

都市政策

季刊 第121号 '05.10

特集 集客観光都市の創造

- 集客・観光の都市的課題……………貴多野 乃武次
成熟都市の集客産業の展望……………宗 田 好 史
「集客・観光・交流」型の都市観光行政……………中 尾 清
観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて
……………高 崎 邦 子
心で観る歴史……………小 池 弘 三
震災復興から『観光交流都市』へ……………中 瀬 俊 明

行政資料

- 「健康を楽しむまちづくり懇話会」報告書
……………神戸市企画調整局
こうべ ICT 推進計画の概要 ……………神戸市企画調整局
兵庫・長田区南部地域の活性化提案
……………市街地西部活性化共同研究会

財団法人 神戸都市問題研究所

都市政策

第120号 主要目次 特集 地方自治体の人事・給与

地方公務員任用の多様化・弾力化	稲 継 裕 昭
自治体人事給与行政の改革	高 寄 昇 三
自治体給与システムに関する一考察	野見山 宏
人材育成型人事考課制度の設計思想	小 堀 喜 康
寝屋川市における360度人事評価制度の取組	
.....	寝屋川市総務部人事室
組合の視点からみた地方自治体の人事・給与	大 森 光 則

行政資料

「新たなビジョン（中期計画）」の概要	神戸市企画調整局
平成16年度 神戸市チャレンジ研究員研究報告書（概要版）	
.....	（財）神戸都市問題研究所

次号予告 第122号 特集 空港が開く都市の未来

2006年1月1日 発行予定

「知識創造型社会における空港の役割」	黒 田 勝 彦
「空港の活用によるまちづくり」	川 端 直 志
「ビジネスジェットの今後の展望」	橋 爪 孝 之
「親しまれる神戸空港づくり」	神戸市みなと総局空港整備室

は し が き

観光は、関連産業の裾野が広く、国や地方の経済、人々の雇用、地域の活性化に大きな影響を及ぼすものであり、21世紀のリーディング産業として期待されている。

また、世界観光機関（WTO）によると、平成22年（2010年）における全世界の外国旅行者数は、10億人に、平成32年（2020年）は16億人になると予想されている。特に、経済発展の著しい東アジアについては、爆発的な増加が見込まれている。

そこで、国においては、小泉首相が自らイニシアチブをとり、「2003年をツーリズム元年」に位置づけるとともに、2003年1月には、2010年までに、訪日外国人旅行者を倍増させ、1,000万人にすると表明し、観光立国の実現を政策目標に掲げた。これを受けて、3月から、ビジット・ジャパン・キャンペーンがスタートし、7月には、「観光立国行動計画」が策定された。

一方、国内の各都市においては、観光振興を通じて、都市の活性化、新しい地域文化の創造など、地域振興に取り組んでいる。

神戸市においても、観光が21世紀のリーディング産業であり、地域の魅力を向上させる施策の総合体であるという「まちづくりの原点」としての地域創造機能に着目し、人が集い、交流し、魅力あふれる「観光交流都市」を目指していくため、「神戸観光アクションプラン」を平成16年2月に策定した。このプランは、「おしゃれな街」を基本コンセプトとし、アーバンリゾートのアピールと情報発信の強化等を基本戦略とし、具体的なアクションプログラムを掲げている。

本号では、集客観光都市をテーマとして、観光立国時代における自治体の役割や、政策に関する議論を深めていくため、様々な立場から述べていただいた。

「集客・観光の都市的課題」では、観光立国を巡る実態、集客・都市観光の原点について論じ、「成熟都市の集客産業の展望」では、近年のヨーロッパにおける都市再生を踏まえて産業遺産を生かした集客都市づくりを提案し、また「集客・観光・交流型の都市観光行政」では、「集客・観光・交流型」の都市観光行政のキーとなる「広域観光」連携を提案している。そして、「観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて」では、自治体とお客との双方からのニーズの調査を通じて、西日本各地での「ひと・もの・情報の交流」を活性化する方法や従来の取組みの改善点などについて分析を加えている。また、「心で観る歴史」では、須磨寺にまつわる平家物語論について考察がなされている。「震災復興から観光交流都市へ」では、神戸市における、震災後の観光復興の取組みと「観光交流都市」を目指した取組みとが述べられている。

特 集 集客観光都市の創造

集客・観光の都市的課題……………	貴多野 乃武次	3
成熟都市の集客産業の展望……………	宗 田 好 史	16
「集客・観光・交流」型の都市観光行政……………	中 尾 清	30
観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて ……………	高 崎 邦 子	43
心で観る歴史……………	小 池 弘 三	57
震災復興から『観光交流都市』へ……………	中 瀬 俊 明	68

潮流

アスベスト(石綿)問題 (80)	第7回アジア・太平洋地域エイズ国際会議(83)
公益通報者保護法と内部通報制度(85)	国土形成計画(87)
路線価(90)	

行政資料

「健康を楽しむまちづくり懇話会」報告書……………	神戸市企画調整局	92
こうべ ICT 推進計画の概要……………	神戸市企画調整局	118
兵庫・長田区南部地域の活性化提案 ……………	市街地西部活性化共同研究会	122

新刊紹介

現代スイスの都市と自治(129)	生活者起点の「行政革命」(130)
ソーシャル・キャピタル(131)	

集客・観光の都市的課題

貴多野 乃武次

(阪南大学教授)

1. 観光は救世主か

近年、観光振興を施策に謳わない自治体は少ない。それは、国の「観光立国」宣言（2003年）に後押しされて増えたともいえるが、それよりもバブル期以降の都市や町の閉塞感に起因すると考えられる。土地本位の経済システムが破綻し、多くのハコモノ集客装置が機能不全に陥って久しい。そして「失われた10年」が終わると、それらハコモノ再生が、外資の活躍の話題とともに、各地でとりざたされている。多くのハコモノが観光振興の過程で生まれたことは記憶に新しいが、そのハコモノ再生が、またぞろ観光振興を呼んでいるのは皮肉である。

電車で5分、10分も走れば隣の市に至るような地域でも、それぞれの自治体が観光振興を謳うが、隣接市間の観光振興施策の差別化など望むべくもない。このことは都道府県レベルの観光振興にも当てはまり、極論すれば、北海道と沖縄ほどの気候風土の違いを除けば、全国どこの自治体の観光振興策も似たり寄ったり画一的で、地名や地域名を変えれば、どこでも通用する観光振興策が花盛りである。

国は、1995年、「観光立国への戦略」（正式には、運輸省（当時）観光政策審議会が同年6月に答申した「今後の観光政策の基本的な方向」）で、「観光は、21世紀のわが国経済社会の発展の核となりうる重要性を有し」、「国内産業の空洞化の懸念に対し、21世紀のわが国の経済構造を安定的なものとし、新しい雇用を創出できるのは観光産業である」と高らかに宣言した。この「観光救世主宣言」にもかかわらず、わが国の観光産業は、いっこうに「経済社会の発展の

核」にならず、逆に「経済構造を不安定なものにし」、「雇用が縮小する」逆貢献の「失われた10年」であった。

そして、ようやくバブルの後遺症が癒え、観光産業ではなく製造業が元気を取り戻しはじめたところで、あらためて「観光立国」を宣言した。歴代内閣初のこの宣言への目下の取り組みは、いまのところキャンペーン中心で、「経済社会の発展の核」となり、「経済構造の安定」化と「新しい雇用の創出」に資するものにはなっていないが、政府、自治体、産業界の期待は大きい。

先の答申は、「観光産業は21世紀の経済を牽引する基幹産業」だから、「国内雇用を新しく創出する」という。ところで、「観光産業」って何？ 答申では、「観光産業は、旅行業、交通産業、宿泊業、飲食産業、アミューズメント産業、土産品産業、旅行関連産業等幅広い分野を包含した産業」であるという。観光産業の顧客を「観光客」と言うが、それではビジネス（業務）客は観光客か？ ビジネス客も旅行者者に手配を頼んだり、飛行機、新幹線などの交通産業を利用したり、ホテル・旅館などの宿泊施設や飲食店を使う。また、盆暮に故郷に帰省する人々は、宿泊施設の利用は少ないだろうが、交通産業を利用するし、土産品を買い、故郷に帰れば、飲食店も利用するが、かれらは観光客か。『観光白書』では、国内宿泊旅行に「観光」のみならず「帰省」や「業務」も含むので、観光客、帰省客、ビジネス客は旅行客を分類したものである。

わが国では、「“観光”産業」や「“観光”客」の“観光”という言葉の定義があいまいである。「観光産業」という産業は、日本標準産業分類のどこにも見当たらない。産業分類は、そもそも供給側の分類だから、「観光」という、消費者の行動目的を表わす言葉を冠することはふさわしくないのだが、消費者の観光行動の範囲が広いので、おのずから関連する産業分野が広がり、よく「観光産業の裾野は広い」と言われる。それでは、同じように「労働」「居住」「家事」「学習」「健康」といった消費者の行動目的でもって既存の産業分類を括りなおして比較するとどうなるだろう。

先の答申の前文では、観光を「余暇時間の中で、日常生活圏を離れて行う様々な活動であって、触れ合い、学び、遊ぶということを目的とするもの」と、時

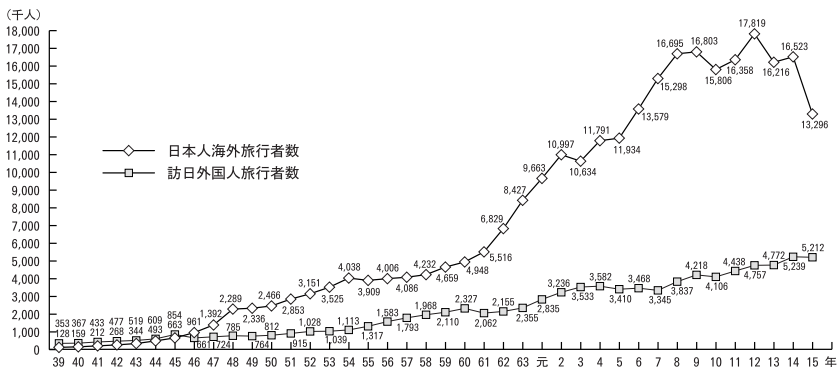
間・空間・目的の3つの要素で定義するが、これら要素の定義があいまいなために、そのあいまいさが個人のレベルに還元されると、10人10色、いやときに1人10色の“観光”観が生まれ、あいまいさが増殖される。観光のあいまいさが最も顕著に現れるのが、観光客数統計である。

観光の定義があいまいな状況にあっては、「観光は救世主である」と断定できないが、わが国は「観光立国」を宣言した。

2. 観光立国

日本人海外旅行者は80年代半ばから急増し、1996（平成8）年に1,600万人台に達した後、2000（平成12）年に1,780万人を数えたが、グラフ（図－1）を見ると、踊り場を迎えているようにも見える〔2003（平成15）年の落ち込みはSARSとイラク戦争の影響〕。一方、訪日外国人旅行者は微増を続け、2002（平成14）年に500万人台に達し、2003（平成15）年は、SARSの影響で微減したが、2004（平成16）年は600万人台に達した。しかし、両者の差はまだ1,000万人ほどあり、そのうえ消費額の差が大きく、その結果、わが国の国際旅行収支（旅客輸送を含む）の赤字は、2002（平成14）年には3.5兆円で、同年の貿易収支の黒字額11.7兆円と比べても、国際旅行収支の赤字の大きさは顕著で、これ以上放置できないので、国際旅行収支の改善を掲げ、「観光立国」

図－1 日本人海外旅行者数、訪日外国人旅行者数の推移



出所：国土交通省編『平成16年度 観光白書』p.7

を宣言した。

わが国は、「IT立国」「環境立国」「知財立国」「科学技術創造立国」「金融サービス立国」など立国が花盛りだが、「観光立国」は初めてで、閉塞感が漂う「国の気分」を一新させるには格好のテーマであった。

国際旅行収支を改善するためには、海外旅行者数を減らすか、訪日客数を増やせばよい。海外旅行者数は踊り場を迎えているように見えるが、国際交流を積極的に推進しようとする一方で、国が海外旅行者数を減らす施策を打ち出すことは、国内外に大きな影響を与えるので、難しい。そこで、日本のよさを日本人に再認識してもらい、国民の国内観光需要を喚起する「リアルジャパン・キャンペーン」(2001年～2003年)を活用して、海外旅行に向かう国民の足を国内に向けさせるというのは一案である。しかし、そのためには、国内旅行の評価が、海外旅行の評価を上回らなければならない。

旅行の評価は、「満足度÷コスト」で表わされ、満足度は「知覚－期待」の差で、知覚が期待を上回れば「感動」、同じなら「満足」、下回れば「不満」を生む。コストには金銭コストだけでなく、身体的・心理的なコストも含まれるが、それらは数値化が難しく、ここでは金銭コストだけをとりあげる。また、コストは期待を形成する要因でもあり、期待は「口コミ」「個人のニーズ」「過去の経験」「宣伝・広報」などの要素で形成され、これらの要素のなかにも金銭コストが含まれるが、ここではそのことを考慮しない。

国土交通省の旅行消費の推計(2001年)によれば、1回当たり客単価は国内宿泊旅行43,675円、海外旅行380,100円で、海外は国内の8.7倍だが、1回の平均旅行日数は国内2.6日、海外8.4日なので、1日当たりのコスト格差は、海外は国内の2.7倍である。したがって、先の「満足度÷コスト」で表わされる旅行の評価によれば、海外旅行の満足度が国内旅行の2.7倍未満でない、海外旅行から国内旅行へスイッチしない。仮に旅行の満足度を思い出の持続期間で測るなら、筆者の旅行体験だと、10倍くらいの差がある。

訪日客の増加についても旅行の評価はあてはまり、その場合、競争国との評価競争になる。ところが、わが国の主要顧客である東アジア諸国については、

わが国への旅行コストが高すぎることで大きな障害になっていることは調査で明らかである。もっとも、旅行の評価を比較する前に、旅行の障害となるビザ発給の緩和など制度的課題は多いのであるが。

訪日客数の順位は、1999年来、韓国、台湾、アメリカ、中国、香港と変わらないが、それぞれの国の訪日客数の推移は、訪日旅行の評価を知るひとつの手がかりになる。これをアジア人のアジア訪問について見ると、たとえば、韓国人は、1999年に日本を94万人、中国を99万人訪問したが、2002年には日本訪問127万人に比し、中国訪問は212万人と、その差は拡大した。台湾人は、もともと中国訪問（1999年258万人）、香港訪問（1999年206万人）が多く、その後も両国訪問は増えているが、日本訪問は、1999年93万人が2002年88万人と減少傾向にある。中国人は、香港訪問（1999年320万人、2002年683万人）を別にすれば、アジアでは、2002年、タイ（80万人）、ベトナム（72万人）、シンガポール（67万人）、マレーシア（56万人）、韓国（54万人）に次いで日本は45万人と少ない。

一方、欧米人のアジア訪問について見ると、アメリカ人は、2002年、第1位が中国112万人で、日本は73万人で香港に次いで第2位だが、1999年比の伸び率は、マレーシア54%、中国52%、タイ20%、台湾19%、香港17%、韓国16%に対し、日本はわずか5%である。出国者数世界一（2002年7,330万人）で、国際旅行収支ワースト1（2001年290億ドルの赤字）のドイツ（日本はワースト2位で230億ドル）のアジア訪問では、日本は9.4万人、第6位で、1位のタイ41万人の23%である。欧米客はアジア客より訪日コストのバリアーは低いので、満足度が旅行の評価を大きく左右する。

このように見てくると、海外旅行者の国内旅行へのスイッチが難しく、また訪日客の増加も、競争を考えると、楽観できない。実際、「中国の海外旅行者数は2004年2,885万人になり、日本訪問客は37%増加して61万人になったが、中国では割安な『欧州遊』（ヨーロッパツアー）の人気に火がつき、多くの中国人は料金が高い日本ツアーに関心を示さなくなった」（『朝日新聞』2005年6月4日）という。

欧米諸国のオリエンタリズムが日本を見捨て他のアジア諸国に向かい、アジア諸国のオキシデンタリズムは、擬似モデルであった日本を見捨てほんものの欧米に向かうという、わが国の国際旅行の最悪のシナリオも予想できないわけではない。

3. 観光マーケティングの再興

マーケティングの原点に「調査」がある。マーケティングは「調査に始まり調査に終わる」と言われるが、調査は目標設定、戦略策定、評価のためにある。逆に言うなら、目標設定、戦略策定、評価に役立たない調査は、マーケティング上、無意味である。そんな調査があるのか？ ある。なかでも国内観光統計に多い。その代表的なものが自治体の観光客数統計である。

わが国の自治体の観光客数統計は、域内の観光施設の入込客数を加算して算出する方式が多い。なかには、観光施設間の重複利用を調べ、延べ人数ではなく実人数で算出するところもあるが、調査に費用も時間もかかるので、そのような方式をとる自治体は少ない。

しかし、仮に入込客数が分かったとして、その数字にいったいどんな意味があるのか。他の自治体の数字と比較して意味があるのか。そのためには、比較する自治体が同じ基準と方式でもって入込客数を調査しなければならない。数字の比較は競争戦略実行の評価でもあるが、自治体間に競争の原理が働いているのか。また、観光施設の選択基準が統一されていなければならないが、そこに担当者の恣意が入る余地はないのか。入込客数の推移は自治体の観光戦略の評価になるが、そもそも戦略評価のベースとなる入込客数の目標値を設定しているのか。さらには、調査で入込客についてどこまでのことがわかるのか。たとえば、性別、年齢別、月別、目的別、発地別、利用交通機関別、訪問回数別入込客数と消費額などのデータである。もちろん、仮にこうしたデータがあっても、これを目標設定と戦略策定に使わなければ、絵に描いた餅である。

このような疑問が次々に湧いてくるほど、わが国の自治体の観光統計はマーケティング上の意味が不明である。

観光立国を掲げる政府は、こうした実態を憂慮し（既に1995年の答申でも指摘していた）、「地域によって異なる観光統計の調査・集計に基準を設け、2007年度にも全国一律の方式に移行させる。観光客数は、ホテル・旅館などの宿泊者数に推計による日帰り客数を合算する方式が有力だ。・・・日帰り客数は、日本観光協会が用いる宿泊者数に変数を掛ける推計方式を採用する見通しだ」（『日本経済新聞』2005年6月4日）。

ようやく観光客数統計が本格的に整備されることになったが、それでは、これまでの観光政策はいったいなんだったのかと言いたくなる。今回の全国一律方式を契機に、統計データが整備され、目標設定、戦略策定、評価のベースとして活用されることを期待する。

ところで、「観光」を英語で sightseeing あるいは tourism と訳すが、sightseeing は風景や名所をあちこち見て回る場合に使われ、観光立国だの観光政策という場合は tourism が使われる。つまり、tourism は sightseeing という行動を含むのである。したがって、これまで本稿で使ってきた「観光」は tourism である。

tourist は tourism から派生し、わが国ではそれを「観光客」と訳すが、WTO（世界観光機関）の定義では、tourist は1泊以上1年未満の宿泊客であり、same-day visitor が日帰り客である。そして、国際観光の主体が宿泊客である tourist であることからしても、tourism の主体が宿泊客である tourist であることは明らかで、したがって観光統計も宿泊客データが中心で、日帰り客は宿泊客との関連において捉えられるという、今回の観光統計の整備の考え方もうなずける。『観光白書』においても、宿泊旅行はとりあげるが、日帰り旅行はとりあげないのも、同じ考え方によるのであろう。

『観光白書』によれば、1998年、国民の国内宿泊回数は延べ2億500万回である。一方、『日帰り観光レクリエーション統計』（日本観光協会、1998年）によれば、18歳以上の国民の日帰り観光の回数は約39億人回で、巨大市場を形成する。わが国は、国土が狭いのでおのずから日帰り旅行が多く、また極東の島国ゆえ海外旅行の地理的・心理的バリアーもあって、出国率は低く（2002年13

%)、そのぶん国内日帰り旅行が多くなる。

日本と同じように国土の狭い英国では、立地上出国率は高いが（2002年100.5%）、日帰り客を「少なくとも3時間以上自宅を離れ、往復20マイル（32km）以上、定期的な旅行ではなく、通常の旅行範囲を超えて移動する旅行者」と明確に定義し、多くのツーリズム研究は日帰り客をも対象とする。わが国では、『観光白書』に示されるように、ともすれば国際旅行、宿泊旅行に目をやりがちだが、巨大市場を形成する国内日帰り観光を軽視しては、観光マーケティングを過つことになる。

わが国の日帰り観光客の76%が「飲食・買物」を楽しみ、「映画・演劇・音楽会」や「都市散策」を楽しむ人も4割を超える（前掲、1998年日本観光協会調査）。東京の丸の内や六本木の開発に明らかなように、都市化の進展が「都市観光 urban tourism」を促進するが、都市観光では、観光とは何か、観光客は誰かが厳しく問われる。

4. 都市観光

筆者の手元に『歩く沖縄』（ふれすアルファ、2003年）というガイドブックがある。それは、以前沖縄旅行の折、自動車社会の沖縄を「歩く」のに興味を引かれて買った本である。その本では、飲食・物販店が「うちなーんちゅ含有率」40%、70%、99%といった数字で紹介されている。この数字は地元民の店舗利用率を表わしているのだが、これが店舗選びにたいへん役立つ。もちろん、選ぶのは「うちなーんちゅ含有率」の高い、つまり地元民御用達の店であって、含有率が低い、つまり観光客相手の店舗は敬遠する。観光客の観光施設利用率を「T（ツーリスト）係数」というが、「うちなーんちゅ含有率」はその逆で、地元民の利用率を表わす。

観光客の多くが、旅行会社の推薦する土産物店や飲食店を敬遠し、地元民が愛用する店を利用したがるのはなぜか。

人は、帰るところがあるから旅をする。その旅先は「非日常」であることもあれば、「異日常」であることもある。非日常性を高めるために、しばしば

「物語」が用いられ、異日常性を高めるために、しばしば地域「固有の文化」が用いられる。非日常性は、日常との断絶ゆえに自己完結するが、日常にもどったとき、お土産と写真が非日常世界を再生させ、人々をリピートさせる誘因となるが、リピートしないと、非日常性はやがて日常世界から失われる。一方、異日常性は、固有の文化による日常との差異から生まれるが、日常と断絶せず、日常世界と連続する。そして、リピートするうちに、異日常はモデルとなって日常世界に取り入れられるか、旅人みずから、それまでの日常世界からモデルとなった異日常世界に移住する。

この「異日常の旅」が「都市観光 urban tourism」である。都市観光では、ホストは住民で、彼らのライフスタイルが、ゲストである旅人のモデルとなる。私たちがパリやロンドンやニューヨークを観光するのは、パリジャンやロンドンっ子やニューヨーカーのライフスタイルにあこがれ、それを垣間見、体験したいからで、ルイ・ヴィトンの鞆はお土産でなく、異日常世界のモデルとして日常世界で実用するのである。

都市は、古来「ライフスタイルの展示場」であり、そのことの魅力が都市に多くの人を住ませ、多くの人を引き付けてきた。かつて都市のライフスタイルを提示するのは王侯・貴族であったが、今日では富裕層や文化人、芸能人などで、彼らのライフスタイルは住民のあこがれであり、また他の町に住む人たちの訪問の誘因となる。そして、ライフスタイルが上演される舞台、たとえば劇場、美術館・博物館、大聖堂、ホテル、レストラン、ショップ、そして邸宅・庭園、さらにはスポーツ・イベントやカーニバルなどが都市のアトラクションで、それらの第一次顧客は富裕層や文化人、芸能人などの住民、第二次顧客が一般住民で、他の町からの訪問客（ビジター）が第三次顧客として登場するとき、都市のアトラクションは「ビジター・アトラクション visitor attractions」となる。

いま集客都市、都市観光で大切なことは、第一に、それぞれの都市に固有のライフスタイルを構築することであって、第三次顧客を主要な標的にしたビジター・アトラクションづくりではない。ビジター・アトラクションに血道をあ

げると、それらはやがて「ツーリスト・バブル tourist bubble」となり、ビジターの要塞と化す。

第二は、都市のアトラクションの魅力の本質は「舞台」にあるのではなく、そこで上演される「ライフスタイル劇」にある、ということである。それは、いわゆる「経験経済 experience economy」でいう経済的オファー「経験」の上演である。ライフスタイル劇で主役を演じるのは先の第一次顧客で、第二次顧客と第三次顧客は観衆だが、やがて第二次顧客や第三次顧客のなかからも主役が生まれる。

第三は、ビジターとの関係性である。「都市には2つの顔がある。一つは『市場』という顔である。もう一つは『自治』という顔である」(神野直彦『地域再生の経済学』, P.21)。都市に「市場」という顔があるから、「交流」が生まれる。したがって、先述したビジターによる都市の要塞化は表現として正しくなく、ビジターの要塞を都市と言わない。その逆に、近年アメリカで増加している、住民だけで排他的に構成する「ゲートッド・コミュニティ gated community」も、交流を生まないから、コミュニティではあるが都市ではない。

都市は住民とビジターが交流する場であるから、ビジターの役割は重要で、ビジターはリピーターとして都市と関係性を持ち、関係性が極まったとき住民になる。それは、ちょうど男女の恋愛関係のようで、関係性マーケティングでは、これまでの戦争モデル(「戦略」や「戦術」という言葉に見られるように)ではなく、恋愛モデルのパラダイムで考え、経験価値マーケティングを取り込む。都市マーケティングでは、戦争モデルのマス・マーケティングが有効な時代は終わり、恋愛モデルの関係性マーケティングの時代を迎えている。そして、それがITに支えられることによって、都市とビジターの関係は匿名でなくなり、「顔」が見える関係に変わり、都市とビジターの恋愛関係が成就する(ただし、関係性が歪むと「監視社会」になる)。

5. 都市の風景

ライフスタイルを展示する都市は「劇場」である。だから、都市には主役・脇役と観衆と舞台が用意されるのだが、もうひとつ都市では、舞台のある「環境」が重要な役割を果たす。それは、演劇なら大道具、小道具、背景、音楽、効果などだが、都市なら「風景」である。

写真は、ドイツのエアフルトという町の風景（2003年）である。広場に張り出したカフェの椅子に座って一服していたとき筆者が撮った写真で、若い男が自転車で走り抜けようとし、左手からトラムが広場に入ってきたので、広場の乗客がそれを待ち受け、やがてトラムは乗客を乗せて、広場を右手にカーブする。広場の真ん中ではモニュメントの周りに中高年の観光客が群がり、ガイドの話をしている。これは、一見なんの変哲もない日常の風景だが、「なんの変哲もない」のはドイツの町だからで、広場に張り出したカフェの客、自転車乗り、トラムの乗客、そして観光客が同じ平面上でこのように交わる光景（自動車はタクシー以外は走らない）は、わが国では見られない。

もう一枚、筆者の手に日本経済新聞に掲載された（2001年10月7日）写真付きの記事がある。「蔵造りの町屋、そして近代洋風建築が織りなす、・・・わが国都市建築の変遷を示す本邦随一」の町並みがある埼玉県川越市一番街の写真である。観光客は、「空を区切る電線や電柱もない町並みに『昔にタイムスリッ



ブしたよう』と感想を漏らす」。地元でも「町並み保存を呼びかける動きと、生き残りを目指す商店街の動きが融合し」、「町づくり規範」を定め、都市のあり方から建築物のデザインまで67項目を決めた。

川越市一番街は都市観光の成功事例と評価は高いが、写真を見て、驚く。一番街の大通りの2車線が車でぎっしり埋まり、観光客は家並みにへばりつくように歩いている。確かに空を区切る電線や電柱はないが、写真から排気ガスの臭いが漂い出すのではないかと思われるほど、自動車の大混雑である。ここは伝統的建造物群保存地区に指定され、歴史的町並みとして初のグッドデザイン賞も受賞したそうだが、「歩行者をいじめる」こんな町並みを歩くのは願い下げである。

都市の風景を演出するうえで最重要の課題は、自動車との共存をどう図るかである。その対象は、観光客の自動車だけでなく、住民の自動車、そして業務用や通過自動車にまで及ぶ。都市の風景を演出するためには、空を覆う電線がなければいいし、水や緑やベンチが欲しい。しかし、その前に都市の自動車問題を解決しなければならない。

住民がマイカーでせっせとお出かけし、住民が自慢しない町に誰を招こうというのか、はたまた誰が訪問するというのか。集客都市や都市観光の問題を宣伝やキャンペーンに矮小化してはいけない。それは、自動車に代表される環境の問題であり、都市のもう一つの顔、すなわち「共同体的絆の脆弱さを補完する」「自治」（神野、前掲書P.23）が実現するかという問題である。集客都市や都市観光は、底流に都市的問題を抱えている。「家に住む」のではなく「街に住む」（陣内秀信「都市の歴史と空間文化」、P.208）ことが、集客都市や都市観光の原点である。

<参考文献>

- ・観光行政研究会『観光立国への戦略』社団法人日本観光協会、1995年。
- ・陣内秀信「都市の歴史と空間文化」植田和弘ほか編『公共空間としての都市（都市の再生を考える7）』岩波書店、2005年。

- 神野直彦『地域再生の経済学』岩波書店，2002年。
- 『歩く沖縄』ふれすアルファ，2003年。
- 『日帰り観光レクリエーション統計』社団法人日本観光協会，1998年。

成熟都市の集客産業の展望

宗 田 好 史

(京都府立大学助教授)

1. 成熟化する都市と観光

現在、少子高齢化の影響は社会の至るところに及んでいる。しかし、会社や地域など様々な多様な組織を保守化・硬直化させる表面の現象とは裏腹に、気付きにくいところで様々な変化が起きている。社会の成熟化は、幅広い現象として日本人の生活の内面、価値観と行動様式を根底から変えつつある。現在、世界でも国内でも急速に成長を続ける観光産業も、その顧客である国民の観光行動の急速な変化、成熟化の中対応が急がれている。都市政策、集客都市づくりもまた同様であることはいうまでもない。

高齢社会に対応したまちづくりとしては、主にバリアフリーや安心・安全、福祉の充実など物的、社会的側面の取り組みが進められている。しかし、バリアのない出かけやすい町になったところで、元気な高齢者はどこに行くのか。嗜好がますます多様化する熟年層がどんな街が好きで、出かけたのか、街で何をするのかという文化的・精神的側面は忘れられがちである。これまでは元気な人が働きやすい街をつくってきた。生産性を上げ、経済効率を追求する都市開発が求められた。しかし、社会が成熟した今日、ゆとりを持った大人たち、男性も女性もそろって楽しむ、労働や生産行為以外の価値、人生を自由に謳歌する街、遊び学びやすい街が求められるようになった。

観光とは、労働や生産の場を離れ、自由に遊び、学ぶ行動である。それに相応しい場を求めて人々は外国にまで移動する。それも短期ばかりか中・長期、先進国では相応しい街に移住してまで、豊かな老後を過ごす人も増えている。観光先進国が集まる EU が、都市観光・農村観光それぞれを連合の地域政策の

主要な柱に挙げているのは、脱工業化ばかりか社会の成熟化に対応した政策目標の大転換を背景としており、ゆとりを持った大人たちの都市への期待が大きく変わったからである。

一早く1970年代に産業構造の転換が起こった EU の都市では、80年代当初はウォーター・フロントを中心に産業跡地再生によって、第三次産業化（サービス化）に対応した都市づくりを進めてきた。産業跡地は湾岸ばかりではない。経済のグローバル化は、EU 各国内陸部の鉱山・炭鉱、鉄道や軍事施設、製造業ばかりか農林水産業分野でも構造転換をもたらし、至るところで地域の衰退を引き起こした。跡地を再利用し、地域を再生する取り組みは、実に四半世紀にわたり各地で展開してきた。その中には、集客により地域再生に成功した事例も多い。それは物的、社会的側面だけでなく、文化的側面から地域を再生した例である。過去の栄光を活かしながら、都市の個性と風格を示すことで、脱工業化時代に、成熟化社会に相応しい都市づくりに成功したためである。

国内でもこの議論が始まっている。全国から年間4千5百万人以上が訪れる京都では、観光客の大半が50歳以上、それも7割近くが女性である。そのため、繊維からITまで幅広い製造業の町であるとともに、ゆったりとした時間を過ごせる街角、限界がつかなくなる町家と文化遺産を活かした大人の街へと、歴史都市のコンセプトを替えながらまちづくりの方向を転換させつつある。現在の京町家ブームは成熟化した社会で、お洒落に伝統を楽しんでいる全国の大人たちが支えている。

震災を経て、神戸も成熟時代を迎えた。観光市場も急速に成熟化しつつある。確かに、観光は関連産業の裾野が広く、雇用を拡大し、地域経済の活性化に大きな影響を及ぼす。しかし、単に産業構造の転換ゆえに集客都市をつくるという発想では不十分である。成熟時代の都市づくりのために、市民の意識と行政のセンスを変革し、勇気をもって都市政策を転換しなければ、脱工業化と成熟化がもたらした時代の変化を捉えることができない。都市の魅力を生市内総生産や工業製品出荷額、港湾の貨物取扱量の規模で競う時代ではない。都市の個性と風格とは、その町の文化的コンセプトである。安物の観光地ではない。大人

の時代には歴史を重ねた本物の魅力が要る。

2. 産業都市から集客都市へ、英国、及びヨーロッパ諸国の経験

18世紀に世界で初めて産業革命を実現した英国の20世紀とは、様々な世界史的过程を経て、その繁栄を衰退させた時代であった。1970年代の不況は、頻発するストライキと深刻な荒廃の中、多くの工場が閉鎖され、200年以上繁栄した工業都市が消滅した。その後、30年以上にわたる都市再生の試行錯誤を踏まえ、現在では「サスティナビリティ」を標題とした都市再生に向け、官民パートナーシップによる改革を進めている。その成果はわが国でも広く紹介されている¹。

1980年代には、日本のバブル期の都市再開発の参考例として、ロンドン、ドックランドの再開発に注目が集まった。しかし、その後は地方工業都市の再生事例に関心が高い。その代表である人口100万人、英国第2の都市バーミンガムは、自動車産業の中心であり、高速道路は言うまでもなく、環状と放射状道路を軸とした自動車交通網を発達させ、産業効率優先の都市計画が長年続いていた。1960年代に始まる不況が都市衰退、都心の荒廃を進め、1988年からパートナーシップによる「アクションプラン」をスタートさせた。環状道路内側の80ヘクタールにモール（歩行者空間）を広げ、人優先の再開発、つまり都心のショッピング、レジャー、音楽や美術など文化施設、そして都心住宅の充実を図った。その結果、歩いて暮らせるコンパクトな都心に生活・生産・消費・文化活動が集中し、その反面、環状道路に沿って多くの駐車場が設置された。景観上もアクセスからも障壁であり、落書きや不良者が集まり荒廃のシンボルでもあった高架道路が撤去された。この都心のサービス産業の充実により、文化都市のイメージを向上させた。都心と周辺の廃工場・倉庫は有名な建築家のコンバージョンで、ショッピングセンターなど、街のランドマークに生まれ変わり、旧運河

1 高見沢実『イギリスにまなぶ成熟社会のまちづくり』学芸出版社、1998年、中島恵里、サスティナブル・コミュニティ研究所『パートナーシップとローカリーゼーション-英国の持続可能な地域づくり』学芸出版社、2005年

沿いにカフェ・レストラン・ホテル・劇場などが増え、都心生活をエンジョイできる住宅に人気が集まった。この他、1990年以降、オフィス数で50%、小売店舗数で40%が増加した。

同様に、マンチェスターもヨーロッパ有数の工業都市であり、コンピューターや原子物理学を生んだ科学都市である。しかし、ビートルズや港で知られる隣接のリバプールと比べ個性が乏しく、あまり人気のない街であった。しかし、マンチェスターにはビクトリア女王時代の工業都市を伝える建物や鉄道施設などが多く残されている。これらの「産業遺産 (Industrial Heritage)」を、この10年で集中的に再生した。代表的なものが「科学・産業博物館」で、19世紀の大規模な倉庫と鉄道施設を改造し、科学と工業の発展ばかり、労働者階級の貧困や騒乱事件、ストライキなど産業革命以降の工業都市マンチェスター市民社会の歴史を重厚に展示し、かつて世界を制覇した繊維産業が現在のファッション・センターとしてどう再生しつつあるかを訴えている。画家の L. S. ローリー (1887-1976) のギャラリーを中心に、シアター・スタジオ・パブ・カフェなどを集めた文化施設、「ザ・ローリ」は、建物自体に見応えがあるが、隣接するデザイナーズ・アウトレット「LOWRY OUTLET MALL」では十分に一日が過ごせる。バーミンガムを追いかけるように、運河沿いの裏町に次々と新たなカフェ・レストラン・ホテルが生まれ、マンション建設が続いている。民間投資が都心に戻ってくるとともに、歩行者空間が広がり、音楽パブが増え、24時間眠らないファンキーな街の賑わいが戻ってきた。

日本では、TCM (タウン・センター・マネージメント) として知られる、マンチェスターの官民パートナーシップ組織の中心となったデザイナー、P. サヴィル氏は、ベビー・ブーマー (団塊の世代) の一人、国際企業のCIをつくり、バンドのCDアートを手がけ、音楽業界のデザイナーとして20年の経験がある。ジバンシーやS・マッカトニーなどファッション・デザイナーとも仕事をし、マンチェスター美術館で彼の作品展が開かれている。このデザイナーがマンチェスター市のマーケティング・コーディネーション・ユニット (MCU) と協力し、様々な手法で都市ブランド戦略を練っている。マンチェス

