



提 言

「神戸が好き！ 私たちのまちづくり」

—観光・集客—

平成 18 年 3 月

社団法人 神戸経済同友会
kobe Association of Corporate Executives

序

昨年度、神戸経済同友会は「安全・安心な都市づくりに向けて『コミュニティ力』の向上を」と題する、震災の経験を踏まえたまちづくりについての提言を発表致しました。これからまちづくりに最も求められるのは、安全・安心であり、その基盤となるのがコミュニティ力を向上させることです。

そして、今年度、震災 10 年を経過し一定の復興を成し遂げた神戸は、ポスト 10 年を見据えた都市のあり方を問われるターニングポイントを迎えました。

そのような状況下、神戸経済同友会は平成 17 年度提言特別委員会を立ち上げ、より一層魅力ある都市になるために何が必要か、訪れたい、住みたい街であると同時に、誇りに思える街になるためには何が必要かについて議論を開始致しました。

このような議論を進める中、本年 2 月には神戸空港＜マリンエア＞が開港し、陸・海の拠点に加え、新たな交流のゲートウェイである空の拠点を得ることができました。我々はこの機を捉え、神戸が真に魅力ある街として発展していくためには「交流」をキーワードに、観光・集客による交流促進を図ることが必要であり、内外へ神戸のプレゼンスを発揮する最大のチャンスと考えました。今回の提言特別委員会はワーキンググループを含め、その過半数が 50 歳以下の中堅会員を中心としたメンバー構成であります。神戸の将来を真剣に考え、熱くそして活発な議論を展開し、その成果として「神戸が好き！私たちのまちづくり－観光・集客－」を提言致します。

今回の提言は、神戸空港の開港と時を同じくしていることもあり、神戸を中心に取りまとめておりますが、兵庫県全域、さらには関西全体の飛躍発展の一助となれば幸甚です。

結びに、この提言をまとめるにあたりご尽力いただいた松田委員長を始め委員各位並びにワーキンググループの皆様に対し、あらためて感謝と敬意を表す次第です。

平成 18 年 3 月

社団法人 神戸経済同友会
代表幹事 宮本 岩男
代表幹事 植村 武雄

目 次

1. はじめに	1
2. 神戸の観光・集客の現状	2
3. 観光・集客における課題	4
4. 提 言	6
(1) 「神戸元気研究所」(仮称)	6
(2) 「イベントルネサンス」	8
(3) 「神戸市民宣言」(案)	8
5. おわりに	10
資料編	11
提言作成に際し、ヒヤリング及びアンケートにご協力いただいた方々	20
平成17年度提言特別委員会における研究活動および討議結果	21
平成17年度提言特別委員会名簿	22

1. はじめに

神戸は1868年の開港以来、全国からそして海外から多くのチャレンジ精神に富んだ人たちが集まり、ハイカラ、エキゾチックといった言葉に象徴される独自の「神戸文化」を築いてきた。同時に、製鉄や造船など日本の基幹的な産業を有し、経済的にも大きく発展した。空襲や大水害など、まちを一変させる大きな災いにも遭遇してきたが、そのたびに不死鳥のごとく立ち上がってきた。

その後、ファッション産業やサービス産業も発展する中、1995年に阪神・淡路大震災に見舞われた。神戸のまちは壊滅的な被害を受け、建物や街並みの多くを失った。内外からの支援と、復興への前向きな努力で、瓦礫と粉塵の景色から街並みは再び驚くべき早さで回復を遂げ、神戸を訪れる人の数もほぼ震災前の水準に戻った。復興にも一応の目処がつき、次に神戸が目指すべきは、新しい時代の魅力あふれるまちづくりに取り組んでいくことであろう。それは、経済の活性化に目配りしつつ、豊かな自然環境と情緒ある景観とを活かした「住みよいまち」「訪れたいまち」を神戸に関わりのある人々が一体となってつくりあげることである。

折りしも本年2月に神戸空港「マリンエア」が開港した。神戸に、幕末開港以来のシンボルであった神戸港や陸上交通網の拠点以外に、空の港という新たな交流のゲートウェイが誕生したわけである。この新空港の誕生を機に、今後、内外との交流がより一層進むことになり、「観光・集客」というキーワードの重要性が、まちづくりを行う上で増すものと考えられる。

元々、神戸には近隣の京都や奈良などと比べて「観光都市」としての意識が希薄であった。歴史的には、港を基点に貿易や流通、製造業を中心に発展してきたまちであり、内外から多くの人々がこのまちを訪れることがあって、観光への取り組みが充分でなかった点は否めない。

観光は、旅行業、宿泊業、輸送業、飲食業、土産品業等、極めて裾野の広い産業である。また、その経済効果は大きく、直接消費される分野のみならず産業間の取引構造を通じて様々な分野に波及効果をもたらす。これからまちづくりや地域経済を考えていく上で、観光・集客のあり方について今一度真剣に見直すべき時期がきたことは間違いない。

そこで、今年度神戸経済同友会では、地域経済の発展にも寄与するまちづくりの一環として、「観光・集客」について提言を行うこととした。

2. 神戸の観光・集客の現状

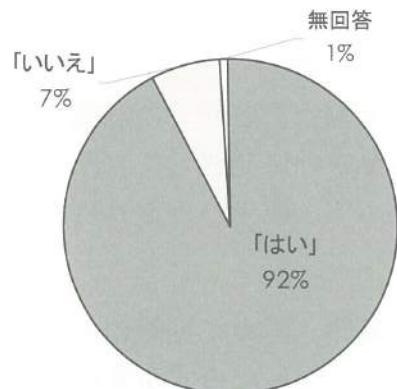
(1) 「行ってみたい都市」

神戸市等の調査で、神戸は、「行ってみたい」都市としては京都に次いで上位を占めている。観光スポットとしては北野異人館や三宮・元町などがよく知られ、「神戸ブランド」としては、「ファッション」や、洋菓子、神戸ビーフをはじめとする「食」関連の認知度が高い。女性誌によれば、神戸は京都と並んで特集の組めるまちと言われている。

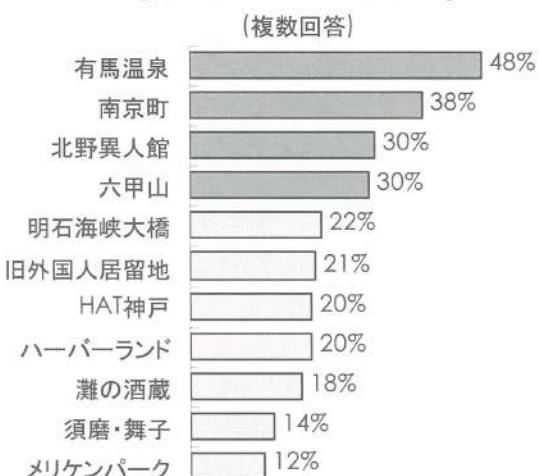
また、当会が、神戸空港と空路で結ばれた7都市を含む全国11の経済同友会の協力を得て、神戸のイメージ等について実施したアンケート結果によると、「今後神戸を訪れてみたいですか」の質問に回答者の9割超の人が「はい」と答えている。さらに、「行ってみたいスポットはどこですか」(複数回答)の質問には、「有馬温泉」と答えた人が約5割と最も多く、次いで「南京町」(4割)、「北野異人館」、「六甲山」(共に3割)の順となっている。神戸市が実施した調査でも、ほぼ同様の結果となっており、これらのスポットが観光地として定着した人気を持っていることがわかる。

