

都市観光地神戸の変遷に関する予備的考察

——各エリアの演出的空間の形成過程を中心に——

堀野 正人

はじめに

都市観光の定義や範疇をどうとらえるかは一様ではないが、少なくとも都市が観光対象として成立するためには以下のような基本的条件を満たしている必要があろう。すなわち、ショッピング・飲食・娯楽等の消費の中心、近代建造物、芸術鑑賞、スポーツ観戦などの施設や機能の集積に加え、祝祭性、伝統と変化の両面性、情報・文化の中心などの不可視的な性格が、その都市において複合して認められることである [堀野2006b: 42]。そして、これらの各要素ならびにその複合によって非日常的な楽しい体験を可能とすることで都市観光が成り立つ。現在の神戸を、この要件を満たす都市観光の対象地としてみなすことに異論はないだろう。しかし、実際に神戸において都市観光地としての様相が顕著になってきたのは1970年代以降である。1980年代に入ると観光ニーズの変化や都市構造の変化を背景にして、市行政が観光を重要な政策的課題として認識し、より積極的に観光開発に関与するようになった。北野異人館、南京町、ハーバーランド、旧外国人居留地などの代表的な観光エリアが揃うのは比較的近年のことなのである。

ところで、こうした歴史の変遷を経て構成された神戸における都市観光の主要なエリアないしスポットには、近代における都市発展の歴史的経緯や、そこで形作られた文化を背景にしつつも、日常的空間との差異を強調する非日常的観光空間の演出が共通してみられる。しかし、それぞれの場所が観光対象となる背景要因は、住宅地の歴史的街並みの保全・育成、都心商業地区の活性化、都心臨海部の再開発による経済の浮揚、都心業務地区の美しい街

研究ノート

並み景観の形成など多様である。したがって、演出的な空間形成において中心的な役割を果たした主体や、演出のもとになる文化の特徴、演出の際の技術的な手法も異なっている。また、行政の関与の仕方や度合い、あるいはメディアの表象と現地の受け止め方にも差が生まれる。

本稿では、まず、1977年以降の神戸における各観光エリアの入込客数がどのように変遷したのか、その概略を示そうと思う。次に、都市観光の各エリアが注目を集め、観光地として形成されていく時期を中心に、その経緯を跡づけてみたい。また、背後にある社会的な観光欲求や、都市神戸の産業を投影する空間構造の変化が、当該エリアの観光地化とどのようにかかわっているのかを指摘する。この作業を受けて、演出的な空間の形成とその商品化といった問題に焦点を絞って考察を加えたい。

1. 入込観光客数の推移

まず、神戸市の観光について、全体と各エリアの推移を大ざっぱに振り返ってみたい。図1は、神戸市の観光入込客の合計数について、その変化を示したものである。神戸市の観光客数を継続的にとらえられるのは1977年以降である。図からわかるように、長期的には増加傾向を維持し、2009年には3000万人を超える水準に達している。1981年の急激な増加は神戸ポートピア博覧会の開催によるものである。一方、1995年の激減は、阪神・淡路大震災による影響である。この二つのトピックを除けば、多少の増減はあるものの全体の傾向としては増加を示している。

しかし、そのことは神戸市全体の観光地や観光施設などの入込客数が均等に増加を続けてきたことを意味しているわけではない。市内の観光エリアごとにみたととき、この30年余りで大きな変化がおきている。神戸市が公表している入込観光客統計では、①六甲・摩耶観光群、②須磨・舞子観光群、③市街地観光群、④神戸港観光群、⑤西北神観光群の5つのエリアに区分がなされている。

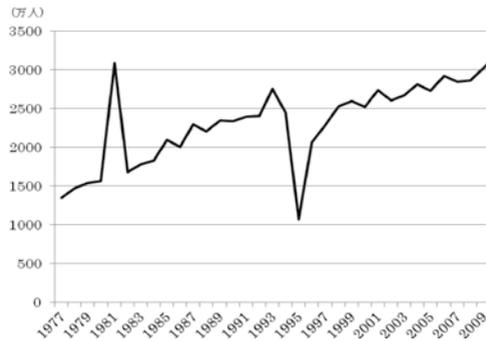


図1 神戸市入込観光客数 (全市)
『神戸統計書』より作成

ここでは、それぞれのエリアごとの入込客数の推移をおおまかにとらえてみたい(図2、図3参照)。まず、六甲・摩耶は、戦後の神戸市において、もっとも中心的な観光地として機能してきた。1992年までは増加を続けていたが、バブル経済の終焉とともに減少しはじめ、阪神・淡路大震災以後は、500万人レベルで推移している。隣接する有馬は、観光群としては六甲・摩耶に含まれるが、統計は別個に示されている。やはり1991,2年をピークに減少しはじめ、2000年代には新しい観光施設の開設で増加するものの、以前の水準までは回復していない。

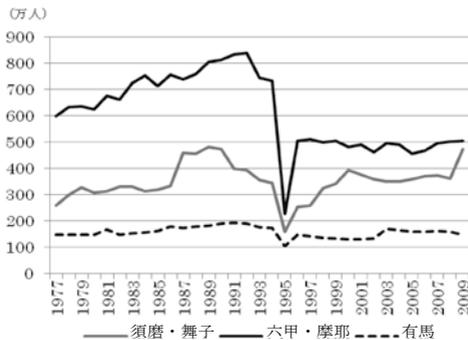


図2 神戸市入込観光客数 (地域別1)
『神戸統計書』より作成

研究ノート

次の須磨・舞子観光群の入込数は1987年に大きく増加している。これは、須磨水族館が全面リニューアルをして須磨海浜水族園として開館したことによる。その後、大震災の谷間を挟んで回復をみるものの400万人を下回っていた。2009年の増加は、インフルエンザによる観光客の減少対策として、神戸市関連の施設が無料キャンペーンを張ったことが影響したものと思われる。

三つ目のエリアである市街地観光群は、1977年には200万人程度であったが、1990年代に入ると500万人を超えるようになった。1993年の急増は、アーバンリゾートフェア'93の開催によるものである。大震災の後には再び増加を続けるが、以前よりも増加率は上昇し、2009年には、1200万に達した。このエリアには、三宮、元町、南京町、旧外国人居留地など、中心部の商業地域が含まれている。神戸市のなかでも、1990年代以降は、これらの地域への入込客が特に増大している。

北野は市街地観光群に含まれるが、数値は別個に把握できる。1970年代後半に、急速に観光地化したが、1980年代には160万人程度で安定した推移を示すようになる。大震災による大幅な減少の後、回復してきたが最盛期の水準には至っていない。

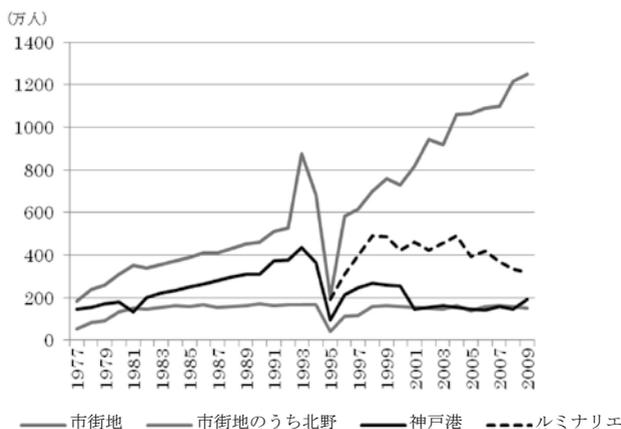


図3 神戸市入込観光客数（地域別2）

『神戸統計書』より作成

四番目の観光群である神戸港は、1990年代初頭までは市街地とほぼ並行して増加したが、大震災後は落ち込みが激しく、200万人を割り込む状況が続いている。

最後に、西北神観光群は、1985年から統計に現れるようになる。同年には59万人であったが、その後、観光施設の新設や高速道路の整備などを背景に増加し、2008年には141万人に達している。