ターを成熟した団塊の世代好みのファンキーなお洒落を楽しめる集客都市に再生したいのである。

英国に限らず、21世紀のEUの都市戦略の中心は集客性の高い街づくりにあるといえよう。それぞれに産業構造の転換にさらされた都市が、通商港湾・重工業・自動車工業の都市からサービス業中心にグローバル化の中で競争力をもった都市として生き残る戦略的街づくりを進めている。同様に、米国でもピッツバーグ、チャタヌガ、サンアントニオなど集客性向上による都市再生事例は多いが、EUでは集客性向上に成熟した大人の街づくりに特色があるだろう。

一方、日本ではまだ製造業が元気な都市も多い。製造業が衰退した街でも、簡単に過去の栄光が忘れられないし、サービス業よりも製造業を上置く意識が残り、潔く集客産業といえない事情もありそうだ。高齢化の影響は、逆にこの古い意識から離れられない点にある。欧米の都市再生を大規模再開発の手本として見ていた傾向も、この日本人の都市開発に関する古い意識の表れであろう。言葉や文化的な障壁をもちつつ、写真だけとって視察を済ませる日本人専門家が気付かない社会的、文化的側面から欧米の都市再生事例を見ようとすると、集客性が、決して施設の壮大さとコーディネーターのデザイン・センスだけで決まったのではないことが少しずつ見え始める。都市の歴史、特に製造業中心の産業の社会史を丁寧に押さえ、成熟した市民が求める、その街固有の歴史を共有することで、都市が次に目指すべき方向を探る作業ができる。そのことが都市に風格を付け加え、新たな文化創造につながっている。

3. 都市再生と世界文化遺産、産業遺産の活用

「産業遺産」というカテゴリーは新しい概念である。日本では「近代化遺産」として扱われるもので、欧米先進国の多くでもまだその発掘、発展段階にあるといえる。文化遺産の国際的議論の場であるユネスコの世界遺産委員会で、最近注目される新しい分野である。実は、1972年に始まった世界遺産は30年以上を経て、文化遺産のカテゴリー、分野を徐々に広げてきたことはあまり知られていない。日本でも1992年に世界遺産条約を批准した後、1993年の法隆寺・姫

路城の登録から2004年の「紀伊山地の霊場と参詣道」、そして2006年登録予定の「石見銀山とその周辺の産業遺産」へとカテゴリーは広がってきた。ダ・ヴィンチの「最後の晚餐」など人類の傑作や、国宝級の壮大な建造物が中心に登録された世界文化遺産が、農業景観を中心とする文化的景観、巡礼の道が文化的ルートとして登録されるようになった。欧米先進国の王侯貴族や天才の作品から、少数民族の文化や先進国でも庶民の暮らしの中の文化遺産にも注目するようになった。これを受けて、2004年には日本でも「景観法」が施行され、文化財保護法も新しい文化財として「文化的景観」を保護の対象にすべく改正されたところである。

そして、現在 EU 諸国の関心は、産業文化遺産にある。先述のマンチェスター市もふくめ、英国は、その最先鋒を務めている。すでに1986年に世界初の鉄橋(1708年)「アイアンブリッジ渓谷」を鉄鋼業の街の工場跡群として登録し、1997年にロンドン郊外の「港町グリニッチ」を、2000年に「ブレナボン鉱工業地帯の景観」、2001年「ダーベント渓谷の紡績水車」の繊維工業遺産と近代都市計画・住宅政策の記念碑としても「ニュー・ラナーク」と「ソルテア」の労働者住宅を登録した。産業遺産ばかりである。さらに、2004年には「海洋通商都市リバプール」として、歴史的都心部の6つの地区と造船所を中心に、造船技術史・通商史・産業史・海洋文化の発祥の地として登録を済ませた。

2000年以降の登録は、世界で初めて産業革命を成し、世界の工場であった英国が世界史に果たした役割を、文化遺産として力強くアピールするための政策的配慮であることはいうまでもない。世界遺産登録を通じて、英国がその文化的特徴をアピールすることが、廃墟と化した鉱工業地帯や都市を元気付けていることはいうまでもない。遠く過ぎ去った栄光の時代の誇りを取り戻し、その栄光に相応しい魅力的な都市を再生するアイデアもわいてこよう。実際、パートナーシップでサスティナビリティを追求する都市再生政策らしく、これらの都市や地域では民間企業や市民組織を動員しながら、豊富なアイデアを実現する取り組みが街を元気にしている。

ドイツでもエッセンやゴズラーの鉱工業遺産が、イタリアではクレスピ・ダッ

ダの労働者住宅がすでに登録され、フランスとスペインでも衰退した工業地帯再生の切り札として鉱山や工場、そして港湾施設を産業遺産として世界遺産に登録する動きがある。EUでは「ヨーロッパ産業遺産ルート」づくり計画を定め、産業構造転換で取り残された街をつなぎ、この100数十年間に工業化社会の発展がもたらした豊かさとその影の部分を確認する作業が進み、地味ではあるがそれぞれに観光客を集めている。地域の子供や若者に街の歴史を正しく、そして想像力を豊かに耕す施設であると同時に、地域の誇りを取り戻し、訪れる人々に街や地域の個性と風格を示している。この文化遺産を土台に、美術・博物館だけでなく、アウトレットモールまで含む新しい集客施設が層の厚い、街を訪れる醍醐味を大人たちに訴えている。

あわせて、EU諸国には産業革命を支えた運河がよく残されている。今では都市の裏側に、また農地の中に用排水路として残っているものではあるが、ここをハウスボートでゆったりと巡る中高年が増えている。回っていると必然的に工場の跡に出会う。そこが公園や博物館、レストラン街やアウトレットモールになっていれば必ず寄り、牧草地に出ればレジャーボートの仲間とともにゆったりとした大人の時間を過ごしている。

文化遺産も鉱工業跡地や運河までに広がりを見せると、その活用手法もかなり自由に、そして豊かになってくる。日本でも工場跡や電話局跡をレストランやショッピングセンターに活用する事例、港湾と倉庫群を活用した都市再生事例は多い。ハーバーランドを誇る神戸市も、産業構造の転換期に相応しい産業遺産活用の手法は早々に実践している。しかし、これを単に若者を集める集客施設と捉えるのではなく、その街や地域の重要な文化遺産として誇りうるだけの文化的意義付け、特に街の個性を風格の拠り所として重視し、街全体の個性が浮かび上がるように演出する総合的な都市・文化政策が求められているだろう。

日本からの世界遺産はようやく来年、「石見銀山」を産業遺産の一つとして登録するだけに過ぎないが、今や文化財行政は急速に変化、発展しつつある。神戸がリパブールに続き、「福原からポートアイランドへ」、世界と日本をつな

ぐ海洋通商都市とその産業文化遺産の街として、そしてその上に和と漢・洋をあわせた日本固有の衣食住文化の中心として世界文化遺産に登録されることもあながち夢ではない。神戸の誇りは、震災を乗り越えたこともさることながら、港湾・工業・国際都市としての栄光の歴史にもあることを市民が再確認し、その栄光を支えたのが自らの祖父母であることに誇りを持てるような文化政策が求められている。かつての大阪は「東洋のマンチェスター」であったが、神戸は今でもリバプールに匹敵する東洋最古・最大の国際港湾工業文化都市の一つである。

4. 成熟化する京都の観光客

1994年に17の社寺が世界文化遺産に登録された京都でも、10年を経てその見直しが始められている。その背景には、京都がわが国有数の観光都市であるために、観光の成熟化にさらされていることとも深い関係がある。

京都市では1948年以降、観光の基本調査を続けてきた。この京都市産業観光局『京都市観光調査年報』によると、1975年まで急激に増加し続けた入込客数が、その後停滞、横這い状態に転じ、2001年に再び増加に転じた。1975年までの増加期は、東海道新幹線の開業、名神高速道路の開通、そしてそれらが山陽新幹線、東名高速道路と延伸され、国土の交通体系が急速に整備された時代である。この高度経済成長期には、東京オリンピック（1964年）、大阪万国博覧会（1970年）が開催され、全国的規模で観光の大衆化を進めた時代でもあった。2度のオイルショックにもかかわらず、京都市への入込客数は増加を続けた。これは、ほぼ全国的な傾向でもある。

それが一転したのは、1980年神戸ポートアイランド博覧会、83年東京ディズニーランド開業など全国各地に集客性高い施設が開業したためでもあるが、それ以上に日本人の海外旅行が盛んになったことにある。1970年代後半には、まずハワイやアメリカ西海岸に始まり、80年代にはヨーロッパへの団体旅行が人気を集めた。その後、円高ドル安の影響もあり、海外旅行はアジア各国や豪州など急激な勢いで増加した。

この影響は、京都ばかりか日本国内の観光地全体の伸び悩みの原因でもあった。増え続ける一方の日本人の観光消費を巡って、世界中の観光地と競合関係に至り、勝組と負組に分れたのである。この時期の国際観光の大衆化は、特に日本人が顕著で、同じ時期に訪日外国人観光客数が緩やかな増加なのに比べ、日本人の海外出国数は急激に伸びた。そして、2001年の同時多発テロ後、国内観光客数は再び増加に転じた。1960年代末に年間百万人を超えた海外旅行者数は、70年代末に400万人に、80年代末に1000万人、20世紀末に2471万人に達し、その伸びが漸く止まりつつあるように見える。国内旅行者数が増加している。

この影響は数の問題だけではない。質的な差が観光地の勝負を分けている。それは、現在では海外各地でたびたび観光もバカンスも楽しんだ後に成熟した日本人が、国内各地の観光地にも厳しい眼を向けるようになったからである。もはや、観光は日常になった。工夫も改善もない観光地に勝ち目はない。外国が珍しくないのである。まして舶来品が珍しい時代ではない。欧米の現地で見つけたブランド品を神戸の店でも懐かしく眺め、アジア各地で覚えた味を神戸の店でも楽しんでみる人が多くなった。そこに舶来品があるからではなく、国際的な水準の店とサービスがあるから訪れたい街だと思われている。

日本最大の貿易港神戸の街で、田舎者が初めて外国人や異国の文物に出会うという時代はすでに歴史の彼方である。その意味で、現代のアーバンリゾート都市神戸が、日本文化の中心としてだけでなく、世界各地の美しい歴史都市と較べてどう映っているかを意識したまちづくりが必要になる。それは、外国人を迎えるだけでなく、外国を熟知し、成熟した日本人を迎えるためにも必要である。

わが国はビジット・ジャパン・キャンペーンを推し進めている。神戸にも韓国、台湾を中心にアジア各地からの観光客が増加しており、国際観光振興の一翼を担うことが期待される。それはアジア各地の港町と比べても遜色のないコスモポリタンな文化を見られているのかもしれない。

1970年代とは、日本国内で都市人口と農村人口の逆転が起こった時代である。70年の大阪万博が、農村で未だに伝統的に暮らしていた人々が豊かな未来都市

を夢見た直後に、決して豊かとはいえない現実の都市生活から逃れ、小京都と呼ばれる田舎の町並みを訪ね歩くディスカバー・ジャパン・キャンペーンが始まった時代である。必然的に田舎から都会をみにいく観光客数が減り、都会から田舎に出かける観光客数が増えた時期でもある。神戸でも田舎から修学旅行などで世界の窓口である国際港湾都市・神戸を見にくる人が減り、首都圏や京阪都市圏から北野の異人館街や南京街などの界隈をめざす観光客が多くなった。観光客の内容の変化も大きい。1987年までは、多少の増減はあったが、特に男女間に大きな差は見られなかった。87年以降はその差が徐々に拡大し、女性対男性の比は近年では7対3近くにまで拡大した。女性は倍増、男性は半減ともいえる大きな変化である。近年若干その差が伸縮を続けるものの、京都観光が女性客によって支えられているという構図はますます明らかになっている。

また、入込客を年代別にみると、1970年代には圧倒的に多かった20歳代が減少し、現在では逆に50歳代が多い。60歳以上も緩やかではあるが増加し続けている。まさに観光客の成熟化である。これは、1970年代当時の20歳代が、その後たびたび京都を訪れていることとして説明ができる。1970年代に20歳代だった人々は団塊の世代と呼ばれ、特にその女性が「アンノン族」と呼ばれた人々である。同時に、1970年秋に始まり、78年に第2次として全国に流布した当時の国鉄による観光キャンペーン「ディスカバー・ジャパン」の顧客であった。彼女たちが年齢を重ねつつ、子育てで忙しい時期には来訪頻度を落としつつも、50歳代になり余裕ができた今日、再び頻繁に京都を訪ねているのである。

実際、京都はリピーターの観光地でもある。10回以上訪問した観光客は6割に達し、2割の5回以上訪問経験のある観光客を加えると、およそ8割がリピーターである。文化遺産が豊富な京都といえども同じ場所を再三訪れているのであろう。新しい場所よりも慣れ親しんだ社寺仏閣や街の姿を好む人が多いということも想像できる²。

それならば、神戸は京都以上に成熟した女性好みの街だと考える人は多いだ

2 井口和起・宗田好史他『京都観光学のすすめ』人文書院、2005年

ろう。世界の観光地を熟知した人々がホンモノを知る神戸のブティックやレストランを回り、欧米や東アジア諸国以上にお洒落な時間を過ごせる港街が神戸ではないかと期待する神戸ファンはもっと多い。

5. 成熟化した市場に対応する観光地

今や、最大の顧客である現在の50歳代、いわゆる「団塊の世代」が常に中心的な顧客であり、年々成熟化するこの層を取り込めば市場は拡大し、失えば減少する。都市全体では入込客総数が変化しなくとも、地区ごとには影響が大きい。1970年代の若い男女が集う観光地も、中年女性が集う観光地に変化しなければ生き残れない。

この結果は、訪問地別の入込客数の変化に表れている。清水寺とその周辺が伸び、嵐山・嵯峨野が伸びないことは、中高年の女性が多い前者と少ない後者の違いである。その原因は街の変化にある。清水寺周辺と嵐山・嵯峨野、金閣寺、金閣寺周辺の建物用途の変化を1960年代から調べると、清水寺周辺地区では住宅が減り、土産物店・飲食店など観光対応の店舗数が際立って増加している。他の地域では店舗が増えないだけでなく、昔ながらの土産物店が並び、20年前に始まった賑やかなタレント・ショップなどが残ってもいる。別の統計でも表れているように、土産物消費額が減り、飲食費が増えた近年の観光消費を考えると、買わなくなった菓子や漬物などの土産物を売るよりも、美術工芸品や香などの高級品、さらには贅沢な飲食で客を引き止める方が有効であることが想像できるにも関わらず、成熟化した客層に対応できない観光地には中高年の女性はリピートしない。慣れしたしんだ社寺とその界限に、観光客同様に成熟した大人のテイストの店が新しく出てきた。今でこそ豊かになったリピーターが、それならばちょっと大人の、あるいは女同士の贅沢をする。そんな街があればこそ、集客性能が高まっていく清水寺の周辺には、文化財保護法で定める国の「重要伝統的建造物群保存地区」産寧坂がある。国及び京都市の施策で風景助成事業が行われており、建物の改修に際して工事費が補助されている。前面及び外観部分について、景観形成ガイドラインに沿った修理を行う場合、そ

の費用の最大で8割、600万円が助成される。この効果は店舗の改装を容易にした。もともと成熟化する客層の変化が著しい中、人通りの多い産寧坂の事業者は業種業態を変化させる必要があり、あるいは経営者が変わってく上で、最短で5年以上たてば再びもらえる修景助成金、お洒落に店をグレードアップさせる補助金のもつ意味は大きい。

実際に産寧坂伝建地区で建物利用・業種の変化を見ると、過去20年間に大規模な商業化が起こっている。1970年代までは、特に二年坂には住宅が多く、いわゆる観光地ではなかった。それが現在までに住宅はほとんど姿を消し、今ではほとんどが店舗である。業種も頻繁に変わり、まさに成熟化する市場の変化に対応して、高付加価値の店が増加した。パリやローマではブランド品を買いあさる日本の中高年女性層が中心の観光地である。日本の古都・京都での消費はまだまだ高級品化できるはずであろう。

これらのことからわかるように、成熟化は京都の観光市場にも大きな影響を及ぼしている。これに対応するように、都心でも様々な変化が起きつつある。町家と町家再生店舗の人气が高まっていることも、個性と風格、そして自分自身に照らして懐かしさを好む傾向にある女性客の増加の影響を受けていると考えられる。産寧坂伝建地区ばかりが人気を集めているだけではない。成熟化した社会には成熟した店と町並みが必要である。産業構造の転換ばかりかこの社会の変化に経済的に対応することが都市政策の中心でなければならない。

6. 成熟都市神戸を考える「神戸遺産」を

いうまでもなく、神戸は関西ばかりか日本の近代化・工業化を支えた港町、そして国際港湾都市としての歴史を誇る。京都とも大阪とも違う神戸の個性は、海と港、臨海工業地帯と国際色あふれる文化にある。いつも新しい反面、いい意味でコンサバティブな神戸には、あえていうまでもなく、その誇りからくる風格が市民の意識の根底にある。神戸の製造業も幅広い、鉄鋼や造船だけでなく、ケーキ・パン、クリスマス用品、酒、真珠（あこや貝）、洋家具などいろんな時代に豊かさのシンボルとなった商品を生んできた。明治の昔から、市民

も企業も欧米を意識しつつ新しく上質なものを維持し、それを支え続けてきた。

震災以前からコンベンション都市を目指し、国際都市としての取り組みも群を抜いて盛んであった。そして神戸空港がオープンする。この機会に、日本の近代化を支えた産業遺産を「神戸遺産」として登録してみるという。高炉やドックも壊すだけでなく、輝かしい歴史を語る文化遺産として、その一部でも守りたい。その作業を通じて、神戸の個性と風格が再確認されるべきだろう。

集客都市には、匂わんばかりの風格が要る。神戸にはその風格が十分にある。日本史ばかりか世界史的文脈の中で神戸の果たしてきた大きな役割を考えると、世界文化遺産として発信すべきものも数多いかもしれない。それを見出し、磨き、誇るだけの文化政策、市民運動が要る。

文化遺産・文化財の保存は文化政策の一部である。世界の傑作や美しい城郭や社寺はもともとその価値が明確だから昔から保存されてきた。しかし、文化政策とは老朽化し打ち捨てられた遺産の中から現代社会の要請に沿って、その隠された価値を見出し、本来の意味を磨き上げていくものである。産業構造の転換で捨てられた鉱山・工場や港湾に、その文化的価値を見出し、現代的意義を付加することで地域に文化遺産が生まれる。

英国でも産業跡地は醜悪な場所であった。中には100年以上荒れたまま放置された地区もある。巨大で崩れかけた醜悪な高炉に地域の歴史が刻まれているとして、その文化的な価値を見出したことで人が集まってきた。盛んに操業を続けていた時には煤塵が立ち込めていた街にも太陽と自然が戻ってきた。その地域本来の美しさが戻ってきた。ブレナボンの鉱山町には、レストランやパブだけでなく、ほとんど初めてという本屋が小さいながらも3つもオープンした。町並みを整備しつつ、荒くれた鉄と石炭の街を19世紀末の繁栄期の光の部分だけを見せる産業文化都市に再生したのである。きれいな景観だからではなく、地域の醜悪な場所だから再生する意義があるという。

ロンドン西方のコッツウォールズの美しい農村を回る日本人が多い。湖水地帯にピーターラビットをハウスに嵐が丘を訪ねる日本人も多い。しかし、10年以内には世界遺産登録された産業遺産を回る日本人を含む観光客は確実に増

えるだろう。それを支えるのは成熟化した観光客である。

観光振興を通じて、都市の活性化、新しい地域文化の創造など地域振興に取り組むのではない。地域の歴史から文化を掘り起こし、その上に新たな魅力を付加しつつ、新たな文化を生もうという取り組みが観光の振興を招くのである。住み働く場だけが戻っても都市の文化は復興しない。都市が人を結び、文化を生む場であること、それはそこに生きた人々の記憶が集積した場所であったからだということを、震災復興を通じて神戸の人々は学んできた。家は取りもどせても帰ってこないものは多い。成熟した大人たちの心の中には大量の記憶が集積されている。その集積が美しい思い出として花開く旅と暮らしを演出する。悲しい記憶を哀しくも美しい思い出に転換する街づくりが必要である。

成熟した観光客もまた、目新しいものだけを求めはしない。自らが長い人生の道のりを重ねたように、震災を乗り越えた神戸も美しく街の歴史を刻み、その歴史からくる個性と風格ゆえに美しく輝いていることを確認したい。再生した街がその古さゆえに輝く様子に魅了される大人たちを知らずに、21世紀の集客都市は考えられないと思う。

「集客・観光・交流」型の都市観光行政

中 尾 清

(大阪明浄大学教授)

1 はじめに

(1) 第二次世界大戦後における地域経済の変化

1960(昭和35)年から始まったわが国経済の高度成長は、1970年に終焉した。その後、ドルショック、二度のオイルショックを経て、低成長、安定成長へと移行し、バブル経済の時期を経て現在に至っている。バブル経済は、1989(平成元)年末にピークに達して、翌(1990)年初めにはじけ、一気に不況に突入していった、と言われている。近年、長引く“平成不況”の影響でわが国経済の先行きは全く不透明となっている。

今やわが国は、明治維新以来の工業立国、貿易立国の枠組みは行き詰まり、それらに立脚してきた地方の大都市である大阪や神戸などの地域経済は、活力を失ってきている、と言えよう。

その背景には、「①第二次世界大戦の大空襲により大都市は、壊滅的な打撃を被ったが、戦後、京浜・中京・阪神・北九州工業地帯を中心に造船・鉄鋼・機械工業などの重厚長大産業による経済の復興が進められてきたこと。②1960年を境にしてわが国の経済は、高度成長を始め、人口や企業本社の東京圏への一極集中が始まったこと。③さらに、重厚長大産業の大工場と関連中小企業の地方への移転が相次ぎ、大都市における第二次産業のウエイトが低下してきて地盤沈下が進んだこと。④その後、わが国経済全体としては、自動車・コンピュータなどの産業の好調に支えられて、円高不況などを乗り切って、“バブル経済”期を迎えたが、そのバブルが弾けて崩壊したこと。⑤“バブル経済”崩壊後、それ以前から顕著であった国内工場の海外移転に伴い第2次産業の空洞化が一

層進展し、産業構造の転換を余儀なくされ、現在に至っていること¹⁾が考えられる。

(2) 神戸における産業構造の転換と「都市観光」の振興

1960年ごろから神戸では、大企業の本社が大阪・東京へ移転していった。また、造船・鉄鋼の大工場、例えば、川崎重工業や川崎製鉄、神戸製鋼は、それぞれ坂出、千葉、加古川などへ移転した。そこで危機感を抱いた神戸の経済界では、1973（昭和48）年、「ファッション都市宣言」をするなど、第2.5次産業から第3次産業へと、産業構造の転換を図ってきた。

1977年のNHK連続テレビ小説「風見鶏」は、神戸に“異人館ブーム”を招来し、それに乗って、雑誌『アンアン』・『ノンノ』から飛び出したようなファッションブルな雰囲気を漂わせた若い女性を中心に観光客が急増し、一躍「観光都市」としての神戸が全国的に脚光を浴び始めた。それ以降、「神戸ポートアイランド博覧会（ポートピア'81）」（81年）、「ユニバーシアード神戸大会」（85年）、「フェスティック神戸大会」（89年）などの開催、ポートアイランド、六甲アイランド、ハーバーランドなどの都市基盤や国際会議場・展示場、農業公園、総合運動公園、須磨海浜水族園、布引ハーブ園、フルーツフラワーパークなどの観光・コンベンション施設の整備により、着々と「観光都市」「コンベンション都市」としてのまちづくりが推進されてきた。

1995（平成7）年1月、阪神・淡路大震災が発生し、神戸は壊滅的な打撃を受けた。それ以降、市民・行政・企業は力をあわせて復旧・復興に取り組んできた。その結果観光面では、明石海峡大橋の開通（98年）などの波及効果もあり、山や港に囲まれた「おしゃれな街」の復旧・復興と、兵庫開港以来の「ハイカラ」な雰囲気の醸成により、20代から30代前半の女性観光客を中心に、震災前の人出に戻り、「都市観光」地としての神戸を復活させてきた。

地域経済の不振にあえぐ神戸市も、観光が産みだす経済効果（生産誘発・個人所得形成・雇用機会創出）や文化創造効果・税収効果に注目し、「都市観光」振興を重視する行政を展開するようになってきている。

2 神戸の観光魅力と「都市観光」の展開

そこで、神戸が「ウリ」とする「都市観光」とは何か。「都市観光」(urban tourism)とは、「(魅力ある)近代的・現代的都市機能などを享受するために行う日常生活圏を離れた余暇活動である。ホテル・旅館などの宿泊、大型高級店・土産品店などでの買い物、飲食店などでの食事、都市建築・構造物の視察、芸術の鑑賞、演劇などの鑑賞、博物館などへの入館、会議・見本市・展示会・祝賀会などへの参加、スポーツの見物など、さまざまな目的が存在する。一般に、観光対象には自然的なものではなく人工的なものが多く、主に人工的観光対象を指向する。したがって、主に人工的観光対象立脚型観光地を形成し、またそれによって成立する」²⁾とされる。

このように、「都市観光」とは、その都市のもつ歴史や文化を基本として、市民や観光客の移動に便利な「道路・交通網」が整備され、「ホテル」「ショッピング・ファッション」「飲食・グルメ」「伝統的建造物・都市景観」「芸術・文化・教育」「コンベンション」「スポーツ・健康」「イベント・エンターテインメント」など、都市の諸機能が相互にネットワークされた複合的・人工的な魅力を有し、常に国内や外国と“情報交流”をしている都市を対象とした、あるいは、舞台として展開される、観光の総称として位置づけることができる。

神戸の「都市観光」魅力をキーワードで示すと、「港」「坂道」「異人館」「海と山」「都会と田舎」「ショッピング」「ファッション」「コンベンション」「アスリートタウン」「灘の酒蔵と生一本」「神戸ビーフに神戸ワイン」「世界各国料理・グルメ」「有馬温泉」などをあげることができる。

このように神戸は、「海と山」の自然に恵まれ、兵庫開港以来の進取の気風、瀬戸内の温暖な気候・風土を基礎に、人工的に開発された観光資源を付加した「都市観光」が主体となっているが、京都・奈良・大阪・姫路・淡路島などの近隣の観光資源をネットワークすれば、神戸を売り込むものは数限りなくある、と言えよう。

3 「都市観光」の推進主体としての観光行政

「都市観光」の推進主体としては、市民・事業者・行政、あるいは各主体同士のジョイントセクターがある。その中でも“推進の鍵”を握っているのは自治体の観光行政である。観光行政は、基本的には自治体の「公共事務」ではあるが、自治体が自由に選択して行うものである。したがって、観光行政は、「最小の経費で最大の市民福祉を達成する」という他の行政に比べると、今までは、「職員や財政に余裕があれば取り組む」という程度の、はなはだ“おまけ”的に扱われてきたようにも思える。過去の地方の観光行政を顧みれば、特に不況になったときなどには、観光振興が地域活性化の“切り札”として、首長や議員から声高に叫ばれてきたケースがあった。すなわち、わが市・わが町では、「不況だ」・「ものづくりが海外へシフトした」から、「観光でも振興しよう」とか。「観光客誘致しかまちの活性化策はない」とか。全くの偶然や思いつきで発想され、発言されてきたきらいがあったように見受けられた。このような「でも」「しか」の観光行政などもってのほかである。

観光行政は、観光主管課のみで展開できるものではない。一般的に地方自治体の行政は、企画・調整、健康・福祉、環境、商工・農林・水産、道路・公園・防災、住宅、都市計画、港湾・開発、交通、水道・下水道、消防、教育・文化、総務・人事・財政など、“市民の福祉”を達成するため多岐にわたっており、その行政のほとんどが国の省庁につながって、縦割りで展開されているのが現状である。

従来から展開してきている観光行政は、観光主管課と観光コンベンション協会（連盟）などが行う観光計画、観光客誘致・宣伝・受入れ、観光施設の管理運営などをさしており、これを“狭義の観光行政”と言う。

また、多くの地方自治体では、観光行政を商工・農林・水産などと同じ産業振興に位置づけている。ところが、図1のように観光行政は、一観光主管課のみではなく、他部局と関係・調整して、全庁的なまちづくりの一環として“きわめて総合行政的”に取り組まれている。これが“広義の観光行政”と言う所以である。

“広義の観光行政”を担う自治体の行政マンは、この意味を念頭に置いて行動し、絶えず時代の潮流にアンテナを張って、“PLAN → DO → SEE”を繰り返す、「最小の経費で最大の効果」をあげることに努めるべきである。そのためには、“観光行政は総合行政である”という視点で、観光行政（政策）をとらえて、他部局や観光・同関連業界、観光事業 NPO などの各事業主体と関係をとりながら、リーダーシップを発揮して、ハード・ソフト両面にわたる観光のまちづくりを進めていくことが肝要である。

なお、神戸市では、“狭義の観光行政”は、生活文化観光局観光・国際部観光交流課（2002年4月産業振興局から生活文化観光局へ移管）が担当しており、財団法人神戸国際観光コンベンション協会がその業務を補完している。また、2004年4月には、観光監が設けられ、その指揮の下に各局の観光関連行政担当課長等で構成される「観光振興プロジェクトチーム」が設置され、“広義の観光行政”の中核を担っている。

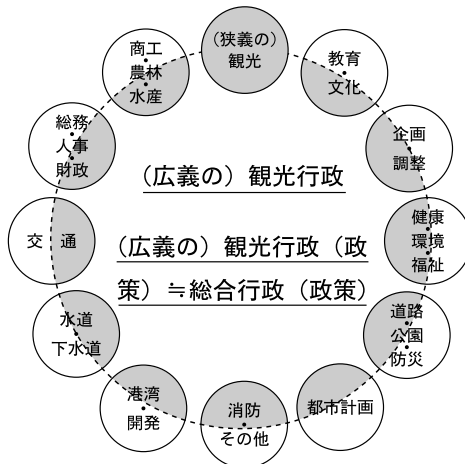


図1 総合行政（政策）と観光行政（政策）

4 「集客・観光・交流」型の都市観光行政と「広域観光」

(1) 国民の価値観の変化

近年、国民の価値観は、時代を反映して、“物”から“心”へと変化してきており、その“心”のありようは、“楽しみ”から“喜び”へ、“喜び”から“感動”や“やすらぎ”を求めて変化しつつあり、観光にも“歴史・文化観光”を中心に、「集客・観光」から「観光・交流」への新しい潮流が認められる。

観光の特色は、人々に“楽しみ”をもたらすところにある。“楽しみ”は“喜び”につながり、“喜び”は“感動”と“やすらぎ”を生みだす。“感動”と“やすらぎ”は、新たな“発見”につながり、新たな“発見”は生きる“喜び”となり、新たな“感動”と“やすらぎ”へと、さらにつながっていく。この循環作用が「いきがい」づくりのにつながっており、その原動力が観光にある。

やがて“団塊の世代”が定年退職の時期を迎える。多くの中高齢者は、会社中心の生活から地域主体の生活へと移行する。このような中で、行政に対して、市民や観光者の生涯学習の観点から、「いきがい」づくりへの支援、仲間づくりの場の提供への要望がますます高まってきてくるに違いない。

また、1995（平成7）年1月、阪神・淡路大震災が発生し、神戸市は壊滅的な打撃を受けた。震災後、国の支援の下に、市民・事業者・行政は、力を合わせて神戸の復旧・復興に取り組んできた。被災直後からは「集客」³⁾が市政の重点課題のひとつとして声高に叫ばれていたが、市民・事業者・行政は、復旧・復興の過程で、全国から人的・物的支援を受けたことから、「交流」の大切さを痛感した。そして、その復旧・復興への“努力”と“震災経験”を、被災地として、マスコミなどの協力を得ながら全国へ「感謝の気持ち」を発信し、たくさんの人達から激励の言葉や“元気”をもらったり、観光者として神戸を訪問してもらったりした。そして、市民は「おもてなしの心」（ホスピタリティ精神）をもって迎え、全国と「交流」し続け、[人と人とのつながり]（ヒューマン・ネットワーク）を拡大してきた。

従来の観光行政は、どちらかといえば、経済効果を求めた「集客」を目的とし、観光業者への対応が中心であったが、これに、被災後の活動を通して、日

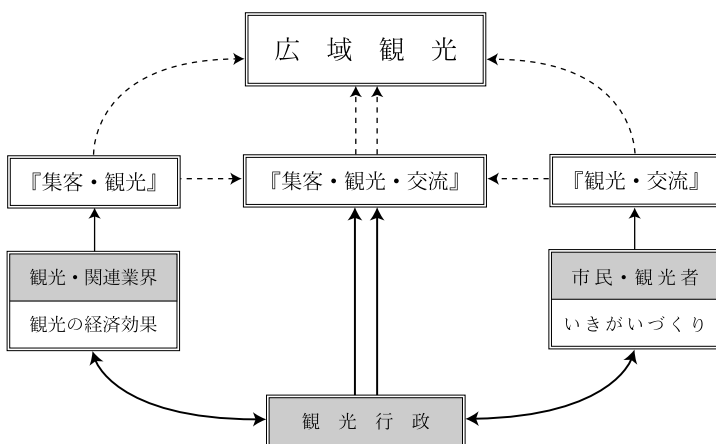


図2 『集客・観光・交流』型の広域観光

常生活圏外との「交流」の視点を加えた、しかも、市民の「いきがい」づくりの一環も担った、「集客・観光・交流」型の都市観光行政（図2）の展開が市民や観光者から要請されてきている。そして、筆者は、それを実現する“キー”を握っているのが、「広域観光」にあると考える。

(2) 「広域観光」の意義

「広域観光」の意義を少し述べてみよう。特定の観光地域・都市（以下、「観光地」という。）では、広告、パブリックリレーションズ（PR）、旅行業者や交通機関への営業活動、観光物産展その他のイベント、観光案内所の開設など、多様な情報提供手段を駆使して、その魅力や観光商品・価格などを広く認識してもらうための観光宣伝活動をしている。その活動は行政、観光協会（連盟）、旅館組合、旅行業者、交通機関などの観光主体が、単独であるいは共同で行っているのが現状である。ところが、特定の観光地だけでは、観光需要を喚起する魅力に乏しい場合がある。従って、近隣で観光魅力を持った観光地や同じテーマや性格を持った観光地などが広域でネットワークを組むことによってお互いが補いあい、相互送客と域外からの集客をねらいとする「広域観光」を

展開することによって相乗効果ももたらされることが期待できる。また、交通網の発達、外国との「広域観光」連携を考えると、2時間もすれば、関西国際空港からソウルや台北に到着できるので、神戸でコンベンションに参加し、アフターコンベンションの観光は、ソウルや台北ということも十分可能である。

(3) 「広域観光」連携の仕方

「広域観光」の連携の仕方⁴⁾として、①大規模な地域・拠点都市の連携（京阪神三都市観光連絡協議会）、②東日本と西日本の拠点都市の連携、③同一府県内の連携、④街道を介しての連携、⑤海道を介しての連携、⑥港町や夜景を介しての連携、⑦川筋を介しての連携、⑧温泉地を介しての連携、⑨世界遺産を介しての連携、⑩山と海を介しての連携、⑪人を介しての連携、⑫姉妹都市・友好都市の連携、⑬近隣の外国の都市との連携などがあげられる。

神戸市や神戸国際観光コンベンション協会、有馬温泉観光協会などが展開しているものとしては、日本開港5都市観光協議会、京阪神三都市観光連絡協議会、歴史街道推進協議会、朝鮮通信使緑地連絡協議会、日本三名泉（有馬・下呂・草津温泉）、有馬・定山溪温泉、神戸・済州などが「広域観光」の連携の事例としてあげられる。これらの事例では、共同宣伝、イベント、相互訪問、交流などの連携事業を実施している。

また、神戸の姉妹・友好・親善協力都市（シアトル、マルセイユ、リオ・デ・ジャネイロ、天津、リガ、ブリスベン、バルセロナ、フィラデルフィア。以下、「姉妹都市等」という。）との交流も「広域観光」連携として捉えることもできる。現在のところ、まだまだ市民・観光者レベルの「観光・交流」にはほど遠いのが実情である。ただ、「国際観光客到着者は、2020年には16億人に近づくだろう⁵⁾」という予測もあり、まさに「21世紀は観光の世紀になる」ことからすれば、姉妹都市等との連携は、今後重要になってくるだろう。

(4) 「広域観光」連携の現状

神戸における「広域観光」連携の実施中のものの一部を紹介すると次のとお

りである。

① 日本開港 5 都市観光協議会

1985年11月，幕末に開港した神奈川（横浜）・函館・長崎・兵庫（神戸）・新潟の 5 都市の観光協会により結成された。共同で日本開港 5 都市観光キャンペーンを展開・推進している。

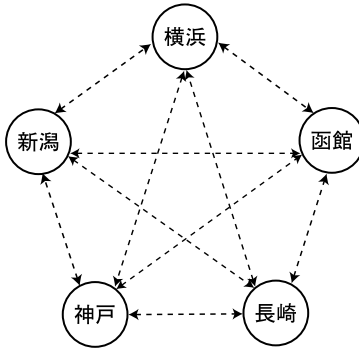


図 3 日本開港 5 都市広域観光連携図

② 京阪神三都市観光連絡協議会

1989年12月，京都市・大阪市・神戸市の 3 都市へ内外の観光客誘致を図るため，3 都市と JR 西日本により結成され，「京・阪・神三都物語」観光キャンペーンを展開・推進している。

