



United Nations  
Educational, Scientific and  
Cultural Organization

City of Design  
**KOBE** 

Member of the UNESCO  
Creative Cities Network  
since 2008

## 「デザイン都市・神戸」を推進するための基本の方針

神戸市企画調整局デザイン都市推進室

## CHAPTER 1 はじめに

### 1. これまでの神戸の都市戦略

神戸は、

- ①山と海に囲まれた、異国情緒あふれるまちなみ、
- ②神戸港の開港以来、外来文化を積極的に取り入れることによって培われてきた開放的で自由な気風・風土からなるくらしの文化
- ③ケミカルシューズ、洋菓子、真珠などに代表されるものづくりの技術など、都市としてのすばらしい資源や魅力（“神戸らしさ”）を持ち合わせています。

これまで、こういった“神戸らしさ”を活かすために、「ファッショント都市<sup>1</sup>」「アーバンリゾート都市<sup>2</sup>」といった都市像を掲げ、特色ある都市づくりに取り組んできました。

この取り組みの中でも、阪神・淡路大震災に見舞われ、多くの尊い命を失い、まちは甚大な被害をうけました。その復興の過程で、市民が力を合わせて復興に取り組んできた結果、人と人との絆や、助け合いの文化という“新しい神戸らしさ”を生み出しました。



## 2. 新たな都市戦略の必要性

国内外の各都市は、これまで右肩上がりの経済成長や人口増加を前提とした発展を遂げてきました。しかし、①人口減少社会の到来<sup>3</sup>②産業の空洞化<sup>4</sup>といった社会経済情勢が変化するなかで、各都市は、新たな都市戦略への転換を迫られており、市民生活の質を向上させながら持続的な発展を遂げていくことのできる都市の概念である「創造都市（クリエイティブシティ）<sup>5</sup>」の考え方を基にした取り組みを始めています。

これらの都市に共通しているのは、知識情報産業<sup>6</sup>を中心とした21世紀型社会への移行が進む中で、①地域特有の魅力を活かしながら、②創造性にあふれる人々が住み働くことで、③新たな産業や文化を生み出し、④都市の価値（ブランド力）を高め、都市に新しい活力を与えていく、という好循環を生み出す都市戦略に取り組んでいるということです。

震災を経て、着実に復興を遂げつつある今、神戸においても、これまでの都市戦略の理念や社会経済情勢の変化を踏まえ、都市間競争に負けない選ばれる都市であり続けるための新たな都市戦略に取り組んでいく必要があります。



2

## 3. デザインによる神戸の新たな都市戦略

あらためて神戸の持つ資源や魅力を見つめなおすと、「まちなみ」、「くらしの文化」、「ものづくりの技術」という3つの“神戸らしさ”があります。

これらは、開港以来、外来文化を取り入れることによって育まれてきた都市としての貴重な資源や魅力であり、創造都市戦略の「鍵」となるものです。これらの“神戸らしさ”との関連性や、おしゃれで洗練されたまちのイメージを踏まえると、神戸の新たな都市戦略には「デザイン」という視点がふさわしいと考えます。

## 4. 新たな視点としての「デザイン」

デザインは、目に見える「形や色」だけではなく、それらを生み出す「計画や仕組み」、そのベースとなる「意図や考え方」なども含めた幅広い意味を持っています。また、すぐれたデザインは、人をひきつけ、人を動かす力を持っています。

本方針では、デザインを、「美しさや楽しさ、やさしさや快適さなど、さまざまな要素との調和を重視し、新たな魅力を創り出すこと」とします。

わたしたちのくらしは、商品やサービスにあふれ、一人ひとりが異なった多様な価値観をもつ時代になっています。これからは、個性に応じた価値観をもつ市民一人ひとりの心が満たされ、豊かになれるような新たな視点が求められているのではないでしょうか。

