

国土交通政策研究 第66号

都市に活力を生み出す人材が 求める都市環境に関する研究

～ナレッジワーカー・クリエイターの具体的ニーズ調査より～

2006年 3月

国土交通省国土交通政策研究所

主任研究官 頼 あゆみ

研究官 山形 創一

前研究官 村上 陽子

はじめに

都市再生基本方針において、都市は、富（新しい価値）を生み出す場、わが国の経済を牽引して行く存在として着目されています。経済のグローバル化、人材のボーダレス化、ITの急速な発達等の環境変化に対応し、都市を21世紀の活力の源泉としていくには、活力を生み出す主体を惹きつけ、活発な活動が継続的に行えるような都市環境を整備することが必要です。

本書は、「都市に活力を生み出す人材が求める都市環境に関する研究（平成15～16年度）」の成果報告です。都市の活力を生み出す主体として「産業（企業）」とこれを担う「人材（個人）」に着目し、アンケート、インタビュー等を通じて都市環境に対するニーズを汲み取り、東京を始めとする我が国の大都市の都心がどうあるべきかを整理しました。企業や個人がボーダレスで活躍する中で、日本人が日本に留まって活動することを選び、アジア人が欧米等ではなく日本への就学・就職を選び、欧米を始めとする世界の人々がアジアの中で日本を選ぶことを目指すという意味で、本研究の狙いはいわば都市のマーケティングです。そこで、ライバルとなる成長著しい東アジア諸都市でも調査を行い、参考としました。

「都市環境」には、公園、緑地等だけではなく、オフィスライフ、それを支えるプライベートライフ等に影響を与える条件として、交通基盤や飲食店等の集積等まで含めて考えました。また、ハードだけではなく、街づくりで語り得るソフトな部分、例えば、諸条件が相互に絡み合っ形成される魅力やイメージ等まで視野に入れました。さらに、ご協力いただいた皆様に関心を持ち、問題を感じ、具体的な要望を持っている対象が非常に広がったため、調査結果も広範な範囲に及び、それ自体が大変興味深いものになりました。そのため、着眼点が異なれば全く新しいものが見えてくる可能性が高いと考え、報告書ではできるだけ生の声に近いものを掲載するようにしました。同じ趣旨で、国土交通省が直接整備を進められないような要望等についても、具体的な発言があったものは盛り込みました。

整理に当たっては、国家レベルで検討される大規模プロジェクトに主眼は置かず、リーズナブルな負担で実現できるような、コストパフォーマンスの良い工夫を考案するためのヒントを提示できればと考えました。これは、我が国の都市の国際競争力を強化すべきという議論が何年来もなされながら、具体的に個々の何を改善していけばよいのかは未だに十分把握できていないという問題意識があったからです。この報告書が、魅力的な都市づくりに関わる皆様の具体的な施策立案等の参考となれば幸いです。

最後になりましたが、研究の企画、実施、取りまとめに当たっては、多数の皆様方から様々なご協力をいただきました。韓国全北大学校工科大学の蔡秉善教授、中国同済大学の潘海嘯教授、台湾国立交通大学の徐淵静教授には、ソウル・上海・台北の調査全般に亘りご尽力いただきました。大阪市立大学の小長谷教授には、研究の当初から取りまとめに至る要所要所での確かなアドバイスをいただきました。また、東京・ソウル・上海・台北でご活躍されている企業や個人の皆様には、アンケート、インタビュー等にご対応いただいたり、そのためのアレンジ等の労をお執りいただくなど、多大なご協力をいただきました。中でも、東京在住の海外出身者の方から、苦労することも多いが、日本や日本の都市に愛着を感じており、お役に立てれば嬉しいとお聞かせいただいたお話には大変な重みを感じました。こうしたご協力なしにはこの研究は成り立ちませんでした。ここに記して、心から感謝の意を表します。

平成18年3月

国土交通省 国土交通政策研究所

主任研究官 頼 あゆみ

研究官 山形 創一（前）研究官 村上 陽子

要 旨

都市を取り巻く環境は、経済のグローバル化、人材のボーダレス化、IT の発達等大きく変化している。これらに対応し、都市を 21 世紀の活力の源泉とするためには、活力を生み出す主体となる産業（企業）とこれを担う人材（個人）を惹きつけ、活発な活動が継続的に行えるような都市環境を整備することが必要である。そこで、本研究では、アンケート、インタビュー等を通じて彼らの具体的なニーズを汲み取り、東京を始めとする大都市の都心部の都市環境がどうあるべきかを整理した。また、我が国の大都市のライバルとなる近年成長著しく活力にあふれる東アジア諸都市でも調査を行い、参考とした。

平成 15 年度は、東京 3 エリア（渋谷区桜丘町、港区南青山、千代田区神田神保町）及び東アジア 3 都市（ソウル、上海、台北）に立地している企業を対象に、立地選択時に考慮した都市環境の条件、立地後の満足度、今後の移転意向等についてアンケート調査を行った。平成 16 年度は、在東京・海外出身者と在外・日本人（ソウル、上海、台北）のナレッジワーカー・クリエイターを対象に、就業地の都市環境等についてインタビュー調査を行った。これらと平行して、有識者ヒアリング等を行った。

調査研究を進める前提ともなった産業と人材の考え方として、都市に活力を生み出す“都心型産業”は、業種を問わず、新しいコンセプトとコンテンツを創り出せる高付加価値・労働集約的産業である。IT はツールとしてこれらと結びつく。新しい価値を生み出すコンセプトとコンテンツを創り出すのは個人としての力とその結びつきであり、こうした人材の特性や感性に合った都市環境づくりが必要である。

都市に活力を生み出す人材を惹きつけるような都市環境の充実のための方向性の第一は、エリア毎の魅力向上とその魅力的なエリアの集合体としての都市全体の魅力の向上である。エリアのブランドにより信頼が得られることもあり、企業は立地選択に当たってエリアの魅力への関心が高い。都市に活力を生み出す人材の関心が高い都市環境の要素としては、オンオフの切り替え、リラックス、刺激等に関わる緑や水辺、にぎわい等のほか、欧米出身者には歴史的なものが好まれる。交通便利性、24 時間活動が可能な生活環境も求められている。しかし、あらゆるエリアがニーズ全てに応えることは困難である上、金太郎飴的なエリアが集まっても、かえって評価が低くなる。各エリアがそれぞれの個性を伸ばすことにより、多様なエリアの集合体として都市全体の魅力を高めることができる。

方向性の第二は、人材の交流が生まれやすい都市環境の創出である。このためには、交流しやすい物理的な“場”の仕掛け、同業者の集積等がポイントとなる。活動拠点の確保支援等の働きやすい・起業しやすい環境づくりも必要である。また、新しいコンテンツやコンセプトを作り出す人材を惹きつけるには、そもそも都市がオープンであることが必要であり、外国人へオープンであるためには、初来日に繋がるきっかけづくり、再来日や長期滞在に繋がる多様な交流機会の創出等が重要である。

これらを受け、特に、都市に活力を生み出す人材のライフスタイルとワークスタイルの特徴に着目し、アイデアを生み出しやすい都市環境として、都心での回遊を可能にする“職住+遊の連関都市づくり”と思索に入り込みやすい“創造的エリアづくり”を提案する。

また、これらを実現するための行政の役割として、街が育つような基幹的なインフラを整備し、それだけでなく、街が個性を伸ばせるビジョンを作り、地元が街を育てやすいような仕組みを作り、“後は任せる”ことを提案する。

日常的な活動や生活を支える都市環境の充実に向けて、街全体、交通基盤等に係る“移動しやすい環境”と住宅の探しやすさ、安心・安全等に係る“暮らしやすい環境”についても、具体的な要望や課題が多い。言葉や身体能力の差も許容できるようなユニバーサルな街こそが人材を惹きつけると考えられる。

キーワード： 都市環境、活力、競争力、エリアの魅力、都市型産業、ナレッジワーカー、クリエイター

Elements of urban environment sought by people who generate vitality in cities
- Based on surveys of the needs of knowledge workers and creators -

Summary

The environment surrounding cities is being changed by the globalization of economies, borderless personnel procurement and advances in information technology (IT). For cities to be the source of vitality in the 21st century, they need to attract industries (companies) who generate vitality, and the personnel (individuals) supporting these industries. Cities must create the conditions that stimulate activities on a continuous basis. This study aims to firstly identify the needs of industries and individuals through questionnaire surveys and interviews, and secondly, examine ways to improve the environment of urban centers in Tokyo and other major cities to better serve these people. As a reference, similar surveys were conducted in several fast-growing and vibrant cities in East Asia that are now Tokyo's major competitors.

In FY2003, questionnaire surveys were distributed to companies located in three parts of Tokyo (Sakuragaokacho in Shibuya Ward, Minami Aoyama in Minato Ward and Kanda Jinbocho in Chiyoda Ward) and three cities in East Asia (Seoul, Shanghai and Taipei). The survey investigated the urban environmental factors that a company considers in choosing its corporate location, the degree of satisfaction of the location selected and intentions of moving away from that location. In FY2004, knowledge workers and creators (foreign residents living in Tokyo and Japanese residents living in Seoul, Shanghai and Taipei) were interviewed to find out about the elements of the urban environments where they worked. Scholars and experts were also interviewed.

The premise of the study is that "urban-center-based industries" that bring vitality to cities are high-value-adding and labor-intensive industries that create new concepts and content, regardless of the type of business. Individuals and their networks create new concepts and content that can generate new values. To maximize the potential of these individuals, an urban environment that suits their lifestyles, needs and tastes should be encouraged.

The first direction in creating such an urban environment that can attract people who have the potential to enhance the vitality of cities is to make each area attractive, and eventually make the entire city attractive. The attractiveness of the area is a major concern for companies in choosing their location. Prestigious locations are like famous-brand goods that are highly trusted. People with the potential to enhance the vitality of cities are concerned about urban environmental factors, such as the availability of greenery and open water and the level of excitement, that allow them to switch between their working and private lives, to relax and to get stimulation. Tokyo residents who have come to Japan from Europe and North America also value historical elements. Demand for ease of travel, as well as an infrastructure that supports a 24-hour lifestyle, is high. No single part of the city can satisfy all these needs; if all districts of the city look alike, the overall evaluation of the city will be lower. A city with distinctive areas, each fostering unique features, can increase the attractiveness of the city as a whole.

The second direction is to create an urban environment that stimulates interaction among people. There should be physical "places" where people can meet face-to-face. There should be a grouping together of people and companies in the same industry. We need to establish an environment

that facilitates both work and the creation of new businesses, by supporting these people in their efforts to find places to work, for example. A city should be “open” as a premise to attract people who can create new content and concepts. To attract foreign residents to an “open” city there should be triggers to entice them to come to Japan and create opportunities for interaction that will make them want to return and stay longer.

Based on these surveys, the study focuses on the characteristics of the lifestyles and work-styles of knowledge workers and creators, and proposes two directions for city planning to stimulate the generation of ideas: first, to “create a city having linkages between work-life and recreation, ” or a city center in which it is easy to move from one place to another; and second, to “create areas for creative thinking” or places that inspire creative thinking.

The public sector can provide basic infrastructure to foster the growth of a city, can create visions to enable each area to encourage its distinctive features, and can create a framework where local people can develop their community. After that, the public sector should “step back” and let the major players do the rest.

Requests for an “easy to use” transportation systems, “easy to find” housing, and a safe and secure “easy to live” environment were expressed during the interviews and through the questionnaire surveys. There are many challenges to be met to improve the urban environment. It is proposed that a “universal” city friendly to people with different needs (e.g., language, physical requirements) can attract people who will bring vitality and viability to the city.

Keywords: urban environment, vitality, competitiveness, area attractiveness, urban-based industries, knowledge workers, creators

目次

第 部 研究の目的と進め方

第1章 研究の目的.....	1
第2章 研究の背景.....	2
1. 産業を取り巻く状況.....	3
2. 人材を取り巻く状況.....	3
第3章 研究の着眼点と進め方.....	5
1. 研究の着眼点.....	5
2. 研究の進め方と体制.....	10
第4章 報告書の構成と作成方針.....	13
1. 報告書の構成.....	13
2. 報告書の作成方針.....	13

第 部 企業アンケートと人材インタビューの進め方

第1章 企業アンケート調査の進め方.....	15
第1節 国内調査の進め方.....	15
1. 調査内容.....	15
2. 調査対象.....	17
3. 実施方法と実施期間.....	26
4. アンケート調査票（国内調査）.....	27
5. アンケート回答企業（事業所）へのヒアリング.....	36
第2節 海外調査の進め方.....	37
1. 調査内容.....	37
2. 調査対象.....	37
3. 実施方法と実施期間.....	42
4. アンケート調査票（海外調査）.....	42
5. 企業（事業所）へのヒアリング.....	49
第2章 人材インタビュー調査の進め方.....	50
1. 調査の考え方.....	50
2. 対象としての「人材」の考え方.....	50
3. インタビュー対象者と実施方法.....	50
4. 実施時期.....	51
5. インタビューの内容.....	52

第 部 企業アンケートと人材インタビューの調査結果

第1章 企業アンケート調査の結果	57
第1節 国内調査の結果	57
1. 調査対象事業所の概要等【Q1】	57
2. 立地選択場所の探し方【Q2-1~Q2-3】	72
2-1. 探し始めた際の優先順位【Q2-1】	72
2-2. 立地選択時の候補エリアとそのイメージ【Q2-2】	75
2-3. 候補エリアについて収集した情報と収集方法【Q2-3】	77
3. 事業所の立地選択に関わる都市環境の条件【Q3~Q4】	79
3-1. 立地選択時に考慮した都市環境の条件【Q3】	79
3-2. 現所在地の都市環境の条件についての評価【Q4-1】	84
3-3. 立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足【Q3、Q4-1】	91
3-4. 現所在地に立地したことによる影響【Q4-2】	96
3-5. 現所在地に立地したことによる、当初は思いもよらなかった メリット・デメリット【Q4-3】	112
4. 将来的な移転と都市環境の条件【Q5】	118
第2節 海外調査の結果	128
1. 調査対象事業所の概要等【Q1】	128
2. 事業所の立地選択に関わる都市環境の条件【Q2~Q4】	135
2-1. 立地選択場所を探した際の優先順位【Q2-1】	135
2-2. 立地選択時に考慮した都市環境の条件【Q2-2】	136
2-3. 現所在地の都市環境の条件についての評価【Q3-1】	140
2-4. 現所在地に立地したことによる影響【Q3-2】	145
2-5. 将来的な移転と都市環境の条件【Q4】	149
3. 企業へのヒアリング結果	152
第3節 企業が求める都市環境の条件	157
1. エリアの魅力	157
2. ナレッジワーカーやクリエイターにとっての魅力ある都市環境	159
3. 移動に関する都市環境(交通環境等)	161
4. 仕事や暮らしを取り巻く都市環境	163
第2章 人材インタビュー調査の結果	166
第1節 在東京・海外出身者の結果	166
1. インタビュー対象者の概要	166
2. 出身国別のインタビュー調査結果	169
2-1. 韓国出身者	169
2-2. 中国出身者	174
2-3. 台湾出身者	181
2-4. 欧米出身者	187

第2節 在外・日本人インタビュー調査結果.....	200
1 .インタビュー対象者の概要.....	200
2 .就業地別のインタビュー調査結果.....	208
2 - 1 .在ソウル市・日本人.....	208
2 - 2 .在上海市・日本人.....	219
2 - 3 .在台北市・日本人.....	231
第3節 人材が求める都市環境の条件.....	240
1 .就業地(国)で働く理由とその都市(国)のイメージ.....	241
2 .就業地の都市環境について満足な点・不満な点.....	244
3 .ナレッジワーカー・クリエイターの創造性や意欲をかき立てるような都市環境.....	262
第 部 都市に活力を生み出す人材を惹きつけるような都市環境の充実に向けて	
第1章 都市に活力を生み出す産業と人材についての考え方の整理.....	266
1 .都市に活力を生み出す産業(企業)についての考え方.....	266
2 .都市に活力を生み出す人材(個人)についての考え方.....	268
第2章 都市に活力を生み出す人材を惹きつける都市環境の充実のための方向性.....	271
第1節 エリア毎の魅力向上とエリアの集合体としての都市全体の魅力の向上.....	271
1 .なぜ個別の「エリア」の魅力向上が大切か.....	271
2 .都市の活力を生み出す人材を惹きつけるような個別エリアとして魅力の創出.....	274
第2節 人材の交流が生まれやすい都市環境の創出.....	280
1 .交流が生まれる場.....	280
2 .働きやすい・起業しやすい環境.....	283
3 .交流の前提となる都市のオープンさ.....	286
第3節 ナレッジワーカー・クリエイターの ワークスタイルとライフスタイルを生かすための都市づくり.....	289
1 .ナレッジワーカー・クリエイターの 都心での回遊を可能にする“職住+遊の連関都市づくり”.....	290
2 .ナレッジワーカー・クリエイターが思索に入り込みやすい“創造的エリアづくり”.....	292
第4節 行政の役割.....	295
第3章 日常的な活動や生活を支える都市環境の充実のための具体的要素.....	299
第1節 移動しやすい環境.....	299
1 .街全体、交通基盤全体.....	300
2 .移動モード別.....	301
第2節 暮らしやすい環境.....	305

施策アイデア.....	311
参考文献.....	323

第 部

研究の目的と進め方

第 1 章 研究の目的

都市は 21 世紀の我が国の活力の源泉の一つである¹。都市は、将来にわたっても人々が活動することで、富を生み出す場として、わが国の経済を牽引して行く存在として着目されており、経済停滞の長期化等による閉塞感を打ち破るような都市の再生が求められている。

しかし、その都市を取り巻く環境は、経済のグローバル化、人材のボーダレス化、IT の急速な発達など、大きく変化している。これらの状況に対応し、都市を活力の源泉とするためには、これからの都市の活力を生み出す活動主体を惹きつけ、都市において活発な活動が継続的に行えるような「都市環境」を整備することで、わが国の都市が魅力と国際競争力を高めていくことが必要である。

本研究の目的は、これからの都市の活力を生み出す活動主体として「産業」と「人材」に着目し、これらが求める「都市環境」の具体的な内容や方向性を研究することである。研究対象とした「都市環境」とは、いわゆるハードなインフラ部分だけでなく、街づくりの対象になり得るようなソフトの部分まで合わせた広範なものを考えている。例えば、交通環境だけでなく、業務環境、居住環境、余暇環境等の広いカテゴリーのものを想定した。

また、本研究では、これまでのような欧米型都市ばかりではなく、近年成長著しく活力にあふれる東アジア諸都市についても、日本の大都市のライバルとして着目した。

具体的には、東京と東アジア 3 都市の都心部において、これからの都市の活力を生み出すような「産業（企業）」や「人材（個人）」の生の声を聞き、都市環境に対するニーズを汲み取ることにより、日本の大都市の「都市環境」の魅力を高め、「産業（企業）」や「人材（個人）」の活動を活性化するための方向性を整理した。いわば都市のマーケティング調査である。都市整備の方向性としては、国家プロジェクトレベルで既に検討されているような大規模で大きな財政負担を要するようなものではなく、具体的で個別的、効果的で効率的な都市環境施策を立案していくためのヒントを引き出したいと考えた。

これらにより、ボーダレスで活躍する「産業（企業）」や「人材（個人）」の中で、日本の大都市が、日本人にとっては留まって活動することを選ぶような、アジア人にとっては欧米等ではなく日本への就学・就職を選ぶような、そして欧米を始めとする世界の人々が、アジアに来るなら日本という選択をするような、そうした魅力的な場になるような都市環境を目指すものである。

¹ 「都市再生基本方針」では「21 世紀の活力の源泉である都市について、社会経済情勢の変化に対応して、その魅力と国際競争力を高めることが都市再生の基本的意義」とされている。

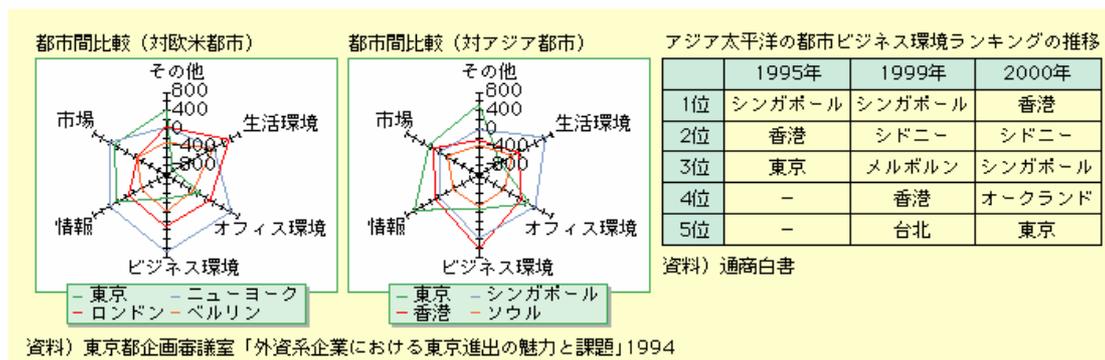
第2章 研究の背景

これまで、わが国は、欧米主要都市に追いつけ追い越せという意識があったが、既にわが国都市のライバルは欧米諸都市だけではない。本研究の背景には、近年の日本の国際的な評価の低下とアジア諸国の台頭に対する危惧がある。日本の都市が今後とも経済活力を持ち続けるには、他の様々なビジネス環境の条件とともに、活発で円滑な産業活動を支援するような良好な都市環境の整備が不可欠である。

しかし、現在の日本の都市環境は、欧米ばかりでなく、シンガポール等アジア諸都市と比べても劣っているとされている。現在の状況のままでは、「激化する国際的都市間競争に遅れをとらざるを得ず、新たな活力の生起は期待できない」²と考えられる。企業や人材（個人）を世界から惹きつけ、さらに新たなビジネスを生み出していくような、活力あふれる、魅力ある都市を再生していくことが必要である。

平成14年国土交通白書でも、以下のような図表を掲げ、「経済活動のグローバル化が進み、東アジア諸国との連携が緊密化する一方で、国際競争力の低下が懸念されており、経済の活力を維持するためにも、ITなどの技術革新や社会資本整備、規制緩和等を通じて経済社会全体の効率性や国際競争力をこれまで以上に高めていく必要がある。」としている。

図表 - 1 我が国都市の国際競争力低下



出典：「平成14年国土交通白書」図表 -2-3-17 我が国都市の国際競争力低下

以降では、産業と人材それぞれの観点から、世界と我が国の状況を簡単に整理する。我が国や我が国の都市がボーダレスの国際競争や都市間競争でさらされているのは、欧米企業（アジア本社の立地等）や欧米人から見た場合、アジア諸都市の中で我が国都市が優位に立っているかという比較であり、わざわざ日本に来るかという意味では欧米都市との比較でもあり得る。また、アジア企業やアジア人から見た場合、欧米等を含む世界都市との比較でもあり得るし、他のアジア都市との比較でもあり得る。

² 都市再生推進懇談会（東京圏）（2000）「東京圏の都市再生に向けて～国際都市としての魅力を高めるため～（提言）」

1. 産業を取り巻く状況

～ 高付加価値型部門にまで広がる日本からの企業流出～

日本企業は、1980年代以降、低廉な人件費を求めて、アジア各国・地域に組立加工等の拠点を移してきた。特に製造業では、中国を始めとした東アジア諸国において低価格で品質の良い製品の量産技術が確立されたことで、規格大量生産等の製造機能の海外シフトが進んでいる。その動きは、「繊維製品などの低価格製品の分野にとどまらず、電子・情報機器などの高付加価値、ハイテク分野でもその傾向が強まっている」³。さらに、「聖域」とされてきた研究開発部門の海外流出も進み始めた⁴。従来言われてきたような、製造業等の労働集約的・低付加価値産業はアジア諸国に移管して、日本国内は高付加価値型産業に特化すれば良いといった議論は、アジア諸国の急速な発展の中で説得力を失っている。

一方で、外資系企業もアジアの統括拠点を他のアジア諸国に移している。経済産業省の1997年「第31回外資系企業動向調査」によれば、1980年代までに設立された企業では、アジア地域に立地する際、日本に統括拠点機能を持たせていた企業が7割にのぼっていたにもかかわらず、1994年度以降では5割台にまで落ち込んできている。同調査では、その理由として、「ASEAN諸国の高度成長により、我が国経済の地位が相対的に低下してきていると思われる」としている。例えば、証券会社については、最近、「ある外資系証券は、賃金水準が安いシンガポールにバックオフィスを移転」し、さらに「一部の外資系証券は、東京から香港・シンガポールへのアジア本社移転を検討しはじめた」⁵との記事も見られる。

以上のような動きの中で、近年、日本のビジネス環境に対する国際的な評価の低下が著しい。FORTUNE誌による最新のビジネス環境ランキング⁶では、アジア・太平洋諸都市の中で東京の順位は5位であった。また、スイスの国際経営開発研究所(IMD)による世界各国の競争力ランキング⁷では、人口2,000万人以上の国・地域の中で、4位のマレーシア、6位の台湾に大きく水をあけられて、日本の順位は11位である。同調査において、中国は12位、韓国は15位であった。これらの結果からは、日本のビジネス環境に対する国際的な評価は、すでにシンガポール、香港よりも劣っており、韓国、台湾、着々と迫る中国とその地位を競っている状況にあることがわかる。

2. 人材を取り巻く状況 ～ 人材確保も国際競争の時代～

近年、企業のグローバル化の進行と共に、優秀な人材は国際的に流動化し、経済の活力を担う優秀な人材の獲得のための国際競争が激しくなっている。今後の都市間競争を勝ち抜くためには優秀な人材を確保することが必要であり、そのためには、国内の人材の流出を防ぐと同時に、海外の優秀な人材を惹きつけることが不可欠である。

各国では人材の誘致のための施策が積極的に行われている。例えば、韓国では、「従来の単なる税制支援や道路などの産業インフラの整備、即ちハード・インフラの整備だけでは、これからの国際間の誘致競争に勝てないということを認識した上で、言語や文化、サービスなどのグローバル化された生活インフラ

³ 河野(2003) p.113

⁴ 日本経済新聞(2001年6月2日)「変調 貿易黒字大国 第二部 揺らく競争優位」

⁵ 週刊ダイヤモンド(2003年5月17日号)「日本から続々と逃げ出す外資系証券リストラの凄絶」p.51,52

⁶ FORTUNE(2000年11月27日号)「アジア太平洋の都市ビジネス環境ランキング」によると、1位 香港、2位 シドニー、3位 シンガポール、4位 オークランド、5位 東京 である。これは、「平成14年国土交通白書」の「図表 -2-3-17 我が国都市の国際競争力低下」では、「アジア太平洋の都市ビジネス環境ランキングの推移」の2000年のデータとして示されている。

⁷ 国際経営開発研究所(IMD)(2003年5月14日発表)「世界競争力ランキング」による。なお、人口2,000万人以下の国・地域の中では、シンガポールが2位、香港は4位であった。

の整備、即ちソフト・インフラの整備に力を入れた特区を構想し⁸、優秀な人材を誘致するために、外国人が住みやすいビジネス環境と生活インフラを提供しようとしている。シンガポールでも、政府が積極的に外国人IT技術者を確保する政策を実施しており、インド、中国等様々な国出身のIT技術者がIT関連の研究開発部門に従事している。

IT技術者に限らず、これまで、人材を供給する側だった国々でも、自国における人材確保のための動きが始めている。中国の上海市では、2002年6月、急増する外資系企業で働く優秀な人材を国内外から確保するために、大学卒業以上あるいは特殊な才能を持つ人材に限り、期限付きの上海市民権が受けられる「上海居住証制度」を開始した。

日本においても、例えば、優秀なプログラマーは慢性的な人材不足と言われており、平成13年度に東京外国人雇用サービスセンターに寄せられた外国人留学生向け求人のうち、約半分が情報処理技術者に対するものであった⁹。一方で、中国、インド等アジアの国・地域は、先端技術分野で巨大な人的資源の供給源となりつつある。先端技術分野は今後のリーディング産業の一つであり、日本国内でも、これらの海外出身の優秀な人材が活躍することによって、都市の経済活動、ひいては国全体の景気動向に対する牽引効果が期待される。それにもかかわらず、外国人、海外経験者等を対象とした既存のアンケート調査では、日本の都市のビジネス環境、生活環境が諸外国に比べて悪いという声が多くを占めている¹⁰。

また、様々な都市環境の総体として形成される都市のイメージは、内外の人材を惹きつける大きな要因である。例えば、アメリカでは、“良好な都市イメージ”が多くの人材をその都市に惹きつける契機となり、集まった人材を育成・活性化する大学やインキュベーション等の仕組みを通じて、地域経済の発展に寄与しているといわれている¹¹。韓国の特区政策に関する文献にも、「高級頭脳が住んでもよいと思わせる生活環境が必要」「高級頭脳人材が快適に住めるところという国家イメージを高めるマーケティングが切実に求められるところである」¹²との指摘がなされている。

また、河野（2003）は、地域活性化という視点から、「知的な人材が絶えず交流し、そこにとどまるための場や、そのための仕掛けを都市のなかに設定する必要がある」と述べている。

このように、優秀な海外の人材を惹きつけるためには、実際に、都市の魅力をより高めると同時に、内外の人材にとって働きやすく住みやすい都市というイメージを高めるような、都市としてのマーケティングが今後の重要な課題となっている。

⁸ 趙（2003）p.14

⁹ 東京都外国人雇用サービスセンターHP <http://www.tfemploy.go.jp>

¹⁰ 例えば、東京都（1994）「外資系企業における東京進出の魅力と課題」

¹¹ 例えば、http://www.arpak.co.jp/nl115_1.htm（アルパックニュースレターvol.115「都市イメージが人材を集め地域経済活性化へ導く 閉塞打破への先進国型シナリオ」）

¹² 趙（2003）p.15

「今回の特区構想で何より注目すべき点は、政府が、従来の単なる税制支援や道路などの産業インフラの整備、即ちハード・インフラの整備だけでは、これからの国際間の誘致競争に勝てないということを認識した上で、言語や文化、サービスなどのグローバル化された生活インフラの整備、即ちソフト・インフラの整備に力を入れようとしているところである。生活インフラの整備に注力するということは、今回の特区構想が従来の「工場誘致」の視点ではなく「知識」と「高級頭脳」を誘致しようとする視点であることを意味する。

高所得高知識の外国人にとって異国に住む際の最も基本的な生活ニーズとは「教育」と「医療」であり、この生活ニーズがある水準まで満たされないとすると、その地域での勤務は忌避されるしかない。世界の技術と知識、先進の経営技法を流入させるには「高級頭脳」が住んでもよいと思わせる生活環境が必要……。

外国人にとって魅力的な教育と病院を設立するのはもちろんのこと、エンターテインメントやレジャー施設の充実、きめ細かい外国人生活支援と行政サービスを通じて外国人が住みやすいビジネス環境と生活インフラを提供しようという姿勢が今回の特区構想では示されている。今後韓国にとって、高級頭脳人材が快適に住めるところという国家イメージを高めるマーケティングが切実に求められるところである。」

第3章 研究の着眼点と進め方

1. 研究の着眼点

(1) 研究の対象

本研究では、政令指定都市以上の大都市の都心を研究対象として想定した。研究目的は、経済のグローバル化、人材のボーダレス化、ITの急速な発達等の大きな社会経済情勢の化の中で、ライバルとなる欧米やアジアの世界都市との競争を意識した上で、わが国の活力の源泉となるような都市を整備することである。そのためには、まず、既に国際的な都市間競争の舞台にあるような大都市で、その中でも特に魅力的な都心の更なる可能性を伸ばすことから始めるべきではないかと考えた。東京であれば山手線内くらいを想定した。

(2) 都市の活力を生み出す「産業(企業)」と「人材(個人)」が活動しやすい「都市環境」

本研究では、これからの都市の活力を生み出す活動主体としての「産業(企業)」と「人材(個人)」に着目し、その生の声から、今後の「都市環境」の整備の方向を検討していくこととした。

ここで取り上げる「都市環境」とは、緑地や公園といった、いわゆるアメニティ的要素だけではなく、「産業(企業)」や「人材(個人)」の仕事やオフィスライフに影響を与える諸条件や特徴全般、すなわち、交通機関の利便性、周辺の飲食店・小売店等の集積、災害への安全性、治安の良さや、これらが相互に絡み合って形成している魅力やイメージ等までも含めたものを考えている。産業にとってはビジネス環境、人にとっては居住環境・生活環境と称されるが、例えば、どこでどのような昼食が取れるか、昼休みにATMに寄りやすいか、アフター5を楽しみやすいかといった例を考え始めると、峻別することは難しいことがわかる。

また、本研究では、都市の活力を生み出す主体として、都市で富(新たな経済価値)を生み出す活動主体としての産業とその担い手として「人」に着目する。

「産業(企業)」とは、都市に立地するメリットが大きく、都市でこそ特徴を生かすことができるような事業を実態として行っているものを想定した。独立した企業だけではなく、企業の一部門や一事業所だけの場合もあり得る。調査対象としては、具体的には、個々の企業や事業所ということになる。

「人材(個人)」とは、それらの産業の起業家、従業者等、都市で産業活動に従事して利益を生み出し、なおかつ、それに伴って都市の提供する様々な都市環境、サービスを利用することで、都市に活力を生み出している個人を想定した。起業家を含む企業経営者も、雇用者も、雇用関係はなくともその産業に関わる者全てを含めて考えている。

このような、これからの都市の活力を生み出すような、適切な「産業(企業)」と「人材(個人)」を調査対象として取り上げ、両者に対しアンケート、インタビュー等を行い、実際に働きやすく、住みやすい都市を実現するための「都市環境」に対する生の声を汲み上げることを試みた。企業アンケート調査と人材インタビュー調査の具体的な進め方については、第 部で述べる。

(3) 調査の視点

今後、わが国の都市が魅力と国際競争力を高めていくという目標について、ここでは、活動主体である企業と人材(個人)とが、以下のような行動を採るようになる都市環境とは何かという視点から捉えたい

と考えた。まずは、現在、日本の都市に活力を生み出している企業や人材（個人）が、円滑に活動しやすくなり、今後も日本で活動を継続しようとすることである。さらには、現在、海外の都市で活力を生み出している企業や人材（個人）が、今後、日本の都市に来て活動しようとすることである。後者には、アジア人が欧米の都市と比較して日本の都市を選ぶ、欧米人がアジアの他の都市と比較して日本の都市を選ぶという、他のアジア都市との競争の観点が含まれることになる。

都市環境は、まず、産業の立地選択や人の活動場所選択に影響を与え、立地した後や活動場所が決まった後には、日々の活動が円滑に行えるかどうかなどにも影響を与えると考えられる。事前に持っていたイメージやデータは立地選択の際に大きく影響を与えるが、現実に活動を始めてみる大きく異なっていたり、思いもかけない欠点が見つかったりすると、他都市に移動してしまう可能性もある。

マーケティングに例えれば、国際的都市間競争のマーケットにおいて、顧客であるこれからの都市の活力を生み出す産業（企業）やその人材（個人）に対して、

- () どのように日本の都市を宣伝し顧客を獲得するか（その都市が提供する都市環境やサービスをリストアップし、立地や居住の場所を探している企業や人材（個人）の元までその情報を届け、購入する気にさせる）
- () どのように顧客満足度を高めるか（その都市に立地・居住を選択した企業や人材（個人）が実際に様々な都市環境を体験する際に現実の満足を与える）
- () どのように顧客をロック・イン¹³するか（企業や人材（個人）がよりよい都市環境を求めて他の都市に乗り換えるのを防ぐ）

という3つのステージを通じ、どのように「カスタマー・イクイティ」を最大化するかを明らかにするか、ということが本研究の目的だということができる。「カスタマー・イクイティ」とは、企業の顧客一人一人が一生にわたってどれだけ企業に収益をもたらしてくれるのか、という見方である。この場合は、日本の都市を活動場所として選択した企業や人材（個人）それぞれが、実際の産業活動をより活発、円滑に行ってより多くの収益をあげられることによって、より大きな都市の活力も生み出されるようにするという考え方である。

そこで、これからの都市の活力を生み出す産業（企業）や人材（個人）に対するアンケート、インタビュー等においては、

- () 事前に、都市環境に関するどのような情報を得て、そのエリアへの立地を選択したか
- () 現在、現実の多様な都市環境の中で、実際に何が産業活動にプラスまたはマイナスに働いているか
- () 今後、そのエリアにとどまるか別のエリア（別の都市、海外等）に移りたいか。その判断基準となるのはどのような都市環境か

という時点ごとの3段階の視点から、都市環境に対するニーズを把握しようと試みた。

(4) 比較検討対象とした東アジア3都市

国際的な都市間競争に対応できるような都市の整備を行うという観点から、成長著しい東アジア諸国の大都市についても同様の調査を行い、参考とすることとした。具体的には、韓国ソウル市、中国上海市、台湾台北市を取り上げた。

各都市の特徴は以下の通りである。

¹³ 顧客が商品やサービス、企業から離れられない状態

韓国ソウル市

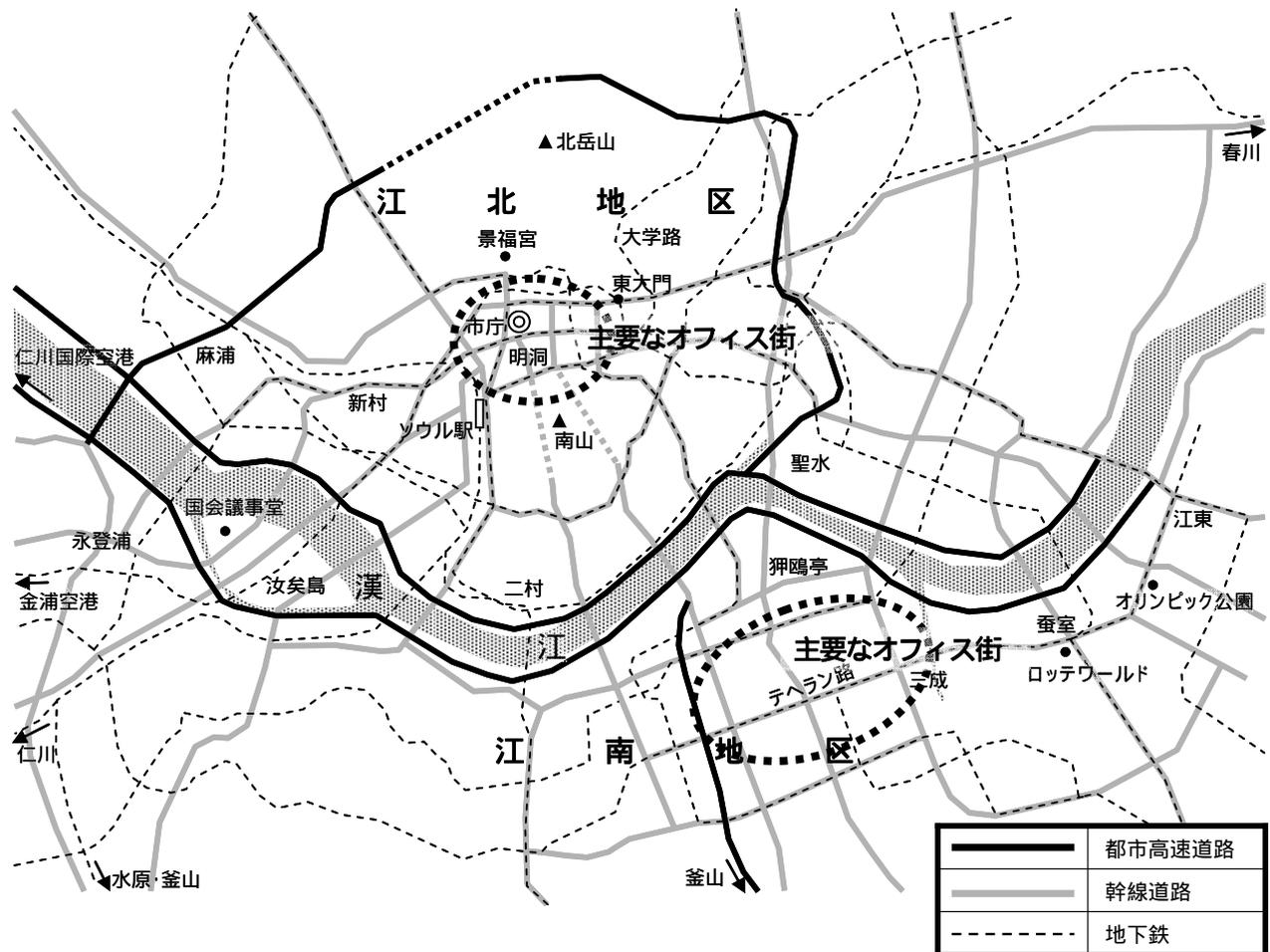
ソウル市は約1028万人の人口を有し、韓国の人口の1 / 4がソウル市在住という一極集中状態にある。1988年のソウル五輪開催を期に、地下鉄や幹線道路などの社会資本整備が急速に進んだ結果、今回調査した3都市の中では、交通インフラについては、最も整備が進んでいる。

市域は、東西に流れる漢江により、古くからの市街地である江北地区と、1960年代後半以降にソウル首都圏への人口集中とそれに伴う開発で新たに発展してきた江南地区に分けられる。

江北地区は、李氏朝鮮以来の都市中心であり、現在も市庁周辺地区に政府や市の機関が集中しており、また国内外企業のオフィスビルも、その多くが市庁周辺に立地している。また、明洞をはじめ東大門、南大門といった昔からの繁華街、大学路周辺や新村の文教地区や若者向けの商業地区などを有し、行政、経済、商業の中心地となっている。

江南地区は、朝鮮戦争が続いた1950年代までは農村地域であったが、まず1960年代後半から漢江沿岸に高層マンションが建てられ¹⁴、主要幹線道の整備が進められ、その後1980年代半ばから、主要道路沿いにオフィスビルが立地するようになった。現在は、江南大路、テヘラン路を中心に、市庁周辺と並ぶオフィス街となり、また狎鷗亭地区、蚕室地区など人気の高い商業地区を有している。

図表 - 2 ソウル市街



¹⁴ ソウル市ホームページ <http://japanese.seoul.go.kr/>

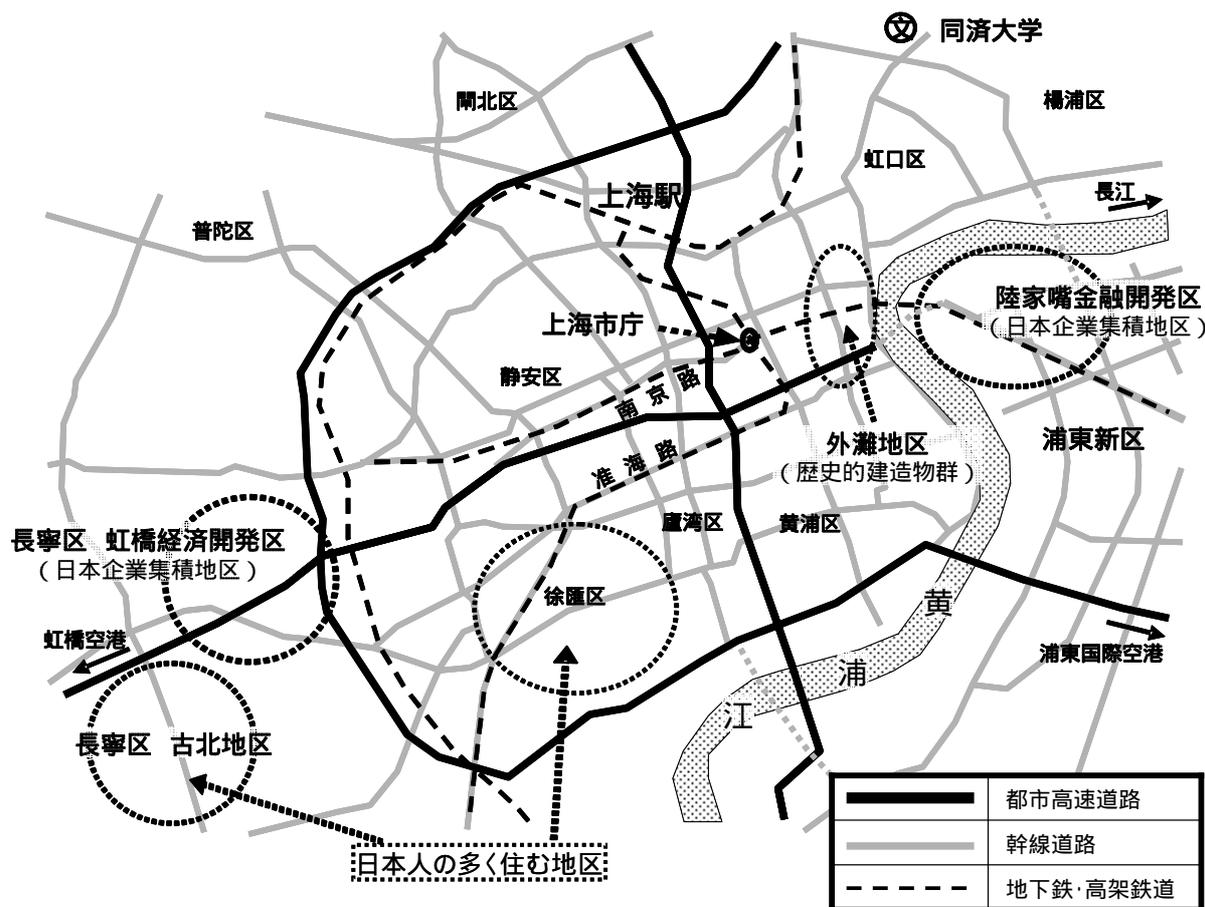
地下鉄は9路線が運行され、市中心部から郊外部まで（一部は仁川、水原をはじめ周辺都市へ直通）広くネットワークを形成している。また地下鉄からやや離れたエリアはバス、タクシーが交通の中心となる。道路は整備され道幅も確保されているが、漢江を渡る橋、市庁周辺と江南地区を結ぶ主要道路に自動車が集まるため、朝夕の交通渋滞は激しい。

なお、在ソウルの日本人は、多くが漢江北岸の二村洞一帯に住んでおり、日本人街を形成している。

中国上海市

上海市の市街地は、市内を流れる黄浦江を挟み、旧市街である浦西と、新たに開発された浦東によって形成されている。上海の従来の都市の中心は、浦西のうち旧租界地区である外灘地区～南京路～上海市庁周辺になるが、近年は、黄浦江をはさんだ市東部の浦東が、陸家嘴金融貿易区を始めとして政策的な経済開発区が指定されたことなどもあり、発展が著しい。両地区は業務集積も大きく異なり、浦西は製造業に加え、港を利用した海外物流の利便性、また旺盛な上海市民の購買力を反映してか貿易や運輸といった業種が高い割合を占めている。これに対し浦東は、市が推進する一大フィナンシャルセンター設立の構想に基づき、集約企業群は、金融業が44%と全体の半数近くを占める。他は、浦西同様、製造や貿易、コンサルタント業が主な業種となっている¹⁵。現在、上海には15,000人以上¹⁶の日本人が在住し働いているが、

図表 3 上海市街



¹⁵ オフィスジャパンネット <http://www.oj-net.co.jp/>

¹⁶ 在上海日本国総領事館ホームページ <http://www.shanghai.cn.emb-japan.go.jp/>

日本企業の支店や現地法人の多くは、市西部の虹橋経済技術開発区及び浦東の陸家嘴金融開発区に立地している。

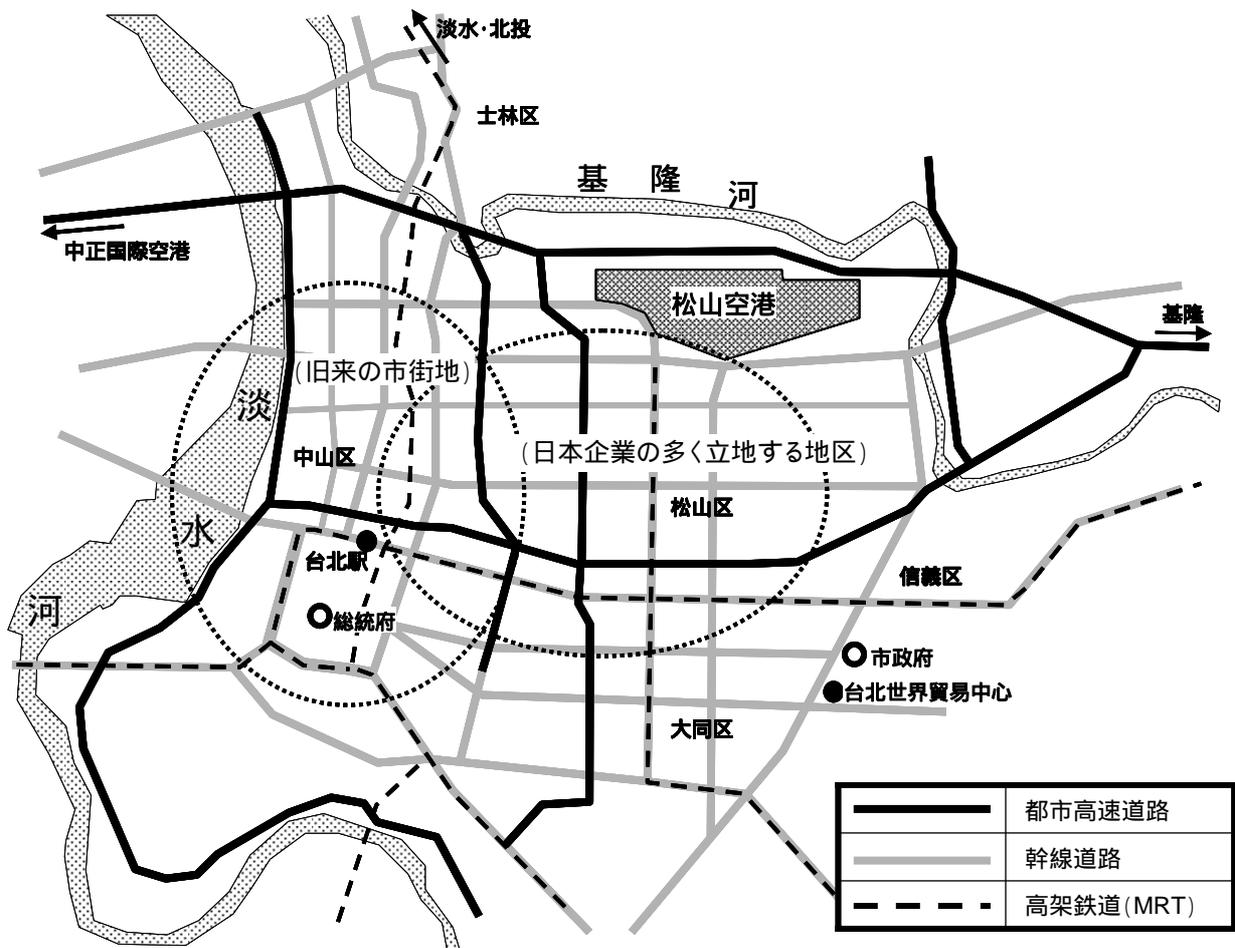
公共交通については、現在地下鉄2路線及び高架鉄道1路線が運行しているが、市全域をカバーするには至っておらず、路線バス、タクシー等の路面交通が重要な位置を占めている。道路については、無料の自動車専用高架道路が、市内の南北、東西を結んでいるほか、環状に市街地を取り囲んでいる。近年、上海市内における自動車台数は急増しており、道路整備は進んでいるものの、市内の至る所で交通渋滞が絶えない。従来の市街地と新しく開発された浦東新区とは黄浦江で分断されており、両地区を結ぶ数少ないトンネル・橋に自動車が集まるため、特に交通渋滞が激しい。

上海市内は、外灘地区をはじめ、旧租界地区において清朝時代の西洋式の建造物や集合住宅(「里弄」と呼ばれる)が多く残る。市政府の方針として、歴史的に価値がある建造物群については保存するか、再開発する場合にも外壁を残し改築するなど、歴史的景観に配慮がされている。

台湾台北市

台北市では、新しい市街地を東へ東へと開発・拡大してきた経緯があり、中心部が徐々に東へ移動してきている(例えば、10年前には、東部の信義区で開発を行い、新興業務地区として、金融関係を強制的にはりつけた)。また、旧来中心だった西部のエリアでは再開発が進められている。徐淵静教授の指摘による

図表 4 台北市街



と、台北市内では、基本的に特定業種が集積する傾向はあまり見られない。市街が概ね 10km 四方程度と狭く、市内のどこへ行くにも所要時間は 10 分程度であるため、関係企業同士が一カ所に集まらないと考えられるとのことである。

市内には、都市高速道路、MRT（高架鉄道）が整備されている。また、徐教授によると、市街地が狭く平坦なことから、オートバイ（スクーター）も重要な移動手段となっている。

2．研究の進め方と体制

（1）研究の進め方

平成 15 年度には企業アンケートと回答企業の一部に対するヒアリング、平成 16 年度には人材インタビューを行い、その調査結果に基づき、都市の活力を生み出すような産業（企業）や人材（個人）が求める都市環境のあり方について検討を行った。なお企業アンケートで対象とした都市とエリア、および人材インタビュー対象者は以下の通りである。これらの詳細については、第 部で述べる。

【平成 15 年度企業アンケート】

東京： 渋谷区桜丘町及び周辺地域、港区南青山 5・6 丁目、千代田区神田神保町 1・2 丁目
韓国・ソウル市： 市庁周辺および江南地区
中国・上海市： 楊浦区同济大学周辺
台湾・台北市： 中山区周辺

【平成 16 年度人材インタビュー】

東京： 在東京・海外出身者（韓国、中国、台湾、欧米）
海外： 在ソウル市・日本人、在上海市・日本人、在台北市・日本人

これらと平行して、都市の活力とは何か、どのような産業（企業）や人材（個人）が都市の活力を生み出すか、そのために求められる都市環境の条件や施策は何かなどについての知見を得るために、以下のような有識者、地元で活動されている方、行政担当者等の皆様に意見や提案をうかがうためのヒアリングを行った。

肩書はヒアリング当時のものである。

【平成 15 年度】

大阪「船場デジタルタウン構想」について（平成 16 年 2 月 5 日）
都市公団関西支社 都心整備部 市街地整備第二課 森 和子 様
SOHO コンソーシアムオフィス ALFHA DIGITAL BOX
/株SOHO 技術研究所 director 信川 祥子 様
大阪市立大学大学院 創造都市研究科 助教授¹⁷ 小長谷一之 様

京都西陣における SOHO 支援について（平成 16 年 2 月 6 日）
特定非営利活動法人 京都西陣町家スタジオ 事務局次長¹⁸ 福永 寛 様

¹⁷ 現在、大阪市立大学 大学院創造都市研究科 教授。

¹⁸ 現在、特定非営利活動法人 京都西陣町家スタジオ 理事。

都市に活力を生み出す産業と人材の考え方 / 福岡の状況について (平成 16 年 3 月 10 日)

九州大学 知的財産本部 起業支援グループ グループリーダー
/ 九州大学 ベンチャービジネスラボラトリー 助教授¹⁹ 坂口 光一 様

九州大学大学院 工学研究院 建設デザイン部門 助教授 樋口 明彦 様
特定非営利活動法人 NPO 博多まちづくり 事務局長 稲舛 積 様
水辺空間研究会事務局 日高 正人 様

(平成 16 年 3 月 11 日)

福岡大学 商学部 教授 田村 馨 様

名古屋の状況について (平成 16 年 2 月 19 日)

名古屋市 東京事務所 主幹 小宅 一夫 様
主査 小島 章徳 様

(平成 16 年 3 月 24 日)

名古屋市 道路建築課 技師 福岡真紀子 様

【平成 16 年度】

都市に活力を生み出す産業と人材の考え方について (平成 16 年 12 月 24 日)

(株)リナックスカフェ 代表取締役社長 平川 克美 様

特に、大阪市立大学創造都市研究科教授 小長谷一之先生には、調査研究の考え方、進め方、取りまとめ方等について、数回に亘り、意見交換やアドバイスをいただく機会を得た。なお、本文中で引用している発言は、前述のヒアリングに加え、11月24日及び平成18年3月16日に行ったヒアリングに基づいている。

(2) 研究体制

研究体制は以下の通りである。

【国土交通省 国土交通政策研究所】

主任研究官 頼 あゆみ
主任研究官(非常勤) 瀬川 祥子
研究官 村上 陽子(平成 15 年度)
研究官 山形 創一(平成 16 年度)
研究官 丸茂 悠(平成 16 年度)

【(財)日本システム開発研究所】

研究部国土計画研究室長 木田 悟
研究部 研究員 大塚 亮(平成 15 年度)
研究部 研究員 佐藤 彰彦(平成 16 年度)
研究部 嘱託研究員 渡辺 均(平成 16 年度)

¹⁹ 現在、九州大学 ユーザーサイエンス機構 教授。

研究部 嘱託研究員 岩住 希能（平成 16 年度）

ソウル市・上海市・台北市については、調査の企画の段階から実施まで、以下の有識者のご協力をいただいた。

韓国： 全北大学校工科大学建築・都市工学部都市計画研究室 蔡秉善 教授

中国： 同済大学都市計画系 潘海嘯 教授

台湾： 国立交通大学交通運輸研究所 徐淵静 教授

第 4 章 報告書の構成と作成方針

1 . 報告書の構成

この第 部を含め、本書の構成は以下のようになっている。

第 部 研究の目的と進め方
 第 部 企業アンケートと人材インタビューの進め方
 第 部 企業アンケートと人材インタビューの調査結果
 第 部 都市に活力を生み出す人材を惹きつけるような都市環境の充実に向けて
 施策アイデア

第 部で調査研究全体の目的と進め方について述べる。

第 部では、このうち、平成 15 年に行った企業アンケート調査（東京 3 エリア、ソウル、上海、台北）と平成 16 年に行った人材インタビュー調査（在東京の海外出身者、在ソウル・上海・台北の日本人）の進め方の詳細について述べている。

第 部では、これらの調査結果を述べている。

第 部では、第 部と第 部で述べた企業アンケート調査と人材インタビュー調査に加え、学識経験者等のヒアリング結果等を踏まえて、都市に活力を生み出す人材を惹きつけるような都市環境の充実に向けての方向性を述べている。

施策アイデアでは、第 部で整理した方向性等に係る様々なレベルのアイデアを示した。

2 . 報告書の作成方針

本報告書では、これからの都市の活力を生み出す活動主体となる「産業（企業）」へのアンケート、これを担う「人材（個人）」へのインタビュー等を通じて、彼らの具体的なニーズを汲み取り、有識者等のヒアリング等から得た知見を生かすことにより、これらを都市環境に求めるものとして整理している。

企業アンケート、人材インタビュー等の調査結果は、それ自体が非常に興味深く、様々なことが読み取れる。そこで、着眼点が異なれば、全く新しいものが見えてくる可能性が高いと考え、報告書ではできるだけ生の声に近いものを掲載するようにした。同様に、第 部における網羅的な整理を中心に、本報告書の内容は、国土交通省が直接整備を進められないような広範な分野にまで及んでいる。それは、まさに、アンケートとインタビューの協力者が関心を持ち、問題を感じ、具体的な要望を持っている都市環境の範囲が非常に広がったことを示している。

報告書の取りまとめに当たっては、都市再生プロジェクトのように、国家レベルで既に検討されている大規模なもの、多大な財政負担を要するような大規模インフラ整備等には主眼は置かず、コストパフォーマンスの良い工夫を考案していくためのヒントを提示できればと考えた。そこで、第 部や「施策アイデア」で示した対応の方向では、インタビュー等のできた具体的な要望や思いつきレベルのものまで、で

きるだけ多くのアイデアを挙げていくこととした。このため、提案のレベルは様々なものが含まれる。例えば、全く新しい発想のものというよりは、既にあるが普及していなかったり、交通弱者や外国人には対応していなかったり、普及しているはずだが、PR が足りないなどの原因で外国人等には知られていないもの等が含まれている。

また、本研究では、具体的なニーズを汲み取り整理することを主目的としているため、実際に挙げてきた要望等の実施状況、取組み状況等について厳密な検証は行っていない。官民間問わず、既に取組みが始まっているものを見落としている場合などにはご容赦いただければ幸いである。

さらに、研究の目的で述べたように、本研究はいわば都市のマーケティング調査を行うものであり、本報告書は、実務担当者が都市づくりにおけるマーケティング戦略を立てるための基礎資料となることを狙いとしている。

対象はあくまでも東京とそれに準じる大都市として、政令指定市レベルの都市の都心を想定して調査研究を進めたが、具体的ニーズの内容、考え方、アイデア等は様々な規模の都市で応用可能であると考えている。本文中でも述べているように、大切なことは、その街、エリア毎の個性的な魅力を見つけ出し、それを伸ばすために何を実施するかを考えることである。本報告書がそのためのタネを提供できればと考えている。

第 部

企業アンケートと 人材インタビューの進め方

第 1 章 企業アンケート調査の進め方

第 1 節 国内調査の進め方

1. 調査内容

「立地選択時に考慮した都市環境」「都市環境に関する現在の満足度」「将来の意向（今後考慮していく都市環境の条件）」という大きく三つの視点から都市環境の条件についてのニーズの把握を行った。調査票については、4で掲載する。

（ ）立地選択時に考慮した都市環境

- ・現在の立地エリアを選択した際、どのような都市環境の条件を判断基準としたか。
- ・立地前にはどのようなイメージをもっていたか

具体的には、現所在地への事業所立地を決める際に、以下の26項目についてどの程度考慮したかについて質問した。

1. 広域交通網（新幹線・空港・高速道路など）の利用しやすさ
2. 都内の交通（地下鉄、バス、幹線道路など）の利用しやすさ
3. 深夜の交通手段の利用しやすさ
4. 歩道の移動しやすさ（歩車分離、バリアフリーなど）
5. 駐車スペースの確保のしやすさ
6. 同業者の集積や近さ
7. 発注先、委託先の近さ
8. 受注先、顧客の近さ
9. 民間の対事業所サービス業や専門サービスの受けやすさ
10. 公的な誘致や支援の受けやすさ
11. 専門的な人材の確保しやすさ
12. 臨時雇用（パート・アルバイト）の確保しやすさ
13. エリアの知名度やブランド力
14. 街並みや都市景観などが醸し出すイメージや雰囲気の良いさ
15. 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ
16. 流行やファッションなどの優位性・情報発信力
17. 都市開発などによるエリアの将来性・発展性
18. 大学や専門学校、各種スクールなどの充実
19. ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実
20. 飲食店や小売店の充実
21. 医療機関や保育園などの福祉サービスの充実
22. 公園や緑地、運動施設などリフレッシュのしやすさ
23. 閑静な環境
24. 防災上の安全性
25. 防犯上の安全性、治安の良さ
26. その他

() 都市環境に関する現在の満足度

- ・立地後の現在、周辺都市環境に対してどのくらい満足しているか
- ・立地前に求めた諸条件が、現在の企業活動へどのように働いているか(メリット・デメリット)

具体的には、()と同じ26項目と全体について、実際に立地した現在の満足度はどうかについて質問した。

また、これに関連して、以下の 23 項目について、現所在地へ立地したことによる企業活動への影響はどうかについても質問した。

1. 社会的信用を得やすくなった
2. 知名度が高まった
3. 事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった
4. 社内のコミュニケーションが緊密になった
5. 打ち合わせがしやすくなった
6. 他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた
7. 仕事の融通・相談を受ける機会が増えた
8. 顧客や言葉先へ訪れやすくなった
9. 顧客や言葉が訪れやすくなった
10. 外のネットワークが広がった
11. 全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ
12. 専門的人材の募集への応募が増えた
13. 臨時雇用(パート・アルバイト)の募集への応募が増えた
14. マスコミからの取材など情報発信する機会が増えた
15. 業界動向など情報収集がしやすくなった
16. 流行やトレンドに敏感に対応できるようになった
17. 新規事業のアイデア提案など自由な発想が豊富になった
18. 自社にない設備を対事業所サービス業でまかないやすくなった
19. アウトソーシングに出す機会が増えた
20. 新しい技術や専門的な知識が得やすくなった
21. 業務効率が上がった
22. 日常生活面での満足度が上がった(通勤、買い物、リフレッシュなど)
23. その他

() 将来の意向(今後考慮していく都市環境の条件)

- ・現在のエリアからの移転の意向について
- ・移転する場合に求める都市環境の条件や判断基準について

2. 調査対象

(1) 調査対象としての「産業」の検討

調査対象とするべき産業としては、前述のように、都市に立地するメリットが大きく、都市でこそ特徴を生かすことができるような事業を実態として行っている企業やその一部門を考えた。つまり「これからの都市の活力を生み出す産業」とは、今後、都市、そのなかでも特に都心の特性に着目して立地し、高い地価、賃料等に見合っただけの収益を上げ、その地域の経済的な活力を生み出していくような産業である。まず、このような産業（企業）をアンケート調査の対象として抽出する方法を検討した。

これからの都市の活力を生み出す産業とは何か

まず、都市の活力を生み出す産業を検討するに当たっては、事業所統計（総務省統計局）等のデータから、「都市型産業」がどの産業分類に属するかを特定するというアプローチが考えられる。先行研究において着目しているのは、以下のような産業である。

みずほ総合研究所（2003）¹では、都市型産業を「都市とりわけ大都市に顕著に集積が見られる産業」と定義して、東京都への集積度の増加率が比較的高く、かつ産業全体の成長率も高いと考えられる産業として、「経営戦略支援産業群」、「マスコミ関連産業群」、「ファッション関連産業群」の3つの産業群に着目している。

また、野崎（2002）²では、8都市における従業者数の伸び率から成長産業を抽出している。その結果、平成8年から11年の間に「『食生活関連』、『教育・学習関連』、『医療・福祉関連』、『事業活動関連』、『IT・知識関連』の5分野について、3都市以上での成長が見られた」としている。

さらに、山口（2003）³では、同じく事業所統計の就業者数を用いて、1966年から2001年にかけて「映画・ビデオ製作業、情報サービス・調査業等、知識集約型の業種において地域特化係数の上昇が見られ」、「知識創造による経済活性化の必要性が叫ばれるなか、その一翼を担うと期待されるソフト産業が一定の地域に集積しつつあることがうかがえる」としている。同調査⁴によれば、地域特化が進んでいる業種は「映画・ビデオ制作業」、「情報サービス・調査業」、「学術研究機関」、「銀行・信託業」、「電気通信業」、「証券業・商品先物取引業」である。

以上から、現在、都市に活力を生み出している産業としては、企画・デザイン（マスコミ関連産業、ファッション関連産業、映画・ビデオ制作業等）、事業支援（経営戦略支援産業等）、IT産業（情報サービス・調査業、電気通信業等）等が考えられる。

現在活力のあるエリアを選定するというアプローチ

アンケート調査の対象となる企業を選ぶには、前述のような「都市型産業」から抽出することが考えられる。先行研究ではいずれも、事業所統計データを分析することにより、その産業分類の中で、これからの都市の活力を生み出す産業を特定しようとしている。しかしながら、実際に、都市でこそ特徴を生かすことができるような事業かどうかを把握するためには、小分類の中のさらに細かい業種をみる必要があるほか、同業種や一企業の中でも、実態として行っている事業は複数の産業分類にまたがっており、一概に

¹ みずほ総合研究所(株) (2003)

² 野崎 (2002)

³ 山口 (2003) p.50

⁴ 山口ほか (2003)

産業分類だけをもって分類しきことは困難である。また、都市型産業に属する企業を選んでも、その中では、個々の事業内容の特性に応じて、例えば、ゲームの企画・デザイン等はマーケティング情報を得やすい都心に、ハードの組立やソフトのプログラミング等は地代の安い郊外や地方にというように立地場所が分かれるなど、適切な部門からアンケートの回答を得ることが難しい可能性が高い。

このため、事業所統計の産業分類から「都市型産業」を特定し、その中からアンケート調査の対象企業を抽出するというアプローチでは、実態として都心で活動している企業から回答を得るのは困難と考えた。また、先行研究から、企業の立地には関連産業の集積が重要な要素であるという見解もあり、先行研究で都市型産業と位置づけられている産業のみが必ずしも都市の活力に寄与しているわけではない可能性もあると考えた。

そこで、先行研究が着目しているような産業（企画、デザイン、事業支援、IT 産業等）が実際に集積しているエリアを、現在活力のあるエリアとして選定し、産業分類にかかわらず、現実そこに立地している企業をアンケート対象として取り上げるというアプローチを取ることとした。それによって、その対象エリアのどのような都市環境が、どのような活動をしている企業、部門、業態を惹きつけているか、今後さらに求められている都市環境は何かを把握することとした。

（２）調査エリア選定のための基本的な方針

ここでは、アンケートの対象エリアを選定するための基本的な方針について説明する。対象エリアの規模は町丁目レベルで検討する。調査研究担当者にとって具体的なエリアのイメージが浮かびやすく、容易に現地へ赴くことができるという観点から、国内調査は東京で行うこととした。また、海外については、首都やその国の代表的な都市（ソウル、上海等）の都心部にあるエリアで行うこととした。

本研究では、都市間競争、さらには、都市内のエリア間競争の中で、比較的自由に立地場所の変更を行うような企業をいかに惹きつけるかにポイントを置いている。言い換えると、アジアで一つしかないような世界企業のアジア本社機能や日本で一つしかないような大企業の本社機能を誘致するための大規模な都市環境整備についてはあまり重きを置いていない。これには、自治体が郊外部に用地を用意して企業誘致を行うといったことが、都心では行われにくいと考えたこともある。

このため、フットワークが比較的軽く、必要に応じて立地場所を変更するような企業、経営者の判断が立地選択に直結するような企業の意向を把握したいと考え、まず、大企業の集積地は避けることとした。

その上で、調査エリアの選定に当たっては、

現在、活力を生み出す産業が集積しているエリアであること

都市らしい魅力を備え、都市ブランドともいべき一定のイメージを持っているようなエリアであること

という観点に着目した。

活力を生み出す産業が集積しているエリア

現在、多くの企業が立地しているエリアは、それだけ立地条件として魅力があることが予想される。例えば、同業種や取引先と近接して立地していることは、情報が集まりやすい、対面コミュニケーションが可能、いざというときにアウトソーシングが可能であるといったメリットがあると言われている。そこでまず、企業が集積しているエリアを選定する。これは、アンケート対象として、一定のサンプル数を確保するという観点からも必要な視点である。

また、調査目的からは将来的に活気があるエリアであることが必要であるが、それを確実に予測することは難しいため、まずは現時点の産業活動について活気があると考えられるエリアに着目する。具体的に

企業アンケート(国内)

は、現在都市に活力を生み出しており、今後も都市に立地する必要性が高いと考えられる産業として、先行研究が着目しているようなもの、例えば、企画、デザイン、事業支援、IT 産業等に着目し、これらの企業や部門が集積しているようなエリアを選び出すこととする。あるいは、新しいビジネス、新しい業種・業態が生み出されているエリア、成長企業として着目されている企業が集積しているエリア、新たな企業立地が進んでいるエリア、ビジネス地区としてメディア等から注目されているエリア等である。これらは、成長産業が集まるエリアという意味では、実際に集積する業種は変化するにしても、将来にわたり、新しい活力が生まれやすいエリアである可能性も高いとも考え得る。例えば、小規模広告会社数社が集積していると報じられている青山⁵、IT 関連ベンチャーが集積する秋葉原や渋谷などを候補地として考えられる。また、特定の業種のみを集積ではなく、他の様々な業種の企業もバランス良く集積しているエリアを想定している。

ただし、顧客（一般消費者）が集まることを理由に立地する小売・飲食業等の接客施設については、今回のアンケート対象としては考えないこととする。これらは、次に考えるような、アンケート対象となる企業にとっての周辺環境、都市イメージの一要素として位置付ける。このため、一般消費者が集まるような集客施設だけが集積しているエリアは原則として対象としないこととした。

都市らしい魅力を備えたエリア

エリア選定のもう一つの視点として、エリアの都市イメージや都市ブランドの要素に着目し、都市らしい魅力を備えたエリアを考える。

例えば、東京の丸の内、大手町、有楽町等には、高い地価にもかかわらず、企業の本社部門、ファッション、飲食店等の高級ブランド、法律・会計事務所等が立地している。これには、信用力や企業イメージを高めるための立地という面があると考えられる。また、IT 事業者にとっての渋谷、建築・デザイン関係の企業にとっての青山や代官山への立地は、同様のブランド効果があると考えられる。

一方、企画、デザイン部門等にとっては、周辺環境の良さも立地の重要な要因である。例えば、渋谷、代官山、青山等では、流行・トレンドに一早く接することができる。

また、小長谷（2003）⁶によれば、「新産業は良い環境を志向する」という。例えば、「特に IT 系の新産業の担い手たちは、若年層が中心のため、お洒落なカフェ・ブティック・雑貨店などの町並みを求めると同時に、殺伐とするため、逆に潤いをもとめる傾向があり、趣きのある古い建築物や緑などを志向する」という。さらに、樋口（2000）⁷によれば、若者が担うマルチメディア産業では、飲食店やショッピング、映画館等の多様な都市のアメニティを享受することが可能で、最新情報、流行があふれる都市の刺激を求めて大都市に企業が集積する傾向がある。「自分のライフスタイルにあった暮らしやすいまち、気の合う仲間のいるまち、24 時間仕事や遊びのできるまち等」が立地選択の上で重視され、「自分のライフスタイル、ワークスタイルとの相性が、立地選択のうえで大きな比重を占めている」。さらに、銀行、スーパー等の日常生活に必要な都市環境がオフィスに近接していることは、就業している人材の活動を円滑にし、間接的に業務を支援するものであるといえる。このような周辺環境の良さは起業者を惹きつけると同時に、人材を集めるのにも有利な立地条件となり得る。

こうした都市環境の影響を抽出することも本研究の目的の一つであり、このため、調査エリアの選定に当たっては、単にオフィスビルが立ち並ぶエリアではなく、オフィスビルと商店や飲食店の各種店舗、映画館、劇場、公園等の文化施設等が並存したり、企業や店舗等の既存の業務集積があるエリア、近年新た

⁵ 日経産業新聞（2003 年 7 月 24 日）「東京・青山発、広告界に新風 - 大手からの独立組結集、小回り利かせ、ヒット相次ぐ」

⁶ 小長谷（2003）

⁷ 樋口（2000）

な地域活性化に向けた取り組みを行っているエリア、商業組合、NPO、マスコミ等によって地域外にむけて盛んに地域情報を発信しているなど情報発信力のあるエリア、「働きやすいエリア」もしくは「働きたいエリア」として評価の高いエリア等を考えた。

以上のような観点を基に、今後、複数の調査エリア候補を挙げ、立地企業の業種の傾向、企業数やオフィスの空室率の動向等も参考に、アンケート対象エリアを決定した。

(3) 具体的な調査エリアの選定

具体的な調査エリアの選定に当たっては、以下のような手順で、候補エリアを絞っていった。

以下のような視点から、現在、活力があると考えられる候補エリア(区)を選んだ。

- ・「企業集積」、「集客性」、「交通利便性」の条件を満たすようなエリア
ただし、本研究は、消費地としての活力ある都市を目指すものではないため、「集客性」のみではないことに注意を払った。
- ・業務集積地として特徴的なエリア
(例) IT等の先端的産業集積地(渋谷、秋葉原、茅場町等)
企画・デザイン系産業集積地(代官山、青山、渋谷、赤坂、六本木等)
歴史的に古い業務集積地(日本橋、茅場町、神田・神保町、神楽坂、高田馬場等)
- ・インターネット、新聞・雑誌等のメディアで、活力ある業種の企業が立地しているという記事が多いエリア

候補エリア(区)を、

渋谷区：渋谷・代官山エリア

港区：青山・赤坂・六本木エリア

千代田区：神保町エリア

とし、さらに、以下の視点から総合的に比較検討し、最終的な調査対象エリアを決定した。

- ・事業所統計(大分類)により、町丁目毎の事業所立地状況を確認。
渋谷区では情報通信産業、港区は情報通信産業を中心に卸売・小売業、千代田区は情報通信産業を中心に総合的な業務集積状況を事業所統計で比較。港区については、インターネットタウンページで広告代理業の登記数も調査。
- ・メディアで取り上げられている企業の立地場所を確認。

決定した調査対象エリアと特色は以下の通り。

渋谷区桜丘町及び周辺地域(以下「渋谷エリア」という)：

ソフト系IT産業の集積、流行の発信地・交通結節点(渋谷駅)に至近。

港区南青山5・6丁目(以下「南青山エリア」という)：

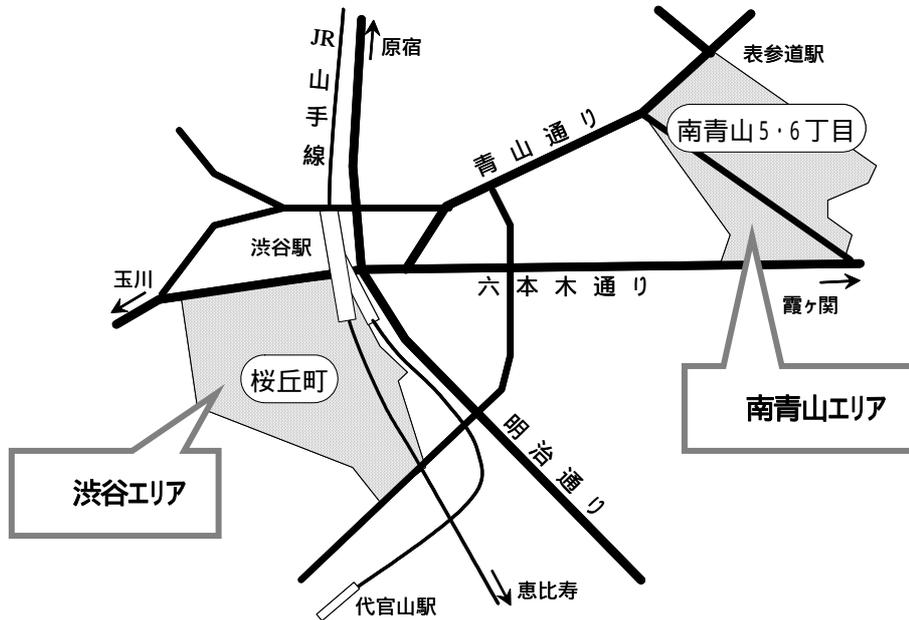
小規模広告会社やデザイン、ファッション関係企業の集積。周辺は流行に敏感な顧客が集まる、高級ブランドの街。表参道からも近い。

千代田区神田神保町1・2丁目(以下「神保町エリア」という)：

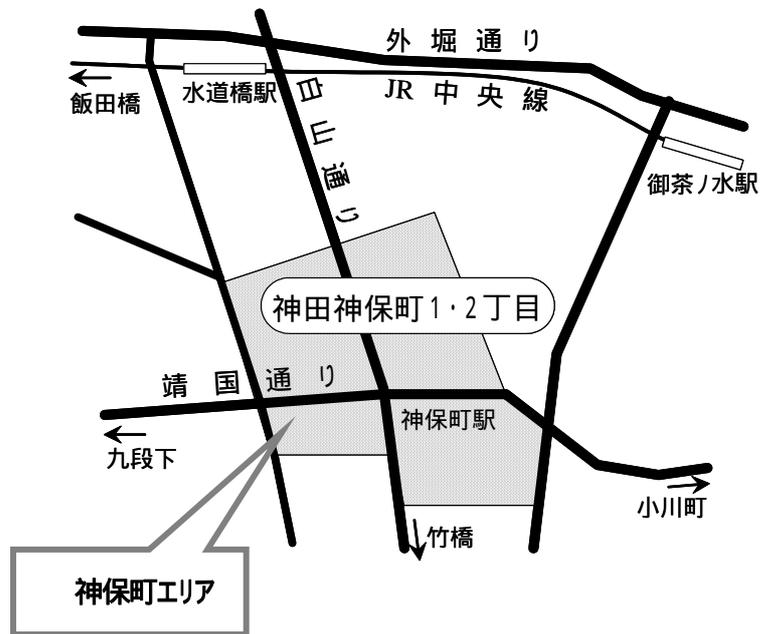
出版・印刷・製本業の集積、情報発信力がある。近年は、情報通信業の集積も見られる。エリア内では大規模再開発が行われている。

企業アンケート(国内)

図表 1 調査対象エリア(渋谷区桜丘町、港区南青山5・6丁目)



図表 2 調査対象エリア(千代田区神田神保町1・2丁目)



(4) 調査エリアの特徴

以下では、三つの調査エリアの特徴を、もう少し詳細に見てみる。

渋谷区桜丘町および周辺地域（渋谷エリア）

～ソフト系 IT 産業の集積。流行の発信地・交通結節点（渋谷駅）に至近～

渋谷ビットバレーと称されるように、渋谷には 20～30 代の若者が経営する IT 関連ベンチャー企業が集積している。国土計画局調査⁸によると、ソフト系 IT 産業の事業所数は、渋谷駅周辺 1km の範囲が秋葉原駅周辺に次いで 490 社立地しており、全国 2 位となっている。IT 事業所の集積の見られる渋谷周辺地域の中で、桜丘町は 105 社と最も事業所数が多い。

インターネットタウンページ⁹から桜丘町の事業所立地を見ると、情報通信産業（新聞・出版、情報処理業、調査・情報提供業、広告業、電気通信・マルチメディア関連サービス業等）が 242 社立地している。また、サービス業（493 社、渋谷区内 1 位）、卸売・小売業（153 社）、不動産業（84 社）等が集積している。

特に、サービス業では、オフィスサポートサービス業や設計、デザイン関連が多い（建築設計 39 社、デザイン関係会社 60 社で、過半数がグラフィックデザイン）。このオフィスサービス業のうち、代行サービス（秘書の派遣、業務代行（アウトソーシング）等が約 4 割を占めている。さらに、情報通信産業（新聞・出版、情報処理業、調査・情報提供業、広告業、電気通信・マルチメディア関連サービス業、等）は総事業所数 242 社ある。このうち、情報処理業、広告業、調査・情報提供業が各々約 25% を占める。

現地調査における印象としては、桜丘町のオフィス利用については、表通りから一步入ったマンションの一室をオフィスとしているようなケースが多い様子が見て取れた。また、エリアには、デザイン等の専門学校が多く立地している。

【参考】インターネット、新聞・雑誌記事等で取り上げられていた話題や立地企業（渋谷エリア）

- ・グローバルメディアオンライン（GMO）株式会社（インターネット事業）と関連会社 11 社がセルリアンタワーに集積。
- ・日本システムウェア株式会社（IT 事業）
- ・株式会社「フルキャスト」（人材アウトソーシング）
- ・妊娠・出産・子育ての老舗的コミュニティサイト「ベビカム」を企画・運営する株式会社「デジタルブティック」（インターネット事業）
- ・社団法人日本インターネットプロバイダー協会
- ・インターネット・セキュリティ・ソリューションの株式会社シマンテック
- ・ネットシリコン・ジャパン（インターネット事業）
- ・産業廃棄物処理業界がスムーズに変革できる為のプラットフォームの提供を行っている株式会社「リサイクルワン」（情報ネットワークの構築・運営）
- ・日本最大級のベンチャービジネス・インキュベーションセンター「ハッチェリー」が渋谷に開設。
- ・プロモーションとマーケティング事業を手がける「ネクシィーズ」が起業家育成プロジェクトを本格スタート。
- ・株式会社サイバーテック（Linux のシステム開発）が吉祥寺から IT 系ベンチャー企業が集積する渋谷へ移転

等

⁸ 国土交通省国土計画局大都市圏計画課（2003）

⁹ NTT インターネットタウンページ

企業アンケート(国内)

港区南青山5丁目・6丁目(南青山エリア)

～小規模広告会社やデザイン関係会社の集積。ブランド・ファッションの街～

日経産業新聞¹⁰では、「小規模広告会社が青山地区に集積。大手広告代理店から独立した企業が広告界に新風を吹き込む」、「活躍する独立組の事務所は東京・青山周辺に多い。おしゃれに敏感な若者らが目立つ青山に自然に集まったようだ」と報じられている。

インターネットタウンページ¹¹からも、南青山エリアは、広告代理業116社、広告製作会社70社、デザイン関係会社111社など、感性を売り物にする広告、デザイン、ファッションなどの企業が集積している(南青山1～6丁目全体では、広告代理業335社、広告製作会社208件、デザイン関係会社267件)。

卸売・小売業(5丁目287社、港区内1位、6丁目154社、同8位)、サービス業(5丁目419社、同3位)、不動産業(5丁目78社、同5位)、情報通信業(5丁目62社、同6位)についても、南青山5・6丁目における集積は、港区内でも相対的に多い。

現地調査における印象としては、大通り沿いまたはその近傍で、飲食店・小売店等の上階をオフィスとしているケースが多い様子が見て取れた。

【参考】インターネット、新聞・雑誌記事等で取り上げられていた話題や立地企業(南青山エリア)

- ・東京・青山発、広告界に新風 - 大手からの独立組結集、小回り利かせ、ヒット相次ぐ(日経 2003年7月24日)
 - ・TUGBOAT(南青山5丁目)キリンビバレッジ「FIRE」「アミノサプリ」、富士通FMV、カロリーメイト等のCM制作、商品パッケージなどを手掛けるクリエイティブエージェンシー。
 - ・サムライ(南青山6丁目)スマップ、ホンダステッ プワゴン、キリンチビレモン、キリン極生・生黒、資生堂5S、TBC、パルコ、ワールド OZOC 等、商品開発から店舗、建築、広告キャンペーンまで幅広く手掛けるクリエイティブディレクター、アートディレクターの佐藤可土和氏が2000年設立。
 - ・シンガタ(南青山6丁目)㈱電通クリエイティブ・プランニング・センター(CPC) エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター&コピーライターの佐々木宏氏(JR 東海「そうだ、京都行こう」、フジフィルム「樹木希林シリーズ」等を手が得る)が率いるプランニング・ブティック。
- 等

¹⁰ 日経産業新聞(2003年7月24日)「東京・青山発、広告界に新風 - 大手からの独立組結集、小回り利かせ、ヒット相次ぐ」

¹¹ NTT インターネットタウンページ

千代田区神田神保町1丁目・2丁目(神保町エリア)

～出版・印刷・製本業の集積。情報発信力あり。近年は、情報通信業の集積も見られる～

インターネットタウンページ¹²から、神田神保町1丁目・2丁目を千代田区内の他地区と比較すると、情報通信業が最も集積していることがわかる(1丁目:88社、千代田区内1位、2丁目:80社、同2位)。また、製造業(1丁目:56社、同2位)、飲食店、宿泊業等(1丁目:190社、同3位、2丁目:82社、同8位)、卸売り・小売業(1丁目:260社、同4位、2丁目:192社、同9位)、サービス業(1丁目:204社、同8位、2丁目:216社、同5位)、不動産業(1丁目:48社、同5位、2丁目:41社、同9位)等も、千代田区内で相対的に多く集積している。神保町1～3丁目で見ると、広告製作会社29社、デザイン関係会社77社等、デザイン系の業種なども比較的多いことがわかった。

2003年3月には、再開発ビル郡「ジェシティ東京」が全面開業した。集合住宅302戸のほか、IJグループ本社をはじめ情報技術関連会社や外資系証券会社の本社などのオフィスと、地権者の店舗を中心とした商業施設郡で構成されている。

現地調査の印象としては、この地域には、比較的小規模な古いオフィスビルが多い様子が見て取れた。また、古書店、出版会社、出版、地図関係の中小企業が多い。

【参考】インターネット、新聞・雑誌記事等で取り上げられていた話題や立地企業(神保町エリア)

- ・取引先めぐりや古書店めぐりに、貸自転車業が評判
 - ・神田の書店で本棚を大学機関に貸す新ビジネスが登場
 - ・神田古本まつりの開催で、古書ファンの開拓へ
 - ・神保町再開発が地域の振興を促す。大学(中央大、日大、明大、電機大)・店の連携から地域連携へ(需要を見込んだ周辺地区の飲食店改装や開店が相次いでいる)
 - ・NTT-ME本社が神田神保町へ移転。
 - ・三井生命・さくら銀行など5社共同でネット専門保険販社「三井ファイニングネット」を設立
 - ・日本初のインキュベーション・センターである株式会社「社会基盤研究所」
 - ・インキュベーション・マガジンを発信している東京総研株式会社
 - ・株式会社ジェック、株式会社シンフォニーグッドスタッフ、株式会社イー・スタッフィング(人材アウトソーシング)
 - ・エントラストジャパン株式会社(インターネットセキュリティソリューション)
 - ・「ネットワールド」(ソフト開発事業)
 - ・シニアマーケットの専門コンサルティング会社である「シニアコミュニケーション」
 - ・「リユーノス」(IT事業)
 - ・まちづくり条例研究センター(まちづくり系シンクタンク)
- 等

¹² NTTインターネットタウンページ

企業アンケート(国内)

(5) 具体的な調査対象企業の抽出

アンケートの実施に当たっては、総務省の事業所データに基づき、平成16年1月現在、渋谷エリア・南青山エリア、神保町エリアの3エリアに立地している事業所を抽出した。具体的な抽出方法とその結果については以下のとおりである。

事業所統計調査のデータに記載されている住所について、最新の(株)ゼンリン発行の住宅地図¹³を参照し、最終的な郵送先企業を抽出した。具体的には、住宅地図の別記に記載されているビル内の対象企業の入居状況や、ビルそのものの有無などを確認した。また、不動産業や金融業及びサービス業の中から、本研究が対象としてそぐわないと判断した業種を除外した(図表 - 3)。

その結果、当初リストアップした企業(事業所)(渋谷エリア688社、南青山エリア934社、神保町エリア994社)の内、それぞれ、渋谷エリア500社、南青山エリア690社、神田神保町エリア680社を有効数として抽出した。

渋谷エリア及び神保町エリアについては、当初リストアップした企業(事業所)数が700に満たなかったため、ポスティングで補完することとした。特に、渋谷エリアについては、桜丘町の対象業種及び立地企業数の絶対数が少ないため、周辺地域(渋谷3丁目、鶯谷町、猿楽町、南平台町、鉢山町)を含めて配布した。

また、住宅地図の別記記載がなく入居確認が不可能な宛先等については、調査票が宛先不明で戻ってくるのが予想されていた。このため、調査票が戻ってきた時点で、各エリアでの配布数700を確保するためにポスティングを行った。

図表 - 3 除外業種一覧

産業大分類	小分類
不動産業	不動産賃貸業、不動産管理業、貸家業・貸間業
サービス業	駐車場業、映画館、劇場、公園・遊園地、葬儀場、ゴルフ場、マージャンクラブ、パチンコホール、その他の遊技場、その他の娯楽業、音楽・映像記録物賃貸業、獣医業、事業協同組合(他に分類されないもの)、学習塾、フィットネスクラブ、生花・茶道個人教授所、音楽個人教授所、書道個人教授所、その他の個人教授所、社会保険事業団体、専修学校・各種学校、その他の教育施設、経済団体、労働団体、学術文化団体、他に分類されない非営利的団体、集会場、保育所、博物館・美術館
金融・保険業	支所・支社・支店に限る

¹³ 「渋谷区」2003年1月発行、「港区」2003年4月発行、「千代田区」2003年8月発行

3. 実施方法と実施期間

(1) 実施方法

本調査は郵送による直接配布、回収方式で実施した。また、郵送先の転居などの理由で戻ってきた調査票については、ポスティングで新たに配布し、不足分を補完した。配布数及び配布方法は、図表 4 の通りである。

ポスティングに当たっては、(株)ゼンリンが発行する住宅地図を利用し、郵送配布済みの企業が入居するビルを除いた建物（オフィスビル、マンション、商業ビル等）を中心に、主に集合ポストへ投函した（守衛に手渡ししたケースもあった）。また、投函の際、名称などから業種・業態が判別できるもので、除外対象リストに該当すると判断された企業は除いた。

図表 - 4 配布数及び配布方法

調査エリア		配布数			
		配布方法		合計	
		郵送	ポスティング		
渋谷	桜丘町	446	77	700	
	桜丘町周辺地域	0	鶯谷町		121
			渋谷3丁目		26
			猿楽町		25
			南平台町		4
			鉢山町		1
南青山	南青山5丁目	444	52	700	
	南青山6丁目	180	24		
神田神保町	神田神保町1丁目	329	57	700	
	神田神保町2丁目	313	1		
合計		1,712	388	2,100	

(2) 実施期間

平成16年1月23日（金）～平成16年2月5日（木）

【郵送】平成16年1月23日（金）

【ポスティング】下表を参照

図表 - 5 ポスティングの実施日及び実施エリア

日付	エリア
1月27日（火）	桜丘町、鶯谷町
1月28日（水）	神田神保町1・2丁目
1月29日（木）	神田神保町1・2丁目
1月30日（金）	南青山5・6丁目
	桜丘町、鶯谷町、渋谷3丁目、猿楽町、南平台町、鉢山町

4. アンケート調査票（国内調査）

以下に、渋谷エリアで用いた調査票を示す。南青山エリアと神保町エリアでは、Q2 - 2中の「渋谷エリア」という表現を、それぞれ「南青山エリア」「神保町エリア」と置き換えたもので調査を行った。

事業活動を円滑にする都市の条件に関するアンケート調査票

1. 貴事業所の概要について

Q1 - 1 貴事業所の業種として、当てはまる選択肢を別紙より全て選び、回答欄にご記入下さい。

回答欄

--

--

--

 (複数回答可)

Q1 - 2 貴事業所の主な業務内容として、当てはまる選択肢を全て選び、番号に をつけて下さい(複数回答可)。

- | | | |
|----------|---------------|--------------|
| 1. 事務 | 4. 設計・製図・デザイン | 7. 販売・サービス提供 |
| 2. 営業 | 5. ソフト制作 | 8. 接客・窓口業務 |
| 3. 企画・研究 | 6. 物品の製造 | 9. その他 () |

Q1 - 3 貴事業所が現所在地に立地した年を回答欄にご記入下さい。
また、現所在地への移転の有無について、当てはまる選択肢を1つ選び、番号に をつけて下さい。移転されてきた場合には、移転前の所在地についてもご記入下さい。

現所在地に立地した年 西暦

--	--	--

 年

現所在地への移転の有無

- | | | | | |
|---------|---|---------|-----|-----|
| 1. 移転あり | ⇒ | 移転前の所在地 | 都・道 | 市・区 |
| 2. 移転なし | | | 府・県 | 町・村 |

Q1 - 4 貴事業所の社員数などをご記入下さい。立地当時については概数でも結構です。

	現在	立地当時
正社員	人	人
臨時雇用(パート・アルバイト)	人	人

Q1 - 5 貴事業所が入居しているフロアの所有形態として、当てはまる選択肢を1つ選び、番号にをつけて下さい。

- | | | |
|-------|-------|------------|
| 1. 所有 | 2. 賃貸 | 3. その他 () |
|-------|-------|------------|

Q1-6 貴事業所が入居しているフロアの本来の利用目的について、当てはまる選択肢を選び、番号に をつけて下さい。

1. 住宅用(マンションなど)	→	当該フロアに主として居住されていますか。 ア. 居住している イ. 居住していない
2. 非住宅用(オフィスビルなど)		

Q1-7 貴事業所が現所在地に立地した経緯として、当てはまる選択肢を全て選び、番号に をつけて下さい(複数回答可)。

1. 起業	4. 事業所の規模拡大	7. その他()
2. 新事業所の開設	5. 事業所の規模縮小	
3. 事業所の移転	6. 事業所の統合	

Q1-8 貴事業所が現所在地に立地した理由として、当てはまる選択肢を全て選び、番号に をつけて下さい(複数回答可)。

1. 新規エリアへの進出・商圏の拡大	5. 主たる受注先の移転
2. 自社ビルの新築・取得	6. ビルオーナーからの誘いや紹介
3. 本社やグループ企業への近接	7. 経営者などの職任近接
4. 本社やグループ企業の移転	8. その他()

Q1-9 東京23区内に、貴事業所の本社や他の事業所などが立地する場合は、当てはまる選択肢の記号に をつけ、その郵便番号を回答欄にご記入下さい。
(複数ある場合は、最も近いと思われるものについてご記入下さい)

1. ある

種類	ア. 本社	イ. 支社	ウ. 営業所
郵便番号	-	-	-
種類	エ. 工場	オ. 直営店舗	カ. その他
郵便番号	-	-	-

2. ない

Q1-10 主な受注先として、当てはまる選択肢を全て選び、番号に をつけて下さい(複数回答可)。

1. グループ企業	3. 官公庁	5. 個人
2. その他の民間企業	4. 大学(研究者個人を含む)	6. その他()

Q1-11 受注先(顧客)と発注先(委託先)の所在地として、最も当てはまる選択肢をそれぞれ1つ選び、番号に をつけて下さい。

受注先(顧客)	1. 同一区内	2. 東京23区内	3. 東京都内	4. その他
発注先(委託先)	1. 同一区内	2. 東京23区内	3. 東京都内	4. その他

3. 現所在地に立地を決める際の選定条件について

Q3 現所在地を選んだ際、エリアや物件の周辺環境をどの程度考慮したかについて、下表の1~26の項目ごとに、当てはまる選択肢を1つずつ選び、右側の回答欄に をつけて下さい。

また、これらの項目のうち、最も重視した項目を1つ選び、左端の番号に をつけて下さい。

 最も重視した項目1つに	考慮の程度 			
	とても した	やや した	あまりし なかった	全くしな かった
1. 広域交通網(新幹線・空港・高速道路など)の利用しやすさ				
2. 都内の交通(地下鉄、バス、幹線道路など)の利用しやすさ				
3. 深夜の交通手段の利用しやすさ				
4. 歩道の移動しやすさ(歩車分離、バリアフリーなど)				
5. 駐車スペースの確保のしやすさ				
6. 同業者の集積や近さ				
7. 発注先、委託先の近さ				
8. 受注先、顧客の近さ				
9. 民間の対事業所サービス業や専門サービスの受けやすさ				
10. 公的な誘致や支援の受けやすさ				
11. 専門的な人材の確保しやすさ				
12. 臨時雇用(パート・アルバイト)の確保しやすさ				
13. エリアの知名度やブランド力				
14. 街並みや都市景観などが醸し出すイメージや雰囲気の良さ				
15. 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ				
16. 流行やファッションなどの優位性・情報発信力				
17. 都市開発などによるエリアの将来性・発展性				
18. 大学や専門学校、各種スクールなどの充実				
19. ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実				
20. 飲食店や小売店の充実				
21. 医療機関や保育園などの福祉サービスの充実				
22. 公園や緑地、運動施設などリフレッシュのしやすさ				
23. 閑静な環境				
24. 防災上の安全性				
25. 防犯上の安全性、治安の良さ				
26. その他()				

4 . 立地後の現所在地に対する評価について

Q 4 - 1 エリアや物件の周辺環境に対する満足度について、下表の 0 ~ 26 の項目ごとに、当てはまる選択肢を1つずつ選び、右側の回答欄に をつけて下さい。

項目	満足度				
	とて も満 足	やや 満足	どち らで も ない	やや 不満	とて も不 満
0 全般的な満足度					
広域交通網（新幹線・空港・高速道路など）の利用しやすさ					
都内の交通(地下鉄、バス、幹線道路など)の利用しやすさ					
深夜の交通手段の利用しやすさ					
歩道の移動しやすさ（歩車分離、バリアフリーなど）					
駐車スペースの確保のしやすさ					
同業者の集積や近さ					
発注先、委託先の近さ					
受注先、顧客の近さ					
民間の対事業所サービス業や専門サービスの受けやすさ					
公的な誘致や支援の受けやすさ					
専門的な人材の確保しやすさ					
臨時雇用（パート・アルバイト）の確保しやすさ					
エリアの知名度やブランド力					
街並みや都市景観などが醸し出すイメージや雰囲気の良さ					
文化芸術施設など知的刺激の豊富さ					
流行やファッションなどの優位性・情報発信力					
都市開発などによるエリアの将来性・発展性					
大学や専門学校、各種スクールなどの充実					
ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実					
飲食店や小売店の充実					
21 医療機関や保育園などの福祉サービスの充実					
22 公園や緑地、運動施設などリフレッシュのしやすさ					
23 閑静な環境					
24 防災上の安全性					
25 防犯上の安全性、治安の良さ					
26 その他（ ）					

Q 4 - 2 現所在地に事業所を構えたことによる影響について、下表の 1 ~ 23 の項目ごとに、当てはまる選択肢を 1 つずつ選び、右側の回答欄に をつけて下さい。

項目	影響		
	好影響	影響なし	悪影響
社会的信用を得やすくなった	-----	-----	-----
知名度が高まった	-----	-----	-----
事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった	-----	-----	-----
社内のコミュニケーションが緊密になった	-----	-----	-----
打ち合わせがしやすくなった	-----	-----	-----
他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた	-----	-----	-----
仕事の融通・相談を受ける機会が増えた	-----	-----	-----
顧客や営業先へ訪れやすくなった	-----	-----	-----
顧客や営業が訪れやすくなった	-----	-----	-----
社外のネットワークが広がった	-----	-----	-----
全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ	-----	-----	-----
専門的人材の募集への応募が増えた	-----	-----	-----
臨時雇用（パート・アルバイト）の募集への応募が増えた	-----	-----	-----
マスコミからの取材など情報発信する機会が増えた	-----	-----	-----
業界動向など情報収集がしやすくなった	-----	-----	-----
流行やトレンドに敏感に対応できるようになった	-----	-----	-----
新規事業のアイデア提案など自由な発想が豊富になった	-----	-----	-----
自社にない設備を対事業所サービス業でまかないやすくなった	-----	-----	-----
アウトソーシングに出す機会が増えた	-----	-----	-----
新しい技術や専門的な知識が得やすくなった	-----	-----	-----
21 業務効率があがった	-----	-----	-----
22 日常生活面での満足度があがった（通勤、買い物、リフレッシュなど）	-----	-----	-----
23 その他（ ）	-----	-----	-----

Q 4 - 3 現所在地に事業所を構えたことにより、当初は思いもよらなかったメリットやデメリットがあればご記入下さい。

	思いもよらなかった点
メリット	
デメリット	

5. 将来的な事業所の移転などの意向について

Q 5 将来的な事業所の移転などについて、当てはまる選択肢を選び、番号に をつけて下さい

1. 移転などは考えていない → 8ページ「6. 自由回答」へお進み下さい。

2. 移転などを考えている

SQ 5 - 1 移転の理由として、最も当てはまる選択肢を1つ選び、番号に をつけて下さい。

- | | |
|----------|------------|
| 1. 業務の事情 | 3. 周辺環境の改善 |
| 2. 建物の改善 | 4. その他 () |

SQ 5 - 2 将来的に移転などを考える際、移転先のエリアに求める条件として特に重視したいと考える3つまでを選び、番号に をつけて下さい。

1. 広域交通網(新幹線・空港・高速道路など)の利用しやすさ
2. 都内の交通(地下鉄、バス、幹線道路など)の利用しやすさ
3. 深夜の交通手段の利用しやすさ
4. 歩道の移動しやすさ(歩車分離、バリアフリーなど)
5. 駐車スペースの確保のしやすさ
6. 同業者の集積や近さ
7. 発注先、委託先の近さ
8. 受注先、顧客の近さ
9. 民間の対事業所サービス業や専門サービスの受けやすさ
10. 公的な誘致や支援の受けやすさ
11. 専門的な人材の確保しやすさ
12. 臨時雇用(パート・アルバイト)の確保しやすさ
13. エリアの知名度やブランド力
14. 街並みや都市景観などが醸し出すイメージや雰囲気の良さ
15. 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ
16. 流行やファッションなどの優位性・情報発信力
17. 都市開発などによるエリアの将来性・発展性
18. 大学や専門学校、各種スクールなどの充実
19. ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実
20. 飲食店や小売店の充実
21. 医療機関や保育園などの福祉サービスの充実
22. 公園や緑地、運動施設などリフレッシュのしやすさ
23. 閑静な環境
24. 防災上の安全性
25. 防犯上の安全性、治安の良さ
26. その他 ()

SQ 5 - 3 具体的な候補エリアがある場合は、候補エリア名とその理由をご記入下さい。
候補エリア名は、他都市や海外でも構いません。

候補エリア名	理 由

6. 自由回答

日本の都市（特に大都市圏都心部）への要望、事業所の立地に当たって求める都市の条件、公的機関が整備したり支援すべきことなど、ご自由にご記入下さい。

--

貴社の名称・ご担当者のお名前・ご連絡先などをご記入下さい。

貴社名称			
ご所属	所属部署名		役職名称
ご担当者名			
ご連絡先	所在地 〒		
	電話: () FAX: ()		
	E-mail :		
貴事業所の位置づけ	1. 本社 2. 本社以外		
貴社の創業年	西暦		年

企業アンケート(国内) 調査票

別 紙 (Q 1 - 1 貴社の業種)

選択肢 1 ~ 58の中から適切な番号を選び、回答欄にご記入ください。

- | | | | |
|---------|--|-----------|--|
| 製造業 | <ul style="list-style-type: none"> 1. 農林漁業 2. 鉱業 3. 建設業 | 生活関連サービス業 | <ul style="list-style-type: none"> 36. 洗濯・理容・美容・浴場業 37. 旅行業 38. 衣服裁縫修理業 39. その他の生活関連サービス業 |
| 製造業 | <ul style="list-style-type: none"> 4. 食料品製造業 5. 繊維工業 6. 衣服・その他の繊維製品製造業 7. 印刷・同関連業 8. 情報通信機械器具製造業 9. 電子部品・デバイス製造業 10. その他の製造業 | 事業サービス業 | <ul style="list-style-type: none"> 40. 娯楽業 41. 廃棄物処理業 42. 自動車整備業 43. 機械等修理業 44. 物品賃貸業 45. 広告業 46. 速記・ワープロ入力・複写業 47. 商品検査業 48. 計量証明書 49. 建物サービス業 50. 民営職業紹介業 51. 警備業 52. 労働者派遣業 53. その他の事業サービス業 |
| 情報通信業 | <ul style="list-style-type: none"> 11. 電気・ガス・熱供給・水道業 12. 通信業 13. 放送業 14. ソフトウェア業 15. 情報処理・提供サービス業 16. インターネット附随サービス業 17. 映像・音声・文字情報制作業 | | |
| | <ul style="list-style-type: none"> 18. 運輸業 19. 卸売業 20. 小売業 21. 金融・保険業 22. 不動産業 23. 飲食店、宿泊業 24. 医療、福祉 25. 教育、学習支援業 26. 複合サービス事業（郵便局・協同組合） | | <ul style="list-style-type: none"> 54. 学術・開発研究機関 55. 政治・経済・文化団体 56. 宗教 57. その他のサービス業 58. 公務（他に分類されないもの） |
| 専門サービス業 | <ul style="list-style-type: none"> 27. 法律事務所、特許事務所 28. 公証人役場、司法書士事務所 29. 公認会計士事務所、税理士事務所 30. 獣医業 31. 土木建築サービス業 32. デザイン・機械設計業 33. 著述・芸術家業 34. 写真業 35. その他の専門サービス業 | | |

5. アンケート回答企業(事業所)へのヒアリング

アンケートへ回答していただいた企業(事業所)の中から、補足的に三つの企業に対してヒアリングを行った。

二つは、南青山エリアに立地していたが、既に移転している。もう一つは、神保町に立地している企業である。

対象企業(事業所)には、活発な経済活動を行うことにより都市に活力を生み出す企業やこれを支える人材にとって、活動しやすく、ぜひここで事業を行いたいと考えるのはどのような都市か、その具体的な諸条件は何かなどについて研究しているという趣旨を伝えた上で、事業所の立地を考える立場や部局の方の対応をお願いした。

ヒアリングに当たっては、事前に、以下のような質問項目をお渡しした。

業務内容等について

具体的な業務内容、関連企業、受発注先の立地との位置関係等について、教えてください。

事業所の現在地のイメージについて

事業所のあるエリアに対して、どのようなイメージをお持ちかについて教えてください。(例えば、感度の高い消費者が集まる街、同業者が多い地域 など)

事業所の現在の立地の決定経緯について

立地場所を現在の場所に決定するまでの経緯や、その際に重視した項目について、教えてください。特に、通勤の利便性や作業・生活環境、防災・防犯に関して、どの程度考慮されたのかを教えてください。

現在の立地への満足状況について

現在の立地の満足している点、不満足な点を教えてください。また、それは業務にどのような好影響や悪影響を生じますか。

今後の事業所の立地の意向について

今後、事業所を移転されるご意向はありますか。またその場合の立地条件について教えてください。

第2節 海外調査の進め方

近年、東アジア地域で東京と同様に中心的な役割を果たしてきた都市であるソウル市、上海市及び台北市においても、東京3エリアと同様の企業アンケートを実施した。

調査に当たっては、調査対象エリアの選定からアンケート及びヒアリング対象企業の抽出と調査の実施まで、以下のような、韓国、中国、台湾の学識者に御協力いただいた。

韓国： 全北大学校工科大学建築・都市工学部都市計画研究室 蔡秉善 教授

中国： 同済大学都市計画系 潘海嘯 教授

台湾： 国立交通大学交通運輸研究所 徐淵静 教授

1. 調査内容

調査内容は国内調査と同様である。ただし、海外調査においては、日本のようにアンケートに回答する習慣がないため、できる限り質問内容を絞るべきであるとのアドバイスを受け、一部を省略した。

2. 調査対象

(1) 調査エリアの選定

調査対象エリア選定の方針は東京3エリアと同様である。

調査対象都市は、各国の首都及びそれに準じる代表的な都市（日本であれば政令指定都市レベルの大都市）とし、その中心部でかつ活力を生み出すような産業が集積しているエリアとした。

各国の学識者にヒアリング調査エリアの選定を依頼した結果は、それぞれ以下のとおりである。

図表 - 6 企業アンケート（海外）の調査対象エリア

都市名	対象エリア
韓国・ソウル市	漢江南部の江南地区（江南区とその周辺） 漢江北部の旧ビジネス中心街に立地する市庁舎周辺エリア
中国・上海市	楊浦区に立地する同済大学周辺の建築設計関連企業の集積するエリア
台湾・台北市	中山区の中心部に位置する、主に旅行・貿易関係企業が集積するエリア

(2) 調査エリアの特徴

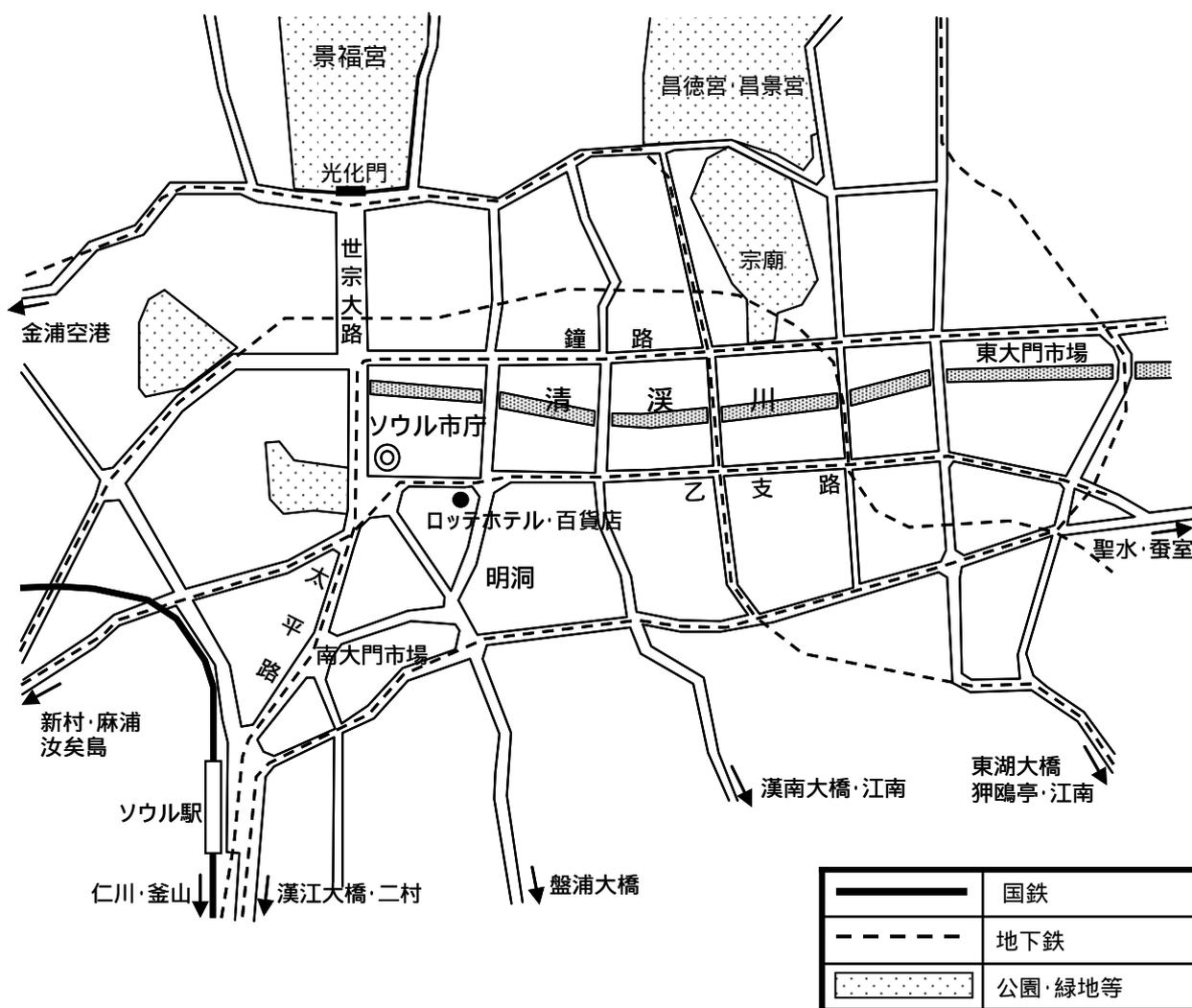
以下では、東アジア3都市の調査エリアの特徴を見ていく。

韓国ソウル市 ~ソウル市江南地区及び市庁周辺エリア

ソウル市では、「市庁周辺エリア」と「江南地区」の二つのエリアで調査を行うこととなった。ソウル市では、現在、市庁周辺（都心）と江南地区へのオフィスの二極集中が問題となっており、ソウル市は、2003年11月には、均衡発展促進地区として市内の5箇所を指定している。

「市庁周辺エリア」は、東京で言えば丸の内のような、従来からの業務中心地であり、官庁やソウル駅等へも近い。

図表 - 7 調査対象エリア（ソウル市 市庁周辺エリア）



一方、「江南地区」は新しい業務集積地である。

ソウル市の漢江の南は、朝鮮戦争が続いた1950年代までは農村地域であった。

まず、1960年代後半から1970年代に開発が始まり、現在の汝矣島から新盤浦、狎鷗亭洞を経て蚕室地区

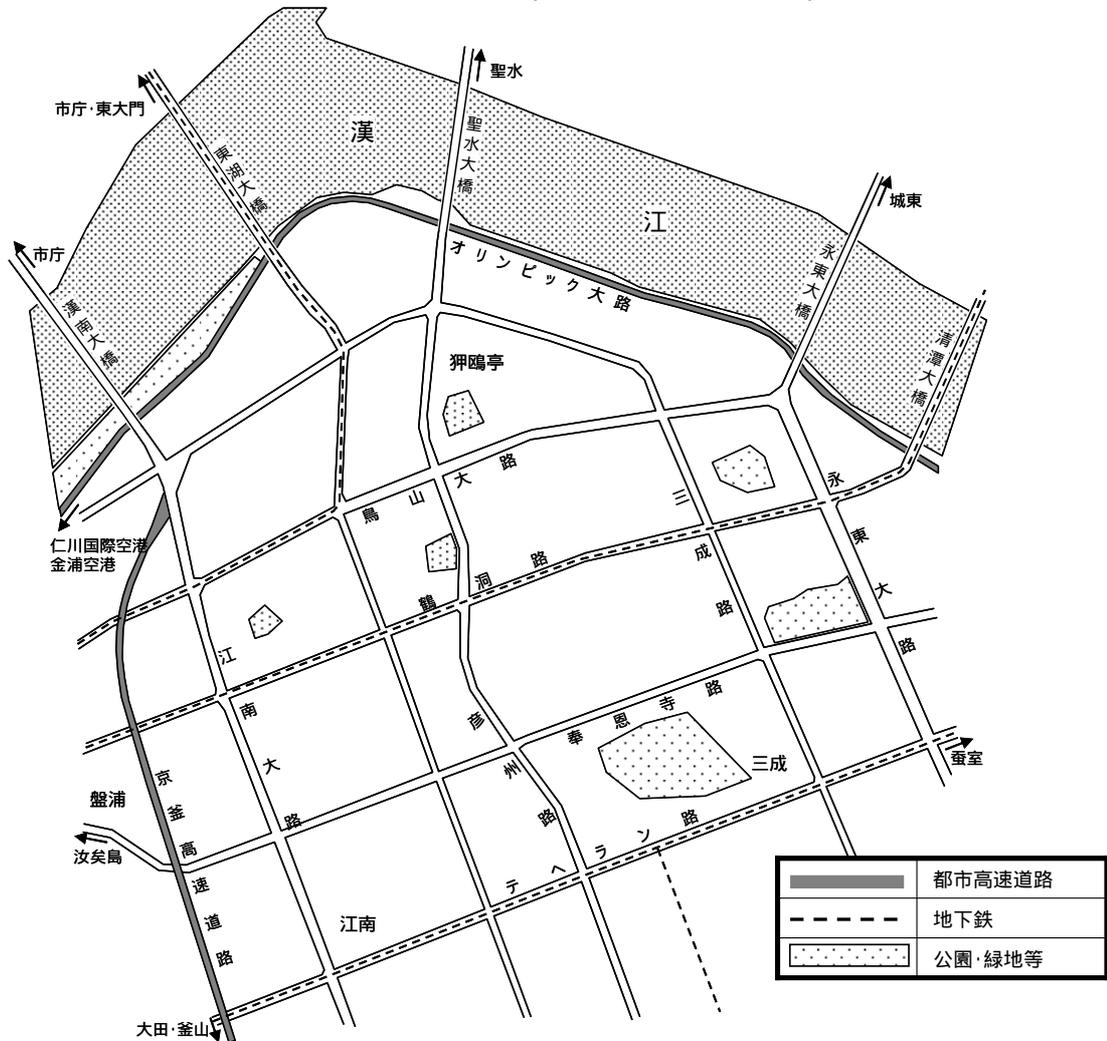
企業アンケート(海外)

に至る漢江沿岸に高層マンションが建てられ¹⁴、主要幹線道の整備が進められた。

その後、1988年のオリンピックを契機に、都市高速道路の建設等さらに開発が進められた。現在では、高級住宅地として多分に投機的な住宅価格の高騰が問題となっており、今回のヒアリングでもマンション価格が漢江北部の約2倍、地方の約4倍にもなっていると指摘があった。業務用地としては、1980年代初頭には一部にしかオフィスがなかったが、1980年代半ばから、江南大路に沿ってオフィスが立地し始め、その後、テヘラン路へ広がった。これは、都市計画によるものではなく、自然発生的に発展したものである。

現在、幹線道路沿いには業務用オフィスが立地し、裏通りには飲食店等や中小規模のオフィスが多い。また、テヘラン路はITベンチャーの集積地域として日本でも有名であるが、これは1997年の経済危機以降、空室が多かったテヘラン路沿いのビルにIT企業が入居していったことが発端となっている。現在では100企業近くが立地しており、オフィス不足となっている。また、近年、既存のビルを小さく仕切って賃貸するいわゆるオフィステルというSOHO的な利用が増加している。

図表 - 8 調査対象エリア(ソウル市 江南エリア)



¹⁴ ソウル市ホームページ <http://japanese.seoul.go.kr/>

中国上海市 ~楊浦区エリア~

本調査は上海市中心地区¹⁵のうち「楊浦区」、「虹口区」を対象エリアとして行っている。調査対象である「楊浦区エリア」は、上海市の中心地である外灘や南京路周辺から見て、上海市中心の東北に位置している。都市・建築関係の伝統がある同済大学や総合大学として有名な復旦大学が立地しているのが特徴である。調査範囲は北に高速道路である「中山北路市内環状線」、南に「大連路」、西に「曲陽路」、東に「控江路」に至る「同済大学」周辺地域である。

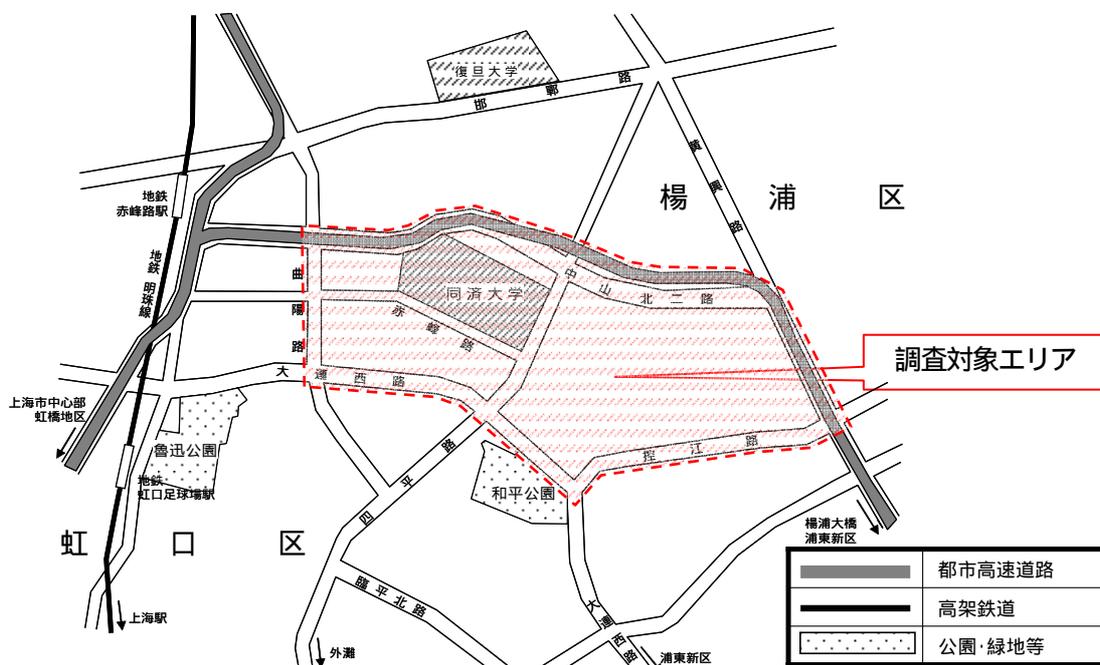
同済大学関係者によると、中国の全国的な経済発展により、特に建設業が急激に成長しており、現在は都市部の仕事を中心であるが、今後は上海から50年は遅れているといわれている中国西部の開発の仕事が見込まれているとのことである。また、国内需要を拡大しようとする政府の政策により、建設業の拡大に伴って資材産業等も拡大している。

そのような中で、楊浦区では、90年代頃から、同済大学の周囲に建築・設計関係の企業が自然に集積してきた。現在では、「建築設計なら“赤峰路¹⁶”」と広く認知されてきており、建築・設計会社やその支援企業である図面・模型製作会社、機械・電気等の設計会社等の約400社が立地している。調査地区においては、建築設計および計画設計に従事する企業が50%以上にのぼり、建築内装、図形の製作、建築模型の制作などのような建築と関連のある業務に携わっている企業が20%を占めている。

エリア全体としては、建築・設計関係の企業が増えたことにより、周辺の不動産業・住宅賃貸、レストランやスーパーマーケット、ファストフード、文化娯楽、家事の請負業、仲介機関、速達サービス等の業種も多くなっており、相互にうまくリンクして都市が発展している。

このエリアは、同済大学の教育と設計の実践が広く社会的に認められ、また変革し続けている市場シス

図表 - 9 調査対象エリア(上海市楊浦区エリア)



¹⁵ 同済大学 潘海嘯教授によれば、上海市中心地区の範囲としては、主として高速道路市内環状線以内の区域を習慣的に認知されているとのことである。

¹⁶ 同済大学の南側に接する道路で、建築・設計会社やその支援企業である図面・模型製作会社、印刷会社、書店等が並ぶ。

企業アンケート(海外)

テムに対応した結果、知的な産業地区が発展することとなった。同様に特定の産業が集中したエリアの成功は、中国全体の模範として大きな影響を及ぼしている。

台湾台北市 ~中山区エリア~

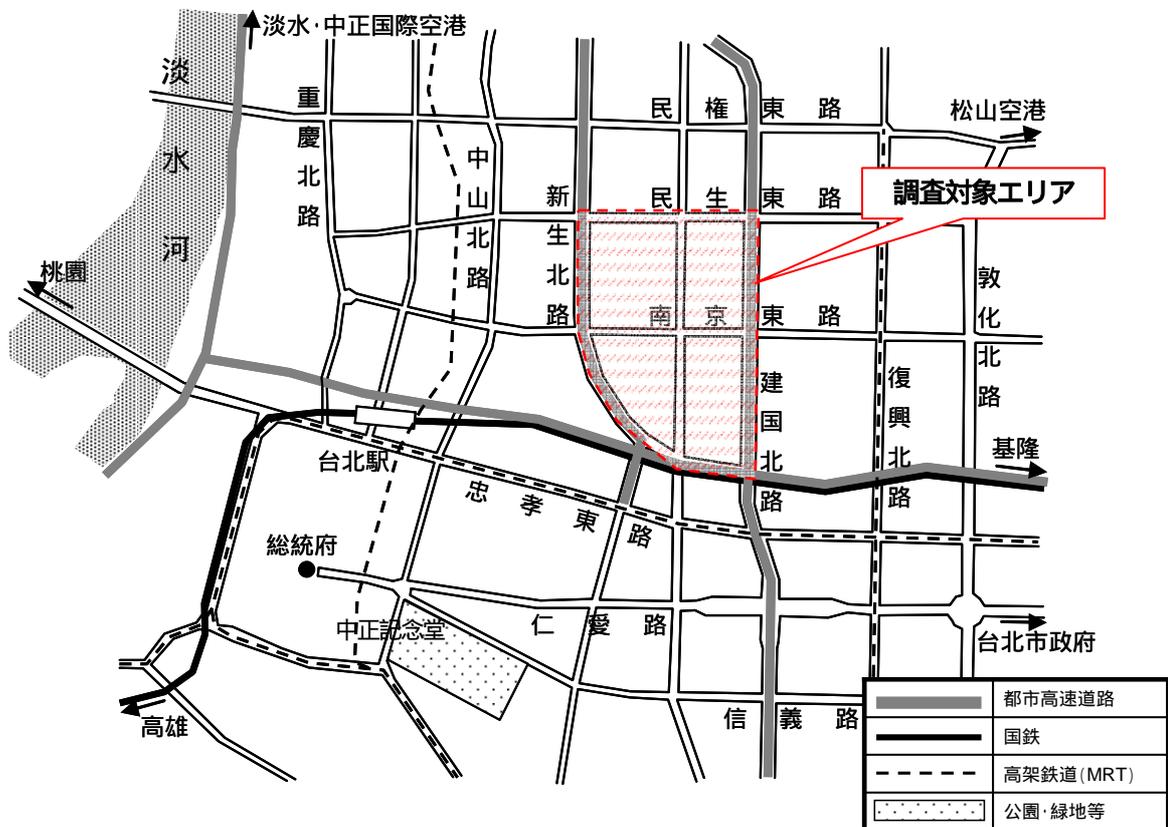
調査エリアは中山区の一部で、ともに幅員40m程度の幹線道である南京東路（東西方向）、松江路（南北方向）に囲まれる地域である。幹線道から30mの範囲は路線商業地区であり、1Fが商業、2F以上は業務に利用されている。一方、幹線道から30mを超える範囲は住宅地であるが、1、2Fは商売が可能であるため、レストランや小売に利用されている。業種は旅行会社が多い。ヒアリング結果からも、当該エリアの主なイメージは「旅行業関係の企業が多い」ということで、600~700社あるとのことだった。また外資系企業や貿易会社等も多く集まっており、官庁や金融街にも近接している。

エリアとしては、「信義地区」という10年前に市街整理を行い金融関係を強制的にはりつけた新興業務地区と旧市街に挟まれており、古さもその中間である。

現地の不動産関係企業によると、以前は、台北市の業務地区の中心で、大手会社が自社ビルを建てるような地域であった。これは、台北市では新しい市街地を東へ東へと開発・拡大してきた経緯があり、中心部が徐々に東へ移動してきていることによる。

現在、旧市街地では再開発が行われているが、調査エリアでは始まっておらず、建物の老朽化や機能が不十分であることが指摘されており、中小規模のビルを統合して建てかえる再開発の動きもある。ヒアリング結果によると、「新たに立地する会社は、防災、IT関係の機能を有する建物に移る傾向がある」という見方もあり、「家賃は場所より、建築物の機能で決められている」という。しかしながら、不動産会社

