

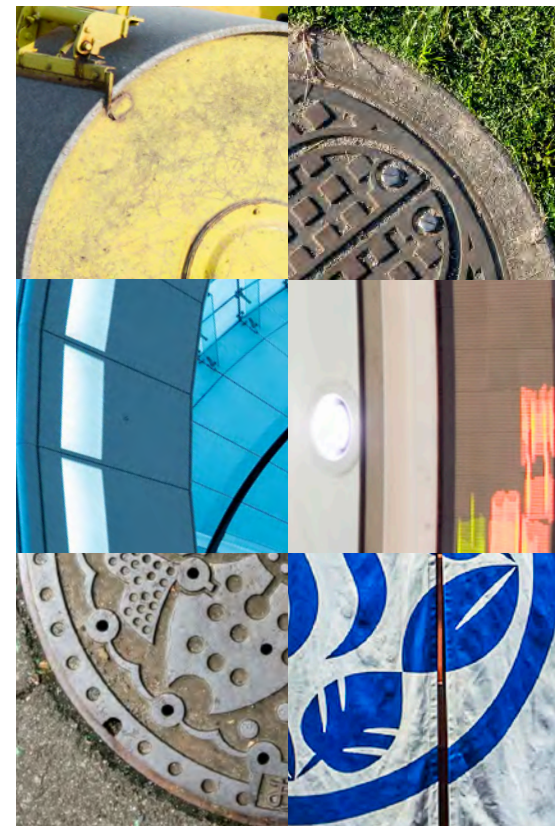
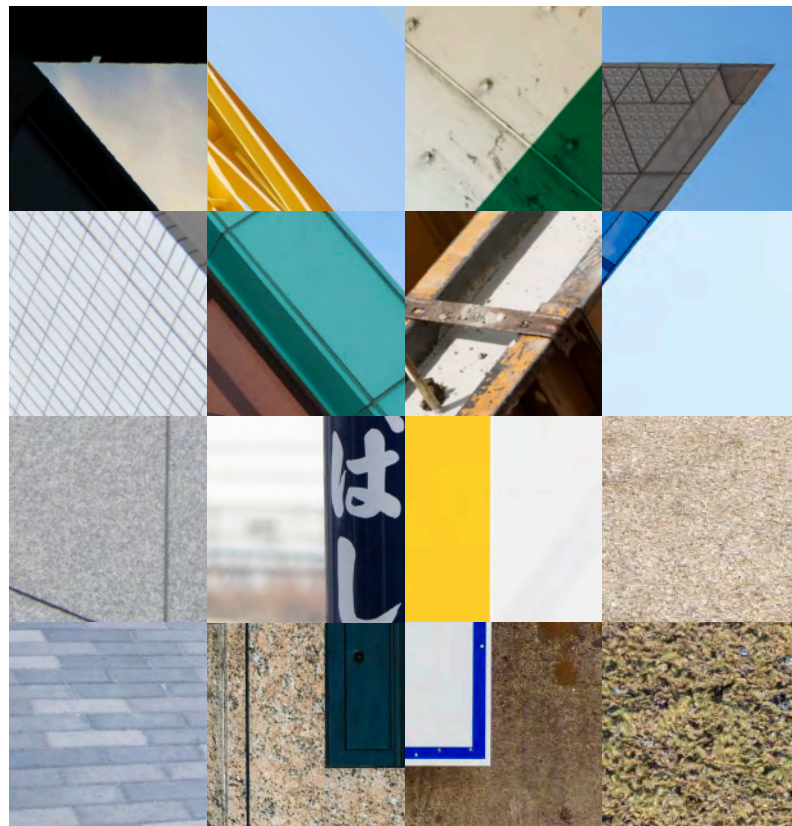
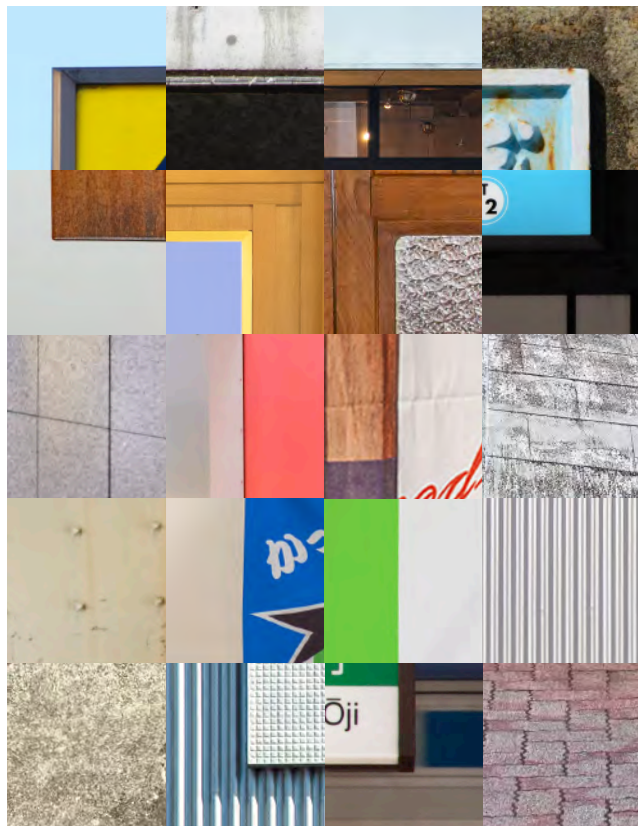
TOKYO CREATIVE REPORT

2024

SIGNING

Social Business Studio

panoramatik



INTRODUCTION

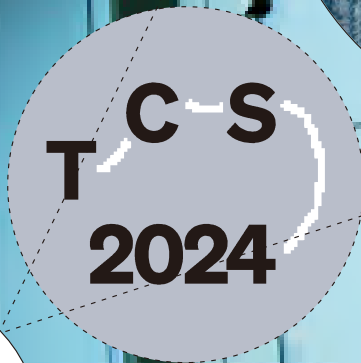
本レポート『TOKYO CREATIVE REPORT』は、毎年3月末に東京で開催される国内最大級のファッション&デザインイベント、『TOKYO CREATIVE SALON』のなかのスピノフプロジェクトです。

『TOKYO CREATIVE SALON』は都市型イベントという形をとりながら、クリエイティブの力を通じてまちに活力を与え、より良い東京の未来の実現をしていくことを目指しています。

本レポートは、民間共創型社会プロジェクト『TOKYO CREATIVE SALON』のビジョンと挑戦のレンズを通して、その先に見える東京の課題や目指すべき未来像を考察し、社会に対して提言を行っていくものです。

