

- 1) 国内外の各都市は、市民生活の質を向上させながら持続的な発展を遂げていくことができる都市の概念である「創造的都市（クリエイティブ）」への取り組みを進めています。
- 2) 京都では、京町屋を中心とした他都市にない町並み景観でブランド力を発揮しながらも、先日の事例研の対象にした「絵付け～染め～縫製」等をに代表される伝統産業が根付いているが、残念ながら市場規模の縮小( 95% )に伴いものづくりとして持続的な発展を図る展望を持つには至っていない。都市戦略としては景観に加え、洗練された和の文化を併せて更に世に発信してはと思います。  
震災を経て、着実に復興をとげつつある神戸においても、都市間競争に負けない選ばれ続ける都市であるための新たな都市戦略に取り組む必要があります。
- 3) 神戸の創造都市戦略の「鍵」は、” まちなみ、くらしの文化やものづくりの技術 ” における神戸らしさにあります。
- 4) この「神戸らしさ」の中に共通するイメージは「おしゃれで洗練されたまち」今後は、神戸の新たな都市戦略として「デザイン」という視点から、神戸らしさを見つめ直して磨きをかけようとしています。