

センシユアス指標：身体性

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
- ✓ 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

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
- ✓ 空気が美味しくて深呼吸した

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そうな匂いが漂ってきた

歩ける

- ✓ 通りで遊ぶ子供たちの声を聞いた
- ✓ 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
- ✓ 遠回り、寄り道していつもは歩かない道を歩いた

センシユアス・シティ調査

データ採取

- 32の項目に対して、「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？」と質問。※「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。
- 1. しょっちゅうあった →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. ほぼなかった →0点

集計

- 各年の性・年代の人口構成比に合わせてウェイトバック集計
- 各項目の回答スコア、および指標ごとに足し上げたスコアを偏差値化
- 8指標の偏差値の合計値を、センシユアス度の総合指標とする

ランキング

- センシユアス度スコアで、134都市を並べる

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に居住する20～64歳までの男女18,300名。

■調査対象の区分と回収サンプル数設定

- ▶ ▽原則として、以下の3都市を除き、各都市200サンプルを回収した。
- ▶ ▽東京都、大阪市、および調査対象年齢の人口が200万人を超える横浜市については、調査対象エリアを区レベルまで細分化した。具体的には、四捨五入した20～64歳の人口が5万人以上の区を調査対象とし、各市区部で100サンプルを回収するよう設定した。
 - ※東京都の場合、同人口が5万人未満の市町村を、「東京都その他」として1つにまとめた。なお、東京都千代田区は同人口が5万人に満たないが、特別に調査対象エリアに含めている。
 - ※大阪市は、同人口5万人未満の5つの区について、距離的な近さを元に2つのグループに統合した。（天王寺区・浪速区・大正区グループと福島区・此花区グループ）
 - ※横浜市はすべての区部の同人口が5万人以上であるため、そのまま調査対象とした。
- ▶ ▽調査データの分析では、ウエイトバック集計をして、都市規模および人口構成比を現実に合わせて調整している。