大震災後、神戸にとって年末の最大のイベントとなったのが神戸ルミナリエである。1995年に始まり、1998年には492万人を記録した。近年は減少傾向にあるが、300万人以上の入込客を発生させている。

このように、この10年余りの各エリアの変化をみると、市街地の増大、北野の横ばい、須磨・舞子の増加から横ばい、神戸港の減少から横ばい、六甲・摩耶および有馬の減少から横ばいという違いがあることがわかる。1977年と2009年での各エリアの占める割合を示したのが、図4、図5である。エリアやイベントの項目が増えているので、単純には比較できないものの、1977年には六甲・有馬・須磨で全体のほぼ75%を占めていたのが、2009年には38%まで比重が小さくなっている。一方、残りの25%でしかなかった市街地、北野、神戸港が、2009年には47%を占めている。旧外国人居留地で開催されるルミナリエを入れれば58%と、さらに比重は大きくなる。

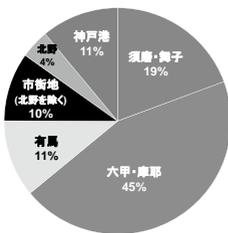


図4 神戸市入込観光客数 地域別割合 1977年
『神戸市統計書』より作成

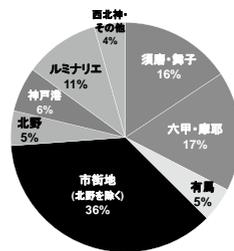


図5 神戸市入込観光客数 地域別割合 2009年
『神戸市統計書』より作成

このように、神戸市における観光は、歴史的な背景をもった、温泉保養や

レクリエーションを基本とする観光から、街中の商業・娯楽施設、ミュージアム、イベントなどを対象とする都市観光へと、その重心が移動してきたことが明らかであろう

2. 観光エリアの変遷 ——拡大する都市観光——

本節では、第二次大戦後における各エリアの変遷について、特に、都市部の観光エリアが注目されて入込客を増加させた時期に焦点を絞り、背景となる社会経済の環境や観光欲求の変化とのかかわりも視界に入れつつ、その経緯を跡づけてみたい。

(1) 須磨・舞子と六甲・摩耶・有馬

海に面した須磨・舞子は、万葉集、古今和歌集に歌われた名所であり、近世期の旅行案内書であった各種の名所図会にも登場する。また、一の谷、須磨寺など源平ゆかりの史蹟を含み、それらも観光の対象となってきた。

一方、山間の有馬は、道後、白浜とならぶ日本三古湯と称され、古代から近代まで、数々の歌にも詠み込まれている。また、豊臣秀吉が再三通い、泉源の改修工事や湯殿の建設を行ったため、有馬の名は一段と高まり、近世期には旅人の目的地となってきた。

六甲は、これらに比べれば新しい観光地である。イギリス人の貿易商A.H.グループによって明治中葉にゴルフ場が完成された。その後、別荘地が開発され、外国人が好んで住んだことから「神戸外国人村」の異名をとった。六甲は、戦前すでに避暑・レクリエーションの適地として高い評価を得ていた。

これらの観光エリアは、1940年代後半から1970年代の終わりごろまで、神戸の観光の中心となっていた。この間の社会的な背景の変化は、おおまかに言って次のようなものであった。戦後復興期を経て高度経済成長期に入ると、所得と余暇時間の増加を背景に、国民の間で観光に対する欲求が表面化してくる。1960年代前半には、いわゆるレジャー・ブームが到来した。1964年には東海道新幹線、名神高速道路などの輸送インフラが整備され、観光の促進にも大きな役割を果たすようになる。また、この時期は、企業が福利厚生施

設として有名観光地に保養施設を設置することが一般的にみられた。1960年代後半になると、モータリゼーションの急速な進行とマイカーによる家族旅行の拡大が進む。

戦前、不要不急のものとして停廃止に追いやられたロープウェーが、大衆観光の勃興とともに各地で息を吹き返した。六甲・有馬、須磨においても、ケーブルやロープウェーの再開、新設が実施された(表1)。1955年の奥摩耶ロープウェーの開設によって、函館山、稲佐山とならぶ日本三大夜景の観賞地点とされる掬星台へのアクセスが容易になった。六甲山上には360度回転する十国展望台が設置された。また、ゴルフ場、スキー場、牧場の開設も同じ時期に行われた。1964年に開業した六甲山スキー場は、当時としては珍しい人工のスキー場であった。

前節でみたように、六甲・摩耶・有馬は、阪神・淡路大震災を挟んで入込客数が減少し、バブル経済時の水準にはほど遠くなっている。しかし近年、ガラス、ショッピング、アートなどの要素を取り入れた新たな施設も開設されており、観光の内容について転換がはかられている。具体的には、2000年代に入って、六甲山牧場・まきば夢工房、六甲ガーデンテラス、六甲ヒルトップギャラリーが立て続けに開業している。また、2010年から六甲ミーツ・アートが開始され、これまでとは違う観光の魅力を提供している。

同じ時期に有馬温泉でも、神戸市営の金の湯、銀の湯が、また、体験型施設として有馬の工房が開業した。秀吉が造らせた「湯山御殿」の遺構が発見され話題を呼び、これをきっかけに、資料展示を行う神戸市立太閤の湯殿館や、民間の有馬温泉太閤の湯が開業した。

さて、もうひとつの歴史の長い観光地である須磨・舞子について簡単にふれておきたい。1957年に神戸市立須磨水族館と須磨浦ロープウェーが開業した。1967年には須磨離宮公園が開園した。須磨は、山上遊園、海釣り公園、海水浴場などのレクリエーション施設中心の観光エリアといっていよう。なかでも集客力を発揮してきたのは前述した須磨水族館であった。須磨海浜水族園として全面リニューアルした1987年には211万人の来館者を記録している。

研究ノート

須磨・舞子の入込観光客数は、1980年代後半の水準にもどりつつあるが、ここでも新規の施設開発がみられる。1998年に明石海峡大橋が開通したことや、ほぼ同時期に神戸を横断する高速道路がさらに充実したことを背景に、マリニピア神戸がオープンし、中核施設に三井アウトレットモールが入った。

(2) 北野異人館

1970年代中頃から1980年代にかけて急速に観光地化が進んだのが北野異人館である。1868（慶応3）年の兵庫開港後、政府は外国人居留地を設置する。しかし、開港直前の政情不穏からその整備が遅れたため、生田川から宇治川の間北野村など9ヵ村を「雑居地」として指定し、外国人が日本人と混在して住むことを認めた。いわゆる異人館と呼ばれる外国人住宅の建設は、明治20年代後半より増え、第二次世界大戦後にまで及び、北野には洋風と和風の家屋が混在する独自の街並みが形成された。

その後、昭和30年代のホテル建設、40年代のマンション建設のブームを経て、50年代にはいると良好な住宅地環境を背景にブティックや飲食店などの専門店が立地しはじめ、都心の三宮とは趣を異にする商業地としての性格を帯びるようになる。また、異国情緒あふれる住宅地にファッショナブルなイメージが加わったことから観光地としての性格も強まった。

社会は高度成長から第一次石油危機を経て、低成長時代へと移行していった。1970年の大阪万博開催は、国民の潜在的な観光需要の大きさを顕にした巨大イベントとなった。同年には国鉄のディスカバージャパンキャンペーンが開始された。また、女性誌のan-an、non-noが創刊され、いわゆるアンノン族が登場したのもこの時期である。このような雑誌メディアでは、萩、津和野、飛騨高山、倉敷などと並んで北野もたびたび取り上げられていた。この時期には観光旅行のスタイルが変化して、行動主体が男性中心の団体から女性中心の個人・小グループへ、目的も慰安や見物から文化やショッピングへと重心が移動していった。

