

CITY OF DESIGN KOBE 2015

Member of the UNESCO Creative Cities Network since 2008



神戸市はユネスコに認定されたデザイン都市です

デザイン都市・神戸 2015年度の取り組み



100人の日用品展



アウトドアライブラリー



神戸ホワイトディナー



ちびっこうべ

「デザイン都市・神戸」

都市の魅力の創造

「ひと」「情報」「もの」を広く海外から受け入れてきた神戸。これらが融合することで、特色ある神戸文化を生み出してきました。1868年の開港以降、その流れは一気に加速。山と海に囲まれた自然に富んだ「まちなみ」、外来文化を積極的に受け入れる開放的で自由な気風・風土が作り出した「くらしの文化」、ケミカルシューズ・洋菓子・真珠などに代表される「ものづくりの技術」など、都市としての素晴らしい資源や魅力が生まれました。平成7年の「阪神・淡路大震災」からの復興の過程でも、人の絆や助け合いの素晴らしさに触れることができました。脈々と受け継がれてきた豊かな感性や創造力は、まさに神戸のDNA。それを生かすデザインの力が、人への思いやりと未来への力となって神戸の復興を支えたのです。デザインには人々をひきつけ、心を動かす力があります。たとえば、地域の資源を生かした観光振興や、魅力ある景観づくり、産業の振興にデザインの力は不可欠です。また、毎

日の暮らしの中で、環境・防災・防犯・福祉・教育といった私たちの身近な事柄に潜む課題を見えやすくすること、伝わりやすくすること、さらにはこれらの思いをめぐらし行動を起こさせること、これもデザインの大切な役割です。ちょっと便利に、少しやさしく、もっと楽しく、ずっと幸せに。人はみな、素晴らしい創造力を持っています。その創造力は、文化・芸術などによって生まれ、創造力に基づいて自ら起こすひとりひとりの行動は、人々に心豊かなくらしと社会の活性化をもたらします。わたしたちは、こうした過程を大切に都市の空気や、価値観を市内外に広く共有していきたいと考えています。2008年10月16日、神戸市は、これまでの取り組みとそのビジョンが認められ、ユネスコ創造都市ネットワークの「デザイン都市」に認定されました。市民自らが幸せを実感でき、都市としても成長し続ける。そんな「デザイン都市」を目指しています。

「デザイン都市・神戸」創造会議

選ばれるまち神戸を目指して



創造会議は、神戸市の施策や事業、今後の方針について、デザイン的な視点で提案をいただく外部専門家委員会です。「デザイン都市・神戸」が掲げる「まち」「くらし」「ものづくり」をテーマに、2015年度もたくさんの具体的なアクションが生まれました。

【創造会議から生まれたプロジェクト】

ファーマーズマーケット	P.02	神戸ホワイトディナー	P.05
市庁舎空間の見直し	P.04	下町芸術祭	P.06
コミュニティサイクル「コベリン」	P.05	子どもSOZOプロジェクト	P.06
アウトドアライブラリー	P.05		

神戸らしいビューポイント

おすすめの風景をピックアップ

海や港・六甲の山並みと一体となった市街地や、西北神地域の豊かな自然と田園集落。変化に富んだ眺望景観は、神戸のまちの魅力の重要な要素です。これらを守り育てていくため、市民公募による「神戸らしい眺望景観50選・10選」を選定しました。また、この場所をより多くの方々に知ってもらえるよう、大きな針をかたどったデザインの「ビューポイントサイン」の設置も進めています。2015年度は、六甲アイランドリバーモール・保久良神社（東灘区）、須磨浦山上遊園回観展望閣・おらが山（須磨区）に設置しました。



「港都 神戸」グランドデザイン

人を中心とした新たな港の創生



株式会社ラススイート提供

緑豊かな六甲山にも、賑やかな都心にも近い神戸のウォーターフロント。他都市にはない大きな魅力と特色を持つこのエリアを最大限に活用し、神戸の魅力としてさらに磨きをかけていこう。そんな思いから、2011年3月に20～30年後の将来構想となる「港都 神戸」グランドデザインを策定しました。これは、人を中心として新たな意味での「港都」を創生していこうというもの。現在、その実現に向けさまざまな取り組みを実施しています。2015年5月にはJR貨物神戸港跡地に、株式会社アシッ

クスと連携してランニングコースが整備されました。同年12月には新港第1突堤に、「神戸みなと温泉 蓮」「ラ・スイート神戸オーシャンズガーデン」が開業し、新たなにぎわい施設が誕生しました。あわせて、周辺に緑地が整備され、三方に海が広がる抜群の眺望を市民や観光客が楽しむことができます。ウォーターフロントは「デザイン都市・神戸」のリーディングエリアとして、ますます注目のエリアです。

六間道・家紋幕ストリート

日本古来のデザインでまちの魅力発信

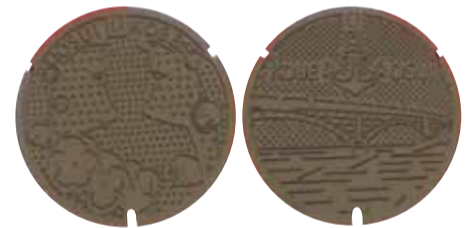
「COME ON ROKKEN 六間道・家紋幕ストリート」は、日本の伝統的なデザインである家紋をあしらった横断幕を六間道四丁目商店街のアーケードに掲げるプロジェクト。2015年10月・11月の2か月に渡り、「KOBEデザインの日」をPRしました。掲出期間中に開催された第11回そばめし大食い選手権や第5回神戸マラソンでは、この家紋幕と同デザインのテーブルクロスを広げた「家紋茶屋」を開店、多くの市民に、「デザイン都市・神戸」の取り組みを知ってもらえる機会になりました。



マンホールの蓋のデザイン

下を向いて歩こう

兵庫区では、平清盛の福原遷都などの歴史遺産に加え、自然や文化などの多彩な魅力を生かしたまちづくりを進めるため、「兵庫区歴史花回道構想」を策定し、区内の散策ルートを設定しています。ルート上に、兵庫区魅力をPRするマンホール蓋を設置していく企画をしたところ、兵庫工業高等学校デザイン科の生徒たちがデザインを担当してくれました。「B面の神戸」新開地のシンボルゲートである「BIGMANゲート」と兵庫運河に架かる三連アーチ橋の「大輪田橋」をモチーフとした2種類のマンホール蓋は、いずれもエリアの特色をよく表したデザインに仕上がりました。足元に至るまで、住民が愛着心を持ち、自慢できるようなデザインの工夫がなされています。



ファーマーズマーケット

おいしい地産地消



地産地消のライフスタイル化をすすめる「EAT LOCAL KOBE」の一環として、生産者と消費者をダイレクトにつなぐ「ファーマーズマーケット」を開催。「農」のイメージがあまりない神戸にも、おいしい農産物があることを、多くの市民に見て

もらい食べてもらう良い機会になっています。市内の若手農家や地産地消に興味のある飲食店など、多くの方のご協力により、2016年度も継続開催することに。東遊園地の新たな活用法としても、期待されています。



