

# 都市政策

季刊 第54号 '89.1

## 特集 都市と観光

自治体の観光政策	高 寄 昇 三
神戸港と観光	大 上 稔
農業観光の戦略	大 角 喜 一
ホテルと観光	橋 口 勝 禧
六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド（仮称）	
計画の概要	西 山 捷 一
新しい温泉観光	弓 削 敏 行
観光ビジネスとしての神戸	黒 田 昌 利

### 特別論文

地域経営思想の系譜 V	神戸都市問題研究所都市経営研究会
-------------	------------------

### 行政資料

2001年神戸観光基本計画	神 戸 市
神戸市産業活性化委員会答申(2)	
神戸市産業の高度活性化をめざして	神戸市産業活性化委員会

# 都市政策

## 第53号 主要目次 特集 国際経済と港湾都市

NIESの経済発展と神戸港の課題	伊賀 隆
台湾・韓国の港湾サービス事情	宮下 國生
シンガポール・香港の港湾サービス事情	高寄 昇三
神戸港の現状と港湾サービス	柏原 英通

---

地域経営思想の系譜Ⅳ 神戸都市問題研究所都市経営研究会

---

行政資料：都市型大都市空港としての神戸沖空港

神戸都市問題研究所空港調査研究会

神戸市産業活性化委員会答申(1)

神戸市産業の高度活性化をめざして

神戸市産業活性化委員会

## 次号予告 第55号 特集 神戸市制100周年

1989年4月1日発行予定

総括論文(制度)	足立 忠夫
神戸の財政	原田 健
神戸の政治	依田 博
神戸の都市計画	嶋田 勝次
	安田 丑作
神戸の公営事業	佐々木 弘
神戸の福祉	今井 鎮雄
神戸の行政	洲 脇 一郎

---

大滝村の福祉によるまちづくり

舘林 俊 園

名田庄村における村おこし戦略

早川 昭 二

地域経営思想の系譜Ⅵ

神戸都市問題研究所都市経営研究会

## は し が き

民間活力を導入し、長期滞在型のリゾート施設を整備し、総合的なリゾート地域の整備を促進するため、昭和62年6月9日に総合保養地整備法（リゾート法）が施行された。その背景には、大幅な貿易黒字の解消に資するために国側から内需拡大の聲が高まったこと、受け皿となる地方自治体において地域振興の切り札としての期待がかけられたこと、そして事業の開発に当たる民間企業にとっては新規事業の開拓という事業拡張の可能性、といったリゾート供給者側の思惑が強く働いていたことは否めない。

各地で、この法律に基づきリゾート開発計画が策定されつつあるが、ややもすると供給者側の意向が先行し、利用者の意向が十分に反映されていないのではないかという危惧が強まりつつある。その大きな要因は、リゾート供給者の計画像がきわめて画一化していることである。テニス、ゴルフ、スキー、スキューバダイビング、ジェットスキー、ハングライダー、乗馬等のアウトドア・スポーツを楽しむための欧米型のリゾートの整備が殆どである。しかし、これらのアウトドア・スポーツを楽しむのはどうしてもOLや学生といった若い世代が中心となる。若い世代のニーズにあわせたリゾート間同士の競争は激化するであろうし、海外旅行の中心となるのが、これら若い世代であることを考え合わせると、円高を背景とする海外リゾート地との競合も今後ますます激しさを増すであろう。

老若男女を問わないすべての利用者を満足させるリゾート開発は不可能までも、現実の問題としてより多くの人を楽しめるリゾートとして、欧米のそれとはコンセプトの異なる日本型リゾートが検討されるべきであろう。我が国においては、金融機関・官庁を始めとして完全週休2日制が実施されようとしており、余暇時間の増大が進行しつつあるとはいえ、長期滞在型の休暇はスキー等極めて限定的にしか利用されていないのが現状である。たとえ、リゾート地での長期滞在を可能にするハード面がすぐに導入できたとしても、料金やサービスといったソフト面における研究は不十分であり、その導入には困難が伴うであろう。したがって当面の日本型リゾートとして普及が期待されるのは、大都市近郊・週末利用型である。

多くの人々が生活しているのが「都市」である。すなわち、人が住み、働き、学び、憩うのが「都市」なのである。とすれば、都市型のリゾートに必要なのは「日常の中の非日常性」の体験であろう。現在、都市という日常生活を送る場での非日常性の体験がより多くの人に満足を与えることができるのは、東京ディズニーランドの成功を見ても明らかである。

都市で生活する人と同様、都市自体にも多くの顔がある。その都市の顔を改めて見つめ直し、中長期的な視点から大衆が望む日本型リゾートに対応できるようにすることが、地方自治体に課せられた課題ではないだろうか。「都市における観光」についてこのような視点から考察を加える意味は大きい。

## 特集 都市と観光

自治体の観光政策	高 寄 昇 三	3
神戸港と観光	大 上 稔	23
農業観光の戦略	大 角 喜 一	43
ホテルと観光	橋 口 勝 禧	52
六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド(仮称)		
計画の概要	西 山 捷 一	69
新しい温泉観光	弓 削 敏 行	80
観光ビジネスとしての神戸	黒 田 昌 利	88

## ■ 特別論文

地域経営思想の系譜 V	神戸都市問題研究所都市経営研究会	101
-------------	------------------	-----

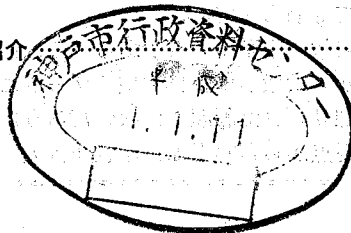
## ■ 潮 流

知的財産権 (113)	納税者番号制度 (115)	プリペイドカード (117)
ハイビジョン (119)	神戸市都市景観審議会答申 (122)	

## ■ 行政資料

2001年神戸観光基本計画	神 戸 市	125
神戸市産業活性化委員会答申(2)		
神戸市産業の高度活性化をめざして	神戸市産業活性化委員会	159

■ 新刊紹介	神戸市行政資料を	183
--------	----------	-----





# 自治体の観光政策

高 寄 昇 三

(甲南大学教授)

## 1 観光行政の検討

観光行政は自治体行政にあってかなり歴史のある行政である。しかし、物産展の開催、観光PR、観光協会の運営などが中心であって、観光政策というような能動的施策の展開は少ない。むしろ既存の観光資源を求めて集めてくる観光客に対して、その受入れをどうするかという受身の行政が主流であった。

したがって観光の中心は、地元ではホテル、旅館業者であり、地域外では交通事業者・旅行幹旋業者であり、自治体はその調整・仲介的役割としての機能しか働かせていなかったのではなからうか。

そして観光資源である文化財は教育委員会、都市・自然景観は都市計画局などであって、観光行政とはいいいながら主幹課である観光課はまさにソフトなサービス行政に止まっていたといえる。このことは何も観光行政のみでなくいわゆる経済行政の主流は金融行政、同業者組合保護行政であって、自から産業を起すといった積極行政ではないという性格をもっていた。

このことは農政局が農林・土木試験所などをもち農業振興の先兵として自治体がその役割を果たすとか、建設部門が自から土木工事、ビル建設をつうじて都市機能の再編成などにあってリーダーシップを発揮してきたのとも異なる。

同じソフトといわれる教育、民政、衛生にしても学校、施設、保健所などをつうじて自から活動の拠点を保存しており、それぞれの行政にあって主導権を握っている。

このように眺めてみると、観光行政は国際交流、消費者行政などと同じく、ソフトの行政であり、しかも、ハードの手段を欠き、活動の拠点もないひ

弱い行政であるといえる。しかし、消費者行政は消費者センター、国際行政も国際センターを建設し、次第に充実した行政へと転換へつつあり、自治体行政にあっても“市民権”をえて重要行政の一環として認知されつつある。

もっとも観光は自治体行政のなかでは老舗であり、認知をされているが、観光センターも名ばかりで、重要施策として“市民権”をうるほどの評価をえているかどうかは疑わしい。しかし、近年、観光行政もようやくその受動的な性格を脱却し、ソフトのみでなくハードな施設建設へと足場を固めつつある。その理由は次にのべるように観光が文化産業の一環として、地域振興としてかけがえのない経済手段としての評価が高まってきたからである。

## 2 内需拡大、消費拡大経済へ

観光行政が、各自治体において再評価されつつあるのは、それは日本経済のソフト化、すなわち内需拡大、消費拡大への変化がその背景にあることを忘れてはならない。

その1つは、貿易黒字がもたらした円高による経済変化である。これ以上の黒字は日本経済をますます窮地に落とし入れる。どうしても内需拡大を図っていかなければならない。もっとも貿易黒字という点からは海外旅行、輸入拡大でバランスは回復する。しかし、それでは外需が減った分だけ、国内不況が起り、内需の方がのぞましい。すなわち自国製品を買うか、自国サービスを購入するかである。

その2つは、国民貯蓄の増大からの消費余力である。国民貯蓄は62年度で550兆円の巨額に達し、しかも、ここ数年、年間50兆円の増加を示している。貿易黒字が800~900億ドル、日本円で12~13兆円である。すなわち年間貯蓄増加額の4分の1を消費にまわすだけで貿易黒字は解消し、無理な輸出攻勢をかけて外国の恨みをかわなくてすむ。

その3は、首都圏はともかく地方都市圏においては都市成長の鈍化は否定できない。ことに産業空洞化に見舞われた地域にとって、改めて観光は地域浮上の救世主的存在として脚光を浴びつつある。

その4つは、観光の複合化、さらには人為的観光資源の開発による観光建設行政の胎動である。

観光がレジャー、コンベンションなどと複合化し、相互の波及作用によって地域への誘引力を増幅させつつあり、一方、大規模集客施設、博物館・美術館などの文化施設による入込客の発生は、改めて「無から有をめざす」観光資源創造という新しい観光政策の分野を開拓しつつある。

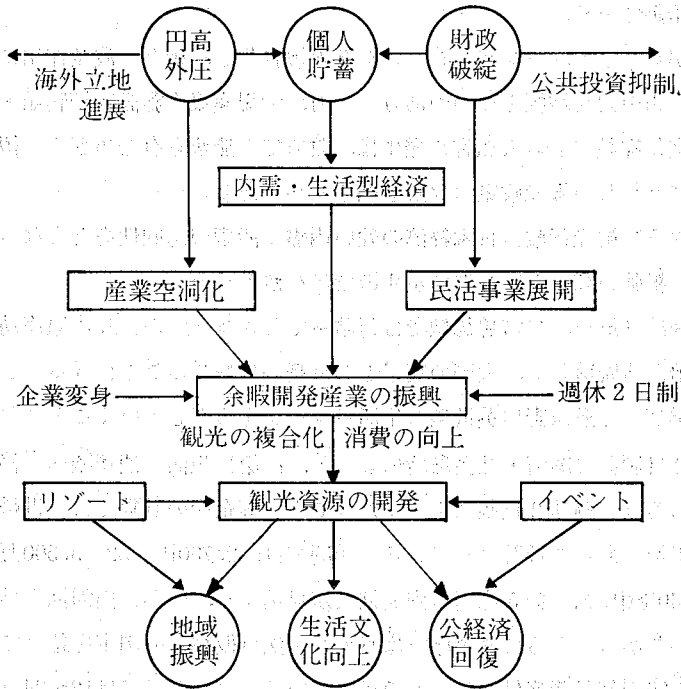
このような観光行政は日本経済の強い内需生活型の志向性をともなって観光ニーズの根強い増大トレンドを示すのではなからうか。

日本経済は最早、二宮尊徳型では行詰ってしまう。さりとて、小原庄助型では国際競争から脱落して、大国の衰退という憂き目をみることになる。したがってよく学びよく遊ぶ野口英世型の生活パターンをめざしていくことになる。

週休2日制など経済・社会環境によって、次第に生活も消費型へと移行していくであろう。週休2日制によってだけでも、経企庁の計算では一世帯2,700円の支出増があると推計されている。年間では、 $2,700円 \times 52 \times 3,500万世帯 = 4兆9,140億$ 円で、約5兆円の内需拡大が見込まれ、いかに内需拡大効果が大きいかがわかる。さらに経企庁ではバカンス法（仮称）の制定を急いでいる連続休暇を法制化し義務付けることを狙っている。フランスでは12~24日連続休暇が義務付けられており、日本も強制的休暇でなければ働き虫は直らず効果がないとされるからである。なおこのような円高→内需→観光というパターンを図式化すると第1図の如くなる。

要するに観光を含む余暇消費は間違いなく成長産業である。しかし、リゾートにみられるように需要を上回って開発が行われる予想もあり、地域間競争が激化するのは必然である。観光地として同じであり、成長分野であればある程、新規観光都市の参入は続々とみられ、観光戦争は避け難いといえる。そのため観光行政もマンネリ化を脱皮していかなければ観光地として脱落していくであろう。

第1図 余暇開発産業の形成



### 3 地域振興の方向

日本の経済・社会環境という観光の外部環境は、追い風にあるといえる。しかし、この好環境を地域振興策として地域に誘導していくことはこれまでの観光行政では十分な成果をみないだろう。

それは既存の観光資源のみに執着して、新しい観光資源の開発を怠るとき、やはり、成長の鈍化は免れない。このような事態を回避していくためには観光を改めて地域振興策のなかで再検討していかなければならない。

まず、地域振興として3つの方向が考えられる。1つは、伝統的ともいえる工場団地による企業誘致方式である。企業は工場用地を造成し、一気に地域経済のカサ上げを図る手法である。最もオーソドックスな方策で、効果も無から

有を生むだけに測り知れないほど大きい。しかし、この戦略は誘致に失敗すると、財政負担があまりにも大きいというリスクを覚悟しなければならない。

しかも工場進出は基本的には大都市圏からのスプロールであり、一足飛びに僻地にはいかない。ことに近年は海外立地志向が強く条件は厳しい。

このようにみえてくると企業誘致方式は成功すれば効果が大きいですが、厳しい環境の下でそのみに依存することは危険である。それは新産都市をみればわかる。その半分は失敗し、4000haの海面埋立地をかかえて財政負担に喘いでいる。金太郎アメといわれた画一的開発方式の結果でもある。

したがって自治体側としては販売・誘致をより確実にするには、静岡県御殿場市、兵庫県小野市のように、工場団地の造成・販売・建設までふくめて民間企業に委託するなどの方策を採用していくべきであろう。

そして今、売れ残った工場用地をどう転用するかが大きな課題であり、佐世保市のように第2長崎オランダ村への転用が決定し、起死回生の対策となった例もあるが、ここでも観光がその転用の潜在的要因となっていることを見落してはならない。

地域振興の第2の方策が地場産業のハイテク化とファッション化である。ただこの方策は自治体にとってその能力をこえる方策であるかも知れない。自治体がどのように頑張ったところでハイテク企業を生み出し、ファッション産業を創造することはできない。ただその環境整備をするだけが精一杯といえる。

近年、各自治体で地場産業課などが新設され、改めて地元企業へ関心が向けられ、情報収集、デザイン・技術開発、市場開拓などに自治体も出資した第3セクター方式という意欲ある施策が展開されつつある。

自治体という地域最大の企業体が許認可・管理行政の殻に閉じこもってしまうとか、工場団地造成というワンパターンで自己満足することなく、地域活性化のリーダー的機能を果たす責務があることを自覚すべきである。

そのような意味では最も典型的な地場産業である農業にあっては、最早、通常の振興策でなく、北海道池田町、神戸市のようにワイン生産を観光に結びつけた企業的農政が展開されなければならない。すなわち農政プロパーでは手詰

りであり、観光とドッキングすることによって農業の新分野を開いたといえる。

#### 4 文化産業としての観光

このようにみえてくると企業誘致、地場産業振興も地方自治体にそれほど容易でないし、また、そのみに依存すべきでない。そして第3の方向として浮上してきたのが文化産業である。

すなわち30～50年という高度成長期、地域振興の主流は第2次産業による企業誘致方式であった。次いでオイル・ショック後、その反省から改めて地元産業としての地場産業に注目してその活性化を図ろうとした。そして60年代、日本経済の変化をふまえて急成長しつつある消費に焦点をあてて文化産業が、振興策として登場してきたのである。

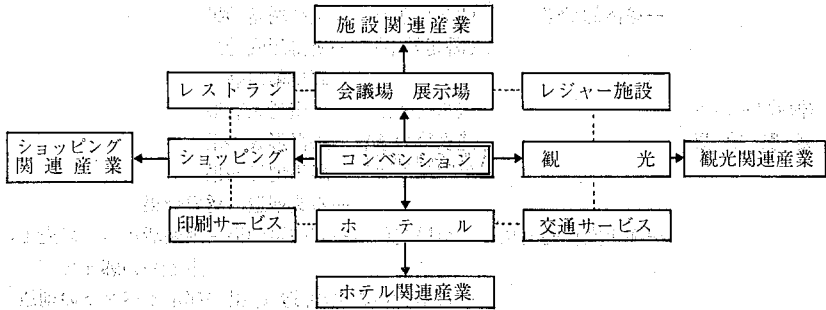
文化産業とは、教育、観光・コンベンション、生活文化・スポーツである。これら文化産業が混然一体となって都市・地域を下支えし、活性化していくことになるが、問題はこれら文化産業に対する経済的信奉性が不十分なため、観光行政も微温的な政策しかとられない憾みがある。

かつてコンビナート誘致のため何百億円という巨費を投入する決断をなし、財政支出を惜しまなかった自治体だが、文化産業に対する経済的評価は低い。しかし、今日、石油コンビナートとレジャーランドとどちらが地域活性化の威力をもっているか、東京ディズニーランドとか長崎オランダ村をみればわかる。

観光行政の展開のためには、まず、このような産業社会の思想を払拭して、ポスト・産業社会の視点に立って新しい観光政策を展開していかなければならない。それは観光をはじめとする文化産業の次のような経済的効果・戦略・方向に気がつかなければならない。

第1に、観光を単一機能としてみなさないことである。観光のみを誘因とするとき、ニーズの変化とカリピーターが期待できないとか、どうしても伸びの頭打ちが避けられない。そのため1つは新しい観光資源を常に創造していくことととも、

第2図 コンベンションの経済波及効果



は、コンベンション、大規模集客施設、リゾート基地などの建設によって、従来の観光資源に加えて、常に魅力ある誘因を追加していくことである。

第2に、その経済効果が大きいことで、しかもそれぞれが補完関係にあることである。コンベンションの場合、第2図にみられるようにコンベンション自体は赤字であっても観光、ショッピング・グルメなどで補っていけば、十分にマクロの地域経済ベースでは収支は均衡するようになる。

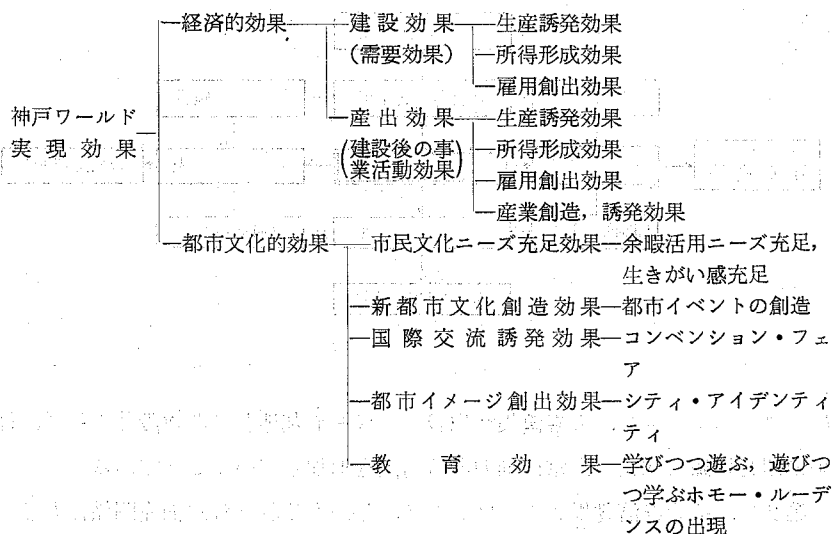
さらに地域振興策としてはその波及効果の地元還元率は高く、しかも、その裾野は広い。それは観光産業が労働集約型のサービス産業であるからである。たとえばホテルをみても食堂における生鮮食料品、売店における特産品、その他洗濯・タクシーなど広汎な主として零細サービスへの恩恵が大きい。

さらにコンベンションも同じであるが、大規模集客施設の例でも、第3図のように産出効果、都市文化的効果（非経済的効果）が大きいことは測り知れない地元への効果を及ぼす。

第3に、施設建設・運営上の戦略は無視できない。石油・鉄鋼のコンビナート方式にとって、海面埋立地が売却できるかがどうか政策の全てであった。そのため産業基盤を整備し、可能な限り安価な用地を提供することに自治体は腐心した。

しかし、観光政策はより高次の対応を要求される。たとえば観光農園の建設

### 第3図 大規模集客施設の効果



神戸市『神戸市大規模集客都市構想とその実現への展望』（昭和62年2月）

を想定してみると、自治体が直接建設する場合もあり、仮りに民間が経営するケースでも、その施設運営のための対応は残される。すなわちコンビナートは土地売却によって自治体の業務は終了するが、観光施設のケースはむしろ建設後の経営の問題が残される。

まして観光が次第に複合化するにしたがって、その地域全体をどうイメージ・アップするかが大きな政策課題となる。その卑近な事例が地方博で、同じ地域振興の一環とはいいながらも、コンビナート方式よりはるかに多彩な対策が導入・採用されなければならない。

そしてこのような観点からえられる結論は、観光がもつ経済効果を十分に評価し、観光資源の開発・創造に挑戦し、それを経営的にも軌道に乗せ地域の浮上化を図ることである。



## 5 観光開発行政の展開

観光政策としてはPRや宿舍など、さまざまな施策があるが、これからの基本は観光資源である。強烈な誘引力のある資源開発に成功すれば、観光政策の半分は目標は達成したことになる。

これまでの観光政策は伝統的な既存資源にこだわって新資源の開拓を怠ったことである。京都のようなところでも映画村のような人為的観光資源の開発が行われており、神社・仏閣も歴史的には創造的観光資源といえる。したがって観光政策の最大の使命は観光資源開発である。

1つは、伝統的文化財・建築群の再評価である。近年、人気を高めた妻籠などの伝統的街並みはまさにその典型で、かつて誰も観光資源としてあまり評価しなかったが、その伝統美を再評価して、整備・保存を加えて観光資源としてより完璧に形成されつつある。

この事例は倉敷市や神戸北野町にもみられる。北野・異人館のケースは長崎・函館などは観光資源となっていたが、今日でも人が住み日常化していたため、見落されていた。そのため文化財としては評価され、重要文化財は巨費を投入し移築されてしまっている。

現地保存が正攻法な保存方式であるばかりでなく、観光価値としても大きいことはいうまでもない。NHKの「風見鶏」によって一挙に有名になり観光地と化したのが、自治体の観光資源への対応として考えられるケースである。

まったく人為的、人工的でないこのような日常的資源が観光資源と化する例として、岐阜県明智町の大正村のケースがある。住民運動によって保存されたのみでなく、高峰三枝子を村長にするなど卓抜した演出は、観光PR戦略としても学ぶべきところが大きい。

2つは、伝統的な資源に対して現代的な資源として考えられるのが、産業観光である。ビール工場、真珠工場などそれ自体が見学コースとして十分に観光資源たりうるのである。

そしてこれらの産業観光をより色彩をほどとしたのが観光工場としてのワイン城（神戸）などであり、当初から観光施設として工場が設計・建設されてい

る。

この方式は北海道・池田町が先鞭をつけたが、全国にひろがり出雲犬社に近い島根ウイナリーも同じである。

風景も自然美のみでなく、神戸のポートアイランドの如く、全く人工的な造形美が観光資源として浮上しつつあり、新交通・ポートライナーとともにポートピア'81の隠れたる目玉商品ともなった。近年では瀬戸大橋で、それ自体が自然美のなかの人工美として自然破壊の非難よりも、その融合美としての評価が高まりつつある。

このような人工美で忘れられているのがシンボルの創出である。ニューヨークの自由の女神はあまりにも有名であるが、シンガポールでも獅子の像がある。神戸に限ればポートアイランドは巨大モニュメントの建設にふさわしい場所で、市政100年の記念事業としてでも建設してもよいのではないか。

3つは、人文観光資源としては伝統的建築群よりはより人工的・人為的な文化施設で、美術館、博物館などである。

ルーブル美術館に限らず、大英博物館もパリ、ロンドンの観光資源であることは否定できない。日本ではこの点、文化施設の水準や文化的関心度の問題もあってあまり観光資源として評価されなかった。

わずかに倉敷の大原美術館が観光地のなかの美術館として一応の誘因として認められていたに過ぎない。

このような評価を一変させたのが山梨県立美術館での1億7,000万円で購入したミレー「種まく人」の効果であった。人口90万人の県で、年間40~60万人近い人がここ10年間入館しているが、その内80~90%の人が県外者である。ミレーの絵のもつ吸収力はまさに驚異的であり、しかも半永久的な観光資源として富士山と匹敵するともいえるのではなからうか。

このようなオーソドックスな観光資源に加えて近年、より巨大な吸収力・集客力として注目を集めているのが、大規模集客施設、リゾート、イベントである。

まず、大規模集客施設はこれまで観光施設としての評価は低かった。動物

園、水族館などと類似施設として在住市民の日帰りレジャーランドであって、域外から人を呼び込む機能は弱かった。

宝塚遊園地はそのなかでも 250万人の入園者があり水準を抜いた存在であったが、それとても宝塚歌劇に依存するところが大きく、遊園地プロパーの集客力は 100万人台であろう。

ところがこのような評価を一転させたのが東京ディズニーランド、長崎オランダ村である。大都市圏のディズニーが 1,000万人、地方都市圏のオランダ村が 100万人と格差があるが、ともに観光客を広域に集め、立派な人工的観光資源として揺ぎなき評価を確立したといえる。

ことにオランダ村の与えた影響は大きい。それは地方都市が成長する 1つの方向を示したからである。オランダ村は、長崎自動車、長崎放送など地元資本が出資した長崎オランダ村(株)によって昭和58年にオープンした。

今やレジャーランドのメッカ、地域振興の模範生として全国の注目を集めている。オランダ村のケースは自治体よりも地元企業の見事な先見性と決断力の成果である。

この実績を背景に、“長崎オランダ村ハウステンボス”が67年の完成を目指し着工されることになった。佐世保市針尾工業団地(約 152ha)に建設される予定である。事業主体ハウステンボスは長崎オランダ村(株)が中核となり、長崎県、佐世保市のほか、日本興業グループ、東京海上火災保険、日本生命保険相互、三菱信託銀行、日本交通公社、JR九州、三菱重工業など大手企業が資本参加している。

ハウステンボスでは、全日本空輸、ホテルオークラによるホテル運営、三井不動産販売による住宅分譲、ヤマハ発動機によるマリーナ・ヨットハーバー運営が行なわれ、長期滞在型、定住型の大規模リゾートとなる。

佐世保市にとって工業団地は今や重荷であり、オランダ村ハウステンボスは文字どおりの救世主であるばかりでなく、造船業の低迷での雇用不安や地域経済の停滞を脱却するまさに切り札的な投資となる。

ハウステンボスとはオランダ語で“森の家”との意味であるが、村内ではさ

らに松下電器産業による音楽館、サントリーによるワイン館、富士通によるインテリジェント・タウンシステム、麒麟ビールによるビール工場、雪印乳業によるチーズ・バター工場などが計画されている。

東京ディズニーに匹敵する大規模集客施設として成熟していくのではなからうか。一方、北九州市には“スペースワールド”などの建設が確定しており、鉄冷えて苦悩する北九州市にとって活路を見出す新産業の出現である。

つぎにリゾートについてみると、保養が目的であって観光は従といえる。しかし、観光とは「日常生活を離れて、異なった文化・自然に接する人々の行動」ということになると、保養それ自身が観光といえる。

このような定義はともあれ、観光が複合化した今日、保養基地への訪問が観光に変質し、本来の観光地へと移動することは十分に予測される。志摩にある合歓の郷と伊勢神宮という異質の組合せも不可能でない。

先にふれた山梨美術館と富士登山といった一連のルート観光も成立する。リゾートが観光客を誘致するといった逆転現象が発生する。

そして本来のリゾートはスキー、海洋スポーツ、登山などのスポーツと自然景観との融合によって観光区域を拡大しつつあるといえる。将来、日本海岸は温泉と海水浴が中心であったが、リゾートが加わることによって、その自然美が改めて観光化されるのではなからうか。

さらにコンベンションについてみると、コンベンションも本来、コンベンションの目的で人々は集うことになるが、観光が参加者にとって副次的目的であることも多くの場合、否定できない。

ことにイベントはそれ自身が観光資源と化しつつある。古くは京都祇園祭がそうであるが、今や札幌雪まつりのごとく観光資源として見逃せない存在となりつつある。

神戸観光のなかで頑張っているのが行政観光である。神戸市政の先端行政はポートアイランドに象徴されるが、全般にわたっているサン舞子マンション、さらに「しあわせの村」など福祉でもユニークな行政が枚挙にいとまない。同じ視点から産業観光についても力を入れていくべきである。

このようにみえてくると観光は文化財、温泉、自然景観の如く人為的に創出が不可能なケースもあるが、各地域の人為的努力によって人工的に創造することが可能である。

まして街並みのように半製品を磨き上げて資源とすることや、伝統行事を復活させて、新しい風物誌としてショー化することも可能である。

観光政策はまさに受身でなく、新しい資源をつくりだすことにこそ“行政の知恵”を発揮すべき時代がすでに到来しているのである。それは第1表にみられるように、入込客の誘因となる資源はかなり多種にわたり、各地にあって創意工夫を加えれば、必ず、その資源に事欠くことはないのである。

第1表 観光誘因資源

自然資源	—海、湖など景観
建造物資源	—神社、仏閣、城郭
文化施設	—博物館、美術館
保養基地	—海水浴場、スキー場、別荘地
余暇施設	—レジャーランド
産業施設	—工場見学、観光工場
交通機関	—馬車、電車、2階建バス、クルーズ船
コンベンション	—祭礼、スポーツ・文化大会、博覧会
人工資源	—長大橋、海上都市

## 6 観光サービス行政の展開

観光行政にあって開発された資源はまさに素材であって、それを如何に加工し、販売ルートにのせ、PRして誘致し、さらにリピートを発生させるかという分野がある。それが観光開発行政に対して観光サービス行政であろう。

このことはホテル経営などにあっても、よりよきサービスを提供することを基本としながらも、如何に効率的にサービスをするか、そして施設・サービスに少しでも付加価値をつけて、消費を拡大するかを戦略としていることは周知の経営原則である。

観光行政に経営原則を持ち込むことについて拒否反応があるだろう。しかし観光は所詮、産業行政の一環である。地方博と同じく一般財源を投入し、収支を無視してまで行うべきではない。

函館のトラピスチス修道院を訪れたとき、修道院への入場は拒否しているが、その借景は利用させていた。そして観光用の歴史館に販売店を付設し、記念撮影台もあり、それなりに観光客のニーズに応え、収入の確保にいきさかでも貢献していたのではないが、環境や精神までこわして観光に尽せとはいえないが、自然体で観光を利用し、さらに、文化財の保存などにあつては観光を逆手にとって費用負担の根拠を求めるのも一策であろう。

ともあれ、観光行政が地域振興にとって今やかけがえのない施策となった以上、文字どおり精魂を込めて展開しなければならなくなったが、行う以上、やはり経営的にも成功させなければならない。

たとえば観光バスの運行をはじめたならば、1人でも多くの観光客に乗ってもらうため、PRし魅力ある資源・行事を掘りおこし、満足してもらうコースをつくりだしていかなくてはならない。

観光資源が創造の時代に入ったと同じように、観光サービスにあつても創作の時代に入ったといえる。観光客が観光資源の価値を予知し、自からルートを設定して行動することは例外である。また一方、既存のルート・資源が果たして個々の観光客のニーズにマッチするとは限らない。

ここにそれぞれの地域全体を観光という視点から編成し、観光客のニーズに応じていこうとする観光サービス行政が求められるのである。そのような視点からみると、次のような施策が考えられる。

第1に、観光ゾーンとその機能の連けいである。これらは観光資源を類型し、相互にネットワーク化することによって、観光ルートを各観光客がニーズに応じて発見し、また、時間・費用に応じて編成しやすくするためでもある。一方、これらのゾーンの設定をつうじて、環境保全や施設整備の方向づけも容易となる。

それは単に既存資源の組合せに止まってはならない。神戸などにおいて神戸港はまだ観光資源は未開発でこれをどうゾーン化・ルート化して成熟させていくか。博物館・文化財も決して少なくなくこれをどう観光ルートのなかにとり入れていくか、神戸七福神めぐりなど、神仏混合の神社・仏閣巡りなどまったく創作的コースとなっている。

第2に、観光施設として交通施設・ホテルの整備であろう。観光には移動は避けられない。観光バスはそれをバック化し容易にしたといえる。

しかし、観光地にとって移動・滞在のための施設が観光資源であることを忘れてはならない。サンフランシスコのケーブル電車は交通施設が観光資源と化したあまりにも有名な事例であるが、市電、ケーブル、ロープウェイなど観光を演出する手段としての機能を十分に評価されなければならない。

ことに大量の観光客の移動が見込まれる観光群相互の連絡には、観光的素材としてのユニークな交通手段を走らす価値がある。蒸気機関車はその好事例であるが、近距離交通については花電車・バスなどを運行することが施策的にも経営的にもものぞましい。

第3に、グルメ・ショッピング・イベントなどの付帯観光の提供であろう。観光地はそれ自体、遊園地と本質的には異ならない。観光客が自発的に消費する機会が多いほど観光の楽しみは倍加するはずである。

また、観光地にとっては観光客が多くかつ消費額が多いほど好ましいことはいうまでもない。

しかし、今日までこのような消費機会の提供についてはそれほど大きな政策的関心が払われてこなかった憾みがある。近年になってやっとグルメが注目されたのだが、ショッピングにあっても食物以外の製品開発努力をしていかなくてはならない。

神戸のポートアイランドのなかの田崎真珠は産業観光としての真珠加工と展示館での真珠販売をドッキングさせているが、ポートアイランドのファッションタウンとしてはグルメ・イベントが欠落している。

このような観光施策の立遅れが致命的欠陥となるのは、観光客が日帰りして

しまうことである。宿泊が消費額として半分以上を占めることを思うと、如何にして滞在型にまでもっていくため観光資源を開発し、ルート化によって引止めておくかについて腐心しなければならない。

神戸観光に限れば、都心観光の後、須磨・六甲・有馬と足を延す以外は、京都・奈良へと移動する。都心観光として異人館に博物館も加わったが、ポートアイランドを中核とする港の観光開発は遅れており、ウォーターフロント開発とからめて大きな課題で、函館の金森倉庫（ミュージアム）などの拠点形成が急がれるのである。

第4に、情報ネットワークからさらにイメージ・アップまでの情報対策であろう。観光につきPRは付物であるが、ポスターとパンフレットで観光資源を紹介するレベルからさらにアップさせなければならない。

その1つは、内なる観光PRとしての観光資源に対するより細かな情報提供である。観光ニーズが高級化すると同時に多様化してくると、パック型、セット型よりも個別ニーズ型へも対応を迫られる。

観光パンフレット、観光案内もレジャーニーズ、文化ニーズ、グルメニーズ、ショッピングニーズに応じた個別ニーズにこたえていかなければならない。そのためには各地でそれぞれのニーズにおける専門家、専門研究書の出版など文化そのものの研究が背景になければならない。

神戸に限れば観光資源としてのPR・紹介は一般的であり、それなりに合格できるが、神戸のもう1つの魅力であるグルメについては不十分である。

そのためか商品としては神戸ワインが健闘しているが、洋菓子・コーヒー・ビーフ・真珠と並ぶ神戸商品はそのブランドに比して、ショッピングとしては不十分な役割しか果たしていない。ことにアパレルの欠落が大きい。

専門店への情報提供の不足、観光施設とのセット販売、イベントによるPRなど販売戦略としての研究余地はかなり残されている。

あと1つは、外なるPRとしてのイメージ・アップである。それはまず都市のもつ個性・アイデンティティの形成でもある。

これからの地域振興にとって一村一品でも、観光、コンベンションでもイメ



ージのもつ効果は大きい。まず、商品、地域の評価を高めて購買・入込みなどの誘因力を増大する。つぎに、内部に対してはイメージ維持効果として品質向上・環境保全などの点にあって関係者に自己努力へのインセンティブを与える。さらにこのような誘因力・向上力はその地域におけるシンボルの機能をつうじて目標を設定し結合・連けい力を増幅・増殖させていく。

第5に、新規事業への創造力を形成していく。神戸市が重工業都市のイメージを払拭して、ファッション・コンベンション都市へといち早く転換したが、このようなイメージ転換が新しい産業群を神戸市に呼び込むことになった。ホテル、レジャーランド、大学などである。

イメージはシンボル操作を通じて、ハードな施設やソフトなイベントを結合させ、地域エネルギーを凝集させ、そこで醸酵させ、より高次、より新鮮な創造エネルギーを湧出する力を秘めているといえよう。そのような意味から都市・地域が複合施設、機能をもつことはのぞましい施策であるが、そのためにイメージが崩れたり稀薄になったりすることは避けなければならない。

## 7 観光政策の経営システム

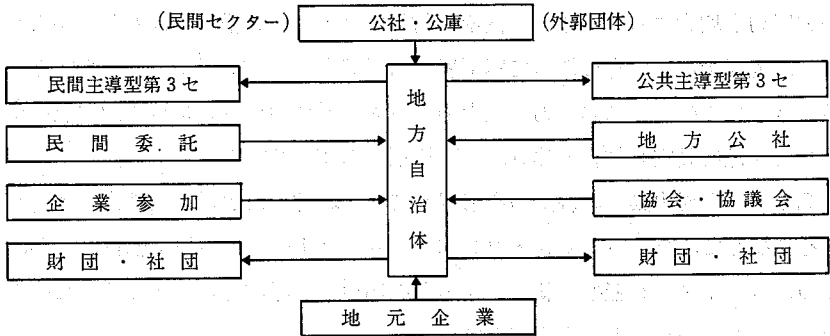
観光は成長産業であるが、個々の地域にとって観光行政が成功するかどうかはまた別問題であり、各自治体の経営手腕が問われるのである。

それはどのような地域開発にもいえることであるが、観光が各地域にとって総合産業として対応が求められ、また、そのため各セクターの連けいが必要となってくる。ことに新しい観光資源の開発が求められる地域にとっては用地提供にはじまり、PRまでかなりの複合企業（コングロマリット）的施策の展開が必要となる。

その場合、地元であって最大の企業といわれる自治体が、これら複合企業の中核として、官民両セクターを結びつける機能を果たすことである。

たとえば神戸市の事例をみてみよう（第4図参照）。多く大型プロジェクトは公団、公庫の支援によって推進されたポートアイランドがそうであり、ポートアイランドによってコンベンションの拠点形成しえたし、ポートピア'81も

第4図 地域複合企業体経営システム



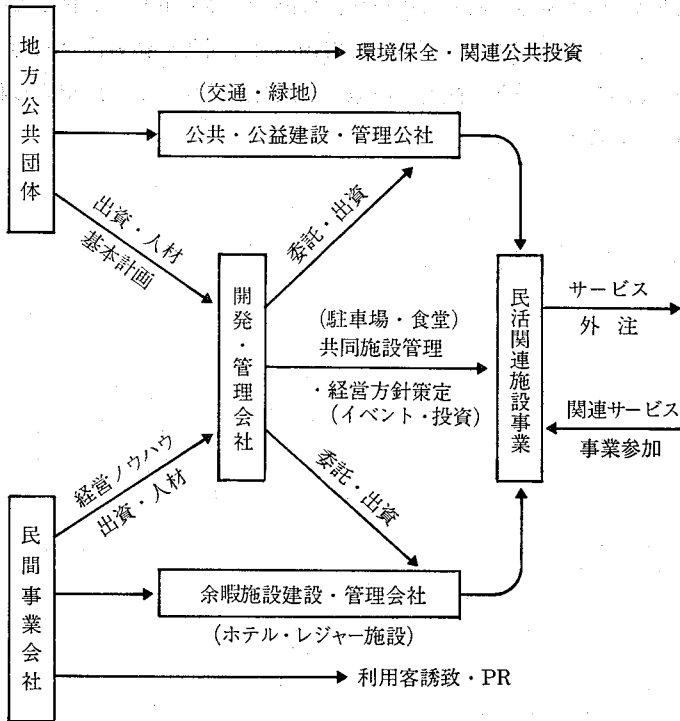
可能となった。

公共主導型第3セクターとしては新交通ポートライナーがあり、民間主導型第3セクターとしてはポートピアホテルがある。表六甲観光道路は地方道路公社であり、かつてタワーサイドホテルは民間鉄道会社の経営するところであったが、不振のため市が買収し、関係団体の市民生活協同組合に経営委託を行なった。また有料公園は公園協会が経営し、水族園、ロープウェイなど多くの観光関連施設を外郭団体が管理している。企業参加の事例としてはポートアイランドにおける阪急電鉄のポートピアランド、六甲アイランドにおける西武百貨店のウォーターワンダーワールドなどがあり、地元企業の独自展開としてはUCCのコーヒー博物館、竹中工務店の大工道具博物館、沢の鶴の酒蔵博物館などが古くからある美術館などととも新設された。

基金としてはポートピア'81の収益金で設けられた国際交流（コンベンション）基金があり、コンベンション開催を援助している。、観光にとっての側面援護といえる。

今後、リゾート基地の開発にあっては、コンビナートと異なり官民セクターの連けいの事業展開が必然化してくるが、それらの事業を調整機関として第3セクターを設立して、双方のセクターがそれぞれ得意の事業を推進していくシステム展開となるであろう。北海道トマム、岩手・安比開発でも第3セクターが事業展開の中心的存在として調整力を発揮している（第5図参照）。

第5図 民活事業・施設推進システム



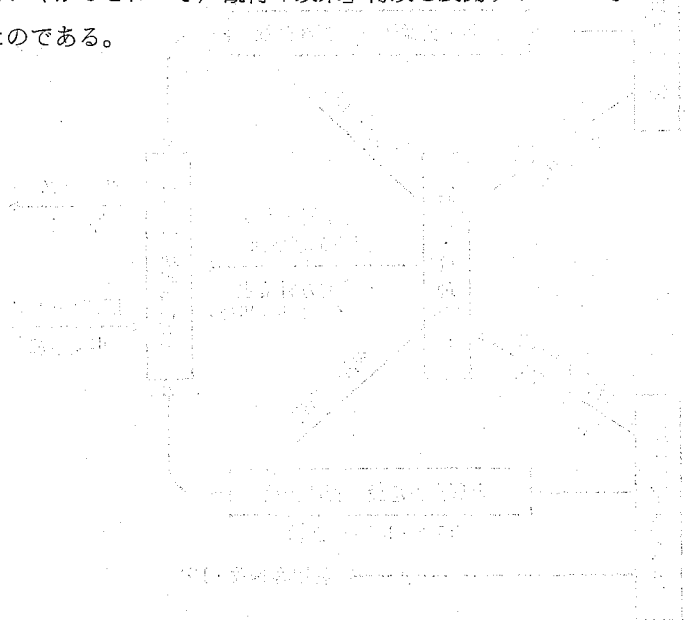
このような経営システムとともに経営戦略としては、施設建設にともなう対策である。

これまで神戸市の都市経営は公共デベロッパーとしての不動産経営が中心であったが、近年、イベントが加わってきた。そして基金によるサービス・ソフト面へも力を入れつつある。

観光行政は観光の複合化・ハイレベル化にともなって、次第に行政全般が対応していくようになった。それは国際行政が国際親善の域に止まり外事・渉外課が通訳業務に止まっていたが、今や全行政の国際化がはじまり、外事・渉外課は交流・国際課と名称変更し、国際行政の中核として、次第に全庁的行政推

進の役割を担うようになったのと酷似してきた。

観光課は多彩・多様な観光資源を如何に開発しネットワーク化していくか、そして、それらを如何にサービスとして効率よく付加価値の高い内容として提供していくかなどにつき、観光「政策」行政を展開することが求められるにいたったのである。



# 神戸港と観光

大 上 稔

(神戸市港湾局経営開発部振興課長)

## 1 はじめに

### <海>

海は図り知れない無限の可能性を持つ大自然であり、その雄大な姿は、永遠のロマンと未知の国へのあこがれを与えてくれる。

四面を海に囲まれたわが国は、太古の昔から日常生活において母なる海と深いかわりを持ち、海が持つ独特の風情に誰しもが実態のない感傷と飽きることのない魅力を感じるものである。

また、情緒豊かな美しい海岸線は、おのずと心がなごみ水とたわむれる子供ならずとも時の経つのを忘れる。

このように、海は元来それ自体が観光資源であり、また、観光のルーツであるといえる。これは、神戸市が行なった大都市住民の観光・レクリエーションの行動調査において、半数以上の者が「風景の鑑賞」を観光の目的のトップにあげていることからもうかがえる。

### <港の役割>

さて港であるが、港を機能別にみると、港湾法に基づく港湾（重要港湾、地方港湾、避難港）、漁業の用に供する漁港のほか、旅客船のターミナルやヨット・モーターボートの海洋レジャー基地として機能する港がある。

このように、港は立地上それぞれの機能を持ち役割を果たしているが、貿易を国策とするわが国にとって港の本質的な機能は、経済を支える物流の場であり、また、産業と雇用の創出の場としての機能を果たしている「港湾」であることはいままでもない。

### <神戸港のあらまし>

神戸港は、慶応3年（明治元年、1868年）外国貿易港として広く世界に門戸を開き 120年余の歴史をもつが、その間神戸港は一貫して商業港としての役割を果たし、現在はわが国を代表する国際貿易港としてまた、世界に冠たるコンテナ港として日本経済の成長に大いに寄与しているところである。港内には、大型船が同時に 253隻い留できる船席（バース）と、貨物の荷役と保管に必要な施設を完備している。そして世界に類のない規模と近代港湾施設を誇る人工島ポートアイランド及び六甲アイランドの海上文化都市が建設されている。

ポートアイランドは、海運貨物の輸送技術の革新に伴うコンテナ化時代の到来にいち早く対応すると共に、近代的な文化都市を創造するため建設を行なった。また、六甲アイランドは、海陸空の総合物流機能を備えた基地として整備するほか、都市部は本格的な民間活力を導入した新しいタイプの街づくりを行なっている。更に神戸市は、21世紀に向けた施策として「神戸港ポートルネッサンス計画」を策定し、ポートアイランドの拡張事業を中心に一層近代的な港湾施設の整備を図ると共に既設ふ頭の再開発または、ウォーターフロントを活用したアメニティー施設を整備し、市民に親しまれる港づくりを推進することとしている。

### <神戸港の機能>

神戸港の港湾施設を機能別にみると、主力は何といっても物流機能をもつ施設であり、ポートアイランド、六甲アイランド、新港、兵庫、摩耶の各突堤が、その機能を果たしている。次に、一般旅客用施設として機能しているものに、東神戸・六甲アイランド・須磨港のフェリーターミナル、中突堤の内航旅客船及び港内観光船ターミナル、新港第4突堤の外国客船ターミナルがあり、そして須磨にはヨットハーバーがある。

## 2 神戸港観光の現状

### <神戸の街と港>

神戸は、“みなと神戸”で総称されるように、歴史的に港と街が一体となっ

て発展してきた。

これは、神戸市の市章が扇の形をした港を基にしてデザインされたものであり、また、六甲の山腹に浮かびあがる市章とイカリのマークが神戸のシンボルであるように、港と街、市民が密接な関係にあることを示している。

また、一般的に神戸は洗練されたハイセンスの街、或いはファッションの街といわれているが、これも港から来るエキゾチックなムードが基因となっているものである。このように神戸は街そのものが港の影響を強く受けており、観光の面においても港がその中核をなしているといっても過言ではない。

### ＜神戸の観光＞

数年来、神戸を代表する観光地といえば、風見鶏で爆発的な人気となった北野町の異人館があるが、その一方で今も昔と変わらず根づよく神戸を代表するものに、「山と海」のすばらしいコントラスト、千年の歴史と伝統を誇る名湯「有馬温泉郷」、宮水・丹波杜氏で知られる「灘の酒蔵」、そして景勝の地「須磨浦公園一帯」がある。また、最近ではファッション・タウン、インターナショナルスクエアー、及び大規模な公園緑地を備えたポートアイランドや神戸ビーフ・神戸ワインで有名になった神戸市農業公園が人気を呼んでいる。

神戸市が毎年実施している神戸の観光調査によれば、市外の観光客から見た神戸の印象はここ数年の間「港のロマン」「異国情緒」「六甲の山並み」「しゃれたファッション」が上位を占め、総合的には「街そのものが異国情緒のただよ街」としている。これは、直接的には風見鶏ブームの定着によるものと思われるが、基本的には永年培ってきた豊かな国際性が素地となっているものと考えられる。

この神戸の街及び神戸っ子が持つ国際性は、戦後間もない昭和25年にいち早く住民投票により「神戸国際港都建設法」が制定されたことによってもうかがえる。

#### 【参考】

神戸国際港都建設法（抜すい）

第1条

「わが国の代表的な国際港都としての機能を充分発揮し得るよう建設することにより貿易海運及び外客誘致の一層の振興を期し、もってわが国の国際文化の向上に資すると共に経済復興に寄与することを目的とする」

