セグメント紹介（小分類 22セグメント）

A 大都市中枢	A1	中枢ビジネス街	日本の経済・行政の中枢を担うエリア。PC1（都市性）が極めて低く、昼間人口の大部分を30～50代のビジネスワーカーが占める。まさに「働く」ことに特化した街であり、平日の昼間に人口密度がピークに達する。大企業の本社や官公庁が集積し、BtoBサービスや高所得者向けサービスのポテンシャルが最も高い。地方都市においても、その経済圏の「業務機能の心臓部」と言える場所がこのクラスターに分類される。
	A2	広域ハブ	交通、商業、エンタメなど多様な機能が高密度に集積する、広域からの玄関口（ゲートウェイ）。PC1（都市性）はA1に次いで低いが、PC2（若者度）やPC5（新ライフスタイル）はA1より高く、多様な目的を持つ人々が昼夜を問わず往来する。巨大ターミナル駅、空港、港湾、国際的な観光地など、人・モノ・情報が交差する結節点としての役割を担うエリア。
B リージョナルセンター	B1	リージョナルセンター	地方中核都市の中心駅周辺や、大都市圏における主要な副都心・拠点都市。百貨店や専門店の集積、行政機関、文化施設などを有し、広域からの求心力を持つ。昼間人口密度は高いが、A分類ほどの極度な機能特化は見られず、生活機能とのバランスが取れている。PC5はやや伝統的ライフ寄りで、歴史ある街の顔も併せ持つ。地域住民と広域からの来街者の両方にとっての生活と活動の中心地となっている。
C ウィメンズ・トレンド	C1	ウィメンズ・トラディショナル	全クラスターの中で最も女性比率が高い、女性に特化したエリア。PC5（新ライフスタイル）のスコアがマイナスであることから、流行の最先端というよりは、地域に根差した伝統的・保守的な消費スタイルを持つ女性が中心。古くからの商店街や地域密着型の商業施設、あるいは女性の就業者が多い事業所周辺などが該当する。地域コミュニティとの結びつきが強く、安定した女性向け市場を形成している。
	C2	ウィメンズ・アクティブライフ	PC5（新ライフスタイル）のスコアが非常に高く、新しい消費や活動に対してアクティブな女性が集まるエリア。流行の最先端を行く都心の商業地だけでなく、新しい形のレジャー施設やテーマパーク、郊外の大型アウトレットモールなども含まれる。共通するのは「何か新しい体験ができる」という期待感。トレンドに敏感で、情報発信意欲の高い女性層がターゲットとなる。
D メンズ・ワークゾーン	D1	メンズ・アーバンセンター	大都市の主要駅や歓楽街に隣接する、男性の活動が中心の繁華街・ビジネスエリア。地図上では、歓楽街の中心部そのものではなく、その周辺のオフィスや飲食店街に出現する。これは、歓楽街に集まる人々が日中に活動する場所や、関連するビジネスが集積するエリアであることを示唆している。男性比率が非常に高く、ビジネスとエンターテイメントが混在する、エネルギッシュな男性の活動拠点。
	D2	メンズ・学生ワークタウン	男性就業者と学生が混在する、多様な機能を持つ市街地。中小の事業所、大学のキャンパス、専門学校などが立地し、そこで働く男性や学ぶ男子学生が多い。PC3（男女比）が高く男性中心で、PC2やPC6のスコアから10代後半から20代の若者も目立つ。駅周辺には大衆的な飲食店や単身者向け住居も多く、雑多で活気のある雰囲気が特徴。
	D3	メンズ・産業物流ゾーン	大規模な工場、物流センター、卸売市場、空港関連施設など、特定の産業や業務に特化した広大なエリア。そこで働く男性が昼間人口の大部分を占め、PC3（男女比）は全クラスターの中で突出して高い。住宅地は少なく、人口密度は比較的低いのが特徴。都心から離れた臨海部や内陸部に立地することが多く、まさに「働く男性のための現場」と言える場所。
	D4	メンズ・シティサイドタウン	都心へのアクセスが良い都市近郊や、比較的規模の大きな駅周辺に形成された市街地。男性の居住者や就業者が多く、PC3（男女比）は高い。オフィス機能と地域住民向けの生活機能（商店街、飲食店など）が混在し、新旧の建物が入り混じる。PC1はやや都心寄り、PC5は中間的で、特定の機能に特化しない多様性を持つ。男性向けのサービスに加え、地域住民の日常的なニーズにも応える必要があるエリア。

