

観光の復興と地元経済の発展に向けて

— 提言 —

平成11年2月

社団法人 神戸経済同友会

序

はじめに、世界経済を見渡すと、一昨年夏以降のアジア通貨危機を発端とする世界的な金融・経済危機が世界各国に波及し、これまで好調を続けてきた米国にまで影響が及んでおり、先行きも不透明であります。

一方、我が国の経済情勢は悪化が続いている、不況から脱出する兆しも見えず、金融システムの本格的再生もこれからが正念場といえます。

こうした中、神戸経済は、阪神淡路大震災から早くも4年を経過し、震災の傷痕はかなり癒えつつありますが、厳しい経済情勢を反映して、各種経済指標等を見ても震災前の水準を回復するまでには至っておりません。

神戸経済同友会は、産業構造問題委員会において、厳しい状況にある神戸経済を再び力強く発展させるための具体的な方策を探ることとしました。

その糸口として、従来から神戸の大きな魅力であり強みでもある「観光」を取り上げ、現状の問題点や対応策等について、専門家の意見を聴き、観光施設の視察も行いながら検討を重ねてきましたが、このほどその成果を提言として取りまとめ、発表することといたしました。

いまでもなく、神戸経済を復興・発展させるためには、企業はもとより、市民、行政サイドそれが取組むだけでなく、互いに連携・協力し合って推進していくことも重要であります。この提言がそうした活動の一助になれば幸甚であります。

最後に、この提言を取り纏めるにあたり、長期にわたり熱心に討議に参加された玉井委員長をはじめ、副委員長、委員各位、ならびにワーキンググループの皆様のご協力とご努力に対して感謝と敬意を表する次第であります。

平成11年2月

社団法人 神戸経済同友会
代表幹事 西脇 良一
代表幹事 宮崎 徹夫

1. 神戸経済の現状

我が国経済は深刻な不況の中にあり、未だ回復の兆しは見えていない。政府による累次の総合経済対策や金融システム安定化策の効果が現れて、景気が本格的な回復に向かうまでには、今暫く時間要すると思われる。

地元神戸経済を見ると、長引く不況の中、個人消費や設備投資が低調に推移し、住宅投資も震災に伴う建て替え需要が一巡した後、大幅減少が続いている。企業の業況感もさらに悪化して過去最低水準となり、企業倒産件数も過去最悪で、販売不振、赤字累積などによる不況型倒産の割合が高まっている。とりわけ雇用情勢は、失業率や有効求人倍率が全国平均より悪く、厳しい状況にある。

一方、震災復興の状況をみると、道路・鉄道・ガス・水道などの都市インフラや企業の生産活動は比較的順調に回復し、震災前の水準を取り戻しているものの、定住人口も観光入込客数も元の水準に戻っておらず、街の賑わいを取り戻していない。

このような厳しい状況にある神戸経済を一日も早く立ち直らせ、21世紀に向けて更なる発展に繋げていくことが当面の大きな課題である。

2. 観光復興の重要性

そこで、こうした課題に対しても方策を講じるべきかについて「観光の復興」を切り口に検討を進めてきた。

これから我が国社会を展望すると、「物質的欲求」よりも「精神的欲求」の充足が重視され、それに伴い、これまでの「モノを作る産業」中心の社会から「こころを満たす産業」中心の社会へと変わり、「ハード」よりも「ソフト」が主要な産業になろう。また、ボーダレス化の進展や情報通信技術の発達等により、人、モノ、情報の交流が一段と活発化し、「大交流時代」が到来すると考えられる。

今後、地域社会が発展していくためには、定住人口もさることながら、交流人口の拡大が大きな要素となる。交流人口を拡大することができれば、街の賑わいが増すだけでなく、地域社会が活性化し、新しい文化も育まれ、それが街の魅力を一層高めるという好循環が生まれる。そのためには、観光を中心とする集客産業を育成していく必要がある。観光集客産業は他の産業に及ぼす経済効果も大きく、新産業創出も期待できることから、「観光」「集客」が持つ意義・重要性は大きい。

これまで、神戸は観光が大きな魅力・売り物であり、神戸経済の中で観光は大きなウェイトを占めてきた。今後その観光を積極的に生かして多様化をはかり、それを梃子に地域を活性化、発展させていく必要がある。

観光集客産業は、旅行、宿泊、飲食、物販をはじめ、コンベンション、イベント、アミューズメント、テーマパークなどが中心であるが、農業やスポーツ、芸術、健康、教育、ファッションなど幅広い分野とも関連を持っており、今後ますます多様化するとともに、その重要性が高まっていくと予想される。