■調査実施時期：2015年3月23日（月）～3月29日（月）

■調査実施機関：株式会社アンド・ディ

都市を「動詞」で評価

Q. あなたは、自分のまちで〇〇をしましたか？



A. はい、私は〇〇をしました／いいえ、私は..



1. 「私」が主語の都市評価（まちの主語は人）
2. 事実として、ブレなく測定が可能

センシュアス・シティ・ランキング

総合ランキングTOP20

1位 東京都文京区

2位 大阪市北区

3位 武蔵野市

4位 東京都目黒区

5位 大阪市西区

6位 東京都台東区

7位 大阪市中央区

8位 金沢市

9位 東京都品川区

10位 東京都港区

11位 東京都千代田区

12位 静岡市

13位 横浜市保土ヶ谷区

14位 盛岡市

15位 東京都渋谷区

16位 東京都荒川区

17位 福岡市

18位 仙台市

19位 那覇市

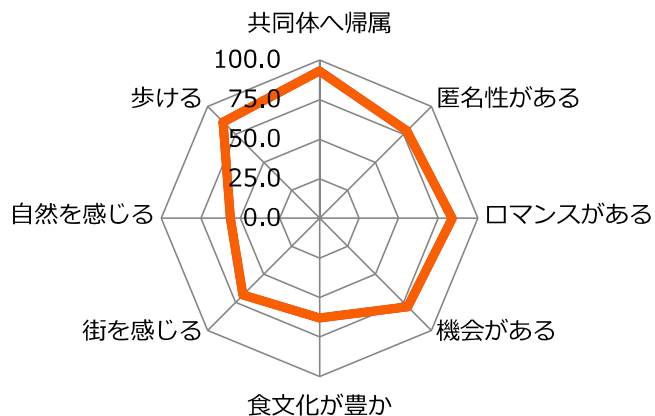
20位 大阪市都島区

文京区の街角

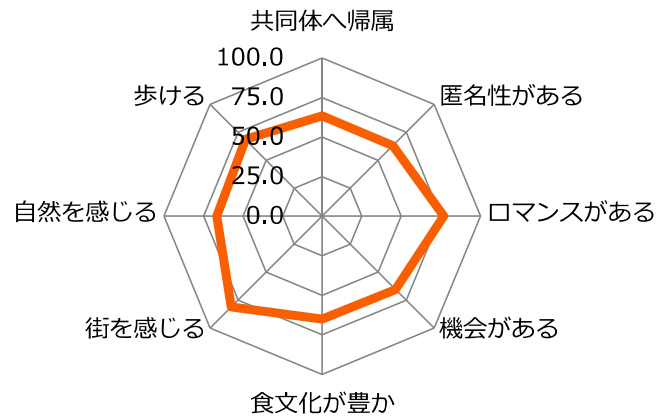


TOP 4 エリア : ロマンズ+ 1

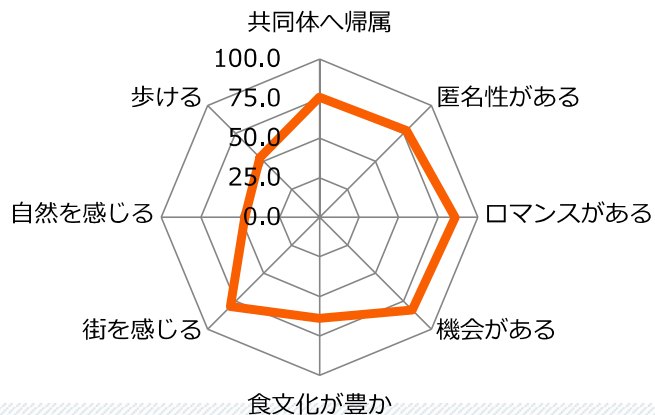
文京区



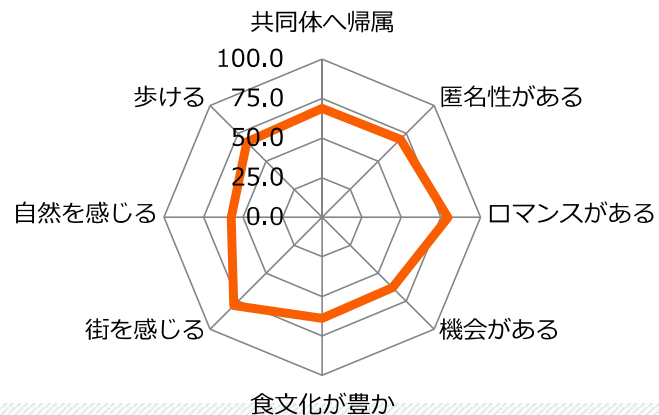
武蔵野市



大阪市北区

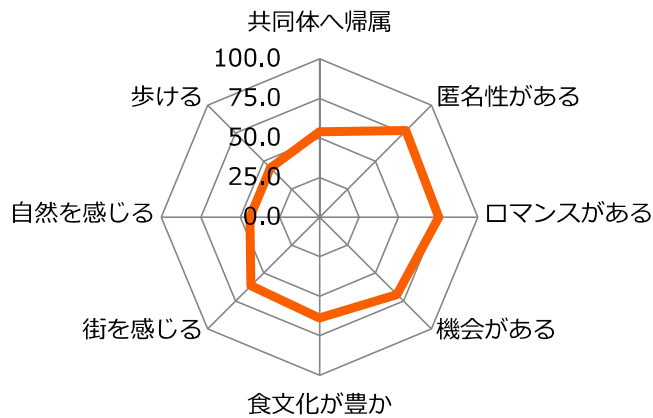


目黒区

