

都市の魅力発信の手法について

報 告 書

令和3年11月15日

エス・ティー・アート

目 次

第1章	はじめに	1
第2章	神戸について	2
2-1	神戸の魅力とは	2
1.	都市特性評価における神戸市の評価	2
2.	神戸市を訪れる外国人の国籍 TOP 5 (2015年) と傾向	7
3.	神戸市観光動向調査	9
4.	神戸市在住者アンケート	17
5.	神戸市への転入者アンケート	20
6.	神戸市内在住の外国人・その他にグループインタビュー	21
2-2	三宮～ウォーターフロント都心地区の計画	30
1.	JR三ノ宮新駅ビル	31
2.	神戸アリーナ (Kobe Smartest Arena)	34
3.	神戸ポートミュージアム	37
4.	東遊園地再整備と、こども本の森 神戸	46
2-3	市役所2号館再整備基本計画 (神戸市案)	50
1.	基本計画について	50
2.	整備の基本方針	52
3.	導入機能	54
4.	施設の規模等	57
5.	動線計画	58
7.	景観形成の方針	60
8.	環境配慮の方針	60
9.	安全・安心の空間形成	60
10.	事業計画	61
11.	概算事業費	62
12.	今後のスケジュール	62
13.	「神戸市役所本庁舎のあり方に関する懇話会」での検討	63
14.	「本庁舎2号館再整備基本構想」	65
15.	本庁舎2号館再整備事業にかかる追加検討	66
第3章	本庁舎への導入施設の検討	71
3-1	事例施設	71
1.	ニフレル (NIFREL)	71
2.	キッザニア (KidZania)	75
3.	ムラーボ! (Mulabo!)	80
4.	TGG (TOKYO GLOBAL GATEWAY)	86
5.	柏の葉アーバンデザインセンター (UDCK)	93
6.	横浜市市民協働推進センター	99
7.	神戸国際コミュニティセンター	104

8.	三木市立かじやの里メッセみき	106
9.	兵庫県立兵庫津ミュージアム	109
10.	人と防災未来センター	114
11.	道の駅「川場田園プラザ」	123
12.	バラ・マーケット (BOROUGH MARKET)	129
3-2	事例施設の比較検討	132
1.	機能比較	132
2.	集客度等の比較	134
3-3	導入施設の提案	135

第1章 はじめに

神戸市役所本庁舎2号館は、建設から60年以上が経過し、老朽化が進んでいることや、阪神・淡路大震災の被害を受けていること等から、建替えを行うため、現在、旧庁舎の解体工事が進められている。

本庁舎のある地区は、三宮周辺地区の「再整備基本構想」の地区内にあり、「都市間競争において、選ばれるための魅力・活力の創造、地区内及び周辺地域への回遊性向上、商業や業務、文化、交流機能の集積と更新」などが求められている。

そのため、街の魅力向上、回遊性向上、将来の神戸のためには、どのような建物がふさわしいのか、行政機能のほかにどのような機能を持たせるのが良いのかを十分検討する必要がある。

考えられる機能としては、「人が集まり、にぎわいを創出する機能」「市民や企業、大学、外国人等様々な人が交流する機能」「住みたい人、仕事がしたい人へ情報を発信する機能」「市の魅力をアピールする機能」など、様々な機能が考えられる。

本調査は、市役所本庁舎として「利益にこだわらない、公がするにふさわしい施設」とはどのようなものかを検討し、導入施設の方向性を提案するものである。

第2章 神戸について

2-1 神戸の魅力とは

1. 都市特性評価における神戸市の評価

森記念財団都市戦略研究所は、「日本の都市特性評価 2021」において、各都市の都市政策立案に資することを目的に、日本の各都道府県における主要都市を対象に、都市の力を相対的かつ多角的に分析し、強みや魅力といった都市特性を評価している。

(1) 評価手法

「日本の都市特性評価 2021」における評価手法は、都市の力を構成する要素として6分野（経済・ビジネス、研究・開発、文化・交流、生活・居住、環境、交通・アクセス）を設定し、それらの主要な要素である26指標グループ、さらにそれらを構成する86指標を選定している（次ページ参照）。

(2) 対象都市

調査は、国内の138都市と東京23区を対象としている。138都市については下記のとおり選定基準を設定し、抽出している。

- ①政令指定都市
- ②都道府県庁所在地（政令指定都市を除く）
- ③人口17万人以上の都市

(3) 評価方法

評価方法は、各指標をスコア化し平均したものを指標グループのスコアとし、さらにそれらを合算して分野別スコアを算出した。合計スコアは、それらを合計して2,600点満点（経済・ビジネス600点、研究・開発200点、文化・交流500点、生活・居住700点、環境300点、交通・アクセス300点）で作成している。

「日本の都市特性評価 2021」の評価指標

分野	指標グループ	指標	指標グループ	指標
経済・ビジネス	6 指標グループ	1 付加価値額	生活・居住	43 刑法犯認知件数の少なさ
		2 地域内総支出		44 交通事故死亡者数の少なさ
		3 昼夜間人口比率		45 災害時の安全性
		4 従業者数		46 空家率の低さ
		5 賃金水準		47 医師の多さ
		6 高等教育修了者割合		48 病院・診療所・病床の多さ
	7 指標グループ	7 若手人材の転入出	安全・安心	49 平均寿命・健康寿命
		8 女性就業者割合		50 合計特殊出生率
		9 外国人就業者割合		51 保育ニーズの充足度
		10 高齢者就業率		52 子どもの医療費支援
		11 新規設立法人登記割合		53 教育機会の多様性
	8 指標グループ	12 労働生産性	健康・医療	54 外国人住民の受入体制
		13 完全失業率		55 要支援・要介護高齢者の少なさ
		14 特区制度認定地域数		56 日常生活自立支援事業利用者数の多さ
		15 対事業所サービス提供面積		57 電子自治体推進度
		16 新規不動産用建築物供給面積		58 居住環境の満足度 ^⑤
	9 指標グループ	17 フレキシブル・ワークフレイト密度	育児・教育	59 新規住宅供給の多さ
		18 財政力指数		60 住宅の広さ
		19 経常収支比率の低さ		61 住宅のバリアフリー化率
		20 実質公債費比率の低さ		62 小売事業所密度
		21 採算負担比率の低さ		63 飲食店密度
研究・開発	2 指標グループ	22 学術・開発研究機関従業者割合	環境	64 コンビニ密度
		23 トップ大学数		65 可処分所得
		24 論文投稿数		66 物価水準の低さ
		25 グローバルニッチトップ企業数		67 住宅コストの低さ
		26 特許取得数		68 リサイクル率
		27 観光地の数・評価		69 民間人口あたりCO ₂ 排出量の少なさ
文化・交流	3 指標グループ	28 文化財指定件数	環境パフォーマンス	70 再生可能エネルギー自給率
		29 景観まちづくりへの積極度		71 自然環境の満足度 ^⑤
		30 イベントの数・評価		72 都市地域緑地率
		31 クリエイティブ産業従業者割合		73 水辺の充実度
		32 文化・歴史・伝統への接点機会 ^⑤		74 年間日照時間
		33 宿泊施設客室数		75 気温・湿度が快適な日数
	5 指標グループ	34 高級宿泊施設客室数	自然環境	76 空気のきれいさ
		35 イベントホール座席数		77 街路の清潔さ ^⑤
		36 観光案内所・病院の多言語対応		78 公共交通の利便性 ^⑤
		37 休日の人の多さ		79 鉄道駅・バス停留所
		38 行楽・観光目的の訪問の多さ		80 交通渋滞の少なさ
		39 国際会議・展示会開催件数		81 空港アクセス時間の短さ
		40 観光客誘致活動		82 新幹線の利用のしやすさ
		41 自治体SNSフォロー数		83 インターチェンジ数
研究開発成果	4 指標グループ	42 魅力度・認知度・観光意欲度	都市内交通	84 都市のコンパクトさ
		43 魅力度・認知度・観光意欲度		85 通勤時間の短さ
ハード資源	5 指標グループ	44 魅力度・認知度・観光意欲度	都市外アクセス	86 自転車の利用のしやすさ ^⑤
		45 魅力度・認知度・観光意欲度		87 自転車の利用のしやすさ ^⑤
ソフト資源	6 指標グループ	46 魅力度・認知度・観光意欲度	移動の容易性	88 自転車の利用のしやすさ ^⑤
		47 魅力度・認知度・観光意欲度		89 自転車の利用のしやすさ ^⑤
受入環境	7 指標グループ	48 魅力度・認知度・観光意欲度	移動の容易性	90 自転車の利用のしやすさ ^⑤
		49 魅力度・認知度・観光意欲度		91 自転車の利用のしやすさ ^⑤
交流実績	8 指標グループ	50 魅力度・認知度・観光意欲度	移動の容易性	92 自転車の利用のしやすさ ^⑤
		51 魅力度・認知度・観光意欲度		93 自転車の利用のしやすさ ^⑤
発信実績	9 指標グループ	52 魅力度・認知度・観光意欲度	移動の容易性	94 自転車の利用のしやすさ ^⑤
		53 魅力度・認知度・観光意欲度		95 自転車の利用のしやすさ ^⑤

⑤ アンケートに基づく指標

出典：「日本の都市特性評価 2021」（森記念財団都市戦略研究所）

(4) 評価結果

国内の138都市のうち、評価指標の合計スコアの上位10都市（東京都区部は除く）は、以下の通りである。

神戸市は、138都市中6番目の評価となっており、次のような評価結果になっている。

【神戸市の評価結果】

「強い経済力と豊かな自然環境を有する文化交流都市」

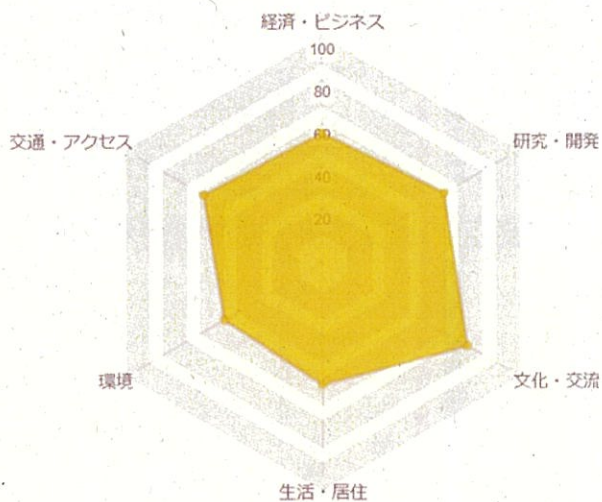
文化芸術施策を推進する神戸市は、文化・交流で強みを発揮しており、特に国際会議・展示会開催件数や行楽・観光目的の訪問の多さといった指標で構成される「交流実績」の評価が極めて高かった。

昨年と比較すると環境で評価を上げており、水辺の充実度と空気のおきれいさで相対的にスコアを伸ばすとともに、昼間人口あたりCO2排出量の少なさで高評価を得た。

「ビジネス環境」が突出して高いなど経済・ビジネスで高スコアを得ている一方で、環境の評価が大都市の中では比較的高いことから、活発な経済活動と豊かな自然環境を併せ持つ都市であるといえる。

出典：「日本の都市特性評価 2021」（森記念財団都市戦略研究所）

分野別レーダーチャート（偏差値）



指標グループ別レーダーチャート（偏差値）



出典：「日本の都市特性評価 2021」（森記念財団都市戦略研究所）

「日本の都市特性評価 2021」の評価結果

138都市 日本の都市特性評価2021 結果・分析

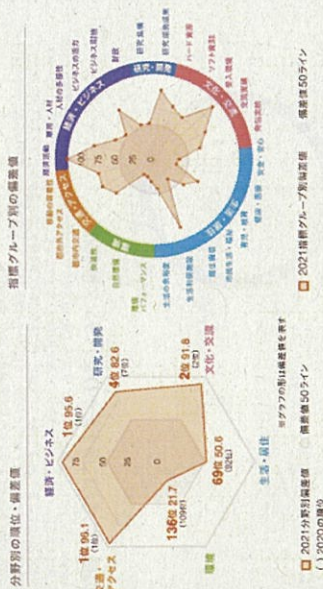
合計スコアの上位16都市について、分野別および指標グループ別レーダーチャート(偏差値は対象138都市内で算出)を用いて、それぞれの強みや魅力を分析した。

1 大阪市 OSAKA



住みやすさの評価を高めた関西圏の中心都市

大阪市は、経済・ビジネスや文化・交流の高評価に加え、交通・アクセス、環境・生活・居住性に加え、近年よりスコアを伸ばし、高い合計スコアを得た。交通・アクセスでは、新築路線である有明線の利用のしやすさから「環境パフォーマンス」を獲得した。環境では、昼間人口あたりのCO₂排出量の少なさを高く評価価値を得たことから「環境パフォーマンス」での評価を高めた。生活・居住性においては、新規指標である電子自治体推進で138都市中10位を獲得したことなどから「市民生活・福祉」の評価が高まった。経済や文化の活発さに加え、暮らしやすさの向上が期待される。

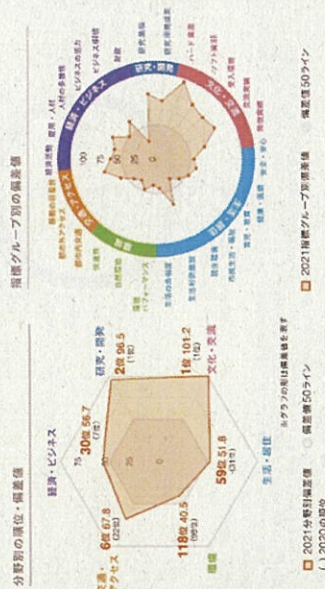


2 京都市 KYOTO



交通・アクセスの力を高めた世界的な文化都市

歴史や文化、食など様々な魅力にあふれる京都市は、圧倒的な魅力である「ハード資源」のみならず、「ソフト資源」や「変入環境」、「交流実績」でも高い評価を得たことで、昨年同様、文化・交流がIPC対象138都市の中で1位であった。また、「研究開発」におけるトップ大学数や、「研究開発成果」の論文投稿数において高スコアを得たことで、研究・開発ももも古座りに次ぐ順位であった。さらに、「自転車共有都市」を目指している京都市は、自転車利用のしやすさでも高評価を得ており、世界に誇る文化資源と日本トップクラスの集積に加えて、交通・アクセスの力も高めてきている。

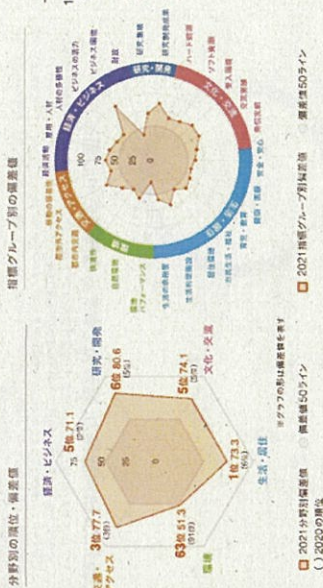


3 福岡市 FUKUOKA



経済活力と住みやすさを兼ね備えた九州地方の最大都市

経済・ビジネスにおける「ビジネス環境」や「交通・アクセス」の「都市外アクセス」は昨年引き継ぎ高みを有しつつ、今年はイベント・ホール高稼働などの相乗による「安全・安心」も高評価を得た。環境は他の分野に比べて、景観の安全スコア向上を受け、生活・居住性、また、多機能グループがスコアを伸ばしている。人と人と都市活力の両方がとれた「アジアのリーダー都市づくり」の目標を掲げ、福岡市は、バランス型都市として成長が著しく、今後さらにその存在感を高めていくことが見込まれる。

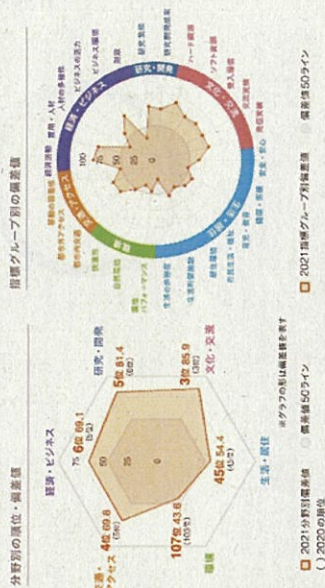


4 横浜市 YOKOHAMA



多様な都市機能を有する交流拠点都市

横浜市は、文化・交流が高評価を得ており、今年は「交流実績」、「変入環境」でさらにスコアを伸ばした。特に、基調まちづくりの軌道と自治体SNSフォロワー数は138都市中1位と高評価であった。「世界の知が集まる交流拠点都市」を目指す横浜市は、研究・開発の論文投稿数、グローバルニッチ企業数でスコアを伸ばし、新規指標である特許取得数でも高評価を得ており、横浜市が掲げる「世界に誇れること」がうかがえる。経済・ビジネスや交通・アクセスも評価が高く、横浜市は多様な都市機能を有する活気あふれる都市であるといえる。