Panoramatiks 齋藤精一
株式会社 SIGNING 牧貴洋

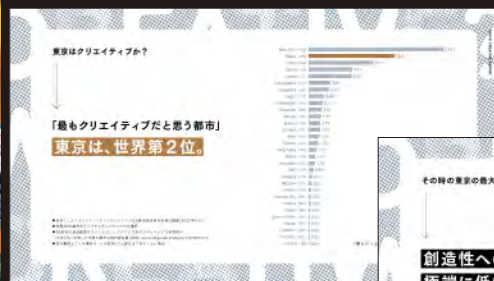
Our Point of View



INTRODUCTION

INTRODUCTION

SUMMARY OF TOKYO CREATIVE REPORT 2023



東京のクリエイティビティに対する、
海外からの評価と東京に住む人の評価のギャップに着目。

海外から高く評価されているにもかかわらず、
クリエイティブコンフィデンスが低い。

という問題を起点に、
東京のクリエイティブコンフィデンスを高める
都市のあり方について思考を深めていきました。

INTRODUCTION

AIM OF TOKYO CREATIVE REPORT 2024

第二弾となる
TOKYO CREATIVE REPORT 2024では、

なぜ、東京は
クリエイティブコンフィデンスが低いのか？

どのような部分が
海外から評価されているのか？

昨年のレポートに続く、この2つの問いに対して、
国内外の視点から新たに分析を実施。
東京のクリエイティブコンフィデンスを高めるために必要なこと、
東京という都市のクリエイティブを軸とした
成長のあり方にヒントを探します。

CONTENTS

TOKYO CREATIVE REPORT

CONTENTS

- 06 **PART.00 Changes in the Landscape**
昨年からの変化と今年の視点
- 10 **PART.01 Re-evaluating TOKYO's CREATIVE**
東京のクリエイティビティの再評価
— 世界からみた東京と、東京に暮らす人からみた東京の違い —
- 20 **PART.02 How to Build CREATIVE CONFIDENCE in TOKYO**
クリエイティブコンフィデンスを高める手法
- 24 **PART.03 Next Action of Tokyo Creative Salon**
東京クリエイティブ・サロンのこれから

CONTENTS

Changes

in the

Landscape

PART.00

昨年からの変化と

今年の視点

世界からみた、東京は？



「最もクリエイティブだと思う都市」

**東京は、2年続けて
世界第2位。**

DATA：最もクリエイティブ(創造的・独創的)だと思う都市

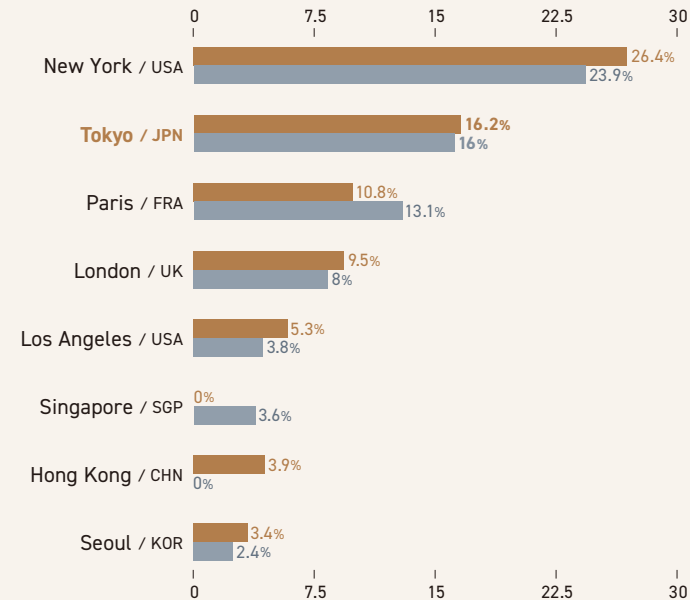
- 東京 / ニューヨーク / ロンドン / パリ / ミラノの5都市居住者を対象に調査(2024年1月)
- 世界30の都市をピックアップしてひとつだけ選択
- 30都市の選出基準はアメリカのシンクタンクであるブルッキングス研究所が15年1月に公表した世界の都市の域内総生産(GRP, Gross Regional Product)のTOP50から
- 国が重複している場合は、一カ国あたり2都市までをルールに抽出

