

卒業論文

情緒豊かな街神戸

2016年1月20日

島田智明研究室

1142809B

高岡真樹

目次

第1章 はじめに・・・1

第2章 神戸市の概要・・・1

 1. 都市経営・・・1

 2. 観光分析・・・6

 3. 神戸の歴史・・・7

第3章 観光都市・・・8

 1. 日本の観光業・・・8

 2. 観光地改革成功例・・・9

 2-1 三重県鳥羽市・・・9

 2-2 豊田市足助町・・・10

第4章 問題提起・・・11

 1. 北野地区の外観及び風土規制法設置について・・・11

 1-1 神戸市の都市計画・・・14

 2. 条例の設置および防災対策・・・13

 2-1 防災対策・・・13

 2-2 景観保護・・・14

 2-3 風営規制・・・15

 3. 商業の活性化・・・16

 3-1 神戸の個人商店の始まり・・・16

 3-2 神戸市の取り組み・・・17

 3-3 宿泊客の取り込み・・・18

第5章 考察・・・21

謝辞

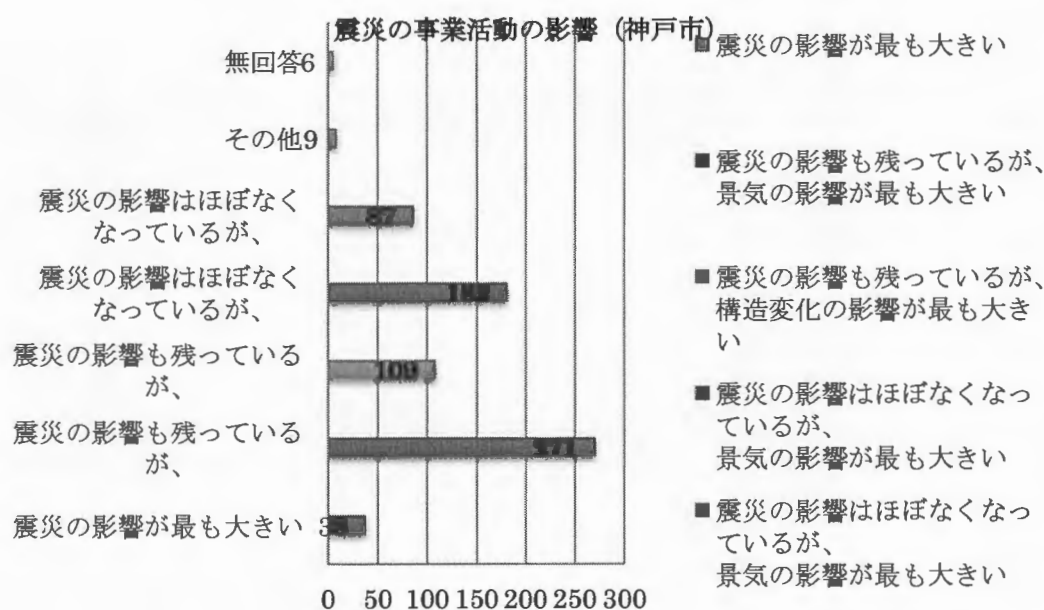
参考文献

第1章

はじめに

神戸は人口152万人の海と山に囲まれる緑豊かな観光都市である。私は神戸市に23年間住み、震災も経験した。大災害から20年あまり、2004年には人口が震災前を上回り、町並みもすっかり整備され神戸は復興したように思える。だが私はそれを表面的なものだと考えている。福祉関係費の増大、若手労働力の流失、財政悪化など問題は年々増えている。これらの問題の背景には少子高齢化社会の到来があり、改善には多大な時間を要すると考えられる。そこで、神戸の資源を最大限に活用でき、且つ、財源を確保できるような案として観光業の活性化に着目した。私は大好きな神戸をなんとかもう一度元気になってほしいという思いから神戸市の観光の研究を行うことにした。

本論では、神戸市の都市経営のあり方、歴史などから現状を分析し、問題提起を行う。さらに、他都市の観光改革の成功例を挙げながら神戸市の取り入れていくべき点を具体的に議論し、その結果を結論とする。



出所) 財団法人阪神・淡路産業復興推進機構

「阪神・淡路における産業復興の実態に関するアンケート」(平成16年6月調査)

第2章

1. 都市経営

震災前の神戸市は「株式会社神戸市役所」と比喻されるように宮崎市長のもとで様々な政策がとられた。高度経済成長の時期とも重なり、神戸市は「最小の経費で最大の効果」を生み出すことに成功した。成功例として1つの例を挙げ

たいと思う。交易の増加により外国艦船の入港が頻繁になり、港湾整備が問題になった。さらに、都市に人口集中が集中し都市化が始まったことで都市周辺の乱開発を招いた。この二つの問題を一気に解決すべく、山を切り出し海を埋め立て、その跡地にニュータウンを建設する「一石二鳥」方式をとった。しかも、その事業の主体を行政が担うという「公共デベロッパー」方式を生み出したのである。そして、その埋立地の売却は時価方式を採用し、その利益を基金として積み立て不況に備え、不況には財政支出を増大し財政政策を展開してきた。それだけではなく、開発による利益を市民の福祉やニーズにこたえるために使い、還元していった。法人収入の少ない神戸は都市経営によって努力を重ね、児童手当や老人医療の無料化を国に先駆け実施することが出来た。さらに、他の自治体が困難を極める事業を次々と成し遂げてきた。

参考：神戸市の都市経営についての10か条（安好氏）

- 1 都市経営の理念が明確であること
- 2 都市経営の基本は、都市政策であること
- 3 土地政策をもつこと
- 4 産業雇用対策を考えること
- 5 総合施策を合理的に推進すること
- 6 資金計画を誤らないこと
- 7 外郭団体や民間活力を活用すること
- 8 公共団体の利点を活用すること
- 9 市民の協力を得ること
- 10 「事業は人なり」

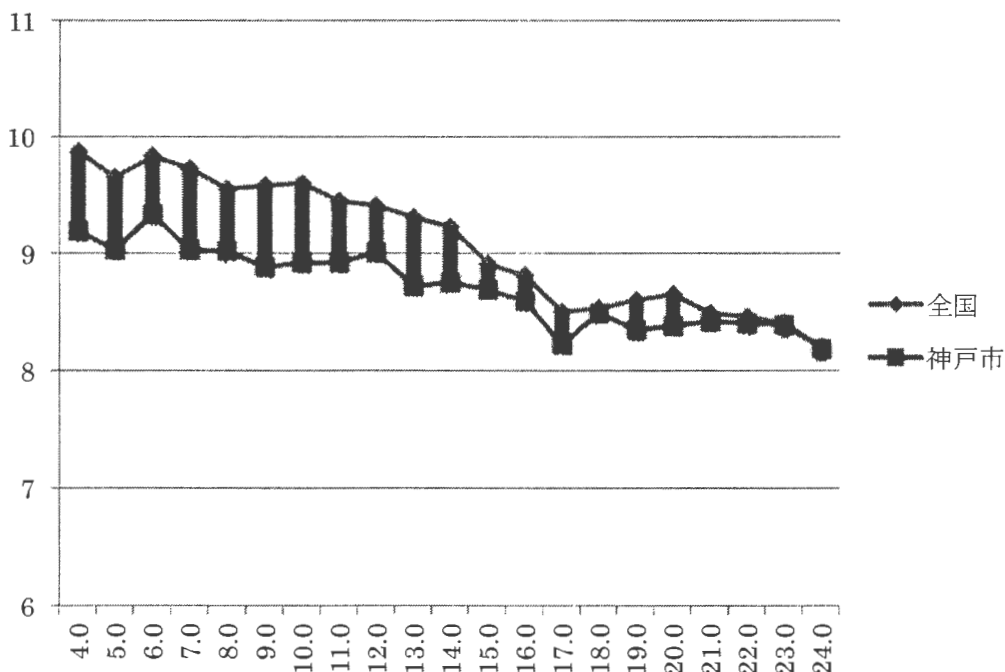
震災後、神戸市は八割経済と言われるようになった。この8割経済という言葉は港湾貨物のもとより小売店や飲食店、あるいは復興が遅れる地場産業などの業績が、いずれも震災前の八割程度までは回復したものの、その先が続かないという現状を皮肉ったものだ。当時の主な課題は高齢化による福祉関係費の増大、若手労働力の流失、財政悪化などである。現在もこれらの問題は解決されていない。