夜景のまち・神戸

夜こそ神戸の真骨頂

新たな夜間景観資源を掘り起こし活用していくために、神戸市ではさまざまなプロジェクトを進めています。都心・ウォーターフロントエリアの中でも、とくに魅力的な夜景観賞スポットを紹介する「神戸都心夜景10選」。フラワーロードの花・緑・彫刻を活かしたライトアップ「光のミュージアム」。さらには、神戸港の夜景のシンボルのひとつである神戸大橋のライトアップのリニューアルなど。2015年10月には、「夜景サミット2015 in 神戸(第7回日本夜景サミット)」が開催され、神戸市が日本新三大夜景に認定されました。サテライト会場の東遊園地では、全国トップレベルのイルミネーションが共演。約2万人の方にご来場いただき、大いに盛り上がりました。他にも市内各所で様々なイベントが開催され、多くの観光客の方々に神戸の夜景を楽しんでいただきました。



神戸の都心の「未来の姿」(将来ビジョン)



神戸の都心をどこまで大胆に活性化していけるか。神戸市では、市民の皆さまからの提案や、神戸の都心の「未来の姿」検討委員会での意見を参考に、神戸の都心の「未来の姿」(将来ビジョン)を取

りまとめました。対象エリアは新神戸から三宮、元町を経て神戸・ハーバーランドまで。神戸の夢のある都心が動き始めています。

ワンウェイ型カーシェアリング「シーモ」

都市交通の新しいカタチ①

公共交通を中心に、歩行者、自転車、自動車がバランスよく組み合わせられた交通環境を目指す神戸市では、公共交通を補完する交通手段として乗り捨て利用が可能なワンウェイ型カーシェアリングの実証実験「sea:mo(シーモ)」を行いました。神戸の海側(sea)と山側(mountain)をつなぐ移動手段(mobility)というのがネーミングの由来です。

近未来的なデザインの電気自動車は、1人乗り・2人乗り・4人乗りの3車種。神戸ハーバーランドumieモザイクを拠点に、神戸駅、デザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)、メリケンパークなどに乗り捨てできるポートを設置。インターネットやスマートフォンから予約できる手軽さが人気になりました。



歴史的建築物の保全活用

神戸らしい建築を未来へ

神戸には、地域の文化を伝える古民家、開港以降に建てられた「神戸らしさ」を象徴する近代建築物など、歴史的建築物が数多く存在します。これらの保全・活用を図るため、神戸市では「景観形

成重要建築物等」の指定を行っています。2015年度は、新たに大江家住宅(垂水区塩屋町)を指定し、現在20棟を指定しています。

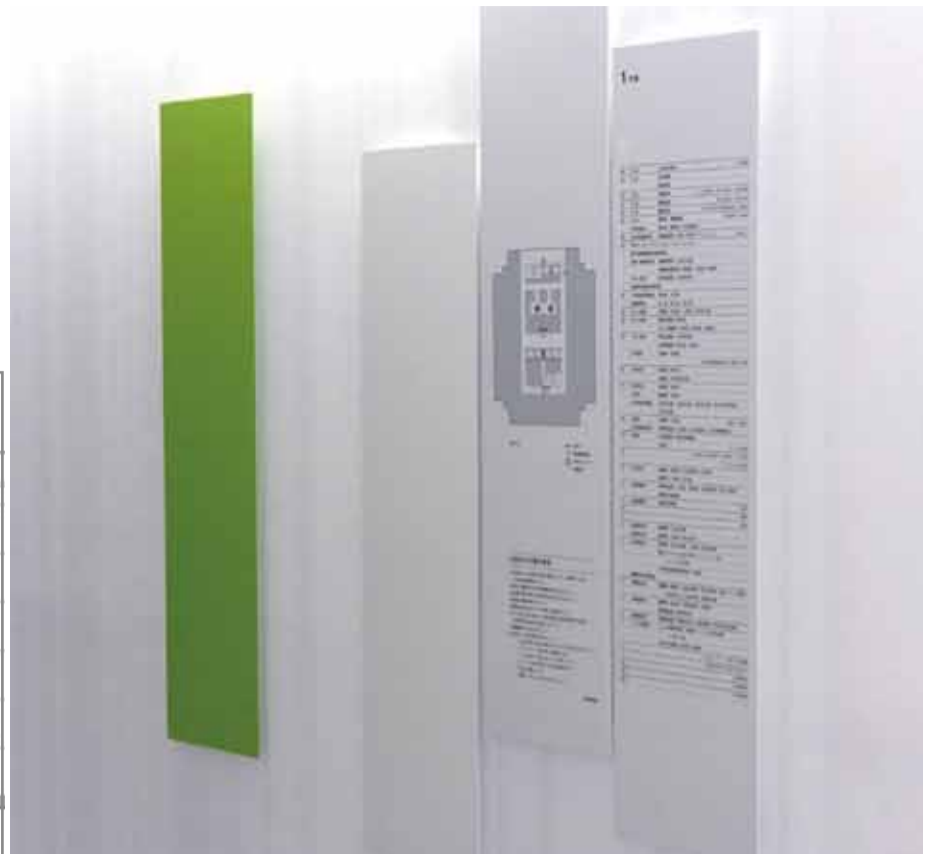
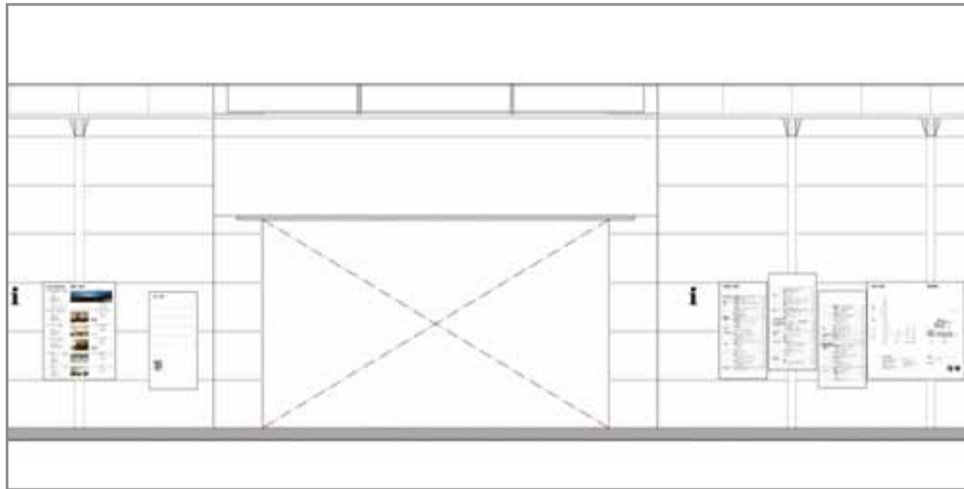


市庁舎空間の見直し

デザイン都市にふさわしい市役所へ

「デザイン都市の市役所として恥ずかしい!」「サインがダサい!」。そんな声に、市役所の若手職員や専門家によるプロジェクトチームが発足しました。改善を目指したのは3つのポイント。1Fエントランスや24F展望ロビーなど来庁者が多く訪れるフロアの再整備、文書整理や事務機のレイアウトなど