図表 10 調査対象エリア（台北市中山区エリア）



の話では、新たな開発を行っている信義地区やそれ以外の高級地に対して、外国企業が比較的好むエリアであるという。

近年、台湾の不動産は供給過多で空室率が高くなりつつあり、家賃が下がり始めたため、企業の移転が活発になりつつある。調査エリアは、MRT（都市交通システム）もあり、利便性が良くなったが、再開発が行われるかどうかで今後の方向が決まるのではないかとのことだった。台湾の通勤等の交通機関は地下鉄、バス、オートバイ（スクーター）が主であり、鉄道は郊外まで地下化されている。

3. 実施方法と実施期間

具体的な調査対象企業の抽出に当たっては、特定の業種にはこだわらないものの、いわゆる「クリエイティブ」と考えられる高付加価値型の業種（IT、建築・設計・デザイン、マスコミ・広告、対事業サービス等）や部門（企画、デザイン部門等）に対して行うという考え方を提示し、各国の学識者に調査対象エリア内に立地する企業（事業所）の選定を依頼した。

また、実施方法として、各国の学識者と共に、各国の商習慣や回収率等を考慮した結果、調査担当者が企業にアポイントを取得し、直接インタビューする形式、若しくは、面識のある企業担当者へ直接配布し、後日直接回収する形式で行うこととした。

そのため、回収率を確保する意味もあり、調査対象企業の抽出は調査を担当した学識者の人脈等に拠るところが大きく、都市によっては業種の偏りが若干みられる¹⁷。

調査は、ソウル市では2004年1月中旬、上海市及び台北市では旧正月を避け、それぞれ2003年12月上旬に実施した。

図表 -11 調査スケジュール



4. アンケート調査票（海外調査）

海外の企業アンケートの調査票を次頁から示す。各国の有識者から、日本ほどアンケートに慣れていないため、少しでも短いものにした方が良いとのアドバイスを受け、国内調査の調査票から一部質問を減らしている。

¹⁷ 調査結果を見たところ、ソウル市では主に金融業、建設業、卸売業、不動産業、上海市では土木建築業、デザイン・機械設計、ソフトウェア業、運輸業、台北市では、運輸業、旅行業、といずれも高付加価値型の業種や各国で成長産業とされる業種が多く集まっている。

都市環境に関するアンケート調査票

1. 貴事業所の概要について

Q1-1 貴事業所の業種として、当てはまる選択肢を別紙より選び、回答欄にご記入下さい。

回答欄

--

--

--

 (複数回答可)

Q1-2 貴事業所の主な業務内容として、当てはまる選択肢の番号に をつけて下さい(複数回答可)。

1. 事務	4. 設計・製図・デザイン	7. 販売・サービス提供
2. 営業	5. ソフト制作	8. 接客・窓口業務
3. 企画・研究	6. 物品の製造	9. その他 ()

Q1-3 貴事業所の位置付けをご記入ください。

1. 本社	2. 本社以外
-------	---------

Q1-4 貴社の創業年と、貴事業所が現所在地に立地した年を回答欄にご記入下さい。移転されてきた場合には、移転前の所在地についてもご記入下さい。

創業：西暦

--	--	--

 年 現所在地への立地：西暦

--	--	--

 年

現所在地への移転の有無について、当てはまる選択肢の番号に をつけて下さい。

1. 移転あり	移転前の所在地： 都・道 市・区
2. 移転なし	府・県 町・村

Q1-5 貴事業所の社員数などをご記入下さい。立地当時については概数でも結構です。

	現在	立地当時
正社員	、 人	、 人
臨時雇用(パート・アルバイト)	、 人	、 人

Q1-6 主な受注先として、当てはまる選択肢の番号に をつけて下さい(複数回答可)。

1. グループ企業	3. 官公庁	5. 個人
2. その他の民間企業	4. 大学(研究者個人を含む)	6. その他 ()

Q1-7 受注先(顧客)と発注先(委託先)の所在地として、最も当てはまる選択肢をそれぞれ1つ選び、番号に をつけて下さい。

受注先	1. 同一区内	2. 東京23区内	3. 東京都内	4. その他
発注先	1. 同一区内	2. 東京23区内	3. 東京都内	4. その他

Q 1 - 8 貴事業所が現所在地に立地した経緯として、当てはまる選択肢を全て選び、番号に をつけて下さい(複数回答可)。

- | | | |
|------------|-------------|------------|
| 1. 起業 | 4. 事業所の規模拡大 | 7. その他 () |
| 2. 新事業所の開設 | 5. 事業所の規模縮小 | |
| 3. 事業所の移転 | 6. 事業所の統合 | |

Q 1 - 9 貴事業所が現所在地に立地した理由として、当てはまる選択肢を全て選び、番号に をつけて下さい(複数回答可)。

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. 新規エリアへの進出・商圏の拡大 | 5. 主たる受注先の移転 |
| 2. 自社ビルの新築・取得 | 6. ビルオーナーからの誘いや紹介 |
| 3. 本社やグループ企業への近接 | 7. 経営者等の職住近接 |
| 4. 本社やグループ企業の移転 | 8. その他 () |

Q 1 - 10 貴事業所が入居しているフロアの本来の利用目的について、当てはまる選択肢に をつけて下さい。

- | | |
|------------------|----------------------|
| 1. 住宅用(マンション等) | 当該フロアに主として居住されていますか。 |
| | ア. 居住している |
| 2. 非住宅用(オフィスビル等) | イ. 居住していない |

Q 1 - 11 貴事業所が入居しているフロアの所有形態として、当てはまる選択肢の番号 1 つに をつけて下さい。

- | | | |
|-------|-------|------------|
| 1. 所有 | 2. 賃貸 | 3. その他 () |
|-------|-------|------------|

2. 現所在地に立地を決める際の選定条件について

事業所の立地当時のことがおわかりの方がいらっしゃる場合には、4ページの「3. 立地後の現所在地に対する評価について」からお答え下さい。

Q 2 - 1 事業所の立地場所を探し始めた際の優先順位について、回答欄に数字をご記入下さい。

項 目	優先順位の 回答欄
エ リ ア (地名<銀座、渋谷など>、 界限、 駅周辺、 沿線など)	位
広 さ (最低 m ² 以上など)	位
賃 料 (月額 円以下など)	位
物件の質 (外観、設備、情報通信設備、受付・守衛サービスなど)	位
そ の 他 ()	位

3. 立地後の現所在地に対する評価について

Q3-1 エリア及び物件の周辺環境に対する満足度について、下表の項目ごとに当てはまる選択肢を1つ選び、右側の回答欄に をつけて下さい。

項目	満足度					
		とても満足	やや満足	どちらでも ない	やや不満	とても不満
0 全般的な満足度		-----	-----	-----	-----	-----
広域交通網（新幹線・空港・高速道路等）の利用しやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
都内の交通(地下鉄、バス、幹線道路等)の利用しやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
深夜の交通手段の利用しやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
歩道の移動しやすさ（歩車分離、バリアフリーなど）		-----	-----	-----	-----	-----
駐車スペースの確保のしやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
同業者の集積や近さ		-----	-----	-----	-----	-----
発注先、委託先の近さ		-----	-----	-----	-----	-----
受注先、顧客の近さ		-----	-----	-----	-----	-----
民間の対事業所サービス業や専門サービスの受けやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
公的な誘致や支援の受けやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
専門的な人材の確保しやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
臨時雇用（パート・アルバイト）の確保しやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
エリアの知名度やブランド力		-----	-----	-----	-----	-----
街並みや都市景観などが醸し出すイメージや雰囲気の良さ		-----	-----	-----	-----	-----
文化芸術施設など知的刺激の豊富さ		-----	-----	-----	-----	-----
流行やファッションなどの優位性・情報発信力		-----	-----	-----	-----	-----
都市開発などによるエリアの将来性・発展性		-----	-----	-----	-----	-----
大学や専門学校、各種スクールなどの充実		-----	-----	-----	-----	-----
ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実		-----	-----	-----	-----	-----
飲食店や小売店の充実		-----	-----	-----	-----	-----
21 医療機関や保育園などの福祉サービスの充実		-----	-----	-----	-----	-----
22 公園や緑地、運動施設などリフレッシュのしやすさ		-----	-----	-----	-----	-----
23 閑静な環境		-----	-----	-----	-----	-----
24 防災上の安全性		-----	-----	-----	-----	-----
25 防犯上の安全性、治安の良さ		-----	-----	-----	-----	-----

Q3 - 2 現所在地に事業所を構えたことによる影響について、下表の項目ごとに当てはまる選択肢を1つ選び、右側の回答欄に をつけて下さい。

項 目	影 響		
	好影響	影響なし	悪影響
社会的信用を得やすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
知名度が高まった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
社内のコミュニケーションが緊密になった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
打ち合わせがしやすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
仕事の融通・相談を受ける機会が増えた	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
顧客や営業先へ訪れやすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
顧客や営業が訪れやすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
社外のネットワークが広がった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
専門的人材の募集への応募が増えた	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
臨時雇用（パート・アルバイト）の募集への応募が増えた	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
マスコミからの取材など情報発信する機会が増えた	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
業界動向など情報収集がしやすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
流行やトレンドに敏感に対応できるようになった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
新規事業のアイデア提案など自由な発想が豊富になった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
自社にない設備を対事業所サービス業でまかないやすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
アウトソーシングに出す機会が増えた	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
新しい技術や専門的な知識が得やすくなった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
21 業務効率があがった	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
22 日常生活面での満足度があがった（通勤、買い物、リフレッシュ等）	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐
23 その他（ ）	┌───┴───┐	┌───┴───┐	┌───┴───┐

4. 将来的な事業所の移転などの意向について

Q 4 将来的な事業所の移転等について、当てはまる選択肢の番号に をつけて下さい

1. 移転等は考えていない 以上でアンケートは終了です。
 2. 移転等を考えている



SQ 4 - 1 移転の理由として、最も当てはまる選択肢を1つ選び、選択肢の番号に をつけて下さい。

- | | |
|----------|------------|
| 1. 業務の事情 | 3. 周辺環境の改善 |
| 2. 建物の改善 | 4. その他 () |

SQ 4 - 2 将来的に移転等を考える際、移転先のエリアに求める条件として特に重視したいと考えるものを3つまで選び、選択肢の番号に をつけて下さい。

1. 広域交通網(新幹線・空港・高速道路等)の利用しやすさ
2. 都内の交通(地下鉄、バス、幹線道路等)の利用しやすさ
3. 深夜の交通手段の利用しやすさ
4. 歩道の移動しやすさ(歩車分離、バリアフリーなど)
5. 駐車スペースの確保のしやすさ
6. 同業者の集積や近さ
7. 発注先、委託先の近さ
8. 受注先、顧客の近さ
9. 民間の対事業所サービス業や専門サービスの受けやすさ
10. 公的な誘致や支援の受けやすさ
11. 専門的な人材の確保しやすさ
12. 臨時雇用(パート・アルバイト)の確保しやすさ
13. エリアの知名度やブランド力
14. 街並みや都市景観などが醸し出すイメージや雰囲気の良さ
15. 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ
16. 流行やファッションなどの優位性・情報発信力
17. 都市開発などによるエリアの将来性・発展性
18. 大学や専門学校、各種スクールなどの充実
19. ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実
20. 飲食店や小売店の充実
21. 医療機関や保育園などの福祉サービスの充実
22. 公園や緑地、運動施設などリフレッシュのしやすさ
23. 閑静な環境
24. 防災上の安全性
25. 防犯上の安全性、治安の良さ
26. その他 ()

SQ 4 - 3 具体的な候補エリアがある場合は、候補エリア名とその理由をご記入下さい。
 候補エリア名は、他都市や海外でも構いません。

候補エリア名	理 由

5 . 企業（事業所）へのヒアリング

海外調査においては、アンケート調査に先立ち、ヒアリング調査を、2003年11月中・下旬に、3都市続けて集中的に行った。

対象企業の選定及び実施については、アンケートの対象と同様に、各国の学識者に依頼した結果、上海市では楊浦区の建築・設計関係の事業所とその支援産業、ソウル市では、市庁周辺の大企業と江南地区の建築・設計関係の事務所、台北市では、中山区の旅行・貿易関係の事業所等が主なヒアリング先となった。

ヒアリングに当たっては、以下のような、時点ごとの3段階の視点から、都市環境の諸条件に対するニーズを把握したいと考えた。

() 立地選択時に考慮した都市環境の条件

どのような都市環境の条件を判断基準としてそのエリアへの立地を選択したか。

() 都市環境の条件に関する現在の満足度（メリット・デメリット）

どのような都市環境の条件が、現在の企業活動にプラス又はマイナスに働いているか。

() 今後の意向（今後考慮していく都市環境の条件）

そのエリアにとどまりたいか、別のエリアに移りたいか（同都市内、国内他都市、海外等を含む。）。

その判断基準となるのはどのような都市環境の条件か。

第2章 人材インタビュー調査の進め方

1. 調査の考え方

東京が活力ある都市であるためには、ナレッジワーカー、クリエイター等の創造力や意欲をかきたてる都市環境を提供して行くことが重要である。そこで、H16年度には、都市の活力を生み出す主体として、「産業（企業）」を支える「人材」に着目し、東京と東アジアの3都市（ソウル、上海、台北）において、都市に住み働くナレッジワーカー、クリエイター等を対象に、都市環境へのニーズ等についてインタビュー調査を行った。

個人に対するインタビューを行うことにより、企業に対するアンケートやインタビューに比べ、都市環境のうち生活面についてのニーズが強く表れてくることを期待した。

2. 対象としての「人材」の考え方

インタビュー対象者としての「人材」は、創造的・知的な頭脳労働者、いわゆるナレッジワーカー・クリエイター等とした。都市に活力を生み出す産業の起業者、従業者等、都市で産業活動に従事して利益を生み出し、なおかつ、それに伴って都市の提供する様々な都市環境、サービスを利用することで、都市に活力を生み出している個人を想定している。具体的には、クリエイティブな頭脳労働と考えられる職種（例えば、企業経営者、建築設計、デザイナー、芸術関係、メディア関係、広告関係、IT関係、弁護士、税理士等）又は部門（企画、デザイン部門等）に携わる人材を想定した。

実際に協力者を募るに当たっても、企業経営者や企画、デザイン部門等の従事者、建築設計、デザイナー、芸術関係、メディア関係、広告関係、IT関係、弁護士、税理士等を例示した。

3. インタビュー対象者と実施方法

国内調査のインタビュー対象者は、出身都市（母国）との比較に基づく意見を得るため東京で就業している外国人とした。一方、ソウル、上海、台北においては、東京（日本）との比較に基づく意見を得るため、各都市で就業している日本人を対象とした。

（1）国内調査（在東京の外国人）

東京都内（主に山手線内）で就業する外国人ナレッジワーカーを対象とした。企業アンケートで対象とした3エリアに限定していない。また、在在地についても、特に限定しなかった。

その内訳は、韓国出身者、中国出身者、台湾出身者、ならびに、欧米国出身者それぞれを調査対象とし、その場での調査協力者相互の議論も可能となるよう、基本的には5～6名前後のグループインタビュー形式によって、インタビューを行った。

在東京の韓国出身者（11人）

在東京の中国出身者（9人）

在東京の台湾出身者（5人）

在東京の欧米出身者（11人）

人材インタビュー

(2) 海外調査 (在外の日本人)

ソウル市内、上海市内、台北市内でそれぞれ就業する日本人ナレッジワーカーを対象とした。就業地は、企業アンケートで対象とした調査エリアに限定していない。また、在住地についても、特に限定しなかった。

その場での調査協力者相互の議論も可能となるよう、基本的には5～6名前後のグループによる、座談会形式で意見を頂いた(調査協力者の都合によっては、一部単独インタビューとなったケースがある。また、時間的な制約があった場合は、質問に対する回答を頂きながら、補足インタビューを行った)。

在ソウル市の日本人

調査人数： 33人(8グループ)

対象者： ソウル市内で就業している日本人(主に、旧来からの市街地である「ソウル市庁周辺」、新しい開発区である「江南地区」で就業するナレッジワーカー)を対象に行った。

在上海市の日本人

調査人数： 33人(11グループ)

対象者： 上海市内で就業している日本人(主に、日本企業集積が多い「虹橋地区」、新しい開発区である「浦東地区」、旧来の中心部である「外灘地区」、やや郊外に位置する「松江地区」等で就業するナレッジワーカー)を対象に行った。

在台北市の日本人

調査人数： 34人(11グループ)

対象者： 台北市内で就業している日本人

4. 実施時期

実施時期については、海外3都市における調査を平成16年11月～平成17年1月にかけて実施し、それに前後する時期で、在東京の外国人に対する調査を実施した。

(1) 国内調査 (在東京の外国人)

平成16年10月21日～平成17年3月7日

(2) 海外調査 (在外の日本人)

在ソウル市の日本人： 平成17年1月24日～28日

在上海市の日本人： 平成16年12月8日～13日

在台北市の日本人： 平成16年11月19日～23日

図表 - 12 調査スケジュール

都市	時期	平成16年10月	11月	12月	平成17年1月	2月	3月	
東京都			←-----					
ソウル市				ヒアリング調査		↔		
上海市				↔				
台北市			↔					

5 . インタビューの内容

国内におけるインタビュー調査については、以下の「フェイスシート」と「インタビューでお聞きしたい内容」を配布し、実施した。海外調査についても、同様の「フェイスシート」を配布しているが、自宅から職場への移動手段については質問していない。

インタビュー用「フェイスシート」

下記の事項は、インタビュー調査に先だって把握したい内容です。

これら個人情報インタビューの基礎情報の整理以外の用途に使用することはございません。

誠に恐れ入りますが、各項目についてお答え頂ける範囲でご記入頂き、Faxかe-mailにてご返信下さいますようお願い申し上げます。

お声がけのあった方のお名前(名字)

今回、あなた様にお声がけをして下さった方のお名前 _____ 様

あなた様のお名前

性別・年齢(印をつけて下さい)

カナ表記		性別	年齢				
ご氏名(母国語表記)		男 女	20代	30代	40代	50代	60歳以上

出身など(使用言語にはすべて 印をつけて下さい)

出身国		(母国語以外の)使用言語	1.日本語	2.英語
-----	--	--------------	-------	------

連絡先(連絡を差し上げる際にご都合のよい連絡先をお教え下さい。)

e-mail		下記カッコ内に 印をつけて下さい
電話番号		(会社・自宅・携帯)
Fax番号		(会社・自宅)

ご自宅や職場の所在地など

自宅の所在地	職場の所在地	自宅からの通勤時間
_____区 _____町(地区)	_____区 _____町(地区)	約 _____時間 _____分
【最寄駅】 _____線 _____駅	【最寄駅】 _____線 _____駅	

普段ご自宅から職場まで、主にどんな移動手段で通勤されていますか。あてはまる番号に 印をつけて下さい。

1.電車・地下鉄 2.バス 3.自家用車 4.タクシー 5.自転車 6.徒歩 7.その他()

お勤め先や仕事内容など

会社名		所属部署名	
主な仕事の内容			

同居等の状況(あてはまる番号1つに 印をつけて下さい)

同居等の状況(同居者の有無)	お子さんとの同居の有無
1.ひとり暮らし 2.家族と同居 3.その他	1.有 2.無

永住意識など(あてはまる番号1つに 印をつけて下さい)

東京(日本)に住み続けたいと思いますか。組織人事等の制約は考慮しないものとしてお答え下さい。
1.いずれは帰国したい 2.できれば永住したい 3.自国と東京に住み分けたい 4.自国と東京以外の国(都市)に住みたい 5.その他()

外国（自国以外）での在住経験

1)就業以前の海外での在住経験について差し支えない範囲でお教え下さい(国名・都市名はご記入をお願いします)。

国名	都市名	時期(西暦)	何才頃	滞在期間
(記入例)中国	上海	1990年頃	10才頃	約2年

2)就業後の海外での在住経験(現在を含む)についてできるだけ詳しくお教え下さい。

国名	都市名	時期(西暦)	滞在期間	滞在理由
(記入例)韓国	ソウル	2001~2004年(現在)	約3年	現地法人に採用

現在の就業以前の東京への来訪経験

1)東京への来訪回数(あてはまる番号に 印をつけ、「1.」の場合は延べ回数を記入して下さい)

現在の仕事を始める以前に、延べ何回くらい東京に来たことがありますか。
1.延べ _____ 回くらい 2.以前に東京に来たことはない

2)当時の来訪目的(あてはまる番号すべてに 印をつけて下さい)

それらはどのような目的でしたか。
1.旅行 2.親類等を訪問 3.友人等を訪問 4.就学・留学 5.出張 6.就業(現職以外) 7.その他

3)一番長く滞在した期間(前述1)の設問で「1.」を選んだ方がお答えください)

以前上海に来た中で最も長く滞在したのはどれくらいの期間ですか。
_____ くらい(記入例: 1ヶ月くらい、1年くらい etc.)

東京の都市環境について

東京の交通機関の環境、居住(住宅)環境、防犯・防災環境について満足されていますか。下表のそれぞれの項目について、あてはまる番号に 印をつけて下さい。

交通機関(移動)の環境 に対してどう思うか	1. 満 足	2. 不満足
通勤時の交通機関(手段)	1.	2.
仕事での移動(市内)	1.	2.
仕事での移動(市外~国内)	1.	2.
仕事での移動(海外へ)	1.	2.
アフターファイブでの移動	1.	2.
休日の移動	1.	2.
日常の買い物などでの移動	1.	2.
歩道の歩きやすさ	1.	2.
バリアフリー環境	1.	2.
その他()	1.	2.

住宅環境に対して どう思うか	1. 満 足	2. 不満足
住宅の探しやすさ	1.	2.
住宅の質(広さ、価格等)	1.	2.
その他()	1.	2.

防犯・防災環境 に対してどう思うか	1. 安 心	2. 不 安
犯罪	①	2.
火災	1.	2.
地震	1.	2.
水害	1.	2.
その他()	1.	2.

(東京の)都市環境に対して どう思うか	1. 満 足	2. 不満足
東京の交通環境全般の満足度	1.	2.
" 業務環境 "	1.	2.
" 居住環境 "	1.	2.
" 余 暇 "	1.	2.

都市の活力を生み出す人材を惹き付ける都市の環境に関する研究

「インタビューでお聞きしたい内容」

以下の「1」～「4」のそれぞれの項目について

- ・「東京と諸外国との比較からみたお考え」や
- ・「東京はこうなったら働きやすい・住みやすい」と感じることなど、自由な意見をいただきたいと存じます。

1. 東京のイメージ

1)あなたが現在、東京で働いていらっしゃるのなぜですか？

2)あなたは東京(日本)を訪れる前後で、「東京」という都市に対してどんなイメージを持ちましたか？ 次のそれぞれの時点でどう感じたか教えて下さい。

日本を訪れる前

東京に初めて訪れた時

東京で働き始めた時

2. 東京という都市の環境に対して満足な点・不満な点

あなたが東京という都市の次のそれぞれの環境に対して「満足」あるいは「不満」に感じていることは何ですか？また、どうなればよいと思いますか？

都市の業務環境のほか、行政支援などについてもお気づきの点があればお教え下さい。

また、外国人であるかゆえに困った(困っている)点などもあればお教え下さい。

交通環境(市内・国内・海外への移動に関して)

a)通勤や仕事上の移動に使う交通手段・公共交通機関など

b)平日(通勤や仕事上の移動以外: after 5 など)に使う交通手段・公共交通機関など

c)休日に使う交通手段・公共交通機関など

業務環境

居住環境

余暇環境

3. ナレッジワーカーやクリエイターの創造力や意欲をかきたてる都市の環境

あなたにとって、仕事や生活を通して「創造力」や「意欲」をかき立てられるのはどのような都市ですか？都市環境の中で具体的な部分があれば教えて下さい。

また、この点で東京という都市はどうですか？(どう思うか？どうなればよいか？)

4. その他

参考：都市の要素のイメージ例

公共交通機関の便利さ(市内・国内・海外への移動) / 歩道の移動のしやすさ / 自転車の利用のしやすさ / 同一業種の集積(例：秋葉原の電気街など) / ホテルや会議室などコンベンション機能の充実 / 防犯や防災の安全性 / 街並み・景観等の良さ / 飲食・小売店の充実 / 福祉サービスの充実 / 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ / 公園や運動施設などリフレッシュのしやすさ 等

第 部

企業アンケートと 人材インタビューの調査結果

第 1 章 企業アンケート調査の結果

第 1 節 国内調査の結果

東京におけるアンケートは、前述の通り、渋谷区桜丘町及び周辺地（以下「渋谷」という。）港区南青山5丁目・6丁目（以下「南青山」という。）及び千代田区神田神保町1丁目・2丁目（以下「神保町」という。）の3地区で行った。

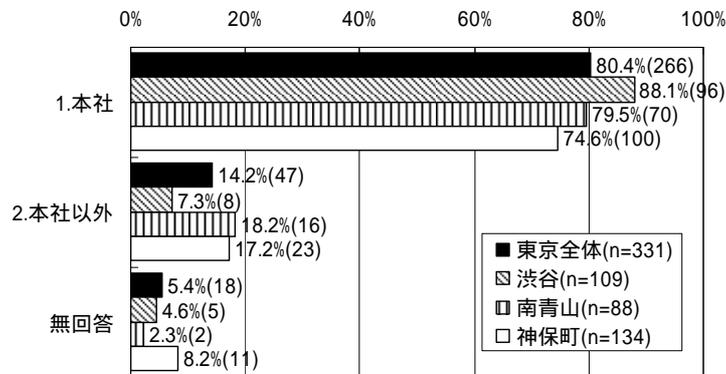
以下では、3地区合計（以下、「東京全体」という。）と地区別の特徴についてみていく。

1. 調査対象事業所の概要等【Q1】

（1）事業所の位置づけ【フェイスシート】

回答事業所の事業所の位置づけについては、「本社」が最も多く、最多の渋谷においては9割近く、最少の神保町においても、7割以上が該当する。

図表 1 - 1 - 1 調査事業所の位置づけ

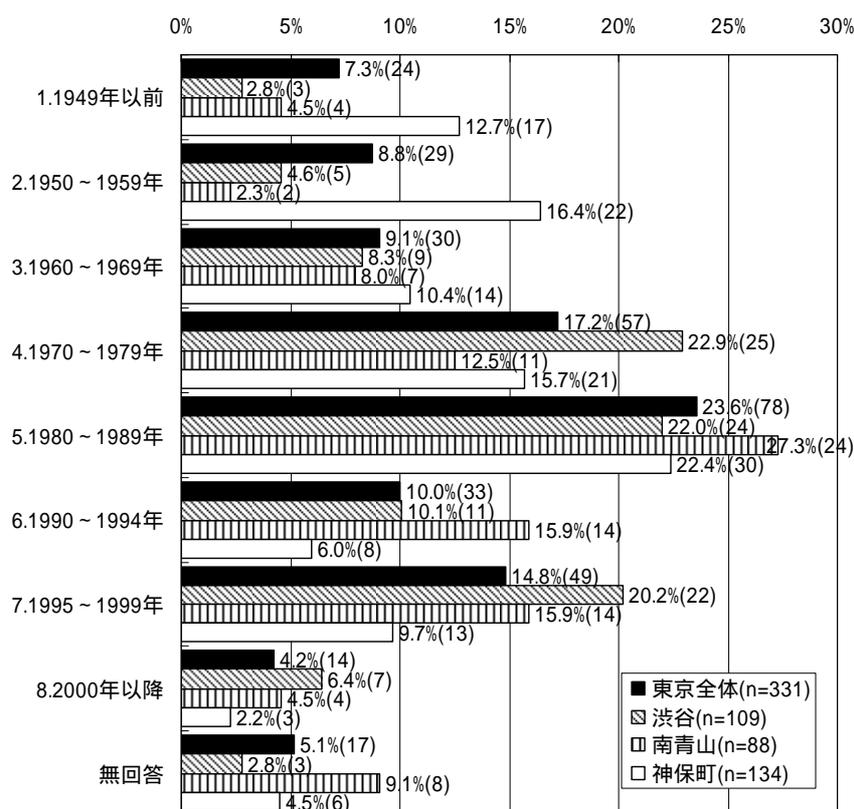


(2) 会社としての創業年【フェイスシート】

東京全体で見ると、回答事業所の、会社としての創業年は、1990年代(1990～94年と1995～99年の合計)と、1980年代が約1/4と最も多く、次いで1970年代の約17%となっている。

地区別に見ると、渋谷、南青山とも、1990年代が約3割と最も多くなっている。一方、神保町は他2地区と比較すると、1950年代及びそれ以前に創業した会社の比率が高く、この3地区の中では歴史の長い企業の立地するエリアと言える。

図表1-1-2 会社としての創業年



企業アンケート結果(国内)

(3) 業種【Q1 - 1】

今調査の回答事業所の業種については、以下の通りである。業種分類については「事業所・企業統計調査」のものを使用した。

東京全体で見ると「広告業(13.3%)」が最も多く、次いで「卸売業(12.7%)」「デザイン・機械設計業(12.4%)」「印刷・印刷関連業(10.0%)」の順となっている。

地区別に見ると、IT関連の業種が集積していると予想した渋谷では、「ソフトウェア業(10.1%)」が最も多く、次いで「土木建築サービス業(9.2%)」「デザイン・機械設計業(9.2%)」と、専門技術を要する業種が多くなっている。

広告やデザイン、ファッションに関連する業種が集積していると予想した南青山では、「広告業(22.7%)」が最も多く、次いで「デザイン・機械設計業(18.2%)」「卸売業(15.9%)」となっている。

伝統的に書籍や印刷関連の業種が集積していると予想された神保町では、「印刷・印刷関連業(20.1%)」が最も多く、次いで「卸売業(14.2%)」「デザイン・機械設計業(11.2%)」「広告業(11.2%)」の順となっている。

図表1 - 1 - 3 調査対象事業所の業種【Q1 - 1】

業 種 / 地 区	東京全体			渋谷			南青山			神保町			
	件数	比率 (%)	上位 5 位	件数	比率 (%)	上位 5 位	件数	比率 (%)	上位 5 位	件数	比率 (%)	上位 5 位	
3. 建設業	14	4.2%		5	4.6%		2	2.3%		7	5.2%		
製造業	4. 食料品製造業	5	1.5%		2	1.8%		2	2.3%		1	0.7%	
	6. 衣服・その他の繊維製品製造業	5	1.5%		3	2.8%		1	1.1%		1	0.7%	
	7. 印刷・印刷関連業	33	10.0%	4	3	2.8%		3	3.4%		27	20.1%	
	10. その他の製造業	17	5.1%		3	2.8%		3	3.4%		11	8.2%	
情報通信業	14. ソフトウェア業	19	5.7%		11	10.1%	1	5	5.7%		3	2.2%	
	15. 情報処理・提供サービス業	21	6.3%		8	7.3%		7	8.0%		6	4.5%	
	16. インターネット附随サービス業	22	6.6%		7	6.4%		7	8.0%		8	6.0%	
	17. 映像・音声・文字情報制作業	19	5.7%		4	3.7%		5	5.7%		10	7.5%	
19. 卸売業	42	12.7%	2	9	8.3%	4	14	15.9%	3	19	14.2%	2	
20. 小売業	17	5.1%		3	2.8%		8	9.1%		6	4.5%		
22. 不動産業	24	7.3%		8	7.3%		9	10.2%	5	7	5.2%		
25. 教育、学習支援業	7	2.1%		2	1.8%		1	1.1%		4	3.0%		
専門サービス業	29. 公認会計士事務所、税理士事務所	21	6.3%		7	6.4%		2	2.3%		12	9.0%	5
	31. 土木建築サービス業	17	5.1%		10	9.2%	2	4	4.5%		3	2.2%	
	32. デザイン・機械設計業	41	12.4%	3	10	9.2%	2	16	18.2%	2	15	11.2%	3
	33. 著述・芸術家業	7	2.1%		1	0.9%		2	2.3%		4	3.0%	
	34. 写真業	7	2.1%		3	2.8%		2	2.3%		2	1.5%	
	35. その他の専門サービス業	26	7.9%	5	7	6.4%		11	12.5%	4	8	6.0%	
生活関連サービス業	37. 旅行業	7	2.1%		5	4.6%		1	1.1%		1	0.7%	
	39. その他の生活関連サービス業	8	2.4%		5	4.6%		2	2.3%		1	0.7%	
事業サービス業	45. 広告業	44	13.3%	1	9	8.3%	4	20	22.7%	1	15	11.2%	3
	52. 労働者派遣業	7	2.1%		4	3.7%		1	1.1%		2	1.5%	
	53. その他の事業サービス業	17	5.1%		7	6.4%		5	5.7%		5	3.7%	
54. 学術・開発研究機関	5	1.5%		1	0.9%		2	2.3%		2	1.5%		
57. その他のサービス業	10	3.0%		3	2.8%		2	2.3%		5	3.7%		
無回答	4	1.2%		-	-		-	-		4	3.0%		
合計	331	-		109	-		88	-		134	-		

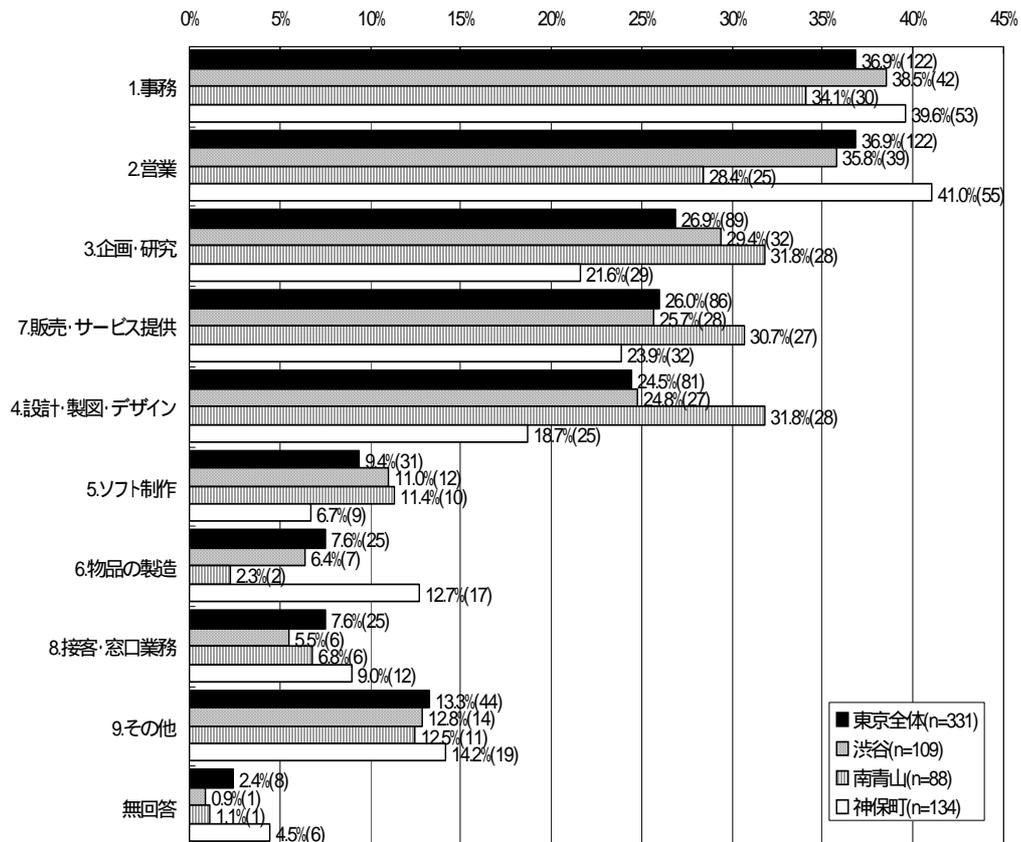
(注) 東京全体の件数が5件以上の業種のみを記載している。

(4) 業務内容【Q1 - 2】

調査対象企業の業務内容は、東京全体では「事務」「営業」が約4割で最も多く、次いで「企画・研究」「販売・サービス」「設計・製図・デザイン」の順となっている。

これを地区別で見ると、南青山は「企画・研究」「設計・製図・デザイン」「販売・サービス提供」、神保町は「事務」「営業」「物品の製造」が多い。渋谷は前述の2地区ほどの特性はみられない。

図表1 - 1 - 4 調査対象企業の業務内容【Q1 - 2】



(注) 1. 無回答分を覗いた割合を示している。

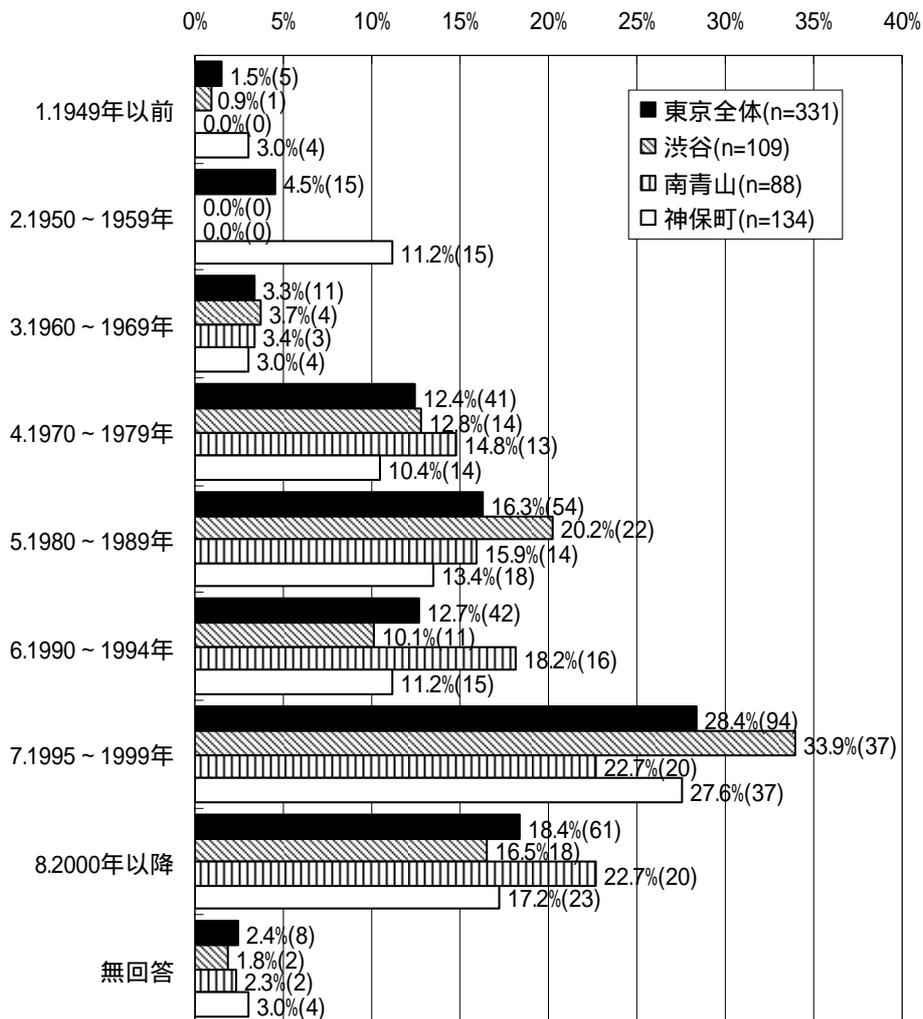
2. 表頭の項目は複数回答(MA)のため、各数値の合計は100%にはならない。

企業アンケート結果(国内)

(5) 現所在地への移転の有無と現所在地への立地年【Q 1 - 3】

全体的に見て、1990年代に立地した事業所が多く、うち同年代の後半(1995~99年)が多いことが際だっている。特に渋谷では約1/3が1990年代後半に立地である。他のエリアについても、最も回答の多いカテゴリとなっている。また、2000年以降の立地は、それに次ぎ、中でも南青山の多さが目立つ。神保町では、他2地区と比較すると、1950年代及びそれ以前に立地した事業所が多く、前述した会社の創業年(図表1-1-2)と合わせ、歴史の長い事業所が立地するエリアといえる。

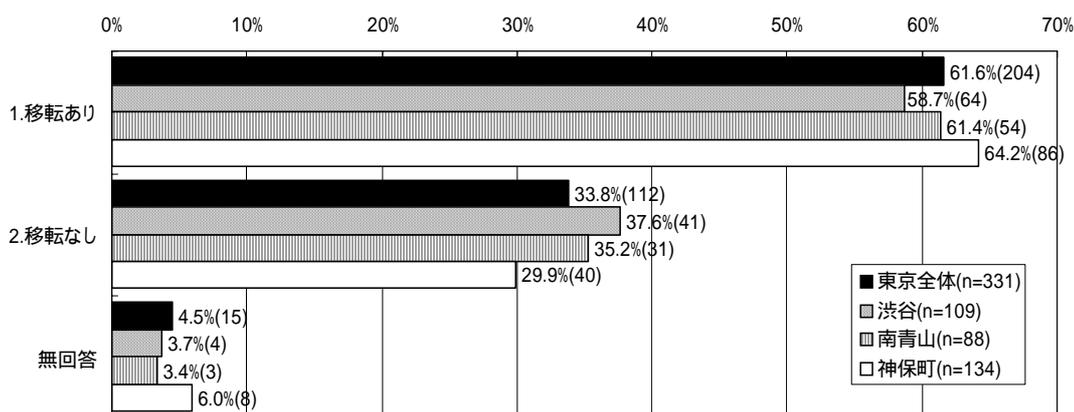
図表1-1-5 現所在地への立地年【Q 1 - 3】



現所在地への移転の有無については、東京全体では全体の約6割が「移転あり」という回答状況で、「移転なし」は約3割にとどまっている。

これを地区別で見ると、移転の割合は、神保町(64.2%)>南青山(61.4%)>渋谷(58.7%)の順となっている。

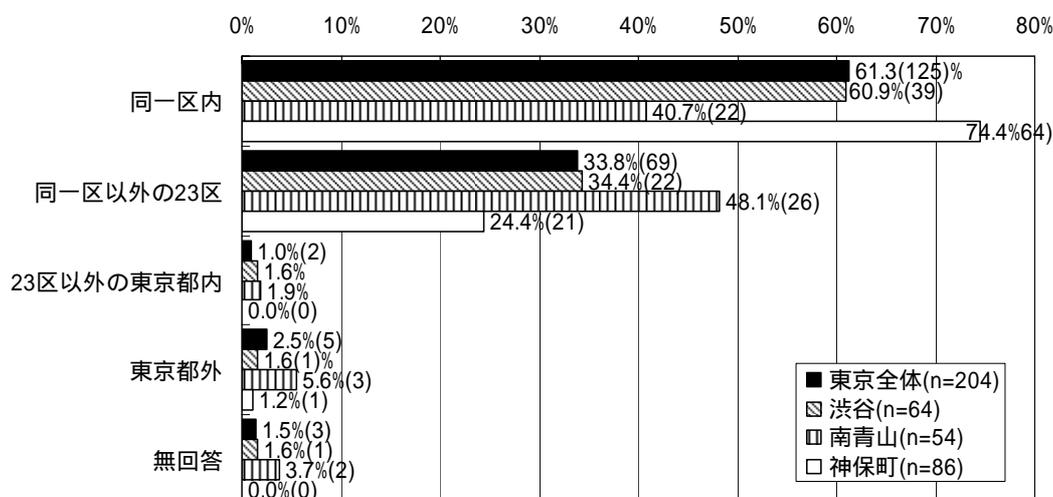
図表1-1-6 現所在地への移転の有無【Q1-3】



移転前の所在地については、東京全体では約6割が「同一区内」という回答状況である。次いで「同一区外の23区」「東京都外」「23区以外の東京都内」の順となっている。

これを地区別に見ると、神保町では7割以上が「同一区内」と回答し、一方で南青山では「同一区外の23区」と回答している。南青山では、別の区で創業して何らかの理由で南青山を立地場所として選択、移転してきた事業所が多い傾向にあり、一方、神保町に立地する事業所は、近くのエリアに比較的長くとどまる事業所が多い傾向があることが見て取れる。

図表1-1-7 現所在地への移転前の所在地【Q1-3】



企業アンケート結果(国内)

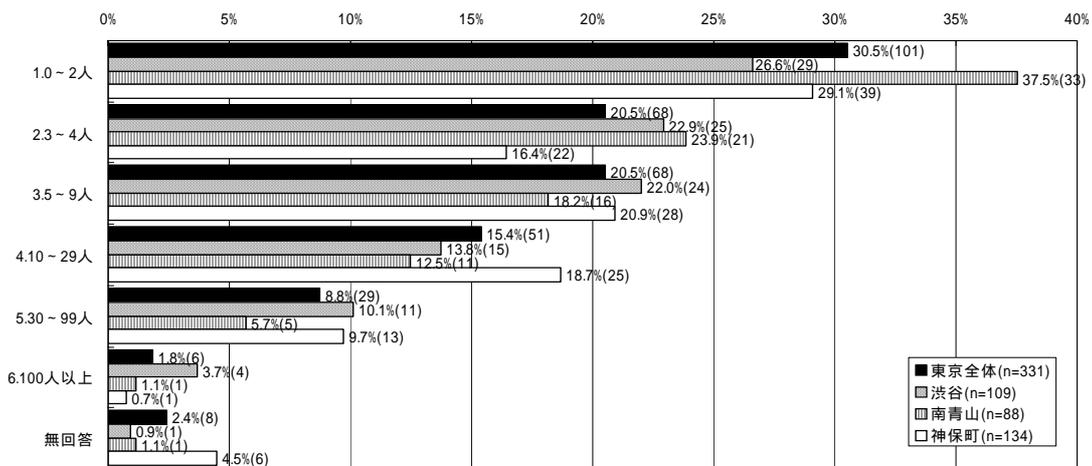
(6) 事業所規模【Q1 - 4】

現在

事業所規模のうち、正社員数については、東京全体では、30人未満の規模が全体の9割を占め、中でも4人以下の小規模事業所が全体の5割と最も多い。1人の事業所も1割以上ある

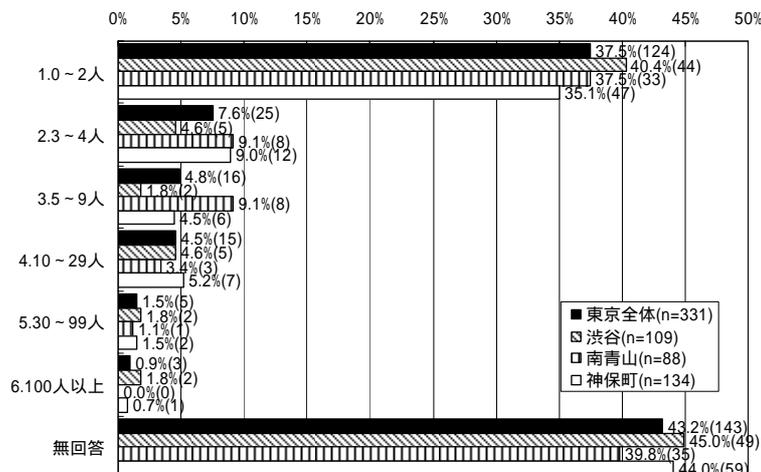
これを地区別で見ると、特に南青山において4人以下の小規模事業所が6割と多く、その内訳は「企画・研究」「設計・デザイン」「販売・サービス提供」が主となっている。

図表1 - 1 - 8 調査対象企業の事業所規模（現在の正社員数）【Q1 - 4】



臨時雇用（パート、アルバイト）数については、東京全体では「0～2人」との回答が約4割と最も多く、次いで「3～4人」「5～9人」の順である。回答事業所は、臨時雇用者の少ない、比較的小規模な事業所が多いためと考えられる。また、際だった地区間の差は見られない。

図表1 - 1 - 9 調査対象企業の事業所規模（現在の臨時雇用者数）【Q1 - 4】

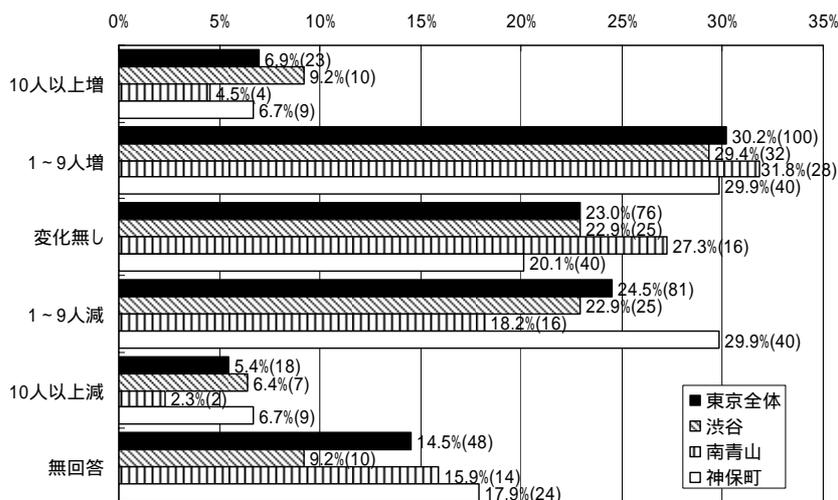


立地当時との変化

事業所規模の立地当時との変化をここでは見てみる。東京全体では、約37%の事業所で正社員数が増加したと回答している。変化無しとの回答は23%、減少したとの回答は約30%である。

これを地区別でみると、特に南青山において、増加との回答が、減少との回答を目立って上回っており、南青山エリアに立地してから成長した企業が多いことが伺える。

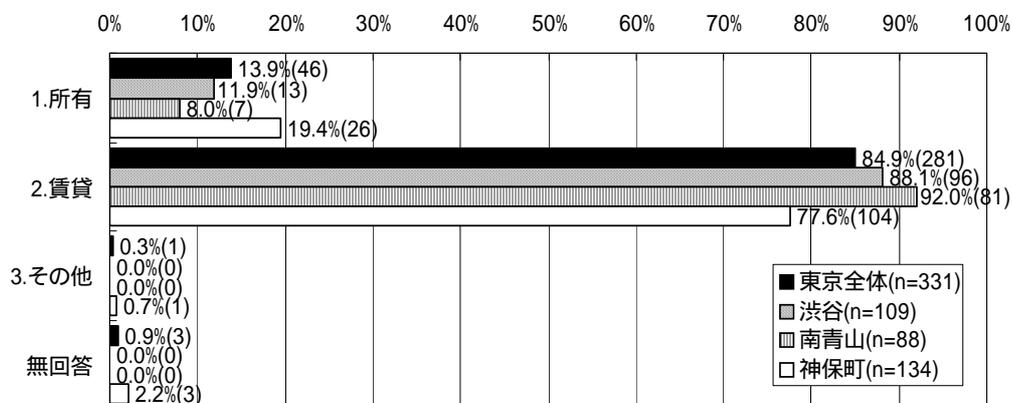
図表 1 - 1 - 10 調査対象企業の現在と立地当時の正社員数の増減【Q1 - 4】



(7) 事業所が入居しているフロアの所有形態【Q1 - 5】

全体的に見て、回答事業所の8割以上が賃貸のフロアに事業所を置いている。ただし、自社所有のフロアに事業所をおいているとの回答もわずかにあり、神保町で比較的多く19.4%、渋谷で11.9%、南青山で8.0%となっている。

図表 1 - 1 - 11 事業所が入居しているフロアの所有形態【Q1 - 5】



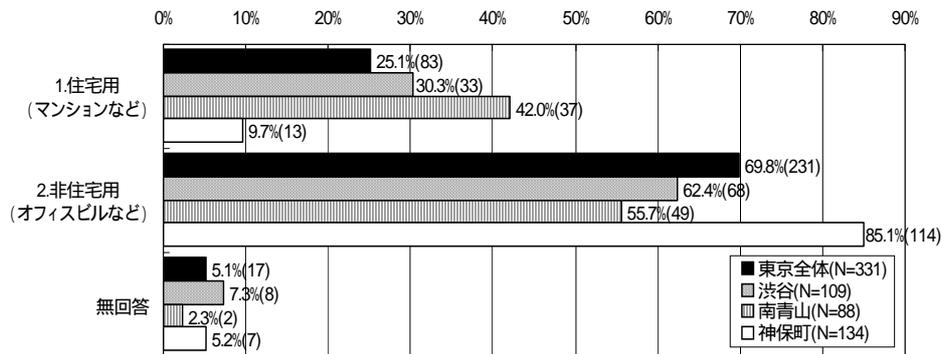
企業アンケート結果(国内)

(8) 事業所が入居しているフロアの本来の利用目的【Q 1 - 6】

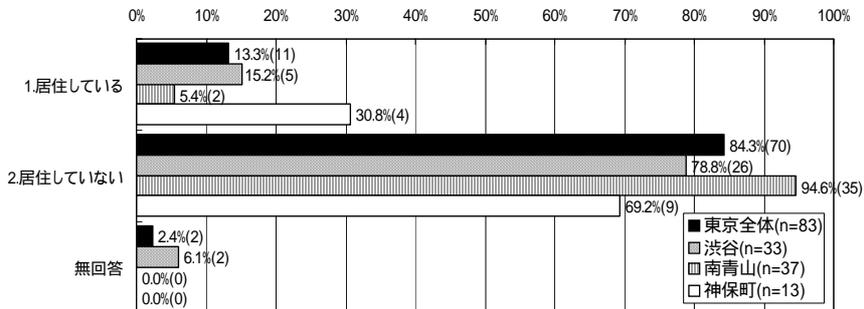
図表 1 - 1 - 12 は、事業所が入居しているフロアが、もともとオフィス用等の「非住宅用」のものであったか、マンションに事務所を置くなど「住宅用」のものを利用、転用したものであるかを質問した回答である。その結果「住宅用」との回答が、東京全体で約 4 分の 1 あり、特に南青山では 4 割以上となっている。逆に、神保町では約 1 割と少ない。

図表 1 - 1 - 13 は、事業所が入居しているフロアに居住しているかどうか(= 事務所が住居兼用か) を質問した回答である。その結果「居住していない」との回答が大多数であった。地区別で見ると、神保町に「居住している」との回答が比較的多く、逆に南青山では少なかった。

図表 1 - 1 - 12 事業所が入居しているフロアの本来の利用目的【Q 1 - 6】



図表 1 - 1 - 13 事業所が入居しているフロアの居住利用【Q 1 - 6】

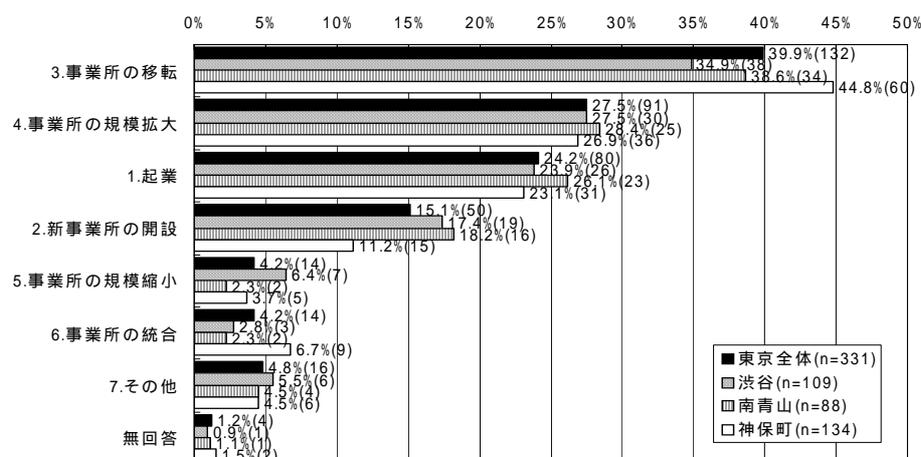


(9) 現所在地への立地経緯【Q 1 - 7】

現所在地への立地経緯は、東京全体では「事業所の移転」が全体の約 4 割で最も多く、次いで「事業所の規模拡大」、「起業」、「新事業所の開設」の順となっている。

これを地区別で見ると、東京全体と比べて割合の高いものとして、「事業所の移転」の神保町、「起業」の南青山、「事業所の規模縮小」の渋谷、「事業所の統合」の神保町、割合の低いものとして「新事業所の開設」の神保町が目につく。

図表 1 - 1 - 14 現所在地への立地経緯【Q1 - 7】



この結果を業務内容別に見ると、「事務」では「事業所の統合」の割合が高く「事業所の移転」が次いでいる。「営業」では「新事業所の開設」が高く「事業所の統合」「事業所の規模縮小」が次ぐ、「企画・研究」では「事業所の規模縮小」「事業所の移転」「事業所の規模拡大」がやや高い。「販売・サービス提供」では「事業所の規模拡大」がやや高くなっている。このことから、新事業所の開設時には「営業」を重視して現立地場所を選択し、「事務」「企画・研究」等の本社機能等は、事業所の拡大・縮小、移転の際に何らかの理由で、現所在地に立地場所を選択したことが見て取れる。

図表 1 - 1 - 15 現所在地への立地経緯（業務内容別）【Q1 - 2 × Q1 - 7】

		Q1-7.現所在地への立地の経緯 (MA)						
		合計	1.起業	2.新事業所の開設	3.事業所の移転	4.事業所の規模拡大	5.事業所の規模縮小	6.事業所の統合
Q1-2.主な業務内容 (MA)	1.事務 n=121	37.0%	33.3%	32.7%	42.3%	39.8%	14.3%	78.6%
	2.営業 n=120	36.7%	29.5%	42.9%	40.0%	40.9%	42.9%	64.3%
	3.企画・研究 n=89	27.2%	23.1%	24.5%	33.1%	31.8%	35.7%	21.4%
	4.設計・製図・デザイン n=81	24.8%	26.9%	16.3%	26.2%	26.1%	21.4%	14.3%
	5.ソフト制作 n=31	9.5%	3.8%	6.1%	10.8%	14.8%	14.3%	14.3%
	6.物品の製造 n=24	7.3%	6.4%	8.2%	8.5%	6.8%	0.0%	14.3%
	7.販売・サービス提供 n=84	25.7%	25.6%	28.6%	27.7%	34.1%	28.6%	7.1%
	8.接客・窓口業務 n=24	7.3%	11.5%	14.3%	6.2%	8.0%	0.0%	21.4%

(注) 1. 無回答分を除いた割合を示している。
 2. 表頭・表側とも複数回答 (MA) で、合計欄は 100% にならない。
 3. 太字の割合は全体より 5 ポイント以上高いものを示しているもの。

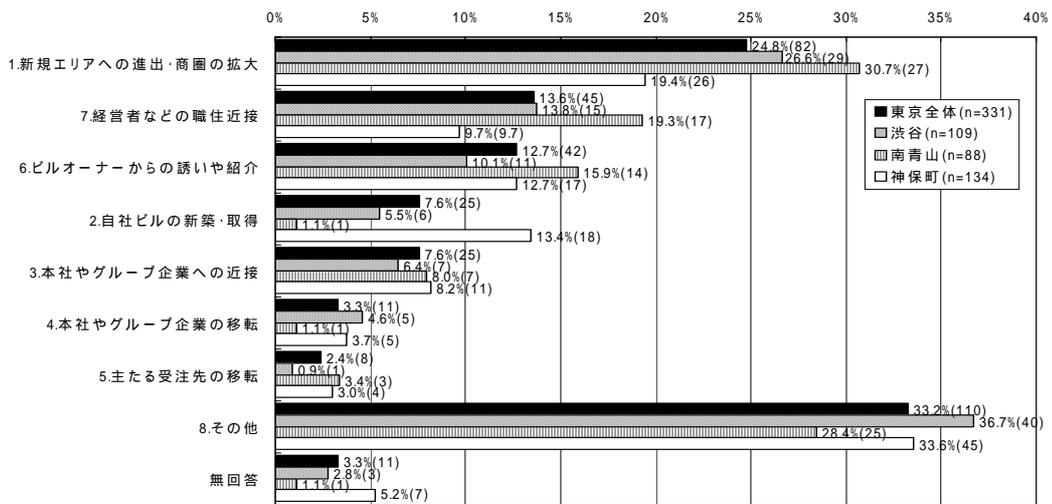
企業アンケート結果(国内)

(10) 現所在地に立地した理由【Q1 - 8】

現所在地に立地した理由をみると、東京全体では「新規エリアへの進出・商圏の拡大」が全体の約4分の1で最も多く、次いで「経営者などの職住近接」「ビルオーナーからの誘いや紹介」の順となっている。

これを地区別でみると、東京全体と比べて割合の高いものとして、「新規エリアへの進出・商圏の拡大」の「経営者などの職住近接」の南青山、「自社ビルの新築・取得」の神保町、割合の低いものとして「経営者などの職住近接」の神保町、「自社ビルの新築・取得」「本社やグループ企業の移転」の南青山、「主たる受注先の移転」の渋谷が目につく。

図表1 - 1 - 16 現所在地に立地した理由【Q1 - 8】



さらに、この結果を業務内容別に見ると、「事務」では「本社やグループ企業の移転」の割合が高く「本社やグループ企業への近接」「自社ビルの新築・取得」が次いでいる。「営業」では「新規エリアへの進出・商圏の拡大」が高く「自社ビルの新築・取得」「ビルオーナーからの誘いや紹介」が次ぐ、「企画・研究」「ソフト制作」「物品の製造」では「本社やグループ企業の移転」がやや高い。「設計・製図・デザイン」は「主たる受注先の移転」の割合が高い。「販売・サービス提供」では「本社やグループ企業への近接」が高く「ビルオーナーからの誘いや紹介」「経営者などの職住近接」「新規エリアへの進出・商圏の拡大」の順で次いでいる。

これらの結果より、次のようなことが見て取れる。「事務」や「企画・研究」「ソフト制作」等の研究、製造機能は、本社やグループ企業の立地選択動向が影響している。「営業」では、自社ビルに新築も含め、新規エリアへの進出を重視し立地場所を選択している。「販売・サービス提供」では進出する新規エリアと、既存の本社やグループ企業の近接の、双方が立地選択の際に重視される。「設計・製図・デザイン」は、受注先の場所が立地選択に影響している。

図表 1 - 1 - 17 現所在地に立地した理由(業務内容別)【Q1-2×Q1-8】

	Q1-8.現所在地への立地の理由(MA)							
	合計	1.新規エリアへの進出・商圏の拡大	2.自社ビルの新築・取得	3.本社やグループ企業への近接	4.本社やグループ企業の移転	5.主たる受注先の移転	6.ビルオーナーからの誘いや紹介	7.経営者などの職住近接
1.事務 n=117	36.6%	30.8%	41.7%	41.7%	45.5%	25.0%	34.1%	36.4%
2.営業 n=118	36.9%	52.6%	50.0%	33.3%	27.3%	12.5%	41.5%	31.8%
3.企画・研究 n=88	27.5%	23.1%	16.7%	16.7%	45.5%	12.5%	31.7%	36.4%
4.設計・製図・デザイン n=80	25.0%	21.8%	16.7%	20.8%	27.3%	50.0%	17.1%	20.5%
5.ソフト制作 n=31	9.7%	5.1%	8.3%	4.2%	27.3%	0.0%	9.8%	13.6%
6.物品の製造 n=23	7.2%	6.4%	16.7%	0.0%	18.2%	12.5%	14.6%	6.8%
7.販売・サービス提供 n=82	25.6%	33.3%	29.2%	50.0%	18.2%	12.5%	36.6%	36.4%
8.接客・窓口業務 n=23	7.2%	3.8%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	4.9%	13.6%

(注) 1. 無回答分を除いた割合を示している。
 2. 表頭・表側とも複数回答(MA)で、合計欄は100%にならない。
 3. 太字の割合は全体より5ポイント以上高いものを示しているもの。

特に、「設計・製図・デザイン」や「ソフト製作」では、「その他」の回答割合が高いが、自由記入の主な内容は以下の通りである。

【設計・製図・デザイン】

- ・受注先・取引先に近接するため(交通環境の改善を含む)【7】
- ・立地による利便性が高いため【4】
- ・前事業所の建替えや立ち退きのため【2】
- ・デザイナーのオフィスが青山近辺に集中しているから
- ・SOHOの業務形態のため

【ソフト製作】

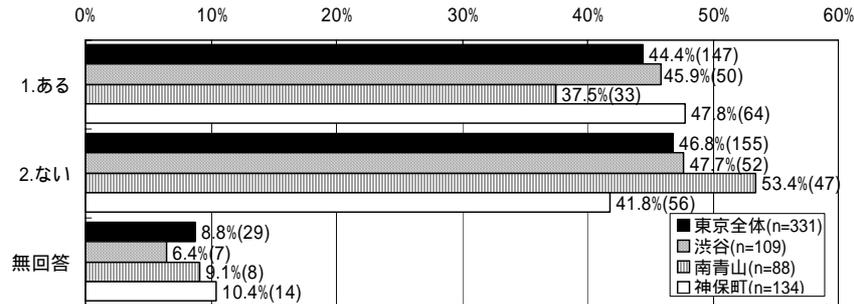
- ・交通が便利のため
- ・事務所家賃軽減のため

企業アンケート結果(国内)

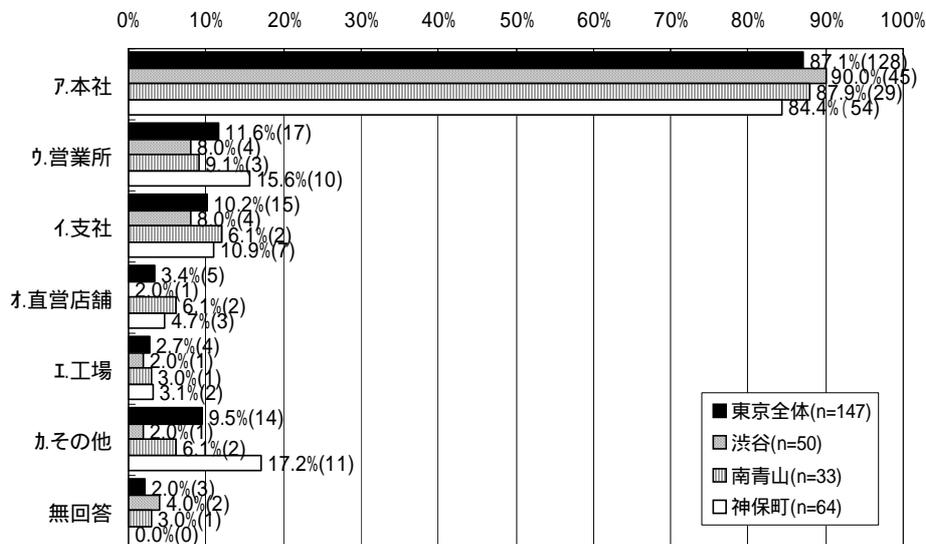
(1 1) 23 区内における本社、関連事業所等の立地【Q 1 - 9】

図表 1 - 1 - 18 に示す通り、回答事業所の約半数が、23 区内に本社、関連事業所を置いている。また、図表 1 - 1 - 19 に示す通り、その 23 区内にある、本社、関連事業所等の種類については、約 9 割で「本社」を置いているとの回答があった。また、本社以外では「営業所」「支社」が、それぞれ 1 割程度あり、「直営店舗」「工場」を置いているとの回答は 5 %以下であった。

図表 1 - 1 - 18 23 区内における本社、関連事業所等の立地の有無（本社・事業所等）【Q 1 - 9】



図表 1 - 1 - 19 23 区内に立地する本社、関連事業所等【Q 1 - 9】

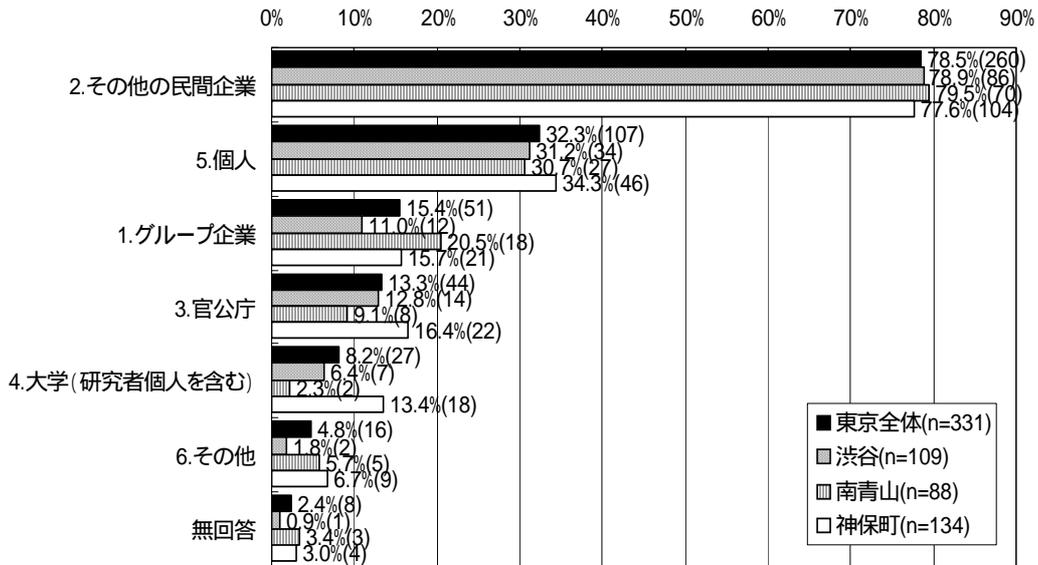


(注) 複数回答 (MA) で、合計は 100%にならない。

(12) 主な受注先(顧客)【Q1-10】

回答事業所の主な受注先(顧客)について質問した回答は以下に示す通りである。8割弱が「その他民間企業」を受注先としており、次いで「個人」が3割強、以下「グループ企業」「官公庁」「大学」となる。なお、若干ではあるが、神保町において、他2地区と比較して「官公庁」「大学」との回答が多い。

図表1-1-20 主な受注先【Q1-10】



(注) 複数回答(MA)で、合計は100%にならない。

企業アンケート結果(国内)

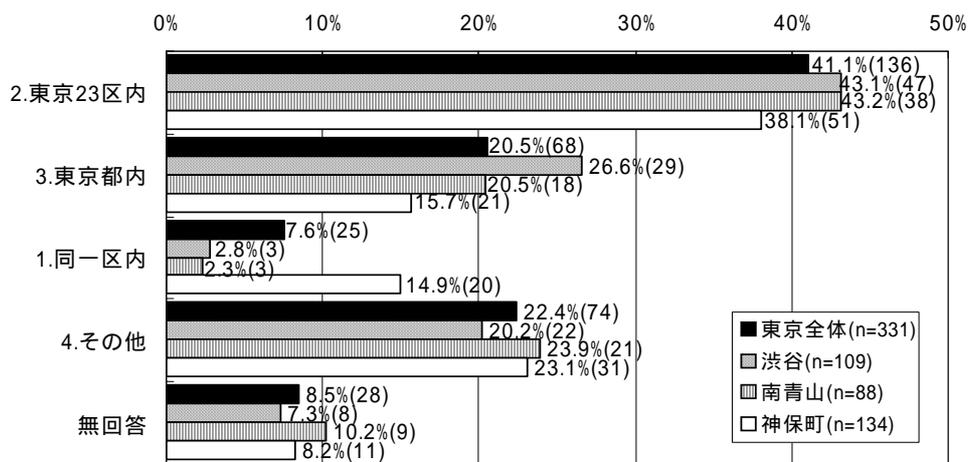
(13) 主な受注先(顧客)と発注先(委託先)の所在地【Q1-11】

主な受注先(顧客)の所在地

主な受注先(顧客)へのアクセスの良さは、事業所の立地場所選択に影響を与えると予想される。その所在地について質問した回答を以下に示す。

全体的に「東京23区内」が約4割と最も多く、次いで、東京都以外の「その他」、23区外の「東京都内」が約2割である。「同一区内」については、東京全体で7.6%と最も少ないが、神保町の事業所に限って見れば14.9%と他2地区より高く、取引相手が近隣に集中している様子が見て取れる。

図表1-1-21 主な受注先(顧客)の所在地【Q1-11-1】

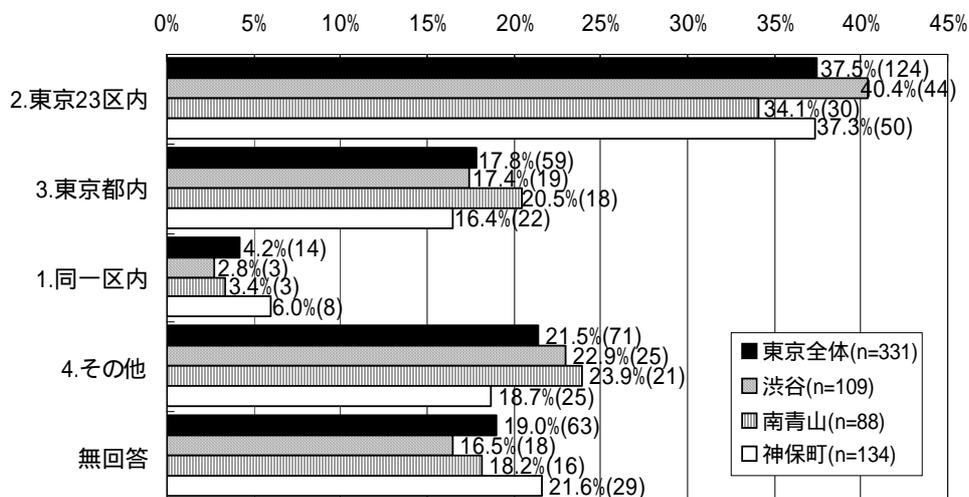


主な発注先(委託先)の所在地

受注先(顧客)と同様に、発注先(委託先)へのアクセスの良さも、事業所の立地場所選択に影響を与えると予想される。その所在地について質問した回答を以下に示す。

全体的に「東京23区内」が4割近くと最も多く、次いで、「その他」が2割強、「東京都内」が2割弱である。「同一区内」は最も少ないが、やはり神保町の事業所に限って見れば、他2地区より高く、取引相手が近隣に集中している様子が見て取れる。

図表1-1-22 主な発注先(委託先)の所在地【Q1-11-2】



2. 立地選択場所の探し方【Q2 - 1 ~ Q2 - 3】

2 - 1. 探し始めた際の優先順位【Q2 - 1】

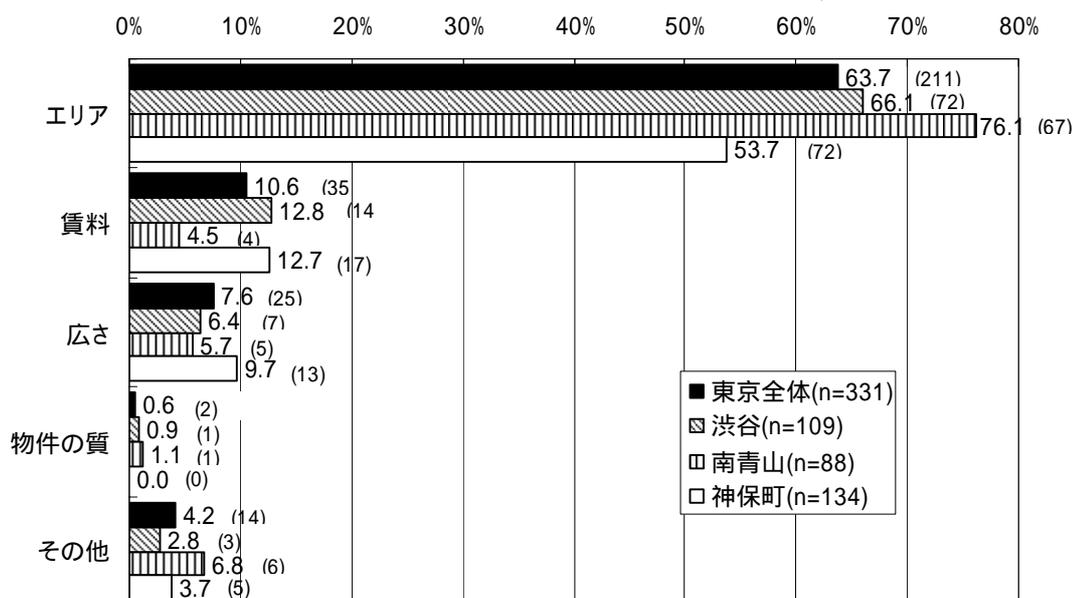
(1) 優先順位の第1位

図表1 - 1 - 23 において、事業所の立地場所を探した際の優先順位第1位についてみると、「エリア」を選択した割合が最も高く、次いで、「賃料」「広さ」「物件の質」の順となっている。

地区別では、南青山の「エリア」を重視する傾向が顕著である(76.1% : 対東京全体比+12.4ポイント)。

「その他」を第1位とした事業所が東京全体で14社あったが、具体的内容としては、「方位」としたところが2社(いずれも南青山) 職住一体としたところが2社(渋谷、神保町)あった。他には、「親会社への近さ」「主たる受注先への近接」「同業者が集まっているため」「共同作業企業と同一のビル」「地域に根ざした生活をしてきたから」「銀行、郵便局等の利便性」「一戸建」というものであった。第3位とした事業所の回答ではあるが、「銀行担保物権としての価値」という視点も見られた。

図表1 - 1 - 23 立地場所を探した際の優先順位(第1位)【Q2 - 1】

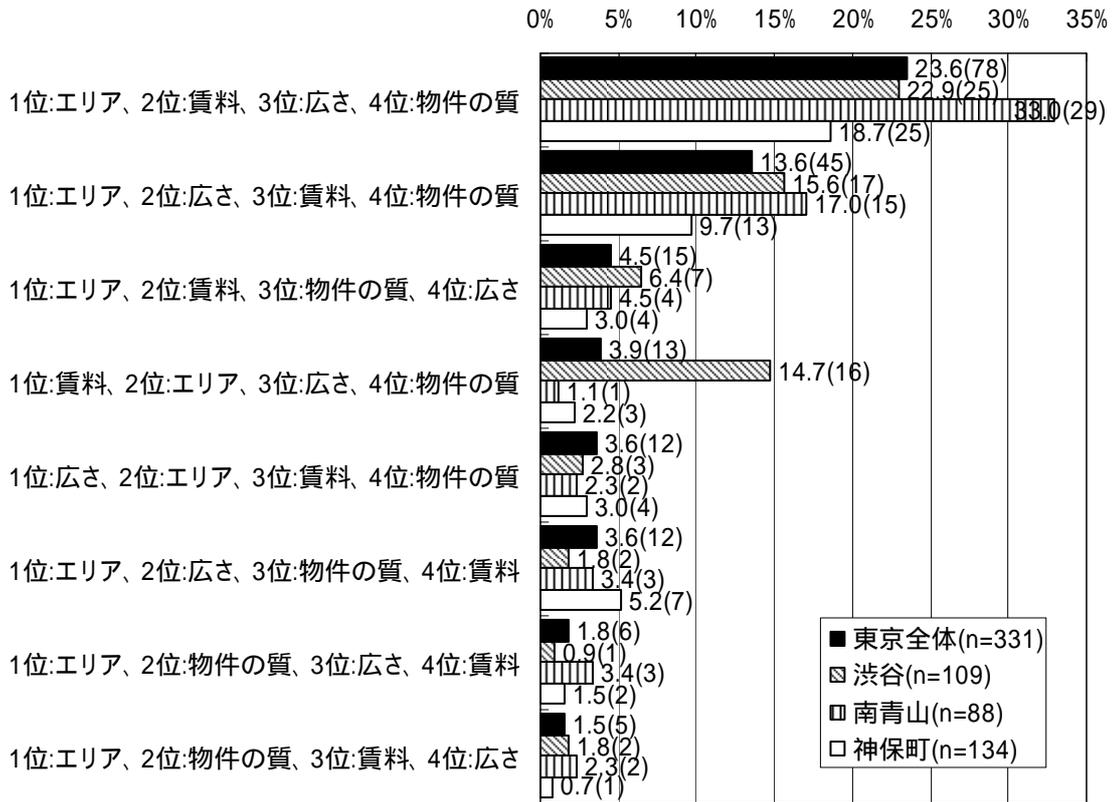


企業アンケート結果(国内)

(2) 優先する組合せ

図表1 - 1 - 24 は、1 ~ 4 位の組合せの上位 8 通りを示している。最も多い組合せは「エリア>賃料>広さ>物件の質」で、特に、南青山にこの傾向が強い。また、渋谷で「賃料>エリア>広さ>物件の質」の割合の高さは特徴的である。

図表1 - 1 - 24 立地場所を探した際の優先順位 (上位の主な組み合わせ) 【Q2 - 1】



(3) 立地経緯と優先順位

現所在地へ立地した経緯との関係を見ると、全体と比べ、「起業」の場合に「エリア」を、「事業所の規模拡大」の場合に「広さ」を第1位とする割合が高いことがわかる。また、「事業所の規模縮小」の場合に「エリア」を第1位とする割合が低く、「賃料」を第1位とする割合が高いことがわかる。

図表1-1-25 立地場所を探した際の優先順位(現所在地への立地経緯別)【Q1-7×Q2-1】

	合計	Q2-1.立地場所を探した際の優先順位 第1位				
		エリア	広さ	賃料	物件の質	
全体	273 100.0%	211 77.3%	25 9.2%	35 12.8%	2 0.7%	
Q1-7.現所在地への立地経緯 (MA)	1.起業	65 100.0%	59 90.8%	0 0.0%	6 9.2%	0 0.0%
	2.新事業所の開設	39 100.0%	31 79.5%	3 7.7%	4 10.3%	1 2.6%
	3.事業所の移転	113 100.0%	82 72.6%	13 11.5%	17 15.0%	1 0.9%
	4.事業所の規模拡大	78 100.0%	55 70.5%	15 19.2%	7 9.0%	1 1.3%
	5.事業所の規模縮小	13 100.0%	7 53.8%	0 0.0%	6 46.2%	0 0.0%
	6.事業所の統合	12 100.0%	9 75.0%	2 16.7%	1 8.3%	0 0.0%

(注) 全体と10ポイント以上の差があるものを太字にした。

(4) 業種と優先順位

業種との関係を見ると、全体と比べ、「物品の製造」では「エリア」を第1位とする割合が低く、「賃料」を第1位とする割合が高いことがわかる。また、「接客」では、「起業」の場合に「エリア」を1位とする割合が高いことがわかる。一方、コンテンツ・コンセプトに関わりが深い業種として「企画・研究」「設計・製図・デザイン」「ソフト制作」を見てみると、「企画・研究」では「賃料」を第1位とする割合が、「ソフト制作」では、「広さ」を第1位とする割合が、比較的高いことがわかる。

図表1-1-26 立地場所を探した際の優先順位(主な業務内容別)【Q1-2×Q2-1】

	合計	Q2-1.立地場所を探した際の優先順位 第1位				
		エリア	広さ	賃料	物件の質	
全体	273 100.0%	211 77.3%	25 9.2%	35 12.8%	2 0.7%	
Q1-2.主な業務内容(MA)	1.事務	98 100.0%	79 80.6%	7 7.1%	11 11.2%	1 1.0%
	2.営業	98 100.0%	72 73.5%	3 3.1%	22 22.4%	1 1.0%
	3.企画・研究	77 100.0%	57 74.0%	5 6.5%	14 18.2%	1 1.3%
	4.設計・製図・デザイン	70 100.0%	53 75.7%	8 11.4%	9 12.9%	0 0.0%
	5.ソフト制作	27 100.0%	19 70.4%	4 14.8%	4 14.8%	0 0.0%
	6.物品の製造	20 100.0%	13 65.0%	2 10.0%	5 25.0%	0 0.0%
	7.販売・サービス提供	70 100.0%	61 87.1%	3 4.3%	6 8.6%	0 0.0%
	8.接客・窓口業務	19 100.0%	17 89.5%	1 5.3%	1 5.3%	0 0.0%

(注) 全体と10ポイント以上の差があるものを太字にした。

企業アンケート結果(国内)

2 - 2 . 立地選択時の候補エリアとそのイメージ【Q2 - 2】

現在の立地場所を選択した際に、各事業所が立地場所を含む周辺エリアに抱いたイメージは以下に示すとおりであり、それぞれ明確なイメージの相違が見られる。

いわゆる「渋谷エリア」については、特に交通利便性が優れており、IT 産業やベンチャー系企業などが集積し、若年層で賑わう街というイメージである。また、いわゆる「南青山エリア」については、“クリエイティブ”“お洒落”“感度が高い”など極めて洗練された街というイメージである（交通利便性や同業者集積に対するイメージは高くない。さらに、いわゆる「神保町エリア」については、出版・書籍関連業の集積が多い“本の街・出版の街”、あるいは、文化的・歴史的で“文化が薫る街”、“学生の街”というイメージを持つと同時に、交通利便性が極めて高い割に家賃等が安価というイメージがある。

渋谷（桜丘町とその周辺）に立地している事業所が持つ「渋谷エリア」のイメージ	南青山5，6丁目に立地している事業所が持つ「南青山エリア」のイメージ	神田神保町1，2丁目に立地している事業所が持つ「神保町エリア」のイメージ
<p>交通利便性がよい(42件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ターミナル駅でありアクセスが良い ・従業員の通勤や営業にも便利である ・顧客にとって利便性がよい ・人が集まりやすい ・乗換えが容易で通勤に便利 ・JR、営団地下鉄、東横線等(複数交通機関が乗入れ)交通利便性が高い ・山手線沿線であるためアクセスが良い <p>同業者をはじめ各種業種の集積が多い(13件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・小さな企業が多い地域で業種も多く、現在の職種が活かせると考えた ・ベンチャー企業の集合地帯 ・IT業界中心の街のイメージ(いわゆるピットパレー) ・関連企業やグループ企業が集まっている ・得意先とコンタクトがとりやすい ・情報の集まる場所であるので、仕事柄リサーチするのに便利 <p>(若い)消費者が集まる(10件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若年層の消費者が集まる街 ・感度の高い消費者が集まる街 ・商業地域 ・集客状況が良好 <p>若者の街(9件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若者が集まる街、流行の会社(業種)が集まる街 ・若者に対する情報の発信地 ・幅広い層の情報が得られる。首都圏エリアの人が集まる街 ・就労求職者に対するイメージが良く、若い求職者が集まりやすい <p>家賃が安い(2件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・それほど家賃は高くない ・良い物件が多い 	<p>クリエイティブ、お洒落、感度が高く、洗練された街(43件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・会社のイメージアップがはかれる洒落たイメージ ・広告、コミュニケーションワーク、コンサルティング等の事業にふさわしいイメージ ・当初は南青山のブランド名にて仕事がやりやすかった。 ・対外的(特にクライアントに対して)にイメージのよい地域で業界同種が多い ・顧客に対するイメージが良い。委託先が集中している(デザイン、ミュージック関係) ・クリエイティブ、先端の情報のイメージ ・最新情報の発信地で、街のイメージの信用度があり、雇用の際に人材が集めやすい ・新事業への企画立案に最適の環境エリア ・トレンド発進地区。一般的に知名度、好感度が高い ・ブランド知名度の高さ ・高級ブランドの発信地 ・デザインの最先端、お洒落、洗練された街 ・美的センス、高級感、都会の静けさを持つ ・人が来るのに楽しめる場所 ・ファッション・ブランドの街 ・ファッションビジネスの拠点として相応しい ・感度の高い消費者が集まる街 ・高感度、インターナショナルな街 <p>交通利便性がよい(17件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先数社に行き来しやすい場所 ・社員の通勤交通に便利 ・交通の便が良く、募集等人が集まりやすい ・銀座線他、多数の地下鉄が交差する表参道駅の利便性は高い <p>同業者やクライアントが多い(16件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・親会社、取引先に近接している ・仕事先が近く、情報量が多い ・ファッションやデザイン業界関係者が多い ・勢いのある関連業種、特に独立した個人のデザイナーのオフィスが集積している 	<p>同業者や関連業種の集積が多い(38件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・取引先、得意先に近い ・受注先が近く、関連業種が集積している ・受注先との交通の便が良い(都心の中心なので交通の便が良い) ・マスコミ(出版社、書籍店、情報会社等)の関連会社が集積 ・通信関連企業が多い <p>本の街、出版の街(21件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出版関係者の街 ・世界でたった一つの本の街 ・出版業に対しては最適地。多くの情報とメリットがある地域。他に代替地なし ・出版・書籍関連業の多い地域 ・専門書店が多く情報を得やすい ・資料(書籍)等が手に入りやすい地域 ・書店が多く、価格が安い <p>文化の薫る街(9件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・古い出版文化、美術、芸術の雰囲気がある ・品位がある、文化性が高い ・文化的、歴史的な街 ・アカデミック、印象が良い <p>学生の街(4件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学が多い <p>交通利便性がよい(36件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都内各方面への移動の交通の便が非常に良い ・東西線、半蔵門線、都営新宿線等が乗り入れており、顧客の交通の至便の地域 ・20分程度で顧客を訪問できる。 ・地下鉄、JR各駅が集中しており便利 ・交通の中心・ビジネス街 ・ビジネス街からの交通アクセスが比較的良好 ・東京駅や官公庁に近い <p>家賃等が安い(6件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・交通が便利な割に賃料が安く、手ごろな物件がある。 ・利便性が高く商店や飲食店なども安価

さらに、実際に立地したエリア以外に候補として考えていたエリアとそのイメージとして自由記入していただいた内容のうち、主なものを以下に挙げる。

《渋谷（桜丘町と周辺地域）への立地を選択した事業所》

- 新宿（４社）： 交通の便が良い、銀行・本屋等業務に必要な機関等が多い
- 青山（２社）： 同業者が多い、交通の便が良い、若い求職者が集まりやすい
- 恵比寿・代官山（２社）： 同業者が多い
- 六本木・パークヒルズ： 感度の高いオフィスワーカーの集まる街
- 千駄ヶ谷： 同業者が多い、交通の便がいい
- 銀座： 交通の便が良い、銀行・本屋等業務に必要な機関等が多い
- 目白周辺： 環境が良い

《南青山５，６丁目への立地を選択した事業所》

- 神宮前（４社）： 今勢いのある関連業種、特に独立した個人のデザイナーのオフィスが集積
トレンド発進地区、一般的に知名度、好感度が高い
- 渋谷（４社）（特に、駅周辺）： 若者の集まる街、お洒落、商業化されている、交通の便がよい。
西側が若者の街だが東側（宮益坂）は青山のイメージに近い
- 表参道（２社）： クライアントが多い、交通（地下鉄）の利便性が良い
- 西麻布： 変化が著しい、新しい建物が生まれている
- 自由ヶ丘： やや住宅地に近いイメージの良さ。移転当時、価格はあまり青山と変わらなかった。
- 代々木上原： オフィス環境が良さそう
- 恵比寿： 大規模商業施設等、外国文化との融合が感じられる
- 他に、銀座、赤坂、原宿

《神田神保町１，２丁目への立地を選択した事業所》

- 神田小川町（４社）： 移転前に近く交通が便利、受注先に近接（出版社等が多い街）
- 九段（４社）： 交通の便がよい（例えば、採用面）。電話番号の変更なしの地区、受注先の関係
- その他、都内の中心地 交通の便が良い、事務所適地等の理由から、千代田区そのもの、千代田区
の具体的な町名（例えば、内幸町、半蔵門、岩本町、一ツ橋、司町、綿町）を挙がっている。
- 千代田区以外としては、
- 銀座（２社）： 会社のイメージアップ、広告業が多い
- 上野： 美術館と隣接、交通面でもターミナル駅のある地域
- 渋谷

企業アンケート結果(国内)

2 - 3 . 候補エリアについて収集した情報と収集方法【Q 2 - 3】

(1) 候補エリアについて収集した情報

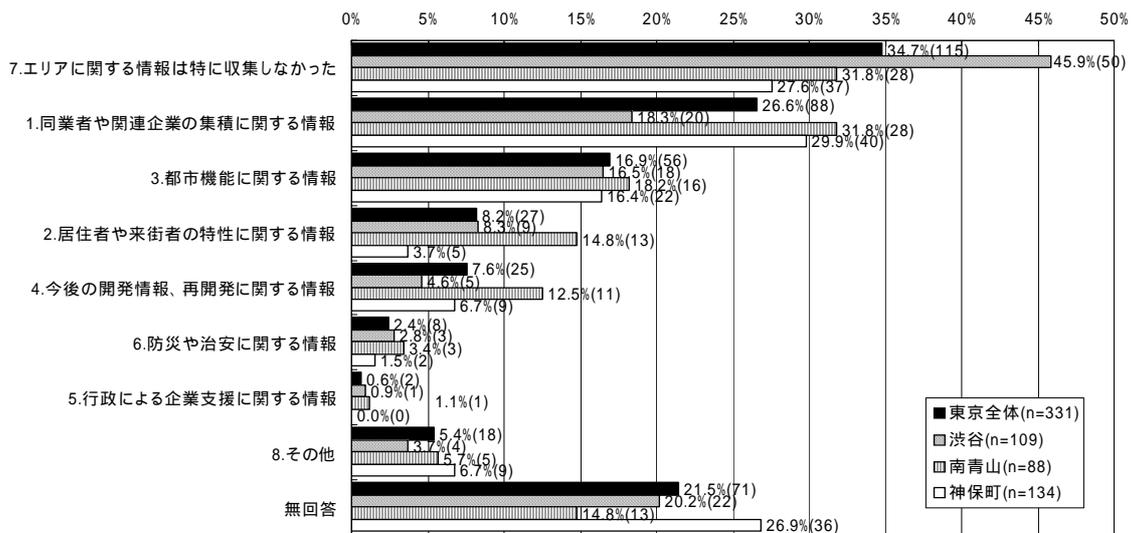
現所在地を選ぶ際、「候補エリアについて収集した情報」についてたずねた結果は図表 1 - 1 - 25 のとおりである。

東京全体で見ると、「7 . エリアに関する情報は特に収集しなかった」が 34.7%との回答が最も多く、以下、次いで、「1 . 同業種や関連企業の集積に関する情報」(26.6%) 「2 . 都市機能に関する情報」(16.9%) の順となっている。

情報収集に関しても、エリア毎に特色が見られ、例えば「南青山エリア」においては「1 . 同業種や関連企業の集積に関する情報」(31.8%)、「2 . 居住者や来街者の特性に関する情報」(14.8%) や、「4 . 今後の開発情報、再開発に関する情報」(12.5%) を、他エリアに比較して多く収集しており、また「神保町エリア」では「1 . 同業種や関連企業の集積に関する情報」(29.9%) を多く収集している。

このことから、候補エリアについて情報を収集する際にも、エリアの持つ特色やイメージを念頭において行っていることが考えられる。

図表 1 - 1 - 27 候補エリアについて収集した情報【Q 2 - 3】



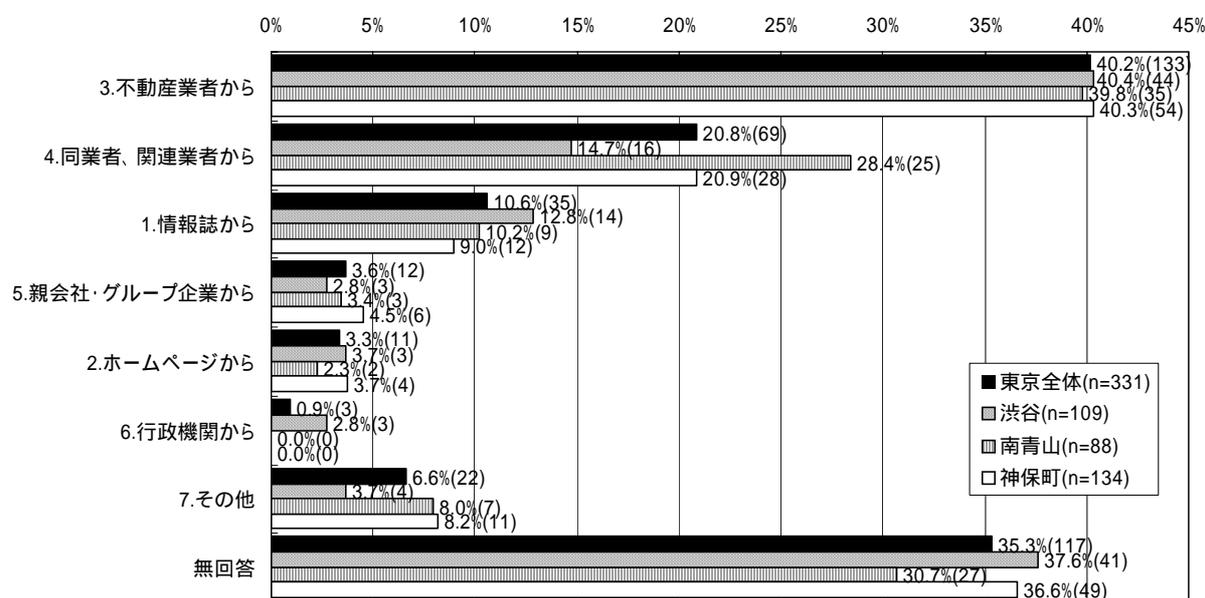
(2) 候補エリアについて情報の収集方法

現所在地を選ぶ際、「候補エリアについて情報の収集方法」についてたずねた結果は図表1-1-26のとおりである。

東京全体で見ると、「3.不動産業者から」が40.2%との回答が最も多く、以下、次いで、「4.同業者や関連業者から」(20.8%)、「1.情報誌から」(10.6%)の順となっている。

なお、情報の収集方法に関してもエリア毎に特色が見られ、例えば「南青山エリア」、「神保町エリア」においては「4.同業者や関連業者から」(南青山:28.4%、神保町20.9%)が多く、同業者、関連業者のつながりや、流行に関する認識が、情報収集方法にも反映されていると考えられる。逆に「渋谷エリア」では「1.情報誌から」(12.8%)が多く、独自に情報収集している傾向が見られる。

図表1-1-28 候補エリアについての情報の収集方法【Q2-3】



企業アンケート結果(国内)

3. 事業所の立地選択に関わる都市環境の条件【Q3～Q4】

3-1. 立地選択時に考慮した都市環境の条件【Q3】

(1) 考慮した都市環境の条件

現所在地を選ぶ際、「エリアや物件の周辺環境をどの程度考慮したか」についてたずねた結果は図表1-1-29のとおりである。

東京全体で、よく考慮されている都市環境の条件として、「とても考慮した」事業所と「やや考慮した」事業所の割合の合計が高いものを見ると、「都内交通の利用のしやすさ」が73.1%と最も高く、以下、「エリアの知名度やブランド力」、「受注先、顧客の近さ」、「広域交通網の利用しやすさ」、「発注先、委託先の近さ」が続いている。

一方、あまり考慮されていない都市環境の条件として、「あまり考慮しなかった」事業所と「全く考慮しなかった」事業所の割合の合計が高いものをみると、「医療機関、保育園等福祉サービスの充実」が67.1%と最も高く、以下、「公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」、「公的な誘致や支援の受けやすさ」、「ホテル・会議室等コンベンション機能の充実」、「大学・専門学校、各種スクール等の充実」、「歩道の移動しやすさ」が続いている。

【よく考慮されている都市環境の条件】

「とても考慮した」事業所と「やや考慮した」事業所の割合の合計が40%以上のもの

- 2. 都内の交通の利用しやすさ (73.1%)
- 13. エリアの知名度やブランド力 (52.6%)
- 8. 受注先、顧客の近さ (50.5%)
- 14. 街並み・景観等イメージ雰囲気の良さ (43.8%)
- 1. 広域交通網の利用しやすさ (42.6%)
- 7. 発注先、委託先の近さ (40.8%)

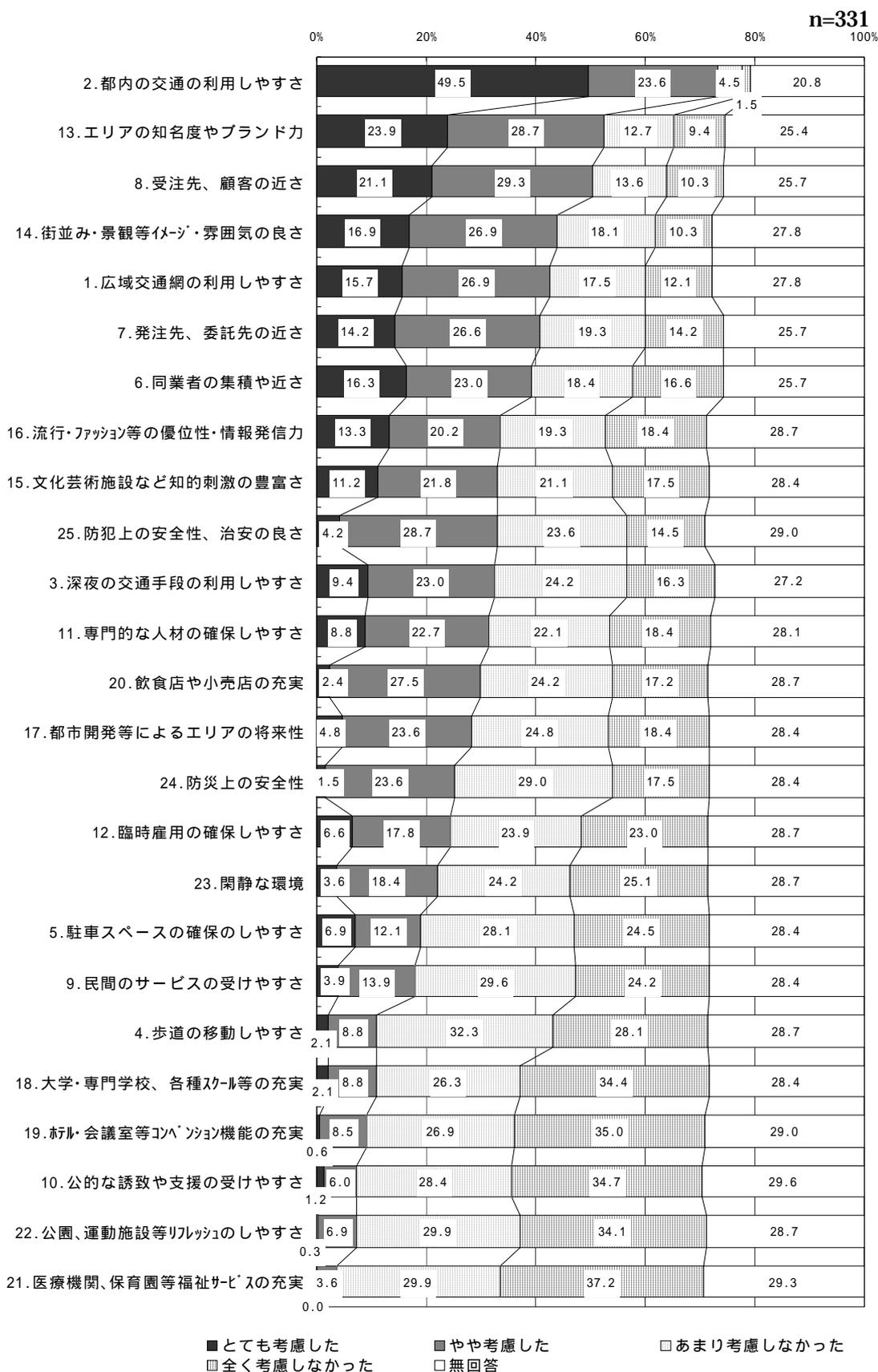
【あまり考慮されていない都市環境の条件】

「あまり考慮しなかった」事業所と「全く考慮しなかった」事業所の割合の合計が60%以上のもの

- 21. 医療機関、保育園等福祉サービスの充実 (67.1%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (64.0%)
- 10. 公的な誘致や支援の受けやすさ (63.1%)
- 19. ホテル・会議室等コンベンション機能の充実 (61.9%)
- 18. 大学・専門学校、各種スクール等の充実 (60.7%)
- 4. 歩道の移動しやすさ (60.4%)

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 29 現所在地への立地選択時に考慮した都市環境の条件 (東京全体) 【Q3】



企業アンケート結果(国内)

よく考慮されている都市環境の条件をエリア別に見てみると、上位5条件は以下の通りである。

【とても考慮した」事業所と「やや考慮した」事業所の割合の合計が高い上位5条件】

[渋谷]

- 2 . 都内の交通の利用しやすさ (75.3%)
- 13 . エリアの知名度やブランド力 (50.5%)
- 8 . 受注先、顧客の近さ (49.5%)
- 1 . 広域交通網の利用しやすさ (45.9%)
- 3 . 深夜の交通手段の利用しやすさ (34.9%)

[南青山]

- 2 . 都内の交通の利用しやすさ (80.8%)
- 13 . エリアの知名度やブランド力 (77.4%)
- 14 . 街並み・景観等イメージ雰囲気の良さ (71.6%)
- 16 . 流行、ファッションなどの優位性・情報発信力 (66.0%)
- 8 . 受注先、顧客の近さ (56.8%)

[神保町]

- 2 . 都内の交通の利用しやすさ (66.4%)
- 8 . 受注先、顧客の近さ (47.0%)
- 6 . 同業者の集積や近さ (41.8%)
- 1 . 広域交通網の利用しやすさ (38.8%)
- 7 . 発注先、委託先の近さ (38.8%)

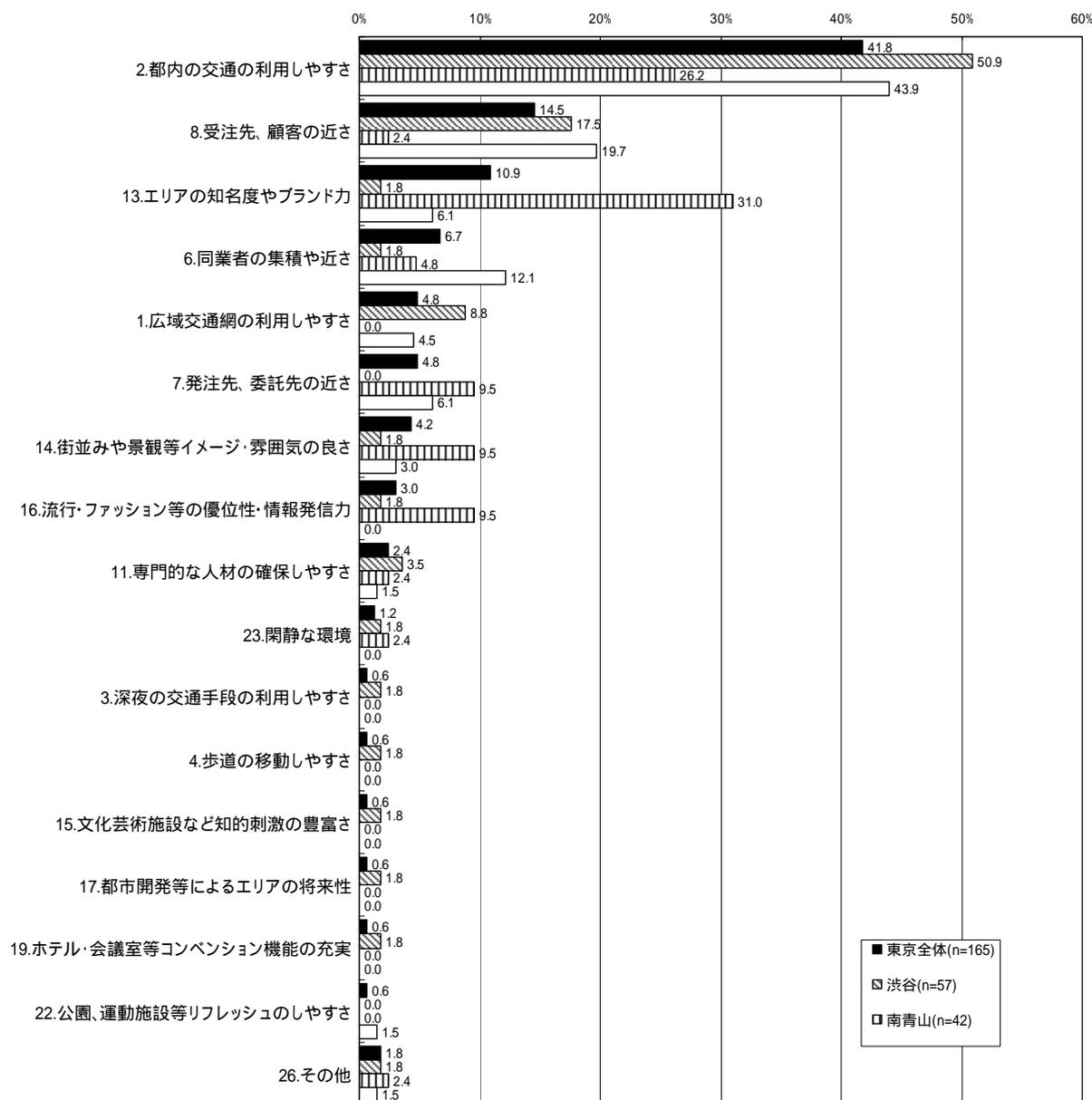
いずれのエリアも、東京全体と同様、「2 . 都内の交通の利用しやすさ」が第1位に来ているものの、東京全体で第2位となっている「13 . エリアの知名度やブランド力」については、神保町では第6位である。

東京全体の傾向に比べ、エリアの特徴が目立つものとしては、渋谷における「3 . 深夜の交通手段の利用しやすさ」(第5位)、南青山における「14 . 街並み・景観等イメージ雰囲気の良さ」(第3位)、神保町の「6 . 同業者の集積や近さ」(第3位)が挙げられる。これらからは、特に、渋谷に立地している事業所の交通利便性を考慮する傾向、南青山に立地している事業所の流行、ファッション、街並み等からくるエリアのブランド力を考慮する傾向、神保町に立地している事業所の受注先(顧客)、発注先(委託先)、同業者等との近さを考慮している傾向が見てとれる。

(2) 最も重視した都市環境の条件

同じQ3においては、考慮の程度とは別に、「最も重視した」条件を尋ねており、結果は図表1-1-30の通りである。なお、「その他」の内容は、「職住一体の生活(SOHO)」「家賃」「税務署、郵便局等公共機関が近い」であった。

図表1-1-30 現所在地への立地選択時に最も重視した都市環境の条件(東京全体・エリア別)【Q3】



(注) 1. 東京全体の割合が高い条件の順番。
2. 回答数が0の条件は除いている。

東京全体を見ると、「最も重視した」と回答した事業所の割合が10%以上の条件は3つしかない。しかも、「2. 都内の交通の利用しやすさ(41.8%)」だけがずば抜けており、以下、「8. 受注先、顧客の近さ(14.5%)」、「13. エリアの知名度やブランド力(10.9%)」と続く。「8. 受注先、顧客の近さ」や「13. エリアの知名度やブランド力」は、多くの事業所から考慮すべき条件として挙げられてはいるものの、最

企業アンケート結果(国内)

重視する割合は以外と低いことがわかる。

「都内交通の利用のしやすさ」が第1位であることは、「とても考慮した」「やや考慮した」を合計した割合と同様の傾向だが、それ以下の傾向は若干異なる。この関係を示したものが、図表1-1-31、である。

図表1-1-31 現所在地への立地選択時に考慮した条件と最重視した条件（東京全体）【Q3】

(単位: %、社)

割合 n=331	「とても考慮した」+「やや考慮した」	最重視	割合 n=165	実数
73.2	2.都内の交通の利用しやすさ	2.都内の交通の利用しやすさ	41.8	69
52.5	13.エリアの知名度やブランド力	8.受注先、顧客の近さ	14.5	24
50.5	8.受注先、顧客の近さ	13.エリアの知名度やブランド力	10.9	18
43.8	14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ	6.同業者の集積や近さ	6.7	11
42.6	1.広域交通網の利用しやすさ	1.広域交通網の利用しやすさ	4.8	8
40.8	7.発注先、委託先の近さ	7.発注先、委託先の近さ	4.8	8
39.3	6.同業者の集積や近さ	14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ	4.2	7
33.6	16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力	16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力	3.0	5
32.9	15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ	11.専門的な人材の確保しやすさ	2.4	4
32.9	25.防犯上の安全性、治安の良さ	23.閑静な環境	1.2	2
32.3	3.深夜の交通手段の利用しやすさ	3.深夜の交通手段の利用しやすさ	0.6	1
31.4	11.専門的な人材の確保しやすさ	4.歩道の移動しやすさ	0.6	1
29.9	20.飲食店や小売店の充実	15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ	0.6	1
28.4	17.都市開発等によるエリアの将来性	17.都市開発等によるエリアの将来性	0.6	1
25.1	24.防災上の安全性	19.ホテル・会議室等コンベンション機能の充実	0.6	1
24.5	12.臨時雇用の確保しやすさ	22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ	0.6	1
22.1	23.閑静な環境	5.駐車スペースの確保しやすさ	0.0	0
19.0	5.駐車スペースの確保のしやすさ	9.民間のサービスの受けやすさ	0.0	0
17.8	9.民間のサービスの受けやすさ	10.公的な誘致や支援の受けやすさ	0.0	0
10.9	4.歩道の移動しやすさ	12.臨時雇用の確保しやすさ	0.0	0
10.9	18.大学・専門学校、各種スクール等の充実	18.大学・専門学校、各種スクール等の充実	0.0	0
9.1	19.ホテル・会議室等コンベンション機能の充実	20.飲食店や小売店の充実	0.0	0
7.3	22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ	21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実	0.0	0
7.3	10.公的な誘致や支援の受けやすさ	24.防災上の安全性	0.0	0
3.6	21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実	25.防犯上の安全性、治安の良さ	0.0	0
2.4	26.その他	26.その他	1.8	3

エリア別には、以下の通りであり、エリア毎の特徴は、考慮の程度で見られたものと同様である。

【「最重視した」事業所の割合が10%以上の条件】

[渋谷]

- 2. 都内の交通の利用しやすさ (50.9%、29社)
- 8. 受注先、顧客の近さ (17.5%、10社)

[南青山]

- 13. エリアの知名度やブランド力 (31.0%、13社)
- 2. 都内の交通の利用しやすさ (26.2%、11社)

[神保町]

- 2. 都内の交通の利用しやすさ (43.9%、29社)
- 8. 受注先、顧客の近さ (19.7%、13社)
- 6. 同業者の集積や近さ (12.1%、8社)

3 - 2 . 現所在地の都市環境の条件についての評価【Q4 - 1】

(1) 現在地についての評価【Q4 - 1】

東京全体

立地後の現所在地に対する評価として、エリアや物件の周辺環境に対する満足度についてたずねた結果は図表1 - 1 - 32のとおりである。

東京全体の結果では、全体として、「とても満足」28.7%、「やや満足」45.0%、「どちらでもない」10.6%、「やや不満」3.9%、「とても不満」0.0%となっており、考慮して選択した立地場所について、おおむね満足している様子が見える。

これを、個別の都市環境の条件で見えていく。

満足している事業所が多い都市環境の条件として、「とても満足」と「やや満足」と回答した事業所の割合の合計が高いものを見ると、「都内交通の利用のしやすさ」が86.4%と非常に高く、以下、「エリアの知名度やブランド力」、「広域交通網の利用のしやすさ」、「深夜の交通手段の利用しやすさ」、「受注先、顧客の近さ」、「飲食店や小売店の充実」、「街並み・景観等イメージ・雰囲気の良い」、「同業者の集積や近さ」、「流行・ファッション等の優位性・情報発信力」が続いている。

一方、満足していない都市環境の条件として、「やや不満」と「とても不満」と回答した事業所の割合の合計が高いものを見ると、「駐車スペースの確保のしやすさ」が43.2%と最も高く、他の条件に対して20ポイント近く高い値を示している。以下、「公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」、「歩道の移動しやすさ」、「閑静な環境」、「防犯上の安全性、治安の良さ」、「防災上の安全性」が続いている。

【満足度の高い都市環境の条件】

「とても満足」と「やや満足」と回答した事業の割合の合計が40%以上のもの

- 2. 都内の交通の利用しやすさ (86.4%)
- 13. エリアの知名度やブランド力 (64.1%)
- 1. 広域交通網の利用しやすさ (62.3%)
- 3. 深夜の交通手段の利用しやすさ (54.1%)
- 8. 受注先、顧客の近さ (50.5%)
- 20. 飲食店や小売店の充実 (48.7%)
- 14. 街並み・景観等イメージ・雰囲気の良い (45.9%)
- 6. 同業者の集積や近さ (40.2%)
- 16. 流行・ファッション等の優位性・情報発信力 (40.2%)

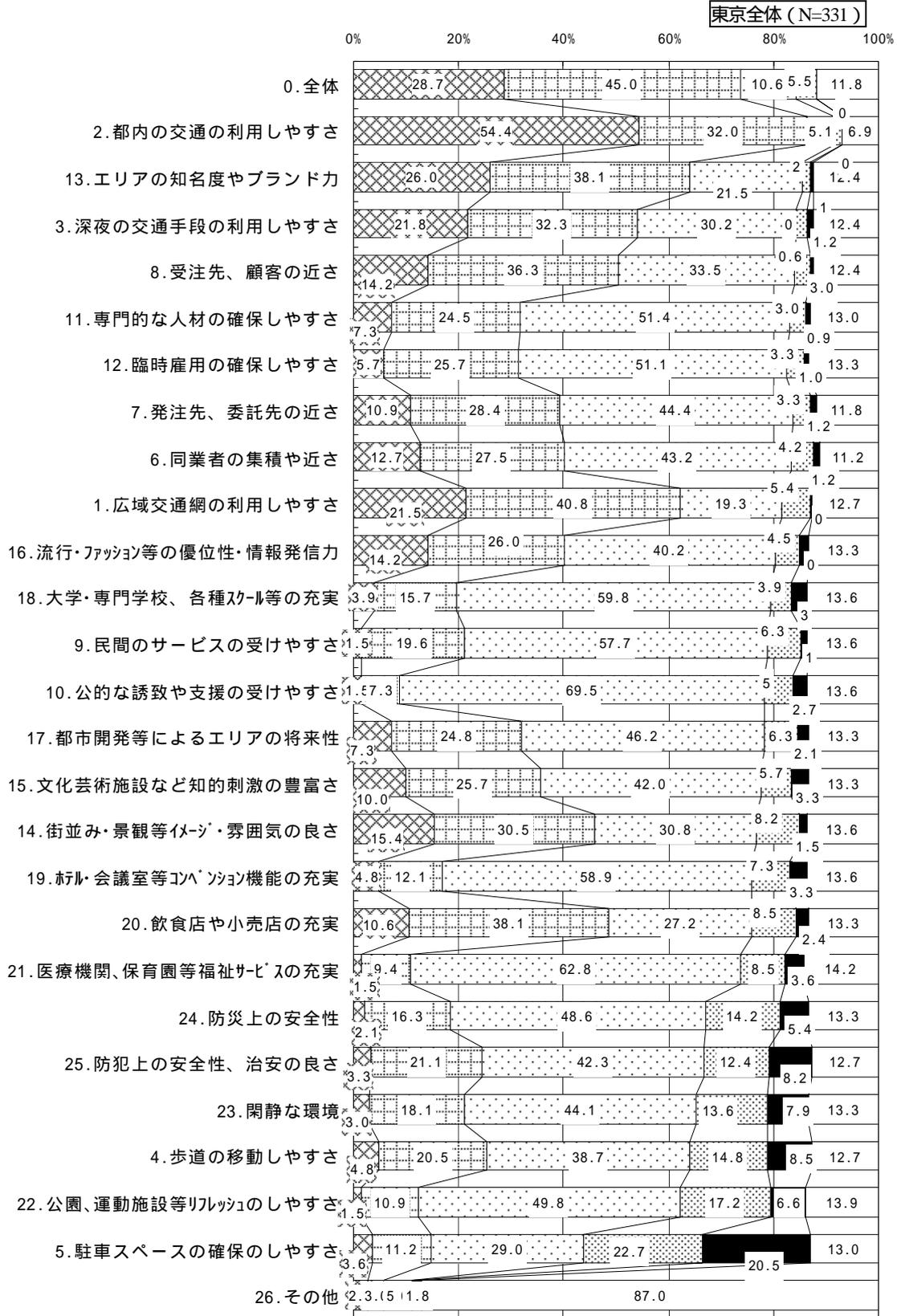
【不満度の高い都市環境の条件】

「やや不満」と「とても不満」と回答した事業の割合の合計が10%以上のもの

- 5. 駐車スペースの確保のしやすさ (43.2%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (23.8%)
- 4. 歩道の移動しやすさ (23.3%)
- 23. 閑静な環境 (21.5%)
- 25. 防犯上の安全性、治安の良さ (20.6%)
- 24. 防災上の安全性 (19.6%)
- 21. 医療機関、保育園等福祉サービスの充実 (12.1%)
- 20. 飲食店や小売店の充実 (10.9%)
- 19. ホテル・会議室等コンベンション機能の充実 (10.6%)

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 32 立地後の現所在地に対する評価 (東京全体) 【Q4 - 1】

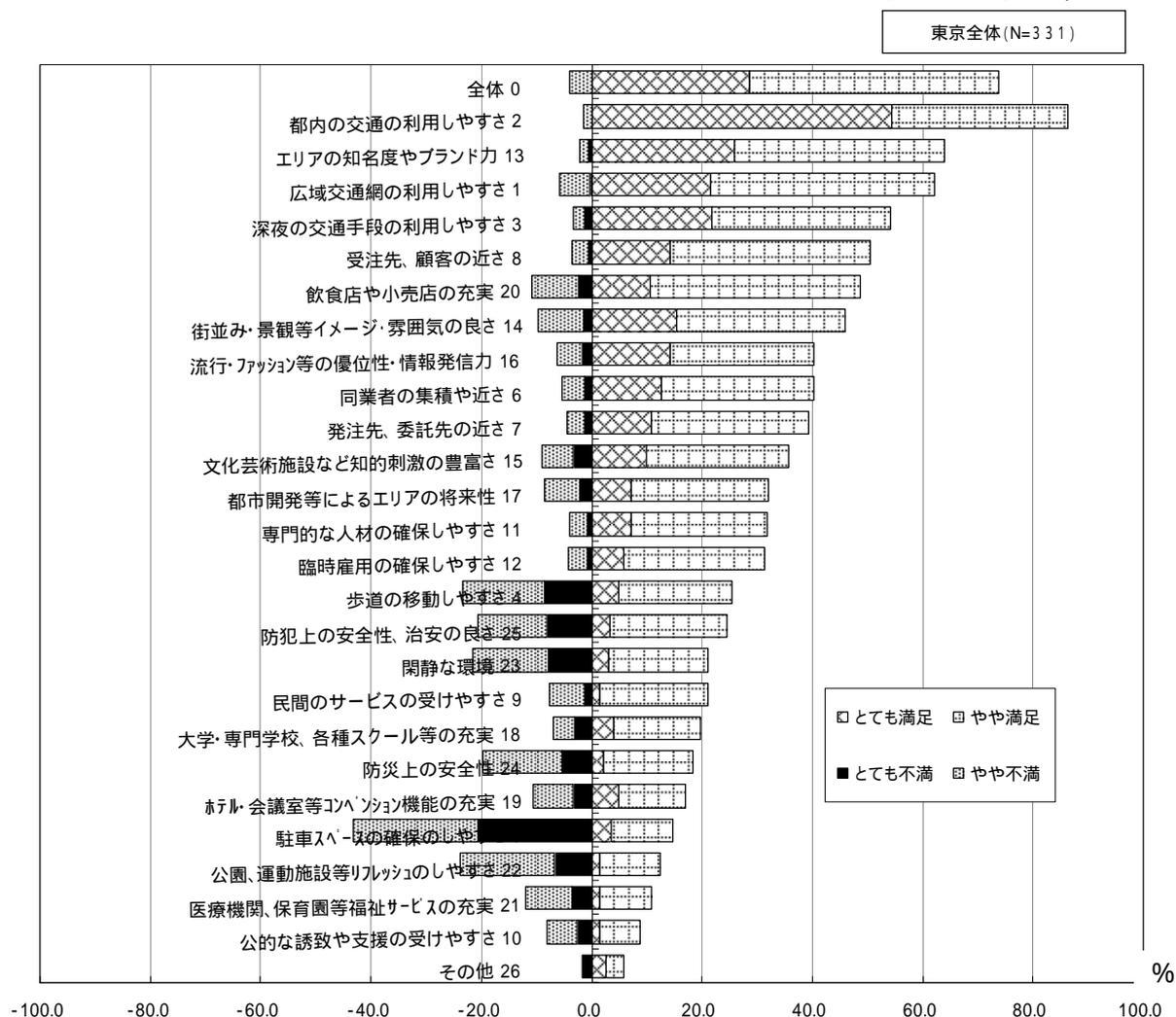


☐ とても満足 ☐ やや満足 ☐ どちらでもない ☐ やや不満 ■ とても不満 □ 無回答

図表1-1-33は、グラフの右側に「とても満足」「やや満足」と回答した事業所の割合を、左側には「とても不満」「やや不満」と回答した事業所の割合を示し、「とても満足」「やや満足」の割合の合計が多い順(同じ場合は、「とても満足」が多い順)に並べたものである。これを見ると、満足と回答した事業所の多い都市環境の条件が不満と回答した事業所が少ない都市環境の条件と一致するとは限らないことがわかる。

例えば、「4.歩道の移動しやすさ」「23.閑静な環境」「25.防犯上の安全性、治安の良さ」は、満足と回答した事業所の割合が最も低いレベルではないにもかかわらず、不満と回答した事業所の割合は高い。一方、「10.公的な誘致や支援の受けやすさ」は、満足と回答した事業所の割合も、不満と回答した事業所の割合も低いことから、あまり気にならない条件ではないかと考えられる。

図表1-1-33 現所在地の都市環境の条件についての満足と不満の関係(東京全体)【Q4-1】



(注) 1. 「とても満足」「やや満足」の割合の合計が多い順(同じ場合は、「とても満足」が多い順)に並べている。
 2. 「とても満足」「やや満足」と正の数値として、「とても不満」「不満」を負の数値としてグラフ化している。

企業アンケート結果(国内)

エリア毎の特徴

「とても満足」「やや満足」と回答した事業所の割合の高い都市環境の条件をエリア別に見てみると、上位5条件は以下の通りである¹。

【「とても満足」と「やや満足」と回答した事業所の割合の合計が高い上位5条件】

[渋谷]

2. 都内の交通の利用しやすさ (89.9%)
1. 広域交通網の利用しやすさ (67.0%)
13. エリアの知名度やブランド力 (60.6%)
3. 深夜の交通手段の利用しやすさ (59.6%)
8. 受注先、顧客の近さ (52.3%)

[南青山]

13. エリアの知名度やブランド力 (85.2%)
2. 都内の交通の利用しやすさ (84.1%)
14. 街並み・景観等イメージ雰囲気良さ (73.9%)
16. 流行、ファッションなどの優位性・情報発信力 (73.9%)
1. 広域交通網の利用しやすさ (52.3%)

[神保町]

2. 都内の交通の利用しやすさ (85.1%)
1. 広域交通網の利用しやすさ (64.9%)
20. 飲食店や小売店の充実 (57.5%)
3. 深夜の交通手段の利用しやすさ (55.2%)
13. エリアの知名度やブランド力 (53.0%)

渋谷と神保町では、東京全体と同様、「2. 都内の交通の利用しやすさ」が第1位に来ているものの、南青山では、東京全体で第2位となっている「13. エリアの知名度やブランド力」が第一位に来ているのが特徴的である。

南青山については、これだけではなく、東京全体では第7位の「14. 街並み・景観等イメージ雰囲気良さ」が第3位に、東京全体では第9位の「16. 流行、ファッションなどの優位性・情報発信力」が第4位に来ているなど、流行、ファッション、街並み等からくるエリアのブランド力についての評価が高いことがわかる。

渋谷については、「とても満足」「やや満足」の合計については、東京全体の傾向と大きくは変わらないが、「とても満足」だけを取り出して見ると、「3. 深夜の交通手段の利用しやすさ (22.9%)」が第2位に来るなど(東京全体では第3位 (21.8%))、深夜を含めた交通利便性への評価が高い。

神保町については、東京全体では第6位の「20. 飲食店や小売店の充実」が第3位と評価が高い。企業ヒアリングでも、以下のように神保町の生活利便性が指摘されている。

就業地(神保町)の周辺は本屋が多いし、食事も安くて良いので、離れたくない。青山1丁目の東京都の賃貸住宅に住んでいるのだが、青山のあたりは生鮮食品がない、飲食店が少なくて不味いなど、暮らしくさを実感している。それと比較すると神保町あたりは非常に生活環境は良い。青山の住居から近いのも良い。

また、神保町について「とても満足」だけを取り出して見ると、東京全体では第8位(12.7%)の「6.

