【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６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提供を行うとともに、ふるさと納税の返礼品として、地場産品等の活用を推進した。

・灘の酒蔵謎解き探訪の抽選プレゼント：灘の酒 11 種

・ふるさと納税の返礼品における品目数（令和７年６月末時点）

服･靴等 444 品、菓子 223 品、日本酒 94 品、パン 13 品　等（全体 1,986 品）

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）神戸の地場産品等に接する機会の創出

灘の酒やビーフ、神戸の農産品等の食に関する各種ＰＲイベントを大括り化し、神戸の食の魅力を PR するイベント「神戸グルメディスカバリー」を実施した。

・イベント参加者数：約 30,000 人

神戸グルメディスカバリー

また、旧北野小学校を活用したにぎわい施設「神戸北野ノスタ」、神戸ポートタワー２階「Port Alley」において、神戸の地場産品を販売した。

神戸北野ノスタ

神戸ポートタワー　Port Alley　「BOTTL-O」

（２）ファッション文化の啓発

①真珠のアクセサリーづくり教室の開催

真珠の街・神戸の体感プログラムとして実施。

（神戸ファッション協会主催）

②神戸の食文化発信事業

神戸の持つ多彩な食文化を伝え、神戸から新たな「食」のライフスタイルを提案することで、神戸に暮らす人々に生活文化を豊かにする事業として実施。

（神戸ファッション協会主催）

真珠のアクセサリーづくり教室

（３）国内外への情報発信

①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、ファッション産業の魅力を紹介したほか、大学等で講義を行った。

・大学でのファッション産業に関する講座：２回

（神戸松蔭女子学院大学、神戸学院大学）

②首都圏における神戸ブランドの魅力発信（灘五郷酒造組合･西宮市との連携事業）

東京における灘の酒の試飲イベントを通じて、神戸ブランドの魅力と新たな楽しみ方を発信した。

・イベント参加者：約3,700人

灘の酒 meets TOKYO. NIHONBASHI

③清酒の魅力発信

ア)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)

酒蔵最寄り駅等での広告掲出、LINEによる情報発信、ツーリズムEXPOジャパンへの出展によるPR、ホテルと連携した灘の酒フェア等を実施し、灘の酒の魅力発信につなげた。

ツーリズムEXPOジャパンでのブース

・東京におけるツーリズムEXPOジャパン出展
　総来場者数：182,934人
・NADA’s SAKE Fair
（ホテル阪急レスパイア大阪・ホテル阪神大阪と連携）

イ)灘の酒蔵謎解き探訪（灘五郷酒造組合・にしのみや観光協会との連携事業）

酒蔵等15カ所を巡り、資料館などにおける展示をヒントに灘の酒にまつわる謎を解いていくイベントを約４か月実施した。

また、一定の条件をクリアした参加者に灘の酒などが当選するプレゼント抽選を行い、灘の酒の魅力を発信した。

灘の酒蔵謎解き探訪

ウ）「灘・神戸の酒のブランド価値向上」贈答用バッグ制作プロジェクト

民間事業者・地元クリエイター・灘五郷酒造組合と協働し、市の公式行事等で灘の酒を贈る際に使用するバッグを制作した。バッグには、江戸時代に灘の酒が海路を通じて大量輸送される様子を力強く描いたオリジナルイラストを配し、灘の酒のもつ歴史文化・伝統を訴求した。

酒の贈答用バッグ

エ)道路バナー掲出

10月1日の日本酒の日と11月2日～3日開催の「神戸グルメディスカバリー」にあわせて、フラワーロードに道路バナーを掲出し、灘の酒による乾杯を推進するとともに、イベントの告知を行い、灘の酒に親しみを感じてもらうようPRした。

掲出期間：令和６年９月20日から令和６年11月５日まで

道路バナー

④洋菓子の魅力発信

「神戸洋菓子フェスタ」「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。

また、神戸市総合インフォメーションセンターなどで神戸スイーツ冊子の配布を行うとともに、神戸公式観光サイト「Feel KOBE」内のスイーツページのリニューアルを行った。

神戸洋菓子フェスタ
市長賞作品

⑤アパレルの魅力発信

「ファッションの力で神戸を元気に!!」をスローガンに、ファッションを志す学生や神戸のアパレル企業、行政、小売店、クリエイターが集い交流を深める「Kobe Fashion Meeting VOL.0 ～繋ぐ～」をファッション美術館のオルビスホールで開催した。

（神戸ファッション協会主催）

Kobe Fashion Meeting VOL.0 ～繋ぐ～

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）神戸ブランド魅力向上補助

ファッション産業分野において、各産業特有の課題を解決することを目的として行われる新たな取り組みや、地域ブランド力の向上を目的として行われる総合的な取り組みに対して補助した。

・利用実績：９団体、12,346千円

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）人材育成

①ファッション美術館での人材育成

服飾を学ぶ学生を主な対象に展示解説や服飾講座を行った。

・展示解説・服飾講座参加者数：25団体、721人（うち展示解説18回、講座10回）

・服飾講座実施：大阪樟蔭女子大学、神戸松蔭女子学院大学、神戸学院大学、梅花女子大学

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による支援を行った。

・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）

デコレーションケーキコンテスト
兵庫県知事賞

神戸ガレット・デ・ロワコンテスト

ファッションシューズコンテスト

（２）新たな市場の開拓・販売促進の支援

①真珠の販路開拓に関する支援

神戸の国際的な真珠取引の拠点化と神戸真珠のブランド強化に向けて国際入札会等の開催に対して補助を行った。

・国際真珠入札会

① 第３回　出品者　４社、参加社数　71社

② 第４回　出品者　４社、参加社数　84社

・国際真珠展示会（ジャパンパールフェア）

① 第４回　出展社　96社、来場者743人

② 第５回　出展者　90社、来場者893人

国際真珠入札会

ジャパンパールフェア開会式

②ケミカルシューズの販路開拓に関する支援

ア）　Kobe Shoes Fair（シンガポール商談会）

日本ケミカルシューズ工業組合が主催するシンガポール商談会において、候補先企業リストアップ等のビジネスマッチング支援を行った。

イ）グランドシューズコレクション＆全国サンダルフェア（神戸国際展示場２号館）

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の開催を補助した。

・5 月 22～23 日：出展社 52 社、来場者 1,131 人
・10 月 16～17 日：出展社 52 社、来場者 1,006 人
・1 月 22～23 日：出展社 40 社、来場者 985 人

グランドシューズコレクション

ウ）神戸シューズの販売支援

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の開催を補助した。

エ）WEB サイトでの神戸シューズの販売

楽天市場内にある「シューズ in 神戸」において、神戸シューズに参画するメーカー13 社の出店を補助した。また、「神戸シューズ® プレミアムライン」の WEB 販売に関するプロモーション活動を補助した。

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

令和２年に認定された日本遺産「『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」のストーリーを活用して、「伊丹と灘五郷」観光パンフレットの制作やインフルエンサーと巡る酒蔵ツアーを行い、国内外に魅力発信を行った。

観光パンフレット（日本語・英語）

（２）海外事務所等と連携した PR

海外在住の神戸ゆかりの方が現地で神戸の魅力を発信する「Kobe International Club」を通じ、灘の酒等の地場産品を PR 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となる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に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。