

# 神戸旧居留地プロムナードコンサート 改善提案



武庫川女子大学 経営学部

杉本 莉穂  
橋本 百香  
野一色 さくら  
小澤 ひろの  
寺田 彩乃



## 1. プロムナードコンサートの改善提案について



## 目次

1. プロムナードコンサートの改善提案について
  - A) プロムナードコンサートの来場者アンケート結果について
  - B) 関係者アンケート&反省会について
  - C) 近隣ほかイベントとの比較
  - D) プロムナードコンサートの具体的な改善提案について
2. 三井住友銀行前広場自体の活用について
  - A) 神戸旧居留地の若者からの認知度について
  - B) 課題と提案

## プロムナードコンサート

- ・日時 10月28日(土)
- ・場所 三井住友銀行 神戸営業本部前広場
- ・出演者 田中洋一カルテット、永田右京カルテット
- ・飲食出店 TOOTH TOOTHのフードトラック  
(TOOTH MART TRUCK)
- ・イス約30脚、テーブル席約4つ



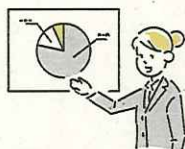
## わたしたちが行った活動

- ・プロムナードコンサートの調査
- ・来場者アンケート
- ・関係者アンケート&反省会
  
- ・近隣ほかイベントの調査

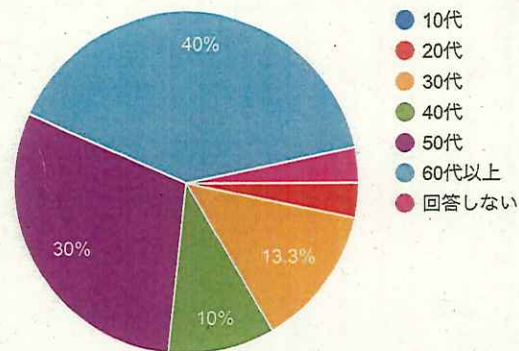


1-A

プロムナードコンサートの  
来場者アンケート結果について

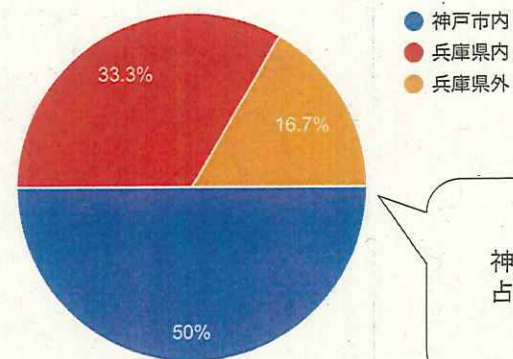


### 1. 年齢層



50代以上が7割

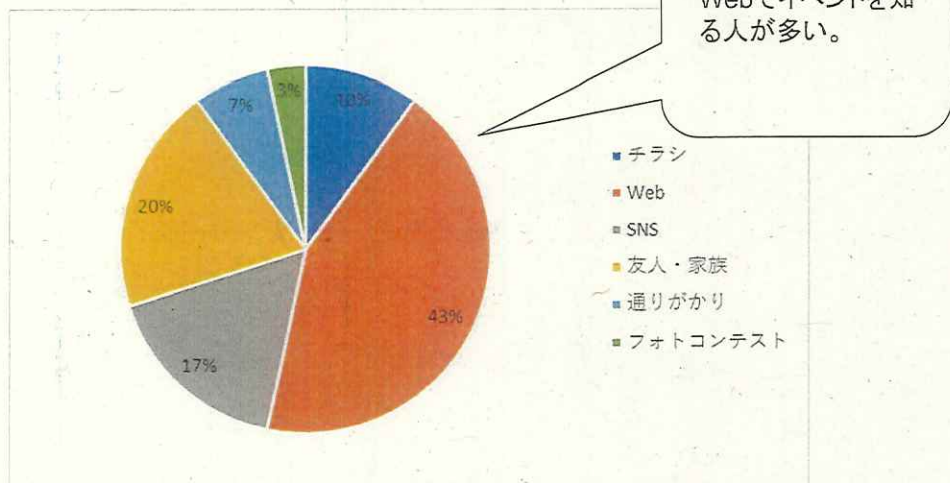