(詳細は付属資料ご参照)

[今後、神戸を訪れてみたいですか？]

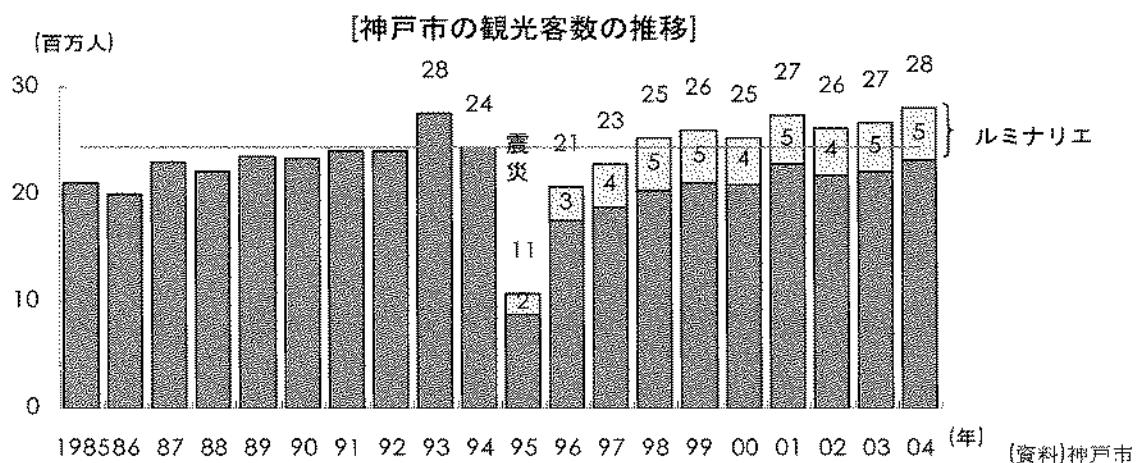


[行ってみたいスポット]

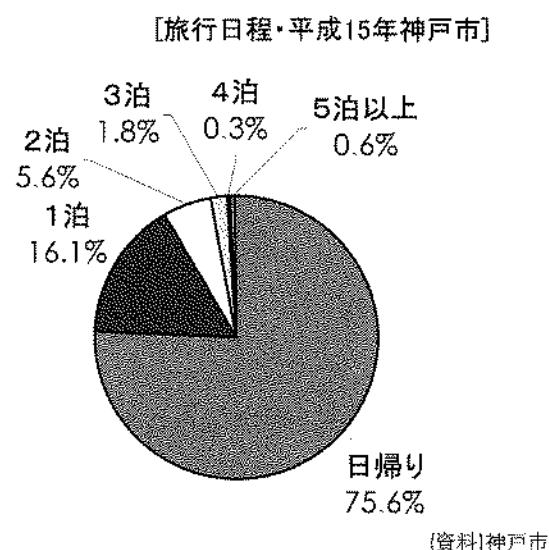


(2) 復元した観光客数と知られざる神戸の奥行き

神戸市の統計で観光客数の推移をみると、震災3年後の1998年には2,500万人となり、震災前年の水準に回復している。2004年には2,800万人に達し、年末の鎮魂イベント「神戸ルミナリエ」の500万人を除いても2,300万人と震災前の9割を確保しており、国内外の人々の神戸への支持の底堅さをうかがわせる。



一方、来訪の目的は、北野の異人館の見学、三宮・元町でのショッピングなどが中心で、有馬温泉の人気は根強いものの、全体としては宿泊客の比率は高くない。博物館などの施設、万葉・源平の史跡、また「神戸ジャズストリート」「有馬の大茶会」といったイベントに熱心なリピーターがいるが、観光地としての神戸の奥行きが広く認知されるのはこれからのことと言える。



3. 観光・集客における課題

～新たな「神戸ストーリー」の創出～

神戸は、年間3,000万人近くの来訪者があり、観光地として人気があるが、今後は、従来からのイメージを超えて「行ってみたい都市」として来訪者に何を訴求していくかが重要である。

☆ まちを楽しむことの基本は、まちを歩くことから始まる ☆

歩いてみれば、発見があり、交流も生れる。神戸では、市街地だけをみても、北野異人館、旧居留地、南京町などがあり、南に足をのばせばメリケンパーク、ハーバーランド、北に向かえば布引の滝、ハーブ園と、それぞれに個性的で魅力的なスポットが多様な表情を見せている。

☆ 別のスポットまで足を伸ばすには「ストーリー」が欠かせない ☆

しかし、来訪者が、ひとつのスポットから別のスポットまで足を伸ばすには、「ストーリー」という動機づけが欠かせない。今は、「私の神戸」というストーリーを独力で編み上げることができた人々を中心にディープな神戸ファン、熱心なリピーター層が形成されているに過ぎないと考えられる。

神戸は「小粋な食のまち」でもある。県の南北を囲む瀬戸内海・日本海の海の幸や神戸ビーフをはじめ、和食や中華、洋食、世界各国料理、そして美酒と、名店や小粋な隠れ家的な店が豊富なまちである。また、「海山が見える都市」でもある。市の北部には、市民のマザーマウンテンとも言える六甲山がある。中心街から僅か1kmと都市の「国立公園」として稀有の立地にあり、私たちのゴルフのホームコースなど日頃楽しむプレイエリアもこの山系に点在する。南を見れば海がある。夜の眺めも「日本3大夜景」と言われ、私たちは、六甲山系からの夜景をデートコースの定石としていたものだが、今では、ウォーターフロントや船上から楽しむこともできる。また、明石海峡大橋がその威容を瀬戸内海の自然と見事に調和させる姿を舞子から眺め、ゆったりと時を過ごせば、万葉の歌人が眺めた景色が彷彿として想起され、近くには「移情閣」が孫文と神戸の歴史を今に伝えるなど、枚挙に暇がなく、神戸の観光・集客のポテンシャルは高い。

既に「三宮・元町まち歩きハイライトコース」から「有馬歴史探索コース」、季節折々の「自然景観を楽しむコース」まで数十の「ストーリー」が用意されてはいるが、決して充分とは言えない。内容の一層の充実を図っていく必要がある。

☆ 「神戸ストーリー」を知ってもらうための仕掛けも磨く ☆

また、様々な「神戸ストーリー」を知ってもらうための仕掛けとして見た場合、神戸市の観光ホームページは未だ改良の余地が多く残されている。ブラッシュアップされ

た観光パンフレット類もそのデリバリーチャネルを含めて考えると物足りない。旅行誌やガイドブック、紀行番組などが、神戸の従来イメージ以外に奥行きのある観光体験を次々と紹介してくれるところまで、情報発信に磨きをかけていく必要がある。

☆「ストーリー」を彩る“おもてなしの心”を的確に表現する☆

昔から神戸というまちは、国内はもとより諸外国からの人々を受け入れる寛容さ等のホスピタリティに溢れていたはずであった。しかし、時を経て私たちのライフスタイルや考え方も変わり、そのホスピタリティを失いかけている懸念がある。接客業の一部に来訪者をもてなすというプロ意識に欠ける向きがあるのも残念なことである。

