

# 『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<sup>※2</sup>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<sup>※3</sup>。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いた、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](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。



- ✓ 地域のボランティアやチャリティに参加した
- ✓ 飼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



「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

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とて必要なのは、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<sup>※4</sup>。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

<sup>※4</sup>「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。

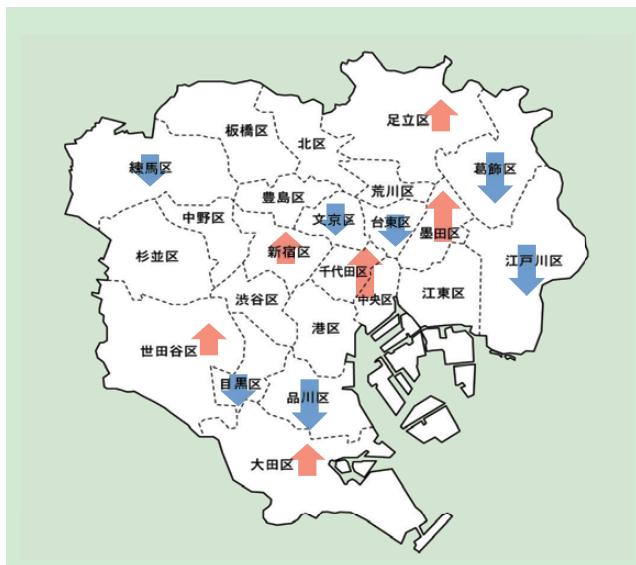
6位の千代田区と13位の中央区が合わさり1位へ、豊島区が12位から2位へ、墨田区が22位から10位へ、世田谷

