

7/12 神戸創生戦略プロジェクトチーム施策討議会 アイデアシート一覧 (346件)

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
1	A-1	産業・雇用	女性が働きやすい環境整備	・病児保育、学童保育制度の充実 ・シルバー世代とのマッチング（お年寄りが、働く女性を後押し）
2	A-2	産業・雇用	1000人規模のオープン・オフィスの提供	・「神戸で働いてみる」を、実現しやすい環境整備として、1000人規模のオープン・オフィスを提供、発信
3	A-3	産業・雇用	女性が「働きたくなる・働きやすい・子育てしやすい・特徴のある・魅力あふれる」神戸	・病児保育・学童保育の整備
4	A-4	産業・雇用	多様な仕事、人材が集まってくるまちづくり	・多様な仕事・働き方がある ・働く人を支えるインフラ ・英語・中国語による街の標識
5	A-5	産業・雇用	国際都市としての成長	・グローバルに通用する人材の育成にこだわる都市づくり ・海外から転入する人・家族の生活のしやすさに徹底してこだわる都市づくり
6	A-6	産業・雇用	女性の雇用を増やす	・女性主体で運営される企業を増やす取り組み。モデルケースとしてPR ・女性の力を求める企業や働く場所に関する情報にアクセスしやすくする仕組みづくり
7	A-7	産業・雇用	企業向け賃貸オフィスの増加	・不足する空きオフィスを増やす必要がある
8	A-8	産業・雇用	人を呼び込める魅力的な施設の整備	・NYCのような世界一の観光都市に向けた魅力的な施設の検討（タイムズスクエアの再開発）
9	A-9	産業・雇用	神戸市独立（特区の活用）	・ポートアイランド出島化構想。特区の活用や国規制からの脱却（マインド的にも国に依存しない）
10	A-10	産業・雇用	他県から神戸に働き手を集める	・民間ベースで、東京と神戸のビジネスチャンスのマッチングを促進する仕組みづくり
11	A-11	産業・雇用	東京にいながら神戸で仕事を	・民間ベースで、東京と神戸のビジネスチャンスのマッチングを促進する仕組みづくり
12	A-12	産業・雇用	行政インセンティブで市外企業の誘致を	・ヘリコプターや航空宇宙産業などの産業・企業誘致とサプライチェーンの確立

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
13	A-13	産業・雇用	ヘルスケア産業を集積する拠点の設置	・コーホート・データなど健康・保健福祉分野のオープンデータ化を推進
14	A-14	産業・雇用	血流促進	・人材の流入促進
15	A-15	産業・雇用	人材育成	・ニューオリンズのように、コンペで受かった人材を徹底的に鍛える仕組み ・神戸高専など、高専のさらなる活用
16	A-16	産業・雇用	シルク・ドゥ・ソレイユ	・サーカスの常設公演など、人が集まる仕組みを構築する ・サーカスのトレーニングをする人が常駐できる仕組みも構築
17	A-17	産業・雇用	コミュニティカレッジ	・リタイアした人材を次世代育成の戦力とし、「松下村塾」を設立する ・期間は2年程度に限り、企業からもノウハウ等の提供を受ける
18	A-18	産業・雇用	市からビジョンを！	・飛行機産業の伝統的技術を活かし、日本のモデル産業を生み出す
19	A-19	産業・雇用	逆予算策定の仕組みづくり	・民間からの予算要求（例：自治会）
20	A-20	産業・雇用	次世代の人材育成をする大学	・オランダで実験大学があり、企業ニーズを理解した人材が学生となって4年で800ビジネスを生み出した ・地域の知恵を集め、次の世代の人材をトレーニングする
21	B-1	産業・雇用	新たな産業を生む	・現在、神戸市域において少ない産業をリストアップ ・神戸のブランド力で県外にPRし、成長産業にする
22	B-2	産業・雇用	商店街・市場の本音	・モニターは商店街を見学し、自由に意見交換を行う ・組合員は本音を話す（後継者の有無、売上高、あと何年事業継続するか等）
23	B-3	産業・雇用	神戸の老舗の組織化活用策	・神戸ブランドのくくりを見直し（食・住・衣・ものづくり等） ・高校・大学と連携して、老舗を大切に作る風土づくり
24	B-4	産業・雇用	六甲アイランドの再活性化	・学・遊・港を融合させてまちづくり ・東京からの高齢者の受け皿となる（但し、年金、健康保険等の保有者）

