

再発見！！新開地の成り立ちと今

～近代化遺産「湊川隧道」体験と新開地まちあるきからその魅力を再考する～

趣 旨

新開地は、戦前から戦後における神戸の中心市街地として、かつて「東の浅草、西の新開地」と称されるほどの娯楽のメッカでした。最盛期には20以上の映画館が軒を連ねる「映画のまち」としても賑わっていましたが、戦後、昭和30年代に入り、市役所の移転、川崎重工の工場移転・縮小などもあって、昭和40代から著しく衰退しました。

しかし、近年では音楽祭の開催やまちづくりNPOによる街歩きツアーの実施のほか、平成30年には上方落語の定席「喜楽館」が完成、平成31年3月には日本最初の河川トンネルである湊川隧道が国登録指定文化財に登録されるなど、ソフト・ハードともに新旧の魅力が改めて注目されています。

そこで、変化を続ける新開地を知り尽くす西島陽子氏と、NHK総合テレビ「ブラタモリ」の案内人も務めた佐々木良作氏の解説も交えて街を歩き、これからのまちづくりについて考えました。

開催概要

◇日 時：令和元年9月28日（土）15：00～17：30

◇場 所：湊川隧道、新開地まちづくりNPO

◇参加者：28名

◇内 容：

- ・説明「湊川の付替えと湊川隧道」について
湊川隧道保存友の会 佐々木 良作氏
- ・説明「PRの視点で仕掛けるまちづくり ～新開地の場合～」
まちPRオフィス 西島 陽子氏
- ・フィールドワーク 新開地周辺

■説明「湊川の付替えと湊川隧道」について

湊川隧道保存友の会 佐々木 良作氏

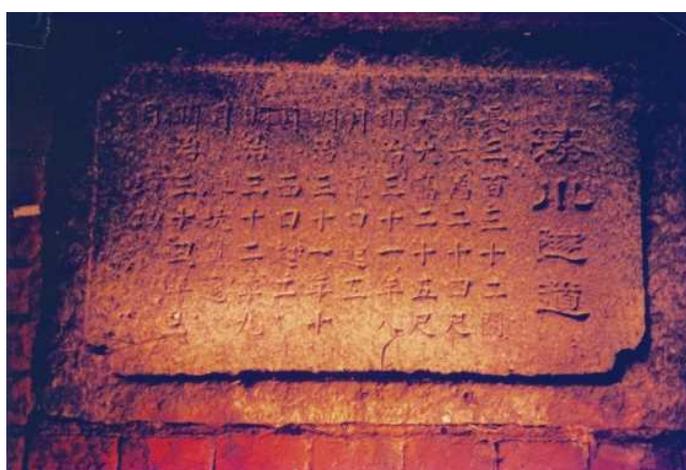
□湊川隧道について

- ・湊川隧道は、会下山という山の下にあったので、長らく「会下山隧道」とも「会下山トンネル」とも言われてきた。竣工は明治34年2月、創設時の延長は約600メートル、断面形状は馬蹄形、幅7.3メートル、高さ7.6メートル。

- ・ 隧道内壁は、煉瓦覆工が施され、側壁はイギリス積み、アーチ部は長手積となっている。天井の一部には堅積みと呼ばれる技法がとられており、覆工背面には、栗石が裏込め材として充填されている。
- ・ また、インバート部(トンネル底面の逆アーチに仕上げられた覆工部分)には、煉瓦の上に花崗岩の切石を敷きならしており、トンネルの安定と河川トンネルとしての摩耗、洗掘対策となっている。
- ・ 湊川隧道に使用されている煉瓦には、十字・井桁・キ・Eの刻印が記された4種類が見つまっている。このうち、十字の刻印は岸和田煉瓦株式会社、井桁の刻印は貝塚煉瓦株式会社が製造したもので、船で現地まで運んだと考えられる。
- ・ 石材は北木島（岡山県）のものではないかと考えられている。
- ・ 湊川隧道が保存されることとなった直接の契機は阪神淡路大震災で、新湊川はトンネルを含む上下流は2.4 kmの区間にわたって被災した。
- ・ 被災したトンネルの応急復旧工事を進める中で、トンネルの中ほどに「湊川隧道」と記した銘板が確認されたことから、「湊川隧道」という名称で呼ぶことになった。