3. 神戸の観光の復権に向けて

神戸は昔から神戸港や六甲山、夜景など「美しい自然」に恵まれ、ゴルフや映画、ジャズなどの新しい文化の発祥の地としても有名で、外国文化を積極的に受け入れる気風に溢れる世界に開かれた街であり、中華料理、西洋料理をはじめ、ファッション、音楽などの多くの分野で国際色豊かな「ハイカラでエキゾチックな街」として、魅力を存分に発揮してきた。

しかし、近年は海外旅行者が著増し、それに伴い人々が外国文化に直接触れる機会も多くなり、多種多様な輸入品が容易に入手できるようになった。また、国内各地にテーマパークなどの観光施設も相次いで開設され、都市間競争が一段と厳しさの度を増している。このため、神戸が持つ「国際観光都市」としての魅力は次第に薄れ、震災によるイメージダウンがこれに拍車をかけた。

神戸の「観光」を復権させるためには、既存の観光資源を掘り起こすだけでなく、新たな観光資源を提供していく必要がある。幸い、最近は明石海峡大橋、大型放射光施設 S P r i n g-8、WHO神戸センター（世界保健機関・健康開発総合研究センター）、北野工房のまち、などの観光資源が出現し、神戸の新しい魅力が生まれつつある。さらに、集客力の高いカジノなども考えられるが、これは同時に、自主財源確保を通じて震災復興や地方分権の推進にも資することになろう。

また、山陽自動車道の全通などでアクセス面の利便性も高まっており、これは神戸の観光集客産業振興にとり大きなプラスとなっているが、今後、観光集客産業をさらに発展させていくためには、神戸空港の開港や地下鉄の東部新都心への延伸、高速道路網の完備などの実現をはかっていく必要がある。

このほか、観光客のためのアクセスの整備や、積極的PR、ホスピタリティー向上などソフト面の改善も不可欠である。

こうした方策を考えるにあたり、まず、神戸が持っている観光資源を整理し、その問題点や対応策を探ってみた。

①「海、山、光」などの美しい自然 — 周遊しやすいアクセスの整備

六甲山や神戸港、有馬温泉、美しい夜景などのいわゆる「海、山、光」は、他都市と比較しても依然大きな魅力である。海や山が市街地の間近に位置して、景観も美しく、人々に「ゆとり」や「くつろぎ」を与え、それが外国人も含めて「住みよい街」と言われる一因でもある。

しかし、これまでには、こうした観光資源に恵まれ過ぎていたため、それに甘んじ、素材を十分活かし切れていなかったし、個々の資源がバラバラで街全体としての連帶性を欠き、周遊しやすいアクセスの整備も十分とはいえないかった。このため、「観光スポットを結ぶアクセスが不便」、「市内の南北方向のアクセス、とくに新神戸駅・三宮間が整備されていない」、「駐車場・団体客の受入施設が不足している」といった指摘が多く聞かれる。従って、「交通インフラの整備」は喫緊の課題である。

②「ハイカラ、エキゾチック」な歴史・文化の街 — 積極的アピール

神戸には、南京町、北野の異人館、旧居留地、兵庫運河などの観光スポットや、洋菓子、チョコレート、帽子、家具など、歴史や「ハイカラ」、「エキゾチック」を感じさせる資源が数多くある。それらは他都市と比較しても十分競争力があり、人々を引き付ける魅力を有しているが、震災によるイメージダウン、在外公館の移転等による外国人の減少などで、その強みを十分生かし切れなくなっている。

今後は、こうした資源をより積極的にアピールするとともに、神戸の洗練されたライフスタイルから生まれたハイレベルの商品に一段と磨きをかけ、「神戸に行けば質の高いものに出会える」という魅力を積極的にPRしていくことが必要である。

③多彩なイベント — いつでもイベントのある街

神戸には、春の「春節祭」、夏の「神戸まつり」、秋の「ジャズ・ストリート」、「神戸ファッションフェスティバル」、冬の「神戸ルミナリエ」など四季を通じて色々なイベントが次第に揃いつつあり、集客力も徐々に高まっている。

さらに、各地域で多彩なイベントが創設され、繰り広げられているものの、全体的に対外的なPRが不足しており、またイベント主催者間の連携・纏まりなどの点で十分とはいえない。今後これらの点を改善することが必要であり、また、地域活性化などの見地から、市民レベルの各種イベントに対する公的支

援の充実も期待したい。

④新しい観光資源 一 産業と連携した新しい観光形態の育成

神戸ポートタワーやハーバーランド、明石海峡大橋などは、神戸の持つ「海、山、光」などの「美しい自然」とうまく調和することにより、大きな魅力となっている。しかし、全国各地で観光施設が相次いで新設・増改築されているのに比べ、神戸には高い集客力を持つ「観光の目玉」と呼べる施設が不足しているのは否めない。このため、都市間競争に負けない目玉作りが必要である。