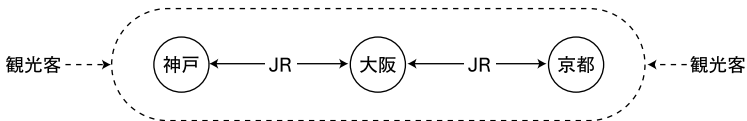


図 4 「京・阪・神三都ものがたり」観光キャンペーン連携図

③ 有馬・下呂・草津温泉姉妹提携

1996年 4 月，「国内旅行の活性化」を目的に「日本三名泉」である有馬・下呂・草津温泉の姉妹提携が締結され，三名泉共同で宣伝活動を積極的に展開している。また，有馬は日本三古湯（有馬・白浜・道後温泉）としても知られて

いる。

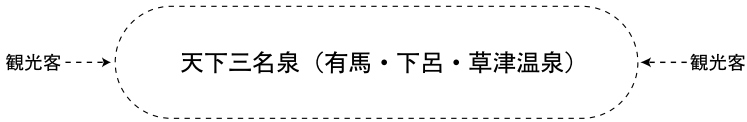


図5 有馬・下呂・草津温泉姉妹温泉提携図

(5) 「広域観光」連携の提案

筆者が提案する神戸における「広域観光」連携の概念を図示すると次の通りである。

① 神戸・横浜観光圏広域観光連携

神戸と横浜は日本を代表する国際観光港湾都市であり、世界的にも知名度も高い。国際空港にも近く、国内交通網の要衝にある。周辺の観光資源にも恵まれており日本を代表する「都市観光」地である。神戸観光圏と横浜観光圏が連携すれば、国内外の観光客誘致に大きな力を発揮することができる。

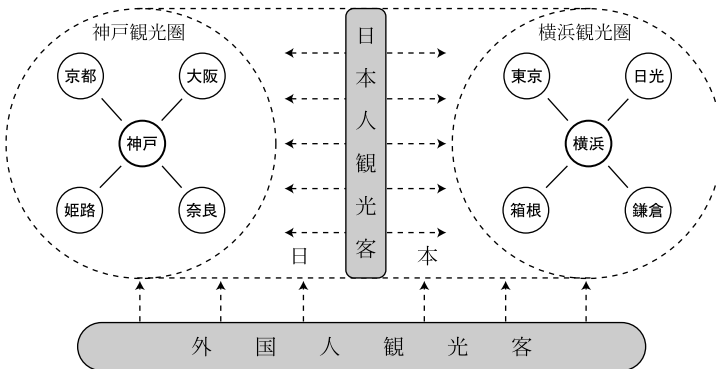


図6 神戸・横浜観光圏広域観光連携（概念）図

② 神戸市・天津市・済州道広域国際観光連携

神戸市と天津市は友好都市である。2005年6月、韓国の済州道観光協会と神

戸国際観光コンベンション協会は、「友好親善協定」を結んだ。実質的な観光交流は今からであるが、濟州島を足掛かりに韓国人観光客の誘致が期待される。また、天津市は、2004年9月に訪日団体観光ビザ発給対象地域に指定され、団体旅行のビザが必要なくなったこともあり、今後積極的な観光交流が期待できる。できれば、3市道の間で“相互送客トライアングル”の構築が望まれる。

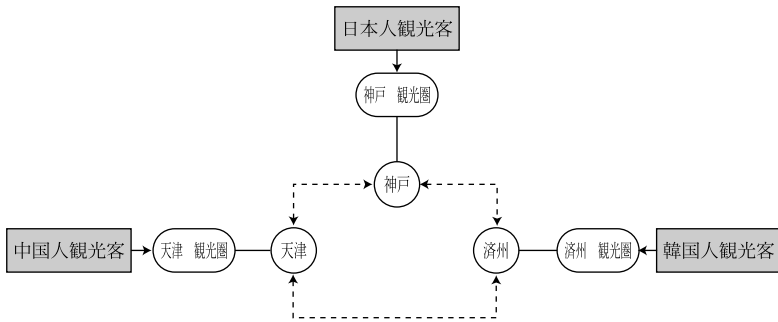


図7 神戸・天津・濟州広域国際観光連携（概念）図

③ 神戸の姉妹・友好・親善協力都市観光連携

シアトル、マルセイユ、リオ・デ・ジャネイロ、天津、リガ、ブリスベン、バルセロナ、フィラデルフィアは、神戸の姉妹都市等である。今までは、行政・企業・市民の代表による国際交流が主体であった。今後は一般市民レベルでの観光交流が望まれる。そのためには、姉妹都市等の観光情報を手軽に手に入れることができる仕組みが必要であり、さらに、行政、旅行業者が協力して、市

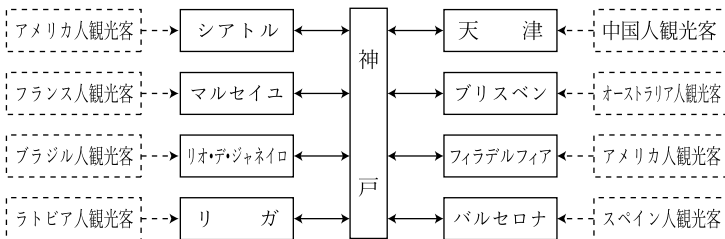


図8 神戸の姉妹・友好・親善協力都市観光連携（概念）図

民の観光交流団を組織することも必要である。また、姉妹都市等側の行政、旅行業社にも神戸への送客の要請をする必要がある。そして、さらなる友好親善の実をあげたいものだ。

5 おわりに

「広域観光」を進める上での留意点としては、連携パートナーは対等で、「ギブ・アンド・テイク」であることが原則である。また、特に外国との提携において長続きするためには、行政・観光関連業界が一体となって市民・観光者の相互訪問の仕掛けづくりが肝要である。

広域観光は、他の観光地と連携して行うものであり、「我が町だけが、我が市だけが、良ければよい」という手前勝手な「集客観光」の手法は、もはや通用しない。特に団塊の世代が本格的に参入してくる今後の国内観光の方向を考えるときに、これまでに述べた「広域観光」の活用が有効な手段となるだろう。

2001年3月から9月まで、「KOBE2001ひと・まち・みらい（神戸21世紀・復興記念事業）」を実施し、また現在（2005年）、神戸では「震災10年神戸からの発信」事業を展開し、全国からの神戸の復興支援に対する“感謝の気持ち”を伝えている。これらの事業のなかから生まれた市民による「NPO法人KOBE観光ガイドボランティア」やシルバーカレッジの卒業生によるボランティアグループ「わ」などによる神戸観光のガイドボランティア活動が展開されている。中小旅行業者で組織する兵庫県旅行業協同組合も従来の発地型一辺倒の姿勢から着地型観光キャンペーン（あわじ花タクシーなど）の商品を開発し、全国の旅行業協同組合とタイアップし相互に送客し合うことによって、支店網のある大企業に負けない事業展開を進め始めている。さらに、「神戸をウェディングの街に」の掛け声の下に「神戸ウェディングフォーラム」（神戸ウェディング会議主催）が開催されるなど、市民・事業者による「都市観光」の主体的な取り組みが増加してきている。

このような市民や観光業界の新しい動きが「広域観光」にとって重要なポイントになるだろう。このような“新しい風”を読んで「集客・観光・交流」型

の都市観光行政を進めていただきたい。それには、行政と観光関連業界、観光関連 NPO・ボランティア組織などが相互の関係をはかり、いかに“情報”を収集・加工し、市民・観光客・外国人観光客に対し提供するかがポイントである。当然マスコミの協力を得ることも重要であり、市民・事業者・行政のインターネットの活用による“神戸からの情報発信”や「こうべフィルムオフィス」などに映画・テレビのロケ支援活動などは「集客・観光・交流」型の都市観光行政の最大のサポーターであると言える。

注および参考文献

- 1) 中尾清 (2005)『都市観光行政論』たいせい, 187-188 頁。
- 2) 長谷政弘編著 (1997)『観光学辞典』同文館, 9 頁。
- 3) 神戸経済復興委員会 (1995)『神戸経済復興委員会報告書』など。
- 4) 中尾清 (2005)「広域観光の意義と可能性」『観光』No.465, 日本観光協会, 17頁。
- 5) 世界観光機関 (1999)『ツーリズムビジョン2020』アジア太平洋観光交流センター, 3-4頁。

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

高 崎 邦 子

(JTB広報課長)

観光や集客交流産業をすそ野の広い世界最大の産業として認識し、観光振興をこれからの日本の経済活性化に役立てようという国家的気運とともに、観光や集客交流の機会を拡充しようとする地方自治体は全国に広がっています。

一方、お客様の観光・交流ニーズは、自然志向や健康志向、文化志向などの高まりとともに、その形態は、近隣観光地への日帰り、宿泊旅行だけではなく、農山漁村での滞在旅行やアウトドアレジャー、趣味を通じた地域間交流、文化・スポーツ交流、またお客様個人個人の目的やテーマに絞った旅行など、多様化してきています。さらに、「アメリカ同時多発テロ」の発生以来、「イラク戦争」や「SARS」、「鳥インフルエンザ」、「スマトラ沖大地震」といった出来事が続き、今まで以上に安全で快適な観光・交流ニーズが急増しました。

こうした環境変化とともに、地域が提供しようとするものと、お客様の求めるものが違ってきているのではないかと。観光・交流機会における需要と供給側の意識に差があり、適正な観光・交流先を見つけ出せる情報システムなども十分に整備されていないのではないかと。の仮説のもとに、西日本各地での「ひと・もの・情報の交流」を活性化する方法や、従来の取り組みの改善点などを、自治体とお客様双方のニーズ調査を通して追求しました。

調査の対象は、自治体が、関西2府6県(福井・三重両県の一部含む)396市町村、中国5県318市町村、四国4県216市町村、計2府15県の930市町村の観光・交流担当部署などに調査票を個別に送付し、552市町村から回答を得ました(回収率59.4%)。一方、お客様は、西日本各地の多くが集客対象とする関西大都市圏の生活者約1万名に、調査票を送付し、2325名の方々から回答を

得ました（回収率23.3%）。

その結果、「観光・交流」「集客」のための資源に対する考え方や、情報提供手段、送受信したい情報などで、多くの意識格差が見られました。その具体的な内容を提示し、今、お客様が求めているニーズについて、ご説明したいと思います。

代表的な質問と回答及び、それぞれの項目についての分析は以下のとおりです。

注1：調査期間は平成14年12月15日～平成15年1月31日
現在の行政区分とは異なります。

注2：調査の際は自治体と対比するためお客様は生活者と表現しています。

問1. 在住者が地域交流や集客交流などに向けて、どのような取り組みをすればよいですか。
(複数回答)

	自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
① 観光レジャー活動を通じた観光交流	44.8	38.3
② 地域の伝統行事やイベントによる交流	76.4	46.0
③ (海外を含む) 姉妹都市・友好都市交流	30.8	15.7
④ 文化活動やスポーツ活動を通じた交流	34.4	21.6
⑤ 物産・特産品などの売買を通じた交流	52.5	41.1
⑥ 地域ファン層との交流⇔好きな地域の訪問	13.3	13.4
⑦ 技術研修や人材育成を目的とした交流	5.1	10.7
⑧ 農林漁業や自然などに触れる体験型交流	28.2	24.7

本設問において、両者の意識差が際だった回答は「②地域の伝統行事やイベントによる交流」で自治体は76.4%、生活者は46.0%と、約30%もの格差が見られた。

その他、「③(海外を含む) 姉妹都市・友好都市交流」で自治体30.8%、生活者15.7%と約15%の格差があり、同様に「④文化活動やスポーツ活動を通じた交流」は約13%、「⑤物産・特産品などの売買を通じた交流」は約11%と、10%以上の格差が見られたように、相対的に自治体側の交流意欲のほうが強い傾向が見られる。

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

問2. 他地域との交流に対して、今後どのようにしていければよいですか。

(○は1つ)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	新事業も含めて交流事業をより多く実施する	36.2	40.7
②	既存事業を現行通りに継続していく	28.1	3.3
③	既存事業の負担を軽減して継続実施する	11.8	2.4
④	事業効果のある事業を判定，選択して行う	19.7	27.4
⑤	民間主導の事業を促進し，行政は支援に努める	1.3	21.6
⑥	地域間交流や集客交流には意義がない	0.9	3.1

本設問において、自治体と生活者の意識差が際だった回答は「⑤民間主導の事業を促進し、行政は支援に努める」で、自治体は1.3%、生活者は21.6%の支持率となっている。逆に、「②既存事業を現行通りに継続していく」は自治体28.1%、生活者3.3%の支持率となっている。

相対的に、自治体が既存事業を何らかの形で継続しようとする傾向が強いものに対して、生活者は「④事業効果のある事業を判定、選択して行う」と「⑤民間主導の事業を促進し、行政は支援に努める」が合わせて49.0%を占めるように、交流事業を評価しながらも既存事業や運営方法の革新を求めている傾向が見られる。

問3. 集客交流で活用できる、または魅力のある地域資源や特性はどのようなものですか。

(複数回答)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	自然資源（海・山・川、温泉、景観等）	83.0	88.3
②	歴史資源（神社仏閣、文化財、伝統文化等）	65.1	61.6
③	観光施設類（交流施設、博物館類含む）	48.7	30.9
④	スポーツ施設類（スポーツ・レクリエーション施設等）	33.9	8.1
⑤	文化施設類（会議室、研修センター等）	19.5	4.2
⑥	宿泊施設類（宿泊・合宿施設、キャンプ場等）	46.7	32.3
⑦	祭・イベント類（地域伝統行事含む）	74.6	37.4
⑧	地域産業の体験類（農林魚業、伝統産業等）	26.6	8.3
⑨	特産品・郷土料理・地域物産類	50.1	42.8
⑩	心づかいや人情味に富む接客対応・受入体制	11.1	26.4

本設問においては、自治体、生活者ともに「①自然資源」とする回答が最も多く、「②歴史資源」、「⑨特産品・郷土料理・地域物産類」でも高い支持率で類似している。

反面、自治体の回答で高い支持率を得た「⑦祭・イベント類」74.6%、「③観光施設類」48.7%、「⑥宿泊施設類」46.7%、「④スポーツ施設類」33.9%に対して、生活者の支持率はそれぞれ37.4%、30.9%、32.3%、8.1%に留まっており、中でも「⑦祭・イベント類」と「④スポーツ施設類」では自治体の支持が高い割に生活者の支持の低さが目立っている。逆に、生活者は「⑩心づかひや人情味に富む接客対応・受入体制」に26.4%の支持率があるのに対し、自治体は11.1%に留まっており、自治体側が生活者のニーズに対応しきれていない傾向が見られる。

問4. 各地が他地域の住民との集客交流を進めるための主要な課題は何ですか。

(○は2つまで)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	集客交流に活用できる資源や特色の見直しと活用	28.6	35.2
②	交流活動への住民の参画や理解促進	25.3	6.0
③	交流事業の効果創出（人材育成や経済効果等）	20.8	2.4
④	集客交流の独自の目的やテーマの設定	7.8	10.9
⑤	交流活動を担う住民のリーダーや体制づくり	31.7	4.1
⑥	地域イメージや認知度の向上・PR	24.0	28.9
⑦	人・もの・情報などのネットワークづくり	13.3	9.6
⑧	宿泊・交流施設等の受入体制の整備	15.8	42.8
⑨	人的な接客対応・受入体制の質の向上	9.4	21.4

本設問において、自治体は「⑤交流活動を担う住民のリーダーや体制づくり」31.7%、「①集客交流に活用できる資源や特色の見直しと活用」28.6%、「②交流活動への住民の参画や理解促進」25.3%、「⑥地域イメージや認知度の向上・PR」24.0%、「③交流事業の効果創出」20.8%の順で上位を占めている。それに対して、生活者はそれぞれ4.1%、35.2%、6.0%、

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

28.9%，2.4%の支持率になっており、「⑤交流活動を担う住民のリーダーや体制づくり」，「②交流活動への住民の参画や理解促進」，「③交流事業の効果創出」では20%前後の格差がみられるように、それらはいくまでも自治体側の課題として、生活者は冷やかに見ている傾向が強い。

反面、生活者は「⑧宿泊・交流施設等の受入体制の整備」という回答が最も多く42.8%，類似する「⑨人的な接客対応・受入体制の質の向上」にも21.4%の回答を寄せているが、自治体はそれぞれ15.8%，9.4%の支持率に留まっており、生活者が受入体制の整備・向上を強く求めているのに対して、自治体側はさほど問題視していない傾向が見られる。

問5. 来訪者や地域との交流を深めるためにはどのような取り組みが必要ですか。
(複数回答)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	マスコミ等を活用した地域の広報PR	43.2	57.8
②	定期的な観光キャンペーンなどの実施	24.6	47.4
③	主要なイベントや観光情報等の発信	62.9	56.6
④	集客や交流に努める各種団体の紹介・支援	24.8	11.6
⑤	四季の便りなどのきめ細かで定期的な通信	11.6	49.9
⑥	会員組織化など、より密接な交流組織づくり	6.3	5.1
⑦	自然や産業体験などの定期的な実施	15.6	10.9
⑧	地域物産のふるさと宅急便などの導入・拡充	16.7	26.0
⑨	独自の文化やスポーツ大会の実施	18.2	5.9
⑩	出身者会や名誉市町村民制度の導入・展開	11.1	1.8

本設問において、自治体は「③主要なイベントや観光情報等の発信」という回答が62.9%で最も多く、続いて「①マスコミ等を活用した地域の広報PR」が43.2%の支持を得ている。

これらは生活者も順位は変わるが上位2つとし、「①マスコミ等を活用した地域の広報PR」が57.8%、「③主要なイベントや観光情報等の発信」が56.6%の支持を得ている。

このように両者が重視する取り組みは似ているものの、自治体では第三位の「④集客や交流に努める各種団体の紹介・支援」の24.8%に対して生活者は11.6%の支持に留まり、逆に、生活者では第三位の「⑤四季の便りなどのきめ細かで定期的な通信」の49.9%に対して自治体は11.6%の支持に留まるように、それぞれ集客・交流・観光に寄せる期待や問題意識には格差が見られる。

問6. 集客交流を「ものの交流」という観点でとらえるとどのような活動を重視されますか。(複数回答)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	物産や特産品, 料理類の販売・販促活動	78.1	65.4
②	物産・特産品類の生産・加工技術での交流	15.5	19.7
③	地域の伝統工芸品類の販売・販促活動	19.1	40.7
④	地域の伝統工芸品類の製造・技術での交流	6.5	18.0
⑤	工業製造品の生産・販売・流通促進活動	6.3	9.9
⑥	工業製造品の技術交流や情報交換での交流	3.1	4.9
⑦	特産品や製品開発等の研修・研究の交流	16.2	11.8
⑧	宿泊・研修施設, 別荘地などの利用促進	24.4	46.4
⑨	集客・観光施設の整備・拡充・利用促進	42.3	42.9
⑩	農林業や景観保全活動での都市住民との連帯	14.9	7.2

本設問において、自治体は「①物産や特産品, 料理類の販売・販促活動」という回答が最も多く78.1%を占める。また、「⑨集客・観光施設の整備・拡充・利用促進」42.3%、「⑧宿泊・研修施設, 別荘地などの利用促進」24.4%、「③地域の伝統工芸品類の販売・販促活動」19.1%が上位にあるように、物産販売や施設利用料など、地域への経済波及効果を求める傾向が強く見られる。

一方、生活者も「①物産や特産品, 料理類の販売・販促活動」という回答が最も多く65.4%を占める。さらに、「⑧宿泊・研修施設, 別荘地などの利用促進」46.4%、「⑨集客・観光施設の整備・拡充・利用促進」42.9

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

%, 「③地域の伝統工芸品類の販売・販促活動」40.7%と続いており, 生活者と自治体とは重視の度合いを変えながらも必要とする取り組みは類似している。

問7. 地域産業の振興や地域物産の販売・販促のために, 地域では主にどのような取り組みをされていますか, または望まれますか。 (複数回答)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	地域内の集客・交流拠点での物産販売活動	58.7	40.0
②	地域物産や特産品の総合カタログ類の配布	11.3	33.6
③	地域産業のPRや物産の宅配便の広報PR	19.8	27.3
④	農林漁業・地域産業の定期的な体験会の開催	6.5	10.9
⑤	地域物産の直接販売・流通機会の拡充	27.5	30.7
⑥	都市圏の量販店や百貨店での販路拡大の努力	10.4	26.4
⑦	大都市圏での物産展などへの参加	31.0	43.6
⑧	都市圏より地域内で完結する販売・販促活動	3.4	7.6

本設問において, 自治体は「①地域内の集客・交流拠点での物産販売活動」という回答が58.7%と最も多い。続いて, 「⑦大都市圏での物産展などへの参加」31.0%, 「⑤地域物産の直接販売・流通機会の拡充」27.5%, 「③地域産業のPRや物産の宅配便の広報PR」19.8%などが上位を占めている。

一方, 生活者は「⑦大都市圏での物産展などへの参加」が43.6%と最も多く, 続いて「①地域内の集客・交流拠点での物産販売活動」40.0%, 「②地域物産や特産品の総合カタログ類の配布」33.6%, 「⑤地域物産の直接販売・流通機会の拡充」30.7%となっている。

両者の回答結果を見ると, 自治体は地域内での物産販売を最重視しているものの, より便利に購入したいと願う都市圏生活者は都市圏での多様な地域物産の販売機会や宅配なども含めた直接販売・流通機会の拡充を望んでいる人々が自治体側の意向を大きく上回る結果となっている。

問8. 地域への集客増加や宿泊施設・観光施設などの利用促進のために、各地域で主にどのような取り組みをされていますか、またはするべきだと思いますか。

(複数回答)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	観光シーズンの都市圏での集客・観光 PR	30.8	38.7
②	オフシーズンの集客イベント等の定期開催	10.0	39.8
③	オフシーズンの利用料金割引制度等の PR	6.0	71.2
④	利用客名簿を利用した DM による利用促進	10.2	18.3
⑤	大都市圏での定期的な観光キャンペーン	14.9	24.3
⑥	広域的な連携による共同キャンペーンの実施	43.2	18.8
⑦	府県や関係省庁の支援事業への定期的参加	15.6	10.9
⑧	会員組織を活用した四季折々のイベント開催	6.5	8.1

本設問において、自治体は「⑥広域的な連携による共同キャンペーンの実施」という回答が最も多く43.2%を占めている。続いて、「①観光シーズンの都市圏での集客・観光 PR」30.8%、「⑦府県や関係省庁の支援事業への定期的参加」15.6%などが15%以上の支持率を得ている。

一方、生活者は「③オフシーズンの利用料金割引制度等の PR」を望む人が71.2%と圧倒的に多く、さらに「②オフシーズンの集客イベント等の定期開催」39.8%、「①観光シーズンの都市圏での集客・観光 PR」38.7%、「⑤大都市圏での定期的な観光キャンペーン」24.3%が続いている。

これらの回答結果を見ると、集客に向けた観光 PR やキャンペーンは両者ともに重視しているが、生活者はそれ以上にオフシーズンの料金割引の PR や集客イベント等の開催を重視しており、自治体側はそのニーズに対応していない、気づいていない傾向が見られる。

問9. 集客交流を「情報の交流」という観点からとらえますと、各地域はどのような情報提供を実施、計画しており、受け取る側はどういう情報から興味・関心が生まれると思われますか。

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

(複数回答)

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	ポスター・パンフレット等による観光 PR	76.6	48.0
②	主要な交流拠点での観光や物産情報誌の配布	19.1	26.9
③	単独または共同観光キャンペーン等の実施	44.7	24.9
④	大都市圏での共同物産展等への参加	35.5	21.1
⑤	マスコミ(新聞・TV等)を活用した地域 PR	51.8	53.2
⑥	府県や関係省庁の関連補助事業の利用・参加	14.0	8.2
⑦	出身者や会員組織による観光や物産の PR	12.4	5.1
⑧	友好団体・地域・学校などへの施設等利用促進	4.9	5.4
⑨	旅行業や流通業と連携した観光・物産 PR	11.4	54.8
⑩	インターネットでの定期的な地域情報の発信	52.7	29.8

本設問において、自治体は「①ポスター・パンフレット等による観光 PR」という回答が最も多く76.6%を占めている。さらに、「⑩インターネットでの定期的な地域情報の発信」52.7%、「⑤マスコミ(新聞・TV等)を活用した地域 PR」51.8%、「③単独または共同観光キャンペーン等の実施」44.7%、「④大都市圏での共同物産展等への参加」35.5%が続いている。

一方、生活者が興味・関心をもつ情報提供については、「⑨旅行業や流通業と連携した観光・物産 PR」が54.8%と最も多く、さらに、「⑤マスコミ(新聞・TV等)を活用した地域 PR」53.2%、「①ポスター・パンフレットによる観光 PR」48.0%が続いている。

両者の回答を比較すると、自治体はポスター・パンフレット、インターネット、マスコミを活用した地域 PR、観光キャンペーン、共同物産展等への参加の順で支持率が高く、関連業者に委託したり、システムがすでに出来ている方法を選択する傾向が強い。それに対して、生活者が望む情報は上記以外に旅行業や流通業と連携した観光・物産 PR や主要な交流拠点での観光・物産情報誌の配布等の支持率が高く、より身近で分かりやすい情報提供を求める傾向が見られる。

問10. 西日本各地での集客交流を活性化するため、生活者がいつでも地域別やテーマ別に知りたい情報を入手でき、予約・申し込み（購入）・支払いなどもインターネットでできるシステム（e コマース等）を構築する場合、どのような情報内容や機能の充実を望まれますか。（複数回答）

		自治体構成比(%)	生活者構成比(%)
①	自治体別の地域概要の紹介（地域の特性等）	65.1	26.7
②	四季折々の地域の観光資源や見どころの案内	82.6	80.9
③	自治体別の宿泊・飲食施設の案内	70.2	59.7
④	自治体別の宿泊・飲食施設の申し込み受付	39.0	42.3
⑤	地域物産や特産品、郷土料理等の紹介	71.3	53.8
⑥	地域物産や特産品等の購入・申し込みの受付	44.7	30.4
⑦	地域のイベント・行催事の案内	83.2	50.7
⑧	地域のイベント・行催事の参加申し込み受付	34.8	23.3
⑨	農林漁業や地域産業の体験機会の案内	35.5	15.7
⑩	農林漁業や地域産業の体験等の申し込み受付	22.8	12.6
⑪	地域産業の後継者や就業人材の募集情報	17.3	8.2
⑫	移住者等の受入情報（仕事・家・土地情報等）	20.8	12.2
⑬	官民のふるさと会員制度等の案内	12.7	8.6
⑭	U・I・J ターンの受け入れ及び支援情報	25.9	8.6
⑮	自然環境保全のボランティア募集情報	15.3	12.5
⑯	休耕田や棚田等の農作業希望者の募集情報	16.4	13.4
⑰	地域別パッケージツアーの開発と募集情報	17.1	27.7
⑱	特産品や名産品の紹介・宅配受付	31.7	24.1
⑲	地域産業就業希望者の助成制度等の紹介	11.1	9.6
⑳	地域起こしや特産品開発事例・アイデア情報	20.2	10.8
㉑	地域起こしリーダー等からのメッセージ集	12.5	5.6
㉒	名水・棚田・農村景観百選などの一覧案内	20.4	23.3

本設問に対して、自治体は「⑦地域のイベント・行催事の案内」という回答が最も多く83.2%を占める。続いて、「②四季折々の地域の観光資源や見どころの案内」82.6%、「⑤地域物産や特産品、郷土料理等の紹介」71.3%、「③自治体別の宿泊・飲食施設の案内」70.2%、「①自治体別の地

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

地域概要の紹介（地域の特性等）」65.1%が過半数の回答を得ている。さらに、「⑥地域物産や特産品等の購入・申し込みの受付」44.7%、「⑨農林漁業や地域産業の体験機会の案内」35.5%、「⑧地域のイベント・行催事の申し込み受付」34.8%なども3割以上の支持を得ている。

一方、生活者は「②四季折々の地域の観光資源や見どころの案内」という回答が最も多く80.9%を占める。続いて「③自治体別の宿泊・飲食施設等の案内」59.7%、「⑤地域物産や特産品、郷土料理の紹介」53.8%、「⑦地域のイベント・行催事の案内」50.7%が過半数の回答を得ている。さらに「④自治体別の宿泊・飲食施設等の申し込み受付」42.3%、「⑥地域物産や特産品等の購入・申し込みの受付」30.4%なども3割以上の支持を得ている。

それら両者の支持率で大きな格差がある項目をみると、「⑦地域のイベント・行催事の案内」で自治体の83.2%の回答に対して生活者は50.7%、同様に「①自治体別の地域概要の紹介（地域の特性等）」で自治体の65.1%に対して生活者は26.7%に留まるなど、30%以上の格差が見られる。さらに、20%近い格差がある項目を見ると、「⑨農林漁業や地域産業の体験機会の案内」で自治体の35.5%に対して生活者は15.7%、「⑤地域物産や特産品、郷土料理等の紹介」で自治体の71.3%に対して生活者は53.8%、「⑭U・I・Jターンの受け入れ及び支援情報」で自治体の25.9%に対して生活者は8.6%に留まっている。

以上の調査結果から自治体と生活者の「観光・交流」「集客」のための資源に対する考え方や、情報提供手段、送受信したい情報などで、多くの具体的な意識格差があることがわかります。このニーズのギャップをどこまで埋めていくことが出来るのか、お客様の意見・要望にどこまで応えられるのかが、行ってみたくなる地域にするための、大きなカギであると考えます。

観光振興といえば、まず地域資源の活用を考え、地域の自然や歴史・文化などをアピールしようとしてしまいます。しかし、いくら豊かな自然や固有の歴

史・文化があっても、お客様が求めるものでなければ、集客にはつながらないのです。郷土愛やこだわりは大切ですし、地域資源を重視して、わが地域の魅力を知ってほしい。しかし、どこにでもあるような自然や歴史・文化だけで多くのお客様にきて頂き、滞在頂く、そして観光消費を促進しようとするのは難しい時代です。今日では誰もが多くの旅行を体験し、観光地の善し悪しはすぐに判断できる経験や見識を備えておられます。JTBの店頭でも、お客様はご自分の行きたい個別の地域に関して、事前にしっかりと情報収集なさって来られるため、それに勝る情報提供力を養うのが大変な時代です。観光振興をめざすためには、自分自身を知り、冷静に他者と比較して優れている点や特性などを明確に見いだすことが何より重要でしょう。私はよく「旬」という表現を使いますが、食べ物だけではなく、「そこでしか・その時期にしか・見れない・食べれない・体験できない何か」が必要なのです。

今年の夏休みの旅行先で、人気の高かった沖縄を考えてみます。国内外、数多くのリゾート地の中で、沖縄が海外にも勝る集客実績を残せるようになったのは、単に海外に比べて安いからという理由だけではありません。例えば、「手軽に海外！週末〇〇旅行」といったパッケージ旅行の中には、日本を夜に出発して現地は早朝出発など、ゆったり過ごしたい人にとっては、希望と違った強行スケジュールの商品もあります。対して、沖縄は、『価格が少々高くても、都合の良い時間帯に出発できて、パスポートチェックなどのわずらわしさもなく現地で有益な時間が過せるのです。そして最近出来た「DFS（デューティーフリーショップーズ）」で国内なのに免税ショッピングもできます！！』といった、当たり前ですがハッと気づかせることをそのままPRし、訴求しています。もちろん社会現象としての沖縄ブームを上手く利用しながら、行く先々でお客様をもてなし、楽しんでもらおうとする努力がなされており、お手軽に本格的な旅行の楽しみが味わえる魅力が、リピーターやアジアからのお客さまをとらえています。

この沖縄にも以前は「沖縄時間」のようなものがあり、お客さまの都合より
都市政策 No.121

観光産業から見たお客様の観光・交流ニーズについて

も現地サイドの都合を優先し、お客さまをお待たせしたり、行程変更を余儀なくされるなど、いわゆるホスピタリティにはほど遠いところがあったため、旅行先の選択肢が広がるに連れて観光客が減っていった時期がありました。そうした苦境を迎えてようやく真剣に努力して、今日の沖縄のホスピタリティ、もてなしの心が生まれてきたのが実情です。それとともに、それまでの姿勢を省みて、お客様のニーズに対応できるよう、観光ゴミの清掃や景勝地の再整備、自然・生態系の保護・保全などにも精力的に取り組み、また、良質のホテルの建設、航空会社と連携したPR活動などを推進することによって、今日の沖縄が再生されています。

経済不況下でも相応の集客実績を残している地域には、いたるところでそうした努力のあとが見られます。単に美しい自然がある、固有の歴史・文化がある、テーマパークがあるなどということだけでは、全国各地や世界各国にいくらかでも素晴らしいところがあります。地域間競争に勝ち残るためには、お客さまの満足をかなえる、ニーズに応える「地元の度量」こそが欠かせないのではないのでしょうか。全国各地をめぐるしていると、地域ごとにさまざまな観光産業従事者に出会います。商売っ気たっぷりでお客さまを見ればあれこれと販売をしようとする人もいれば、本当に地域を愛していて何とか地域の良さを伝えようとする人、とにかくお客さまに満足していただけるように気を配る人など、様々な方々と出会います。そのなかで、郷土への愛情と誇りを持ちながら、お客さまのこだわりも十分にふまえ、地域観光に満足していただけるように努力をしている人と出会えた時、その地域の魅力が倍增することを感じています。ですから、日々移ろう時流に便乗する必要はありません。地域本来の魅力に愛情と誇りをもって、それを押しつけることなく、誠意をもって伝えられる人がいれば、それがそのまま観光振興の大きな基盤になるものと私は信じています。

おわりに

冒頭でも述べましたが、アメリカ同時多発テロ以来続いている世界各地で発生した様々な出来事は、平和産業の一翼をになう旅行業に大打撃を与えました。

旅行業とは、平和であってこそ成り立つものです。時代の中で消えていってしまう恐れのある自然・文化・歴史・人・祭り・景観などを守りながら、地域の活性化を図り、訪れた人は相互交流を通じてその地域への理解を深めていくのです。今はやりのスローフードとファストフードに例えると、旅行業はファスト経済に対抗するスロー経済でしょうか。つまり、旅行とは利便性・効率性だけでは成り立たない文化人類的交流が根底に流れ、長期間にわたって様々に影響を及ぼすものなのです。

観光立国は、一朝一夕に達成できるものではありません。したがって長期的な視野を持って、少々リスクには腹をくくって取り組むぐらいの意気込みがなくては「観光立国」実現はありえないのではないのでしょうか。そして、観光産業をすそ野の広い世界最大の産業として認識し、観光振興、特に海外からのお客様の誘致をこれからの日本の経済活性化に役立てようという気運が高まっているという国家戦略の裏側には、旅行業はじめとする観光産業の平和性が隠れているのではないかと思うのです。

心で観る歴史

—人とのふれあい—

小 池 弘 三

(真言宗須磨寺派管長)

はじめに

今年、あの大地震から10年になります。そのためでしょうか、昨年秋から今年の春まで放送されたNHKの連続ドラマ「若葉」は、神戸が主な舞台になっていましたし、本年の大河ドラマが宮尾登美子さんの「平家物語」を原作とした「義経」になりました。この大河ドラマが「義経」になったのは、知事さんや市長さんを始めとする県民あげてのNHKへの強い働きかけによるものだったと聞いています。それはともかく、神戸には大変縁が深く、街づくりや港湾整備の先駆者でもあり、神戸とその歴史を知る人にはファンも多い平清盛は、これまでの芝居やテレビなどでは、奢り高ぶった倣岸不遜で悪逆非道の人物として登場することが主でした。しかし、この度の大河ドラマの私がよく間違われる渡哲也演じる平清盛は、昇り詰めた権力者の横暴とも思える行動が多少はあったものの、優しさや人の情けも知る、悩みも多き平家一族の頭領であり、義経との交わりも深く濃い人物として描かれていました。多分この大河ドラマによって、清盛公に対するイメージが変わったのではないかと考えています。ただこのドラマで大変残念だったのは、義経を世に知らしめた一の谷合戦をめぐる放送で、私の寺にとっても、多くの「平家物語」のファンにとっても登場して当たり前と思える、平敦盛と熊谷直実の一騎打ちの話を始め、平忠度や知章等の話がなかったことです。原作にもなかったので仕方がないとはいえ、やはり私たちにとっては淋しく物足りない感じがしました。しかし、その縁の所として少しだけでしたが、全国的に紹介してもらえたのはありがたいことでした。

その大河ドラマで思い出すのが40年程前の出来事です。私は福岡の田舎町で生まれ育ちました。私がまだ小学校4年生だったと思います。竹バットとゴムボールによる三角ベースの野球ながらも長嶋選手に憧れ、プロ野球西鉄ライオンズでの活躍を夢見る、時代劇や芝居というものには全然興味もない、どちらかというとなんか嫌いな少年で、テレビが一家に1台の頃でしたので、時代劇を見たがる明治16年生まれの祖母とのチャンネル争いが常でした。大河ドラマのことはばかりで申し訳ないのですが、その年の大河ドラマは、現在の尾上菊五郎さん、当時の菊之助さんが主演を務める「源義経」でした。そしてある日曜日のことですが、家族で昼ごはんを食べていると、着物姿の祖母が威儀を正し「今日はな、一の谷があって敦盛と直実の一騎打ちのあるっちゃけん、どげなことあってもあんたたちにチャンネルは譲らんけんな」と語気強く宣言しました。私と兄は不満をもちましたが、祖母の回りにいる、いつもは私たち兄弟のわがままを快く受け入れてくれている、祖母と同年代のお婆ちゃんたちの祖母への強い同意を見せられては、納得するよりありませんでした。その日の夜の番組の内容はよく覚えていませんが、敦盛役が船木一夫で直実を演じたのが中村竹弥であったこと、お婆ちゃんたちがその場面をそれこそ真剣に、食い入るように見つめていた姿と、番組終了後に前述したような今年大河ドラマではなかった内容について、話していたことが記憶に残っています。何故そんなに確信をもって言えるかという、無賃乗車することを薩摩守と呼ぶのを、そのお婆ちゃんたちの話を聞く中で知ったという、忘れられない思い出があるからです。

