

神戸の未来都市創造に向けた提言書

平成27年3月

神戸市会 未来都市創造に関する特別委員会

目 次

| | 頁 |
|--------------------------------|----|
| ■ はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ | 1 |
| ■ 委員会の審議経過・・・・・・・・・・・・・・・・ | 2 |
| ■ 提言の内容・・・・・・・・・・・・・・・・ | 5 |
| 【資料編】 | |
| ■ 討議のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・ | 17 |
| ■ 実地調査報告・・・・・・・・・・・・・・・・ | 77 |

■ はじめに

平成 25 年 11 月に久元喜造市長が誕生し、三宮周辺地区の再整備を含む都心の大胆な活性化を打ち出されたのに対し、議会の立場から政策提言を行うことを目指し、緊急議会を開いて「未来都市創造に関する特別委員会」を設置、委員会の初会合を開いてから、早くも 1 年を迎えようとしています。

本委員会は、その特徴として、神戸の魅力は何か、また、今後どういう魅力をつくっていけばよいのかという点に関して、テーマを定めて積極的に参考人を招致し、意見聴取、意見交換等を行いました。また、複数の委員をもって編成する班単位での実地調査を可能とし、臨機応変に調査を補強しました。

調査にご協力をいただいた参考人及び調査先の皆様には、この場を借りて御礼を申し上げます。

神戸は、1 月 17 日に阪神・淡路大震災の発生から 20 年の節目を迎えました。市民を初めとした懸命の努力により、まちは再生しましたが、復興の過程では、未来に向けた投資は抑制を余儀なくされました。しかし、雌伏して時を待ち、まだ課題を抱えながらも、将来を見据え、活力を生み出し、豊かさやまちの発展につなげるために必要な体力をようやく取り戻してきました。今、全国的な人口減少と超高齢社会の進展など、本市を取り巻く環境は厳しさを増す中であって、神戸も次の世代へとまちを引き継いでいく取組をしなければなりません。

そうした中、神戸市議会基本条例の施行後、二元代表制の一翼を担う議会が、合議制の機関として独自の観点から、専門的知見などを活用することにより、積極的に政策提案等を行おうと、これまで政策条例も制定してきました。そして、このたび、初めての試みとして、市会として政策提言を行うものです。

委員会では様々なテーマについて、意見等が出されましたが、その中から、短期的な視点から中・長期的な視点まで、レベルも様々ですが、最低限、今ここで挙げておきたい内容に絞り、提言をまとめました。一方で、限られた時間の中で、当初の目的であった市街地西部地域など議論ができなかったものもありましたが、これらの議論は次期以降の市会に委ねさせていただきます。

本提言が、将来にわたって神戸のまちの発展の一助になるよう、市当局におかれてはこれを尊重のうえ、輝ける神戸の未来都市を創造していかれることをお願い申し上げます。

■ 委員会の審議経過

1. 委員会の設置

平成26年5月12日、2会期制の導入後初の臨時本会議が開かれ、新たな時代の神戸のまちづくりについて調査するため、未来都市創造に関する特別委員会が設置された。

- 名称 未来都市創造に関する特別委員会
- 目的 三宮周辺・ウォーターフロント地区における都心の再生や市街地西部地域などの活性化の原動力となる神戸市独自の魅力をいかに創出するか、またその基盤となる潤いある都市空間の整備や新たな交通手段（LRT等）を含む総合交通体系の整備など、多文化共生を前提とした新たな時代の神戸のまちづくりに関する必要な事項について調査する。
- 委員定数 15人

委員長：吉田謙治（公明党：西区）
副委員長：かわなみ 忠一（自由民主党：中央区）
理事：平木博美（民主こうべ：中央区）
 沖久正留（公明党：中央区）
 梅田幸広（自民党神戸：西区）
 森本 真（日本共産党：長田区）
委員：川原田弘子（民主こうべ：垂水区）
 岩田嘉晃（民主こうべ：西区）
 堂下豊史（公明党：北区）
 浜崎為司（自民党神戸：長田区）
 石丸誠一（自民党神戸：垂水区）
 平野昌司（自由民主党：兵庫区）
 味口としゆき（日本共産党：灘区）
 上原みなみ（新世代こうべ：北区）
 あわはら 富夫（新社会党：中央区）

【参考】

① 会派別委員数

民主こうべ政策議員団3人，公明党神戸市会議員団3人，神戸市会自民党神戸議員団3人，自由民主党神戸市会議員団2人，日本共産党神戸市会議員団2人，新世代こうべ1人，新社会党神戸市会議員団1人

② 選挙区別委員数

中央区4人，西区3人，北区2人，長田区2人，垂水区2人，灘区1人，兵庫区1人

- ・期間 議会閉会中も調査を行い，その終了まで継続する。

2. 活動状況

(1) 委員会

- 第1回：平成26年5月12日（月）
正副委員長の互選，理事の選出
- 第2回：平成26年6月5日（木）
委員会運営
- 第3回：平成26年7月10日（木）
神戸の魅力について意見聴取（参考人：神戸芸術工科大学学長 齊木崇人氏）
- 第4回：平成26年8月7日（木）
神戸の都心の『未来の姿』（将来ビジョン）と三宮周辺地区の『再整備基本構想』について報告聴取（住宅都市局）
- 第5回：平成26年9月4日（木）
都心の魅力について意見聴取（参考人：神戸フィルムオフィス代表 田中まこ氏）
- 第6回：平成26年11月6日（木）
若者の集う街について意見聴取（参考人：神戸電子専門学校校長 福岡壯治氏）
- 第7回：平成26年12月8日（月）
産業振興について意見聴取（参考人：実業家，神戸ファッションコンテスト審査委員長 齋藤統氏）
- 第8回：平成27年1月27日（火）
提言書案について委員間討議
- 第9回：平成27年2月9日（月）
提言書案について委員間討議
- 第10回：平成27年3月20日（金）
委員長報告案について委員間討議

(2) 理事会

- 第1回：平成26年5月12日（月）
委員会運営など
- 第2回：平成26年5月19日（月）

- 委員会運営など
- 第3回：平成26年5月26日（月）
委員会運営など
- 第4回：平成26年6月5日（木）
委員会運営など
- 第5回：平成26年6月16日（月）
委員派遣の方法など
- 第6回：平成26年7月22日（火）
前回の委員会のまとめ、委員派遣など
- 第7回：平成26年8月7日（木）
今後の委員会のテーマなど
- 第8回：平成26年9月16日（火）
前回の委員会及び委員派遣のまとめなど
- 第9回：平成26年11月18日（火）
前回の委員会のまとめ、今後の予定など
- 第10回：平成27年1月14日（水）
前回の委員会のまとめ、提言書案など
- 第11回：平成27年1月29日（木）
提言書案など
- 第12回：平成27年3月9日（月）
委員長報告案など

(3) 実地調査

- 第1回：平成26年7月18日（金）
西日本旅客鉄道株式会社から駅ビルの建替え計画等について説明
聴取
- 第2回：平成26年7月23日（水）
阪急電鉄株式会社から駅ビルの建替え計画，市営地下鉄との相互
乗入れ等について説明聴取
- 第3回：平成26年9月8日（月）～9日（火）
① 株式会社日本設計等と三宮周辺の再整備について意見交換
② 渋谷区等から渋谷駅中心地区再開発について説明聴取及び実地
視察

■提言の内容

1. 都心に関する提言

(1) 三宮周辺地区の再整備についての提言

①3層歩行者ネットワークについて

【提言①】

歩行者動線が鉄道や道路に分断されることなく、地下・地上・デッキレベルの3層において、バリアフリー構造で、東西南北の往来ができるようにすること。

【説明①】

近年、駅周辺の再整備が各地で進められてきたが、空間が分断されていたり、複雑で分かりにくかったりと、回遊利便性が確保されていない事例が見受けられる。

三宮周辺は、現状、JR神戸線や阪急神戸線、また県道21号神戸明石線、国道2号などの幹線道路により東西南北が分断されており、いかに歩行者動線を確保し、分断感を解消して回遊利便性を向上させるかが再整備の成否を大きく左右すると考えられる。

例えば、渋谷駅中心地区再開発では、東横線を地下化するなど縦方向の移動が多くなったため、地下鉄とビルとを接続するとともに、地上への動線をビルと一体的に整備し、アーバン・コアと呼ばれる縦移動をスムーズに行えるような再開発を進めている。

また、平成26年11月に歩行環境の向上のため、鯉川筋等（大丸前スクランブル交差点周辺）で交通社会実験が実施されるなど検討が進められているが、三宮周辺地区においても同様の調査・検討が必要であろう。

②バス及びタクシー乗り場について

【提言②】

バス及びタクシー乗り場の再整備・再配置により、神戸の玄関口にふさわしい、安全で利用しやすい公共交通ターミナルを形成すること。

【説明②】

平成18年、ミント神戸ビル（神戸新聞会館ビル）1階部分と北側にあったバス乗り場を一体的に整備したバスターミナルが供用開始した。

これにより、一定の改善は図られたが、神姫バス神戸三宮バスターミナルは引き続き存続しており、また、路上発着のリムジンバスなどの路線も

運行されている。

さらに、発着場所だけでなく、案内表示の分かりにくさ等も指摘されており、依然として、観光客はもちろん市民にとっても利用しにくい面がある。

限られた空間での創意工夫により、タクシールームを含めた多様な交通手段の結節機能の強化が期待される。

③歩行者滞留空間について

【提言③】

平常時は、歩行者の憩いの場として、災害時は、一時的な避難場所として、滞留できる空間を設けること。

【説明③】

大規模な災害等が発生し、交通機関が途絶すれば、多くの通勤・通学者、観光客、ビジネス客等が行き交う三宮を中心に、多くの帰宅困難者の発生が見込まれる。その場合、駅周辺等の混乱防止のためには、相応の一時的な滞在スペースが必要になると容易に想定される。

また、現状、イベントや待ち合わせ等を行うことができる空間が十分とは言えないため、平常時においてこうした用途に使用できる空間があればにぎわいの創出等にも寄与するであろう。

なお、整備に当たっては、舗装や照明、ベンチ、上屋、備蓄倉庫など施設やデザイン等について衆知を集めることが望ましい。

④神戸のシンボルについて

【提言④】

三宮に降り立ったときに「神戸に来た」と感じられる、唯一無二のシンボルを生み出すこと。また、ソフト面からの演出を仕掛けること。

【説明④】

JR、阪神電鉄、阪急電鉄、ポートライナー及び市営地下鉄が乗り入れる三宮は、市内外から人々がホームに降り立つ市内最大のターミナルであるが、現状は、都市景観上のアクセントに欠けている。

そのため、神戸のシンボルとしては、ポートタワーや六甲連山などを有しているものの、新たなシンボルを生み出し、画一的、没个性的な再整備に終わらせないことが重要と考える。

市外の人を訪れたときに、神戸に来たことを実感し、神戸の特色である山と海が近いという雰囲気を感じられるようなシンボル、市民が帰ってきたときには、神戸に戻ってきたと実感し、安堵を覚えるような、アットホ

ームなシンボルが望まれる。

それは、高さや大きさで威容を誇る建造物である必要はないし、また、ハードだけでなく、ソフト面、例えば音響的な演出を仕掛けることも考えられる。

例えば、歩行者ネットワークや滞留空間の整備に合わせて、フラワーロード上に山と海を同時に眺望できるエリアをつくるとか、公募により決定された「神戸の音」を三宮や新神戸の各駅で流すといったことが考えられる。また、西日本旅客鉄道株式会社への調査（平成26年7月）においては、「京都駅の大階段や大阪駅の大屋根のような、三ノ宮駅のシンボルは市民が喜んでもらえるようなものになりたい。」との回答もあったところである。

⑤三宮東地区へのアクセスについて

【提言⑤】

三宮東側の動線を強化することにより、三宮東地区へのアクセスを向上させること。

【説明⑤】

平成24年3月20日、阪神電鉄が神戸三宮駅の東口改札口を供用開始し、同時に地下通路が接続された。また、同年7月30日には、三宮東歩道橋（都市計画道路「三宮駅前東線」）が供用開始し、順次、三宮東地区の回遊性が向上し、活性化に寄与している。

これをさらに推し進め、例えば、JR三ノ宮駅からの東側への動線の強化を図ることにより、より利便性が高まり、アクセス向上の効果が発揮され则认为る。

⑥相互乗入れ（市営地下鉄と阪急）について

【提言⑥】

市営地下鉄西神・山手線と阪急神戸線の相互乗入れについては、三宮周辺地区の影響だけではなく、市全体の大局的な見地に立って判断すること。

【説明⑥】

相互直通運転は、平成16年10月の近畿地方交通審議会の答申の中で、事業の具体化の可能性を検討すべき主なもののうち、「乗継ぎ利便性の向上に資する事業」のひとつとして挙げたものである。

相互乗入れができるようになると、三宮が通過駅となり、乗換え客の減少によるマイナスの影響が指摘されている。

しかし、一方で、三宮以東からの地下鉄西神・山手線沿線への人口移動、具体的には、学園都市を初めとした大学等への通学、総合運動公園や神戸

文化ホールなどへのスポーツやレジャー、住宅団地への定住などを目的とした人口のさらなる流入も期待できる。

阪急電鉄株式会社への調査（平成26年7月）では、「相互乗入れで利用者の利便性の向上が図られるが、神戸のまちづくりとの整合性を考慮し、メリット・デメリットを整理して考えたい。どこまでを地下化するかの確定案はない。バリアフリー化等の課題がある春日野道駅の課題解決の一案としてもある。ただし、春日野道駅の課題解決策と決まったわけではなく、春日野道駅はそれ自体としても検討する。相互乗入れにより生まれる土地の利用計画もまだない。終電の延長については、メンテのための作業基地が使えるようになれば、可能性としてある。20年のスパンの事業である。」とのことであった。

市としては、地方公営企業の管理者の立場だけでなく、地方公共団体として、都心部のみならず、全市的・大局的な見地に立って調査・検討を行い、阪急電鉄株式会社を初めとした関係者と緊密な協議を進め、最終的な判断を下すことが望まれる。

⑦連鎖型の再整備について

【提言⑦】

駅、鉄道及びビルの再整備に連鎖した周辺の再整備により、より質の高い機能集積と再生の効果を発揮させること。

【説明⑦】

中心市街地における建替えはしばしば、個々の敷地に余裕がないため単独で行うことが難しいだけでなく、業務活動の縮小又は停止を余儀なくされるなど、支障をきたしかねない制約を有している。

その問題点を解決する手法として、移転建替えのための種地を確保し、直接移転による建替えを段階的に連続して実施する連鎖型の再整備がある。

三宮は、駅を中心として、東側に中央区役所などを含む区域、南側にそごうなどを含む区域及びさんセンタープラザなどを含む区域がある。北側にも飲食街などの区域がある。

これらの区域において、再整備の機運を盛り上げ、建替え意向のある権利者が参画して、連鎖型の一体的な再整備ができれば、より効率的、より効果的な再整備が実現する可能性が出てくると考えられる。

⑧認識の共有、情報交換等について

【提言⑧】

市が主体となり、土地・建物所有者など関係者間で十分に認識を共有し、

情報交換に努めるとともに、可能な限り広く情報発信を行うこと。

【説明⑧】

三宮周辺地区の回遊性の向上、にぎわいや集客の相乗効果を生むためには、関係者間での建替え等の計画の情報交換、内容や時期の擦り合わせが望まれるところか、欠かせないといっても過言ではない。

しかしながら、現状は、一部で単体の建替えが進んでいるほか、今後の計画についても鉄道事業者間で十分な協議が見受けられないなど、回遊性やにぎわい、集客が図られないばかりでなく、「神戸の玄関」を体現していくのに必要な統一感あるデザイン性を欠くことにならないか危惧される。また、再整備により、都心部のみならず市内各方面へ負の影響がないか関心が持たれるところである。

それを回避するためには、市が中心となって調査を行い、関係者の個性や意向を尊重しつつ、三宮周辺地区を初めとする市全体の魅力の向上に向けた認識の共有と機運の醸成を図る必要がある。

(2) その他都心についての提言

① 繁華街・歓楽街について

【提言⑨】

繁華街・歓楽街における新たな魅力の構築と、総合的な活性化に取り組み、さらなるイメージアップを図ること。

【説明⑨】

神戸の都心を市民や観光客にとってさらに魅力あるものにするためには、神戸の都心ならではのにぎわいが必要である。

そのためには、従来の繁華街・歓楽街の活性化を図ることに加えて、神戸ならではのグルメである「神戸ビーフ」や「昼網」を味わえる店舗の充実が不可欠であり、これらのグルメを夜遅くまで楽しめる場を作ることが重要であると考えられる。

さらに、こうした繁華街・歓楽街は安全・安心に楽しめることもまた重要であり、悪質な客引きや違法駐車・駐輪等が横行し、市民や観光客に不安・不快な思いをさせるようなことがあってはまさに本末転倒である。特に、悪質な客引きについては各地で悪質な客引きを規制する条例も施行されているが、条例による規制だけでなく神戸らしい解決策も模索する必要がある。

したがって、都心の繁華街・歓楽街の再生という観点から、市が主導して、現状の問題点を洗い出すとともに、新たな魅力を構築するための取組を行うべきである。

例えば、生田新道を歩行者天国化しイベントを行うことで、新たなにぎわい創出の起爆剤とするとともに、まち全体のイメージアップに寄与するような取組を行ってはどうかと考える。

一方で、その取組は、地元事業者のやる気がなければ進まないことから、このような機運の醸成や必要な調整等、長期的な視野に立って行うべきである。

②東遊園地について

【提言⑩】

東遊園地については、芝生化やW i e F i フリースポットの設置、多彩なイベントの開催などにより、日常から市民やビジネスマン、観光客を呼び込むこと。

【説明⑩】

東遊園地は、現在、「阪神淡路大震災 1.17 のつどい」や神戸ルミナリエなどの会場として利用されているほか、今秋には、神戸ビエンナーレ 2015 の会場としても使用が予定されている。また、広域避難場所としても指定されている、都心の一等地にある貴重な空間である。

しかしながら、都心のオアシスとして、水と緑に囲まれた憩いの空間として整備されているものの、平常時は閑散としており、地域資源として多くの人に親しまれている状況にはない。

東遊園地が、その価値を十分に発揮し、神戸のまちのバロメーターとして元気を発信していくためには、例えば、芝生化したり、W i e F i フリースポットを設置したり、フリーマーケットや地場産物のマルシェなど多彩なイベントを開催することによって、日常的に市民やビジネスマン、観光客を呼び込む仕掛けが必要である。

また、東遊園地がにぎわい、より多くの人々に愛着を持たれることによって、ウォーターフロントへの距離感や価値観も変わってくるのではないだろうか。

さらに、都心の一等地にある東遊園地のイメージアップにより、神戸全体のイメージアップにもつながり、神戸への集客、移住等にも寄与するものであると考える。

③JR 駅前の再整備について

【提言⑪】

三ノ宮駅前だけではなく、新神戸、元町、神戸も含めた JR 駅前の重要性を認識し、再整備を図ること。

【説明⑪】

神戸の都心の『未来の姿』（将来ビジョン）の策定については、三ノ宮だけでなく、新神戸、元町、神戸のJR各駅も都心の範囲に含まれている。

特に、新神戸駅は新幹線での神戸への玄関口であり、三宮を初めとする都心への誘客に重要なポイントである。新神戸駅に降り立った瞬間に、「神戸に来た」、「また神戸に来たい」と思わせるようなシンボルや仕掛けが必要である。

