都市のウェルビーイングの増進につながる。特に、「この街に満足している」という感覚の幸福度に対して強い影響力を發揮する。また「都市の普遍的な魅力」はその地域への定住意向についても強く作用し、住み続ける人を増やす効果がある。しかしその反面、「都市の普遍的な魅力」が都市のナラティブを耕す力は相対的に弱く、ナラティブによって高められるシビックプライドやソーシャルサポート（助けてくれる人がいるという感覚）に対しては無力であるばかりか、ネガティブな力として働いてしまう。

「都市の普遍的な魅力」は幸福度や定住意向を高めるのに、なぜナラティブを豊富にしないのか。ナラティブを豊富にしないということは、普遍的魅力は街について語る言葉を増やす効果がない、ということだ。「困ったときに助けてくれる頼れる人がいない」というのは、自分も誰かを助けることがあるという感覚がないからだろう。困ったらネットで検索して業者を呼べばたいていのことはお金で解決できる。便利で快適な街に住んでいるという認識は確かに幸福感につながるが、その幸福感は、「よその街よりも素晴らしい」という比較評価に基づいている。ポータルサイトを検索しまくって、希望する条件にぴったり合う街を見つけた。もう少し予算に

余裕があれば違う選択もあったけど、そこも含めて理想的な選択だった。買い物にも便利だし街は清潔だし、毎日ストレスがなく快適で楽しい。妥協して隣の駅にしなくてよかった。といった感じだろうか。ジェネリックな街ほど住人は、道具として都市を選び、そのベネフィットを消費するように暮らしているのかもしれない。定住意向を高める効果があるという分析結果ではあるものの、それが利便性や快適性といった都市インフラも含めた機能的な価値から得られるものであれば、より便利で快適な都市とは常に競合状態にあるはずである。

これに対して、アクティビティの豊富さによって測られる「都市の官能性」 = 〈センシュアス〉は、それ単独で直接ウェルビーイングを高める力は、「都市の普遍的魅力」には勝てない。なにしろ、食べたり飲んだり、おしゃべりしたり、恋をしたり、遊んだり、散歩したり、ぼんやりしているだけである。しかし、その日常が都市のナラティブを豊かにし、都市の中に意味のある場所が増えていくことによって、幸福度やシビックプライドが高くなる。他の地域と自分の地域を比べるときは、どちらがより素晴らしいかではなく、「異なる独自の個性がある」かどうかだ。そうして実感する幸福感は、「満足している」とか「他の都市に比べて素晴らしい」とった感覚のものとは少し違う。それよりも「自分らしく生きられる」や「生きがいを感じる」などの手応えが幸福感を高めてくれる。困ったときに助けてくれる人もいる。それでもずっと住むかと聞かれたら返事は迷う。いつだって未来は流動的だ。

おわりに：都市を取り戻せ

さて、10年ぶりに更新された「センシュアス・シティ」を分析してみて、この10年の間に、都市にもたらされた変化の大きさをあらためて思い知らされた。確かに大都市の都心の景観は様変わりした。久しぶりに訪れた街で、確かにこの辺りの路地にうまい焼き鳥屋があったはずだと探しても、もうその一角がまるごとなくなっていたりする。真新しい超高層ビルを見上げて、ここは前は何があったかなと思い出そうとしてもかいもく見当がつかない。しかし見た目以上に本当に変化したのは、そこで営まれる都市生活の様だ。その変化をネガティブなものと決めつけるわけにはいかないことは、「センシュアス・シティ」の調査結果が表している。

「都心の逆襲」。それを「企業主導アーバニズム」※6と批判することはできる。慶應義塾大学のホルヘ・アルマザン教授の再開発批判はまったく当を得ており、共感するところが多い。だが、今回の調査結果を受け入れるなら、都心がセンシュアスになったということは認めざるを得ない。アルマザン教授の議論は、しばしば敷地内完結性の強い再開発計画を念頭にしているところがあり、批判の矛先は個別の再開発施設に向けられている。しかし、再開発施設の敷地の外側、“裏”や“奥”への波及効果やエリアマネジメント団体