そしてまた記憶にあるのが、祖母と大阪の方へ旅行した時のことです。まだ山陽新幹線がなく、大阪と博多の間が特急電車で8時間かかっていた頃です。電車が姫路を過ぎ、明石のあたりから淡路島が見えるようになってくると祖母の落ち着きがなくなり、当時は神戸の地理がわかりませんでした。塩屋を過ぎて鉢伏山の麓に来たときには、その興奮が頂点に達したようで一の谷の方を指さしながら、「ホラホラ、あそこば見てんない。あそこが一の谷たい、あそこば義経が馬で駆け降りたたい、そして平家ば負かしたたい、偉かな一義経は。そして、ここで無冠の大夫敦盛と源氏の荒武者直実の一騎打ちがあつて

くさ……。よかなーここは」と言って、おもむろに「い〜ち〜の〜た〜にの、い〜く〜さや〜ぶ〜れ……」と、歌い出したので「婆ちゃん、恥ずかしいけんやめて」と、大慌てしたこともありました。

中学生の時には古文の授業で、「平家物語」の有名な冒頭の部分、福原遷都、敦盛最後と那須与一の扇的の所を習ったことを覚えてはいましたが、情けないことに成績不良で劣等生だった私は、授業内容についても説明されたはずの福原や一の谷や敦盛の話の舞台が神戸である事も知らず、単純に義経は正義の味方で、平家は極悪人平清盛を頭とする悪者集団ぐらいにしか思っていませんでした。そんな私が祖母の愛した話に縁が深いというより、その話の舞台と言っても過言ではないお寺に来て、一の谷合戦や敦盛について、こうした文章を書いたり人様を前にしてお話しをするなど、両親を始め祖母とその回りのお婆ちゃんたちや、古文を教えてくれた先生には思いもよらないことだったでしょう。まさに「お釈迦様でも気がつくめえ」と、言ったところでしょうか。

その大河ドラマのお陰で、観光を兼ねた参拝か参拝を兼ねた観光なのかはわかりませんが、確かに須磨寺でも例年になく団体でお見えになる方が多いようです。また、足元を固め小さなザックを背負ったグループや、史跡地図などを片手に散策されている歴史愛好家の姿をよく見かけますし、境内の案内を求められることも今年は多々あります。そうした方々とお話ししていると、皆さん本当によく歴史を勉強されており、その詳しさに驚きます。余程勉強された先生でもないと言えられないような質問や、私たちでは相槌さえも打つことができないような難しい話をされ、恥ずかしい話ですが愛想笑いに終わるだけのことが時々あります。そして、そうした人達の中には、歴史資料としての「平家物語」を否定される方がおられます。なぜなら「平家物語」は語り物文芸・文学であり、歴史的な文献でも歴史事実を伝えようとして書かれたものではなく、面白おかしく昔語りをすればよいという建前で書かれたものだから、歴史資料としては二流三流のあまり価値のないものだからだそうです。

平成8年2月に遷化された先代義人和尚は、この傾向を常々嘆いておられ、事あるごとに我田引水的と前置きしながら「平家物語」の弁護論を展開されて

いました。そして、私たちにもその弁護論を説き続けてられました。いわば今回のこの文章は先代の受け売りであり、これは先代の遺言と思ってお読みただけたらと思っています。

我田引水的「平家物語」論

須磨寺は平敦盛の寺と言われていました。しかし、敦盛という人物や敦盛にまつわる物語というのは、歴史学者と言われるような方々からはその実在を疑われ、単なる架空の伝説のように扱われることがあります。一昨年の大河ドラマ「武蔵」の原作者でもある吉川英治氏は、やはり大河ドラマにもなったかつての作品、「新平家物語」を執筆される段階で、平敦盛などという人物は存在しなかったのではなかろうか、という疑いをもたれました。結果的に小説の中では登場させられましたが、人物そのものが架空の人で、況んやそれにまつわる熊谷直実との一騎打ちなどの話は、真っ赤な作り話にすぎないのではないか、という説まで考えられたことがあるそうです。そのようなことを他所でもかなり言われていたようです。今年の大河ドラマで敦盛と直実の一騎打ちがなかったのも、原作者や制作者に、敦盛に対する同じような思いがあったからでしょう。このように須磨寺の売り物である平敦盛の話が重要視してもらえない、どちらかというところ否定されるようなことは、お寺にとっての営業妨害であり一大事です。だから須磨寺では平敦盛を守らなければならない、ひいては平敦盛を大切に扱ってくれた「平家物語」を守らなければならない、との思いで「平家物語」を読んでいるのです。

一般的に「平家物語」は、前述したように語り物文芸であるといわれているが故に、歴史学者からは二流三流の歴史資料として扱われることが多くあります。なぜならば「平家物語」は文学だからだそうです。確かに一応は文学であり、語り物文芸と言われます。しかし、文学と歴史とはどこが違うかという観点から両者を見ると、歴史というものは勝者の記録であることがほとんどなのではないでしょうか。この源平の時代を見ても、勝った源氏は自らの歴史を語る機会と権力がありました。けれども負けた平家は、絶滅したこともあります

が、自らの歴史を語る権力も機会もありませんでした。

現在、源平時代の記録、正史として先生方に一番尊重される「吾妻鏡」は、鎌倉幕府によって編纂された、いわば源氏方の立場に立って書かれた歴史です。今日平家方の立場に立ってかかれた歴史書というものはありません。だからこそ、敗れ去った者に対する同情という立場でもって書かれた文学に、破れた者の真実というものが伝わった可能性があるのではないのでしょうか。敗れ去った者の歴史、敗れ去った者の事実というものは、むしろ文学の方に盛り込まれる可能性が大きいという意味で、「平家物語」を見直さなければならないのではないか。というのが一つ目の遺言です。

もう一つ「平家物語」を見る時の重要な点としては、「平家物語」が語り物として発生したことです。この発生についての学説は一定していませんが、現在主流をなしているのは、比叡山の慈鎮和尚の庇護をうけた生仏（しょうぶつ）という琵琶法師が語り始めたという説です。これは「徒然草」に、信濃前司行長（しなののぜんじゆきなが）という人が台本を書いたとあるからで、これが一番有力な説とされています。そして、その生仏を筆頭にした琵琶法師たちによって、全国津々浦々に語って歩かれたことに注目する点があると思うのです。

「平家物語」の原本というものが、いつ完成されたのかはハッキリした説がありませんが、源平一の谷合戦があった寿永3年（西暦1184年）から、早いと言われる学説で20年、遅い説で50年だと言われています。こういう年月を平均することはできないと思いますが、敢えて考えるならば、合戦後20年から30年の時点で「平家物語」が成立したと思えます。ということは、一の谷合戦や源平合戦が行われた当時に生きていた人たちが、まだ全国的に散らばっていた時です。今年が太平洋戦争が終わってから60年になります。その60年を過ぎた今でも、あの戦争の悲惨な戦場に立った方もおられるし、私の母たちのように、銃後における戦争の記憶を持つ人もたくさんおられます。まして30年前ならば、戦争の記憶を持ったもっとたくさんの方がおられたでしょう。人の寿命が長くなった現代と違う、人生50年の時代だったとはいえ、生き証人たちが全国にいた時代に「平家物語」は書かれたわけです。

そういった時代にあっては、琵琶法師が源平の戦いについて全国に語って歩いた場合、語りの中に余りにも著しい大きな間違いがあったならば、聴衆の中の誰かが琵琶法師に対して、「あなたの語った話に間違いがある」というような訂正の話が出るでしょうし、また琵琶法師の話聞いた現地の人たちが、「あなたの語りの中にはこういう話がなかったけれども、実はこの辺りではこういうことがあったんだ」というような、追加や訂正の話が出てきたことでしょう。こうした生き証人たちによって、今日的にいう加筆校訂されて成り立ったものが、「平家物語」であるという見方もできるのではないのでしょうか。そのようなことから考えても、「平家物語」は一般の歴史学者が言うように、歴史的に二束三文の価値がないものと見下げる必要はない、というのがもう一つの遺言です。

付、我田引水の「平家物語」論

「平家物語」の作者は特定されていませんが、前述したように一番有力視されているのは、信濃前司行長が比叡山の慈鎮和尚の庇護を受けて書いたというものです。もう一つの説は、京都の醍醐寺にある「醍醐雜抄」という書物の中にある、葉室時長が書いたというものです。どちらが正しいかはよくわかりませんが、葉室時長と信濃前司行長は不思議なことに従兄弟であり、非常に密接な関係があったのではないかと思います。

それから二種類の「平家物語」が存在したという説があります。「平家物語」には内容的に違う「平家物語」が数十種類あり、それを大きく分類すると語り物系と読み物系に別れます。琵琶に合わせて「祇園精舎の鐘の声～」などと、いかにも調子よく語りやすいように書いてあるのが語り物系で、それに対してゴツゴツとして少し読みにくいけれども、内容がしっかりしているというのが読み物系で、「源平盛衰記」などがその代表です。また、読み物系の「平家物語」の中には、漢文で書かれた「四部合戦状本」というようなものがあり、当時のインテリでなければ読めなかったような「平家物語」を、読み物系と言うのだそうです。そして、語り物系「平家物語」は信濃前司行長が作って生仏に

語らせ、葉室時長が語り物系を書いたのではないかという説もあります。とにかく、まだ完全な結論は出ていませんが、「徒然草」に書いてある分だけ行長説が有力のようです。どちらにしても、このような「平家物語原本」についての説はたくさんあるのですが、「平家物語原本」というのは見つかっていないということです。

しかし、いかなる理由からかはわかりませんが、その原本は三巻本であったと言われています。「源平盛衰記」などは現在四十八巻まであります。三巻本が六巻本になり、やがて十二巻本になったりして増えていったようです。このようなことから三巻本は残っていないと思われませんが、六巻本は残っており、段々と増えていくことで何十種類もの「平家物語」ができたと思われれます。このように増えていった原因は、前にも述べたように琵琶法師が全国津々浦々で語った折々に、その土地の人たちから聞いた話を取り上げていき、ポツポツと増えていったことと、それらの話を面白おかしく語るのだということもあったからでしょう。「平家物語」はそうした現地取材の結果として増えていったものなので、必ずしも嘘ばかりではないと言えるのではないかと、というのが「平家物語」に対する私たちの思いなのです。

それから何度も述べておりますが、「平家物語」に書かれている敦盛と直実の一騎打ちの話というのは、面白おかしく作ったものでありもしない話であるといわれるのですが、「平家物語」の専門家の水原一先生は、熊谷直実の話が書かれている「平家物語」の文章は、「平家物語」の他の話の語調や文章の調子が違っている。これは筆者が熊谷直実に直接会い、話を聞いて書いた可能性が非常に高い、ということをおっしゃってくださっています。実在の人物である熊谷直実に会い、インタビューした結果の報告書を「平家物語」の中に書いていったものが、あの平敦盛・熊谷直実説話なのです。何度も言いますが、そのような意味からも「平家物語」は、必ずしもありもしないことを面白おかしく書いたものではないと思えるのです。

古記録の歴史考

これまで述べてきました「我田引水の平家物語語論」の立場を離れて考えたとしても、昔の人たちは現代の人ほど悪賢くなく、ありもしないことをわざわざでっち上げ、故意に架空の出来事を作り上げるようなことはしなかったのではないかと、思われるのです。もちろん間違いということもあるでしょうし、白髪三千丈的な少し大袈裟すぎるところがあるでしょうが、昔の人たちの言い伝えというものは、もっと素直に温かく受け止めてあげてもいいのではないのでしょうか。

これは日本のものではなく話もかなり大きいのですが、西洋の古代史にギリシャのトロイ戦争の話があります。有名なホメロスのイリアスであるとかオデッセイなどの歴史文献に伝えられている、非常に面白おかしい戦の物語だということで、近世に至るまでの西洋人にとっては、大変人気のある戦の物語として信じられていたものです。ところが、19世紀になって科学的な歴史学が発達してから、イリアス・オデッセイなどの物語、所謂ホメロスの物語というものは架空の御伽噺にすぎない、といった否定を受けました。しかし、ドイツのハイน์リッヒ・シュリーマンという方が、全生涯をかけてトロイの遺跡を探して歩き、現在のトルコ共和国の西部にあるヒッサリクの丘でトロイの遺跡を発見したという、有名な話があります。その遺跡が発見されたことにより、歴史学者が否定していた話が架空の話ではないと実証されたのです。

また、キリスト教の「旧約聖書」には、いろいろと神秘的な物語が伝えられています。キリスト教の信者でない者からすると、到底あり得ないと思える話がたくさん出てきますが、現代の歴史研究の結果によると「旧約聖書」に記されている諸々の話は、必ずしも架空の話ばかりではなく、それぞれに実証されるような遺跡や歴史現象が、次々と証明されているようです。このようなことから、言葉は悪いですが一見バカバカしいような、あるいは一見あまりにも面白おかしすぎるような話であっても、古代人たちは何ほどかの事実を根拠にして伝えてきた証拠となるのではないのでしょうか。

お経の中にも現代の感覚だけで聞いたり読んだりすると、「そんなぁ」と思

われるような物語や表現がありますが、やはり実証されるような遺跡がインドなどが見つかっています。日本での有名な話として、比較的最近まで論争が続いた、大和の法隆寺の再建・非再建論争というものがあります。本来「日本書紀」には、天智天皇九年に法隆寺が火災により焼失したと記録されていました。しかし、明治時代になると「日本書紀」の記録というものは、必ずしも信用することができないのだというような風潮がでて、その勢いが強くなりました。それにもかかわらず、喜田貞吉という国史学者は「『日本書紀』に焼けたと書いてあるのだから法隆寺は焼けたのだ」と主張されました。それに対し関野貞工学博士は「『日本書紀』という記録はあてにならない。実物である法隆寺の建造物を見る限り、明らかに創建当時そのままのものだ」と主張されました。この論争が明治時代以来ずっと続いてきたのですが、戦後になってから法隆寺の境内の中、いわゆる若草伽藍の発掘が行われた結果、焼けた証拠となる灰ガラが発見され、法隆寺の境内の中には今よりもっと大きな建造物があり、それが焼けてしまったということがわかったのです。それにより、現在の法隆寺は天智天皇の九年に前の寺が焼け、その後程なく再建されたものであるということが、歴史学会で認められるようになったのです。この話だけでも、極めてあやしいと言われた「日本書紀」の記録が、そんなにでたらめなものではなかった、ということを物語っているのではないのでしょうか。

言い伝え的歴史考

昔は何がなんでもおじいちゃんが言ったから、おばあちゃんが言ったからとそのままを受け継いできました。それに対し、とにかくそのような伝説的な話に疑いの目をもち、これは怪しいからと全部を否定していったのが、近代歴史学の出发点だったのです。そのようにして、古くから伝わる話や歴史を科学的な証明がなければ否定し、すべての事柄を知識として頭だけで理解しようとすれば、それらの話や歴史もなんら心に残ることもなく、次代に語り継ぐ事もできないでしょう。祖母たちのほとんどは、小学校に1～2年だけしか行っていない人たちばかりでしたが、源平一の谷合戦や義経の逆落としなどを、まるで

見ていたかのように話せましたし、話してくれました。きっと芝居や講談などで知り得たこともあるのでしょうか、やはり親から子、子から孫に語り継がれてきたことが一番の理由であると思います。育児書をたくさん読み、赤ちゃんの育児の仕方と発育に関しての知識はあるけれども、泣く赤ちゃんを抱き締めてやることのできないお母さん。仏教書をよく読み、仏の教えをよく知っているけれども、その仏教書の読書中にお茶を入れてくれた人に、「ありがとう」の一言が言えない人。いろんな教えを頭だけで理解しようとする人は、知識はあっても次代につながる心を伝えることはできないだろうと思うのです。

先代和尚は、源平一の谷合戦800年を記念して昭和60年に発行された著書「滅びの美『敦盛』」の端書きの中で、「須磨の伝説については無批判に肯定する人と、それが伝説であるので史実ではないという単純な理由から無条件に否定する人々に大別される。いかに須磨を愛する自分でも、あまりにも素人すぎる前者の人々に同調できないが、何もかも頭から否定する伝説抹殺主義の後者の人々も認めることはできない。率直に言って、須磨寺や須磨の伝説の中には、史実として認めたいものが多い事は事実である。しかし、それらの伝説はたとえ史実に反するものであっても、ある時期に生まれ、その後の長い間に昔の人々によって語り伝えられてきたことは、誤りのない事実であり、この事実は何としても否定できない。何故そのような伝説が生まれ、語り伝えられてきたのか。そして、その伝説の存在が昔の人々にとってどのような意味をもち、どのような影響を与えていたのかを考えると、いたずらに伝説を否定する態度は、正しく歴史を理解する態度ではないと思う。まして、伝説というものが本来的にもっているロマンチズムを否定する。それは、ただでさえもリアリスティックな現代人の心から、ますます潤いをなくさせることであって感心できない。ギスギスした時代に生きることを余儀なくされている現代人には、せめて美しい風光に接した時だけでも、心に夢を描かせておいてほしい」と概略ですが、このように述べられています。

神戸に多数ある史跡は、神戸の長い歴史の中でこの地に生きた人々の営みを伝える宝箱であり、それらの史跡や事物がその話にまつわる時代の物でなくて

も、それ以上にこの地に蓄積されてきた土地の記憶を、如何に大切に扱って来たかを伝えてくれている非常に価値のあるものであると、神戸市の文化財課の方がおっしゃっていました。古くからの神戸の史跡が、西国街道を下る多くの人の訪れる名所となったのは、旅人の求めるその土地の記憶に対する思いに応じてきた、各所の人々の細やかな気配りと、その記憶を大事に受け継ぎ育む豊かな心があったからでしょう。歴史も生命のつながりの中で生きているものです。五感を一杯に働かせてその歴史の息吹を感じ、生まれながらにして持つ素直な心でその歴史に接し、観るものなのではないでしょうか。

震災復興から『観光交流都市』へ

中 瀬 俊 明

(神戸市生活文化観光局観光交流課課長)

1 はじめに

神戸は「観光都市」か。仙台・東京・福岡で約1,000人の方に聞き取り調査を行った結果、約4割の方が「観光都市」と答え、国際港湾都市等を押さえ第1位となった。

1977年、NHK朝の連続ドラマ小説「風見鶏」の放映により、本格的な神戸観光は幕を開けた。その後、地方博の先駆けとなった「ポートピア'81」をはじめ、「ユニバーシアード神戸大会」、「アーバンリゾートフェア神戸'93」等々、神戸は集客性の高いイベントを定期的開催することにより、情報を発信し、神戸の知名度をアップさせ、あわせて魅力あるまちづくりを進めてきた。

神戸は、六甲山や瀬戸内海の豊かな自然、美しい港、賑わい溢れる都心、伝統に育まれた有馬温泉や灘の酒蔵など多種多様で個性的な観光資源に恵まれ、また、神戸港開港以来育んできたハイカラ文化やファッション、洋菓子といった地場産業がうまくミックスし、街の個性をつくり上げ、それが神戸観光の大きな魅力となっている。

1995年1月、阪神・淡路大震災が神戸を襲い、街は壊滅的な被害を受けた。観光面においても、その被害は甚大で、多くの観光施設が倒壊した。街が復旧・復興に取り組むなか、被災者の感情に配慮した結果、震災後暫くの間は、神戸への観光客は激減した。しかし、街が復旧し、観光施設についても、北野や旧居留地の異人館や酒蔵資料館をはじめ、もどどおりに復旧されるなかで、神戸に多くの方に来ていただくことこそが被災地の復興に繋がる、といった考えから、積極的に観光客誘致に乗り出していった。

震災前、2,440万人であった観光入込客数が2004年に2,812万人となった。

政府をはじめ各自治体が、観光をこれからの地域経済をリードする主要な産業として重視するなか、神戸も震災から10年を迎えるまさにこのとき、観光を「まちづくりの原点」として捉え、「観光交流都市」を目指すべく、新たな一歩を踏み出し始めた。

H 6年～H 16年 観光入込客数の推移

(単位：万人)

		平成6年	平成7年	平成8年	平成9年	平成10年	平成11年	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年	前年比	6年比
都市 観光群	市街地	831	243	616	718	810	866	836	819	945	919	1,061	116%	128%
	うち北野	166	41	112	116	157	161	160	153	151	145	161	111%	97%
神戸港		217	56	127	146	159	154	152	146	153	162	154	95%	71%
六甲 有馬 観光群	六甲・摩耶	732	225	504	510	497	504	482	488	461	496	489	99%	67%
	有馬	172	102	145	141	136	133	128	129	131	170	163	96%	95%
須磨・舞子		344	157	251	257	324	342	393	374	359	349	350	100%	102%
西北神		144	97	110	108	110	108	104	98	100	117	103	88%	72%
小 計		2,440	880	1,753	1,880	2,036	2,107	2,095	2,054	2,149	2,213	2,320	105%	95%
神戸ルミナリエ		—	194	309	396	492	486	424	461	423	456	492	108%	—
小 計		2,440	1,074	2,062	2,276	2,528	2,593	2,519	2,572	2,572	2,669	2,812	105%	115%
大規模 イベント等		—	—	—	—	—	—	—	21C復興 記念事業 223	ワールド カップ 34	—	—	—	—
合 計		2,440	1,074	2,062	2,276	2,528	2,593	2,519	2,738	2,606	2,669	2,812	108%	115%

※「神戸ルミナリエ」は、総来場者数のうち、ルミナリエが主目的で来場した人数の割合で算出した数。

2 震災後の観光復興の取り組み

阪神・淡路大震災により壊滅的な被害を受けたことにより、1995年の神戸観光は大きく落ち込んだ。その後、観光復興に取り組み、1998年には震災前の水準を回復し、その後は概ね順調に伸びて、2004年には2,812万人の入込客数を数えている。但し、神戸ルミナリエを除くと、長びく不況も相まって、震災前の約95%にとどまっている。地域別では、市街地が大きく増加しているのに比べ、六甲・摩耶、神戸港等の落ち込みが大きい。以下、震災復興の過程で特徴のある取り組みを行った地域及びイベント展開について述べてみたい。

① 旧居留地

開港当時、外国人のビジネス街であった旧居留地は、今も西洋の薫りを漂わ

せる異国情緒あふれるまちなみを形成している。80年代より、近代洋風建築の価値が評価されるようになり、ブティックやレストランが入居し、ショッピングの街として次第に賑わいが生まれて来た。1983年に都市景観形成地域に指定され、地元のビル所有者で組織する「旧居留地連絡協議会」を中心として風格あるまちなみ形成を目指し、広告の自粛に加え、新築ビルにおける回廊・広場の設置、ビル低層階の商業施設化など一定のルールに基づいた街づくりが進められてきた。

震災により、地区内の2割のビルが解体されることとなったものの、重要文化財の旧居留地15番館が復元されるなど、近代洋風建築の修理・保存と地区内のまちづくり計画に従って新しいビルの建築が進み、震災前に劣らぬ風格のあるまちなみが形成されてきた。ビルの1階には欧州の高級ブランド店が軒を連ね、オープンカフェなどのくつろげる空間も増え、街路樹の緑や色とりどりの花が街行く人々を温かく迎える。最近では、フリーウォークや街角ジャズコンサートも開催され、さらに回遊性が高まり、旧居留地は、世界有数の落ちついた美しい街となり、神戸の「おしゃれ」をリードする街へと成長している。

旧居留地は、元々はオフィス街であったところを、その異国情緒あふれるまちなみに注目し、大丸神戸店が自らの資本によりブランドショップを展開していったことが始まりではあるが、その後にビルのオーナーにより結成された「旧居留地連絡協議会」において、業種の壁を越えて自由に意見を交換し、行政との緊密な連携のもとに、自らの街の歴史的な価値を尊重し、景観を保持する一定のルールを決めるなど魅力あるまちづくりに向けた地道な努力を積み重ねていったことが、震災からの復興を経て今日の素晴らしい旧居留地につながったものと思われる。

② 六甲・摩耶

六甲・摩耶地区は、1956年に瀬戸内海国立公園に指定されて以降、ピーク時には830万人を越える観光客で賑わうなど、神戸市の主要な観光エリアとして発展してきた。しかし、昨今のモータリゼーションの進展、冷房の普及、ライ



フスタイル・レジャーの多様化、観光施設の老朽化及び保養所の閉鎖等により六甲・摩耶の魅力が低下し、訪れる観光客も長期低落傾向にあった。震災がそれに追い打ちをかけ、1995年の観光入込客数は225万人、2004年でも489万人であり、震災前の7割弱、ピーク時の約6割という状況である。

震災後、できるだけ早く観光復興をはかるため、1999年に官民からなる「六甲・摩耶活性化研究会」を開催し、その答申に沿って次々と復興施策を展開してきた。

まず、2000年度末には、震災後運休していた摩耶山へのアクセスである、摩耶ケーブル・摩耶ロープウェーを再開した。

2001年度当初には、国立公園内での厳しい規制により従来は不可能であった保養所からレストラン・ギャラリー等への転用を可能ならしめる規制緩和を市独自で行い、7月には、震災後休止していた国民宿舎摩耶ロッジを観光施設としては全国初のPFI方式で「ホテル・ド・摩耶」として営業を再開した。「ホテル・ド・摩耶」は日経新聞の調査で国民宿舎として全国一の評価を得、PFI協会よりPFI建築デザイン賞を受賞し、PFIの成功例として全国的に注目を集めている。その他にも、保養所の稼働率向上のため相互利用や一般利用を促進する「保養施設活用コンソーシアム」を設立した。

2002年度には、六甲芸術村構想を推進していくため、NPO「六甲山と市民のネットワーク」と協働で遊休保養所を借り上げ、宿泊しながら芸術創作活動

ができる「RCN ホール」の運営を開始し、また、夏には、山上の観光施設や宿泊施設等で音楽のイベントを実施する「六甲摩耶 山の音楽祭」を開催した。

2003年4月にオープンした阪神系列の「六甲ガーデンテラス」は、六甲・摩耶の観光復興をはたす上での待望の新しい展望施設であり、マスコミの発信効果もあり、年間80万人を超える集客があった。

2004年度は、「六甲有馬観光特区」の認定を契機として、また、「六甲芸術村構想」を推進するため、特区を活用した民間イベント3件に対して助成を行った。

また、2004年6月、環境省が環境保全、観光、地域振興を総合的に推進する観光形態として普及・定着を目指しているエコツーリズムに関して「国立公園等エコツーリズム推進モデル事業」に「六甲山・摩耶山」が認定を受け、2005年7月には、有馬地域も含めて「六甲摩耶・有馬地区エコツーリズム推進協議会」を立ち上げ、今後、環境省と連携をして、①基本計画の策定、②エコツーリズム資源の調査、③エコツアーガイド等の人材育成、④エコツアープログラムの開発・販売促進、⑤エコツアーに関する啓発・PR等を行っていく。また、日本3大夜景で有名な六甲山からの夜景に再度光を当て、神戸観光の中での夜景の役割を高めたいと考えている。

③ 有馬

有馬では、1987年に地元と市で将来を見据えたまちづくり構想－有馬町マスタープランを策定し、その実施機関として設置した有馬町活性化委員会を中心に、温泉・歴史・文化・自然といった資源を最大限に活かし「観光客が安心して散策・回遊できる環境をつくる」ことを基本理念として、まちづくりを進めてきている。

震源地からは離れていたものの、断層



の影響で、被害は予想外に大きく、被災した旅館も多かった。泉源については、地震直後は温度の上昇等が見られたが、その後は震災前の状況に戻り、心配された温泉の枯渇は発生しなかった。震災後、お風呂に入れない避難所で生活をしている被災市民に対してお風呂を提供したことが喜ばれ、それが今日の旅館での昼食付き日帰り温泉に結びついている。

観光客数は、震災の年1995年は102万人で震災前の6割に落ち込んだが、2004年は163万人と震災前の95%に戻った。

神戸市では、早期の震災復興をはかるため、次々と観光施設の整備を行った。震災で極楽寺が被災し、その跡から太閤秀吉の湯殿の遺構が見つかったことから1999年度には、「太閤の湯殿館」を整備した。また、2001年度には新たな外湯「銀の湯」を2002年度には有馬温泉会館をリニューアルして「金の湯」をオープンし、さらに、2003年度には、旧神戸市有馬保養所を改修し、観光客が有馬の歴史・文化・伝統工芸などが体感できる施設として「有馬の工房」を整備した。

また、天神泉源、御所泉源等の修景整備を進め、六甲・摩耶とともにエコツーリズムを推進し、有馬温泉の世界的にも恵まれた泉質、古い歴史、豊富な文化・自然を活かし「健康・癒し・美容」をテーマにおもてなしを重視した質の高い温泉リゾートを目指していく。

④ イベントの展開

震災直後は、市民生活の復旧・安定が最重要課題であり、従来から行われてきたイベントの多くは中止された。しかし、ある程度、市民生活が安定した段階で、市民を元気付け被災地に賑わいを取り戻すため、徐々にではあるがイベントが復活されていった。

イベントは、その集客面や経済効果において即効性があり、情報発信力も大きい。また、イベントをつくりあげることにより地域がまとまる、という地域づくり効果も重要である。震災を契機として始まった代表的なイベントについて述べてみたい。

a 神戸ルミナリエ

震災犠牲者に対する鎮魂の意を込めるとともに、都市の復興・再生への夢と希望を託して、震災のあった1995年12月に開催された神戸ルミナリエは、未だ復旧途上であった神戸の街にまばゆいばかりの光を灯し、市民に大きな感動と勇気を与えた。閉幕直後より市民や経済界から継続を求める強い要望が寄せられ、神戸の冬の風物詩として毎年12月に継続開催され、全国から毎年500万人もの観光客が訪れるイベントとして定着してきた。直接消費額や間接的な生産誘発効果など経済波及効果も大きく、震災復興を先導する事業として国の復興特定事業にも選定されている。

昨年の第10回は、過去最高の538万人の来場者を数えた。今後も、震災の記憶を語り継ぐイベントとして継続開催をしていきたい。



b インフィオラータ神戸

「インフィオラータ」とはイタリア語で「花を敷き詰める」という意味で、道路・広場などに花びらなどを使って絵模様を描くイベントであり、イタリアのジェンツァーノでは200年以上前から宗教行事の一環として行われている。

神戸では、街が震災から復興する過程で、本場ジェンツァーノのインフィオラータを範として、街の人々が力を合わせて創り上げたイベントであり、1997年春、三宮東地域と北野地域で始まった。被災した商店街・観光地の人達が自分達のまちを再建する過程で、地域の人々が力を合わせて一から作り上げてい



くイベント、心を癒す花を使った美しいイベントであることが地域の団結力を生み、その後の震災復興の推進力になったと言われている。「インフィオラータ神戸」は、その後毎年継続開催され、今年度は市内7箇所で行われ、81万人の来訪者で賑わった。また、昨年度からは、インフィオラータ発祥の地であるイタリア・ジェンツァーノとの友好交流が始まっている。

震災直後は、何よりも市民生活の安定が優先される。それが一段落した段階で、地域経済の復興に取り組んでいくのであるが、神戸は日本有数の観光都市であるところから、地域経済を復興させる重要なファクターとして集客観光が重視され始めた。前述した「六甲・摩耶」「有馬」の例のように、観光施設のハード整備や観光地にいたるアクセスの整備など観光インフラの整備については、行政主導で行った。しかし、イベントについては、神戸ルミナリエは経済界が中心となり、また、インフィオラータは商店街等が中心になり行政とうまくタイアップした形で実施されてきた。

震災復興の過程で、地域のつながりが強まり、何かをしようというエネルギーが生まれてくる。今後は、それらの地域の力を活かすかたちで、観光のまちづくりを進めていかなければならない。

3 神戸観光の復興・再生－「観光交流都市」を目指して

今年1月には、震災から10年を迎えた。今まで、震災前の神戸観光を意識して復旧・復興を進めてきたが、今後は震災を乗り越え、また、震災の教訓や震災で培った地域の絆を活かしながら、新しい神戸観光を目指していかねばならない。

震災10年を控え、「復興の総括・検証」を行ったが、「これからの神戸づくり」の重点的方向として「交流・融合」が示された。観光は、関連する産業の裾野が広く、21世紀のリーディング産業であり、また、「住みたいまちが訪れたいまち」と言われるように、まさに「まちづくりの原点」である。

これからの神戸は、「人が集い、交流し、魅力あふれる観光交流都市」を目指していく。

一方、国においては、「観光立国」を標榜し、インバウンドの振興や観光地づくりを進めている。また、地域経済の活性化をはかるため、「構造改革特区」や「地域再生」という制度を打ち出している。観光振興は、自治体だけでできるものではなく、神戸市財政も震災の影響で非常に厳しい状況であるなか、国が打ち出す制度をできるだけ活用し、国の協力を得ながら進めていく。

①「神戸観光アクションプラン」の策定

「観光交流都市」づくりを進めるためのプランとして、昨年2月に、観光関連業界の意見をふまえて策定した。神戸観光の基本戦略として、「基本コンセプトは『おしゃれな街』、『アーバンリゾート』として豊富な観光資源トータルな魅力を活かす」、「情報発信の強化」の3点を掲げ、2010年の観光入込客数の目標を3,000万人とした。具体的なアクションプログラムとして、テーマ別9項目、エリア別75項目を示している。今後は、これらの事業を着実に実行し、「観光交流都市」の実現に結びつけていく。

②「六甲有馬観光特区」の認定

六甲有馬地区については、震災後、特に六甲地区について観光客の落ち込みが激しく、回復が厳しい状況である。両エリアは国立公園と温泉という豊かな観光資源を有しており、その資源を活かし、観光活性化の起爆剤とするため、



2003年11月に「六甲有馬観光特区」として特区の認定を受けた。今後は、本特区での認定項目である「自然を活用した催しの容易化」を活用して、六甲・摩耶でイベントを展開するほか、全国対応で認められた「健康保険組合が所有する遊休保養所の賃貸」についても、六甲等にある該当保養所に対して賃貸・転用を働きかけていく。

③「神戸観光再生計画」の認定

国が構造改革の一環として進めている「地域再生」について、昨年6月、「神戸観光再生計画」が認定された。これは、国の支援を受けて震災により大きな打撃を受けた神戸観光の復興・再生を目指すもので、具体的には、

- (1) 外国人が一人歩きできるための観光施設案内等の表示の多言語化
- (2) 観光案内所等での外国語対応機能の強化及びボランティアガイド・NPOに対する情報提供の強化
- (3) フィルムロケーションやイベントに伴う道路等の使用許可手続きの円滑化
- (4) 六甲摩耶地区におけるエコツーリズムの推進
- (5) 有馬温泉地区におけるバイオマス等の新エネルギーの利活用

の5項目であり、今後は、国の支援を受け、それらの項目について事業化を進

め、「神戸観光アクションプラン」で掲げた「観光交流都市」の実現に向け取り組んでいく。

④「国立公園等エコツーリズム推進モデル事業」の認定

「国立公園等エコツーリズム推進モデル事業」とは、自然を活用し持続可能な観光活性化をはかるため、ア)豊かな自然の中での取り組み、イ)多くの来訪者が訪れる観光地での取り組み、ウ)里地里山での取り組み の3類型の中で認定されたモデル地区において、環境省の支援のもと平成18年度末までの3年間、資源調査、エコツアープログラム開発、人材育成、旅行代理店への販売促進等を行っていくものである。「六甲摩耶地区」を申請し、昨年6月に、「多くの来訪者が訪れる観光地での取り組み」として環境省より認定を受けた。

今年の7月には、有馬地域も含めて推進協議会を立ち上げた。今後は、環境省の支援のもと上記の事業を進め、エコツーリズムが神戸観光の新たな魅力として根付くよう粘り強く取り組んでいく。

4 これからの課題と取り組み

2004年の観光入込客数は2,812万人で震災前（1994年）の2,440万人を上回っている。但し、神戸ルミナリエを除くと、震災前の約95%という水準である。これは、観光地本来の集客力がまだ戻っていないという理解とともに、震災により生まれ、全国的なイベントに成長した神戸ルミナリエの価値を認めたとすれば、神戸観光は、震災を乗り越え新しい魅力付けがなされたと考えることもできる。

神戸市の都市像として「観光交流都市」を掲げ、そのための指針として「神戸観光アクションプラン」を策定した。今後は、そのプランを着実に実行していくことが肝要である。そのため、市の組織上のなかに、縦割り行政を廃し、まさに「観光はまちづくりである」ことを実践するため、庁内的には観光行政を総合的に進め、対外的には民間と行政の接点となるべく新しいポスト「観光監」を設置した。

神戸観光の幕開けはNHK朝の連続テレビ小説「風見鶏」の放映である。震
都市政策 No.121

災10年の節目の年に、同じくNHKで連続テレビ小説「わかば」が今年の9月末から半年間放映された。また、今年1月からは大河ドラマ「義経」が放映されている。神戸観光の課題かつ基本戦略は「情報発信」である。この絶好の機会を捉えて、イベントの展開や旅行商品の造成を行い、神戸情報の発信及び観光客の誘致に取り組んでいる。