執務室のあり方、そして案内サインの改修・掲示物の掲出ルールの見直しです。初年度の成果は、1階西側の「情報発信スペース」の整備や、庁舎内の新たな案内標示。今後もさまざまなアイデアを取り入れながら、「デザイン都市・神戸」にふさわしい市役所を目指します。



三宮周辺地区の「再整備基本構想」

三宮の駅前が変わる

神戸の玄関口・三宮。このエリアの再整備は、神戸全体の経済を活性化し、国際競争力を高める上で不可欠ですが、魅力的で風格ある都市空間の実現には民間活力の導入が必要となります。そこで、市

民、事業者、行政が将来像を共有し、実現に向けて取り組むために、三宮周辺地区「再整備基本構想」を策定しました。この基本構想をもとに、新たな神戸の玄関口・三宮が始まります。



街キャンプ神戸2015

防災を楽しく学ぼう



「街キャンプ神戸」は、実際に街なかにテントを張ってキャンプを体験し、アウトドアを気軽に楽しんでもらうためのイベント。2015年10月、ウォーターフロントにある、みなとのもり公園で開催されました。地元・神戸の食を味わえる飲食ブース、ボルダリングやヨガなどのアクティビティ、

人気のアーティストによるアコースティックライブなど、多彩な催しも。阪神淡路大震災から復興を遂げた「経験知」を発信することも、このイベントの目的のひとつになっていて、キャンプを楽しみながら、災害時に活かせるサバイバル術が学べるワークショップも実施しました。

放置自転車対策

「NO!NO!そこめたらあかん!」

市内の主要駅周辺の道路上に放置されたままのたくさんの自転車。その数を削減するための社会実験を行っていました。三宮センター街の東端の路上に「NO!NO!そこめたらあかん!」と訴える犬のおまわりさんが登場。併せて、駐輪時に本人の顔が写りこむミラー看板と周辺の駐輪場の案内地図も設置。自転車を止めづらい環境を作りました。反発を買いがちな「駐輪禁止!」という警告も、キャラクターを使うことで、共感してもらえるメッセージに。デザインの力を使った効果的な意識啓発の一例です。



アウトドアライブラリー

公園の新しい魅力創造

都会の真ん中に心地よい空間を。「アウトドアライブラリー」は、市民がもっと日常的に東遊園地を使えるようにしよう、この公園から都市の賑わいを創っていくという社会実験の一つです。パフォーマンス広場を中心に芝生を張り、市民から寄贈された本を閲覧できるカフェ併設のライブラリーを設置。本棚オーナーによる交流会(ミニトークイベント)をはじめ、楽器の演奏体験、詩の朗読会、DIYのワークショップなどさまざまなプログラムを2015年6月と11月に実施しました。



コミュニティサイクル「コベリン」

都市交通の新しいカタチ②

神戸の都心・ウォーターフロントを中心に設けられた貸出・返却拠点(ポート)で、自由に自転車を借りたり、返したりできるコミュニティサイクル「コベリン」。観光やショッピングなど、幅広い層の方に利用

されています。コベリンを通して、まちの回遊性の向上、放置自転車の削減、街の美観向上、CO2削減など、神戸のまちの魅力を高めています。



神戸ホワイトディナー

クリエイティブにまちを楽しもう

コスチュームはもちろんテーブル、椅子、デコレーションまですべてを白一色に統一。料理や飲み物、テーブルセットなどすべてを参加者自らが持参し、神戸で一番贅沢な屋外スペースに、参

加者それぞれが創造性を発揮して創りあげる、この上なく美しいディナー。春は東遊園地、秋はハーバーランド高浜岸壁で開催され、Facebookで拡散された映像や画像は多くの共感を呼びました。



まちの案内サインの再整備

訪れる人にやさしいまちを目指して

「デザイン都市・神戸」にふさわしい案内サインをつくるためのルールづくりに取り組みました。初めて神戸に来た人が案内サインの情報だけで目的地にたどりつけるかという実験や、神戸市民に集ってもらい分かりやすいデザイン・配置について話し合うワークショップを実施。デザイン性に配慮し

た書体やレイアウト、体系的なサインシステム、矢羽型サインの改訂などについて検討しました。これらを反映した改訂版「案内サイン共通仕様書」に基づいて、順次神戸市内の案内サインを再整備していきます。



神戸ビエンナーレ2015

2年に1度の芸術・文化の祭典

神戸ビエンナーレは、2年に1度行われる、芸術・文化の祭典。5回目となった2015年も、国内外から多くのアーティストが集まりました。「スキ。」をテーマに、9月から11月にかけて66日間の開催。会場はメリケンパーク、東遊園地、ハーバーランド

umie、元町高架下、兵庫県立美術館など。アートのさらなる飛躍とまちの賑わいにつながるイベントとして、過去最高の38万3千人が訪れました。



下町芸術祭

下町のワクワクを心行くまで体験

長田在住や長田に縁のあるアーティスト・クリエイターが中心となり、地元の協力を得て、下町のくらしとアートが融合した環境を創り出す。そんな地域密着型の下町芸術祭が開催されました。約30の企画と120名を超えるアーティストが、商店街の空

き店舗や路地、古民家など、地域全体を活用。長田区の新たな魅力に触れられるイベントとして2015年10月～11月の期間中、近隣のみならず市内外から多くの方が訪れました。



撮影:岩本順平



撮影:岩本順平

こどもSOZOプロジェクト -クリエイティブリユース-

廃材をアートに

ごみを宝物に！神戸のまちから出る廃材を利用して、素敵なモノたちを生み出す「クリエイティブリユース」。革の端切れ、木片、プラスチックなど、市内の店舗や工場を回り集めたさまざまな廃材を、子供たちがSOZO（創造と想像）力をフルに発揮して、

自由な発想を形にしていきます。このプログラムは、感性を磨く場であると同時に、廃材を通して自分が住む神戸市にどんな店や企業があるのかを知る機会にもなっています。





撮影：芦田博

BE KOBE

未来につながる市民の誇り

「BE KOBE」。阪神・淡路大震災からの20年間で得た経験、教訓を国内外に向けて発信するために生まれたこの言葉には、「神戸の様々な魅力の中で、一番の魅力は人である」という思いが込められています。シンプルな言葉に込められた思いが神戸市民の誇りや旗印になるように。2015年度は特設ウェブサイトの英語化、BE KOBE MEETINGの開催、ノベルティの制作などを行いました。



灘区中学生まちづくり会議

中学生が考える灘区の未来



「灘区中学生まちづくり会議」は、まちに暮らす自分自身がまちをつくる要素であることを理解し、まちづくりを身近にとらえるきっかけをつくる取組

み。2015年は、「灘まちなか食堂」と銘打ち、「食」を切り口に中学生ならではの視点で灘のまちを見つめるワークショップを行いました。

ちいきいと

抱腹絶倒、ジモト自慢

神戸市内のいろんな場所を会場に、ジモト愛にあふれた人たちが、我がまちの魅力を熱くPRするイベント。出演者は、出されたお題をもとに写真を持ち寄り、大喜利形式で爆笑トークを展開していきます。2015年は「動物園篇」「金曜レイト