2. 神戸市を訪れる外国人の国籍 TOP 5 (2015 年) と傾向

資料：神戸市プレスリリース

(1) 神戸市を訪れる外国人の国籍 TOP 5

神戸市に来られる方の国籍 (2015 年) の TOP 5 は、台湾・韓国・中国・香港・タイ。最近はムスリムを中心に東南アジアも伸長している。

2015 年の訪日外国人は、国全体では中国人が最多の約 499 万 3000 人で全体の 25.3%。一方、神戸市では、個人旅行者の割合が高い台湾人・韓国人が多く、この上位 2 カ国で外国人観光客入込客数の約 47.6% を占めているのが特徴である。

爆買いに象徴される買い物目的の訪問が多くを占める中国人に対して、台湾人・韓国人は、日本酒や自然・温泉、現代文化 (ファッションやアニメ) を求める傾向があり、灘の酒や六甲山、有馬温泉、おしゃれな雑貨屋が集まるトアロードや乙仲通など、神戸の観光魅力とそのニーズが一致している結果と考えられる。

また近年では、東南アジアも増加傾向にある。2012 年からの伸びが、国の 3.88 倍に対して神戸市は 7.91 倍と大きく伸びている。なかでも 2015 年度からネットワーク拠点を置き、現地での営業活動に力を入れているタイや、日本最古のムスリムモスクを有する神戸の特色を生かしたムスリム PR を強化しているマレーシアの伸びが顕著となっている。

(2) 人気スポット

インバウンド観光は、もちろん各国ごとにその風土や慣習が異なり特色があるが、それらと神戸独自の魅力との組み合わせに、国ごとの特徴が見られる。全体としては、より旅慣れて、自分だけの旅や、街の深い魅力を味わいたい個人旅行層に神戸の人気が高い傾向があると判断している。

日本三大夜景に選ばれた神戸が誇る六甲山の夜景のほか、山と海が 360 度のパノラマで見渡せる、神戸市役所 24 階の展望ロビーも、早朝から入れるスポットとして、観光施設が開く前から行列ができるほど人気となっている。

(3) 各国ごとの傾向

① 台湾市場

エキゾチックな異国情緒のある北野の人気が高く、「旧北野小学校」のレトロでモダンな校舎を活用した北野工房のまち⇒北野異人館というコースが定番となっているほか、北野のスターバックスなども人気。モザイクなども訪れている。

② 韓国市場

個人旅行が非常に進んでおり、六甲山の夜景や、乙仲通、トアウエス

トなど日本人の志向と類似したコースが人気。

③ 中国市場

団体客の受け入れも可能である舞子海上プロムナード付近の訪問が多くなっており、明石海峡大橋や、三井アウトレットモールでの買い物というコースが人気。

④ タイ市場

日本のファッションブランドでの買い物に人気があり、神戸に本社を持つ(株)アシックスのブランド『オニツカタイガー』では、現地よりも安く買えることから、自分用だけでなく、保管用、友人用など数足買いが当たり前となっている。また、年齢を問わずセルフイーを撮る人が多いため、新長田駅前の『鉄人 28 号モニュメント』が、若者の写真スポットとして認知も高く、人気を博している。

⑤ 欧米市場

『KOBE Beef』は和牛の代名詞である程有名であり、また、灘の酒蔵や竹中大工道具館など、神戸ならではの職人技を学べる場所が好評。日本食・日本酒ブームも手伝って、お土産に日本酒を買って帰るラグジュアリー層も多く、『効き酒体験』が人気。また加熱処理をせず販売するため、賞味期限が短い『生酒』も神戸でしかできない体験として注目を集めている。

⑥ インドネシアやマレーシアのムスリム客

日本最古のモスクがある神戸はムスリム客が安心して観光できる都市であり、ムスリムモスクのほか、ハラールレストランが多い北野付近の訪問が多くなっている。また、インドネシアでは日本を代表する川崎重工業(株)のバイクが人気ということもあり、『カワサキワールド』も男性を中心に注目されている。公式観光 Web サイトでハラールレストラン情報など公開している、ムスリム観光ページも好評。

3. 神戸市観光動向調査

平成 29 年度神戸市観光動向調査について、本調査は、来神観光客の特質と神戸市内の観光動向を把握し、今後の観光行政の参考とすることを目的に実施。

調査員が対面にてアンケート項目を聞き取りする形で実施（①平成 29 年 5 月 27 日（土）②9 月 2 日（土）③12 月 23 日（土祝）④平成 30 年 2 月 17 日（土）、3 月 17 日（土））。調査地点は、次の通りである。

地区	No.	調査地点	サンプル数	
北野	1	北野町広場	200	
	2	北野工房のまち	200	
市街地	3	南京町広場	200	
	4	総合インフォメーションセンター	227	
	5	旧居留地	197	
	6	神戸布引ロープウェイハーブ園山麓駅	199	
	7	白鶴酒造資料館内	194	
	8	王子動物園内	201	
	9	県立美術館前	240	
	10	さんちか夢広場	200	
	11	神戸空港屋上階展望ロビー	193	
	12	I K E A 神戸	200	
	13	能福寺（兵庫大仏）	152	
	14	鉄人 28 号モニュメント	207	
	神戸港	15	神戸海洋博物館前及び建物内	180
		16	中突堤中央ターミナル周辺	255
17		u m i e モザイク	200	
18		ハーバーランド総合インフォメーション前	203	
六甲・摩耶	19	六甲天覧台	220	
	20	摩耶山掬星台広場	212	
	21	六甲山牧場内入口付近	191	
	22	六甲ガーデンテラス内	200	
有馬	23	有馬温泉観光案内所前	223	
	24	金の湯前	201	
	25	六甲有馬ロープウェイ有馬温泉駅	187	
須磨・舞子	26	須磨海浜水族園入口付近	191	
	27	マリンピア神戸さかなの学校おさかな広場	200	
	28	須磨離宮公園	199	
	29	舞子公園（舞子海上プロムナード）	200	
西北神	30	農業公園ワイン城内入口付近	240	
	31	フルーツ・フラワーパーク園内	200	
	32	神戸三田プレミアム・アウトレット	200	
計			6,512	

(1) 来神客の属性

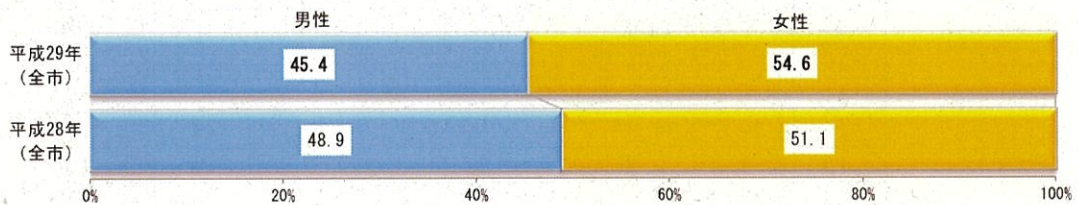
性別構成としては、全市では男性に比べて女性のほうが10ポイント程度高くなっている。地区別でも概ね女性のほうが高く、特に『神戸港』『有馬』では20ポイント前後高い。

年齢構成としては、全市では60歳以上が最も高く、次いで30歳代、40歳代となっており、いずれも約2割となっている。地区別で見ると、20歳代以下は『神戸港』、30歳・40歳代は『須磨・舞子』『西北神』、50歳以上は『有馬』『六甲・摩耶』でそれぞれ高くなっている。

居住地としては、遠距離（近畿以外）からの訪問の割合が、全市では2割台となっており、地区別で見ると、『北野』で4割台を占める。

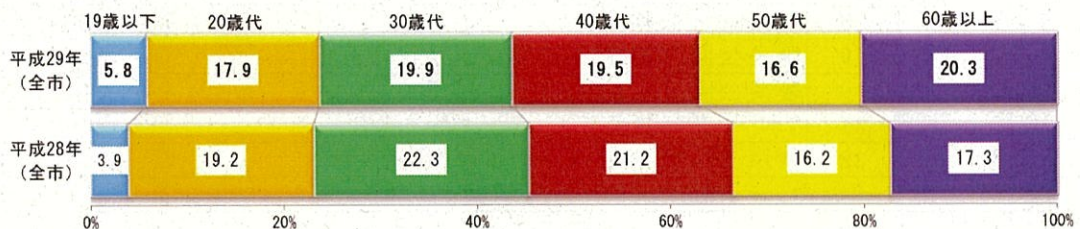
【図表1 性別構成】

(%)	全市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
男性	45.4	45.0	47.1	37.9	51.8	41.2	45.8	44.2
女性	54.6	55.0	52.9	62.1	48.2	58.8	54.2	55.8



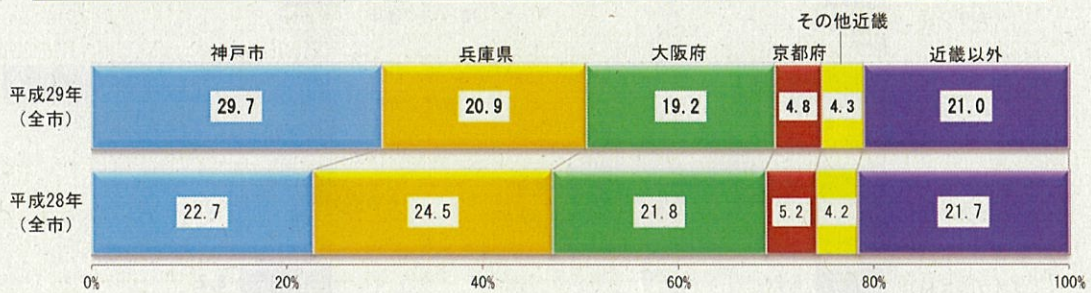
【図表2 年齢構成】

(%)	全市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
19歳以下	5.8	3.5	5.6	11.6	4.0	4.9	5.8	3.3
20歳代	17.9	23.1	16.8	19.5	19.0	20.1	17.0	14.1
30歳代	19.9	17.0	19.2	18.2	17.1	16.8	27.9	23.7
40歳代	19.5	18.5	19.5	18.4	20.5	18.1	19.4	22.1
50歳代	16.6	15.5	17.4	14.7	18.5	19.4	13.8	15.1
60歳以上	20.3	22.3	21.5	17.7	20.9	20.7	16.1	21.6



【図表3 居住地】

(%)	全市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
神戸市	29.7	15.0	31.0	33.7	26.0	14.1	36.5	40.3
兵庫県 [※]	20.9	9.3	19.9	21.3	24.1	14.3	28.4	25.1
大阪府	19.2	16.0	17.9	13.7	26.5	30.0	14.4	19.9
京都府	4.8	7.5	4.2	4.6	5.4	7.0	2.8	5.5
奈良県	1.7	2.5	1.5	2.8	1.0	2.5	1.1	1.7
滋賀県	1.6	0.8	1.2	1.2	1.9	3.8	1.4	1.6
和歌山県	1.0	1.8	0.9	0.5	1.1	1.0	0.9	2.0
<近距離計>	79.0	52.9	76.4	77.7	86.0	72.6	85.5	96.1
北海道	0.5	1.5	0.7	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0
東北	0.6	3.3	0.7	0.2	0.0	0.7	0.1	0.0
関東	5.3	13.3	5.7	4.9	4.7	8.9	2.4	0.5
甲信越	0.3	1.3	0.2	0.4	0.4	0.3	0.3	0.0
東海	4.8	11.0	5.1	5.4	3.3	7.2	3.4	0.3
北陸	0.6	1.0	0.4	1.0	1.0	0.7	0.4	0.3
中国	4.5	5.8	5.2	4.9	2.9	4.9	4.7	2.0
四国	2.4	3.5	3.1	2.0	0.7	3.6	2.4	0.8
九州・沖縄	1.9	6.5	2.3	2.8	1.0	1.1	0.8	0.0
<遠距離計>	21.0	47.1	23.6	22.3	14.0	27.4	14.5	3.9



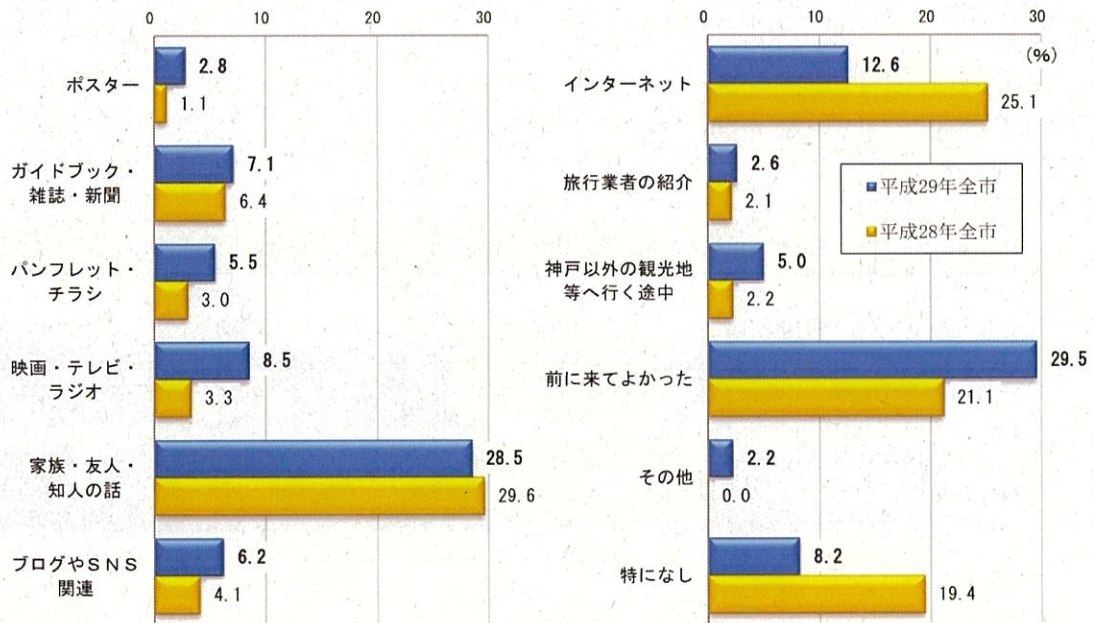
(2) 来神動機・情報収集

神戸訪問の動機（興味を持ったきっかけ）としては、全市では「前に来てよかった」または「家族・友人・知人の話」の経験に基づく回答の割合が高く、地区別でもいづれかで最も高くなっている。

今回の旅行決定前後に情報収集したという人の方法としては、全市ではインターネット利用の割合が高くなっている。地区別にみても、いずれの地区もインターネット利用の割合が高く、特に『有馬』で最も高い。

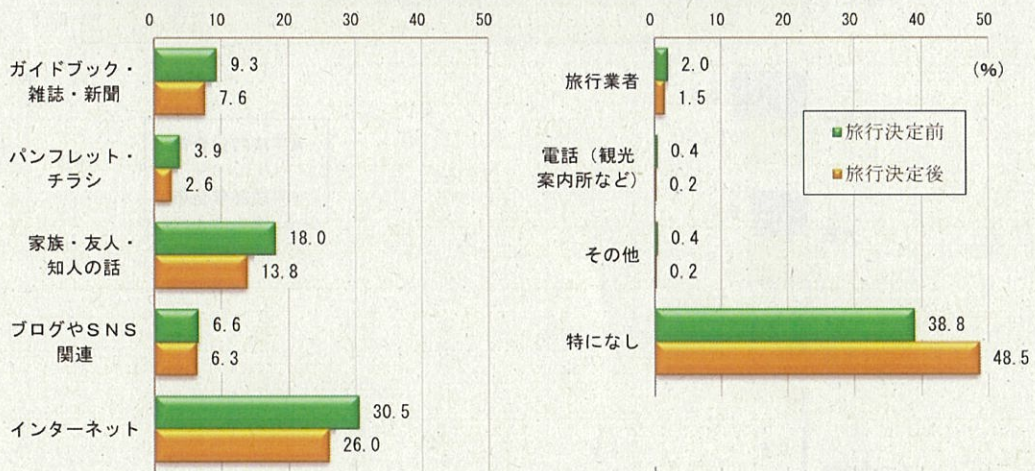
【図表5 神戸観光の動機】

(%) ※複数回答	全 市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
ポスター	2.8	2.6	4.9	1.5	1.0	0.4	2.0	3.5
ガイドブック・雑誌・新聞	7.1	13.9	7.3	5.3	5.4	7.1	9.1	2.8
パンフレット・チラシ	5.5	2.9	6.1	2.6	7.4	4.7	4.5	9.8
映画・テレビ・ラジオ	8.5	8.8	8.3	10.6	5.9	10.8	4.8	11.1
家族・友人・知人の話	28.5	24.1	26.8	28.1	27.9	32.5	31.8	30.4
ブログやSNS関連	6.2	8.4	6.1	8.5	3.1	5.0	7.0	5.7
インターネット	12.6	7.7	12.4	10.9	16.4	9.1	15.2	16.8
旅行業者の紹介	2.6	9.5	3.3	1.3	0.8	1.3	1.1	2.2
神戸以外の観光地等へ行く途中	5.0	8.0	4.8	3.6	2.3	3.2	11.1	2.8
前に来てよかった	29.5	24.1	25.7	26.8	34.1	33.6	40.7	26.3
その他	2.2	7.3	1.8	1.7	2.1	1.3	2.0	1.6
特になし	8.2	4.4	9.3	8.7	10.3	5.4	8.6	7.6