Q

最もクリエイティブ(創造的)だと思う都市は？

■ 2024年の回答

■ 2023年の回答



もうひとつ、昨年から変わらなかったこと



ミラノ、NY、パリは上昇している一方、

日本の創造性への自信は、

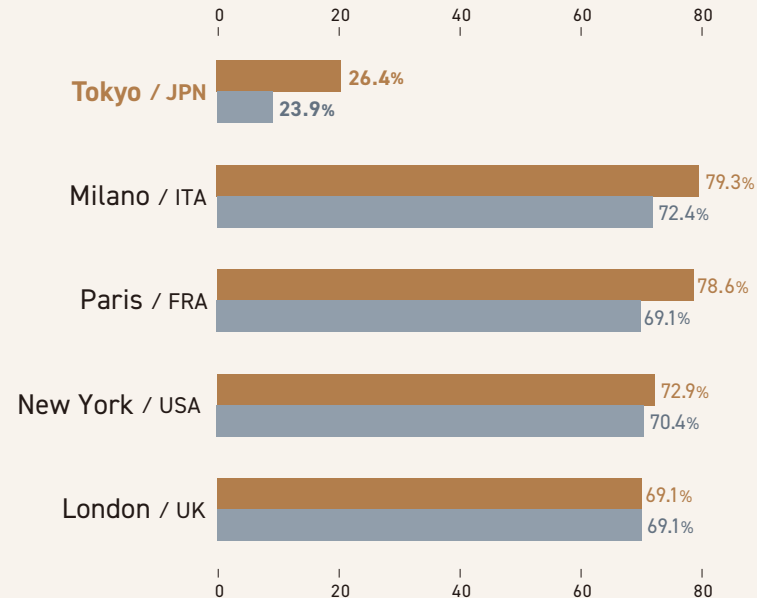
極端に低いまま。

● 2024年1月調査 / 各都市在住の10-60代男女 / サンプル数 東京 250、
ニューヨーク100、パリ100、ロンドン100、ミラノ100

Q

自分のことをクリエイティブ(創造的)だと思うか？

■ 2024年「そう思う」と回答 ■ 2023年「そう思う」と回答



AIM OF TOKYO CREATIVE REPORT 2024

東京のクリエイティブに対して、
世界は変わらず高く評価している。
一方で、東京で暮らすひとは、
自分たちの創造性にまだまだ自信を持っていない。

Q1

東京で暮らす人が、自分たちの創造性に
自信を持ってない理由は？

Q2

世界が評価する東京のクリエイティブ
とはどのようなものか？

海外で暮らす人、東京で暮らす人、
それぞれが評価する
東京のクリエイティビティから分析しました。

東京のクリエイティブの再評価

— 世界からみた東京と、

東京に暮らす人からみた東京の違い —

01

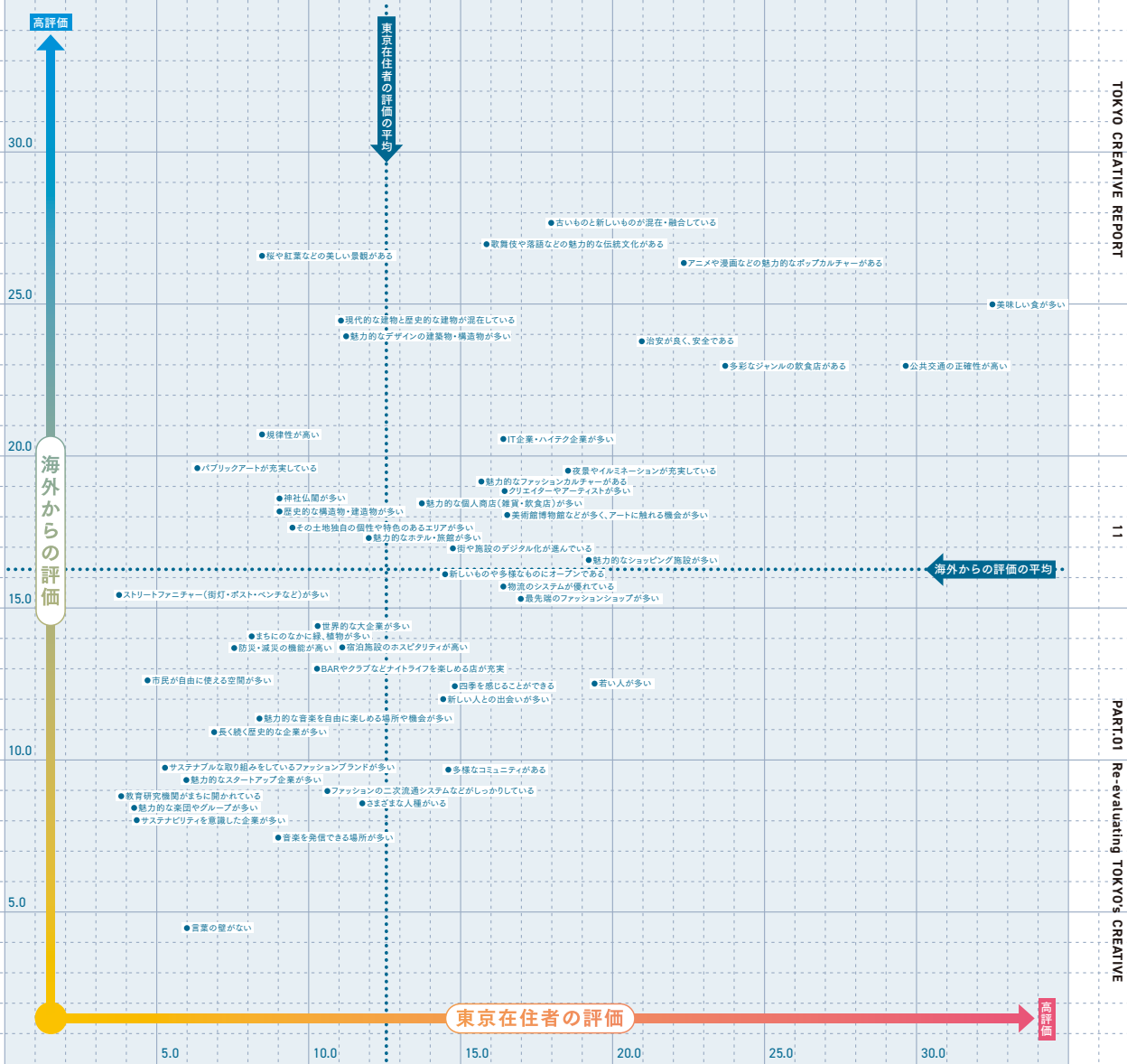
PART.