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
25	B-5	産業・雇用	私学のような明確な「校風」を公立校も持ち、人気校区の居住者を増やす	<ul style="list-style-type: none"> ・少子化の中で「学校選び」は重要なポイント ・外国人居住区との連携により英語に重点を置いた校風とする
26	B-6	産業・雇用	本当の意味での「食育」とは	<ul style="list-style-type: none"> ・地元産の食材を用いた郷土料理で子ども達が「郷土愛」をもつメニューの作成 ・地元出身のパティシエやトップシェフに力を借り「本当の味」を子ども達に教える
27	B-7	産業・雇用	空き店舗の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗で日本の食を継承する ・都合のつく時間にスキルを活かしたい主婦が指導者として活躍
28	B-8	産業・雇用	雇用の創出 in神戸	<ul style="list-style-type: none"> ・若年者、障がい者、女性、高齢者、外国人と地元企業をマッチングさせるプラットフォーム構築
29	B-9	産業・雇用	神戸の商業らしさの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸を感じることができる商店街、小売市場、卸売り市場の創出
30	B-10	産業・雇用	ダイバーシティ × 障がい者雇用の具現化	<ul style="list-style-type: none"> ・障がい者雇用も含めたダイバーシティ経営のモデル事業の構築
31	B-11	産業・雇用	東西商店街の連結（世界一長い商店街）	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸の東西の地形を活用して、南北へ支線 ・個々の商店街の競争奮起（気質引上げ） ・市内と周辺下町での神戸らしい品性・おしゃれさ。維持をどうするか ・神戸マラソンを止めて、商店街ツアー・マラソン・ウォークにしてはどうか ・商店街のインフラ（健保等）共有化
32	B-12	産業・雇用	食農（オーガニック）×障がい者雇用の具体化	<ul style="list-style-type: none"> ・畑から食卓までのオーガニックサイクルの見える化 ・場所（レストラン・加工場）を作り、発信（市外の企業へ、障がい者雇用のノウハウ、神戸のオーガニック）する ・地方モデル：事業協同組合モデル、東京の企業コラボモデル
33	B-13	産業・雇用	居住と観光の間	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家を活用して、滞在の拠点に ・商店街や市場で、店主の話を聞いたり、体験する。街を楽しむ ・海、山、温泉
34	B-14	産業・雇用	おもてなし都市構想（「物ではない、形ではない、サービスを学ぶ」がすごい都市）	<ul style="list-style-type: none"> ・地方から、海外から、働く（学ぶ） ・遊ぶのに、安心できるブランドを。仕組例をHPで検索・評価する ・神戸が認める基準で個人・NPOに
35	B-15	産業・雇用	働く女性（の家庭）を全ての意味で支える	<ul style="list-style-type: none"> ・出産する際に出産一時金が出るが、小児医療助成・児童手当等は所得制限があり、共働きだとあまり優遇されない。保育所も収入が増えると高くなる ・たくさん産んでも働いてもあまりプラスにならない
36	C-1	産業・雇用	KOBE STYLE 食 TOUR!!	<ul style="list-style-type: none"> ・例えば、国内・海外旅行者向けに、空き家を活用して、イチゴをケーキにする体験ツアーを行う（職員研修で受け入れる） ・併せて体験者に「食べる通信」を発信してもらい、情報提供・通販につなげる

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
37	C-2	産業・雇用	国際色豊かな街、神戸！！	<ul style="list-style-type: none"> ・英語の表記を増やす ・インターナショナルスクールの増加
38	C-3	産業・雇用	英語で食育を。幼児～大学教育へ	<ul style="list-style-type: none"> ・英語で農林水産漁業体験 ・英語で和食 ・新しい「家庭における健康な日本型食生活」の構築
39	C-4	産業・雇用	農村地域の空家、休耕田の不動産化	<ul style="list-style-type: none"> ・休耕田・耕作放棄地・空き家を持ち主の方が手放しやすい仕組みを作る ・中間で管理する形（借り手・貸し手の両方のプレッシャー・ハードルを下げるように） ・三宮への直行便（アクセス）必須（若者にとって）
40	C-5	産業・雇用	地域商業条例	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街組織への加盟を条例で義務化 ・価値を高める勉強会 ・空き店舗に対するルール明文化（課さない家主が多い） ・研修施設も作ってはどうか
41	C-6	産業・雇用	まちのリーダー会議	<ul style="list-style-type: none"> ・地域のキーマンを集め、独自の活性化イベントやアイデアを共有化し、まちづくりを進める ・アイデアソンの実施 ・交流の拠点とする
42	C-7	産業・雇用	畑 d e 社員研修	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸市内の畑や田んぼで社員研修やレクリエーションツアーの受け入れを行う ・農村にとっては連携が高まり、課題解決になる ・企業にとってはCSRを果たし、企業価値が高まる ・効果：メンタルヘルスの向上、チームビルディング、モチベーションUP、健康への意識 ・英語も入れてはどうか
43	C-8	産業・雇用	神戸食べる通信の発行	<ul style="list-style-type: none"> ・「食べ物付き情報誌（英語版も）」 ・神戸食材での料理教室 ・産地体験ツアー ・シェフとのコラボで食育 ・会員制産地販売（CSA）
44	C-9	産業・雇用	（情報・物・人）発信、参加、交流	<ul style="list-style-type: none"> ・【EAT LOCAL】簡単な受信方法、分かり易く興味を引く内容の情報、参加の場（ファーマーズマーケット）、自主的な交流・取引 ・【海外展開】海外への発信、評価からのブランド化、需要拡大、神戸へ呼び込む ・【次の展開】世界規模の団体と連携、カリスマの参画・創出
45	C-10	産業・雇用	神戸と言えば農水産業だということを全面的に押し出す	<ul style="list-style-type: none"> ・東は大阪、西は姫路辺りまでの狭い範囲で（消費地となりそうなところまで） ・広島がやっていたようなキャッチフレーズを強烈にした方法で ・細かいことよりも特に神戸に農水産業があるということをもPRする（細かいことは興味を持ってくれた人に対してのみ説明）
46	C-11	産業・雇用	①地下鉄海岸線「新長田駅」の廃止 ②新長田再開発ビル南端へ公共施設を誘致	<ul style="list-style-type: none"> ・新長田駅を廃止して、駒ヶ林～新長田間を歩かせて動線の活性化を図る ・駒ヶ林駅周辺に公共施設を誘致する （例：県民局・免許更新センター・旅券事務所・区役所・証券発行窓口等） ・これにより移動人口が増加して土地の価値が上昇し、魅力的な街となり、人が集まり居住人口の増加も期待できる