## 第2条

「国際都市としての都市計画は、特に外国人の日常様式及び経営事業・経営方式を考慮に入れた国際的に高度の水準のものでなければならない。」

### <国際観光都市神戸>

神戸市は、もちろん現在も“国際港湾都市づくり”を市政の基本方針とし、姉妹都市、姉妹港提携等の施策を通じ国際感覚あふれる街づくりを推進しており、昭和63年8月の在神外国人は83カ国約4万人にのぼっている。また、62年神戸を訪れた外国人観光客の入込数は、全国215万人の5%にあたる約11万人と推定され、外国人観光客の海の玄関口である新港第4突堤には、近年の円高にも拘わらず、昭和63年は大型豪華客船が15隻27回(全国第1位)入港したほか、日中定期貨客フェリー及び邦船の外国航路客船も多数発着しにぎわいを見せた。

さて、国際観光振興会の調査によると、外国人観光客の印象に残った日本観光の魅力は、「歴史的建造物」が42%と半数近くを占め、次に「買物」28%、「日本人とその生活」24%と続いている。一方、外国人観光客の地方への関心の高まりや、地方の国際化の進展に対応するため、国は外国人観光客の受入体制の整備を促進することとし、昭和61年3月「国際観光モデル地区」を設置、神戸市を含む全国15地区を指定した。これを受け、神戸市は三宮・北野周辺に外国人向案内標識を設置、観光パンフレットの発行、ホームビジット制度の強化等の施策を実施している。

### <神戸港の観光>

神戸港における主たる観光地及び観光施設といえば、中突堤とメリケンパーク、ポートアイランド、須磨海岸とその周辺がある。これらの観光地は、もちろん市営観光バス及び観光タクシー等の観光案内のポイントとなっている。

#### (1) 中突堤とメリケンパーク

##### ① メリケンパーク



メリケンパークは、神戸開港120年の記念事業として、メリケン波止場と中突堤の間にあった舳だまりを埋立て、一般市民が自由に出入りし、海辺で憩い、海・港と親しめる公園である。メリケンパークには次の施設等がある。

- 海・港・船の総合展示場で展示面積 3,000㎡の神戸海洋博物館。
- 映画発祥の地を標す映画の記念碑。
- 姉妹港提携20周年記念にシアトル及びロッテルダム港から贈られた像。
- 港湾の倉庫を改修した多目的ホール。
- 港の見えるレストラン。

その他、公園の南端には、階段式座席のある展望広場をはじめ緑地、プロムナードを整備し、市民のオアシスとして活用されている。

### ② メリケン波止場

“メリケン”とは、築造当時付近に米国領事館があったことからきた呼び名で昔は、マドロスさんやガス灯等でみなと神戸を象徴する最も異国情緒のある場所として知られ、市民にはなじみの深い波止場である。

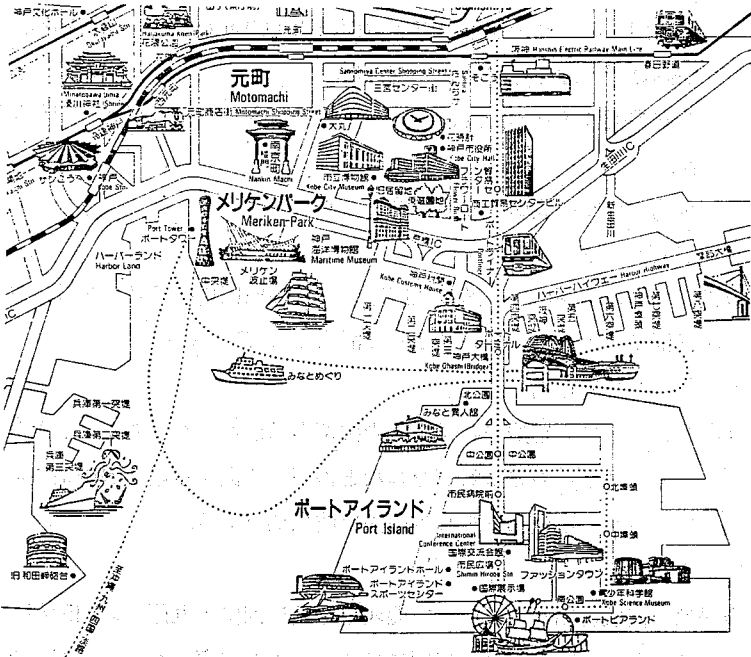
### ③ 中突堤

中突堤は、内航客船バースとして関西地方及び四国・九州への内陸部の交通網が十分でなかった時代には、岸壁にあふれる人々が汽笛やドラの音など港特有の雰囲気の中で、別れと出合いのドラマを繰りひろげたものである。

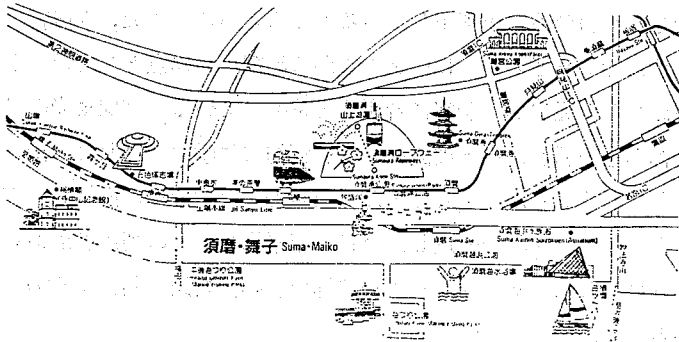
もちろん中突堤は、現在も瀬戸内海航路及び沖縄航路の旅客船ターミナルとして機能し、大勢の旅客が利用しているところである。また、同時に中突堤は、市街地に近く交通の便も良いところから港観光の拠点としてポートタワーをはじめ観光船の発着場、船客待合所等を整備している。定期観光船“港めぐり”は、神戸港の秀れた港湾施設を社会教育的に見学すると共に、港と海の雰囲気を十分味わうことができる。また、鼓の美しい型で神戸港のシンボルであるポートタワーは、30年を経過した今日も年平均40万人の利用者があり、昭和62年にオープンしたメリケンパーク及び神戸海洋博物館と共に多くの観光客を集めている。

図1 神戸港周辺図

メリケンパーク、中突堤、ポートアイランド



須磨海岸一帯



## (2) ポートアイランド

ポートアイランドは、コンテナリゼーションに対応し、かつ神戸の都市機能の拡充と21世紀の海上文化都市を創造するため、昭和56年に建設された人工島で、「住み」「働き」「学び」「憩う」総合的な都市機能を備えている。外周は、港湾機能ゾーンであるが、島の中央部は都市機能用地として計画され、2万人の住宅ゾーンと、アパレル、真珠、洋菓子等ユニークな神戸ファッションのメッカであるファッション・タウン、そして国際交流施設を備えたインターナショナル・スクエアから成っている。

さて、ポートアイランドを観光の見地からみると、まず言えることは島全体が観光地であるということである。

それは、436haという大規模な人工島であること、島内は機能別に整然とゾーニングされ、それぞれに地域の特長があること、島全体が明るく、かつ市街地と島を結ぶツートンカラーのポートライナー（コンピューター制御）や朱色の美しい神戸大橋（日本最初のダブルデッキ構造）が映えていること、そして、緑に映える六甲の山並みと近代港湾施設を整備した神戸港が一望できることにある。

個々には、神戸港展望に最も適している北公園と園内にあるみなと異人館、広大な大阪湾に面した南公園、大人から子供まで楽しめるアメニティー施設を備えたポートピアランド、街の中心部にある市民広場とエキゾチックタウン、そして生きた科学が学べる青少年科学館がある。また、街の中央部を貫くポートピア大通りは、緑でおおわれた大規模緑地公園となっている。

## (3) 須磨海岸とその周辺

淡路島を目前に山が海に迫り自然に恵まれたこの地域は、万葉の昔から景勝の地として詩歌にうたわれている。須磨海岸は、京阪神地域で唯一の自然の海水浴場として、シーズンには大勢の人々が楽しんでいる。神戸市では、この自然の砂浜を保全し拡張するため養浜工事を行っており、完成後は、須磨港から須磨浦に至る2kmの海辺が幅100mの砂浜となる。

また、周辺には自然の松林と日本最古の灯台（和田岬灯台）が保存されてい

る須磨海浜公園、宮殿跡の洋風庭園で知られる須磨離宮公園、須磨浦を一望できる鉢伏山、須磨ロープウェイがある。

更に、東には“ラッコ”“波の大水槽”等で人気の高い須磨海浜水族園が、西には海洋牧場を併設した日本初の海上レクリエーションセンター“海づり公園”があり、また、海辺の散策、サイクリングが手軽に楽しめるなど一大観光ゾーンとなっている。

#### (4) 神戸港の史蹟

史蹟は、開港当時のものであり、兵庫港の平清盛塚、中央区の旧居留地跡、網屋吉兵衛の碑、海軍操練所跡及び須磨の平敦盛塚等がある。

旧居留地は、メリケン波止場から東へ 132,000㎡の範囲をいい、明治元年神戸開港と共に結ばれた諸外国との通商条約により、条約締結国の国民の永久在住と居留民の大幅な自治権を認めた特殊な地域であり、見事な石材と赤い煉瓦を使った豪華な建物が整然と建ち並んだ美しい街であった。現在でも昔の外国商館をそのままの姿で保存し使用されている建物があ、開港当時の面影をしのぶことができる。

#### (5) 夜景

さて、港の観光のポイントの一つに夜景がある。神戸の夜景は 1,000万ドルといわれ、六甲山・摩耶山から眼下にひろがる光のページェントはすばらしい景観であるが、一方海上のポートアイランドから見る夜景もまた一見の価値がある。

特に、北公園から眺める神戸の夜景は、真近に海洋博物館の白いフレームと真っ赤なポートタワーを照らし出す見事なシルエットと、山腹にくっきりと浮かびあがる市章とイカリのイルミネーション、そして、暗い波間に淡い光の影を落とす夜の港の景観であり、神戸の貴重な観光資源である。

#### (6) その他

神戸港は、人工島を中心に内陸部に接する櫛型の突堤が整然と並び、世界の美港の一つにあげられているが、神戸市はかねてより港の美観に留意し、地区毎の突堤にある上屋のカラー作戦を行なうほか、港湾区域内の修景地区を拡大

し、緑化を促進すると共に橋梁等新たな施設についても美観上細心の注意を払っている。

<神戸観光白書にみる港観光>

(1) 入込客数

昭和62年の神戸観光白書によると、神戸観光の入込客数は、神戸開港 120年祭の入込数を除いても 2,127万人と前年比 6.2%の伸びを示し、逐年順調に増加している。

表1 神戸観光入込客数 (単位:万人,%)

年 項目 地域	60年		61年		62年		
	入込客数	増減率	入込客数	増減率	入込客数	増減率	
都観 光市 市群	市街地	389	4.0	410	5.4	410	0
	うち北野	158	△ 3.1	168	6.3	153	△ 8.9
神戸港観光群	252	7.2	264	4.8	279	5.7	
六馬 甲観 ・光 有群	六甲・摩耶	713	△ 5.2	756	6.0	739	△ 2.2
	有馬	161	3.2	177	9.9	171	△ 3.4
須磨・舞子観光群	317	1.3	331	4.4	458	38.4	
西北神観光群	59	—	65	10.2	70	7.7	
小計	1,891	3.3	2,003	5.9	2,127	6.2	
ユニバーシアード 神戸大会	56 △ 18	—	—	—	—	—	
グリーンエキスポ '85	221 △ 53	—	—	—	—	—	
神戸開港 120年祭	—	—	—	—	* 228 △ 18 △ 42	—	
合計	2,097	14.6	2,003	△ 4.5	2,295	14.6	

\*神戸開港 120年祭

春の祭典 (4/29~5/17の19日間) 1,752,000

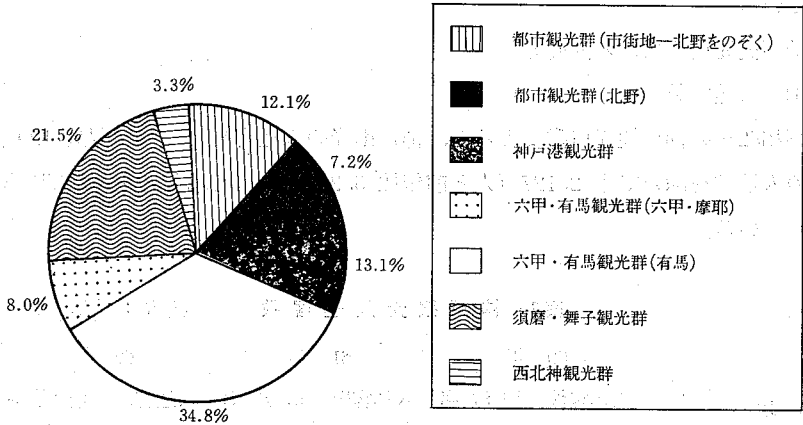
海の祭典 (7/19~7/25の7日間) 531,650

計 2,283,650

このうち海洋博物館、ポートタワーの入場者 177,462 (共通入場者を除く) を差し引き42万人が他の市内観光地へ立ち寄ったものと推定した。

(注意) 観光群については、2001年神戸観光基本計画による分類に基づいている。

図2 地域別入込比率



これを地域的にみると、港関係では神戸港観光が全体の13.1% 279万人、須磨・舞子観光が21.5% 458万人となっている。また港に関連している六甲・摩耶観光は 34.8%739万人となっている。須磨・舞子が前年比5%と大幅に伸びたのは、新たにオープンした須磨海浜水族園の盛況によるものであり、神戸港については、神戸海洋博物館の開館及び大阪湾クルーズ船の就航、そしてポートアイランドの観光地としての定着によるものである。

## (2) 観光客の動向

観光地別に来神者の性別、年齢別、居住地別を分析したのが次の図表1である。

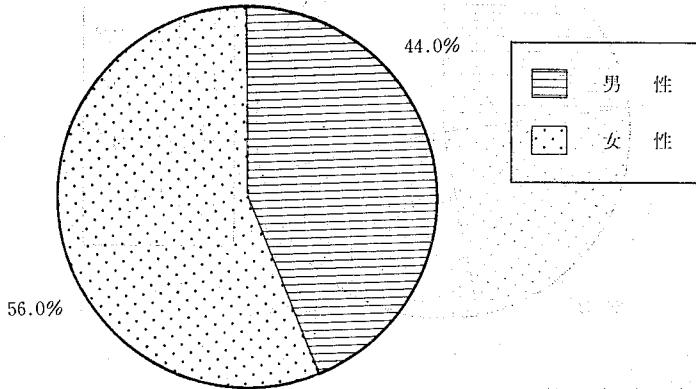
性別では、全地域的に女性が多く、年齢別では、“港・ポーアイ”に若年層が多い。また、来神観光客の居住地別構成比は、近距離が21%で兵庫県以外の近畿地方の来神者は28%、そのうち大阪府が43%を占めている。観光地別では、北野・酒蔵地域以外は近距離客が圧倒的に多い。

なお、参考までに、グループ別では、全体の40%が家族づれで、友人・知人と一緒が37%となっており、港・ポーアイ地区、須磨地区もほぼ同様である。また、旅行の日程については、日帰り客が全市で60%、港・ポーアイ地区75%、

図表1 性別・年齢別・居住地別構成比

(1) 性別構成比

① 神戸市全体



② 地域別

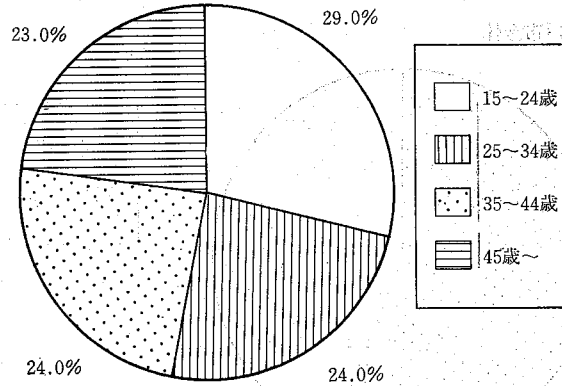
(単位：%)

性別	地域			須 磨			六甲・摩耶			北 野			港・ポーアイ			市街地		
	年	60	61	62	60	61	62	60	61	62	60	61	62	60	61	62		
男 性		38	51	44	53	48	48	31	44	34	47	44	46	47	35	45		
女 性		62	49	56	47	52	52	69	56	66	53	56	54	53	65	55		
計		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		

性別	地域			有 馬			酒 蔵			西 神			全 市		
	年	60	61	62	60	61	62	60	61	62	60	61	62		
男 性		39	38	39	44	40	42	48	49	47	46	44	44		
女 性		61	62	61	56	60	58	52	51	53	54	56	56		
計		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100		

(2) 年齢別構成比

① 神戸市全体



② 地域別

(単位：%)

年齢	地域								
	須磨	六甲・摩耶	北野	港・ポアアイ	市街地	有馬	酒蔵	西神	全市
15~24歳	28	27	54	36	20	15	31	14	29
25~34歳	27	27	23	25	14	16	22	32	24
35~44歳	25	24	13	25	27	26	19	31	24
45歳以上	20	22	10	14	39	43	28	23	23
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100

(3) 居住地別構成比

(単位：%)

距離	地域														
	須磨			六甲・摩耶			北野			港・ポアアイ			市街地		
年	60	61	62	60	61	62	60	61	62	60	61	62	60	61	62
近距離	92	92	90	84	83	85	43	38	38	57	63	80	70	63	75
遠距離	8	8	10	16	17	15	57	62	62	43	37	20	30	37	25
計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100



地域 年 距離	有馬			酒蔵			西神			全市		
	60	61	62	60	61	62	60	61	62	60	61	62
近距離	85	87	88	47	37	41	90	89	93	79	76	79
遠距離	15	13	12	53	63	59	10	11	7	21	24	21
計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

近距離：南近畿，京滋，大阪，兵庫

遠距離：北海道，東北，関東，甲信越，東海，北陸，山陽，山陰，四国，九州

須磨地区84%と多く，印象に残った観光地としては，六甲，北野，ポートアイランドの順で，ポートアイランドの人气が高まっていることが分かる。

### 3 神戸港観光の将来展望

#### <ウォーターフロントの開発>

現在，わが国ではウォーターフロント開発の話題が花盛りで，全国各地において開発計画が目白押しの状況である。

ウォーターフロントとは，簡単にいえば，「水辺の空間」または「沿岸域」のことを指し，海・港・河川の自然域と陸地の人工域との接点，即ち水際線とその周辺の空間をいう。

#### (1) ウォーターフロント開発の要因

近年急速にウォーターフロントが着目され，開発（再開発）に取組まれるようになった背景として，次の点があげられる。

第一点は，経済・産業及び物流の構造の変化である。

即ち，円高，貿易摩擦，N I E S 諸国の急激な伸長等による経済情勢の変化と，いわゆる重厚長大から軽薄短小への産業構造の変化，また，海運貨物の流通について，船舶の大型化，輸送の合理化等近代化が進展し，港湾施設の再構築が必要となっていることである。

第二点は，生活形態の変化である。

近年，わが国においても生活レベルの向上によるゆとりと余暇時間の増加に

に伴い、観光やレクリエーションに関心が高まっていることである。

第三点は、社会資本の質的整備である。

わが国経済は、すでに欧米並みの水準にあるところから、時代に即応した質の高い社会施設の整備が要求されているが、インナシティー問題、地価問題等複雑な課題を抱える大都市の既成市街地において、新たに質の高い社会施設を整備することは、まことに困難な状況にある。

#### (2) ウォーターフロント開発の方法

このような情勢に対応し、如何にウォーターフロントの活用を図るか。その一つは、主に大都市において計画されている都市機能の充実を図ることである。即ち、ウォーターフロントを新たな街づくりや臨海工業地帯として、或いは物流の拠点として空間を利用するものである。

他の一つは、アメニティー施設として活用することである。これは、海洋レジャー、海洋レクリエーション、公園緑地、プロムナード等ウォーターフロントが持つ特性を活かした集客施設を整備し、地域の活性化を図るもので、主として地方都市において計画されている。

ウォーターフロントの開発は、英・米国に始まり、カナダ欧州、そして日本と先進国を中心に行なわれており、欧米では成功の例も多い。代表的な開発として、米国のボルチモア、ニューヨーク、サンフランシスコ、英国のロンドンその他バンクーバー（カナダ）、シドニー（オーストラリア）、アムステルダム（オランダ）等がある。これらは、時代の変遷と共に陳腐化した港湾施設のあるウォーターフロントを再開発し、高度な通信、情報処理等の先端産業及びコンベンション施設や文化施設を備えた新しい都市の空間を創造し、または、ウォーターフロントを観光資源としてフルに活用し、多種多様なアメニティー施設を整備したもので、港が都市の最も魅力的な場所として観光客を誘致し、地域の活性化を図ったものである。

さて、運輸省においても「21世紀への港湾」のなかで、豊かで潤いのある社会を形成するため、港湾の空間利用について、水際線における物流機能の高度化、人工島等理立による新たな都市づくり、そしてレジャー時代に対応した豊

かな生活空間を形成する必要があるとしている。殊に、海洋レジャーに対応すべく昭和64年2月を目途に関係企業150社の出資を得て「(財)日本舟艇利用振興センター」の設立を計画している。

#### ＜神戸港におけるウォーターフロントの開発＞

神戸港におけるウォーターフロントの開発は、その代表的なものとして、港内の広域水面を埋立て新しい都市づくりを行なったポートアイランド及び六甲アイランドの人工島がある。また、従来の港湾施設を再開発し、市民のアメニティー施設を整備した例としてメリケンパークがある。

港湾施設の再開発を図ることは、将来の神戸港の整備方針を策定した“神戸港ポートルネッサンス計画”の一つの柱でもあり、また、アメニティー施設の整備は、港湾の基本政策である“市民に親しまれる港づくり”の推進に大きな役割を果たすものである。

現在、神戸港で施工中の摩耶埠頭及び計画中の兵庫港等の再開発は、本来の港湾機能を拡充するものであるが、この場合でも環境整備の観点から極力緑化等に努めることとしている。

次に、今後市民のアメニティー施設として計画を進めている事業を紹介すると、

#### ① 中突堤を中心とした周辺の再開発事業

中突堤及びメリケンパークと一体となったレジャー施設の拡充を図り、一大観光ゾーンとするため、高浜岸壁から新港第1突堤に至る水際線一帯を再開発し、プロムナード、緑地、クルージング基地、フェリー基地、観光マリナー、及び関連の集客施設、便利施設を整備する。なお、高浜岸壁に隣接して建設中のハーバーランド(JR湊川貨物駅跡地の再開発事業)は、新しいウォーターフロント・シティとして、文化、商業、住宅、福祉等の都市施設を整備しており、旅客船バース、海辺の公園として再開発する高浜岸壁と一体となって機能し、地域の活性化を図るものである。

#### ② 運河の再開発事業

神戸港の西部に位置する兵庫運河、新川運河、及び荻藻運河は、マリナーと

水辺のプロムナードを中心とした施設整備を検討している。

### ③ 長田港の再開発事業

長田港の再開発については、隣接する大阪ガス跡地のインナシティー関連施設と一体的に実施するものであるが、長田港では、マリーナ施設を整備する計画で検討している。

### ＜神戸港観光の将来展望＞

#### (1) 観光資源の開発

更に中長期的に神戸港の観光資源を展望すると、大規模プロジェクトとして、次の事業がある。

##### ① 六甲アイランド

###### ○大規模公園

現在建設中の六甲アイランドの南端23haをウォーターフロントのパークとして大規模公園を整備する。

このうち、13.5haを“ウォーターワンダーワールド”と名づけ、昭和66年5月開園を目標に公園とレジャー施設を建設する。これは、コンペ方式による民生活業として整備運営するもので、人工なぎさと造波プール、運河と遊覧船等を配置し、滞在型のレジャーランドとする。なお、神戸市では、異人館街のある北野町とセットで“恋人たちの憩う公園づくり”を行なうこととしている。

###### ○ユニークな街づくり

また、民間活力事業として実施している都市部においては、ホテル、グルメビル、インテリジェントビル、国際文化情報センターのほか、国際的商談の場として、神戸ファッションマート（マーケットセンター）を整備し、また、噴水、水上テラス、滝のあるリバーモール（水路広場）を公共事業により建設する。

##### ② 明石海峡大橋

神戸市の永年の夢であった明石海峡大橋は、橋の長さ 3,910m、中央支間 1,990 m と世界最大の吊橋で、大きな経済効果と国際的レベルの景観が期待されている。

③ 須磨～舞子地域の海岸線

この地域一帯は、第3次総合基本計画において、海洋スポーツ、レクリエーションゾーンに位置づけられているが、明石海峡大橋の着工に際し、このたび神戸市都市景観条例に基づく都市景観形成地域に指定され、海上からの眺望に配慮することとなった。

④ ポートアイランドⅡ期

○大規模公園緑地

神戸市は、現在拡張工事中のポートアイランドⅡ期計画において、33haの大規模公園を計画しているが、一方経済界では都市型レジャー施設“神戸ワールド”建設の動きがあり、その候補地の一つとなっている。神戸ワールドの構想によれば、園内に世界の街、自由の庭、夢と冒険の森等の施設を整備し、年間800万人の入場を見込んでいる。

○K-CAT

K-CATは、関西国際空港の旅客用海上アクセス基地として整備するもので、多数の内外観光客の利用が見込まれている。

⑤ 神戸沖空港

神戸沖空港は、現在建設中のポートアイランドⅡ期の南約2kmに建設する計画で、兵庫県域航空ネットワークの母港として位置づけられている。

⑥ その他

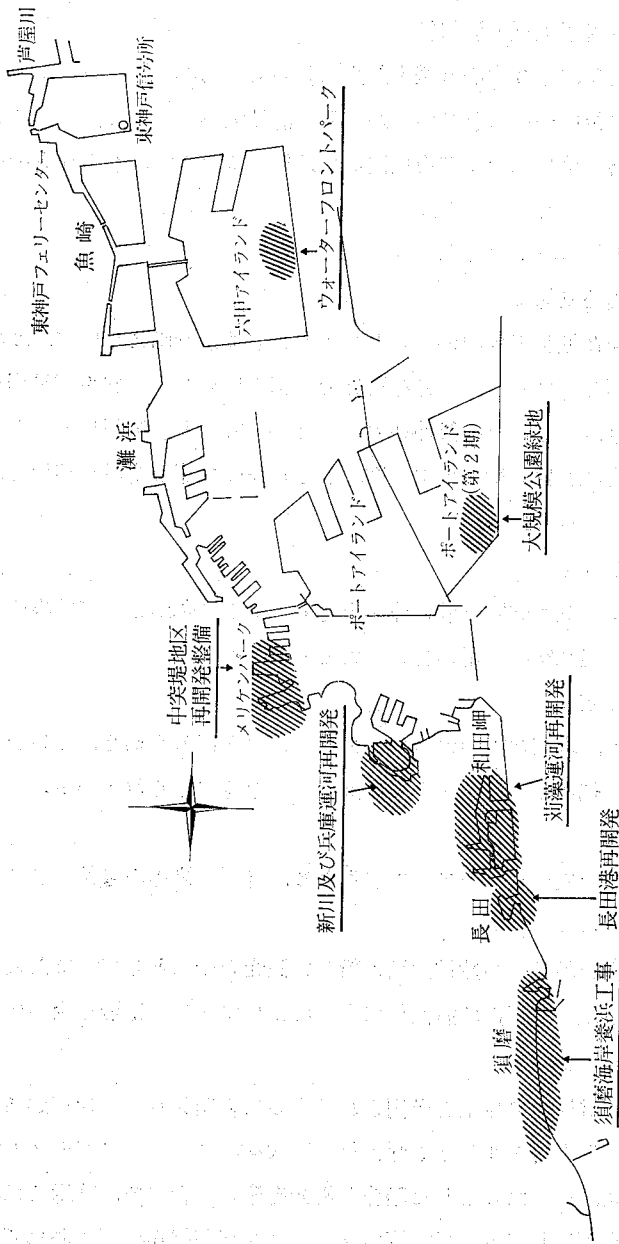
神戸港の夜景を更にショーアップするため、神戸大橋等の電飾、ライトアップを検討している。

これらの大型施設は、当然神戸港の新しい観光の資源として、また核として重要な役割を果たし、都市の活性化に大いに寄与することは疑う余地はない。

(2) 船客クルージング

次に、今後の港観光の目玉と予測されるものに客船クルージングがある。クルーズ船は、“海上ホテル”とも呼ばれ、広大なパブリックスペースと快適な宿泊施設を備え、ゆったりとした船旅と観光を楽しむ客船で、欧米では、早くから長期休暇を利用してカリブ海等のクルージングが盛んに行なわれている。

図3 神戸港観光・レクリエーション施設設計画



わが国においても、最近クルージング船による船旅を楽しむ傾向が強くなり、これを受けて邦船各社も久方振りに大型外航客船の建造に着手し、昭和64年春から相次いで就航が予定されている。神戸港でも、一昨年来大阪湾クルーズ船が就航し、若者を中心に人気を博しているが、今後明石海峡大橋等大型観光施設の完成に伴い、増便されることは間違いのないところである。

### (3) 観光関連施設の整備

一方、港の観光関連施設として、大型ホテルがメリケンパーク、六甲アイランド、ハーバーランドにそれぞれ建設又は進出が予定されているほか、道路についても、神戸港を横断する大阪湾岸道路が計画されており、大幅に陸上アクセスの機能アップが考えられる等、観光客の誘致に必要な諸施設も着々と整備され、神戸港観光の基盤が強化されている。

## 4 おわりに

以上のように、神戸港の観光資源は、ここ数年の間に大幅に充実される見通しにあり、また一方では、海洋レジャー、客船クルージングがクローズアップされる等、港の観光をとりまく諸情勢は大きく変化し、新しい時代を迎えようとしている。

この新時代に対応し、港の観光資源をより効果的に活用するため、「2001年神戸観光基本計画」（別掲の「行政資料」参照）にのっとり、関係局との連携を密にして次の事項に留意する必要があると思われる。

- ① 港湾機能と調和のとれた観光資源の開発促進。
- ② 既存の観光施設及び利便施設の改善及び港の美化。
- ③ 「水」を主体とした観光ルートの開発。
- ④ 港のイベント及び広報活動の強化。
- ⑤ 臨港地区における規制緩和。
- ⑥ 遊歩道の整備など街と港を結ぶ施設の整備。
- ⑦ 外航客船・クルージング船の誘致。

殊に、アメニティー施設の整備にあたっては、港本来の業務に支障のない範

困で、市民や観光客が、より広く、より自由に港に出入りできるよう考慮することが肝要であると思われる。

最後に、神戸には神戸の恵まれた自然と市民の先見性に富んだ気風がかもし出す素晴らしい“神戸らしさ”というものがある。この“神戸らしさ”を活かし、更に魅力ある街づくりを推進するため、港湾においても観光に係る諸施策を講ずる必要があることは、いうまでもなく、港に集客施設を整備し、観光客を誘致することは、都市の活性化に寄与するのみならず、同時に、市民が海・港とふれあうことにより、港に理解と関心を深めることになるものと確信する。



# 農業観光の戦略

大角 喜一

(神戸市農政局計画課長)

## 1 はじめに

神戸は世界に開かれた国際港湾都市として発展してきた。そのイメージはエキゾチックでファッショナブルな雰囲気のある街、ロマンチックなみなど、異人館そして緑豊かな六甲山、夢あふれる海上都市ポートアイランド等が思い浮ぶ。ところが、神戸は農漁業の極めて盛んな都市であり、県下で最大、近畿圏でも有数の農業地域を形成していることを知る人は少ない。西北神地域に広がる豊かな田園風景、そして海水浴ができ、海岸から釣りが楽しめる豊かな海、大都市の中でこれほど恵まれた自然条件を備えている都市は稀であり、神戸の持つ貴重な財産である。

一方、農漁業を取り巻く社会経済情勢は、農水産物の輸入自由化など非常に厳しいものがあり、本市農漁業にとってもこの試練をいかにして乗り越えるかが大きな課題である。

また、経済社会の成熟化の進展に伴ない、国民の価値感やライフスタイルは多様化してきている。特に都市住民を中心として、心のゆとりや豊かさ、文化活動への参加、健康や体力の増進、自然とのふれ合い等を求める欲求が強まっている。

このような情勢を考え合わせると、生産性の高い、活力ある市域農漁業の展開を図るうえで、観光要素を付加することは、地域社会を活性化させ、都市アメニティーに寄与するとともに、市民の自然志向、本物志向、安全志向といった多様なニーズに応えるという観点から意義あることといえよう。

本稿では、このような本市農漁業の概要と展開方向、そして、農業観光の戦

略について触れてみたい。

## 2 市域農漁業の役割と展開方向

### (1) 市域農漁業のあらまし

神戸の農漁業の特質は、まず第一に自然的条件として市内に農地が散在しているのではなく、六甲山系の北部と北西部に比較的連たんして存在しており、土壌、雨量、日照時間等恵まれた自然環境にあること、第二に大都市近郊ということで、大消費地をかかえ社会的経済的に恵まれた立地にあること、第三に営農面では水稲・園芸・畜産の3本柱が確立し、相互に有機的連携を図りながら意欲的に展開されていること、第四に漁業についても魚介藻類の種類・量に恵まれていることなどがあげられる。

ちなみに、全市面積 547km<sup>2</sup>のうち市街化区域は36%の約 200km<sup>2</sup>であり、64%の約350km<sup>2</sup>が市街化調整区域となっており、調整区域のうち約100km<sup>2</sup>(10,000ha)が農業振興区域に指定されている。

また、市内全農地面積5,866haは上記地域区分の中で、市街化区域内に830ha(14%)、調整区域内に5,036ha(86%)となっている。

これらの経営規模は、総農家戸数 7,008戸で除すると、1戸当り84aとなり国には及ばないものの県平均を大きく上回っている。

次に農業粗生産額(61年度)は、190億円で、このうち米が37%、野菜・花き・果実の園芸が34%、畜産が29%とバランスのとれた構成となっている。

また、漁業関係についていえば、漁業権漁場面積 3,800ha、漁家戸数 302戸、漁船数 475隻で、生鮮魚介類 8,298t、のり養殖90,790千枚、観光漁業延べ 5,215隻で36億円の生産額となっている。

このような市域農漁業の生産物を市民供給可能率の面から見ると、米が25.8%、野菜が38.2%、牛肉が48.6%、牛乳が72.8%、果実8.1%、魚介類25.5%、のり89.2%になる。

### (2) 市域農漁業の役割

神戸市は21世紀に向けて最高理念として“緑と心のふれあいと、生きがいの

まち”に象徴される「人間都市」をめざしている。農漁業については、「新鮮で安全な食料を供給するとともに自然空間の維持機能が十分発揮できるよう市街地と調和を図る」こと、「高度技術の開発、利用により生産性の向上と消費者ニーズへの対応をすすめ、活力ある農漁業の展開を図る」こと、並びに「市民に憩いと安らぎの場を提供し、市民に親しまれる農漁業をめざす」ことを基本に、都市との調和を図りながら近代的な産業として育成することとしている。

これらのことから、昭和51年3月に「神戸市農政の基本構想」を、52年7月には「神戸市農業基本計画」を策定（57年3月改定）し、かけがえのない神戸市農業の発展をめざしてきた。

しかし、近年の農漁業を取り巻く厳しい社会経済情勢、即ち、①農水産物の輸入自由化、②農産物の内外価格差の拡大と生産性の低い国内農業、③漁業水域200海里体制の定着化と水産資源の枯渇、④食糧管理体制等の改革と米価の引き下げ、⑤顕在的な米の過剰と水田農業確立対策の強化—等種々の問題が生じており、どうすればこれらの問題を克服し、農漁業の振興が図れるかが今後の課題である。

そのため、現在「第3次神戸市農漁業基本計画」を策定中であるが、この視点として現状を直視し、今を構造改革の機会として積極的に取り組み「産業として自立できる農漁業の再生（復興）」のため、生産性の高い魅力ある農漁業を育成し、もって“活力ある農漁業の展開”を図ることを基本として検討が行われている。このようなことから「人間都市神戸・多種機能複合都市の実現」のため市域農漁業の持つ「新鮮で安全な農水産を安定供給する」とともに「自然と緑を保全管理し」さらには「憩いと安らぎの場を提供する」という三つの機能に、「快適な都市環境の創出と食文化の高揚」及び「都市活力を創出」の二つの機能を付加し、農漁業の持つ多面的機能の充実強化を図ることとしている。

### (3) 機能面にみる観光

農漁業地域は生産の場であるとともに、恵まれた自然環境はゆとりある都市

空間を形成し、都市社会の緊張の中に生活する市民に、潤いと安らぎを与えてくれるものである。そして、この自然環境を活用した観光農漁業（いちご狩り・いも掘・つり舟等）や市民農園・いきがい農園は、自然とふれあい、土と親しみ、収穫の喜びを体験できる健全なレクリエーションの場を提供し、精神、教育、健康増進の面で大きな役割りを果たしている。

また、この自然環境を有効に活用することにより、雄大なぶどう園の造成等新しい農村景観を形成し、都市アメニティーを高めるとともに、農業公園に代表される市域農漁業の拠点施設では、安全、新鮮な農水産物の、生産・加工・販売を通じた1.5次産業や、農工商知複合経営が実践され、市内産農水産物を素材とした神戸料理の創造や、神戸ワイン、神戸ビーフに代表されるブランド化を育み、食文化の高揚に寄与するだけでなく市民の本物志向、自然志向、安全志向に応えることとなる。

さらに、拠点施設の充実・新設を進めるとともに、観光農業や文化財等の観光資源とネットワーク化を図ることで、観光客に十分な満足を与えるとともに本来的な農業振興や地域の活性化、雇用の拡大など観光による効果は大きいものとなる。

### 3 農業観光の概要

農漁業と観光との関係は機能面から考察したが、農政施策の遂行にあたって基本的な考え方はまず「農漁業の振興」が基礎にあることは言をまたない。つまり、農漁業の生産を主体として、その一部を加工することで消費に結びつける。また生産物を有効に消費に連なげる。これら一連の経済活動が円滑に行われるとき、農漁業が活性化したといえる。この一連の流れの中に、無数の観光資源が内在しているのである。具体的には、生産・加工の場には魅力ある自然や文化遺産、見せる加工工程があり、生産加工された商品には、付加価値化されたブランド商品や特産品が、さらに直接消費する場としてのレストランがあり、これらを併せもつことで眠っていた観光資源を掘り起こすことが可能となったのである。

まず、農業公園を例にとって考えてみたい。昭和59年10月西区押部谷町高和にオープンした農業公園は、31haの敷地にワインガラーの屋根と白い壁の6棟の建物がロの字型に配置され、ゆるやかな台地の上に立つワイン城と、取り巻くように広がる160haの緑豊かなぶどう畑・なし畑は、壮大で明るく洒落たよそおいを呈し、南欧風のエキゾチックな雰囲気にあふれており、まったく新しい農村風物詩である。そして昭和62年度には年間約50万人の入場者を迎え大変賑わっている。

この農業公園の誕生は昭和40年代前半に遡る。当時西神地域を含む東播台地の水不足を一挙に解消しようと昭和42年に国営の東播用水事業計画が決定し昭和45年からダム建設が開始された。時期を同じくして押部谷農協（現在：西農協）は町内の丘陵地約160haに果樹団地を計画し国の事業に組み込まれたのである。しかし造成した団地に植える果樹品目についての決定には、相当苦慮したが、農業の振興を図り、しかも継続性があり、加工し貯蔵できるものとしてワイン専用ぶどうを栽培することに決定した。ところが、ワイン造りのため農産物を加工することについては生産農家では限界があり市が第3セクターによりワイン製造をすることとなった。これら経過によりワイン製造工場を含む農業公園と神戸ワインが誕生したのである。

この公園は大別して三つの機能に分けられ、その第一は神戸ワインの生産機能である。「良いワインは良いぶどうから」という言葉どおり、神戸ワインの原料ぶどうは本場ヨーロッパからワイン専用の最高品種といわれる苗を輸入し、神戸の気候・風土に合った6品種4万本を栽培している。これらぶどうは少雨・多照・礫土質と充分な有機肥料などに恵まれ順調に成育している。キキス（糖・酸・ミネラル）分を十分含んだぶどうは、ワイン醸造に最も適した熟度で収穫され、最新の設備と技術を駆使して風味と芳香を生かした外国にも引けをとらない高品質のワインを生み出している。ちなみにEC諸国による国際品質選考機関が実施する食品コンテストである「モンド・セレクション」に出品した4種類の神戸ワインがいずれも入賞し、国際的にも高い評価を得たことは世界に通じる神戸ブランドの確立と今後の生産の大きな糧となるものである。

第二は農業研修・農業体験機能である。市域農業を担う農業者の広範な科学的知識習得の場として、また学童の野外教育活動の場及び、都市住民が土に親しみ体験実践する場を提供している。施設として研修館、温室、農園、しいたけ館、神戸ビーフ館、農業体験実習館等を整備している。

第三は市民及び観光客のレクリエーション機能である。市民及び観光客が集い・憩い・安らぐ場として便益的施設のレストラン、野外バーベキュー場、売店やプール、多目的広場、陶芸館、ワインミュージアム、サボテン温室、ミニ牧場などが訪ずれた人々に幅広く活用されている。

農業公園は先に述べた施設を含め31の施設で構成されており、上記三つの機能が相互に補完・相乗・調和した多目的、多種機能な複合施設であると同時に、生産・加工・販売までの一貫体制と研究開発を加える農工商知複合経営による新しい農業を実践しているものである。

また、農業公園で生まれたユニークなものとして毎日曜の朝7時から行われている朝市がある。朝市には市内の農漁業者の手による新鮮な野菜、花、果物や、鮮魚、チリメンジャコなど多くの農水産物が直接運び込まれ、開園前から詰めかけた都市住民（夏期には800～1,000人、冬期でも300～400人）に提供されて大変な賑わいをみせている。ここでは流通の規格にとらわれず、何よりも安さと鮮度が喜ばれるとともに、生産者と都市住民の会話を通した新しい交流の場が形成され、農漁業者と消費者の相互の理解の場としての意義は大きい。

農業公園については、全国の模範事例として昭和61年版農業白書で紹介されたことを付記しておく。

農業公園以外の農漁業振興・観光拠点施設としては、六甲山牧場と海づり公園があり、現在整備中または計画中のものとして、神戸フルーツパークとマリニピア神戸があり、いずれの施設も農漁業の機能を最大限活用し魅力あふれるものとするため、今後とも国、県をはじめとする行政機関、農漁業者、また市民の方々に紙面をお借りして協力をお願いする次第である。（表参照）

次に観光農園、市民いきがい農園、市民いも掘り農園を見ることとする。

本市の観光農園は歴史も古く、昭和28年に旧有野農協が二郎地区でイチゴ狩

表 地域活性化拠点施設整備

施設名	農漁業振興の拠点	観光農漁業の拠点	入園者数(62)
1. 六甲山牧場	<ul style="list-style-type: none"> <li>●乳牛の受精卵移植</li> <li>●受卵牛の育成</li> <li>●チーズの製造</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●牧歌的な高原牧場</li> <li>●人間と動物と自然とのふれあいの場</li> </ul>	70万人
2. 農業公園	<ul style="list-style-type: none"> <li>●肉牛の受精卵の生産と移植</li> <li>●供卵牛の育成</li> <li>●ワインの製造</li> <li>●しいたけ栽培</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●神戸ビーフに神戸ワイン</li> <li>●ぶどう畑とワイン城との組合せによる新しい農村風物詩の形成</li> <li>●農業体験実習</li> <li>●陶芸教室</li> </ul>	50万人
3. フルーツパーク	<ul style="list-style-type: none"> <li>●農業バイテク・ハイテクセンター (イチゴ、カーネーション等の優良種苗の大量生産)</li> <li>●ブランデーの製造</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●豊かな果樹、花木、花卉と水の演出</li> <li>●リゾート地の形成</li> </ul>	—
4. 海づり公園 (須磨平磯)	<ul style="list-style-type: none"> <li>●水産資源の培養 (魚礁造成栽培漁業センター)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●人間と魚と自然とのふれあいの場</li> </ul>	30万人
5. マリンピア 神戸	<ul style="list-style-type: none"> <li>●海洋牧場 (魚類の増殖(ヒラメ、チヌ、アワビ、カレイ))</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●自然豊かなウォータフロントの形成</li> <li>●リゾート地の形成</li> <li>●活魚公園</li> </ul>	—

をはじめ、その2年後、旧押部農協による栄地区のイチゴ狩が加わり、神戸市イチゴ狩協会が発足したのが始まりである。その後、国有地の払い下げなどもあり岩岡・神出のぶどう狩、神出の梨狩、押部の栗ひろい、伊川のみかん・柿狩などが逐次開園されてきた。組織も当初は各部門毎、地域別になっていたが、昭和43年4月に組織強化のため一本化し、神戸市観光園芸協議会が結成された。(事務所：西農業協同組合内)

4月上旬のイチゴ狩に始まり11月下旬の柿狩まで、また貸農園（ホビーファーム・1区画16.5㎡）など、自然と味覚を満喫し健康な汗を流す市民レクリエーションの場として、年間約17万人（昭和62年度）の入園者でにぎわっている。

今後、利用者の増加を目指すためには、利便施設の整備を進めるとともに、栽培品種を今以上に厳選し、農園のオープン時期も作物の成長に合わせて弾力的に決定する等、さらには、単品ではなく、複数のメニューの提供ができる組み合わせの検討、また、農業観光拠点施設と観光農園や農業地域の自然景観、文化財等の観光資源と結びつけた観光ルートの設定が必要であろう。

観光農園は当然のことながら入園者が頼りの経営であり、シーズン中の天候は決定的な要因である。そうした中で、農業公園（前述）が面白い機能を果している。農園経営者が生産物の一部を自ら農業公園の朝市等に持ち込み販売している。結果は驚くほど好調であり、拠点施設と結びついた成功例の一つである。

市民いきがい農園は、転作の強化による預託水田の有効利用と老人の健康増進のため、市が水田を借り上げ市内の60歳以上の老人を対象に貸している。

今後、余暇の増大、高齢化社会等を迎えるなかで、ますます需要があると想定されるが条件の良い設置場所の確保と生産者が実施している貸農園との調整を図りながら拡大していく必要がある。

市民いも掘り農園は、水田農業確立対策による転作の推進とレクリエーションの場として、生産者が開設している観光いも掘園の利用者のうち、保育園・幼稚園・小学校・自治会・婦人会等の団体で、30人以上が予め市で定める申込期間に手続をした場合、自己負担金 300円（イモ3株）で入園できるよう市と生産者が一部負担をする制度であり62年度は27,741人の利用者があった。

今後の課題としては、より入園者の満足感が得られるよう、きめの細かい栽培管理による質・量の確保と周辺環境の整備が必要である。

#### 4 農業観光の戦略

新聞紙上「観光農業で新しい活路を」、「観光農業を核に地域の活性化を」



との記事をよく見かける。

余暇時間の増大とともに観光に対する人々の考え方も「見る観光」から「参加する観光」「遊ぶ観光」へと多様化してきている。スポーツをする、レジャーを楽しむ、その土地の伝統芸能を体験する、またグルメブームといわれるが食べることや温泉につかることも観光の一種である。このようにただ単にその土地の名所旧跡をみるだけでなく、その土地で、その土地ならではのものを自ら体験し、その体験の中から、その土地を理解し親密感を増すという観光形態に変化しつつある。さらに観光政策とは、その都市に人を呼込むことであり、それによって都市の活性化へとつなげ、ひいては魅力ある都市づくりをすることである（「コンベンション都市戦略の理論と実践」参照）とするなら、観光は農漁業の活性化にとって対立する相手でなく、必要なパートナーであり、農漁業地域に多数の人々を受け入れることは、農漁業の活性化につながる種々の可能性を提供してくれることであろう。

物が豊かにあふれた飽食の時代、人々の欲求も多様化している。また、都市住民にとって高度化、複雑化していく社会の中で、心の豊かさや潤いを求めストレスなどから解放されるための非日常性のある多種類の生活空間が貴重となっている。

その際、農漁業地域のもつすばらしい自然環境や素朴な風情と、活力あふれる本物の農漁業の展開にプラスして、遊びの要素と都会的な利便や洗練されたサービス機能を備えた観光農漁業の展開こそ、リピート層が確保され地域振興に連がることになる。

すなわち農業観光の基本は、先ずもって農漁業の振興を図り、活力ある農漁業を展開することにつきよう。これは口でいう程簡単ではない。生産者、生産者団体そして行政がそれぞれの立場で全力を尽し、取り組んでいかねばならない大きな課題である。

# ホテルと観光

橋 口 勝 禧

(神戸市経済局観光課長)