その意味では、「ジャパンフローラ2000（国際園芸・造園博）」、「淡路夢舞台」、「日仏友好モニュメント」、「ワールド・パール・センター」、「三木震災記念公園」、「子ども科学館」などの新しい観光資源が県内各地に出来つつある。これらは、「灘の酒蔵群」や「北野工房のまち」、「Spring-8」、「WHO神戸センター」、各社の企業博物館や観光工場などと同様、自然や地場産業、科学技術などを売り物とする「体験型・学習型」の新しい観光形態であり、地場産業振興や新産業育成なども期待できることから、今後の観光の方向性を示唆しているといえよう。

⑤神戸イメージの復権 一 パブリシティーの強化

従来は神戸に対する「ハイカラ」イメージが強く、さほどPRしなくても十分集客が可能であったが、これからはグローバル化の進展、観光面での都市間競争の激化、震災などで低下した神戸のイメージの復権を積極的にはかっていく必要がある。

その具体策としては、民間同士あるいは民間と行政が連携して、新しい観光施策を構築するとともに、恒常的なイベントの開催、国際的なフェアやコンベンションの誘致、神戸を舞台とするドラマや唄のプロモートなどによる戦略的なパブリシティーを一層強化していく必要がある。

⑥ホスピタリティの向上 一 もてなし意識の高揚

神戸では、タクシー、レストラン、商店街をはじめ一般市民も含めて、観光客に対する応対の仕方から、交通マナーの悪さ、観光案内板の不足、タバコのポイ捨てなどに至るまで、「お客様をもてなす気持ち」の不足を指摘する声が多く聞かれ、それが街の魅力を低下させている。今後、こうした指摘に対して、各企業はもとより、市民や行政もそれぞれの立場で改善に取り組んでいくことを期待したい。

— 提言 —

神戸経済同友会は、厳しい状況にある地元神戸経済を早期に立ち直らせ、震災復興、産業活性化、新産業創造などを推進することにより地域を発展させていく必要があると考える。そのためには定住人口だけでなく交流人口を拡大させることが必要である。そこで我々は、神戸が持つ大きな魅力であり強みでもある「観光」を最大限活用すべきであるとの認識の下、具体的方策について検討を重ねてきた。

検討を通じて生まれた共通の認識は、神戸にはまだ国内外に十分誇れる観光資源が数多くあり、その利用価値を高め、PR強化等を通じてもっと売り出すべきであること、つぎに、新たな観光の目玉をつくる必要があること、さらには、観光客を迎えるホスピタリティーの向上も不可欠である、という点に絞られた。

こうした認識を踏まえ、地元の企業をはじめ市民、行政が、互いに連携しつつ、それぞれ取り組むべき方策として、我々は次の3項目を提言する。

(1) 「シティーループ」周遊ルートの拡充と、「環境にやさしい」交通システムの整備

神戸では観光スポットが東西南北に点在し、東西方向は鉄道や道路などが整備されているものの、南北方向は整備が不十分、との声も強いことから、神戸の玄関口である新神戸と、三宮や東部新都心をはじめ各観光スポットを結ぶシティーループの周遊ルートを拡充することが必要である。

また、CO₂などによる地球環境の悪化を防止することは世界全体の喫緊の課題であり、神戸もこの問題にいち早く取り組んでいるところであるが、進取の精神を發揮して、さらに具体的に取り組むべきである。

そこで、

①シティーループをはじめ神戸の交通システムを電気自動車等に切り替えること

②新神戸・北野間などの近距離観光スポットを結ぶムービング・ウォークを設置すること

などにより、「環境にやさしい」アクセスを売り物にするよう提案する。

さらに、観光客に対するホスピタリティーの向上という観点からも、新神戸駅などに近距離客・観光客専用タクシー乗り場を設置するよう提案する。

(2) 新しい観光イベントの開催

神戸が集客力を高め、街の賑わいを取り戻すためには、観光客がいつ来ても十分楽しめるよう、オリジナリティー豊かなイベントが、いつでも切れ目なく開催されていることが不可欠である。

そこで、神戸の持ち味である「食」や「自然」などをテーマにして、月替わりで祭りやイベントを開催するよう提案する。その際、集客力向上のためには、「見る、食べる、買う」の従来型観光だけでなく、「参加する、作る、学ぶ」といった「体験型・参加型」観光も積極的に取り入れることが不可欠である。

具体的には、まず、中華料理をはじめ、ステーキや洋菓子、パンなど全国屈指の水準にある「食」を生かして、中華料理、インド料理、フランス料理、日本料理などを月替わりでキャンペーンするほか、「神戸マイスター制度」を活用して「鉄人対決」を開催することや、「手作り体験コーナー」を設置することも提案する。

