

【報告】「神戸らしいファッション文化を振興する条例」の取り組み状況について

「神戸らしいファッション文化を振興する条例」（令和3年6月17日施行）第9条に基づき、令和3年度の本市における、神戸らしいファッション文化の振興に関する取り組み状況について報告する。

1. 地場産品等の優先活用についての主な施策（第6条第1項）

市主催のイベント等において神戸の地場産品等の展示・提供を行うとともに、ふるさと納税返礼品として、神戸の地場産品等の登録数の増加をはかった。

- ・ 灘の酒蔵探訪プレゼントキャンペーン：灘の酒 11 種
- ・ 首都圏プロモーションプレゼントキャンペーン：灘の酒 10 種
- ・ ふるさと納税の返礼品の充実（令和4年8月末時点）：
服・靴等 209 品、菓子 121 品、パン 4 品、日本酒 37 品 等

2. 地場産品等に接することのできる場の提供（第6条第2項）

（1）ファッション文化の啓発

①神戸ファッション文化魅力発信ポスターの作品募集

条例制定を記念し「神戸の魅力的なファッション文化」をテーマにポスター作品を市民から募集した。

- ・ 応募件数：158件
（一般の部 70件、中学生の部 51件、小学生以下の部 37件）



ポスター最優秀作品

②パンフレット等での紹介・広報

神戸の地場産業を紹介するパンフレット「神戸ものがたり」、神戸市ウェブサイト・神戸公式観光サイトFeel KOBE等で、ファッション産業情報を紹介したほか、出前トーク等で説明を行った。

- ・ 出前トーク：2回
- ・ 大学での講座：2回（神戸学院大学、神戸松陰女子大学）

(2) 国内外への情報発信

①神戸コレクションおよびKobe City Cruise Weeksでの情報発信

若い世代に人気の神戸コレクションにおいて、神戸シューズ、真珠、灘の酒等のファッション産業をPRした。また、「衣・食・住・遊」に関する様々なイベントを繋ぎ、WEB・SNS等により集中的に発信するKobe City Cruise Weeksを通じて、神戸ファッションの魅力紹介等を行った。

・神戸コレクションでの発信

2021春夏：神戸酒心館ホールからオンライン配信（6月19日）

（新型コロナウイルスの影響により3月から延期）

2021秋冬：神戸大丸横エリア等で開催、オンライン配信も実施（11月27、28日）

2022春夏：三宮センター街等で開催（3月26、27日）

・Kobe City Cruise Weeksでの発信

イベントの生配信、街歩きや灘五郷の紹介等のコンテンツを配信

②神戸ファッション美術館での情報発信

条例制定記念展「神戸・まちのファッションの現在形」において、神戸を代表するアパレルブランドやファッション関係の学生の作品のほか、収蔵品も活用して、神戸らしいファッション文化の魅力を発信した。

・会期：前期44日（令和3年11月20日～令和4年1月16日）

後期50日（令和4年1月29日～令和4年3月27日）

・出品協力：市内企業9社、教育機関4校

・来館者数：前期15,008人、後期13,173人（同時期開催の特別展来館者を含む）



条例制定記念展

③首都圏における神戸ブランドの魅力発信

首都圏の飲食店2店舗と連携し、灘の酒を中心とした神戸フェアを実施した。灘の酒の飲み比べや、神戸食材を使った灘の酒に合うメニューの提供、神戸関連書籍の展示・販売、インスタキャンペーン等を実施し、灘の酒の需要拡大や神戸への誘客につなげた。