## 1. ホテルとは何か—ホテルの概要と歴史—

### (i) ホテルの定義

旅の楽しみの大きな部分を占めるのは、どこに泊まるかということと言っても過言ではない。時には宿泊先を選んでから行く先を決めることさえある。また、気持ちの良いサービスを受ければその土地の印象度は数段アップする。そんな宿泊施設の中でも、かつては憧れの場として何か特別なものとしてとらえられていたホテルも、最近では身近なものになり、国内でもホテルが利用されることが多くなってきている。

そもそも、この「ホテル」とはどういう施設を指すのであろうか。ホテル=hotelの語源は、仏語の *hôtel* でさらにこれは中世ラテン語の *hospitale* から転化したもので“旅人や客を暖かくもてなす”ことを意味しているという。フランスでは大きな建物を *hôtel* と呼ぶことが多いことから、ホテルは客を暖かくもてなすための収容能力の大きい建物として呼ばれ始めたと考えられる。

まずは法律上の分類から見てみよう。わが国のホテルの概念は主として「旅館業法」と「国際観光ホテル整備法」の二つの法律によって規定されている。

公衆衛生上の取締りと善良な風俗の維持を目的とした「旅館業法」によると、宿泊施設には①ホテル②旅館③簡易宿泊所④下宿があり、本格的な宿泊施設である①と②については、以下のような基準で分類されている。

〔ホテル〕 a. 客室数は10室以上 b. 洋式の構造設備による客室は次の要件を満たすこと

- 1客室の床面積は9㎡以上、寝具は洋式

- 出入口及び窓は鍵をかけることが出来る
- 適当な数の洋式浴室又はシャワー室を有する等

〔旅館〕 a. 客室数は5室以上 b. 和式の構造設備による客室の床面積は7㎡以上（洋式の構造設備による客室の床面積は9㎡以上）等

これによるとホテルと旅館の区別は、寝具、浴室、便所等が洋式か和式かによることだけであることがわかる。さらに、この法律は名称に対する規制がないため、観光地では格を上げるため旅館が「〇〇観光ホテル」と称することもあり、旅行者が混同する結果となっている。

一方、「国際観光ホテル整備法」は外国人観光客に対する接遇向上を目的として、「旅館業法」より高い基準のホテル、旅館を登録し、それぞれ「政府登録国際観光ホテル」、「政府登録国際観光旅館」の名称を許可している。

これら二つの法律によるホテル、旅館の全国的な軒数等の推移を表したものが表1である。一般にホテルの施設規模が大きいいため、軒数に比べ客室数が多く、また宿泊施設のホテル化が進んでいるため、ホテルの軒数・客室数の増加率が高いことがわかる。

次に、機能的に見た場合、端的にホテルと旅館の相違点をそれぞれの長所で

表1 (登録)ホテル・旅館の軒数等の推移

年	ホテル*1		旅館*1		登録ホテル*2		登録旅館*2	
	施設数	客室数	施設数	客室数	軒数	客室数	軒数	客室数
58年計	2,665	226,897	81,453	1,000,343	479	85,613	1,630	86,308
59年計	2,920	246,482	81,253	1,008,819	499	91,412	1,638	88,433
60年計	3,332	267,397	80,996	1,022,005	532	97,166	1,649	91,681
61年計	3,730	290,505	80,062	1,026,199	549	101,359	1,639	93,026
62年計	—	—	—	—	563	104,923	1,637	93,728

注意：\*1 厚生省生活衛生局指導課，\*2 運輸省国際運輸・観光局 国際観光ホテル整備法に定める基準に適合するホテル・旅館は政府の登録をうけることができ、税法上の優遇措置がある。

資料：数字で見る観光 1988

表せば、ホテルは、①合理性（室料と食事料の分離、客室とロビー等のパブリックスペースの分離等）、②プライバシーの保護、旅館は、①客室係による高度な家庭的サービス（食事、寝床の用意等）、②和室、日本料理等の日本の情緒、くつろぎ感などがあげられるだろう。

## (2) ホテルの歴史

ヨーロッパにおいては、19世紀後半に「ホテル」と呼ばれるものが出現したが、わが国では元禄年間に江戸でオランダ人を相手にした「長崎屋」が最初であった。明治維新後、昭和30年代まで「築地ホテル館」、「帝国ホテル」等本格的なものが建設されたが、いずれも政府が国際観光振興を目指した政策的なものであった。

民間によるホテル投資が活発になった本格的なホテルブームは、東京オリンピックと大阪万博を契機に起こった。そしてオイルショック後の昭和53年頃から現在まで続いているのが第3次ホテルブームと呼ばれているものである。また最近の傾向としては、地域振興策としてホテルの存在がクローズアップされている。

## 2 観光とホテル

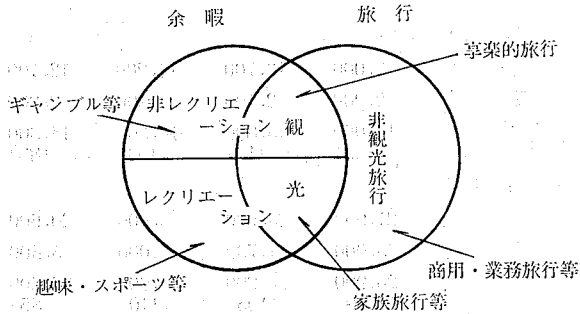
それでは、ホテルは観光を取り巻く環境、国民意識の移り変わりとともに、どのように変わってきたのであろうか。

### (1) 観光の大衆化

現代は古代からの宗教的・軍事的・商用旅行だけでなく観光旅行の需要が著しく増大している。このように観光が大衆化した要因を①社会的・経済的背景と②国民意識・価値観の変化に分けて考えてみたい。

まず①であるが高度成長の頃から可処分所得が向上して生活が豊かになり、安定成長を迎えると、物価も安定して労働時間の短縮化が進んだことからゆとりができ、自由時間（余暇）が増大してきた。これはまた人口の高齢化にも起因している。さらに新幹線・高速道路・航空などの交通網が整備され人々の行動範囲が拡大してきた。

図1 観光の概念図式



資料：観光産業の知識

②については、社会が成熟化し勤労第一主義の価値観から、人々の意識が、余暇を単なる休息・ストレス解消と考えずに楽しみや向上のため有効に使うよう変わってきた。また余暇に対するニーズも個性化・多様化してきている。

つまり、観光は、所得に恵まれたごく一部の人々から一般大衆へ、また団体旅行での受動的・物見遊山的な“見る観光”から、能動的・創造的な“する観光”へと、より広い概念へ変化してきたのである。

### (2) リゾート化

最近よく耳にする「リゾート」という言葉は、“習慣”、“滞在”という概念が含まれている。これは欧米のスタイルなので、日本で定着するにはかなりの時間を要すると思われるが、マリンリゾート（海洋性スポーツを楽しむ等）やスキー・ゴルフ・テニス・乗馬を楽しんだり、大自然の中で様々な体験をすることなど、従来の観光とは違った形態が少しずつ一般的になりつつある。

### (3) アーバンリゾート

アーバンリゾートというのは、都会の中で文化・娯楽・ショッピング等の都会ならではの魅力を楽しむこと、生活そのものを楽しむことで、前述のリゾートの概念の中では、わが国において最も日常的で一般的に見られるものである。これに大きく関係しているのが、一つのまとまった“街（プラザ）”としてシティホテルがスポーツ、レジャー、ショッピング、ビジネスの経済・文化活

表2 宿泊観光レクリエーションの量及び消費額

事項	年	58	59	60	61	62
延べ人数(万人)	観光	12,000	13,700	14,200	12,100	13,100
	兼観光	2,000	2,100	2,100	2,200	2,500
	計	14,000 (103)	15,800 (113)	16,300 (103)	14,300 (88)	15,600 (109)
延べ宿泊数(万泊)	観光	21,900	23,500	25,900	20,600	21,800
	兼観光	5,000	4,700	5,000	5,600	7,000
	計	26,900 (99)	28,200 (105)	30,900 (110)	26,200 (85)	28,800 (110)
消費総額(億円)	53,600	57,500	57,600	56,700	55,100	
〃 (62年価格)	56,300	59,000	58,000	56,800	—	
1人当り年間消費額(円)	45,000	48,000	47,700	46,700	45,100	
〃 (62年価格)	47,300	49,300	48,000	46,700	—	

(注) 1 総理府内政審議室にて推計したものである。資料：総理府「昭和63年版観光白書」  
 2 61年については、再推計したものである。  
 3 ( )内は、対前年比(%)を示す。

動、婚礼、宴会、祝賀会、趣味、教育等の多様なサービス機能を果たすようになってきているということである。つまり、都会においてはシティホテルとリゾートホテルは、ほとんど同じものとなっているわけである。

このように人々の価値観の変化に応じた広い意味での観光の台頭のもと、いわゆるリゾートホテルだけでなく、ホテル産業全体がこの新しいマーケットに向けて変わろうとしているのである。

### 3 神戸観光とホテル

#### (1) 神戸のホテルの歴史

さて、神戸ではホテルはどのように変遷してきたのであろうか。

神戸のホテルの歴史は、フランス人が慶応4年(1868年)、現在の(株)ザワ本社ビルとなっている旧居留地15番を入手して開業した、後のオリエンタルホテルとなるオテル・ド・コロニーに始まる。その後も次々とホテルが開業され

表3 神戸のホテル一覧（大正三年）

ホテル名	室数	ベッド数	所在地
オリエンタル・ホテル	100	150	元居留地八〇・八七番
トーア・ホテル	60	100	北野町
ミカド・ホテル	不明	48	東川崎町一丁目
セントラル・ホテル	26	40	下山手通二丁目
ザ・カリフォルニア	18	不明	中山手通三丁目
クラブ・ホテル	6	不明	中山手通一丁目
ホテル・フランセーズ	20	不明	下山手通二丁目
イスカノ・ホテル	不明	不明	不明
プレザントン・ホテル	不明	不明	中山手通三ノ八六

資料：日本ホテル小史

大正3年には表3のようなホテルがあったという。しかし、幾つかのホテルは第2次大戦により廃業したり焼失を受けるなどし、国際都市と言われながらもそのホテル数は日本列島全体のホテルブームにも乗り遅れ、少ないままであった。が、昭和52年、NHKの風見鶏ブームによって北野が脚光を浴び、神戸が観光都市として認識されるようになると、56年のポートピア'81の開催まで、ポートピアホテル、ワシントンホテル等が次々と建設された。

折しも、地元の造船、鉄鋼などの重厚長大産業が構造不況となり、脱工業化社会への過渡期であった。そしてポートピア'81の成功により、神戸はさらにイメージアップを図り、観光と同時にファッション都市、コンベンション都市としても飛躍することとなったのである。61～62年にはビジネスホテルの建設ブームはあったものの、新しい地域活性化策となったこれらの産業の成長はホテル不足を助長した。（図2参照）

そして、現在表4にあるような29ホテル（7,209定員）を含み、神戸全体で37,779人の収容定員となっている。これは53年当時の8ホテル（1,744定員）、全体で34,206人〔53年観光白書〕と比べると収容能力は、ホテルでは31.3%、全体では10%増加している。（図3参照）また61年事業所統計によると、事業所数783軒、従業員数8,720人となっており、50年の1,165軒7,694人と比べると、382軒の減、1,026人の増となっている。これは、旅館の減少、ホテルの増加

表4 神戸市内ホテル一覧表

1. 都市ホテル（4軒）

	客室数	収容定員	オープン	備考
神戸オリエンタルホテル	190	316	大正15年	日本ホテル協会
三宮ターミナルホテル	190	250	昭和56年	日本ホテル協会
神戸ポートピアホテル	778	1,407	昭和56年	日本ホテル協会
新神戸オリエンタルホテル	600	1,067	昭和63年	
計	1,758	3,040		

2. リゾートホテル（2軒）

六甲山ホテル	78	150	昭和4年	日本ホテル協会
六甲オリエンタルホテル	60	199	昭和43年	日本ホテル協会
計	138	349		

3. ビジネスホテル（23軒）

神戸雅叙園ホテル	63	133	昭和27年	
ホテル星月	63	101	昭和27年	全日本ビジネスホテル協会
タワーサイドホテル	160	232	昭和45年	
ホテル水上	74	92	昭和45年	
グリーンヒルホテル第一	102	156	昭和47年	全日本ビジネスホテル協会
ビジネスホテル第一北上	42	85	昭和49年	
サンサイドホテル	103	125	昭和52年	
神戸プラザホテル	144	193	昭和54年	全日本ビジネスホテル協会
ビジネスホテル三陽	60	89	昭和54年	
ビジネスホテル第二北上	56	75	昭和54年	全日本ビジネスホテル協会
神戸ユニオンホテル	167	209	昭和54年	全日本ビジネスホテル協会
グリーンヒルホテル第二	159	195	昭和55年	
神戸ワシントンホテル	218	322	昭和56年	
ホテルかたおか	60	94	昭和56年	全日本ビジネスホテル協会



	客室数	収容定員	オープン	備考
グリーンポートホテル	40	198	昭和56年	
チサンホテル神戸	290	378	昭和58年	
神戸花ホテル	42	58	昭和61年	
第一グランドホテル	108	141	昭和61年	
ホテルシェレナ	24	60	昭和61年	
東急イン	236	345	昭和61年	
カサベライン神戸	157	181	昭和62年	
サンルート神戸	117	190	昭和62年	
インテリジェンスホテル神戸	110	168	昭和63年	
計	2,595	3,820		
合計	4,491	7,209	29ホテル	

図2 現ホテルの開業年次

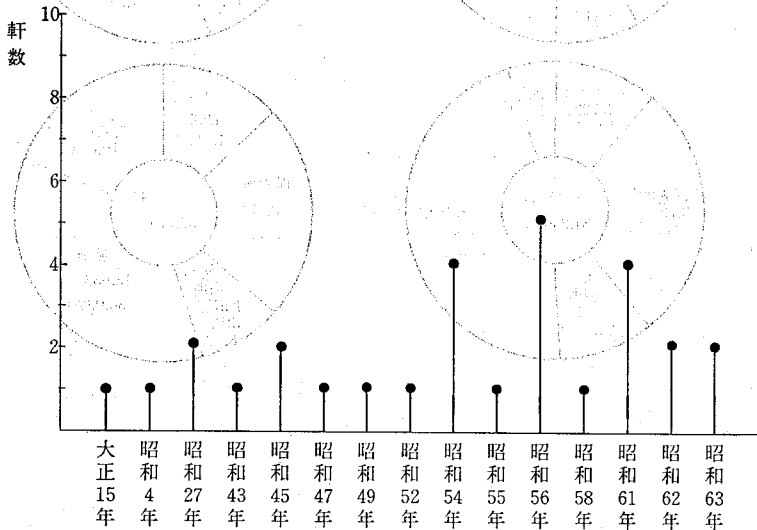
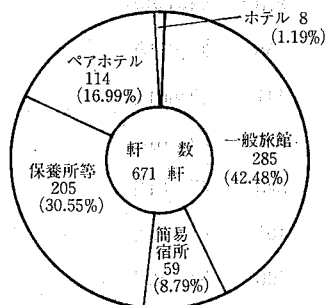


図3 市内宿泊施設種類別概要

昭和53年

市内宿泊施設種類別概要



昭和63年

市内宿泊施設種類別概要

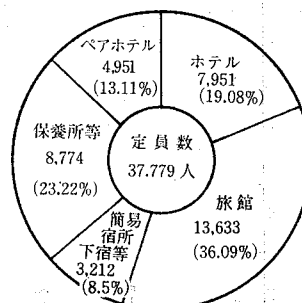
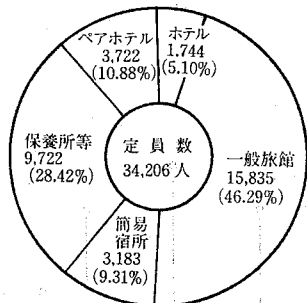
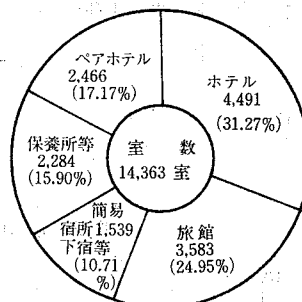
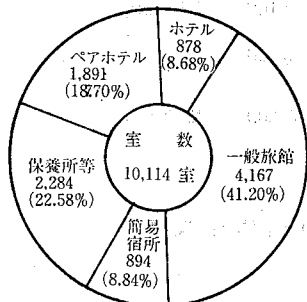
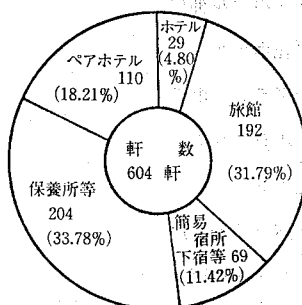


表5 主要都市別(社)日本ホテル協会加盟ホテル

(63. 7月現在)

地域別	ホテル数	洋室計		和室		総計		従業員数	食堂面積 ㎡	宴会場 面積 ㎡
		室数	収容 人員	室数	収容 人員	室数	収容 人員			
札幌市	13	3,590	6,014	58	162	3,648	6,176	3,600	13,019	19,574
東京都	42	20,927	36,401	153	384	21,080	36,785	20,149	64,154	90,288
横浜市	9	862	1,600	45	126	907	1,726	976	3,541	5,300
名古屋市	10	2,863	3,931	25	52	2,888	3,983	3,527	12,457	16,462
京都市	20	6,036	11,940	130	310	6,166	12,250	4,575	18,219	25,876
大阪市	22	9,514	14,389	79	166	9,593	14,555	8,158	33,115	39,425
神戸市	6	1,456	2,552	35	110	1,491	2,662	1,339	9,666	11,577
広島市	8	2,054	2,972	44	124	2,098	3,096	1,448	7,341	9,807
北九州 (小倉)	3	371	481	24	48	395	529	414	1,471	2,548
福岡市	10	2,388	3,617	75	252	2,463	3,869	1,611	7,703	9,867

注：東京都は区部のみを集計している。

神戸市にはニューポートホテルが含まれているため6となっている。

資料：(社)日本ホテル協会会員ホテルガイド

によると思われる、全国的な動向と同様の動きを見せている。

しかし、他の主要都市と比べると、ホテルは依然として不足している状況となっている。(表5参照)

(2) 神戸観光におけるホテル

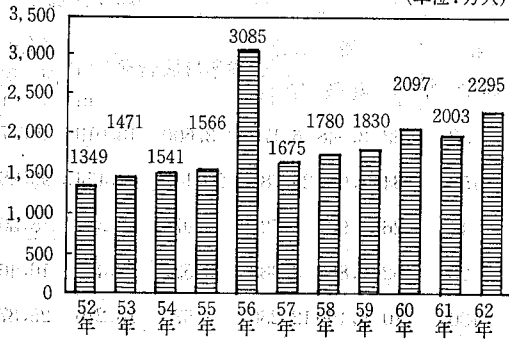
① 神戸観光の概要

昭和62年の神戸への観光入込客数は、2,295万人で、イベント開催による増減を別にすると、ここ10年順調な増加を示している。

神戸の魅力は、都会でありながら多様な自然を満喫できるところであり、一言で表せば「海があり、山があり、街がある」となる。これは他の都市では見られない特徴である。

海一須磨・舞子の海浜群、神戸港、ポートアイランド、六甲アイランド、山

図4 神戸観光入込客数の推移 (単位:万人)



資料: 62年の神戸観光

一六甲山, 摩耶山, 有馬温泉, 農村観光, 街一北野異人館街, 三宮・元町のグルメ, ショッピング, 中華街, 旧居留地, 酒蔵等, ざっと挙げただけでもこれだけの観光資源を有している。2の「観光とホテル」のところでも触れたが, 観光の意味の

変遷とともに神戸は今や山と海があるエキゾチックな都会という雰囲気, イメージそのものが観光資源となってきたのである。

#### ② 神戸の観光客の特徴—ホテルとの関連において—

「昭和62年の神戸観光」(神戸市観光白書)によりホテルに関係すると思われる観光客の特徴を見て, 神戸観光の現状でのホテルの位置づけを考察してみたい。

##### a 若い女性の少人数グループが多い

神戸へは, 若い女性が数人で訪れる割合が高く, この層へのPRが最も効果的と思われる。なぜならば, 彼女達には神戸の魅力を理解してもらいやすいばかりでなく, 自由になるお金が多いので“憧れの神戸”に宿泊してくれ, また宿泊以外のホテルの利用方法も心得ている。そして, 若い女性が来れば, 若い男性, さらに30~40代の女性, 男性と順に客層が広がっていくことも考えられる。

また, 神戸に対する各種イメージ調査によると, 「都会的センスがある」, 「彼と行きたい街」等が首位を占め, 港町・異国情緒と相まったファッションブルなイメージの高さが神戸へ来る強いインセンティブを形成していることを物語っている。実際, 若い女性対象の雑誌には, 毎月のように神戸が紹介されている。

とかく神戸はイメージ先行と言われやすいが, イメージは一朝一夕にできた

ものではない。美しい景観づくり、グリーンコウベ作戦等に代表される都市のアメニティの高さも無視できない。イメージは大切にしながら、実際に来てがっかりさせないような本物の観光地づくりに今後も努力していかなければならない。

b 大阪からの観光客が多い

県外からの観光客では大阪府が39%と1位になっている。さらに宿泊客で神戸に宿泊した人を63年8月実施の観光客動向調査により推計すると、居住地別では大阪府が19%と1位であった。また同調査によると、神戸ではなく大阪に宿泊した人は、宿泊客の7%であった。

これをすでに大阪は成熟したマーケットと考えるのではなく、さらに潜在的なマーケットのある大阪への働きかけを強化し、関西圏全体でのPRを推進し、神戸に宿泊してもらおうようにしていかなければならない。

c 一過性観光客が多い

神戸には、近距離（近畿）客、日帰り客が多く、じっくり滞在する人は少ない。また神戸観光の動機を見ても、以前に来て良かったからというリピーターは16%とそれほど多くはない。

このような一過性の観光形態を変えるには、長期滞在し、何度来ても“飽きさせない”街全体の魅力を高めることが必要である。

例えば、神戸の夜は早い。多くの人々を引きつけ、宿泊させるためには、ナイトライフを充実することが不可欠である。そして世界の料理が食べられるグルメの街、神戸らしいファッション・高級生活用品等のショッピングの楽しめる街、知的エンターテイメントの充実した街づくりをさらに推進し、PRしていかなければならない。

#### 4 これからの神戸観光とホテル

(1) ホテル建設ラッシュ

さて、神戸ではここ1～2年、これまでのホテル不足を一挙に解決するかのようになり、ホテル建設ラッシュとなっている。

表6 新増設ホテル一覧

名 称	場 所	オープン	客室数	定員数	宴会場	その他の特徴
ポートピアホテル 南館	ポート アイラ ンド	63.3.5	228	456	16 (最大 2,003㎡)	16階建 アダルトディスコ、エグ ゼクティブフロア、海の 見えるチャペル等がある
新神戸 オリエンタルホテル	JR 新神戸 駅前	63.9.29	600	1,067	24 (最大 2,000㎡)	37階建 メンバーズクラブ、アス レチックジム、文化教室、 旅行・ビジネスセンター 等がある
ホテル ゴーフルリッツ	ポート アイラ ンド	64.3.3 (予定)	120	225	4 (最大 490㎡)	16階建 ファッションライブラリ ー、神戸商工会議所とつ なぐアトリウムその他、16 Fには多目的ホールとチ ャペルがある
ホテルオークラ 神戸	メリケ ンパー ク	64.6.22 (予定)	489	933	15 (最大 2,100㎡)	35階建 ヘルスクラブ、エグゼク ティブサービスサロン、 女性文化教室の他、茶室、 日本庭園がある

この背景としては、①関西新国際空港、神戸沖空港にかかる交通網整備（湾岸線、CAT等）、さらに神戸レジャーワールド構想・明石海峡大橋等のビッグプロジェクトによるホテル需要増の期待、②コンベンション都市、観光都市としての神戸のイメージの高さ、将来性、③神戸にはもともとホテルが少なかったということ、④行政が総合的な都市計画のもとに、交通等を整備し立地条件の良い土地を提供したことなどが考えられる。

ここで各ホテルの特徴を簡単に述べておく。

a ポートピアホテル南館

シティリゾートを目指す当ホテルの集大成として、連泊しても飽きのこない居住性・リゾート性を追求した客室、3,000名収容の大宴会場等を備え、いわ

ゆる三点セット（国際会議場・国際展示場・ホテル）の一つであるというコンベンション機能を強化している。また、長期経営戦略の一環として、フランスの名門コンコルド・ホテルズへ参加し、ホテル・ドウ・クリヨンとの姉妹関係を結ぶことにより、イベント・顧客・情報・PR等の各分野で交流・交換を行い国際化・情報化を図っていく。

b 新神戸オリエンタルホテル

ビジネス客・観光客さらに従業員確保にも有利なJR新神戸駅、地下鉄新神戸駅に直結し、東西に長い神戸の街の美しい景観を一望できる地の利に加え、2,500名収容の大宴会場を備えた都市型ホテル・夜遅くても楽しめる大型ショッピングセンター・641名収容の劇場・750台収容の駐車場＝「衣・食・遊・動・知」のコンプレックス（複合体）という特徴を持ち、それらの相乗効果により、滞在型観光・コンベンションへの対応を図っている。

c ホテルゴーフルリッツ

ポートアイランドの新しい神戸商工会議所会館にオープンするもので、スペイン5つ星名門ホテル「リッツバルセロナ」と、ハード・ソフト両面で提携している。ヨーロッパの歴史と文化が薫る本格的な南欧スタイルのゴージャスなホテルを目指す。

d ホテルオークラコウベ

JR元町駅、商店街をバックに、メリケンパークというウォーターフロントに立地し、申し分のないロケーションをもつ当ホテルはホテルオークラの25周年を機会に、国内6大都市に順次直営ホテルを進出させるという戦略の第1号店である。日本の伝統美を生かした外観・英国調の客室・2,500名収容の大宴会場等と、世界のオークラの西の看板として最高のサービスをPRしていく。

この他に、ハーバーランド内にホテルニューオータニ、六甲アイランドウォーターフロントパーク内に西武グループによるホテルの進出等が計画されている。

これらが全てオープンすると思われる66年には、客室は約5,700室、収容定員は約9,300人と現在の約1.3倍の収容定員となることが予想されている。

これで神戸のホテル業界は、神戸の老舗として地域に溶け込むオリエンタルホテル、アメリカ的な合理性・快適性・親しみやすさのポートピアホテル・新神戸オリエンタルホテル、日本の老舗として格調高いホテルオークラ神戸・ホテルニューオータニ、ヨーロッパの伝統が売り物のホテルゴーフリッツ等、バラエティー、選択の自由が加わり、旅行業者から“神戸には代替ホテルがない”と言われていた弱点を克服し、受入体制が急速に充実されることになる。

## (2) 今後の課題

長期的な神戸観光振興という視点を踏まえて62年度に策定された、「2001年神戸観光基本計画」では、宿泊施設は特に滞在型観光の推進において、重要な位置づけがなされている。このホテルラッシュのなか、ホテルがとるべき対策としては、①新しい客層の開拓、②現客層のリピーター化（固定客の確保）、③長期滞在化の推進がキーポイントになってくる。短期的には、神戸の都市型観光としての魅力＝アーバンリゾートで、一般観光客だけでなく、近隣からの客をターゲットにしていくことになるだろう。これらを念頭に置いて、当面は以下のことを提案したい。

第一に、前述したように近郊、特に大阪の客を誘致することである。広域観光推進の一環として、観光の魅力で純粋な観光客だけでなくビジネス客も引きつけ、大阪での法人需要を掘り起こすことが大切となってくる。大阪からわずか30分で、現空港・新空港からも有利な立地条件にありながら、全く違う雰囲気味わえる神戸の良さをもっとPRしていくべきである。

第二に、地元のホテル利用を促進することである。大阪に比べて法人需要は少ないが、地元での法人需要も含めて、市民の日常的なホテルの利用という新しい需要を創り出す必要がある。今や、ホテルは総合的な生活文化産業であることを認識し、観光メニューの押しつけでなく、広義の観光としての“文化”を提供し育てていかなければならない。

第三に、観光施設とのつながりを深めることである。これは重要なことであるが、いわゆるリゾートホテル以外はそれほど重視されていなかった。最近の例では東京ディズニーランドと周辺ホテルとの関係がある。



今後は、観光客の利便性を図るため、情報・交通のネットワーク化という大きな枠の中で、レジャーランド等との有機的な関係を強化する必要がある。具体的には、施設との直通バス運行、施設割引特典付宿泊パック等が考えられる。

以上のように、空間的にも時間的（季節的）にも“空き”を出さずに利用効率を高めることが必要なのだが、長期的には、多機能化、或いは伝統的な宿泊と飲食という単機能化を進める一方で、ホテル独自の“目玉商品”を創り出すという差別化を図れるかどうかの一言に尽きるであろう。

ひと昔前の名旅館のような人的サービスをホテルの味つけで行い、香港のペンシユラホテル、バンコクのオリエンタルホテルなどのようにそのホテルに泊まるためにその都市へ旅に出るといふくらい都市への誘因となり、アミューズメントも含めて全てその中で間に合わせられるような「集客施設」にならなくてはならない。ホテルがその都市の別荘のようになるのが理想ではないか。

表7 新神戸オリエンタルビルC3の経済効果

① 建設段階（期間2年余）

当初建設投資額=325億円（土地代を除く）			
項 目	全 国	うち 兵庫県	うち 神戸市
生産誘発額 （誘発率、倍）	1,406億円 (4.33倍)	657億円 (2.02倍)	570億円 (1.75倍)
付加価値増加額	633億円	303億円	264億円
雇用者所得増加額	331億円	168億円	153億円
就業者増加数	11,500人	5,700人	4,900人

② オープン後（年間）

当初消費・売上=324.8億円			
項 目	全 国	うち 兵庫県	うち 神戸市
生産誘発額 （誘発率、倍）	1,239億円 (3.81倍)	539億円 (1.66倍)	505億円 (1.55倍)
付加価値増加額	558億円	248億円	234億円
雇用者所得増加額	291億円	138億円	135億円
就業者増加数	10,100人	4,600人	3,800人

資料：神戸セントラル開発（太陽神戸銀行試算）

もちろん、どのホテルも高級化を目指すという意味ではなく、潜在ニーズを把握し、ターゲットを決め、その個性で勝負していくことが必要である。

ちなみに、新神戸オリエンタルホテルを例にとると、そのオープンに伴う経済効果は、表7のとおりである(注；試算は新神戸オリエンタルビル全体で考えた)。ホテルはサービス産業の代表格であるためその雇用効果は大きい。さらに地域のイメージアップ、異文化の導入による発展力の誘発、情報収集・発信拠点として交流機会とネットワークの拡大等に貢献する。これらは集客施設のそれとほとんど同じである。ホテルが一つの集客施設と期待される所以である。

しかし、これらの努力がなされても、ホテルの供給増加に比べて需要の増加のカーブはゆるやかであり、一時的には供給オーバーで稼働率低下があるかも知れない。

ポートピアホテル、ホテルオークラ神戸、新神戸オリエンタルホテル等の方々に今回お話を伺ったなかで印象深かったことは、皆さんが一様に、「競争の中でのレベルアップは歓迎すべきだが、まず神戸そのものを売り込むことが大事、そうすれば必ず個々のホテルも潤う」と言われたことである。神戸のホテル間の競争というよりは、関西新空港開港に向けた57～62年の大阪でのホテル戦争、りんくうタウンへのホテル進出計画等に見られるように大阪湾全体でとらえ、ホテル間・官民ともに協力して神戸をセールスしていかなければならない。受入体制が整い、魅力的な都市空間づくりが進めば、自然と観光客も増えるのである。

今後も、“神戸”というブランドの観光地としての魅力を高めることと、個々のホテルを神戸への誘因となるほど魅力あるものにしていくことが、相乗効果をもたらし、神戸が多様な観光資源とその潜在的魅力を生かして今以上に国際観光都市として発展することを期待してやまない。

#### 〔主な参考文献〕

- |              |      |
|--------------|------|
| 現代ホテル経営の基礎理論 | 岡本伸之 |
| 日本ホテル小史      | 松岡實  |
| ホテル          | 鈴木宏  |

# 六甲アイランド・ウォーターワンダー ワールド（仮称）計画の概要

西 山 捷 一

（関西武百貨店関西  
六甲プロジェクト担当部長）

## 1 はじめに

六甲アイランドは、神戸市が民間活力を積極的に導入して街づくりを進める第2の海上文化都市で、規模的にはポートアイランドを上回る。

1988年8月、同島南端中央部に位置するウォーターフロントパークのうち、レジャーゾーンの事業コンペが行われ、当社のプランが当選した。

ウォーターフロントパークは、公共で整備する9.8haの緑地公園ゾーンと、民間活力を導入して整備する13.5haのレジャーゾーンが一体となり、魅力的で賑いのある水辺の環境を形成する、水際レクリエーション施設である。

当社がプランの作成にあたり、特に留意したのは以下の点である。

(1) 神戸市の「先進性」にふさわしい、今までにないソフト重視のホスピタリティー性あふれるレジャー空間の提案。

- 今まで日本にない都市型レジャー空間として、ライフスタイルにあった生活を体験する宿泊も出来る「滞在型シティリゾート」の展開。

- ウォーターフロントの立地を生かし、魅力ある親水空間を形成する為、本計画のテーマを「水」とする。

- 大型マシーンに代表される遊園地とは異なり、「歓声」と余裕に満ちあふれた空間とする。

(2) 神戸市の「国際性」、「文化性」にふさわしい、豊かな暮らしと出会いの体験できる場づくりを図る。

- 市民に開かれた場として、できるだけ自由に出入りできる開放型の施設づくり。

- イベントを通じて新しい情報や経験の提供。
- 「住まい」をテーマに、海外の優れた暮らしや、街並みの提案。

以上の点を配慮して作成した、「ウォーターワンダーワールド（仮称）」の計画概要は次の通りである。

## 2 当計画のコンセプトと特徴

当計画の前提となるのは、現代の生活者のレジャー、自由時間、非日常性の体験等に対するニーズの変化に対応した場を提供する事である。

レジャーに対するニーズの変化とは、金銭と時間の消費に終始した画一的な楽しみ方から、各人の個性やライフスタイルにあわせ、生活そのものを楽しむ生活充足型の楽しみ方が志向されている点である。

又、自由時間は、積極的に様々な事を直接体験し、自己充実を図る時にしたいという志向が強くなっている。

さらに、リゾートで体験する非日常性に求められる事は、日常空間と異質のものよりもむしろ、日常性の延長として、質的に高めた空間・時間である。つまり、現代のリゾートの特性は、日常生活の利便性をそこなわずに、質的に洗練された、日常性と連続性をもって変化した空間だということである。

上記の生活者のニーズの変化を受けて、当計画を以下の視点から構築した。

まず、六甲アイランド南端に位置する立地を生かし、水に親しめる空間とする。

次に、来場者が常に新しい体験と様々な出会いが出来る場とする。

さらに、いつ行っても新しい事に出会い、話題性あふれる情報発信の場とする為、ソフトオペレーションの重視と生活者のニーズに対応した生活提案を行う。

そして、神戸市の地域特性を活用する。

すなわち、開港以来の世界に開かれた「国際性」、常に新しい知識・生活情報を率先して蓄積してきた「文化性」、街づくりから行政手法にもみられる「先進性」の三要素を活かしたレジャーゾーンとする。

## 六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド（仮称）計画の概要

以上の、前提条件、視点、立地特性から導き出された当施設のコンセプトは「WATER WONDER WORLD」。神戸市ならではの「国際性」、「文化性」、「先進性」に満ち、いつも新しい体験、出会いのある、人と海と水辺が共生する街である。

このコンセプトに基づいて作られる当施設の特徴として、以下の五点があげられる。

### ① シティリゾート

従来の日帰り型遊園地ではなく、都市生活者の利便性と、日常性の延長としての非日常空間を重視した、滞在型リゾートである。

訪れた人が豊かな時を過ごし、自己充実を図る様々なプログラムや施設がある。

### ② 「水」のテーマ化

「遊ぶ水」、「触れる水」、「眺める水」をキーワードとし、チャンネル（水路）やサーフィンの出来る造波プール、トムソーヤの冒険をイメージしたアドベンチャープール等、「水」による様々な仕掛けを通じて、魅力ある親水空間を形成する。

### ③ 水辺を生かした環境形成

アメニティー重視の環境形成で、高質なウォーターフロント環境づくりを行う。チャンネルをはさむ街並みや、水と人、水と緑を結ぶ街づくりにより、ウォーターフロント、リバーサイド開発に対して理想的なモデルになり得る環境整備を実現する。

### ④ 生活提案

豊かな生活・文化都市の創造への寄与を目指し、余暇・文化・教育・商業といった機能が有機的に融合する施設・事業を計画。特に「住まい」をテーマにした、参加・体験型の楽しさ・出会いのある生活提案の場とする。ライフスタイルに応じた様々な生活を体験できる宿泊施設や、海外の優れた暮らしの情報提供の場づくり。

### ⑤ 生き生きとしたオペレーション

街角での多彩なエンターテインメントや四季おりおりの多様なイベントプロモーション、訪れる人々をやさしく迎え入れるホスピタリティーを重視、来場者主体の生き生きとした運営を行う。

又、市民に開かれたオープンパークとして自由に入出りできる開放型の施設構成とし、既存の遊園地のように入園料はとらない。

### 3 施設計画

施設配置については、埋立地にありがちな単調な景観を避ける為にも、海に向かって開かれた構成とする。

計画地北側には、ホテル・ショッピング・コンベンション・レストラン等の複合機能を持つ12階建ての「ゲートハウス」を配置、当レジャーゾーンのランドマークとする。

計画地中央を、ゲートハウスから海辺のプロムナードまで南北に貫くオーシャンデッキ（歩行者通路兼ショッピングストリート）は、全体より一段と高く位置し、しかも、海に向かってゆるやかな傾斜をつける事で、眺望を確保し、立体的な施設配置とする。

全体を五つのゾーン（オーシャンデッキ、ウォーターパーク、アミューズメントパーク、カーサヴィレッジ、ゲートハウス）に分け、多様なレジャー機能の複合化を図る。

各ゾーンは、本計画のテーマ「水」を具体化した格子状のチャンネル（水路）によって結ばれる。自走式のボートが運航される交通路であると同時に、イベント空間でもある。又、チャンネルに面して広場やレストラン等を設け、水辺を生かした街並みを形成する。

各ゾーンの配置は、賑いのある街並みと、のびやかな公園的環境の調和、アミューズメントのゾーンとカーサヴィレッジ（体験宿泊の出来る生活提案の場）のゾーンの組み合わせ等による活気と憩いがそれぞれ満たされたものとする。

敷地の北側と東側に建物のボリュームを集約、隣接する公共整備の緑地公園

## 六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド（仮称）計画の概要

• 海辺のプロムナードとの連続性を高めると共に、東隣りの施設からの分離を図る。

環境形成にあたっては、人と水、そして海、自然が共生する場にふさわしく人々が遊び、学び、集い、憩い、楽しく豊かな時を過ごす為、全体を一つの美しい公園としてとらえ、さらに隣接する海辺のプロムナード、公共整備の緑地公園ゾーンとの一体的整備により、計画地を豊かな「緑」の拠点とするよう心がける。

又、海への眺望、背景としての六甲の山並み、対岸の夜景等の周辺の景観要素に留意した環境をつくり、更に海からの眺めも考慮に入れ、水際の表情に個性を持たせ、新しい水際景観を創出してゆく。

六甲アイランド内に建設される国際学校等教育施設との調和を図り、地域全体が国際性、文化性を持ったレジャーゾーンとなるための環境形成を考える。

### 4 各ゾーンの概要

#### ① キャナル

##### • 基本的な考え方

キャナルは、計画地全体を格子状に巡り、自走式のボートが運航されるパーク全体の水上交通路の役割を果たす水路である。それと同時に、本計画のテーマである「水」による景観づくりの中心となり、親水性をビジュアルに具現化する場でもあり、各種のイベントが行なわれる空間でもある。

又、パーク全体をいくつかのテーマゾーンにセパレートし、各々のゾーンの性格の独自性を際立たせたり、結合したりしながら、リゾートとアミューズメントの複合性を高める役割も果たす。

キャナルの特性を生かした各種の仕掛やイベントで、今までの「遊園地」にない新しい「切り口」での話題性や賑わい性を創出してゆく。

##### • 施設の概要

キャナルは幅約 8 m、総延長約 2,000 m、水深約 1 m の規模で海水を用いる計画である。

チャンネルを運航する遊覧船は自走式で、各ゾーンを巡る。遊覧船に乗れば、各ゾーンの特徴的なシーンが次々と眼前に開け、さながら旅をしているような景観が得られる。

又、チャンネルに面した広場では、ボートに向かって様々なパフォーマンスが繰り広げられる。水上には「ショーボート」も浮かび世界のエンターテインメントも楽しめる。

さらに、水上レストランや水上マーケットも開かれ、賑やかさを増幅する。

チャンネルには、各種の水棲生物を飼育し、子供達にも充分楽しめる環境を作ってゆく予定である。

## ② オーシャンデッキ

### ●基本的な考え方

パーク中央を南北に貫く公共用通路で、他の施設より一段と高くなっており、かつ、海辺に向かって徐々に低くなって、南端のイベント広場につながる。

単なる通路ではなく、両サイドには各種の店が立ち並ぶ賑いの絶えない広場、プロムナードでもある。

### ●施設概要

幅は12mから15mまでで、長さは約 200m。中央部50mはチャンネルにかかるブリッジとなる。

両側には、個性的なレストラン、ショッピングの店、カフェ等が並ぶ。店舗についても「水」のテーマにふさわしく、「海の幸」を地中海風にアレンジした店や、海や水に関連した高感度商品を扱う店舗を集めたいと考えている。

## ③ カーサヴィレッジ

### ●基本的な考え方

当パークの特徴の一つである日常の延長としての非日常空間としての「シティリゾート」と、「住まい」を通しての生活提案を具体化するのがカーサヴィレッジである。

当ヴィレッジは、シティリゾートの滞在拠点として位置づけられる。60棟程の家が点在する敷地は、国際都市神戸にふさわしく、世界の観光都市のたたず



## 六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド（仮称）計画の概要

まいを取り入れた街並を形成する。全ての家が、宿泊可能なホテル機能を持つハウス（ハウステル）となっている。ハウステルにおける宿泊は単なる「滞在」ではなく、憩い、驚き、共感、発見といった「体験」である。

ここでもソフトオペレーションを重視、例えばパーティやショーの「出前」等ホスピタリティ性あふれるサービスを行う。

### ●施設概要

33,000㎡の敷地に60軒程度のハウステルが点在する。

ビバリーヒルズを思わせる様なしなやかな超高級なお屋敷町、水路に沿って散策を楽しめる様工夫をこらしたサンアントニオの様な街並み等で構成される。

ハウステルは日常生活の中で体験したいと思っていて実現が難しい各種のライフスタイルの提案がなされる場である。例えば、「ゴルフのショートコースのある家」、「アーチャーヤードのある家」等では、スポーツを通じて仲間とのコミュニケーションを図ることができる。

「オーディオルームのある家」、「室内コンサートのできる家」、「ホームシアターのある家」等では、理想的な施設、環境で音楽や映像を堪能できる。

「茶室があり野点もできる庭のある家」、「アトリエのある家」、「窯のある家」等では豊かな人生経験を生かし、第二の人生を積極的に生きていく熟年の暮らしを体験できる。

「ダンスパーティのできる家」、「ホームパーティのできる家」等では、映画の一場面のような非日常的空間の中でのコミュニケーションが可能である。

以上の様に「住まい」のあり方を「宿泊」、「体験」によって提案してゆく。

### ④ ゲートハウス

#### ●基本的な考え方

パーク北側に建つ12階建てのA字型の建物で、文字通りの日常性と内部に広がる非日常世界とを隔て、なおかつ結びつけるゲートとなる施設である。六甲アイランドの新交通システムの正面に位置し、海側から眺めても目立つゲート

ハウスは、ウォーターフロントパークのシンボルとしてランドマークでもある。高層部分は滞在型レジャーを楽しむ拠点としてのシティリゾートホテルで、低層部は「住まい」のメッカとして、様々な情報を発信する「カーサメッセ」である。又、プール、ディスコ等の施設を導入、通年型リゾート空間の実現を図る。

#### ●施設概要

全体はA字型をなしており、「センタープラザ」、「ホテル」、「カーサメッセ」の三施設で構成される。

「センタープラザ」は低層部の中央に位置し、北側連絡歩道橋とオーシャンデッキを結ぶセクションでパークへの出発点である。様々なイベントが開催されるヒト・モノ・コトの出会いの場でもある。

「ホテル」は、単なる宿泊施設ではなく、平均50㎡程度のルームはそれぞれ異ったデザイン・調度が施され今後の都市的な「住まい」の提案・体験の場でもある。最上階は、海や山の景色が一望できる本格的フランス料理のレストランやクラブライフを楽しむためのビデオライブラリー、プールバー等のアメューズメント施設を計画している。

「カーサメッセ」は、低層部、センタープラザの両側に位置する。「住まい」のメッカとして、インテリアのショールームからコンベンションルーム、スクール、ギャラリー、ショッピングのできるインテリアマート、コンサルティングカウンターまで、多彩に展開したい。

#### ⑤ ウォーターパーク

##### ●基本的な考え方

「遊ぶ水」をテーマにした、コンセプトの異なる二つのプールコンプレックスからなるテーマパークである。「リゾート性」と「アドベンチャー性」が同時に味わえ、近場とは思えない程の本格的ウォーターアメューズメント空間の形成を図る。又、水辺の環境を生かしたレストラン等の施設と、各種のイベントの開催で、賑いを演出する。

##### ●施設の概要

## 六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド（仮称）計画の概要

「リゾートプール」と「アドベンチャープール」で構成される。

「リゾートプール」は80m×50m程度の本格的な造波プールで、サーフィンも可能である。水上レストランや、サーファーズレンタルショップも併設し、リゾートの賑いを増幅する。急流下り等もプランに入っている。「アドベンチャープール」は「トムソーヤの冒険」に出てくるような洞窟のある無人島がいくつも浮かぶ70m×70m程度のプールで、「海賊ごっこ」や「宝さがし」等、冒険心をかきたてるいくつものアミューズメントを計画している。プールに隣接するプールハウスとレストランは、ベニス風の建物等、エキゾチックな雰囲気とする。

又、オフシーズンには、ボートを浮かべ、ウォーターメイズ（水の迷路）とするなど、多くの島のあるプールの特色を生かしたオールシーズン楽しめる使い方も計画している。

### ⑥ アミューズメントパーク

#### ● 基本的な考え方

「水」のテーマ性をふんだんに取り入れ、来場者の体験、共感、感動をベースに、パフォーマンス性にあふれた、参加・学習型のゾーンを形成する。ハード重視の施設設置型でなく、固定化・陳腐化しない、ソフト・オペレーションによるハイタッチな空間づくりを図る。

#### ● 施設概要

アクアシアターは、直径60mのアクアシアターと、イーストゾーン、ウエストゾーンの三つのゾーンから形成される。

「アクアシアター」は「コクーン」と名付けられた物体に乗り、不思議な海底探検をする本格的シュミレーションワールドである。効果音やレーザー、ホログラフィー、空調、シュミレーター等の最新技術を駆使し、来場者にリアルな体験の場を提供する。

「イーストゾーン」は「ライブシアター」、「ミニチュアランド」、「ハイポニカランド」、「ペニーアーケード」、「広場」等で構成する。

「ライブシアター」、「広場」では、「アニメーター」と名付けたパフォー

マー達が様々なショーを繰り広げる場である。

「ミニチュアランド」は、小さな水上都市で、来場者は汽車に乗って、ガリバー気分を味わう事ができる。

「ハイポニカランド」は、ガラスのピラミッド状の形体で、ハイポニカ栽培による果実園や花卉園等がある。

「ペニーアーケード」は、古き良きアメリカの雰囲気味わえるクラシックなゲームセンター。

「ウエストゾーン」は「マニファクチャーヴィレッジ」, 「スリックカート」, 「ファンハウス」等で構成される。

「マニファクチャーヴィレッジ」は、神戸を中心とした伝統的なマニファクチャーの技術やベーシックな暮らしの「知恵」を学び、伝承する体験の場である。神戸家具の製作からバター、ハムづくりまでの多彩な内容で、一日体験から滞在型まで幅広いメニューが用意されている。

様々な仕掛を施した家「ファンハウス」やレーサー気分の味わえる「スリックカート」等で能動的なアミューズメントを楽しめる。

水に浮かぶ「回転ティーカップ」や噴水等「水」にまつわる多彩なモニュメントも設置する。

## 5 イベント

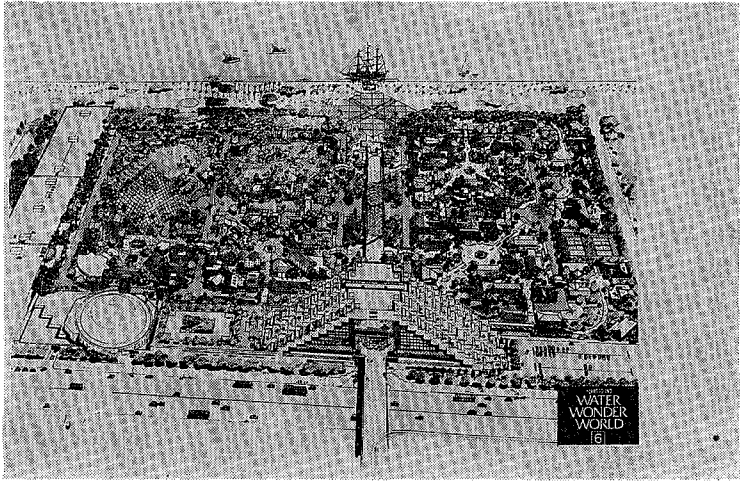
何度行ってもいつも新しい事に出会い、楽しく活気あふれる場とする為、話題性、集客力、情報発信力のあるイベントプロモーションを年間を通じて行ってゆく。