佐々木氏による説明



銘板「湊川隧道」

□会下（えげ）山トンネル保存検討会について

- ・ 平成12年2月に、関西大学の西田一彦教授を委員長とした「会下山トンネル保存検討委員会」が設置され、5回の委員会を経て、平成12年11月に湊川隧道（会下山トンネル）の歴史的価値評価等についての提言が出された。
- ・ 「会下山トンネル保存検討委員会」の提言は、「技術的評価」「意匠的評価」「系譜的評価」の3点からまとめられ、提言に沿って保存することにな

- った。
- ・特に「技術的評価」では、1830年～1870年代に完成した世界のトンネル約1900箇所を対象にまとめられた文献から、水を通すトンネルとしては世界2番目の大きさであることがわかっており、「当時としては世界的規模である」と評価されている。
 - ・また、2019年には登録有形文化財に登録された。

□旧湊川と新湊川について

- ・現在の新湊川は、過去に何度かその流れを変えている。古湊川の流路は明確ではなく、古湊川が旧湊川に付け替えられたのは、平清盛の築島建設時とするか、池田信輝の兵庫城建設時とするかの2つの説に分かれる。
- ・旧湊川は、江戸時代末期の「西撰大観」に荒田村と会下山の間を通り、兵庫津の東の川崎浜に至る松並木を持つ川として描かれており、左右岸の民家より高い土地を流れる天井川であった。
- ・旧湊川付替えの目的は、六甲山から流れ出す土砂が開港した神戸港を埋めてしまうのを防ぐため、天井川の湊川が兵庫と神戸を分断し東西交通の支障となっていたことを解消するため、湊川の洪水氾濫からまちを守るための3つがある。明治29年、東京の大倉喜八郎、大阪の藤田伝三郎、地元の小曾根喜一郎ら32名の出資で発足した湊川改修株式会社に対し、兵庫県知事は湊川付替えを許可した。
- ・明治34年、湊川改修株式会社により旧湊川は菊水橋付近から付け替えられ、会下山をくり抜いた湊川隧道を流れ、苅藻川に合流する新湊川が誕生した。
- ・一方、旧湊川の河川堤防が削られてできた湊川新開地は、後に「東の浅草、西の新開地」と並び称され、後に映画館や芝居小屋が集中する繁華街として発展した。





湊川隧道入り口



新湊川からマルシン市場へ

□「湊川隧道保存友の会」について

- ・平成 13 年 7 月に発足、平成 18 年度から神戸県民局と湊川隧道友の会とで委託契約を締結し、一般公開における来場者への説明やパンフレットの作成などの活動を行っている。
- ・平成 20 年 7 月から毎月 1 回の定期一般公開日にミニコンサートの開催を継続している。
- ・湊川隧道保存友の会HP <http://minatogawa-zuido.com/tomonokai/>



湊川隧道(左、中：トンネル内部の奥、右：トンネル内部の入り口)