### 2. 居住地



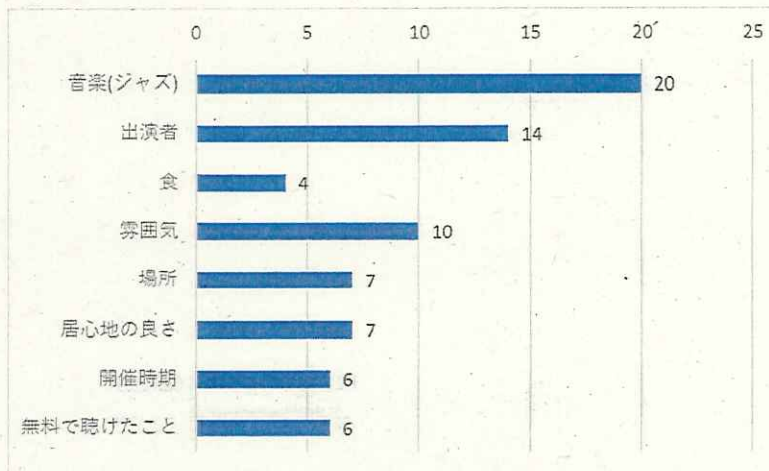
神戸市内の方が50%を  
占めている。



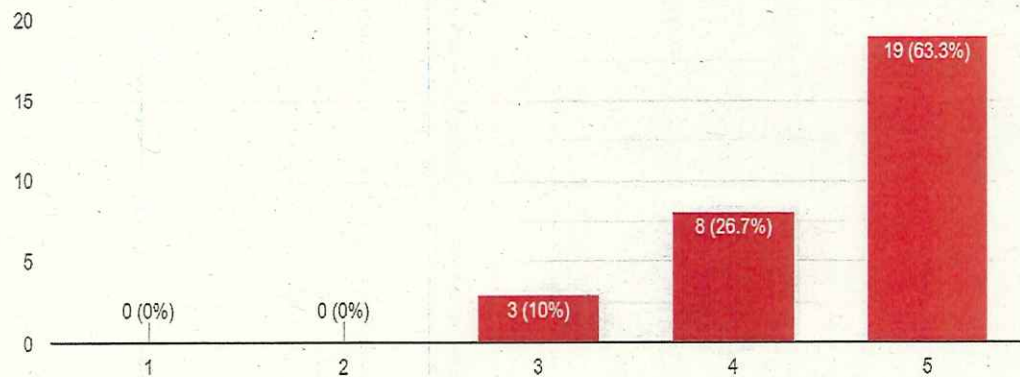
### 3. このイベントをどこで知りましたか。



### 5. 良かった点



### 4. イベントの満足度

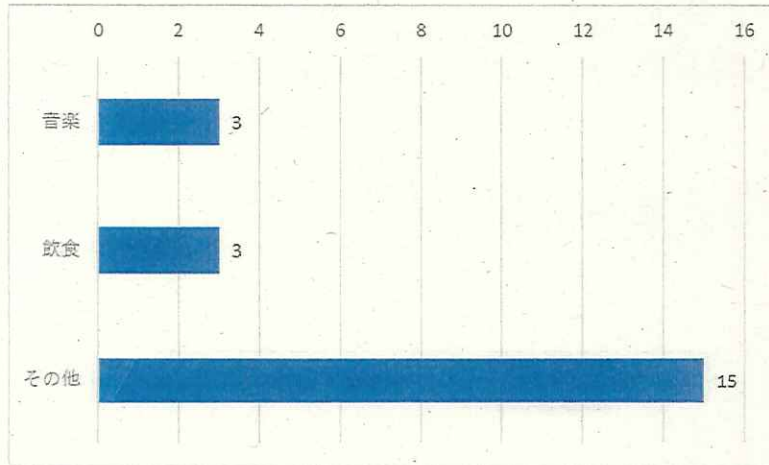


### 6. その他の具体的な意見

- ・飲食の値段が安い
- ・机、パラソルがあること
- ・開催時期がちょうどいい
- ・音響がいい
- ・間近で聴けること
- ・世界観、解放感
- ・出演者のトークの飾らない感じ



## 7. 良くなかった点



## 8. 具体的な意見

<その他>

- ・休憩時間30分が長かった
- ・座席の数が少なかった
- ・キッチンカーとステージに距離があるため、キッチンカーに行った際に音楽が聴こえにくかった

## 8. 具体的な意見



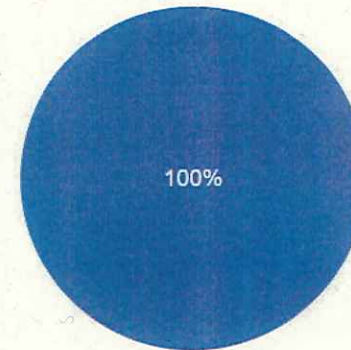
<音楽>

- ・ボーカルが欲しい
- ・ピアノの音をもう少し大きくしてほしい

<飲食>

- ・キッチンカーの台数を増やしてほしい
- ・メニューの種類を増やしてほしい
- ・アルコールが欲しい
- ・コーヒーの数を増やしてほしい(途中売り切れたため)

## 9. 旧居留地で今後同じようなイベントに参加したいですか。



- はい
- いいえ

1-B

## 関係者アンケートについて

### 関係者アンケート(反省点)

- ・イス・テーブル席の数がもっとあってもよかった。
- ・演奏していない時間帯に何かしたい。
- ・告知をもうひと月早い段階ですべきだった。
- ・音楽関係のSNSへ積極的に告知すべきだった。