“おもてなしの心”は、来訪者のニーズに応じて的確に表現し、理解されてはじめて通じるものである。ところが、本来重要な役割をもつ観光案内所の立地や観光ボランティアガイドなどの活動が控え目過ぎて目立たない。また、観光案内板は改善されたものの、案内標識は日本語主体のものが多く残っている。実際に地理不案内な来訪者に案内標識だけを頼りに歩いてもらうと、元町駅前から徒歩20分程の所まで1時間近くかかったケースがあるなど、来訪者にとってもっと理解しやすいものに改善していく必要がある。

更に：

渋滞緩和のためとはいっても東西の幹線道路偏重で南北方向の移動に不便な信号規制や、タクシーの接客マナーの悪さ、不法駐車等が、来訪者の神戸体験にマイナスの影を落としている。私たち市民も不便を感じているのが現状である。

三宮駅周辺は、そこに降りたった来訪者にとって神戸の第一印象そのものと言えるにもかかわらず、雑然としたままである。「美しく魅力あふれる観光交流都市」を標榜する以上、神戸の玄関口の一つである三宮駅周辺の整備は最優先で取り組むべき事柄と考える。

繁華な飲食街での客引きの姿は、震災前には無かったことであり、安心して飲める小粋な店が並ぶというイメージを崩している。警察も問題意識を持ち、見回りの強化や条例の制定等に積極的に取り組んでいるが、一掃するには、やはり飲食店や企業・市民も一体となって進めていく必要がある。

新たな「神戸ストーリー」を創り出しながら、私たちのまちの都市ブランドをブラッシュアップしていくためには、

- ① 諸取り組みを束ね、キッチリと結果を出していくコーディネーション機能の確立が不可欠であり、また、
- ② 集客イベントの継続的な刷新、
- ③ 私たち自身の「神戸ストーリー」のバックボーンの明確化、が必要である。

4. 提 言

「神戸が好き！ 私たちのまちづくり－観光・集客－」

私たちは、神戸が好き！である。神戸経済同友会は、まちづくり提言の一環として、神戸空港「マリンエア」が開港し、交流の新たなゲートウェイが加わったこの機に、観光・集客について3項目の提言を行う。

テーマは、様々な「神戸ストーリー」の創出を通じて、都市プランディングを改めてブラッシュアップしていくことにある。観光関連ビジネスや経済波及効果だけの問題ではない。「ストーリー」が交流を促し、交流が新たな「ストーリー」を生み、それが、震災から11年余、私たちのまち神戸の新たな「元気」を発進させることにも繋がると確信する。

今、神戸市をはじめ、観光・集客に関わる諸組織・団体が、そして当会を含む経済団体が、従来の枠組みを超え、新たな一歩を踏み出すことができるかどうかが、私たちのまちの将来を大きく左右する。

提 言 項 目	(1) 「神 戸 元 気 研 究 所」 (仮称)	「神戸ストーリー」の創出を通じた 都市プランディングの協議母体
	(2) 「イ ベ ン ト ル ネ サ ン ス」	「神戸ストーリー」の素材づくり
	(3) 「神 戸 市 民 宣 言」 (案)	私たち自身の「神戸ストーリー」の バックボーン

(1) 「神戸元気研究所」(仮称)

新たな「神戸ストーリー」の創造をはじめとして、神戸の都市プランディングを着実に進めていくには、行政、観光関連業界、経済団体などの垣根を超えたコーディネーション機能の確立が不可欠である。これまででは、行政、業界、経済団体がそれぞれに「縦割り」の枠にとらわれて、ピシリと一本筋の通った成果を出すことができない例が多かった。人口減少など社会構造変化の潮流の中では、「最善を尽くした」はずの結果も、それぞれの組織の制約にとらわれている限り「できない言訳」をしているのと大差がない。神戸の観光・集客に熱い思いを持って取り組んできた人々ほど、そうした危機感が強い。

そこで、当会は、神戸市が中心となって「神戸元気研究所」(仮称)を立ち上げ、私たちのまちの観光・集客について、行政、関連業界、経済団体が胸襟を開いて協議・研究を行い、全体として整合性のとれた都市ブランドディングを推進していくことを提言する。

協議・研究テーマ

- 来訪者のための「神戸ストーリー」の創出 (いわゆる「広域観光」を含む)
- 「神戸ストーリー」の発信、品質管理等
 - 観光ホームページなど、「情報発信」の改革
 - 案内標識や景観などを含む「ホスピタリティ表現」の改革
 - ハード面整備の検討
 - 「ウォーターフロント」観光開発投資要否の検討
 - 臨海地区とのアクセスの見直し
 - 「そぞろ歩き」エリア創設、等
- その他、神戸の都市ブランドのブラッシュアップ策

将来的には、ゾーニング、特徴あるエリアの維持・創出のための地域協定などにもテーマを広げていくこととなろう。運営面ではマーケティング専門家の採用も検討課題となる。

広範な市の諸施策に「観光監」が中心となって、観光・集客の観点から横串を通すコーディネーション機能の一層の強化を図ることを期待する。

当会としても、この「神戸元気研究所」(仮称)が、いたずらに形式にとらわれることなく、実のある協議・研究を通じて私たちのまちのブランドディングを着実に推進できるよう、経済他団体等への働きかけや、地域経済の現場からの意見の提供など、最大限の協力をしていく考えである。神戸市の果斷な対応を切望する。

また、より広く民間の声を集める観点から、神戸市には、ネットなども活用して、神戸への熱い思いや志をもった人々、斬新なアイディアを抱く人々の新しい発想や考えを共有する「場」、神戸ファンをはじめとする内外の人々の意見を受け止める「場」の提供も期待したい。

(2) 「イベントルネサンス」

神戸に行けばいつも何かがある、何かをやっているといったわくわく感を高めていければ、自ずと「神戸ストーリー」も多様化する。そのためには、既存のイベントに新たな展開を加えること、また、「体験」(experience)、「交流」(exchange)、「学習」(education)の**3E**といった新しいニーズを踏まえた観光ソフトを開発していくことが欠かせない。「神戸元気研究所」のコーディネーションのもと、飽くことなく「イベントルネサンス」を図っていく必要がある。

例えば：

「神戸まつり」：既存の「体験型」イベント。他地域からの参加枠を徐々に広げていってはどうか。

「神戸ルミナリエ」：神戸の冬の風物詩。鎮魂の光のアーケード以外に、社屋や住宅を私たちがイルミネーションで飾っていく形で展開していってはどうか。来訪者との「交流」にもささやかだが着実に深みが加わる。或いは、毎年少しづつ常設の電飾を増やしていくのもよい。

「イベント48種」：毎週1イベント×月4週の計48イベント例をカレンダー形式で作成したので、本冊子の資料編を参照されたい。

(3) 「神戸市民宣言」(案)

私たちは、神戸を、市民が市民であることを、企業が事業拠点を持つことを今後も誇り続けることのできるまちにしたいと考える。そこで、「神戸が好き！」という私たちの想いを表す「神戸市民宣言」(案)を起草した。愛する神戸を「住みたいまち」「訪れたいまち」として将来も持続させていくため、神戸が好き！な市民、このまちで事業を行うことに誇りを持つ多くの企業にとって、共通の精神的バックボーンの一つとなればと念じている。

当会は、神戸市会および神戸市に、「神戸市民宣言」の採択と市の主要施設での掲示を提言する。若年世代の心に郷土愛を刻んでいく観点からは、市内の小・中学校での定期唱和も有効と考える。

神戸市民宣言 (案)

