

都市政策

季刊 '10. 7

第140号

特集

神戸市(新長田地区)中心市街地の活性化について

巻頭言

中心市街地活性化の課題 新野幸次郎

論文

- 新長田地区の商業の活性化について
 ～物語り都市：新長田めざして～ 田中 道雄
- 新長田地区の再開発事業について 白國 高弘
- アタス神戸 ～アニメを我等に～ 橋本 英治
- オトナが3時間楽しめる街を目指して 東 朋治
- KOBE 鉄人プロジェクトについて
 まちに元気を！鉄人28号モニュメントから三国志館まで 岡田 誠司
 馳川 潤哉
- 旧二葉小学校の転活用と活性化について 今西 敏男
- 神戸市(新長田地区)中心市街地
 活性化基本計画について 岡本 康憲

行政資料

- 「神戸づくりの指針」中間とりまとめについて
 神戸市企画調整局総合計画課
- 平成21年度神戸市グローバル都市戦略の
 実現に向けた調査研究報告(概要) (財)神戸都市問題研究所

巻頭言

中心市街地活性化の課題

（財）神戸都市問題研究所理事長 新野 幸次郎



「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律」（1998年）が、「中心地街地の活性化に関する法律」に変わったのは、2006年のことである。

ところで、1998年法が制定された背景には、周知のように、全国各地の都市で伝統的な商店街のシャッター街化が進む一方で、少子高齢化に伴う人口減が目立つようになったことが働いていた。失われた10年間の低成長と中国製品の進出を主とする消費者の低価格志向が、食料品や衣類などを中心に顕著になるにつれて、駐車場整備を伴った大型店舗の都市郊外立地と旧市街地の店舗経営者の高齢化・後継者不足および店舗と住居の分離などと結びついて、かつての中心市街地の衰退をもたらしたことに対応しようとしたのである。

その点、本誌でとりあげた新長田地区は、独自の性格をもっていた。それは市当局によって、西部副都心となるべき地域とは考えられてはいたが、決して神戸市の中心市街地ではなかった。おまけに何よりもこの地域は、かつてケミカルシューズおよび下請の機械金属関係の中小零細企業の就業者が居住していたところで、そこに成立していた地域的中心市街地としての商店街を含めて、1995年の阪神・淡路大地震によって、決定的に被災した地域であった。そのため、法の適用を受けるためには、新長田地区が、神戸市の複数の中心市街地の一つであることと、この地区の活性化が単なる震災復興計画ではないことの確認から始めることが必要となった。そのため、神戸市では、これに対応するため特別の委員会を創設し、活性化の基本的方針と目標を設定するだけでなく、この地域での事業所数や年間の小売販売額、および年間歩行者通過量（特に休日）などについての数値目標を設定し、そのチェックをするシステムをつくり出した。

しかし、この種の活性化の実現はいうまでもなく、単に市当局が目標設定をし、その支援体制をつくることだけでできるものではない。何よりも大切なことは、その活性化に、ある程度までの成果をあげたいくつかの実例が示唆しているように、その地域内にそのエネルギーを引き出す諸力が内包され、熟成されなければならない。新長田地区は、急速な人口離散の中でのインフラ整備から着手したために、多くの問題を抱えていた。しかし、鉄人28号などに象徴される新しい波は、中心市街地活性化問題対応のユニークなあり方を示しつつある。

特集「神戸市（新長田地区）中心市街地の活性化 について」にあたって

神戸市長田区の南西部にあるJR新長田駅周辺は、かつては、全国最大のシェアをもつゴム工業や、重厚長大産業を支える中小機械金属工業など地場産業が繁栄し、神戸経済の中心地の1つであった。

また、こうした産業を背景に商店街や小売市場が軒を連ね、工場労働者や市電の乗降客が立ち寄り賑わう市内でも有数の商業地でもあった。

この地域は、企業の従業員や商工業者らが、まちづくりのリーダーとなって、下町のコミュニティを見守るまちづくりの先進地域でもあった。しかし、その後、社会経済情勢や産業構造が変化し、人口の減少や高齢化、地場産業の停滞など、いわゆるインナーシティ現象が顕著になってきた。

インナーシティ問題に総合的・長期的に取り組むため、「インナーシティ総合整備計画」が、1990年12月に策定された。この実現に向けた取り組みを始めたところに、阪神・淡路大震災が発生し、まち全体が大きな被害を受けた。

震災後は、震災の経験・教訓を踏まえ、「神戸市復興計画」や「第4次神戸市基本計画」に基づき、地下鉄海岸線の整備のほか、公共施設・利便施設整備を進め、副都心として、住・商・工の調和のとれた魅力あるまちをめざすとともに、JR新長田駅南側の市街地再開発事業、北側の土地区画整理事業に着手し、災害に強く、人に優しい安全なまちづくりを進めてきた。

また、最近では、区画整理事業や再開発事業の大部分が終了すると同時に、「KOBE鉄人プロジェクト」など、地元住民と行政との協働に基づく地域活性化事業が、確実に実を結びつつある。

本号では、震災から15年が経過したこの機会に、平成10年12月に引き続く平成20年7月の「神戸市（新長田地区）中心市街地活性化基本計画」に基づく、この地区の地域活性化事業について再整理するとともに、再開発事業やまちづくりの今後の課題について、多角的に考察する。

論文「新長田地区の商業の活性化について」では、この地区の未来像を考える上で、今、何をなすべきかという視点から、「新長田地区の再開発事業について」では、新長田地区の再開発事業に民間のコンサルタントとして、地元組織と連携しながら関わってきた経験を中心に考察していただいた。「アニタス神戸～アニメを我等に～」では、日本のアニメ産業を分業と集約による地場産業であると捉え、この地区で、アニメ制作の人材育成を行うことの意義について論じていただき、「大人が3時間楽しめる街を目指して」では、「㈱新長田TMO」の活動の成果と今後めざすべき方向性について、「KOBE鉄人プロジェクトについて」と「旧二葉小学校の転活用と活性化について」では、地域を活性化するためのソフト面でのユニークな取り組みを論じていただいた。また、「神戸市（新長田地区）中心市街地活性化基本計画について」では、基本計画の概要とその課題、今後のあるべき姿について紹介いただいている。

特集 神戸市（新長田地区）中心市街地の活性化について

巻頭言

中心市街地活性化の課題 新 野 幸次郎

論 文

新長田地区の商業の活性化について

～物語り都市：新長田めざして～ 田 中 道 雄 4

新長田地区の再開発事業について 白 國 高 弘 13

アニタス神戸 ～アニメを我等に～ 橋 本 英 治 23

オトナが3時間楽しめる街を目指して 東 朋 治 36

KOBE 鉄人プロジェクトについて

まちに元気を！鉄人28号モニュメントから三国志館まで … 岡 田 誠 司 45
馳 川 潤 哉

旧二葉小学校の転活用と活性化について 今 西 敏 男 53

神戸市(新長田地区)中心市街地活性化基本計画について 岡 本 康 憲 59

関連図書紹介

都市と商業—中心市街地の新たな手法 66 / 中心市街地の創造力 66 / 失敗に学ぶ
中心市街地活性化 67 / 定常型都市への模索 67

歴史コラム

都市交通整備と阪急高架乗入 溝 橋 戦 夫 68

潮 流

国民投票法施行 70 / 地域委員会(名古屋市) 70 / 事業仕分け第2弾 71 / 食品
安全庁創設 71 / 産業構造ビジョン 72 / 欧州経済危機 72 / 子ども手当法 73 /
口蹄疫問題 73 / 電子書籍革命 74 / 神戸市・仁川姉妹都市提携 74 / ひょうご・
神戸マラソン 75 / 中国青海省地震 75

行政資料

「神戸づくりの指針」中間とりまとめについて

..... 神戸市企画調整局総合計画課 76

平成21年度神戸市グローバル都市戦略の実現に向けた

調査研究報告（概要） (財)神戸都市問題研究所 90

新長田地区の商業の活性化について

—物語り都市：新長田めざして—

大阪学院大学経営学部教授 田中道雄

1. はじめに—変化を始めた新長田地区

阪神・淡路大震災の被災から15年、今やっ
と新長田地区は深い眠りから目覚めようとし
ている。その象徴が鉄人28号の登場である。
もちろん、新長田地区はこれまでも着々と復
興を成し遂げてきた。しかし、「仏作って魂
入れず」の諺に似て、見た目の整備が進むの
とは裏腹に、地域にはどこか空虚な雰囲気
が漂ってきた。それは時代を向い風と感
じる気配に充ちていた。

だが、鉄人28号の登場は、この潮目を変
えた。男達が夢として描いた物語りの実現
によって、新長田に追い風が吹き始めた
のである。実は、風向きは以前より秘か
に変わりつつあった。それはJR新長
田駅乗降客数の増加にも示されている。
今や、新長田駅の乗降客数は、周辺
でも上位に位置するようになってきた。
それは地下鉄2路線との乗り換えなど、
当地のターミナル的な性格が強まるにつ
れ、少しずつではあるが地域の潜在力
が向上してきたのである。

確かに、これら小さな動きはなかなか

きにくい。しかし、明らかに地域の力は
着実に改善されている。それを如実に示
したのが、未来へと向けた鉄人28号の
ポーズではなかったか。それは戸惑い
ぎみであった商業経営者の自信を取り
戻させ、将来へのほのかな希望へと導
く。いまではそれは、地域が進むべき
道の確信へと転化しつつある。そう、
それこそが「物語り都市：新長田」へ
の道なのである。

こうした動きを追求してきた新長田
まちづくり会社の宍田氏は、鉄人28
号の効果として「イメージ効果、交流
人口増加、誘引効果」の3点を指摘し
ている¹⁾。それは停滞していた新長
田に明らかな変化を引き起こした。そ
して、その変化は今後も次々と起
こるだろう。今、求められているのは、
このさらなる変化を、より効果ある
ものとするのであり、そのために、
今、何をなすべきかを考えること
ではなかろうか。

2. 新長田地区に変化を起こす3条件

変化を始めた新長田地区が、その勢

1) 宍田正幸(2010.1.)「KOBE鉄人PROJECTと復興のまちづくり」Approach No.39, 兵庫県建築士事務所協会神戸支部。

に強めるには、これまで以上に戦略的にものごとを進めねばならない。そのためには地域の内発力を、より一層発揮すること、目を広く近畿、全国、世界へと向けること、そしてその思考方法を既存のものに頼らず、より柔軟に新たな視座を取り入れることなどが求められる。以下ではこれらの点について、順を追って眺めてみよう。

2.1. 内発的な変化力を醸成する

新長田地区の未来像を考える前提として、常に変化する力を持った新長田商業者の姿を思い浮かべることが出来る。今回の鉄人28号や三国志によるストーリー性の濃いまちづくりをみても、そこには地域の自発性が強く感じられるし、またそれを実現させる持続力を伴っている。そこには、自らを取り巻く環境を変化させていこうとする新長田商業の主体的な姿勢が感じられる。これこそがまさに、内発的な変化力そのものだ。

この自らを変えていこうとする力の重要性は、かつてからもさまざまに唱えられてきた。経営学者の藤芳誠一²⁾は、トンボや蟬のように、脱皮による生みの苦しみを通した「蛻変(ぜいへん)の経営」という言葉で、自己変革の重要性を指し示した。また鶴見和子は、各地域に固有な資源をベースとして、それぞれの地域に固有の伝統や文化に基づき、地域住民の主導により進められる発展パターンを内発的発展³⁾と命名した。

厳しい経済環境にありながら、新長田商業は神戸生まれの横山光輝に着目し、鉄人28号建設という物語り性溢れる地域資源を活かそうと、内発的な力を発揮したのであった。もとより、こうした自らを変えるにあたっては、何よりも地域の自省力と創造性が欠かせない。

正岡氏率いる KOBE 鉄人プロジェクトは、まさに新長田商業が自己組織性を持つ存在に他ならないことを示している。

こうした小さな成功の積み重ねが、次の大きなステップへとつながる。折しも、神戸市の支援によって、三国志の記念館が充実されるなど、変化の動きが今さらに一步を進めようとしている。

2.2. グローカリゼーションへの注目

グローバル化が進む今日、新長田商業は地域というホームグラウンドを重視し、地域との紐帯をますます強めながらも、目をそれだけに留めることなく、広く近畿、全国、世界に向けて行動を起こす必要がある。いわゆるそれはグローカリゼーション(地域からの国際化)の動きをさらに進めていくことである。新長田商業が生き残るためには、何よりも地域を知ると同時に、外の世界を知ることが大切だ。

もとよりそこでは、目に見える形で地域独自のストーリーやカラーを紡ぎ出していくことが求められる。その最大の証しが、鉄人28号に見られる。そこでは現在の取組みに磨きをかけながら、さらに自らの地域が持っている特性をさまざまな形で見直していく必要がある。その点で注目すべきは、新長田地区のいかにも下町らしい雰囲気はどう活かすかという点であろう。

通常、日本の代表的風景といえば東京はもちろん、京都や奈良の姿が思い浮かぶ。そこには積み重ねられてきた文化が多彩に存在している。しかし、こと下町風景というジャンルでは、かつての阪神工業地帯を支えてきた新長田地区もまた、十分日本的な特性を持っているのではなかろうか。

2) 藤芳誠一(1978)『蛻変の経営：管理の原点理解』泉文堂。

3) 鶴見和子(1996)『日本を開く』岩波書店。

そうした特徴は、これまでも一部では語られてきたが、地域ではあまりにも当たり前のことゆえに、かえって失念されてきた。しかし今や、その特性を訴えるチャンスが訪れている。そしてその情報発信の機会も、インターネットを通じて世界へと開かれている。それはバーチャルとリアルを組み合わせることで、現実と空想のなかでの新たな下町像となる可能性がある。いわば新長田や兵庫の路地をブラブラと歩きその角を曲がれば、その道はパリやロンドンの下町へと通じているのである。

既に、新長田地区は震災以前から多国籍の人々との共生を通じて、内なる国際化を押し進めてきた。そして震災は、その動きを更に強めた。こうした豊富な異文化交流を通じた経験は、将来地域の個性化へとつながる可能性が強い。もとより新長田地区の独自性を高めるには、満足だと思ってからのあと半歩の努力こそが、他の追随を許さないオリジナリティのある地域へ育てていく最低の条件である。それを実現するために、新長田地区には、より一層の努力が求められている。

2.3. 「女性的価値」への目醒め

かつてから、下町の主役は女性である。

下町の人間関係の底流は、女性達のネットワークによりつながってきた。時あたかも、少子高齢化、国際化、情報化など変化が進む

なかで、社会のあり方も大きく変化しつつある。そこでは、さまざまな場で潜在していた女性能力の最大限の活用、高齢者や国際的な人材の積極的登用などの要請が強まっている。こうした変化に先行する分野では、いわゆる「女性的価値」を最大限に活かし、情動的センスを使ったリーダーシップによって効果ある活動が行われるようになってきた。

ただ、ここでいう「女性的価値」というのは、単純に女性を活用するということではなく、女性が本来的に有している要素をうまく活用することを意味している。アニエス・アルシエは、経営的な視点に基づいた女性的価値を以下のようにまとめている⁴⁾。

ここにみられるのは、これまで男性的価値として考えられてきた「組織的」、「合理性」、「戦闘的」、「客観的」、「闘争心」というどちらかという直線的な価値意識とは反対の「直感的」、「共感性」、「対話力」、「受容性」、「協調性」といった円運動に近い価値意識が取り上げられていることである。しかし、それはまさにわが国の優れたリーダーシップとして考えられてきた「情の経営」や「人本主義」により近いものといえる。

こうした動きに応じるかのように、新長田では女性達が地域の魅力発見の仕掛けを推進している。「下町レトロに首っ丈の会」がそれである。そのメンバーは10人の女性達で構

図表1 女性的価値の内容

- 他人の声を聴く能力、暗黙の認識
- 納得、人間関係、和解、合意の形成
- 複合性・多様性・多文化性の理解
- 実用主義、行動の効用重視、成果・具体性重視、時間価値感覚
- 情報共有・集団主義の役割に対する感覚
- 権限委譲の感覚、他者の才能の重視

Agnes Arcier, *Le Quotient Feminin de L'entreprise*,
瀬藤澄彦訳『女性指数が経営を変える』NTT出版, 2009年, p.18

4) Agnes Arcier (2002) *Le Quotient Feminin de L'entreprise*, 瀬藤澄彦訳 (2009) 『女性指数が経営を変える』NTT出版。

成され、人間関係の「情」や「絆」というキーワードを使いながら、集団の共感と個人の達成感をいかに組み合わせていくかということを追いかけているのである。

新長田地区の活性化を考えるにあたっては、これら「内発力」、「グローカリゼーション」、「女性的価値」という3つの条件を着実に向上させることが、欠かせぬ要件となつてこよう。

3. 夢見る新長田地区に求められるまちづくり像

3.1. 再び複合化された街へー「住・商」地区から「住・商」+「産・教・観」地区へ

次に、これら3つの条件を基礎として新長田地区が追い求めるべき目標像について考えてみたい。この新長田地区の潜在力を高める鍵は、現在の「住と商」に留まらず、「産・教・観」を意識したまちづくりのあり方を模索することだ。

3.1.1. 「産業」の街

まず「産業」といえば、当然、かつてのようなケミカル産業を思い浮かべるが、もとよりそれは単純にケミカル産業の復権を意味するのではなく、それに代わる新たなソフトに傾斜した都市型産業の可能性を探ることである。幸い、鉄人28号の誘引効果として、旧二葉小学校跡地での神戸ロボット工房や再開ビルに拠点を構えたアニメスタジオ・アニタス神戸など、新たなソフト産業の開設が次々と進められている。これらの動きは当然、次のステップを、より広く、より深く進めることで、新長田地区にソフト関連産業のクラスターを形成し、名実ともに地域の未来型イメージ形成へと導く必要がある。

それに加えて現在も積極的に取組まれてい

るインキュベーション施設を一層充実させ、意欲的な女性や外国人などにその場を開放していくべきであろう。前述する「女性的価値」の発揮という意味では、現在のアメリカがそうであるように、今後はわが国でも女性が続々と起業する時代が訪れるものとみられる。そうした傾向を先取りするためにも、女性に焦点を当てた女性専用インキュベーション施設等を整備し、女性同士のコラボレーションを促進するなどの取組みも求められよう。

これらの取組みが、かつての動きと異なるのは、新長田地区での単純な生産装置の復活ではないことである。それは高度なソフトに裏付けられたさまざまなサービス機能を地域へ埋め込むことであり、新長田地区の新たな展開を可能にすることだ。それはかつて、ケミカル産業の生産面を主として担っていた女性達が持つパワーを、再びソフト面で新長田地区に取り込んでいくということでもあろう。それが新長田商業復権への第一歩となる。

3.1.2. 「教育」の街

ついで、重視すべきは、地域に「教」の要素を色濃く埋め込むことだ。とりわけ、それは教育サービスを核とする側面である。筆者はかつてから新長田駅周辺を西神戸の教育センターとして位置づけるべきだと唱えてきた。既に、震災前の「西神戸商業地区広域商業診断報告書」（神戸市経済局、平成5年3月）で、こうした内容を提案している。

当地はJRと2つの地下鉄の結節点であり、それによる広範な後背地を持つことから、西神戸の交通中心は明らかに新長田駅周辺にある。このような恵まれた立地条件を活かし、大学や専門大学院のサテライト、アニメなどを始めとする各種専修・専門学校、学習塾そして生涯学習施設や身近なカルチャーセンターなど多くの教育・研修関連施設の集約が可能となれば、新長田地区の心理的重心は一層高

まる可能性が強い。

もとより、そのために克服しなければならないことは多い。その最大の課題は、なんといっても JR 快速の停車問題であろう。かつてより議論されてきたこの問題は、新長田駅が請願駅であったという経緯を含み、今もなお解決には至っていない。しかし、時は移り、新長田の乗降客数は着実に増加への道を辿っている。今後、本来の意味での「西の副都心」として、地域一体となってこれらの問題を解決し、その中心性の条件向上に努力すべきといえる。

3.1.3. 「観光」の街

最後に、「観」の問題については、これまでの震災学習の修学旅行を対象とすることに加えて、新たな可能性が開かれようとしている。

それは昨今の観光傾向である生活文化のあり方に対する関心の高まりである。現代では風景や社寺仏閣など対象を客体化し、ただ単にそれを見物するのではなく、旅行者がその環境に自らを投入することで、主体的にその「場」を体験しようとする動きが強まっている。いわゆる体験観光・ディープ観光であり、東京の根津・千駄木や浅草地域、京都の西陣地域など、地域に住む人達の文化的で日常的な営みの深さに関心を示す都市観光への注目がそれにあたる。また中国においても、北京の「胡同や四合院」という存在が、最近では多くの観光客の訪れる「場」として人気が高い。これらに共通していることは、地域社会に根づいた生活文化への注目であり、それはまさに新長田地区の持つ潜在的な可能性と同義なのである。

大切なことは、地域を既存の視座で眺めるのではなく、「リフレイミング」を行うことだ。

かつての新世界や通天閣のイメージも、最

近では多くの若者が訪れるなどして大きく変化してきた。同じように西成地域も過去の雰囲気を残す一方で、安い宿泊施設を利用する外国人のバックパッカーが集まる国際的な中継地点として注目されている。それは浅草地域でも同じである。そこでは少しずつだが、地域に変化が起きている。

同じことは、新たに新長田地区にも起こりうる。実際、新長田の存在は立派に世界の下町へとつながるものであり、しかもその可能性は小さくない。バックパッカーが集まるような清潔で安い宿泊施設や人と人が触れ合える環境を少しずつ整備していくならば、新長田地区は神戸という都市のなかで、国際的な人的交流の核となりうるチャンスを秘めている。前述の「下町レトロに首っ丈の会」では、「ぼろいをレトロに」という合い言葉のもと、古いと汚いを峻別して忘れられていた地域や人の魅力を一つずつ拾いだし、再びこうした情感溢れる交流の街を作り出そうとしている。それはまさに国際的な広がり強く意識したものであり、その宣伝の一環として2010年7月にパリで開催されるジャパンエキスポで新長田地区の下町の魅力をアピールしようとしている。

そこにあるのは、新たな観念に立った地域の「リフレイミング」であり、忘れられていたり、気づかれなかった地域価値の再発掘なのである。それはかつて筆者が手掛けた「湊川五連合という経営者サイドの視点から脱して、神戸新鮮市場という消費者サイドからの命名」にみられる価値転換に連なるものであり、まさにハイカラー辺倒でモノカルチャーに留まる神戸観光に対して、下町という異質で新たな魅力を埋め込むことに他ならない。

新長田商業活性化のキーワードは、こうした地域に、さまざまな魅力を溢れさせることによって、自らの環境改善を図ることに尽き

るだろう。地域がめざす目標像に合わせ、新長田商業は、自らを変えていく力を発揮すべき時が来ているのである。

3.2. 四季を感じさせる脱日常の街－季節感と祭りによる日常的变化の演出

新長田地区が複合的な街をめざして努力する時、忘れてならないことは地域が有する時間軸をハッキリと認識することである。点や線、あるいは面としての地域の魅力は、ハード的な整備で、今後ますます強化されていくだろう。それは新たな資本の参加により、着実に高まる可能性がある。しかしながら、こうした見た目の整備は完成したその日から陳腐化が始まる。そのことは最初から十分に認識しておかねばならない。

他方、地域が常に新鮮な気配を保つには、こうしたハード的な面での取組みだけでなく、ソフトの仕掛けこそが鍵をにぎっている。それは時間軸を意識し、常にこの街に「変化」を演出することである。もとよりそれは単なるイベントだけではない。そこで求められているのは、地域のイメージを域内・域外を問わず誰にでもわかる形で訴求する仕掛けの重要性である。

たとえば、鉄人28号の存在のおかげで、毎月28日、この地域の中核的イベントが実施されるならば、その効果がもっとも高いことは容易に想像できる。もとよりそれは決して「非日常」的で、たった一度の来街を目指す存在しての新長田ではなく、ふっと寄ってみたくなる「脱日常」の街としての新長田の存在なのである。こうしたことを考えれば、青空のもとでスックと立っている鉄人28号の足下では、青空市場としての週市である「マルシェ」⁵⁾の存在がよく似合うだろう。「28号

の股をくぐると幸せになる」という都市伝説の類いも、多くの人々がそこに足を運ぶ機会があつてこそ、より強まるのである。

もとより新長田地区に四季を感じさせるには、見た目の自然景観をどう演出するかも大切になろう。この場合、時間的に余裕のある女性や高齢者達の地区メンテナンス能力を活用して、花と緑を強力に意識した持続的まちづくり運動が、求められるのである。

3.3. 発見の喜びを感じさせる街

新長田地区の可能性を考えるにあたって、地域に埋もれた資源を使い、発見の喜びを感じさせる街へとイメージを転換していくことが望まれる。そのためには、現在持つ資源に加えて意識的に新たな資源を付加していくことが必要である。ここでは、一つの提案として新長田と「数字」について考えてみよう。

当地が持つ可能性の一つとして、街資源としての「数字」とそれを活かした迷路性という形での仕掛けが考えられる。たとえば新長田では、ざっと見るだけでも1(新長田一番街)、2(二葉町、国道2号線)、3(三国志、腕久三和会)、4(二葉三四会、二葉四五会、腕塚久保四丁目交誼会)、5(まる五市場、五位の池線)、6(六間道)など、数値を冠した施設や組織が多い。最近ではこれらに、28(鉄人28号)が加わった。これらの数字は、店舗名称などに使われているのを加えれば、まだまだ出てきそうだ。

こうした地域に埋め込まれた数字を活用して、面白さを演出できれば、いわゆる新長田地域ナンバープレイ(ナンプレ)の可能性が生まれる。地域に埋め込まれた数字の謎と魅力に加え、新長田に展開するB級グルメの「そばめし」、「お好み焼き」、「ぼっかけ」な

5) 田中道雄(2007)『フランスの流通－流通の歴史・政策とマルシェの経営』中央経済社。

どの店舗をナンバリングすることで、店名とともに数値を使った遊びの仕掛けも可能になる。

現代は、街を舞台にした「鬼ごっこ」や「サバイバルゲーム」などが各地でなされている。こうした面白みを演出するには、数値を活用して遊ぶための街のシステム化や暗号化などの設定や布石が求められよう。たとえば、単なる場所を巡る既存のオリエンテーリングではなく、いろいろな数値を組み込んだ謎解き型のストーリーによる新長田オリエンテーリングなども考えられよう。

大切なことは、新長田地区がこれまでの視点に留まり、他地区と同じような施設の建設や店舗の誘致競争に陥るのではなく、街全体として異質な魅力競争を意識し、かつブランド・価格に対抗する情緒的な価値を持つことこそが、将来の新長田地区商業の活性化につながっていくということなのである。

4. 新長田地区：個店・商店街・地域社会の取組み

4.1. 個店：一店逸品魅力サービス

新長田商業の力を発揮するには、ひとり個店のみが頑張るのではなく、商店街や地域がそれぞれの役割を確実に果たすことが必要である。

もとより、社会の高齢化はますます進む。すでに時代はかつてのモノ売り中心から、その重心をサービスや情報・ニュースの提供へと移行させている。現時点においてさえ、家計で支出する金額の半分以上、56%がサービスに対して支払われている。そこでは消費者が日常的な生活の質を高めようと、かゆいところに手の届くサービスへの支出を選択している。

その意味で、顧客の要求はますます思いや

りのあるサービスであるホスピタリティに溢れる店を求めている。それは、これまでのような単なる物販店ではなく、サービスに裏づけられたモノの販売という「サービス物販店」という形に移行している。それは高齢社会に真に必要なサービス化への対応であり、時代が求めるニーズ・ウォンツの転換に適切に対応していくことでもある。そのためには、商業者自身が時代の変化を十分に感知し、適応していかなければならない。

4.2. 商店街：顔の見える街再び

商店街衰退の一因は、経済的な機能を追い求めるあまり、モノや価格があまりにも前面に出過ぎ、そこに介在する人間力や情緒性を弱めてきたことにある。モノの量や価格競争という同一の土俵に立てば、物量で優る大規模小売業が有利なのは誰の目にも明らかだ。商店街はこうした面に目を奪われるあまり、自らの最大の強みである人間力や情緒性の発揮を怠ってきた。

こうした歪んだ現実を克服するには、かつてのように商店街を再び顔の見える街にしなければならない。そしてそれこそが、新長田商業のめざすべき方向性といえる。そのためには、店主ひとりひとりが、どこの誰だか分からないというのではなく、来街者にとって、全ての商業者がどこかで会った、どこかで見たというような顔の見える商店街になる必要がある。換言すれば、店主自身が地域の人々によく知られた顔、知られた人物になるということだ。

当然、そのためにはさまざまな機会へ店主自身が主体的に参加し、アピールすることが求められる。商店街の印刷物に店主の似顔絵をつけたり、新長田商業で取組む「三国志なりきり隊」へ積極的に参加したり、あるいはさまざまなイベントにどんどん参加して店

の存在感を高め、自己アピールの回数を増やすなどの面も大切だ。大阪では、どのような外出、会合にも、必ず店の法被を来て出かけるという店主がいる。こうした日頃からの自己アピールこそ、商店街の店主に求められている最低の行動ではなかろうか。

確かに、こうしたアピールは、個人的には恥ずかしくて、抵抗があるかもしれない。しかし、そうした自らを知ってもらう努力が、地域の消費者に見知った顔として認められる時、それは地域商業者への潜在的な信頼感を高めるとともに、それが顔の見える地域の安全・安心の演出につながっていることを理解しなければならない。「無縁社会」といわれる今日、こうした地道な努力こそが地域における人間興隆の第一歩である。

そしてこの消費者とのふれあいの先に、全店の「一店逸品魅力サービス」の提供が位置づけられる。この「一店逸品魅力サービス」とは、全国的に行われている個店それぞれの店でしか提供できない一店逸品を準備するだけに留まらず、そこに各店舗の商う商品に関連した独自の魅力・サービスを付け加えていくことである。

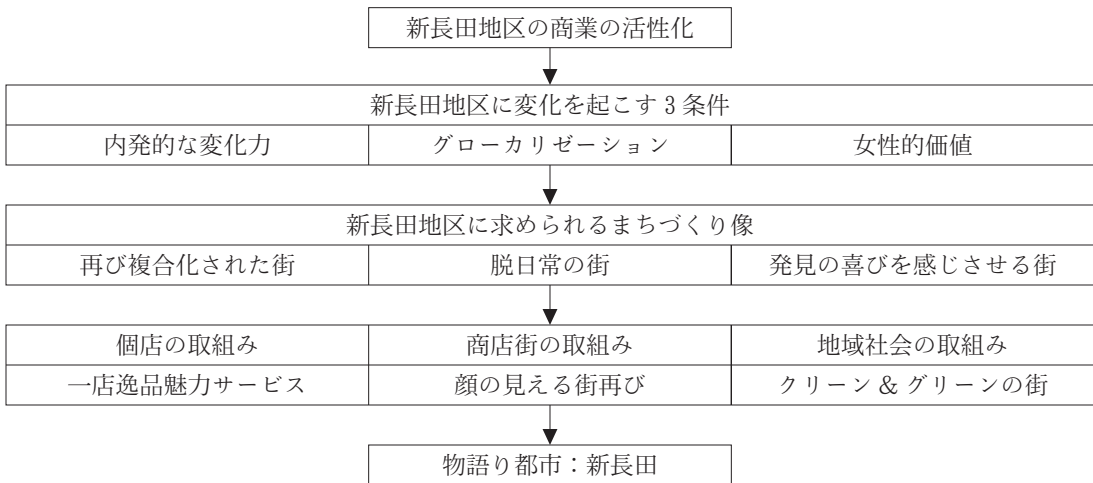
そこにあるのは、商業者による消費者へのラブコールである。

もとより、こうした日々の努力を第三者に認めてもらうには、その蓄積をわかりやすい形で示すことも必要だ。その一つのシステムとして、筆者が提唱する「まちづくり会計」⁶⁾ という考え方がある。「まちづくり会計」は、商店街による地域への貢献度を数値化しようとするものだ。小論では紙幅の関係から詳しく述べることは出来ないが、こうした「まちづくり会計」を導入することで地域への訴求を一層図っていくことが望まれる。

4.3 地域社会：「クリーン & グリーン」のまちづくり

商業者の動きに対し、地域はどのように応えていくべきだろうか。地域社会には新長田地域のあるべき姿として、住生活を豊かにする地域環境の充実を進める役割が求められる。そこに必要なのは新長田地区を再び下町情緒溢れる環境に変えていくことを目指すまちづくり運動であり、かつそれを地域全体で進めていく時のキーワードは「クリーン & グリーン」、すなわち「清潔な街と緑の街」

図表2 本論の枠組み



6) 田中道雄(2006)『まちづくりの構造—商業からの視角』中央経済社。

というものではなかろうか。

このうち、「クリーン」の側面は、海外とは異なり、わが国の下町が持つ大きな特徴である。どこの国でも、下町境界は古いだけでなく、その生活環境の厳しさから不潔な側面を持つことが多い。しかし日本の下町は、確かに建物や施設は古いが、なんといてもその国民性から街は清潔なのである。この点は、今後とも地域社会が維持していかなばならない大切な点である。

次に「グリーン」の面では、例えば「緑の下町回廊構想」というように、かつてのように新長田の街路や路地を緑溢れる街へと変貌させていく一つの運動が考えられる。そのためには「緑視率」や「緑被率」を高めていくことが必要だ。この「緑視率」とは、ある地点に立った時、そこから眺める景観の緑の比率を表わす指標であり、また「緑被率」とは、ある一定範囲における緑の量を表わす。

新長田地区では、まずこうした具体的な側面での定点観測地域を設定し、常にチェックしながら目標を実現していくことが大切だろう。例えば、塩汲み道としての五位の池線のシンボルロード化をさらに進めたり、「世界の下町:新長田」などのスローガンを掲げるなどの意識面での取組みがまたれる。

5. むすびに代えて—物語り都市：新長田

鉄人28号の建設によって、自分達の街の特性をビジュアルに、かつ面白く訴求することが、地域に多くの来街者を引き寄せる最大の仕組みだということを新長田地区の商業者は自覚した。それは新長田商業者の迷いをふっきり、今や地域の信念へと向上したように見える。

多くの消費者は、その地域に住むか否かを問わず、自分達にとって楽しく、便利な街への変化を求める。と同時に、そこにおけるさ

まざまなコミュニケーションを体験することによって、その街を訪れることによる楽しさを感じたいと願っている。そこで必要なのは、消費者サイドで自由に切り取ることができる多様なストーリーに溢れた街としての存在である。新長田地区はこうした多様なストーリーを演出することで、多様な「モノ」と「コト」を組み合わせた「物語り都市」への一步を踏み出すことができる。もとより「物語り都市:新長田」の動きは、未だ始まったばかりであり、その目標への道程は遠い。しかし、さまざまな物語りの軸を組み合わせると同時に、その相乗効果が発揮される時、新長田地区は、再びかつての活性化された姿を取り戻すことができるだろう。

新長田地区の再開発事業について

(株)環境再開発研究所 所長 白國 高弘

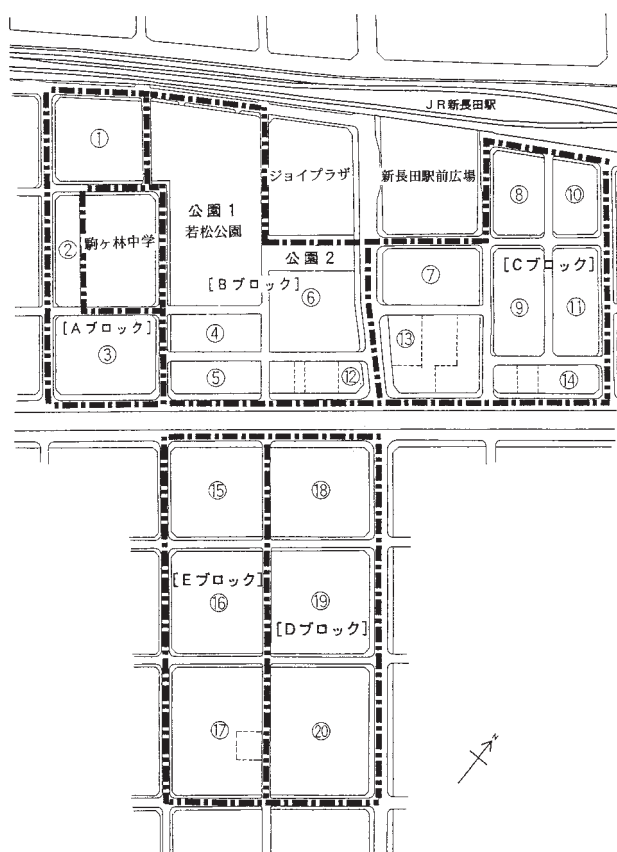
はじめに

本稿を書くにあたって新長田地区再開発事業への私のかかわり方及び「何を書くのか」「どんな視点で書くのか」を明らかにしておくことは、以下の内容をご理解いただくうえで、大変必要な事だと思うので、この項を設けた。

新長田地区の再開発には、一部の地域で震災以前からかかわっており、震災後も今日まで15年以上に渡って関わってきた。現在も地元組織を中心に関わっている。しかし、20haという大規模な再開発地域全体に関わったわけではなく、新長田1番街商店街を中心とする新長田駅前地区復興まちづくり協議会（以下「駅前協議会」という。別図1のBブロック）及び大正筋商店街の東側の久二塚地区震災復興まちづくり協議会（以下「久二塚協議会」という。別図1のDブロック）の再開発コンサルタントとしてかかわった。

