

2018年度 建設コンサルタンツ協会 学生懸賞論文

テーマ1 「あなたが市長なら、どのような”まちづくり”をしたいですか？」

題名：宝塚市における、かわまちマーケット計画

氏名：小松秀晃

所属：神戸大学工学部市民工学科楯田研究室

## 1. はじめに

宝塚市は、宝塚歌劇団の本拠地である宝塚大劇場があり、『歌劇の街』として全国的に有名である。漫画家・手塚治虫が青少年期を過ごした町としても知られる。武庫川南岸周辺には温泉が湧いており。大正時代には宝塚温泉という温泉街としても発展してきた。

表1は、宝塚市を訪れる観光客の観光目的別の分類を表したものである。<sup>1)</sup> 観光目的別の分類は寺院参拝が最も多く、次いで宝塚歌劇観光を含む公園・遊園地に分類が多くなっており、平成15年を境に公園・遊園地を目的とする観桜客が半数近くに減少していることがわかる。観光客の減少は特に中心市街地において顕著であり、平成14年以前においては年間4000人前後であったのに対し、平成15年以降は半数以下である1600人付近にまで減少してしまった。<sup>2)</sup> これは、宝塚市中心市街地に立地していた大型遊園地である宝塚ファミリーランドが2003年4月7日に閉鎖してしまったこと、その後の開発においても新たな観光客を獲得できていないことが原因であると考えられる。また公園・遊園地の観光地が閉園してしまったことから、住民も憩いの場として頻繁に利用できる観光資源がなくなってしまうっており、市民にとって身近に感じられる観光が減少している。観光形態においても神戸市や大阪市とった周辺と比べて日帰り率が高く、夜間における観光の魅力に改善の余地があると考えられる。本市において観光業はその周辺地域大きな波及効果を生むメイン産業あるため、観光事業における改善は本市の抱える大きな課題であると考えられる。一方で人口統計調査<sup>3)</sup>によると宝塚市は2020年付近より人口減少が始まることわかっている。少子高齢化や周辺都市競争の激化のなかでいかに市内経済の収縮を防ぐか、またいかに人口を確保するかということも重要な問題である。

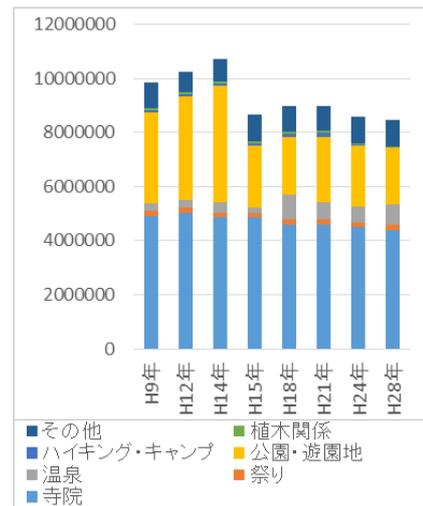


表1 宝塚市を訪れる観光客の観光目的別の分類 <sup>1)</sup>より筆者が作成

そこで本文ではこの観光開発を中心として、街全体の魅力や経済を回復させることを最大の課題であると位置づけ、これを解決できるまちづくりを目的とする。

## 2. 近年の観光動向

本章では、近年の観光動向を分析し、新たな観光のターゲットを設定することで、計画の具体化を図る。近年アジア諸国の経済の発展により、外国人訪日観光客数は急激に増加している。訪日外国人観光統計データ<sup>4)</sup>によると、訪日外国人観光客数はここ十