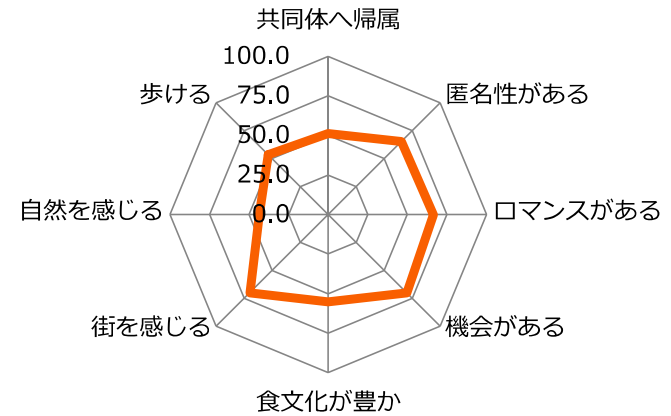


都会とは？：匿名性、ロマンス、機会

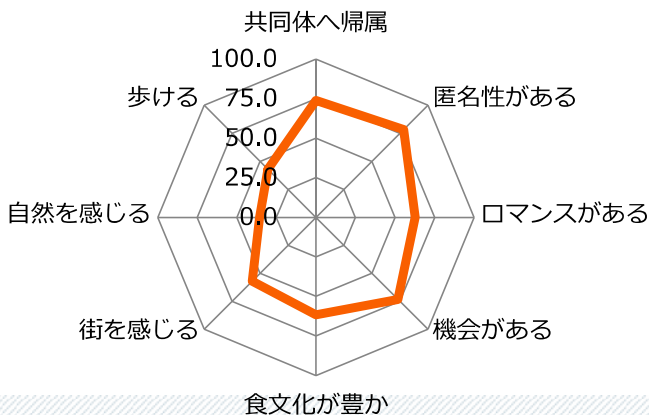
港区



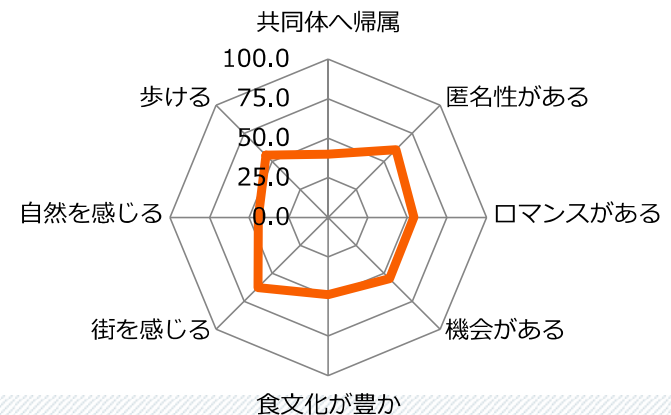
渋谷区



千代田区

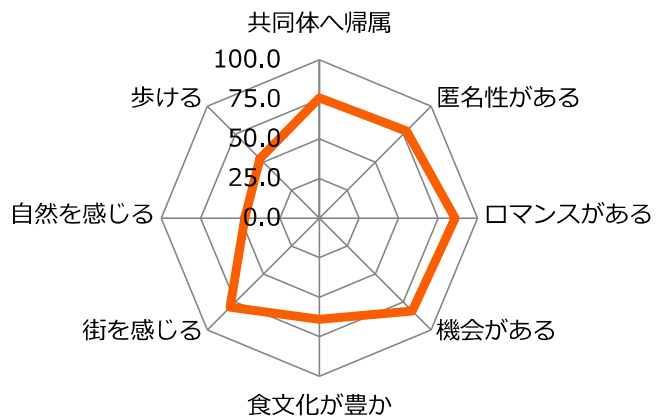


中央区

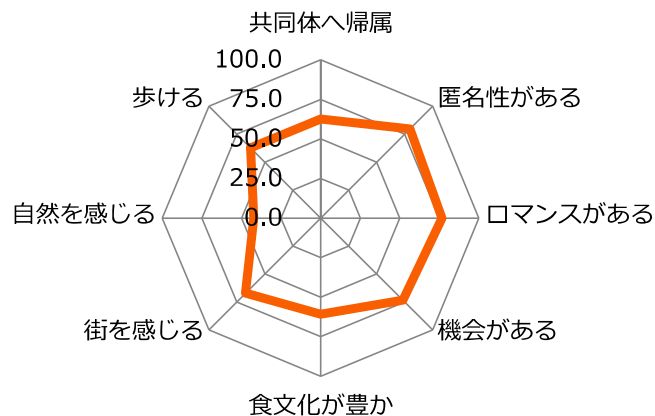


大阪市の上位都市：都会要素に強み

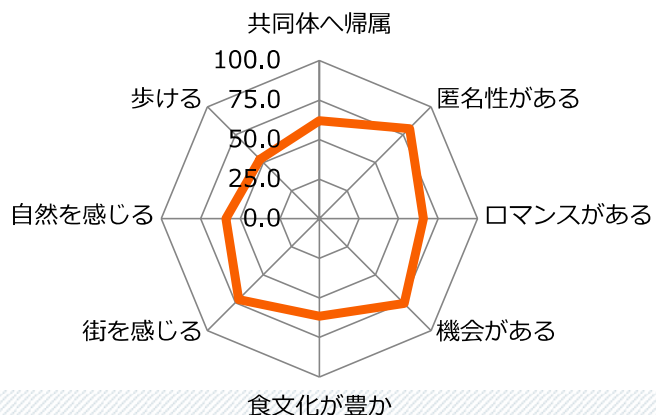
大阪市北区



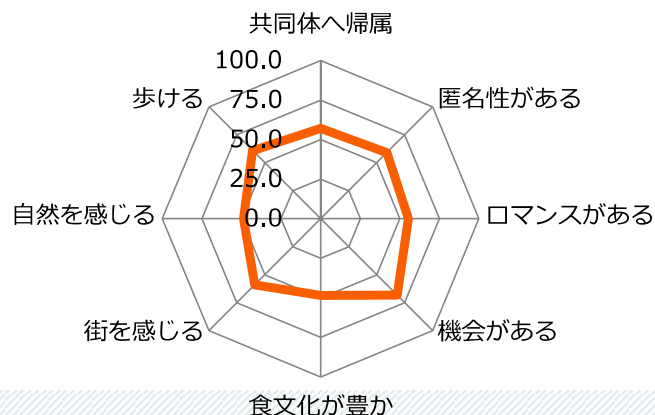
大阪市中心区



大阪市西区

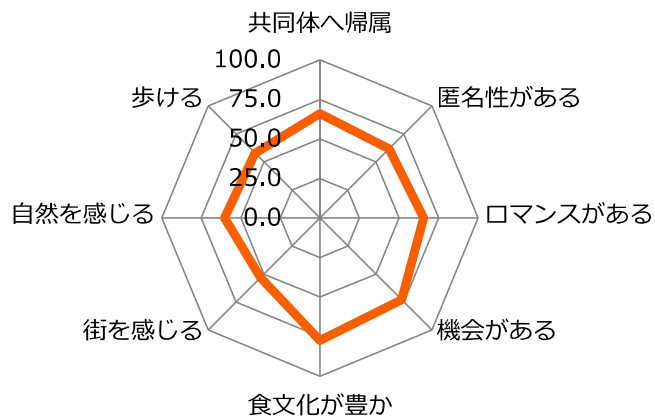


大阪市都島区

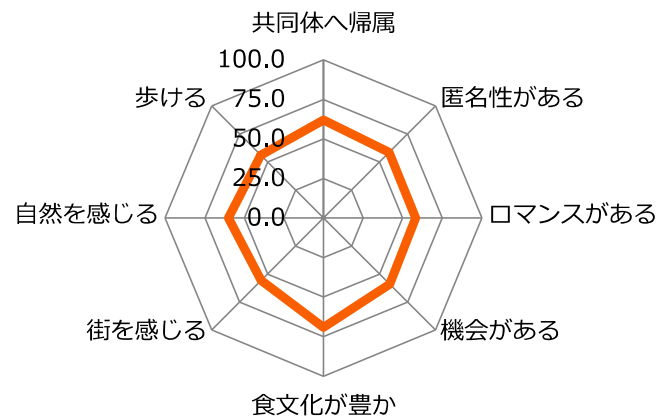


上位の地方都市：バランス＋食文化

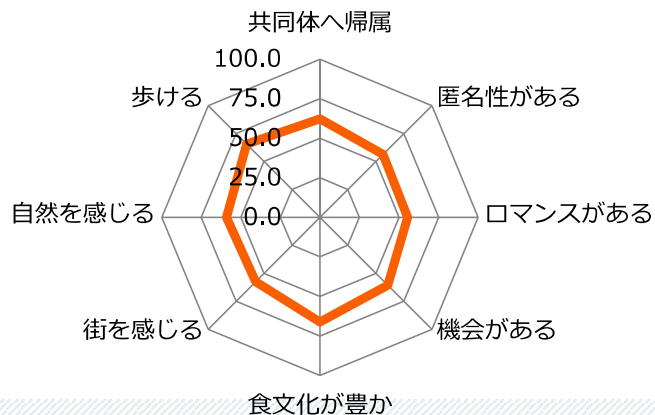
金沢市



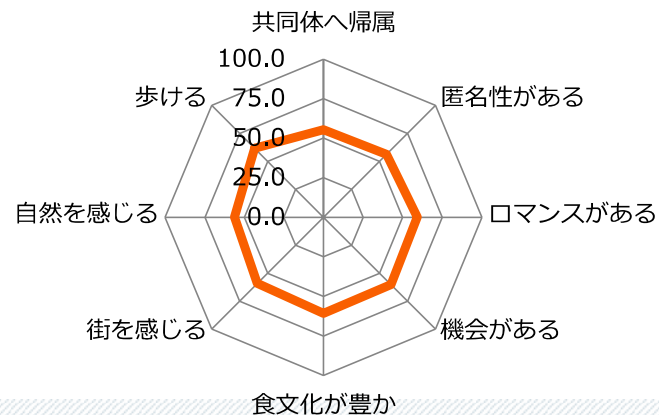
盛岡市



静岡市

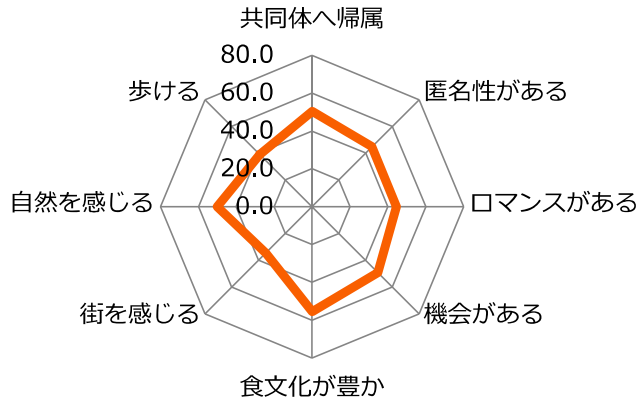


福岡市

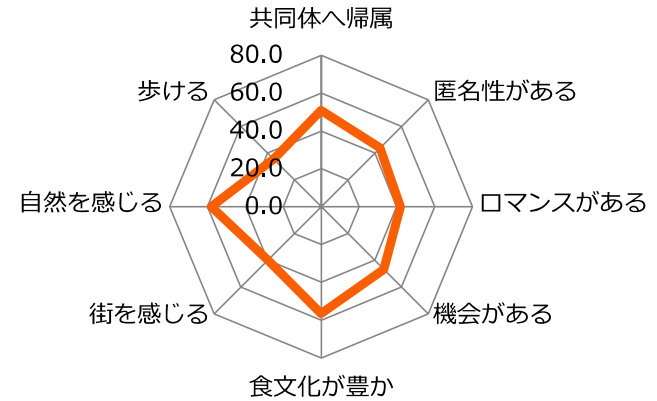