高齢化問題については下記のグラフ A-1 より福祉関係費は年々増大し、A-2 より少子化も進行しており、財政を逼迫していることは明白である。また、若手労働力の流出は A-3、A-4 より神戸市の企業数の減少および従業員数の減少より読み取ることができる。また、平成18年度の神戸市の独自調査によると民営が71,469事業所(事業所全体の98.2%)、国・地方公共団体1,319事業所(同1.8%)となっている。民営のうち、個人経営が33,996事業所(同46.7%)、法人が36,950事業所(同50.8%)であった。震災前と比較すると民営のうち、個人経営が半数以上の48,804事業所(同56.9%)、法人が35,118事業所(41.0%)であった。神戸の魅力の一つである小売店や飲食店などが衰退していつていることが分かる。しかし、悪いことばかりではない。震災以後の財政状況は回復傾向にあることが市債残高の減少やプライ

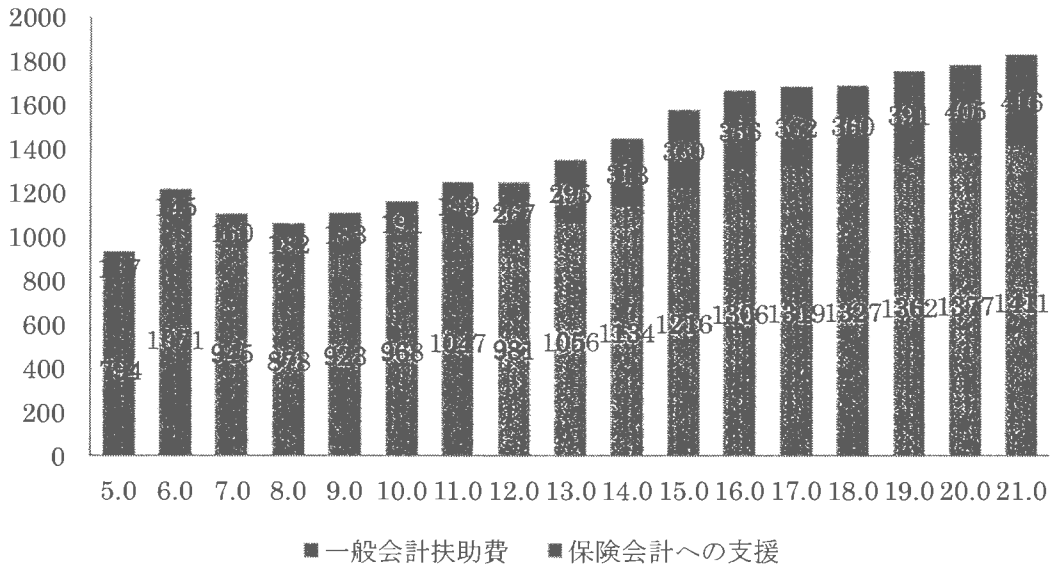
マリーバランスの黒字化から読み取れる。主な実績は民間活力の導入、大学・公営企業の経営改革、事業・施設の見直し・休廃止さらに行政のスリム化（平成8年から18年までに約5200人の職員の純減に成功）である。また、プライマリーバランスとは、財政の健全性を表す指標。プライマリーバランスが黒字とは市債の償還額が新規発行額を上回っている状態で、市債の残高が減少していることを意味している。

ここまでは震災前から震災後、現在までの神戸市の歴史や問題点について数値や実績を挙げながら言及してきた。ここからは先ほどの問題点を踏まえながら私が観光業に着目した理由を述べていく。まず、少子高齢化の歯止めを止めることは今後努力していかなければならないことであるが、財源があれば施設の拡充や補助金支給によりある程度改善することができるだろう。しかし、その財源が増加市内にも関わらず、福祉関係費が増える為に赤字の増大を生んでしまう。（平成27年度累積収支不足額 611億円）軽減させることに焦点を当てるよりも増収を増やすことに焦点を当てるべきだと思う。そこで伸び幅があると思われるのが観光業である。若手労働力の流出も問題になっていたが、彼らを引き留めるというよりは企業数を増やして神戸市に労働人口の出入りを増やす必要がある。だが、企業といっても法人を誘致してくるのではなく、震災以後数を減らしていた個人経営の小売店や飲食店を増やし観光産業をより盛り上げようと考えている。