- ・主なイベント情報に取り上げられていなかった。
- ・チラシを居留地とその周辺にある大きな企業に配布すると良かった。



告知に対する反省点が多かった。

### 関係者アンケート(良かった点)



- ・開催時期・時間が適切
- ・近隣イベントと日程があっているのもよかった。
- ・ジャズが旧居留地にマッチしており、聴衆の反応も良かった。
- ・プロの演奏ということもあり、安心して聴くことができてよかった。
- ・キッチンカーの台数がちょうどよく、見栄えもよかった。

1-C

### 近隣ほかイベントとの比較



# 調査したイベント

イベント①  
Kobe Jazz Centennial



イベント②  
六甲アイランド  
ハロウィンフェスティバル



イベント③  
六甲ミーツアート  
森の音ミュージアム



イベント④  
Night picnic



イベント名	内容	客層	規模
プロムナード コンサート	誰でも楽しむことができる ジャズイベント	高齢者、家族連れ	
Kobe Jazz Centennial	だれでも自由に楽しめる無 料型ジャズイベント	家族連れ、老夫婦	1万人
六甲アイランド ハロウィン フェスティバル	仮装コンテスト、 仮装パレードのほか、 屋台ブース物産ブースが 催されるイベント	家族連れ	1万5000人*推定
六甲ミーツアート 森の音ミュージアム	神戸・六甲山上で 毎年秋に開催される 現代アートの芸術祭	高齢者や親子(平日) 大学生カップルなど (休日)	100~200人(秋平日) 1000人(土日祝) 600~700人(お盆) 50人(冬)
Night picnic	「みんなで夜の公園を楽し む」をテーマに、 食・環境などに スポットを当てたイベント	飲酒したい人 カップル 友人同士 親子連れ	1~2万人ほど*推定

