



投稿

リノベーションまちづくりシンポジウム2025

まちの価値を“見える化”する時代へー数字だけでは伝わらない、都市の魅力をどう測るか

群馬県 県土整備部 都市計画課

2025年7月31日に「まちづくりの価値を“見える化”するー新たな評価軸と発信のかたち リノベーションまちづくりシンポジウム2025」が全国でリノベーションまちづくりを推進する株式会社リノベリング主催で開催されました。人口減少時代に突入した今、都市は「量」から「質」へと移行し、ハード整備だけでなく、目に見えにくい“まちの空気感”や“人の動き”までを含めた総合的な価値が問われています。

本シンポジウムでは、リノベーションまちづくりの先進自治体による実践報告や、定性的価値の評価手法に関する専門的な視点が共有されました。

冒頭の基調講演では、LIFULL HOME'S総研の島原万丈氏が登壇。日本の都市評価が未だに「人口」「床面積」「交通アクセス」など量的な指標に偏っている点に問題意識を示し、「センシユアス・シティ（官能都市）」という新たな都市評価の考え方を紹介しました。

この考え方では、都市を評価する単位を「名詞(もの)」ではなく、「動詞(アクティビティ)」で捉えます。例えば、「歩く」「味わう」「出会う」といった、まちで起きている人間の活動をベースにした都市評価指標が提案され、街の“感じ方”や“過ごし方”の質に注目する姿勢が印象的でした。

各自治体の取組発表では、埼玉県草加市が、2015年から続くリノベーションまちづくり事業における事業成果を定量的な評価をするため、リノベリングを主体とし、日本経済研究所の協力を得て実施した調査について発表しました。

この調査結果によると、リノベーションまちづくりの取組を認知し、アクティブに楽しむ人ほど、地域への帰属意識や幸福感が高まっていることが判明。さらに、地価や固定資産税収の上昇も確認され、地域経済への波及効果が可視化されました。



また、先進的な発信のありかたを実践する鹿児島県霧島市と愛知県岡崎市も事例を発表。霧島市では、「LIVE KIRISHIMA」という統一ロゴを導入し、行政施策の視認性向上や、市民の一体感醸成に成功。岡崎市のQURUWAエリアでは、WebメディアやSNS、刊行物などを通じ、まちの変化を発信し続ける体制が整備されています。これらの事例から「まちの価値を伝え、共感を得る」ための継続的な広報およびブランディングの重要性が浮き彫りになりました。

リノベーションまちづくりの提唱者でリノベリング代表でもある清水義次氏は「都市名で画像検索したときに出てくるビジュアルが、そのまちのイメージ」と指摘。まちのイメージ戦略も、価値の“見える化”の一環であることを強調されました。

また、西村浩氏(ワークヴィジョンズ)は、「これからの都市政策では“質”を測る指標が大切。質の変化を伝えていける都市が生き残る」と述べ、質の変化をどう語ることが問われる時代であると提言しました。

今後、ハード整備に依存した都市づくりだけでなく、「人がまちでどう過ごし、どう感じるか」を可視化し、評価・共有していくことが不可欠となると考えています。「歩きたくなる」「誰かに会いたくなる」「何かを始めたいくなる」など、アクティビティを育てる都市こそ、魅力的なまちといえるのかもしれません。

都市を“名詞”ではなく“動詞”で語る。それは、これからのまちづくりの新たなキーワードとなりそうです。