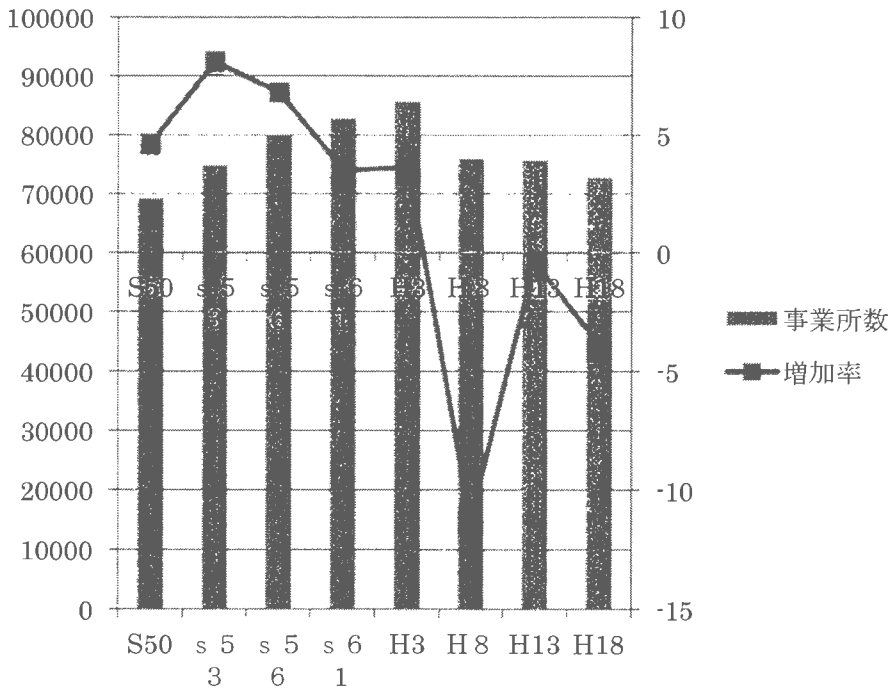
A-1



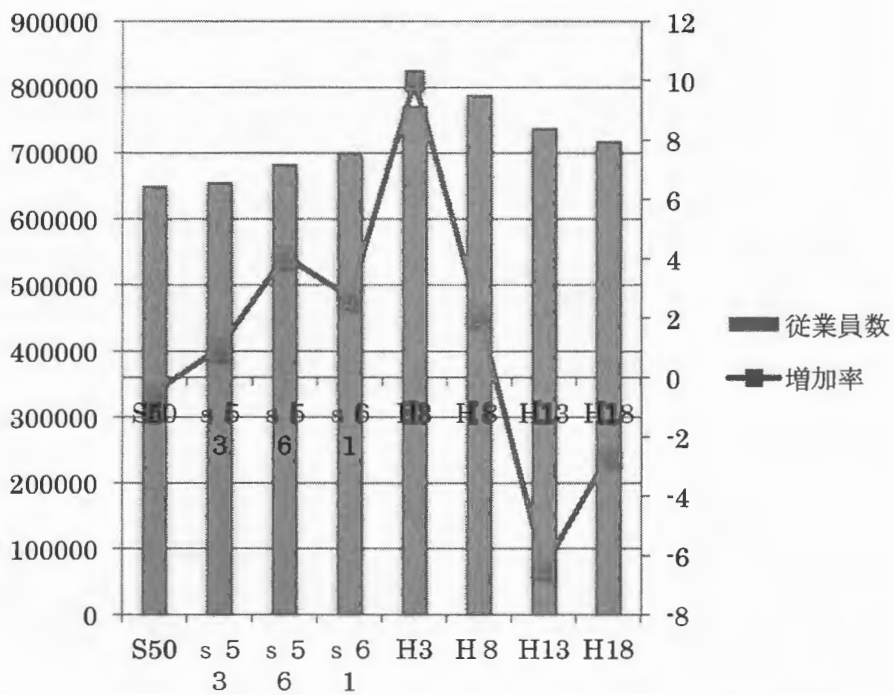
A-2



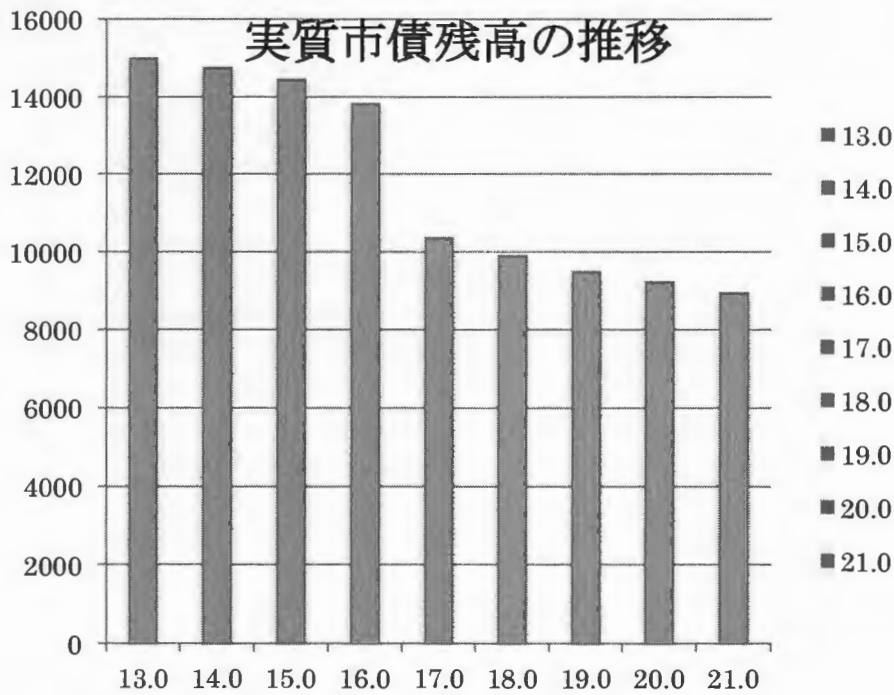
A-3



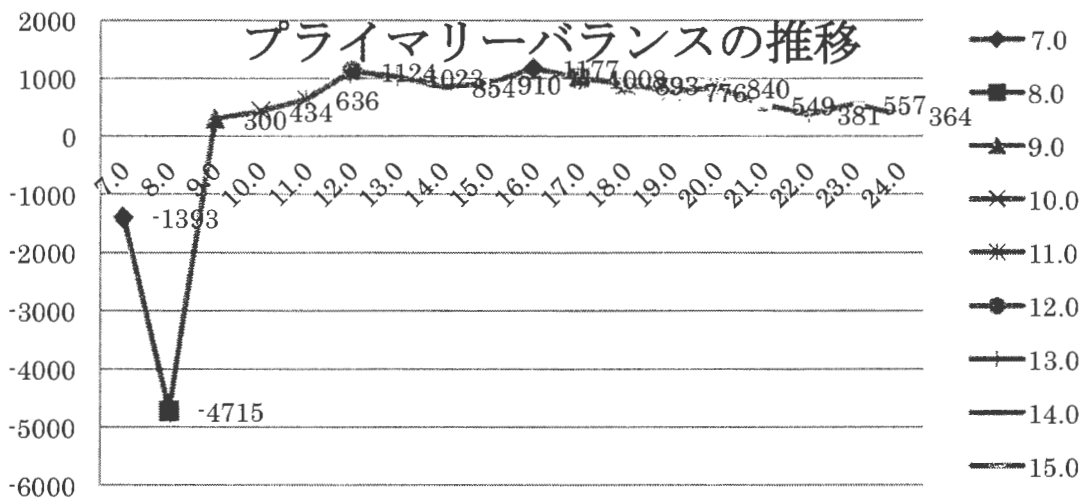
A-4



A-5



A-6



2. 観光分析

平成 24 年度、神戸市の観光客数は 3200 万人を突破した。また、「24 年度 神戸市観光動向調査について」を参照すると神戸に来た観光客のうち 67%が 5 回以上来たことがあり、「また来たい」と回答した人が全体の 78.6%に上ることが分かった。また、満足度調査の結果では「満足」が 53.9%、「やや満足」が 41.3%というようになりかなり良い結果であると言える。しかしながら、全体で「宿泊なし」は 73.2%と、日帰り客が大半であり、一番収益の高い夜型の観光があまり発達していないことが分かる。そのため、観光客数が増えても経済波及効果が少ない。非効率的であり、観光消費額や付加価値誘発額に回る仕組みを作る必要がある。神戸の強みが生かせ、活性化の余地もあるため観光業を選んだ。

観光産業と言っても神戸にはたくさんの観光地がある。その中でどこにしようかと思案している時、神戸市が平成 14 年に実施した神戸のイメージ調査を発見した。調査によると「港」が 30.2%と最も高く、次いで「異国情緒」28.7%、「お洒落なファッション」15.6%、「六甲の山と緑」11.9%、「グルメ」5.9%であった。また、神戸の都市像については、総合では「観光都市」が 39.3%と最も高く、次いで「国際港湾都市」29.5%、「ファッション都市」20.5%の順であった。神戸ブランドとして最も認知されているのは、総合では「洋菓子」35.6%で、神戸を代表する観光地として連想するものについては、総合では「北野異人館街」が 21.1%でトップであった。この結果から、「異国情緒」あふれる「北野異人館」に焦点を当てることにした。また、「北野」の観光が伸びる可能性を裏付ける資料として 2 つほどあげたい。まず、宿泊客のうち「有馬」について「北野」に宿泊する割合が高いことである。しかし、神戸に宿泊する割合がもともと低いため、伸ばせる余地はあると思う。また、夜型観光を推進すべきであるのに夜の北野はいささかさびしさがある。これはまた後程詳しく述べる。次に、北野は「訪問が初めて」という人の割合が最も高いことである。これは、新規顧客を獲得しやすいという利点がある。が一方で、来神回数を 5 回以上と回答した割合が 44.6%と、他の神戸の観光地に比べダントツ

で低かった。つまり、何度も来たいと思わせられていないことになる。何度も訪れたいと思わせる“何か”が必要である。

北野の活性化の定義を決めておこうと思う。「観光客が北野に1日中いても飽きないようにする。また、観光客だけでなく地域住民も安心安全に過ごせるものとなるようにする。」ということにする。この定義の達成のために4つのことを軸とする。

3. 神戸の歴史

神戸を語るうえで、決して抜かしてはならないのが開港の歴史である。神戸の原点を振り返りながら居留地から北野へ広がる“神戸らしさ”について論じ、これからの展望を述べていきたいと思う。

1853年7月8日、ペリーが来航し、翌年の1854年「日米和親条約」を締結した。続いて、イギリス、ロシア、オランダとも同様の条約を結び、下田と函館を開港した。アメリカ総領事館のハリスは「函館、大坂、長崎、平戸、京都、江戸、品川、本州西海岸の2港、九州炭鉱付近の1港」の開港を予定していた。しかし、幕府は、京都と大坂は天皇の皇居に近いため開港を拒否した。そこで、代替候補として出されたのが兵庫だった。また、当時の日本は「治外法権」に関する知識がなかったため「領事裁判権」をすんなりと認め、アメリカとの条約締結に続きオランダ、ロシア、イギリス、フランスとほぼ同様の条約を結んだ。

1859年6月2日横浜は開港された。外国貿易が開始されたが、日本側には何の利益ももたらさず物価が高騰し、一般大衆の開港・開市に反対する動きが日増しに強くなっていった。そのため、幕府は、兵庫の開港と江戸、大坂の開市の5年間の延期を申し入れた。（延期の本当の理由は朝廷が条約の勅許を許さなかったからである。）イギリスはこれに応じる代わりに貿易に関する各種制限の撤廃と外国人による日本の職人・労働者の雇用への官憲の交渉撤廃を求めた。この条約が「ロンドン覚書」である。