そのため、この両地区を中心に平成7年3月の都市計画決定から今日までの行政の取組み方、地元の取組み方を、

事象を中心に考察し、そこから見えてくる課題と教訓を私なりの視点で整理し、論じることとする。



別図1 市街地再開発事業の施工区域におけるブロック分割図

1. 新長田地区再開発のはじまり

平成7年1月17日午前5時46分。新長田地区の再開発は始まった。

「ドーン」という大音響とともに、一瞬にして建物は倒壊し、道路は地割れし、多くの人命が奮われ、数時間後には火の海と化したまち。それが新長田地区である。

新長田地区は、神戸市のマスタープランで西の副都心として位置づけられ、都心の三宮地区に次ぐ大きな商業地域の広がりがあり、ケミカルシューズのゴム工場群が地区の経済を下支えしていた。

その事が新長田地区の被害を大きくする要因となったことは、皮肉なものである。陽が昇るにつれ、被害は拡大（火災）する。

しかし、同時にまちの復興をどうするかという取組みが始まっていた。

都市計画事業（再開発事業）としてまちの復興をするためには2カ月しか猶予はなかった。（当時）

連日連夜の会議の末、被害調査をもとに東の副都心である六甲地区約5ha、西の副都心である新長田地区約20haが再開発事業区域と決まった。（別図2）

2. 再開発事業区域の設定についての地元の反応

□再開発事業周辺への対策要望

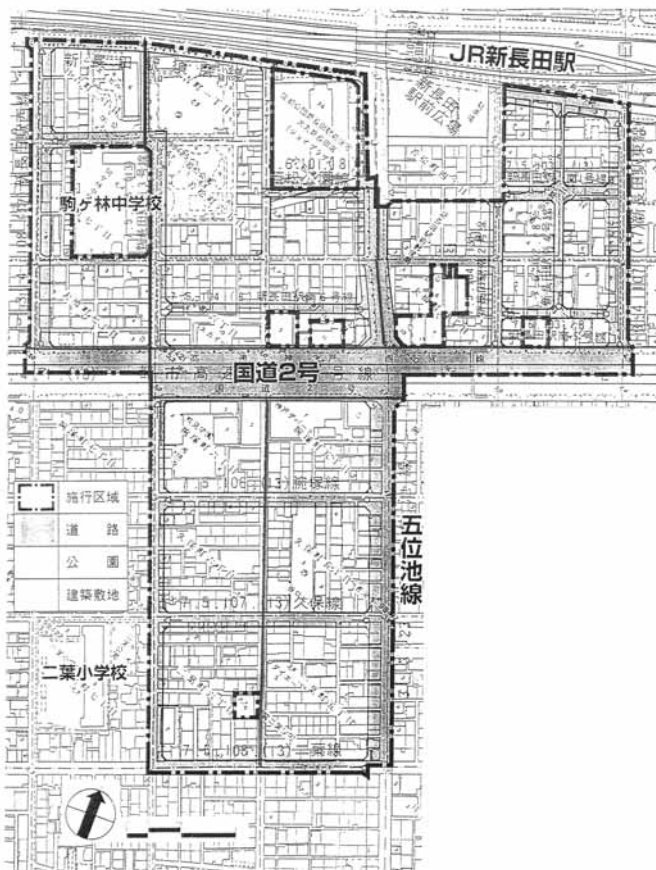
事業区域が新聞発表されて地元から2つの意見が出された。

1つは、商店街の片側が再開発事業区域であり、反対側は事業地区外となっており、商店街が分断されてしまうという意見であり、再開発事業地区に編入されないのなら、他の方策を考えて欲しいという意見

もう1つは、再開発事業区域内に「ポツン」と区域除外されている人達から事業区域への参入希望の申出である。

このような部分はいくつかあり、全てはRC造等による堅固な建物であり、除外の理由は明確であった。

結果として、最初の意見は日の目をみることはなかったが、2つ目の要望に対しては、事業区域を変更して、一部事業区域に編入することとなった。珍しい事例といえよう。



別図2 新長田駅南地区市街地再開発事業の施行区域

神戸市都市計画局発行の新長田駅南地区まちづくりニュース第1号より

3. 計画内容についての地元の反応

(1) 公共施設の整備について

都市計画決定の内容は、公共施設の整備が目立った。道路拡幅、公園整備が大きくクローズアップされた。震災直後であるため、災害時用として多くの道路が大型トラックの進入が可能なような拡幅計画となっていた。「商店街の分断」「何のための再開発」「誰のための再開発」といった意見が多く出された。また、若松公園の拡張に伴い、新長田1番街の北側半分が公園計画となり、該当者は何処へ行くのか。新長田1番街を壊すのかといった非難の声が大合唱となった。(別図2)

行政側は災害時を強調し、地元側は100年か200年かあるいは500年かもわからない災害に対し、明日からの生活をどうしてくれるのか。と主張し、議論は沸騰した。

道路幅については、行政側は譲歩せず、歩道をゆったりと設けることで決着し、公園については、1部面積の縮小ということで決着した。当時、若松公園には、緊急用のヘリコプターが発着できることが条件だといわれ、飛行航路を検討した記憶がある。

(2) 建築計画について

平成7年3月に発表された新長田地区完成予想図なる鳥瞰図が発表されると、地元に与えたインパクトは強烈であった。(別図3)

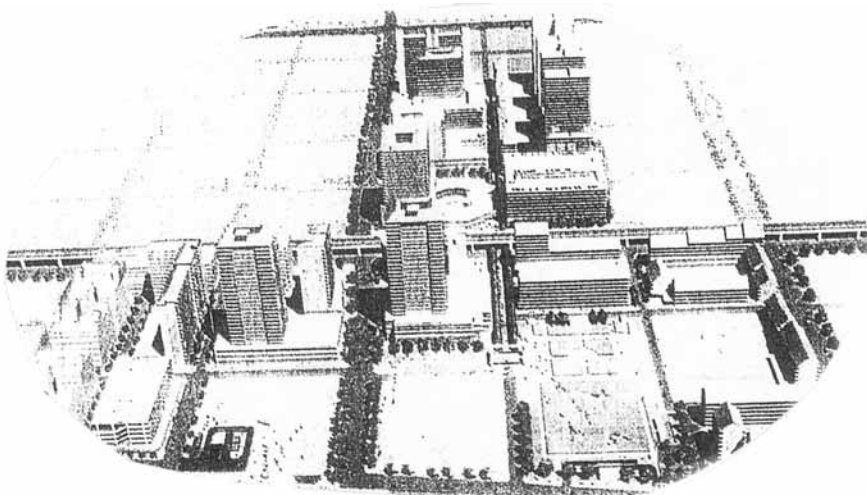
「こんな街にしてほしくない。」「誰がこんな計画をしたのか」「地元の意見を聞いてから計画をつくるべきである」等々。時間のない中での作業であり、あくまで参考図であるとの注釈を説明してもなかなか理解が得られなかった。協議会からの提案があれば可能な限り変更に対応するとの発言でおさまった。結果的には、かなりの変更が行われた。

4. 第二種市街地再開発事業について

新長田地区の再開発事業は全て第二種市街地再開発事業である。

「久二塚協議会」において、それが議論となった。

- ①震災事業はスピードが重要である。にもかかわらず、行政が行う事業はスピードが遅い。
- ②行政の計画は、画一的で、民間の柔軟な考え方が計画に反映されにくい。
- ③行政の計画は、ハード中心で、ソフト面の



別図3 都市計画決定時に発表された再開発による事業イメージ図

神戸市都市計画局発行の新長田駅南地区まちづくりニュース第1号より

注：北から南方向をみる

対応が弱い。

④変更は可能とは言っているが、地元の意見がなかなか取り入れられない。

等々の理由で、組合施行でできないものかとの意見が出された。しかし、資金の面、事業担保の面など考えて、事業は組合施行とし、行政が公共デベロッパー（参加組合員の役割）として参画する方式が提案された。

権利変換等は、地元（組合）で取りまとめ、計画も地元の意見を重視し、柔軟な考えで案をまとめ、その事業の確実性、資金面などで行政が後ろ盾となる考え方である。

久二塚地区でこのような考え方が生まれたのは、震災以前からまちづくりの勉強会を行っていたからである。当然、神戸市へ提案したが却下された。

5. 神戸市が採った協議会方式について

神戸市は、地元との対話、協議をすすめる手立てとして地元で協議会をつくってもらい、そこにコンサルタントを派遣するとともに協議会に少額ではあるが補助金を出す方策を採った。コンサルタントは、地元が決める場合もあり、神戸市が推薦する場合もあった。

この協議会方式は、再開発事業区域だけでなく、震災後の復興の動きのある概ね全市に及んだ。

成果の大小は別にして、概ね成功したといえる。神戸市のこの方策を可能にしたのは、震災以前からコンサルタント派遣制度をつくり、日頃からまちづくりの専門家を育成してきた成果といえる。

各々の協議会において、果たした役割は違うと思うが、メリットについては、

①行政対権利者という構図をコンサルタントが参加することで、行政対協議会という構図に変え、ややもすれば意見が個人的な利

害の対立になりがちな議論を、少しは大局的な議論の場とする事が出来た事。

②神戸市は協議会提案という形で変更案を受け入れやすかった事。

逆にデメリットとしては、地元の団結が、大局的議論にとどまらずに、権利闘争のプレッシャーグループとなった事である。まさに両刃の剣という事である。

他都市においても参考になる事例と言い得る。

6. 都市計画決定から事業認可まで

都市計画決定ができたからすぐに事業が始まるわけではない。現実には、再開発ビルが完成し、入居できるまでには最低でも3～4年はかかる。

その間、住宅、店舗はどうするのか。私が関わった地区は、ほとんどが全壊あるいは全焼であった。当然地元の人々は、建物の撤去後に仮設を建設するのが通常である。しかし、1人1人が仮設を建ててしまうと権利の調整に時間がかかることとなる。駅前協議会では、1人1人が仮設を建設したが、久二塚協議会では、1日でも早い復興をモットーに協議会が土地を地主から借上げ、そこに仮設店舗（パラール）及び仮設住宅（久二塚ファイブ10棟104戸）を建設し、入居希望者に斡旋した。

その結果、神戸市の交渉相手が建物に関しては協議会1人であったため、再開発工区内で最も早く再開発ビルが完成した。

この方式は、事業が早く完成しただけではなく、1人1人の投資（仮設建設費）を0に抑える効果もあった。

もちろん協議会に仮設建設費用があったわけではない。この方式のキーポイントは2つ。

第1点は、全焼した跡地を協議会が地主から借上げる事ができるか。

第2点は、仮設建設費をどうして(?)工面するかである。

1点目に関しては、1日も早い復興への協力依頼と、借地人と地主の関係を、地主と協議会の関係に変換することで、地主の同意を取り付ける事ができた。

2点目に関しては、神戸市からの建物補償金(いずれは神戸市が買収する事になる)全額を建設業者へ支払う事を条件に、建設業者と契約を締結し、協議会は0円で建設が可能



別図4 パラール

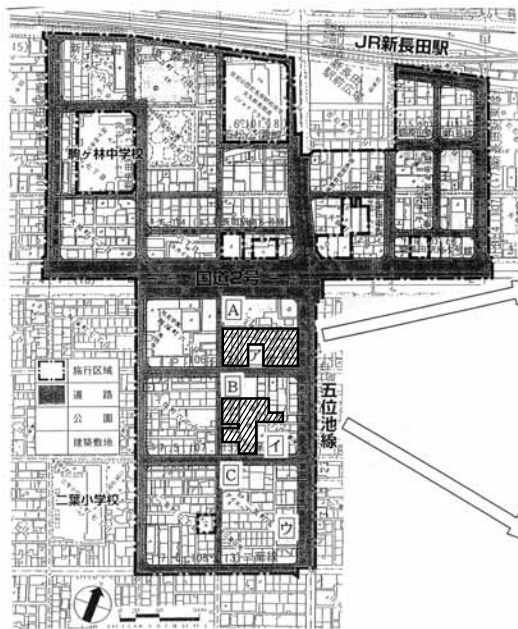
となった。(地元負担0円 変形PFI方式?)
震災からわずか5カ月後の平成7年6月10日完成入居セレモニーを行った。地元パワーの威力というべきであろう。(別図4, 別図5-1, 別図5-2, 別表)

別表 パラール敷地及び店舗状況 7/12/21現在

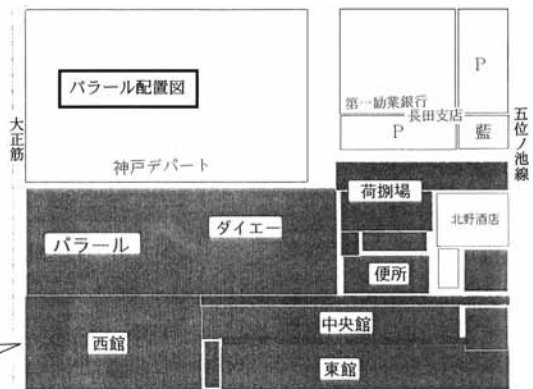
項目	単位	西館	東館	中央館	その他	合計
店舗敷地面積	㎡(坪)	3,256(987)	528(160)	476(145)	—	4260(1291)
その他敷地面積	㎡(坪)	140(42)	221(67)	72.6(22)	660(200)	1093(331)
敷地面積合計	㎡(坪)	3396(1029)	749(227)	548.6(166)	660(200)	5386(1632)
店舗棟(55-404)	㎡(坪)	1120(339)	528(160)	254(77)	—	1902(576)
店舗数	店	59(541-546)	23	18	—	100(911-916)
駐車場敷地面積	㎡(坪)					1,622(490)
各館別従業員数	人	116	46	36	63(511-)	261

*ダイエー敷地=934(283)

敷地面積は再掲され、店舗面積についてはパラールのみでダイエー別掲久二塚協議会作成資料より



別図5-1 パラール及び久二塚ファイブ位置図及び三地藏尊、3体の彫刻位置図



別図5-2 パラール及び久二塚ファイブ配置図
久二塚協議会作成資料より

7. まちづくり提案について

前述した協議会方式の大きな特徴は、神戸市は協議会からまちづくり提案を受けて、それを事業計画に反映をし、神戸市が事業計画を策定する手続きを行うことである。その取りまとめ役が、それぞれのコンサルタントであり、コンサルタントの最も大きな役割である。

私が関わった地区での提案のうち大きなものとして（これらの提案はコンサルタントが提案したものもあるが、多くは地元協議会役員あるいは会員からの要望である）以下を挙げる。

(1) 「駅前協議会」が行ったもの

①当地区にホテルを誘致してほしい。

神戸市9区のうち、ホテルが無いのは、長田区だけである。是非実現してほしい。→実現した。

② JR 新長田駅に快速電車を停車させてほしい→未だ実現せず。

③若松公園面積縮小による商店街の延長

防災面に重点が置かれすぎて、商店街の復興への視点到欠している。→実現した。

④再開発事業区域から除外されていた地区の再開発事業区域への編入

区域除外された地区の権利者からの要望に対応→実現した。

⑤地区再生の目玉として温泉を掘削し、温泉を活用したまちづくりをしてほしい

掘削の結果、温泉が湧き出し、足湯、温泉付住宅、フィットネスクラブなどで活用→実現した。

⑥大学のサテライトの誘致

地下鉄新長田駅から15分程度のところにある地下鉄学園都市駅付近にある大学等のサテライトスタジオ（各校共通で単位取得を可能にする）を建設し、学生の誘致を図る。→実

現せず。

(2) 「駅前協議会」が行ったもの

① JR 新長田駅、地下鉄新長田駅及び久二塚地区の南端にある地下鉄駒ヶ林駅（震災当時は計画段階であった）を地下、地上及び2階の3層で連絡してほしい。人の流れを国道2号線より南側に誘導するため。→90%は実現したが、2階デッキの接続がJR新長田駅のコンコースへ直接接続できず、駅前広場へ一旦下りることとなった。

②大型商業施設の誘致

国道2号線の南側への人の流れを強化するため→80%実現。

③福祉施設の誘致

目的施設の誘致をしてほしい。→実現した。

④長田区役所あるいは西市民病院の誘致をしてほしい。

長田区役所及び西市民病院が震災で被害にあったため、当地区への誘致を要望→実現せず。

⑤学生マンションの誘致

新長田から地下鉄で15分ぐらいの地下鉄学園都市駅に、神戸商大、神戸外国語大学など4校があるため、学生マンションを建設し、学生を街に誘致してほしい。→実現せず。

⑥夜の賑わいを演出するため、屋台村をつくらしてほしい。

夜になると人通りが激減するため、博多のようにまちづくりの中で、カセット式の水道、排水、ガス（プロパンでも可）設備を設置し、屋台を誘致してほしい。屋台の誘致は協議会が行ってもよい。→実現せず。

協議会からのまちづくり提案は、一度だけではなく、数回にわたって神戸市へ行われた。神戸市の努力によって実現したものも数多いが、実現できなかったものも多く、評価としては50点というところか。

この他にハードの提案だけでなく、ソフト面の提案もあり、多方面からの提案がなされている。

8. 事業認可から管理処分まで

再開発事業において管理処分計画の策定は、最大の難関である。

特に業種配置をどうするか。法律でいう従前相応の原則と、栄えるまちづくりとの間で苦悶するわけである。

(1) 別図1のBブロックの中で、若松町5丁目地区では、住宅を計画しなかったため、当該地区の住民から、「自分達はどこへ入居するのか」という問題提起があり、大橋5丁目、同6丁目等に既に住宅が建設され、空住戸も十分あるからそこへの入居を提案したが、大橋5丁目、6丁目の人達が入居した後の「残りもの」かとの批判があり、苦勞した。栄えるまちづくりと法制度の取扱いとの間での問題といえる。

(2) 久二塚協議会では、生鮮食品品の配置で苦勞した。大型店への地下食品店に対し、専門店（被災前のまるは市場）の市場関係者を地下へ配置したわけであるが、将来、地上階の店が業種転換して生鮮食品店（ミニスーパーを含む）になる事はないのか。保証はできるのか。管理処分計画では、一応納まったものの、現在もトラブルの種となっている。抜本的には「まちづくり会社」が借上げるしか方法はないのだろうか。

9. まちづくり会社の設立—20haのまちのタウンマネジメントのために

20haの再開発事業が順次完成していくわけであるが、それぞれの地区が自分勝手に管理組合をつくり、自分勝手に管理をしたので

は、20ha全体のまちは、ビル単体の乱立のまちにすぎなくなる。20ha全体は、地下、地上、2階の3層が、地下道、デッキなどで連結されており、店の営業時間、イベント、売り出し、防災防犯上の管理（集中管理）など、各ビルがバラバラでは全体が機能しないだけではなく、機能的にもおおきな障害となる。

そのため、20ha全体をタウンマネジメントをする機能が必要である。また、20haという大規模管理のスケールメリットを十分に発揮する事で、地元利益を還元できるメリットを生じさせる事が出来る。

このような考え方からまちづくり会社設立に向けての取組みが始まった。

当時神戸市においては、外郭団体を無くしていく方向が、市の施策として示されており、新しい外郭団体の設立に神戸市の英断をお願いする必要があった。

しかし、出資をお願いした企業からは、なかなか良い回答が得られず、また出資するにしても、かなり少額のものとなった。最大の課題は、「まちづくり会社」の収支計画と赤字になった時の処理、対応が問題であった。それでも多くの企業から震災から立ち直るまちへの応援メッセージとして出資金が集まった。

平成10年10月28日「新長田まちづくり株式会社」を設立。

会社概要
社名 新長田まちづくり株式会社
所在地 神戸市長田区若松町2-23-1 (現住所 長田区久保町6-1-1-401)
資本金 3億500万円

現在、新長田地区は、当まちづくり会社を核として、種々活動し、まちの活性化に貢献している。いうまでもない事であるが、同会社の役割は、再開発ビルの施設管理はもとより、タウンマネジメントを行うことを使命として設立されたものであることを忘れてはな

らない。

10. 新長田地区の現状

腕塚5丁目地区第1工区を皮切りに再開発ビルが竣工し、現在29棟が完成し、2棟が工事中である。今後、神戸市は、自ら工事を発注することはせず、残った地区については、特定建築者制度によって、漸次まちを完成させていく方針だと聞いている。(既に、5棟については、特別建築者制度により竣工し、2棟については工事中である。別図7)

11. 再開発事業以外の取組み

新長田地区では、再開発事業以外に地元商店街組織、協議会、TMO組織などを中心としてまちの活性化に向けたいろいろな取組みが行われている。

その基本に、新長田地区(再開発事業区域より大規模)が神戸市における中心市街地活性化地区に指定された(平成10年)ことがお

おきな要因となっている。

以下はその取り組みの概要である。

① 3地蔵尊の復活

久二塚協議会では、震災以前から在った3つの地蔵尊が震災で倒壊したが、地蔵さん本尊を近くのお寺に預かってもらい、保存していた。

まちの復興を機に、新しく地蔵尊を久二塚地区の3町(腕塚町、久保町、二葉町)に一体ずつを復元し、毎年8月の地蔵盆と3月のまちびらき祭にお祭りしている。毎年、1回に数千人の人々が訪れている。(別図5-1、別図6-1)

② 復興記念彫刻

3地蔵尊と関連付けて、上記3町に一体ずつ彫刻を制作し、まちの賑わいづくりの一端とした。なお、設置は久二塚協議会が行った。(別図5-1、別図6-2)

③ アーケードの復活

震災で大正筋商店街のアーケードは全焼、倒壊し、1番街商店街は倒壊した。

両商店街振興組合は、TMOを活用し、ア



「智慧地蔵尊」

志望校への入学、社業の発展などの願いを叶えてくれるかな
(位置別図5-1の㊸)



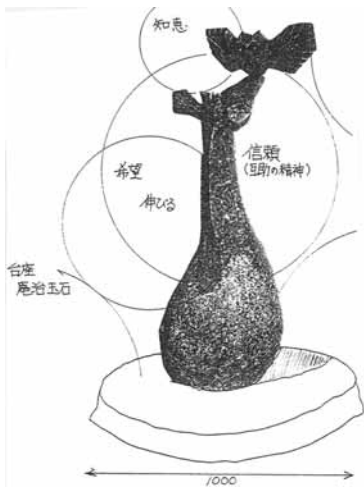
「一願地蔵尊」

一生にひとつの願い事を叶えてくれるかな
(位置別図5-1の㊹)



「癒し地蔵尊」

心の傷や、悩みを癒してくれるかな
(位置別図5-1の㊺)



別図6-2 復興記念彫刻

「感謝の念」と「希望の光」
を表現

(位置別図5-1の㊦)

「互助の精神」と希望の光
を表現

(位置別図5-1の㊧)

「鎮魂」と「希望の光」
を表現

(位置別図5-1の㊨)

ーケードを新設した。まちの活性化の装置として、大いに力を発揮している。

④鉄人28号の設置

神戸市は地元の協力を得て、鉄人28号のモニュメントを若松公園に設置、新長田地区への来訪者の誘導に努めている。

鉄人28号は、戦後横山光輝氏の漫画の題材であり、横山氏が地元の出身であることから、同氏のご遺族からのご協力により完成したものである。

最近の調査ではお披露目から6カ月で約200万人(4月末現在)の来訪者があった。

⑤三国志館等



別図7 平成20年7月現在の新長田地区
北から南を見る(神戸市より)

鉄人28号と同様、横山光輝氏の漫画、三国志にヒントを得て、神戸市は三国志館を来年3月を目途に設置する予定と聞いている。

⑥三国志に登場する武将等の設置

三国志に登場する関羽等有名な人の彫刻を街中に設置をすすめている。

12. 新長田南地区再開発の評価と課題

20haという大規模再開発が震災によるものとはいえ、約15年の歳月でほぼ完成した事は、敬意に値する。

そこには、神戸市が培ってきた長いまちづくりの歴史と情熱が大きく作用した事と、市民がまちづくりに対し、潜在的な理解力を持っていたためだと思っている。

協議会方式による「まちづくり提案」などは地元、行政、コンサルタントが一体となっとなし得たものであり、他都市においても十分に応用力のもつ方策だと思う。

反面、行政が地元との直接対話を避け、協議会を遠隔操作をして、うまく事業をすすめ

たという批判もある。しかし、「まちづくり提案」で述べたように、50%程度の提案達成率からすると、それなりの成果を得た方策と言える。

まちの姿は一変し、見た目には復興を印象づける風景が展開しているが、神戸市全体が震災によって被った後遺症は大きく、まちの活気という面では、まだまだ震災以前に及ばない。

新長田地区では、神戸市と地元が一体となっていていろいろの施策を行っており、まちの再生に向けての装置はほぼ整ってきたように思われる。

まち行く人々の数も少しづつではあるが増加しているようにも思われるし、来街者の層も随分と若くなったように思う。

商売も客層の変化に合わせて変えていく事が重要である。

また、基本的な問題として、新長田地区の活力を支えてきたゴム工場群の崩壊に対し、新しい産業の育成や、ケミカルシューズ群の支援、育成が要望される。

しかし、これからはまちづくりの装置をどう活用し、まちの活性化にどう役立てるかのソフト立案と実行が必要である。それによって、新長田地区再開発事業の成否が問われることになる。

結論を出すには、今しばらく時間が必要である。そして、そのために立ち上げた「新長田まちづくり株式会社」の力量がその成否を握っているといっても過言ではあるまい。

最後に私事ではあるが、再開発コーディネーターとして多くの地区の事業を手がけてきたが、事業完成後のフォローが十分できなかった事に大きな反省をしている。個人が何とかできる問題ではないかもしれないが、せめてフォローアップの装置だけでも構築しておくべきだったと思っている。ただ、3地区につ

いては、フォローアップ装置をつくる事ができたのは、せめてもの言い訳かと思う。

その1つが「新長田まちづくり株式会社」である。同社に期待する由縁である。

「アニタス神戸」 ～アニメを我等に～

神戸芸術工科大学先端芸術学部教授 橋本英治

日本のアニメーションの受容

日本のアニメーション映画は1917年下川凹天による天然色活動写真株式会社制作『芋川棕三玄関番の巻』から始まるとされる。黒板に白墨で線画を描き、それを消したり加えたりする方法によって制作された、線画のアニメーションである。

もともと、アニメーションの映画を言い表す場合、日本アニメ創生初期は線画映画という言葉があてがわれたとされる。我々が一般的に使う漫画映画という言葉は、当時漫画という言葉自体がなじみのないものであったため余り用いられなかった。英語でも初期のアニメーションは graphic animation と示され、その直訳の線画は確かに納得がいくものである。また、動く画（絵）としての動画映画という言葉が昭和初期、京都を拠点に制作活動を行った政岡憲三によって提唱された。彼は1939年、京都で「日本動画協会」を設立している。さらに、戦後、1948年「日本動画株式会社」を設立、これが後の「東映動画」の前身となっている。最近では2002年設立の一般社団法人「日本動画協会」(AJA (The Association of Japanese Animations)) も

動画という言葉を用いている。ところがテレビの時代になるとアニメーションに対する訳語は大きな変化を見せる。1963年以降、テレビ放送でアニメーションが放映されだした時代、一般的なものになった用語は、テレビ漫画、そして、テレビ漫画と区別するための漫画映画（劇場上映作品）といった呼称である。テレビ創生の頃、アニメーション、あるいはアニメという言葉は、その市民権をまだ得ていなかった。日本アニメーション百年近くの歴史の中でアニメーションという言葉が一般化するのには決して古いものではなく、一度漫画に翻訳された上で、それぞれのメディア（映画であったりテレビであったり）によって区別され、改めて、つい最近アニメという表現が与えられるという屈折した経緯を踏んでいる。1978年のアニメーション雑誌『アニメージュ』の発刊が示すごとく、その時期にやっとアニメという言葉が認知されたと考えられる。先に見た歴史ある「東映動画」は「東映アニメーション株式会社」へ1998年商号変更。このことから、アニメ、あるいは、アニメーションのカタカナとしての浸透にいかにかかっていたかが理解される。

アニメーションの発展

こうした呼称（受容）の変遷の中、アニメーション産業の大きな出来事として注目されることは、映画としてのアニメーション（いわゆる漫画映画）とテレビ放送としてのアニメーション（テレビ漫画）という分類、あるいは、カテゴリーの成立である。

もともと、漫画映画は映画にあって主流とはなりえなかった。大正時代、昭和初期、戦時体制下、大手映画資本と結びついた形で漫画映画が製作されたことはなく、中小企業の家内制手工業による産業形態をなしていた。常に時勢に影響を受けて発生と消滅を繰り返す、そうした弱々しい漫画映画製作が、いかにして戦後の復興、そして、「東映動画」等のアニメーション産業へと接木を可能としたのか。

産業としてのアニメーション。その前提には豊かな資本（多くの制作費）、製作に関わる人員（労働力）、多数の観客等が必要である。そうした産業を支えるためにも、多数の作品、あるいは長編のアニメーション製作が必須となる。日本で最初の長編漫画映画『桃太郎の海鷲』（1943）（演出・撮影 瀬尾光世）は第二次世界大戦中に製作された。産業としてのアニメーションに関して、戦争が一つの答えを示している。大正、昭和初期、戦時体制下、そして戦後の混乱期、漫画映画を支えたのは意外なことに教育に関わる官庁、軍部等の巨大組織であった。『日本アニメーション映画史』において山口且訓は指摘している。

「文部省を中心とする教育界では、子ども

たちの映画館がよいを禁止したかわりに教育映画会を昭和初期から開催しはじめた。それは講堂映画会と呼ばれた巡回映画会だ。この映画会のプログラムは劇映画、写実映画、漫画映画となっている。必ず一本は漫画映画が含まれていた。というのも、子供たちに一番人気があったのは漫画映画だったからだ。この映画会では教材映画も上映した。動画を利用した教材映画と漫画映画を消費してくれるこの映画会こそ動画作家たちにはなによりのお得意さまだった。現在でも重要な消費先だろうが、テレビ出現以前の日本の動画映画界が、まがりなりにも半世紀の歴史を保てたのはまったく映画の教育利用が行われた結果だ。」¹⁾

1939年「映画法」が成立。わが国はじめての文化立法である²⁾。海軍省は『桃太郎の海鷲』といった漫画映画を使って南方の占領地の住民を教育することを目的としていた。「映画法」にしろ、海軍省にしろ、映画による内外の教育的指導を意図していたことは明らかである。芸術映画社による『桃太郎の海鷲』、松竹動画研究所による『桃太郎 海の神兵』（1944）は海軍省の肝いりで製作され、前者は文部省推薦まで獲得している。つまり、漫画映画は海軍省、文部省によって内容の細部はともかく、その製作を制御された作品であった。

この伝統は、文部科学省選定（文部省選定）、特に優れたものは文部科学省特別選定（文部省特別選定）として、よい映画、そうでない映画の基準として今日も続いている。このあ

1) 山口且訓、渡辺泰（1977）『日本アニメーション映画史』有文社 p.23

2) 文部省（1981）『学制百年史』株式会社 帝国地方行政学会 PDF データより

http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpbz198101/hpbz198101_2_143.html

「映画法は、製作・配給業者の許可制、演出・演技・撮影者等の登録制、脚本の事前検閲、公益保護の必要からの製作・上映の制限、国民文化向上に資する映画の選奨、文化映画の強制上映、年少者の観覧制限などを内容とし、わが国はじめての文化立法であったが、それは文化統制の第一歩でもあった。」

映画法に関する内容は文部科学省 web ページから参照できる。

http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpbz198102/hpbz198102_2_137.html

たりの考察は吉原順平の論考に詳しい³⁾。

昨今、経済産業省、文部科学省（文化庁）
他が、アニメーションに対して数々の教育、
経済的対策や指導を行うのは、矢継早にここ
数年で始まったことではなく、ほぼ漫画映画
の歴史と同じ歩みを進めてきたと考えること
ができる。漫画も含めて漫画映画は一般には
反教育的であるといわれるが、実は、教育と
極めて親和性のあるメディアである。

産業としての漫画映画

1. 漫画スタジオの成立

教育と政治、その手段として利用されてきた漫画映画が、自立した産業として成立するのは、「東映動画」の設立、そして新スタジオの設置によってであろう。「東映動画」は「日本動画」を併合し成立。スタッフは23人。東映社長自ら「東映動画」を発足させている。そして、東京都練馬区東大泉町1002に新宿より移転。加えて「東映動画」は東映社長の命により1958年、本邦初の色彩長編アニメーション映画『白蛇伝』の製作・完成に至る。興行的にも成功を収め、同年、数々の映画賞を受賞する。その後、労働争議等が多発するも、アニメーション製作は継続され多くのアニメー

ション映画を残すことになる。そして、現在に至るまで漫画映画は生き残っていくのである。しかし、それは産業としてはあまりに貧弱なものであった。

2. 有限の時間、テレビの出現

『白蛇伝』と前後して、テレビ放送が1955年より開始。1963年、人形アニメーション、合成アニメーション（実写と動画の合成）、短編アニメーションも含めて7本の作品がテレビで放映されている。

鉄腕アトム CX（フジ・テレビ）

虫プロ 火曜日18:15～18:45

鉄人28号 CX（フジ・テレビ）

T C J⁴⁾ 土曜日19:00～19:30

エイトマン TBS

T C J 木曜日18:00～18:30

狼少年ケン NET

東映動画 月曜日18:15～18:45

仙人部落 CX（フジ・テレビ）

TCJ・日本テレビジョン 水曜日 23:40～23:55

進めシスコ CX（フジ・テレビ）

スタジオK A I 金曜日18:15～18:45

銀河少年隊 NHK

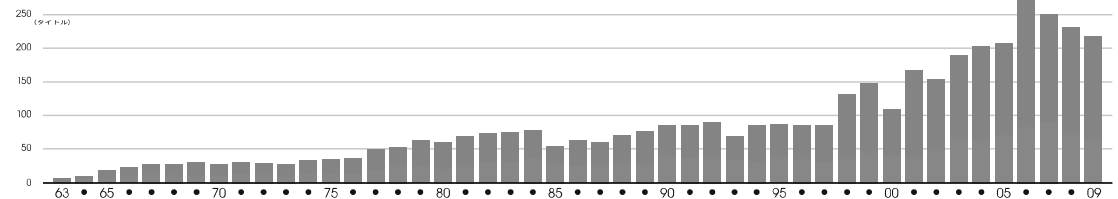
虫プロ 木曜日 18:00～18:25

7本程度の放送から始まったTVアニメシリーズは1990年中ごろには70本前後で安定す

TVアニメにみるアニメ産業の歴史

TV放送作品タイトル数・制作分数 [1963年～2009年]

■ 63年からの雑誌掲載作品 ■ その他の制作作品 × このタイトル数にはその年に放映されたアニメ番組、番組内アニメ、異時々の合併などのアニメ番組は含まれていない。



出典：一般社団法人 日本動画協会独自集計

図 1

3) 吉原 順平 (2008) 『ショートフィルム再考—映画館の外の映像メディア史から』 社団法人 映像文化製作者連盟
<http://www.eibunren.or.jp/SF/contents-shortfilm.html>

4) T C J は Television Corporation of Japan の略

る(図1参照)。

かれこれ30年近くで十倍になった計算となる。この70本という数字は何を意味するのであろうか。

TV業界は、キー局である日本テレビ・テレビ朝日・TBS・テレビ東京・フジテレビによって、民間TV放送のネットワークを形成している。キー局で製作されたものが地方のローカル局に販売されてゆく。基本的に、キー局5社で大半のTV番組が製作され、ローカル局を通じて日本全国津々浦々番組が重なることなく放送される。アニメーションもまた同様である。

こうした状況では、たとえ24時間途切れることなく放送が行われても、キー局5社がそれぞれ24時間の枠を持つにすぎない。テレビの放送時間は一日あたり最大24(時間)×5(局)=120時間なのである。テレビは放送時間という枠において有限なメディアであった。どれほど人気があり金銭的に儲かる番組やジャンルがあったとしても、24時間以上に番組を作ることは不可能となる。70本とは、そうした有限の枠組、その縛りから出てきた数値であらう。

3. 無限の時間、BSとCS

この限界の枠を取り払ったのが放送衛星(BS)を使用するBS放送と通信衛星(CS)を使用するCS放送である。放送可能なチャンネル数が突然増えたのである。有限な放送資源が無限なものになった。

1987年、「NHK-BS1」が日本最初の衛星(BS)放送を開始。1990年「WOWOW」がサービス放送を開始。1995年「スカイパーフェクトTV」がCS放送開始。こうした衛星からの電波による放送と歩調を共にして都市型CATVも1980年後半より普及し始める⁵⁾。

チャンネルの開放により番組数が増え、それに比例してテレビ漫画の本数も当然増加する。ここに、いわゆるアニメーションのバブルの下敷きが用意されたと考えられる。1990年後半から、アニメーションの本数は急速にその製作本数を増やし2008年には280タイトルを数える。

4. 沈みゆく映画

一方、映画は1960年代製作本数から1990年にかけて400本から200本へと急激に斜陽産業の道をたどる。確かに1990年以降、映画(漫画映画も含む)の公開本数等は増えている。また劇場の数も増えている。しかし、入場者数は増えておらず実際には、同じパイを多くの作品、劇場が食い合っている形になっている。興行収益が増えているのは入場料の値上げに由来する⁶⁾(図2参照)。