【図表 6 情報収集の方法（旅行決定前後）】

(%) ※複数回答		全 市							
		北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神	
ガイドブック・ 雑誌・新聞	旅行決定前	9.3	16.4	8.6	9.0	9.9	12.5	7.8	2.9
	旅行決定後	7.6	13.5	7.1	7.7	8.9	8.4	6.4	2.6
パンフレット・ チラシ	旅行決定前	3.9	4.2	5.2	2.2	2.6	5.0	2.0	3.2
	旅行決定後	2.6	3.0	3.1	0.9	1.7	5.6	1.8	1.1
家族・友人・知人 の話	旅行決定前	18.0	18.5	18.7	17.9	11.8	12.9	24.0	23.3
	旅行決定後	13.8	13.2	15.9	11.4	6.4	7.6	21.9	17.6
ブログやSNS 関連	旅行決定前	6.6	7.8	6.7	7.5	5.3	6.2	6.2	7.4
	旅行決定後	6.3	7.2	6.1	7.7	5.6	5.4	4.8	8.9
インターネット	旅行決定前	30.5	25.4	28.0	27.1	31.8	41.1	34.3	28.9
	旅行決定後	26.0	21.6	25.6	23.1	26.1	31.3	30.5	22.9
旅行者	旅行決定前	2.0	5.7	2.1	2.4	0.5	2.7	1.0	0.5
	旅行決定後	1.5	4.8	1.8	1.3	0.7	1.2	0.6	0.5
電話(観光案内所 など)	旅行決定前	0.4	0.6	0.5	0.0	0.3	0.2	0.4	0.0
	旅行決定後	0.2	0.6	0.2	0.2	0.5	0.0	0.0	0.0
その他	旅行決定前	0.4	0.0	0.4	0.7	0.2	0.2	0.0	1.1
	旅行決定後	0.2	0.0	0.3	0.2	0.7	0.0	0.0	0.0
特になし	旅行決定前	38.8	32.8	39.5	38.6	46.7	32.6	38.3	38.5
	旅行決定後	48.5	44.3	47.5	51.1	54.4	48.8	43.8	49.7



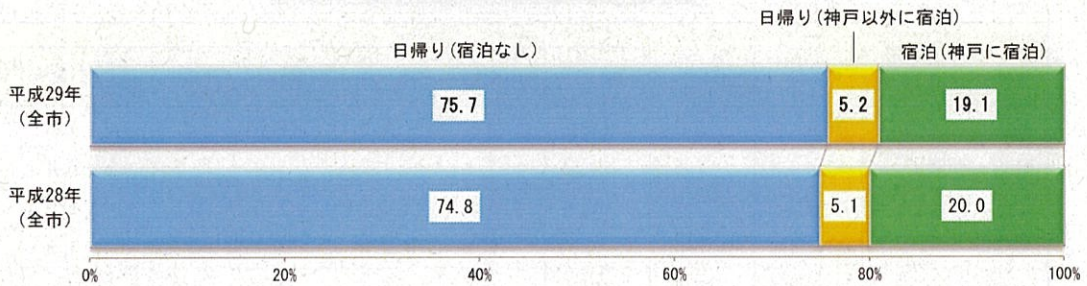
※設問内容が異なるため、昨年調査結果は掲載せず。

(3) 旅行の日程および宿泊地

旅行の日程（宿泊の有無）として、宿泊客の割合は、全市では約2割となっており、地区別でみると、『有馬』で5割台、『北野』で3割台と高い。

一方、日帰り客のうち、宿泊なしは『須磨・舞子』『西北神』で8割台、神戸以外に宿泊は『北野』で約1割と、それぞれ高くなっている。

【図表 9 旅行の日程および宿泊地】

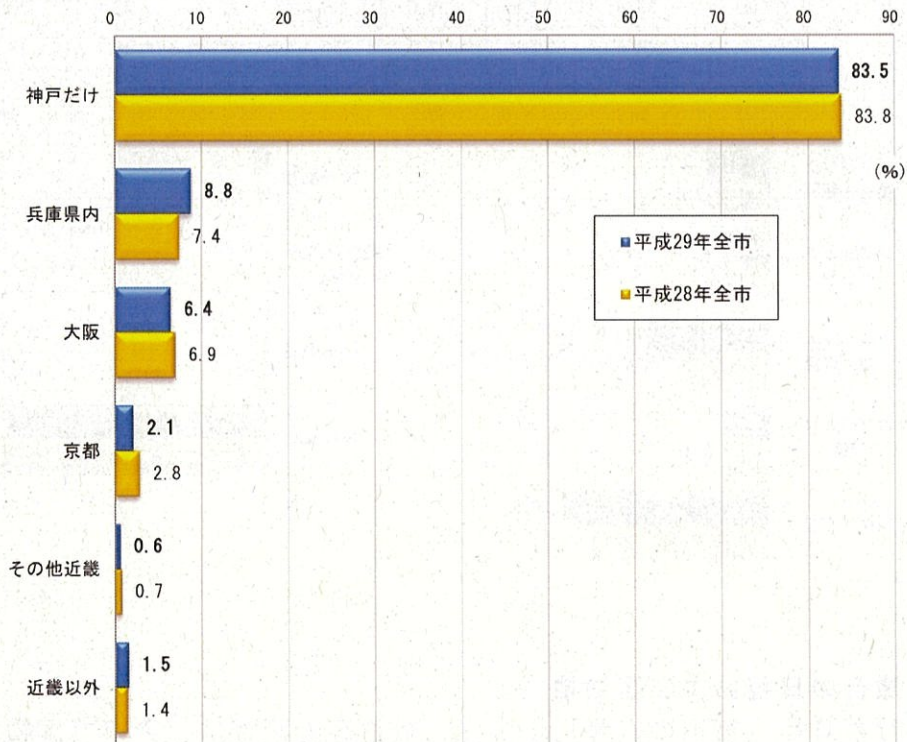


(4) 立ち寄り先

神戸市以外にも訪問するという割合は、全市では1割台となっており、地区別でみると、『北野』で2割台と最も高い。訪問先でみると、兵庫県内(神戸以外)は『須磨・舞子』、大阪は『北野』でそれぞれ1割台と最も高くなっている。

市内での立ち寄り先(地域)としては、全体及び主目的地の割合ともに「新神戸・三宮・元町周辺」が最も高く、次いで「神戸港・メリケンパーク・ハーバーランド」となっている。

【図表 11-1 神戸市以外の立ち寄り先】



【図表 11-2 神戸市内の立ち寄り先（地域）】

（％） ※複数回答		全 市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
北野周辺	全体	11.8	100.0	10.3	5.9	3.4	4.7	1.9	0.3
	主目的地	5.8	59.6	3.9	2.6	1.2	1.3	0.3	0.2
新神戸・三宮・ 元町周辺	全体	31.9	44.1	52.9	34.3	16.5	14.4	12.8	3.0
	主目的地	15.6	15.5	31.3	13.4	5.2	2.2	3.7	0.6
神戸港・メリケンパ ーク・ハーバーランド	全体	24.1	23.1	19.5	97.2	8.1	6.5	10.0	1.7
	主目的地	14.0	10.5	7.7	74.1	2.9	1.8	3.0	0.8
神戸港クルーズ	全体	2.2	2.8	1.3	10.6	0.4	0.5	0.4	0.2
	主目的地	1.1	1.8	0.7	5.0	0.2	0.2	0.4	0.2
ポートアイランド 周辺	全体	7.9	3.8	19.1	2.0	0.9	0.5	1.0	0.8
	主目的地	5.2	1.8	13.4	0.8	0.0	0.0	0.3	0.5
灘の酒蔵・東灘・ 六甲アイランド	全体	4.0	0.5	9.7	0.8	0.7	0.8	0.5	0.3
	主目的地	2.5	0.3	6.6	0.4	0.2	0.2	0.0	0.2
HAT 神戸・灘駅周辺	全体	8.1	1.5	20.9	0.7	0.5	0.3	0.6	0.2
	主目的地	6.9	1.5	18.3	0.5	0.0	0.0	0.3	0.0
六甲山・摩耶山	全体	17.9	3.5	2.6	2.4	100.0	35.5	2.5	0.9
	主目的地	11.7	2.0	1.2	0.8	79.8	7.3	1.1	0.2
有馬温泉	全体	12.8	7.0	2.8	2.0	10.4	100.0	1.1	2.5
	主目的地	10.6	6.3	1.7	1.6	8.9	85.7	0.6	2.0
兵庫・長田	全体	6.2	0.5	15.8	0.7	0.6	0.8	0.8	0.0
	主目的地	4.8	0.0	12.8	0.2	0.4	0.2	0.3	0.0
須磨・垂水・舞子	全体	14.0	1.0	3.3	1.2	1.5	1.1	100.0	1.3
	主目的地	11.8	0.5	1.8	0.4	0.4	0.2	89.8	0.2
西北神	全体	11.2	0.5	1.1	0.4	2.3	3.4	1.5	100.0
	主目的地	10.0	0.3	0.8	0.1	0.7	1.0	0.3	95.3

（５）満足度

旅行全体の満足度として「満足」が、全市では過半数を占めており、地区別で見ると、『有馬』で6割台、『須磨・舞子』『六甲・摩耶』で5割台と高い。

【図表 14 満足度（旅行全体）】

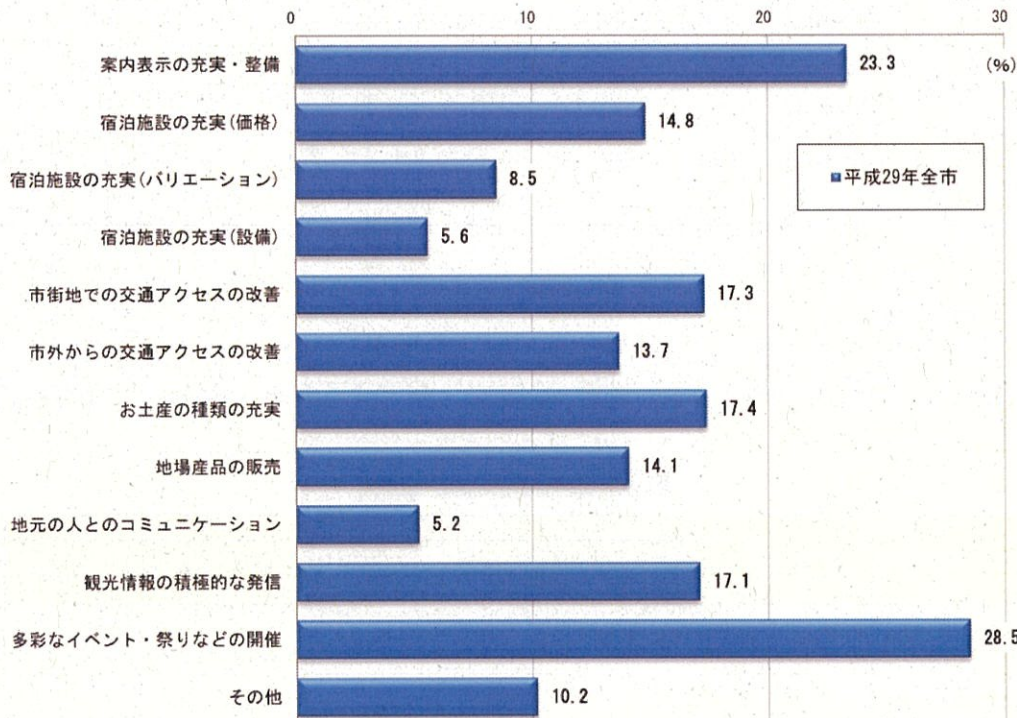
（％）	全 市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
満足	51.7	48.0	49.6	50.2	54.2	61.8	54.9	47.3
やや満足	43.0	49.5	44.1	42.1	42.6	36.6	38.5	48.7
やや不満	1.2	1.3	1.4	1.4	1.1	1.0	0.8	1.1
不満	0.2	0.0	0.4	0.1	0.2	0.2	0.1	0.2
わからない	3.8	1.3	4.5	6.2	1.8	0.5	5.7	2.8

(6) 神戸市観光に期待すること

神戸市観光に期待することとしては、全市では「多彩なイベント・祭りなどの開催」「案内表示の充実・整備」が2割台と高くなっている。地区別でみると、「多彩なイベント・祭りなどの開催」は『神戸港』、「案内表示の充実・整備」は『市街地』で最も高い。

【図表15 神戸市観光に期待すること】

(%) ※複数回答	全市	北野	市街地	神戸港	六甲・摩耶	有馬	須磨・舞子	西北神
案内表示の充実・整備	23.3	25.3	26.2	20.2	22.9	17.5	21.1	23.5
宿泊施設の充実(価格)	14.8	13.3	12.5	12.2	17.9	20.2	17.4	15.4
宿泊施設の充実(バリエーション)	8.5	8.7	7.3	8.0	10.3	10.2	10.0	7.6
宿泊施設の充実(設備)	5.6	6.6	5.5	4.5	8.0	5.2	6.0	4.1
市街地での交通アクセスの改善	17.3	19.7	17.8	15.8	18.8	8.5	20.8	17.6
市外からの交通アクセスの改善	13.7	10.7	15.0	11.3	14.3	12.8	13.8	14.0
お土産の種類の充実	17.4	17.1	16.0	19.5	18.0	14.2	17.6	21.9
地場製品の販売	14.1	12.3	12.6	14.3	18.3	12.8	14.5	15.6
地元の人とのコミュニケーション	5.2	4.6	5.0	4.9	7.4	5.0	4.9	4.3
観光情報の積極的な発信	17.1	13.0	19.3	21.2	18.1	12.8	11.1	16.5
多彩なイベント・祭りなどの開催	28.5	26.1	30.0	36.0	27.2	12.8	32.6	26.6
その他	10.2	6.6	11.6	7.3	8.6	19.9	8.4	5.7



※新規設問のため、昨年調査結果は掲載せず。

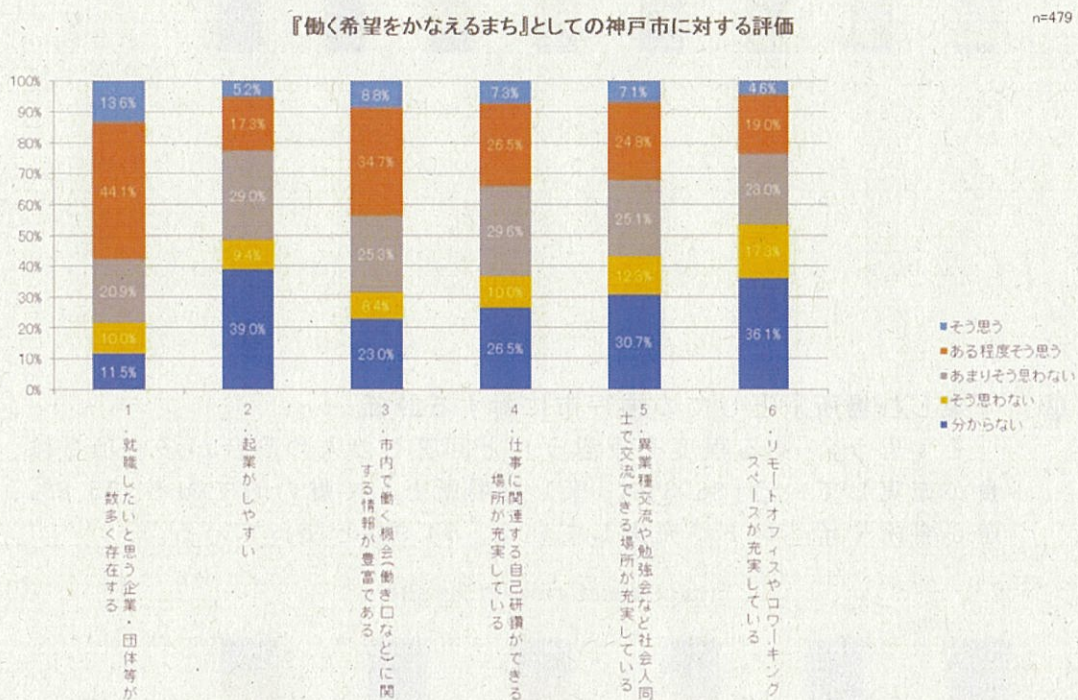
4. 神戸市在住者アンケート

2025 ビジョン策定に向けた各種アンケートを実施。神戸市在住の20歳～39歳の方（令和2年5月31日時点）を対象にアンケート調査を実施（無作為抽出、回答者数479人）。