そこで、デザインという視点で、“神戸らしさ”を見つめなおすことにより、新たな魅力と活力を創り出し、くらしの豊かさを創造するための中長期的な方針を定めます。

## CHAPTER 2 基本理念

「住み続けたくなるまち、訪れたくなるまち、そして、持続的に発展するまちをめざして、文化・教育にたずさわる人々や企業だけではなく、すべての市民が、神戸の持つ強みを活かし、デザインによって新たな魅力を“協働と参画<sup>7</sup>”で創造する都市」、それが『デザイン都市・神戸』です。

『デザイン都市・神戸』の実現に向けて、

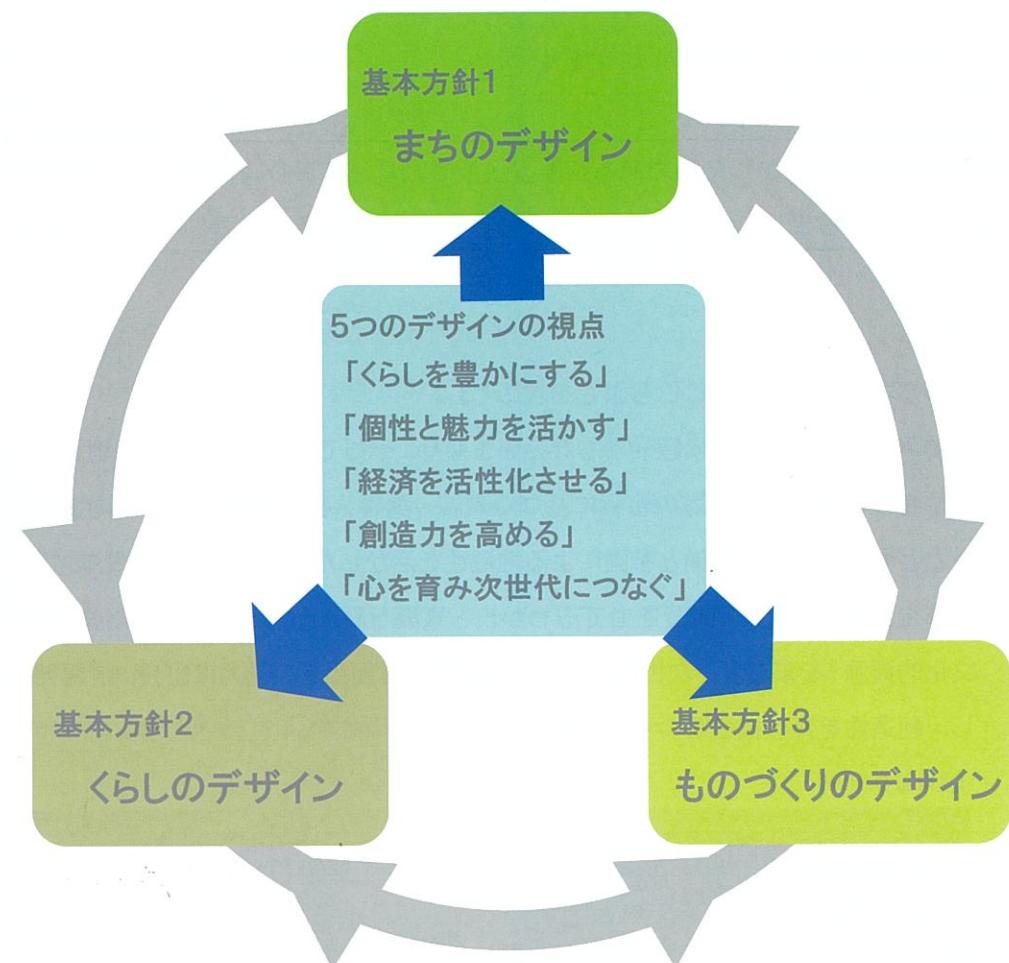
- 「くらしを豊かにする」デザイン
- 「個性と魅力を活かす」デザイン
- 「経済を活性化させる」デザイン
- 「創造力を高める」デザイン
- 「心を育み次世代につなぐ」デザイン