北野異人館が観光地として発展することを決定づけたのは、1977年に放送されたNHKの連続テレビドラマ「風見鶏」であった。すでに知名度の上がりつつあった北野周辺は、高視聴率をとったこの作品の舞台として想定され

たことで一気に注目を集める。同年には、異人館が公開されるようになる。うろこの家を皮切りに、風見鶏の館、白い異人館（後に萌黄の館に改称）などが開設され、さらに観光客が急増していった。

しかし、さきにふれたように、観光地化する以前から住宅を取り壊してマンションや商業・業務建築へと転換する例が増え、それまでの景観の連続性を阻害するものも目立ちはじめていた。そこで、神戸市では地区の歴史的環境を保全・育成するために、1979（昭和54）年、北野・山本通り地区（約32ha）を都市景観形成地域に、さらに同年、このなかで異人館などの伝統的建造物が集中する範囲（約9.3ha）を伝統的建造物群保存地区に指定した（翌年には国から重要伝統的建造物群保存地区の選定を受けている）。

景観の保全が課題として浮上する一方で、昭和50年代に急激に観光地として人気が増したことで、それまでの閑静な住宅地に観光客が押し寄せ、地元の人びとは、ゴミ、トイレ、不法駐車に代表される観光公害に悩まされることになった。急増する観光客への対策と地区景観の保全、育成を目指して、1981年に地区内の6自治会と2婦人会、そして商業者組織が集まって「北野・山本地区をまもり、そだてる会」が結成された。同会は、1987年に地区白書「北野・山本1987」を作成し、これをもとに翌年には「まちづくり計画」を策定するとともに、「クリーン作戦」「ノースモーキングゾーン」「迷惑看板・自動販売機等をなくす運動」「インフィオラータ」などの実践活動を展開してきた¹。

阪神・淡路大震災によって北野・山本地区の異人館も大きな被害を受けた。入込観光客は大幅に減少し、震災の年は前年の4分の1にまで落ち込んだ。その後、壊れた異人館の補修や全壊した建物の復元などが行われ、公開異人館の大部分は再開を果たし、1998年には入込客も160万人水準に回復する。ただし、この間の増加は、異人館街からは離れたところにある小学校（1931年築）を再生活用した「北野工房のまち」の新設によるところが大きい〔神戸市教育委員会編2000：76-78〕。

(3) 神戸ポートアイランド博覧会（ポートピア'81）

1980年代は神戸の都市観光のいわば骨格が形成される時期である。この大

研究ノート

きな潮流にあって、最大のエポックともいえるのが神戸ポートアイランド博覧会（以下、ポートピア'81と記す）であった。この博覧会開催の背景には、当時の神戸経済の状況があった。石油危機によって鉄鋼・造船等の重厚長大産業の凋落が始まったが、それに依存する神戸経済のダメージはとりわけ大きかったため、不況に対するカンフル剤として大規模なイベントが必要であった。また、ポートアイランドをファッション産業の拠点として売り出し、神戸の産業構造の転換を促進するねらいもあった。さらに、ポートアイランドの売却を円滑に進めるために、強烈なイメージアップが求められた。加えて、地元財界が博覧会による地域経済の浮揚を期待していたことも開催決定の要因であった〔真淵2005：678〕。

こうした背景のもとに、貿易、産業、商業、住宅など、複合的な機能を持った人工島であるポートアイランドの完成に合わせて、ポートピア'81が開催された。テーマは「海の文化都市の創造」である。期間は1981年3月20日～9月15日の180日間であった。会場面積は約72haで、32のパビリオンが建ち並び、31か国の参加を得た。入場者数は1610万人に達し、予想を大幅に上回り、地方博覧会としては当時の最高記録となった。収支決算は65億円の黒字に終わり、1980年代末にピークを迎える全国の地方博ブームに先立つ成功例として注目を浴びるようになる。博覧会の施設や演目は概ね以下のようであった。

会場には、海洋開発、宇宙、新しい資源エネルギーなどをテーマにした展示施設が並んだ。奇抜で個性的な外観をもった大企業・企業グループのパビリオンは、大画面映像や体感型のアトラクションを提供し、来訪客が長蛇の列をなした。パビリオンのほかに、友好都市である中国天津市から借り受けたジャイアントパンダを飼育展示するパンダ館が開設され、人気を博した。また、専用の大型テントを張ったポートピアサーカスでは猛獣ショー、空中ブランコなどが演じられた。さらに、隣接する敷地には、博覧会に合わせて遊園地の神戸ポートピアランドが開業し、世界最大級の観覧車や新型ジェットコースターが呼び物となった。

風見鶏の館などの異人館や居留地の洋館や日本商家によって明治時代の街

並みが“異人館通り”として再現された。内部は飲食・物販の商業施設であったが、会期中、常に繁華街なみの混雑を呈した。

参加した国および州・都市には、それぞれの文化を紹介する日としてナショナルデーやスペシャルデーが設けられていた。その中心的な内容は、各国・地域の伝統的な民族舞踊であった。各地域の民族衣装をまとった人びとによって、毎日のようにパフォーマンスが提供された。また、国内の各県ブースは、それぞれの伝統文化の展示を競い合い、外国館は観光キャンペーンを兼ねた展示を行った。

このようにポートピア'81は、人工島に突如として現れた娯楽と祝祭の空間であり、総体として一大レジャー空間として機能した。つまり、神戸の歴史的経緯をふまえた都市発展や国際交流という理念をかかげながらも、現実的には非日常的な楽しい体験を提供する諸もろのアトラクションで構成された観光イベントとなっていたといえる²。

(4) 南京町

さきに述べたように1868年の神戸開港後、9カ村が雑居地として指定された。修好条約を結んでいなかった中国の人びとは外国人居留地には住めなかったことから、隣接して置かれた雑居地に集住しはじめた。開港から10年経った頃には中国人街の様相を呈したことから、“南京町”と呼ばれるようになる。1899年の居留地の廃止と外国人の内地雑居の公認以降は、華僑は徐々に周辺各地へと拡散した。一方、日本人商人も南京町へ店舗を開設するようになる。大正期から戦前までは、南京町は食料品市場としての性格を強め、近畿一円に知られるまでに成長する [余・菅原2008 : 761-762]。

しかし、日中戦争で華僑人口は減少し、1945年の空襲によって神戸の中心部は壊滅的な被害を受け、南京町も焦土と化した。戦後はヤミ市が形成されるが、やがて進駐軍兵士らを相手として、いわゆる「外人バー」が集積し、歓楽街としての色彩も強まった。この性格は高度経済成長期も続き、外国人船員やベトナム戦争時の帰休兵らが多く出入りした。しかし、オイルショック以降の海運不況や円高で外人バーは次つぎと閉店し、この地区は衰退していくことになる。

研究ノート

危機感を抱いた地元事業者によって、1976年に「南京町を考える会」が発足し、地区の復興整備に関する陳情書を神戸市に提出したことから再開発の道りが始まる。この陳情に対し、市は「中国的な景観や意匠に富んだまちづくりをバックアップする」という方針を決定する。翌1977年には市の援助を受け入れるため南京町商店街振興組合が設立された。さらに、地元、市職員などからなる「まちづくり協議会」が組織され、1981年に整備事業実施計画が策定された〔大橋2004：105-107〕。

観光地としての南京町は、ガイドブック等では一般に「チャイナタウン」として表象されている。チャイナタウンを具体的にイメージさせる景観の形成は、この計画に基づいて行われた景観整備事業以降に本格化していく。たとえば、メイン道路を中国の伝統的な敷石による歩道の様式である「舗地」に造り替え、中央には広場を整備した。また、中国式の楼門、獅子像、東屋などを次つぎに設置していった。この過程では、中国関連業種の店舗を中心に、中国風のデザインを取り入れた建物ファサードの修景も進行した〔大橋2004：107〕。