また、神戸駅は、南側はハーバーランドとして整備されたが、北側については、にぎわいが不足していると思われる。その活性化を検討する必要があると考えられる。

2. 広く神戸の未来に関する提言

①神戸らしい景観について

【提言⑫】

デザイン都市・神戸にふさわしい、個性的で特色を生かした景観誘導を、中心市街地を重点として行うこと。

【説明⑫】

近年、大資本による小売、飲食等のチェーン店が地域内に店舗を構えることにより、画一的な景観の形成が全国的に進んでいる。沿道は全国どこでも見られる均質な風景を目にするのが日常になっている。

全国展開のコーポレートカラーとデザインで彩られた空間の続出は、その地域の個性ある風景を壊してしまうが、一方で、サービスを楽しむ人々も多く存在すること、営業の自由を有すること等から一律に規制を行うことは好ましくない。

本市は、昭和53年10月に「神戸市都市景観条例」を制定して以来、「神戸らしい都市景観をまもり、そだて、つくる」ための施策を推進しているが、殊に中心市街地においては、観光振興や文化振興の側面からも個性と特色を生かした景観づくりをさらに強力に推進すべきであり、デザイン都市・神戸にふさわしい景観の形成を目指すことが必要であると考えられる。

②山と海との共生について

【提言⑬】

より多くの市民が山と海に囲まれた神戸のまちを日常的に意識し、親しめるよう、多元的な機会の創出により、裾野を広げること。

【説明⑬】

山は洪水の緩和等の役割を果たしているほか、貴重な動植物の生息生育の場であり、食材や木材を供給してくれる。海は、地球環境の保全や気候の安定という役割を果たすとともに、人間に水産物やエネルギーなど様々な資源を提供してくれる生命の根源である。

神戸は大都市でありながら、六甲山系の山と瀬戸内海の海に抱かれた自然豊かなまちである。山と海は悠久の歴史を刻み、これからも神戸のまちに有形無形の恵みを与えると同時に、時として牙を剥けようとするであろう。

現在、六甲・摩耶や都心・ウォーターフロントの活性化を初めとした取組も進められているが、市民が山と海に身近に親しむ機会をさらに増やし、裾野を広げる取組を続けていくことが、市民が山・海から様々な恩恵を受けていることを認識するとともに、地球環境問題などを考えるきっかけになり、山と海との共生を楽しむことにつながると思われる。これは身近に山と海がある神戸市民の特権である。

例えば、海については、東西に長い海岸線の特長を生かし、水域が市民の足として活用されるような実験的な取組を行いつつ、実用化を見据えた検討を進めることも考えられる。

③心地よい音環境について

【提言⑭】

公共空間の整備やまちづくりにおいて、音響的な配慮を最大限に施すことにより、心地よい音環境を形成すること。

【説明⑭】

現在、私たちは様々な音にさらされているが、不特定多数の人々が行き交う公共空間において、建築面での音響的な配慮が十分でなく、不快で不要な音が氾濫し、喧噪感が高く、音響的に極めて劣悪な状況になっているところが見られる。聴覚的な快適性が、軽視あるいは無視されている。

公共空間においては、不快で不要な音は小さく抑え、情報価値のある音を際立たせ、心地よい音環境を創造することがなござりになってはならない。音から得る情報を手掛かりにして行動している視覚障害者にとっては尚更、様々な音がそれぞれクリアに聞こえることが望ましい環境といえる。

また、広くまちづくりを行うに当たって、騒音との住み分けが重要である。幹線交通施設や工業団地の周辺に、住居等の生活空間が拡大しないような、逆に、住居等の生活空間に騒音源が侵食してこないようなまちづくりが心地よい都市空間を形成する。

音環境を神戸のまちトータルにデザインすることを高めていくことが望まれる。

④若者が集うまちについて

【提言⑮】

「学ぶ」・「働く」・「住む」・「憩う」，あらゆるライフステージやライフシーンにおいて若者が集まる環境の整備，機会の創出を図ること。

【説明⑮】

進行する人口減少，少子超高齢社会の流れを変えるには，若い世代が必要な教育を受け，就職し，結婚し，子供を産み育てる営みをさらに次の世代へと引き継ぐ，終わりのない循環がしやすい環境の整備が必要である。

市内には，20の4年制大学，5の短期大学，1の高等専門学校，さらに専修学校（39校）等が立地しているが，卒業とそれに続く就職や進学等を契機に市外へ転出することも多い。若者が少しでも多く，市内で生計を立てることができるようになれば，人口減少，少子超高齢社会の流れは変えられる。そのためには，既存産業あるいは新たな産業の創出，起業の支援等によって雇用吸収力を高めることが第一に必要なことである。

また，都市の魅力として，起業だけでなく，あらゆる分野でチャレンジできる機会づくり，きっかけづくりが重要である。それによって，教育環境や就労環境だけではなく，芸術文化やスポーツ，グルメ，ファッション，観光などを楽しむまちの総合力が若者を惹きつけ，それぞれの分野で水準を向上させる好循環を生むと考えられる。

⑤住まいとコミュニティの存続について

【提言⑯】

空き家や空き店舗等の解消に向けては，個別事案への対応にとどまらず，まちづくりの視点から，官民協働の下，全庁的，根治的な取組を推進すること。

【説明⑯】

少子超高齢社会の進展で人口減少が続くと叫ばれ，全国的に空き家等の増加やまちの活力の低下が課題となっている。

空き家等の増加に対しては，多くの自治体で条例が制定され，国においても「空家等対策の推進に関する特別措置法」を制定し対策に乗り出したところである。これは，適切な管理が行われていない空き家等が防災，衛生，景観等の地域住民の生活環境に深刻な影響を及ぼしており，地域住民の生命・身体・財産の保護，生活環境の保全，空き家等の活用のため対応が必要とされるためである。

しかし，空き家問題を，増え続ける空き家等をどう解体するか，どう生か

すかという対症療法的な問題解決に終わらせてはならない。空き家等の発生は、生活環境の悪化だけでなく、コミュニティ活力の減退、居住者の減少による商業施設や医療機関等の撤退、公共交通サービスの縮小・廃止、まちのブランド力の低下、行政コストの増大といった多くの連鎖的問題を孕んでいる。

とりわけ、計画的開発団地を多く抱える本市にとっては、住まいとコミュニティの存続は非常に重要な課題である。

よって、様々な課題を地域レベルで根本的に解決するためには、ハード・ソフト両面の重層的、複合的な取組が必要になると考えられる。

⑥神戸のまちの発信について

【提言⑱】

神戸の都市イメージやブランドを絶えずブラッシュアップし、ワールドワイドに発信をすること。

【説明⑱】

本市はこれまで、数多くの都市宣言を行ってきた。これにより、市民の暮らしの向上や産業集積を図るなど、都市の魅力を高める一定の効果を挙げてきたが、行政主導で行われたことなどにより限界も露呈し、中にはブラッシュアップが十分ではなく、今日に至っているものもある。

また、国際都市や神戸ブランドといった、神戸の形容詞、代名詞とされるものが陳腐化していないか、今一度顧みる必要があると思われる。

例えば、神戸ビーフは海外でも高級銘柄牛肉の代名詞としてすでに広く知られ、神戸ビーフでないものでも「K O B E」の表記がされて店頭に出されるなど独り歩きの域に達しているが、現状にとどまることなく、最近でも香港や欧州連合（E U）への輸出が始まるなどさらに進化をとげようとしている。

一方で、今後、開港 150 年を迎えようとしている中、国際的という神戸のまちのイメージであったり、ジャズやスイーツ、日本酒、ワインなどの文化についての競争力、発信力をさらに磨いていく必要があるのではないだろうか。

そのきっかけとして、国内で知名度を上げて海外へ進出するよりも、海外でステータスシンボルを獲得すると同時に国内に発信することが効率的、効果的な場合もあろう。

また、G 8 や 2019 ラグビーワールドカップ、2020 東京オリンピック・パラリンピックなど国際的に知名度のあるイベントや M I C E を活用することも積極的に行うべきである。

⑦新たな交通手段の導入について

【提言⑱】

LRT, BRTなど新たな交通手段の導入については, 過去から学び, 未来を見誤ることがないように, 十二分に調査の上, 冷静かつ慎重に判断すること。

【説明⑱】

近年, 交通環境負荷の軽減や公共交通ネットワークの充実, 移動のバリアフリー化等を目的に, 各地でLRTの導入に向けた取組が進められ, 補助事業や支援施策も拡充されて, 導入への促進が図られている。そのような中, 本市においても, 導入可能性の検討が事業者を巻き込んで進められている。

この点, LRTやBRTなど新たな交通手段の導入の検討に当たっては, 昭和の時代に急速なモータリゼーションが進展し, バスや地下鉄への転換に伴い市電が廃止されたという本市の歴史について必要十分な再検証を行うことが肝要である。同時に, 今後, 低炭素社会の実現に向けて, 燃料電池車の普及など交通手段を取り巻く社会経済の環境変化を的確に見据えることが求められる。

もちろん, 実現には, その他の課題解決も必要であり, 自動車の流入規制など強権的な対策を講じることも問われてくるものである。

資料編

第3回未来都市創造に関する特別委員会 開催概要

1 日 時 平成26年7月10日(木) 10時00分～15時05分
〔休憩12時00分～13時00分〕

2 場 所 第4委員会室

3 出席者 吉田委員長, かわなみ副委員長, 平木理事, 沖久理事, 梅田理事, 森本理事, 川原田委員, 岩田委員, 堂下委員, 浜崎委員, 石丸委員, 平野(昌)委員, 味口委員, 上原委員, あわはら委員(欠席者なし)
齊木崇人氏(参考人)

4 主な内容

(1)参考人意見聴取

○神戸の地勢(素地)を考えることが重要

- 神戸の素地, 自然生態は, 瀬戸内海に面していること, 海には六甲山系を源流とするたくさんの川が流れ込んでいる。瀬戸内海の中の大阪湾, 播磨といったユニットを形成している。この海の価値を捉え直さなければならない。神戸は昔から, 瀬戸内海で重要な役割を果たしてきた。東側の重要な入口となっている。神戸は海岸線が長い。
- 山の尾根線を見ると, 六甲山系の地勢, 立地条件をうまく生かしながら居住域が形成され, 現在に至ってきている。六甲山は神戸開港の時(1868年), 禿山だった。この禿山の環境を安全で活用できる環境へ手繰り寄せるために, 水災害や震災を通して多様な経験をしている。この六甲山系, 山麓, 市街地, ウォーターフロント, 大阪湾, ニュータウン, 田園, 里山, この多様な風景が多様なライフスタイルを生み, 神戸の大きな魅力となっている。
- 六甲山は1902年(明治35年)から植林の歴史があるが, 水害対策や水源を得ることから始まったこの努力を市民が, 子供たちがどれだけ知っているだろうか, 課題である。
- 神戸は神戸として存在しているだけでなく, 水系域, 生態を隣接市町と共有している。神戸には国土と環境を守る役割と責務がある。
- マスタープランの中の環境共生方針図は, 一番重要な図である。このゾーンの把握の仕方, 水系, 緑地帯の捉え方, 市街地における緑地と居住域の捉え方は, 計画の中に生かしていくべきである。六甲山の尾根線や水系を乗せて見ると, 大きな稜線で囲まれた単位で区が分かれている。その中にまちやコミュニティが存在している。

もう一度、自然生態をベースに、地域の環境の生態、コミュニティの単位をあぶり出していく必要がある。

○神戸の多様な環境を生かした住まい

- 神戸の魅力を語るときに、人の暮らしが基本であり重要なポイント。
- 海、市街地、ニュータウン、山、田園など一つの都市の中にあるこれらの多様な環境が神戸の魅力であり、それをまちづくりに生かすとともに、環境の変化に順応しつつ改変しながらまちづくりが進められてきた経験も大切である。地域やコミュニティの素地を洗い出すと、その姿が見えてくる。
- 神戸の斜面地形を断面で捉えると分かりやすいコミュニティがつくられている。多様で個性的なコミュニティも魅力である。
- 一方、近年では高齢化が進み、空き地や空き家の増加等の課題も顕在化してきている。

○課題を解決し神戸の魅力の向上に資するプロジェクト例

- まちづくり、里づくりの実践力も神戸の魅力である。里づくり（人と自然との共生ゾーン条例）は他都市も神戸をモデルにし、都市と田園を一体化してどう秩序づけるか対応をしている。震災後のまちづくりの実践では、三宮中央通り、かつて「裏線」と呼ばれた地区で「三宮中央通りの誕生」を目指して取り組んだ。
- 新しいプロジェクトとして、旧舞子ゴルフ場跡地を利用したニューガーデンシティ舞多聞がある。URから依頼されたものである。まちづくりにあたって2000年（平成12年）に、日本のオールドニュータウンへの次の5つの問い掛けをし、100年を経て生き続けるガーデンシティ・レッチワース（1903～）の功罪を学びつつ、これらの課題を解決すべく様々な取組を行った。
 - ①人口減少、少子高齢化を予測できたか。
 - ②量的目標だけでなく、住環境の質や住まいの価値水準を維持するための工夫があったか。
 - ③風土の魅力や地域の固有性を生かした計画やデザインがなされていたか。
 - ④隣接するコミュニティとの有機的な連携が生まれたか。
 - ⑤住まいやコミュニティ自ら再生するプログラムが準備できていたか。
- 神戸の魅力は、そこに住みたい人たちが仲間をつくって、一緒にコミュニティづくりに参加する文化がある。多様な住宅がつくられる中で、場所の特性に目を向け、住まう人のコミュニティや、理想の住宅づくりを目指している。常に新しい課題に

チャレンジするまなざしを神戸は持っている。

○これからの神戸のまちづくり

- 神戸は神戸開港の 1868 年以來、時代や社会のモデルを常に提供してきた。震災や戦災、水害との闘いや経験からつくられたのである。
- 「生態文化都市」を提案したい。様々な自然生態に対応しながら、その環境への適応の中で神戸が発展してきた。神戸を文化創生都市と捉えるには、都市の素地である自然生態を捉え直す必要がある。神戸には、その自然生態の上に「ところ」の問題、「いとなみ」の問題、そして「もの」の問題がある。(資料 48-1, -2 頁)
- ところの問題とは、動植物の生態系、自然災害、水資源、土地利用、農地と里山、交通体系、そして樹林地・民有緑地の問題である。
- いとなみの問題とは、人口、雇用機会、地域コミュニティ、犯罪、そして疾病の問題である。
- ものの問題とは、消費型経済、地価、住環境、景観、そして歴史的遺産の問題である。
- あるプロジェクトをひとつの課題として捉えるのではなく、場所での問題、営みの問題、つくられるものの形や空間の問題を総合的に議論していかなければならないだろう。
- 統括監在任のとき、神戸の未来に向けた政策と戦略の理念についてつくったメモ (THINKING CITY OF KOBE) がある。(資料 49-1, -2 頁)
 - ① 市政が政策実現の意思と自信を持つ
 - ② 神戸の生態文化を生かして未来への戦略計画を構築する
 - ③ 市民が結束して未来へのプログラムに取り組むための基盤づくり
 - ④ 市政に責任を持つ市民の誕生
 - ⑤ 神戸市政に敬意を抱く市民の誕生
- 未来づくりへの方法は持続型のデザインプロセスである。問題解決型の PDCA サイクルに問題把握のリンクが必要である。未来づくりは問題発見と解決実践の無限のサイクル運動であり、問題解決に偏重した PDCA サイクルからの脱却をしなければならない。(資料 50-1, -2 頁)
- 4年間、統括監を務め、様々な人々に出会った。そういう人々には次の6つの特色があった。これからの神戸を担う人々はこの方々ではないか。また、こういう人々がさらなる力を持てば、神戸の未来にさらに磨きがかかるのではないか。(資料 51-1, -2 頁)

- ①人を思いやるころを持つ
 - ②総合的なインテグレイティブな思考体系を持つ
 - ③夢を持ち続ける意志を持つ
 - ④実験を積み重ねる実践力を持つ
 - ⑤複数の専門領域と協調する能力を持つ
 - ⑥地域社会と地球社会に貢献する意志を持つ
- 神戸は今、熟成期にある。目標とする青い鳥がどこかにあって神戸が生まれ変わるのではなく、神戸自らの力で発展していく、環境に適応していく時が来た。

(2) 質疑応答及び討議のまとめ

別紙「討議のまとめ」のとおり

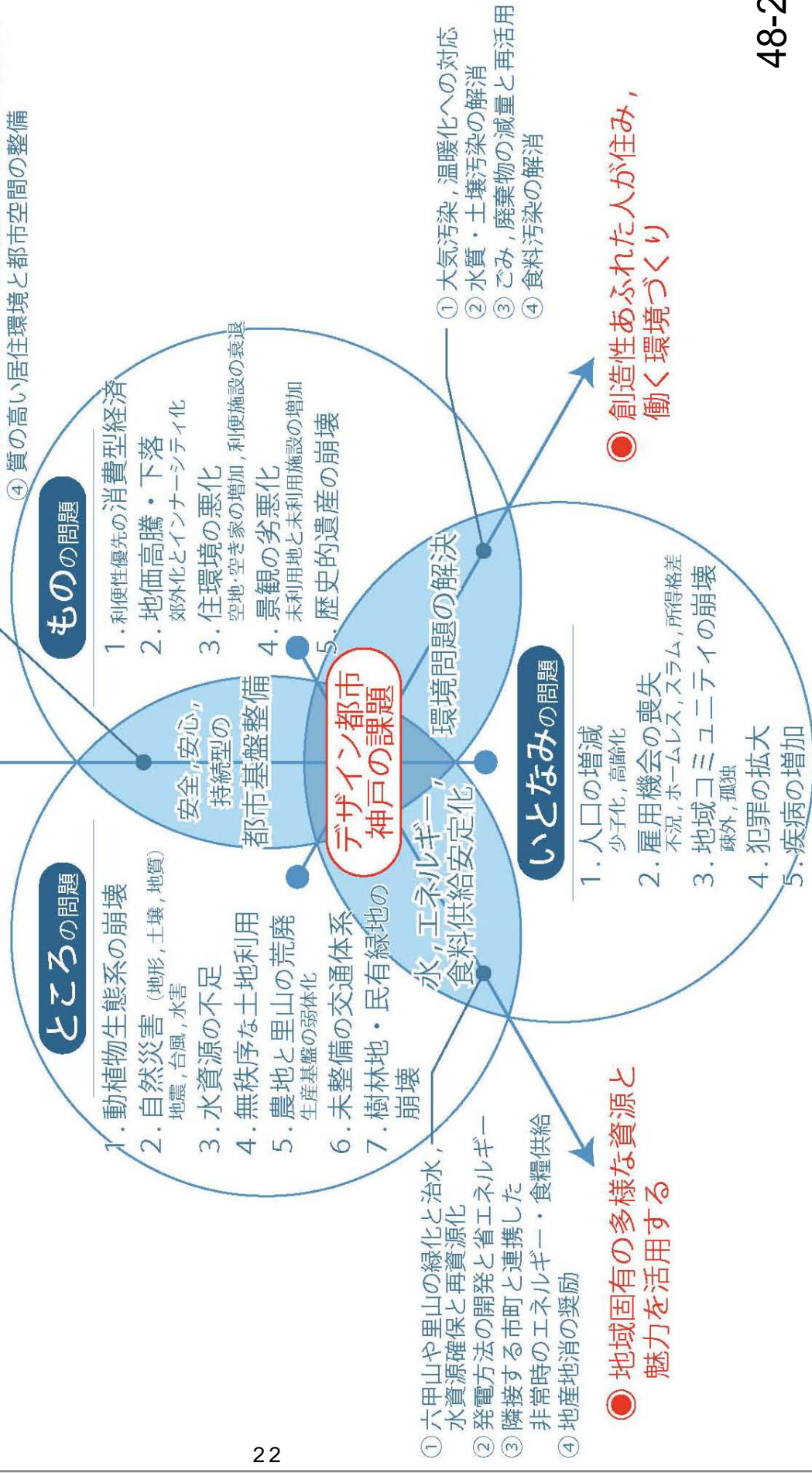


新・生態文化都市をめざして

Towards a New Ecological Cultural Urbanism

- 新たな産業文化や芸術文化を生み出す
- 知識産業、情報産業、観光産業の活性化
- ソーシャルビジネスの開発
- クリエイター、デザイナー、アーティスト、プランナーの養成