私たち 神戸市民は、
わが都市 神戸が好きです
感謝の心を大切にします
絆を大切にします
おもてなしの心を大切にします
夢を持ち続けます
そして、わが都市 神戸を誇りに
未来へ向かって歩みつづけます

5. おわりに

私たち社団法人神戸経済同友会は、企業経営を通して地域社会に貢献するのはもちろんのこと、一市民として地域社会への役立ちを模索しています。

最近の我が国は、大競争時代などと称して経済的豊かさを最重要課題とし、それなりの成果は得たものの、人々が本当に「幸せ」かという疑問を持つような日々を送っているのではないでしょうか。

神戸という地域社会に生活をする企業・市民のひとりひとりが「神戸が好き」「神戸を誇りに」を大前提にまちづくりを論ずることによって、コミュニティが形成され、絆が生まれます。そして、ひとりひとりの市民がホスピタリティを発揮し、来訪者を迎えることにより、心のふれあいが生まれ、まちを「心豊かな地域社会」へと成長させることができます。

折しも 2006 年、神戸は「マリンエア開港」により、陸・海・空の交通の要所となり、多くの来訪者を迎えて、大交流時代の幕開けとなりました。

本年度提言特別委員会では、経済団体という視点から、「神戸が好き－観光・集客－」というテーマで、まちづくりへの提言を行いました。どのような評価がいただけますでしょうか。また、この提言に対する意見交換の中から、人々の間に絆が生まれれば幸いに存じます。

最後になりましたが、神戸空港マリンエアとの就航路線を持つ同友会をはじめとして、11 の仲間の皆様には、年末に急なお願いをいたしましたにもかかわらず、絶大なるご協力を賜りましたことに、心から感謝を申し上げます。また、例年のこととはいえ、提言特別委員会の皆様、ワーキンググループの皆様には多くの時間を費やしていただき、完成させていただいたことに、心からの感謝を申し上げます。ありがとうございました。

平成 17 年度提言特別委員会
委員長 松田 茂樹
副委員長 奥井 秀樹

< 資 料 編 >

- ・他都市から見た神戸のイメージ調査
- ・「48週イベント」例

他都市から見た神戸のイメージ調査

(1) 調査方法

神戸空港と空路で結ばれた7都市を含む全国11同友会の会員、および会員企業の方々を対象にアンケート形式により調査

(2) 調査概要

調査期間：平成17年12月から平成18年1月

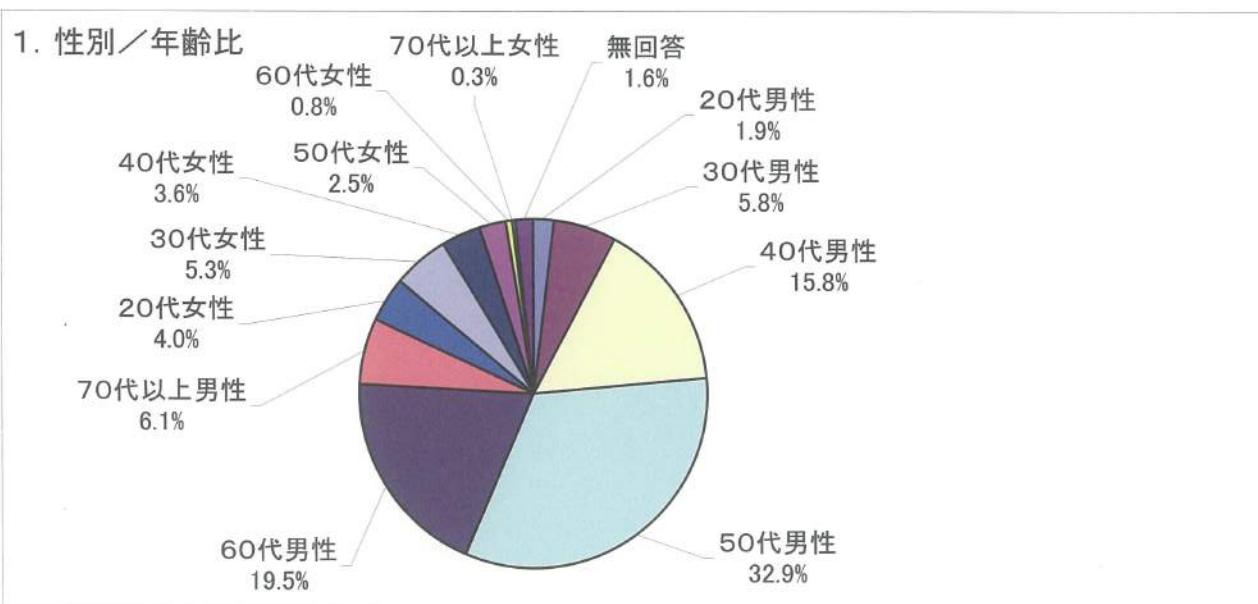
調査総数：1220件

調査先同友会：(北海道経済同友会、仙台経済同友会、経済同友会、新潟経済同友会、中部経済同友会、京都経済同友会、広島経済同友会、徳島経済同友会、熊本経済同友会、鹿児島経済同友会、沖縄経済同友会)

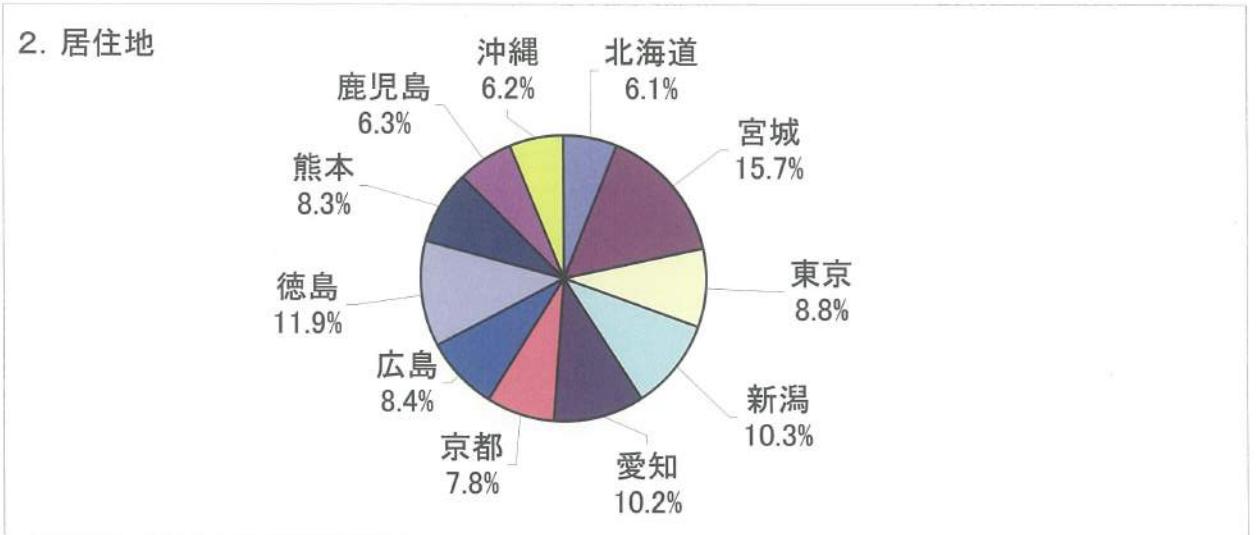
回答数：773件 (回答率：63.4%)