¹ 「その他」の内容として「とても満足」と「やや満足」なもの、「もともとよく知っているエリア」(南青山)、「SOHO(職住一体)の生活」「駅から近いが若者、ヤクザからは遠い」(渋谷)、「本の街のイメージがあって書店さんたちが買に来てくれる」(神保町)というものがあつた。

同業者の集積や近さが第4位(18.7%)の評価を得ているのも特徴的である。

「とても不満」「やや不満」と回答した事業所の割合の高い都市環境の条件をエリア別に見てみると、不満の多い上位5条件は以下の通りである²。

【「とても不満」と「やや不満」と回答した事業所の割合の合計が高い上位5条件】

[渋谷]

- 5. 駐車スペースの確保のしやすさ (36.7%)
- 25. 防犯上の安全性、治安の良さ (32.1%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (30.3%)
- 4. 歩道の移動しやすさ (29.4%)
- 24. 防災上の安全性 (26.6%)

[南青山]

- 5. 駐車スペースの確保のしやすさ (60.2%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (27.3%)
- 4. 歩道の移動しやすさ (29.4%) 23. 閑静な環境 (27.3%)
- 20. 飲食店や小売店の充実 (20.5%)
- 19. ホテル・会議室等コンベンション機能の充実 (18.2%)

[神保町]

- 5. 駐車スペースの確保のしやすさ (37.3%)
- 23. 閑静な環境 (21.6%)
- 24. 防災上の安全性 (17.9%)
- 25. 防犯上の安全性、治安の良さ (17.9%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (16.4%)

東京全体と同様に、「2. 都内の交通の利用しやすさ」が第1位に来るのは3エリアとも共通だが、南青山の割合の高さは群を抜いている。

渋谷については、東京全体では第5位の「25. 防犯上の安全性、治安の良さ」が第2位に、東京全体では第6位の「24. 防災上の安全性」が第5位に来るなど、安全面での不満を感じている事業所が多い。

南青山については、東京全体では第8位の「20. 飲食店や小売店の充実」が第4位に、東京全体では第10位の「19. ホテル・会議室等コンベンション機能の充実」が第5位に来るなど、周辺の利便施設についての不満が多いことが特徴である。

神保町については、「とても満足」だけを取り出して見てみると、東京全体では第7位(3.6%)の「21. 医療機関、保育園等福祉サービスの充実」が第3位(5.2%)に入ってきている。

² 「その他」の内容として「やや不満」と「とても不満」なものには、「暴力団関係者が多い」(渋谷)、「バブル崩壊後街の様子が一変している」(神保町)というものがあつた。

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 34 は、図表 1 - 1 - 31 (東京全体)と同様に、グラフの右側に「とても満足」「やや満足」と回答した事業所の割合を、左側には「とても不満」「やや不満」と回答した事業所の割合を示し、「とても満足」「やや満足」の割合の合計が多い順(同じ場合は、「とても満足」が多い順)に並べたものである。

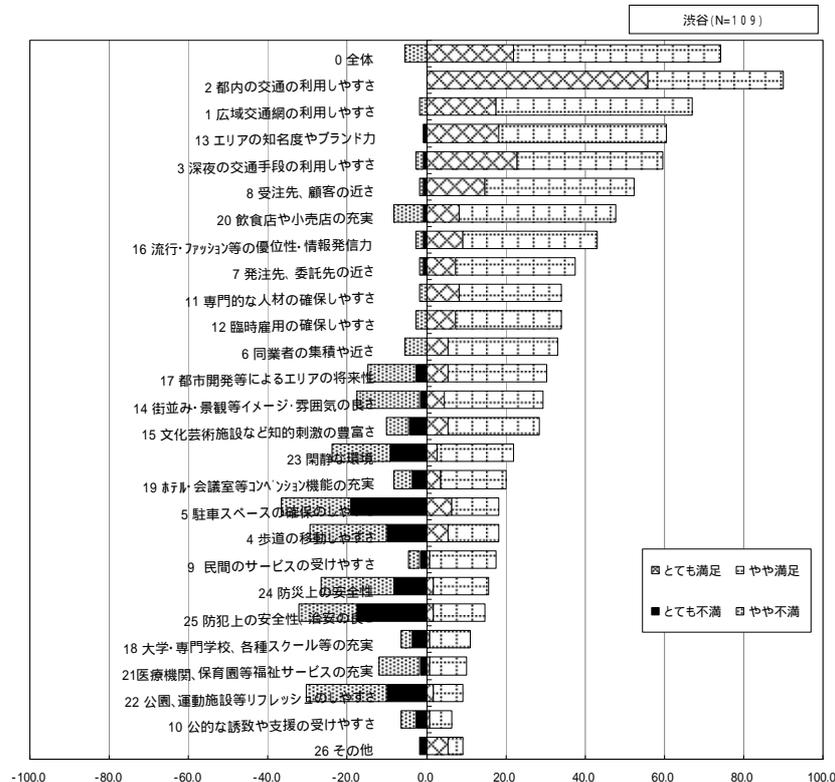
ここから、満足と回答した事業所の多い都市環境の条件が不満と回答した事業所が少ない都市環境の条件と関係でエリアに特徴的な点を挙げる。

渋谷では、「17.都市開発等によるエリアの将来性」「14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の高さ」「23.閑静な環境」が、満足と回答した事業所の割合が最も低いレベルではないにもかかわらず、不満と回答した事業所の割合は高い。

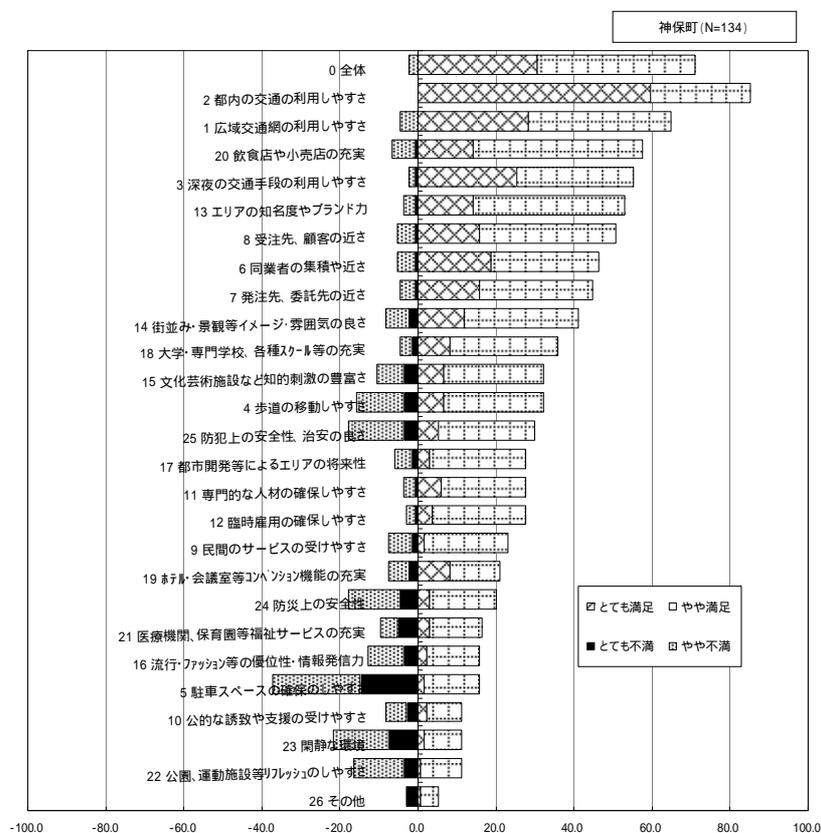
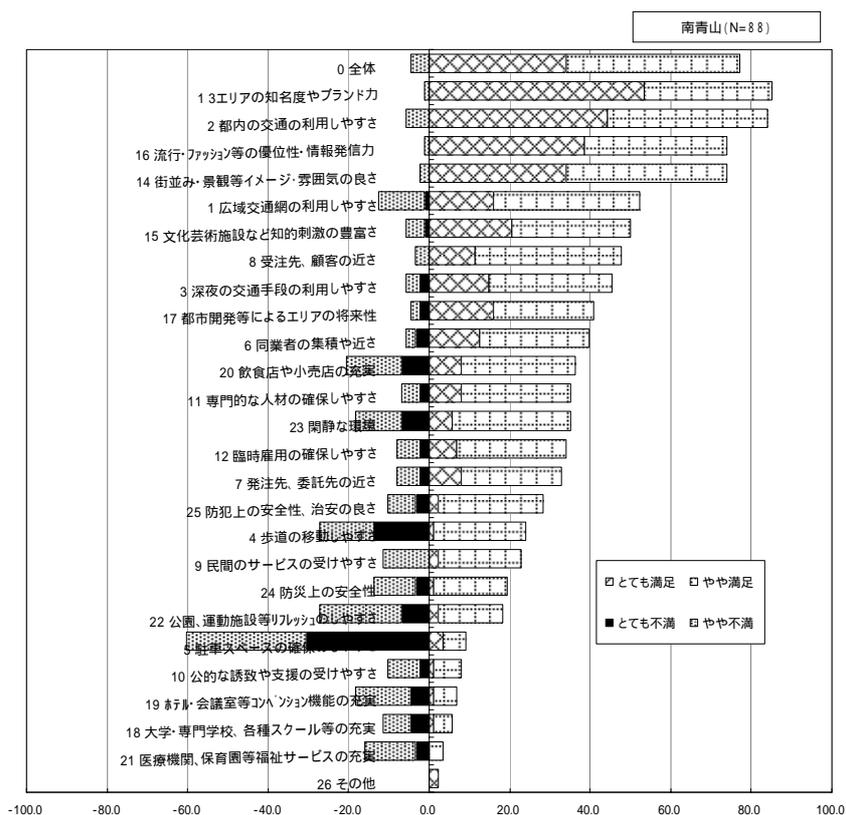
南青山では、「20.飲食店や小売店の充実」「23.閑静な環境」「4.歩道の移動しやすさ」が、満足と回答した事業所の割合が最も低いレベルではないにもかかわらず、不満と回答した事業所の割合は高い。

神保町では、「4.歩道の移動しやすさ」「25.防犯上の安全性、治安の高さ」は、満足と回答した事業所の割合が最も低いレベルではないにもかかわらず、不満と回答した事業所の割合は高い。

図表 1 - 1 - 34 現所在地の都市環境の条件についての満足と不満の関係(エリア毎)【Q4-1】



企業アンケート結果(国内)



(注) 1. 「とても満足」「やや満足」の割合の合計が多い順(同じ場合は、「とても満足」が多い順)に並べている。
 2. 「とても満足」「やや満足」と正の数値として、「とても不満」「不満」を負の数値としてグラフ化している。

企業アンケート結果(国内)

3 - 3 . 立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足【Q3、Q4 - 1】

(1) 立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足【Q3とQ4 - 1】

東京全体

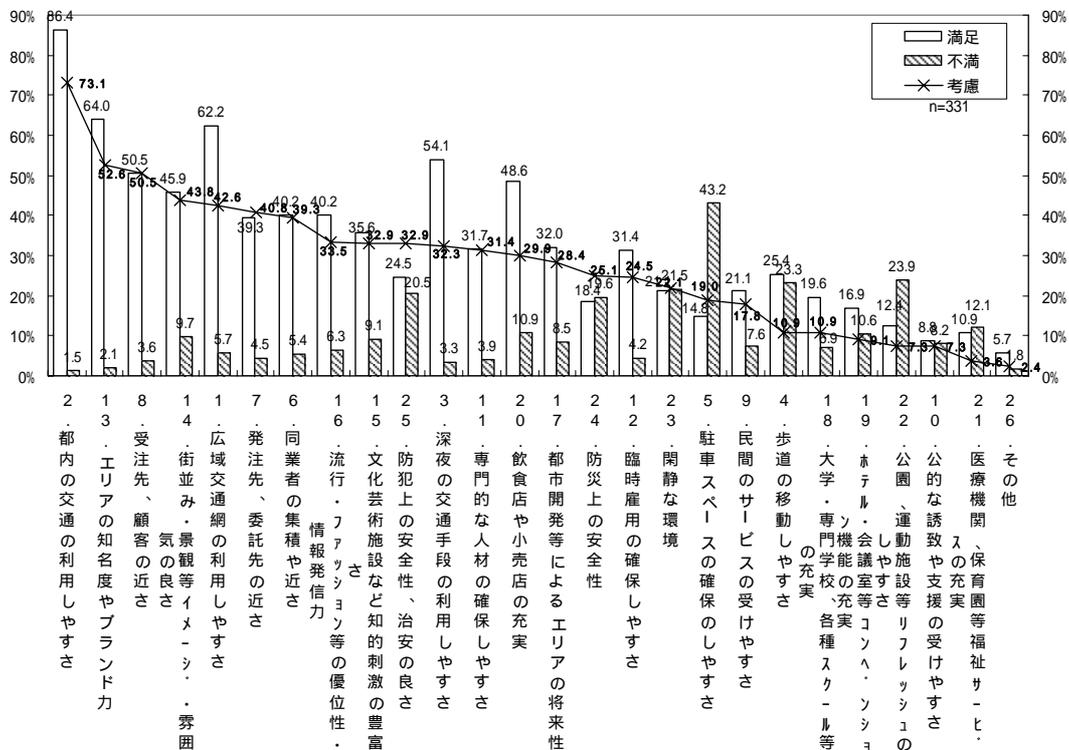
図表1 - 1 - 35 は、立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足の関係を表したものである。左から、考慮した(「とても考慮した」「やや考慮した」の合計)と回答した事業所の割合が高いものから順に並べている。

考慮したと回答した事業所の割合に比べて、満足(「とても満足」「やや満足」の合計)と回答した事業所の割合の高さが目立つものとして、「1 . 広域交通網の利用しやすさ」「3 . 深夜の交通手段の利用しやすさ」「20 . 飲食店や小売店の充実」がある。

また、考慮したと回答した事業所の割合が高い方であるにもかかわらず、不満(「とても不満」「やや不満」の合計)と回答した事業所の割合の高さが目立つものとしては、「25 . 防犯上の安全性、治安の良さ」がある。

一方、考慮したと回答した事業所の割合が低い方であるにもかかわらず、不満(「とても不満」「やや不満」の合計)と回答した事業所の割合の高さが目立つものとしては、「5 . 駐車スペースの確保のしやすさ」「4 . 歩道の移動しやすさ」「22 . 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」がある。これらは、立地選択時に考慮する都市環境の条件としては見逃されがちではあるが、立地した後は気になる条件だと考えることができる。

図表1 - 1 - 35 立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足(東京全体)【Q3と4 - 1】



(注) 1. 「考慮」とは、「とても考慮した」と「やや考慮した」事業所の割合の合計
 2. 「満足」とは、「とても満足」と「やや満足」と回答した事業所の合計
 3. 「不満」とは、「とても不満」と「やや不満」と回答した事業所の合計

エリア毎の特徴

立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足の間をエリア別に見てみる。

渋谷では、考慮したと回答した事業所の割合に比べて、満足と回答した事業所の割合の高さが目立つものとして、東京全体と同じ項目に加えて、「16. 流行・ファッション等の優位性・情報発信力」がある。また、「20. 飲食店や小売店の充実」については、考慮したと回答した事業所の割合が東京全体よりもさらに低いにも関わらず、満足したとする事業所の割合は高めである。

また、考慮したと回答した事業所の割合が高い方であるにもかかわらず、不満（「とても不満」「やや不満」の合計）と回答した事業所の割合の高さが目立つものとしては、東京全体と同じ項目に加えて、「14. 街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ」がある。

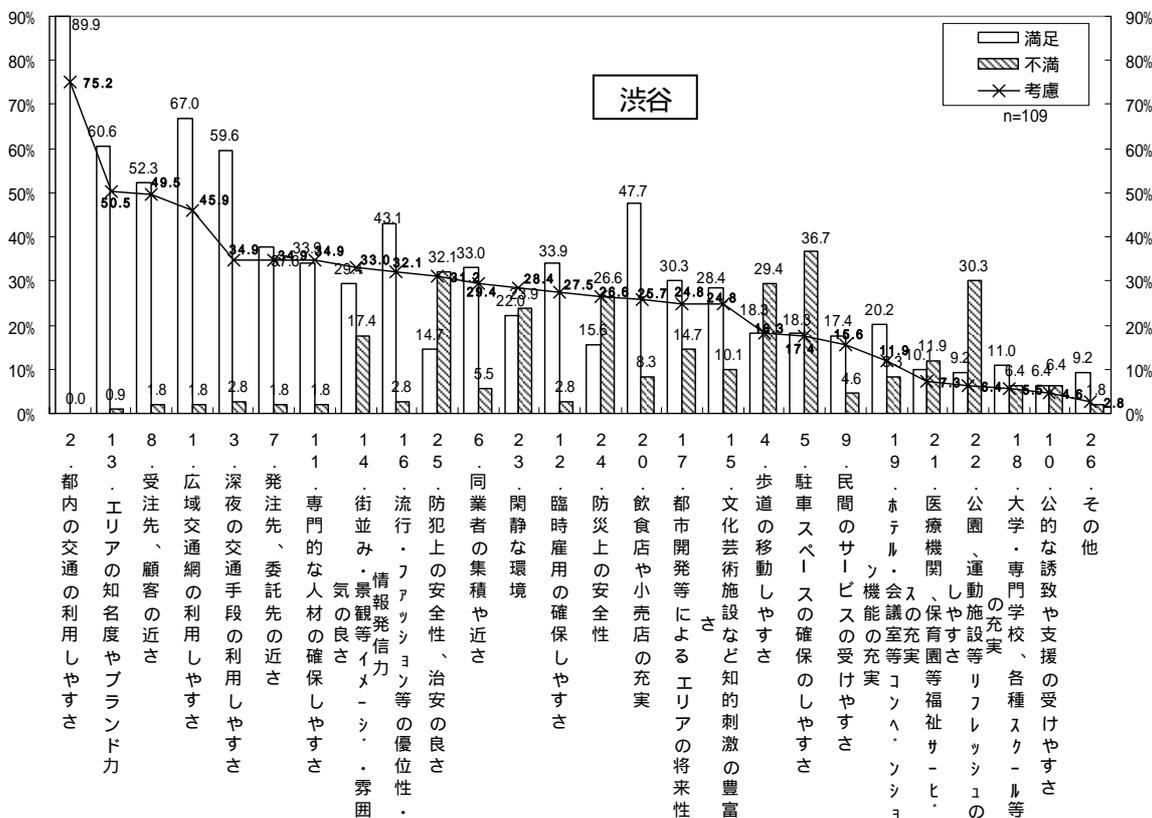
南青山では、考慮したと回答した事業所の割合が高い方であるにもかかわらず、満足と回答した事業所の割合があまり高くないものとして、「7. 発注先、委託先の近さ」がある。

また、考慮したと回答した事業所の割合が低い方であるにもかかわらず、不満（「とても不満」「やや不満」の合計）と回答した事業所の割合の高さが目立つものとしては、東京全体と同じ項目に加えて、「19. ホテル・会議室等コンベンション機能の充実」「21. 医療機関、保育園等福祉サービスの充実」がある。

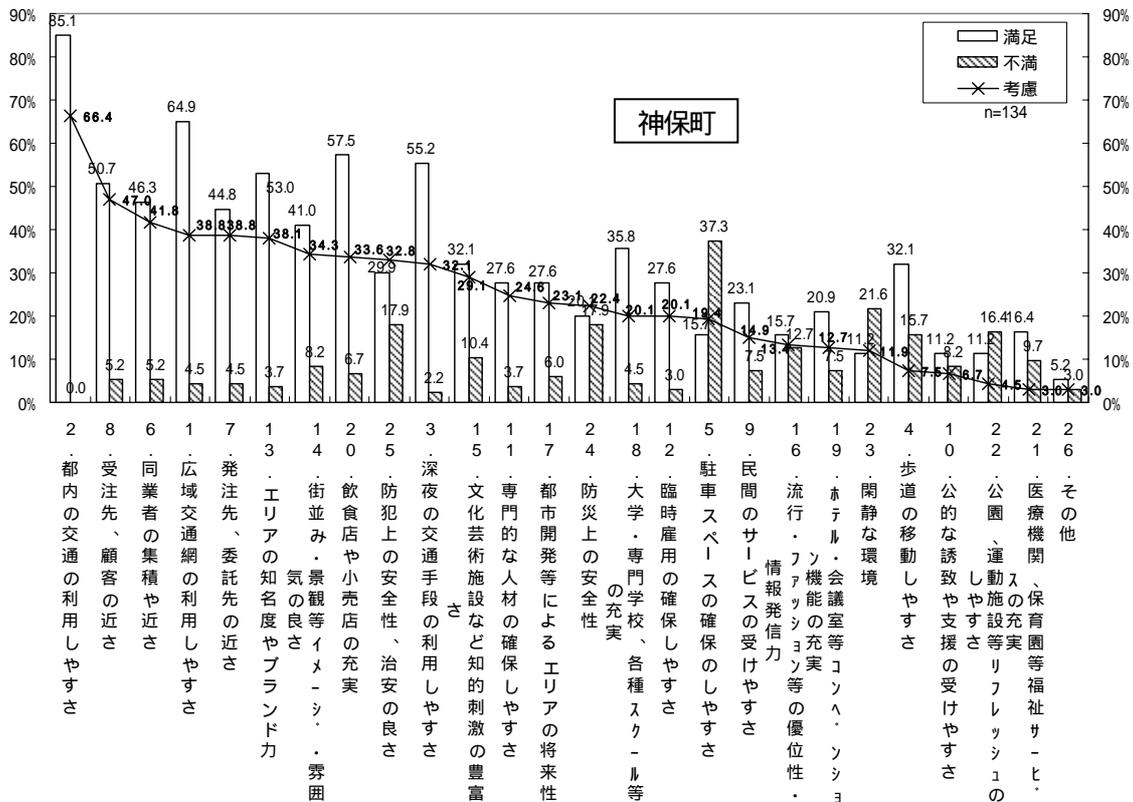
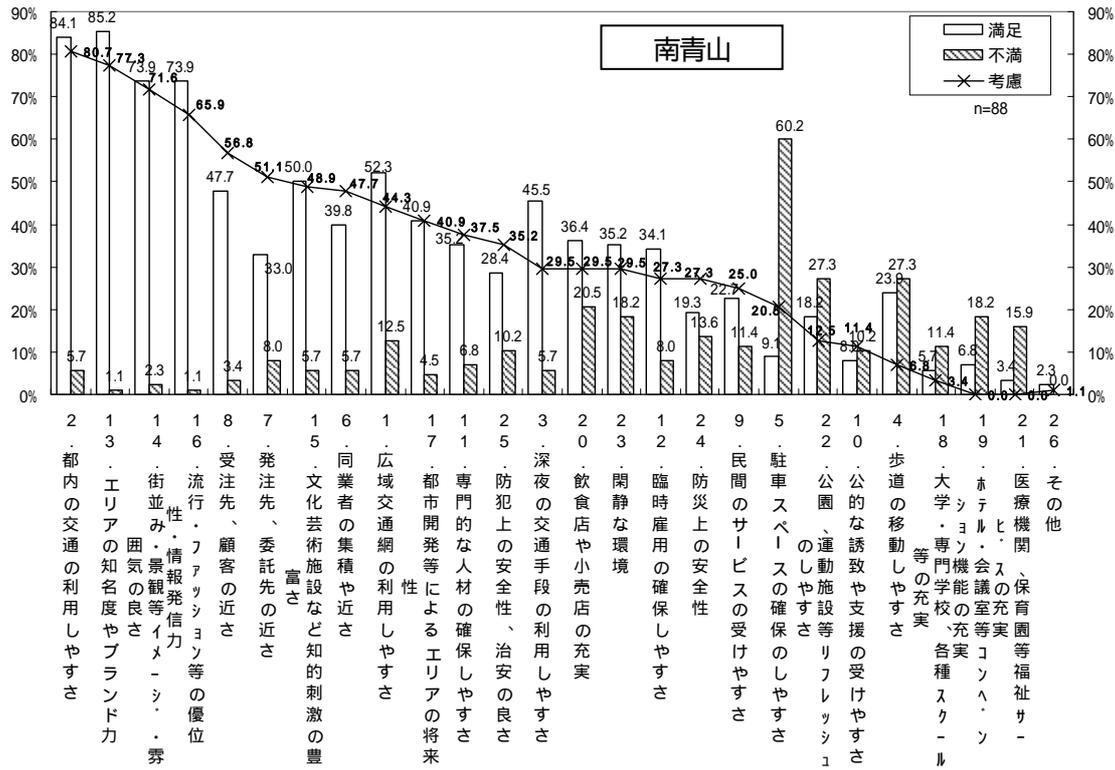
神保町では、考慮したと回答した事業所の割合に比べて、満足と回答した事業所の割合の高さが目立つものとして、東京全体と同じ項目に加えて、「13. エリアの知名度やブランド力」がある。

また、考慮したと回答した事業所の割合が低い方であるにもかかわらず、不満（「とても不満」「やや不満」の合計）と回答した事業所の割合の高さが目立つものとしては、東京全体と同じ項目に加えて、「23. 閑静な環境」がある。

図表 1 - 1 - 36 立地選択時に考慮する条件と立地後の満足・不満足（エリア別）【Q3と4-1】



企業アンケート結果(国内)



(注) 1. 「考慮」とは、「とても考慮した」と「やや考慮した」事業所の割合の合計
 2. 「満足」とは、「とても満足」と「やや満足」と回答した事業所の合計
 3. 「不満」とは、「とても不満」と「やや不満」と回答した事業所の合計

(2) Q4で「満足」と回答した事業所のQ3の同一選択肢における回答(立地選択時の考慮の程度)【Q3×Q4-1】

ここでは、東京全体について、Q3とQ4-1のクロス集計を取り、Q4-1で「満足」と回答した割合が高い(「とても満足」「やや満足」の合計が40%以上)事業所のQ3の同一選択肢における回答(立地選択時の考慮の程度)を見てみる。

第1位の「2.都内の交通の利用しやすさ」については、「とても考慮した」事業所が過半数である。また、上位に来ている条件は、いずれも「とても考慮した」「やや考慮した」事業所が多く、考慮した結果としての満足と言うことができそうである。

その中で、「20.飲食店や小売店の充実」については、「とても考慮した」事業所が非常に少なく、「全く考慮しなかった」事業所がかなり多いのが特徴的である。

図表1-1-37 「満足」と回答した事業所の同一条件についての立地選択時の考慮の程度

【Q3×Q4-1】

(単位:%)

	Q4-1で「満足」と回答した事業所の Q3の同一選択肢における回答(立地選択時の考慮の程度)				[参考] Q4-1で 「満足」と 回答した 事業所の割合
	とても 考慮した	やや 考慮した	あまり考慮 しなかった	全く考慮 しなかった	
2.都内の交通の利用しやすさ	56.3	23.4	4.2	1.4	86.4
13.エリアの知名度やブランド力	35.8	38.2	7.5	4.2	64.0
1.広域交通網の利用しやすさ	23.8	36.4	14.6	7.8	62.2
3.深夜の交通手段の利用しやすさ	16.2	35.2	21.8	6.7	54.1
8.受注先・顧客の近さ	35.3	40.7	7.2	2.4	50.5
20.飲食店や小売店の充実	4.3	44.1	21.7	12.4	48.6
14.街並み・景観等イメージ・雰囲気良さ	33.6	40.8	7.2	4.6	45.9
6.同業者の集積や近さ	37.6	30.1	9.0	7.5	40.2
16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力	28.6	38.3	12.0	8.3	40.2

(注)「満足」とは、「とても満足」と「やや満足」と回答した事業所の合計

(3) Q4で「不満」と回答した事業所のQ3の同一選択肢における回答(立地選択時の考慮の程度)【Q3×Q4-1】

ここでは、東京全体について、Q3とQ4-1のクロス集計を取り、Q4-1で「不満」と回答した割合が高い(「とても不満」「やや不満」の合計が10%以上)事業所のQ3の同一選択肢における回答(立地選択時の考慮の程度)を見てみる。

第1位の「5.駐車スペースの確保のしやすさ」については、「全く考慮しなかった」事業所は2割余りだが、「あまり考慮しなかった」事業所を合わせると6割近くになり、考慮しなかった当然の結果としての不満と言うこともできる。しかし、不満と回答した事業所の割合が非常に多いことから、立地選択時には気にならない割に、立地してみると気になる条件と考えられる。

第2位の「22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」、第三位の「4.歩道の移動しやすさ」はいずれも不満と回答した事業所の割合が2割を超えているが、クロス集計の結果では「全く考慮しなかった」割合が5割近いなど、立地選択時にはほとんど気にされていない条件であることがわかる。

一方、「25.防犯上の安全性、治安の良さ」と「20.飲食店や小売店の充実」については、「とても考慮した」事業所は少ないものの、「やや考慮した」事業所が約4分の1あり、考慮しても、なかなか満足が得られない条件と考えられる。

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 38 「不満」と回答した事業所の同一条件についての立地選択時の考慮の程度

【Q3×Q4 - 1】

(単位:%)

	Q4-1で「不満」と回答した事業所の Q3の同一選択肢における回答(立地選択時の考慮の程度)				[参考] Q4-1で 「不満」と 回答した 事業所の割合
	とても 考慮した	やや 考慮した	あまり考慮 しなかった	全く考慮 しなかった	
5.駐車スペースの確保のしやすさ	4.9	12.6	35.0	23.1	43.2
22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ	1.3	2.5	30.4	46.8	23.9
4.歩道の移動しやすさ	1.3	5.2	33.8	45.5	23.3
23.閑静な環境	0.0	12.7	28.2	38.0	21.5
25.防犯上の安全性、治安の良さ	4.4	23.5	27.9	19.1	20.5
24.防災上の安全性	1.5	16.9	27.7	30.8	19.6
21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実	0.0	0.0	35.0	52.5	12.1
20.飲食店や小売店の充実	0.0	25.0	38.9	27.8	10.9
19.ホテル・会議室等コンベンション機能の充実	5.7	8.6	22.9	60.0	10.6

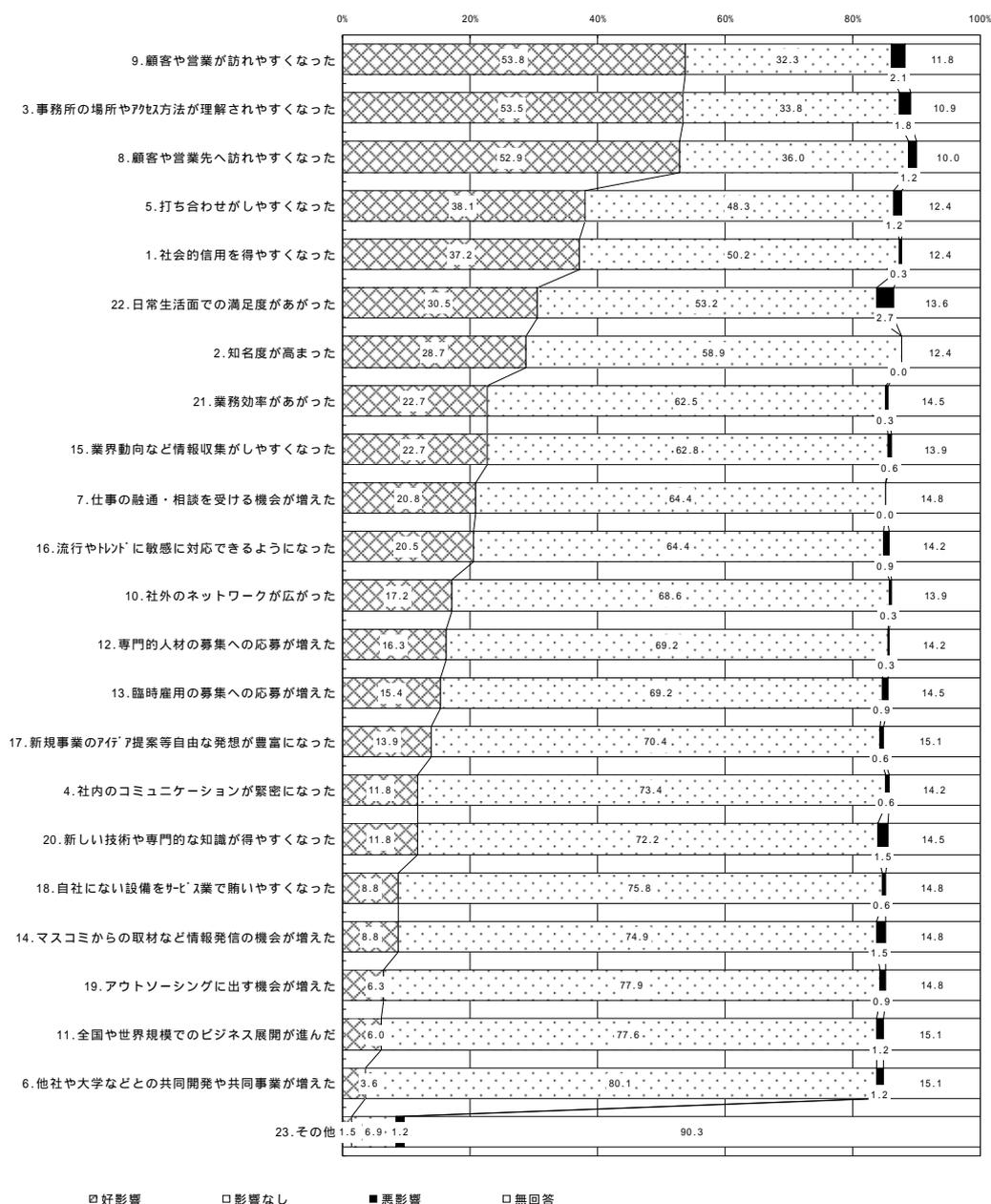
(注)「不満」とは、「とても不満」と「やや不満」と回答した事業所の合計

3 - 4 . 現所在地に立地したことによる影響【Q4 - 2】

(1) 現所在地に立地したことによる影響【Q4 - 2】

図表1 - 1 - 39 から、事業所の移転立地に伴う企業活動への影響をみると、「9 . 顧客や営業が訪れやすくなった」(53.8%)、「3 . 事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」(53.5%)、「8 . 顧客や営業先へ訪れやすくなった」(52.9%)といった回答が高い割合を占めている。

図表1 - 1 - 39 現所在地に立地したことによる影響(東京全体 n=331)【Q4 - 2】



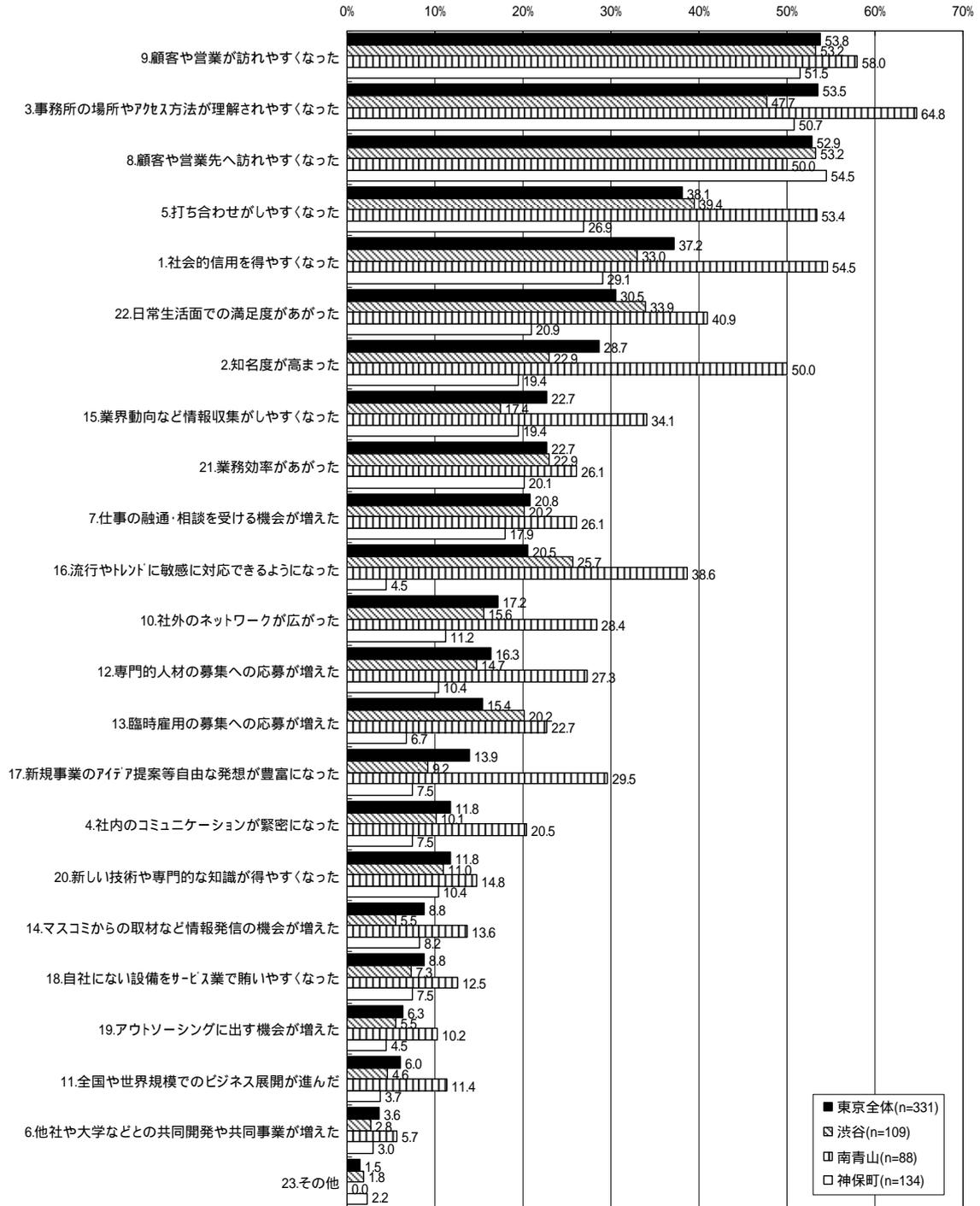
企業アンケート結果(国内)

(2) 現所在地に立地したことによるエリア別特徴【Q4-2】

好影響

現所在地に立地したことによる好影響について、エリア毎の特徴をしてみる。

図表 1 - 1 - 40 現所在地に立地したことによる好影響(エリア別)【Q4-2】



全体的に、南青山では、「8.顧客や営業先へ訪れやすくなった」を除き、「好影響」と回答している事業所の割合が東京全体と比べて多い傾向にある。特に、「2.知名度が高まった」は20ポイントの差があり、「16.流行やトレンドに敏感に対応できるようになった」「1.社会的信用を得やすくなった」「17.新規事業のアイデア、提案等自由な発想が豊富になった」「5.打ち合わせがしやすくなった」も15ポイントを超える差がついている。こうした傾向は、自由記入欄やヒアリングからも見て取れる。

【アンケート自由記述より(南青山)】

全国的に青山は非常に有名。
 (南青山という)住所の知名度により仕事上の好感度を得る。
 “南青山”ということでの知名度、好感度が上がる。
 交通の便が良く得意の方から来てくれる事が多くなった。
 個人の近隣の経営者達が気軽に足を運んでくれる事。つまり顧客や友人等が訪れやすくなった。
 (南青山ということ)事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった。
 所在地を伝えるとすぐに分かってもらえた。イメージの向上につながった。
 知名度が高い分、地方でも知られている。
 地方顧客への知名度もあり来社の際の詳細な場所の説明がほとんど不要である。
 人と会う際に相手が来てくれる。

【企業ヒアリングより(南青山)】

社会的信用をもたらすエリアイメージの重要性(内容は抜粋して再掲)。
 (事務所を)設立したときには、知名度を考えると場所は青山でなくては駄目だった。名刺1枚にしても、上野、立川に立地しているのとはイメージが全然違うものである。
 独立(起業)当初、南青山に立地していることがステイタスや格付けとなり、有名企業A社といったクライアントからの信用を得ることにつながった。

「8.顧客や営業先へ訪れやすくなった」については、地区間で大きな差異はみられないものの、渋谷及び神保町において「好影響」の割合が比較的高い傾向にある。特に、神保町では、この好影響が東京全体より多い唯一のものである。これは、交通利便性が高いこと、受注先、顧客に近いことなどによるものと推測される。

渋谷については、いくつか東京全体の割合を超えるものがあり、特に、「16.流行やトレンドに敏感に対応できるようになった」「13.臨時雇用の募集への応募が増えた」の二つについて、5ポイント前後の差がある。

悪影響

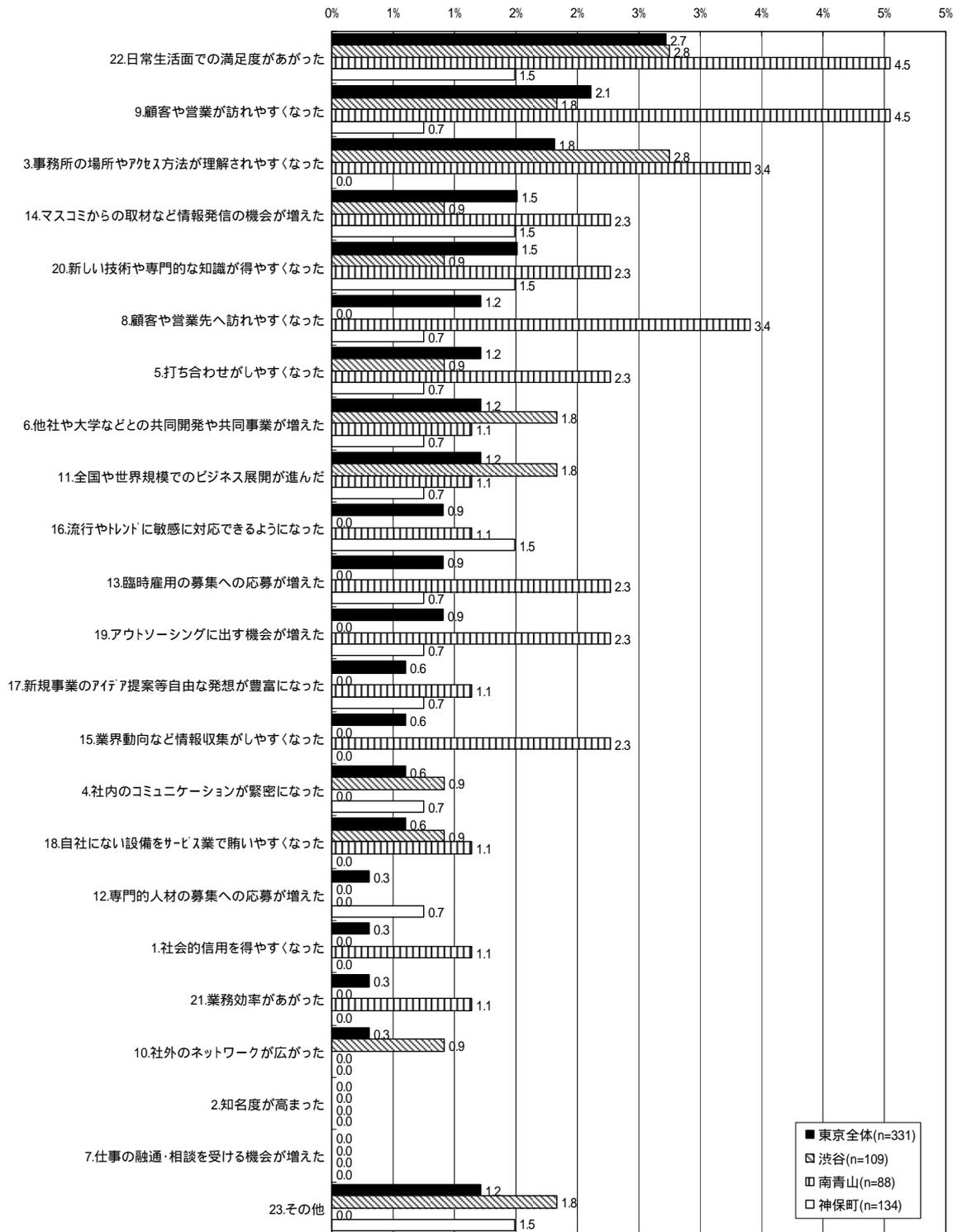
悪影響について、エリア毎の特徴を見てみる。

以下に示すとおり、南青山において、特に「22.日常生活面での満足度が上がった」「9.営業や顧客が訪れやすくなった」「3.事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」「8.顧客や営業先へ訪れやすくなった」等で「悪影響」と回答している事業所の割合が東京全体と比べて多い傾向にある。なお、南青山に立地する事業所は、他のエリアに立地する事業所よりも全体的に「悪影響」との回答が多いことから、より高い条件の都市環境を求める傾向にあるとも考えられる。

また、渋谷においても、「22.日常生活面での満足度が上がった」「3.事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」で「悪影響」と回答している事業所の割合がやや目立つ。

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 41 現所在地に立地したことによる悪影響(エリア別)【Q4 - 2】



(3) 現所在地に立地したことによる好影響【Q1 - 7 × Q4 - 2】

Q4 - 2で「好影響」を受けた回答した事業所について、Q1 - 7の立地経緯の内訳を見た。図表1 - 1 - 42は、このうち、「好影響」と回答した事業所の割合が、全体の平均値よりも高くなった影響を取り出して表にしている。

企業活動への影響を事業所の立地経緯別からみると、「新事業所の開設」では「知名度が高まった」「全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ」「顧客や営業先へ訪れやすくなった」という回答が全体を上回る割合を占め、「起業」では「仕事の融通・相談機会が増えた」「新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった」「新しい技術や専門的な知識が得やすくなった」「自社にないサービスをまかないやすくなった」という回答が全体を上回る割合を占めている。また、「起業」「新事業所の開設」の両方で「アウトソーシングに出す機会が増えた」「マスコミからの取材など情報発信の機会が増えた」などという回答が全体を上回る割合を占めている。

図表1 - 1 - 42 積極的な立地経緯の事業所で好影響を受けたと回答した割合

【Q1 - 7 × Q4 - 2】

Q4 - 2 現所在地に立地したことによる影響	Q1 - 7(立地経緯)				
	全体	起業	新事業所の開設	事業所の移転	事業所の規模拡大
1.社会的信用を得やすくなった	42.4%	41.7%	42.2%	37.7%	56.0%
2.知名度が高まった	32.8%	29.6%	39.5%	26.1%	42.4%
3.事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった	60.0%	56.9%	57.1%	65.5%	62.5%
6.他社や大学などの共同開発や共同事業が増えた	4.3%	2.9%	11.9%	0.9%	7.2%
8.顧客や営業先へ訪れやすくなった	58.7%	56.9%	63.6%	60.2%	62.1%
9.顧客や営業が訪れやすくなった	61.0%	54.3%	67.4%	63.2%	67.4%
11.全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ	7.1%	10.4%	16.7%	2.7%	8.4%
14.マスコミからの取材など情報発信の機会が増えた	10.3%	13.2%	16.7%	8.0%	16.9%
15.業界動向など情報収集がしやすくなった	26.3%	22.9%	21.4%	29.2%	36.9%
16.流行やトレンドに敏感に対応できるようになった	23.9%	23.2%	28.6%	20.4%	28.6%
17.新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった	16.4%	20.9%	16.7%	12.4%	20.5%
18.自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった	10.3%	16.2%	7.1%	6.2%	13.3%
19.アウトソーシングに出す機会が増えた	7.4%	10.1%	14.3%	5.3%	6.0%
20.新しい技術や専門的な知識が得やすくなった	13.8%	17.4%	11.6%	12.5%	18.1%
22.日常生活面での満足度があがった(通勤・買い物・リフレッシュなど)	35.3%	31.9%	34.9%	30.1%	47.1%

(注) 1. 太字は全体に比べて5ポイント以上高いもの。このうち、10ポイント以上高いものを太枠で囲んでいる。

2. 斜字は全体より低いもの。

企業アンケート結果(国内)

(4) 都市環境の条件についての満足・不満足と影響との関係【Q4 - 1 × Q4 - 2】

ここでは、企業活動面で好影響と回答した事業所の割合が、東京全体で30%以上の項目、及び、悪影響と回答した事業所の割合が、東京全体で32%以上の項目を取り上げ、関連のありそうな都市環境の条件についての満足・不満足の影響状況を見てみる。

【好影響】		(%)
9.顧客や営業が訪れやすくなった	53.8
3.事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった	53.5
8.顧客や営業先へ訪れやすくなった	52.9
5.打ち合わせがしやすくなった	38.1
1.社会的信用を得やすくなった	37.2
22.日常生活面での満足度が上がった	30.5
【悪影響】		(%)
22.日常生活面での満足度が上がった	2.7
9.顧客や営業が訪れやすくなった	2.1

顧客や営業が訪れやすくなった【Q4 - 2項目9】(好影響第1位、悪影響第2位)

以下に示すとおり、「都内交通」や「広域交通」などの交通基盤の利便性の他、「受注先」「発注先」の近さ、「エリアの知名度」等の満足度が高い場合、企業活動に好影響を及ぼしている傾向がみられるが、特に「駐車スペースの確保のしやすさ」「受注先、顧客の近さ」の満足度が高い場合の好影響の度合いの高さが顕著である(「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約20ポイント上回っている)

図表1 - 1 - 43 Q4 - 2「9.顧客や営業が訪れやすくなった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響状況

	Q4 - 1の条件														
	1.広域交通網の利用しやすさ		2.都内の交通の利用しやすさ		5.駐車スペースの確保のしやすさ		6.同業者の集積や近さ		7.発注先、委託先の近さ		8.受注先、顧客の近さ		13.エリアの知名度やブランド力		
Q4 - 2「9.顧客や営業が訪れやすくなった」への影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	
全体	61.0	2.4	61.0	2.4	61.0	2.4	61.0	2.4	61.0	2.4	61.0	2.4	61.0	2.4	
Q4 - 1の各条件での満足・不満足	とても満足	77.1	0.0	69.5	1.2	83.3	0.0	67.6	2.7	71.4	2.9	80.0	2.2	76.2	0.0
	やや満足	59.8	0.8	50.5	2.0	71.4	0.0	69.0	0.0	69.2	1.1	64.7	0.8	58.1	3.2
	どちらでもない	50.8	6.6	38.5	7.7	56.4	4.3	57.0	3.5	55.2	2.8	51.9	3.7	50.7	3.0
	やや不満	33.3	5.6	20.0	20.0	55.4	0.0	35.7	0.0	40.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
とても不満	100.0	0.0	-	-	61.2	3.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	

「9.顧客や営業が訪れやすくなった」は、好影響で第1位であるだけでなく、悪影響でも第2位に挙がっている。「悪影響」と回答した事業所数は限られているので、Q4 - 1ではどの条件で「とても不満」「やや不満」と回答しているかを見てみると、「歩道の移動」「駐車スペース」「飲食・小売」等への不満が反映された結果となっている。

図表1-1-44 Q4-2「9.顧客や営業が訪れやすくなった」で「悪影響」と回答した事業所が不満とするQ4-1の都市環境の条件【Q4-1×Q4-2項目9】

Q4-2の項目「9.顧客や営業が訪れやすくなった」で「悪影響」と回答した事業所が、Q4-1で「不満」とする都市環境の条件	Q4-1で不満と回答した事業所数	
	とても不満	やや不満
4.歩道の移動しやすさ	2社	1社
5.駐車スペースの確保のしやすさ	2社	-
20.飲食店や小売店の充実	1社	2社
22.公園、運動施設等リレッシュのしやすさ	1社	-
25.防犯上の安全性、治安の良さ	1社	-
1.広域交通網の利用しやすさ	-	1社
2.都内の交通の利用しやすさ	-	1社
9.民間のサービスの受けやすさ	-	1社
10.公的な誘致や支援の受けやすさ	-	1社
24.防災上の安全性	-	1社

なお、同項目に対して「悪影響」と回答した企業の意見（自由記述）として次のような事項が指摘されている。

【アンケート自由回答より】

- ・道が入り組んでいて説明がしづらい。坂の上なので夏が辛い。
- ・駅からの距離が遠く、タクシー移動の際の渋滞（六本木通り、骨董通り）が問題。
- ・最寄駅からの道順が複雑で地図を渡しても初めての人が迷う事がある（比較的古い街並みなので）

事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった【Q4-2項目3】
（好影響第2位、悪影響第3位）

以下に示すとおり、「都内交通」や「広域交通」あるいは「歩道の移動のしやすさ」といった交通基盤の利便性・快適性の他、「駐車スペースの確保のしやすさ」、「エリアの知名度やブランド力」等の満足度が高い場合、企業活動に好影響を及ぼしている傾向がみられるが、特に「駐車スペースの確保のしやすさ」、「エリアの知名度やブランド力」の満足度が高い場合の好影響の度合いの高さが顕著である（「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約20ポイント上回っている）。

図表1-1-45 Q4-2「3.事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4-1の条件での満足・不満足の影響状況

	Q4-1の条件									
	1.広域交通網の利用しやすさ		2.都内の交通の利用しやすさ		4.歩道の移動しやすさ		5.駐車スペースの確保のしやすさ		13.エリアの知名度やブランド力	
Q4-2「3.事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」への影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響
全体	60.0	2.0	60.0	2.0	60.0	2.0	60.0	2.0	60.0	2.0
Q4-1の各条件での満足・不満足										
とても満足	69.6	0.0	67.6	1.2	73.3	0.0	81.8	0.0	78.6	1.2
やや満足	56.8	1.5	53.4	1.0	61.2	0.0	80.6	2.8	55.4	2.5
どちらでもない	56.5	3.2	35.7	7.1	64.3	1.6	50.0	5.3	44.9	2.9
やや不満	44.4	11.1	0.0	40.0	44.9	6.1	58.1	0.0	20.0	0.0
とても不満	100.0	0.0	0.0	0.0	51.9	3.7	56.7	0.0	50.0	0.0

企業アンケート結果(国内)

これは、好影響だけではなく、悪影響でも第3位に挙げられている。「悪影響」と回答した事業所数は限られているので、Q4 - 1ではどの条件で「とても不満」「やや不満」と回答しているかの状況を見てみると、「歩道の移動」「広域交通網」「都内の交通」等への不満が反映された結果となっている。

図表1 - 1 - 46 「3.事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」で「悪影響」と回答した事業所が不満とする都市環境の条件【Q4 - 2項目3×Q4 - 1】

Q4 - 2の項目「3.事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」で「悪影響」と回答した事業所が、Q4 - 1で「不満」とする都市環境の条件	Q4 - 1で不満と回答した事業所数	
	とても不満	やや不満
4.歩道の移動しやすさ	1社	3社
22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ	1社	1社
25.防犯上の安全性、治安の良さ	1社	1社
1.広域交通網の利用しやすさ	-	2社
2.都内の交通の利用しやすさ	-	2社
24.防災上の安全性	-	2社
18.大学・専門学校、各種スクール等の充実	1社	-
19.ホテル・会議室等コンベンション機能の充実	1社	-
20.飲食店や小売店の充実	1社	-
3.深夜の交通手段の利用しやすさ	-	1社
9.民間のサービスの受けやすさ	-	1社
1.広域交通網の利用しやすさ	-	1社
2.都内の交通の利用しやすさ	-	1社

なお、同項目に対して「悪影響」と回答した企業の意見（自由記述）として際だった事項はみられなかった。

顧客や営業先へ訪れやすくなった【Q4 - 2項目8】（好影響第3位）

以下に示すとおり、「都内交通」や「広域交通」あるいは「駐車スペースの確保のしやすさ」といった交通基盤の利便性、「受注先、顧客の近さ」の満足度が高い場合、企業活動に好影響を及ぼしている傾向がみられるが、特に「広域交通網の利用しやすさ」、「受注先、顧客の近さ」の満足度が高い場合の好影響の度合いの高さが顕著である（「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約20ポイント上回っている）。

図表1 - 1 - 47 Q4 - 2「8.顧客や営業先へ訪れやすくなった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響

	Q4 - 1の条件								
	1.広域交通網の利用しやすさ		2.都内の交通の利用しやすさ		5.駐車スペースの確保のしやすさ		8.受注先、顧客の近さ		
Q4 - 2「8.顧客や営業先へ訪れやすくなった」への影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	
全体	58.7	1.3	58.7	1.3	58.7	1.3	58.7	1.3	
Q4 - 1の各条件での満足・不満足	とても満足	77.1	0.0	69.0	0.0	75.0	0.0	79.5	0.0
	やや満足	56.1	0.0	49.5	2.0	71.4	0.0	66.4	0.0
	どちらでもない	47.5	3.3	7.1	0.0	50.5	2.2	43.1	2.8
	やや不満	38.9	5.6	40.0	20.0	54.1	0.0	50.0	0.0
	とても不満	100.0	0.0	-	-	61.2	1.5	0.0	0.0

なお、同項目に対して「悪影響」と回答した企業の意見（自由記述）として次のような事項が指摘されている。

【アンケート自由回答より】

- ・“南青山”ということでの知名度、好感度アップがある。但し、「有名な場所（高い所）に事務所を構えた」＝「儲けている」といったような、ねたみ・中傷も増えた。

打ち合わせがしやすくなった【Q4 - 2項目5】（好影響第4位）

以下に示すとおり、「発注先、委託元の近さ」や「受注先、顧客の近さ」、「エリアの知名度やブランド力」あるいは「ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実」、「閑静な環境」といった項目で満足度が高い場合、企業活動に好影響を及ぼしている傾向がみられる。特に「閑静な環境」、「受注先、顧客の近さ」の満足度が高い場合の好影響の度合いの高さが顕著である（「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約20ポイント近く上回っている）。

また、当該事項に関しては、（他の項目で共通して相関がみられた）「都内交通」や「広域交通」といった交通基盤と企業活動への影響との相関は高くなかった。

図表1 - 1 - 48 Q4 - 2「5. 打ち合わせがしやすくなった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響

		Q4 - 1の条件															
		1.広域交通網の利用しやすさ		2.都内の交通の利用しやすさ		7.発注先、委託元の近さ		8.受注先、顧客の近さ		13.エリアの知名度やブランド力		19.ホテルや会議室などのコンベンション機能の充実		20.飲食店や小売店の充実		23.閑静な環境	
Q4 - 2「5.打ち合わせがしやすくなった」への影響		好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響
Q4 - 1の各条件での満足・不満足	全体	43.4	1.4	43.4	1.4	43.4	1.4	43.4	1.4	43.4	1.4	43.4	1.4	43.4	1.4	43.4	1.4
	とても満足	41.4	1.4	49.1	1.2	55.9	2.9	59.5	2.4	59.5	1.2	56.3	0.0	50.0	0.0	60.0	0.0
	やや満足	43.5	0.8	38.2	1.0	57.1	0.0	50.0	0.0	36.4	0.8	44.7	0.0	50.4	0.0	57.6	0.0
	どちらでもない	48.3	1.7	15.4	7.7	31.7	1.4	29.2	1.9	36.2	2.9	39.5	1.6	34.9	2.3	34.5	2.1
	やや不満	33.3	5.6	20.0	0.0	44.4	0.0	40.0	0.0	40.0	0.0	62.5	0.0	29.6	0.0	45.5	0.0
とても不満	100.0	0.0	-	-	25.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	45.5	0.0	37.5	12.5	48.0	4.0	

なお、同項目に対して「悪影響」と回答した企業の意見（自由記述）として次のような事項が指摘されている。

【アンケート自由回答より】

- ・駐車スペースが全くない。
- ・道が入りこんでいて説明がしづらい。坂の上なので夏が辛い。【再掲】

社会的信用を得やすくなった【Q4 - 2項目1】（好影響第5位）

以下に示すとおり、「エリアの知名度やブランド力」「同業者の集積や近さ」「受注先、顧客の近さ」のいずれの場合においても、満足度が高く、企業活動に好影響を及ぼしているとの傾向が顕著にみられた（「とても満足」で「好影響」という回答割合がいずれも全体を20ポイント以上上回っている）。

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 49 Q 4 - 2 「1. 社会的信用を得やすくなった」での好影響・悪影響と関連のありそうな Q 4 - 1 の条件での満足・不満足の影響状況

		Q 4 - 1 の条件					
		6.同業者の集積や近さ		8.受注先、顧客の近さ		13.エリアの知名度やブランド力	
Q 4 - 2 「1.社会的信用が得やすくなった」への影響		好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響
Q 4 - 1 の各条件での満足・不満足	全体	42.4	0.3	42.4	0.3	42.4	0.3
	とても満足	69.4	0.0	66.7	0.0	64.3	1.2
	やや満足	46.1	0.0	42.2	0.9	45.1	0.0
	どちらでもない	35.3	0.0	34.3	0.0	10.3	0.0
	やや不満	15.4	0.0	40.0	0.0	40.0	0.0
	とても不満	50.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0

なお、同項目に対して「悪影響」と回答した企業の意見(自由記述)として際だった事項はみられなかった。

日常生活面での満足度があがった(通勤、買い物、リフレッシュなど)

【Q 4 - 2 項目 22】(悪影響第 1 位)

以下に示すとおり、「文化芸術施設など知的刺激の豊富さ」「飲食店や小売店の充実」「閑静な環境」「街並み・景観等イメージ・雰囲気の良いさ」「流行・ファッション等の優位性・情報発信力」のいずれの場合においても、満足度が高く、日常生活面で好影響を及ぼしているとの傾向が顕著にみられた(「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約 25 ポイント~55 ポイント程度上回っている)

また、当該事項に関しては、交通面では「深夜の交通の手段の利用しやすさ」の満足度と日常生活面への影響の相関はみられたが、「都内交通」と企業活動への影響との相関は高くなかった。

図表 1 - 1 - 50 Q 4 - 2 「22. 日常生活面での満足度があがった」での好影響・悪影響と関連のありそうな Q 4 - 1 の条件での満足・不満足の影響状況

		Q 4 - 1 の条件													
		2.都内の交通の利用しやすさ		3.深夜の交通手段の利用しやすさ		14.街並み・景観によるイメージ・雰囲気の良いさ		15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ		16.流行・ファッションなどの優位性・情報発信力		20.飲食店や小売店の充実		23.閑静な環境	
Q 4 - 2 「22.日常生活面での満足度があがった」への影響		好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響
Q 4 - 1 の各条件での満足・不満足	全体	35.3	3.1	35.3	3.1	35.3	3.1	35.3	3.1	35.3	3.1	35.3	3.1	35.3	3.1
	とても満足	39.6	3.7	48.6	0.0	64.0	0.0	59.4	0.0	65.2	2.2	64.7	0.0	90.0	0.0
	やや満足	30.7	1.0	36.5	3.8	42.4	3.0	51.2	3.7	46.4	4.8	40.0	3.2	54.2	1.7
	どちらでもない	23.1	7.7	27.1	4.2	20.4	2.0	23.0	3.7	20.0	2.3	27.6	3.4	25.4	2.8
	やや不満	0.0	20.0	14.3	0.0	11.1	14.8	21.1	5.3	13.3	6.7	7.7	3.8	31.1	6.7
	とても不満	0.0	0.0	25.0	25.0	20.0	0.0	27.3	0.0	33.3	0.0	12.5	12.5	33.3	4.2

「悪影響」と回答した事業所数は限られているので、Q 4 - 1 ではどの条件で「とても不満」「やや不満」と回答しているかの状況を見てみると、「駐車スペース」「歩道の移動」「公園・緑地」「広域交通網」「街並み」「閑静な環境」等への不満が反映された結果となっている。

図表 1 - 1 - 51 「日常生活面での満足度があがった(通勤、買い物、リフレッシュなど)」で「悪影響」と回答した事業所が不満とする都市環境の条件【Q4 - 2項目9×Q4 - 1】

Q4 - 2の項目「22.日常生活面での満足度があがった(通勤、買い物、リフレッシュなど)」で「悪影響」と回答した事業所が、Q4 - 1で「不満」とする都市環境の条件	Q4 - 1で不満と回答した事業所数	
	とても不満	やや不満
5.駐車スペースの確保のしやすさ	6社	-
4.歩道の移動しやすさ	5社	2社
22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ	2社	3社
1.広域交通網の利用しやすさ	-	4社
14.街並み・景観等イメ-ジ・雰囲気の良い	-	4社
21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実	3社	-
19.ホテル・会議室等コンベンション機能の充実	2社	-
23.閑静な環境	1社	3社
24.防災上の安全性	1社	2社
18.大学・専門学校、各種スクール等の充実	1社	1社
20.飲食店や小売店の充実	1社	1社
25.防犯上の安全性、治安の良さ	1社	1社
3.深夜の交通手段の利用しやすさ	1社	-
10.公的な誘致や支援の受けやすさ	1社	-
17.都市開発等によるエリアの将来性	-	2社
2.都内の交通の利用しやすさ	-	1社
7.発注先、委託先の近さ	-	1社
8.受注先、顧客の近さ	-	1社
15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ	-	1社
16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力	-	1社

なお、同項目に対して「悪影響」と回答した企業の意見(自由記述)として次のような事項が指摘されている。

【アンケート自由回答より】

- ・ 駅からの距離が遠く、タクシー移動の際の渋滞(六本木通り、骨董通り)が問題。【再掲】
- ・ 駅から遠い。
- ・ 駐車場及び駐車スペースがない。
- ・ ファッション、流行はおそい。下町意識が高く町内会のつきあいが難しい。

その他：自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった【Q4 - 2項目18】
業務効率があがった【Q4 - 2項目21】

最後に、好影響と回答した事業所が30%を超えるものではないが、「12.自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった」「21.業務効率があがった」について、都市環境の条件の中で特に関連の深い「民間サービスの受けやすさ」との関係を見てみる。

「12.自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった」については、以下に示すとおり、「9.民間サービスの受けやすさ」の満足度が高く、好影響を及ぼしていると考えられる。(「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約50ポイント上回っている)

「21.業務効率があがった」についても、「9.民間サービスの受けやすさ」の満足度が高く、業務効率の改善に好影響を及ぼしていると考えられる。

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 52 Q 4 - 2 「18. 自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった」及び
「22. 業務効率があがった」での好影響・悪影響と関連のありそうな
Q 4 - 1 の条件での満足・不満足の影響状況

		Q 4 - 1 の条件 9. 民間サービスの 受けやすさ				Q 4 - 1 の条件 9. 民間サービスの 受けやすさ	
Q 4 - 2 「18. 自社にない設備をサービス業で 賄いやすくなった」への影響		好影響	悪影響	Q 4 - 2 「21. 業務効率があがった」への影響		好影響	悪影響
Q 4 - 1 の 各条件での 満足・不満足	全体	10.3	0.7	全体	26.5	0.4	
	とても満足	60.0	0.0	とても満足	40.0	0.0	
	やや満足	18.8	0.0	やや満足	39.7	0.0	
	どちらでもない	5.9	1.1	どちらでもない	22.6	0.5	
	やや不満	9.5	0.0	やや不満	19.0	0.0	
	とても不満	25.0	0.0	とても不満	0.0	0.0	

(5) ナレッジワーカー・クリエイターが働く場としての都市環境の条件

ナレッジワーカー・クリエイターと関連の深い業務内容における好影響の状況

【Q 1 - 2 × Q 4 - 2】

ナレッジワーカー・クリエイターと関連の深い業務内容として Q 1 - 2 の選択肢の中から「3. 企画・研究」「4. 設計・製図・デザイン」「5. ソフト制作」を取り上げ、Q 4 - 2 で「好影響」と回答した事業所との関係を見た。図表 1 - 1 - 51 は、このうち、「好影響」と回答した事業所の割合が、業務内容全体の平均値よりも高くなった影響を取り出して表にしている。

「企画・研究」では「社外のネットワークが広がった」「業界動向など情報収集がしやすくなった」、「企画・研究」「設計・製図・デザイン」では「打合せがしやすくなった」「顧客や営業先へ訪れやすくなった」「新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった」「流行やトレンドに敏感に対応できるようになった」「日常生活への満足度があがった」などという回答が全体を上回る割合を占めており、移転に伴うエリア特性が企業活動へ好影響を与えていることが伺える。

図表 1 - 1 - 53 ナレッジワーク関連業務を行う事業所で好影響を受けたと回答した割合

【Q 1 - 2 × Q 4 - 2】

Q 4 - 2 現所在地に立地したことによる影響	Q 1 - 2 (業務内容)			
	全体	企画・研究	設計・製図・ デザイン	ソフト制作
5. 打ち合わせがしやすくなった	43.4%	53.2%	61.8%	39.3%
7. 仕事の融通・相談を受ける機会が増えた	24.5%	26.9%	20.8%	32.1%
8. 顧客や営業先へ訪れやすくなった	58.7%	63.4%	62.2%	48.3%
10. 社外のネットワークが広がった	20.0%	27.8%	23.3%	25.9%
12. 専門的人材の募集への応募が増えた	19.0%	21.5%	20.8%	25.9%
13. 臨時雇用の募集への応募が増えた	18.0%	23.1%	19.4%	25.9%
14. マスコミからの取材など情報発信の機会が増えた	10.3%	14.3%	6.9%	7.4%
15. 業界動向など情報収集がしやすくなった	26.3%	39.2%	31.5%	18.5%
16. 流行やトレンドに敏感に対応できるようになった	23.9%	30.8%	34.7%	17.9%
17. 新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった	16.4%	24.4%	23.9%	11.1%
18. 自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった	10.3%	14.1%	15.5%	11.1%
22. 日常生活面での満足度があがった(通勤・買い物・リフレッシュなど)	35.3%	44.3%	50.0%	39.3%

ナレッジワーカー・クリエイターと関連の深い影響における満足・不満足の状態

【Q4 - 1 × Q4 - 2】

ここでは、Q4 - 2の影響の選択肢の中で、ナレッジワーカー・クリエイターの仕事に関連が深いと考えられるものを取り上げ、Q4 - 1の満足・不満足の状態を見てみた。取り上げるのは、以下の項目である。

- 16. 流行やトレンドに敏感に対応できるようになった
- 17. 新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった
- 6. 他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた
- 20. 新しい技術や専門的な知識が得やすくなった
- 11. 全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ

「16. 流行やトレンドに敏感に対応できるようになった」「17. 新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった」を取り上げた理由は、流行やトレンドを取り入れやすい、新しい発想が浮かびやすい都市環境が、創造的な仕事をする上で影響があると考えられるからである。同様に「6. 他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた」「20. 新しい技術や専門的な知識が得やすくなった」は、高度な知識や技術を得る機会が多いことが、知的、創造的な仕事に求められると考えられるからである。また、「11. 全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ」を取り上げた理由は、全国的・世界的にその仕事を発信できているかどうか、重要であると考えたからである。

なお、次に示す図表1 - 1 - 52~56は、上述の項目に対して、そこに好影響を及ぼしていると思われる要因を抽出し、想定される要因の満足度と企業活動への影響の相関を示したものである。

() 流行やトレンドに敏感に対応できるようになった【Q4 - 2 項目16】

- ・流行・ファッション等の優位性・情報発信力
- ・同業者の集積や近さ

のいずれとも、満足度の高さと企業活動への影響の間に相関がみられるが、特に「流行・ファッション等の優位性・情報発信力」で高い相関関係にある(「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を50ポイント上回っている)

図表1 - 1 - 54 Q4 - 2「16. 流行やトレンドに敏感に対応できるようになった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の状態

		Q4 - 1の条件			
		6.同業者の集積や近さ		16.流行・ファッションなどの優位性・情報発信力	
Q4 - 2 「16.流行やトレンドに敏感に対応できるようになった」への影響		好影響	悪影響	好影響	悪影響
Q4 - 1の 各条件での 満足・不満足	全体	23.9	1.1	23.9	1.1
	とても満足	31.4	0.0	73.9	0.0
	やや満足	24.1	1.1	31.8	2.4
	どちらでもない	23.6	0.7	5.4	0.0
	やや不満	14.3	0.0	0.0	0.0
	とても不満	25.0	0.0	0.0	0.0

企業アンケート結果(国内)

() 新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった【Q4 - 2 項目 17】

- ・街並み・景観等イメージ・雰囲気の良い
- ・文化芸術施設など知的刺激の豊富さ
- ・流行・ファッション等の優位性・情報発信力
- ・公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ

のいずれの項目においても、満足度の高さと企業活動への影響の間に高い相関がみられる(「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約25ポイント~30ポイント程度上回っている)

図表1 - 1 - 55 Q4 - 2「17. 新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響状況

	Q4 - 1の条件								
	14.街並み・景観によるイメージ・雰囲気の良い		15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ		16.流行・ファッションなどの優位性・情報発信力		22.公園・緑地、運動施設などリフレッシュしやすさ		
Q4 - 2 「17.新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊富になった」への影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	
全体	16.4	0.7	16.4	0.7	16.4	0.7	16.4	0.7	
Q4 - 1の各条件での満足・不満足	とても満足	42.0	2.0	46.9	0.0	48.9	0.0	40.0	0.0
	やや満足	17.3	1.0	22.9	2.4	17.6	2.4	28.6	0.0
	どちらでもない	5.1	0.0	6.7	0.0	6.3	0.0	13.7	0.0
	やや不満	8.0	0.0	11.1	0.0	6.7	0.0	20.0	3.6
	とても不満		0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0

() 他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた【Q4 - 2項目 6】

- ・公的な誘致や支援の受けやすさ
- ・専門的な人材の確保しやすさ
- ・大学・専門学校、各種スクール等の充実

といった項目に関しては、回答サンプルも少なく、満足度の高さと企業活動への影響の間に際だった相関はみられなかった。

特に「大学・専門学校、各種スクール等の充実」に関しては、満足度の高さと企業活動への影響の相関が期待されたが、「とても満足」と回答した企業への影響度合いをみても「影響なし」(84.6%)という回答が大半を占めている。

図表1 - 1 - 56 Q4 - 2「6. 他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響状況

	Q4 - 1の条件						
	10.公的な誘致や支援の受けやすさ		11.専門的な人材の確保しやすさ		18.大学や専門学校、各種スクール等の充実		
Q4 - 2 「6.他社や大学などとの共同開発や共同事業が増えた」への影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	
全体	4.3	1.4	4.3	1.4	4.3	1.4	
Q4 - 1の各条件での満足・不満足	とても満足	20.0	0.0	8.7	0.0	7.7	7.7
	やや満足	13.6	0.0	6.5	1.3	4.1	0.0
	どちらでもない	3.1	0.9	1.2	1.2	4.2	1.0
	やや不満	5.6	5.6	20.0	10.0	0.0	7.7
	とても不満	0.0	11.1	33.3	0.0	10.0	0.0

() 新しい技術や専門的な知識が得やすくなった【Q4 - 2 項目 20】

- ・同業者の集積や近さ
- ・公的な誘致や支援の受けやすさ
- ・専門的な人材の確保しやすさ
- ・流行・ファッション等の優位性・情報発信力

のいずれの項目においても、満足度の高さと企業活動への影響の間に相関がみられるが、特に「専門的な人材の確保しやすさ」「公的な誘致や支援の受けやすさ」で高い相関関係にある(「とても満足」で「好影響」という回答割合が全体を約 25 ポイント~30 ポイント程度上回っている)

図表 1 - 1 - 57 Q4 - 2 「20. 新しい技術や専門的な知識が得やすくなった」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響状況

		Q4 - 1の条件							
		6.同業者の集積や近さ		10.公的な誘致や支援の受けやすさ		11.専門的な人材の確保しやすさ		16.流行・ファッションなどの優位性・情報発信力	
Q4 - 2 「20.新しい技術や専門的な知識が得やすくなった」への影響		好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響
Q4 - 1の 各条件での 満足・不満足	全体	13.8	1.8	13.8	1.8	13.8	1.8	13.8	1.8
	とても満足	20.0	0.0	40.0	0.0	43.5	4.3	34.8	2.2
	やや満足	20.7	1.1	34.8	0.0	19.2	0.0	13.1	2.4
	どちらでもない	7.9	2.9	11.2	0.9	7.9	1.2	7.0	1.6
	やや不満	21.4	0.0	22.2	0.0	10.0	10.0	13.3	0.0
	とても不満	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	16.7	0.0

() 全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ【Q4 - 2項目 11】

- ・広域交通網の利用しやすさ
- ・エリアの知名度やブランド力
- ・公的な誘致や支援の受けやすさ

といった項目に関しては、回答サンプルが少ないものの、「エリアの知名度やブランド力」ならび「広域交通網の利用しやすさ」への満足度が高い企業において、全国や世界規模でのビジネス展開に影響を与えているケースがあることも伺える。

図表 1 - 1 - 58 Q4 - 2 「11. 全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ」での好影響・悪影響と関連のありそうなQ4 - 1の条件での満足・不満足の影響状況

		Q4 - 1の条件					
		1.広域交通網の利用しやすさ		10.公的な誘致や支援の受けやすさ		13.エリアの知名度やブランド力	
Q4 - 2 「11.全国や世界規模でのビジネス展開が進んだ」への影響		好影響	悪影響	好影響	悪影響	好影響	悪影響
Q4 - 1の 各条件での 満足・不満足	全体	7.1	1.4	7.1	1.4	7.1	1.4
	とても満足	11.6	4.3	20.0	0.0	14.5	3.6
	やや満足	7.0	0.0	17.4	0.0	5.0	0.8
	どちらでもない	5.0	1.7	6.3	0.4	1.5	0.0
	やや不満	0.0	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0
	とても不満	0.0	0.0	0.0	22.2	50.0	0.0

企業アンケート結果(国内)

なお、同項目に対して「好影響」と回答した企業の意見（自由記述）として次のような事項が指摘されている。

【アンケート自由回答より】

- ・（南青山は）海外企業が来やすい。
- ・（南青山は）日本国内評価より海外評価が高かった。

3 - 5 . 現所在地に立地したことによる、当初は思いもよらなかった メリット・デメリット【Q4 - 3】

(1) 当初は思いもよらなかったメリット【Q4 - 3】

現在の所在地に事業所を構えたことによる、当初は思いもよらなかったメリットとして自由記入していただいたところ、以下に示すような声があった。

エリアの知名度・ブランドイメージ等による好影響

エリアの知名度が高いこと、ブランドイメージがあること等により、顧客等への好感度や信用度が上がるといったメリットが挙げられた。

特に、南青山でこのメリットを挙げる声が多い(10件)。渋谷では、この結果、リクルートがしやすいことが指摘された(4件)。

渋谷	南青山	神保町
<p>感度が高いエリアとして知られ、若年層の集積地でもある。駅から近いこととエリア知名度が高い場所なので地方・都内の顧客の来社が思ったより多くなった 渋谷という知名度でアルバイトはすぐに見つかる 渋谷という知名度で応募者が来てくれた 募集を出したとき若い人の応募が多かった リクルートでの優位</p>	<p>南青山の高知名度 好印象 住所の知名度により仕事上の高感度を得る 東京と以外のエリアのクライアント等からの信用度UPは当初の予想以上。やはり全国的に青山は非常に有名。 立地のブランドイメージに加え資金面においてもゆとりがあると思われるようだ 現所在地の前も南青山エリアに事業所があったので事業縮小しても当社のイメージが下がらなかった “南青山”ということでの知名度、好感度UP。(但し、ねたみ・中傷も増えた)有名な場所(高い所)に事務所を構えた 儲けている というように ブラウン管を通してしか見られなかった人(主に芸能人)を間近に見る機会が時々ある 当社自身が非常にお洒落でセンスのよいイメージを持たれた 知名度が高い分、地方でも知られている 日本国内評価より海外評価が高かった</p>	<p>知名度が高いため評価が取れる(得られる)</p>

企業アンケート結果(国内)

交通利便性等による好影響

各エリアとも、交通利便性をメリットに掲げている。これにより、来客が増えたり、事業所のアクセス方法が理解されやすくなったという回答であるが、これらは、交通の利便性に加え、知名度の高いエリアとして一般に認知されていることが相乗効果を上げているのではないだろうか。

また、交通利便性の具体的な内容としては、地下鉄のアクセスの良さ、地下鉄路線網の発達（新路線の増設）、交通上の要衝といった事項があげられている。

渋谷	南青山	神保町
<p>駅から近いこととエリア知名度が高い場所なので地方・都内の顧客の来社が思ったより多くなった(再掲) 交通の移動、アクセスの良さが当初の予想より上回る。 交通アクセスが非常に良くなった 交通の便のよさ 交通の便が良いので人が出入りするようになり仕事の量が増えた 考えていたよりも得意先が重宝してくれている クライアントの訪問頻度が高くなった。 利用客が増えた 埼京線、成田エクスプレス等の交通機関が停車するので良くなった。 新しい地下鉄が出来るらしい</p>	<p>人材の集まりを期待して移転しましたが、青山という地名や表参道駅より1分の場所は、想像以上に人が立ち寄ってくださるようになりました 交通の便が良く得意の方から来てくれる事が多くなった 人と会う際に相手が来てくれる立ち寄ってくださる方が増えた 個人の近隣の経営者達が気軽に足を運んでくれる事。つまり、顧客や友人等が訪れやすくなった 来客が増えた。 海外企業が来やすい 事業所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった 所在地を伝えるとすぐに分かってもらえた。イメージの向上につながった 地方顧客への知名度もあり来社の際の詳細な場所の説明がほとんど不必要である</p>	<p>交通の便、通過点なのでお得意様もついでに寄っていく 交通の便が良くなった（新線開通） 交通利便性（予想以上であったこと） 地下鉄のアクセスが良い 交通アクセスの良さ 地下鉄の路線が増えて便利になった 地下鉄の路線が増したこと 地下鉄網の発達（神保町・都営及び営団に1分以内）。自宅前の歩道完成 地下鉄網の発達により交通の便が大変良くなった 地下網の整備（都営新宿線、営団半蔵門線）創立当初はなかった 人が集まりやすくなった 半蔵門線（地下鉄）の延長路線開通により顧客の利用が意外に多かった 情報・人からの情報等非常に入りやすい。来客も多く打ち合わせ等も便利 得意先が近い</p>

閑静な環境、サービスの充実等の周辺環境の向上

渋谷及び南青山では、主要道から裏道に入ると閑静な環境で緑が多いという意見があった。また、南青山では、周辺の飲食やケータリングサービスが充実しており便利という声も上がっている。

一方、神保町は「本屋の集積が便利」や「学生街のため割安な飲食店が多く便利」など、他の2地区とは違い、「本の街」や「学生の街」というエリアの特徴を指摘する声が目立った。

後述する上海の同済大学周辺の調査では、大学周辺への企業集積により自然発生的に飲食などのサービス産業が立地し、街としての機能が充実してきたというプロセス、企業活動のしやすさが指摘されている。飲食等の周辺サービスの利用しやすさは、都市環境の中で重要な要素と言えるのではないだろうか。

渋谷	南青山	神保町
<p>裏通りに面していて、静かな環境で日当たりが良い</p> <p>割りと静か</p> <p>桜丘町は道路、駐車場、緑地等の都市整備が遅れており、当社のビルは比較的新しく高品質であるが、この建物の建替えでは良い街とならず、再開発による地域の開発が必要であるとの認識が広がってきた</p> <p>都市部だったので光ファイバーを早いうちから敷くことができた</p> <p>ビルの建築が増えてパブル期は顧客も増えて良かったが現在は空室も多くなり不況できびしいです(商店は尚きびしいようです)</p> <p>職住一体の生活により子供の世話、保育園の送り迎え食事作り等を行う必然性が増えた。子供が父親の仕事を直接見ることが子供にとってメリットになっていると思う。だから仕事をしなくなり効率能率が上がった</p>	<p>一本裏道に入っていると 思ったより静かな環境 意外と静かな環境だった 緑も多く快適な過ごせる場所としてはメリットが多い。人が気楽に来てくれるメリットがある。又、以前よりもトレンド力が増している 思ったより緑が多い 近隣のサービス(飲食、ケータリング、etc)のサービスが充実しており非常に便利 昼食夕食などに苦勞しなくなった 飲む機会が増えた 社内で行う作業がやりやすくなった 思いの外、部外者が目立つ地域。防犯上良い</p>	<p>想像以上に住みやすい 本屋が近く資料を集めるのにとっても便利 本、スポーツ、食、学校など融合 学生街のため割安な飲食店が多く昼食事の出費が減り選択肢が多くなった 神田神保町の心意気を守っているお店(飲食業)が多いのには驚くと同じに参考になった 神保町の都市開発により高層ビルが出現。飲食店などがきれいになった 隣りに医院集合ビルができて、便利になった。 情報機器専門店が増加した点。一時駐車場の増加 1階なので発送する荷物が出しやすい 歩きタバコ(喫煙マナー)をする人が少なくなったので安心</p>

企業アンケート結果(国内)

(2) 当初は思いもよらなかったデメリット【Q4 - 3】

現在の所在地に事業所を構えたことによる、当初は思いもよらなかったデメリットとして自由記入していただいたところ、以下に示すような声があった。

交通環境の悪さ

(1) で見たように、地下鉄等の交通利便性をメリットとして挙げる声が多い一方で、交通環境でデメリットを感じているという声も多い。渋谷、神保町では、通勤の際の交通機関の混雑への不満も挙がっている。

いずれのエリアでも、駐車場不足に対する不満の声が多い(渋谷2件、南青山6件、神保町5件)。また、渋滞への不満(渋谷2件、南青山4件、神保町1件)も共通している。

渋谷では、道が入り組んでいる、人が多くて歩きにくいなど、道路環境の悪さを指摘する声が多い(7件)。南青山では、駅からの距離(4件)に対する不満、神保町では、道路が狭いといった不満が挙がっている。

渋谷	南青山	神保町
道路環境は最悪 車の渋滞(駐車場が少ない) 商品の入出荷が多く、エレベータなしで搬入が思ったより大変なこと。駐車場が離れている為、路上駐車で行う不便さ 道がいりくんでいて説明がしづらい。坂の上なので夏が辛い。 坂が女性の客にとってはつらい 駅が見えるのに駅の出口がなく遠回りをせざるを得ないため、地方からの客が良く道を間違える。 最寄駅からの道順が複雑で地図を渡しても初めての人が迷う事がある(比較的古い街並みなので) 駅まわりに人が多くて歩きにくい 渋谷駅周辺の人多さ、騒がしさ 井の頭線が非常に混むようになり体力が消耗する。	交通渋滞など道路事情が悪い 駐車スペースが全くない 駐車スペースが入手が難しい。 高価 来訪者の駐車スペース不足 車が止められない。家賃が高い 近隣の不法駐車が多く自転車の通行、顧客来社の際に障害になる事が多い 駐車場が極めて少ない。かなり渋滞する タクシー移動の際の渋滞。 (六本木通り、骨董通り) 交通量が多いため車での移動に時間がかかる 駅から遠い(2件) 駅からの距離。 駅から遠くなったので通勤に時間がかかるようになった 通勤が大変	駐車場及び駐車スペースがない 自動車利用の顧客の駐車場が思った以上に少なかった 駐車場(月極)料金の高騰 神田神保町2丁目地区は裏通りの道幅が狭く一方通行路が多い。駐・停車に不便 過密地区のため、トラック、車などの駐車スペース確保が困難。荷物の移動に時間がかかる(交通渋滞の影響もあり) 道路が狭い 交通機関の混雑(朝夕が特に)

治安面での不安

治安に対する不安の声が多く挙がっている。特に渋谷エリアでは多く（7件）、以下、南青山（2件）、神保町（1件）という結果であった。

具体的には、近年の悪質犯罪、ビル・マンション荒らし、外国人窃盗団、交通事故等への不安等である。

渋谷	南青山	神保町
治安の乱れ等の間接的なインパクトを懸念。昨年閑静な住宅街（渋谷区内）での通り魔事件など、環境面、治安面を懸念する 渋谷が新宿のような不安定な町になりつつある 怖くて夜はなるべく出歩かない。女性の訪問者はJR駅まで送るようにしている 近くで人を刺す事件があり、社員の通勤時には注意をうながしたが緊張した 治安、マナー、喧騒 空巣が入った テロ対策が必要	人の流れが多くなり今まで静かだった町が騒々しくなった。交通事故、犯罪等が心配になっている 現在です ビル、マンション荒しなどの防犯上の問題	防犯設備が良くなかった。中国の窃盗団に2回侵入された

家賃等の高さ

家賃の高さを中心に、管理費、駐車場費用、地価等の高さへの不満の声が目立った。特に南青山に多く（6件）、渋谷（2件）、神保町（1件）と比較して顕著な結果となっている。

渋谷	南青山	神保町
家賃相場が高く移転先を近隣で探すのが困難 不況により売上高の低下にて家賃の支払いが大きく思われる	家賃が高い（2件） 賃料が高い。厄事にかかる費用が高つく。駐車場が近いところがないし、あってもすごく高い 家賃の高さは初めから分かっていたはいましたが、やはりかなり重要な部分です 家賃の高さはパブルタイムは気にならなかったが、不景気が長引いても家賃はあまりかわらず、一番のデメリットとなっている 管理費が高い、うるさい、世界一の間抜けが多く住んでいる	若干地価が高い

再開発等への不満

神保町を中心に、再開発等への不満が挙がった。例えば、周辺に高いビルが建ち、日当たりが悪くなった、ビル風が強くなった（3件）開発に伴い本社と分離し業務効率が下がった、開発を契機に後継者がいないことから廃業したといった声が聞かれた。神保町の企業ヒアリングにおいても、再開発への批判的な意見が聞かれた。

渋谷では、専門学校等が増えたことによる悪影響を指摘する声がある（2件）

渋谷	南青山	神保町
渋谷代官山地域の開発により街が汚くなり人が増え、夜間人口が減った 専門学校などの増設により学生が増え環境悪化 当地域は思わぬことで専門学校が増えてしまい街のためにはマイナスになってしまいました（学生の通学に駅が近く便利のため/空室が塾に	近隣の開発が進み近くに大きなビルが出来た 影響で、携帯電話の受発信能力が著しく落ちた。 また、社内の無線LANにも悪影響が	地域の開発が進み（マンション・ビル新築の増加）操業がしづらくなった 古くから開業している同業者が、後継者がいないことで、神田南神保町再開発を機に廃業してしまったこと。同業者が減ると客（書店さん）が神保町まで仕入れに来るメリットが少なくなるため、だんだん来店する回数が減ってきた 神田南神保町再開発に伴い、本社から店売所、事務所と分かれてしまった。それぞれ連絡を取り合うのがうまくいかず、メール、FAX、電話を使って連絡をとっているような次第である 廻りにビルが建ち並び、日当たりが極端に悪くなった。前に歩道ができた事で逆に車が止めにくい。個人が極端に減少

企業アンケート結果(国内)

なる) 高い道路を間にビルが立っている為、騒音がひどい時がある。 駅前が汚れている	出た	高層ビルの建築で当ビルの日当たりが悪くなった。ビル風も強く感じる 周囲がビルのため、日当たりが悪くなった。 営業がしにくくなった可能性もある ビルの老朽化のための雨漏り(改善済) エレベータが多い 通信インフラの弱さ
---	----	---

大気汚染や騒音など

少数意見ではあるが、渋谷において、バイクやディーゼル車の音や排気ガス、神保町において、街宣車の騒音に対する不満の声があった。

渋谷	南青山	神保町
時折バイク、ディーゼル車のすざましい音と、排気ガスで悩まされる不法駐車で歩きにくい	-	街宣車がうるさい

飲食店、利便施設等への不満

南青山を中心に、飲食店への不満が挙げられた(南青山3件)。

渋谷	南青山	神保町
-	地域の店舗、飲食店が少なくブランドショップやブランドビルばかりで日常業務は不便である 飲食店の金額の設定が高額であること 昼食に於いて、ファッションブルな店の方が多く不経済。 業務に関連し、銀行や郵便局等の従前の事務所(浜松町)に比べ、かえって不便になった	女性陣のコメントによると、安くて美味しいお弁当屋さんが少ない

その他

その他、以下のようなデメリットが挙げられた。

中には、南青山の「儲けているかのごとく誤解」、神保町の「中小企業だけの街という多少くらい街のイメージ」というように、(1) のエリアの知名度によるメリットと裏腹の関係の指摘もあった。

渋谷	南青山	神保町
流入人口が少ない(いなか度が高い) 仕事の時間が家事等により減った。	さほどの利益が上がっているわけでもないのに儲けているかのごとく誤解されるケースがある 隣人の迷惑行為、来街者の迷惑行為 訪問販売(営業)が頻繁に来る 他所への移動のデメリットを考えると移転しづらい	神保町というイメージが本屋(書店)と個人業者等が多いと思われ、中小企業だけの街という多少暗い街のイメージを持たれた ファッション、流行はおそい。下町意識が高く町内会のつきあいが難しい 神保町再開発とのことで近くのビルから引越してきたが、先のビルの持ち主が立退き料を支払ってくれず大変苦労した(未払い) 大手顧客が近いと移転したが、顧客が遠くへ移転してしまった

4. 将来的な移転と都市環境の条件【Q5】

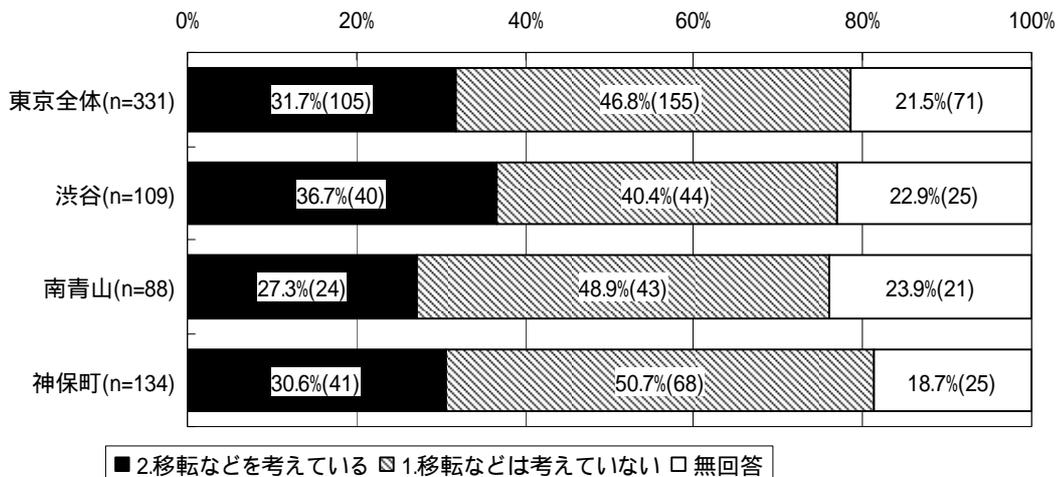
(1) 将来的な移転の意向とその理由【Q5、SQ5-1】

将来的な移転の意向【Q5】

将来的な移転意向の有無をたずねたところ、「移転などを考えている」と回答した事業所は、東京全体で31.7%であった。

エリア別では渋谷の36.7%が最も高く、次いで神保町(30.6%)、南青山(27.3%)となっている。

図表1-1-59 将来的な事務所の移転意向【Q5】



将来的な事業所の移転の理由【SQ5-1】

移転の理由をみると、東京全体では、「業務の事情」(45.7%)という回答最も多く、次いで「建物の改善」(24.8%)となっている。

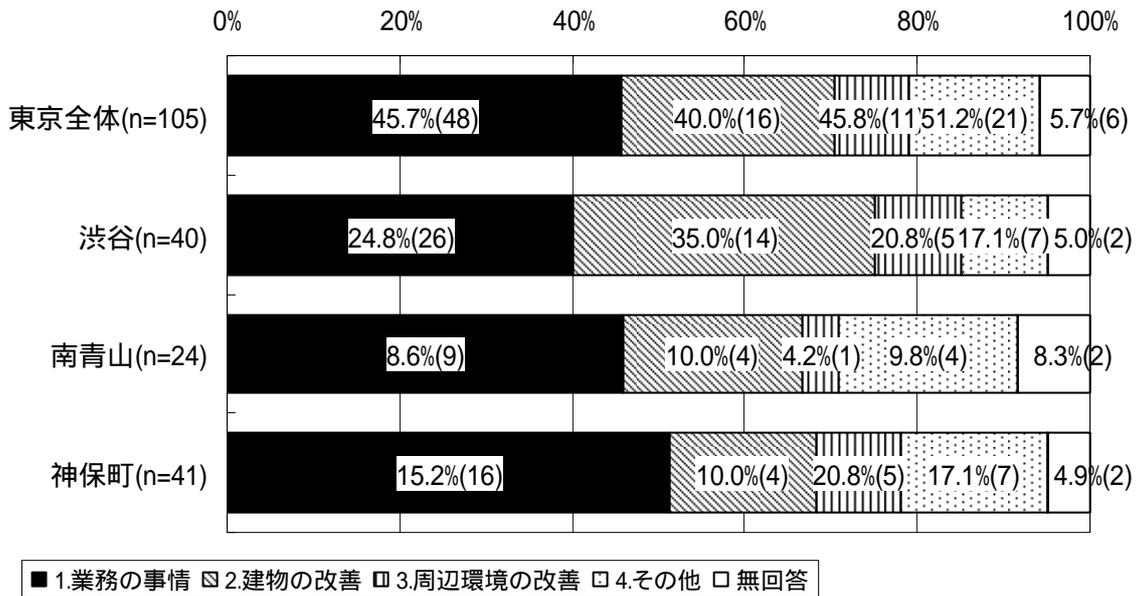
エリア別では、東京全体の傾向との違いが大きいのは、「建物の改善」についての渋谷の割合の高さ、神保町の低さ、「業務の事情」についての神保町の高さと渋谷の低さである。

「その他」の回答をみると、業務面積が手狭という内容が5件、賃料が高いという内容が4件あった。他は以下に示す通りであり、建物の老朽化や歩道の歩きにくさなど建物や街区の環境に関する回答もあがっている。

- ・業務面積が手狭(5件)
- ・賃料が高い(4件)
- ・職住近接を考えて
- ・建物老朽化のため貸主から退去移転要請あり
- ・マンションが建替えになる
- ・歩道が狭く整備されず長年にわたって都市計画が実行されない
- ・プロジェクト終了に伴う撤退
- ・税金一般
- ・気分転換

企業アンケート結果(国内)

図表1 - 1 - 60 将来的な事務所の移転の理由【SQ5 - 1】



(2) 移転先エリアに求める都市環境の条件【SQ5 - 2】

図表1 - 1 - 61は、将来的な移転に際して重視する条件を尋ねた結果である(選択肢を3つまで選択する複数回答)。東京全体では、「2. 都内の交通の利用のしやすさ」が69.5%と最も高い割合であり、今後の移転の際に最も重視されている都市環境の条件となっている。以下、「8. 受注先、顧客の近さ」(25.7%)、「1. 広域交通網の利用しやすさ」(20.0%)、「5. 駐車スペースの確保のしやすさ」(17.1%)と続いている。

この結果を、Q3で尋ねた現所在地に立地を決める際に考慮した都市環境の条件についての回答と比較してみる。以下に示す囲みは、Q5 - 2で選択された割合の高い上位10位までが、Q3ではどのような順位であったかを示したものである(Q3の順位は、考慮の程度が「とてもした」「ややした」の合計)。Q3はそれぞれの都市環境の条件についての考慮の程度を「とてもした」「ややした」「あまりしなかった」「全くしなかった」の中から回答するものであり、このSQ5 - 2は、提示した都市環境の条件は同じだが、その選択肢の中から3つまで選ぶ複数回答であることから、全く同じ条件で比較することはできないが、以下のような傾向が見られる。

「1. 都内の交通の利用しやすさ」は、現所在地に立地を決める際、将来的に移転する際、共に1位であり、最重視されている。これ以外の条件は、現所在地に立地を決める際と将来的に移転する際とでは差がある。特に、現所在地に立地を決める際に比べて、将来的に移転する際に選ばれた割合の高さが目立つものとして、「4. 駐車スペースの確保のしやすさ」「27. 防犯上の安全性、治安の良さ」「23. 閑静な環境」「24. 防災上の安全性」がある。これらは不満と回答した割合が高く、現所在地に立地する際は他の環境を優先したために、あまり考慮されなかったが、実際に立地してからは不便を感じたため、次の立地の際には重視に転換したと考えられる。

【将来的な移転の際に求める上位10条件と現所在地に立地を決める際に考慮した順位】

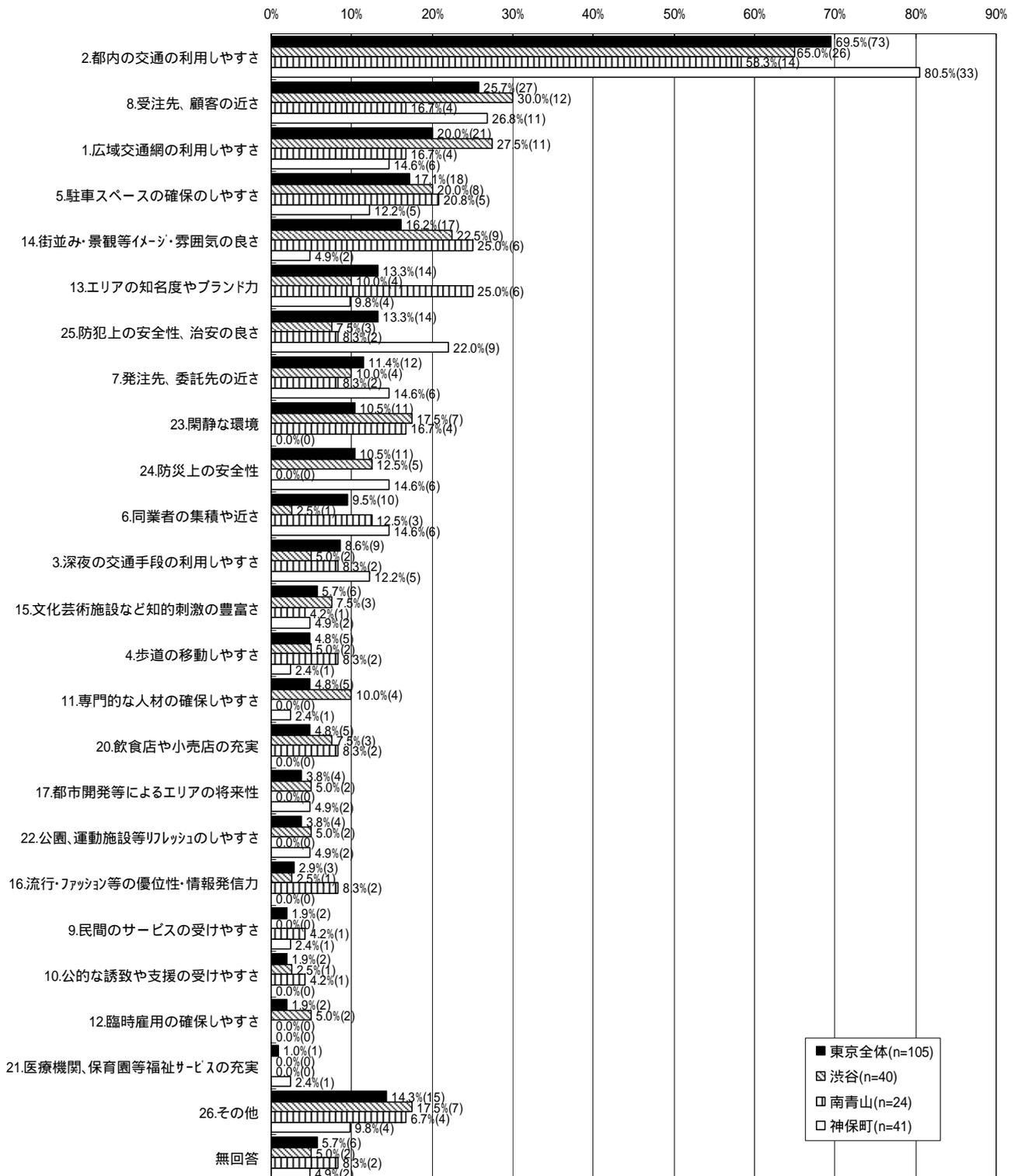
以下の順序は、将来的な移転の際に求める条件として選択された割合の高い順であり、括弧内の順位は現所在地に立地を決める際に考慮した順位を示している。

太字の条件は、現所在地に立地を決める際に考慮した順位から上がっているもの。

- 1位：都内の交通の利用しやすさ(1位)
- 2位：受注先、顧客の近さ(3位)
- 3位：広域交通網の利用しやすさ(5位)
- 4位：駐車スペースの確保のしやすさ(18位)
- 5位：街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ(4位)
- 6位：エリアの知名度やブランド力(2位)
- 7位：防犯上の安全性、治安の良さ(10位)
- 8位：発注先、委託先の近さ(6位)
- 9位：閑静な環境(17位)
- 10位：防災上の安全性(15位)

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 61 将来的な移転先エリア選択の際に重視する都市環境の条件【SQ5 - 2】



(注) 1. 当該設問は選択肢を3つまで選択する複数回答である。

2. 「18.大学・専門学校、各種スクール等の充実」「19.ホテル・会議室等コワーキング機能の充実」は、3エリアとも回答がなかったため、図表より除いている。

エリア別の特徴は以下の通りである。エリアにおける重視の度合いが、3地区平均より特に高いもの、特に低いものを挙げる。

【渋谷において重視の度合いが高い事項】

- ・ 8 . 受注先、顧客の多さ (30.0% : 対3地区平均 +4.3 ポイント)
- ・ 1 . 広域交通網の利用しやすさ (27.5% : 対3地区平均 +7.5 ポイント)
- ・ 23 . 閑静な環境 (17.5% : 対3地区平均 +7.5 ポイント)
- ・ 11 . 専門的な人材の確保しやすさ (10.0% : 対3都市平均 +5.2 ポイント)

【渋谷において重視の度合いが低い事項】

- ・ 6 . 同業者の集積や近さ (2.5% : 対3地区平均 - 7.0 ポイント)
- ・ 25 . 防犯上の安全性、治安の良さ (17.5% : 対3地区平均 - 5.8 ポイント)

【南青山において重視の度合いが高い事項】

- ・ 14 . 街並み・景観イメージ・雰囲気の良さ (25.0% : 対3地区平均 +8.8 ポイント)
- ・ 13 . エリアの知名度やブランド力 (25.0% : 対3地区平均 +11.7 ポイント)
- ・ 23 . 閑静な環境 (16.7% : 対3都市平均 +6.2 ポイント)

【南青山において重視の度合いが低い事項】

- ・ 2 . 都内の交通の利用のしやすさ (58.3% : 対3地区平均 - 11.2 ポイント)
- ・ 8 . 受注先、顧客の多さ (16.7% : 対3地区平均 - 9.0 ポイント)
- ・ 25 . 防災上の安全性 (0.0% : 対3都市平均 - 10.5 ポイント)

【神保町において重視の度合いが高い事項】

- ・ 2 . 都内の交通の利用のしやすさ (80.5% : 対3都市平均 +11.0 ポイント)
- ・ 25 . 防犯上の安全性、治安のよさ (22.0% : 対3都市平均 +8.7 ポイント)
- ・ 6 . 同業者の集積や近さ (14.6% : 対3都市平均 +6.1 ポイント)

【神保町において重視の度合いが低い事項】

- ・ 1 . 広域交通網の利用のしやすさ (14.6% : 対3地区平均 - 5.4 ポイント)
- ・ 14 . 街並み・景観イメージ・雰囲気の良さ (4.9% : 対3地区平均 - 11.3 ポイント)
- ・ 23 . 閑静な環境 (0.0% : 対3都市平均 - 10.5 ポイント)

企業アンケート結果(国内)

また、図表1-1-62は、将来的な移転に際して重視する条件を移転理由別にみたものである。絶対数が少ない中での傾向ではあるが、「周辺環境の改善」を移転理由とする事業所が多いものとして、「4.歩道の移動しやすさ」「15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ」「22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」が挙がっているのは興味深い。

図表1-1-62 将来的な移転先エリア選択の際に重視する都市環境の条件（移転理由別）

【SQ5-1×SQ5-2】

SQ5-2 移転先のエリアに求める条件として 特に重視したいと考える選択肢 (3つまでの複数回答)	全体(事業所数)	SQ5-1 移転の理由(%)			
		業務の 事情 (n=48)	建物の 改善 (n=26)	周辺環境 の改善 (n=9)	その他 (n=16)
2.都内の交通の利用しやすさ	71.7 % (71 社)	46.5	25.4	8.5	19.7
8.受注先、顧客の近さ	26.3 % (26 社)	46.2	23.1	3.8	26.9
1.広域交通網の利用しやすさ	20.2 % (20 社)	45.0	35.0	15.0	5.0
5.駐車スペースの確保のしやすさ	17.2 % (17 社)	41.2	41.2	5.9	11.8
14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ	16.2 % (16 社)	50.0	25.0	18.8	6.3
25.防犯上の安全性、治安の良さ	14.1 % (14 社)	50.0	21.4	7.1	21.4
13.エリアの知名度やブランド力	13.1 % (13 社)	61.5	30.8	0.0	7.7
7.発注先、委託先の近さ	11.1 % (11 社)	18.2	45.5	18.2	18.2
23.閑静な環境	11.1 % (11 社)	45.5	9.1	27.3	18.2
6.同業者の集積や近さ	10.1 % (10 社)	50.0	0.0	10.0	40.0
24.防災上の安全性	10.1 % (10 社)	50.0	30.0	10.0	10.0
3.深夜の交通手段の利用しやすさ	9.1 % (9 社)	44.4	22.2	0.0	33.3
4.歩道の移動しやすさ	5.1 % (5 社)	20.0	20.0	40.0	20.0
11.専門的な人材の確保しやすさ	5.1 % (5 社)	60.0	20.0	0.0	20.0
15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ	5.1 % (5 社)	20.0	20.0	40.0	20.0
20.飲食店や小売店の充実	5.1 % (5 社)	40.0	20.0	0.0	40.0
17.都市開発等によるエリアの将来性	4.0 % (4 社)	50.0	50.0	0.0	0.0
22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ	4.0 % (4 社)	25.0	0.0	75.0	0.0
16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力	3.0 % (3 社)	33.3	0.0	0.0	66.7
9.民間のサービスの受けやすさ	2.0 % (2 社)	50.0	0.0	0.0	50.0
10.公的な誘致や支援の受けやすさ	2.0 % (2 社)	50.0	50.0	0.0	0.0
12.臨時雇用の確保しやすさ	2.0 % (2 社)	0.0	0.0	0.0	100.0
21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実	1.0 % (1 社)	100.0	0.0	0.0	0.0
18.大学・専門学校、各種スクール等の充実	0.0 % (0 社)	-	-	-	-
19.ホテル・会議室等コンベンション機能の充実	0.0 % (0 社)	-	-	-	-
26.その他	14.1 % (14 社)	57.1	14.3	0.0	28.6

- (注) 1. 移転先のエリアに求める条件として特に重視したいと考える条件毎に、「移転の理由」の内訳を見たものである。
2. 「全体(事業所数)」の縦欄の数値は、当該設問のクロス集計に際して無回答分を除外したため、図表1-1-61の「東京全体」の数値とは一致しない。

なお、移転先の条件に関する「その他」の回答をみると、移転先エリアの条件としては、賃料の安い場所へ(5件)、職住近接環境を求めて(3件)という回答が目立つ。他には、以下のような回答があがっている。

- ・通信、電源等の確保が可能か
- ・事業所の広さを求める
- ・現在使用している電話番号が変わらないエリア
- ・インターネット網の高速化が整備されている

(3) 現在の満足度と将来的な移転先エリア選択の際に重視する都市環境の条件

【Q4-1とSQ5-2】

図表1-1-63は、Q4-1で尋ねた現所在地の都市環境の条件に対する満足・不満足と、SQ5-3で尋ねた将来的に移転などを考える際に移転先のエリアに求める条件として特に重視したいと考える都市環境の条件を、回答した事業所の割合の高い順に並べたものである。

図表1-1-63 現在の満足度と将来的な移転先エリア選択の際に重視する都市環境の条件

【Q4-1とSQ5-2】

Q4-1 満足(とても満足+やや満足)と回答した事業所の割合の高い順 東京全体(n=331) (単位:%)	SQ5-3 特に重視したと考える(3つまで選択)事業所の割合の高い順 東京全体(n=105) (単位:%)	Q4-1 不満(とても不満+やや不満)と回答した事業所の割合の高い順 東京全体(n=331) (単位:%)
2.都内の交通の利用しやすさ 86.4	2.都内の交通の利用しやすさ 69.5	5.駐車スペースの確保のしやすさ 43.2
13.エリアの知名度やブランド力 64.0	8.受注先・顧客の近さ 25.7	22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ 23.9
1.広域交通網の利用しやすさ 62.2	1.広域交通網の利用しやすさ 20.0	4.歩道の移動しやすさ 23.3
3.深夜の交通手段の利用しやすさ 54.1	5.駐車スペースの確保のしやすさ 17.1	23.閑静な環境 21.5
8.受注先・顧客の近さ 50.5	14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ 16.2	25.防災上の安全性、治安の良さ 20.5
20.飲食店や小売店の充実 48.6	13.エリアの知名度やブランド力 13.3	24.防災上の安全性 19.6
14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ 45.9	25.防災上の安全性、治安の良さ 13.3	21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実 12.1
6.同業者の集積や近さ 40.2	7.発注先、委託先の近さ 11.4	20.飲食店や小売店の充実 10.9
16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力 40.2	23.閑静な環境 10.5	19.ホテル・会議室等コソバション機能の充実 10.6
7.発注先、委託先の近さ 39.3	24.防災上の安全性 10.5	14.街並み・景観等イメージ・雰囲気の良さ 9.7
15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ 35.6	6.同業者の集積や近さ 9.5	15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ 9.1
17.都市開発等によるエリアの将来性 32.0	3.深夜の交通手段の利用しやすさ 8.6	17.都市開発等によるエリアの将来性 8.5
11.専門的な人材の確保しやすさ 31.7	15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ 5.7	10.公的な誘致や支援の受けやすさ 8.2
12.臨時雇用の確保しやすさ 31.4	4.歩道の移動しやすさ 4.8	9.民間のサービスの受けやすさ 7.6
4.歩道の移動しやすさ 25.4	11.専門的な人材の確保しやすさ 4.8	18.大学・専門学校、各種スクール等の充実 6.9
25.防災上の安全性、治安の良さ 24.5	20.飲食店や小売店の充実 4.8	16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力 6.3
9.民間のサービスの受けやすさ 21.1	17.都市開発等によるエリアの将来性 3.8	1.広域交通網の利用しやすさ 5.7
23.閑静な環境 21.1	22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ 3.8	6.同業者の集積や近さ 5.4
18.大学・専門学校、各種スクール等の充実 19.6	16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力 2.9	7.発注先、委託先の近さ 4.5
24.防災上の安全性 18.4	9.民間のサービスの受けやすさ 1.9	12.臨時雇用の確保しやすさ 4.2
19.ホテル・会議室等コソバション機能の充実 16.9	10.公的な誘致や支援の受けやすさ 1.9	11.専門的な人材の確保しやすさ 3.9
5.駐車スペースの確保のしやすさ 14.8	12.臨時雇用の確保しやすさ 1.9	8.受注先・顧客の近さ 3.6
22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ 12.4	21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実 1.0	3.深夜の交通手段の利用しやすさ 3.3
21.医療機関、保育園等福祉サービスの充実 10.9	18.大学・専門学校、各種スクール等の充実 0.0	13.エリアの知名度やブランド力 2.1
10.公的な誘致や支援の受けやすさ 8.8	19.ホテル・会議室等コソバション機能の充実 0.0	2.都内の交通の利用しやすさ 1.5

ここからは、以下のような傾向が読み取れる。

「2.都内の交通の利用しやすさ」は、現状で満足とする割合も高く、将来的な移転の際にも最重視されている。

「13.エリアの知名度やブランド力」は、満足度とする割合は高いが(2位)将来的な移転の際に重視する際の順位は13位と低めである(Q3の立地を検討する際に考慮した事業所の割合は高い)。この点に関しては、企業ヒアリングでの、エリアの知名度は起業や新規事業所の開設等に際して重要な条件となるが、創業後、事業が軌道に乗ればエリアの知名度はそれほど重要な要素になり得ないという指摘が参考になる。

企業アンケート結果(国内)

【企業ヒアリングより】

設立時には大切な「エリアブランド」によるイメージ

1985年に南青山で会社を設立して、2003年の7月に阿佐ヶ谷の現所在地に移転してきた。青山の中でも場所が手狭になって3回ほど移転をしている。設立したときには、知名度を考えると場所は青山でなくては駄目だった。名刺1枚にしても、上野、立川に立地しているのとはイメージが全然違うものである。

(現在の)阿佐ヶ谷へは、青山のオフィスが在庫が増えすぎて手狭になったこともありその整理もかねて、家から近くて歩いてでも来られるエリアということで選んだ。もう会社の知名度がついたということもあるし、これまで口コミで商売をしてきたが最近はインターネットができてそれで取引ができるので、なにも賃料の高い青山でなくても、阿佐ヶ谷なら半分くらいの賃料で快適なオフィスに立地できる。

「エリアブランド」の必要・不必要(その1)

独立(起業)後は、神宮前の方が等身大だったが、背伸びをして南青山にいた。もうそれもいらなくなったので(成功したので、もはや南青山ブランドは必要なくなった)、空気を換えたいと思った。

「エリアブランド」の必要・不必要(その2)

仕事面では卸売りなので、もう青山のイメージは不要になったが、店をするのであれば、青山のブランドイメージが必要だろう。銀座とはまた違ったブランドと言える。

業務に適した環境

阿佐ヶ谷へは、青山のオフィスが在庫が増えすぎて手狭になったこともありその整理もかねて、家から近くて歩いてでも来られるエリアということで選んだ。もう会社の知名度がついたということもあるし、これまで口コミで商売をしてきたが最近はインターネットができてそれで取引ができるので、なにも賃料の高い青山でなくても、阿佐ヶ谷なら半分くらいの賃料で快適なオフィスに立地できる。

エリアイメージとは・・・

エリアのイメージは、東京というのは場所によっても、電車の路線によってもいる人も服装も全然違う。青山のイメージは、クオリティが高い街で、「青山で何かをしたい、何かを買いたい」という人が来るところ。ブランド意識の高い人が集まるところである。

「8.受注先、顧客の近さ」は、現状での満足が5位である以上に、将来的な移転の際に重視する際の順位は高い(2位)。

「5.駐車スペースの確保のしやすさ」は、不満が多い(満足22位、不満1位)こともあり、将来的な移転の際に重視する際の順位は4位と高くなっている(Q3の立地を検討するさいに考慮した事業所の割合は低い。)

他に、満足とする割合が低く(不満とする割合が高く)将来的な移転の際に重視する際の順位の高さが目立つものとして、「23.閑静な環境」「24.防災上の安全性」「25.防犯上の安全性、治安の良さ」がある。

一方、不満とする事業所の割合が高いが、将来的な移転の際に重視する際の順位が低いものとしては、「4.歩道の移動しやすさ」「22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」がある。

(4) 移転先エリアの候補【SQ5 - 3】

自由記入で、移転の候補先エリアとその理由を尋ねたところ、具体的な回答が 39 件得られた。このうち、現所在地から全く違うエリアを移転先候補として挙げたものが 16 件あった。残り 23 件は現在のエリアを移転先候補としている。

将来的な事業所の移転先の意向と、具体的に挙げられたエリアを見ると、主に以下に示すような傾向がみられる。

同業者や顧客との関係を重視(10社)

移転候補エリアを選択するにあたり、同業者の集積、発注元の近さ等が今後のビジネス展開に有効であることを理由とする回答が見られる(2件)。

また、現在立地しているエリアを移転候補エリアとし、他エリアへの移転を考えない理由として、既存の顧客に近い、長年同じ場所でやってきて顧客との信頼関係が構築されている、電話番号を変えたくない(3件)等の、顧客との関係の重視を理由とする回答が多く見られる。

〔具体的な移転候補先〕青山、神宮前、銀座等

交通利便性の高さ、人との交流のしやすさへの期待(9件)

移転先の条件として、交通(広域交通も含む)の利用しやすさを求める回答が多く見られる(5件)。中には「日本の中心」や「人との交流の多さ」などと、交通拠点性の高さへの強い期待が伺える回答もある。また、外部との移動だけでなく、通勤が便利であることが重要という回答も多い(4件)。

逆に、移転しない理由として、社員の通勤のことを考え、交通便利な現在の立地エリア(渋谷)から出ないという回答も聞かれた。

〔具体的な移転候補先〕東京駅周辺、新宿、新橋等

職住近接環境への期待(6件)

他の地区への移転する場合に、職住近接環境の実現を第一に考え、立地を選択するとの回答が多く見られた。

〔具体的な移転候補先〕広尾、目白、杉並、池尻大橋、調布、横浜

イメージや雰囲気の高さ、流行の発信地への期待(3件)

「エリアとしてのイメージが良い」「若い流行の発信地だから」「買物などが楽しめる雰囲気のある街路がある」等の、街としてのイメージや雰囲気の高さや、流行の発信地であることへの期待が、立地選択要因になるとの回答が見られる。

〔具体的な移転候補先〕青山、神宮前、銀座等

賃料の負担を抑える(2社)

現在の事業所よりも賃料の安い場所を希望する声もあがっている(2件)。両事業所とも、南青山に立地しており、南青山の賃料の高さは、立地場所選択上のネックであると考えられる。

〔具体的な移転候補先〕東京近郊、杉並

その他、特段の理由はないが、現在のエリアの環境に満足している(6社)との回答や、事業所の合理化・統合により、現在の立地エリア外に移転する等の回答が見られた。

企業アンケート結果(国内)

図表 1 - 1 - 64 移転先エリアの候補とその理由【SQ 5 - 3】(自由記入)

移転意向等からみた区分	調査エリア (現所在地)	移転先エリア 候補	理由
交通便利性の高さ、 人との交流のしやすさ (9社)	渋谷	港区新橋	交通(新幹線・空港)の利用しやすさ。
	渋谷	渋谷	通勤のしやすさ
	渋谷	渋谷エリア	社員の通勤の便を考え、現在の事務所の近く
	渋谷	渋谷	電話番号が変わらないこと。通勤。
	渋谷	渋谷	会社の立地を当初より渋谷で売っていること。社員の通勤。
	南青山	南青山エリア	交通等
	神保町	神保町	交通便の良さ
	神保町	千代田区	日本の中心、取引先の多くに近い。
	神保町	東京駅周辺、	人との交流がしやすいところ
職住近接 (6社)	渋谷	目白	自宅に近い、環境が良い
	渋谷	調布	自宅又は自宅近くに移転したい
	南青山	横浜	自宅に近い
	南青山	広尾	自宅に近い、今はメリット
	南青山	杉並	自宅近く、賃料の安価さ
	南青山	池尻大橋駅周辺	渋谷へ1駅で行け且つ交通費も自宅からを考えると安い。街に活気があり雰囲気に慣れている。飲食店が多い
イメージや雰囲気の良さ、 流行の発信地 (3社)	渋谷	青山	イメージが良い
	南青山	神宮前エリア	デザイン関係者が多いこと。若い流行の発信地だから
	神保町	青山、銀座など	買物などが楽しめる雰囲気ののある街路、そして来客のレベルの高さ。
同業者や顧客との関係 (11社)	渋谷	代官山	同業者の集積
	渋谷	渋谷、丸の内	同業、発注元の近さ。 民間起業本部の集積地である為今後のビジネス展開に有効。
	渋谷	渋谷	既存の顧客 がいるから
	渋谷	渋谷	18年間に亘って業務を行って来て、このエリアでの信用を築いてきたので。
	渋谷	渋谷	会社の立地を当初より渋谷で売っていること。社員の通勤。
	渋谷	渋谷	電話番号が変わらないこと。通勤。
	渋谷	渋谷	電話番号を変えたくない
	南青山	南青山エリア	TELの変更がない
	神保町	千代田区	日本の中心、取引先の多くに近い。
	神保町	神保町	顧客が近くに多い
	神保町	現事業所に近いエリア (神保町)	お客との関係
賃料の負担を抑えたい (2社)	南青山	東京近郊	賃料をセーブしたい
	南青山	杉並	自宅近く、賃料の安価さ
現在のエリアの環境に満足 (6社)	渋谷	渋谷区エリア	現在のエリアで満足している為
	渋谷	渋谷エリア	渋谷エリア内での移動を希望
	南青山	南青山5丁目	エリア内で現状よりオフィススペースを拡大したい
	南青山	南青山	今の環境が良いので基本的にこの地区に居たい
	神保町	神保町	現在の環境で十分
神保町	神保町	今と近いところでOK	
その他(1社)	渋谷	練馬	左記の事業所に統合
理由不明(5社)	南青山	銀座	-
	南青山	青山、代官山	-
	神保町	神保町	-
	神保町	神保町	-
	神保町	神保町	-

(注) 1. 水色部分は、現在立地エリア以外を移転候補エリアとしているもの。
2. 斜字体については、複数の区分にまたがっており、再掲したもの。

第2節 海外調査の結果

ここでは、前述の通り、韓国・ソウル市、中国・上海市、台湾・台北市で実施した、企業アンケート調査の結果を見て行く。基本的に3都市を並列して見て行くこととする。なお、グラフには参考として東京の数値も載せており(回答項目の順序も東京を基準にしている)比較して特徴的な傾向が見られる場合は、これを記述する。

また、企業アンケートに合わせて、3都市でも補足的にヒアリングを実施しており、その結果についても、この節で述べる。

1. 調査対象事業所の概要等【Q1】

(1) 業種・業務内容

図表1-2-1は今回調査を実施した3都市(参考として東京)の調査対象事業所の業種である。また、図表1-2-2は、その調査対象事業所の業務内容である。

ソウルについては、国内大手企業や海外企業現地法人等の本社が多く立地する、新旧の業務集積地区を調査エリアとしており、その結果、業種については「金融・保険業」が最も多く、次いで「建設業」「卸売業」「不動産業」と、業種は多岐にわたっている。また業務内容については「事務」「販売・サービス提供」「営業」といった、本社機能が多くを占めている。

上海については、調査エリアが同済大学周辺の建築、設計業務の集積地区としているため、業種は「土木建築サービス業」が約3割、「デザイン・機械設計業」が約2割となっている。業務内容については「事務」が多いが、他都市と比較すると「ソフト制作」「物品の製造」といった、製造部門の事業所が多くなっている。

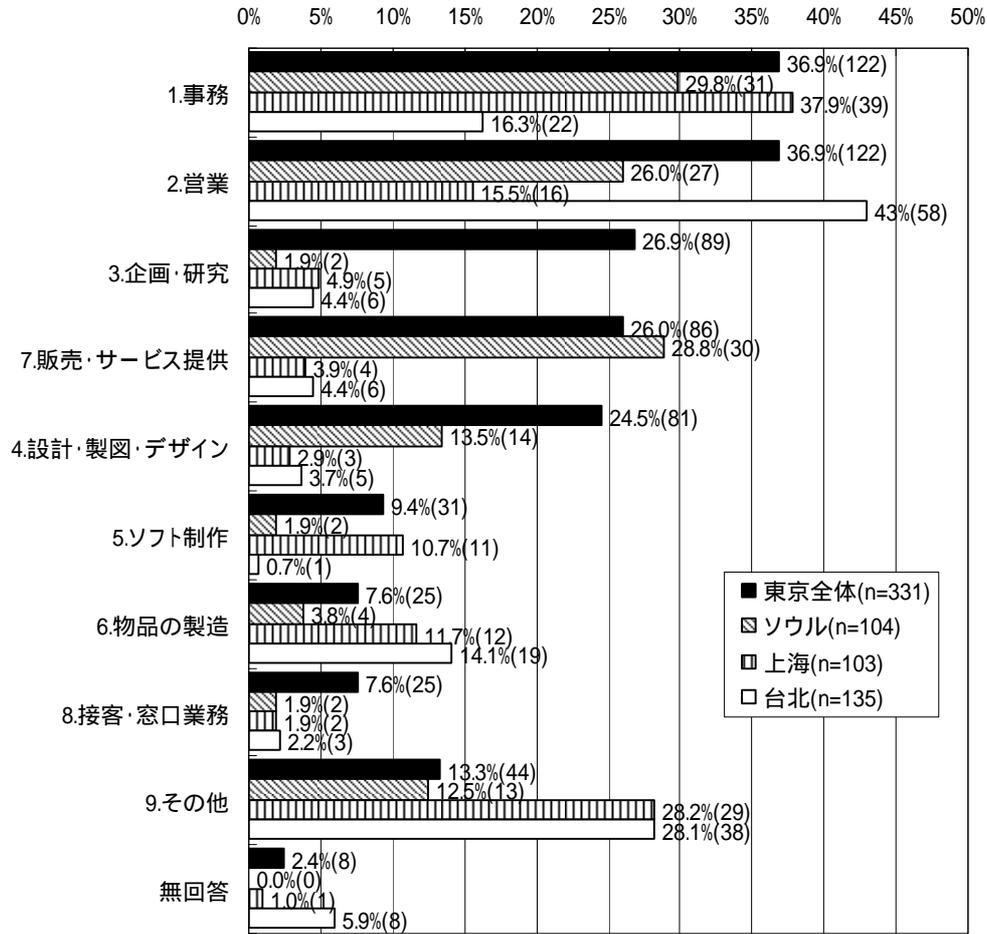
台北については、やはり昔からの大手企業本社等が立地する業務集積地区であり、業種は、中でも「運輸業」が最も多く、次いで「旅行業」「その他専門サービス業」が多い。業務内容は「営業」が特に多くなっており、例えば旅行業の営業部門等が集積した地区であると考えられる。