また、美しい「自然」を生かして「六甲山マラソン」、「神戸ヨットレース」、「六甲山ハイキング」などを開催したり、真珠やケミカルシューズなど地場産業をテーマとする国際的な展示会などを誘致・開催することも提案する。

(3) 「神戸」ブランド・キャンペーンの推進

神戸は観光資源や素材に恵まれ過ぎていたこともあるって、従来から外に向かってのPRが十分ではなかった。

今後は、「神戸」のブランド力を高めるために、地元神戸や兵庫県下、近畿圏だけでなく、日本全国、さらには全世界をターゲットにして、テレビ、ラジオ、新聞、インターネットなど多様なメディアをフルに利用して、キャンペーンを積極的に展開していくよう提案する。

以上

平成10年度 産業構造問題委員会の研究・討議経過

平成10年 4月 3日 第1回委員会 日本交通公社団体旅行神戸支店長 矢野晶一郎氏

講演「最近の観光事情について」、テーマ検討、討議

5月 15日 第2回委員会 兵庫県知事公室長 宮崎秀紀氏 講演「兵庫県の科学技術政策大綱について」、討議

7月 9日 第3回委員会 神戸市産業振興局観光交流課長 渡辺由和氏 講演「神戸の観光施設について」、討議、市内観光施設視察

8月 19日 第4回委員会 提言の方向性についての討議

9月 8日 第1回ワーキンググループ 提言の方向性についての討議

9月 28日 第5回委員会 提言に盛り込むべき課題についての討議

10月 20日 第2回ワーキンググループ 提言骨子案の討議

11月 4日 第6回委員会 提议案の討議

11月 12日 第3回ワーキンググループ 提议案の討議

11月 24日 第7回委員会 提议案の討議

11月 24日 第4回ワーキンググループ 提议案の討議

12月 21日 代表幹事・正副委員長 提言最終案のまとめ

平成11年 1月 8日 常任幹事会 提言最終案の報告

以上

産業構造問題委員会（平成10年度提言委員会）参加者名簿

(敬称略、順不同)

委 員 長	玉 井 新 吉	神 戸 ド ッ ク 工 業	取 締 役 会 長
副 委 員 長	御 宿 好 晴	東 京 海 上 火 災 保 険	常 務 取 締 役 員
"	加 輪 上 義 之	神 戸 經 濟 同 友 会	特 別 取 締 会
委 員	小 倉 攻 一	北 上 木 ル	取 締 役 會 社
"	大 月 京 一	大 月 真 珠	代 表 取 締 役 長
"	大 西 健 一	八 家 化 学 工 業	取 締 役 長
"	岡 崎 晴 彦	フ ア ミ リ	取 締 役 長
"	川 口 正 伸	神 鋼 パ ン テ ツ	相 取 締 役 長
"	角 南 忠 昭	角 南 商 事	取 締 役 長
"	南 光 正 敬	日 清 鋼 業	取 締 役 長
"	西 村 隆 治	沢 の 鶴	取 締 役 長
"	尾 藤 淳 司	さ く ら 総 合 研 究 所	專 取 締 役 長
"	藤 田 克 雄	神 戸 インテリアセンタ-	取 締 役 長
"	宮 崎 三 郎	広 野 化 学 工 業	取 締 役 長
"	矢 野 晶 一 郎	日 本 交 通 公 社	團 体 旅 行 神 戸 支 店 長

リーディンググループ	赤 井 格	日 本 興 業 銀 行	神 戸 支 店 副 支 店 長
"	小 原 義 弘	阪 神 銀 行	企 画 部 審 議 役
"	岡 田 敏 巳	川 崎 製 鉄	神 戸 総 務 室 課 長
"	清 水 徹	さ く ら 銀 行	調 査 部 次 長
"	正 岡 泉	神 戸 製 鋼 所	神 戸 総 務 グ ル - プ 長
"	松 井 洋 史	バ ン ド 一 化 学	秘 書 役
"	三 浦 広 道	東 京 海 上 火 災 保 険	近 畿 第 二 本 部 部 長
"	村 井 孝 光	川 崎 重 工 業	神 戸 本 社 総 務 係 長

(平成10年9月より交替。前任は上田功・秘書室課長)

代 表 幹 事	西 脇 良 一	阪 神 銀 行	取 締 役 相 談 役
"	宮 崎 徹 夫	川 崎 製 鉄	常 務 取 締 役

事 務 局	綾 喜 弘	神 戸 經 濟 同 友 会	事 務 局 長
"	竹 村 尚 三	神 戸 經 濟 同 友 会	事 務 局 次 長

平成11年2月発行

社団法人 神戸経済同友会

〒650-0033 神戸市中央区江戸町 91-1
(神戸銀行俱楽部内)

T E L (078)331-5584