

2011.07.05 : 平成 23 年第 2 回定例会市会

神戸の活性化対策について

私は、たちあがれ日本市会議員として、市長並びに関係当局に対して神戸の活性化について議案外質問をいたします。

先日、ハーバーランドから神戸阪急が撤退をするとの非常に残念な報道がありました。1992 年に開業以来、ハーバーランドの中核施設として、これまで営業しておりましたが、最近の売り上げは年間約 90 億円程度にまで落ち込んで、ピーク時の約半分だったと、こういうふうには聞いております。

神戸阪急の撤退後はショッピングモールの誘致が検討されており、イオンをはじめとする流通大手の誘致に向け調整しているとのことでありますが、20 年近くもハーバーランドに出店していた大型百貨店が撤退することは、まるで 1 つの明かりが消えてしまうというようで寂しい思いがしてなりません。

また、1 年半ほど前に閉館したホテルニューオータニの後継が決まったと、一部では報道されておりました。実際には決まっておらず、先行き不透明な状況にあります。このように、ハーバーランドを中心に神戸のまち全体が少しずつ疲弊し、まちなぎわいを失いつつあるのではないかと危惧をいたしているところであります。

一方、大阪では、5 月に JR 大阪三越伊勢丹が開業し、梅田の 4 つの百貨店が顧客の争奪戦を激化させ、まちなぎわいを見せております。百貨店経営における選択と集中が加速され、業界の生き残りをかけて、梅田へと資本がシフトされた結果なのであります。この百貨店業界の争いは、大阪のキタとミナミの戦いとどまらず、神戸や近隣の都市を巻き込んで、まるで戦乱の様相を呈しているのであります。

この潮流は、都市間競争においても同様であります。かつては五大都市と言われ、大都市の象徴であった神戸でありましたが、今や、指定都市は 20 都市にも届こうとしております。このまま、都市間競争という戦いに敗北を喫し、衰退の一途をたどらないためには、都市ブランドという武器に磨きをかけなくてはならないのであります。そのためには、集客力のあるイベントの実施や、観光地の整備が不可欠であります。何よりも神戸のブランド力を市民と一緒に、いかに発信していくということが重要なのであります。

このような中、来年の 1 月から大河ドラマ「平清盛」がスタートいたします。昨年末には、大河ドラマ「平清盛」兵庫・神戸推進協議会も発足し、先月、「K O B E de 清盛 2012」の基本計画もまとまりました。ドラマ館・歴史館を整備し、市内各地にある清盛ゆかりの地から市内の観光地への回遊促進を基本に、神戸の観光振興と経済活性化を目的とするとのことであります。

平清盛を活用した観光キャンペーンについては、これまでも再三申し上げてまいりましたが、この千載一遇のチャンスを決して逃してはなりません。まさしく神戸観光の起爆剤として活用し、都市の魅力を前面に押し出していきたいのであります。

基本計画で、市内の観光地への回遊促進が方針の 1 つとして掲げられたことは、大いに評価をいたしております。大河ドラマの放映が始まる 24 年 1 月まで、残す期間はもう半年となっております。そこで、ぜひとも今のうちから神戸の生田から兵庫・長田・須磨・垂水を中心に、神戸の各地で観光客の受け入れ体制を整えとともに、清盛の機運を高めていただきたいと思いますのであります。

そのためには、神戸市内の各史跡をめぐる清盛ガイドブックやチラシも必要でありますし、展示施設のみならず史跡のモニュメント・標識の設置、史跡の場所によっては、道路整備さえも必要となってくることと思います。

また、その各史跡を解説できる語り部の養成に加え、清盛をテーマにした歴史講座や講演会も興味深く、さらには旅行会社とのタイアップなどにより、清盛ツアーも検討する価値が大いにあるのではないのでしょうか。何より地元商店街や地域団体の皆さんに清盛イベントを実施し、盛り上げていただくことが最も重要と思います。

そこで、ループバスを走らせ、市民に一度乗っていただき、まずは市民みずから清盛について知っていただく必要があるのではないのでしょうか。

このように考えますと、まだまだ 1 月のスタートまでやるべきことが山積しているのではないのでしょうか。神

戸経済の活性化と今後の発展のためにも、今のうちから清盛の機運を盛り上げ、市長を先頭に神戸市民1人1人が神戸市全域で清盛を推進し、観光客の呼び込みに取り組んでいただきたいと思いますのでありますが、ご見解をお伺いいたします。

答弁（矢田立郎市長）

都市間競争の関係で、清盛を取り上げていただきましたが、まさに、来年の大河ドラマが清盛ということで、「K O B E d e 清盛」というふうに推進協で決めたわけですが、まさに、この神戸のまちを築いたのは清盛だという観点からでございます。そういう中で、清盛を切り口にして、そして市内全域に広がっていく——ゆかりの地とか、あるいは代表的な観光地等をやっぱり神戸の魅力として、全国から誘客をし、そしてその中で楽しんでいただくということが重要でございますし、またそれが経済の活性化につながるということが重要であるというふうに見ております。

そういうことで、この中にドラマ館とか歴史館というようなものを当然に見込んでおるわけですが、そういうものと同時に、おっしゃいますように回遊性を持たすということが重要でございますので、当然に各地にそういうサテライトを考えていく必要があるというふうに思っております。

そういう中で、サテライトといろんなメーンの施設を結ぶようなものを情報として発信しなければいけませんし、さらに、グルメとかいうようなものとか、あるいはイベント等も、そこでご紹介するということが当然必要であります。

そしてまた、交通事業者の話もいただきましたが、当然に、その中で企画商品を出していかないことにはだめであろうというふうに思っておりますので、当然に、そういったことを組み込んでいくということと同時に、いろんな形でPRをしていく必要がございますから、そういう中で、おっしゃいます歴史講演会とか、あるいはツアーですね、そういうものを組み込んでやらせていただきたいと思いますというふうに思っております。

こういう歴史をやはり秘めておるんだということを市民の皆さんにも理解をしていただきながら広めていただくということも重要でございますので、ぜひこれを大成功におさめたいと、このように思っております。

再質問

本当に今、市長がおっしゃったように取り組んでいただきたいと思います、こう思っておりますが、今、神戸に広報官——松下さんがいらっしゃいます。この広報官と、先ほど申し上げましたように、「K O B E d e 清盛 2012」というのは、本当にそれだけでいいんだらうかと、僕そういうふうに思っておるんです。どういうことかといいますと、広告宣伝をなりわいとしておる大きな企業がありますが、ああいうものに、やはり神戸のこの清盛をいかに売り込んでいくかということについても研究してもらった方がいいんじゃないかと。どれだけ投資したら、どれだけ返るかということは、十分値打ちがあると思うので、そのあたりだけ1点、お伺いします。

答弁（矢田立郎市長）

本当に時間がもうございませんので、それについては、やはりドラマそのものの中身を我々も非常に注視しとるわけですが、そのような点で、まずドラマ館・歴史館、それからサテライト・回遊する先、そういったものをセットして、これに対してどうするかということが重要でありますので、そういうことを、いろんな関係先と協力していける体制を組んでいくということもケースによって考えていくべきだというふうには思います。