例えば、「水の祭典」, 「オープンヨットレース」, 「住まいのコンベンション」等、立地条件や環境、各施設の特徴を生かしたイベントを開催していきたい。

特に、ソフトオペレーションから入っていったプランニングであり、海上文化都市にふさわしいイベントをダイナミックに展開する事でウォーターワンダーワールド（仮称）のメッカ性を高め、ひいてはコンベンションシティを目指す神戸市のシティアイデンティティアップの一助となれば幸いである。

六甲アイランド・ウォーターワンダーワールド（仮称）計画の概要

ウォーターワンダーワールド完成予想図



# 新しい温泉観光

弓 削 敏 行  
(有馬温泉観光協会前企画宣伝部長)

## 1 はじめに

“温泉観光”というテーマを“温泉のある観光地”とか“温泉と観光のかかわりあい”とかいう概念でとらえた上で考えてみたいと思います。

1300年の歴史を持ち、日本最古と言われている有馬温泉で生れ、その温泉町で生業を営んでいる筆者が温泉観光立町の内側から見た、又体験した温泉観光地のあり様、又将来像などを述べてみたいと思います。

### (1) 観光とは

観光とは“日常生活を離れて異った自然、文化に触れようとする行動”と言えます。こういう概念で規定されるのはもちろん“観光旅行”を指しています。単なる旅行はその目的によって様々なものがあります。

観光旅行は日常の見慣れた風景や生活とは全く異ったものを体験するから面白く楽しいものなのです。

しかしその観光旅行もその形態はその時々の上社会的な背景の影響を大きく受けるのが常であった様に考えられます。

ここ30年間の社会的な背景の推移を見てみますと、経済的な観念から、昭和40年代の高度成長時代、昭和50年代の低成長時代、昭和50年代後半からの安定成長時代という風に変化しております。そうした背景が変化する中で人々の価値意識も変化していきました。その変化にともない観光旅行の形態も様変わりしています。

高度成長時代のそれは、働け働けで経済的な発展成長をめざしてきた人々がその発展実現を実感する為に観光旅行にこぞって出掛けた時代であったと考え

られます。整備された高速道路を利用して大型バスによる団体旅行、成長しつづける会社の全社あげての慰安旅行といったものがその典型でありました。そしてその集大成みたいなものが大阪万国博の見物旅行であった様に思われます。

その後に低成長時代と言われる背景が訪れてきます。高度成長時代に人々は物質的にある程度満たされ、中流意識を持ち、物に投資する意識から自己の内面的な生活の向上の為に投資を考える様になりました。そうした意識が観光旅行にもとり込まれ、それまでの様にパッケージされ、制約された団体旅行から、気の合う仲間どうし、同好のグループ、ファミリー旅行といった形を志向すると共に、観光旅行に健康とか自己啓発といった要素を求める様になってきました。こうした流れを受けて、安定成長時代に入るともっと明確な自己主張すなわち自分の趣味、好みを明確にして、あらゆるジャンルの楽しみを観光旅行に求める様になりました。それはスポーツをすることであり、コンサートであり、美味しい料理を食べることであり、文化的なイベントなど、まさしく様々な楽しみの追及なのです。

以上の様に観光旅行のコンセプトが時代と共に変化し、今後も社会的な背景の変化と共に変わっていくことが予想されます。そうした社会的環境の変化を予測しながら温泉観光のあり様を模索していかなければなりません。

## (2) 余暇利用と観光旅行

前段では簡単に旅行の形態の変化をその時代の推移と共に述べてきましたが、もう少し旅行の内容について見てみますと、高度成長時代、又低成長時代を通じて日本人の旅行は一泊型の週末観光旅行がその主流であります。

それらはあくまで労働と労働の間の休暇である余暇を利用するという動機で実行されたものでした。

余暇の利用行動で一番に考えられるのはやはり旅行です。その旅行に費す日数について見てみますと、日本人の旅行日数は現在でもその60%が1泊、20%が2泊、3泊4日までの旅行で90%を占めています。一方欧米を見ますと、西ドイツでは2～3週間の旅行が全体の64%、アメリカでは7日～14日の旅行が

79%を占めています。旅行とか観光とかを考える場合、その国の人々の生活全般を分析し見つけて論じなければならぬと思います。

最近、日本の国民1人当りの所得は世界の最高水準に達しました。日本人の金持ちぶりは全世界に知れわたりました。しかしその反動として欧米の先進諸国から、なりふり構わぬ働きぶりが批判の対象となってきました。

これまで、日本人の歴史の中で働く事が批判される様な事は、経験したことがなかったと思います。日本人にとって働く事は美徳であり、汗水流して働くことの尊さを教育されてきました。

そこで労働の形態は別として労働時間について欧米と日本の差を見てみると、日本においてもあらゆる分野で労働時間の短縮が進められています。

日本よりかなり早くから労働時間の短縮を実現している欧米では余暇の利用が活発に行われています。欧米では余暇を利用して活動することが生活にとって不可欠のものと考えられています。

しかし日本での余暇利用の実態は、最近の生活白書によると余暇の大部分はテレビ視聴の時間に費され、欧米の様な多様な活発な余暇の利用が行われていないのが現状です。その原因をつきつめれば労働とか余暇の価値感論になるのでここでは深く言及しませんが、労働時間の短縮→余暇の発生→余暇の有効利用といった図式が未だ未だ日本人の生活に充分受け入れられてないのです。労働時間だけについてみると、欧米とはかなり格差はありますが、現状で確保されている余暇をも充分利用されていないのです。すなわち日本人の間には未だ未だ余暇は仕事と仕事の間の時間で余暇を仕事とは別の次元でとらえるという考え方ができないのです。余暇に対する意識改革、これも観光を考える為の大きな課題であると思います。

## 2 温泉観光地について

温泉観光地と一言で言いますが火山国日本には温泉と名のつく所が無数にあります。大は熱海、別府の様な大温泉都市から1軒の宿と露天風呂のある山合いの秘湯と言われる所までその立地条件、自然環境等々全てが各々異った特



色を持っております。筆者は有馬温泉在住という立場から有馬温泉を中心として温泉観光地について述べたいと思います。

数多くある温泉地でもそのタイプは大きく分けて二つのタイプに分けられます。一つは湯治場保養地型温泉地、もう一方は歓楽地型温泉地の二つに区分できます。大体どちらかの型をとって、温泉観光地と言われる所は発展してきました。

有馬温泉について言えば、その利用の歴史を見ても湯治場保養地型の温泉地として発展してきました。その基盤はもちろん、温泉学上でもユニークだとされている有馬の温泉そのものでありました。一方歓楽地型温泉地にとっては温泉そのものはそんなに重要な要素ではなかったのです。ある時期、歓楽地型温泉地がもてはやされ、温泉観光地における温泉の商品価値は消えつつあるとまで言われておりました。しかし温泉の持つ神秘的な魅力にあこがれるのは日本人のみに限らず人類すべてに言えることではないでしょうか。

もちろん清潔好き、風呂好きという日本人の生活様式を考えてみても、温泉の持つ魅力は日本人には捨てがたいものであると考えられます。やはり温泉観光地が存立していく為の原点は温泉であり、その温泉の付加価値をいかに高めていくかが温泉観光地の将来を見通す指針になると思います。

### 3 豊かさを求める健康産業

温泉観光地が産業としてどのようなジャンルに属するかということをまず考えてみたいと思います。豊かになり近年は“ゆとりの時代”と言われ生活にゆとりを求める様になりました。男女の平均年齢がずいぶん高くなりました。それと共に60歳以上の高齢者の人口が全体の10%を突破し、いわゆる高齢化社会が着実にやってきております。最近の社会的な通念として60歳台が老人であるという意識は薄らいでいる現状ですが、効率化を求める産業社会ではやはり年齢からくる限界は規定しておかなければならないと思います。60歳でリタイヤした老人と称される人々が求める余暇生活とはどんなものでしょう。例えばスポーツの分野でもいわゆる現役を引退した人々が各々の持つ能力と個性で競技を楽

しんでいるマスターズスポーツ大会などが行われており、他の分野でも高齢者を対象としたイベントが数多く行われています。こうした試みが長寿に結びついているとも言えるでしょう。こういう社会的な背景に鑑みて筆者の基本的なコンセプトとして温泉観光地を健康産業として位置づけます。

健康産業という表現は大変曖昧で概念を規定しにくいものですが、近年、健康産業と称する分野に各企業が多く参入しています。ここで言われる健康産業はヘルスクラブとかスポーツセンター、スポーツ教室などです。そう言った物と同じジャンルで温泉観光地をとらえ、温泉のある観光地に健康を志向する人々を誘致することが今後の温泉観光地作りの一つの要素になると考えられます。都会の中の体育館の中2階の回廊をジョギングするより、緑の木立に囲まれた温泉地の山間のジョギングロードを走り、その汗を温泉で流す方がはるかに豊かではないでしょうか。

もう一方、高齢化社会とは別に、高度にハイテク化された情報化社会が実現しコンピューターを制御する人々が大変多くなります。そうした実業の社会に生きていく人達はこれまで以上に緊張した労働を必要とされていきます。又伝達の方法がオンライン化されて入社しなくても良い在宅勤務のホワイトカラーも増えてくるでしょう。しかし四六時中（自宅に居る時でさえ）そうした緊張の中に置かれていると、その蓄積したストレスは必ず解消しなければなりません。そうした人達にとっても温泉観光地が大きな役割を果すと思います。そこでリゾートと温泉について考えてみたいと思います。

#### 4 リゾート開発と温泉地

昭和62年にリゾート法が策定され又“ゆとり”とか“豊かさ”を求める時代とがあいまって、全国各地でリゾート開発が発表され、ちょっとしたブームと言えます。リゾート地は当然、人々に余暇をいかに過ぎせるかという場を提供する目的で開発、建設されるものです。

そのリゾート地開発に関して上智大学のグレゴリー・クラーク教授がユニークで示唆に富んだ意見を述べられているのでここに紹介します。——日本の経

済的な豊かさをもたらした内需拡大政策がリゾートブームを起こしている。しかし日本の現状は、大規模なりゾート開発が行れる場合、共通したパターンがある。まず大資本を投入してゴルフ場やテニスコート、プールや豪華なホテルを遠隔地に建設する。次に投下した資本を回収する為ゴルフ場やホテル、マンションの会員権や所有権を売却する。しかし日本でも外国でも、現実としてリゾート地にあるそうした施設は購入費に見合う程、使用されないものです。

そうして開発されたリゾート運営にとって肝心なことは会員や所有者でない、他の人達を数多く引きつけて、建設された施設を絶えず稼働させておくのに必要な収益をあげることだ。しかし日本では未だこうしたやり方は充分行れていないようだ。

新潟県の湯沢を例にとると東京からスキーに行きたいと思う人は多いからこの地域のリゾート開発そのものは成功する可能性が高い（ハード面で）。しかしスキーヤー以外の人達が大金を払って（ビジターとして）、豪華なホテルに泊ってゴルフやテニスをする為に遠くのリゾート地に毎週出掛ける様なことはまずしないだろう。原子物理学に“臨界質量”という概念がある。つまり中性子形成物質がある一定の時点で連鎖反応を起こすのに充分な量を指す。この概念が大規模リゾート開発にもあてはまる。豪州にはリゾート開発に適した数千マイルにわたる海岸線があるが、プロジェクトのほとんどがブリスベンに近いゴールドコーストの一地域に集中している。この地域だけでも数多くの観光客が押しかけてきて利益を出すのに必要な初期の回転率が維持されている。ひとたび利益が出て施設が拡大されるとさらに多くの人が同地を訪れる様になった。つまり連鎖反応である。日本は豪州よりはるかに人口が多いのだから、こんな事はそう難しいことではない。ただ宿泊コスト、諸施設の利用フィーを低く抑え、お客に納得させれば“臨界質量”を得るのに充分なお客を招き寄せられるだろう——

この様にリゾート開発の今後のあり方を単純明快に指摘されていると思います。リゾート開発という点から温泉観光地の開発について述べておきます。温泉観光地の開発は単なる観光地域開発とは異った観点から考えなければなりま

せん。すなわち温泉資源をどの様に保護するかという大前提を抜きにした開発は絶対にやってはいけないと思います。

温泉法によって温泉掘削にある程度制限は加えられておりますが、温泉地を取り巻く自然環境が温泉資源に与える影響というのが未だ未だ充分解明されていません。その開発が泉脈にどのように影響をあたえるかを充分配慮した上での開発が、今後の温泉観光地開発にとって大変重要な事だと思えます。

以上大変概念的なレポートとなりましたが、温泉観光地が今後の我が国の余暇産業の中で大変大きな部分を占めるのは明白です。

温泉観光地が単にその温泉地のための狭い範囲にとらわれず、そこをベースとした広がり周辺地域に求め、観光客の色々なニーズに対応できる地域を設定し、その地域毎の基本的な環境を整備し、又守るべき自然環境を保全しながら将来計画を実現していかなければならないと考えます。

## 5 結 び

最後に有馬温泉を例にとりまして今後の温泉観光地がどのような形をとって発展していかなければならないかを述べて結びにしたいと思います。

先にも述べました様に現在リゾート開発が各地で進められています。有馬温泉は温泉リゾート地として将来の計画を立案していかなければならないと思います。幸い有馬温泉はすぐ背後に六甲山という大自然を抱えています。又その六甲を越えれば神戸という海を控えた都市があります。それらを結ぶ交通アクセスはほとんど整備されております。

神戸港、須磨、舞子、北野、西北神を包括して一大リゾート地と考え、その中のひとつのベースとして有馬を位置づけ、地域の住民は有馬の持つ古い歴史の重みを認識して、道路が狭ければ無理に広げず、車の乗入れを制限し、古い街並みは保存を考え、文化財を保護し、当然のこととして六甲山という自然環境はあくまで守りぬかねばなりません。有馬温泉を訪れる観光客に快適さ、非日常的な経験を味わっていただく為に、地域の住民はあえて不便を我慢するホスピタリティーを持たなければなりません。

名前は忘れましたがスイスの小さな観光町でスキーシーズンになると町から車を一切なくし、観光客には馬ゾリを用意し、ただ町を走るのは救急車と郵便車だけに限りました。

そうするとある一人の観光客がしみじみと語った言葉が印象的でしたので紹介します。

“自分の話す声がこんなに大きく、又相手の話し声がこんなによく聞えたのは初めてだ”

そんな有馬温泉が私の考える新しい温泉観光地有馬です。

# 観光ビジネスとしての神戸

黒 田 昌 利  
(JTB神戸三ノ宮支店長)

## 1 観光における都市レジャー——観光ポイントの組合せ

神戸の観光を語る際に忘れてはならない点は、現代の観光における都市の役割である。

一昔前ならば、観光＝景勝地といった様に、どちらかといえば、自然を主体とした観光地などが観光の主流を占めていたといえる。

しかし、観光の目的が、単なる“骨休め”のイメージから脱却し、好奇心の満足、ショッピングなど、多種多様に細分化、専門化され、その結果として今まで観光地と考えられなかった生活圏である都市に、観光の価値が生まれてきている。

その代表的な例がパリ、ローマであり、また最近では、ニューヨーク、東京などである。アメリカ、日本の経済・文化の中心地であるニューヨーク、東京は、また同時にそれぞれの国の最大の観光地でも有り得るのである。

神戸の場合も、やや東京に準じており、全国的にみても都市型観光の代表的なものの一つになってきている。

そんな中で、神戸の特色は、特に観光を意図して開発されてきたわけではなく、そこに住む市民の生活を意識した都市計画・都市開発をしてきた結果、いわゆる“観光都市”の形態になってきたということである。

もともと三菱重工・神戸製鋼・川崎製鉄などの重工業型都市である神戸だが、就業構造的にみるならば、観光関連業者数は全就業者数の約21%を占め(表1参照)、全国第6位である(ただし、人口30万人以上か県庁所在地で、50万人以上の大都市近郊住宅都市は除く—60年3月現在)。

表1 都市の就業構造

都市名	全就業 者数	観光関連 就業者数	比率 (%)	都市名	全就業 者数	観光関連 就業者数	比率 (%)
1 熱海市	30,067	14,843	49.4	31 大阪市	2,472,975	377,161	15.3
2 別府市	60,225	17,845	29.6	32 高松市	192,092	29,437	15.3
3 那覇市	139,789	33,085	23.7	33 広島市	480,717	73,607	15.3
4 函館市	146,762	33,509	22.8	34 福島市	125,044	18,975	15.2
5 長崎市	93,072	20,211	21.7	35 佐賀市	85,396	12,999	15.2
6 神戸市	683,746	144,444	21.1	36 岐阜市	199,140	29,966	15.0
7 盛岡市	122,845	24,191	19.7	37 仙台市	375,859	56,430	15.0
8 奈良市	86,294	16,630	19.3	38 姫路市	223,557	33,078	14.8
9 西宮市	114,366	21,466	18.8	39 岡山市	261,858	38,620	14.7
10 宮崎市	128,405	24,195	18.8	40 和歌山市	177,671	25,976	14.6
11 秋田市	143,878	26,623	18.5	41 横須賀市	148,218	21,576	14.5
12 鹿児島市	234,849	43,441	18.5	42 大分市	175,257	25,357	14.5
13 高知市	158,926	29,165	18.4	43 甲府市	111,336	16,086	14.4
14 青森市	140,454	25,691	18.3	44 徳島市	130,213	18,520	14.2
15 千葉市	281,656	49,383	17.5	45 山口市	49,499	7,033	14.2
16 北九州市	520,559	90,797	17.4	46 いわき市	142,473	19,733	13.9
17 松山市	184,285	31,836	17.3	47 川崎市	449,753	61,954	13.8
18 京都市	759,383	130,518	17.2	48 宇都宮市	193,576	26,148	13.5
19 福岡市	641,976	109,737	17.1	49 長野市	163,673	22,041	13.5
20 札幌市	694,140	117,662	17.0	50 松江市	72,379	9,605	13.3
21 横浜市	1,034,801	175,079	16.9	51 鳥取市	74,722	9,863	13.2
22 豊中市	115,650	19,519	16.9	52 富山市	172,729	22,884	13.2
23 熊本市	273,598	45,907	16.8	53 豊橋市	139,395	18,393	13.2
24 旭川市	166,249	27,254	16.4	54 静岡市	232,719	30,294	13.0
25 新潟市	250,647	40,908	16.3	55 山形市	121,829	15,432	12.7
26 名古屋	1,340,988	217,403	16.2	56 福山市	170,481	21,339	12.5
27 東京特別区	6,507,064	1,049,538	16.1	57 浜松市	258,431	31,362	12.1
28 水戸市	126,038	19,949	15.8	58 倉敷市	193,837	22,038	11.4
29 尼崎市	222,785	34,572	15.5	59 東大阪市	237,713	26,444	11.1
30 金沢市	235,875	36,233	15.4				

※都市の選定は、人口30万人以上+県庁所在地  
ただし50万人以下の大都市近郊住宅都市は除く（60年3月現在）

資料：「事業所統計調査昭和56年」

\*ここでいう観光関連事業者とは

事業所統計、産業中分類（日本標準産業分類）のうち、飲食店、道路旅客関連輸送業、輸送に付帯するサービス業、物品賃貸業、旅館、その他の宿泊所、洗濯、理容、浴場業、その他のサービス業、娯楽業とした。

この数字から分かるように、既に神戸における観光の役割は重大なものになっており、重厚長大型産業が衰退している現代において、今後、ますます観光産業の重要さが増すことは間違いないであろう。

しかし、神戸の観光のイメージとして売り出されているのは、北野の異人館

である。が、もともと住宅地であった北野地区に、年間を通じて約153万人（昭和62年度実績—神戸市経済局発表）の観光客というのは限界であろう（事実、ここ数年、北野を訪れる観光客は年間約160万人程度で推移しており、今の数字がほぼ限界値であることを証明している）。

そこで、北野を中心として、神戸の他の観光地（有馬、六甲、須磨）との組み合わせによる、複合的観光誘致を行い、点から点の観光に偏りがちであった神戸観光の面への広がりを図ることが必要である（もちろん、今までにも観光キャンペーンを行ってきたことは知っているが、より意識的な形で、既存の観光地の複合化を行う）。

## 2 神戸のコンベンション化—その役割と進展

81年のポートピア以来、全国に先駆けてコンベンション施設の充実を図ってきた神戸であるが、その後、日本各地での『コンベンション都市化』をみると実に先見性のあった正しい選択だったことが分かる。

今後、21世紀においても、情報化はますます進み、それに伴うコンベンションの重要性は増加し、その多彩さや、地域への波及効果、雇用増大などに対する期待はいやがうえにも高まるものがある。

ただ、現状を見る上で、現在ポートアイランドにある国際会議場・国際展示場は既に手狭になっており、多岐に渡るニーズに対応しきれなくなっている。特に国際展示場は3,000㎡のフロアが1・2Fに分かれていて不便であるという声を聞くので、隣接して建設される予定の第2国際展示場の建設が急務である。

消費者の細かいニーズに応えるという点では、12月26日にオープンした新神戸商工会議所は、同一の建物の中にホテル（89年3月3日オープン予定）とコンベンション会場（2月10日オープン予定）を持っているので、国際会議場・ホテル・国際展示場との組合せを行うことができるようになる。

また、2,000年頃に完成予定であるポートアイランド第2期工事分にも、すでに国際交流施設ゾーンが計画されており、完成したならば大規模コンベン



ションが可能になる。

こうして受け皿が着々としてできつつある神戸であるが、観光とコンベンションとの関わりあいについて触れておかねばならない。

そもそもコンベンションという形態そのものが滞在型であることがあげられる。日常的な環境から離れ、限定された空間の中で、あるテーマを追求する。それがコンベンションの最も基本的なパターンであり、そこには、当然何日かその場所に宿泊することが前提となる。同一の場所に何日も留まるとすると、そのコンベンション施設に、ある種のレジャーなども必要となってくる。そこで有効なのが観光である。観光することによりゆとりが生まれ、人と人とのふれあいを生むこともあれば、アフター・コンベンションが集客においてプラスアルファの魅力ともなり、より一層のコンベンション活性化の為の原動力ともなりえる。

また逆にいえば、前述したように物見遊山の観光という物が、すでに時代のニーズにないことを考えた場合、コンベンションに集まり、そのあい間、もしくは後に観光することが、観光に対する一つの資源としての役割を果たすのである。

つまり、例えて言えばQC会議などを行う場合、どうせある場所に集合しなくてはならないなら、施設の整っていることはもちろんのこと、その場所が観光地であれば、同時に社内旅行としての役割を果たすこともできる、といった様にある。

そしてコンベンションが開催地に及ぼす効果は、直接、間接ともに様々であり、特に人が集まることによる消費活動はストレートに、都市経済に影響を与える。

そのほかにも、コンベンション施設の整備拡充に関わる費用（建設費・造園工事・街路整備など）も大きい。

更に、所得誘発効果や雇用増進効果、安定効果も期待できるのである。

無論、経済的側面以外にも、地域外からの人々が集まることにより、都市の活性化、文化の交流なども行われ、その波及効果は物理的な面に留まらない。

ただ、こうした“コンベンション効果”というべきものに着目し、都市のコンベンション化を進めている都市も多く（特に神戸の場合は、京都・大阪という強力なライバルが存在する）、今後も国際級レベルでのコンベンションをいかに神戸に誘致するかは、大きな問題であろう。そのためにも、地元の旅行代理店として、積極的に神戸を訪れた人々に働きかけなくてはならないと覚悟している。

### 3 ウォーターフロント開発——港湾再開発

地域外から訪れる観光客にとって、神戸のイメージはどういうものであろうか？

それは、絶対とは言えないまでも、港町→エキゾチック→異人館→異世界という段階を踏まえ、昔から海外に向けて開かれた町、異国情緒溢れる町というイメージではないだろうか。

そのイメージを生み出しているのが神戸港である。古くは大輪田の泊を持ち出すまでもなく、横浜と並んで神戸の港は、日本で最も古いものであり、神戸の経済とも深く関わってきた。

しかし、海上輸送の形態が時代と共に移り、人の手による荷物の上げ下ろしが減少し、コンテナ化、機械化が進むにつれ、人々の脚を港から遠ざける結果となり、市民にとって港は単なる工業地や倉庫の建ち並ぶ非日常的な場になってしまったのである。

この減少は、単に神戸にとどまらず世界各地でも同様のようで、ここ数年来様々な形で“ウォーターフロント開発”が言われ、水際の再生・再開発が進められている。

その神戸港のウォーターフロントの開発であるが、昨年“神戸開港 120年”を記念してメリケン波止場と中突堤の間を埋め立てて造られた『メリケンパーク』と、そこに建てられた『神戸海洋博物館』はすでに神戸の新名所として港観光の大きな原動力となっている（昭和62年度実績約 279万人—神戸港観光郡・神戸市経済局発表）。

更に、現在建設が進められている『ハーバーランド』は、現存する明治に建築された赤レンガの倉庫と石積みの階段を生かしたウォーターフロントを形成する予定であり、ニューヨーク・サンアントニオ・ロンドン・トロントなどのような人が水辺に集まる都会型リゾート地として、神戸の観光ポイントの新たな話題となることは間違いないだろう。

そして、六甲アイランド・ポートアイランド第2期工事分に建設される予定の『ウォーター・ワンダー・ワールド』と『神戸レジャーワールド』は、前者が西武系のセゾングループ、後者が神戸商工会議所が中心となり、それぞれ年間450万人、700万人の入場者を見込んでいるという。こうした大規模な恒久的レジャー施設は『東京ディズニーランド』の成功例（年間入場者数約1,000万人）を見ても分かるおと、国内だけに留まらず、アジア圏全域を商圏とする娯楽施設として非常に魅力ある観光のポイントとなる。

だが、これもいい面ばかりとは限らない。大規模になればなるほど、その建設に関わる費用に加え、施設を維持して行くための費用が莫大になることはもちろん（逆説的に言えば、ここから波及する経済的効果もそれだけ大きくなるのだが）何百万人もの人々を集めるための魅力作りのノウハウと言ったソフト面の開発も重要であり、ただ大きな遊戯場を建設すれば良いといったものではない。まして神戸の場合はすぐそこと言っても良いような場所にほぼ同時期、巨大なレジャーランドができるのだから、お互いはもとより既にある東京ディズニーランドとの差別化を明確にしなければならないなど、種々様々な問題が山積みざれていると言えよう。

競合を避けるといった面では、神戸市が発表したポートアイランドで営業中の『ポートピアランド』と『ウォーター・ワンダー・ワールド』、『神戸レジャーワールド』をミニ・クルージング船を就航させて結ぼうという案がある。

この船で三つのレジャー施設を結ぶという案は、神戸港全域を一大レジャーゾーンにし、また、ウォーターフロント開発の中に当然含まれるクルージング船として神戸観光に一層の多面性を与える事になる。

旅行代理店の立場から言うならば、神戸に大規模な集客設備ができることに

より、前述のようにアジア全域にわたって集客を行うことが可能となる。そして、そうすることにより神戸という単一の都市だけでなく、京都・奈良と言った世界的に名の通った観光都市と組み合わせ、関西全体を広域観光地にすることが可能となる。つまり人・物がより動く一乗り物に乗り、ホテルに泊まる一そうした中で、乗り物や宿泊の手配を行う旅行代理店の存在意義が高まることを期待したい。

#### 4 旅行代理店——観光客を受け入れる側の役割

神戸の先進的な活動により、81年のポートピア、85年のユニバーシアードとイベントが成功し、また、コンベンション施設の充実などによって神戸の観光数は順調に推移し増加してきた（表2参照）。

表2 神戸観光入込客数（単位：万人，%）

地域	項目	60年		61年		62年	
		入込客数	増減率	入込客数	増減率	入込客数	増減率
都観 光 市群	市街地	389	4.0	410	5.4	410	0
	うち北野	158	△ 3.1	168	6.3	153	△ 8.9
神戸港観光群		252	7.2	264	4.8	279	5.7
六馬 甲観 ・光 有群	六甲・摩耶	713	△ 5.2	756	6.0	739	△ 2.2
	有馬	161	3.2	177	9.9	171	△ 3.4
須磨・舞子観光群		317	1.3	331	4.4	458	38.4
西北神観光群		59	—	65	10.2	70	7.7
小計		1,891	3.3	2,003	5.9	2,127	6.2
ユニバーシアード 神戸大会		56 △ 18	—	—	—	—	—
グリーンエキスポ '85		221 △ 53	—	—	—	—	—
神戸開港120年祭		—	—	—	—	228 △ 18 △ 42	—
合計		2,097	14.6	2,003	△ 4.5	2,295	14.6

資料：神戸市経済局観光課

しかし、前述したように、神戸は熱海や白浜といった観光という物を中心に街としての形態が整えられてきた純粋な観光都市とは違い、街が当初より港を中心として出来上がっていたので、そこに旅行というものが発生し、旅行代理店の仕事が生まれたわけである。

だが、神戸のこれから21世紀にかけての観光政策をみると、観光地として国内はもとより、海外にまで、その商圏を広げようとしているわけであるから、世界的観光地における旅行代理店ということになると、ただ単に旅行の手配を行っていればすむと言うわけにはいかなくなる。自ずとその役割は変わってくる。

つまり、遠方より人が来るということは、そこに神戸という一地域の観光地だけでなく、それに付帯するものを観光客は期待しているはずである。

神戸においてはそれは京都であり、奈良である。そして対象が海外であれば東京もそれに加わるだろう。こうして対象が広がればそれだけ人が動き、物が動く事につながっていく。神戸の旅行代理店としては、それらの移動をお手伝いする機会を持つことも多くなるだろう。

そういった直接的な面だけでなく、今まで旅行に携わってきたノウハウを生かし、より多くの人々を受け入れるための提案を出せないだろうか。より有効的な観光ニーズを生み出すことができないだろうか。そして最終的には神戸を中心とした“日本観光ルート”を作り出すことができないだろうかなどなど。

実際、近年になり、JTBにおいても、各々の支店が立地する市町村に対し地域社会への貢献や地域振興のための協力を積極的に行うようになってきた。

その一例になるかどうか分からないが、私が所属する神戸三宮支店においてこの10月30、31日に、神戸市と協力し『KOB Eワールドグルメツアー』と、その関連行事の『KOB Eグルメ・フェスタ』を行った。

簡単に『KOB Eワールドグルメツアー』を紹介すると、企画を立てたのが「神戸観光キャンペーン推進協議会」(神戸市・神戸国際観光協会・神戸商工会議所など21団体で構成)で、神戸にある世界各地の料理店を選抜し、国際観光都市KOB EのPRを図ったものである。

JTBでは「るるぶ・ハイカラ神戸グルメフェスタ」の企画を立案し、神戸を訪れた観光客を対象に“アンカー・チケット”を発売。グルメフェスタに参画している主要レストラン向けのクーポンを用意し、利用の機会の増大に助力した。特に、送客比率の高い東京でのPRに力を入れたのだが、単に需要の拡大を図り、パイを育てるだけでない、地域との密着の増進に少しは役立てたのではないかと自負している。

更に、こういった方面に力を入れ、やがては観光という一つの文化を生み出すことができたならば…、などと、やや大げさな考えにまで、想像力が及ぶ。

そこまで行かなくても、とりあえず、今を遥かに上回る観光客が神戸に集まるわけであるから、その他の観光施設の充実・移動手段・宿泊・飲食などなどすぐにでも起こることが予想される問題に、私どもが培ってきた経験が生かせるのではないか。いや、是非生かさなくてはならないと思っている。

## 5 民間主導型観光開発——生み出される観光資源

今まで述べてきたように、神戸の特徴は、あらゆる面で先進的な改革を行ってきたことにある。

全国に先駆けての地方博＝ポートピア '81や、ユニバーシアードとグリーン・エキスポ '85、そしてフェスティック '89と続くイベントは、現在の日本各地で予定されている地方博の数を見ても、いかにエポックメイキングなものだったかが分かる。

更に加えて、今後もポートアイランド・六甲アイランドの人工島建設。地元企業が中心となって計画されている『神戸レジャーワールド』。東京の西武が開発を行う『ウォーター・ワンダー・ワールド』。そして、今世紀中に建設される明石石海峡大橋を中心とした恒久的なリゾート施設の建設などがあり、その先見性・革新性は日本でも有数の都市といえよう。

しかし、はたして人工島を造り、新しいビル、新しい施設を造るだけで、神戸の観光資源を有効に利用しているといえるのであろうか。

前述のとおり、神戸という名前から導き出されるのは異国情緒である。日頃

自分達が住んでいる日常性を有した街と違う“何か”が神戸という街にはあると信じて、観光客は神戸を訪れるのである。そう、それは『ロマンチズム』と言いなおしても良いかも知れない。

その『ロマンチズム』を生み出しているのが、港であり、港を通じて伝わってきた外国の商品、習慣、言語などであろう。北野にある異人館と呼ばれる洋風建築物が人気を呼ぶのは、その建物に“異国”の臭いを感じ、今だ、豊かになったといわれる日本でも味わうことができない『本当の豊かさ』、『遊び』、『ロマン』が感じられるせいであることに異論をとなえる人は少ないと思う。

ところが、この観光資源となった異人館を見だし、売りだしたのは神戸市ではなく、民間の業者・個人だったところに、神戸の観光の問題点がある。

本質的に行政主導型の都市である神戸市において、観光資源を行政が見出すことが遅いと言うのは、観光というものが、理論・理屈で割り切れないものだからであろう（例をあげると、今から15年も前、普通の住宅地であった北野の洋館が、現在のように女性の観光客を集めることになるとは誰も思わなかった。しかし、ごく少数の人々が口コミによって、北野に“異国情緒”溢れる建物があると聞き訪れはじめ、やがて、徐々にその数が増えた。それに目をつけたある人物が、その中の一つを買い取り、整備して公開したところ、大きな反響を生んだ。そこから現在の異人館街が生まれたのである）。

この様に異人館と呼ばれる建物は、そこに住む人にとっても、その周辺の住人にとっても単なる古い住居に過ぎなかった。それは神戸市も同じ考えであり、そのままいたならやがて“古い”ということで壊され、マンションにでもなってしまうに違いない。

そういった意味で、はたして大規模なレジャーランドを造り、六甲アイランド・ポートアイランドを拡充すると言った新しいものを作り出すことしか、神戸の観光をより盛んにする方法はないのであろうか。

その解答の一つに、東京の晴海にできた、かつての港湾倉庫を生かしたディスプレイやギャラリーがあげられよう。ご存じの方も多いかも知れないが、それらの場所は決して交通の便がよいところではない。むしろ不便で分かりにくい場

所と言えるだろう。そこへ若者たちがわざわざ捜してやってくるという。その様に人を引き付けるというのは、やはりウォーターフロント＝水辺が、人の心を動かすものであり、ウス汚れた建物が“人が生きてきた”暖かい温もりを与えているからではないだろうか。

これと同様な例は、函館や小樽などという港町でも見られる。

翻ってみて、神戸では港の施設を生かそうとしているのは、僅かに現在建設が進められているハーバーランドのレンガ倉庫を再利用しようとしているぐらいなもので、古い施設は、ただ取り壊される日を待っているだけといえる。

それは旧居留地と呼ばれる地域に残っている近代洋風建築群も同様である。人々が単なる流行だけで古いものを追いかけているのではなく、建物が有している時の重み、人の営みを経た暖かさを求めて、脚を運ぶのである。

その旧居留地にある大丸が、一昨年『リブ・ラブ・ウエスト』と名付けて、近代洋風建築物を改装・再利用し、その売上を確実に延ばしていることからこれら近代洋風建築物が観光資源として、非常に有効なものであることが実証されている例といえよう。が、ここも民間が開発し、人を誘い集めていることを忘れてはならない。

この様に、神戸が昔から海外に門戸を開き、積極的に外国の文化を取り入れた遺産が、まだまだ神戸に残っており、それを生かすことをもっと考えるべきではないのか。

これは、先日、神戸の都市景観審議会が、全国に先駆けて制定された都市景観条例を全市的に広げ、緑地や広場の整備・橋や道路、高架道路の景観形成など町並みを整えたり、樹木や建造物のライトアップを増やし「1,000万ドルの夜景」をグレードアップするように提案したということでも証明される。

そう、美しい建物や町並みがあるからこそ、そう言う意見が出されたのである。

すでに横浜では一昨年より、近代洋風建築物のライトアップを行い、夏期には巡回バスも出しており、大変好評だと聞く。神戸でも、ぜひそういったことを行うように提案する。



たとえ、民間の業者がそのようなことを行おうとしても、とても不可能なことであり、どうしても行政の力で実行に移すしかないのである。

もし、これが実現したならば、超近代的な都市の横顔と、それと対象的なレトロな都市の横顔を持つ神戸という街が、観光客にとって、今以上に魅力的な街に感じられるのは間違いない。

神戸のもう一つの問題として考えられるのは、大規模レジャー施設が完成し、今以上の観光客が訪れるようになった時のアクセス・宿泊施設の問題である。

今年になり、ポートピアホテル南館、新オリエンタルホテル、来年にはホテルオークラ神戸がオープンするが、オン・シーズンの中には、まだ部屋が不足することが予想されている。観光政策としては、観光客には、地元で宿泊してもらおうことが、経済波及効果の面からも絶対に必要であるから、キャパシティーに見合った宿泊設備を用意しなくてはならない。

それはアクセス面でも同様であり、特に1本の橋だけで結ばれているポートアイランド・六甲アイランドを訪れる観光客は、新交通システムがあっても、やはり車を利用することが多いであろう事が予測されるので、何らかの対策をこころじる必要がある（大阪湾岸道路がどちらの島も通過する予定だが、日程的に間に合うかどうか分からないこともあり、やはりなんらかの手を打っておく必要がある）。また、それらの車の駐車場の問題や、他の地域から神戸市内へのイン・アウトの方法もからめて、今から考慮しておく必要がある。

## 6 関西新空港の窓口——21世紀の神戸の役割

今まで、あえて触れてこなかったが、神戸の21世紀の観光を考えると、忘れてはならないのが『関西新国際空港』と『神戸沖空港』である。特に前者は日本初の24時間使用の空港であり、成田空港と並んで世界への窓口になる。しかし、その立地条件から、人も物も、日本各地へ向かう際のアクセスの起点として神戸の重要性は見落とせない。

すでにポートアイランド第2期工事分には、CAT（シティ・エア・ターミナル）と呼ばれる、関西新国際空港と神戸を高速艇で結ぶ海上アクセス基地が

設けられることが決っており、その横には全国と結ぶ貨物の内航フィーダーコースも整備される予定である。

神戸沖空港と合わせ、この関西新空港のアクセスを生かせば、神戸は海と空の両方にその門を開くことになるわけである。

そうなれば、アジアを代表する観光都市として世界に売り出すことも、単なる夢とは言えなくなる。

しかし、現状の神戸では、街の主要な機能が夜8時位で終わってしまい、24時間使用される空港から送り込まれる人や物を受け入れるのに十分な体制とは言えない。

そこで、ポートアイランド・六甲アイランドを中心とした、24時間解放された街が必要になるのである。

世界中に眼を向けた国際都市神戸。それは東京とはまた別な、観光という一つの軸を持つ、コンベンション・見本市などを通じて世界中の情報の集まる街でもある。

数字の上だけではなく、夢とロマンが集約される国際都市。これこそが21世紀の神戸のあるべき姿ではないだろうか。

神戸都市問題研究所  
都市経営研究会

## 社会改造と社会改良

片山・安部らの都市社会主義の信奉者にとって厄介な理論的問題は、都市社会主義が現象面のみみれば、改良主義と何ら異ならず、悪くすれば国家社会主義と混合され同一視されることであつた。

したがって都市社会主義が社会主義への一過程、一手法であり、いわゆる改良主義と如何に一線を画するかに腐心した。一方、過激なる無政府主義、また、私有財産を一切否定する共産主義とも異質であることを強調することに気をくばつた。

片山潜は途中より都市社会主義を離脱し、革命による社会主義の実現をめざしたが、安部磯雄は都市社会主義に踏み止まって社会主義、すなわち貧困の絶滅をめざした。

それだけに官憲や世論の圧迫・偏見に対して社会主義を如何に体制に適應しつつ存続さすかという至難の課題に神経を消耗せざるをえなかつた。

社会主義とは「生財の機関を悉く国有となし、其国家が年々産出する所のものを人口に応じて平分せんとするにあり<sup>1)</sup>」と定義し、生産財の公有化と利益の平等分配を骨子としている。

まず、亜流社会主義との区分につき次のようにのべている。

「今日人々の用ゆる国家社会主義、保守的社会主義、基督教的社会主義、講壇社会主義等の諸語は偶社会主義の意義を茫漠ならしむるものにして、吾人は読者が此等の名称の為に社会主義の真意を誤解するなからんことを願はざるを得ず。以上陳べたる諸種の社会主義は単に個人主義、放任主義に反対して、幾分か国家の力に依り自由競争主義の弊を矯めんとするにあれども、決して根本的に社会の組織を改造せんとするものにあらず。<sup>2)</sup>」

そして社会主義への実現の方法は、合法的に法律にもとづき、賠償主義で公

有化を図っているのがもっとも適正であるとしている。したがってかかる生産手段の私有化の否定、利益の市民の均等配分という視点からみれば、都市社会主義はまさに社会主義への前進であるといえる。

たとえばロンドンなどの鉄道の公有化、経営化にふれ「試にロンドン市政に社会主義の着々実行せられつつあるの事実を見よ<sup>3</sup>」といい、「英国の諸大都会が知らず知らず社会主義の精神を実行するに至りしは、其主義を賛成したりといふよりも寧ろ必要に迫られて斯くなりしといふを以て適当とす<sup>4</sup>」と、平穩なる社会主義化の可能性を予測していた。

そして社会主義の最も現実的かつ実行可能な方法がまず都市社会主義の実施であり「社会主義の極致は全世界を通じて其抱負の全部を実行するにあれども、これを一都市一町村に於て其一部を実行するも其利益決して少小にあらず。されば社会主義の理想は頗る遠大なれども、これが実行は極めて卑近なる所より始むるを得べし<sup>5</sup>」と、漸進的方法で展開すべしとしている。

すなわち安部磯雄は500年後に社会主義が実現するとしても、それは空論でなく、その第一歩がまさに都市社会主義の実施であると、都市社会主義は少なくとも実現可能性は十二分にあり、これこそ社会主義への一里塚として何としても実現すべきと心に期していたといえる。

それでも片山・安部にとって改良主義という陳腐なる思想が社会的に受け容れられ、一方、社会主義がともすれば危険視され、社会に排斥されることが心配でたまらなかった。

そのため「社会主義てふ語は陰謀、虐殺、破壊などいへる語を聯想せしむべしと雖も、是れ社会主義の真義を解せざるものにして、彼の無政府党、虚無党の如きものと同一視すべからざるは素より論を待たず<sup>6</sup>」と、世間の警戒心を解くように弁明これ努めた。

したがって社会主義は本来的に「将来に於て如何なる新社会を組織せんかとの明白なる方案を有するなり<sup>7</sup>」と、無政府主義との区別を強調している。

ただ「若し世人にして労働者を遇するの途を失せんか、彼等の怨恨は終に鬱積して思はざる処に爆発するに至らん<sup>8</sup>」と、警告を発することを忘れなかつ

たことは、やはり単なる改良主義でなかったことを証明している。

この種の論述は資本家側にとって一種の強迫であるが、安部磯雄にあっては、支配者階級に「唯彼等が今日比較的沈静なるは彼等の無学の然らしむる所なり…。世の資本家たるものは労働者に望むに革命的運動を以てするか、將た平和的運動を以てするか<sup>9</sup>」と、厳しく選択を迫っている。

そして改良主義との区分につき、時代はさがるが安部磯雄は『社会主義の時代』（大正13年）で、「社会改造は危険思想であるけれども、社会改良は温和思想であるといふのが多数人の考へるところであるけれども、両者の間に左様な大なる距離が有るか否かは、大なる疑問であるといはねばならぬ<sup>10</sup>」とのべている。

すなわち私有財産制、労働者への配分、労働時間など改良主義を推進していけば、社会主義と何ら異なるところはないと迫っている。いいかえれば社会主義は改良主義と紙一重であり何ら恐るべき思想でないということを言外に強調しているといえよう。

そして産業の国有化、市有化たる公有化という核心にふれ「公有事業の範囲を拡張することは、社会主義の実行に対しては、或意味の準備であると認めることが出来る<sup>11</sup>」とのべている。

公有化ということは社会的に利益の公平化をもたらすのでこれを誰しも批判しえない。もしそうであるならば国有鉄道も批判されなければならない。現に「水道事業は殆ど全部、自治団体によりて経営せられることになって居るから、何人もこれを私立会社に譲り渡さんといふ様なことを考へて居る者はない。若し水道が公有事業として適當なるものであるならば、我國民は何故に電車、電燈、瓦斯に対しても、同様に徹底的政策を採らないのであるか<sup>12</sup>」と公有化政策を求めている。

そしてこのような公有化は土地公有化へと進むべきで「社会主義は公有財産の領分を拡張して私有財産の区域を縮小せんとするに在り。彼の共產主義の唱ふる如く悉く私有財産を撲滅せんとするは、必ずしも社会主義の主張する処にあらず<sup>13</sup>」との観点からは、1坪でも多くの土地の公有化はまさに社会主義へ

の前進であると論じている。

要するに安部磯雄にとっては最後まで公有化はその過程で国家社会主義という異分子が混入することはあっても、資本主義の弊害を少しでも治癒するのであるから、政策的にはベターであり、公有化をすすめていけば社会主義へ振り返らなくとも、その政策的効果は測り知れない。その意味でも都市社会主義は政策としての価値は高いという計算は終生変らなかつたのではなからうか。

- 1 安部磯雄 『社会問題解釈法』 355頁
- 2 安部前掲書 353～354頁
- 3 安部前掲書 432頁
- 4 安部前掲書 433頁
- 5 安部前掲書 451頁
- 6 安部前掲書 351頁
- 7 安部前掲書 352頁
- 8 安部前掲書 263頁
- 9 安部前掲書 263～264頁
- 10 安部磯雄 『社会主義の時代』 45頁
- 11 安部前掲書 68頁
- 12 安部前掲書 70頁
- 13 安部磯雄 『社会問題解釈法』 407頁

### 普通選挙への評価

安部磯雄の社会主義の実現方法にあつては、およそ革命的という色彩はみられないが、片山潜にあつても、合法的な変革手段によって可能と考えられた。たとえば普通選挙による社会主義の達成という手段については、片山潜も『社会改良手段普通選挙』（明治34年）のなかで有効な手法と評価している。

すなわち選挙によって「吾人が進んで政権を得て国家の為め吾人自己の為に計るは今日の急務である。1日片時も等閑に附すべきでない。是れ吾人が奮起して普通選挙を主張する所以である<sup>1</sup>」としている。

また制限選挙に反撥し、「日本国民は国法の前に於て憲法の前に於て平等の

権利を有せり、此権利を有する国民にして丁年以上の者は当然国家の政事に参与すべき権利を有すべき筈である。普通選挙は憲法政治の本領である<sup>2</sup>」と、普選による効果を高く評価している。

しかし、当時の自由党など政党への評価はきわめて厳しく、中央政府のみならず地方政党にあっても、「醜悪なる政党を組織せる材料なる地方の有志党员は中央政事屋の行為をまねて腐敗せることおびただしく。彼等は政権のあるに任せ地方議會を横領して私利を営む。恰も山賊が良民を強奪するに等し。然り宛然たる狼が群羊を蹂躪するが如し。豈に我憲法国の大汚辱ならずや。実に慨嘆に堪へざる訳である<sup>3</sup>」と、その腐敗は極みに達しているとしている。

そしてこれは腐敗を防止するためにも、普選をめざし、「而し吾人最終の目的は我邦人が奮起して一大平民社会党を組織するのである<sup>4</sup>」としている。

明治34年、当時ではまだ「一朝普通選挙を得れば社会主義者の欲する種々の社会改良は出来る。而して都て公平に完全に成功することが出来る。是れに吾人は何よりも普通選挙を主張するのである<sup>5</sup>」と、普選による合法的革命の可能性を信じていた。

そして普通選挙法が成立した大正14年、片山潜は、「普通選挙は、たとえすこぶる貧弱なものであっても、労働者や農民によって可能なかぎり利用され、この国のプロレタリアにとって政治的教育の重要な手段として役立つだろう<sup>6</sup>」と評価している。

しかしそれとともにその炯眼は、「普通選挙の1つの副産物は、治安維持法である。それは、あきらかに共産主義運動の撲滅をねらっている。枢密院は、共産主義者と急進的運動に便宜を与えるから普通選挙に反対した。それで政府は、新しい普通選挙法と交換に治安維持法<sup>7</sup>」を成立させたことを見抜いている。