クルマ社会は「街の活気」が弱い

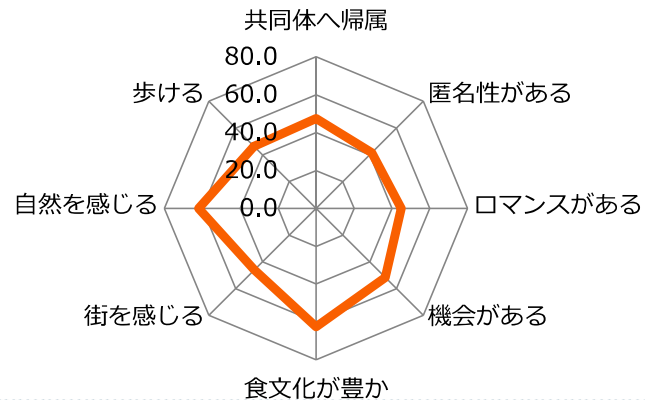
福井市



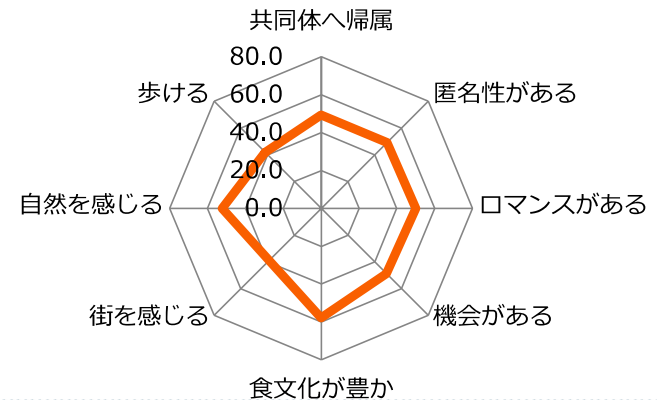
前橋市



富山市

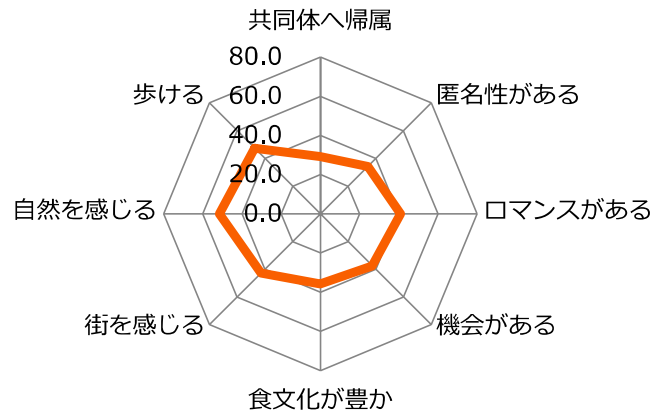


福島市

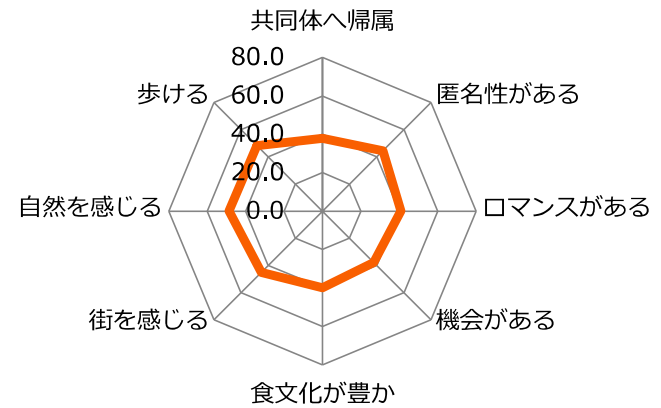


郊外ベッドタウン：「共同体」と「食」が弱い

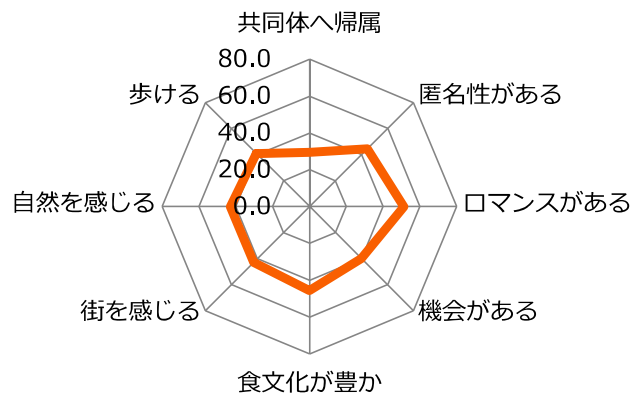
小平市



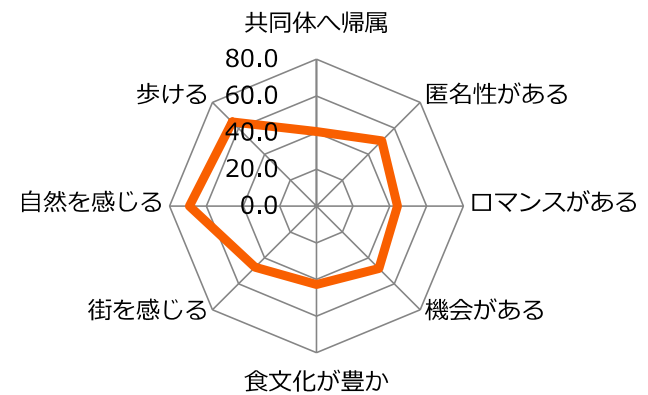
相模原市



国分寺市



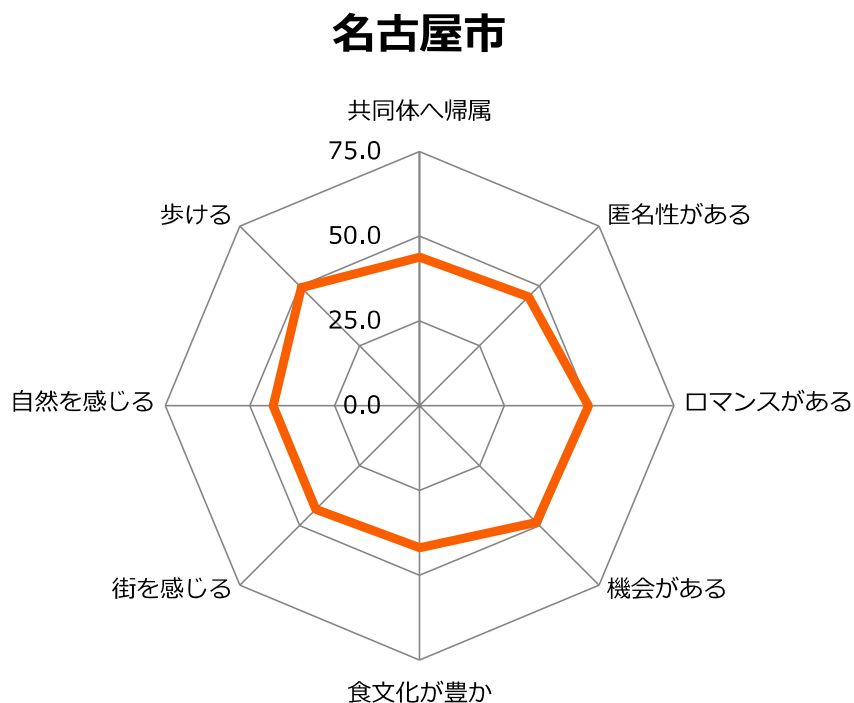
稲城市



名古屋市はセンシユアスか？

名古屋市のセンシユアス度

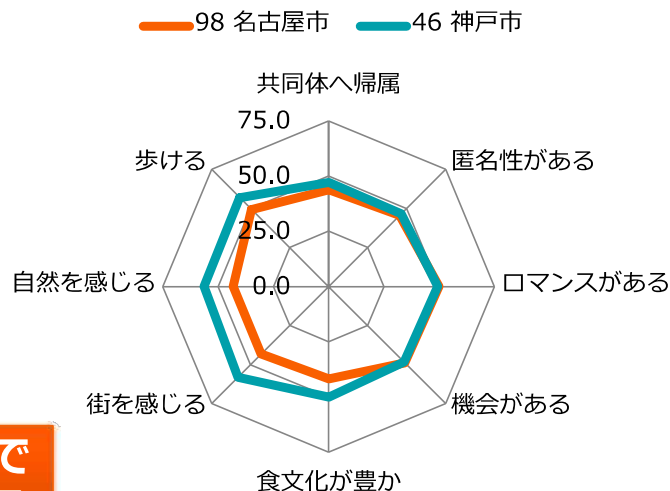
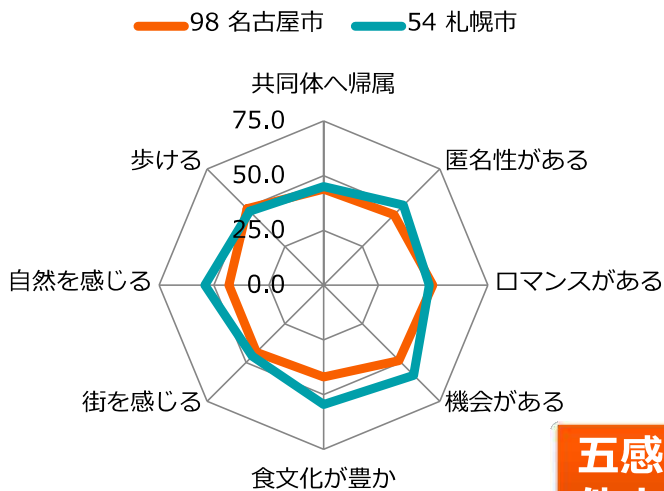
総合順位 98位 / 134都市



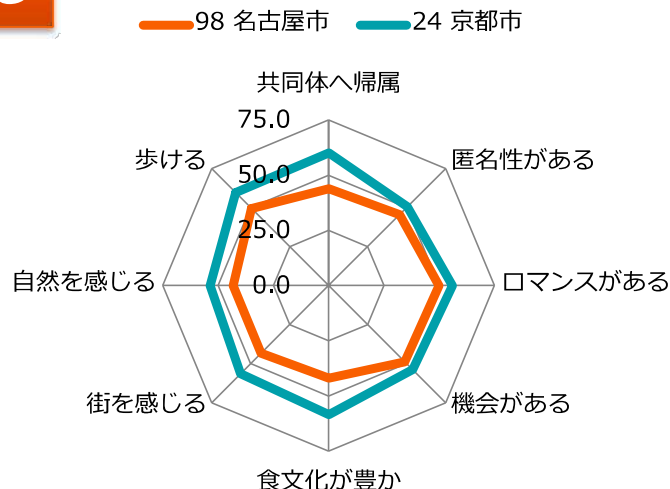
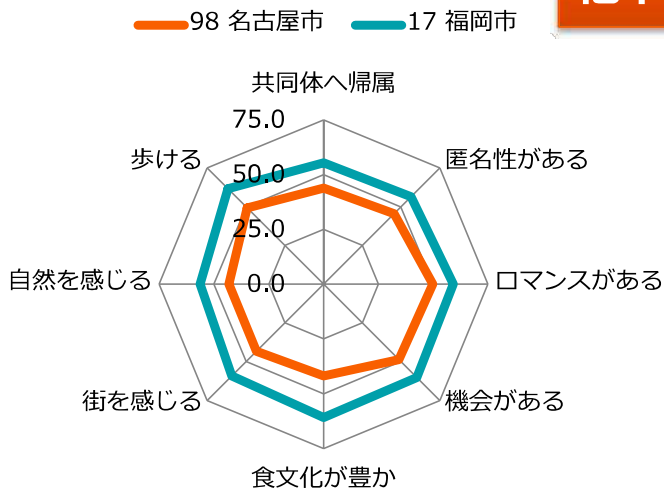
共同体	100位
匿名性	83位
ロマンス	62位
機会がある	69位
食文化が豊か	99位
街を感じる	97位
自然を感じる	105位
歩ける	68位