- ① 水資源の安定供給（上下水道、工業用水、農業用水、海水）
- ② 瀬戸内海・関西メガ・リージョンと連携した多様な公共交通ネットワーク
- ③ 地域コミュニティを形成する街区・市民公園
- ④ 質の高い居住環境と都市空間の整備



新・生態文化都市をめざして

Towards a New Ecological Cultural Urbanism

齊木崇人

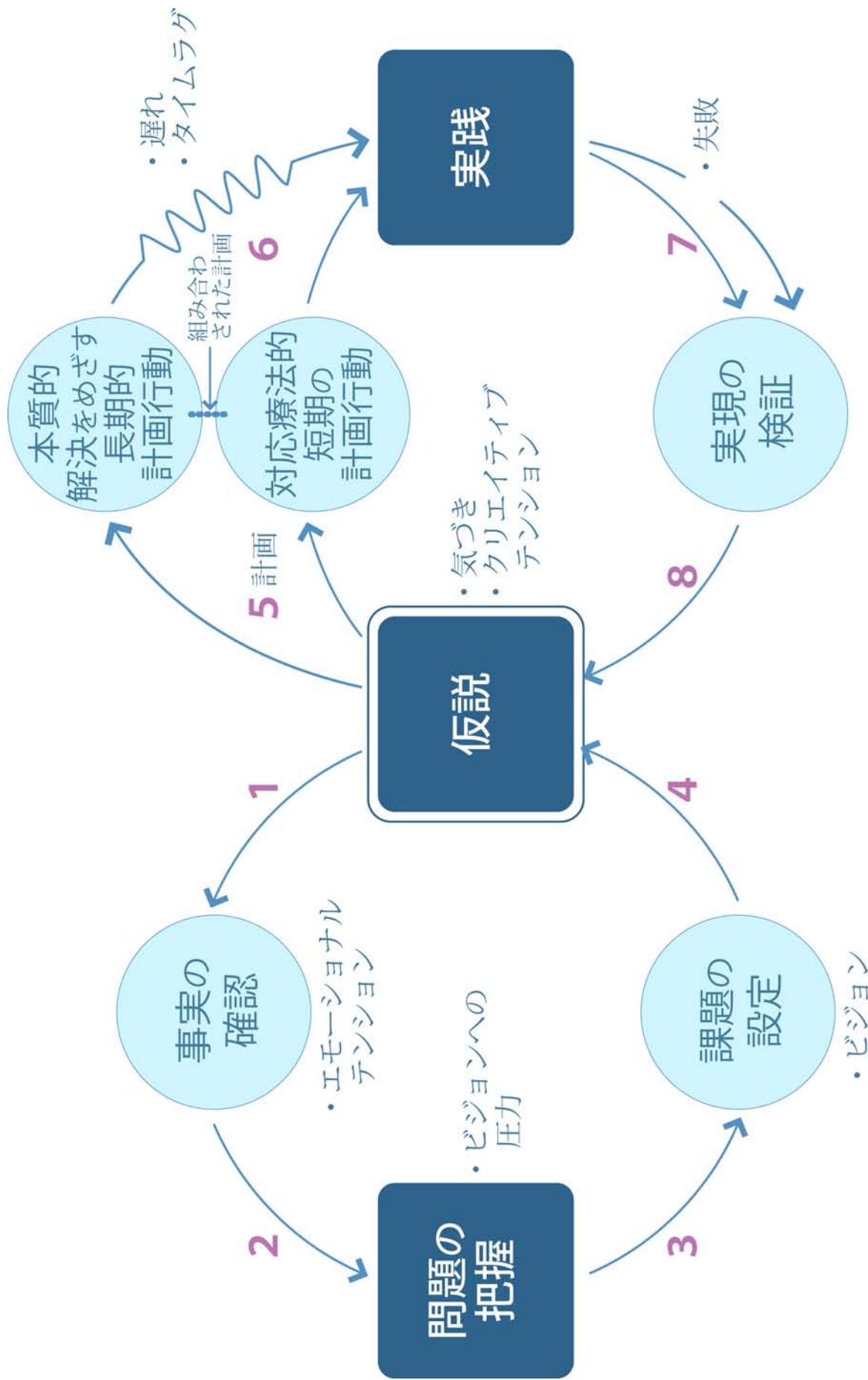
1. <市政が政策実現の意志と自信を持つために>

- (1)多様な人々の意思を尊重する。
- (2)質の高い公共サービスが行える公共空間と交通ネットワークの再編。
- (3)若年者・高齢者・身障者・低所得者が享受できる教育と医療システムの構築。
- (4)子供・青年・主婦・老人まで世代を超えた持続的人材育成プログラムの実践。
- (5)若者の安定した就業確保への支援。
- (6)家族への質の高い住環境と安全・安心の地域コミュニティの育成。

2. <神戸の生態文化を生かして未来への戦略計画を構築するために>

- (1)神戸の生態文化を生かしたマスタープランの実践のプログラムを作る。
- (2)神戸のマスタープランを時代の変化の対応できる修正型の柔軟な構造とする。
- (3)神戸のマスタープランは本質的長期課題と緊急短期課題との調整力を持つ。

未来都市づくりへの方法



クリエイティブな人々の魅力

2012/9/29

1.<人を思いやるころ>を持つ

「人間を最優先」をめざし、多様な市民（年令・男女・弱者。国籍・・・）、外来者（通勤・買い物・観光・出張・学会・・・）などの動向を詳細に観察し、その実態を把握した複数の観点から都市を思い描き、望ましい本質的な解決策を想定し、具体的なニーズや潜在的なニーズに応えている。

2.<総合的な思考体系>を持つ

「インテグレイティブな思考」をめざし、複雑な問題の中で際立った部分、相反する部分を、もれなく把握し分析・考察し、既存のしくみを大幅に改善しつつ、まったく新しい解決策を創出する能力を発揮している。

3.<夢を持ちつづける意志>を持つ

未来を見る「楽観的解決志向」をめざし、厳しい制約を乗り越えて、より良い解決策を一つ一つ解決している。

4.<実験を積み重ねる実践力>を持つ

「新しい方向に向う創造的な方法」を模索し、制約を徹底的に調査し乗り越える仮説実験を繰り返しておこなっている。

5.<複数の専門領域と協調する能力>を持つ

「学際的に協力しあう集団」が、複雑性が増した問題や課題を協調して解決している。

6.<地域社会と、地球社会に貢献する意志>を持つ。

世界に開かれたグローバルネットワークを持ち、地域社会に貢献する意志を持っている。51-2

| ①大項目 | ②中項目 | ③委員意見 | ④③に対する参考人・委員の意見 |
|----------|-----------|---|--|
| まちづくり・交通 | 里づくり事業 | <ul style="list-style-type: none"> 里づくりは次のステージにかかる時と感じる。都市と農村の一体化は同感だが、どこも人材が大きなき課題となっている。 | <ul style="list-style-type: none"> ④③に④③に対する参考人・委員の意見 <ul style="list-style-type: none"> 一番最初に里づくりを行なった野中地区で再度調査を始めた。20年経ってみると、里づくり協議会の8割の人が交代していた。人材は常に変化する前提で、次の人材を養成しなければいけない。参加型で新・旧構成員が一緒に体験するプログラムが必要である。 |
| | コンビニの影響 | <ul style="list-style-type: none"> まさにコンビニなど東京の資本が入って、神戸の独特な感じが薄れていっていると感じる。高いテナント料を払ってくれるところに貸している結果と思われるが、悩ましい問題である。 | <ul style="list-style-type: none"> コンビニは自己発展して、個人商店がついていていない。何よりも地域商業サービスの形成には、人が住むことが重要であり、空き家の増加と同じ問題である。 |
| | 茅葺屋根民家の活用 | <ul style="list-style-type: none"> 農村の茅葺屋根民家の活用が広がればいい。 | <ul style="list-style-type: none"> 神戸の茅葺屋根の数は25年間で約1,200棟から約700棟減っている。茅の収集と技術の調達がポイント。茅葺民家が好きな人を全国から集め、借地・借家で住んでもらうことが重要である。 |
| | 法規制 | <ul style="list-style-type: none"> 現実には何事も法規制が厳しい。法整備が必要。 | <ul style="list-style-type: none"> 人と自然との共生ゾーン条例は画期的だった。様々な法規制の改正がなぜ無理なのかの議論をすべき、理由を突き詰めるべき。 法制度については、法改正の提言もできる。何がネックになっっているか具体的な提言をしてもらい、変えていきたい。条例改正できるものは条例改正で対応すればよい。 |
| | 都心の整備 | <ul style="list-style-type: none"> 新神戸から神戸空港までの都心エリアの再整備は、神戸の素地を生かして、神戸の魅力をソフト的に発信できるという観点が必要である。 | <ul style="list-style-type: none"> 三ノ宮駅をどう位置付けるかが課題。元町駅と神戸駅も合わせて考えらるべき。例えば三ノ宮駅と元町駅をつないで一体化するとうようなことも考えられる。南北の動きのシミュレーションを徹底することも必要。また、駅と停車場で異なる法的規制の枠内でやれば限界が出てくる。整理して法的規制を崩していかないといけない。地下の駐車場の活用という視点も必要。都市全体を立体的に、断面的に考えることが重要だ。 |

| ①大項目 | ②中項目 | ③委員意見 | ④③に対する参考人・委員の意見 |
|----------|-------------|--|---|
| まちづくり・交通 | まちづくりのコンセプト | <p>・機上通の南への一方通行に歩道を広げる計画があるが、歩行者が増えるわけでもなく目的が不明だ。例えば、今神戸にはない土産物屋を集約するなど観光気分が味わえる名物通りにするために歩道を広げるといふようなコンセプトを持つべきだ。</p> | <p>・まちづくりの到達目標は持つべき。同時に環境整備で新たなサービスを受けられるようにしないといけない。将来の可能性と歩道拡幅を結びつけるストリークが必要だろうと思う。三宮中央通りも当初フルモールを提案した。最終的にはダメだったが、将来フルモールが可能のように整備をしている。</p> <p>・神戸ビープが食べられるストリートにするのも一案である。</p> |
| | 総合的な交通体系の整備 | <p>・総合的な交通体系としては、LRTもまちづくりの大きな絵の中のコンセプトが必要。魅力をつくるという視点だけでなく、生活の足を守る視点を忘れてはいけないのではないか。</p> | <p>・交通体系の整備は最大の課題である。空き家ができて背景には、交通の便で住みにくいことがある。交通のネットワークを理由にしたものが多い。しかし、その一方では歩くこともしてもらわないといけない。歩けるまちにすることが必要だが、神戸は坂が多い。坂バスもいい。誰でも交通手段を選べる。インクルーシブなデザインでネットワークを形成し、コミュニティ単位で結びつけることが早急な課題。交通体系の整備は行政の仕事である。</p> |
| | まちの変遷の把握 | <p>・かつて商店街としてにぎわった兵庫大仏の前の道を、兵庫津の道として復活を目指したことがあるが、なかなか難しかった。要は救えるまちなをどうするか、救えないまちなをどうするか、歴史を検証しながら検討する必要がある。</p> | <p>・当時、将来の交通計画の議論はあったはずであるし、記録も残っているのではないか。住まう人のことをどう議論していたかが鍵である。</p> <p>・以前、市街地整備のための環境カルテというのがあった。まちの人間ドックみたいなのであり改訂すべきだろう。</p> <p>・環境カルテは昔、改訂していた。都市は生き物であり、復活させないといけない。</p> |

| ①大項目 | ②中項目 | ③委員意見 | ④③に対する参考人・委員の意見 |
|----------------|----------------------|---|---|
| すまい・コミュニティ・商店街 | 商店街の再生 | <ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティは30年経つとバラバラになる。まぢを見るのに人の年齢で例えてみると、銀座を40代とすると、新開地は60かその上くらいか、ある商店街は70になっている。再生するには行政が予算をつぎ込んで根本的にやり直す必要がある。 ・そこに強制力がある政策が打てるかどうかである。例えば、買い取ってリニューアルする。かなりの財政力があるが、考えないといけないのではないが。 ・所有権と利用権をどう分けることができるか。再開発の手法として、商店街でも活用できればいいのではないが。 | <p>④③に対する参考人・委員の意見</p> <p>これからは選ばれるところ、選ばれる暮らし、選ばれる住まい、選択の時代になっていく。神戸には、今約10万戸の空き家、実際は約13万戸あるのではないかと報告を受けている。その実態を把握していく必要がある。選ばれる場所と消えていくところが顕著に出てくる。その中で神戸は生きていかなければならない。もうひとつの課題は魅力的な住まい、環境がない都市は消えていく。行政がどれだけ魅力的な住まいと環境を提供できるか。これが大きな鍵だと思う。商店街にはどれだけ住まう環境を提供できるかが大きな鍵。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗、空き家の実態把握の必要がある。 ・これからは所有することよりも活用することが重要だ。そのため組織を作り、空き地や空き家を活性化させる、そういう時代が来ると考える。 <p>熟成した都市では共同で財産を守る努力をしている。個人ではなかなか守れない。神戸にもそういうノウハウがあるはずだ。</p> |
| | 中央区の人口増（タワーマンションの問題） | <ul style="list-style-type: none"> ・中央区の人口が急増している。その要因をつかみきれない。人が集まる魅力をつかむ努力が必要である。一方、乱開発的なタワーマンションの問題も提起されており、顔が見えない人口が増えている。これを解決しないと、都心の再整備に対する誘導策が見えてこない。 | <ul style="list-style-type: none"> ・中央区に人口が増えているのはチャンスである。民間投資で、年をとり将来、身体が不自由になるからと移動されている方が増えているのかもしれない。若者も来ているだろう。常に最新情報を集める方策を検討する必要がある。また、人との関係が希薄になっており、居住者をいかにまちに出すかが重要である。人がまちを歩くところから復活させないと都市は再生できない。一方で歩くところも多様な選択肢があることが重要だ。 ・完全な方法はみつからない。とにかくやってみること。不動産業者を仲間に入れること。空き家・空き地の実態と需要・供給の情報を共有することで、新たな職能ができる。 |
| | 高齢化への対応策 | <ul style="list-style-type: none"> ・鶴甲も高齢化が進んでいる。舞多間で同じ轍を踏まないような工夫があるのか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ガーデンシティ舞多間 みついでプロジェクトでは過密・狭小な住宅は問題を残すだけでなく、土地を売却する時に分割させないようにした。ポイントは世代が循環すること。そのため不動産屋も入ってもらい住み替えネットワークを作った。また、住宅だけではなく、医療や商業などの機能も持つことができてきた。まちをつくることも重要だ。 ・ニュータウンもそうだが、空き家をどう活用するか。道路や水道などの都市の基盤は神戸市の財産である。うまく再生する手法を開発しなければならない。 |

| | | | |
|--------------------|-------|---|--|
| ①大項目 | ②中項目 | ③委員意見 | ④③に対する参考人・委員の意見 |
| すまい・コミュニ ティ・商店街 | 空き家対策 | <p>・空き家をリノベーションする仕組みができたが、買う人の目線がない。ソフト面のインセンティブが必要ではないか。</p> | <p>・空き家に住みたい人をネットで集め、リノベーションしてくれる人とマッチングする。リノベーターというような職能を生み出す。プリミティブなことも分かりやすくルール化する。空き家や空き地は神戸を甦えらせる財産である。</p> |

| ①大項目 | ②中項目 | ③委員意見 | ④③に対する参考人・委員の意見 |
|------|-------------------|---|--|
| | ウォーターフロントの 捉え方 | <ul style="list-style-type: none"> 海空間を捉え直す、というのは市がウォーターフロントでやろうとしているのと違う中身があるのか。 | <ul style="list-style-type: none"> 海は海岸線から見る風景と海に出て船から見る風景とは全く違う。文科省科研の瀬戸内海研究の時、水上警察から入ると排除されたことがあるが、国の法的規制の状況も変わってきて、海も使えるようになり始めた。海と陸を行き来できることが大切。関空とをつなぐ直線交通だけでなく、それを越えた沿岸都市とのネットワークが生まれることは夢ではない。 海空間をどう利用するか、今、海には直接出れない。出口がほとんどない。どうしたら気軽に出来るか、システムはどうしたらいいか、議論しないといけない。 |
| | クルージング | <ul style="list-style-type: none"> 瀬戸内海を活用したまちづくり、神戸港のクルージングを産業に結びつけられないか。 | <ul style="list-style-type: none"> ソーラーを生かして、小さな船で、神戸を母港に海外からも来てもらうことも考えられる。瀬戸内海のような多島海は世界的にもない。子供に来てもらうと、神戸で学びたい、住みたいということにつながる。シドニー、ハルシンキやロンドンでは船で通勤できる。シートアクシーやシーバスなど、交通手段を選択できる仕組みがある。季節限定でもよいのでこういう仕組みがあれば面白い。 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> 海を使ったまちづくり、地下鉄海岸線沿いの空き地を利用して、船を係留できるまちづくりができていいか。芦屋マリナーのように富裕層ではなく、リタイアした人が住めるくらいがいい。 | <ul style="list-style-type: none"> 独占的でなく、多くの市民が多様な関わり方ができる場所、例えば兵庫運河は1つのモデルになりうる。 兵庫運河は、和田岬線で行き来ができない。また、プッシュャーボートのようなものは地域の抵抗もある。シガッタと屋形船がある程度なのが現実。 漁業関係者とレジャーの人々をどうつなぐかが鍵。 駒ヶ林の南側もいい。 須磨のヨットハーバーの東側に、ナナ・ファームがある。その周辺ににぎわいづくりができるのではないか。 兵庫・長田には防潮堤がある。南北の人の相互交通も乏しい。意識を変えなければならない。 兵庫・長田は狭小宅地など変えなければならない環境がある。やり続けなければいけない宿題である。 |
| | 里海プロジェクト | <ul style="list-style-type: none"> 広島ではかきで海をきれいにする里海プロジェクトがある。海苔の養殖など、神戸でもできないか。 | <ul style="list-style-type: none"> 里海・里山の保全是国土を維持・管理し、安全と安心を提供する役割がある。それに対して私たちは代償を払う義務がある。 |

| ①大項目 | ②中項目 | ③委員意見 | ④③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|---------------|---|--|
| 産業・観光 | 新たな産業構造 | <p>・産業が発生して、人々が生活をしていく糧を求めてまちができた。神戸が熟成したまちであると考えたと、未来都市の創造に向けて人々が生きていくためには、新しい産業構造を検討すべきではないか。</p> | <p>④③ ④③に対する参考人・委員の意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新しい魅力、新しい生業をつくっていくかなければならぬ。それをどこから借りてつくるのか、神戸の経験を土台にして、神戸の底力を生かしながらやっていくのかは大きな違いがある。東京一極集中はしばらく続く。そこからおこぼれを貰う時代ではない。 ・神戸で住みたい人の受皿を準備すること、すなわち働くところが必要。新しい産業を興さなければならぬ。先は見えないが、人によって全て生まれる。神戸には72,000人の学生が学んでいるが、神戸になかなか定着してくれない。人材はほとんど外に出ていく。彼らが神戸に住みたい、働きたいと思ってくれたとすれば、神戸の力はもっと新しい時代を持つだろう。 ・神戸独自のものを引き出せばいいが、震災後20年は努力する余裕がなかった。モダン、ハイカラ、ハイセンス、1910～1930年代に生まれたものは今でも話題になる。ケーキ、神戸ビーフ…。その後、新しいものが生まれていないのではないか。新しいものを生み出すチャンスが来ている。 |
| | SL及び鉄道博物館 | <p>・和田岬線はSLを走らせたらどうか。JRの鷹取工場の歴史で、鉄道博物館をつくれないうか。川崎重工の兵庫工場では新幹線が製造され出荷されている。それらをストリートにしたらどうか。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・兵庫運河は、丸太を乾燥させるための場所であった。兵庫工場には明治・大正時代の車など神戸にしかない財産がある。企業にも参画していただける要素がある。 |
| | 体験型の施設を（異人館等） | <p>・まちづくりには体験型が必要ではないか。例えば、活用されていない産業遺産を見つめ直し、観光資源にしていく。異人館も海外の本物とは違いうから、体験型としたらどうか。</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・青少年科学館やファッション美術館、KIIITO、市立博物館、ゆかりの美術館、小磯美術館などの神戸のストックがバラバラなのは残念。それらをネットワークすることが重要である。 ・異人館も海外の人から見れば見世物のバンガローと思われているかもしれない。異人館を生かす最たるものは、そこに実際に住んで、活用して、現代に生きる神戸のライフスタイルとしてみんなに見てもらいたいことだ。 |