そして、多くの収益は漫画映画から得ようになる。過去5年間(2010年現在)の興行収入上位3位を以下に示す。

2009年

- 1 (映画) ROOKIES—卒業— 85.5億円 東宝
- 2 (アニメ) 劇場版 ポケットモンスターダイヤモンド・パール アルセウス超克の時空へ 46.7億円 東宝
- 3 (映画) 20世紀少年<最終章>ぼくらの旗 44.1億円 東宝

2008年

- 1 (アニメ) 崖の上のポニョ 155億円 東宝
- 2 (映画) 花より男子ファイナル 77.5億円 東宝
- 3 (アニメ) 容疑者Xの献身 49.2億円 東宝

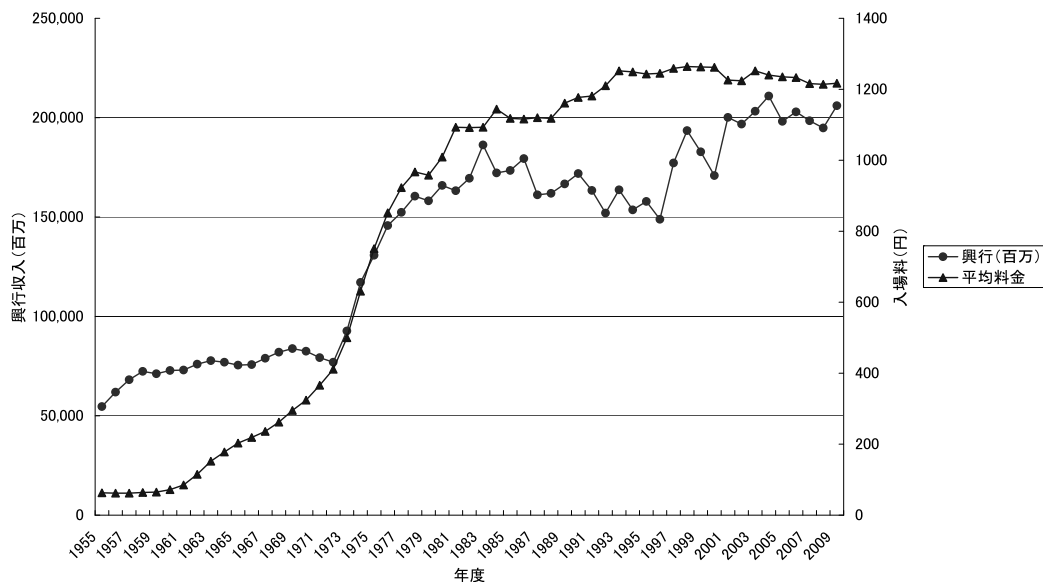
2007年

- 1 (映画) HERO 81.5億円 東宝
- 2 (アニメ) 劇場版ポケットモンスターダイ

5) 財団法人 デジタルコンテンツ協会 (2004)『デジタルコンテンツ白書2003』p.160

6) 出典 一般社団法人日本映画製作者連盟 <http://www.eiren.org/toukei/data.html>

興行収入と入場料



日本映画製作者連盟提供データより作成

図 2

ヤモンド・パール ディアルガ VS パルキア VS ダークライ 50.2億円 東宝

3 (映画) ALWAYS 続・三丁目の夕日 45.6億円 東宝

2006年

- 1 (アニメ) ゲド戦記 76.5億円 東宝
- 2 (映画) LIMIT OF LOVE 海猿 71.0億円 東宝
- 3 (映画) THE 有頂天ホテル 60.8億円 東宝

2005年

- 1 (アニメ) ハウルの動く城 196.0億円 東宝
- 2 (アニメ) 劇場版ポケットモンスターアドバンスジェネレーション ミュウと波導の勇者ルカリオ 43.0億円 東宝
- 3 (映画) 交渉人 真下正義 42.0億円 東宝 (数字は興行収入⁷⁾)

以上の状況を見ると、映画作品の中に占め

る漫画映画の興行収入がいかに大きいか理解される。

5. 産業としてのテレビ漫画

「東映動画」設立後アニメーションが産業として成立していく過程で、テレビ漫画放映が非常に大きな役割を果たしつつ、同時にアニメーターの労働条件を悪化させていく。『日本アニメーション史』でも引用されている手塚治虫の言を引用しておこう。

「アニメーションに悪影響をもたらしたもののといえば、いわゆるテレビ漫画番組だといえるかもしれない。＜略＞当然の結果、制作陣の過重労働は、人格を無視し、体力を消耗させ「アニメ労働者」なることばを生んだ。一方人件費を主とする製作費の高騰は経営者に作品を無視した合理化をすすめさせ、さらに安易な企画で内容の低俗化をもたらす結果となった。」⁸⁾

労働者（職業人）としてのアニメーターに

7) 出典 一般社団法人日本映画製作者 <http://www.eiren.org/toukei/>

8) 手塚治虫 (1973.11.16) 『アニメの新生 待望 ドン・キホーテ』読売新聞夕刊

ついて、それが社会に認知されたのはいつのころであろうか。この点は日本標準職業分類にいつアニメーターが記述されたかを調べればよい。1960年日本標準職業分類（行政管理庁）にはアニメーターという職業分類は事例として見出すことができない。これは、ある意味自然なことかもしれない。1960年にはテレビ漫画は存在しない。手塚の言からテレビ漫画番組がいわゆる「アニメ労働者」を生み出したのであれば、それは1960年以降でなければならない。そして、果たせるかな1970年に行われた第1回の日本標準職業分類改定に、項目名「画工・看板工」の事例としてアニメーターが登場するのである。

さらに日本標準産業分類という産業の中でのアニメーションの位置づけを確認してみたい。アニメーションが業種として、一般に認知されたのはいつごろなのか。

日本標準産業分類（平成19年11月改定）は、平成14年3月前回改定以降の情報通信の高度化、経済活動のサービス化の進展、要するにインターネット等の情報革命に対応すべく大幅に改定したものである。この改定によりはじめて分類項目に「アニメーション制作業」が追加されている⁹⁾。

ちなみに、同改定の他の追加項目としては「ゲームソフトウェア業」、「ポータルサイト・サーバ運営業」、「アプリケーション・サービス・コンテンツ・プロバイダ」、「インターネット利用サポート業」が挙げられている。つまり、アニメーションが映画やテレビジョン制作業から初めて独立したのはなんと2007年の出来事なのである。そして、それがIT関係

産業の追加と同じ時期にあたることは注意すべき点であろう。

労働としてのテレビ漫画

さて、1960年以降、テレビと歩調を合わせて発展してきたテレビ漫画の厳しい労働条件についてももう少し考えてみよう。

手塚の語る1970年代は、長時間労働、低賃金が問題にされている。これは多くの製造業に関していえることであり、アニメーション製作にとって特徴的なことではない。広く映像製作の現場が抱えている問題でもあり、現在でもその状況は変わらない。

その問題は以下のような製作システムに起因するとされる。2004年の『デジタルコンテンツ白書』¹⁰⁾によると30分のアニメーション作品製作には1000万程度必要である。さらに、アニメーション製作のクライアントであるメーカーと製作会社の間に代理店が入るためクライアント側からは数倍の製作費が掛かると考えられる。具体的な例がここにある。

アニメーション映画の場合：ある劇場アニメーション作品は、メーカーから代理店には8億円が支払われる。代理店から製作会社には4億円が支払われる。製作会社から制作会社には2億円が支払われる。

テレビアニメーションの場合：テレビアニメーション作品は、メーカーから代理店には1億円が支払われる。代理店から製作会社には1000万円が支払われる。製作会社から制作会社には500万円が支払われる¹¹⁾。

また、別の資料によるとメーカーから代理

9) 村上龍 (2010)『新 13歳のハローワーク』幻冬舎

旧版の『13歳のハローワーク』(2003)ともども、アニメーターという職業の解説がなされている。アニメーターは職業として認められていると考えてよい。

10) 財団法人 デジタルコンテンツ協会 (2004)『デジタルコンテンツ白書2004』p.51

11) 勇上 和史, 浅尾 裕, 諏訪 康雄, 井山 利秋, 藤本 隆史 (2005)「コンテンツ産業の雇用と人材育成—アニメーション産業実態調査—」『労働政策研究報告書 No.25』 独立行政法人 労働政策研究・研修機構 p.93

店に5000万円が支払われ、代理店から放送局（キー局）に4000万が支払われ、元請けプロダクションに800万円が支払われる金銭の流れとなっている¹²⁾。

少なくとも、実質的なアニメーション制作を行う下請けの制作会社には1/10程度の金額しか流れ込まない状況である。また、仕事を請ける制作会社は作品に対する著作権等の権利を持つが、制作会社から下請けとして仕事が回される制作会社は仕事の出来高に対する報酬が支払われるだけである。制作会社は著作権者ではなく、著作者であり以後二次利用での利益を受けることができない。これは下請けの制作会社が資金不足にあえぐ理由の一つと考えられる¹³⁾。

しかし、長時間労働、低賃金は今日いわれている、アニメ産業の空洞化に対する答えにはなっていない。

アニメ産業の空洞化

アニメ産業の空洞化は、アニメーション制作においての動画を描く人材の不足が原因とされる。これは、少なくとも、手塚がアニメ労働者と呼んだ時代1970年代には問題とされていない。アニメ産業の空洞化が叫ばれだしたのは最近である。例えば『労働政策研究報告書 No.25』（2005）には、アニメーターの労働条件とともに人材の確保と育成の必要

性が謳われている¹⁴⁾。

いったいどれほどの人材が必要なのか。『アニメーター労働白書2009』（2009）には、日本で製作されているアニメーションに対するアニメーターの必要人数が試算されている。それによるとアニメーションの原画人数は2231人～3124人、動画人数は2950人～4916人、両者を合算した総数では5181人～8040人となる¹⁵⁾。現状での日本のアニメーター数はおおよそ3100人～4000人とされ¹⁶⁾、明らかに製作必要人数を満たしていない。しかも、原画担当者と動画担当者との数のアンバランスが発生している。原画作成作業は国内で行われることが通例であり多数の原画担当者が現実に原画を担当している。対して国外への業務発注により、国内の動画担当者は1000人未満と見積もられている。動画担当者が少ないことが必然的に、海外への発注をさらに促す結果となっている。

問題は2000人～4000人に及ぶ日本での動画担当者の不足である。これは、先に触れたように1990年後半からのアニメバブルと呼ばれる製作本数の伸張により、急激に動画制作者が足りなくなったことに起因している。

逆に、アニメ製作本数を現状の300タイトルから100タイトル以下に激減させれば、数字的にはアニメ製作は国内で完結させることも可能である。しかし、世界で放送されるアニメーションの6割は日本製¹⁷⁾ともいわれ、

12) 経済産業省文化情報関連産業課（2003）『アニメーション産業の現状と課題』

http://www.meti.go.jp/policy/media_contents/downloadfiles/kobetsugenjyokadai/anime200306.pdf

13) 平成19年度著作権・コンテンツ委員会（2007）「アニメの著作権」『パテント』2008年8月号日本弁理士会 p.29

「アニメ作品を創り出す制作会社に「制作」の字を使い、また、製作されたアニメ作品を商品として管理する共同体としての製作委員会には「製作」の字を使う理由は、前者がアニメ作品を創作した著作者を表すのに対して、後者はアニメ作品を商業的に利用させる権利を有する著作権者であることを表すためといえる」

14) 勇上 和史, 浅尾 裕, 諏訪 康雄, 井山 利秋, 藤本 隆史 前掲書 p.4

15) 一般社団法人 日本アニメーター・演出協会（2009）『アニメーター労働白書2009』p.18

16) 財団法人 デジタルコンテンツ協会（2004）『デジタルコンテンツ白書2001』p.112

電通総研（2007）『情報メディア白書2006』ダイヤモンド社 p.92

17) 内閣府政策統括官 谷内 満（2003）『地域の経済2003』「一成長を創る産業集積の力」

http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr03/pdf/chr03_01-01-02-kantou.pdf

日本の輸出産業としての役割を担うといった経済産業省、文部科学省の方針は後戻りを許さない。2000年前後から「クール・ジャパン」と称され、あたかも日本の優良輸出産業と見なされるアニメ制作であるが、それに携わる中核のアニメーターが5000人に満たないとはどう考えても不合理である。職業としての規模が問題なのだ。例えば、総務省が行った平成17年国勢調査では写真家は49529人、裁判官・検察官・弁護士が21808人となっている。5000人規模の職業は芸者・ダンサーや航空機操縦士・航空機関士などである。

さらに、アニメーター養成にかかる時間の問題が発生する。アニメ制作では、動画担当者が数年間のキャリアを積んで、原画担当者となるキャリアパスが必要である。これは他の技術職においても同様かもしれない。しかし、その職種に携わる人数が数千人であることで、人員にゆとりがなく、人材を育てる余裕がない。おそらく、産業として成立していないと考えられる。アニメ産業はアニメーション制作業として日本標準産業分類に分類されているが、その基盤は脆弱である。

産業と手仕事

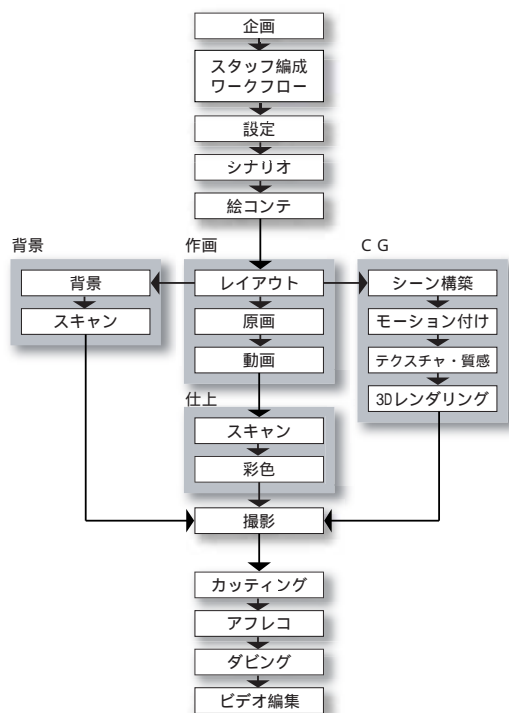
アニメーション制作会社は、元請け（企画、製作、制作）、グロス請け（元請けから制作全般を請け負う）、工程別の下請けといった三つに分けられる。そして、企業間分業と労働集約性が特徴となる生産システムを形成している。それは、あたかもコンビナートの如く一地域に集積されることが効率的である。その結果、アニメ産業は、東京都、特に杉並区、練馬区に集中することとなった。これを称して東京の地場産業ともよばれる。

この地域を中心に2000年前後に『アニメヒル構想』（1999）、『アニメの杜すぎなみ構想』

（2001）、『練馬アニメフェスティバル in 大泉』（2002）、『東京国際アニメフェア』（2002）といった構想・催しが行われている。BS・CS放送の拡大によるアニメバブルによる製作本数の増加（産業の拡大）が、その後押しをしていることは明らかであろう。しかし、この集積の根本は「東映動画」の移転（1957）が発端であり、移転場所選定の積極的な根拠は見当たらない。たまたまの移転と業態としての性質である分業と集約によって地場的な産業として今日に至るまで発展したと考えられる。

さらに、アニメ産業の空洞化がとらえられる2000年前後はデジタル化によるアニメーション制作工程の変化の時代でもあった。この対応の遅れが対外的競争力を弱め、外国依存を招いたといわれる。アニメーションの工程は（図3）のように簡略化できる。

その中で仕上の部分は2010年現在、ほぼデジタル化され、コンピュータによる作業となっ



【アニメーター労働白書2009】日本アニメーター・演出協会に基づいて作成

図3

ている。アニメに特化した国産の優れたソフトも開発され、それを後押ししている¹⁸⁾。対して、原画、動画の工程は手描きによる作業が未だ多くを占め、デジタル化に至っていない。日本のアニメーション制作が抱える問題(特異性)はおそらくこの部分にあると思える。

アメリカではデジタルアニメーションに移行しており、さらに、3Dのコンピュータグラフィックスによる制作が一般化している¹⁹⁾。そうした中で、なぜ手描きの原画、動画の工程が残されるのか。紙からデジタルのタブレットに移行しないのか。

ある著名な元アニメーターは「タップ²⁰⁾一つで渡り歩ける」と、職人的な手描き技術の高さについて語っている。また、別のアニメーターは「日本のアニメーターは仕事というよりアニメの絵を描くことが好きで働いている」と語っている。手仕事という表現形式がアニメ制作を指導するベテランの側にも、そして、その指導を受ける新人にもありありと感じられる。つまり、アニメーションにとって手仕事の最後の砦が原画、動画である。そこに、日本のアニメ産業が今日に至っても労働人口が5000人に満たない徒弟制度の状態にあることを示している。好きな職業としてのアニメーターという特異な視点がこそこにある。

好きな職業、好きな場所

神戸は映画とは少なからず関わりがある。

日本で最初にキネトスコープが上映された歴史がある。しかし、アニメーションに関しては、神戸と近隣の宝塚に手塚治虫が5歳から24歳まで住んだこと、漫画家でアニメの原作となる横山光輝が神戸に住んでいたことなどがあるだけで、とりたてて縁やゆかりのある地域ではない。

そうした神戸に1995年阪神・淡路大震災が発生、この災害への復興の願いも込めて翌年『アニメーション神戸'96』が開催された。これはいろいろな偶然が重なってなされたことだと考えられる。

「平成8年に日本最初の商用アニメーションの顕彰事業としてスタートしました。世界的に評価の高い商用アニメーションについて、顕彰事業だけでなく人材育成のためのワークショップ等を中心に様々なイベントを開催し、デジタル映像産業などの人材育成や産業集積をめざして「アニメーション神戸」を開催しています。」²¹⁾

この試みはアニメーション制作がバブルに至る前であり、さらに、商業アニメーションを対象にした点で非常にユニークな催しと考えられる。これは1985年より2年ごとに開催される個人の作品を対象にした『広島国際アニメーションフェスティバル』とは趣を異にしている。商業アニメーションはごく一部の著名な監督、アニメーターを除いて制作者の名前が世に出ることが少なかった分野であった。アニメ製作が分業体制で行われ、個人ではなくグループで行われること、テレビ放映

18) 例えばセルシスは1993年に「TraceMan」,「PaintMan」,「CoreRETAS」を発売し、2008年にはアニメ制作のオールインワンパッケージ「RETAS STUDIO」を発売し、業界の標準となりつつある。

19) 2009年に『プリンセスと魔法のキス』“The Princess and the Frog” (2009) は2Dの手描きのアニメーションを復活させた。ディズニーの Andreas Deja was (Andreas Deja was) は面による表現の3CGより、線画によるアニメーションの良い点に目を向けようとしている。

http://en.wikipedia.org/wiki/The_Princess_and_the_Frog

20) 動画用紙をずれないように固定する金属製の平板な器具。

21) 神戸国際マルチメディア文化都市 (K I M E C) 構想より

<http://www.city.kobe.lg.jp/safety/hanshinawaji/data/keyword/genre/k-92.html>

にあたっては、製作が放送局になり、制作現場が隠れてしまうことが間々ある。その陰に光を当てたことは重要である。そして、2010年の開催予定を含めて15回に及ぶ歴史を重ねてきたことも少なからず評価すべき対象であろう。しかし、この継続が評価できても、神戸、関西、そして、日本全体に対する『アニメーション神戸』の知名度はいま一步で、さらに、産業集積に関しての波及効果は決して大きなものではなかった。

このことは、『地域の経済 2003』において「民間企業によって発展し、高い国際競争力を有する産業」²²⁾とされた杉並・練馬区周辺地域のアニメ産業から学ぶべきものがある。一年に数日の催しと日々繰り返される産業としての製作とは決定的に違うものがある。

かつて、戦前から戦中にかけて漫画映画を教育映画として国家による教育が長いスパンで強力に支えてきたように、産業としてのアニメは何かのシステムがなければ立ち行かなくなる。しかし、『地域の経済2003』²³⁾が語るように、そのシステムはもはや国ではありえない。アニメ産業は、戦後の成長を、自ら生み出した貧困の中で生きてきたのである。それは、自ら解決しなければならぬものであろう。ところが、2010年に至る十数年のアニメバブルを目の当たりにして、唐突に日本のコンテンツ産業の花形に仕立て上げられてしまった。各省庁は口をそろえる。「クール・ジャパン」とも称され世界的に高い評価を得ている映画やアニメーションなどのメディア芸術の振興」²⁴⁾などなど。そして、アニメや漫画に対して世界的な視野を持つコンテンツ

プロデューサーを促成に仕立て上げることが提案される。それは、アニメ制作の仕事ではない。

アニメ制作の現場は、筆者の知る限り、アニメーションが好きである人々、それも、日本のアニメーションが好きだという人々によって成り立っている。いわゆる、日本のアニメーションによって子どもの頃より、学校教育とは別の部分で馴化されてきた（ある意味ではアニメによってアニメを教育された）人々によって支えられている。彼等、彼女等は、他の職業の平均作業時間以上に働いている²⁵⁾。そして、賃金の総収入も平均に較べてかなり安い。特に動画制作を行うアニメーターの総収入は目を覆いたくなる状況である²⁶⁾。それでもアニメーターを続けているのはアニメ制作に対して職業として肯定的に捉えている（幼い頃からの教育的効果？）からに他ならない。

「アニタス神戸」の設立

1. 海外と東京の二極化

2010年、日本において多くの人々は職業を選ぶ自由がある。その選択理由は金銭的なことや、職場の待遇、社会的地位といった様々な要因が考えられる。そうした中、その職業が好きだから、楽しいから、生きがいの一つといった理由で、アニメ業界で働こうとすることは職業に対してモチベーションが非常に高いと思われる。それに背反して、賃金、生活のゆとり等が厳しいのであれば、それを少しでも緩和する方策こそ凡庸ではあるが長期

22) 谷内 満 内閣府政策統括官 (2003)『地域の経済2003』「成長を創る産業集積のカー」
http://www5.cao.go.jp/j-j/cr/cr03/pdf/chr03_01-01-02-kantou.pdf

23) 同上 「日本のアニメーション産業は、公的な支援を受けずにここまで発展してきた」とある。

24) 文部科学省 (2008)『平成20年度文部科学白書』p.239

25) 一般社団法人 日本アニメーター・演出協会 前掲書 p.54

26) 同上 総収入では年間100万円台が非常に多い。p.59

的にアニメ産業を成り立たせていく上で必要なことである。

東京を中心にしたアニメ産業にあって、人手不足、時間不足によって、動画を海外（中国や韓国）に外注する場合、それは、あくまでも人と時間の問題であって賃金の安さではない。もし仮に、ほんとにアニメーターが生活できない極限の状況にあるのであれば、日本から動画担当者は消えてしまうはずである。それがなくならないことは、正になんらかの形で誇りある職業としてアニメーターが成立する可能性があるからだ。

アニメ制作は豊富な労働力と価格の安さで勝負する海外と企業高度集積で勝負する東京に二極化している。その間に位置する関西はあくまで余白の存在である。この余白を逆手にとって、労働システムの間接地帯として「好きな仕事」をゆとりをもって働くことに、アニメーションスタジオ「アニタス神戸」設立は一縷の可能性を見出そうとした。広々とした明るい空間で落ち着いて仕事ができることを目指したのである。

数年前、東京の大手アニメ製作会社トップの方々を神戸に招いて、製作会社設立の可能性を打診したことがあった。その時の答えは、東京の会社が関西、あえて神戸に製作スタジオを持つメリットが見出せないという結論であった。これは利益を見据えた企業からの明快な回答である。製作の視点からは東京の壁は厚いことは事実である。

2. On the Job Training

対して、社会に人材を送り出す立場である教育機関（専門学校、大学）の側からすると、関西、特に神戸で教育した学生諸子が、仕事がないという理由（特に、アニメを含む映像、

デザイン関係）で、本人の地元への愛着とは裏腹に首都圏に出て行くことに忸怩たるものがある。問題は首都圏に出て行くメリット（多数の仕事）とデメリット（就職への多額の初期投資資金（就職活動費用、引越し費用、家賃））を考えた場合、アニメや映像制作等が必要とするキャリアパスの長さ、本人が次のステップまで持ちこたえられない事態が発生する点にある。数年で職場を離れて地元へ戻ってくる例が絶えない。この下積みのキャリアの時間を首都圏ではなく、地元である関西、そして神戸でまかなえないかということが、「アニタス神戸」の設立目的である。それは、アニメーターが辿るアマチュアとプロの中間・余白の時代を事業化することである。大手アニメ元請け製作会社の出先機関として大幅な利潤を目指すのではなく、単純再生産に近い形での人材育成型会社組織をなすことは不可能なのだろうか。下請け的な仕事ではあるが、実際の仕事を通して（まさに、On the Job Training）その業界の技術を磨きアニメーターとして十分な力を付け、それを持続できる会社組織運営の確立である。

3. 会社、神戸市、大学、そして、アニメを我等に

神戸市からの紹介による長田区新長田に開設した「アニタス神戸」は、偶然「KOBE 鉄人 PROJECT」による鉄人のモニュメント完成の時期に重なる形となった。アニタスは覚えにくい名前であるが、スタジオの入居する建物名「アスタ」²⁷⁾という言葉のアナグラムと animation to us（アニメを我等に）という意味が込められている。2010年2月15日「株式会社神戸デザインクリエイティブ」²⁸⁾のアニメーション制作スタジオとして設立。

27) アスタとは、私たち（英語のUS）や明日（あす）と、街（英語のタウン）を組み合わせた愛称。

参考 <http://www.city.kobe.lg.jp/information/project/urban/redevelop/img/asuta.pdf>

28) 神戸芸術工科大学が会社組織として設立。実社会で通用する人材の育成、大学在学生のインターンシップ受け入れ、卒業生の雇用、既卒者の学び直しプログラムの実施等、実践的教育組織として活用することを目的としている。

当面の方針は以下のようなものである。一般にアニメ製作元請けは作品製作を手がけることで作品の当たり外れのリスクを負っている。この成否のリスク分散のためにも、業務を制作の下請け中心にし、出来高による業態を取ることはある意味で有利な選択である。下請けの仕事に関してはアニメーション制作会社「有限会社 Wish」との関係により動画、仕上の業務を受ける形で進めていく計画である。また、株式会社設立の母体になった神戸芸術工科大学は、映像表現学科やまんが表現学科、そしてビジュアルデザイン学科等、描くことに興味を持つ学生へのインターンシップ等での協力を仰ぐこととなる。

しかし、もっとも重要な点は、たとえそれが偶然の結果であったとしても、「アニタス神戸」が新長田という街で、阪神・淡路大震災の後の復興への歩みの手助けの役割を持続的に担えるかどうかにかかっている。『アニメーション神戸』が曲りなりにも15年継続し、その持続において価値を見出しつつあるように、地域との関わりを長期に渡って続けていくことがないと、それは首都圏からの単なる出先になってしまう。

今回、「株式会社神戸デザインクリエイティブ」設立、アニメスタジオ「アニタス神戸」開設に際して、いくつかのイベントを行った。これは『アニメーション神戸』といったイベントの縮小版である。『地域元気回復支援事業』『関西発—アニメ文化の推進と観光化宣

言』と題してアニメ文化推進委員会²⁹⁾が主催したもので、2010年の2月から3月にかけて4回の連続開催であった³⁰⁾。神戸市・各省庁・大学関係者・マスコミ取材陣・「アニタス神戸」関係者等で賑わいを生み出すことはできた。また、同時に行ったコスプレショーや着ぐるみのパフォーマンスも長田という下町の気質によって違和感なく溶け合っていた。

しかし、地域住民の方々からのアニメ上映会プログラムやシンポジウム参加は決して多いとはいえない。これはできたばかりの組織としては当然のことであるが「アニタス神戸」がまだ長田という地域に根ざしていないことの証明だと考えられる。「アニタス神戸」に集うアニメーターたちがその地域で衣食住を共有することで、イベントといった特別の行事を介することなく、日常の中で交流ができることが理想である。それは、一朝一夕にできることではなく、5年、10年、20年の時間の長さで培われていくものだと思われる。そうした努力が続けられることが「アニタス神戸」に望まれている。

最後に

神戸という地名の由来は「神の封戸（ふご）」から由来するといわれる。その地は、生田神社（神戸三宮）の配下にあり、神を祀ったり奉納をしたりする人達（封戸）を指すことから、生田の神戸（神の封戸）となり、それが

29) NPO 法人 KOBE 鉄人プロジェクト、株式会社神戸ながたティ・エム・オー、新長田まちづくり株式会社、神戸ブラネット（神戸映画資料館）、株式会社神戸デザインクリエイティブ（神戸芸術工科大学）によって組織された運営委員会である。

30) 具体的内容は以下のようなものであった。

シンポジウムは「関西発—アニメ文化の推進と観光化宣言」と題して講師 中谷誠一氏、西田亜沙子氏、高橋宏一氏、コーディネーター、神村幸子氏の司会でアニメ文化の可能性が議論された。

講演会は、3/7 芦田豊雄氏、3/14 追崎史敏氏、3/22 遊佐かずしげ氏が各週自分の作品、アニメの技術等について語っていただいた。シンポジウム、講演が終了後、スタジオ見学会を行い、実際のアニメスタジオの構成、機材等を身近に見ていただいた。また、アニメ上映会も3/7『三国志』、3/14『キャラ丸君とドク丸君がやってくる』、3/22『巨神ゴーク』を講演会場で映写した。

地名として神戸となったといわれている。神戸に限らず全国の神社のあるところには、神戸と呼び習わされる地名が同じ理由で点在している。

東京都杉並区には、「神戸（こうど）町あけぼの公園」「神戸町児童遊園」なる名前がある。江戸時代に下井草村神戸と呼ばれていた由来から公園名、遊園名が付けられたらしい。東京の杉並、下井草はアニメ産業の中心地であることはいままでもない。そこに神戸という地名があることにちょっとした驚きを感じる。もちろん、神戸という地名の一致は偶然以外のなにものでもない。しかし、戦後、杉並、練馬にアニメ産業が栄えたのが偶然であれば、今日、同じ地名を持つ神戸にもアニメ産業が栄えてもなんら不思議ではない。問題は地に蒔かれた種が時間をかけて育つかどうか、その点にかかっている。偶然を必然に変えていくことが街の歴史である。その試みはスタートしたばかりであるが、産業、文化、観光の拠点として進展していくことを願ってやまない。

本文を終えるにあたって、冒険とも思える「アニタス神戸」（「神戸デザインクリエイティブ」）の設立は、神戸市関係の方々、長田の街を盛り立てているの方々、大学を通して神戸を盛り立てていこうとしている方々の無形の努力によるものだというをここに記したい。

オトナが3時間楽しめる街を目指して

(株)神戸ながた TMO 前総括マネージャー 東 朋治

1. 新長田の今

震災から15年。鉄人28号等身大モニュメントに、市内のみならず全国から訪れた観光客が集まり大いに賑わっている。街には工夫を凝らした楽しいサイン、看板が立ち並び、マップを片手に散策する観光客で商店街があふれる光景は、15年前想像もつかなかった。

マンション分譲は好調で、区画整理エリアでもケミカルシューズ工場跡地にマンションが林立し始めた。駅北地区は居住環境が整備され、ブランドイメージも向上してきた。

再開発・区画整理などハード面における震災復興巨大プロジェクトと並行し、商業者を中心となった、事業費規模は小さいが今の新長田に欠かすことのできない、ソフト面の地域活性化事業が進められてきた。

2001年、全国で177番目の街づくり機関(TMO)として誕生し、多岐にわたる活動を続けてきた「(株)神戸ながた TMO」の活動と成果、新長田の目指す方向性について論考する。

2. アスタきらめき会の活動

壊滅的な被害を被った大震災から5年。震災で廃業した店舗が増え、後継者難や高齢化による組合員が減少。販促活動が停滞し、若手商業者に危機感が芽生えてきた。

既存商店街の垣根を越えた連携の模索が始まり、00年1月、地元商業者を中心に新長田地区の活性化に寄与することを目指す任意団体「アスタきらめき会」が誕生した。

オブザーバー席や‘上座’を作らず、フラットな雰囲気を感じた。「委員」はなく、行政関係者も気楽に参加できることでより有益な情報交換が可能となった。

様々な事業を実施する際、実働部隊として活躍を始めた。不定期で各商店街共同販促チラシ「アスタ ナウ」を発刊。TMO設立後は、毎月1日新聞折込する「新長田‘新鮮’トトレレにゅーす」に仕様変更。並行してTMO加盟店すべてに手配りする「TMOかわらばん」を作成した。「トトレレ」はイベント等一般向け情報、「かわらばん」は商店主向け情報として住み分けた。掲載情報をHP「新長田‘濃厚’コテコテにゅーす」にアップ。WEB限定連載や地域有力ブロガー

とのリンク等で情報発信のサイクルも整えた。

複数の商店街・市場を線ではなく面と考え、地域を一つのショッピングセンターとして回遊性を向上させる取組みを、「アスタ ナウ」を通じて自然に実践していた。

10人集まって企画会議を開催すれば、皆考えは異なるものだ。きらめき会では話し合っ一つのことを実施するより、やりたい事はすべてやろうというスタンスだった。発起者自らが実施したい事業のリーダーとなり、それに関心のある者がリーダーの下に集う。決定事項は本会（きらめき会）で発表し、意見を交わしながら協力体制を確立する。事業リーダーに権限を譲渡することで会議のスピードアップを図り、決定事項を積み上げていく会議スタイルは、多様な参加者と同時複数事業の実施が可能となった。

アスタきらめき会は任意団体であり、会費制でないため財務基盤がぜい弱だった。きらめき会を母体に法人化することで基盤整備を試みた。

3. 新長田は「中心市街地」なのか？

98年、市街地の整備改善と商業等の活性化を一体的に推進すべく中心市街地活性化法が制定されたが、成果が全国的には芳しくなく、

1万㎡を超える大型SCの出店を規制した改正都市計画法と合わせ、06年に中心市街地活性化法も改正された。

神戸の中心地は、三宮界隈である。中心市街地の概念として確定したものはないが、「人と情報が集まる場所」（中沢孝夫福井県立大学教授）と考えられる。

勢いのある中心市街地は、地権者がテナント貸しできる。大都市ほどテナント貸しの割合が高い。テナント貸しすら厳しい地域は、シャッター通りになってしまう。

「新長田が中心市街地なのか」という点が厳しく指摘された。「西の副都心」として規定されているものの、中心市街地としての要件を満たしていないことは明らかだった。

4. TMO 設立時の問題

地域活性化を担う「まちづくり会社」は大きく3パターンに類型化できる。

収益事業が確立できず、見切り発車で設立した神戸ながた TMO は、再開発エリアの商業住宅棟を一元管理する新長田まちづくり(株)[パターン A]、地場産業の再興と靴のアンテナショップを運営するくつのまちながた神戸(株)[パターン B]と事業領域の住み分けが求められた。ながた TMO は結果的にコミュニ

図表1 「まちづくり会社」の類型

パターン	推進	特徴	メリット	デメリット
A) SC マネージメント系	デベロッパー・行政(整備公社等)	駅前再開発ビル・駐車場の管理運営, テナント誘致等ハード事業	固定収益(管理費・賃料・利用料等)による事業計画が立案容易	事業リスクが高く, 管理業務特化しがち。地域マネジメント意識が希薄
B) 観光・産業振興系	観光協会・商工団体・商工会議所	集客観光の基盤整備推進(マップ・ファサード等施設整備)	賦課金収入が確立し, 既存施設(事務所等)の活用で経費削減可能	観光や産業振興に特化するため居住者にとっての利便性が減少
C) コミュニティビジネス系	商店街・NPO TMO 機関	居住者へのライフサービスも含めたソフト事業の推進	投資が少なく, 様々な事業に参画でき, 撤退も容易	収益構造が脆弱で, リスクも少ない代わりにリターンも小さい

ティビジネスに特化した。中心市街地活性化と株式会社としての収益確立。中心市街地エリアの人・モノをすべて地域経営資源として、営利事業を確立することが設立当初の課題となった。

5. 商店街イベントの意義

新長田地区の商店街では100回以上イベント・セールを展開している。ポイントはイベントごとの来街者ターゲットを明確にすることである。

従来のイベントは高齢主婦中心だったが、フリーマーケットではニューファミリーで溢れ返った。付随イベントとして、キャラクターショーなどが効果的であった。一方、電動スクーター試乗会のような高齢層中心のイベントでは、レコード店とタイアップした演歌歌手ステージや買物割引特典などが喜ばれた。

イベントは一過性に過ぎない、という批判があるが、限られた予算を有効に使い、小規模イベントを数多くこなす方が、地域密着型商店街では効果的だ。特に来街者参加型イベントは家族そろっての集客が期待できる。主催者負担を軽減し、恒常的にぎわいを作り続けることが、リピーター獲得に繋がる。

「面（地域）から線（商店街）、線から点（個店）へ」。イベントの集客を売上に反映させる戦術が一般的だが、活動コンセプトを逆転させ、点（個店）→線（商店街）→面（地域）を取り入れてみた。行列のできるスター店舗づくりである。現在は「一店逸品事業」として取り組まれている。

個店支援イベントに「新長田あるある探検隊」がある。2000円で台紙を購入し、参加加盟店中4店舗をラリーしてお得なサービスを受けるものだ。新住民は店を気軽に試すことができ、店も新たな顧客獲得に期待した。商

