



世界の都市総合ランキング(Global Power City Index) 2022
各都市におけるコロナ政策の違いによりスコアが大きく変動
 ～3位東京のスコアが低下した一方、4位パリのスコアが伸長して僅差に～

一般財団法人森記念財団 都市戦略研究所(所長:竹中平蔵)が2008年より調査・発表している、「世界の都市総合ランキング(Global Power City Index, GPCI)」の2022年版の結果がまとまりました。新型コロナウイルス感染症の拡大から約3年となる今年の調査では、各都市におけるコロナ政策の違いが明確に調査結果に表れ、各都市のスコアに大きな変動がみられました。

トップ5都市の順位に変動はないものの、各都市のスコアは大きく変動

1位 ロンドン、2位 ニューヨーク、3位 東京、4位 パリ、5位 シンガポールというトップ5都市の順位に変化はないものの、コロナ禍に対する各都市の対応の違いが強く影響し、スコアは大きく変動した。特に外国人観光客の受入再開状況や航空便の運航本数の回復度合いが、「文化・交流」と「交通・アクセス」のスコアに明確に表れた一方で、「居住」や「環境」のスコアを伸ばした都市がみられた。

国際渡航規制が響くロンドン(#1)、東京(#3)、シンガポール(#5)、香港(#23)

国際都市であるこれら4都市は、コロナ禍前までは「文化・交流」の「外国人訪問者数」、「交通・アクセス」の「国内・国際線旅客数」などが強みであったが、国際渡航規制や慎重な水際対策が影響し、全体的にスコアを下げる結果となった。

観光客受入早期再開により過去最高順位を獲得したドバイ(#11)

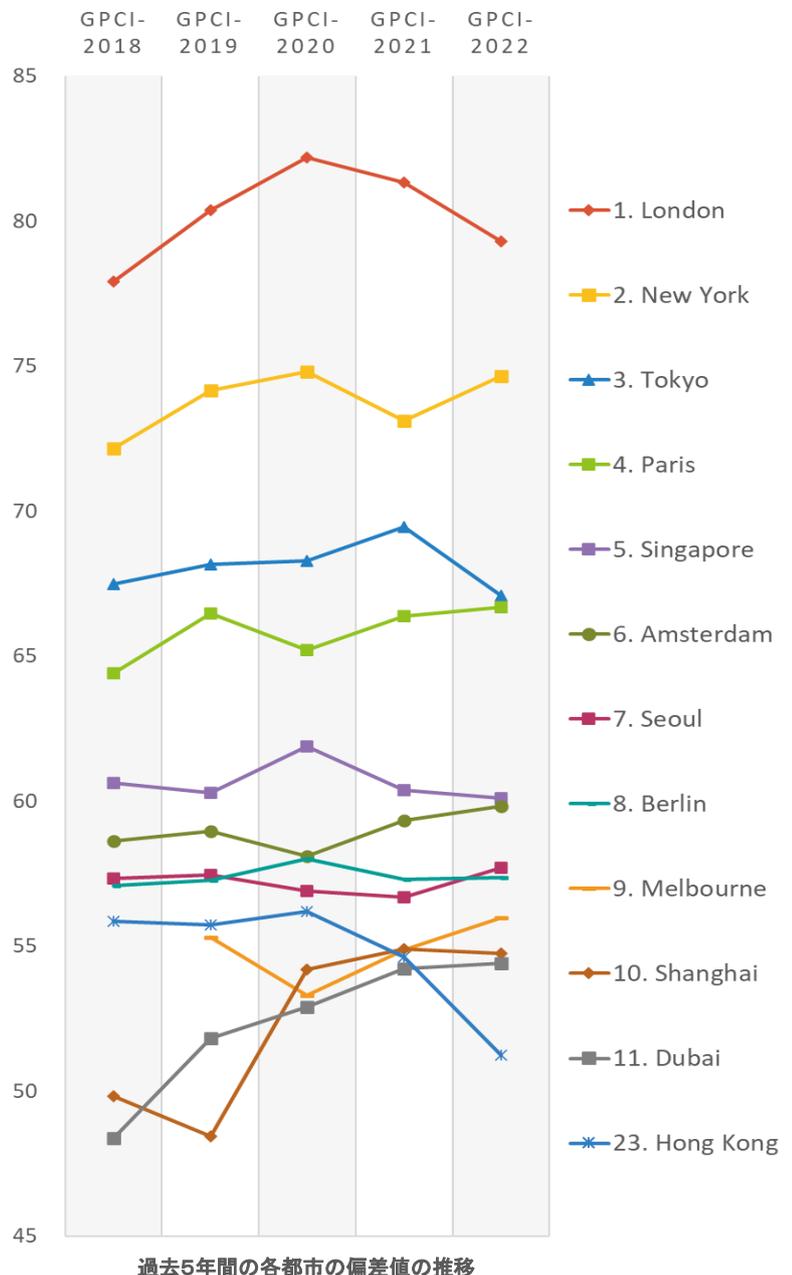
ドバイは、コロナ禍で最も早く観光客の受入を再開させた都市の1つであり、2021年には国際博覧会を開催。「文化・交流」では東京を抜き4位に上昇し、「観光地の充実度」「買物の魅力」「食事の魅力」でスコアを伸ばすなど、人の往来を促進しただけでなく、都市が有する文化的魅力がより高く評価されることとなった。