1980年代には、隣接する旧居留地地区における景観形成への取り組み、メリケンパークの整備やループバスの運行などが実施され、それにともなって、神戸の都市観光地としての色合いが強まっていった。南京町地区も観光を軸とした都心の歩行者ネットワークの重要な拠点として神戸市に認識されるようになる。市は、神戸のイメージを担う重要な地域として南京町を位置づけ、1990年に景観形成地区に指定した。その基本方針は、中国系業種の集積を活かして異国情緒豊かな街並みを演出していくことであった。具体的な方策として「南京町地区景観ガイドライン」が定められ、地区における新築、増改築に対しては、屋根・庇、外壁、1階の用途・形態、屋外広告物、その他について設計上の誘導が進められていくことになる〔大橋2004：107-108〕。

1990年代に入ると、こうしたチャイナタウンという空間形成の方向づけはハード面からソフト面へと比重を移行しつつ、いっそう強化されていく。たとえば、1987年から旧暦の正月に合わせて「春節」をアレンジし、「神戸南京町春節祭」が開始される（1997年、神戸市は地域無形民俗文化財に指定）。

1996年にはメインストリートを中心に、約300個の黄色の中国提灯がずらりと並ぶ「南京町ランターンフェア」がはじまる。さらに1998年から秋の収穫を祝って地の神様を祀る「中秋節」をスタートしている。これらのイベントでは、獅子舞や龍舞が催されるが、それらを演じる団体も拡充を遂げていった。

(5) メリケンパーク、ハーバーランド

1980年代という時代は、観光が全国的な経済・社会の変化を特徴づける領域として前面に登場してくる時代である。まず、大きなエポックとなったのは、その後の観光・レジャーに多大な影響を与えることになった、1983年の「東京ディズニーランド」の開園であろう。埋立地に人工的に形づくられた空間は、高度の技術と人的パフォーマンスによって「夢と魔法の王国」という演出のコンセプトを徹底し、これまでにない娯楽の空間を提供した。

1987年には総合保養地域整備法（通称リゾート法）が成立する。バブル経済を背景に、観光施設を含むリゾートの開発を全国各地域に展開することを推進した。その結果、ホテル、ゴルフ場、スキー場、マリーナ、テーマパーク、リゾートマンションなどを組み合わせた大規模な開発が急増した。

一方、大都市部では、産業をけん引してきた重工業や貿易のためにもっぱら用いられてきた港湾地域が大きく変化した。船舶の大型化、貨物輸送のコンテナ化などで港湾施設の老朽化や機能低下が問題となってきた。旧港地区（インナーハーバー）を新たな都市活動の場へ転換する、いわゆるウォーターフロント再開発は世界的な潮流でもあった。再開発では、単に業務施設だけでなく、ホテル、会議場等のコンベンション施設、飲食、物販の商業施設、観覧者や水族館などレジャー施設、オブジェやプロムナードを配した親水公園などが複合的に整備され、新たな観光地を形成するようになる。

神戸でも古くから形成された埠頭、岸壁が機能低下をきたし、都心の新たな空間へと転換がはかられた。臨海部の再開発は、大きく二つのエリアからなる。ひとつは、メリケン波止場の周辺の再整備である。船溜まりとなっていた海面を埋め立てて、メリケンパークを開設した。そこには、神戸海洋博物館、ホテルオークラ、神戸メリケンパーク・オリエンタルホテルなどが立

研究ノート

地した³。

もう一つは、旧国鉄の湊川貨物駅を中心として周辺の再開発によって生み出されたハーバーランドである。大手百貨店が中心になって出資したオーガスタ・プラザ、オープンエアの複合商業施設である神戸モザイクなどが誕生した⁴。

1節でもみたように、港の観光の中心的な位置を占めるこのエリアは、大震災後、入込客数が減少し、回復するに至っていない。むしろ、2000年代に入ると200万人を割り込む状況となっている。この要因のひとつには、三宮の商業施設の復旧が達成されたことで、それまで代替的にハーバーランドに流れていた客が奪われたことがあげられる。また、湾岸沿いの高速道路や国道による都心部との分断や、公共交通アクセスの不便といった構造的な問題がある。しかし、より構造的な問題は、演出的に構成された空間の魅力の低下ではないかと思われるが、この点は後の節で述べたい。

(6) 旧外国人居留地

繰り返しになるが、1995年の阪神・淡路大震災によって、神戸の観光も甚大な被害を受ける。各エリアでは、観光対象となっていた歴史的な建造物の崩壊や、宿泊施設、輸送手段などの機能停止によって観光客の受け入れは大幅に制約され、それらが復旧した後も風評被害もあって入込客数の回復には時間を要した。

震災後の神戸観光の展開は、集客施設群を建設するような巨大投資による開発とは異なる方向へと進んでいった。全国的な傾向としても、バブル経済を背景にしたリゾート開発的な発想や手法は急激に衰微していった。そうしたなかで神戸で注目されるのは、都市観光地としての旧外国人居留地の発展である。

都市観光地神戸の変遷に関する予備的考察

表1 神戸市における観光(施設)開発のあゆみ(1948年~2012年)

1948	六甲ケーブル再開	1970	(県)近代美術館開館	
1949			六甲有馬ロープウェイ開業	
1950	王子動物園開演(諏訪山から)	1971		
	六甲山牧場(開設企画・一部整)	1972		
	★六甲山カンツリーハウス再	1973	★香雪美術館	
	みなと巡り(港内巡覧船)開業	1974		
1951	須磨海浜公園開園	1975		
	南蛮美術館開館(1982年市博物館)	1976	六甲山牧場(一般開放)	
1952			須磨海づり公園開園	
1953		1977	公開異人館:うろこの家開館	
1954		1978	公開異人館:白い異人館・風見鶏の館・ラインの館開館	
1955	奥摩耶ロープウェイ開業		★沢の鶴史料館(昔の酒蔵)開	
	摩耶ケーブル再開	1979	★箱木千年家移築・公開	
1956		1980	★神戸華僑歴史博物館開館	
	須磨水族館開館(1987年水族)	1981	ボートライナー開業	
	森林植物園開園		神戸ボートピア'81開業	
	★回る十国展望台開業		神戸国際会議場・展示場開業	
	須磨浦ロープウェイ開業	★神戸ボートピアランド開業		
1958			★公開異人館:英国館開館	
1959	舞子ゴルフ場(パブリックコース)開業		★北野ランプ博物館開館	
			★UCCコーヒー博物館開館	
1960	旧ハッサム邸移築(相楽園)	1982	市立博物館開館	
	★菊正宗酒造記念館開館		南京町街路整備・楼門竣工	
1961	有馬温泉会館開業		★公開異人館:ペルシャ美術館・アメリカンハウス・洋館長屋開館	
1962	国民宿舎須磨荘開業		★白鶴酒造資料館開館	
1963	国際港湾博物館開館(1987年海洋博物館)	1983		
	神戸ポート・タワー開業	1984	農業公園(神戸ワイン城)開園	
	★六甲山人工スキー場開業		青少年科学館開館	
1964	旧ハンター邸移築(王子公園)		森林展示館開館	
1965			平磯海づり公園開園	
1966			★公開異人館:オリエント美術館(山手八番館)開館	
1967	須磨離宮公園開園		★竹中大工道具館開館	
	北神戸ゴルフ場(パブリックコース)開業		★須磨寺三重の塔再建	
1968			★孫中山記念館(移情閣)開館	
1969				