結果の概要は次の通り。

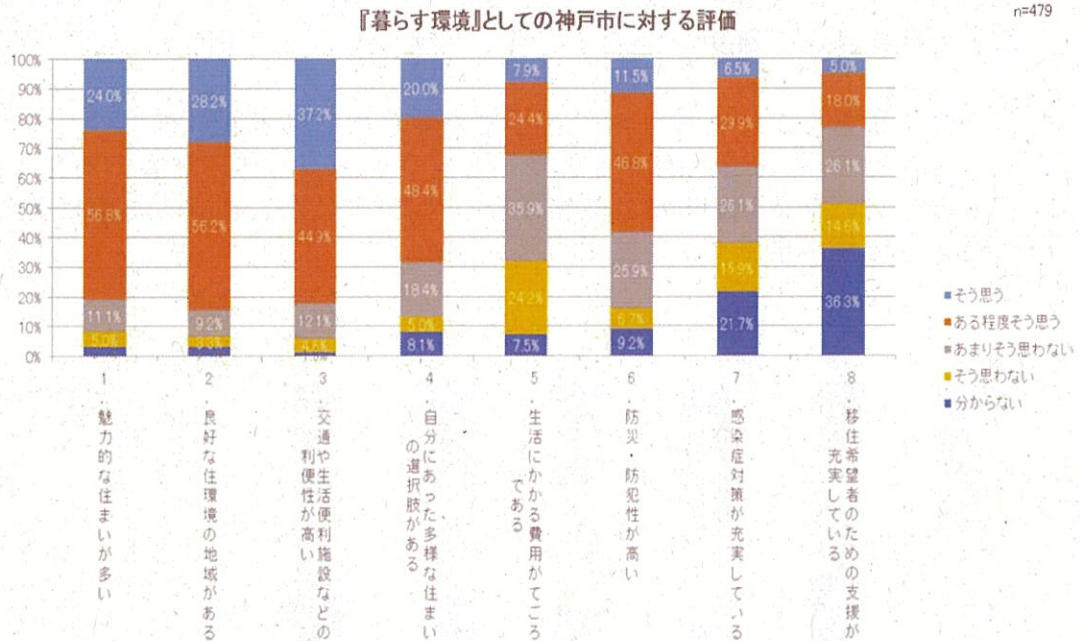
① 『働く希望をかなえるまち』としての神戸市に対する評価

「そう思う」「ある程度そう思う」と回答した人の割合が多い項目は、「就職したい企業・団体等が数多く存在する」57.7%、「市内で働く機会に関する情報が豊富である」43.5%が多い。



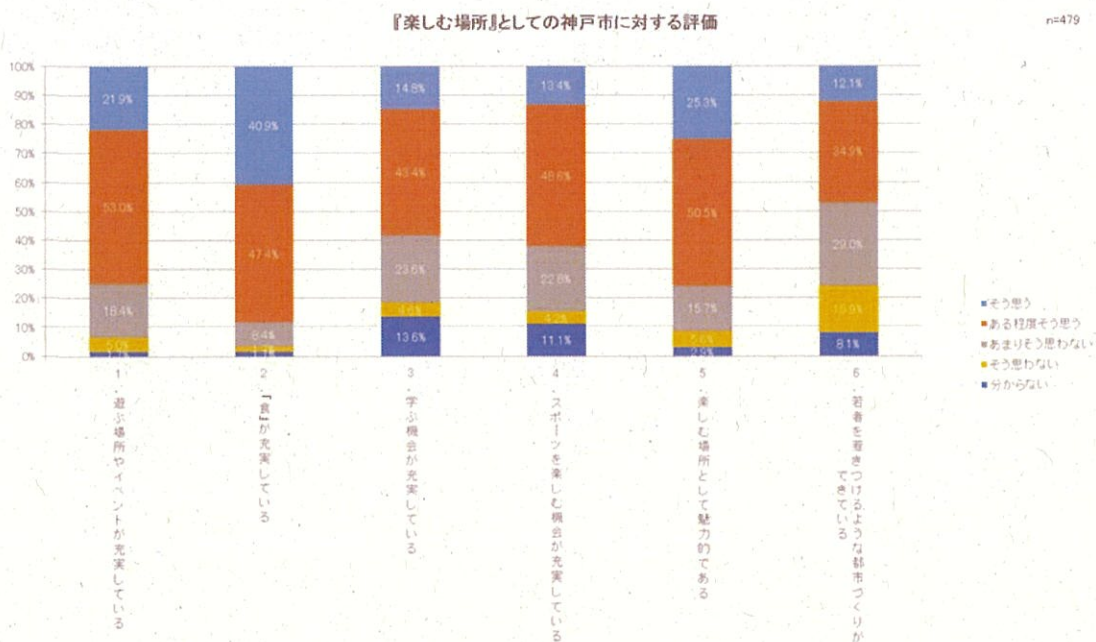
② 『暮らす環境』としての神戸市に対する評価

「そう思う」「ある程度そう思う」と回答した人の割合が多い項目は、「良好な住環境の地域がある」85.1%、「交通や生活便利施設などの利便性が高い」82.1%、「魅力的な住まいが多い」80.8%となっている。



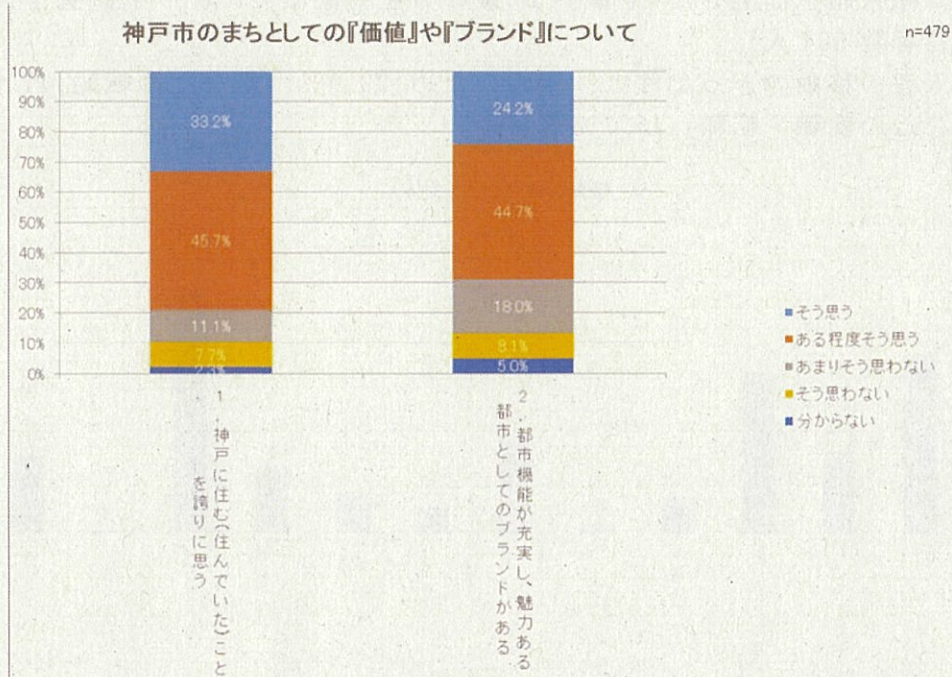
③ 『楽しむ場所』としての神戸市に対する評価

「そう思う」「ある程度そう思う」と回答した人の割合が多い項目は、「食が充実している」88.3%、「楽しむ場所として魅力的である」75.8%、「遊ぶ場所やイベントが充実している」74.9%となっている。



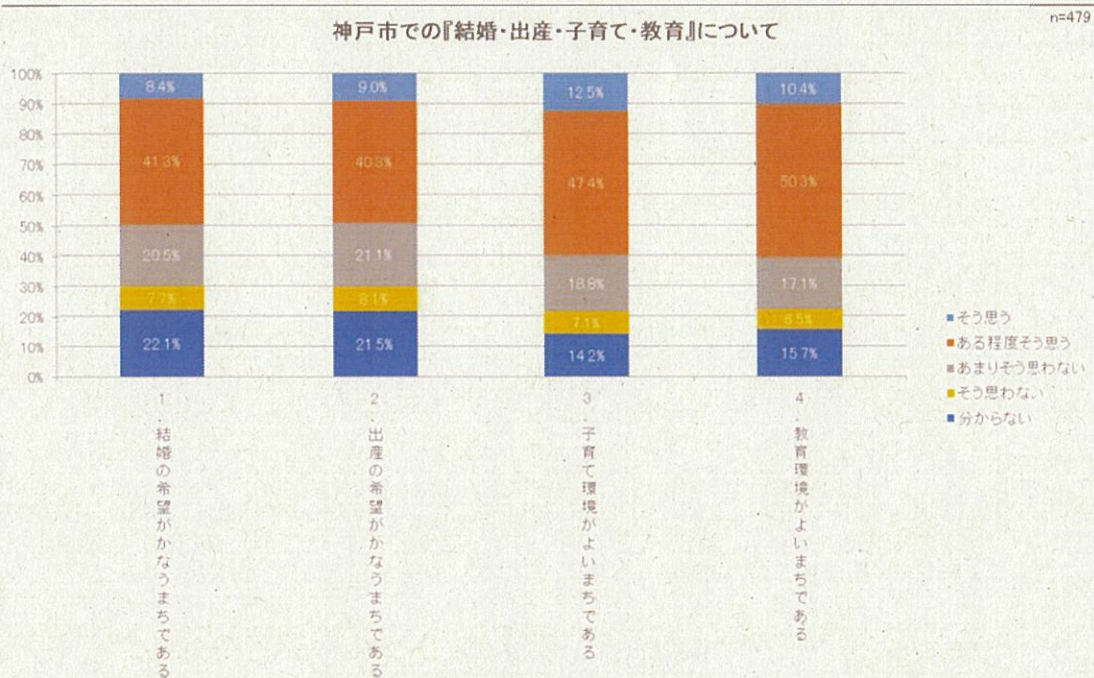
④ 神戸市のまちとしての『価値』や『ブランド』について

「都市機能が充実し、魅力的な都市としてのブランドがある」について、「そう思う」「ある程度そう思う」と回答した人の割合は68.9%であった。



⑤ 神戸市での『結婚・出産・子育て・教育』について

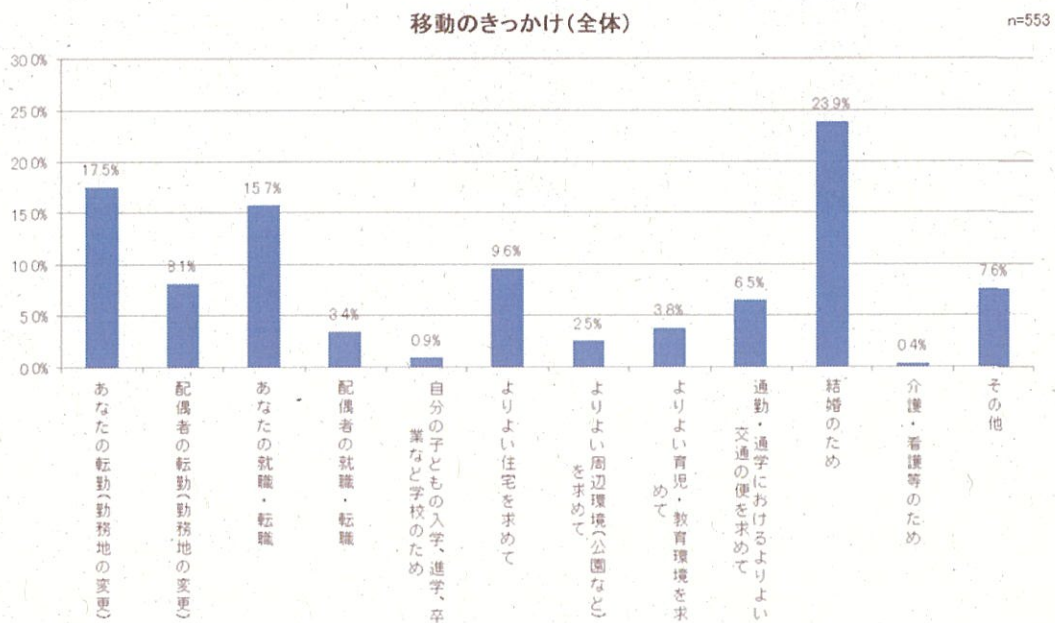
「そう思う」「ある程度そう思う」と回答した人の割合が多い項目は、「教育環境がよいまちである」60.7%、「子育て環境がよいまちである」59.9%となっている。



5. 神戸市への転入者アンケート

2025 ビジョン策定に向けた各種アンケートで、令和元年5月～令和2年4月に転入届を提出した20歳～39歳の方を対象にアンケート調査を実施（回答者数554人）。

転入者の移動のきっかけは、「結婚のため」23.9%、「あなたの転勤」17.5%、「あなたの就職・転職」15.7%が多い。



6. 神戸市内在住の外国人・その他にグループインタビュー

2025 ビジョン策定に向けた各種アンケートとともに、市内在住の外国人、市内大学・専門学校生、神戸にゆかりのある東京圏に在住の若者を対象に、神戸の魅力や課題等について、オンラインにてグループインタビューを実施している。

①市内在住の外国人にグループインタビュー

	①女性	②男性	③女性
神戸在住期間	2014年春～2016年2月より西宮、今年の2月から再度神戸2年間在住	1歳の時、神戸に来る。今、41歳（在住期間40年）	留学生、市内大学生、19歳。在住期間：4か月
神戸に移住した理由	2014年春、留学で神戸に来た。現在事務職	貿易商社に勤務（3代目）	留学生で経済を専攻
神戸の良い点、改善すべき点	<p>(良いところ)</p> <ul style="list-style-type: none"> 便利なところ 神戸ポスト（アプリ）は便利 防災マップは役に立つ（日本語のみ）⇒ハザードマップは、毎年更新され、分かりやすい。 <p>(悪いところ)</p> <ul style="list-style-type: none"> 買い物が不便（ホームセンターとかに行きづらい） （防災の活動をしているが）神戸市は日本人が減少、外国人が増加。しかし多言語表示が不十分（タイトルはあっても内容までは訳されていない）。 防災のスピーカーの数が少ない（鳴っても聞こえないことがある） 観光への取組が不十分、資源を活かせていない 外国人に対する認知度も低い 観光ではポートアイランド、六甲アイランド、須磨（海）、メリケンパーク、ハーバーランドなどに行く⇒ショッピングは、行きたいところなし（大阪・京都などと比較して外国人に対応できていない） 	<p>(良いところ)</p> <ul style="list-style-type: none"> きれいなまちで、港もリニユールし、神戸市は「住みやすい」と実感している 海あり、山あり、リタイアできる場所 安心できるまち <p>(悪いところ)</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民税が高すぎる（他に比べても） この20年間、あまり発展していない 観光スポットが少ない（大阪みたいに観光地になっていない） （観光スポットの）開発もない、市に提案しているが、反応がない 外国人が少ない（東京や大阪に比べても）、インターナショナルになっていない（仕事で外国人の仕事は大阪の方が多い） 結果、外国人のコミュニティがなく、活動も少ない⇒日本人と外国人の交流が少ない <p>(総評)</p> <ul style="list-style-type: none"> 住みやすいが発展がない（震災後発展が止まっている） インターナショナルにするための働きかけが市からもない（市の動きが鈍い） ビジョンとして、外国人を誘致するなら、インターナショナルな学校、交流の機会を増やすことが必要 	<p>(良いところ)</p> <ul style="list-style-type: none"> おしゃれということを知っていたが、聞いた通りであった 母国の実家も海が近く、実家に近い印象がある 転入届の時、区役所の方が丁寧にサービスしてくれた、みんな親切にしてくれた 避難場所なども丁寧に教えてくれた、情報を沢山提供してくれた みんなの協力がある、安心できる （仙台と違って）ヨーロッパみたいな印象のまち、国際的な環境が感じられる、外国人向けの教会もあり、外国人にも多く会う <p>(悪いところ)</p> <ul style="list-style-type: none"> 坂が多い（歩くのが大変）
海外へ神戸をPRすべき点	<ul style="list-style-type: none"> 海、山⇒自然をアピール 六甲には、滝、ハーブ園。海では船にも乗れる⇒一つのまちでできることはアピールポイント 	<ul style="list-style-type: none"> 方法としてアプリでの紹介（市内で使えるクーポン付き、みたいな） 少ない観光スポット⇒イベントを多くして 	<ul style="list-style-type: none"> 十分に神戸を知らない⇒友達や家族に紹介するとしたら、神戸牛！