の5つの視点で、ひと・もの・まちを結びつけ、「“神戸らしさ”を見つめなおして、磨きをかける」ことを基本理念とし、

- ～まちのデザイン～
- ～くらしのデザイン～
- ～ものづくりのデザイン～

を基本方針として、取り組んでいきます。

### <5つのデザインの視点と基本方針との関係>



## CHAPTER 3 基本方針

『デザイン都市・神戸』の実現に向けた基本理念をふまえ、創造性豊かな心（デザインマインド）あふれる人々（「人財」）による、創造的な取り組みを推進していきます。

### 基本方針 1～まちのデザイン～

地域の個性を活かした魅力ある空間の形成を図り、にぎわいと楽しさにあふれ、市民がやすらぎやここちよさを感じられるまちをめざします。

#### 【まちなみの美しさとここちよさを求めて】

神戸らしい魅力ある景観やまちなみをまもり、そだて、つくるために、地域の実情や特性に応じた、地域の合意に基づく規制・誘導や公共空間の魅力の向上を行うとともに、市民の協働と参画による地域性を活かしたまちづくりを進めます。

また、市民が愛着と誇りをもてるわがまち意識を高めるため、すぐれた歴史的・文化的資源<sup>8</sup>をまもり、次世代につなぎながら、市民がその魅力に出会い、再発見し、創造性を育む機会をつくります。

#### 〔主な取り組み〕

- ・神戸らしい眺望景観<sup>9</sup>の保全育成のための規制・誘導
- ・都心の快適で魅力ある空間づくり
- ・歴史的・文化的価値の高い地域資源の保存・活用・継承・情報発信
- ・人へのやさしさやまちなみ配慮した魅力ある歩行者空間づくり
- ・公共的施設におけるデザイン性の重視

#### 【みどりの豊かさとゆとりを求めて】

六甲山や郊外のみどりをまもり、市街地のみどりをそだて、いかして、「やま」と「まち」とをつなぐとともに、市民主体の花やみどりに関する活動を支援し、「ゆとり」をつくりだしながら、「みどりの中に息づくまち」をつくります。

#### 〔主な取り組み〕

- ・六甲山の森林環境の保全・活用
- ・田園空間の保全・育成と里づくり<sup>10</sup>の推進
- ・まちなかにおける緑とのふれあいづくり
- ・誰もが安全・快適に利用できる公園づくり

#### 【水辺のにぎわいとやすらぎを求めて】

市民の経済と生活を支えてきたみなとの活性化に向けて、みなとの活力にぎわいを生み出し、いきいきとした「みと神戸」を実現するとともに、市民が気軽に水とふれあい、海とふれあえる水辺の魅力をさらに高めます。

#### 〔主な取り組み〕

- ・多様な快適さを演出する活気あふれる都心型ウォーターフロント<sup>11</sup>の形成
- ・河川緑地軸<sup>12</sup>や運河などを活かした親水空間の整備
- ・海にふれ、海辺を体験できる水際の魅力アップ



## 基本方針 2～くらしのデザイン～

市民がすぐれたデザインに出会い、創造性を育むことにより、多様なライフスタイル<sup>13</sup>を尊重し、地域に愛着を感じ、いきいきと暮らせるまちをめざします。

### 【心の豊かさを求めて】

すべての市民がすぐれたデザインや芸術への興味を高める機会をつくり、また、市民のくらしの安全や安心、健康へのこだわりを応援することにより、個性にあつたライフスタイルを実現します。

#### 〔主な取り組み〕

- ・子どもたちの感性を高め育てる機会の充実
- ・デザインや芸術にたずさわる創造的な人材の育成と集積の促進
- ・神戸ビエンナーレ<sup>14</sup>の開催などを通じた幅広い人材ネットワークの構築
- ・「神戸発」ファッショントのさらなる情報発信
- ・美術館・博物館における特色のある魅力的な展覧会の開催
- ・多様なニーズにあわせた、衣・食・住・遊などのライフスタイル情報の提供
- ・情報やサービスを提供する際のやさしさ・わかりやすさへの配慮