共同体と身体性（五感の心地よさ）が弱い

名古屋市 VS 他の地方大都市

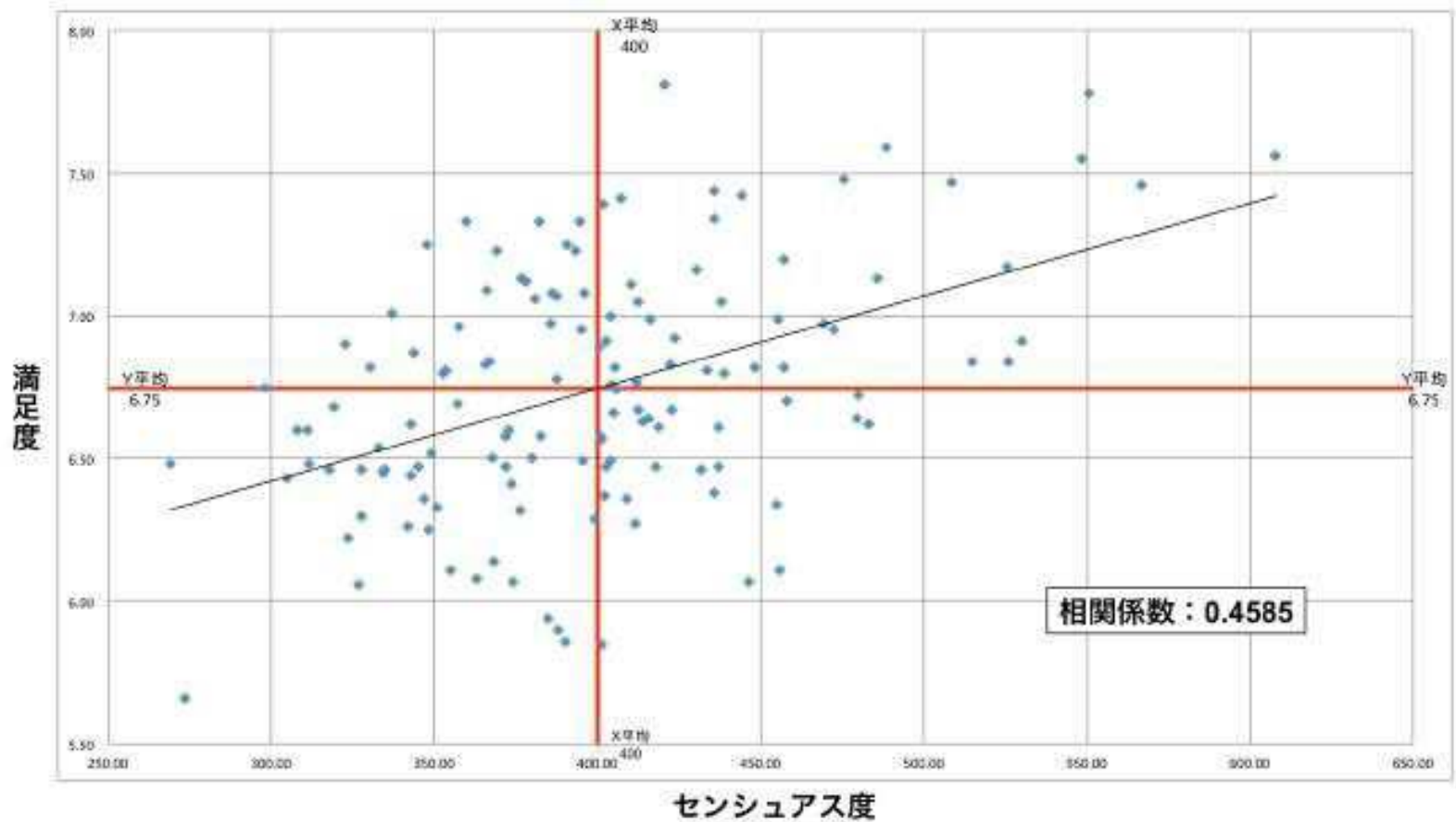


**五感の心地よさで
他市に負けている**

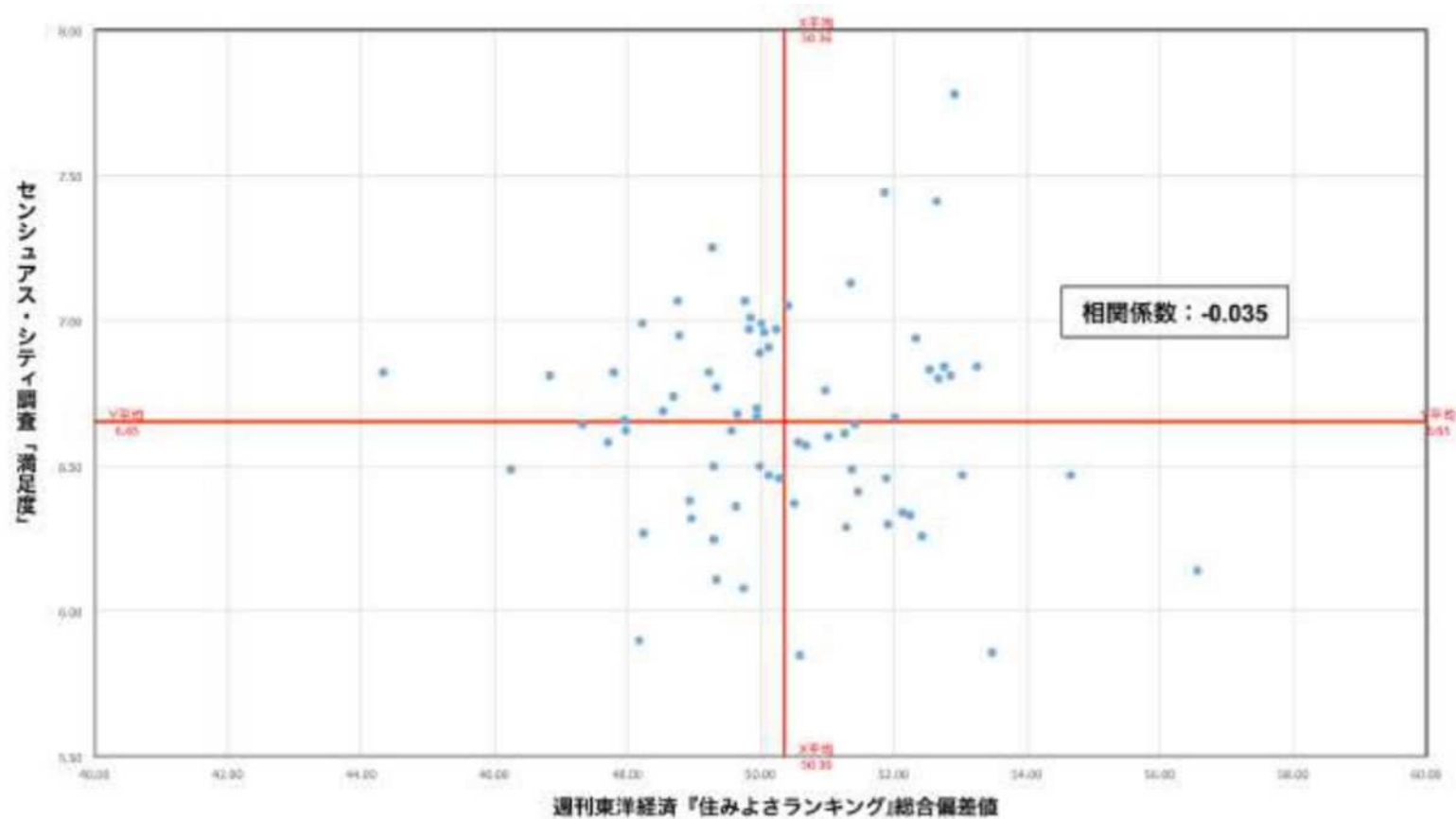


センシユアス・シティとはどんなまちか
— 居住価値の観点から —

居住満足度とセンシユアス度の相関



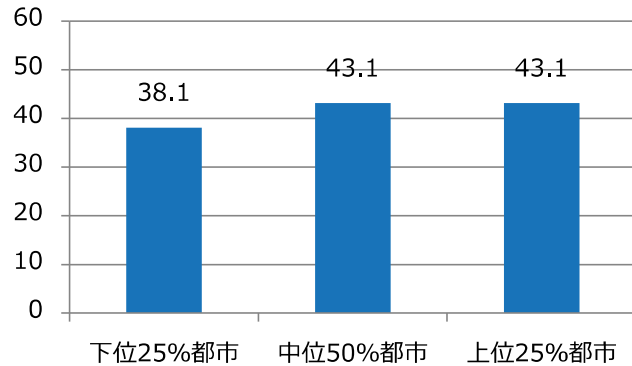
参考：「住みよさ偏差値」と居住満足度の相関



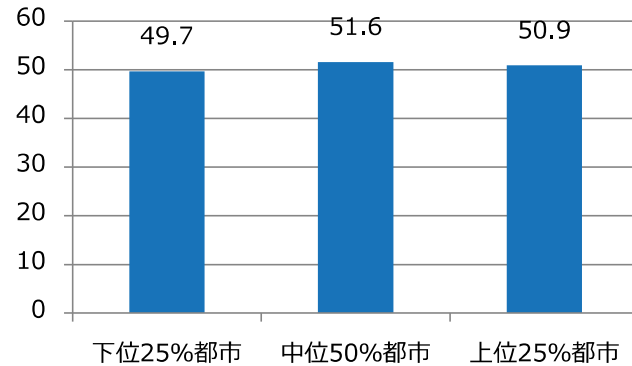
センシュアス・シティとはどんなまちか？
—都市の名詞：エリアを構成するエレメント？—