研究ノート

1985	ユニバーシアード神戸大会開 総合運動公園(ユニバー記念 競技場、グリーンスタジアム 神戸)開園	1997	神戸ファッション美術館開館	
	西神戸ゴルフ場(パブリック コース)開業		神戸港震災メモリアルパーク ★国際会議場(ポートピアホ ール)開業	
	★公開異人館:ハリウッドス ターウェイ・明治館等開館		★白鶴酒造資料館再建開館	
	★摩耶山天上寺金銅再建		★こうべ甲南武庫の郷開館	
	★公開異人館:シュウエケ 邸・展望塔の家等開館		★蔵元酒心館開館	
1986		1998	★キリンビール神戸工場「丘 の上の醸造所」開業	
1987	第1回「南京町・春節祭」開 催		(公団)橋の科学館開館	
	神戸メリケンパーク完成・開 園		(県)舞子海上プロムナード開 館	
	神戸海洋博物館開館		アジュール舞子開園	
	須磨海浜水族園開館		マリンピア神戸:水産体験学 習館開館	
	六甲牧場・神戸チーズ館開館	北野公房のまち開館		
	★公開異人館:オランダ館・ペ ンの家開館	★櫻正宗記念館「櫻宴」開館		
	★公開異人館:ホワイトハウ ス開館	★菊正宗酒造記念館開館		
1988	★グリコピア神戸開館	昔の酒蔵・沢の鶴資料館再 建・開館		
	1989	しあわせの村開村	太閤の湯殿館開館	
	水の化学博物館開館	1999	★神戸ランプミュージアム開 館	
1990	シティループバス運行開始		2000	
1991	布引ハーブ園開園	2001	六甲山牧場・まきば夢工房開 業	
	埋蔵文化財センター開館	2002	県立美術館開館	
	★兵庫・能福寺大仏再建	有馬温泉金の湯開業	2003	★六甲ガーデンテラス開業
	新神戸ロープウェイ(神戸夢 風船)開業	有馬の工房開業	2004	
1992	神戸ハーバーランド完成・開 園	2005		
	舞子タワー開業	2006		
	小磯記念美術館会館	2007	★六甲ヒルトップギャラリー 神戸ビエンナーレ	
1993	フルーツフラワーパーク開園	2008		
	★ホール・オブ・ホールズ六 甲開館	2009	長田・「鉄人28号」モニュメ ント完成	
	アーバンリゾートフェア神戸 '93開催	2010	六甲ミーツ・アート開始	
1994	K-CAT(神戸シティエアター ミナル)開業	2011		
1995	★公開異人館・補修再開(~ 1997)	2012	★横尾忠則現代美術館開館	
	浜福鶴吟醸工房開館			
1996				

注) ★は民間施設。中尾清2005『都市観光行政論』たいせい、神戸市経済局『神戸の経済』各年版、各施設ホームページなどを参照作成。

すでにふれたように、1868年の神戸開港とともに、外国人商人が居住して貿易業務を行うための居留地が建設された。居留地はヨーロッパの近代都市計画技術をもとに設計され、格子状街路、街路樹、公園、街灯、下水道などが整備された。126区画の整然とした敷地割が行われ、この形状は現在もほとんど変わらず残っている [神木2005: 16-20]。居留地返還後も、この地区は銀行、商社、造船などの企業が集積し、まさに都市経済の中核を形成していた。戦後の高度経済成長期における東京一極集中の流れのなかで、多くの企業が本社機構を東京へ移したため、神戸の支店経済化が進み、旧居留地の弱体化と人の流出が始まる。ビルには借り手がつかず、空地も放置されるような状況であった。

しかし1970年代後半になると、レトロブームにのり、地区内に多く残されていた近代建築物と歴史的雰囲気が見直され、ブティックや飲食店が新しく立地するとともに、事務所も再び増えだした。1982年には元横浜正金銀行の建物を改修、増築して神戸市立博物館が開館している。1983年に当地区22haが都市景観形成地区に指定され、街並み形成の方向が明らかになっていく。とはいえ、1990年頃までは百貨店大丸神戸店と旧オリエンタルホテルのみが商業施設であり、他はオフィスビルによって構成されていた。街の特性を生かした商業空間づくりの契機となったのは、大丸が倉庫として利用していた近代西洋建築を改修し、旧居留地38番館として店舗に活用しはじめたことである。その後、チャータードビルや商船三井ビルなどの大正から昭和初期にかけて建設されたビジネスビルが、ファッション関係の店舗やカフェ、レストランとして再生活用されるようになり、観光対象としても機能するようになっていく。なかでも、この地域のシンボリックな存在でもある国指定重要文化財の旧居留地十五番館は、大震災によって全壊するが、部材の七割を用いて復元され、レストランとして再び活用されている。

大丸は、その後も周辺のビルを借上げ、高級ブティックなどを積極的に出店し続けた。現在では20以上のビルに多店舗展開をしている (図6)。また、2000年代に入ると、こうした旧居留地の街並みの変化は、ルイ・ヴィトンなどのファッション関係の世界的な外資ブランドが直接、出店することにもつ

研究ノート

ながった。それによって来客が増加するにつれ、レストラン、カフェ、ホテル等もさらに増加しつつある。

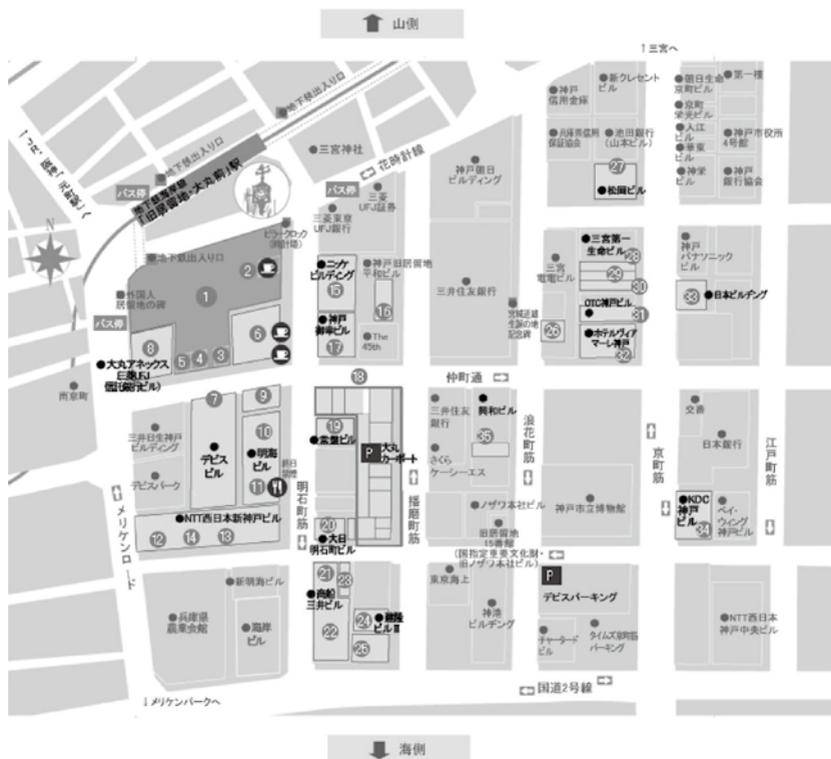


図6 旧居留地内の大丸神戸店の店舗 (○番号1~35)

出所) 大丸神戸店HP、

<http://www.daimaru.co.jp/kobe/floor/syuhen.html>

なお、1995年以来、旧居留地では仲町通と東遊園地が電飾で彩られる神戸ルミナリエが開催されるようになり、年末の期間中は300万人以上を集客している。

旧外国人居留地には、もともと整備された街区に趣のある近代建築が存在

するだけでなく、電柱を取り除き街路樹が植わった歩道が完備され、看板・自販機などが規制された美しく端正な街並み景観が形成されている。このことが旧居留地を観光地として成立させた基盤であるが、それを実現するうえで大きな役割を果たした組織が、「旧居留地連絡協議会」である。戦後、当地域に会員30社程度の「国際地区共助会」という親睦団体が結成された。これが母体となって1983年3月に旧居留地連絡協議会が発足し、現在に至っている。