灘3種飲み比べセット

④アパレルの魅力発信

神戸発のキッズアパレルブランド3社の神戸ファッション協会公認アンバサダー4名を選定し、神戸の街の魅力をInstagram等を通じて発信した。

⑤清酒の魅力発信

ア) 灘の酒蔵探訪（灘五郷酒造組合・西宮観光協会との連携事業）

酒蔵等15カ所を巡るスタンプラリーを行ったほか、酒蔵ウォークやプレゼントキャンペーンを実施した。

- ・スタンプラリー応募総数：2,699件（全制覇：794件）

イ) 灘の酒蔵活性化プロジェクト（阪神電鉄・灘五郷酒造組合・西宮市との連携事業）

ラッピング電車や駅の広告掲出、LINEによる情報発信、オンラインセミナーの開催、酒蔵をめぐる「パ酒ポート」の販売等を実施した。

- ・オンラインセミナー（全5回）当日視聴数 955人
- ・パ酒ポート2022販売数 1,047冊

⑥洋菓子の魅力発信

神戸公式観光サイトFeel KOBE内のスイーツページをリニューアルし充実させたほか、「神戸ガレット・デ・ロワ」等のイベントを通じて、神戸の洋菓子の魅力を発信した。



ガレット・デ・ロワ
コンテスト

（3）神戸の地場産品等に接する機会の創出

市が所有し、マスターリース形式で運営されている「北野工房のまち」において、真珠・シューズ・灘の酒・洋菓子等の神戸の地場産品の販売・体験の場を提供した。

3. ブランド化推進の取り組みについての主な施策（第7条第1項）

（1）地域ブランド活性化支援補助・神戸ブランド販売促進支援補助

地域団体商標を取得した中小企業団体における地域ブランド力の向上に関する総合的な取り組みや、ファッション産業分野に関わる中小企業団体等による販路開拓、PR等の取り組みを支援した。

- ・地域ブランド活性化支援補助：2団体、10,700千円
- ・神戸ブランド販売促進支援補助：5団体、1,808千円

（2）神戸シューズブランディング強化支援補助

「神戸シューズ® プレミアムライン」について、付加価値を高めるブランディングの取り組みを支援し、令和4年1月には、SDGsに対応した新商品を開発した。



漁網素材の神戸シューズ

4. イノベーション創出・人材育成および新たな市場開拓等支援に関する主な施策 (第7条第2項)

(1) イノベーション創出支援

持続可能なビジネスにチャレンジする市内中小企業向けのイノベーション創出プログラム「プロジェクト・エングローブ」や、デザイン経営の視点による事業成長を目指す経営者向けの実践プログラム「ミライ経営塾ワンダーズ」を実施した。

- ・プロジェクト・エングローブ参画企業数：5社（うちファッション産業3社）
- ・ミライ経営塾ワンダーズ参画企業数：12社（うちファッション産業5社）

(2) 人材育成

①ファッション美術館での人材育成

服飾等を学ぶ学生等を主な対象に「展示解説・服飾講座」を行った。

- ・展示解説・服飾講座：24団体、964名（うち展示解説31回、講座10回）
- ・集中講座および講座：大阪樟蔭女子大学、神戸松蔭女子学院大学、神戸国際大学

②業界団体主体の人材育成に関する支援

業界団体等が行う人材育成に対して補助金等の支援を行った。

- ・デコレーションケーキコンテスト(神戸ファッション協会・兵庫県洋菓子協会主催)
- ・神戸ガレット・デ・ロワコンテスト
(神戸ファッション協会・兵庫県洋菓子協会主催)
- ・ファッション・シューズコンテスト（日本ケミカルシューズ工業組合主催）

(3) 新たな市場の開拓・販売促進の支援

①真珠の販売機会に関する支援

神戸の国際的な真珠取引拠点化と、神戸真珠のブランド強化に向けた南洋真珠の国際入札会等の開催を支援した。



国際真珠交換会

- ・南洋真珠国際入札会：参加社数 のべ66社、落札金額 約2億900万円
- ・国際真珠交換会：参加社数 のべ78社、落札金額 約1億1,740万円

②ケミカルシューズの販売機会に関する支援

ア) グランドシューズコレクション&全国サンダルフェア

日本ケミカルシューズ工業組合が主催する、国内靴見本市としては全国最大規模の展示会を支援した。

- ・ 第 169 回：新型コロナウイルス感染拡大のため開催中止
- ・ 第 170 回（10 月 20～21 日）：出展社数 54 社、来場者数 1,078 名
- ・ 第 171 回（1 月 19～20 日）：出展社数 55 社、来場者数 828 名