図表1-2-1 調査対象事業所の業種【Q1-1】

業 種 / 地 区	東京全体			ソウル			上海			台北		
	件数	比率 (%)	上位 5位	件数	比率 (%)	上位 5位	件数	比率 (%)	上位 5位	件数	比率 (%)	上位 5位
3.建設業	14	4.2%		10	9.6%	2	3	2.9%		1	0.7%	
製造業	7.印刷・印刷関連業	33	10.0%	4	4	3.8%	0	0.0%		2	1.5%	
	10.その他の製造業	17	5.1%		6	5.8%	5	0	0.0%	7	5.2%	
情報通信業	14.ソフトウェア業	19	5.7%		2	1.9%	8	7.8%	3	3	2.2%	
	17.映像・音声・文字情報制作業	19	5.7%		1	1.0%	0	0.0%		1	0.7%	
18.運輸業	4	1.2%		2	1.9%		6	5.8%	4	25	18.5%	1
19.卸売業	42	12.7%	2	8	7.7%	3	1	1.0%		0	0.0%	
20.小売業	17	5.1%		6	5.8%	5	5	4.9%	5	9	6.7%	4
21.金融・保険業	2	0.6%		12	11.5%	1	4	3.9%		8	5.9%	5
22.不動産業	24	7.3%		7	6.7%	4	0	0.0%		4	3.0%	
専門サービス業	29.公認会計士事務所、税理士事務所	21	6.3%		4	3.8%	0	0.0%		0	0.0%	
	31.土木建築サービス業	17	5.1%		4	3.8%	30	29.1%	1	4	3.0%	
	32.デザイン・機械設計業	41	12.4%	3	2	1.9%	19	18.4%	2	0	0.0%	
	35.その他の専門サービス業	26	7.9%	5	4	3.8%	3	2.9%		10	7.4%	3
生活関連サービス	37.旅行業	7	2.1%		4	3.8%	0	0.0%		20	14.8%	2
事業サービス業	45.広告業	44	13.3%	1	2	1.9%	0	0.0%		0	0.0%	
	53.その他の事業サービス業	17	5.1%		4	3.8%	0	0.0%		2	1.5%	

企業アンケート結果(海外)

図表 1 - 2 - 2 調査対象事業所の業務内容【Q 1 - 2】



(注) 「その他」の内容はビル管理、工事等である。

(2) 創業及び現所在地への立地

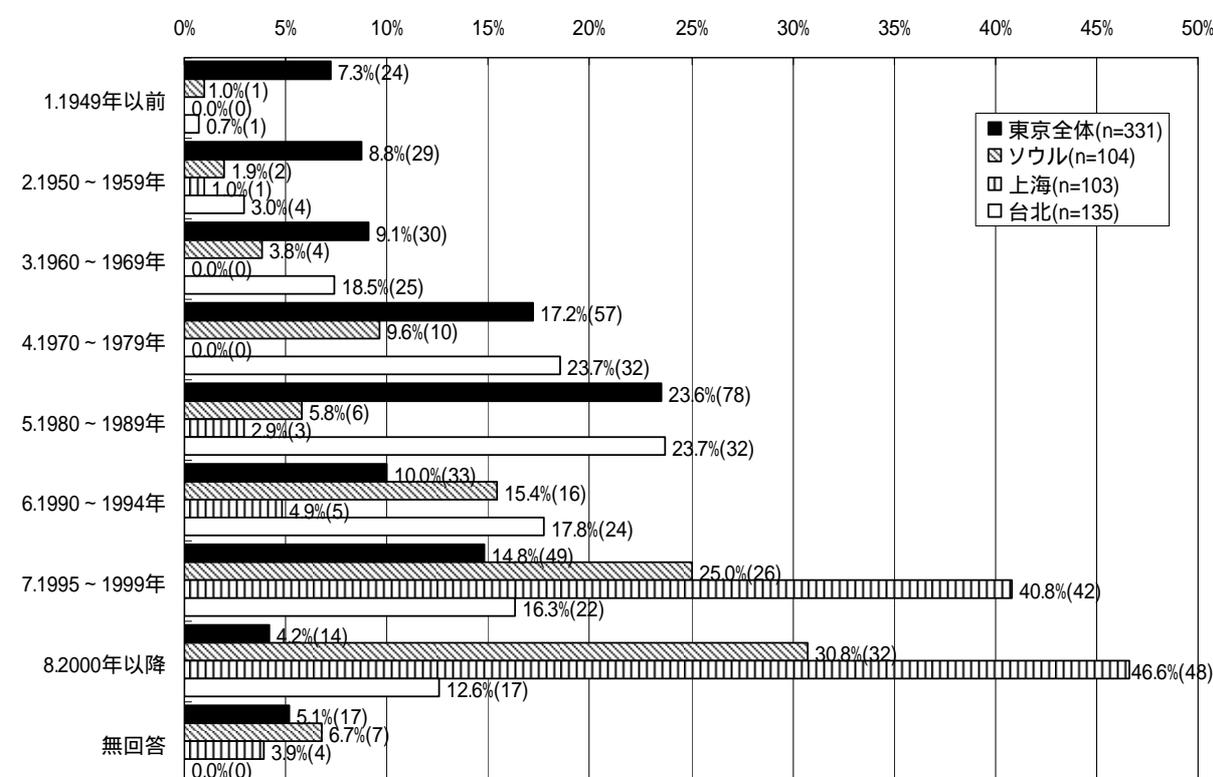
今調査の回答事業所の、会社としての創業年について、図表1-2-3に示す。全般的に、東京の回答企業と比較して、新しい会社が多くなっている。

ソウルでは、調査対象エリアのうち、江南地区が比較的新しい企業集積地区であることから、回答企業も、1990年代(1990~94年と1995~99年の合計)創業が4割以上、2000年以降創業が3割と、多くなっている。

上海では、同済大学周辺の、新しく起業した事業所の多いエリアを対象とした結果、2000年以降創業の会社が最も多く、次いで多い1990年代後半(1995~99年)と合わせて、9割近くを占めている。

台北では逆に、調査エリアが比較的古くからの業務集積地区であるため、1980年代創業が最も多く、次いで1970年代創業と、他の都市と比較して、歴史の古い企業が多い。

図表1-2-3 会社としての創業年【Q1-4】



今調査の回答事業所の、現所在地への移転の有無について、図表1-2-4に示す。3都市とも東京と比較すると「移転あり」と回答した企業は少なく、創業時に現所在地を立地選択している傾向が強い。3都市の中では、やや台北が「移転あり」が多い。

また、現所在地への立地年について、図表1-2-5に示す。

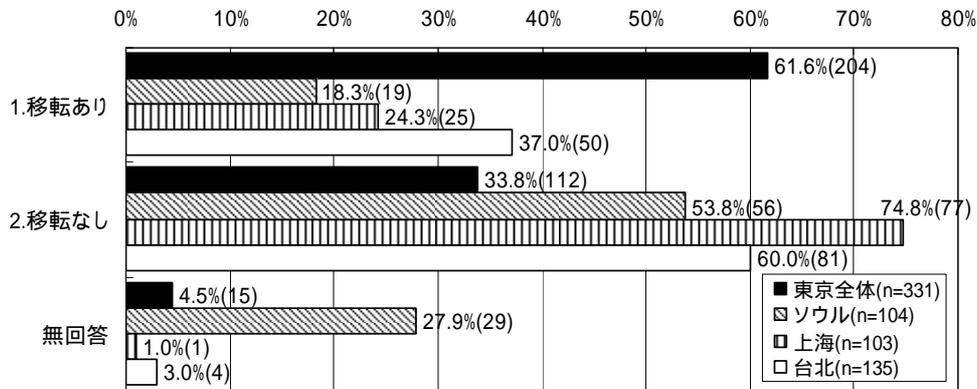
ソウルについては、1990年代～2000年以降が多く、創業年と近い分布傾向にあることが見て取れる。

上海については、「無回答」が多いが、現所在地への移転の有無(図表1-2-4)で「移転なし」の回答が多い(7割)ことから、創業年の1990年代後半～2000年に現所在地に立地した事業所が、相当数含まれると考えられる。また、創業年そのものが1980年代以前の会社が極めて少ないため、1980年代以前に現所在地に立地したと回答した事業所は見られない。

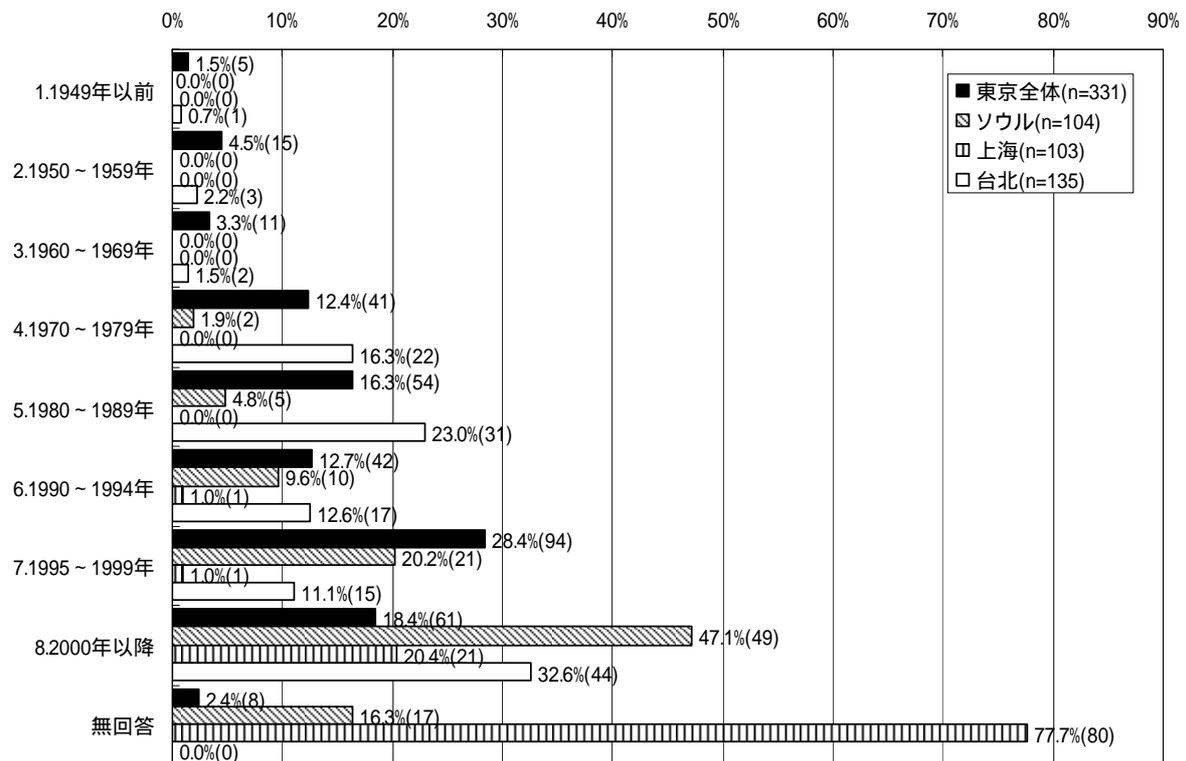
企業アンケート結果(海外)

台北については、2000年以降に現所在地に立地したとの回答が多く、この時期に移転した事業所が多いと考えられる。

図表1 - 2 - 4 現所在地への移転の有無【Q1 - 4】



図表1 - 2 - 5 現所在地への立地年【Q1 - 4】



(3) 事業所規模

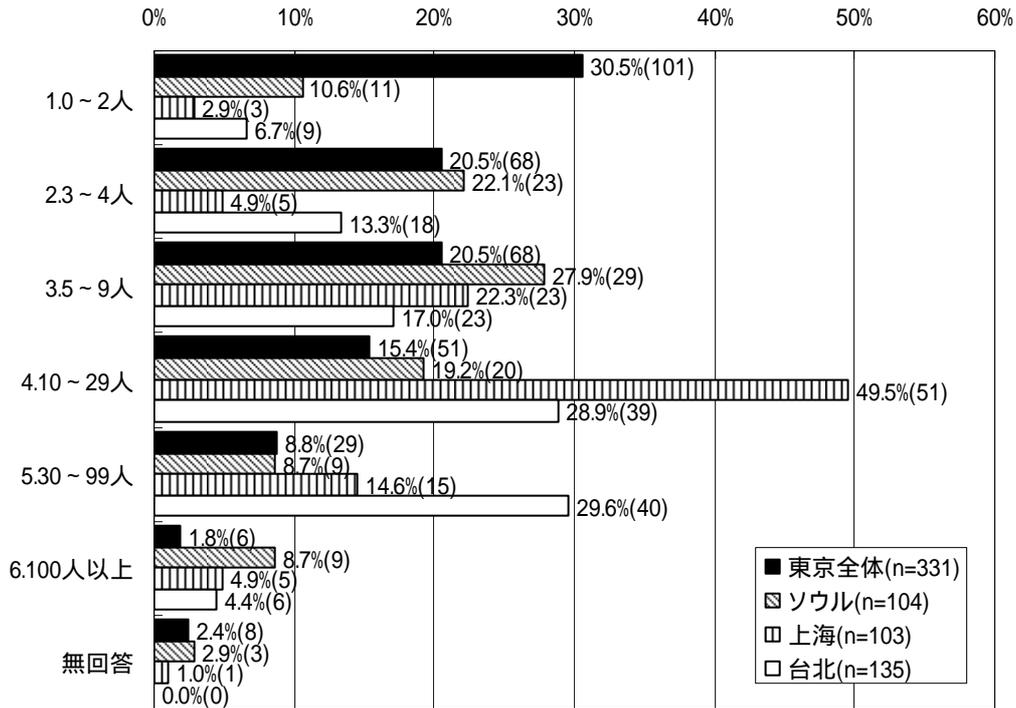
今調査の回答事業所の事業所規模については、以下の通りである。

ソウルでは「5～9人」との回答が最も多く、次いで「3～4人」「10～29人」となっている。

上海では「10～29人」が最も多く5割近くを占めている。

台北では「30～99人」が最も多く、次いで「10～29人」と、ともに3割近くを占めており、他都市と比較すると、規模の大きい企業が多くなっている。

図表1 - 2 - 6 調査対象企業の事業所規模（現在の正社員数）【Q1 - 5】



企業アンケート結果(海外)

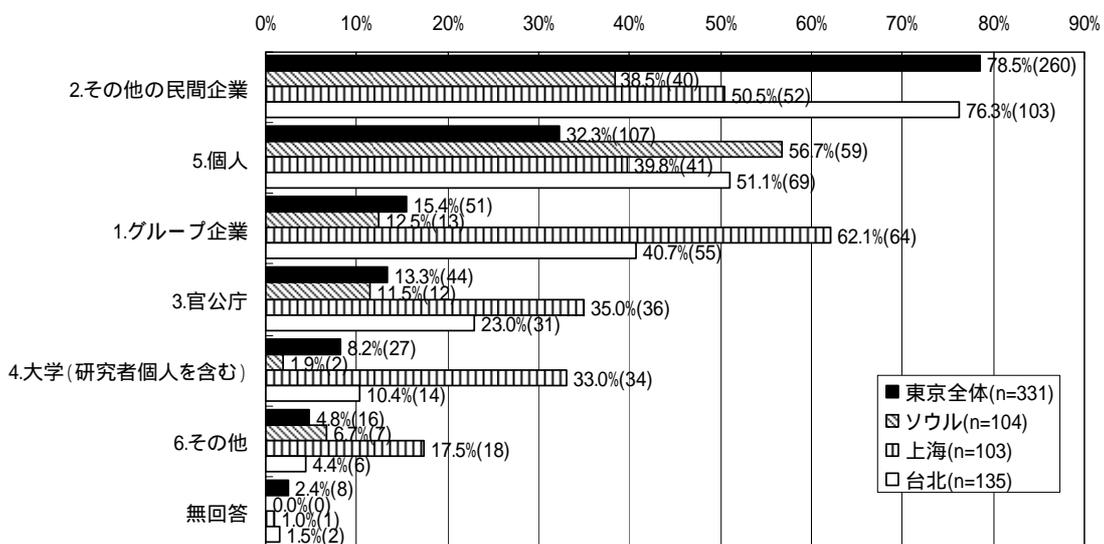
(4) 主な取引先とその所在地

回答事業所の主な受注先(顧客)について質問した回答は図表1-2-7に示す通りである。

ソウルでは「個人」に5割以上の回答があり最も多く、次いで「その他の民間企業」となっている。台北では「その他の民間企業」が3/4以上が回答と最も多く、次いで「個人」「グループ企業」となっており、その傾向は東京に近い。

特徴的なのは上海で、「グループ企業」「その他の民間企業」「個人」も多いが、他都市と比較すると、「大学(研究者個人を含む)」が多くなっている。これは調査エリアを同済大学周辺としたことから、大学の研究の下請け、あるいは共同の仕事が多いことが考えられる。

図表1-2-7 主な受注先(顧客)【Q1-6】



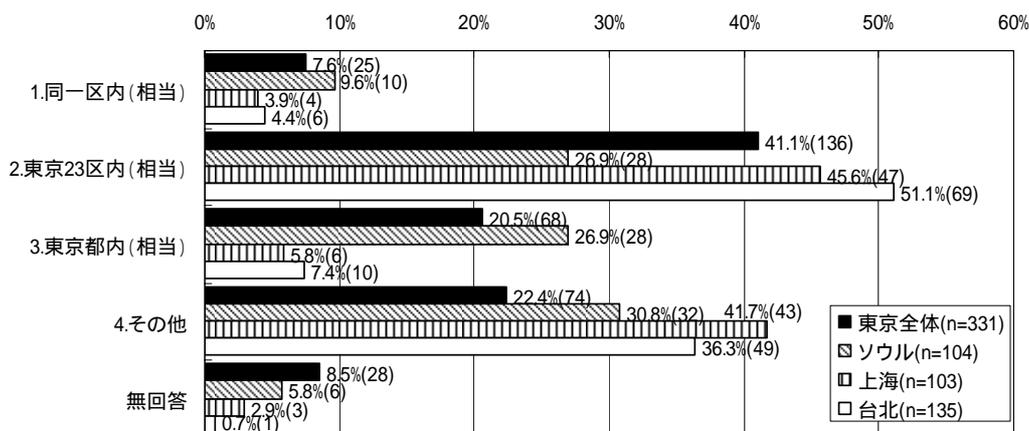
また、その主な受注先(顧客)や、発注先(委託先)の所在地については、図表1-2-8、図表1-2-9で示す。

ソウルの場合、受注先については、東京都外や国外に相当する「その他」が半分以上と最も多く、次いで「東京23区相当」「東京都内相当」となっている。発注先については「東京23区相当」「その他」「東京都内相当」の順となっている。

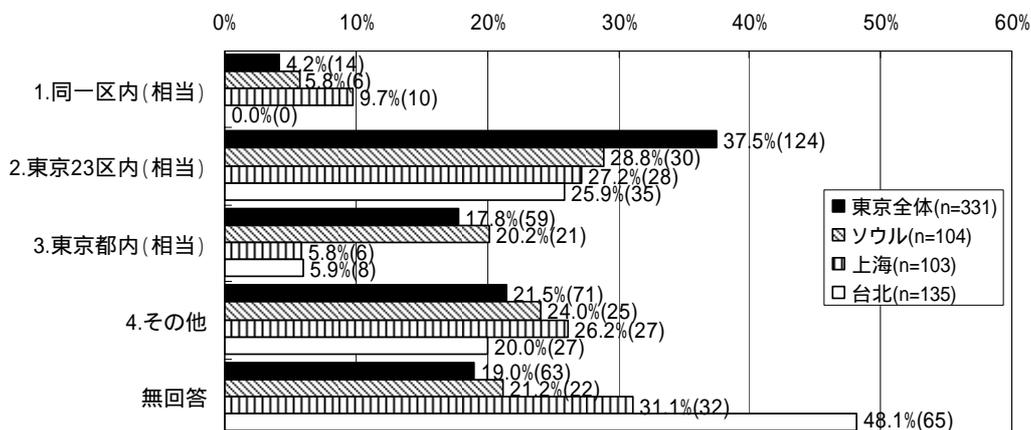
上海及び台北の場合、受注先、発注先とも、「東京23区相当」「その他」が多い。

東京においても言えることだが、受注先、発注先の所在地は、共通して「東京23区相当」の範囲に多い。よって必然的にこの地域内での行き来が重要となることが見て取れる。

図表1 - 2 - 8 主な受注先(顧客)の所在地【Q1 - 7 - 1】



図表1 - 2 - 9 主な発注先(委託先)の所在地【Q1 - 7 - 2】



企業アンケート結果(海外)

2 . 事業所の立地選択に関わる都市環境の条件【Q2～Q4】

2 - 1 . 立地選択場所を探した際の優先順位【Q2 - 1】

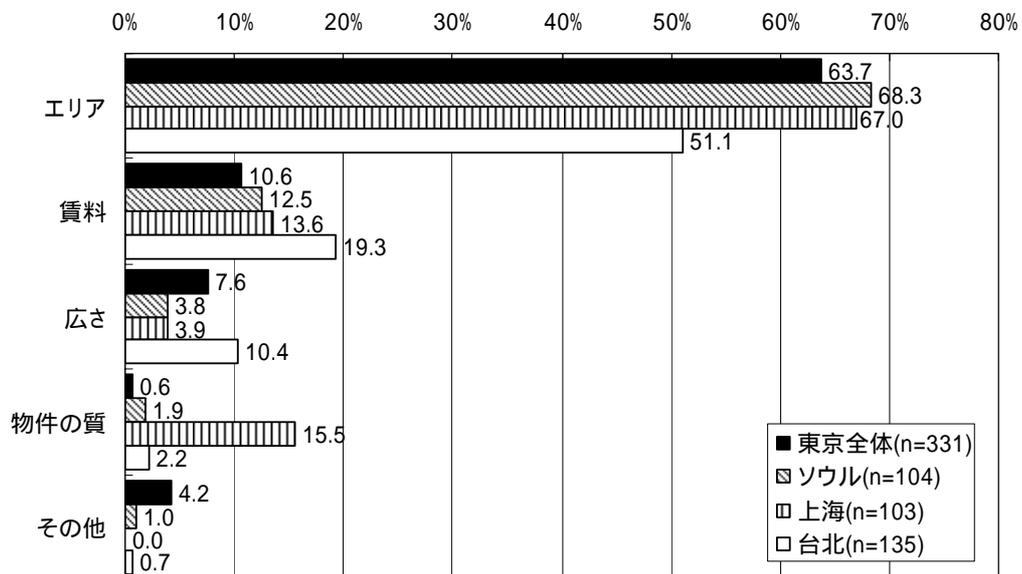
図表 1 - 2 - 10 において、事業所の立地場所を探した際の優先順位第 1 位についてみる。

3都市に共通して言えることとして、東京同様に「エリア」を重視する傾向が顕著であり、エリアの持つ魅力が、事業所の立地場所選択に大きな影響を与えることは、国際的に見ても共通であると考えられる。

その中で、上海では、他都市に比較して「物件の質」が重視されている。

また、台北では「賃料」を重視するとの回答がやや多い。

図表 1 - 2 - 10 立地場所を探した際の優先順位（第 1 位）【Q2 - 1】



2 - 2 . 立地選択時に考慮した都市環境の条件【Q2 - 2】

現所在地を選ぶ際、「エリアや物件の周辺環境をどの程度考慮したか」についてたずねた結果は図表2 - 1 - 11 のとおりである。

よく考慮されている都市環境の条件を都市別に見てみると、上位5条件は以下の通りである。

【「とても考慮した」事業所と「やや考慮した」事業所の割合の合計が高い上位5条件】

[ソウル]

- 2.都内の交通の利用しやすさ(77.9%)
- 8.受注先、顧客の近さ(73.1%)
- 13.エリアの知名度やブランド力(68.2%)
- 1.広域交通網の利用しやすさ(62.5%)
- 5.駐車スペースの確保のしやすさ(57.7%)

[上海]

- 2.都内の交通の利用しやすさ
- 25.防犯上の安全性、治安の良さ
- 1.広域交通網の利用しやすさ
- 5.駐車スペースの確保のしやすさ
- 13.エリアの知名度やブランド力

[台北]

- 1.広域交通網の利用しやすさ
- 2.都内の交通の利用しやすさ
- 5.駐車スペースの確保のしやすさ
- 25.防犯上の安全性、治安の良さ
- 24.防災上の安全性

3都市に共通して、立地選択の際に特に重視されている都市環境として「都内の交通の利用しやすさ」「広域交通網の利用しやすさ」「駐車スペースの確保のしやすさ」が挙げられる。また、2都市において「エリアの知名度やブランド力」(ソウル、上海)「防犯上の安全性、治安の良さ」(上海、台北)が挙げられている。

また、それぞれの都市で特徴的な回答について以下に述べる。

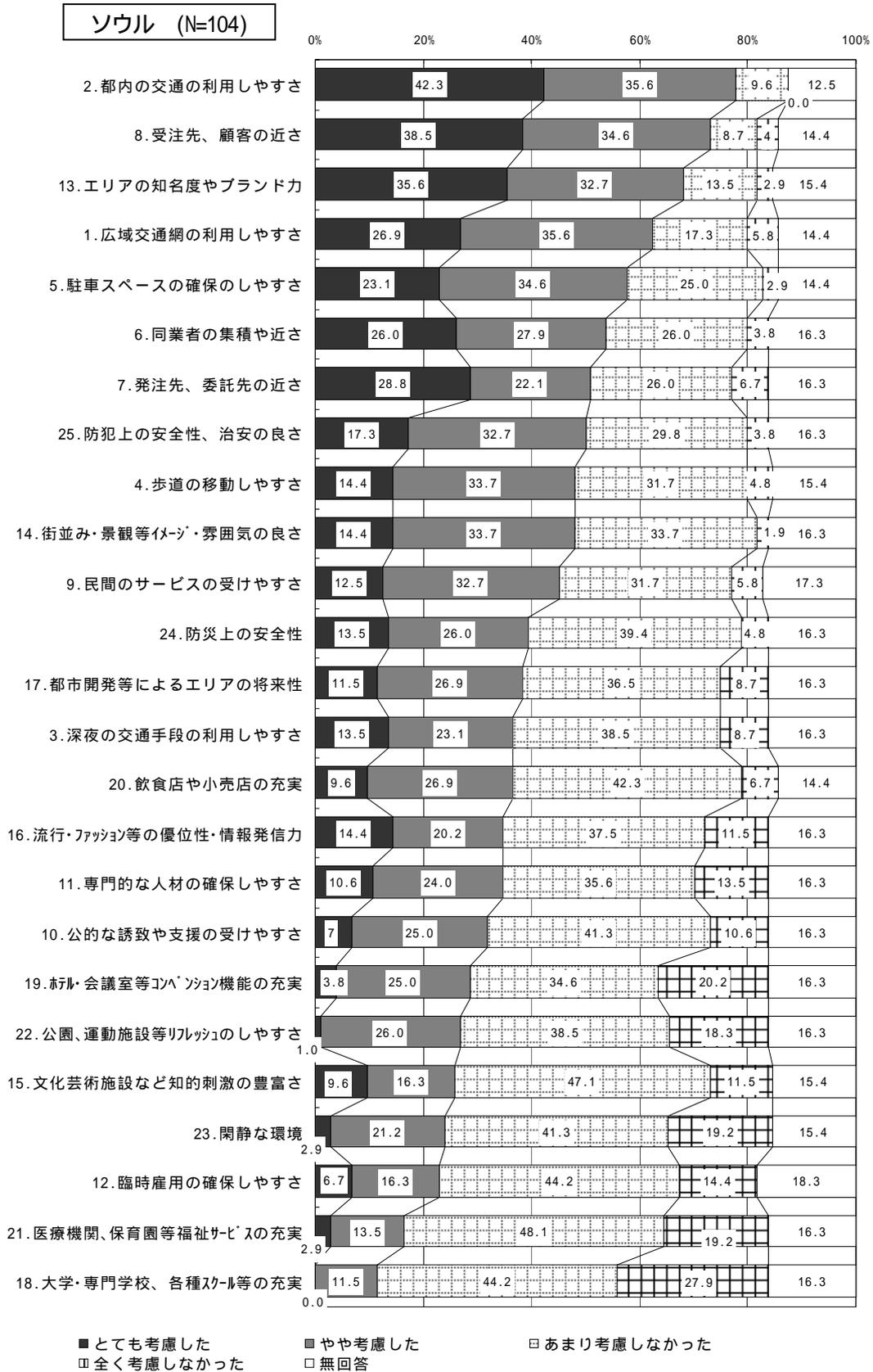
ソウルでは「受注先・顧客の近さ」が挙げられている。

台北では地震国ということで「防災上の安全性」が重視されているが、一方で「エリアの知名度やブランド力」はさほど重視されていない。

「都内の交通の利用しやすさ」「広域交通網の利用しやすさ」等の交通環境と、「エリアの知名度やブランド力」は、東京でも立地の際に重視するという回答が多く見られ、この2点は、事業所の立地選択にあたり、共通して重要な都市環境であると言える。

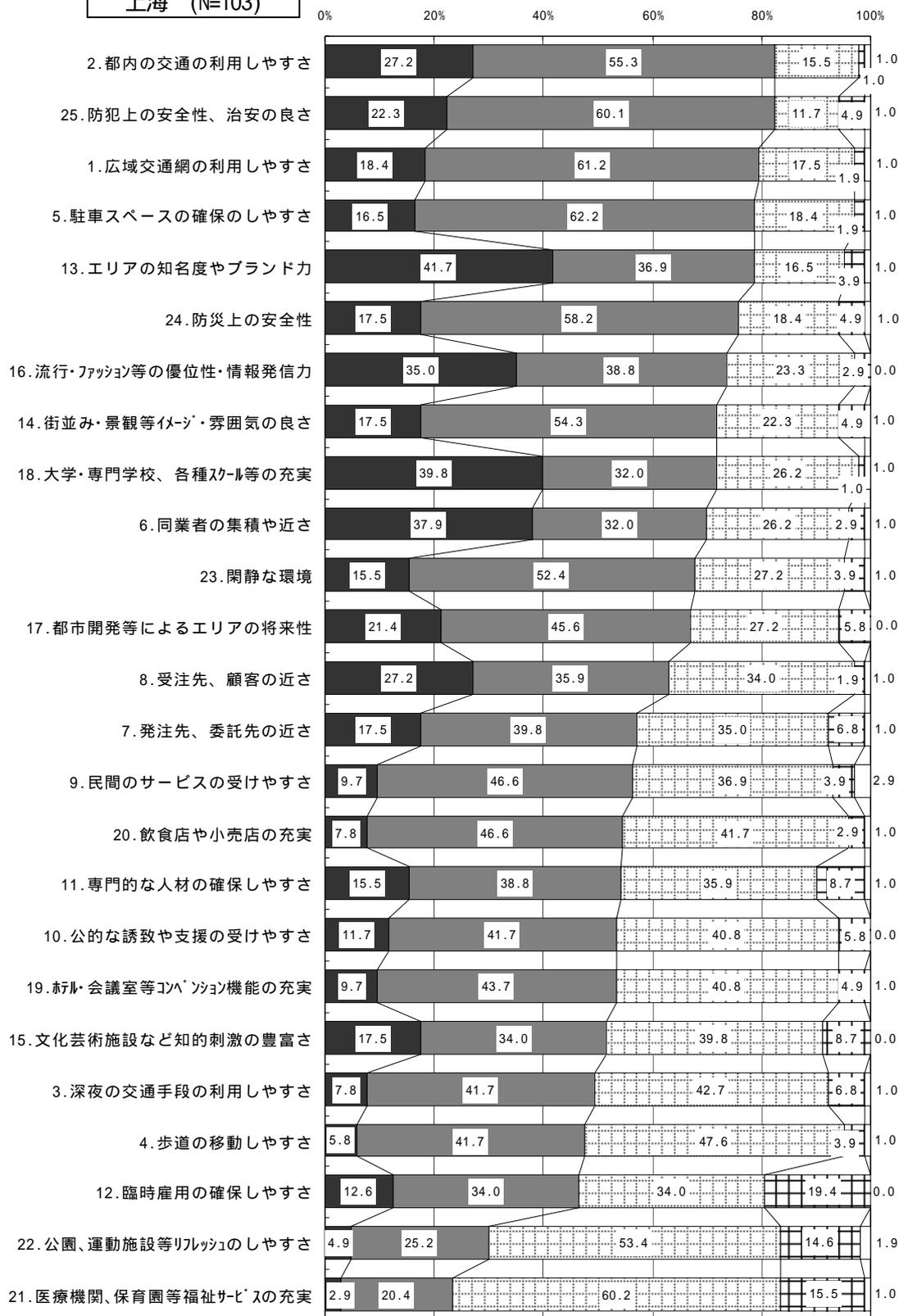
企業アンケート結果(海外)

図表 1 - 2 - 11 現所在地への立地選択時に考慮した都市環境の条件【Q 2 - 2】



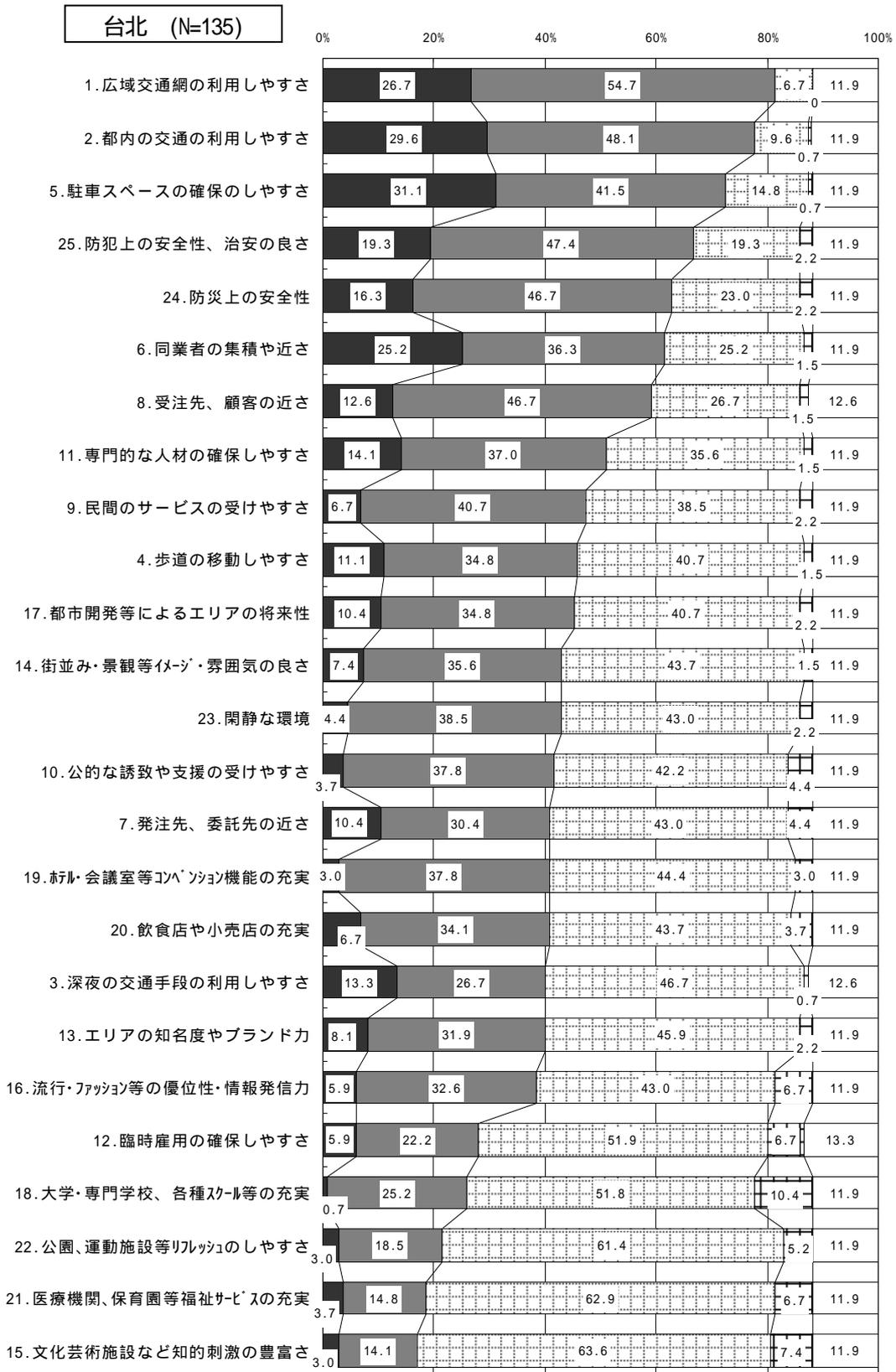
企業アンケート結果(海外)

上海 (N=103)



とても考慮した やや考慮した あまり考慮しなかった
 全く考慮しなかった 無回答

企業アンケート結果(海外)



ととも考慮した
 やや考慮した
 あまり考慮しなかった
 全く考慮しなかった
 無回答

n=135

2 - 3 . 現所在地の都市環境の条件についての評価【Q3 - 1】

立地後の現所在地に対する評価として、エリアや物件の周辺環境に対する満足度についてたずねた結果は図表1 - 2 - 12のとおりである。

評価の高い都市環境の条件を都市別に見てみると、上位5条件は以下の通りである。

【「とても満足」の事業所と「やや満足」の事業所の割合の合計が高い上位5条件】

[ソウル]

- 2. 都内の交通の利用しやすさ (73.1%)
- 13. エリアの知名度やブランド力 (71.1%)
- 20. 飲食店や小売店の充実 (59.6%)
- 8. 受注先、顧客の近さ (58.7%)
- 1. 広域交通網の利用しやすさ (55.8%)

[上海]

- 18. 大学・専門学校、各種スクール等の充実 (86.4%)
- 2. 都内の交通の利用しやすさ (83.5%)
- 6. 同業者の集積や近さ (82.5%)
- 13. エリアの知名度やブランド力 (80.5%)
- 25. 防犯上の安全性、治安の良さ (80.5%)
- 11. 専門的な人材の確保しやすさ (80.5%)

[台北]

- 2. 都内の交通の利用しやすさ (78.6%)
- 1. 広域交通網の利用しやすさ (81.5%)
- 4. 歩道の移動しやすさ (79.2%)
- 25. 防犯上の安全性、治安の良さ (60.0%)
- 24. 防災上の安全性 (60.0%)

3都市に共通して、満足との回答が多い項目として、「都内の交通の利用しやすさ」「広域交通網の利用しやすさ」という交通環境に関するものが挙げられる。また、2都市において満足との回答が多い項目として「エリアの知名度やブランド力」、「防犯上の安全や治安の良さ」が挙げられる。

また、それぞれの都市で特徴的な回答について以下に述べる。

ソウルにおいては「受注先、顧客の近さ」が挙げられ、業務集積による取引の利便性の高いエリアであることに満足している様子が見て取れる。

上海においては、「大学・専門学校、各種スクール等の充実」「専門的な人材の確保のしやすさ」「同業者の集積や近さ」が挙げられている。調査エリアが同済大学周辺の、建築・設計・デザイン等の業種の集積したエリアであるため、大学との仕事がしやすいこと、卒業生、学生などを人手として確保できること、同業者集中のメリットを十分に享受できている様子が見て取れる。また、大学近接や同業者集中により生まれる「エリアの知名度やブランド力」にも満足していることが読み取れる。

台北においては、特に交通環境、移動環境に関心が高く、それらに満足している様子が見て取れる。

企業アンケート結果(海外)

同様に評価の低い都市環境の条件を都市別に見てみると、上位5条件は以下の通りである。

【「とても不満」の事業所と「やや不満」の事業所の割合の合計が高い上位5条件】

[ソウル]

- 5. 駐車スペースの確保のしやすさ (26.9%)
- 23. 閑静な環境 (26.9%)
- 18. 大学・専門学校、各種スクール等の充実 (20.2%)
- 19. ホテル・会議室等コンベンション機能の充実 (16.3%)
- 21. 医療機関、保育園等福祉サービスの充実 (13.5%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (13.5%)

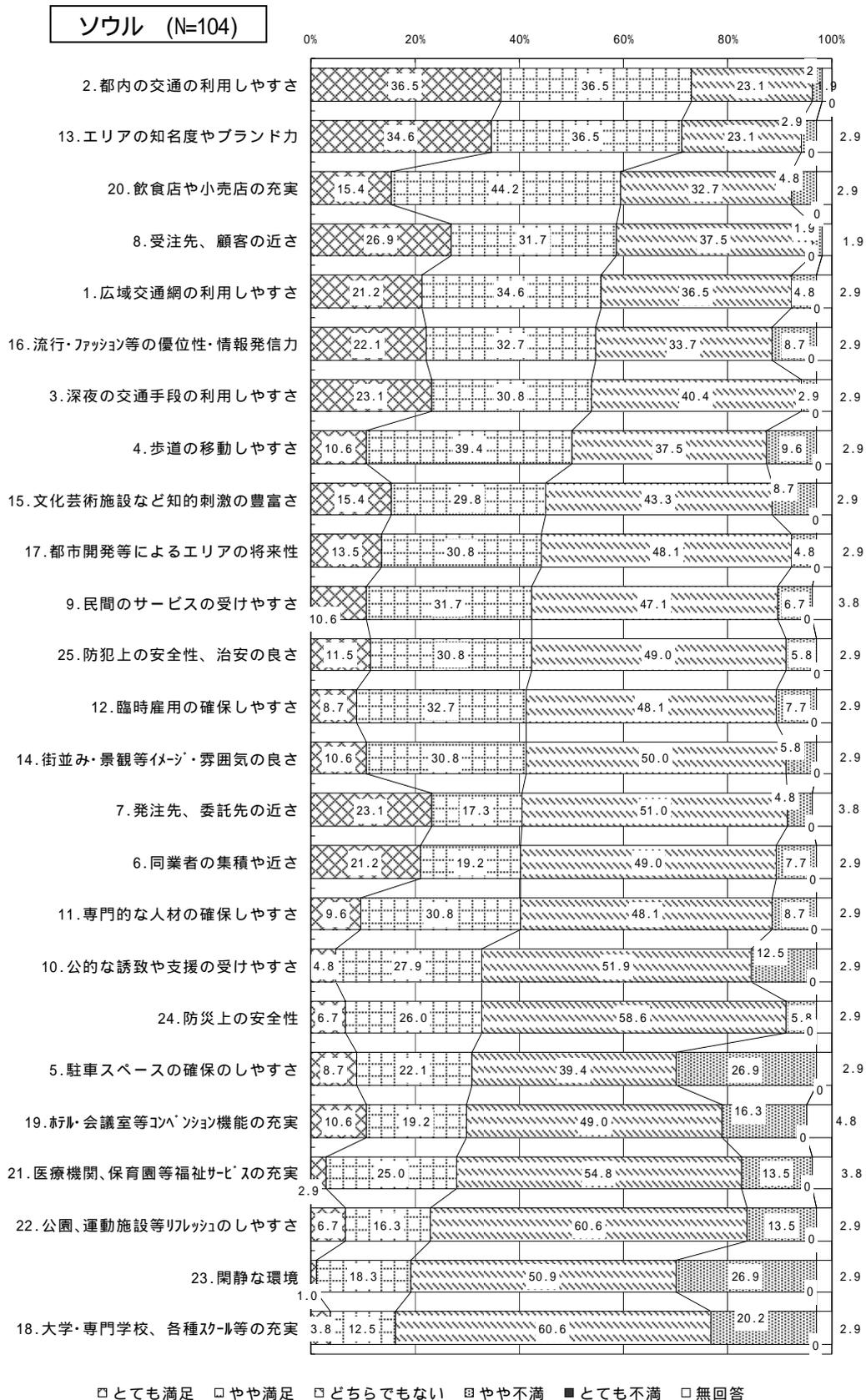
[上海]

- 4. 歩道の移動しやすさ (5.8%)
- 22. 公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ (5.8%)
- 7. 発注先、委託先の近さ (4.9%)
- 15. 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ (4.9%)
- 23. 閑静な環境 (4.9%)

[台北]

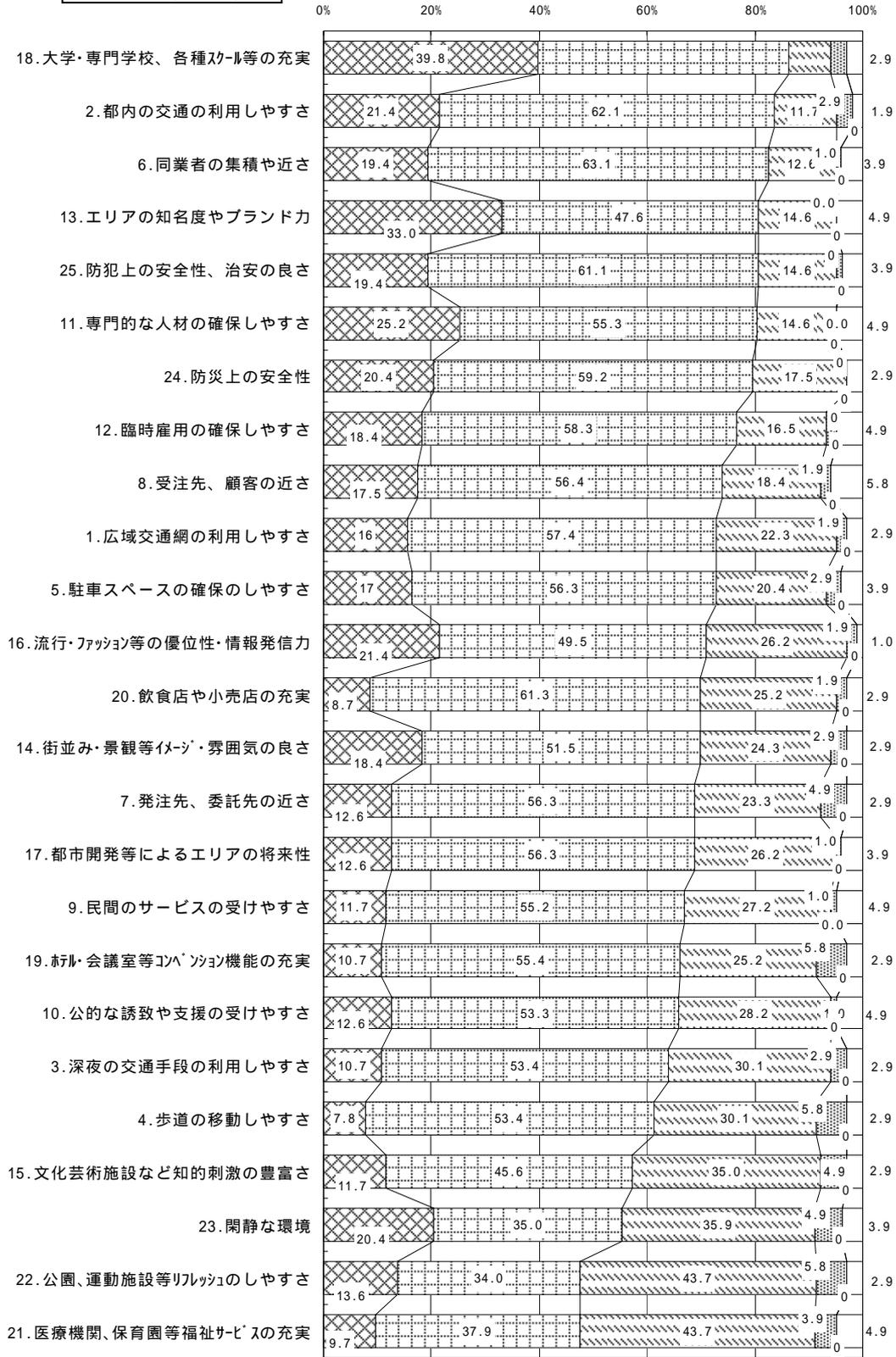
- 5. 駐車スペースの確保のしやすさ (23.0%)
- 18. 大学・専門学校、各種スクール等の充実 (13.4%)
- 21. 医療機関、保育園等福祉サービスの充実 (11.9%)
- 15. 文化芸術施設など知的刺激の豊富さ (9.6%)
- 25. 防犯上の安全性、治安の良さ (9.6%)

図表1 - 2 - 12 立地後の現所在地に対する評価【Q3 - 1】



企業アンケート結果(海外)

上海 (N=103)

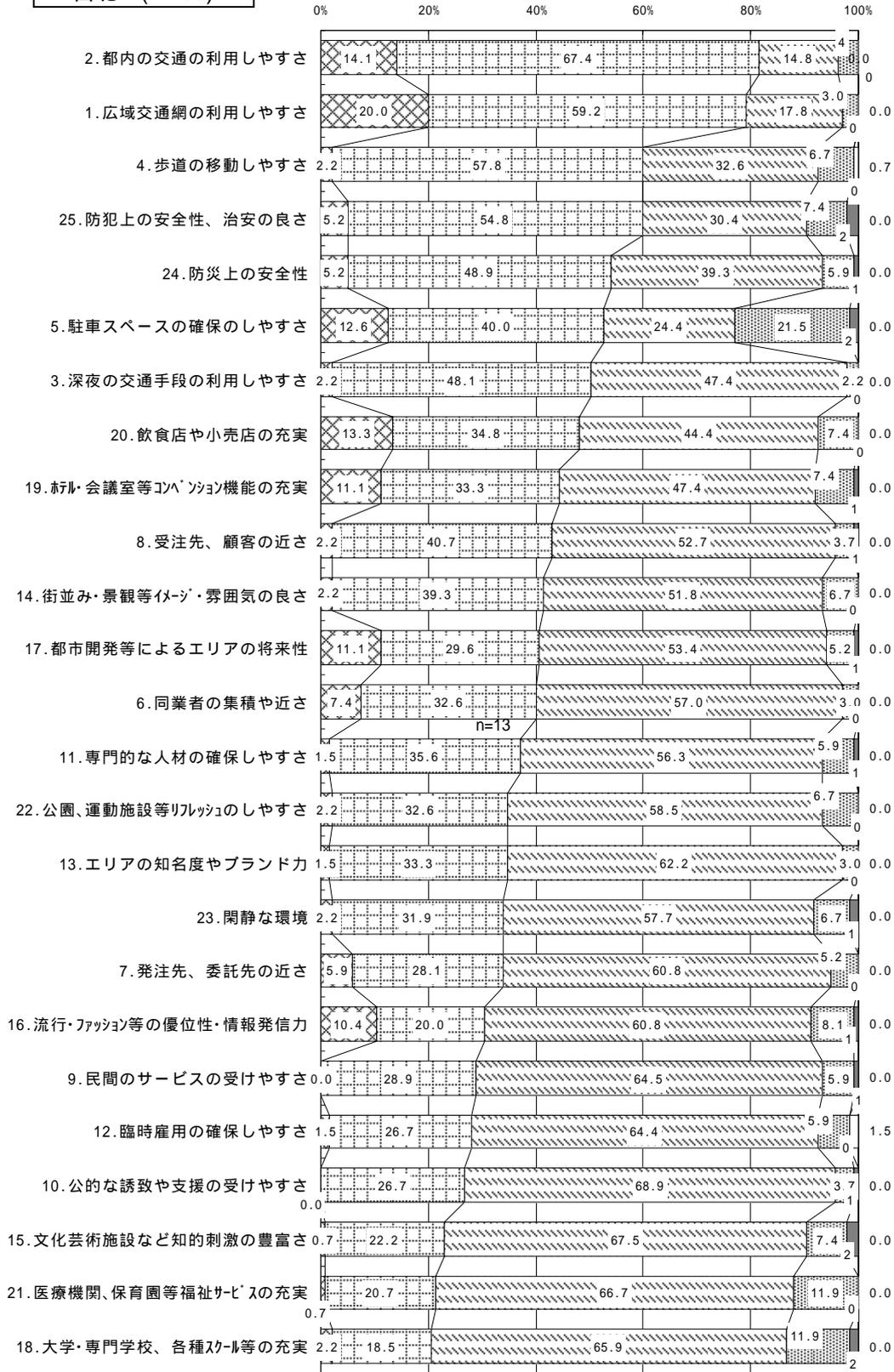


とても満足
 やや満足
 どちらでもない
 やや不満
 とても不満
 無回答

n=103

企業アンケート結果(海外)

台北 (N=135)



とても満足
 やや満足
 どちらでもない
 やや不満
 とても不満
 無回答

n=135

企業アンケート結果(海外)

2 - 4 . 現所在地に立地したことによる影響【Q3 - 2】

立地後の現所在地に対する評価として、エリアや物件の周辺環境に対する好影響 / 悪影響についてたずねた結果は図表 1 - 2 - 13 のとおりである。

好影響、悪影響のあった主な項目を、都市別に見てみると、以下の通りである。

〔ソウル〕 好影響

- 3. 事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった (37.5%)
- 9. 顧客や営業が訪れやすくなった (27.9%)
- 1. 社会的信用を得やすくなった (25.0%)
- 2. 知名度が高まった (25.0%)

悪影響

- 18. 自社にない設備をサービス業で賄いやすくなった (57.7%)
- 19. アウトソーシングに出す機会が増えた (56.8%)
- 14. マスコミからの取材など情報発信の機会が増えた (56.7%)

〔上海〕 好影響

- 3. 事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった (61.2%)
- 1. 社会的信用を得やすくなった (60.2%)
- 2. 知名度が高まった (60.2%)
- 10. 社外のネットワークが広がった (56.3%)
- 21. 業務効率が上がった (56.3%)

悪影響

- 22. 日常生活面での満足度が上がった (5.8%)
- 5. 打ち合わせがしやすくなった (4.9%)
- 9. 顧客や営業が訪れやすくなった (4.9%)
- 8. 顧客や営業先へ訪れやすくなった (4.9%)

〔台北〕 好影響

- 3. 事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった (71.2%)
- 9. 顧客や営業が訪れやすくなった (70.4%)
- 5. 打ち合わせがしやすくなった (66.6%)
- 22. 日常生活面での満足度が上がった (58.6%)
- 1. 社会的信用を得やすくなった (57.1%)
- 10. 社外のネットワークが広がった (57.0%)

悪影響

- 13. 臨時雇用の募集への応募が増えた (2.2%)
- 19. アウトソーシングに出す機会が増えた (2.2%)

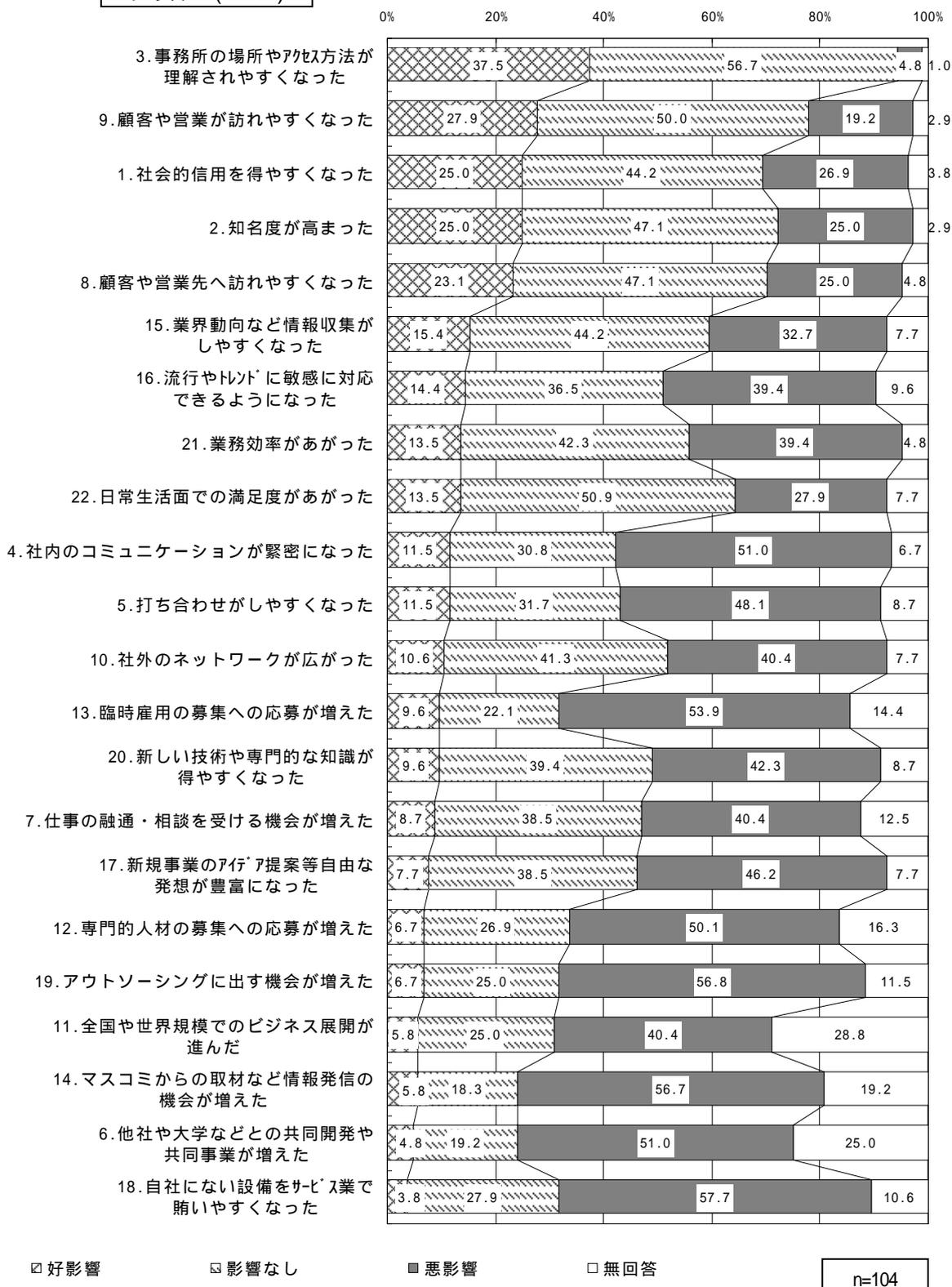
3都市に共通して挙げられる、現所在地に立地したことによる好影響では、「事務所の場所やアクセス方法が理解されやすくなった」「社会的信用を得やすくなった」等がある。また、「顧客や営業が訪れやすくなった」「知名度が高まった」「社外のネットワークが広がった」も、2都市で挙げられている。これらは、東京でも挙げられた項目である。

一方、悪影響では「アウトソーシングに出す機会が増えた」が2都市で挙げられたものの、あまり共通点はない。

特徴的なのは上海であり、地理的な問題のせいか「顧客や営業が訪れやすくなった」「顧客や営業先へ訪れやすくなった」には悪影響が見られる。

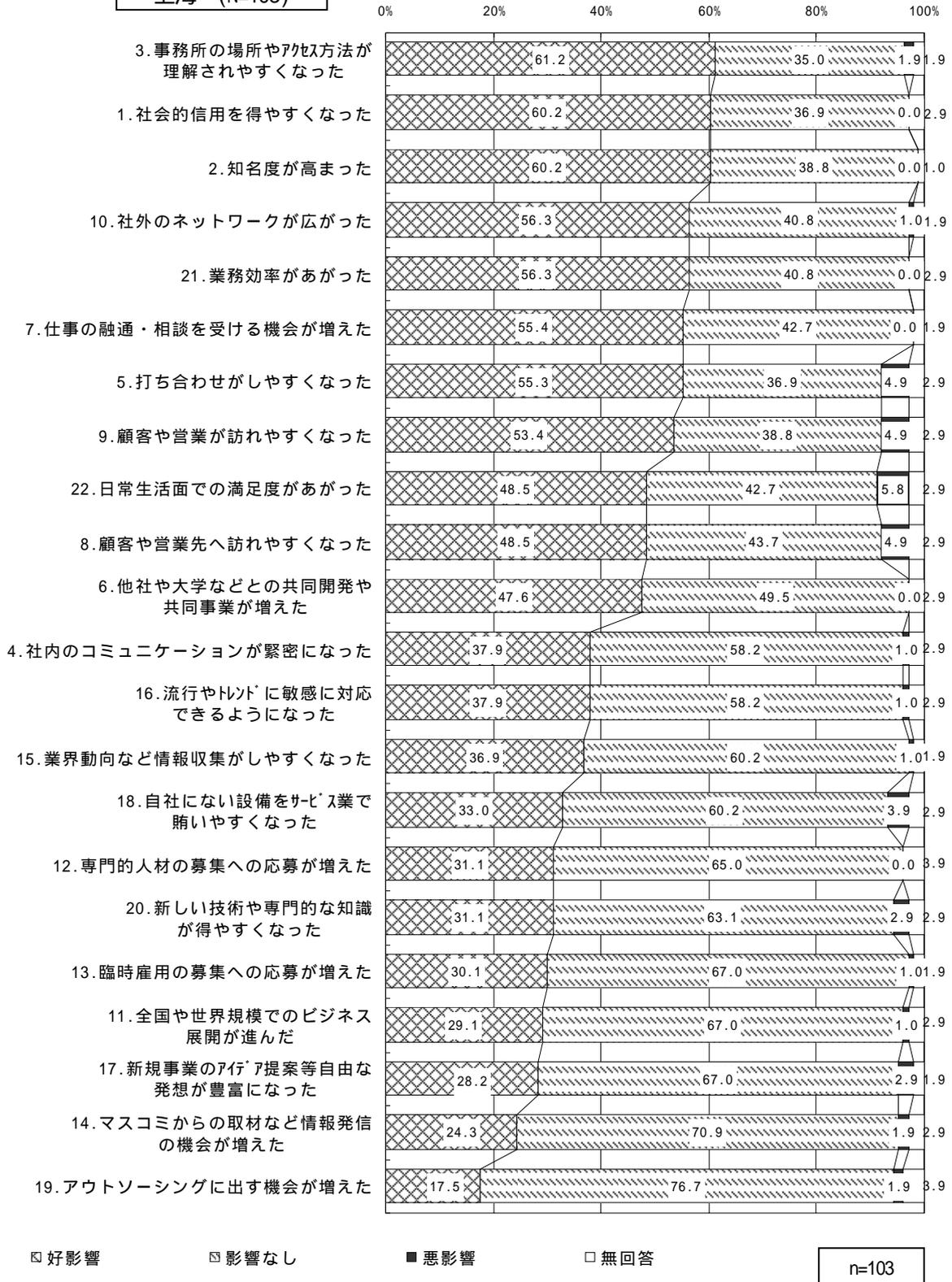
図表1 - 2 - 13 現所在地に立地したことによる影響【Q3 - 2】

ソウル (N=104)



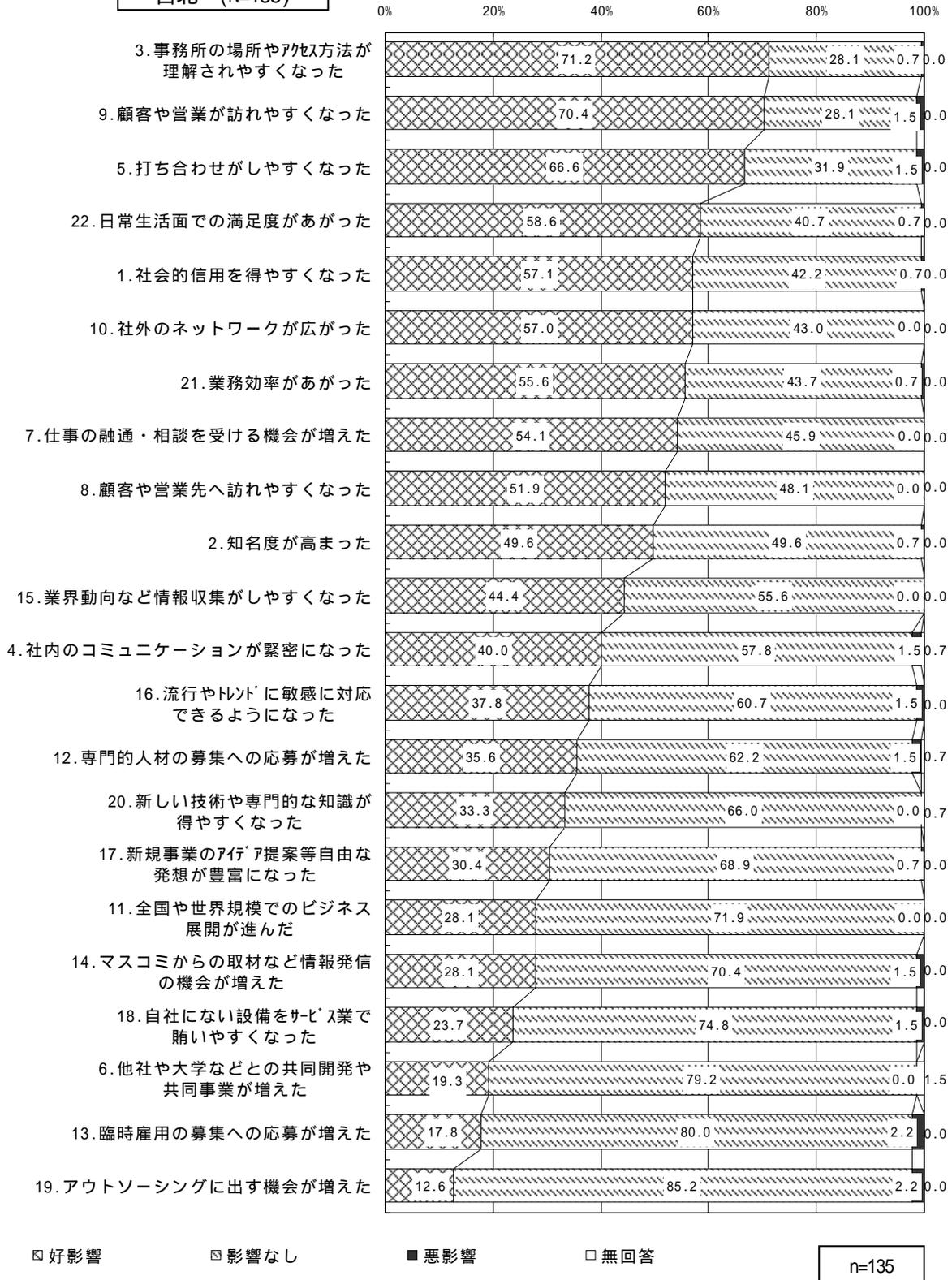
企業アンケート結果(海外)

上海 (N=103)



企業アンケート結果(海外)

台北 (N=135)



企業アンケート結果(海外)

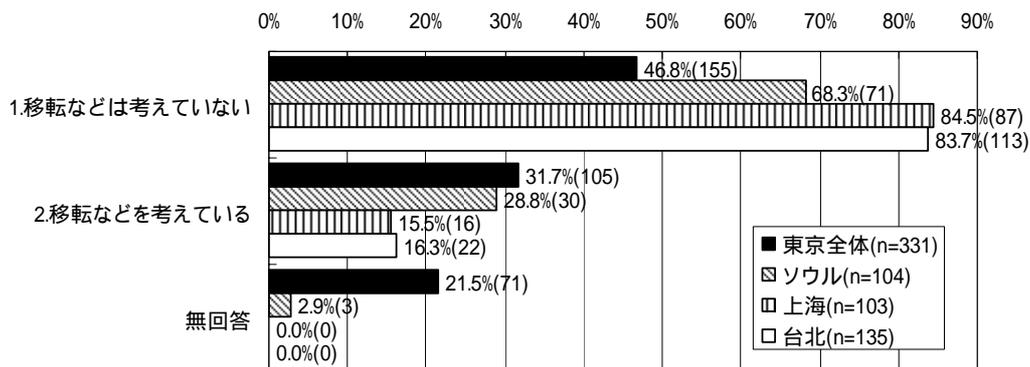
2 - 5 . 将来的な移転と都市環境の条件【Q4】

(1) 将来的な移転の意向とその理由

将来的な移転の意向【Q4】

将来的な移転意向の有無をたずねたところ、「移転などを考えている」と回答した事業所は、ソウルでも3割弱、上海、台北でも15%程度であり、東京での回答事業所と比較すると、移転の意欲は高くない。

図表1 - 2 - 14 将来的な事務所の移転意向【Q4】

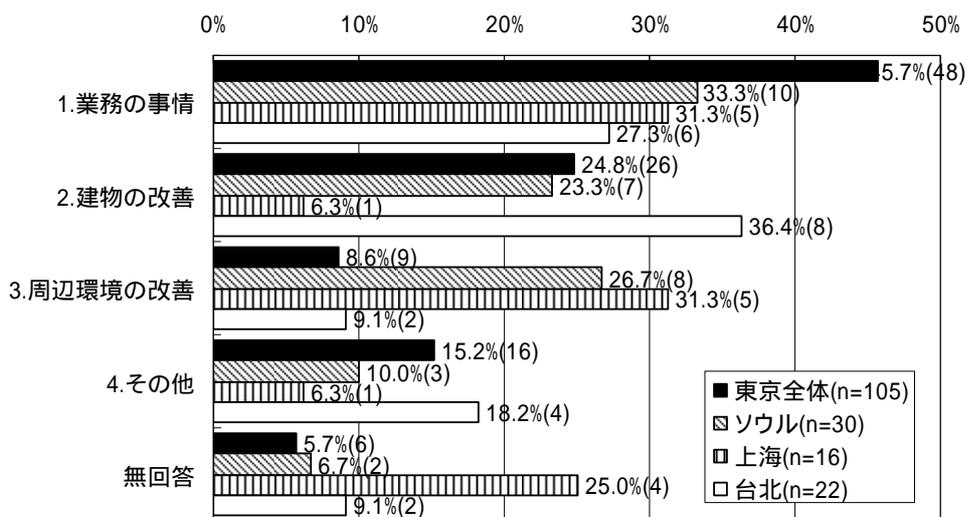


将来的な事業所の移転の理由【Q4 - 1】

前問で「移転などを考えている」と回答した事業所の移転の理由は以下の通りである。3都市とも「業務の事情」が約3割となっている。

ソウルでは「周辺環境の改善」「建物の改善」ともにやや多くなっている。上海では「周辺環境の改善」が、台北では「建物の改善」が特に多いことが目立つ。

図表1 - 2 - 15 将来的な事務所の移転の理由【Q4 - 1】



(2) 移転先エリアに求める都市環境の条件【Q4 - 2】

図表1 - 2 - 16は、将来的な移転に際して重視する条件を尋ねた結果である(選択肢を3つまで選択する複数回答)

ここでも3都市に共通して重視される都市環境として「都内の交通の利用しやすさ」「広域交通網の利用しやすさ」の交通環境、「同業者の集積や近さ」が挙げられる。また2都市に共通したものとして「駐車スペースの確保のしやすさ」(ソウル・台北)がある。

東京でも将来の移転の際に重視するという回答が多く見られたものに「駐車スペースの確保のしやすさ」があり、その他の交通環境とともに、事業所の立地選択にあたり、共通して重要な都市環境と認識されている様子が見て取れる。

上海においては、「街並み・景観等イメージ・雰囲気良さ」「エリアの知名度やブランド力」が、現所在地へ立地時した際の考慮に比較して、重視度合いが増している。

【将来的な移転の際に求める上位5条件と現所在地に立地を決める際に考慮した順位】

以下の順序は、将来的な移転の際に求める条件として選択された割合の高い順であり、カッコ内の順位は現所在地に立地を決める際に考慮した順位を示している。

太字の条件は、現所在地に立地を決める際に考慮した順位から上がっているもの。

[ソウル]

- 1位: **駐車スペースの確保のしやすさ** (5位)
- 2位: 都内の交通の利用しやすさ (1位)
- 3位: 受注先、顧客の近さ (2位)
- 4位: **同業者の集積や近さ** (6位)
- 5位: 広域交通網の利用しやすさ (4位)

[上海]

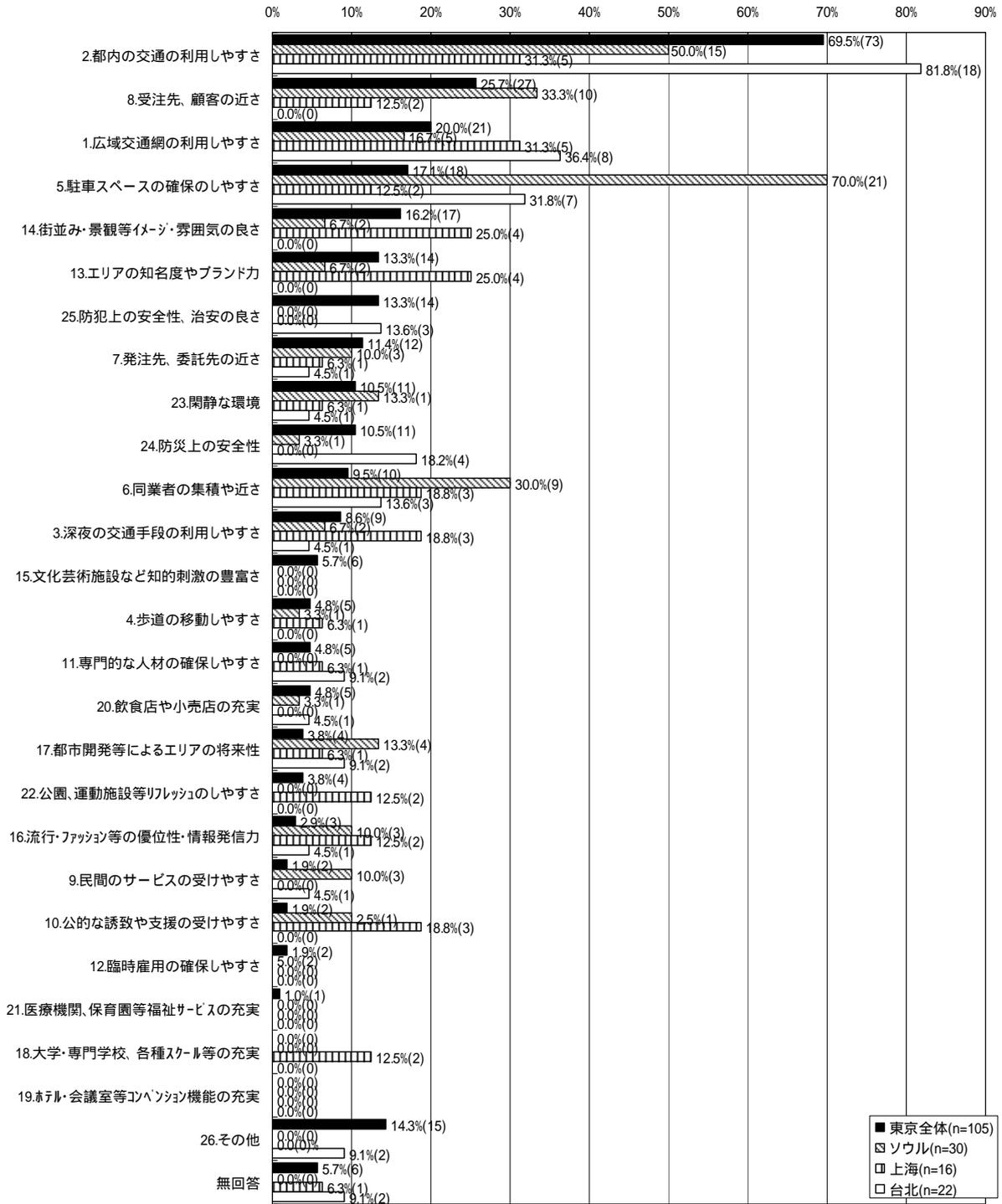
- 1位: 都内の交通の利用しやすさ (1位)
- 1位: **広域交通網の利用しやすさ** (3位)
- 3位: **街並み・景観等イメージ・雰囲気良さ** (8位)
- 3位: **エリアの知名度やブランド力** (5位)
- 5位: 深夜の交通手段の利用しやすさ (21位)
- 5位: **同業者の集積や近さ** (10位)
- 5位: **公的な誘致や支援の受けやすさ** (17位)

[台北]

- 1位: **都内の交通の利用しやすさ** (2位)
- 2位: 広域交通網の利用しやすさ (1位)
- 3位: **駐車スペースの確保のしやすさ** (3位)
- 4位: **防災上の安全性** (5位)
- 5位: **同業者の集積や近さ** (6位)
- 5位: **防犯上の安全性、治安の良さ** (4位)

企業アンケート結果(海外)

図表 1 - 2 - 16 将来的な移転先エリア選択の際に重視する都市環境の条件【Q4-2】



3. 企業へのヒアリング結果

(1) 韓国・ソウル市

ソウル市においては、江南地区、市庁周辺合わせて、5社に対しヒアリングを実施した。その対象企業の概要を図表1-2-17に示す。G、H社は江南地区に立地する大手設計会社、I社は同じく江南地区に立地している大手財閥グループの建設会社である。市庁周辺のJ、K社もまた、大手財閥系の大企業である。

図表1-2-17 ヒアリング先企業の概要(ソウル)

	江南地区			市庁周辺	
	G社	H社	I社	J社	K社
業務内容	建築設計	建築設計	マンション、ビル建設、土木、再開発	生命保険	土木、建築、情報システム整備
設立/立地年	1990/1991	1983/1993	1976/1999	1955/1986	1939/1978
現オフィス形態	ビル2フロア賃貸	ビル2フロア賃貸	ビル6フロア賃貸	自社ビル	自社ビル
現立地場所	ノンヒョン洞	駅三洞(テヘラン路)		中区	鍾路区

() 立地選択時に考慮した都市環境の条件

江南地区に立地している企業のうち、H社は、「江南にほとんどオフィスがなかった創業当時(1982年)から江南に立地している」、90年立地のG社は「江南地区は新しい街で、利便性も良いし、サービス業が集まっている。『新しい企業』というイメージが得られ、事務所のイメージが良くなる。ソウル市内に設計事務所は全部で1,600件あるが、そのうち50%が江南地区に集まっている。そのなかでも大規模な事務所がこの周辺に5件ある」としている。一方、建設会社I社は、立地選択は基本的にはグループ全体の立地戦略に基くものであるが、建設会社としての立地選択要因としては「江南は建築・設計関係の会社が集積しており、技術者も多い」、「政府の公約で江南に政府機関の庁舎が移転してくると言われている」、「教育レベルが高い」³としている。ITやベンチャー企業の集積地として有名なテヘラン路の存在は、仕事上ほとんど関係ないとのことだった。

一方、市庁周辺に立地している理由としては、「グループ会社の再開発したエリアで、それ以前からずっとこのエリアに立地している(J社)」、「政府機関、各国の大使館などが1km以内に集中している(K社)」などが挙げられた。

() 都市環境の条件に関する現在の満足度(メリット・デメリット)

江南地区に立地するメリットは、「設計の仕事は図面を広げたりするために広いスペースが必要であるが、大きなビルが多いため、広いオフィスを確保することが可能(H社)」といった物理的なもののほか、「大規模な設計会社が集積していて仕事のネットワークが多い(H社)」、「設計会社として大きな会社、大きな仕事、高い設計料をとれる会社だという証しとなる(G社)」、「隣の江南駅は若者が集まるファッションの街なので、このようなエリアに立地していることによって、設計会社として良いイメージや信頼が得られる(H社)」というものもあった。一般的なメリットとしては、「地下鉄の交通が便利(H、I社)」、「サービス業が集まっているなど利便性が良い(G、H社)」、「人材募集の面でも若者にとっ

³ 韓国では、公立・私立に拘わらず、初等教育から「学郡」という学区があり、良い大学に進学するためには、良い学校のある地区に居住することが必要である。特に、漢江南部は、8学郡という、ソウル大学などに進学する学生が多い高校がある地域なので、それを目当てにする高級マンションが多い。

企業ヒアリング

て魅力的な場所に近いため有利（I社）」。また、「ビルが新しいので人材募集の際などのイメージが良い（I社）」との声もあった。

デメリットとしては、「道路の渋滞がひどい（G、H社）」、「渋滞がひどいためにタクシーの運賃が高い（G社）」という道路混雑の問題のほか、「地下鉄の乗換えが不便な場所である（G社）」、「エリア全体でオフィスの賃料が高い（G社）」との意見があった。

一方、市庁周辺に立地するメリットとしては、官公庁との近接性のほか、あくまでも個人的な意見という断りの上で、「大手企業にとっての中心街に立地するブランド性（J社）」、「歴史的な地区や公園、繁華街（レストラン等）に近いことによるいわゆるアメニティの良さ（K社）」が指摘された。一方、デメリットとしては、「駐車場が足りない（K社）」ことが挙げられた。

（ ）今後の意向（今後考慮していく都市環境の条件）

江南地区の設計会社2社は、「本当はもっと広い面積の場所に移転したいが、この辺りのオフィスは賃料が高いため、そのためには郊外に行くしかない。しかし、顧客との行き来など、営業ができなくなるため不可能である（H社）」、「外注先（電気・機械設計などの関連会社等）の集積等、色々な機能が集積して便利（G社）」であり、また「設計会社としてのブランドのある場所（G社）」であるため、移転することはないとのことであった。

一方、市庁周辺の2社は、「会社の規模が大きく、周辺に関連企業が多いので移転しにくい。商業機能がここにある限り、移転することはない（J社）」、「部門の統合とビルの新築による企業のイメージアップのために江南のテヘラン路へ移転する計画があったが、財政上の理由で中止になった。現所在地が政府機関との近接性の面で便利なので、当分は移転しない（K社）」とのことであった。

（２）中国・上海市

発展著しい上海において、楊浦区の同済大学周辺では、近年の中国の建設ラッシュを受け、建築・設計関係の中小企業が集積してきている。その中の6社にヒアリングを行った。その、ヒアリング対象企業の概要を図表1-2-18に示す。いずれも同済大学の周囲1km圏内に立地している建築・設計関係又はその支援サービスの企業である。A、D、E社は同済大学の学生が起業した新しい会社で、経営者も20代であった。一方、B、F社は同済大学の教授が起業した会社で、このエリアでは比較的古く、評価も確立しているとのことである。

図表1-2-18 ヒアリング先企業の概要（上海）

	A社	B社	C社	D社	E社	F社
業務内容	建築模型、図面、CG パース	建築模型、図面	建築模型、図面、環境シミュレーション動画	都市・環境・建築設計	設計、図面作成、インテリア（家庭・工場）	都市・建築設計
従業員数（正社員）	13人	70人(本社のみ)	200人	10人	20人	30人
設立/立地年	2000/2002	1996/2002	1998/2001	2001/2002	2000/2003	1988/2003
設立時立地場所	大学内	大学内		住宅地	住宅地	大学内
現オフィス形態	ビル部屋賃貸	ビル一角を賃貸	ビル2棟	ビル部屋賃貸	ビル部屋賃貸	ビル部屋賃貸
現立地場所	赤峰路（同済大学に隣接）			嘉浜路	控江路（同じビル内）	

（ ）立地選択時に考慮した都市環境の条件

ヒアリング対象企業のうち、3社が同済大学キャンパス内で起業、2社が大学に近い住宅で起業した。前者が大学内から移転した理由としては、面積が手狭になった、大学の研究室の運用規定がかわったなど

のほか、SARS で学内に外部の人が入れなくなったためとの回答もあった。一方、後者はいずれも、「オフィスビルに移転したことで作業環境も企業のイメージも格段にあがった」と回答している。このように、企業が自社のイメージを非常に重視する傾向があった。イメージアップに伴って、「委託される仕事のレベルが上がり業務の幅が広がった（図面のみ依頼から設計全般へ）(E社)」との指摘もあった。

ほとんどの会社が、エリアの立地選択条件として「同済大学に近い」ことを挙げている。直接的な影響として、同済大学の先生や学生が起業初期の顧客を紹介してくれる、同済大学の卒業生が将来の顧客候補である、経営者が元同済大学の教官や学生であるため人的なネットワークがあり、情報を得たり人材を探すのにも有利である、（近接して立地している企業の場合）大学内の駐車スペースやグラウンドなどの施設が利用できるなどがある。実際に、立地した物件を大学の教官や友人の紹介で見つけたという話も多かった。

さらに、建築・設計関係の企業が集積した結果、「設計の街」というブランドイメージがあり、そこに立地していることで信用が得られる、仕事がこのエリアに集まってくる、建築・設計関係の事業支援サービスが多いことが指摘された。

人材募集におけるメリットについては、「この周辺は『設計の街』として、設計等の専門の学生には人気があり、他地域から実習希望の学生も多く集まる。ここでの業務経験があると、他の場所へ行くときに転職しやすいからである(A社)」との指摘もあった。

特徴的なのは、ヒアリングをした中では最大手のF社だけが、そもそも「同済大学から離れたかった」と回答していることである。「なぜなら環境が良くない上、設計会社は多いが実力のある大会社は少なく、小さい企業やベンチャー企業ばかりでイメージも悪い。イメージアップのためには、他の場所を選んだ方が良いと考えた。現所在地は、最初は当社だけだったのに、しだいに他の会社が増えてきて、設計会社のビルようになってしまった。より会社の特徴を強調するために、他の設計会社のいない場所に立地したいと考えている。業務上も大学との関係はないため、大学との距離はもう関係がない」とのことである。F社は、現所在地を選んだ他の理由として、従業員の住宅から近いことと、他に良いビルがなかったということも挙げている。

このエリアに質の良いオフィス用ビルが少ないという点は、他の企業でも指摘があった。

() 都市環境の条件に関する現在の満足度(メリット・デメリット)

現所在地のメリットとしては、「高速道路・幹線道路など交通が便利なので来客時に便利(C、D社)」、「来客時に場所がわかりやすい(A、D社)」、「社員の家に近いので通勤に便利(A、E社)」等が指摘された。デメリットとしては、「同業者が多いので競争が激しい」ことのほか、「道路に面していて環境が悪い、うるさい(A、D社)」、「サロン、喫茶店、ホテル等の都市的サービスの不足(C、F社)」。また、物件の質に対する評価が大きく、良いビルに入居することによって「企業イメージが上がる」との指摘も多かった。

() 今後の意向(今後考慮していく都市環境の条件)

今後は、現在の業務の延長である設計関係の業務については、同済大学周辺エリアに立地し続けたいという意向が多かった。その理由は、顧客、人材が多いから、設計会社が集積しており業務上便利だから、この場所ですてきた仕事で信用を得ているから。一方で、設計業務以外の業務では、「本社機能は企業イメージを高めるためにバンドや浦東などの大企業の立地するエリアに移転したい(E社)」、「模型等の工場部門は政府機関の近くへ(C社)」、「もっと環境が良く敷地が広い郊外へ(D社)」という意向があった。

企業ヒアリング

(3) 台北市

台北市では、中山区の一部で旅行・貿易関係が集積しているエリアで調査を行った。なお、徐教授の指摘によれば、台北市内では、基本的に、特定の業種が集積する傾向はあまり見られない。市街区域が概ね 10km 程度と狭く、どこへ行くにも 10 分程度であるため、関係企業同士が 1 力所に集まらないと考えられるとのことである。ヒアリング先企業の概要を図表 1 - 2 - 19 に示す。L、M、N 社が旅行・航空業関係、ただし M 社は海外航空会社の代理店である。P 社は日本の大手ゼネコン企業の台湾支社である。

図表 1 - 2 - 19 ヒアリング先企業の概要 (台北)

	L 社	M 社	N 社	O 社	P 社
業務内容	旅行代理店	旅行業 (海外航空会社の代理店)	国内航空業 (海外航空も若干)	貿易会社 (商品開発、設計、交渉)	建築、土木 (日本のゼネコンの支社)
従業員数	130 人 (国内全体で 358 人)	22 人	200 人 (会社全体で 1,400 人)	17-18 人	
設立 / 立地年	- / 2002	- / 2002		1970 代 / 1986	- / 1997

() 立地選択時に考慮した都市環境の条件

不動産会社へのヒアリングによると、台湾では、対外的な政情の不安定さのため、不動産の資産価値が重視されておらず、ビルがフロア単位で売却されて権利が細分化されるために再開発が難しく、近接する新しい土地へ順次中心的なオフィス街が移動している現状がある。また、立地を決める際にはエリアよりも物件の質を重視する傾向があり、新たに立地する会社の不動産ニーズの動向は、防災、IT 関係の機能を有する建物に移る傾向がある。このため、賃貸料は、場所よりも建築物の機能で決められている。企業が移転する場合の一般的な優先順位は、家賃、建物、エリア、風水とのことである。エリア別のイメージがないわけではないが、建物の機能が重視され、これが移転にも影響を与えている。ヒアリング結果でも、選択理由は「価格の割に広かった (O 社)」、「比較的新しいビルにも関わらず賃料が格安 (P 社)」、「建物の安全性 (24 時間管理) (M 社)」等であった。

() 都市環境の条件に関する現在の満足度 (メリット・デメリット)

旅行・貿易会社では、「同業者・類似業者が多く立地しているため、営業上のメリットが高い (M、O 社)」という点が上げられた。また、旅行会社からは「旅行関係の街と多くの人に認識されている (L 社)」ことが挙げられた。その他の企業も含めると、「オフィス街と商業地の中間に位置しており便利 (P 社)」、「官庁街や銀行街にも近く便利 (P 社)」、「MRT、バスなど交通利便性が良く、通勤に便利 (従業員の通勤は 1 時間以内) (P 社)」、「宿泊施設が近くにあり、取引先の宿泊が便利 (O 社)」とのメリットが挙げられ、デメリットは特に挙げられなかった。

() 今後の意向 (今後考慮していく都市環境の条件)

「現所在地近傍で、さらに広い場所へ移転する (L 社)」、「現所在地近傍で、建物の機能のよい場所への移転を考えているが、なかなかみつからない (P 社)」、「現在のところは移転することを考えていないが、信義地区、空港周辺の移転の可能性はあり得る (N 社)」、「コストダウンのために、台北以外の都市へ移転したい (O 社)」等であった。

(4) 3都市のヒアリングから言えること

上海市では、大学周辺に集まる建築・設計関係の企業は、起業時こそ大学との近接性と人脈のネットワークを利用しているが、ある程度の規模になると、「設計の街」としてのエリアのネームバリューを享受し

ている傾向があった。中小企業では、現在の立地に満足しており移転の意向は少ないが、比較的大規模な企業では、中小企業が多いというエリアのイメージが逆にデメリットとなっている。ソウル市江南地区では、「新しい街」というイメージに惹きつけられて建築・設計関係の企業が集積し、それがもたらすブランド性と周辺の取引先・支援産業や人材の集積がメリットとなっている。台北市中山区では旅行・貿易会社の集積があり、やはりエリアのイメージと都市的サービスの充実が企業を惹きつける都市環境の条件となっている。

今回の上海市、ソウル市及び台北市におけるヒアリングでは、国としての経済状況も異なり、ヒアリング対象企業の規模や業種も様々である。このため、結果を一概に比較することは困難であるが、建築・設計業や旅行業では、関連業種の集積に伴う「の街」といったネームバリューを重視したり、あるいはこれにメリットを見出している点が共通している。また、関連業種の集積がもたらす取引先、支援産業、人材等の集積も重視されている。その他に、現状の不満として多く挙げられたという意味で重視されているのは、交通利便性、道路渋滞、駐車場等の交通問題、都市的サービスの充実であった。一方、企業イメージのためには、都市環境よりもオフィスの物件そのものの質の方が重要との回答も各都市で見られた。

第3節 企業が求める都市環境の条件

ここでは、東京3エリアにおける企業アンケート最後の自由回答欄⁴の記入内容、補足的に行った企業ヒアリングの内容を中心に、ここまで見てきたアンケート結果を併せて、企業がどのような都市環境の条件に関心を持ち、具体的な要望を持っているかについて整理する⁵。

以下では、

1. エリアの魅力
2. ナレッジワーカーやクリエイターにとっての魅力ある都市環境
3. 移動に関する都市環境（交通環境）
4. 仕事や暮らしを取り巻く都市環境

という順で述べていく。特に言及しない限り、国内3エリアでの調査結果を指している。

1の「エリアの魅力」では、個々の都市環境の条件に分解しきれない、エリア全体が持っている魅力に関する企業の関心や要望に関する内容を整理する。2以下の「ナレッジワーカーやクリエイターにとっての魅力ある都市環境」「移動に関する都市環境」「仕事や暮らしを取り巻く都市環境」は、「エリアの魅力」にも繋がる具体的な都市環境の条件であり、ここでは、個々の都市環境の条件についてどのような関心や要望があるかを、テーマ毎に整理する。

1. エリアの魅力

エリアの魅力に対する回答事業所の関心の高さは、立地場所を探し始めたときに、エリア、賃料、広さ及び物件の質の中で最も優先されたのが、他を引き離してエリアであったことに表れている（Q2 - 1）。これは、東アジア3都市でも同様の結果である。

また、調査対象である3エリアについては、以下のように、いずれも明確なエリアイメージが形成されていることがわかった（Q2 - 2）。

渋谷：特に交通利便性が優れており、IT産業やベンチャー系企業などが集積し、若年層で賑わう街

南青山：“クリエイティブ”“お洒落”“感度が高い”などエリアとしてのブランド性が高い街

神保町：出版・書籍関連業の集積が多く、“本の街・出版の街”、あるいは、文化的・歴史的で“文化が薫る街”や“学生の街”

Q3以下の都市環境の条件を示す選択肢には、この「エリアの魅力」に繋がる様々なレベルの要素を挙げているが、特に、「エリアの魅力」に直結する「13. エリアの知名度やブランド力」は、考慮の対象としても、満足している対象としても、上位にランクされている。

また、当初は思いもよらなかったメリットについての自由記入においても、所在地によるイメージや信用力の向上、応募者の増加等、エリアの知名度、ブランドイメージ等による好影響が多く挙げられている（Q4 - 3）。東アジア3都市についても、同様の傾向が見られる。

補足的に行った企業ヒアリングにおいても、以下のようなコメントが得られている。

事務所を設立したときには、知名度を考えると場所は青山でなくては駄目だった。名刺一枚にしても、上野、立川に立地しているのとはイメージが全然違うものである。

⁴ 問は「日本の都市（特に大都市圏都心部）への要望、事業所の立地に当たって求める都市の条件、公的機関が整備したり支援すべきことなど、ご自由にご記入下さい。」となっている。

⁵ で始まるコメントはアンケートの最後の自由回答欄の記入内容、で始まるコメントは企業ヒアリング結果を示す。いずれも、できるだけ、元々のニュアンスを残すように整理している。

卸売なので、今はもう青山のイメージは不要になったが、小売店であれば、青山のブランドイメージが必要だろう。独立（起業）当初、南青山に立地していることがステータスや格付けとなり、有名企業A社といったクライアントからの信用を得ることにつながった。

このように「エリアの魅力」は好影響をもたらすものとして、企業が立地選択をする際には、大きな関心事となっており、その分、具体的な要望も多い。以下では、アンケートの自由記述とヒアリングから、エリアの魅力に関する企業の具体的な関心や要望を、テーマ別に整理する。

（１）エリアの持つ“勢い”とそこにあるもの

南青山は、アンケートにおいても、流行の最先端、高感度の人々が集まる街というイメージを明確に持っているが、その“勢い”とでも称すべきものが具体的には何から生み出されているかを、ハードの施設だけで語るのには難しい。そこでどのようなことが起こっているかなどについて、企業ヒアリングにおけるコメントを拾ってみた。

勢いがあるクリエイターが集まっていると活気がある、イメージとして盛り上がって見える。クリエイター、クリエイティブとは、例えば、スタイリスト、フォトグラファー、ファッションデザイン、インテリアデザインの事を指す。クリエイターが集うと、街に新しいお店があり、だめならもたないの、旬がわかる。クリエイターは忙しくて、わざわざ見に行くことができないので、いながらにして今の空気がすぐわかることが大切だ。

若いクリエイターの発信しているものをキャッチするため、お店、カフェ、サロン等に人が集まってくる。そこには人の吸引力があり、情報が集まってくる。集まってくる人たちは勢いのある人で、年齢は関係ない。カフェで気分転換をすることもある。

ポイントは、「刺激」と「新鮮な空気」と「勢い」。西麻布、白金等は住むには良いが、雰囲気はまったりしていてオフィスを置くには向かない。

「文化芸術施設」としては、小さいギャラリーの集積、本屋、映画館、美術館（ギャラリー、アートセンター等）、United Arrows（内外の新進デザイナーの服を扱う店、アート等のカルチャー発信も行うスペース等がある）のようなお店が大事だろう。

神宮前は、南青山よりももっと安いし、お店が日々変わっていると思う。（南青山の）骨董通りでもお店は変わるが、ヘアサロンの後はヘアサロン、セレクトショップの後は同じ会社のセレクトショップが来るなど、クラスが揃ってしまった。神宮前は下克上な雰囲気があってよいと思う。

（２）エリアの魅力づくりを阻害しているもの

今回のアンケートやヒアリングは、街づくりや都市計画を専門としている企業を対象にしたものではない。にもかかわらず、街づくりや都市計画に対する具体的な批判が相次いでいる。

大きくは、エリアづくりや街づくりのビジョンの欠如であり、その結果、東京という街ははっきり汚いと感じている。ビジョンの欠如と同時に、計画が発表されてもなかなか実行されないことへの批判もある。また、理由は様々だが、古いものが壊され新しい開発が行われていくという、スクラップアンドビルドの街づくりについての批判も数多い。

【ビジョンの欠如、計画的整備の欠如】

電気製品なら秋葉原、食事は赤坂、遊びは六本木と云うように、エリア毎に、他の街も個性を持たせたい。

行政が全く都市計画には無力な事、次々と新しい高層ビルを民間会社が建てていき、文化的に価値のあるものをあっという間になくなり、どこの街角も同じ風景になっていく。らしさがものすごい早さで失われていく事実特に公的機関にいらっしゃる方々が無知である事に驚く。もう日本の都会には魅力を感じないし防災的にもまったく「無考」である。むしろ江戸時代の人々の方が、災害が多かったため、この必要性があったのだろう。今もネズミが足元をうろろろしてホームレスの人が座りこみ臭い渋谷で変な病気が出てくるのではと思い、役所へ投書しても何もなし。税金は戦争だけに使われていくのが悲しい。と書いても反映される希望も無い。

日本の都市計画はどうなっているのか。空間がばらばらだ。NYのSOHOのようなエリアの顔がない。ぱっと見がきれいではない。ダサい。もっとも、その何でも建てられる、ごちゃごちゃしているところがTOKYO cultureのエネルギーを生んでいる、パワーの一端という側面もある。でも、汚い。

公的機関での都市計画に対する「計画」が見えない。都市の条件と言うか、都市への未来ビジョンが見えない。どんな町をつくり、どんなエリアをつくり、どんな国家を描くのか。先見性が感じられない。六本木ヒルズのように民間によ

企業が求める都市環境

部分的都市計画では東京が駄目になる。臨海副都心にしてもアクセスが悪すぎる。(モノレールのみ)国と地方の枠を取り(国対東京都)日本(アジア)の中心となる東京をしっかり考えて欲しい。【5件】

渋谷駅周辺の再開発計画は再々発表されてもなかなか実行されない。渋谷の桜丘町地域は駅のすぐ近くだが商業が発展しないため各種専門学校ばかり(塾も)増えて街全体がさびれてしまっている。商店街にも活気がない。再開発等は早く始めないとなかなか施行することが出来なくなってしまうような気がする。机上の計画ばかりでなく実行を少しでもしてほしい。【2件】

都市の景観に配慮すべきだと思う。看板やビルの形状等に行政(?)的配慮があっても良いと思うし、高層ビルの建設による、電波障害、風害、気温への影響等、事前の予測と対策をして頂きたい。特に緑地対策や温暖化を考慮した都市計画を望む。【4件】

【開発、スクラップアンドビルド等への批判】

東京に限って言うならば(他の大都市についての知識がないため)、開発はこれからも可能だろうが、それが故に失われていくものが速度的に増大していけるだろう。価値観の問題になってしまうのかもしれないが、とり返しのつかないような、事態に立至る前に真剣に考えなければならない。たとえば首都機能の移転、あらゆる分野での分散化など検討すべきではないか。【3件】

ヨーロッパのフランス、イギリス、他の国のように年数が経てば経つほど重みの増す建築物やそれらの環境も含めた街作りをしないと、トータルの都市づくりは一般の市民、都民、勤務のために訪れる人にも満足されないと思う。【4件】都内各所で再開発が行われているが機能性の面では充実するが、日照、強風(ビル風)等の被害が増えるのは困る。都市としての機能性の向上という面では評価するが、大きなビルばかりが建つと暖かい人間性が失われていくような気がする。【4件】

再開発は良くないと考えている。東京はともかく、地方の都市では再開発の名のもとに駅前の地域からそれまでの住民を追い出すようなことをしているが、結局は駐車場になってしまっている。そうして住民がいなくなって街から生活がなくなることによって、都市が衰退する。再開発のビルを建てるにしても、周辺の空地は神保町の再開発のようにコンクリートで固めるのではなくて、一つの区画全部を鎮守の森のような森にした方が良い。

海外で仕事(パリ、NYが多い)をして帰ってくると、東京は綺麗じゃないと思う。東京はスクラップアンドビルドで、維持しようと言うカルチャーではない。一方で、それが東京の活力を生み出しているかもしれないと思う。

NYのチェルシーは倉庫街で外見は汚い。中に入ってみると、というギャップがすごい。そういうギャップがある感じにしたい、外と中の対比の面白さを出したいと思っても、日本ではできない。そういう汚いものは壊してしまう。

【その他】

建ぺい率を大幅に緩和して建物の高層化を。

地価をコントロールするために、都内23区の全土地を国有化すべきだ。

2. ナレッジワーカーやクリエイターにとっての魅力ある都市環境

ここでは、エリアの魅力を生み出すことになる、本研究が着目するナレッジワーカーやクリエイターにとっての魅力ある都市環境の具体的な要素について、企業がどのような点に関心があり、具体的にどのような要望を持っているかを整理する。

Q4-1(現所在地への立地後の都市環境の条件に対する満足度)とQ4-2(現所在地に立地したことによる影響)とのクロス集計からは、Q4-2「17.新規事業のアイデア提案等自由な発想が豊かになった」で好影響と答えた事業所が、Q4-2で満足と回答している割合の高い選択肢として、「14.街並み・景観等イメージ・雰囲気良さ」「15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ」「16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力」「22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」が挙がっている。

「15.文化芸術施設など知的刺激の豊富さ」「16.流行・ファッション等の優位性・情報発信力」については1で整理しているので、ここでは、「14.街並み・景観等イメージ・雰囲気良さ」「22.公園、運動施設等リフレッシュのしやすさ」と関連する自由記入内容やヒアリング結果を整理する。

(1) 快適さ、リフレッシュ等に関わる都市環境

良いイメージや雰囲気を生み出すような景観に対する関心は非常に高く、高さ、色の不統一に対する批判が多い。

また、緑、水辺、公園等を求める声は非常に多い。人工物と自然の組合せを求める声や、公園の周りに広い歩道、その周りにバラエティに富む商店街を配してはどうかという提案等、具体的なアイデアも出されている。

【イメージ・雰囲気の良い景観のための規制、要素】

東京全体でみた時、各市町村の特徴が全くない街並みで面白くない。そろそろイメージを重視した街づくりがあってもよいのではないか。【2件】

街の景観を情緒のある方針で指導して欲しい。規制だけでは他所からきた人々の勝手なイメージでアンバランスなものばかりになってしまう。【2件】

都市の景観に配慮すべきだと思う。看板やビルの形状等に行政(?)的配慮があっても良いと思うし、高層ビルの建設による、電波障害、風害、気温への影響等、事前の予測と対策をして頂きたい。特に緑地対策や温暖化を考慮した都市計画を望む。【4件】

建物のデザインに統一性が無く、雑然としている。高さ、色彩等を規制すべきではないか。【4件】

景観をそこなう高層ビルの乱立により都市が美しくなくなってきた。【4件】

ガラス張り高層ビルばかりでは冷たい感じがする。人間性を感じない町になってしまう事が街の衰退を早めるのではないか。

ビルが大小乱立していて景観が悪いので土地の面積に応じた建物が良いと思う(ペンシルビルが多い)

景観や災害時の安全を考えて、電線や電信柱は地下に埋めてほしい。【13件】

【緑、水辺、公園へのニーズ】

自然と人工のバランス(生態系)を基本とする街、緑花や水に親しめる街、思いやりのある街を! 人が集まり活気のある街は木が多いのではないだろうか。【5件】

公園面積を拡大・増設してほしい。【2件】

あえて言うならば、毛細開発はしてもらいたくない。再開発地域は緑豊かな公園にしてほしい。

幹線道路から出る排気ガス対策として常緑樹をもっと多く植えてほしい。また、ビルのまわりにも公園や樹木をもっと多くしてほしい。【3件】

公園や緑があるのはいいけど、わざわざ近くに行きたいと思うほど良い公園はない(井の頭公園や石神井公園はいい)。大きさが問題なのではない。代々木公園には、捨てられた車があるイメージ。この辺りなら、青山霊園の方がむしろ好き。

【魅力ある街の要素の組合せ】

街の中に読書や散歩などができる公園や、広い歩道を配置し、その周辺にバラエティに富む商店街がほしい。【4件】

美しい形や色、統一の街(地域の文化を形に)、自然と人工のバランス(生態系)を基本とする街...緑花や水に親しめる街、思いやりのある街を!

人と人との接触が希薄になっていく分、個人個人のモラルとマナーがとても重要だ。手段はなかなか難しいが、人が人の事を思いやる(やれる)環境作り(ex:緑地スペース、古い建物の再生)は大事ではないか? ほっとした憩いの場所(歩道)が欲しい。

(2) クリエイターが求める広い仕事場

都市環境全般に関わる要素ではなく、クリエイターが具体的に求めている仕事場については、アンケートの自由回答欄とヒアリング結果と同様のコメントがあった。いずれも、広いスペースを求めるもので、廃校になった小学校を始めとして、遊休化している公共施設への要望が大きく、情報を求めている。また、クリエイターが集まることによる派生的な効果として、メディアでの話題性、高感度の店舗やレストランが周辺に集まる可能性も指摘している。

なお、アンケート結果でも、Q1-2(主な業務内容)とQ2-1(立地場所を探した際の優先順位)のクロス集計からは、「ソフト制作」では「広さ」を優先順位第一位とする割合が他の業種に比べて多いという結果がでている。

企業が求める都市環境

東京は土地が高いので、ビルのワンフロアが狭い。現オフィスの3倍あってもいいくらい。体育館ならそれくらいある。そういうところでやりたい。1人では借りられなければ、クリエイターが集まって借りればいい。一つでも取材が来たりして発信力があるのだから、それが集まったら、人もメディアも集まり、話題になる。回りにそういうショップやレストランもできるのではないか。

学校の校舎や体育館、倉庫やガレージなどの公共施設が廃校になったり使わなくなったような場所をリノベーションしてオフィスとして再利用したい。そのような施設が出来た場合は取り壊す前にクリエイター（アートディレクター/プロダクトデザイナー/建築家/ミュージシャン/アーティストなど）などに広く告知していただければ嬉しい。

区に知り合いでもいないと、小学校が廃校になるといった情報は入ってこない。どこに聞いたらいいかわからないし、全部の区に聞いて回るなどできない。ぜひ、一括して情報がわかるほうにして欲しい。場所としては、渋谷区、新宿区、中央区辺りがいい。臨海部にあるところの話を見ると、周りに食べに行くところも何もなくて、夜電車がなくなったら、タクシーも走ってなくて帰れないといっている。臨海部はつらいかもしれない。

3. 移動に関する都市環境（交通環境等）

Q3～5の回答状況は以下の通りであり、「都内の交通の利用しやすさ」「広域交通網の利用しやすさ」を始めとして、関心の高さがうかがわれる。これらを重視する傾向は、東アジア3都市についても同様である。

図表1-3-1 「交通環境」に関連する企業アンケート選択肢の回答状況（東京全体）

(単位:%)

	Q3 現所在地への立地選択の際に最重視		Q3 現所在地への立地選択の際に考慮(とても考慮+やや考慮)		Q4-1 立地後の現所在地に満足(とても満足+やや満足)		Q4-1 立地後の現所在地に不満(とても不満+やや不満)		Q5-2 将来的な移転先の条件として重視(3つまで複数選択)	
	n=165		n=331		n=331		n=331		n=105	
1.広域交通網の利用しやすさ	4.8	5位	42.6	5位	62.2	3位	5.7	17位	20.0	3位
2.都内の交通の利用しやすさ	41.8	1位	73.2	1位	86.4	1位	1.5	25位	69.5	1位
3.深夜の交通手段の利用しやすさ	0.6	11位	32.3	11位	54.1	4位	3.3	23位	8.6	12位
4.歩道の移動しやすさ	0.6	12位	10.9	20位	25.4	15位	23.3	3位	4.8	14位
5.駐車スペースの確保のしやすさ	0.0	-	19.0	18位	14.8	22位	43.2	1位	17.1	4位

Q4-1の満足・不満足についての回答結果をみると、広域交通、都内の交通等については満足と回答している事業所が非常に多く、東京という街の基盤整備という点での成熟さをうかがわせる。

その一方、駐車スペースの確保しやすさと歩道の歩きやすさは、不満と回答した事業所が多い。この二つの条件は、立地選択の際にはあまり考慮されておらず、見落とされがちである割に、実際立地してみると気になることがわかる。

自由回答欄やヒアリングでは、移動に関する環境の中では、道路に関する不満や要望が多く挙がっており、歩道や駐車スペースへの不満も、その一環と考えることができる。

(1) 道路/自動車

道路/自動車に関する環境に対しては、渋滞緩和への要望が多い。マイカーの流入規制等を求める声もある。

渋滞にも関連するが、都心部を中心に駐車違反の取締、駐車場の整備に対する要望も非常に多い。一方、神保町交差点でのモデル的な駐車車両対策を評価する声もあった。

なお、東アジア3都市でも、ソウルでは将来移転する場合に重視する都市環境の条件の第一位に駐車スペースの確保のしやすさが挙げられるなど、総じて駐車についての関心は高い。

【道路渋滞の緩和】

道路の渋滞を緩和して欲しい。【5件】

一般道路の拡幅・都心迂回路の整備をしてほしい。【4件】

信号行政がメチャクチャ 信号機が多すぎる 信号機が連動していない。

他県からの一般車両の流入制限をすべきだ。都内には公共交通手段を利用し、地域地元住民優先の対応を願いたい。車が狭いところまで、入ってきてとても危険だと思う。マイカー規制やナンバーによる規制はもっとするべきではないだろうか。ヨーロッパの街並みみたいにトロリーバスや市電をもっと充実させるべきではないだろうか。首都高速が慢性的に渋滞しているので道路の拡幅もしくは地下復層化をしてほしい。

【都内の駐車対策等】

駐車違反の取締りは結構だが都市部に車が集中するのはあたりまえの事。安価な駐車設備を望む。
 居住者、事業者数に見合うだけの駐車場の確保と、来社、来客用の公共駐車場の整備を図ってほしい。【11件】
 都内は軽自動車だけの駐車場、パーキングに限定してほしい。
 一番困っているのは駐車場が高すぎて確保できない事だ。最近では一日借りて2000円くらいまで下がっているが、月契約になると全く下がらない。おかしいのではないかと
 時間でとめられる駐車場が少ないのか意識が薄いのか路上駐車がとても多い。駐停車禁止地域、又は駐車禁止地域内の違反車集積、集中地の徹底的な摘発を希望する。【5件】
 狭い道での駐車がその割に車の通り抜けが多く非常に危険なので駐車を取り締まり（特にお願いしたいこと）の強化や車の通行時間の規制をしてほしい。【2件】
 神保町交差点はモデル交差点として交差点近くの駐停車両の即時移動などを実施している関係で事故も減り、交差点近くの無駄な渋滞の発生が少なくなった。また、短時間の荷おろしのスペースをいくつかの所で確保し、ここで非常に便利になった。短時間の積み下ろしなどは必要不可欠（特に商業地において）なものであり、こうした改善はぜひ進めてほしい。また、危険な所や、迷惑な一等の駐車禁止表示（神保町交差点などは赤ペンキで表示）はさらに増やして、効果的な交通対策をすすめることを望む。

【その他】

高速道路、首都高速の使用料金が高すぎる。【2件】

（２）歩道／歩行者

安全確保、バリアフリー等、歩きやすい環境に対する要望が多い。安全確保については、自動車との関係の他に、自転車との関係にも言及されている。

【安全確保】

脇道から車が一時停止ラインを超えて出てくるため（出ないと見えない）歩行者や自転車に衝突しそうになっているケースを良くみかける。車に衝撃を与える突起のあるブロックや坂を設定し、車が徐行せざる得なくなるようにして欲しい。【2件】
 人と車の分離を図ってほしい。
 駅やビル周辺または歩道へのバイク。自転車の駐車取締りの強化をはかって欲しい。歩行の迷惑になっているケースが非常に多いと思う。【4件】
 自転車のマナーが悪く、歩行しにくい
 歩道整備・起伏歩道に対応した歩道の整備を望む。
 歩道が車道側に傾斜している為台車による運搬が難しい。そのためどうしても車道を使用する事になり危険である。

【バリアフリー】

車道が広いため足の悪い人は1回の信号で渡りきれない。横断歩道の中央分離帯に緑地の一休みスペースがあると良い公共交通機関の完全なバリアフリー化を望む。現在ではエレベータ及びエスカレータが全て中途半端に設置されている上、青山は地下鉄が唯一の足であるので地上から駅ホームまでの完全にバリアフリー化してほしい。【2件】
 歩道を拡大してバリアフリーにしてほしい。【2件】
 幹線道路の横断に歩道橋しかなく大変不便、横断歩道を作るか歩道橋にエスカレーターを作ってほしい。【2件】

【快適さ・利便性】

歩いて楽しい街に、バリアフリー等、安全、一休み場、耳から目から美しい案内板、歩道床面に楽しいデザインを、ごみのない危険のないモラルを守る街に。
 地下鉄などが多いので、車道は営業車など必要最低限にして、歩道を広く、緑を多く、人にやさしい都市を目指してほしい。【4件】
 主要駅からの朝・夕の人の流れを調査し、特に雨の月の対策（歩道の幅、歩道橋の幅、雨の流れ処理）をして頂きたい。
 舗装道路が悪い、雨の日に歩いて見ればすぐ分かるはず。
 渋谷駅あたりの246号線から桜丘町へ渡る歩道橋の整備を望む。【2件】

企業が求める都市環境

(3) 公共交通機関

公共交通機関については、ネットワークの更なる充実、乗換え等の利便性向上、24時間運行等についての要望、通勤環境の改善が挙げられている。また、成田空港の不便さと裏腹の、羽田空港の国際線発着への要望もある。

【公共交通機関の充実】

- ヨーロッパの街並みみたいにトロリーバスや路面電車をもっと充実させるべきではないだろうか。【2件】
- 駅から少し離れるとやはり不便を感じる。バスはとでも多くても渋滞で時間がよめないこともある。地下鉄でできるだけカバーして欲しい。
- 地下鉄、電車の乗換えなどの利便性を改善してほしい。【3件】
- 公共交通機関のカードが多すぎる。バスも地下鉄もJRも違うカードなので、カードは持たないようにしている。これが1枚に統合されると良い。
- 交通機関(地下鉄、私鉄、JR)の24時間稼働と運賃の見直しを図ってほしい。【2件】
- JR渋谷駅の埼京線出口について、桜丘側に改札口があると便利さが向上する。【4件】

【通勤環境の改善】

- 通勤時間が1時間以上の社員が何人もいて大変だと思う。大都市圏の交通網を今以上に充実させてほしい。
- 最優先事項は通勤混雑の緩和だろう。鉄道路線の復復線化は時間と費用がかかりすぎるので、せめて車輛の増結とホームの延長工事は実施してほしい。【2件】

【海外とのアクセス】

- 成田空港へのアクセスを改善するか、または羽田空港の国際線発着を促進してほしい。【2件】

(4) 住居表示等の改善

わかりやすい住居表示等についての要望もあった。

- 関西(大阪)に比較すると東京都内は住所表示が各ビル、家庭に取り付けずに済ましている。判りづらい、非常に不便である。京都のような住所、町名、番地を付す事は非常に親切でわかりやすい。このような都市づくりに近づけられないのか?【2件】

4. 仕事や暮らしを取り巻く都市環境

自由記入欄やヒアリング結果では、仕事や暮らしを取り巻く都市環境の中では、安全・安心、快適さ、仕事のしやすさ等についての不満や不安、そして要望が挙げられている。

安全・安心については、アンケートでは、「防犯上の安全性、治安の良さ」「防災上の安全性」を立地選択時に考慮したと回答した事業所の割合は低いにもかかわらず、立地後の評価として不満と回答した事業所の割合が高い点が特徴的であった。快適さという観点も含め、現所在地に立地したことによる当初思いもかけなかったデメリットには、以下のように、非常に具体的な不安や不安が挙げられている。

- 治安の乱れ等の間接的なインパクトを懸念。昨年閑静な住宅街(渋谷区内)での通り魔事件など、環境面、治安面を懸念する
- 渋谷が新宿のような不安定な町になりつつある
- 怖くて夜はなるべく出歩かない。女性の訪問者はJR駅まで送るようにしている
- 人の流れが多くなり今まで静かだった町が騒々しくなった。交通事故、犯罪等が心配
- 高い道路を間にビルが立っている為、騒音がひどい時がある
- 高層ビルの建築で当ビルの日当たりが悪くなった。ビル風も強く感じる
- 周囲がビルのため、日当たりが悪くなった。

時折バイク、ディーゼル車のすさまじい音と、排気ガスで悩まされる不法駐車で歩きにくい

仕事がしやすくなる方向の一つである職住近接に関連して、Q1-8の事業所が現所在地に立地した理由では、「経営者などの職住近接」という回答が第2位に挙がっている。また、SQ5-3の事業所の将来的な移転候補地と理由についての自由記入でも、職住近接を理由として候補地を挙げている事業所が複数みられる。

また、Q4-3の現所在地に立地したことによるデメリットについての自由記入では、南青山を中心に、賃料や管理費が高いことへの不満が複数出されている。また、企業ヒアリングからは、同じく「家賃の高さ」や大規模ビル等への小規模事業所の入居の難しさも指摘されている。

(1) 安全・安心

東京3エリアの調査結果からは、立地選択時に考慮する都市環境の条件としては上位に挙がってはこないものの、不満の高さや自由回答等を見ると、犯罪や災害に対する危機感が強いことがわかる。特に、最近の治安の悪化に対する懸念は大きい。災害に対しては、防災だけではなく、実際に災害が起こった際の対応についての不安感が示され、行政に求める役割として、マクロ的アプローチによるリカバリープログラム整備という要望が出ている。

なお、東アジア3都市のうち上海と台北では、防犯上の安全性は、立地選択時に考慮した都市環境の条件にも、満足している条件にも上位に挙がっており、関心の高いことがわかる。

【防犯】

治安を良くしてほしい。アジアのなかでも治安の良くない都市の一つではないか。安全な生活環境作りのために、また凶悪犯罪防止に防犯カメラの設置が必要と思われる。また浮浪者対策を考えてほしい。【3件】

このところ近所でも泥棒被害の話をよく聞く。治安が悪くなっているような感じがする。【2件】

特に夜間の治安の確保（車へのイタズラが多い）を望む。

治安のためアジア人中心に外国人居住区を夢の島に限定してはどうか。

【防災・災害時の対応】

景観や災害時の安全を考えて、電線や電信柱は地下に埋めてほしい。【13件】

防災上、夜間の人口空洞化の改善を望む。

都市内は路が狭く火災、救急、天災において消防車や救急車の出入り等を懸念する。【2件】

関東大震災の不安も大きく行政側のマクロ的アプローチによる一貫したリカバリープログラムの3本制の整備を求める。一民間企業だけによるリカバリープログラムでは限界がある。【6件】

災害時における安全の確保と情報発信、交通の途絶による不安は高層ビルの乱立によって増大した。巨大雑居ビル群（六本木、丸ビル、汐留めなど）はビル内の経路もデザイン先行で安全確保の面ではどうなのか不安が残る。

(2) 快適さ

快適さに繋がる観点としては、大気汚染、騒音、高層ビルによる日照やビル風被害等についての不満が挙げられている。

スモッグの解消など、空気汚染を改善して欲しい。【2件】

警察の駐車違反取締りのスピーカー放送が非常にうるさく作業に支障が出る。また右翼の街宣車がうるさいのに、警察が取締りをする姿勢がみえない。

都内各所で再開発が行われているが機能性の面では充実するが、日照、強風（ビル風）等の被害が増えるのは困る。都市としての機能性の向上という面では評価するが、大きなビルばかりが建つと、暖かい人間性が失われていくような気がする。【4件】

飲食店のごみ処理の解決を望む。

コンビニ等の24時間営業のチェーン店を廃止した上で、新たに営業許可が降りないようにしてほしい。

企業が求める都市環境

(3) 仕事のしやすさ

業務環境としては、職住近接、起業時等の企業活動への支援等の要望が挙がっているが、いずれも、住宅関係費の高さ、オフィス賃料の高さに起因するものである。

他には、行政サービスの利便性教条、IT設備の充実等を求める声がある。

【職住近接】

職住近接の促進を図ってもらいたい。

職住一体(SOHO)生活者にとって都市は仮住まいのような感覚で生活している。実際に本拠地に行っている別荘兼アトリ工が群馬県嬭恋村にあるのでますますそのような感覚でいる。人間はうまい空気水緑太陽土に触れて癒されないとストレスがたまるばかりとなる。都市に対する郊外の田園地帯を守らなければ作物等の自給率も減少するだけでますます輸入に頼らなければならなくなる。郊外住居地域や田園地帯の開発都市化などはもつてのほか。むしろ大都市での居住と職の一体化ができるような施設の充実化が望まれる。古いオフィスビルを再修繕してSOHO住宅にするなんてけっこうよいアイデアだ。公的機関がビルの用途替えなどを柔軟に考えすすめていけるよう関連法規等を改めてほしい。

職場を都心に持ちたい人に対し、近隣の住宅を借りる場合の補助がほしい。勤務時間が不規則で深夜にわたるときなど郊外の家に帰れない事がしばしば生ずるから。

【起業時等の企業活動への支援(高い賃料への対応等)】

公的機関より中小起業(特に零細企業)への根本的な補助、援助が望まれる。例: 融資改善・現行では東京信用保証協会の査定のみによる。 有料ソフトウェア業務(当社の場合)の発注、斡旋。

再開発によって大規模なビルができると大きな事業所が入居するため、小人数(5人以下など)の事業所は入居するにも難しくなる(資金、スペースなど)ため、小企業用のスペースのビルも必要だ。この場合は公的機関の資金援助等も必要になる。【3件】

家賃も高い。価格そのものは同じでもスペースが1/4ぐらい。ニューヨークにいる友人の事務所を訪ねるたびにため息が出る。スペースの広さと家賃の高さ敷金とかその他いろいろな理由にならない理由が又起業のリスクを高くしており将来の日本が心配。【2件】

【行政サービス】

公的機関、特に法務局、税務署、社会保険事務所、ハローワークなどへのアクセスの利便性を向上してほしい。多忙の中、各種申請等に多大な時間がかかる。【2件】

図書館等公的情報サービスをうけ易くしてほしい。

【情報通信等】

オフィス用設備が不十分と思う(携帯の接続しやすさ)

今後の都市計画には通信の高速回線が絶対必要だ。個人レベルでなく都市全体、国全体で考えてほしい。【5件】

情報の売買管理をきちんとしてほしい。

(4) その他

その他には、人間性についての意見もみられた。

モラルハザードをどうにかくい止めるべき(歩きタバコ、違法駐車、駐輪等)と考えるべき。人と人との接触が希薄になっていく分、個人個人のモラルとマナーがとても重要だ。【5件】

都内各所で再開発が行われているが機能性の面では充実するが、日照、強風(ビル風)等の被害が増えるのは困る。都市としての機能性の向上という面では評価するが、大きなビルばかりが建つと、暖かい人間性が失われていくような気がする。【4件】

第2章 人材インタビュー調査の結果

第1節 在東京・海外出身者の結果

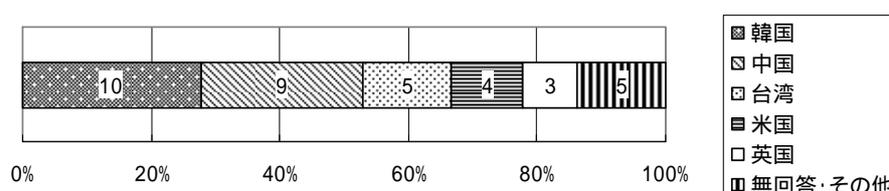
ここでは、東京都内で就業している韓国・中国・台湾・欧米それぞれの出身者に対して行った、東京という都市に対して抱いている魅力や課題についてのインタビュー調査結果を示す。また、フェイスシートにおいて、簡単なアンケートも行ったので、その結果についても示す。

1. インタビュー対象者の概要

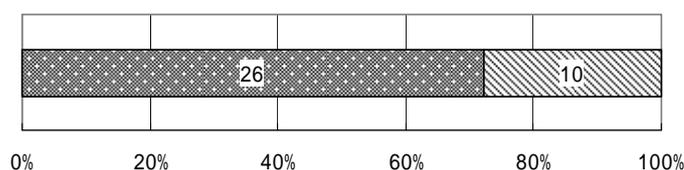
インタビューは、東京都内（主に山手線内のエリア）で就業している海外出身者に対して、平成16年10月～平成12年2月にかけて実施した。インタビューの方法は、数人のキーマンに協力者のリストアップ、スケジュールを依頼し、2人～5人規模のグループインタビューを延べ12件、36名に対して実施（うち2件は個別インタビュー、また、1件のみインタビュアー以外のオブザーバー1名が同席した。）し、各インタビュー項目に対し座談会形式で協力者から意見を聞いた（時間的な制約があった場合は、質問に対する回答を頂きながら、補足インタビューを行った）。

調査対象者を出身国・地域別にみると、韓国10人、中国9人、台湾5人、米国4人、英国3人、その他5人となっている。性別は、男性が7割強、女性が3割弱となっている。また、年代構成は6割以上が30代である。

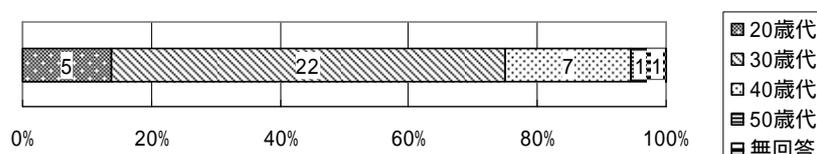
図表2-1-1 調査対象者の出身国(N=36)



図表2-1-2 調査対象者の男女比率(N=36)



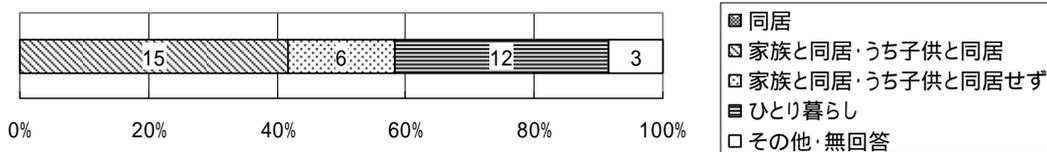
図表2-1-3 調査対象者の年代構成(N=36)



インタビュー結果(在東京・海外出身者)

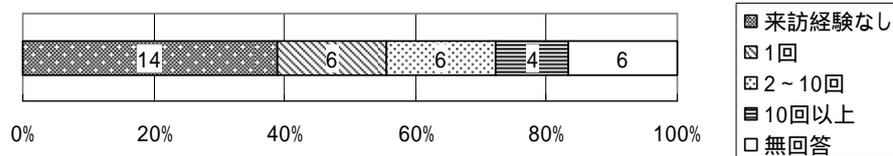
調査対象者の家族同居状況については、約6割が家族と同居し、そのうちの3/4程度が子供と同居している。特に、韓国人の同居者数が顕著であり、9割が家族と同居し、そのうちの半数以上が子供とも同居している。反対に、中国人に一人暮らしが多い(9名中5名)。

図表 2 - 1 - 4 調査対象者の家族同居状況(N=36)



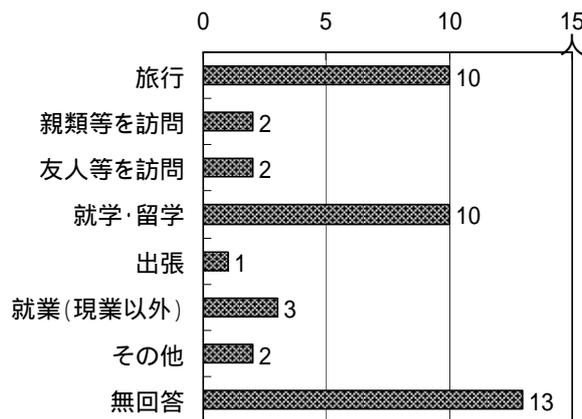
調査対象者が今回の滞在以前に東京へ来訪した回数は、4割近くが0回である一方で、10回以上についても、1割程度占める。特に中国人に就学・留学目的が多い(9名中6名)。

図表 2 - 1 - 5 調査対象者の東京来訪回数 (N=36)



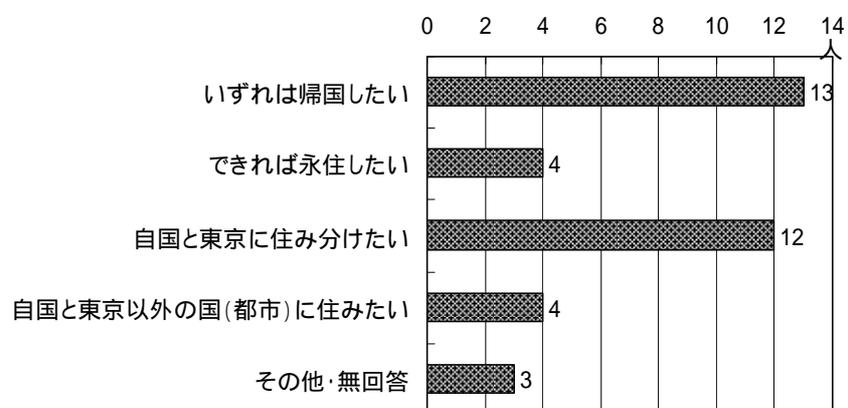
来訪理由については、旅行(10名)と就学・留学(10名)が多い。特に、中国人に就学・留学目的が多い(9名中6名)。