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。

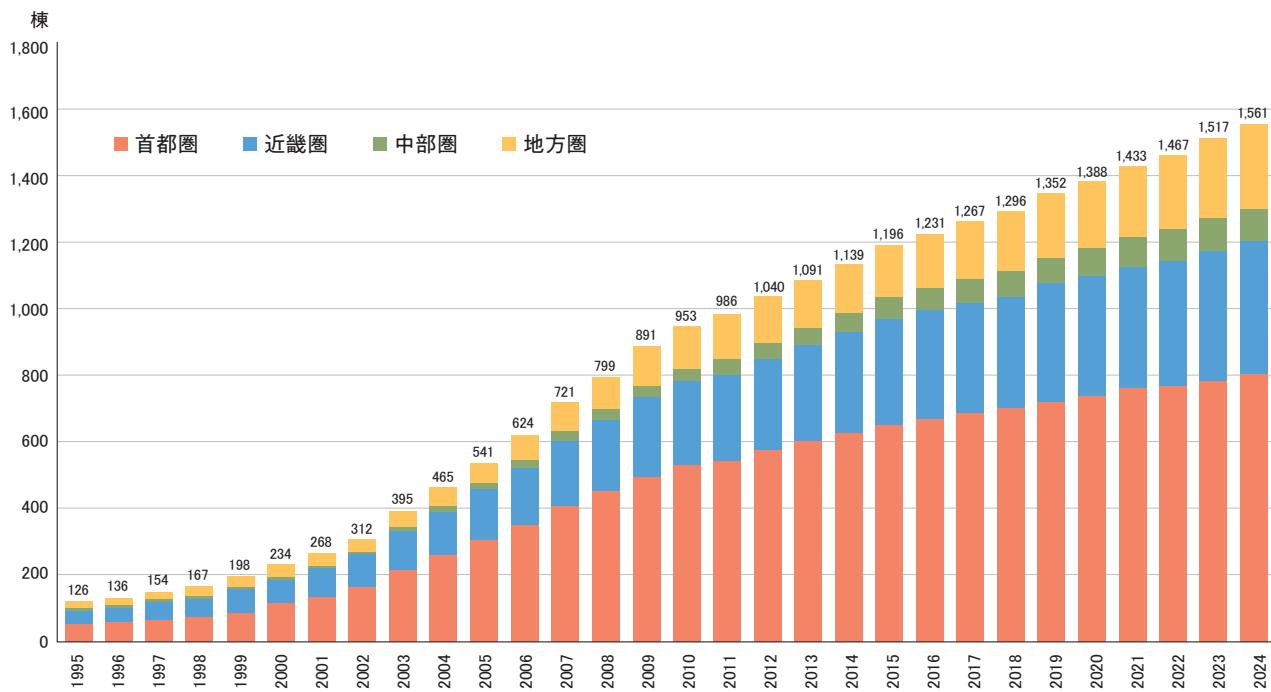


図4 圏域別タワーマンションの供給棟数(竣工ベース)／東京カンテイ(2025)より作成

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<sup>※5</sup>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"> <li>小さな居酒屋や酒場が集まった横丁</li> <li>有名な高級レストランや老舗料亭</li> <li>個人経営のこだわりのカフェ・喫茶店</li> <li>個人経営の雰囲気のよいレストランやバー</li> </ul>
チェーン系の飲食店	<ul style="list-style-type: none"> <li>大手チェーン店の居酒屋</li> <li>ファミリーレストラン</li> <li>大手チェーンのファストフード店</li> <li>大手チェーンのコーヒーショップ</li> </ul>
個性的な商業施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>活気のある商店街</li> <li>知的な品揃えの本屋・古本屋</li> <li>センスの良い花屋</li> <li>おしゃれな古着屋やアンティークショップ</li> <li>トレンドな雑貨屋やセレクトショップ</li> </ul>
チェーン系の商業施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>メジャーな映画が観られるシネマコンプレックス</li> <li>カラオケボックス</li> <li>大手チェーンのドラッグストア</li> </ul>
サブカル系文化施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>銭湯</li> <li>単館系ミニシアター</li> <li>小さなアートギャラリー</li> <li>こだわりの強いレコード喫茶、ジャズ喫茶</li> <li>感度の高いクラブ・ライブハウス</li> </ul>
公共系文化施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>有名アーティストや劇団も登場するホール</li> <li>大きな展覧会を開催する美術館や博物館</li> <li>プロスポーツの観戦ができる会場・スタジアム</li> <li>蔵書が多い公営図書館</li> </ul>
快適なオープンスペース	<ul style="list-style-type: none"> <li>快適な散歩が楽しめる遊歩道・緑道</li> <li>カフェなどが併設された広い公園</li> <li>散歩中に休憩できるベンチや座るオープンカフェ</li> <li>キッチンカーやマルシェが出店するスペース</li> <li>屋外のテラス席や路上にテーブルを並べる飲食店</li> </ul>
記憶をつくる風景	<ul style="list-style-type: none"> <li>昭和を感じる街並み</li> <li>お城や古民家など歴史的建物</li> <li>お寺や神社、祠やお地蔵さん</li> <li>古くからある地元の老舗商店やデパート</li> <li>心の風景とも言える山や川、海などの自然景観</li> </ul>
均質化された景観	<ul style="list-style-type: none"> <li>再開発でできた高層ビルや高層マンション</li> <li>大型商業の店が並ぶロードサイド</li> <li>市街地のコインパーキング</li> <li>無人店舗・販売所（食品の自動販売機スペースなど含む）</li> </ul>

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

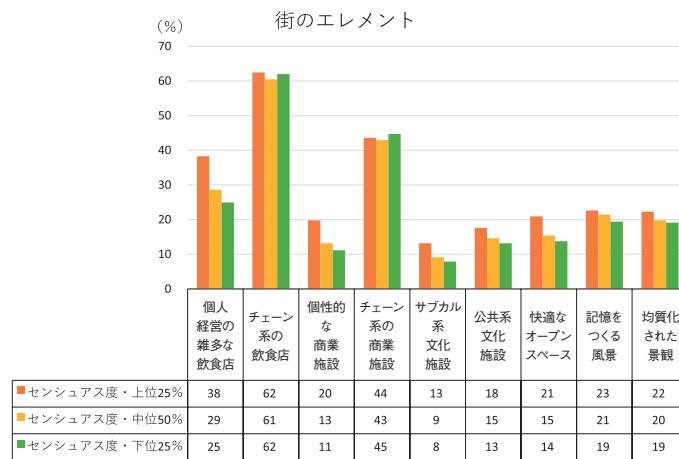


図7 センシュアス・シティのエレメント(近くにある施設)