イベント名	時期・時間	場所	料金
プロムナード コンサート	10/28(土) 13:00~17:00	三井住友銀行 神戸営業本部前広場	無料
Kobe Jazz Centennial	10/22(日) 10:00~17:40	神戸旧居留地7会場	無料
六甲アイランド ハロウィン フェスティバル	10/29(日) 11:00~17:00	六甲アイランド・リバー モール公園、 イベント広場、他	入場無料
六甲ミーツアート 森の音ミュージアム	8/26~11/23 10:00~17:00	六甲ケーブル、展覧台、 ROKKOの森の音ミュージ アム、六甲山植物園、六 甲ガーデンテラスエリア他	森の音ミュージアム 大人 1500円 小人 750円
Night picnic	7/15~17,8/19,9/21~23, 10/29,11/25~26 16:00~21:00	東遊園地	入場無料 (ブースごとに支払いあり)

1-D

## プロムナードコンサートの 具体的な改善提案について



プロムナードコンサートの来場者アンケート結果  
より、来場者の年齢層が高いことが分かった



今までの来場者に加え、若者にも来てほしい



## 若者に来てもらうためには...



①定期的に開催＋夜開催



②SNS・Webでの告知

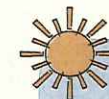
③SNSに載るような映え

## 開催時期・頻度

★イベントが開催していることを、覚えてもらう。



春(5月)と秋(10月)の2シーズン  
それぞれに2回ずつ  
コンサートを開催。  
＝年4回開催



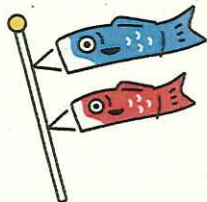
昼と夜  
2部制の導入





## 定期的な開催について

春(5月)と秋(10月)第2・第4土曜日にコンサートを開催  
=年4回開催



三井住友銀行前でイベントが行われている  
ということ覚えてもらう。

## 広告について

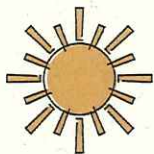
SNS・Webでの掲載が早い → 若者の目に留まる機会が増える



情報を早くから発信する。  
・当日にビラ配りをする。

## 二部制について

昼



ターゲット:40代~

音楽:ジャズ

飲食:コーヒーの飲み比べ  
コーヒーに合う軽食  
食べやすいもの

その他:椅子を多めに用意

夜



ターゲット:10代~20代

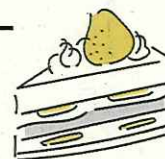
音楽:有名な曲

飲食:コーヒー・フラペチーノ・ココア  
片手で食べられる軽食  
(映えることを意識)

その他:ひざ掛けなどを用意  
イルミネーション

## 食べ物の改善

パンケーキ、ケーキ、チャंकクッキー



クレープ、チュロス、サンドウィッチ



(持ちやすく食べやすいもの)