図表 2 - 1 - 6 調査対象者の東京来訪回数 (N=36)



調査対象者の今後の永住意識については、帰国希望が最も多く(13人)、続いて自国と東京との住み分けの希望が多い(12人)。特に、中国人に帰国希望者が多い(9名中5名)。

図表 2 - 1 - 6 調査対象者の東京来訪回数 (N=36)



インタビュー結果(在東京・韓国出身者)

2. 出身国別のインタビュー調査結果

まず、韓国出身者、中国出身者、台湾出身者及び欧米出身者毎にインタビュー調査の結果を示す。

表中のカッコ【 】内の数値は、同様の意見の集計数を表す。

「再掲」部分は、斜体で表示している。

2 - 1 . 韓国出身者

(1) 来日(来京)の契機・滞在理由【韓国出身者】

東京へ来た理由、滞在している理由については、業務のためという外的要因は少なく、個人的理由としては、留学を機に日本での在住・就職を希望したという(8名)、個人的理由が多く見られた。

個人的理由	外的要因
<ul style="list-style-type: none"> ・留学を契機に来日後に、東京で就業したというケースが多い。[5] ・日本での留学経験を活かすために再来日した。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務命令で来日したが、その後日本に残った。

(2) 日本(東京)のイメージ形成【韓国出身者】

来日前の東京のイメージとしては「先進的」「街がきれい」といった肯定的なもの(4名)であり、それ身近な来日経験を持つ人等から得ている。

実際に来日してからの印象については、基本的にソウルと違いが少ないという印象を受けている人が多い(7名)。また、街並みや緑といった環境が良好と感じたとの回答が若干名(3名)見られた。

	イメージ	情報ソース	イメージ形成や変化の要因
来日前の「日本」のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・「街がきれい」というイメージがあった。[2] ・治安がいい、大都市、先端技術が身近にある都市というイメージを持っていた。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> ・特に情報は入手しなかった。 ・家族や親戚など身近な人の来訪経験 	-
「東京」のイメージ	来京時 <ul style="list-style-type: none"> ・基本的に「ソウルなど他のアジアの都市とあまり変わらない」という意見が多かった。[5] ・ビルが多く、建物に入ると天井が低く狭い感じがした。 ・基本的にはソウルと変わらないが、その一方で暖房設備の違いや、低層住宅が建て込んでいるという印象を抱いた。 ・街が整備されていて、路上等にゴミが少なく、綺麗という印象を持った。 ・都心の割には緑環境が多く、建物と緑のバランスがとれている 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	-
	就業後～現在 <ul style="list-style-type: none"> ・大都市で利便性がある一方で緑が少なく、人の密度が高い。・都心を少し離れると緑が多いなど環境は良好である。 ・街並みがきれいだと感じた。 ・電車の路線は整備されていると感じた。[2] ・業務環境はほぼソウルと変わらないと感じた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	-

(3) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【韓国出身者】

交通環境

東京の交通環境については、交通混雑について不満聞かれ(2名)、休日に用がなければ外出を控えるとの回答もあった。また、東京は駐車場が少ないこと(3名)、駐輪場が少ない上に、仕方なく駐輪場以外に停めると撤去される(2名)等、駐車場、駐輪場の問題が、移動手段を制限していることが見て取れる。

バスについては、鉄道駅からの2次交通として利用機会が多いが、路線、便数が少なく不便との回答が多く聞かれた(7名)。ソウルはバス路線が充実しているため、特に東京のバスに対しては不便に感じると考えられる。

また、交通機関のプリペイドカード(SUICA等)が、会社や交通手段ごとに分かれているので不便である、交通機関の路線案内や、乗り換え案内が、外国人にはわかりにくい(3名)との回答が聞かれ、ソフト面を中心に、より利用しやすい公共交通とする余地が考えられる。

東京の住居表示は正確でわかりやすいとの回答(4名)が聞かれた。また、交通面のバリアフリー環境については、ソウルより進んでいるが、さらにエスカレーター・エレベーター等の充実を望む回答が聞かれた。

	基盤整備の面	ソフトやしくみの面	その他
自動車・道路	<ul style="list-style-type: none"> ・道路が狭く、分かりにくい。 ・駐輪場が駅から離れている上に整備量が少ない。やむを得ず違反場所に停めているとすぐに撤去されてしまう。[2] ・駐車場が少ないため、車移動が不便である。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・住居表示についてはあまり不満は出なかった。 ・東京の住居表示は正確で分かりやすいという意見が多かった。[4] ・道路が狭く、分かりにくい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・都内の交通事情のせい、距離以上に移動時間がかかると思う。
公共交通全般	-	<ul style="list-style-type: none"> ・交通カード(SUICA等)会社や交通手段ごとに分かれているので不便である。[3] ・交通案内に英語表記が少なく外国人にとっては不便である。[2] ・列車・地下鉄駅からの二次交通(バス等)が充実していない。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通料金が高い上に、休日は道路も混むために外出を控えてしまう。
鉄道	-	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄の路線表示が分かりにくい。 ・朝のラッシュ時の混雑がひどい ・電車・地下鉄の時刻の正確で、地下鉄間の乗り換えが簡単である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ガソリン代が庶民の足である電車賃より安いというのはおかしいと思う。環境問題のことも考えると、電車利用をもっと促すように(例えば「ガソリン代を値上げする」、「鉄道料金を安くする」など)した方がよいのではないか。[2]
バス	<ul style="list-style-type: none"> ・バス路線は駅を中心とした放射状の路線となっているため、郊外に行くほど路線が少なく不便という指摘が多かった。[4] ・鉄道駅からの二次交通(バス網)が充実していない。[3] ・ソウルでは、東京と比較して「バス網が充実していて便利」という声が多かった。[3] ・ソウルのバス網は、近距離～長距離まで路線が豊富で充実しており、東京よりも便利だと感じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・バスが渋滞に巻き込まれるなど利用しにくい。 	-
タクシー	-	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシー料金が高い。 	-

インタビュー結果(在東京・韓国出身者)

その他	・垂直移動に関しても少しエスカレーターやエレベーターが増えることを望む意見が多かった。	・ソウルでは、地下鉄の改札口等で交通弱者に対する配慮が足りない。その面で東京の方がバリアフリーは進んでいる。	・東京では、危険箇所等の工事など行政の対応が遅い。ソウルでは道路工事等の対応は早い。工事の進め方が危険と感じている
-----	---	--	---

業務環境

業務全般にソウルと大きな相違は感じていないが、駐車場の問題で、業務移動で自動車は使えず、公共交通に頼らなければならないことへの不満(3名)が聞かれた。また仕事のオンオフを切り替えられるような施設の充実を望む回答(2名)が聞かれた。

	ハード面	ソフト面
業務種と都市環境との関わり等	・業務移動は電車が多い。社用車では駐車場の問題があり難しい。[3] ・24時間営業のジムなどの施設があったら便利で、仕事のオンオフの切り替えができる。[2]	・業務環境はほぼソウルと変わらないと感じた。
ビジネスチャンスの拡大	-	-
外国人の受け入れ環境	-	-

居住環境

まず、東京自体に外国らしさを感じない(5名)という意見が特徴的である。

住居については、外国人に対する物件の少なさ、保証人の問題、敷金・礼金のわかりにくさ等の、探しにくさ、借りにくさの問題と、部屋自体の狭さ、家賃の高さ、賃貸住宅だと自分の好きなように手を入れられない等の、住宅の質の問題の、両方から不満が聞かれた。

公園・緑・水辺については、働いている場所の周辺にくつろぎの場所として必要との意見が多い。現在は、公園そのものの小ささ、ベンチ等の不備により、一息つける、落ち着ける場がないことは不満点として挙げられており(11名)、そのような場を充実させて欲しいという要望は強い。

景観については、電線や広告看板等が景観を乱していることが問題という声(2名)が聞かれ、規制をかけるべきとの意見がある。

防災、防犯面については、地震に対する不安は、外国人にきちんと情報が伝わっていないという声が聞かれたが、さほど不安は大きくないようである。治安についても、若年犯罪が気になるという声があったが、不安との回答は少ない。

その他、病院等で外国人差別を受けた(2名)との声も聞かれた。

	コミュニケーション、必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境空間の利活用等の面	機能・サービスやしくみ等の面
全般	・同じアジア諸国の目からみると、東京という都市には「外国らしさ」がない。という指摘があった(歴史・文化的なものよりは、人間どうしのコミュニケーションを通じて異文化を感じるのかもかもしれない)。[5]	-	・在ソウル邦人女性が韓国の美容院に対する不満を述べているのと同じように、在京韓国女性からは日本の美容院に対する不満が指摘された。
住居(物件探し・賃貸・取得)	・外国人が物件を借りようとすると困難である。	-	・保証人を探してくるなどの法律上の問題だけでなく、外国人に対する物件の少なさなどの問題が指摘された。 ・賃貸制度(敷金・礼金など)のわかりにくさが問題とされた。

インタビュー結果(在東京・韓国出身者)

	物件の質	-	<ul style="list-style-type: none"> 天井が低い。体型が縦・横共に昔と比べて変化してきているのに、ついていっていないと感じる。 いずれの物件も狭いし高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 賃貸の場合、物件に改善とはいえ手を加えることができない。あるいは、手を加えて暮らしやすくしても、退去時には元の状態に直さなければいけないなど、日本的な仕組みに戸惑いを感じるという声もある。
	公園・緑・水辺	-	<ul style="list-style-type: none"> 公園が小さく、環境的に落ち着かない。 例えばビルの屋上を活用する等で、もっと気軽に一息つけたりおしゃべりができるような場所が欲しい。[5] 気軽に外で食事をしたり、休憩できるようなベンチなどの施設が欲しい。[3] ベンチなどの設置数が十分でないほか、無料で利用できるようなホットする場所が少ない。[3] 働いている場所の周辺に、オブジェや水・緑環境があればつろぎの場所となる。 	-
	景観	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 電柱の地中化が遅れていることに対する懸念不満は表明されなかったものの、看板に対する規制を要求している。 街中の商業看板の規制が無く、色や形など様々なものが氾濫しており、都市の環境・景観を阻害しているため、環境改善のためにこれら看板等に対する規制の必要性が意見としてあげられた。
	防災	<ul style="list-style-type: none"> 外国人の場合、元々地震がどれだけ危険か怖さを実感できていないと思う。それに対して、情報や知識がきちんと伝わっていない。 	-	<ul style="list-style-type: none"> 地震は慣れの問題でもある。
	防犯	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 治安の度合いは住んでいる街によって異なるようである。 若年犯罪に対して不安がある。
	医療・福祉・教育等	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 病院や公共機関で韓国人に対する人種差別的な扱いが指摘された。[2]

余暇環境

余暇環境については、図書館をはじめ公的文化施設の開館時間の短さ(3名)、入場料だけでなく交通費も含めた公的文化施設利用の費用の高さ(2名)等が、問題点として挙げられている。

	コミュニケーション、必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境空間の利活用等の面	機能・サービスやしくみ等の面
アフター5		<ul style="list-style-type: none"> 居酒屋以外アフター5で楽しめる施設が少ないと感じている 	<ul style="list-style-type: none"> 図書館を平日の夜遅くまで使えるようにしてほしい。[3]

インタビュー結果(在東京・韓国出身者)

休日	-	-	・交通費も含み余暇にかかる費用の高さが、余暇活動に積極的にできない理由であると考えられている。 ・美術館等の公的文化施設の利用料金が無料ではなく不満
その他	-	-	・子どもを遊ばせようと思っても公園が危険で遊ばせられない。結局家でテレビゲームをして遊ぶことになってしまう。

(4) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境【韓国出身者】

都市環境として「忙しさ」や「多様性」で活気があるところよりも、ゆったりした空間、時間軸で仕事ができることが、創造性や仕事意欲をかき立てる上で望ましいとの意見が目立った。そのためには、生活環境のところでも述べたが、公園、緑、水辺等の、落ち着ける、一息つける場が、働いている場所の周辺、気軽に利用できる場所にあれば、創造性や仕事への意欲をかき立てるとの意見が多い(11名)。

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・ベンチなどの設置数が十分でないほか、無料で利用できるようなホットとする場所が少ない。[2] ・例えばビルの屋上を活用する等で、もっと気軽に一息つけたりおしゃべりができるような場所が欲しい。[5] ・気軽に外で食事をしたり、休憩できるようなベンチなどの施設が少ない。[3] ・働いている場所の周辺に、オブジェや水・緑環境があればくつろぎの場所となる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・都市環境として「忙しさ」や「多様性」で活気があるところよりも、ゆったりした空間、時間軸で仕事ができるところが望ましい[5] ・ビジネスマン相手の靴磨きのような隙間産業がもっとあってもよいのではないかと、そういったサービスは受けられる場所が限られているなど、必要とする時にはなかなか受けられない。[2] ・分煙化が徹底していない。 ・喫茶店でゆったりできる場所があっても高い、リラックスできるサービス提供が値段に比例している。

2 - 2 . 中国出身者

(1) 来日(来京)の契機・滞在理由【中国出身者】

外的要因として、留学を機会に来日したという回答(3名)が聞かれた。中国からだ、米国より日本の方が留学しやすいとのことであり、日本にくるチャンスが開かれていることは長所と考えられる。

個人的理由	外的要因
・家族・親戚の中に日本留学した人間が多く日本に興味を持った。	・米国に比べ留学生の受け入れハードルが低いことを利用して来日した。[3] ・当時の自国の社会状況から「国外に出たい」という意識が強かったが、偶然 チャンスに恵まれて来日した。

(2) 日本(東京)のイメージ形成【中国出身者】

来日前～来日初期にかけては、日本(東京)のイメージは「非常に先進的」であったとの回答が多い(5名)。実際に来日してみても、若干古いものもあるとは感じているものの、交通の便利さや、その他技術の先進性に肯定的な印象を持っている。

一方で、日本人が外国人に対して距離を置いていると感じる、差別を感じることもある、言葉の壁以上にコミュニケーションが取りにくい、日常生活の外国人向けの標記や情報ソースが乏しい等で、日本人と外国人の間の距離を実感することが多いとの回答が聞かれた。

	イメージ	情報ソース	イメージ形成や変化の要因
来日前の「日本」のイメージ	・伝統的なものが残っている一方で技術が進んでいると思っていた。[2] ・「先進国である」、「電気製品が優れている」、「高層ビルが乱立している」といったイメージが多い。[3] ・日本人は人情を大切にしているイメージを抱いていた。 ・日本人は政治的無関心というイメージを抱いていた。	・特に情報は入手しなかった。 ・家族や親戚など身近な人の来訪経験	・元々日本に対して興味は非常に強かった。
「東京」のイメージ	来京時 ・先進国にしては、外国語表記が少ないなど国際化されていない。[2] ・当初来日前に抱いていたイメージとは違っていた。[1] ・何でもあるし、何もかもが素晴らしいと感じた。 ・電化製品を始めとして技術先進国である。 ・新しいもの、お洒落なものが多い。 ・都心にも木造アパートが多くて驚いた。 ・日本人の持つ欧米コンプレックスのようなものに驚いた。	・実際に見たり、経験したことを通じて実感	-

インタビュー結果(在東京・中国出身者)

就業後 ～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・物価が高く、言葉の問題もそうだが人間関係の上でコミュニケーションが取りにくいと思った。[2] ・外国人にとって日常生活に必要な情報を得るためのソースが乏しい。 ・諸外国に比べて外国人留学生の数が少ない。 ・街中の建物が古くなってきているので、昔ほどよいイメージがなくなってきている。 ・日本は伝統文化等を大事にしていると感じている 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通の便利さに強い印象を受けた。公共交通システムの完成度は海外諸国に比較して非常に進んでいる。 ・以前に比べ、日本人は外国人に対して距離を取るようになったように感じている。 ・外国人が少ない時代は親切にされたが、国際化が進み外国人がいることが当たり前の環境になっている。 ・外国人犯罪に対する過剰報道の影響か、外国人に対する警戒心や差別意識を感じる事が多く、「日本人に対する好印象」も薄れているという意見もある。
------------	--	--	--

(3) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【中国出身者】

交通環境

地下鉄・電車を中心に公共交通網の利便性の高さに満足との回答が多く(4名)聞かれる。不満な点としては、タクシーが高い(中国では安価で使いやすい)、成田空港との移動が不便との回答が聞かれた。

	基盤整備の面	ソフトやしきみの面	その他
自動車・道路	<ul style="list-style-type: none"> ・渋滞がひどく、都市内の移動、成田空港との移動等で不便さを感じる。 	-	-
公共交通全般	<ul style="list-style-type: none"> ・他の先進国と比べても交通環境は優れていると思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・公共交通システムはサービス・インフラともに質が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話に関する規則の遵守など、公共心が高いと思う。 ・痴漢が多いのには驚いた。
鉄道	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄網が充実していると感じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・終電時間がやや早い気がする。 ・電車の本数や正確さは非常に便利で満足。ただし、混雑のひどさは不満である。 	-
バス	-	-	-
タクシー	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシーは高いが上海に比べて捕まえやすい。
その他	-	-	-

業務環境

業務環境のうち、ハード面には概ね満足している。

就業者としての外国人の受け入れ環境については、問題点が多く指摘された。まず、就業環境によっては、アジア人に対する差別の傾向が強い感じられる(3名)との不満が聞かれた。また、会社が排他的であるために、外国人・留学生が就職後、活躍しにくい社会だとの声も聞かれた。その結果、ビジネスチャンスをつぶしているケースもあるのではないかと指摘があった。

また、外国人だからという理由でクレジットカードを作る際や、銀行から融資を受ける際に、苦労したとの回答があった。

起業という面から見れば、東京はそれが容易であり、ビジネスチャンスがあることは良い点であるとの声が聞かれた。ただし、オフィスを借りる際の賃料・前金の高さは、その障害となるとのことである。

	ハード面	ソフト面
業務種別と都市環境との関わり等	<ul style="list-style-type: none"> ・会社の近くに低料金でスポーツできる場所があればよい。[2] ・仕事の疲れをとるために周囲に仮眠できる施設があるとよい。 ・オフィスを借りる際に、前金が高く、創業時の障壁になる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・昼間のみ営業するような食堂がもっとあれば便利だと思う。 ・銀座という立地環境は、クライアントに対してのイメージや立ち寄りやすさという点でメリットと感じている。
ビジネスチャンスの拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・業務環境には満足している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・会社を起業するのは、日本の方が容易である。 ・「東京で就業していなければ今の自分はない」という面で東京は様々なチャンスに恵まれている。
外国人の受け入れ環境	-	<ul style="list-style-type: none"> ・就業環境によっては、外国人に対する差別意識が根強い。特に中国人を含むアジア人に対する差別の傾向が強いと思う。[3] ・根強い差別意識のせいでビジネスチャンスをつぶしているケースもあるのではないかと。[3] ・日本の会社の場合、「集団の内と外」という考え方が強く、外国人はそうした「集団の外の人」というイメージがあるせいとか、例えば、留学生が就職後、活躍しにくい社会だと思う。 [2] ・外国人の就業環境が、一部のエリートかもしくはいわゆる3Kに当たる仕事に限定されるなど、二極分化しており、日本人の就業環境とのギャップがある。 ・外国人だからという理由でクレジットカードを作ったり、銀行から融資を受けにくかった。
その他	-	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の企業は残業が多い。 ・中国に進出する日本企業が成功するには、現地を理解した上で相手にとって最善と思える提案ができること、現地社会の安い賃金だけを利用するのではなく、優秀な人材にはきちんとした待遇を与え相互理解の上に成り立った教育を施す事等が必要だろう。 ・日本の中小企業は日本では業績が悪化しているかもしれないが、海外のマーケットで有用なノウハウを蓄積しているのだから、もっと積極的にそれらを輸出していくことができると思う。 ・中国の場合国土が広大な上に、国内コミュニケーションが取れていないために、各地方の地方色が強く、それが東京のようなところで一堂に集まるという問題が生じる。 ・上海の問題点はインフラ面の発達のアンバランスさもあることから、礼儀やマナーといった文化面もしくはソフトの部分である。しかし、こうした面は変わるまでに非常に時間がかかるのではないかと。 ・日本で成功するには信頼関係を築き、相手を納得させられるようなビジネス上の提案をできることが大切だと感じている。

居住環境

住宅については、まず日本人でないと言うだけで非常に苦労しており、不満は非常に大きい。

例えば、外国人が入居できる物件に限られ、探すのが難しい(3名)、保証人を探すことが難しい(2名)、住宅を購入しようとしても、外国人という理由のみで住宅ローンすら簡単に組むことができない等、不満が多く聞かれた。また、長期滞在を希望する外国人には、例えば在日実績に応じた住宅ローンを許可するなど、キチンとした規則や借用条件等が必要との意見があった。

また狭さと家賃の高さにも不満を感じる声がある。安い物件は都心から遠くにしかないとも指摘された。逆に、バブル期にある上海に比較すると、感覚的には東京の住宅は高くないとの声も聞かれた。

公園、緑、水辺に関しては、特筆すべき意見は見られない。中国出身者の興味・関心があまり向いてい

インタビュー結果(在東京・中国出身者)

ないと思われ、今調査の中でも特徴的である。

防災については、いざ災害時に何をして良いかわからないという声が聞かれた。

防犯については、日本の場合刑罰が軽いことが中国人の窃盗を増やしているとの指摘があった。

子供の学校への受け入れでは、外国人ということで差別やいじめを心配している。学校での外国人児童・生徒への差別は普段から保護者同士の交流を通じて壁をなくしておくことが必要であり、さらには日本の社会システムが外国人をきちんと取り込んでいくことも重要だとの指摘がされている。

東京の場合、外国人への情報提供全般がおおきな課題であるとの意見が多く聞かれた。特に、外国人が日本で生活していくうえでの情報源が乏しい。例えば、施設等のハード面が充実していても、その情報がないために活用できない場合がある。これに対し、外国人向けの一元的な総合支援センターのような機能・サービスの整備が必要との声が聞かれる(3名)。これでは差別の払拭、暮らしに関する不安解消に役立つと考えられている。また、IT時代にふさわしい方法で情報提供を望む声が強し。ネット上で情報を載せるプラットフォームと、載せる情報の統一規格をつくり、情報が大量に引っかかる、逆に漏れがあることが無い、上手く検索システムをつくり上げてほしいとのことである。また店の評判やランク、細かいメニューなど、公共性の範囲で出せる情報だけでなく、もっと深い情報を提供の提供を望む声も聞かれた。

その他、日本人と外国人の交流機会が少ないと感じるとの意見がある。交流を積み上げていくことが、良い社会システムの構築、ビジネスチャンスにつながると感じている。それも、ビジネスマン等の特定の層ではなく、広く一般の人たちの間で草の根的な交流を通じて交際理解を深めていくことが重要である(3名)との回答が聞かれた。

しかし、日本のメディアについては、外国人、特に中国に関する情報を流す時に偏向があり、差別を助長しているを感じるとの声も聞かれる。

外国人、特に中国人の受け入れという点では、留学生に対する政策がきちんとしていないとの声が聞かれた(3名)。中国からの留学生は、労働基準内では生活費を稼ぐことができず基準を超える労働をしなければならない現状があり、このようなちぐはぐな留学生受け入れ政策の結果、結局留学生の日本に対するイメージを悪くしているとの声が聞かれる。

留学だけでなく、就業でも、外国人、特に日本国籍を取得した人間がどんな職種でも就業できるような社会になってほしいとの声が聞かれる。

日本に活力を生み出すための意見として、中国の新しいことを取り入れるスピードや勇気は、日本も真似すべきではないか、社会全般の均一化よりも差別化を尊ぶ社会の方が国際競争力はつくのではないかというものがあつた。また、日本社会はアメリカの方を現在向いているが、アジアとの関係を密接化していく方が将来的に日本のためになるとの声も聞かれた。

	コミュニケーション、 必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境 空間の利活用などの面	機能・サービスやしくみなどの面
全般	・外国人は、来日後の2年くらいは言葉の問題でストレスを感じる。[2]	・街づくりや地域の活性化に関しては、地元の図書館や公民館をもっと活性化の拠点(外国人との交流拠点)として活用することができるのではないだろうか。[3]	・在日の外国人としてより充実した暮らしを送るためには、外国人と日本人の間でコミュニケーション、文化交流できる場・機会がもっとあってよい。[8] ・便利で空気がきれいである。 ・歴史や文化を大切にしようとしている。 ・物価が高いのでそれほど豊かな生活ではない。 ・長期滞在を考慮している外国人に対する支援システムがないと思う。

インタビュー結果(在東京・中国出身者)

住居 物件探し (賃貸・取得)	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・保証人を探すが難しかった。[2] ・日本人でないという理由のみで物件を探すことが難しい。外国人登録証を所持していたり、条件的なことでは解決しない。[2] ・外国人ということで入れる物件に限られ住居探しが多い。[3] ・上海は現在バブルのため、東京より感覚的にはマンション価格は高い(年収を考慮すると東京の住宅費は高くない)。
物件の質	-	<ul style="list-style-type: none"> ・一軒家が多く、住宅を購入する気になれない。[2] ・住宅を購入しようとしても、ほかの条件を全て満たしたとしても外国人という理由のみで住宅ローンすら簡単に組むことができない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・長期滞在を希望する外国人には、例えば在日実績に応じた住宅ローンを許可するなど、キチンとした規則や借用条件等があれば便利だと思う。 ・狭さと家賃の高さを感じる。安い家賃の物件だと都心から遠く離れたところしかない。 ・狭いが努力してインテリア等良い環境を作ろうとしている。 ・現在住んでいる地域の風紀が余りよくない。
公園・緑・水辺	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・住んでいる地域にある公園はきれいではないし、ホームレス等がいて安心して入る気になれない ・東京でも地区によっては非常に環境が悪い。
景観	-	-	-
防災	<ul style="list-style-type: none"> ・災害の不安は感じているが、いざ災害にあった時にどうすればよいか知らない。 	-	-
防犯	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・日本で中国人の窃盗が多いのは刑罰が軽いからではないか。 ・身近でもピッキングの被害が出るなど防犯面で不安が残る。
医療・福祉・教育等	<ul style="list-style-type: none"> ・東京には巨大な中国人コミュニティがあるために、中国人の医師を探すことは難しい。 ・学校での外国人児童・生徒への差別問題は普段から保護者同士の交流を通じて壁をなくしておくことが必要だが、それを日本の社会システムの一部として取り込んでいくことも重要だと感じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・医療システムに関して不満等はない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・学校で外国人児童だからということで差別やいじめがあるのではないかと心配している。
情報入手等	<ul style="list-style-type: none"> ・施設等のハード面が充実していても、その情報がないから、どこに何があるかわからない。ネット・IT時代にふさわしい上手い方法で情報提供してほしい。 ・外国人が日本で生活していくうえでの情報源が乏しい。そうした情報取得を可能にするようなプラットフォームが必要である。 ・ネットで検索に載せる情報は統一規格をつくり、大量に情報が引っかけ、逆に漏れがあることが無いような、上手く検索されるようにしてほしい。 ・また店の評判やランク、細かいメニューなど、公共性の範囲で出せる情報だけでなく、もっと深い情報を提供してほしい。 ・外国人向けの一元的な総合支援センターのような機能・サービスの整備が必要だと実感している。それさえあれば、差別の払拭、教育や医療等々暮らしに関する不安解消など、外国人にとって必要な情報が入手できる。[3] 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・日本のメディアが外国人、特に中国に関する情報を流す時に偏向を感じる。同じ事件があつて起こした人間では欧米人と中国人では扱いが異なる。 ・日本のメディアが外国事情を紹介する際に、日本より進んでいるところに関して報道したくない傾向があると感じている。

インタビュー結果(在東京・中国出身者)

<p>その他</p>	<p>・日本人と外国人の交流機会が限定的かつ散発的だと思う。外国人受け入れも大事だが、草の根レベルからの交流を積み上げていくことより良い社会システムの構築につながるし、またそうしたところにビジネスチャンスがあると感じている。 ・特定のインテリ層ではなく、おじいさん・おばあさん・子どもなど一般の人たち間で草の根的な交流を通じて交際交流を深めていくことが重要である。[3]</p>	<p>・中国では共働きで子どもを育てられる環境が整っており、その点は日本よりも働きやすい環境だろう。 ・「中国人だから」という理由で、警察に職務質問されることもある</p>	<p>・日本の曖昧さはひとつの文化ではあるが、国際的な視野で見た場合には、直言できる能力も必要である。 ・日本社会はアメリカの方を現在向いているが、アジアの一員であり、アジアとの関係を密接化していく方が将来的に日本のためになると思う。 ・中国の新しいことを取り入れるスピードや馬鹿なことする勇氣は、日本も真似すべきではないか。 ・日本の社会全般、特に若者間で無力感というか無気力感が漂っている。また均一化よりも差別化を尊ぶ社会の方が国際競争力はつukのではないか。 ・外国人、特に日本国籍を取得した人間がどんな職種でも就業できるような社会になってほしい。 ・中国からの留学生は、留学生の労働基準内では生活費を稼ぐことができず基準を超える労働をしなければいけないのが現状である。 ・留学生に対する政策が現状にあっていない上、受け入れ後の施策がちくはくである。 ・中国人留学生の意識も勤労目的から遊学目的に変化している。 ・ちくはくな留学生受け入れ政策の結果、結局留学生の日本に対するイメージを悪くしてしまっているように感じる。</p>
------------	---	--	--

余暇環境

仕事をする上でのリフレッシュという面では、そのような施設を求めているが、どこにそのような施設があるかわからないとの回答が聞かれた。また、リフレッシュの仕方も、昼にゆっくり休息出来るような場所が欲しいという回答も聞かれた。

休日については、大規模な公園はあるが、子供を連れて気軽に遊びに行ける場所がないとの、指摘があった。

	コミュニケーション、 必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境 空間の利活用などの面	機能・サービスやしくみなどの面
アフター5	-	-	<p>・仕事後にスポーツや映画、綺麗な景色を見る等の娯楽やリフレッシュに時間を使いたいが、自分の会社や自宅周辺にそのような場所がない、あるいはどこにあるのか知らないために、何もできないでいることが不満である(残業などで時間が拘束されていることも原因)。 ・アフターファイブよりむしろ、昼に休息して、午後を元気に仕事したいと考えている。</p>
休日	-	<p>・新宿のような買い物ができる場所が好まれる一方で、京都や横浜のようなゆっくりのんびりできる場所が好まれる。</p>	<p>・代々木公園など住居近くに大規模な公園があり満足している。 ・子どもを連れて休日気軽に遊びに行ける施設が居住地域に少ない。 ・休日と平日の境目がはっきりしない。 ・余暇施設に関しては満足している。</p>
その他	-	-	-

(4) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境【中国出身者】

ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てるためには、安全で環境の良い公園、外国人が生活する上でのサポートの拠点となるような都市機能等が必要との回答が聞かれた。また、混雑や長時間通勤、残業問題についても、解決すべき課題であるとの意見が聞かれた。

ハード面	ソフト面
・もっと安全で環境のよい公園があればよいと感じる。 ・街づくりや活性化に関しては、地元の図書館や公民館をもっと活性化の拠点として活用することができるのではないだろうか(例えば、外国人のよろず相談所のような機能・サービスを整備するなど)。	・混雑、長時間通勤、残業のない生活を望む。

インタビュー結果(在東京・台湾出身者)

2 - 3 . 台湾出身者

(1) 来日(来京)の契機・滞在理由【台湾出身者】

台湾出身者の場合、まず来日前から、日本に対する印象、イメージは比較的良い。また、身近な人の来日が、自分も日本を知り、来日する大きなきっかけとなっていることが多い。

外的要因としては、日本企業が世界的に成功していることが、日本の印象を良くし、来日希望をもつきっかけとなっているとの回答も聞かれた。

個人的理由	外的要因
<ul style="list-style-type: none"> ・日本に対して比較的良い印象を持っており、また滞後もある程度イメージが良いためにそのまま就労したいと感じた。 ・高校時代に海外に対して興味を持ったことが直接的でないにしても来日のきっかけにつながっている。 ・日本に対するイメージはなかったが、日本に留学する友だちが多かったため、自分もその道を選んだ。[4] ・家族や親戚など身近な人の来訪経験を通じて日本という国を知り、興味を持った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の企業の中には個人で創業したがそれが世界的な規模にまで広がったものがあり、そうした成功例を通じて日本に興味を持つようになった。

(2) 日本(東京)のイメージ形成【台湾出身者】

前述したとおり、来日前～当初の日本に対するイメージは良好である。科学技術の進んでいる国、経済的に豊かな国というイメージ(3名)、日本人は友好的、誠実、親切(3名)などといった好印象が回答されている。

来日後に気づいた点としては、好印象として、街が整備されていてきれい、日本人はファッションブル等の回答が聞かれた。また、悪印象としては、排他的・差別的な感覚を受けることがある、寛容性が低い印象を受ける等の回答が聞かれた。また、興味深い回答として、日本社会で「内」と「外」の違いが大きくある(2名)というものがあつた。

	イメージ	左記情報を入手したソース	イメージ形成や変化の要因等
来日前の「日本」のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・父親や親戚から何となく日本のことは聞いていたが、特にイメージは持っていなかった。 ・来る前は正直にはイメージはなかった。 ・「科学技術が進んでいて経済的に豊かな国である」というイメージを持っていた。[3] ・日本には「よい感情」を持っていた。 ・ラッシュの混雑がひどく、駅員が乗客を車両に押し込むイメージが強かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・特に情報は入手しなかった。 ・家族や親戚など身近な人の来訪経験を通じて。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自国では個人で創業し、それが世界的な企業まで成長したという成功例が極めて少ない。しかし、日本では、松下、ホンダ、ソニーなど、今や世界的な大企業に成長している成功例が数多くあり、その点で日本という国に大変魅力を持った。
「東京」のイメージ	来日時	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京には確かに多種多様な人がいるが、「排他的・差別的な人」が多いと感じた。 ・発想や解釈の自由度が低く、そうした事に対する寛容性が低い印象を受けた。

インタビュー結果(在東京・台湾出身者)

就業後 ～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・日本社会で「内」と「外」の違いが大きくある。[2] ・日本人は男女ともにファッションブルという印象が強く、刺激を受ける。 ・日本の大学生はあまり勉強しない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	<ul style="list-style-type: none"> ・生活全般において戸惑いを感じたが、買い物等が便利であるために、時間が経つにつれて適合できるようになった。 ・日本の大学生は、教師から質問されるまで答えようとしなない。自分の意見を出すということの訓練ができていないような感じがする。学ぶということが、教師から学生に対する一方的な知識の伝達として捉えられているからではないか。
------------	---	--	---

(3) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【台湾出身者】

交通環境

自動車交通では、交通渋滞のひどさについて不満が多く聞かれた(4名)。また、台湾との交通環境の違いから、自分では運転しないという回答が聞かれたことも特徴である(4名)。

公共交通では、鉄道の評価が高い。地下鉄、JRをはじめとする公共交通網が、国際的にも充実しており便利である(5名)。ただし、ラッシュ時の混雑には不満が見られる。また、24時間運行を希望する声もある。

バスは、交通渋滞に巻き込まれて時間が読めず、使いにくいこと(2名)、タクシーは料金の高さが短所との回答が聞かれた(2名)。

また、成田空港のアクセスの不便さが不満としてあげられ(3名)、羽田空港を活用すべきとの意見も聞かれた。

	基盤整備の面	ソフトやしくみの面	その他
自動車・道路	<ul style="list-style-type: none"> ・道路の幅員が狭いことが渋滞の原因であると思われる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自ら運転はしないが都内は渋滞がひどいと感じている。 ・台北はラッシュ時の交通手段が分散利用されているため渋滞が緩和されている(東京ではそのようなしくみがうまくいっていない)。 ・自転車歩が歩道を走るの危険だと思っている ・住所表記が分かりにくい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通環境の違いから、車の運転や地理に不安を感じ、運転していない。[4]
公共交通全般	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄、JRをはじめとする公共交通網が充実しており便利である。特に地下鉄のシステムは国際的にも非常に進んでいる。[4] ・地下鉄を初めとした鉄道システムはしっかりと整備されていて大変便利である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・通勤ラッシュの混雑が最大の不満である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・成田空港は不便なので、羽田空港の利用ができれば便利である。[2] ・成田へのアクセスが良くない。 ・車内での携帯電話の規制に対しては好意的な評価である。
鉄道	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄、JRをはじめとする公共交通網が充実しており便利である。特に地下鉄のシステムは国際的にも非常に進んでいるという意見が大半を占める。[4] ・地下鉄を初めとした鉄道システムはしっかりと整備されていて大変便利である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・朝の電車の混雑は酷いが、夕方の混雑は時間を見極めて利用することで対応できる ・特急料金を払う意味がよく分からない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄を24時間運行してほしい。 ・ゴミ箱が地下鉄の駅からなくなってしまい不便に感じている。 ・電車の中でマナーの悪い子どもが多くてびっくりしたが、携帯電話の規制は進んでいて良いと思う。
バス	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・バスは、信号待ちや渋滞に巻き込まれるなど時間が読めないので利用しにくい。[2]

インタビュー結果(在東京・台湾出身者)

タクシー	・台数が多く、(料金は高いものの)利用勝手はよい。	・タクシー料金が高いため利用しにくい。	-
その他	・バリアフリー化は進んでいると考えられている。	-	-

業務環境

東京は、先進的なあるいは先端的なものに関する情報が非常に早く入ってくるのが長所であるとの回答がある。一方でビジネスツールとして、職場のIT化や、銀行ATMの利便性には不満を感じるとの声が聞かれた。また、語学や多様な資格取得のための学習機会が多く、習得した知識・ノウハウをキャリアアップにつなげることができると言える都市として魅力が高いとの回答がある一方で、留学生に対する支援環境が十分でないとの整備されていないとの声もある。

	ハード面	ソフト面
業務種別と都市環境との関わり等	・商業施設の集積は便利であると考えられているが、一方でそれ以外の地区で商業施設が少なくバランスが悪い。 ・昼食などに利用できる公園が少ないと感じている。 ・台湾に比べて職場のIT化が進んでいない(未だに電話やファックスの利用が多く、遠隔会議などへの取り組み意欲がない)。 ・地域によっては、都心から放射状の軌道は利用しやすいが、環状(横方向)の軌道がなく移動が不便なところも多い。	・以心伝心など日本人同士でないとは分りにくい部分が多く、そこをつかめないと「外側にいる人間」という感じがする。 ・ATMの利便性が低く不便である。
ビジネスチャンスの拡大	-	・東京は、先進的なあるいは先端的なものに関する情報が非常に早く入ってくると思う。 ・語学や多様な資格取得のための学習機会が多く、そうした機会を利用して次のステップにつなげるといって非常に魅力的で利便性の高い都市である。 ・こうした資格等は直接日本以外で使えないとしても、そこで習得した知識・ノウハウはキャリアアップに活かせるのではないかと。
外国人の受け入れ環境	-	・留学生に対する(奨学金などの)支援環境が整備されていない。
その他	-	・日本人は「先輩後輩」「上司部下」などの関係がハッキリしていて厳しいのではないかと。アジアの他の国ではそういうことへの執着はあまりないと思うが、その点、日本はそういった人間関係の拘束や気配りがあるので、堅苦しくて嫌だと感じることも多い。

居住環境

東京は、東アジア諸都市と比較して大気や衛生面において快適な環境であることが長所である(2名)との回答が聞かれる。

東京の商業施設は充実しているが、閉店する時間が早すぎる(2名)、コンビニエンスストアは便利だが逆にそれしかない(2名)との声が聞かれる

住宅については、外国人という理由だけで、物件を借りるときに差別される、日本人が望まないような物件を紹介されるといった不満が強い。保証人や敷金・礼金といった日本独特の習慣が分りにくいという声も聞かれる。また、住宅の質は良いが広さに対して不満がある、家賃等が非常に高い(3名)と、東京の住宅事情を反映した不満の声は多く聞かれる。

緑、公園、水については、都心の緑環境はバランスが取れている等、評価が高い(2名)、水辺につい

では、河川がコンクリート貼りで、緑も人工的なものが多くて心が安まらない(2名)との不満が聞かれた。景観については、台北より画一化しているために、景観がつまらないとの声が聞かれた。

防災については、避難情報がわかりにくい(2名)という声が聞かれた。また、防犯には満足している(2名)が、性的な情報の氾濫を危惧する声が聞かれた。

医療については言葉の問題と診療時間について不満が挙げられている。実際に医療面のコミュニケーションで苦労している(2名)、言葉が通じる医者を探すのに苦労する(3名)との声が聞かれる。また、日本の医療機関は開いている時間が短い、待ち時間が長い、台北のようなインターネット予約ができないことに不満が挙げられた。

その他、男女ともにファッションナブルである、携帯電話が海外で利用できないことが不満(2名)との声が聞かれる。

また、興味深い意見として、アジア諸国では都市環境の改善面で、行政の判断が早く、ダイナミックに環境が変化しており、日本との大きな違いであると指摘があった(2名)。

	コミュニケーション、 必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境 空間の利活用などの面	機能・サービスやしくみなどの面
全般	・大都市には厳しい環境管理を行っているため、アジアの他都市に比べて、大気や衛生面において快適な環境を提供している要因となっている。 ・携帯電話は高性能だが、海外で利用できず不満が高い。[2]	・東京は都市として機能的で商業施設が充実している。 ・都心部の土地はもっと高度利用してもよいのではないかと。	・商業施設 飲食店が閉店する時間が早すぎる。[2] ・コンビニエンスストアは便利だが逆にそれしかない。 ・中華料理の味が母国とは違うが食材・調理法の違いが大きい。 ・男女ともにファッションナブルである。
住居	物件探し (賃貸・ 取得)	-	・住宅の質は良いが、特に都心のマンションの広さに対して不満がある。 ・保証人や敷金・礼金といった日本独特の習慣が分かりにくい。
	物件の質	-	・個人的に住居の広さは不満がないものの、周囲の話を知っていると、家賃と提供される広さの間に差が大きいと感じられる。
公園・緑・水辺	-	・都心の緑環境はバランスが取れていると感じている。 ・大規模公園・緑地が多い上に、人工的な緑地利用などが巧みである。 ・生活のスピードが速いためのんびりする空間があまりないように感じる。 ・河川は整備されていてすべてコンクリート貼りで、緑も人工的なものが多くて心が安まらない。[2]	・公園は子どもや母親のためのもので、都会で「ビジネスマンが落ち着けるスペースとしての公園づくり」という発想がないのではないかと。
景観	-	・画一化しているために、景観がつまらないと感じる。 ・台湾よりは統一が取れているが、まだごちゃごちゃした感じがする。	-
防災	・地震に対する不安が高い反面、避難情報などはあまり行き渡っていない。[2] ・日本は地震国なので、地震そのものは仕方がないが、災害避難場所などに関する情報が分かりにくい。	・自然災害については特に気にならず、不安も感じていない。	-

インタビュー結果(在東京・台湾出身者)

防犯	・性的情報が氾濫していると感じる。	・防犯面での不満は特にならない。 ・夜女性が一人歩きできる程度に治安は悪くない。	-
医療・福祉・教育等	・中国語の通じる医者も多いので便利だが、その情報は口コミに頼る部分が多い。[3] ・医療技術そのものは進んでいるが、コミュニケーションが取りにくいと感じている。[2]	-	・医療施設は、待たされるのと、就業していると行きにくいために敬遠しがちである。 ・台湾では、診療時間も長くネット予約もできるなど、日常的に利用しやすい環境にある。 ・子どもの教育に関しては、異文化を理解させるためにも、現地校(日本の学校)に当初通わせて、その国の言語や文化を学ばせてから母国語や母国の文化に触れる場合が多い。
情報入手等	・日本語で提供される情報が中心であるために、外国人にとって分からないことが多い。 ・パソコンなどの端末機器の技術は進んでいるが、情報提供サービスの部分があまり進んでいないと感じる。 ・ファッション雑誌等は数・質ともに満足している。	-	-
その他	-	-	・アジア諸国では街づくりなどの都市環境の改善面で、行政の判断が早く、ダイナミックに環境が変化することが日本との大きな違いとして指摘されている。[2] ・医療と同じで公的機関が利用しにくい。

余暇環境

東京は秋葉原から青山、表参道まで、ゴチャゴチャした場所から、落ち着いていて洗練した感じの場所が楽しめることが良いところとの回答があった。

余暇で遠出する場合は、費用が高く、渋滞、混雑がひどいことに不満が聞かれ、休日に外出する意欲をそいでいることが読み取れる。ゴルフをする人は、台湾に比べ、ゴルフ場が遠い上に、プレー料金が高いので不満を感じている。興味深い意見として、休暇で皆が同じ時期一斉に出かけ、行った先で何かしなくてはいけないと捉えすぎている感じがするため、積極的に出かけるよりも「何もしない」という発想も大切ではないかというものがあつた。

	コミュニケーション、必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境空間の利活用などの面	機能・サービスやしぐみなどの面
アフター5	-	・娯楽・文化施設も多いし、安価なスポーツクラブが就業地周辺にあるなど、アフター5の環境には満足している。	-
休日	-	・秋葉原はゴチャゴチャしている感じが面白いし、逆に青山や表参道は非常に落ち着いていて洗練した感じがする。こうした色々なものが楽しめる、丁度「日本のお弁当の具」みたいな部分が東京のよいところかもしれない。 ・ゴルフが台湾に比べ、ゴルフ場が遠い上に、プレー料金が高いので不満を感じる。	・休日に遠出をしようと思っても費用がかかるし渋滞等もひどいために積極的に行こうと思えない。・交通費が高くて、都内から出でどこかに行く気になれない。また皆が同じ時期一斉に出かけるし、休暇でどこかに出かけるということは、行った先で何かしなくてはいけないなど、まじめに捉えすぎている感じがする。 ・休日どこかに出かけて「何もしない」という発想がないために疲れる。 ・休みの日に積極的にどこかに出かけるよりも自宅でのんびりしたいと思う。

(4) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境【台湾出身者】

まず、東京が創造力、意欲をかき立てる環境として優れていると感じられている点として、余暇環境のところでも挙げられたが、秋葉原、青山、表参道等、多様で個性的なエリアが固まってあることで、刺激的であるという点が挙げられた。また、長い通勤時間を逆手にとって、電車の中でアイデア出しができるなど、台北とはまた違った都市条件でアイデアが生まれるとの意見があった。逆に、不満な点としては、喫茶店などで落ち着ける場所が少ないこと、分煙化が徹底していないことが挙げられた。

都市に活力が生まれる理由として、台北で考えられるものは、職住近接していること、24時間都市であること等が挙げられた。

最終的には「快適な住環境」が確保され、「仕事でもプライベートでも良好な人間関係」を築くことができることが、ナレッジワーカーにとって大切であるとの意見が聞かれた。

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・喫茶店などで落ち着けるようなところが少ない。 ・秋葉原から青山・表参道にいたるまで多様で個性的な地域が一度に楽しめるという点が東京の魅力であると感じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・台北は職住近接していること、タクシー料金が安価であること、24時間都市であることなどから暮らしの面では東京以上に活気があり、便利だと感じられる。 ・分煙化が徹底していないので、積極的に取り組みを進めて欲しい。 ・「住むこと」と「人の考え方」の2つの条件、即ち、「快適な住環境」が確保され、「仕事でもプライベートでも良好な人間関係」を築くことができれば、ナレッジワーカーにとっては住みやすい・働きやすい環境と言えるのではないか。 ・電車の中でアイデアだしをすることが多いなど、通勤空間・時間は貴重である。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

2 - 4 . 欧米出身者

(1) 来日(来京)の契機・滞在理由【欧米出身者】

東京へ来た理由、滞在中の理由については、業務等の外的要因からという回答は見られず、全員が、個人的による。そのほとんどが留学、学生時代の旅行をきっかけとなり、現在の日本での在住・就職につながっている(21名)。

個人的理由	外的要因
<ul style="list-style-type: none"> ・留学を契機に来日後に、東京で就業したというケースが多い。[17] ・学生時代に来日し、その時のイメージが良く再来日というケースが目立つ。[4] ・家族や親戚など身近な人の来訪経験を通じて日本という国を知り、興味を持った。 	-

(2) 日本(東京)のイメージ形成【欧米出身者】

来日以前には、日本のイメージが湧きにくい、あるいは偏ったイメージを持っていたとの回答が多い(5名)ことが非常に特徴的である。欧米ではメディア等が発達しているものの、日本について手に入る情報は少なく、せいぜい映画かハイテク関連のニュースだけ(3名)という状況にある。また、学校で日本をはじめ、アジアについて知る機会がない、身近に日本人との交流機会がないという回答もあった。この結果、極端な例では侍や芸者がいるという間違っただけの印象を持たれている場合もある。なお、もともと日本人との交流機会の多かった人は、来日以前から、日本人は親切で誠実という好意的な印象を持っていた。

初来日後から現在にかけて、東京という都市についての印象は、大都市で密度が高くごちゃごちゃしている、鉄道が発達して便利、物価が高い等の回答が聞かれ、よく日本の大都市の特徴として言われることとほぼ同じ印象を持たれている。興味深い回答として、東京は都市の中心がなくたくさんの村が結びついているように感じるというものがあった。

	イメージ	情報ソース	イメージ形成や変化の要因
来日以前の「日本」のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・イメージは湧きにくい、あったとしても、非常に偏っていた。[3] ・日本についてのイメージは全くなかった。 ・「侍がいる」、「日本人は着物を毎日着ている」というイメージがあった。 ・来日以前より日本人に対して誠実、親切等の好印象を持っていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・特に情報は入手しなかった。 ・学校の教科書で得る程度の情報。 	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア(特に西洋の)が、ハイテクと芸者等の伝統的なイメージをクローズアップするので、その影響が多いと思われる。[3] ・アメリカの高校や大学で日本を含むアジア諸地域を教える講座が少ないためにアジアに対する理解度が非常に低い ・自国で自分の周囲に日本人がいたが交流する機会もなく、情報を得られなかった。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

「東京」のイメージ	来日時	<ul style="list-style-type: none"> ・(例えばニューヨークのような)都市の中心がなく、たくさんの村が結びついているという印象を持った(やや田舎っぽい印象)。[2] ・「大都市でゴチャゴチャしている」と感じた。 ・当初来日前に抱いていたイメージとは違っていた。[2] ・当時のイメージについてはあまり憶えていない。 ・来日当初に日本人に対して友好的、誠実、親切等の好印象を持っていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	<ul style="list-style-type: none"> ・他の国に旅行後に来たので、カルチャーショック等はあまりなかった。[2] ・都市部と比較的地方が初来日体験なので印象が大きく変わる。
	就業後～現在	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道路線が充実しているので利便性が高い。 ・大都市で利便性がある一方で緑が少なく、人の密度が高い。 ・便利だが物価が高い。 ・長期間日本に滞在しているので、逆に変化に気づかない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に見たり、経験したことを通じて実感 	-

(3) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【欧米出身者】

交通環境

道路、自動車交通については、渋滞に関する不満が大きい(3名)。維持費がかかる、渋滞で時間が読めないなど、東京で自動車を利用するメリットはあまり感じられていない。渋滞の対策として、ETCの普及、駐車違反の取締り強化、バスレーンの確保等を積極的に進めて欲しいとの要望が出されている。

また歩行者の立場として、歩道を自転車車が共用していることが危険だとの指摘がある。

東京の公共交通サービスの質の高さについては、欧米出身者からも評価が高い。地下鉄、鉄道のネットワークの充実(5名)、本数の多さ(3名)等には満足との回答が多い。一方、不満な点としては、混雑のひどさ(3名)、外国人にとってのわかりにくさ(2名)が挙げられている。中には、パスネットのような便利なシステムが存在するにもかかわらず、外国人向けのアピールが不足しているために活用されていないとの指摘もある。また、駅員の対応等をはじめ、交通分野でも公共心がもっと必要との声も聞かれる(2名)。

タクシーについては、英語が通じない場合がある(5名)、地理に不案内な運転手が居る(5名)、外国人だと拒否される場合がある(3名)、料金が安い(3名)等が不満な点として挙げられている。

海外との移動が多いために、成田空港の遠さ、アクセスの不便さについては、不満が大きい(2名)。

また、駅や歩道橋などの垂直移動に関して、もう少しエスカレーターやエレベーターを増やし、乳幼児を連れた人等の交通弱者の移動上の障害を改善して欲しいというバリアフリー・ユニバーサルデザインに関する要望が多い(7名)。ただし、例えば、目の不自由な人を誘導する音楽が「音害」にも成り得るなど、バリアフリー対策の難しさも指摘された(4名)。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

	基盤整備の面	ソフトやしくみの面	その他
自動車・道路	<ul style="list-style-type: none"> ・歩道を歩行者と自転車車が共用している危険だと思う。 ・(軌道の少ない)南北方向の移動が難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・道路交通において渋滞に不満である。そのための改善策として、ETCの普及、駐車違反の取締り強化(特にラッシュ時、交差点、バスレーンの駐車を重点的に)などを進めればよいのではないか。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・車を持つと維持費がかかるし、渋滞等で時間が読めないと感じている。[3] ・高速道路の渋滞がひどく、特に休日外出するのが億劫になる。
公共交通全般	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄 JRをはじめとする公共交通網が充実しており便利である。[3] ・成田空港が都心から遠く、海外への移動という面で不満が多い。海外への移動もさることながら、海外から成田空港を経由して、地方都市へ移動する場合は特に不便である。[3] 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・職生近接ではないことで、逆に通勤時間を自分の時間として利用できることに満足している。[3]
鉄道	<ul style="list-style-type: none"> ・(慣れの部分が大きい)ことも考えられるが)特に地下鉄が充実している点は東京の大きな長所である。[4] ・地下鉄のシステムは非常に進んでいる。 ・鉄道が便利なのは、駅が街の中心部に位置しているからである。但し景観が破壊されているかもしれない。 ・都心部を中心とした放射状(環状は山手線のみ)の交通体系のため、南北など横方向の移動が難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道の本数は多くて便利だが、根本的に人が多いので混雑している点不満である。[3] ・日本の鉄道は便利だが、鉄道の表示が在住外国人以外(例えば外国人旅行者)にとって分かりにくい。[2] ・スイカやパスネットに関しては、利便性を外国人に対してアピールできていないと感じている。[2] ・また、利用に伴うプレミアムが付加されればもっと利用しやすい。[2] ・ロンドンも地下鉄網は充実しているが、日本の鉄道は必ず時間通りに来る点で非常に便利である。 ・終電の時刻が早くて不便を感じる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・痴漢や突然の病気などの非常時に駅員の対応も含めて、公共心のなさが指摘された。[2] ・上記のような問題点の解決策として女性専用車よりも公共心、そういう事をはっきりと指摘できる社会性の醸成が望ましい。[2]
バス	-	<ul style="list-style-type: none"> ・ロンドンのバスは路線が整理して表示されていないので利用しにくいですが、それに比べれば日本のバスはサービスも良く、慣れれば使いやすい。[2] 	-
タクシー	<ul style="list-style-type: none"> ・台数が多く、(料金は高いものの)利用勝手はよい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・英語が通じにくいという意見がある一方で、他国と比較すると簡単な英語は通じるので便利という声もある。[5] ・最近は地理に不案内な運転手が多いことへの不満が多い。[5] ・タクシーの運転手が外国人だと分かると乗車拒否を行う場合がある。[3] ・タクシー料金が高く不満である。[3] 	-
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・駅や歩道橋などの垂直移動に関して、もう少しエスカレーターやエレベーターを増やして欲しい[4] ・特に乳幼児を連れた人にとって歩道の段差や駅の階段など、移動上の障害が多いと感じている。[3] 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・ユニバーサルデザイン概念には賛成するものの、個々の事例で矛盾する点が出る[2] ・目の不自由な人に対する音楽は「便利」なものではあるが、「音害」でもある[3]

業務環境

東京における現在の職場環境は良好で満足(3名)との声が聞かれる。ON/OFFの切り替えについても意見されており、ジム等があれば良い(2名)という回答があった。また、成田空港のアクセスの悪さにより、業務の上でも不便を感じる(3名)との回答も聞かれた。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

	ハード面	ソフト面
業務活動と都市環境との関わり等	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の職場及び職場周辺の業務環境には満足している。[2] ・東京の業務環境・施設の水準は他国と比較しても良好な方である。 ・空港(成田)が遠いことで、業務上も不便を感じている。[3] ・就業地の周辺に多目的用途の緑地があることが望ましい。 ・24時間営業のジムなどの施設があったら便利で、仕事のオンオフの切り替えができる。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> ・会議室等はインターネット等を利用して探すと結構利用できるものが見つかる。 ・喫茶店の値段が下がり、打合せ等で利用しやすくなった。 ・残業時や打合せの際に、会社にいながらにして食事ができるデリバリーサービスなどのしくみが整っておらず、不便さを感じる。 ・就業環境によっては昼食が非常に高価でかつ混雑する。
ビジネスチャンスの拡大	-	-
外国人の受け入れ環境	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス環境で洋式トイレや一人当たりの占有スペースが少ない等のビジネス文化的な違いに戸惑っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィスのインテリアは会社の決めた様式があるので、インテリアのテーマに地域性が多少ある程度で、それほど大きな違いはない。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・(業務地区等に)建築物を建設する際に、規制が少ないように感じる 	<ul style="list-style-type: none"> ・業務時間が非常に長いことが不満である。

居住環境

東京の生活は、概ね便利だと感じられている。個々の課題としては以下のようなものがある。

住居については、まず、外国人が入居できるアパート・マンションを探すことが難しい(8名)ことを中心に、住居探して様々な不便を感じるとの回答が目立つ。また保証人の制度が分かりにくい(8名)ことも不満として多く聞かれる。その他、外国人だと住宅の斡旋時に条件を吊り上げられる(2名)、海外と比較して、住み替えのたびに費用と手間が非常にかかる等の回答が聞かれた。住宅そのものについても、家賃が非常に高い(4名)、事前のイメージ通り、住宅の面積が狭い(2名)という回答から、欧米出身者のライフスタイルに合った物件が少ない(2名)と、様々な不満が聞かれる。

緑、水辺へのニーズは強い。住む際には、比較的自然の残る場所に住みたいとの声も聞かれる。実際に住んでいる場所にもよるが、東京の緑の少なさ、水辺へのアクセスしにくさには不満が聞かれた。また緑地があるにしても、「そこに緑地があるだけ」活用を十分考慮していない。緑地の維持、剪定などは行われているが、人の手が入らない自然は放置されている印象を受けるとの回答が聞かれた。

静かな環境を求める声も強い。いつも街中に音が氾濫してうるさいと感じる(2名)、カラスが多く、鳴き声等の害がひどいことは他都市に比べて東京の大きなマイナス点である(2名)と、静けさ、音環境に関して不満が聞かれる。

景観や都市計画についての意見が多いのは、欧米出身者の特徴である。建物の建築に際して歴史的な景観保全など景観や周辺環境への配慮がされていない(2名)、法律をクリアしただけの建築等が、街並み、景観を乱している(3名)。電線が街の景観を阻害している(3名)、風俗系の看板・チラシが多く不快である(3名)等の、景観に対する問題意識、不満が非常に強い。また都市計画についても、マスタープランや景観に対するガイドライン等の不備を感じる(3名)との回答が聞かれた。

防災、特に地震対策に関しては、日本は地震国であることを多くの人が認識しており、住居探しの際に、耐震建築であるかどうか注意を払っている(3名)、自衛の意識を高めることが重要と感じる等、高い意識を持っていることが示された。その上で、地震の避難経路の周知、災害対応マニュアルの整備等の防災対策に関して、自治体や就業先による差が大きいと感じる、災害情報提供や避難訓練等をもっと実用性のあるものとして欲しいとの声が聞かれる。また、東京の消防車が入れない狭い路地や、木造建築物の多さなどから火災に対する不安も聞かれた。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

防犯、治安については、概ね満足しているが、子供の安全には不安を感じる、外国人には警察官が過剰反応して不快との声が聞かれた。

医療については、自国との医療風習の違いから不安を感じるとの声が聞かれた。

また、医療をはじめ、生活情報の入手は、インターネットが口コミが頼りである（5名）との回答が得られている。

子育て環境については、保育園の設備や教育内容は整っていると感じているが、自宅の場所によっては保育施設までが遠いこと（2名）、それに割に時間に厳しく定時に仕事を終了できない環境で保育園を利用することは難しいこと（2名）に不満が聞かれた。

外国人特有の問題として、区民税等の納税の義務に対して、選挙権がないこと等、十分なサービスを受できているとは考えられていないことへの不満が非常に高い（5名）。また、入国管理局をはじめ行政サービスが柔軟性に欠け利用しづらいことへの不満が聞かれた。

その他生活全般については、街中の分煙化が不徹底である（2名）ことへの不満が聞かれた。また、夜比較的遅くまで明るく余暇時間として使える時刻式の生活スタイルの実現を希望し、サマータイムの導入や標準時刻の繰り上げが提案された（3名）。

		コミュニケーション、 必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境 空間の利活用などの面	機能・サービスやしくみなどの面
全般		・買い物等の利便性は高いが、日本語ができるとより快適に過ごせる。	・いつも街中に音が氾濫している感じがする。[2] ・カラスが多く、鳴き声等の害がひどいことが不満であり、これは他都市に比べて東京の大きなマイナス点である。[2] ・街中の喫煙環境(喫茶店やレストランなど)がまだ整っていないなど、分煙化が不徹底であると考えられている。特に欧米・アジア諸国との比較では不満が高い。[2] ・買い物に関しては選択肢も多く、概ね便利だと感じている。	・夜比較的遅くまで明るく余暇時間として使える時刻式の生活スタイルの実現を希望し、サマータイムの導入や標準時刻の繰り上げが提案された。[3] ・比較的自然的に残る場所に住みたいと考えている。現在、東京西部に住んでいるのは、比較的自然的・緑に恵まれているからである。
住居	物件探し (賃貸・ 取得)	・情報はあっても、外国人向け物件と日本人向け物件というように分かれてしまう。	-	・日本では、外国人が入居できるアパート・マンションを探すことはまだ難しい環境にある。[8] ・保証人の制度は分かりにくい。[8] ・住宅の斡旋をする際に、外国人に対する条件を吊り上げるなどの業者が依然として存在する。[2] ・不動産の契約に関し、法人契約をしにくいことに不満を感じている。 ・アメリカでは普段の生活の中で普通に住み替えをするが、日本ではそういう暮らし方は難しい。住み替えのたびに税金をたくさん取られる上に、諸手続きが面倒で不便である。引っ越し代も高く不満が高い。
	物件の質	-	・ロンドンに比べ、一人用住居の面積は狭いが、その反面、安いアパートが多いので一人暮らしがしやすく便利である。	・家賃等が非常に高く不満である。[4] ・イメージ通り、住宅の面積が狭く、その点が不満である。[2] ・少々広い物件の場合でも、トイレの数が少ないなど、自分のライフスタイルに合った物件は少ない。[2]

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

公園・緑・水辺	-	<ul style="list-style-type: none"> ・緑地計画にしても、「そこに緑地があるだけ」で、その緑地の使用法を十分考慮して計画されていない。用途に合わせた(就業地周辺と居住地周辺など)緑地の整備・増設が望ましい ・緑地の維持は剪定など非常に丁寧にされているが、人の手が入らない自然に関してはあまり大事にしていないような印象を持っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・緑 水辺へのニーズが強い。住んでいる場所にもよるが、東京の緑の少なさ、水辺へのアクセスしにくさには不満がある。
景観	<ul style="list-style-type: none"> ・駅が街の中心部に位置しているため、鉄道の利便性が高いが、駅や鉄道軌道が街の景観を阻害している。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> ・都市計画を平面でなく、単に建物を置くだけのことと捕らえているために、マスタープランや景観に対するガイドライン等は存在しないように感じる。[3] ・法律をクリアしただけの建築が多く、街並みや景観が常が変わっていると思う。もう少し計画を立てた方がよいのではないか。[3] ・高層住宅の乱立など、建物の建築に際して、景観や周辺への配慮など、きちんとした計画がない(計画が適当)と思う。 ・建築物を建設する際に、歴史的な景観保全など、景観面での規制がないように感じる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・電線が多く、街の景観を阻害している。[3] ・風俗系の看板・チラシが多く不快である。[3] ・建物がややゴチャゴチャしているが、慣れてしまうと気になるような悪い景観ではない。
防災	<ul style="list-style-type: none"> ・もっと実用的な災害情報を流してほしいと思う。 ・地震の避難対策や避難経路の周知等に関しては、居住先の自治体の対応に温度差がある。また災害対応マニュアルの整備の有無など、就業先の対応にも差が大きい。 ・地震発生時の避難場所は一応知っているし、対策用品も知っているが、購入していない。 ・災害時の情報伝達手段は携帯電話が登場して変わってきたと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・住居探しの際などに、「(日本は)地震があることから耐震建築であるかどうか」という点に関して注意を払うという意見が多い。[3] ・消防車が入れないところが多かったり、木造建築物の多さなどから火災に対する不安が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自然災害については特に気にならず、不安も感じていない。 ・地震に関しては仕方がないと感じている。 ・避難訓練や防災の日にしても意義は分かってはいるが、効果はないと感じている。 ・自然災害対策として「自衛の意識」を高めることが重要と感じている。
防犯	-	<ul style="list-style-type: none"> ・子供に対する治安状況は不安が多いため、学童保育施設等よりも近所の子どもで遊ぶなどの近所づきあいのほうが安全だと感じている。 ・外国人に対して警察官の態度が横柄だし、差別意識を感じるが多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の治安の良さには満足している。 ・東京は比較的 안전한都市である。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

<p>医療・福祉・教育等</p>	<p>・良い医療機関を探すことについて、現在は口コミと試行錯誤に頼っている。</p>	<p>・特に出産時など医療習慣の違いがあり、不安をおぼえる。 ・病院に行っても、しっかりとした診療をせずに風邪と診断されることが多いなど不満を感じる ・その点、イギリスのGP(ホームドクター)制度は家族の既往歴まで、医療全般を熟知してくれるので便利である。 ・保育園に関して、設備や教育内容に関する不満は少ないが、親に対する規律が厳しすぎると感じている。また住居環境によっては保育施設までのアクセスが非常に悪いことに対して不満である。[2] ・その結果として、定時に仕事を終了できない環境で保育園を利用することは難しい。[2] ・授乳できる施設が少なく不便である。ただこの点は少しずつではあるが改善傾向にある。[2]</p>	<p>・オーストラリアでは学校設備(校庭・プール等)で使用材料の指定など安全対策が考慮されていて安心するが、東京(日本)ではそのような配慮が少なく不満である。</p>
<p>情報入手等</p>	<p>・家族経由の口コミとインターネットが大きな生活情報の源になっている。 [4] ・インターネット、テレビニュース、電車の吊り広告を情報入手の手段にしている。</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>その他</p>	<p>〔東京以外に住みたい都市等〕 ・香港:移動環境が便利で、都市と水辺が近く良好な環境で快適である。 ・シンガポール:モダンな都市で、航空のネットワークが充実しており、海外へのアクセスがよい ・台北:東京より緑が多く、田舎が近くにあるので住みやすい。</p>	<p>・外国人が区民税を払わなくてはならないことに対して不満が高い。納税の義務に対し、何らかの特典を享受できているとは考えられていない。[3] ・納税しているのに選挙権がないことに対して非常に不満を感じる。[2] ・入国管理局をはじめとして行政サービスで、決まったことの枠でしかサービスをしないことが多く、外国人にとっては利用しづらい。</p>	<p>・欧米のほうが市民意識は高いと思う。</p>

余暇環境

アフターファイブについては、欧米の都市に比べ24時間営業している店が多いことに満足との回答が聞かれる(2名)。ただし、終電が早いことには不満の声がある。

休日については、自然・水辺のある場所(多摩川等)、無料の公園や公営スポーツ施設、特徴的な場所(アメ横等)で過ごしたいという意見が多く聞かれ、それらが存在することには満足が得られている。例えば、横浜は海・中華街・古いもの等が一度に楽しめるという評価が高い。

一方で、休日は移動に時間が掛かるため、気軽にでかけられないことに不満が聞かれる(2名)。また、施設の充実、利用料金の安価さで東京の長所である公営スポーツ施設等について、外国人向けの情報が少ないために生かしていないとの指摘がある。

東京の文化施設については不満との回答が多く聞かれる。具体的には、無料の文化施設が少ない、博物館や美術館の入場料は高いと感じる(6名)、博物館・美術館等は小さく貧弱なものが多くあり、わざわざ時間をかけて行くものではない等の声がある。

また、子どもがいる世帯からは、ディズニーランド等のテーマパークがあることへの満足の声が聞かれ、一方で、託児サービスが整った余暇施設を望む声も聞かれる(2名)

	情報の収集・活用等	ハード面(基盤整備等)	ソフト面(機能・サービス、仕組み等)
アフター5	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米の都市に比べ、飲み屋に対する規制が少ないために、24時間アルコールを提供しているところもあり、ストレス解消に貢献している ・アフター5で行けるような場所は選択肢が多いと思う。 ・終電は早しい、利用するのが危険だと感じる ・24時間営業している店はロンドンより東京のほうが多く便利だと感じている。
休日	-	<ul style="list-style-type: none"> ・無料の文化施設が少なく不便である。 ・ディズニーランドは子どもがいる世帯には利用しやすい便利な施設である。 ・アメ横などは、東京の機能分散した中でも特徴的で面白さを感じる。 ・(例えば)横浜は、海・中華街・古いもの等が一度に楽しめる場所で、面白いと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・砧公園や公営スポーツ施設は、利用料金が無料であったり安価であるために、人気が高い。 ・週末など日常的に自然・水辺で余暇を過ごしたいという希望がある(比較的的多摩川に皆、よく行っている)。 ・休日は移動に時間が掛かるため、気軽に友人宅に出かけたり、仲間と交流するのが難しい点で不満である。 ・都内から出ようとすると、計画が必要なので気軽には行けない。 ・情報社会で流行がはっきりしているために、皆が同じ余暇施設に行き、多様性がない。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・公営スポーツ施設は安価で施設そのものも充実しているが、利用条件や利用可能時間などが特に外国人に向けて告知されていないので、口コミ以外に情報入手の手立てがあまりない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもの面倒を見てくれる託児サービスが整った施設を増やして欲しい。[2] ・博物館・美術館などの文化機能が貧弱である。小さな美術館の数はあるが、たかだか1時間の観賞のために、わざわざ時間をかけて移動することに耐えられない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・博物館や美術館の入場料は高いと感じる意見が大半だが、世界の他のこうした施設の入場料と比較した際に、突出して高いというレベルではないようである。[6] ・美術館などは、いいもの・サービスを提供するために、料金を取ることも、あるいは、民間からの寄付を募ることなど、それなりのお金をかけることが必要である。[3]

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

(4) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境【欧米出身者】

気軽に利用できる公園や、無料で休息できる場所、親子で楽しめる環境等、リフレッシュができる環境が重要であるという意見が多く聞かれた。中でも、欧米出身のナレッジワーカーで特徴的なことは、特に「緑・静・古」を重視していることである。

東京在住体験そのものが刺激として、創造性や仕事意欲にプラスになるという声もあり、電車の中でアイデアが出るという東京ならではの回答も聞かれた。

また、都市としては今の東京サイズより、もっとコンパクトな都市の方が働きやすいという声も聞かれた。

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・暮らしやすさ、働きやすさのためには、“緑・静・古”の環境が必要だと思う。 ・地域にもよるが、気軽に利用できる公園の数が少ない。 ・無料で座ることができるような場所が少なく、そのような場所・施設をもっと増やして欲しい。 ・居住地域周辺で図書館等の文化施設は充実していると思う。 ・一般的に、東京の業務環境・施設の水準は、世界的にみても良好な方である ・ビジネス上の国際交流を持てる機会があることが望ましい。 ・一般的に東京より、地理的・時間的によりコンパクトな都市、例えば福岡のような都市が働きやすい。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> ・親子ともども楽しめるような環境がリフレッシュの源になる [3] ・スポーツジムなどの施設は、場所や営業時間が限定されており、利用しづらい。 ・日頃「仕事のアイデアを出すのは電車の中」ということが多い。 ・基本的には、海外(東京)在住体験を刺激と捉えている。 [2]

【参考】プレ・インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

職業	会社経営	業務支援サービス会社	ジャーナリスト
来日の経緯	<ul style="list-style-type: none"> 大学はUCLAで日本の留学生も多かったこともあり、「日本は近い」、「ニューヨークと近い」感じで影響がかなりあった。 94年から97年の3年間文部科学省の国費留学生として日本に来た。最初の半年は大阪外大で、正式な大学は東京だった。それが最初で、勉強が終わって向こうに少し戻り、1998年仕事をしに日本に来た。 日本の本社は東京が多く、外資系企業だと地方の立地はあまりない。特に金融業界はその傾向が強い。自動車(トヨタ)は名古屋もあるかもしれないが。 	<ul style="list-style-type: none"> アメリカのニューヨーク出身だが、家族はノースカロライナにいる。 コロンビア大学在学中に奨学金を貰い、東大の博士課程に入った。その後この会社に就職した。 元々日本特に日本経済に対して興味があったが機会がなかった。だから東大の奨学金は大きな機会だと思った。 	<ul style="list-style-type: none"> ずっとパリに住んでいたが、大学卒業時(9年前)に日本に来た。最初の5年は大阪南部に住んでいたが、4年前に東京に移った。パリの大学では東洋語、日本語と美術史を勉強していて、日本にはフランスの仕事で来た。最初は中国についての興味があったが大学入学時に天安門事件があったために仕事は出来ないかもしれないから、日本でやってみようと思った。 外国の言語について、旅行とか国際的な文化とか興味があったが、特にアジアではなかった。
東京(日本)の都市としてのイメージ	来京前のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 経済が伸びていて(当時)面白いと感じた。 すごい厳しいと思った。 「いつも働く」、「業務がすごい厳しい」、「家族と過ごす時間はちょっとない」と思っていた。 	<ul style="list-style-type: none"> ほとんど何もわからなかった。学校の歴史のクラスではやっぱり戦争の時代とか、いろいろ勉強したが一般的なことばかりだった。 大学に入った時には、他の人たちは例えば「漫画」とか「書道」とか「侍」とか「生け花」とかに興味があったが、自分は何にも分からなかった。一生懸命に2年間くらいいろいろ勉強していて、外から日本を見ると、全然わからなくて、変な国だと思った。他の惑星ではないかと思った。
	来京時のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 大学の寮がボロボロだった。でも寮はアメリカでもボロボロだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本人の友達にフリータイムがあったり、家族も大事にしているので、ちょっとびっくりした。 最初来日したのは1990年の夏に1ヶ月来たが、かなりカルチャーショックを受けた。日本語も大学で2年間勉強していたが、ほとんどわからなかったし、痛くて布団に眠るのも大変だった。お箸も使うのは出来なかったし、蒸し暑かったし、もう全然わからなかった。 海外は初めてではなかったけれども日本は別の星だと思った。 初めて日本に来て外を見ると、はっきりという東京はきれいな街ではない。ちょっと汚い感じがするし、ちょっとださくて、ちょっと古い、でもきれいな古いではない。電気の電線も、どうして日本人は美しくできないのかと思った。 今は慣れてきているが、やっぱり東京は本当にめちゃくちゃな街だと感じた。 最初の頃住んだ泉佐野は田舎だったが、結構楽しかったし、安かったし、人たちもすごく親切だったので、結構楽しんだ。山も近かったし、時々散歩とか行ったし、古い温泉とか銭湯とかもあったし、結構楽しかった。
	東京で就業時のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 大都市で利便性がある。 なんとなく人の密度が高いと思う。混んでいる感じがする。例えばレストランの席が空いていなかったり、立ち食いスタイルの店もある。その辺で、スペースの認識が違うかもしれない。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の文化は古いものも新しいものも複雑で面白いと感じた。 (日本は)毎日変化している一方で古いものも残っている。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

東京という都市の環境に対して満足な点・不満な点	交通環境	<p>自動車・道路</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ロサンゼルスは自動車社会で、都市でどこに行くにも車を利用する。ニューヨークは東京と同じで地下鉄もあるし、バスもある。東京では車は運転していない。東京もニューヨークも自動車は必要ない。逆にロスの場合は住み、働くための絶対条件になる。 ・自転車は歩道を走っているのは、東京の特徴だと思うが、危ない。今、息子がいて、ベビーカーを使っているが、歩道の自転車は危なくて、心配している。 ・歩道がないところも多いので、それも心配。 		
	公共交通	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄のシステムはすごく進んでおり、都内であればどこでも行ける。 ・成田空港は東京の1番の不満の点だ。 ・NYではタクシーの運転手が英語がわからないが、東京では、目的地を伝えると、なんとかなる。 ・東京以外では、昔、外国人の問題があった。パプルの頃はなかなかタクシーはつかまらなかったが、経済状況が変わって、(大阪では)タクシーがすぐ後ろからついてくるくらいになった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京で地下鉄も、電車も、何でも便利だと思った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本にきたい外国人観光客は多いと思うが交通費が高すぎる。 ・地下鉄はいろいろ変わったと思う。例えば渋谷から上野まで何分くらいかかるのかちゃんと書いてあるし、こういうシステムは便利だ。フランスにはない。 ・東京の地下鉄はそんなにきれいでないが便利だ。 ・タクシーは高いが台数が多いし、運転手は皆親切だ。
	業務環境	<p>業務を支援する周辺環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オフィスはちょっと比較にくい。しかし、例えば台湾やロサンゼルスなどの事務所との比較では、同じくらいのスペックのようだが、インテリアに竹を使うなどといった点で違う部分がある。 ・会社の業務環境は、例えばオフィスの机の仕組みなど、大体決まっているスタイルなので、そんなに日本と変わらない。強いてあげれば、役職が付くと個人の部屋が与えられるくらいか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本のオフィスはどこでも同じだと思った。 	
	居住環境	<p>全般</p> <ul style="list-style-type: none"> ・料理はなんでもあり、買い物もそうだ。 ・日本語を話せると過ごしやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・スーパーマーケットやコンビニエンスストア等がたくさんあり便利だ。 ・住んでいるところから3分くらいでクリーニング屋があるのもよい。 ・時々人が多すぎると感じることもある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・言語が一番の問題だ。日本人はまだ英語は出来ないから、外国人にとってはちょっとこわいかもしれない。 ・宅急便のシステムも素晴らしい。すごく楽だ。コンビニエンスストアでお金をおろすとか、毎日の生活の中でいるんなことが、フランスや海外より日本の方が楽だ。 ・日本は素晴らしい国だ。自然の風景は素敵だし。 ・東京は、地図をみると、大きな街だが、渋谷村、青山村、四谷村みたいに小さい村が集まっているような感じがする。建物もちょっと低くて、多分自転車も多いからちょっと田舎な感じがするというものもある。 ・もちろん一般的に日本人は結構礼儀正しいし、道を探すとちゃんと地図描いて教えていて、すごく優しい。 ・でも面白いのは、フランスと比べたら、交番はすごく優しい。優しくすぎるかもしれない。
	住居	<ul style="list-style-type: none"> ・前からよく分かっていたが、やっぱり狭いと感じている。 ・現在のところは割と広いが、広くても例えば100㎡の建物で、でもトイレは1つしかないケースが多い。両親が来る時は、家の中が渋滞になる。トイレは100㎡の建物なら2つが普通ではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・本当に日本の家は居心地がよいと思った。例えば照明であるとか、豊の香とか。千駄ヶ谷のちょっと古いマンションに住んでいるが良い場所だと満足している。 ・サイズは28㎡で狭い。ベッドとデスクを入れると自分の他に誰か招くという感じではないが、それなりに満足している。もっと広いところだと都心から外れるし家賃も上がるので、現状で十分だと感じている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・四谷4丁目のマンションでオフィス兼住居にしている。 ・今のアパートは結構小さいが全然構わない。街の真ん中に住むということが一番大切だと思う。 ・30㎡だから1人ならよいが、将来的に例えば結婚したり、子どもができれば、伝統的な家に住みたい。 ・本当をいうと、フローリングや、ベッドの方が楽だが伝統的な家は、素晴らしいし大好きだ。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

東京という都市の環境に対して満足な点・不満な点	住居さがし	<ul style="list-style-type: none"> ・自由に選べて、もちろん仕事場から出来るだけ近くに住みたかった。学生ときは山手線の目白に住んでいて、それで結局新宿の辺りが好きになった。東京での暮らしに慣れて、選択も増えたが、結局その辺の近くの中野坂上に住んでいる。 ・アメリカを出る前にこの辺に住みたいと思っていて、自分でネットとかで探した。探すのは不便だった。 ・保証人のシステムが分かりにくい。アメリカの場合はクレジットチェックをしてOKになればよいのだがそのあたりが違う。そういうこともあって外国人向けの所にした。ただ外国人向けというのは窓口だけが専用だ。ただ、探すときにやはり窓口が外国人用でないといろいろ不便だと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・最初は駒場にある大学の寮や、お台場にある文科省の海外留学生向けの施設に住んでいた。特に後者は設備が整っているのに安くて満足していた。 ・今の住居は自分の足で不動産屋さんをまわって探した。 	
	公園・緑・水辺	<ul style="list-style-type: none"> ・東京は良いほうだ。データを見ると都内の緑の量は少ないが、他の都市と比較しても充分あると思う。それに関して不満はない。 ・料金を払って入園するが新宿御苑にはよく行く。東京の中では綺麗だし、良好な環境をよく維持している。 		<ul style="list-style-type: none"> ・東京には、パリとか他の大きい街に比べると、新宿御苑とか、代々木とか、自然なところが結構沢山あるし、小さい庭とか、結構残っている。 ・街の真ん中に釣り堀があったりして東京はシュールなところだと思う。ビジネスマンが電車乗っていて、その隣で釣りをしている - それが日本だし、素晴らしい。
	景観		<ul style="list-style-type: none"> ・東京の発展の経緯からか、都市の形は非常に複雑だと思う。来る前のイメージとこの点では同じだ。また、下町とオフィスビルが隣り合わせにあるところはちょっとニューヨークみたいだと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本はすばらしい国だ。自然の風景は素敵だし。 ・どうして日本人は同潤会アパートにしても、食料ビルにしても古い建物を保存しないのだろうか。 ・六本木ヒルズを見ても全然面白くない。そう思っている日本人も多いからこういう大きいコンプレックスだったら、ちゃんと安藤忠雄とか面白いすごく独特な建築を選んで、すばらしい建物、ビルディングを建てるべきだ。 ・六本木ヒルズのお店とかレストランの方、ショップだらけの所は場所案内がきちんとしていないので分かりにくい。 ・お台場は、結構面白いと思う。フジテレビとか、近未来的な感じで現代日本らしい。
	防災・防犯	<ul style="list-style-type: none"> ・そんなに危なくないと感じるが、ニューヨークから来たからかもしれない。東京も犯罪が増えてきたが、ちょっと注意すれば大怪我をするようなことはない。 ・普通に歩いているだけで車にぶつかったりするので車の方が危ない。アメリカも車の事故で毎年何万人と亡くなる。犯罪より断然危ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・渋谷、原宿あたりが怖いと思う。特に地震後の火事といった二次災害が心配だ。 ・今のところへ引越してきてから二度大きな火事があった。(通りが非常に狭いので消防車が入りにくい。きわめて心配だ。 ・大学でこうしたことについて勉強しているのでこの問題に関しては敏感になったし、地震が東京にも繰るのではないかと感じている。 ・アメリカで住んでいた街では地震もなかったし、街自体が非常に広いので事故もなかった。その辺が東京はそうでないで不満に感じている。 ・道路拡張や整備といった都市計画は完成するまで時間もお金もかかるがやる価値はあると思う。 ・建物の安全性も重要だ。多くのビルは内側と外側に一つずつしか階段がついていないので、もし火事になったら煙が上がってきたり、物が落ちてくるとか考えると、窓から飛び降りるしか脱出方法がないと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・結構、安全だと思う。自分たち外国人にとっては重要なことだ。多分日本人は前と比べたらもう安全じゃないと感じるかもしれないが、フランスに比べてとか、他の外国と比べると、安全だ。 ・例えば夜中の3時にコンビニエンスストアにパジャマでコートを羽織って本持ってコピーしに行ったりするが、パリではそれはできない。コンビニもないし、安全ではないから出来ない。 ・地震は怖いけど仕方がないと感じている。
	余暇環境	休日		<ul style="list-style-type: none"> ・宮大工なんかの昔の日本の文化が好きなので休みの日は昔の神社、寺に行く。後は骨董品なんかを探しにフリーマーケットに行ったりもする。

インタビュー結果(在東京・欧米出身者)

<p>東京という都市の環境に対して満足な点・不満な点</p>	<p>その他</p>	<p>・教育環境について東京は良い、例えば上海にもインターナショナルスクールはあるが、その質が良いかどうかはわからない。多分ソウルや台北は少ないと思う。 ・(大気汚染という意味で)東京の環境は世界的にも良いと思う。 ・(外国人が区民税を払うことについて)行政の効率性の問題だ。 ニューヨークで就業していたときは地下鉄で移動した。その時はニュージャージー州に住んでいて、Path-Train、川の下を走る地下鉄だと10分位でニュージャージーからニューヨーク(マンハッタン)まで行けた。そんなに遠くはない。 ・ビジネスの目を見た国際交流が必要だ。</p>		
<p>東京で好きな場所の例</p>	<p>・中野坂上。東京の中で一番好きだ。</p>	<p>・千駄ヶ谷、原宿、表参道あたりの文化は面白い。 ・また千駄ヶ谷にはいい喫茶店もあるし公園もあるので東京で一番好きだ。</p>	<p>・国際的なところだったら外人らしいところだったら、青山や表参道や外苑前が緑も多い好きだが住みたくはない、おしゃれすぎるから、友達と会うためとか、食事するためとか買い物とかは楽しいが、毎日の生活をするには楽ではない。食べ物のスーパーとかもない。 ・住むためなら四谷は大好きだ。街の真ん中だから、本当にすごく便利だ。スクーターだと15分くらいで銀座も行けるし、5分で新宿、10分で青山、どこにでも行ける。でも住むのがやっぱりもっと日本らしいところの方が、楽しそう。 ・神楽坂も大好きだ。多分パリ、フランス村と言われるところで、フランス人が結構いるが、古い伝統的な漆屋さんとか、酒屋さんがあるのでよい。 ・根津とか浅草とか、下町もよしが仕事の関係で港区と新宿の方によく動くのでちょっと違いかもしれない。</p>	
<p>アジアの他都市に対して持っているイメージ</p>	<p>・ソウルなんか行って面白そうと思ったが、非常に住みたいとは思っていない。台北も行ったことがあるが、少しロサンゼルスっぽい。多分車を買わないといけないと思う。上海はよく行く。台北、特に上海は空気が汚いのは間違いない。交通も非常に危ないと思う。 ・上海はすごくイメージは良い。まだ発展中で空気が汚いが、利便性や料理がおいしかったりして、便利だ。あとはマンションが広いし、トイレは2つある。マンションだとアメリカスタイルかどうかはともかく、色々なタイプが混ざっている。マンションを買うとはスケルトン販売で、自分で設計してマイマンションにするので、例えばドイツ製のトイレが欲しければ置けるなど選択性も高い。 ・上海は犯罪はあるが、ニューヨークと同じように、危険箇所は危ないが、注意していれば危なくない。</p>	<p>・香港も素晴らしいと思うが、台湾は複雑で汚いが面白そう。あとは上海も好きで、住んで働いてみたい。ソウルはきれいだが文化があまり好きでないし、政情が不安定なので難しいと思う。日本の経済は非常に大きく安定しているから日本の会社はどこでも素敵でとても良いと思う。競争力もある。</p>	<p>・中国に住んでみたい。上海か北京かはまだちょっとはっきり分らない。両方行ったが、上海だったらもっと現代的な生活だから、もっと「スピード」がある感じがする。北京だったらもっと伝統的だから、両方興味があるのだから、まだちょっと決められない。 ・韓国も住みたいと思う。ソウルも結構楽しそう。 ・日韓共催のワールドカップのイベント企画で、結構韓国の方がスポーツじゃなくて文化的にまちづくりとかについて、良かったと思う。いろいろ一所懸命に努力して、すごくダイナミックな感じがちゃんと感じられた。どこでもコンサートいっぱいやったし展覧会とか、祭りの感じがした。1ヶ月の国の祭りだったのだから、日本は残念だが、その辺がうまく出来なかったと思う。 ・東南アジアだったらまた違うアジアだ。北アジアと、南アジアは結構変わるから東南アジアというところ、カンボジアとかベトナムとかタイとかこの辺だったら、結構違うアジアだ。</p>	
<p>今後住みたい都市</p>	<p>・日本の中なら福岡がいい。九州にビジネスが広がったらそこに住みたい。出張で福岡が好きになったのだが、街として便利だ。東京より混んでないし、環境がすごく良いところだと思う。ビーチもある。もう一つ非常に大事なポイントは空港。福岡の場合は、博多駅から2駅目くらいで空港に行ける。利便性は東京とはかなり違う。 ・札幌や福岡では、全然環境が違う。福岡は住みやすいし、過ごしやすい上に、大都市のアメニティは全部ある。空港は博多駅中心だ。満員電車でもそんなには混まない。食べ物もおいしいしなど、東京に引けをとらない環境だと思う。福岡や札幌はコンパクトだ。札幌駅からススキノまで歩けるし、福岡は天神から中州にすぐ行ける。</p>	<p>・京都や奈良などの関西地方、福岡や四国にも住んでみたい。 ・一方で東京がもっとも便利だと思う。というのは海外からの就業者にとってほかに働く場所がないという選択肢がないから。例えば福岡に素晴らしい文化や環境があったとしても、ビジネス上の機会がない。 ・ニューヨークは大都市なので好きだ。 ・パリやベルリンは住んでことがあるのですごい面白い都市だ。パリは見た目が素晴らしいが、変化に乏しい。ベルリンは東・西共に、芸術にしても音楽にしてもビジネスにしても魅力があると思う。</p>	<p>・やっぱり京都が一番好きだ。すばらしい。住みたい。本当に住みたい。伝統的なことだったらやっぱり京都は好きだ。東京のモダンな文化もダイナミックで面白いが。</p>	

第2節 在外・日本人インタビュー調査結果

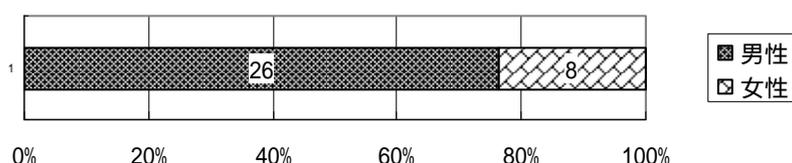
ここでは、東アジア3都市（ソウル市・上海市・台北市）で就業している日本人に対して行ったインタビュー調査結果を示す。また、フェイスシートにおいて、簡単なアンケートも行ったので、その結果についても示す。

1. インタビュー対象者の概要

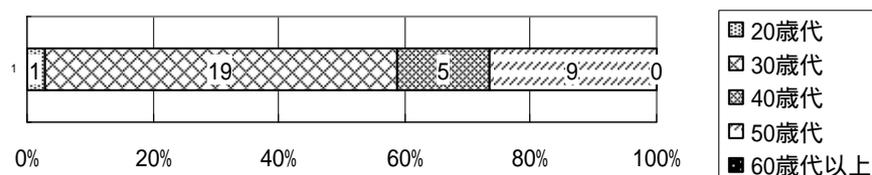
(1) 在ソウル市・日本人

今回のソウルにおけるインタビュー調査対象者については、男性が約8割弱、女性が2割強となっている。また、年代構成については、30歳代が半分以上を占め、次いで50歳代が約1/4となっている。

図表2-2-1 調査対象者の男女比率【在ソウル市・日本人】(N=34)

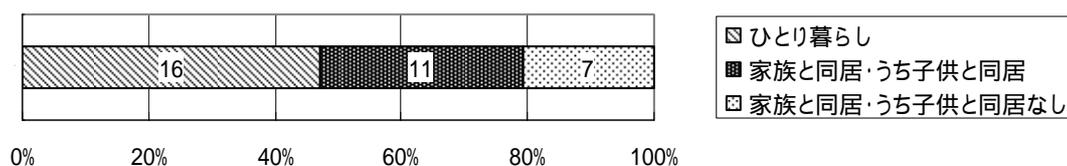


図表2-2-2 調査対象者の年代構成【在ソウル市・日本人】(N=34)



また、調査対象者の家族同居状況（現在ソウルにおいて家族の同居状況）については、一人暮らしと家族と同居がおおよそ半分ずつであり、家族と同居している人のうち、2/3弱が子供も含めて同居している。

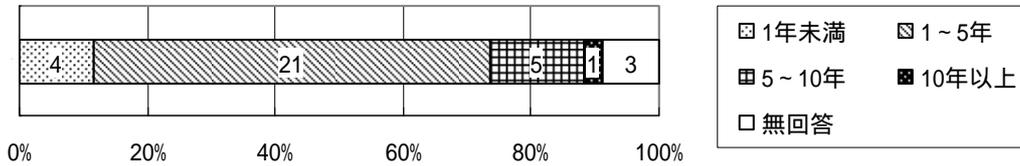
図表2-2-3 調査対象者の家族同居状況【在ソウル市・日本人】(N=34)



インタビュー結果(在外・日本人)

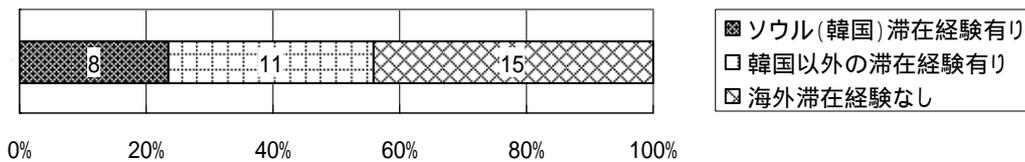
調査対象者の今回の業務等に伴うソウル滞在歴について質問したところ、約 2 / 3 は 1 ~ 5 年程度の期間、ソウルに滞在しているとの回答であった。

図表 2 - 2 - 4 調査対象者のソウル滞在期間【在ソウル市・日本人】(N=34)



今回の滞在以前に、ソウル（韓国）における長期滞在経験、およびその他の国での長期滞在経験を有しているかどうかを質問したところ、半分強（19名）が海外滞在経験を有しており、うち8名は過去にソウル（韓国）に滞在した経験があるとの回答を得た。

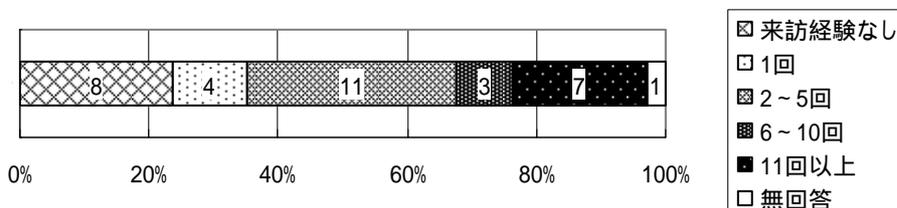
図 2 - 2 - 5 調査対象者の海外在住経験【在ソウル市・日本人】(N=34)



(注)「ソウル(韓国)滞在経験有り」は、韓国以外での滞在経験をあわせて有する人を含む。

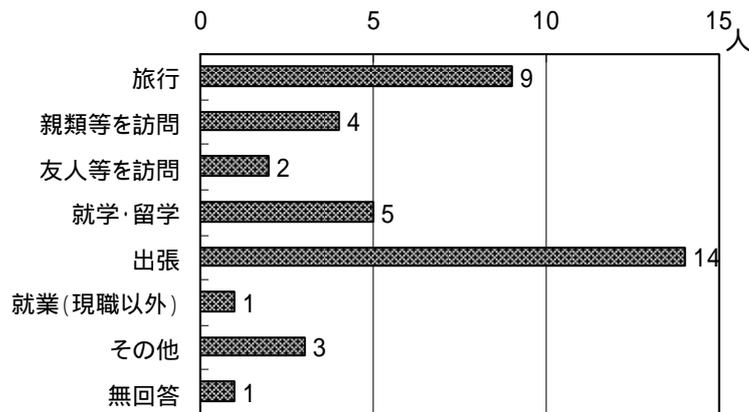
今回の滞在以前の、ソウル（韓国）を来訪回数（短期間でも）したことがあるかどうかを質問した。その結果、2 ~ 5 回という回答が最も多く（11名）、11 回以上とかなり頻繁に来訪経験を持つという回答（7名）も多く見られた。一方で約 1 / 4 が過去に来訪したことがないとの回答を得られた。また、来訪理由は出張が最も多く（14名）、次いで観光（9名）である。

図 2 - 2 - 6 調査対象者のこれまでの韓国来訪回数【在ソウル市・日本人】(N=34)



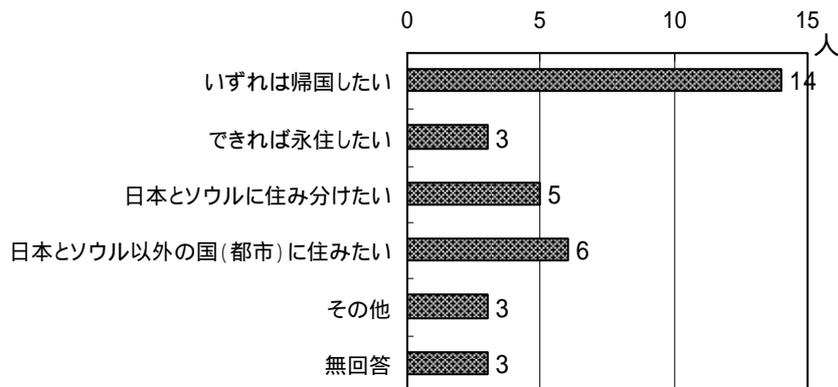
インタビュー結果(在外・日本人)

図表 2 - 2 - 7 調査対象者の韓国来訪理由【在ソウル市・日本人】(複数回答：N=26)



今回の調査対象者に、今後の永住意識について質問をしたところ、図表 2 - 2 - 8 のような回答が得られた。業務の都合等の外的要因で来日している人が多いためか、日本へ帰国希望が最も多い(14名)が、日本とソウルを住み分けたい(4名)、日本とソウル以外の都市・国に住みたい(5名)という回答も少なくなかった。ソウルに永住したいと回答した人(3名)は、全員ソウルで韓国人と結婚させている人である。

図 2 - 2 - 8 調査対象者の今後の永住意識【在ソウル市・日本人】(N=34)

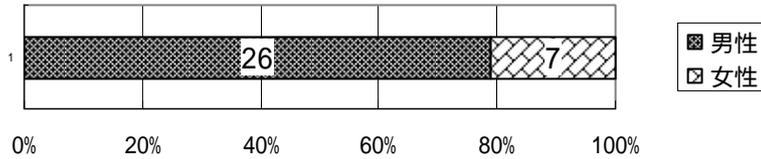


インタビュー結果(在外・日本人)

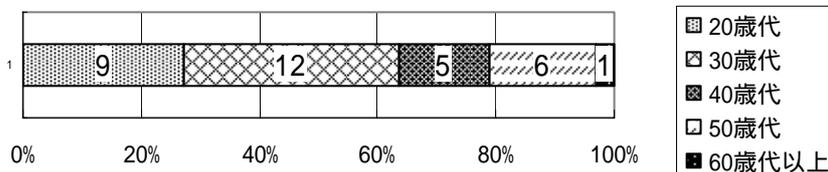
(2) 在上海市・日本人

今回の上海におけるインタビュー調査対象者については、男性が約8割弱、女性が2割強となっている。また、年代構成については、30歳代が約4割、次いで20歳代が約3割となっている。

図表2 - 2 - 9 調査対象者の男女比率【在上海市・日本人】(N=33)

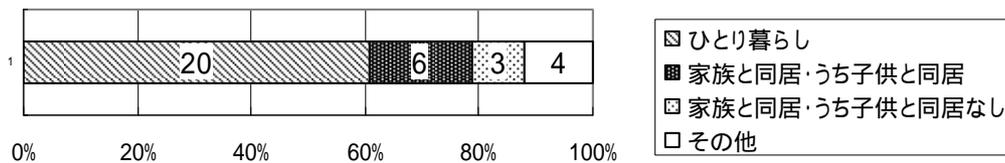


図表2 - 2 - 10 調査対象者の年代構成【在上海市・日本人】(N=33)



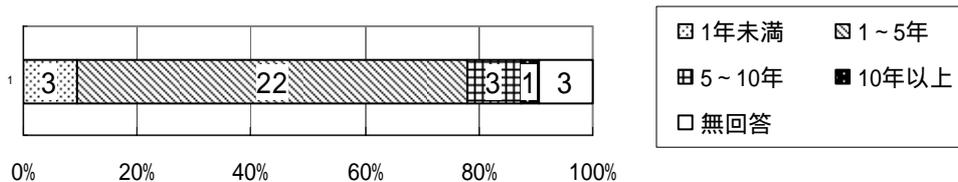
また、調査対象者の家族同居状況（現在上海市において家族の同居状況）については、一人暮らしが約6割、と家族と同居が約3割であり、家族と同居している人のうち、1/3が子供も含めて同居している。

図表2 - 2 - 11 調査対象者の家族同居状況【在上海市・日本人】(N=33)



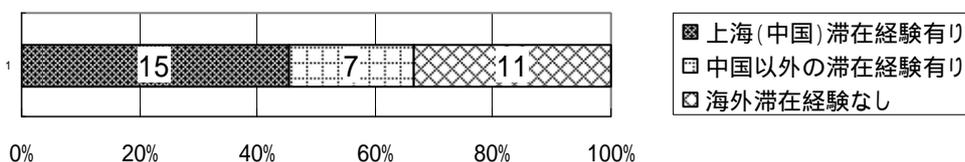
調査対象者の今回の業務等に伴う上海滞在歴について質問したところ、7割弱は1～5年程度の期間、上海に滞在しているとの回答であった。

図表2 - 2 - 12 調査対象者の上海滞在期間【在上海市・日本人】(N=33)



今回の滞在以前に、上海（中国）における長期滞在経験、およびその他の国での長期滞在経験を有しているかどうかを質問したところ、4割以上が過去に中国で滞在していた経験を持ち、中国以外を含めると、6割以上が海外滞在経験を有しているとの回答を得た。

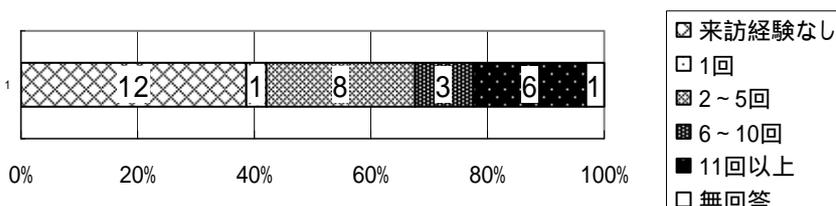
図2 - 2 - 13 調査対象者の海外在住経験【在上海市・日本人】(N=33)



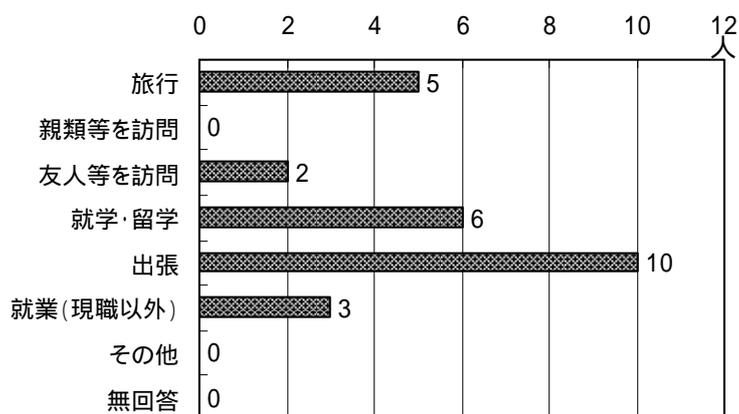
【注】「上海（中国）滞在経験有り」は、中国以外での滞在経験を併せて有する人を含む

今回の滞以前の、上海（中国）を来訪回数（短期間でも）したことがあるかどうかを質問した。その結果、約4割が過去に来訪したことがないとの回答を得られた。来訪経験を持つ人の中では、2～5回来訪という回答が2割強で最も多く、11回以上とかなり頻繁に来訪経験を持つという回答も約2割と多く見られた。また、来訪理由は出張が最も多い（10名）。

図2 - 2 - 14 調査対象者のこれまでの中国来訪回数【在上海市・日本人】(N=33)



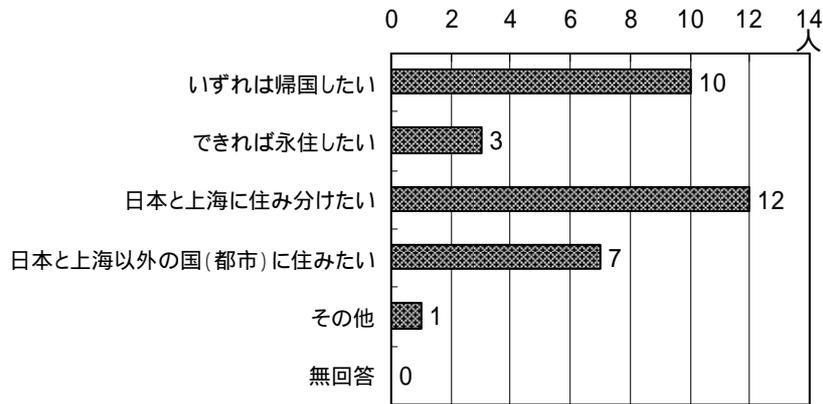
図表2 - 2 - 15 調査対象者の中国来訪理由【在上海市・日本人】(複数回答：N=21)



インタビュー結果(在外・日本人)

今回の調査対象者に、今後の永住意識について質問をしたところ、図表 2 - 2 - 16 のような回答が得られた。日本と上海を住み分けたい(12名)という回答が、日本へ帰国希望(10名)を上回っている。日本と上海以外の都市・国に住みたい(7名)という回答も少なくなかった。

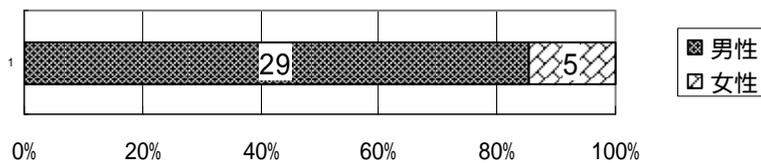
図 2 - 2 - 16 調査対象者の今後の永住意識【在上海市・日本人】(N=33)



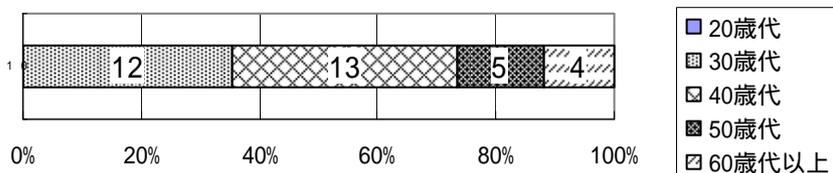
(3) 在台北市・日本人

今回の台北におけるインタビュー調査対象者については、男性が約8割以上を占め、女性が2割以下となっている。また、年代構成については、30歳代と40歳代で7割以上となっている。

図表 2 - 2 - 17 調査対象者の男女比率【在台北市・日本人】(N=34)

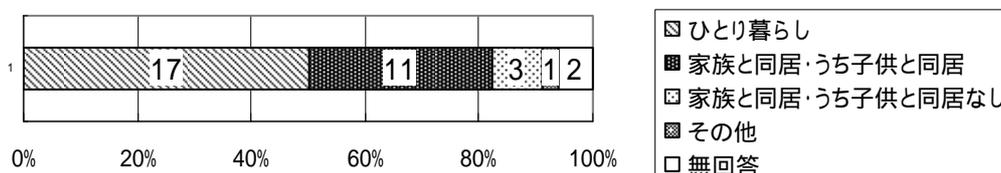


図表 2 - 2 - 18 調査対象者の年代構成【在台北市・日本人】(N=34)



また、調査対象者の家族同居状況（現在台北市において家族の同居状況）については、一人暮らしが5割、家族と同居が約4割である。子供も含めて家族と同居している人は1割弱にとどまる。

図表 2 - 2 - 19 調査対象者の家族同居状況【在台北市・日本人】(N=34)



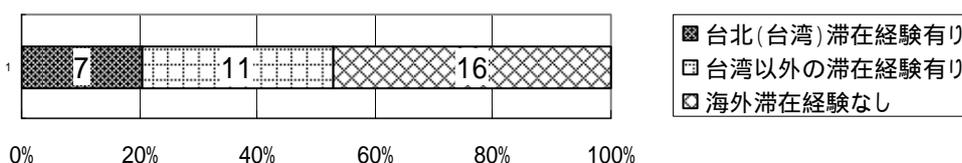
調査対象者の今回の業務等に伴う台北滞在歴について質問したところ、1～5年程度滞在との回答が最も多く、次いで5～10程度滞在が多い。

図表 2 - 2 - 20 調査対象者の台北滞在期間【在台北市・日本人】(N=34)



今回の滞在以前に、台湾における長期滞在経験、およびその他の国での長期滞在経験を有しているかどうかを質問したところ、半分強（18名）が海外滞在経験を有しており、うち7名は過去に台湾に滞在した経験があるとの回答を得た。

図 2 - 2 - 21 調査対象者の海外在住経験【在台北市・日本人】(N=34)

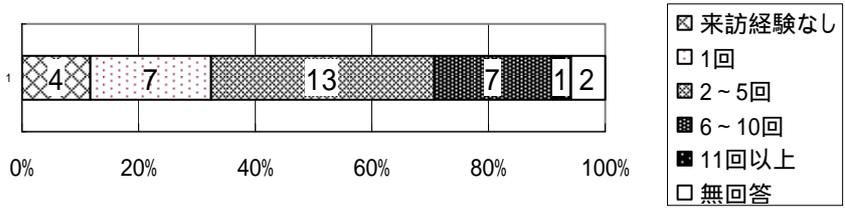


(注)「台北(台湾)滞在経験有り」は、台湾以外での滞在経験を併せて有する人を含む

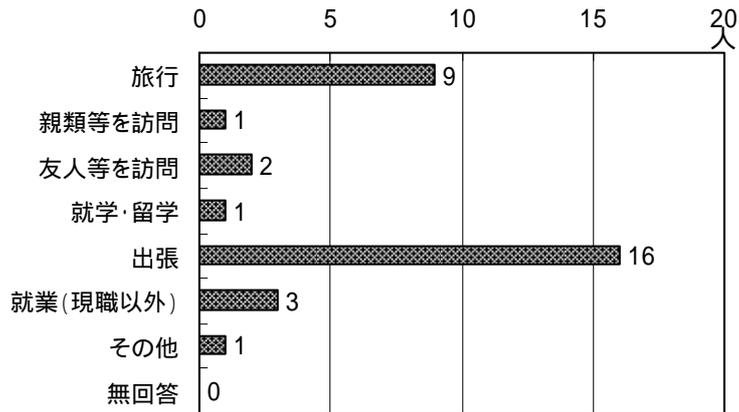
今回の滞在以前の、台北(台湾)を来訪回数(短期間でも)したことがあるかどうかを質問した。その結果、2～5回来訪という回答が最も多く(13名)、次いで1回来訪と6～10回来訪(各7名)である。過去に来訪したことがないとの回答は4名にとどまる。また、来訪理由は出張が最も多く(16名)、ついで観光(9名)である。

インタビュー結果(在外・日本人)

図 2 - 2 - 22 調査対象者のこれまでの台湾来訪回数【在台北市・日本人】(N=34)

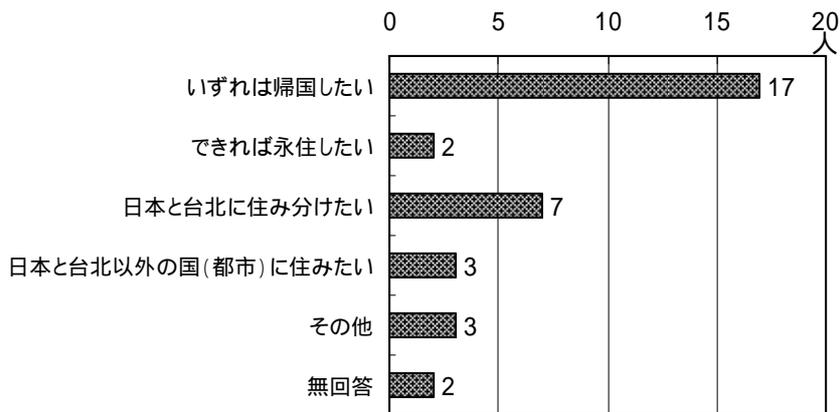


図表 2 - 2 - 23 調査対象者の台湾来訪理由【在台北市・日本人】(複数回答：N=30)



今回の調査対象者に、今後の永住意識について質問をしたところ、図表 2 - 2 - 24 のような回答が得られた。やはり、業務の都合等の外的要因で来日している人が多いためか、日本へ帰国希望が最も多い(17名)。次いで、日本と台北を住み分けたいとの回答が続く(7名)。

図 2 - 2 - 24 調査対象者の今後の永住意識【在台北市・日本人】(N=34)



2. 就業地別のインタビュー調査結果

インタビュー調査結果の整理に当たっては、以下のようなテーマを設けて行った。

- (1) 就業国を訪れた契機・滞在理由
- (2) 就業国(就業地)のイメージ
- (3) 就業地の都市環境に対して満足な点・不満な点
 - 交通環境
 - 業務環境
 - 居住環境
 - 余暇環境
- (4) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点
- (5) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境

まず、在ソウル市・日本人、在上海市・日本人、在台北市・日本人それぞれについて、インタビュー調査の結果を示す。

表中のカッコ【_】内の数値は、同様の意見の集計数を表す。
「再掲」部分は、斜体で表示している。

2 - 1 . 在ソウル市・日本人

(1) 来韓(ソウル)の契機・滞在理由【在ソウル市・日本人の回答】

ソウル(韓国)へ来た理由、滞在している理由については、業務のためという外的要因が非常に多い(25名)。個人的理由としては、留学を機に韓国での在住・就職を希望するようになった(3名)、結婚により韓国在住を選択した(5名)という回答が見られた。

個人的理由	外的要因
<ul style="list-style-type: none"> ・結婚を契機にソウルに住むことになった。[5] ・留学を契機にして韓国に興味を持つようになった。[3] ・就業前幼少時に海外経験を有していたことが、ソウルに限らず海外勤務に至る経緯に影響していたように思われる。 ・転職で来た。 	<ul style="list-style-type: none"> ・仕事の関係(異動)で韓国にきた。[25] ・会社の業務命令の一環として来韓したが、その後韓国とのつながりが生まれた。

(2) 韓国(ソウル)のイメージ形成【在ソウル市・日本人の回答】

事前の情報が少なく、韓国の人は「日本人と大差ない暮らし」をしているというイメージを持つ方もいたが、実際に暮らしてみると文化の違いの多さ・大きさに驚いたようである。多くは韓国との国民性の違いから来るものが多く、具体的には、物事を進めるにあたっての早急さや、白黒をはっきりさせたがる性分、保守的な性分、情の深さ等が挙げられている。そのギャップに溶け込みにくいという意見がある一方で、一度溶け込んでしまえば、非常に物事を進めやすいという声もある。

事前に日本と韓国のギャップについてイメージが湧かないのは、日本で入手できる資料が数値的なものに偏っていることもありそうである。

都市としては、新幹線、国際空港等の新しいインフラもあり、ハード面では東京と比較して遜色ないと

インタビュー結果(在ソウル・日本人)

の回答がある一方で、交通マナーの悪さをはじめソフト面で未成熟であるとの回答が聞かれた。
また、実際にソウルで就業してみると、日本以上の学歴社会を感じるという回答も聞かれた。

来韓前の「韓国」のイメージ【在ソウル市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成や変化の要因
<ul style="list-style-type: none"> ・来韓前のイメージは特になくという回答が多い。「近くて遠い国である」。(6) ・来韓前は環境面で日本よりも後進国というイメージを持った。 ・韓国人と仕事につきあうことに抵抗感があった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・特に情報は入手しなかった。
<ul style="list-style-type: none"> ・「情が深い」「パワーがある」あるいは「日本人と同じような暮らしぶり」などというイメージを持っていたという声もある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・来韓前に交流あり。

来韓時の「ソウル」のイメージ【在ソウル市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成や変化の要因
<ul style="list-style-type: none"> ・インフラが整備されており、東京とそれほど変わらないという印象を受けている。 [2] ・ただし言葉はハングルだらけなので、その点だけは日本と違うと感じられた。 [5] ・どんな都市なのか、イメージが湧きにくかった。 [1] ・昼夜を問わず人が多いこと、街の環境の悪さ(看板の多さ、ゴミの多さ、未舗装等)に驚いた。 ・両国の戦後の時間経過を考えると日本の20年前という印象に近いようでもある。 ・反日感情は日韓関係で何かあるたびに噴出してくる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・経済成長とともに都市の発展が目覚ましく、活気やスピード(物事や環境の変化)が速いというイメージを持ち、近年では都会という意味では東京と変わらないくらいのイメージを持った。 [2] ・興味も無かったし、情報量も少なかった。 [1] ・最初は言葉の問題もあって、よくわからないことが多いという印象を持った。 ・2度目となると、もう住み慣れた街となっている。

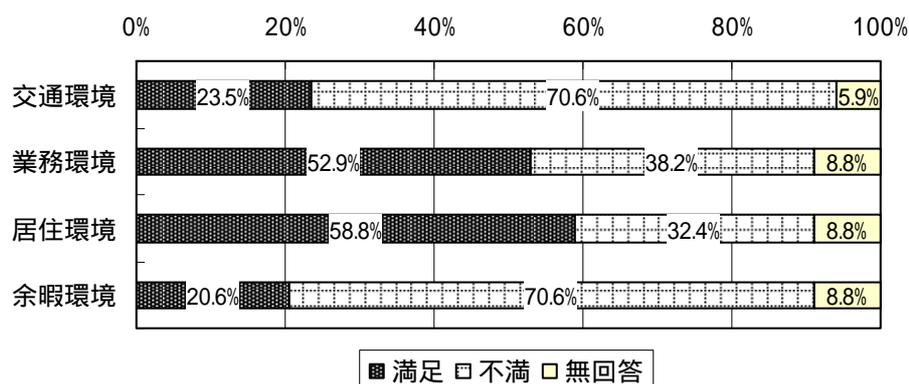
就業後～現在の「ソウル」のイメージ【在ソウル市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成や変化の要因
<ul style="list-style-type: none"> ・韓国の国民性は、よく言えばおおらか、悪く言えば大雑把である。しかし海外各都市と比較すればしっかりしていると感じている。 [2] ・ソウルは東京と比較して、インフラは遜色ない。KTX、仁川国際空港など新しさを感じさせるものもある。 [2] ・旧来の市街地である市庁側は新日が混在した街で、活気や将来的な発展を感じさせる。 ・以前の軍事政権のときから比べると街が綺麗になった。 [2] ・大気汚染は不満だが、地形上仕方ないと思っている。 ・「新しいものにチャレンジしよう」という考え方やビジネスチャンスの作り方は日本の(慎重な)物の考え方・進め方とは違う。 ・文化の違いから、職場でも「家族同様の付き合い」「物事を早急に進める」「(その反面)保守的」など、「日本との業務環境の違いに戸惑った」という声が多い。 ・人間関係が難しいという意見が出る一方で、一度社会に入ってしまうと白黒ははっきりつけるためにやりやすいという意見もある。 [3] ・職住が近接しているので、ビジネスエリアが分散している反面、通勤はしやすい。 ・コンビニエンスストア等の「そこに行けば大体のものが揃う」という店舗が少ない。 ・韓国は厳しい学歴社会で、資格を持った専門職でないと就職が難しい。 [5] ・その専門性も時代の変化とともにニーズが変化し、例えば日本語(教師)などは、約10年前は現在の上海のように高いニーズがあったが、現在は中国語に対するニーズが高い。 ・韓国では就業者が学習機会を得ることに熱心である。 [3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・(発展の背景で)都市としての成熟度は東京には及ばないと感じられる。それは交通マナーが悪いなど。 [2] ・若者のマナー低下、運転マナーを知らないドライバーが増加した。 ・歴史的建造物は戦争が日本より遅くまで続いていたり、占領されたりしているためあまりないのは仕方ない。

(3) ソウルの都市環境に対して満足な点・不満な点【在ソウル市・日本人の回答】

インタビューに際し、ソウルの交通環境、業務環境、居住環境、余暇環境の4点について、一般的に満足か不満かのアンケートを行った。その結果、居住環境については約6割近く、業務環境についても5割以上が満足と回答しているが、交通環境、余暇環境については7割が不満と回答している。

図表 2 - 2 - 25 ソウルの都市環境全般の満足度 (N=34)



交通環境【在ソウル市・日本人の回答】

道路・自動車交通については、車社会であるために交通渋滞が多いことに不満が多く聞かれる(8名)。合わせて実施したアンケートの結果で、交通環境への満足度が比較的高い中で、仕事での移動(市内)、アフターファイブでの移動でやや不満が多いのは、交通渋滞のため時間が読んだ行動ができないためと考えられる。一方で、道路中央部に整備されたバスレーンや、多人数乗車した自動車の専用レーンの設置など、先進的な取り組みが実施されておりそれに対する評価は高い(4名)。

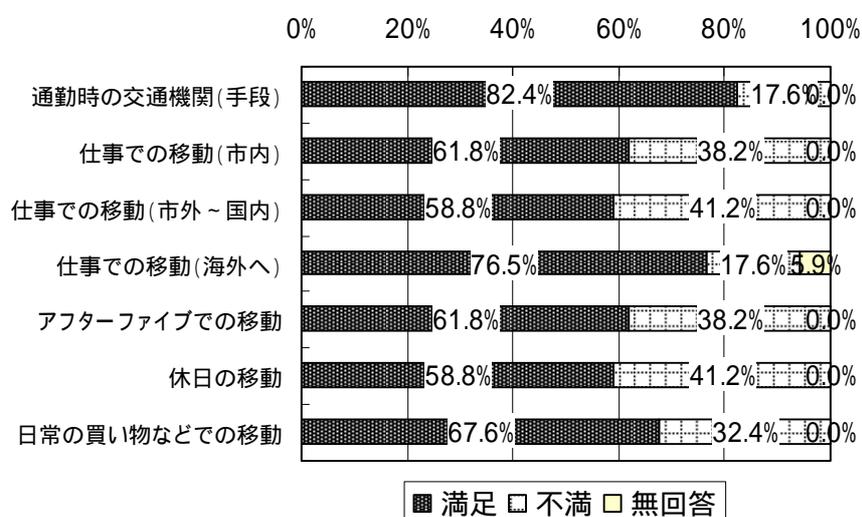
公共交通については、地下鉄やバスのネットワークが充実しており、料金も安いことに満足という回答が聞かれる。特に地下鉄・バス路線の案内・表示が色分けや番号でわかりやすくされていることの評価は高い(6名)。ただしバスの運転マナー、サービスは良くない(5名)とのことである。また、タクシーについても、料金の安さは長所だが、運転マナーやサービス面は不満が残る(6名)という回答が得られた。また、公共交通全てで使用可能で、口座引き落としが可能な「交通カード」が導入されており、その利便性に対する評価は高い(7名)。

歩行者や交通弱者の交通環境としては、韓国の道路は地下通路が多いが、エレベーターの整備等は進んでおらず、バリアフリーの観点では遅れているとの回答が得られた(6名)。このことは同時実施のアンケートの結果で、回答者の多くが歩道の歩きやすさ、バリアフリー環境に不満を持っていることにも表れている。

インタビュー結果(在ソウル・日本人)

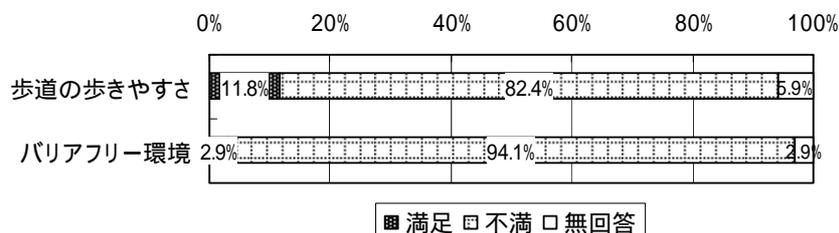
	基盤整備の面	ソフトやしきみの面	その他
自動車道路	<ul style="list-style-type: none"> ・バス専用レーン(中央車線を利用)は、停留所が道路の中央にあるため、歩道から停留所までの移動時間がかなり使い勝手は悪い。[3] ・バスおよび6人以上乗車した車専用のレーンがつけられており、この場合は速くて便利である。 ・道路の平面交差が多い(立体交差は少ない)ため、渋滞が多い。[2] ・駐車場の少なさ、配置の問題については問題があり、このため路上駐車が多さや駐車場利用のマナーの悪さに繋がっている。 ・信号は管理や制御システムに非効率な所があり、こういうところに交通システムの未熟さを感じる。 ・道路は車線数が多く広いが、主要道以外の道路は汚く、凹凸や継ぎ目が多い。歩道は段差が多く特に子ども連れで歩くには不便である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・道路標識が英語表示のものがあるとはいえ充実しておらず、外国人にとって運転しづらい。[3] ・インターチェンジでの案内がわかりにくい。 ・交通標識が正確でない場合がある。 ・交通マナーの悪さは不満である。[5] ・二輪車は歩道を走ったり、逆走したりと交通マナーは悪い。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・車社会のため、渋滞も多く、道路交通は定時性が保証されないため、利用目的によって、交通手段を選択している。[3] ・公共交通は市内を網羅されており利便性も高いが、「車に乗ること」がステイタスのようなものである。 ・ソウルの交通渋滞は東京との交通インフラの発展過程の違いから起因していると思われる ・余暇施設が少ないことで、そこに人口が集中してしまい、渋滞が発生する。[2] ・車利用を前提とした郊外型の大規模百貨店が多く便利だが、日本ではそのような商業施設(自宅からドア・トゥ・ドアで利用できる施設・環境)は少ないと感じる。 ・渋滞は大気汚染も引き起こしている。
公共交通全般	<ul style="list-style-type: none"> ・公共交通全般に料金が安いことは満足である。[5] ・ソウルに韓国の約3分の1の人口が集中しており、職住が丘接した環境なので日本のような遠距離通勤といった問題・苦労はない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通カードは便利である。国鉄、地下鉄、バスと事業者を問わず利用できる点、プレミアがある点(30分以内の乗り継ぎなど割引が効く)、クレジットカード併用で、後から引き落としが可能な点が便利である。[7] 	-
鉄道	<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄の駅の番号表示は便利である。[5] ・地下鉄は一部の駅で乗り換え時に非常に混雑する。ただしその時間は短い。[2] ・地下鉄の出口が分かりづらく利便性に乏しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ワールドカップ後、日本語による車内放送が導入されるようになった。地下鉄での精算方法が分かりにくく、利用しにくい。 	-
バス	<ul style="list-style-type: none"> ・バスは移動する距離や目的によって使い分けできるよう、路線番号と車両の色(移動距離によって4色に分類)が決められている。また、路線も市内を網羅しているので、利便性が高いという声が多い。 ・特にマウルバス(最も近距離を巡回運転する町バス)などは料金が最も安く、自由停車も可能なため利便性が高いようである。[2] ・バスは地下鉄と違って階段を上下しなくてすむ点で便利である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・バスは細やかなサービスという点では不満である。バリアフリー(低床化)がされていない、ベビーカーを乗せることが難しい、乗り降りする客を待たず発車する、バス停に面した車線に止まらない等といった面で不便さを感じる。[5] ・ただし、エアポートリムジン(新空港からの路線)などは比較的サービスが行き届いている。 	-
タクシー	-	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシーは安く便利である。ただし運転マナーの悪さは気にかかる。[6] ・一般タクシーの場合、サービスの質に格差がある。 	-
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・エレベーター等のバリアフリー施設は未整備であり、交通弱者にとって非常に不便と思われる。[3] ・横断歩道が少なく、地下歩道で道路を横断しなければならぬため、歩行者には厳しい移動環境であると感じる。[3] 	-	-

図 2 - 2 - 26 ソウルの交通環境への満足度 (N=34)



その他不満の内容：道路の交通混雑、バスの時刻表がない

図表 2 - 2 - 26 ソウルの歩道・バリアフリー対策への満足度 (N=34)