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"> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・古い建物と新しい建物が混在している</li> <li>・人口密度が高い</li> </ul>
人の多様性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・年齢・職業・収入など多様な人が住んでいる</li> <li>・外国人がたくさん住んでいる</li> <li>・性的マイナリティも住みやすい雰囲気がある</li> <li>・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</li> </ul>
コンパクト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・必要な場所、行きたいところが中心部にまとまっている</li> <li>・住む場所と働く場所が近い</li> <li>・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</li> <li>・電車・地下鉄やバスなど公共交通が便利である</li> </ul>
ウォーカブル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目を楽しませる素敵な住宅やお店などがある</li> <li>・徒歩や自転車で移動中にクルマの脅威を感じない</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>
刺激的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住人の文化的なレベルが高い</li> <li>・新しい刺激に満ちている</li> <li>・新しいことを取り入れたり挑戦する気風がある</li> <li>・面白い人と出会える機会が多い</li> </ul>
自律共生	<ul style="list-style-type: none"> <li>・住民として地域のことながら関わる機会が多い</li> <li>・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</li> <li>・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</li> <li>・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</li> </ul>

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。

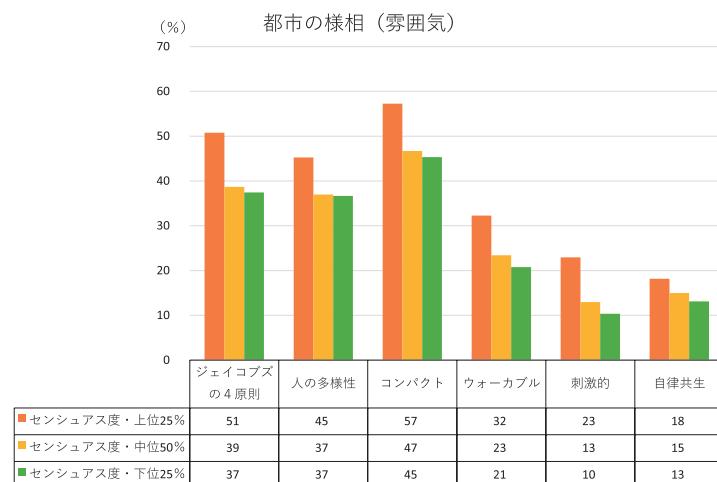


図8 センシュアス・シティの様相（街の雰囲気）

### 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

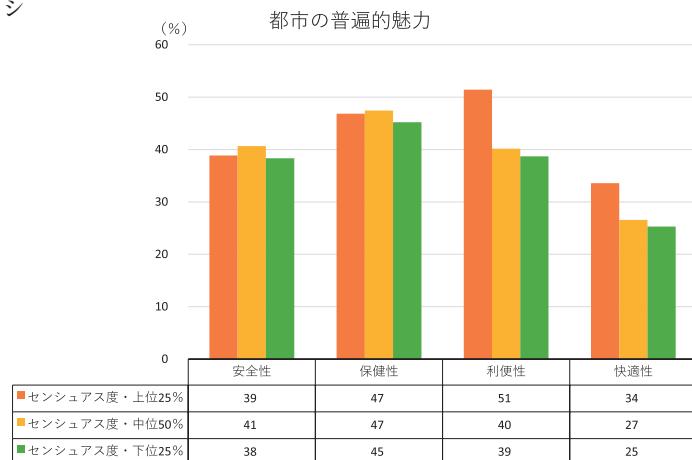


図9 センシュアス・シティの様相(街の雰囲気)

### 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。

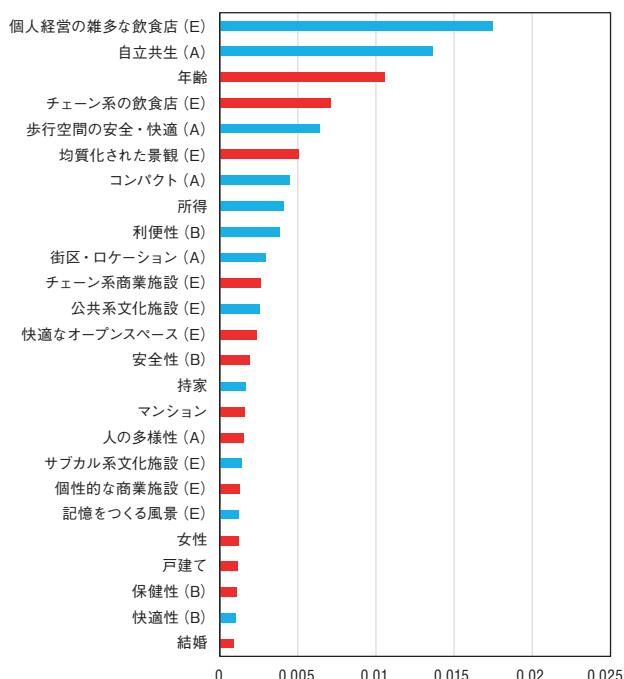


図10 都市の官能性への影響度(SHAP値による重要度)