なお、「風見鶏」の放映開始日が昭和52年の10月3日であったことに因み、昨年より毎年10月3日を「KOBE観光の日」と定めた。この日を含む約1週間を「KOBE観光ウィーク」として設定し、市内観光施設等の無料開放等による神戸への誘客を図るとともに、市民が市内観光施設に親しむ機会を提供し、観光客をお迎えする機運を醸成することとしている。

昨年の12月から1年間、震災10年を契機に新しい神戸を見ていただこうと、「震災10年 神戸からの発信」事業として、様々なイベントを展開し、それにあわせて全国から誘客をはかる観光キャンペーンも実施している。

また、2006年2月16日には、神戸空港が開港する。神戸空港は都心から16分と近く、利便性の高いアクセス手段の提供により観光客数が増加するだけでなく、遠距離方面からの観光客が増えることから、宿泊が増え滞在時間が長くなり経済効果が増大するといった効果が期待される。神戸空港開港キャンペーンを行うなど、神戸空港をうまく観光客増に結びつけていかねばならない。

今年1月に開催された「国連世界防災会議」や7月に開催された「第7回アジア・太平洋地域エイズ国際会議」の例にみるように、国際会議の開催は、一度に多くの参加者が来神し数日間滞在するという大きな経済効果の他に、情報発信力が非常に大きく神戸のイメージアップに多大な効果がある。新しく国際展示場3号館を整備するほか誘致体制も強化し、今一度コンベンションの誘致に力を入れていきたい。

神戸観光の再生は、ここ数年が正念場である。人が集い、交流するところに文化が生まれ、産業が創出される。それが街の魅力を増し、更に人をひきつける。このような好循環を生み出しながら、市民、観光関連事業者とパートナーシップを組み、真の「観光交流都市」を目指していきたい。

アスベスト（石綿）問題 第7回アジア・太平洋地域エイズ国際会議 公益通報者保護法と内部通報制度 国土形成計画 路線 価

▨ アスベスト（石綿）問題

1. はじめに

平成17年6月29日に、大手機械メーカー「クボタ」の旧神崎工場（尼崎市）などで働いていた従業員及びその家族並びに周辺住民が中皮腫などアスベストが原因とみられる疾患に罹患し、多くの方が亡くなられたことが明らかになった。その後、建材メーカーや造船所など多くの企業がアスベストが原因とみられる中皮腫などで従業員らが死亡していたとの発表が相次ぎ、全国的な社会問題へと発展した。

そこで尼崎市では8月19日からアスベストによる健康被害の実態を調べるための健康診断を開始し、大阪府も9月に府内39市町村で希望する住民に健康診断を実施することを決めた。

一方、学校などの公共施設や駅舎・駐車場などの民間施設において、天井などに吹き付けられたアスベストが今も残されていることが明らかになり、飛散防止を徹底するとともに、点検・除去等の対策が必要となっている。

2. アスベスト（石綿）について

アスベストは、蛇紋石系のクリソタイル（温石綿、白石綿）、クロシドライト（青石綿）などいくつかの種類があり、①耐熱性に優れていること、②耐薬品性に優れていること、③熱絶縁性を有していることなどの特性を持っているため、工業原料として多用された。

アスベストによる健康への影響は、アスベストが微小な繊維又は繊維束の状態で大気中に浮遊し、それを吸引することによる健康被害が認められている。アスベストばく露による疾患としては、石綿肺、肺がん、悪性中皮腫があげられる。職業上、高濃度あるいは長期にわたってアスベストを吸引した労働者での発症が確認されており、一般に、10年～40年の潜伏期間があるとされている。

アスベストの用途は、その90%以上が建造物材料で、その他の用途が、自動車部品（ブレーキライニング）、運輸・機械等である。アスベストの輸入量は昭和49年の35万トンピークに減少しており、平成14年は、4.3万トンとなっている。平成6年以降は、クリソタイルのみが使用されてきたが、平成16年10月からは、クリソタイルの輸入、製造、使用が原則禁止となった。

3. アスベストの歴史とその規制の流れ

明治20年代：石綿、石綿製品の輸入開始と保温材等の国産化が進む。
昭和31年：吹付け石綿施工の開始
昭和49年：石綿の輸入量が最大の35万トンとなる。

昭和50年：「労働安全衛生法／特化則」の改正強化により石綿吹付け作業の禁止

昭和63年～：老朽化した吹付け石綿の処理工事が本格化はじめる。

平成元年：「大気汚染防止法」の改正により、特定粉じん発生施設の届出と特定粉じんの規制が盛り込まれた。敷地境界濃度は10f/ℓと規定

平成7年：阪神・淡路大震災により、倒壊した建築物の解体工事が頻繁に行われ、石綿等の粉じん発生が問題となる。

平成9年：「大気汚染防止法」の改正により、特定粉じん排出等作業の規制と届出が規定された。

平成16年：「労働安全衛生法施行令」の改正により、クリソタイル等の輸入、製造、使用が原則として禁止される。（10月）

平成17年：労働安全衛生法に基づく「石綿障害予防規則」が2月24日告示され、建築物の解体時の石綿対策が強化される。（7月1日に施行）

4. 神戸市での取り組み

国内のアスベストが原因とみられる死亡者の発生に伴い、神戸市として、市内の環境保全、市民の健康を守るために、「神戸市アスベスト問題連絡調整会議」を、平成17年7月7日に設置し、関係部局（危機管理室、市民参画推進局、保健福祉局、環境局、都市計画総局、教育委員会事務局、その他必要な関係各局室区）における①情報の共有化、②情報伝達、③連絡調整、④関係機関との連携体制の確保などを図っている。

具体的には、市民の皆さんの不安を解消し、安全と安心を確保していくため、次の対策を行っている。

(1) 市民相談窓口の開設（7月9日から平日の午前9時～午後5時）

① 関連工場・建築物解体・環境濃度等に関する相談（環境局環境保全指導課）

② 健康に関する相談（各区保健福祉部及び保健所）

③ 教育委員会関連施設に対する問い合わせ（学校整備課、生涯学習課、スポーツ体育課）

(2) 健康診査の実施

アスベスト関連事業所の就労者の家族やアスベストによる健康被害について、不安をお持ちの方へ肺がん検診、胸部X線検診（結核検診）を8月から実施している。

(3) 既存建築物への対応

① 市有建築物については、すべての施設を調査・点検し、アスベストが飛散する可能性がある場合には適切な対応を行うとともに、解体等に際しても適切な手順により作業を実施する。（都市計画総局技術管理課）

② 民間建築物については、一定規模以上の建築物の所有者に対して、吹付けアスベストの状況等について調査を要請し、必要に応じて改修等の対策を講じるよう指導する。（都市計画総局建築調整課）

③ 民間建築物の解体等に際しては、施設所有者や解体事業者に対して、作業従事者の安全性や飛散防止等について注意喚起等を行う。（都市計画総局技術管理課）

また、神戸市だけでは解決できる問題ではないため、7月22日に神戸市会として国に対し「アスベスト健康被害に関する要望書」を提出した。さらに、7月27日に指定都市市長会議で、国に対し「アスベスト健康被害問題に対する緊急要望」を行うことを神戸市長から提案し、8月23日に指定都市を代表して神戸市長が総務省や厚生労働省、環境省などを回って要望活動を行った。

指定都市市長会の緊急要望の骨子は、次のとおりである。

「被害者の救済や市民の安全と安心を確保する観点から、国の責任に基づき下記の対応を実施されたい。

- 1 これまで公表された情報に加え、アスベストを取り扱ったことのある事業所に関する必要な情報を開示すること。
- 2 アスベストに起因すると考えられる健康被害を受けるおそれのある周辺住民等に対して、継続的な健診体制をしく等必要な措置を講じること。
- 3 アスベストに起因する疾病について労災補償の対象とならない周辺住民等に対して、新たに医療費を補償する等必要な措置を講じること。
- 4 自治体及び民間が実施する建築物におけるアスベストの使用状況の調査及びその改善措置への支援措置を講じること。
- 5 自治体及び民間が実施する建築物解体等に伴うアスベスト飛散防止・廃棄物対策の強化及び支援措置を講じること。」

5. 政府の当面の対応策

政府においては、7月29日に「アスベスト問題に関する関係閣僚による会合」を開催し、当面の対応策を次のとおり決定した。

- (1) 今後の被害を拡大しないための対応
 - 建築物の解体時等の飛散予防の徹底（厚生労働省、国土交通省、環境省）
 - 製造・新規使用等の早期の全面禁止（厚生労働省、経済産業省）
 - 学校等におけるアスベストばく露防止対策（文部科学省、消防庁）
- (2) 国民の有する不安への対応
 - 国民への積極的な情報提供（総務省、厚生労働省、経済産業省、国土交通省、環境省）
 - 労働者、退職者、家族、周辺住民を対象とした健康相談窓口の開設等（厚生労働省、環境省）
 - 国民の一般的な不安・疑問に答えるためのQ & Aの作成・公表（文部科学省、厚生労働省、国土交通省、環境省等）
- (3) 過去の被害に対する対応
 - 労災補償制度等の周知徹底等（厚生労働省、国土交通省、消防庁等）
 - 労災補償を受けずに死亡した労働者、家族及び周辺住民の被害への対応については、十分な実態把握を進めつつ、幅広く検討して、9月までに結論を得る。（厚生労働省、環境省等）
- (4) 政府の過去の対応の検証
 - 政府の過去の対応について、アスベストに関連するこれまでの通知・通達、行政文書、研究結果等についての関係省庁での調査を踏まえ、8月までに検証する。（厚生労働省、環境省等）また、実態把握の強化のため、
 - 吹付けアスベスト使用実態調査等の実施・早期公表（国土交通省、総務省、文部科学省、厚生労働省）
 - 事業場への立入調査（厚生労働省）

○アスベスト製品製造事業所周辺地域等における大気中アスベスト濃度の実測調査を行う。(環境省)

○アスベストによる中皮腫、発がんリスク等に関する研究(厚生労働省)

○都道府県・市町村における適切な情報把握を促進する。(関係省庁)

さらに、政府は再度8月26日に「アスベスト問題に関する関係僚僚による会合」を開き、石綿工場の周辺住民や従業員家族の健康被害を救済するための新法を制定する方針を決定し、厚生労働省と環境省を中心に具体的な内容を検討して次期通常国会への提出を目指すことを確認した。

第7回アジア・太平洋地域エイズ国際会議 (7th ICAAP)

1. はじめに

7月1～5日、ポートアイランドの神戸国際会議場を主会場に「第7回アジア・太平洋地域エイズ国際会議」(通称 7th ICAAP)が開催された。

今回の会議は「科学とコミュニティの英知の統合」をテーマに、約70以上の国・地域から、HIV(ヒト免疫不全ウイルス)感染者、エイズ患者やその支援団体、治療や予防に取り組む研究者など、約4,500人が参加し、過去最大規模の国際会議となった。

2. ICAAPとは

2年に1度、アジア・太平洋地域で開催されるエイズ国際会議である。第1回国際エイズ会議は1985年にアトランタで開催され、その後第10回横浜会議までは毎年行われていた。それ以降は隔年で開催のため、国際

エイズ会議が開催されない年には地域レベルの会議が開かれるようになった。グローバルな視野を持つとともに、地域が抱える課題に焦点をあてることでそれぞれの地域の実情にあったきめ細かい対策をとるためである。この地域会議のうちアジア・太平洋地域を中心に行われる会議が「アジア・太平洋地域エイズ国際会議(ICAAP: International Congress on AIDS in Asia and the Pacific)」であり、今年の7月に神戸で開催された会議で第7回目になる。本来は2003年の開催予定であったが、新型肺炎(SARS)を懸念して開催を1年半延期し、今回の開催となった。

3. 背景

国連合同エイズ計画(UNAIDS)2004年末推計によると、HIV感染者数は全世界で増え続けており、2004年のアジアにおけるHIV感染者は820万人と推計されている。2年前と比較すると特に東アジア・東欧・中央アジアにおいて急激に増加している。東アジアのHIV感染者数は、UNAIDSの2004年末推計で110万人、2002年から2004年にかけて50%増加している状況である。

また、エイズウイルス(HIV)感染の予防や治療が現在のレベルのままだと、2010年には感染者が推定1,780万人に達するとのUNAIDSの報告もあり、アジア・太平洋地域は今後も急速な感染拡大が見込まれる地域として警鐘がならされている。

しかし、対策を進めれば2010年時点で感染者を1,020万人に抑え、年間新規感染者を220万人から60万人に、死者は100万人から60万に減らすことができるとも推定して

いる。

一方、日本においては、昨年の新たに報告された HIV 感染者とエイズ患者が1,165人とはじめて1,000人の大台を超え、今年に入っても増え続けている。20年前に国内で初めて確認されてから感染者と患者は累計で一人を上回り、潜在的には数万人とも言われ、拡大傾向が一段と明確になっている。感染者が横ばいで、患者は減少傾向にある多くの先進国とは異なり、エイズ危機と呼ぶべき事態は静かに進行している。背景として、エイズへの関心が低かったり、認識の甘さや正しい理解不足などが挙げられる。日本は ODA などでも途上国の HIV／エイズ対策に多大な貢献を果たしているが、国内の HIV／エイズ対策においては、逆に他国の経験から学ぶことも多くあり、本会議が開催されたことは、神戸のみならず日本にとって大きな意義を持つ。

4. 主なプログラム内容

今回の会議のプログラムは、『アジア太平洋における HIV／エイズの流行と対策』、『国境を超えるアプローチ』、『コミュニティにおける予防と治療』、『明日への挑戦と展望』をテーマとするプレナリーセッション（全体会議）から始まり、参加者からの公募による『基礎科学と臨床科学』、『治療、ケアと支援』、『予防と疫学』、『文化、ジェンダーと性的諸問題』、『政治、経済と社会』の5つのテーマで口頭発表やシンポジウムが展開された。

また、NGO、教育者、医療スタッフによるワークショップ、日本の NGO とアジアの NGO が相互のネットワークと経験を共有するコミュニティフォーラムや、25歳

未満の若者の為のユースフォーラム、また国際機関、行政機関、NGO などによるサテライトミーティングなど、多様な形態での発表や会議が展開され、活発な意見交換、情報交換がなされた。

さらに、100を超える団体によるブースが展示され、HIV／エイズに関する多様な活動が紹介され、一般市民にも公開された。以上のように、ICAAP には様々な立場の人が様々な役割を持って参加しており、社会学的な研究者や NGO など、エイズと関係のある様々な立場の人たちがそれぞれの活動や戦略を議論し、社会に働きかけていく場だといえる。

最終日には「すべての感染者に治療が行き渡るように、リーダーは今すぐにも行動を起こしてほしい」と総括した。

2005年は、世界のエイズ対策にとって極めて重要な年である。国連エイズ特別総会の政治宣言で、各国が自らの国家目標に沿って実施した対策の成果を報告することが求められている年であり、世界保健機関（WHO）と UNAIDS が進めている、「3 by 5 イニシアティブ」（2005年までに途上国の300万人に治療を普及する計画）の成果が初めて評価される年でもある。

閉会式で、UNAIDS アジア太平洋地域事務所のプラサダ・ラオ所長は「この地域のエイズ対策は極めて急務である」とあらためて訴えた。また日本の未成年者の感染拡大に触れ、「学校での性教育、感染予防のための努力をもっと進めるべきだ」と訴えた。

5. 今後の展開

今回の会議では、日本国内の課題の認識

を一層深め、感染拡大を防ぐためには、対象者に応じた検査・相談体制や予防啓発の重要性、NGO等のボランティア活動の果たす役割とそれを支援する行政のパートナーシップの重要性が指摘されている。

今回の会議をきっかけとして、今何をすべきかを考えて行動していくことは、日本はもちろん、アジア・太平洋地域全体の将来に大きな影響を与えらると思われる。

神戸市においては、ICAAPの神戸開催を契機に、エイズ及びSTDの予防と治療、ともに生きる地域社会の実現を図るため、すべての市民を対象とし、あらたな感染予防とHIV陽性者の支援の両面からエイズ啓発の推進を行うことを目的に、「エイズ予防サポートネット神戸（仮称）」を立ち上げ、HIV陽性者を含む市民・事業者・医療及び教育関係者行政が協働して「命の大切さ」を神戸から発信し、HIV陽性者への偏見や差別の無い「誰もが住みやすい街、神戸」をつくるための活動に取り組んでいく予定である。

▨ 公益通報者保護法と内部通報制度

1 はじめに

近年、事業者の不祥事、例えば自動車のリコール隠しや食品の偽装表示などが事業者内部からの通報により相次いで明らかになっている。これら法令に違反する行為の是正のための通報は、本来、正当な行為として評価されるべきである。

しかしながら、組織内の問題を外部に通報することは、日本的な感覚では「密告」であり、「上司や同僚に対する裏切り」のように捉える風潮がある。そして、事業者内部や外部へ誠実に通報したにもかかわらず

ず、職場で不利益な取扱いを受けているという事例は後を絶たないと言われている。

一方、諸外国の例によると、英国では「公開開示法」が、また米国では「内部告発者保護法」など公益通報者を保護する法律がかねてより整備されている。

また、内閣府が平成14年度に行ったアンケート結果では、国内一部上場企業の91%が通報者を保護する制度の必要性について「必要であるまたは場合によって必要である」としている。

こういった背景を経て、平成16年6月に、公益通報をしたことを理由とする公益通報者の解雇の無効ならびに公益通報に関し事業者及び行政機関がとるべき措置を定めることにより、公益通報者の保護を図ることなどを目的として、「公益通報者保護法」が制定された。そして、施行は平成18年4月となっている。

2 公益通報者保護法

公益通報者保護法が通報の対象としているのは、法令違反行為であり、個人の生命、身体の保護、消費者の利益の擁護、環境の保全、公正な競争の確保などにかかわる法律に規定する犯罪及び法令違反行為であり、対象となる法律は、刑法、食品衛生法、個人情報保護法、廃棄物処理法をはじめとする406の法律である。

通報要件及び通報先として、通報者は、①通報事実が生じまたはまさに生じようとしていると思料する事実がある場合には、雇用事業主や派遣先事業主等の労務提供先に通報《内部通報》できるとともに、②そのことを信じるに足る相当の理由がある場合には、処分・勧告等の権限を有する行

政機関に通報《行政機関への通報》ができる。さらに、③内部通報等では解雇その他不利益な取扱いを受けるまたは証拠隠滅のおそれがある場合などには、通報事実の発生・被害拡大の防止に必要と認められる外部の通報先に通報《外部通報》ができる。

通報を受けた事業者は、通報事実がないときや是正措置をとったときは、その旨を通報者に対し遅滞なく通知するよう努めなければならない。また、通報を受けた行政機関は、必要な調査を行い、法令にもとづく措置その他必要な措置をとらなければならない。通報先が誤っている場合は、権限を有する行政機関を教示しなければならない。

なお、当然のことながら、通報者は、他人の正当な利益または公共の利益を害することのないよう努めなければならない。事業者側も、公益通報を理由とする解雇または労働者派遣契約の解除が無効となるほか、降格、減給その他不利益な取扱いをしてはならないことが義務づけられている。

3 内部通報制度

神戸市においては、職員の不祥事等のうち数件が毎年、内部告発によって発覚している現状がある。そこで、同法の制定を機に、法の施行に先立ち、職員内部からの通報を受け付けるルールを整備し、通報した職員の保護と組織として不正防止の自浄作用の向上を図るために、市の内部規程として、平成17年8月1日に「職員の適正な職務執行の確保に関する指針」を策定した。

この指針では、行政への不当要求に対する市の統一的対策指針もあわせて規定し、市民に信頼される適正な職務執行及び職員の安全を確保することを目的としている。

なお、指針は職員の身分上の取扱いに関することを含むことから、任命権者毎に定めているが、全任命権者が同時施行としたことにより、神戸市全職員、全部局の事務事業が対象となっている。

内部通報制度の対象者は市職員であり、地方公務員法上の一般職（臨時的任用職員を含む）及び非常勤嘱託等である。また、外郭団体等への派遣職員についても、市職員としての身分を併有することから対象となる。なお、市民及び派遣社員や契約の相手方・外部の労働者等については、通報者保護の実効性確保の観点から、今後、法の施行にあわせることとしている。

通報の対象行為は、市の事務・事業に関する法令違反行為、適正な職務執行を妨げる行為等であり、通報の窓口は各任命権者で定めており、市長部局においては、行財政局行政部行政監察担当主幹（以下、「行政監察担当等」という）が通報窓口となる。職員は、通報にあたっては、原則実名により通報するものとしている。これは法の考え方に拠るところであり、通報者がいかなる不利益取扱いも受けることがない所以である。一方、通報者には、他の職員を誹謗中傷するなど第三者に損害を与える目的等での違反通報を禁止している。

行政監察担当等は、通報による調査の結果、懲戒処分その他必要な手続きを行うとともに、関係部局は調査への協力義務を負い、必要な措置を講じるよう努めなければならない。また、行政監察担当等は、通報者へ調査結果等を通知するものとしている。

また、指針では、職員が不利益取扱いを受けた場合の救済規定も明記している。

なお、内部通報制度の客観的な運営を保

障するために、内部通報相談員を設置し、その身分は、地方自治法第174条の専門委員としている。相談員は、行政監察担当等や関係部局の職員に対する勧告・指導等の権限を有するとともに、勧告・指導に従わない場合は、従わない事実を公表することとしている。これら相談員の身分や権限付与は、全国的にも珍しく、制度の実効性を担保するものとして期待される。

4 これからの課題

内部通報制度は、まだ施行から数ヶ月が経過した段階であるが、この制度が定着するためには、秘匿性、安全性、有効性が確保され、内部通報できる環境の整備、特に職員にとって安心して利用できる制度であることが重要である。

市として、今後、通報された内容が適切に処理され、対応結果が通報者に伝えられるとともに、通報者が適切・確実に保護される公正な制度として定着させることに努めなければならない。そして、組織内で自浄作用が働き、不正行為等に対する牽制・抑止効果が働くようになることが望まれる。また、調査協力や改善措置など関係部局の職員の責務が果たされることも重要となる。

さらに、公益通報者保護法施行後の課題として、行政機関は内部の職員からの通報だけでなく、規制官庁の立場で外部の市民・労働者からの通報を受けることになり、必要な調査や法令にもとづく措置その他適当な措置をとらなければならない。

今後、市民にとっても安心して利用できるものとしていくために、通報・相談窓口の整備や、公益通報の受付・処理手続きなどを明確にしていくとともに、全部局・全

職員が、制度や法の趣旨及び手続きを十分に理解し、適切に運用していくことが極めて重要となってくる。

国土形成計画

1. はじめに

「総合的な国土の形成を図るための国土総合開発法等の一部を改正する等の法律」（平成17年法律第89号）が平成17年7月22日に成立し、29日に公布された。

これは、「全国総合開発計画（いわゆる全総）」の根拠法である「国土総合開発法」（改正後の名称は「国土形成計画法」）の一部改正等を行うものである。これにより「国土総合開発計画」の名称は「国土形成計画」に改められ、計画事項の拡充、都道府県等による提案制度及び広域地方計画の創設等のほか、国土利用計画、各大都市圏の整備に関する計画及び各地方の開発促進計画との調整のための所要の改正等が行われる。

2. これまでの国土総合開発計画

国土総合開発法（昭和25年法律第205号）の目的は、「国土の自然的条件を考慮して、経済、社会、文化等に関する施策の総合的見地から、国土を総合的に利用し、開発し、及び保全し、並びに産業立地の適正化を図り、あわせて社会福祉の向上に資すること」とされ、国土総合開発計画を定めることとされている。

国土総合開発計画には、全国総合開発計画、都道府県開発計画、地方総合開発計画、特定地域総合開発計画の4種類の計画が定められており、このうち全国総合開発計画は、国の施策の総合的かつ基本的な計画と

して、昭和37年に初めて策定されて以来、その時々時代の諸課題の解決に向けて、これまで五次にわたり策定されてきた。

計画の性格としては、我が国の国土づくりの基本目標等を示すとともに、それを実現するための住宅、都市、道路、空港等の社会資本整備のあり方などを長期的に方向づけていることが挙げられる。

現在の全国総合開発計画は、平成10年3月に閣議決定された「21世紀の国土のグランドデザイン」であり、平成22年から27年を目標年次としている。4つの戦略として、①中小都市と農山漁村が連携して自立的圏域を形成する「多自然居住地域の創造」、②大都市を修復・更新する「大都市のリノベーション」、③都道府県境を超えた広域的な連携を図る「地域連携軸の展開」、④大都市に依存しない自立的な国際交流活動を可能とする「広域国際交流圏の形成」を推進しつつ、様々な分野の施策を総合的に展開することとされている。戦略の取組にあたっては、国、地方公共団体のみならず、地域住民、ボランティア団体、民間企業等を含む多様な主体による責任ある「参加」と、既存の行政単位の枠を超えた地域間の「連携」が重要とされ、地域の選択と責任に基づく主体的な地域づくりを重視したものとされている。

3. 国土形成計画法の概要

国土形成計画法の目的は、「国土の自然的条件を考慮して、経済、社会、文化等に関する施策の総合的見地から国土の利用、整備及び保全を推進するため、国土形成計画の策定その他の措置を講ずることにより、国土利用計画法による措置と相まって、現

在及び将来の国民が安心して豊かな生活を営むことができる経済社会の実現に寄与すること」とされている。計画の対象事項について、海域の利用及び保全に関する事項、国土における良好な環境の創出その他の環境の保全及び良好な景観の形成に関する事項などの追加や修正がされた。

また、計画の基本理念に関する条項が加えられ、「人口、産業その他の社会経済構造の変化に的確に対応し、①特性に応じて自立的に発展する地域社会、②国際競争力の強化及び科学技術の振興等による活力ある経済社会、③安全が確保された国民生活、④地球環境の保全にも寄与する豊かな環境、の基盤となる国土を実現するよう、我が国の国土に関する諸条件を維持向上させる国土の形成に関する施策を、国内外の連携の確保に配慮しつつ、適切に定めること」及び、「地方公共団体の主体的な取組を尊重しつつ、全国的規模で又は全国的視点に立って行わなければならない施策の実施その他の国が本来果たすべき役割を踏まえ、国の責務が全うされること」が明記された。

国土形成計画は、全国計画及び広域地方計画から成っている。

①全国計画

全国計画は、総合的な国土の形成に関する施策の指針となるべきものとして、基本的な方針、目標及び全国的な見地から必要とされる基本的な施策について定めるものである。その内容は、環境の保全に関する国の基本的な計画との調和が保たれたものとして、また、国土利用計画法に基づいて定められる国土利用計画と一体のものとして定めなければならないとされた。

作成手続は、国土交通大臣がその案を作成し、閣議で決定されることとなる。案の作成にあたっては、国民の意見を反映させるために必要な措置を講ずるとともに、環境大臣その他関係行政機関の長に協議し、都道府県及び指定都市の意見を聴き、国土審議会の調査審議を経なければならないとされた。また、都道府県又は指定都市は、単独で又は共同して、国土交通大臣に対し、当該区域内における施策の効果を一層高めるために必要な全国計画の案を作成することを提案することができるとされた。

②広域地方計画

広域地方計画は、首都圏、近畿圏、中部圏、その他の二以上の都府県（北海道は含まれない。沖縄は沖縄振興特別措置法によ

り適用除外。）の区域であって、一体として総合的な国土の形成を推進する必要がある区域（広域地方計画区域）ごとに、全国計画を基本として、当該区域における国土の形成に関する方針、目標及び広域の見地から必要とされる主要な施策を定めるものである。

作成手続は、国土交通大臣が、国民の意見を反映させるために必要な措置を講ずるとともに、広域地方計画協議会における協議を経て、関係各行政機関の長に協議し、作成することとされた。

広域地方計画協議会は、国の関係各地方行政機関、関係都府県及び関係指定都市により組織され、広域地方計画及びその実施に関し必要な事項について協議することと

全国総合開発計画（概要）の比較（出展：平成17年大都市圏要覧，国土交通省国土計政局）

名称（略称）	全国総合開発計画（全総）	新全国総合開発計画（新全総）	第三次全国総合開発計画（三全総）	第四次全国総合開発計画（四全総）	21世紀の国土のグランドデザイン
閣議決定	昭和37年 10月5日	昭和44年 5月30日	昭和52年 11月4日	昭和62年 6月30日	平成10年 3月31日
策定時内閣	池田内閣	佐藤内閣	福田内閣	中曽根内閣	橋本内閣
背景	1 高度成長経済への移行 2 過大都市問題、所得格差の拡大 3 所得倍増計画（太平洋ベルト地帯構想）	1 高度成長経済 2 人口、産業の大都市集中 3 情報化、国際化、技術革新の進展	1 安定成長経済 2 人口、産業の地方分散の兆し 3 国土資源、エネルギー等の有限性の顕在化	1 人口、諸機能の東京一極集中 2 産業構造の急速な変化等による地方圏での雇用問題の深刻化 3 本格的国際化の進展	1 地球時代（地球環境問題、大競争、アジア諸国との交流） 2 人口減少・高齢化時代 3 高度情報化時代
目標年次	昭和45年	昭和60年度	昭和52年からおおむね10年間	おおむね平成12年（2000年）	平成22年から27年（2010-2015年）
基本目標	地域間の均衡ある発展	豊かな環境の創造	人間居住の総合的環境の整備	多極分散型国土の構築	多軸型国土構造形成の基礎づくり
開発方式等	拠点開発構想	大規模プロジェクト構想	定住構想	交流ネットワーク構想	参加と連携

なる。協議会のメンバーには、当該広域地方計画区域内の市町村、当該広域地方計画区域に隣接する地方公共団体その他広域地方計画の実施に密接な関係を有する者を加えることができるとされた。

広域地方計画区域内の市町村（指定都市を除く）は、単独で又は共同して、国土交通大臣に対し、当該市町村の区域内における施策の効果を一層高めるために必要な広域地方計画の策定又は変更をすることを提案することができることとされた。

広域地方計画は、国土総合開発法においても地方総合開発計画として位置付けられていた（策定実績は無し）ほか、個別法によっても定められていた。今回の法改正に伴い、首都圏、近畿圏及び中部圏の各大都市圏整備法については一部改正、東北、九州、四国、北陸及び中国の各地方開発促進法については廃止されることとなった。

4. 今後の動き

今後、6ヶ月以内に施行され、それまでに関係政令・省令の制定・改正、施行通知が出されることになる。

全国計画は、国土審議会の調査審議を経て、平成19年中頃までを目処に策定することが予定されている。また、広域地方計画区域の区分についても調査審議が進められ、平成18年度前半を目処に、その結果がとりまとめられる予定であり、その後、広域地方計画が作成されることになる。

全国計画に対する提案制度や広域地方計画協議会への参加など、国土総合開発計画に比べ、都道府県や指定都市の役割や責任は大きくなっており、国土計画に対する主体的な意見を持ち、参加することが求めら

れている。

▨ 路線価

1. はじめに

平成17年8月1日に、国税庁から2005年分の路線価が公表された。路線価とは、市街地の路線（道路）に面する1平方メートルあたりの標準の評価額のこと、相続税、贈与税、地価税の評価に適用される。国税庁が毎年1月1日を評価時点として、公示価格や売買実例額、不動産鑑定士の鑑定評価額及び土地の精通者による意見を参考にして決めるものであるが、国土交通省が発表する地価公示価格の8割程度とみられる。地価公示価格とは、国土交通省の土地鑑定委員会が毎年1月1日現在で、全国の標準値において、特殊な事情のない自由な取り引きにおいて通常成立すると考えられる1平方メートルあたりの価格を判定し、公示するものである。

今回公表された路線価の特徴は、バブル崩壊後の地価下落傾向から、全国的に脱却しつつあることをより鮮明に示していることや、その中で都市と地方の二極化現象が拡大していることである。

2. 内容

国税庁が公表した2005年分の「路線価」は、全国約41万地点の標準宅地の平均額で1平方メートル当たり11万2000円となり、長期下落が始まった1993年以降13年連続の下落である。しかし、下落率は3.4%と前年の5.0%から1.6ポイントの縮小となっており、下げ止まり傾向を示している。また、下落率は、29道府県で縮小し、前年25県であった拡大も16県に減っている。圏別に、

減少幅の縮小ぶりをみると、名古屋圏が3.9ポイントと最大で、大阪圏が3.2ポイント、東京圏が1.9ポイント、地方圏も4年ぶりに11.1ポイントの縮小となった。バブル崩壊後の地価下落からの脱却が、徐々に現実になりつつある。

今回、とりわけ注目されたのは、都道府県別で、東京がバブル崩壊後、初めて反転上昇し、0.4%の値上がりとなったことである。

この傾向は、東京だけでなく大阪や京都の中心部4地点の最高路線価が1991年以来、14年ぶりの上昇となったことにも現れている。阪神・神戸間は被災ダメージなどをぬぐいきれず、最高路線価格の上昇地点はなかったが、利便性や環境に優れた地域を中心に、住宅地の路線価は回復基調にある。三宮センター街では1992年以來の最小の下げ幅にとどまった。

こうした地価の上向きの要因としては、景気回復が続く中、都心中心部では再開発が活発化しており、それが呼び水となって「投資マネー」が流れ込む好循環が広がっていることが指摘されている。この背景には、ビルやマンションの家賃など収益性に目をつけた不動産投資信託の普及などがあるが、不良債権処理にめどをつけた銀行の積極姿勢や消費の持ち直しなども地価の底上げを支えていると分析されている。

一方、地方圏での地価下落率は7.1%となり、三大都市圏の率を大幅に上回るとともに、その縮小幅は格段に小さい。都道府県別で最大の下落となったのは、秋田県で12.8%である。大都市圏と地方の二極化現象が進んできている。

この背景には、工場の海外進出や公共投

資削減が続く現在、地方が相対的に不利な状況にあることを挙げることができる。

以上の路線価の傾向は、国土交通省が発表した平成17年1月1日時点の地価公示においてもみられる。東京都区部の住宅地や都心商業地を中心に下げ止まり傾向が出てきているとともに、名古屋、札幌、福岡各市でも上昇地点が現れている。一方、地方の下落率は、バブル崩壊後最大を更新しており、地価の二極化が一段と鮮明になってきている。

3. 今後の動向

土地市場は、長期にわたって存在してきた「土地神話」が崩壊して「利用価値に依じて価格形成がなされる」という市場へと構造的に変化しつつあるとともに、景観や環境に配慮した土地利用が広まりつつある。

その中で、景気の回復を追い風に、大都市は、特徴を生かして活気を取り戻しつつあるのに対し、地方は先行きが不透明と言わざるを得ない。地方は、人やモノ、カネを引きつける魅力を高めるために、地域のポテンシャルを有効に活用していく必要がある。

平成17年7月
神戸市企画調整局

1. はじめに

- ・我が国の人口は来年平成18（2006）年にピークを迎えると予想されており、また、いわゆる「団塊の世代」の定年退職が目前に迫り、数年後には一斉に高齢者の仲間入りをすることが確実となっている。このように我が国は未曾有の少子・高齢社会に突入しつつあり、実効性のある少子化対策を推進するとともに、高齢者の健康を維持することが国家として重要な課題になっている。
- ・このような状況の中で、厚生労働省は「健康日本21」や「健康フロンティア戦略」を定めており、「健康フロンティア戦略」では平成26（2014）年までに健康寿命を2年程度伸ばす目標を立て、生活習慣病対策と介護予防を推進することとしている。
- ・一方、神戸市は、全国に先駆けて昭和52年に「神戸市民の福祉をまもる条例」を制定し、市民福祉の充実に努めてきた。本条例では、市民福祉向上のひとつとして健康の確保を位置付けて、保健医療体制の確立及び良好な環境の維持とともに、市民に対してはひとりひとりの健康に対する自覚とみずからの健康の保持及び増進、疾病の予防及び早期回復に努めることを求めている。（参考資料1）参照）
- ・震災後、神戸市では、平成11年度から「神戸アスリートタウン」構想に取り組み、子どもから高齢者、障害者やトップアスリートまで、すべての人がそれぞれの価値観・技術レベルに応じてスポーツに親しみ、健康づくりができるまちをめざしている。
- ・また、平成14年2月に策定された「健康こうべ21」では、「あなたが主役！ 今日からはじめる健康づくり」をめざし、地域の医療機関や保健所を中心に地域で市民主体の健康づくりを推進している。
- ・さらに、京阪神の大学医学部長や医学関係者を中心とした「神戸医療産業都市構想懇談会」から提案された「神戸医療産業都市構想」が国家的プロジェクトとして推進され、平成15年4月に開設した先端医療センターなどから、がん治療や再生医療など最先端の医療の研究開発が進められ、市民の健康を守る新たな取り組みも始まっている。
- ・このような背景を受け、市民主体の健康づくり指針である「健康こうべ21」を基礎として、まち全体で健康づくりを受けとめ、まちづくりの施策として展開する必要があると考えられる。また、平成17年6月に策定された「神戸2010ビジョン」の中でも『「安全・安心」「健康」をベースに多様な「交流・融合」があらたな価値を創造するまち』をめざすとしている。
- ・一般に健康づくりには市民の自発的な取り組みこそが重要であり、健康に関する市民のさまざまなニーズに対応して、それぞれのライフスタイルに応じた「継続できる」しくみを用意することが大切である。
- ・特に、「団塊の世代」の高齢化を念頭におき、市民の自発的な健康づくりが継続できるしくみづくりが、活力あるまちづくりやコミュニティの形成などの観点から喫緊の課題になりつつある。