ショー篇」など4回の開催。参加者がまちに愛着を持ち、ゆくゆくは自らの手で魅力的なまちをつくっていく…そんな地域とのつながりが楽しく生まれるイベントは人気を集め、通算16回を数えるにまで育ちました。



date.KOBE×FOOD

神戸×美味しい食事＝デート



デートで神戸を訪れたカップルをおもてなししよう! 「date.KOBE」は、デートの思い出(=デートログ)を通して神戸の魅力再編集し、デート文化として育てていこうというプロジェクトです。市民、観光施設、公共交通機関、メディア、商業施設、商店街、ホテルなどが一緒に取り組んできました。「date.KOBE×FOOD」では、「KOBEデザインの日記念イベント」や「神戸ピエンナーレ2015」との

連携事業として、市内の飲食店でペアメニューや「date.KOBE」オリジナルメニューを提供し、神戸の豊かな食文化の魅力を広めるキャンペーンを実施。また、バレンタインデーからホワイトデーシーズンにかけては、「date.KOBE FESTA2016」で、神戸ならではのプレミアムなデートプレゼントなど、様々な方法で神戸でのデートを応援しました。

北区コミュニティラベルガイド

区民がおすすめ「ちょうどいい暮らし」

多くの人々が持たれている「海」という神戸のイメージ。しかし、そんなイメージと反する自然とふれあう里山での暮らしが神戸にもあります。神戸市北区では日常生活に「農」を感じながら、都市部にもアクセスが良い、「ちょうどいい」暮らしがあります。実際に

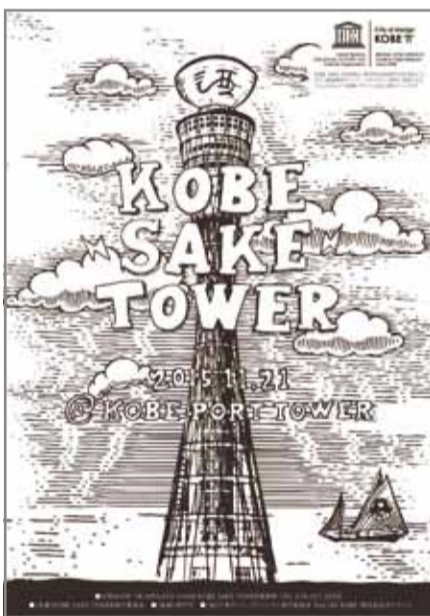
そこで生活されている人々のライフスタイルを通じて北区での暮らし方を提案する移住・定住促進ガイドブック「北区コミュニティラベルガイド」を作成しました(2016年に販売予定)。



KOBE SAKE TOWER

ポートタワーを日本酒がジャック!

日本一の酒処・灘五郷のお酒を切り口に、神戸の恵まれた食文化や魅力を発信した「KOBEデザインの日2015」記念イベント。展望階からの360°の素晴らしい景色とともに、灘五郷のお酒や、お酒を使ったパンやスイーツの共演。夜には1日限定の「TOWER SAKE BAR」が開店し、特別な夜を演出しました。



なだ・あんぜんあんしんのABC

こどもたちの安全のために

安全、安心な毎日をこどもたちに。「なだ・あんぜんあんしんのABC」は、灘区の小学校低学年のこどもたち向けに作られた、防災と防犯の情報冊

子です。防犯の心得を標語にした「いかのおすし」や、絵を使ってわかりやすく防災の情報を紹介しています。

いかにのおすし

こわいめに
あわないために
おぼえよう!!
大きな声で練習しよう!

No!
しらないひと
ついていかな

しらないひとのくるまに
のらない

おおこえをだす

すくにごる

なにがあつたらすぐ
しらせる

KOBE
UNESCO City of Design

神戸市広報印刷物登録
平成27年度 第411号
(広報印刷物規格D類)

リサイクル適性(A)
この印刷物は、印刷物の紙へ
リサイクルできます。

平成27年12月発行



こうべガーデンカフェ2015

神戸で世界旅行

「神戸で世界旅行」をテーマに、世界各国のお料理、お菓子、音楽、クラフト、雑貨、デザイン、アートを楽し

しむステージイベント&マルシェ。衣食住を通して、神戸らしい「くらしのデザイン」を提案しました。

防災展示室&ポータルサイト SONAE TO U?

日頃から災害に、そなえよう?

神戸市危機管理センター(市役所4号館1階)の防災展示室が2015年6月にリニューアル、「備え」の大切さを身近に感じてもらえるショールームに生まれ変わりました。神戸弁で「備えとう?」と呼びかける防災啓発のロゴマーク「SONAE TO U (YOU)?」をはじめ、最新の防災グッズの展示、楽しく学べる防災訓練プログラムの紹介など、市民に親しみやすい内容です。

12月には気軽に楽しく防災のことを学べるポータルサイトも開設、日頃からの「備え」につながる情報や活動を紹介しています。

KOBE防災ポータルサイト
<http://www.kobe-sonae.jp/>



LIVE LOVE KOBE

住んでこそわかる神戸の魅力

神戸に住んでみたい!と多くの人に思ってもらえるきっかけをつくりたい。「神戸は住みやすい」「暮らしてみると良さがわかる」と多くの市民は感じています。神戸には日帰りや1、2泊の観光では知り得ない「暮らす魅力」があります。そこで、兵庫県外の人に「お試し移住」をしてもらえるキャンペーンを行いました。北野エリアのレトロマンションに滞在する、最大14泊の無料試住体験。

住むだけでなく、暮らしを体験できるツアーも用意。「神戸女子会トークランチ」「神戸大の大学生と語る会」「灘酒造めぐり」「喫茶店のマスターになる」など、住むだけでなく、暮らしを体験できるユニークなツアーも用意。移住促進の新たな取り組みが話題になりました。



みんな・だ!ミートアップ

ぼくらのまちをデザインしよう

「みんな・だ!ミートアップ」は次世代を担う若い世代の灘区民が意見・アイデアを発しやすく、また知り合い・響き会えるような場。それぞれテーマを決めて全3回のワークショップを実施し、今後の区政にいかされる提案書がまとめられました。区民の力で、より良い灘区を実現!地域単位でソーシャルデザインに取り組む神戸市です。

デザインのチカラ展

ものづくり×デザインの知恵がつまった2日間

例年、「デザイン都市・神戸」の取り組みとして、9月の「国際フロンティア産業メッセ」に出展しています。2015年は神戸発のデザイン製品や、グッドデザイン受賞製品を紹介。デザインに込められた様々な意味を発信しました。併せて専門アドバイザーによる個別相談や啓発セミナーにより、ものづくりにおけるデザイン活用の意義や効果を広く伝えました。(協力:一般財団法人日本デザイン振興会)



第11回兵庫モダンシニアファッションショー

社会にもっと元気なシニアを

公募により集まった60歳以上のシニアが、自分たちの趣味や思い出の衣装を着てステージを歩く「兵庫モダンシニアファッションショー」は、2015年で第11回を迎えました。開催地は、神戸市内でも高齢化率の高い兵庫区。その晴れ姿は、自分たちの元気を社会にアピールする手段にもなっています。また、神戸芸術工科大学の協力により、シニアのための「ワンポイントおしゃれ講座」、障がい者も着やすいユニバーサルでおしゃれな服を制作する「ふれあいファッションショー」など、多彩なプログラムが開催されました。



デザイン相談・工業デザイン相談

神戸のものづくりを支える

中小企業のみなさんのデザイン活用を支援するため、例年9月の「国際フロンティア産業メッセ」で行っている「デザイン相談」。2015年は6月の「神戸ものづくり中小企業展示商談会」でもブースを設置し、ミニセミナーも実施。「こんな製品を作ってるんだけどどう思う?」「デザイナーとの出会い方は?」経験豊富な専門アドバイザーがさまざまな質問に丁寧に答えました。

また、神戸リエゾン・ラボNIROものづくり試作開発支援センターでは、神戸芸術工科大学と連携し、随時助言・提案を行う「工業デザイン相談」を実施しています。2015年は4件の相談を受けました。



100人の日用品展

ふだんのデザイン再発見!