	①女性	②男性	③女性
	<ul style="list-style-type: none"> 日本で、ヨーロッパが経験できる、南京町もいいところ! イベント(外国人誘致につながるもの) <ul style="list-style-type: none"> ⇒マラソン ⇒花火大会(外国人に人気) ⇒ゴルフ 	<ul style="list-style-type: none"> 国内外からのアーティストが活動できる場として 日本の技術を神戸から発信する⇒神戸の優れている点、アピールポイントを増やす 神戸は「履き倒れ」のまちということをもみんな知らない 	
外国人の方に神戸に住みたいと思わせるには	<ul style="list-style-type: none"> おしゃれなまち(どこ(何)は明示できないが)と感じたので、それをアピールする 西区、北区に住みたいとは思わないかもしれないが、北区にはリゾート施設がある⇒アクセスを改善すれば、住みたいと思う人も増えるかもしれない 大阪は京都、神戸にいける⇒神戸からアクセスできるまち、スポットをもっとPRする、船もあるので、淡路島にも行ける など 	<ul style="list-style-type: none"> コミュニティの存在・確保・形成 仕事(外国人が働ける)⇒職場は大阪でも良い 若い人は呼びにくい⇒安心できるまち、静かに暮らせるまち、自然のあるまちとして、少し年代が上の人を対象にする 神戸空港のアクセスを改善する⇒アジアからの便を増やす、など 	<ul style="list-style-type: none"> 山・海、自然が美しい。これをもっと宣伝する 税金の水準を下げる イベントを大阪に負けないように行う(コロナに関連して) 今のところ問題なく過ごしている
今後も神戸へ住み続けたいか	<ul style="list-style-type: none"> 便利さは評価できる 日本で就職したいと考えている⇒最初に住んだまち(神戸)に住み続けたい⇒絆・縁として、神戸がいい、神戸のまちに恩返ししたい気持ちもある 	<ul style="list-style-type: none"> 40年在任、いわば地元。離れる気はない(ただ) 妻、子供はインターナショナルスクールに通っているが、スクールの質として、グローバルな考えが身につかない(6割が日本人)。でも、学費は上がる一方。 交流(コミュニティ)が狭い範囲、少ない人数 グローバル的な刺激がない⇒子どもの教育にも影響、教育面に不満 	<ul style="list-style-type: none"> 4年間(在学期間)は神戸に住みたい その後は、神戸大学大学院に行きたいので、住み続けるだろう 就職は日本で、と考えているが、他の地域はいまのところ考えていない⇒ライフスタイルとして、神戸が合っている

	①女性	②男性	③女性	
神戸在住期間	<ul style="list-style-type: none"> 2年在住。 パートタイムで働いている。 携帯電話の工場ですマホ製造。 	<ul style="list-style-type: none"> 2005年に半年程度、三重県(鈴鹿)に交換留学。 5年前に東京、1年半前に神戸に来る。 東京では大学で研究、就職。 日本語専攻で元々日本に興味あり。日本大使館に勤めていた。 	<ul style="list-style-type: none"> 2015年に日本に語学留学。1年3か月ほど過ごし、関東の大学大学院へ。2年後神戸に戻る。 JPOPをきっかけに日本に興味を持ち、大学で日本語を専攻した。 	<ul style="list-style-type: none"> 2016年に市内大学大学院前期入学
神戸に移住した理由	<ul style="list-style-type: none"> 夫が市内大学で勉強する奨学金を得たので、同行した。 	<ul style="list-style-type: none"> 神戸市の職を得たため。 	<ul style="list-style-type: none"> 2015年当初来た理由は、条件の良い日本語学校が神戸にあったから。学費が月払いで払えらるとともに、アルバイトの斡旋もしてもらった。寮にも入ることが出来た。 アルバイトは、当初は工場で野菜を切る 	<ul style="list-style-type: none"> 大学では日本語学科を卒業後、翻訳学という学問がある大学院に進学。 言語に昔から興味があり、旅行番組で見た日本がきれいという印象があり、日本語を学ぶことに。

	④女性	⑤男性	⑥女性	⑦女性
			<p>仕事。日本語が上達した後、レストランなどで働いた。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 居住も当初は学校の寮に入っていたが、日本語上達の後、自分で借りた。 ・ 神戸に戻ってきた理由は、神戸が好きだから。東京でオフアもあったが、断った。 	
神戸の良い点、改善すべき点	<p>(良い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 神戸の人はとてもフレンドリー。 ・ いろいろ見たり訪れたりするところも多い。 ・ 好きなのはメリケンパーク。広くてよい。 ・ 王子動物園も好き。 <p>(悪い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 息子が学校に通っているが、先生とのコミュニケーションが難しい(先生が英語を話せないため)。 ・ 学校から情報をもらってもわかりにくい。翻訳アプリも十分ではない。 ・ 全体的に英語を話せる人が少ない。 ・ コミュニケーションだけが課題。ショッピングモールで買い物する時も困ることが多い。 ・ どこにいっても英語の情報が少ないことが多い。翻訳アプリでなんとか理解しようとするが、難しい。 ・ コミュニケーション以外の課題はない。 	<p>(良い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 自然豊かな所。アウトドアスポットにすぐ行ける。⇒東京では山まで2時間かかるが、神戸は近い。 ・ コンパクト都市。都心に居れば、交通網が発達しており30分くらいでどこにでも行ける。 <p>(悪い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ アウトドア関連の都市整備が十分でないところがある。例えば、ジョギングロードや自転車専用レーンが少なく、安全にジョギングが出来ない。⇒川岸も雑草が生い茂っているようなところがある。うまく整備すれば、ジョギングロード等として使えるだろう。ポイ捨ても少なくなる。 ・ 大きな公園はあるが、住宅街などに小さな公園が無い。 ・ 身近に日本語を教える場所がない。KICのみ。東京は区役所で行っている。無償でなくても生徒は来ると思う。例えば大学と連携して、日本語教師などが教えるような環境を有償で作れば良いのではないか。また、日本文化を教える講座などもあれば、日本に対する愛着やシビックプライドにも繋がる。 	<p>(良い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 交通利便性、自然環境、外国人が多いので包容力があること、おしゃれなこと、物価が高くないこと、料理がおいしいこと。 <p>(悪い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 神戸空港に国際線が無い。 ・ 防犯上の問題(自転車を2回盗まれた。) ・ 留学生にとっては、コストが高い。学割や家賃の補助があれば良い。 	<p>(良い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 三宮という都心から歩いて行けるところに港がある。また、市内で山が見える都市である。 ・ 商店街でもキャッシュレス化が進んでいる。 ・ メリケンパークの雰囲気がいい。ベンチに座ってお茶を飲みながら海を楽しめる。 ・ ICカードを利用した際の、市バスの乗り継ぎ割引があること。 ・ ジャズバーが多いこと。大型音楽イベントは、外国人の興味も引く。 <p>(悪い点)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 灘区に住んでいるが、イノシシが下りてくるので、危険。ごみを荒らされる。 ・ バスの便数が少ない地域もある。 ・ バスの路線図がわかりづらい。 ・ 自転車のコベリンをもっと整備してほしい。 ・ 神戸牛が有名であるが、偽物を提供する店がある。 ・ 有馬温泉へ行くための料金が安い。 ・ 摩耶山への公共交通機関の利便性。
海外へ神戸をPRすべき点、	<ul style="list-style-type: none"> ・ 神戸は多様性のあるまち。外国人も多く住んでいる。まちもきれいだし、天候も 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光では有馬温泉などの日本文化をPRすればよい。交通の便が良いのでそれら 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大阪や東京より小さいが、なんでも揃っているコンパクトさ。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 神戸牛が有名なので、神戸牛を提供している正規店のPR ・ 大型音楽イベントは、

	④女性	⑤男性	⑥女性	⑦女性
	<p>いい。</p> <ul style="list-style-type: none"> しかし、日本語が流暢でないと、よい仕事が見つからない。 そのため、外国人が日本語を学ぶ機会などの支援がもっとあるとよい。 	<p>に、短時間で行ける。世界一長いつり橋である明石海峡大橋も大きな魅力である。しかし、あまりPRされていない。</p> <ul style="list-style-type: none"> 国内の外国人向けには、須磨海水浴場などもPRできる。日本で4番目にブルーフラッグを取得しているが、あまりPRされていない。海水浴場の施設も老朽化しているところがあるので、整備が必要。 ビジネスに関しては、ターゲティングが必要。希望の人材像を明確にしないといけない。 能力が高い人ほど、どんどん転職することを理解しないとけない。幅広い仕事を用意し、可能性を広げ、市外への流出を防がないといけない。 	<ul style="list-style-type: none"> 山と海が近く風景が美しいこと。 花火大会などのイベントをもっとPRすればよい。 母国に限っては、最近の若者は食べ物が好きなので、神戸の日本食をPRしていけばよい。 	<p>興味のある海外の人も多いので。広報及び実施をすべき。</p>
外国人の方に神戸に住みたいと思わせるには	<ul style="list-style-type: none"> 情報を提供する際に、外国人が理解しやすい言語で提供したほうがよい。日本人との日本語でのコミュニケーション面での課題が多い。 学校でも、日本語ができないとコミュニケーションできないことが多い。 言葉の壁がいちばん大きい。仕事の面でも生活の面でも。日本語以外での情報提供があれば、もっと神戸での生活が楽しめる。 	<ul style="list-style-type: none"> 仕事があることが重要であるが、それだけではなく、例えば留学生などにその情報をちゃんと届ける必要がある。情報が入らないと、仕事の多いところになってしまう。市に関わらず隣の大学にPRしても良いのでは。同じエリア(関西圏)での移動はそんなにハードルが高くないので、エリアを絞ってPRすればよい。 	<p>便利、安全安心、物価の安さ、包容力。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 住みたいと思う外国人は多いが、VISAがないと住み続けられないため、外国人留学生がVISAを発行してもらえらるような仕組みづくりをすべき。 研究機関をもっと増やすべき。多文化・多様性の研究機関があれば興味がある人もいるのでは。
今後も神戸へ住み続けたいか	<ul style="list-style-type: none"> もっといい仕事が見つかるなら神戸に住みたい。パーマネントな(正規の)仕事が見つかったら、その気持ちの方がより強くなると思う。 例えば、英語を教える仕事。 母国ではメディカルラボラトリーサイエンスを勉強していたので、それが日本でできれば素晴らしい。 	<ul style="list-style-type: none"> 仕事があれば住み続けたい。住みやすい。神戸には外国人を受け入れる環境がある。例えば、ビーツが東京では手に入らなかったが、神戸では手に入る。他国文化が根付いてきた結果だ。そのようなダイバーシティがある。 	<ul style="list-style-type: none"> 住み続けたい。もし帰国しても旅行は神戸が優先。第2ふるさとのような感じ。 	<ul style="list-style-type: none"> 仕事があれば住み続けたい。 大阪とも適度な距離で、適度な人口である神戸が好き。

	④女性	⑤男性	⑥女性	⑦女性
その他質問	<p>(日本語の学習について)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・語学学校には行っていないが、神戸学生ユース?センターで、ボランティアから無料で教えてもらっている。 ・授業は週に1回2時間。コロナのせいで休講中。(コロナの困りごと) ・以前のように外出できないし、閉まっているところも多い。夏休みなのに息子と遊びに行くこともできない。(メリケンパークと王子動物園以外にPRする場所) ・六甲山の公園、美術館、博物館、いろいろある。 ・田中美術(ギャラリー)。新神戸駅の近く。そこに行ってみたい。 <p>(神戸市への要望)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保育園に入るのが難しい。なかなか入れない。 		<p>(コロナで困ったこと)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・職場は消毒や検温などをしていて、仕事を順調に続けられている。 ・年に2~3回は中国に帰っていたが今年は帰っていない。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・母国では、インターネットでの売買が普通だが、留学生にとっては使い方が分からず利用率が低い。もっと促進すれば良いのでは。 	<p>(コロナで困ったこと)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大学に行けず、ずっと家にいるので切り替え毛難しい。 ・他の自治体では、水料金の減免があったが、神戸はなかった。

②市内在住の大学生・専門学生にグループインタビュー

	①女性(専門学生)	②女性(大学生)	③女性(大学生)
神戸在任期間	2年生 神戸歴: 20年目	4年生 神戸歴: 4年目 大阪出身だが、祖母が神戸にいて、小さい頃から定期的に神戸に来る。	4年生 神戸歴: 4年目 大学から神戸市 岐阜県出身
神戸で働きたい、住みたいと思うか	神戸には興味がない	神戸・大阪などの関西圏がいい。 友だちや親族の話を聞いていると、関西人は馬鹿にされそう。 関西は心が楽。	働きたいとは思っていたが、就職先が神戸ではないところに決まっていた。
若者が神戸に就職、住んでもらうために神戸市がすべきこと(必要なこと)	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸にしかないというものが無い。山・海があるのに、汚かったり・アクセスが悪く、他の県から来にくい。 ・神戸以外で賑わっているところがたくさんあるので、わざわざ神戸に住む理由がない。 ・利便性が高いところ(地下鉄沿線の西側、妙法寺など)の差が激しすぎる。 ・高齢者(ずっと住んでるひと)ばかりで活気がない。よくなる予感がしない... 	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸の企業が集まるセミナーがもっとあればよい。(大学からのアプロイチで登録した兵庫県インターネットで情報を知って行ってみた) ・市営地下鉄を安くしてほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・三宮以外にもコワーキングスペース・集まれる場所がもっとあればよい。大学の近くにあればいい。妙法寺に住んでいるが周りにはない。 ・ごみの分別など環境に配慮している印象はあるが、環境問題をどうにかしたいと行動できている人や活動が少ない気がする。

	④男性（大学生）	⑤男性（大学生）	⑥女性（専門学校生）
神戸在 住期間	3年生 神戸歴：6年目 高校生から神戸に通っ ている 大阪府豊中市在住	3年生 神戸歴：3年目 大学から神戸市 加西市出身	2年生 神戸歴：1年半 鳥取県出身
神戸で働 きたい、住 みたいと思 うか	神戸・大阪で働きたい。 家から近い、住み慣れてい るか。	一応、神戸で働きたいと思 っているが就活次第。	就活中なので、会社との巡 り合い次第だが、東京で働 きたい。
若者が神 戸に就職、も 住んでら うため に、神戸市 がすべき こと（必要 なこと）	<ul style="list-style-type: none"> 空き家が10万棟ほどあ るので、若者と結びつけ られればいいのでは。空 き家を改築して、学生住 宅にして学生を呼び込 めたらいい。三宮・元町 は家賃が高いので安く 貸してあげれば、学生も 恩義を感じるのでは。 ポートアイランドの空き 地の有効利用ができれ ばよい。ショッピングモ ール・アウトレットがあ ればもうあがるのでは。 	<ul style="list-style-type: none"> 就職支援をもっとやっ てほしい。例えば、学生と 企業のマッチング機 があればいい。 	<ul style="list-style-type: none"> 校外活動でKIITOをよく 利用するが、もっとイベ ント・セミナーなどが神 戸市内であればいい。以 外にも、働きながらスガ ルアップできる機会が多 いということも、東京 で就職したい理由の一 つである。 せっかくKIITOがあるな ら、兵庫出身の有名な方 がたくさんいるので、イ ベントやセミナーを開 催したらいいと思う。

	⑦女性（専門学校生）	⑧女性（大学生）	⑨男性（大学生）
神戸在 住期間	2年生 神戸歴：1年4か月ぐら い 広島県出身	4年生 神戸歴：約20年 生まれは名古屋	3年生 神戸歴：2年4か月（去年3 月から） 西宮市出身
神戸で働 きたい	住みやすいので卒業後も 住みたい・働きたいと思っ ている。	もし関西圏で勤務するな ら、神戸に住みたい。	将来的には住みたい、働 きたい。学生時代に神戸で いるんなら経験をさせて もらったので、何らかの形 で神戸に貢献したい。
若者が神 戸に就職、も 住んでら うため に、神戸市 がすべき こと（必要 なこと）	<ul style="list-style-type: none"> センター街だけじゃな く、大きめのショッピン グモールがあればよい。 一つにまとまったので、 便利。 地元が田舎だったので、 神戸に出てきて不便と 思うことはない。 	<ul style="list-style-type: none"> ショッピングモールが欲 しい。三宮のOPAが縮小 してから、店から分散し ているので不便。服を買 うときは西宮や梅田に 行く。 若者が楽しめる商業施 設・テマパークがあれば 良い。大阪にはユニバ ーサルスタジオがある。 外国人も楽しめるので 活気が出る。 通学に地下鉄を使ってい るが、市営地下鉄の運賃 が高すぎる。 	<ul style="list-style-type: none"> 学生の就活に対する意識 が変わってきていて、学 生がやりがいややりた いことを主体的に考え進 んでいく方向になって いる。そういう見方をほ うと東京の会社の社 会が就活マーケティング が上手く、魅力的に見 えてしまう。神戸の企 業もPR・マーケティング を頑張る必要があるの ではないか。 地下鉄の運賃が高い。
神戸の魅 力など、PR すべき部 分	<ul style="list-style-type: none"> 神戸にしかないという ものがない。山・海があ るのに、汚かったり・ア クセスが悪く、他の県 から来にくい。 神戸以外に賑わってい るところがたくさんある ので、わざわざ神戸に 住む理由がない。 利便性がいいところ（三 宮など）と悪いところ （地下鉄沿線の西側、妙 法寺など）の差が激し すぎる。 高齢者（ずっと住んで る人）ばかりで活気が ない。よくなる予感が ない... 	<ul style="list-style-type: none"> 住みやすさ。自然（海、 山）がある。両方を楽 しめるのはよい。 おしゃれ・インスタ映 えするスポットをSNS でPRすればよい。 	<ul style="list-style-type: none"> 神戸は若者の育成に力 を入れている。神戸市が あせせんする神戸市起 業育成プログラムに参 加して、シリコンバレー にも派遣してもらった。 学生団体を立ち上げて 入れ、助成金をもらっ ている。でも、あまり知 られていないのでっと PRすべき。 神戸に住んだことがな い人に神戸のイメージ を聞いた方が、外の人に 刺さるPRにつながるの ではないか。