第5回未来都市創造に関する特別委員会 開催概要

- 1 日 時 平成26年9月4日(木) 10時02分～15時06分
〔休憩 12時06分～13時03分〕
- 2 場 所 第4委員会室
- 3 出席者 吉田委員長, かわなみ副委員長, 平木理事, 沖久理事, 梅田理事, 森本理事, 川原田委員, 岩田委員, 堂下委員, 浜崎委員, 石丸委員, 平野(昌)委員, 味口委員, 上原委員, あわはら委員(欠席者なし)
田中まこ氏(参考人)

4 主な内容

(1)参考人意見聴取

○都心の魅力について

- ・「住みたいまちとしての魅力」について, ランキングは様々だが, 理由が挙げられているのを見ると, 日常の生活に便利だから, 交通の便がよいから, 商業施設や公共施設が充実しているから, 安全・安心感があるからというのが要素として大きいのがわかる。高級感がある, おしゃれ, 町並みがきれいというのもそれぞれは低い, 理由としてある。子育てしやすいというのは意外と低い。
- ・「訪れたいまちとしての魅力」については, 神戸は外国人に物すごくお勧めではないが, 港町で, 震災から復興したまちとしてお勧めというのがある。
- ・「美しいまちとしての魅力」については, 要素として, 重要伝統的建造物がある美しさ, 都市のデザインや景観が優れている美しさ, 自然が豊かである美しさがある。1つ目は, 伝統的建造物群保存地区の制度で, 86市町村106地区がある中で, 市内では, 北野町山本通が選定されている。その他, 国宝の太山寺本堂を初め, 旧ハンター邸, 旧ハッサム邸, 旧トーマス邸など文化財に指定されている建物が数多くある。2つ目は, 都市環境が優れた地区並びに高い水準の都市空間デザインが行われている地区として, 国土交通省の都市景観大賞審査委員会が選定した都市景観100選の中に, 市内では旧居留地地区とハーバーランド地区がある。「美しいまちなみ賞」の特別賞に弓木町4丁目地区が, 「都市景観大賞」の都市空間部門大賞にガーデンシティ舞多間みつつけプロジェクトがそれぞれ受賞している。ゴルフ場だった地形の生かし方が大変高く評価されている。平成20年には, ユネスコの創造都市ネットワークのデザイン都市に認定された。3つ目は, 神戸は市街地, 都心部が海と山の近くにあるのが魅力と言う方が圧倒的に多い。市民1人当たりの公園面積

も政令指定都市中、最も高い水準である。区別では西区が最も広く、灘区が最も狭い。

- 「楽しいまちとしての魅力」については、レジャーでは、王子動物園が全国の動物園の中で4位だった。アンパンマンミュージアムは日本中にあるが、その中で神戸は横浜に次いで2位だった。映画は、都道府県別のデータでいえば1位が福岡県で、兵庫県は20位だった。スポーツでは、人口100万人当たりのスポーツ施設の総数で兵庫県は41位。ただし、東京が最下位であるように、人口密度が高い都市部を抱えていると下位になる。飲食では、人口千人当たりの飲食店数は、沖縄が断トツの1位で、兵庫県は13位。総数では6位であった。買い物では、日本百貨店協会の数字で、10都市中、神戸は7位であった。百貨店・総合スーパーの数では神戸は5位だった。
- 「働きたいまちとしての魅力」について、雇用情勢では、完全失業率が全国平均より高く、就業率で低いというデータがある。仕事に就きたい、働きたいと思っている人が思い通りの仕事に就けていないのが何となく見えてくる。就業者総数では都道府県別で兵庫県は8位だった。一方、市外で働いたり学校に通っている人の比率は夜間人口の12%で、ベッドタウンと言われているのに意外と低い。

○神戸の都心の魅力について

- 「ウォーターフロントエリア」は、港町神戸ならではのエリアで、魅力は、①市街地から近いこと、②客船や遊覧船、レストランシップなどいろんな船舶を見たり、またそれに乗ることができること、③海が内海で穏やかなので、すぐ水際までほぼ1年を通して行けること、④ウォーターフロントからの夜景が美しい、ウォーターフロント自体、そして見えるまちの夜景、どちらも美しいこと、⑤ハーバーランドについては商業施設が多いこと、⑥メリケンパークについてはホテルが多いこと、⑦ポートタワーや海洋博物館などの神戸のランドマークがあること、⑧神戸らしい近代建築（神戸税関、デザインクリエイティブセンターなど）が多いことであり、問題は、①国道2号線に分断されていて近く感じられない、町並みの一部になっていない、②ハーバーランド以外は商業施設が逆に少ないこと、③ハーバーランド以外は夜景を楽しむ場所が観光スポットになっていないこと、④市街地から近いが、駅から中途半端な距離だということ、特に三宮駅・元町駅から遠いこと、⑤遠方からの観光客を誘致するイベントが花火以外にはほぼないこと、⑥ハーバーランド以外は冬が寒く、夏は暑い、⑦最も有名なポートタワー周辺がおしゃれではないこと、

⑧ハーバーランド以外は観光客が散策できるように整備されていないこと、⑨旧居留地や南京町から近いが、どちらも夜が早いと、暗くて寂しい印象を与えること、⑩エリアが具体的にどこからどこまでなのかがわかりづらいこと、⑪ハーバーランドはにぎわうようになってきたが、港ならではの店舗が少ないことである。

・「三宮」は、本当の意味での神戸の玄関口で、
魅力は、①抜群のアクセスのよさ、②地下と地上と連絡橋を入れると3層になっていて、数多くの商業施設が広がっていること、③高架下や路地などに探検したくなる感があること、④まちが大きい割には徒歩圏内に人気の店舗があること、⑤宿泊施設が多いこと、⑥東西南北がわかりやすいことであり、
問題は、①表記が少なく観光客にはわかりづらいこと、②インフォメーションがわかりづらいこと、③駅自体がおしゃれな景観ではないこと、④神戸らしさや港町を感じさせる景観がないこと、⑤店舗の閉店時間が早過ぎて、ナイトスポットが少ないこと、⑥神戸ならではのグルメが楽しめる地域がないこと、⑦市役所の展望ロビー以外で海と山の近さを感じられる場所がないこと、⑧駅周辺に夜景を楽しむ場所やロマンチックな場所がないこと、⑨タクシーの運転手が観光地らしくないことである。

・「元町」は、おしゃれな神戸を感じる町並みで、
魅力は、①旧居留地や南京町、トアロードなど神戸らしい景観があること、②国際都市であることを肌で感じられること、③おしゃれなショップが多いこと、④旧居留地は電柱やガードレールがなく、美しい上に歩きやすいこと、⑤街路樹や街灯などが大変おしゃれになっていること、⑥南の乙仲通や北のトアウエストなど、若者に特に人気のスポットが位置していること、⑦市民と観光客のどちらも楽しめるエリアになっていることであり、
問題は、①店舗の閉店時間が早く、夜8時を過ぎると人けがなくなること、②週末・祝日は逆に車で来る買い物客が多くて道が混んでいること、③元町商店街のにぎわいが3丁目ぐらいまでしかないこと、④海が近いことを感じられないことである。

・「北野」は、観光客が求めるエキゾチックな神戸の町並みが多く、
魅力は、①異人館がたくさん並んでいてエキゾチックであること、②坂道があって見晴らしがよいこと、③路地が魅力的であること、④道路標識がおしゃれであること、⑤国際色豊かな飲食店や食料品店があること、⑥ジャズのライブハウスが徒歩圏内に数多くあること、⑦大型車両が走っていないので、ゆっくり散策できること、⑧北野坂は街路樹がとても美しいことであり、
問題は、①店舗の閉店時間が早いこと、②店舗の入れかわりが意外と激しい、閉店

しているお店が結構あること、③異人館への呼び込みがちょっと度を越していること、④神戸のイメージに合わない土産屋があること、⑤三宮から歩くには遠いこと、⑥車で来る人にはなかなか不親切であること、⑦観光客が多い割にはホテルが少ないことである。

- その他、神戸の都心は、魅力は、①リピーターが多いこと、②個人で来る観光客が多く、自分のペースで観光を楽しめること、③市民と観光客が同じように休日を過ごせることであり、問題は、①オンリーワンの観光スポットがないこと、②芸術に触れる施設が少ないことである。

○神戸への提案について

- 多くの日本人が、神戸は「おしゃれ」「洗練されている」「ロマンチック」「食事やデザートがおいしい」というイメージを持っているが、本当に神戸市民の大半は、他都市に比べておしゃれな格好をして、グルメな食生活をしていると言えるだろうか。市民に意識を高めてもらえる方法はないだろうか。
- 神戸のイメージは全国的によいが、例えばスイーツやファッションなどは、実際には東京や大阪に比べると店舗数も少なく、商品にも大きな差はない。旅行代理店が「神戸は観光のパッケージにしづらい」と口を揃えるのは、その辺が理由なのではないか。
- しかしながら、「おとな旅・神戸」の旅行商品は価格が高くて人気もあり、むしろ高い方が早く売れ、即日完売のものが多い。売れる理由などをもっと理解した上で、神戸の観光を考えていけばいいのではないか。バスで大勢ではなく、少人数のパッケージをつくと物すごく人気が高い。
- 神戸発のブランドは、人気が出てくると東京がメインの市場になってしまい、東京に進出して神戸のイメージがなくなってしまう。神戸ブランドをどう守っていけばよいか。
- 住みよいまちが訪れたいまちであれば、むしろ芦屋や西宮の方が訪れたいまちになってしまう。芦屋や西宮の観光客が神戸より多いといえないことからすると、まずはにぎわいの創出を図ることが重要ではないか。
- 神戸に欠けているのは、札幌の薄野や福岡の中州のような夜遅くまで地元のグルメが楽しめる繁華街がないこと。夜遅くまで開いているところがあるといい。
- 日本を訪れる海外からの観光客はフィッシュマーケットが大好き。魚がいっぱい積んであって声が飛び交って人が多いところを望まれており、都心に持ってこれないだろうか。

- 映像制作者の男性陣に人気があるのが断トツで「昼網」。東京の人は聞いたこともない言葉である。昼網と例えば神戸ビーフの両方が味わえるスポットかエリアを例えば都心につくれないか。場所は、突堤は広すぎると言われたが、水が見えるところが楽しいのではないか。
- しまなみ海道に今、サイクリストたちが各国から集まっているように、昼間の神戸を観光客に味わっていただく新たなアイデアを考えられないだろうか。例えば、ポートアイランドに行くために通る繁華街の位置づけで都心のにぎわい創出になっていくのではないか。
- アジアや日本の女性に人気があるおしゃれなカフェや雑貨屋を神戸らしい景観と捉えて観光につなげていけないだろうか。世界共通語の「かわいい」を神戸から特にアジアを中心に発信していく。そのために観光客が楽しめるものをプラス α の要素として組み込むキャンペーンをしていけたらいいのではないか。何か工夫できる余地があるのではないか。
- 最近、都心部に高層マンションが増えていて、1つの魅力であるが、観光イベントや映画の撮影など、住宅があることが誘致や集客の弊害になるケースもあり、今後、整理をしていけないか。
- ブランド総合研究所のデータで、72の項目を総合して魅力度をランキングしているが、1,047の市町村・都道府県の中で、神戸は前年から順位を落としているものの平成25年は8位だった。他の地域では、まず名前を知ってもらうのにどれだけエネルギーを費やしているか、その苦勞がない神戸がうらやましいと聞いた。神戸はすばらしいまちというイメージになっている。そういうまちは全国でも少ないので、壊すことがないようにしたい。

(2) 質疑応答及び討議のまとめ

別紙「討議のまとめ」のとおり



| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ④に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-------------------------------|---|--|
| まちづくり | デザイン都市 | <ul style="list-style-type: none"> ・何も言わなくともデザイン都市として認められているベルリンと、一所懸命謳わないといけない神戸市との違いは、まちづくりにあるのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・降り立った駅や駅前広場が神戸を感じられるものであれば、それだけでワクワク感を感じられる。結局はイメージだと思うので、何が神戸らしさなのかを反映できるようなまちづくりができればよい。 |
| | <p>まちなみ</p> <p>都心と都心以外のまち</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・JR、阪急の線路で昼のまちと夜のまちが分断されている。ウォーターフロントについても国道2号で分断されている。それを克服しないと昼のまちと夜のまちの一体化は難しい。 ・生田新道は震災の頃アジアの屋台街になり、人がにぎわっていた。あやしいまちの方が人が集まるといこともあるので、そういうまちの使い方も考えたい。 | <ul style="list-style-type: none"> ・おしゃれで洗練されたまちなみが神戸であり、それに慣れて来る人にとっては、分断されている方がいいというケースもあるのではないか。 ・ウォーターフロントについては、市街地の道の1つは、夜遅くても店が多くあってにぎわっていて、女性だけで歩いても安全な道というのができればよい。 ・ごちゃごちゃしているところが全くないまちは魅力がない。ごちゃごちゃしたところ、静かなところが、どちらの観光客のニーズにも応えられるまちが理想ではないか。 |
| | <p>都心と都心以外のまち</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸の魅力が都心に集中させているのはいいのかわ。まちの歴史や特色を生かして三宮だけの観光ではなく、三宮をハブとして都心以外にも展開していきけるようにすべき。 ・観光客にとつての都心と住んでいる人、働いている人にとつての都心は方向性は違うのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・もうハブになっていて、ただし、交通の便がいいだけでは意味がなくて、何か目的をそこにつくってあげない限り、あえて都心に来ないのではないか。 ・中央区、三宮だけでなく、他の地域にもその地域ならではの良さがある。 ・日本一のベッドタウンという方針をメインにして売り出すという方法もいいが、人口が減少している状況の中、観光や文化振興は外せないところである。 |
| | <p>路地の魅力</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸の路地は路地それぞれに特徴があって、本来のそのまちの良さというのが表れているのではないか。神戸の路地裏の良さ、路地裏の雰囲気や味わってもらえるような、韓国の「オルシ」のような企画をしてはどうか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・いいアイデア。路地裏など風情があるものを取り除くことが、まちを美しくするものではない。風情があると感じられるものはぜひ残していただきたいし、同時に神戸ならではの洗練されたまちを大胆な発想でつくることも頑張してほしい。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-----------|---|---|
| 海 | <p>魚網</p> | <p>・神戸では魚網は当たり前であり、魚網という言葉も普通に使われているが、他の都市にはない。なのに神戸にはフィッシュマーケットがない。現在のウオーターフロントと魚市場とのイメージが合わないのが原因ではないか。</p> | <p>・銀座と築地が隣り同士でも違和感がない例があるように、神戸でも市街地と市場的なものが隣り合わせでも違和感がないと思うが、ポートタワー周辺に新たに魚市場となると、そこに漁船が着いていないのでなかなかイメージは出てこない。</p> <p>・垂水漁港に行ったことがあるが、そこには佃煮など加工されたものしかなかった。非常にもったいなく感じる。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|--------------|--|---|
| 産業・観光 | タクシー | <ul style="list-style-type: none"> 一定のサービス水準を満たすタクシー会社に「観光タクシー」のステッカーを配付し、観光客にはそのタクシーを利用されるようにすべき。 運転手のサービス精神によるところもあるので、マイスターのような認定ができればいい。 | <ul style="list-style-type: none"> 観光タクシーについては、一般と乗り場を分けるなど目に見える形で誘導できればいい。 一定の水準を誰が決めるのかというところさえクリアできればいいのではないか。 観光タクシーには、観光客が必要としている情報（観光情報やグルメ情報など）をタクシー車内に乗せてもらい、乗客に情報提供できるようにすればいい。 |
| | 案内・サイン | <ul style="list-style-type: none"> 神戸は山側と海側があり、方向が分かりやすい。住んでいる側からするとそれは当たり前すぎて、うまく観光客に説明できていないのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> 神戸は非常にコンパクトなまちで最小限の移動で行きたいところに行ける。 商店街がアーケードになっているところが多く、一度商店街の中に入ってしまうと、そこからランドマークが見えなくなり、方向が分かりづらくなる。今後、アーケードをつくる際には、アーケードを透明にする、天井に方向が分かりやすい表示を工夫するなど観光客に方向が分かりやすくなること大 |
| | コンビニ・ドラッグストア | <ul style="list-style-type: none"> 今の神戸は光と影がなくなりつつあると感じる。観光スポット付近にもコンビニができてきている。神戸らしさでにぎわいを創出するという意味で、神戸らしい商売やレストランなどが発展するための方策はないか。 | <ul style="list-style-type: none"> 道路標識についても、管理者が違つたためか標識のデザインが統一されていないと分かりにくい。 道案内の標識について、途中でやめるのではなく、ちゃんと目的地に着くまで標識を立てるべき。 英語表記についても少なすぎ。 (店が早く閉まってしまうために) コンビニやドラッグストアを求めている人たちが、このまちにいるということを考えないといけない。 夜のにぎわいをつくるのにチェーン店があってもよいと思うが、ただ何も考えなしに住宅地などにどんどんつくるのはやめてほしい。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|--------|--|--|
| 産業・観光 | ファッション | <p>・神戸独自のおしゃれさというものが、失われてきているのではないか。</p> <p>・神戸のまちは、昔は仕立て屋さんか数多くあった。また、最近では回帰志向でオーダーメイドのスーツの仕立ての仕事も増えてきているとのことである。</p> | <p>④ ③に対する参考人・委員の意見</p> <p>・ファッションというのは着こなしの部分だと思ふ。流行っているものを購入するのは世界中どこでもできるが、それをどうやって着こなして自分を表現するかが、それをどうやうに神戸らしさがあったりするのだからと思う。神戸のファッションセンスはちゃんと残っている。</p> <p>・神戸には若い男性専門のチェーン店ではないブティックが数多くあって、それが商売として成立している。そんなまちはめったにない。仕立て屋さんについても「おとな旅・神戸」でも注目が集まってきている。</p> |

第6回未来都市創造に関する特別委員会 開催概要

- 1 日 時 平成26年11月6日(木) 10時01分～14時54分
〔休憩 12時02分～13時00分〕
- 2 場 所 第4委員会室
- 3 出席者 吉田委員長, かわなみ副委員長, 平木理事, 沖久理事, 梅田理事, 森本理事, 川原田委員, 岩田委員, 堂下委員, 浜崎委員, 石丸委員, 平野(昌)委員, 味口委員, 上原委員, あわはら委員(欠席者なし)
福岡壯治氏(参考人)