(3) アンケート内容と結果

設問I-1&2 あなたの性別、年齢はいくつですか？

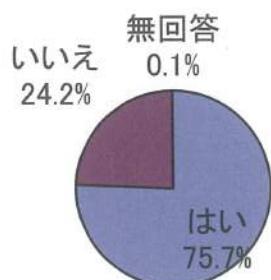


設問I-3 あなたのお住まいはどこですか？（都道府県名）



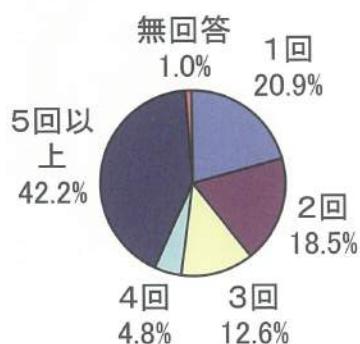
設問 II-1 過去 10 年以内に神戸を訪ねた
事がありますか？

3. 訪神経験



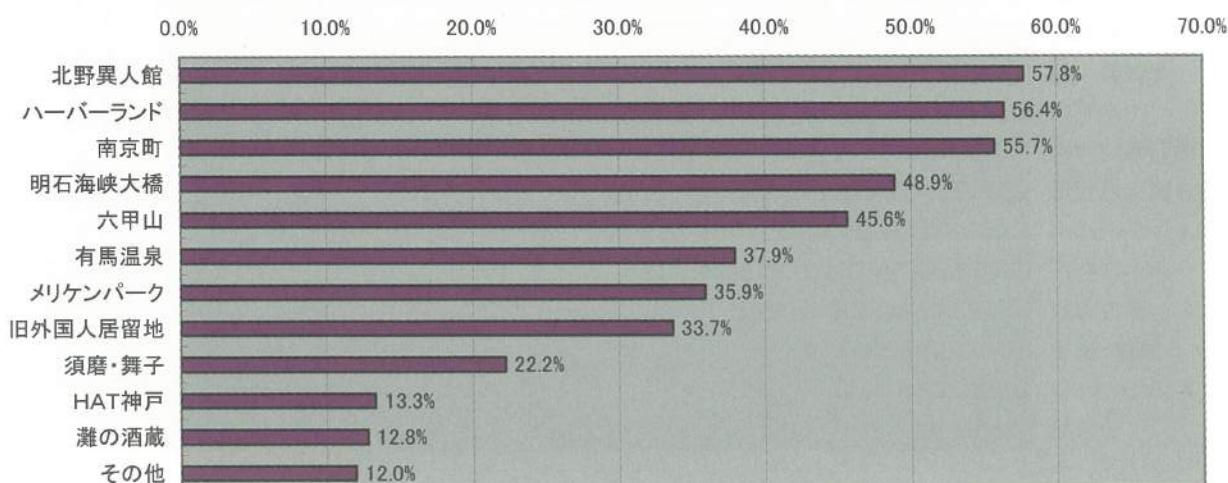
設問 II-1-(1) その回数は何回ですか？

4. 訪神回数



設問 II-1-(2) その時訪れたスポットはどこですか？（複数回答）

5. 訪神時の訪問スポット



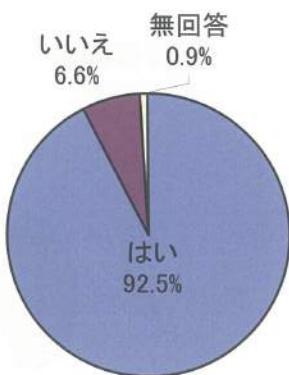
設問 II-1-(3) その時訪れたイベントは何ですか？（複数回答）

6. 訪神時の参加イベント



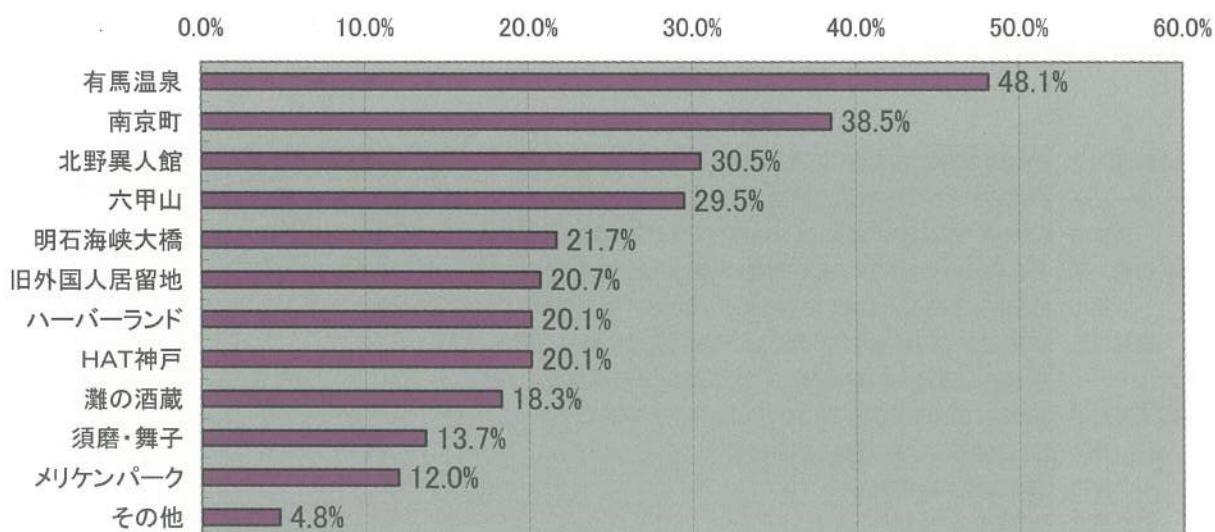