- ・市民が健康づくりに自発的に取り組み、かつ継続できるためには、健康づくりそのものを楽しみながら行えることが望ましい。
- ・その点、神戸は海、山、温泉など自然環境に恵まれ、開港以来の歴史もあり、食を楽しむ文化やスポーツを楽しむ環境、さらには健康の維持増進を理念とした食品・飲料・ケミカルシューズなど生活関連の地場産業の集積があり、市民が生活の中で健康づくりを楽しむ土壌があると言える。
- ・21世紀の神戸がそのまちの特性と資源を生かして、「健康」を実感し楽しむことができるまちづくりをめざし、まち全体として取り組むべきものは何か、産官学がどう支援すべきかを提案することを目的に、「健康を楽しむまちづくり懇話会」が設置された。
- ・懇話会では、子供から高齢者までの市民の自発的な健康づくりを支援するために、神戸固有のまちの資源を活用して、まち全体として市民が楽しみながら健康づくりができるしくみを提案した。
- ・今回提案された取り組みが、行政をはじめ市民や企業などの協力のもとに具体化されることにより、「健康こうべ21」に掲げた市民の健康づくりの目標が達成されるとともに、震災復興を進めてきた神戸において、まちの魅力が向上するとともに健康関連の地場産業も活性化して、さらにその成果が市民の健康づくりに活かされることを期待する。

(参考) 検討にあたって

①対象について

- ・高齢者、障害者を含む、すべての市民を基本に、さらに神戸で働き学び集う人々も対象とする。
- ・「健康こうべ21」が生涯を通じた健康づくりをめざし、ライフステージ別に述べていることを受け、「子ども」、「青年」、「壮年」、「高齢者」といった年代別を念頭におく。

②「健康」の概念について

- ・WHOの定義による、個人の身体的健康、精神的健康、社会的健康を基本に、そのためのしくみづくりや都市、地域社会のあり方を含めて、幅広く検討する。
- ・なお、WHOでは、健康を Well being と表現している。

③「健康づくり」の概念について

- ・個人の身体・精神状況やライフスタイルに応じた健康の「維持」、「増進」の他、疾病からの「回復」、さらに持病とうまく付き合いながらの「一病息災」も含めて幅広く検討する。

④「楽しむ」の概念について

- ・「楽しむ」とは、個人が自らの選択に基づき、進んで取り組むことである。
- ・したがって、「健康を楽しむ」とは、多様な価値観やライフスタイルを持つ市民が、自らの選択で健康づくりに自発的に取り組むことである。

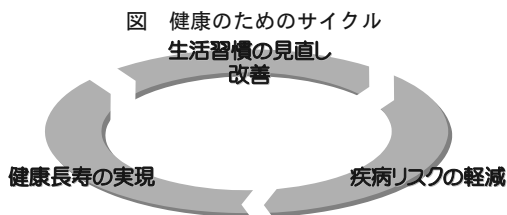
2. 健康づくりにおける現状と課題

1) 健康づくりと生活習慣

①「健康長寿」に不可欠な正しい生活習慣

- ・平成12年市区町村別生命表によると、神戸市の平均寿命は、男77.5歳、女84.3歳で、全国平均の男77.7歳、女84.6歳とほぼ同水準であり、伸長傾向を示している。

- ・高齢社会では、単に長生きするだけでなく、介護の必要な状態にならずに、如何に日々健康に長生きするかという「健康長寿」が重要になる。そして、介護が必要となる認知症や寝たきり等は、生活習慣病に起因する疾病が引き起こすことも多い。
- ・さらに、神戸市においては、10年前の阪神・淡路大震災により高齢者の生活環境が大きく変化している。そこで「神戸市民の福祉をまもる条例」における市民の自発的な健康づくりを支援する考え方を尊重しながら、要介護の状態にならないような対策が必要である。
- ・生活習慣病の中でも、特に「上半身肥満（肥満）」「高血圧」「高中性脂肪血症（高脂血）」「糖代謝異常（糖尿病）」は『死の四重奏』と呼ばれている。それは、これらの病気が互いに合併しやすく、しかも合併することで動脈硬化性病変（心筋梗塞、脳血管障害など）を加速するからである。
- ・全国的な傾向と同様に、神戸市でも、がんと合わせ、心疾患と脳血管疾患が3大死因となっている。（参考資料2）図表1参照）
- ・また、日本人男性の死因の第8位に、慢性気管支炎などの閉塞性肺疾患があがっており、これは喫煙との深い関係が指摘されている。喫煙はがん・心筋梗塞・パーキンソン病（閉塞性血栓性血管炎）とも関係があると言われ、長寿化に伴い高齢者の健康に大きな影響を与える因子と考えられるため、受動喫煙の問題と合わせ対応を図る必要がある。
- ・一方、平成16年版厚生労働白書によると、健康を脅かす要因（健康リスク）として国民が感じているのは、感染症などを押えて「生活習慣病を引き起こす生活習慣」が半数を超え、最も多い。（参考資料2）図表2参照）
- ・そして、平成14年2月に策定された「健康こうべ21」では、生活習慣病の予防のためには、“若いときからバランスのとれた食生活や適度な運動、十分な休養等、健康的な生活を心がけることが大切”としている。
- ・このように、「健康長寿」のためには、生活習慣病の疾病リスクを下げるのが大切であり、食事（食）、運動（動）、睡眠（眠）といった生活習慣を見直し、改善することが不可欠である。



②生活習慣の個人差に着目した健康づくり

- ・生活習慣は、年代による差だけでなく、ライフスタイルやストレスの感じ方など個人差が大きく、その見直しにあたって、一律の生活指導では対応がむずかしい。
- ・また、生活習慣病は遺伝子（ゲノム）と環境因子が複雑に絡み合って発症することが、最先端のライフサイエンス研究で明らかとなっており、生活習慣病の治療だけでなく、予防にあたって環境因子も含めた個人差に着目することが必要と考えられる。
- ・個人差に着目して生活習慣を見直すためには、個々人の身体状況や体質、ライフスタイル、嗜好などに応じた、言わばテーラーメイドなメニューを科学的根拠のもとづく医療（EBM）の成果を用いて用意し、市民が多様な選択肢の中から自分に合ったメニューを選べるようにすることが重要である。

- これまで、どちらかと言うと受身になりがちであった保健指導型の健康づくりを、多様な選択肢の中から選択した個々人に応じた健康づくりによって、“選べる楽しみ”を付加し、市民の自発的な健康づくりを支援することが重要である。

③生活習慣の見直しのために必要な環境整備

- 「平成13年度神戸市民1万人アンケート」によると、健康のために「必要だと思うができていない」こととして、『適度な運動をする』(47%)が最も多く、特に多忙な20～40歳代では6割近くがこれを選んでいる。
- これに対応して、同アンケートによると、市民の健康づくりに向けて「神戸市が力を入れるべき」こととして、医療の充実の他には、『気軽に参加できる運動・スポーツの場づくり』(59%)が最も多くなっている。
- 市民が気軽に運動・スポーツできるようにするためには、「神戸アスリートタウン」による運動の場づくりを進めるとともに、神戸市が推進するユニバーサルデザイン(UD)とあわせて懇話会で提案のあった「クリーン、グリーン」な環境整備を行い、まちの魅力を向上させることが重要である。
- このような健康づくりのための環境整備については、民間企業やNPO等の参入も含め、市民が科学的根拠に基づいて、多様なサービスを選択できる供給体制の整備を進め、一人でも多くの市民が自発的に健康づくりに取り組みたくなるような、「楽しさ」のある「しくみ」が必要である。

2) 神戸市の健康づくりの現状

①「健康こうべ21」の課題

- 平成14年2月に策定された「健康こうべ21」では、「一次予防の重視」、「市民主体の健康づくり」、「多様な実施主体による連携のとれた効果的な運動の推進」などを基本方針としている。また、その展開のために、「生涯を通じた健康づくり」、「みんなで支えあう健康づくり－健康コミュニティ等の育成－」、「神戸の自然・まち・市民文化を生かした健康づくり」を進めることとしている。
- そして、「生涯を通じた健康づくり」のために、市民がどのような健康づくりのための行動(生活習慣)に取り組むべきかという例を、ライフステージ別に示している。(参考資料3)参照)
- さらに、「健康こうべ21評価指標」として平成22(2010)年度の目標値を掲げ、市民の健康づくりを進めている。(参考資料4)参照)
- 「健康こうべ21」は、個人が取り組むべき行動指針をライフステージ別に示している。これをもとに具体的なアクションにつなげるためには、生活習慣を「食・動・眠」から捉え生涯を通して何をすべきか、産官学がまちづくりの観点からどのように支援すべきかを検討することが重要である。

②健康関連サービスの現状

- 健康づくりを支援する産官学の取り組みの中でも、健康関連サービスの役割が注目されている。
- 平成16年5月に出された経済産業省の「新産業創造戦略」では、「健康に関連する産業は、今後、急速な高齢化や再生医療の実用化等に伴い、健康に対する国民的関心の更なる高まりに応じて、一層の拡大が期待されている。」と指摘している。

- 健康食品を例にとれば、特定保健用食品（「トクホ」）は平成16年10月末現在、454品目に達し、市場規模も平成15年に6千億円を超えたとされている。
- 一方、「健康サービス産業創造研究会報告書」が、「多くの国民は日頃健康や体力の維持増進のための何らかの取り組みを行っているものの、通常は、テレビ、雑誌等のマスメディアからの情報に依存しており、科学的根拠に基づく有効性の高い取り組みは稀である。一部ではその有効性等に対し消費者から疑問が投げかけられ、民間事業者とのトラブルも増加している。」と指摘しているように、健康関連産業の拡大に伴い、商品やサービスについての科学的な根拠の検証が重要となってきた。
- 神戸では、震災後10年を経て、地場産業の活性化が特に重要な課題となっている。
- 本懇話会においても、「食と健康」、「スポーツと健康」、「睡眠と健康」のテーマでそれぞれ独自の健康関連の取り組みを行っている市内企業が紹介されたが、市民の健康づくりを支える産業として高付加価値化を目指すことが課題である。
- また、科学性が検証された健康関連商品は市民の健康関連支出を大きく増やす可能性があるとの試算もあり、健康関連商品・サービスの科学性の検証が可能になれば、これらの地場産業の健康関連分野への取り組みが加速すると期待される。（参考資料5）参照）

③先端医療と地域医療の取り組み

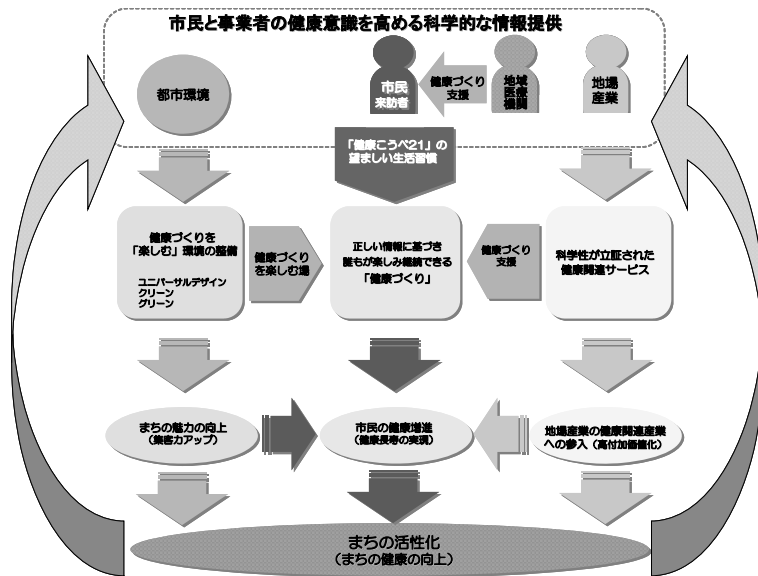
- 「神戸医療産業都市構想」において、さまざまな先端的な医療に関する研究開発が進んでいる。先端医療センターでは、骨髄、歯槽骨、さい帯血などの再生医療に取り組むほか、最新の機器によるがんの早期発見や放射線治療の体制が整うなど、世界でも最先端の医療が実際に行われつつある。
- 神戸臨床研究情報センター（TRI）では、がんに関する情報提供（PDQ）を行うほか、臨床試験の手順（プロトコル）に関する情報や全国の大学の最先端の治療方法に関する情報の提供などを行っている。
- さらに、平成22年度には、神戸市立中央市民病院が移転を予定しており、高度救急医療をさらに充実するとともに、高度専門医療センターを設置する構想がある。懇話会では、これを契機に「アジアのメディカルクラスター」の形成を促すべきとの意見もあった。
- また、東部新都心には、日本の災害医療の拠点として兵庫県立災害医療センターが立地し、WHO（世界保健機関）神戸センターも「都市と健康」をテーマにした情報発信などの活動を行っている。
- 一方で、生活習慣病については、市民の健康を支える地域医療がその治療と予防に取り組んでいるが、生活習慣病に関する研修、救急医療への対応、ひとり暮らし高齢者の増加に伴う介護や福祉と連動した対応などが課題となっている。
- さらに今後は、神戸医療産業都市構想の中核施設による先端的な研究の成果のどの部分が、市民の健康づくりや医療機関を中心とした地域医療体制の中でいかに有効に反映させるかが課題である。

3. 「健康を楽しむまちづくり」の視点

- 「健康こうべ21」に示されたライフステージごとの望ましい生活習慣をもとにし、多様なライフスタイルにより生活習慣病の発症も個人差が大きいことに着目し、個人ごとに必要な生活習慣を把握し、一人ひとりに即した健康づくりを推進する。
- 具体的には、一人ひとりにふさわしい健康づくりのメニューを用意し、市民が楽しみながら選択し、自発的に継続できる健康づくりを支援する。

- そのために、健康に関する市民への情報提供と、健康づくりを楽しみながら継続できる環境整備を行い、「神戸医療産業都市構想」の成果を活かして、多様な市民の健康づくりを支援する体制を検討する。
- これにより、市民の健康づくりを促進するとともに、まちの魅力向上と活性化がもたらされる。その成果がまた市民の健康づくりに活かされる。
- このような市民の健康づくりとまちづくりのサイクルを形成していくことが「健康を楽しむまちづくり」ではないかと考えている。

図 「健康を楽しむまちづくり」の概念図



4. 「健康を楽しむまちづくり」に向けた基本的なプログラム提案

- 本懇話会では、「健康を楽しむまちづくり」を目指して、食・動・眠のさまざまな観点から議論がなされ、同時に、神戸ならではの健康関連の産業の取り組みが紹介された。
- 市民の健康づくりのためには、食・動・眠それぞれの課題の克服に向けて、まずは「健康こうべ21」にあげられている取り組みの着実な実行が必要である。（「健康こうべ21」にもとづく健康づくりに関する課題については、参考資料6）参照）
- このような観点から、本懇話会では「健康こうべ21」を具体的なまちづくりの施策として展開することをめざし、市民の自発的な健康づくりを支援するための産・学・官の連携を基本にした8つのプログラムの提案を行った。
- まず、健康づくりのインフラとして「健康づくり支援システム」と「喫煙被害防止プログラム」を提案した。
- 「食」に関するものとして、地域住民が相互に教えあう「地域の食育拠点づくり」と、主にひとり暮らしの高齢者の食べる楽しみを取り戻す「健康安心配食サービス」を提案した。

- ・「動」に関するものとして、だれもが気軽に楽しく歩くことができる「健康づくりの小径」、歩くことを通じて健康づくりを進める「歩く健康づくり」、運動プログラムを活かした「地域の運動拠点づくり」の3つを提案した。
- ・さらに、「眠」すなわち癒しを通じた健康づくりのために神戸のさまざまな資源を活用した「こうべ健康回廊」を提案した。
- ・なお、ここでの提案は、あくまでも市民の選択にもとづく自発的な健康づくりを前提としており、「健康を楽しむまちづくり」はそれを支援するための環境整備を行うものである。
- ・また、懇話会での提案内容は、現在策定中の新たなビジョン（「神戸2010ビジョン」及び「区中期計画」）の中で反映され、具体的に実践されていくことが求められる。

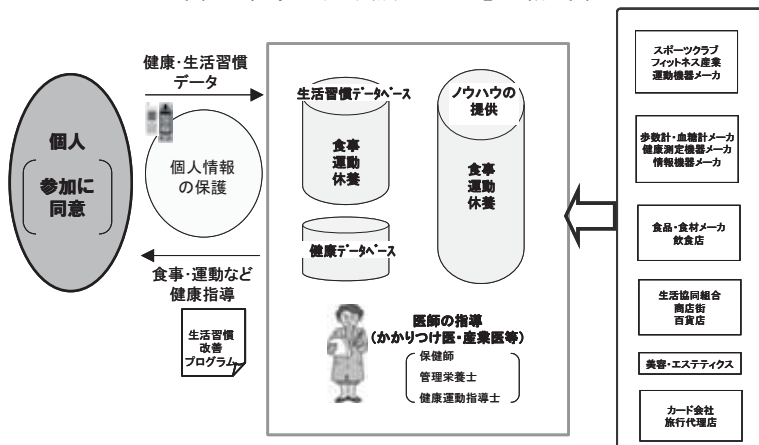
「健康を楽しむまちづくり」に向けた
基本的なプログラム提案

- ①健康づくり支援システム
- ②喫煙被害防止プログラム
- ③地域の食育拠点づくり
- ④健康安心配食サービス
- ⑤健康づくりの小径
- ⑥歩く健康づくり
- ⑦地域の運動拠点づくり
- ⑧こうべ健康回廊

①「健康づくり支援システム」

- ・市民の健康づくりを支援するための「健康を楽しむまちづくり」の情報インフラとして、まず、Webサイトを活用した健康生活ガイダンスの情報を提供し、将来的に双方向でモニタリングを行う健康生活サポートサービス等の機能を持った「健康づくり支援シス

図 「健康づくり支援システム」の概念図



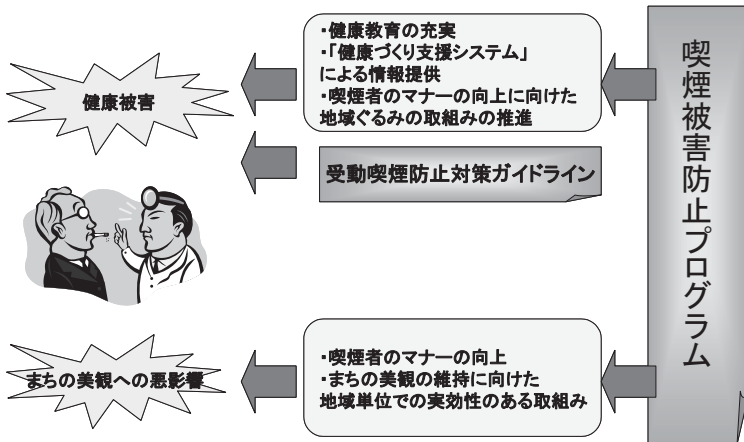
テム」の構築を検討する。

- これは、個人情報の保護や医療健康情報の取り扱いに配慮した上で、健康に関する正しい知識や情報を市民に提供するものである。
- また、神戸臨床研究情報センター（TRI）を中心に、健康に効果があると言われる各種サービスの「**科学性検証システム**」を構築する。なお、これらの情報システムの構築・運用にあたっては、平成17年4月施行の個人情報保護法の本旨に則り、個人情報に関しては本人の同意を得た範囲での収集・活用を前提とする。さらに、神戸臨床研究情報センター（TRI）では「個人情報保護方針」を設け、それにもとづいて従事者が遵守すべき実施手順を定めているため、それに準拠する。

②「喫煙被害防止プログラム」

- 喫煙については、喫煙者の健康被害とともに受動喫煙による健康被害、さらには吸殻のポイ捨てによるまちの美観への影響などが指摘されるため、健康づくりのインフラ（まちの基盤）として「喫煙被害防止プログラム」を策定するものとし、実効性のある対策を進める。
- まず、がんや閉塞性肺疾患などの喫煙に伴う健康被害に関して、科学的な根拠にもとづく情報が正しく市民に伝わるように、大人だけでなく子どもや青少年も対象に、学校教育や保健所の健康教育を充実させるとともに、「健康づくり支援システム」による情報提供も実施していく。
- 受動喫煙については、神戸市では「受動喫煙防止対策ガイドライン」を策定しており、公衆の場や家族（特に子ども）の前では吸わない、といった最低限の喫煙者のマナーが守られるように、地域ぐるみの取り組みを推進する。
- さらに、吸殻のポイ捨てやタバコの火の不始末を一掃していくように、喫煙者のマナー向上とそれをカバーする地域単位で実効性のある取り組みを推進する。

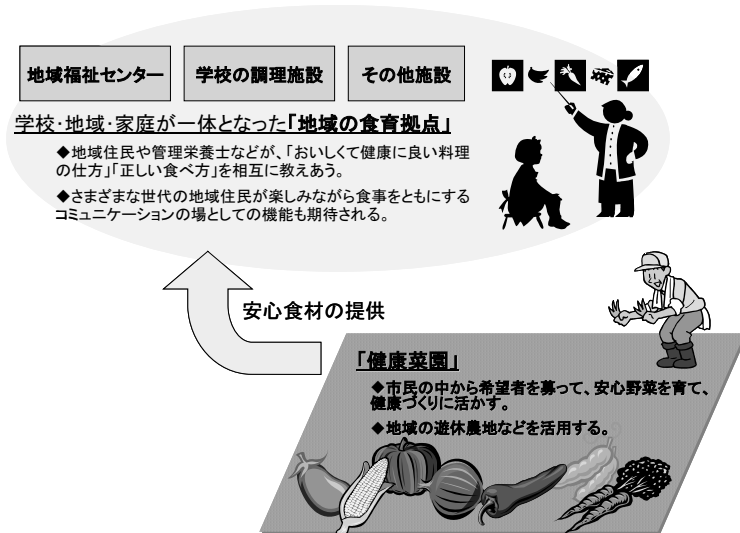
図 「喫煙被害防止プログラム」の概念図



③「地域の食育拠点づくり」

- 生活習慣病が児童にも増えていることや若い人を中心にサプリメントなどが普及していることを受け、大人も含めた「食育」の必要性が指摘されている。また、核家族化が進行し、共働き世帯やひとり親世帯、ひとり暮らしの高齢者世帯なども増加するなどにより、食に関する家庭での伝承も困難になりつつある。
- そこで、地域福祉センターや学校の調理施設などを活用して、地域のさまざまな世代の人々が集い、おいしくて健康に良い料理の仕方や正しい食べ方を相互に教えあう「地域の食育拠点づくり」を推進する。
- ここでは、管理栄養士なども参加し、学校・地域・家庭が一体となった「食育」を展開するとともに、地域住民が楽しみながら食事をともにするコミュニケーションの場とする。
- さらに、地域の遊休農地などを活用し、毎日の健康づくりのために市民や自治会から希望者を募り、無農薬の安心野菜を育て健康づくりに活かす「健康菜園」を整備する。

図 「地域の食育拠点づくり」の概念図

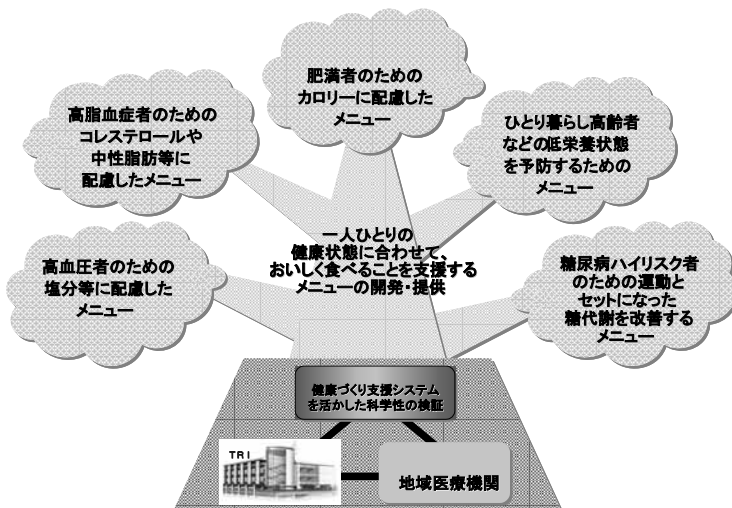


④「健康安心配食サービス」

- 高齢者は、摂取する食品や献立が単一的になりがちで、どちらかというと食べやすい糖質が中心の食事となり、栄養のアンバランスがoccurりやすくなると言われている。さらに、最近では、特にひとり暮らしの高齢者を中心に、エネルギーやたんぱく質の低栄養状態が見られるようになっている。
- そこで、高齢者一人ひとりの状態に合ったヘルシーメニューを提案する「健康安心配食サービス」を地域の医療機関の協力を得て実施する。
- 本サービスは高齢者のみを対象とするのではなく、肥満、高脂血症、高血圧、糖尿病ハイリスク者などのためのメニューも提供する。また、メニューのレシピのみを届け、家庭で最終調理する楽しみを残しておく提案も行う。

- ・メニューはできるだけ神戸産をはじめとする鮮度ある食材を活用する。また、神戸の長い洋風食文化で培われた健康に良い食材なども活用し、生活習慣病予防を目指した食品を提案する。
- ・また、このようなヘルシーメニューの提供と健康な食べ方の普及に貢献する「健康こうべ21」サポーター店・施設による支援も推進する。
- ・神戸臨床研究情報センター（TRI）の機能を活用し、これらのエビデンス（科学的根拠）をチェックし、地域医療機関が中心となって、長期的、科学的な効果の検証を検討する。

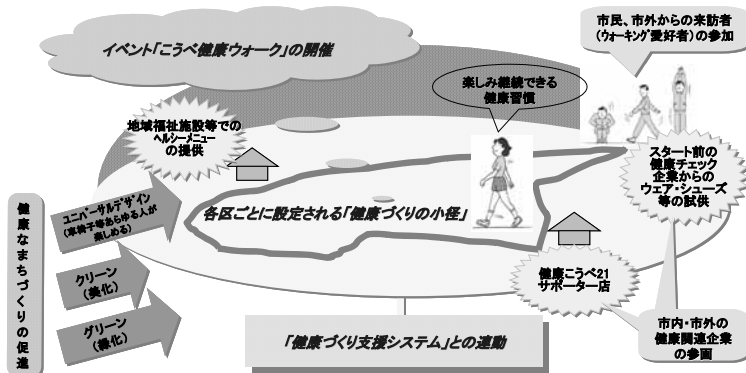
図 「健康安心配食サービス」の概念図



⑤ 「健康づくりの小径」

- ・だれもが日常生活の中で気軽に取り組める健康法として「歩くこと（ウォーキング）」に着目し、既存の「健康こうべ21ウォーキングマップ」をもとに、ヘルシーグルメや観光拠点など市内の魅力スポットをたどり、楽しみながら歩くことのできる「健康づくりの小径」を設定する。
- ・海の「健康づくりの小径」として、海岸線に沿って横につなぎ、ウォーターフロントを楽しみながら歩く「海の健康プロムナード」を「なぎさ街道」の一部として整備する。
- ・また、山の「健康づくりの小径」として、神戸に居留した外国人の登山を真似て明治43年（1910年）に神戸草鞋（わらじ）会（後の神戸徒歩会）が設立され、その後100年近く続いている毎日登山会の伝統を活かし、一人でも多くの神戸市民が毎日登山会に参加しやすいように、休憩所や健康チェックのできる箇所などの整備を進める。
- ・あわせて、このように設定した「健康づくりの小径」を活用したウォーキングイベントとして「こうべ健康ウォーク」を区役所等の主催で開催し、観光やまちの美化・再発見も兼ねた健康づくりを目指す。イベントでは、ウォーキング前後に参加者への血圧や体脂肪率測定などの健康チェックを行い、健康づくりへの関心を高めることを目指す。

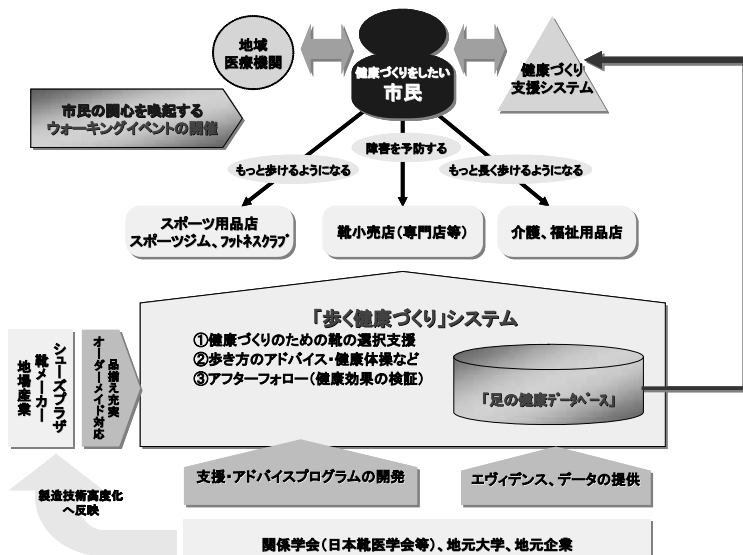
図 「健康づくりの小径」の概念図



⑥ 「歩く健康づくり」

- ・歩くことは健康づくりの基本であり、靴は現代人が歩くうえで不可欠なものである。しかし、日本では畳の文化の影響もあり靴を脱ぐ機会が多く、足に合った靴よりも脱ぎやすい靴を選ぶ場合が多かったこともあり、足に合わない靴が人の健康に影響を与えていることが懸念されている。
- ・高齢化の進展により、加齢による身体能力の低下等を勘案すれば、今後、歩くことで健康を維持増進するためには、靴の選び方がますます重要になる。足のサイズや形状だけでなく、身体状況や障害の状態、歩き方などに応じた靴を選択することも重要である。
- ・足の形状に応じた靴の選択のアドバイスを行う専門家（シューフィッター）はいるが、今後さらに進展が予想される高齢化社会において、このような個人の健康状態や歩き方を考慮して、健康づくりの観点から靴選びを支援しアドバイスできるような体制が重要になる。
- ・そこで、ケミカルシューズの製造技術力など神戸の資源を活かしながら、一人ひとりの身体や健康状態に合わせて、靴選びや歩行の姿勢、速度など歩き方のアドバイスを行う「歩く健康づくり」システムを整備する。
- ・これは、足の形状や歩き方、健康状態などの情報を蓄積した「足の健康データベース」を中心としたシステムであり、データベースを用いてその人に合った靴の選択支援と歩き方のアドバイスをを行い、さらにいつまでも健康に歩けるための健康体操等のアドバイスも行う。
- ・アドバイスの妥当性を検証するためのアフターフォローするしくみも用意するとともに、アドバイスを支援するプログラムも用意する。
- ・また、足の健康づくりの重要性を市民に広めるためのウォーキングイベントも開催する。

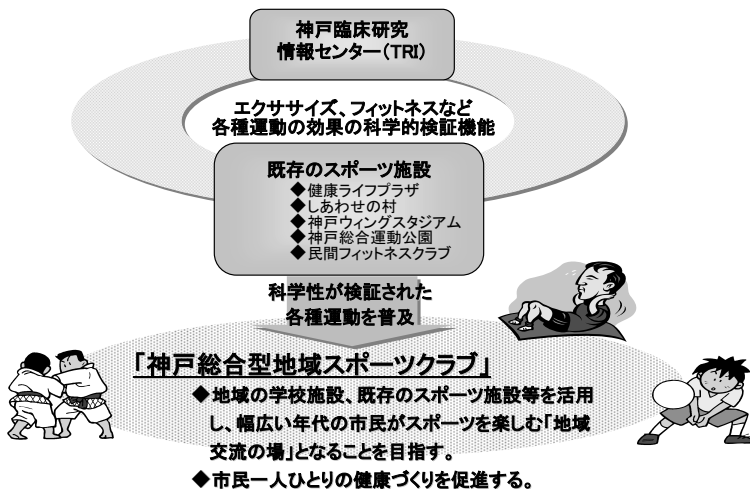
図 「歩く健康づくり」の概念図



⑦「地域の運動拠点づくり」

- ・神戸市では、小学校を拠点とした多世代・多種目の「神戸総合型地域スポーツクラブ」を育成し、平成17年3月現在、147クラブ、36,889人が活動している。
- ・このスポーツクラブは、学校施設を活用し、子どもから大人まで多年代の交流の場となっているが、このスポーツクラブをさらに発展させ、既存のスポーツ施設も活用し、1人でも、また家族でもスポーツを楽しめ、子どもと一緒に大人も楽しめるという地域交流の場となることもめざす。
- ・また、神戸には健康づくりを支援する健康ライフプラザ、あふれる緑の中で子供から高齢者、健常者、障害者などすべての市民が健康づくりやりハビリに取り組めるしあわせの村、アスリートタウン構想の拠点である神戸ウィングスタジアム、さらには神戸総合運動公園など既存のスポーツ施設が点在する。
- ・勤労者と中年を中心とした市民を対象に、これらのスポーツ施設と神戸臨床研究情報センター（TRI）の機能を活用し、エクササイズ、フィットネスなど各種の運動プログラムについて、健康づくりへの効果を科学的に検証することも検討し、楽しみながら科学的に効果のある運動に親しめるようにする。
- ・さらには、科学的に効果が検証された各種運動を、地域スポーツクラブや既存のスポーツ施設等において普及させ、コミュニティの中で市民一人ひとりが健康づくりに自発的に取り組める「地域の運動拠点づくり」を推進する。

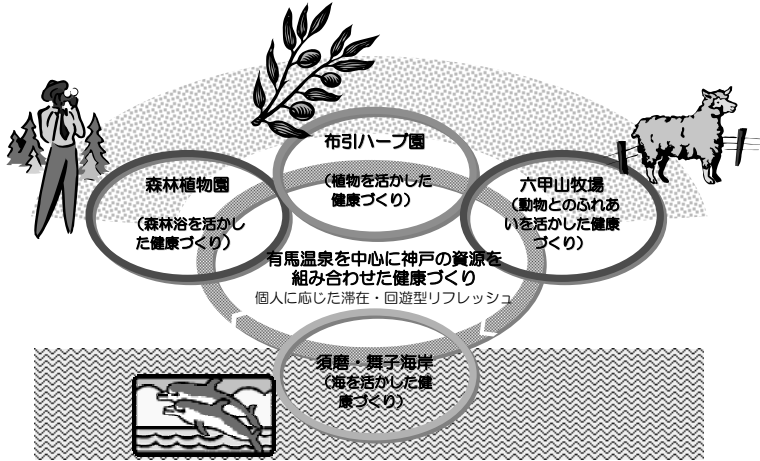
図 「地域の運動拠点づくり」の概念図



⑧「こうべ健康回廊」

- 世界でも珍しい8種の泉質を持つ有馬温泉を中心に、くつろぎと癒しを通して個人の健康を取り戻し、健康を増進するしくみを構築する。
- 温泉の持つ「浮力など浴水の物理作用」、「温熱作用」、「含有成分の化学・薬理作用」などを活用し、またさまざまな泉種を組み合わせて、一人ひとりの健康状態ないしはリハビリ・予防・ストレス解消などの目的に応じた温泉の利用方法のアドバイスを受け、楽しみ、滞在しながら健康づくりできるしくみをつくる。
- この温泉を活かした健康づくりに、布引ハーブ園などのハーブ等植物を活かした健康づくりや、森林植物園などの森林浴を活かした健康づくり、六甲山牧場の動物との触れ合いを通じた健康づくり、須磨・舞子海岸などの海を活かした健康づくりなどを組み合わせ、これらを回遊しながら心とからだのリフレッシュにつながる「こうべ健康回廊」の実現を図る。
- 「こうべ健康回廊」は市民の健康づくりに貢献するとともに、神戸の新たな観光資源として集客にも寄与し、来訪者の健康づくりにも貢献することが期待される。
- なお、これらの健康づくりの効能については、今後、先端医療センターや神戸臨床研究情報センター（TRI）などの神戸医療産業都市構想の中核施設や関係学会とも連携し、その科学性を検証していくものとする。

