

神戸地域ビジョンフェスティバル 神戸夢交流～「楽しいまち・神戸」をめざして～

神戸地域ビジョンに掲げる地域の将来像「楽しいまち・神戸」の実現をめざして取り組む「神戸地域ビジョン委員会」の活動を広く発信するとともに、地域団体、地域住民等との幅広い交流・連携を進めるため、「神戸地域ビジョンフェスティバル」を開催した。

開催に当たっては、企画・準備段階からビジョン委員が主体となって取り組み、魅力的なプログラムで多くの来場者を迎え、ビジョンのPRに大きな成果を上げることができた。

1 開催日

平成 27 年 11 月 7 日（土） 10：30～16：30

2 開催場所

神戸元町 6 丁目商店街

3 参加者数

約 8,000 人

4 プログラム

- 1 オープニング（10:30～10:45）
- 2 ブース出展（10:30～16:30）
- 3 国際色豊かなステージ（11:00～16:00）



5 取り組み結果（全般）

(1) ビジョン委員主体の企画・運営

- 各グループ代表等で構成する「神戸地域ビジョンフェスティバル企画運営委員会」を設置。フェスティバルの企画、準備状況の進行管理、全体調整を行った。
また各グループでは頻りに打合せ会議を行い、ブースの企画に取り組んだ。
- フェスティバル当日は、第7期ビジョン委員 95 名が参集し、神戸県民センター職員等と一致協力して、会場設営、来場者受付、ブースの運営、ステージの進行管理、会場への呼び込み、混雑整理、会場撤去等に取り組んだ。

(2) ブース出展

ビジョン委員会各活動グループが、パネルの展示や体験コーナーの開設、活動映像の放映など創意工夫をこらして 11 ブースを出展。その他関係団体のブースを含め、全体で 14 ブースを出展した。各ブースとも多くの人々が訪れ、ビジョン委員活動を広くアピールすることができた。



(3) 国際色豊かなステージ

ビジョン委員が、出演者との交渉を行い、留学生や外国人県民を含む 13 のグループが出演。馬頭琴（モンゴル）、アングルン（インドネシア）、二胡（中国）、津軽三味線などの演奏やフラダンス、ミャンマー舞踊など国際都市神戸にふさわしい魅力あふれる演奏や踊りを披露した。

また、会場から手拍子や合いの手なども入り、出演者と来場者が一体となって大いに盛り上がった。

(4) 会場周辺

・来場者の誘導

会場周辺のほか、元町商店街一番街、3丁目周辺やJR神戸駅周辺で声掛けを行うとともに、「はばタン」や元町商店街のマスコットキャラクター「もとずきんちゃん」がPR。

また、ステージでは、「はばタン」と「もとずきんちゃん」の写真撮影コーナーを設け、多くの若者や親子連れと一緒に写真を撮るなど、集客に効果を挙げた。

・スタンプラリーの実施

より多くの参加者を得るため、スタンプラリーを実施。会場の各ブースのほか、一番街や3丁目にもスタンプコーナーを設置することにより、一番街から6丁目まで人の流れができた。

また、参加者に粗品を提供したことで、より参加率を高めることができた。

・アンケートの実施

今後の活動の参考とするため、来場者へのアンケート調査を実施。回答者へは粗品を提供し、回答率を高める工夫を行った。



(5) 他団体等との協力による実施

日頃のビジョン委員活動でつながりのできたガールスカウト兵庫県第11団に、ブース出展やステージ出演などの協力を得た。

このほか、各グループのブースにおいて、NPOや地域グループとの連携がみられた。

また、委員からの呼び掛けにより、玉田学園神戸常盤ボランティアセンター等の多くの学生ボランティアの参加があり、フェスティバル全体がエネルギー溢れるものとなった。

なお、フェスティバルの開催にあたっては、神戸元町商店街連合会振興組合及び会場となった神戸元町6丁目商店街振興組合から多大な協力を得て、実施することができた。

6 各活動グループの取り組み（フェスティバルブース番号順）

◆「裏六甲」と呼ばないで会

淡河米の販売や淡河米を使った餅つきを実施し、つきたてのお餅でぜんざいを販売。餅つきを初めて体験する子どもも多く、大変好評であった。

パネル展示では、北区を中心とした「逆さ地図」を作成し、北神地域の見どころを紹介。来場者に自由に書き込んでいただけるよう工夫し、北区の魅力をアピールした。

また、地域団体“淡河ワッショイ”のメンバーも参加。地域一体となって盛り上げた。



◆ グローカルな魅力づくりグループ

2年間のグループ活動をパネル展示したほか、海外で購入したガイドブックや子どもの物語本、民族楽器や民芸品、民族衣装等を展示。民族衣装は、来場者に自由に着てもらえるように工夫した。



◆ ガールスカウト兵庫県第11団（協力出展）

ガールスカウトによる暮らしに役立つロープワーク体験を実施。えび結びや本結び、巻き結びなどロープワークを活用して、ブローチを作成。スカウトの隊員による呼び込みも大変微笑ましく、会場内に活気が出た。