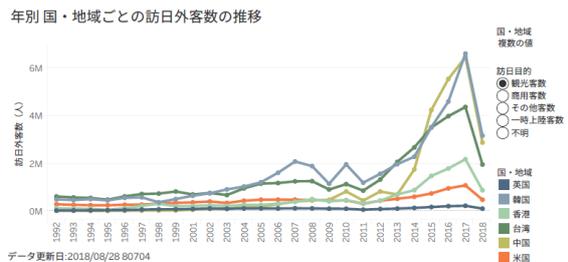


表2 国別訪日外国人推移 <sup>4)</sup>より

年で7,334,077人から28,691,073人となった。表2は国別訪日外国人推移を表したものである。中国・台湾・韓国の上位3カ国が2011年付近から急増し最も多い割合を占めていることがわかる。また旅行消費額においても最も多い国はこの三カ国となっている。<sup>5)</sup> 今後の観光客数の増加において、これらの国からの観光客をいかに獲得するかが重要な要因の一つになるといえる。そしてこれらの訪日外国人観光客を取り込むためには、彼らが日本観光においてどのような体験を求めているのかを知り、その魅力を伸ばしていくことが重要である。観光庁による訪日外国人アンケート調査<sup>5)</sup>における訪日中国人が訪問先で経験した観光体験の項目のうち、最も多かったのが特産物の飲食、次いで自然景勝地・買い物・伝統的な宿泊施設での宿泊・温泉入浴という人気順となっている。温泉という項目に関しては、中心市街地周辺に古くからの温泉地であり本市はこれらの需要にこたえられるコンテンツを有しており、これからの成長を見込める要素の一つであるといえる。とはいえ温泉というコンテンツでは周辺には全国的に有名な有馬温泉や城崎温泉といった宝塚市よりもより大きい規模の観光地があるため、宝塚温泉のみを観光の目的として掲げることは難しいだろう。そのため武庫川を挟んで北側にある宝塚歌劇や手塚治虫博物館などの文化観光との連携をより強くもつことで、中心市街地全体として観光の魅力を相互的に向上させることが望ましいと考えられる。宝塚歌劇周辺は歌劇ブランドを中心とした美観景まちなみづくりなどが盛んで、温泉地周辺とは異なる街並みを有しており、また武庫川沿いに歩いていくと歌劇観光と温泉観光の両方が徒歩でも容易に行うことができる。川を挟んで異なる魅力を持つ街が並んでいることは他の観光地にはない大きな強みである。この強みを十分に生かすためには歌劇場と温泉地の間に流れる武庫川において相互に人の流れが途切れてしまうことを防がなくてはならない。これまで宝塚歌劇より北側には宝塚ファミリーランド跡地に作られた商業施設があり、また多くの寺院もある一方、武庫川河川敷の活用が盛んでないためあまり魅力地がなく武庫川南岸にある温泉地には人が流れにくかった。そこで本市における観光客の増加のために、観光客の集まる武庫川河川敷の魅力開発が必要と考えた。これにより、温泉観光の付加価値を上げるだけでなく観光スポットをつなぐことで周辺市街地の観光全体の規模を拡大できると考えた。

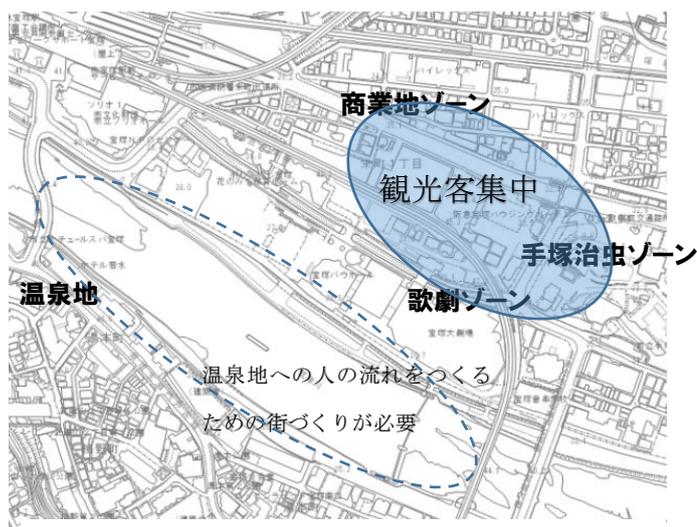


図1 中心市街地周辺観光地

### 3. 市内環境を考慮した魅力づくりの模索

観光開発を中心とした街全体の魅力や経済を回復させるまちづくりの方法を考える上で

住民のニーズとマッチしていることも重要である。そこで、本章では本市における観光以外の市民のニーズ分析のため、本市の弱みの整理をする。

#### ① 商業

環境省「地域産業連関表」<sup>6)</sup>によると、2013年における年間民間支出は1075億円地域外へ流出しており、多くの住民が市外で買い物をしている。また表3は商業の事業所数の推移を表したものである。この十年で市内の事業者数は大幅に減少していることがわかる。この急激な減少の原因の一つとして、隣接市である西宮や神戸における新大型商業施設の開業の影響が考えられる。顧客獲得競争に負け、商店数が減少した結果、消費者はより豊富な選択肢を求めて市外へ買い物に行くという流れが加速するという負のスパイラルにあると考えられる。市民意識調査における転出理由のアンケート<sup>7)</sup>では、買い物や余暇活動に不便だからという理由が32.5%と最も多くなっている。また、ここ20年で顕著に転出者が増えているのが20代の若者であるが、大学生を対象とした調査では、50%が買い物をする場所が少ないと回答した。宝塚市は2020年付近より人口減少が始まることになっており、いかに転出者を減らすかということは本市において大きな課題である。このことから、経済だけでなく人口減少の面から考えても商業が活性化する街づくりが求められていると言える。

