

Kobe Appointed
UNESCO City of Design

ユネスコ デザイン都市に 認定

On October 16, 2008,
Kobe joined
UNESCO's Creative Cities Network.

神戸市が2008年10月16日に
ユネスコ創造都市ネットワークに
加盟しました

ユネスコ創造都市ネットワークとは、文化
的産業の強化により都市の活性化をめざす世
界の「創造都市」のネットワークづくりを
図っている。2008年10月16日、神戸市は
アジアの都市として初めて、ユネスコ
創造都市ネットワークに加盟した。ユ
ネスコ「デザイン都市・神戸」として、
その魅力をいかにして世界中に発信し
ていくのか。神戸を代表するキーマン
にお集まりいただき、新たな神戸の
創造や2009年度の抱負について語
っていただいた。

デザインのチカラで
神戸らしさを磨きをかけて
世界に発信していく。神戸市は、
ユネスコ創造都市ネットワークに
加盟し、その魅力をいかにして世
界中に発信していく。神戸を代
表するキーマンにお集まりいた
だき、新たな神戸の創造や2009
年度の抱負について語っていただ
いた。

Enhancing "Things Unique to Kobe"
through Excellent Designs



ユネスコ創造都市ネットワークとは？
異なる文化の相互理解をめざすユネスコ(国際連合教育科学文化機関)は、文化的産業の強化により都市の活性化をめざす世界の「創造都市」の連携による相互交流を援助するため、2004年に創造都市ネットワークを創設した。
①文学 ②映画 ③音楽 ④クラフト&フォークアート ⑤デザイン ⑥メディアアート ⑦食文化の7つのテーマが設定されている。
今後は、ユネスコ「デザイン都市・神戸」として、その魅力を世界中に発信していく。

矢田 G8環境大臣会合開催、神戸医療産業都市構想10周年などいろいろなことがありました。そんな中でやはり、10月16日のユネスコのデザイン都市認定は最も印象深いことです。2007年の

2008年を振り返る

ユネスコ(国際連合教育科学文化機関)は、文化的産業の強化により都市の活性化をめざす世界の「創造都市」のネットワークづくりを図っている。2008年10月16日、神戸市はアジアの都市として初めて、ユネスコ創造都市ネットワークに加盟した。ユネスコ「デザイン都市・神戸」として、その魅力をいかにして世界中に発信していくのか。神戸を代表するキーマンにお集まりいただき、新たな神戸の創造や2009年度の抱負について語っていただいた。

申請から1年7カ月かかりましたからね。これは神戸にとって非常に意義深いことです。矢崎 デザイン都市については、当社に求められたユネスコ関係者からも「神戸なら適しているからどうか?」とお話しいただいていました。ユネスコのような国際機関から求められた方がこのまちの魅力を確認しているということは、神戸の底力の強さといえるでしょうね。アジア初の認定というのもうれしいですね。

昨年、私が座長を務めるデザイン都市神戸推進会議が主催して「KOBEE COXDESIGN AWARD2008」を開催しました。エコロジーに対してデザインができることは何か?がテーマです。素晴らしいクリエイターたちが登場しました。第1回目ですが、今後継続して開催し、世界からも注目されるようなAWARDにしたいと考えています。

2009神戸市長座談会

ユネスコ「デザイン都市・神戸」 として新たに出発し、 磨きをかけていく



矢田立郎さん
神戸市長



矢崎和彦さん
(株)フェリシモ代表取締役社長



渡瀬信之さん
神戸夙川学院大学学長



鎌田亘顕さん
(社)神戸青年会議所理事長



星加ルリコさん
(株)ルリコプランニング代表取締役



神戸夙川学院大学では、「観光庁」発足と合わせてシンポジウムを開催

星加 2008年は「神戸ってすばらしい」とずっと思っていたことが国際的に認められたといえる記念すべき年です。私は、「神戸ソワニエ」を企画、開催しました。神戸ビーフと、まちのレストラン、11人の和・洋・中のシェフ、食肉小売店の若手経営者が連携したイベントです。特に会場を造ったわけではなく、街全体をステージと見立て、人と人、まちと資源をつないでいくことで新しい価値を提案できたと思っています。神戸はその