国内の航空交通網を回復させたニューヨーク(#2)と上海(#10)

これら2つの都市は、国際航空便の運航は2019年時点の半分も回復していないものの、国内便の回復が他の都市より早かったことで、「交通・アクセス」において高い順位を維持した。またニューヨークでは、昨年悪化した就業環境に関わる指標「完全失業率の低さ」や「働き方の柔軟性」が改善され、「居住」の順位が上昇した。

居住者の暮らしやすさを向上させたパリ(#4)とメルボルン(#9)

この両都市に共通する点は、どちらも「外国人訪問者数」のスコア低下に苦しむ一方で、「居住」や「環境」の指標で挽回した点である。「物価水準の低さ」や「1人あたりの総労働時間の短さ」など、生活コストや就業環境面の評価が高まったほか、メルボルンは「空気のきれいさ」が2位まで上昇し、都市環境の質が高まったことがわかった。



東京の強み・弱み、5年前の偏差値との比較、東京が都市力を再び高めるには

GPCI-2018 と GPCI-2022 の東京のスコアを比較すると、東京の強みである「従業者数」や「ホテル客室数」はこの5年間で着実にスコアを伸ばしていることがわかる。一方、同じく東京の強みである「世界トップ500企業」「研究者数」「研究開発費」などはこの5年間でスコアが下落しており、課題が明らかとなった。

また、東京の弱みについては、「リサイクル率」などが改善する一方で、「緑地の充実度」などはさらにスコアが下落している。

直近5年間で東京に関する各指標の変動をみると、偏差値を落としている指標数の方が多かった。

ただし、偏差値の下落にはコロナ禍による影響も大きいことが明らかである。今後、コロナ禍が収束に向かえば「外国人訪問者数」や、訪問者数増減の影響を受けやすい「買物の魅力」「食事の魅力」などは大幅に回復する可能性が高いと言える。

さらに、2030年までに控える複数の都市再開発などを通じて、「飲食店舗の多さ」「緑地の充実度」「外国人居住者数」などのスコアも伸長する可能性が高い。都市再開発に加えて、「法人税」や「優秀な人材確保の容易性」などに対する政策を並行して推進することができれば、コロナ禍の収束とともに、東京の都市力向上に向けた新たなスタートを切れる可能性が高まりそうだ。

■東京の強み・弱みとGPCI-2018の偏差値との比較

(▲=偏差値上昇、▼=偏差値下落、▶=偏差値変化なし)

強み (偏差値 65 以上)				弱み (偏差値 50 以下)			
UP				UP			
経済	2 指標	GDP	▲	居住	2 指標	物価水準の低さ	▲
		従業者数	▲			メンタルヘルス水準	▲
文化交流	3 指標	文化イベント開催件数	▲	環境	2 指標	再生可能エネルギー比率	▲
		劇場・コンサートホール数	▲			リサイクル率	▲
		ホテル客室数	▲	交通アクセス	1 指標	タクシー・自転車での移動のしやすさ	▲
DOWN				DOWN			
経済	1 指標	世界トップ500企業	▼	経済	3 指標	GDP成長率	▶
研究開発	3 指標	研究者数	▼			優秀な人材確保の容易性	▼
		研究開発費	▼			法人税率の低さ	▼
		特許登録件数	▼	世界トップ大学	▶		
文化交流	2 指標	買物の魅力	▼	研究開発	2 指標	留学生数	▼
		食事の魅力	▼			コンテンツ輸出額	▼
居住	1 指標	飲食店の多さ	▼	文化 交流	5 指標	世界遺産への近接性	▼
交通アクセス	1 指標	公共交通機関利用率	▼			ハイクラスホテル客室数	▼
居住	4 指標					外国人居住者数	▶
						外国人訪問者数	▼
						働き方の柔軟性	▼
				自然災害の経済的リスクの少なさ	▶		
環境	1 指標			社会の自由度・平等さ	▼		
				ICT環境の充実度	▼		
				緑地の充実度	▼		
交通アクセス	3 指標			国際線直行便就航都市数	▼		
				通勤・通学時間の短さ	▼		
交通アクセス	3 指標			渋滞の少なさ	▼		