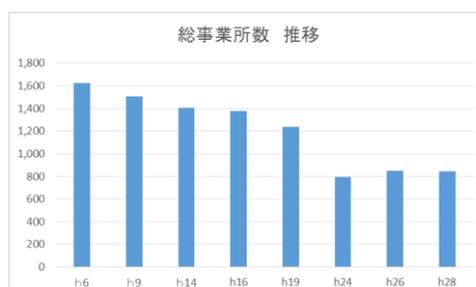


表3 市内商業事務所数の推移<sup>8)</sup>より  
筆者が作成

#### ② 農業

商業の競争力の要因の一つとして、近隣産地から新鮮で質の良い材料を用いることなどがある。その中でも農産物は地元商業の源の一つであるといえる。宝塚は神戸や大阪などから近い立地でありながら、新鮮さが重要である生乳がとれる、西谷野菜を中心とする様々な農作物がとれる関西有数の食の産地である。しかし本市における農業の現状は農家数・農業者数・耕地面積ともに減少傾向にある。また市内の食品関連の小売業の商業店舗数も減少傾向にある。需要拡大やブランディング等により地元農家の衰退を食い止めることは重要である。

これらの要因から、主要駅近くであり、観光客だけでなく地域住民も頻繁に利用する武庫川沿い地域の魅力づくりの方法として商業開発し地域住民も利用でき、歌劇場に向かう観光客と温泉に向かう観光客をつなげることのできる、かわまちマーケットの設置が望ましいと考える。

### 4. かわまちマーケット空間の概要

本章では、武庫川河川敷におけるかわまちマーケットの概要について説明する。現在、宝塚歌劇に最も近い宝塚大橋から、温泉地である湯本町に最も近い宝来橋までの長さ約600m、幅20mの武庫川河川敷は宝塚歌劇場敷地より河川側はすべて遊水地帯となつ

ている。本計画ではこの河川敷地帯の整備を行い、観光客と地域住民があつまる商業地化を試みる。本計画においてこの地帯に持たせるべき役割を①まちなみと立地環境を生かし、歌劇ゾーンと温泉街を一連の観光地としてつなぐ新たな観光の場②夜間観光の魅力向上の場③地域商業の地域の食品の発展の場④地域住民が身近に利用できる場と定義する。以下でその内容を説明する。

#### ① まちなみと立地環境を生かし、歌劇ゾーンと温泉街を一連の観光地としてつなぐ新たな観光の場

観光客を集められる魅力づくりをするうえで、その街らしさが感じられることはとても重要である。そこで、地元の特産品である花きと園芸技術を活用した緑のまちなみを作り、そのなかで宝塚ならではの地元の食を中心とするオープンテラス空間を創出することを考えた。宝塚は全国有数の花き産業が盛んな地域であり、宝塚市における農業出荷額のうち花きにおける割合は、生乳について二番目に多い。また、技術面においても、宝塚は日本三大植木産地といわれ伝統と技術を継承する植木生産地域としても有名であり、花を活かした街づくりは宝塚市らしさを感じさせるものといえる。この花を中心とした街づくりの形式として、ドイツのローデンプルクにおける景観法を参考とした。ドイツでは都市景観に関する根拠法として連邦自然保護法という法律があり、自然保護と景観保護が重視され、自然と調和した風景が形成されており、世界的にも有名な観光スポットとなっている。具体的には道幅を広く取り、中心にオープンテラスを併設した遊歩道を設置し、それを取り囲むように緑のスペースとマーケット店舗を置く。そして出店する店舗においてもドイツの景観法に倣い、外観の統一とツタ植物やペチュニア・ゼラニウムといった緑の設置を義務付ける。これにより川と緑を眺めながら、買い物をし、くつろぐ事の出来る緑のマーケットロードを創造する。

#### ② 夜間観光の魅力向上の場の創造

宝塚歌劇場周辺の商業施設の営業は主に宝塚歌劇観光の客の流れに左右されており、歌劇場の最終公演以降の夜間における周辺施設の魅力が乏しく、夜間観光および宿泊率が伸び悩む原因となってきた。そこでかわまちマーケットでは、店舗周辺のガーデンスペースと川を生かした夜間ライトアップによる夜間景観の創出、夜バルやナイトマーケットなどの夜間営業によって夜間の魅力創造への貢献を目指す。

