

## 事例番号 101 NPO が実現したまちの再生(兵庫県神戸市・新開地地区)

### 1. 背景

神戸市は、幕末に神戸港が横浜港と並ぶ国際貿易港として開港して以来、港(旧神戸港、現 JR 神戸駅周辺)を中心に発展してきた。新開地の場所は、元来は神戸港の内陸側、湊川の河口付近に近い土地であったが、氾濫した湊川を 1905(明治 38)年に付け替え土手を掘削して新しいまちが街が開かれた。それが「新開地」の名前の由来である。その後、新開地には「聚楽館」をはじめとする大衆芸能の劇場や映画館が次々と建てられ、映画評論家淀川長治氏を生んだ映画と芸能の本拠地となった。一時は「西の浅草」と呼ばれ、神戸一の繁華街、娯楽の中心地として栄えた。

戦後は、行政と商業の中心地が JR 神戸駅から東に約 3km の三宮周辺へ移り、それに映画産業の衰退が重なったことから、新開地はまちの求心力を急速に失い、男性向けの歓楽街としての性格を強めていった。そして、家族連れや女性が安心して訪れる町ではなくなり、新開地は「こわくて汚いまち」、「(一般的な市民が)行ってはいけないまち」との評判が定着するようになった。

このような状況に対し、1985(昭和 60)年頃から地元商店主や自治会を中心に、安全で安心して暮らせる町をとりもどそうという動きが出てきた。そして「新開地地区周辺まちづくり協議会」が結成され、神戸市との対話を始めるとともに、まち再生への活動が開始された。その活動の中心となったのは、1999 年に設立された「新開地まちづくり NPO」であった。



新開地の位置 (資料:新開地ファン・ホームページ掲載図を加工)

### 2. 目標

かつて文化や芸能の発信地であった「新開地らしさ」をとりもどすことを、まちづくりの目標としている。「新開地周辺地区まちづくり協議会」が策定した「新開地まちづくり構想」は、以下のまちづくりの方針を掲げている。

- ① まちづくりの位置づけ
  - 1) 三宮と一味ちがう繁華街

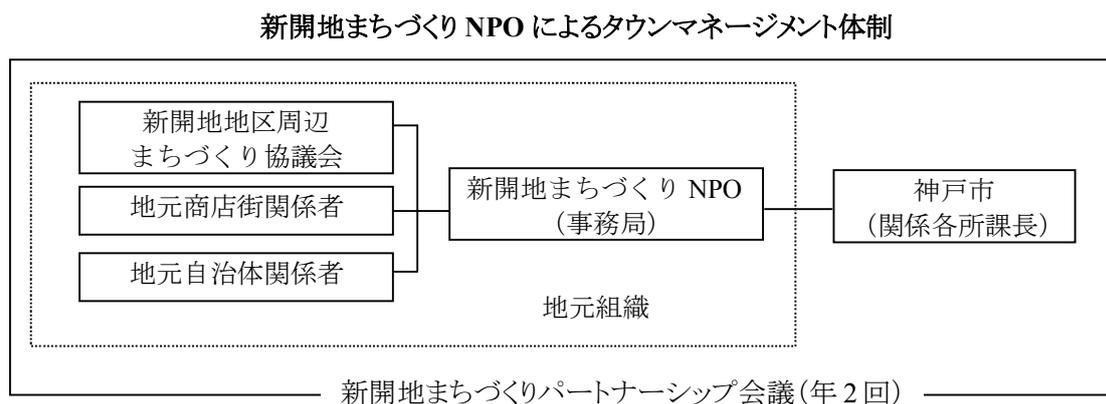
- 2) 育ちふれあうアートのまち
  - 3) ターミナル立地
- ② アピールしたい新開地らしさ(役割、将来イメージ)
- 1) 伝統と現代の遊びのある「新レジャータウン」  
伝統と現代の遊びがあるまち
  - 2) 世代を超えて親しめ安心できる「リラックスタウン」  
世代を超えて親しめる安心できるまち
  - 3) いろんな人が集う「新ダウンタウン」  
いろいろな人が住む新下町づくり
  - 4) 育ちふれあうアートのまち  
新開地がかつて持っていた文化・芸能の本拠地としてのイメージを現代的な形で復活・発展させ、まち全体が神戸の文化創造の拠点となるまち。「B 面の神戸です。」をコンセプトとしたまちづくり