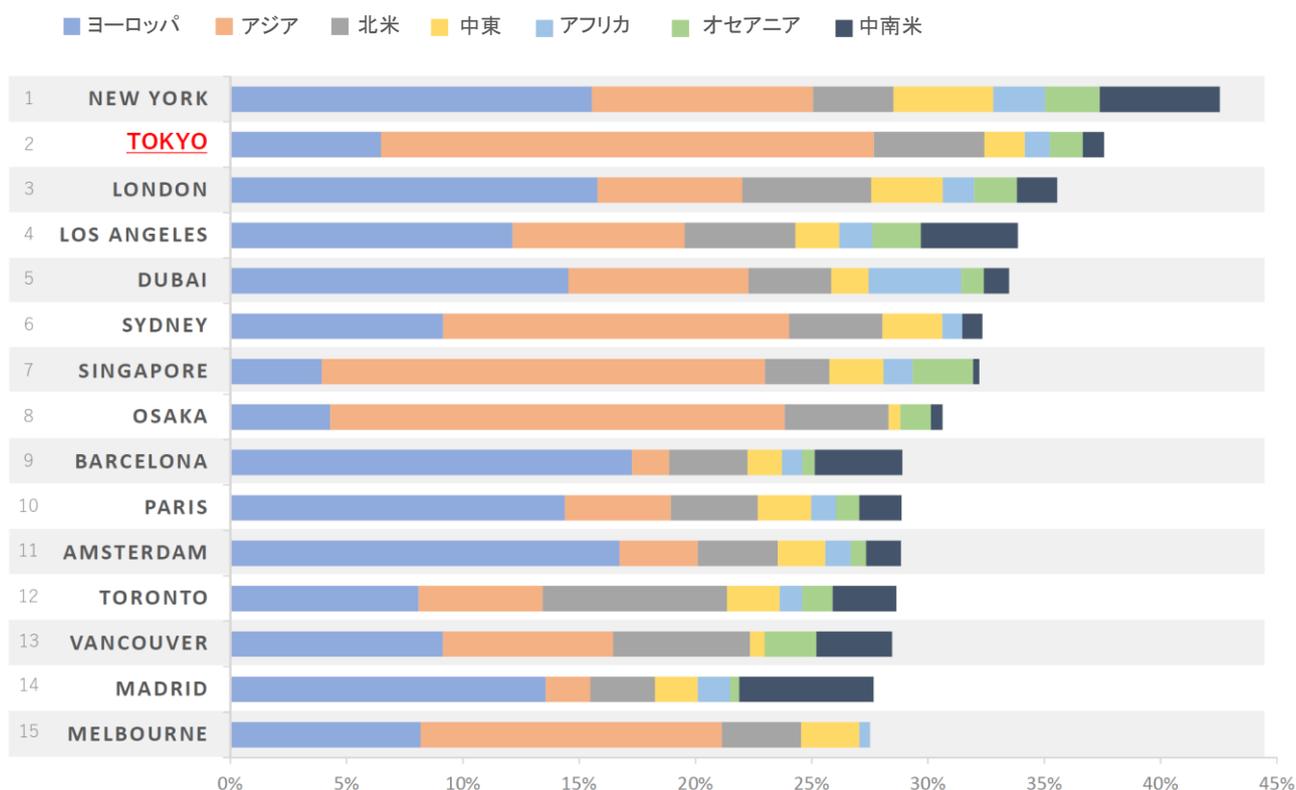
東京はアジアの人々にとって「働きたい」都市

GPCI の調査対象である 48 都市に滞在経験のある人に対して、「その都市で働きたいと思うか」についてアンケート調査(2022 年 8 月に実施)をしたところ、最も評価が高かったのはニューヨークであり、次いで東京が 2 番目に評価の高い都市となった(対象都市が属する国における回答は計算から除外。東京の調査結果には大阪・福岡からの回答は含まれていない)。