「特別」でも「高価」でも「奇抜」でもない、ありふれた日用品の価値を改めて見つめ直す展示会「100人の日用品展」。「KOBEデザインの日2015」記念イベントとして、2015年10月、デザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)で開催されました。

デザイナー、教師、八百屋さん、主婦、左官業からコーヒー屋さんまで、職業や立場もさまざまな100人が実際に使用している日用品が一同に並ぶ展示は迫力満点。購入動機やお気に入りのポイントなど100人100様の解説文も人気を呼びました。



第42回ファッションコンテスト2015

世界に羽ばたく登竜門

神戸ファッション都市宣言(1973年)の翌年に「神戸から新しいファッションの提案」をテーマに始まった「神戸ファッションコンテスト」は、今や日本を代表するファッションコンテストに成長、「ファッション都市・神戸」を象徴する事業として

高く評価されてきました。1991年からは海外のファッション系大学・専門学校への留学支援プログラムとして開催されるようになり、2015年は特選の5名が留学することに決まりました。



ものデザインラボLAB KOBE2015

「挑戦したい」が集まる場所

2015年10月から6か月間、中小製造業等11事業者の参加による商品開発プログラムを新たに実施。全国各地で活躍中のプロデューサーを講師に迎え、個別面談を中心に具体的手法のノウハウを学びながら、つくりたい商品や目指す自社ブランドの企画コンセプトをまとめていきました。2016年4月からは選抜メンバー数社が引き続きプロデューサーとともに商品開発に取り組む予定です。



KOBEにさんがろくプロジェクト

6次産業都市神戸を目指して



温暖な気候と豊かな自然のもとで生産される農水産物は、神戸のすばらしい魅力のひとつです。そんな神戸の農水産物をもっとたくさんの人に知ってもらおうと、このプロジェクトは立ち上がりました。神戸産農水産物が若者のアイデアと企業のノウハウが合うことで、「新たなものづくり」「若者・企業・農漁業者のネットワークづくり」が進んでいます。2015年は21チームが参加。神戸松蔭女子学院大学の学生の「Hull〜ヘタに真珠〜」(野菜のヘタや種を使った世界でひとつのアクセサリ)がグランプリに輝きました。



KOBE工業デザイン塾

開発のプロセスにデザインを



2015年11月、神戸芸術工科大学の協力で中小製造業の製品設計や企画等の担当者8名の参加で、プロダクトデザインの初歩的な制作プロセスを学ぶ演習講座を開催しました。(テーマ:「ドアストッパー」)

デザイン・クリエイティブセンター神戸 / KIITO

「デザイン都市・神戸」の創造と交流の拠点

デザイン・クリエイティブセンター神戸は、「デザイン都市・神戸」の創造と交流の拠点として、2012年8月にオープンしました。生糸(絹糸)の「西日本」の輸出拠点だった神戸生糸検査所をリノベーションしたこの施設は「KIITO」の愛称で親しまれてい

ます。市民の創造性を育むイベント、ワークショップ、さまざまなプロジェクトが展開されるとともに、クリエイティブな人材の交流と集積が行われています。35室のオフィス、約1,000㎡のホール、貸会議室、カフェなどを備えています。



撮影: Shunsuke Ito

+クリエイティブゼミ (KIITO)

社会課題への新しいアプローチ



社会課題を、「+クリエイティブ」なアプローチにより解決しようとする、ゼミ形式のプログラム。社会人、学生、主婦など立場や意見の違うさまざまな人たちが、小グループに分かれてのディスカッションを通して、解決への方策を導き出すプロセスを学びます。2015年度は、「地球温暖化対策」「神戸医療産業都市のPR」「ものづくりのデザイン」「これからの公園のあり方について考える」などのテーマに取り組みました。また、事業化を目指して継続的にサポートも行っていきます。



+クリエイティブレクチャー (KIITO)

トップランナーから学ぶ

クリエイティブな分野で活躍するトップランナーを講師に迎える「+クリエイティブレクチャー」。2015年度は、ヴィトラ・デザイン・ミュージアム館長のマーク・ツェントナー氏、電通の籠島康治氏、

柏の葉アーバンデザインセンター・センター長の出口敦氏などをお招きし、講義形式で創造的な活動の事例や手法を紹介。市民の創造性を刺激しました。



ワークショップ(KIITO)

様々な分野のクリエイターやプロによるワークショップの体験を通して、新たな創造的視点を育む機会を提供します。2015年度は、スツールやシャツといった生活になじみ深いものの制作体験、セルフビルドによる館内の未活用空間の活用など、多彩なプログラムを実施しました。



LIFE IS CREATIVE展 高齢社会における、人生のつくり方。

これまでの「老後」のイメージにとらわれない多様な「人生のつくり方」を見つけ出すために、様々な切り口から高齢化という社会的課題に向き合う実験的な展覧会。8つの「ラボ」を立ち上げ、「シニアメディア」「オールドタウン」「食」などのテーマにつ

いて来場者と共に考え、一部を実践するなど、高齢社会の未来を考えるトライアルの場になりました。また、本展は「KOBEデザインの日」記念イベントのひとつとして開催されました。



中小企業PR広告デザインコンペ

若手デザイナーと中小企業のマッチング

中小企業の広報・デザイン力の向上と、若手デザイナーの発掘・育成を目的としたコンペです。公募で選ばれた「株式会社アールティージャパン」「株式会社ショコラタン」「近畿タクシー株式会社」の3社が実際に抱えている課題を題材に、柱巻き広告のデザイン案を公募しました。各社1つずつ優秀賞を選出、「KOBEデザインの日」である10月16日から3ヵ月間、地下鉄三宮駅ホームの柱に掲出しました。



クリエイティブディレクターの就任

市政にデザインの視点を

市の事業が直面しているさまざまな課題を、デザインの視点で解決するために、また職員のデザイン・リテラシーを向上させるため、クリエイティブディレクターが就任しました。2015年度は、約100件の庁内相談に対応しました。



廃材ならではの豊富な素材が、こどもの創造力を育む。

9/26(土)・27(日)、廃材を元に自由な発想でものづくりを楽しむ、子ども向けワークショップ『子どもSOZOプロジェクトクリエイティブリユースー』がKIITOで開催される。今回講師として参加するのは、日本初のクリエイティブリユースの拠点「IDEA R LAB」を開設した大月ヒロ子さん。「クリエイティブリユース(=企業や家庭の廃材を使って創造的な活動を行うこと)」の考え、活動のきっかけ、その意図や目的についてお話を伺う。