店街単位でなく参加意欲のある個店単位で実施可能であること、飲食店以外でも参加できる売上に直結したイベントであることから、形を変えて全国的に展開されつつある。

イベントの大きな効用に、地域リーダーの育成がある。マンネリに陥らず様々なイベントをこなしていくこと、地域の財産となるイベントの実験とし、失敗を恐れないこと、定着するまで続けることが大切である。数多くこなすことで、活発な商業地イメージが浸透し、空店舗の出店問合せや下見も多くなった。震災後他地区で居を構えていた高齢者が、新長田の元気な姿を懐かしく思い戻ってきた例もある。

6. 外出介助サービスの試験導入

99年開催した「復興大バザール」のテーマの一つに「ユニバーサル」があった。当初は商店街にとって未知の概念で、商店街が福祉サービスに積極的に取組むことが新鮮で、地域密着を強く打ち出すことができると考えた。商店街が取り組むことのできる福祉的サービスは、3つに大別される。

- ① 宅配型（訪問型）：買物客の指定先まで配送。個別方式と共同運営方式がある。店先で直接依頼、またはFAXやメールで受注・配送。
- ② 施設型（設置型）：共同トイレ、ベンチ等の整備や空店舗を活用した休憩所等。
- ③ 外出（移動）介助型：商店街を一つのSCと捉え、車いすやショッピングカートの貸出し、商店街へのアクセス整備など。

宅配サービス、地元中学のボランティアサークルが高齢者の荷物持ちを手伝いながら家まで送る買物アテントサービス、ショッピングカートの貸出し等を実験実施した。

結論として、これらのサービスは成功しな

かった。最大の理由は、地域の環境を考慮せず他地区の成功事例をそのまま導入したからだ。一例として「新長田はまとめ買いせず多頻度少量買いする高齢者が多い」「米、酒などの重量物はすでに個店で宅配対応している」などである。

続いて、買物に便利な外出介助型サービスを目指し、00年7月より神戸商工会議所の助成制度を活用して「高齢者に優しい商店街づくり事業」を実施した。電動スクーター無料貸出サービス「ショッピングモビリティ」と、商店街と病院、高齢者住宅等を結ぶコミュニティバス「買いもん楽ちんバス」の運行が主な事業である。

7. 高齢者に優しい商店街づくり事業

本田技研の全面支援を受け、電動スクーター5台を商店街内5か所に設置。本田技研と共催した試乗会や、利用者限定の商店街割引サービスなどを実施した。商店主に電動スクーターへの理解を深めてもらうべく、本田技研インストラクターによる講習会も開催、店主自らが電動スクーターの安全運転指導員となった。はみ出し陳列の整理や店内通路幅見直しなど、店主の意識改革にも好影響を与えたようだ。

補助期間終了後も継続実施するには、有償サービスに転換する必要があった。ショッピングモビリティに取組む地域で、有料化による経費ねん出に成功している地域は非常に少ない。ながた TMO では、無料の時間貸しと有料の長期（1か月以上）貸しでの対応を試みた。

神戸市内を中心に事業展開する「介護ショッピングひまわり」に対し、新長田地区商店街への出店と TMO への出資を依頼。ひまわりを通じて介護保険適用が可能となり、TMO はひまわりに電動スクーターのリースを開始。保

険やメンテナンス費用等を捻出した。

コミュニティバスも継続するには有料化が避けられない。都市部で鉄道交通網が発達している地区は路線バスが廃止される傾向にあり、地方でコミュニティバス運行は、自治体が運営または民間に運営委託し、損失を自治体が補填して維持する地区など様々だ。

最近、NPO が運営管理者となり成果を上げている地域が出てきた。高い収益は困難かもしれないが、都市部においても少子高齢化がますます進む旧・中心市街地では注目される。自転車に乗れなくなる独居老人の増加も予測されるからだ。

採算を重視すると既存の路線と重複するため、路線バスが運行しない地域をカバーすることが、コミュニティバスの大きな魅力の一つだ。自治体が運行するバスでは高齢者優待制度もあり、料金面でも及ばなくなるため、100円でなく500円でも乗りたくなる高付加価値バスを目指した。

ノンステップバスが手配できなかったため、既存の20人乗りマイクロバスを使用。バスガイドとして介護福祉士を添乗させ、乗降サポート、高齢者の話し相手など多岐にわたり活躍。備え付け冷蔵庫は買物した生鮮食品を保管し、車内ビデオで商店街のセール情報を放映した。コンセプトは「移動サロン」。乗車そのものが娯楽となるバスだ。

許認可問題があるものの、10人程度のジャンボタクシーが乗り合えるようになれば、無理のない運行は可能になるだろう。

8. 教育旅行受入の開始

TMO 設立時、「社会体験学習の街」構想を打ち出した。

中心市街地が活性化するためには、エリア外からの集客が不可欠である。00年当時、新

長田に集客力のある「滞留施設」がなく、源平時代の史跡が僅かながら残るものの、決して観光地ではなかった。使用されている仮設住宅・仮設店舗や傾いたアーケードなど、震災の被害が色濃く残っていた。市内、県内から買物目的の来街者は少ない一方、「震災のまち」として知名度は全国区で、視察も相次いだ。

震災の爪後は、来街動機となる唯一の資源だった。震災を切り口とした集客を図るために、来街対象を明確にする必要があった。広島原爆被害を参考に、修学旅行に絞った。

震災から僅か6年。記憶も生々しく、傷跡は深いまま教育旅行の受入を始めた。被災者自らが本事業に取り組みだした意味は大きい。

阪神間はほとんどが被災地であるため、誘致を実現させるためには、震災体験に加えて商店街独自の体験をミックスさせ差別化を試みた。短時間の受入も可能とした「商人体験」、「歓迎～学校」POP 掲示店舗で店主に震災体験を聞く「商店主インタビュー」等である。

修学旅行シーズンは受入希望が殺到した。街を学生が歩くことで賑わいも生まれ、昼食や買物などで消費に直結。体験メニューによって費用を徴収するため、TMO にとっても利益率の高いコミュニティビジネスとなった。

一方で、受入側のマンネリや震災体験を語れる事業者の減少という課題が出てきたため、長田区内の4団体が連携し「神戸長田コンベンション協会」を発足、各地域で強みのある受入メニュー（炊き出し体験・街歩き等）で、より広域に無理のない事業展開を目指した。

9. 「震災の街」から「食の街」へ

修学旅行に訪れた学生からの質問や感想に「昼食のおススメのお店は?」「長田オリジナルのお土産は?」があった。学生に配るため、

店舗すべて網羅した「街めぐりマップ」を作成した際、お好み焼き店の比率の高さが目立っていた。

他の駅前商業地区と比較し、震災以外で差別化できる要素が「食の独自性」だった。新長田には学校や役所など集客力のあるマグネット施設や構造物としてのシンボルがなかった。傾き朽ちかけたアーケードを保存すべき、という意見も一部あったが危険極まりない。

構造物としてのハードでなく、より消費者に直結したソフト面での「シンボルイメージ」を模索した。集積に着目した『お好み焼き』である。

「鉄板こなもんマップ」の調査過程で、新長田駅を中心とした約1km 四方に70軒以上の鉄板こなもん店が密集していた。面積当たりの密集度は日本屈指（中国新聞 HP「炎の鉄板」より）。独特の食べ方、製法から広島焼、大阪焼と並び称され「お好み焼きの聖地」（熊谷真菜『「粉もん」庶民の食文化』（朝日選書）」と浸透し始めた。震災以外でマスコミの取材が増えてきた。「そばめし」「ぼっかけ」ノボリが街中にはためき、「震災の街」から「食の街」へ生まれ変わろうとした。

現在、B級グルメのまちおこしがブームである。新長田は意図せずブーム以前からB級グルメのまちづくりを展開してきたが、成功の要素はラーメン、カレーなど「主食」として成立することだ。街おこし的な「名物」と、地場産業としての「名産」は似て否なるもの。新長田は「お好み焼」を街のシンボルイメージとした。

元々は長田のお好み焼店の裏メニューであり、その後メーカーによって大ヒットした「そばめし」、牛すじとこんにゃくを甘辛く煮込み、お好み焼店の一番の人気具材「ぼっかけ」、韓国系定住外国人が多いことからアジアタウンと称され、韓国風お好み焼き「チヂ

ミ」を扱う店も多い。「お好み焼」を大きな幹とし、そばめし、ぼっかけ、チヂミを枝葉とすることでストーリーを構築してきた。

長田四大祭「鉄板こなもん祭」は5回目を数え、秋の風物詩として定着し年々来場者も増加。メイン企画『そばめし大食い選手権』は九州など遠方からも参加者が募りはじめ、一般参加型のイベントと食文化の発信が結びついた大いに盛り上がるイベントに成長した。

10. 「ぼっかけ」の誕生と企業タイアップ

お好み焼店の人気メニューを調査すると、圧倒的人気が「すじ焼」。この「すじ」を使ってお好み焼以外のメニューに転用し、新たな長田名物を誕生させることができないか。TMO 参画団体の栄町印刷社長よりすじ肉カレーが提案された。バラエティ番組のコーナーで「商店街カレー対決」に出場し、地元発祥の食品メーカー MCC 食品の全面協力を得て、甘辛く煮込んだ牛すじコンニャクをカレーライスの上にぶっかけ、刻みネギを散らした「牛すじぼっかけカレー」が誕生した。評判を呼び、新たな名物として飲食店に新メニューとして働きかけながら、MCC 食品によるレトルト商品化が02年8月実現した。

商店街とメーカーが商品を共同開発し、地域活性化や震災復興に寄与する。この動きに取材が殺到し、同時にメーカーから共同企画開発の依頼が相次いだ。

東洋水産、日清食品、山崎製パン、ローソン、北海くんコロッケ、オリバーソース等大手企業とのタイアップが実現し、様々な商品が誕生した。神戸信用金庫は西神戸支店限定で「ぼっかけ定期」を発売し、百貨店や新幹線新神戸駅等で催事も実現。TMO はロイヤリティ収入を得ることができるようになった。MCC 食品のぼっかけシリーズは、全国地場

産大賞（2003年度）において優秀賞（日本商工会議所会頭賞）を受賞した。

商品パッケージに「神戸長田」と表記される。商品自体が長田を PR する営業マンとなる。購入者が神戸を訪れる際、「ぼっかけ」「そばめし」「神戸長田焼（お好み焼）」を目当てに長田でマップ片手に食べ歩く。震災以外での集客要素が生まれ、回遊性が高まった。

商店街組合が共同出資して設立した「(株)神戸ながた TMO」は、NPO ではなく株式会社である。企業にとって地域（TMO）と関わるメリットとは何か。地域・企業ともにメリットを享受できる事業を共同展開することである。

ショッピングモビリティでは、地域が特定企業の電動スクーター試乗会を常時開催することと同義であり、販売向上につながる。商品共同開発では、パブリシティ効果で既存商品の販路拡大にもつながり、企業の社会的貢献（CSR）効果も高い。地域と企業は、ボランティアでなくビジネスとしてタイアップすることが肝要だ。

11. 商業視点の集客策と、生活視点に居住推進策との調整

交流人口を増やす商業視点の集客策は、以下の3点に集約される。

- ① 開発型：大型商業施設、シネマコンプレックス等新たに集客拠点を整備開発
- ② 観光型：既存の集客拠点を再整備（大河ドラマ誘致・讃岐うどんブーム等）
- ③ イベント型：有名アーティストのコンサートなど集客的な集客戦略

これらに加え、更なる高齢者社会に適應すべく、歩いて暮らせる利便性の高いコンパクトシティ実現を目指し、「地域への居住促進」が重要視されるようになった。

住みたくなる雰囲気やブランドイメージ、防犯・防災の充実、緑化・公園等癒しのコミュニティ基盤整備、教育環境（子育て）、医療環境整備（高齢者）。商住混在型商業地域の活性化にこれらの要素は不可欠になる。

消費やライフスタイルが多様化し、モータリゼーションの進展で郊外化が進む昨今、一般的な中心市街地が従来以上に商圈を拡大させることは困難だ。商圈が広がらなければ、商圈内人口を増やしていく発想が必要だ。

2～3年前から様々な歯車が回りだした実感があった。商業施設竣工で利便性が高まり、マンション分譲が進み商圈人口が増加。商店街の通行量が見た目にも増えてきた。08年2月ビジネスホテルが開業し、マクドナルドの新長田初進出が転換期と考える。

都市計画法改正によるで郊外への大型店出店規制により、駅前・街中の5千㎡～1万㎡の空床に注目が集まり、従来のJV進出から単独出店に移行しつつある。だが、これは購買力のある中心市街地に限ったことで、多くの空洞化地区では大店の新規出店は見込めない。中心市街地に人口を戻すことが大切で、空地にマンションデベロッパーが進出しやすい地域ブランド構築を、官民一体で取組むべきである。

中心市街地は一般的に商業地域（または近隣商業地域）とはいえ、賑わいを求める「商業視点」と、閑静な居住環境を求める「生活視点」の合意は困難だ。このコンセンサス形成の場として、「中心市街地活性化協議会」の役割が求められる。新長田地区は新法に対応し、「神戸・新長田中心市街地活性化協議会」を06年、TMOが中心となって設立した。

12. まちづくり経営マネージメント

全国で「まちづくり会社」が設立されてい

る。施設管理型、NPO型など様々だが、運営には大きな課題がある。

① 事業の公共性と不可欠性の精査検討

まちづくり会社の事業は、民間企業にとって「もうからない」事業が大半。儲からない領域に素人が推進する危うさがあり、特にハード事業（商業施設）の場合、民間（ある意味でプロ）が投資しない案件が多い。ただし、社会的意義や公共性（歴史的建造物の保存・ライフラインに関わるもの等）において、採算度外視で推進せねばならない場合もある。

② コミュニティ内（中心市街地エリア）でのオンリーワン企業を目指す

発注者（商店街・地域）との密接は大きなアドバンテージ。イベントをコアに据えるまちづくり会社ならば、助成金の申請報告サポートなどで差別化を図ることができる。

③ 単一事業の黒字化と一般管理費の事業化

収益事業、損益分岐点事業、赤字事業を3分類し、まず単一事業ごとにすべて黒字化させる。ホームページや会報誌への広告掲載等、事務所等スペースの区画貸し等一般管理費も「事業」として見直し、経費削減する。

④ 地域リーダーの発掘・育成には惜しまず投資

単なる会議に人は来ない。事業を通じて人は集まる。人材発掘・育成に繋がるイベント等は経費をかけても実施すべきだ。行政が良質の助成制度を策定しても、それを使いこなす地域人がいなければ役に立たない。

⑤ 事業は支出からではなく「収入」から構築する

身の丈にあった経営スタイルで、予想収入を厳しく見積もった上で、その範囲内で支出を抑える。まちづくり会社は、まずは売上増を目指し、のちに利益に着眼する方がよい。

⑥ 即断即決と「看板」の有効活用

企業タイアップには、即断即決と機動力が

不可欠だ。機動力向上には、行政の出資比率は25%以下が望ましく、地域（株主）は専任者に事業権限する。また「行政出資」「株式会社」という信用度が高い看板は最大限活用する。

⑦ 地域資源を「経営資源」と捉える

どんな地域にも探せば地域資源はある。地域資源を「経営資源」と捉えることで、コミュニティビジネスが確立できる。

⑧ 他地区の成功事例を「アレンジせず」導入すると、失敗する

道路一本を隔てるだけで地域環境は全く異なる。地域特性や人間関係を十分に把握し、事業を推進する必要がある。また、現場の「まちづくり屋」は常にアンテナの感度を高め、自分の理論（得意分野）に固執せず、常に地域の実情に適合したまちづくりを実践する。安易なポイントカード導入やB級グルメのまちづくりは注意が必要だ。『理論をもたないという理論』（田中道雄大阪学院大学教授）が求められる。

13. なぜ、商店街組合をまちづくり会社とするのか

株式会社がまちづくりを担えるのか、TMO設立当初も今も、大きな命題である。税金に当たる「賦課金」は、株式会社化した途端に大きな抵抗があった。

自治体財政が厳しくなり、指定管理者制度の導入等で第3セクター系まちづくり会社の自立が求められる。行政補助に頼らないビジネスの構築が不可欠だ。

商店街でも限られた賦課金を総務費、販促費等に振り分けていたが、組合員の減少で賦課金収入が減少し続けているため、運用が厳しくなっている。振興組合法人をさらに株式会社化することで、賦課金を「原資」に賦課

金以上の事業展開することが、大きな意味だ。

まちづくり会社は収益を上げつつ地域貢献せねばならない。まちづくり会社にとっての「配当」は、地域活性化のための「事業還元」だ。

行政にできない事業を実施することに存在意義がある。「既存店舗の売上向上」のお手伝い。TMOにとって一番身近で大きな目標だ。既存店舗の売上が伸びる地域は、空店舗も解消される。後継者難も、好条件でのテナント貸しでハッピーリタイアが可能となる。

14. オトナが3時間楽しめる街を目指して

TMOが取り組んできた様々な事業は「点」だった。「ターゲット」をより具体化し、今後は戦略的な事業展開が必要だ。

若者対象の大都心と差別化し、新長田にしかない魅力の「再」発見を続ける。高齢者に特化しすぎると対象層が狭くなるが、店主高齢化で若年層への商品サービス対応が遅れがちなら、子どもや孫向けの商品構成を強化することで、人口の主要構成である団塊世代とそのジュニア（30歳以上）を取り込んでいく。

新長田は時間消費型施設やレジャー施設がほぼ皆無のため、中心市街地エリア全域を「歩きながら」楽しめるよう地域資源を繋げていく。地域全体を使い、「3時間」滞留、回遊を促す仕掛けづくりが効果的である。「オトナが3時間楽しめる街」を目指すことが目標だ。

実現には、まず既存の地域資源を見直した後、新たな地域資源を創造していくことだ。既存の地域資源には、専門業種の集積（お好み焼・焼肉・アジア料理・純喫茶・医療機関・食品スーパー等）があり、新長田が最も賑わう地蔵盆（8月23日）に代表されるように、

各町ごとに祀られている地藏尊もよい。利便性も高く（公共交通の充実・1000台の駐車場）、琉球ワールドやシューズプラザも含めて既存の地域資源は無数にある。

これに加え新産業創造を目指し、鉄人プロジェクトが起爆剤となって、アニメーションスタジオやIT・ホビー関連の事業所が、再開発エリアを中心に進出してきた。旧二葉小学校跡地にもロボット関連事業所の進出が予定されている。

ホテルやホームセンター、フィットネスクラブ、ファストフード店など従来なかった都市機能も整備されてきた。今後は緑化促進など更なる居住環境の整備が求められる。

15. 多様なコラボレーションが「化学変化」を引き起こす

神戸ながた TMO は、経済産業省等が選定する「がんばる商店街77選」に2度選出された。快挙といえるが、「がんばっている」商店街であり、成功を収めた商店街というわけではない。鉄板こなもん、鉄人28号、三国志、ロボット産業、マンション分譲の堅調など、新長田を取り巻く商環境は改善されつつある。

10年間、様々な団体や個人と事業連携を重ねてきた。連携によって生じる「化学変化」とは、全く異なる事象の組合せが、創造を超える結果を生み出すことを意味する。まちづくりは、結果は見えてしまうとおのずと限界が露呈する。化学変化を重ねることで、失敗もあるが、地力のついた厚みのある事業展開をこれからも続けていくことが大切だ。まちづくり・活性化に終わりはないのだから。

KOBE 鉄人プロジェクトについて～まちに元気を！ 鉄人28号モニュメントから三国志館まで

NPO 法人 KOBE 鉄人 PROJECT 事務局プロデューサー 岡田 誠 司

神戸市都市計画総局総務部経営管理課長 馳川 潤 哉

1 復興のシンボルと街のランドマークとして

阪神・淡路大震災で甚大な被害を受けた神戸市新長田地区。この街は「ものづくりのまち」として、また「昔からの神戸」と呼ばれるように下町情緒を残しアジア文化やこなもん“そばめし”発祥の地などとして繁栄してきた。しかしながら、人口減少、少子高齢化とともに、震災前からの商業地としての魅力と活力の低下に歯止めがかからないまま、震災から10数年が経過した。一方、同地区では新長田駅南の20.1haのエリアで大規模な震災復興再開発事業が進捗中である。

この事業区域内にある若松公園に、震災復興のシンボルとして原寸大の「鉄人28号モニュメント」が設置され、昨年10月4日に完成記念式典が行われた。全国から多くの方が訪れ、本年6月には観覧の来場者数が250万人に達しようとしている。このモニュメントには、救世主として地域活性化を進めるプロジェクトの市街地復活にける思いとともに、全国への情報発信と新たな観光拠点へと発展していくことの希望が込められている。



©光プロ/KOBE鉄人PROJECT2010

写真1 鉄人モニュメント

この新長田南地区は、商店街、工場、老朽木造家屋等が密集していた地域であったが、震災により区域内の建物の5割が全焼、2割が全壊、1割が半壊の被害を受け、中心部は焦土と化した。そのため、市街地の復興と防災拠点の構築、良質な住宅の供給、副都心にふさわしい都市機能の整備を図るため、平成7年3月に震災復興市街地再開発事業を決定し、平成25年度の完了をめざし、事業を進めている。

整備方針は、①防災支援拠点の整備と安全・

安心な街区の形成，②住商工の再配置による副都心復興，③道路・デッキ等の歩行者ネットワークの整備，④多様で良質な住宅の供給であり，住宅，商業，業務，公益施設，駐車場等の40棟の建築を計画し，平成22年5月現在で29棟が完成，2棟が工事中である。すでに住宅供給は従前の1,500戸を大きく超える2,054戸となり，商業床も従前の48,000㎡を上回る52,200㎡が整備済みとなっている。

このように震災以降，早期復興に取り組み，商業施設の整備も進み，再開発ビルの建設が進む街並みはきれいになっていったが，かつての賑わいはなかなか取り戻せなかった。これまで，新長田の各商店街や神戸ながたTMOが中心となって，多くのイベントを開催したが，一過性に終わり，日常的なにぎわいづくりには結びつかなかった。そのような状況のなか，平成18年からKOBE鉄人PROJECTの本格的な取り組みが始まる。商店主や事業者を中心に各商店街や新旧住民にとって望まれる地域活性化の核を検討するなかで，一過性に終わらせることなく，街のランドマークとして，にぎわいにつながり，皆が誇りを持って，自分たちで作り守っていけるものを整備することをめざした。それが「鉄人28号モニュメント」の設置である。

2 神戸ゆかりの横山光輝氏と鉄人プロジェクトの発足

鉄人28号は，昭和31年（1956年）から漫画雑誌「少年」で連載が始まり，昭和38年（1963年）からテレビアニメ化され，その後，映画や舞台にもなり海外にも輸出されており，「鉄腕アトム」とともにロボットアニメの歴史をつくった戦後日本の代表的人気漫画である。その原作者である横山光輝氏は神戸市須磨区出身で，神戸市立須磨高等学校在学中から漫画の執筆を始め，卒業後は神戸銀行に就職するも，漫画への情熱からは逃れられず退社。そして，「鉄人28号」の発表とともに，一躍人気漫画家となり，住居を東京に移すことになった。その後は，忍者ブームを巻き起こした「伊賀の影丸」や，日本発の少女アニメとなる「魔法使いサリー」や「コメットさん」，また「ジャイアントロボ」や「バビル2世」など様々なジャンルで名作を生み出し，後年大河ロマン作品「三国志」で1991年に日本漫画協会賞優秀賞を受賞。2004年には，その全作品に対し，文部科学大臣賞を受賞した。そして残念ながら，その年に自宅の火災により死去。享年69歳であった。

この新長田の地は，横山光輝氏が青少年期

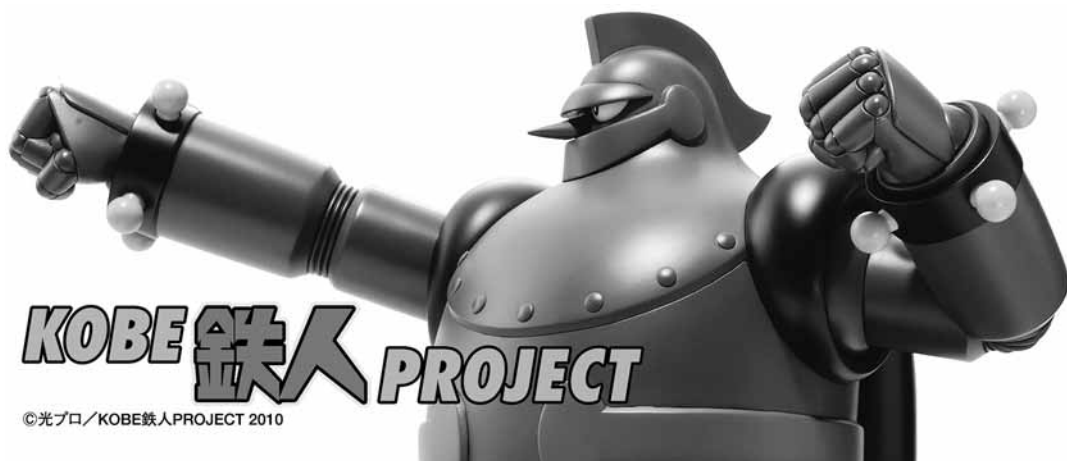


写真2 KOBE鉄人PROJECT

を過ぎたゆかりの地であるとともに、震災復興のシンボルとして考えられていた漫画「鉄人28号」がこの地で生まれ、正義の味方として活躍したことなどから、震災復興のテーマに相応しいランドマークとして鉄人28号モニュメントの設置をめざすこととなった。当初はJR新長田駅前に6m規模のモニュメント設置を検討したが、全国ではじめてのアニメキャラクターの巨大モニュメントの設置という話題性等を勘案し、原寸大の設定に挑戦することとなった。

プロジェクトの始動は、平成18年5月に地元商店主らによる発起人会を結成し、同年6月に「鉄人生誕50周年記念特別展」を開催し、横山光輝氏が神戸出身であることを発信することで多くの市民に興味と共感を呼んだ。その後、記念館建設構想を最終目標としつつ、まずモニュメント建設に向けて、地域と商店街が中心に実行委員会を結成し、新長田の駅前から商店街にかけて、キャラクターバナーの掲示や100点以上の商店に募金箱を設置するなど熱心な地域活動が展開された。そして、平成19年9月には実行委員会がNPO法人「KOBE鉄人PROJECT」として法人格を取

得し、横山光輝氏の代表作「鉄人28号」と「三国志」を活用した地域活性化事業として本格的に活動を展開してきている。

3 鉄人モニュメントがくれる元気と 勇気

鉄人28号モニュメントの総事業費は1億3500万円であり、うち3分の1にあたる4500万円を神戸市が補助。残りの9000万円は地元を中心とした個人寄付や企業の協賛金で賄われている。当初は国の補助を期待したが、それが不可能となり、資金調達のためのPR活動に奔走し、地道な協賛金集めと飲料メーカーの自動販売機を市内各所に設置することで協賛金の目途が立ち、平成20年11月に工場発注にいたった。その後、230に及ぶパーツ製作に7ヶ月間、現地での組み立てに2ヶ月を要し、平成21年9月末に完成の運びとなった。

身長（直立設定）18m（独特のポーズから実際の高さは15.4m）、体重50tの鋼鉄製のモニュメントの右拳を突き上げるポーズは訪れる人に元気と勇気を与えてくれる。この「ファイト一発」ポーズは、この地に復興の



写真3 鉄人モニュメント完成記念式典

シンボルとして建設される鉄人に対する原型製作者の願いが込められている。構想段階では100トンを超えたが、技術者による軽量化の取り組みで当初6mmだった鋼板の熱さを3mmにすることで建設が可能となり、鉄人の足元には150トンの地下基礎が支えることで、大地震や巨大台風にも負けることのないモニュメントとして完成した。

そして、昨年11月には足元整備が完了し、鉄人広場としてオープンし、またモニュメントが恒久的に設置されることを記念して、特別住民登録が行われた。さらに、本年1月からは鉄人のデザインをあしらった住民票の写しや印鑑登録証明書なども作成され、長田区役所で申請すれば誰でも鉄人デザインの証明書の発行を受けることができるようになっている。

また、鉄人モニュメントは都市公園法上の修景施設として公園管理者から設置許可を受けて設置しており、モニュメントの維持管理を含めて鉄人広場についてはNPO法人のKOBE鉄人PROJECTに管理許可することで、日常管理だけでなくイベントや行事の開催等を含めてモニュメントと広場の一体管理と活用を図ることとしている。現在は鉄人広場で毎月1回市民提案のイベントを開催することとしており、鉄人広場の利用増大による公園の機能増進と地域の賑わいの創出・活性化に資することが期待されている。

一方、話題性では、昨年夏に東京・お台場の潮風公園を中心に開催されたGREEN-TOKYOガンダムプロジェクトで、等身大の「機動戦士ガンダム」の立像が登場し、7月中旬から8月末までの会期中に400万人を超える来場者を集めた。「東のガンダム、西の鉄人」と相並んで報道されたことで、鉄人にとっても完成前から大きな関心呼び、10月4日の鉄人28号モニュメント完成記念式典

には5万人もの来場者が押し寄せた。さらに、ガンダム立像は今年7月下旬から「模型の世界首都・静岡ホビーフェア」に合わせて東静岡駅前に再登場する予定であり、多くのファンを集めるだけでなく、あらためて鉄人28号モニュメントにも注目が集まることが期待される。

4 復興の街・新長田からの発信

新長田の街の状況も大きく変わってきている。モニュメントが完成したことにより、従来の“震災の街”というマイナスイメージから“復興の街”というプラスイメージに転換し、視察・観光ルートしても注目されたことにより、平日でも5,000人、祝祭日には3～4万人、平均して1日1万人の通行量が増加し、震災以前レベルの通行量に回復している。

あわせて鉄人効果として、再開発ビルの入居率も向上し、鉄人モニュメントの建設計画が具体化した平成20年5月当時と比して、本年5月時点での入居率は7ポイントアップの93%に達している。さらに、今年1月に再開発ビル内に赤十字血液センターがオープンしたのに続き、3月には神戸芸術工科大学を運営する学校法人の出資で設立したアニメーション制作スタジオ「アニタス神戸」が稼働し、本年11月にはものづくり体験の場としてロボット研究所が旧二葉小学校跡に移転する予定であり、派生的な効果も現れている。

また、鉄人モニュメントが完成してから、観光案内所では「どこに行けば鉄人が見れるのか」との旅行者からの問い合わせが急増しており、神戸公式観光サイト“FeelKOBE”では市内の観光スポットを紹介するモデルコースとして「鉄人と三国志に会える街・新長田を訪ねるコース」も追加されている。

しかし、こうした鉄人効果を一過性のブー

ムに終わらせることなく、街の魅力を高め、地域全体の活性化とまちづくりを進めていくための課題として、「街全体でのおもてなしの精神と体制の拡充」「新長田駅前から鉄人モニュメント周辺にとどまっている来訪者の回遊性の向上」「商店街一体となった販売促進と持続的な商品開発」が必要であり、そのための取り組みも始まっている。

まず、モニュメント建設を機に、阪神・淡路大震災復興基金の「まちのにぎわいづくり一括助成事業」として採択された街の回遊性向上事業を中心に、地域全体に人の流れを作り出す「三国志のメッカ・新長田」の実現をめざし、各種の活動を展開している。国道二号线以南の商店街に三国志の登場人物128人のバナーが掲出され、毎週日曜日にスタンプラリーが開催されているほか、三国志武将の石像が順次設置され、孔明、周瑜、関羽、劉備、孫権の五体が誕生した。また、魏武帝廟や三国志拓本展示室などを地元商店街が整備運営しているとともに、昨年12月には街の情報案内拠点として「KOBE 鉄人三国志ギャラリー」が地下鉄駒ヶ林駅近くのアスタくにつか6番館にオープンした。さらに、来街者向け案内ツールとしての回遊散策MAPを商店街の各店舗やJR・地下鉄の新長田駅で無償配布している。

また、地元商店街では、来街者へのおもてなしの精神から、商店主等が三国志の登場人

物に扮する「三国志なりきり隊」を結成し、接客や演出を行う他、新たな商品開発や土産品の生産、共同販促活動を行うとともに、鉄人加盟店を結成し、ポイントカードシステムを始めている。そして、団体旅行受け入れのための大型観光バスの臨時駐車場の設置、昼食団体客の受け入れ、まち歩き案内人（ボランティアガイド）による観光案内など、観光地としての受け入れ体制も整いつつある。

さらに、市交通局では、地下鉄海岸線全線に三国志名場面のステーションラッピングを行っているほか、鉄人列車・三国志列車を運行している。

また、本年4月からは案内誘導サインを充実し、映像・音声案内BOX「新長田ぐるナビTV」をJR新長田駅及び鉄人広場に設置し、街のプロモーションビデオの放映を開始したほか、駅前から商店街一帯に三国志なりきり隊を使った案内看板を50基設置し、ロー



写真5 地下鉄海岸線駅舎三国志ラッピング



写真4 三国志武将石像と三国志なりきり隊



写真6 地下鉄海岸線・鉄人列車

ルプレイング方式による街の案内誘導を行っている。

5 三国志のメッカづくりに向けて

この「三国志」をテーマにした環境整備については、漫画において7,000万部を超えて発行され、三国志ブームの火付け役である横山光輝氏の生誕の地であるだけでなく、神戸に南京町や関帝廟などの中国文化が観光資源としてあること、新長田に多彩なアジアの文化と人が根つき地域を形成していることに由来する。

そもそも三国志のルーツは、今から約1700年前の中国「晋」の時代に記された「魏書」「呉書」「蜀書」の全65巻がまとめて「三国志」と呼ばれている歴史書であり、その後多くの人々の間で語り継がれた後、羅貫中によって長編小説「三国志演義」として発表された。日本においては、史書として輸入されたが、後年、吉川英治氏の小説「三国志」を少年時代から愛読した横山光輝氏が1972年から16年間に渡って描いた漫画版「三国志」が現在まで続く日本の三国志ブームとして生き続け、本国中国での三国志ブームの再燃を生み出している。

そして、何よりも三国志の特性は、歴史、小説、映画、ゲームなど裾野が広く世代を超えて親しまれており、多くの逸話やエピソード（三顧の礼、破竹の勢い、饅頭、泣いて馬謖を斬る等）が社会一般の場で使われていることから、世代を超えたコミュニケーションやエンターテインメントとして、また歴史や社会学習の場になる要素を抱えている。

2007年からは、地域の子供たちを中心とした総勢400人が参加する三国志パレードをはじめ、三国志関連のグッズ・書籍・ゲーム・音楽からツアー・武術・コスプレ、セミナー

にいたるまで全てが集結する三国志コレクションなどからなる「三国志祭」が展開されている。四回目となる本年10月には鉄人モニュメント完成一周年記念とあわせて拡大実施が予定されており、三国志のテーマタウンとしての環境が整いつつある。そして、前述の三国武将石像や魏武帝廟など街中のスポットとともに、三国志なりきり隊をはじめとする地元商店主らの取り組みによって、街ぐるみの三国志のまちづくりが進められている。



写真7 三国志祭

さらに、来年春には神戸市の平成22年度予算で1億4千万円を計上した「(仮称)神戸三国志館」を地下鉄駒ヶ林駅直結の再開発ビルアスタくにつか5番館にオープンし、国内最大級のジオラマやオリジナル映像シアター、製作体験・体感展示コーナーを整備するほか、歴史体験学習やコスプレ体験コーナーを設置し、三国志ファンだけでなく誰もが楽しめる新たな観光拠点とまちづくりの集客拠点を目指している。あわせて、神戸発新長田オリジ



写真8 (仮称)神戸三国志城門(イメージ)

ナルの三国志キャラクターなどを製作し、三国志の増殖をめざしている。

6 これからのKOBE 鉄人 PROJECT

このプロジェクトは、地元商店主らによるNPOと行政がそれぞれの資源を持ち寄り、ともに新長田地域の活性化を図ろうとする協働のプロジェクトである。強烈なインパクトで全国的に注目を集めるランドマークとしての鉄人、幅広いファン層により継続的に集客をかなえるための三国志、そして、それらを補完し、同時に街の人たち自らを主人公にさせていくソフト面での事業展開という戦略を構築してきた。

特に鉄人モニュメントは広域からの集客装置である一方、地域から愛されるものであることが必要不可欠であり、また三国志を通じたコミュニティの形成をベースとして、このプロジェクトは地域主導によるプロジェクトとして事業を進めていくことが必要である。そのための要素として、①デザインコンペによる地元主導の意匠決定や、公園計画（ワークショップ）等による「共に創り上げる喜び」、②商店主や事業者などによるプロジェクトに関連したイベントや出店・活動への企画参加を通じた「共に盛り上げる喜び」、③モニュメントと鉄人広場の保守管理を地域主導で行う「共に守る責任」、④キャラクタービジネスや周辺事業・雇用機会の創出など「共に参画するプロジェクト」を具現化することで、これまで事業を進めてきたが、これからも地域に根付いたプロジェクトとしての事業展開が求められている。モニュメントが地域活性化の核として存在するという共通認識と三国志のメッカづくりの機運の醸成が促進され、地域のコミュニティの中心地が全国的に有名になることで愛着も強まるものと期待してい

る。

今後も、市と地域団体・商業者が相互の役割を認識しながら、街全体が一体となって取り組むことで、地域への理解を深めつつ、地域内外に情報を発信し続けることで、新たな地域文化を創造し、新長田発の都市型の地域活性化事業を進めていきたい。