公共インフラにはあまり差がない

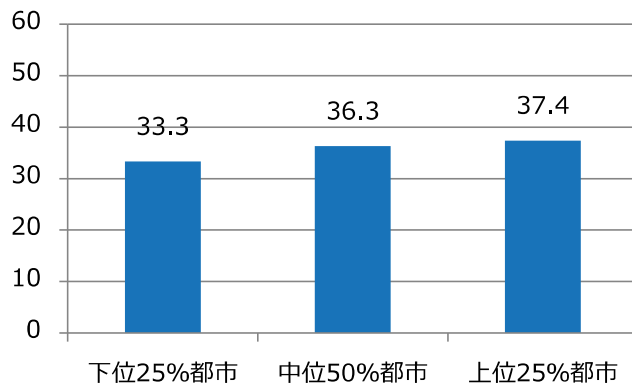
公民館や公共の文化施設・ホール



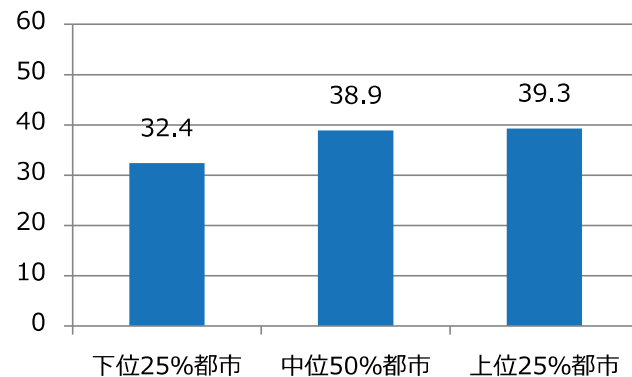
役所や役所の出張所



安心して子供を遊ばせられる児童公園・広場

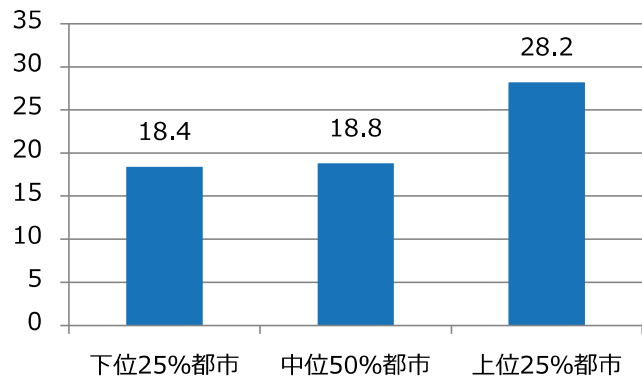


水辺・川辺を楽しめる遊歩道や公園

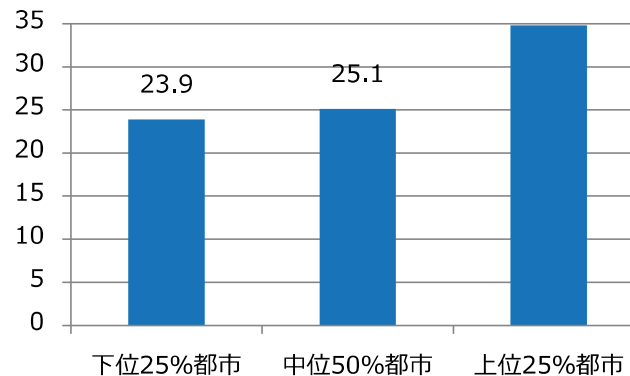


多様で雑多な飲食店

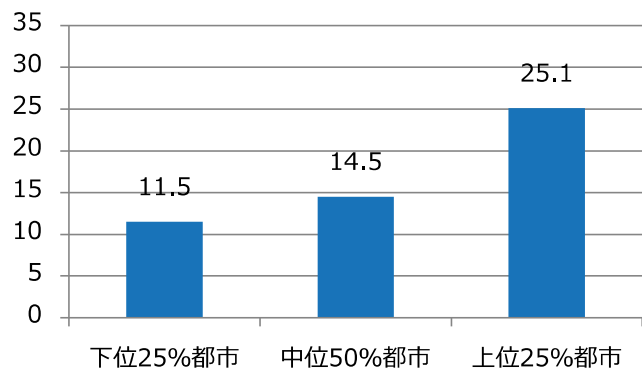
小さな居酒屋や酒場が集まった横丁



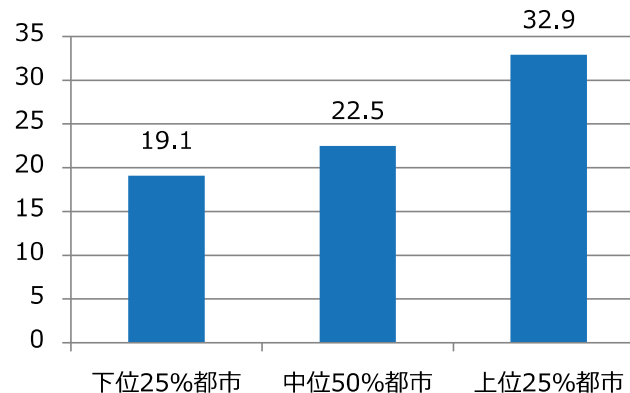
個人経営のこだわりのカフェ・喫茶店



有名な高級レストランや料亭

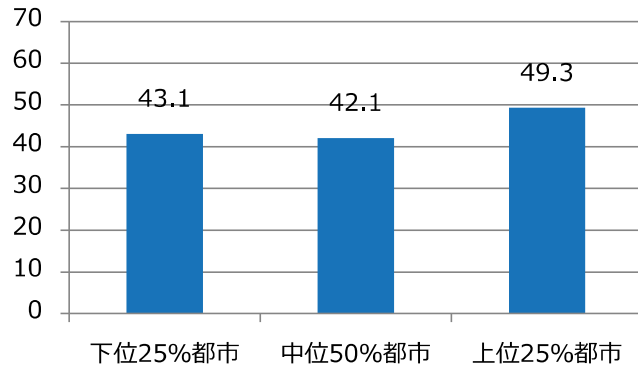


デートに使える雰囲気のレストランやバー

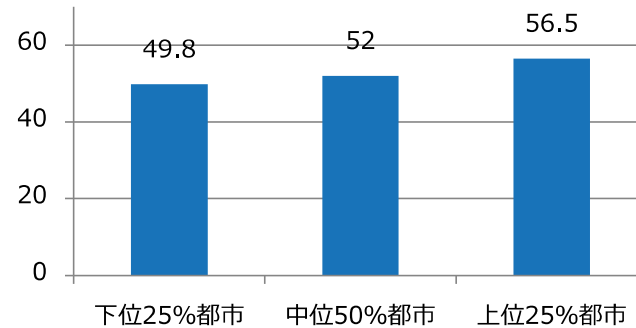


チェーン店もある

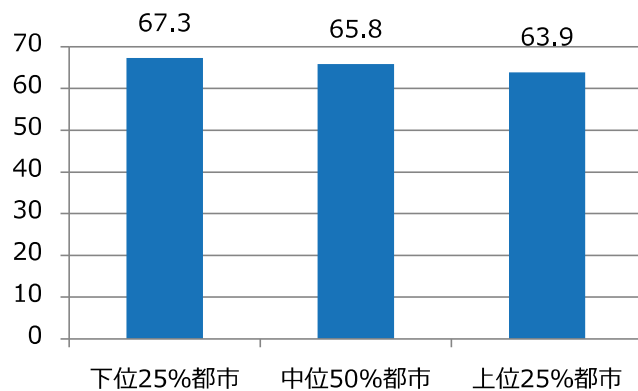
大手チェーン店の居酒屋



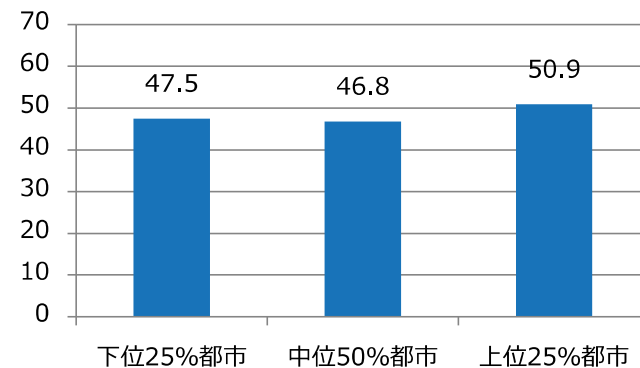
大手チェーンのコーヒーショップ・ファーストフード店



ファミリーレストラン

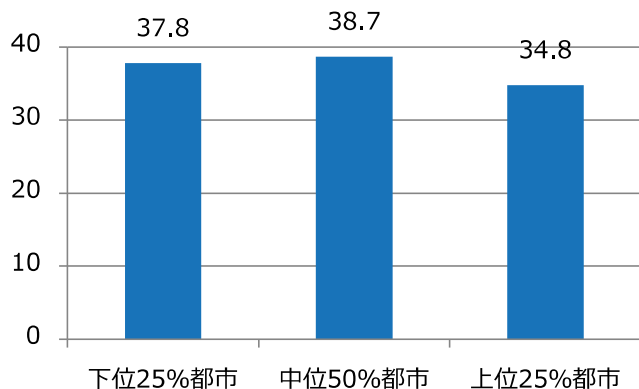


カラオケボックス

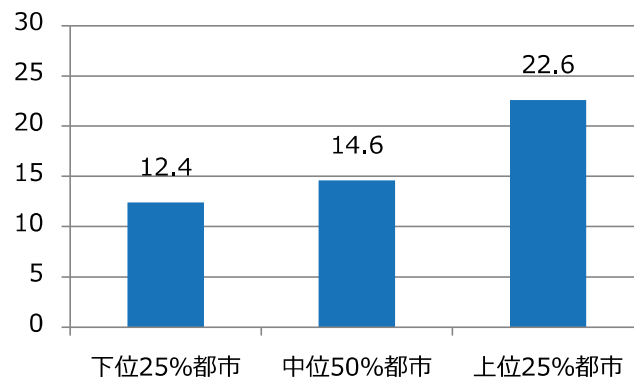


モールではなく商店街やセレクトショップ

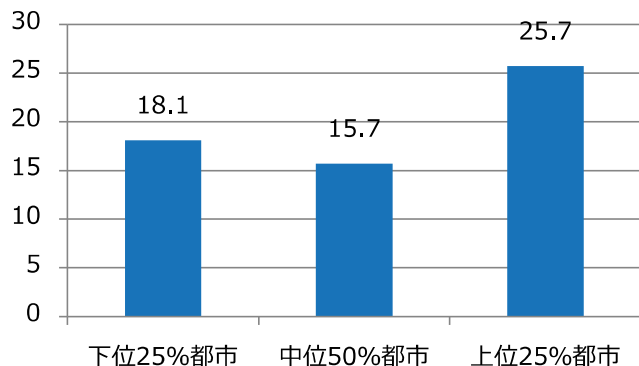
大型ショッピングモール



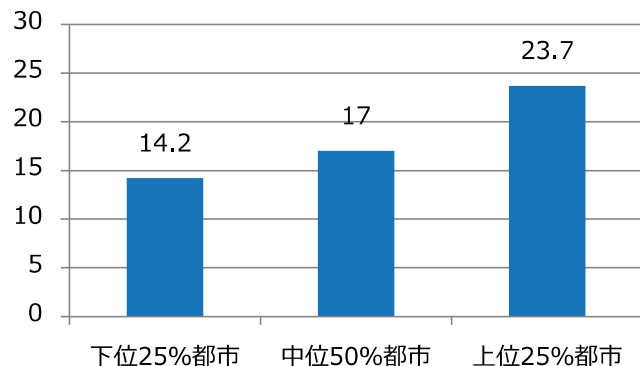
トレンドな雑貨屋やセレクトショップ



活気のある商店街



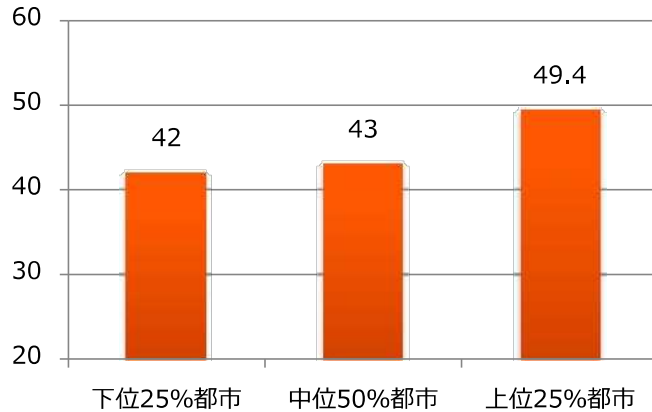
センスの良い花屋



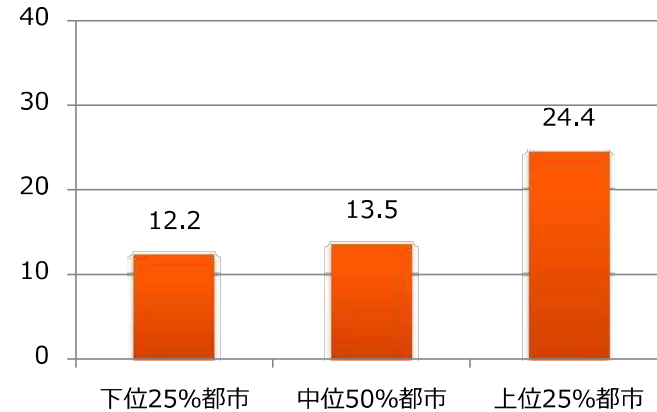
センシユアス・シティとは、どんなまちか？
—都市の形容詞：エリアのキャラクター—

センシュアスシティはダイバーシティ（多様性）

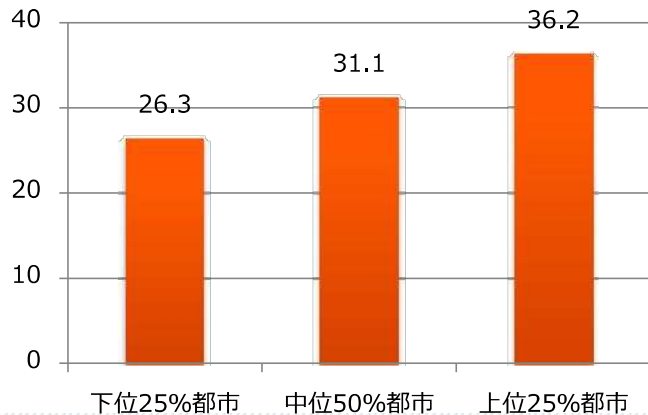
年齢・職業・収入など多様な人が住んでいる



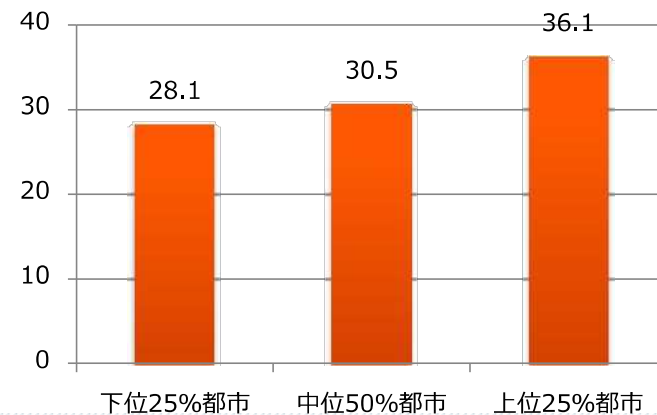
外国人がたくさん住んでいる



夜間に女性がひとり歩きをしても不安はない

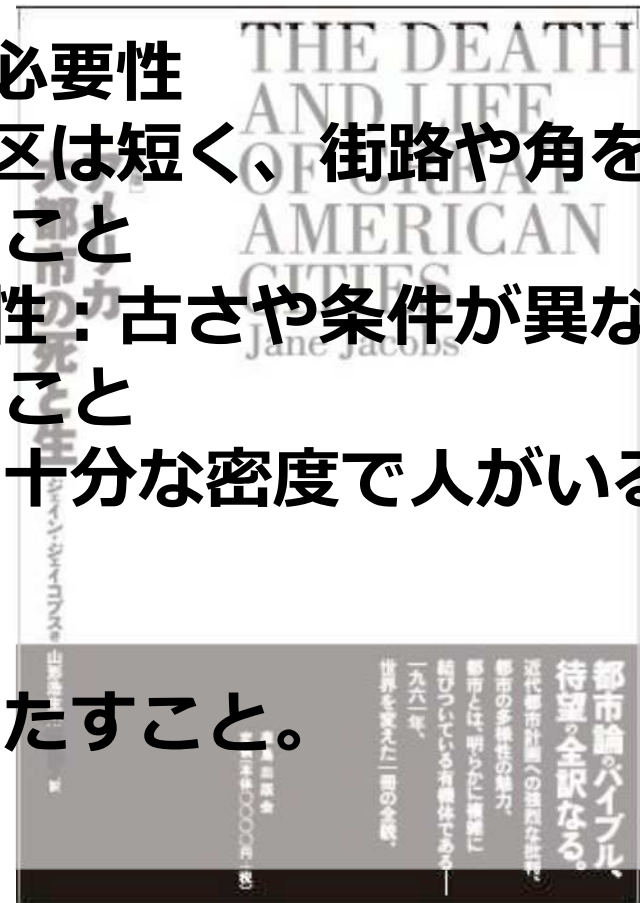


夫婦共働きがしやすい



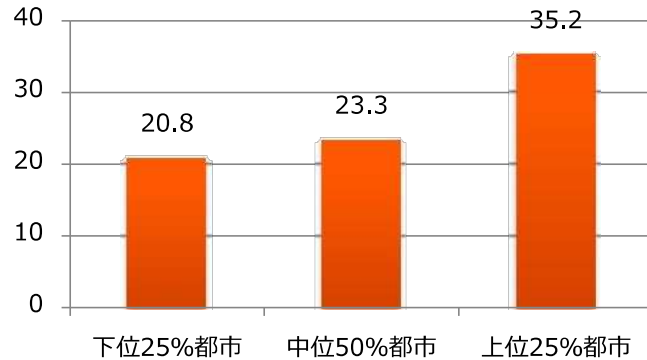
都市の多様性を生み出す4原則（ジェイコブズ）

- ✓ 第1に、混合一次用途の必要性
- ✓ 第2に、小さな街区：街区は短く、街路や角を曲がる機会が頻繁であること
- ✓ 第3に、古い建物の必要性：古さや条件が異なる各種の建物が混在すること
- ✓ 第4に、密集の必要性：十分な密度で人がいること
- ✓ そして、このすべてを満たすこと。