■説明「PRの視点で仕掛けるまちづくり ～新開地の場合～」

まちPRオフィス 西島陽子さん

- ・まずは簡単な自己紹介から。2002年に大阪から神戸に引っ越し、2005年に新開地100年PR担当にスカウトされたのがきっかけ。以降15年くらい関わっている。2011年にフリーランスを経て、まちづくりPRプランナーに。現在は出産を経て湊川に移住し、エリアの魅力にますますハマっている。
- ・昭和30年代には20館以上あった映画館が、現在は3館になってしまった。
- ・「まちづくり」とは「(新しい)まちをつくること」だけではない。「つくりたくないまちづくり」、それは今あるまちの魅力に目を向けて、掘り起こして発信すること。そのために強みを紐解くことが重要。
- ・新開地はハーバーランドから10分、三宮から7分の好立地。
- ・湊川を例に、まちを構成する要素を考えるとそれは、「店舗（商品、メニュー、内装）」、「歴史（まちの成り立ち）」、「ハード（店構え、道、アーケード）」、「周辺環境（駅、施設、学校、病院）」、そして「人（商店街、スタッフ、顧客）」と「アクセス」といった要素が挙げられる。
- ・本日も説明し、まちあるきを行う湊川の「PRの視点から仕掛けるまちづくり」とは、商店街を構成する要素からそれらの魅力を掘り起こして、発信することである。
- ・まちの魅力を発掘・発信するためには、ここにしかないもので勝負をすることが重要であり、ナンバーワンでなくオンリーワンを目指すということ。
- ・神戸新開地の場合、おっちゃんが多いとか、立飲みやパチンコ店、ボートピアがあり風俗街が近いといったイメージが先行しがち。
- ・そうではなく、見方を変えて新開地の魅力すなわち強みをひもとくと、例えば歴史があり、レトロな感じや老舗が残る「古さ」の良さや、食通が通い、遊び人が集う食文化の「旨さ」、多様性があり、映画や大衆演劇、上方落語といった日常的な文化の「楽しさ」、路地、横丁が残り、夜をはじめ見た目と中身のギャップがある「妖しさ」、都心に近く隠れ家的・穴場的な「かっこよさ」といったことが挙げられる。
- ・そこで、まちのポジションを俯瞰し、新開地のまちを表現するコピーとして、「B面の神戸」と名付けた。
- ・まちに来てくれそうな人に、まちの「ファン」になってもらうため、まち全体の魅力をアピールすることに注力している。そのため、まちの魅力の掘りおこしやロコミになるツールの制作と情報発信、メディアを意識した企画を実施。



西島さんによる説明

湊川公園下には商店街・映画館がある

【小冊子「ザ・シンカイチツウ」】

- ・「食文化」からまちの魅力を伝えようと、究極のロコミツールとして製作。
- ・新開地らしい店舗をセレクトし、まちの魅力が伝わるよう、ひと目でわかる写真と短い文章でまちの「物語」を伝えるよう工夫。
- ・小冊子であるが、大量にばらまかないのが重要。

【ザ・シンカイチツアー】

- ・新開地ビギナー向けに、街歩きを実施していた。新開地らしい店舗をセレクトし、女性限定で実施。昨年9月の第100回目で終了することにした。
- ・ガイドはあくまで「まちの人」であり、私は案内人としての役割に徹し、バスガイドの衣装を着てメディア受けも意識した。

【新開地土曜マルシェ】

- ・月1回、第2土曜日にマルシェを定期開催している。増えつつある近隣住民に、日常づかいができるまちに気づいてもらうことが目的。また、お店には新しいチャレンジの場にしてもらうこともできる。

【新開地ラブレター】

- ・新開地の魅力を届けるため、発行。ただのダイレクトメールにならないよう、手書きで、新開地ファンを意識した内容。いち早く情報を知ることができる優越感を大事にしている。
- ・魅力あるまちとは、魅力ある店・モノ・ヒトが集まる場所であり、それらを増やしていくと「魅力あるまち」になる。
- ・まちづくり×PRとは。「まちのポジションを確認すること」、「ターゲットを意識すること」、「魅力を『ひと言』で伝えること」、「個店の魅力を発掘・発信すること」、「『まち』につなげること」の5点。
- ・そして、まちづくり×PRで大切なのは、継続して地道に発信すること。もっと大切なのは、そこに愛があることである。

■新開地フィールドワーク

- ・湊川隧道にて説明、現地見学を終えた後、マルシン市場から東山商店街を通り、湊川公園まで、自由散策で移動しました。移動の途中で、佐々木さん、西島さんから説明を受けました。
- ・その後、新開地商店街を通り、新開地まちづくりNPO事務所 (<https://shinkaichi.or.jp/>)まで移動しました。



フィールドワークの様子(左：西島氏、中：東山商店街、右：佐々木氏)

<参加者からの質問>

- ・保存会の活動には経費が掛かると思うが、保存会は何か法人格のようなものを持った団体であるのか。
→保存会は任意団体である。会員が100人ぐらいいて、1,500円と1,000円の2種類の会費があるが、活動費は賄えない。種々の活動は県民センターからの委託で年間100万円。そのうち80万円ほどで機関紙発行などに充てている。
- ・新開地の商店街の人は、実際そこに住んでいる人が多いのか、店に通っている人が多いのか。
→住んでいる人の方が多いと思う。1階が店で2階が住居というような形態が多い。また、近くのマンションから店に働きに来る人も多い。



意見交換の様子(新開地まちづくりNPO)



フィールドワーク ルート図