

## まちのにぎわいづくり一括助成事業 事業評価シート

<b>作成年月日</b>	平成22年9月29日	<b>調書作成者</b>	復興支援課 宮本
<b>事業概要</b>	<b>採択年度</b>	平成19年度	
	<b>プロジェクト名</b>	神戸新鮮市場・賑わい創造と魅力発信事業	
	<b>補助額</b>	5,000,000円	
	<b>事業実施団体</b>	湊川五連合会	
	<b>事業期間</b>	平成20年1月31日～平成21年9月30日	
<b>事業開始時の事業目的</b>	黒門市場や錦市場にも引けをとらない大規模なこの市場は、情報発信をうまくできていなかったため、その認知度は高くない。しかし、当地域は若者である大学生たちにとって魅力的な街であり、現在も各単一組織では活性化事業で協力しているが、地域を構成する団体ごとにアピールしても効果が薄いことから地域を束ねる湊川五連合会を事業主体に地域の人が誇れる商店街づくりと関西を代表する食の台所としての地域の魅力を全国に情報発信し、観光的な要素も加えその活動が永続的な展開につながるよう会社組織の設立を視野に入れて取り組む。		
<b>事業実施状況</b>	<b>当初計画事業</b>		<b>当初計画どおり実施した事業</b>
	全国有名市場ネットの構築及び情報発信のための地図の作成	(左の当初計画事業の番号を記載)	
	インフォメーションコーナーの設置	、 、 、	
	わかりやすいサイン計画及び駐車サービスの整備	<b>当初計画から変更して行った事業とその変更理由</b>	
	環境にやさしい街づくりへの取り組み	(左の当初計画事業の番号を記載)	
	文化サロンの開設及び食育セミナーの開催	(変更理由) は駐車場のサイン計画及び駐車サービスの整備については、期間内に調整が図れなかったため、ホームページ上に駐車サービスを掲載しただけに止まり、駐車サービス共通チケットの発行はできなかったため縮小して実施。	
	情報掲示板の設置	については、食に関するイベントは実施したものの、「神戸丼」などの名物の開発は販売店舗の確立ができなかったため、中止された。	
	神戸の台所として「食」にまつわる下町的な名物の開発及びなそれをテーマとしたユニークなイベントを開催		
		<b>実施しなかった事業とその理由</b>	
		(左の当初計画事業の番号を記載)	
	(理由) については、神戸新鮮市場のHPはできたが、アクセス数の少なさ等が問題となり、「全国有名市場サミット」の構築はできなかった。また、情報発信地図はQRコードが整備されていないため、製作を見送った。		

	当初計画していなかったが実施した事業とその理由・目的等
	-
	(実施理由・目的)
	-

**実施団体による自己評価**

にぎわいづくりへの住民の関心が高まった、新たな企画やアイデアが生まれるようになった、にぎわいづくりの会議の回数が増えた、新旧住民や世代間の交流が深まった、地域を越えた交流があった等、地域のにぎわいづくりに大いに効果があったと考えており、実施団体は事業結果に大変満足している。

**当初計画で設定した評価指標とその成果**

		定量的評価指標	従前数値	事業終了時の数値	今後の達成の見込み・時期等
		指標1	生活文化セミナーの開催数	-	4回実施で合計250名が参加
指標2	連携した地域団体	-	5団体		
指標3	神戸新鮮市場主催のイベント回数	年間 1イベント	年間 3イベント		
指標の達成状況	各指標に対する評価	本事業で新たに取り組んだ生活文化セミナーの開催をきっかけに地域団体と新しいつながりができたことは評価できる。また、神戸新鮮市場主催のイベント数が年に1回から3回に増えたことも評価できる。			
		定性的評価指標	従前	事業終了時	今後の達成見込み・時期等
	指標1	地域コミュニティの核的な役割を担い社会的役割を果たす		インフォメーションコーナーを設置し、地域の拠点として情報発信	引き続き、地域コミュニティの核的な役割を担うべく事業を展開していく。
	指標2				
	指標3				
	各指標に対する評価	インフォメーションコーナーの設置を行ったことにより、地域の拠点となる「場」は確保できたことから、この拠点から情報発信等を行い、地域のコミュニティの核の役割を担うことが期待される。			

当初計画で設定されていなかったが達成度を評価できる指標とその成果

	評価指標	成果
指標1		
指標2		
指標3		

事業実施によって事業終了後に残った成果

成果1	神戸新鮮市場としてのホームページが完成し、地元のイベント情報等を発信することが可能となった。
成果2	インフォメーションコーナーを設置したことにより、地域コミュニティの核になり得る拠点ができ、地域情報を発信することができるようになった。
成果3	イベント開催数が年1回から年3回に増えるとともに、市場関係者だけでなく地域団体と連携したイベントが開催されるようになった。

成果を今後地域で継続させていくための方策

補助金を活用してバージョンアップしたホームページについては、今後も予算を計上するとともに、インフォメーションコーナーの年間維持費の財源も確保し、長期的な取り組みとなることを目指す。  
また、インフォメーションコーナーからの情報発信を通じて、オリジナル商品の開発等を行いその収益の確保をめざしていく。

今後の課題

人材不足の解消が大きな課題となっている。巨大市場をカバーするのに若手の代表者が20名程度おり、現段階では何とか成り立っているが、今後の活動を長期にわたって継続して行くのに、メンバーの補充は不可欠である。

その対処方針

20歳代の若い人材をプロジェクトに新たに加入してもらい、人材育成に努め5～10年後も変わらず、まちづくりを継続出来るようにしてい区予定である。  
プロジェクトのメンバーのうち、3名が、個人の事情等で外れたが、新たに20代メンバー2名と30代メンバー1名を補充して、結果、更に平均年齢が下がった。  
今後も、市場内から若いメンバーを募り、絶対数を増やしていき、場合によっては、市場組合員以外の外部メンバーの招聘も考えていきたい。  
コミュニティの輪を広げる意味でも、外部(地域業者や地域住民)からの招へいが重要だと考える。

### 事業実施後の地域への波及効果、次なる展開

地域住民との情報交換量が情報掲示板やインフォメーション、ホームページを設置したことにより増えたことから、地域からの市場に対してのイベント等の協力要請や市場主催イベントへの協力の申し出が出てくるなど、着実に地域に浸透しつつある。

今後も地域が連携したイベントを計画し、インフォメーションを交流の場として活用していく。

### 地域のまちのにぎわいはどうなったか

市場や地域の中からもイベントに対する期待感と協力の申し出があり、コミュニティの輪の深まりを感じている。

この補助金によりコミュニティの拠点と組織、さらに情報発信のシステムを持てたことは地域全体の大きな財産になっている。

### 地元区の評価(所見)

インフォメーションコーナーを設置したことにより、拠点が生まれ、そこから情報発信及びそこでの会議の場になるなど、まちのにぎわいづくりをするための状況が整いつつあることは評価できる。

これらのものを継続して活用して、今後この取り組みが発展することを期待する。

このプロジェクトにおいては、全国有名市場ネットの構築、食にまつわる下町的な名物の開発、情報発信地図の作成が、当初計画に盛り込まれていたが、残念ながら未実施のまま事業を終了することとなった。これらの事業が今後実施されることを期待する。