イ) 百貨店等での計測・販売会

日本ケミカルシューズ工業組合が主催する、神戸シューズ販売会および「神戸シューズ® プレミアムライン」の計測・販売会を支援した。

- ・ 百貨店：神戸大丸（9 月、12 月）
- ・ 商業施設：新宿 Flags（2 月）

ウ) 楽天 WEB サイトでの神戸シューズの販売

③清酒の販売機会に関する支援

神戸阪急と連携し、地下 1 階リカー売場において、灘の酒フェア「春のギフトにオススメ灘の酒Weeks ～ハレの日を彩る灘のお酒～」を開催。神戸の灘五郷の 9 蔵が日替わりで出店し、試飲販売を実施、一定額以上の購入で神戸オリジナルボトルバッグをプレゼントした。

- ・ 開催期間：令和 4 年 3 月 2 日～3 月 15 日

④オンラインマッチングの実施

市内のサプライヤー（ものづくり中小製造業・医療産業・ファッション産業）と全国のバイヤーを対象にしたオンラインの事業マッチングプラットフォーム

「LogKOBÉ」において、オンラインマッチングイベント等を実施した。

5. 市の他施策との連携（第8条）

（1）観光施策と連携した日本遺産の活用

灘五郷を含むストーリー「『伊丹諸白と灘の生一本』下り酒が生んだ銘醸地、伊丹と灘五郷」が令和2年に日本遺産に認定されたことを記念し、観光部局と連携して、神戸から東京に帆船で酒樽を運ぶ下り酒の再現を行った。その他、日本遺産サミットやフェアに出展しPRを行った。



下り酒再現の出発式

- ・下り酒再現事業の実施：11月23日～28日
- ・日本遺産サミット(小松市)：11月13日～14日、来場者数 8,483名
- ・伊丹と灘五郷・日本遺産フェアの実施(デュオこうべ)：1月9日～10日

（2）海外事務所等と連携した海外PR

天津、上海、シアトルの海外事務所と連携し、事業者に対し、現地開催の神戸の地場産品フェア等の情報提供を行った。また、海外在住の神戸ゆかりの方が、現地で神戸の魅力発信等を行う Kobe International Club を通じ、灘の酒等の神戸ブランドをPRした。

（3）民間企業等との連携

神戸市と株式会社ワールド・ワンの「神戸の食文化を通じた豊かな未来づくりに関する連携協定」に基づき、KOBE ニューワールド（阪急神戸三宮駅西口）での地場産品の期間限定出店支援を行った。また、市とスタートアップ企業が連携して行政課題を解決する「Urban Innovation KOBE」において、冷凍技術・配達フローを活用し、市内のベーカリーのパンをオフィスで手軽に食べる実証実験を実施した。

【神戸らしいファッション文化を振興する条例】

神戸市は、慶応3年の開港以来、諸外国との様々な交流の中から開放的で創造性に富んだ独自の文化と産業を発展させてきた。この独自の文化は、ハイカラ、上質などとイメージされてきた。

昭和48年には全国に先駆けてファッション都市宣言を行い、衣・食・住・遊にわたる生活文化産業全般をファッション産業として振興してきた。その中で、真珠加工、ケミカルシューズ、アパレル、清酒、洋菓子、パン、コーヒー、スポーツ関連をはじめとする神戸の歴史、自然及び文化を生かし、並びに地域に根差した地場産業等のほか、神戸ワインや、美容関連製品等ファッション性豊かなものがファッション産業として発展してきた。また、神戸の地場産品等は、神戸らしいファッション文化の確立、魅力的な都市イメージの醸成に貢献している。