4 主な内容

(1)参考人意見聴取

○神戸電子専門学校について

- ・神戸電子専門学校は、創立が1958年であり、本年度で56周年を迎える。
- ・現在設置している学科は15学科で、これに加え、日本で職業教育を受けたい留学生の方に日本語を教育する日本語学科も設置している。
- ・入学定員は665名で全校生徒数は1,500名ほど。そのうちだいたい700名ぐらいが下宿者になる。
- ・生徒は主に西日本が中心であるが、大阪からはほとんど来ていない。兵庫県以西で広島市と福岡市以外の各地から来ており、沖縄からだけでも50名ほどの生徒がいる。
- ・日本で最も長い歴史を有するコンピューター分野の人材育成機関がこの神戸にあるということをご認識いただければと思う。
- ・私の入職時、20年ほど前になるが、情報処理学科、情報工学科、情報ビジネス学科があり、その後、建築、グラフィック、ゲームソフト、アニメ、サウンドなど様々なメディア系を中心とした学科を開設してきた。この間、開設した学科で閉じた学科はない。
- ・また、縦展開として、IT分野で3年制、4年制をつくり、その後、4年制の学生が更なる高度のIT人材を目指して学ぶ専門職大学院の神戸情報大学院大学を設置した。情報系の専門職大学院としては、国内2校目になる。
- ・さらに、昨年の秋からグローバルコースとして、英語のみでの授業でICT4D(ICT for D)という分野、DはDevelopmentで、アフリカを中心とした発展途上国の開発の問題解決をICTで行うための人材育成のコースを立ち上げている。昨年は

外国人3名でスタートし、今年は39名となり、国の施策と相まったこともあり、アフリカ、アフガニスタンを中心に政府職員を国の予算で受け入れて、人材の育成を行っている。

- 学科の設立と運営、整備に加え、全国の専門学校有力校が集まり、共通のカリキュラムや教材の開発を国の予算を活用して平成14年度から一昨年まで開発指導をさせていただいた。こういった中でコンピューター分野を中心とした数多くの若者のキャリアデザインに関わり、今もこれを継続している。
- 文科省の予算を活用して、カリキュラムの設計や開発を行っていく中で、教育のデザインというものがどういうものであるかが分かった。専門学校なので専門的な知識や技術を習得することも必要であるが、それと同時にどんな仕事をする上でも共通して必要な礎的な力、世間で言われる問題解決力とコミュニケーション力をどのようにして高めていくのかということに最も注力するようになった。
- 当校で毎年500～600名が卒業するが、極端な年は、その就職先は大阪が5割、東京が3割、神戸を含めた兵庫以西が2割である。国内のいろんな地域から来ていただいているにもかかわらず、出口が地元神戸でないことは大きな問題と捉えている。これは、当校に限らず神戸市内の大学も同じような状況であると伺っている。

○人口動態について

- 学校運営を行っていく中で、現在最も気になっていることが、人口減少である。国交省が出した国土の長期展望において、「2050年に市町村の6割が今の人口より半減し、その中で人口が増えるのは東・名・阪・沖縄の4か所だけである。」という報告に衝撃を受けた。我々高等教育機関においては、特に18歳を中心とした世代の人口動態について気になる立場であり、その人口動態によると、平成4年の200万人超をピークに徐々に下がっていき、現在は120万人あたりを推移して、中どまり状態になっている。専修学校の学生募集の状況からみても、現在は平穏期にあたる。ところが、2018年あたりからグッと下降していき、今から18年後には87万人まで人口が減少する。これは市場が3分の1ほどなくなってしまうということで、衝撃的な未来がすぐそこにあるということである。
- そうした中、福岡市は現在人口が増加している。ここには、有力校があることに加え、ゲームソフトメーカーの集積やWeb分野の企業が福岡で隆盛であり、福岡の人口増の原因はほぼこの分野ではないかというぐらい勢いがある。東京の優秀な技術者やクリエイターが福岡に移住するという話をよく聞く。また、福岡移住計画というのを官民挙げて進めてきており、これも人口増加の一因となっているように感

じる。

○ピーター・ドラッカー「5つの質問」について

- 若者が快活に働ける、生活できる、輝けるということを念頭において都市デザインをする際に私が参考にしたのが、ピーター・ドラッカー「5つの質問」である。絵を描くだけではなくて、それを色々な仕組みとして実装していく。都市のデザインは、デザインと実装がパックである。また、当然それを運用すること、実際にやってみて手直ししてPDCAを回していく。すなわち、都市デザインはマネジメントであると感じた。
- 「5つの質問」の1つ、「我々の顧客は誰か？」を考えたとき、行政にとっての顧客は、ニーズをウオッチする対象、神戸市の都市デザインを考えた場合、顧客は、神戸市民、旅行者、神戸移住予備軍と考える。
- 「顧客が認める価値は何か？」について、顧客である神戸市民、旅行者、移住予備軍について別々に考えるのではなくて、この3者が同心円上に共通して価値と見れるものからやっていくべきである。例えば、市民生活を楽しむ上でも家族に対して思うこと、もしくは自分が都市デザインをできる立場であれば設計の根幹に置きたいこと。それを表すとどうなるのか。精神的な充足を得うる地域生活だと考える。具体的には、五感をフルセンスで働かせ楽しめる環境、クリエイティビティ高き人の集積、イノベーティブな仕事による高収入、適度に非日常的な集約点がある。これらが揃うと生活的していても楽しいし、更に期待する人達が集まってくる。神戸は新たな産業をどんどん呼び起こせる、もしくはクリエイトできるようなまちになってほしい。

「適度に非日常的な集約点（たまり場、イベント）がある」については、具体的な施策について、デザイン都市創造会議で久元市長から「行政が行う都市デザインというのは、日常感あふれるものに終始しがちな傾向にある。でも、本当の都市の発展を考えると、非日常的なまちのにぎわいもデザインしていく必要があるのではないか。」との発言があった。そのとおりだと思う。

- 「我々の成果は何か？」について、家族と週末を過ごしたい生活圏を求めて20代から30代の優秀な人材が集まる。また、それを求める企業が移ってくる。例としては、オレゴン州ポートランド、コロラド州デンバー、サンフランシスコが挙げられる。どの土地も日々の生活が楽しい場所が移住のポイントとなっている。

「市民生活が最大限に魅力化され、それが呼び水となり観光客と移住者が増える」については、例えばニューヨークで観光地の引きになっているマジソンスクエアガ

ーデンやアポロシアターは、実は市民球場であり、市民劇場である。市民が実生活で楽しんでいるものが光輝いて観光客を呼び寄せる、それが新たな産業をわき起こし、企業の誘致にまで広がる。

○若者の集うまちについて

- 神戸モトマチ大学というのがあり、そこは神戸市民がよりよいまちづくりにつなげていこうとして、月に1、2回ほど毎回30~40名ほどが集まって開催している架空の大学である。そこでは、神戸が好きで神戸のために何か動きたいという人がたくさん来られるが、そういった人はたいてい40代オーバーで20代から30代前半の若い人がいない。快活な若者は神戸にも存在するが、そういった若者は、大阪で働いている例が多い。20代、30代前半の若者が地元で快活に働くという環境をつくっていくことが最も重要である。
 - 昨今のIT業界では、Webの中だけで完結するようなサービスが増えてきており、そういった企業はオフィスがいらなく、例えばネットカフェで起業ができてしまうような業態である。そういった企業を誘致するには、会社の誘致でなくて、優秀な技術者や面白いクリエイター個人を誘致することが世界的なトレンドとなっている。アメリカでは、シリコン・バレーからサンフランシスコに移ってきているが、どこでも仕事ができるので、住環境にこだわる住宅型オフィスが増えている。これまでの誘致策といえば、インキュベーションをつくる、家賃を補助するなど、企業に対してしてきているが、従来通りの企業誘致も並走した上で、新たに付加してやっていくのであれば、優秀な技術者や面白いクリエイター1人のアイデアによって何百人もの雇用を生み出すようなことがどんどん起こっているのだから、彼らを誘致することも必要となってくる。
 - リチャード・フロリダという思想家は、都市発展要素としてテクノロジー（技術）、タレント（才能）、トレランス（寛容性）の3つのキーを掲げている。寛容性ということを経済デザインの中にどう盛り込んでいくか、若者が夢を持てる産業をどう引き込むかがポイントとなっている。
 - デザイン都市創造会議の中で非日常的な集約点として提案していることであるが、例えば東遊園地を芝生化、イベントパーク化し、Wi-Fiの整備。あんないい場所はない。神戸は変わるというアイコン的な存在になると思う。東遊園地周辺にテナントビルを持っているオーナーにヒアリングをしてみると、価値が上がるのでぜひやってほしいという声が強かった。
- ニューヨークのブライアント・パークでは、Wi-Fiが整備されており、芝生に座

ってパソコンで仕事でしているのをよく見かける。その公園では、冬にはスケートリンク、そして全米オープンのテニスを誘致し、入場料を取り、その収益で上質なイベントが成り立つような試みをしている。市民が公園を活用し、まちを所有しているという感覚を持てるようなイベントをたくさんするという事を行政と一緒にやって市民団体が企画をしてイベントを起こして、儲けて、市民のにぎわいをつくらせている。このにぎわいによって、素晴らしいカフェがたくさんでき、こんなところで毎日仕事をしたいと思う、エンジニア、クリエイターがたくさん集まってきている。

- 都市のデザインをする際において顧客のセットは絶対やらないといけない。神戸はこんなところですが、町なかで音楽が鳴っている、町なかに面白そうな人がたくさん集まっているのが神戸です、市民は全員クリエイティビティ高いです、こういう市民を誘致しています、いろいろあるが、共通して、市民が心地よい、何が心地よいと思うのか。神戸市は人が来てほしいのか来てほしくないのか、はっきり分からないところがある。神戸はこういうまちだからこういう人に来てもらいましょう、こういうことを一緒に楽しんで、ということを確認に皆が認知しているということが若者がまちに対して期待を持てるということではないか。
- デザイン都市創造会議は年3回しかない。本当に市はデザイン都市としてやる気があるのか、またこれまでやってきたことの引き継ぎもない。そこで議論したことが生かされるのか本当に心配なところであるが、委員を受けたからにはとことんこだわって、誰をハッピーにするのか、その人達は何を価値として、何を心地よいと思うのか食い下がって答えを出していきたいと思う。

○音楽のまちについて

- ビジュアルのデザインは町なかでたくさんあふれており、労力と時間も投入されている。聴覚のデザインは他がやっていないのでここに力を入れていってはどうかと久元市長も言われており、全くの同感である。
- 神戸電子専門学校は 5.1ch サラウンドによる音像設計ではアジアで首位であり、例えば、教員がカンヌ映画祭でレッドカーペットを歩いた。学生が在校中にベルリン、ルカルノ、ベネチアの音楽祭・映画祭の正式招待を受けてレッドカーペットを歩いている。また、TBS制作のプラネタリウムでは、坂本龍一さんが作曲した音楽を音像設計（サラウンド化）した。
- 三宮駅舎建替えについては、大阪のようなことにはなってほしくない。グランフロントは音環境的に最低である。いいBGMが流れるという前に、ワンワンと人の雑

踏がまわって気持ちが悪い。サウンドデザインにより、人のざわざわしている声や響きが気持ちいいという状態をつくれる。ただ、少しコストがかかり、ノウハウの蓄積がいる。各ゼネコンには音響担当が必ずいて、そのノウハウを持っているが、クライアントがそこにお金をかけないので、できていない。神戸市内で今後市の施設をつくる際にはサウンドデザインを考えていくといいのではないか。

- 神戸の音といえば神戸は港町であり汽笛、これを聞けば神戸に来たなと感じられる。音響の効果は非常に高いものがあり、例えばJR三ノ宮駅に新快速、JR新神戸駅に新幹線が到着する度に汽笛を鳴らす。できれば本物の汽笛がいい。ラジコンボート用のスチームエンジンで蒸気機関車くらいの汽笛は鳴らせる。それぐらいのことを、市の特徴化を音でもってデザインするというのをやってみてもいいのではないか。ディズニーランドは音に大変お金をかけている。人の魅力を惹きつけるところは、映像はあたりまえで、音だということが分かっている。音の心地よさというのが、人を惹きつける重要な要素だ。耳は寝ていても使っている器官。そこを満足させる。非常に重要なポイント。
- 音楽のまち神戸を創る会という活動をしており、町なかで音楽を楽しめるような生活を送りたいと思って始めた。
- 神戸はジャズのまちと言われているが、若い人はジャズをあまり聴いていない。今風のジャズをつくっているのは京都であり、神戸でやっているジャズはジャズの中のクラシックである。ジャズ一つとってみても、その中に先進的なマインドを取り入れないと先進的なまちとは言えない。
- 神戸市民が好きな神戸の音楽は何だと考えると、ない。逆にいうと、みんなで決めていけばいい。いろんな音楽を聴いて、まちのターミナルで流れる音はこういうものがいいというのはみんなで決めていくべき。
- ダンスミュージックは全世界で大きな訴求力があり、市場性としてもたいへんなものがある。DJの世界最高年収は4年前のデータで55億円、アテネオリンピックのオープニングで起用されたDJである。ヨーロッパの航空会社のイメージキャラクターはDJが席捲しており、またプライベートジェットで移動するのもスポーツ選手よりDJの方が多い。東京オリンピックの開催期間中に風営法ダンス規制で都内のクラブを一斉摘発すると、全世界から総スカンを食らうであろう。
- 全世界共通で若者に人気があるサウンドムーブメントは、ダンスミュージックムーブメントである。
- 日本の音楽は世代の断絶が激しいと感じる。音楽の抽象度合いを高くすると祭囃子のような世代の断絶のない共通した太古から流れる音楽のリズムに回帰していくの

でないかと思う。例えばロックはバックビートであるが、阿波踊りはヘッドビートであり、また、現在世界的な潮流となるダンスミュージックもヘッドビートである。これはインドの宗教音楽からとされる向きもあるが、アジアの祭囃子から来ているのではと思う。

- ダンスミュージックを演奏する場合には、パイオニア製のミキサー、パイオニア製のCDプレイヤー、レコードプレーヤーはテクニクス製、音源はローランドのリズムマシン、である。そういう意味では、日本人がお金にしないといけないではないかと海外からよく言われている。世界的に有名なDJで日本人は2、3人といったところ。日本人がやってしかるべきだろうと思っている。この分野は、十分に巨大産業としてセットできる分野だと思っている。
- 非日常感を楽しむということでは、音楽、お酒が世界的なスタンダードで、それとパーティー。音楽イベントに限らず、市民生活のにぎわいとして満足感を得るトレンドとして、都市型の野外でどれだけ食事を楽しむかというのがある。例えば、夕日を楽しめるカフェが何店舗あるか、といったようなことが都市の価値、評価する指標になってくるのではないかと思う。
- ダンス文化としては、神戸は鹿鳴館時代から特に北野町界隈であり、パーティー文化と親和性が高いダンスミュージックが楽しまれてきた。音楽に触れて踊るということは、我々の想像以上に国際的にはカジュアルとなっている。神戸市民はもともとそういうことを理解して楽しんでいた。外国人が神戸の魅力のいいところをたくさんつくったと思うが、神戸を外国風にしたいというだけでなく、神戸住民と密接に交流して日本文化をとことん楽しんでいたと思う。神戸は、外国文化のゲートウェイであるとともに、外国人に対して日本文化を伝えることができる立場でないと国際都市として言えないのではないかと思う。
- 神戸電子専門学校では、毎年、地域感謝祭として夏祭りを行っている。櫓を建ててテクノ盆というイベントをやっている、これはテクノ音楽で盆踊りを踊るというもので、5年やっている。地域の年配のおじいさん、おばあさんも楽しみにしておられて、毎年踊っていただいている。日本の民謡で沖縄県以外、新曲が生まれていない。いろんな外国文化を取り込んだのはいいのだが、太古からある音楽に進化がないということ、自分たちのオリジナルの文化が進化してないことに問題があるように感じる。世代の断絶なくみんなで楽しむ、進化をさせていくということでテクノ盆という答えを出してやっている。できれば、神戸まつりのメインコンテンツに持っていければ、と考えている。