しかし片山潜にとっては普選による政治改良にはそれなりの効用を認めたがやはり改革への基調は労働運動にあった。「予は刀折れ矢尽きても尚ほ進んで労働運動を絶叫すべし、社会主義は予の政綱なり主義なり、余の思想を支配する者は社会主義なり<sup>8</sup>」と叫んでいる。

片山潜にとっては都市問題とか普通選挙とかの眼前の問題を扱う場合にも、どうしてもその背後にある専制国家、資本の論理を無視することができなかった。したがって現実的な都市・政治問題につき表面的な改良はどうしても評価する気はなれなかったのであろう。

- 1 片山 潜 『社会改良手段普通選挙』（『片山 潜 著作集』） 114頁
- 2 片山前掲書 115頁
- 3 片山前掲書 128頁
- 4 片山前掲書 129頁
- 5 片山前掲書 133頁
- 6 片山 潜 「日本における普通選挙」（『カー・イー』  
〈英〉特別号1925年12月）『片山 潜 著作集Ⅱ』 137頁
- 7 片山前掲論文 136頁
- 8 片山 潜 「天下の労働者諸君に告白す」『社会新聞』（明治41年1月1日第31号）『著作集Ⅰ』 216頁

### 都市社会への認識

後年、片山潜は社会主義に立脚し、都市社会への改革を展開するが、先にみたように明治期の都市社会主義を信奉した時期は、改良主義者であった。

しかし、片山と安部とではやはり都市社会に対する認識にあって微妙なズレを示し、それがやはり2人が立場や人生を大きく異にするようになる背景でもある。

都市経営の視点からみると、社会主義革命によらなければ、土地国有化は不可能である。しかし、社会主義革命の成功まで、土地問題を放置することができないものである。

このような視点からみれば、都市問題を労働運動による革命によって一挙に解決しようとした片山潜より、限られた枠内でも公有化などの改良政策によって改善しようとした安部磯雄の方がより現実的であったともいえる。

安部磯雄は「社会主義を一時に実行せんことは殆んど言ふべくして行はるべからざるの事なり。先づ其最も実行し易きものより始めて漸次全部に及ばざる



べからず。例えば製造場を国有とする前には、先づ土地、鉄道、溝渠等の如き自然に独占的性質を有するものを国家に収容せざるべからず<sup>1</sup>」とのべている。

また、実現手段として片山潜が依拠した労働運動に対して安部磯雄は必ずしも全幅の信頼をおいていない。たとえばストにつき、「ストライキは労働者の利器なれども彼等は決してこれを暴用せざるなり。…兎に角ストライキは実業界の為に恐るべきものにして其結果の厭ふべきは毫も戦争と異ならず<sup>2</sup>」と批判的である。

良識派であった安部磯雄は社会全体の視点から「現今の実業界に屢ストライキの行はるるは是れ社会が病的情態に在るの明証にして、社会が為めに蒙むる所の災害は実に驚くべきものあり。…されば彼等が賃銀増加のために資本主と戦ふに当り、其費せし所の軍費は恰も商人が将来の利益を目的に若干の金を投じたるが如きなり<sup>3</sup>」と、ストという基本的社会手段にあっても、コスト分析を加えることにはばからなかった。

安部磯雄は片山潜に比して、社会を構造的、原理的には裁断し、その罪悪を糾弾することにそれほど熱意を示さなかったが、反面、人間の倫理的には厳しかった。

明治39年10月『理想の人』を出版しているが、偉人はともかく「吾人が實際生活を送るに当りては一言一行自ら画ける所の理想に拠る外はない<sup>4</sup>」(序文)として、倫理、宗教、教育、家庭、社会の五篇にわたって論じている。

政治汚職の多い現況に対して「然れども姦淫する者、賄賂を貪るものは殆んど何等の制裁をも受くることはない。今日の政治界に於ける元老政治家は言ふに忍びざる程の不品行を敢てするにも拘はらず彼等は其位地を失ふが如きことはない<sup>5</sup>」と批判している。

刑罰を犯さない限り、社会的に葬りされないというような道徳に軽重の差を設けることは間違っているとしている。

安部も片山も、経済・政治の改革のみならず社会改革にあっても運動を展開しているが、その思想はやはり人権意識にもとづく平等感であり、そこから日

本の伝統的封建的思想に反撥している点は同じである。

たとえば安部は教育につき貧富の如何にかかわらず教育を受ける権利があることを説き、さらに女子教育につき「然れども今日尚ほ女子の高等教育に反対する人々の少からぬは甚だ奇怪千万である。彼等は資産の有無に拘はらず、高等女学校位の教育を以て女子に充分なりと言ふのである。是れ女子発達の程度に制限を置くものであって、教育の原則を無視するものではないか<sup>6</sup>」と、男女平等を主張している。

また良妻賢母主義の教育に対して「俗論に媚びて」教育家として期待できないと批判し、「良妻賢母主義の真相は従順にして家庭に蟄居し、唯々として主人の命に服従する所の婦人を意味するので、決して主人の伴侶となり友人となり相談役となるの謂ではない。吾人は寧ろこれを称して高等下女主義と言ひたいのである<sup>7</sup>」と痛烈に批判している。

さらに男女共学についても、男女混合教育として「先づこれを小学校に行ひ、漸次中学及び大学に及ぼすこととすれば左程憂ふべき弊害はないだらうと思ふ。今日の如く男女学生の交際を強いて杜絶せんとする様では道徳上決して好結果を得ることは出来ない<sup>8</sup>」と推測している。

まして政策的にみても「今や男女学生の風紀に関しては種々なる議論もあるが、彼の下宿屋を取締り図書を監査するが如きは全く一時の応急手段に過ぎないのである<sup>9</sup>」とけなしている。

このように安部磯雄の思想はきわめて開明的であり、革新的であるが、そこから資本主義制の打破へ市民運動を展開すべきであるとするアジテートはみられない。

安部磯雄は社会制度の歪みに制度的に対決していったが、いわゆる上層階級に対する恩情にも少なからぬ期待を求めている。下女に対する論評にあって、全く奴隷の状態で、その賃金、労働条件の悪さを非難している。

しかし同時に「余は下女が如何に虐待せられつつあるかを陳べて、聊か主婦たる人の注意を惹きたいと思ふ<sup>10</sup>」と、主人たる主婦の反省を促し、「家族の一員として取扱うべし」と迫っている。

これに対して片山潜は「一般より云へば僕婢間には一種の悪習慣ありて之を奉公人根性と云ふ、即ち独立精神を失ひたる野卑極まる根性なり、而して之と共に或る一種の因襲を形づくり殆んど人格を失ふに至る、即ち奴隷根性なり<sup>11</sup>」と批判し、「虎の威を借る狐的<sup>12</sup>」存在と嫌悪している。

そして彼らは忠実な僕婢として「社会主義などには大反対を表わす者<sup>13</sup>」で「労働の敵<sup>14</sup>」となり、誠に嘆わしいと敵視している。

社会的常識からすれば僕婢といえども、同じく貧困層の出身であり、虐げられた階層であると思われるが、片山潜は労働運動へ献身性という純粋な一点に絞って階層を断定している。そこには個々の人間性への同情よりも思想的評価が優越的な判断基準となっている。それだけ妥協を許さぬ社会的圧迫を膚身で感じていたのかも知れない。

また資本家の慈善行為に対しても「其利己的良心（即ち慾心）を満足する為めに社会に向つて慈善を装ひ、其社会より巧妙なる手段を以て強奪したる利益の万分の一を投じて罪ほろぼしに使ひ、以て社会を瞞着す<sup>15</sup>」と、慈善行為そのものへの反感を露骨に表わしている。

片山潜にとって公営事業の市有化という結果実現が社会主義の前進とするならば、学校・病院などの寄付も社会主義の前進であるという論理となるが、ここではその行為・結果の思想を問題とした。

すなわち、慈善事業は「学校を設立し孤児院に寄附し又図書館を設く、是れをも亦彼等幫間学者政事家等は賞揚以て世間を瞞着眩惑す、其譎詐狡猾なる驚くの外なし。慈善事業！ 是れ資本家の製造して、社会を愚弄する所の一悪戯のみ！ 慈善事業は人類を侮蔑する最大罪惡なり<sup>16</sup>」と、その醜惡な手法を攻撃してやまない。

もっとも慈善行為が無意味とはしていない。明治43年の東京風水害の慈善行為につき「去りて吾輩は彼等慈善家を排斥するものではない。吾輩は寧ろ彼等が誠意より社会の為めを思ひ。其心底より水害の惨状を遺憾とするならば。政府も、地方公共団体も、為さぬ、又為す能はない事業を為さんことを望むのである<sup>17</sup>」と、それなりの価値を認めている。

しかし、「由来慈善は施与者に愉快を与へ、彼等をして蓮花台に座する心地を与ふるも、施与を受くる者は膝を屈して低頭する苦痛に陥る<sup>18</sup>」とその精神的落差に着眼し、さらに慈善が一時的かつ恩恵的な物質供与に過ぎないことを批判している。

すなわち水害を天災とみなしているが、人災であるとし、「吾輩は我が政事家並に実業家が此等の着眼せず一時的の救済若しく当局の補助に向って尽力せんするの浅薄に驚くものである。ラッセルセージ死するや、其未亡人は良人の遺せる数百万金を投じて貧民調査をなさしむ。世界第一の製造市ピッツバURGは之れが為めに其面目を改めたと云ふ。資力ある識者の社会に向って為すべき務めは、斯る類の事であらう<sup>19</sup>」と、お為めごかしの憐みよりも、社会的調査によって自からの社会的行為を自戒せよと迫っている。

安部磯雄は慈善事業につき、革命的方法以外の対応策として、慈善事業、教育事業、自助事業（労働組合、共働売買、利益配当、相互保険など）があるとして、そのうち慈善事業は、「故に貧民目前の危急を救助する方法としては其必要更に疑ふべきにあらざれども社会問題の解釈法としては尚ほ隔靴搔痒の感なき能はず<sup>20</sup>」と、一応は否定している。

さらに精神的にみて「其人の独立心を害し<sup>21</sup>」「懶惰に導く危険なる分子を含む<sup>22</sup>」と批判しているが、先にみたような緊急的措置として十分にその効用を認めている。

このようにみえてくると片山潜の『都市社会主義』にみられる改良主義の底流には激しい資本主義社会への憎悪と改革への熱意が流れていたとみることがができる。

それは『我社会主義』をみると、「労働者は資本家の兵卒となり、産業の戦争場裡に資本家の利益の為に犠牲に供せられ、彼等の状態は日々に困難に向へり、一大資本家起る毎に最大多数の労働者と多数の小資本家は犠牲に供せられたること、恰も一将功成りて万骨枯ると云ふが如し<sup>23</sup>」と、社会制度の歪みを非難している。

このような資本主義社会では思想から事業まで資本家の思いのままに操られ

「都て社会の公益を挙げて資本家に奪はれ、資本家の勢力は実に古代の王皇も尚ほ及ばざる所となれり<sup>24</sup>」と、救い難い現実を描いている。

もっとも片山潜は改良主義とは次第に訣別していったが自律的相互救助としての消費組合などは有益な手段として高く評価していた。それは「労働者が経済上の基礎を固むる唯一の機関<sup>25</sup>」「組合員は互に徳義を重じ相互扶助の精神に支配さる、組合員はなるべく近傍に住居し共働的に営業をなし経費の節減を計るに尽力せざる可からず<sup>26</sup>」と推奨している。

片山潜にとって都市社会主義という結果として社会化が少しでも前進すればよいとする改良主義では、社会主義が実現されそうもないことが次第にはっきりしてきた。

そして労働運動、政党活動による政治的な解決方法という戦略へ次第にのめり込んでいくこととなり、それだけ漸進的な都市社会主義から遠ざかっていくことになった。そこに安部磯雄との分岐点があったのではあるまいか。

- 1 安部磯雄 『社会問題解釈法』 391頁
- 2 安部前掲書 200～201頁
- 3 安部前掲書 39頁
- 4 安部磯雄 『理想の人』 序文
- 5 安部前掲書 倫理篇 10頁
- 6 安部前掲書 教育篇 10頁
- 7 安部前掲書 教育篇 11頁
- 8 安部前掲書 教育篇 37頁
- 9 安部前掲書 教育篇 8頁
- 10 安部前掲書 家庭篇 69頁
- 11 片山 潜 「貧富の戦争(1)」 44頁
- 12～14 片山前掲論文 45頁
- 15 片山前掲論文 48頁
- 16 片山 潜 『我社会主義』 288頁
- 17 片山 潜 「水害後の慈善事業に就いて」『東洋経済新報』（明治43年9月5日 第534号） 31頁
- 18 片山前掲論文 30頁
- 19 片山前掲論文 31頁

- 20 安部磯雄 「社会問題と慈善事業」『六合雑誌』（明治28年4月第172号） 2頁
- 21 安部前掲論文 4頁
- 22 安部前掲論文 5頁
- 23 片山前掲 『我社会主義』 256頁
- 24 片山前掲書 257頁
- 25 片山 潜 『消費組合の話』（明治41年1月）『著作集Ⅰ』 212頁
- 26 片山前掲書 『著作集Ⅰ』 213頁

## 潮流

# 知的財産権 納税者番号制度 プリペイドカード ハイビジョン 神戸市都市景観審議会答申

### ■知的財産権

#### 1. はじめに

知的財産権とは、一般に、独創的な技術や知識など知的財に対して法的保護を与えようとするものであり、英語で intellectual property という。この訳語として、マスコミ等においては、「知的所有権」が使われているが、「所有権」とは、そもそも有体物に対する観念的・絶対的支配権原を指すものである。知的財産権の多くが法的テクニックのため所有権類似の法的構成を採用しているが、所有権そのものとは異なるため、ここでは知的財産権という語を用いることとする。

この知的財産権が、今日ほど脚光を浴び、また、注目されている時代はないといってよい。従来、知的財産権は、企業経営の中において傍流に位置し、産業界においても、学界においても重要視されうる立場になかった。ところが、経済社会が国際化した今日、アメリカを中心とした知的財産権の保護・強化の波は、我が国産業界に大きな衝撃を与え、もはや、知的財産権ぬきに企業経営を考えられない状況に至らしたのである。ここでは、知的財産権の核をなす工業所有権、著作権を中心に、その動きを考察することとする。

#### 2. 工業所有権

工業所有権とは、広義には、産業的利益一般の保護権の総体をいうが、通常、狭義には特許権、実用新案権、意匠権・商標権の4種の産業上の排他的支配権を指すとされる。元来、「工業所有権の保護に関するパリ条約(1883年)」の Propriété industrielle の訳語であり、工業だけでなく、商業・農業等の分野に関しても用いられる用語である。ここでは特許権に関して詳述する。

今日の急速な技術革新は、産業構造に大きな変化を与えると同時に、特許法に対しても大きな影響を及ぼしたとされる。すなわち、企業が新たな製品開発に要した投資を特許(権)という排他的独占権を得ることにより回収をはかるという傾向が強まっていることである。これは、さらに、新たな技術分野の裾野の広がりに従い、その保護されるべき領域が広がることをも意味している。この特許法は、産業上の利用可能性、新規性、進歩性の要件を備えた発明に対してのみ、その開示を代償として排他的独占権による保護を与えることとされている。しかし、近時、この発明概念に対して次のような問題提起がある。まず、近時のバイオテクノロジー、遺伝子工学の発達である。すなわち、微生物、動植物といった

生命体の新品種については、発明の要件である反覆可能性がないとして特許性を否定するのが通常であったが、遺伝子工学の発達により、それらの生命体に反覆可能性を備えた研究開発の所産として発明の性格が与えられ始めたのである。

### 3. 著作権

著作権とは、著作物を独占的に支配して利益を受ける排他的な権利とされ、その著作物とは、思想又は感情を創作的に表現したものであって、文学・芸術・美術又は音楽の範囲に属するものをいうとされる。人間の精神的な創造活動の所産である点で、特許権の客体である発明と等しいが、思想・感情自体の独創性は必ずしも必要ではなく、それを一定の表現形式の中に具体化することに独創性が認められなければならない点が異なるとされる。

この著作権を定めた著作権法は、明治32年に旧法が制定され、昭和45年には「ベルヌ条約」加入のため同法の全部改正が行われたものの、上記のとおり人の思想・感情の創作的表現という側面に限られ、実用的・技術的性格の強い創作物は原則としてその適用範囲とされなかったため、産業的意義の薄いものであった。ところが、昭和60年の同法改正（昭和61年1月1日施行）により、プログラムという技術性の高い創作物が著作物とされるに至り、全産業的注目を浴びることとなったのである。また、近年、複製技術の発展は著しく、文献、音楽、ビデオテープ、コンピュータ・プログラム等の複製が極めて容易に行われるようになり、最近では、特に DAT (Digital Audio Tape-recorder) は音の劣化が全くなくダ

ビングが可能であるため、国際的に問題となっているところである。このように、安易に複製が行われると、著作権者の経済的利益が著しく損われることとなる。そのため、日本音楽著作権協会 (JASRAC) <sup>ジャスラック</sup>などは、作曲家・作詩家・音楽出版者の著作権を預り、集中管理を行い、その経済的利益の確保をはかっている。

### 4. 国際関係

知的財産権に関する国際問題としては、「日立・IBM事件(昭和57年)」が想起される。この事件では、日立がIBMのコンピュータ・プログラムを入手しないコピーし、コンピュータの開発、製造、販売を行っていたとIBMが訴えたものであるが、なかでも、IBMが米国著作権法違反を理由に日立側の日本における行為に対してまでも差止等の請求をしたことについて、従来、属地主義の取扱いをされてきたものを、米国著作権法の隠れた域外適用を狙ったものともいわれている。GATTウルグアイ・ラウンドにおいて、知的財産権の保護強化が最大の課題となっているが、これは、広くアメリカ自体の通商政策の一環として、また、ディレギュレーション政策の国際化・普遍化を目指したものととらえることができ、我が国もその対応如何によって大きな変貌を余儀なくされるのである。

### 5. 展望

以上、知的財産権の保護・強化の流れについてみてきたが、強化に走りすぎるということは、独占を助長する恐れがある。新技術の開発が進むからといって、やみくもに知的財産権の強化をはかればよいというものではない。そこには、権利者とパブリ



ック・インタレストとの調和も当然要求されるであろうし、また、世界的にみても、先進国と途上国の利害調整も要求されるであろう。

## ■納税者番号制度

### 1. 制度の意義

納税者番号制度とは、納税者の所得等の正確な把握、申告水準の向上を図るため、納税者となりうる者に広く番号を付し、その者に経済取引を行う際に番号の告知を行わせ、本人及び関係者が税務当局に提出すべき納税関係の各種の書類に本人の納税者番号を記入することを義務づけることによって、広く納税者に関する租税資料を、その番号にしたがって整理し、集中的に管理する方式のことである。

### 2. 経緯

納税者番号制度は税務全体にわたる問題であるが、これまでも部分的に、納税者番号制度と同様の趣旨を有する制度の導入が試みられた経緯がある。いわゆるグリーンカード制度であるが、その内容は利子・配当所得を受ける者に対し、利子・配当の受領時および税務申告時にグリーンカードの提示を義務づけることにより、本人確認と名寄せの双方を円滑に行い得るというものであり、その名寄せに納税者番号を活用するという構想であったが、最終的にこの制度は日の目をみず、その後の税制改正で、少額利子所得に対する非課税制度（マル優制度）が廃止され、預貯金等の利子所得については、一律源泉分離課税が行われることとなった。

ところで、これと殆ど時を同じく、今回

の税制の抜本的見直しの検討のなかで、税負担の公平の見地から、現行制度において、「原則非課税」となっている有価証券譲渡益（キャピタルゲイン）に対しても課税すべきであるという議論が強く起こってきた。有価証券譲渡益については、これを「原則課税」に改正という形で第113臨時国会（税制国会）に上程されるに至った。

ただ、今回の改正案では売却益の26%（所得税20%、住民税6%）の税率とする申告分離課税又は売却額の1%（所得税のみ）の税率とする源泉分離課税を行うにとどまるために、税負担の公平を図るにはなお不十分であるという批判がなされ、将来的には総合課税に移行することを前提として、その際に有価証券取引を把握する体制を整備するためには、納税者番号制度の導入が必要であるとして、ここに再び検討されることとなったのである。

### 3. 諸外国の制度

ちなみに、諸外国の状況を概観すると、アメリカでは、1962年以来、個人については社会保障番号、企業については雇用者番号が納税者番号として使用されている。納税者番号は、納税申告書に記入することとされている他、賃金、資産性所得等の支払者、株式等の取引に係る仲介業者、預金を取り扱う金融機関等が提出する情報申告書にも記入が義務づけられており、両者を納税者番号によって対照することにより、こうした所得の捕捉に利用している。

また、デンマークやスウェーデンでは、全国民を対象とした行政統一コードを採用しており、いずれも1968年より実施されている。

#### 4. 制度の問題点

つきに、納税者番号制度の内容及び導入する場合の問題点としては、

(1) 納税者番号制度の具体的な仕組みや対象取引をどう考えるのか、すなわち、特定の資産性の所得に限って納税者番号制度を適用すべきか、それとも課税の公平性・中立性の観点から、制度の適用範囲はできる限り広く考えていくべきかという問題がある。

(2) 国民のプライバシー保護との関係をどのように調整するのかという重要な問題がある。これについては、納税者番号制度の導入に伴い、所得の把握等の税務執行に直接係わる事項以外の内容についても税務当局に知られてしまうのではないかという問題と、税務当局が収集した情報を漏れないようにするためのプライバシー情報の管理の問題がある。

特に、申告納税制度にあっては、公正な税務執行を可能にするために、所得の把握に必要な事実は税務当局に提示しなければならないと考えられる。そこで、国民のプライバシーがどこまで制限されるべきかあるいは保護されるべきかという問題である。

また、プライバシー情報の管理の問題についても、民間における悪用の問題があり、また、他の行政分野においてその番号が利用された場合、コンピューター処理と結びついた番号管理により行政への情報の過度の集中を生み、国民のプライバシーに多大の影響を与えるおそれがあることをどう解決するのかという問題がある。

(3) 税務執行のためのみの制度として考え

るべきか、さらに年金、社会保険、教育、住民記録の管理等他の行政分野にも利用できるようにすべきかという問題がある。

(4) 税務執行上、納税者番号制度が所期の成果を上げるためには、制度の実効性を担保するための方法と並び、納税者、情報申告義務を果たす仲介者及び税務当局にとっての事務的負担や費用の問題等を勘案しながら、その費用効果の面についても十分検討する必要がある。

(5) 納税者番号制度を導入することにより、経済活動への影響に関連して、例えば制度の対象となる経済取引分野からの資金シフトの問題や、さらには、これが我が国の地下経済化を進めるおそれはないかといった問題もある。

#### 5. 今後の動向

以上、諸々の問題点を踏まえ、現在、政府税制調査会の納税者番号等検討小委員会において、納税者番号制度導入について検討が進められているが、現行の国民年金、厚生年金、共済年金の番号を整理統合したうえで納税者番号に活用する案が有力となっている。

番号制の適用対象については、資金シフトを防止するためには有価証券に限定せず、金融取引全般と不動産取引も含めるべきとの考え方をまとめている。

さらに、税務とプライバシーの関係では所得の正確な把握が公正な税務執行には不可欠であるとして、国民のプライバシーが制限を受けるのはやむを得ないとの認識で一致している。ただ、実施に当たっては税務当局が保有する個人情報外部に漏れない確実な対策を求めている。

また他の行政機関の番号制の活用については、行政の各分野で利用の方が効率的であるとの意見も出ている。ただこの場合原則として行政機関相互の情報交換は制限するが、税務当局に限っては他の機関からの情報入手を認めるべきとの意見が多い。

同時に国が実施する番号制の民間での使用については、情報漏洩防止を徹底するため禁止にすべきだとの意見がある一方で、情報そのものの秘匿を確実にすれば番号が他の目的に使われることまでは禁止できないとする意見もあり、今後の検討課題となっている。

また、費用効果の問題については、行政統一コードのように幅広い行政分野に利用すればコストの問題は解消するとの意見が大勢を占めている。

(注) 同小委は、昭和63年12月13日、これまでの検討結果をまとめ、政府税制調査会総会に提出した。

## ■プリペイドカード

### 1. プリペイドカードとは

代金後払いのクレジットカードと異なり、事前に一定の金額を支払って購入し、サービスの利用や買物の際に現金代わりに使用することのできる磁気カードをいう。カードには磁気で金額が情報として書き込まれており、電話や切符販売機などの読み取り装置により前払い分または残余分が利用できる。日本電信電話会社(NTT)のテレホンカードやJRのオレンジカードがその典型であるが、全国の私鉄や地下鉄、高速道路でも同様のカードが登場し、さらにクリーニング店、ゲームセンター、レン

タルビデオショップ等のサービス業や社内食堂、スーパー、自動販売機などでも使われ始めている。

プリペイドカードは、現金、クレジットカードに次ぐ「第3の通貨」とも呼ばれている。クレジットカードは単価の低い日常の生活用品ほど使用できないという不便さがあるが、プリペイドカードはその欠点を克服するもので、消費者は小銭がなくても利用でき、発行者は先払いによる巨額の資金を手に入れるメリットがある。

プリペイドカードはクレジットカードとともに、現金を持ち歩かなくても買物や飲食ができる「キャッシュレス時代」を支えるものとして注目されている。

### 2. プリペイドカードをめぐる最近の動き

(1) これまでの単一の商品やサービスの購入に使用するプリペイドカードに対し、地域が限定されているとはいえ、複数の商品やサービスの購入に共通して使える汎用性のあるカードが出現してきている。例えば東京・霞が関ビルが'88年10月末に導入した「ビルカード」は、同ビル内にある37の店舗及びたばこ自販機、地下駐車場での利用ができる。また、都銀13行とNTTなどが出資している「日本カードシステム」では、'88年12月より同社が発行する飲料自販機用カードとフェーストフード店で使用できる三種類のカードを共通化し相互利用できるようにした。

(2) 小銭代替の手段という枠に納まらない高額のプリペイドカードが出現してきている。

(3) 消費税が導入され、消費税率の3%を小売価格に転嫁し消費者に負担してもら

うには端数が生じ混乱が起こる。自販機やレジスターでプリペイドカードが使えればある程度物理的混乱は避けられる。こうしたこと等を背景にカードシステム供給会社等の関連業界は、消費税の導入がカード普及の機会になると期待をよせている。

(4) 銀行、商社、信販・クレジットなどの異業種の大企業がさまざまな思惑をこめて、プリペイドカードのシステム開発、運営会社に参入してきている。上述の「日本カードシステム」の他、住友商事、松下電器産業等が設立した「日本カード」、伊藤忠商事、日本信販を中心とする「エリアリンクス」、ジェシービー、都銀6行等による「プリペイドカード・システム」などがあり、50兆円を見込める巨大市場にもなりうると思われる市場を目指して企業が走り出している。

(5) 政府では大蔵省が「プリペイドカード等に関する研究会」、通産省が「カード社会への対応を考える研究会」を設け対応を検討している。

### 3. 問題点

汎用プリペイドカードの普及で壁となるのが、現金と同様に使えるという点である。カードの使用範囲が広がれば広がるほど「紙幣」に近いものとなる訳だが、紙幣に類似した機能をもつ証券の発行、流通を禁じている「紙幣類似証券取締法」との調整が必要となる。

また高額カードの普及により通貨と似た機能を果たすことになると国の通貨供給量にも影響を与えるということにもなる。

さらに、税金の問題もある。電話や運賃などのサービスの提供では、カードに印紙

税はかからないが、物を売る場合には公共性のあるもの等を除き、デパート等の商品券と同様700円を超えれば課税の対象となる。高額なカードの実現を図るには印紙税の見直しも避けては通れない。

退職利益の問題もある。使わないのが悪い、そんなカードを贈り物にする企業が悪い、という考え方もあるが、プリペイドカード発行会社が乱立気味なのは退職利益をねらっているからだとする見方さえある。未使用のカードの流通市場、あるいは換金の仕組みをつくる必要がある。高額なカードが発行されればされるほど、この必要性は強まってくる。

### 4. 展望

プリペイドカード普及の意味としては、①流通・消費の合理化、②現金取引のリスク低下、③地域カードの発行による地域経済の活性化、④ニュービジネスの振興といった利点がある。したがって、過度の規制で新しい芽をつぶしたり、既存の金融機関にだけ有利な規制を導入することは好ましくないであろう。しかし、プリペイドカードの普及推進は、あまりにも企業の側からの発想に基づくものが多いように思われる。

便利で得だからプリペイドカードが普及するという考え方もあるが、退職利益に比較して、現在のプリペイドカードの割引率が適正かどうかは議論のあるところであろう。カード保有者、すなわち消費者の利益について保護しなければいけない部分は多いのではないだろうか。

プリペイドカードが普及しているという現在の新しい段階の変化に向けての行政サ

イドの取り組みの立ち遅れは否定できない。行政の素早い対応が望まれるところである。成長性のある分野だから、自由に競争させると言う政策も一つの選択には違いないが、消費者保護については法規制を含む対応を急ぐべきであろう。

プリペイドカードは将来、ICカード（集積回路を組み込み記憶できる情報量を増やした新タイプのカード）のビジュアル型（カード電卓のようにボタンと液晶表示があり記憶内容の確認ができるタイプ）に組み込まれることも考えられており、その普及の勢いは増すばかりであるといえる。

## ■ハイビジョン

### 1 ハイビジョンとは

(1) ハイビジョンは、一般に「High Definition Television」（高精度テレビジョン）と称されている。

現行のテレビの規格は、1943年にアメリカにおいて決定されたものであるが、1960年代の後半から「将来のテレビはどうあるべきか」と言うテーマのもと、研究開発されたのがハイビジョンである。

現行のテレビ規格が決定された1940年代の最先端の電子技術は「真空管」であった。その後「トランジスター」の開発がなされ、今や「LSI、超LSI」の時代を迎えており、これらのエレクトロニクス技術の進歩が、ハイビジョンの実用化を可能としている。

ハイビジョンの研究開発は、我が国においては、NHKが中心となって進められ、その成果として、1985年の「科学万博—つくば'85」において、最初に一般公開され

た。

ハイビジョンの大画面映像と、コンピュータ・コントロールによるプラネタリウム映像という世界初の映像相互の融合が行なわれ、これを契機に、テレビカメラ、VTR、ディスプレイ等実用に耐えうるハイビジョン機器が完成し、ハイビジョンは実験から実用化へ大きくステップを踏み出した。その後、VTRによるデモンストレーションのみならず、放送衛星、通信衛星、CATV等によるデモンストレーションが実施されている。最近の例では、1988年9月～10月に開催されたソウル・オリンピックを全国80か所で一斉に放送したのが記憶に新しい。

### (2) ハイビジョンの特性

ハイビジョンのこれまでの映像メディアにない特徴は、大型の画面を実現できること、現実の風景を見るような画面の臨場感、さらに放送以外にも通信等の種々の産業分野に応用できる機能面の拡張性にある。

#### ① きめ細かく、かつワイドな画面

ハイビジョンの走査線は現行のカラーテレビ（日本や米国の標準方式であるNTSC方式）の525本に対し、約2倍の1,125本であり、画面の縦横比は現行の3：4に対して3：5.33となり、現行テレビに比べて画面が30%程度横に広がった。

ハイビジョンと現行テレビの情報量を画素数で比較すれば、現行テレビが約33万個であるのに対し、ハイビジョンは約178万個となり、ハイビジョンは現行テレビの実に5倍の情報量をもっている。言い換えれば画像を5倍きめ細かく表現できることになる。

## ② 臨場感あふれる画面

ハイビジョンは、単に画質の良いテレビとして開発されたのではなく、人間にとって最も見やすいテレビと言う人間工学的な観点から研究開発されたものである。画面の縦横比を3:5.33にすることにより、人間の視野に適した視角30度（現行は10度）を実現するとともに、画質の向上により、最も心地よくテレビが見られる距離（最適視距離）が、画面の高さの3倍に短縮することが可能となった。（現行は6~7倍。）

これにより、より精細な画面をより近くで見ることができ、心理的な臨場感や迫力が得られるようになった。

## ③ 高音質でダイナミックな音響

音声は、現行のFM方式からコンパクト・ディスク（CD）相当のPCM方式へと高品質化している。雑音の少ないクリーンな音質で、きめ細かな画面を見ることにより、聴覚、視覚の両面からの相乗効果を発揮し、より実物に近い映像が可能となっている。

## ④ 広範なメディアへの応用可能性

ハイビジョンの画像品質はほぼ35mmの映画フィルムに相当し、又、10.5ポイント（2.6mm角）の活字で印字したA4判書面を毎秒60枚の速度で伝送することが可能である。さらにレーザービーム等を応用してフィルムに直接記録すると、35mmフィルムで現在の劇場用フィルムと同等の分解能があり、映画制作に利用可能となる。

ハイビジョンのマルチ・メディアとしての展開を可能とするこのような特性に基づいて技術開発が進められ、ハイビジョンの通信サービス、ハイビジョン信号からフィ

ルム、フィルムからハイビジョン信号への等質の変換及び印刷への変換等産業応用への展開が考えられている。具体的な応用分野としては、医療、教育、ファッション、印刷等々があげられている。

## ⑤ 伝送方式（MUSE方式）

ハイビジョンは、現行のテレビ放送の5倍以上の情報量を持っている。このため、この情報量を伝えるのには、90MHzの電波が必要であるとされている。このような広帯域の信号を直接電波にのせて放送することは困難とされている。ハイビジョンのオリジナルな信号は、非常に広帯域であるが、ハイビジョンを放送することだけを考えると、帯域幅を若干制限しても家庭での試験条件を満足することは可能である。現在、放送用として開発されている帯域圧縮方式では、8MHzまで、圧縮することとしている。さらに、弱い電波でも十分良好な画像が得られる技術開発がなされている。これが、NHKが独自に開発したMUSE方式と言われるものである。

MUSE方式の原理は、一つの画像の情報を四分割し、それぞれ分割した情報を電波で送り、一端受信側で、送信された情報をメモリーしておき、改めて、一つの画像として再生するしくみである。このMUSEの開発によって、多量の情報を帯域幅の狭い電波にのせて、送信・再生することが可能となった。

## 2 ハイビジョン実用化の課題

ハイビジョン放送は、1990年から、衛星放送を利用して実用化するための準備が、郵政省・NHKを中心に進んでいる。1990年からの放送は、試験的色彩が強く、これ

が、一般世帯に普及するまでには、越えなければならぬハードルは多い。

### (1) 規格の統一化

現在の世界のテレビの標準形式は、大きく3方式に分かれているため、国際的に番組ソフトを交換する際に支障をきたす。このため、新しいテレビ方式であるハイビジョンには国際的な規格の統一が必要であるとの認識から、ここ数年、国際無線通信諮問委員会(CCIR)の場において進められている。

ハイビジョンの技術については、我が国が先行している部分が多く、規格の統一についての各国の反応は、複雑である。とりわけ、貿易摩擦問題との関係でEC諸国は、強く反対している。ヨーロッパ諸国では、我が国の技術に対抗として独自の技術を主張している(走査線を1,250本、フィールド周波数(一秒間のコマ数)を50)。

一方、我が国の主張に好意的と思われていた米国も、1988年9月に、次世代テレビの開発方針を①地上放送を優先する、②既存の受像機との互換性を確保する等の仮決定を行ない、日本方式排除ともとれる動きを示し始めた。規格の統一のための国際無線通信諮問委員会の総会は、1990年5月に開催される。これまでの間に、各国とも、国際世論形成に向けて活発な動きが展開するものと思われる。

### (2) ハイビジョン機器開発について

既に実用化の段階に達しているハイビジョンは、さらに、カメラの高感度化、VTRの画質の改善、ディスプレイの高輝度化等、性能向上の努力が求められている。

さらに、一般に普及するためには、小型

軽量化、操作性の向上が図られることが次の目標とされている。

① カメラ…従来のハイビジョン・カメラは、現行方式のカメラに比べ感度が低く屋内撮映時の光量不足、被写体深度が浅い等ソフト制作上の制約があった。既に3倍の感度のカメラが開発されているが、自由な撮映のためには10倍感度のカメラが必要であると言われている。

② VTR…現在、放送用として実用化されているVTRは、1インチのアナログ方式である。高性能の信号処理を行なうためには、デジタルVTRが必要であり、又、電子出版、OA、医学等の幅広い分野での応用を実現するためには、コンパクトな $\frac{1}{2}$ インチVTRの開発が必要である。

③ ディスプレイ及び受信機…ブラウン管型のディスプレイとしては、40インチが限界とされている。これ以上の大きさのディスプレイは、投射型で対応しているが、家庭への普及を考えれば、コンパクト化が必要である。受信機については、回路のLSI化を進めていくことが必要とされている。

### (3) 互換性の確保について

ハイビジョンテレビは、次世代のテレビとして開発されたものである。このため、スタジオ規格、伝送規格とも従来の規格とは全く異なるものである。従って、現行の放送システムとの互換性は、基本的には無いとされている。

現在のテレビ技術及びテレビの普及状況を考慮すれば、ある時点で全く異なるシステムを導入することは、国民経済的に見て合理的でない。一定の期間、現行テレビと

ハイビジョンとが共存しながら、適宜ハイビジョンに移行するのが望ましい。このため、相互に、互換性をもたせる技術が今日の課題とされている。

## ■神戸市都市景観審議会答申

### 1. 背景

神戸市は、昭和53年10月に全国の諸都市に先駆けて神戸市都市景観条例を制定し、その後、同条例を基にして神戸市都市景観形成基本計画を策定するとともに、都市景観形成地域（北野町山本通、税関線沿道など5地区）や景観形成指定建築物等届出地域の指定などの具体的な施策を実施してきた。

神戸市都市景観審議会（会長 嶋田勝次 神戸大学工学部教授）は、都市景観条例制定後10年を経過したこの機に、21世紀に向けて、さらに神戸らしい都市景観施策を展開させるための都市景観行政のあり方について、昭和62年3月に審議を依頼されていたが、このたび昭和63年10月26日に「都市景観行政の新たな展開について」答申を行った。

### 2. 答申の内容

答申は5章からなり、具体的な提言は、第4章で15項目にわたって記述されている。

答申の内容は以下のとおり。

#### （1）はじめに

① 過去10月間における都市景観行政の実践を通じ、都市景観に対する市民や事業者の意識や理解が着実に高まってきている。

② 第3次神戸市総合基本計画において

も、都市景観施策は21世紀に向けての都市政策の大きな柱として位置づけられている。

③ 今後、都市景観行政に対する社会的要請が一層高まり、都市景観行政の扱うべき内容が多様化・拡大化すると考えられる。

④ 市民、事業者、専門家、行政の果たすべき役割と責務の明確化が改めて問われることになる。

以上のような情勢に対応するため、21世紀に向けて「神戸らしい都市景観をまもり、そだて、つくる」ための都市景観行政のあり方を展望し、その具体的な施策の方向について、提言する。

#### （2）これまでの経緯と背景

都市景観にかかわる施策は、①自然環境の保全、②歴史・文化環境の保全、③公共空間の整備、④建築物等のデザイン誘導、⑤啓発活動に大別されるが、これまで神戸市はこれらの各分野において、さまざまな取り組みを行ってきたところである。

しかしながら、①快適環境を追求する環境意識の盛り上がり、②ファッション都市づくり、コンベンション都市づくりなどの都市の活性化をめざす新しい都市づくりの登場、③このような環境意識の変化や新しい都市づくりが全国の自治体で広汎に展開していることなど、都市景観行政をとりまく状況の大きな変化に対応し、神戸市の都市景観行政がその先進性と独自性を引き続き発揮していくためには、神戸市都市景観行政の基本理念である「神戸らしさ」に今一度立脚して施策のあり方を見直すことが必要である。



### (3) 新たな展開のための基本的視点

神戸らしい都市景観形成に向けての都市景観行政の果たすべき役割と期待は、ますます大きくなりつつあり、今後の新しい展開のために、次のような基本的視点に立って、その方向を展望する必要がある。

- ① 区域、対象の拡大→都市景観形成地域の指定の展開、眺望型景観についての新たな取り組み、土木施設、屋外広告物など建築物以外への対応。
- ② 手法の拡大→景観誘導のための具体的な手法の多様化。
- ③ 主体の拡大→市民主体の取り組みの推進。

### (4) 新たな展開のための15の提言

新たな展開のためには、区域、対象、手法・主体の拡大による都市景観行政の分野の拡大をめざす必要があり、新たな展開のための基本的視点に立って、以下の15項目について提言する。

- ① 各区ごとの「景観の顔づくり」  
主に中央区の都心部に指定が集中している都市景観形成地域を各区に展開していく。
- ② インナーシティにおける取り組み  
インナーシティにおけるまちづくりを推進し、地区の魅力を高め、活性化を図るために、都市景観行政の立場からも積極的に取り組む。
- ③ ウォーターフロントへの取り組み  
港まち神戸らしさを感じさせる景観形成を図る。
- ④ 眺望型景観形成の積極的な展開  
六甲山などの眺望点の整備を行うとともに、海上や山頂からの眺望対象の景観

誘導を行う。

- ⑤ 土木施設に対する取り組みの推進  
橋梁などの大規模土木構造物について周辺環境と調和したデザインを誘導する。
- ⑥ 屋外広告物に対する取り組みの推進  
地区の特性に十分配慮するなど、きめ細かい景観誘導を積極的に進める。
- ⑦ 無電柱化など公的空間における景観整備の推進  
電柱、電線などの整理、撤去を図るとともに、関係者にも働きかける必要がある。
- ⑧ 歴史的建造物等の保全・活用  
歴史的建造物を地域活性化の核としてまちづくりに活かすよう、保全・活用について積極的に取り組む。
- ⑨ 花と緑の質的拡大  
花と緑の量的拡大を推進するとともに、地域の特色や環境にふさわしい質的拡大を図る。
- ⑩ 夜景・色彩の演出  
夜景・光彩などによる演出方法を研究し、神戸らしい色彩や質感の材料による都市ストックの形成を図る。
- ⑪ 各種地域指定手法の導入  
柔軟で段階的な地域指定を行う。  
線的・点的な景観形成の推進を図る。
- ⑫ 文化・観光行政との融合  
都市景観行政を文化行政の大きな柱と位置づけ、また、都市空間の演出が観光行政にとっても重要であり、都市景観行政と文化・観光行政との積極的な融合が望まれる。
- ⑬ 市民主体による景観形成の推進

市民に対する啓発活動の継続。

景観形成に関する協定、景観基金などの制度的課題の検討。

- ⑭ 都市景観行政への事業者の活力の導入  
民間の企業活動における積極的な景観事業の導入など都市景観形成への民間活力の導入の促進。

- ⑮ 都市景観の維持と活用

景観形成は連続的・継続的な取り組みが必要であり、景観の維持・管理と積極的な活用方策が必要。

(5) おわりに

15の提言実現のために、下記のような事

柄を早急に検討すべきである。

- ① 都市景観条例の改正及び新規制度の制定の検討など制度の見直し。

- ② 市民、事業者、専門家、行政の役割の明確化及び相互の連携のための組織体制の整備・拡充

- ③ 基金制度、助成・融資制度、税金面での考慮などの財政的援助

### 3. 答申を受けての対応

神戸市は、この答申に基づき、今後、提言の具体化を図るためのプランづくりを行うとともに、都市景観条例の改正など制度の見直し等の検討を進める予定。

# 2001年神戸観光基本計画

—海と、山と、街と、ふれあいと—

I

神戸市

本行政資料は、「2001年神戸観光基本計画—海と、山と、街と、ふれあいと—」から文章、図表を若干割愛整理したものである。

21世紀を間近に控え、社会は高齢化、国際化、情報化、ソフト化へ向けて急激に変化している。観光においても、個性化、多様化が進み、「見る観光」から「する観光」へと変化しつつある。

また、昨今の経済事情をみると、企業レベルでの既存の産業構造からの新たな展開、また地方での新たな地域振興策として、日本各地で観光振興が叫ばれている。

神戸観光にとっても、明石海峡大橋、関西国際空港、神戸沖空港等多大な影響を与えるビッグプロジェクトが進行しつつある。

このような状況のなか、「第3次神戸市総合基本計画」をもとに、21世紀の神戸観光を展望し、「2001年神戸観光基本計画」を策定する。

## 1 略

## 2 略

## 3 観光振興にあたっての基本的視点

各所旧跡、自然景観等の「点的」なものから、街の雰囲気、街そのものといった「面的・包括的」なものへと観光対象は変化しつつある。

特に、神戸観光のような都市型観光においては、魅力ある都市空間が全体として観光客を魅きつける。それはとりもなおさず、神戸市民にとって住みやすく魅力のある街がすなわち訪れる観光客にとっても魅力ある観光地となる、ということである。

## 4 神戸観光ビジョンの構築

観光・レジャーの動向をみると、観光をはじめとした余暇活動の長期化、リゾート化の傾向は今後ますます強まるものと考えられる。また、市民の日常生活のなかにおいても、生活にうるおいを求め、充実した生活にするため、日常生活、教養、文化といったあらゆる側面が、観光・レジャーと密接に関連するようになり、観光が新たな姿へ脱皮していくと考えられる。

そこで、神戸市の最高理念である「第3次神戸市総合基本計画」の中で唱われている神戸市の将来像及び様々なプロジェクト等を踏まえ、21世紀における神戸観光を以下のとおり展望する。

### 2001年の神戸観光ビジョンー「海と、山と、街と、ふれあいと」

2001年の神戸観光ビジョンとして、以下に示す5つの項目の具現を目指す。そして、これらのビジョンを集約したことばとして、「海と、山と、街と、ふれあいと」を21世紀の神戸観光に向けて掲げたい。

#### 1 神戸観光の特長の活用

##### i) 「海、山、街」の調和

神戸の街が持っている最大の観光的特長「海があり、山がある。そして街がある。」を最大限に活かすことが、21世紀の神戸観光の最大の課題である。大都市の中で、神戸のように、海と山に同時に恵まれた都市はない。海・山・街の相乗的・調和的發展こそが、神戸の個性化、差異化につながり、観光都市神戸の完成に近づく。

##### ii) 都市型観光の展開

本質的かつ最大の観光資源は、そこに生き生活している人々である。そして、その人々がつくりあげる都市もまた、素晴らしい観光対象である。神戸の街は、常に先見性、進取性をもった人々の手によってつくられた街であり、その街を見るために、人々が集まり、その人々の集まりに魅かれて、また人々が集まる。こういう「にぎわいのある街」、「活気のある街」を目指していく。

#### 2 多角的観光への志向

観光における多層化された客層、多様化されたニーズがある一方で、神戸は多面的な観光資源を持ち合わせている。このことから、ある特定層・特定分野に特化した観光ではなく、広くすべての観光客のニーズに対応する多角的観光を目指していく。

#### 3 神戸文化の創造とホスピタリティーの向上

物質的豊かさから精神的豊かさへ人々の嗜好が移行するなかで、今後、その街のもつ文化性が街の魅力に大きく関係してくる。観光客にとっても同様で、文化性の高さが、その街を訪れる動機づけに大きく影響する。神戸はこれまで「ハイカラ文化」を主張してきたが、今後は、それを基調に据え、皮相的でない市民の手による神戸文化の創造が望まれる。

文化の香り高い街、神戸を築き上げた市民は、訪れてくる観光客を暖かく迎え、神戸の街は、ホスピタリティーにあふれた街となる。街角において、市民と観光客のコミュニケーションの場が形成され、そこに、新たな神戸文化が創造され、地域の活性化へとつながる。

#### 4 国際観光への対応

外国客船の神戸港入港、国際コンベンション・国際スポーツ大会の開催、ファッション

ンの国際化、また明石海峡大橋、関西国際空港の完成によって、外国人観光客は飛躍的に増加し、神戸観光はきわめて国際性の高いものとなる。外国人と市民との交流は神戸文化の国際性を強め、都市基盤は国際化に対応すべく整備される。

#### 5 観光と産業の有機的結合——産業の観光化

観光客・市民と産業との関わりについては、観光客・市民のニーズに対応した各産業の観光へのアプローチが行われる。たとえば、個性ある商業地の形成により、市民や観光客が「ショッピングの街神戸」を十分享受できるようになる。また、輸入品メッセやコンベンションを通じ、貿易と観光がともに振興される。更に、ハイテク工業等の一般公開による観光と工業、農業公園・海づり公園等を通じての観光と農林水産業が結び付きを強めていく。このように、観光は神戸産業を有機的に連携した新しいシステム産業として、神戸経済の活性化へ大きく寄与する。

### 5 観光基本計画の策定

#### (1) 観光振興の基本方針

##### ① 観光振興の目的と効果

観光を振興する目的は、観光という一つの側面を通して神戸市のイメージアップを図り、また都市を活性化することにある。

神戸市の場合、ポートピア '81、ユニバーシアード神戸大会等のビッグイベントや北野異人館等の人気によって、日本国内はもとより世界的にも知られるようになった。このように、観光的側面による都市のイメージアップ効果は相当大きい。