Re-evaluating TOKYO's CREATIVE

RE-EVALUATION MAP OF TOKYO'S CREATIVE CONTENTS

DATA：東京のクリエイティブなところ

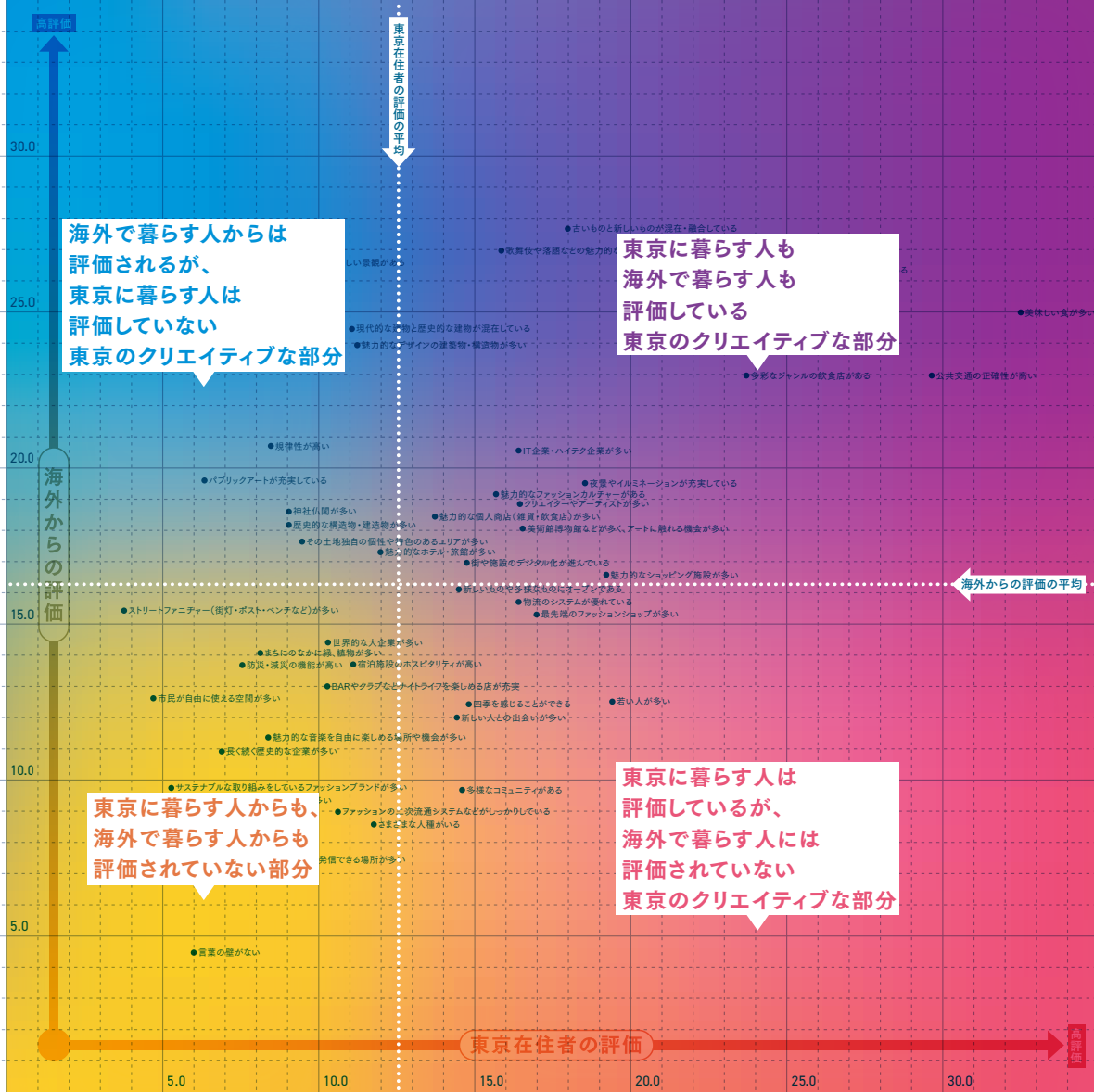
- 企画・編集チームで作成した東京のクリエイティブな魅力49項目のうち、あてはまると思うものを複数選択
- 海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計



RE-EVALUATION MAP OF TOKYO'S CREATIVE CONTENTS

DATA：東京のクリエイティブなところ

- 企画・編集チームで作成した東京のクリエイティブな魅力49項目のうち、あてはまると思うものを複数選択
- 海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計





Q1 Why Tokyo's creative confidence is so low?

東京で暮らす人が、自分たちの創造性に自信を持ってない理由は？

東京で暮らす人が評価している東京のクリエイティブコンテンツから考えます。

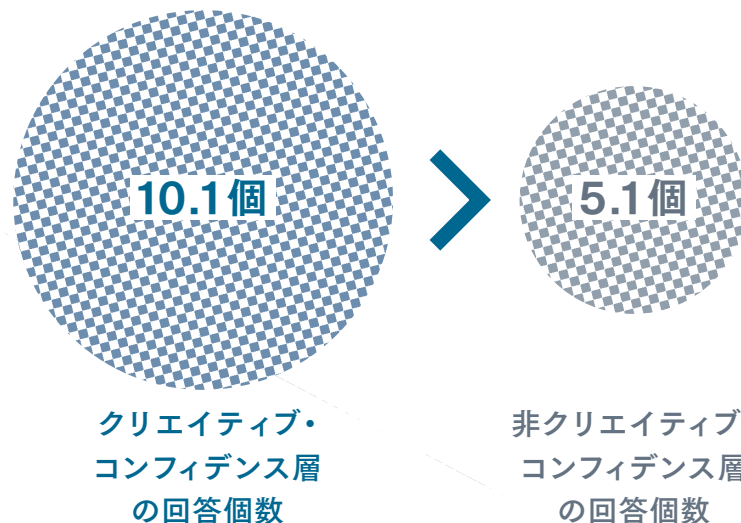
クリエイティブコンフィデンスの有無は、
何に起因するのか？



自分をクリエイティブだと思える人は、
自分のまちな
クリエイティブな部分を
見つけられる人

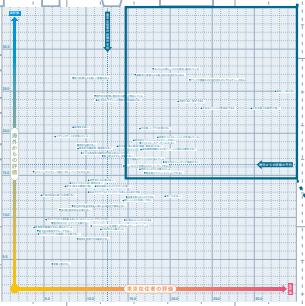
- 2024年1月調査 / 東京在住の10-60代男女 / サンプル数250
- 同調査内の別の設問「自分のことを創造的(クリエイティブ)だと思うか」に対して、「クリエイティブである / ややクリエイティブである」と回答したひとをクリエイティブ・コンフィデンス層「どちらともいえない / あまりクリエイティブでない / クリエイティブでない」と回答したひとを非クリエイティブ・コンフィデンス層と定義
- 「東京のクリエイティブなところ」の設問に対し、各層が平均して選択した個数を比較

東京のクリエイティブだと思うところは？
クリエイティブ・コンフィデンス層の回答個数と、
非クリエイティブ・コンフィデンス層の回答個数の差。



RE-EVALUATING TOKYO'S CREATIVE CONTENTS

東京で暮らす人が
高く評価している
東京の
クリエイティブコンテンツ



DATA：東京のクリエイティブなところ

- 企画・編集チームで作成した東京のクリエイティブなところを複数選択
- 海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計

- 古いものと新しいものが混在・融合している
- 歌舞伎や落語などの魅力的な伝統文化がある
- アニメや漫画などの魅力的なポップカルチャーがある
- 美味しい食が多い
- 治安が良く、安全である
- 多彩なジャンルの飲食店がある
- 公共交通の正確性が高い
- IT企業・ハイテク企業が多い
- 魅力的なファッションカルチャーがある
- クリエイターやアーティストが多い
- 魅力的な個人商店(雑貨・飲食店)が多い
- 美術館博物館などが多く、アートに触れる機会が多い
- 夜景やイルミネーションが充実している
- エリアが多い
- 街や施設のデジタル化が進んでいる
- 魅力的なショッピング施設が多い
- 物流のシステムが優れている
- 最先端のファッションショップが多い
- 新しいものや多様なものにオープンである

海外からの評価の平均

東京に暮らす人は、こんなふうに考えている？



東京のクリエイティブは、食と都市インフラとアニメ。食とアニメはもう言い古されているし、海外に誇れるクリエイティブがあるといえるのか…？

ものが混在・融合している

文化がある

●アニメや漫画などの魅力的なポップカルチャーがある

●美味しい食が多い

●治安が良く、安全である

●多彩なジャンルの飲食店がある

●公共交通の正確性が高い



●IT企業・ハイテク企業が多い

●夜間やイルミネーションが充実している

この気持ちに対して、「十分にクリエイティブ」と肯定してあげることが、東京のクリエイティブコンフィデンスを高める一つの方法

●評価の平均

●新しいものや多様なものにオープンである

●物流のシステムが優れている

●最先端のファッションショップが多い

低いのか？

コンフィデンスは

クリエイティブ

なぜ、東京の

DATA：東京のクリエイティブなところ

- 企画・編集チームで作成した東京のクリエイティブなところを、あてはまると思うものを複数選択
- 海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計

RE-EVALUATING TOKYO'S CREATIVE CONTENT



Q2

What kind of creativity in Tokyo is valued around the world?

