

神戸市総合基本計画審議会 第1回活力・魅力部会議事要旨

日 時： 平成21年8月27日（木）9:00～11:09

場 所： 三宮研修センター605号会議室

出席委員：加藤恵正部会長ほか22名

【議事要旨】

- ・ 会議に先立ち、鶴崎副市長挨拶、加藤部会長挨拶に引き続き、事務局より資料2「第1回総会会議要旨」及び資料3「今後の審議スケジュール」について説明があった。
- ・ 加藤部会長から議事次第に従い議事に入る旨発言があり、本日の議題である「活力・魅力部会審議資料」（資料4及び資料5）について、事務局より順次、説明が行われ審議された。

（審議内容についての委員意見は以下のとおり。）

（議題1 活力・魅力部会審議資料のうち、資料4主な取り組みにかかる委員意見等）

- ・ グローバルに対しローカルエコノミーとの表現は少々クラシカル。神戸経済をうまく表現する言葉がないか。これからの神戸の方向性を指し示す経済の姿を象徴する言葉があればよいが。
- ・ グローバルとローカルは車の両輪。横文字が多いのでローカルエコノミーより「地域経済」の活性化としたほうが市民には分かりよい。また、ローカルエコノミーを守るよりも「つくる」と表現した方がよい。
- ・ 神戸には海・山・街があり、外国人好みの地形と自然で綺麗で美しい。そこにデザインがある。欧米人が憧れるギリシャ・ソレントなどのまちの雰囲気がある。強みとして活用すべき。三宮の街の景観には統一感がない。
- ・ 魅力があると感じる都市には人材が集積しやすく産業が根付きやすいという議論がある。
- ・ 強みは減災に対して意識が強い都市もある。減災都市を産業に結びつけるということまではないが、災害への備えや思いやりあるまちという点は都市の魅力となりえる。
- ・ 関西経済連合会の会議でブランドは地域の価値観で形成されるという議論があった。
- ・ ブランドは、産業・魅力を高めるソフトのインフラである。
- ・ 外国からの多様な人材の集積、外国籍の人々の動きも踏まえての展望を考えて実施すべき。
- ・ 基本構想には、国際都市・コンベンション都市・医療産業都市・デザイン都市などのキャッチコピーがある、田園都市にはふれているがキャッチコピーはない。全部の意味を集約した「世界とふれあう市民創造都市」のようなコンセプトが必要。

（議題2 「神戸の魅力発信と集客観光の強化」にかかる委員意見等）

- ・ コンベンション、MICE の考えを追加すべき。また、医療産業と連携したメディカルツーリズムを考えてみるとか、This is KOBE といった観光資源があればよい。「着地型観光」では、地元だけでなく地元で日常的に消費している手ごろなものを見つけていくべき。また、地元神戸の人が神戸の魅力を語ること。ロケ地の観光資源をPRする。さらに、ゴールデンルートからはずれないよう神戸を訪れないと手に入らないようなものが必要。
- ・ 新長田の高さ18mの鉄人28号や三国志の石像など横山光輝氏のキャラクターは他都市から羨まれる観光資源。また、ジャズ博物館をハーバーランドに作るという話もある。ラジオ関西には、

ルイ・アームストロングの輸入版（国会図書館にもない）といったコンテンツもある。これも目に見える観光資源。

- ・神戸空港開設時にも提案したが、神戸観光ポータルサイトを空港ホームページなどの良く見られるサイトに設けてはどうか。観光の情報発信は、ICT の活用が重要になってくる。神戸はまだその点が弱い。観光客の情報検索や予約はほとんどがインターネット利用、例えば、沖縄、静岡、北海道などでは中国や韓国の人気サイトにヒットするよう工夫をしており、訪れてくれる人の気持ちで情報発信をすること。
- ・集客の手っ取り早い方法は大型コンベンションセンターをつくる。大規模学会は、国内では横浜・京都などだが、京都は古く大阪は手狭。神戸へは学会で来て、古都京都・奈良に行って文化・芸術・サイエンスを語るなど、近畿圏全体が活性化するだろう。
- ・学会を中心としたコンベンション、医療メディカルツーリズムはもっと大きなウエイトを置くべきでこれからの発展の決め手になる。医療産業都市構想は、世界でも初めてに近い計画であり、現在は研究資金投資のみであるがビジネス・新産業になる。メディカルツーリズムにより、他言語、風習を理解できる病院や付き添いの手配、ビジネスジェットなど様々な要素が必要になるが、シンガポール、タイ、韓国が進んでいる。高い医療水準の神戸で外国の高度な医療を求める人がやってくるメディカルツーリズムに取り組むべき。
- ・観光資源の受け皿が必要。長期体験型の観光に対応する受け皿やホームステイのシステムを作っておくべき。
- ・知的レベルが高く、子どもが成人し、退職された人々が多く存在する。この人たちをホームステイの受け皿にしてはどうか。両方にメリットがある上、交流や観光にもつながる。
- ・京都・大阪と観光でつながる奈良には資源があるが滞在はほとんどない。しかし、神戸なら滞在して京都・奈良に行ける。
- ・国の制度になるかもしれないが、オーストラリアのように若い人のワーキングホリデーのような仕組みがあれば、長期滞在がしやすくなる。
- ・交流都市を目指すにあたり、本当にオンリーワンは何か、質的な整理が必要。
- ・医療産業はアドバンテージがあるが、コンベンションは弱くなっている。メリハリや優先度をつけ、絞っていかないと神戸市の計画とならない。
- ・神戸は、欧米人が非常に好む都市景観を持つ。例えば、オンリーワンの強みとして、瀬戸内クルーズの母港がある。これはオンリーワン。
- ・外国人が関西を訪れる際の玄関にする。物流でハブアンドスポークの考えがあるが、観光交流にもハブの考え方を採用する。神戸で囲いこむ必要はない。神戸から瀬戸内を観光する。神戸から京都に行くということで良いのではないか。
- ・また、クルーズは、造船業など産業の育成にもつながる。客船にも目を向けておくべき。
- ・神戸からおこったルミナリエ、ジャズストリートは、神戸の下地があってこそこのイベント。
- ・他都市でやっても上手くいかなかった。でも、神戸はすぐにやめようとか縮小しようとしてしまう。継続して強化することが必要。
- ・地元の方が神戸の魅力を発信することが重要で、150 万人も市民がいるのだから、小さな発信でもかなりのことができる。
- ・市は、市内、市民に対して情報発信が下手。市民のなかにも、個人で国際交流をしている人が多い。この人達の力を活用することで、国際交流も促進する。