#### ③ 地域商業の地域の食品の発展の場

住民だけでなく観光客が流れてくることが期待できるため、宣伝効果も大きい。そのためネットでの注文などと連携することで、地域の消費だけでなく全国からの注文のきっかけづくりをし、地域食品産業の発展への貢献を目指す。また出店においては、地域の農産物を生かした特色品を売りとする飲食店のほか、地域農産物を扱うファーマーズマーケットなどの出店を想定する。

#### ④ 地域住民が身近に利用できる場

商業としての利用はもちろん、オープンテラスや園芸スペースと川の調和による憩いの空間の創造によりかつての宝塚ファミリーランドのような身近に訪れることのできる場としての住環境としての魅力創造への貢献を目指す。

このように整備されたかわまち空間において地元の食を中心とするマーケットの展開を行う。

## 5. かわまちマーケットによる効果

本章ではこのかわまちマーケットでの効果の分析を説明する。この地域に地元商業が連なるマーケットを設置することで、出店者・住民・観光産業において効果があると考えられる。宝塚歌劇は全国にファンをもつ日本有数のエンターテインメント事業であり、歌劇場には全国のファンが集まる。また熱狂的なファンが多く、リピーターも多く存在する。そのため歌劇場に隣接する地元の食のマーケットを作ることは地域住民の需要だけでなく、観光客に歌劇場のついでとして訪れてもらうことで全国に農産物を宣伝できる機会を生むことができる。また、住民にとっては商業地が増えることで暮らしが便利になる。転出理由の最も大きい要因であった商業面での不便さが回復されることで、人口流出の減少を期待できる。また宝塚ファミリーランドのような住民も憩いの場として頻繁に利用できる観光資源の再築によって住民と観光の距離が再び近くなるというメリットがある。観光業においては前述の温泉地と歌劇場をつなぐことで相乗効果をもたらすことにより、観光地としてさらに大きい規模の一連の観光地として周遊し、長時間滞在を期待できることや、夜間営業帯ができることで宝塚の夜の観光を盛り上げ、温泉とその周辺宿泊施設と連携することによる宿泊率の向上が期待できると考えられる。

## 6. おわりに

これまで観光産業のニーズの変化と周辺地域との都市競争激化の中、宝塚の観光を向上させなおかつ地域住民にとっても魅力的な空間の創造としてかわまちマーケット計画について述べてきた。少子高齢化やライフスタイルの変化、世界経済の変化など様々な理由から、今回の宝塚市に限らず多くの郊外の市町村が争に淘汰され、中心市街地への人口流出、産業の撤退、さらなる競争力の低下という負の連鎖にある。そんな中、まちづくりによる人の流れの誘導や店の配置は、経済の構造変化のきっかけをつくるという意味において、まちの経済を発展させる上で最も大きな役割の一つを担っているといえる。土木技術者として、それが最大限機能するために計画地周辺にどのような歴史があり、需要があり、影響を受ける対象があるのかなど様々な視点に立ってその可能性を日々模索していきたいと思う。

## ■参考文献

- 1) 宝塚市 宝塚統計書  
<http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/about/1009913/1018036/index.html>
- 2) 宝塚市 第1章 宝塚市の現状と都市づくりの主要な課題  
[http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/\\_res/projects/default\\_project/\\_page\\_/001/001/329/03toshimasu2012dai1syoushou.pdf](http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/001/329/03toshimasu2012dai1syoushou.pdf)
- 3) 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」、  
総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」
- 4) 日本政府観光局 日本の観光統計データ 訪日旅行の実態  
<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--transition>
- 5) 観光庁 平成 29 年訪日外国人消費動向調査【トピックス分析】  
<http://www.mlit.go.jp/common/001226295.pdf>
- 6) 環境省「地域産業連関表」、「地域経済計算」(株式会社価値総合研究所(日本政策投資  
銀行グループ)受託作成)地域経済循環分析  
<http://www.env.go.jp/policy/circulation/index.html>
- 7) 宝塚市 市民意識に関するアンケート調査結果(平成 28 年度)  
[http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/\\_res/projects/default\\_project/\\_page\\_/001/020/964/h28\\_kekkahoukokusyo.pdf](http://www.city.takarazuka.hyogo.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/020/964/h28_kekkahoukokusyo.pdf)
- 8) 経済産業省 統計 商業統計  
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyou/result-2.html>