(2) 質疑応答及び討議のまとめ

別紙「討議のまとめ」のとおり



| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|---------|---|--|
| | 若者の就職 | <p>・就職で大阪や東京に行った人が、ある程度仕事を重ねて、神戸に戻ってくる動きはないのだろうか。学んだところで仕事をしたくないのか。</p> | <p>・アニメやゲームの分野でキャリアを積んだ人は、職場が地元でない。キャリアステップを捨てるか、両親の介護であるとか、リターンはポジティブな理由でない場合が多い。東京に先端産業、特にソフトウェア部門は集約している。ただ、ITがあらゆる産業と融合しているので、神戸で新しい起業が生まれてくれば、腕を發揮する流れはできる。</p> |
| IT | ITのまち | <p>・神戸のまちはIT化していない。見えてこない。アナログ。やるなら、「ITのまち」を宣言してやらないといけないのでは。</p> | <p>・地域ICT推進協議会(COPLI)が掲げていることを本気でやることが重要。神戸の市民がITを活用することをとことんやること。アメリカでは、自分たちの生活をいかに楽しくするかということに貪欲な人がいる。心地よいことを死ぬ気で追及する姿勢が彼の地のIT産業界にはあり、日本には抜け落ちている。年1回のITイベントよりもキーマンが集まるカフェやバーがあるだけでもいい。違う。拠点、サロンとなる場所をつくること。やってもいい。産官学で議論すること。 ・仕組みはいくらでもつくりようがある。何を実現したいのか、どうすれば心地よいのかを練り上げることが重要。そのためITの活用は欠かせない。都知事選でも話題になった、クラウドファンディング。1個人のアイデアがあれば、ネットに上げて、他人のお金で開発ができる。貴重な時間をかけて、何を集中してやるかが大事。ハッカーをいかに育て、集約するかが命題。</p> |
| | IT企業の誘致 | <p>・徳島で若いIT企業家の誘致に成功している限界集落がある。北区の大沢や淡河にも誘致できると思いますが、光ファイバーが通せないという。</p> | <p>・川沿いにWiFiが飛んでいる。川の中に足をつつこんで、PCを広げて仕事をしている写真でブームができた。沖繩ブームは、沖繩の特色として「色鮮やかに」と注文だけつけて、写真の破壊力を最大限に使った成果だと聞く。そういう動きを起すことができる力があるのがWeb。兵庫県下なら匹敵するところもあると思うが、神戸市内なら都心のど真ん中が合うのではないか。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-----------|--|--|
| | 医療産業都市とIT | <ul style="list-style-type: none"> 医療産業都市で、医師のニーズに合わせたシステム開発も含めて、機器づくりとソフトがあればという中で、神戸電子専門学校から起業の考えはないのか。 | <ul style="list-style-type: none"> 万歩計機能と睡眠時のレム・ノンレムを測定する機能がついたものを使っているが、日々の生活の質を上げるのに切っても切れないツールになっている。そういう実生活に近いところからやってみていい。 |
| | 市場・商店街とIT | <ul style="list-style-type: none"> 市場・商店街が疲弊している。ネットで外の市場、購買層と結びつけるような、コンピュータが使えないような店主でもできるようなプログラムを組んで指導できる人はいないものだろうか。 | <ul style="list-style-type: none"> 不得手なことはやらなくてよいのでは。二宮市場は再開発されずに残っていてほしい。こだわりの専門店が集まらないと通っていてつまらないし、安さや鮮度では負けてしまう。ブランディング企業というようにブランド力を上げてくれる人もいる。デザイナーもサバイバーをつかまえていっているのか、ネットしたデザイナーをつかまえてやればどうか。ネットを始めることは全国で売れることなので、まず商品力があることが大事。 |
| IT | ITと分かりやすさ | <ul style="list-style-type: none"> 長田でアジアサイトをやっているが、狭くてごちゃごちゃしている。例えば、磯上公園の向こうに3車線張って、屋台村にしたら、若者だけでなく楽しめる。市民の好みも違うので、ハードを並べて、スマホでどこに何があるかわかるようなことはできないか。 IT時代に付いていけないような高齢者を相手にして若者がやってももらえない仕掛けが必要ではないか。 行政の情報と民間の情報は錯綜しているので、ひとつにまとめるようなことを、若い人が神戸で起業して企画してほしい。 | <ul style="list-style-type: none"> 地域の全てのデータを集めることは難しいが、仕掛けをつくって、ボリューム感を持って把握することはできる。 機能を限定した携帯に似ていて、ワンタッチでサービスを受けられるようなものはできる。 |
| | 情報の受発信 | <ul style="list-style-type: none"> SNSを用いた情報の受発信については、量・質ともにレベルを高めていかなければいけない。 | <ul style="list-style-type: none"> 情報をアグレッジメントに編集をしていくものと、編集するまでもなくすでにある神戸にある強みの2つに分けて、戦術をとっていくべき。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-----------|--|--|
| 都心 | 東遊園地 | <p>・東遊園地の芝生化について、外国人はそれぞれ自由な振る舞いができるが、日本人はできるか。文化が違うのではないか。相当の時間がかかるのでは。神戸らしい仕掛けづくりがないか。</p> | <p>・神戸は上質な食材が広範囲から集まる場所だが、飲食店は地元食材にこだわらないまま。日本一の酒どころにもかかわらず、灘五郷の酒しか出さないところがやっとなってきた。地元の食材を集約するとして、ファーマーズマーケットを提案している。高級でなく、上質な食材。</p> |
| | K I I T O | <p>・東遊園地について、住民理解をもらいながら盛り上がる。K I I T O も近くに感じられるようになるのではないか。</p> | <p>・都市デザインに興味がある人なら、オレゴン州のポートランドに視察に行っている。州立大学のキャンパスが芝生の公園みたいになっていて、ファーマーズマーケットをやっている。たくさんの方が来て、ロックが流れていて、食事もおいしくワインもたしなんでいる。東遊園地はそういうイベントがいい。明石の陸橋の事故以降、民間イベントがやりにくくなったが、市民生活を楽しもうとすると積み重ねていかないといけない。</p> <p>・K I I T O は音の観点から人が集まるのには適さない。音響面の対策がなされていない。現状は音の不快感が大きく、集めるなら抜本的にやり替えないといけない。再考をお願いしたい。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|----------|---|---|
| | 都市宣言 | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸は、何々都市と打ち出すが、合意形成、市民の機運が必要で、打ち出して消えるものではない。機運の高め方、都市の打ち出し方は難しいものだ。 | <ul style="list-style-type: none"> ・機運を盛り上げるベクトルが大事。ファッション都市で、振興協会が「衣食住遊」をファッションだと掲げているが、「遊」が入っているのは素晴らしい組み合わせ。 |
| まちづくり | 公共空間の音環境 | <ul style="list-style-type: none"> ・国際会館でよしもと新喜劇が来たとき、外まで大きな音楽が流れている。まるで三宮が新喜劇のまじりのようだが、神戸のイメージではない。外に漏れないように規制できるのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・サウンドデザインが行き届いたまちは、たとえ上質なものであっても、ごちゃ混ぜになっていない。音を鳴らす前に、自然の残響、反響で気持ちの悪いところを無くしていくのが基本。心地よいのが主眼なので、「あなたのはダメだから流すな」というのではなく、「ここはこうしたいからこうさせて」というデザインをすることではないか。実験が必要。 |
| 産業・観光 | 音楽のあるまち | <ul style="list-style-type: none"> ・音楽をフルに流せるような場所があればいい。また、ソウルでは、いろんな場所で音楽を流せる場所がある。音楽のまちを目指すのであれば必要ではないか。 ・さんきた広場は、若い人が集まる。心地よいまちをつくるなら、年配の人もやれるような、雰囲気づくり、誘導策があればいい。 ・5.1ch, 7.1chのような音を聞かないと重要性は分からない。機会をつくらないといけない。 | <ul style="list-style-type: none"> ・同好の人が集まればできるのでは。宗教法人や学校法人ならキャパシティを持った場をつくっていく。また、さんきたアモーレ広場のような、ターミナルで人が一番集まる場所からやるべきではないか。認知されないとけない。パリでは、市内のどこでも音楽を流せる日がある。音の無礼講。 ・老若男女が溶け合って楽しむところがいい。例えば、チキンジョージは年配に軸足を移している。 |
| | ルミナリエ | <ul style="list-style-type: none"> ・ルミナリエは見て帰るだけ。例えば、朝早く神戸に来て別のところで過ごして、夜、ルミナリエを見て帰る、又はさらに飲食して帰るといった誘導ができるような、デザインできる人はいないものだろうか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・水口哲也さんというゲームデザイナーがいる。ゲームデザイナーがゲーム性を持たせた仕組みを提唱している。面白くない生活を面白くすることに取り組んでいる。面白くない生活を面白くすることに取り組んでいる。ウォンツメソッドという、今は二二二二を無視して作りたいたいものをつくるという指導をしている。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-------|---|--|
| 他都市 | 福岡 | <ul style="list-style-type: none"> 福岡の成功における、行政の関わりはどうか。 福岡はまちの方向性が見えている、発信されているのが大きいのだろうか。 | <ul style="list-style-type: none"> 優秀な人が引っ掛かる、いろんなイベントをしている。まずは旅行してもらって、移住を考えてもらう。行政もタッグを組んでいる。糸島の振興には行政がかんている。市長が元アナウンサーだが、瞬発力ある動きを結びつける感覚を持っている。 Webの使い方がうまい。スタートアップ応援都市で、若い人の企業をたくさん応援するので、夢がある。スタートアップカフェで、成功した人と交流する機会を増やしてくれる。 |
| | 福岡 | <ul style="list-style-type: none"> 福岡は市長がユーチューブでビデオメッセージを出して、発信力がある。インパクトのある映像だ。 | <ul style="list-style-type: none"> まちのトーン、カラーと市長がつながっている。アドバイザーがいるのではないか。 IT企業のトップは本をよく書く。理由は、優秀な社員、仲間を増やす、集めるためだという。 |

第7回未来都市創造に関する特別委員会 開催概要

- 1 日 時 平成26年12月8日(月) 10時01分～15時04分
〔休憩 12時01分～13時04分〕
- 2 場 所 第2委員会室
- 3 出席者 吉田委員長, かわなみ副委員長, 平木理事, 沖久理事, 梅田理事, 森本理事, 川原田委員, 岩田委員, 堂下委員, 浜崎委員, 石丸委員, 平野(昌)委員, 味口委員, 上原委員, あわはら委員(欠席者なし)
齋藤統氏(参考人)

4 主な内容

(1)参考人意見聴取

○参考人について

- ・私自身の日本での仕事のほとんどは, 大学や企業から招待を受けた講習会で, 海外と今後どうしていくか, また学生に対して, 若い人たちが今後どうしていくべきなのか, ということについて講義をしている。
- ・今年で在仏41年目になる。本当はフランスに長くいるつもりはなかったが, 私と同じぐらいの団塊の年代の人はかなり外国に残っている人が多く, パリにも数十人いる。
- ・私は, リヨンという絹の産地で有名な場所で, 兵庫県では播州織の西脇市と関係が強いところであるが, 大学生としてフランス語等を学んでいた。その後, 当時, 日本人がパリ以外で働くところがなかったため, パリに出た。妻はフランス人で, だからフランスに残っているというところでもある。
- ・フランスはファッションの国ということで, 1970年の後半に海外からデザイナーたちがパリに集まる時期があった。それが1980年代の黄金時代を迎えることになるが, その頃に日本から山本耀司というデザイナーがパリに出たいとの話があり, 私はパリでファッションとは別の世界にいたが, フランス人と直接仕事をするやり方で, 日本的ではない仕事のやり方をしていたところを気に入られ, 山本氏からパリでの仕事を任せられた。1980年代から山本氏の仕事で, パリでファッションの仕事をした。
- ・山本氏の仕事が終わった後も, 海外のデザイナーから日本への関係を取り持つような仕事を頼まれることになり, だんだんとフランスを中心としたファッションの世界に深く関係を持つことになり, パリ・コレクションを牛耳っているフランスのオ

ートクチュール協会のボードメンバーになったこともある。

- その後、最後は三宅一生氏のヨーロッパの社長を務め、今は独立してコンサルティングの仕事を中心にしている。
- 三宅氏の仕事をしていた頃、神戸ファッションコンテストの審査委員長として神戸市とのつながりを持つことができた。
- 神戸ファッションコンテストの仕事は平成 19 年に依頼があったが、当時、私はコンテストはあまり意味がないと言ったが、担当の方が、神戸ファッションコンテストはただ優勝者を選ぶのではなく、優勝した人は入口に立つことだと話された。これが神戸ファッションコンテストのユニークなところで、一緒に審査委員をやっている読売新聞社の宮智泉氏もなかなかユニークだと言っている。
- コンテストで入賞した人は特典として、留学校奨学生として1年間の留学資格が得られる。授業料が無料で、新たに勉強するためのチャンスを与えられるというのが非常にユニーク。こういう制度は日本では他にない。そこが神戸に惹きつけられた理由で、それがきっかけで平成 20 年から審査委員長を務めさせていただいている。今年で7回目を終えたことになる。
- 成果も少しずつ出てきており、コンテストで受賞された方が留学先で頑張っ、向こうで土台を築き始めている人がいる。彼らを今後どのように神戸ファッション協会ですまく拾ってやっていけるか。
- 私は生まれも育ちも東京だが、神戸については、父が神戸製鋼所と仕事をしており、小さい時からよく父に連れられて六甲山に遊びに来ていた。六甲山から神戸のまち、夜景を見下ろしていたことをよく覚えている。
- 神戸のまちの特徴は、外国人旧居留地があったり歴史によるところもあるが、まちの雰囲気、あまり日本、日本としていないところがあり、ヨーロッパに住んでいる人にもあまり抵抗がないまちだと思う。

○神戸ファッションコンテストと海外ファッションビジネスサポートセミナーについて

- 神戸ファッションコンテストは、1次審査と最終審査があり、1次審査で候補者を20名に絞り、最終審査で3体のサンプルをつくってもらう。そのサンプルを本人にインタビューしながら、審査委員が1点1点サンプルを見ていく。その後、採点を行い、一般公開で、プロのモデルが着てランウェイショーを行う。
- 入賞者の留学先については、留学先の先生と審査委員で決めるのだが、入賞者の取り合いになり、なかなか決まらず白熱することもある。

- 平成 20 年のコンテストでは、パリで1次審査を行った。海外に発信するので、海外の人が見てどう思うかが大事ではないかということで始めたが、書類の郵送など、結構大変な作業になるため、1度で諦めてしまった。
- 平成 20 年のコンテストで入賞した人が、今年のイェール国際フェスティバルで優勝した。神戸ファッション協会の人とも話をしたが、そういうことを発信していかないと誰も知らない。「神戸ファッションコンテストって何？」みたいな話が出てくるのはおかしいのではないかと思う。協会の方も過去の受賞者も洗い直して、どんどん発信していこうと話をした。
- 平成 23 年と 24 年には、ファッションコンテストだけでなく、海外ファッションビジネスサポートセミナーを開催した。ビジネスとは何なのか、今後どういうふうにして海外へ出ていくのかなどの内容のセミナーをし、その後、アトリエと言って、セミナーの講師に服を見ていただいて、デザイナーが海外へ行くならどうということに注意しなければならないか、自分の服はどういうふうで海外で評価されるだろうかなどアドバイスをいただく。外国でものを売ったり、ものを発表している人たちの意見をデザイナーが直接聞ける場を神戸につくっていきたいと思って始めた。特にテーマを変えてやっていきたいと考えたこともあったが、残念ながら2回で終わってしまった。
- 海外にいるおもしろさというのがあるが、逆に日本の常識でものを考え、はかかってしまうと、海外では通じなくなってくることもあったりする。
- ビジネスで日本から海外に持って行くと輸送費や関税がかかり、上代は日本の2倍になる。そうすると、海外でものをつくって生産していく拠点をどうすればいいのかなどを考えないといけない。
- 例えば、メイド・イン・ジャパンという意味合いについて、ものが日本製であることが大事なのか、日本のアイデアが入っているものをメイド・イン・ジャパンとしていくのか、考え方がいろいろできると思う。それが今、海外のフランスやイタリアでは少しずつ動きが出てきている。例えば洋服でディオール、シャネル、ルイ・ヴィトン、ジバンシィなど有名なブランドの生地はほとんど日本から来ている。それでもメイド・イン・フランスである。世界中にいいものを集めて、ブランドの下において、それを発表することによってそれはメイド・イン・フランスになっていくという部分がある。
- ブランド力を持っているものが発信すると、それだけで信用もつくし、そこに付加価値が生まれてくる。例えば、エルメスという名で発信すると、2倍以上で売っても周りは納得する。

○発信するという事について

- これからは発信をしていかなければいけないが、日本は発信が下手。受けるのはうまい。発信していくことがまち全体を動かしていくことになる。
- 神戸市は 41 年前にファッション都市を宣言したということだが、当時のファッションは服を着るなどの限られた意味であったと思うが、現在は、空間ファッションやライティングファッションなど生活自体がファッションと言われるようになってきている。
- 今、日本はレディーガガ現象というのが起きている。彼女に着てもらったことがデザイナーにとって非常にいいきっかけになるということで、昨日のコンテストの審査会でも圧倒的にコスチューム、いわゆる1点もの、誰もが着れるものでない服をつくってくる傾向が強い。そういった舞台衣装や映画衣装などのコスチュームデザインというのは、ものすごく狭き門でそれを狙っている人は世界中におり、なかなか入っていけない世界になっている。
- 日本人はコミュニケーションをしていく力が非常に弱い。コミュニケーションが下手でファッションといえるのかというほど、現在のファッションは空間を取り巻く毎日の生活のいろんなところに入っている。極端に言うと、例えば海外では神戸ビーフがファッションである。神戸ビーフを食べに行くのがファッション。そういうこともファッションと呼べる時代になってきている。
- 商品を動かすだけでなく、ノウハウなどのソフトを発信していくということが今後重要になってくるのではないか。
- 発信していくと、発信軸の幹が太くなっていく。それに人が集まってくる。人が集まれば金も集まる。経済的にも文化的にも潤ってくる。文化的というのは、例えばスパゲティやピザは日本的な物を乗せて形を変えても、スパゲティやピザであることには変わらない。ピザの本場ナポリではマルゲリータしか食べないが、サティフィケート（証明書）が店に飾られていて、それだけでおいしいとなる。
- 日本は東京から発信しようという傾向が強い。集まりすぎて怖いと感じる。神戸でできることはないのだろうか。

○フランスの事例について

①カンヌ国際映画祭

- 世界的に有名な映画祭はパリではなく、カンヌで行われるカンヌ国際映画祭である。
- 毎年5月に世界中から人が集まってくる、1946年（昭和21年）に始まった映画

祭で、関わった文化人の1人になぜカンヌなのか訊くと「全部パリに集まったら面白くないだろう。パリは放っておいても人は集まるから、カンヌでやりたかった。」ということだった。東京の人は、東京に集まったら面白くないとは言わないのではないか。

- カンヌは神戸と似ていて、海と山がある。海水浴ができ、スキーができ、レストランがあり、いろんな楽しいものがある。
- そこで、一番大事に行われているのはビジネスである。世界三大マーケットが同時に開催されているのが大事なのである。ビジネスチャンスにつなげていくのが重要である。そうなるまでには時間はかかる。

②アルル国際写真フェスティバル

- 世界的に有名な国際写真展はパリではなく、アルルで行われるアルル国際写真フェスティバルである。
- ここで、世界中の写真家が作品を発表し、写真のビジネスが興る。
- 1970年（昭和45年）に小さく始めたものが、プロヴァンス地方のまちの魅力と相まって、幹が太くなって一大イベントに発展していった。まち全体が展示場所になっている。ここに来れば、写真家の卵がプロの目に触れてもらえるのである。

③アングレーム国際漫画祭

- 世界的に有名な国際漫画祭はパリではなく、アングレームで行われるアングレーム国際漫画祭である。
- 1974年（昭和49年）に始まり、フランスでもっとも古く、漫画におけるカンヌとも言われている。

④イエール国際フェスティバル

- 世界的に有名な若手ファッションデザイナーの登竜門となるフェスティバルもパリではなく、イエールで行われるイエール国際フェスティバルである。ファッションと写真の祭典である。写真はプロを対象にしている。
- 学生中心で小さく始めたものが、市も手を貸すようになり、大きくなっていった。10年前からはパリのオートクチュール協会もバックアップに入り、洋服を見るだけでなく、討論会や、著名人を招待しての講演会などもするようになっていく。
- 神戸ファッションコンテストの入賞者が最年少入賞したり、今年は日本人で初めて優勝を果たした。

〇まとめ

- これらのイベントは、最初は小さいものから始まって、国際的な大イベントとなっ

た。洋服などを見るだけでなく、インテレクチュアルなものになっている。

- 神戸の名も海外で通っているが、ビーフだけでなく、他にもあることを海外の人と話題になるように発信すればいいのではないか。
- 神戸ファッション協会がファッションコンテストについて言っているように、「世界を舞台に活躍するデザイナーを目指す方々にとって、この神戸ファッションコンテストが世界への第一歩となるように、「ファッション都市・神戸」は、日本そして世界のファッション業界の次代を担う若手クリエイターを応援します」ということが、もっと必要だと考える。
- 私は審査委員長として、「君達の才能のチャレンジは、世界が相手だ」と言っているが、世界をいつも意識したチャレンジは個人だけでなく、まちとしても大事なことでないだろうか。