東京は、特にアジア諸都市に居住している回答者から「働きたい」との回答割合が極めて高く、アジアの中心都市としての注目度が非常に高いといえる。ヨーロッパにおいて最も評価が高かった都市はストックホルムであり、ロンドンやパリがヨーロッパにおける「働きたい都市」ではないことがわかった。

GPCI-2022 で大きくスコアが下落し、ランキング 3 位の座も危ぶまれる東京ではあるが、世界の人々、特にアジアの人々から「働きたい都市」として注目されている事実は、東京にとってポジティブな成長要因であると考えられる。

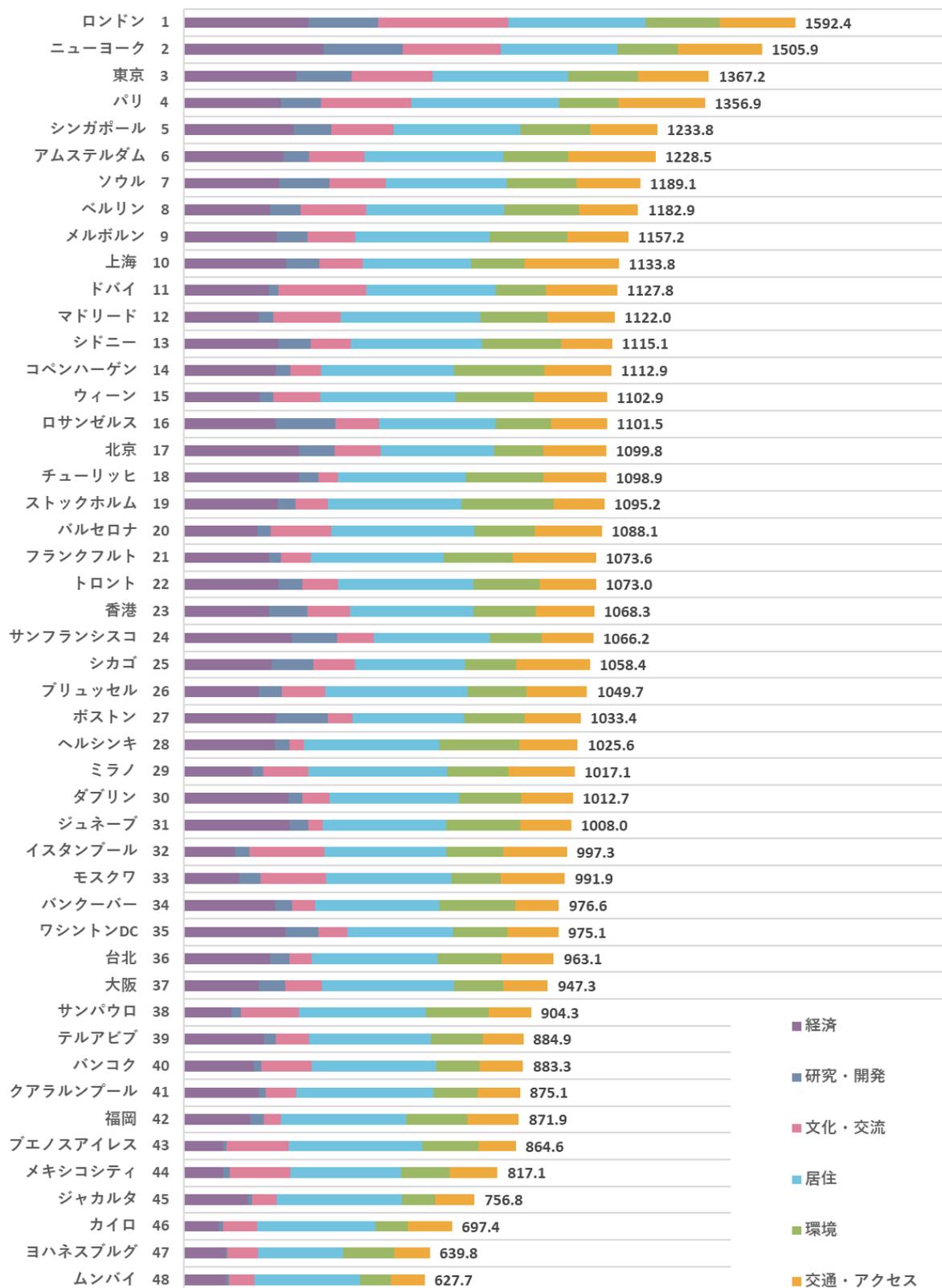
■GPCI 対象 48 都市の中で、訪れた人がそこで「働きたい」と感じた割合が最も高い都市スコア