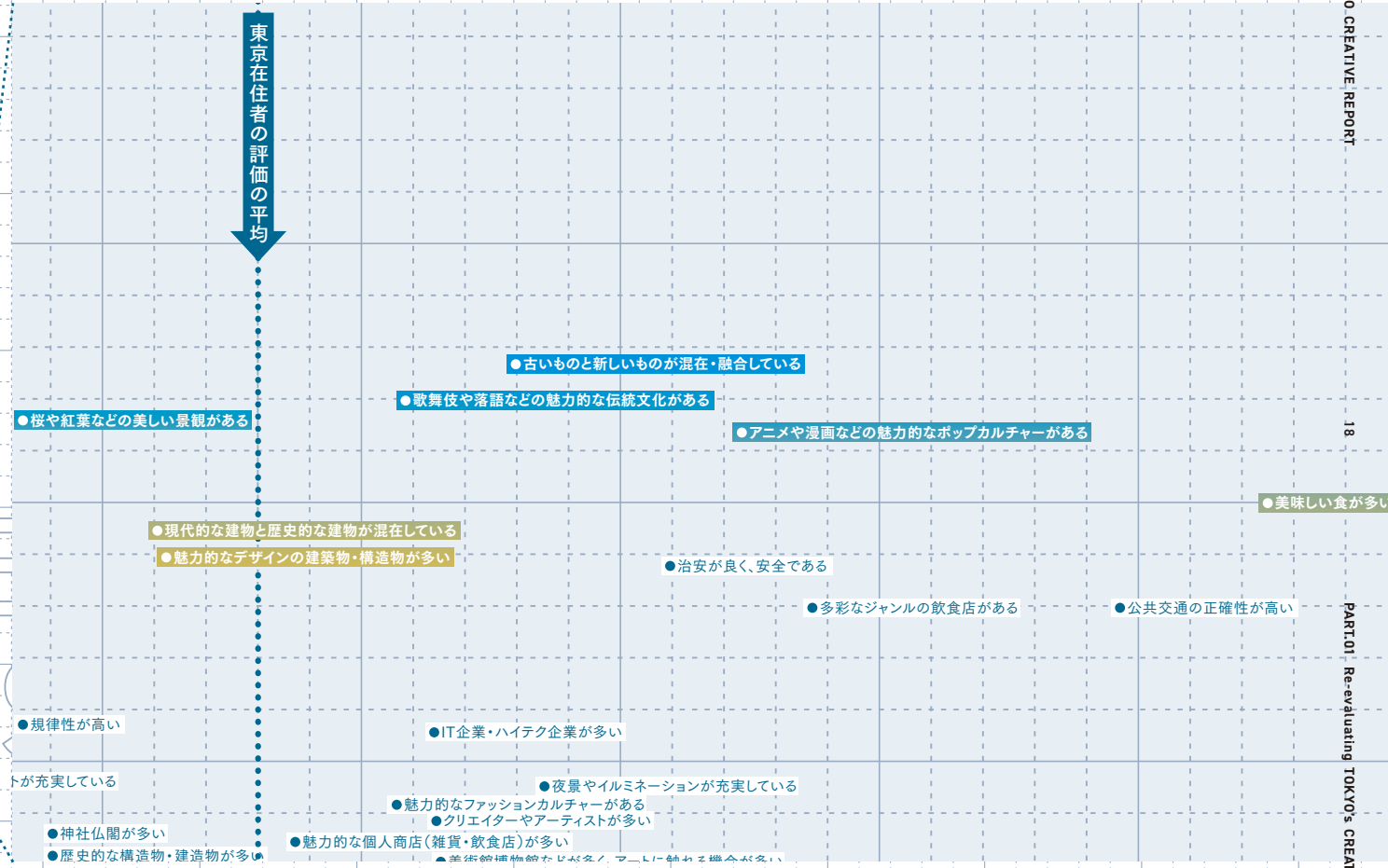
世界が評価する東京のクリエイティブとはどのようなものか？

海外で暮らす人が評価している東京のクリエイティブコンテンツから考えます。

RE-EVALUATING TOKYO'S CREATIVE CONTENTS

海外で暮らす人が
高く評価している
東京の
クリエイティブコンテンツ

東京在住者の評価の平均



DATA: 東京のクリエイティブコンテンツの魅力を再評価する
 ●企画・編集チームで作成
 ●おてはまると思ふものも後述
 ●海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計

世界が特に評価している 東京の7クリエイティブジャンル

東京在住者の評価の平均



- 古いものと新しいものが混在・融合している
- 歌舞伎や落語などの魅力的な伝統文化がある
- アニメや漫画などの魅力的なポップカルチャーがある

●桜や紅葉などの美しい景観がある

●美味しい食が多い

- 現代的な建物と歴史的な建物が混在している
- 魅力的なデザインの建築物・構造物が多い

●治安が良く、安全である

●多彩なジャンルの飲食店がある

●公共交通の正確性が高い



新旧が混じり合う
風土



江戸から続く
伝統芸能



四季を楽しむ
美しい自然



アニメ/マンガなど
ポップカルチャー



食のクオリティと
幅広さ



デザイン性の高い
建築構造物



高レベルな
生活インフラ

どのようなものか？

クリエイティブとは

東京の

世界が評価する

DATA：東京のクリエイティブ産業の現状を調査し、海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計。

●企画・編集チームで作成。写真・イラストは、フリーランス作家の協力により制作された。また、本誌に掲載するにあたっては、関係機関・個人に事前の許可をいただいております。