設問 II-2 今後、神戸を訪れてみたいですか？

7. 今後訪神したいですか



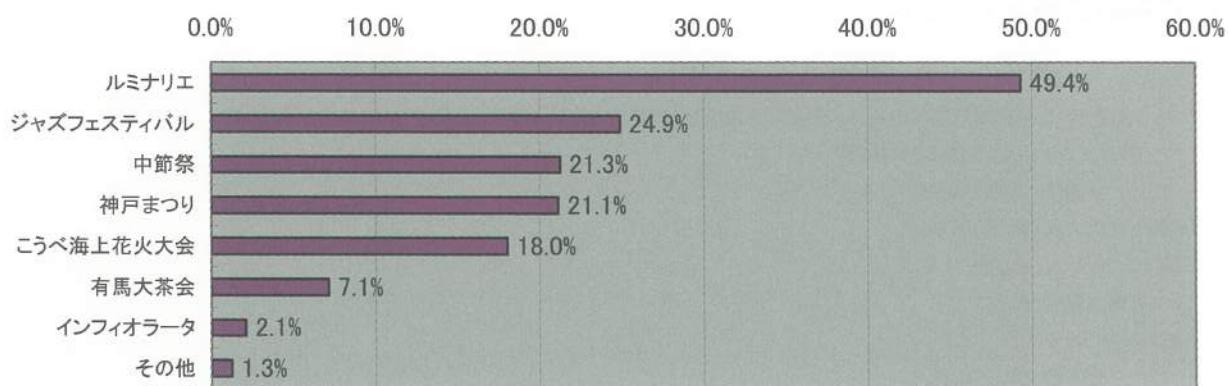
設問 II-2-(1) その時訪れてみたいスポットはどこですか？（複数回答）

8. 将来訪神時の訪問希望スポット



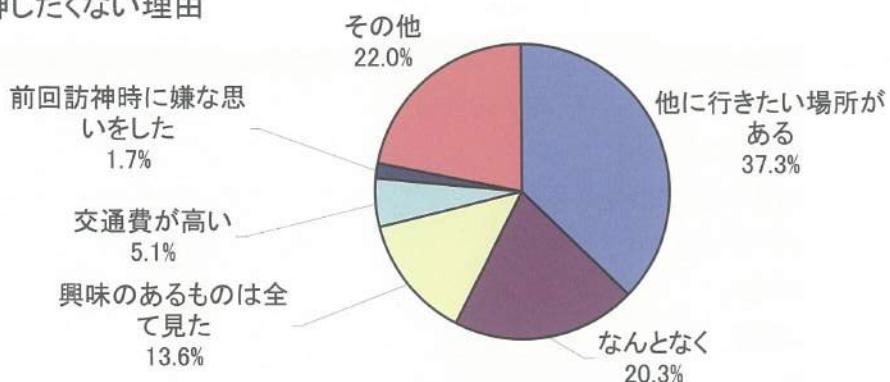
設問 II-2-(2) その時訪れてみたいイベントは何ですか？（複数回答）

9. 将来訪神時の参加希望イベント



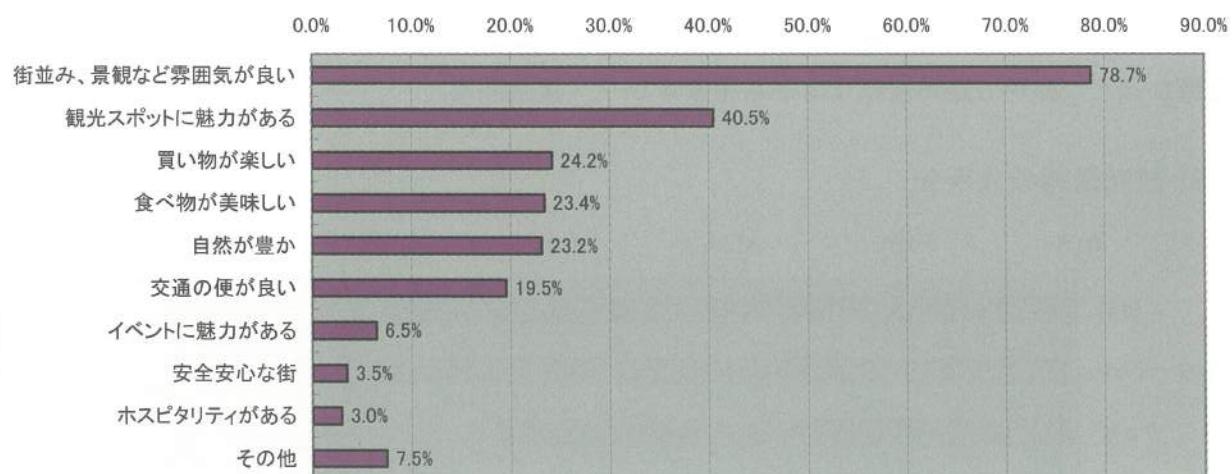
設問 II-2-(3) 今後神戸を訪れたくない理由は何ですか？

10. 訪神したくない理由

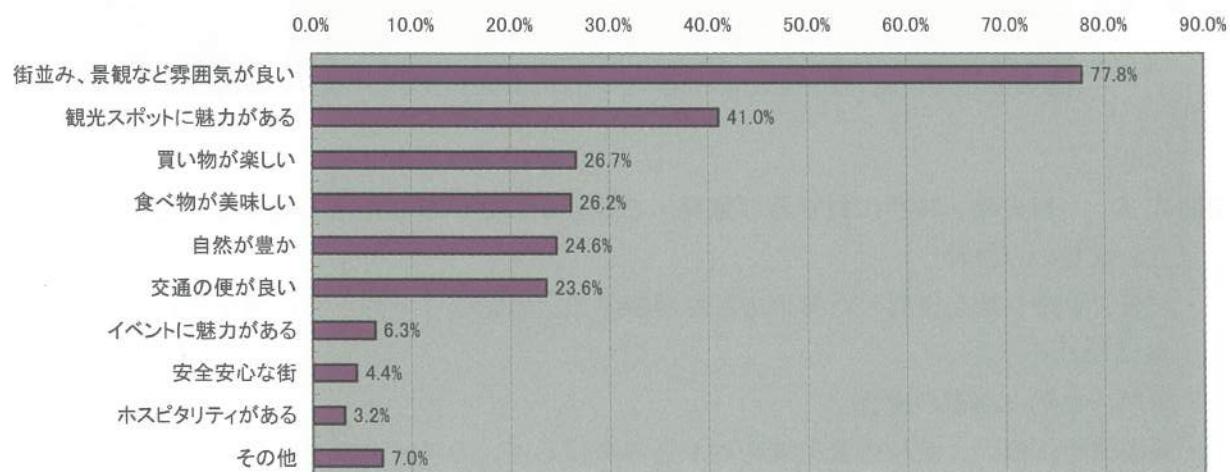


設問 II-3 神戸と聞いてイメージするものは何ですか？（複数回答）

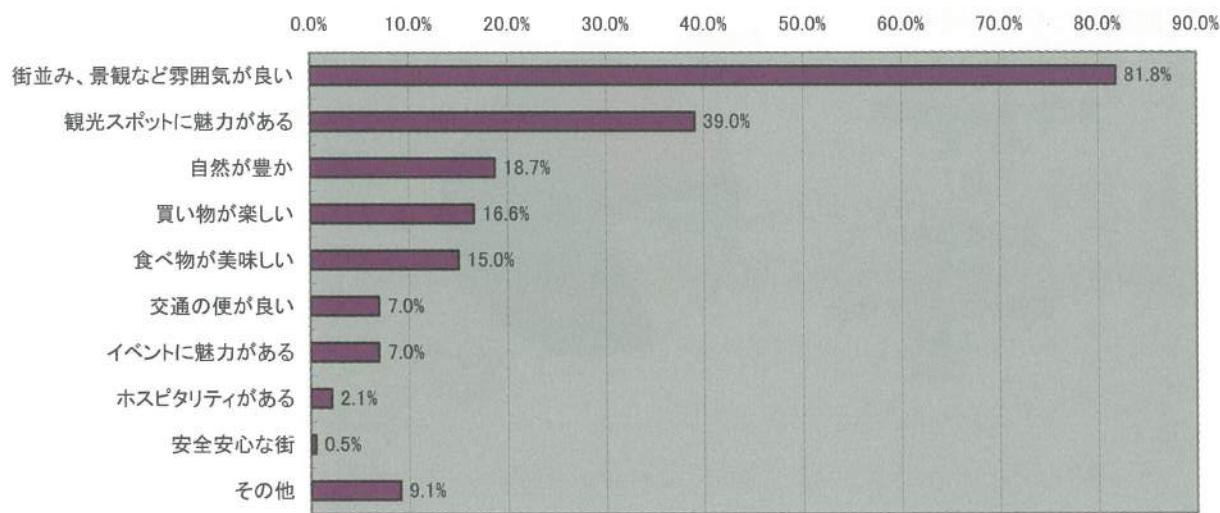
11. 神戸のイメージ(全体)