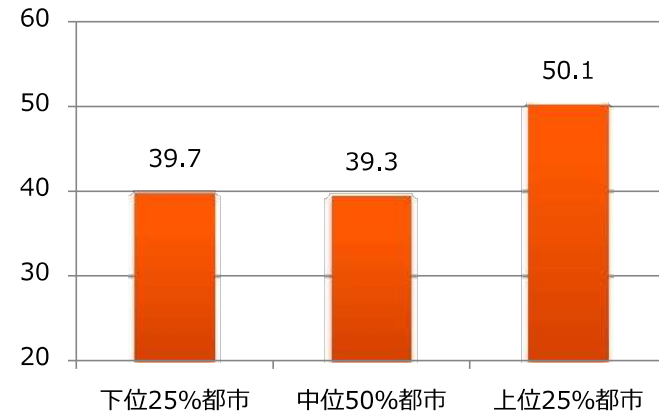


ジェイコブズの4原則

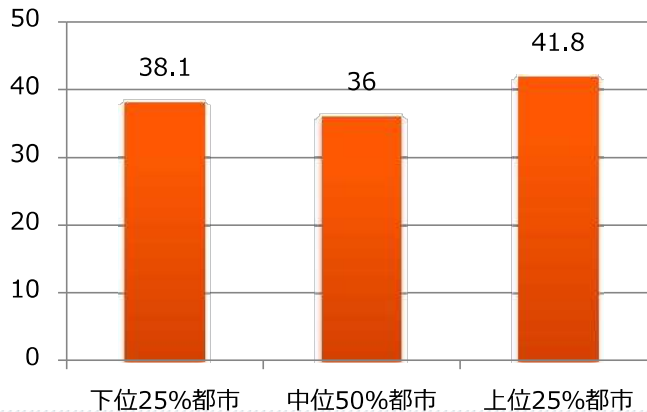
住宅、オフィス、商店、飲食店が狭いエリアに混在している



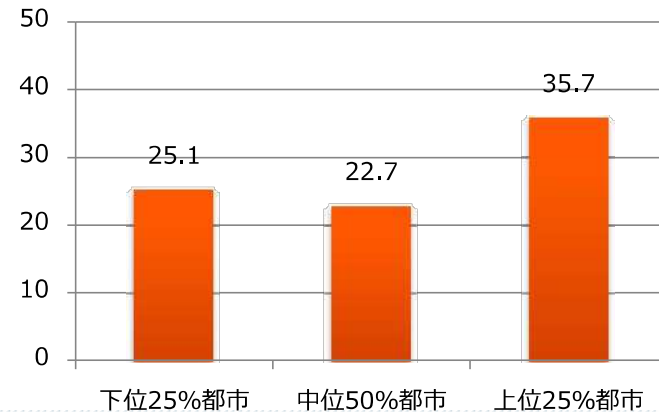
古い建物と新しい建物が混在している



入り組んだ小さな路地が多い



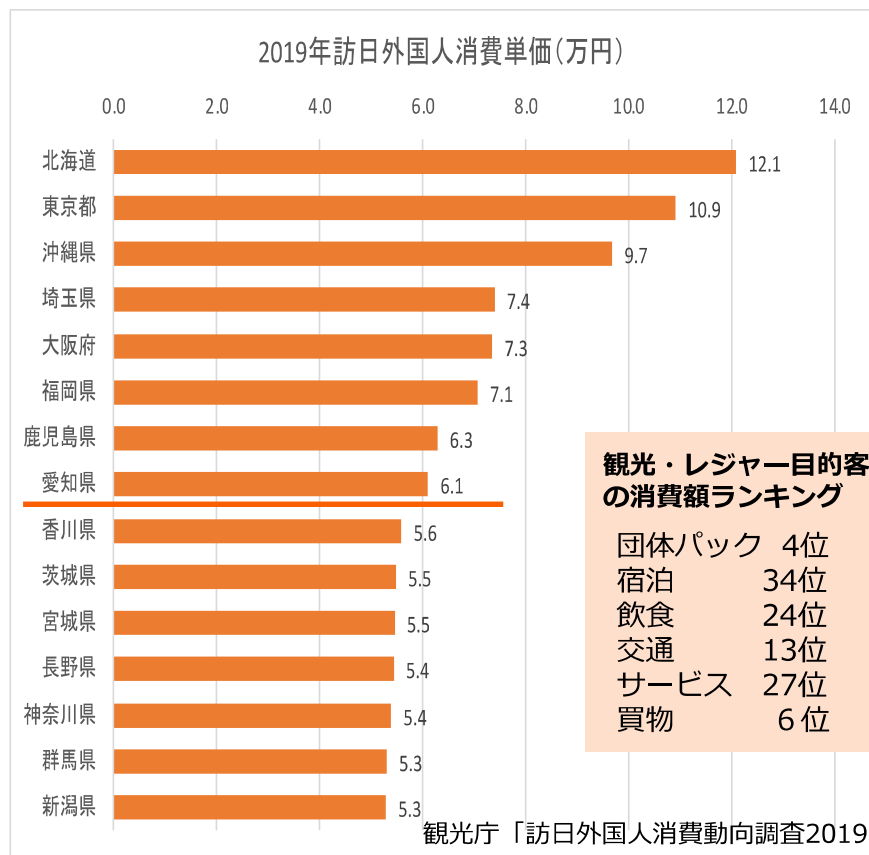
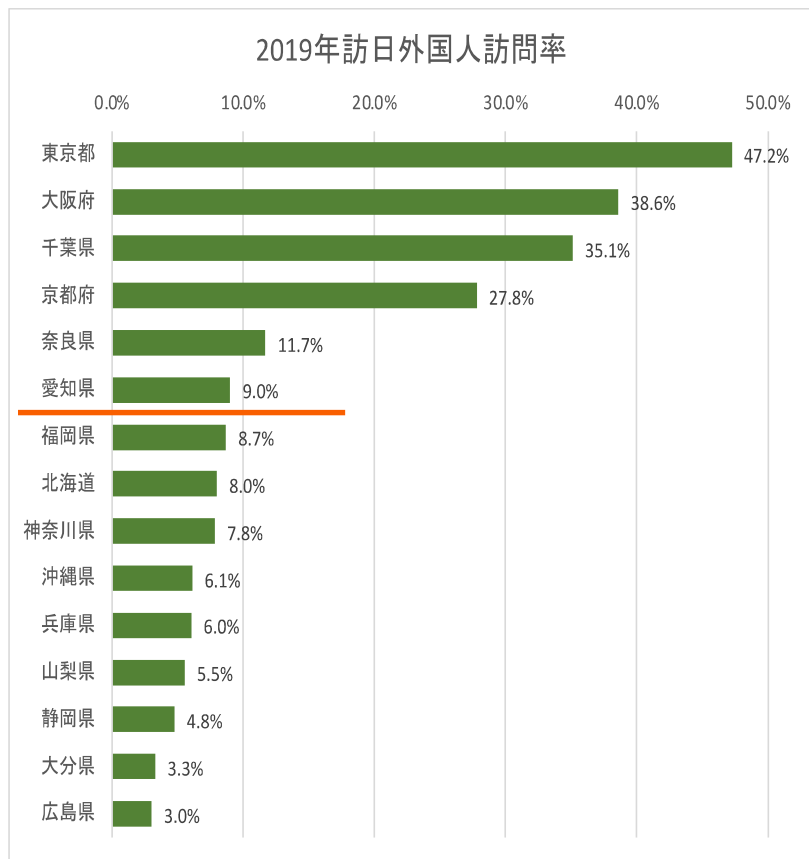
いつも人通りが絶えることがない



リニア後の名古屋に向けて (あくまで私見)

愛知県の現状：訪日外国人訪問率・消費額

- 愛知県は訪問率は奈良県に次ぐものの、消費額は鹿児島県より少ない
- 団体旅行と買い物は強いが、宿泊（個人）、飲食、娯楽・サービスが弱い



AIに聞いた名古屋（観光）の強みと弱み

強み

- > **名古屋城**
 - 歴史的な価値が高く、美しい名古屋城は観光客に人気があり、日本の歴史や文化を学ぶ場所として魅力的です。
- > **名古屋めし**
 - 名古屋独自の地域料理である「名古屋めし」は観光客に広く受け入れられ、味噌カツ、ひつまぶし、きしめんなどが地元の食文化を代表します。
- > **自動車関連スポット**
 - トヨタ自動車本社があるため、自動車ファンにとって魅力的であり、トヨタ関連の博物館や施設があります。
- > **交通の便**
 - 名古屋市は新幹線の要所であり、東京や大阪へのアクセスが便利です。中部国際空港も近くにあるため、国際的な観光客にも利用しやすいです。
- > **ショッピング**
 - 名古屋市はショッピングエリアが充実しており、伝統的な市場からモダンなショッピングモールまで多彩なショッピング体験を提供します。

弱み

- > **観光スポットの制約**
 - 他の日本の都市に比べて、名古屋市の観光スポットの数や多様性がやや限られていると感じる人もいます。名古屋城や自動車博物館は魅力的ですが、他の都市と比べると観光名所の数が少ないことがあります。
- > **言語の壁**
 - 英語の情報や案内が他の大都市と比べて限られていることがあり、外国からの観光客にとってコミュニケーションの面で課題となることがあります。
- > **都市の特徴の認知度**
 - 名古屋市は東京や京都に比べて、国際的な観光市場での認知度が低いことがあり、知名度向上に課題があります。

リニア開業と名古屋のSWOT（観光視点）

Strength（強み）



Weakness（弱み）



Opportunity（機会）



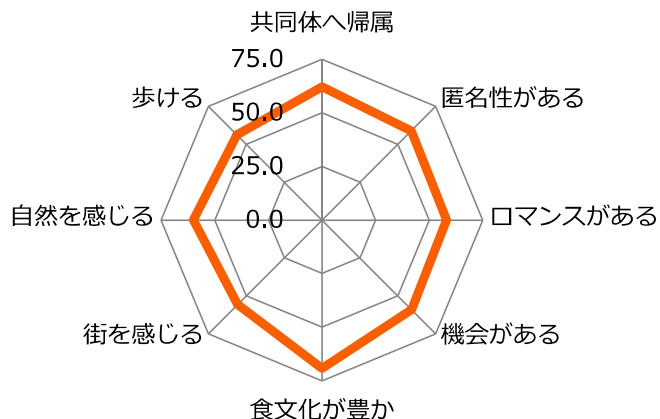
Treat（脅威）

インバウンドの新潮流

2023年に行くべき52カ所
(NEW YORK TIMES)



盛岡市 (14位)



盛岡は10分歩いただけで、歴史的な町並み、おそば屋さん、喫茶店とか、だいたいすべてを味わえる。歩くだけで面白いところを見つけられるし、スッと入ると楽しいことが待っている。盛岡は“Walkable Gem”（歩いて回れる宝石スポット）なんです。
(グレイグ・モド氏)

観光の終焉（コペンハーゲン市DMO 2017）



現代の旅行者は完璧な静止画を家に持ち帰るのではなく、興味、関係、本物さに基づく瞬時に共有されるエモーショナルな体験を求める**一時的な地元民**のような存在です。

（盛岡は）目的があるというより、絶対おもしろい出会いもあるし、本当の観光は人とつなぐことだと思うし、おもしろい人と出会ってその人の地元やお勧めを聞くのが私は一番好きです。