写真9 三国志なりきり隊市長表敬

グルッと回って笑顔がいっぱい新長田。

至新川
出入口

鉄人と三国志に出会える街、新長田 回遊散策MAP

**10月
28(土) 3日(日)
開催**

鉄人28号モニュメント
神戸出身、漫画界の巨匠・横山光輝
氏の代表作のひとつ「鉄人28号」が、
設置高さ18m、重量50tという
超ビッグサイズの最新モニュメント
として出現。知能進化と新たな
戦術を凝らした鉄人の姿を、最新
大規模な照明のサンボルトとして
誕生。

**10月
10日(日)
開催**

2005年から毎年秋に開催。神姫ス
テージで盛り上げられる琉球音楽
祭典と琉球舞踊の祭典で、海外
から大規模な出演者が集まり、
盛り上がるイベント。今年も
新しくイマージュ・バーがイベント
をクラマックスに繰り出す。

鉄人28号
18mモニュメント
(鉄人広場)

新長田駅南側BOX新長田グルなびTV

アスタプラザ
ファースト

アスタプラザ
ウエスト

アスタくじが
2巻

Art Theater dB 神戸
NPO法人DANCE BOXの活動拠点
であるとともに、充実した演出設備
により、演劇、ダンスはもちろん、音
楽、音楽収録、映像技術と幅広いイ
ベントに不可欠な多目的な空間。

アスタくじが
3巻

アスタくじが
4巻

アスタくじが
5巻

アスタくじが
6巻

アスタくじが
7巻

アスタくじが
8巻

アスタくじが
9巻

アスタくじが
10巻

アスタくじが
11巻

アスタくじが
12巻



図 鉄人と三国志に出会える街・新長田回遊MAP

旧二葉小学校の転活用と活性化について

神戸市企画調整局調整課主幹 今西敏男

1. はじめに

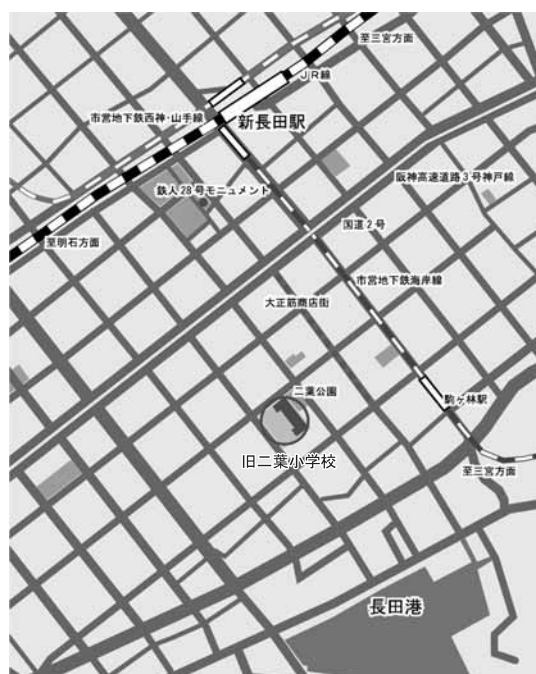
旧二葉小学校が位置する長田南部地域は、神戸市の中心地である三宮から西へ約6km、JR新長田駅の南側に位置している。旧小学校の南方の海沿いには長田港があり、新鮮な魚が水揚げされ、特に「いかなごのくぎ煮」が長田の郷土料理となっている。

また、周辺には大正7年に設立された大正筋商店街を中心に映画館、デパートなどの商業施設も多くあり、西の副都心として発展してきたが、阪神・淡路大震災により甚大な被害もたらされた。

旧二葉小学校は、平成20年7月9日付で国から認定された中心市街地活性化基本計画の中で、既存施設の活用による賑わい・ふれあい拠点の整備の必要性から都市福利施設として位置づけられている。

この計画の中で、歩行者通行量の増加に寄与するなど、「個性的な集客拠点づくり」の目標を達成し、地域活性化、賑わいの拠点として転活用するとしている。

神戸市の全体の人口は、平成16年11月に震



【旧二葉小学校周辺図】

災前の水準を回復している¹⁾が、長田区の人口については、震災前の平成7年1月1日は、約13万人²⁾だが、平成22年4月1日は約10万人³⁾と震災前の水準に戻っていない。

児童数の減少により、小学校の統廃合を進めた地域であり、高齢化率も他地域より高い長田南部で、地域と行政が協働により旧小学

1, 2) 神戸市総計報告特別号「推計人口」(H16.11.9)

3) 神戸市「毎月推計人口」(H22.4.1)



【旧二葉小学校写真】

校の転活用を進め、地域の活性化を図ることとなった今回の事例を紹介し、課題を整理したい。

2. 旧二葉小学校の概要

旧二葉小学校は、昭和4年に建てられ、在校生2,011人で開校し、延べ床面積約4,700㎡の鉄筋コンクリート造3階建ての東校舎と昭和29年に建設された北校舎の2棟による小学校であり、最盛期の昭和9年には、2,847人もの生徒が通っていた。戦災のをがれた小学校であり、また阪神・淡路大震災時には、旧二葉小学校の目前まで迫った炎が、突然向きをかえたため火災を免れたと言われており、一時は、約2,000人もの被災者の避難所としても活用された。

その後、平成18年4月に在学生在が290名となった二葉小学校と、131名の長楽小学校が統合され、駒ヶ林小学校となり、新校舎が長楽小学校跡に建設されるまでの間、平成19年12月まで駒ヶ林小学校の校舎として活用されていた。

3. 転活用までの経過

統合により廃校となる旧二葉小学校について、地域より旧校舎の転活用について強い要

望があり、平成19年6月には、地域が「旧二葉小学校の活用検討委員会」を立ち上げ、活用についての検討を重ねた。

その結果、①神戸市生涯学習支援センター（コミスタこうべ）のサブ機能施設や、②多世代交流の拠点、③長田文化の継承・発信・交流拠点、④貸事務所のテナント事業を行う施設として活用案をとりまとめた。

こうした地域の検討内容も踏まえ、「交流・学び、歴史・文化、ものづくり」をコンセプトとする転活用案を神戸市がとりまとめ、平成21年3月の地元説明会で了承を得て、「神戸市広報誌ながた」で素案を公表している。

また、同年11月には、旧二葉小学校跡地施設を活用して地域が主体となった事業を図ることを目的として、「旧二葉小学校の活用検討委員会」が母体となる「特定非営利活動法人ふたば」を立ち上げ、平成22年3月に法人の認証を受け、新しい施設の管理運営に向け準備をしている。

整備手法については、中心市街地活性化基本計画に位置づけられていることを条件とする、「暮らし・にぎわい再生事業」を活用し、整備費の1/3が補助対象となる補助金を財源することも検討していたが、整備費の全額が補助対象となることから、経済危機対策を目的とする「地域活性化・公共投資臨時交付金」を、最終的に活用することとなった。



【神戸市立地域人材支援センター完成予想図】

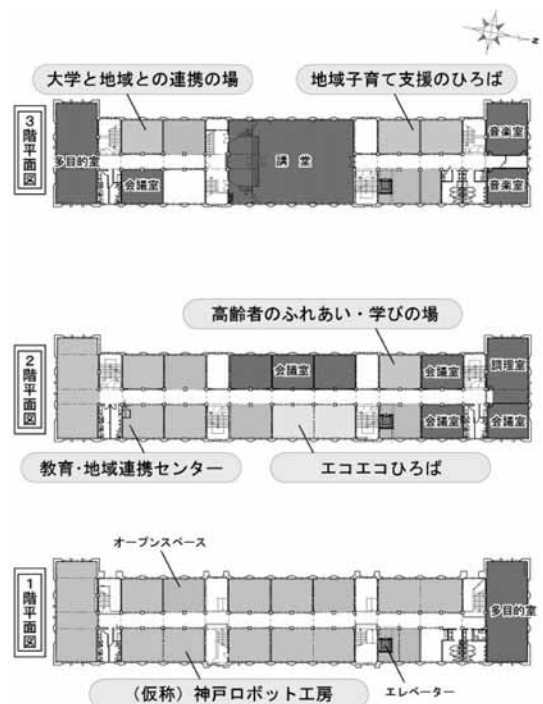
4. 転活用の内容

このような経緯により、旧二葉小学校を地域の活性化拠点施設である「神戸市立地域人材支援センター」として、平成22年11月にオープンすることとなった。

再整備後の地域人材支援センターは、市民が行う地域活動に多くの市民が参加できるような支援を行い、交流、学び、歴史、文化、ものづくりに市民が触れる機会を設けることで、地域の活性化を担う人材を育成し、これらの事業を通じて、地域活動を行う人材の発掘と地域活動を行う場づくりを進めることを目的とし、人材にポイントをおいた施設としている。

整備内容は、小学校であった建物の雰囲気を残すことを方針とし、東側校舎を地域の活性化の拠点として活用するために必要となる耐震改修、外壁改修工事等を実施し、内装や外壁補修、耐震改修、エレベーター設置などを行い、震災体験の継承事業、生涯学習などを実施する会議室（7室）のほか、調理室、音楽室（2室）、講堂、多目的室（2室）などを設置する。

北校舎は解体し、施設の付置義務駐車場と



【神戸市立地域人材支援センター配置図】

して整備する。また、旧二葉小学校の東側に隣接している約1,100㎡の二葉公園を、旧二葉小学校の校庭に移設し、新たに約3,000㎡の公園として整備を行う。

地域の活性化を推進する事業としては、地域が活用案の中で実施するとした生涯学習、震災体験の継承などのほか、この地域団体が実施する事業との連携を想定して、神戸市がセンターに設置した各部局団体の事業を実施する。

1) 地域団体が実施する事業

①「震災体験学習」

阪神・淡路大震災時には、実際に被災者が避難していた小学校ということから、地域団体が震災時の体験ができる施設として活用する。修学旅行生や市内小中学校生が被災体験談を聞き、炊き出しなどの避難所体験ができるような震災体験の継承事業の実施や、その窓口業務と行程調整、震災を語る語り部の養成等を実施する。

②「地域文化、食文化、音文化」

地域団体が、地域における様々な分野の取り組みの発表・紹介などを実施し、地域の方々が講師をする長田の文化についての講座の開催や、スティールパンなどの様々な国・地域の楽器に実際に触れ演奏方法についての学習会、気軽に音楽に親しむ環境づくりを行う音楽教室の開催、いかなごなどの長田の食文化など庶民的な味を追求する料理教室を開催する。

2) 地域の事業との連携を想定し神戸市が設置した事業

①「(仮称) 神戸ロボット工房」

産業振興局工業課が、市内中小企業のロボット開発に向けた共同研究の支援、阪神・淡路大震災の経験を生かしたレスキューロボットの研究開発の支援、ロボット・ものづくり体験の場として工作教室の開催や、神戸発のロボットの常設展示などを実施する。

②「教育・地域連携センター」

教育委員会事務局生涯学習課が、総合教育センターから「教育・地域連携センター」を当施設に移転し、学校活動などに対する支援員を拡充するため、学校事情に詳しい教職員OBや教職を目指している大学生等を中心と

した支援員を発掘し、人材バンクへの登録を行い、各学校のニーズに応じた支援員の紹介を行う。

③「エコエコひろば・KOBE 環境大学」

「エコエコひろば」は、環境局地球環境課が、展示スペースで日常生活の中での環境問題に気づき、考え、行動するきっかけづくりを行うとともに、「KOBE 環境大学」の拠点を当施設に設置し、環境ボランティアの育成・活用・情報交換の場とする。

④「高齢者のふれあい・学びの場」

団塊の世代が高齢期を迎え、生涯学習の場が必要になっており、また高齢者が地域の活動の担い手となることも求められていることから、長田区が更なる地域人材の発掘をはかる拠点として設置する。

⑤「ふたばシニア塾」

保健福祉局高齢福祉課が、シルバーカレッジの各コース1回の授業を体験できるシルバーカレッジの講師による市民向けの体験講座や、シルバーカレッジ卒業生による市民向け講座を実施する。

⑥「大学と地域との連携の場」

長田区の商店街などの地域団体と神戸学院大学が連携・協働して震災等の研究活動を実施する。

⑦「地域子育て支援のひろば」

長田区が神戸常盤大学と連携し、子育て中の親子の居場所づくりと相談等を行う。

5. 旧二葉小学校の今後

旧二葉小学校が位置する長田区南部地域は、平成20年9月30日時点の65歳以上の割合が、30.4%と高齢化率が他地域よりも特に高い地域で³⁾ある。

3) 神戸市住民基本台帳(含・外国人登録)町丁目別・5歳階級別人口(H20.9.30)

地域人材支援センターでシルバー向けの生涯学習を実施し、高齢者等と地域との接点を設ける仕組みづくりや、高齢期を迎えた団塊の世代などから地域活動を担う新たな人材の発掘などを進め、高齢化が進む地域で、地域の人材である高齢者等の活動を支援し、地域外から集客を図る地域活性化事業を、地域団体のNPO法人が取り組んでいくことになる。

旧小学校を活用した事例は、神戸市内でも北野工房、生涯学習支援センターがあるが、いずれも中央区に位置しており、人口が震災前より増加している地域であり⁴⁾、また、施設の管理運営は、商業者や財団法人が実施している。

地域人材支援センターのように、人口が減少している地域で、6つの団体が入居する複合施設として、地域団体が管理運営することは神戸市内で初めての事例である。

少子高齢化が特に目立ち、地域活動の担い手が減少している地域で活性化を図るために、地域はどのような活動を進めてきており、今後どのように進めていくことになるのか。

施設を管理運営する予定のNPO法人ふたばは、平成19年6月から旧二葉小学校の活用を検討している団体が中心となって組織して

おり、その活動を長田区役所が支援してきた。例えば、平成20年度から、旧二葉小学校を活用して長田南部の特色を活かした「まちの文化祭」を、長田区役所が地域団体と協働して開催し、約1,000人ももの来場者が訪れている。

こういった活動を、少子高齢化が進んでいる地域で、地域住民のみを対象としたイベントを実施するのではなく、長田区役所を中心に、コスプレのイベントを実施するキャラクターフェスティバル実行委員会や、芸術を発信する芸法などの異分野の団体を誘致し、連携することは、人的資源を補完し、地域外から集客を図っていることは、注目すべき事例ではないかと考える。

今後も企画調整局と長田区役所、地域人材支援センターを活用する各部局の団体が、地域団体の地域活性化に向けた思いを汲んで、地域の連携対象を広げていくことが不可欠である。地域との連携対象をどれだけ広げていくことができるかが今後の課題ではないかと考えられる。

そのため、管理運営についても、地域団体がこれまでに取り組んできた地域活性化活動などの地域の活力を活かした運営の方が、さらなる住民自治力の強化につながるのではな



【まちの文化祭写真】

4) 神戸市総計報告特別号「推計人口」(H16.11.9) 神戸市「毎月推計人口」(H22.4.1)

いかと考える。

また、行政が主となり事業を推進することで、地域団体の地域活性化に対する取り組み、思いを活かせるようになるよりは、地道だが継続的な活性化を地域が主体的に進めていくということの方が、積極的な効果が生じ、神戸市が掲げる協働と参画の基本に基づくのではないかと考える。

「まちの文化祭」など、地元が中心となって開催するイベントには、多くのボランティアが協力しており、例えば、旧小学校の清掃をイベントとして開催することを契機として、約40名（平成22年5月時点）もの清掃ボランティアが登録されている。

地域が地域活性化のイベントを開催する拠点として旧小学校を活用し、集客が行われ、多くのボランティアが参画する機会をつくりだす仕組みが成立しつつある。

このような仕組みづくりを実施している地域活性化活動を、引き続き行政も連携などの支援を実施し、他地域にも地域活動が広がっていくような、小さな成功事例を積み上げることが重要である。

6. 最後に

課題で地域団体と他団体等との連携を図ることが重要だと指摘したが、各局区の事業を支援・推進し、コーディネートの役割を担うのが企画調整局である。

施設の設置目的が、神戸市で今までに例のない地域の人材育成支援であるため、実験的施設として、今後、テナントとして設置した各部局等団体と地域団体との連携事業を具体的に調整し進めていくことが必要となる。

そのためには、地域団体が実施する地域の活性化事業の意味を十分理解し、各テナントにも理解していただくように働きかけること

が重要であると考え。

地域団体が地域人材を発掘し、育成する施設という新しい取り組みについて、地域活力を活用することで、地域の活性化を進め、地域と行政の協働を進めていきたい。

神戸市(新長田地区)中心市街地活性化基本計画について

神戸市産業振興局商業課長 岡本 康憲

1. はじめに

新長田駅周辺は、古くから西の副都心として神戸市政においても重要な役割を果たしてきたが、平成7年の阪神・淡路大震災では甚大な被害を受け、今も「震災といえば長田」というイメージが色濃く残る。しかしながら、元来は住・商・工がほどよく混在し、人と人との強い絆によって支えられ、独自の文化を発展させてきた魅力豊かなまちである。現在は、震災をばねに、古いものと新しいものを組み合わせて、次のステップへと進む途上にある。ここでは、中心市街地活性化基本計画を題材に、新長田地区の課題や取り組みを紹介したい。

2. 旧法と新法

本計画は、中心市街地活性化に関する根拠法が、「中心市街地における市街地の整備改善及び商業活性化の一体的推進に関する法律(以下、旧法という)」から「中心市街地の活性化に関する法律(以下、新法という)」に移行したことに伴い策定されたものである。

(1) 旧法にもとづく活性化の取り組み

新長田駅周辺は神戸市の西部市街地の中心をなす地区であり、古くから、ものづくりのまち、商業のまちとして神戸経済を支えてきた。しかしながら、重厚長大型産業中心の経済構造が崩れるにつれ、都市基盤の老朽化、人口減・高齢化などのインナーシティ問題が顕著になり、活力低下が進行していたところへ、阪神・淡路大震災の直撃を受けた。

一面が焦土と化し、すべてが失われたまちで、都市機能を回復すべく早期復興の取り組みが懸命に進められ、平成10年には旧・中心市街地活性化法の適用を受け、神戸市(新長田地区)中心市街地活性化基本計画を策定した。この計画に位置づけられることによって、補助金のかさ上げなどの優遇措置が受けられるようになり、シューズプラザの整備や商業施設基盤整備が進んだ。また、平成13年には地元商業者が中心となって㈱神戸ながたTMOが設立され、まちのにぎわいづくりや商業活性化に大きな役割を果たしている。

(2) 旧法の問題点と中心市街地の空洞化

しかしながら、旧法下では計画を届け出れば認定されるというシステムが採用されてい

たため、結果的に全国で約700もの「中心市街地」が生まれることになり、補助金の受け皿としての機能ばかりが重視される傾向が見られた。あわせて設立されたTMOについても、計画策定からしばらくすると活動が形骸化し、休止状態に近い団体が見受けられるようになった。そのため、中心市街地本来の意義である都市機能集約の視点を欠いたバラまきではないか、やる気のある市町村への国の重点支援の仕組みが必要、といった批判が高まった。さらに、全国的な商店街の衰退傾向に加え、規制緩和に伴い郊外型大型店の進出が相次ぎ、駅前商店街がシャッター通り化するなど、特に地方都市で中心市街地の空洞化が大きな問題になり、抜本的な見直しが必要となった。

(3) 新法の制定

そこで、コンパクトでにぎわいあふれるまちづくりを総合的かつ一体的に進めることを趣旨として、平成18年8月にまちづくり三法の改正にあわせて、「中心市街地の活性化に関する法律」が新しく制定された。主な改正点は、①法律の題名の変更、②基本理念・責務規定の創設、③国による「選択と集中」の仕組みの導入、④中心市街地活性化協議会の創設、などである。これにより、中心市街地に資本投下を集中させ、商業活性化をはじめ、まちなか居住や交通体系整備の推進によって、人と物の流れを呼び込み、中心性を回復させようとするものである。また、縦割り行政の弊害をなくすため、内閣官房が計画認定に関する業務を統括し、自治体との協議、省庁間の調整等にあたることとなった。

3. 計画策定までの経緯

法改正を受け、地元では新法下での活性化

事業が必要と判断し、(株)神戸ながたTMOを中心に、地元事業者などで構成する「神戸・新長田中心市街地活性化協議会」（神戸市もオブザーバーとして参加）が平成18年11月に設立された。旧法と同様に自治体が策定主体とされているため、協議会と検討を重ねるとともに、企画調整局、都市計画総局、長田区、産業振興局の部長級等で構成する「策定委員会」において、活性化のための具体的方針・事業を盛り込んだ「神戸市（新長田地区）中心市街地活性化基本計画」を新たに策定した。

新法による基本計画については、その達成状況をおおむね5年間にわたってフォローアップすることが義務付けられており、単なる商業活性化にとどまらず、総合的なまちづくり計画として、「実現可能性」「具体性」「計画の進捗管理（フォローアップ）」が強く求められるようになった。計画の中心は目標ごとに設定される数値目標であり、安易に右肩上がりの目標を設定することは厳に戒められ、設定の根拠についても明確なデータやストーリー性が要求された。計画本文の内容や具体的な数値目標の考え方等については、逐一内閣府の担当官と協議しながら固める作業を繰り返し、平成20年5月に認定申請、同年7月9日に全国で46番目の中心市街地として認定を受けた。

4. 計画の特色

(1) 三核構造

通常、中心市街地は1つの都市に1箇所と考えられるが、150万市民が暮らす本市においては、複数の中心（都市核）が必要と考え、それぞれ異なる機能を担う東部・中部・西部の三つの都市核を定め、それらが相互に連携することで都市全体を支えるまちづくりを従来から進めてきた。基本計画策定マニュアル

には「政令市については複数区域での認定もあり得る」とあったものの、内閣府との協議を開始した平成19年3月の時点では政令市の事例がなく、「中心市街地は複数存在しており、西部の新長田で特に活性化が必要である」というまちづくりの考え方をまず説明する必要があった。認定申請時には、「神戸市（新長田地区）中心市街地」が正式な名称となり、タイトルの（ ）は、「1つの都市に中心市街地が複数ある」という意味である。こうした事例は当時、本市の他には北九州市のみである。

(2) 復興の枠組みを超えて

また、「マイナスからゼロへ」の震災復興の枠組みを超えて、神戸市西部の都市核としてより高度な機能をそなえたまちを目指すための計画であるという意味での特徴がある。「復興計画の延長ではないか」との誤解が当初はあったが、復興事業による都市基盤の再生から、その次の段階に進むための活性化を目指し、ハード整備よりも、現在完成しつつあるストックをいかに活用するか、住民主体のまちづくりをどこまで展開できるかといった、ソフト面での取り組みが重要となってくる点で、復興計画とは一線を画していると考ええる。

5. 中心市街地の現況と課題

新長田地区のアイデンティティは、ものづくり産業とにぎわいある商業、そして濃密なコミュニティにあると言える。住・商・工がバランスよく集積する職住近接型のまちであり、臨海部の重工業とケミカル・ゴムなどの地場産業を核として、関連事業所、その従業員の住居、彼らを顧客とする商店街などが混在している。まちが再び輝くためには、この

アイデンティティにかかる部分へのでこ入れが必要であり、地域の資源と人材を結集して、新たな活力を手に入れなければならない。

(1) 産業～特定の産業に頼った地域活性化の限界

ケミカル、機械金属工業などの地場産業を基盤として発展してきたが、製造業全般で事業所数・従業者数が減少し、まちの活力低下を招いている。ケミカルシューズなどの産業に特化した支援による産業振興を進めたが、地域全体が産業を中心に活性化するまでには至らなかった。ものづくりのまちとして、既存のものづくり産業の高度化を引き続き進めるとともに、新しいものづくり産業の振興と、新たな担い手の育成にも取り組む必要がある。

(2) 商業～ストック施策先行と住民ニーズ取り込みの遅れ

市内有数の商業集積が震災で一度に失われたため、商業ストックの早期回復を主眼として取り組んだ。しかしながら、店舗再開までの間に店主の高齢化と後継者難が進んだことに加え、かつての顧客であった住民が減少し、なじみのない新住民が転入したことから、廃業や顧客の減少が続いた。その結果、折からの消費不況もあり、供給は充足したが需要が追いつかず、空き床・空き店舗が生じている。まちの賑わい回復のためには、イベント等による賑わいづくりのほかに、賃料設定等各種テナント誘致策による店舗の充実と、新住民の呼び込み、新規顧客開拓などのソフト面での対策が必要である。

(3) 集客～まちの賑わいのイメージの核となる集客力の不足

以前から歩行者通行量が減少していたところへ、震災の影響でさらに落ち込み、かつて

のような賑わいがまちに戻っていない。新長田には他の都市核と比べて神戸の顔となるような観光施設がなく、来街者がまちを楽しめる仕掛けが不足しているため、集客力が弱い。しかしながら、古きよき下町の風情を残した町並みや、人間関係の濃密なコミュニティなど、「ミナト神戸」のイメージとは異なるユニークな神戸の異なる新たなまちのイメージを打ち出し、観光都市神戸の底上げを図るため、魅力ある地域資源の発掘と活用が必要である。

(4) 地域内交流～南北間、事業区域内外、新住民

当該地区は「北の工業、南の商業」と表現されることもあるように、JRをはさんだ南北でまちのカラーが異なっているのが特徴である。震災後は北側で区画整理事業、南側で再開発事業が実施され、一方で白地地域も含まれるなど、同じ地区内でまちの外観も大きく異なるものとなった。南北間、事業区域内外の交流が進んでいないことに加え、新しく供給された住宅には新住民も多数入居したが、こうした新住民のまちづくり参加も大きな課題となっている。北側のシューズプラザをものづくり産業のシンボルとして、南側の商店街・小売市場をにぎわい拠点として相互に利用するなど、情報発信と地域交流のために活

用し、地域内の交流を進める必要がある。

6. 計画の概要

- 計画区域 113.4ha
- 計画期間 平成20年度～平成24年度
- 中心市街地活性化の基本方針
「人が集い、交流する、賑わいあるまち・新長田」
- 中心市街地活性化の目標
 - ①ものづくりのまち・長田の再生
 - ②賑わいある商業空間づくり
 - ③個性的な集客拠点づくり
- 数値目標（H24）
 - ①中心市街地内の事業所数：1,600事業所
 - ②中心市街地内の年間小売販売額：290億円
 - ③中心市街地内の歩行者通行量（休日）：42,400人

7. 主な事業

計画には51事業を記載しているが、ここでは主なものを紹介する。

○KOBE 鉄人 PROJECT

神戸出身の漫画家、故・横山光輝氏にちなんだ事業で、漫画のキャラクターなどをまちおこしに活用しようと、地元商店主が



神戸市域図



中心市街地位置図

中心となって取り組んでいる。平成21年に特定非営利活動法人 KOBE 鉄人 PROJECT を設立、平成20年9月には復興とまちづくりのシンボルとして実物大（18m）の鉄人28号モニュメントをまちの玄関口となる若松公園に建設した。完成後5ヶ月間で150万人の見学者を集めるなど、新たな集客拠点として来街者を呼び込み、賑わいづくりに寄与している。2号線以南は三国志のキャラクターを活用し、平成21年12月に KOBE 鉄人・三国志ギャラリーを大正筋商店街南端にオープンしたほか、三国志武将の石像を5体設置、さらに平成22年度中に三国志館が整備される予定である。また、地域全体の回遊性を高めるため、鉄人・三国志にちなんだ各種行事のほか、商店街内に掲示した三国志武将のバナーをめぐる



鉄人28号モニュメント

©光プロ/KOBE 鉄人 PROJECT2010



「劉備」像（丸五市場内）

スタンプラリー、鉄人28号にちなんだ「鉄人こじつけセール」、店主が三国志武将に扮して店頭立つ「三国志なりきり隊」、ロールプレイング方式の案内板など、次々と新たな取り組みが打ち出されている。

○商店街アーケード整備事業

鉄人モニュメント建設と合わせて、まちの玄関口に位置する新長田1番街商店街のアーケードを整備し、快適な歩行者空間を整備した。基本計画の認定により、経済産業省の戦略的中心市街地中小商業等活性化支援事業が適用された。この事業をもってまち全体のモール化が完成し、天候にかかわらず来街者がまち歩きを楽しめる環境が整ったほか、イベントもパレード形式での実施が容易になった。

○食のまち推進事業

お好み焼き・そばめしなどの粉もん、ぼっかけといった、新長田では長く親しまれてきた下町の食文化を積極的に発信し、魅力ある飲食店の集積や新商品の開発を行っていく。(株)神戸ながた TMO による「粉もんマップ」は観光客向けの食べ歩きガイドとして好評を博しており、すでに第5弾が発行されているほか、食品会社、コンビニなどと提携した「ぼっかけ」「鉄人」「三国志」などを取り入れた商品が多数発売されている。また、毎年秋に開催される「鉄板粉もんまつり」では、そばめし大食い選手権や粉もんスタンプラリーが人気を集め、遠方からも参加者が訪れる一大人気イベントとなっている。

○アジアをテーマにした賑わい拠点の整備

長田区では、ケミカル産業や機械・金属工業などの地場産業の担い手として、多くの外国籍住民や奄美・沖縄地方出身者が生活しており、新長田地区でもアジア系・沖縄系住民のコミュニティが集積し、独自の



長田名物「そばめし」



(株)神戸ながた TMO と企業の共同開発商品

文化を形成している。まちなかで日常的に外国語・方言の会話が飛び交い、特産品を取り扱う商店が点在するなど、日々の暮らしに溶け込んだ「アジア」がここには息づいている。丸五市場では、「丸五アジア横丁」をテーマに、アジア系飲食店の誘致、夜の市場に飲食屋台が出店する「ナイト屋台」、スタンプラリー参加者などに昼食場所を提供する「ランチ屋台」など、多彩な取り組みを展開しており、地域住民と観光客双方の支持を集めている。このような、

アジアをテーマとする個性的な店舗の集積や交流イベントの開催によって、草の根レベルの賑わい・交流拠点形成を目指す。

○ものづくり・サブカルチャーの発信

新長田地区には、アジア文化、下町コミュニティなど多様な人・もの・文化が混在したこともあり、異文化に寛容で、新しいものを根付かせ、育てていく風土がある。三宮地区などと比較すると、より安い家賃で入居できる物件が多く、交通利便性も高いため、起業家にとって有利な条件がそろっている。これまで蓄積してきたものづくり産業のノウハウを生かして、こうした起業



琉球祭 in 神戸・新長田



アスタ新長田・オールインワンオフィス



「丸五アジア横丁」チラシ



シューズプラザ

家を地域ぐるみで応援するため、シューズプラザ、オールインワンオフィスなどを起業スペースとして活用している。また、鉄人モニュメントや三国志関連施設をはじめ、ロボット・映画・漫画・アニメなどにつながる資源が多数生まれ、サブカルチャーのまちとしてファンやクリエイターを集める力が備わりつつある。平成22年3月には神戸芸工大がバックアップするアニメーション制作拠点「アニタス神戸」がオープンし、人材育成に取り組むほか、製作現場を見学できるなど、まちに開かれた施設として集客力も期待できる。

8. おわりに

計画が認定された際、地元の会合で、「これは到達点ではなく、新しいスタートに立ったという気持ち」「やり遂げなければという重圧感よりも、とことん利用してやろうという意気込み」を持ってほしいと訴えた。新長田には50年に及ぶまちづくりの歴史があり、そこに暮らす人々は皆おおらかで温かく、そしてエネルギッシュである。まだまだ難問は山積しているが、ともに手を携え、まちの活性化を目指していきたい。



都市と商業—中心市街地再生の新たな手法— 三谷真・滋野英恵・濱田恵生・(協)TMネット編著



税務経理協会
本体2,400円+税

2006年に刊行された『都市商業とまちづくり』の続編として、本書は書かれたものである。前著から現在に至るまで、中心市街地活性化法による基本計画を策定した市町村は、690地区、TMO（タウンマネジメント機関）を設立したのは、413件にもなったが、現実には、中心市街地の再生は思うように進んでおらず、経済状況の変化の中で、衰退が加速したと編著者は述べている。

2006年に改正された中心市街地活性化法は、その改正の目的が、補助金の有効活用であり、従来からの「バラマキ」方式から、「選択と集中」へと改められるとともに、基本計画が、国による認定制となった。

2007年2月に青森市と富山市が最初に認定されて以来、66市で67区域の新基本計画が認定されている（2008年11月現在）が、2006年の改正で、中心市街地のまちづくりの枠組みに大きな変化はないものの、新たな課題が浮上している。それは、改正中心市街地活性化法が、中心市街地商業の再生だけではなく、都市機能の再整備と拡充、さらには、まちなかに居住することを推進しているために、それに合った事業を計画・実施しなければならなくなったことと、補助金が付くとはいっても、財政状況が悪い地方都市では、大きな財政負担になるということである。また、大都市圏内の都市の場合は、駅前などのハード整備事業はすでに完了しているところが多いので、さまざまなソフト事業を組み合わせ、中心市街地の再生を目指すことになるが、これが、認定を受ける際の大きなハードルとなることである。これについては、国は一定の理解を示しているが、新たに加わった具体的な数値目標の設定で、頭を悩ませている市町村が多いのが実情である。

さらに、今回の改正では、地元参加を必須の条件として設立される中心市街地活性化協議会に、形だけの地元住民の参加ではなく、地域の民間活力をうまく活かせる仕組みづくりも求められているが、これについても認定を受ける際のハードルを高くしているひとつの原因である。

しかし、旧基本計画の中で既に着手している事業の継続のためには、中心市街地再生に向けて、これらのハードルを越えて、基本計画の認定を勝ち取らなければならないし、新たに基本計画を策定しないにもかかわらず、地域活性化のためのまちづくりには、さまざまな困難があるが、まちづくりの動きを止めることはできない。

本書は、前著と同じく日頃から熱心にまちづくりに取り組んでいる専門家（コンサルタント、タウンマネージャー、フィールドワークを通してまちづくり研究をしている大学教授など）が協働して執筆しており、その活動の貴重なエッセンスが凝縮されている。現在まちづくりの現場で苦労されているすべての関係者に読んでいただきたい1冊である。



中心市街地の創造力—暮らしの変化をとらえた再生の道— 宗田好史著



学芸出版社
本体3,200円+税

本書は、中心市街地はなぜ衰退したのかテーマとして、都市の現状分析をもとに、都心再生論を展開したものである。著者は、中心市街地の衰退は、都心の商業が市民生活の変化に対応できなかったために起こったと指摘する。また、その対応の遅れの直接的な原因は、時代遅れになった商店街組織の保護・振興施策を頑なに守り続け、消費者の変化に敏感な新しい起業家の参入を許さなかったからではないかと指摘する。

本書は2部からなっている。第1部では、各種の統計を用いて、消費、家族、労働の面から市民生活の変化を述べるとともに、京都の街で観察した都心の変化を語っている。

第2部では、都心の再生において、著者が関わった京都や金沢といった歴史的都市の計画例に挙げ、日本の地方都市の再生に関わるさまざまな自治体や地元住民の役割を紹介している。また、都市経済学者のリチャード・フロリダが唱える「創造階級」が、日本の地方都市においてはどのような人たちであるかという点についても議論を展開している。

今後とるべき都市再生論として、事業者の新陳代謝を促進しながら、市民や事業者の創造性を活かして都心を人々が元気に働き、楽しむ美しい空間として再構築することを提言する。

中心市街地の課題解決に取り組む都市政策担当者の方に一読を是非勧めたい。



失敗に学ぶ中心市街地活性化 - 英国のコンパクトなまちづくりと日本の先進事例 - 横森豊雄 久場清弘 長坂素之著



学芸出版社
本体2,400円＋税

わが国が直面する少子高齢化・人口減少、環境・資源問題、国・地方を問わない厳しい財政事情に適切に対応する方策としてコンパクトなまちづくりが注目されている。その実現を目指す有効な手段が中心市街地活性化である。中心市街地活性化には、官民一体となったまちづくりを、事業の優先順位をつけて着実に進める必要がある。本書は、商業まちづくりを専門とする大学の研究者と、現場でまちづくりを指導している二人の専門家が、英国の経験に学び、徹底した先進事例の検証に基づき、まちづくり三法改正後の課題を明らかにしたものである。

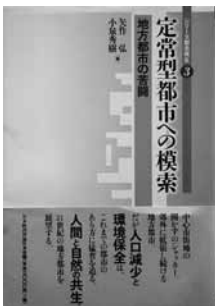
まず、序章および第1章は、コンパクトなまちづくりの概念とコンパクトなまちづくりを目指す社会的・経済的理由を説明している。地方都市で行われてきた拡散的なまちづくりのモデルとそこに至ったプロセスを提示し、旧まちづくり三法下で中心市街地活性化が失敗した理由をまとめている。第2章は、英国の失敗と成功の要因分析である。規制緩和によって衰退した中心市街地の再生を、郊外集客施設規制・誘導と、中心市街地全体を管理するマネジメント組織であるタウンセンターマネジメント（TCM）によって成し遂げた、英国の成功プロセスがまとめられている。さらに、中心市街地活性化を継続して行うための最大の課題である財源問題への対処として、ビジネス改善地区（BIDs）の導入を紹介している。第3章は、まちづくり三法の改正内容と、国の支援制度の解説である。さらに、市町村を超えた大規模集客施設の広域調整の問題と、官民連携組織であるべき中心市街地活性化協議会の課題を明らかにしている。第4章から第8章では、わが国の先進的な取り組み事例の検証を行っている。第4章は2核1モールのまちづくりとタウンマネージャーの存在で成功した長野市、第5章は市役所と商店街の連携プレーおよび車社会に対応したまちづくりに取り組んでいる宮崎県日向市を取り上げている。第6章は一貫した政策で民間投資の呼び込みに成功した青森市、第7章は超大型店の郊外出店を契機として街が結束した宮崎市の事例である。第8章はイメージアップ戦略と回遊性強化による賑わいづくりに成功した千葉県柏市の事例である。終章では、今後それぞれの地域が中心市街地の賑わい回復に向けて、どのように取り組んでいけばよいかについての視点が整理されている。

