

人口減少時代に生き残る ためのまち再生実践論

■日時：2025年10月29日（水）13：00～14：30

■会場：ホテルグランヴィア和歌山 6F ル・グラン

■講師：建築家 クリエイティブディレクター

株式会社ワークヴィジョンズ 代表取締役 西村 浩氏

皆さん、こんにちは。

ただいまご紹介にあずかりました西村と申します。今日はどうぞよろしくお願いします。

僕は朝、ジョギングをするのが日課でして、今朝も走りながら和歌山市内を見て回ってきました。僕の出身地・佐賀県佐賀市も県庁所在地ですが、和歌山と同じように「どこもやっぱり頑張らなきゃいけないな」と思いながら、まちの様子を見ていました。

今日は、その「頑張り方」が昔とはまったく違うというお話をしたいと思います。

■ 人口減少時代のまちづくりとは

今日のテーマにもある「人口減少時代」。もう皆さん、耳にたこができるほど聞いていると思います。人口減少、高齢化—これはもう避けられない現実です。

だからこそ、「そんな社会情勢の中でどう幸せに暮らしていくか」を改めて考える時代に来ています。

最初に申し上げておきますが、人口が増えていた時代のまちづくりと、人口減少時代のまちづくりは180度違うものです。人口増加の時代は、建設こそが発展の象徴でした。住宅を建

て、商業床を増やし、デパートを造る。全国どこも同じ風景が生まれました。

しかしこれからの都市間競争で「選ばれるまち」になるためには、個性化が必要です。人々は「和歌山はこういうところがいいね」と思って移住します。どこにでもあるまちには、もう誰も移ってきません。そのために大事なことが「基礎体力」をつけること。つま





り、“人気のまち”にすることです。ビルを建てなくても、「和歌山、いいよね」と言われる取り組みを続けること。それが結果として開発や不動産価値の上昇につながります。

■ リノベーションという考え方

十数年前から取り組んでいる「リノベーションスクール」では、増え続ける空き家や空き地を暫定利用で魅力的に使うことを重視しています。リノベーションとは“ハコをきれいにすること”ではなく、“どう魅力的に使うか”の発想です。

小さな投資でスピーディーにエリアの価値を上げ、「あの辺いいよね」と言われるようになる。そうなれば自然と賃料相場も上がります。この「いいよね」と言われる取組を積み重ねることが、都市経営の健全なサイクルを生むのです。

■ 東京のまねをしない

もうひとつ大切なことは、「東京のまねをするのをやめよう」ということです。

これまで多くのまちは、東京のような暮らしを目指してハードを整えてきました。その結果、駅前の風景はどこも同じになりました。しかし今の若い世代、特に学生は「地方都市回帰」に関心を持っています。東京を離れ、地方のどこで暮らそうかと考える時代です。そのとき、和歌山にとって最も可能性があるのは、和歌山出身の若者たちです。そうした若者たちが「和歌山に帰りたい」と思える環境は整っているでしょうか。「和歌山より佐賀の方がよくない？」

と言われないうために、“和歌山がいい理由”をしっかりと磨いて、発信することが重要です。

■ 旅行と移住の境界をなくす

次に観光の話をしてします。僕がずっと疑問に思っているのは、「旅行と移住は何か違うのか」ということです。

役所では観光部署と移住促進部署が分かれています。但实际上は短期滞在か長期滞在かの違いにすぎません。

「暮らすように旅をする」という言葉があります。

朝、漁村で地元の人と漁に出て、獲れた魚を食べる、農作業をして収穫できたものを材料に料理する—そうした体験をきっかけに、移住へとつながるケースが増えています。

これからの観光は「1泊2日で安く体験」ではなく、「住む・働く」につなげる発想が必要です。観光と移住促進の部署が連携して政策をつくる時代だと思います。

■ ハコ物から「使われる公共空間」へ

かつて、税金で大きなホールを造っても誰も使わない—そんな「ハコ物批判」が全国で起きました。ものをつくるだけでは意味がありません。誰が使い、どんな経済効果や暮らしの向上が生まれるかを考えなければなりません。

道路、公園、河川といった、まちを訪れたとき最初に目に入るこれらの公共空間が、例えば「この道路、楽しそう」と思われれば、そのま





ちの価値は一瞬で上がります。一方で「車だらけで歩きにくい」と感じられれば、価値は下がります。

こうした公共空間を「大きなリノベーション」と捉えると、「小さなリノベーション」は民間所有の不動産です。接道している道と、沿道の建物を一体の空間としてどう魅力的に使うか。民間と公共が連携しながら通り単位で考えることで、まち全体の価値が上がっていきます。

■ 小さく始めて、大きく回す

「小さく始める」という考え方が僕の信条ですが、昨年、佐賀で国民スポーツ大会が開かれ、僕はそのメインアリーナ「SAGAサンライズパーク」のデザイン監修を担当しました。

佐賀市は人口22万人の県庁所在地。このアリーナはプロバスケットB1チーム「佐賀ブルー

ナース」のホームアリーナでもあります。

建設コストが上昇する中、客席数を減らせばコストは下がりますが、収益性も下がります。しかし、スポーツだけでなく、一流のミュージシャンやアーティストが来る規模と、空間を創り上げることで収益につながる、という考え方で計画し、その結果、B'z、ユーミン、羽生結弦、Perfumeといった方々が来場しました。

大切なことは「投資額が高いか安いかわけ」ではなく、公共投資をいかにして回収するかです。佐賀はこのアリーナが整備されたことによって、周辺の地価が上昇し、固定資産税額も上昇しました。

投資によってその周辺の税収が上がり、回収できるサイクルをつくること。これが健全な公共投資のあり方です。

■ 佐賀県の「さがデザイン」

「SAGAサンライズパーク」をきっかけに、こうした好循環がどのようにして実現できたのか。背景には、佐賀県庁の知事直轄組織「さがデザイン」の存在があります。

佐賀ゆかりのクリエイターやデザイナーが集まり、行政の各部署にデザインの視点から関わる仕組みです。当初は煙たがられましたが、今では多くの部署が頼りにしています。デザインで政策をつくる―まさに時代の方向を示していると思います。



■ これからのまちづくりに必要なもの

最後にまとめます。

ワークヴィジョンズの仕事は、建築やリノベーションなど“ハード”から始まりましたが、今は「まちの価値を上げる」ことを柱にしています。公共空間のデザインに民間投資が連動し、路線価が上がり、税収が上がる。その循環をつくることが目標です。

そして、これから皆さんにぜひ取り組んでほしいのが「妄想」です。他のまちの事例や教科書ではなく、自分たちのまちを薄目で見えて、「こうなったら住みたい」と心から思える風景を思い描くこと。それが新しい社会をつくれます。

不動産は、未来の世代に受け渡す「資産」です。子どもや孫が「和歌山のあの土地が欲しい」と思えるようなまちを、今の世代でつくること。そうしなければ、人は帰ってこず、空き家や所有者不明土地が増えるばかりです。だからこそ「今」が大事です。

この転換期にいる私たち大人が、どれだけ若い世代と一緒に魅力的な使い方を実践できるか。その挑戦こそが、人口減少時代を生き抜く鍵だと思います。

(了)