また、観光を振興し、多くの集客を図ることによる効果としては、経済的効果と非経済的効果がある。これらの効果を神戸市の活性化へと結びつけていくのである。

##### ア. 観光の経済効果

観光の経済効果は、次のように考えることができる。観光客は、宿泊費、交通費、飲食費、買物費、施設利用費等を支出する。

これは、直接的にはこれらを提供する産業の生産活動を拡大させる。この産業の生産活動の拡大は、さらにそこで使用される原材料の調達を通じて関連産業の生産を促す。このように観光客の消費は、産業間の相互依存関係を經由して、生産の波及効果をもたらす。そして、この生産の波及過程において労働力に対する需要が生まれ、雇用が創出される。また雇用者の給与等として、家計に入った所得は、家計消費支出にまわされる。その消費支出の増加は企業の生産を更に誘発する。

「昭和59年版神戸観光白書」から、経済効果に関する部分を引用すると、観光客の直接的な観光消費額2,040億円から、1,038億円の生産額が誘発され、全生産額で3,078億円となっている。

所得についてみると、当初需要による所得が1,018億円、誘発された所得が490億円で、合計1,508億円の所得が発生している。

雇用については、当初需要による雇用が30千人、誘発された雇用が9千人で合計39千人の雇用機会が創出されている。

#### イ. 観光の非経済効果

観光を一つの産業と見立てて、観光の振興、さらには観光関連産業の整備、振興を実施していくことは、今後の神戸において重要であることは間違いない。ただし神戸は、観光だけに依存する都市でないことは明白であり、経済的側面においても観光の占める比率はそう多くないと考えられる。むしろ、観光を通して、神戸の街がいかに活性化していくかが重要なことと考えられる。

具体的に、観光振興が神戸の街に与える効果として、観光収入、観光産業の振興という直接的な効果以外に、下記のものがあげられる。

- 人々の交流、情報交換による地域活性化
- 都市空間づくり、アメニティーづくりへの貢献
- 観光客、市民の動きによる、街のにぎわい、界限性の発生
- 観光客増加による市民の意識改革

一方、観光による非経済効果にはマイナスの面も存在する。特に、ゴミ、トイレ、駐車場に代表される観光公害は観光客の来訪によって必ず発生するものであり、これら観光公害の発生を最小限度に抑え、かつ、市民への悪影響が極力回避されるための対策も同時にとっていく必要がある。

観光客と市民は本来対立するものではなく、観光を通じて相互にコミュニケーションを深め、共存共栄することがもっとも望ましい姿である。そのために、観光客においては誘致を図る一方で、観光マナーや文化性及び誇り高い意識を求めていることが重要である。また、市民においては、観光客をあたたかく迎える思いやりの気持ちをいかに育成していくかが観光振興の鍵となる。

#### ② 観光振興の基本方針

観光振興の本来的な目的は、より多くの集客にあるが、ここでは、特に観光の経済的側面から観光振興の基本方針を抽出すると、

- i) 観光客のより多い誘引（来訪）を目指すもの
  - ii) 観光客のより多い消費を目指すもの
- の、二つの方向性に分類できる。

前者は、一人当たりの観光消費額が一定とした時に対応してとられる方策であり、後者は逆に、入込観光客の数が一定とした場合にとられる方策である。

#### ア. 観光入込客の拡大方策

観光入込客の拡大方策としては新しい観光客と、現観光客への両者の働きかけがあげられる。

このうち、新しい観光客への誘引を行うものとして、

- グループ、夫婦など新たな観光形態への対応

- P R、パブリシティの利用
- ビジネス客（コンベンション、会議等）の観光への取込み
- 新たな集客施設の整備
- イベントの開催
- 周遊ルートの設定（広域観光ルートの設定）

などがあげられる。

また、現観光客への誘引としては、リピーターの創出とその拡大として、

- 四季型観光の推進
- 施設の更新
- 観光イメージの向上（サービス・マナーなどの向上）

などがあげられる。

現在の神戸観光の現状にこの観光入込客の拡大方策を当てはめてみると、新観光客の誘引については、ポートピア '81、ユニバーシアード神戸大会などに代表される、各種イベントの開催により、数多くの観光客の誘引に成功している。

また、イベントの開催は、同時にマスコミを通じたパブリシティの利用拡大につながっており、人々に対する神戸の街の認知度向上の面で寄与しているものと判断される。

更に、須磨海浜水族園、メリケンパーク、神戸海洋博物館などの新しい施設の建設（施設の更新を含む）は、集客効果として、多くの市民、観光客を動員したことを実証しており、今後とも、話題性に富んだ施設の開設、更新が入込客の増加にとって、有力な方策であることを示唆している。

また、今後の方向としてコンベンション、会議等に参加するビジネス客の観光への取込みや、グループ・夫婦など新しい観光形態への対応を行うことも必要になってくる。更に、神戸を関西広域圏の一拠点として位置付け、他の観光地との有機的なつながりを形成することも重要になってくる。これは、京都、大阪、奈良などへの観光客の一部を神戸へ今以上に誘引することをその直接的な狙いとしている。

観光入込客の拡大方策のもう一つの柱として、リピーターの創出・拡大があげられる。これは、一過性の観光地からの脱却を意味するものであり、「何回も行きたい」、「もう一度行きたい」という気持ちを育成していくことが必要である。

リピーターの拡大としては、一年のなかで、何回も来させる方策として、春夏秋冬における観光の良さと、イベント・祭りを絡ませた形での四季型観光の推進があげられる。

また、年を隔てたリピーターの拡大も今後目指すべきであり、若い女性観光客が来年一人で、あるいは違うグループの人と来る、あるいは夫婦で熟年になってもう一度来るという帰帰性を持った観光地になることが望ましい。

その際、神戸に行けば、「あの時の思い出に浸ることができる」、そして「新た

な思い出を作ることができる」という雰囲気を観光の中に創り出していくことが必要となる。

また、名物料理、外国客船でのパーティーなど神戸の良さを人々にPRすることによって、「クリスマスは神戸で」、「正月は神戸の▽▽ホテル」というように観光客にその旅行先が指名されるようにならなければならない。

#### イ. 滞在型観光への展開

観光客の長期滞在を志向する展開としては、

- 宿泊施設の整備
- 周辺観光地との連携
- 観光資源のミックス・複合化

などがあげられる。

##### a. 宿泊施設の整備

宿泊施設の整備は、ホテル、旅館、別荘といった宿泊施設そのものの種類を整備・増加していくと同時に、ハイクオリティ、ファミリー向けといった観光客が宿泊に対して求めている志向に対応していくことも必要となってくる。

##### b. 周辺観光地との連携

周辺観光地との連携には、二つの意味があり、ひとつは神戸を取り巻く比較的近距離の観光地との連携、もうひとつは広域観光ルートの設定である。

前者は、芦屋、西宮、姫路等神戸に近接する観光地との連携をはかることにより、神戸を宿泊拠点にし、それらの観光地を訪れる行動パターンをつくりあげることである。

また、後者の広域観光ルートの設定は、前述の広域観光ルートの設定による周遊観光づくりの方策と同様の内容を指すものである。ただし、ここでは滞在型観光への展開として宿泊施設の整備・充実を背景に、日帰り観光客を滞在型に変化させていくことを目的としている。

また、現在、神戸に来訪する観光客の一部には、大阪、京都を宿泊基地として神戸を日帰り観光としているケースがある。今後、京阪神間の便利なアクセスを利用して、神戸を京都、大阪、あるいは奈良を含めた広域観光ルートの一つとして位置付け、関西に来訪する観光客に「決して神戸は遠い位置ではない」ことを認知させていく必要がある。

こうした動きと平行して、神戸の異国情緒、ハイセンスな都会性をPRすることにより、「泊まりは神戸で」という風潮を醸造していくことが重要である。

##### c. 観光資源のミックス・複合化

三番目の観光資源のミックス・複合化は、長期滞在になじむ各種スポーツ施設、文化施設、健康関連施設の設置・充実を行いながら、神戸における観光資源群を機能再構築する方向である。こうした複合化は、単独ではなかなか集客する



ことができない観光資源を発掘、再活性化することになる。また、組み合わせによっては1プラス1が3となるような相乗効果も出てくるものと考えられる。

#### ウ. 観光消費額の拡大方策

観光消費額を拡大させる方策としては、滞在時間の長期化によって観光消費の額拡大を目指すもののほかに、観光客の一日あたりの観光消費額を増大させていこうとするものがある。

このうち、後者については、

- 土産品、特産品の開発、販売促進
- 観光周辺産業の連携密接化  
(飲食店、物販店の整備など)
- 高付加価値の付与  
(ハイグレード志向への対応)

などが、具体的な方策としてあげられる。

土産品、特産品の開発・販売促進においては、現在、神戸ビーフ、神戸ウォーター、神戸ワインに代表される各種「神戸特産品」の開発・販売促進で、着実な成果をあげており、今後もこの方向を堅持していくべきである。しかも、「神戸ブランド品」の販売は、特産品の販売と同時に「神戸」というブランドイメージの向上につながっているとも考えられ、観光客誘引に有利に作用しているものと想定される。

二番目の、観光周辺産業の連携密接化は、飲食店、物販店の整備に代表されるように、観光客の行動に付帯して発生する各種の需要をしっかりと獲得するためのものである。特に観光においては、飲食、購買、宿泊、観光(交通、輸送、各種施設利用)といった、直接的行動以外に、情報(予約、出版)、金融(決済、保険)など多種多様な需要が発生することが考えられる。

しかも、将来においては、こうした旧来型の周辺産業に加えて、人材派遣、イベント企画、ケータリング、レンタルといったニューサービスも観光と一体化していくものと考えられ、観光を単体、特有なものせず、むしろ、常に時代の潮流にマッチさせながら、観光を一つの産業として、見立てていくことが重要になるものと考えられる。

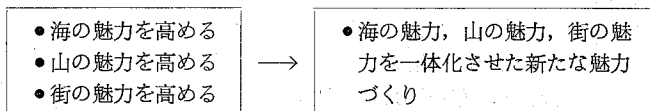
また、三番目の、高付加価値の付与は、観光客の特殊ニーズに対応し、これによって、高額消費を確保しようとするものである。最近のリゾート地の傾向をみると、プライベートビーチ、会員制ホテル、あるいは、24時間対応のテニスコートなど、非日常常感覚を伴ったハイグレード、ハイクオリティ性にあふれたもののニーズが高まっている。

一年のうち、限られた日数は、思いっきり贅沢をしたいという人々の要求を満たすものであり、最高級ホテルで、最高級の食事、そして、クルージングや、ゴルフ

などのスポーツを行う。こういった観光を神戸でも行うことができるように、そのプログラム作りとPRが今後必要になってくる。

## (2) 神戸観光の基本構造

神戸観光の基本構造として、神戸の都市空間の特色である「海・山・街が一体的に形成されている風景」を活かした観光計画を推進することを目指し、次のような基本フレームを設定した。



### ① 海の魅力を高める

神戸の海の性格は、東部の港を中心とする人工的環境と、西部の海浜を中心とする自然的環境とに大別される。それぞれの特性に適した観光形態を開発していく必要がある。

特に神戸港は神戸イメージのシンボルであり、単に産業のために利用するだけでなく、市民や観光客に開放し、神戸観光の魅力を一層高めるために活用することが重要である。

### ② 山の魅力を高める

神戸の山は、大都市における貴重な自然として、また神戸らしい個性を感じさせる街の景観づくりにとって、重要な役割を果たしている。

神戸の山の緑豊かな環境を、神戸観光の魅力として活かすためには、分散する様々な観光資源相互の利便性を高め、山のゾーンとしての一体性を強化することが大切である。

また、神戸には有馬をはじめとして、いくつかの温泉に恵まれている。高齢化社会を迎え、人々の健康指向が高まるなか、これらの温泉資源はより重要性を増していくものと思われる。都心に近い温泉のメリットを活かし、市民の保養レクリエーションの場として、また全国から観光客を呼び込める温泉観光地として発展していくことが必要である。

### ③ 街の魅力を高める

神戸の中心市街地には、大都市としての都会的魅力が集積している。多彩な業務施設、娯楽施設、ショッピング施設、宿泊施設をはじめ、神戸ならではの街並みの雰囲気（北野、旧居留地、南京町等）を観光として役立てるためには、観光客のニーズに合わせた施設内容の充実、施設の基本的機能に対する付加価値の付与、また施設群を一体的にとらえ、神戸らしさを演出する街としての環境の魅力を高めていく必要がある。

④ 海の魅力、山の魅力、街の魅力を一体化させた新たな魅力づくり

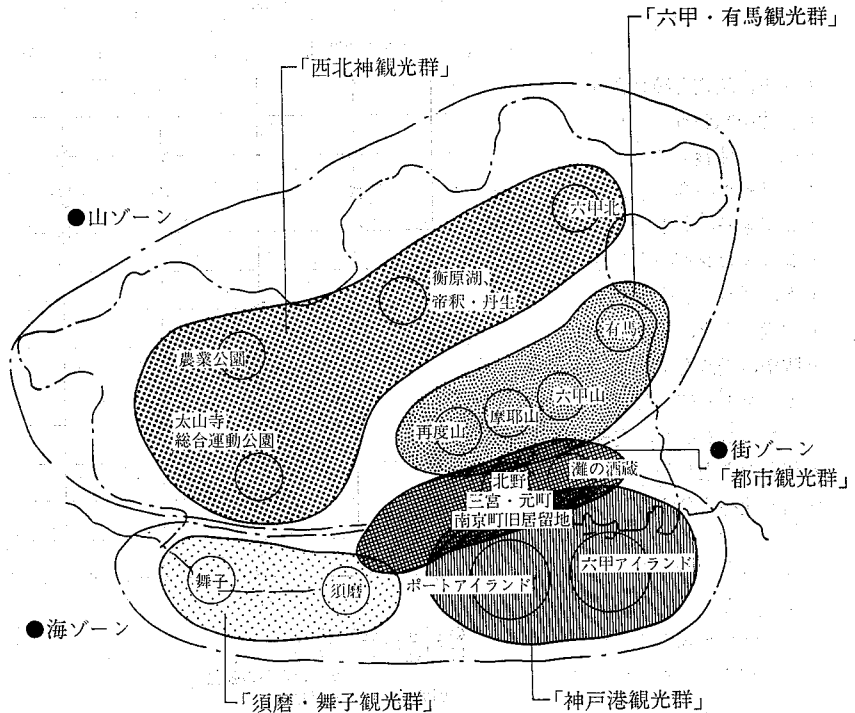
神戸の街が有している、他都市にはない最大の魅力は、「海、山、街」が大都市の中に共存していることである。海の魅力、山の魅力、街の魅力をそれぞれ高めることはもちろん重要であるが、それらの魅力を一体化させ、相乗的効果により、神戸ならではの新しい魅力を創出することが、神戸観光にとっての最大の課題である。それには、神戸に分布する多様な観光資源の連携を強化すること、つまり、自動車や歩行者等の利便性を高めるための交通に関するネットワーク、人々の行動を拡大し、活動を高めるための情報に関するネットワークが必要であり、またネットワーク空間自体の環境的演出も不可欠の要素である。

(8) 観光ゾーンの設定

ここで今後の神戸観光の基本計画を検討していくにあたり、観光資源のもつ機能的側面から観光ゾーンを設定する（図1参照）。

まず神戸観光の基本構造である、「海」「山」「街」の三つで大きく区切り、それぞれ

図1 神戸観光ゾーン



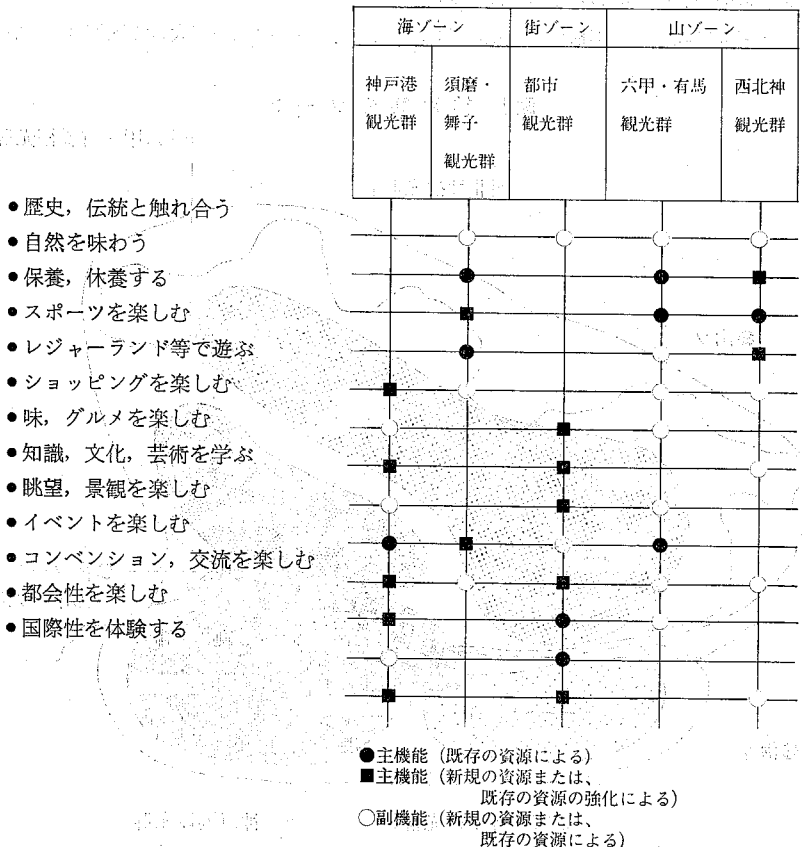
れ「海ゾーン」，「山ゾーン」，「街ゾーン」とする。さらに各ゾーンについて，機能的ゾーニングの可能性について検討を加え，「海ゾーン」は，神戸港を中心とする「神戸港観光群」と須磨・舞子の海浜を中心とする「神戸港観光群」と須磨・舞子の海浜を中心とする「須磨・舞子観光群」に，「山ゾーン」は，市街地の緑の背景として，および市民の山として愛され，また古くからの温泉郷を有する「六甲・有馬観光群」とその背後に広がる「西北神観光群」とに分ける。また「街ゾーン」については，「都市観光群」とする。

(4) 観光ゾーン別の機能分担と連携ネットワーク

① 観光ゾーン別機能分担

今後各観光ゾーンが担うことが望まれる役割を図2に示す。

図2 観光ゾーン別機能分担



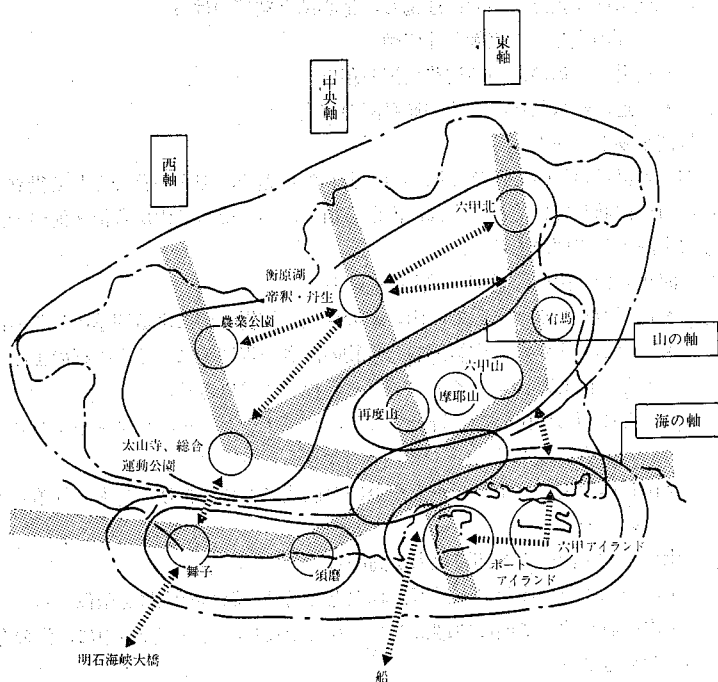
2001年の神戸観光ビジョンの一つに、「多角的観光への志向」があげられている。神戸の都市全体を一つの観光的基盤として考えた場合、都市には様々な場所、施設、機能があるため、単一の観光施設が担う観光目的・機能とは比較にならないほどの多様性を含む大系になる。神戸に来ると、あらゆる観光的要素を楽しめる、いわば神戸を一大「アクティブ・ランド」化させるよう、都市全体としてバランスのとれた機能分担を図る。

縦の軸に対しては、一つの観光群における多様な活動の展開、横の軸に対しては、ある観光目的における観光群の選択性を示し、それぞれを組み合わせた多様性の実現をねらいとしたものである。また主機能と副機能のバランス、さらには観光群相互のネットワークによって、神戸観光の活動の多様性の充実は一層高められることになる。

② 連携ネットワーク

観光ゾーン、主な観光資源の分布に基づき、連携ネットワークの基本方針を策定する(図3参照)。

図3 連携ネットワーク概念図



#### ア. 交通を中心とする空間ネットワーク

神戸の交通は、道路、鉄道等、主要交通機関の集積が南部にきわめて高く、北部は比較的疎である。そのため、都市としてのまとまりのある交通体系を確立することは、都市全体の観光を推進する上で重要である。そこで観光的視点にたった、交通を中心とする空間ネットワーク像を策定する。

##### a. 海ゾーンの観光資源を連携し、海の魅力を高める—「海の軸」

- 自動車交通のための道路景観の創出
- 鉄道の駅前広場の整備とシンボル性の演出
- 海沿いの親水空間の創出
- 海沿いを走る名物となる交通手段の開発

##### b. 山ゾーンの観光資源を連携し、山の魅力を高める—「山の軸」

- 自動車交通のための道路景観の創出
- 展望の良さを活かしながら、山の緑豊かな環境を味わうことができる散策路の整備
- 山の緑豊かな環境を味わうことができる名物となる交通手段の開発

##### c. 主要な観光資源を南北に連携し、都心部と結びつける

###### —「中央軸」「東軸」「西軸」

- 自動車交通のための道路景観の創出
- 鉄道、バスなどの公的交通機関の充実

#### イ. 景観ネットワーク

神戸の風景の個性である「海・山・街」の景観を、観光の背景として役立てながら魅力を推進していくためには、海から街・山へ、そして山から街・海への景観の魅力を高める必要がある。

##### a. 海から街・山への景観の魅力を高める

- 神戸のシンボルとしての山の緑の保全、植樹計画による四季の彩りの演出
- 山のふもとから一定範囲内の建物の高さの規制等による山の緑の強調
- 海側に面した山をライトアップし、夜景に浮出させる
- 海側に面した山の緑を舞台として、レーザーショー、パフォーマンス等のイベントを開催する
- 山頂への道路やケーブルカー沿いの植栽により、彩り（花木、紅葉）のラインの形成

##### b. 山から街・海への景観の魅力を高める

- 山のふもと、中腹にも随所に眺望点を設け、海への眺望を確保する
- 海へ直行する道路の終端にシンボルを設置し、街の景観の中に、海の実在を意識させる
- 花火大会、スカイスポーツ大会等の海でのイベントを山から眺める

ウ. 情報ネットワーク

交通、景観等、主としてハード志向によるネットワークづくりのほか、情報によるネットワーク化の必要性があげられる。これらは、観光振興及び観光関連産業の振興を側面から支える機能を有しており、交通、景観がさながら人体における骨格・筋肉を形成するのであれば、情報ネットワークは神経・血管に相当すると言えるよう。

情報ネットワークは既存のメディアの活用以外にビデオテックス、CATVに代表されるニューメディアの利用があげられる。

a. 人々への動機づけに寄与するもの

- 神戸の店あれこれ
- 神戸うまいもの情報
- 土産、物産品紹介 など

b. 困った時のワンポイントアドバイス

- 交通案内、観光名所案内
- モデルプラン、最適ルートの設定
- 宿泊ガイド など

c. 情報アラカルト

- 地域イベント紹介
- 季節割引情報 など

(5) 観光群別整備計画

① 観光群別整備方針

観光ゾーンの設定及びゾーン別機能分担の検討に基づき、各観光群の整備方針を次のように策定する。

ア. 「神戸港観光群」

(整備方針) みなと街神戸のシンボル性を高める

ポートエンターテイメントの創出

イ. 「須磨・舞子観光群」

(整備方針) 市街地に近い海浜環境の魅力を高める

海浜リゾートの創出

ウ. 「都市観光群」

(整備方針) 神戸の文化的イメージを高める

アーバンファッションの創出

エ. 「六甲・有馬観光群」

(整備方針) 神戸の緑豊かな景観を支える

グリーンガーデンの創出

オ. 「西北神観光群」

(整備方針) 緑豊かな田園的環境の魅力を高める

カントリーパークの創出

② 観光群別整備内容

ア. 「神戸港観光群」

ここでの観光の推進は、海の上を中心とする「海上観光の推進」、海に面する陸上を舞台とする「臨港観光の推進」、及び地区全域に関する「ネットワーク」の三つに分類され、主要な施策としては次のようなものが考えられる。

a. 海上観光の推進

i) 神戸の美しい港の風景を楽しませる

<例>

(施設づくり等)

- 海洋クルージング (ディナーショー, 洋上コンベンション, 外国客船の就航や入港時のイベント開催等)

(環境づくり)

- ライトアップ作戦の展開 (船, 臨港部の大規模施設, モニュメント等を夜景に浮出させる)

b. 臨港観光の推進

i) 神戸観光に文化・芸術的活動を導入する

<例>

(施設づくり等)

- イベント広場 (野外コンサート, ファッションショーの開催できる親水公園, 文化的交流の場)
- 倉庫を再利用したスペシャリティセンター, カルチャーセンター, 芸術村, 3次元の映像ホール
- オープンミュージアム (愛知県明治村の概念を発展させた常設の環境的博物館—世界のファッション, 街並み, 住宅, 未来の都市)

ii) 神戸の先端的イメージを高める

<例>

(ソフト・サービス面)

- 24時間活動するまち (ショッピング, レストラン, ホール, スポーツ施設等)
- 情報サービスの充実 (各施設の場所, 特色, 催し物等の情報をデータベースとしたメディアターミナルを各所に設置する)

(環境づくり)

- ポートアイランド・六甲アイランド等新しい人工環境にヒューマンスケール (歩いて楽しく周遊できる空間)を導入し, 商業施設, 住宅等による賑わい, 親水性, 緑道ネットワーク等, 人間味のある先端的環境の実現を目指す。



iii) 神戸の国際的イメージを高める

<例>

(施設づくり等)

- 世界のシーフードが味わえるワールドレストラン街（港の風景を楽しみながら食事のできる海外の雰囲気）

(ソフト・サービス面)

- ファッションの街としての神戸コレクションの開催
- デューティーフリー（免税）ショッピングの拡充
- 外国人にも利用しやすい情報案内の充実

iv) 神戸の高級イメージを高める

<例>

(施設づくり等)

- ハイクオリティのホテル、スポーツクラブ、オーナーズビル、高級ショッピング街

c. ネットワーク

i) 多様な観光施設相互の周遊性を強化する

<例>

(交通<周遊性>)

- 親水プロムナード（港の風景を満喫できる歩行者空間）
- ポートアイランド、六甲アイランド、ハーバーランドを直結する交通整備

ii) 乗り物自体が観光名物となるような演出をする

<例>

(交通<周遊性>)

- 観光的交通手段（海上バス、新しい交通システム、ソーラー自動車、電気バス等）

iii) 臨港地区への利便性を高める

<例>

(交通<アクセス>)

- 神戸沖空港、関西新空港と直結する海上、陸上交通の整備
- ヘリコプターによる、有馬や農業公園等との直結

イ. 「須磨・舞力観光群」

ここでの観光の推進は、海の上を中心とする「海上観光の推進」、海に面する陸上の舞台とする「海浜観光の推進」、及び地区全域に関する「ネットワーク」の三つに分類され、主要な施策としては次のようなものが考えられる。

a. 海上観光の推進

- i) 神戸の美しい海浜風景を舞台としたスポーツを推進する

<例>

(施設づくり等)

- 海洋スポーツ施設 (ヨット, ウィンドサーフィン, 水上スキー等)

(ソフト・サービス面)

- 海洋スポーツ大会の誘致, 開催

ii) 海浜の魅力を活かしたリゾート性を高める

<例>

(施設づくり等)

- 海上ロッジ (海浜から突出するバンガロー風ホテル・レストラン)

iii) 海洋文化の高揚

<例>

(施設づくり等)

- 海に浮かぶ海洋体験空間 (乗り物, 体験シアター, 海洋開発・教育施設等)

(ソフト・サービス面)

- 海に関するシンポジウムの開催

b. 海浜観光の推進

i) 海浜リゾートを目指した長期滞在化への工夫

<例>

(施設づくり等)

- 海洋レクリエーションの拠点として, 長期滞在化を図るホテル, ペンション, オーナーズビラ等の宿泊施設, 及びショッピング, レストラン, プール, テニスコート, ジョギングコース等の付帯施設の整備

ii) 中心市街地に近い自然的海浜の風景, 長大橋の眺めを活かした名所づくり

<例>

(施設づくり等)

- 明石海峡大橋, 瀬戸内海, 淡路島等の眺望を楽しむ展望所, 及び明石海峡大橋を記念した世界長大橋, 名物橋の博物館(レストラン, 喫茶等との複合化)

(環境づくり)

- 海岸の自然的環境の保全と活用 (大都市神戸の中心市街地に隣接する貴重な自然性の感じられる海岸, 即ち「都市の庭」として海と緑の魅力の増大)

iii) 海洋スポーツの推進, 普及を高める拠点とする

<例>

(施設づくり等)

- 海洋スポーツセンター (海洋スポーツの紹介, 講習会, イベント等)

iv) 歴史的資源の活用

<例>

(環境づくり)

- 源平合戦(一の谷), 源氏物語(須磨)等, 歴史的資源を活かしたイメージの演出(植栽, 庭園, 展望所, 散策路等の整備イメージに活用)

c. ネットワーク

- i) 自然の海と調和した美しい風景の演出と周遊性の強化を図る

<例>

(交通<周遊性, アクセス>)

- 中心市街地から連続する海辺の新しい交通システム等の整備
- 海浜地区に点在する, 観光資源を連携する新しい交通システムの開発

(環境づくり)

- 海浜プロムナード(常夜灯, 彫刻, 花木や歴史的資源を楽しみながら周遊できる歩行者空間), ジョギングコース, サイクリングコースの整備

ウ. 「都市観光群」

ここでの観光の推進では, 次のような主要施策が考えられる。

- i) 神戸の文化芸術性を高める

<例>

(施設づくり等)

- 神戸ならではの街並みを活かした環境整備(例えば旧居留地では, レンガや石畳の道路舗装, 街路灯や解説板のデザイン等, 街全体をオープンミュージアムとし, タイムスリップを体験させる)
- 北野地区センター(洋館の総合案内所, イベント広場, 研究資料室等)
- 酒の博物館(酒の歴史, 文化, 製造工程等の展示, 酒づくりの体験教室, 酒蔵コンサート, 酒を利用したグルメコーナー, 販売コーナー等)

(ソフト・サービス面)

- 神戸まつりを拡大・充実し, 新しい芸術パフォーマンスを導入する等, 都市の一大イベントにする。
  - 神戸の都市イメージ形成に重要な役割を果たしてきた歴史的洋風建築物のイメージのホテルへの利用, レストランへの利用, 美術館への利用等
  - 北野の洋館の研究, 保全活動の推進(定期的フォーラム, イベントの開催)
- ii) 神戸の個性化を図る商業活動を推進する

<例>

(施設づくり等)

- セントラルゾーンの創出(商業空間に文化機能, レジャー機能を複合した新しい空間や, 神戸の特産品ービーフ, ウォーター, ワイン等ーを紹介するコーナー, レストラン等の備わった神戸らしさをPRするゾーン)
- 業種ごとの特化を推進するためのテーマ・センターの創出(神戸らしさを象

徹するひとつのテーマ——例えばファッション、グルメ等——に関する情報センター)

(ソフト・サービス面)

- ナイトライフの充実(商店街の営業時間延長、施設の充実等)
- 店員の接客研修を推進し、神戸のこころのサービスを強調する
- キャプテンシステムによるタウンガイドの充実
- 東京や大阪等の大都市との差異化を図るため、他では買えない神戸本店でしか売らない商品の開発

iii) 中心市街地としての景観の演出と、歩きやすさを高める

<例>

(環境づくり)

- 街から海(港)に至るアプローチ道路の整備  
一道路空間の修景、歩行者主体の道(緑道等)の創出、街から海(港)を意識させるランドマークの設置、海(港)に至る道路の終端にモニュメントをたて、景観をシンボリックに演出する一
- 通りの特色を個性化していくアーバンデザインの推進

(ソフト・サービス面)

- 歩行者を主体とした交通体系の整備

iv) 神戸観光における味覚の魅力を生み出す

<例>

(ソフト・サービス面)

- ファッション性、国際性、伝統性を取り入れた神戸グルメの開発
- 神戸グルメに関するイベントの開催

v) 観光交通の導入と利便性を高める

<例>

(施設づくり等)

- ケーブルカー型バス等名物となる交通手段の開発(新神戸ー三宮ーメリケンパークーアロードー北野の周遊性の強化)
- 北野からヴィーナスブリッジへのアクセスの強化(ゴンドラ等)

(ソフト・サービス面)

- 法人、個人による便利で快適なタクシー観光の推進

エ、「六甲・有馬観光群」

ここでの観光の推進では、次のような主要施策が考えられる。

i) 自然の緑に調和する文化・芸術の場を生み出す

<例>

(施設づくり等)

- 森林や地形の起伏等、自然を活かした芸術の森（室外展示を中心とした彫刻群、創作工房、芸術イベント広場）

ii) 緑を活用した健康レクリエーション活動の強化を図る

<例>

(施設づくり等)

- 健康の森（森林浴を楽しめる施設、健康増進クラブハウス等）
- 有馬温泉を活用したクアハウス
- 夜空、大空と対話する施設

iii) 都心から身近であるという立地条件を活かし、「中心市街の庭」としての魅力を生み出す

<例>

(施設づくり等)

- 身近なレクリエーション施設の充実（登山、ハイキング、フラワーガーデン、フィールドアスレチック、ピクニックサイト）
- オリエンテーリング、キャンプ、サバイバル体験等を組み合わせた冒険の森
- 海や街の眺望を楽しむ展望施設の充実
- 森林迷路等、森林を利用したレジャー施設の設定
- 動植物と触れ合うことのできる施設づくり

(環境づくり)

- 四季を彩る樹木、草花等による山の景観、道路景観の演出
- 緑豊かな山の自然的環境の保全（大都市神戸の中心市街地に隣接する貴重な緑豊かな山、即ち「都市のシンボル」としての緑）
- 歴史的資源（寺社や旧跡）の保全と活用

iv) 街や海に対しての景観を魅力的にする

<例>

(ソフト・サービス面)

- 市街地や海から山を眺める景観イベントの企画（山の南斜面を利用した夜景の演出—ライトアップ作戦、イルミネーション、レーザー光線の利用等）

v) 周遊ネットワークを充実する

<例>

(交通<周遊性、アクセス>)

- 六甲、摩耶のケーブルカーの乗り場と中心市街地（三宮、新神戸）との連携を強化する。
- 六甲、摩耶の森林や観光施設を周遊するための名物となる交通機関（ロープウェー、ペアリフト等）の整備

(ソフト・サービス面)

●六甲，有馬と中心市街地との連携を強化する情報サービスの充実  
オ。「西北神観光群」

ここでの観光の推進には，次のような主要施設が考えられる。

i) 緑豊かな環境特性を活かす

<例>

(施設づくり等)

- 緑と湖，歴史的資源を組み合わせた静かな保養リゾート施設（テニスコート散策路等）
- 太山寺，しあわせの村の温泉を利用した健康医痛センター等健康をアピールする施設（クアハウス，長期療養村，シルバーコミュニティ）

(環境づくり)

- 太山寺，原生林，箱木千年家等，歴史的文化的資源の保全と活用

ii) 地場産業を観光に活かす

<例>

(施設づくり等)

- 産地ならではの味覚の新鮮さを活かしたレストラン

(ソフト・サービス面)

- 多様な（オールシーズン型）観光農園，観光牧場，農山村や寺社等での滞在型生活体験，ハイテク工業見学等の推進と土産品づくりの推進（特産フルーツ，ビーフ，ワイン，チーズ，ミルク等）

iii) 新しい生活文化を創出する

<例>

(環境づくり)

- 緑の豊かさを利用した田園的都市イメージ，新しい生活文化の創出

iv) 国際性を演出する

<例>

(サービス・ソフト面)

- ハイテク工業の一般公開を中心とする国際性の演出

v) スポーツ文化の高揚

<例>

(ソフト・サービス面)

- 総合運動公園で各種の国内・国際スポーツ大会を開催し，スポーツ文化の高揚を目指す。

vi) ネットワークを充実する

<例>

- 立地条件として孤立化しがちであるため，他の観光地との交通ネットワーク

を充実する。

- 神戸自然の丘等のレクリエーションゾーン内の交通ネットワークの整備  
—例えば、西神ニュータウン内の特徴ある公園やセンターと周辺の農業公園、如意寺、いぶきの森等とのネットワーク形成

#### (6) 国際観光都市づくり

観光振興の効果には経済効果と非経済効果があり、「人々の交流、情報交換による地域活性化」、「観光客、市民の動きによる、街のにぎわい、界限性の発生」等が非経済効果に含まれる。これらの市民と観光客とのふれあいを通じて、神戸の文化、ホスピタリティーが形成されていくのであるが、特に外国人観光客との交流、ふれあいにより、日本と外国との相互理解の増進、市民の国際感覚の涵養・国際親善への貢献等を通して、来たるべき国際化社会に対応した街が形づくられていくのである。

21世紀には、あらゆる領域で、人、物、情報の国際交流が進められていく。そのなかで特に人的交流が重要であり、その役割を担うものとして国際観光が重要視されている。

幸い、神戸の街は慶応3年の兵庫港の開港以来、人、物、情報が出入りする世界に開かれた国際港都として発展してきた。居留地には、貿易業者、宣教師、教育者等が居住し、それらの外国人と市民との交流は神戸文化を国際色豊かなものにしてきた。また、最近においては、昭和56年のポートピア'81、昭和60年にユニバーシアード神戸大会という国際的ビッグイベントを行い、あるいは国際的なコンベンションを開催することにより、多くの外国人観光客を受入れ、国際観光の推進に努めてきた。

しかし、近年の航空機の発達により、国際化に果たす役割において、港は相対的にその地位を低下させており、神戸もその例外ではない。また、国際観光振興会の行った訪日外客訪問地調査の結果においても、神戸の昭和61年度の外客訪問率は5.02%で第14位であった。最近5年間の推移を見ても、昭和57年度第9位、昭和59年度第12位、昭和60年度第14位というように低落傾向にある。

この様な状況において、昭和68年に関西国際空港が開港し、引き続いて昭和70年代初頭に神戸沖空港が開港される。世界最長のつり橋となる明石海峡大橋も昭和72年度に完成されると、その景観は世界的に注目を集めるものとなるであろう。このように、21世紀を迎える神戸観光にとって、国際化のポテンシャルは非常に高く、その可能性を最大限に取込み、真の国際観光都市として脱皮していかなければならない。それには、①外国人観光客にアピールできる個性豊かな観光資源の整備、②ハード、ソフト面の外国人観光客受入れ体制の整備、を進めていかなければならない。

また、国際観光振興会「訪日外客実態調査（昭和62年11月）」によると訪日外国人の印象に残った観光の魅力として、「歴史的建造物」が依然として第1位を占めているが、「日本人とその生活」「近代都市交通システム」がそれぞれ2位、3位に占め、前回の調査結果に比べて両方とも順位を一つ繰り上げている。外国人観光客にとって今後ますます日本人の生活や日本の近代性のウェイトが高まっていくものと思われる。

このことから、日本人の生活が体験できるホームステイ、ホームビジット制度の拡充が必須であり、それも市街地のみではなく農村での受入れも推進する必要がある。これが、大阪、京都等との差異化につながり、神戸にとってより魅力を増すことになろうと思われる。また、近代性の体験にはポートアイランド、六甲アイランドの先端的人工環境やハイテクパークの工場見学等が魅力アップに有効であろう。

#### (7) 神戸観光における新たな展開

21世紀を展望し、神戸市は新たな展開として「集客都市神戸」を目指し、先端的なアメニティー豊かな都市空間の創造を推進していく。

神戸としての集客力向上を図るには、

- 従来からある観光資源の魅力を高め、それらのネットワークを強化する
- 新たな施設、イベントを企画、開発する

という二つの方向がある。前者は、日常的、地道な振興であり、後者は、神戸観光の新たな目玉を作りだし、話題性を集め集客力を増大させるという意味で有力な方策である。

ここでは、新たな観光の展開として、

- 特色ある集客施設
- 新イベントの展開

についてとりあげる。

##### ① 特色ある集客施設

21世紀を展望する神戸にとって、新しい時代に対応した特色ある集客産業の発展が必要である。観光振興及び経済の活性化という狭い概念ではなく、神戸の街そのもののイメージアップ、レベルアップを図るためには、特色ある集客施設は必要不可欠なものとなる。今後、特色ある集客施設の建設に向けて、コンセプト、内容、採算性等の研究を進めていく必要があるが、ここでは、その整備方針及び考えられる集客施設の類型等について述べる。

##### ア. 整備方針

- a. 新たな観光スポットとして、市内、近隣県はもとより、全国及び海外から観光客を誘引し得るような魅力づくりを目指す。
- b. 観光消費額拡大、街の活性化、にぎわいといった観光客増大による諸効果を総合し、神戸市全体としての活力向上を目指す。
- c. サービス化、ソフト化といった経済の潮流に対応し、神戸市の産業構造轉換の一方向をなし、観光関連産業のシステム化を目指す。
- d. 集客施設の建設が市民福祉の向上、街のアメニティー向上にも役立ち得るものとする。

##### イ. 集客施設の類型

集客施設をその要素、集積度に分けて考えると表1のようにまとめることができる。



表1 集客施設の類型

要素	集積度	
	単	複 合
娯 楽	遊園地 ライブハウス ゲームセンター	大規模遊園地 ブロードウェイ
商 業	百貨店	大規模複合商業店舗
コミュニティ	コミュニティ施設	コミュニティゾーン
文 化, 芸 術	美術館 博物館 コンサートホール	芸術村 オープンミュージアム
ス ポ ー ツ	野球場、ラグビー場 陸上競技場 体育館、プール	総合運動公園
コンベンション	コンベンションホール	コンベンションコンプレックス
イ ベ ント	イベントホール	博覧会

a. 娯楽

娯楽用施設には、単独施設としては、遊園地、ライブハウスをはじめとしたものが考えられ、複合施設としては、これらを特定の地域に集積したものとして大規模遊園地やブロードウェイなどが考えられる。

大規模遊園地としては、米国において、ロサンゼルスにディズニーランド、フロリダにハイテク遊園地としてのエプコットセンターがあるように、日本においては、千葉県浦安に東京ディズニーランドがある。

神戸では、ポートピア'81やユニバーシアードで、すでに多くの来訪者を受け入れた実績がある。神戸の先進的なイメージを活かし、単発的なイベントではなく、恒久的集客施設として、神戸観光の新たな目玉となり、その新たな発展に大きく寄与し得るものを考える必要がある。

b. 商業

都市型観光においてはショッピングというものが非常に重要な要素となる。「ショッピング・ファッションの街、神戸」というイメージを更に高めるために

は、ショッピングタウンにおけるアメニティー向上が必要となる。観光・レジャーとしての大規模商業施設には、

- 三宮、元町、ハーバーランドを中心とした商業施設の整備促進  
商店街の景観整備  
遊びの要素を満足させる仕掛け作り  
商品ジャンルごとの店舗の集積（アパレル、ブティックタウンなど）
- ポートアイランド及び六甲アイランドにおけるファッションタウンを核とした新たな商業空間の創造
- 西神地区のニュータウンをひかえたエリアにおける、複合商業施設の開発、整備

などがあげられる。

#### c. 文化・芸術

現状では、神戸においては、文化・芸術施設、催しの数は余り多くない。神戸市民に対するアンケートにおいても、全体としては評価の高い神戸の街も、文化的催しについては、必ずしも高い評価とは言えない。

そこで、今後、劇場、美術館をはじめとした文化・芸術施設をより一層、整備、拡充させ、神戸文化の高揚を図らなければならない。

- 劇場、オペラハウスなどの集客施設
- 映画、演劇などを集積した「KOBEBロードウェイ」
- 港湾部の倉庫等を活用したロフト感覚のスタジオ群、「アートスポット」
- 市街地の文化装置としてのギャラリー
- 六甲、有馬およびその西麓地帯における「芸術の森」「クラフト村」

などの整備が考えられる。

#### d. コミュニティー

現在、コミュニティーゾーンとして、昭和64年春の開村を目指し、「しあわせの村」づくりが進められつつある。そこでは、身障者、高齢者の社会参加、健康増進を推し進め、また広く市民全体が利用することを通じて、市民の福祉意識の向上、相互交流の活発化などを目指しており、今後ともこの方向に沿った整備を進めていく。

#### e. スポーツ

スポーツ・レジャー施設の整備、拡充を図り、市民が気軽にスポーツ・レジャーに親しめるようにする。

具体的には、

- 総合運動公園の活用、スポーツ教室、インストラクターの拡充
- 須磨のヨットマリナーをはじめとしたマリンスポーツ基地の整備
- 六甲、有馬の山間部や、西北神地区における遊歩道、キャンプ場、サイクリ

#### ングコースの整備

などがあげられる。

#### f. コンベンション

神戸はポートアイランドに、国際会議場、国際展示場、都市ホテルといういわゆる「3点セット」と、これに隣接した大規模多目的ホールが計画的かつ効率的に配置されており、コンベンション都市として、優れた機能を発揮している。

コンベンションをめぐる都市間競争が激化してくる今後の整備課題としては、

- コンベンションの大型化・多様化等に対応した施設の拡充
  - 産・官・学からなる全市的なコンベンション推進体制づくり
  - 地域の特性を活かした独自性の高いコンベンションの誘致・創造機能の強化
- などがあげられる。

#### g. 大規模集客施設

以上 a～f まで要素に応じて集客施設の整備方針を述べてきたが、今後はそれらの要素単独としての集客施設ではなく、娯楽、文化、商業等のあらゆる集客要素を含んだ複合型の大規模集客施設の整備が望まれる。

そこで、集客都市神戸を目指すために、東京ディズニーランドを超えた21世紀型集客都市の拠点となる大規模集客施設（神戸ワールド等）の建設が期待されている。

#### ウ. 集客施設に対する利用者ニーズ

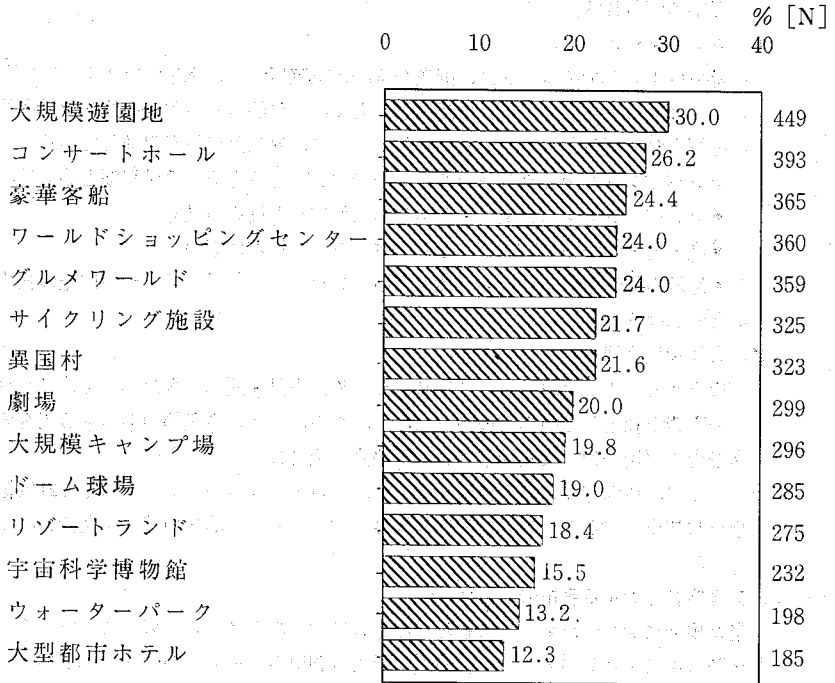
集客施設に対して、神戸に来訪した観光客は、どのようなニーズを持っているのかを明らかにするために、「集客施設に対する利用者ニーズ」のアンケート調査を行った（表2参照）。

調査結果をみると、今後希望する集客施設として、第1位にあげられたのが、「大規模遊園地」（30.0%）である。東京ディズニーランドの影響を受け、関西においても本格的なレジャーランドを求める声が強からだと思われる。第2位にはコンサートホール、次いで、豪華客船、ワールドショッピングセンター、グルメワールドなどがほぼ同列にあがってくる。このなかで特徴的なものとしては、豪華客船をはじめとした神戸の国際性、異国情緒を含むものが出てきていることである。特に、船に関しては、

