

# まちづくり戦略を踏まえた今後の取り組みの方向性について

## ○これまでの戦略分析

### 【六甲アイランドの現状分析(SWOT分析)】

内部環境(六甲アイランドの特性・課題)	
S(強み) ※Strength	W(弱み) ※Weakness
<b>(環境)</b> S1 ウォーターフロントの存在 S2 花・緑・水辺に囲まれた環境 S3 安全・安心な歩行者空間(平坦・広幅員) S4 高級感ある街並み,良好な景観  <b>(立地)</b> S5 事業所の近隣立地 S6 未利用地のまとまった土地 S7 空き家率の低さ  <b>(施設)</b> S8 スポーツ施設の充実 S9 外国人向け住宅・外国人学校の存在 S10 ホテルと美術館が立地 S11 幼・小・中・高・大の存在 S12 総合病院の存在 S13 インキュベーション施設の存在  <b>(ひと・コミュニティ)</b> S14 多種多様なコミュニティ活動 S15 人口動態(人口・世帯・年少人口) ~若い層の流入も多くバランスが良い S16 地域ケアシステム S17 島内事業所での就労(女性中心)	<b>(環境)</b> W1 海・山を望む展望施設の不在  <b>(立地)</b> W2 六甲ライナーの経済的・心理的負担 W3 アクセス交通の弱さ(六甲大橋)  <b>(施設)</b> W4 商業施設の撤退~地域商業・大型店不在 W5 夜の賑わいが乏しい W6 生活利便施設の不足  <b>(ひと・コミュニティ・その他)</b> W7 企業就労者や学生が島内で滞在しない W8 ホテル客がまちで消費していない W9 島外から訪れる人が低下 W10 ブランドイメージの曖昧性 (世代によって相違あり) W11 外部への情報発信力の不足=話題にならない

外部環境(社会情勢の変化、時代の潮流等)	
O(機会) ※Opportunity	T(脅威) ※Threat
<b>(社会トレンド)</b> O1 都心に近い居住嗜好 O2 働き方改革の推進 テレワークの普及 女性の働き場所 O3 第4次産業革命(IoT, AI等) 新産業創出の可能性 O4 キャッシュレス化 O5 SNSによる情報拡散 O6 グローバル化社会 O7 モノからコト(所有から使用) O8 子育て環境の重点化 O9 健康寿命の延伸による高齢者の活躍 O10 外国人観光客の流入 O11 ホールを活用したeスポーツなどのイベントが話題  <b>(広域立地)</b> O12 阪神間での地勢 O13 外国人居住 O14 大阪湾岸道路の整備 O15 大阪ベイエリアの活況 O16 フェリークルーズの成長	<b>(社会トレンド)</b> T1 駅前・都心への住回帰 T2 大型商業施設の立地の変化(鉄道駅直結型) T3 オフィスの都心集中 T4 高齢化の進展 T5 労働人口の不足  <b>(広域立地)</b> T6 津波・高潮への対応への不安の進展 T7 六甲ライナーの輸送能力 T8 関空・神戸空港へのアクセスが劣る T9 阪神間住居の競合  <b>(ニュータウンの課題)</b> T10 ニュータウン等のオールドタウン化

### 【まちづくり戦略(クロスSWOT分析)】

現状分析を踏まえて、今後のまちづくりの方向性を検討するため、3つの目的に基づいて戦略分析(クロスSWOT分析)を実施した。

- <住まう目的> ⇒ (強み×機会) (弱み×機会)
- <集う目的 > ⇒ (強み×機会)
- <働く目的 > ⇒ (強み×機会)