	⑩男性 (大学生)	⑪男性 (大学生)	⑫大学生 (専門学校生)
神戸在住期間	3年生 神戸歴：2年4か月 (去年3月から) 西宮市出身	3年生 神戸歴：2年4か月 (去年3月から) 徳島県出身	2年生 神戸歴：1年半ぐらい 愛知県出身
神戸で働きたい、住みたいと思うか	地元の西宮で住みたい、働きたいと思っている。西宮には安心感・親しみがある。	働きたいと思っている。初めて出てきた都会が神戸。神戸はちょうどいいと周りの人が言っていた。実際住んでみて、特別過密ではないが、図書館や遊ぶところが充実しているのがよい。東京は商業施設・先端分野が集まっているのは魅力だが、住みにくい。	どこで働きたいとは考えていなかったが、神戸で就職が決まったので、神戸に住むことが決まった。
卒業後の定居地(就職先が決まっている場合)など	西宮に住みたい。	神戸に住みたい。	神戸で就職が決まったので、神戸に住むことが決まった。
若者が神戸に就職、住らうため事前に神戸ききこ(必要なこと)	<ul style="list-style-type: none"> 若者に対しても、防災意識を高める取り組みをしてほしい。例えば、防災士の資格を取るのに補助金を出してほしい。 地元西宮では若者向けの防災訓練などのイベントに力を入れていた。市営地下鉄の混雑防止のために特急・快速を運行してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> 不便だと思う。坂が高い。西区と中央区に住んでいたが、坂が急でお年寄りや大学生でも登るのがためらうことがあったので、バスなどを充実させてくれればありがたい。 大学の近くに家を借りたかったが、ポータアイランドの家賃が高かったの、学生・若者向けの補助金を出してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> 就職内定先でアルバイトをしているが、三宮の国際会館あたりにワークスペースが密集していて、仕事が終わった後にご飯に食べに行く場所が少ない。住宅街と繁華街・オフィス街などが分散しているので、会社の休憩時間などに気軽に立ち寄れる場所にカフェなどがあればよい。
神戸の魅力など、PRすべき部分	<ul style="list-style-type: none"> PRしているところが中央区に固まっている。西区・北区が自然が豊かである点をPRしたらよい。 空き家問題があるので、うまくPRして若者を住まわせることができればよい。 	<ul style="list-style-type: none"> おしゃれな街という印象。 徳島に帰ったときに、外国の友達が神戸には外国人がたくさんいると言っていた。外国風の雰囲気を楽しめるのが神戸の魅力なのでよりPRすべき。 	<ul style="list-style-type: none"> 人が多すぎず、騒がしくないが不便でもないという住みやすさをPRしていくべき。

③神戸に在住経験のある東京圏若者にグループインタビュー

	①女性	②男性
神戸在住期間	仕事：自動車メーカーの広報 在住期間：幼少期から26歳ぐらいまで (大学生の時、一時大阪に在住)	仕事：webエンジニア (webサービスの開発) 在住期間：24年 就職のために3年前に東京へ
転出理由、時期(どのような条件が整えば転出しなかったか)	前職は神戸だが転職を機に東京に。(2019年1月から) できれば関西圏から出たくなかったが、本社機能が東京に多いため移住。	東京に行ってみたかった。東京の方が仕事のチャンスが多かった。 東京の家賃を考えると、フルリモートワークなら関西に残ったかもしれない。
現在の神戸の印象(外から見た強み、課題)	<ul style="list-style-type: none"> 強み：住みやすさ。東京は人が多すぎる。東灘区に住んでいたが、家賃が高くない割りにアクセスが良い。山と海があるのも良い。 弱み：仕事・プライベートでの選択肢が少ない。本社機能がある会社が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> 強み：海・山がある。ブランド力がある(出身の話をしたときに、他の地方の人から引きが強い)。 弱み：観光する場所が少ない。絶対に行ってみたいところがない。横浜があるので、関東の人は関西に来れば大阪・京都に行ってしまう。
東京圏の若者に神戸市をPRするには	神戸の鉄道会社で働いていたので、観光施設のSNSなどをフォローしているが、神戸の写真を見て、いいな	IT企業を誘致しようとしているのは良い取り組み。神戸が先進的なITの街となれば、違うブランドイメージ

	①女性	②男性
	<p>とおもっている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京に住んでいる人に神戸をお試しこの体感してもらおう取り組みを見たこのとがあるが、良いと感じる。東京のあ人たちは仕事に疲れている。印象が多。地方移住に興味を持っている人が多い。2~3年前に神戸市がやっていた取り組みに今なら行ってみたい。 ・神戸の田舎はスローライフを送りながら仕事ができることをPRしては。 ・東京は疲れた人が多く、キャンプが流行っている。縁が多く、キャンプができるイメージを付けていければいい。 	<p>になると思う。京阪神が新たなシリコンバレーのようになれば、人が集まるのでは。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・おしやれな。スポットが増えれば、大阪・京都ではなく神戸に来てくれるようになると思う。 ・神戸の家賃が安くなれば、大阪にもアクセスが良いので人が集まるのでは。

	③男性	④男性
神戸在住期間	<p>仕事：映像関係 在住期間：高校卒業まで（18歳） 大学進学を機に東京へ 大美大の映像学科に進学。関西では映像の仕事は限られるので、将来的なことを考えて転出。</p>	<p>仕事：大学院（経営学 MBA 去年から東京圏） 在住期間：生まれてから、大学二年生まで その後は西宮へ転出</p>
転出理由、時期（どのような条件が整えなかったか）	<p>神戸・関西に映像関係の仕事がもつとあれば残ったかもしれない。</p>	<p>神戸から西宮：西神中央に住んでいたが、交通の便が悪く西宮に転居 東京に出た理由：志望する大学があったため</p>
現在の神戸の印象（外から見た強み、課題）	<ul style="list-style-type: none"> ・強み：住みやすさ。程よい都会・大きい田舎。 ・弱み：観光する場所がない（人に勧められる場所少ない）。良くも悪くも大阪ありきになっている。新幹線の駅が少し遠い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・強み：暮らしやすさ。住み心地はよかった。適度に栄えていて、人が多すぎない。 ・弱み：遊びたい、学びたいとなるとともに東京・大阪になり、神戸では物足りない。 <p>関東圏のひとつにとって、神戸は印象が薄い。 大阪からの交通の便がよいが、それだけならば大阪に住めばよいという話なので、それを越える何かが必要なのは。</p>
東京圏の若者に神戸市をPRするには	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸といえばサッカー（ヴィッセル）ががらばっている。神戸は昔からあるライブハウス、映画館など文化が根付いている。厚みが増すと、仕事も増えていくのでは。 	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸のPRを見た記憶がない。 ・横浜とどう違うのかというのが、東京の人が感じていることなのでは（元町中華街は横浜にもある）。

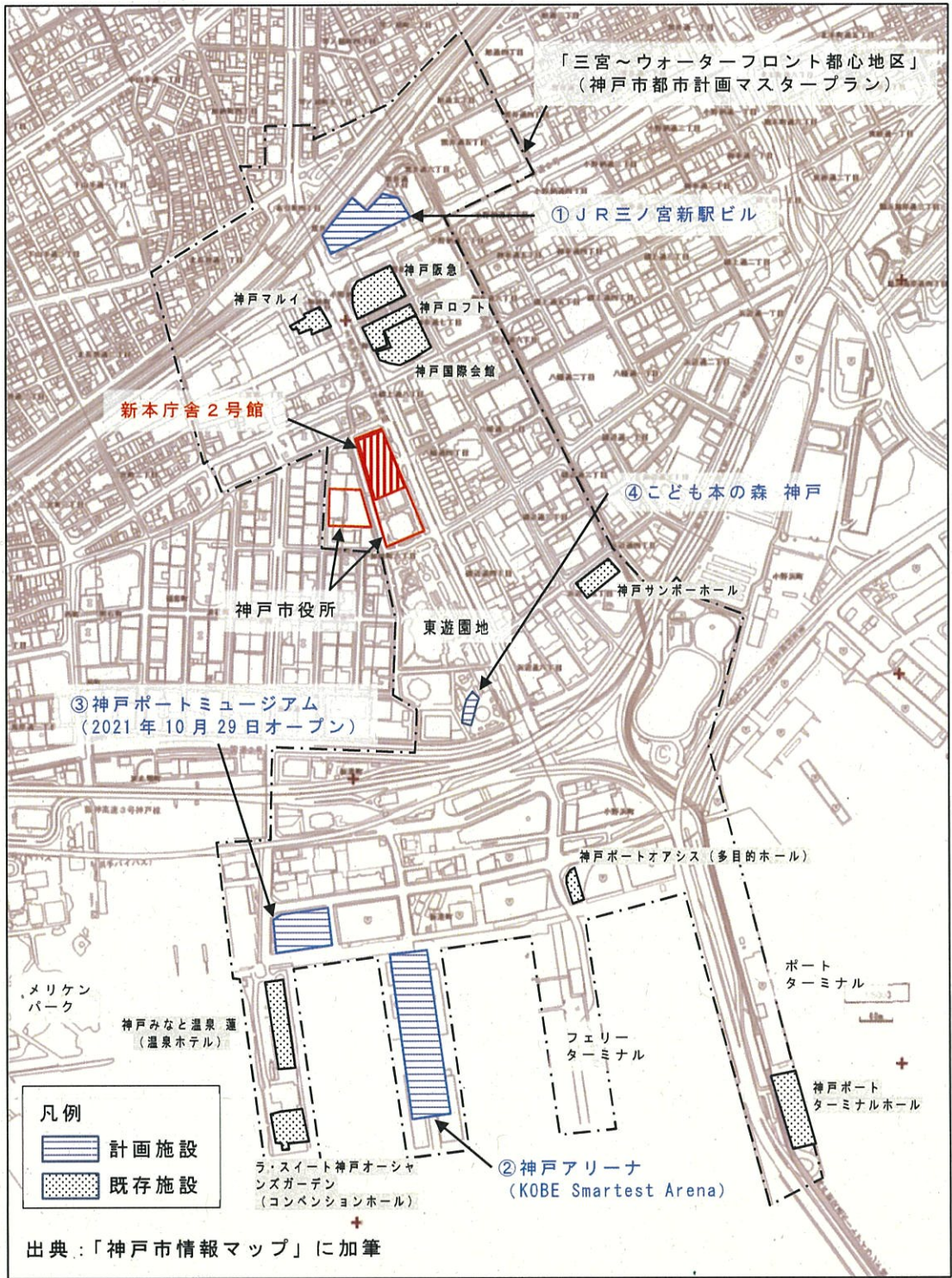
	⑤男性	⑥男性
神戸在住期間	<p>仕事：食品メーカー 在住期間：18歳まで（大学進学を機に神戸を出た）</p>	<p>仕事：銀行員 在住期間：高校卒業まで（18歳まで）</p>
転出理由、時期（どのような条件が整えなかったか）	<ul style="list-style-type: none"> ・徳島の大学に進学。 ・就職後は大阪に3年、東京は4年目 ・異動で東京へ（東京の本社へ） ・ご縁のあった会社の本社が東京だったため（ネスレなども受けていた）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・大学4年間は東京 ・就職後は仙台（2年生）→東京（2年目） ・政治の勉強をしたい、レベルの高い大学に行きたい ・就職先が神戸であればうれしかったが、神戸に帰るということは優先事項ではなかった。
現在の神戸の印象（外から見た強み、課題）	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸はコンパクトでいい（南京町・王子公園・海・山など）。地元は名谷だが、三宮まで一本で行けて便利だった。 ・いいところがあるのに外に見られていない印象がある（2番手感、アピール不足）。 ・地元の話をしたとき、有名な食べ物パッとでない（お土産に買って帰るものがない）。 	<ul style="list-style-type: none"> ・街が山・海に挟まれていて、バランスがいいところが強み。 ・水がきれい。 ・魅力的なところが多いにもかかわらず、発信力が弱い。関東圏から観光に行く際、京都・大阪には行くが、神戸に行く理由がない。 ・大阪の中心に通動している人も多いと思うが、神戸の西側から通勤しよと思うと、三宮で乗り換える必要があるのでは、直通で行ければよい。

	⑤男性	⑥男性
東京圏の若者に神戸市をPRするには	<ul style="list-style-type: none"> ・新神戸に帰ったとき、地下鉄に降りるエスカレーターでムービーが流れたり、イニエスタや戸田絵梨香など有名人が出ていた。他の地域は、有名人と関係を強固にして、発信してもらっている。有名人が多くいるので、発信してもらえば、地元民としても誇りに思う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・インスタ・tictoc、youtube などを使えば、見ている人が多いので影響力があるのではないかと、コストがかかるわけではなさそう。 ・旅行に来てほしいのか、住んでほしいのかどの層に訴えるのかが重要。 ・東京圏から関西に遊びに行く人は多いので、宿泊先に神戸を選んでもらうようなPRすればいいのではないかと。

	⑦男性	⑧女性
神戸在住期間	仕事：航空会社 在住期間：大学卒業まで（22年）	仕事：アルバイト会社のデザイン部門 在住期間：高校卒業まで（18歳）、専門学校は大阪。就職先が神戸だった（4、5年）。その後東京（2年目）へ。
転出理由、時々な条件が整えば転出したか	<ul style="list-style-type: none"> ・東京へのこだわりはなかった。神戸にある会社と比べると選択肢がなかった。自分が行きたい会社で神戸本社の会社があれば残ったかもしれない。 ・航空・物流に関心があったが、神戸には自分が行きたい規模の会社なかった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・夫の転勤、自分が転職したいタイミングで東京へ ・アパレルの会社で大きな会社が関西にないので、必然的に東京になった。
現在の神戸の印象（外から見た強み、課題）	<ul style="list-style-type: none"> ・狭い範囲で用事が完結するのが良い。成田空港の近くにすんでいたが、周りに何にもなく不便だった。 ・写真を見れば神戸とわかるような、観光面の知名度がある。 ・神戸は発信力が低い。大阪はトップの発信力が強い。 ・西神中央に住んでいたが、東京から帰省の際、神戸空港から西神中央まで帰るのがしんどいと感じる。大阪に通う人にも負担なのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・住みやすい。人も多すぎない。 ・周りに神戸出身という、おしゃれっぽいと思われる。 ・どこに連れていけばいいかわからない。異人館に行っても一日は持たない。 ・帰省の際、新神戸で降りるとめんどくさい。実家は摂津本山だが、新大阪で降りた方がスムーズに帰れる。
東京圏の若者に神戸市をPRするには	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸のfacebookを見ているが、地下鉄の整備や図書館の整備などの情報が出ていない。これを見れば、若者は住みたくなると思う。しかし、facebookは興味のある人しか見ないので、発信方法が課題。今は関東に住みやすい街ランキング2位の印西市に住んでいえるが、ランキングに名前を連ねていけば、人々が目を向けるのではないかと。 ・ドラマの舞台にしてみたら、聖地巡りなど若者を呼び込めるのでは。 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSはインスタしか見ないが、神戸市のインスタは見ることがない。メトロにある冊子も見ることがない。 ・何を紹介すればいいかわからない。ハーバーランドも異人館も若者向けではない。 ・住んでいる場所の近くにフロンタールの本拠地があるが、試合の日は大盛り上がりですごい（ユニフォームを着ていけばサービスを受けられるなど）。ヴィッセル神戸にはそこまで感じなかった。

2-2 三宮～ウォーターフロント都心地区の計画

本項では、庁舎2号館周辺地域の三宮～ウォーターフロント都心地区に立地及び、計画されている集客施設等の施設分布とそれら施設の計画概要をまとめる。



集客施設等の分布図

1. JR三ノ宮新駅ビル

資料：神戸市HP

(1) 周辺エリアの再整備の概要

神戸市は官民連携（神戸市、西日本旅客鉄道株式会社、独立行政法人都市再生機構の三者）のもと、「三宮周辺地区の『再整備基本構想』」（平成27年9月）及び「神戸三宮「えき～まち空間」基本計画」（平成30年9月）の実現を目指し、「三宮クロススクエア」等の人と公共交通優先の空間の創出や各鉄道間の乗り換えの円滑化、回遊性の向上や都心部におけるにぎわい創出等に向け、三宮周辺地区の再整備を推進している。



(2) JR三ノ宮新駅ビル構想の概要

西日本旅客鉄道株式会社が建て替え計画を進める新三ノ宮駅ビルは、高さ約160m、延べ床面積100,000㎡の高層ビルとして計画されている。

用途は、豊かな自然等神戸ならではの魅力を体感する滞在空間（滞在機能）、多様な働き方を提案する空間（事務所機能）、多様な文化等の魅力を体感できる空間（にぎわい機能）で構成される。