E カレッジ・コミュニティ	E1	アカデミックタウン	複数の大学や研究機関が集積する、あるいは広域から学生が集まる大規模な総合大学の最寄り駅を中心としたエリア。学生向けの飲食店、書店、賃貸住宅などが充実し、若者の活気に満ちている。PC2（地域就学・若者度）、PC4（広域通学若者度）が高く、15-24歳の学生が昼間人口の主体。相対的に15歳未満の子供の比率は低い。知的な雰囲気と若者のエネルギーが共存する街。
	E2	キャンパス	特定の学問分野に特化した大学の広大なキャンパスそのもの、あるいはその門前に位置するエリア。昼間人口の大部分が学生と教職員で占められ、PC2（若者度）とPC4（広域通学若者度）が極めて高い。住宅地が少ないため人口密度は非常に低い。郊外に立地することが多く、周辺は自然豊かな環境であることも。純粋な学究の場であり、学生生活に密着したサービスに特化した市場。
	E3	学校もある住宅地	郊外の住宅地の中に、高校や中小規模の大学、専門学校などが点在するエリア。PC2（若者度）が高く学生の存在感が大きい一方で、PC6（若者世代内バランス）も高く、年少者の姿も多く見られる。通学する学生と、地域に住むファミリー層が共存しているため、学生向けの安価なサービスと、地域住民向けの生活利便施設がバランス良く存在する。若者とファミリーの両方を視野に入れた戦略が求められる。
	E4	文教ライフタウン（ウィメンズ）	このクラスターがE分類（学生エリア）に含まれる理由は、PC2（若者度）のスコアが+1.09と、全体平均（-0.30）を大幅に上回り、明確に若者中心のエリア特性を示すためです。しかし、E1やE2のように学生構成比が突出しているわけではなく、むしろPC3（男女比）が-0.70と低い（女性中心）点が最大の特徴です。これは、女子大学の周辺や、女性に人気の高い住宅地に学生も多く住んでいるような「近郊のライフタウン」を捉えています。そのため、純粋な学生街というよりは、女性のライフスタイルの中に学生という要素が溶け込んだ、複合的な性格を持つエリアと解釈するのが妥当です。
F ファミリー・タウン	F1	都心近郊ニューライフ	都心へのアクセスが良いエリアに近年開発された、新しいライフスタイルを送るファミリー層が多い街。PC1（都市性）はやや郊外寄りだが、PC5（新ライフスタイル）は高く、新しいものへの関心が高い。タワーマンション群や新しい商業施設がその象徴。教育熱心で、可処分所得も比較的高い傾向がある。都市的な利便性と、快適な居住環境の両方を求める層がターゲットとなる。
	F2	多様型ファミリー	昔から続く比較的安定した郊外住宅地。PC1は郊外寄り、PC5は中間的で、新旧の住民や多様な世代のファミリーが混在している。際立った特徴はないが、それが故に幅広い層の生活需要が存在する。地域密着型のスーパーやドラッグストア、飲食店など、日常の暮らしを支える基本的な商業・サービス機能がビジネスの中心となる。安定しているが、大きな変化は少ない市場。
	F3	ニューライフステージ	郊外にありながら、新しいライフスタイルを志向する層が集まるエリア。PC5（新ライフスタイル）が高く、PC3（男女比）が女性寄りなのが特徴。大規模なショッピングモールや、特定の趣味・嗜好に特化したコミュニティが存在し、そこでの消費や活動が活発。ファミリー層だけでなく、自分の時間を楽しみたいと考える女性も重要なターゲットとなる。感度の高い消費者を惹きつける魅力的なコンテンツが鍵。
	F4	ファミリー・トラッド郊外	15歳未満の子供の比率が48.8%と極めて高い、子育て世代に特化した郊外住宅地。ただしPC5（新ライフスタイル）がマイナスであることから、新興ニュータウンというよりは、古くからの郊外住宅地に若いファミリーが流入している世代混在型エリア。小中学校や公園、学習塾などが生活の中心となる。子供向けの需要が圧倒的に高い一方で、古くからの住民向けのサービスも必要とされる。
	F5	ファミリー・モダン郊外	F4と同様に15歳未満の子供の比率が23.4%と極めて高いが、PC5（新ライフスタイル）スコアが高い点が対照的。これは、近年開発された郊外ニュータウンに住む、新しい価値観を持つ若いファミリー層を象徴する。新しい育児用品や教育サービス、親子で楽しめるレジャー施設への関心が非常に高い。母親層が消費の主導権を握る。

G シニア・ライフ	G1	シニア・モダンリビング	経済的に余裕があり、新しいライフスタイルを楽しむアクティブなシニア層が多い郊外エリア。PC5（新ライフスタイル）が高く、旅行、趣味、カルチャー、グルメなど、自分たちの生活を豊かにするための消費に意欲的。健康への関心も高いが、介護というよりは予防や生きがいに関わる分野への需要が大きい。PC1は郊外型を示し、比較的自然に恵まれた環境に立地することが多い。上質なサービスや体験を提供するビジネスに適している。
	G2	シニア・トラディショナルライフ	昔ながらのコミュニティが根付く、伝統的なライフスタイルを送るシニア層が中心の郊外。PC5（新ライフスタイル）が極めて低く、新しいものより慣れ親しんだものを好む傾向が強い。PC3（男女比）はやや男性寄り。地域の商店街や寺社仏閣が生活の中心となっており、地域内の人間関係が密接。変化を好まない保守的な市場だが、地域住民の信頼を得られれば、安定した長期的なビジネスが見込める。
	G3	シニア・広域生活圏	大都市圏からさらに離れた、広域的な郊外・地方に広がる生活圏。PC1（都市性）が高く、PC2（若者度）が低いことから、シニア層が主な活動人口であることがわかる。自家用車での移動が生活の基本となっており、ロードサイドの大型店や地域の中心的な商業施設が消費の拠点となる。特定の際立った特徴はないが、地域住民の日常生活を支える幅広い商品・サービスに安定した需要が存在する、日本の多くの地方都市の標準的な姿。
	G4	シニア・後期高齢者コミュニティ	昼間人口に占める75歳以上の後期高齢者の割合が非常に高いエリア。PC2（若者度）のスコアが全クラスターの中で最も低い。多くは静かな住宅地や、病院・介護施設が近隣にある場所。活動範囲は限定的で、健康維持や介護関連のサービス、日用品の宅配、訪問サービスといった、生活に密着し、移動の負担を軽減するようなビジネスへの需要が極めて高い。地域包括ケアシステムの重要な対象エリアでもある。