02
PART.

東京の

クリエイティブコンフィデンスを

高める手法

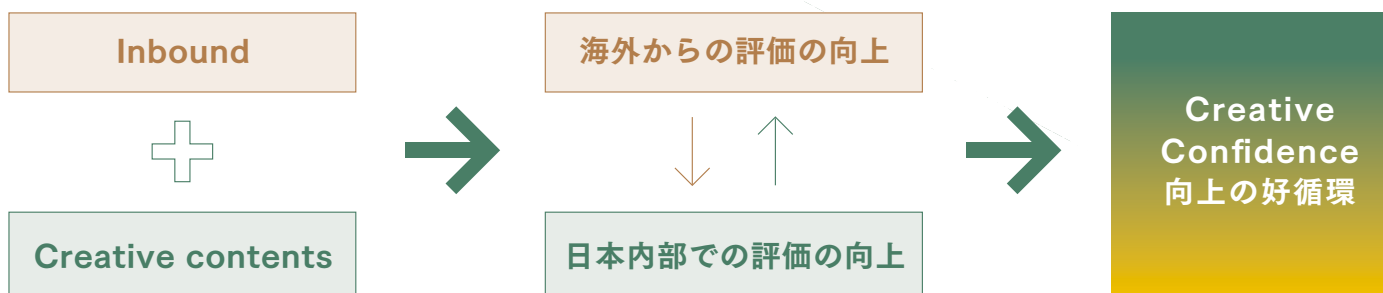
How to Build CREATIVE CONFIDENCE in TOKYO

クリエイティブコンフィデンスを高めるのに必要なこと



東京のクリエイティブコンテンツへの
海外視点での評価を得ることで、東京に暮らす人に、

東京のクリエイティブへの気づきを与えること。



世界からの評価を得るために行うこと



世界が評価する東京のクリエイティブジャンルを掛け合わせることで、
もっと世界が東京を評価したくなるクリエイティブコンテンツを生み出す、

東京のクリエイティブの再編集が必要。



例えばこんなクリエイティブコンテンツに編集していく



魅力的な建築と
自然景観を併せ持った
ユニークベニューでの美食体験



大都市に残る
古い町並みを巡り、
東京を知るシティトレイルツアー



東京を支える規律と
テクノロジーを知る
都市型インフラツーリズム



江戸の伝統工芸と
コラボレーションする
新しいラグジュアリーファッション



伝統工芸の世界に
没入できる
イマーシブ・テック・レストラン



アニメキャラクターが
解説する
東京めぐりガイド

Next Action of Tokyo Creative Salon

PART. 03

これから

東京クリエイティブ・サロンの



EXTRACTION
Tokyo
creative
salon

これからの
Tokyo Creative Salonが
やるべきこと

東京のクリエイティビティの
編集方針を構築すること。

RE-EVALUATION

東京のクリエイティブの編集方針 “何を編集するか？”

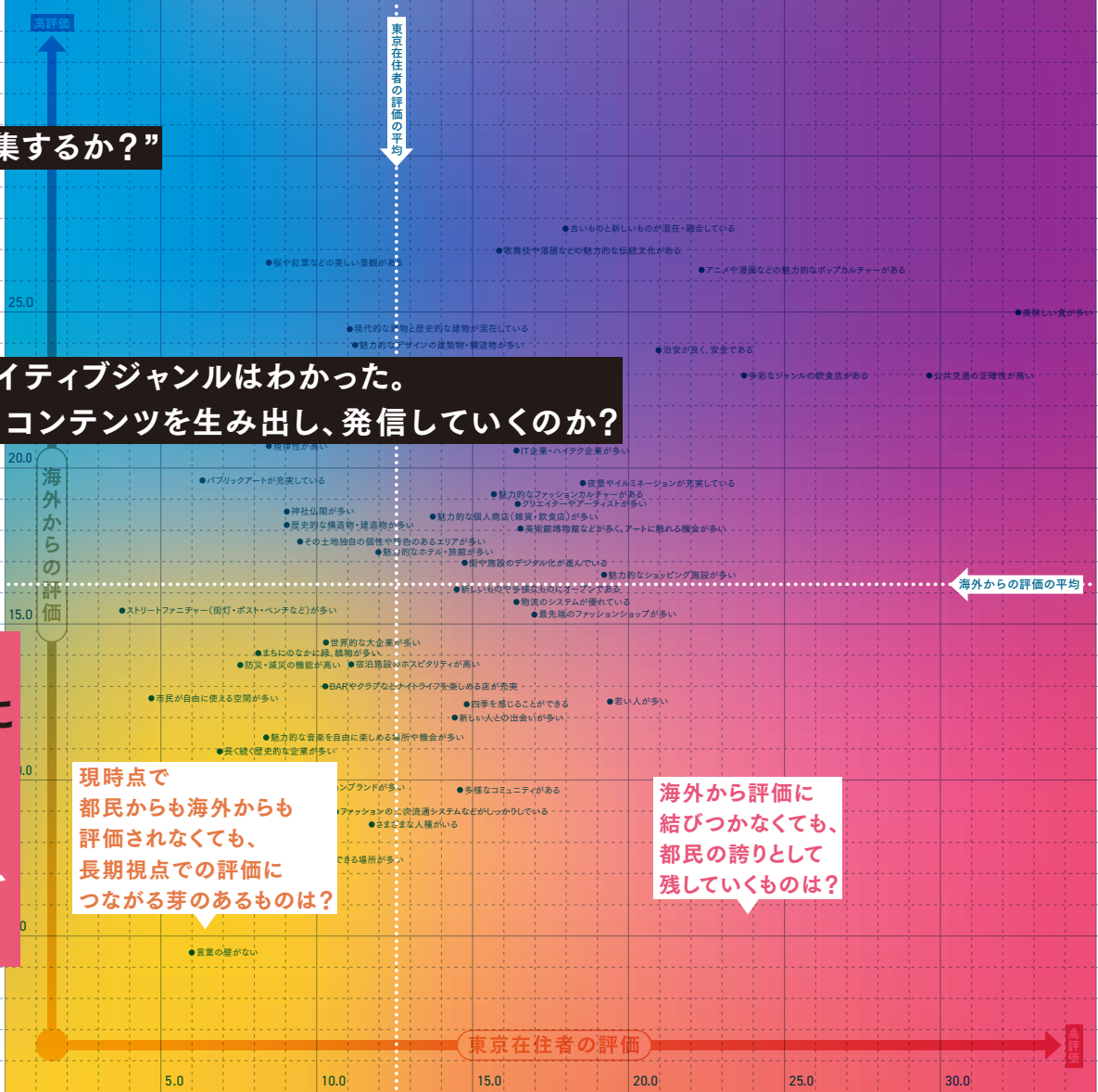


現時点で海外からの評価を得やすいクリエイティブジャンルはわかった。
そのうえで、どのジャンルでクリエイティブ・コンテンツを生み出し、発信していくのか？

TOKYO'S

海外からの評価という、
クリエイティブ・コンフィデンスに
直結する要素以外にも加味して、
東京らしい
クリエイティブ・ポートフォリオを
組んでいく必要がある。

- DATA
- 企画・編集チームで作成した東京のクリエイティブな魅力49項目のうち、
あてはまると思うものを複数選択
 - 海外からの評価は、ニューヨーク、パリ、ミラノ、ロンドン4都市居住者をあわせて集計