2022年度に事業着手し、2023年度に着工、2029年度の開業を目指す。

JR三ノ宮新駅ビル構想について（開発意義）



当社におけるJR三ノ宮駅とは…神戸の玄関口・関西都市圏の重要拠点

1874年：三ノ宮駅開業当時



1981年：三宮ターミナルビル開業



現在：Street Table 三ノ宮



神戸の街とは…進取の気性・多様な文化・震災からの復興・BE KOBE（「人」がまちの主役）

※神戸の都心の未来の姿【将来ビジョン】より（2015.9）

JR三ノ宮駅周辺の課題

- 街への通路、乗換動線のわかりにくさ
- 玄関口にふさわしい機能の不足
- 神戸の魅力発信力の不足

×

社会変容による新たなニーズ

新駅ビルが目指す姿

- 乗換動線の改善・回遊性の向上
- 待合・イベント空間の充実
- 神戸の魅力発信基地

×

リアルな体験を通じて
心身の豊かさを体感できる場所

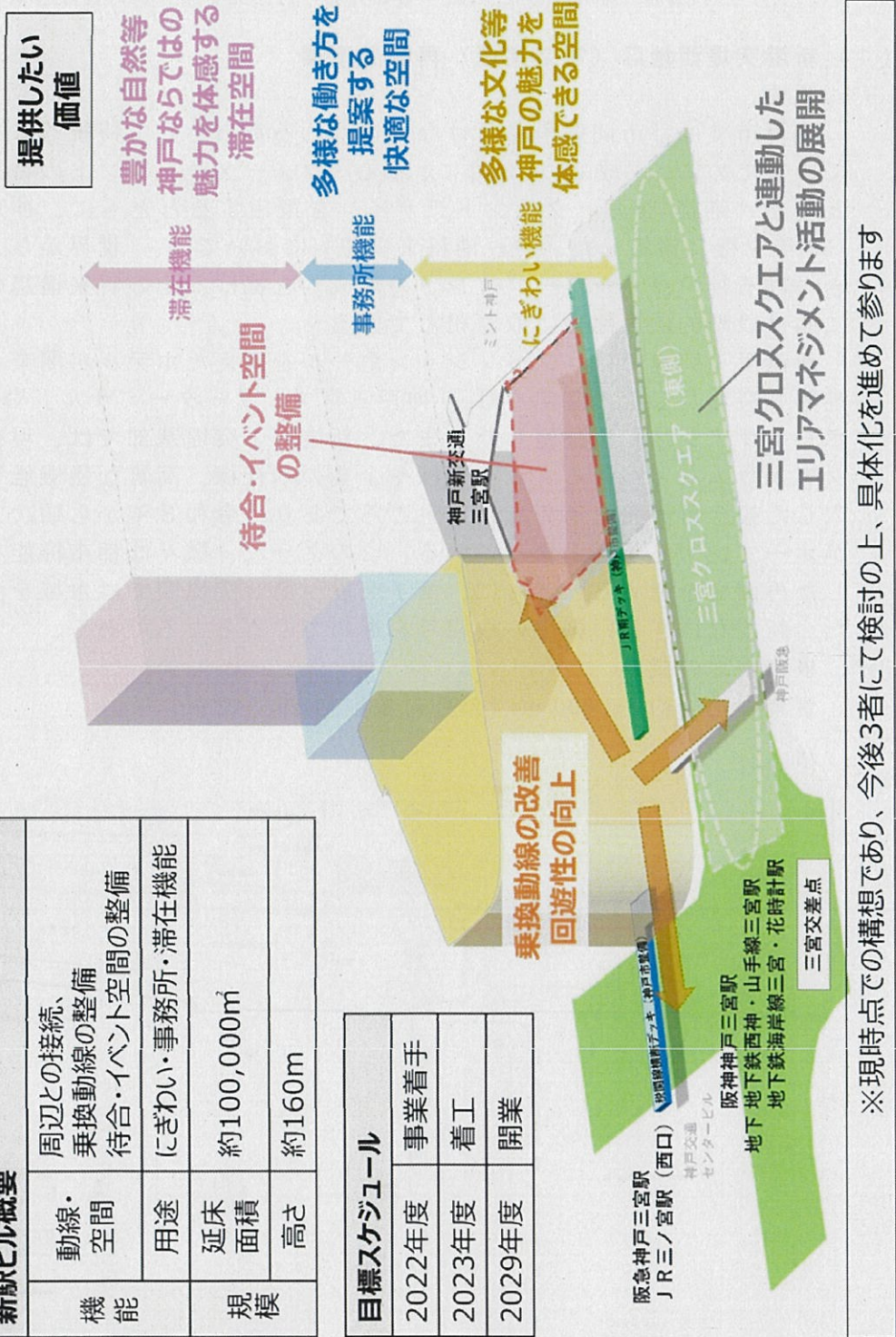
- 豊かな自然等神戸ならではの魅力を体感する滞在空間 : 滞在機能
- 多様な働き方を提案する快適な空間 : 事務所機能
- 多様な文化等神戸の魅力を体感できる空間 : にぎわい機能

JR三ノ宮新駅ビル構想について



新駅ビル概要	
機能	周辺との接続、乗換動線の整備 待合・イベント空間の整備
用途	にぎわい・事務所・滞在機能
延床面積	約100,000㎡
規模	高さ 約160m

目標スケジュール	
2022年度	事業着手
2023年度	着工
2029年度	開業



※現時点での構想であり、今後3者にて検討の上、具体化を進めて参ります

ウ. 新港突堤西地区（第2突堤）再開発事業 計画提案の概要

神戸市では、神戸ウォーターフロントのシンボルとなり、都心・三宮再整備やウォーターフロントエリアの周辺施設・空間とも一体となって、賑わい創出やまちの活性化等の相乗効果が期待できる文化集客・観光商業・宿泊等施設の整備・運営を、自らの企画力・ノウハウ・実行力等を最大限に発揮し将来にわたって実施する事業者を広く公募した。

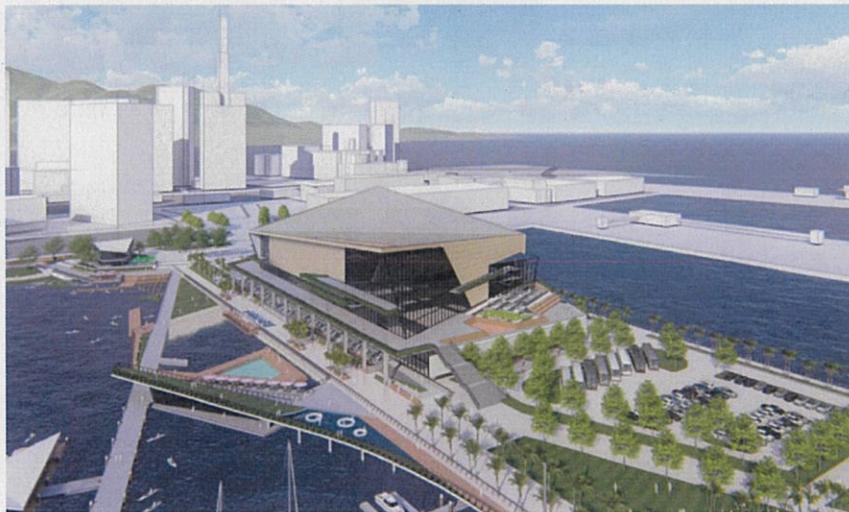
その結果、平成3年3月、新港突堤西地区再開発事業優先交渉権者選考委員会の審査・選考結果に基づき、優先交渉権者【代表企業】エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社【構成員企業】株式会社スマートバリュー、株式会社NTTドコモ）を決定した。

(2) 神戸アリーナ（KOBE Smartest Arena）の概要

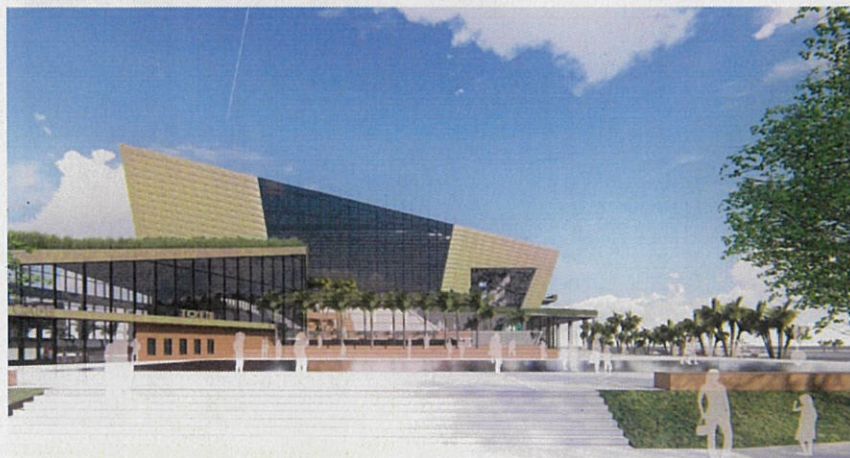
優先交渉権者の計画提案の概要は、次の通りである。

【“KOBE Smartest Arena” 完成イメージ図】

事業用地全体を含む鳥瞰図



新港第2突堤基部からの近景



世界に誇れる、世界とつながるウォーターフロント “KOBE Smartest Arena”

～自然 歴史 文化を継承し、現代の新たな多様性を体現する神戸の新たなコンテンツを創造～

【集客効果】年間約100万人

1 水際の魅力を最大限生かしたシンボリックなアリーナ

- ・プロスポーツ興行、国内外トップアーティストによる音楽興行、MICE など、多様な興行や演出に対応できる、関西圏では数少ない1万人超規模（固定席、可動席で8千席）の世界水準の最先端アリーナ
- ・「自然＝水際の景色」と「都市＝アリーナの造形」が融合するシンボリックなデザイン



2 周辺と一体となるサイトデザイン

- 1 プラザ
 - ・興行時、非興行時ともに、様々なイベントが開催可能で、最大3千人が滞留できるオープンスペース
- 2 コリドー
 - ・アリーナと水際緑地をつなぐ、歩行者専用の街路空間を創出
 - ・コリドー沿いには、飲食店舗やオープンテラスを計画



3 価値と価値を連鎖し収益を最大化する Smartest Arena

- ・最先端の興行環境により、1万人以上収容可能なキャパシティをもって、コンサートからスポーツまで対応
- ・多様な観戦体験を提供し、ながら観戦の文化を醸成
- ・ライブビューイングやオンライン配信など、デジタル活用による開催形態の柔軟性を確保
- ・社会課題解決によるビジネスコラボレーション

4 サステイナビリティ&レジリエンスの社会実装

- ・稼ぐアリーナ・進化しつづけるスマートアリーナ
- ・ユニバーサルデザイン・SDGs・Society5.0の積極的な推進
- ・アフターコロナ社会における大規模集客施設として、感染症対策の国際的な認証・基準に準拠した管理



※本イメージは計画提案時のものであり、変更となる可能性があります。

■建物概要

- ・階数：地上5階
- ・最高高さ：約30m
- ・構造：RC造、SRC造、S造
- ・建築面積：10,228㎡
- ・延床面積：25,301㎡

3. 神戸ポートミュージアム

資料：国土交通省HP

資料：アトアHP

(1) 新港突堤西地区（第1突堤基部）再開発事業

国土交通省は、平成30年10月23日、都市再生特別措置法の規定に基づき、同年9月20日付けで住友不動産株式会社、関電不動産開発株式会社、株式会社SMBC信託銀行、合同会社AQUART神戸、合同会社AQUART PARK神戸、合同会社デカンショライオン、株式会社フェリシモから申請のあった民間都市再生事業計画（新港突堤西地区（第1突堤基部）再開発事業）について認定した。

計画では、歩道の拡幅や、広場、デッキの整備を行うことで、回遊性の向上を図るとともに、神戸港の雰囲気を楽しめる、新たな景観スポットの創造を目指すとしている。また、文化、商業、ビジネス、居住などの様々な機能を複合的に導入することで、賑わいのあるウォーターフロント空間を形成し、神戸の中心エリアと一体となってまちづくりを進めることで、本計画地及び周辺エリアの活性化を図ることとしている。事業概要は以下のとおり。

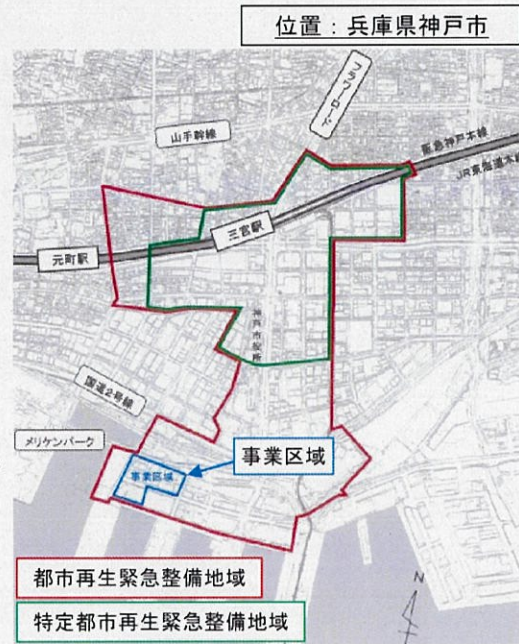
民間都市再生事業計画の内容の公表

1. 認定した年月日 平成 30 年 10 月 23 日
2. 申請事業者の名称 住友不動産株式会社、関電不動産開発株式会社
株式会社 SMBC 信託銀行、合同会社 AQUART 神戸
合同会社 AQUART PARK 神戸、合同会社デカンショライオン
株式会社フェリシモ
3. 都市再生事業の名称 新港突堤西地区（第 1 突堤基部）再開発事業

4. 都市再生事業の目的

かつて倉庫街であった本計画地を含む新港突堤西地区は、港町の雰囲気と堪能できる空間を活かしつつ、文化、商業、ビジネスなどの様々な都市機能の集積を図ることで、風格と賑わいを兼ね備えた、神戸を代表する地区となることが期待されている。

本計画では、歩道の拡幅や、広場、デッキの整備を行うことで、回遊性の向上を図るとともに、神戸港の雰囲気を満喫できる、新たな景観スポットの創造を目指す。また、文化、商業、ビジネス、居住などの様々な機能を複合的に導入することで、賑わいのあるウォーターフロント空間を形成し、神戸の中心エリアと一体となってまちづくりを進めることで、本計画地及び周辺エリアの活性化を図る。



5. 事業施行期間 平成 31 年 4 月 15 日～
平成 36 年 5 月 31 日

6. 事業区域

- (1) 位置 兵庫県神戸市中央区新港町 71 他
- (2) 面積 34,877.95 m²

7. 建築物及びその敷地並びに公共施設の整備に関する事業の概要

- (1) 建築物の建築面積等

建築物番号	階数	建築面積	延べ面積 (容積対象面積)	敷地面積	延べ面積の 敷地面積に 対する割合	建築面積の 敷地面積に 対する割合
1 共同住宅 店舗	地上 27 階 地下 1 階 塔屋 2 階	3,040 m ²	37,054 m ² (26,487 m ²)	5,300.07 m ²	499.7%	57.4%
2 共同住宅 店舗	地上 27 階 地下 1 階 塔屋 2 階	1,886 m ²	36,984 m ² (26,494 m ²)	5,300.01 m ²	499.9%	35.6%
3 神戸市 ミュージアム	地上 10 階	1,390 m ²	11,051 m ² (10,416 m ²)	2,976.54 m ²	349.9%	46.7%

4 展示場	地上 8 階 塔屋 1 階	1,482 m ²	8,329 m ² (7,853 m ²)	2,270.65 m ²	345.8%	65.3%
5 駐車場	地上 6 階	2,109 m ²	12,724 m ² (12,724 m ²)	3,342.02 m ²	380.7%	63.1%
6 水族館 店舗	地上 4 階 地下 1 階 塔屋 1 階	3,450 m ²	8,075 m ² (7,830 m ²)	5,328.14 m ²	147.0%	64.8%
合計		13,357 m ²	114,217 m ² (92,544 m ²)	24,517.43 m ²		

(2) 建築物構造、設備及び用途

[建築番号 1]

- ・構造 鉄筋コンクリート造
- ・設備 電気設備、照明設備、給排水衛生設備、発電設備、消火設備
- ・用途 共同住宅、物販店舗、飲食店舗

[建築番号 2]

- ・構造 鉄筋コンクリート造
- ・設備 電気設備、照明設備、給排水衛生設備、発電設備、消火設備
- ・用途 共同住宅、物販店舗、飲食店舗

[建築番号 3]

- ・構造 鉄骨造
- ・設備 電気設備、照明設備、給排水衛生設備、発電設備、消火設備
- ・用途 物販店舗、展示場、飲食店舗、事務所

[建築番号 4]

- ・構造 鉄骨造
- ・設備 電気設備、照明設備、給排水衛生設備、発電設備、消火設備
- ・用途 事務所、集会場、展示場、物販店舗、飲食店舗

[建築番号 5]