11. 神戸のイメージ(訪神経験者)



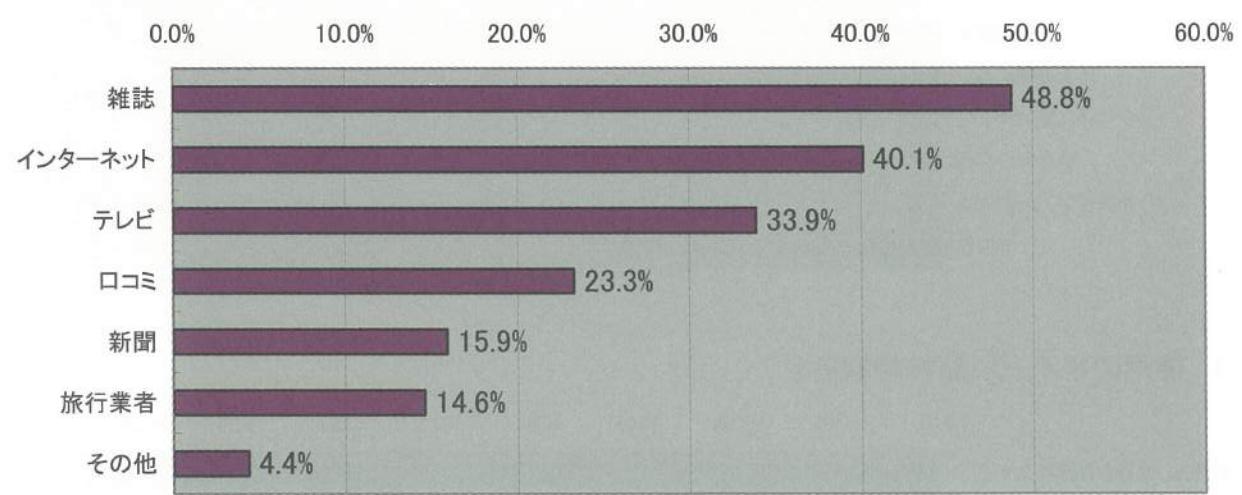
11. 神戸のイメージ(訪神未経験者)



* その他の主な回答例として、①港・港町 ②異国情緒 ③ハイカラ・おしゃれ
④震災・地震 ⑤国際都市などが多くあった。

設問 II-4 神戸の観光情報は何から得ますか？（複数回答）

12. 観光情報の入手先



設問 II-5 観光地・神戸に対するご意見・ご要望がございましたらお聞かせ下さい。

(主な意見のみ抜粋)

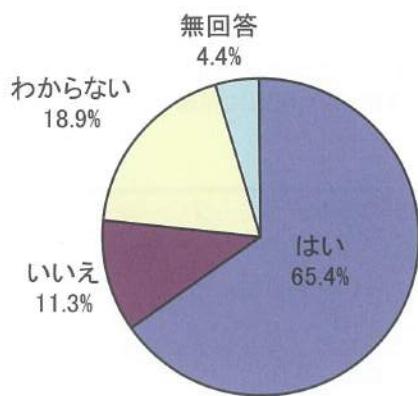
- ・大震災を乗り越え復興した神戸市民を尊敬する。命を懸けて蘇らせた街を見れば、自分も元気になれる。
- ・新旧、自然と都市の融合。
- ・異国情緒が漂い、流行の最先端を取り込み発信していくイメージを大切に。
- ・スポーツツーリズムは 21 世紀型産業となりうる可能性がある。アパレルやスポーツ医学の分野と連携すれば交流人口の拡大が図れる。神戸にはその素材がある。
- ・国際色を大切に、まちづくりに励んで欲しい。

- ・普段着の神戸を発信したら最高だと思う。
- ・神戸市内のホテル（有馬温泉を含む）の値段をリーズナブルな水準にすべきである。
- ・神戸市内の交通の便が悪い。車の移動だと、渋滞や駐車場の少なさが気になる。
- ・イベントがなくても支持され、よかつたと言われるおもてなししが必要である。
- ・観光地に相応しいタクシー運転手の意識向上に期待する。
- ・リピーターを増やそうとするホスピタリティが足りない。
- ・三宮駅周辺の美化に取り組んで欲しい。
- ・海／山が一体化する神戸ならではの楽しみ方の提案がない。
- ・観光地神戸の魅力について PR が不足している。情報発信されていない。
- ・大阪／京都との三都市連携の観光があると魅力的である。
- ・神戸空港開港に伴い、交通の利便性が良くなり観光客が増えるのではないか。
- ・関西に 3 空港も必要なのか？

設問 II-6 (神戸空港開港を機に、定期便就航地の方々のみへの質問)

神戸空港との定期便就航を機に、神戸を訪れてみたいと思いますか？

14. 開港を機に訪神したいですか



48週イベント」例

推奨 イベント 等 期		概要等	開催地区					
			居 留 地	W F	南 京 町	北 野	須 磨	六 甲
3月	1週 既	神戸コレクション+靴（春夏）	神戸ファッション発信	○				
	2週 新	新酒祭り	灘の清酒					○
	3週 新	実演販売員の全国選手権大会			○			
	4週 既	神戸らん展	神戸国際展示場	○				
春	1週 新	ケーキ投げ	「大人が馬鹿騒ぎできる」イベント (非食用ケーキ使用)					○
	2週 新	ケーキバイキング・大食い大会	女性の集客が見込める					○
	3週 新	泥相撲	「大人が馬鹿騒ぎできる」イベント					○
	4週 既	ポンテ・ペルレ	クラシックカーパレード					○
5月	1週 新	神戸・フラワー・アレンジメントコンテスト		○				
	2週 既	神戸まつり+シニアマラソン						○
	3週 新	神戸オープンゴルフ	5月24日 日本初のゴルフ場「神戸ゴルフ楽部」が六甲山に開場			○	○	○
	4週 新	神戸・理美容コンテスト		○				
6月	1週 新	神戸・ウェディングフェスティバル	北野異人館、ポートタワー周辺で ウェディングドレスで記念撮影有	○	○			
	2週 新	神戸・あじさい展	あじさいは神戸の市花					○
	3週 新	神戸・ギャルソンレース	グラスワインをトレイにのせ街中を 走る競争(パリ)	○				
	4週 新	神戸・アマチュアバンドコンテスト		○				
夏	1週 新	神戸・浴衣まつり	浴衣ならショップで特典有。 7月7日「浴衣の日」					○
	2週 新	神戸・猪追い祭り	六甲山(スペイン：牛追い祭り)				○	
	3週 既	みなとまつり		○				
	4週 新	神戸・フラダンス大会		○				
8月	1週 既	海上花火大会		○				
	2週 新	神戸・ビーチバレー大会	既存の学生大会とは別に新設			○		
	3週 新	カキ氷投げ大会	大人の馬鹿騒ぎ&クールビズ			○		
	4週 新	神戸・トランス	須磨海岸			○		

ゾーンイメージ：旧居留地＝「セレブなショッピングゾーン」、WF(ウォーターフロント)＝「休日の楽しみゾーン」、南京町＝「食の中華ゾーン」、北野＝「神戸観光のシンボルゾーン」、須磨＝「夏の海ゾーン」、布引～六甲＝「ヒーリングゾーン」、灘＝「灘の酒造りゾーン」

「48週イベント」例 (続き)