(2) 質疑応答及び討議のまとめ

別紙「討議のまとめ」のとおり



| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-------|---|--|
| まちづくり | まちの発信 | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸のまちがファッションなどの人材を育てる土壌を持っていることを知らせていかないと。それを国内外へ発信するにはマスコミ等の協力を得ないといけないのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・お金のほかかってしまうことではあるが、最初はマスコミや業界関係者等を招待して広めていくしかない。また、ファッションプロガアの活用も、速いので広報効果が非常に高い。 |
| | 都市宣言 | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸はファッション都市を宣言し、ポートアイランドにファッションタウンをつくった。お菓子や真珠もファッションとして、関連の企業を集積して神戸の戦略としてきた。当時としては、斬新であったが今では廃れてきている。 ・一方で、市はデザイン都市を打ち出している。ファッション都市とデザイン都市にどう脈絡があるのか見えてこない。市はこの2つを両立してやっていくのか、ファッション都市はデザイン都市に包括されていくものなのか整理していく時期にあるのではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・市としてきちんと考え方を統一していないといけない部分である。どちらが上かではないが、ファッションデザイナーと云われるように、ファッションはデザインの中に入るのであろう。 |
| | 中央と地方 | <ul style="list-style-type: none"> ・フランスは日本以上に官僚主義で中央集権的であるにもかかわらず、カンヌ映画祭など地方からの発信に成功しているのはなぜだろうか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・フランス人の性格、国民性によるところであり、どこかに力が集中するとそれを喜びながら必ず嫌がるというところがある。文化発信について、パリだとおもしろくない政治家が誰かが地方に引っ張っていったものもある。また、アルルやエールのように、自然発生的に何となく集まっていたのが行政も絡み、だんだんと大きくなっていったものもある。フランスは移民の国で、パリも寄せ集めのところがあり、フランスという1つのまとまりに対する愛着があり、地方に対する抵抗がない。 ・カンヌやエールでも映画やファッションだけではなく、フランスアルファの楽しみがあるから行く。神戸にもあるのではないか。 ・フランスは文化省があり、全国をカバーしている。それぞれの地方の文化を大事にする。行政の扱い方が日本と違うようである。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-----------|---|--|
| まちづくり | まちの特性 | <ul style="list-style-type: none"> ・神戸の特性として、母と娘で一緒に買い物に出ることが多い。ファッションで世代が重なっている。これは他の都市ではあまりない特徴だ。 | |
| | 人材育成 | <ul style="list-style-type: none"> ・市内で人材を育成する教育機関がないのではないか。現在、市内に全くないわけではないが、レベルアップのサポートをどうしてあげればよいか。 | |
| | ファッションタウン | <ul style="list-style-type: none"> ・ファッションタウンにかつての勢いがない。盛り返す上で、企業やデザイナーが仕事をする立地条件をどのような整備をしてあげればよいか。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ファッションタウンという形は神戸市だけではなくいろんな所でやっていた時代があったが、ファッションというだけで成り立っていた時代は終わっている。今はイオンなどがモール方式で店子としてファッションメーカを入れてやっているのがうまくいき始めている。食などを入れた総合的な、雨の日でも1日中楽しめるような施設にしないと、ファッションだけでは吸収力がないのではないか。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|----------|---|---|
| | ビジネスチャンス | <p>・ファッションやデザインについて、デザイナー、メーカー、バイヤー、工場など、各々はどこでビジネスチャンスをつかんでいるのだろうか。</p> | <p>・デザイナーは感性が主体であり、自分が求める表現に合った材料を集めて製作している。メーカーはマーケットが主体であり、購買者が求めているものを製作する場合と、先にある程度値段を決めて製作していく方法がある。素材をつくる人はいわゆる職人さん。</p> |
| | 神戸ファッション | <p>・長田のケミカル業界では、「神戸シューズ」として地場産業でいい品であるというところを売りにしているが、シューズを含めたファッションはどのようになっているかは神戸の名が知られ、物が売れるようになっているのだろうか。</p> | <p>・いい物であり、かつ値段がリーズナブルであれば、マーケットは成立する。 ・物を売るといって商売も重要であるが、ソフトとして、神戸のものだけでなくどこからの物でも、神戸で集約し、神戸から発信するということが大事。イーエルなどもその一例である。 ・神戸から発信するのに市だけがお金を出すのは大変なことになるので、スポンサーリングをどうしていいのかというのかもしれない。</p> |
| 産業・観光 | | <p>・ファッションは歴史があって、岡本が流行の発信源であったように、神戸のまち行く人達のファッションレベルが高いのが、ファッション都市神戸に繋がっていた。また、お菓子についてもセンスが磨かれていた。市も入って、それらをもっと究めていけば戦略になって国際的にも発信できるものがあるのではないか。</p> | |
| | 神戸ビーフ | <p>・神戸ビーフはあまり輸出ができていない。フランスで神戸ビーフとして出ているのは、和牛を勘違いして神戸ビーフと解釈しているものがあるのではないか。</p> | <p>・神戸牛は完全にブランドینگされているので、神戸牛といえればそれだけで素晴らしいと思ってしまう。そういったことは、あらゆるところで思う。神戸という名前は海外で思っている以上に通っている。神戸にはビーフしかないと思われているのはくやしいが、神戸のアイデンティティの1つとして神戸ビーフがあるということは別に否定する必要はない。</p> |
| | 造船とロボット | <p>・フランスで造船業が非常に栄えていたが、斜陽になり、ロボットをまちおこしに使っているまちなかがあると聞く。どういう形でやっているのだろうか。</p> | <p>・シエルプールではないだろうか。どういう形かは調べてみたい。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|--------|---|---|---|
| ファッション | <p>神戸ファッションコンテスト</p> <p>海外ファッションビジネスサ ポートセミナー</p> | <p>・神戸ファッションコンテストが認知されていない。コンテストで優勝し海外へ輩出した松重健太さんがイェール国際モードフェスティバル2014で優勝したことも非常に名譽あることだが、知られていない。もっと神戸としてアピールすべきだが、発信の仕方について良い案はないものだろうか。</p> <p>・41年もしていて、これほど認知度が低いのは問題があるのではないだろうか。</p> <p>・神戸ファッションコンテストで賞を取り、留学した人たち、ブランドを立ち上げたり、ブランドで働いたりしている人たちでネットワークになるのではないか。そういった人に里帰りしてもらい、バイヤーも集まってもらって商談会などできればよいのではないだろうか。</p> <p>・神戸ファッション美術館で行われていた海外ファッションビジネスサポートセミナーが2回で終わってしまったとのことだが、実はファッション美術館を発信源にするようなところでも、課題があつて止まってしまっているところがいくつかある。セミナーが途中で終わってしまったのは、神戸の抱える課題があつたということだろうか。</p> | <p>・周知には時間がかかるということでは事実である。1つの方法として、海外で旗を挙げて戻してくる方法、逆輸入方式で広報していく方法が日本では時間的に速いように感じる。例えば、神戸ファッション美術館はファッションとして価値があるものが非常に多くあるが、あまり認知されていない。それを海外へダイレクトで発信し、海外から国内へ伝わっていくようにする方が効果的ではないか。</p> <p>・私が参加したのは平成20年からだが、審査員も一新した。</p> <p>・アーカイブ、昔の資料が残っていないのが、揃え始めていると聞く。</p> <p>・ファッション美術館とコンテストというのは大きな軸であり、復活する材料はある。</p> <p>・神戸ファッション協会で過去の人の掘り下げ等をやっていくという話を聞いている。</p> <p>・財政的な問題もあつたかもしれないし、準備も大変だつたであろう。</p> <p>・セミナーがすごいと思われるようになるためにはそれなりの回数を重ねることが必要であるし、発信の仕方もある。ファッションに関して言えば、海外の有名な人を呼び、権威づけをするというのは非常に重要なことである。</p> <p>・会場の六甲アイランドが遠いと言う人も多い。コアなものをして、見せることが大事。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|--------|--------------|---|---|
| | ファッションショーと市民 | <p>・神戸コレクションなどのファッションショーは一般の若い女性を除いた市民には馴染みがない。何か市民に直接・間接に、知的なものなどで還元されるような取組はないだろうか。</p> <p>・ファッションを一般の、地域へおろせるおもしろい企画があればありがたい。</p> | <p>・例えば大丸などと組んで一般の人が参加できるようなイベントなどをやるなど可能だろう。旧居留地はいい。</p> <p>・名古屋の相山女学園大学が市民相手の「みんなのファッションショー」をやっているが、神戸などでもできないかと考えている。</p> <p>・オープンにして、市民の方にいろんな形で目に触れるようにしないといけない。やり口はいろいろある。必要なことは懂れ。</p> <p>・ファッションはまだまだ限られた世界の中でやっている感があり、ファッションの業界でもそれを良しとしている人たちもいる。少し変えていかないといけない。</p> |
| ファッション | ファッションの実力 | <p>・神戸のファッション業界の日本における実力はどの程度なのだろうか。また、パリから見たらどうだろうか。</p> <p>・ファッションで今後伸びそうな国はあるのだろうか。</p> | <p>・十数年前は日本をリードしていくぐらいの勢いがあった。今は、東京に持って行かれて、そこまではなくなっている。国際レベルではほぼゼロに限りなく近い。</p> <p>・これから伸びていくようにしているのは韓国、中国。韓国は、経済状態が悪くなったため今は少し低迷しているが、すでに日本を抜いている。中国は現在、ファッションにすごく力を入れてきている。上海のファッション協会からパリのオートクチュール協会に人を送り込んでいる。中国ではモデルになるような人もいるし、素材をつくるのもすごい。素材展をやると約半数が中国のメーカーで、日本はせいぜい30程度。ただ、デザイン力はまだ発展途上にあり、その力をつけさせるためか、フランスのファッション系大学の留学生の半数が中国人になっっているほどである。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|--------|-----------------|---|--|
| ファッション | 神戸医療産業都市とファッション | <p>・途上国の富裕層が神戸の先端医療に期待して来神される。その時は家族で来るので、その奥様に神戸ファッションの発信ができればいいのではないだろうか。</p> <p>・KIFMECの院長はワールドに依頼し、白衣の生地を播州織でつくってもらいおしゃやれである。神戸は医療産業都市でもあるし、例えば機能的でおしゃれな白衣のコンテスタなどをやって発信していくことも可能ではないか。</p> | <p>・例えば、ホテルの給仕とかユニフォームの関係はおもしろい分野なので、いろんなところでやれるだろう。</p> |
| ファッション | シニアファッション | <p>・兵庫区では、公会堂でモダンシニアファッションショーをやっており、70歳・80歳のおばあちゃんを着飾ってステージを歩く。芸工大も協力している。他都市からも見学に来られるが、真似してやろうとするとところが出てこない。すぐおもしろい企画だが、プロの世界ではありうるものだろうか。これを産業として成り立たせることはできるだろうか。</p> | <p>・あっていい。パリの目的もファッションの大きな傾向を見せるもの。日本ではほとんどん発展していった。着飾るといのはいくつになっても楽しいはずだし、年相応の着飾り方がある。何とかして広められないか。ただ、産業として興すのは難しいかもしれない。洋服メーカーをスポンサーにするぐらいなら可能ではないか。</p> |
| | | | <p>・さんちかを歩いていてもお年寄りのファッション、コーディネートがかっこよくなくなったと感じる。デザインの良い杖やルーブタイが並んでいる。機能性も考えられる。高齢者向けファッションの需要は昔に比べて増えていると思うが、お年寄り向けの販売コーナーやファッション雑誌などはあまり見かけない。関心はあるのだろうか、発信が少ない。</p> <p>・老人向けのファッションがないというのは、メーカーの人に聞いた話では、女性はいつまでも若い気であるので、ものを売る場合に熟年や老人とは絶対に書けないということである。</p> |
| | | | <p>・シニアファッションについて、ある種の獨創性が出てくればビジネスチャンスというのの後からついてくるものだ。ファッションショーに出ることがお年寄りの楽しみにつながることもある。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|----------|--|--|
| ファッショ | シニアファッショ | <p>・病院内でのファッションショーなど、ファッションがお年寄り元気にするという事に気が付いているデザイナーも以前からいたのだろう。</p> | <p>・ビジネスでも上げるためにやるのではなく、皆が楽しむためにやることによりいいものができ、それをやっていくうちに新たなビジネスが生まれてくるものもあるかもしれない。</p> <p>・床屋が病院にボランティアで行って、髪を切ってあげると男女問わず元気になると聞く。おしゃれを楽しむことは重要だというのによく聞く。ファッションという形ではなく、別の形で発展していくのではないか。フランスでも医療の中でファッションを取り入れるような重要性を聞く。</p> |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-----------|---|---|
| | ファッションの輸出 | <ul style="list-style-type: none"> 中国はマナーができていない。中国の富裕層はマナーを教えてほしいと思っている。そこで、神戸でファッション、マナー、神戸ビーフなどまとめればいろんなことができるのではないか。しかし、それをやる人がいない。 神戸のファッションは中国ではまだまだ通用するのではないか。発信は高いところから低いところへ流れていくので、中国を含めた途上国をターゲットに発信いくべきではないか。 | <ul style="list-style-type: none"> 40年近く前のパリでは、日本人のマナーが悪かった。 総合的にできる素材は神戸にはある。私がやってみたい。 ある意味正しいが、中国でも注目しているのはやはりパリである。少なくともファッションについては、パリとつながっているということが外せない。日本もパリとつながっていないから、神戸からつながっていくとよいのではないか。向こうの情報を取ること重要である。 |
| 国際関係 | 日本文化・伝統文化 | <ul style="list-style-type: none"> 有馬温泉の観光協会の方々が海外の人を対象に様々なプロモーションをされているが、パリの方から見ると日本の温泉文化はどのように感じとられているのだろうか。 フランスでは温泉で裸になることに抵抗があることだが、ドイツではサウナは裸で男女一緒に入っていた。それに関する抵抗は風呂とはまた別のものなのだろうか。 ヨーロッパにおける日本文化、日本の伝統文化の関心は高まってきているだろうか。 | <ul style="list-style-type: none"> ヨーロッパの人にとって、温泉は日本でいう湯治、つまり病気が治癒するためのものというイメージがある。また、広いお風呂に皆で裸で入るとい文化は受け入れられにくい感じがする。中には温泉が好きな人もいるが、非常に少ない。 フランス人はサウナも得意じゃないと思う。スウェーデンの方は大丈夫。国によると思う。 スウェーデンは男女別々に入っていた。 日本に対しての興味が膨らんできていることは事実である。フランス人は京都が好き人が多い。日本には変わったものがあるので、関心を寄せているという感覚がある。フランス人にとって日本という国は、ラーメン、お寿司、シブリなど限られたものになってくるが、日本の難しい部分ではなく、分かりやすいところからでも日本のことに興味を持ってもらうということでは大事なことである。 日本のファッションは高い、韓国はまだ安いというイメージもあるのではないか。 宮崎駿の映画は見られているが、他の日本映画はあまり見られていない。 |

| ① 大項目 | ② 中項目 | ③ 委員意見 | ④ ③に対する参考人・委員の意見 |
|-------|-----------|--|---|
| 国際関係 | 日本文化・伝統文化 | <p>・日本の着物を海外の人に贈ったら、袖を切って肌を露出して着たという。隠すような着方をする着物は、海外で流行らないのだろうか。</p> <p>・日本酒が海外で有名になってきているが、最近、フランスの国会議員で日本酒を広めようという趣旨の議員連盟ができてきたと聞く。</p> | <p>・流行れないと言った方がよい。着物の帯の難しさ、着物を着たときの足さばき、体の締めつけなどが問題で、着物はやはり機能的ではない。着物の美しさというのには理解されても、着てみたいというところまではいかない。着物を薦めようというムーブメントはあるが、機能的でないところが着物が受けないところである。</p> <p>・京都でも西陣織を壁紙にするとか別の形の産業にしているというところがある。</p> <p>・日本酒や焼酎など結構フランスに出ている。日本ではお酒を飲むために食べるという感じであるが、フランスでは食事にあつたお酒、食べ物をおいしく食べるためにお酒を飲むという違いがある。どのようにして日本酒がやっていると聞けるのかというのがポイントである。</p> |

追 加 意 見

【意見①】

神戸市中心地区まちづくりに対する提言骨子として

将来像

海と山とを感じる街こうべ

独自性と課題

- 商業・都心居住・観光等がコンパクトに洗練された都市機能が集積。
- ウォーターフロント部分と旧居留地・北野異人館など都会的要素と六甲山系の自然を感じるという生活環境がベースにある。
- 駅間の通路がわかりにくく、バリアフリー。
- 三宮駅・元町駅共に“まちとしての顔”がわかりにくい。→海山が近いにも関わらず、そのイメージがわからない。
- バス・鉄道・タクシーの乗り場がわかりにくい。
- 周辺商業施設の老朽化（そごう、さんプラザ、センタープラザ）。

指針

- エリアごとにどのような機能を集積していくのかの検証
（都心の整備）
例示）神戸市中央区役所、勤労会館周辺エリアの考え方
- 駅と周辺を結ぶ歩行者ネットワークを再構築
（まちづくりのコンセプト）
- バリアフリー化による鉄道の乗り換え利便性の向上→ユニバーサルデザイン
ン
（案内・サイン、高齢化への対応）
- 自転車と歩行者の共存
（総合的な交通体系の整備）
- 防災機能を強化して、大規模災害への備え
（まちづくりのコンセプト）
- 周辺街区と共同した防犯・抑止
（まちづくりのコンセプト）
- 都市景観を踏まえたスカイライン形成

(まちづくりのコンセプト)

○まちを持続的な成長を目指すための長期計画

(まちづくりのコンセプト)

指針を踏まえた具体案

- 1) 阪急・阪神・JRの動線をバリアフリー化。わかりやすいユニバーサルデザインで統一。
- 2) 中央区役所・勤労会館・さんパル周辺を再開発の“種地”とする。
“ころがし”型の公共施設整備により移転させながら整備を進める。
(川崎市武蔵小杉駅周辺の事例)。
大街区として複合的な整備計画。
- 3) センタープラザ・さんプラザの建て替え・長期計画。
- 4) JR神戸駅前の再開発。
バスロータリー部分の地上部分を商業・住居施設等で、もっと有効活用できるはず。
民間からの提案等を募るべき。
- 5) バス・タクシー等のターミナルをわかり易く・使い易くする。

【意見②】

| 大項目 | 中項目 | 追加意見 |
|----------|-------------|---|
| まちづくり・交通 | 茅葺屋根民家の活用 | 住居としてではなく、飲食店や宿泊施設として活用し、観光資源にできないか？ |
| | まちづくりのコンセプト | 歩行者天国にして、神戸の土産物通りにするなど、目新しい取組をすべきと考える。 |
| IT | IT企業の誘致 | 例に挙げたのは、徳島県神山村。インターネットを利用する人数が少ないからこそ、通信速度が速く、IT事業の効率が上がる。町なかではなく、田舎こそ、IT企業家誘致に適している。 |

実地調査報告（西日本旅客鉄道株式会社）

1. 日 時：平成26年7月18日（金）10時～11時15分
2. 場 所：西日本旅客鉄道株式会社神戸支社
3. 参加者：委員7名
4. 説明者：当社近畿統括本部企画課担当課長，神戸支社総務企画課長
5. 要 旨：
 - （1）計画全体の考え方等
 - 当社の中期経営計画2017（計画期間：2013～2017）において、「三ノ宮駅等の開発の検討」を明記している。
 - 人口減少時代で、電車に乗る人が減るのを少しでも弱め、電車に乗ってでも行きたいと思われるようにしたい。
 - 周辺とは、相乗効果を出して、神戸の都心の活性化に貢献するとともに、回遊性の向上を図りたい。
 - 計画に明記したとおり、期間中に前向きに取り組んでいく。
 - 京都駅の大階段や大阪駅の大屋根のような、三ノ宮駅のシンボルは市民が喜んでもらえるようなものとしてほしい。
 - 京都は駅の開発が契機となって周辺が活性化した良い例であり、三ノ宮とは事情は異なるが、再開発により周辺の動きが出てくる感じにしたい。
 - 回遊性について、3層ネットワークは1つの手法と考える。
 - （2）計画の現状
 - 駅ビルの規模，施設の内容，着工・完成時期など，具体については，まだ決定していない。
 - 駅の利便性の向上，土地の使い方について市当局と勉強はしている。
 - 導入機能についても，現在検討中。温泉掘削は，許可は得ているが，どういった形にするのかは未定。賑わい創出に寄与できればと思う。駅舎の改築は現在で一段落していると考える。
 - 現在の三ノ宮の問題点は，デッキレベルの回遊性と阪神への狭い動線が挙げられる。
 - ビルは高さ160mと報道されたが，当社が発表したものではない。

(3) 神戸市等との連携

- 行政には、公共空間の整備など役割分担をしつつ、例えば容積率の緩和などの協力を求めたい。
- 計画期間中に何らかの動きは出したい。神戸の都心の「未来の姿」検討委員会や三宮構想会議の意見も参考にしたい。計画が動き出せば、重要プロジェクトに位置付けられるものと考えている。

(4) 他の事業者との連携

- 交通事業者間で開発時期や内容などの擦り合わせ等を行っていない。公共の景観ガイドライン等考慮すれば、調和は取れると考えている。全体のバランスは頭に入れておかないといけない。

(5) 要望事項

- 交通事業者間の話し合いを行い、コンセプトを共有されたい。
- 歩行者が1階（地上）に降りた場合に、どう行けばいいか容易に分かるように回遊性を図られたい。
- 駅東側の動線の改善も検討されたい。