現時点で
都民からも海外からも
評価されなくても、
長期視点での評価に
つながる芽のあるものは？

海外から評価に
結びつかなくても、
都民の誇りとして
残していくものは？

東京在住者の評価

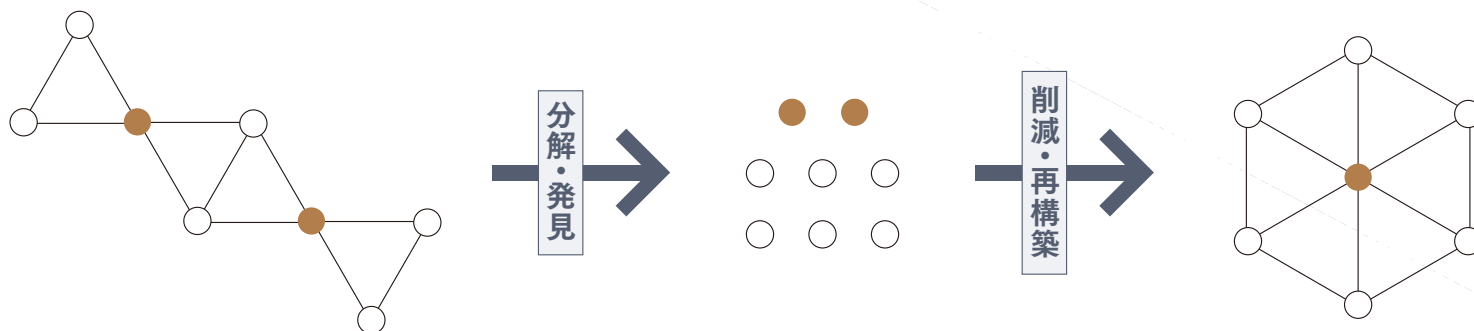


東京のクリエイティブの編集方針 “どう編集するか？”



世界に評価されたクリエイティブ・コンテンツの、
“何が” “どのように” 機能して評価されるに至ったのか？

**成功例をアトミカル(解剖学的に)分析し、
再現性の高い編集・発信方法を生み出す必要がある。**

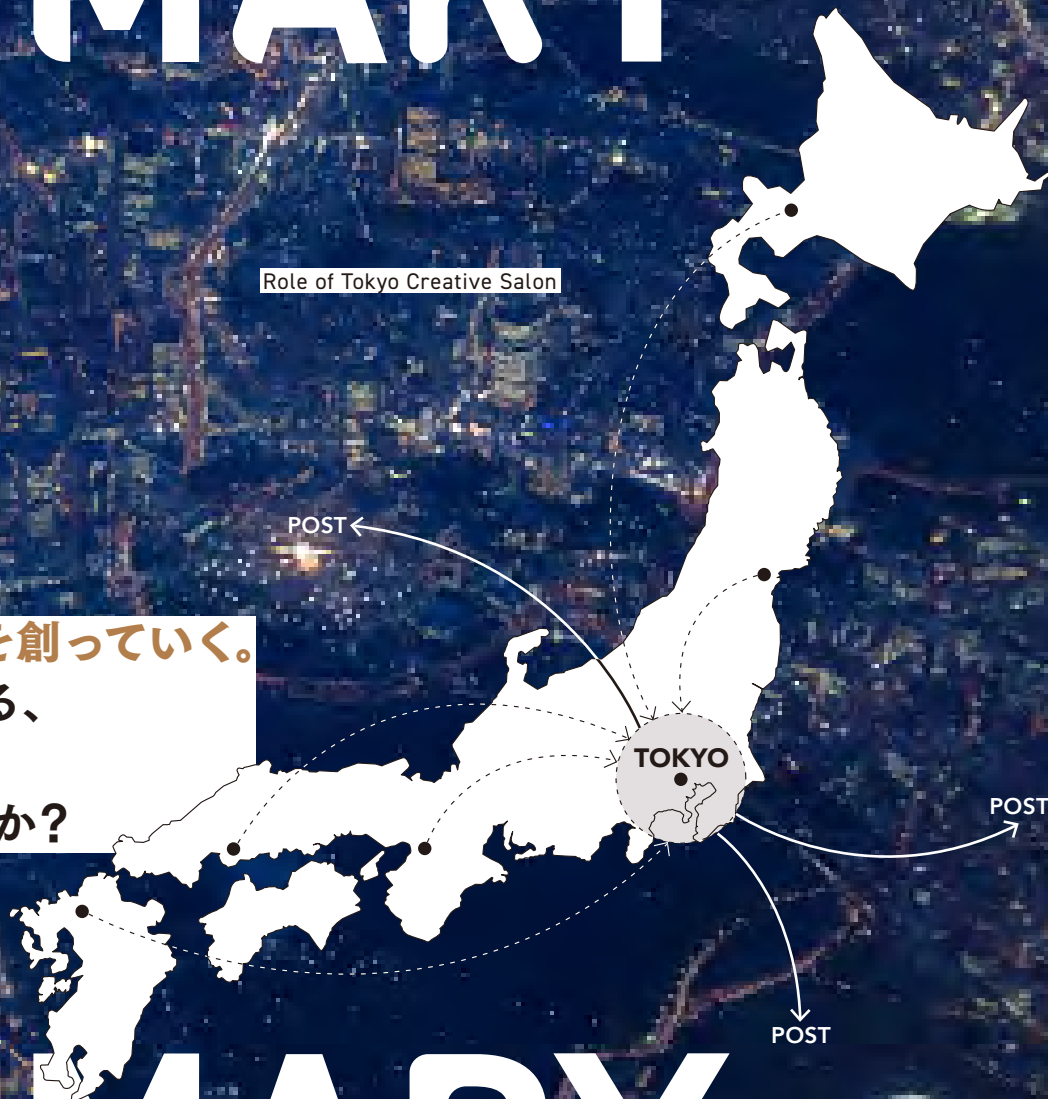


SUMMARY

編集方針を構築した先に、
「東京のクリエイティブ」を超えて、
日本各地から集まるクリエイティブ・コンテンツの
種をあつめ、編集する。
クリエイティブ・ハブとして、
「日本のクリエイティブ」を発信する拠点になる。