業務環境【在ソウル市・日本人の回答】

満足な点としてあげられていることは、韓国人は情が深いため、つきあいが深くなると、手助けをしてくれたりして、仕事が非常にしやすくなること（2名）が挙げられた。また、行政のリーダーシップが強く、まず行動に移り不都合が発生したらその都度対応しているように見受けられ、問題がないわけではないが、非常に迅速に動いていることが評価されている（4名）。さらに、外資企業誘致については、民間感覚を持った専門の誘致機関「インヴェスト코리아」を置き、進出についてのノウハウを提供するなど、誘致の支援については進歩的な発想を持っており、日本も見習うべきとの意見が聞かれた。

不満な点としては、サービス業などソフト面が未熟であること、学歴によって、人格、ビジネス感覚、国際的感覚に大きなギャップがあること（3名）、日本と韓国の商習慣の違いが大きいと感じることが挙げられた。韓国での起業という面では、外国人が韓国で起業することが難しい（3名）とのことである。また、男尊女卑の感覚が残り、女性の就業環境が恵まれていないという回答も聞かれた。

インタビュー結果(在ソウル・日本人)

	ハード面	ソフト面
業務種別と都市環境との関わり等	<ul style="list-style-type: none"> 行政の行動は非常に迅速である。見切り発車な感じはするが、高速道路を取り壊しての河川の復活やバス専用レーンの設置、江南や住居地区の開発など、一気にやってしまう。問題が出てきたり失敗したら、走りながら直せばよいと考えている。[2] 行政のリーダーシップはしっかりしている。日本と違い、権力に絶対的な部分がある。 銀行が提供するサービスが英語・日本語対応で利用しやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本に比べてサービス業などソフト面の遅れが顕著である。しかしながら、韓国の中でも海外と取引している企業はソフト面も向上してきているように思える。 韓国では日系の流通業が発達していない。
ビジネスチャンスの拡大	-	-
外国人の受け入れ環境	<ul style="list-style-type: none"> 韓国では民間感覚を持って外資誘致に専門的にあたる機関「インベスト코리아」が、居住、教育、文化、衣料について何がどこに必要なかをきちんと考えており、発想は東京より進歩している。 外国人に対する受け入れ態勢の不備を指摘する意見が目立った 起業する際に日本と韓国の政府間で意思疎通が取れておらず、起業しにくい。特に日本側で前例主義が依然として根強い。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本企業が現地法人を設立することはそれほど難しくはないが、外国人が起業することは難しい。 国民性・商文化の違いが大きく、商法が似ているなどの法制上、もしくはハード上の違いが少ないだけに、ソフトの違いがより際立っているように思える
その他	-	<ul style="list-style-type: none"> 韓国は厳しい学歴社会で、資格を持った専門職でないと就職が難しい。貧富の差と学歴の高さは比例しているようである。学歴の高い人は人格的にも立派で国際感覚もあるが、田舎で苦労した人たちになると常識が通じなくてこちらが苦労することも多い。[3] 韓国は企業の種別や規模を問わず労働状況が非常に不安定で、退職金も支払われない場合もあるため、副業をしたり独立志向の人も多い。 韓国の人は情が深く、人と人の付き合いも深くなる。[2] 施策の実施などでは、一気に物事を変えてしまい、問題点が出てきてもやりながら考えているように感じる(韓国の国民性だと思う)。[2] 韓国では日本と同じようなもの(全く同じではなく韓国アレンジされている)をすぐつくってしまうので、日本のものは取り入れない。日本にとってはビジネスチャンスが少ないと感じる。 韓国の国民は、文字媒体よりも口コミによる情報を信用する風潮がある。 韓国の職場は、「男尊女卑」が強く残っており、女性の働く環境としては恵まれていないようである。 その一方で、日本よりも出産して働く女性が多いという指摘もあったが、この背景には、学歴偏重による教育費の出費や福祉制度が充実していない(医療費等の個人負担が高い)ことなどが背景となっているようである(共稼ぎをしないと生活が厳しい)。

居住環境【在ソウル市・日本人の回答】

住居は日本と比較して広さには満足(3名)との意見が多く聞かれる。韓国の住宅は大抵オンドルがあるために暖かく快適(3名)とのことである。一方で、細かい造り付けや防音等、住宅の質に対しては、一部不満の声が聞かれた(4名)。またソウル市内は家賃が高く、マンションを購入するのと負担は余り変わらないという声も聞かれた。

都市の環境については、ソウルの地形、気候の影響もあるが、埃っぽく大気汚染が気になる(3名)との回答が聞かれた。景観としては、建物の外観(配色や周辺環境との調和等)の統一がなく、商業看板が

氾濫しており良くないとの回答が聞かれた。公園等の充実については、充分、不十分の両方が聞かれた。

治安については、満足(4名)との回答が上回り、同時実施のアンケートでも2/3が治安には満足しており、比較的治安はよいと認識されている。

医療の質と、外国人のための医療支援の充実についても、満足、不満の両方に分かれる。また、医療、子育てにかかる費用負担が重く、少子高齢化の一因になっているとの意見も聞かれた。

その他ソウルの居住環境の特色として挙げられたこととして、一般世帯のインターネットの普及が日本より進んでいることがあり、オンラインショッピング、公共料金支払い、在韓邦人間のコミュニケーション等での利便性は非常に高いとの回答が多い(11名)。また在韓外国人特有の問題として、韓国人と外国人とで提供されている情報に格差があると感じる(8名)、住民登録番号が多くのサービスで申込時に必要だが、外国人には番号が発行されないため、そのサービスを受けられず不便(2名)という回答が聞かれた。

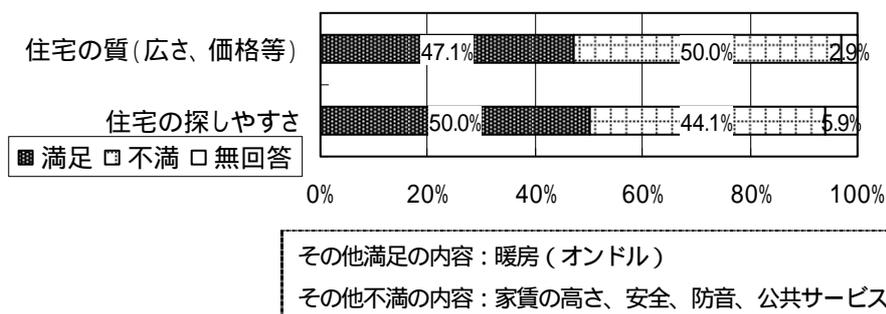
	コミュニケーション、必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境、空間の利活用などの面	機能・サービスやしくみなどの面
全般	<ul style="list-style-type: none"> 一般世帯のインターネット普及率は日本と比較にならないほど高く、銀行の振込みや日常的な買い物でよく利用しており便利である。 子どもがいるため、インターネットショッピングを利用すると自宅まで配達してくれるので便利である。 公共空間での譲り合いの精神や目上の人を敬う精神が根付いている。[2] 基本的に親切な人が多いので誰かが助けてくれる。 	<ul style="list-style-type: none"> 空気が汚いことは不満である。[2] 韓国では電気代、ガス代、交通費など公共料金全てに、国が補助しているが、国民の消費を促す意味で役立っており、財政の負担となっても、根本的な活性化につながっていると感ぜられる。[2] 衛星都市については、しっかり計画された都市となっており、住みやすい。 ワールドカップの影響は、市民の意識レベルというよりも、政府がやっていることがはっきりと見えるようになったことが中心である。 携帯電話がどこでも通じやすい。 	<ul style="list-style-type: none"> 学習施設やスポーツジムが朝から晩まで開いているために平日でも利用しやすい。[2] 韓国文化(特に食事において)他国特に欧米的なスタンダードがまだない。[2] 公共交通料金や輸入食料品、もしくは大規模消費がされない品物の価格の間に大きなギャップがあることが指摘された。[2] 韓国では美容院で日本人の好みに合わせてくれるところが少ない。 食習慣の違いにより、コンビニエンスストアが日本ほど根付いていない。
住居 (賃貸・)	<ul style="list-style-type: none"> 住居を探す上で、市内を包括的に調べることができない。 賃貸の契約システムや慣習が日本と違う上に、そうした情報が得にくいいため戸惑う。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本人が住む場所は、日本人学校のスクールバスの都合上、東部二村洞に集中する。[3] 職住近接の環境は非常に満足である。 会社の駐在員としてソウルに来ているため、不便さを感じられるようなところに住んでいない。 	-
物件の質	-	<ul style="list-style-type: none"> 占有面積の広さは快適だが、建物の作りが雑だと考える意見が多い。特に騒音に対する不満が多かったが、これは音に対する感覚が日本人と韓国人との間で異なるという理由からかもしれない。[3] 居住スペースは日本と比較して広く、ソウル市内でも35坪位の住宅を購入する人も多い(賃貸の場合は、保証金が必要になるが、保証金と購入金額が殆ど変わらず、地価も格差が少なくなったため)。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> オンドル(床暖房)は体にも良く、快適で便利である。[3] 住居の細かいつくりについて言えば、非効率になっている点は見受けられる。 外国人が多く住む地域では安定した需要が見込めることもあって、貸し手市場になっていることもあり、住居のクオリティが下がらない。
公園 緑水 辺	-	<ul style="list-style-type: none"> 緑地・公園不足が指摘された。 一年を通じて子供が遊べるところが少ない。 公園が居住地の近くにあり満足。子供をつれてゆくのにも丁度良い。 公園、緑をつくる計画については非常に大胆かつスピーディに行われている。 	-

インタビュー結果(在ソウル・日本人)

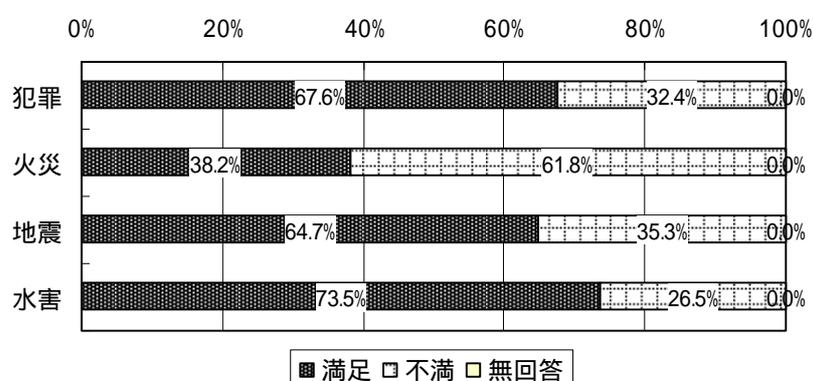
景観	-	<ul style="list-style-type: none"> ・2002年以降、街中の英語表記は増えているが、国際感覚は根付いておらず、改善の余地がある。 [2] ・韓国の都市は、比較的どこも画一的で特徴が少ない。都市の中に地区ごとの特徴(多様な地区ブランド)があることは、都市環境としてひとつの魅力なのではないか。 ・街並みや景観に関しては、建物の外観(配色や周辺環境との調和等)の統一がない。また、乱雑な商業看板も街の景観を阻害している。 ・ソウルは内陸部にあるせいか埃っぽく、雨量も少ないため街自体が汚い感じがする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・静かな空間がほしいと感じている。 ・冬の道路が寒々しく、緑がもっとほしいと感じている。
防災	-	<ul style="list-style-type: none"> ・地震が基本的でない国であるために、耐震構造を建造物がとっていないのではないかと不安になる。 [2] 	-
防犯	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・治安に関しては特に不安はない。 [4] ・防犯システムに関しては、システムは存在するものの、その運用方法に関して疑問がある。 [2]
医療福祉教育等	<ul style="list-style-type: none"> ・医療技術そのものよりも、文化・習慣の違いに戸惑いがあるようである。 ・医師はともかくとして、その仲介役となる部分で(たとえ通訳サービスを介しても)意思の疎通が難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・韓国でも少子高齢化が顕著であり、今後の福祉・医療をはじめとする社会システムの整備は日本の行く末を辿る(影響される)部分が大きいと感じている。 [2] ・特にバリアフリーや福祉・医療の環境は日本と比較して後進国であり、その点で日本がアジア圏の中でリーダー的な存在となりうるのではないか。 [5] ・一定規模以上の病院は診療時間も長く、仕事をしていても安心して診療を受けられる環境が整っている。 ・外資系誘致のため、医療には力を入れていると感じる。 ・外国人に対しての医療サービスが不十分である。 ・日本人学校の老朽化が目立つ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・育児や教育にかかる費用が多めで、女性の社会進出や出産にも悪影響を与えており、少子化への拍車をかけていると感じている。一方で、親世帯が子ども世帯と距離的にも近い所に住んでいる場合も多く、子育ての面で助かっているようである。 ・大学の夜間コースが充実していて非常に便利である。 ・日本人学校を保護者が経営することに対する不満が指摘された。
情報入手等	<ul style="list-style-type: none"> ・住民登録番号が外国人居留者には発行されない上に、それが無いと使えないサービスが多いために不便。 [2] ・ネット上でも外国人歓迎のウェブサイトが各国語で作成しており便利である。 ・上海の様に日本人向け無料情報誌が出版されているわけではないが、その分在韓邦人のインターネットを利用したコミュニケーションが発達している。 [6] ・現地住民にとって当たり前である情報と外国人居留者に対し提供されている情報との間に格差がある。 [8] ・家族帯同の日本人が多く住む地域では、子供や妻同士の交流が盛んになり、情報交換がしやすくなる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ITに関する環境が整備された結果、情報収集が効率化されただけでなく、各種公共料金等の支払いなどが効率化された。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットの活用度は、公共サービスも含めて、韓国の方が進んでいるという印象がある。 [2]
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・融通が利く社会だが、文化の違いにより溶け込みにくいという言葉ができるだけでは理解しにくい部分が残る。 	-	-

インタビュー結果(在ソウル・日本人)

図表 2 - 2 - 27 ソウルの住宅についての満足度



図表 2 - 2 - 27 ソウルの防犯・防災への満足度 (N=34)



その他不満の内容：交通事故、地政学的なリスク

余暇環境【在ソウル市・日本人の回答】

ソウルの余暇環境については、日本に比較して選択肢が少ない、規模が小さいなどの点で不満（8名）が多く聞かれた。余暇に関する情報収集や、実際に余暇を楽しむにあたり、言葉の障害が大きいという回答（5名）、日本文化の流入に規制があることが不満という回答（2名）も聞かれた。

	コミュニケーション、必要情報の収集・活用等	基盤整備や環境 空間の利活用などの面	機能・サービスやしくみなどの面
ア フ タ イ 5	-	-	<ul style="list-style-type: none"> 軽く飲みに行きリフレッシュするような場所が少ない。 夜遅くまで子供を連れて外出することが余暇活動の一部になっている。
休 日	<ul style="list-style-type: none"> イベント等の情報に関して韓国語以外での情報が集めにくい。[3] 能動型の余暇活動を行おうとした時に言葉の問題が障害となり、余暇活動が困難である。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> 余暇環境については東京よりスケールが小さいため、観光地がもっと開発されればよいと感じる。[2] 余暇に関して、日本的な提案型もしくは受動型余暇施設に乏しい上に、他のアジア諸国に比べてゴルフ場の料の余金が高いため満足度が低い。[5] ショッピングは大きなデパート等が充実し満足である。 アミューズメントパーク等のレジャーについては日本より貧弱で不満である。 	-
そ 他	-	<ul style="list-style-type: none"> 文化的・歴史的なものが少ないと感じる。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> 日本文化について規制があることは、暮らしにくさにつながっている。[2]

インタビュー結果(在ソウル・日本人)

(4) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【在ソウル市・日本人の回答】

ソウルに在住する人の視点として、東京の都市環境についての満足な点・不満な点を聞き取り調査した。東京の交通環境については、交通費用全般（高速道路料金、公共交通の運賃）の高さと、都市規模の大きさに起因する通勤時間の長さや通勤時の混雑に不満が聞かれた。また、交通カード導入等の交通サービス改善に対して政府のリーダーシップが不十分であるとの意見が聞かれた。また、ソウルと東京を行き来する立場として、羽田 - 金浦の航空便数を充実して欲しいという意見も聞かれた。

業務環境については、銀行 ATM が夜間営業していない等、24 時間活動する都市として業務を支援する環境が、ソウルに比べて劣っているとの意見が聞かれた。

居住環境については、公共施設の案内が外国人向けになっていない、また外国人が日本に行くこと自体が難しい等、東京が国際地として、外国人に利便性の高い都市環境となっていないことに指摘があった。また、最近では日本でも治安面で不安が感じられること、治安確保のために公共が毅然とした態度を取っていないこと（7 件）に不満が聞かれた。

東京の交通環境【在ソウル市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
<ul style="list-style-type: none"> 日本との行き来は、羽田 - 金浦が就航して便利になった。増便すればさらに便利になるので、そうして欲しい。[5] 地下鉄はネットワークが細やかに確立している。 	<ul style="list-style-type: none"> タクシーが提供するサービスについて不満度が高い。[2] 深夜交通の便を考え、地下鉄を 24 時間動かして欲しい。 東京に限らず公共交通料金の高さが指摘された。 高速道路の通行料金が高い。 ボトルネック箇所の交通渋滞は不満である。 道路標識がわかりにくい。 大都市圏で地価が高いため、遠距離通勤を強いられる。 朝晩の通勤ラッシュに対して不満を感じる。 政府に強いリーダーシップが必要である。例えば現在日本ではバラバラの交通カードのようなサービスの統一は政府主導ですすめるべきである。[3]

東京の業務環境【在ソウル市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
-	<ul style="list-style-type: none"> 銀行の ATM が完全 24 時間制でない上に、Plus や Cirrus といった海外でも自分の口座から現金をおろせるサービスが充実しておらず利用しにくい。[2]

東京の居住環境【在ソウル市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
<ul style="list-style-type: none"> 東京が都市として時間をかけて成熟した結果、衛生面や利便性でアジアの他都市に比べ進歩している一方で、窮屈さを指摘する意見が上がった。 バリアフリーに関しては東京の方が環境整備が進んでおり、暮らしやすい。 韓国が「情」の社会であることから、日本の社会が堅苦しく冷たいと感じているようである。ただ、日本の場合特に大都市部において地域社会の関係が以前ほど濃密でなくなった分だけ、外国人を受け入れやすくなった部分があるかもしれない。 	<ul style="list-style-type: none"> 公共施設の案内が日本人向けであり、外国人向けとなっていないため住みにくい。[3] 日本人のみならず外国人にとっても利便性の高い都市になることを望んでいる。 治安維持や最低限の公共マナーを守らせるためには、公権力がある程度の怖さ、強さを持っていることが必要である。現在の日本のように酔って警官に文句を言うことが許されたり、銃を使用することがタブーとなっているような状況では、犯罪抑止力とはならない。[5] 都市の雑多さを望む意見が出る一方で、景観の統一性・統一美を望む意見も出た 新興住宅地の環境が人工的過ぎる。 東京においても大気汚染対策が必要である。 日本から出て行くのは容易だが、日本に入るのには難しいという現状は問題がある。外国人の間で不公平感、不満が大きい。現在進めている外国籍看護士の認可だけでなく移民の開放などを真剣に考えなくてはならない。 子どもを取り巻く環境については、東京では性や暴力に関する情報が氾濫しており、大きな不安を感じる。特にメディアや雑誌等の媒体を通じた有害情報に問題があるのではない

	か ・郊外や地方でも幼児や児童を狙った悪質犯罪が増加しているようで、大きな不安を感じる。 [2]
--	--

**(5) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境
【在ソウル市・日本人の回答】**

ソウル在住の日本人に創造力や意欲をかきたてるために必要と感じているものとして、空間的なゆとりや、美しい街並み、公園、水辺の遊歩道やサイクリングロード等、気分転換の場となるもの、心にゆとりをもたらすものが挙げられた。一方で、実際にソウルでの生活環境を見ると、インターネット等による情報のもたらす刺激も重要と感じるとの回答も見られた。

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・創造的、知的な仕事には、空間的なゆとり、広がりが必要と考える。 ・ヨーロッパ的な統一された街並み・景観が美しく、働く人、生活をする人等にとって良い印象を与えるのではないかと。 ・気分転換になるような景観がほしい。 ・韓国では、河には遊歩道やサイクリングロードがあるが、日本ではそういうのは割と少ない気がする。日本の公園についても数だけでなく、もっと憩いの場所みたいなのを作ると良いと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・同世代、世代間、自然との共存が図れるような空間を持つ都市像が望ましいと感じている。 ・公園や緑地整備といった環境の改善を望む意見が出た一方で、インターネットのほうが刺激的だという意見もあり、インターネットの普及が高いことをうかがわせた。

インタビュー結果(在上海・日本人)

2 - 2 . 在上海市・日本人

(1) 来中国(来上海)の契機・滞在理由【在上海市・日本人の回答】

中国(上海)へ来た理由、滞在している理由については、業務のためという外的理由がほとんど(26名)である。しかし個人的理由により上海へ来ている人もおり、中国または台湾に留学、または幼少期に滞在を経験し、そのときに身につけた中国語能力を生かせるからという理由が見られた(4名)。

個人的理由	外的要因
<ul style="list-style-type: none"> 中国・台湾に留学した経験から中国語のスキルがあり、そのスキルを生かせる場所を求めて上海に来た。[3] 中国に対し興味があったことが、現職で中国にいるきっかけとなっている。[2] 親の海外勤務に伴い、子どもの頃に海外(台湾)に住んだ経験があり、そこで中国語(北京語)の基礎が身に付いたほか、中国という国や言語に興味を持つようになり、結果として今日の就業に繋がっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 業務遂行の上で必要であったから。[26] 台湾勤務がきっかけで、中国本土・上海の仕事も手がけるようになり、最後は上海赴任を会社から打診された。

(2) 中国(上海)のイメージ【在上海市・日本人の回答】

中国を実際に訪れる前は、日本より古くて遅れている国であるというイメージを持っていた(3名)が、初めて上海を訪問したときに、ビルや道路等のハード面での整備が進んでおり、非常に近代的、都会的な都市であったことが強く印象に残った(6名)との回答が多く聞かれた。また、上海で働き始め、生活を始めてからは、ビルや道路等のハード整備は急速に進んでいるが、一方で、サービス、メンテナンス、マナーといったソフト面は未熟という感想を持った(5名)、という意見もあった。

来中前の「中国」のイメージ【在上海市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成の情報ソース、要因等
<ul style="list-style-type: none"> 非常に古くて、遅れているという印象を持っていた。[3] 中国は発展の見込みはあるが、ビジネスをするには色々な面でリスクが多い国だという印象があった。[3] 興味も無かったし、情報量の問題か、イメージが湧きにくかった。[2] もともと古典的なイメージを持っていたが、来中直前に得た情報では、近代的というイメージを得た。 中国は元々嫌いではなかったためイメージは悪くなかった。 活気があるだろうという印象を得た。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本で得られる報道情報に頼る部分が多い。[2] インターネット等で中国の情報を調べたら近代的という内容が殆どで意外に感じた。(自分が見た情報は主に旅行者をターゲットとしたもので、日本や海外からの観光客を訪問させようという故意の表れなのか、良いことばかりで悪い面の情報はなかった)

来上海時の「上海」のイメージ【在上海市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成の情報ソース、要因等
<ul style="list-style-type: none"> 急激な発展を遂げている都市という印象であり、当初のイメージと大きなギャップがあった。[6] 極端に発展した場所と、極端に発展していない場所が混在した都市という印象である。[2] どんな都市なのか、イメージが湧きにくかった。[1] サービス面の悪さが印象に残った。 汚い街だという印象が非常に強かった。 	<ul style="list-style-type: none"> 実際に見たり、経験したことを通じて実感 上海が急速に変化してきたこと、社会階層の分化が都市の景観に与える影響が顕著であることが理解できる。 興味も無かったし、情報量も少なかった。[1] 空港から市内に入ってくる際に高層ビルが林立している光景等を眺めてインフラが充実していることに気づくが、その建物の内部に入った時、交通機関や商業施設を利用して、戸惑いもしくは不満を感じた。 但し、こうしたイメージは日本との文化の違いや国民性の違いに起因する場合もある。 (人間の本質的な部分が変わってしまい)自国の文化・国民性にとらわれて、外国や外国人を色眼鏡を通して見ているのは日本人なのかもしれない。 その国の文化・慣習等を知って(自国の文化を無理矢理持ち込まなければ)そのような誤解を持たず快適なくらし・業務ができるのではないかと。

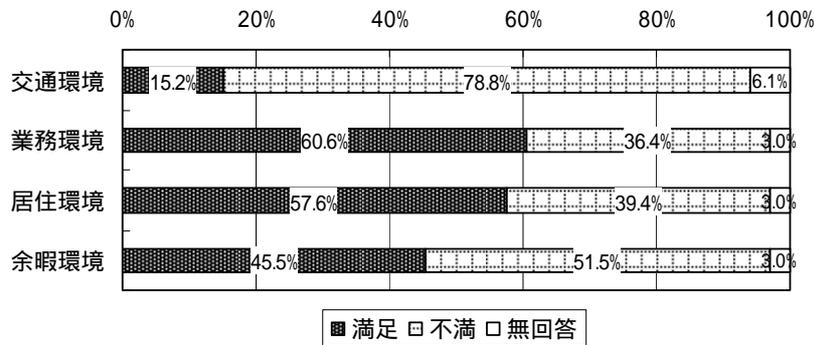
就業後～現在の「上海」のイメージ【在上海市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成の情報ソース、要因等
<ul style="list-style-type: none"> ・上海は非常にダイナミックなスピードで成長している都市だという印象が強い。地下鉄・高架道路など工事の計画から完成までの時間は短い、出来かたには不安がある。[4] ・建物などの都市の外観は整っているが、サービス、メンテナンスなどソフト面は遅れているという印象だった。[2] ・ソフト面、サービス面についてはまだ未熟であり、サービスに関わる人材育成は苦勞する。 ・衛生面はまだ不十分と感じている。[2] ・上海は、人が多く、ゴミゴミしている印象がある。 ・交通は非常に危険な都市だという印象だった。 ・地下鉄をはじめ、公共交通は充実していないと感じている。 ・都市の発展に伴う、前向きな仕事、チャンスが多い。[9] ・所得面での格差が非常に大きいと感じた。リッチな人は本当に良い生活をしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・非常に速いスピードでインフラ整備が進み、年々生活しやすい都市になってきているという印象がある。 ・設備に多少問題はあるものの、広い居住環境に満足している。 ・文化的な違いから来るビジネスのしにくさがある。どこかでそうした違いを違いとして受け止める必要がある。 ・成長している都市の中で仕事をしていたら、自分も成長してゆけると感じている。

(3) 上海の都市環境に対して満足な点・不満な点【在上海市・日本人の回答】

インタビューに際し、上海の()交通環境、()業務環境、()居住環境、()余暇環境の4点について、全般的に満足か不満かのアンケートを行った。その結果、交通環境については8割近くが不満と回答している。また、業務環境と居住環境については約6割が満足と回答し、余暇環境については不満が満足を上回った。

図表2 - 2 - 27 上海の都市環境全般の満足度 (N=33)



交通環境【在上海市・日本人の回答】

上海市内では軌道系交通機関の整備が遅れているため、通勤、仕事での移動をはじめ、余暇時間に至るまでタクシーを利用する機会が多いとのことである。上海の交通渋滞には強い不満が見られる。特に、日中の移動でタクシーを使う場合、移動にかかる時間を予測することが難しく、営業や打合せで遅刻したり早く着きすぎたりと、業務が非効率になることが大きな不満であるとの回答も聞かれた(6名)。また、タクシーの台数が多いが、利用客も多いため、朝夕の時間帯や雨天時になかなか捕まえることができないことが不便という意見も聞かれた。これは、アンケートにおいて、仕事での移動(市内)と、アフターファイブでの移動に半分以上が不満と回答しているという結果にも表れている。

地下鉄は運行本数も多く、道路状況に左右されないため都市内を短時間で移動できる。このため、会社、自宅近くに駅がある人からは、便利で満足との回答が得られている(2名)。しかし、路線網がまだ十分

インタビュー結果(在上海・日本人)

整備されていないため、沿線から外れる人を中心に不満が多く聞かれた（14名）。

公共交通の支払いシステムとして、上海には、地下鉄、バス、渡船、タクシー、駐車場等で共通して使えるプリペイド交通 IC カードが導入されており、便利であると評価されている（6名）。

また、上海に限らず、中国においては、日本と比較して、交通マナーが悪く、事故も多いとのこと、自動車、自転車、徒歩のいずれにおいても身の危険を感じるとの回答が多く（12名）、このことに対する不満は強い。安全の問題から、日本企業の多くでは車の運転を禁止しているとのことである。また、徒歩で危険なため、タウンウォッチングやウィンドウショッピングを楽しむ妨げになっているという声も聞かれた。

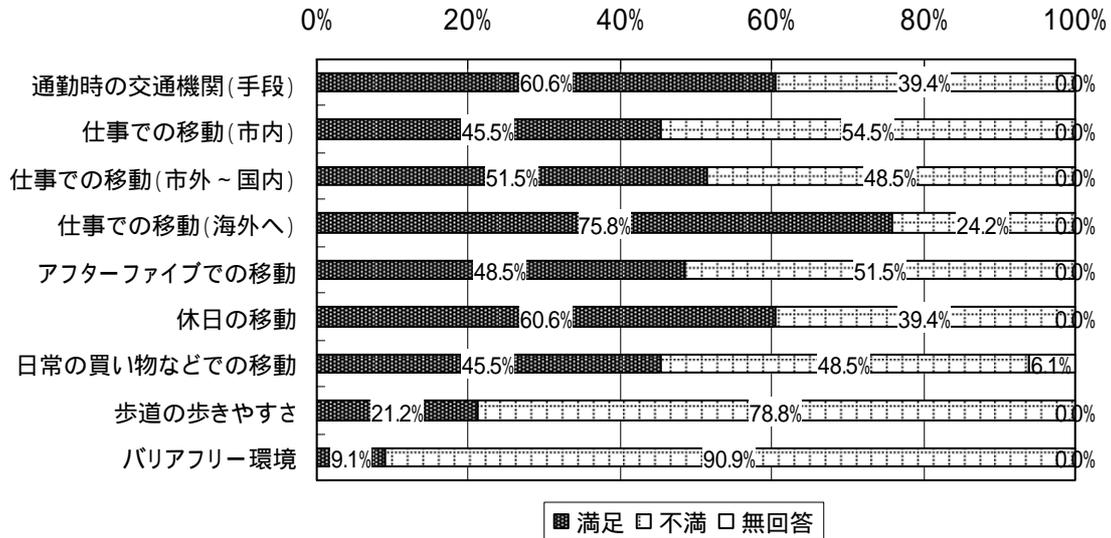
一方、上海では二輪車専用レーンが整備され、オートバイと自転車が、自動車と歩行者から分離されている。この点については、東京にないものとして評価が高い。しかし、交通マナーの悪さのため、オートバイや自転車に乗ることは危険と感じているので、日常的に二輪車を利用し、この専用レーンを実際に利用している日本人は限られていた（3名）。

	基盤整備	ソフトやしくみ	その他
自動車道路	<ul style="list-style-type: none"> 上海と外部を結び交通インフラは未整備である(地域間交流や地方から都市の流入に抵抗感があるせいで整備が遅れている感じがする)。[4] 交通インフラ、特に人の往来に必要なインフラ整備が遅れており、交通手段が少ないため、それが上海を住みにくい都市にしている(経済と物流に偏重した結果、人の動きが二の次になっている感じがする)。 トラック規制が厳しく行われている。交通渋滞策としては高架があるが、物資輸送面では足枷となっている。 二輪車・自動車専用帯があるがその発想は良い。高架道路が無料で満足している。[5] 	<ul style="list-style-type: none"> 自動車のマナーが悪く、歩行者として非常に危険(ストレス)を感じている。[7] 交通渋滞のため移動するにも全く時間が読めないため、打合せの移動など、仕事をする上でとても不便である。[6] 	<ul style="list-style-type: none"> 渋滞は大気汚染も引き起こしている。 事故になったときに警察が当てにならない。従って普段から、緊急時に備えた人脈作りが必要である。 事故になった場合の危険性とそれに対応することの難しさから、現地で運転することを禁じている企業が多い。
公共交通全般	<ul style="list-style-type: none"> 公共交通は充実していないと感じている。(自宅と会社の間には地下鉄もバス路線もないため)[2] 通勤加時はタクシーと地下鉄の併用だが、通勤時間が短いこと、通勤時の混雑状況がひどくないこと(地下鉄車内)、両交通手段とも(日本と比較して)で安価であることなどの理由で満足している。 	<ul style="list-style-type: none"> 交通カードが全ての公共交通と駐車場料金をカバーしており、非常に便利である。[6] 公共交通においては、地元の人々のマナーの悪さを不満に感じる。(政府としては改善しようという試みはあるらしい) 	-
鉄道	<ul style="list-style-type: none"> 地下鉄の路線が非常に限られているため、東京のようなネットワークができていないために、非常に使いにくいのが不満である。[7] 地下鉄はアクセスが悪く、駅に行くまで、乗り換え、駅からの移動など、時間とお金を考えると不便に感じている。[6] 業務上の外出でも、目的地や用途によっては地下鉄が便利であり多用する。 	-	-
バス	<ul style="list-style-type: none"> バスはバスレーンが確保されてさえいれば早く、正確な交通機関であり便利である。 	<ul style="list-style-type: none"> バスは路線が複雑で使いにくい。[2] 上海のバス路線は、番号表示のみでわかりにくく、行き先案内等の情報表示方法に改善の余地がある。[2] 	<ul style="list-style-type: none"> 地下鉄の未整備もあって、バスは非常に混雑している。
タクシー	-	<ul style="list-style-type: none"> (タクシーは安い上に、他交通機関に比べ便利で、上海の中心的な交通手段であるが、)利用者が台数に対し多すぎるため、タクシーがなかなか捕まらないことが不便に感じている。[4] 	<ul style="list-style-type: none"> 業務等の移動はタクシーが中心である(鉄道網が市内を網羅していないため。ただし、現在10本程度の地下鉄の整備計画がある)。 アフターの移動ではタクシーが安く便利だし楽だと感じている。 タクシーを待つ人のマナーが悪いことは不満を感じている。

インタビュー結果(在上海・日本人)

その他	幹線道路から一本路地に入ると舗装状態が悪く、歩きにくい。	自転車はうまく使えば非常に便利だが、上海で自転車に乗るには危険を伴う。 [3]	自分の足で街を散策する(歩く)ことが外国人としてその街を知るために最良の方法だと思う。
-----	------------------------------	--	---

図 2 - 2 - 28 上海の交通環境への満足度 (N=33)



その他不満の内容：交通マナーの悪さ、公共交通ネットワークの不備、地下鉄路線の少なさ

業務環境【在上海市・日本人の回答】

満足な点として、日本企業が特定地区に集中しているため日本企業同士の業務が非常に効率的であること、日本人のコミュニティが形成されているため、営業がしやすく、新たな仕事のチャンスが多いことから、日本企業同士の取引はしやすい環境にあるとの回答が多かった(8名)。

また興味深い意見として、女性が仕事をできる環境について満足との回答があった。中国では、20～30代の女性は外で仕事をするものという考えが定着しており、祖父母や家政婦が子供の面倒を見る習慣も定着しているため、子供のいる女性でも安心して仕事ができるとのことである。

一方、不満な点として、交通環境の部分でも述べたが、交通渋滞により時間を予測して移動することができないため、業務が非効率になることを、多くの人が挙げている(2名)。

さらに、IT環境について、通信速度は東京に劣るとの回答が聞かれた(3名)。インターネットの場合、光通信でも通信速度は東京の半分であり、また、規制がかけられて必要な情報が見られないことも多いとのことである。

また、現地法人のマネージャークラスなどからは、現地の法律や運用の未整備、理解のしにくさ(3名)や、現地職員の確保について苦労しているという回答が多く聞かれた(2名)。地元の人のもと個人主義であること、市場経済導入から日が浅いこと、外国式のサービスを受けた経験がないことからサービスの概念がなく、このため、地元の人にきちんとしたサービスを提供する仕事をさせるには、一から教育しなければならないという意見もあった。逆に、日本人はその点のポテンシャルは高いことが評価されていた。

インタビュー結果(在上海・日本人)

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・地下鉄での移動が早いので、駅から便利な場所の場合、地下鉄を多用できるので、この点に満足している。[2] ・交通渋滞が激しいために、移動の時間が読めないことで、業務が非効率になっていると感じている。[2] ・上海という都市で考えたとき、事務所の価格、業務に必要な機器の価格など、業務環境を整えるのにかかるコストは決して安くはない。 ・蘇州や北京に芸術家村があり、その中では自由な創作活動ができるようである。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本人だと日本企業への飛び込み営業などには比較的寛容で仕事しやすい。[3] ・外国に駐在していると、日本では得られないような人脈を築くことができる。これらの人脈を通じて、暮らしや仕事の上で有益な情報を得たり、有事に身の安全や生命を守ることに繋がることすらある。[2] ・日本企業が固まっているので、営業回りはしやすい。[3] ・法制度が未整備、未成熟で「朝令暮改」なことが業務に差し支える。 ・法律等の規制は日本人の感覚では信じがたい内容もあるが、運用面の柔軟性・自由度が高く、行政担当者や信頼関係ができれば理にかなった対処をすることが可能である。 ・法律に書かれている内容や文言と実際の運用の間にギャップがあったり、もしくは法律の文面に行間があるために、柔軟な対応を要求される。こうした柔軟な対応のさじ加減の具合が、日本人もしくは外国人ビジネスマンには文化の違い等から理解しにくい。
<ul style="list-style-type: none"> ・インフラ整備は国の力で(国有地のメリットを生かして)急激な進歩を遂げたが、サービスの内容や質といったソフト面での立ち後れが顕著で、日本人や欧米人には違和感(不快感)があるだろう。[2] ・IT 環境についても、通信速度などでは日本より悪い面がある。[3] ・環境の良いオフィスビルを求めると、家賃はかなり高い。 ・オフィスビルは見かけは良いが中身はあまり良くない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客先に移動する場合には、渋滞が多く、時間が読めないで、非常に非能率的になり、仕事上大変不便なのが不満である。 ・安価でお手伝いさんを雇えるために、女性にとって働きやすい環境である。 ・都市の発展に伴う、前向きな仕事、チャンスが多い。[9] ・地元の人にサービスという概念がなく、自己中心的な考えで行動している。比較すると日本人のサービス面でのポテンシャルの方が高い。[2] ・言語によるコミュニケーションが取れたとしても、文化的背景から来る違いにより、スムーズな業務遂行が難しい。こうした状況を打開するために社員教育が重要だが、雇用の流動性が高いためにこうした教育を徹底するにしても困難がつきまとう。 ・お互いの文化を知り、人間として認め合い、信頼できるパートナーとして Win-Win の関係を築くことが大切。・飲食店が深夜でも開いているので便利。 ・交通料金をはじめとする生活費の安さから、東京と比較して生活水準に関しては上海の方が上だと感じている。ただし、こうした生活水準の感じ方は駐在員として現地に在住していることが大きな原因になっていると思われる。 ・現地社会は、資産に対する貪欲さから、社会階層の分化が急激に進んでいる一方、都市の活気を生み出す要因になっている。

居住環境【在上海市・日本人の回答】

上海での暮らしについては、治安の良さに満足しているとの意見が多く聞かれた(11名)。フェイスシートで行ったアンケートでも、6割が防犯に満足している。

住居には、外国人向けの住宅と、地元向けの住宅がある。駐在員として日本から派遣された人の多くは外国人向け住宅に入居しているが、中国・台湾で留学経験等があり中国語ができる現地採用の人の中には地元向け住宅を好む人もいる。最近、レベルの高い地元向け住宅が増えてきたことにも関連があると考えられる。外国人向け住宅について、家賃は高いが、警備員により出入りが管理されているため防犯上の安全は確保されており、防犯面の満足にもつながっている。いずれにせよ、日本の収入から考えれば、上海では東京より広い住居を手に入れることができるということである。しかし、住居の配管や電気等の設備は質が悪く壊れることが多く、修理・対応も遅いことについての不満が聞かれた(10名)。アンケートにおいても、住宅の質については6割が不満と回答している。

不満点として、多くの人が医療の問題を挙げた(25名)。衛生面や医療技術への不安、診療費や搬送費を現金で先払いしないと救護・治療してもらえないシステム等についての強い不安が聞かれた。上海市内であれば、日本人医師のいる医療機関や、医療専門の通訳等の外国人向けの医療サービスがあり、一定の評価を得ているが、それでも何かあった場合には日本に帰ることを第一に考えるという人が多い。さらに上海市外では医療機関も少なく、技術も市内より相当劣るとのことである。

インタビュー結果(在上海・日本人)

また、上海市内における公園や緑地は、市政府の緑化政策もあって数自体は多いが、公園・緑は人工的であり、自然に触れてリフレッシュできる場所ではないとの意見が聞かれた(4名)。日常生活で積極的に公園を利用しているという回答はなかった。

	情報の収集・活用等	ハード面(基盤整備等)	ソフト面(機能 サービス 仕組み等)
全般	<ul style="list-style-type: none"> ・駐在員の妻はお手伝いさんやエステなどのアメニティを享受する一方で、現地日本人社会のみの閉鎖的な生活をしがちな人が多いようである。ただそうした閉鎖的な社会に生きることも、現地人社会と接触を持って生きることもどちらも可能性としてはありうる分だけ選択の幅が広いように思える。 ・歴史的背景等から外国人を受け入れる土壌があると思う。 ・人に対する思いやりや親切心は、日本人より備わっているように感じる。 ・北京等の他都市と比較して、反日感情や歴史意識の問題は少ないが、歴然と存在する。 ・中国では買い物時に値段を交渉するが、日本人はそうやって買うのが面倒臭い。中にはそれが楽しいという人もいるが。 	<ul style="list-style-type: none"> ・日本人、欧米人とも住むのに快適な場所として、上海の中でも「風光明媚な場所」を好んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス面で未成熟な部分がある。[4] ・食に関しては、日本のものを入手することは可能である。また、電話ひとつで職場や自宅へのデリバリーを行うサービスなど、外国人を対象としたビジネスも増えている。[2] ・中国(台湾も)の銀行のキャッシュサービスが24時間営業なのは便利である。日本だけが不便である。 ・食品の安全は不安を感じる。[2] ・交通ルールやマナー等の徹底は今後2010年の万博を目指して、罰金や罰則の強化をすることで対応していくと思われる。 ・日本に比べてはるかに生活費が安いというわけではない。ただし、駐在員の給料を考慮に入れると、日本では考えられないような豪華な暮らしというのは実現可能である。
住宅 物件探し 賃貸取得	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人向け不動産屋も多く、不動産に関する情報には特に困らない。 ・外国人向け不動産屋の紹介料は高いが、いざというときの対応の費用と考えている。 ・不動産屋の情報は一方向的で不十分に感じる。 ・外国人料金と現地人料金の二重構造であるため、現地社会とのネットワークを確立することが重要である。 ・日本人でも中国語が話せるため、地元向けのマンションを容易に見つけて、入居している。 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅は地元向けの質の低い所は過剰、外国人や高所得者向けの質の高い物は不足と、二極化している。[3] ・家賃が高いと感じる。(特に外国人向けの物件、安全が配慮された物件は高い)[2] ・上海で家探しをするにあたっては、日本人、外国人向けの物件は多く、また日系の不動産屋等もあり、便利である。ただしそのような物件は家賃が高く、入居者のほとんどが日本人というケースも多い。 ・知り合いに不動産屋がいたため、家探しは容易であった。入居した物件についても満足している。 ・自ら歩き回り、納得のいく物件を探した。子どもの年齢が就学に至っていないので、比較的自由に物件を探すことができたようである。 ・家族帯同の駐在員の場合は子どもの教育(日本人学校)の関係から、住む場所は限定されがちである。また、そうした地区に日本人向けのサービスが集中している。
物件の質	<ul style="list-style-type: none"> ・周りのコミュニティに助けてもらえることが多い。東京ではありえないと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・建築や土地利用については国・市政府の規制が厳しい。 ・上海では開発や建築を行う際に、政策的に公開空地や緑地面積を十分に確保するよう規制しており、ゆとりのあるまちづくりが行われている。 ・住んでいる場所と働いている場所が近く、通勤に便利である。ただし急激な開発によって地元の人は、交通インフラが未整備のまま郊外に移り住まされ、その結果、職住が離れて不便になりつつある。 ・住宅周囲の環境は慣れもあってさほど気にならない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・マンション(特に地元向け)の住居の質は低く、特に配管、排気、内装の質が悪いものが多い。日本の住宅に比べると安心出来ない部分は多い。[7] ・設備面の不備も補うくらいに広くて非常に快適である。[2] ・東京より概して住居は広いが、質は劣る感じがする。 ・修理は頼んでもしてもらえないことが多い。大家や不動産仲介業者と仲良くしておいて、その伝手を使うというテクニックが必要となる。[2] ・マンションはスケルトンと内装が別売りなので、内装には個性がある。[2] ・上海では習慣の違いから日本式の風呂が少ないために不満が高い。

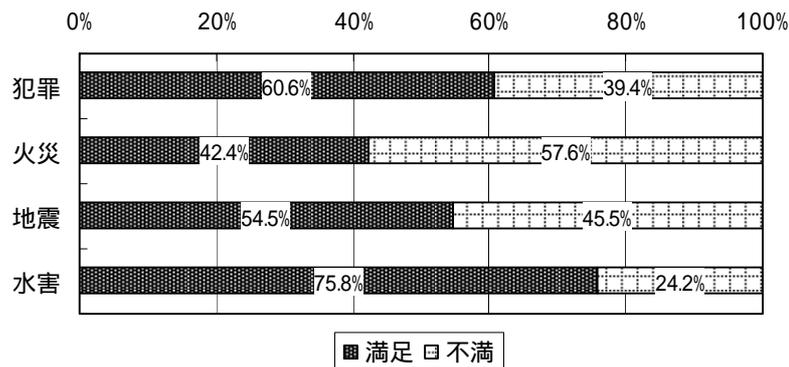
インタビュー結果(在上海・日本人)

公園 緑水 辺	-	<ul style="list-style-type: none"> ・上海では開発や建築を行う際に、政策的に公開空地や緑地面積を十分に確保するよう規制しており、ゆとりのあるまちづくりが行われている。[2] ・上海市内で公園や緑自体は多いが、いかにも人工的であり、自然を感じて心癒される場所とは感じていない。東京の郊外のような自然は、上海にはない。[4] 	<ul style="list-style-type: none"> ・市内に公園はあるものの、単身赴任か、家族帯同かで利便性についての印象が変わる。
景観	-	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい建物は個々の建物全てが自己主張すぎて、街並みや景観といった観点からは良好な環境形成に必ずしも繋がっていない場合もある。[2] ・上海で都市緑化は行われているが、いかにも人工的であり、自然を感じて心癒される場所とは感じていない。[10] ・黄浦江沿いの目立つ場所については、公園として今後緑化するなど、国際観光都市としての景観面で評価できる計画はある。・上海の建築物はユニークで面白い。[2] ・上海では新旧の建物が混在していて景観として面白い。[3] ・上海では都市開発が進んでいるが、市政府の方針は古いものを残そうとしており、それが都市に魅力を与えている。 ・日本人、欧米人とも上海の中でも風光明媚な場所を住むのに快適な場所として好んでいる。 	-
防災	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・防災に関する罰則・規則の運用が徹底されていない。
防犯	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人向けの住宅のセキュリティは、しっかりしている。[4] ・上海でも安全の面では満足しているが、それは結局お金をかけた結果である。[3] ・治安の状況は地域によってだいぶ差がある。[2] ・上海の犯罪は少ないと感じている。[2] ・郊外部の治安には不安を感じている。
医療 福祉 教育等	<ul style="list-style-type: none"> ・自分で情報を集めて、いざというときの対応を自己責任で考えておく必要がある。 ・Well Be のような外国人向けの医療通訳・病院紹介サービスは必ず必要である。[5] ・Well-be などのサービス加入も重要だが、同時に確実かつ信頼できる医療を受けられる病院を紹介してもらえるような人脈作りが重要である[6] ・医療サービスに関して、日本語が通じたとしても、専門領域が合致するかどうかの問題になる場合がある。 	-	<ul style="list-style-type: none"> ・中国の医療に関しては衛生面や、ソフトウェア的な部分で不安が大きいと感じている。外国人向けの医療支援サービスはあるが、不安は払拭し切れていない。[16] ・日本人専用病院など、日本人向けの医療サービスの存在はありがたい。[5] ・医療には「都市部と郊外部」に大きな格差があり、不安を感じる。また、(地元では)「所得による診察の等級がある」など医療についての格差は大きい。[8] ・海外旅行保険等に加入していても、病院ではたとえ救急でもその場で現金を必要とするので、現金を携帯していること、または非常時でもすぐに現金を工面できるようにしておくことが重要である。 ・日本人学校については、上海の日本人人口に施設が追いついていないことに将来の不安を感じる ・高校生以上の子供は教育の問題上、日本において来ざるを得ないと考えている。[2]

インタビュー結果(在上海・日本人)

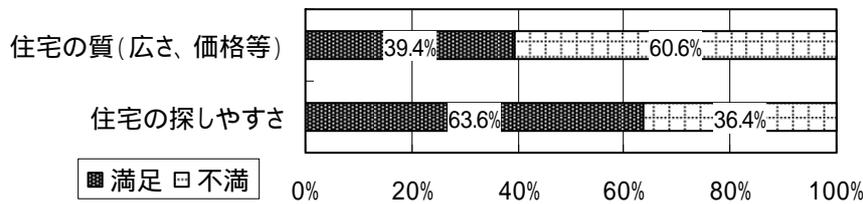
<p>情報入手等</p>	<p>・日本人コミュニティ(特に駐在員家族のコミュニティ)は非常に情報網がしっかりしており、コミュニティ内の情報交換が、大きな情報源となっている。[4] ・タウン誌、インターネットなど、身近な情報源の多さには満足している。生産者責任のないこの国での日常生活において、情報入手は非常に重要である。[8] ・人脈を築く上で、現地日本人社会はコンパクトな分、日本では考えられないような人と知り合うことも可能である。 ・中国では国家による情報規制が厳しい時代があったが、現在も(地元の人たちは)海外のTV放送用のパラボラアンテナが設置できないなど一部に制約がある。</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>その他</p>	<p>・日本にいたるときと同じような環境を提供するサービスが増えており、住みやすくなってきていると感じている。 ・ただし日本に比べると、娯楽の種類や量が限られているのが不満である。[3]</p>	<p>・子供を安心して遊ばせられる場所がない。 ・環境(空気、水)の悪さは非常に不満がある。 ・トップダウン型の社会であるために、住民の目に付く政策を若手の自治体首長が実行している。中でも都市環境の改善は顕著である。</p>	<p>・急激な成長を遂げた都市であるために、例えば、コンビニエンスストアがあっても、商品のバラエティが少ないなど、ハード面とソフト面の食い違いが存在する。・ゴミは分別されていないが、環境意識が低いというより、分別することを職業としている人がいるからというほうが適切である。</p>

図表2 - 2 - 29 上海の防災(犯罪・火災・地震、水害)への満足度(N=33)



その他不満の内容：盗難、交通事故、スリ・詐欺が多い、石炭ガスの危険

図表2 - 2 - 30 上海の住宅についての満足度(N=33)



その他満足な内容：大家と直接話ができる、お金を出せば満足な物件が手に入る
 その他不満の内容：管理・サービス、設備故障の多さ、内装の質の悪さ、上下階の騒音、衛生、上下水道、交通不便、コネがないと満足な物件が見つからない等

インタビュー結果(在上海・日本人)

余暇環境【在上海市・日本人の回答】

余暇環境については、上海なりの楽しみを求めるか、日本式の娯楽を求めるかで、評価は分かれる。若い人や女性を中心に、メニューは比較的充実しているとの回答が多く聞かれた(11名)。具体的には、上海は飲食店が多くあり、値段も安く、夜遅くまで開いていること、エステなど上海独特の楽しみがあること、さらに、上海が都市として急速に発展しており、街そのものの変化や新しい店を探すタウンウォッチングが楽しいことが挙げられた。一方で、会社派遣による駐在員の男性を中心に、上海では余暇の楽しみがないという回答が多く聞かれた(7名)。長期にわたり駐在するに当たって、ゴルフは楽しめるが、それ以外に日本のようなレジャーランド・テーマパーク等がないとのことである。また、家族連れの駐在員には、子供を遊びに連れて行く場所がないことへの不満が多く聞かれた(2名)。

	情報の収集・活用等	ハード面(基盤整備等)	ソフト面(機能 サービス、仕組み等)
アフター5		<ul style="list-style-type: none"> ・日本的なアフターファイブに楽しめる店が結構進出してきており、満足している。 ・アフターファイブを楽しむ場所が職場近くに集中してあるのは便利と感じている。 ・上海はアフターファイブの余暇環境が整っていないことが不満に感じている。[3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・上海だとタクシーも夜遅くまで利用できるので、遊びに関して時間の制限がないことに満足している。[8] ・食べ飲み放題が非常に安い価格であり、帰りのタクシーも安いので、遊びが非常に安く済むことに満足している。 ・地下鉄の終電が東京に比べると早い。 ・管理職クラスではアフターファイブは専らカラオケに通うことが多いようである。余暇施設がこれに集中していることと、日本に比べて安価であることがその要因と考えられる。 ・アフターファイブの移動では、タクシーに頼らざるを得ないが、そのタクシーがつかまらないのは不便と感じている(アフターファイブを楽しむ意欲をなくすほどに不便である)。[6]
休日	<ul style="list-style-type: none"> ・上海ではゴルフ、テニス等の趣味を通じたコミュニティ活動が多く、友達ができやすいし会いやすい。 ・カラオケ以外にはゴルフや日本語放送など、日本での生活の延長線上にある余暇活動が中心になっている。 ・マイカーを持たずに楽しめる余暇環境を能動的に探す必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・上海では、周辺への旅行や、タウンウォッチングなどの楽しみがある。[3] ・日本に比べると、娯楽の種類や量が限られているのが不満である。[3] ・休日にする娯楽がない。あってもゴルフ、飲み、麻雀だけという状況に不満を持っている。[2] ・女性にとって楽しめる場所が多く、非常に満足している。 ・上海の市場は活気があり訪れて楽しい。能動的な余暇施設の一つとして捉えることもできるだろう。 ・東南アジアが近いので、余暇は国外に出ても良い。 ・日本人にとっては大人、子供とも余暇で遊びに行く場所がないことが不満に感じている(現地の人が余暇を過ごす場所はあるが)。日本人が長く暮らすには余暇を過ごす環境がないことは厳しい。[2] ・子供を連れて行く場所、特に自然に親しませる場所がないことに不満を持っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通環境が危険なため、タウンウォッチング、散歩の面ではマイナスとなる。 ・休日子供を連れて出かけても、タクシーやレストランで子どもに対していやな顔をされることが少ない。 ・中国の休日は日本と比較して少なく、年間の祝日は労働節、国慶節、旧正月に限られる。そのため、休暇時期には外国人は上海から海外に出るケースが多い。
その他			<ul style="list-style-type: none"> ・現地人の場合は賭け事をしている人が多い。

(4) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【在上海市・日本人の回答】

上海と比較すると、東京は社会的に成熟した都市であるとの意見があった(6名)。交通インフラの整備は進んでおり、街は清潔であると感じている。しかし、成熟した都市であるため、東京では、食費、交通費、地価とあらゆる費用が非常に高いとの意見が聞かれた(3名)。

東京での不満な点としては、通勤時間の長さが挙げられた(3名)。上海では職住近接のため通勤時間が短く、時間を有効に使えるとの回答が多かった。アンケート結果においても、図表2-2-31に示すとおり、通勤時間は、30分以内が7割以上と、短いことが見て取れる。これに対し、東京では通勤時間が非常に長くなりがちであり、通勤時間の分だけ時間を無駄にするとすると、東京では働く気にならないという意見も聞かれた。

他の不満な点の一つとして、成田空港が遠いことが挙げられた(2名)。アクセスに時間も費用もかかるため、物理的な距離以上に海外に行くことが気軽なものでなくなっているという声もあった。一方、上海では、浦東国際空港は都心から約40kmにあるが、安いタクシーでdoor to doorで移動できるため、あまり不満はないとのことである。上海の交通環境への満足度(図3)を見ても、海外への移動については75%以上の人が満足している。

また、東京の丁目・番地の表示は順序よく並んでおらずわかりにくいと、海外のように道路全てに名前を付けて、道路名で表記した方が、外国人をはじめ他所から来る人には親切であるとの意見も聞かれた。

さらに、東京では、深夜営業の店が少ない、銀行のATMが深夜には営業していない、交通機関が深夜に動いていない(タクシーはあるが高い)など、深夜の都市機能は意外と不便であるとの意見が聞かれた(3名)。例えば、銀行ATMの24時間営業をしていないのは日本くらいというコメントもあった。

女性からは、日本の社会全体への不満として、女性が働きながら子供を育てる環境になっていないことに対する強い不満が聞かれた。具体的には、保育施設が不足して子供を入れることができない、産休が取り難い、子育てが終わって仕事に復帰しても結局は処遇面で天井に突き当たってしまうなどが問題として挙げられた

東京の交通環境【在上海市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
-	<ul style="list-style-type: none"> ・東京は成田空港が遠いことが不満に感じている。上海は浦東空港までタクシーですぐであり、料金も安い。^[2] ・鉄道もエスカレーター、エレベーターの設置が十分でなく、海外帰りなど荷物の多いときは不便である。 ・日本はタクシーが高いと感じている。 ・東京の住居表記(丁目番地表記)は、慣れてないとわかりにくいと感じている。 ・地下鉄網が入り組んでいる上に、切符の購入方法が複雑で分かりにくい。 ・交通手段の面で、24時間都市になっていない。

¹ 平成13年社会生活基本調査(総務省統計局: <http://www.stat.go.jp>)によると、東京(京浜葉大都市圏における通勤所要時間は、30分以内が50.3%、60分以内が77.7%となっている。

インタビュー結果(在上海市・日本人)

東京の業務環境【在上海市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
<ul style="list-style-type: none"> ・東京は都市として成熟しており、企業投資の面でも、生活する上でも、必要な物はそろっていることが便利と感じている。(余暇の楽しみも含めて) [2] ・IT 環境に関して、東京の方が進歩しており、満足である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京は職場と居住地が遠い都市であり、時間ロスが大きく不便である。 [3] ・東京は規則による制限が厳しく、都市が成熟しているために、活気が見られない。 [2] ・東京は、国際的に見て生活に関するコスト、業務上のコストが非常に高いことは、機能が成熟した都市として仕方ないと思いつつも、不満を持っている。 ・東京では残業するのが当たり前で、仕事以外の自分の時間がない。その点日本はおかしいと感じる。

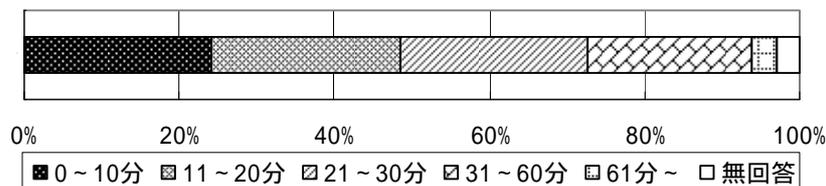
東京の居住環境【在上海市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
<ul style="list-style-type: none"> ・東京は見た目街は綺麗であり、人のマナーも良い、成熟した都市である。 [2] 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京は食費、交通費、地価等、すべての物価が高い点で暮らしにくさがある。・物価については、どういった生活環境もしくは水準を望むかによって変わる。ただし、東京では高水準(職住近接等)を望んだときに必要な費用が上海よりもかかるために、物価の割高感があるようである。 ・東京(日本)は、子供を育てる環境としては最悪である。施設不足で子供を保育園に入れることが出来ないなど、女性が子供を産んで働く土壌が整っていない。日本の少子化が進むのは仕方ない。 [3] ・銀行のサービスが24 時間化していないのが不便と感じている。 [2] ・上海、東京とも段差の解消、バリアフリー化はまだ不十分と感じる。・日本はやや閉鎖的とも感じる。 ・東京は人間が疎遠な感じがする。関西にはギブアンドテイクによる密度の濃い人間関係が残っており、中国人には入りやすい。・東京では、困っている他人を当たり前で助けてあげる「人間としての根本の部分」が欠けている。日本の場合は、「自分の事だけを考えて他人の事なんか関係ない」という人が多い。

その他【在上海市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
<ul style="list-style-type: none"> ・日本人にとっては、欧米諸国に比べて、アジア諸国は比較的文化的な異質性が低いために親しみやすさを感じ、住みやすい環境にある。 [3] 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京の場合、都市の活力を向上するために業務機能の特化をするのであれば、特区的なものを作れば外資企業のターゲットになり得る(コストは高くなるのはしょうがない)。 ・快適に住めるような都市空間を提供するパーツ(ハード面)と、そこに住むことに愛着を持てるような都市の雰囲気(ソフト面)のバランスが取れたところということになってほしい。 ・外国人女性労働力の福祉・家政分野での活用が望ましい。

図表 2 - 2 - 31 上海インタビュー対象者の通勤所要時間 (N=33)



(5) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境 【在上海市・日本人の回答】

上海で実際に創造力や意欲をかきたてると感じたものとして、1)都市そのものが急速な勢いで発展しているために、至る所にチャンスがあり、新たなことにチャレンジできる雰囲気があること、2)夜遅くまで安心して仕事できる治安の良さが確保されていること、3)職住が近接しており、通勤で消費する時間・エネルギーがない分、効率的に仕事ができること、4)女性が働きやすい環境が整っていることが挙げられた。特に、職住近接は重要と考えられており、東京の通勤ラッシュと通勤時間の長さは知的労働者には不向きとの意見も聞かれた。

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・ストレスを解消する施設の整備が必要だと考えられている。 ・上海でも新しい建築や、芸術文化など、創造性を刺激するものができつつある。 	<ul style="list-style-type: none"> ・上海は都市全体がチャレンジングで、成長に伴うエネルギーを持っている。[2] ・上海は大きなマーケットがあり、供給側にとって新しい冒険ができることが、創造性をかき立てる。上海は規制が多いが、グレーゾーンをうまくついで自分で道を切り開くことがおもしろく、それが都市の活力につながっている。 ・趣味を通じたコミュニティ活動や交流ボランティア活動などの機会や、ゴルフ、テニス等の同好会のようなものが多く、友達ができやすいことが、個人の活力を生み出している。[2] ・通勤の混雑解消や、深夜交通の安全性、コーヒーショップや公園等のリフレッシュできる施設や空間は確かに必要であり、こうしたパーツ面の充実もさる事ながら、それを利用する人々のメンタリティが問題になると考えている。「他人に対して配慮を持てる」都市はあくまでソフト面の課題に特化されてしまうかどうかだろう。

インタビュー結果(在台北・日本人)

2 - 3 . 在台北市・日本人

(1) 来台湾 (来台北) の契機・滞在理由【在台北市・日本人の回答】

	個人的理由	外的要因
[現地に来る前]	・もともとアジアに興味があった。・來台するに至ったきっかけは、どうしても台北で就職したいというよりも、機会がたまたまあったというほうが強い。	・業務遂行の上で必要であったから。[28]
[現地に来てから]	・実際に訪れてみて好印象を持った。 ・語学学校に通った後、現地社会をより深く理解するために現地の大学に進学したことが台北で就業するきっかけになった。[5] ・台湾に社命で赴任している間に現地社会とのつながりができて、現地で起業する道を選択した。	

(2) 台湾 (台北) のイメージ形成【在台北市・日本人の回答】

台湾を実際に訪れる前は、特別強いイメージを持っていない人が多い(7名)。最初の來台時には、発展途上にあること、24時間活動していることなどから、活力ある都市という印象を受けた(7名)、インフラや衛生面で劣悪な印象を受けた(4名)という回答があった。実際に働き始めてみた印象としては、親日家の地元の人が非常に親身になってくれるため、仕事も生活もしやすいという回答が聞かれ(8名)、東京よりも台北にいる方が落ち着くという声もあった。

来台前の「台湾」のイメージ【在台北市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成や変化の要因等
・来台前の台湾に対しては、あまり印象が強くないか、もしくは中国大陸に対して持っているイメージと似ている。[7] ・日本と比較して活気や活力を感じる。特に女性は日本女性と違ってパワフルな印象を受ける。	・仕事や暮らしの上での言葉を含めたコミュニケーションに対する不安を感じたという意見が多い。[3]

来台北時の「台北」のイメージ【在台北市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成や変化の要因等
・都市の活力を感じる[7] ・就業前に訪台したのが日本のバブル期と重なっていたで、より台湾が地味に感じられた。 ・どんな都市なのか、イメージが湧きにくかった。[1] ・道路や公共交通などの基盤整備の未整備や社会ルール(交通マナー等)への戸惑いを感じた。[4] ・都市基盤整備が進み、都市のハードそのものは充実している。一方、建物の質や日本的価値観からみた社会ルールという面では不満を指摘する声も多い。[4] ・融通がきき、柔軟性のある社会だと感じた。 ・ホッとする雰囲気がある。	・就業前に旅行で訪台していたので親しみを持っていた。 ・24時間都市が稼働し、職住が近接していることが活気に繋がっている。[2] ・日本との文化の違い、国民性の違いから戸惑いを感じた。・台湾は日本人にとってはなじみのある漢字表記を用いているので他の近隣アジア諸国よりも親しみを感じやすい。 ・興味も無かったし、情報量も少なかった。[1] ・戒厳令という政治状況にもかかわらず、環境整備に関しては民間の自由裁量に委ねられていた。都市計画に関して、現在の日本のような詳細な規定は定められていなかった。 ・タクシー等でサービスの概念があまり存在しなかった一方で、日本統治時代の名残が色濃く残っていた。

就業後～現在の「台北」のイメージ【在台北市・日本人の回答】

イメージ	イメージ形成や変化の要因等
・親日家の方が多く、一度親しくなると非常に親身になってくれる。[8] ・來台時の台湾については、衛生的でないイメージがあったが年々改善されてきたという声が多い。[5] ・市の中心部に関しては、この数年雰囲気はそれほど変わっていない。[2] ・現在は高層ビルができるなど都市の景観が一変しただけでなく、全般的に日本と対等な	・交通環境をはじめとする社会ルールやマナーが改善され、暮らしやすい環境になってきたと感じている。[2] ・都市が成熟する以前は、混沌としていた都市環境が、政権交代という時代の大きな変化に伴って、非常によい形で展開されてきた(政治と都市・まちづくりがうまく連動し

インタビュー結果(在台北・日本人)

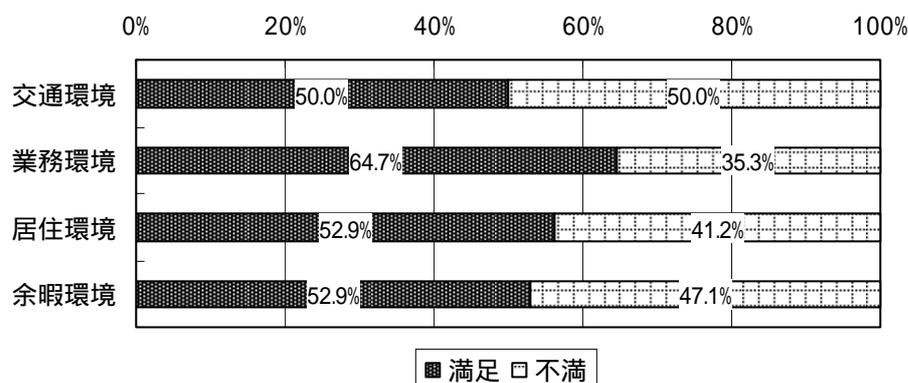
ころが多くなったと感じる。
 ・現在でも雑多なイメージのままだが、商店の移り変わりが激しい。
 ・東京に比べて、柔軟で活気があることから、起業がしやすい。
 ・台北は暮らしや仕事の面で、色々な機会に恵まれている(飲食をはじめとする商店、ビジネス展示会など)。
 ・公共交通機関が安価である。
 ・以前は起業志向が強く個人経営者が多かったが、昔に比べて保守的で安定志向になってきたように感じる。

て、戦略的な施策を全国展開へ繋げてきた)。[2]
 ・風土・気候・慣習に慣れるまでは、日本的な価値観から戸惑いやトラブルも多い。これは文化の違いの許容度合いに起因するもので、現地で快適に過ごせるかどうかは、それを認識 許容できるかどうかが一つのポイントである。

(3) 台北の都市環境に対して満足な点・不満な点【在台北市・日本人の回答】

台北においても、インタビューに際し、()交通環境、()業務環境、()居住環境、()余暇環境の4点について全般的に満足か不満かについてのアンケートを行った。業務環境については、6割以上が満足しており、交通、居住、余暇については、満足、不満はほぼ同数であった。

図表 2 - 2 - 32 台北の都市環境全般の満足度 (N=33)



交通環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点として、市内の公共交通(MRT、バス、タクシー)の運賃が現地の所得水準と比較しても非常に安い(10名)、市内主要道路にはバスレーンが整備されバスが渋滞に巻き込まれないため速くて便利である(8名)との回答が多く聞かれた。また、上海と同様に、運賃の支払い手段としてMRTとバスで共通して使えるプリペイドカード(「悠遊カード」と呼ばれる)が便利であるとの回答も多く聞かれた(7名)。

不満な点としては、自動車、タクシー、バス、二輪車といずれも交通マナーが悪いため、移動時に身の危険を感じるとの回答が多く聞かれた(8名)。中には、バスの運転が荒く、運転手のモラルも低いことが不満との声もあった。また、駐車場が少ないことから、路上駐車が非常に多く、交通の支障になっていることへの不満も挙げられた。一方、近年、交通違反への罰則が非常に厳しくなっており、交通マナーも年々改善されてきているという回答も多く、政策として積極的に改善しようとする姿勢は高く評価されていると感じられた。

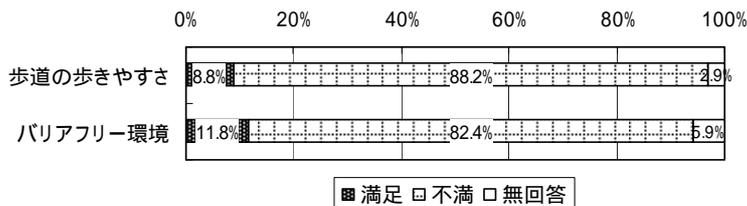
また、歩行者が歩きやすい環境ではないことへの不満が聞かれた(4名)。台北市内では、建物1階の店舗が歩道と一体化して張り出しているため段差が多いことに加えて、不法駐輪の自転車・二輪車により歩道が占拠されているため、非常に歩きにくいとのことである。アンケートでは、歩道の歩きやすさ、バ

インタビュー結果(在台北・日本人)

リアフリー環境への9割近い不満として現れている。

	基盤整備	ソフトやしきみ	その他
自動車道路	<ul style="list-style-type: none"> ・暮盤目状の道路計画、道路表記(住所表記)が分かりやすく、移動に便利である。[10] ・市域がコンパクトなため、生活・業務に便利である。[3] ・駐車スペースが不足しているが、規制を厳しくする一方で駐車対策は困難(スペースもない) ・休日の市内交通はバイクがあると便利である。 ・車体そのものがきれいな車が増えたと思う。 ・駐車違反の取り締まりをする一方で、市内駐車場不足に対応するため、路上の一部の縁石を色分けして、「停車可能」「駐車可能」など、路上駐車ルのルールを定めて駐車スペースを確保しており便利である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自動車・バス・タクシー・バイクなどの交通マナーが悪く(個人主義に起因)、厳しい規制によって環境が改善されてきた。その背景には、教育を基本とした上での規制が重要である。[20] ・高速道路が無料など、その利便性を指摘する声が多い(交通手段の分散利用や高速道路の料金や時間距離の面から)。[6] ・自動車交通を起因とした慢性的な交通渋滞を、公共交通機関の整備(地下鉄整備、バスレーンの整備)と、幹線道路の直進・右折分離によって解消してきている。 [8]・交通面に限らず、規制(特に罰金)による環境改善の効果は高く、罰則の程度は日本より厳しく効力がある。・交通環境はしきみを単純化することで円滑化に成功している。 	<ul style="list-style-type: none"> ・交通ルールの遵守など、公共心の醸成が進んでいない。 ・日本人駐在員は本社から自家用車の利用を禁止されているケースが大半を占めている。
公共交通全般	-	<ul style="list-style-type: none"> ・バスレーンの整備、バイクレーン(自動車の右折路兼用)、タクシーの利便性(料金、台数)などの相乗効果で市内移動の利便性が高い。[10] ・公共交通カードが市内交通を網羅していて使いやすい。[16] ・休日の移動手段が少なく、行動範囲が限定される。[10] 	<ul style="list-style-type: none"> ・時間帯や曜日によって、渋滞の状況が異なるため、使い分けすれば便利である。[2] ・公共交通(MRT やバス)やタクシーは、国民の所得水準からみても格安な料金設定のため、分散利用され、交通渋滞の緩和にも役立っている。
鉄道	-	<ul style="list-style-type: none"> ・MRT の路線が現在住んでいるところとはかぶっていないので利用していない。 	-
バス	-	<ul style="list-style-type: none"> ・バスの運転が荒いのは、運転手の給料が歩合制だからではないか。 	-
タクシー	-	<ul style="list-style-type: none"> ・タクシー交通量が多く、料金が安いために利用しやすい。ただし、家族で移動する場合は休日もタクシーを利用しなくてもいけないので不便に感じることもある。[10] 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性一人でタクシーに乗るには怖さを感じる。そのため女性専用タクシーや運転手の身元の分かる法人の無線タクシーを利用するが多い。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・歩道の段差、バイク駐輪が多く、歩行者(特に交通弱者)や自転車の移動環境が悪い。[5] ・歩道は主要道に面した建物の下駄履き構造によりプライベートな歩道空間と公共の歩道が整備されているが、本来の歩道がバイク等の駐輪で機能せず、プライベートの歩道利用を余儀なくされている。 ・駅等の公共交通施設はバリアフリーだが、歩道等にはそうした設備がない。 	-	-

図表 2 - 2 - 33 台北の歩道・バリアフリー対策への満足度 (N=34)



業務環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点として、コンビニエンスストアや、東京にはない24時間営業の銀行ATMが多くあるなど、都市全体が24時間活動しており、業務においても暮らし全般においても便利である、東京より活気を感じられるとの回答が聞かれた(2名)。また、台湾の人達は非常に親日的であり、仕事においても親身になって協力してくれるので、仕事や生活がしやすいという回答が聞かれた(2名)。

	ハード面	ソフト面
業務種別と都市環境との関わり等	<ul style="list-style-type: none"> ・バスのターミナルや駅など人の集まる場所には飲食店をはじめとする商業施設が夜遅くまで(24時間営業も多い)営業しているため便利である。[2] ・職住近接により、市中心部でも下層部が商業施設、上層部が住居になっており、商住が混在していることで、都市に活気を与えている。[2] 	-
ビジネスチャンスの拡大	-	-
外国人の受け入れ環境	-	<ul style="list-style-type: none"> ・駐在員は、親日的な風土で日本よりも待遇が上がり、かつ広範囲な裁量を持つため、やりがいを感じる。[2]
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・都市に職住が混在しているため、都心の休日人口が東京ほど減らない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・言葉や文化の違いを前提に、「外国で仕事をしている(する)」ことを自覚することが大切である。[4] ・現地の日本人社会がコンパクトであるために、日本にいる際よりもよりダイレクトに仕事ができる。[3] ・日本と台湾では労働契約の概念が違うために、所定外労働(残業)を日本よりも頼みにくい。[4] ・日系企業を相手にする場合のビジネスはともかくとして、現地企業とビジネスを行う場合は、商文化が違うためにトラブルが発生することが多く注意が必要である。・商慣習や国民性の違いから、業務遂行のために現地従業員への教育が重要(だが困難)である。[8] ・商品だけでなく、それに付随するアフターサービスなどの付加価値についての概念が非常に薄い。・男女平等を含めた能力社会で、起業しやすい風土である。

居住環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点として、台北という都市自体がコンパクトなため、職住や自然が近接しており暮らしやすいとの回答が多く聞かれた(11名)。アンケートによると通勤所要時間が短く、インタビュー回答を裏付けている。

住居については、台湾の建造物の質が低いと感じるとの回答が多く聞かれた(7名)。具体的には、防音、防水、配管関係の造り付けが粗悪である、建築基準が日本に比べると曖昧で地震が多いことを考えると不安があるなどの声が聞かれた。また、広さは日本より恵まれているが、家賃は決して安くはないとの回答も聞かれた(3名)。これを裏付けるように、アンケートにおいても住宅の質について満足度が約3割と低くなっている。

また、防災については不満との回答が聞かれた(5名)。インタビュー対象者の中に大地震や水害に最近遭った人が多く、その際に災害の情報が遅く、誤報が多かったことへの不満、住宅の質が低く耐震、耐火性に信頼が置けないことへの不満などが挙げられた。これらが、アンケートでも地震、火災に対する不満が大きいことの原因ではないかと考えられる(図12)。

防犯についても、日本より悪いと感じているとの回答が聞かれた(8名)。中には、住居のセキュリティについて、お金をかけて防犯カメラ等で自衛することで満足しているとの声も聞かれた。

都市の景観については、路地が雑然としており、歩道も商店の軒先や看板で占拠されているため、良

インタビュー結果(在台北・日本人)

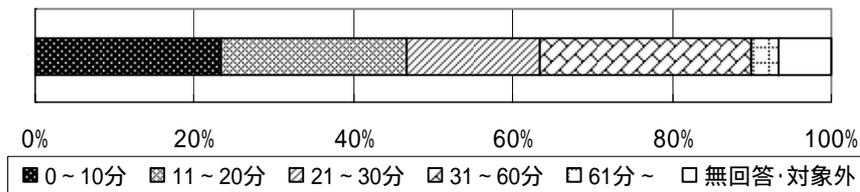
くないとの回答が聞かれた。

	情報の収集・活用等	ハード面(基盤整備等)	ソフト面(機能、サービス、仕組み等)
全般	<p>・国民性の違いから、(一般的に台湾人は知らない、出来ないとは決して言わないなど)戸惑うことが多い。[2]</p> <p>・言語が堪能になっても、文化や感覚的な違いは残る。</p> <p>・台湾の人は言葉や文化の違いはあっても(外国人が)困っている人に対して「何とかしてあげよう」と対応してくれる。</p>	<p>・職住近接で自然環境も近距離にあり、都市全体がコンパクトで全般的に暮らしやすい。[8]</p> <p>・土地の高度利用が進んだ結果、街がコンパクトになり、結果として利用しやすくなった。[3]</p> <p>・日本では鉄道整備の延長線上に住宅基盤整備を行ったのに対し、台北では既存の住宅地域にあわせ交通設備を行った。</p> <p>・各種法律の運用に弾力性があり、建築基準や都市計画でも自由度があり民間の裁量範囲が日本より広いのではない(例えば公共空間の利用規制や建物用途など)。</p> <p>・ビルの水圧が弱く、トイレに紙を流せないなど、建物の設備面の不具合が多い。</p> <p>・台北はバス、バイクの排気ガスのせいか、空気が悪い。</p> <p>・衛生面への不満が多い(裏通りや路地等)。</p> <p>・生活レベルは日本と台湾ではあまり変わらないと思う。</p> <p>・(親日で暮らしやすい一方、)一般的に、あらゆる民間・公共サービスの場面で、「もてなし」という感覚(例えばサービス精神、愛想等)がなく不満という声もある(在台経験の長い他グループでは逆の意見もあり、個人による感覚の差か?)。</p>	<p>・飲食産業(特に屋台)が24時間営業していることは、街に活気を与える要因のひとつになっているかもしれない。環境面からは規制すべきとの声もあるが、コミュニティの場(拠点)として、また、外国人(観光客)へのニーズからも街には必要不可欠な存在である。[6]</p> <p>・路上など公共空間の使われ方が柔軟で、コミュニティ上大切な役割を果たしてきた。</p> <p>・都市環境と暮らしの質を良好に保つためには、ルールづくりと徹底した教育が重要だと思う。[3]</p> <p>・社会の成熟とともに、都市の景観や余暇について考えることができる余裕が生まれてきた。[2]</p> <p>・24時間都市なので、深夜まで商業施設が開いているし、ATMも自行のものなら無料で使えて満足している。[8]</p>
住居	<p>・個人家主が多いために、家賃がまちまち、で貸し手市場になっている。[2]</p> <p>・外国人向けの不動産仲介業者もいるため、住居探しで特に困ることはなかった。</p>	<p>・在台外国人の増加により外国人向けの物件が増加しているが、外国人居住区のような場所に住むと現地向け物件との価格差が顕著。</p>	-
物件の質	<p>・(特に日本人の居住する)マンションでも最近は日常の情報を日本語で表示する場所も増えている。</p>	<p>・外見はともかくとして、設備に対してやや不満を持っている。[2]</p> <p>・基盤や建造物の設備関係の水準が低く、日本の常識では不安を感じる。</p> <p>・マンションは下水道等に問題があるものの専有面積が広く満足している。[2]</p> <p>・部屋は広いが、東京に比べて格段に安いというわけではない。</p>	<p>・住居の質的な面については、設備面等で不満な点もある。また、都心居住の場合、騒音や臭いに不満を感じる。</p> <p>・職住近接の環境は暮らしやすく、街区など街の性格が棲み分けできている(例えば仕事場と歓楽街等)。</p> <p>・マンション内のコミュニティ意識が管理組合の活動等を通じて醸成されている。</p>
公園緑水辺	-	<p>・北京との比較でいえば、台北のほうが現地の子どもと一緒に遊ぶ機会が多い。</p>	<p>・公園を仮設住宅用地から、元来の用途に用いられるようになったなど、環境景観について考えるだけの余裕が生まれた。[2]</p>
景観	-	<p>・マンション・ビルともに各部屋ごと個人所有という形態がほとんどのため、建物を全体で管理するという習慣がなく街並みなどの景観に統一性がない。[5]</p> <p>・包括的かつバランスのとれた環境改善策がとられていない。</p> <p>・街の美化は公共心の醸成よりも罰則強化に重点が置かれている。[3]</p>	<p>・商業地における「公道」の間隔が日本とは異なる。台北において「公道」とはそこを通行するためだけでなく、そこに「集まる」「交わる」というコミュニティ機能の色合いがある。</p>
防災	<p>・災害に関する情報(報道)が遅く(以前に比べて早くなる)、誤報が多い。[2]</p>	<p>・防災に関しては建物の老朽化、避難経路周知の未徹底等から不安に感じることがある。</p> <p>・上下水道があまり整備されていないために、降雨時に問題が多発する。</p>	-

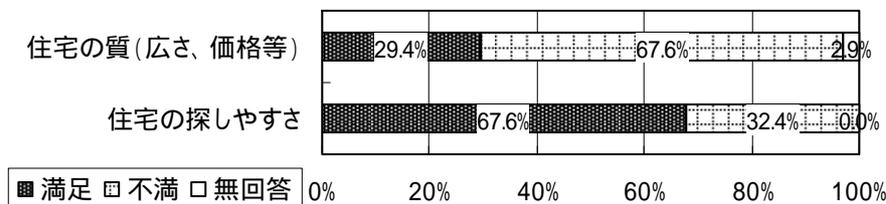
インタビュー結果(在台北・日本人)

防犯	-	<ul style="list-style-type: none"> 治安に関しては以前よりも改善されたものの、厳重な警戒が必要である。[2] 元々泥棒などの犯罪率が高かったために、防犯意識や民度が上がった。[3] その一方で警察は事件処理に対し積極的でない。[2] 公園は子どもたちのみで遊べるほど安全というわけではない 外国人が多く居住している地区ではあまり公園が危険だとは思わないが、犯罪などの危険性は地域による格差があると感じている。 市中の学校は不審者が侵入しにくい構造になっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 職住混在が24時間都市を実現し、その結果として防犯面でも効果があるようである。 市中に設置された監視カメラが効果的に運用されている。 青少年犯罪が日本に比べて低い。
医療福祉教育等	<ul style="list-style-type: none"> 日本語が通じる病院もあり、医療水準も中国大陸に比べると高いと思う。[2] 言語の問題から、医師とのコミュニケーションがとりにくい。 アメリカンスクールなどは地域社会の中で子どもや親の習い事を一般に公開し、コミュニティ醸成に繋がっている例もある。外国人どうしや現地住民との交流、親の負担にも役立っている。 	<ul style="list-style-type: none"> 都市がコンパクトなため職住近接の環境にあるが、子どもの教育を考えると(セキュリティで安心な日本人学校を選ばざるを得ないなど)居住場所が制限される場合もある。 	<ul style="list-style-type: none"> もともと医者の数が多いために、競争原理が働き、夜遅くまで営業しているなど、患者のニーズに対し積極的に応えている。 [3] 医療水準は日本とあまり変わらない。 一定規模以上の病院は24時まで診察しており、また、診察予約でき、仕事が終わった後でも気軽に利用でき便利である。
情報入手等	<ul style="list-style-type: none"> インターネットの普及で日本に関する情報が得やすくなった[2] 仕事を通じてオフィスでは様々な情報入手が可能だが、自宅でプライベートに情報収集する場合には不便・不安に感じることがある。 政権交代前は、検閲制度のために情報入手にも支障をきたした。 	<ul style="list-style-type: none"> 金融関係のインフラをはじめとするIT関連のインフラ整備が進んでいる一方で、そのサービスを提供する民間(公共も含む)のソフトが未整備(日本人の感覚として不満)。 	-
その他	<ul style="list-style-type: none"> 余暇施設は日本ほど多様性に乏しいが、現地でのような交友関係を築くかの方が重要だと思う。 	-	<ul style="list-style-type: none"> 政治家や官僚の手腕が即 都市・まちづくりに直結する社会システムが構築されている。 都市の環境改善に必要なものは「是が非でもやる」という政治・国民志向は日本も見習うべき。

図表 2 - 2 - 34 台北インタビュー対象者の通勤所要時間 (N=34)



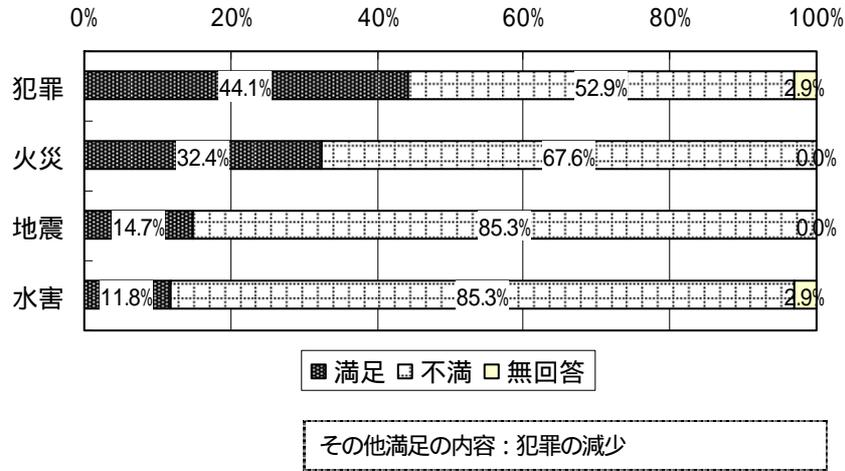
図表 2 - 2 - 35 台北の住宅についての満足度



その他満足の内容：天井が高くロビーや居間が広々とつくられている

インタビュー結果(在台北・日本人)

図表 2 - 2 - 36 台北の防犯・防災への満足度 (N=34)



余暇環境【在台北市・日本人の回答】

台湾はゴルフ場の数が多い上に安く、温泉や自然環境にも恵まれているため、大人が休日を楽しむ環境は充実しているとの回答が比較的に見られたが、一方で、東京のような都市型のレクリエーションは不十分であり、子供を連れて遊びに行く場所がないという回答も聞かれた。

	情報の収集・活用等	ハード面(基盤整備等)	ソフト面(機能、サービス、仕組み等)
アフター5	-	・アフター5の環境が職場に隣接しているも、街区による棲み分けができていない。	-
休日	-	・東京でいえば表参道や代官山のような、買い物できるが、休日のんびりできるようなところが少ない。[3]	・独身者にとって休日の余暇活動を見つけにくい。[3] ・能動的な余暇活動をしにくい子どもにとっては、娯楽施設が限られてしまう。・手軽にゴルフができて便利だと思う。
その他	・家族(妻)は、日本人同士のコミュニティで、様々な活動をしており、豊富な情報が口コミで伝わってくる。・娯楽や文化スポーツ等の機能・サービスはあるが東京のような選択肢はない。また、イベント等があっても欲しい情報(場所、内容等)が入手しにくい。	・消費型の余暇活動が中心で文化施設はまだ充実していない。	・日本的な娯楽を求めると、その種類や数は極端に限られている。[4] ・都市がコンパクトで職住・自然環境が近接し、移動も便利のため余暇環境も良好。[11] ・東京で得られる娯楽の多様性はないが、それは文化・国民性の違いによるもの。食事をする事自体が最大の娯楽であったり、デパートのウィンドウショッピングや催し物へ行くことが日常一般の余暇の過ごし方であったりする。[3] ・飲食は24時間移動のため生活する上で便利である。

(4) 東京の都市環境に対して満足な点・不満な点【在台北市・日本人の回答】

東京の都市環境に対して不満な点として、全般的に交通機関の運賃が高いとの意見が聞かれた(2名)。台北ではタクシーの運賃が安いため日常的に使う機会が多いが、東京ではタクシーの運賃が高く、台数も台北と比較して少なく感じられ、利用しにくいとのことである。また、成田空港が遠く、夜間使えないことで台北行きの最終便出発時刻は早いことが不便との回答もあり、これが国際的な移動を不便にしているとの意見が聞かれた。解決策として例えば、羽田 - 台北の国際線運行や、夜間も使える国際ハブ空港化が是非必要との意見を持っていた。

仕事上や生活上の人間関係について、台北の人は非常にフレンドリーであることと比較して、東京は閉鎖的で冷たい感じを受けるため不満との意見も聞かれた。また、台湾と異なり、日本は事業に一度失敗するとやり直しが利き難く、新しく事業を始めるより敗者復活の方が難しいことを不満に感じているとの意見も聞かれた。

東京の交通環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
-	<ul style="list-style-type: none"> ・東京における包括的な交通カードのシステム(例えばパスネットやスイカ等の利用範囲の拡大や割引の導入等)への期待が高い。[26] ・ETCを無料配布するなどインセンティブを設けることでより普及するのではないか。 ・市内から空港へのアクセス(特に定時性の確保)への要望が高く、東京～成田という現在の空港アクセスへの不満・改善意向が強い。[6] ・空港に関しては、例えば羽田の台北へのチャーター便運行等の環境が整えば便利になる。[3] ・台北とは違って職住近接ではないので、休日都心部に出ることは少ない。また平日でも混雑を避けるために時差通勤を用いている。[2] ・東京は広い上に住居表示があいまいで、地下鉄も出口が多く乗りにくい。 ・東京は公共交通機関も含めて生活費が高い。[2] ・銀行のATMが完全24時間制でない上に、PlusやCirrusといった海外でも自分の口座から現金をおろせるサービスが充実しておらず利用しにくい。[6]

東京の業務環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
<ul style="list-style-type: none"> ・東京の場合、職住近接でないことで、オンとオフの切り替えがしやすくなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・海外からの就労者にとって日本はある意味中途半端な位置にあるかもしれない。余剰労働力は必要としていないし、高度な技術力を持った人にとっては、日本で就職する意義がはっきりしない。 ・日本は敗者復活が難しい社会である。 ・「憩い」の空間が東京の職場環境に乏しいが、これは単にハード面でそれをどう整備するかだけではなく、空気や雰囲気といったソフト面の問題が大きいと思う。

東京の居住環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
-	<ul style="list-style-type: none"> ・東京のサービスはフレンドリーさを感じない。台北の方が心のバリアーが低い分、消費者にとっては心地よいサービスを受けられていると感じる。 ・以前に比べて日本人の公共道徳心が低下したように感じる。

インタビュー結果(在台北・日本人)

東京の余暇環境【在台北市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
・東京の場合、雑踏と静寂のバランスが取れているのかもしれない。	

その他【在台北市・日本人の回答】

満足な点	不満な点
-	・現在の生活に不満はないが、今後も台北に住み続けるまでの愛着心はあまり無い。東京に対しても同じだろう。

(5) ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てる都市環境【在台北市・日本人の回答】

台北で実際に創造力や意欲をかきたてると感じたものとして、1)職住が近接していること、2)人間や土地の雰囲気や安心を感じられること、3)緑、静けさがあることが挙げられた。また、台北にないために欲しいと思ったものとして、4)都市における自由に使えるスペースがあること、5)喫茶店等の気の休まる場所、騒がしくない落ち着いた場所があることが挙げられた。

ハード面	ソフト面
<ul style="list-style-type: none"> ・「清潔感」や「緑の多さ」は「創造力や意欲をかきたてる都市環境」のひとつではないか。 ・用途・状況に応じた柔軟な運用ができるスペースがほしい。 ・台北という都市での生活は、「街に24時間賑わいがあること」と「職住が近接していること」が時にわずらわしく感じることもある。 ・台北の場合、幹線道路沿いは整備されているが、路地に入れば建物は古く衛生面も整備されていない。ただし、それが都市の多様性で都市に活気を生む要素でもあるのではないか。 ・若い女性が休日のウィンドウショッピングを楽しめるような洒落た商業集積が無いことに不満を感じている。 ・日本の地方都市は渋滞があまりなく、仕事でもプライベートでも時間が効率的に使えて便利だと思う。面的な広がり割に時間距離が短くコンパクトで暮らしやすい。 ・ドイツなどは都市規模が適正(60万人以下)で住みやすい。国内でビジネス拠点が分散しており、適度な職住近接環境で住むには良い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国民性の違いはあるが、台北には「ひとりで静かに落ち着ける場所(空間)」がない(台湾人と日本人では「落ちつく空間や時間」の感覚が違う)。 ・環境に対する意識は、都市の中にコミュニティができないとそうした変わらない。 ・海外では周囲の人が言葉(日本語)をあまり理解できないから、職住近接で「遊び」の場が近くにあって便利。極端に自宅と会社の距離が近いとオンとオフが切り替えられない。

第3節 人材が求める都市環境の条件

ここでは、前章までに整理してきた在東京・海外出身者と在外・日本人の意見のうち、東京（日本）の魅力と課題に直結する内容について取り上げて整理する。ここから、今後、現時点でプラス評価されている内容、効果が出ていると考えられる施策等については、今後とも伸ばす方向を探り、一方、現時点ではマイナス評価されている内容、効果が出ていないと考えられる施策等については、解決を図る方向を探るためのものである。

なお、在東京・海外出身者の出身地（国）に関する意見、在外・日本人の就業地（国）に関する意見についても、東京（日本）の参考になるものについては取り上げることとしている。

- ：東京（日本）に関するプラス方向の意見（魅力等）
- ：東京（日本）に関するマイナス方向の意見（課題、要望等）

- ：出身地（国）又は就業地（国）に関するプラス方向の意見（魅力等）
- ：出身地（国）又は就業地（国）に関するマイナス方向の意見（課題等）

表中のカッコ【 】内の数値は、同様の意見の合計を表す。

「再掲」部分は、斜体で表示している。

人材が求める都市環境

1. 就業地（国）で働く理由とその都市（国）のイメージ

(1) 就業地（国）で働く契機・滞在理由

日本人の海外で働くきっかけが業務上の理由が大半を占めるのに対し、海外出身者が東京で働くきっかけは、個人的な理由が多い。その多くは留学や旅行であり、東京（日本）に海外出身者を惹きつけるには、留学や旅行の機会を制度的に増やすことや、そもそもの関心を高めるための工夫が有効ではないか。

在東京・海外出身者	在外・日本人
業務上の理由で来日に至ったケースは少ない。 留学、あるいは学生時代の旅行や個人的興味など、10～20歳代の若い時期に日本との接点を持ったケースが非常に目立つ。【20】 日本への留学は米国と比べて受け入れのハードルが低いことから来日しやすいというメリットもある。【3】	当該都市への「就業」のきっかけは、「仕事上の異動」が大半を占める。【81】 若い頃の「現地への就学」（語学留学や交換留学等）をきっかけとしているケースも多い。【12】 その他の主な理由は「観光（旅行）や仕事での訪問」【5】、「もともと興味があった」【5】、「国際結婚」【5】。

(2) 就業地（国）のイメージ形成

来訪前の国のイメージ

メディア等で流される情報が来訪前のイメージ形成に大きな影響を与えるが、その情報は限られており、イメージは湧きにくい。一方で、身近な人からの情報や当該国出身者との交流はイメージ形成に有効であり、来訪することへの安心感にもつながることがうかがえる。

在東京・海外出身者	在外・日本人
もともと日本に対して興味は非常に強かった。 家族や親戚から何となく日本のことを聞いていた。【2】 日本についてのイメージ全くなかった。【3】 「アジアはどこも同じ」といったイメージを持たれていることが多い。【3】 イメージは湧きにくい、あったとしても、非常に偏っている。【3】 「侍がいる」、「日本人は着物を毎日着ている」というイメージがあった。【3】 情報入手は新聞・テレビ等のメディアや学校の教科書、あるいは、身近な人の来日経験を通じてというケースが多く、情報の少なさや偏りがあるため、日本に対する具体的なイメージは掴みにくい。【12】 来日以前から「日本人は誠実、親切」などといった好印象を持っていた。【2】 「治安がよい」、「大都市」、「先端技術が身近にある」都市というイメージを持った。【8】 伝統的なものが残っている一方で技術が進んでいると思っていた。【2】 「街がきれい」というイメージがあった。【2】 本国では個人で創業し、それが世界的な企業まで成長したという成功例が極めて少ない。しかし、日本では、松下、ホンダ、ソニーなど、今や世界的な大企業に成長している成功例が数多くあり、その点で日本という国に大変魅力を持った。 ラッシュの混雑がひどく、駅員が乗客を車両に押し込むイメージが強かった。 政治的な関心が強い中国と比較して、日本では政治的無関心という印象があった。	「近くて遠い国」というくらいで、あまり印象がなかった。【41】 日本からの事前の情報収集手段がない【23】、あるいは限られるため、当該の国・都市を知ることが困難な状況といえる。【41】 新聞やテレビなどのメディアの影響は大きい、外国で得る情報と日本で得る情報の乖離も指摘されている。【12】 情報入手や現地との接点はないケースが多いが、事前に外国語を習得していたり、日本国内でその国の人との交流があった場合は、安心感があるようであった。【3】 暮らしや仕事上のコミュニケーションの面で不安があった。【3】 「日本より活気や活力がある」「特に女性は日本女性と違ってパワフル」といったイメージを持っていた。【4】 訪問前に現地出身者と交流があった人たちは、「情が深い」「パワーがある」あるいは「日本人と同じような暮らしぶり」などというイメージを持っているようである。【3】 「環境面で日本よりも後進国」というイメージを持っていた。【11】

来訪時の都市のイメージ

都市についても、国と同様に、事前の情報不足や偏りによるためか、来訪時にはイメージにギャップがあったとの意見がある。

来訪当時のイメージとしては、アジアの他都市とあまり差異を見出せないという意見が複数ある。これは、都市環境の何に都市としてアイデンティティ、国としてのアイデンティティを見出し、伸ばしていくべきかという課題へとつながる。

東アジア都市では都市の活力を感じたという意見が多いが、東京については同様の見解はない。一方、東京については、整備されている、サービスが便利といった意見があり、東アジア都市に対する環境の悪さに驚いた、ハードそのものよりマナー等に不満を感じたという意見と対照的である。今後は、東京を初めとする日本の都市は、成熟都市としての魅力を伸ばしていくことが重要ではないだろうか。そうした中では、残された課題としては、都心の木造住宅密集市街地エリアや、外国語表記の少なさ等が具体的に指摘された。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
程度	基本的には「ソウルなど他のアジアの都市とあまり変わらない」という意見が多かった。【5】 当初に得た情報に不足・偏りがあったため、来日前後に抱いたイメージにギャップがあった。【2】	どんな都市なのか、イメージが湧きにくかった。 「来訪以前に持っていたイメージ」と「来訪前に得た情報から持ったイメージ」と「実際に来訪した時のイメージ」の間にギャップを感じた。自分が見た情報は主に旅行者をターゲットとしたもので、日本や海外からの観光客を訪問させようという故意の表れなのか、良い面ばかりで悪い面の情報はなかった。
総体的な印象	他の国に旅行後に来たので、カルチャーショック等はあまりなかった。【2】 新しいもの、お洒落なものが多くある。サービスも便利なものが多い。来日当初から「日本人は友好的、誠実、親切」などといった好印象を持っていた。【3】 電化製品をはじめとして技術先進国である。 治安が良く、人が礼儀正しいが、昔に比べると状況は変わってきている。【5】	旅行等で事前に訪問していたため親近感を持っていた。【4】
都市街並み建物	街が整備されていて、路上等にゴミが少なく、綺麗という印象を持った。都心の割には緑環境が多く、建物と緑のバランスがとれている。（例えばニューヨークのような）都市の中心がなく、たくさんの方が結びついているという印象を持った（やや田舎っぽい印象）。【2】 ビルが多く、建物に入ると天井が低く狭い感じがする。 暮らしの面では、オンドル（暖房設備）がないことや、低層住宅が建て込んでいるという印象を抱いた。 都心にも木造アパートが多くて驚いた。	共)都市の活力を感じた。【17】 共)昼夜を問わず人が多いこと、街の環境の悪さ(看板の多さ、ゴミの多さ、未舗装等)に驚いた。【4】 共)コンビニエンスストア等の「そこに行けば大体のものが揃う」という店舗が少ないと感じた。【3】 高速道路等、都市のハードそのものは充実している一方で、建物の質やサービス面もしくは社会ルール(交通マナー等)が充実しておらず、不満。【26】
国際感覚	「国際都市」をうたう先進都市にしては、外国語表記が少ないなど国際化されていない。【2】	韓国の場合街中の看板など、目にする言葉がハングル文字ばかりで、視覚的に「日本と違う」ことを実感した。【5】

人材が求める都市環境

就業後～現在の都市のイメージ

全体として、東アジア都市の右肩上がりの勢いと東京の成長が一段落していることに起因する対照的なコメントが多い。例えば、東京は利便性が高いが物価も高い、東アジア都市の公共交通機関は東京ほど充実していないが安価だと感じられている。また、東アジア都市でサービス面や大気等の環境の悪さへの不満を反面教師とすると、東京（日本）の大気等の環境の良さは大きなアピールポイントである。

一方、街中の建物の老朽化が進みイメージが悪くなったという見解もあり、今後の東京には、成熟都市としてのグレードを高めていくための更新が必要であることがうかがえる。東京のイメージの中には、男女共にファッションナブルであると同時に、伝統文化を大切にしているという見解があり、こうした両面を伸ばしていくことが重要ではないか。

ソフト面では、東アジア都市へのプラス評価として、暮らしや仕事の面で多様な機会に恵まれる、民間でも行政でも対応に柔軟性がある、例えば、台湾のまちづくりは行政主導と住民参画のバランスが取れているといったコメントが参考になる。

国際感覚といった観点からは、外国人がいて当たり前になり、特に親切にされなくなった、さらに、外国人犯罪の報道の仕方のせいで日本人が外国人に対して距離をとったと感じるとのコメントがある。特に、留学生については支援体制が十分に整備されていないと感じられている。そのため、留学生が日本についての良い印象を持たないという話もあった。優秀な海外出身者が、日本への留学後に、欧米でも他のアジア諸国でもなく、日本で就業しようとするようになるためには、大切なポイントではないか。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
総体的印象	日本は伝統文化等を大事にしていると感じている。日本人は男女ともにファッションナブルで、刺激を受ける。	「急激な発展を遂げている都市」という印象であり、当初抱いたイメージとの間に大きなギャップがあった。【17】
交通等基盤	鉄道路線が充実しているし通信基盤などの環境が急速に進歩しているため利便性が高い。【6】	公共交通機関が安価で便利である。【6】 (その一方、交通基盤整の面では)地下鉄をはじめ、日本と比較して公共交通は充実していない」と感じている。
都市街並み緑	街中の建物が古くなってきているので、昔ほどよいイメージがなくなってきている。 大都市で利便性がある一方で緑が少なく、人の密度が高い。 都心を少し離れると緑が多いなど環境は良好である。	政治と都市・まちづくりがうまく運動しており、住民参画による都市づくりもうまくいっている。 政権交代により、都市づくりへの「住民参画」や「自治体間のコンベンによる予算措置」など、政治と都市・まちづくりがうまく運動しており、戦略的な施策を全国展開へ繋げてきた。
環境		「大気汚染」「街が汚い」・「衛生的でない」という印象が強かったが、年々、暮らしやすい環境になってきている。【12】
サービス等ソフト面	機能やサービスが充実して便利だが、物価が高い。【4】 人の優しさやもてなし、サービスといったソフト面に対してよい印象を持っている。【3】	サービス面の悪さが印象に残った。【15】 民間のサービスも行政の手続きなども、何ごとにも融通がきき、柔軟性のある社会だと感じた。【10】 (台湾の場合)昔の戒厳令下でも都市環境整備は民間の自由裁量に委ねられていたという背景がある。
ビジネスチャンス		暮らしや仕事の面で、色々な機会に恵まれているし(飲食をはじめとする商店、ビジネス展示会など)前向きな仕事やチャンスが多い。【10】 韓国では就業者が学習機会を得ることに熱心である。【3】
国際感覚	外国人犯罪やその報道の取り上げ方等が原因で、以前に比べ外国人に対して距離を取るようになったように感じている。 外国人が少ない時代は親切にされたが、国際化が進み外国人がいることが当たり前の環境になっている。	アジア諸国では一度親しくなると非常に親身になってくれる。【15】 上海は昔から外国人を受け入れてきた環境であるため、「反日感情」を身近に感じることはないが、対日関係で何かあるたびに噴出してくる。【7】 その国の文化・慣習等を知っていれば(自国の文化を無理矢理持ち込まなければ)快適なくらし・業務ができるのではないかと。 (人間の本質的な部分が変わってしまい)自国の文化・国民性にとらわれて、外国や外国人に対して「色眼鏡を通して見ている」のは日本人なのかもしれない。
留学生	諸外国に比べて外国人留学生の数が少ない。 中国からの留学生は、留学生の労働基準内では生活費を稼ぐことができず、基準を超える労働をせざるを得ないのが現状。	

2. 就業地の都市環境について満足な点・不満な点

人材インタビューでは、フェイスシートの最後に、簡単なアンケート調査を行っている。図表2 - 3 - 1は、そのうち、現在住み働いている都市における「交通環境全般」「業務環境全般」「居住環境全般」「余暇環境全般」についての満足・不満足を尋ねた結果である。

「交通環境全般」については、在東京・海外出身者で満足とする人の割合は72%と、他と比べて非常に高いことがわかる。インタビューでは、東京の移動に関する環境について、そうした既に整備が進んでいる状況は評価した上で、さらに使い勝手の悪さ等を指摘する声が多かった。

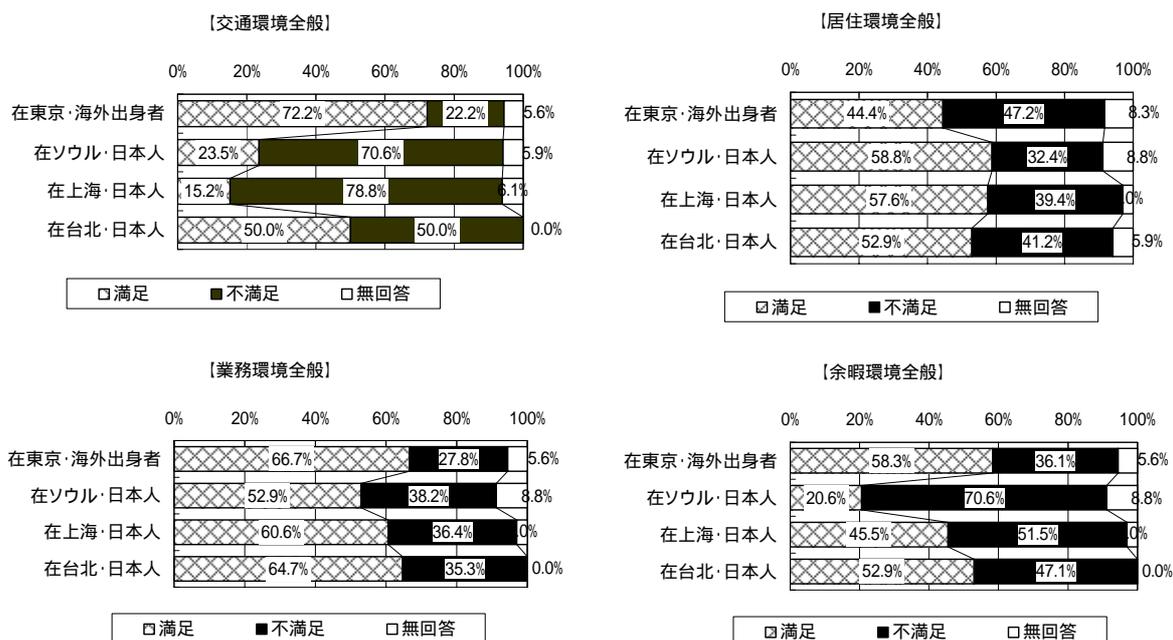
「業務環境全般」については、在東京・海外出身者 67%、在ソウル・日本人 53%、在上海市・日本人 61%、在台北市・日本人 65%と、ソウルを除いて大きな違いはない。しかし、インタビューの中では、在東京・東アジア出身者を中心に、外国人であるが故のバリアについてのコメントが多く寄せられた。

「居住環境全般」については、在東京・海外出身者で満足とする人の割合が44%と、比較的低い。在東京・海外出身者のインタビューでは、住宅の探しにくさを指摘する声が多かった。

「余暇環境全般」については、在東京・海外出身者で満足とする人の割合が58%と、比較的高いことがわかる。

以下では、この順に、発言内容を整理していく。

図表2 - 3 - 1 滞在地の都市環境についての満足・不満足（東京・東アジア3都市）



人材が求める都市環境

(1) 交通環境

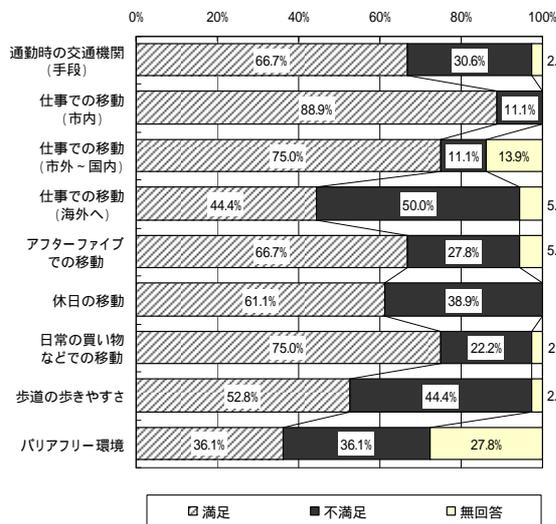
人材インタビュー調査では、フェイスシート最後に簡単なアンケート調査を行っており、図表2-3-2は、このうち、移動の目的別に交通機関の満足度を示したものである。

在東京・海外出身者の回答状況を見ると、インタビューでも指摘された「通勤環境の悪さ（混雑や長距離通勤等）」、「海外への移動環境の悪さ」については、アンケートでも不満とする人の割合が高い結果となっている。図表2-3-1において「交通環境全般」は満足と回答する人の割合が高いことを考え合わせると、特に鉄道網を中心としたハード面での交通基盤は充実しているが、その一方で、利用料金、混雑等の移動環境など、使い勝手や利用環境といったソフト面での不満が現れていることが推測される。ただし、海外への移動環境についてはこの限りではない。

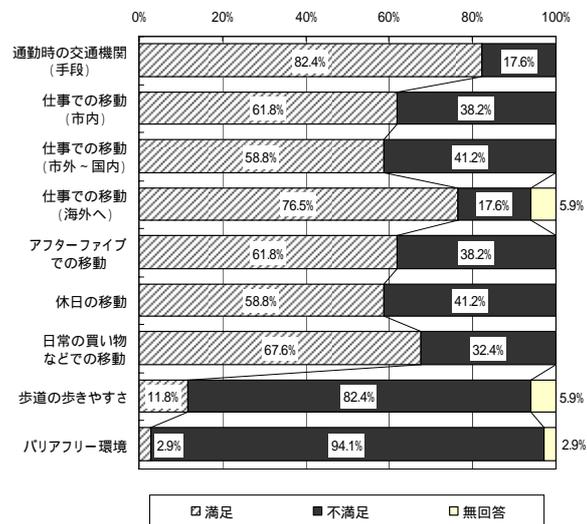
以下では、道路・歩道、公共交通の順で、コメントを整理していく。

図表2-3-2 交通環境に対する東京ならびにアジア諸都市の満足度比較

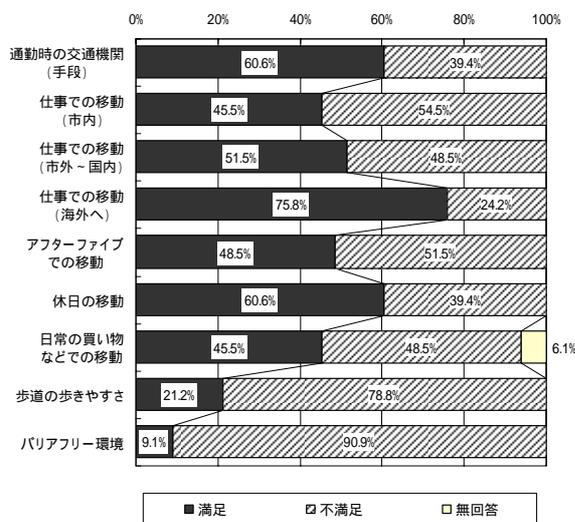
【在東京・海外出身者】



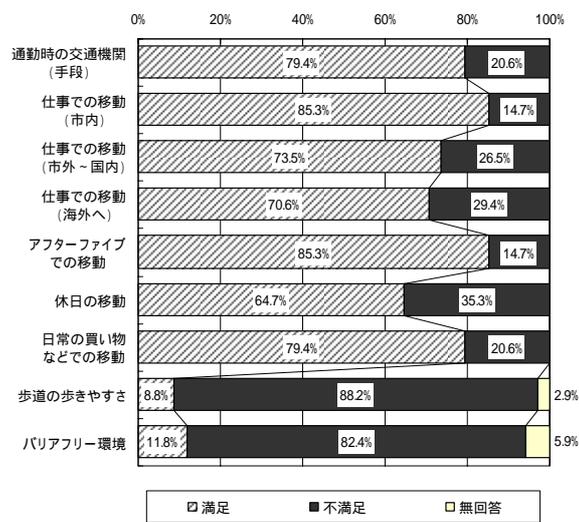
【在ソウル・日本人】



【在上海市・日本人】



【在台北市・日本人】



自動車・自転車/道路・歩道

道路については、一般道、高速道路とも、渋滞に関する不満が多い。その解消のために、前者については駐車違反の取締強化、後者については、路線の合流環境の改善、ETCの普及等が求められている。

他には、駐車場・駐輪場の不足等についての不満が指摘された。また、歩道を歩行者と自転車が共用して危険だと指摘もある。

東アジア都市の見做すべき点としては、バス専用レーンの整備、交通マナーの改善のための罰金等の厳しい規制導入が挙げられている。

交通案内、住居表示等については、正確であるとの指摘がある一方、国際都市である割には英語表記が少ないという指摘もある。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
渋滞	道路渋滞に対する不満の声が多い【7】。 駐車違反の取り締まり強化が求められている。 高速道路について、(タクシーを利用する場合や休日に車で移動する場合等)渋滞への不満の声が多い。【4】 高速道路について、料金の高さ、路線の合流環境の不備(合流地点が狭く渋滞の原因となる)等が指摘され、ETCの普及・利用の促進等が求められている。	交通渋滞が酷く、業務上の移動で支障をきたすことも多い。 バスレーンの整備や通過交通の規制等により、交通機関の分散利用を促進し、渋滞緩和、渋滞時の自家用車以外の交通手段の移動環境改善に繋がっている。 日本の高速道路の円滑な移動のために、ETCの普及が必要とする声も多い。ETCを無料もしくは安価で配布し、利用者数の拡大を図るなど具体的な要望も出ている。
マナー等		自動車・バス・タクシー・バイクなどの交通マナーが悪いため、罰金を中心とした厳しい規制によって環境が改善されてきた。その効果は高いと思われる。【35】 事故になった場合の危険性とそれに対応することの難しさから、現地で運転することを禁じている企業が多い。【63】
駐車・駐輪	駐車場が少ないため、車移動が不便である。【3】 駐輪所も駅から離れている上、絶対数が少ないためにやむを得ず違反場所に停めているとすぐに撤去されてしまう。【2】	駐車スペースが不足しているため路上駐車が多数。規制を厳しくすることで渋滞緩和に役立っているが、根本的な駐車対策は困難(スペースもない)。【7】
歩道	歩道を歩行者と自転車が共用して危険だと感じる。【2】	
表示等	住居表示は正確でわかりやすい。【4】 「国際都市」をつたう先進都市にしては、外国語表記が少ないなど国際化されていない。【2】	漢字圏の国では、交通案内や看板等に漢字を目にするだけで親しみを感じたり、概ねの意味が理解できるが、ハングル表記の場合は全く理解できないという指摘もあった。また、英語表記の少なさや表記方法によっては分かりづらい(単なるローマ字表記ではない場合)ようである。東京に対する不満点でも「公共施設の案内などが日本人向けで外国人向けではない」といった指摘が多い。【10】

公共交通全般

東京の公共交通網の充実が高評価を受けており、大きなアピールポイントである。一方、料金の高さが指摘されている。また、共通交通カードを求める声が多い。

交通案内に英語表記が少なく不便との声がある。

また、駅や歩道橋等の垂直方向の移動について、エスカレーターやエレベーターの設置を求める声が多い。一方、目の不自由な人のための音楽については評価が分かれた。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
充足度	地下鉄、JRをはじめとする公共交通網が充実しており便利である。特に地下鉄のシステムは、国際的にみて非常に進んでいるという意見が大半を占める。【16】 終電後の交通手段がタクシーしかないが、料金が高く不満。【8】	休日の移動手段が少なく、行動範囲が限定される(車を利用できず、行楽地への遠距離交通が未整備)。【23】
料金	諸外国の都市と比較して、地下鉄やバス、さらにはタクシーも含め、公共交通料金の高さが指摘されている。【4】	公共交通の料金が安くて便利のため、交通機関の分散利用が進み(車に乗ることがステータスという例外もあるが)、日常的な足の確保という面で大きなメリットとして感じられている。 料金の安さに加え、複数交通機関の相互利用のためのしくみ(共通カードによる割引やクレジット機能の付加などによるインセンティブ)が高く評価されている。【41】 東京での共通交通カードのシステム(例えばバスネットやスイ
共通カード	バスネットやスイカは便利だが、その利便性が外国人に伝わっていない。【2】 割引などのプレミアムがあればもっと利用しやすい。【2】	

人材が求める都市環境

		力等の利用範囲の拡大や割引の導入等)への期待が高い。【31】
案内	交通案内に英語表記が少なく外国人にとっては不便。【2】	
バリアフリー	バリアフリー化は進んでいる。 駅や歩道橋などの垂直移動にもう少しエスカレーターやエレベーターが増えることを望む意見が多かった。特に、乳幼児を連れて人にとって歩道の段差や駅の階段など、移動上の障害が多いと感じている。【7】 ユニバーサルデザインの概念には賛成するものの、個々の事例で矛盾する点が出る。【2】	駅などの公共交通施設のバリアフリー化されているが、歩道は段差が多く、特に子供連れで歩くには不便を感じる。また、ソウルのケースでは横断歩道が少ないために地下歩道で道路を横断するために不便を指摘する声も多かった。【50】 東京の鉄道駅等でエスカレーター、エレベーターの設置がまだ十分でないと感じている。【6】
音	目の不自由な人に対する音楽は「音害」という意見と「便利」という意見に二分されるが、この環境も含め、街中の「音害」を指摘する意見が多い。【3】	

交通モード別

) 空港

在東京・海外出身者からも在外・日本人からも、共通して、成田空港へのアクセスの悪さが指摘された。

在東京・海外出身者	在外・日本人
成田空港が都心から遠く、海外への移動という面で不満が多い。海外への移動もさることながら、海外から成田空港を経由して、地方都市へ移動する場合は特に不便である。【3】	東南アジアが近く、空港の利便性が高いため、ビジネス上でも便利であり、余暇は国外に出ても良い。【4】 東京都心から空港へのアクセス改善（特に定時性の確保）への要望が高く、東京～成田という現在の空港アクセスへの不満・改善意向が強い。【5】 羽田空港からアジア諸国への定期便を新設もしくは増設してほしい。【7】

) 鉄道

東京の鉄道網についての評価は高い。一方、南北方向の移動が難しい、鉄道駅からのバス網が充実していない、24時間対応になっていない、外国人旅行者には案内表示がわかりにくく、痴漢が多いといった不満が挙げられている。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
充足度・利便性	日本の鉄道は「時間に正確」、「本数が多い」などの点で便利であるし、乗り換えも簡単であるが、根本的に人が多く常に混雑している。【7】 JRや地下鉄は便利だが、夜の運行時間がもっと長ければよい。また、ひとりで利用するのが危険だと感じることもある。【3】	(上海)の地下鉄の路線が非常に限られており、東京のようなネットワークができていないために、非常に使いにくいのが不満である。【7】 交通手段（特に鉄道）の面で、東京は24時間都市になっていない。【6】
ネットワーク	都心部を中心とした放射状（環状は山手線のみ）の交通体系のため、南北方向の移動が難しい。また、鉄道駅からの二次交通(バス網)が充実していない。【3】	地下鉄はアクセスが悪く、駅に行くまで、乗り換え、駅からの移動など、時間とお金を考えると不便である。【11】
表示案内	鉄道の表示が「在住外国人以外の外国人旅行者等にはわかりにくい」という指摘が目立つ。【4】	ソウルでは地下鉄は路線ごとに「色」と「番号」が決められており、表示が非常に分かりやすく便利であるが、一般的に地下鉄の出口が分かりづらく利便性に乏しい。【7】
モラルマナー等	痴漢が多い上に、こうした非常時に駅員の対応も含めて、公共心のなさが指摘された。このような問題点の解決策として女性専用車よりも公共心、そういう事をはっきりと指摘できる社会性の醸成が望ましい。【2】 携帯電話に関する規則の遵守等、公共心が高く、満足。【3】 ゴミ箱が地下鉄の駅からなくなってしまい不便に感じている。	

）バス

日本のバスのサービスへの満足度は高い。ただ、ネットワークとしては、他の公共交通網との関係もあると考えら得るが、他の東アジア都市に比べ、東京のバスの路線網は、特に、郊外で充実していないと指摘されている。

また、内外を問わず、バス路線をわかりやすく表示することは課題の一つと言えそうである。

一方、アジア諸国で導入されているバスレーンは渋滞問題の解消という点で評価が高く、日本での導入も求められている。

在東京・海外出身者	在外・日本人
バス路線は駅を中心とした放射状の路線となっているため、郊外に行くほど路線が少なく不便という指摘が多かった。【4】 鉄道駅からの二次交通（バス網）が充実していない【3】	ソウルでは移動する距離や目的によって使い分けできるよう、路線番号と車両の色が決められている上に、路線も市内を網羅しているので、利便性が高いという声が多い。【9】 バスは細やかなサービスという点では不満である。バリアフリー（低床化）がされていない、ベビーカーを乗せることが難しい、乗り降りする客を待たず発車する、バス停に面した車線に止まらないなどといった面で不便さを感じる。ただし、ソウルのエアポートリムジンなど外国人が多く利用するところは比較的サービスが行き届いている。【13】
アジア他都市ではバス専用レーンが確保されていることで渋滞問題を解消している点など、バスの利便性は高い。【4】	バスはバスレーンが確保されてさえいけば早く、正確な交通機関であり便利である。【9】
ロンドンのバスは路線が整理して表示されていないので利用しにくい。それに比べれば日本のバスはサービスも良く、慣れれば使いやすい。【2】	バスは（外国人にとっては）路線が複雑で使いにくい。【5】 バスについては行き先案内等の情報表示方法に改善の余地がある。

）タクシー

東京のタクシーは便利だが、料金の高さが不満とされている。さらに、外国人への対応への不満、地理の不案内への不満等が指摘されている。

在東京・海外出身者	在外・日本人
台数が多く、料金は高いものの利用勝手はよい。【5】 タクシー料金が高く不満である。【3】 外国人に対する対応に問題があったり、最近では地理不案内な運転手も多いことが不満となっている。【10】	タクシー交通量が多く、料金が安いために利用しやすい。【19】 業務上やアフター5の移動ではタクシーは安くて便利だが、女性一人で乗るのに不安を感じたり、休日の市内移動もタクシーが中心になるため不便だという声もあった。【30】

人材が求める都市環境

(2) 業務環境

業務環境全般

東京の業務環境には、総じて満足しているとの意見が複数あった。IT 環境の評価は分かれている。

周辺環境には、仕事のオンオフの切り替えができる施設を望む声が多い。また、海外での就業経験者からは、例えば上海で評価されているような、職場を対象とした便利なデリバリーサービスが、東京では不十分であると指摘されている。

移動に関しては、駐車場の不足、渋滞、空港へのアクセスが難しいなどの問題が指摘された。

東京のビジネスチャンスについては、様々な評価がある。学習施設が多く、キャリアアップのチャンスがあるとの意見もあった。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
職場環境	東京の業務環境・施設の水準は他国と比較しても良好な方であるため、現在の職場及び職場周辺の業務環境には満足している。【5】	サービスという概念がなく、日本人のサービス面でのポテンシャルの方が高い。またアフターサービスなどの概念が非常に薄い。【15】 韓国では海外と取引している企業を除くと、日本に比べてサービス業などソフト面の遅れが顕著である。
周辺環境	台湾に比べて職場の IT 化が進んでいない(未だに電話やファックスの利用が多く、遠隔会議などへの取り組み意向がない)。 仕事上で使う会議室等は、インターネット検索で結構見つかる。喫茶店の料金が下がり、ビジネス面でも利用しやすくなった。 東京は、語学を勉強するための学校や教材の種類、簿記学校、その他多様な資格取得のための学習機会等、キャリアアップのための機会が多く、技術やノウハウを身につけ、それを武器にして次のステップに繋げるという意味で、非常に魅力的で利便性の高い場所(都市)である。 職場周辺に、多目的用途の緑地やゆったりできるような喫茶店、24 時間利用できるスポーツジム等があると、仕事のオンオフの切り替えができる。【12】 残業時や打合せの際に、職場を対象とした食事のデリバリーサービス等のしゅみが整っておらず、不便さを感じる。 職場周辺の商業施設の集積は便利であると考えられているが、一方でそれ以外の地区で商業施設が少なくバランスが悪い。	IT 環境に関して、東京の方が進歩しており、満足である。【4】 上海では、電話ひとつで職場や自宅へのデリバリーを行うサービスなど、外国人を対象としたビジネスも増えている。【4】
移動環境	業務移動に関しては駐車場の問題があるため電車移動が多い。【3】 都心からの放射状の軌道が多く、地域によって環状の移動が難しい。 国際空港が遠いことが業務の支障をきたすこともある。【3】	顧客先に移動する場合、渋滞が多く、時間が読めないため、非常に非効率になり、仕事上大変不便なのが不満である。【7】
ビジネスチャンス他	オフィスを借りる際に、前金が高く、操業時の障壁になる。 会社の起業は日本の方が容易。「東京で就業していなければ今の自分はない」という意味で、東京は様々なチャンスに恵まれている。【2】 中国に進出する日本企業が成功するには、現地を理解した上で相手にとって最も善いと思える提案ができること、現地社会の安い賃金だけを利用するのではなく、優秀な人材にはきちんとした待遇を与え相互理解の上に成り立った教育を施す事等が必要だろう。ただし、日本の中小企業は海外のマーケットで有用なノウハウを蓄積しているのだから、もっと積極的にそれらを輸出していくことができると思う。 銀座という立地環境は、クライアントに対してのイメージや立ち寄りやすさという点でメリットと感じている。	上海では、業務環境の良いオフィスビルを求めると、家賃はかなり高い。【6】 上海では大きなマーケットがあり前向きな仕事やチャンスが多い。【14】 上海は各種の法律面等で規制が多いが、グレーゾーンをうまくつけて自分で道を切り開くことがおもしろく、それが個人や都市全体の活力につながっている。【4】 東京に比べて、考え方が柔軟で(起業志向も強いので)起業しやすい。【5】 日本企業が現地法人を設立することはそれほど難しくはないが、外国人が起業することは難しい。【2】 日本は敗者復活が難しい社会である(一度ビジネスで失敗すると成功できない)。【3】 台湾や中国では男女平等を含めた能力社会で、起業しやすい風土である。また安価でお手伝いさんを雇えるために、女性にとっては働きやすい環境である。【4】 韓国の職場は、「男尊女卑」が強く残っており、女性の働く環境としては恵まれていないようである。【5】 日本企業が概ね特定の地区に集積している上に、在外邦人ということもあって、日本企業相手の営業回りはしやすく便利である。【6】 外国に駐在していると、日本では得られないような人脈を築くことができる。これらの人脈を通じて、暮らしたり仕事の上で有益な情報を得たり、有事に身の安全や生命を守ることに繋がることすらある。【12】