本書は、中心市街地活性化に係わる行政職員やまちづくり関係者の方に一読を勧めたい1冊である。



定住型都市への模索 - 地方都市の苦闘 -

矢作弘 小泉秀樹編



日本経済評論社
本体3,000円＋税

本書は、苦悩する地方都市の再生の視座として、まず定住型都市を提示する。ここでいう定住型都市は、古典派経済学者のジョン・スチュアート・ミルが「経済学原理」で展開した定住型都市を地方都市に展開したものである。編者は、まず、商業販売額や工業出荷額を増やすことを競って自然を破壊したり、歴史や文化を破壊したりしては、「何のための成長か」と主張する。その上で、人口と環境の制約下にある地方都市が目指すべきひとつの理想的都市像として「定住型都市」を位置づける。そして、現実の都市と対比させ、定住型都市までの距離を測り、その距離を縮めるための都市政策を模索する時代を迎えたのであり、発想を切り替えることが大事であると主張し、競争より協調と連帯、拡張よりは縮小と循環の途を探りながら環境負荷の低いサステナブルな地方都市を構築しなければならないとする。地方都市にとって、縮小は衰退とイコールではないし、必ずしも豊かさの喪失ではなく、むしろ、隣存在を信頼し隣と協調しながら限られた資源の配分に知恵を絞ることが自然条件に恵まれた地方都市が甦るチャンスであると主張する。

そして、「Ⅲ. 地方都市の活性化」で、地方都市活性化の具体的な事例を掲げている。まず、佐賀市を事例に閉鎖再開発ビルの再生への取組を紹介し、また、福井市・前橋市を事例に、歩行者中心の公共空間や市民が作る交通システムと公共の関与等の地方都市再生と交通まちづくりを紹介し、さらに、宇都宮市を事例に日本型アーバンビレッジの誕生を紹介し、続いて、長岡市の中心市街地再生への取組を紹介し、最後に、和歌山市の県立大学移転跡地等の再開発等を事例に中心市街地の活性化策を紹介している。また、「Ⅳ. 参加のまちづくりと地域の再生」においても、深谷市を事例に市民参加と「まちなか」の再生を紹介している。

以上のように、一方で、定住型都市を地方都市の再生の視点に据え、他方で、具体的な事例を挙げて、人口の減少と環境保全によるこれまでの都市のあり方を見直しや、21世紀の地方都市を展望し、今後の地方都市のあり方を考えた本書は、是非一読を勧めたい1冊である。

都市交通整備と阪急高架乗入

元関西学院大学総合政策学部非常勤講師 溝橋 戦夫

1 都市交通立体化

都市交通にとって、単に路線を敷設するだけでなく、都市交通網を整備し、効率の体系を形成するには、都市交通の立体交差が不可欠であった。平面・高架・地下方式でさまざまな交通機関が連絡する、交通システムが求められた。

大正期、国鉄・阪神・阪急、兵電（山電）、そして市営路面電車が整備されたが、以後、交通機関の立体化が、次第に重要課題として浮上し、市政は困難な問題処理を迫られる。

大正7年、国鉄高架方式に対して、神戸市は地下鉄方式を、陳情したが、鉄道省は高架方式を主張した。神戸市としても、地下方式は高架方式に比して2倍以上の工事費がかかり、市が3,000万円の負担をしなければならない。大正10年度神戸市税収入は650万円しかなく、財源問題から、高架方式を容認している。国鉄高架が完成するのは、昭和6年であった。

昭和期になると、私鉄の都心乗入をめぐる紛糾する。阪神・阪急・兵電から都心乗入の申請があったが、神戸市は「3会社トモ地下線トスレバ差支ナシ」とした。道路整備・交通円滑・都市美観などから、地下方式を市の方針としていた。阪神は、昭和11年までに地下方式で元町まで開通させた。

問題となったのは阪急の三宮高架乗入であった。阪急は当時、上筒井までしかなく、大正7年、三宮までの延長申請があり、計画では新生田川以西は、地下方式であった。しかし、国鉄高架方式が決まったので、大正10年阪急が高架方式に変更したため、地下方式の神戸

市と対立した。

2 高架事業認可をめぐる縣市対立

問題をこじらせたのは、第1に、大正15年高架申請に対して、兵庫県からは11月3日付で、神戸市に30日までに回答するよう申し出があった。しかし、神戸市は1カ月では重要課題の返事はできないと、12月30日までの延長を申し出た。県は15日までに回答するよう、また、重ねて12月2日付けで、15日までに返事がなければ、「別段意見ナキモノト看做シ、処理可相見込ニ候」との通牒があった。

ところが神戸市が、事務ミスで15日までに返事をしなかったため、県は独断で政府へ高架支障なしと、回答してしまった。あとでこのことを知って市は、県当局に猶予を求めが、「法的には何の効果もなく、後の祭りであった」¹⁾が、新聞は「市の怠慢もさることながら、県知事の独断専行も言語に絶する。のみならず、答申を早急に迫るなど余りだ」²⁾と、県の形式的処理を非難している。

その後、神戸市は政府・国会などへ運動を展開して、認可の修正を求めるが、遂に阪急高架はくつがえることはなかった。市会は昭和4年7月9日、神戸市の意見をこの際、明確にしておく必要があるとして、政府に激越なる意見書を提出している。

「内閣当局に対して屢々意見書ヲ提出シ願訴する所頗る切なるものありしと雖も、当局は常に考慮調査に藉口して誠意の認めるものなく、徒に市民の輿論と市会の決議を無視蹂躪し地方自治の利害を一蹴して顧みず、遂に会社の出願を許可シタルは神戸市民の期待に

■ 国民投票法

平成22年5月18日、日本国憲法第96条に定める日本国憲法の改正に関する手続きを内容とする「日本国憲法の改正手続に関する法律（国民投票法）」が施行された。同法の趣旨は、その第1条に、日本国憲法の改正について、国民の承認に係る投票（国民投票）に関する手続きを定めるとともに、あわせて憲法改正の発議に係る手続きの整備を行うものであると明記されている。

日本国憲法は、その改正要件について、国会が発議し、国民に提案して承認を経る必要があると定められている硬性憲法である。しかしながら、昭和22年の施行以来、改正に関する手続は未整備のままであった。この間、日本を取り巻く国内外の情勢は変化し、制定時には、想定できなかった問題が発生し、改正を巡る議論が高まってきた。この流れを受けて、平成12年、衆参両議院に憲法調査会が設置され、平成17年には、衆議院憲法調査会により衆議院議長に、国民投票法の早期制定が提言され、最終的に、平成19年5月、同法が成立した。

実際に国民投票が実施され、憲法が改正されるまでの流れは、政府広報オンラインによると次のようになる。

①法律で定める一定数（衆議院100人以上、参議院50人

以上）の国会議員の賛成により、憲法改正の原案が発議される。②憲法改正原案は、衆参各議院においてそれぞれ「憲法審査会」で審議され、それぞれの本会議にて3分の2以上の賛成で可決される。両議院で可決した場合、国会が憲法改正の発議を行い、国民に提案したものとされる。③国民投票は憲法改正の発議をした日から起算して60日以後180日以内において国会の議決した期日に行われる。④憲法改正案に対する賛成の投票の数が投票総数の2分の1を越えた場合は、国民の承認があったものとする。その場合、内閣総理大臣は、直ちに当該憲法改正の公布のための手続をとらなければならないこととなっている。

しかしながら同法が施行されたものの、以下のような主な課題が手付かずのまま残されている。改憲原案を審議する憲法審査会について、議事手続きを定める審査会規程が参議院では整備されないままとなっている。また、成人年齢の引き下げや公務員の政治的行為に関する制限規定の見直しなど、国民投票法が施行までに求めた関連法改正も進んでいない。これらの課題の今後の展開について見守っていきたい。

■ 地域委員会（名古屋市）

名古屋市では、このたび、「地域委員会」という組織を本格導入するため、そのモデル実施を始めた。「地域委員会」は、住民自らが、地域課題を解決するために、投票で選ばれた委員を中心に話し合い、予算の一部を決める新しい住民自治の仕組みである。

従来、名古屋市の住民自治は、町内会・自治会に加えて、昭和40年代以降、区政協力委員による広報・広聴活動や、学区連絡協議会（任意団体）が中心となって、「町を美しくする運動」や「交通安全市民運動」等、地域課題解決の活動を通じ、地域の発展の一翼を担ってきた。特に平成16年の「安心・安全で快適なまちづくりなごや条例」の施行によって、各団体が連携して自主的に取り組むようになった。

しかし、その一方で、地域活動を支え、住民組織の基盤となってきた町内会・自治会において加入率の低下、地域の各種団体において役員への負担増加や、担い手不足などの課題が発生してきた。また、これまでの地域課題が、より複雑化するとともに、例えば、子どもの安全・災害対策・高齢者の支援・児童虐待・環境問題・町並み保存・商店街の振興・不登校の問題・健康維持 など

といった個人的な要素を含む問題も大きな社会問題となってきた。

このような背景のもとで、名古屋市では、「地域委員会の創設」をマニフェストに掲げた新市長の就任をきっかけとして地域委員会の創設に向けた検討が始まった。一行政区一地域を目的にモデル地域を選定し、その実績を検証して、その結果を本格実施における制度に反映させることになっている。モデル実施では、地域委員会の委員は、非常勤特別職の公務員であり、任期は2年、報酬の支給はない。その選任方法で、地域住民の投票の結果を尊重して市長が選任するものとなっている。

これまでの経過の中で、次のような課題が指摘されている。①地域委員会の委員選任のための投票に参加する住民を増加させる必要があること。②活動に参加する住民の増加も必要であること。③事務局による支援や地域予算の財源の確保が必要であることなど。

新しい住民自治の仕組みである「地域委員会」が最終的にどのような形になるのか、今後のモデル実施の状況に注目していきたい。

■ 「事業仕分け」第2弾

行政刷新会議が行う「事業仕分け」は、国家予算の見直しにおいて、国民への透明性（公開の場・外部の視点）を確保しながら、予算執行の現場の実態を踏まえ、そもそも事業が必要か否かを判断し、財源の捻出を図るとともに、政策、制度、組織等について、今後の課題を抽出するものである。

「事業仕分け」の評価者は、行政刷新会議議長が指名し、国会議員や民間有識者、担当府省の副大臣又は政務官からなるメンバーである。

「事業仕分け」は、始めに当該事業の担当職員が、事業シート（事業概要・実績・予算など）に基づいて、事業全体を説明し、査定担当（財務省主計局など）が、事業の論点やこれまでの経過を説明する。そして、取りまとめ役が、事業を選定した背景や主な論点を説明し、評価者が担当職員に質問や議論を行う。その後、各評価者が評価シートを記載して、取りまとめ役が結果を発表する。

なお、この「事業仕分け」はあくまで「判定」であり、評価者に予算削減を行う権限はない。「事業仕分け」の結論が、どの様に予算に反映されるかは、予算編成権を持つ財務省による予算査定の動向と内閣の政治判断、国会の議決によって決まることになる。

平成21年11月に「事業仕分け」第1弾が実施されたが、今回は、「事業仕分け」第2弾と呼ばれ、前半を平成22年4月23日・26日・27日・28日に、独立行政法人の事業について、後半を5月20日・21日・24日・25日に、政府系の公益法人が行う事業について行われた。

これは、「事業仕分け」第1弾において、独立行政法人及び公益法人が行う事業が、本来法人が有する専門性、機動性等のメリットを活かしきれずに、非効率・不要な事業の温存等の問題を抱えていることが指摘されたので、事業仕分け第2弾は、こうした観点から、独立行政法人及び政府系の公益法人が行う事業を取り上げ、予算面にとどまらず、事業の必要性、有効性、効率性や、事業を実施する主体として適当かどうかといったことについて検証が行われた。

また、今回の「事業仕分け」の対象事業とならなかった類似の事業についても、同様の見直しを行うことを各府省に求めた。今後は、「事業仕分け」での議論を基に、独立行政法人制度の抜本的な見直しを含めた制度の刷新、主務大臣等による政府関連公益法人の業務運営に対する指導監督等の強化、法律等により独立行政法人及び公益法人に委ねられている規制等のあり方など制度・規制の見直しを行うことになる。

■ 食品安全庁

食品のリスク管理を一元的に所管する新しい行政機関「食品安全庁」について、関係省庁の連携下、平成22年度以降検討を開始することが、政府の「消費者基本計画」、「食料・農業・農村基本計画」（いずれも平成22年3月閣議決定）に明記された。

食品の偽装表示事件など食の安全を脅かす不祥事・事件が相次ぎ、このような問題に迅速・適切に対応するため、現在、農林水産省、厚生労働省、消費者庁など複数の行政機関に分散しているリスク管理機能を一元化しようとするものである。

わが国の食品安全行政を振り返ると、牛海綿状脳症（BSE）問題などを契機に、国際的にも受け入れられている「リスク分析」の考え方が平成15年に導入された。それ以前は食品の科学的評価と施策策定が一体で行われ、リスク評価が必ずしも科学的・客観的に行われないという問題が指摘された。「リスク分析」の考え方にに基づき、平成15年7月1日に「食品安全基本法」が施行され、リスク評価とリスク管理を分離し、リスク評価機関として

「食品安全委員会」が内閣府に設置された経緯がある。

「リスク分析」とは、食の安全に絶対はないという前提で、食品を食べることによって健康に悪影響が出る確率と深刻さの度合い（リスク）を科学的に評価し、それに基づき悪影響を健康に与えない程度に低く抑えることを目的として、①リスク評価（食品中の危害物質摂取による健康への影響についての評価）、②リスクコミュニケーション（リスク評価・リスク管理の過程において関係者間でリスク情報の共有・意見交換を行うこと）、③リスク管理（リスク評価に基づき食の安全性の確保に関する施策の策定）を行うことである。

農場から食卓までのリスク管理の一貫性を確保するため、「食品安全庁」創設については以前より様々な方面から主張されてきた。前述の基本計画の中にはリスク評価機関の機能強化を検討することも明記されており、リスク分析を基本原理として、消費者の立場に立って食品の安全性の確保が総合的に推進できる行政組織のあり方について検討されることが望まれる。

■産業構造ビジョン2010

今後日本は、何で稼ぎ、何で雇用していくのか。これまで「日本には国家レベルでの経済成長戦略が無い」と指摘されることもあったが、この漠然とした疑問への回答については、1990年代以降、繰り返し議論されてきた。例えば小泉政権下には、新経済成長戦略（平成18（2006）年6月、経済産業省）としてまとめられている。生産年齢人口が1995年をピークに減少、労働力人口で見ても1998年以降減少に転じ、少子高齢化が経済成長の大きな足かせとなっている。さらに中国やインドなど新興国の成長などにより日本経済の競争力と地位が大きく低下し、日本経済の行き詰まりは深刻なものとなっている。

経済産業省は、平成21（2009）年12月に提示された成長戦略基本方針を踏まえ、経済産業大臣の諮問機関である産業構造審議会に新たに産業競争力部会（部会長=伊藤元重・東大大学院経済学研究科教授）を設置し、日本産業の今後の在り方を検討した。そして6月1日、日本経済の再生策を示す成長戦略「産業構造ビジョン2010」を決定した。

同ビジョンでは、日本経済が「質」「量」ともに世界の中で相対的地位が低下し、競争力が急激に失われていることを踏まえ、国を挙げた競争力の強化の必要性を訴えている。今後の産業構造の方向性として、これまでの自動車だのみの「一本足打法」から、①インフラ関連／システム輸出、②文化産業、③環境・エネルギー課題解決産業、④医療・介護・健康・子育てサービス、⑤ロボッ

ト宇宙など先端産業の戦略五分野へ変革させる。これにより今後稼げる産業を増やし、複数の基幹産業が並び立つことで外的なショックにも強くなるとしている。さらに、デジタルカメラでの成功例をモデルに、技術で勝ちながら事業で負けないためには、どの基幹技術をブラックボックスにし、どの部分をオープンにして国際標準化を目指すか、という使い分けを戦略的に進める必要があると指摘している。日本における2007年から2020年までの生産額が310兆円伸びる中で、この戦略五分野の伸びが149兆円（他部門への波及効果を含む）と約5割を占めるとしている。また、257.9万人の雇用を生み出されることから、これら戦略五分野への労働移動を円滑に行うことが重要であると指摘している。さらに日本企業の国際競争力を高め、国内外からの投資を活性化するには、法人実効税率を国際水準の25～30%にまで引き下げる産業横断的な処方箋も示している。

経済産業省は、6月中にまとめる政府の新成長戦略の柱にこのビジョンを位置づける方針を示している。このビジョンが示した戦略の成否、つまり人口減少という逆風の中で再び日本経済を成長軌道にのせていけるか否かは、国と企業がこれまでも増して連携することは当然として、教育、科学技術、福祉、医療、インフラ、外交など産業分野以外のさまざまな行政分野との連携、まさに国を挙げた対策がとれるか否かにかかっている。

■欧州経済危機

2009年10月ギリシャで政権交代が誕生し、新政権は、前政権がそれまで公表していた財政赤字額を大幅修正した。すなわち、それまで、ギリシャ政府は、財政赤字は、対GDP比で3%程度と主張していたが、実際は、10%を超える水準であることが判明した。そして、新政権は、12年までの3年間でGDPに占める経常赤字の比率を3%以下に引き下げると宣言した。自国通貨の切り下げなしのこのような急激な財政緊縮政策は、景気後退と高失業を呼び起こし、長期的には支払能力に欠けるため、最終的にギリシャは国債元利払いのデフォルト（債務不履行）に陥るのではないかと懸念されたのである。そして、大手格付け会社が、ギリシャ国債をジャンク債へと格下げすることにより、ギリシャ国債は暴落し、利回りは跳ね上がった。

他方、欧州諸国の経済状況を見てみた場合、ギリシャ同様財政赤字問題や民間・公的債務残高という共通の問題を抱える国は、ギリシャだけにとどまらない。PIIGSといわれる、ギリシャにポルトガル・イタリア・アイルランド・スペインを加えた国々も同じ問題を抱えており、近時は、これに、イギリスを加える見解もある。今回は、ギリシャだけで、EUは、国際通貨基金と協調

して3年間で、1100億ユーロもの融資を決定したが、残りの国に経済危機が発展した場合、支援は相当規模に達する。そして、積極的に投資してきたヨーロッパの銀行は、今後、金融危機がギリシャから他の国にも及んだ場合、破綻にもつながるおそれがあるのではないかと考えられる。

この欧州経済危機が日本にもたらす影響はどうか。今回の危機は、大幅なユーロ安・円高をもたらす可能性があり、日本の輸出の落ち込みが懸念される。一方、日本の金融機関のPIIGS向け与信残高はフランス・ドイツの金融機関と比較すると少なく、影響は軽微と考えられる。以上を勘案すると、日本への影響の大きさは、世界経済が縮小均衡に陥らないかどうかにかかっていると見える。

今後は、日本をはじめとした国際政策協調による世界経済の回復を確かなものにする等の措置が求められている。また、今回のこの欧州危機以前に、EUが、少子高齢化の進展により、年金負担増等により長期的には財政危機に陥る可能性があると発表していたことにも留意すべきである。

■ 子ども手当法

平成22年4月1日施行の子ども手当法は、「次代の社会を担う子ども1人ひとりの育ちを社会全体で応援すること及び「子育ての経済的負担を軽減し、安心して出産し、子どもが育てられる社会をつくる」ことを政策目的としている。

具体的には、15歳以下の子どもの保護者に対し手当(金銭)を支給(所得制限なし)することを主な内容としており、15歳の4月1日の前日までの子どもの保護者に対して、毎月1万3千円を支給するものである。なお、今回の子ども手当法施行に伴い、従前の児童手当は廃止された。

従来から、政府が子育て支援にあてる予算が、先進国の中で最も少なく、特に、6歳以下の子どもへの支援額がOECD諸国平均と比べ非常に低いことが指摘されていたが、民主党は、第45回衆議院議員総選挙で、子ども

が学校に通うようになると教育費も大きくなり、経済的負担が増加するため、子どもの幼少から就学までのトータルでの支援が必要だとして、党のマニフェスト(政権公約)中で、子ども手当を提示した。

民主党のマニフェストでは、子ども手当について、月2万6千円を支給する予定であったが、財源問題により、満額支給を断念し、支給額は今後も月1万3千円となる見込みである。これは、子ども手当にあてる財源が、初年度で2兆2500億円、翌年からは倍の4兆5000億円必要になる予定で、財源が、不足するといった問題があるからである。今後も財源確保に関連して、支給額の上積みや扶養控除と配偶者控除をどうするか、地方自治体などの負担額等さまざまな問題があり、議論が進められる中で決定されることになる。

■ 口蹄疫

平成22年4月以降、宮崎県を中心に口蹄疫の発生が確認された。口蹄疫とは、口蹄疫ウイルスが原因で、偶蹄類の家畜(牛、豚、山羊、綿羊、水牛など)や野生動物(ラクダやシカなど)がかかる病気である。口蹄疫に感染すると、発熱したり、口の中や蹄の付け根などに水ぶくれができたりするなどの症状がみられる。致命的な病気ではないが、偶蹄目が感染する伝染病の中でも最も伝染力強い部類に入り、蔓延すれば畜産業界に経済的な大打撃を与えかねない病気でもある。

日本では、口蹄疫に関する特定家畜伝染病防疫指針に基づき、各種の防疫・対策が行われる。今回の宮崎県に端を発する口蹄疫問題に対し、農林水産省は、次のような対策等をとっている。すなわち、口蹄疫ウイルスの偶蹄類動物に対する伝播力が非常に強いため、他の偶蹄類動物へうつさないようにするため①口蹄疫が発生した農場の家畜を殺処分して埋却し、農場を消毒 ②口蹄疫が発生した農場周辺の牛や豚の移動を制限、具体的には、発生農場から半径10km以内における移動制限(生きた偶蹄類の家畜やその死体等の移動を禁止、と畜場及び家畜市場の閉鎖等)、発生農場から半径10~20km以内に

おける搬出制限(生きた偶蹄類の家畜の搬出、制限区域外への移動禁止、と畜場以外の家畜を入場させる家畜市場の開催を中止等) ③県内全域へ消毒薬を配布し、散布、具体的には、移動制限区域内に出入りする車両を消毒するための消毒ポイントを設置し、消毒を実施、発生農場と人や物などの関連(疫学関連)があった農場の確認、他の都道府県における牛豚飼養農場の緊急調査を実施、移動制限区域内のワクチン接種による感染拡大防止、である。また、平成22年6月4日に、平成24年3月31日までの時限立法である特別措置法である口蹄疫対策特別措置法が制定された。同法により、農林水産大臣が指定する地域内での消毒ポイントでの車などの消毒の義務づけ、蔓延防止のためやむを得ない場合の患畜・疑似患畜以外の殺処分、患畜・疑似患畜の死体の焼却又は埋却の支援が可能となった。また、同法には、無利子での融資や施設の整備にかかる費用の助成といった、生産者の経営再建のための支援などが盛り込まれている。宮崎県を中心とした感染の広がりにより、畜産農家への深刻な被害が懸念される中、今後の的確な対策・救済が期待される。

■ 電子書籍革命

日本では、本年5月28日にアップルの「iPad（アイパッド）」が発売され、電子書籍に対する関心が急速に高まりつつある。

電子書籍とは、デジタルデータ化された書籍のことである。パソコン、携帯電話、電子書籍専用端末などを使用して読む。書籍のデータはネットからダウンロードしたり、CD-ROMなどから入手する。

電子書籍市場は、2007年11月にアマゾンが売り出した電子書籍端末「Kindle」をきっかけとして、米国で拡大している。米出版業界によると2009年の電子書籍の売上は、3億1,300万ドルと前年比176%増である。電子書籍端末は、簡単な操作で文字を大きくできるため、これまで購入層の中心は中高年であった。しかし、本年4月のiPad発売により、若者層にも拡大し、電子書籍市場の裾野を広げている。

一方、日本で電子書籍市場をけん引しているのは携帯電話向け電子コミックであり、文芸書などの配信が、一気に普及するかと言えば、そう簡単ではないとの指摘がある。出版社の多くがまだ様子見をしていることが要因の一つである。

その理由の一つとしては、出版社・取次・書店の三位

一体と言われている流通構造がある。こうした流通構造では、電子書籍の普及と並行して紙の本の売上げが減少していく中で大量の在庫に苦しむ可能性が指摘されている。二つ目には、誰が電子書籍を売るのかという問題がある。現行の著作権法では、デジタル化の許諾権は著作者にある。紙の本を発行しているからと言って、出版社が勝手に電子書籍を作るわけにはいかないのである。アマゾンなどの電子書籍販売サービスが直接著作者から出版権を購入して販売することも考えられる。また、印刷物として流通していた紙の本に対し、電子書籍は、コンテンツのみをネットワーク上で流通させられるため、誰でも簡単に出版ができるようになる。価格や売り方も自由に決めることができるため、有名作家にも自ら出版する人が増え、出版社が不要になるとの見方も出ている。

電子書籍は「本」の世界を革命的に変える可能性を秘めているとの見解がある。日本でも、iPadの発売に合わせ、講談社が京極夏彦氏の新刊『死ねばいいのに』の電子版を発売したが、5日間で1万ダウンロードを超えた。このような中で、総務、文部科学、経済産業省は、電子書籍普及のため、ファイル形式を統一させる方針を固めた。

■ 韓国・仁川広域市との姉妹都市提携（韓国・大邱市とは親善協力都市提携予定）

神戸市は、これまで米国・シアトル市をはじめ、7カ国7都市と「姉妹・友好都市」提携を、交流分野を特定した「親善協力都市」提携を米国・フィラデルフィア市と行っている。

平成22（2010）年は、阪神・淡路大震災から15周年を迎え、神戸の新たな飛躍のためには、海外の都市との交流、とりわけ地理的にも近く、経済的発展が目覚しいアジア地域との交流をさらに深めることが重要であるとの認識のもと、本年4月6日に韓国・仁川（インチョン）広域市と姉妹都市提携した。また本年7月には韓国・大邱（テグ）広域市とも親善協力都市提携する予定である。韓国は神戸にとって、最も近い隣国であるだけでなく、市内には約2万1千人の韓国・朝鮮籍の市民が暮らしており、駐神戸大韓民国総領事館もあるなど、経済的・文化的に最もつながりの深い国の一つである。

仁川広域市は、人口約275万人、市域面積1,101km²の国際港湾都市であり、人口ではソウル、釜山につぐ第3位の規模を有している。1883年に開港した仁川港を中心に栄えた港町であるが、平成13（2001）年には仁川国際空港が開港し、東アジアのハブ空港として急速に発展している。また、韓国内最初に指定された経済自由区域内では、大規模なウォーターフロント開発が進められている。仁川国際空港と開発地域を結ぶ全長21.27kmの仁川大橋

（平成21（2009）年完成）や新港開発、国際業務団地、国際展示場、大学、ゴルフ場等が次々に建設される予定で、50万人以上が居住する一大経済拠点を目指している。仁川市とは、集客・コンベンション、港湾、都市デザイン、青少年等の幅広い分野で交流を進めていく考えである。

大邱広域市は、人口約251万人、市域面積884km²の内陸都市で、嶺南地方（慶尚道）の政治・経済・文化の中心地として栄えた都市である。繊維工業が発達しているが、1990年代よりファッションやアパレル産業へのシフトを図っている。またデザインセンターを拠点にデザイン産業の振興にも力を入れている。新産業分野では、昨年8月に市内の産業団地が国家プロジェクトである先端医療複合団地の造成地に選定され、今後は韓国の先端医療産業の中心地として発展していくと見込まれている。また市内にはオペラハウスがあるなど文化都市でもあり、2011年には世界陸上選手権大会も開催されることになっている。大邱市とは医療産業やデザインの分野を中心に交流を進める考えである。

本年中に両市と具体的な事業計画について合意する予定であるが、両都市の発展戦略は、神戸の目指す都市像とも合致しており、今後活発な交流に発展していくことが期待される。

■ ひょうご・神戸マラソン

「ひょうご・神戸マラソン（仮称）」大会の開催に向け、平成22年5月13日に、神戸市・兵庫県は共同で、開催準備委員会を設置した。

この大会の概要は、開催時期を平成23年11月、制限時間を7時間（最大）、開催規模を約2万人とし、種目はフルマラソンで、10kmまたは5kmの部を設定、コースを西コース（神戸港や淡路島、明石海峡大橋が見えるコース）、スタート地点を神戸市役所前（フラワーロード）、折り返し地点を明石海峡大橋（舞子公園付近）、ゴール地点をポートアイランド（市民広場周辺）としている。

開催準備委員会の設立に先立ち、市と県は、平成21年8月17日から、フルマラソン大会検討委員会を設置して検討を重ね、委員会からは、4つの提言が出されている。

その内容は、提言1：開催目的を「元気な兵庫の実現（兵庫県）」「健康を楽しむまちづくり（神戸市）」の実現に向け、ランニングを核としたスポーツのさらなる振興を図り、震災の復旧・復興における教訓や体験、兵庫・神戸の魅力国内外に発信するフルマラソン大会を開催すること。提言2：基本理念として、(1)震災の教訓・体験を風化させない—創造的復興を果たした兵庫・神戸の

姿を国内外に発信—(2)兵庫・神戸独自のフルマラソン大会—多くの参加者が集う魅力あふれる大会—とすること。大会コンセプトとして、兵庫・神戸ならではの社会的意義のあるフルマラソン大会とすること。協働と参画の大会、安全・安心な大会、地域活性化の大会、社会に貢献できる大会とすること。提言3：コース設定は、市民生活・事業活動への影響を最小限に抑えること、兵庫・神戸の魅力国内外に発信できるコース、多様な参加形態を創出できるコースとすること。提言4：経済効果・財源効果として、(1)企業協賛の確保に努めること。(2)経済波及効果が最大となるようなさまざまな仕掛けに努めることとされている。

また、平成22年3月18日～31日には、実施についてのアンケート調査が、市政アドバイザーや県民モニターに対して、県・市の教育委員会のホームページ上で行われた。

なお、今後は、アンケート調査の結果や検討委員会からの提言を踏まえて、実施についての基本計画策定及び実行委員会設立（8月）に向け、本格的に準備が進められる。

■ 中国青海省地震

2年前、中国四川省で、死者・行方不明者が8万7千人を超えた大地震が起こった。また、今年4月14日午前7時49分に、四川省に隣接する青海省の玉樹チベット族自治州玉樹県で、マグニチュード7.1（震源深さ33キロ）の地震が発生した。今回の地震は、プレート内で断層が横ずれした直下型で、そのエネルギーは阪神・淡路大震災に匹敵すると専門家は指摘している。なお、玉樹チベット自治州は東西738キロ、南北406キロ、総面積26.7万平方キロで、青海省総面積の37.2%を占めている。また、チベット族が26万9,800人で、総人口の95.3%を占めている。

人の被害は、死者が2,698人にのぼり、4月25日午前0時時点で、行方不明者は270人、負傷者は約1万2,300人となっている。物的被害は、土とレンガづくりなどの構造の家屋がほとんどであることから、家屋の被害も震源近くでは9割以上が倒壊したと報じられている。

地震発生後、直ちに、中国政府は国家破壊大震災応急マニュアルに沿って「國務院地震対策本部」を設置して、緊急救援や被災者の避難、生活救助、救援医療などの救

助活動を進めた。しかし、被災地が富士山よりも高い、酸素の少ない高地であることや空港からの道路が寸断されたことなどのために救助活動に困難が生じている。

また、救助活動と並行して、復興計画の作成準備が震災の翌日から始まった。これは、四川大地震では、復興計画の作成は地震から2週間後であったことから、驚くべき早さである。

神戸市では、今回青海省で発生した地震に対して、4月15日に市議会とともに見舞状を送付し、4月16日に見舞金100万円を、また市議会が20万円を寄贈、4月21日から神戸市社会福祉協議会が募金活動を行っている。

世界は地震活動期に入ったとの指摘がある。2004年のスマトラ沖地震による大津波、2005年のパキスタン地震、2008年の四川大地震、そして今年1月には死者22万人を超えるハイチ大震災が起きた。共通している点は、とりわけ貧しい人々が深刻な被害を受けていることである。日本は被災地への支援活動を強め、同時に被害の軽減に向けて地震国としての経験や技術を伝えていくことが求められる。

「神戸づくりの指針」 中間とりまとめについて

平成 22 年 5 月

神戸市企画調整局

【問い合わせ先：総合計画課 TEL 078-322-5030】

1. 趣旨

(1) 次期基本計画の検討について

神戸市では、1965年（昭和40年）から4次にわたる総合基本計画に基づき、計画的で総合的な都市づくりを進め、都市の健全な発展と市民生活の安定及び生活環境の向上を図ってきました。1993年（平成5年）9月に市会の議決を受けた「新・神戸市基本構想」は、2025年（平成37年）を目標年次とした本市の最高理念であり、基本計画は、基本構想の実現のためのプロセスを描くものと位置づけられています。1995年（平成7年）10月に策定した現行の「第4次神戸市基本計画」は、神戸市が同年1月の阪神・淡路大震災による未曾有の被害に見舞われてから半年あまり後に策定したもので、同年6月に策定した「神戸市復興計画」の精神を踏まえるとともに、さらに長期を見据えた長期的な計画として策定したものです。

今年（2010年（平成22年））は、この第4次基本計画の目標年次にあたる年です。現在神戸市では、第4次基本計画策定から現在に至るまでの社会経済情勢の大きな変化を踏まえつつ、「新・神戸市基本構想」に描かれた都市像の実現をめざして、次期基本計画の策定に向けた検討を進めています。

(2) 次期基本計画の構成

次期基本計画は、「①神戸づくりの指針」、「②重点施策計画」、「③各区計画」の3つから構成されます。

①神戸づくりの指針

「新・神戸市基本構想」の目標年次である2025年（平成37年）に向けた、長期的な神戸づくりの方向性を示す指針であり、変化する社会経済情勢のもとにおいても行動基準となるものです。この指針は、行政が主体となって策定した「行政計画」ではなく、民・学・産と行政が神戸のまちづくりを進めるにあたり、目的意識を共有して取り組んでいくための「協働と参画の計画」と位置づけます。この指針は、社会経済情勢の動向を見据えながら必要に応じて見直しを行います。

②重点施策計画

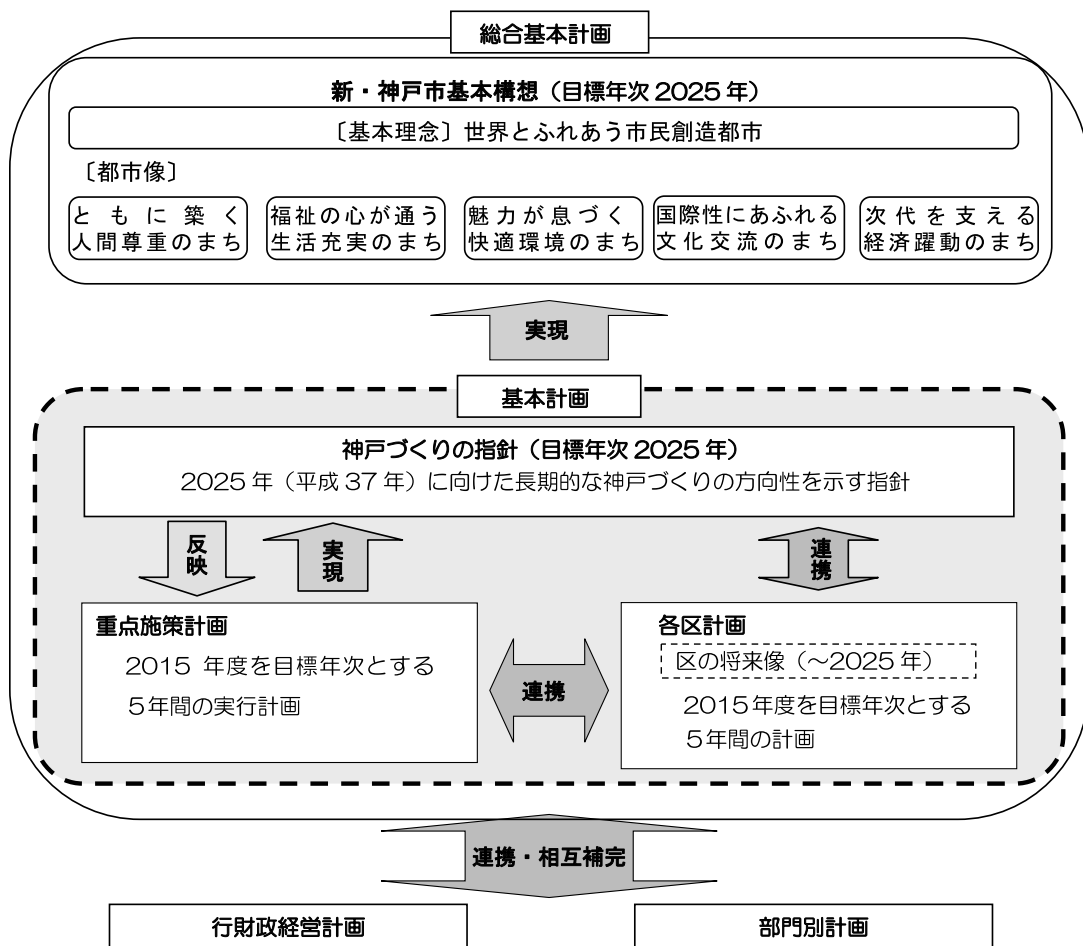
神戸づくりを戦略的に進めていくため、2015年度（平成27年度）を目標年次とする5年間の実行計画の役割を担うのが重点施策計画です。この計画は2005年（平成17年）6月に策定した中期計画である「神戸2010ビジョン」の趣旨を踏まえ、「選択と集中」の観点による計画の重点化やPDCAサイクルによる検証評価の仕組みを継承します。またこの計画は、基本計画と同様に今年度2010年度（平成22年度）中に策定する予定の「行財政経営計画」と相互に連携補完しながら推進していきます。