神戸の廃材にはどんなものがありますか

革製品や靴関係のものがある、非常に特徴的でした。やっぱりちょっとしゃれたものが多い、輸入系の壁紙やソファの張地なんている、とても質の良いものを「本当に良いのかしら?」と思いついて頂くことが多かったです。廃材を提供して頂く時に企業さんの技術や歴史のお話も伺うんですが、本当に日本のものづくりの技術って凄いなあと感じました。

8月に行ったワークショップの感想は

せっかくだから家庭や学校では出来ない事をさせてあげたいなと思って。子ども達は本来たくさんイメージを持っていますよね。それを大人が少しだけ助けてあげて、新しい接着方法や組み立て方なんかを教えてあげる。そうすると、こどもの作るものはグンと良い作品になるんです。彼らがイメージを形にする1つのきっかけになればなと思いました。

クリエイティブリユースの活動の目的は

「廃材」というキーワードを持ちながら活動している方々が、こういった場で仲良くなってネットワークを作り、神戸の街の中で廃材が上手に生かされていくと嬉しいですね。中には有償で廃棄せざるを得ないものもいっぱいあって、資源に戻すのも必要なことですが、その前にワンクッション皆が色々試せるといいのかなと思います。



大月 ヒロ子 さん

ミュージアム・エデュケーション・プランナー。板橋区立美術館学芸員を経て独立。展示会の監修やコミュニケーションを誘発する学びの空間デザイン、プロダクトデザインにおいてキッズワークショップを生かす新手法の構築などを行なっている。



若手クリエイターに 神戸の中小企業に 新しい可能性を

10月16日から約3ヶ月間、神戸市営地下鉄「三宮駅」西行きホームに3企業の広告が登場。応募のあった市内中小企業を広告主に、若手デザイナーを対象にしたコンペを実施。各部門の最優秀賞を実際に柱巻き広告として掲出している。狙いは「中小企業側の広報・デザイン強化」と、「若手デザイナーの発掘・育成」。今回、近畿タクシー株式会社では武内伸雄さん、赤山朝郎さんの2人がタッグを組んで受賞した。このような公募について、自身の作品について、喜びとその想いを聞く。

応募を決めたきっかけを教えてください

神戸市の方からご紹介頂き、面白そうだったので応募してみました。2人でタッグを組んで参加しましたが、以前から仕事のやり取りをしている関係だったので、スムーズに進みました。むしろ、普段のクライアントワークでない分、自由に発想を飛び交わせることができ、刺激的でした。

このデザインのコンセプトは?

「タクシー会社がこんなこともやっちゃうのか!」と思わせる意外性・ギャップの面白さです。ですが、ただ面白さを求めるだけではなく「神戸への愛」「人への愛」「繋ぐことへの愛」など、あらゆる愛が根底には満ち溢れており、それを「MyQpit」というワードを使うことで昇華させたかったんです。体は筋骨隆々、顔は少女マンガのインパクトたっぷりなキュービッドは、まさに近畿タクシー様の社風にぴったりだと思いました。

では、最初から天授+筋骨隆々というイメージがあったんですね

全体的なイメージを作る前に、近畿タクシー様のホームページや取材記事などを拝見し、企業姿勢に非常に面白さや興味を感じました。その姿勢から、ただ面白いことや愛情を持っているだけの会社ではなく「躊躇しない」という印象を受けたのです。様々な企画を打ち出し、神戸の街や人へ、できることを全て注いでいく。想いを実現させることに対して一直線で、「これは単に可愛らしく柔らかいキュービッドではイメージにそぐわない」と。そこで力強く面白い、振り切ったキュービッド像を思い描きました。気づけば肉体は筋骨隆々のマッチョ、目はキラキラで乙女チック…と、アンバランスでありながらも人を惹きつける、愛と力強さを兼ね備え、道ゆく人にも「なんじゃこりゃ!!?」と思ってもええそうな、そんな7人のキャラクターができあがりました。

「神戸のハートスナイパー」というキャッチコピーも印象的ですね

当初は「愛に一直線」といったコピーを考えていましたが、弓矢を持った狩人やハンターのイメージへと発展し、最終的にこういった言葉に行きつきました。

受賞された時のお気持ちを教えてください

素直な嬉しさと「本当にやってしまったのか!」という驚きの2点に尽きます。近畿タクシー様の寛大さに感謝ですね。

またこのような機会があれば、参加したいと思われますか?

ぜひ参加したいです。神戸の街・人にとって面白くなる、明るい未来に繋がる、そんな試みだと思いますし、そういったものにトライして行きたいです。ですが、いずれは「ぜひ武内さんに!」と指名でお仕事を頂けるようになれば、さらに嬉しいですね(笑)。

「中小企業PR柱巻広告デザインコンペティション」参加企業・受賞者



株式会社アルティージャパン
受賞者: 松下忠央さん(尼崎市)

株式会社ChocolaTan
受賞者: 若井剛さん(神戸市)

近畿タクシー株式会社
受賞者: 武内伸雄さん(大阪市)
赤山朝郎さん(大阪市)

デザインので、もっと豊かでワクワクする神戸へ

「デザインする」という言葉には、「現状を少しでも望ましいものに換えようとする」という意味も含まれている。毎日楽しくするために、課題解決のために、アイデアにひと工夫を加える(=デザインする)…それが「デザイン都市・神戸」の狙いだ。今年6月、市の様々な取り組みに「どのようなひと工夫ができるか?」を具体的に指導を行うべく、神戸市のクリエイティブディレクターに就任した山阪佳彦さん。約半年が過ぎた今、その日々の活動についてインタビューを行った。

「デザイン都市」とはどのようなものだとお考えですか?

市の政策や市民生活に、デザインやデザイン的な発想が有効な道具として機能している都市…ですね。「あんなことにも、こんなことにも使えるよね」と、市民も職員も皆がデザインを活用できる都市、創造的に暮らしを楽しむことができる都市でしょうか。

その理想に向けた取り組みを日々行っておられるんですね。

市民にも職員にも「こんな都市にしたい、なりたい」というものがあるはず。その為にデザインは使える道具だと知ってもらうことや、うまくいったという実感や成功体験を積み重ねてもらうことが大事。そういうことをサポートしていくのが私の役目だと考えています。デザインという言葉から誰もが神戸を連想してくれるような、そういった取り組みを行っていきたくですね。

現在はどのようなお仕事に携わられているのでしょうか?

大きく3つの仕事があります。「神戸市の政策や広報の課題にデザイン的な視点で応えること」「全庁職員のデザインリテラシーを高めること」そして「デザイン都市・神戸にふさわしい政策を立案・実行すること」です。具体的には、ポスター・動画・ウェブなどの広報ツールをつくり、企画・デザイン競争のコンペの審査員をしたり、各部署の次年度事業に向けた企画のお手伝いをしたり、実に大小様々ですね。どの仕事でも心がけているのは、従来の神戸市になかった新しい発想を持ち込むこと。そして、役所のデザインの退屈で堅苦しいイメージを払拭すること。先月「歯と口の健康づくり月間」キャンペーンで企画した、歯をイーッと見せて走るポトライナーもそういった思いから。とにかく、日々勉強、日々発見の、めまぐるしく楽しい毎日です。

山阪さんの考える「デザインのカ・役割」とは?