「光」という側面から貢献すべきと思います。観光イコール名所旧跡巡りという時代ではなくなりました。観光は、人と人、人と文化、人と自然をつなぐ大動脈です。「人の移動」こそが観光の本質だといってよいかと思っています。そして人の移動を受け入れる環境を作り上げるという意味で、観光は地域づくりと不可分です。例えば、ポर्टアイランドの医療産業都市構想と観光を結びつけることもできます。いわゆるメディカルツアーです。まずは市民総動員で神戸の良さは何かをまとめあげ、そしてそれらの組み合わせを工夫して人の移動を作り出すことです。

神戸の魅力のキーワードは「デザイン」と「観光」

矢崎 デザインは「造形、意匠、図案」、「計画、仕組」、「意図、意味」など多様な概念が包含された言葉です。神戸がデザイン都市に認定されたということは、ここが単に表層的に美しいまちであるということではなく、この都市を形づくってきた歴史、文化、自然風土、さらには震災復興から立ち上がる人々の思いなど、さまざまな要素が幾重にも重なって独自の文化を形成してきたからだと思います。もうひとつ重要なことは神戸が創造都市ネットワークに加わったという事実です。創造性はこれからの時代になくてはならない要素です。個人や企業だけでなく都市にも創造性が求められる訳ですが、神戸が創造性を軸に発

れができるま

ちです。

矢田 認定を受けたことで今、出発点に立ったところですが。これから、神戸らしさにさらに磨きをかけていかなければなりません。まちは「進化」することが重

要ですからね。認定の理由の一つにもなった震災からのまちの再生という市民の自信と誇りを更に打ち出していくこと。そして、認定を受けている16都市が交流を進めるにあたって、独自性をどのように打ち出していくのかです。

鎌田 私たちJCIは昨年50周年を迎えました。今年には原点に戻っての再出発だと考えています。デザイン都市神戸の取り組みにもできる限り貢献していきたいですね。

神戸のまちは今、注目されています。さて今回のユネスコ認定を受けて、どう取り組んでいくのかです。ともに認定された名古屋は、まちの規模では神戸より大きいことは確かです。そこで、神戸らしさ、独自性をどうPRするかですね。渡瀬 「進化」ということに関しては、私たちも「観

展していく絶好の機会を得たということですから、経済界もこの機会を最大限に生かしていく努力をしていきたいと思っています。

星加 神戸の魅力は、デザインが家のテーブルの上や街角に溢れていることです。色や形はデザインの表層に出てくるものですが、そのプロセスには無数の戦略や企画があります。私は毎日、プランニングの仕事しながら、デザインは戦略物資だと捉えています。これからは神戸のまちを活用させていただいて、情報やデザインを発信していきたいと思っています。

渡瀬 地域振興の要は、観光通念を変えることです。先ほどお話しした、医療と観光のほかにも、農業と観光、食をはじめとする地元産業と観光など、地域が持つさまざまな資源を色々に組み合わせることで人の移動を促すのです。それは経済の活性化にもつながります。昨年、国土交通省が「観光庁」を発足させ、国内・海外観光を推進し、年間1000万人の海外からの観光客の受け入れを目標に掲げています。そこで必要なのは新しい人材育成です。私どもは、大学生だけでなく、もっと若い層にも啓蒙していくことの必要を感じています。そこで来年、全国の高校生を対象として、観光による地域づくりプランの全国コンペ、「観光甲子園」を開催します。観光の新しい意味、観光を通しての地域づくりの意味を知ってもらおうほか、全国の仲間づくりの機会にもしてほしいと考えています。

星加 私は神戸だけでなく、東京はじめ、全国で仕事をさせていただいています。神戸人の顔を持



神戸の経済界を牽引する(社)神戸青年会議所は、昨年設立50周年を迎えた



2回目となる「神戸ビエンナーレ2009」が、10月に開催される

て、どんな生活をしているのかを知ってもらう機会を作りたいと思っています。デザインは人と人の間にあるもの。コミュニケーションツールとしてどんな活用できるものですか。

鎌田 デザイン都市・神戸として私たちが今後、どういう取り組みをしていけば良いのかを考える時、重要なのは神戸の歴史を見つめ直すことだと思います。例えば、何故、神戸の観光地があるのか？ 港が開港してから、居留地ができ、北野町ができ、六甲山が拓かれ：この経緯をたどりなが

ちながら他所でも活躍し、他所から人を連れて来る。世界中からのお客さまを神戸に呼び、国際交流していきたいですね。漠然としたイメージしか持っていない国内の人たちには、もっと神戸の人がどんなレストランで食事をして、どんな洋服を着