1868年1月1日、神戸は開港した。神戸村の海岸沿いには広大な畑地と砂浜が広がっており、水深が深く、港建設の適地であると判断され、兵庫に代わり、神戸が開かれることになった。開港式に間に合わせるために突貫工事で作ったため、完成したのは運上所と倉庫が3棟、波止場3か所だけであった。運上所の建物は「ビードロの家」と呼ばれており、和洋折衷の2階建ての窓には当時めずらしかったガラスが使われていた。また、開港の様子は『入り江ロンドンニュース』や『ヒョウゴ・アンド・オサカ・ヘラルド』などで報道された。

開港時、居留地の建設は幕府崩壊により一時中断していたため、まだ工事中であり、外国人は住むところになった。伊藤知事は居留地以外の外国人の居住を求め、明治政府は東は生田川、西は宇治川の範囲を限って日本人との雑居を認め、居留地から山手に延びる南北道の整備を行った。

これが異人館誕生までの歴史である。ほとんどの異人館は「コロニアルスタイル」

という様式で建築された。ベランダ、下見板張りペンキ塗りの外壁、ベイウィンドウ、よろい戸、赤レンガ化粧積み煙突などが特徴となっている。

1939年の第二次世界大戦が勃発。さらに太平洋戦争への突入は神戸に永く住んでいた在留外国人の強制国外退去を招いた。北野地区の外国人との共生環境は大きく損なわれ、歴史的遺産や異人館も多くを失った。

戦後、高度経済成長期には開発によりビルやマンションの建設で異人館の破壊は進んだ。

75年頃より女性向け雑誌が相次いで神戸異人館の特集を組み、さらに77年放送のNHK連続テレビ小説『風見鶏の館』で取り上げられたことにより人気が沸騰し、異人館の存在は広く知られるようになり、閑静な有宅地であった北野町界隈は一躍観光地といて有名になった。

1970年代以降、異人館の保存・活用が本格化し始めた。住民や商業者が界隈の道に北野坂・ハンター坂・不動坂・北野通りなどの名が付けられた。これを機にして、街路整備から異人館や景観の保全活動へと進んでいき、市が風見鶏の館や萌黄(もえぎ)の館を借り上げて公開したことをはじめ、80年(昭和55年)には文化財保護法による伝統的建造物群保存地区の指定を受け、保存・修理に取り組むようになった。さらには遊歩道の整備、シティループの運行など、建物だけでなく、街全体の観光地化が進んでいった。(北野異人館HPより)

このようにして現在の異人館の姿が出来上がったのである。異人館をはじめする異国情緒あふれる街並みは国際色豊かでモダニズムに富む独自の文化を象徴づけている。また、今日までに発達してきた国際都市としての神戸はビジネスチャンスを求めてやってきた貿易商たちがもたらした新しいライフスタイルや文化を受け入れ、必死に追いつき国際人であろうとした当時の日本人が作り上げたものだと言える。

第3章

1. 日本の観光

観光の定義

「観光」という言葉は、中国の古典の『易経(周易)』の中の観卦の爻辞の一つ「六四 観国之光 利用賓于王(国の光を観る もって王に賓たるに利し[よろし])」の「観国之光」によるとされている。意味としては「例えば国王が広く人材を集め、国の光、国の名誉ともなるべき賢人や秀才を探し出し、招待して親しくこれに会い、客としてもてなすといった場合に、その招待される人となるような、吉運に出会うだろう」である。(北川 2008)つまり、国の光である賢人や秀才に出会うという意味から「観光」という言葉が誕生した。のちに、「国の盛徳光輝を観見する」つまり、一国の優れた風物や文物を観るという意味を汲み取り「視察、示す」の意味を含むようになり、「国の光を他国に示す」という意味が加わった。また、明治以降「tourism」が欧米から伝播すると、観光をこの訳として使うようになった。

政府は日本の観光政策として平成18年12月13日、観光立国推進基本法が制定された。基本的施策を1、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成2、観光産業の国際競争力の強化及び観光の更新に寄与する人材の育成3、国際観光の振興4、観光旅行の促進の為の環境整備と掲げ、国は2012年3月30日に観光立国推進基本計画を閣議決定した。

観光立国実現の為に7つの目標を掲げている。

国内における旅行消費額を平成28年までに30兆円にする。【平成21年実績：25.5兆円】訪日外国人旅行者数を平成32年初めまでに2,500万人とすることを念頭に、平成28年までに1,800万人にする。【平成22年実績：861万人、平成23年推計：622万人】③訪日外国人旅行者の満足度を平成28年までに、訪日外国人消費動向調査で、「大変満足」と回答する割合を45%、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%とすることを目指す。【平成23年実績：「大変満足」の回答割合43.6%、「必ず再訪したい」の回答割合：58.4%】④国際会議の開催件数を我が国における国際会議の開催件数を平成28年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。【平成22年実績：国際会議の開催件数741件】⑤日本人の海外旅行者数を平成28年までに2,000万人にする。【平成22年実績：1,664万人、平成23年推計：1,699万人】⑥日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数を平成28年までに年間2.5泊とする。【平成22年実績：2.12泊】観光地域の旅行者の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合及び再来訪意向について「大変そう思う」と回答する割合を平成28年までにいずれも25%程度にする。【実績値無し】（観光庁ホームページより）

平成20年10月に観光庁が発足し、本格的に日本は観光立国としての道を進もうとしている。その実現の為に、官民学問わず、国と地方、教育機関等の連携が必要になるだろう。実際に官民連携の議会が発足した例が「埼玉県アニメの聖地化プロジェクト会議」である。会議の委員には、アニメ観光に詳しい北海道大学観光学高等研究センターの山村高淑教授や、アニメファンが作品の登場場所を訪れる「聖地巡礼」を仕掛けてきたプロデューサーの柿崎俊道氏が参加。「らき☆すた」で「聖地巡礼」を定着させた久喜市商工会鷲宮支所も議論に加わる。（2014年4月24日 日経新聞電子版より）

2. 観光地改革成功例

2-1 三重県鳥羽市

-既存観光地におけるイノベーション-

地域ならではの魅力を再発見し新たな視点で捉え直すことは地域住民の自信や自己発信の意欲につながる。三重県鳥羽市は「食」に着目し新たな魅力発見を行うことにした。発見された価値は、外から見ると鳥羽市としてのおおまかなイメージしかないが、地区ごとに全く異なる環境と文化があること、地元の人々が日常的に食べているものにこそ大きな魅力があるということである。また、「食」というと「食べ

ること」と思いがちだが、島中にじゃこが干されている風景を「見る」海女さんの話を「聞く」、たこに「触る」など、暮らしや人に触れることが地域ならではの魅力を観光客に伝える最も良い方法である。具体案として「ぐるとば」が提案された。（「ぐるとば」とは体験型のツアーイベントである。）グルメと鳥羽をぐるぐる巡るという意味から発案され、コンセプトは「あなたの知らない鳥羽を味わう」であり、鳥羽を何度も訪れてくれるリピーターをターゲットとしている。ねらいとしては鳥羽市のファンを増やすこと、また問題となっている漁業者の後継者不足や地域内の連携不足、価値あるものの安売りを打開し、活気ある地域づくりを行うことである。こういったビジョンを根気よく住民に伝えるには時間がかかったが、地区間同士で何度も話し合いが行われ、徐々に浸透した。ぐるとばのメニューの選定、ツアーの巡る順番や時間など議論が重ねられ、2012年春に実施した「ぐるとば」は75.0%が「大満足」、25.0%が「満足」と回答するなど、成果を題している。さらに、地域住民の自主的な動きも盛んになり、地域全体が活性化されている。

鳥羽市の成功には三つの側面がある。一つは市全体でビジョンの共有ができたこと二つ目は地域のやる気を引き出す仕組みを作ったこと三つ目は地域の人と物の流れを考えてツアーを作ったことである。

鳥羽市の例は神戸市にも習うべき点が多い。地域が一体になって行ったからこそ、鳥羽市のイベントは成功した。神戸市は北野異人館街、南京町、三宮・元町、旧外国人居留地、メリケンパーク・港、ハーバーランド、六甲・摩耶、有馬温泉とそれぞれ分かれており、連携がとれているようには思えない。神戸市の公式観光サイトの定番観光コースもそれぞれ地域ごとに分かれたものとなっている。地域ごとに連携し合い、宿泊客、リピーターの獲得を行うことが重要である。