#### (分析の優先領域)

	住まう視点	集う視点	働く視点
強み×機会	①	②	③
弱み×機会	④		
強み×脅威			
弱み×脅威			

### 【単眼的、複眼的視点による戦略の検討】

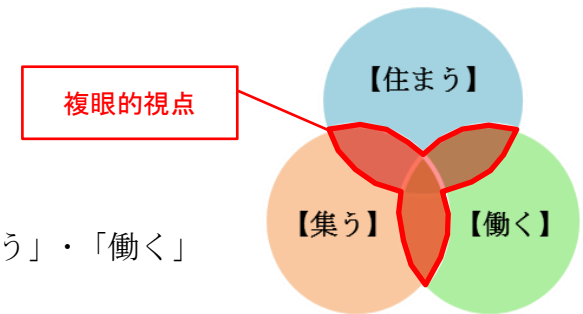
「住まう」「集う」「働く」の各視点による戦略だけでなく、各視点が重なり合う複眼的な視点による戦略の方向性についても、検討した。

#### ○単眼的視点

- 「住まう目的」
- 「集う目的」
- 「働く目的」

#### ○複眼的視点

- 「住まう」・「集う」・「働く」



# 住まう目的

【コンセプト】 『 』 【キーワード】 』 ・子育て ・安全、安心 ・人口増 ・身近な商業機能

【まちづくり戦略】	【戦略の背景】	【地域ニーズ】
「子供から高齢者まで、誰もが住みやすいまちづくり」 「多様な世代のニーズに合わせた居住環境の創出」 「未利用地を活用した新たな交流の場や住宅供給」	・年齢構成の多様性とバランスが良い(40歳代までの人口が全体の6割弱) ・取りこぼしている潜在層(流動人口)が存在する ・持ち家率が高い(賃貸が少ない) ・かつては環境+都市機能で入居選定したが、今は環境+価格を重視している ・シニア層へのマンション需要がある	・子育て環境の充実(①~④) ・交通の利便性向上 《自転車(⑤)、六甲ライナー(2-3)》 ・医療・福祉関係施設の要望(⑥⑦) ・閑静な住宅街と商業空間を兼ね備えた街(⑪⑫) ・島内に今後も住み続けたい
「地域利用促進による生活に身近な商業機能の充実を目指した街づくり」	・JR住吉駅の買物機能を借用している状態	・閑静な住宅街と商業空間を兼ね備えた街(⑪⑫) ・日常の買物施設、飲食店等の充実(⑧, ⑨, ⑬, 2-1, 8) ※ ショッピングセンターや文化施設の充実したまち(⑩) ・大型商業施設の誘致、かつての賑わいの希望、遊休施設の活用(2-1, 4, 5, 6)
「海上都市から近隣上質空間への再構築」	・大阪圏・三宮圏への従業者・通学者が存在する	・閑静な住宅街と商業空間を兼ね備えた街(⑪⑫)



## 【取組みの方向性(案)】

- <拡充する取組みの方向性>
  - ・若年層と高齢層の複眼思考
  - ・子育て環境の充実
  - ・非日常を日常的に体験
  - ・
- <新たな取組みの方向性>
  - ・生活に身近な利便施設等の充実とこれらを支える取組みづくり
  - ・多様な世代のニーズに合わせた居住環境の創出
  - ・

## 【具体の取組み】

- 取組みの視点
  - ・短期的、中長期的
  - ・実施主体(行政、企業、住民)
- ・
- ・
- ・

## 【コンセプト】

『

## 【キーワード】

』 ・ウォーターフロント空間の活用 ・文化・スポーツ  
 ・モノからコト消費 ・地域交流

【まちづくり戦略】	【戦略の背景】	【地域ニーズ】
「ウォーターフロント空間を活用したレクリエーション、海辺空間の賑わいの創出」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪湾ベイエリアの活況（万博、IR）</li> <li>・働き場所（大阪）と遊び場（三宮）の利用分化している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外から多様な人が集まって交流するまち（⑱）</li> <li>・気軽にお酒や料理を楽しむことができる飲食店（⑯）</li> </ul>
「文化、スポーツ施設を活かした地域文化の魅力発信による街づくり」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広域からの吸引力不足と既存文化施設の利用者数が一定存在する（ファッション美術館の利用者は年間約24万人）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スポーツ施設、アウトドア施設の充実（⑭⑮）</li> <li>・地域の様々な人が共に楽しめるイベント（⑰）</li> </ul>
「訪日外国人との交流による賑わいの創出」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・六甲アイランド内のホテルに滞在する外国人が存在する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外から多様な人が集まって交流するまち（⑱）</li> </ul>