調査報告（阪急電鉄株式会社）

1. 日 時：平成26年7月23日（水）14時～15時30分
2. 場 所：第1委員会室
3. 参加者：委員13名
4. 説明者：当社 不動産事業本部不動産開発部 部長及び課長，都市交通事業本部
都市交通計画部 部長（交通まちづくり担当）及び課長
5. 要 旨：
 - (1) 市営地下鉄との相互乗入れ等
 - 市営地下鉄との相互乗入れ，地下化とも，まだ全く決まったものではない。
 - 阪急・阪神の三宮駅を一体的に整備することは検討していない。
 - 市営地下鉄との相互乗入れは，平成16年10月の近畿地方交通審議会の答申で拳がったものだが，見直しの時期であり，フォローアップ会議，同審議会での議論に積極的に参画したい。
 - 相互乗入れで利用者の利便性の向上が図られるが，神戸のまちづくりとの整合性を考慮し，メリット・デメリットを整理して考えたい。
どこまでを地下化するかは確定案はない。バリアフリー化等の課題がある春日野道駅の課題解決の一策としてもある。ただし，春日野道駅の課題解決策と決まったわけではなく，春日野道駅はそれ自体としても検討する。
相互乗入れにより生まれる土地の利用計画もまだない。
終電の延長については，メンテのための作業基地が使えるようになれば，可能性としてある。
20年のスパンの事業である。
 - 新神戸，三宮，神戸空港を結ぶことは，市全体の交通計画として議論し，方向性を決定していくべきで，一民間事業者として実施することは難しい。
 - LRTは，新しいまちのつくり方の1つのツールであり，研究を始めている。
 - (2) 駅ビルの建替え
 - ビル建替えについては，取締役会の意思決定に至っていないが，震災20年を意識し，スピード感を持って進めたい。
 - 三宮はターミナルであり，神戸の玄関口であるので，それに相応しいものとしたい。
 - 市当局と相談しながら進めているが，駅ビルの大きさはまだ決定していない。高層ビルを建設する計画であるが，現在の駅ビルが建っている約1,000㎡の

部分に建設するため、皆さんが思うほど大きなものにはならない。具体的な数字は決定していない。

- ビルの低層階には商業施設、高層階にはオフィスとホテルが入る計画である。低層部分には駅改札や乗換動線もあり大きな商業施設にはならないので、周辺の商業施設等に大きなインパクトを及ぼすことはないと思われる。高層部分のオフィス勤務者やホテル宿泊者により、駅周辺に新たな需要も生み出されると考えている。乗換えスペースは、現実的に可能な範囲で、現状より少しでも大きくする方向で検討している。
- 駅ビル建替えの時期は、市の三宮周辺地区の再整備基本構想がまとまった後、整合性をチェックする必要があるため協議は来年度にかかってくるが、駅ビル建替え工事に先立って、ビル内の鉄道関係設備の移設工事は来年2月の着手を目標としている。市との協議が整えば速やかに着工したいと考えており、5年経っても計画が固まっていない、というようなスピード感ではない。
- 駅舎の大きな改築は難しいが、市営地下鉄との間のエレベーター等は工夫したい。
- 現在の課題として、東口の天井高が低いこと、見通しが悪いこと、市営地下鉄との高低差があり動線が分かりにくいことがある。
- 喫煙場所を駅ビル内の公共的空間に設けるとするのは、事例もあまりなく、考えていない。

(3) 神戸市等との連携

- 三宮周辺の再開発の全体構想や整合性は、行政に示していただき、その中でできることを行っていきたい。
- 公共的な空間や乗換え利便施設について、国の補助事業とするため、県・市と歩調を合わせて進めたい。
- 駐輪場は、土地の確保が難しい場所であり、行政や地元と一体となった取組による他の駅での成功例もあるので、今後行政と協議したい。

(4) 他の事業者との連携

- 駅ビル計画についてはJRと話をしていないが、駅利用者の乗換動線については、市の調整のもとJRと意見交換を進めている。外観デザインについては市の指導も受けて進めていくが、同じにするようなことは考えていない。
- 市営地下鉄との連絡部分の改良についても、市に相談・協力をいただきながら検討している。

(5) 意見・要望事項

- 可能な部分については、交通事業者間の話し合いをされたい。連携を取り、お互いにノウハウを出し合ってまちづくりに関わられたい。
- 駐輪場は、行政と一緒に検討されたい。
- 喫煙場所は、不特定多数の人が利用する施設であり、配慮が必要ではないか。



実地調査報告（株式会社日本設計）

1. 日 時：平成26年9月8日（月）15時～17時
2. 場 所：株式会社日本設計本社
3. 参加者：委員4名
4. 相手方：株式会社日本設計 取締役副社長執行役員, 同 執行役員都市計画担当,
同 都市計画群再開発担当部長, 同 都市計画群第2グループ主管再開
発担当
丸紅株式会社 開発建設第一部開発第三チーム長（再開発・建替プロ
ジェクト担当）, 同 チーフマネージャー
5. 要 旨：
 - (1) 相手方の説明
 - 三宮に感じたまちの強み
 - ・ 商業, 業務, 都心居住, 行政, 観光, エンターテインメントなど, 洗練さ
れ, 充実した多種多様な都市機能が集積
 - ・ ウォーターフロントや北野異人館, 旧居留地などの歴史を感じさせるエリ
アも含め, 都会的要素と, 海と山などの自然要素も身近に感じる, 地区資源
豊かな恵まれた都市環境
 - ・ 地下街, 地下ネットワークが非常に充実している
 - まちづくりを考える上で感じた弱み・課題
 - ・ 駅前における「まちとしての顔」が欠乏していると感じる
 - ・ 駅前の足元の地上レベルにおいて, 修景スペース（歩行者空間のゆとり）
が不足しているとともに, 歩行者動線が複雑であり, 様々に交錯している
 - ・ 鉄道, バス, タクシー等の公共交通が複雑に共存している
 - ・ 三宮ターミナルビル, そごう, さんプラザ, センタープラザ, センタープ
ラザ西館等の老朽化
 - 三宮の都市再生に向けて
 - ・ ①駅を中心とした一体的な拠点開発（まちの顔づくりと駅上部を含めた有
効活用）と②既成市街地の再編（連鎖的・段階的整備による面的なまちづく
りの構想）をセットで
 - ・ 歩行者空間と車両交通空間の分離による立体的解決等の公共交通の再編,
例えば, まちの土地利用に即して, 駅南側は地上レベルを車両交通, 2階レ
ベルは大々的な歩行者空間・修景空間を整備, そごうの街区など周辺との更
なる接続強化, 駅北側は地上レベルに大々的な歩行者滞留空間を整備

○ 参考事例

渋谷駅（東京都）、新宿駅（東京都）、上大岡駅（神奈川県）、札幌駅（北海道）、大分駅（大分県）、虎ノ門ヒルズ（東京都）、大阪駅・梅田駅（大阪府）、武蔵小杉駅（神奈川県）、上野駅（東京都）

○ まちづくりを行う上で留意しておくべきこと

- ・ 実現可能性を見据えたマスタープラン

まちの青写真をしっかりとつくり、柔軟に対応しながら計画を更新していく

- ・ まちづくりの進め方

① 施設の更新時期に合わせた連鎖的、段階的な整備

② 様々な関係者が複雑に絡み合うため、関係づくりに留意していくことが重要

③ 鉄道抵当法など、まちづくり・建設関連法規のほかにネックとなる法規はないか

- ・ まちづくりのトレンドキーワード

「再々開発」、「大街区化」、「立地適正化計画（都市機能誘導地区）」

(2) 意見交換（○：相手方，●：委員）

- 地上は車両，2階は歩行者に分けるのは，人にやさしくない，車両中心の考え方。歩行者を地上に取り戻せないか。

○ 現状は，乗換えが分かりにくく，デッキも高低差がある。デッキも軸線を強化することによって，渡りやすく，分かりやすく，連続させる視点もあっていい。今の国道2号は欠かすことはできない，それを残し，うまく連携させるには，（歩行空間は）地下か上しかない。ポータライナーから来た人には，分かりやすい。

- 阪急はすぐに，JRはいつかやりたいという姿勢。

○ ある部分が固定化してしまうと，後で変えようがないので，早い方をやるときに合わせて全体を考え，マスタープランの中で進めるべき。

○ 駅前の拠点開発をして，三宮のイメージをつくっていかうということだが，成熟した既成市街地を再整備するのは難しいこと。種地が必要で，連鎖的，段階的にやらないとなかなか進まない。例えば，中央区役所あたりの一画はどうかと考えた。今，そごうの東側が工事中だが，こういうのが建っていくと手遅れになってしまう。

○ 武蔵小杉の例のように，みんなで進める協議会的な組織をつくって，常に情報交換しながら進めていくことが非常に重要。地元で生活したり，商売している人が中心になっている。出せる範囲で計画をオープンにしながら，母体組織があるといい。学識経験者は入っていない。

- 神戸市は必ず学識経験者が入っている。地元は，商店会さえないエリアもあるが，ブロックごとに顔が違う。

- 武蔵小杉は，川崎市が大本の画を描いたのか。

○ 協議会そのものは地元中心で情報交換の場，市長は来賓。駅の街区は市が中

心となってマスタープランをつくって、権利者として事業に参画している。工場が多く、跡地もあった。

- 三宮は、JRが開発のメイン。後で、阪急が発表するなど、それぞれの思惑があり、いかにコンセンサスをとって進めていくか。
- 武蔵小杉の例では、市が中心で、JRも若干いじったが、東急電鉄がメイン。鉄道事業者とはやはり市が中心となって話をする。隣の民間の再開発事業と計画を擦り合わせ、回遊性が確保され、相乗効果が生まれている。
- 阪急と市営地下鉄の相互乗入れは、三宮が単なる通過点で、空洞化するおそれ、JRとしては乗降客が減るおそれが指摘されている。
- 渋谷の副都心線と東横線の相互乗入れにより、通過している人もいるが、池袋から直接来られる人も出てきた。プラスもあってマイナスもある。三宮に降りようという魅力ある施設をつくれるかどうか。
- ご指摘のとおり、三宮駅の再開発に伴って、中央区役所、そごう、さんセンタープラザの3つのゾーンを考えていく必要を感じる。中でも、中央区役所のゾーン。駅北側の歓楽街と二宮も何かアイデアがないか。
- 何となくやっているところはあるが、武蔵小杉は戦略的に、公共施設をころがすように移転させ、再整備を行った（「ころがし」型）。公共施設はうまく駅前の一等地に移転し、跡地にも再開発を仕掛け、国から補助金が入る、税収効果もある、で市としてはハッピーな結果となっている。
- さんセンタープラザも上は空いている。中央区役所の機能を移転して、種地を生み出すとか。ただし、権利関係の問題を抱えている。
- 駐車場は整備されているが、駐輪場がない。
- そごうのエリアは、建替えの時期がばらばらで、どう束ねるか。
- 一等地であるが、現在工事しているところもあり、悩ましいゾーンだ。すぐころがせないのであれば、国際会館を除いて、10年、15年先の計画を立てておくことは考えられる。高さ制限がかかるのではないか。かかれば、面的にやる方がメリットがある。
- 一時期にはできないから、アクションプログラムをつくっていくことではないか。20年、30年ぐらい先を見据えて。



実地調査報告（渋谷区）

1. 日 時：平成26年9月9日（火）9時30分～11時30分
2. 場 所：渋谷区役所及び渋谷ヒカリエ
3. 参加者：委員4名
4. 相手方：渋谷区都市整備部渋谷駅周辺整備課長，同 事業推進主査，同 区議会事務局調査係長
東京急行電鉄株式会社都市開発事業本部渋谷開発事業部開発第一部課長，同 課員
5. 要 旨：
 - (1) 渋谷区の説明
 - 渋谷駅中心地区再開発の概要
 - ・ 渋谷駅は4社8線の交通結節点である。再開発は、まず、渋谷ヒカリエがすでに平成24年4月に開業している。今、渋谷駅、道玄坂一丁目駅前、渋谷駅南、渋谷駅桜丘口の4つの街区（地区）の再開発が同時進行している。渋谷駅桜丘口地区を除いて、平成25年6月に都市計画決定した。
 - ・ 渋谷駅南街区は、東横線の渋谷駅があったところで、駅が地下化され、副都心線と相互直通化した。その跡地の再開発である。平成30年度にビルが竣工する予定。
 - ・ 渋谷駅桜丘口地区は、エリアが広く、市街地再開発事業で地権者が64名いる。他の3街区から1年遅れで、平成26年6月に都市計画決定した。平成29年度に着工し、オリンピックがある32年度に竣工予定。オリンピックの後、12月か年明けであり、何とかオリンピックまでに間に合わせられないかと進めている。
 - ・ 道玄坂一丁目駅前地区は、地権者10名の市街地再開発事業である。平成27年度に着工し、30年度に完成する予定。
 - ・ 渋谷駅街区は、駅ビル開発で、東棟、中央棟、西棟の3棟が建つ。東棟は高さ230メートルで、オリンピックまでにできる。7月末に起工式があった。中央棟と西棟は線路の上で、竣工は平成39年度。
 - ・ 「渋谷駅中心地区まちづくり指針 2010」は開発を進めていく上での、事業者も含めたバイブルであるが、その上位計画があり、駅周辺に限れば、平成15年の「渋谷駅周辺整備ガイドプラン 21」、緊急整備地域に指定されたのが平成17年で、平成19年に「渋谷駅中心地区まちづくりガイドライン 2007」を策定している。この中で7つの戦略を示している。「指針

2010」は、その具体化方策を示したものだ。この指針の策定に当たっては、地元の方も1年以上、10回以上も討議に加わっている。

- 討議の中で、渋谷らしさを議論したが、渋谷らしさとは、一言でまとめられない多様さであった。
- 計画で、JR線南口改札の設置及び自由通路の整備があるが、これは、現状、駅南側は国道246号とJR線で分断されているが、国道ができる前は南口改札があった。今、改札は全て北側にあり、南側の人々は、横断歩道橋を渡らなければいけない。また、駅南街区と桜丘口地区はJR線で分断されているため500m程度南に下らないとJR線を横断できない。自由通路整備はそれを解消するもの。まちの悲願である。
- 副都心線と東横線の地下相互直通のほか、従来、縦列であった山手線と埼京線の並列化、銀座線ホームの島式化を行う。
- 整備されると、建物内で完結して人が街に出て行かないことが起こり得るので、各施設から街へ出すしつらえを考えている。

(2) 渋谷区との質疑応答（○：相手方、●：委員）

- 「指針2010」は、1年間でまとめたのか。
- その上位計画として、「ガイドライン2007」がある。10年以上前から駅周辺をどうするか検討してきている。これに基づいて、もう少し具体的に、凝縮して検討したのがこの1年である。
- 街区の計画は、指針に基づいて、エリアの特色を定めてコンペで事業者を決めたのか。
- こちらから誘導してコンペをしたのではなく、周辺に老朽化した施設があり、開発の機運があった。都市再生緊急整備地域にも指定されていた。桜丘口を除いて、地権者が限られていたので、主体的に進めていただいた。

(3) 東京急行電鉄の説明

- 東横線地下化と副都心線直通
 - 副都心線は平成20年6月に開業、直通により、横浜から渋谷、新宿、池袋を経由し、西武、東武も乗入れしているので、所沢や川越まで乗換えなしで行けるようになった。平成25年3月に運転開始した。
 - トンネルは、開削トンネルとシールドトンネルがあり、浅いところは埋め戻す開削トンネルを、深い部分は、開削は不経済なのでシールドトンネルで工事を行った。
- 渋谷駅周辺整備計画の概要
 - 渋谷の課題として、①不便な鉄道の乗換（300m離れた埼京線）、②手狭な鉄道コンコース、バリアフリーの欠如、③駅周辺の歩行者空間の不足、④不十分なバス広場があった。
 - 鉄道は、乗換えが不便な埼京線を、東急線の跡地を使って、山手線に並列化することと、銀座線のホームを東に移設し、形状を島式にし、幅を広げ、

バリアフリー化と混雑緩和，JRとの乗換えの利便性を改善する。

- 駅前広場は，ハチ公広場を1.5倍拡張し，歩行者の空間を広げる。また，バスターミナルを四角に整形し，歩車分離，安全確保を図ること，広場を拡大，西口のタクシー乗り場を地下化する。
 - 治水対策として，雨水貯留施設をつくる。近年のゲリラ豪雨対策である。
 - 歩行者ネットワークとして，東横線も地下化し，縦方向の移動が多くなっている。それを少しでも改善するため，ビルの中に，アーバンコアと呼ばれる縦動線を確認する。地上への動線をビルと一体的に整備する。
 - 駅ビルは，東棟，中央棟，西棟の3棟だが，建物としては一体のものである。東棟は渋谷で一番高い建物となる。
 - 渋谷ヒカリエは，低層階の店舗と高層階の事務所の間に，2,000席の劇場を含む文化施設が入っているのが特徴。アーバンコアのある建物である。また，元々，歩道橋があったが，2階部分でJRと接続するガラス張りの歩道橋を整備した。
 - 周辺のビル開発は，店舗・事務所のほか，渋谷駅南街区はホテル，桜丘口地区は駅からやや離れているので住宅が入るのが特徴。
- 複雑な事業構成～基盤整備と開発の連携～
- 関係する主体は，鉄道はJR，東京メトロ，東急の3者，道路は国，都，区の3者で，開発ビルは東急（電鉄ではなく不動産）が入る街区（地区）もあるが，道玄坂，桜丘口は市街地再開発組合であり，多数にわたっている。多くの関係者の合意の上で積み重ねられている。「ガラス細工のような」意思決定と事業構成と言われている。
 - 計画段階の合意形成は，委員会形式で，都市基盤，まちづくり，駅前広場，鉄道，道路，歩行者ネットワークを検討してきた。メンバーは3人の学経と，国，都，区，そして鉄道事業者。行政も一つの部局ではない。
 - 事業段階では，駅前広場，地下広場，渋谷川，鉄道，国道，ビルの計画を，一体的事業として再構成した。具体的には，土地区画整理事業として一括して行うほか，都市再生特区を活用した都市施設の整備，鉄道と国道は単独事業として行うこととした。
 - 施工段階では，「渋谷駅中心地区工事・工程協議会」を立ち上げ，東京国道事務所が中心となり，複数事業が同時に実施される中で，最適な施工手順を検討している。
 - 管理運営段階では，渋谷駅前エリアマネジメント協議会というビルを中心とした組織を設置している。取組としては，情報発信や施設管理，防災・防犯など。ビルが完成した後ではなく，工事中の魅力づけ施策の実施などすでにやっているところが特徴である。
- (4) 東京急行電鉄・渋谷区との質疑応答（○：相手方，●：委員）
- トンネルは2つのやり方があるとのことだが，コストは。
 - 一般的に，駅舎を含めて1kmあたり300億円と言われる。トンネルのみ

で感覚として1/3くらいではないか。

- ガラス張りの直結デッキの、行政と事業者との負担割合は。
- もともとあった歩道橋は民間所有であったので、その置換えのため100%民間負担である。
- 自由通路は区が負担するところもある。
- 官民の土地交換は、具体的にどうしたのか。
- 区画整理なので、相対で交換というのではなく、設定し直したということである。
- 行政が持っていた土地はなかったのか。
- 道路用地としてある。
- 再開発によりキャパシティが増えるが、採算がとれるということで参画されているのか。
- もともと需要に対し、高層ビルがなかった。IT系企業の着目が非常に高い。IT系は伸びているので、その予測の下で進めている。
- 渋谷には広い床の事務所がないと前から言われていた。企業が大きくなって、渋谷に居たいけれども場所がないので出ていく。それが戻ってくるかもしれないし、外国企業も考えられる。全部足して、六本木ヒルズ並みである。

(5) 視察

渋谷ヒカリエから、工事状況の視察を行った。