日本全国に活力を与え、よりよい未来を創っていく。
これこそ、東京という都市で開催される、
東京クリエイティブサロンの
これからの役割なのではないでしょうか？

Role of Tokyo Creative Salon



SUMMARY



Share with Everyone

本レポートの内容は出典表記を頂くことでどなたでも使って頂けます。

詳細データのお問合せはこちらまで。

contact@signing.co.jp

出典表記

Panoramatiks × SIGNING「TOKYO CREATIVE REPORT」

リサーチデータ

Panoramatiks × SIGNING「TOKYO CREATIVE REPORT」

2024.1.18-1.25 / インターネット調査 / 10-60代男女

サンプル数: ○国内 n=500(東京250 / 東京以外250) ○海外 n= 400(各都市100)

panoramatik

Panoramatikは、社会を良い方向に動かすクリエイティブアクションを続けていくため、これまで繋がらなかった領域を横断して組織や人、行政や業界を繋ぎ、新しい仕組みを構築し、実装しています。

俯瞰的な視点でこれまで繋がらなかった領域を横断し実行・実装する

中央行政の施策実装や地方行政などの文化プログラムの実装を行う同時に、大規模都市開発のプランニングにも参画。また、ブランドイベントも数多く行い、メディアアートの分野やデザインの分野など、今までつながらなかった分野を横断的につなげていくと同時に、ICTやSmartCiTY・文化振興やエリアマネジメントなどを同時並行で考え、実装しています。



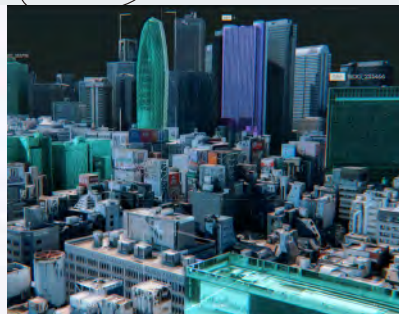
Photo : Muryo Honma (Rhizomatiks)

齋藤精一 Seiichi Saito / パノラマティクス主宰

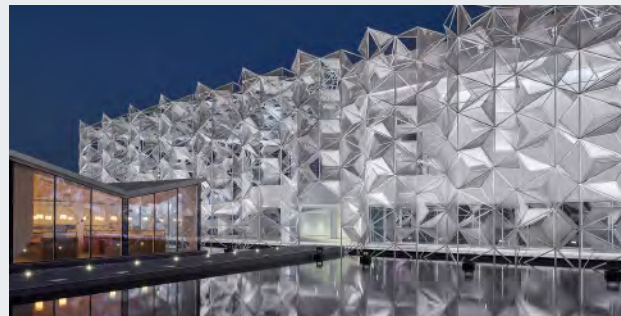
1975年神奈川県生まれ。建築デザインをコロンビア大学建築学科(MSAAD)で学び、2000年からニューヨークで活動を開始。2006年株式会社ライゾマティクス(現:株式会社アブストラクトエンジン)を設立。社内アーキテクチャー部門『パノラマティクス』を率い、現在では行政や企業の地域デザイン、文化、観光、産業振興などの課題解決に向けた企画および実装も手掛ける。2023年グッドデザイン賞審査委員長。2023年D&AD賞デジタルデザイン部門審査部門長。2025年大阪・関西万博EXPO共創プログラムディレクター。



Plateau by 国土省/3D都市モデルプラットフォーム (Creative Director)



MIND TRAIL 奥大和 心のなかの美術館 (Founder/Producer)



トイ万博日本館/2021 (Creative Adviser)

SIGNING

Social Business Studio

株式会社 SIGNING (サイニング) は「社会課題解決×事業成長」をテーマに、よりよい社会への「兆し」をとらえた最先端の研究開発、社会実装と、独自のナレッジをもとにしたソリューションを提供する「Social Business Studio」です。

活動テーマ

#ウィズコロナ / アフターコロナ #サーキュラーエコノミー #地方創生 #ウェルビーイング
#バーチャルヒューマン #スマートテロワール #イノベーション #SBNR #ダイバーシティ
#メタバース #インフォデミック #防災 #スマートシティ #未利用魚 #リベラルアーツ

🌐 <https://signing.co.jp/> ✉ contact@signing.co.jp 🐦 @signingOfficial



WELLBEING AWARDS



OSINOMICS REPORT



SBNR Report



SOCIAL ISSUE GALLERY SIGNAL



きおくひとえ



IBASHO REPORT



INNOVATOR'S PASSPORT



GENDER POSITIVE REPORT

TOKYO CREATIVE REPORT

CREDIT

発行

Panoramatiks
株式会社 SIGNING
東京クリエイティブサロン実行委員会

企画・編集

Panoramatiks
齋藤精一
河村佳祐
SIGNING.Ltd
牧貴洋
菅井朋香
寺前慎太郎
須藤三貴
西村祐耶

プロデュース

東京クリエイティブサロン実行委員会
浜野良太

リサーチ

マーケティング&アソシエイツ
大久保和博

ロゴデザイン・アートディレクション

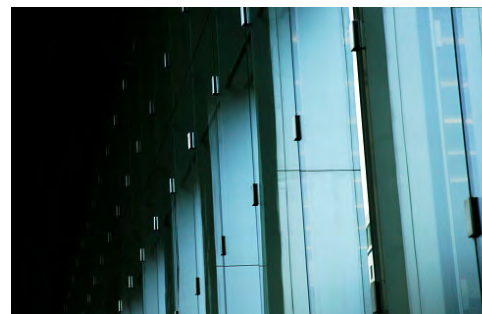
one happy
小杉幸一

デザイン・アートディレクション

bulwark
宮川洋平

カメラマン

TOKYO PHOTOGRAPHIC RESEARCH PROJECT
小山泰介
山本華



参考書籍・文献

「Creative Confidence:
Unleashing the Creative Potential Within Us All」
David Kelley Tom Kelley / 2013

「激動社会の中の自己効力」
アルバート・バンデュラ / 2015

CREATIVITY FOR ALL.

panoramatik



SIGN
ING
Social Business Studio