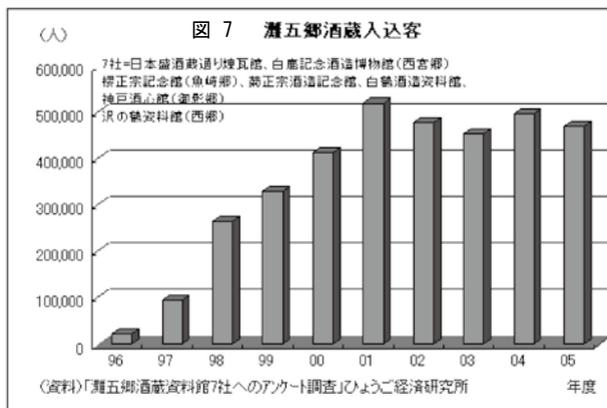
さきに述べたように、同年の6月には、旧外国人居留地が神戸市都市景観条例に基づく都市景観形成地域に指定される。この指定にあたっては、旧居留地連絡協議会は都市景観審議会に委員を送り込むなど、地元参加を神戸市に申し入れるとともに、これを可能とするために会員の増強や組織体制の強化をはかった。

このように、旧居留地連絡協議会は当初の親睦組織から街の全体的な発展を見すえて諸もろの活動に取り組む組織へと発展していく。1989年には、まちづくり推進委員会を設立し、翌年に「新たな発展に向けて／旧居留地のまちづくり」を作成した。また1994年には、地域計画プロジェクト委員会を発足させ、「歴史の流れを未来に引き継ぐ／神戸旧居留地・景観形成計画」を策定し、街並みのあり方を提案している⁵。

旧居留地連絡協議会は、観光振興を目的に活動をしてきたわけではないが、美しい街並み景観の形成の実現が結果として観光対象としての価値を生むことになり、ブランドショップ、カフェ・レストランなどの増加と相まって観光エリアとして認知されることになった。

(7) 近年の神戸観光の展開

バブル経済の終焉とその後の不況の長期化は、観光にも大きな影響を与えた。リゾートブームに乗った開発を含め、大型施設に大量の誘客をする形の観光地は需要の落ち込みによって厳しい状況にさらされる。一方で、1990年代には円高を背景に海外旅行者数は増加を続けた。とくにアジア旅行の低価格化は、国内観光地との競争を引き起こした。かくして国内では、旅行日数や消費単価は伸び悩み、いわゆる「安・近・短」志向が強まっていく。また、



出所) 水上潤「兵庫・神戸の観光のあり方を考える」

『ひょうご経済』第92号、ひょうご経済研究所、

<http://www.heri.or.jp/hyokei/hyokei92/92tyosa.htm>

この間の観光スタイルの変化も見逃せない。観光先での行動は、従来の基本であった「見る」「食べる」「買う」に加えて、「参加する」「体験する」「交流する」といった、体験型のものへのシフトが指摘されるようになった。

こうした環境変化のなかで、神戸の観光も新たな展開をみる。特徴的なものを三点だけあげてみたい。まず、灘の酒蔵観光の増加である。1990年代後半、灘五郷の酒蔵が体験型の施設を次つぎ整備していく。1997年には10万人に満たなかった入込客が2001年には50万人を超え、その後も40~50万人の水準を保っている(図7)。産業博物館は、全国的にもさまざまな企業・業種で開設の動きがあるが、背景には、さきに指摘したような要因が働いているものと思われる。

次に、六甲・舞子地区の開発の進展である。1990年代末から、山陽自動車道、阪神高速7号北神戸線・同31号神戸山手線、神戸淡路鳴門自動車道といった、神戸を横断する高速道路が開通し、関西から中国・四国地方にかけての交通の利便性が高まった。1998年、舞子には舞子海上プロムナード、アジュール舞子、マリンピア神戸が相次いで開設された。これらの施設は同年

に完成した明石海峡大橋を臨む位置にあり、そこからの眺望が観光対象にもなっている。アジュール舞子は、古くから親しまれてきた白砂青松の景勝地「舞子の浜」を復元した公園で、夏場には海水浴場となる。マリンピア神戸は水産体験学習館やマリナーを含むが、集客の中心は三井アウトレットパークマリンピアである。

最後に、(現代)美術館の静かなブームや現代アートのイベントがあげられる。金沢21世紀美術館や瀬戸内国際芸術祭など、現代アートが観光と結びつく現象は全国的にみられるようになってきた⁶。2002年に開館した兵庫県立美術館は、地元神戸の代表的な芸術家による近代絵画だけでなく、現代アートの企画展示にも力を入れている美術館である。前面の海に接するなぎさ公園と一体化した建物は安藤忠雄によって設計されたものであり、話題性を付加するひとつの要素となっている。また、2007年に開始された神戸ビエンナーレは、メリケンパークに臨時に置かれたコンテナを展示スペースとして、現代アートの作品が競い合う個性的なイベントである⁷。

3. 演出空間の構築に関する考察

ここでは観光空間の形成について、とくに空間の演出の特徴や手法に焦点を絞って、いくつかの点を指摘してみたい。以上では、北野異人館、南京町、都心ウォーターフロント、旧外国人居留地という主要な四つの観光エリアを中心にみてきたが、いずれも、開港以降の歴史や文化遺産を背景にもち、それらを活用している。しかし、それは歴史的な価値や意味づけをそのまま観光の要素として位置づけているわけではない。神戸がもつ、外国文化（とくに近代西洋文化）の受容、貿易を支えた港町、それらから派生したファッションナブルな文化といったイメージを、いかに具現化して意図的に演出するかが観光地となる際の鍵であった。

いうまでもなく、こうしたイメージ形成の過程には、メディアの働きが強く作用している。すでに指摘されてきたとおり、観光は社会的な記号の集積であり、その形成は、メディア、なかでも視覚的メディアによって再生産される [アーリ1995: 5-6]。ガイドブックやパンフレットのみならず、各種の

研究ノート

雑誌、ドラマ・映画等のメディア作品、インターネットのブログなどで繰り返し記号が提示され、イメージは再生産されてきた。神戸においても、テレビドラマの「風見鶏」、女性雑誌の「an-an, non-no」、「ポートピア'81」のテーマソングなどは観光地イメージの形成において重要な契機となっていた。

しかし、こうしたメディアの表象が一方的あるいは均質的に神戸の観光をかたちづくってきたわけではない。観光客を受け入れる当事者は、それぞれに固有の条件や背景をもちながら、各観光エリアの空間演出とイメージの形成に関与してきた。言いかえれば、メディアや観光客が描くイメージを演出するための枠組みや実際的な手法を練り上げながら、独自の観光空間を形成してきたのである。以下では、「異国情緒」「港町」「おしゃれ」という典型的な神戸のイメージを体現してきた四つのエリアについて、演出の主体、方向、手法などを粗っぽくではあるが考察してみたい。

(1) 北野異人館

北野異人館街という観光エリアでは、一方で、都市行政と地元住民組織によって、北野異人館を文化遺産（伝統的建造物群）として保存し、歴史性を重視した美しい街並み景観を保全することがはかられてきた。他方で、現実の北野異人館の活用において、公開された異人館群はエキゾチックな雰囲気をかもし出す記号として機能し、観光向けのグッズやアトラクションの入れ物としての役割を果たしている。