- ・市民がお金を掛けずに様々なことができることが喜ばれるのではないか。
- ・知の集積においては、まず青少年の教育を充実させ、最先端の技術を担う世代を育てていくことが必要になる。
- ・例えば、PI 2 期の広場で、ピタゴラスの定理を使って木の高さをはかるとかも一案。
- ・〈安・近・短〉は、すべての人が求めている基本で、花鳥園、科学館を含めた共通の入園券などの発行することの決断も必要。企業の施設の一般公開など次世代が科学に興味を持つような過ごし方を企画・提供してはどうか。
- ・経済産業省・文部科学省が、全国の 5 箇所を、クラスターとして認定し、神戸と大阪がバイオメディカルクラスターに認定されている。学術を通じた交流にも注力すべき。
- ・ミシュランのガイドブックに、京都・奈良は 3 つ星で大阪は 2 つ星、神戸は 1 つ星となっていた。
- ・京都の観光を審議する会議の議事録を見てみると、外国人の誘致には、まちなみと温泉と水の 3 つの要素が重要であり、京都には古都のまちなみがあるが、温泉と水がない。どこかと組めばとあった。
- ・一方、神戸には「温泉」と「水」がある。有馬温泉は遠いという印象があるが、都心から 30 分で意外に近い。京都と組むこと、有馬温泉は近いということアピールし、外国人を引き込むべきである。
- ・外国人観光客のプラットフォームというか、受け皿が必要ではないか。欧米で良くある「i (イノベーション)」というマークの付いたものが必要ではないか。
- ・オンリーワンの観光資源、ICT の観光客の視点に立った活用、広域観光、市民との連携、他
- ・産業との連携や波及（新しい観光のありよう）などを審議していただければと思う。

（議題 3：「文化創生都市の推進によるまちづくりやにぎわいの創出」にかかる委員意見等）

- ・文化創生都市プランを作ったが、作成した当時は、観光産業を意識するより、震災によって劣後になりそうな神戸の文化をいかに維持していくかがまず念頭にあったが、作っていく過程で、市民の文化と文化を活かした都市戦略の両輪にしていった。この両輪の構造は、しっかりしていると思うので、次の計画にも活用できると思う。ただ、その後、更に、文化と観光や文化と産業の視点が盛り込まれるべきだと思うので、考えていって欲しい。特に文化は観光の下支えになっているし、ストックだと思う。一方、観光も文化も不易流行で行うべきで、絶えず変化して新しいものを取り入れる部分と変化しないものを関連しながら実施していくべき。また、神戸の市民性を活かすべき。「3 日たてば神戸っこ」とその特長を思うのだが、排他性が京都や大阪と比べてない。良い資質だと思うので、神戸の文化を考える上で取り込んで欲しい。
- ・文化は、ソフトウェアやハードウェアの下にあるヒューマンウェアで成り立っている。
- ・文化のあるべき姿については、抽象的すぎ、観光のあるべき姿との統一感がない。
- ・A 3 のペーパーについては、文化だけ青文字がなく、4 次計画からの違いがないように見える。文化創生都市に伴う取り組みも 4 次の計画から異なったところ。
- ・市街地の文化は意識されているが、西北神の広大な地域の文化について無視すべきではない。
- ・中世から保存・継承されているものがあるはず。お祭り、慣習を細かくリストアップし、どこでどういう行事をしているかデータがあれば活用できると思う。
- ・文化の発信の源として、出版社が少ない。インターネットは確かに大きくなっているが、紙媒体の効果は依然として大きい。私も神戸の某出版社から出版していただいたが、全国版とは言いが