によるまちづくり活動については、意図的かどうかは分からぬが、十分に論じられているわけではない。また、本編でも触れた立川の「GREEN SPRINGS」は立飛ホールディングスによる紛れもない「企業主導アーバニズム」だが、氏が展開する批判に回収されない強度がある。

思い起こしてみれば、丸の内や東京駅でウェディングフォトの撮影をするカップルが現れるなんて、10年前に誰が想像できただろうか。兜町がクールなグルメエリアになるなんて、「K5」ができる前には誰も信じなかつたはずだ。大阪では東京に先駆けて進んでいた水辺の活用が完全に日常の風景となり、緑の少なかった都心に広大な水と緑の公園ができる、クルマに占拠されて騒音と混雑が不快だった駅前は人が自由に往来したり滞留したりできる広場になった。やたら車道が広いクルマ都市の名古屋のど真ん中で、大勢の人が芝生の上でピクニックをしている姿も、一昔前なら想像できなかつた光景だ。

「都心の逆襲」の一方で、多くの地方都市ではコロナ禍の「引きこもり」状態が続いている。長期的な人口減少と高齢化の趨勢にパンデミック、そしてその後の物価高が重なり、



丸の内仲通り

※6 大規模デベロッパーや企業資本が主導し、収益性・投資回収を軸に都市空間を形成・運営するあり方を指す。ホルヘ・アルマザンが『東京の創発的アーバニズム』(2022年、学芸出版社)で論じた、多様な市民や小規模事業者による日常的実践やボトムアップによる「創発的アーバニズム」と対照的に置かれた概念である。

都市生活は少なからず萎縮している。観光の復活で街は息を吹き返したように見えて、利益の多くは東京や海外の資本に吸い上げられ、ローカルな飲食店は観光客に占拠され、あるいはインバウンド向けの店に置き換わり、混雑を避けるように地元民は都市と距離を取っている。中心市街地に再開発でタワーマンションが1棟、2棟できただけれど、県内のより小さな市町の富裕層の相続対策としての購入が目立ち、周辺エリアにポジティブな変化をもたらしているとは言い難い。

この明暗を生んだ主要因の一つは、20年以上にわたり日本の都市再生を駆動してきた単一原理——すなわち「企業主導アーバニズム」である。2002年の都市再生特別措置法以来、日本の都市再生が民間企業に委ねられてきたことは周知の事実だ。それが大都市の都心ではポジティブな変化を生み、地方都市ではそうではなかった。デベロッパーが要求する賃貸事業が成立しない地方都市が、都市再生を「企業主導アーバニズム」によって推進してきたのは、二重の意味で悪手であった。一つには地元資本（中心市街地の不動産オーナーたち）が自ら投資をして街を再生するのではなく、権利床売却で“上がり”を期待しがちになること。もう一つは再開発がデベロッパーの焼畑農業の養分になりがちであることである。デベロッパーにすれば、不動産を保有して長期間にわたる賃貸事業をするつもりのないエリアに、事業完了後もスタッフを張り付かせてエリアマネジメント活動をする合理的な理由がない。これはデベロッパーを責める問題ではない。全国一律に「企業主導アーバニズム」に頼ったのが間違いだった。

地方都市は、「企業主導アーバニズム」から都市を取り戻す必要がある。疲弊した中心市街地を再開発で起死回生という幻想は捨てるべきだ。コロナ禍が終わってもなお引きこもる生活を続ける人びとに、もう一度〈街の幸福〉を思い出してもらわないと、地方の暮らしの精神的な豊かさはやせ細り、そのことが都市の衰退と悪循環をなしてしまう。

「企業主導アーバニズム」からの脱却を図りながらも、大手デベロッパーが都心で培ってきたエリアマネジメントから、地方が学ぶべき点は多い。竣工時の最大風速の利益を追うのではなく、エリアの価値から継続的な利益を生むという戦略の設計である。これはまさに吉江俊氏が提唱する〈迂回する経済〉による都市再生であり、使いこなしの編集と運用で価値を複利化する態度である。先に述べたように、大手が地方の再開発の事業終了後に撤収しがちなのは、彼らの