◆ KOBE ビジョンひろめ隊♡

全ビジョングループの紹介動画を放映し、神戸地域ビジョン委員会のPRを行った。

また、来場者に「こんな神戸になったらいいな♪」をテーマに画用紙に絵や思いを描いてもらい、写真を撮って、その場で動画にして放映した。「明るい神戸、自然いっぱいな神戸、平和で笑顔あふれる神戸」などの思いが描かれ、たくさんの方に参加いただいた。



◆ 地球いたわりグループ

玉ねぎの皮による草木染めで、エコバッグ作成体験を実施。

また、不要な傘を活用したエコバッグの紹介や一般公募で行った「あわじ環境未来島体験ツアー」、「聞いて、見て、さわってわかるエネルギー」講習会の写真展示などを行い、環境にやさしい循環型のライフスタイルづくりについて提案することができた。



◆ 農都・神戸グループ

地産地消を目的に、西区産の野菜直売をグループ活動で親交のある NPO 法人アゲインの職員と実施、大盛況であった。焼き芋の販売やじゃがいも、柿の詰め放題も大変人気で、ほぼ完売となった。

このほか、グループ勉強会として行った田植えや稲刈り体験の写真、一般公募で行った「黒豆味噌づくり体験」のパネル展示を行い、グループの取組についてPRすることができた。



◆ 育もう「健やかな心」グループ

現代の子育てや教育現場について学んだグループ学習会や一般公募で実施した親子参加イベント「親子でまるごと相樂園」、「六甲山をもっと知って楽しもう！」の紹介パネルを掲示した。そのほかに、ぶんぶんごま作りや割りばし鉄砲などの工作コーナーもあり、たくさんの子どもたちに楽しんでもらった。



◆ 歴史・文化発見隊

会場である元町商店街を基準に、モトコー（元町高架下商店街）や乙仲通り、幻の総合商社といわれる鈴木商店跡地や近代建築などを巡る「元町かいわいショートツアー」を実施。ブースでは、鳥原貯水池や湊川隧道を巡った「近代化産業遺産ツアー」の放映や神戸にまつわる歴史クイズ、グループ活動として行った地域資源再発見のための街歩きのパネル展示を行い、多くの方に神戸の魅力を発信することができた。



◆ 六甲山グループ

六甲山で採取した“まつぼっくり”や“どんぐり”、木の枝などを利用した木工細工教室を開催。子供から大人まで幅広い層の参加者で賑わった。

また、六甲山の母なる木、マザーツリーの紹介や六甲山の歴史パネルなどの掲示を行い、六甲山の魅力を発信。六甲山をより身近に感じてもらえるブースとなった。



◆ おしゃれ神戸・元町グループ

グループの活動目的である元町商店街（特に4丁目～6丁目）の活性化のためのPRを行った。特にJR神戸駅から元町への動線を考える取組みのひとつとして、グループの考える動線マップやSL・D51 ロードを紹介。

また、元町商店街内の喫茶店マップや老舗マップを作成し、商店街の魅力についてPRした。

このほか、来場者に元町商店街に関するアンケートを実施し、今後の活動に向けて情報収集することができた。



◆ みんなでつながり支えあう会

介護予防「毎日笑顔でルンルン体操」を実施。体操指導者として、神戸親和女子大学名誉教授曾和 光代氏を講師に迎え、椅子に座ったまま、紐を利用したり、音楽に合わせて身体を動かす体操を行った。どの回も満席となり、立って参加する人もいたなど、たくさんの方に参加していただいた。



◆ セーフティネット（安全安心）グループ

グループで実施した勉強会や講習会を通して得た防災・減災活動の情報についての紹介。

災害時の様々な状況判断を考える1つのツールとして、カードを活用したゲーム形式の「クロスロード」や、100円ショップでそろえる防災グッズの紹介などを行った。

また、阪神・淡路大震災や東日本大震災、北関東・東北豪雨の記録映像の放映を行った。防災・減災活動について意識付けを行うことができた。



7 アンケートの主な結果

- ① 回答数 338、男女比は 3:7 で女性が多かった。年齢構成は 60 歳以上が 5 割を占めた。
- ② 住所地は神戸市内が 8 割を占め、中央区が最も多かった。
- ③ フェスティバルを知った方法は「通りすがり」(43.0%)が最も多く、普段から多くの人が行き交う場所での開催の効果が認められる。次いで「知人・友人から」(18.0%)、「PR チラシ」「県民だより」(共に 15.0%)と続く。
- ④ 神戸地域ビジョンや地域ビジョン委員会については、「あまり知らない」(32.0%)が最も多く、「ある程度知っている」が 28.0%と次に多かった。地域ビジョン委員の友人や知人の来場が多かったことにも関係していると思われる。

人の流れがあり、「通りすがり」の人々が気軽に立ち寄れる場所で開催したことによって、地域ビジョンや委員会活動に関心のなかった人たちへのアピールができ、知名度を上げることができたと考えられる。