### 【心のあたたかさを求めて】

市民の一人ひとりの思いやりとおもてなしの心が息づくわがまち、安全で安心な美しいわがまちを、市民が主体的に育成・保全する取り組みを応援します。

#### 〔主な取り組み〕

- ・「美しいまち神戸<sup>15</sup>」の展開
- ・誰もが利用しやすいより思いやりのあるユニバーサルデザイン<sup>16</sup>の推進
- ・エコタウンまちづくり<sup>17</sup>の展開
- ・市民の助け合いの絆を深める災害に強い地域づくり



### 基本方針3～ものづくりのデザイン～

すぐれたデザインによる付加価値の高いものづくりを応援することにより、新たなマーケットを創造する元気な産業のまちをめざします。

#### 【出会いを求めて】

すぐれたデザインと企業が出会う「場づくり」を進めます。

##### 〔主な取り組み〕

- ・特色あるものづくりをしてきた神戸の地場産業（ケミカルシューズ・洋菓子・アパレルなど）とデザイナー・クリエイター<sup>18</sup>などとの「新たな出会い」の場づくり
- ・新たな産業分野（ロボット開発など）に挑戦する企業と「デザイン」との出会いの場づくり
- ・デザイナー・クリエイターなどと経営者などが交流するための場づくり



#### 【こだわりを求めて】

すぐれたデザインを神戸のものづくりの技術に取り入れた、ハイテクノロジーでハイセンスな「こだわりのものづくり」を応援します。

##### 〔主な取り組み〕

- ・デザインを重視した製品開発、マーケティング<sup>19</sup>の支援
- ・次世代スーパー計算機<sup>20</sup>を用いたものづくりの開発支援
- ・デジタル映像産業など情報関連産業の振興と、それにたずさわる人材の育成
- ・市内農産物のさらなるブランド力の強化

#### 【感動を求めて】

すぐれたデザインに共感・共鳴できる、より創造的な「企業・市民風土づくり」を進めます。

##### 〔主な取り組み〕

- ・神戸のすぐれたデザインを内外に紹介する展示会などの開催
- ・デザインフォーラムの開催や表彰制度の創設



## CHAPTER 4 『デザイン都市・神戸』をめざして

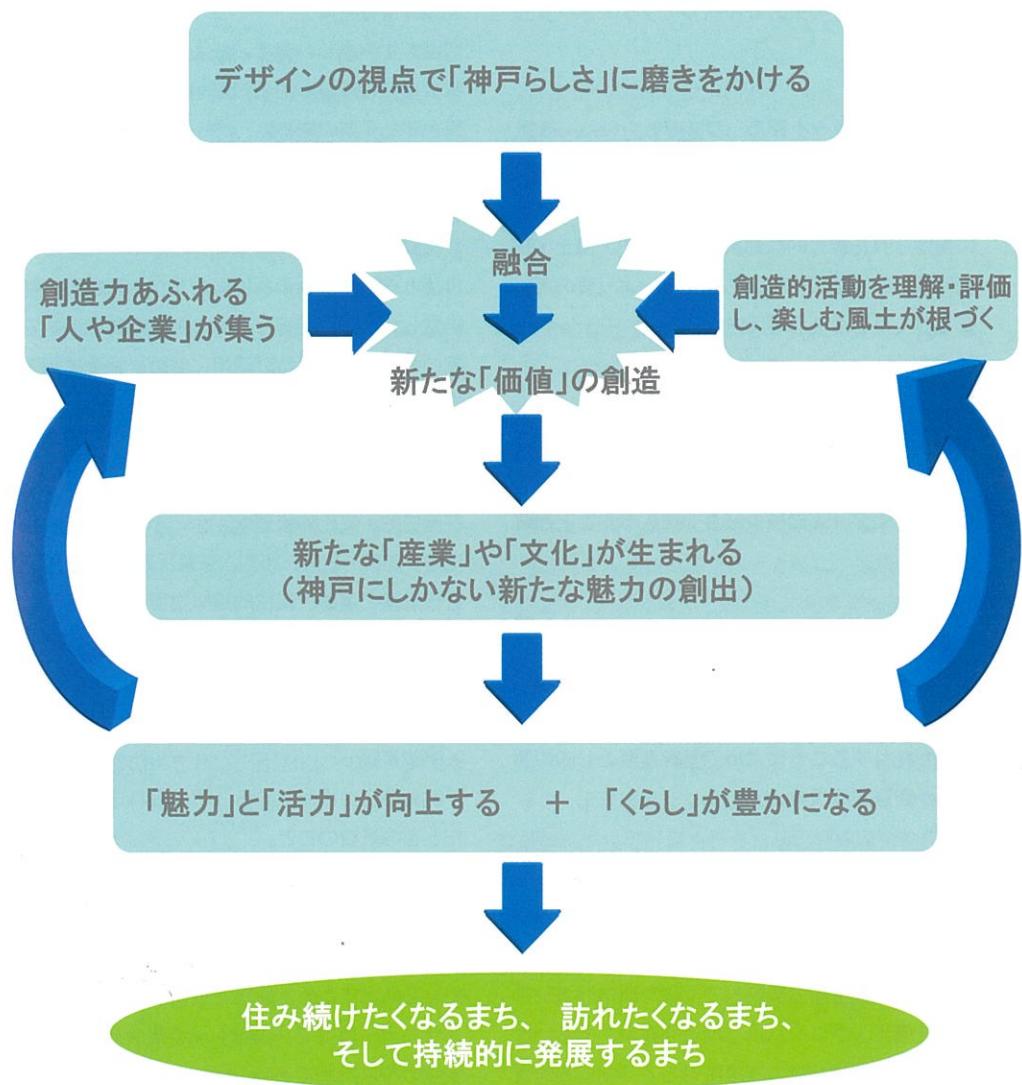
『デザイン都市・神戸』の実現のためには、わたしたち一人ひとりが、基本理念を理解し、本方針の趣旨を踏まえて、中長期的な視点で取り組みを継続していくことが必要です。