# 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。

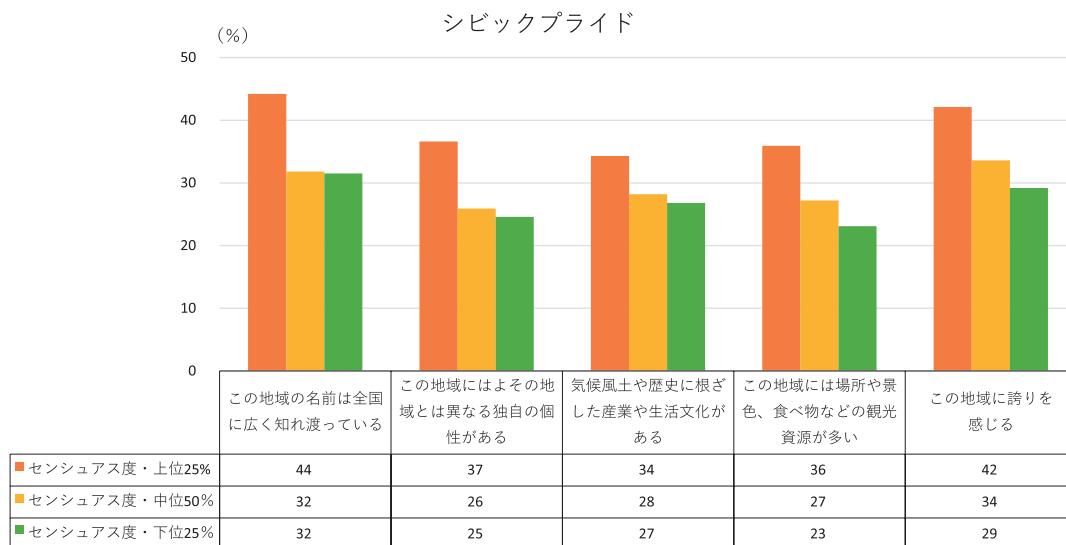


図13 センシュアス・シティのシビックプライド

### 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。

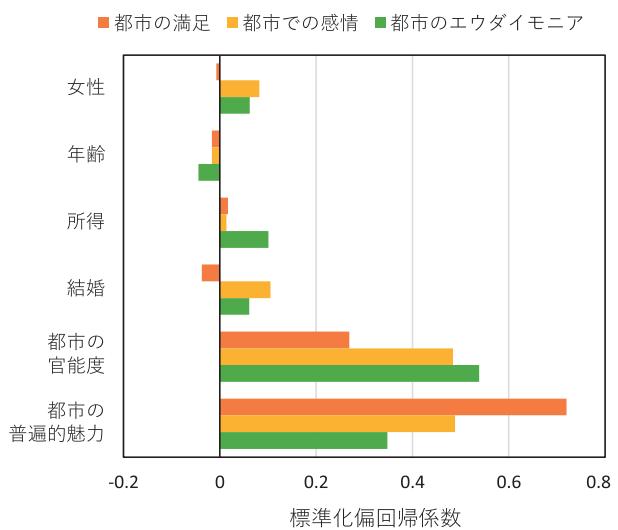


図15 〈センシュアス〉のウェルビーイング

## 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。

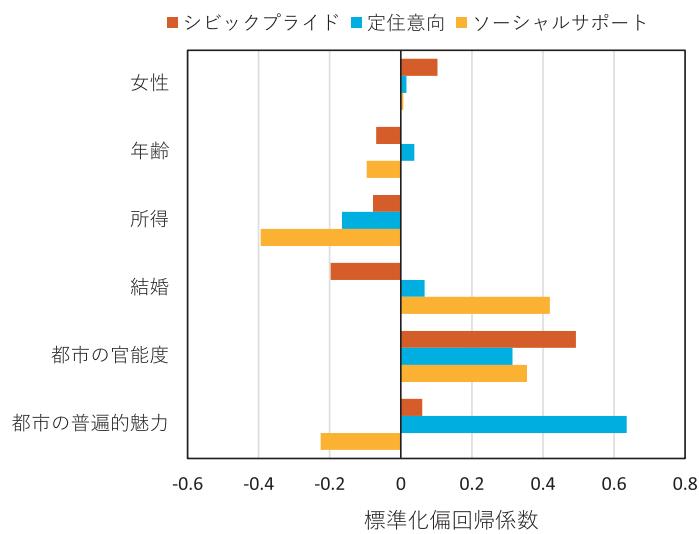


図16 〈センシュアス〉のウェルビーイング

## 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と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的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 ( $0.577 \times 0.225$ ) 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。