外国人の受入れ環境・国際感覚

全般的に、外国人の受入れ環境としては、まだまだ整っていないという趣旨の指摘が多い。商習慣や文化等の違いはともかくも、外国人に対するの差別意識が具体的な例を含め、指摘されている。また、留学生に対する支援体制の不備が指摘されている。特に、就学後に活躍しにくい社会だと感じるという指摘は、優秀な人材が留学後に定着しにくいという結果につながっている可能性があり、大きな課題である。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
受け入れ全般	日本の会社の場合、「集団の内と外」という考え方が強く、外国人はそうした「集団の外の人」というイメージがあるせいか、例えば、留学生が就職後、活躍しにくい社会だと思う。【3】	韓国では民間感覚を持って外資誘致に専門的にあたる機関「インヴェスト코리아」が、居住、教育、文化、衣料について何がどこに必要なかをきちんと考えており、発想は東京より進歩している。【4】 外国企業や外国人ナレッジワーカーの「(国家的な)戦略的な受入れ」にかかる取組みや態勢の不備を指摘する意見が目立つ。【3】 韓国では日本企業が現地法人を設立することはそれほど難しくはないが、外国人が起業することは難しい。その理由は、日本と韓国は商法が似ているなどの法制上・ハード上の違いが少ないだけに、ソフトの違いがより際立っているように思える。また、日本と韓国の政府間で意思疎通が取れておらず、起業しにくい。特に、日本側で前例主義が依然として根強い。 東京の場合、都市の活力を向上するために業務機能の特化をするのであれば、特区的なものを作れば、外資企業のターゲットになり得る(コストが高くなるのは仕方ない)。 日本は、海外からの就労者にとって、ある意味中途半端な位置にある。余剰労働力は必要としていないし、高度な技術力を持った人にとっては、日本で就職する意義がはっきりしない。
商習慣文化の違い	オフィス環境で洋式トイレや一人当たりの占有スペースが少ない等のビジネス文化的な違いに戸惑っている。 業務時間が非常に長いことが不満である。また皆仕事に一生懸命すぎて、「自分もすごく真面目に仕事しなければいけない」という圧迫感を感じ、窮屈である。【5】 日本人は、先輩後輩、上司部下等の関係がハッキリしていて厳しい。アジア他の国ではあまりないと思う。日本はそういう人間関係の拘束や気配りがあるので、堅苦しくて嫌だと感じることも多い。	法律等の規制は日本人の感覚では信じがたい内容もあるが、運用面の柔軟性・自由度が高く、行政担当者や信頼関係ができれば理にかなった対応をすることが可能である。【17】 柔軟な対応のさじ加減の具合が、日本人もしくは外国人ビジネスマンには文化の違い等から理解しにくい。【7】 労働契約概念の違い、現地社員に所定外労働(残業)を頼みにくく、現地従業員への教育が重要(だが困難)である。【13】 風土・気候・慣習に慣れるまでは、日本的な価値観から戸惑いやトラブルも多い。それゆえお互いの文化を知り、人間として認め合い、信頼できるパートナーとしてWin-Winの関係を築くことが大切。 日本の駐在員は、親日的な風土で日本よりも待遇が上がり、かつ広範囲な裁量を持つため、やりがいを感じる。【3】 東京では残業するのが当たり前で、仕事以外の自分の時間がない。その点日本はおかしいと感じる。【3】
外国人差別	就業環境によっては、外国人に対する差別意識が根強い。特に中国人を含むアジア人に対する差別の傾向が強いと思う。こうした根強い差別意識のせいでビジネスチャンスをつぶしているケースもあるのではないかと。【6】 外国人(中国人)だからという理由でクレジットカードを作れなかったり、銀行から融資を受けにくかった。	
留学生	留学生に対する政策が現状にあっていない上、受入れ後の支援・就業環境が整っていない。そのため、留学中に苦しい生活を余儀なくされるなど、修学後に活躍しにくい社会だと感じる。【4】	

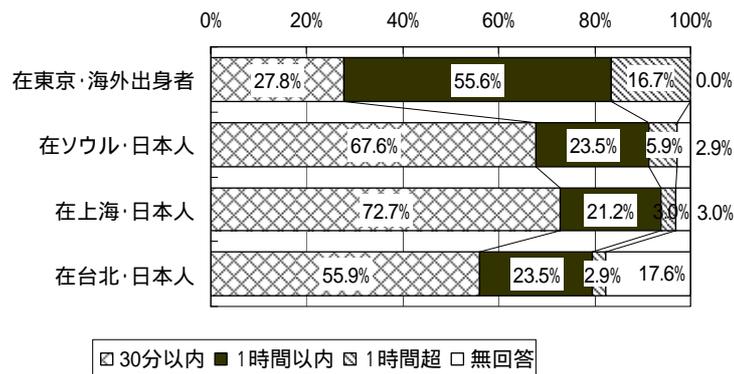
人材が求める都市環境

(3) 居住環境

居住環境全般

図表2-3-3は、人材インタビューの参加者の平均通勤時間である。東京は他の東アジア3都市に比較して30分以内の割合が非常に少ないなど、長時間通勤を強いられている現状がわかる。以下に挙げるインタビュー結果からは、在東京・海外出身者だけでなく、在外日本人から東京における遠距離通勤には不満が挙げられている。

図表2-3-3 東京ならびにアジア諸都市における調査対象者の通勤時間



東京は都市として成熟しており利便性の高い都市であるというコメントが在外・日本人からは出てきているが、在東京・海外出身者からは、そこまで積極的なコメントが出てきていないことは興味深い。東京の都市の成熟していることが、規制の多さ、窮屈さにつながり、活気を失っているとの指摘もあり、都市の成熟が、外国人にとっての都市の魅力に結びついていない様子がうかがえる。

在外・日本人から東京における遠距離通勤への不満が挙げられる一方、オンとオフの切り替えのために有効といった声もある。

都市の活気という点では、東アジア都市についての、飲食業、銀行ATM等の(24時間営業を含めた)長い営業時間への評価が高く、東京での24時間営業を求める声も多い。また、日本もサマータイムの導入を考慮に入れるべきだとの声もある。

なお、都市整備については、東アジア諸国では行政の判断が早く、ダイナミックに都市環境が変化することを評価する声が多く、日本も見倣うべきだと声もある。

暮らしの利便施設としては、東京は商業施設が充実している、コンビニエンスストアが便利という声がある一方で、コンビニエンスストアしかない、という声もある。また、内外ともに、女性から、好みの髪型にしてくれる美容院を探すのが難しいとの声が挙がっている。

文化・習慣等の違いに対する違和感は言語を習得しても残るとの指摘がある一方で、それぞれの国の現地人と外国人との交流を求める声がある。

東京では大気汚染への不満はないが、音害、分煙化の未徹底が不満としてあげられた。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
都市の成熟		東京の街は見た目に綺麗であり、人のマナーも良く、就業・居住の両面で必要なものが揃う成熟した都市である。【13】 東京が都市として時間をかけて成熟した結果、衛生面や利便性でアジアの他都市に比べ進歩している一方で、規制の多さなどの窮屈さを指摘する意見が上がった。【3】

人材が求める都市環境

コンパクト・シティ 職住近接（遠距離通勤）	都心部の土地はもっと高度利用してもよいのではないか。 都心は機能が集中して便利だが、通勤に1時間以上かかるので「疲れる」。【4】 通勤時間は自分のために使える大切な時間。	台北は都市全体がコンパクトで職住近接しており、暮らしやすい。【8】 ソウルには、韓国の約3分の1の人口が集中しており、職住が近接した環境なので、日本のような遠距離通勤といった問題・苦労はない。【3】 街区など街の性格が棲み分けできている（例えば仕事場と歓楽街等）。 職住近接は便利だが、極端に距離が近いとオンとオフが切り替えられないので、ある程度の距離は必要かもしれない。【2】 東京の職場と居住地が遠いため、オンとオフの切り替えがしやすい。【2】 東京は職場と居住地が遠い都市であり、時間ロスが大きく不便。【8】 大都市圏で地価が高いため、遠距離通勤を強いられる。【2】 東京よりも日本の地方都市の方が、面的な広がり割に時間距離が短くコンパクトで暮らしやすい。【3】
行政の迅速な判断・実行力	アジア諸国では街づくりなどの都市環境の改善面で、行政の判断が早く、ダイナミックに環境が変化することが日本との大きな違いとして指摘されている。中国の新しいことを取り入れるスピードや馬鹿なことする勇氣は、日本も真似すべきではないか。【7】	行政の判断が早く、都市環境もダイナミックに改善される。【6】 行政のリーダーシップはしっかりしている。日本と違い、権力に絶対的な部分がある。【9】 トップダウン型社会で、住民の目に付く政策を若手の自治体首長が実行するなど、政治家や官僚の手腕がまちづくりに直結する社会システムがある。 基盤整備にかかる行政の行動は非常に迅速。高速道路を取り壊しての河川復活やバス専用レーンの設置、住居地区の開発等、一気にやってしまう。問題が生じたり失敗すれば、走りながら直せばよいと考えている。【5】 都市の環境改善に必要なものは是非でもやるという政治や国民志向は日本も見習うべき。 日本政府にも強いリーダーシップが必要。【3】
活気		台北では、（建物の用途混在により）商住が混在していることで、都市に活気を与えている。【13】 都市の中に職住が混在しているため、都心の休日人口が東京ほど減らず、都市の活気に繋がっている。 路上など公共空間の使われ方が柔軟で、コミュニティ上大きな役割を果たしてきたが、東京は規則による制限が厳しいこと、都市として成熟しているために、活気が見られない。【7】 幹線道路沿いは整備され、路地は整備されていない。このような混在が、都市の多様性と活気を生む要素ではないか。用途・状況に応じて柔軟に運用できるスペースがあれば、時代の変化に応じた対応が可能ではないか。【3】
活動時間 24時間都市	比較的夜遅くまで明るいこと、余暇時間として使える自国式の生活スタイルの実現を希望する声が多い。サマータイムの導入や標準時間の繰り上げなどへの要望が高い。【3】	飲食産業（特に屋台）の24時間営業は、仕事・暮らしの上で便利であり、街に活気を与えている。コミュニティの拠点としても、外国人（観光客）へのニーズからも、街には必要不可欠。【21】 台北では、バスターミナルや駅等、人の集まる場所で、飲食店をはじめとする商業施設が夜遅くまで営業している（24時間営業も多い）。【5】 大学の夜間コースなどの学習施設やスポーツジムが朝から晩まで開いているために平日でも利用しやすい。【4】 アジアの諸都市では24時間稼働しているため、深夜まで商業施設が開いており、ATMも自国のものなら無料で使えて満足【17】。 東京では、銀行のATMが完全24時間制でない上に、海外で自分の口座から現金をおろせるサービスが充実しておらず利用しにくい。【25】
暮らし	物価が高く生活はそれほど豊かでない。【4】 在京韓国人女性からは日本の美容院に対する不満が指摘された。 日本の携帯電話は高機能だが、海外で利用できず不満が高い。【2】 東京は都市として機能的で商業施設が充実している。【5】 コンビニエンスストアは便利だが、逆にそれしかない。	韓国では美容院で日本人の好みに合わせてくれるところが少ない。【5】 韓国の一般世帯のインターネット普及率は日本と比較にならないほど高く、銀行振込や日常的な買物でよく利用する。特に子供のいる世帯には便利。 韓国で食事をする際に、国際的に通用する（欧米的な）スタンダードがまだなく、外国人にとっては不便。【3】 食習慣の違いにより、コンビニエンスストアが日本ほど根付いていないため不便を感じる。【3】
交流	外国人は、来日後2年くらいは言葉の問題でストレスを感じる。ストレスを解消するために外国人と日本人の間でコミュニケーション、文化交流できる場・機会がもっとあってよい。【13】	国民性の違いから、戸惑うことが多いが、言語が堪能になっても、文化や感覚的な違いは残る。【3】 上海は、北京等の他都市と比較して、反日感情や歴史意識の問題は少ないが、歴然と存在する。【3】 駐在員の妻はお手伝い、エステ等のアメニティを享受する一方、現地日本人社会のみの閉鎖的な生活する人が多いようだ。ただ、現地人社会と接触を持って生きることも可能性であり、選択の幅が広いように思える。【4】

人材が求める都市環境

サービス 思いやり		上海は歴史的背景等から外国人を受け入れる土壌があると思う。言葉や文化の違いはあるが、困っている外国人に何とかしてあげようとしてくれる。日本人より思いやりが備わっているように感じる。【18】 民間・公共サービスの「もてなし」という感覚がなく不満。【19】 インフラは国の力で急激な進歩を遂げたが、サービスの内容、質等ソフト面での立ち後れが顕著で、日本人や欧米人には違和感や不快感がある。【5】 東京では、困っている人を当然助けるという人間としての根本が欠けている。特に大都市では、他人のことなど関係ないという人が多いなど、公共道徳心の低下や人間関係が疎遠になったと感じる。【13】 東京はやや閉鎖的な社会だと感じる。 東京のサービスはフレンドリーさを感じない。台北の方が心のバリアが低い分、消費者にとっては心地よいサービスを受けられていると感じる。【7】
大気等の環境	大気汚染という意味で東京の環境は良好と感じられている。【3】 街中に音が氾濫しており、うるさい。【2】 街中（喫茶店、レストラン等）の分煙化が不徹底。【4】 カラスが多く、鳴き声等の害がひどい。【2】	衛生面への不満が多い（裏通りや路地等）。【13】 車やバイクの排気ガス、もしくはソウルなどの都市の地理的要因から環境（空気、水）の悪さは非常に不満がある。【11】 環境に対する意識は、ルールづくりと徹底した教育が重要だが、都市の中にコミュニティができないとなかなか変わらない。【9】

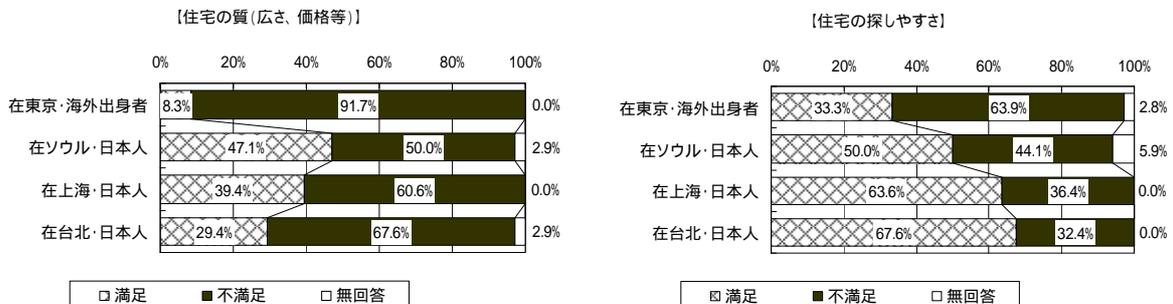
住宅

図表 2 - 3 - 4 は、人材インタビュー調査にご協力いただいた方々へ併せて行った簡単なアンケート結果のうち、「住宅の質（広さ、価格等）」及び「住宅の探しやすさ」についてである。

住宅の質（広さ、価格等）については、いずれの勤務地においても不満足が満足を上回っているが、在東京・海外出身者が日本で満足と感じている割合は1割に満たず、在外・日本人がそれぞれの勤務地で満足と感じている割合に大きく水を空けられている。

また、住宅の探しやすさについては、在東京・海外出身者が満足と感じている割合は、住宅の質に比べるとかなり高いが、それでも、在外・日本人がそれぞれの勤務地で満足と感じている割合に比べると、かなり低いと言わざるを得ない。不満足と感じている割合は6割を超えている。

図表 2 - 3 - 4 住宅に対する東京ならびにアジア諸都市の満足度比較



インタビューにおいては、賃貸でも購入でも、外国人であるが故の様々な不便さが指摘されている。賃貸借契約の際の保証人が必要であることが、外国人にとっては障害となる場合が多いという意見が多い（特に問題ないという意見もあった）。敷金・礼金とともに、制度全体がわかりにくい、保証人と敷金の両方が必要であることが理解できない、という声もあった。

購入に当たっては、外国人という理由のみで住宅ローンすら簡単に組めないという経験も紹介された。周辺の風紀に関する情報が入手しにくい点については、日本人でも同様だが、外国人故に、さらに入手しにくいことが考えられる。

価格や質については、東京の住宅については、住居は狭く家賃が高いという声が多い。間取り等が現代人の体型にあっていないという声もある。一方、これを、安いが狭い一人用アパートが多いため、一人暮

らしがしやういと捉える声もある。設備については、たとえ広いマンションでもトイレが一つしかないために不便という声もあった。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
探しやすさ	ロンドンに比べ、狭いが安い一人用アパートが多く一人暮らししやすい。一軒家が多く、住宅を購入する気になれない。 現在住んでいる地域の風紀が余りよくなく、環境はよくない(事前を知っていれば他の場所に住んだかもしれない)。	子供の年齢によって、物件探しに制約があることも多い。【16】
外国人ゆえ	外国人が入居できるアパート・マンションを探すことはまた難しく、借りることができても日本人が望まない物件であることが多い【23】 物件に関する情報はあるものの、外国人向け物件と日本人向け物件というように分かれてしまう。また外国人に対する条件を吊り上げるなど、外国人を特別視する業者が依然として存在する。【5】 住宅を購入しようとしても、他の条件を全て満たしていても、外国人という理由のみで住宅ローンすら簡単に組めないのが実情。【3】 長期滞在を希望する外国人には、例えば在日実績に応じた住宅ローンを許可するなど、キチンとした規則や借入条件等があれば便利。	外国人向けの不動産仲介業者もいるため、住居探しで困ることはないが、そのような物件は高い。また、物件の数も地元向けの質の低い所は過剰、外国人や高所得者向けの質の高い物は不足と、二極化している。【39】
制度	「保証人制度」は、外国人にとって障害となることが多い。【17】 賃貸制度(敷金・礼金など)がわかりにくい。【6】 アメリカでは生活の中でごく普通に住み替えをするが、日本では難しい。住み替えのたびに税金をたくさん取られ、また手続きが面倒で、引っ越し代も高いため不満。 賃貸の場合、改善であっても手を加えることができない。たとえ、手を加えて暮らしやすくしても、退去時には元の状態に直さなければいけない。	建築や土地利用については国・市政府の規制が厳しい。 賃貸の契約システムや慣習が日本と違う上に、そうした情報が得にくいので戸惑う。
価格・質	家賃等が非常に高い上に、イメージ通り室内が狭く不満。【19】 「狭さ」「高さ」は大きな不満点だが、近年は、地価の下落もあり、郊外に住む場合など、改善傾向にある。【2】 日本人でさえ体型が縦・横共に昔と比べて変化してきているのに、住宅は時代の変化に適応していないと感じる。住宅の天井が低いなど、外国人(欧米人等)にとってはなおさら住みにくい。 少々安い物件だと、トイレの数が少ないなど、欧米の生活スタイルからみると、設備面での不満の声がある。	マンションは、設備面の不備も補うくらいに、専有面積が広く満足。【21】 都市基盤や住宅等の設備面の水準が低く不具合も多いなど不安。また、セキュリティが実質的に役に立たないなど、細かい造りで非効率になっている点が見受けられる。【41】 外国人が多く住む地域では安定した需要が見込めることもあって、貸手市場であることもあり、住居のクオリティーが上がらない。修理は頼んでもしてもらえないことが多い。【8】 マンションはスケルトンと内装が別売りなので、内装には個性がある。【5】 オンドルは体にも良く、快適で便利。【9】 上海では日本式の風呂が少なく不満。【3】
その他		マンション内のコミュニティ意識が管理組合の活動等を通じて醸成されているため、周りに助けってもらえることが多い。東京ではありえない。【2】

人材が求める都市環境

公園・緑・水辺

リラックスできる場としての公園・緑・水辺等へのニーズは強い。

東京の公園等については、量に対する不満・要望もあるが、利用しやすく落ち着ける場となっていないことについての不満が目についた。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
効用	<p>緑、水辺へのニーズが強い。「緑」「静」「古」という環境が、心身をリラックスさせ、業務の面でも効果がある。【4】</p> <p>生活のスピードが速いためにのんびりする空間があまりない。公園は子供や母親のためのもので、都会で「ビジネスマンが落ち着けるスペースとしての公園づくり」という発想がないのではないかと。無料で座る（休憩する）ことができるような場所が少ない。【7】例えばビルの屋上を活用する等で、もっと気軽に一息つけたりおしゃべりができるような場所が欲しい。【5】気軽に外で食事したり休憩できるようなベンチ等が欲しい。【3】職場の周辺に、オブジェや水・緑があればつるぎの場所となる。</p>	<p>「清潔感」や「緑の多さ」は「創造力や意欲をかきたてる都市環境」のひとつなので、自然との共存が図れるような空間を持つ都市像が望ましい【7】</p> <p>緑地・公園が不足しているし、韓国では、河川沿いに遊歩道やサイクリングロードが整備されているが、日本ではそのような空間は比較的少ない気がするため、街中でくつろげる「静かな空間」がほしい。【16】</p> <p>東京の職場環境には「憩い」の空間が乏しいが、これは単にハード面でそれをどう整備するかだけではなく、空気や雰囲気といったソフト面の問題が大きい。【2】</p>
量と質	<p>街中の緑環境は、近隣単位など、身近な範囲で比較的量的には充実している印象が強い。【5】</p> <p>大規模公園・緑地が多く、人工的な緑地等が巧みに利用されている。公園や広場等についても、単にとりあえず整備してあるだけで、住民や働いている人の使い勝手が考慮されていない（気軽に休める。横になれる。スポーツができるなど）。【9】</p> <p>住んでいる場所にもよるが、東京の緑の少なさ、水辺へのアクセスしにくさには不満がある。【4】</p> <p>就業地、居住地等の用途に合わせた緑地の整備・増設が必要。【4】</p> <p>住んでいる地域にある公園はきれいではないし、ホームレス等がいて安心して入る気になれない。</p> <p>河川は整備されていてすべてコンクリート貼りで、緑も人工的なものが多くて心が安まらない。【2】</p> <p>剪定等の維持管理は非常に丁寧だが、人の手が入らない自然に関してはあまり大事にしていない。【3】</p>	<p>台北では都市の成熟に伴い、行政が環境、景観について考えるだけの余裕が生まれた一方で、上海では開発や建築を行う際に、政策的に公開空地や緑地面積を十分に確保するよう規制しており、ゆとりのあるまちづくりが行われている。【3】</p> <p>子供を安心して遊ばせられる場所が少ない。【5】</p> <p>上海市内の公園や緑は多いが、いかに人工的であり、自然を感じて心癒される場所とは感じていない。東京の郊外のような自然は上海にはない。【10】</p>

景観

東京の景観については、マイナス評価が多い。これに対し、欧米出身者を中心に、計画や規制の必要性が指摘されている。

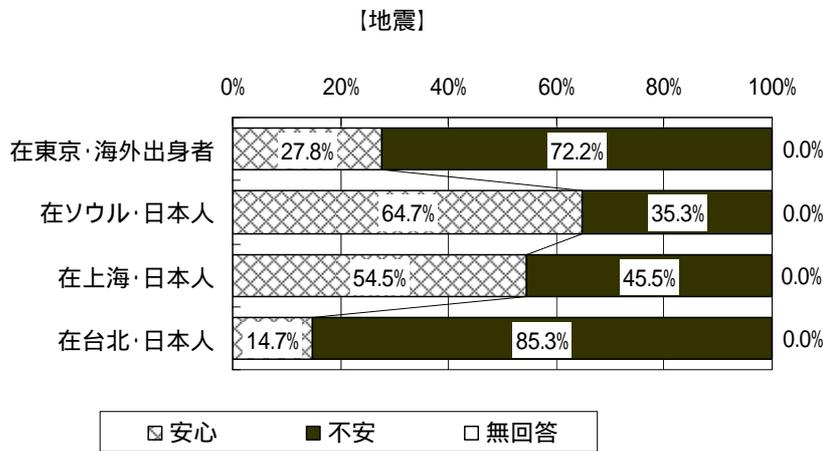
	在東京・海外出身者	在外・日本人
	<p>建物がややゴチャゴチャしているが、慣れてしまうと気にならないような悪い景観ではない。【2】</p> <p>街中の建物が画一化しているために、景観がつまらないと感じる。【4】</p>	<p>上海では、新旧の建物が混在していて、景観として面白い。【3】</p> <p>日本人、欧米人とも住むのに快適な場所として、上海の中でも「風光明媚な場所」を好んでいる。</p> <p>街並みや景観に関しては、建物の外観（配色や周辺環境との調和等）の統一がない。【15】</p> <p>韓国の都市は、比較的どこも画一的で特徴が少ない。都市の中に地区毎の特徴（多様な地区ブランド）があることが、都市環境の魅力の一つではないか。</p> <p>気分転換できるような景観がほしい。</p> <p>ヨーロッパ的な統一された街並み・景観が美しく、働く人、生活をする人等にとって良い印象を与えるのではないかと。</p>
景観阻害要素	<p>電線が多く、街の景観を阻害している。【3】</p> <p>駅が街の中心部に位置しているため、鉄道の利便性が高いが、駅や鉄道軌道が街の景観を阻害している。【2】</p> <p>風俗系の看板・チラシが不快である。【3】</p> <p>街中の商業看板の規制がなく、様々な色や形が氾濫し、都市環境・景観を阻害している。看板等に対する規制が必要。</p>	<p>新しい個々の建物全てが自己主張しすぎている。【3】</p> <p>乱雑な商業看板が街の景観を阻害している。【15】</p>
計画規制の必要性	<p>都市計画のマスタープランや景観に対するガイドライン等は存在しないように感じる。【5】</p> <p>法律をクリアしただけの建築が多く、街並みや景観が常に変わっ</p>	<p>上海では都市開発が進んでいるが、市政府の方針は古いものを残そうとしており、それが都市に魅力を与えている。</p> <p>上海黄浦江沿いの目立つ場所については、公園として今後緑</p>

<p>ている。もう少し計画を立てた方がよいのではないか。【3】 高層住宅の乱立など、建物の建築に際して、景観や周辺の環境への配慮など、きちんとした計画がない(計画が適当)と思う。 建築物を建設する際に、歴史的な景観保全など、景観面での規制がないように感じる。</p>	<p>化するなど、国際観光都市としての景観面で評価できる計画はある。 街の美化は公共心の醸成よりも罰則強化に重点が置かれている。【3】</p>
---	---

防災

図表2-3-5は、インタビュー調査に合わせて行ったアンケートの中で、地震について安心か不安かを尋ねたものである。日本と同様に地震多発地域である台北に比べると、安心すると答えた在東京・海外出身者の割合は高いもの、ソウル・上海に比べると、不安とする割合は非常に高く、7割を超えている。

図表2-3-5 地震に対する安心・不安比較



インタビューの中では、地震に対する認識はあるものの、情報が足りない、具体的な対応はしていないという声が多い。木造密集地帯等における火災への不安も指摘されている。

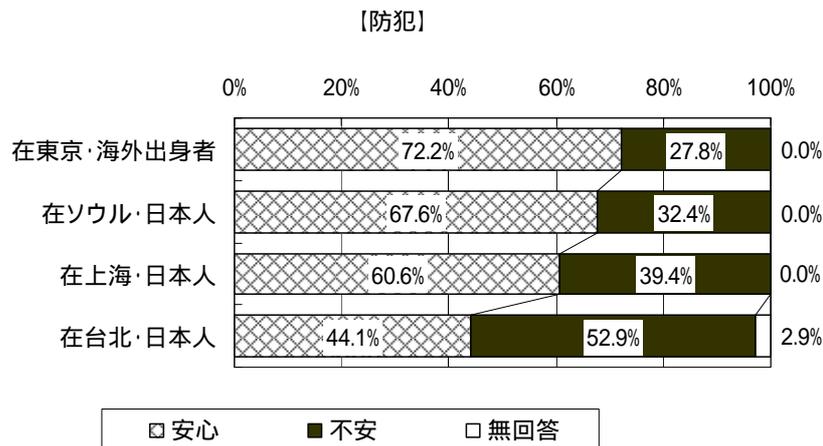
	在東京・海外出身者	在外・日本人
全般	<p>自然災害については特に気にならず、不安も感じていない。【4】 自然災害対策として、自衛の意識を高めることが重要と感じている。</p>	<p>災害に関する情報(報道)が遅く、誤報が多い。【2】 建物の老朽化、避難経路周知の未徹底等から、防災上の不安がある。【2】 上下水道が未整備で、降雨時に問題が多発する。【3】 防災に関する罰則・規則の運用が徹底されていない。</p>
地震	<p>地震に関しては仕方がないと感じている。【4】 地震発生時の避難場所は一応知っているし、対策用品も知っているが購入していない。 外国人は、もともと地震がどれだけ危険であるか怖さを実感できていない。それに対し、情報や知識がきちんと行き渡っていない。 地震の避難対策や避難経路の周知等に関しては、居住先の自治体の対応に温度差がある。 災害対応マニュアルの整備の有無等、就業先による差が大きい。 住宅探しの際に、日本は地震があるため耐震建築であるかどうかに注意を払うという意見が多い。【3】</p>	<p>地震が基本的にない国であるために、建造物が耐震構造をとっていないのではないかと不安。【7】</p>
火災	<p>消防車が入れないところが多かったり、木造建築物が多いことなどから火災に対する不安が大きい。</p>	

人材が求める都市環境

防犯

図表2 - 3 - 6は、インタビュー調査に合わせて行ったアンケートの、防犯について安心か不安かを尋ねたものである。在東京・海外出身者の安心と考える割合は7割を超えるなど、現在でも、東アジア諸都市と比較した治安の良さは東京の大きな長所である。

図表2 - 3 - 6 防犯に対する安心・不安比較



一方、実際のインタビューの中では、若年犯罪を始め、東京の治安についての不安が指摘されている。これについては、テレビ、雑誌等メディアの有害情報に対する批判が内外で挙がっている。外国人への差別的対応についての指摘もある。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
	諸外国と比較して治安がよいが、身近でもピッキングの被害が出るなど昔に比べると状況は変わってきている。【7】 日本で中国人の窃盗が多いのは刑罰が軽いからではないか。	外国人向けの住宅のセキュリティは、しっかりしているが、それはお金をかけた結果である。【14】 元々泥棒などの犯罪率が高かったために、防犯意識や民度が上がった。【3】 台北では職住混在が24時間都市を実現し、その結果、防犯面でも効果がある。【5】 治安維持や最低限の公共マナーの遵守のためには、公権力がある程度の怖さ、強さを持っていることが必要。【5】
若年犯罪	若年犯罪に対して不安がある。【4】 テレビや雑誌等の有害情報中でも性的情報が多く、それが日本の社会に悪影響を与えているのではないか。【6】	台北は青少年犯罪が日本に比べて低い。 東京では性や暴力に関する情報が氾濫しており、子供を取り巻く環境に大きな不安を感じる。特に雑誌等の媒体を通じた有害情報に問題があるのではないか。【3】
子供	子供に対する治安状況は不安が多いため、学童保育施設等よりも近所の子供の家で遊ぶなどの近所づきあいの方が安全だと感じる。	公園は子供のみで遊べるほど安全というわけではない。 郊外や地方においても、幼児や児童を狙った悪質犯罪が増加しているようで、大きな不安を感じる。【2】
差別	外国人への警察官の態度が横柄であるなど、差別意識を感じる。 中国人だからという理由で、警察に職務質問されることもある。	

医療、福祉、教育、行政サービス等

医療については、コミュニケーション等の不安とともに、口コミ以外の情報が得にくい点や、診療時間が限られていることについての不満が挙がっている。

子育て環境としては、保育園が使用しにくいなど、女性が子育てをしながら就業できる環境が十分に整備されていない点について、内外から批判がある。

行政サービスについても、柔軟性が乏しく利用しにくい点への不満、納税義務がありながら選挙権がないといった不満が挙がっている。

さらに、病院、公共機関等への実際の差別的扱いを受けたとの経験や、差別を受けるのではないかという不安が示されている。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
医療	日本では体の不調を訴えて病院に行っても、大抵の場合、風邪と診断されることが多く不信感を持つなど医者とのコミュニケーションの面で不安を感じている。【3】 イギリスのGP(ホームドクター)制度は家族の既往歴まで、医療全般を熟知してくれるので便利で、安心して健康管理ができる。 東京には巨大な中国人コミュニティがあるため、中国人の医師を探すことは難しくない。	日本語が通じる病院もあり、医療水準も中国大陸に比べると高い。【3】 言語の問題で、医師とのコミュニケーションがとりにくい。【3】 日本語が通じかどうかよりも、専門領域が合致するかどうかの問題になる場合がある。【2】 医療技術そのものより、文化・習慣の違いに戸惑う。【9】 中国の医療に関しては衛生面や、ソフトウェア的な部分で不安が大きいと感じている。外国人向けの医療支援サービスはあるが、不安は払拭し切れていない。【16】 都市部と郊外部に大きな格差があり、不安を感じる。【8】 バリアフリーや福祉・医療の環境は日本と比較して後進国。日本がアジア圏の中でリーダー的な存在となりうる。【5】
情報	よい医療機関を探すのは、口コミと試行錯誤。【5】 中国語の通じる医者も多いので便利だが、その情報は口コミに頼る部分が多い。【4】	自分で情報を集め、いざというときの対応を自己責任で考える必要がある。Well-beなどのサービス加入も重要だが、確実かつ信頼できる医療を受けられる病院を紹介してもらえるような人脈作りが重要である。【13】
診療時間	診察時間が短く、働いていると利用しにくい。【3】 台湾では、診療時間も長くネット予約もできるなど、日常的に利用しやすい。	台湾の一定規模以上の病院は24時まで診療しており、また、診察予約でき、仕事が終わった後でも気軽に利用でき便利。
子育て	中国では共働きで子供を育てられる環境が整っており、その点は日本よりも働きやすい環境だろう。 保育園の設備や教育内容への不満は少ないが、親への規律が厳しすぎる。また、保育施設までのアクセスが非常に悪い。【2】 定時に仕事を終了できないと、保育園の利用は難しい。【2】 授乳できる施設が少なく不便。少しずつではあるが改善傾向。【2】	東京(日本)は子供を育てる環境としては最悪。施設不足で保育園に入れないなど、女性が子供を産み働く土壌が整っていない。少子化が進むのは仕方ない。【3】 韓国は育児や教育にかかる費用が多めで、女性の社会進出や出産にも悪影響を与えている。一方、親世帯が子供世帯の近くに住む場合も多く、子育て面で助かっているようだ。【2】 外国人女性の福祉・家政分野での活用が望ましい。【2】
教育	オーストラリアでは学校設備(校庭・プール等)で使用材料の指定など安全対策が考慮されていて安心するが、東京(日本)ではそのような配慮が少なく不満である。	子供のためセキュリティで安心な日本人学校を選ばざるを得ないなど、居住場所が制限される場合もある【12】 高校生以上の子供は、教育の問題上、日本において来ざるを得ない。 アメリカンスクール等は、地域社会の中で子供や親の習い事を一般に公開し、コミュニティ醸成に繋がっている例もある。外国人同士や現地住民との交流、親の負担軽減にも役立つ。
行政サービス	外国人が区民税を払わなくてはならないことに対して不満。納税義務に対し、選挙権等の特典を享受できない。【3】 入国管理局を始めとして、行政サービスは決まった枠でしかサービスをしないう、利用しづらい。もう少し融通をきかせたり、自由度が高ければ利用しやすくなる。【4】 日本と比べて欧米の方が市民意識は高く、(行政に意志表明することで)住民意向が行政サービスに反映されやすい。【3】	
差別等	病院や公共機関で韓国人に対する差別的扱いを受けた。【2】 学校で、外国人だからと差別やいじめがあるのではないかと心配。 普段から保護者同士の交流を通じて壁をなくしておくことが必要だが、それを社会システムとして取り込むことも重要。	

人材が求める都市環境

情報の入手

ここまでの項目の全てと関連するが、特に、情報の入手について改めて取り上げる。

東京では、外国人向けの情報源が乏しく、インターネット上のプラットフォームの整備、情報の充実等を求める声が多い。例えば、公共の運動施設等のハード面が充実していても、その情報がどこにあるかわからないという、具体的な指摘もあった。

在東京・海外出身者	在外・日本人
<p>家族経由の口コミとインターネットが大きな生活情報の源になっている。【4】</p> <p>基本的に、暮らしの情報もビジネス上必要な情報もインターネットが中心。他にはテレビのニュース番組。【5】</p> <p>外国人が日本で生活していく上での情報源が乏しい。そうした情報取得を可能にするようなプラットフォームが必要だと感じている【4】。</p> <p>外国人向けの一元的な総合支援センターのような機能・サービスの整備が必要だと実感している。それさえあれば、差別の払拭、教育や医療等々暮らしに関する不安解消など、外国人にとって必要な情報が入手できる。【3】</p> <p>施設等のハード面が充実していても、その情報がどこにあるかわからない。インターネット・IT時代にふさわしい方法で情報提供して欲しい。【3】</p> <p>インターネット情報の統一規格を作るなど、うまく検索でき、情報の漏れがないようにして欲しい。飲食店の評判やランク、細かいメニュー等、もっと深い情報を提供して欲しい。【2】</p>	<p>タウン誌、インターネットなど、身近な情報源の多さには満足している。生産者責任のない国での日常生活において、情報入手は非常に重要である。【8】</p> <p>ネット上でも外国人歓迎のウェブサイトを各国語で作成しており便利である。上海のように日本人向け無料情報誌が出版されているわけではないが、その分、在韓邦人のインターネットを利用したコミュニケーションが発達している。【6】</p> <p>ネットの活用度は、公共サービスも含めて、日本より韓国の方が進んでいる。【2】</p> <p>IT環境が整備された結果、情報収集の効率化だけでなく、各種公共料金等の支払いなどが効率化された。</p> <p>自宅でインターネットを使うなど、プライベートに情報収集する場合には不便・不安に感じることもある。</p> <p>IT関連のインフラ整備が進む一方、サービス提供側（民間・公共とも）のソフトが未整備で不満。【3】</p> <p>韓国では、文字媒体よりも口コミ情報を信用する風潮がある。【3】</p> <p>現地住民にとって当たり前である情報と外国人居留者に対し提供されている情報との間に格差がある。【8】</p> <p>公共施設の案内が日本人向けで、外国人向けとなっていない。【8】</p>
<p>日本のメディアが外国人、特に中国に関する情報を流す時に偏向を感じる。同じ事件があっても、当事者が欧米人と中国人では扱いが異なる。【2】</p>	

外国人の受入れ環境、国際感覚

東アジア出身者から、日本では日本らしい（外国人にとっての）異文化が感じられないとの声がある。これは、日本の都市がアイデンティティを失っているという考えにも通じる。

また、留学生等を受け入れる環境が未整備との指摘も複数ある。そのために、悪いイメージを持って帰国し、結果として日本に取ってマイナスとなっているという指摘がある。

日本人と外国人の交流機会が増やすべきだと指摘が、内外から出されている。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
	<p>同じアジア諸国の目から見ると、東京という都市には「外国らしさ」がない（歴史・文化的なものよりは、人間どうしのコミュニケーションを通じて異文化を感じるのかもかもしれない）。【5】</p> <p>日本の社会全般、特に若者層に無気力感が漂っている。均一化よりも差別化を尊ぶ社会の方が国際競争力はつくのではないか。</p>	<p>融通が利く社会だが、文化の違いにより溶け込みにくいというか、言葉ができるだけでは理解しにくい部分が残る。【3】</p> <p>人脈を築く上で、現地日本人社会はコンパクトな分、日本では考えられないような人と知り合うことも可能。【5】</p>
交流	<p>日本人と外国人の交流機会が限定的かつ散発的である。外国人の受け入れも大事だが、特定のインテリ層ではなく、おじいさん・おばあさん・子供等の一般人達の間で草の根レベルからの交流を積み上げていくことによって、よりよい社会システムの構築につながるし、そうしたところにビジネスチャンスがある。【3】</p>	<p>同世代、世代間、異国間の交流・共存が図れるような空間を持つ都市像が望ましい。</p>
受入れ体勢	<p>日本の法律下では、留学生は生活費を稼ぐこともできない状況で、苦しい生活を強いられている。このため、日本に対して悪いイメージを持って帰国する中国人も多く、その情報が中国国内に広がるなど、日本にとってマイナスになっている。【2】</p>	<p>日本から出て行くのは容易だが、日本に入るの難しいという現状は問題。外国人の間で不公平感、不満が大きい。現在進めている外国籍看護士の認可だけでなく移民の開放などを真剣に考えなくてはならない。【3】</p>

(4) 余暇環境

アフター5

アフター5にリフレッシュしたいというニーズは多く、東京は選択肢が多いという意見もあれば、居酒屋以外には少ないという意見もある。具体的には、アフター5に託児サービス付きで楽しめる場所を望む声があった。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
全般	<p>仕事後はスポーツ、映画等の娯楽、綺麗な景色を見るなどのリフレッシュに時間を使いたいが、会社や自宅周辺にそのような場所がない、あるいは、どこにあるのか知らないために、何もできないでいることが不満（残業等による時間の拘束も原因）。公共施設が少ない。利用時間が限られるなど、スポーツジムや趣味等のための施設やサービスが利用しづらい。【12】</p> <p>東京はアフター5で行けるような場所の選択肢が多い。【5】</p> <p>居酒屋以外でアフター5を楽しめる施設が少ないと感じている。</p>	<p>ストレスを解消する施設（気軽に楽しめる運動施設やその他の娯楽施設等）の整備が必要だと考えられている。</p> <p>アフター5を楽しむ場所が職場近くに集中しているのは便利。隣接していても、街区による棲み分けができており、オン・オフの切り替えができる。【5】</p> <p>日本にいるときと同じようなサービス（カラオケ等）が増えており、住みやすくなってきている。</p> <p>管理職クラスは、アフター5は専らカラオケに通うことが多いようだ。カラオケが多いことと、日本に比べて安いせいだろう。日本に比べてアフター5の娯楽の種類や量が限られている。</p>
タクシー		<p>上海ではタクシーも夜遅くまで利用できるもので、遊びに関して時間の制限がないことに満足している。【8】</p> <p>飲食も帰りのタクシーも安く、遊びが非常に安く済む。</p> <p>移動はタクシーに頼らざるを得ないが、曜日、時間帯、天候等によってタクシーがつかまらないのは不便（アフター5を楽しむ意欲をなくすほどに不便）。【6】</p>
子供	託児サービスが整った施設を増やして欲しい。【2】	夜遅くまで子供連れで外出することが余暇活動の一部。【3】

休日

東京では、交通費等の移動コスト、移動の大変さ等についての不満が多い。

行く先については、選択肢が多く面白いという意見がある。無料や安価な公共施設を評価する声がある一方、利用するための情報が得にくいという不満が、内外から挙がっている。博物館、美術館等の文化施設については意見が分かれている。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
交流しやすさ	移動に時間がかかり、友人宅に出かけたり、交流しにくい。	趣味を通じたコミュニティ活動、ボランティア活動等、ゴルフ、テニス等の同好会のような機会が多く、友達ができやすく交流しやすいことが、個人の活力を生み出している。【2】
移動しやすさ	<p>交通費も含めた費用の高さが、積極的に余暇を楽しめない理由と考えられている。【7】</p> <p>交通費が高く、都内から出る気になれない。同じ時期に一齐に皆が出かけるし、休暇でどこかに出かける＝行った先で何かしなくてはいけないなどまじめに捉えすぎている感じがする。</p> <p>都内から出るには計画が必要なので気軽には行けない。</p>	<p>都市がコンパクトで職住・自然環境が近接し、移動も便利のため余暇環境も良好。【11】</p> <p>休日の移動手段が少なく、行動範囲が限定される（車を利用できず、行楽地への遠距離交通が未整備）。【23】</p>
行先	情報社会で流行がはっきりしている（故意に作り出される）ために、皆が同じ余暇施設に行き、多様性がない。	<p>上海の「市場」は活気があり訪れて楽しい。能動的な余暇施設の一つとして捉えることもできるだろう。</p> <p>上海では、周辺への旅行やタウンウォッチング等の楽しみがある。【3】</p> <p>東南アジアが近く、空港の利便性が高いため、ビジネス上でも便利であり、余暇は国外に出ても良い。【4】</p> <p>東京のような娯楽の多様性がないのは文化や国民性の違い、食事が最大の娯楽だったり、デパートのウィンドウショッピングや催し物へ行くことが、日常一般の余暇の過ごし方。【8】</p> <p>現地人の場合は賭け事をしている人が多く、駐在の日本人とは余暇の感覚が根本的に違う。【4】</p>

人材が求める都市環境

	<p>アメ横は、東京の中でも特徴的で面白い。 横浜は、海・中華街・古いもの等が一度に楽しみ、面白い。 秋葉原はゴチャゴチャしている感じが面白く、青山や表参道は非常に落ち着いた洗練した感じがする。色々なものが楽しめる、日本のお弁当の具のような部分が東京のよいところ。 新宿のような買い物ができる場所が好まれる一方で、京都や横浜のようなゆっくりのんびりできるところが好まれる。 博物館・美術館等の文化機能が貧弱。小さな美術館の数はあるが、ただか1時間の観賞のために、わざわざ時間をかけて移動することに耐えられない。 美術館等の無料の文化施設が少なく不満である。【6】 博物館や美術館の入場料は、他国と比べ突出して高いレベルではない。【3】 公営スポーツ施設は安価で施設自体は充実しているが、利用条件や利用可能時間等が特に外国人に向けて告知されていないので、口コミ以外に情報入手の手立てがあまりない。【3】 砵公園や公営スポーツ施設は無料や安価で人気が高い。【3】</p>	<p>アミューズメントパーク等は日本より貧弱。【6】 他のアジア諸国に比べてゴルフ料金が高く不満。【5】 独身者にとって休日の余暇活動を見つけにくい。【9】 東京でいえば表参道や代官山のような、買い物もできるが休日のんびりできるようなところが少ない。 若い女性が休日のウィンドウショッピングを楽しめるような洒落た商業集積がないことに不満。【3】 消費型の余暇活動が中心で文化施設はまだ充実していない。【7】 文化的・歴史的なものが少ないと感じる。【3】 娯楽や文化スポーツ等はあるが、東京ほど選択肢はない。能動的な余暇活動をしな人は、娯楽に限られてしまう。イベント等があっても場所、内容等の情報が入手しにくい。【26】</p>
<p>子供</p>	<p>休日に子供を連れて出かけても、タクシーやレストランで子供に対していやな顔をされることが少ないが、子供を連れて行く場所、特に自然に親ませる場所がないことが不満。</p>	<p>休日に子供を連れて出かけても、タクシーやレストランで子供に対していやな顔をされることが少ないが、子供を連れて行く場所、特に自然に親ませる場所がないことが不満。</p>

3. ナレッジワーカー・クリエイターの創造性や意欲をかき立てるような都市環境

最後に、これまで出てきた意見も含め、「ナレッジワーカーやクリエイターの創造性や意欲をかき立てるような都市環境」というテーマで整理する。挙がってきたキーワードは、ゆとり・リラックス・リフレッシュ、刺激・活気、交流等である。

コンパクト・シティ、職住近接等へのニーズがある一方で、アイデアが出てくる場としての通勤電車内を積極的に評価する声もある。

リラックスし、リフレッシュするための要素として、「緑」「静けさ」、主に欧米出身者から「古い」「歴史」という要素が挙げられている。都市の構造はともあれ、ゆったりとした空間や時間軸が求められているとも言える。在外・日本人からは、そのためには人々のメンタリティが問題との指摘もある。

国際交流の機会については、内外から要望がある。

他には、もっと積極的に分煙化を進めて欲しいといった具体的な要望も挙げられた。

	在東京・海外出身者	在外・日本人
住みやすさ	「住むこと」と「人の考え方」の2つの条件、即ち、「快適な住環境」が確保され、「仕事でもプライベートでも良好な人間関係」を築くことができれば、ナレッジワーカーにとって住みやすい・働きやすい環境と言えるのではないかと。東京より、地理的・時間的にコンパクトな都市、例えば福岡のような都市が働きやすい。【2】	東京よりも日本の地方都市の方が、面的な広がり割に時間距離が短くコンパクトで暮らしやすい。【3】 海外では周囲が日本語をあまり理解できないことで匿名性もあり、職住近接で「遊び」の場が近くにあることは便利。
働きやすさ	アイデアを出すときは電車の中が多い、という意味では、通勤電車の中の空間も業務上大切な公共空間と言える。【3】 東京の業務環境・施設の水準は他国と比べても良好。	職住近接は便利だが、極端に近いとオンとオフが切り替えられない。ある程度の距離は必要かもしれない。
ゆとり	「混雑」「長時間通勤」「残業」のない生活が望ましい。「忙しさ」や「多様性」で活気があるところよりも、ゆったりした空間、時間軸で仕事ができるところが望ましい。【5】	「清潔感」や「緑の多さ」は創造力や意欲をかきたてる都市環境の一つ。【5】 ひとりで静かに落ち着ける場所(空間)があればいい。ただし、日本人と外国人の感覚は違う。
リラックス	「緑」「静」「古」がある環境が心身をリラックスさせ、業務の面でも効果があるという意見が多い。【4】	創造的、知的な仕事には、空間的なゆとり、広がりが必要。 通勤の混雑解消、深夜交通の安全性、コーヒESHOPや公園等のリフレッシュできる施設や空間は確かに必要。これらの充実もさることながら、それを利用する人々のメンタリティが問題になる。他人に対して配慮を持てる都市かどうか。 若い女性が休日のウィンドウショッピングを楽しめるような洒落た商業集積がないことに不満を感じている。【3】
リフレッシュ	無料で座る(休憩する)ことができる場所が少ない。【7】 喫茶店でゆったりできるところが欲しいが、そういう場所はあるも値段が高く、現状では、リラックスできるサービス提供が値段に比例している。【3】 親子ともども楽しめるような環境がリフレッシュの源になる。【3】	上海(中国)には大きなマーケットがあり、供給側にとって新しい冒険ができることが、創造性をかき立てる。【5】 上海でも、新しい建築、芸術文化等、創造性を刺激するものができつつある。 インターネット情報の方が刺激的で創造力ややる気に繋がる。 外国都市で「街に24時間賑わいがあること」と「職住が近接していること」が時にわずらわしく感じることもある。【2】 上海は各種規制が多いが、グレーゾーンをうまくついで自分で道を切り開くことが面白く、それが個人や都市全体の活力につながっている。【4】
刺激	基本的に、海外(東京)在住体験を刺激と捉えている。【2】 日本人は男女ともにファッションブルで、刺激を受ける。 台北は、職住近接、タクシー料金が安価、24時間都市等から、暮らしの面では東京以上に活気があり、便利。	
活気		
施設	利用時間が限られたり、公共施設が少ないなど、スポーツジムや趣味などのための施設やサービスが利用しづらい。【7】	公園や緑地の整備・改善を望む。 ストレスを解消する施設(気軽に楽しめる運動施設やその他の娯楽施設等)の整備が必要だと考えられている。
交流	ビジネス上の国際交流を持てる機会があることが望ましい。地元の図書館や公民館を、街づくりや地域活性化の拠点(外国人との交流拠点)としてもっと活用してはどうか。【3】	同世代、世代間、異国間の交流・共存が図れるような空間を持つ都市像が望ましい。
その他	分煙化が不徹底なので、積極的に取り組んで欲しい。【3】 ビジネスマン相手の靴磨きのような隙間産業がもっとあってもよい。そういったサービスは受けられる場所が限られているなど、必要とする時にはなかなか受けられない。【2】	用途・状況に応じた柔軟な運用ができるスペースがあれば、時代の変化に応じた対応が可能ではないか。

人材が求める都市環境

東京 以外で 住みた い都市	香港：移動が便利。都市と水辺が近く良好な環境で快適。 シンガポール：モダンな都市。航空ネットワークが充実し、海 外へのアクセスがよい。 台北：東京より緑が多く、田舎が近く住みやすい。	
-------------------------	--	--

第 部

都市に活力を生み出す人材を
惹きつけるような
都市環境の充実に向けて

第 部では、平成 15～16 年度に行ってきた企業アンケート、人材インタビュー、有識者ヒアリング等から得られた知見を整理し検討した結果として、東京を始めとする日本の大都市の都心が活力を持ち続けるために、都市の活力を生み出す人材を惹きつけるような都市環境のあり方について述べる。

まず、第 1 章で、都市に活力を生み出す産業（企業）や人材（個人）について、ここまで調査研究を進めるに当たって前提としてきた考え方を改めて整理し、人材に着目すべきことを述べている。

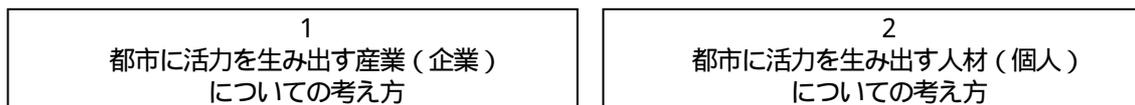
その上で、第 2 章では、都市に活力を生み出す人材であるナレッジワーカー・クリエイターを惹きつけるような都市環境の充実のための方向性について述べている。方向性としては、まず、第 1 節でエリア毎の魅力向上とその魅力的なエリアの集合体としての都市全体の魅力の向上について、第 2 節で人材の交流が生まれやすい都市環境の創出について述べる。第 3 節では、第 1 節と第 2 節で述べたことの中から、特に、ナレッジワーカー・クリエイターのワークスタイルとライフスタイルを生かすという観点から、ポイントを絞った提案を行っている。第 4 節では、第 1～3 節を実現するために行政が果たすべき役割について述べている。

さらに、第 3 章では、日常的な活動や生活を支える都市環境の充実のための具体的項目要素として、都市に活力を生み出す人材はもとより、都市で住み働く全ての人の活動や生活に関わる「移動しやすい環境」と「暮らしやすい環境」について、個々具体の要望や課題について述べる。

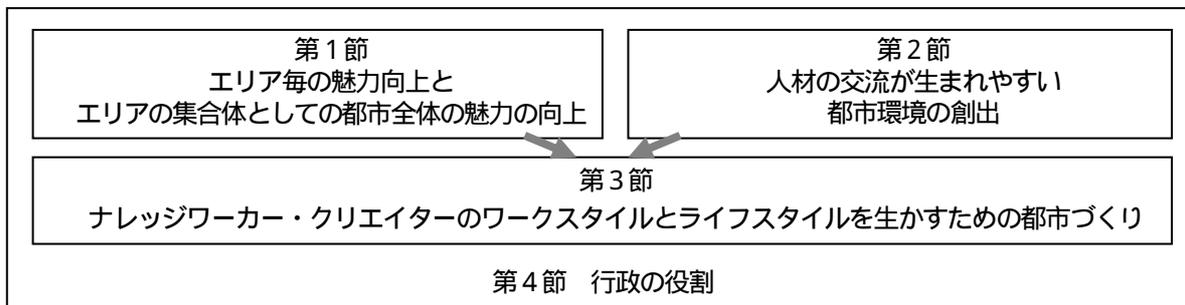
ここで挙げているテーマの一つ一つは、それぞれが非常に大きなテーマであり、その現状や国内の各地や海外での取組み状況を精査し、今後の具体的な施策を検討していこうとすると、それだけで一本の調査研究が成り立つようなものである。そこで、本研究の成果としては、テーマ毎に課題と課題克服のための方向性を述べるとともに、調査の過程で具体的に示されたり、検討の過程で出てきた施策案等を整理することにより、今後、国・都道府県・市町村等の公的セクター、全国や地元で街づくりに関わる有識者や活動者等が具体的な方策を検討し採用していく際のヒントとなるようなものを提示していくこととしたい。

《第 部の構成》

第 1 章 都市に活力を生み出す産業と人材についての考え方の整理



第 2 章 都市に活力を生み出す人材を惹きつける都市環境の充実のための方向性



第 3 章 日常的な活動や生活を支える都市環境の充実のための具体的要素



第1章 都市に活力を生み出す産業と人材についての考え方 の整理

ここでは、都市に活力を生み出す産業（企業）と人材（個人）について、調査研究を進めるに当たって前提としてきた考え方を、有識者ヒアリングや現地調査等で得られた知見を加え、改めて整理している。

1. 都市に活力を生み出す産業（企業）についての考え方

～ “都心型産業” は、業種を問わず、新しいコンセプトとコンテンツを
創り出せる高付加価値・労働集約的産業～

都市、特にその都心部に活力を生み出す産業（企業）の条件としては、“高付加価値であること”、“労働集約的であること”の二つが重要と考えられる。

この二つの条件は、郊外への立地が想定されている大規模設備が必要な資本集約的な産業やビジネスとは対極にある。“高付加価値であること”は、都心の高額な地価や賃料に見合うだけの収益を上げられるという視点である。また、“労働集約的であること”は、地価や賃料が高額であるが故に必然的に狭くなるスペースを最大限に生かすという視点である。これには、収益を上げるためには、都心という、最も交通利便性の良い、労働力が得やすい立地を最大限に生かすという意味もある。労働力となる人々が集まってくることは、それを支えるための、それを目当てとする消費者向けビジネスの集積し、活気が生まれるといった波及効果もあるだろう。大阪市立大学の小長谷教授は、「国際的な競争力を維持して行くには、先進国的な“高付加価値”で“雇用吸収力の大きい（労働集約的な）”新産業を振興しなければならない。アメリカの経済が良くなったのもこれによる。」と指摘している。

高付加価値・労働集約的であるということは、他にはない新しい価値を生み出すための何かを、設備ではなく人の力を中心に創り出すということである。その何かを、ここではコンセプト¹とコンテンツ²と表現する。コンテンツとは新しい価値を生み出す内容であり、コンセプトとはコンテンツを作り出したり、商品化したり、それを消費者に向けて送り出したりするための考え方や捉え方である。企業活動の中では段取りやマネジメントと呼ばれる活動もこの中で捉えておきたい。

新しい価値を生み出せるような斬新なコンセプトやコンテンツは、人の頭の中から生み出される。そうであればこそ、都市に活力を生み出す産業を、いわゆる「都市型産業」に倣って「都心型産業」と呼ぶとしても、そこで業種を特定しようと試みることには大きな意味はない。

¹ 小学館「プログレッシブ英和中辞典第4版」によると、概念・観念・構想(されたもの)(製品の)設計概念、計画(scheme)、直観的对象 (<http://dic.yahoo.co.jp/bin/dsearch?p=concept&dtype=ne>)

三省堂「デイリー新語辞典」によると、概念。広告で、既成概念にとらわれず、商品やサービスを新しい視点からとらえ、新しい意味づけを与えてそれを広告の主張とする考え方。

(<http://dictionary.goo.ne.jp/search.php?MT=%A5%B3%A5F3%A5BB%A5D7%A5C8&kind=jn&mode=0&base=1&row=0>)

² 小学館「プログレッシブ英和中辞典第4版」によると、(容器の)中身・内容物、(書物・記録・教科などの)内容・記事、(書物・文書などの)項目・目次 (<http://dic.yahoo.co.jp/bin/dsearch?p=content&stype=1&dtype=1>)

三省堂「デイリー新語辞典」によると、(箱などの)中身、情報の内容。放送やネットワークで提供される動画・音声・テキストなどの情報の内容をいう。書籍の目次。

(<http://dictionary.goo.ne.jp/search.php?MT=%A5%B3%A5F3%A5C6%A5F3%A5C4&kind=jn&mode=0&base=1&row=0>)

また、「デイリー新語辞典」によると、コンテンツビジネス【contents business】は、放送・映画・音楽・漫画・アニメ・ゲームなどのような知的生産物について、その制作・管理・提供にかかわるビジネスのこと。コンテンツ産業。

(<http://dictionary.goo.ne.jp/search.php?id=%A4%B396349633522442300&kind=jn&mode=5>)

あらゆる活動の中にコンセプトとコンテンツが存在し、例えば、どのような業種であっても、企業の中にコンテンツやコンセプトを考える企画部門が存在し、これは本社機能として都心におかれることが多い。九州大学の坂口教授は、「“企画 生産 販売 顧客サービス”というバリューチェーンの中で、付加価値の源泉である企画・コンセプト本社をどれだけ集めることができるかが都市の評価軸となる」と述べている。

また、同じ業種の中にも、郊外向けの業態と都心向けの業態がある。例えば、有識者ヒアリングからは、都心型産業として IT 産業が挙げられたが、この業種全体が都心に向いているわけではない。例えば、情報通信機器等のハードを生産する工場は郊外向け、IT をツールとして利用して新しいコンセプトやコンテンツを生み出す人が中心となったオフィスは都心向けと考えられる。小長谷教授は、「IT 産業は、都市という地価・賃料が高く、限られたスペースの中で、パソコン等の少ない機材、スペースで、アイデア一つで成立し、付加価値の高いものを生み出すため、都市に向けた非常に労働集約的な産業と言える。」と述べている。他に新産業と言われるものについては、「ナノ、環境、ロボットなどのものづくり系の産業があるが、環境産業やロボット産業はある程度スペースのある倉庫等が適している。バイオも都市型産業と言われているが、大規模な設備や専門的な知識が必要であり、一般の人には敷居の高い。厳しい管理が必要なので、大学都市などに立地するだろう。」とのことである。最近の都心居住傾向もあり、オフィスだけではなく住宅も密集した都心では、周辺に影響を及ぼしにくい産業であることも大きなポイントであり、IT 産業はこれに叶うと考えられる。

IT 自体はあくまでもツールに過ぎず、それどのようなコンセプトやコンテンツと結びつくかによって、都心の高額な賃料に見合ったビジネスとなるかどうかが決まる。あらゆるビジネスにコンセプトやコンテンツはそれぞれ存在し、ツールとして IT を活用することができる。九州大学の坂口教授からは、「デジタルはあくまでもツールであって、コンテンツがキーである。アナログでも魅力的なコンテンツはたくさんある。それを発信するためにコンピュータを使うなど、ツールとしてのデジタルを利用するかもしれない。」との指摘がある。

IT が結びつく対象の候補の一つとしてアートが考えられる。小長谷教授は、「IT はアートをビジネス化するためのツールとなる。アートだけではお金がかかるだけでビジネスにならないが、デジタルと結びつくことによって新しいビジネスとして成立し得る。」³「ニューヨークはアートの街でもあり、その環境の中で、若者が遊びながら IT 産業を興した。日本では、渋谷等ではアートとデジタルが近い傾向はあるが、まだアートとデジタルがつながっていない。」と指摘している。具体例の一つとして、京都でのヒアリングでは、西陣織の図案をデジタル化したネット・ビジネスについて耳にした。これは、西陣織という地域の資源を活用し、グローバルにアピールしようとするものである。NPO 法人 京都西陣町家スタジオ³の福永理事は、「資本が東京に集中している現状では、IT の需要（仕事）がみな東京にあるため、労働の需要も

³ 2002 年 4 月、「西陣をはじめ、京都が職住一体となった地域として活性化すること」を目的として設立された。堀川中立売界隈の町家と NTT 西陣支局の一角を拠点とし、「起業したい方への、起業家育成事業」「インキュベーター施設運営など、起業家支援事業」「地域の活性化につながる、コミュニティビジネスの開発支援事業」を通じて、西陣をはじめとした京都の地域活性化を実現する活動を行っている。

ホームページにおける目指すものの説明は、以下の通り。[<http://www.nishi-jin.net/> (2006 年 4 月 7 日) より]

「西陣は、京都の中でもとりわけ歴史と文化に育まれ、京町家の連なる町並みなどの京都らしさを、今に伝える地域です。千数百年にわたり京都の中心として繁栄し、中世以降は千両ヶ辻とも云われた今出川大宮付近を中心に、織物の各工程が専門分化して広がる家内制手工業が集積し、職住一体となった町衆文化を形成する町として発展してきました。しかし現在は、和装・繊維産業の後退にともない、労働人口の流出・高齢化が進行した結果、空いた町家が取り壊されてマンションや駐車場に姿を変え、日本のどこにでもあるような退屈な街並になりつつあります。

このような中、私たちはこの西陣という地域を、「職住一体となった生活空間で、地域資源を活用した新しい事業が展開し、従来の和装・地場産業とともに成長する町」として活性化したいと思っています。そしてこの動きを、西陣から京都全体に広めていけたらと考えています。」

東京に集中してしまう。それ以外の地方が IT にこだわるのは間違いだと思う。IT を前提とせず、あくまでも活用するツールとして位置付け、マーケットが求めている中で、各地方の資源を活用してできることをやるべきである。」と述べている。

このように、都心型産業は業種では決められないという考え方を前提として、平成 15 年度の企業アンケートでは、調査対象を業種で選ぶという手法はとらなかった。その代わりに、話題性のあるエリアを取り上げ、実際にそこに集積している業種は何かを見るということをも目的の一つと考えた。結果として、渋谷（桜丘町と周辺地域）で上位を占めたのはソフトウェア業（10%）、土木建設サービス業（9%）、デザイン・機械設計業（9%）、卸売業（8%）、広告業（9%）であり、南青山（南青山 5,6 丁目）では広告業（23%）、デザイン・機械設計業（18%）、卸売業（16%）、その他の専門サービス業（13%）、不動産業（10%）、神保町（神田神保町 1,2 丁目）では印刷・印刷関連業（20%）、卸売業（14%）、デザイン・機械設計業（11%）、広告業（11%）、公認会計事務所、税理士事務所（9%）であった。これらは、そもそも各エリアを取り上げた理由に引きずられているのは当然ではあるが、一見して現代風な、流行りの、クリエイティブな印象を受けやすいカタカナビジネスばかりではなく、旧来からの業種も多いことが見て取れる。これらについても、IT 化が進んでおり、IT 化で活力を得ることができるコンテンツには、業種の壁はなく、様々な可能性があることがうかがえる。

2. 都市に活力を生み出す人材（個人）についての考え方

～ 新しい価値を生み出すコンセプトやコンテンツを創り出すのは
個人としての力とその結びつき～

コンセプトやコンテンツを生み出すのは人材である。コンセプトやコンテンツは、人材がその専門的知識や経験、センス等を駆使して、クリエイティブなアイデアを出し、効率的・効果的なマネジメントを行うことによってレベルアップされるものである。すなわち、都心を拠点として活躍していけるようなビジネスになるかどうかの成否は、まさに“個人としての力”にかかっていると考えるのではないだろうか。

言い換えれば、都市の活力を生み出すような具体的な人材像としては、自ら、コンテンツを創り出せる、発信できる、コンセプトを創り出せる、実現できるといった、新しい価値を生み出す能力を持った人材と考えることができる。

こうした人材を総体として表現することは難しい。本研究では、インタビュー調査を行うに当たって、「クリエイター」「ナレッジワーカー」という表現を用いた。「クリエイター」はコンテンツ・コンセプトをクリエイトする人材という意味で、まさに前述の人材を示す表現の一つである。また、「ナレッジワーカー」は専門的な知識や経験を有する人材であり、作られたコンテンツやコンセプトの中から優秀なものを見抜いたり、アイデアの実現化を含め、消費者の元に届くまでのプロセス等をマネジメントする能力を有している人材という意味では、こうした人材の一面を表すものとする。

また、そうした個人としての力を有している人材の分野を定義するのは、産業の業種を特定するのと同様に、困難であると同時に大きな意味はないと考える。それは、ビジネスとして成立するコンテンツやコンセプトの可能性を、現時点でわかっているものに限定するべきではないということでもある。

例えば、マンションというハードを作り出すプロセスと、商品や人物のプロモーションを行うソフトな活動を行うプロセスとは、一見全く異なるものである。しかし、これらをビジネスとして成立させるためには、人と人、ビジネスとビジネスを集めたり、結びつけたり、採算部門と必要不可欠な非採算部門を組み合わせたりすることが必要である点で違いはない。アイデアのピース一つ一つに価値があり、それを生

み出す能力が必要であり、また、それらの組合せ方の発想そのものにも価値があり、それを生み出す能力が必要であり、さらには、その組合せ方を実行することにも価値があり、能力が必要である。

これらを総合的にプロデュースする能力を持つ人材について、デザインに関わるような分野では、例えば、「クリエイティブ・ディレクター⁴」という名称が用いられたりする。しかし、この能力を有するのは、この名称を名乗る人に限られるわけではないし、こうした名称が用いられるようになる前から、こういう役割を担ってきた人材もいるはずである。このように、これまで使われてきた専門家の名称の中には収まらないような活躍をする人材が目立つようになってきているし、新たに生まれた名称の中にさえ収まらない活躍をする人材が現れる可能性もあることが想像できる。これだけを見ても、分野だけではなく、働き方の名称についても、限定的に取り上げ、都市の活力を生み出す職業として規定するのは難しい。そもそも、これからの活力を生み出す存在は、名称に限らず、既存の枠組みに規定されない生き方や働き方をする可能性が大きい。

このように、業種、分野等とは関係なく、さらに、それが初めからビジネスとして仕組まれたものであるかどうかにも関わりなく、都市に活力を生み出すには、人材そのものが街を活性化させ、新しいものを生み出すアイデアや感性、エネルギーを持っていることが重要であると考えられる。そのような可能性のある世代として「若者」や「学生」が挙げられることがある。これらに求められるのは、都市ならではの魅力を楽しみ、都市ならではの経済活動や産業を生み出すことができるような感じ方や考え方の柔軟性と考えられる。その特性が、新しいものを受け入れることに抵抗がない、新しく面白いものに対する感度が高い、感じたことや考えたことを行動に移すエネルギーがある、後先考えずにとりあえずやってみることができるといったことであるとすると、実年齢は関係ないということもできるだろう。小長谷教授は、「国際的な競争力を維持して行くには、先進国的な高付加価値で雇用吸収力の大きい新産業を振興しなければならない。そのような産業は、実は若者が遊びながら生み出す部分が多い。」「IT産業が発達する上では、若者文化が必要である。」ニューヨークはアートの街でもあるが、IT産業もそのような環境のなかで若者が遊びながら興じた。」「若者が集まるようになると若者相手の店や産業が生まれ、さらに若者の働く場、遊ぶ場ができることで、都市に人の流れと更に人が集まる魅力が生まれ、また、新しい産業、次代に通じるクリエイティブな産業は、ときに若者の遊びの中から生まれてくる」と指摘している。

また、新しく魅力的なコンテンツやコンセプトを生み出し、それを発信したり、実現したりできるような感度や柔軟性の高い企業や人材を惹きつけるためには、その特性や感性を理解し、彼らが求めるような都市へと街づくりを進めることも重要である。街づくりそのものは経済活動ではなく、そのエリアが経済的な利益を生み出すことには直結しないが、経済的な利益を生み出したり、街に活力を生み出すような企業や人を惹きつけるという意味で重要な役割を果たす。官民間わない、積極的な街づくりに関わるこのような人材もまた、都市の活力を生み出すために必要な人材と考えることができる。

なお、前述の通り、産業(企業)と同様に、人材についても、業種や分野を特定することは困難であり、それによって考え方に枠を作ってしまうことは有害でさえある。それでも敢えて業種に関わるキーワードを挙げるとすると、これも産業(企業)と同様に、ITをツールとして新たなビジネスを興す勢いのある人材、メディア、アート系等のコンテンツに係わる人材等が考えられる。「船場デジタルタウン構想⁵」に関

⁴ creative director

商品イメージや、企業イメージの方向性を示唆し、決定する統括責任者。新商品やコレクションなどにかかわるデザインから広告までの一貫したクリエイティブワーク(創造的な仕事)を受け持つ。1994年、グッチのクリエイティブディレクターに就任し、低迷していたグッチを一躍世界のトップブランドに押し上げたトム・フォードの例は「トム・フォード効果」と呼ばれ、影響を与えた。以降ルイ・ヴィトンのマーク・ジェイコブスなど有名ブランドではデザイナーがブランドのイメージ戦略まで受け持つことが定着した。(集英社「imidas2001」より)

⁵ 船場の一部エリアでは、新しい居住空間や、IT系 SOHO・クリエイターが集まるカフェやアトリエが次々と出現しています。こういった芽を、職住遊が融合した新しい都市の形成へつなげていこう! 「船場デジタルタウン構想」は、そんな背景

わる都市機構の森氏は、「インターネットや IT 関係の業種の人達が地区を活性化するキーマンとなる。」を指摘している。

ここまでを整理してきたように、都市に活力を生み出すような活動ができるかどうかは、たとえ企業という形態を取っている場合であっても、人材（個人）の能力にかかっており、都市環境に対するニーズを引き出すために着目すべきは人材（ナレッジワーカー・クリエイター）と考えることができる。

本研究における企業アンケート及び人材インタビューは、入口こそ、「企業として」「個人として」という違いがあるように見えるが、企業を動かしているのもまた個人であり、人材（個人）の都市環境に対するニーズを捉えることになったと考えている。企業アンケートにおいては、いわゆる大企業における企業論理的な論理ではなく、個人の発想で立地を含めた企業の戦略をナレッジワーカー・クリエイター自身が決められるような、個人経営でフットワークの軽い中小企業を調査対象とするため、調査対象エリアの選択に当たって大企業が多いエリアをはずしている。実際、企業アンケートにおける自由回答等を見ていると、個人経営に近い中小規模の企業は、企業としての考え方と経営者個人としての考え方との垣根が非常に低いという印象を受ける。会社を興した場合でも、フリーランスの個人に近い形で活動することも多く、個人としての都市環境に対する感覚が会社としての立地選択行動に表れていると考えられる。そのため、企業アンケートと人材インタビューという形に分かれてはいるが、これらから読みとれる都市環境への評価には共通するものがあつた。

新しい価値を生み出せるかどうかは個人の能力次第とすると、都市に活力を生み出す企業となり得るかどうかは規模の大小は関係ないと考えられる。小長谷教授によると、「IT 産業と言うとマイクロソフト等の大きな企業や本社機能ばかりに目が向きがちになるが、それらを支える膨大な数の小さな企業があり、これらは、活発に新しいアイデアを生み出すことで、都市に新しい活力をもたらすクリエイティブさを持っている。このため、ピラミッドの最底辺にあたるベンチャー企業の支援は、都市再生と密接な関係がある。」とのことである。また、特に、「大企業と小企業の間の中間的規模の企業層が一番アクティブである。中間層の企業は小企業・ベンチャー企業と大企業を結びつける役割を果たすことから、これらをいかにもり立てるかが大切」とも指摘されている。坂口教授もまた、「今は企業規模の大小は関係なく、クリエイティブかどうか重要」と指摘している。

ナレッジワーカーやクリエイターには、それぞれの得意分野があり（全体をマネージする能力も含め）例えば前述のデジタルとアートのように、それらが結びつくことによって新たな価値が生み出されていくと考えられる⁶。活躍する人材同士の出会いの場、連携の場には様々な状況があり得るだろう。企業内、企業同士という可能性もあれば、企業組織に関わらず、グループ、ネットワーク、ボード、プラットフォーム等の様々な名称や形で語られるものもある。また、仕事とは全く無関係のプライベートの人間関係やオフの場が結びつきやそのためのきっかけとなることもあるだろう。そうして、個人の能力は、互いに結びつくことによって、さらに効果的に発揮され、ビジネスとしてもうまく展開していくことが期待される。

から生まれました。[<http://www.ur-net.go.jp/west/sdt/> (2006年4月7日) より]

⁶ 小長谷 (2005) では、個人の力の結びつきについて、以下のように表現している。

ニューヨーク・シリコンアレーとサンフランシスコ・マルチメディアガルチに共通する性格は、いずれももともと芸術家の街だったが、そこに IT 技術者とのコラボレーションが生じ、「3人よればベンチャーが一つ」[小長谷 (2001)「都市再生とソフト系 IT 産業 アメリカ・東京・大阪」『都市研究』第1号] というように「理工系 + 芸術系 + 経済系」の若者が単位となって新規 IT 企業が発生したことにあつた。

第 2 章 都市に活力を生み出す人材を惹きつける都市環境の充実のための方向性

第 1 章で述べたように、都市に活力を生み出すようなビジネスや活動が、個人の力やその結びつきに由来すると考えるならば、都市は、そうした人材（個人）を惹きつけるような魅力を備えることが必要である。これらは、ソフト・ハードを含めた都市環境のあり方に関わるものである。そこで、第 2 章では、新しい価値を作り出すことにより都市に活力を生み出す人材（個人）が求める都市環境の大きな方向性について整理する。

第 1 節 エリア毎の魅力向上とエリアの集合体としての都市全体の魅力の向上

1. なぜ個別の「エリア」の魅力向上が大切か

大都市はいくつものエリアの集合体である。魅力ある都市とは、その中に個性的な魅力のあるエリアを数多く擁している都市であり、全てのエリアが同じような魅力を有する必要はない。全ての魅力をそれに備えようとすることによって、金太郎飴のような代わり映えのしないエリアが並んでしまうことは、かえって大都市としての魅力を損なう恐れがある。再開発もエリアを魅力的にする一つの手法ではあるが、近年では、一定レベルの機能や環境が揃えられることによって、かえって個性を感じられない、独自の魅力を感じられない結果となっている例が多く見られることに留意する必要がある。秋葉原にある千代田区有の遊休施設である下島ビルでリナックスカフェ⁷を展開している平川社長は、以下のように述べている。

⁷「リナックスカフェ」ホームページより引用

(<http://www.linux-cafe.jp/biz/linuxcafe.html?PHPSESSID=92b7112c3851e0aa2c6b405ea9e07d67> (2006 年 2 月 16 日))

2001 年 5 月、千代田区の有休施設である下島ビル(千代田区外神田 3-13-2)の利用に関して、千代田区による公募が行われ、最終的に 7 法人が応札。その結果、株式会社ビジネスカフェジャパンによる「リナックスカフェ・プロジェクト」が第 1 位で選出された。この結果下島ビルは、リナックスビルと改名し、株式会社リナックスカフェによるオープンソースのプラットフォームとして、再建されることになった。

(中略)

リナックスカフェとは、世界でも有数の研究者を迎えたオープンソース研究所をコアに、リナックスのみならず、オープンソースソフトウェアに関連するベンチャー企業、大手企業、プログラマー、販売業者などが中心となっているコンソーシアムである。また、「いつでも、誰でも気軽に立ち寄ることができ、技術を学ぶことができ、情報を交換したり、注文をしたり、機材を購入したりすることができる窓口があったら、」という希望にこたえるための施設である。

- ・世界最高水準のオープンソース研究所によるネットワーク家電の研究開発
- ・法政大学とのジョイントプロジェクト - CIW 及び LPI に準拠したネットワーク技術者養成講座
- ・世界的な検証センターである OSDL との提携
- ・サントリーによるまったく新しいネットワークカフェ - ホットプレイス
- ・産・官・学と地元商工会とのジョイントプロジェクト
- ・世界初のオープンソースプラットフォーム

街づくりは、そこにしかないものを作れるかどうかが重要。山手線沿線の汐留、品川、大崎、東京等の開発では、みんな同じものをそろえているから、人はスケールの大きいところに集まって、他は負けになる。新幹線の駅前がみんな同じようになってきているのも同様である。秋葉原で言えば、これまでの電気リテールは、新宿にサクラヤやヨドバシが立地しているように、独自性がなくなってきている。街の歴史を開けてみて、面白いものを作ってボタンタッチしていくことが大切。東京に勝つ、品川に勝つとういことではなく、世界中のどこにもない街になることが重要である。

ここでいう「エリア」とは、都心の（産業や人材を惹きつけられるくらいの力のある）特色あるエリアを想定している。それは、人の口に上るような名称が自然発生的に出てくるようなものであり、大きさの条件や定義のようなものはない。鉄道駅等も名称で語られることもあれば、町名で語られることも、通り名で語られることもある。例えば、アンケート調査対象である渋谷、南青山、神保町も、こうしたエリアとして選んだものである。

なお、ここでは、各地から多くの人々を惹きつけるという観点から、都心の魅力あるエリアを中心に述べるが、各地から都心から離れたところに、余暇を楽しめるようなエリアがあることも、都市としての魅力を高めるものとして重要である。また、経済活動に直結する業務地だけではなく、都心居住も含め、快適に住めるエリアがあることも、都市に活力を生み出す活動の後ろに必ずある生活というバックヤードを支える大切な視点である。

人材インタビューでは、在東京・海外出身者からは、具体的なエリア名として、青山や表参道、新宿、アメ横、横浜中華街、京都等が挙がっている。他にも、居住エリアにも関係するが、砧公園という具体的な施設名も挙がっている。こうしたときに名前が挙がってくるのが、そのエリアが独自の個性を有し、人を惹きつけていることを表している。

こうしたエリアの魅力の中でも、特に、産業や人材を惹きつけられるくらいの力のあるものについては、エリアの“ブランドイメージ”として表現することもできる。エリア毎に、そこにしかない、個性あるブランドイメージを確立することが、当該エリアの活力を生み出し、その集合体である都市全体の魅力を高める方向に働くことになる。小長谷教授は、以下のように述べている。

都市のブランドイメージを確立することが重要な戦略である。街区ごと、エリアごとの範囲（地下鉄の駅2駅分くらい）で個性のあるまちづくりをすべきである。例えば、渋谷は通り、街区ごとにイメージが細分化している。R246のブランドで企業が集積している。そういう意味では、東京はそれぞれのエリアに個性があって成功している。他の政令指定都市でも、それを促す施策をするべきである。

都市内でも新産業を興すことができたところだけが地価が上昇する。デザイナーズマンションのように付加価値をつけて美しい街を形成することができたところが、都市内で競争に勝っていく。

実際、企業アンケートの結果からは、企業の立地場所選択に、エリアの魅力が重要であるという回答が多く見られた。人材インタビューでも出ていたように、日本の大都市は交通の利便性がある程度成熟しており、その中で都市に活力を生み出す企業や人材を惹きつけるためには、エリアとして独自の魅力を有していることが重要となってくる。

企業アンケートでは、企業は立地場所を選択する際に、エリア、賃料、広さ、物件の質等の中で、エリアを優先順位第一位と考えた企業が、東京全体（3調査エリア合計）で63.7%（特に、南青山では76.1%）を占める。その一方で、移転先としての候補について、「エリアに関する情報は特に収集しなかった」という企業が34%であり、元々持っていたイメージや知識等によってエリアを選択している可能性は高いと考えられる。なお、アンケートは企業（事業所）を対象に行っているが、回答企業（事業所）には個人的な企業が多いことから、人材から見た観点と大きな相違はないと考えられる。

アンケート対象エリアの中で、特に、エリアとしてのブランドイメージが評価されているのは南青山である。企業は、そのエリアのイメージが企業そのもののイメージをも押し上げるものとして着目している。例えば、南青山では、そのエリアに立地したことにより、「社会的信用を得やすくなった」「知名度が高まっ

た」という好影響があるとした企業が5割を超えている。

また、自由記入欄には、「顧客等に与える印象が良い」「センスの良いイメージを得意先にも与えるのではないか」「街のイメージの信用度」という回答が見られ、エリアイメージにより、企業そのもののセンスがよい、それも含めて信用されやすいという効果が得られると考えていることがわかる。

当初、南青山で設立し、現在は移転している二つの企業へのヒアリングを行ったが、そこでは、「センスの良い人が集まるような場所」「青山で何かをしたい、買いたいという、ブランド意識の高い人が集まる場所」というイメージが語られた。南青山を、設立当時の立地場所として選択した理由として、以下のような回答があった。

- ・設立したときには、知名度を考えると場所は青山でなくてならなかった。上野、立川に立地しているのとはイメージが全然違う。
- ・起業当初、南青山に立地していることがステータスや格付けとなり、クライアント（大企業）からの信用を得ることにつながった。だから、背伸びをして南青山にいた。
- ・卸売で、実績もできたので、今はもう青山のイメージは不要になったが、小売をするのであれば今でも青山のブランドイメージが必要である。

エリア毎の魅力が向上し、異質な魅力を持ったエリアが隣り合うことで全体の魅力が増す例として、福岡一の繁華街である天神地区とその裏手にある大名地区について触れる。

大名地区は、若者向けのお洒落なお店が増えているなど最近マスコミに取り上げられることの多いエリアである⁸。デパート、大型ショッピングモール等を中心とした典型的な繁華街である天神地区は、この若者に人気のある大名地区がすぐ横にあることで多様なイメージを手に入れ、全体としての魅力が増していると考えられる。その一方で、大名地区の側でも、天神地区のすぐ横にあることで、自らのエリアブランド形成前は特に、天神地区のブランド力に相乗りすることができたり、現在でも、交通利便性はもちろん、天神地区との対照によって隠れ家的な魅力が際立つといった利点を享受することができている。福岡大学の田村教授によると、来街者調査をしてみると、大名地区を訪れる人は、天神等の他の地区には行かないものの、天神地区と大名地区は、異なる魅力のエリアが隣り合うことで、魅力を増幅し合っていると考えることができる。これについて、田村教授は以下のように述べている。

大名地区が狭い地区であるにもかかわらず、若者をブラックホールの的に吸引することは同地区の回遊性、時間消費性の高さを端的に示している。このような地区が天神地区に隣接していることが、天神の魅力づくりに大きく貢献している。特に、天神地区・大名地区をひとかたまりのエリアと考えるなら、福岡市における天神も含めた同エリアの集客力の高さは、異質な2つのエリアが近接することに求められる。

⁸ 山田毅(2006)「J-REIT、不動産ファンドの熱市場・福岡市 - 天神、天神周辺の動向 -」[<http://nsk-network.co.jp/060101.htm> (2006年4月7日)]では、大名地区について以下のように説明している。

九州最大規模の商業集積地天神に隣接する大名は全国版ガイドブックにも取り上げられ、T字路が交差する狭い路地に若者がショッピングなどで行き交う国内でも有名エリアとなっている。隣接する天神が高機能な大規模高層商業施設がゾーニングされたエリアに林立する近未来的都市空間を創出しているのに比べ、大名地区は異質な趣の商業空間となっている。

…(略)… 旧来の町並みが残っており、下町の郷愁溢れる路地に町家と商店が入り組んで稠密に建ち並び、その不均一で不揃いな家並みが、若者には独特の街のテイストとなって、天神にはないこだわりの店舗が進出している。若者にとって隠れ家のように佇む店舗でショッピングすることが1種のステータスとなっており、地域のブランド力を高めている。

…(略)…

1980年代後半ぐらいから、天神から近く、家賃が安いこともあり、天神とは異なるサブカルチャーゾーンを求めて、大名の地に店舗を開店する若者が増え始めた。

2. 都市の活力を生み出す人材を惹きつけるような個別エリアとして魅力の創出

～ナレッジワーカー・クリエイターの関心が高い都市環境の要素～

ここでは、特に、都市の活力を生み出すような企業や人材を惹きつけるようなエリア毎の魅力や個性とは何か、これに関わる都市環境の条件とは何かについて述べる。その魅力や個性、これに関わる都市環境の条件とは、まさに個々のエリアが有するコンテンツやコンセプトと呼ぶこともできる。

1でも述べたように、都市環境の条件のコンテンツやコンセプトは一方向ではないし、こうあるべきものと規定すべきでもない。ここでは、本研究の企業アンケート、人材ヒアリング等を通じて出てきた考え方、キーワード、見落としてはならない要素等を、いくつかのテーマに沿って整理していくこととする。中には、重なり合うものもあれば、相反するものもあり、これらを全て平均以上に備えればエリアの個性を作り出すわけではないことには注意が必要である。

新しいコンテンツやコンセプトを作り出すような人材を惹きつけるための都市の条件として、九州大学の坂口教授は、「色々あって色々許されるという都市の多様性」「都市がオープンで、多様性を受容すること」と指摘している。都市全体のオープンさ、寛容さについては、第3章でもう少し詳しく述べるが、これをエリアの魅力という文脈で捉えれば、都市の中にオープンで多様性を受容する寛容さを持ったエリアを有していることと考えられるのではないかと。言い換えれば、そういう個性の強いエリアの存在を受容できる都市は、都市全体としてオープンであり、寛容であると考えられるのではないだろうか。あるエリアがあらゆる個性を受け入れるというよりは、あるエリアがある個性を受容し、あるいは積極的に惹きつけ、また、別のエリアが別の個性を対象とする、そういう個性的なエリアがいくつも存在するという都市を目指すべきではないだろうか。

どのような個性を受容するか、どのような個性を積極的に惹きつけたいかを目指すかの違いによって、そのエリアが追求していく個性も異なってくる。

例えば、企業アンケートにおける南青山のイメージについての自由回答には「インターナショナル」という表現もあったが、一言で「インターナショナル」と言っても、それぞれのお国柄もあり、求める都市環境の条件は異なる。例えば、小長谷教授は、以下のように述べている。

欧米系とアジア系ではニーズが異なる。一般的な傾向として、欧米系は“環境”がメインだが、アジア系は、日本人よりも“環境”にこだわらない。また、欧米系は日本的なもの、アジア的のものが好きだが、アジア系は high-tech city がものすごく好きである。

人材インタビューの中でも、欧米出身者について日本の歴史文化に関わる施設等へのニーズが高いが、アジア出身者については、そういうものは自国でも見慣れていて関心がないという発言が見られた。

こうした相反する個性も含め、以下では、エリアの個性を育むような考え方、キーワード、要素等を整理していく。

大きなテーマとしては、まず、新たなコンテンツやコンセプトを生み出すことにつながるような場やサービス等、例えば、リラックスできる、リフレッシュできる、刺激を受けられるといったものについて整理する。きっかけとなるものには様々なものがあり、刺激にも静的なものもあれば動的なものもある。気分転換と言っても、静かなところで落ち着きたいときもあれば、にぎやかなところで騒ぎたいときもあれば、文化的な刺激を受けたいときも、身体を動かしたいときもあるだろう。これらをまとめて、ここでは、ナレッジワーカーやクリエイターの創造力や意欲をかき立てる都市環境と称することにする。次に、利便性に関わる都市環境を整理する。

(1) オン・オフの切り替え、リラックス・リフレッシュ、刺激等に関わる都市環境の要素

人材インタビューでは、気分転換や仕事とプライベートとのオンオフの切り替えに関するコメントが多く出された。それは、積極的な刺激となって創造に直接繋がることもあれば、気分を換えることで間接的に次の創造に繋がっていくこともあるだろう。気分転換にも、静かなところで落ち着く、お酒を飲む、にぎやかなところで騒ぐ、文化的な刺激を受ける、身体を動かすといった様々な方法がある。シチュエーションとしては、昼休み、アフター5、休日が考えられる。これ以外にも、通勤電車で過ごす時間が仕事とプライベート（特に育児）との切り替えのための大切な時間になっているとのコメントもあった。

以下では、まず、「緑、水辺、自然、公園」「古さ、日本的なもの、歴史的なもの」「閑静な環境」という、落ち着き、リラックス等につながる要素について述べる。小長谷教授は、自然（緑と水辺）、歴史的な建物、静かな環境（カラスがいないこと）は、まさに所得・教養の高い人材やアーティストの求める都市条件である、シリコンアレーの選好を見てもそうである、と指摘している。その次に、「にぎわい、猥雑さ」「文化的刺激」「スポーツ、運動」について述べる。

緑、水辺、自然、公園

人材インタビューによると、リラックスできる場としての緑・水辺、公園等へのニーズは強い。東京の公園等については、量に対する不満や要望もあるが、利用しやすく落ち着ける場となっていないことについての不満が目についた。

企業アンケート結果においても、立地場所選択の際に考慮している企業の割合が低い割に、立地後に不満を感じている企業の割合が高いものの一つに、「公園、運動施設等リフレッシュサービスの充実」があげられている。

具体的に、人材インタビューでは、就業地、居住地等の用途に合わせた整備や増設が必要だという意見が複数見られたが、主として就業地となっているエリアにおいてはビジネスマンの利用を念頭に置き、主として居住地となっているエリアにおける子供、高齢者等の利用を念頭に置き、量的な整備や使い方の工夫をしていくことが必要である。前者については、具体的な内容として、例えば、無料で座り、休憩できる場所、お弁当を食べられるような場所、ベンチ等を求める声があったことは参考になる。

特に、緑と水辺については、小長谷教授の以下のような指摘にもあるように、公的主体ができることも多いと考えられる。

キーワードは緑であり、ぜひ政策的にも進めていくべきである。例えば、最近完成したなんばパークスは、屋上庭園で人気を博している。緑のストックを今から増やしていくことは難しく、特に街中では緑を植えるような土地がない。大阪は緑が少ないことがウィークポイントである。しかし、水際は半公共の土地であり、ウォーターフロントに緑を植えていくことで、最終的には都市のイメージまで向上する。また、「水都」というのは、「関西は一つ一つ」と言われて何事にもまとまらない関西で、唯一合意がとれたキーワードである。関西が歴史的に「水都」であったことは誰も否定できない。

古さ、日本的なもの、歴史的なもの

人材インタビューからは、主に欧米出身者から“古い”“歴史”というキーワードが挙がっている。一方、東アジア出身者からは、日本では日本らしい（外国人にとっての）異文化が感じられないとの声がある。これは、日本の都市が日本らしさやアイデンティティを失っているという考えにも通じ、今後、日本としてのアイデンティティを見出し、伸ばしていくこともまた、エリアの魅力を高める方向になるとも考えられる。

特に、欧米出身者は、アジアらしさ、日本らしさを高く評価する傾向があり、エリアによっては、欧米出身者にターゲットを絞った魅力を高めるという方向もあり得る。例えば、小長谷教授は以下のように述

べている。

東京はもっと欧米人ナレッジワーカーに魅力的な都市、ある程度アクティブな、ピラミッドの頂点にいるようなナレッジワーカーねらいの都市にして良い。新たな都市の魅力という観点からは、欧米人の意見を重視するのが良いのではないか。アジア人も欧米的魅力で呼び込むことができるし、もともと東京は十分アジア的な魅力のある都市である。東京もカオス。アジアがバザールの都市だとすると、浅草、吉祥寺はまさにそう。

歴史的な建造物は、海外出身者を惹きつける要素であると同時に、これを活用することにより、リーズナブルな価格で魅力的な事務所スペースを提供することができる。すなわち、古い建物を、伝統的な外観を残しつつコンバージョンすることで、安い賃料で提供することができ、ベンチャーや若者を惹きつけることができる。これについて、小長谷教授は、以下のように指摘している。

これからはポストモダンの都市づくりの時代であり、古い建物でいいものがあれば残しつつ、新しいものを入れる「ストック重視の都市づくり」が求められる。「古い革袋に新しい酒を入れる」=古い建物に新しい産業を入れることで、あまりコストをかけずに国際水準の街づくりができる。今後は、リニューアル型で安上がりにかっこいい街づくりをしていくべきである。

歴史的な建造物を保存するためにも、例えば、京都の町家にクリエイターが入居するなど、そこにサステナブルな経済活動を導入することが効果的である。歴史的建築物とアートやITは相性が良く、相互関係がある。新産業・アート系産業の担い手は、歴史性、人間性のある歴史的建造物を好み、歴史的建造物を使い続けながら残すには適している。

逆に、新産業・アート系産業の担い手が集まった結果、歴史的建造物の所有者がその価値に気づき、歴史的建造物が保全されることもある。保存のためには、今までの産業ではなく、サステナブルな産業として、アートやITを入れた方がいい。

このような活動は、次にそのブランドが上がった時に、周辺を開発しようという圧力が高まって、第二の危機が訪れる。街の統一コンセプトを守ることができるような仕組みが必要となる。

古い建物や歴史的な建物と、それらを含む歴史的な景観の保存・維持・活用については、積極的に行政が関与し、支援してゆくことが必要である。

そもそも、行政に古い建物を残そうという方針がないという指摘もある。(株)リナックスカフェ平川社長は、以下のように指摘している。

区に古い建物を本格的に残すという方針があれば、改修して使い続けるというモチベーションは上がるのだが、そのような発想はない。リナックスカフェが入居しているこの下島ビルを残したいと考えているが、区からは10年で返せと言われており、返したら解体されてしまうだろう。

また、古い建物や、街並みの中で統一性を持った建物が、相続時に分割相続、売却により取り壊され、建物と街並み全体の景観が維持できない場合が多いことも問題である。その対策の一つとして、街づくりの中で価値があると認められる一定の歴史的建造物の相続については相続税を軽減することが考えられる。あるいは、売却されても取り壊せないような景観上の強い規制をかけることも考えられる。これについて、NPO法人 京都西陣町家スタジオ 福永理事は、以下のように指摘している。

行政の政策としては、相続税が高いのを何とかして欲しい。相続税が高いことが大土地所有制度の崩壊をもたらし、町並みの保存に関して自治体のコントロールが効かない状況をもたらしている。それでなければ、相続税を押さえ込めるだけの景観保護条例をつくって欲しい。

歴史的な価値がそれほど高くない古い建築物についても、企業ヒアリングの中では、古い故に賃料が安く、賃貸であっても、内装等の改装を始めとするリニューアルを自由にすることができる場所は、クリエイターにとって非常に魅力的とのコメントがあった。古い建築物も、見方を変えることにより、クリエイターを惹きつける魅力を持った創造の場になり得る⁹。なお、古い、歴史性があると言えば聞こえはいいが、街中の建物の老朽化が進みイメージが悪くなったという見解もあるなど、グレードを高めていくよ

⁹ 小長谷(2005)では、「古い革袋に新しい酒」として、古い建物の保存と新産業の育成の連携による都市再生について述べている。

うな更新の仕方が必要である。

閑静な環境

企業アンケートでも、閑静な環境については渋谷桜丘町 28.4%、南青山 29.5%で重視した項目となっている。業種別に見ると、ソフトウェア業、広告業、デザイン業が閑静な環境を重視するとの回答が得られた。南青山のイメージについての自由回答でも、「美的センス、高級感」に加え「都会の静けさ」という指摘がある。具体的には、一般的にうるさいと感じられている騒音対策はもちろんだが、駅の発車を知らせるメロディー等の繰り返される音についても賛否が分かれている。また、カラスやハトへの対策は、静けさの確保にも関わる。

にぎわい、猥雑さ

閑静な環境ばかりが創造力や意欲をかき立てる訳ではない。例えば、賑わいのもの。24 時間環境については(2)で述べる。人材インタビューにおいては、アフター 5 にリフレッシュしたいというニーズは多く、東京は選択肢が多いという意見もあれば、居酒屋以外の選択肢は少ないという意見もあった。具体的に、アフター 5 に託児サービス付きで楽しめる場所を望む声があった。

にぎわいの中には、看板等がうるさいくらいに揚げられているところもある。例えば、人材インタビューで、面白いエリア、関心のあるエリアとして具体的に名前が挙がった新宿歌舞伎町は、活気ある香港の風景にも似たアジア的な猥雑さと比較的好意的に評されることが多い。坂口教授からは、「街をきれいにすることが、クリエイティブを刺激する訳ではない。猥雑な方がむしろ良いかもしれない。」との指摘がある。エリアによっては、猥雑さを個性や魅力としていくことも選択肢の一つである。

文化的刺激

企業アンケートによると、「文化芸術施設など知的刺激の豊富さ」を考慮したと回答した事業所は、東京全体で 33%、特に南青山では 49%と高くなっており、文化芸術施設等の知的刺激の豊富さがクリエイティブな環境をつくる要素の一つであることがうかがわれる。

その南青山に当初立地したクリエイターへの企業ヒアリングの中では、刺激を与える施設的なものとして、「小さいギャラリーの集積、本屋、映画館、美術館(ギャラリー、アートセンター等)、United Arrows(内外の新進デザイナーの服を扱う店、アート等のカルチャー発信も行うスペース等がある)のようなお店が大事」と、具体的な要素が挙げられている。こうした店舗等の自然に集積していくには、一つの通りや一角が、他に比べて、なんとなく洒落た雰囲気を持つことが有効であると考えられる。電線類の地中化等の大きな財政負担が必要なものだけでなく、サインやテントを揃えるといったファサードのイメージ統一等をリーズナブルに行う工夫を考える必要がある。

また、神田神保町における企業ヒアリングの中では、出版、美術、デザイン関係の仕事では文化芸術施設等の知的刺激の豊富さが必要であるというコメントがあり、

人材インタビューにおける東京の博物館、美術館等の文化施設についての評価は、数が少ない、規模が小さい、料金が高い(無料でない)などと低いものである。アフター 5 に出かけられる選択肢が居酒屋くらいしかないというコメントもあることから、曜日限定の利用時間の延長(例えば金曜日など)、割引等の柔軟な運営を行うことが考えられる。

教育機関・学習施設

企業アンケートの調査対象エリアの一つである渋谷では、設計、製図等の関わる専門学校が増え、大画面の出力設備等の関連サービスがあることが、卒業後に当該エリア周辺で仕事を続ける理由にもなってい

ると推測される。このように、集めたいような人材を育成するような学校等の存在も、都市に活力を与えるような都市環境の条件となり得る。

専門学校等が集まると、自然と学生すなわち若者が集まることになる。渋谷におけるアンケートの自由回答の中には、専門学校が増え、若者が集まることによる環境面でのマイナスに触れたものもあった。そうしたマイナス面は、反面で、街をリニューアルするエネルギーにもなる。近くに教育機関があり、その上で、若者が溜まることのできるような様々な場があることが有効である。

対象となる年齢層は高くなるが、生涯学習への関心が高まるにつれて、最近では、主要ターミナル等を中心に、社会人向けサテライトキャンパスを置く大学や大学院、早朝や夜間に対応した専門学校が増えてきている。在東京・海外出身者のインタビューの中では、東京には学習施設が多く、キャリアアップのチャンスがあるとの意見も聞かれた。これらを誘致すること、地元が中心となって社会人を対象とした学習機械を提供することもまた、エリアの個性となり得る。

スポーツ、運動

公園は、緑や水辺を要し、穏やかにリラックスさせるという役割がある一方で、人材インタビューにおける東アジア出身者を中心に、出身国では公園で身体を動かすことができたが、東京の公園はスポーツするのに使い勝手が悪いという声があった。実際、キャッチボール等の禁止の看板が掲げられている公園は多い。

人材インタビューでは、休日の行く先については、選択肢が多く面白いという意見がある。無料や安価な公共施設を評価する声がある一方、利用するための情報が得にくいという不満が、在東京・海外出身者からも在外・日本人からも挙がっている。

(2) 利便性に係る都市環境の要素

ここでは、ナレッジワーカー・クリエイターの活動に関連し、エリアの魅力となり得る都市環境の要素のうち、利便性に関わるものを挙げる。

交通に係る利便性

交通結節点であるという事実も、利便性の高さという意味で、そのエリアの大きな魅力である。インフラ整備を伴わない限り、現状以上にその利便性を高めることは難しいが、これをどう磨くかは街づくりにかかってくるところもある。例えば、企業アンケート対象である渋谷は、交通結節点でありながら、駅から近いはずの調査エリアへの道が入り組んでいたり、わかりにくいことにより、街のイメージにはマイナスの結果となっている。

また、企業アンケート結果において、立地場所選択の際に考慮している企業の割合が低い割に、立地後に不満を感じている企業の割合が高いものの一つに、「駐車スペースの確保のしやすさ」があり、日々の業務に下関わる都市環境の条件であることがわかる。人材インタビューでも、駐車場不足の問題は指摘されている。

中心市街地街で店舗等が欠け、いわゆるコインパーキング等になっている様子は、景観を阻害したり、商店街等の衰退を示しているように感じられることもあり、否定的な見解も多い。しかし、来客等を含めた駐車場ニーズから考えると、その存在を積極的に評価し、むしろデザイン性を高める、周囲にとけ込ませるといった前向きな対応を取る方が有効ではないかと考えられる。

なお、交通システム、ネットワーク等の都市全体に係る移動環境については、第3章で整理する。

業務支援サービスの充実

企業インタビューの自由回答では、銀行、本屋、コピーサービスといった業務に必要な機能を立地時に重視したという回答が、3地区合計で12件あった。特に神田神保町では古くから書籍産業が集約していることから、業務上必要な資料、専門書を入手しやすいことがエリアの魅力となっている。なお、同業者の集積については、第2節で述べる。

企業アンケート自由回答における 立地場所を探した際に重視した都市機能（業務機能関係）

- ・大きなサイズでの出力ができるといったデザイン、設計等の支援店舗がある（渋谷桜丘町）
- ・コピー等のサービスが近い（渋谷桜丘町）
- ・銀行・本屋等業務に必要な機関等が多い（渋谷桜丘町）
- ・本屋が多く資料（書籍）等が手に入りやすい（神田神保町・3件）
- ・専門書店が多く情報を得やすい（神田神保町）

人材インタビューでは、東京の業務環境には、総じて満足しているとの意見が複数あった。IT環境の評価は分かれている。駅等の主要なターミナルにおけるインターネット接続環境、構内や地下等における携帯電話のカバー率については都心を中心に改善が進んでいるが、これをエリア全体の個性として高めていくという選択肢もある。

さらに、海外での就業経験者からは、例えば上海で評価されているような、職場を対象としたワンストップで幾種類ものデリバリーを注文できるような便利なサービスないことへの不満が示されている。

24時間活動を支える生活環境

たとえ東京のような大都市であっても、あらゆるエリアが24時間対応になることは考えられず、24時間活動が可能な生活環境は、エリアの大きな魅力や個性となり得る。

24時間化についてのニーズは、特に人材インタビューで多く聞かれた。24時間の活動を支える生活環境は、職場に泊まり込むというだけでなく、住居として住むことも視野に入れると、都心居住と密接に関わることになる。活動するかしないかには関わらず、そのエリアに24時間人通りがあるとすると、それは治安面でもプラスに働くことが期待される。これについて、坂口教授は、以下のように指摘している。

クリエイティブな人達というのは、朝昼逆転でクリエイティブしているものである。都心が24時間、安心して安全に活動できるということが重要になってくる。それは都心居住とセットなのかもしれないが、便利になれば新しいワークスタイルの中で都心に住む人が増加する。24時間活動をしている人がいるということは、都心の治安の維持に貢献する。

第2節 人材の交流が生まれやすい都市環境の創出

都市の活力を生み出すのは“個人としての力”である。企業は、その個人の活動の場としての枠組みの一つと考えることができる。都市には企業という単位にとらわれず、個人や小規模グループで活動している人材もいる。新しい価値を生み出すようなコンテンツやコンセプトを創り出すためには、意見やアイデアの交換や競争、新しい結びつきの形成等のために人と会うことが有効であり、これにより創造に向かうエネルギーが高まると考えられる。このため、都市の活力を生み出していく可能性を持った企業や人材は、それぞれ活動をしつつ、交流機会の多い都心に集まってくることになる。都市機構の森氏は「IT関係の人は、人と会うことが重要で、街にいること自体が仕事になる。街にいる時間をお金で買う。そういう人達の存在が顕在化することによって、都市に活動や仕事がしやすい環境が整って行く。」と表現している。

これは、集まったり交流したりする場をどこにするか、交流都市はどのような場を持っている必要があるかといった点で、第1節と密接に関連する。例えば、特定エリアに企業や人材が集まることにより、そのエリアやそれを含む都市全体の魅力が高まれば、これによりさらに企業や人材が集まるという好循環が生まれることも期待される。

九州大学の坂口教授は、「都市の評価として、クリエイティブなパワーを持つ人や組織とのネットワークがあるかどうかが重要である。」と述べている。ネットワークのあり方としては、企業内でも、企業間でも、異業種間でも、企業人と企業人の間でも、フリーランスで活躍する個人同士でも、そのミックスでも構わない。また、恒常的であるか、一時的であるかも問わないものである。また、こうした結びつきそのものが、ビジネスに直結するものではない活動である可能性も高い。さらには、そうしたビジネスとは関係しない活動そのものが、都市に活力を生み出す可能性もある。効果的な結びつきを意図的に作り上げるのは非常に難しいが、成立しやすい土壌や環境となっていること、少なくとも、阻害するような土壌や環境となっていないこと、都市が多様な人材を内包する存在であることが非常に重要であると考えられる。

このような人材の交流が起こりやすい都市環境となるためには、交流が生まれるような物理的な場とともに、その都市が働きやすく、起業しやすいことが必要であり、その前提として、都市そのものがオープンであることが重要である。

1. 交流が生まれる場

まず、交流が生まれるような物理的な場について述べる。

交流を生むような場の仕掛け

例えば、ITやマルチメディアとアート等のコンテンツのように、多様な人材の持つ得意分野が合わさって、新たなクリエイティブなビジネス等が生み出されるためには、都市の中に、人材が集まり交流できるような、物理的な場所があることが必要である。

坂口教授は、以下のように指摘している。

新しい領域を開拓するために、一緒にやっておもしろそうなところが、(地理的に)どのように配置されているかが場所の魅力となる。

集まりやすい場所があることは重要である。本来ならば人の集まる場所を一番良いところに置くべきである。街中にも、美味しいもの、楽しい香りに囲まれて話ができるようなスペースが必要である。24時間の図書館などもアメリカではざらにあって、そこにビジネス図書などが置いてある。新しい施設をつくる必要はなく、既存のなんとかセンターに棚を置くとか、運営をかえることで対応できるはずである。

例えば、ビジネスカフェはそのような場の一つとなり得る。小長谷教授は、以下のように指摘している。

産業集積地をつくるということには、仲間が仲間を集めるという面もある。カフェと言っても、一般のカフェでは仕方がない。ビジネスマッチングなどをする NPO が経営する仕掛け付きのカフェである。東京ではリナックスカフェがあるが、行ってみればベンチャー企業があちこちで商談をしているのが見られる。裏通りに入ったところなので、最初はこの様な所に客が来るのかと思われていたが、今では東京都内でも同フランチャイズの店舗の中で 5 本の指に入る集客数を誇っている。このようなカフェは、町おこしにも効果が高い。

(株)リナックスカフェの平川社長は、ビジネスカフェの目的について、「ビジネスカフェは、ヨーロッパのダダ運動の中心、チューリッヒにあるキャバレーポルテールというカフェ、フランスのシュールレアリスム運動の発祥となったカフェ・ドゥ・マゴのようなものが、ビジネスの中でできないかと考えた。」と述べている。一方で、「これまで色々な場所でやられてきたが、もう十分だと思う。」とも述べている。

目的が特定のものでなくても、スターバックス等のカフェが増えることによって打合せがしやすくなり、NPO 活動が活性化したという意見もある。この点は、ホームオフィスを拠点に活動し、都心や客先の近くには打合せ場所を持たない個人にとっても同様である。カフェが重宝がられるのには、便利などところにあっても、公的施設は飲食禁止であるなど使い勝手が非常に悪いことにも原因がある。身近な場所にある公的施設を有効活用し、都市の活力に繋がる交流の場として提供したいと考えるのであれば、まずは、限定的な施設からでも構わないので、会議室や会議スペースでの飲食等を認めるなど、使い勝手の良さを見直すことが一番の近道ではないか。坂口教授は、以下のように指摘している。

行政ができることとしては事務局的な立場、安い場所の提供などであろう。重要なのは「人」やその「志」の集まりであって、それが自由に交流するということである。そのために安く使いやすい場所が必要である。それで、スターバックスのようなサードプレイスに注目が集まっている。行政の場所というのは飲食禁止だったりして、一般的に使いづらい。図書館でも、託児所、映画館、キンコースとか一緒にあっていったら非常に良い。死んでいる公共空間を、使える場所として見直して浮上させることには意味があるかもしれない。

カフェの例に見るように、本来、交流の場は公的スペース・民間のスペースであるかは問わないものである。(株)SOHO 技術研究所 director の信川氏は、大阪・船場の民間インキュベーション施設である SOHO コンソーシアムオフィス ALFHA DIGITAL BOX¹⁰では、来客対応、会議等を行うことができる共用スペース(オフィスを借りずに、ここだけを利用する会員もいる)で、入居している会社同士の交流が生まれたり、特に、喫煙スペースでの会話から、新しいコラボレーションが生まれたりすることがあるとコメントしている。行政が用意するインキュベーション施設についても、賃料が安ければ不便なところでいいわけではなく、利用しやすい便利な場所に立地することにより、入居オフィス以外の交流も行われやすくなるのではないだろうか。坂口教授も、「SOHO など個人ベース、プロジェクト単位で仕事をする人が増えてきている。そういう人達にとっては、打ち合わせ場所が重要である。」と指摘している。

在外・日本人の人材インタビューの中では、日本人同士というだけで日本では会いにくいような相手にも会えるといった、バックグラウンドが同じ者同士では交流が生まれやすいという点が指摘されている。インキュベーション施設やカフェなどでも、同業種や異業種の出会いを意図的に仕掛けるよりも、緩やかな会員制を取ることで、会員同士という安心感の下で自然発生的に交流が生まれやすい雰囲気を作り出すことの方も考えられる。

また、企業ヒアリングの中では、利便性がいいところに立地している小学校等が廃校になった場合に、クリエイターに利用させて欲しい、そういう情報をどうしたら得られるかを明らかにして欲しいという具体的な要望があった。アンケートの自由回答欄でも、「取り壊す前にクリエイター(アートディレクター/

¹⁰ SOHO インキュベーションオフィス「アルファデジタルボックス」は、大阪のビジネスの中心地、中央大通に面した南本町2丁目にあります。この交通至便でビジネス環境にも適した場所に、これまでにはない新しいタイプのオフィス空間が誕生しました。「個」の力を結集し、さらなるビジネスを集大させる。アルファデジタルボックスはこれからの時代のコンソーシアム(連合体)オフィスを目指しています。[<http://www.ad-soho.com/honmachi/top.html> (2006年4月7日)より]

プロダクトデザイナー / 建築家 / ミュージシャン / アーティストなど)などに広く告知していただければ嬉しい」という要望があった。公共が遊休施設の使い勝手を良くし、適切な情報を流すことにより、施設の有効活用を図れるだけでなく、そこに集まったクリエイター同士の自然発生的な交流の仕掛けを作り出すことになる。ヒアリングでは、以下のように、クリエイターが集まることによる派生的な効果として、メディアでの話題性、高感度の店舗やレストランが周辺に集まる可能性も指摘している。

一人では借りられなければ、クリエイターが集まって借りればいい。一つでも取材が来たりして発信力があるのだから、それが集まったら、人もメディアも集まり、話題になる。回りにそういうショップやレストランもできるのではないか。

さらに、交流のきっかけになるようなカリスマ的な人物がその街にいること、そこで事務所を構えているなど、そこに行けば会えることが、人材を惹きつけるきっかけになる。平川社長は、「リナックスカフェの家賃が相場より高いのに、空いているオフィススペースはない。ここに集まってくるのは、結局自分らと話をしたいから。」と語っている。

同業者の集積

同業種の集積は企業や人材が集まってくるための都市環境の条件であり、その集まってきた結果でもある。何らかのきっかけでいくつかの同業種が集まることにより、その業種にとって便利な環境が整ったり、「この街」というイメージができ、さらに同業種が集まることになる。企業は能力ある人材によって成り立つものであり、優秀な人材を有する企業が立地したところにはさらに優秀な人材が集まるとも言えるし、優秀な人材を確保しやすいところにそれを確保したい企業が立地するとも言える。そこには、その集積を楽しむ消費者も集まり、それがまた同業種にとって当該エリアが魅力的な要因になる。このように、同業種の集積には、鶏と卵のような効果が繰り返され、相乗効果となっていると考えられる。

企業アンケートやヒアリングからは、同業種の集積地に立地することにより、特に起業時には、顧客に対するイメージやアイデンティティを確立しやすく、さらに、信用力にも繋がると考えられていることがわかる。

例えば、南青山であれば、ファッション、ブランド、広告、デザイン、音楽関係等の企業が集積している。ここでは、企業アンケートを行った3調査エリアのうち、立地場所を探した際の優先順位の第一位として、賃料、広さ、物件の質等ではなくエリアを考えたという企業の割合が最も高かった。その具体的なイメージを見てみると、自由回答からは、クリエイティブ、お洒落、感度が高い、洗練されている街といったコメントが40件余り挙げられている。ここには、流行、トレンドに対して高感度な消費者が集まり、その消費者を対象とした、高感度のお店(雑貨、カフェ、レストラン等。フラッグショップ、セレクトショップ、アンテナショップ等)が集まる。

企業ヒアリングからは、同業者との直接の交流はない(むしろつまらない)が、同業者が集まっていること、高感度の消費者を惹きつける店が集まっていることで、遠くまで足を運ばなくても、ここに居ながらにして流行の先端等を掴めることを、大きなメリットとして挙げている。また、そこに立地することで、その業界におけるステータスや信用が得られ、大手の契約を取ることができたのもその信用力のおかげだろうとのことであった。なお、この企業は、現在は、かえって南青山では同業者が増え過ぎて飽和してしまったことなどを理由に、新しい場所、新しい空気を求め、さらに最先端の流行を感じられる別の場所に移転している。同業種の集積がプラス方向ばかりの効果を生むわけではないことにも注意が必要である。

同じ同業種の集積地でも、古本屋街のイメージが定着している神保町では、同業種の集積による交流の持ちやすさや連携の図りやすさを積極的に評価する、以下のようなコメントが得られている。

同業者が集積することで、営業の人が多く訪れて来ることから、例えば、どの出版会社でどういう企画をしているとか、どの美術館でどういう展覧会を企画しているとか、最新情報が入って来やすい。また周囲の知り合いの同業者に新規導入したパソコンの使い方を教えてもらえるとか、直接の交流ができることがメリットである。

このように、同業種の集積が持つ効果は様々ではあるが、ナレッジワーカー・クリエイターの活動に直接間接の影響を与えている。それを意図的に作り出そうとするならば、最初に何らかのきっかけが必要である。業種の影響を持つ人物を街づくりに巻き込み、当該エリアに会社そのものを誘致したり、育成機関を整備することも考えられる。

新しいビジネスや活動につながる若者の吹きだまり

若者は、新しいものを生み出す感性とエネルギーを持っているという点で、都市に活力を生み出す人材の候補となる。若者が集まることにより、そのエネルギーはさらに高まる。

教育機関を誘致することで、学生を集めることはできる。しかし、それだけではなく、街の中に学生が吹き溜まり、専門の違う学生同士が夢のような話を語り合ったりするような、その後の創造に繋がる素地となる場や時間が必要である。そのためには、例えば、教育機関のそばに、24時間活動できるようなエリアとすることも有効と考えられる。ただし、若い学生が集まるということは、彼らがもたらす猥雑さ、騒がしさ等と切り離せないことに留意した上で、エリアの個性のあり方として選ぶことが必要である。これについて、小長谷教授は、以下のように指摘している。

若者は街をリニューアルするキーワードである。大規模開発をする前の仕掛けとして、荒廃した地域に若者を入れる。若者相手のレストラン等ができて街が綺麗になり、それが大規模開発のための露払いの役割をする。若者文化の芽がある空洞化を、ピンチはチャンスとして利用するべきである。渋谷でIT産業が集積した理由は、一駅離れた辺りの恵比寿、代々木、代官山、原宿等が家賃も安く、若者が集まる素地を持っていたこと、マークシティなどの大規模なビルが建設されたこと、学生の街であることである。秋葉原も、若者のサブカルチャーが集まっている。都市型産業を振興するキーワードは、「若者の街」というプロデュースである。

学生の街は一種のナレッジ集積地区である。神田は中大、明大、日大等が集まり、渋谷も東大、慶応（日吉）等の学生が集まる。ただし、学校があるだけでは駄目で、学生のモラトリウム（谷間、隠れ家・吹き溜まり）的な場所であることが必要である。八王子、筑波は大学があっても溜まる場所がない。むしろ八王子より吉祥寺、杉並、中野が吹き溜まりになっている。また、技術のある学生だけが集まっても駄目。例えば、IT技術を持つ学生が、アーティストや経営学の学生と結びついて、はじめて新しい産業が生まれる（例として、アメリカのシリコンアレーのベンチャー起業家）。学生だから銭にならないことをでき、それが許容される。それが10年たって大きな産業に育つ。ソフト産業、アニメ産業が実際そうであった。

2. 働きやすい・起業しやすい環境

人材の交流が起りやすい都市環境となるためには、1で述べた交流が生まれるような物理的な場があるとともに、その都市が働きやすく、起業しやすいことが必要である。ここでは、都市全体に関わる、働きやすい・起業しやすい環境として、ソフト的なものを中心に整理する。

図表2-3-1で見たように、人材インタビューのフェイスシートで行ったアンケートで業務環境全般についての満足・不満足を尋ねた結果では、在ソウル・日本人を除き、在東京・海外出身者の東京に対する評価も、在外・日本人のそれぞれの就業地に対する評価も大きな違いはない。

インタビューの中では、在外・日本人へのインタビューから、ソフト面での東アジア都市へのプラス評価として、暮らしや仕事の面で多様な機会に恵まれる、民間でも行政でも対応に柔軟性がある点が、東京と比べて良いとのコメントがある。これに対し、日本では、敗者復活が難しいという声が多かった。また、女性にとってのバリアについてのコメントもあった。また、在東京・海外出身者へのインタビューでは、

東京のビジネスチャンスについては、様々な評価がある。例えば、オフィスを借りるのに前金が高いことが障害になるといった意見もあれば、起業そのものは自分の出身国よりも東京の方が容易であるとの声があった。また、外国人については特有のバリアについての言及があった。

このように、働きやすい・起業しやすい環境を、新たに就業しやすい、ビジネスチャンスが多いと捉えると、これらの多くは国土交通省の施策では直接対応することが難しい課題が多いこともあり、ここでは、課題を整理することを中心とする。

(1) 就職、就業継続等のチャンス

3でも述べるが、人材インタビューの中でも、全般的に、外国人の受入れ環境はまだまだ整っていないという趣旨の指摘が多い。商習慣や文化等の違いはともかくも、具体的な例を含め、外国人に対する差別意識が多く指摘されている。例えば、就職に関連するものとして、まず留学生に対する支援体勢に不備があると感じられている。留学生は日本に対して良い印象を持たないケースも多いのではないかという指摘や、卒業後に就職しにくい、活躍しにくい社会だと感じるという指摘は、せっかく一度は来日した優秀な人材が、日本で就業しようとは考えず、留学後に定着しにくいという結果につながっている可能性があり、大きな課題である。

人材インタビューでは、東京は保育園に入れない、利用しにくいなど女性が子育てをしながら就業できる環境が十分に整備されていない点について、在東京・海外出身者からも在外・日本人からも批判がある。在外・日本人の中には、子育て環境が悪く女性が仕事できないという理由で、海外居住を選択している人もいる。これは東京が都市に活力を生み出す人材、特に女性が、子育てをしながら活躍できる都市ではないことを物語っている。一方、中国では、東京と異なり、男女平等を含めた能力社会であること、安価でお手伝いさんを雇えることなどから、女性にとって働きやすい環境である点が評価されている（逆に、韓国では男尊女卑が強く残っている点も指摘されている。）。働きたい女性が増えるとともに、少子高齢化の進展の中では労働力として期待される一方、少子化対策そのものも求められている。優秀な女性の海外流出を防ぐという観点からも、男性の勤務環境を改善して家事・育児への参加を可能とすることも含め、女性が就業と家事・育児を両立しやすい環境づくりが求められている。

(2) 起業支援

起業支援や起業後の育成策に係る行政の役割の一つは、交流や打合せに使える使い勝手の良い場所の提供である。ベンチャー企業等のように個人・少人数で、プロジェクト単位で動く人が増えているためである。これについては1で述べている。以下では、恒常的に用いられる活動拠点の確保に関する支援とそれ以外の支援の二つの観点から述べる。

活動拠点の確保についての支援

活動拠点であるオフィス等の確保に対する支援として、多くの自治体ではインキュベーション施設等の整備が進められてきているが、あまり成功例が出ていないという指摘もある。“インキュベーション施設難民”というような、入居年限が来ても自立して民間市場でオフィスを借りられず、他の安い公的インキュベーション施設に移っていくケースも多いとのことである。これには、そもそも、起業するに当たって家賃は必要経費で、当初からこれを計算に入れた経営ができるような企業を育てたいと考えるのであれば、安易に安価なインキュベーション施設を提供すべきではないとの指摘がある。(株)リナックスカフェの平川社長は以下のように述べている。

行政は家賃をすぐに安くしようとするが、これが間違い。インキュベーション施設は、鍵のついたちゃんとした部屋、

一国一城の主とし、家賃をしっかりとることが大切である。家賃は当初からの必要経費で、家賃を収支の中に入れないビジネスはあり得ない。家賃の安いインキュベーション施設を2年経ったから出ると言ってもやっていけないはずがない。

インキュベーション施設ではないが、九州大学の坂口教授からは、例えば、使用していない倉庫をリノベーションして安く提供するなど、クリエイターがのびのび製作できる環境があると良いという指摘がある。これについては、クリエイターに対する企業ヒアリングの中でも、小学校等が廃校になった際に是非使いたい、そういう情報はどこに聞けばいいのかわからない、ここに聞けばあらゆる自治体の情報が集まっているといったワンストップがあると良いとの具体的な要望があった。建物のリノベーションも含めてクリエイターに委ねることにすれば、さらに安価に提供することができる。同様の要望が企業アンケートの自由回答でも寄せられている。

公的な施設に頼らずに、若者等の新しいものを生み出す可能性を持った人材が、当初資金の少ない起業や出店に当たって立地場所を選ぶ際には、それなりのネームバリューはある一方で、賃料が安いなど不動産物件が借りやすいことが大きな条件となると考えられる。これは、企業アンケートにおける立地選択の際の優先順位として、起業は当たっては、エリアを第一位とする事業所が約9割、賃料を第一位とする事業所が1割で、広さ、物件の質を第一位とした事業所はゼロという結果にも表れている。

前述の通り、福岡の大名地区は、若者向けのお洒落なお店が増えているなど最近マスコミに取り上げられることの多いエリアである。ITバブルの頃は、都心に近くオフィスも多いのでソフトウェア制作等のIT産業も集積していたとのことである。ここは、博多一の繁華街である天神の一步裏手に入っただけであるにも関わらず、賃料が安いなど不動産が借りやすいことが、当初資金の少ない若者等の起業や出店を後押ししているとのことである。そして、成功すると表通りに出て行くという流れがあるらしい。

その背景には、市場価格とは違う形で物件を紹介してくれる世話役な存在や、地主との直接交渉が可能という地域特性があるとのことである。こうした状況を意識して作り出すことができれば、当初資金の少ない、しかし可能性を持った起業時のオフィスや店舗の集積を誘導することができるのではないかと、田村教授は、以下のように述べている。

大名地区が天神に隣接しているにもかかわらず家賃が安いのは、一つには市場価格と違うかたちで世話をしてくれる不動産屋さんがいるからである。また、他の地域と違い、地主さんとの直接交渉がOKである。それで若者向けの店が多く集まり、お金のない若者が行って楽しい地区になっている。

その他の支援

活動拠点の確保以外の側面的な支援としては、企業経営スキルの講習会を行ったり、インキュベーション施設に入居している企業の事務管理を一括して行うことにより経費削減を図るといったことも考えられる。例えば、NPO法人 京都西陣町家スタジオの福永理事によると、入居者に対し、以下のような支援や支援の検討を行っているとのことであった。

NPO法人 京都西陣町家スタジオでは、企業運営のための事務管理や事業計画のスキルをつけるために、企業スキルの養成講座を行っている。スタートアップ時の起業支援としては、町家スタジオの建物と西陣IT路地の二つのインキュベーション施設の運営を行っている。今後は、小さい企業にとっては大きな負担となる、経理や給与などの事務管理費を共同で処理するような事業協同組合的な事業を行うことを考えている。新産業支援としては、新しいビジネススタイルやビジネスモデルの調査を行っている。

平川社長からは、以下のように、行政に求めるものは、ベンチャー企業等が独立して活動できるようになるまでの運転資金の金融支援や、エリアのプラスイメージのPR等の情報面での支援が挙げられた。特に前者については、制度上は存在するものの、事実上使い勝手の悪いものになっているとのことである。

行政は変に専門領域外に変な口は出さないことが必要である。行政に求めるのは、金融支援である。政府が作った信用保証協会は、本来は、保証人なし、担保なしで融資を受けられるための組織なのに、そのように機能していない。保証人や担保がない場合や赤字の場合は貸せないなどと、本来の目的とは反対のことを言う。かつてきちんと評価しないで融資して、痛い目にあったのが忘れられないせいかもしれない。本来の venture capital の役割として、きちんと相手の評価をして、赤字であっても融資ができるような制度でないといけない。財政状態がどうかではなく、こいつは努力している、こいつなら返してもらえると相手を見極めて、乗り切るべき期間の運転資金・設備資金を出すことが重要である。

もう一つ行政に求めるものは情報支援である。例えば、NY では、コンテンツ産業のメッカであるという宣伝をしたことが効果的であった。

3 . 交流の前提となる都市のオープンさ

～特に、国際都市としての外国人へのオープンさに着目して～

新しいコンテンツやコンセプトを作り出すような人材を惹きつけるための都市の条件として、坂口教授は、以下のように、「色々あって色々許されるという都市の多様性」「都市がオープンで、多様性を受容すると言うこと」と指摘している。