■各地域における最も評価の高かった都市



■48 都市の分野別総合ランキング結果



「世界の都市総合力ランキング」(Global Power City Index, GPCI)

国際的な都市間競争において、人や企業を惹きつける“磁力”は、その都市が有する総合的な力によって生み出されるという考えに基づき世界の主要48都市を評価し、順位付けした世界初で日本発のランキングです。森記念財団都市戦略研究所は、2008年に初めてGPCIを発表して以来、都市を取り巻く状況の変化に対応するため、毎年ランキングを更新してきました。現在では、代表的な都市評価指標のひとつとして、さまざまな場所で政策・ビジネス戦略の参考資料として用いられています。この調査結果により、世界の諸都市が持つ魅力や課題を再認識いただき、都市政策や企業戦略の立案に役立てていただきたいと思います。

※参考添付：都市のイメージ調査 (City Perception Survey, CPS)

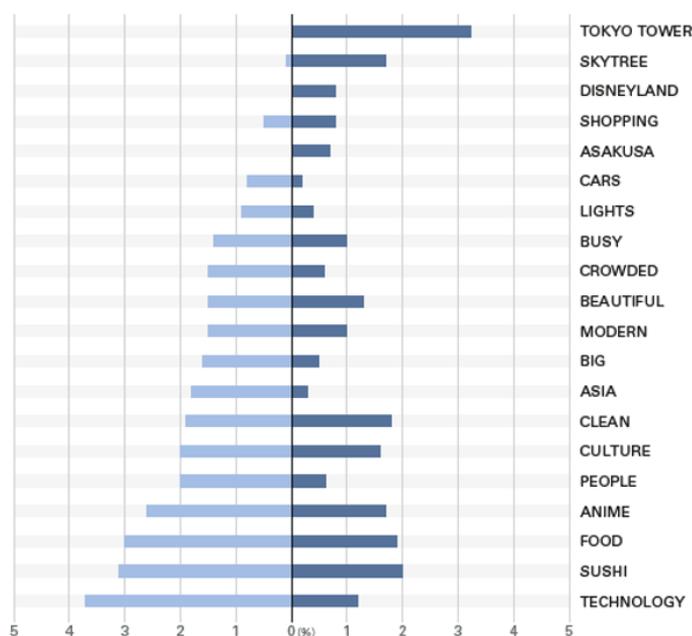
今年は、都市のイメージブランディング戦略に資することを目的として、「都市のイメージ調査 (City Perception Survey, CPS)」も実施しました。2016 年に発表して以来 2 回目となる本調査では、世界 48 都市に居住する 9,600 人を対象としたアンケート調査により、GPCI の上位都市がもつ「都市のイメージ」を明らかにしています。本調査結果を通じて各都市の魅力や課題を再認識いただき、都市政策や企業戦略の立案に役立てていただきたいと思います。

世界の都市の居住者が東京に対するイメージの変化

CPS-2022 における東京の調査結果をみると、2016 年調査と比べて“FOOD”や“ANIME”など文化的なキーワードが数多く見られた。一方で、ロンドンにおける“BIG BEN”やニューヨークの“STATUE OF LIBERTY”、パリの“EIFFEL TOWER”のような都市を象徴するランドマークのイメージが弱いことが特徴として挙げられる。

さらに訪問経験の有無によるイメージの違いを分析したところ、東京はロンドン、ニューヨーク、パリと比べて、訪問経験の有る人と無い人の間でイメージの差が大きいことがわかった。訪問経験がある人は“TOKYO TOWER”や“SKYTREE”のような観光スポットを挙げるのに対して、訪問経験の無い人は、“TECHNOLOGY”や“SUSHI”といった漠然としたイメージが強い。

この結果から、東京は、新たなデスティネーションとなる観光資源の創出や、既存の観光資源の魅力の発信を強化し、訪問経験の無い人々も都市の魅力を伝えることができれば、より輪郭のはっきりした明瞭な都市イメージを構築できると考えられる。



東京：訪問経験の無い人(グラフ左 ■)、有る人(グラフ右 ■)による比較