デザインには「人を動かす力」があります。気づきを与えたり、行動を促したり、習慣を変えたり…。しかも、ワクワクする期待感や幸福感を伴った力です。常に街のあちこちから創造的な活動が生まれる神戸になれるよう、そして「さすがデザイン都市・神戸」とみんなに言ってもらえるよう、これからもデザインの力を活用していきます。



山阪 佳彦 さん

株式会社MAQ 専務取締役。ゴミ問題に取り組むGARBAGE BAG ART WORKなど、社会課題を解決するクリエイティブ活動を展開。東京コピーライターズクラブ会員、パープルアイス理事。いただきますの日普及推進委員会、NPOフードデザイナーズネットワーク監事。2015年6月より神戸市のクリエイティブディレクターに就任。



仕事と子育ての両立を上司が応援するプログラム 専用封筒

KIITOを入口に、市民の創造性がますます深まる

2008年、神戸市がユネスコ創造都市ネットワークのデザイン都市に認定され、その創造の拠点として2012年8月に開設された施設、それがデザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)。1980年まで実際に稼働していた神戸生糸検査所が、リノベーションを経て「デザイン都市・神戸」のシンボルとして生まれ変わった。様々な活動の中で徐々にその認知度を増し、現在は海外からの注目も高いという。KIITOのこれまで、そして現状についてセンター長・芹沢高志さんに話を訊く。



センター長 芹沢 高志 さん

1951年東京生まれ。神戸大学理学部数学科、横浜国立大学工学部建築学科を卒業後、東京・四谷の禅寺、東長寺の新伽藍建築設計画に参加したことから、89年にP3 art and environmentを開発。別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」(09年、12年、15年)の総合ディレクターを務めるなど、さまざまなアート、環境関係のプロジェクトを展開している。

KIITOのコンセプトをお聞かせください

一般的なデザインセンターはプロダクトデザインの考え方が非常に強いのですが、もっと次世代を切り開いていくような、様々な分野でのクリエイティビティがこの大きなテーマになっています。

ただデザインを発信していくだけの施設ではないということでしょうか？

デザインと言うと、例えば印刷物をどれだけ綺麗に作るかというような話が主流になりますが、そこから抜け落ちてしまっている都市デザインとか社会デザインや、食・福祉・環境の問題など、包括的なものにも目を向けて結び付けて考えることが都市戦略を考える上で必要になるだろうと。その辺りから「+クリエイティブ」という中心的な基本概念が生まれ、神戸市の考える「デザイン都市」と共振する形でラボやオフィスを集約させる機能と自主企画を展開しています。

では、KIITOにとっての「デザイン」の役割とは？

いろんな解釈の仕方はありますが、英語の辞書を引くと「計画」という意味もあって、基本的には何か問題を解決していくベクトルを持っているものなんです。問題解決とか計画って言うと「難しそう」「専門家がやること」と考えられやすいですが、デザインには「何か先にあるんじゃないか」「自分でも出来るんじゃないか」という能動的な気持ちがあると思えます。楽しそうじゃなかったら入口でめげちゃうし、ワクワクしない解決方法だったら「+クリエイティブ」とか言っても人は付いてこないのですね。それがクリエイティビティの原点のようにも思います。対して「アート」は問題を発見する力。計画性を持った活動を軸にアートの要素を持ち込むことでデザインの車輪を回し、広い意味での問題解決の力にしていきたいですね。

KIITOが開館して4年目ですが、これまでを振り返ってみて感じることは？

「date.KOBE」など、KIITO発のプログラムから発展し、実際に神戸の街に働きかけていることがやっと認められ始めたかなということを実感しています。

これからの取り組みについて教えてください

KIITOが1つの街のようになっていけばいいなと思っています。自分たちの活動がここに収まりきらなくなって外に出ていくということもやろうとしていますけど、「神戸ファッション美術館」や「神戸アートビレッジセンター」、新長田の「DANCE BOX」など、神戸にはたくさんの施設がありますよね。そういった既存の施設の活動と競合するのではなく、KIITOに集まった人々をより専門的な場所に運んでいくようなハブとしての役割をもっと充実していきたいなと思っています。

市民自身が守り、大切に育てていく神戸流の景観

神戸らしい、魅力ある景観や街並みを形成している建築物などを表彰する『神戸市 都市デザイン賞』の応募受付が始まった。『建築文化賞』『景観・ポイント賞』『ストック再生賞』『市民活動賞』といった、神戸の景観づくりに貢献している建築物を表彰する「まちのデザイン部門」、環境配慮が優れているものに与えられる「地球にやさしいCASBEE建築部門」、そして今回から始まった「まちの魅力発信部門」の3部門に分かれる。今回、事務局を務めるのは、神戸市まちのデザイン課の西課長。詳しく話を伺う。



まちのデザイン課 西 修 さん

神戸市住宅都市局計画部まちのデザイン課長。建築行為等について、必要に応じた助言、指導を行うほか、神戸らしい眺望景観を次世代へ引き継いでいくための新たな誘導基準を策定し、規制誘導に取り組むなど、神戸らしい都市景観をまもり、そだて、つくるための施策を推進している。また、「神戸市都市デザイン賞」では事務局を務め、市民への都市景観に関する情報提供を行う。

まず普段のお仕事について教えてください

神戸市には「神戸市都市景観条例」という条例があるんですが、「まちのデザイン課」として神戸らしい景観を「まもり、そだて、つくる」という視点で施策しています。神戸にはたくさんの象徴的な地域がありますが、そういった地域を指定し、維持するためにふさわしいルールやガイドラインを地域の方々と一緒に考えています。

「神戸らしい景観」の特徴とは

海と山が迫っていて、変化に富んだ景観を楽しむことができること。山の上から、海際から、あるいは街中、と多様なシーンを楽しむことができることは、神戸の景観の特徴だと思います。「神戸の風景」と聞いて思い浮かぶ景観は人や地域によって様々だと思うんですが、それがむしろ「神戸らしい」でしょう。

神戸の景観施策に関して、これからの計画、ビジョンはどんなものですか

これからは夜間景観にもより力を入れていきます。フラワーロードで「光のミュージアム」と題して花や緑、彫刻などのライトアップを行い、暖かく魅力的な景観づくりを行っています。また、歴史的建築物を保存・活用していくために西区北区にあるかやぶきの古民家も調査し始めました。他にも様々な取り組みを行っていますが、それを市民の方が単に見て楽しむだけではなく、自ら守り、大切に育てていく…そういうまちづくりに繋がっていくことが理想ですね。神戸のまちづくりは元々市民活動に支えられているという特徴があり、これは全国的にもあまりない事例です。優れた景観を守ることは大切ですが、それをひとつのツールやきっかけとして市民のまちづくり活動が盛んになっていけば良いですね。