- 客船の常時係留
- 外国客船の誘致・寄港回数の増大
- 国内豪華客船の就航とその拠点としての神戸港の活用

などが考えられる。観光動向調査にも現われているように、神戸に来訪する観光客の動機には、神戸の持つ国際的イメージが大きく作用している。したがって、「神戸」において目玉的観光資源としての「集客施設」を整備する際には、やはりこの国際的なイメージ付けをすることが重要であるということが、この調査結果からも

表2 集客施設に対する利用者ニーズ



読み取れる。

エ. 大規模集客施設の経済効果

今後、神戸において大規模集客施設が整備されると、神戸の経済に対しても、少なからぬインパクトがもたらされると考えられる。ここでは、その経済的効果を把握する目安として、大規模集客施設の成功例として注目されている東京ディズニーランドを取り上げる。

東京ディズニーランドにおいては、その会場建設費・開業後一年間の消費支出は総額 4,200億円であったと試算されている。これは、神戸において開催された、ポートピア'81の会場建設費・関連事業投資・期間中消費支出の総額 4,875億円とほぼ同額の規模となっている。こうして発生した支出(=需要)によって、様々な分野で生産活動が誘発される。試算では、東京ディズニーランドの建設・運営の支出によって誘発された生産の額は総額で 1兆4,835億円にのぼり、これは昭和61年の神戸市の製造品出荷額等の約56%にあたる大規模な額である。また、ポートピア'81が単発のイベントだったのに対して、東京ディズニーランドは開業後一年間の

消費支出額 2,705億円と同等な額が毎年発生し、経済効果が継続する。この点を考えあわせると、大規模集客施設の経済効果はきわめて大きいといえる。

オ. 大規模集客施設の提案

神戸観光の将来展望にたっただうえで、今後整備が望まれる大規模集客施設を参考例としてここで提案したい。なお、「しあわせの村」等整備段階のものや「神戸ワールド」等構想段階のものも含めて示すものとする。

a. 新たな拠点

「神戸ワールド」(構想)

- 未来、文化、自然等数多くのテーマが織りなす新感覚のアーバンリゾート
- あらゆる人々に喜びと満足を与える、21世紀を目指したヒューマンポート
- 神戸のイメージアップ、都市アメニティーの向上を先導する未来型コミュニケーション空間

b. 神戸港観光群

「KOBÉ ISLANDS CITY」(提案)

- ポートアイランド、六甲アイランドを中心として一体的に構成される海上文化ゾーン
- 関西国際空港、神戸沖空港の開港に対応する24時間活動するゾーン
- 多種多様な機能が複合された、新しい空間の創造
- アメニティー豊かな水とふれあう街

「KOBÉ WEST PORT CITY」(提案)

- 神戸港の西部から和田岬にかけての文化レクリエーションゾーン
- 文化、歴史、国際、先端、遊びを備えたゾーンとして整備

c. 須磨・舞子観光群

「ブリッジサイドスポット」(提案)

- 明石海峡大橋の眺望を楽しむための施設群
- 須磨・舞子地区を海浜リゾートに変貌させるための施設群

d. 都市観光群

「北野カルチャーストリート」(構想)

- 新神戸オリエンタルホテルと北野異人館を結ぶカルチャーストリート
- 異国情緒あふれた先進的な文化に触れることのできる空間

「神戸アベニュー」(提案)

- 単体の集客施設のかたちではなく、ある「通り」をセントラルゾーンとして想定し、その通りの環境空間の装飾を行う。
- 異国情緒などを導入し、ちょっとおしゃれで、ちょっと気取った空間を創出する。
- 「歩いて」、「見て」、「触れて」のすべてに満足できる。

e. 六甲・有馬観光群

「六甲フォレストワールド」(提案)

●六甲に残されている自然,特に「森」を人々により身近なものにさせるよう六甲山系全体を自然体験ゾーンにする。森の持つ様々な特性を顕在化させる。

- 神秘,未知から「冒険の森」
- 静寂,リフレッシュから「健康の森」
- 木工加工,自然から「芸術の森」
- キャンプ,ハイキングから「学習の森」

「クアハウス有馬」(構想)

- 有馬の湯の再確認
- 今後の健康追求社会への対応
- 有馬活性化の文化拠点

f. 西北神観光群

「しあわせの村」(整備中)

- 高齢者,障害者の自立と社会参加
- 市民の生涯学習や交流活動の強化
- 健康増進
- 福祉施設と都市公園が一体的に整備された総合福祉ゾーン

「フルーツパーク」(整備中)

- 21世紀に対応する農業の振興拠点
- 神戸ブランドの開発
- 都市と農村との交流促進

「バーデ・ゾーン太山寺」(提案)

- 現行の太山寺の施設である保養センター,ラジウム温泉をさらに拡充
- 歴史的建造物の保全と観光的开发
- 高齢化に対応してより医療的要素を加味
- 自然景観の保全及び周辺の西北神地区にあるのどかな田園地区との連携

② 新イベントの展開

ア. イベントの特性

「イベント」とは,「ある目的を達成するために開催される行事」と言うことができる。

イベントには,いわゆるハードな整備事業とは異なった,イベントならではの特性がある。それは時間に関して,場所に関して,また内容に関して,より柔軟性があることである。これらの特性は,イベントならではの利点として活用すべきものであると同時に,イベントを成功させるための条件でもある。

a. 時間に関する特性

- 時勢に乗ずる、近隣の他のイベントとの相乗効果を期待する等、開催する時期（タイミング）をねらって、テーマを工夫する。
- 一日だけの開催、長期的開催、定期的開催、24時間型開催等、期間の長さに応じた内容を工夫する。

b. 場所に関する特性

- 港や山等、会場の立地条件を活かした内容を工夫する。
- 会場を巡回させる、市内の各所で同時開催する等、場所を限定しない方針で企画する。

c. 内容に関する特性

- 会場を一定にして内容を常に変化させる企画とする。
- 単一イベント、複数の内容を同時に抱合する複合イベント等、イベントの魅力をより引き出す工夫をする。

イ. イベントの役割と効果

イベントに期待される役割や波及効果には、開催主体や企画内容によって様々なものがあげられるが、特に公共が中心となって開催するイベントについては、次の四点に要約される。

a. 地域の地名度の向上やイメージアップ

都市の個性や魅力、また将来目指すべき都市像をPRするイベント・テーマの創出を図り、都市のイメージアップに役立てることが大切である。

b. 地域経済の活性化

イベントの効果として、入込客数の増大による消費額の拡張、観光関連産業の活性化、雇用機会の増大等、様々な経済的波及効果が期待される。神戸では、すでにポートピア'81、ユニバーシアード神戸大会等、波及効果の高いイベントを開催してきた実績がある。

c. 地域交流の推進

イベントを通して、人々の交流の機会が拡張され、広く海外のマナーや感覚を得たり、専門領域の人々との新たなコミュニケーションが発生する。またイベント準備を通して、関係者相互や地域の人々のより深い連帯感が生まれたり、コミュニティ意識が高められる。

d. 地域の生活文化の向上

イベントの開催にともなう基盤整備、施設整備を市民の生活環境のアメニティの向上に役立てるとともに、精神的な満足感を得ることができる文化レベルの高揚に結びつけていく。

ウ. イベントの種類と動向

イベントの開催数は急激に増加してきており、またその種類も多様化してきて

いる。

一般的に、イベントの種類は

- 博覧会イベント（国際博覧会，地方博覧会等）
- 見本市・展示会イベント（国際見本市，専門展示会，物産展等）
- 文化・スポーツイベント（祭，演劇祭，音楽祭，スポーツ大会等）
- 会議イベント（国際会議，シンポジウム等）

のように分類される。

これらの内容を踏まえ，社会の動向と考え合わせて，これからのイベントの主なテーマとなると予想される項目を次のように分類する。

- a. 余暇時間の充足をねらいとするイベント（ゆとり・あそび）
- b. 心と精神の充足をねらいとするイベント（文化・芸術）
- c. 体力と健康の充足をねらいとするイベント（スポーツ・リフレッシュ）
- d. 人とのふれあいの充足をねらいとするイベント（会議・見本市）

エ. 新イベントの提案

前項で分類した項目ごとに，今後開催されることが効果的と思われる新しいイベントを提案する。

- a. 余暇時間の充足をねらいとするイベント（ゆとり・あそび）

世界グルメ博	世界の牛肉料理，ワイン，水等のうまさを競いあう博覧会
ナイトパーティーフェスティバル	港の外国船を利用した国際感覚あふれる24時間型の社交パーティー，仮装パーティー
乗馬フェスティバル	リッチ感覚を代表するスポーツ＝乗馬の格調，ファッション，技術を競う祭典
ビリヤード&ダーツチャンピオンシップ	新感覚・高級イメージ神戸での時代にマッチしたビリヤードとダーツのチャンピオンシップ大会



b. 心と精神の充足をねらいとするイベント（文化・芸術）

神戸コレクション	世界にはばたく神戸のファッションの創出
港の音と光のクロスシンフォニー	現代音楽とレーザー光線の芸術祭典
国際映像コンクール	映画発祥の地にふさわしいハイビジョン、3次元映像を使った映像・映画のコンクール
イルミネーションアートフェスティバル	港から眺める山々に種々のイルミネーションを凝らした夜景の祭り
神戸セミナー	神戸出身者による多分野にわたる神戸についての講演会

c. 体力と健康の充足をねらいとするイベント（スポーツ・リフレッシュ）

ラケットボール ジャパン	これから期待されるニュースポーツとして、また日本での発祥の地としての大会
神戸鉄人大会 (トライアスロン)	海あり山ありの好条件を活かしたスポーツ大会
シニア セーリング大会	ヨットハーバーを利用した、高齢化社会に向けてのイベント
市民健康 フェスティバル	市民全員参加をかかげた体力テストや各種競技大会
クアハウス・リフレッシュシンポジウム	クアハウスでのリフレッシュ活動の集い

d. 人とふれあいの充足をねらいとするイベント（会議・見本市）

ウォーターフロント コンベンション	港町神戸を、これからのウ ォーターフロントについて 考えるメッカとする国際会 議
アーバンデザイン シンポジウム	街並みや洋館保存等、アー バンデザインに関する全国 大会
ハイテク博覧会	月毎に巡回するハイテク工 場の見学会
酒蔵ほろよい コンサート	酒蔵での酒を飲みながらの リラックスしたコンサート
神戸新歳時記祭	四季おりおりに市内各地で 開催される市民の集い

## 6 観光基本計画の推進方策

### (1) 観光基本計画の推進方策

#### ① 計画推進に必要な機能

##### ア. 観光振興に持つべき機能

観光開発においては、一般に下記の機能を開発主体が持つことが必要である。

- a. 構想機能……………開発事業の基本的コンセプトを構築、および基本構想の立案を行う。
- b. 調査・計画機能……観光開発の可能性を調査する。
- c. 事業化機能……………基本構想に基づいて、基本計画及び実施計画を策定し、事業化にあたってのチェックを行う。
- d. 運営機能……………施設の運営・管理を行う。

これら a～d の各機能は、観光開発における整備順位に従って必要な機能であり、これらの機能を統一的に推進していくためには、目先の利にとらわれない長期的な視野と協力的な実行力を持った組織が開発主体となることが望ましい。

##### イ. 神戸市における事業実施の考え方

神戸市では、従来から市民福祉の最大化や都市活力の向上のためには、現行制度の枠を超えた創意、工夫、新しい発想が必要であるとの観点にたち、都市行政を進めている。すなわち、「最小の経費で最大の市民福祉」の実現（都市経営）をその

理念とし、ともすれば、非効率に陥りやすい行政運営に企業経営のもつ合理性、効率性を導入し、地域の力を総合化することによって各種の魅力をもつまちづくりを積極的に推し進め、市民に対してその効果を直接・間接に還元していこうとするものである。

その具体的実践の一つとして、外郭団体を積極的に活用しているが、そのねらいとするところは、①多様化する市民ニーズへの柔軟な対応、②民間資金・人材の有効活用等にあり、市民サイドにたてば、より安価なコストでより多くのサービスの提供を受けるといふ点で多大な貢献をもたらしているものといえる。

#### ウ. 神戸市における今後の新しい役割

今後こうした基本的な方向を踏まえ、神戸市を活性化するための各種プロジェクト（イベント等を含む）の推進にあたり、市民、企業そして公共部門の三者間の「調整者（コーディネーター）」としての役割を果たしていく。

### ② 推進体制と官民の役割分担

#### ア. 推進体制

観光振興を実現させていくためには、次の二つの点を解決していくことが必要である。

- 観光振興には、長期の時間が必要である。具体的には、長期的な視野に立ったビジョンづくりと、さらにそれを完遂させるための長期の事業計画、そして継続的な組織運営が不可欠のものとなる。

- 観光は、交通、通信、物産、飲食など多くの周辺産業と密接な関係がある。さらに近年では、新しい傾向として、農業、工業における観光として、観光農園、工場見学などもみられている。

こうしたことから、他の関連との調整を図りつつ、観光振興を推進していくことが必要となってくる。

観光振興を行っていく上で、公共性の高い組織、民間企業、関連団体、地元住民などが一体となり事業を推進していくことが必要である。なお近年では、自治体、企業の組み合わせによる第3セクターという考え方以外に自治体、企業と併立する第三の柱として、地域（地元住民、地元有志など）を設定し、第4セクター、第5セクター、ジョイントセクターなどの考え方が提唱されてきている。

観光における全体事業計画の中で、事業内容と実行能力等を勘案しながら役割分担を行うことが重要となってくる。

#### イ. 観光振興における役割分担

観光振興における役割分担を「公共」「民間」「地域」の三つの主体に分類する。

計画、建設、運営、調整の四つの段階のうち、一般的に、観光振興計画の川上にあたる計画および建設の基本的部分については、公共部門がイニシアティブをとる

ことが望ましく、各種付帯施設の建設、および施設の運営においては、民間および地域住民が担うことが望ましいと思われる。

また、二者以上の役割分担が可能な場合については、第3セクター、第5セクターといった合同事業による役割分担も可能である。

観光振興における重要な機能の一つとして、「調整」があげられる。これについては、各主体からの広範な意見を踏まえて、公共部門が統轄していくことが望ましい。

なく、役割分担の原則を踏まえたうえで、官民の協力体制も観光振興を進めていくのに不可欠である。現在、神戸市、神戸商工会議所、神戸国際観光協会等官民21団体より「神戸観光キャンペーン推進協議会」を結成し、神戸観光のPRを行っているが、今後このような形の官民協力体制が、より一層推進されるべきである。

# 神戸市産業活性化委員会答申（２）

## 神戸市産業の高度活性化をめざして

### —工業を中心とした産業振興ビジョン—

神戸市産業活性化委員会

### 第３章 神戸市産業活性化の基本方向

#### 第１節 神戸に誘導・育成すべき産業とその実現条件

##### 1 誘導・育成が望まれる神戸の戦略産業・新産業

将来の都市発展を支えるための神戸市の工業構造の強化は、

- ① 市工業の高付加価値化，新製品開発による高度化分野の創出および市内の産業集積，技術基盤，都市イメージを活用した新産業の育成
- ② 世界的な技術革新に対応し，神戸市にとって新しい産業・技術基盤の形成，または，社会環境変化に伴うニーズの変化に対応する戦略産業の導入

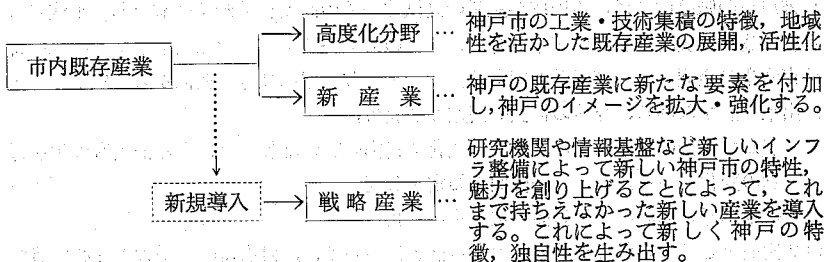
によって達成される。なお，これらの動きに関連して，ソフト化・サービス経済化のなかで，工業高度化を支援し，既存工業に携わっていた人の活躍の場を提供する都市型サービス業の育成も重要な課題となっている。

##### ① 高度化分野の創出および新産業の育成

高度化分野の創出および新産業の育成は，市内企業が保有する技術分野の展開・活用によって行われる。まず，市内中堅・中小企業やその他の産業では、

- ・地場産業……清酒業の醸造技術など既存技術要素をもとにした新技術への展開
- ・ゴム……地場産業としての展開だけでなく，主要企業による総合スポーツ用品・施

図表５ 神戸市工業構造強化の枠組み



### 設産業への展開

- ・機械・金属……表面処理、切削加工などの多様な要素技術を保有しているが、これらと他の技術の複合化・システム化による展開
  - ・エレクトロニクス、システムハウス、ソフトウェア……多様な要素技術、システム技術を保有しているが、一層の超精密化・多機能化による展開
- による新しい産業分野の創出が期待され、また、基幹事業所は、
- ・鉄鋼……製鉄に関わる多様な要素技術およびシステム技術が存在しているが、新素材を中心に多方面の用途に向けての展開
  - ・造船・重機……造船・重機は、多くの部品・資材の組立によるため、多分野の技術が存在し、それを活用した展開（特にシステム面）
  - ・重電……重電分野の保有技術はロボット、計測制御、電力システムなどのシステム技術を中心に存在し、超電導や高度計測、高度通信などへの今後の展開
- などが期待できる。

高度化分野の創出は、現在の神戸市の工業集積を特色づけている基幹事業所、地場産業、内陸部等への新規進出企業や新たな集積が形成されつつある研究開発型企業群等の活動を基盤にして、図表6に示すような新素材、バイオテクノロジー、機器のシステム化、高付加価値特殊製品、ニーズに対応した個性化製品開発など多様な形態の取り組みにより進められつつある。

新産業の育成は、神戸市の既存産業・技術の展開によって生じてくる高度化分野に従来神戸になかった技術・産業など新しい要素を付加することによって、図表7に示すような

1. 海洋・宇宙システム産業
2. パワーエレクトロニクス産業
3. 高機能メカトロニクス産業
4. アドバンスド・バイオ産業
5. 住宅アメニティ産業

の5つの産業分野を確立する必要がある。

### ② 戦略産業の導入

神戸市の戦略産業は、市内既存産業の高度化やその高度化分野を基盤として形成される新産業では実現されない産業分野で、今後の社会経済環境変化に対応して、将来の神戸市産業の発展を担う産業分野である。このような産業は2つの側面から規定することが出来る。すなわち、今後の社会経済環境変化は、

- ・豊かな社会の到来による価値観の変化や自由時間の増加などによる消費者の生活行動の変化といったような需要面を規定する変化
- ・技術革新の進展など供給面を規定する変化

の2側面としてとらえられる。このうち前者については、自由時間の増大と「心の豊か

図表6 既存工業集積からの展開が期待できる高度化分野

市内既存工業		高度化分野
基幹事業所	鉄 鋼	新素材 軽量化, 長寿命化, 高強度化製品 金属箔, リードフレーム材などの特殊用途製品
	造船・重機	特殊船, 高級船へ特化 宇宙機器, 海洋開発機器 プラントシステム
	重電機	重電システム 新エネルギー開発システム
地場産業	清 酒	食品系バイオテクノロジー 製造工程におけるセンサー活用
	アパレル ケミカルシューズ	ハイセンスな商品の開発による高付加価値化 神戸ブランドイメージの確立 ↓
	清酒, 洋菓子 真珠, ゴム	衣食関連のファッション産業化 (ゴム素材をウエットスーツなど他の用途へ拡大)
	ゴ ム	合成樹脂等の異種素材への拡大 総合スポーツ用品・施設産業化
他の産業	製油, 製粉, 飼料	食品系バイオテクノロジー 動物薬等の医薬品
	ファインケミカル	高機能工業薬品 新素材活用製品
	産業機械	メカトロニクス, FMS, FA
	システムハウス	センサー, 計測・制御システム機器
	金属製品, 機械部品	精密機械部品 超精密加工技術の確立

図表7 神戸市に期待される新産業

高度化分野, 既存産業		付加すべき要素	新産業
宇宙機器(ロケット関連機器) 深海潜水等の海洋開発機器 精密機械部品	+	鉄鋼業等による新素材技術大型機器のシステム化技術の高度化 機器生産のコーディネート技術	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">海洋・宇宙システム産業</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海洋開発関連機器システム</li> <li>・海上都市システム</li> <li>・宇宙ステーション</li> <li>・通信衛生機器システム</li> </ul>
重電機器を含む制御システムの確立		鉄鋼業等による新素材技術 高度情報処理システム エレクトロニクス技術	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">パワーエレクトロニクス産業</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総合エネルギー管理制御システム</li> <li>・エネルギー貯蔵システム</li> <li>・超電導システム</li> </ul>
メカトロニクス, FMS, FA 超精密加工技術 計測制御システム機器 センサー		マイコン応用の高度コントロールシステム	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">高機能メカトロニクス産業</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・超精密加工システム</li> <li>・次世代FMS</li> <li>・CAE(コンピュータ・エイディッド・エンジニアリング)</li> </ul>
食品工業等による食品系バイオテクノロジー 重機械技術のプラントシステム技術 センサー 計測制御システム 臨海部の基幹事業所の用地の有効活用		バイオテクノロジーの活用促進 農芸作物生産のデータベース活用	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">アドバンスト・バイオ産業</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康食品, 機能性食品等の新しい食品や医薬品</li> <li>・植物プラント</li> <li>・新しい貯蔵システム</li> </ul>
ファッション産業を志向する市内の地場産業(アパレル, ケミカルシューズ, 清酒, 洋菓子, 真珠, ゴム) 神戸市のファッション都市イメージ		従来の衣食を中心とするファッション産業のノウハウを活用したファッション性の高い住設機器・システム産業の付加 家具・建具産業	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">住宅アメニティ産業</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高級インテリア</li> <li>・ホームエレクトロニクス</li> <li>・ファッションナブル・エクステリア</li> </ul>



さ」充足志向の高まりに伴って、文化、スポーツ、教育活動への参加が急速に高まり、また、情報関連機器の家庭内への普及が急速に進むことによって、レクリエーション、娯楽、教育、文化サービスへのニーズが拡大するとみられる。

これに対して、神戸市は消費都市・生活文化都市としてのイメージを活用することによって、CAI（コンピュータを使用した教育システム）、海洋レジャー機器、電子玩具などの

- ・教育・レジャーシステム産業

図表 8 神戸の新産業・戦略産業

産 業 名	構 成 する 産 業 分 野	
基幹産業からの展開	1 海洋・宇宙システム産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海洋開発関連機器システム</li> <li>・海上都市システム</li> <li>・宇宙ステーション</li> <li>・通信衛星機器システム</li> </ul>
	2 パワーエレクトロニクス産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・総合エネルギー管理制御システム</li> <li>・エネルギー貯蔵システム</li> <li>・超電導システム</li> </ul>
	3 高機能メカトロニクス産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・超精密加工システム</li> <li>・次世代FMS</li> <li>・コンピュータ・エイディッド・エンジニアリング(CAE)</li> </ul>
地場産業からの展開	4 住宅アメニティ産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高級インテリア</li> <li>・ホームエレクトロニクス</li> <li>・ファッションブル・エクステリア</li> </ul>
	5 アドバンスト・バイオ産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・植物プラント</li> <li>・健康食品</li> </ul>
新たに導入すべき戦略産業	6 ヒューマンサイエンス産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バイオコンピュータ</li> <li>・バイオメティックス</li> <li>・人工知能</li> </ul>
	7 ソフトエンジニアリング産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報通信ソフトウェア</li> <li>・コンピュータ</li> <li>・光通信システム</li> </ul>
	8 教育・レジャーシステム産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CAI</li> <li>・海洋レジャー機器</li> <li>・電子玩具</li> </ul>

の確立を図ることが必要である。

後者の側面については、基礎技術研究の重要性の高まり、特に、技術導入に基づく製品化研究・改良研究の行き詰まりによる自主的な基礎技術研究の必要性の高まりのなかで、神戸市が技術革新の動きに参画し、創造的な科学技術情報の発信基地となるために取り組むべき技術である次世代神戸技術を明確にし、この技術への取り組みのなかから生み出される産業として規定することができる。

現在、神戸が保有する技術と、日本全体で開発に取り組んでいくべきであるとされている今後の基礎技術との対応のもとで、神戸市が確立すべき戦略産業を想定すると、

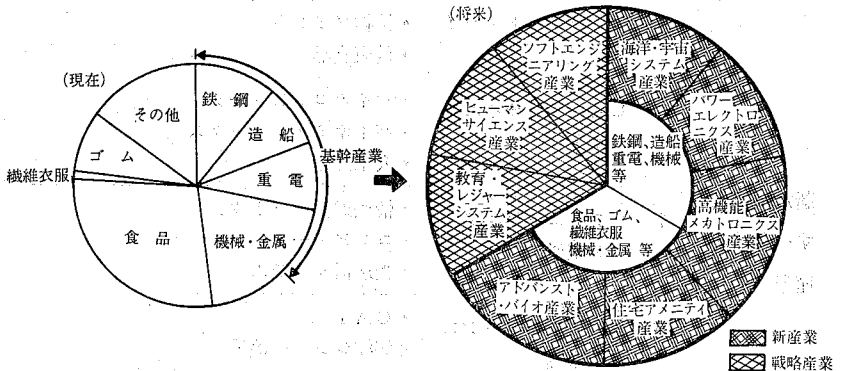
- ・ソフトエンジニアリング産業……光通信システム、衛星通信システムなどのC&C（コンピュータ・アンド・コミュニケーション）機器システム、ソフトウェアを中心とする産業
- ・ヒューマンサイエンス産業……バイオセンサー、生体模倣技術など先端技術を人間の身体や精神の健康・快適性を高めるために利用する産業

の2つの産業があげられる。

以上をとりまとめると、神戸市が今後確立すべき新産業、戦略産業は図表8のように示すことが出来る。そして、このような新しい産業の確立、あるいは、既存産業の高度化が行われることによって、前に見たような工業規模の拡大が実現し、その場合の産業構造は図表9のように模式化できると考えられる。

このように、既存分野をもとに、高度化分野・新産業・戦略産業が確立することによって、今後、わが国経済が目指すべき国際協調型の産業構造の実現——低付加価値製品の海外生産、途上国への技術移転、製品輸入の拡大を進め、他方で、国内生産は革新技術を背景とした高付加価値製品、独創的製品の生産に重点を移す——を主導することが可能となる。

図表9 神戸市の産業構造のイメージ



## 2 神戸の戦略産業・新産業の地域配置

神戸市内には、臨海部、インナーエリア、内陸部という独自の立地条件と既存産業集積を持つ3タイプの産業用地がある。これらの産業用地の抱える問題点は第3章でみたとおりであるが、他方で、市内外の主要プロジェクトの具体化に伴う立地条件の改善や新規産業用地の造成が行われている。このような状況のもとで、市内産業空間の高度利用を図るためには、先にみた戦略産業や新産業の配置を計画的に進めていく必要がある。その具体的な方向は、次のようなものとなることが望ましい。

まず臨海部では、コンベンション・ファッション産業の集積、大手事業所の人材及び技術蓄積、ウォーターフロントなどの特徴を活かすことによって、大規模工場など臨海部産業用地は、

- ・臨海部の基幹産業の海洋や宇宙といったフロンティア空間開発機器技術と、システム化技術・新素材・精密機器等を組み合わせることによって、新しい産業を育成・導入する。
- ・食品工業のバイオテクノロジー技術と基幹産業のシステム化技術を組み合わせた新しい産業を導入・育成する。
- ・多様な分散型のエネルギーを既存の電力システムに組み込むための系統制御システム産業を確立する。

そして、臨海部公共埠頭用地は、

- ・公共埠頭用地再開発計画に沿った港づくりを推進し、港湾の活性化を図る。

また、海上部は、

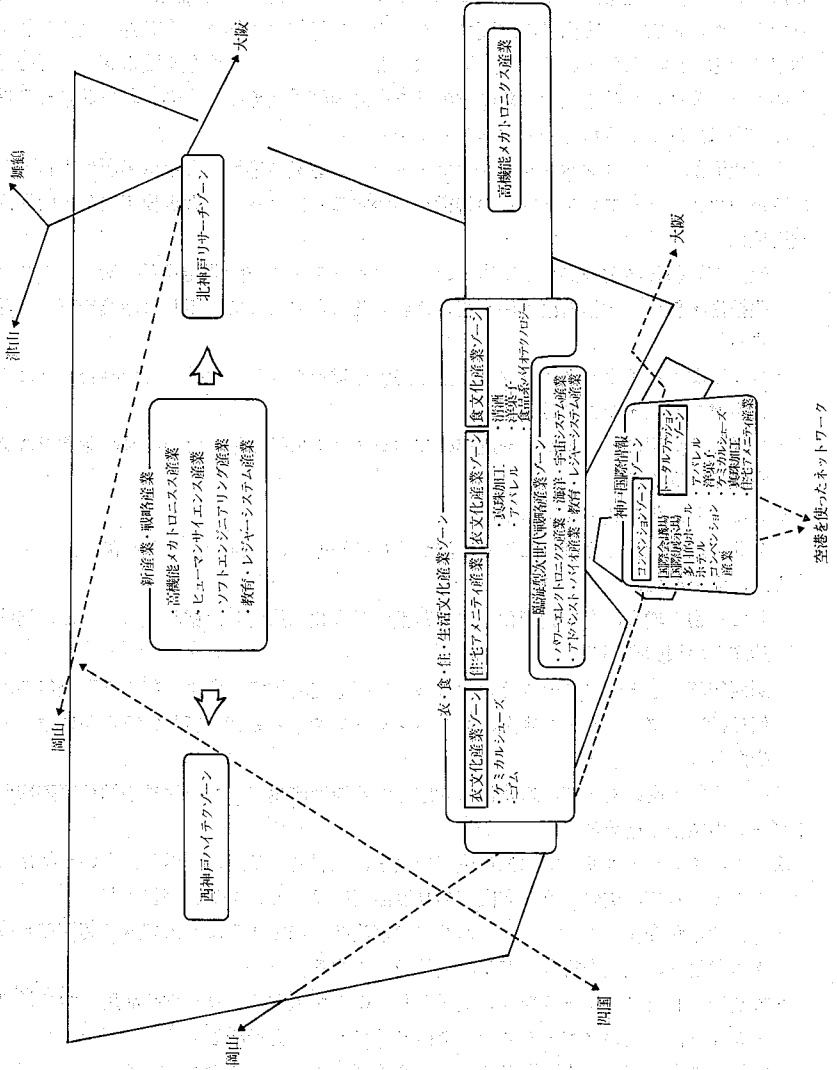
- ・外貿貨物の増大、船舶大型化、港湾荷役の効率化に対応した施設整備を行い、港湾関連産業の振興を図る。
- ・関西国際空港とのアクセスその他の整備、国際交流施設の整備、都市再開発用地の整備を行い、ファッション産業、コンベンション産業の振興、新しい都市型産業の導入を図る。

このような方向に沿って、新時代に対応した臨海型産業ゾーンの整備や神戸国際情報都市ゾーンの整備を進める。

次いで、インナーエリアでは都市機能の集積、地場産業の集積、界隈性という特徴を活かすことによって、次のような方向での高度活用を調べていくことが望ましい。

- ・既存産業が今後とも、インナーエリアで事業を継続できるように制度の適切な見直しや工業団地の建設を行うなど事業環境を改善する。
- ・衣食を中心とするファッション産業としての地場産業のノウハウを活用しつつ、ファッション性の高い機器・システムに関する産業の成立を図る。
- ・21世紀に向けて、自由時間の増大や「心の豊かさ」充足志向が高まるのに伴って、文化・スポーツ・教育活動への参加が増大し、また情報関連機器の家庭内普及も急速に進む。このようなレクリエーション・娯楽・教育・文化サービス関連の都市型産業の

図表10 神戸市の産業配置の基本方向



成立を図る。

このような方向での活用を進めることによって、衣食住生活文化産業ゾーンの整備を進める。

内陸部では、良好な職住環境、学術・研究開発機能の集積、先端技術産業の集積、広域幹線交通網という特徴を活かすことによって

- ・神戸経済の基盤強化を図るために都市型産業の育成・強化・知識集約型産業の誘致、既成市街地からの企業移転を図っていく。
- ・世界的学術、研究、開発機能の集積を目指した近畿リサーチコンプレックスの神戸市の拠点としての機能を強化していく。
- ・西神戸地域で事業化が進みつつあるファインケミカル、マイクロエレクトロニクス、メカトロニクス等の分野を育成していく。
- ・広域幹線交通軸を活用した、内需型産業（教育・レジャーシステム産業など）、次世代神戸技術によって成立が期待される戦略産業（ソフトエンジニアリング産業、ヒューマンサイエンス産業）の導入・育成を図る。

このような方向での活用を図り、西神戸ハイテクゾーン、北神戸リサーチゾーンの整備を図る。

以上のような視点のもとで、進めるべき産業配置の方向を図示すると図表10のように示すことができる。

### 3 戦略産業確立に必要な条件

神戸市で確立すべき戦略産業では、研究開発機能が重要な意味を持つと考えられる。民間企業の研究開発機能を定着させるための条件をみると、各種情報へのアクセス、大学・研究機関との近接性というような情報収集の便がとくに重視されており、しかも、基礎研究ほど情報源への近接性の重要性が高まっている。このほかにも、人材確保や従業員の生活環境の良さが重視されている。

研究所の立地場所を選ぶ際に情報へのアクセスの便が重視されていることは、最近の研究所建設の際の筑波志向の高まりによってみることができる。特に、最近では、地方に経営基盤を持つ企業が、従来の自社の事業分野とはかけ離れたハイテク分野への取り組みを契機として筑波に進出するという事例が多い。

このような観点から神戸市の情報機能をみると、首都圏や筑波に対して特徴のある情報発信拠点としての地位が確立されているとは言えず、今後、独自分野の情報発信機能の強化が重要な課題になってくる。

神戸市において戦略産業を確立するためには、地域において先にみたような研究開発機能を重視する立地条件を備えておく必要がある。このような戦略産業の実現条件は

1. 企業の研究開発活動を支援する地域共同研究機関  
(地域独自の技術シーズ創出機関の存在)
2. 大学との共同研究や情報交流の機会の多さ

3. 先端技術情報提供機関
  4. 高度な試験・分析設備等を備えた開放実験施設
  5. 広汎な関連産業集積
  6. 専門能力の高い都市型サービス業
  7. 都市の業務集積規模
  8. 研究開発人材の確保が容易であること
  9. 適正な地価水準
  10. 企業のイメージ形成に寄与するような地域イメージを保有していること
  11. 研究開発人材が住みたくなるような都市であること
- という11の指標としてみる事ができる。

これらの条件を神戸市が備えているかどうかをみてみると、都市のイメージに関わる条件は全国の都市間比較の中でも非常に高い評価を得ており、人材を引きつけるという効果も期待できるだけに、戦略産業の確立に大きな役割を果たすことが期待される。また、広範な関連産業の集積、高度な都市型サービス業、業務集積規模など都市の集積規模に関わる条件は、より一層の水準向上が必要であるとは言え、全般に良好な水準にあると言えよう。

しかし、条件が企業の研究開発活動に直接関わる場合、すなわち産学共同の機会、最先端技術情報、高度設備の共同利用、研究人材確保などの点では問題があり、今後の改善が必要となってこよう。

そして、フロンティア技術開発においても最も重要と思われる地域独自の技術シーズ創出機関の欠如という点は、今後、技術の地域性がより希薄化していく時期にあっては、戦略産業確立の大きな制約となる可能性があり、地域独自の共同研究機関の誘致・設立が今後の最も重要な課題となってくるであろう。

## 第2節 産業活性化の基本方向

### 1. 工業高度化の基本方向

工業高度化の先進地域事例をみると、欧米では、①技術革新やソフト化・サービス化による成長産業の出現、②中小企業の創設・成長をサポートする機関・企業の出現、という背景のもとで、中小企業の活性化が産業再生・高度化の柱として位置付けられている。具体的には、アメリカでは、NSF（連邦科学財団）や中小企業庁などによって、R&Dの推進による中小企業の活性化、ベンチャービジネスの育成が進められ、イギリスにおいても大学の機能を活用したサイエンスパークの整備やその他の施策がとられている。

国内においても、地域内において新技術の開発を行い、その成果を地域に波及させるための技術創出拠点づくりや研究開発支援施設整備、研究開発事業所の立地基盤施設整備などが行われている。

このような先行的な動きに対して、神戸市では、次のような枠組みのもとで工業高度化のためのプログラムを進めていく必要がある。

- ① 次世代戦略産業を創出するためには、技術開発体制を強化することが最も重要な課題であり、産学官・異業種交流を促進するプログラムが必要である。
- ② 基幹事業所の事業再構築の過程において、基幹事業所ばかりでなく、下請企業をも含めて多くの中高年労働者が余剰になる可能性がある。これらの労働力が円滑に職場の転換が可能となるような能力開発や新分野に対応した人材育成を促進するプログラムが必要である。
- ③ 地域産業振興においては、企業家精神に富んだ人材による起業シーズの企業化・拡大を促進する起業システムプログラムが必要である。
- ④ 国際的な情報化が進展する中で、地域企業の研究開発を促進し、次世代戦略産業を確立するためには、地域において情報収集のみならず、情報発信の仕組みづくりが必要であり、このための情報ネットワークプログラムが必要である。
- ⑤ 企業誘致は、その直接・間接の効果を通して、地域産業振興に大きな寄与をするが、これを円滑に進めるための企業誘致促進プログラムが必要である。

## 2 技術振興の基本方向

国際情報都市神戸に必要な技術振興のために、神戸市は、技術シーズを生み出す体制の弱さ、産学の連携の弱さ、科学技術者の育成機能の弱さ、最先端技術情報の集めにくさ、というような問題点を抱えている。このような現状に対して、今後の神戸市の技術振興の方向は、

- ア) 特定分野の技術のメッカをつくる
- イ) 技術交流により、地域技術の複合化を促進する
- ウ) 外部に向けての技術情報の発信基地づくりを目指す
- エ) 市内企業全体の技術力向上を目指す

という点を目標とすべきである。そして、このような目的を達成するためには、神戸市は次に示すような枠組みのもとで技術振興方策を構築していく必要がある。

- ① 神戸市全体の技術振興の方向を調整・誘導していく機能を持った地域の研究開発活動のマネジメント体制づくりが必要である。
- ② 次世代神戸技術を開発し、技術シーズを生み出していくための仕組みづくりが必要である。
- ③ 市内企業間の技術交流を促進し、技術移転を進め、市内企業全体の技術力水準を高めていくことが必要である。
- ④ 次世代技術や技術交流活動の成果を新事業や新しい産業に結びつけていくための仕組みの整備が必要である。
- ⑤ 技術振興を進めていくための最大の条件である技術人材の育成や地域への定着を促進するための仕組みづくりが必要である。

これらの施策が実現されることによって知的インフラの形成が進み、創造的な研究開発環境の形成が可能となる。

### 3 産業空間高度利用の基本方向

神戸市においては、将来の都市発展のために内陸部及び海上都市において新たな産業用地を造成しており、これらの連携のもとで、また、それぞれの地域特性に応じ、主要プロジェクトを活用しながら既存産業空間の高度利用を進めていく必要がある。

そして、前節で整理したような方向での産業配置を円滑に進め、市産業の活性化を実現していくためには、次のような枠組みのもとで、多様なプロジェクトが提示される必要がある。

- ① 臨海部、インナーエリア、内陸部といった各地域ごとに次のような産業用地の新たな開発、再開発が必要となる。
  - ・臨海部……基幹産業のリストラクチャリングや、新産業・戦略産業誘致のための新規産業用地や事業用地の再開発が必要とされる。
  - ・インナーエリア……良好な事業環境を確保するために、事業用地の再開発が必要とされる。
  - ・内陸部……これまで開発した産業用地は完売に近づきつつあり、今後内陸部に立地する企業のための新規産業用地が必要とされる。
- ② 企業立地を促進するためには、用地の開発・再開発とともに産業活動を支える施設整備や、制度の見直し・新制度の導入などハード・ソフトの両面で企業活動を支援する必要がある。
- ③ 臨海部、インナーエリア、内陸部間の交流ネットワークや共同研究体制を強化することにより、地域間の情報格差を解消し、神戸の産業空間の一体性を確保する必要がある。
- ④ ハード・ソフト両面の情報機能整備、市内外の交通アクセス改善により、西日本における神戸市の中枢性を高める。
- ⑤ 産業振興を行うためには、企業立地のための産業用地整備や各種支援機能の整備とともに、直接、企業や研究機関を誘致する体制づくりが必要となる。
- ⑥ 個性豊かな地域づくり、シンボルとなる核機能の整備を行うことにより、企業が魅力を感じる企業活動の場の創出、すなわち地域の魅力の創出を行う必要がある。

## 第4章 産業活性化のための政策体系

### 第1節 総合的な産業政策の展開

神戸市産業活性化のためには、重厚長大型の基幹事業所、神戸市の都市イメージ形成に寄与している地場の企業、内陸部を中心に新たに立地展開が進んでいる新しい企業など



が、それぞれの経営資源を活用しながら新しい事業の展開を進めていかなければならない。

しかし、市内製造業の新事業展開による神戸市産業の活性化を円滑に進めるには、次のような対応が必要となってくる。

① これまでに市内製造業が事業再構築に取り組む場合、各企業が個別に中高年齢者の能力開発を十分に行える態勢が整っていなかったために、企業の新分野進出が十分にできなかった面がある。

したがって、市内製造業の活性化を進めるためには、従業員の能力開発や職場創出といった雇用対策に、官民が協力して地域全体で取り組む必要がある。

② 市内製造業の雇用吸収力の相対的低下に伴い、従業員の職場創出は、商業・サービス業の振興によって達成される余地が大きい。そのための方策として、コンベンション施設の整備や観光拠点の整備を行うなど集客産業を振興し、併せて、魅力ある都市づくりが進められる必要がある。

③ 市内製造業が臨海部の工場用地を活用することによって新しい事業に取り組もうとする場合、事業によっては、用地の用途転換が制約を受け、新事業展開が進まないケースがみられる。このような新事業の展開にあたっては、総合的な土地利用計画との調整を図りつつ、地域指定や規制の適切な見直しを行う必要がある。

④ 市内製造業は、従来持っていた技術基盤の枠を超えてフロンティア技術への取り組みを始めているが、この研究開発活動を促進して神戸市に定着させ、次世代神戸技術を確立するためには、学術機関との交流・共同研究の機会の拡大や、地域において第一級の研究機関の誘致による支援が必要である。

このように、市内製造業の新事業展開による神戸市産業の活性化は、新しい事業分野に対応した人材育成の仕組みづくりばかりでなく、雇用政策、コンベンション等の集客産業振興、都市づくり、土地利用政策、科学技術政策など、多様な政策によって促進される可能性がある。

総合的な産業政策のもとでの産業振興は、すでにポートアイランドにおける海上都市建設が事例としてみられる。すなわち、従来の埋立地活用方策は工場や物流施設が中心であったが、ポートアイランドにおいては、外資貨物の増大や船舶大型化等に対応した港湾施設の整備のほか、全国に先駆けてコンベンション・ファッション機能を備えた海上都市づくりを進めることによって都市イメージを高め、市街地内の地場産業の事業拡大の機会を与える効果があった。

このように、神戸市産業の活性化を進めていくためには、神戸のイメージを生かした都市づくりや科学技術の振興も含めた総合的な産業政策が行われる必要がある。

以上の総合的な施策展開の中で、市単独で実施できるものは産業基盤の整備などごく一部に限定される。多方面にわたる総合的な施策展開のためには、企業の積極的な参加や国・県など他の行政機関の協力が不可欠であり、市が公的な性格を生かすことによって調整

を図りつつ、市民の理解を得、地域経済の活性化に向けてはこれらが協同・連携の体制をとりながら各種事業を推進すべきであろう。

## 第2節 産業活性化に向けての提言

### 1 産業基盤整備プロジェクト

第2章第2節でみたように、神戸では様々なプロジェクトが計画・構想されているが、これらの産業基盤整備プロジェクトの実現により、神戸経済発展のための基礎づくりが進み、産業活性化のための各種方策・プロジェクトがより効果的になると考えられる。

これらの産業基盤整備プロジェクトが、今後、推進されていくことによって地域に期待される効果は次の通りとなる。

新しい産業用地の確保という点では、大きく分けて海上都市の建設と内陸部の大規模プロジェクトがあげられる。

最初の海上文化都市であるポートアイランドは、港湾機能やファッション・コンベンション機能の拠点となっているが、さらに六甲アイランド、ポートアイランド第2期の完成により、新しい第2、第3の海上都市での港湾機能、業務・生産機能、都市機能などの強化が期待される。

内陸部では、現在、西神工業団地で進出企業の8割強が操業しているほか、西神第2工業団地、神戸流通業務団地での企業の進出も見られ、西神地域での新しい産業用地の開発が進んでいる。今後、さらに研究所、工場、流通施設などが配置され、周辺の緑の多い環境や住宅団地と合わせて職住の近接した新しい街づくりが形成されると考えられる。また、押部谷の新規開発も西神自動車道と隣接していることもあり、西神地域での生産機能や流通機能を補完する。

一方、北神地域でも北神戸1～3地区が、住宅機能以外に、都市機能、生産機能、流通機能、研究機能を併せもった地区として開発が進められているほか、北神産業団地も計画されており、この地域でのリサーチパークの形成が期待されている。

これら内陸部の産業団地には、地域特性を生かしつつ、次世代の神戸を担うべき戦略産業や新産業の立地が強く望まれる。

そのほか、インナー地域では神戸ハーバーランド計画の中で、商業・業務・住宅などの施設づくりや、海と触れ合う環境づくりを進めており、都市機能の再生とインナーシティの活性化が図られているほか、市街地型工業のためにインナー工業団地事業が順次進められている。

広域交通網の整備という点では、神戸沖空港の建設、明石海峡大橋と関連道路の整備が代表的である。

神戸沖空港は、高速交通機関の空白地帯を埋めるための地方の空港とは異なり、国内の各都市と航空ネットワークを形成し、人・物・情報の交流を容易にする利便性の高い“都

心型空港”として計画されており、市産業の活性化、ひいては近畿圏全体の発展にも寄与すると考えられる。

明石海峡大橋については、橋の完成により、本州と四国の交通輸送が効率化、円滑化され、地域の生活利便性や経済水準の向上が期待されるが、これに関連して、市内では、関連道路として西神自動車道と神戸西バイパスが計画され、交通渋滞の緩和と地域整備が期待されている。

昭和68年に開港が予定されている関西新空港への神戸からのアクセスとしては、海上アクセスが距離も短く、効率であると注目されているが、旅客用のCAT（シティ・エア・ターミナル）がポートアイランド第2期に、貨物用のACCT（エア・カーゴ・シティ・ターミナル）が六甲アイランドにそれぞれ計画されている。

そのほか、山陽自動車道、大阪湾岸道路、近畿自動車道名古屋神戸線など広域道路ネットワークを形成するプロジェクトに期待される。

市内の交通網の整備も重要な課題であり、道路網では、都市高速道路2号線（神戸山手線）、都市高速道路北神戸線、六甲北有料道路の整備などにより周辺都市との連携強化を図るほか、第2新神戸トンネルの建設や山麓バイパスの4車線化など市内での30分交通圏の拡大を目指すなど、産業活動の動脈となる道路整備を進めていく。

軌道系では、三宮と新長田を結ぶ海岸沿いの中量輸送システムの導入や六甲アイランドと市街地を結ぶ新交通六甲アイランド線の整備、さらにはポートアイランド第2期へのアクセス整備を進め、周辺地域の利便性の向上を図っていく。

#### 特に積極的に推進すべきプロジェクト

産業基盤の整備は、経済活動の基礎となるものであり、上記にあげたプロジェクトはいずれも産業活性化のために重要な役割を期待されていると言える。

特に、ここでは、産業活性化のためには是非とも必要であり、しかも、六甲アイランドや西神第2工業団地のように事業化されているわけではないが、今後、積極的に押し進めるべきプロジェクトを推進プロジェクトとすると、以下の3つのプロジェクトがあげられる。

#### ① 神戸沖空港

我が国の経済・社会構造が高度化する中で、近年、航空需要の伸びが著しい。しかし近畿圏における空港整備の水準は低く、しかも、世界の主要都市と比較してもかなり下回っている。

近畿圏は、神戸・大阪・京都の3都市を核とする多核構造を形成しており、近畿圏の活性化をはかる上で、総合交通体系（陸・海・空）を整備する必要がある、なかでも、空港について早急に複数整備する必要がある。

神戸沖空港は、神戸都市圏の航空利用者の利便を図るための国内空港であり、就航機材として中型ジェット機を予定している。あわせて兵庫県内通勤ター空港ネットワークの母港ともなるものである。また、関西国際空港や大阪国際空港を補完・支援する

ものと位置付けている。

さらに、多様化する空港ニーズに対応し、チャーター便、企業・個人用機材の受け入れなど、多様な機能をもつ空港として整備する。特に、地方の空港とは異なり、大都市の都心に近接し、アクセスならびに環境的にも優れた24時間運用可能な“都心型空港”として整備するものである。