③各区計画

各区の個性や特性を活かし、生活に密着した分野を中心に、区民と目標を共有し協働で取り組むための計画として、各区の区民まちづくり会議が中心となって策定するものです。

これら「神戸づくりの指針」、「重点施策計画」及び「各区計画」については、基本構想の実現のための基本計画として、相互に連携しながら一体的に取り組み、また、各施策の分野ごとの計画である「部門別計画」と相互に連携補完しながら推進していきます。

<計画概念図>

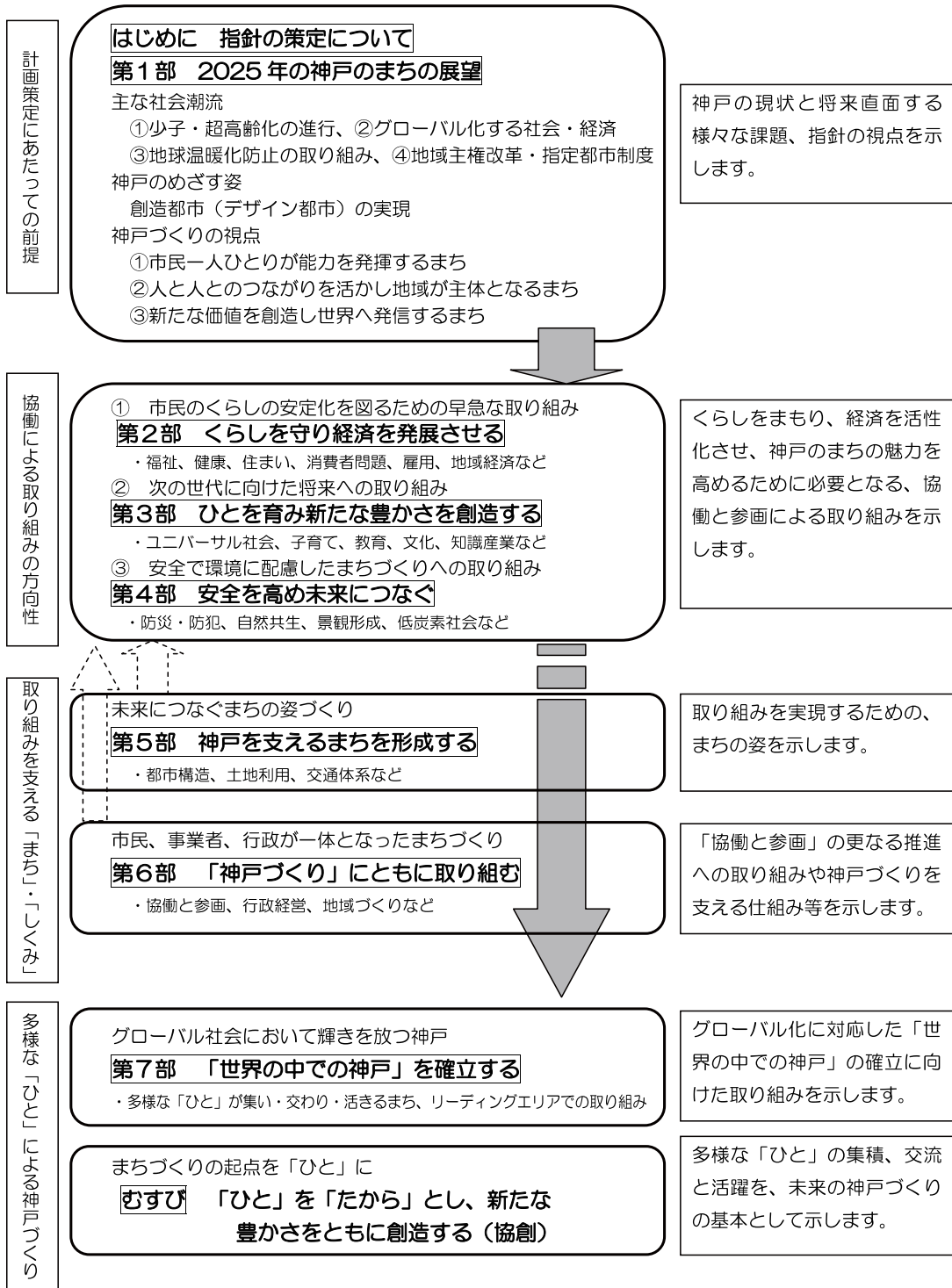


(3) 「神戸づくりの指針」の中間とりまとめについて

次期基本計画の検討のため、2009年（平成21年）7月に「神戸市総合基本計画審議会」を設置し、学識経験者や民間各種団体の代表者、各分野で活躍する実践者、市政アドバイザー、市議員など様々な分野の委員に参画いただいて、今後の神戸のまちづくりのあり方について議論を重ねてきました。また「広報紙 KOBE 特別号の全戸配布による市民意見募集」、「大学生からの提言募集」など、市民意見を幅広く取り入れるための取り組みも行ってきました。

本年4月の審議会総会において、「神戸づくりの指針」の中間とりまとめが行われ、その内容が公表されました。この中間とりまとめ案については、市民意見の募集を経て必要な見直し等を行い、最終的には「重点施策計画」「各区計画」とともに今年度中に策定する予定です。

「神戸づくりの指針」中間とりまとめの全体構成



2. 「神戸づくりの指針」中間とりまとめ案の概要について

【第1部 2025年の神戸のまちの展望】

(1) 指針の背景 ～ 神戸市をとりまく社会潮流

① 少子・超高齢化の進行

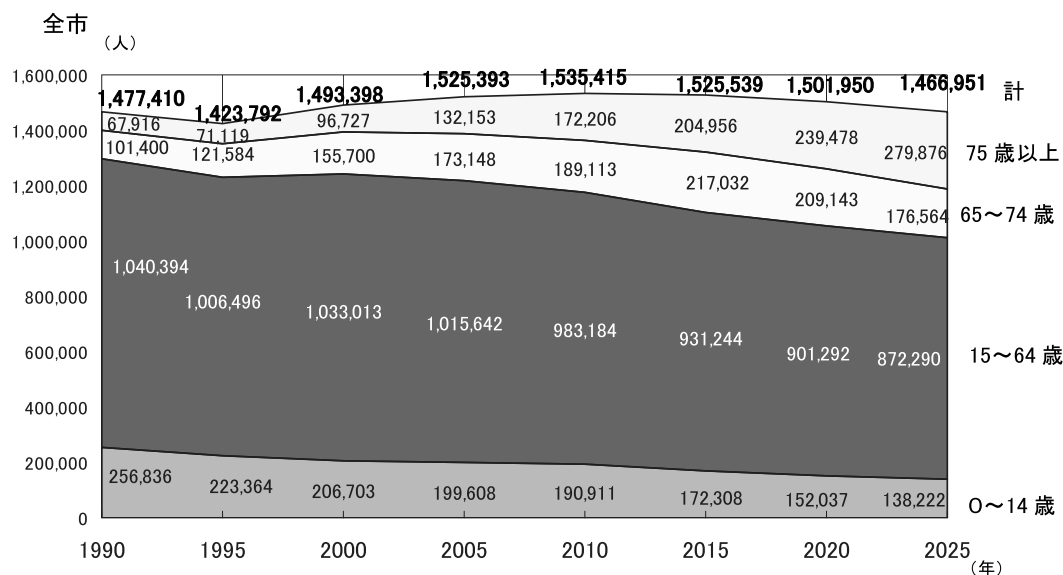
日本では出生率の低下と平均寿命の伸びにより少子・超高齢化がますます進行しており、2005年（平成17年）には死亡数が出生数を上回り人口減少局面を迎えました。また、団塊の世代の高齢化、ひとり親世帯や単独世帯（特に65歳以上の単独世帯）の割合の増加、ライフスタイルの多様化（生涯にわたり結婚しないなど）は、人口動態に大きな影響を与えることとなります。

神戸市においても少子・超高齢化が進み、既に人口の自然減少（死亡数が出生数を上回る状態）が始まっています。これまでは市外からの転入者（社会増加）がこの減少分を上回る状態が続いていましたが、今後ますます超高齢化が進むことで近年続いている自然減少が拡大し、市全体の推計人口も将来的には減少することが予測されています。また出生率は大きな流れとして減少傾向にあり、大都市平均と比較しても常に低い状況にあります。

年齢構成も大きく変化し、特に顕著な動きとしては、15歳から64歳までの生産年齢人口を2005年（平成17年）と神戸づくりの指針の目標年次である2025年（平成37年）を比較してみると、101万人から87万人へと14万人減少する一方で、65歳以上の老年人口が31万人から46万人と15万人増加することが予測されています。

資料 人口推計

国立社会保障・人口問題研究所による推計（2008年12月推計）（中位推計）における全市人口及び年齢階層別人口

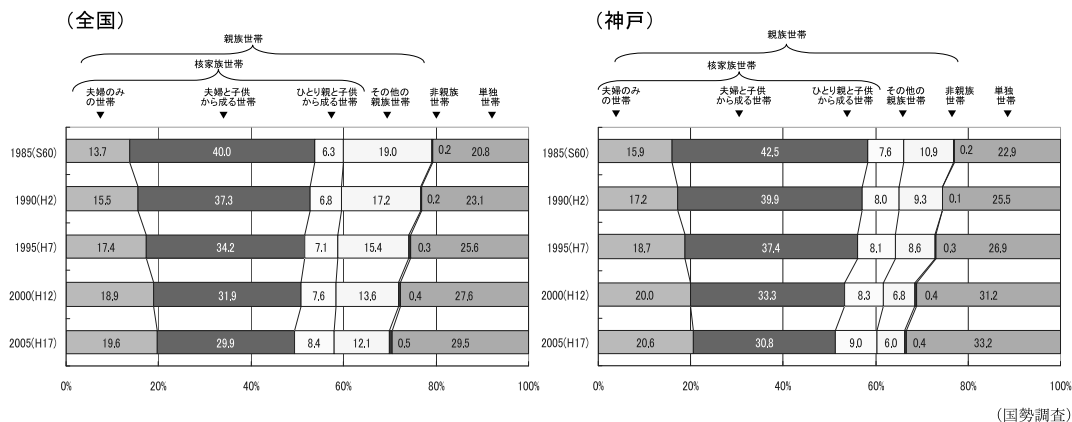


注）2005年までは国勢調査、2010年以降は国立社会保障・人口問題研究所による推計値（中位推計）。

2005年までの全市人口には年齢不詳を含むため、内訳の合計と一致しない。

市内の9つの行政区においては東灘区・灘区・中央区の3区は引き続き人口増加が予測されていますが、他の6区については人口減少が予測されています。このように、同じ神戸市内でも、今後の人口動態は各区・各地域によって様々であり、一律ではないものと考えられます。さらに、世帯人員の縮小や家族機能の変容も進んでおり、将来的にもこの傾向が続くものと考えられます。

資料 家族類型別一般世帯総数に占める割合の推移



② グローバル化する社会・経済

経済や貿易の自由化、ICTの著しい発展等を背景に、人・資本・財・サービスや情報が国境を越え活発に行き交うグローバル化の流れはこれからもさらに進んでいくものと考えられます。

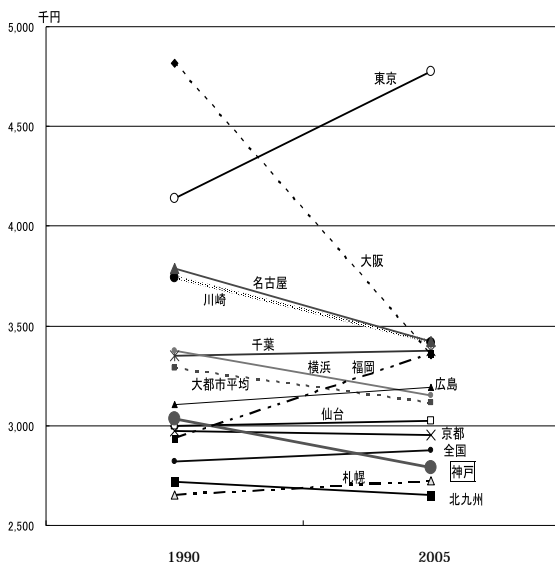
今後の世界経済においては、中国やインドなどの新興国のめざましい経済発展の結果、欧米や日本を中心とした世界貿易の流れが、成長率の高い中国や東アジアを中心とした構造に変化していくことが予測されています。

こうした中、EU やアジアなど地域単位での経済圏の形成も進んでおり、米国の「シリコンバレー」や「グレートワシントン」のように、都市単独ではなく経済・地勢でつながった複数の都市群（メガ・リージョン）が、世界の地域間競争の中で存在感を高めるなど、新たなかたちでの経済圏が形成されており、今後もこれらの動きはより一層進んでいくものと考えられます。

グローバル化により、日本経済はますます世界経済の大きな影響を受けるようになり、製造業の海外移転など産業構造の変化が進んでいます。グローバル化による世界的な価格競争は、企業業績の悪化や、雇用の縮小、賃金の世界規模での低水準化などをもたらす面があり、経済格差の拡大や貧困問題の深刻化など、くらしや経済の不安も高まっています。

また、グローバル化は大都市圏への経済集積を促し、日本においては東京一極集中が進んでいます。都市活力を全体的に示す指標である「1人あたり市民所得」を見ると、震災前からの推移では東京都が著しく上昇する一方、他の大部分の都市は神戸市も含めて低下しています。

資料 1人あたり市民所得の推移（他都市比較）



(内閣府県民経済計算より作成。大都市平均は東京を除く12政令市の単純平均。)

③ 地球温暖化防止の取り組み

CO₂などの温室効果ガスの排出量の増加による平均気温の上昇やそれに伴う異常気象の発生、地球規模での急激な気候変動などが懸念される中、国際的な取り組みとして、1997年（平成9年）には、京都議定書に基づく温室効果ガス削減の取り組みが定められました。

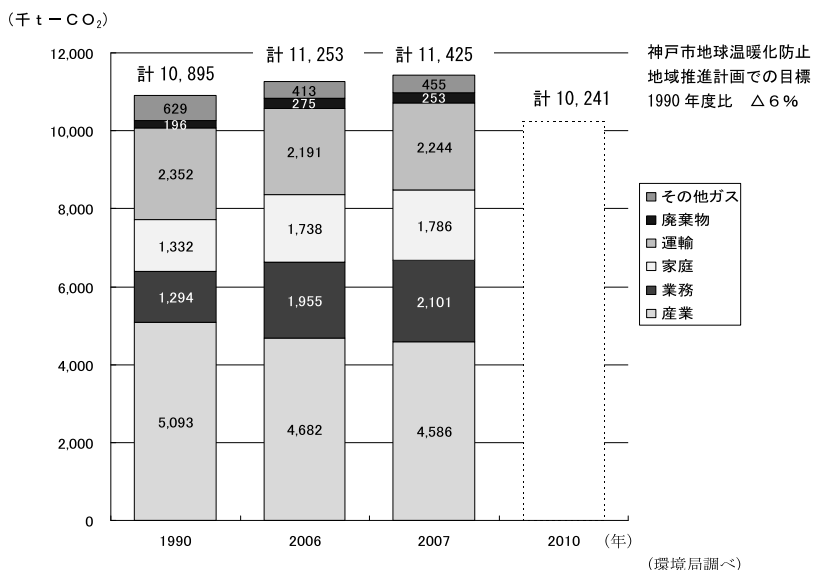
日本でも、「低炭素社会（気候に悪影響を及ぼさない水準で大気中の温室効果ガス濃度を安定化させる

と同時に生活の豊かさを実感できる社会)」の構築に向け、「世界の主要国による公平かつ実効性のある目標の合意を前提として2020年までに温室効果ガス排出量の25%削減（1990年比）をめざす」ことを盛り込んだ地球温暖化対策基本法の制定に向けた取り組みが進められています。

神戸市では2008年（平成20年）5月に、各国の環境担当大臣による「G8環境大臣会合」が開催され、今後も気候変動に係る各国の対話を継続する「神戸イニシアティブ」が支持されたほか、「神戸3R行動計画」及び「神戸・生物多様性のための行動の呼びかけ」の合意がなされ、神戸の名を冠した国際的な方向性が示されるなど大きな成果をあげました。

市も1990年比で2010年までに温室効果ガス排出量を6%削減するという削減目標を設定していますが、これまでの実績では逆に増加しており、特に家庭部門や業務部門の排出量が大きく増加している状況です。削減目標の達成のためには一層の努力が必要です。

資料 温室効果ガスの部門別排出状況（神戸市）



④地域主権改革の取り組みと指定都市の課題

現在の国と地方との税における関係については、6：4の割合で国と地方に配分されているのに対し、行政サービスの主体の割合は国より地方が大きく2：8であり、地方の行政サービスに見合う税源措置がなされておらず、国からの交付金や補助金に依存せざるを得ないという税財政上の課題が生じています。国・道府県・指定都市の役割分担を抜本的に見直したうえで、その新たな役割分担に応じた「税の配分」となるよう税財政制度の見直しを進めていく必要があります。

また、現行の指定都市制度は50年以上前に「暫定的な措置」として創設されたものであり、指定都市にも一般の市町村と同一の制度を一律に適用しながら、一部の事務権限のみを特例的に担わせるもので、市民ニーズに応じた機動的な対応が難しく、道府県との役割分担があいまいで二重行政の弊害が生じやすいなど、大都市としての役割を十分に発揮することのできない不十分な制度となっています。

また指定都市は、人口の集中・産業の集積に伴う環境問題や都市的インフラ需要など大都市特有の財政需要も抱え、道府県に代わって多くの行政サービスを提供していますが、これらに対する税制上の措置は極めて不十分です。

少子・超高齢化の進行に伴う福祉関係経費の増加や生産年齢人口の減少による税収の低下など、大きく変化する社会構造に対応するため、新たな大都市制度を創設し、国や道府県から大幅な権限と税源の移譲を受け一元的・総合的に行政サービスを提供するとともに安定的な財源を確保し、市民のくらしを守り、都市の魅力・活力を高めていく必要があります。

(2) 神戸のめざす都市像と神戸づくりの視点

①創造都市（デザイン都市）の実現

神戸が有する、自然やまちなみ、文化などの素晴らしい魅力や資源、そして震災復興の取り組みから生まれた人と人とのきずなや助け合いの文化が国際的にも評価され、ユネスコ（国際連合教育科学文化機関）の創設した「創造都市ネットワーク（デザイン分野）」に平成20年10月に認定されることとなりました。

震災からの復興過程の取り組みをふまえ、市民の安全・安心、健康を確保することを前提として、神戸の持つ資源や魅力としての、

- ①山と海に囲まれた多様で特色のあるまち、
- ②市民一人ひとりの活力と個性あふれる営みによる暮らし、
- ③付加価値を高めるものづくりやサービスなどの産業

の3つを「デザイン」という視点でさらに磨きをかけることで、市民の「くらしを豊かに」し、「個性と魅力を活」かし、そして、「経済を活性化」していきます。さらに、これら各々の取り組みが相乗効果を発揮することで、「人々の創造力を高め」、そして、「人々の心を育み次世代につなぎ」ます。こうした、新しい価値を生み出す創造都市（デザイン都市）を、神戸の都市像としてめざしていきます。

「デザイン」はあらゆるものをつなぎあわせ、それにより新たなものを生み出す力を持っています。また、「デザイン」は、ある一部分のみではなく、全体を統一的に考えていくための手法であり、神戸のまち全体を「デザイン」の視点で考えていくことで、神戸の魅力を世界に発信し、さらなる都市の活性化を図っていきます。

②神戸づくりの視点

2025年に向けた「神戸づくりの指針」においては、「市民」「地域」「広域」の3つを基本的な視点とすることで、将来に向けたまちづくりの取り組みの方向性を明らかにしていきます。

1) 市民の視点：市民一人ひとりが能力を発揮するまち

これからの神戸が市民のくらしを守り都市としての存在感を国内外で増していくためには、一人ひとりの市民が、年齢・性別・身体状況・国籍等にかかわらず、それぞれの持てる力を発揮し、支えあうことがますます重要になります。

全ての人の人権が尊重され、安心して暮らし続けることのできるまち、誰もが人を支え、支えられ、誇りと希望をもって生活できるまちをめざしていきます。

2) 地域の視点：人と人とのつながりを活かし地域が主体となるまち

人と人とのつながりに支えられた地域社会の重要性はますます高まっていますが、近年、住民同士のつながりが弱くなってきているとともに、地域における課題はより一層複雑化・多様化しています。

復興の過程で培われた自律と連帯の精神をふまえ、人と人とのつながり（ソーシャルキャピタル）をより一層豊かにし、地域が主体となったまちづくりを進めていきます。

3) 広域的な視点：新たな価値を創造し世界へ発信するまち

神戸の魅力を十分に活用し、国内外の多様な人材が集積し交流・融合するような環境を整え、時代の変化を先取りした新たな価値を創造する都市をめざしていきます。

国際的な都市間競争の中で様々な人々をひきつける魅力を持った創造的な都市として発展していくために必要な要素として、「3つのT（Technology：技術，Talent：才能，Tolerance：寛容性）」を有することが重要であると言われています。

関西圏の主要都市、近隣都市、さらには瀬戸内海圏の諸都市と連携し、世界への発信力をもった広域連携都市圏（メガ・リージョン）を形成していくことが必要です。

第2部 くらしを守り経済を発展させる

この部の概要

グローバル化の進展により、世界経済の動きが私たちのくらしに直接大きな影響を与えるようになり、雇用や経済の不安定化を招いています。また、急激な少子・超高齢化の進行も、わたしたちのくらしに大きな影響を与え、将来への不安につながっています。

まずはじめに、生活の基礎となる福祉や健康、雇用や産業振興など各分野の「くらしをまもり、経済を発展させる」取り組みを横断的に実施し、少子超高齢化やグローバル化の進展に対応します。

くらしをまもり

1 ともに支えあう社会をつくる

◆高齢、障害や貧困など様々な理由で支援を必要とする人々への対応

- ① 支援の仕組みの一層の充実を図ります
- ② 多様化するニーズへのきめ細かい対応を進めます
- ③ それぞれの人の地域活動や就労などを支えます
- ④ 地域での支えあいを進めます

・身近なコミュニティでの見守りや支えあいや支え
・あらゆる人を重層的に包容する社会の実現（ソーシャル・インクルージョン）

2 安心なくらしをまもり

◆医療・健康や住まい、消費者問題など不安の解消

- ① 健康にくらすための環境づくりを進めます
- ② 安心して豊かな住まいづくりを進めます
- ③ 消費者問題への取り組みを進めます

・救急医療や「こころの健康」対策等の充実
・住宅困窮者への対応
・消費者被害を防ぐ見守り

3 働きやすい環境を整える

◆就労の場と働きやすい環境の確保

- ① 多様な働き方の推進により「仕事と生活の調和」が実現した社会をめざします
- ② 一人ひとりが持てる能力を伸ばし、活躍の場を広げます
- ③ 働きたい人の希望と働く場のコーディネートを進めます
- ④ 働く場を安定的に確保します

・ワーク・ライフ・バランスの推進
・福祉と就労の連携

経済を発展させる

4 くらしに身近な産業を振興する

◆農業、商業、社会的企業など市民のくらしに身近な産業の活性化

- ① 農水産業のブランド化と地産地消を進めます
- ② 地域と一体となった商店街・小売市場づくりを進めます
- ③ くらしに身近なサービスにおける新たなビジネスづくりを支援します
- ④ 社会的企業が活動しやすい仕組みをつくります

・地域に根ざした産業振興
・社会的企業の振興

5 ものづくりを核に産業の高付加価値化を図る

◆強みを活かしたものづくりやデザインによる付加価値の向上

- ① 新たな成長分野で活躍する産業を振興します
- ② 産学官連携により優れたものづくり技術を生む環境を整えます
- ③ デザインによる付加価値を生み出します
- ④ 中小企業の経営企画力を高めます
- ⑤ 新分野への挑戦を応援します

・成長分野の強化
・サービスを付加した価値創出

6 観光交流と企業誘致を進める

◆国内外からの集客と交流の促進、産業集積と雇用創出に向けた企業誘致

- ① MICE(多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称)、国際観光、広域連携により滞在型観光を推進します
- ② 多彩な観光資源を活用・創出し、神戸ならではの観光を推進します

・MICE 等集客観光の促進
・企業誘致の推進

第3部 ひとを育み新たな豊かさを創造する

この部の概要

神戸のまちが将来にわたり発展するため、一人ひとりの違いや個性を認め尊重し合うとともに、次の世代を担う子どもや若者が健やかに成長し、活躍できるまちとなることをめざします。

さらに、文化・芸術により人びとの感性やまちの魅力を高めるとともに、先端医療などの知的分野における産業の振興や、大学等の高等教育機関の集積を活かし、神戸のまちの成長力を高めます。

1 一人ひとりを大切にす

◆人権の尊重や社会参加の機会確保

- ① 一人ひとりを大切にす意識づくりを推進します
- ② 誰もが参画できる仕組みづくりを推進します
- ③ 安全・安心で快適なまちづくりを推進します
- ④ 誰もが使えるものづくりを推進します

・人権の尊重
・ユニバーサルデザイン(UD)の推進
・ユニバーサル社会の実現

2 子どもを健やかに育む

◆次世代を担う子どもの育成

- ① 家庭・地域学校の連携により、みんなが応援して子どもを育みます
- ② 仕事と子育ての両立を支援します
- ③ 母親と子どもの健康を支援します
- ④ 子どもの安全・安心や生活環境を守ります
- ⑤ 保護が必要な子どもへの対応を充実します
- ⑥ 子どもが笑顔で通え、豊かに成長できる学校づくりを進めます
- ⑦ 市民の信頼にこたえる教育環境の整備を進めます
- ⑧ 生涯学習・スポーツを充実します

・家庭や地域の子育て力向上
・学校教育の充実による生きるための基盤づくり

3 神戸の文化を継承し創造する

◆文化芸術による神戸の魅力向上

- ① 市民が主体的に行う文化活動を支援します
- ② 文化芸術を担う創造的な人材を育みます
- ③ 文化芸術をまちづくりに活かし、産業や賑わいを創出します
- ④ 神戸の文化を活かし、都市ブランドを高め発信します

・文化による産業の振興
・都市ブランドの向上

4 「知の集積」を活かす

◆知の力による創造的なまちづくり

- ① 神戸医療産業都市構想を推進します
- ② 次世代スーパーコンピュータを活かし、企業等の集積を促進します
- ③ 知の交流を進めます
- ④ 学とともに明日の神戸をつくります

・バイオメディカルクラスタの形成
・大学等の知的資源の活用

第4部 安全を高め未来につなぐ

この部の概要

市民の生活や企業活動など、安心して暮らしを営むためには、その舞台となるまちが将来にわたって持続できるものである必要があります。

そのため震災の教訓をふまえ、防災・減災の取り組みや、山や海など豊かな自然を守る取り組み、また地球的規模の課題である地球温暖化問題に対応したまちづくりを進めていきます。

このような取り組みを進めることで、安全で、自然豊かで、魅力あふれるまちを将来の世代に継承していきます。

1 まちの安全を確保する

◆防災・防犯など安全なまちづくり

- ① 都市基盤施設の適正な維持管理・機能強化を進めます
- ② 災害に対する都市の防災機能の一層の向上を図ります
- ③ 危機管理のための体制の維持・向上を進めます
- ④ 市民、事業者、市の協働による安全性の向上を進めます
- ⑤ 震災の教訓をふまえた防災意識の向上を進めます

- ・施設の長寿命化の推進
や都市防災機能の向上
- ・防災意識の向上

2 まちの美しさや魅力を守り高める

◆神戸の魅力を高める景観などの形成

- ① 水と緑など自然環境を活かしたまちづくりを進めます
- ② 生物多様性の保全など自然共生社会の実現をめざします
- ③ 神戸固有の多様で特色あるまちなみを形成します
- ④ 美しさや魅力を向上させる取り組みを進めます

- ・自然環境の保全育成
- ・魅力ある景観の形成

3 低炭素社会を実現する

◆地球温暖化防止に貢献するまちづくり

- ① 低炭素社会の実現に向けた都市構造を形成します
- ② エネルギーの効率的な利用によるまちづくりを進めます
- ③ 低炭素社会の実現に貢献する産業を振興します
- ④ CO₂排出量の削減にも寄与する循環型社会の実現に向けて取り組みます

- ・都市の低炭素化
- ・関連産業の振興

第5部 神戸を支えるまちを形成する

この部の概要

市民や事業者などのあらゆる活動の舞台となる「まち」について、これまで築いてきた都市基盤を活かし、豊かな自然環境との調和を図りながら、くらしを豊かにし、経済を活性化する都市空間づくりを進めます。

1 めざすまちの姿

◆都市空間づくりにおける基本的な視点

- (1) あらゆる災害に備え、くらしや経済活動を支える安全な都市空間
- (2) 人と環境にやさしい都市空間
- (3) デザインの視点で磨かれた魅力ある都市空間
- (4) 活力を創造する都市空間

・成熟社会への対応
・都市機能や都市環境インフラの継承

◆めざすまちの姿の全体像

- ① 様々な都市機能と豊かな自然環境の調和による魅力あるまちづくり
- ② 都心域及び地域拠点・連携拠点などの機能強化
- ③ 活力をもたらす産業エリアの機能強化
- ④ 海・空・陸の総合的な交通環境の形成
- ⑤ 神戸の魅力を発信するリーディングエリアの形成

2 地域特性を活かした土地利用を図る

◆神戸のまちを形成する3つのゾーンの維持・活用

① まちのゾーン

住宅地、商業・業務地、工業・流通業務地における適正な土地利用を誘導

・住宅開発による市街化区域の拡大抑制
・適正な土地利用の誘導

② 田園のゾーン

良好な営農・生活・自然環境を保全・活用しながら、地域特性を活かした土地利用を誘導

③ みどりのゾーン

都市の骨格を形成する緑地の保全・育成

3 海・空・陸の総合交通環境をつくる

◆グローバル化や超高齢化に対応した交通環境の形成

- ① 人の交流を促進する交通環境を形成します
- ② 経済を活性化し、環境にも配慮した交通環境を形成します

・関西メガ・リージョンにおける都市基盤の強化
・公共交通への利用転換の促進

第6部 「神戸づくり」にともに取り組む

この部の概要

将来の神戸づくりに向けた取り組みの基本となる、民・学・産と行政による「協働と参画」の取り組みを一層推進するため、各主体の責任と役割について認識を共有するとともに、各主体間の相互の信頼やきずなをこれまで以上に深める仕組みを構築します。

また、地域主体のまちづくりを進めるための制度や仕組みを整備し、市民の知恵と力が活きる、個性豊かな地域の育成を進めます。

1 協働と参画をさらに進める

◆神戸づくりにともに取り組む仕組み

- ① 各主体の相互の信頼を深めます
- ② 協働と参画の仕組みを発展させます

・各主体の役割分担
・相互の信頼、きずなの醸成

2 効率的な経営をさらに進める

◆行政の仕組み

- ① 柔軟で機動的な行政システムを構築します
- ② 高質な行政を支える人材を育てます
- ③ 新たな大都市制度の確立を図ります
- ④ 利便性の高い広域生活圏を形成します

・市民満足度の高い効率的な行政システムの構築
・地域主権、税財政制度、広域政策への対応

3 みんなで「わがまち」を育む

◆地域の力による神戸づくり

- ① 人と人とのつながりが豊かな地域コミュニティづくりを進めます
- ② 地域を支える人材等の育成を進めます
- ③ ゆるやかな連携を促進します
- ④ 地域支援のための体制強化をめざします

・人と人とのつながりを活かしたまちづくり
・総合的・自律的な地域運営の展開

4 地域の特色ある環境をともに育む

◆地域による課題への取り組み

(1) 密集市街地の再生

- ① 地域特性をふまえた身近な生活道路の整備と建物の耐震化・不燃化を進めます
- ② 空地（空き地・空き家等）の有効活用を進めます

(2) ニュータウンのオールタウン化への対応

- ① 地域人材を活かし、地域のコミュニティを強化します
- ② 多様な主体の協働により地域活動を展開します
- ③ 良好な住環境を保全・育成するためのまちづくりを推進します

(3) 田園地域の活性化

・地域主体の住環境づくり
・地域主体の田園地域づくり

第7部 「世界の中での神戸」を確立する

この部の概要

神戸のまちが直面する様々な課題に対応しながら、同時に国内外に存在感を示し選ばれる都市であり続けるために、性別・身体的能力や特徴、人種、価値観などあらゆる多様性が尊重され、それら多様な人材が「集い」、「交わり」、「生きる」まちづくりを進めます。

また、神戸のにぎわいや活力の創造を先導し、世界に向けて神戸の魅力を発信するリーディングエリアの形成を進めます。

これらの取り組みのもとに、次々と新たな価値やイノベーションが生み出される「世界の中での神戸」の確立を図ります。

1 多様な「ひと」が集い・交わり・生きるまちへ

◆グローバル化に対応したまちづくり

- ① 多様性が生きる仕組みをつくります
- ② 多様な「ひと」が集う仕組みをつくります
- ③ 「ひと」が交わり、生きる仕組みをつくります

・都市ぐるみでの「多様性が生きるまちづくり（ダイバーシティ・マネジメント）」の推進
・人材に着目した取り組みの推進

2 にぎわいと活力をもたらすリーディングエリアを形成する

◆世界に発信する拠点づくり

- (1) 都心・ウォーターフロント ～世界に誇れる『港都 神戸』～
 - ① 港の歴史を継承し、「海・まち・山」をつなぎます
 - ② ウォーターフロントを都心化し、都心全体の機能向上を図ります
 - ③ 都心とウォーターフロントの回遊ネットワークを形成します
- (2) ポートアイランド ～世界に開かれた未来志向型都市～
 - ① 新たな活力・知を創造するまちを創出します
 - ② 魅力的で質の高い都市環境を形成します
- (3) 兵庫運河周辺 ～世界に貢献するものづくりのまち～
 - ① ものづくり産業の振興を図ります
 - ② 兵庫運河など歴史的資源を活用します
 - ③ 地域の魅力・活力を伸ばします

・神戸の特性を活かしたメガ・リージョンにおける拠点づくり

むすび

「ひと」を「たから」とし、新たな豊かさをともに創造する（協創）

- 豊かな自然、異国情緒あふれるまち、先取気鋭の精神、震災復興の経験・協働
- 一方で、グローバル化や超高齢化など、これまでにない社会の変化への対応が必要

都市ぐるみで

- ・ 「ひと」を、これからの神戸づくりにおけるかけがえのない「たから」と捉える
- ・ 多様性が活きるまちづくりを推進しながら、新たな創造やイノベーションを生み出す
- ・ 多様な「ひと」のきずなを深めながら、協働と参画をさらに発展的に推進する

「ひと」を「たから」とし、新たな豊かさをともに創造する（協創）

先人たちの歩みを引き継ぐ

- ・ 明治の「観音林倶楽部」や賀川豊彦など、市民の自律的・相互扶助による取り組みの歴史
- ・ 戦災、水害・震災など、幾多の苦難を支えあい乗り越えてきた歴史

平成21年度 神戸市グローバル都市戦略の 実現に向けた調査研究報告（概要）

平成 22 年 3 月
（財）神戸都市問題研究所

[問い合わせ先：TEL 078-252-0984]

1. はじめに

「グローバル都市戦略の実現に向けた調査研究事業」は、神戸市が、平成21年度から政策研究プロジェクトチームの機能を拡充したもので、研究員が、海外への実地調査や海外から関係者の招聘を行いながら提言書を作成する。

平成21年度の調査研究のテーマは「ソーシャルインクルージョンとソーシャルエンタープライズ」であった。調査の研究員として、このテーマに関係の深い所管局に所属する、市民参画推進局参画推進部地域力強化推進課江坂、及び保健福祉局総務部計画調整課水野が参加することとなった。江坂はソーシャルエンタープライズに関して、水野はソーシャルインクルージョンに関して調査研究を行った。

調査手法としては、海外での調査を実施し、海外での調査地として、英国のスコットランドを選定した。これは、スコットランドが、ソーシャルエンタープライズ発祥の地であるとともに、ソーシャルインクルージョン、ソーシャルエンタープライズに造詣が深く、神戸市にゆかりのある「CBS ネットワーク」ディレクターのアラン・ケイ氏による、現地での案内が期待できる等のためである。

調査の日程及び訪問先については、図表1のとおりである。平成21年11月18日から20日の間、スコットランド政府の第3セクター、エジンバラ市役所、ソーシャルエンタープライズ2団体、中間支援組織4団体を訪問し、ヒアリング調査を行った。