ら考えるとその理由がよく分かるはずですが。私たち大人世代が忘れかけていることを、自分たちの子ども世代にも伝えていくことが神戸の観光の発信にもなり、観光地を守っていくことにもなります。住む人たちがその良さを自慢できるという意識があつてこそ、観光は成り立ちます。まず、学ぶことによって、人の意識を変えていくことです。

2009年、神戸が目指すものは？

矢崎 ユネスコのデザイン都市をはじめ、様々な条件が整ってきています。「神戸の新しい時代」を世界中が待っています。その中で、私達ができることはたくさんあるはず。市民や企業が一体となって考えるだけでなく、今年も具体的なアクションにつなげていきたいと考えています。

矢田 2009年は、今後目指すもののブランドデザインを作る年です。神戸には海や港があるといいながらも、今は人々がそこに近づける状態ではないですね。わずかに、ハーバーランドとメリケンパークぐらいです。そこで、波止場町1番地から第四突堤までを海に親しめるゾーンに変えていこうと計画しています。既存の建物を利用しながら、いろいろなクリエイターに集まってもらえる場所に再生していくのもいいでしょうね。

かつて、大正から昭和初期にかけて、須磨辺りの海沿いには、日本の財閥系の豪邸が並んでいました。それだけの魅力があつたんです。神戸の特

徴「海があること」の快適さを感じられる街づくりを継続していきたいですね。

星加 街には、人と人が集えるリーディングエリアが必要ですね。

渡瀬 私は、全国ブランド・神戸には憧れを持っていました。ところが、昨年4月に神戸にやってきました。神戸らしさが具体的に覚えてこない、しかし、1年半余りが経ち、神戸の良さがいつの間にか、私の肌植え付けられているというのが実感です。しかしやはり具体的に神戸のよさが見える、見せることが必要です。私どもの大学も是非、そうしたことに役立ちたいと考えています。

矢崎 神戸に独自性を感じられなくなっている理由の一つに、元々は神戸で創り出された価値が日本中に拡がっていったとも言えるのではないのでしょうか。ある意味で日本中が神戸化したのです。今、海外では日本の生活文化に大きな注目が集まっていますし、優れた製造技術なども高く評価されています。神戸発日本経由世界行きという構図です。その原点がこの町にあることも神戸が誇りにしていくべき点だと思います。

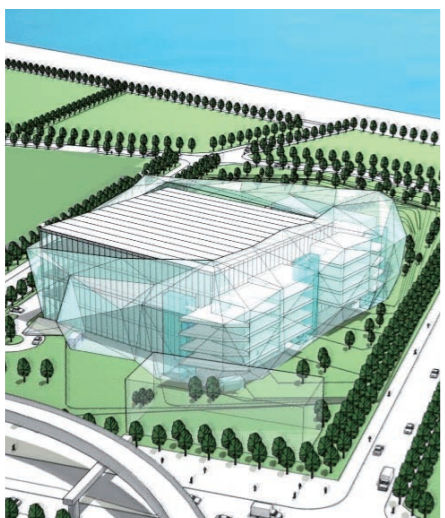
鎌田 09年は引き続き、神戸をアピールする「港まつり」開催に努力します。更に、観光に関する委員会を設け、神戸の魅力をもう一度検証していきたいと思います。行政でもなく、観光を生業としている企業でもなく、私たち神戸に生活をして信じていくことです。

矢田 国内に留まっただけではダメです。海外から

日本や神戸の良さを認識していただくことが最大の発信になります。そこで、一大陸一都市の姉妹都市をもつと増やすことも一つの方法かと思っています。それらの都市とどんな交流し、その都市の人たちから「神戸には素晴らしいものがあるぞ」と世界に向けて発信してもらおうことです。

星加 生活文化の発信は女性が上手なはず。神戸は世界中のライフスタイルを享受しやすい土地柄。住みやすいまちです。私も女性ネットワークも作って発信していきたいと思っています。

矢田 医療産業都市構想とスーパーコンピュータが本格稼働し始めると、世界中から人々が集まってきます。外国人の子どもの教育施設、宗教施設、医療施設などが整っているということだけに甘んじているわけにはいきません。ウォーターフロントを活性化させ、ポर्टアイランドを一つの拠点として更なる国際都市・神戸を目指していきましょう！



「次世代スーパーコンピューター施設」イメージ図(検討案)
(資料提供:理化学研究所)