2-2 豊田市足利町

—何度も訪れてもらえる町づくり—

何度も訪れてもらえるようなまちづくりおよび観光地づくりは絶えず新しい視点から観光的な価値を探っていくことである。例えば豊田市足助町では1927年飯森山を杉楓の山から楓桜の山へ変える森林公園の整備が行われた。観光地の始まりであった。1970年代から中馬海道に残る古い街並みを保存する動きが始まった。地方都市としては異例に早い時期に街並み保存の重要性に気づいたのである。住民も生活文化の価値に気づきはじめた。1980年には野外博物館・民族資料館として「三州足助屋敷」が開館する山村の生活文化に着目し、昔の農家建築を再現し、その中で、炭火焼、機織、紙漉き、桶作りなどの手仕事を受動保存した画期的な施設だった。1990年代は福祉施設と観光施設を融合させた「百年草」の建設である。百年草はデイサービスやリハビリなどの福祉サービスを行う施設であると同時に、お年寄りに元気なうちは働く場所を提供し、さらにホテルやレストランも併せ持った特徴のある施設である。高齢化により福祉行政が財政を圧迫しているが、百年草のような施設で独立採算を目指している。また、交流の場としても機能してお

り全国的に有名になった。さらに、一年を通して様々なイベントが行われ、地域に定着している。新たなイベントや施設づくりが続くことは観光地を飽きさせない手段の一つである。また、年に一度あるいは特定期間だけのイベントも長続きすることで地域の知名度を上げるのに貢献する。

足助町の成功は二つの側面からできている。一つは外部の支援者や観光客との交流という側面ともう一つは町内のまちづくり組織が交流によってネットワークができ、活動が活発化していることにある。二つの側面を作ったのは地域住民が自主的に町づくりに参加していることや地域のリーダーが一貫性を持って町づくりに携わってきたことである。

神戸市と足助町には似通ったところが多く見受けられる。高齢化問題で苦しめられている点、国定の文化遺産があり早くから保護の姿勢がとられていた点北野工房と百年草さらに、一人のリーダーが一貫性を持って政策を進めた点である。異なっている点は住民が一体となって町づくりに参加していないことや外部からの観光客との自然な交流の場が少ないことである。また、継続的なイベントもやや少ないように感じる。足助町を見習うに当たって住民と観光客が交流できる場を増やしていくことが重要である。

第4章 問題提起

観光立国基本法をもとに神戸市の北野地域に3つの問題提起を行いたい。①北野地区の外観及び風土規制法設置について②条例の設置および防災対策③商業の活性化①と②に関しては、国際競争力の高い魅力ある観光地の形成の観点から、③は国際観光の振興の観点から提起している。

1. 北野地区の外観及び風土規制法設置について

私が神戸の町並みや外観に着目したのは自身の経験および友人達の意見からである。三宮に来たことがある人なら経験したことがあるだろうが夜に北野坂周辺を歩いていると多くのキャッチセールスに話しかけられる。彼らに行く手を阻まれ不愉快な思いをしたりまたは恐怖を感じたりしたことはないだろうか。私は自分が観光客だったらと考えたときに、観光地でそんな思いをしたら「また行きたい」と思う気持ちは軽減してしまう。また、友人達と会話している時、北野異人館に行ったことがない友人になぜいけないのかと尋ねると彼は行くまでの雰囲気がないから行く気になれないと答えた。私はその時まで異人館をいかに盛り上げるかということをおもっていたが、行くまでの道中もかなり重要なのだと気付いた。例えば、京都を考えたときに町全体が日本の古来の文化に思いをはせられるように整備されておりお寺に行くまでも楽しむことができる。しかし、北野坂を考えてみると異人館に行くまでかなりの距離があるが、その道中で異国情緒あふれた雰囲気を楽しみながら登れるかということそうではないような気がする。加納町3丁目にある大きな道路から上は神戸らしさがあるおしゃれな雰囲気があるが、下は風俗店や神戸雰囲気に合わない外観の建物が立ち並んでいる。昼間は開いているお店がそれほどないため

活気もあまり感じられない。以上が、周りの友人に聞いたり私が実際に北野を訪れたりして感じた問題点である。次の章からは神戸の現状をふまえながら具体的にどのように北野を改革してゆくかについて述べていきたいと思う。



1-1 神戸市の都市計画の現状

2013年の神戸市市長選の争点は神戸市の「新たな都市像」であったように今、改革が迫られている。基本方針として神戸には「新・神戸市基本構想」というのがあり、その構想をふまえながら現状や問題点を読み解いていこうと思う。

神戸の都市構造の問題点は「神戸市都市計画マスタープラン 第2章」を参考にすると、高層マンションの立地が進み歩行者の回遊性が低くなっていることや陸海空の交通基盤が整いつつある一方で幹線道路のネットワークが開通していないところがあるために人や物の流れがスムーズではないこと、さらに、既成市街地において道路が狭く木造建築が多いことから防災面や生活面で課題を抱えていたり、生活基盤上の問題を抱えていたりすることが挙げられていた。また、高層マンションの立地や街並みに不調和な屋外看板などにより眺望景観が損なわれていることも書かれてあった。

現状の解決のために神戸市は2025年に向けた神戸都市づくりの基本理念を「世界とふれあう市民創造都市」と掲げ、この基本理念の実現にあたっては、①「ともに築く人間尊重のまち」、②「福祉の心が通う生活充実のまち」、③「魅力が息づく快適環境のまち」、④「国際性にあふれる文化交流のまち」、⑤「次代を支える経済躍動のまち」の5つの都市像を掲げ、相互の連携を図りつつ、総合的にまちづくりを進めていくと方針づけている。

①では、市民一人ひとりが希望と生きがいを持ち、ふれあいとやさしさに満ちた、真に豊かな暮らしを実現するために国内外の都市と多彩な協力を進め、地球市民の

自覚を持ちつつ共生社会の実現にあたること。そして、市民・事業者・市がそれぞれの役割を自覚し、協働して行くことが必要であるということ述べられていた。また②では、幸せな市民生活を送るために社会経済を見直ししていくことや生活の質を高める価値観や住居環境を創造していくことが述べられていた。③では、自然環境や都市環境の保全・改善、さらには新たな環境を創造し、自然や歴史的な環境と調和した均衡ある都市空間を形成していくことが必要であると書かれていた。④では、人や情報の交流の中で、豊かな心と個性をもつ人を育てることにより、都市の基盤である文化を高め、生涯を通じてゆとりある暮らしを楽しめるまちをつくることを目指すと書かれていた。⑤では、海・空・陸の“みなと”はひとつになり、人・物・情報の交流はますます活発になっていくため、人々の活動がより個性と創造性に満ち溢れる。このような都市活動の成果が、文化性豊かで安定した市民の暮らしに結びつくよう、環境に配慮しながら、都市を支える経済や交通の機能が充実した創造的で躍動的なまちをつくらなければならないと書かれていた。

「マスタープラン」や「新・神戸都市構想」そして自らの経験を参考に導入すべきだと感じた制度は客引き禁止条例、景観保護条例、風営禁止条例である。さらに、実施すべき政策として提案したいのは、北野地区の商業活性化や防災対策、異人館の夜間の観光業の促進である。

2. 条例の設置および防災対策

根拠となるのは「神戸市都市計画マスタープラン 第2章」にかかれてある問題点および、私の不快な経験である。さらに、神戸市の目標としている「魅力が息づく快適環境」にも依拠している。

2-1 防災対策

「魅力が息づく快適空間」の序文で「自然環境や都市環境の保全・改善、さらには新たな環境を創造し、自然や歴史的な環境と調和した均衡ある都市空間を形成していく。」とある。「都市環境の保全・改善」「歴史的な環境と調和した均衡ある快適空間」に焦点を当てる。北野周辺は繁華街でたくさんの商店が建ち並び、にぎわいを見せているように思うがその大きな通りから一本横にそれるとたくさんの民家が建ち並ぶ住宅地になっている。木造の一軒家が少なくなってはきているものの、未だ少なからずはあり、狭い道路に面して立ち並ぶ民家も多々あるため、災害時の避難がこんなになる可能性もある。さらに、高齢化問題も深刻で災害時に要援護者となる可能性があり配慮が必要である。また、空き家が多く、商業施設や観光施設は夜間無人になるため火災発生時は発見が遅れる可能性も示唆される。最後に、地理等に詳しくない観光客や外国人観光客の来訪が増加しているため、火災時の避難誘導等については特に配慮が必要である。また、異人館などの歴史的建造物は建築基準法施行前から存在し、これらの規定に適合しないものが多い。これらの点から観光客が安心して訪れにくいと思われる。異国情緒あふれる雰囲気壊さずに防災を強化していくためには地元民のコミュニケーションがかなり必要となってくる。東