新開地南側の入口

### 3. 取り組みの体制

「新開地まちづくり NPO」が事務局となり、神戸市、新開地地区周辺まちづくり協議会、地元商店街関係者等が定期的に連絡会議（「新開地まちづくりパートナーシップ会議」）を開催し、まちづくりの活動のあり方について協議している。「新開地まちづくり NPO」は、新開地地区周辺のタウンマネジメントを行う実行組織として、さまざまなイベント企画やミニコミ誌の発行、他のまちづくり組織との連携などを積極的に行っている。



### 4. 具体策

#### (1) 新開地のまちづくりの歩み

新開地のまちは以下のような経緯で成立していった。

1905(明治 38)年	旧湊川埋立地の土手開削
1912(明治 45)年	大衆劇場「聚楽館」オープン。以後「西の浅草」と言われる歓楽街に発展
1945(昭和 20)年	終戦。米軍キャンプ駐留
1957(昭和 32)年	市役所が元町から三宮へ移転
1960(昭和 35)年	映画産業最盛期(本通りに 20 軒)
1961(昭和 36)年	神戸新聞社が新開地から三宮へ移転
1968(昭和 43)年	神戸高速鉄道開通
1976(昭和 51)年	松竹座閉館
1978(昭和 53)年	聚楽館閉館
1983(昭和 58)年	「新開地周辺地区まちづくり協議会」設立
1985(昭和 60)年	「まちづくり構想 1」策定(モール化、まちづくり協議等)
1991(平成 3)年	「まちづくり構想 2」策定(建築デザイン誘導制度等)、アートビレッジ構想
1995(平成 7)年	阪神淡路大震災発生、新開地劇場、KAVC(神戸アートビレッジセンター)、ボートピア神戸新開地(場外船券販売場)等整備、再開発事業の実施(2 棟)
1997(平成 9)年	「まちづくり構想 3」策定
1999(平成 11)年	新開地まちづくり NPO 設立、「まちづくり事業計画」提案
2005(平成 17)年	新開地生誕 100 年、「まちづくり構想 4」策定

## (2) 「新開地まちづくり NPO」の事業

1983(昭和58)年の「新開地まちづくり構想」の策定以来、20年以上に亘って新開地のまちづくりの中核的組織として調整を担っている「新開地周辺地区まちづくり協議会」の役員が中心となって、1999(平成11)年に「新開地まちづくり NPO」を設立した。同 NPO は専任のマネージャーを置き、「新開地が好き！」を合言葉に、商店街の人や地域住民、まちを応援してくれる来街者と協働しつつタウンマネージメントに取り組んでいる。同 NPO の事業は以下の通りである。

### ① 商業環境づくり

- ・ ステップアップショップ・プロジェクト  
「飲食店主のインキュベート」をめざしたプロジェクト  
1年半の間に独立への手応えを掴む
- ・ スタンドアップ・プロジェクト  
空店舗と独立開業者を結び、店づくりをコーディネート  
プロデュースチームが応援する足腰の強い店づくり

### ② フェスティバルの開催

- ・ 新開地音楽祭  
毎年5月第2土日に開催される音楽祭の事務局と運営コーディネートを担当  
神戸で一番元気な音楽祭
- ・ 新開地映画祭  
毎年秋に開催される映画祭の事務局と運営コーディネートを担当  
「映画のまちのライフスタイル」を提案
- ・ 新開地寄席  
手づくり寄席を年間5回開催  
コミュニティづくりにも寄与

### ③ まちなみづくり

- ・ まちなみデザイン委員会  
建築や都市計画、照明デザイン等の専門家とともに、新開地のまちなみづくりに  
役立つアドバイスや事業を実施
- ・ 灯りのまちなみづくり事業  
商店街や路地・横丁に賑わい感ある灯りづくりを支援。町内会と企業・マンションが協  
力。防犯活動にも寄与
- ・ コミュニティガーデニング  
商店街と地域の人と一緒にいるガーデニングのコーディネート  
地域内に5つのスモールガーデン等