クリエイターを惹きつけるのは、色々あって色々許されるという都市の多様性である。「クリエイティブ・クラス」¹¹という文献によると、アメリカでクリエイティブ・クラスが集まるのは、ゲイの多いカリフォルニアであるそうである。ゲイが多いということと相関があるのは、都市がオープンで多様性を受容するということであろう。そのような環境が、優秀な頭脳同士がスパークする環境である。例えば、現在、経済産業省が振興しようとしているコンテンツ産業などの担い手は、いわゆるオタクと言われるような人たちである。組織の理論では動かない、最も政策にはなじみにくい人たちが新しい産業を生み出している。そのような人たちにとっては、勝手にやらせてくれ、というのが最も効果的な政策である。

都市全体のオープンさ、寛容さは、文化、歴史、社会的背景等様々なことに関わる複雑な問題であり、オープンさを測る基準にも様々なものが考えられる。例えば、坂口教授が例に出しているような“ゲイ”もその一つであり、現在の我が国の都市生活の中でバリアを感じている意味では、外国人も、障害者も、高齢者や子供、子供連れも同様に判断基準になり得る。これに、仕事への取り組みやすさという視点を強調すると、女性がどれだけ受け入れられているかもオープンさの基準になる。

本研究では、人材のボーダレス化という環境変化の下で、国際的に魅力的な都市環境をどのように整備するかをポイントの一つとして。そこで、以下では、オープンさを表す様々な判断基準の中から、外国人へのオープンさについて述べることにする。

新しい価値を創出し、都市に活力を生み出すようなナレッジワーカー・クリエイターの集積を目指すには、国内で人材育成を図ることはもちろん、国際的に活躍する海外出身のナレッジワーカー・クリエイターが日本の都市を拠点として活動することも重要である。そのためには、東アジア諸都市を始めとする海外のライバル都市と競合する中で、人材を惹きつけるような住み働きやすい国際都市となる必要がある。

人材インタビューからは、日本で住み働くという形で現在長期滞在している在東京・海外出身者の多くが、ここに至るまでには、まず何らかのきっかけで日本を知り興味を持つ段階、次に観光、留学、出張等で実際に来日する段階、来日時の好印象から再来日したり、そのまま長期滞在する段階というプロセスを辿っていることがわかる。ここからは、海外から優秀な人材を日本（東京）に惹きつけるためには、それぞれの段階に応じて適切な情報提供、支援等を行い、日本の都市に良いイメージや印象を持ってもらうことがいかに重要かがわかる。

¹¹ リチャード・フロリダ「クリエイティブ・クラス」

以下では、外国人の初来日に繋がるきっかけづくりと、再来日、長期滞在に繋がる環境づくりという、二つの段階に分けて、東京を始めとする日本の都市が外国人にとっても魅力を高めていくための方向性を整理する。国土交通省の施策では直接対応することが難しい内容が多いこともあり、考え方の整理を中心とした。

なお、外国人にとっての住宅の確保に係る課題については、第3章「暮らしやすい環境」で述べている。また、外国人以外にもオープンさを表す基準となる高齢者、障害者等の交通弱者を対象としたユニバーサルデザインについて、第3章の「移動しやすい環境」で述べている。

(1) 初来日に繋がるきっかけづくり

人材インタビューでは、日本人の海外で働くきっかけには業務上の理由が大半を占めるのに対し、海外出身者が東京で働くきっかけには個人的な理由が多いことが明らかになった。その多くは観光や留学で初めて来日し、その際に日本の魅力や日本で働き働くことの意義を見出している。ここからは、まず日本や東京を始めとする日本の都市に関心を持ってもらうためのきっかけや実際に来日するための機会を意図的、積極的に作り出していくことが、結果として日本を拠点として活動する人材を惹きつけるための近道ではないかと考えられる。

初来日のきっかけとなるような情報提供やPR

自らの意志で新しい国や都市を訪ねるきっかけは、その国や都市に対する何らかのプラスイメージや、関心を持っている具体的な対象がある場合が多い。インタビューでは、来日につながるイメージ形成にはメディア等で流される情報が大きな影響を持っているが、日本や日本の都市に関する情報は限られておりイメージが湧きにくいとの指摘があった。このような状況を変えるためには、これまで以上に、様々な情報提供やPRを行っていく必要である。現在、日本への観光促進を目的として行われている様々な広報活動は、将来的な来日の可能性も含め、海外の人々に日本を知ってもらうために有効あり、今後とも進めていくべきものである。それ自体は直接来日を促すものではないが、海外における日本人の活躍や様々なmade in Japanへの評価には同様の効果があると考えられる。海外で日本語を学べる環境を充実させることも方向の一つであろう。

インタビューの中では、日本に関心を持つきっかけとして、身近に日本人や日本に縁のある人がいたことで、直接情報を得たり、親近感を感じていたといったコメントが見られた。これは安心感にもつながり、実際に来日を促す大きな後押しとなる。在東京・海外出身者からも在外・日本人からも、国内外を問わず、様々な機会を通じて、日本人と外国人の地道な交流を増やすべきとの指摘が出されている。また、そのためには、国際感覚を身につけた日本人を育てていくことが重要である。

実際に初来日する機会の拡充とサポート

前述の情報提供やPRと重なり合うところもあるが、海外出身のナレッジワーカー・クリエイターやその候補となる学生等に対し、例えば、留学や研修制度、外国語教師や専門家としての招聘等、具体的な来日の機会となる選択肢を充実させることも大切ではないだろうか。

また、積極的に来日を検討する段階については、観光、留学、ビジネス等のそれぞれの目的に応じ、痒いところに手が届くような情報が簡単に入手できることも大切である。その提供者や提供の場は公的・私的を問わず有効であるが、公的機関は、基礎的な情報を信頼度の高い公式情報として提供することで後押しとなるのではないだろうか。

(2) 再来日や長期滞在に繋がる環境づくり

最初の来日に際し、目的をスムーズに達することができたり、その内容が楽しかったり、親切にされたりするなど好印象を受けると、再来日やそれに引き続く長期滞在に繋がることになる。そのためには、日本という国や都市の成熟度をさらに上げる、日本の持っているコンテンツそのものをさらに磨くなど、地道に改善していくしか方法はない。

また、外国人にとって、生活慣習や文化、言葉等の違いは、短期滞在は物珍しさで済んでも、いざそれが日々の暮らしやビジネスとなると戸惑いや不自由さを強く感じるが多くなる。これには、前述の通り、生活全般に関する情報提供の充実が欠かせないが、それを含め、外国人と日本人の間のコミュニケーションを高めることで解決できる課題も多いのではないかと考えられる。

日本人と外国人の間の距離、差別意識を払拭するための多様な交流機会の創出

在東京・外国人のインタビューでは、外国人であるが故に、深夜の職務質問、タクシーの乗車拒否等で差別的な扱いを受け、嫌な印象を受けているというコメントも多く挙げられている。外国人犯罪の増加とも関連しているが、その報道の仕方が不適當なせいで、日本人が外国人全体に対して距離をとったと感じるとのコメントもある。一方、昔は外国人ということ親切にされるが多かったものが、最近では、外国人がいて当たり前になってきたため、特に親切にされなくなったとのコメントもある。

これらの背景には様々なものがあると考えられるが、課題解決の一つの方向は、日本人と外国人が交流し、コミュニケーションを取る場や機会を少しでも増やすことにあるのではないだろうか。具体的な場や機会としては、仕事を通じた交流でも、趣味等を通じたプライベートの付き合いの中でも、地域コミュニティの中でも構わない。官民を問わない様々な草の根の交流機会を作り出していくことが重要である。

留学生のサポート

在東京・中国出身者からは、留学生は制度上生活費を稼ぐこともできないために苦しい生活を強いられ、日本に対して悪いイメージを持って帰国することも多いという指摘があった。また、留学後に就業するに当たっては様々なハードルがあると感じている海外出身者が多かった。優秀な海外出身者がせっかく留学先として日本を選んでいても、その後、日本で活動し続けたいというインセンティブを持ってないのが現状ならば、留学生本人にとっても日本にとっても不幸なことである。前述の交流機会の充実を含め、サポートの仕組みを整えていく必要があるのではないだろうか。

第3節 ナレッジワーカー・クリエイターのワークスタイルとライフスタイルを生かすための都市づくり

第1節と第2節では、ナレッジワーカー・クリエイターが求める都市環境を整備するための方向性について、企業アンケート、人材インタビュー等の調査結果の中で示された関心事をできるだけ落とさず、全てを解釈して位置づけることに主眼を置いた。ここでは、もう一步踏み込み、ナレッジワーカーやクリエイターが求める都市環境として特にポイントとなるところに焦点を絞り、“創造的都市”となるために街はどうあるべきかという方向性を具体的に提示してみたい¹²。今後の政策や個々の施策が取り得る可能性の一つとして、未来志向的に何をやっていくべきかというアイデアである。

ナレッジワーカー・クリエイターが最も積極的に求めるのは、高付加価値となり得るアイデアを生み出すという彼らのレーゾンドールそのものを発揮しやすい環境と考えられる。そこで、以下では、企業アンケート、人材インタビュー等の調査を通じて明らかになってきたナレッジワーカーやクリエイターのライフスタイル・ワークスタイルの特徴から、彼らがアイデアを生み出しやすいと感じるような都市環境をいかに用意するかを考える。その目的は、日本出身のナレッジワーカー・クリエイターが日本国内での活動を選択し、海外出身のナレッジワーカー・クリエイターが、敢えて日本での活動を選択することを目指すものである。

そのための都市のあり方として、ここでは、以下の二つを提案する。

1. ナレッジワーカー・クリエイターの都心での回遊を可能にする“職住+遊の連関都市づくり”
2. ナレッジワーカー・クリエイターが思索に入り込みやすい“創造的エリアづくり”

これらに共通するのは、アイデアを生み出すための活動がしやすくなる環境として、仕事と生活、オンとオフ、パブリックとプライベート等の境界やどちらにも跨るグレイゾーンのような時間とそれを過ごす場所に注目している点である。場所としては、職場でもない住居でもない空間であり、それを都市のどこで担うかという問題意識である。

1は、職住と遊の密接な位置関係を都心の中で実現し、その複雑化する移動ニーズを支えられるように、使い勝手というソフト面を含めた公共交通基盤の充実を図るべきという考え方である。職住の近接により、通勤緩和と渋滞緩和が図れるとともに、遊も近接することにより、都心での活動も移動は活発化し、都心が活性化することを狙っている。

2では、ナレッジワーカー・クリエイターに居心地の良い空間と時間を提供するために、エリア単位で考えられる整備方針の例を示す。具体的には、中層ビル街の整備、大学を核とした大学街整備と、アイデアを生み出すために直接・間接に繋がる時間と空間を提供する場としての公共空間の活用について述べている。

¹² 本節は、報告書の取りまとめ段階での外部評価において、小長谷教授からいただいたアドバイスやアイデアを元に執筆している。

1. ナレッジワーカー・クリエイターの都心での回遊を可能にする

“ 職住 + 遊の連関都市づくり ”

～ 職住遊の密接な位置関係とその移動を支える交通基盤 ～

(1) 職住 + 遊の密接な位置関係

まず、ナレッジワーカーやクリエイターという人材の職と住を含み込むような都市環境を、都市全体としてどのように考え、どのように整備すべきかを考える。

職と住の関係で分類すると、職住が近接している場合としない場合がある。前者には、いわゆる都心居住や都心回帰と言われる中で、都心で職住近接を実現している人々と、電算センター、交換センター等の郊外立地等の中で、郊外で職住近接を実現している人々がいる。後者には、郊外から都心へ通勤する人々と、都心から郊外へ通勤する、逆通勤とでも呼ぶべき人々がいる。従来型の郊外から都心へ通勤する人々を除くと、個々人の通勤ストレスは緩和されているが、都市全体の交通渋滞緩和の観点を加味すると、通勤距離が短くなる方向、すなわち、職住の接近を求めていく方向で都市整備を考えたい。

企業アンケートでは都心の渋滞、駐車スペースの不足が不満の大きな割合を占め、人材インタビューでも、渋滞、通勤環境の悪さ等への不満が数多く挙げられた。駐車スペースが足りないからと言って、ただ駐車場を増やせばいいわけではない。駐車場を増やせば、そこへ向かう交通量は増え、渋滞がさらに悪化することが予想される。都市全体の快適な移動環境を望むならば、そもそもの長距離トリップの減少を図ること、そして、公共交通機関を充実と利用増加を図ることが必要になると考えられる。

ナレッジワーカーやクリエイターは職住接近を好む傾向があると考えられる¹³。少なくとも、職住近接であれば、通勤ストレスからは解放される。職住が近接していると、生活している中、くつろいでいる中で、あるとき突然思いついて仕事をするこゝもあれば、逆に、仕事をしている中で、少し家に帰って仮眠を取ったりすることもできる。

また、人材インタビュー結果に見るように、特に、外国人には職住近接はポイントが高いと考えられる。

そのためには、引き続き、都心居住の推進とともに、業務核都市等の郊外の核となるエリアやニュータウン内等への就業の場の立地推進を図っていく必要がある。

職住の近接に加え、ここでは、特に、ナレッジワーカーやクリエイターのライフスタイル・ワークスタイルを意識して、「遊」もまた近接させるという方向を打ち出したい。

住み働く空間として、第一を職場、第二を住居、そして、そのどちらでもない「第三空間¹⁴」は、繁華街等の飲食、娯楽等の場、すなわち、仕事と生活、オンとオフ、パブリックとプライベート等の境界やどちらにも跨るグレイゾーンのような時間とそれを過ごす場所である。

アイデアを生み出すのは定型業務ではない。いつでもどこでも、いつどこで何をきっかけとして、良いアイデアが浮かぶかわからない。いつでもどこでも、一瞬で思いつくことがあり、職住遊は全てアイデアの場所と言うこともできる。例えば、人と会っている、飲んで話しているところで着想を得たり、連携が生まれたりもする。遊びながら仕事をするこゝも、遊びで得たアイデアを仕事に活かしていくとも言い得るだろう。このため、職住の場の近くに繁華街があることが必要である。職場にあるのが第一会議室だとすると、そこは“第二会議室”のような役割を果たし得ると考えられる。

¹³ 建設省「産業構造の転換に対応した都市政策のあり方懇談会」第3回(平成11年7月28日)における九州大学大学院 樋口明彦助教授のプレゼンテーションによると、ニューヨーク・ボストンにおけるニューメディア産業の調査では、「「ライブ・ワーク(Live/work)」と呼んでいるが、職住一体型、あるいは働いて時々泊まるといった形態のものが普通のオフィスよりも多くなっている。」とのこと。[<http://www.mlit.go.jp/crd/city/torikumi/arikata/kai3.htm> (2006年3月19日)]

¹⁴ 都市社会学者の磯村英一先生が提案した概念

そして、密度の高い都市の中心である都心において職住遊の場の位置関係が近くなり、移動にストレスがかかりにくくなれば、ナレッジワーカーやクリエイターは、24 時間の中で好きな時間に、この間で回遊する。職住遊のあらゆる活動や消費が都心で行われ、それぞれのエリアも活性化することが期待される。人材インタビューの中でも、都市の24 時間化に対する要望が複数出されている¹⁵。

以上のような職住遊の近接は、第 部第2 章で述べたように、都心のエリア毎に独自性を持った整備方針を持つべきこととも通じる。例えば、「職」に特化したエリア、「住」に特化したエリア、「遊」に特化したエリアが近接していても、「職」「住」一体型の SOHO を支援するエリアが「遊」に特化したエリアに近接しても、最近見直されている用途混在の発想で「職」「住」「遊」を包含するエリア整備を前面に掲げて積極的に進めても、「職」「住」「遊」が近接した都市づくりを実現することができる。

なお、職住遊の近接という発想自体は、郊外完結型としても考え得るが、「遊」の多様性はどうしても都心と同レベルというわけにはいかないだろう。郊外の魅力はやはり緑やゆとり等であり、そういうライフスタイルを好む人々が選択することになるだろう。

(2) 職住 + 遊の移動を支える交通基盤

職住遊が近接すると、交通需要が減るわけではなく、都市内の回遊の動きが活発化して、短距離トリップはむしろ増え、その交通需要の内容が複雑化すると考えられる。職住遊が都心に近接しているだけでなく、これをスムーズに繋ぐ交通基盤があつてこそ、職住遊の連関都市として、職住遊の場の回遊を活発化することができる。そのため、例えば、地下鉄駅等からの二次交通の充実という課題も出てくる。

本研究の調査結果でも多くのコメントが挙げられているように、東京の公共交通基盤は、東アジア諸都市に比べ群を抜いて充実している。一方、人材インタビューでは、南北方向の路線が少ない、バス路線が少ないとの指摘が、韓国出身者等から挙げられている。実際、ソウルではバス路線が網の目のように張り巡らされている。

では、複雑化する短距離トリップの中で、観光客を含めた外国人、高齢者等の交通弱者まで視野に入れて公共交通の利用を増やすために何ができるだろうか。海外出身者インタビューの指摘の中心は、使い勝手が悪い、わかりにくいというものであり、ここでは利用しやすさの向上を目指すことを第一に考えたい。

街区が基盤の目になっていない、地下鉄路線等がスパゲティ状に絡み合っているなどの理由で、最短ルートはもちろん、目的地への行き方そのものがわからない、わからないが故に利用しない、利用しないが故に慣れることもない、といった悪循環を断ち切るには、ソフト面でのサポートを充実するしかないだろう。例えば、入手しやすい路線ナビゲーションとして、地下鉄駅で、目的地を入力したら何線に乗るかわかるといった、ガイドナビゲーションを設置してはどうだろうか。いわば、公共交通機関利用者にとってのカーナビのようなものである。乗換の際の歩行時間、歩行環境等を示す駅構内ナビゲーションもあればなお効果的である。使い勝手がよくなれば、これまで不慣れなために利用を控えていた一般客の乗降数も増える可能性がある。もちろん、国内外を問わず、観光ガイドとしても役に立つ。観光客用には携帯電話や PDA¹⁶等を格安で貸し出すという方法も考えられる。

¹⁵ 小長谷教授によると、ニューヨークの都心再生の場合、治安が悪い都心に住めたのは DINKs だったから、とのことである。すなわち、オフィスマンションもそれなりにガードされているので、街の治安が悪くても、大人は結構住むことができるが、子供は地域で遊ぶため、子供ができると治安が悪い都心には住めなくなる。

¹⁶ Personal Digital Assistants: 個人用の携帯情報端末。手のひらに収まるくらいの大きさの電子機器で、パソコンのもつ機能のうちいくつかを実装したものをいう。液晶表示装置や外部との接続端子を搭載し、電池や専用バッテリーで駆動する。シャープのザウルスや Apple 社の Newton、カシオのカシオペア、Palm Computing 社の Palm、Handspring 社の Visor などが有名。IT 用語辞典 e-words より <http://e-words.jp/w/PDA.html> (2006 年 3 月 19 日)

2. ナレッジワーカー・クリエイターが思索に入り込みやすい “ 創造的エリアづくり ”

ここでは、ナレッジワーカー・クリエイターに居心地の良い空間と時間を提供するために、創造的エリアとはどのようなものか、何から整備していけるかといった具体的な方針を、エリア程度の範囲を対象として考える。

企業アンケート、人材インタビュー等を通じてわかることは、緑や水辺や公園等へのニーズは高く、高層ビルへの批判があるなど、ナレッジワーカーやクリエイターが必ずしも六本木ヒルズのような最先端の高層オフィスを求めているわけではないということである。小長谷教授は、以下のように述べている。

ナレッジワーカーやクリエイターが求めるのは、結局、先端的な雰囲気はあるけれど、緑が多くて人間的な街。安全安心、やすらぎを感じるところで、殺伐としたところはだめで、意外と人間性を求める。例えば、大学のキャンパスは緑がたくさんあるように、頭を使う人は緑を求める。

高所得者の緑=環境の所得弾力性は非常に高いといわれている。全てが満ち足りてきて、後は、自分はアイデアを出すとなると、クリエイティブワーカーはインスピレーションのためには、緑、静寂、癒しを求める。

例えば、シリコンバレーもそうだが、丘に登るような、起伏のある地形、隠れ家的、緑が多い、中小ビルの混在等がポイントになる。(桜丘町を含め)渋谷も谷。若者がたむろするところは谷間みたいなところが多い。青山にも超高層ビルはなく、ちょっとおしゃれな中規模ビル。全部高層ビルにすると面白くない。

そこで、以下では、思索に入り込みやすい“ 創造的エリアづくり ”として、人間的なスケールを持つエリアとして中層ビル街の整備、ナレッジの源泉である大学を核とした大学街整備と、安心して思索に入り込める時間と空間を提供する場として公共空間の活用について述べる。

(1) 中層ビル街の整備

大規模プロジェクトによって超高層ビルの高級オフィスの供給が続くと、優秀な企業はそちらに動き、中規模ビルには小規模ビルから企業が移る。このため、この数年は、末端ビルが空きやすいという副作用が続くのではないかと予想されている。街づくりとしては、大規模開発と共に、その周辺地域においては、中小の空きビル対策の二面作戦でいかないと、地域が空洞化する恐れが高い¹⁷。

古い中小ビルは賃料も安く、起業時のインキュベーションエリアとなる可能性を秘めている。また、企業ヒアリング等で挙げられたように、内装等までこだわりたいクリエイターにとっては、改装が許される古いビルは魅力的でもある。住宅にコンバージョンすれば、職住近接も可能になる。このように、大規模開発によって店子を吸い上げられた中小ビルには、プロデュース次第では、クリエイター・ナレッジワーカー街区として生き返る可能性がある。

そもそも、一等地から少し離れた中小のビル街は、ヒューマンスケールであり、一等地に比べて緑も多く、隠れ家的な雰囲気を持つ、地代も比較的安いといった点から、創造的なインキュベーションエリアになる可能性を持っていると考えられる。

そこで、地区計画、高度地区等の都市計画制度を活用し、意図的に中層ビルを整備することとし、その魅力が向上するような方向を検討してはどうだろうか。そのためには、どうしても建築規制、看板規制等の何らかの統一ルールが必要になる。小長谷教授は、以下のように述べている。

日本では今も規制緩和の動きが主流だが、アメリカのような自由主義の国ですら、街づくりは別で規制している。街

¹⁷ 小林他(2005)20頁では、以下のように述べている。

いわゆる大都市においてオフィスビルが過剰供給される2003年問題も発生したが、それ以上に大きなオフィスビル問題は、中小ビルを中心に空室問題を抱えていることである。結果として、街の活力がなくなり、人がいなくなり、コミュニティの衰退につながりつつある。

づくりについては、建築規制、看板規制等を考えるべきである。ただし、全部やる必要はない。規制を強める特区を作っ
てはどうか。全部一度に規制すると反対があるけれど、一部を規制してみて、やってみたら良い結果になったというこ
とになれば、他でもうまくいこう。

例えば、スカイライン等の外観を揃えることができれば、欧米出身者が評価するような美しい街並みを作り
上げることも可能になるだろう。

(2) 大学を核とした、周辺における“大学まち”の整備

大学のキャンパス内の整備は大学自身が行う。街づくりの観点からは、その大学の周辺についての大学
街整備が、ナレッジワーカーやクリエイターの集積エリアを整備する上で効果的ではないだろうか。小長
谷教授は、「ナレッジワーカーやそのオフィスが集積するのは、大学内ではなくその周辺。例えば、ボスト
ンであれば、ハーバード大と MIT を繋ぐ通り沿い。」「欧米の産業クラスターは、基本的に大学街。実は
成功している街は小さい街が多く、人口の6,7割が大学関係者。黙っていても色々始める。」と指摘して
いる。本研究における上海の企業アンケートの対象もまた、同済大学の周辺でデザイン・設計事務所が増
えているエリアであった。

ナレッジワーカー・クリエイターにとって出身大学は知識の源泉である¹⁸。しかし、起業の際の立地が
大学周辺だったとしても、いつまでもそこに立地しているとは限らない。同済大学周辺にも、移転を希望
している企業もあった。このため、せっかく大学周辺に企業や人材が集積したとしても、街づくりの観点
から、空間を意識した連携等を作り出さないと、成功したらより高級なオフィス街に移転してしまう可能
性が高くなってしまおうだろう。

“大学まち”らしいネーミングをすることによって、地元も誇りを持って街づくりをしていくことがで
きるだろう。学生が集まれば、住むための場も飲食の場もできる。学生が大学から出て周辺にオフィスを
持てば、それがそのままオフィスのためのアメニティになる。

東京は大学の集積地でもあり、潜在的な種を持つエリアは多数存在する。また、本研究の対象ではない
が、県庁所在都市は必ず旧国立大学があることから、それぞれ可能性を持つと考えられる。

(3) 安心して思索に入り込める時間と空間を提供するパブリックスペースの活用

ここでは、クリエイティブなアイデアを思いつきやすい状況の一つとして、“安心して”思索に入り込
むことができる環境をどのように提供するかを考える。

頭を使ってアイデアを生み出そうとするとき、深く思索に入り込んでしまう、自分の世界の中に入り込
んでしまうという状態になると、周りで何が起きているかには気が回らなくなるだろう。また、必死に
なって張りつめて考えれば考えるほど、なかなか何のアイデアも出てこないということもあるだろう。そ
ういうときには、例えば、coasting¹⁹と呼ばれるような、休んだり、ぶらぶらしたり、ぼうつとした時間、

¹⁸ 建設省「産業構造の転換に対応した都市政策のあり方懇談会」第3回(平成11年7月28日)における九州大学大学院 樋
口明彦助教授のプレゼンテーションによると、ニューヨーク・ボストンにおけるニューメディア産業の調査では、「どんなエ
リアが良いかと言う点」の一つに「自分が勉強した大学が近くにあること」が挙げられている。

¹⁹ 「英和海洋辞典 <http://www.oceandictionary.net/ejco.html> (2006年3月18日)]によると、coasting とは、「沿岸航行の; 沿
岸航路の、近海航路の; 惰性で進む」ことを指す。知的活動との関連では、渡部昇一(1974)「知的生活の方法」において、
以下のように説明されている。

われわれは高い知的生活を求めつつも、それをいつも維持できるとは限らないのである。知への向上への努力は、し
ばしば休息、あるいは心理学で言う「退行現象」につながることを見のがしてはいけない。……深遠な心理学にもとづ
く人間学を構築したアメリカのエイブラム・マズローは、この正常な、また健康な退行現象を、コウステイング(coasting)
と名づけた。この単語は、元来舟が大洋に乗り出さずに沿岸航海をすること、あるいは、自動車がアクセルを踏むのを
やめて惰力で走ったり、飛行機がエンジンをとめて滑空することなどを言う。これを人間に当てはめた場合は、知的な

考え事をしているかいないかわからないような微妙な時間が必要になる。こうした一見何も生み出さないように見える時間が、結果として、考えをまとめたり、着想を得ることに直接・間接に繋がることもある。

いずれも場合でも、本人は無防備な状態になるため、何にも脅かされることのない安全な場所、心を落ち着けて穏やかに過ごせるような場所等が求められるのではないだろうか。

しかし、人材インタビュー等からは、東京には、昼休みやアフター5等の隙間時間を過ごせる場所、ちょっと考え事をしたり、ちょっと遊んだりするための空間が意外と少ない感じが感じられる。インタビューにおける海外出身者が具体的に挙げているのは、図書館、公民館、公園、会議室、喫茶店、スポーツジム等である。こうしたナレッジを高めたり、ゆとりの時間を費やせるようなパブリックスペースを、街の中の仕掛けとして整備していったらどうか。ここでパブリックスペースに求める機能は、1で触れた「第三空間」=繁華街に比べると、もう少しお洒落なものを含めた多様なものである。

日本では、公園、図書館というと、地元の主婦や子供や高齢者が使うようなイメージがあるが、その発想を切り替える必要がある。例えば、ビジネス街のパブリックスペースは、ビジネスマンの利用を念頭に置くことで、整備の仕方が大きく変わるはずである。欧米では、ビジネスマンが公園のベンチで過ごしたり、図書館を利用したり、市民が打合せをしたりする姿がよく見かけられるという。日本でも、図書館、公民館、公園、会議室、喫茶店、スポーツジム等を、大人が行くところとして認識し直し、街づくりの中に組み込んでいく必要がある。

例えば、ビジネスマンが活用する公園として、小長谷教授はマルチメディアガルチにおけるサウスパークの例を挙げた。「今は少し寂れているけど、最盛期には、会社の全員が出てきて、そこで仕事をしていた。そこで撮影もするなど、会社の一部として活用しているというくらいだった。」とのことである。大人が使うことを意識した公園整備ができれば、打合せを公園でやろう、アイデアは公園で考えようかというように、意識や考え方が変わってくる可能性がある。

具体的には、例えば、都市の公園としては、中庭型の公園を整備してはどうだろうか。今の日本の公園の多くは、大きな道路で周りの街区と切断されている。これに対し、中庭型の公園であれば、アメニティである店舗等が公園に向かって開き、店と公園が繋がっていくことができるのではないだろうか。小長谷教授は、京都のリノベーションでうまくいっている例として、元NTT交換局の新風館²⁰を挙げた。そこには中庭があり、内側に店が開かれ、中庭がイベントスペースになっている。これができたことにより、三条通り全体が活気づき、人の流れが変わったというくらい人気が出ているとのことである。

以上のように、ナレッジワーカーやクリエイターのライフスタイル・ワークスタイルを念頭におき、これらを生かすための都市環境整備の一例を述べてきた。ここで目指したのは、21世紀スタイル、新しい都市的生活様式とでもいうべき、できるだけストレスを感じない、無理をしないライフスタイル・ワークスタイルを支える都市環境である。そうであればこそ、ナレッジワーカー・クリエイターにとって住み働きやすいだけでなく、それ以外の職種の人にも住み働きやすい都市環境となるはずである。同様に、外国人にとって住み働きやすいだけでなく、日本人にとっても、中でも交通弱者にとっても住み働きやすい都市環境、最終的には、あらゆる人々にとって、今よりも住み働きやすい都市環境となるはずである。

努力をやめて、しばらく無努力の状態にもどることである。長期にわたって知的生活を送ることに成功した人は、本能的に健康な退行、つまりコウステイングをしているようである。

²⁰ 大正十五年、京都三条烏丸に通信時代の礎を築く電話交換オペレーションセンターとして生まれた洋館が、2001年1月26日(金)本格的なリアル&バーチャル性を備えた新たなタイプの情報発信型商業施設“新風館”として生まれ変わりました。
[http://www.shin-puh-kan.com/guide/guide_outline.html (2006年4月4日)]

第4節 行政の役割

街づくりの中には、行政や都市再生機構等の公的セクターが担当すべきこともある。ここでは、魅力的なエリアが各地で育ち、全体として魅力的な都市となるため（第1節）また、交流を生み出すような都市になるため（第2節）これらを受け、ナレッジワーカー・クリエイターのライフスタイル・ワークスタイルを生かすような都市となっていくために（第3節）行政が果たすべき役割について整理する。

大きな方向としては、行政、特に国レベルは、民間、地方自治体、地域・地元（コミュニティ）等が個性を發揮した街づくりを実現できるような環境を整え、これらに街づくりを委ねることが重要だという考え方である。

まずは、行政と民間の関係である。物理的なインフラに限らず、基礎的な部分は、公的セクターでしっかり整備する必要があるが、その先は、民間に任せることが必要である。言い換えると、放っておけば育っていくようなハード・ソフトのインフラ作りをすべきということでもある。行政が手を出しすぎるとろくなことにならないという辛辣な指摘もある。

また、行政の中でも、国レベルでは基本的な制度的枠組みを整備し、その先は、都道府県、市区町村に任せることが必要である。魅力的な都市の構成要素として不可欠な魅力的なエリアを作り上げるには、市区町村でも目が行き届かないことが懸念され、その先は、エリアすなわち地元（コミュニティ）に任せることが大切である。

このような民間、地方自治体、地域・地元（コミュニティ）等に任せるという考え方は、有識者等のヒアリングの中でも主流となっている。例えば、以下の通りである。

大阪市立大学 小長谷教授： 国土交通省は、国際スタンダードを意識した、大元・基本のまちづくり方針と必要な制度をつくるのが仕事で、その先は市区町村が自分にあった個性を考えて打ち出す。

所得・教養の高い人材やアーティストの求める都市条件としては、人間味があふれる環境が必要であり、政策担当者が望むものとは異なる。

㈱リナックスカフェ 平川社長： 行政はビジョンをつくるのが仕事である。しかしビジョンを作るだけではなく、自分たちが手をついてやる。user のことや、駅前開発とはどんなものかがわかっていないのだから、行政は自ら手を出すことはやめて、民間に権限委譲すべきである。どういう街にしたいと user（住民、商売している人、街に来る人等）が考えているのかを理解している責任者に権限委譲する。

街づくりでも、サービスでも何でも、ビジネスとして体を張ってこそ成功する。甘さがある3セクでは失敗する。

国が役割を果たすためには、前述の指摘にもあるように、世界の流れや国際スタンダードを意識しておくことが重要である。九州大学の坂口教授も、「環境の質としては、オープンであって、世界の流れにいかに乗れるかということが重要である。公園をつくるにしてもセンスが問われる。」と指摘している。また、民間、地方自治体、地域・地元（コミュニティ）等に街づくりを委ねるためには、国は、ハード・ソフトのインフラづくりの中で、これらが暴走しにくいような最低基準を定めたり、暴走した場合にどうするかを検討しておくことが重要と考えられる。

国が果たすべき基礎的・基本的な役割として、以下では、基幹的な（ハードとしての）インフラ整備、ビジョンづくり、街づくりの仕組みづくりを挙げている。なお、ハードのインフラ整備に関わるものうち都市全体の移動環境については、第3章で整理してする。

（1）街が育つような基幹的なインフラを整備して、後は任せる

土台となるハードとしてのインフラ整備は行政の重要な役割であり、整備された道路、広場等の周りに自由に建物や人が集まってきて、街が育っていく。例えば、既に国策として動き始めている都市再生プロジェクトは、大都市の核となるエリアの再生を目指すものであり、周辺に影響を与えていくことが期待されている。小長谷教授は、以下のように指摘している。

都市に国際競争力をつけるためには、インフラを整備することは不可欠である。これからは外向的な新都市開発ではなく、内向的な中心都市再開発が課題である。そのためには、東京の六本木のように大規模にリニューアルをするという手法もあり得るが、コストパフォーマンスを上げるために、リニューアルや NPO の活用など手法を工夫するべきである。

インフラ以外の部分は、資本主義経済下の自由な経済活動として行われるものであり、インフラの整備の仕方や土地利用規制等によりある程度のコントロールはできるものの、そこに活力が生まれていくかどうかまでを行政がコントロールできるわけではないし、コントロールしようとするべきでない。何らかの方向付けや誘導のためには、(2)で述べるようなビジョンや(3)で述べる仕組みを活用していくことになる。坂口教授は、以下のように指摘している。

「場」というのは、実際の場所というよりは、雰囲気、カルチャーである。それぞれの場所にとって、基盤としてフィジカル(インフラとしての都市)があって、その上にネットワーク(交通・IT/人脈)があって、さらに上にカルチャー(都市カルチャー)がある。ソフトの部分は放っておいた方が良く、フィジカルはちゃんと整備するということが重要である。

(2) 街を方向づけるビジョンを作って、後は任せる

今回の調査は、街づくりや都市計画を専門としている企業や人材を対象にしたものではない。にもかかわらず、街づくりや都市計画に対する具体的な批判が相次いだ。

例えば、企業アンケートやヒアリングにおいては、都市計画におけるビジョンの欠如、都市計画の無力さ等によって街が汚くなり、エリアらしさが失われるといった指摘がなされている。

[企業アンケートの自由回答欄より]

行政が全く都市計画には無力な事、次々と新しい高層ビルを民間会社が建てていき、文化的に価値のあるものをあつという間になくなり、どこの街角も同じ風景になっていく。らしさがものすごい早さで失われていく事実だけに公的機関にいらっしゃる方々が無知であることに驚く。もう日本の都会には魅力を感じないし、防災的にもまったく「無考」である。むしろ江戸時代の人々の方が、災害が多かったため、この必要性があったのだろう。役所へ投書しても何もしない。税金は戦争だけに使われていくのが悲しい。

[企業ヒアリングより]

日本の都市計画はどうなっているのか。空間がばらばらだ。NYのSOHOのようなエリアの顔がない。ぱっと見がきれいではない。ダサイ。もっとも、その何でも建てられる、ごちゃごちゃしているところがTOKYO cultureのエネルギーを生んでいる、パワーの一端という側面もある。でも、汚い。

また、在東京・欧米出身者のインタビューにおいて、東京の街づくり全般、都市計画や景観について、非常に厳しいコメントが聞かれた。例えば、以下のようなものである。

A氏：東京は、他国の大都市と比べて醜い。何か開発をするときに、用途地域に違反しなければ何でも作れる。デザインガイドラインがない。マスタープランがない。すぐバラバラ。デザインも雰囲気も何も考えていない。

B氏：日本は都市計画が苦手。マスタープランをやらないと、りっぱなビルを作ってもだめ。都市計画というものは、街づくりだから、ビルそのものを作るのではなく、全体をプランニングすべきである。

日本では、アートとサイエンスがあると、サイエンスの方にいってしまう。基本設計と実施設計があるが、アメリカで多めに払うのは基本設計の方。実施設計は大学生でもできるからいい。でも、日本は逆。ゼネコンは、その後の設計・施工を取るために、基本設計はただでやったりする。

汐留は世界中で笑われている。山手線に乗っている人ができるだけアイコンタクトをとらずに立っているのと同じで、別の建物に対し、おまえがいるのは仕方がないから、私は勝手にこう建ちますよ、という感じ。

歩道も考えられていない。隣のビルに行くのに横断歩道が全くなく、15分くらいかかる。機能的にも計画性がなく、使い勝手が悪い。

C氏：六本木ヒルズでは、緑を何割か作るようにと規制されているけれど、芝生でごろっと寝転がることもできないような使えない緑。一応公園があるけれど、使えないような公園。木がありさえすればいいし、池がありさえすればいいという発想。

国を始めとする行政は、それぞれのレベルに応じて、エリアとしての自由な街づくりを地元任せられるだけの、街づくりのための全体のビジョン、マスタープランを明確に示す必要がある。地区計画のような都市計画の中の手法も、そのためのツールになる。また、市町村マスタープランの中で、エリア毎のマスタープランを、住民のアイデアも生かして作っていくこともできる。条例等で一定のデザインコードや屋外広告物の規制を行うこともできる。エリア内における統一的な景観を整備するためには、地元のアイデアを生かし、市区町村が後押しすることが有効である。事務所や店舗のサインやテントを揃えるだけで大きく印象が異なるように、リーズナブルな方法も考えられる。

いずれにしても、国・都道府県・市区町村の作成するビジョンやマスタープラン、デザインコード等は、あらゆるパーツをそれなりに揃えることを後押しするようなものではなく、各エリアが独自性を発揮しやすいような、独自性を追求する場合にこそ支援するようなものであるべきである。可能であれば、エリアの独自性を伸ばすことをプラス評価するようなものであることが望ましい。また、この際、ビジョンやプランの中では、ただ一定数を整備しさえすればいいという考え方ではなく、アウトカムの発想と同様に実際の機能、使い勝手も考え合わせる必要がある。

人口増加のみを都市の活力、都市の魅力の結果と考えられるような時代は終わろうとしている。街づくりのためのビジョン、マスタープラン等は、これからの人口減少社会の進展を織り込んだ上で、その中で新しい価値観やライフスタイルを求めるものであることが大切である。街やエリアが魅力的になるかどうかは、今より少しでも良くなっていくと信じられるような現実的な明日を描かれているかどうかにかかっていると考えられる。(株)リナックスカフェの平川社長は、以下のように指摘している。

人口は2050年までに30%減少するので、右肩上がりの活性化モデルではどうしようもない。人口をどうやって増やせるのか考えても増えるわけがないので、減ったときの価値観やライフスタイルを考えるというのが、当たり前のロジック。成長神話は捨て、これからは「節約」という理念を注入して、社会や人間の進歩を考える、もっと別の違った価値観を追求すべきである。例えば、落ち着いた街の佇まいや、街の成熟にシフトしていくことが本当の課題。

街は暮らす場所であり、ゆっくりでもここはだんだん良くなっていくと思うと、人は集まってくる。明日は今日より悪くなっていくとわかった途端に人は逃げ始める。

(3) 地元が街を育てやすいような仕組みを作って、後は任せる ～街づくりのキーパーソンを見つけ、活動しやすい環境を整える～

(2)のビジョンやマスタープランを作っても、それが絵に描いた餅のままでは意味がない。ビジョンやデザインコード等のPR等で行政が音頭をとることも含め、それを地元が実現しやすくなるような仕組みを併せて用意することが必要である。

そのためには、例えば、地域をよく知る人、地元をよくしようと身を粉にして街づくりに取り組んでいる熱意ある人、地元のキーパーソン等を見つけ、光を当て、資金を始めとして、ある程度の権限を委譲し、その人が活動しやすいような状況、地元主体で進めていけるような環境を整えることが有効である。また、その際、現在の縦割りの補助金制度についても、複数の補助を受けられるような仕組みにして欲しいとの要望があった。九州大学の樋口助教授らとのやりとりの中では、具体的に、以下のように指摘されている。

日高氏：地域のことを考えている人は、国益なんて考えない。国全体ではなくて、この場所が好きという人である。そういう欲を肯定しなければいけない。

稲樹氏：地域を良くするためには、地域が受けるしかない。国の助成金は、複数の機関からは重複してもらえない(道路の助成金なら道路のことしかできない)。地域のことを考えた場合、道路だけ何かして解決するということはありません。なので、(例えば国土交通省と経済産業省のように)重複して助成金をもらうことを認めて欲しい。

(株)リナックスカフェの平川社長は、自らがいる場所に人材を惹きつけるような影響力を持った人物であると同時に、街づくりに積極的に関わる人物でもあり、「個人的なライフワーク、ミッションとして、『地域に活力をもたらす』『新しい街づくり』』ということを掲げている。したがって、リナックスカフェは、ビジネスではなく、自分のミッションであり、ビジネスとしてのそろばん勘定が合わなくてもするもの。」と語っている。こうしたビジネス感覚を備えた上で、街づくりに熱意を持って取り組もうとする人物がいても、そのカウンターパートである行政のシステムは、その十分な活躍を可能とするものになっていないことについて、平川社長は批判的である。例えば、折衝に時間がかかるだけでなく（普通のビジネスセンスであれば3日でできるようなことが、数ヶ月かかったりする）街づくりのための具体的な提案を何度となく出向いて説明しても、検討さえした様子もないままなしのつぶてであったり、とのことである。

また、こうしたキーパーソンとなるような人物は、行政が日頃から現場に積極的に行き、フィールドワークを行うしかなく、デスクワークばかりをしていても見つけられるものではない。平川社長は、以下のように指摘している。

キーパーソンを見つけるためにはフィールドワークしかない。世界中、どこの行政でもフィールドワーカーという人がいる。日本の行政だけにこれがない。日本の行政はデスクワークばかりにみえる。区などの基礎的自治体でさえも現場への理解は薄い。

街づくりには、現場を歩く人とそれを分析するチームが必要である。それを安易にどこかで成功したモデルを持ってこようとしても無理である。どこかで成功した人たちをつれてきても、その人たちは忙しいから片手間でしかやらない。

地元でやるなら、例えば秋葉原にもキーパーソンはいる。しかし行政はその人達のことを知らないし、力を借りようともしていない。フィールドワークをしている中で、秋葉原を愛している人、街を任せるべき人がわかってくる。

シリコンバレーでも、前カリフォルニア州上院議員のベッキー・モーガンや地元の企業（ヒューレッド・パッカード、サンズ等）、地元のボランティア等、そこに住んでいる人が中心でやっているから、back to community となる。シリコンバレーでは、自分たちのため、自分たちの本業のために個人の資格でやっている。

街づくりに積極的に関わる人材が、NPO という形で活動することも多い。NPO という仕組みができたために、街中でこれまで地道に活動していた人が声を上げるきっかけができた、それによって光を浴びたり、他のNPO と連携するきっかけになったという点を評価する声もある。

ただし、今の日本のNPOには様々なものがあり、否定的な見解もある。行政が支援する場合でも、支援に値するNPOの選別や育成も重要な課題である。そのためにも、行政はフィールドワークを怠らないことが必要である。小長谷教授は、NPOの可能性と課題について、以下のように述べている。

政策の及ぶ範囲は限られるが、そこから広がりをつくるのはNPOであり、これらを支援することにより、小さいお金で大きな効果を得ることができる（NPOの乗数効果）ただしNPOは、その活動内容も千差万別であり、地域振興のために真剣に取り組むNPOを選別する必要がある。アメリカのNPOには知事が入ったりしているが、日本では住民団体に過ぎないものが多い。信頼性が高いNPOをつくる必要がある。

また、平川社長は、以下のように述べている。

現在の日本のNPOは中途半端なビジネスであり、余ったものでやっているから、余らなくなったら止まってしまう。アメリカのNPOはシステムティックで会社と同じであり（官庁と民間のジョイントプロジェクト）、テーマ性がある。例えば、サンノゼ市にあるNPOインターナショナル・ビジネス・インキュベーター（アメリカ以外の企業が対象）は、サンノゼ市とスタンフォード大学、サンノゼ州立大学、地元の水道・ガス会社がバックアップしており、株式会社よりもさらに特定目的会社であり、まちづくりの大きな力となっている。

第3章 日常的な活動や生活を支える都市環境の充実のための具体的要素

人材インタビューでは、各調査都市において一年以上の滞在経験のある人を対象としたため、日常的な活動や生活面で感じている不自由についても様々な言及があった。そこで、第3章では、このような日常的な活動や生活を支える都市環境の向上のための具体的な要素について、移動しやすい環境（第1節）と暮らしやすい環境（第2節）に分けて整理する。

これらは、都市の活力を生み出すような人材だけでなく、都市で住み働く誰にでも関連するものである。そして、それぞれの課題については、何らかのハンディキャップを持った場合には（日本語がわからない、身体が不自由等）、さらに大きなバリアとなることが多い。そこで、以下では、必要に応じて、障害者等のいわゆる弱者にとって、外国人にとってという視点に留意して記述している。

第1節 移動しやすい環境

図表2-3-1で見たように、人材インタビューのフェイスシートで行ったアンケートでは、就業地における交通環境全般について、在東京・海外出身者で満足とする人の割合は、在外・日本人と比べて非常に高い。その一方で、具体的な要望や不満も数多く挙げられ、関心の高さを示している。また、企業アンケート選択肢の回答状況を見てみても、「交通環境」については、図表1-3-1で見たように、「都内の交通の利用しやすさ」「広域交通網の利用しやすさ」を始めとして、非常に関心が高いことがわかる。

以上のような関心の高さを前提に、ここでは、東京を始めとする我が国都市の移動環境の魅力と課題、課題解決のための方向制について整理する。

「魅力」として整理したものは、調査結果の中で満足と評価された都市環境の条件であり、今後も伸ばして行くこと、アピールしていくことにより、我が国の都市が、活力を生み出す企業・人材を惹きつけるような、より魅力的で国際競争力のある都市になることができると考えられるものである。一方、「課題と方向性」として整理したものは、調査結果の中で不満と評価されたり、要望が出てきた、現時点では東京の弱点と考えられる都市環境の条件であり、今後、新たな施策の推進、あるいは現在実施中の施策のさらなる推進により、克服して行くことが望ましいと考えられるものである。

特に、本テーマは障害者、高齢者、子供等のいわゆる“交通弱者”や日本語が読めない外国人にとってのバリアの存在が大きな課題となりやすい。そこで、誰にとっても共通の話題ではあるが、特に、外国人（日本語が不自由な場合等）や交通弱者への配慮が求められるものについて、項目毎にその旨を示すようにしている。

なお、本テーマのうち、エリアの個性となり得るものについては、第2章で述べている。

以下では、まず、街全体、交通基盤全体についての魅力と課題を整理し、次に、移動モード（道路/自動車、歩道/歩行者・自転車、鉄道、バス、タクシー、空港/航空サービス）に沿って整理していく。

1. 街全体、交通基盤全体

ここでは、移動の仕方を限定しない街全体の移動のしやすさ、公共交通機関のネットワークや乗換等の相互連携を含む交通基盤全体についての移動しやすさについて整理する。

魅力としては、東京の鉄道網を中心とした公共交通機関の充実が、人材インタビューでも高評価を得ており、大きなアピールポイントである。企業活動上も交通の利便性は重要な要素であり、アンケート回答企業の多くが、現状の交通利便性に満足している。また、東京のバリアフリー環境は、現段階で十分とは言いが、インタビュー結果からは、東アジア諸国に比べて、相対的には進んでいると考えられる。

課題と方向性は以下の通りである。

公共交通機関が発達しているが故の課題解決の可能性

公共交通機関の充実が、結果として通勤エリアを拡大させ、長距離“痛勤”恒常的な混雑にも繋がっている。根本的な解決のためには、都心は都心の中で完結するような、郊外は其中で完結するような、職住近接の街づくりを進めていくしかない。これについては、第2節の冒頭で述べる。

同様に、東京の都心には24時間活動都市という側面もあり、それを支える都市環境として地下鉄等の公共交通機関の深夜運行の更なる充実や24時間運行を求める声も多い。ただ、東京に比べて公共交通機関が発達していない東アジア都市では深夜等の移動しにくさが挙げられないことから考えると、東京の深夜のタクシー料金の高さや居住地が都心から遠いこと等も関連していると考えられる。

公共交通機関のネットワーク、相互連携の充実

東京の公共交通は、鉄道網の充実を始めとして、非常に成熟し便利であるが、異なる交通機関を乗り継いで利用する場合には、ハード・ソフト両面からの要望がある。

乗換えが遠い、放射上の鉄道網の充実に対し環状方向の移動のための交通基盤が不足している、鉄道駅までのアクセスを担うあるいは鉄道間を繋ぐバス等の二次交通が十分に整備されていないことなどが不便と指摘されている。

また、人材インタビューでは、共通交通カード導入等、交通モード間の連携を求める声が多い。また、外国人には、共通カードの存在そのものがわかりにくい、もっとPRして欲しいという声もあった。例えば東アジア都市では、複数交通機関の交通カードが一元化されている、乗り換えに関して複数交通機関を利用すると料金が割引になるといったサービスが導入されているが、この点で日本は遅れており、東アジア都市を参考にした改善が望まれている。

わかりやすい住居表示、交通案内表示等（外国語併記等）[特に外国人]

人材インタビューでは、街中の住居表示、道路標識、公共交通機関等の表示については、正確であると評価する声がある一方で、英語等の外国語表記が少なくまだまだ不便との声が出てきている。例えば、東京の住居表示は、町名、地番の付け方がシステムティックではなく、ストリート毎に番地を表示する方法と比較して、どちらに行けば目的地かが判断しにくいとの不満が挙げられている。これは外国人だけでなく日本人にとってもわかりにくく、同様の支障をきたす場合もある。

また、ローマ字等の外国語表記もまだ不十分で、駅の交通案内についての不便さが感じられている。特に地下鉄は出口が多いため、問題が深刻とのことである。

公共交通機関等の基盤は充実しているため、さらにわかりやすくすることにより、国際都市としての移

動しやすさを改善することが今後の都市環境整備の方向性の一つと考えられる。

バリアフリー環境の一層の充実 [特に交通弱者]

東京のバリアフリー環境は、東アジア都市と比較して進んでいると言われる一方で、具体的なインタビューの中では、歩道が狭い、段差や凹凸が多い、歩道橋や駅等の上下移動においてエスカレーター・エレベーターが未整備な場所が多いといった指摘が多く、子供連れ、障害者等の交通弱者にとっては移動が困難な箇所が未だに多いのが現状である。バリアフリー化は引き続き進めて行く必要があり、2では移動モード別に述べている。

2. 移動モード別

東京の持つ交通環境の魅力と課題を、移動モード別に整理する。

より円滑な移動が業務に大きな影響を与えることから、企業アンケートでは、交通利便性への関心は非常に高い。交通利便性への評価も非常に高いが、不満や要望が多かったのは、駐車スペースの少なさ、歩道の利用しやすさについてであり、東京で今後積極的に取り組んで行くべき課題と考えられる。また、人材インタビューからは、交通基盤全体の充実は高く評価するものの、各移動モードについては不便さ、利用しにくさを訴える声が多かった。

(1) 道路/自動車

魅力としては、全般的に、東アジア都市と比較すると、日本(東京)は交通マナーが極めて優れており、安心・安全な移動環境であると評価されている。

課題と方向性は以下の通りである。

渋滞緩和

一般道、高速道路を問わず、東京の道路における恒常的な渋滞に対する不満は、アンケート・インタビューを通じて非常に多かった。平日はバスやタクシーでの移動時間が読めず利用しにくい、休日でも遠出する気にならないといった現状を生んでおり、住み働く都市環境として大きなマイナスになっている。引き続き、一般道路の拡幅、都心を迂回できる環状道路の整備、ETCの普及等の推進が必要と考えられる。東アジア諸都市においては、時間差通勤、一定人数以上の乗車に対するインセンティブの付加等(ソウル)、トラックやタクシー等の都心部への流入規制(上海)等の自動車交通量削減、分散策が実施されており、参考になる。

また、高速道路の料金が高いことへの不満も示されているが、渋滞緩和により高速道路を利用することのコストパフォーマンスを高くすることも一つの方向である。

駐車場整備

駐車場の不足は、業務環境としての問題が大きい。例えば、デザイン関係の業務等で乗用車による運搬・移動が必要な場合等企業活動に支障をきたすこともあるだろう。また、駐車場不足により路上駐車が多くなり、交通渋滞を悪化させている。ただし、都心で駐車場が整備されるということは、その分流入する車両が増加し、更なる不足や渋滞を呼び込む可能性もあることには留意する必要がある。台湾では、駐車違反に対する罰則強化とバ

ス路線の整備（一般車両の流入規制を含む）の相乗効果で渋滞が緩和された。また、罰則として、悪質な違反に対する累徴罰税やコンビニで罰金の支払いができる環境が整っている点は参考となる。

わかりやすい表示 [特に外国人]

交通案内、交通標識等には英語表記が少なくわかりにくいとの声が多く、国際都市として多言語表記の充実が望まれる。特に、一般道・高速道の分岐の表示があまり、日本人にとってさえわかりにくいとの指摘もあり、改善が求められる。

(2) 歩道 / 歩行者・自転車

魅力としては、人材インタビュー結果からは、東京の歩道は、東アジア諸都市に比較すると、バリアフリーが比較的進んでいる、相対的に東京（日本）の歩道において歩行者は移動しやすいとの声も聞かれた。エリアや個別の場所によって差が大きく、今後とも移動しやすく安全な歩行環境を広げていく必要がある。課題と方向性は以下の通りである。

バリアフリー化等の歩行しやすさの改善 [特に交通弱者]

相対的には移動しやすいと評価する一方で、歩道の段差、凹凸、傾斜や、公共施設等における上下移動が多く、交通弱者にとっては移動が困難な箇所が多く、さらに改善を進めて行くことが重要である。東京3エリアにおける企業アンケート結果からも、歩道の移動のしやすさは、潜在的な需要のある都市環境と考えられる。

歩行者と自転車にとって安全で快適な移動環境の創出 [特に交通弱者]

相対的には移動しやすいと評価する一方で、自動車、自転車との関係で歩行者は危険を感じるという声がある。例えば、歩道に自転車やバイク等の駐輪が多いこと、自転車が歩道を走ること自体、そしてそのマナーの悪さ等は歩行者の妨げになるだけでなく危険と感じられている。

一方、自転車利用者にとっても、駅前や公共施設の駐輪スペースが限定されていること、不便な場所にあること、公共の駐輪場が抽選制で確保しにくいなどの理由で、路上駐輪をせざるを得ない状況となっている。また、歩行者や自動車と分離されていない箇所が多く、出会い頭に衝突しそうななどの危険を感じている。

総じて、都内には安心して、歩行や自転車利用を楽しめる環境が不足しているとの声が出ている。前述のバリアフリー化を進めるにあたっては、歩道の拡幅、段差の解消だけでなく、歩道上の駐輪をなくし、十分な歩行空間を確保することが必要である。このためには、駐輪場の確保とセットになった歩道上の駐輪の規制が重要である。さらに、歩行者、自転車、自動車をうまく分離し、共に快適で安全に移動できる都市づくりが求められている。

(3) 鉄道

魅力としては、東京の鉄道網は充実し、定時性も高いことから、移動上の利便性が高く、サービスやマナーは世界的にも優れており快適に利用できることも含め、日本人・海外出身者の双方から全般的なサービスの成熟が高く評価されている。東京で住み働く上で最大の長所となる都市環境であり、さらに伸ばし、観光面を含め国際的にアピールしていくべきである。

中には、電車での移動時間を自分の時間として有効利用できること、オンオフの切り替えができることをメリットと捉えたり、アイデアを出す時は“電車の中”が多いという意見など、一定の通勤時間を積

極的に必要とする意見もあった。時差通勤の推奨等を含め、少しでも快適な通勤環境を確保することにより、通勤の時間と空間をプラスに利用する方向を探ることも考えられる。

課題と方向性は以下の通りである。

“痛勤”緩和対策

東京の長時間通勤や混雑等のいわゆる“痛勤”に対しては、日本人・海外出身者ともに不満が多く出された。引き続き、構造的な職住近接の推進、時差通勤の推奨等を含めた“痛勤”緩和策が求められている。

乗り継ぎやすさの改善

乗換え、異なる交通機関の乗継ぎが不自由との声も多い。特に、東アジア諸都市と比較して、プリペイドカード等が交通事業者によって複数に分かれ一元化されていない、割引等のプレミアムがない、クレジットカードによる料金引き落としができないなどの面での遅れを指摘する声が多く、東京でも同様のシステム導入への期待が高い。また、現在も使われている便利なプリペイドカードは、外国人には存在そのものがわかりにくいという声もあり、英語によるポスター表示等のPRも有効と考えられる。

バリアフリー環境の充実 [特に交通弱者]

東京の鉄道施設では、エレベータの設置等、現在もバリアフリー化が積極的に進められているが、引き続きその推進が求められている。また、ソフト的な支援として、バリアフリー移動に関する情報を事前とその場の両方で入手しやすくすること、例えば立体的な構内図を随所に表示するといった工夫が望まれる。

わかりやすい案内表示の充実 [特に外国人]

外国人にとっては、現在も、外国語による地下鉄の出口案内、乗換え等の案内表示がまだ不足していると感じられており、さらなる充実が必要である。

(4) バス

魅力としては、東京のバスのサービスやマナーは世界的にも優れており、快適に利用できるなど全般的なサービスの成熟が評価されており、さらに伸ばし、観光面を含め国際的にアピールしていくべきである。

課題と方向性は以下の通りである。

利用しやすい環境づくり [特に外国人]

利用しやすい環境づくりとしては、まず路線や乗り方がわかりやすいこと、そもそも路線が多いことが重要である。インタビューでは、来訪者に路線がわかりにくいなど使いにくい点が挙げられており、日本人、外国人を問わず、使い勝手を良くすることは課題の一つと言えそうである。

駅前等のターミナルはもちろん、個々のバス停等においてもバス路線や料金、使い方等の事前に必要な情報をわかりやすく表示すること、車内での表示、アナウンス等で乗車後に必要な情報を伝えること等が必要である。特に、外国人への対応としては、英語等での表記、アナウンス等の充実が求められる。

また、路線の充実としては、鉄道駅間をつなぐ二次交通としての路線や郊外での路線の充実が望まれている。韓国出身者や在ソウル市・日本人からは、ソウルの利用しやすいバスサービスについての評価が高く参考となるのではないかと。例えば、バスが短距離・中距離・長距離という路線に応じて系統番号や車両の色分けがなされていること、二次交通としてマウルバスと呼ばれる自由停車等の融通が利く短距離バスが導入されている。

定時制の確保

東京のバスは、道路渋滞の影響を受けやすいために時間が読めず、利用しにくいとの声がある。一方、東アジア諸都市で導入されているバス専用レーンは、バスへの渋滞の影響解消という点で評価が高い。日本でもバスレーンは一部路線や時間帯で設置されているが、レーンへの違法駐車や一般車両の流入などが多く、それがバスの定時性の低下や渋滞に影響を与えている。この点に対しては、バスレーン上の違法車両の取り締まり強化などによるバス運行の定時制の確保が求められる。

バリアフリー環境の充実 [特に交通弱者]

東京のバスについても、ノンステップバスの導入等バリアフリー環境充実の努力がされているが、引き続きその推進が求められる。また、大きなバスターミナル等は上下移動が多いなど個々の問題があり、引き続き一つ一つ移動しやすさを改善していくことが求められる。

(5) タクシー

魅力としては、東京のタクシーは都内を走っているタクシーの台数が多く、サービスやマナー、安全性等の全体的なサービスの成熟が高く評価されており、さらに伸ばし、観光面を含め国際的にアピールしていくべきである。課題と方向性は以下の通りである。

外国人にも利用しやすい、更なるサービス向上 [特に外国人]

東京のタクシーは、簡単な英語なら通じる場合が多いと評価される一方、外国人に対する乗車拒否といった差別も厳然として存在する。国際的に魅力ある都市となるためには、外国人が安心してタクシーを利用できることが不可欠である。外国語対応という点では、よくあるやりとりについての外国語対応シートの車内常備、携帯電話を通じた通訳を行うコールセンターの設置等も考えられる。ドライバーのモラル向上については、要望や苦情等を訴える窓口についての情報を外国人にもわかりやすく表示することも、一定の抑止効果があるのではないだろうか。また、例えば、対応、道路網の知識等に関する公的なライセンスや資格制度を設け、それを掲示することも、ドライバーの意欲を高めるためには有効ではないだろうか。

高い利用料金への対応としての利用方法多様化の可能性 [特に交通弱者]

東京のタクシーは、海外の都市と比較して利用料金が高く利用しにくいとの声が強い。ゾーン限定のワンコインタクシーや相乗り等の利用方法の多様化、交通弱者向け割引制度等により、多様な料金設定を行うことも方向性の一つとして検討し得るのではないか。

(6) 空港 / 航空サービス

東京の最大の弱点の一つとして挙げられるのは、成田空港を利用した海外への移動であり、特にビジネス面での使いにくさを指摘する声が多い。これに対して、東アジア諸都市では海外への移動環境が優れており、ビジネスでもプライベートでも、海外へ出ることが、東京に比べてより一般的であるとの声もある。日本の玄関口である成田空港へのアクセス改善は引き続き大きな課題である。また、成田空港へのアクセスの悪さに対応し、羽田空港の国際便増便を求める声が多い。

第2節 暮らしやすい環境

本研究では、都市に活力を生み出すような産業（企業）や人材（個人）に、東京を始めとする我が国都市に「住み」「働く」拠点を置いてもらうためには、どのような都市環境を整備すべきかを検討するものである。人材インタビュー結果を中心に、生活環境についての課題が数多く挙げられており、知的な、創造的な仕事に携わる外国人を惹きつけるためには、積極的に改善すべき点は多い。ここでは、その課題と今後の方向性について整理する。

図表2-3-1で見たように、人材インタビューのフェイスシートで行った簡単なアンケートで、現在住み働いている都市における居住環境全般についての満足・不満足を尋ねた結果、在東京・海外出身者で満足とする人の割合は、在外・日本人よりも比較的低くなっている。

全体的に見ると、東アジア都市に経済的に右肩上がりの勢いがあることと、日本全体について成長が一段落していることに起因する対照的なコメントが多い。例えば、東京は利便性が高いが物価も高い、一方で東アジア都市の公共交通機関は東京ほど充実していないが安価だと感じられている。また、東京については、基盤が整備されている、サービスが便利といった意見が多く、一方、東アジア都市では、環境の悪さ、マナーの悪さ等に不満だが、都市の勢い、活力を感じるという意見が多く聞かれる。都市整備については、東アジア諸国では行政の判断が早く、ダイナミックに都市環境が変化することを評価する声が多く、日本も見倣うべきだと声もある。東京の都市の成熟していることが、規制の多さ、窮屈さにつながり、活気を失っているとも考えられ、都市の成熟が都市の魅力に結びついていないとも言える。もっとも、東京が成熟都市であるというコメントは主に在外・日本人から出され、在東京・海外出身者からはそれほど積極的に出てきていない。これは、欧米出身者から見るとまだまだ成熟の程度が物足りない、東アジア出身者から見ると不自由さの多さの方が目につくということかもしれない。

いずれにせよ、東アジア都市と比較すると、東京を始めとする我が国の大都市は、今後は、成熟した利便性の高い都市としての魅力を伸ばしていくことが重要と考えられる。様々な課題が残されているうち、アンケートやインタビューでの関心が高かったのは、職住近接、住宅、災害や犯罪等に係る安全・安心、情報の入手しやすさを含む利便性の確保等である。

なお、以下のテーマに関連するものでも、エリアの個性となり得るものについては第2章第1節で述べている。

（1）職住近接の推進

東京では、交通基盤が充実し利便性が高いが故に通勤範囲が広くなり、恒常的な混雑、長距離通勤の発生等のデメリットを生んでいる。

図表2-3-3で見たように、人材インタビューの参加者の平均通勤時間を見ると、東京は他の東アジア3都市と比較して長時間通勤を強いられている人の割合が多い。インタビュー結果でも、在東京・海外出身者だけでなく、在外日本人から東京における遠距離通勤には不満が挙げられている。

インタビューにおける具体的な居住場所の希望としては、身近な余暇環境のある場所、自然環境に近い場所に住みたいという意見と、都心居住や、都心オフィスの住宅転用等の推進を望む意見とに分かれ、一方的に都心居住を求めているわけではないことがわかる。しかし、ライフスタイルやワークスタイルの希望は異なるものの、職住近接へのニーズは高い。

現在業務が集積している都心での職住近接を進めるためには、中小の空きビルの住宅へのコンバージョン等を進めるなど、都心居住の推進を図るべきである。一方、バックオフィスのような都心に立地する必要性が比較的低いものについてのニュータウンを始めとする郊外の住宅地周辺への移転、郊外での SOHO 支援

等を図ることで、郊外での職住近接を実現することも、もう一つの方向である。その連鎖の先としては、郊外への移転によって空いたオフィスでは、高付加価値・労働集約的な都心向きの活動が行われるように支援する、住宅へのコンバージョンを進める、都心における生活を支えるアメニティの立地を進めるといったことも考えられる。なお、業務集積地で住宅用途が混在する場合には、地域のコミュニティづくりをどう行っていくかが課題として挙がってくる。

(2) ニーズに合った住宅と探しやすさの向上

これは、特に外国人へのバリアが高い課題である。

図表2-3-4で見たように、インタビューのフェイスシートにおけるアンケートでは、住宅の質（広さ、価格等）について、在東京・海外出身者が日本で満足と感じている割合は1割に満たず、在外・日本人がそれぞれの勤務地で満足と感じている割合に大きく水を空けられている。また、住宅の探しやすさについては、住宅の質に対する評価に比べると、在東京・海外出身者が満足と感じている割合は高いが、それでも、在外・日本人がそれぞれの勤務地で満足と感じている割合に比べるとかなり低く、不満と感じている割合は6割を超えている。

住宅の質については、在東京・海外出身者のみならず在外・日本人にインタビューした中でも、狭さや賃料の高さについて不満の声が多く聞かれた。また、住宅の探しやすさについては、東京（日本）で住宅を探す上で、外国人が入居できる住宅が少ない、融資が受けにくいなど、外国人にとっては日本人と比較して大きなハードルがあることに対する不満が非常に強く指摘された。

様々な需要に対応した住宅ストックの充実 [特に外国人]

東京の住宅の住居は狭く、家賃や取得価格が高いことは、外国人だけでなく、多くの日本人が感じていることである。しかし、急に住宅面積を広くしたり賃料や価格を安くすることは難しい。

設備については、間取り等が外国人のみならず、現代の日本人にあっていないという声がある。また、たとえ広いマンションでもトイレが一つしかない等、外国人の生活を始めとして、多様化した生活スタイルに十分応えておらず不便という声もある。一方で、狭くて安い一人用アパートが多いため、一人暮らしがしやすいという欧米出身者のコメントもある。

今後の東京の住宅提供の方向としては、多様な住まい方に応じた多様な広さ、賃料（価格）設備、間取り等が供給されることが、住宅をそれぞれのニーズにあったものとするのが、住環境面からも国際的な都市としての評価を高める一つの方向と考えられる。

例えば、持ち家の流動化によりライフステージに合わせた住み替えを容易にしたり、既存住宅（例えば子供の独立後の余裕スペースのある住宅等）を、賃貸住宅、最近では“ゲストルーム”と呼ばれ外国人に人気が出てきている下宿、民宿等に利活用したりと、既存の住宅ストックを有効活用する施策を推進することも考えられる。また、従来の日本家屋、木造住宅についても、一つの日本の文化として、住みながら守って行くような方策も検討されるべきである。

外国人の住宅探しの支援 [特に外国人]

東京での住宅探しは、賃貸でも購入でも、外国人であるが故の様々な不便さを強いられることが、インタビューでは多く指摘されている。

まず、賃貸住宅については、外国人であるというだけで入居可能な物件が限られるという問題がある。次に、契約の際の保証人が必要であることが、日本に係累のいない外国人にとっては障害となる場合が多い。また、礼金の存在、保証人と敷金の両方が必要であることも、外国人には理解できない点として評判

が悪い。最近では、敷金ゼロ・礼金ゼロを売りにした賃貸物件が出てきているように、日本人にとっても見直しが必要な時期に来ているのではないかと考えられる。例えば、保証人と敷金はいずれか一方のみを必要とするといった方向が考えられる。購入にあたっては、外国人という理由のみで住宅ローンが簡単に組めなかったという体験についてのコメントもあり、融資の際の審査のあり方等についても見直す必要があるとされている。

物件情報については、物件の質や周辺の住環境等に関する情報が入手しにくい点は日本人も同様だが、外国人には言葉の壁があるため、さらに情報ソースが非常に限られてしまう。

こうした状況を改善するためには、例えば、外国人向けの情報提供や相談のための窓口を作るなどのソフト面での支援が考えられる。公的機関が行う制度的な対応も重要だが、地域コミュニティや NPO 等の力を活用することができれば、きめ細やかなサポートが可能になるだろう。借り手と貸し手双方の立場からの相談等の積み重ねなどにより相互の理解が進めば、借り手側は住宅の賃貸、購入の方法やトラブル回避のためのルールを知ることができ、貸し手側は外国人に貸すことに不安を感じなくなる可能性もある。

(3) 安全に暮らす、安心して暮らす

図表 2 - 3 - 6 で見たように、防犯については、在東京・海外出身者の安心と考える割合は 7 割を超えるなど、現在でも、東アジア諸都市と比較した治安の良さは東京の大きな長所である。しかし、インタビューでは、防犯面での不安についてのコメントが多い。

また、図表 2 - 3 - 5 で見たように、防災については、同じ地震多発地域である台北に比べ安心とする割合は高いものの、不安とする在東京・海外出身者の割合は 7 割を超え、ソウル・上海に比べると段違いに高いものとなっている。その上、インタビューでは、情報不足についての不安が多く聞かれている。

住み働く上で魅力的な都市となるための基礎的な条件の一つとして、これらの不安をどう軽減するかは大きな課題である。

災害への不安の軽減 ～地震等に対する事前・事後の情報提供等～ [特に外国人]

日本における災害については、地震に対する不安が在外・日本人、在東京・海外出身者の両方から第一に挙げられており、その不安を軽減することは非常に重要である。特に外国人は、そもそもその不安に情報不足による不安が重なっている。例えば、在東京・海外出身者からは、地震が多いことは知っているものの、いざというときにどう行動したら良いかは知らない、個人で具体的な備えはしていないという人が多い。

普段からの地震への不安を軽減するとともに、発生時の被害を減少させるためには、地震の発生前と発生後の両方の視点を持つ必要がある。いざ地震が発生したときの一時避難先の場所はもちろん、例えば、すぐに火を消す、ドアを開けるといった、まずどのように対応すべきかについての情報を明らかにし、事前に理解を進めておくことが重要である。また、事前情報としては、住宅や勤務地等それぞれの居場所の危険度、建物の耐震強度等を知っておくことも重要である。これらは何も外国人に限ったことではない。発生後については、外国人を含め、確実に情報が伝わるような伝達手段を確立しておく必要がある。

また、地震以外でも、木造密集地帯等における火災等についての不安が指摘されている。ハード的な対策を進めることも有効ではあるが、現状の中で、地域コミュニティ等での協力の仕組みなど、ソフト面での対応を事前に進め、その情報を地域で共有することが、不安の軽減や発生時の被害の軽減に資するものと考えられる。

犯罪への不安の軽減

他国と比較して安全と言われてきた東京の治安は、国際都市としても大きな魅力である。しかし、アンケートでもインタビューでも、最近の東京の治安の悪化についての不安が多く指摘されている。

ソフトで対応すべきことはもちろんだが、国土交通省が所管するハードの整備を中心とした街づくりに当たっても、公共施設等の配置の工夫による見通しの確保や管理上の工夫、民間の建築物については防犯上有効な設計上の工夫等で貢献すべき課題も多い。

特に、通学路や公園、その他子供の集まる公共空間における子供の安全確保は、最近は非常に大きな課題になってきている。地域コミュニティが情報を共有し、その地域に応じた具体的な対応を図っていくことが効果的と考えられるが、一部の関係者のみへの過剰な負担となることもあり、対応方法自体の検討を進めていく必要がある。

また、インタビューの中では、在東京・海外出身者からも在外・日本人からも、メディアで流れる有害情報が若年の犯罪増加に関係しているとの批判が挙がっており、対応が求められている。

(4) 便利に暮らす、快適に暮らす

ここでは、便利に暮らす、快適に暮らすというテーマで、主にサービスに関連する要望を集めている。

生活情報の充実と入手しやすさの向上 [特に外国人]

生活情報の充実と入手しやすさの向上は、これまで取り上げてきた多くの項目と関連するが、言葉の壁がある外国人にとっては特に重要であり、改めて項を立てて取り上げる。

東京では外国人にアクセスしやすい情報源が乏しく、日本人と情報格差を感じるとの声が聞かれる。特に、次に掲げる医療関係の情報等、暮らしにかかる情報が少ないと感じられている。例えば、公共の運動施設等のハード面が充実していても、その情報がどこにあるかわからないという指摘もあった。

求められているのは、少なくとも英語に対応しており、調べやすい、信頼度の高い情報である。例えば、公的機関やボランティア、出身国毎のネットワークの中でのワンストップの情報・相談窓口の設置やホームページの活用等が考えられる。

安心して医療サービスを受けられる体制づくり [特に外国人]

医療については、在東京・海外出身者からは、日本の医療は信頼に足るのか、その場でコミュニケーションが図れるかという不安とともに、口コミ以外の情報が得にくい点や、診療時間が限られている点についての不満が挙がっている。また、病院等で差別的扱いを受けたという実体験や差別を受けるのではないかという不安も聞かれている。在外・日本人からも、それぞれの滞在国の医療に対する不安を感じるとの声は同様に大きく、住み働く際に安心して医療サービスを受けたいというニーズは世界共通と考えられる。

前項とも関連するが入手しやすい医療情報の充実や、診察時間の拡大や夜型シフト、休診日の工夫等が図られれば、日本人にとっても安心の向上につながる。最近では、自治体と地域の医師会が協力して深夜・休日診療が行われることも多いが、その情報が外国人に届きやすくすることも重要である。

子供の教育環境の充実

人材インタビューにおいて、在東京・海外出身者、在外・日本人のいずれからも、子供の教育への関心が示された。例えば、在外・日本人からは、海外では通わせる学校がインターナショナルスクール等に限定され、帰国後の進学の際には問題が伴うことが多いと感じられている。この結果、単身で海外赴任している人材は多い。東京を始めとする日本の都市において、外国人の子供の教育環境を充実することは、外

国人が東京で住み働く上でのハードルを一つ解消することになる。

行政サービス全般の改善 [特に外国人]

行政サービスについては、在東京・海外出身者からは、柔軟な対応がなされず利用しにくい、日本人と比較して納税に見合ったサービスを受けられていないことなどへの不満が挙げられた。また、行政サービスの一環として、身近に暮らし全般について相談できる場を提供して欲しいという要望も聞かれた。

快適さの確保

インタビューを中心に静けさや清潔さ等の快適性への関心が示され、これらはエリアの魅力、都市全体の魅力を構成する重要な要素となっている。従来からの大気汚染、水質汚染、騒音等への対策を引き続き推進する必要がある。また、東京の短所として、カラスのもたらす騒音や不衛生さが挙げられている。他には、もっと積極的に分煙化を進めて欲しいといった要望も挙げられた。

(5) 楽しく暮らす

最後に、楽しく暮らすというテーマで、余暇時間の確保と楽しむための情報入手等について整理する。

余暇時間の確保

第2章第1節で述べているように、ナレッジワーカーやクリエイターが、創造的な仕事に取り組むには、ゆとりがある、オンとオフを切り替えられるといったことも大切である。これには、観光スポットや集客施設等のコンテンツの充実も重要だが、まず、余暇を楽しめるだけの時間を確保することが大切と考えられる。在東京・海外出身者からは、日本の勤務時間の長さに対する不満が多く聞かれている。相応の給与を得られることは前提となるが、各人のライフスタイル・ワークスタイルに対応し、拘束時間が短い、勤務時間がいわゆる9時5時とは異なるなど、ワークシェアリング等も含めた多様な勤め方、雇い方を工夫していく必要があるのではないだろうか。欧米出身者からは、日本でもサマータイムを実施することで、明るいうちからアフター5の時間を有効に楽しむことができるという意見も出されている。

余暇を楽しむための情報入手等 [特に外国人]

余暇に関する情報が手に入れやすくなると、より有効に時間を使って余暇を楽しむことができるようになる。在東京・海外出身者へのインタビューでは、東京のどこに余暇を楽しむ施設があるかといった情報の入手の仕方がわからないという声が聞かれた。一方、在外・日本人には、それぞれの滞在地で、余暇にする楽しみが限られるという声と、その国その都市なりの楽しみ方があり充実した余暇生活を送っているという声の両方が挙がってきている。後者では、具体的には、日本人ネットワークや地域コミュニティの中でのサークル活動等を楽しんでいるケースもある。これらからは、観光スポットや集客施設等のコンテンツの充実していることはもちろん大切だが、その情報を窓口やインターネットあるいは口コミ等を介して手に入れること、共に楽しむ仲間を見つけることなどによって、余暇の過ごし方の可能性が広がることになる。

施策アイデア

本研究では多大な財政負担を要するような大規模インフラ整備に主眼をおかず、リーズナブルな負担でできるような、コストパフォーマンスの良い工夫のためのヒントを提示したいと考えている。そこで、ここでは、アンケートの自由記入、インタビュー等で出てきた具体的な要望や検討の過程で出てきたような思いつきレベルのものまで、できるだけ多くの施策アイデアを挙げていくこととした。

このため、以下に掲げるもののレベルは様々である。例えば、全く新しい発想のものというよりは、既にあるが普及していなかったり、交通弱者や外国人には対応していなかったり、普及しているはずだが、PRが足りないなどが原因で外国人等には知られていないもの等である。また、整理に当たっては、国レベルで既に取り組みされていないかどうか、自治体レベルについては、東京都で既に取り組みされていないかどうかについて一通り確認することを試みた。しかしながら、そうした具体的な実施状況の検証までは研究目的とはしていないことや時間的な制約もあり、見落としている点があった場合などにはご容赦いただければ幸いである。

以下の章、節等の番号は本文に沿ったものである。

第2章 都市に活力を生み出す人材を惹きつける都市環境の充実のための方向性

第1節 エリア毎の魅力向上とエリアの集合体としての都市全体の魅力の向上

2. 都市の活力を生み出す企業や人材を惹きつけるような、個別エリアとして個性の創出

緑、水辺、自然、公園

- ・ 都市内における、憩いの場、リフレッシュや健康増進の場となるような公園、緑地、遊歩道、サイクリングロード等の整備推進【現行の施策の推進】
- ・ ビジネス街における落ち着けるスペースとしての観点から公園整備を推進【現行の施策の推進、工夫】
- ・ 屋上緑化など都市内緑化の推進と公開や公開空地の緑化推進【現行の施策の推進】
- ・ 周辺のゆとりや緑環境を創出するため、ビル建設に付随して公開空地をつくらせる施策の推進【現行の施策の強化】
- ・ 固定資産税や都市計画税の減免措置等の支援策による、ビル屋上への公園・緑地整備の推進【新たな施策の導入】
- ・ 都心の公開空地の緑化を義務づけし、水辺、ベンチ等を取り入れたくつろぎ空間の創出を推進【現行の施策の推進】
- ・ 広報誌等による都内の良い緑・水辺の広報・周知をより積極的に実施【現行の施策の推進、工夫】
- ・ 都市内の親水空間づくり、都市内河川改修における緑と親水空間の復元を推進【現行の施策の推進】
- ・ 水辺が都市に潤い・快適さを与える場として役割を果たせるよう水質改善を推進、そのため基準、規制等の強化【現行の規制の強化】
- ・ 都市内の公園面積を確保、小さく殺風景な印象を払拭する施設や緑の配置工夫を推進【現行の施策の工夫】
- ・ 民間空地を公園利用する制度（当該土地にかかる固定資産税、都市計画税の減免措置等）の周知【現行の施策の工夫】
- ・ お金を払ってでも利用したいと思える良好な環境の公園づくりを支援（都心の芝生広場、オーナー制の花壇などの導入）【施策の工夫】
- ・ ポケットパーク的な公園における、遊具設置より緑化、昆虫や小動物とふれあえる環境整備を重点的に推進【施策の工夫】
- ・ ファミリー向けのアスレチック的な遊具のある公園整備を推進【現行の施策の推進】
- ・ 就学前の子供が遊ぶこと意識した公園、子供が遊んでいるところが通行人等の目につきやすい（高い木は周囲に配置しないなど）入り口を一つにすることで、安全に配慮した公園等のデザインの導入【施策の工夫】
- ・ 健康上の安心を得られ、快適な都市生活ができるよう、大気汚染防止施策のさらなる推進【現行の施策の推進】
- ・ 公共空間における禁煙確保を取締り、指導により徹底【現行の規制の強化】

古さ、日本的なもの、歴史的なもの

- ・ 歴史的建物や街並みを生かしたエリアづくりの推進と、そのために古い建物を残し利用（賃貸の居住用途に利用するなど）する指針の策定【新たな施策の導入、民間の取組の支援】
- ・ 歴史的でなくても、地域のシンボル等として大切にすべき建造物を維持する制度の充実【施策の工夫】
- ・ 歴史的建造物としての保存活用も兼ね、下町の町家等を、伝統的な日本家屋に住んでみたい外国人向けの賃貸に利用できるように支援【施策の工夫、民間の取組の支援】

- ・ 古くなると味がでるような建造物、建築物の整備内容、技術等を開発・実践【新たな施策の導入】

閑静な環境

- ・ 捕獲や、放置ゴミ問題の解決による、カラス対策のさらなる推進【現行の施策の推進】
- ・ 街中の「音害」に対する抑制指針の作成と指導【新たな規制の導入】

にぎわい・賑わい

- ・ 「24 時間都市」のような特定商業地区を（特区として）創設し、各種規制緩和やサービスの拡充により、国際化に対応した都市環境を整備（エリアを定めて区や商店街等のコンペ形式で整備する）【新たな施策の導入】
- ・ 24 時間活動エリアの整備をモデル的に行い、将来的には郊外（ベッドタウン）の主要駅周辺など、交通ターミナル拠点へ、その適用を拡大する【新たな施策の導入】
- ・ 地下鉄の 24 時間運行【民間事業の充実だが、国・自治体も関与】
- ・ 主要駅（地区）を中心とした半径数キロの範囲をコンパクトシティのように位置づけ、業務・商業・住居などの戦略誘導を推進【新たな施策の導入】
- ・ 都市の多様性の要素としての、近代性と歴史性、洒落た感じと庶民的な感じ、人工と自然、オープンなところと隠れ家的なところ等、都市の中のそれぞれのエリアが特徴を出しやすいような街づくりを支援する施策を実施【現行の自治体施策の推進】
- ・ 主要駅を中心にターミナル機能を持つ特定地区の土地利用を再編し、賑わいが創出され、かつ夜間人口の定着したエリアづくりを図る【現行の自治体施策の推進】
- ・ 「画一的な都市」から「魅力的なエリア」を目指し、「新宿」「渋谷」など、ターミナル機能を持つ地区への特区制定などによる特徴的な拠点を開発誘導（再整備）【現行の自治体施策の推進】
- ・ 国際都市にふさわしい（サイン、景観、多様な業務・居住スペースの確保などの面で充実し、国際的に模範となる）環境整備のモデル地区を指定し、重点的に整備【現行の自治体施策の推進】
- ・ 都市内で特徴的なエリア（例：新旧混在デザインエリア等）を創出する開発を行うと指定したエリアについては、用途や建築規制等の緩和措置を導入【施策の工夫】
- ・ 都内の人口集積地の近辺の遊休地（公共用地や民間貸与）の用途を緩和し、都市の賑わいを生むためのエリアとして、大道芸や屋台など、従来の商業コンプレックスとは性格の異なる余暇空間として整備する【施策の工夫】
- ・ アジア主要国の文化（特に余暇スタイル）を再現できるような機能・サービスの整ったミニ外国商業地区の整備【新たな施策の導入、または民間事業の支援】
- ・ 車の流入規制、歩行者天国における路上カフェや各種イベントなど、街中に「集まる」「交わる」場としてのコミュニティ道路づくりを行いやすいように、管理者・警察等の規制の緩和、手続きの簡素化等を実施【施策の工夫】
- ・ 屋台の一部にも管理者・警察等のお墨付きを与え、駅前等一定エリアの路上、公共空間を屋台村として開放、またその手続きの簡素化【施策の工夫】
- ・ 駅前広場や歩道空間をコミュニティ空間的に利用した屋台や大道芸などの多目的利用について、管理者・警察等の規制緩和・公認を進め、賑わいづくりを推進する【施策の工夫】
- ・ 公開空地等を活用した日常的な文化・芸術等のイベント開催（東京都の大道芸のようなものなど）【現行の自治体施策の推進】
- ・ 商店街の空き店舗を利用した文化・芸術機会提供（活動や展示）の整備【民間事業の支援を充実】
- ・ エリアによっては用途混在を進めるような特別用途地域の活用【施策の工夫】
- ・ 都市の魅力を高める地区開発等については、特区等の指定により、規制緩和や地域行政への権限を委譲【施策の工夫】

文化的刺激

- ・ 美術館・博物館等公的文化施設について、割引制度の充実や開館時間の延長を拡大【現行の施策の工夫・充実】
- ・ 文化施設の無料開放の推進（公共施設の平日開放、民間等有料施設の平日昼間や休日の一部の無料開放など（一般利用客が少なく、子連れで利用できる時間帯を無料とするなど）【施策の工夫】
- ・ 図書返却サービスの選択肢の拡大（駅の行政窓口で返却できるなど）【施策の工夫】

教育機関・学習施設

- ・ 主要ターミナル等の大学のサテライトキャンパス等の社会人学習機会の充実。公的なものについては、特に、外国人向け案内の充実【民間の取組の支援】
- ・ 早朝・夜間・休日に社会人が技術やノウハウ等を習得できる社会環境・社会システムの整備（各種技能習得にかかる教育サービス等の企業活動への支援など）【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】

スポーツ、運動

- ・ 公共のスポーツ施設、文化施設の業務時間の拡大、学校や民間の運動施設の夜間開放など【施策の工夫】

- ・ 歩行者が安全で楽しみながら歩行やジョギングのできる、自転車とは分離した、緑の遊歩道の整備【現行の施策の充実】
- ・ 緑・水と触れあえる環境を持った自転車道の整備を促進【現行の施策の充実】

第2節 人材の交流が生まれやすい都市環境の創出

2. 働きやすい・起業しやすい環境

- ・ 女性が男性と同等に就業し、その能力を發揮できるよう、給与や役職等の待遇、育休取得と職場復帰の権利保護等の運用面の徹底を図る【現行の施策の推進・運用徹底】
- ・ 男性の育児休業・早時間退社取得の義務化【現行の施策の強化】
- ・ 未婚者を含め一定年齢で子どもがいない人はボランティア休暇の取得を義務化するなどの補足施策を実施【新たな施策の導入】
- ・ 子育てサポートやベビーシッター等の子育て支援体制の強化【現行の施策の充実】
- ・ 都心部の託児環境（駅周辺や企業内保育所等）を整備【現行の施策の充実】
- ・ 都市公園内（周りに遊び場がある）に保育施設を併設し、それを認可対象にするなど、新しい形・柔軟な運用のできる保育施設を積極的に設置【現行の施策の工夫】

3. 交流の前提となる都市のオープンさ

(1) 初来日に繋がるきっかけづくり

初来日のきっかけとなるような情報提供やPR

- ・ 日本にある各国大使館に対する情報提供、日本情報 HP 充実の支援。言語別に通訳情報を該当大使館に提供するなど（公的機関から直接斡旋しにくければ、NPOなどをかませる）【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ インターネット（日本大使館の HP などポータルサイトとする）で、日本の歴史・文化・教育・観光などテーマ別に、より詳細に紹介できるよう、関係機関の HP とリンクを充実【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ テレビ、衛星放送、インターネット等、生活への影響が大きいマスメディアにより、海外で日本の情報を得る方法を充実（東京が国際社会の中にあるための最低条件として）【現行の施策の拡大・充実】
- ・ 留学先としての日本を海外（特に西洋の）大学生に向けてアピール【施策の工夫】
- ・ 生活しやすい成熟した国（街）の情報として、日本語や日本文化を学べるよう、日本映画やドラマ等を活用したメディア発信を行う【施策の工夫】
- ・ 社会人大学やビジネススクールでの国際ビジネス講座や日本人や外国人向けのビジネス講座【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 公共機関や外国人向けサービス事業者に対する国際マナーの徹底（パンフレットの作成・配布による意識啓発）【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 世界各国の教科書に登場する日本紹介について、国が「こういう情報を載せて欲しい」と提案【新たな施策の導入】
- ・ 日本を今時点で知らない人、言葉を知らない人が日本に来るきっかけを得られるよう、ビジットジャパンキャンペーンでの情報提供の対象国・言語の幅を広げる【現行の施策の拡大・充実】
- ・ 日本に関する歴史、文化・風習に加え、産業特性（特に東京）等ビジネスのための情報も、国外向け情報提供のしくみを整備【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 「その先の日本」：東京だけでなく地方、最先端と伝統といった日本情報をさらに積極的に発信。より詳細な民間サイトの外国語訳支援、リンク充実も含む【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 焼き物など、特に日本の魅力になるものを集めた見本市的なホームページ（動産、不動産もソフト的なものも含め英文付きで）を環境協会、大使館 HP をポータルサイトとして、リンクを張って紹介【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 東京のイメージの中には、男女共にファッションブルであると同時に、伝統文化を大切にしているという見解があり、こうした両面を伝える【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 公共交通を単なる観光の交通手段として紹介するだけでなく、ビジネスツールとして有用な交通として成熟していることを、外国にむけてアピール【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 外国向けの日本や東京の情報提供の中で、都市の環境の良さ（ゴミがない、衛生的、空気がきれいなど）をアピール【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 日本の伝統文化・魅力等の海外へ発信するとともに、それらを大事にしている姿勢をアピール【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 当該国（就業先）の文化や商習慣等をサポートする業態・サービスの創設。あるいは、同国出身者からなる各種団体

に対する助言・協力体制の整備【民間の取組の支援】

- ・ 外国人・外国企業が進出してくる上で妨げとならないよう、国民性や習慣の違いについての情報提供する【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 各種電気製品や企業ブランドは、日本という国のブランドイメージに直結するため、新幹線など国家的な先進技術移転については国がバックアップ【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 日本人のサービス面のポテンシャルの高さを、セールスポイントとしてアピールするため、アジアの中で拠点を置こうと考えている外資企業に対して「サービス教育の水準の高い人材が得やすい」「高付加価値商品（ブランド品）等の一大大マーケットである」ことを情報発信する【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 日本の人材の質の高さを、アジア進出を考えている非アジア企業にアピール【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 日本の土木・建築の技術・デザイン面の魅力（例えば、石造りの技術、橋の技術等や、海外から導入した技術や様式）を通じて、日本に関心を持ったり、日本を訪れたりするきっかけになり得るため、その紹介や検索システムを整備する（例えば、ドイツの技術を使った施設や建築物は何かといった国別の整理等）【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 海外での地道な草の根国際交流【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 国際感覚を持った日本人による、海外での日本の情報発信（海外の語学学校への就職斡旋、外国を来訪する日本人への情報提供など）【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 日本や東京での暮らしや文化を海外のマスメディアを使って外国にPRする【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 海外において、一昔前の日本の生活のイメージが小津安二郎の映画だったように、等身大の日本を舞台にした、海外で配給されるような映画作成（＝作成者の育成）と海外向け配給【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 日本のTV番組等を積極的に海外メディアで紹介してもらうとともに、日本のTV番組も売り込む【工】
- ・ 都内自治体の姉妹都市交流の一環として、住民レベルの文化交流を通じて日本の文化や風習を外国に知ってもらう【現行の施策の充実】

実際に初来日する機会の拡充とサポート

- ・ 外国人に対する日本の留学情報の強化（学校や奨学金、住居情報など）【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 大学・高校の交換留学プログラムの受け入れ拡大（日本人学生・生徒が海外に行くケースのほうは依然として多いため）【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 海外からの留学生や就業者を積極的に受け入れるための制度整備（インターンシップ、交換留学制度、AETの中小高校～企業派遣などへの拡大、あるいは、日本から外国への積極的な就業斡旋など）【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 他アジア諸国に比べれば日本は欧米人にはとけ込みやすいだろうから、日本や東京での暮らしや文化を積極的に広報・情報提供をし、日本には来やすいという気持ちを持ってもらう【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 観光地、大規模イベント等でもてなし、案内等を充実させることにより、日本での第一印象を良くする観光施策上の取り組み【施策の工夫、または民間の取組の支援】
- ・ 海外諸国における日本語学習機会の充実【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 各語学学校の海外での講師募集活動に対する指導。（就労環境等の情報の明示化など）また語学学校講師の教授資格の明確化【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 日本の文化などを短期で学べる外国人向けツアーの実施【民間の取組の支援】

(2) 再来日や長期滞在に繋がる環境づくり

日本人と外国人の間の距離、差別意識を払拭するための多様な交流機会の創出

- ・ 地域における日本人・外国人の交流を行政が支援（お互いを知った結果、長期にわたり地域で住んで行く上でコミュニティの支援を受けられたり、差別がなくなることにつながる）【現行の施策の充実】
- ・ マスコミの外国人に対する悪い面の過剰報道が指摘されるため、マスコミに対する国際理解への周知徹底し、公平、友好的な報道がされるような風潮づくり【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 外国人、日本人の趣味、文化交流を通じたコミュニティづくりの支援。特に文化交流の前提として、日本人が自国文化をしっかりと学ぶ機会を整備し、実演習得する場合の支援等を実施【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 地域コミュニティにおける伝統文化活動に外国人が参加することへの支援【現行の施策の充実、または民間の取組の支援】
- ・ 在日外国人（労働者）と日本人（労働者）との異文化コミュニケーションの場の創設（学校、職場などの任意の活動を介した交流の拡大を図るため、活動目的に応じて行政支援を行うなど）【現行の施策の充実】
- ・ 異文化コミュニケーションを図るサークル等を包括的にデータベース化しインターネット等で公開【現行のインフラを活用した施策の工夫】
- ・ 国際交流や地域行事など、日本人コミュニティへの外国人参加を促すための情報提供（区役所などで提供。発信はHP、

役所、地区センター、コンビニなどで)【現行の施策の充実】

- ・ 区や地区単位の行政施設(例えば図書館や区民センターなど)を利用し、地域に根付いた国際交流の拠点、また、外国人の生活相談の窓口としてのサービス拠点を整備【現行の施策の充実】
- ・ 若者を対象とした地道な(姉妹都市などの都市間)交流(交換留学、ジョブトレーニングのようなものなど)を進め、より多くの国・都市に東京をPRするとともに、相手の文化・風習に関する知識を吸収【施策の工夫】
- ・ 地域での姉妹都市間などの草の根国際交流の積極展開(地元の外国人をキーマンに活動展開)【施策の工夫】
- ・ 同国(大陸)人グループと現地人(日本人)とが一緒に活動できるような仕組み(イベントでも何でも)の整備【施策の工夫】
- ・ 東アジア3カ国の間で歴史・文化などの相互理解のためのイベント等を積極的に実施【現行の施策の充実】

留学生のサポート

- ・ ボランティアによる日本文化の講座開設、あるいは企業OBや先輩外国人ワーカーによる日本ビジネスの外国人向け講座開設等【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】
- ・ 留学生受け入れ政策の見直し。受け入れに際して資格審査を厳しくする一方で、受け入れた以上は奨学金を拡充したり、就業時間数に柔軟性を持たせるなどの措置を実施【現行の施策の改善・工夫】
- ・ 海外からの留学生や就業者を積極的に受け入れるための制度整備(インターンシップ、交換留学制度、AETの中小高校～企業派遣などへの拡大、あるいは、日本から外国への積極的な就業斡旋など)【現行の施策の拡大】
- ・ 留学生に対する日本での就職支援制度の確立(企業のインターンシップ制度、在日外国人に門戸を広げたデュアルシステムの本格導入など)【現行の施策の拡大】
- ・ 留学生の就職活動支援を強化。(邦人海外留学生に対して、就職活動フェアをやっているように、日本にいる海外留学生に対して、就職活動フェアを行うなど)【現行の施策の充実】
- ・ 留学生を対象とした企業受け入れのインターンシップ制度の創設と受け入れ企業からの生活費支援(給与の代替)【現行の施策の拡大、または民間の取組の支援】
- ・ 知的労働者の積極受け入れ(日本人の国際競争力を煽る)【民間の取組の支援】
- ・ 外国で取得した資格が日本で通用するようにする。(たとえば、医師免許や建築士、環境デザイン士など)【新たな施策の導入】

第3章 日常的な活動や生活を支える都市環境の向上のための具体的要素

第1節 移動しやすい環境

1. 街全体、交通基盤全体

公共交通機関のネットワーク、相互連携の充実

- ・ ある目的地に到達するのに、鉄道、バス、タクシーのどの手段を用いると一番効率的か教えてくれるような公共交通・道路状況に関する、より正確な情報を多言語ベースで提供【民間の情報提供サービスに、工夫を加える】
- ・ 複数交通機関に対応した公共交通のICカード(最終的にはSUICA、パスネット、バスカードを統一しICカード化したものに、クレジット機能を持たせたものとする)の早期導入・機能拡大を支援【民間事業の工夫・改良を国が支援】
- ・ バス・地下鉄・電車等の別のモーダル間、民間・公営等の別の経営主体間を含めた乗り継ぎ割引の導入【民間事業の工夫】
- ・ 複数交通機関共通で利用できるオフピーク割引(一日チケット等)の発売【民間事業の工夫】
- ・ 観光客など一時的な利用者のための払い戻しの可能な共通プリペイドカードの同時導入【民間事業の工夫】
- ・ 外国人向けに、公共交通共通プリペイドカードの情報(買い方、使い方)を英語等で案内、広告【民間の取組を国が指導・支援】
- ・ 公共交通機関同士(特に異なる民間事業者間)の乗り換え円滑化【民間の取組だが、国や自治体が積極的に指導】
- ・ 軌道路線の少ない方向の移動に関し、駅間を結ぶ循環バスを整備【民間の取組だが、自治体も関与】
- ・ 鉄道補完の深夜路線バスを安価で充実【現在の民間事業の充実】

わかりやすい住居表示、交通案内表示等(外国語併記等)[特に外国人]

- ・ 街中の住居表示については、歩行や車の移動でも見やすい電柱等や建物の外壁等に一定間隔(番地番号等)に設置、併せて隣接する番地の方向(方角)についても付記【施策の工夫】
- ・ 街中の住居地図について、外国人でも分かりやすいよう、ローマ字表記等を取り入れたものとする【施策の工夫】
- ・ 地名・番地表示・観光案内等のサインは、一定の規則にもとづいた、外国人や域外からの来訪者のために分かりやすいものとする。そのための国による統一基準づくりと支援【現在の施策の推進】

- ・ 人の集まる公共空間や公共交通機関における多国語（放送：日英・表示：日英中韓）・ピクトによる案内の充実・拡大【現在の施策の充実、または民間の取組の支援】

バリアフリー環境の一層の充実 [特に交通弱者]

- ・ 横断地下道・歩道橋の整備とエレベーター・エスカレーター等の設置を推進【現在の施策の推進】
- ・ 国際空港へのアクセルート（特に荷物を抱えた移動が多い）上の駅等のユニバーサルデザイン化（エレベーター・エスカレーターの整備）を重点的に推進【民間の取組の支援（国の戦略として指導、監督）】
- ・ 子連れや家族連れで賑わう商業スポットや周辺道路などのバリアフリー環境の重点的な整備。大規模なもの、重要箇所については、国の通達・指導のもと、都・区役所等による整備【現行の施策の拡大】
- ・ 歩道上・公共空間（駅前広場等）での駐輪・駐車取締りの強化・徹底【現在の施策を強化】

2. 移動モード別

(1) 道路/自動車

渋滞緩和

- ・ 都心・都市周辺の主要道路における右折・左折専用レーンの整備推進による円滑な交通の確保【現行施策の充実】
- ・ バス専用レーンへの一般車両進入・駐車の取締り強化などルールの徹底化【現在の警察・自治体の取組を強化】
- ・ 多人数（例・3人以上）乗車時の高速料金割引等の、車の台数を減らすインセンティブの付加【新たな施策の工夫】
- ・ 都心部通過交通・流入交通の時間規制、社会全般への通勤時間枠拡大の指導等による、交通の時間的分散による混雑の緩和を推進【新たな施策の工夫】
- ・ オフピーク通勤拡大の手だてとして、始業時間・業務時間の多様化を推奨【民間への啓発・励行】
- ・ ETCを活用した多様な割引制度により、道路交通の時間的分散や特定主要道路の混雑緩和を推進【現行施策の充実】
- ・ 特に通勤時間帯や、バス優先レーン、交差点への駐車など渋滞原因として大きい違法駐車の徹底的取締り、罰則規定の強化等【現在の警察・自治体の取組を強化】
- ・ 違法駐車等の累積制等による罰則強化、【新たな規制導入】
- ・ 罰金の支払いをコンビニで払えるようにするなど、規制強化と支払い環境の整備【新たな施策の工夫】
- ・ 荷卸しスペースの確保推進と、駐停車取締り強化による、貨物配送車両の駐停車が原因の交通渋滞の解消【新たな施策（社会実験実施済）の導入】
- ・ 貨物配送車両の乗入時間規制、共同配送推進による、道路混雑の緩和化【新たな施策（社会実験実施済）の導入】
- ・ 渋滞緩和のための社用車の登録制度等【新たな規制の導入】

駐車場整備

- ・ 地域主体による駐車場コーディネート、地域住民等による路上駐車の取締り制度の導入【新たな施策の導入】
- ・ 都市計画駐車場の整備等の交通政策に、違法駐車等の罰金を利用できる制度の導入【新たな施策の導入】
- ・ 都心部の駐車場確保のため、遊休地の駐車場利用に対する固定資産税及び都市計画税の減免措置など支援措置の導入【新たな施策の導入】
- ・ 建築物の総床面積、人口に応じた、エリア単位での駐車場の確保【新たな施策の導入】
- ・ 荷卸しスペースの確保推進と、駐停車取締り強化による、貨物配送車両の路上駐停車の解消【新たな施策（社会実験実施済）の導入】

わかりやすい表示 [特に外国人]

- ・ 道路名・地名等の2ヶ国語（日・英）による統一性のある表記の徹底【施策の工夫】
- ・ 高速等における分岐点等の情報を、充分手前で、かつ2ヶ国語（日・英）で表示【現行の施策の充実】
- ・ 電柱等への番地表示に、方向別の番地表示を付記する【施策の工夫】

(2) 歩道/歩行者・自転車

バリアフリー化等の歩行しやすさの改善 [特に交通弱者]

- ・ 歩道の段差解消の拡大と街中でのバリアフリーマップの掲示・配布（市役所等でリーフレットを配布するだけでなく、その場でもどっちにいけばいいかわかるようなものを準備）【施策の工夫】
- ・ 横断地下道・歩道橋の整備とバリアフリー化（歩道橋へのエレベーター・エスカレーター設置等）を推進【現行の施策の充実】

歩行者と自転車にとって安全で快適な移動環境の創出

- ・ 歩行者の安全通行確保のための、歩道上・公共空間での違法駐車、駐輪の取締りの徹底、罰則強化【現行の規制の強化・徹底】
- ・ 歩行者の安全確保のための、自転車通行の分離（自転車道の整備、歩道上走行禁止の徹底）【現行の規制の強化・徹底】
- ・ 繁華街、商店街等の要所に、ポケット空間的な小さな自転車置き場を整備（歩道とは分離して設置）【新たな施策の導入】
- ・ 駅周辺における空きスペース有効活用等による駐輪場確保の推進【現行の施策の充実】
- ・ 駐輪スペースと動線を考えた駅舎とその周辺の整備の推進【施策の工夫】
- ・ 駐輪可能/違法箇所と違法駐輪した場合の対応等の情報について、英文併記等、外国人にもわかりやすく表示【施策の工夫】
- ・ コンビニなど、街中の身近な場所（得に駅周辺や事業所集積地）でのレンタサイクル（電気自転車のシェアリング等）の整備【施策の工夫】
- ・ 住宅専用地域等の狭い道路については、ブロック単位で居住者以外の車両規制により、歩行者の安全確保を推進【現行の施策の充実】
- ・ 歩行者が安全で楽しみながら歩行やジョギングのできる、自転車とは分離した、緑の遊歩道の整備【現行の施策の充実】
- ・ 緑・水と触れあえる環境を持った自転車道の整備を促進【現行の施策の充実】

(3) 鉄道

“痛勤”緩和対策

- ・ 通勤ラッシュ緩和のための時差通勤、フレックス制、在宅勤務等を、民間への指導や優遇を通じ、積極的に推進【民間への啓発・励行】
- ・ 通勤時間の長さをメリットに捉え、通勤時間を楽しみ、時間を有効に使うことができる、ビジネス車両の導入【民間事業の充実】
- ・ 女性専用車の導入【現行施策・民間事業の充実】

乗り継ぎやすさの改善

- ・ 複数交通機関に対応した公共交通のICカード（最終的にはSUICA、パスネット、バスカードを統一しICカード化したものに、クレジット機能を持たせたものとする）の早期導入【民間事業の工夫・改良を国が支援】（再掲）
- ・ 観光客など一時的な利用者のための払い戻しの可能な共通プリペイドカードの同時導入【民間事業の工夫】（再掲）
- ・ 軌道路線の少ない方向の移動に関し、駅間を結ぶ循環バスを整備する【民間事業の充実だが、国・自治体も関与】

バリアフリー環境の充実 [特に交通弱者]

- ・ 駅など公共施設におけるエレベーター、エスカレーターを整備をさらに推進【現行の施策の充実】
- ・ 駅など公共施設における多目的トイレを整備をさらに推進【現行の施策の充実】

わかりやすい案内表示の充実 [特に外国人]

- ・ バス・地下鉄をはじめとする公共交通機関への多国語案内（パンフレット等）の充実【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 公共交通機関における多国語（放送：日英・表示：日英中韓）・ピクトによる案内の充実・拡大【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 公共交通機関における英語案内放送の充実・路線拡大【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 地下鉄出口周辺マップを、ホームに設置し、ローマ字による案内を併記【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 外国人に鉄道利用のしかたを普及するために、外国人向けの地下鉄・JR 共通ラリーのようなものを実施【民間事業の工夫】
- ・ 外国人向けに、公共交通共通プリペイドカードの情報（買い方、使い方）を英語等で案内、広告【民間の取組を国・自治体が指導・支援】（再掲）

(4) バス

利用しやすい環境づくり [特に外国人]

- ・ 軌道路線の少ない方向の移動に関し、駅間を結ぶ循環バスにより充実を図る（コミュニティバスの導入も一手法）【民間事業の充実だが、国・自治体も関与】
- ・ 深夜路線バス（乗り合いタクシー的なもの）の充実【民間事業の充実】

- ・ バスの路線表示の見直し（地下鉄のような色分け、全停留所の表示と外国語併記、車両の前面・側面への行き先及び系統表示など）【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 多言語の路線マップ・パンフレットの作成【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 英語によるバス車内放送のアナウンス導入路線の拡大【民間の取組を国・自治体が指導・支援】

定時制の確保

- ・ バス専用レーンの設置と、明示の徹底（カラー舗装の推進等）【現行施策の充実】
- ・ 既設バス専用レーンへの一般車両の進入・駐車取締り徹底によるレーンの確保【現在の警察・自治体の取組を強化】

バリアフリー環境の充実 [特に交通弱者]

- ・ バス停のベンチ整備、ノンステップバス導入等の交通弱者配慮のさらなる推進【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 国内の交通弱者対策として、停留所以外の場所への路線内自由停車【民間事業の工夫】

(5) タクシー

外国人にも利用しやすい、更なるサービス向上 [特に外国人]

- ・ 外国人に対応した（英語を話せる、外国語対応シートを備え付けている）といったに英語（外国語）タクシーの表示制度を導入（OK マークを車両に表示等）【民間事業の工夫】
- ・ タクシー運転手への外国語教育あるいは外国人対応タクシー制度の導入【国・自治体の新規施策】
- ・ タクシーで必要となるやりとりについての、日・外国語対応シートを常備する（目的地までおよそいくら・何分か分かるか、高速を使うと幾らアップするか、高速を使っていけないかなど）【民間の新規取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 外国人旅行者向けのタクシー通訳コールセンターの設置【民間の新規取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 内装、インテリア等（外観もできれば良い）を日本風にした車両の導入推奨【民間事業の工夫】

高い料金利用への対応としての利用料金の多様化の可能性 [特に交通弱者]

- ・ エリアごとのタクシー料金設定（例えば、公共交通機関が発達しているエリアでのタクシー利用は割増、バスやタクシーでしか移動できないようなエリアでの利用は割引とする）【民間事業の工夫】
- ・ エリア限定のワンコインタクシー等、近くでも安く乗れるタクシーの充実を推進【民間事業の工夫】
- ・ 相乗り等の「安くタクシーを利用する」方法の定着を推進【民間事業の工夫】
- ・ 老人、障害者、子供連れなど交通弱者（タクシーを使わざるを得ない人）を対象とした割引制度の導入【充】
- ・ タクシー運転手のサービス・マナーの認定制度導入（資格試験によるステータス付けと、利用者が選択できるようにするためのステッカー等による表示）【民間の取組を国・自治体が指導・支援】
- ・ 女性専用タクシー及び専用乗り場の整備～都内普及【民間事業の工夫】

(6) 空港/航空サービス

- ・ 成田空港アクセスの更なる改善【現行施策の推進】
- ・ 海外からの来訪者の受け入れ拠点（空港、港湾等）からの2次交通の環境整備（リムジンや特急などの車両のグレードアップ、多国語による案内サービスなど）【民間の取組を国が指導・支援】
- ・ 国際便利用選択肢の拡大（羽田空港の機能拡大、羽田 - 金浦線増便等）【民間の取組を国が指導・支援】
- ・ 羽田から海外拠点都市（台北・ソウル・上海）への就航を強化し、そこを起点にアジア・欧州各国へ渡航するなど、国間連携による海外渡航環境の整備【民間の取組を国が指導・支援】

第2節 暮らしやすい環境

(1) 職住近接の推進

- ・ 通勤に一定時間以上を要する通勤者が都心に転入する場合の購入優遇などを通じ都心居住を推進【新たな施策の導入】
- ・ 職住近接環境のための都心オフィスの住宅への転用（商業施設等の併設にも考慮）【現行の施策の推進】
- ・ 在宅勤務やSOHO等の職住近接施策の実施【新たな施策の導入】

(2) ニーズに合った住宅と探しやすいの向上

様々な需要に対応した住宅ストックの充実

- ・ 下町の町家等を、歴史的建造物としての保存活用も兼ね、伝統的な日本家屋に住んでみたい外国人向けに

賃貸利用する【新たな施策の導入】

- ・ スケルトン・フィルインなど自由度の高い賃貸住宅の普及推進（自由度の高い住まい空間を『買わされる』から『創る』へ）【新たな施策の導入】
- ・ 木造住宅を日本文化として、日本家屋の賃貸利用【新たな施策の導入】
- ・ 日本家屋・木造住宅は日本が誇るべき文化としてアピールし、賃貸利用で守り住ませる等の活用方法を考える（「壊すから守るへ」、ただし木密の危険性エリアは除く）【新たな施策の導入】
- ・ 小規模から大規模まで住み替え需要に対応した開発（住宅ストックのバリエーション確保（小さいものからトイレ×2の広いものまで）【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 天井や鴨居の高さ、部屋の広さの基準の見直し（外国人のためだけでなく、日本人も体格が大きくなってきていることを考慮して）【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ ゲストハウスの的なものを広く紹介する【新たな施策の導入】

外国人の住宅探しの支援 [特に外国人]

- ・ 外国人向け物件仲介情報の充実。広さ、価格、仕様などに関して、英文併記で、インターネットや情報誌など多様な情報ソースを用いて提供【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 不動産仲介、外国人向けマンション等での外国語対応の浸透（行政サービスや暮らし関連の情報を行政から提供するなど）【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 外国人が容易に住宅を見つけられるよう、外国人向けに物件を紹介できる不動産業者の育成や外国人向け情報サービスの提供など（大家と店子に関するマニュアルを外国語併記で整備）【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 外国人OKの日本ローカルの賃貸住宅情報の普及【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 家探しお助けボランティアの募集（前述の保証人協会のようなもの人材を派遣するなど）【新たな施策の導入】
- ・ 不動産業者に対して、外国人に対する賃貸の態度をきちんと指導（やみくもに外国人だからという理由のみで賃貸を拒否する等の防止）【新たな規制の導入】
- ・ 外国人入居に関する保証協会（NPOでも公的機関でも完全民間でも）や、保険制度を設置し、外国人が安価な地元向け物件に入居が可能になるよう支援【新たな民間支援施策の導入】
- ・ 在日実績に応じた住宅ローンを許可するなど、長期滞在を希望する外国人の住宅取得支援を実施【新たな施策の導入、民間への指導】
- ・ 長期滞在者が住居購入を考慮している場合に情報や融資条件等の情報の提供【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 外国人ナレッジワーカー向けに、専有面積の広いタイプの住戸や1住宅2トイレの物件など多様な賃貸物件を用意（例えば、現在余剰供給になっている賃貸物件の改装支援など）【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 公営住宅での外国人入居の支援、さまざまな制限や保証人制度の緩和【新たな施策の導入】
- ・ 賃貸住宅の入居にあたり、保証人が敷金的一方だけにする（保証金がなければ、敷金は多めとか）【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】
- ・ 保証人制度、敷金・礼金制度の見直し。全国一律でその目的・設定基準を見直し、浸透させる【民間の取組工夫を国・自治体が指導・支援】

(3) 安全に暮らす、安心して暮らす

災害への不安の軽減

震災時に備えた必要情報供給の徹底 [特に外国人]

- ・ 危険度マップ（地震、治安等）の外国人も含めた認識度アップ【現行の施策を工夫】
- ・ 災害時の避難経路、一時避難場所、その後の避難場所等の情報を、役所、主要駅、コンビニなど人の集まる場所に、外国人にもわかるよう英文併記で掲示【現行の施策を工夫】
- ・ 防災対策、災害時の避難方法・情報入手方法などについて各自自治体情報の多言語化支援【新たな施策】
- ・ 災害時の対応自衛策についての外国人向けマニュアルづくりと、その行政による指導・広報【現行の自治体施策を充実】
- ・ 行政による外国人向け防災基礎教育の推進・充実【現行の自治体施策を充実】
- ・ 外国人向け「地震だ、火を消せ、窓を開ける！」的なスローガンづくりと普及【新たな施策の導入】
- ・ 地域コミュニティによる防災活動への外国人の参加とその行政支援【新たな施策】
- ・ 不動産の補助情報として耐震に関する情報を、例えば何年以降の建築物はしっかりした耐震基準で造られ

ている等、わかりやすく表示・提供する【現在ある施策を工夫して活用】

地域の火災対策の強化

- ・ 消防車が入れないような過密地区の解消を緊急で実施【現行の施策を推進】
- ・ 防火オープンスペースの確保や耐火建築物による防火線づくりなど、地区の特性に配慮し木造建築を全て立て替えることはないにしても、大規模火災対策を緊急課題として取り組む【現行の施策を工夫して推進】

犯罪への不安の軽減

総合的な防犯対策の強化

- ・ 事業所・住居及び周辺での施錠や監視強化による犯罪の未然防止を指導【現行の施策の推進】
- ・ ガード下、地下横断通路等における、昼夜照明や防犯カメラ等の防犯効果のある施設整備を充実【現行の施策の推進】
- ・ 街頭犯罪（薬物・偽造品の路上取引など）の温床にならないよう、公共空間の施設配置検討、見通し確保等、まちづくり上の工夫を積極的に推進【施策上の工夫】
- ・ 戸建て住宅やマンションのセキュリティ強化（2重・3重ロックの推進等）に対する行政支援【新たな施策を導入】
- ・ ディベロッパーや不動産業者への物件への防犯対策強化を指導【新たな施策を導入】
- ・ 地域ボランティアによる巡回監視等を通じて公園・街路の防犯対策を推進、またその積極的支援【現行施策の推進・充実】
- ・ まちづくりや自治活動、文化活動などを通じた、地域社会の日常生活圏内のコミュニティの強化【現行施策の推進・充実】
- ・ 英語併記による外国人にも分かるエリア別犯罪発生率マップの外国語サービスの提供【新たな施策を導入】
- ・ 賃貸住宅の外国人向けの防犯情報の伝達手段の工夫【新たな施策を導入】
- ・ 外国人犯罪者の刑罰や再犯防止策（再入国規制等）の対策を強化【現行の規制の強化】
- ・ 治安・防犯面でのホームレス対策のさらなる推進【現行の施策の推進】
- ・ 痴漢等の迷惑行為に対する罰則強化【現行の規制の強化】

子供の安全の確保

- ・ （子どもの安全、治安を守るための）地域の高齢者、専門の外国人主婦などの登録制による(仮)ストリートウォッチャーバンクの創設を設置し、居住地区をはじめ、都内主要駅周辺でパトロールを実施【新たな施策を導入】
- ・ 幼稚園・小中学校及びその通学路等のセキュリティの強化【現行の施策の推進】
- ・ インターネット等の幅広いメディアに対する公序良俗に反する有害情報の規制強化【現行の規制の強化】

(4) 便利に暮らす、快適に暮らす

生活情報の充実と入手しやすさの向上 [特に外国人]

- ・ 外国人ナレッジワーカーやその家族などの生活ニーズを収集するしくみの整備（インターネットや自治体相談窓口等の活用）【現在のインフラを活用した充実】
- ・ 地域毎に外国人向けの生活情報の充実（市区役所の情報誌、(仮)国の提供する日本での暮らしの知恵情報ネットなど）【現行の施策の充実】
- ・ 外国人向け、日々のトラブルお助け電話のようなサービスの整備（ボランティアやNPOによる運営）【現在の民間の取組を活用した充実】
- ・ 公共主体または民間組織（例・SJC ソウル日本人会）による、在留外国人の生活情報のネットでの提供【現在のインフラを活用した充実】
- ・ 外国人オフィスワーカーが、仕事から生活全般まで悩みを相談できるような相談会等をつくり、邦人帰国子女にボランティアとして参加してもらおう【新たな施策の導入】
- ・ 行政サービスなど、暮らして行く上で顔となる機関が親切と融通（civil servantの精神）を持つこと【意識の啓発】
- ・ 日本の生活習慣等についての外国人からの質問に対して、日本人が知恵を書き込むような、お助けブログ・スレッド（国・言語毎に開設）を公的機関で提供【現在のインフラを活用した充実】
- ・ 外国人や域外からの来訪者のために分かりやすいような、定点的な地名・番地表示、観光案内板等にも多言語・サインによる表記の整備推進【現行の施策の工夫】
- ・ 公営スポーツ施設や文化施設などの存在と利用方法を外国人向けに広報を強化（区民税に対する不満解消にもつながる）【現行の施策の工夫】

安心して医療サービスを受けられる体制づくり [特に外国人]

- ・ 夜間の緊急医療体制の充実（人的な部分だけでなく、情報提供等も）及び、終業後の遅い時間に診察を受けられる体制整備【現行の民間事業、公的事業の拡大・充実】
- ・ インターネット等による医療サービスの整備拡充（診療予約、電子カルテの普及、遠隔診療など）【現行の施策の推進】
- ・ 都市で暮らす上で必要な情報（医療情報）を、ITを利用して提供できるインフラ整備【現行の施策の推進】
- ・ 医療カルテの電子化とICカードの連動システムの整備、医療機関の予約システムの整備など【現行の施策の推進】
- ・ 公的機関または公的認証のある、外国語による医療翻訳サービスの創設し、外国人の医療への不安払拭を図る【現行の民間の取組を支援、または新たな公的制度の導入】
- ・ かかりつけ医（ホームドクター）を持つことを日本人・外国人に普及啓発、そのかかりつけ医を見つけるための、地域別医療機関情報（診療科目、使用可能言語など）の整備し提供【新たな施策の導入】
- ・ 外国人向け医療情報の提供、医療通訳サービスなど、外国人にとって医療に対する不安を払拭するサービスの提供【新たな施策の導入】
- ・ 外国人向けに日本での医療風習の案内ガイドブックを作成、及びインターネット上で公開【新たな施策の導入】
- ・ 日本の医療関係者向けに地域（国）別の医療風習を説明したガイドブックを作成、及びインターネット上で公開【新たな施策の導入】

子供の教育環境の充実

- ・ 公立校での外国人児童受け入れ態勢の強化【施策の工夫】
- ・ 外国人の受け入れに関し、帰国子女枠の拡大など、（アメリカンスクールなどの特定校以外に）居住面での支援も必要【施策の工夫】
- ・ 都心の廃校した公立校舎を利用して、日本人児童と外国人児童双方がほぼ半数ずつで利用できるような学校もしくは特区の設置。その際に日本の修学資格のみならず、IB(インターナショナルバカロレア)等の海外の修学資格を取得できるようなカリキュラムを設定することで、教育の国際化を図る【新たな施策の導入】
- ・ アメリカンスクールではなく英語をメインに使って教育する学校の整備（モデル校を指定し環境改善）【新たな施策の導入】
- ・ 外国人居住者の多い地域やインターナショナルスクール、外国人学校周辺の交通機関の充実（スクールバスやシャトルバスの運行など）【新たな施策の導入】
- ・ 外国人も含めた、子育てネットワーク、コミュニティの充実【現行の施策の拡大・充実】
- ・ 子どもの教育を学校と地域の連携で支える取り組みの推進（スポーツクラブや企業の運動施設の活用、博物館・美術館などの学校教育への利活用など）【施策の工夫】

行政サービス全般の改善 [特に外国人]

- ・ 身近な行政サービスの外国語での情報提供について、引き続き推進【現行の施策の充実】
- ・ 外国人居住者を対象に、行政窓口の一本化や所管官庁を越えて関連制度について説明指導できるスペシャリストを養成・配置【施策の工夫】
- ・ 行政の外国人向けよろず相談所・お助けラインを設置【民間の取組の支援、または新たな公的事業の導入】
- ・ 外国人どうしが悩みを相談できる窓口サービスの提供【新たな施策の導入】
- ・ 23区内拠点（例えば、大手町、新宿、銀座などターミナル駅）に、入管など外国人が利用することが多い公的機関を整備。開設時間も延長【施設の充実】

(5) 楽しく暮らす

余暇時間の確保

- ・ 終業後の明るい時間を長く有効活用できるように、サマータイム、就業時間の前倒し等を導入【新たな施策の導入】
- ・ 休日のベビーシッターや託児サービスの充実。託児サービスのある店やレジャー施設について情報検索できるシステム（HPなど）づくり【現在のインフラを活用した充実】

余暇を楽しむための情報入手等 [特に外国人]

- ・ 都市で暮らす上で必要な情報をインターネットを利用して提供できるインフラづくり。例えばポータル、フォーマットは公共が提供し、情報は民間のデータの蓄積で対応し、掲載情報のそろった、検索しやすいシステムを構築【現在のインフラを活用した充実】
- ・ 刺激を受けたいときに向いているエリア、静けさを求めるときに向いているエリアについての情報発信（外国人向けの観光ではない街の魅力スポット案内のようなもの）【現在のインフラを活用した充実】

- ・ 区役所等における、都会のトレンドにとらわれない、地域に密着した歴史・文化に触れられる施設・サービスについての情報提供を推進【現行の施策の充実】
- ・ 都内の最新スポットやトレンド商品情報などを多国語での情報提供を整備・充実。百貨店など民間の共同事業等で実施することが考えられる【施策の工夫】
- ・ アフターファイブのメニュー（どこに何があるかなど）情報提供の充実。ポータル、フォーマットは公共が提供し、情報は民間のデータの蓄積で対応【現在のインフラを活用した充実】
- ・ 東京都レベルで、都市に近い緑に親しみやすく、東京在住の外国人向けに、身近な日帰りハイキングコース等を紹介・案内（交通費が安いものを中心に）【現行の施策の充実】
- ・ 都内及び周辺地域の余暇のメニューを提供するボランティアの体制整備を推進し、「街のコンシェルジュ」のような名前を付けて普及・浸透を図る【施策の工夫と内容の充実】
- ・ 商店街での買い物等を、ボランティアガイドを付けて、ツアーやイベントとして企画し、外国人にも、その街に来たばかりの日本人にも、観光客にも魅力的な一日の過ごし方になるような取り組みを展開【施策の工夫と内容の充実】
- ・ 日本語、日本学等を外国人が短期で学びやすい仕組みの整備（例えば、短期で来日して、日本の食や文化などを学ぶツアーを企画し、日本語学科のある大学等に売り込むなど）【施策の工夫と内容の充実】
- ・ 都内の特徴ある買い物エリア（アメ横、カッパ橋、巣鴨とげ抜き地藏など）の外国人向け情報の整備・提供を充実【現行の施策の充実】
- ・ 日本型エンターテインメントの楽しみ方ガイドブック（例：カラオケをやってみたいという外国人向け指南書）の整備・普及【新たな施策の導入、または民間の取組の支援】

参考文献

- 河野俊明 (2003) 「国際化と都市再生による地域活性化の方向性」、日本総合研究所「Japan Research Review」2003年4月号 (Vol.13 No.4 通巻150号)
- 国土交通省国土計画局大都市圏計画課 (2003) 「ソフト系IT産業の実態調査」
- 小長谷一之 (2003) 『IT系新産業とまちの環境の同時整備戦略』(財)あまがさき未来協会「TOMORROW」平成15年3月号 第17巻第2号通巻60号) 東京都 (1994) 「外資系企業における東京進出の魅力と課題」
- 小長谷一之 (2005) 「都市経済再生のまちづくり」
- 小林重敬編著、谷口康彦・小藤田正夫・小長谷一之・長坂俊成・根本祐二・佐々木龍郎他著 (2005) 「コンバージョン、SOHOによる地域再生」
- 趙祐鎮 (2003) 「アジアのビジネス・ハブと知識産業誘致を目指す韓国の経済特区政策」、地域開発 2000年1月 vol.460
- 野崎道代 (2002) 『都市における成長産業とその予測に関する調査(その2) ~成長産業の立地因子と求められる都市基盤整備に関する調査(その2)~』(都市公団総合研究所「調査研究期報」2002年 第132号)
- 樋口明彦 (2000) 『北米マルチメディア産業と今後の都市づくり』(財)日本地域開発センター「地域開発」2000年4月号 vol.427)
- みずほ総合研究所(株) (2003) 「首都圏における都市型産業の実態調査 報告書」
- 山口勝弘 (2003) 『パースペクティブ 産業の地域特化』(国土交通政策研究所「PRI Review 2003年春季 第8号」)
- 山口勝弘、山縣延文、押井裕也、望月隆志 (2003) 「国土交通政策研究第19号 わが国の都市・国土空間におけるアクセシビリティと経済活動に関する研究 - 空間経済分析アプローチ - 」、国土交通政策研究所

参考URL

- 建設省 次世代の都市生活を語る懇談会 <http://www.mlit.go.jp/crd/city/torikumi/jisedai/teigen0.htm>
- 都市再生推進懇談会 <http://www.mlit.go.jp/crd/city/torikumi/suisin/head.htm>
- 都市再生推進懇談会(東京圏)(2000)「東京圏の都市再生に向けて~国際都市としての魅力を高めるため~(提言)」 <http://www.mlit.go.jp/crd/city/torikumi/suisin/tkteigen/tkteigenn.htm>
- NTTインターネットタウンページ <http://itp.ne.jp/>