日本大震災で私たちは人と人との絆について身にしみて感じたはずである。また、日頃からの防災訓練がかかせないことも。飲食店が多いということはそれだけ出火の確率が上がるということや曲がりくねった地形のため災害マップを頭に入れる必要がある。また、観光客にはガイドマップとともに各国用の災害マップを配りきちんと北野地区の災害について事前に頭に入れてもらうことが大切である。観光業が盛んな京都市で考案された「ターミナル対策協議会」「観光地対策協議会」「事前書対策協議会」は正しい情報を伝える、安全な場所に留まらせる、帰宅の見通しが、たつまでむやみに移動させない、ターミナルに人を集中させない、帰宅困難者の食糧、防寒具等支援の充実を図るなどが方針として掲げている。3つの協議会がそれぞれに連携してこれらの方針を達成していくそう。阪神淡路大震災を乗り越えた神戸だからこそ、防災対策によりいっそう力を入れ、安心安全な神戸をアピールして観光客を取り込んでいくべきだと思う。

神戸の特徴として先ほどのデータでわかるように「異国情緒」あふれた風景が魅力の一つである。しかしながら、その趣きは地元民からしてもあまり感じられ所は少ない。全体的に何となく見渡すと「洋風な感じだな」とは思うが何となく中途半端なように思える。それにかわり、同じ近畿野お隣の県、京都府では日本古来の雰囲気はどこかタイムスリップでもさせてくれたように感じるほどすばらしい。この違いはいったいなんなのか。京都と比較しながら見ていくことにする。

2-2 景観保護

京都に景観に関する条例がはじめて設置されたのは大正8年である。当時制定された風致地区と美観地区は大きくかわらないまま現在に至っている。さらに高度地区なども制定され京都の景観を維持するのに役立っている。1960年代の高度経済成長期には開発事業が全国各地で進行する中で、京都の景観も大きく変わっていくこととなった。景観破壊ととらえ、保護を訴えた市民が各地で運動を行い、古都保存法ができた。しかしこれらの法制度はごく限られた地域にしか適応されない不十分さがあった。この状態が打破されるきっかけとなったのが2003年の「美しい国づくり委員会」の発足である。「美しい国づくり政策大綱」を発表し2004年には「景観に関する基本法制」として景観法が制定された。こうして、各地方自治体で自主条例として発展してきた景観条例が景観法という国の法律として良好な景観を保全・整備する対象になった。法律制定にあっては賛否両論あったろうが、現在の京都の観光が現在までに至ったのはこれらの法制度や条例のおかげであるといえる。

京都市と神戸市を比較した場合、神戸市にも景観条例はあるものの適用地域が一部に限られていることや景観重要建造物が少ないことが主な違いといえる。神戸市は六甲山系の景観保護や伊丹や北野異人館の文化遺産の保護はしているものの、観光時より重要視される町並みの調和にあまり力を入れていないように感じる。先に述べた北野坂の不調和な建造物の色や形の問題であるが、異人館を訪れるのに徒歩で行く観光客が多い中、神戸らしさのかけらもない建物があれだけ多く存在すれば

雰囲気は丸つぶれである。京都市のように都心部にも条例の範囲を拡大すべきである。三宮は条例から除外してあるが、異人館という文化遺産がある北野坂だけでも条例を適応すべきである。国の指定している景観条例によると景観形成基準の基本事項は、建築物又は工作物の形態又は色彩その他の意匠の制限、建築物又は工作物の高さの最高限度又は最低限度、壁面の位置の制限又は建築物の敷地面積の最低限度、その他の法第16条第1項の届け出を要する行為ごとの良好な景観のための制限の4つがあり、この中から必要なものを選択し、地域を区分し定めることが可能だと書かれてあった。これに則り、三宮の北野地区のみにしぼって「建築物又は工作物の形態又は色彩その他の意匠の制限」をかけることを提案したい。また、北野異人館に訪れた際、館の方のお話を伺うと「北野異人館を訪れる大半が北野坂をあがってやってくる。」ということが分かった。タクシーでなく歩いて散策しながら訪れる人を増やせば北野の魅力もより伝わり、周りの商店も活気づいてくるのではないか。また、実際に歩くとさまざまなところに坂や通路があるため冒険心のようなものを掻き立てられた。しかしながらその通路沿いの住宅が空き家であったり、空き地であったりするため雰囲気が阻害されてしまった。そういった空いた土地を利用することで雰囲気づくりにつなげていくべきだ。さらに、北野坂の街灯は加納通りのあたりからヨーロッパ風に仕立ててあるが、ところどころ電燈が切れておりやや手抜きが見られる。こういった細かいところも徹底していくことで町全体の活気を取り戻すことが大切なことだ。

2-3 風営規制

また、最近では県警が社交飲食店の無許可営業や性風俗店などの客引き行為、禁止地域営業など風営法違反事件の摘発に力を入れている。風俗営業は青少年に悪影響を及ぼすばかりでなく、治安の悪化につながる恐れがある。女性やカップル、家族連れが観光地で安心して楽しむためには観光施設とそういった風俗系の商店は区分けして設置されるべきである。京都や大阪は駅前から少し離れたところにそういった商店があり、観光地とは分けて存在しているのに対し、神戸は2つの都市に比べ駅近で観光地（ここでは異人館をさす）のすぐそばにある。北野坂を中心として「東門」と呼ばれる通りにも数多く存在している。駅近でしかもすぐ隣の通りに2カ所も存在する必要があるだろうか。また、問題点としては夜に活発なお店が多い代わりに、昼間には閑散としてしまっているが、観光地として収益を上げていこうと思っているならばあってはならないことである。加えて、現代人の旅行に求めるものとして「ネットマイルリサーチの国内旅行・レジャーについての調査レポート」より（2008年）「1位：のんびりしたい2位：おいしいものを食べたい3位：いやされたい4位：快適な時間を過ごしたい5位：和みたい6位：美しいものに触れたい7位：感動したい」等が並んだ。この結果から考察されることはストレスを抱えた現代人は旅行先において「非日常体験」を望んでいるということである。日常からの現実逃避と考えてもよいだろう。さらに、日経消費研究所の調査の「主要66温泉地の魅力度評価調査」（平成14年）によると、秋田にある「乳頭」がトップ、い

わゆる秘湯とよばれるところが上位 10 位。「熱海」や「鬼怒川」など大規模で有名な温泉地には厳しい評価という結果になった。より現実から遠ざかったところに癒しを感じているようである。そして、女性に人気の「由布院」や湯めぐりや街歩きが楽しめる「草津」「黒川」も 10 位以内にランクインした。

このことから独自の個性や街一体となった魅力づくりが求められていると感じた。私は経営や景観保護の観点もふまえ、町全体で非日常的な空間を作り上げる必要があるのではないかと思う。そのために情緒豊かな雰囲気壊す要因として挙げている風俗店は東通りのあたりかもしくは福原辺りに密集させるべきだと提案する。またそれに伴って客引きなども禁止対象にすべきだと思う。



3. 北野地区の商業活性化

観光客数の増加が神戸経済の活性化につながるとは限らない。最近の観光客の関心は地域の生活・習慣・行事などの“文化”である。できれば地域の人に交じって地域の豊かな暮らしをしてみたいという欲求が強くなっている。つまり、地域の暮らしが豊かでないとそこへ訪れたいとは思わないのである。よって、観光の振興はすなわち地域の暮らしを豊かにすることと同義である。どうすれば神戸の地場産業・観光産業や地域経済と共存共栄して成長発展できるのかを考えていく。

3-1 神戸の個人商店の始まり

「元町三丁目に、明治 15 年（1882 年）に開店した「二宮盛神堂」は、神戸初の西洋菓子店でした。その後も、神戸風月堂や本高砂屋など、現在でも名の知れた菓子店も洋菓子で名を馳せ、明治 7 年（1874 年）に開店した「放香堂」は、明治 11 年（1878 年）に日本で最初の珈琲が飲める喫茶店第一号となりました（現在、放香堂は日本茶専門店となり、喫茶営業は行なっておりません）。」