このように、文化遺産と観光対象という異なる文脈のなかに、同時に、北野異人館は位置づけられてきたが、実際の公開異人館の活用手法は、明らかに観光施設化の方向で進んできた。あたかも国際博覧会のパビリオンのように、英国、フランス、イタリア、オランダ、オーストリア、デンマーク、中国、パナマといった各国の名前を冠した館や施設は、アトラクションとしての性格を如実に表している⁸。また、各公開異人館の内部は、季節に合わせたテーブルコーディネートや、民族衣装の体験、家具やブランド品の展示など、各国のイメージに沿った演出が施されている。英国館に「シャーロック・ホームズの部屋」が作られ、細部にまで凝った再現が見られるのは最近の典型的な例である。

北野異人館という文化遺産（伝統的建造物）が、観光に呑み込まれる状況は、メディアによるイメージ形成と欲求の創出のほかに、北野・山本地区の伝建そのものの構造にも起因するところがある。1975年に文化財保護法に導入された伝統的建造物群保存地区の制度は、建物の外観をできるだけ維持して街並み景観を保つことを優先し、内部は現代的な利用に耐えるよう改修することを認め、新しい用途を取り入れて使い続けていこうとする動的な保存の考えに立っていた。この際、活用の仕方については観光利用を排除しないどころか、むしろ保存のための有力な方法として前提にさえしていた。実際、伝建地区の成立過程は観光地化の進展と表裏をなしていた。

こうした基本的な性格に加えて、北野・山本の伝建地区には独自の特徴が備わっている。日本の近世期にその原型を構成した伝建の街並みは、ほぼ同様の建築様式でつくられた家屋や蔵などで構成されるのが一般的である。たしかに、北野・山本地区の家屋にも、下見板張りの壁、ペイウィンドウ、開放的なベランダ、レンガ積み煙突など、コロニアルスタイルと呼ばれる建築の様式が共通にみられる。しかしながら、個別の建築は、全体の形状、規模、色彩、意匠などかなりの差異を生んでいる。このため、各建造物が異なる観光アトラクションとして機能し、それらに各国の記号が付与されることで差異を強調することを可能にしてきたのである。

ところで、伝建の観光による活用は、その空間の商品化の推進と結びつく。公開されている北野異人館のほとんどは入館が有料の施設であり、そのなかで飲食、グッズ、体験アトラクションが有料で提供されている。さらに、周辺には多くのショッピングや飲食の施設が存在する。

ネーミングや内部の装飾にみられるように、個々の公開異人館を運営する事業者によって、外国とくに西洋各国のイメージを誇張、強化する演出が加えられている。しかし、こうした北野異人館の商業利用に傾斜した観光地としての展開は、伝統的な街並み景観の保全や歴史性の理解とは必ずしも合致せず、地域住民ないし行政の推進するまちづくりの方向との齟齬が生じることもあった⁹。

(2) 南京町

南京町という地区は、神戸における華僑の居住地（雑居地）という歴史的背景を背負いながらも、それとは一度切り離された文脈（ヤミ市、歓楽街等）の中で再創造されてきた。1970年代末から、地元商店街組合と神戸市の連携によって、建築意匠を中心として「チャイナタウン」の視覚的イメージが利用、具現化され、南京町は戦略的に形成され直した。

こうした空間イメージの形成は、単にメディアや観光客の側の抱くイメージに準拠し、受動的に反応して行われているのではない。大橋健一が指摘するように、日本人の側からの一方的なイメージの押し付けと理解すべきではなく、むしろ、ホスト側が観光のまなざしを流用し、戦略的に景観形成とイメージづくりを推し進めてきたのであった [大橋2004：109-110]。都市産業の構造的な変化を受けて、観光の重要性を認識しはじめた神戸市も、南京町をその一拠点として組み込み、中国風の異国情緒豊かな街並みを演出して形成し、戦略的にプロモートしてきた。

観光の拡大は、飲食・小売中心の商店街である南京町にとって有効な集客手段となり、結果として商業集積をさらに高めることになった。南京町は中国を連想させる記号を随所に配して、「チャイナタウン」の演出を強めることで観光地として認知度をあげ、観光による集客が商店街の活性化に結びつくという好循環を招いたといえるだろう。また、南京町は、観光の文脈を介して地域のアイデンティティないしエスニシティの再構築をはかってきたのであり、中国風の景観や祭りという観光文化の生成が、その基軸に据えられてきたと考えられる。地元商店街組合が空間を積極的に演出し、集客を推し進めた南京町のあり方は、住宅街の歴史的な性格から派生して観光地となった北野異人館と対照的である。

しかしながら、そうした空間の演出も統一的に矛盾なく進められているわけではなさそうである。1994年に南京町商店街振興組合は、「南京町」という名称を商標として登録した。それに依拠して、南京町の名称を商品に付すことができるのは、組合のメンバーだけであることを明示し、観光客・消費者に、それ以外の店舗での勝手な利用には正統（正当）性がなく、南京町と

は何ら関係がないので十分に注意すべきであると呼びかけている¹⁰。ここからうかがえるのは、テーマパークのように、一企業が統括的・一元的にコンセプトを決定し、組織や空間を設計・運用できるのと比較して、個別企業の任意の集合体である商店街が、一つの街という空間をコントロールすることの難しさである。

(3) メリケンパーク、ハーバーランドおよび旧外国人居留地

1990年代に入ると、バブル経済とリゾートブームが終焉する一方で、大型複合商業施設が全国に続々と登場し、とくに大都市のそれは観光の対象となっていく。そこでは、ディズニーランド的な手法が一般化し、アトリウムやギャラリーといった来訪客を取り込む大掛かりな演出空間が形成された。人びとは設定されたテーマのもとに人工的に創られた内閉的空間に身を置き、その擬似的環境を体感、回遊するとともに、消費に導かれる [中川2006: 276]。神戸のハーバーランドは、その先駆的な事例であった。

公共的な空間も商業空間も、海、水、港といったイメージを具象化する諸もろの記号群が布置されていった。跳ね橋、水路と鯨のオブジェ、地下街入口の壁面に飾られたフィギアヘッドの模造といったアイテムが随所に設置された。また、近代産業遺産である信号所を移築したり、レンガ倉庫をレストランとして活用するなど、物理的なレベルでの本物性は一部で保ちつつも、その機能は、商業や観光といった異なる文脈のそれへと組み込まれている。こうした「港神戸」の設えられた空間は、神戸という個別具体的な港の歴史を参照するのではなく、人びとが抱く典型的な港のイメージから再現された空間であった [堀野2006a: 93]¹¹。1990年代以降の大都市開発において、埋立地、再開発地に新規に立地した複合商業施設や公園のオブジェやプロムナードなどでは、次つぎと非日常の演出的な空間が生み出されてきた。しかし、寓意的な記号で構成されたその空間は、人びとにとってはあいまいにし難く解釈されえないため、安定性に欠けている。後から登場した、より大規模で新奇性を増した施設との競合によって、記号消費の有効性は急速に逡減し、演出空間の商品としての寿命は短縮されていく。

旧外国人居留地という場所は、近代の建築が一部存続することで、その歴

研究ノート

史性が一定程度、担保されている。126の変わらぬ街区に整った街並み景観が形成され、そこにブランドショップ、カフェ・レストラン、ホテルなどが進出したことによって観光地として発展しつつある。このように、現存する文化遺産に依拠する空間の基本構造は、北野異人館と類似している。しかし近年、ビルの機能的側面に関していえば、各種のブランドショップの売店に傾斜してきており、そのことが観光地化に寄与している。北野が開国以来の近代西洋文化のイメージを拠り所とするならば、旧外国人居留地は、現代社会において国際的に流通する商品と情報の移入と消費へと力点を移動させつつある。こうした変化の背景には、1990年代以降、いよいよ強まってきたグローバル化の進展があるだろう。商業、文化の領域においても世界的な企業の参入が、東京のみならず地方の中核都市へと広まる流れのなかで神戸の旧外国人居留地という立地選択が行われたものと思われる。