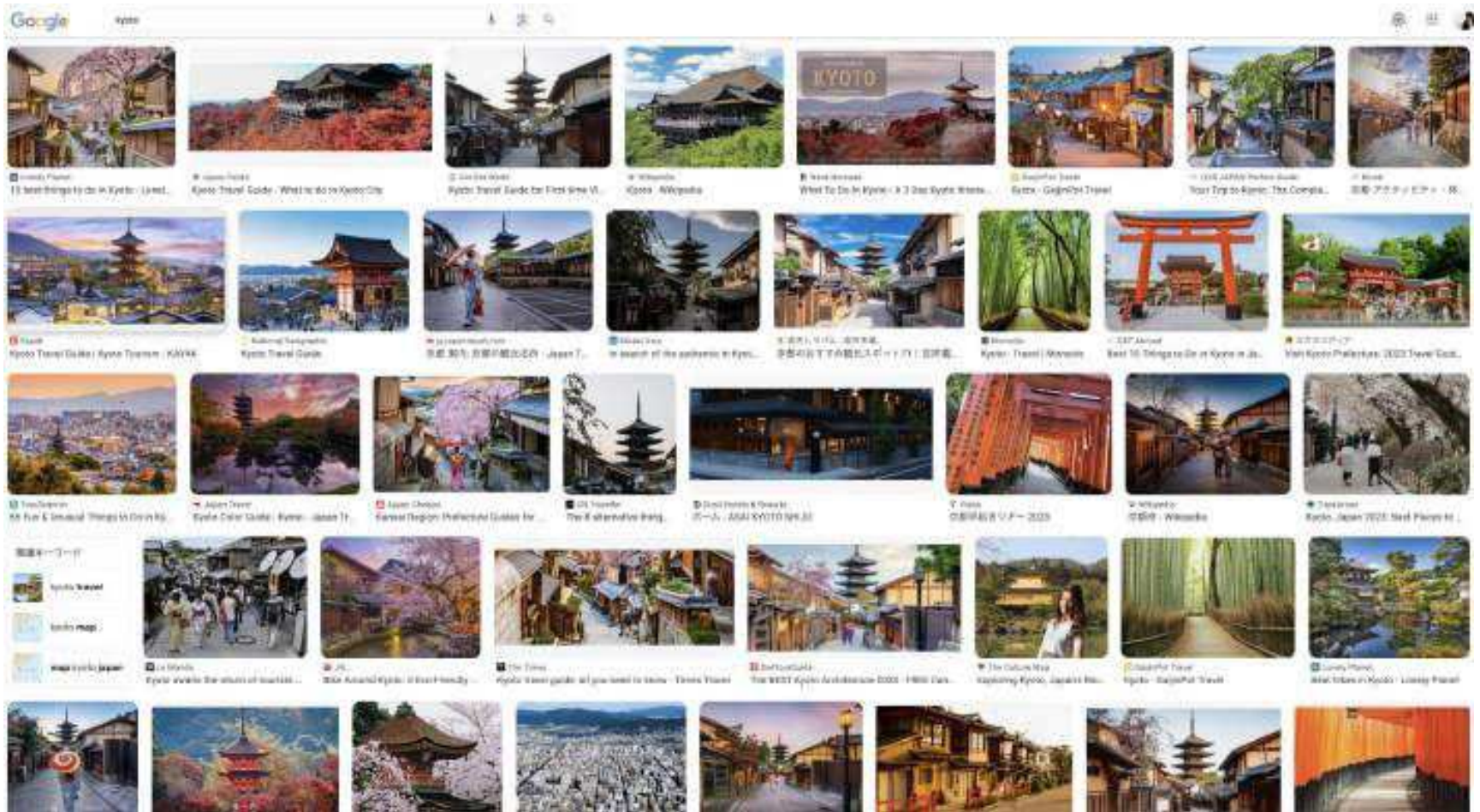


クレイグ・モド氏

画像検索 : Nagoya



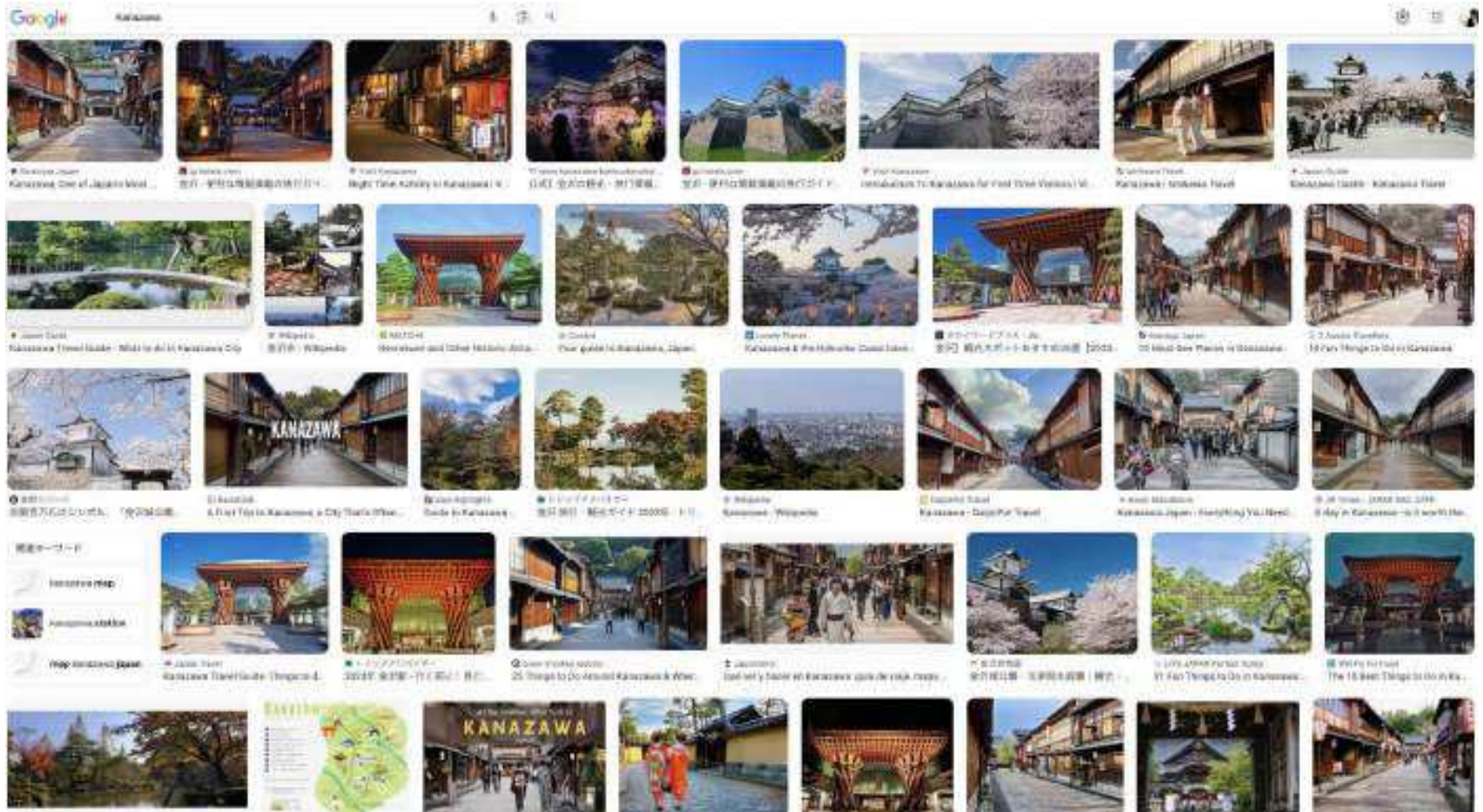
画像検索 : Kyoto



画像検索 : Osaka



画像検索 : Kanazawa



Nagoyaの特徴



- 視点が遠く高い
⇒ 歩行者のアイレベルの風景が少ない
- ハコモノ（ビル群、名古屋城）
⇒ 人の賑わいが見えない
- ナイトタイムの弱さ（錦は例外）
⇒ 街の色気・艶のなさ

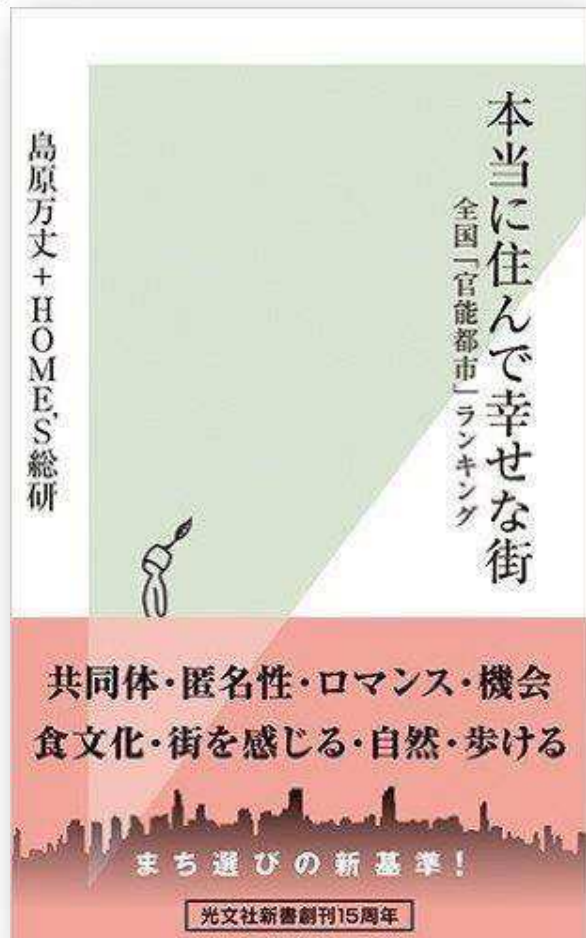
センシュアス・シティ的名古屋の魅力資源





名古屋にはもっと官能が必要だ
Sensuous City [官能都市]

おまけ（宣伝）



Sensuous Cityが本になりました！

本当に住んで幸せな街 全国「官能都市」ランキング

島原万丈+HOME'S総研

光文社よりKindle発売中