推奨 イベント 時 期				概要等	開催地区					
	居留 地	W F	南 京 町		北 野	須 磨	六 甲	灘	そ の 他	
9月	1週	既	神戸コレクション+靴 (秋冬)	神戸ファッション発信	○					
	2週	新	神戸・占いフェスティバル	9月9日「世界占いの日」(日本占術協会)		○				
	3週	新	神戸・ケーキまつり	どこのショップも「ケーキセット300円」とか					○	
	4週	新	神戸・ドッジボール・フットサル大会						○	
秋	1週	新	神戸・ブックフェア						○	
	2週	既	神戸ジャズストリート			○				
	3週	新	農産物のフリーマーケット	家庭菜園での収穫物を売る	○					
	4週	新	神戸・仮装の日	街には仮装して出かける(ハロウィン)	○					
11月	1週	既	有馬大茶会						○	
	2週	新	ワインフェスティバル	神戸ワイン(ボジョレヌーボ解禁)	○					
	3週	既	六甲全山縦走大会						○	
	4週	既	映画祭	神戸は映画発祥の地					○	
12月	1週	新	社交ダンス大会・ドレスの日	ドレスならショップで特典有とか					○	
	2週	新	神戸・福祉機器展	車椅子、ベッドなど					○	
	3週	新	神戸・工芸品フェスティバル	竹細工など					○	
	4週	新	神戸・チャリティー・ジャズコンサート				○			
冬	1週	新	ゆかり交流						○	
	2週	新	神戸・防災セミナー	1月17日 阪神・淡路大震災					○	
	3週	新	雪合戦	六甲山					○	
	4週	既	六甲山水の祭典	六甲山					○	
2月	1週	新	バレンタインチョコレート作り	パティシエが指導				○		
	2週	既	南京町春節祭				○			
	3週	新	マリンエア・フェスティバル	神戸空港開港記念、空港周辺でのイベント	○					
	4週	新	ラジコン大会	神戸空港	○					

<提言作成に際し、ヒヤリング及びアンケートにご協力いただいた方々>

(順不同)

- ・ 神戸市生活文化観光局
- ・ P&Gファー・イースト・インク シニアスーパーバイザー 柴山 純 氏
- ・ 兵庫県立大学 教授・経済経営研究所長 加藤 恵正 氏
- ・ 北海道経済同友会
- ・ 仙台経済同友会
- ・ 社団法人 経済同友会
- ・ 新潟経済同友会
- ・ 中部経済同友会
- ・ 社団法人 京都経済同友会
- ・ 広島経済同友会
- ・ 社団法人 徳島経済同友会
- ・ 熊本経済同友会
- ・ 鹿児島経済同友会
- ・ 沖縄経済同友会

<平成17年度提言特別委員会における研究活動および討議経過>

- 平成17年 6月21日 第1回提言準備委員会
- 6月27日 第2回提言準備委員会
- 9月15日 第1回提言特別委員会
提言の方向性などに関するディスカッション
- 9月21日 正副委員長ワーキンググループ会
- 10月 6日 正副委員長ワーキンググループ会
- 10月12日 第2回提言特別委員会
提言に関するディスカッション
- 10月25日 正副委員長ワーキンググループ会
- 11月10日 正副委員長ワーキンググループ会
- 11月17日 第3回提言特別委員会
「ダイバーシティ（多様性）を活かす」
講演者：P&Gファー・イースト・インク 柴山 純 氏
- 11月21日 正副委員長ワーキンググループ会
- 11月30日 神戸市生活文化観光局ヘビヤリング
先方：観光交流課 課長 中瀬 俊明 氏
当方：ワーキンググループ
- 12月 7日 正副委員長ワーキンググループ会
- 12月12日 ワーキンググループ会
- 12月13日 第4回提言特別委員会
提言に関するディスカッション
- 12月20日 正副委員長ワーキンググループ会
- 平成18年 1月12日 正副委員長ワーキンググループ会
- 1月24日 正副委員長ワーキンググループ会
- 2月 3日 第5回提言特別委員会
提言に関するディスカッション
- 2月14日 正副委員長ワーキンググループ会
- 2月16日 兵庫県立大学 教授・経済経営研究所長 加藤 恵正氏ヘビヤリング
当方：ワーキンググループ
- 2月17日 正副委員長ワーキンググループ会
- 2月22日 第6回提言特別委員会
提言最終案に関するディスカッション
- 3月 1日 正副委員長ワーキンググループ会
- 3月 3日 常任幹事会で了承

<平成 17 年度提言特別委員会名簿>

(敬称略、順不同)

委 員 長	松田 茂樹	株式会社マニックス 代表取締役社長
副 委 員 長	奥井 秀樹	奥井電機株式会社 代表取締役社長
委 員	井堂 信純	中央青山監査法人 神戸事務所長
〃	小川 恵三	株式会社さくらケーシーエス 代表取締役社長
〃	小野 昭夫	日本香料薬品株式会社 取締役社長
〃	恵谷 英雄	日本銀行 神戸支店長
〃	井狩 雅文	関西電力株式会社 支配人神戸支店長
〃	石田 丹	三菱商事株式会社 神戸支店長
〃	西浦 洋	大阪ガス株式会社 取締役兵庫地域総支配人
〃	西村 理	株式会社西村屋フーズコム 代表取締役社長
〃	池田 泰雄	日新鉱産株式会社 代表取締役
〃	岡本 州弘	神戸歯車株式会社 代表取締役社長
〃	清水 泰人	株式会社シミズテック 代表取締役社長
〃	滝原 誠	サンデン株式会社 兵庫支店長
〃	中野 友史	株式会社アーバン・ヴィレッジ 専務取締役
〃	西 正興	株式会社神戸スイーツポート 相談役
〃	日笠 秀樹	日笠工業株式会社 代表取締役社長
〃	松成 浩二	松成鉄工株式会社 代表取締役社長
〃	眞弓 忠範	神戸学院大学 学長
〃	渡邊 健司	株式会社ウェイズ 代表取締役
〃	渡辺 真二	早駒運輸株式会社 取締役社長
アドバイザー	宮本 岩男	株式会社神戸製鋼所 顧問・神鋼物流株式会社 代表取締役社長
〃	植村 武雄	小泉製麻株式会社 取締役社長
〃	鬼塚 喜八郎	株式会社アシックス 取締役会長
〃	角田 嘉宏	有吉特許事務所 所長
ワーキンググループ	石川 正一	株式会社みなと銀行 企画部調査室長
〃	岩崎 有恒	株式会社神戸製鋼所 業務部担当部長
〃	岩出 真理	株式会社みなと銀行 企画部調査室代理
〃	大崎 和彦	株式会社神戸製鋼所 業務部神戸業務グループ係長
〃	岡 良祐	川崎重工業株式会社 総務部総務グループ主事
〃	木村 康平	株式会社三井住友銀行 経営企画部金融調査室上席推進役
〃	佐藤 晃朗	東京海上日動火災保険株式会社 神戸支店課長
〃	清水 信孝	西日本電信電話株式会社 企画部経営企画グループ担当課長
〃	横田 朝行	株式会社日本総合研究所 調査部関西経済研究センター主任研究員
事 務 局	穴田 幸二	社団法人神戸経済同友会 事務局長
〃	神戸 宏明	社団法人神戸経済同友会 事務局課長

発行：平成18年3月

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)

TEL. 078-331-5584

URL <http://www.kobedoyu.com>