委員追加意見について

●西河委員の意見

資料の中に神戸市の一人あたりの市民所得は、全国、大都市のいずれの平均よりも低い、とあるが、ここは逆説的の発想で、コストを抑えた、すなわち市民がお金をかけずにさまざまなことができるという環境を作り出すことが大事ではないかと思う。

課題となっている〈知の集積〉では、まず青少年の教育を充実させ、最先端の技術を担う将来の世代を育て上げなければならないと考える。

とにかく家族が郊外のショッピングセンターで、貴重な休日を過ごすというパターンから、お父さんお母さんが子供と一緒に科学的な遊びができる、動物と触れ合う、運動球技ができる、また野外活動、天体宇宙に親しむという場を提供することが大事ではないか。現在、花鳥園、しあわせの村、農業公園、総合運動公園、須磨海浜水族園、青少年科学館等あるがまだまだ不足している。たとえばイケアの前の公園では、所狭しと人が集まっているし、そこではテント張ったり、バーベキューをしたりして楽しく過ごしておられる。このような場をもっと作る必要があるし、このようなところに教育施設を作る必要がある。とにかく子供たちに〈科学をする心〉を芽生えさせなくてはいけない。たとえば、野外でピタゴラスの定理を利用して木の高さを測定するとか、空港島の地図を作成するとかできる施設をポーアイに作るも一案。そうすると花鳥園、科学館が結びつき、またバーベキューもできるという有意義な場所が提供できる。このときの基本はできるだけお金がかからないということである。駐車場は無料にすべき。空港の24時間無料、高速艇用の駐車無料のためにどれだけ多くの人が便宜を感じているか。

〈安・近・短〉は、すべての人が求めている基本で花鳥園、科学館も含めた共通の入園券を発行するだけの決断が必要であるだろう。このような機会に発生研究所見学、企業の一般公開等をボランティアで企画されてはどうか。

●村田委員の意見

「めざすべき方向性」として、将来に向けた新しい取り組みとして耳ざわりの良い施策が並べられているが、本来は、資料にも書かれている神戸市を足元を支えている基盤整備の充実こそが重要だと思う。

新しいことはもちろん必要だが、現在ある神戸の資源を本当に十分生かしているのかの検証を行い、今ある本当の神戸の魅力である「神戸らしさ」に磨きをかけることを忘れてはならない。それが実現してはじめて、他の都市にない、文化・観光を含めた集客面での競争力が発揮されるものと思う。

そうした足元の基盤整備ができてこそ、上段に示されているような「グローバル経済とともに発展する神戸の魅力を発信」することが可能となる。

下段に記す項目だけでなく、基盤整備に必要とされる施策は数多いと思うので、それらを追加した上で、今の資源を活かす政策やソフトの充実という観点を、今後の方向性を考える上で、一つの柱として位置づけてほしい。

●加野委員(市民生活部会)の意見

都市の創造性の向上について

人と文化のソフトがあってこそ都市が推進し、魅力ある観光へつながることは言うまでもない。また、神戸人は東京人などに比べ、気さくでよく声をかけ、ボランティアやNPO活動が盛んなので、金銭的な面での協力等に対し、もっと市政が力を入れてよいと思う。そういった活動が文化や街の元気が出て、ひいては観光活動につながると思う。

また、地域の特性を活かしたまちのブランドの創造・発信という所では、六甲、北野、長田だけでなく、須磨や有馬という歴史や文化が古くある日本的なところにもスポットをあててほしい。京都や奈良に興味がある観光客なら、平家物語や秀吉等の歴史も少なからず好きなわけで、その延長線上に須磨や有馬の歴史や文化を発信してもよいと思う。

神戸の魅力発信と集客観光の活性化について

「オンリーワン」の神戸を考える上で私が思ったのは、“港街”であることはもちろんであるが、横浜や長崎でも同じことなので(例えば中華街や横浜の元町など)、さらに“山+港の街・神戸”をワンセットでオンリーワンとして考えるのはどうか。

山と海が隣接しているこの光景は美しく、他の地域にはないものである。

そのため山の存在をもっとプラスし、神戸には山もあるということをもっとアピールすべきだと思う。(〈六甲山〉という言葉は知っていても、それが神戸にあるということ、実際知っている関東より東の人間は意外と少ない。)

また、山の魅力は北野の観光だけでなく、六甲山等を生かした観光客が手軽に楽しめる手作りものや、体験参加型の見るだけでない集客にさらに力を入れると、滞在期間も延びファミリーやカップル層に喜ばれるのではないか。

そして、観光の集客だけに力を入れるのではなく、そのための「受け皿をつくる」という点にとっても同感した。

そういった観光客への心配りや居心地の良さ等は、後にリピータにつながりいずれ住んでみたい街にも通じるように思う。