## アンケート実施の経緯

プロムナードコンサートの来場者の年齢層が高かった

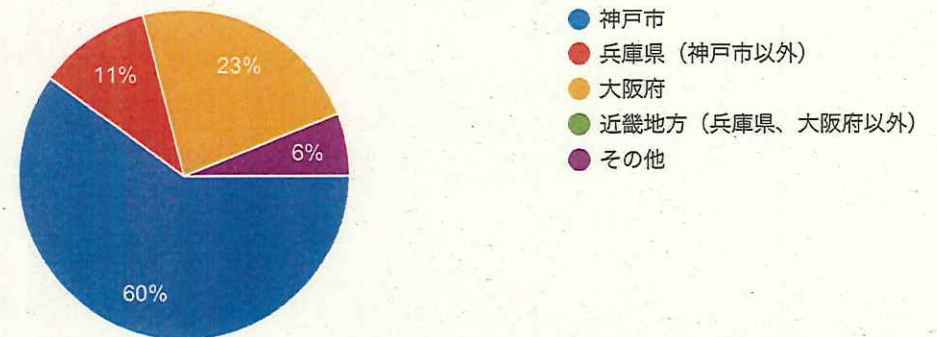


神戸旧居留地は若者からの認知度が低いのではないかと



インスタグラムを通し100人にアンケートを実施

質問1 居住地を教えてください。

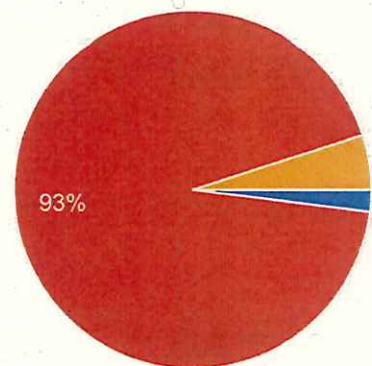


## 2. 三井住友銀行前広場の活用方法について

2-A

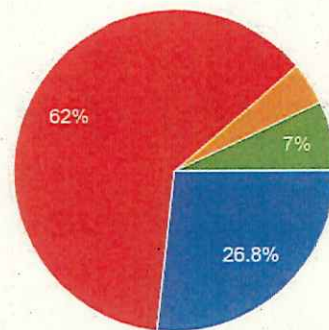
神戸旧居留地の若者からの認知度について

質問2 年齢を教えてください。



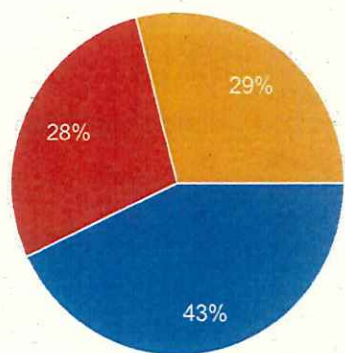
- 10代前半
- 10代後半
- 20代前半
- 20代後半
- 30代前半
- 30代後半
- 40代前半
- 40代後半
- 50代以上

質問4 神戸居留地をどの程度知っていますか。



- 「旧居留地」という名前を聞いたことがある程度
- 何となく街並みを知っている
- 旧居留地にあるお店が具体的に分かる
- 旧居留地がどこに位置しているのかまで分かる

質問3 「神戸旧居留地」という地区を知っていますか。  
また行ったことはありますか。



- (A) 知っていて、行ったことがある
- (B) 知っているが、行ったことがない
- (C) 知らない

10代～20代の旧居留地の認知度は約7割

## アンケート結果

その他の意見

- ・オシャレ
- ・異国情緒がある
- ・高級感がある
- ・歴史を感じる建物が多い
- ・レンガ調の建物が多い



近寄りがたいイメージ





## まとめ

神戸旧居留地自体を知っている人や  
何となくの街並みを知っている人は半数以上を占めていた。

具体的な場所やお店のことを知っている若者は、  
1割程度であった。

## 課題

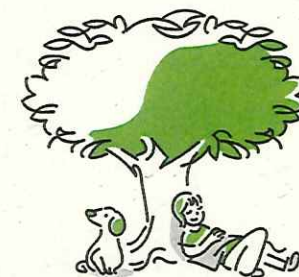
- ・(三井住友銀行前広場という)名前や雰囲気から、**堅苦しいイメージ**がある。
- ・座れる場所が少ない。
- ・広場でイベントが開催されている印象がない。



集いやすい雰囲気作り、身近に感じてもらう必要がある

## 提案

- 毎週末、人工芝を敷いて座れるようにする。  
(芝に座りたくない人のために、ベンチも設置。)
- 週末にキッチンカーの出店を募集する。



2-B

### 三井住友銀行前広場の課題と提案



## まとめ

### プロムナードコンサート

- ・春と秋の2回開催
- ・二部制の提案
- ・SNSやWEBを利用した広告方法
- ・軽食の改善提案

### 三井住友銀行前広場の活用方法

- ・週末に芝生を敷く
- ・週末にキッチンカーの出店募集

**ご清聴ありがとうございました。**