また、これらの取り組みを効果的に進めていくため、神戸らしさを象徴するエリアで先導的な取り組みを重ねることにより、「リーディングエリア」を形成していきます。

多様な文化が共生するすばらしい資源のもとで、市民の知恵や大学・企業などもつ知的財産<sup>21</sup>を活かしながら、“神戸らしさ”をデザインの視点で見つめなおし、神戸にしかない新たな魅力を、すべての市民の“協働と参画”により創造することで、アジアひいては世界から注目を浴びる『デザイン都市・神戸』をめざしていきます。



### <デザインによる創造都市戦略「デザイン都市・神戸」の取り組みのイメージ>



# 用語解説

## 第1章

### 1. ファッション都市（宣言）

昭和 48 年に神戸商工会議所や神戸市等が提唱。全国に先駆け、神戸をファッション都市として発展させるため、ファッション産業を服飾に限らず、衣・食・住・遊の各分野の新しいライフスタイルであると提案。

### 2. アーバンリゾート都市（づくり）

市民がいつまでも住み続けたくなるまち、何度も訪れ滞在したくなるまちをめざすため、平成 3 年に掲げられた総合的な都市戦略。歴史・風土・伝統に根づいた地域個性にあふれた、より質の高いまちづくりを進める考え方。

### 3. 人口減少社会の到来

2005 年の国勢調査確定値では、第 2 次世界大戦後初めて、前年の推計人口を下回っていることが判明し、日本が「人口減少社会」に入ったことが鮮明となつた。

### 4. 産業の空洞化

国際競争力の優劣を背景として、生産拠点の海外移転が進んだり、製品の国内供給が輸入依存型に転換したりすることによって基幹産業としての製造業が衰退する現象。

### 5. 創造都市（クリエイティブシティ）

「創造都市とは、市民の創造活動の自由な発揮に基づいて、文化と産業における創造性に富み、同時に、脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システムを備え、グローバルな環境問題や、あるいはローカルな地域社会の課題に対して、創造的問題解決を行えるような『創造の場』に富んだ都市である」と定義されている。(大阪市立大学大学院佐々木雅幸教授)

本方針では、「創造力あふれる人々が住み集い、文化や産業における創造的な活動が活発に展開されることにより、都市の活性化や市民のくらしの質の豊かさを実現する都市」であると解釈している。