「明治 16 年（1883 年）に、元町三丁目に、注文洋服店が登場した後、大正 15 年（1926 年）には既成洋服を扱う「奈良山洋服店」が開店します。この頃から、神戸のモダンなイメージが、ファッションからも広まっています。」

「元町三丁目に、明治 20 年（1887 年）にソーダ・マッチ原料を扱う「北風七兵衛商店」が開業。他にも写真館が創立し、次々にハイカラな事業が開業します。語学学校が創立されたり、大正 12 年（1923 年）には現在の海文堂の前身である「賀集書店」が移転してきたりと、文化的な雰囲気に惹かれて人々が集まるようになって

きました。」（「元町三丁目」

<http://motomachi3.jp/contents/motomachi3/about/history.html>

3-2 神戸市の取り組み

いま、神戸の個人商店は急激に数を減らしている。1994年には13732店舗あった商店の数が2012年には8497店舗に数を減らしている。（神戸新聞2014年1月16日朝刊）全国的に減っているため、神戸市だけが特別減少している訳ではないが、活気がなくなったということには変わりはない。

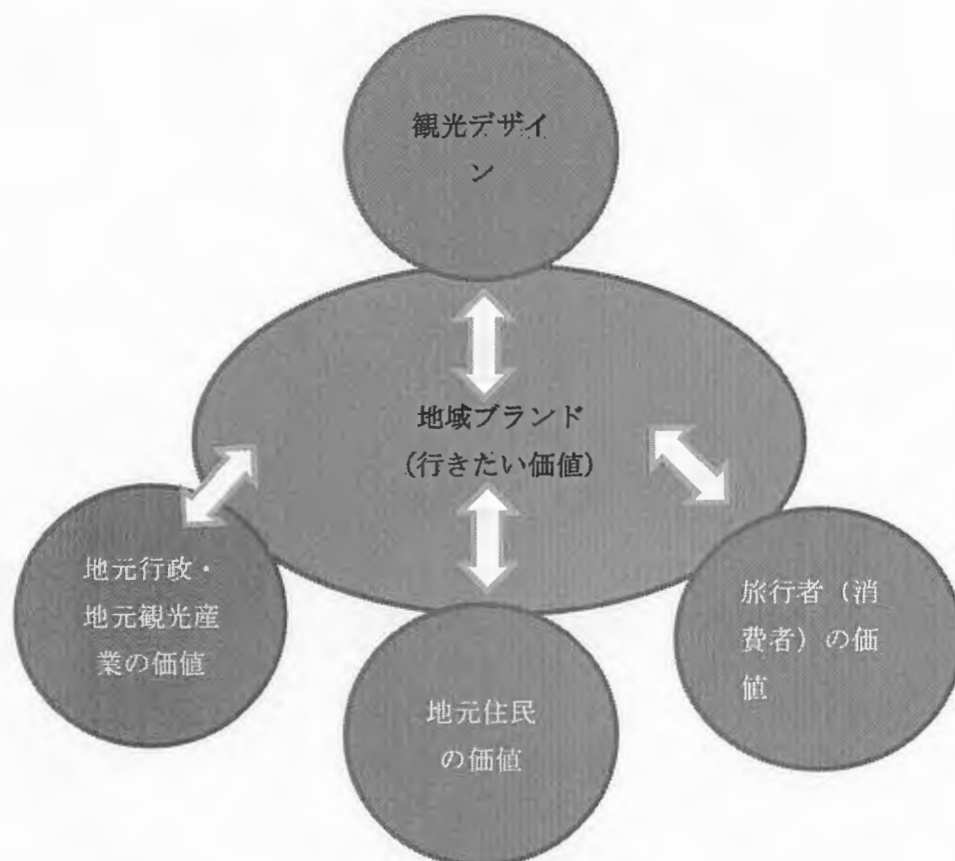
神戸市では個人商店を盛り上げるためにいくつかの施策を行っている。

ベンチャー・中小企業・起業家のための支援施策や観光ツアーである。

支援制度はかなり充実している。神戸市企業拠点移転補助制度は、首都圏に集中した起業拠点をオフィスとなる建物取得費、賃料及び地元雇用に対する補助を行うことにより、神戸に誘致し、経済の活性化や人口減少防止を図っている。また、地域商業活性化支援事業として、各商店街・小売市場の団体がプレゼンテーションを行い採用・実施の際に補助金を配布するという取り組みもされている。他の都道府県が行っているプレゼンテーション大会と異なり、対象団体が地域団体に限られていることから神戸市の商店を盛り上げる為にはかなり有効であるといえる。

②「おとな旅神戸」では71プログラム121本のツアーコースを用意し、観光客にツアーを選んでもらう企画である。2013年度冬、2014年度夏、2014年度秋冬、2015年度夏と4度開催しており、2016年度で5回目である。また、「LIVE LOVE KOBE」と称して「衣、食、住、遊、交、景、知、散、働」のツアーを企画している。3泊～14泊、神戸に住んでもらい、「衣、食、住、遊、交、景、知、散、働」どれかの暮らし体験ツアーに参加し、神戸の魅力を知ってもらうというものがある。

「おとな旅神戸」では、「見る・味わう・学ぶ」のみであったが、今後求められるのは五感に訴える「見る・聞く・味わい・触れる・香り」である。「LIVE LOVE KOBE」は五感すべてに訴えかけ神戸の魅力を伝えるツアーである。まさに、下図（B-1）の行政、地元住民（地元商店）、旅行者三方向から支持され、地域ブランドを創造するプランであるといえる。



3-3 宿泊客の取り込み

異人館を訪れる人の目的は非日常的な体験すること、美しいものに触れることであると分かった。(4章2-3より)

遠距離から北野を訪れる人の割合が「北野・市街地・神戸港・六甲摩耶・有馬・須磨舞子・西北神」の中で53.1%と一番多かった。また、地域別に見ると関東からのアクセスが18.7%と最も多かった。また、北野までの交通手段で最も多かったのが新幹線であった。以上の結果から、遠方からの観光客を北野に宿泊させ、神戸を満喫してもらうようなツアーが良いと思う。

提案したい町歩き

ターゲットは20代30代60代の北の異人館を初めて訪れたカップル又は友人同士。第二章で神戸の観光の問題点は宿泊客が少ない為に他の観光地より経済的効果が少ないことだと述べた。

2013年の10月22日の読売新聞にはこんな記事が載っていた。『観光遊覧船で巡る神戸港、六甲山からの夜景、異国情緒あふれる異人館街、レトロビルが点在

する旧居留地……。神戸は観光資源に恵まれている。昨年は、3282万人の観光客が訪れた。経済効果は、観光客の滞在時間によって差が出る。市の調査では、日帰り客が市内で消費する金額は1人8571円。宿泊客の場合、4倍近い3万3087円に膨らむ。神戸の場合、圧倒的に日帰り客が多い。全体の74・5%は近畿圏からの客だ。遠方からの旅行者も宿泊場所は京都、大阪というケースが多く、神戸を訪れた観光客のうち、市内に宿泊するのは21%（市観光動向調査）にとどまる。』

さらに、『昨年10月、香港、モナコとともに「世界三大夜景」に認定された長崎市では、観光客に占める宿泊客の割合は、神戸の2倍の43%（昨年）に上る。市販のガイドブックにはない穴場を組み合わせた「街歩きコース」を40種類以上選定するなど、市の施策は、リピーターにも好評だ。』

（ 遠方から訪れる観光客はまず北野を訪れる。まる1日神戸を堪能し、夜間観光に寄与してもらうためには北野もしくはウォーターフロントに宿泊してもらう必要がある。ターゲット世代によって宿泊地やプランを変える必要がある。

北野・新神戸周辺のホテル11軒（じゃらん）

ホテル名	料金
ANA クラウンプラザホテル	¥11.111～
神戸北野ホテル	¥23.148～
ホテル北野プラザ	¥9.259～
神戸 北の坂ホテル	¥7.037～
スーパーホテル神戸	¥6.851～
六甲布引温泉 料亭旅館 ほてる ISAGO 神戸	¥8.000～
サンメンバーズ神戸	¥9.000～
神戸花ホテル	¥60.18～
グリーンヒルホテル神戸	¥5.555～
北上ホテル	¥10.185～