## 【取組みの方向性(案)】

## 【具体の取組み】

### < 拡充する取組みの方向性 >

- ・文化、スポーツ施設の充実と魅力発信
- ・マリンパーク周辺のにぎわいづくり（ウォーターフロントエリアの活用）
- ・

### < 新たな取組みの方向性 >

- ・モノからコト消費の機会提供（モノから経験・体験の価値）
- ・就業者、学生、外国人宿泊客をまちに滞留させる仕掛けづくり（消費の促進）
- ・特色ある商業機能の誘引による既存文化施設との融合
- ・

### ○取組みの視点

- ・短期的、中長期的
- ・実施主体（行政、企業、住民）

- ・
- ・
- ・

## 【コンセプト】

『

## 【キーワード】

』 ・ 多様な働き方 ・ 多様な働き手 ・ 職住近接

【まちづくり戦略】	【戦略の背景】	【地域ニーズ】
「Working Place RI」のブランド構築 「先進的で魅惑的な職場環境の充実」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大型の事業所が多く、事業所数が少ない（小型の事業所、小規模の働き口が少ない）</li> <li>・ 企業・産業の選択肢が不足している</li> <li>・ 神戸ファッションマートのインキュベート機能が存在する</li> </ul>	○インキュベーションオフィス入居企業のニーズ（オフィス環境） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 入居企業同士の交流や情報交換の場</li> <li>・ スタートアップ支援（相談窓口等）</li> <li>・ 子育て世代の女性の働き場</li> <li>・ 就労外国人が住みやすい環境づくり（シェアハウス）</li> </ul> （周辺環境） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 交通利便性の向上</li> <li>・ 島内飲食店等の情報発信</li> </ul>
「職住近接した環境の発信と機会の創出」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 40～50代の主婦パートが多い</li> <li>・ 昼夜間人口比率が高い</li> </ul>	
「外国人労働者の快適な就労環境の創出」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターナショナルスクールが複数存在する</li> <li>・ 外国人留学生が多い</li> </ul>	



## 【取組みの方向性(案)】

## &lt; 拡充する取組みの方向性 &gt;

- ・ ベンチャーやSOHOなどの積極的導入
- ・ 島内従業のメリットの再発見・整備
- ・ コミュニティビジネスの育成
- ・

## &lt; 新たな取組みの方向性 &gt;

- ・ 働く場、働き方としての選択肢の充実
- ・ 職住近接の働きやすい職場環境の提供
- ・ 外国人労働者が働きやすい場づくり
- ・

## 【具体の取組み】

## ○取組みの視点

- ・ 短期的、中長期的
- ・ 実施主体（行政、企業、住民）

- ・
- ・
- ・

**住まう・集う・働く(複眼・多眼視点)目的**

【コンセプト】 『 』  
 【キーワード】 』 ・国際性 ・高質 ・先進性 ・非日常性

【まちづくり戦略】	【戦略の背景】	【地域ニーズ】
「国際・地域交流都市としてのブランド力向上」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人比率は高いが、異国情緒あるまちとしては不完全である</li> <li>・かつては環境+都市機能で入居選定したが、今は環境+価格を重視している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外から多様な人が集まって交流するまち (⑱)</li> </ul>
「充実したライフスタイルによる自己実現や自己承認の場」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日常と非日常を体感できるまちである(ハレとケ)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の様々な人が共に楽しめるイベント (⑰)</li> </ul>



**【取組みの方向性(案)】**

- < 拡充する取組みの方向性 >
  - ・ユニバーサルデザインの充実
  - ・地域内の外国人との交流機会の創出
  - ・島外の人にとっての非日常を体感できる場づくり
  - ・
- < 新たな取組みの方向性 >
  - ・先端技術の活用など先進的な取組みの推進
  - ・

**【具体の取組み】**

- 取組みの視点
  - ・短期的、中長期的
  - ・実施主体 (行政、企業、住民)
- ・
- ・
- ・