

日時：平成21年8月27日（木）9:00～11:05

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委員22名

【議事要旨】

- ・ 鶴崎副市長挨拶、加藤部会長挨拶のあと、議事に先立ち事務局より、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いう言葉は対にして出しているが、対になる地域経済を象徴する言葉が欲しい。
- ・ 横文字が多い。ローカルエコノミーより地域経済の方が市民は分かりやすい。また、「ローカルエコノミーを守る」ではなく「つくる」とした方がよい。
- ・ 神戸は外国人好みの地形で自然が豊かなまちである。欧米人が憧れるギリシャ・ソレントのような雰囲気があり、強みとして活用すべき。しかし、三宮の街には統一感がない。
- ・ 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。
- ・ 資料にはSWOT分析のうち弱みが記載されていない。
- ・ 強みの中に、減災に対し意識が強い都市もあると思う。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の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。
- ・ 外国人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。
- ・ 国際都市・医療産業都市、デザイン都市、田園都市など全部の意味を集約し、「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）

- ・ ICTを活用した観光情報の発信が、神戸は弱い。例えば、沖縄、静岡、北海道は、中国や韓国の人気サイトにヒットするように、非常に気を使っている。観光客の情報検索、予約を入れるのもインターネット経由。神戸に来訪する人の気持ちになって情報発信（HPを作成）をすべきである。神戸空港開設時にも提案したが、神戸観光のポータルサイトを空港のページなど良くヒットするページに設けてはどうか。
- ・ 新長田に製作中の鉄人28号、三国志の石造などは他都市から羨まれる観光資源である。
- ・ 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。
- ・ 大型コンベンションセンターを集客の柱にしてはどうか。大規模な学会をしようとしても、横

浜・京都しかない。京都は老朽化している。神戸に学会で来てもらい、新幹線で京都に行くとしても、近畿圏で潤う方が良い。

- 学会を中心としたコンベンションや医療のメディカルツーリズムを集客の柱にし、記載のレベルを上げるべき。
- 医療産業都市構想は、世界でも初めてに近い計画だが、研究分野が進捗し市内への波及はこれからになっている。ビジネスになる分野としてメディカルツーリズムがあるが、シンガポール、タイ、韓国に先を越されてしまった。
- メディカルツーリズムでは、言語、風習、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。中東の産油国を対象に話があった。
- 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、神戸の下地があつてこそそのイベント。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、PI2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は、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。どこかと組みあわせとあった。

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。
- ・ A3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、全国版とはいえない。是非考えていただきたい。
- ・ 高尚な文化も大切なのは分かる。また、B級グルメやサブカルチャーのような文化も大切にすべきだ。長田のそば飯、有名なヘアデザイナー、南女持ち（甲南女子大学から流行したショルダーバックの持ち方）など産業や生活に結びついた文化も重要。芸術だけでなく、子ども目線、大人目線、産業目線の文化もあってよい。
- ・ イギリスに学術研究に行った際、9時にパブの前で待ち合わせをしたが、子どもをベビーシッ

ターに預け、ご夫妻で来られていた。スタイリッシュでカッコいい文化である。ある種の文化は社会インフラとセットでないと育たない。

- 西宮は、芸術文化センターを市民で盛り立てているが、神戸の人は一杯ありすぎて、クール。源氏物語1000年祭りも、須磨・明石の舞台もあるのに、京都でのみ盛り上がっていた。開港140周年祭、ビエンナーレも、市民がクールで、もう少し盛り立ててくれればと思う。
- 先程の神木先生のご意見に答えたい。昭和47年から55年に教育委員会が、神戸市内にある江戸時代からの民俗芸能を調査したことがある。高度成長期の調査であり、廃れたものがあるかもしれないが、稀有で基調な調査である。
- 神戸市は、大阪市の面積の倍もある。様々な地域があり、文化もある。そのなかで、PRしなくても日本中が知っている5つの地名がある。文学と歴史の「須磨」、自然の「六甲山」、生一本の「灘」、最古泉の「有馬」、それと現在では県の名前にもなった「兵庫津」である。これだけ地名度があるということは、経済圏もあった訳で文化もある。開港以来のエキゾチックな文化だけでなく、これらも文化のインフラとして活かすべき。
- 神戸には民俗文化が多国籍で多様なものがあり、南京町の関帝廟、長田のマダンについても、ご存知ない方も多し。忘れられているが、民俗に根付いたものは、観光にも活用できる。
- 港と街や市民が遠い。シドニーなど港町に行くと、通勤に船を使う人がいる。神戸ではそうではない。通勤への船便はペイしないので成り立たないかもしれないが、市民が船を日常に使う風景があつてこそ、港と市民が近く、港町に住んでいる実感がわくのではないか。
- 文化については、参画と協働というが、行政は何ができるか、プラットフォームをつくるのか、場をつくるのか役割の議論も必要。最低限、ファシリテイトする役割をはたしていくべき。
- 経済同友会で、「神戸らしさ」と神戸の市民性について、提言をした。おしゃれで文化的、山と海とがある。神戸の文化やイメージが神戸観光の基にあるのなら、文化を高めることが観光などにつながる。
- 市民の生活文化的なものを高めることが重要で、神戸では喫茶店がどこもおしゃれであるというような、ソフトのインフラに腐心していただいたら良いと思う。
- オンリーワンの神戸をどのようにつくるかについて、デザインの視点を取り入れて欲しい。デザインで心をつかむようにして欲しい。
- また、三宮、新神戸、港など点としては質が高いが、つなぐ部分にデザインを取り入れてはどうか。例えば、スペイン出身のサンティアゴ・カラトラバの橋のデザインは非常に繊細で先端的である。デザインを可視的に見せることは効果があると思う。
- 市民あつてこそその文化や観光であると思った。受け入れる神戸の心の広さを踏まえた記述にして欲しい。また、洋風的なものだけでなく、須磨、有馬など日本的な歴史もあることを踏まえたものにしてはと思った。
- 神戸の文化はライフスタイルそのものにリンクしている。
- また、文化における行政の役割は何であるか、議論の整理をしていきたい。
-

以上