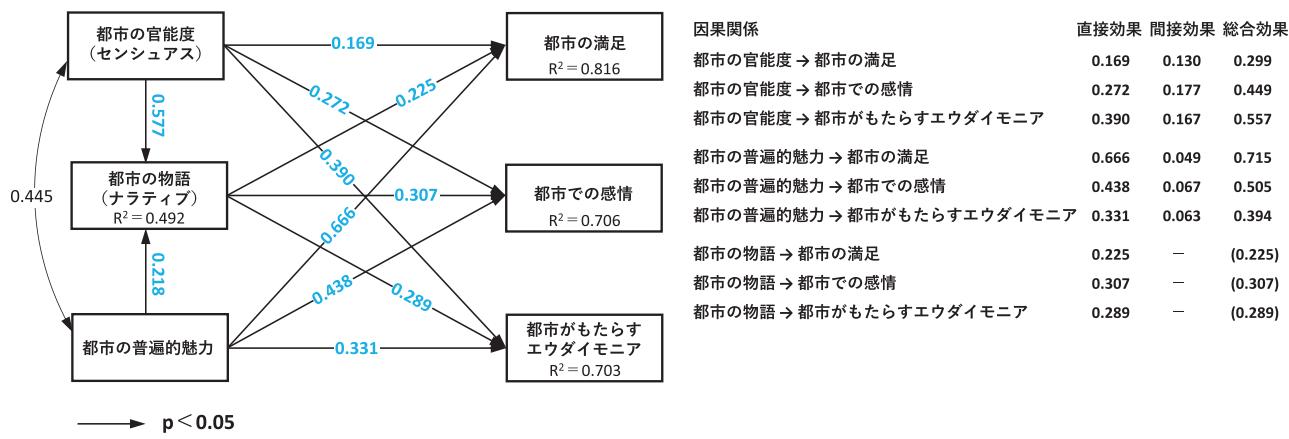


図17 都市のウェルビーイングへの因果の影響度

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。

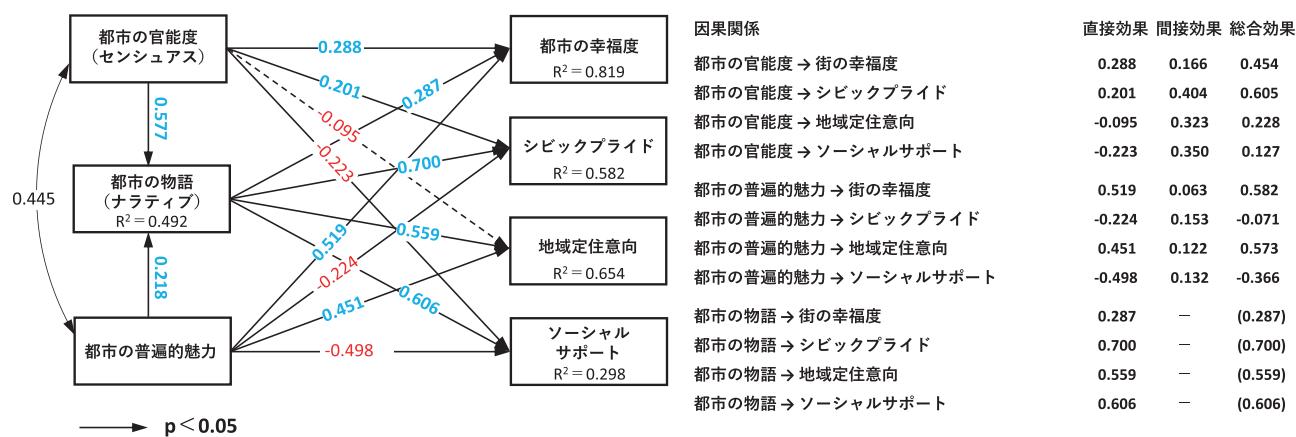


図18 シビックプライドへの因果の影響度

## 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。