図 「こうべ健康回廊」の概念図

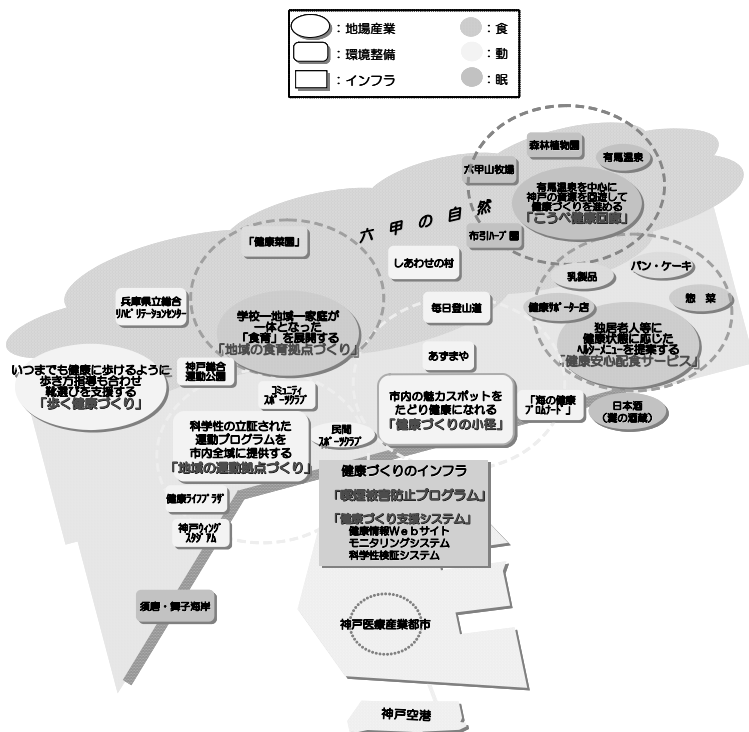


5. 「健康を楽しむまちづくり」の将来像

- ・以上基本的なプログラム提案を推進するにあたっては、以下のような地域の資源を活用していく。
 - ①気候が温暖で山と海と温泉など「自然環境」に恵まれており、これが人口152万人の高度な都市機能ときわめてよく調和したまちであること。また、そのような自然環境を活かし戦前まで結核療養に恰好のまちとして評価されてきたことや、従来から医療施設の充実したまちとして発展してきたこと。
 - ②瀬戸内海の海の幸、丹波・但馬の山の幸など豊かな食材を入手しやすく、また、関西の食文化の伝統に加え、西洋料理や中華料理などの多様な外国料理店が存在するなど、「食を楽しむことができる豊かな食材と食文化」があること。
 - ③六甲の山歩きが市民に定着するとともに、外国人とともにまちがつくられた歴史があり、ゴルフ、テニス、サッカーなどのスポーツは日本の草分け的存在であり、「スポーツや運動を楽しむ環境・文化・歴史」があること。
 - ④神戸靴、ケミカルシューズ、清酒、コーヒー、洋菓子など、健康と関連した「生活を楽しむ産業」が定着していること。
 - ⑤このような長年にわたる蓄積に加え、平成10年以降、「神戸医療産業都市構想」を推進し、短期間で研究機関や民間企業が集積しはじめており、その成果が**市民の生活や健康づくりに活用される可能性**があること。
- ・「健康を楽しむまちづくり」は、前述の基本的なプログラム提案の実現により進められる。まちづくりにあたっては、行政だけでなくNPOや地域コミュニティの参画も得ることとし、神戸に集積する産業の活力もいかしていく。
- ・特に神戸には、コンピュータを活用して障害を持つ人の自立と社会参加（就労の促進や雇用の創出）を目的に全国的に活動する社会福祉法人があるなど、地域でユニークな活動が展開されており、このことは、「健康を楽しむまちづくり」の実現の可能性が高いことを示唆している。

- また、神戸には食品・アパレル・靴などの地場産業があり、これらが市民の健康志向の高まりに応じた商品開発を行っている。先端医療センターや神戸臨床研究情報センター（TRI）などの神戸医療産業都市構想の中核施設を活用して、「健康づくり支援システム」や「科学性検証システム」を構築することにより、市民の正しい健康づくりにつながり、さらに地場産業が安心して健康関連分野に参入できるように支援する。このような施策と、健康づくりを楽しめる環境整備を通じたまちの魅力向上が相まって、市民の健康づくりにつながる。
- 神戸医療産業都市構想の中核施設による研究成果が市民の健康づくりに今後反映できるよう、地域医療機関との連携、さらには「健康を楽しむまちづくり」の具体化によって、神戸が21世紀の少子高齢時代に対応した、「市民の健康」、「知識の創造」、「まちの活性化」を同時に満たす、新しい「健康科学都市」として飛躍することを目指している。

図 基本的なプログラム提案による「健康を楽しむまちづくり」のイメージ



参考資料

1) 「神戸市民の福祉をまもる条例」

昭和52年1月10日
条例第62号 より抜粋

すべての市民が、その所得、医療及び住宅を保障され、教育、雇用等の機会を確保されるとともに、不屈の自立の精神を堅持することによって、人間としての尊厳を守り、人格の自由な発展を期することのできる社会こそ福祉社会といわなければならない。

市民の福祉は、権利と義務、社会的保障と自助、社会連帯と自己責任の望ましい調和、結合によって達成されるものである。それは、市民のひとりひとりが手をこまぬいていて他から与えられるものではなく、ひとりひとりの努力だけで獲得できるものでもない。

また、市民の福祉は、単に社会的な環境や条件を整備するだけでは達成され得ない。それは、みずからの生活をみずからの英知と創意と努力とによって高めるといふ、主体的、内面的な心がまえと姿勢がなければ実現されないものである。

さらに、市民の福祉は、市がその責務を積極的に果たすとともに、市民が地域社会の一員としての自覚と相互の連帯を強め、また、事業者にあっても地域社会と密接な関係にあることを認識し、一体となって市民福祉の向上に寄与するよう応分の努力をすることによってもたらされるものである。

このような認識に立って、福祉都市を実現することは、今日に生きるわたしたち市民のためのみならず、明日に生きる後代の市民のためにも、わたしたち市民が果たさなければならない責務であると確信する。ここに、わたしたち市民は、ともに力を合わせて、この愛する郷土に誇り高き福祉都市を建設することを決意し、市民の総意に基づき、この条例を制定する。

〈略〉

第2章 市民福祉の向上

第1節 健康の確保

(健康の保持増進)

第12条 市民の健康は、市民ひとりひとりの健康に対する自覚をもとにして、保健医療体制の確立及び良好な環境の維持により、保持され、かつ、増進されなければならない。

2 市民は、健康に関する認識を高め、みずからの健康の保持及び増進、疾病の予防及び早期回復に努めなければならない。

(健康等に対する事業者の協力)

第13条 事業者は、その雇用する勤労者の健康を保持し、かつ、増進することに努めなければならない。

2 事業者は、地域の保健活動への参加等を通じて地域保健の向上に協力しなければならない。

(健康施策の実施)

第14条 市長は、市民がすすんで健康の増進を図ることができるよう健康教育の実施、健康増進施設の整備等必要な施策を講ずるものとする。

2 市長は、市民の疾病の予防を図るため、性、年齢、地域の特性等に応じた保健指導、健康診断体制の整備等を行うものとする。

3 市長は、市民の医療の機会均等を確保するため、公的及び私的医療機関の有機かつ計画的な整備に努めるものとする。

4 市長は、市民の急病、事故等に対して迅速かつ適切な医療を確保するため、救急医療

体制の整備充実に努めるものとする。

〈略〉

2) 生活習慣病に関する基礎データ

図表1 神戸市の主要死因の順位（平成14年）

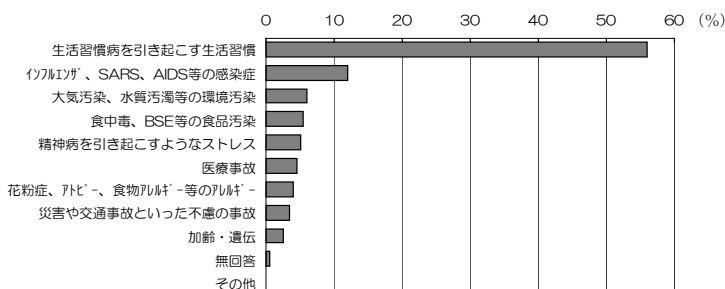
	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
死 因	が ん	心疾患	脳血管疾患	肺 炎	不慮の事故
死亡数	3,742人	1,557人	1,171人	898人	441人
死亡率	24.8	10.3	7.8	5.9	2.9
死亡割合	33.6%	14.0%	10.5%	8.1%	4.0%

資料：厚生労働省統計情報部 死因別死亡数（平成14年）

※死亡数は、人口1万人対。（人口は平成14年10月1日現在の1,510,468人）

※死亡割合は、全死亡数に占める割合。

図表2 健康リスクが一番高いと感じるもの



資料：平成16年版厚生労働白書

（株）UFJ 総合研究所「生活と健康リスクに関する意識調査」（厚生労働省委託2004年）

3) 「健康こうべ21」でのライフステージ別の健康づくり行動（生活習慣）例

「食」に関するもの

- ・乳幼児期：素材の味を大切にす。しっかりかんで食べる。
- ・学童期：3食バランスよく食べる。赤（主菜）・黄（主食）・緑（副菜）の内容を知る。
- ・思春期：朝食を食べる。牛乳・乳製品をしっかりとする。
- ・青年期：健康体重に近づける。加工食品や外食は栄養成分表示を見る。赤・黄・緑をバランスよく食べる。無理なダイエットやリバウンドは肌や身体にかえてマイナス。
- ・壮年期：腹八分目。エネルギーのとりすぎに注意。毎食野菜を食べる。魚や大豆をよく食べる。塩分半減。
- ・高齢期：家族や仲間と食事を楽しむ。よくかんでゆっくり食事を楽しむ。主食・主菜・副菜をそろえる。水分補給を忘れない。

「動」に関するもの

- ・乳幼児期：戸外で遊ぶ。近くへは車に乗らずに歩く。
- ・学童期：いろいろなスポーツ・遊びにチャレンジ。休日には家族で公園やハイキング。
- ・思春期：自分ができるスポーツ・運動を見つける。
- ・青年期・壮年期：自分ができるスポーツ・運動を見つける。毎日の生活の中で歩く工夫。こどもと一緒に戸外で遊ぶ。家族や仲間とスポーツを楽しむ。運動した成果を数値に換算。
- ・高齢期：1日10分のストレッチング。1日10分、1000歩自分のペースでゆっくり歩く。地域の健康づくりイベントに参加する。積極的に外出する。簡単な体操で筋力を落とさないようにする。

「眠」に関するもの

- ・乳幼児期：家族の生活リズムを見直す。朝、決まった時間に起こす。
- ・学童期：遅くとも10時までには寝る。
- ・思春期：夜更かしはほどほどに。少し早めに起きるよう心がける。
- ・青年期・壮年期：夜12時までには寝るようにする。十分な睡眠をとる。

4) 「健康こうべ21」評価指標一覧

区分	No.	健康こうべ21	
		評価指標	2010年
乳幼児期	1	休日に家族等で食事を楽しむ人の割合を増やす	80.0%以上
	2	味付けをうす味にしている人の割合を増やす	80.0%以上
	3	間食として甘味食品・飲料を1日3回以上飲食する習慣のあるこどもの割合を減らす	減らす
	4	よくかんで食べているこどもの割合を増やす	増やす
	5	戸外遊びをよくしているこどもの割合を増やす	増やす
	6	起床、就寝の時間が決まっているこどもの割合を増やす	増やす
	7	乳幼児のいる家庭での喫煙率を減らす	減らす
	8	う歯をもつこどもの割合を減らす	10%以下
	9	フッ素塗布を受けたことがあるこどもの割合を増やす	75.0%以上
	10	育児に積極的に参加する父親の割合を増やす	増やす
学童期	11	朝食を欠食する児童の割合を減らす	5%以下
	12	3つの食品群の分類を知っている児童の割合を増やす(小5)	100.0%
	13	肥満児の割合を減らす	7.0%以下
	14	運動・スポーツを週2回以上する児童の割合を増やす(小1)	70.0%以上
	15	運動・スポーツを週2回以上する児童の割合を増やす(小6)	90.0%以上
	16	夜10時までに就寝する児童の割合を増やす	50.0%以上
	17	何でも話せる友達がいる児童の割合を増やす	90.0%以上
	17	う歯をもつ児童の割合を減らす(6歳)	50.0%以下
	18	う歯をもつ児童の割合を減らす(12歳)	50.0%以下
18	学童期のフッ化物配合歯みがき剤を使う児童の割合を増やす	増やす	
19	一人平均う歯数を減らす	1本以下	
	20	肥満生徒の割合を減らす	7%以下
	21	朝食を欠食する生徒の割合を減らす	10%以下
	22	食事に主食・主菜・副菜が揃っている(1日2回以上)生徒の割合を増やす	増やす

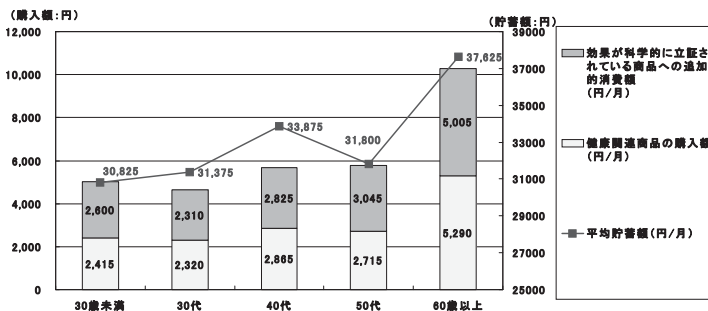
区分	No.	健康こうべ21	
		評価指標	2010年
思 春 期	23	毎日、牛乳、乳製品をとっている生徒の割合を増やす	増やす
	24	週に2回以上スポーツ・運動に参加する生徒の割合	増やす
	25	悩みを相談できる相手がいる生徒の割合を増やす（中学生、男）	80%以上
	26	悩みを相談できる相手がいる生徒の割合を増やす（中学生、女）	90%以上
	27	中学生・高校生の喫煙者をなくす	0.0%
	28	中学生・高校生の飲酒者をなくす	0.0%
	29	う歯をもつ生徒の割合を減らす（中3）	60%以下
	30	う歯をもつ生徒の割合を減らす（高3）	70%以下
	31	中高生の歯周疾患罹患者の割合を減らす	半減
青 年 期	32	20歳代朝食を欠食する男性の割合を減らす	15%以下
	33	食事に主食・主菜・副菜が揃っている（1日2回以上）学生の割合を増やす	60%以上
	34	20歳代男性の肥満者（BMI 25以上）の割合を減らす	15%以下
	35	20歳代女性のやせ（BMI 18.5未満）の割合を減らす	15.0%以下
	36	週に2回（1回10分、1日20分以上）以上スポーツや運動に参加する人の割合を増やす	50%以上
	37	20歳代喫煙者の割合を減らす	半減
	38	20歳代多量飲酒者（1日に日本酒2合以上、ビールなら中ビン（500ml）2本以上）の割合を減らす	男：14.0%以下 女：4.2%以下
壮 年 前 期	39	20歳代過去1年間に個別的な歯口清掃指導を受けたことのある人の割合を増やす	増やす
	40	30歳代朝食を欠食する男性の割合を減らす	15%以下
	41	40歳代朝食を欠食する男性の割合を減らす	15%以下
	42	食事に主食・主菜・副菜が揃っている（1日2回以上）人の割合を増やす	増やす
	43	減塩につとめている人の割合を増やす	増やす
	44	30歳代男性の肥満者（BMI 25以上）の割合を減らす	15%以下
	45	40歳代男性の肥満者（BMI 25以上）の割合を減らす	15%以下
	46	30歳代運動習慣者（1回10分、1日20分、週2回以上）の割合を増やす	40%以上
	47	40歳代運動習慣者（1回10分、1日20分、週2回以上）の割合を増やす	40%以上
	48	睡眠による十分な休養をとれていない人の割合を減らす	減らす
	49	30歳代喫煙者の割合を減らす	半減
	50	40歳代喫煙者の割合を減らす	半減
	51	30歳代多量飲酒者（1日に日本酒2合以上、ビールなら中ビン（500ml）2本以上）の割合を減らす	男：18.2%以下 女：2.2%以下
	52	40歳代多量飲酒者（1日に日本酒2合以上、ビールなら中ビン（500ml）2本以上）の割合を減らす	男：27.3%以下 女：2.2%以下
	53	51 進行した歯周炎を有する人の割合を減らす（40歳） 52 歯間部清掃用器具を使用する人の割合を増やす（40歳代） 53 毎年定期的に健診を受ける人の割合を増やす（40歳代）	減らす 増やす 増やす
壮 年 後 期	54	50歳代男性肥満者（BMI 25以上）の割合を減らす	15%以下
	55	60歳代肥満者（BMI 25以上）の割合を減らす	15%以下
	56	食事に主食・主菜・副菜が揃っている（1日2回以上）人の割合を増やす	増やす
	57	減塩につとめている人の割合を増やす	増やす
	58	50歳代運動習慣者（1回10分、1日20分、週2回以上）の割合を増やす	50%以上
	59	60歳代運動習慣者（1回10分、1日20分、週2回以上）の割合を増やす	70%以上
	60	睡眠による十分な休養をとれていない人の割合を減らす	減らす
	61	50歳代喫煙者の割合を減らす	半減
	62	60歳代喫煙者の割合を減らす	半減
63	50歳代多量飲酒者（1日に日本酒2合以上、ビールなら中ビン（500ml）2本以上）の割合を減らす（男）	28.9%以下	
64	60歳代多量飲酒者（1日に日本酒2合以上、ビールなら中ビン（500ml）2	20.2%以下	

区分	No.	健康こうべ21	
		評価指標	2010年
		本以上)の割合を減らす(男)	
	65	歯間部清掃用器具を使用する人の割合を増やす(50歳代)	増やす
	66	24本以上の歯を有する人の割合を増やす(55~64歳)	増やす
	67	進行した歯周炎を有する人の割合を減らす(50歳代)	減らす
	68	毎年定期的に健診を受ける人の割合を増やす(50歳代)	増やす
高齢期	69	食事に主食・主菜・副菜が揃っている(1日2回以上)人の割合を増やす	増やす
	70	運動習慣者(1回10分,1日20分週2回以上)の割合を増やす(65歳以上)	70%以上
	71	運動習慣者(1回10分,1日20分週2回以上)の割合を増やす(80歳以上)	60%以上
	72	社会活動を行っている人の割合を増やす(60歳以上)	50%以上
	73	1日1回以上外出する人の割合を増やす(65歳以上)	増やす
		多量飲酒者(1日に日本酒2合以上,ビールなら中ビン(500ml)2本以上)の割合を減らす(65歳以上)	15%以下
総合	74	自分が健康であると感じている人の割合を増やす	90%以上
	75	自立高齢者の割合を増やす	90%以上
	76	80歳代で20本以上自分の歯を有する人の割合を増やす	20%以上
	77	健康こうべ21市民推進員を増やす	10,000人以上
	78	健康こうべ21サポーターを増やす	1,000軒以上
	79	1日平均歩数を増やす	10,000歩以上
	80	分煙を実施している公共施設の割合を増やす	100%
	81	妊産婦の喫煙者をなくす	0%
	82	糖尿病有所見者の割合を減らす	男性12.8% 女性5.8%
	83	高血圧の人の割合を減らす	男性5.8%以下 女性3.0%以下
	84	高脂血症の人の割合を減らす	男性13.7%以下 女性22.2%以下
	85	40歳代・50歳代がんの死亡率を減らす(人口10万対)	減らす

5) 科学性の検証による効果の試算

- ・「健康サービス産業創造研究会報告書」では、「多くの国民は日頃健康や体力の維持増進のための何からの取組みを行っているものの、通常は、テレビ、雑誌等のマスメディアからの情報に依存しており、科学的根拠に基づく有効性の高い取組みは稀である。一部ではその有効性等に対し消費者から疑問が投げかけられ、民間事業者とのトラブルも増加している。」と指摘している。
- ・このように、健康関連産業の拡大に伴い、商品やサービスについての科学的な根拠の検証が一層重要となってきている。
- ・健康関連産業において、科学性の検証がどの程度の効果を持つかを見るために、一つの試算を実施した。具体的には、医療、医薬品、介護を除いた狭義の健康関連の現状における消費額に比較して、効果が科学的に立証された健康関連分野の商品に対し貯蓄額からどの程度の費用を回すことができるかをアンケートにより調査した。
- ・アンケート結果によると、科学的な立証により期待される一月あたりの追加的消費額は、30歳未満の世代から50代で2~3,000円程度、60歳以上の世代で5,000円程度である。

図表3 狭義の健康関連消費額と効果の科学的立証による追加的消費額



- アンケート結果から得た各世代の健康関連商品に対する追加的消費額を、神戸市の世代別人口に乗じて、健康効果の科学的な立証によって創出される市内の新規の健康関連市場規模を推計すると507億円となる。

図表4 健康効果の科学的立証により創出される市内新規市場規模

	①	②	③	④
	健康関連商品の購入額(円/年)	効果が科学的に立証されている商品への追加的消費額(円/年)	神戸市人口(人)	追加的消費額(億円/年) ②×③
30歳未満(15-29歳)	28,980	31,200	315,914	98.6
30代	27,240	27,720	196,731	54.5
40代	34,380	33,900	194,461	65.9
50代	32,580	36,540	232,981	85.1
60歳以上	62,880	58,860	345,353	203.3
合計				507.4

資料：①、②⇒アンケート結果より得られた一月あたりの金額を年額に置き換えた値

③⇒平成12年度国勢調査より

注) 30歳未満人口は15歳未満非労働力人口を除いた数値

- なお、このアンケートは全国の消費者を対象に実施されたものであり、神戸市の一人当たり所得(277.5万円^{*1})は、全国の一人当たり所得(290.7万円^{*2})を下回っていることから、この所得格差95.5%で補正すると、新規市場規模は**484億円**と推計される。

※1：神戸市企画調整局総合計画課資料より、平成13年度の数値

※2：内閣府「国民経済計算」より算出、平成13年度の数値

- また、アンケート結果によると、いずれの世代においても、健康関連商品に対する追加的消費額が、現在の消費額とほぼ同額であり、狭義の健康関連市場が現在の2倍程度に拡大する可能性がある読み取れることもできる。経済産業省によると、2002年度現在の医療、医薬品、介護を除いた狭義の健康関連市場の規模は4.9兆円であることから、効果が科学的に立証された新規の同市場規模はこれと同程度の約5兆円と想定できる。この数字から、事業所小分類ベースでの神戸市の従業者数が明らかでないため、人口比率を用いて神戸市内の新規市場規模を推計しても、上述の484億円と同程度の試算結果が得られた。

図表 5 健康関連市場の市場規模（2002年度）

分類	市場規模02年（億円）
健康機器具・健康用品	2,861
健康食品	15,408
スポーツ・健康維持増進サービス	31,066
健康関連産業合計	49,335

6) 健康づくりに関する課題（懇話会における委員からの意見）

①「食」について

- ・食生活では、どのようなものを食べるかと言うことのみではなく、1日3食きちんと食べるかどうかも重要である。すなわち、何を食べるかという「What」とともに、それをどのように食べるかという「How」も同様に重要である。

（子ども）

- ・よく噛んで楽しみながら食事をするといった正しい食生活や、おいしいものに走り過ぎない味覚を育てるためには、**食習慣**が大きく影響する。そのためには、小さな頃から**食育**を行い、**食習慣**を育てていく必要がある。
- ・特に、子どもの肥満や生活習慣病が増えつつある中で、家庭・学校・地域が一体となって、子どもが楽しみながら“食”について学べる環境づくりをして、10年、20年かけて**食育**に取り組む必要がある。

（若者・青年）

- ・正しい食生活のためには、食事に関する情報を適切に入手できることが重要であり、例えば、サプリメントが栄養補助食品であると認識しておらず、**食事を摂らずにサプリメントだけ**をとっている若い人も少なからずいる。
- ・また、特に**若い女性のやせすぎ**には注意が必要で、骨や体脂肪などがある程度維持することが健康維持のために必須であり、体脂肪の場合、17%を下回ると不妊の原因になるという説もある。
- ・このような人々に正しい情報を提供し、**食生活に関するきちんとした知識と自分の健康のためにきちんと食事をとるという意識**を植え付けることが重要である。また、商品に関する**第三者評価**などを実施し、消費者が安心して利用できるしくみも必要である。

（中高年）

- ・脂肪や塩分、糖分の多い食事のように、**舌が喜ぶ“おいしい”ものは、往々にしてとりすぎると健康には良くない**。したがって、健康のためには、これらを含む食事をとり過ぎないように節制を保つことが必要であり、**おいしさ**と**栄養のバランス**が重要になる。
- ・おいしさや栄養のバランスに関して、肥満や高血圧、高脂血症などの生活習慣病の予防に、**大豆や魚を中心とした日本の伝統的な食習慣**が効果を持つことが科学的に検証されており、栄養価の面でも、我が国の和洋折衷の料理は好ましく、極度に西洋化した食事は栄養の偏りの面で問題が多い。
- ・特に、大豆や豆腐に含まれる**イソフラボン**は、高血圧や骨粗鬆症等に効果があり、このような健康に良い日本食を「**長寿食**」として見直し、大豆たんぱくと魚を取り入れ減塩にも配慮した「**ヘルシー弁当**」などを日常生活にもっと取り入れていくことが重要である。
- ・また、食品製造業において、おいしさのみを追求せず**化学調味料を多用しない**、都市化

の進んだ神戸において、市内自給率の向上も含めて**新鮮で安全な野菜などの素材を確保**するようにする、という施策が必要である。

(高齢者)

- ・高齢者の場合、摂取する食品や献立が単一的になりがちで、どちらかという食べ物やすい糖質が中心の食事となり、**栄養のアンバランス**がおこりやすくなると言われている。
- ・また、味覚の低下がおこるために、**味付けの濃いものを好む**ようになり、塩分や砂糖分の摂取量が多くなる。さらに、咀嚼・燕下が困難になりがちで、硬い物や繊維の多い物を避けるようになり、肉・海藻・果物・野菜などが不足しがちである。
- ・これに加え、**体を動かすことが少なくなり運動不足**が重なるため、肥満・糖尿病・高脂血症・大腸癌・便秘などの疾病が増える傾向にある。
- ・最近では、特にひとり暮らしの高齢者を中心に、**エネルギーやたんぱく質の低栄養状態 (protein-energy malnutrition; PEM)**が見られるようになっている。
- ・このような疾病を回避し元気な老後を送れるように、生理的な老化の程度や食習慣・嗜好・性格・家庭環境などの個人差を考慮し、一人ひとりの状態に合った配慮のある食事を提供することが重要である。

②「動」について

- ・健康の増進のためにスポーツ（体を動かすこと）が重要である。そして、健康のために良いスポーツとは、むやみに負荷が大きいスポーツではなく、**自分のレベルにあった適度な運動**のことである。

(子ども)

- ・ヨーロッパのスポーツクラブのように、一つの場所で異なるスポーツを家族それぞれが**思い思いに楽しめる環境**を整備するとともに、地域でのスポーツクラブのように、仲間とスポーツを楽しむと同時に、**知らない人とも気軽にスポーツを楽しむことができる環境**を整備することが重要という提案がなされた。

(若者・青年，中高年)

- ・適度な運動は健康によいと分かっていても、忙しい日常生活のため時間的な制約があるとともに、爽快さよりも身体への負担が壁となり、億劫さから運動不足になりがちで、日常生活の中で継続することが難しい。
- ・そこで、制約された日常生活の中で、いかに効率的に、かつ身体への負担を少なくして運動を取り込むかが重要であり、だれもが日常生活の中でやれることとして「**歩くこと (ウォーキング)**」がもっとも重要である。
- ・市民が歩くことを支援するために、神戸のまちの中を歩くことにより爽快さを味わうとともに、景色や買い物をも楽しむことができる「**花・緑・水の健康トレイル**」を整備することにより、歩くという習慣を継続しやすくすることが重要である。
- ・また、ゴミがなく、緑が豊かで、障害者・高齢者・子どものだれもが歩きやすい「**クリーン・グリーン**」なまちをめざすことも重要である。
- ・一方、肥満や糖尿病、高血圧などの生活習慣病は、脂肪とブドウ糖の分解力が低下することによってもたらされ、これを防止するために、筋肉（赤筋）を増強し基礎代謝が低下しないよう予防することが大切であり、そのために**ダンベル体操**が適切ということである。
- ・また、健康トレイルのようなウォーキングコースやジョギングコースの途中に、いろいろな集団がダンベル体操などに取り組める**あずまや**を整備することが望ましい。ただし、

ダンベル体操については、その効果について大規模スタディによる科学的検証を行うことと、継続するための楽しさを生み出す工夫が課題である。

(高齢者)

- ・高齢者をはじめ、市民がスポーツに参加したくなるイベントの開催や、六甲山や海をはじめ神戸のすばらしい景観を生かした観光の中でこれらのスポーツを体験する方法、例えば、**神戸のまちの中に設けられたコース**をたどり歩き、神戸の景色を楽しみながら気がつくスポーツをしていた、ということが重要である。
- ・また、高齢になっても筋肉の衰えを回避し、転倒と骨折を防止し、**寝たきりにならない**ために、ダンベルを握るということによって**必要な握力を保持すること**、脳の中樞神経に刺激を与えることが重要である。

③「眠」について

- ・「眠」については、テレビゲーム等の普及や公共交通の深夜化、コンビニエンスストアなど深夜営業の店舗の増加に示されるように、ライフスタイルが夜型になっていることを受け、日本人の睡眠時間がこの40年間で1時間減少するなど、**睡眠の量（時間）と質（眠りの深さ等）の確保が困難**になってきている。

(子ども)

- ・遅く床に入る子どもや夜更かしをしている子どもは、**睡眠のリズム（サイクル）**が非常に悪くなり、それが遅刻や不登校の悪循環を生んでいる。
- ・また、親の夜更かしの影響で、**乳幼児の就寝時刻**が遅くなり、生活のリズムが崩れるとともに**精神的な発達にも影響**が出ることが危惧される。

(若者・青年、中年)

- ・夜更かしが寝不足を招き、昼間の効率を低下させるとともに、**必要な記憶を蓄え不要な記憶を除去する**という睡眠の重要な機能が損なわれることも危惧される。また、社会活動の24時間化に伴う**夜間勤務が睡眠不足をもたらし**、うつ病や心臓病につながり、**世界的な大事故が夜間勤務が一因**となっていることも指摘されている。
- ・不眠に悩む人も多く、我が国では2,100万人が不眠性睡眠障害と言われている。よく眠るためには、「規則正しい3度の食事、規則的な運動習慣」といった「食」、「動」の心がけをはじめとした12か条が重要である。
- ・さらに、肥満や美食による舌の背方下垂・小顎化が原因とされる「**閉塞性睡眠時無呼吸低呼吸症候群（OSAHS）**」が、甚大な交通事故を引き起こすなど社会的に関心を集めている。これは、昼間の集中力を欠かさせるだけでなく、高血圧や動脈硬化などの生活習慣病にも繋がるため、早期診断と持続陽圧呼吸療法（CPAP）等の治療を施すことが重要である。

(高齢者)

- ・高齢者は眠りのサイクルや深さが若い人よりも劣るため、**就寝・起床時刻を規則正しくし浅い睡眠でもとる**ようにするとともに、**日光を浴びる**などによりメラトニンの分泌を改善することが重要である。

7)「健康を楽しむ」まちづくり懇話会 委員名簿

【座 長】

井村 裕夫 神戸医療産業都市構想研究会会長，(財)先端医療振興財団理事長

【委 員】

家次 恒 神戸商工会議所副会頭，シスメックス(株)代表取締役社長

岩田 弘三 神戸商工会議所副会頭，(株)ロック・フィールド代表取締役社長

大久保裕晴 神戸大学大学院経済学研究科教授

川島 龍一 (財)神戸市医師会長

沢松奈生子 プロテニスプレーヤー，神戸松蔭女子学院大学講師

清野 裕 京都大学名誉教授，関西電力病院長

伊達ちぐさ 奈良女子大学生生活環境学部教授，前・武庫川女子大学生生活環境学部教授

田中 まこ 神戸フィルムオフィス代表

新野幸次郎 神戸大学名誉教授，(財)神戸都市問題研究所理事長

秦 正雄 生活協同組合コープこうべ常勤理事（組合員活動本部，福祉環境活動部）

八田 範子 市政アドバイザー

ヘラ・フロインドリーブ上原

(有)ジャーマン ホーム ベーカーリー H.フロインドリーブ代表取締役社長

日経BP社バイオセンター長

宮田 満

【専門委員】

阿岸 祐幸 北海道大学名誉教授

井口 傑 慶應義塾大学医学部総合医科学研究センター教授

大川 匡子 滋賀医科大学精神医学講座・睡眠学講座教授

大谷貴美子 京都府立大学人間環境学部助教授

小野 裕美 株式会社ヒロメディカル 代表取締役社長

鈴木 正成 早稲田大学スポーツ科学部特任教授

半田 泰文 (株)アシックスエクイップメント事業部長

福島 雅典 京都大学医学部附属病院探索医療センター教授，

福島 光夫 (財)先端医療振興財団臨床研究情報センター臨床試験運営部長

前田 均 (財)先端医療振興財団臨床研究情報センター健康情報研究室長

松田 環 前田呼吸器科クリニック院長

快足館

株式会社ユース・テクノコーポレーション代表取締役

水垣 宏隆 エム・シーシー食品株式会社代表取締役社長

家森 幸男 (財)兵庫県健康財団会長，京都大学名誉教授

(五十音順)

8) 健康を楽しむまちづくり懇話会の開催経過

	検 討 内 容
平成16年 4月30日	【第1回】 ・基本的な考え方について ・健康づくり支援システム検討委員会からの報告 ほか
7月2日	【第2回】 ・メディカルクラスターについて ・健康づくりと TRI について (財)先端医療振興財団臨床研究情報センター臨床試験運営部長 福島雅典) ほか
8月2日	【第3回】 ・食品と健康について (財)兵庫県健康財団会長 家森幸男) ・実用化・産業化にむけた取り組み (地元企業, ベンチャー等) (株)ユース・テクノコーポレーション代表取締役 松山 太, エム・シーシー食品(株)代表取締役社長 水垣宏隆) ほか
10月1日	【第4回】 ・スポーツと健康について ・サプリメントと栄養について (株)ヒロメディカル代表取締役社長 小野裕美) ・「健康を楽しむまちづくり」の基本的な考え方について
11月8日	【第5回】 ・スポーツから健康を科学する (早稲田大学スポーツ科学部特任教授 鈴木正成) ・スポーツと健康に対する地元企業の取り組みについて (株)アシックスエクイップメント事業部長 半田泰文) ・懇話会とりまとめ (案) について ほか
12月17日	【第6回】 ・睡眠と健康について (滋賀医科大学精神医学講座・睡眠学講座教授 大川匡子, 前田呼吸器科クリニック院長 前田 均) ・健康関連食品の科学的な認証について (財)先端医療振興財団臨床研究情報センター健康情報研究室長 福島光夫) ・「健康を楽しむまちづくり」への神戸市医師会の意見
平成17年 1月31日	【第7回】 ・神戸の地場産業について ・足の健康と靴について (快足館 松田 環) ・懇話会のとりまとめの方向 (案)
2月25日	【第8回】 ・温泉と健康 (北海道大学名誉教授 阿岸祐幸) ・足の靴と健康 (慶応義塾大学医学部総合医科学研究センター教授 井口 傑) ・高齢者と食 (京都府立大学人間環境学部助教授 大谷貴美子) ・懇話会 のとりまとめの方向 (案)
3月31日	【第9回】 ・健康を楽しむまちづくり懇話会とりまとめ (案)

平成 17 年 9 月
神戸市企画調整局

1 計画策定の背景

神戸市では、平成 6 年 6 月にマルチメディアと文化（エンターテインメント）をテーマに都市戦略として KIMEC 構想を打ち出した。その後、震災を経て、平成 11 年 3 月に「KIMEC 2010 計画」を策定し、地域情報化を総合的・計画的に進めるための 11 のリーディングプロジェクトを掲げ、市民・事業者・行政の役割分担により、その着実な実行に努めてきたところである。

一方、市民生活をはじめとする社会を取り巻く情報通信環境は、近年の情報通信技術の飛躍的な発達と普及および通信インフラの急速な整備により、インターネットのブロードバンド利用の大幅な増加やケータイの爆発的な普及など、急速に進展してきている。

今後とも社会を取り巻く情報通信環境は、さらに大きく変化を続けていくと予測されることから、今後の環境の変化を見通しつつ、ユビキタスネット社会に向けて新たな目標を掲げた地域情報化計画を策定し、市民・事業者などとの連携・協働により ICT を利活用した神戸市域の情報化を一層加速化し、推進していくことが求められている。

2 計画の位置づけ

「神戸 2010 ビジョン」と補完・連携関係にある部門別計画として、また、「神戸 2010 ビジョン」の 12 のアクションプランの一つである「新たな地域情報化プラン」の実施計画として、合わせて、平成 11 年 3 月に策定した「KIMEC 2010 計画」と「神戸市高度情報化計画」を見直した計画とする。

3 計画の目標年次

KIMEC 2010 計画の目標年次でもあり、神戸 2010 ビジョンの目標年次である平成 22 年とする。

4 計画の基本的な考え方

神戸 2010 ビジョンのこれからの神戸づくりに向けた基本姿勢である「クオリティ・オブ・ライフ（市民生活の豊かさ）」の視点のもとに、ユビキタスネット社会に向けて、飛躍的に進歩を見せる ICT を利活用することにより、利便性の高い市民サービスを提供し、より豊かで快適な市民生活の実現と神戸経済の活性化を図っていくことを基本的な考え方とする。

※ ICT：Information & Communications Technology の略で、情報通信技術を表すことば。

5 目標と施策の柱

ユビキタスネット社会に向けて地域社会を構成する市民・NPO・大学・企業・行政等が連携・協働しながら、ICTを利活用して、神戸に人・物・情報・文化など多様なものが集う魅力ある都市を創造するため、①ICTを生かした豊かで快適な市民生活の実現、②ICTを生かした神戸経済の活性化、③電子市役所の実現という3つの目標を定め、この3つの目標の実現に向けて8つの施策の柱のもと、新たに実施する、あるいは拡充していく具体的施策として41の施策を進めていく。

目 標	施策の柱	
1 ICTを生かした豊かで快適な市民生活の実現	(1)市民が便利だと実感できる行政サービスの実現	ICカードや電子タグ等を活用した地域の利便性向上のためのサービスを提供する。
	(2)ICTによるコミュニケーションの拡充	協働と参画の理念に基づき、開かれた市役所として、積極的な市政情報の提供と市民との双方向の情報交流の推進を図る。
	(3)市民が健康に安心して暮らせる環境づくり	健康で充実した豊かな生活を送ることができるよう、ICTを利活用した健康・福祉サービスの充実や市民生活の安全性の確保を図る。
2 ICTを生かした神戸経済の活性化	(4)新しい産業の発展	神戸医療産業都市構想とも連携しながら、デジタル映像関連企業の集積と人材育成を図る。
	(5)ICTによる既存産業の振興	情報通信ベンチャー企業の支援や地元中小企業の情報発信を強化する。
	(6)民・学・産・官の連携による人材育成	オープンソースやセキュリティに関する高度な知識を有する人材を育成する。
3 電子市役所の実現	(7)市民の利便性向上と効率的な行政運営の推進	ICTの利活用により、時間・場所にとらわれずいつでもどこからでも行政手続ができるサービスを実現し、合わせて事務の効率化を図る。
	(8)教育の情報化の推進	学校園における情報教育環境の整備とともに、神戸教育ネットワークを活用した情報教育を推進する。