これにより、空港が多様な交通ネットワークの拠点として、人、物、情報、文化の交流の結節点になるとともに、都市機能にも強いインパクトを与え、神戸の産業の高度化・活性化を促す基盤となり、都市構造の変革の核となることが期待される。

現在、気象、空域管制、海上交通、環境影響等の諸調査を実施しており、これらの調査結果を踏まえて早期に基本計画を策定し、市民の理解を得て70年代初頭に開港することを目指している。

## ② 神戸複合産業団地（押部谷の新規開発事業）

内陸部新規開発事業（押部谷）の推進により、明石海峡大橋と関連道路である西神自動車道の整備効果を地域に受け止めることができると同時に、増加する企業立地需要への対応や西神地域における産業機能のより一層の充実が可能となる。

新規開発により、広域道路ネットワークを睨んだ流通系・工業系・研究開発系の複合的な産業団地が形成され、魅力ある生産・執務環境の提供や産業構造の変化・多様化への弾力的対応などが期待できる。

この産業団地は、単なる流通・生産の拠点ではなく、周辺の環境と調和した緑の多い団地であるうに、都市的サービス機能の充実したユニークな産業団地であり、西神地域、さらには神戸の経済活動に大きなインパクトを与えるだけでなく、今後の産業団地の一つのモデルとしても期待できる。

## ③ 海岸線（軌道系中量輸送システム）

インナーシティ問題は、都市の発展過程で生じる構造的な問題であり、大都市共通の悩みとなっており、その解決に向けての有効な施策が必要である。神戸市においても、中央4区を中心にインナーシティ問題が発生しており、特に、中央区・兵庫区・長田区の南部において大規模工場や下請企業の生産活動の活性化が求められている。

兵庫区・長田区の南部地域では、長田港・兵庫運河などウォーターフロントの開発が計画されており、これらの拠点と都心ならびに副都心・新長田を結ぶ軌道系中量輸送システムの導入により、地域の交通便利の向上や地域全体のイメージアップを図る必要がある。

三宮一和田岬一新長田を結ぶ海岸線の整備は、沿線で進められている諸々の開発・再開発計画にインパクトを与え、企業活動にもプラス効果を生み出し、産業の活性化、住環境の改善、さらには、駅周辺などにおける商業の活性化など、魅力あるまちづくりを推進するものと考えられる。

海岸線の建設については、ウォーターフロント再開発など沿線の諸計画の中にはすで

に事業化が進められているものもあり、インナーシティ対策の起爆剤としてリーディングプロジェクトとなる点からも、早期の着手・完成が望ましい。

## 2 産業活性化プロジェクト

市工業の高度化や技術振興を実現し、また、産業空間の高度利用のための望ましい空間配置を誘導するためには、総合的な観点から施策・プロジェクトを実施し、立地条件整備を進めていく必要がある。今後、神戸市において取り組むべき施策・プロジェクトを、その狙いによって類型化すると、次の5つのタイプに分けることができる。

### ① 戦略産業の導入、新産業の育成の推進

教育・レジャーシステム産業、ソフトウェアエンジニアリング産業、ヒューマンサイエンス産業といった戦略産業の導入、海洋・宇宙システム産業、パワーエレクトロニクス産業、高機能メカトロニクス産業、アドバンスド・バイオ産業、住宅アメニティ産業といった新産業の育成を推進するには、従来は神戸になかった要素を神戸に導入することが必要である。これらの新しい分野の開拓は、原則的には、これらの産業に属する企業の誘致や市内企業の新しい展開により実現可能となるが、その環境整備のため、ここでは特に下記の2つを提案する。

#### ・研究開発機能の導入

地域から内発的に技術シーズを創出し、移転していくことは、研究開発のための地域環境を形成する知的インフラ（第2章第3節参照）の根幹をなす。このような条件整備を進めるには、ヒューマンサイエンス研究所や海洋開発研究所、マイクロエレクトロニクスセンターなど戦略産業・新産業に関する分野の国際的に第一級の基礎研究機関の誘致・設立や、戦略産業・新産業に関連した研究や人材育成を行う理工科大学の整備が必要であり、前向きに取り組むべきである。理工系大学の整備については、理工系学部を持つ大学が市内に少ない事実を踏まえ、独自の設立や誘致のほか、市内の既存大学の活用・発展も考えられ、さらに、理工系大学の周辺には研究開発型企業の集積を図るなどサイエンスパークの形成も検討されるべきである。また、研究開発・試作機能を持った企業・機関の誘致やこれらの研究機関誘致のための優遇策の実施が必要である。

#### ・コンピュータ関連産業の誘致・育成

エレクトロニクス技術は現在の技術革新を支える技術として、全産業分野的な広がりを持ってきている。このような状況のもとで、神戸市内のエレクトロニクス産業の拡大を支援するために、共同利用型のスーパーコンピューターセンターの整備や国際的なソフトウェア技術の交流拠点づくりが必要である。

### ② 既存産業集積を活かした産業活性化

神戸市産業活性化のためには、現在神戸にある産業集積を基礎にした産業の高度化・発展が基本であり、さらに、既存産業集積の活用により新しい要素と結びついたさらなる展開も期待できる。このような展開には、既存の企業の主体的な取り組みが期待され

るが、既存の産業集積を活かした産業活性化支援のためには次のような施策・プロジェクトが提案できる。

・産業振興センターの整備

既存産業の高度化のためには、経営活動の多面的な支援体制がとられる必要がある。このための中核組織として産業振興センターを建設し、次のような機能を整備することが望ましい。

1. 情報機能（情報提供、データベース利用等）
2. 交流機能（交流サロン、技術交流、共同研究推進等）
3. 人材育成機能（中小企業技術者への研修や研修支援等）
4. 技術・経営相談機能（相談人材斡旋、コンサルティング等）
5. 試験研究機能（開放型試験研究施設等）
6. インキュベーター機能（オフィス空間やビジネスサポート施設等）

また、この機能の一環として、市内の基幹事業所をリタイヤした高度な技術力を有する技術者・研究者の活用も含めて、中小企業を指導する人材のネットワークの形成が進められることが望ましい。

・既存人材の活用

産業構造の転換に伴い、必要とされる職種が変化している中で、企業の新しい事業への展開を容易にし、また、必要とされる人材を供給するために既存人材の能力開発を行うセンターの整備が必要である。こうした地域の既存の人材を活用することは、人材不足に悩む分野が多くあることから、雇用対策的な側面のほか、地域産業の活性化にも貢献する。

特に、今後は、製造業の雇用吸収力が低下すると予想され、第3次産業に新たな就業の場の創出を期待しなければならないため、第2次産業から第3次産業への職種転換を可能にするような能力開発を行うことが、雇用のミスマッチを解消するためにも必要とされよう。このような方向への人材育成のためには民間企業の持つノウハウの活用が必要であり、官民の協力のもとで進められる必要がある。

・産学交流・異業種交流の促進

既存の産業集積を全体的に高度化・発展させるためには、産学・異業種間の交流による技術移転を進めることが必要である。このためには、産学の共同研究や交流を推進するための体制づくりや異業種交流の推進、それ以上に、既に結成されている異業種交流グループ間のネットワーク形成が進められる必要がある。

・インキュベーターの整備

オフィスなど業務空間・施設の貸与、経営・技術面でのノウハウ提供、人材育成、資金援助など複合的支援によって新しく企業を生み・育てるインキュベーターの設置は、地域経済活性化にとって起爆剤として注目されている。先にあげた産業振興センターの機能の中でも、インキュベーター機能が検討されているが、技術開発型企業や

専門サービス業のインキュベーターなど多様な形態のインキュベーターが市内で成立することが望ましい。製造業の場合は、工場用地の確保についてリース・アンド・パーチェス方式や貸し工場制度の導入も考えられる。

### ③ 国際都市づくりの推進

神戸が国際情報都市神戸としての機能を果たすためには、東京など他地域を經由せず、直接海外との情報交流を進めるための施策を展開し、国内外に向けての情報発信拠点を形成する必要がある。このような機能を目指して次のような施策・プロジェクトが提案できる。

#### ・国際技術交流センターの設置

神戸市の国際交流活動を技術面から実施する拠点として国際技術交流センターを設置し、留学生の受け入れ体制の整備や人材交流、海外との共同研究など技術面での国際交流を産学官が協力して推進すべきである。またセンターを拠点とした海外との人材や技術情報の交流などの具体的な活動のあり方を明確にした海外との技術交流の総合的なシステムづくりが必要である。

#### ・コンベンション機能の強化

国際的なネットワーク形成の一つの方策として、コンベンション都市づくりを進めていくため、第2国際展示場・第2国際会議場の建設など施設整備や誘致・プロモーション、受け入れ体制の強化などのソフト面も含めたコンベンション機能の強化が不可欠である。中でも、地域独自のコンベンションを企画・創造していく機能の強化が望まれる。また、これに関連して科学技術の普及という点で、地域独自の科学技術のコンベンションであるサイエンスフォーラムを開催することにより、地域経済への波及効果も期待される。

#### ・保税センター機能の整備

神戸市は、神戸港をベースに、長い間、国際物流拠点としての機能を果たしてきたが、現在のように物流システムが激しく変化し、輸入品へのニーズが高くなっている時代にあって、この機能をより強化するために、保税展示場や保税加工拠点など保税施設の集積を図り、さらに保税に関する総合的なサービスを供給することにより一体的に機能するようなゾーン整備が必要である。

### ④ 神戸の都市イメージの強化

神戸のファッションセンスあふれた都市、世界に開かれた国際港都という都市イメージを基礎に、ファッション都市づくりやウォーターフロントの開発を進めていくことは、居住者にとってのアメニティを高めるためだけではなく、神戸の新しい産業を支える人材の定着を促す効果も期待できる。神戸独自の都市イメージをつくり上げていく拠点づくりの方策として、次のような施策・プロジェクトが提案できる。

#### ・ファッション都市の拠点づくりの推進

神戸では、従来からの“衣食”に関わるファッション産業のより一層の集積を図る

とともに、“住”分野に関するファッションも充実すべきであるが、これらトータルなファッション産業の振興のためには、ファッションに関する最先端の情報・技術や若い創造力が集まり、最新の生活情報が交流する基地としてトータルファッションゾーンの整備が進められる必要があり、あわせてファッション関連の人材育成策も強化すべきである。また明石海峡大橋など広域交通体系の整備を背景として、西日本に多く集積する生活文化関連産業（地場産業）の販路開拓、デザイン開発、情報・技術交流の拠点づくりが必要である。そして、このような拠点を中心として、海外とのデザイナーの交流などネットワークの構築が望まれる。

・ウォーターフロントの再開発と海洋レジャー分野の強化

神戸の特徴として、東西 100kmを越える長い海岸線があげられるが、このような特徴を活かしたうまいのある街づくりの方策として、ウォーターフロント開発に大きな期待が寄せられている。また、このような動きに関連し、市内のファッション産業の集積を活かしつつ、海洋レジャー産業を振興する拠点づくりが必要である。

・新しい都市づくりの推進

地域経済の活性化のためには、人材が集まり、定着することが大切であり、アメニティの高い都市づくりを行う必要がある。既に述べたウォーターフロントの開発も大切であるが、その他、神戸を集客都市とするための拠点としてレジャーランド等の大規模集客施設の整備や、地域の産業文化を保存し、地域イメージを向上させ、新しいライフスタイルを提案する産業技術博物館の整備が図られる必要がある。

⑤ 総合的施策展開のためのその他の施策・プロジェクト

①～④において提案した施策・プロジェクト以外にも、産業活性化の背景・条件として大きな効果が期待できる施策・プロジェクトとして、次のようなものが提案できる。

・情報化都市づくりの推進

情報化の進展に対しては、テレトピア構想やテレポート設置の推進、インテリジェントビルの建設、地域キャプテンの充実など情報化都市づくりのための基盤づくりが必要である。

また、こうしたインフラ整備ばかりでなく、神戸が先端技術やファッションなど各分野で情報を発信するためにも産業の活性化を図るべきである。

・土地の高度利用の推進

社会経済環境や条件が大きく変化する中で、産業活性化を図っていくためには、これまでに形成されてきた規制・支援制度などの諸制度について、その趣旨を十分尊重しながらも、合理的でない部分を見直し、制度を時代に適合するように柔軟に対応する必要がある。土地利用の面では、工場三法についての改善を国に強く働きかけるほか、臨海部の大規模工場用地等の活性化や再開発を推進するため、行政と事業者による協議会を設置するとともに、地域指定や規制の適切な見直しを行う必要がある。

・科学技術施策の充実



科学技術振興の面では、国・県等の科学技術振興施策と十分連携をとりつつ科学技術推進体制の整備を図り、研究開発の地域全体での方向づけを行うほか、技術革新など時代に対応した公設試験研究機関の再編・整備などを進めるべきである。  
特に早期に取り組むべきプロジェクト

以上にあげた施策・プロジェクトのうち、重要度が高く、かつ、早期に取り組む必要のあるプロジェクトとして、次の5つを提案する。

① 第一級の研究機関の誘致

研究開発機能の導入は、神戸市がフロンティア分野の技術開発活動に参画し、地域独自の技術シーズを創出・発信し、新しい技術基盤を形成していくための重要課題である。これが実現することによって、前にみたような戦略産業、新産業が生成・発展し、産業構造の高度化が先導されよう。

第一級の研究機関の誘致は、市及び産業界が誘致に向けての提携体制を構築しつつ、

- ・国の研究機関の誘致
  - ・基盤技術研究促進センターの出資に基づく研究法人の設立（地域産業界等からの出捐を仰ぎ、第三セクターによる設立・運営という形態になるう）
- などによって実現を図ることが望ましい。

立地場所として、施設の規模・内容によっていろいろな可能性があるが、ヒューマンサイエンス産業やソフトエンジニアリングなど神戸の新しい技術に関連する分野については、西神地域や北神地域での新規開発地が望ましい。また、海洋・宇宙関連分野やファッション関連など神戸の既存の産業集積との関わりが深い分野は臨海部や海上都市も候補地となるであろう。

② 産業振興センターの建設

神戸市産業の活性化のためには、フロンティア技術開発への取り組みばかりでなく、市内中小企業の技術高度化や経営体質強化を図り、技術革新を進める企業相互に交流活動や連携を行っていくことが重要な課題である。

産業振興センターは、前述した通り、従来の融資斡旋・指導機能に加えて、情報、交流、人材育成、技術・経営相談、試験研究、インキュベーターの諸機能を持った機関として計画されているが、中小企業の技術高度化や経営体質の強化のための総合的な機能を果たす拠点であるため、市のみならず、大学等の協力のほか、産業界からの協力を得、官民共同の第三セクター方式によって事業化を図ることが望ましい。

立地場所としては、交通の利便性が高いハーバーランドに拠点を置き、他地域への展開も考えられる。

③ コンベンション創出機能の強化

ポートアイランドには神戸コンベンションセンターがあり、会議場、展示場、ホテルといったコンベンションに不可欠な施設が整備されているが、市内企業が会議や見本市などのコンベンションに参画することによって技術力や販売力を強化するという視点か

らもコンベンション機能のより一層の強化が望まれる。

特に、見本市や展示会といったコンベンションの開催により、地元の企業が製・商品の取引活動や宣伝活動を行い、販売促進に結びつくという点、またコンベンションが大型化・増加するなか、コンベンションについての地域での対応が望まれているという点からも、展示施設の拡充やこれら見本市・展示会を企画・創造する体制づくりが進められるべきである。

コンベンションの拠点としては、当面は現在のコンベンションセンターを中心としたポートアイランドでの展開のほか、アパレルマートを核とした六甲アイランドでの展開も考えられる。

#### ④ トータルファッションゾーンの整備

神戸のファッション産業の振興のため、現在のポートアイランド内ファッションタウンをはじめとするトータルファッションゾーンの整備が重要な課題である。

トータルファッションゾーンの整備のためには、市と民間企業との協力のもとの、ファッション産業活動を具体化するための基盤整備が行われ、通商産業省が提唱するFCC（ファッション・コミュニティ・センター）のような中心施設の建設が望ましい。六甲アイランドでは、マーケットセンターの進出が決定しているが、さらに情報収集・提供機能、イベントホール、展示機能を備えた複合的施設の立地が期待される。また、このような機能に関連して、行政の協力のもとで民間主導によって、神戸コレクションに代表されるようなイベントの開催により、海外との技術や情報の交流などのネットワークの構築が図られるべきである。

将来的には、これらの拠点を神戸をはじめ、西日本に集積する多くの生活文化関連産業の交流の場まで発展させるのが望ましい。

#### ⑤ 大規模集客施設「神戸ワールド」の推進

神戸は国際観光都市づくりを進めているが、これと併せて新しい時代の期待に応えうる特色ある「集客都市神戸」を実現し、集客関連産業の育成・発展を図っていく必要がある。

このためには、短期近郊型レクリエーションへのニーズに対応する取り組みに加えて、来たるべきアーバンリゾートの時代に応えうる魅力ある長期滞在型の「神戸ワールド」が必要である。これは21世紀を展望した神戸の中核プロジェクトとして位置づけられるべきである。「神戸ワールド」については、民間を主体とした事業化の推進を図るとともに、これらの事業効果を高め、支援する各種の都市整備を進める必要がある。

以上に提案したプロジェクトは、いずれも重要度の点から早期の着手が必要とされるものであるが、完成という点では、既存産業の活性化に大きく寄与し、事業熟度も高いため産業振興センターの建設、トータルファッションゾーンの整備、コンベンション創出機能の強化という3つの事業を早期に実現すべきである。

また、第一級の研究機関の誘致については、地域における気運の高まりは必要であるが、そればかりでなく域外の事業主体への働きかけによって実現するという側面があるため、長い目でみた実現を目指して継続的に取り組んでいくことが必要である。

そのほか、他との協力という点で特に望ましいプロジェクトとしては以下のものがあげられる。

まず、市内産業空間の高度活用という点からも、臨海部を中心とする各種の土地利用制度の適切な見直しについて、その必要性が認められる場合には、国に協力を求めつつ推進するのが望ましい。しかも、このような国への働きかけのためには、地域内における土地利用方針の合意が形成されている必要があり、このための手段の一つとして、産学官の協力のもとで、臨海部高度土地利用推進協議会の設置が当面の課題となっている。

さらに、市内でも県を中心として能力再開発、職業訓練などの既存人材の活用方策が講じられているが、民間企業の協力も含め、市も参画しての地域ぐるみの人材育成機能のより一層の充実を図るべきである。

また、科学技術推進体制の整備や時代に対応した公設試験研究機関の再編・整備など地域の科学技術政策については本来的には県が中心となって進めているが、市としてもこれらの動きと十分連携した技術振興策が求められている。

本行政資料は、神戸市産業活性化委員会答申から、図表、字句を若干整理し掲載したものである。

産業活性化のための提言

	市が中心となって、もしくは単独で取り組む施策・プロジェクト				他との協力、他への働きかけにより取り組む施策・プロジェクト		
	早期	中期	長期	産業界	学界	中・長期	国・県
戦略産業の研 究、新産業の 育成の推進	○第一線の研究機関の誘致 ○企業・研究機関の誘致力 策の推進	○理工系大学を中心とした サイエンスパークの形成	○理工系大学の誘致・拡充 ○国際系大学との設置 ○国際ソフトウェア交流セン ターの設置	○理工系大学の誘致・拡充 ○国際系大学との設置 ○国際ソフトウェア交流セン ターの設置	○理工系大学の誘致・拡充 ○国際系大学との設置 ○国際ソフトウェア交流セン ターの設置	○理工系大学の誘致・拡充 ○国際系大学との設置 ○国際ソフトウェア交流セン ターの設置	○理工系大学の誘致・拡充 ○国際系大学との設置 ○国際ソフトウェア交流セン ターの設置
既存産業集積 を法外した産 業活性化	○産業振興センターの建設		○産学共同推進体制の充実 ○異業種交流活動のネット ワーク化 ○インキュベーターの設置 ○保税センター機能の整備 ○神戸サイエンスフォーラ ムの開催	○産学共同推進体制の充実 ○異業種交流活動のネット ワーク化 ○インキュベーターの設置 ○保税センター機能の整備 ○神戸サイエンスフォーラ ムの開催	○産学共同推進体制の充実 ○異業種交流活動のネット ワーク化 ○インキュベーターの設置 ○保税センター機能の整備 ○神戸サイエンスフォーラ ムの開催	○産学共同推進体制の充実 ○異業種交流活動のネット ワーク化 ○インキュベーターの設置 ○保税センター機能の整備 ○神戸サイエンスフォーラ ムの開催	○産学共同推進体制の充実 ○異業種交流活動のネット ワーク化 ○インキュベーターの設置 ○保税センター機能の整備 ○神戸サイエンスフォーラ ムの開催
国際都市づく りの推進	○コンベンション創出機能 の強化		○ウォーターフロントの再 開発	○コンベンション創出機能 の強化	○コンベンション創出機能 の強化	○コンベンション創出機能 の強化	○コンベンション創出機能 の強化
神戸の都市イ メージの強化	○ウォーターフロントの再 開発		○ウォーターフロントの再 開発	○ウォーターフロントの再 開発	○ウォーターフロントの再 開発	○ウォーターフロントの再 開発	○ウォーターフロントの再 開発
総合的施策展 開のためのそ の他の施策・ プロジェクト	○情報化施策の充実 ○臨海部高度土地利用推進 協議会の設置	○生活文化遊業総合交流セ ンターの整備	○トーカルフアッシュヨシノ ーンの整備施設「神戸エウ ールド」の推進 ○産業技術博物館の建設	○トーカルフアッシュヨシノ ーンの整備施設「神戸エウ ールド」の推進 ○産業技術博物館の建設	○トーカルフアッシュヨシノ ーンの整備施設「神戸エウ ールド」の推進 ○産業技術博物館の建設	○トーカルフアッシュヨシノ ーンの整備施設「神戸エウ ールド」の推進 ○産業技術博物館の建設	○トーカルフアッシュヨシノ ーンの整備施設「神戸エウ ールド」の推進 ○産業技術博物館の建設
産業基盤整備 プロジェクト	(内陸部の産業用地開発) ○神戸第2工業団地(神戸ハイテクパーク) ○神戸複合産業団地 ○北神産業団地 ○海上都市づくり ○六甲アイランド第2期 ○ポートアイランドネットワークの形成 (広域交通ネットワーク) ○神戸空港 ○明石海峡大橋関連道路 (インナー地域) ○神戸ハーバーランド ○インナー工業団地 ○海岸線(軌道系中長輸送システム)						

(注) 産業活性化プロジェクトの○：特に早期に取り組み必要のあるプロジェクト  
 産業基盤整備プロジェクトの□：現在事業化されていないため、特に積極的に推進すべきプロジェクト

## 新刊紹介

# 近代日本の名望家と自治 自治体財政・財務法-自治体法学全集9- 都市の政治学 都市の公共交通 都市緑地

### ■近代日本の名望家と自治

明治初期の試行錯誤をへて、山県有朋らによって明治地方制度が定立されたが、それは明治憲法とともに絶対主義体制の法的な表現であり、有産者自治を基本として無産者は周到に自治から締め出されていた。そして、有産者自治（公民自治）の根幹となるのが、選挙権の制限と名誉職制であった。名誉職制はこのような役割を担うべきものであったが、これまで十分に解明されていなかった。名誉職制とはどのようなものか、その立法過程で何が問題であったか、その現実的な機能はどうか、政党政治の要求の高まりや無産者の政治的参加という潮流のなかで、それがどう変質していくのか、等々に答えようとしているのが本書である。

名誉職自治制度とは町村長をはじめ助役、町村会議員など町村の自治機関を、素人である公民に無給で義務的に担任させようとする制度である。著者は第Ⅰ部「名誉職自治の導入」でこの制度が導入されるまでの過程を検討している。江戸時代には名誉職自治の考えはなく、また明治初期の区制や三新法期にはみられなかったとする。名望家を何らかの形で体制内に取り込むことは、自由民権期の経験からも必要であったのである。

名誉職自治制度は町村制では第8条に規定されているが、その淵源をたどるとプロイセン町村法やイギリス救貧法を継承している。そして、著者はこの制度の導入にはモッセやグナISTの影響が大きいとみる。彼等の考え方は、名望家を懐柔して体制内に取り込み、政党政治や人民の防波堤にしようとしたのであり、それは山県らの構想に合致したものであった。しかし、町村制の元老院の審議では議論百出した。「旧慣を継承せよ」「義務の強制より自発性を」「老成人より青年書生に依拠せよ」といった反対論があったことは、きわめて興味深い。

もっとも、このようにして成立した名誉職自治制が、イギリス、ドイツと異なってブルジョアジーが十分成熟していない日本で、どのように機能しえたかが次の問題となろう。第Ⅱ部「名誉職自治制度の展開」では、この制度の実態を解明しようとしている。著者は様々な具体例をあげながら、制度の理念の実態とに大きなギャップがあったとする。たとえば町村長が頻繁に交代したことは、名誉職拒辞が存在していたとみる。また無給のためかえって官庁への帰属感・従属感の希薄な町村長を多数産みだしたとしている。名望家自治は世話役自治へと徐々に変質していくのである。

これらの分析を通じて著者は次のように結論する。「近代日本の地域社会は民主的な機運に満ちた自立的コミュニティとしての条件をそなえていなかった」と。この指摘があたっているかどうかは問題であり、さらに具体的な事例の検討が必要であろう。しかし、本書が行政史への近年の大きな貢献であることは間違いなからう。

(石川一三夫著  
木鐸社 3,000円)

## ■自治体財政・財務法

### 一自治体法学全集9一

自治体は、憲法上においても、社会的実体としても、独立の組織と権能を有し活動していく団体である。そのためには、人的手段や物的施設を必要とし、さらに給付行政のための資金も必要としており、これらに要する資金と財産(物的基盤)の獲得が自治体にとって重要な課題となる。住民からの租税等による資金のみならず、国から交付を受ける資金にも依存し、また、ある事務事業の費用を、国や他の自治体と分担し合う場合もある。

本書は、こうした自治体の資金や財産をめぐる国、住民、他の自治体等との間の法的関係や、自治体自身の資金や財産についての管理・使用・支出の適正さを確保するための法規範を総称して、「自治体財政・財務法」という、あまり耳慣れない言葉を用いて、体系化し考察したものである。

著者は、自治体の自律性重視という基本的姿勢に立ち、極めて専門性・技術性の強いと思われるこの領域の法規範を“素人”ぶりを発揮して検討したとしている。確か

に、学説や判例評釈の引用は若干少ないとも思えるが、各論点ごとのポイント、問題点は明確に示され、堺市の開発協力金訴訟、岩手県の玉串料訴訟、東京都の議会議長交際費支出に関する訴訟など、最近の注目される事例は網羅されている。

全体は、序章とそれに続く6章で構成されている。自治体財政・財務法の出発点となるのは、自治体財政権であるとの認識に立ち、第1章において、その、国との関係における側面と、住民に対する側面とを総論的に論じ、第2章と第3章とにおいて、具体的事項に即して叙述している。その中で、地方財政法をはじめ、各法に規定される、国と自治体との間における経費の負担区分に関する規律が、生活保護費負担金の負担割合引下げなど、政府の意向により左右される脆弱なものであることを指摘している。また、自治体課税権に対する国の統制については、法定外普通税の許可制度や、非課税措置等について、自治体財政の自律権尊重の立場から、問題を提示している。さらに、地方交付税制度、地方債許可制度等についても問題点があげられている。住民との関係では、地方税の賦課徴収、分担金、使用料等の徴収に関する条例について直接請求から除外されている点をあげ、これを廃止すべきとし、地方税条例について、もっと住民が容易に接近できるようにし、税に関する恒常的チェックを可能ならしめるように指摘している。また、使用料・手数料に関する条例の実際例に即した分析をかなり詳しく行っている。

第4章においては、さして表面に出てこないにもかかわらず、重要な問題領域であ

る自治体相互間における財政負担問題、すなわち自治体間財政について、府県の市町村に対する財政調整的補助金の登場や、広域行政の推進に伴う財政問題等を踏まえ、法的分析を加えている。

第5章では、地方自治法や、同法施行令の財務に関する規定を中心として、判例を多用しつつ、「自治体財務法」として論じている。財務組織、契約等の基本的事項に加え、いわゆる自治体補助金や、グレイ・ゾーンの支出などについても詳しく触れている。

終章においては、自治体財政・財務法はその技術的な性質にもかかわらず、自治体という独立の政府の根本秩序を定めるとともに、自治体住民の権利の保障にかかわる規範としての性質をもつことが強調され、自治体憲法の観点から常にチェックされることの必要性を説いている。

ともすれば技術解説的なものになり易い、自治体財政法、財務法に関する文献の中であって、ひろく地方自治を考えるうえで、むしろ基本的と思われる問題が数多く提示されており、財政・財務担当者のみならず地方自治に携わる者一般にとっても一読すべき書であろう。

( 確井光明著  
学陽書房 4,000円 )

## ■都市の政治学

20世紀を代表した二つの体制、すなわち西側の福祉国家と東側のソ連型社会主義のゆきづまりは、20世紀末の現在が歴史の流れの中の大きな変わり目にあることを示している。そして、このゆきづまりに対する西側の新保守主義による改革、東側のペレストロイカの試みが、現在が大きな政治改

革、体制改革の時代であることを予感させる。このように考える点が、著者の大前提である。

そのうえで、都市あるいは都市自治体のしくみをどう位置づけ、どう構想するかが、現代の体制改革における最大の焦点であり、都市の問題は体制改革の中心に位置づけられるとするのが、本書に一貫して流れる著者の視点である。

本編は5章に分かれている。

まず、「都市と政治の歴史理論」において都市とは何かについて考察を加えている。著者は都市の定義を完結させるには政治の問題を含まなければならないとし、マキェヴェリ、ルソー、ウェーバー、マルクス、エンゲルスの都市論を紹介する。その中で、「近代以前の日本には『自治共同体』としての都市はなかった」という指摘は新鮮である。

次に、「『都市型政治』の時代」において「都市の論理が政治を支配し、都市を基盤としモデルとした政治の理念やしきみがつくられる条件が生まれた」都市の世紀、すなわち20世紀をふり返り、まずアメリカの都市型政治に基づく福祉国家の誕生の過程をいきいきと描く。続いて我が国の場合に言及し、70年代に日本の都市型政治がアメリカとは違った形で現れてきた状況を説明する。そして、この章の締めくくりにして、都市政治理論の先学としての松下圭一・宮本憲一両氏の理論を紹介し、著者独自の都市政治の概念を固め、資本主義の都市政治の展開を理論的に考察する。

「現代都市の政治過程——福祉国家とその変貌」は本書の中核となる部分であり、

現代都市の政治体制・政治過程につき、アメリカと日本を例にして考察を加える。この中で著者は「都市経営論」にふれ、「『都市経営論』は、都市自治体の財政政策の重要性に注意を促した面もあったが、やはり不況を背景にした民間の減量経営論や財界などの革新自治体批判に流された議論という面が色濃くあったことは否定できない」と述べている。ところで、これまでの都市経営論争における都市経営は正しく認識されていた訳ではない。都市経営は決して単なる減量経営と同一視されるものではなく、都市経営概念をきちんと定義することが何より大切なのではないだろうか。

「新しい都市政治をめざして」では、国際化と保守化がからみ合う現代都市の動きについて考察する。世界都市の形成に伴う都市の産業構造、階級・階層構造の変化は、新保守主義の時代を作り出そうとしているが、これに対する都市社会運動を都市改革の手がかりと述べ、都市再生の実践例として、ニューヨークのコミュニティ・ボード、イギリスの住区センターと住区協議会、東京中野区の地域センターと住区協議会、神戸真野地区のまちづくり条例（まちづくり協定）によるまちづくりを紹介する。

最後の「世紀のはざままで——結びにかえて」において著者は、21世紀への都市政治の展望を考えるポイントは、第三次産業化の進行によるヨコ型・ネットワーク型組織化であるとし、さらに、21世紀への都市改革を展望するために農山村を視野に入れ、都市的生活様式と農村的生活様式がそれぞれ独自性を発揮するという価値観を都市にもち込み、「超都市化」に歯止めをかける

ことが都市政治の大きなテーマであるとまとめる。

都市と政治の関係を歴史的に考察し、現状を分析したうえで、将来の政治・社会の革新を都市を軸に展望する意欲的な書物であり、読む者を引きつける。

（加茂利男著  
自治体研究社 1,600円）

## ■都市の公共交通

### ——よりよい都市動脈をつくる——

都市の公共交通は、近年、その重要性は充分認識されているものの、その実情は、ほとんどすべての都市において整備が立ち遅れている状況にある。すなわち、都市部の慢性的混雑の問題、利用者の利便性の問題、交通事業の経営難など幾多の課題を抱えている。

本書は、これらの課題解決に向け、具体的方策の提言を行うため、産官学の各界から鉄軌道やバスなど、公共交通の計画や事業に関心を持つ23名の交通専門家が集まり行った共同研究の成果である。一言でいえば、公共交通の現状、課題から、具体的提言まで、また、分野も計画から経営まで総合的に、数多くの海外事例にも学びながらわかりやすく書いている。

本書は、10章の構成でなっており、そのおおまかな内容を紹介すると、第1章では、都市交通における公共交通の意義について中心に記述されている。すなわち、都市交通問題を解決するためには、①都市計画的施策、②公共交通の優先、③歩行者の優先と人間性の尊重、④マイカー交通の合理化と抑制、以上4つの基本的視点が必要



であるが、現在の日本は、公共交通、歩行者、マイカーのバランス性に欠け、優先度ははなはだ曖昧である点を指摘している。第2章では、鉄道、バス、乗用車、タクシーなど多様な交通手段について、その概要を説明すると同時にその適性分野、機能分担について詳細に述べている。第3章では、最近のエレクトロニクスの目覚ましい進歩により、公共交通にもさまざまな情報処理技術が導入されてきているが、今後さらに省力化、交通サービスの向上、安全性の確保のため、積極的に開発、導入していく必要があるとしている。第4章では、公共交通システム全体の利便化、快適化のためには、乗り換えを改善する公共交通の相互連携システム対策が必要である点を様々な事例を交え、強調している。第5章では、都市整備と交通計画は一体で行われなければならないこと、特に計画的な住宅開発や商業施設開発、再開発などを行う場合、公共交通（特に鉄道）側からみれば、開発利益の内部化が重要である点を事例を交えながら、述べている。第6章では、都市規模と公共交通体系のあり方について、大阪市、仙台市、松山市をケーススタディとしてまとめている。第7章では、公共交通の果たす役割の重要性を再認識すると同時に、一方では、公共交通の経営の現状が大変厳しい状況にあることから、今後、運賃、補助制度、間接受益者負担など、交通政策上の問題を解決する必要があるとしている。また、特に公共交通として、鉄道と道路交通の有機的結合策を考えて、それぞれの分担と協調限界を定めた政策を確立して、政府および地方自治体・交通事業者間

で調和のとれた投資が必要であることを提唱している。第8章では、現行の鉄道整備財源として工夫の求められる補助金、開発利益の還元などについてその制度について述べるとともに、今後の補助政策の着目点などについて提言を行っている。第9章では、公共交通の計画を立案するための一般的な考え方と方法をまとめている。すなわち、計画立案する際に考慮すべき要素として、①交通を取り巻く諸条件の変化、②総合交通体系の配慮、③既存交通施設の利用があり、これらの他、現実の要請にあった適切な検討が必要であるとしている。最後の第10章では、都市公共交通の改善の方向として、過去の都市公共交通の変遷を踏まえ、今、さらに将来何が求められているかについて、①ソフト面から改善策、②ハード面からの改善策、③その他の改善策に分類し、言及している。

都市の公共交通のあり方は、都市問題を解決するには避けて通れない重要な問題であり、それが体系的にまどめられたということは非常に意義深いことであり、交通事業関係者だけでなく、行政に携わる人をはじめ多くの人には是非一読をお勧めしたい書である。

（天野光三編）

技報堂出版 5,800円

## ■都市緑地

——人間のための都市づくりの視点に立って——

都市問題において“アメニティ”という言葉が一般に知られるようになって、まだ5～6年位しか経っていないと思われる

が、最近では種々な分野で普通名詞のごとく使われている。このように、アメニティが使われる背景には、物事を一面的な機能論で捉えるのではなく、立体的にかつ柔らかく見ようとする姿勢が窺われる。道路や河川などのハードな都市施設においてすら、この傾向は見られ、建築・商業の分野では必然の観がある。経済力の充実による内需拡大に呼応して、街の彼方此方では、新たな視点に立った個性ある空間の創造が行なわれつつある。今やまさに、各々がパフォーマンスを競い合う時代に入ったとも言える。しかし、都市全体としてはどうかであろうか、特に大都市において調和のとれたパフォーマンスになっているであろうか。オーケストラにおいて、個人の技量より全体のハーモニーが尊重されるように、都市においても全体の調和が非常に重要である。然らば、オーケストラのコンダクターよろしく、都市の調和を指揮する物は何であろうか。本書の著者は、「都市美」「アメニティ」「生態系」「アクセス」の4つを、都市づくり(都市計画)の基本として論じており、部分に走りやすい安易な施設づくりに警句を發するとともに、常に高い視点に立った都市づくりの方向を提示している。

本書において、着目すべき点の第一は、緑地の機能を、客観的機能(理科学的機能)と主観的機能(美的又はアメニティ的機能)とに分類したごとく、「機能を異にし、認識パターンの全然違うものを混同させたまにすると、緑地計画の理論的根拠が不明確になり、計画を非合理的なものにしてしまう。」という著者の原点としての姿勢である。この姿勢は、各章において一貫し

ており、計量可能な機能と不可能な機能を対比させ、各々が計量化に関わりなく重要な機能であることを力説している。しかも計量可能な機能については可能な限り計量化の努力を尽すべきことを訴え、不可能な機能には哲学・風土・文化など多方面からの傍証によって、光を当てようとしている。人間と環境の関わりにおいて、緑地の必要性は早くから認められていたが、その機能の計量化が困難であったが為に、都市づくりにおいては、必ずしも重要視されて来たとは言い難い。都市計画と緑地機能の計量化に深く携った筆者が説く、計量化の努力と不能な機能の確立は、この分野に関わる人達への方向を示唆していると思われる。

第二の点としては、随所に見られる一見大胆とも思われる著者の提案である。オープンスペースの分類を初めとする、住区基幹公園の計画標準の変更や、地域制緑地体系の相互の関係を正すための「存在緑地基本法」など、柔軟な考察に基づく斬新な提案がなされている。提案の内容そのものの評価は、今後の議論を待つことになると思われるが、提案の根底に流れている人間性に主眼を置いた環境づくりとしての都市緑地の在り方については、異論を挟む余地はなからう。特に、「都市の本質はアクセスである」との見解は、卓見である。

その他にも、「都市美」や「アメニティ」の性状・特質・概念を、多方面から明確にしようとしている点や、欧米の緑地計画事例の紹介など、本書は都市づくりに携わる者にとって、刺激的な書物である。

(高原栄重著  
鹿島出版会 3,200円)

## 編 集 後 記

\* 新しい年を迎えた。この年末・年始の休暇を海外ですごした人の数は、円高の影響もあって史上最高であったようだ。正月をスキー場や温泉で迎えた人も多いだろう。

\* 日常生活の場から離れて休暇を楽しむことは、心身をリフレッシュさせ、新たな活力を生み出す原動力ともなるだろう。しかし遠出をせずとも、都会にもオアシスは存在するのではないだろうか。そこで今回は「都市と観光」を特集した。

\* まず総論として、高寄昇三甲南大学教授に「自治体の観光政策」と題して論じていただいた。続いて「観光都市神戸」の実戦部隊ともいえる行政担当者としての立場から、担当局の主管課長にそれぞれ、「神戸港と観光」、「農業観光の戦略」、「ホテルと観光」と題して報告をいただいた。さらに、新しい神戸のレジャー施設として期待されている六甲アイランドの“ウォーターワンダーワールド”の概要を(株)西武百貨店関西開発プロジェクト部長西山捷一氏にまとめていただいた。続いて伝統と時代の要請との調和が求められる温泉における観光について有馬温泉観光協会前企画宣伝部長弓削敏行氏に「新しい温泉観光」と題し、最後に旅行者の立場から観光の素材としての神戸を、JTB神戸三ノ宮支店長黒田昌利氏に「観光ビジネスとしての神戸」と題してそれぞれ論じていただいた。

## 都市政策バックナンバー

- 第43号 特集 マスタープランへの視点 1986年4月1日発行
- 第44号 特集 ニューメディア・シティへの視点 1986年7月1日発行
- 第45号 特集 都市開発と人口政策 1986年10月1日発行
- 第46号 特集 民活と大型プロジェクトの展開 1987年1月1日発行
- 第47号 特集 地域開発とその経営 1987年4月1日発行
- 第48号 特集 福祉サービスの展開 1987年7月1日発行
- 第49号 特集 自治体テレビ広報への視点 1987年10月1日発行
- 第50号 特集 民活事業方式の検討とその展望 1988年1月1日発行
- 第51号 特集 地方財政の政策的課題 1988年4月1日発行
- 第52号 特集 都市生活の国際化 1988年7月1日発行
- 第53号 特集 国際経済と港湾都市 1988年10月1日発行

### ☆年間予約購読のおすすめ

書店にて入手困難な方は、当研究所へ直接お申込み下さい。

予約購読の場合、送料は当研究所が負担いたします。

季 刊 都 市 政 策

第 54 号

印刷 昭和63年12月20日 発行 昭和64年1月1日  
発行所 財団法人神戸都市問題研究所 発行人 高 寄 昇 三  
〒651 神戸市中央区浜辺通5丁目1番14号(神戸商工貿易センタービル18F)

振替口座 神戸 3-75887 電話 (078) 252-0984

発売元 勁 草 書 房

〒112 東京都文京区後楽2の23の15

振替口座 東京 5-175253 電話 (03) 814-6861

印刷 田中印刷出版株式会社

● 自治体人事の総合的検証

# 自治体人事革新の時代

月刊『地方自治職員研修』臨増 No. 29

A5判 304頁 定価 一五〇〇円(〒75円)

今、自治体の人事・組織が大きく変わろうとしている。構造転換、地域間競争の時代の中で自治体の組織はどうあるべきなのか。昇任問題の現状を東京都、埼玉県、横浜市、札幌市、都下の自治体で検証、首長が初めて語る「活性化のための人事」、神戸市、名古屋市、北九州市、宝塚市等のユニークな人事・組織施策も収録。また最近自治体が注目している先進的な民間企業の人事パラダイムも紹介している注目の書。

■ 福祉の視点でまちをつくる初のテキスト

# 高齢者の社会参加とまちづくり

清水浩志郎・秋山哲男編著

B6判 220頁 定価 一七〇〇円(〒250円)

行政が取り組んでいる今最も大きなテーマ、高齢化。ハンディキャップを持つ人がいきいきと暮らせるまちをつくるための理論とノウハウを収めた初の書。交通政策、居住環境等について具体的な手法と先進事例を紹介している。

## 公務職員研修協会

〒101 東京都千代田区神田神保町2-12 phone:03-230-3701 fax:03-262-4910

## 自治研修

編集

自治大学校・地方自治研究資料センター

〒106 東京都港区南麻布4-6-2

電話 (03) 444-3281

発行所

第一法規出版株式会社

〒107 東京都港区南青山2-11-17

電話 (03) 404-2251

振替口座東京 3-133197

1989. 1 No. 347

10月号 毎月10日発行

定価 450円

年間購読料 6,705円

(臨時増刊号送料を含む)

特集 研修指導者の育成

△総論▽  
これからの職員研修と研修指導者の育成  
山田雄一  
(明治大学教授)

△各論▽

OJTを有効に行うための指導者

土井正己  
(土井能力開発研究所所長)

研修指導者の育成のための第一ステップ  
P) Officer-JTを中心に  
戸田義昭  
(日本航空能力開発室)

市町村における研修指導者の育成

● Part 1  
(栃木県職員研修所)

● Part 2

(北海道自治研修所)

△レポート▽

職場における人材育成の研究

(自治省公務員第二課)

△連載▽

地方自治制度の論点

(自治大学校教授室)

自治大学校の研修から

(自治大学校研究部)

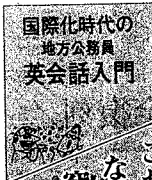
講師登壇

長野信一  
(日本体育大学)

地方行政セミナー

(自治大学校研究部)

自治大フアイル (自治大学校研究部)



国際化時代の

11月10日刊行

# 地方公務員 英会話入門

A5判 250頁 定価 2,500円

これ一冊で公務に必要  
な英会話はすべてOK。  
窓口、電話の応対から、  
来客の出迎え、海外出張  
まで、知っておきたい会話集

公人の友社

## 第1章 外国人がやってきた

- ・外国人登録に
- ・健康保健への加入申請に
- ・公立学校への入学

(書類の申請)に

- ・運転免許の申請に

## 第2章 英語で電話がかかってきた

- ・日本語教室の問い合わせ
- ・公共のスポーツ施設は
- ・市町村の観光案内①(全般)
- ・市町村の観光案内②

(浮世絵博物館)

## 第3章 外国からVIP(お客様)がやってきた

- ・何時何分に空港に?
- ・空港での出迎え
- ・タクシーの中でスケジュールの確認
- ・庁舎で外国人を紹介

## 第4章 海外へ出かける(海外出張)

- ・空港で
- ・ホテルの予約
- ・役所訪問
- ・ジョン氏とあって

# 戦後地方行財政資料 全4巻 別巻2 完結

編集—財団法人神戸都市問題研究所・地方行財政制度資料刊行会  
監修—足立忠夫・柴田 護・星野光男・宮崎辰雄・山田幸男

第1巻 政府地方行財政資料

第2巻 地域開発関連資料

第3巻 地方団体地方行財政資料 上巻

第4巻 地方団体地方行財政資料 下巻

別巻1 ショップ使節団日本税制報告書

別巻2 占領軍地方行政資料

- ・戦後の地方自治における行財政資料は膨大な量にのぼる。本書は、この地方行財政資料を項目毎に収録したものである。
- ・資料のうちには、今日においては容易に入手しがたいものも多く、地方自治体及び地方自治研究者の研究・調査の利便、水準向上のために不可欠のものである。

発行所 株式会社

勁草書房

〒112 東京都文京区後楽  
2-23-15

振替/東京5-175253

電話 (03) 814-6861〔営業〕  
(03) 815-5277〔編集〕

定価 各巻 17,000円

地方自治，都市経営の原典と実践の書。  
今日なお尽きぬ豊かな示唆と発想と  
政策課題への生きた対応能力を  
与えてくれる必読の名著，ここに完全復刻！

地方自治古典叢書

1. **都市政策の理論と実際**

関 一著

2. **応用市政論** 安部磯雄著

3. **都市独占事業論**

安部磯雄著

4. 改訂 **都市経営論** 池田宏著

編集発行 (財)神戸都市問題研究所・地方自治  
古典叢書刊行会

編集代表 宮崎辰雄

編集委員 伊東光晴・佐藤進・柴田徳衛  
柴田護・高寄昇三・新野幸次郎  
藤田武夫・宮本憲一

**学陽書房**

● A5判上製函入

● 390～580ページ 各定価 4,000円

● 本文は写真製版による完全復刻版

東京都千代田区富士見1-7-5

TEL 03 (261) 1111

振替東京7・84240

---

---

## 神戸都市問題研究所出版案内

---

---

### 都市政策論集

- |       |                   |          |
|-------|-------------------|----------|
| ☆第1集  | 消費者問題の理論と実践       | 定価 2700円 |
| ☆第2集  | 都市経営の理論と実践        | 定価 2200円 |
| ☆第3集  | コミュニティ行政の理論と実践    | 定価 1700円 |
| ☆第4集  | 都市づくりの理論と実践       | 定価 2600円 |
| ☆第5集  | 広報・広聴の理論と実践       | 定価 2500円 |
| ☆第6集  | 公共料金の理論と実践        | 定価 2200円 |
| ☆第7集  | 経済開発の理論と実践        | 定価 1700円 |
| ☆第8集  | 自治体OAシステムの理論と実践   | 定価 2000円 |
| ☆第9集  | 交通経営の理論と実践        | 定価 2000円 |
| ☆第10集 | 高齢者福祉の理論と実践       | 定価 2200円 |
| ☆第11集 | 海上都市への理論と実践       | 定価 2200円 |
| ☆第12集 | コンベンション都市戦略の理論と実践 | 定価 2500円 |

### 都市研究報告

- |      |                          |          |
|------|--------------------------|----------|
| ☆第3号 | 公共投資の効果に関する<br>実証的分析     | 定価 4000円 |
| ☆第5号 | インナーシティ再生の<br>ための政策ビジョン  | 定価 3000円 |
| ☆第6号 | 神戸／海上文化都市への構図            | 定価 3500円 |
| ☆第7号 | 神戸・コンベンション都市への<br>政策ビジョン | 定価 4000円 |
| ☆第8号 | 集合住宅管理の課題と展望             | 定価 2000円 |
| ☆第9号 | 地方自治体へのOAシステム導入          | 定価 5000円 |

※ ご購入は書店または神戸都市問題研究所へお申し込み下さい。



季刊 都市政策 '第54号 ISBN 4-326-96078-7 C3331 ¥550E

発売元 **勁草書房**

東京都文京区後楽2-23-15  
振替東京 5-175253 電03-814-6861

定価 550円