### 6. 知識情報産業

知識を生み出し、育て、伝えることにつかわる産業や情報の収集・加工処理・検索・提供などを業務とする産業の総称。

## 第2章

### 7. 協働と参画

市民と市とがそれぞれに果たすべき責任と役割を自覚し、活動の前提としての地域活動に関するお互いの情報の提供及び活用に努め、相互に補完及び協力をし、共に公共的活動を行うこと。

## 第3章

### 8. 歴史的・文化的資源

史跡・句碑・歌碑・彫刻・茅葺民家、近代建築物、近代遺産・遺跡、伝統的建築物群保存地区、伝統文化、農村文化など歴史的・文化的な価値の高い資源のこと。

### 9. 眺望景観

「眺めの良い場所」から「眺められる対象」を見たときの景観のこと。

### 10. 里づくり（事業）

人と自然とが共生できる緑豊かで活力ある農村づくりをめざすため、住民が主体となり、集落のコミュニティ単位で「里づくり協議会」を設立し、地域の将来計画である「里づくり計画」を策定し、快適な農村づくりを進めること。

### 11. ウォーターフロント

海、川、湖沼などの水際に近接する区域をいい、具体的には都市の水辺地区、波止場地区、海岸地区、湖岸地区、河岸地区などを指す。

### 12. 河川緑地軸

河川及び河川沿いの公園・緑地・道路を一体的に整備するもの。災害時には延焼遮断帯・避難地・避難路、緊急車両通行路、消火用水・生活用水の利水拠点などとして利用される。兵庫県・神戸市が連携しながら、住吉川・石屋川・都賀川・生田川・新湊川・妙法寺川の 6 河川を中心に整備している。事業内容は、河川沿いの公園整備・緑化、階段護岸、階段・スロープ、取水ピット用の渡り石、高水敷緊急道路・低水路の整備・管理用通路の確保などを行っている。

### 13. ライフスタイル

生活様式。人生観・価値観・習慣などを含めた生き方のこと。

### 14. 神戸ビエンナーレ

神戸に芸術文化の力を結集して内外に発信する機会を設け、神戸の芸術文化の更なる振興を図るとともに、まちのにぎわい、活性化につなげるため、平成 19 年から開催された 2 年に 1 度の芸術文化の祭典。

### 15. 美しいまち神戸

人々が集い、訪れ、働き、住み続けたくなる美しいまち神戸を目指し、市民や企業・NPO・行政が心をひとつにした取り組み。

具体的には、地域や河川のクリーン作戦、落書き消し(防止)、花いっぱい運動、まちなみ保存、観光地でのボランティア、おもてなし活動などが行われている。

### 16. ユニバーサルデザイン

年齢、性別、文化、身体の状況など、人々が持つ様々な個性や違いを越えて、一人ひとりが互いに多様性を認めあい、はじめから、だれもが利用しやすいように、まちや建物、製品、環境、サービスづくりを行っていこうとする考え方のこと。

### 17. エコタウンまちづくり

概ね小学校区を対象に、ふれあいのまちづくり協議会や連合自治会など地域の住民が主役となって、環境にやさしいまちづくりを行うこと。

### 18. クリエイター

創造的な仕事に従事している人のこと。たとえば、デザイナー、イラストレーター、アーティストなど。

### 19. マーケティング

顧客ニーズを的確につかんで製品計画を立て、最も有利な販売経路を選ぶとともに、販売促進努力により、需要の増加と新たな市場開発を図ること。

### 20. 次世代スーパーコンピュータ

平成 19 年 3 月にポートアイランド第 2 期への立地が決定した、平成 22 年度末から一部運用開始予定(本格稼動は平成 24 年度)の様々な分野の大規模科学技術計算を行うための超高速処理が可能なコンピュータ。ライフサイエンス、ものづくり、防災、航空・宇宙、医療など幅広い分野での利用が想定されている。

## 第4章

### 21. 知的財産

独自の技術、アイデア、ブランドなど、目には見えないが競合する他に対する優位性を生み出す資産のこと。

Design City KOBE