### ④ コミュニティ型情報発信

- ・ ミニコミ紙発行  
まちづくりとまちの情報を楽しく伝えるフリーペーパー  
年4回、40,000部/回発行、8頁

- ・ コミュニティマップ発行  
まちの歴史やまちづくり情報も入った「新開地ええとこ MAP」を作成・配布
  - ・ コミュニティウェブ運営  
新開地のまちの魅力や NPO の行っている活動の情報発信を行うウェブを新開地に想いを持つ人々とともに運営
  - ・ 報道機関等の窓口機能  
まちの動向や情報を報道機関やメディアに発信  
取材受け入れの窓口も
- ⑤ まちづくりスクエア・ストリートギャラリーの運営
- ・ 多機能スペース等の運営  
文化芸術団体やサークル活動に利用できるスペースの提供と活動のマッチング
  - ・ キネマぎやらりー、エントランスギャラリーの運営  
若手アーティストを中心に企画展や個展が開催できるミニギャラリー、ストリートギャラリーを設置・運営
- ⑥ パートナーシップ型まちづくり
- ・ 神戸市等との意見交換会（パートナーシップ会議）  
年 2 回の意見交換会開催。地域再生のためのビジョン・事務スケジュールを常に共有
  - ・ まちづくり協議会事務局  
商店街・自治会等への連絡、課題等の調整
  - ・ 文化芸術団体等の応援  
新開地と関係のある団体の広報支援や活動場所の案内・提供等
  - ・ 視察受入  
新開地のまちづくりや「新開地まちづくり NPO」についての紹介、解説等

## 5. 特徴的手法

「新開地まちづくり NPO」は、「神戸の B 面（レコードの裏面）のまちづくり」、「新開地ファンづくり」をキーワードに、まちのポジショニングを強く意識しつつ、他のメジャーなまちとは異なる視点で個性を大切にしたいまちづくりを進めている。新開地の商店街には全国展開しているチェーン店が少ないという特徴があり、新開地らしい個性を持ったオーナーシェフの店を育てることに力を入れている。同 NPO の特徴として以下の 3 点をあげることができる。

- ① NPO が地元と行政との意思疎通のパイプ役として機能していること
  - ・ 「まちづくり構想」として 5 年計画を策定
  - ・ 年 2 回の新開地まちづくりパートナーシップ会議を事務局として運営
  - ・ その他、まちづくりの問題点の抽出や合意形成を得るための活動を継続
- ② まちのモニタリング装置としての機能、タウンマネジメント機能を発揮していること
  - ・ 365 日 NPO スタッフが町を歩きまわる（スタッフがまちのセンサーとして機能）
  - ・ そして問題点等に即座に対応

- ・ 地元とのコミュニケーションを図るため、月 1 回役員会を、年 1 回年次総会を開催
- ③ 戦略を持って事業そのものを実行していること
- ・ 「新開地らしさ」にこだわり、「新開地ファン」を増やすための町への集客戦略を持つ
  - ・ 音楽祭、映画祭などユニークなイベントを企画、実行
  - ・ イベント時のアンケートや来場者分析などデータを活用した事業戦略で次の手を打つ

### 新開地まちづくり NPO によるタウンマネジメントの戦略

(資料:新開地まちづくり NPO ホームページより抜粋)



## 6. 課題

震災復興でまちのリニューアルが進んだ一方、一般の市民にわかりやすい象徴的空間が新開地地区内に存在しないことが課題として認識されてきた。そのため、例えば歴史あるガスビルや湊

川公園など、拠点整備を行うことが求められるようになっている。そして、それらを実現するためには、ハード整備に関わるものであるため、これまでとは異なる事業の枠組みも必要となっている(国等の補助金の活用、これまでの枠を超えた市との連携による事業運営等)。

(参考・引用文献)

新開地まちづくりNPO ホームページ、  
新開地周辺地区まちづくり協議会『新開地まちづくり構想4』、  
自治体チャンネル vol62(平成16年3月)  
神戸市ホームページ