- ・構造 鉄骨造
- ・設備 電気設備、照明設備、給排水衛生設備、消火設備
- ・用途 自動車車庫

[建築番号 6]

- ・構造 鉄筋コンクリート造・鉄骨造
- ・設備 電気設備、照明設備、給排水衛生設備、発電設備、消火設備
- ・用途 博物館その他これに類するもの、物販店舗、飲食店舗

(3) 公共施設の種類・規模等

- 道路（市道）：2,451.71 m²
- 道路（事業者管理）：1,268.27 m²
- 広場（デッキ）：1,846.04 m²
- 広場：8,333.62 m²

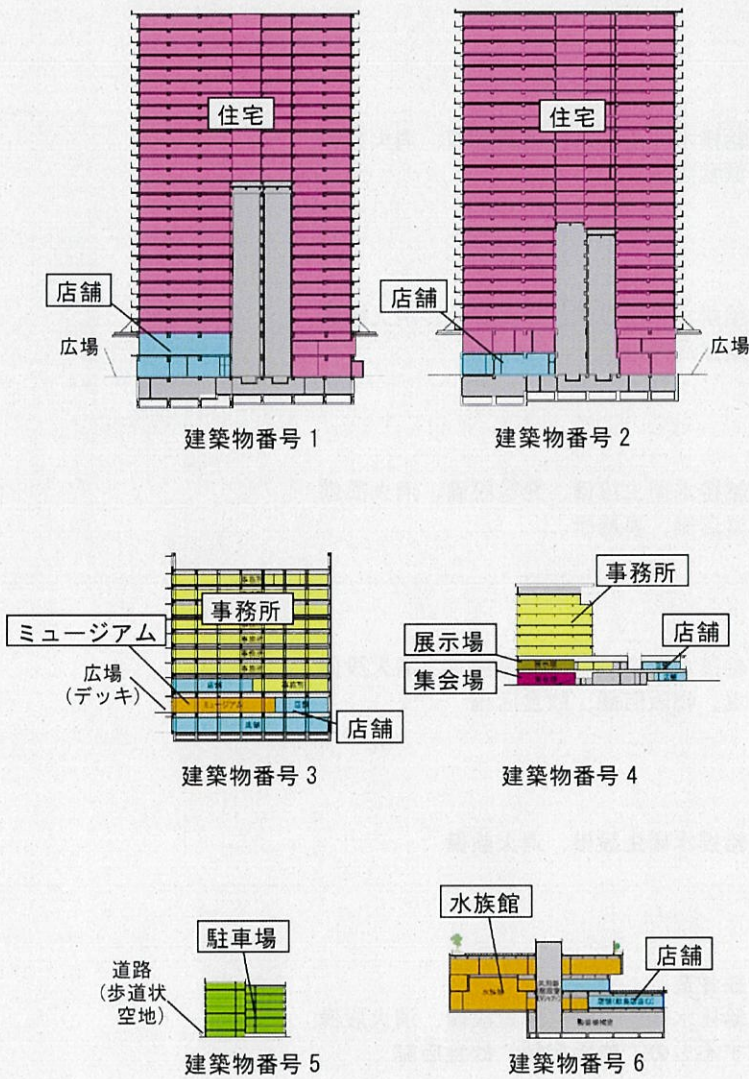
8. 事業スケジュール（予定）

平成 31 年 4 月 15 日 工事開始

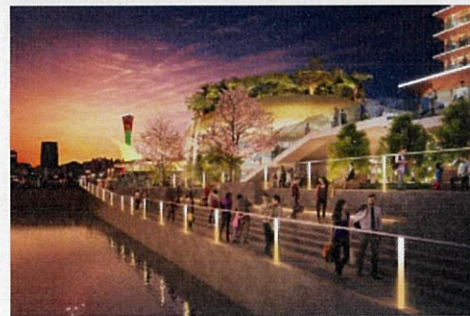
平成 36 年 5 月 31 日 竣工

平成 30 年度			平成 31 年度			平成 32 年度			平成 33 年度			平成 34 年度			平成 35 年度			平成 36 年度		
4	8	12	4	8	12	4	8	12	4	8	12	4	8	12	4	8	12	4	8	12
基本設計、実施設計、建築確認等																				
着工												竣工								

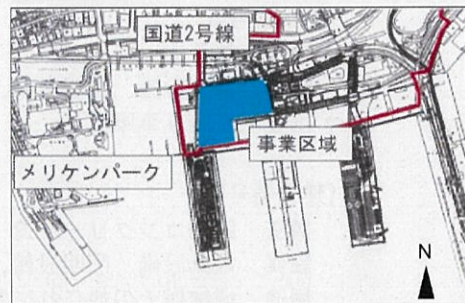
■ 概要図



■ 外観イメージ



■ 周辺状況



(2) 神戸ポートミュージアムの概要

神戸ポートミュージアムは、アクアリウム、フードホール、クラシックカーミュージアムで構成された複合文化施設であり、2021年10月29日開業となっている。建物は「隆起する大地と侵食する水により生まれた造形」を表現しており、新たなウォーターフロントエリアのランドマークとなることが期待されている。

【完成建物イメージ】



名称	神戸ポートミュージアム
建設予定地(地番)	神戸市中央区新港町112番2
敷地面積	5,328平方メートル
延床面積	7,283平方メートル
階数	地上4階地下1階
構造	鉄筋コンクリート造
コンストラクション・マネジメント	日建設計コンストラクション・マネジメント株式会社
設計・施工	大成建設株式会社

(3) 施設構成

ア. アクアリウム：2～4階

名称：átoa（アトア）

運営：株式会社アクアメント

延床面積：約 4,700 平方メートル

「劇場型アクアリウム」を基本コンセプトに、アクアリウム（水槽）を核とした、舞台美術やデジタルアートの演出による、都市と共存する次世代エンターテインメント施設。多くの生きものたちが暮らすアクアリウムとアートが融合した世界は、訪れた人々に癒しと感動を提供し、文化施設としての新たな体験価値を創造する。



Concept アトアについて Floor フロアガイド Information チケット・料金

Cafe & Shop カフェ・ショップ Access アクセス Blog ブログ Recruit 採用情報 JP / 11



Aquarium Art

アートといきものたちが共存する不思議な世界へようこそ

まるで、映画や舞台のワンシーンのような空間で出会う生きものたち。
átoa（アトア）は、アクアリウムとアートが融合した新感覚の都市型水族館です。
それぞれのゾーンには、そのテーマを象徴するシンボリックな水槽を配し、
訪れた人々に癒しと感動を提供し、新たな文化施設としての体験価値を創造します。

ゾーンテーマを象徴した シンボル水槽

約60基の水槽は、ゾーンテーマを象徴した水槽デザインを採用しています。なかでも国内最大を誇る球体水槽（水槽名：AQUA TERRA）、まるで水面を歩いているかのようなガラス球水槽（水槽名：MINAMO）などは、átoa（アトア）の幻想的で独創的な発想から実現しました。
これらの水槽には、魚類を中心に無脊椎動物、両生類、爬虫類、鳥類、哺乳類など多様な生きものたちが暮らしています。



◦ 例えばこんないきものたちが待っています ◦



コーンスケール
ルレインボ



ハーフオレンジ
ジレインボ



ポルカドット
スティンゲ
イ



トサキン



デバスズメ
ダイ



サクラダイ



キンギョハ
ダイ



チョウチョ
ウオ

出典：アトアHP <https://atoa-kobe.jp/concept/>



数々の水族アートが 文化的な価値を高める

atoa（アトア）では、アクアリウムを核に舞台美術やデジタルアートを融合させ、生きものの造形美、神秘性を惹きだしています。音、光、香りなど五感で感じる演出が、幻想的で独創的な世界への臨場感を高めています。また、“顔線”は、館内各所に散りばめられたアート作品のアイコンとなっています。館内で“顔線”を見つけたらCHECKしてください。

劇場型アクアリウムの エンターテイメント

劇場型アクアリウム atoa（アトア）の中心的な二つの舞台。
“MIYABI”、“PLANETS”では、水槽・音・光などがシンクロした
エンターテイメントショーを上演しています。



イ. フードホール：1階

名称：TOOTH MART FOOD HALL&NIGHT FES

（トゥース マート フードホール&ナイトフェス）

運営：株式会社ポトマック

延床面積：約 868 平方メートル

神戸ブランドである「TOOTH TOOTH」がセレクトした、“食でつながる”次世代フードマーケット。「TOO SMART LIFESTYLE」をテーマに、“TOOTH TOOTH”が出逢った美味しいものを素敵に味付けして、人から人へ、地域や世代を超えて、つないでいく架け橋となる“ハレの日常の場”を、クリエイティブに発信していく。

2021.08.02 カテゴリ：プレスリリース

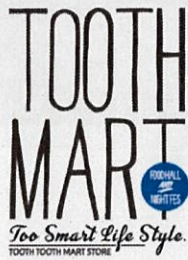
神戸に「TOOTH TOOTH」がセレクトする”食でつながる”次世代フードホールが、2021年10月29日(金)開業の複合文化施設「神戸ポートミュージアム」1階にグランドオープン！

株式会社ポトマック(代表取締役：金澤純司)は、2021年10月29日(金)に開業の「神戸ポートミュージアム」に「TOOTH TOOTH」の新業態フードホールをオープンします。



神戸生まれ、神戸育ちのブランド「TOOTH TOOTH」(<https://www.toothtooth.com/>)がセレクトした”食でつながる”次世代フードホール「TOOTH TOOTH MART FOOD HALL & NIGHT FES」が、複合文化施設「神戸ポートミュージアム」1Fに2021年10月29日(金)開業します。

・ロゴマーク



・テーマ

Too Smart Life Style.

ハレの日常。

「TOO SMART LIFE STYLE ハレの日常。」をテーマに、TOOTH TOOTHが出逢った美味しいものを集約に集付けして、人から人へ、地域や世代を超えて、つながっていく賑わいとなる「ハレの日常の場」を、クリエイティブに表現していきます。

・バースイメージ



壁を見上げるオーシャンブルーのレンガ調な円形カウンター



TOOTH

TOOTHがセレクトした9つのショップが並ぶ



商業が心地よく吹き抜けるオープンエアなテラス



約400席の神戸最大級のフードホール



神戸ならではの海・街・山を望むロケーションに位置する「神戸ポートミュージアム」

・施設情報

施設名：TOOTH TOOTH MART FOOD HALL & NIGHT FES

テナ：トウラススマート フードホール&ナイトフェス

住所：神戸市中央区新港町7-2 神戸ポートミュージアム 1F

オフィシャルサイト：<https://www.toothtooth.com/toothmart-foodhall>

Instagram：https://www.instagram.com/toothmart_foodhallnightfes/

出典：株式会社ポトマック
<https://www.potomak.co.jp/event/10253/>

ウ. クラシックカーミュージアム：1階

名称：GLION MUSEUM

運営：株式会社モーターレン阪神（GLION グループ）

延床面積：約 49 平方メートル

ここでは世界でも歴史的価値の高い希少なヴィンテージカーが展示される。世界中のマニアを唸らせる代表的ヴィンテージカーを間近で観ることができ、そして新しい車文化の価値をこの場所から提案する。

INFORMATION



今秋誕生する新名所
神戸ポートミュージアム内に
「VOYAGE KOBE」がOPEN!

歴史的価値の高い希少なクラシックカーの展示や、ウェディングドレス、パールジュエリーを取り扱い、神戸を訪れるたくさんの方に、新たな“人生の旅”をフォトサービスを通じてプロデュースいたします。

神戸ポートミュージアム



ACCESS

施設名：GLION BRAND DESK『VOYAGE KOBE』

所在地：兵庫県神戸市中央区新港町7番2号
神戸ポートミュージアム内 1階

出典：GLION BRAND DESK『VOYAGE KOBE』HP <https://voyagekobe.com/>

4. 東遊園地再整備と、こども本の森 神戸

資料：東遊園地再整備基本計画、神戸市HPほか

(1) 東遊園地再整備基本計画

東遊園地において、都心回遊の拠点としてもっとたくさんの人が楽しく利活用できる場としての魅力を高めていくとともに、神戸の海と山とを結ぶフラワーロード（税関線）と一体となった花と緑のネットワークの形成を進めるために、市民・事業者とともに、様々な検討や社会実験を重ね、再整備基本計画を策定した。

「東遊園地再整備基本計画」（令和2年9月）の概要は、以下の通りである。

《 東遊園地の将来像 》

「BE KOBE」 神戸を誇り、神戸への愛着が育つ場所
都心を美しく彩り、新しい出会いと交流が生まれる遊園

1. 人が主役の公園 - 公園が人と人をつなぐ -
2. “神戸らしさ” が光る公園 - 公園が山・海・まちをつなぐ -
3. “しなやかな器” となる公園 - 想いや仕組みをつなぐ -

参考1 園内に整備予定の新施設について

(仮称)こどものための図書館

「(仮称)こどものための図書館」は、建築家の安藤忠雄氏から神戸市に対して寄付されるもので、「こどもたちが命の大切さを学び、豊かな感性と創造力を育む場」を基本コンセプトとし、神戸のこどもたちが、都心の公園の中で自由に本にふれあうことで、神戸の歴史や文化に出会い、震災の教訓から命の大切さを学び、創造力を育めるような施設として整備します。また、市では既存施設や周辺の園地を再整備することで、南灘エリア全体をこどもと花の空間としていきます。

■施設概要

建築面積：約600㎡
 延床面積：約600㎡
 蔵書数：概ね2万5千冊程度

絵本を中心に、図鑑、写真集、児童文学、震災・神戸関連のものを含める

イメージバース
 (安藤忠雄建築研究所提供)



税関前歩道橋

三宮周辺地区とウオーターフロントの再開発とあわせて両者の回遊性を高めるため、国道2号とフラワースロードが交差する税関前交差点において、『渡りたくなくなる歩道橋』をテーマに、新設で高いデザイン性を持ちながら、構造物及び施工面においても実現性の高い歩道橋を実現するために、平成30(2018)年に設計コンペを実施してデザイン等を決定しました。

東遊園地の南灘エリアとみなとのもり公園、新港突堤西地区とをつなぐ、緩やかなカーブの平面形態と主塔・吊り構造のゲートブリッジが織りなす曲線的なデザインが美しい新歩道橋は、令和5(2023)年春に完成予定です。

イメージバース



にぎわい拠点施設 (仮称) URBAN PICNIC

平成27(2015年)から実施した社会実験の成果などを受けて、神戸市では市の許可を受けた民間事業者が出資して公園施設を整備・運営する制度(Park-PFI)の導入を決定し、令和元(2019)年に事業者の公募を行ない、事業者が決まりました。

東遊園地が市民みんなのキャンパスとして、繰り返し訪れて楽しむ公園へと発展するため、拠点施設をはじめとする公園全体において、イベント・プログラムの開催や、市民の自由なアクティビティを促進するものです。施設は、多様な性格をもつ広場等に面し、フラワースロード側からも芝生広場側からも来場者を迎えられる拠点として計画します。

■施設概要

PARK KITCHEN
 カフェ&レストラン

「都心の公園を楽しむ」をテーマに飲食の提供と、公園で使えるグッズの貸出拠点。日中はテイクアウトをメインとし、公園全体の快適な滞在利用をめざす。

OUTDOOR LIBRARY
 屋外図書館

社会実験期間中の書籍本に加え、今後も市民からの本の寄贈を継続し、配架予定。本は公園内で自由に読めるよう貸し出すほか、本をツールとしたプログラムの開催も企画。

LOUNGE
 貸しスペース1

芝生広場に面した約60席が配置できる会議室。企業のプロモーションや芝生広場と一体で利用したイベント・プログラムの開催も予定するほか、カフェの客席としても利用予定。

STUDIO
 貸しスペース2

少人数の会議や小セミナー等で使える貸しスタジオ。芝生広場に面したテックと一体で小さなプログラム開催も可能。

PARK CENTER
 事務所

拠点施設の貸出業務の受付や公園内で実施する公園の魅力を高めるプログラムの企画実施拠点。また、市民からのプログラムを募集、開催をサポートする拠点ともなる。



にぎわい拠点施設「URBAN PICNIC」
 イメージバース (整備・運営事業者提供)

延床面積：約200㎡
 鉄骨造・中層建て
 塔屋・塔高3体
 株式会社村上工務店、株式会社ティエーハハウス建設設計事務所、一級社団法人リハビリテーションシアティアブ

※イメージバースは、いずれも検討段階のものであり、今後変更になる可能性があります。

(2)「こども本の森 神戸」の概要

建築家・安藤忠雄氏の寄附により、東遊園地に「こども本の森 神戸」が令和4(2022)年春にオープンする。

こどもたちが、都心の公園の中で自由に本にふれあうことで、神戸の歴史や文化に出会い、震災の教訓から命の大切さを学び、創造力を育めるような文化施設として整備される。



【建築概要】

構造：鉄筋コンクリート造 地上2階
延床面積：約600㎡