しかしながら、近年、流通構造の変化、海外製品との競争激化、消費者ニーズの多様化等、神戸のファッション産業は多くの課題に直面している。

一方、ケミカルシューズ産業では神戸シューズが、清酒産業では灘の酒が、地域団体商標の商標登録（商標法（昭和34法律第127号）第7条の2第1項に規定する地域団体商標の商標登録をいう。）を受けるなど、競争力の強化、地域経済の活性化に向け、事業者においてそれぞれ取り組まれているところである。

また、新型コロナウイルス感染症拡大により、人々のライフスタイルは大きく変化し、アフターコロナ等への対応が必要とされていることや持続可能な生産と消費の実現を目指すSDGsの取組が世界中で広がっていることなど、これまでとは異なる新たな行動や価値観が求められている。

このような状況を踏まえ、市と事業者が共に、市民に対して神戸の地場産品等の魅力について啓発するよう努めるとともに、市、市民及び事業者が一体となって、大学・専門学校等とも連携しながら、神戸の地場産品等の市内における活用及び普及並びに国内外への効果的な情報発信に努め、神戸らしいファッション文化を振興し、次世代に引き継いでいけるよう、この条例を制定する。

（目的）

第1条 この条例は、市、事業者及び市民が共に、神戸らしいファッション文化を振興することにより、これを次世代に引き継いでいくことを目的とする。

（定義）

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

（1）ファッション産業

神戸の歴史、自然及び文化を生かし、並びに地域に根差した地場産業等ファッション

性豊かな衣・食・住・遊にわたる生活文化産業全般をいう。

(2) 神戸の地場産品等

ファッション産業に係る地場産品等であって、市内において生産され、加工され、又は流通するものをいう。

(3) 神戸らしいファッション文化

神戸独自のファッション性豊かな装いやライフスタイルといった文化をいう。

(市及び事業者の役割)

第3条 市及び事業者は、相互に連携し、及び協力しながら、次に掲げる事項を行うよう努めるものとする。

(1) 神戸の真珠加工品、シューズ又はアパレル製品を取り入れた装いその他神戸の地場産品等を取り入れたライフスタイルその他の神戸らしいファッション文化について市民に啓発すること。

(2) 市民と共に神戸の地場産品等を活用し、及び普及すること。

(3) 市民と共に神戸の地場産品等の魅力を国内外へ情報発信すること。

(4) ファッション産業の発展に必要な人材を育成する仕組みを構築すること。

(市民の意思等の尊重)

第4条 市及び事業者が、神戸らしいファッション文化を振興するに当たっては、市民の自由な意思及び選択を尊重するものとする。

(市民の協力)

第5条 市民は、日常生活や贈答の場面における神戸の地場産品等の利用を通して、神戸らしいファッション文化に理解を深め、その魅力発信等に協力するよう努めるものとする。

(地場産品等の優先活用等)

第6条 市は、自らが主催する行事等において物品等を提供するときは、できるだけ優先的に神戸の地場産品等を活用するよう努めるものとする。

2 市は、事業者と連携して、ファッション産業に関連する市の事業等の多様な機会を通じ、市民が神戸の地場産品等に接することのできる場の提供に努めるものとする。

3 事業者は、市が前項の場の提供を行うときは、これに協力するよう努めるものとする。

(ブランド化の推進等)

第7条 事業者は、自らの事業に係る神戸の地場産品等のブランド化その他の魅力向上の取組に努めるものとし、市は、事業者の取組を支援するよう努めるものとする。

2 事業者は、自らの事業に係る神戸の地場産品等について、イノベーションを起こし、海外を含む新たな市場の開拓に取り組むよう努めるものとし、市は、事業者の取組を支援するよう努めるものとする。

(他の施策との連携)

第8条 市は、観光に関する施策との連携を図り神戸の地場産品等の観光客による消費促進及び観光資源としての活用を努めること並びに市が進める多様な施策と連携するこ

とにより、神戸らしいファッション文化の振興に努めるものとする。

(議会への報告)

第9条 市長は、毎年度、神戸らしいファッション文化の振興に関する市の施策の実施状況を議会に報告するものとする。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。