また、今回の調査では、訪問先の調査だけでなく、国内での先進事例の調査や書籍調査を行った。

さらに、両テーマの基本的な意義について市役所内で広く理解を得るため、スコットランドからアラン・ケイ氏を招聘して平成22年2月9日に実施された、本市幹部職員への特別セミナーに参加した。

以後のレポートでは、現地調査の内容を中心に記述した。

図表1 調査日程及び訪問先一覧

日	時間	訪 問 先
11/18(水)	9.00	OVERVIEW Briefing and orientation with Alan Kay
	11.00	POLICY John Langlands, Third Sector Division, Scottish Government
	3.00	POLICY Gerry Baker, Economic Development, Edinburgh City Council
	4.30	POLICY Antonia Swinson, Scottish Social Enterprise Coalition
11/19(木)	10.00	SOCIAL ENTERPRISE James C.L. Ramsay, McSENSE Group of Companies
	2.00	SOCIAL ENTERPRISE John Oates, BRAG Enterprises
11/20(金)	9.00	SOCIAL ENTERPRISE SUPPORT Bert McGlone, Social Enterprise Academy
	11.00	SOCIAL ENTERPRISE SUPPORT Ian Cooke, Development Trust Association of Scotland
	3.00	SOCIAL ENTERPRISE SUPPORT Colin Campbell, Senscot (Social Entrepreneur's Network Scotland)
	4.00	DEBRIEFING AND REFLECTIONS Reflecting and making sense of the visits with Alan Kay

(参考：1ポンド=約146円，H22.6.14現在)

1. スコットランドにおける調査結果

英国政府は、ソーシャルエンタープライズを①社会的目標の達成を主目的とするビジネス、②剰余金は主としてそのビジネスやコミュニティに還元、③幅広く社会問題・環境問題等に取り組む組織とし、政府は社会的排除のない社会を作るうえで注目すべき価値ある存在と考えている。なお本調査では、ソーシャルビジネスの実施主体をソーシャルエンタープライズとする。

(1) スコットランド政府

Enterprising Third Sector Action Plan に基づきソーシャルエンタープライズを支援している。主に中間支援組織を通じて支援しており、中間支援組織は戦略的パートナーとなっている。チャリティをソーシャルエンタープライズに変えていければ、企業と競争した上で契約できる。

ソーシャルエンタープライズは政府の目の届かないところを補完しており、非常に重要である。社会に貢献していることを見せなければならないが、インパクトは目に見えない。できるだけ数字で見えるように、社会的投資収益率(Social Return On investment : SROI)があるが、普及していない。

ソーシャルエンタープライズが増加し、社会的評価も上昇している。社会のために働きたいという人が増えており、成功しているところは、一般企業と労働条件は変わらない。



政府でのヒアリング

(2) エジンバラ市役所

ビジネスのやり方の共有、アドバイスによる起業支援、古い建物をインキュベーターオフィスとするなど場の提供をしている。行政の契約の相手方としてソーシャルエンタープライズを奨励しようとする動きがある。

(3) 中間支援組織

a Scottish Social Enterprise Coalition (SSEC)

ソーシャルエンタープライズを広げるために、政治家や政策立案者等に伝えるロビー活動やキャンペーン活動をしている。また、事業を始める際の支援・情報提供も行っている。

政策全体を見ながら、政党や自治体など関係者の意見を聞き、政策をつくっている。なお、全国・地方選挙では各党のマニフェスト作成を支援している。

b Scottish Social Enterprise Academy (SEA)

2004年に設立され、売上高は年間400,000ポンドである。8人のコアスタッフと20人のチューターにより運営、ソーシャルエンタープライズを学ぶプログラムを提供している。

ボランティア団体をソーシャルエンタープライズにするにはどうしたらいいかという事である人が多い。小さい団体は運営が厳しい。特にボランティアスタッフに支えられている団体は、提供しているサービスがなくなると危惧されている。

c Social Entrepreneur's network Scotland (Senscot)

社会的企業家のネットワーク強化のために1999年に設立された中間支援団体である。

年間の売上高は350,000ポンドで、7人のスタッフで運営されている。

メールマガジンやウェブサイトの情報発信を無料で行っている。

また、テーマ別・地域別にセミナーや会合を開催、団体の立ち上げ支援を行っている。

d Development Trusts Association Scotland (DTAS)

スコットランドのデベロップメントトラスト (DT) を会員として、2003年に設立された。イングランドとウェールズのDTAとリンクして、全英をカバーしている。

DTの役割をスコットランド全域に広げる活動や既存のDTのパフォーマンスを上げるための支援等を行っている。

(4) 個別のソーシャルエンタープライズ

a Mayfield Community Self Employed Natural Collective Exercise (MCSENCE)

炭鉱が閉鎖され、多くの失業者に賃金が払えるようにと1998年にスタート、地元の企業から7500ポンドの出資を集めた。5つの部門があり、断熱材事業、店舗などの清掃サービス、閉鎖された工場を利用して業務スペースを賃貸する事業を展開、それぞれの部門が生む利益の50%をコミュニティに還元している。地元に対して、長期の雇用と職業訓練を提供し、グループ全体で120名を雇用、年間800万ポンドの収益となっている。



工場跡のレンタルスペース

b BRAG Enterprise (BRAG)

炭鉱が閉鎖され、失業者対策として、地方のビジネスの再活性化と再教育により、新しいビジネスに取り組めるようにすることを目的としている。元小学校を2年前に購入し、ビジネスセンターに改装、中には40ユニットが入居している。

学生がビジネスアイデアを持って学校に来ると、1人当たり、1つのプログラムごとに6,000ポンドの奨励金を出している。また時間が守れるなど、社会人としての基本的スキルのトレーニングを実施している。スコットランドでは、年収が22,000ポンドまでの人には、200ポンドまでのラーニングバウチャーがもらえ、職業訓練等を受けることができる。

(5) Alan Kay氏からの示唆

ソーシャルエンタープライズは経済的なインパクトだけでなく、社会的インパクトからも評価が求められるようになった。ソーシャルエンタープライズの目的は地域にとって利益を生むことであり、どう影響しているか査定する必要がある。そこで、社会的会計・監査があるが、実施している団体は一部にとどまる。また、SROIを取り入れている団体も一部である。ソーシャルエンタープライズマークに関しては、誰が認証を与えるかも含めて議論されている。

ソーシャルエンタープライズの仕事はどんどん重要になっているが、企業を小型化したような団体も出てきている。ソーシャルエンタープライズには諸説あり、どうとらえるか法的根拠がない。英国では、コミュニティ利益会社という法人格が2005年に創設されたが、スコットランドでは97法人と導入は進んでいない。

2. 日本国内におけるソーシャルエンタープライズ

(1) 経済産業省におけるソーシャルビジネス関連施策

経済産業省の「ソーシャルビジネス研究会報告書」によると、以下の①～③の要件を満たす主体を、ソーシャルビジネスとして捉える。なお、組織形態としては、株式会社、NPO法人、中間法人など、多様なスタイルが想定される、としている。

①社会性：現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。

②事業性：①のミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。

③革新性：新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発すること。また、その活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。

ソーシャルビジネスの組織形態は、NPO法人が約半分を占めている。

経済産業省では、ソーシャルビジネスの支援策として、ソーシャルビジネス55選の選定公表などの先進

事例の広報，日本政策金融公庫における融資制度を創設，中間支援機能の強化，全国フォーラムの開催，地域ブロック設置などに取り組んでいる。

	事業者数	市場規模	雇用者数
日本	8,000人	2,400億円	3.2万人
英国	55,000人	5.7兆円	775万人

(2) 近畿ソーシャルビジネスネットワーク（事務局：大阪 NPO センター）

近畿2府5県内のS Bを振興すべく平成20年11月に「近畿ソーシャルビジネス・ネットワーク」が設立された。

(3) 市内のソーシャルエンタープライズ

a NPO 法人 しゃらくーしゃらく旅倶楽部ー

生まれ育ったあの街の風景をもう一度見たい，同窓会で同級生に会いたい，などの思いを実現している。医師・ケアマネジャーなどと協議しながら安全・安心のプランを策定する。必要に応じて，介助スタッフや医療スタッフが同行するなど，安心して旅を楽しむことができる。

b NPO 法人上野丘さつき家族会ー淡河町ゾーン・バスの運営ー

北区淡河町は，路線バスなど地域の生活交通の維持・確保が課題になっている。そのようななか，福祉施設入所者の家族らでつくる NPO 法人が，既存の公共交通を補完するという考えのもと，施設の送迎用に使うマイクロバスを活用し，コミュニティバスとして運行している。運行ルートは地域の要望に応じたもので，利用料金は1乗車につき200円である。

(4) 市外のソーシャルエンタープライズ

a 秋津野ガルテン 和歌山県田辺市上秋津

農業交流・体験施設『秋津野ガルテン』の運営管理を通して，農業の振興及び都市と農村との交流を含む地域の活性化を目的としている。使用しなくなった小学校の土地と校舎を市から約1億円で買い取った。約70人の雇用を創出している。

b 株式会社 コミュニティタクシー 岐阜県多治見市大原町

昭和50年代から郊外に新興住宅団地が開発された。住宅団地は，路線バスなどの公共交通機関が充実していないため，住宅地と市街地を結ぶ交通手段が地域の課題となる。また，短期間のうちに同じ世代が入居したため，急激に高齢化が進んだ。このような背景から，「タクシーで“みんなの足”に，便利屋で“みんなの手”に」をコンセプトに平成15年に設立された。地域に出資を呼びかけ，1000万円を集めた。

便利屋事業部では，地域の元気な高齢者をスタッフとして迎え，働きがい，生きがいを提供すると同時に，高齢者世帯や子育て世帯を中心に，草刈や掃除などのニーズに応えている。目標は本業で社会貢献をする「生活支援企業の確立」である。

3. 神戸市への提案ー調査・研究のまとめと提案ー

英国スコットランドでのヒアリング調査結果を中心に，以下の点について提案したい。

(1) 「補助金から契約」への移行に対応した公共サービス提供団体の組織形態の検討

英国やスコットランド政府は，ソーシャルエンタープライズに対して，さまざまな支援策を展開している。その特徴の1つとして，政府が公共サービスの供給者に対して補助金を支給するのではなく，委託事業を発注するという方針に転換してきたことが挙げられる。「補助金から契約」という流れのなかで，多くのボランティア団体は，活動資金を確保するために委託事業を積極的に受注するようになった。こうして補助金に依存していたボランティア団体が，事業活動を行うソーシャルエンタープライズへ変わっていったとされる。

そこで、委託事業を受託しやすい環境について検討・整備することを提案する。

(2) 中間支援組織との連携強化

英国では、中間支援組織と連携により支援策の多くが実施されている。ソーシャルエンタープライズのニーズや課題を把握しているとみられる中間支援組織と連携することで、より効果的な支援策の実施が期待されているからである。そこで、英国ではソーシャルエンタープライズに対して効果的な支援を行うため、中間支援組織の育成が行われている。

このことをふまえて、中間支援団体の育成や連携強化策の検討・実施を提案する。

(3) ソーシャルエンタープライズの成果を客観的に示す仕組みの研究・開発

ソーシャルエンタープライズは、事業性と社会性という2つの目的を達成しようと活動するが、後者を前者に優先させる傾向にある。この結果、収益性の低い分野に参入したり、生産を意図的に非効率に行ったりして、収益性を悪化させるということが起こりうる。ソーシャルエンタープライズの事業を継続、発展させていくためには、ミッションに共感する個人や企業からの支援を広く受けることが必要と考える。そこで、ソーシャルエンタープライズ自らがどれくらいの社会的な成果を生み出しているのかを明確に示す努力が求められる。そのため、社会的会計・監査やSROI（投資に対して、社会的にどれだけ見返りがあったか評価する仕組み）などが開発され、一部の団体で取り入れられている。

日本のソーシャルエンタープライズも自らの活動の成果を具体的にアピールしていくことが重要である。こうした観点から、ソーシャルエンタープライズの活動成果を客観的に示す仕組みを研究・開発することを提案する。また、一定の要件を満たすソーシャルエンタープライズを認定する制度についても、誰が認定するかも含めて検討・実施を提案する。

(4) ソーシャルエンタープライズの制度化に向けて

英国ではソーシャルエンタープライズが活動しやすい環境を整備している。その取り組みの一つが、「ソーシャルエンタープライズ」という企業モデルの周知である。（例：学校教育のなかでソーシャルエンタープライズの事例が紹介されている）

また、ソーシャルエンタープライズの拡大・ブランド化を図るために、コミュニティ利益会社（Community Interest Company：CIC）という法人格が2005年に創設された。CICのメリットは、法人格の取得がチャリティに比べて容易であることや、株式を発行できることで、多様な資金調達が可能となることである。その一方で配当において一定の制約（アセットロック（asset lock））が課せられたり、チャリティのような税的優遇措置を得られない。英国全体ではCICを取得した企業数は、2010年2月末現在3,434法人となっている。

日本においては、国がソーシャルエンタープライズの法制面の検討（事業型NPOなどの法人制度のあり方や資金調達の問題を含む）を行っている。これらの動向もふまえつつ、ソーシャルビジネスの担い手であるソーシャルエンタープライズの定義づけを検討することを提案する。

4. おわりに

日本においては、英国の経験も参考にしつつ、ソーシャルエンタープライズを育成しようとする動きが進みつつある。経済産業省は2007年9月に「ソーシャルビジネス研究会」を設置し、ソーシャルエンタープライズに対する支援策を検討してきた。

神戸市内のNPO法人は、平成22年2月末には592団体となっており、その数は現在も増加している。本市においては、15年前に阪神・淡路大震災を経験し、その復興の過程において、ボランティア活動が大きな盛り上がりを見せた。それらの団体は、その後も、NPOや市民活動団体として活動を継続している。このようなことから、ソーシャルエンタープライズが活躍しやすい素地が神戸にはあると考えられる。しかし、市内の多くのNPOは、ボランティアを主たる担い手として事業に取り組んでおり、事業型NPOは少ない。

今後、提案した各項目については、神戸市全体で検討しなければならないが、「神戸ソーシャルビジネス円卓会議」においても NPO・金融機関・企業・学識経験者及び行政などの協働と参画により、検討できないか提案する。

※平成22年度から「神戸ソーシャルビジネス円卓会議」を設置し、神戸特有の地域課題や社会的課題及び神戸の NPO の長をを活かした「神戸版ソーシャルビジネス」を検討し、ビジネスの展開の局面に応じた仕組みづくりを行う予定である。

参考文献

- 谷本寛治編著（2008）『ソーシャル・エンタープライズー社会的企業の台頭ー』中央経済社
菅正広著（2009年9月）「マイクロファイナンス」中公新書
中川雄一郎著（2007年）「社会的企業とコミュニティの再生（第2版）」大月書店
西山康雄・西山八重子著（2008年）「イギリスのガバナンス型まちづくり」学芸出版社
炭谷茂・大山博・細内信孝編著（2004年）「ソーシャルインクルージョンと社会起業の役割」ぎょうせい
濱口桂一郎著（2009年）「新しい労働社会」岩波新書
宮本太郎著（2009年11月）「生活保障」岩波新書
岩井克人著（2009年9月）「会社はこれからどうなるのか」平凡社
神野直彦著（2009年）「人間回復の経済学第17刷」岩波新書
財団法人自治体国際化協会ロンドン事務所「英国の地方自治」（2009年9月改定版）
経済産業省（2008年）「ソーシャルビジネス研究会報告書」
・「Enterprising Third Sector Action Plan 2008-2011」, The Scottish Government
・「Social enterprise action plan」(2006), Cabinet Office
・BERR (2009)「Regulator of Community Interest Company Annual Report 2008-09」, Department for Business Enterprise & Regulatory Reform
・BIS (2009)「Information Pack Community Interest Companies」, Department for Business Innovation & Skills

ソーシャルエンタープライズに関する調査研究

保健福祉局総務部計画調整課 主査 水野進太郎

1. はじめに

本市では、現在、平成23（2011）年度からスタートする次期市民福祉総合計画を策定中であり、現在、市民・事業者・行政が一体となった幅広い議論がなされているところであるが、制度維持に重点がおかれ人間を大切にすることが軽視されている、相互の支えあいの脆弱化やセーフティネット機能の低下などの課題とともに、若者を中心に正規就労できず自立が奪われているなどの社会的排除の顕在化が指摘されている。

次期市民福祉総合計画では、これらの課題を克服するために、市民の支えあいの維持・再構築など重点事項にかかる目標を明記し、特に、地域の中での課題をしっかりと認識し、

- ・アプローチ困難な人たちなど最も深刻な人たちをしっかりと支えあっていくこと
- ・市民が主体性を発揮して市と対等の立場で福祉を担っていくこと
- ・市民に就労や社会参加が確保され、自立して生活すること
- ・市民・事業者・市が協働し重層的なネットワークにより社会的排除問題に立ち向かうこと

など、ソーシャルインクルージョンの取り組みを推進することが必要とされている。

そのような中、市民福祉の問題に対して、どのようにソーシャルインクルージョンやソーシャルエンタープライズ（に関する政策）を用いることが有用かということについて、国内での取り組みや英国スコット

ランドにおける取り組みについて訪問調査を行ったので、調査報告と提案を行いたい。

2. 調査結果

- (1) まず、国内調査では、高齢者分野等を中心にインクルーシブなまちづくりに取り組んでいる北九州市及び大牟田市の2都市を訪問した。

日時	訪問先
21.10.8(木) 13時～17時	①北九州市役所（保健福祉局地域支援部のちをつなぐネットワーク推進課）中村順子係長 ②門司区役所（生活支援課のちをつなぐネットワーク担当）馬場宗一郎係長 ③市営後楽町団地町内会 井上泰明会長，加藤和江副会長，榎本美洋子会計
21.10.9(金) 9時15分～14時	①大牟田市役所（保健福祉部長寿社会推進課）牧嶋誠吾主査 ②(医)静光園・白川病院医療福祉相談室 猿渡進平室長，小規模多機能ホームひだまり 木村薫施設長

- ①北九州市（人口982,804人，世帯数428,816世帯，21年9月1日現在推計）では，生活保護問題を契機に，地域で「いのちをつなぐ」ための，市職員が住民と協働した支えあいの重層化を目指したアプローチを行っている。

「いのちをつなぐネットワーク」とは，市民が家族や地域から孤立し，様々な制度やサービスを受けられない状態（社会的排除）とならないよう，住民と行政の力を結集して，「見つける」「つなげる」「見守る」の3つをキーワードに地域福祉のネットワークをさらに充実・強化する取り組みであり，事業の対象は，子どもから高齢者まで，障害のある人もない人も，支援・見守りが必要なすべての人（世帯）である。

平成20年度から，区生活支援課に「いのちをつなぐネットワーク担当係長」（計16名）を配置し，市職員が地域の中に入り込み，包括的・予防的アプローチを行うことで，課題の早期発見・対応を図っている。

訪問した市営後楽町団地は，昭和31年から入居が始まった9棟220戸の団地に180世帯が居住しており，高齢化率は85.7%で，住戸から集会所まで出てくることができない住民もいるなどコミュニティの限界を超えているところに，門司区担当係長が直接アプローチし，自発的なコミュニティづくりを支えた結果，団地住民が自立していくとともに，団地自身からの発信力が高まっている過程にある。自治会長は行政の介入を評価していたが，担当者のアドバイスはきっかけであり，今後も引き続き，住民自身が考えて行動していくことが活性化につながっていくと思われる。

（成果と課題）

相談案件を「単につなぐ」のではなく，地域関係者とともに「どのような支援が必要か」考えながら対応することにより，地域と行政との間に，従来と異なった関係が持てるようになり，特に，これまで，地域の声を小学校区で聞いていたが，町内会レベルで対話することにより，住民との思いのずれが改めてわかったことや，その過程で，住民の町内会加入も少しずつ進んでいることを実感しているとのことである。

課題として，当該事業が模索段階にある中で，担当係長1人あたり6～11小学校区を担当しているため全面的な支援が困難で，高齢化率や区面積等を勘案して1人配置となっている区では相談者がおらず厳しいと認識している。さらに，体制の継続性について，コミュニティワークに強い社協（区社協）と機能の在り方を検討する必要がある。

また，「共助の仕組みの構築」や「重篤化の予防」など，目標値化が困難な事業であり，達成度合な



後楽町団地自治会役員・門司区係長

どの事業評価、何をもってアウトカム評価とするかが課題である。

北九州市では、各区に資質の高い職員が配置されているが、今後はいかに質の維持向上を図りながら、制度を継続していくのか興味もたれる。本市では、事業委託している地域包括支援センターの見守り推進員等が同種の役割（一部）を担っているが、市や社協等がいかにサポートしていくかを、北九州市の取り組みを参考に検討・整理すべきと考える。

②大牟田市（人口127,581人、世帯数57,154世帯、21年9月1日住民基本台帳推計）は、産業構造の変化とともに、人口減少と高齢化（29.1%（2009年4月）は全国の人口10万人以上の都市の中で2番目の高齢化率）が進行し、そのような中で、全世代がいつまでも住み続けてきたまちで、安心して生活できるためのユニバーサル化の取組を行っている。

23小学校区を対象とし、高齢者の安心な生活を支えるため、高齢者が状態に応じて在宅・事業所間、事業所・事業所間を行き来できるような利用しやすい空間づくりを特徴とする、小規模多機能型居宅介護拠点・介護予防拠点・地域交流拠点の面的整備を進め、これら高齢者だけでなく、子育て世代、幼児・青少年から多世代にわたる利用・交流を促進し、住民のネットワーク構築を図るなど、共生型地域コミュニティの構築を志向している。

特に、認知症の人が徘徊する際に、地域ぐるみで声かけ・見守り・通報できるよう全市的に訓練を実施（21年度は18校区まで広がり、22年度は全22校区（予定）で実施したいとのことである。）しており、児童・生徒など若い世代も含めた取り組みが注目に値する。

また、大牟田市では、医療法人等が高齢者を支えるための地域づくりに熱心・積極的であり、訪問した医療法人静光園・白川病院は、校区の住民と協働して住民の課題を正面から見据え、認知症にかかわらず子どもからお年寄りまで見守る仕組み、男性の閉じこもりを捉まえる仕掛けなど、つながりの構築に取り組んでいる。医療法人が自治組織と「白川ふれあいの会」を結成し、自ら開設した地域交流センターをインフォーマルサービスのサロンとして活用することで、要介護者の介護保険を補完する居場所作りができています。

今後は、さらに身近な場所（歩いて行ける場所）にサロンを設け運営するとともに、「白川ふれあいの会」の運営を安定して継続させるため、NPO法人を設立して河川や公園の清掃、休耕田の活用管理を計画しているなど、ソーシャルエンタープライズを志向している。

（成果と課題）

全世代からの関心について、小・中学校に対しては、総合的学習の一環として認知症啓発に関する絵本教室を実施し、また、小・中学生も模擬訓練に参加するなど関心は高まっているものの、中高年者は他人事と思っている人が多いとのことであった。

大牟田市の取り組みは一貫しており、認知症の人とその家族の生活の安心のほか、地域住民の連帯感を浮揚させる効果が大きく、さらに、このような訓練・体験の積み重ねが、ひいては災害時や新型インフルエンザなどの感染症発生時に要介護者に対する迅速・適切な支援や冷静な行動にもつながると思われる。大牟田市では、ハード・ソフト両面からのトータルの地域づくりや、市民・事業者・市が協働した創意工夫によるソーシャルインクルージョンの取り組みが進んでおり、参考とすべきである。

（2）スコットランドのソーシャルエンタープライズ調査から

スコットランド政府は、「Enterprising Third Sector Action Plan 2008-2011」に基づき、戦略的な支援策を推進しており、ソーシャルエンタープライズの活動幅が広がるとともに、政府と中間支援組織とのパートナーシップについても強固で、双方のコミュニケーションが図られている。

中間支援組織であるSSEC（Scottish Social Enterprise Coalition）は、2008年に政府の戦略的パートナーとなり、ソーシャルエンタープライズと行政との関係を対等化する活動などを行い、全政党のマニフェ

ストにソーシャルエンタープライズ支援策を明記させるなどその発言力が高まっている。

訪問したソーシャルエンタープライズの中から、マクセンス（McSence）は、炭鉱閉鎖で失業者が増大したメイフィールド（Mayfield）で、1988年に3人でスタートしたのが、現在、150人以上を雇用し年間800万ポンドの収益を得ている。主な業種は、住宅メンテナンス、クリーニング、職業コンタクト兼教育センターなどであり、収益の50%はビジネスの発展や企業再生に、残り50%はコミュニティに還元し、ビジネス的な経営ながら地域に貢献している。さらに、地元自治体と提携しての地域の若者向け教育・職業訓練など、ソーシャルインクルージョンの取り組みを行っている。

今回の調査訪問で、特に興味を持ったのが、DTA（Development Trusts Association）スコットランドである。

DT（開発トラスト）とは、経済、環境、社会的活動などを通して持続可能な地域再生を行い、地域のソーシャルインクルージョンに貢献する組織で、構成は幅広くコミュニティの住民全てにわたっている。また、商業的に成り立つこと、固定資産の所有権を持っていることが特徴である。開発トラストは、公共と私企業とボランティアと協働し、その事業例は、不動産の運営管理、農場、ホテルの運営、閉鎖された市場の再生などがあり幅広い。コミュニティが不動産を保有することで地域に仕事が生まれ若者が戻ってくるなどのメリットが強調され、最近では、地域（島嶼部）で風車を設置して、毎年100万ポンドの利益を出す計画など環境投資にも興味を持たれている。

DTAスコットランドは、コミュニティと対話によるルールづくりを行い、組織の強化・ネットワークづくり・トレーニングを行うとともに、プロモートや政府への働きかけまでを行っている。これまで、全てが成功例ではなく地域がまとまらないケースもあったとのことであるが、DTAスコットランドの地域支援により、地域ぐるみでDTとなることは、ソーシャルインクルージョンの取り組みであるといえる。

なお、スコットランドでの訪問調査及び神戸でのセミナーを通じてサポートしていただいたアラン・ケイ氏からは、ソーシャルエンタープライズは、私企業や行政が実施するよりも事業の投資効果が高く、地域コミュニティへの還元効果も高くなること、社会的評価を高めるためにソーシャルアカウントやSROIの必要性があるが、実施しているソーシャルエンタープライズは一部であることなど、浸透・普及していない課題があること、また、政府のニューポリシーにより、ソーシャルエンタープライズ向け補助金の支援窓口が政府から地方自治体に委譲され、政府に働きかけていた中間支援組織に混乱が生じていることや、ソーシャルエンタープライズ間の競争が激化していることなどの課題等について熱心に教えていただいた。

3. 提言

ソーシャルインクルージョンについては、「神戸市民の福祉を守る条例」に掲げる市民福祉の理念に共通し、「協働と参画」、「ユニバーサル社会」等をより地域に浸透させていく過程と考えられる。

市内でも、各地でのふれあいのまちづくりなど、地域福祉活動は盛んであるが、ふれあいのまちづくり協議会や自治会などの取り組みが現在曲がり角にかかっていることに直視すべきである。さらなる高齢化の中で、①人口構成・家族構成の変化、②相互連帯意識（共助）の脆弱化、③市民のゆとりの低下、④セーフティネット機能の低下など、地域の課題は山積しているが、今後、市民福祉の課題を克服し、神戸のソーシャルインクルージョンを進めていくために、次のことを提案したい。

(1) 開発トラストの仕組みを検討

開発トラストは、建物・土地などの資産を保有・有効活用して得られた収益を地域活動のために再投資する、地域レベルのソーシャルインクルージョンに貢献する。日本では、NPOなどが公の財産の指定管理を行う程度に留まっているが、英国では、資産を譲渡・買収・リースなどにより保有・活用するところが大きく異なっている。

今後は、高齢化でまちの機能が脆弱化する地域などで、資産が放置されることも懸念されることから、

開発トラストの仕組みが遊休資産を活用してコミュニティの再活性化を図り、住民生活の継続を支えることができるのではないか。

さらに、公共の建物をマネジメントする際に、ソーシャルエンタープライズのインキュベーション機能を兼ね備えることにより、面的な支え合い基盤ができることも期待される。

(2) 社会福祉施設のソーシャルエンタープライズ移行

これからは、地域の全ての人の課題解決や生活の質向上などについては、従来どおりの自治組織が中心となった活動ばかりでは持続していかないと予測されている。一方、社会福祉施設・事業所は、福祉サービスの拠点でありながら、細分化された社会福祉制度によって経営の制限などが要因となり、地域福祉推進のための拠点となっているところはまだ少ないといえる。

これら社会福祉施設について、英国のソーシャルエンタープライズのように地域福祉の目的のために収益を得ることを支持し、収益から公益への費用移転を容易にできるような仕組み（助成制度や税制措置など）が促進されることを提案したい。

社会福祉施設と地域住民とのつながりを軸に、適度なビジネス視点で、地域の実情に応じた公共サービスを展開できると考えられるほか、社会福祉施設と地域住民とが、緊急時対応も含めインクルーシブな安心のまちづくりができる。

さらには、地域雇用の創出や地域住民の社会参加などにも寄与するものであり、障害者の自立と社会参加のための就労を積極的に支援するためにも、社会福祉施設の積極的な取り組みが最重要であるといえる。

(3) ソーシャルエンタープライズが中核となる労働分野の創出・促進

従来の画一的、競争型の会社システムは、自信喪失により社会から排除されてしまう市民を少なからず生み出し、また、若者が正規に仕事に就くことが困難となっていることに加え、高齢者、障害者、母子家庭などひとり親家庭の親などにとっては、労働市場への参加さえも閉ざされている場合がある。

市民が、社会参加から孤立・疎外されることを防止・回復するためには、地域の中のあらゆる主体が参加できる働き方が必要であり、市民が望む多様な働き方を受け入れるためにも、ソーシャルエンタープライズが中核となる労働分野を創出・促進する必要がある。現在、非営利法人の参入が盛んな福祉、まちづくり、環境関連などを中心に分野を確立してシェア拡大、参入促進、その認知度を高めるための支援を行っているかどうかと考える。

地域の実情に応じた働く場が形成され、地域住民のライフステージに合わせた柔軟な取り組みが進めば、持続可能な安心のまちづくりが進むものと考えられる。

なお、スコットランドと神戸との現状や背景は大きく異なっていることから、スコットランドの施策をそのまま模倣するのではなく、参考としながら、市民との協働のもと神戸流にアレンジして導入することが必要であると考えられる。

4. おわりに

日本では、ソーシャルエンタープライズについては未だ萌芽の段階といえるが、「神戸づくりの指針」が目指す今後15年の間には、多くが起業して、地域住民本位の公共サービスを担っていることが予想される。

現在、神戸には多くのNPO法人などの非営利法人が活動しており、非営利法人がソーシャルエンタープライズのスキルを持って、真に地域コミュニティとの距離を縮めることができれば、公共サービスの主要な担い手となりうると考えられる。

また、地域分権が進む中、市では、コミュニティの自立度を高めるためにも、住民連携などにきめ細かな支援を行うソーシャルエンタープライズの取り組みを促進し、コミュニティが主体的に地域内の福祉・医療・教育・雇用の内容や提供のあり方を考えていくとともに、現在見られる社会的排除を着実に取り除き、新たな社会的排除を生み出さないような市民福祉社会を構築していかなければならないと考えられる。

その結果、全ての市民がソーシャルインクルージョンの考えを大切にできるようになり、良質な生活が確保され、常に社会参加できる持続可能なコミュニティづくりにつながっていくと考えられる。

今後、神戸から、ソーシャルインクルージョン、ソーシャルエンタープライズの取り組みが全国に発信できると考えられることから、仕組みの構築に向けて今後も調査研究を続けていきたいと思う。

参考文献・資料

炭谷茂也編著 『ソーシャルインクルージョンと社会企業の役割－地域福祉計画推進のために』 ぎょうせい

日本ソーシャルインクルージョン推進会議編 『ソーシャルインクルージョン－格差社会の処方箋－』 中央法規

園田恭一也編著 『ソーシャルインクルージョンの社会福祉』 ミネルヴァ書房

Enterprising Third Sector Action Plan 2008-2011

(助神戸都市問題研究所 「都市政策」第132号(ソーシャルインクルージョン手法による地域の再生), 第136号(都市の就業戦略)

編 集 後 記

◎旧・中心市街地活性化法の適用を受けて、全国で約700もの「中心市街地」が生まれたが、2004年9月の総務省の行政評価・監視によれば、中心市街地の活性化が図られていると認められる市町は少ないと指摘されている。

◎中心市街地の活性化の条件の一つに、商業者の自助努力があげられている。この必要性は、新長田地区の商業の活性化の事例からも窺い知ることができる。

◎本号が、中心市街地の空洞化を解決するための議論の一助なることを期待します。

◎次号は、「大都市に期待される役割について」を特集します。ご期待ください。

[問い合わせ先]

〒651-0083 神戸市中央区浜辺通5丁目1-14 神戸商工貿易センタービル18F FAX 078-252-0877
神戸都市問題研究所内 季刊「都市政策」編集部宛

次号141号予告 (2010年10月1日発行予定)

— 特集 大都市に期待される役割について —

(敬称略)

政令指定都市の沿革と府県制度との関係 ……………真 洵 勝
地域主権の確立に向けて—大都市に期待される役割— ……………林 宜 嗣
都制と指定都市制度 ……………高 寄 昇 三
新たな大都市制度（特別自治市（仮称））の提案 ……………神 戸 市
神戸市における広域サービスの実証分析 …神戸市政策研究プロジェクトチーム

<執筆者、タイトルについては変更になる場合があります>

季 刊 都 市 政 策

第140号

印 刷 平成22年6月20日 発 行 平成22年7月1日

発行所 財団法人神戸都市問題研究所 発行人 新野幸次郎

☎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)
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

地方自治を語るみんなの広場

【月刊】

自治フォーラム

2010.7 VOL.610

定価600円（本体571円）

特集 自治体における内部統制のあり方 ～日常業務におけるリスクの最小化～

視 点	自治体における内部統制のあり方	石原 俊彦
解 説	行政内部統制の現状と諸問題	野村 隆
	内部統制の整備・運用とその効果	町田 祥弘
	内部統制において求められる監査の役割	経塚 義也
事 例	太田市における統合型マネジメントシステムの運用	太 田 市
	「新公会計制度にかかる内部統制と活用」について	浜 松 市
	監査委員監査における内部統制	東 京 都
エッセイ	首長が語る地方自治	岡山県久米南町長 河島 建一

（タイトルについては、変更になることがあります。）

編 集 自治研修研究会（財団法人自治研修協会内）

発行所 第一法規株式会社

〒107-8560 東京都港区南青山2-11-17 電話 03(3404)2251 振替口座：東京3-133197

政策研究情報誌

地域政策

2010・夏季号 No.36 2010年6月下旬発行 定価650円（本体619円）

特集 国と地方の協議の場

福島大学行政政策学類教授 今井 照／山梨学院大学法学部教授 今村都南雄

インタビュー 伊藤忠商事株式会社前相談役 丹羽宇一郎

文化企画「ふるさと宝」 第5回文化力シンポジウム

ニュース／ルポ がんばる自治体 音更町（北海道）／佐渡市（新潟県）／昭和町（山梨県）

三重発 対談「女性が拓く」 農業法人せいわの里まめや代表取締役 北川静子

NPO/自治体職員 島の旅社推進協議会事務局長 山本加奈子

企画・編集：三重県政策部企画室
「地域政策－三重から」

〒514-0004 三重県津市栄町1-891

電話 059-224-2767 FAX 059-224-2594

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 FAX 03-3811-5795

都市政策バックナンバー

- 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
- 第121号 特集 集客観光都市の創造 2005年10月1日発行
- 第122号 特集 空港が開く都市の未来 2006年1月1日発行
- 第123号 特集 パブリックガバナンス—外部監査と外部評価— 2006年4月1日発行
- 第124号 特集 地域の力を活かした防災・防犯力の強化 2006年7月1日発行
- 第125号 特集 大学と地域・産業との連携によるまちづくり 2006年10月1日発行
- 第126号 特集 デザインを生かしたまちづくり 2007年1月1日発行
- 第127号 特集 ソーシャルキャピタルと地域づくり 2007年4月1日発行
- 第128号 特集 神戸医療産業都市構想 2007年7月1日発行
- 第129号 特集 神戸開港140年 2007年10月1日発行
- 第130号 特集 少子高齢社会における受益と負担の関係 2008年1月1日発行
- 第131号 特集 景観行政の変遷と意義 2008年4月1日発行
- 第132号 特集 ソーシャル・インクルージョン手法による地域の再生 2008年7月1日発行
- 第133号 特集 文化創生都市づくりとビエンナーレ 2008年10月1日発行
- 第134号 特集 これからの神戸づくりの論点 2009年1月1日発行
- 第135号 特集 大都市制度 2009年4月1日発行
- 第136号 特集 都市の就業戦略 2009年7月1日発行
- 第137号 特集 環境共生都市づくり 2009年10月1日発行
- 第138号 特集 阪神・淡路大震災の教訓は危機管理にどのように生かされているか 2010年1月1日発行
- 第139号 特集 分譲マンション再建・管理をめぐる諸問題 2010年4月1日発行

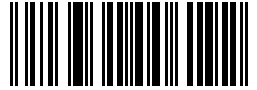
ISBN978-4-326-96180-1
C3331 ¥619E

定価650円(本体619円)

勁草書房



9784326961801



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