6 計画推進のための環境整備

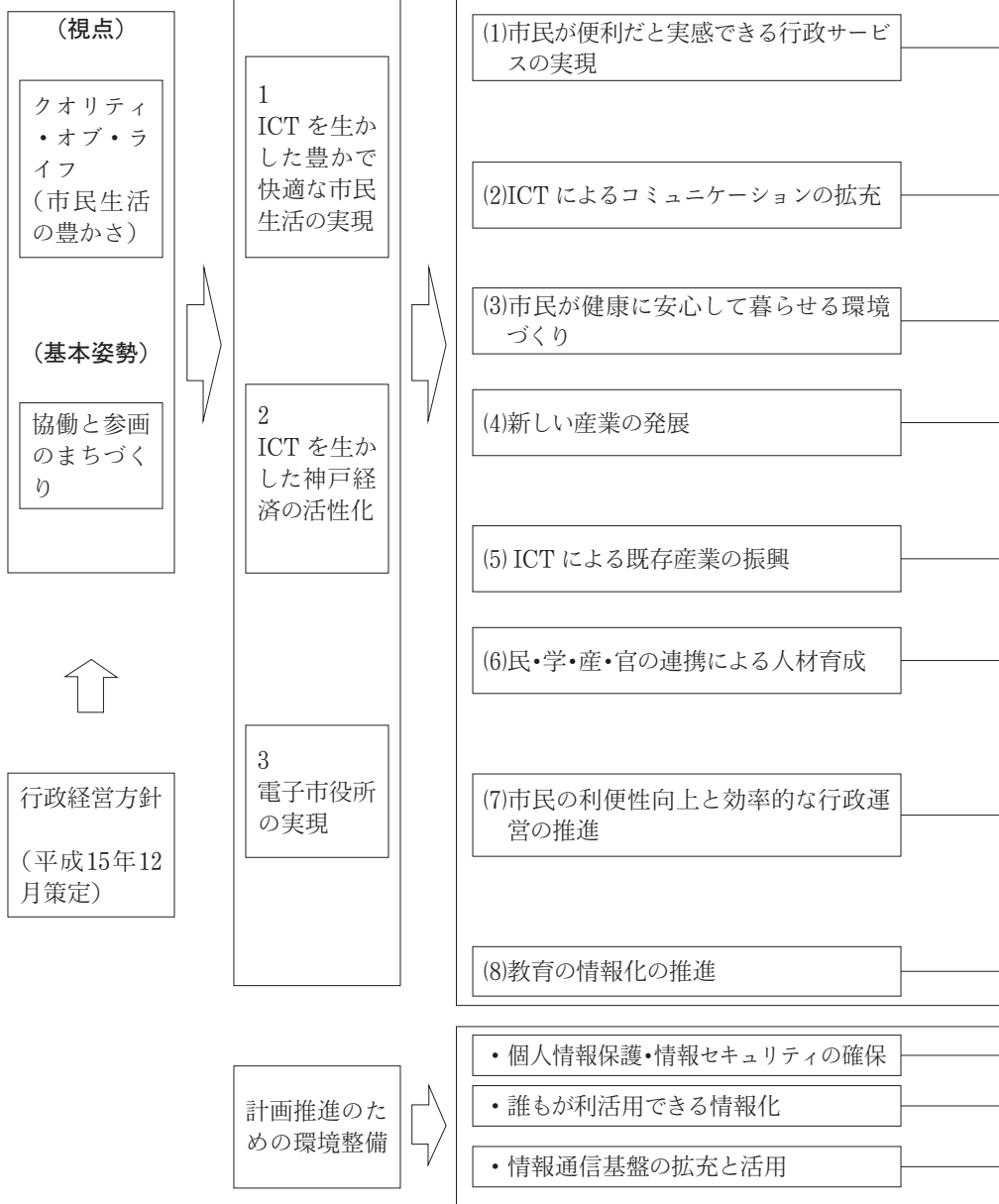
地域情報化推進のための環境整備として、個人情報保護や情報セキュリティ対策の充実に努め、万全を期していく。また、市民の誰もがICTの恩恵を受けることができるように、ユニバーサルデザインの視点を取り入れたコンテンツづくりなどとともに情報通信基盤の拡充と活用を行う。

本計画の着実な推進に向けて、PDCAサイクルによる進行管理を行うとともに、庁内のすべての部局に係わる横断的な取り組みが必要不可欠であるため、全庁的な推進組織である「神戸市情報化推進会議」により、関係部局間で十分な連携・協力を図りながら取り組んでいく。

施策の具体的な推進にあたっては、関係部局によるプロジェクトチームを設けるなど機動的・弾力的に進めていく。

7 こうべ ICT 推進計画の体系図（目標年次 平成22年）

「神戸2010ビジョン」



具体的施策（★は新規施策〈25〉）

- ★①多機能 IC カード「KOBE PiTaPa」によるサービス提供
- ★②自律移動支援プロジェクトの推進
- ★③二次元（QR）コード付き案内標識による情報発信
- ★④トレーサビリティの充実による神戸ブランド野菜育成推進事業
 - ⑤図書館システムの拡充
- ★⑥安全・安心情報の発信
- ★⑦地上デジタル放送などによる行政情報の提供
 - ⑧神戸市ホームページによる情報提供の充実
 - ⑨ ICT を活用した観光情報発信
- ★⑩神戸空港を生かした情報の発信
- ★⑪地球温暖化防止に向けた情報提供と普及啓発
- ★⑫市民主体による子育て支援情報の提供
- ★⑬健康づくりを支援する情報化の取り組み
- ★⑭電子カルテや画像データの電子化の導入
 - ⑮ガスメーター等情報機器を活用した見守りサービスの実施
- ⑯アニメーション神戸の継続開催
- ⑰デジタル映像関連の人材育成と企業の集積支援
- ⑱医療関連企業のデータベース化と情報発信
- ⑲政策的投融資制度による支援
- ⑳神戸 RT（ロボットテクノロジー）構想の加速・推進
- ㉑地元中小企業の情報発信の強化
- ㉒多様な中小企業融資の運用
- ㉓「神戸情報」発信事業の推進
- ★㉔港湾物流情報プラットフォームの構築
- ★㉕港湾物流における電子タグ等利用に関する調査研究
- ★㉖みなと神戸ポータルサイトの開設
 - ㉗オープンソースやセキュリティに対応できる優秀な人材の育成
 - ㉘民・学・産・官の協働による人材育成支援
- ★㉙各種申請等行政手続の電子化
- ★㉚料金収納システムの多様化
- ★㉛ CALS（公共事業における電子納品等）の導入
- ★㉜手続のワンストップ化
- ★㉝テレビ電話システムの導入
- ★㉞諸証明書自動交付機の導入
- ★㉟効率的な事務処理の推進
 - ㊱情報システムの構築・運営の効率化
- ★㊲統合 GIS（地理情報システム）の整備
- ★㊳次世代危機管理情報システムの構築
- ★㊴消防司令管制システムの再構築
 - ㊵教育の情報化推進
- ★㊶ e-ラーニングの推進

- ・セキュリティ監査の実施
- ・学校園や市民・事業者への情報モラル教育・啓発
- ・ユニバーサルデザインによるコンテンツづくり
- ・情報活用能力（情報リテラシー）の向上
- ・ネットワークの広域連携
- ・ケーブルテレビ局のネットワーク化
- ・モバイル端末のエリア拡充

平成17年7月
市街地西部活性化共同研究会

はじめに

- 神戸市では、平成16年2月に「神戸観光アクションプラン」を策定し、各局連携して観光振興策を展開しています。プランの中で、兵庫・長田地区については、
 - ①産業観光資源に加え、食文化に恵まれているなど、神戸観光の新しい魅力としてポテンシャルを有している地域
 - ②兵庫は、日本最大級の運河「兵庫運河」等の豊富な歴史的資源を有し、長田では震災学習や商人体験など教育旅行の受け入れなど様々な取り組みを行っている地域と位置付けられています。

- その地区別アクションプログラムにおいては、
 - ①歴史的資源の活用
 - ②運河の観光活用
 - ③遊休施設の有効活用によるアート空間づくり
 - ④産業観光の推進
 - ⑤食文化などユニークな地域魅力の発信
 - ⑥長田たなばたまつりの地域展開
 - ⑦コンベンションタウン長田の推進が挙げられています。

- 兵庫・長田地区を取り巻く観光振興の動きとして、
 - ①大河ドラマ「義経」の放映を契機とする観光戦略の展開
 - ②神戸空港の開港や外国人旅行者誘致など国際観光の振興などの動きと連携し、この地域の魅力を発信する好機です。

- こうした流れの中、「市街地西部活性化共同研究会」のメンバーである企業と行政が協働により、「兵庫・長田区南部地域の活性化提案」をまとめました。

これは、当研究会による中長期的な展望も視野に入れた活性化策の研究等をとりまとめたものであり、今後も、この趣旨を踏まえた地域・事業者・行政との協働と参画による兵庫・長田区南部の活性化を目指していきます。

1. 集客観光のまちづくり

【1】「兵庫・長田区南部」地域限定の魅力めぐりを 市内観光に組み入れた旅行ツアーの商品化

現在、兵庫区内では、「歴史花回道」ウォークをはじめ、進水式などの産業施設を活かした工場見学会などに、また、長田区内では商店街等への修学旅行誘致などに取り組んでいる。

今後、市民・事業者・行政が一体となり、兵庫・長田区南部地域にある歴史資源や産業施設等の地域資源に、「食」、「買い物」、「多彩なイベント」といった要素も取り入れながらこの地域限定の魅力めぐりツアーを企画し、移動手段としては地下鉄海岸線を利用した回遊性を持たせたものとし従来の神戸観光に加えた新たな観光エリアとして旅行商品化に取り組んでいく。

ただ、商品化には、この地域単体ではまだまだ情報発信等が不足しているため、まず、市内・近隣都市の学校・婦人会・自治会・地域団体等への参加を呼びかけるなど試行的にスタートし、コース設定などについて意見を取り入れていく。

そのうえで、従来の市内観光のなかにうまく組み入れたツアーとし、旅行社に商品造成を働きかけ、神戸市全体の集客向上を図っていく。

なお、産業観光への取り組みについては、企業側の理解のもと、受け入れ等の負担を極力少なくする方法として、例えば「KOBE 観光ウィーク」と同様に、ある期間を限定した「KOBE 産業観光ウィーク（時期は要調整）」を設定して工場見学等の受け入れを行っていく。

【歴史をテーマにした観光コンセプトづくり】

- ◇大河ドラマ「義経」（平成17年1月放映）に伴う観光キャンペーンや集客イベントの展開
 - ・源平ゆかりの史跡の整備
 - ・案内板の設置
 - ・モデルコースの設定
 - ・ガイドマップの作成等
- ◇歴史資源の活用
 - ・大輪田の泊「石椋」の里帰り
 - ・高田屋嘉兵衛などゆかりの人散策
 - ・七福神めぐり

【産業観光の振興】

- ◇修学旅行や外国人観光客などの誘致に向けた産業観光への取り組み
 - ・工場施設（川崎重工、三菱電機）
 - ・進水式（川崎造船、三菱重工）
 - ・交通局御崎車両基地
 - ・神戸ウイングスタジアム
 - ・NEO アルチザン工房

【食や買物】

- ◇神戸ウイングスタジアム周辺を[ヴィッセルタウン]として定着させていく
 - ・スタジアム見学会
 - ・スタジアム内レストラン「ウルティモ」
 - ・ヴィッセルグッズの販売
 - ・ヴィッセル神戸の選手との交流会
 - ・コミュニティレストラン「エム・エム・コート（三ツ屋ベルト）」
- ◇食や地場産業のまち「長田」のPR
 - ・そばめし、お好み焼き、ぼっかけカレー、くぎ煮
 - ・アスタキッチンスタジオ
 - ・沖縄物産店など食文化の堪能
 - ・そばめしの作り方など体験教室への参加
 - ・地場産業（ゴム、靴など）の体験型観光
- ◇中央卸売市場の再整備
 - ・市場跡地再整備による「食」をテーマにした賑わい拠点の創出

【イベント参加・スポーツ観戦】

- ◇イベント等との連携
 - ・神戸ウイングスタジアム（サッカー観戦など）
 - ・運河祭り（ペットボトルいかだレース）
 - ・神戸・長田たなばたま祭り
 - ・大阪ガス跡地施設（=ホームセンター他）
 - ・ライブハウス「SITE・KOBE」
 - ・ウォークラリー

兵庫・長田魅力めぐり

【ツアー例①】

北野巡り → 兵庫運河 → 新長田1番館・大正筋商店街（食体験） → ○○企業 → 六甲・有馬

兵庫・長田の企業

【ツアー例②（産業観光コース）】

灘の酒蔵 → 先端医療センター → ○○企業 → △△企業 → 明石海峡大橋



和田岬砲台



車両工場



御崎車両工場



ペットボトルいかだレース

【2】観光ボランティアの育成・ミニ観光案内所等の設置

現在、兵庫・長田区内では、観光ボランティア「パンジーの会」や震災語り部など市民ボランティアが活動している。

さらに、大河ドラマ「義経」（平成17年1月放映）を契機に観光ボランティアの活動の機運が高まりつつある。

ただ、こういった集客による賑わいが一過性で終わらないためにも、地域住民や沿線企業にも呼びかけ、観光ボランティアとして協力いただくなど、持続可能な魅力づくりが必要となっていく。

また、既存の観光ボランティアによる活動とともに、来訪者へのおもてなしを充実するため、観光客の回遊が予想されるコースに立地する企業・寺社・仏閣・コンビニエンスストア等を中心に協力を求め、ミニ観光案内所（＝まちかど観光ステーション）として位置付け、観光情報の提供や観光スポットのガイドを行うなど、まち全体で来訪者へのおもてなしの雰囲気づくりに取り組む。

【観光ボランティアの育成】

- ◇観光ボランティアへの参画
 - ・自治会・婦人会等の地域住民
 - ・企業社員のボランティア（OB含む）
 - ・神戸ウイングスタジアムボランティア
 - ・ヴィッセル神戸の選手
- ◇観光ガイド検定の実施
- ◇おもてなしの充実、魅力の発信
 - ・語り部等の人材養成
 - ・基礎知識の習得のための研修会

【ミニ観光案内所設置・充実】

- ◇主要駅（新長田駅・兵庫駅）での観光案内コーナーの設置
- ◇回遊コースでの観光案内所（まちかど観光ステーション）の設置
- ◇回遊コースを設定、施設入口での観光パンフ・イベント情報誌等の配布
- ◇企業社員等による地域観光の基礎的な案内
- ◇企業施設等に市民トイレの設置
- ◇大型バス駐車場
- ◇三宮等多数の人が集まる場所での兵庫・長田区のPR

【3】回遊性の向上（移動サポート）

来訪者に多くの地域資源を回遊してもらうため、徒歩による散策を補完する手段として、バスの運行やレンタサイクル事業を展開する。

【兵庫・長田南部地域の回遊性向上】

- ◇運行日限定のバス運行（例：イベント開催時のボンネットバスの運行）
- ◇レンタサイクル事業の展開
 - ・散策エリアの拡大のために、手軽に利用できるレンタサイクル事業を展開
 - * レンタサイクル事業は、放置自転車の活用、その拠点として駅の空きスペースを利用
- ◇地下鉄海岸線や和田岬線でのイベント列車の運行
- ◇将来的に運河水域を利用した船による移送手段を検討

【4】オリジナル・フリーダムトレイルの導入

来訪者が迷うことなく目的地に行け、また、まちの印象度を高める目的で、案内サインなどの充実・工夫を行い、回遊性の向上につなげていく。

【案内サインの充実】

- ◇歩道のカラー舗装（エリア別）
- ◇バナー掲出
 - ・バナーの設置による街の雰囲気づくりや地域の活性化
 - * ワールドカップサッカー大会時、主要駅から神戸ウイングスタジアムまでのルート上に、地元住民の協力によりバナーを掲出
- ◇スポンサー花壇等の活用
 - ・例えば、工場の廃材利用によるプランターなど沿線企業・地域住民による手作り花壇やスポンサー花壇などを活用し、エリア毎に品種を変えるなど、地域住民・企業・行政の協働による特色のある散策ルートづくり

<遊歩道ルート例>

- ルート1：JR 神戸駅・地下鉄海岸線ハーバーランド駅・JR 兵庫駅～新川運河プロムナードへ（西国街道・兵庫津の道経由）
- ルート2：JR 神戸駅・地下鉄海岸線ハーバーランド駅～西出・東出・東川崎～中央市場～新川運河プロムナードへ
- ルート3：地下鉄海岸線中央市場前駅～新川運河プロムナードへ
- ルート4：地下鉄海岸線中央市場前駅～新川運河プロムナード・旧貯木場へ
- ルート5：地下鉄御崎公園駅～神戸ウイングスタジアム～旧貯木場へ

Ⅱ. 地域活性化への新たな取り組み

【1】新しい魅力スポットの創出～兵庫運河の新たな活用

日本最大級の規模を誇る「兵庫運河」については、現在、その水運利用がほとんどなく、今後、新たな運河の水面利用を進め、新たな魅力スポットを創出する。

特に浜山小学校前（清盛橋～御崎橋）の運河水面については、かつて貯木場として使用されていたが、その機能はすでになくなっており、運河水面をレガッタなどの水上スポーツや地域のイベントの場として活用できるよう基盤整備がなされており、すでに、地域住民と団体とが連携して具体的取り組みを始めており、支援を進めていく。

また、周辺地域との連携によるにぎわいづくりを進めるため、市民や地元企業等によるワークショップ、現地見学会等の開催を通じて、運河の魅力を広く発信する。

【新たな水面利用の促進と周辺施設との連携】

◇市民レガッタの開催

- ・地域住民や神戸市漕艇連盟と連携した市民レガッタの開催

◇各種水上スポーツの誘致

- ・一般市民が参加できる各種水上スポーツ（小型ヨット競技、各種ボート競技など）の誘致

◇運河の水面を利用した芸術への取り組み

◇地域との連携などによる美化運動

◇神戸ウイングスタジアムとの連携

- ・小中高校等への積極的な施設の貸出し
- ・トレーニング機器等の活用
- ・各種研修・合宿所・駐車場として利用
- ・一般市民を対象としたスタジアム見学会



兵庫運河でのレガッタ

【2】運河にぎわいスポットの整備

運河での水上スポーツの実施等に併せ、民間活力により、市民の憩いと賑わいの場づくりを行い、地域の魅力アップを図る。そのために運河周辺の土地利用規制の緩和も検討していく。

また、運河へのサイン等の充実と運河沿いをプロムナードで結ぶなど運河周辺の回遊性を高めていく。

【にぎわいづくり】

◇運河物揚場（浜山小学校前）の利用転換

- ・オープンカフェ
- ・フリーマーケット
- ・小規模店舗の誘致
- ・地域住民の手作りの品の展示・販売会

◇背後地の倉庫群（遊休化した際）の活用

- ・マリンスポーツ系ショップ
- ・クラブハウス
- ・レトロ調のショップの集積
- ・アート空間
- ・市民劇場

【芸術を活かしたまちづくり】

◇「兵庫津 NEO アルチザン工房」との連携

◇防潮堤壁面ペイント

- ・防潮堤を活用し、陸側からは運河水面を、運河側からは緑化を見せるペイント

◇工場壁面ペイント

- ・運河沿いの企業の協力による工場壁面ペイント

【3】遊休地の活用

この地域にある大規模遊休地（予定地を含む）は、今後の地域活性化のためには貴重な資源である。

そのために、主に①人口定着②集客の二つの観点から遊休地の活用を検討していかなければならない。

なかでも、次の大規模遊休予定地（市所有）については、概ね平成20年以降に遊休化する予定であり、早い段階から跡地の利用計画について幅広く検討を進めていく。また、具体的な施設誘致及び誘致に伴う立地上の規制緩和の検討についても併せて行う。

【中央卸売市場本場西側跡地（市）：約4ha（西側全体約6ha）】

<活用の視点>

- ・市場と連携した食文化ゾーン
- ・兵庫区南部地域の賑わいと活性化
- ・運河と歴史の活用
- ・兵庫区南部地域への人口呼び戻し

【中部下水処理場跡地（市）：約2.4ha】

<アンケート実施

（和田岬防災福祉コミュニティ）>

- ・誰もが楽しめる憩いの場
- ・観光施設（まちの歴史など）
- ・イベント会場、住宅、大学等の研究施設や学生寮などの意見あり

新刊紹介

現代スイスの都市と自治 生活者起点の「行政革命」 ソーシャル・キャピタル

■ 現代スイスの都市と自治

ーチューリヒ市の都市政治を中心としてー
岡本光彦 著

スイスは直接民主制の国として知られている。その担い手である地方自治体はどのように機能しているのか。本書は、スイス最大の都市であるチューリヒ市（約36万人）を中心に、住民参加という視点から分析し、チューリヒの市議会議員へのアンケートを始め、現地取材データを利用しながら、スイスの都市における住民自治の実態について考察したものである。

本書の構成は、「第Ⅰ部 スイスの地方自治と政治参加」と「第Ⅱ部 チューリヒ市政における住民と自治」の2部からなっている。第Ⅰ部では、スイスの地方自治について「参加」を中心に、次の4つの章に分けて俯瞰的に検討している。第1章では、スイスの基礎的自治体であり、民主制の基盤である「ゲマインデ」について考察している。第2章では、スイスの地方において政党がどのような存在であり、また、民意を反映する機能を果たしているのかを、論じている。第3章では、スイスの政治システムを構成するナショナルの「連邦」、サブナショナルの「カントン」、ローカルの「ゲマインデ」の3つのレベルにおける、それぞれのイニシアティブ（住民・国民投票制度）とレファレンダム（住民・国民発

意）といった直接民主制ないしは直接立法制について考察している。第4章では、スイスが直面している都市問題の現状について考察している。第Ⅱ部では、チューリヒ市において、住民がどのように市政にかかわっており、それに対して立法部である市議会や執行部である市参事会がどのように対応しているのかを、4つの章に分けて考察している。

著者は、スイスの地方自治が民主的で自治の程度が強いのは、住民自治の強さに基づくものであると考えている。「ゲマインデ」のみならず、「カントン」や「連邦」においても直接民主制が存在し、それぞれ機能していて、スイスの有権者にとって政治は日常生活の一部になっていると述べている。さらに、スイスの地方自治では直接民主制、直接立法制こそが重要であり、それは、約36万人の人口を有するチューリヒ市においても存在し、しかも、形式的な制度にとどまらないで実際に活用されていることを論じている。

日本での、市町村合併や住民投票などの地方自治の課題、また憲法改正に関して必要とされる国民投票などについて検討する上で、本書が対象としているスイスの地方自治は参考になるものである。スイスの地方自治を総合的、具体的に研究した日本語の文献が少ない中で、本書は貴重な研究書

であるといえる。

(早稲田大学出版部 本体5,000円+税)

■ 生活者起点の「行政革命」

「行政革命」。「改善」でもなく「改革」でもない。三重県知事を2期務め、全国に名を轟かす自治体改革を行ってきた筆者は、「革命」が必要であると主張している。

それでは「革命」とは何か。筆者はその内容をデビッド・オズボーンの名著「行政革命」を参考としながら、以下のように例示している。すなわち「船を漕ぐより舵取りをする行政へ（直営型の行政から政策形成型行政へ）」「競争する行政へ（公的分野の行政による独占の終焉）」「使命重視の行政へ（ルールドライブ型の行政からミッションドライブ型の行政へ）」「成果重視の行政へ（プロセス重視行政から結果重視行政へ）」「顧客（住民）重視の行政へ（プロダクトアウト型行政の終焉と顧客ニーズ重視型行政へ）」「集権型から分権型の行政へ」等である。言わば自治体のあり方を、内向きに温かく一方で排他的な「ゲメインシャフト（共同体）」から外向きに機能する「ゲゼルシャフト（機能体）」へと脱皮することを求めたのである。

このような「革命」が今必要となっている理由を筆者は次のように述べている。IT革命は、農業革命、産業革命に匹敵する文明的転換点であり、コンピュータの急速な発達により世界的に時間と空間が急速に縮まり人々のライフスタイルや行動様式も根本的に変わりつつある。IT時代のキーワードは「リアルタイム（即時性）」と「インタラクティブ（双方向）」であり、そのような同時・双方向時代の地域ガバナ

ンスは、情実やしらがらみではなく透明な組織と透明な運営が求められるのであり、不透明で恣意的な「一方的なガバメント」は決して主権者である生活者（住民）に支持されなくなるという歴史観に依拠しているのである。

筆者は、知事として基本的には県庁職員による「内発的改革」によって革命を実現しようとした。そのために職員との徹底した「ダイアログ（対話）」を実施した。職員からの提案を受けて、全国で初めて事務事業評価システムの導入に象徴される「さわやか運動（さ=サービス、わ=わかりやすさ、や=やる気、か=改革）」を実施し、職員に「やればできる」「話せば聞いてもらえる」という「自信」を植え付けることに成功した。その後「予算の包括配分」「公共事業評価システム」「パソコン1人1台体制」「座席のフリーアドレス化」「行政経営品質向上運動」が次々と実現される道を開いた。次々と改革を実現することで三重県を、行政改革随一の先進県という評価を確立し、他自治体から注目を集めることで、さらに職員をやる気にさせる好循環を生み出した。

とかく行財政改革は、定数や予算の削減などダウンサイジングを主な手法とする「後ろ向き」の取り組みとされがちであるが、筆者の「行政革命」は量ではなく質の転換を目指したことが大きな特徴であり、さらに職員を「その気」にさせて、革命の主体者・信奉者として仕立てたことが、大きな共感を生んだ要因だと考えられる。

行財政改革に取り組みながらも「壁」にぶつかり方向感を見失いそうな方、現状の自治体のあり方にどこか違和感を感じられ

ている方は、行財政改革の「原点」を考え直すうえで、そして元気を取り戻させてくれる書として、一読されることをお勧めする。

(ぎょうせい 本体1,905円+税)

■ ソーシャル・キャピタル

宮川公男・大守隆 編

20世紀の末葉から、世界の多くの国々で、多くの人々の間で、「ソーシャル・キャピタル」に対する関心が高まってきた。

神戸市でも、平成15年度に実施した「復興の総括・検証」において、神戸の現状の課題解決に向けた、「これからの神戸づくり」の方向性の中で基本姿勢を示す考え方として「ソーシャル・キャピタル」という概念が使用されている。

国においても、2003年3月24日-25日に、内閣府経済社会総合研究所が主催して行われた国際フォーラムにおいて、「経済再生のための社会的基盤—ソーシャル・キャピタルの視点」と題して、多角的に活発な討議が行われた。

この国際フォーラムの発案・計画者と基調講演者の1人がその講演や討論をベースにしてまとめた論集が本書である。

本書では、ソーシャル・キャピタルの概念について、「広く、人々がつくる社会的ネットワーク、そしてそのネットワークで生まれる共有された規範・価値・理解と信頼を含むものであり、そのネットワークに属する人々間の協力を推進し、共通の目的と相互の利益を実現するために貢献するもの」と定義されている。

また、その背景的要因として、編者は次のような状況を挙げている。①20世紀末か

ら資本主義や民主主義に未来はあるか、あるとすればどのようなものか、ということに対する関心が高まっていること。②行き過ぎた個人主義の隆盛化に対する懸念があり、人々がコミュニティの意味や社会的存在としての人間の相互連帯性を理解するための拠り所となる「心の習慣」を失ってしまっているのではないか、という見方が有力になったこと。③政治経済学や社会経済学が方法論的個人主義をベースにした現代経済学の前にその力を失っていたのに対し、ソーシャル・キャピタル論はその経済学に社会的次元を再導入するものとして歓迎されているということ。④人口の一部ではあるが、影響力の大きい知識的、政治的あるいは経済的エリート層の間に、ソーシャル・キャピタルの減退に関する議論が実感をもって迎えられたこと。

第1章では、歴史的背景、理論及び政策的含意について、宮川氏の講演草稿を加筆・拡張したものであり、第2章では、現代アメリカのソーシャル・キャピタルのトレンドに係る実証的調査に関する、パットナム教授の象徴的な論文の邦訳である。第3章では、ソーシャル・キャピタルの経済的影響について、大守氏の講演草稿を加筆・拡張したものである。第4章では、知識社会における信頼について、第5章では情報通信技術との関係について、それぞれ、アスレイナー教授、ノリス教授のフォーラムへの提出論文の訳出である。また、ソーシャル・キャピタル論の経済学的基礎を解説した山崎氏の論文を第6章に収録している。

ソーシャル・キャピタルについて、出現の歴史的背景、さまざまな定義や応用分野、関連する諸概念や理論などを取り扱った論

稿が収録されている本書は、ソーシャル・
キャピタルの基礎的理解を得るための素材
として格好と言えよう。

(東洋経済新報社 本体3,200円+税)

新修神戸市史

最新刊 第9巻

「行政編Ⅲ 都市の整備」近日発売予定

A5版 全800ページ 定価6,000円(送料別)

(上製本箱入り)

構成 第1章 都市計画法以前の都市基盤整備 第2章 近代都市計画の形成と発展
第3章 戦災復興 第4章 都市計画と開発の展開 第5章 埋め立てとトンネル
第6章 ポートアイランドと六甲アイランド 第7章 西神・北神地域開発
第8章 都市の再開発 第9章 橋と空港 第10章 イベントと都市の整備

内容 明治期から平成初めまでの神戸の「都市の整備」。そこには、大水害・戦災など過去幾多の大災害に見舞われながら、そのたびに不死鳥のように立ち上がった姿がある。幕末の開港以降、外国人居留地などの先進的な都市整備、港湾整備などの大事業を経て、日本一の大港湾都市に発展した神戸。しかし戦災で市街地の大半を焼かれた中から立ち上がり、戦災復興と土地区画整理、西北神を含む全市的な都市整備、「山、海へ行く」といわれた公共開発など、災害を乗り越え、六甲山の迫った地形を活かした都市整備への数々の挑戦。先人のたゆまぬ努力を通して神戸の「都市の整備」の歴史のあらましを知る。これからのまちづくりを考えるための必読の一書。

既刊 (定価は税込み)

「歴史編Ⅰ 自然・考古」、「産業経済編Ⅰ 第1次産業」、「歴史編Ⅲ 近世」、「歴史編Ⅳ 近代・現代」(以上定価各5,000円)、「産業経済編Ⅱ 第2次産業」、「行政編Ⅰ 市政のしくみ」、「行政編Ⅱ くらしと行政」、「産業経済編Ⅲ 第3次産業」(以上定価各6,000円)も好評発売中

◎市史の詳細・目次は神戸市文書館ホームページ

<http://www.city.kobe.jp/cityoffice/06/014/kankoubutu/kankoubutu.html>で。

発行 神戸市 新修神戸市史編集室 (神戸市文書館内)

☎651-0056 神戸市中央区熊内町1-8-21 ☎078(232)3437 Fax078(232)3840

申込先 田中印刷出版(株)内 みるめ書房

☎657-0845 神戸市灘区岩屋中町3-1-4 ☎078(871)0551 Fax078(871)0554

全国主要書店でも発売中!

政策研究・情報誌

地域政策

2005・秋季号 No.17 10月上旬発行 定価650円 (本体619円)

特集 沖縄と自治

大阪経済大学長 重森暁/琉球大学法文学部教授 大城常夫

琉球大学法文学部助教授 林泉忠/北海道大学公共政策大学院助教授 山根幹根

沖縄県政策参与 比嘉良彦

特別インタビュー アナリスト (国際政治・軍事) 小川和久

ニュース/ルポ がんばる自治体 秋田県小坂町/富山県富山市/岐阜県白川村

三重発 対談「部長は語る」ほか

企画・編集：三重県政策開発研修センター「地域政策-三重から」
(〒514-0004)三重県津市栄町1-891
電話059-224-2767

発行所：
(株) 公人の友社
(〒112-0002)東京都文京区小石川5-26-8
電話03-3811-5701

神戸市の最新のプロジェクトや背柵を網羅

こりべ

主要プロジェクト2005

全ページカラー A5版 定価1,000円(税込み・送料別)

神戸市では、「阪神・淡路大震災」の復興の総仕上げとともに、未来に向けての出発を迎え、平成15年度に実施した「復興の総括・検証」の提言を踏まえて、このたび「豊かさ創造都市こうべ神戸2010ビジョン」（目標年次2010年）を策定。

この「神戸2010ビジョン」では「安全・安心、健康を基本に、多様な交流・融合が新たな価値を創造するまち」を目指し、「くらしの満足度」と「一人あたり市民所得」を全体的な指標とするとともに、2010年に向けて実現していく5つの重点テーマを掲げる。本書では、その「神戸2010ビジョン」で掲げられた次の5つの重点テーマに沿って、神戸の主要施策を体系的に紹介。

- 1 人と人とのつながりのあるユニバーサル社会と文化の創造
- 2 あらゆる危機に対応できるまちづくりの推進
- 3 安心で健やかな地域社会の実現
- 4 産業・観光による都市の魅力・活力の向上
- 5 持続可能な都市環境の形成

本書は、こうした神戸市の最新の重点行政施策のあらましを体系的に紹介するとともに、行政事業統計などをコンパクトに一覧できるデータ集でもある。

神戸市民ならびに広く神戸市行政に関心のある方々に、座右の書としてご利用いただくにふさわしい一書。

お問い合わせは――

神戸市文書館

〒651-0056 神戸市中央区熊内町1-8-21

TEL 078(232)3437・FAX 078(232)3840

お申込みは――

田中印刷出版(株)内 むるめ書房

〒657-0845 神戸市灘区岩屋中町3-1-4

TEL 078(871)0551・FAX 078(871)0554

主要書店にても好評発売中

編 集 後 記

- ※神戸市では、昨年から10月3日を「KOBE 観光の日」に、その日を含む約一週間を「KOBE 観光ウィーク」（今年は10月1日～10日）に定めています。期間中は、市内の観光施設等において、無料開放や特別割引、プレゼント、各種イベントが行われます。この機会に、市民・事業者が、身近にありながら訪れることのできた観光施設に親しみ、また観光客を温かく迎えたいものです。
- ※震災10年を機に、神戸市では昨年の12月から1年間、「震災10年 神戸からの発信」事業を実施しています。その中で、この事業の拠点として、震災を乗り越えて神戸のまちを支えている「人」を主役に、神戸の元気と魅力を発信してきた「タイムズ メリケン～神戸からの発信館～」は8月31日、好評のうちに閉幕しました。133日間にわたる期間中、市内外から約80万人が会場となったメリケンパークを訪れて、食、ファッション、ものづくりの技など神戸の生活文化の魅力を体感しました。また、ウォーターフロント・メリケンパークの魅力も再認識され、市民や観光客に親しまれる都心ウォーターフロントの再構築のきっかけづくりにつながることが期待されます。
- ※次号は、開港（平成18年2月16日予定）を目前に控える神戸空港についての特集となります。ご期待ください。

都市政策バックナンバー

- | | | | |
|-------|----|--------------------|--------------|
| 第106号 | 特集 | 少子・高齢化への対応 | 2002年1月1日発行 |
| 第107号 | 特集 | 新産業の創出に向けて | 2002年4月1日発行 |
| 第108号 | 特集 | コミュニティ・ビジネスの振興と課題 | 2002年7月1日発行 |
| 第109号 | 特集 | 公営住宅のあり方と今後の課題・方向性 | 2002年10月1日発行 |
| 第110号 | 特集 | 大都市制度のこれから | 2003年1月1日発行 |
| 第111号 | 特集 | 都市の活性化と地域連携 | 2003年4月1日発行 |
| 第112号 | 特集 | 行政コスト分析の課題 | 2003年7月1日発行 |
| 第113号 | 特集 | 第三セクターの課題と展望 | 2003年10月1日発行 |
| 第114号 | 特集 | 福祉と民間活力 | 2004年1月1日発行 |
| 第115号 | 特集 | 震災復興の都市政策的検証Ⅰ | 2004年4月1日発行 |
| 第116号 | 特集 | 震災復興の都市政策的検証Ⅱ | 2004年7月1日発行 |
| 第117号 | 特集 | ユニバーサルデザイン | 2004年10月1日発行 |
| 第118号 | 特集 | 阪神・淡路大震災10年 | 2005年1月1日発行 |
| 第119号 | 特集 | 地域におけるセクター間の連携 | 2005年4月1日発行 |
| 第120号 | 特集 | 地方自治体の人事・給与 | 2005年7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ください。
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121号

印 刷 平成17年9月20日 発 行 平成17年10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
☎651-0083 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 01130-1-75887 電話 (078) 252-0984
発売元 勁 草 書 房
☎112-0005 東京都文京区水道2の1の1
振替口座 00150-2-175253 電話 (03) 3814-6861
印 刷 田中印刷出版株式会社

ISBN4-326-96145-7

C3331 ¥619E

定価650円(本体619円)



9784326961450



1923331006192

発売元 **勁草書房** 東京都文京区水道 2 の 1 の 1
振替口座00150-2-175253 ☎03-3814-6861