求める賃貸事業のスケールを成立させる市場規模がないからだ。しかし、小さな地元資本であれば、大手の胃袋を満たせない市場でも生きていける。むしろ小ささは、繊細な需要変動に柔軟に対応する機動力となる。

その考え方を理論として裏づけるのが、アルマザンの「創発的アーバニズム」である。大きな計画に頼りすぎず、偶発性と切実な必要から生まれるボトムアップのプロセスによって形成されるまちづくりだ。多数のステークホルダーのコミュニティによる小規模プロジェクトを段階的に積み上げていくことで変化し続ける都市。林厚見氏が提唱する「みんデベ」（216p～225p参照）は、その原理を現場に接地する実務として有益だ。

そして、これまでのところ成功しているとはいえ、大都市都心のまちづくりも特定の大企業へ依存しすぎるのは考えものだ。いくら優れた公共空間が整備されその活用の自由度が広がったとしても、なお特定の大企業が管理する空間で提供されるプログラムであることに変わりはない。はたしてそれは本当に自由な都市空間なのかという問いを、私たちは持ち続けるべきだろう。さらに、センシュアスなアクティビティが多いのにナラティブが蓄積していない大阪都心部の所見が示唆するのは、私たちが次々に供給される新しい都市的刺激を消費するだけの存在へと滑りやすいということである。私たちは自発的に、心地よい「ヴェルヴェットの檻」に入ってしまいがちなのだ。

ここでようやく、「都市を取り戻せ」の意味が実体をもつ。懐古主義ではない。都市の編集権を使い手へ戻すという現実的転換である。この10年でのセンシュアス・シティ ランキングの変容は、センシュアス・シティは、時間の流れの中で自然発生的になる・ある・残るだけではなく、人がつくることもできるのだということを示した。大手デベロッパーをはじめとする関係者の継続的な努力の功績は大きい。しかしながらといって巨大資本へ依存するしかないというのは違う。ホルヘ・アルマザンは、小さき者たちの手による「創発的アーバニズム」によって東京の魅力がつくられてきたことを、横丁や雑居ビルや低層密集地域を分析することで明らかにした。2025年調査の「都心の逆襲」は、諦めではなく、センシュアス・シティの幸福はつくれるのだという希望として読んでもらいたい。キーワードはナラティブだ。



Sensuous City [官能都市] 2025

身体で経験する都市 あるいは都市のナラティブ

■ 製作

島原万丈 (LIFULL HOME'S 総研 所長)

■ 企画

島原万丈 (LIFULL HOME'S 総研 所長)

橋口理文 (株式会社ディ・プラス 代表取締役)

有馬雄祐 (九州大学大学院人間環境学研究院 助教)

吉永奈央子 (リサーチャー／株式会社ディ・プラス フェロー)

■ 官能都市調査2025

島原万丈 (LIFULL HOME'S 総研 所長)

橋口理文 (株式会社ディ・プラス 代表取締役)

有馬雄祐 (九州大学大学院人間環境学研究院 助教)

株式会社マーケティングリサーチシステム

■ 執筆（掲載順）

島原万丈 (LIFULL HOME'S 総研 所長)

渡會知子 (横浜市立大学都市社会文化研究科 准教授)

清水千弘 (一橋大学大学院ソーシャル・データサイエンス研究科 教授)

橋口理文 (株式会社ディ・プラス 代表取締役)

吉永奈央子 (リサーチャー／株式会社ディ・プラス フェロー)

有馬雄祐 (九州大学大学院人間環境学研究院 助教)

山田大輔 (前・国土交通省都市局まちづくり推進課官民連携推進室長／現・柏市役所副市長)

インタビュー：吉江俊 (東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻 講師)

渋谷雄大 (LIFULL HOME'S PRESS 編集部)

中川寛子 (株式会社東京情報堂 ライター)

林厚見 (株式会社スピーク共同代表／「東京R不動産」ディレクター)

■ 編集・制作

和田安代 (WASUWO舎)

■ アートディレクション

齊藤恵子

■ 校正

プレーンドット

■ 印刷

株式会社イーステージ (小野寺紳／立花典子)

Sensuous City 2025

[官能都市]

身体で経験する都市
あるいは都市のナラティブ