（ 元町・メリケンパーク・ハーバーランド周辺のホテル 16軒

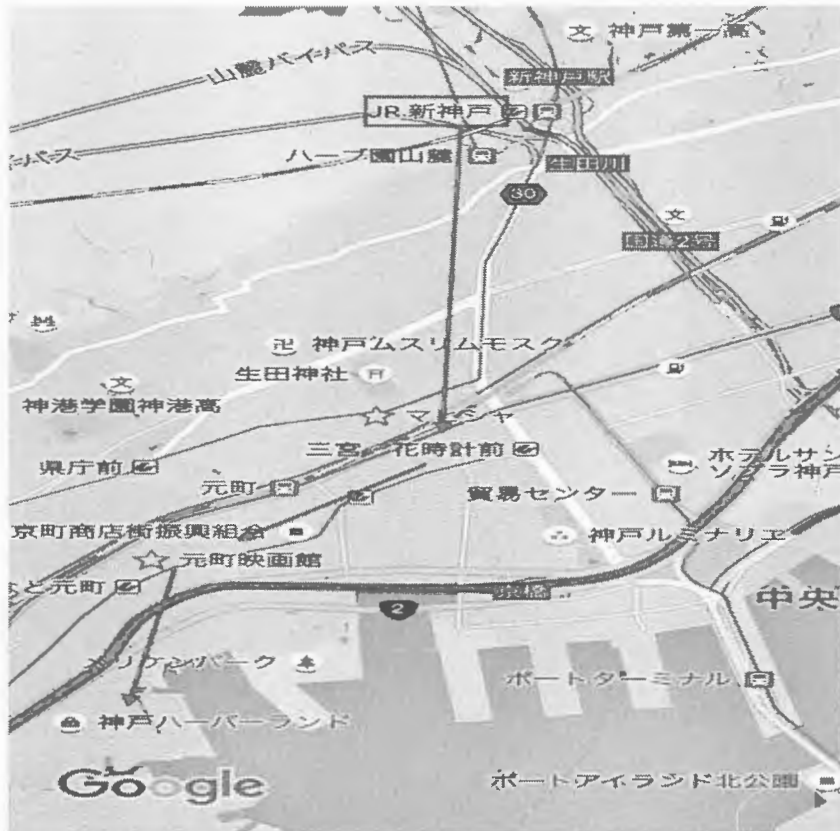
神戸メリケンパークオリエンタルホテル	¥9.962～
ホテルオークラ神戸	¥10.000～
ホテル ラ・スイート神戸ハーバーランド	¥20.370～
神戸元町東急 REI ホテル	¥5.555～
神戸ポートタワーホテル なごみの湯宿	¥5.555～
神戸みなと温泉 蓮	¥42.592～
神戸プラザホテル	¥5.185～
スマイルホテル神戸元町	¥4.814～
料亭旅館 豊福	¥11.481～
ホテルクラウンパレス神戸	¥7.222～
神戸ハーバーランド温泉 万葉倶楽部	¥15.000～

チサンホテル神戸	¥5,716～
神戸シティーガーデンズホテル	¥5,000～
アーバンホテル	¥6,018～
ビジネスイン豊	¥8,333～
カサベライン神戸	¥4,629～

一人5000円～10000円までのホテルなら20代でも宿泊可能な範囲であり、贅沢な旅を好む層には10000円以上のホテルがよいだろう。いずれにしても、神戸には様々な値段帯で多くの年齢層を獲得できる宿泊地であることが分かる。近隣（大阪・京都）に宿泊し、神戸には飲食や観光のみというケースが今までは多かったが、ホテルとともに町歩きプランを組むことで宿泊客も増えるのではないかと思う。

例えば、遠方から新幹線で訪れる観光客には新神戸・北野周辺のホテルとそこから三宮センター街、元町商店街へと散策。最後にメリケンパークやハーバーランドでディナーをしてもらう、または宿泊地近くの北野や駅周辺に戻ってきてもらい、ディナーを楽しんでもらう。「Feel Kobe」にある定番モデルコースでだいたいのコースとしては良いだろうが、土地や歴史、店の情報などが詳しく書かれていない。異人館ならば、異人館のHPに飛ばなくてもある程度モデルコースの中のページで歴史や成り立ちについて説明するなどの工夫が必要だ。また、周辺の飲食店情報もほぼ書かれていないため、市がお勧めするお店をいくつかピックアップして載せるといった工夫をしても良いと思う。公式ガイドブックとしてまとめるのも良いかもしれない。

観光客には神戸市を起点に関西を観光するという考え方自体が薄いように思える。だとすれば、まず神戸市を起点にすればどんなメリットがあるのかをアピールしていかなければならない。23年間、神戸市に住んでいる私からすれば、大阪や京都へ行くには神戸は交通の便がとてもよいと思う。また、大阪や京都と違って皮肉なことかもしれないが、宿泊施設の予約は取りやすい。アピールの仕方によって、神戸での宿泊客は増えるだろう。



第5章 考察

都市観光とは名勝地や史跡，寺社などの文化財，自然公園，温泉などの観光資源を中心として，観光客に依存して発達した都市。保養都市やレクリエーション都市を含む総称。（ブリタニカ国際大百科事典）

観光都市の社会的意義は経済的効果である。グローバル化の進展はモノ、ヒト、カネの流動化を加速させ、その結果、多くの都市が先進国において脱工場化を果たした。神戸や京都、大阪もその対象である。都市はたいていどこに行っても、同じような消費空間を持っている。同じにならない為に、歴史や個性を持ち出し、都市ブランドイメージを構築してきた。1999年、MacCannell は「都市空間は、しばしばその歴史性や固有の場所性から離れて、新しい意味やイメージをまとい、消費の為の「演出された」空間として存在し、消費（観光）者はそれを「演出された」ものと知り筒も楽しむのである。」と述べている。しかしながら、イメージ戦略だけでは人々に飽きがくる。つまり、イメージ戦略で得られるものは一時的なものにすぎないし、さらにそれを継続していくことは難しい。イメージを持続させ飽きさせない（何度も来てもらう）為には、観光地に暮らす人々との交流が不可欠である。交流が盛んになると、観光地に暮らす人々は自らが住んでいる土地を誇らしく思うようになりイメージを持続させよう、向上させようとする。暮らしにとけ込んだ観光地こそが理想的な観光地と言えるのだろう。実際に私自身も国内・海外問わず旅行へ行くことがあるが、やはり現地の方の人間性、国の成り立ちなど様々なことを知り、その国・土地を好きになればまた行きたいと思うのである。

(

(

謝辞

本論文を作成にあたり資料提供に協力してくださった神戸市職員の方々、また厳しくも優しい指導を賜りました島田智明教授に深く感謝致します。

参考文献

高橋一夫・大津正和・吉田順一編著『1からの観光』碩学舎

山上徹『観光の京都論』学文社

中島晃『景観保護の法的戦略』かもがわ出版

藤崎登『神戸・都市経営の崩壊』ダイヤモンド社

川越栄子編著『神戸地域学』大学教育出版

財団法人神戸都市問題研究所編『都市経営の理論と実践』勁草書房

大森光則『神戸都市経営はまちがっていたのか』神戸新聞総合出版センター

スコット・グッドソン『ムーブメント・マーケティング』阪急コミュニケーションズ

谷口知司「観光ビジネス論」ミネルヴァ書房

大橋昭一「現代の観光とブランド」同文館出版

「都市経営 梅本幹郎」

(<http://www.asahi-net.or.jp/~ik9m-ummt/essai/ubmn.htm>)

「都市開発プロジェクトの成功例と失敗例 梅本幹郎」

(<http://www.asahi-net.or.jp/~ik9m-ummt/essai/success.htm>)

「第二章 都市計画の課題と求められる視点」

(http://www.city.kobe.lg.jp/information/project/urban/toshimp/MPann_2.pdf)

「主な社会潮流と神戸市の現状」

(http://www.city.kobe.lg.jp/information/economy/management/gyouzaikon_dankai/img/2009_0803.pdf)

「神戸北野異人館街」 (<http://www.kobejinkan.com/history>)

「神戸のイメージ調査について」

(<http://www.city.kobe.lg.jp/information/data/statistics/sightseeing/data/img/image1501.pdf>)

「観光立国基本推進法」 (<http://www.mlit.go.jp/common/000058547.pdf>)