むすびにかえて

神戸の観光について、とくに1970年代以降の都市観光地化の動向と、各エリアの特徴に着目しながら、駆け足で述べてきた。いずれのエリアにおいても、その時代の社会経済的な環境要件を背景にして、街のもつ歴史・文化的イメージをもとに観光空間が意図的、戦略的に構築されてきたことをみてきた。より深い分析のためには稿を改めて、研究の視点や方法の枠組みを再度措定して、理論的、実証的に検証を加えたいと思う。ここでは、上述の内容を敷衍して、若干の論点を最後に示しておきたい。

ひとつには、社会的なトレンドとの関連において神戸という都市観光地が展開してきたということである。1970年以降、ディスカバージャパンに象徴される観光スタイルの転換や、エスニックな文化への関心の高まり、都市再開発における集客装置としての演出空間の導入、下町的な生活空間の再評価と街歩きの活発化など、時代とともに都市という空間に要請される観光魅力が変動していく。都市の地元ホスト側からみれば、それらは外部的な環境要因であり、基本的にはコントロールできない性格のものであろう。

このこととかがわって生じる問題は、都市空間を観光という文脈のなかで

提示するために、いったん施した演出は変更が難しいことである。現在、北野異人館が往時の活気を取りもどせないのは、大震災の影響だけでは説明できないだろう（市街地観光全体では入込客が増え続けている）¹²。異人館という素材をもとに外国イメージを具象化するアトラクションのあり方は、記号の消費が進むにつれ、いずれ価値＝魅力を減耗させて集客力を低下させる。その段階では、演出を補強する挺入れが必要となるが、観光地やスポットの全体イメージが構造的に魅力を減じてしまったならば効果はさほど期待できない¹³。この点では、メリケンパーク・ハーバーランドにも同様の傾向が指摘できよう。

1980年頃から、神戸の都市行政は観光の経済効果を重視し、各エリア（特に市街地と港）の観光地化において、景観条例や再開発計画、観光施設の整備などを通じて積極的に関与するようになった。公的な空間における演出の出来ばえは、集客力や場所のイメージを左右することで都市経済にも密接に影響を与える。観光に加えて、いわゆるMICEによる集客が都市経済の課題として浮上してきた今日、都市における観光の魅力向上は、都市間競争の一環としても無視できなくなっていくだろう。シンガポール、上海などの現状をみれば、こうした競争は国内のみならず、グローバルな次元でも繰り広げられ、神戸を含む各都市が国際的な観光地ヒエラルキーのなかに位置づけられていくことが予想される。

一方で、都市の観光には別のベクトルが働いている。工場夜景、メディアコンテンツ、アートイベント、パワースポット、施設見学、こだわりの雑貨やカフェ、街歩きなど、新たな観光を生じさせる契機が、次つぎと立ち表れてくることで、都市観光は常に生成の途上にあるといえる。これらは必ずしも意図的な演出によって最初から社会的に注目されるのではなく、自然発生的な人の動きや流れが観光へと発展してきた例が多い。都市には、演出によって構成される記号空間という商品には収まりきらず、市場に回収されない余地が存在していることも見落とせないであろう。

注

- 1 北野・山本地区をまもり、そだてる会HP、<http://www.kitano-yamamoto.com/contents/machinami/machinami.html>。
- 2 観光イベントとしてのポートピア'81の特徴については堀野2012を参照。
- 3 メリケンパークの開発概要については豊田1993を参照。
- 4 ハーバーランドの開発概要については伊賀1993を参照。
- 5 旧居留地連絡協議会HP、<http://www.kyoryuchi-club.com/modules/tinyd0/index.php?id=3>。
- 6 現代アートと観光の関連については、堀野2010を参照。
- 7 2011年は、神戸ハーバーランドをメイン会場としたが、そこでも、コンテナを擬似的に再現したスペースが作品の展示場所となっていた。
- 8 各館は外国を表象しているものの、それぞれ位相が異なっている。旧領事館のように歴史的由来が明確であるもの、異人館の旧住民が当該国の出身者であったもの、新規施設に外国の名前をつけたものに大きく分けられる。文化財/観光対象という北野異人館の両義性については堀野2006を参照。
- 9 北野・山本地区をまもり、そだてる会によれば、1995年の阪神・淡路大震災によって、異人館が町のシンボルであり、その保存が商業・観光の基盤であるという共通認識が広がってきたという。住民、公開異人館運営者、飲食・物販の各業界団体が会合をもち、各組織が実施する活動の調整や地区内の広告物についての基準づくりなど一体的な取り組みを検討するようになった。同会HP、<http://www.kitano-yamamoto.com/contents/machinami/machinami.html>。
- 10 南京町商店街振興組合HP、<http://www.nankinmachi.or.jp/index.html>。この背景には商店街振興組合の方針と整合しない、呼び込み、露店の商売や観光客の飲食マナーといった問題があるようだ。
- 11 横浜と神戸には、ほぼ同時期にナムコがプロデュースしたフードテーマパークが存在したが、それはステレオタイプな港の記号やイメージに基づく空間演出の端的な例であった。
- 12 ただし、地域の物理的・社会的な環境許容量との兼ね合いを考えれば、観光客の減少が必ずしも問題とはいえない。
- 13 わかりよい例がテーマパークの再生であろう。倉敷チボリ公園は、経営トップに民間人を据えて再起をはかった。テーマパークではなくプログラムパークとして組み立て直そうと試みたが、子ども向けの映画や演歌歌手のコンサートなどコンセプトが拡散してしまい、集客増には結びつかなかった。現在、ハウステンボスが経営再建の途上にあるが、オランダ・アムステルダムという明確な空間設定のもとで、どのような演出の転換やアトラクションの導入をはかるのかが注目される。

[参考文献]

- アーリ・ジョン（加太宏邦訳）1995『観光のまなざし』法政大学出版局。
- 伊賀俊昭1993「ハーバーランド開発」神戸都市問題研究所『ウォーターフロント開発の理論と実践』勁草書房。
- 大橋健一2004「観光のまなざしと現代チャイナタウンの再構築」遠藤英樹・堀野正人編著『「観光のまなざし」の転回』春風社。
- 神木哲男2005「居留地と外国貿易のはじまり」神戸外国人居留地研究会編『神戸と居留地』神戸新聞総合出版センター。
- 神戸市教育委員会編2000『異人館のある街並み 北野・山本』神戸市教育委員会。
- 神戸ポートアイランド博覧会協会1982『神戸ポートアイランド博覧会公式記録』。
- 豊田巖1993「メリケンパーク開発」神戸都市問題研究所『ウォーターフロント開発の理論と実践』勁草書房。
- 中川理2006「環境問題としての風景論」鈴木博之・石山修武・伊藤毅・山岸常人編『都市・建築の現在』東京大学出版会。
- 堀野正人2006a「「港」の記号と観光の都市空間——神戸における「港」の記号をめぐって——」『日本港湾経済学会年報』No.44。
- 2006b「都市観光の概念に関する一考察—観光対象となる都市をめぐって—」『奈良県立大学研究季報』第16巻第3・4合併号。
- 2010「アートの観光の展開について」奈良県立大学研究会『研究季報』第21巻第4号。
- 2012「観光イベントとしての博覧会—ポートピア'81を事例として—」『奈良県立大学研究季報』第22巻第4号。
- 真淵勝2005「イベントと都市の整備」新修神戸市史編集委員会『新修神戸市史行政編Ⅲ 都市の整備』神戸市。
- 余南・菅原洋一2008「近現代日本における中国都市イメージの形成と定着に関する研究」『日本建築学会東海支部研究報告書』第46号。