そういった中で今回募集している「都市デザイン賞」について教えてください

平成23年から始まった制度なんですけど、「建築文化賞」「景観・ポイント賞」といった一部の賞に関してはもっと古くからあった賞なんです。ここに新しい要素を統合する形で作られたものが「都市デザイン賞」です。対象が建物なので毎年というわけにはいかず、2年から3年に1度のペースで開催しています。今回は新たに「デジタルフォトコンテスト」を始めました。「神戸らしい眺望景観50選」として神戸の景観として素晴らしい場所を市民公募したのですが、この場所の一部に取りつけられた「ビューポイント」からの撮影と、それ以外の場所での撮影の2テーマで募集しています。こちらはスマートフォンでの撮影もOKですので、気軽にたくさん応募いただきたいですね。

社会・地域課題を解決するための形のないデザイン

地域、日本、世界が抱える社会課題(ISSUE)を、市民の創造力で解決することに挑戦するソーシャルデザインプロジェクト「issue+design」。これまで、災害時に自分にできることを表明する「できますゼッケン」や、抱え込んだストレス状況を点数化するウェブサービス「ストレスマウンテン」など、様々なプロジェクトを生み出してきた。プロジェクトを創出し、代表をつとめるのはグッドデザイン賞ほか国内外多数の受賞歴を持つ筧裕介さん、その活動について伺う。



issue+design 筧 裕介 さん

1975年生まれ。東京大学大学院工学系研究科修士(工学博士)。2008年ソーシャルデザインプロジェクト「issue+design」を設立。以降、社会課題解決のためのデザイン領域の研究、実践に取り組む。著書に「ソーシャルデザイン実践ガイド」「人口減少×デザイン」など。グッドデザイン賞、竹尾デザイン賞、カンヌライオンズ他、国内外の受賞多数。

「issue+design」のなりたちとは？

元々は阪神大震災から15年近く経った頃に「もしもまた、大規模な震災が起こった時にはどんな課題が生じるのか?それに対してデザインで何ができるのか?」そんなテーマで、仲間とプライベートで始めたプロジェクトでした。その後、神戸市役所の方々のご縁があって、震災15年プロジェクトと位置付けて、神戸をはじめ色んな地域の「社会・地域課題についてデザイン」の力で解決する”活動”を行っています。

課題をデザインで解決するということは、震災前から考えていたんですか？

2008年頃、日本にまだデザインを社会課題領域で考える人が少なかった時代で、先駆けてトライしてみようと思いました。実験的な意味で、取り組むべき社会課題を探した時に震災が良いのではないかと感じて始めたんです。

デザインでのアプローチ方法は課題を見つけた後から考えるんですか？

デザインという言葉を広い意味で使っています。まず問題や困っていることに、どんな解決策が最適かを掘り下げていきます。「こういうウェブサイトを作ることで解決できるんじゃないか?あるいはワークショップを開いたら?紙媒体を作ってはどうか?」そういったアプローチを後から決めるやり方ですね。

広い意味のデザインとは

「作らないデザイン」というか、「形のないデザイン」。ワークショップ等を運営して住民の方々が交流し、そこから何かが生み出される…それ自体がデザインという考えですね。



4種類の「できますゼッケン」

課題解決にデザインを持ち込むことによる効果とは？

社会課題というのは複雑でわかりにくく、論理的に解決策を導き出すのが難しい。そこで人の感性に訴えて、皆が「参加したい」という方向に気持ちを動かすことがデザインの力だと思っています。一般的な行政の場合、歩きタバコを無くすために、罰金などの「禁止」型アプローチをとりまします。そうではなく、「どうやったら歩きタバコをやめなくなるのか?」「吸いたい時に行きたくない喫煙所とは?」そんな市民の「希望」から課題解決に取り組む。それが僕たちの「デザイン」というアプローチですね。問題が複雑な地域や時代の中では、有効なアプローチだと思います。



「ストレスマウンテン」WEBサイト

ユネスコ創造都市ネットワーク (UCCN)

世界のネットワークの一員として

ユネスコ創造都市ネットワーク(UNESCO Creative Cities Network = UCCN)は、世界中の「創造都市」の連携・相互交流を目的としたネットワークです。創造都市とは、文化的な産業を振興することで都市の活性化を目指しているまちのこと。「文学」「映画」「音楽」「クラフト＆フォークアート」「デザイン」「メディアアート」「食文化」の7つのテーマに分け、ユネスコが認定しています。神戸市は、2008年10月16日、「デザイン」分

野で加盟認定されました。このネットワークを活かし「デザイン都市・神戸」の魅力を国内外に発信しています。現在、7分野で116の都市が認定されており、うちデザイン都市は22都市です。(2016年3月時点)

2015年5月には、ユネスコ・デザイン都市フォーラム2015を神戸で開催しました。グラーツ、シンセン、ヘルシンキからゲストを招待し、デザイン都市の取り組みについて、意見交換を行いました。



Creative City Network of Japan

創造都市ネットワーク日本 (CCNJ)

クリエイティブに日本を変える

創造都市ネットワーク日本 (CCNJ)は、国内外の創造都市・農村間の連携・交流を促進するためのプラットフォームです。このネットワークの全国的な広がり、それぞれの多様性が結びつき、地域特性に根ざし

て創造都市・農村が相互に発展することを目指しています。また、長らく不況と大災害に直面した日本社会が地域から創造的に発展・再生するために新たな活力をもたらすこと、さらには、アジアにおいて平和で

共生的な創造都市ネットワークを構築する礎となることも期待されます。神戸市は設立時より、幹事都市としてリーダーシップを発揮しています。現在、71自治体、23団体が加盟しています。(2016年3月時点)



神戸のラジオ局「Kiss FM KOBE」の番組内で12時から「デザイン都市・神戸」にまつわる情報を発信しています(レポートコーナー)

SPARKLE FRIDAY (スパークル フライデー)

週末への入り口の金曜日お昼間。もう少しで仕事が終わってHappyなWeekendを迎えるソワソワした時間でもあり、1週間の中で一番しんどいラストパートの時間。ターザン山下がそんな様々な感情を吹き飛ばし、ヒントをくれるような番組をお届けします。お疲れの方へも、ウ

キウキナ人にも、SPARKする音楽・情報を発信。リスナーに電話を繋いでの「電話SPARK」「メッセージSPARK」「Music SPARK」など様々な「SPARK」で金曜日のひらめき(SPARK)を届けて行きます。



[ON AIR] 毎週金曜 11:30~14:55

◇サウンドクルー:ターザン山下

◇リポーター:宇田満里子

http://www.kiss-fm.co.jp/sparkle_friday/



神戸 89.9MHz / 姫路 77.6MHz / 芦屋 87.1MHz
香住 78.4MHz / 氷上 78.3MHz / 城崎 87.9MHz
淡路 79.9MHz

パソコンから「radiko」、またはau携帯・Android™・au「LISMO WAVE」、docomoスマートフォン、ソフトバンクやauのiPhoneからは「ドコモFM」でもお聴きいただけます。



Facebookページでも「デザイン都市・神戸」の情報を発信しています。

<https://www.facebook.com/designkobe/>



United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Member of the UNESCO Creative Cities Network since 2008

神戸市はユネスコに認定されたデザイン都市です

CITY OF DESIGN KOBE 2015

発行:神戸市企画調整局創造都市推進部

発行番号:神戸市広報印刷物登録

平成27年度第779号(広報印刷物企画A-6類)