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
47	C-12	産業・雇用	お米の農業から、技術先端（環境管理）農業へ	・新規農業者が定着し、出産し、地域への人口増へつなげるため、山間部の太陽光発電・放牧で給料を支払い、その間に資金の蓄積・農業の技術習得を行う
48	C-13	産業・雇用	オーガニックタウン創生	・有機農業の推進（子供～高齢者まで） ・科学的根拠の付与・研究により、高付加価値化（ブランド力向上） ・六次産業化
49	D-1	起業・創業	交通手段	・神戸の中心部を移動しやすくするため、交通体系を整備
50	D-2	起業・創業	学生の起業支援（既存企業とのマッチング）システム	・学生のアイデアを、ビジネスとしてコラボしたい企業とのマッチングを行う仕組みを神戸市が作る ・学生はビジネスの具体的な手法を理解するとともに、既存の企業の意識改革に繋げる
51	D-3	起業・創業	大学生に“起業ってこんなにカッコイイ”と思われるイベントを神戸らしい場所で開催”	・起業マインドの低い神戸の学生が、起業にトライしたいという気持ちにさせるようなイベントを神戸らしい場所（須磨ビーチ、ヨットハーバー、北野等）で開催し、とにかくカッコよく実施する
52	D-4	起業・創業	専業主婦の起業を支援	・比較的時間に余裕がある専業主婦を対象に、起業を支援する仕組みを設ける
53	D-5	起業・創業	神戸発 民間のスタートアップ・アクセラレーター会社をつくる	・アメリカの「500 Startups」や「Yコンピネータ」のようなベンチャーキャピタルが神戸に複数できれば、自ずと彼らが進んでスタートアップを集めて、育てるはず
54	D-6	起業・創業	起業家と資金を出したい人をつなぐ	・日本ではエンジェル資金を提供する人が少ない ・金融系の資金では不十分 ・自由に使えるリスクマネーを出したい人もいるはず
55	D-7	起業・創業	創業準備前の資金提供	・対象：このアイデアで実際に起業して良いかをテストマーケティングしたい若者や学生 ・提供するもの（案）：20万円程度、コーディネーター（メンター）
56	D-8	起業・創業	・地元産業からベンチャーへ資金が流れる仕組みづくり ・結婚サポート	・地元企業（メーカー等）と全国のベンチャーを引き合わせる ・東京の若手ベンチャーを連れてくるため、地元志向の強い神戸の女性との結婚（出会い）をサポートする
57	D-9	起業・創業	「WHY K O B E ?」を徹底的に打ち出す	・神戸独自の取組み（産業）を発展させ、神戸でなければならぬ理由を創り出す （例：現在先駆的に取組みを進めている、アフリカ市場とのゲートウェイ「新神戸港 for 0 kg インポート、アウトポート」等を他都市にアピール）
58	D-10	起業・創業	地元企業データベース化	・地元企業と起業家を連携させるため、地元企業の情報をデータベース化し、起業家に公開する ・実際、現状として神戸の地元企業の姿が見えない

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
59	D-11	起業・創業	長期実践型インターンシップ	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸市内の大学生が市内企業に半年程度インターンシップを行う。そのインターンでは、学生は新しいアイデアを実行するための右腕という位置づけで働く ・インターンシップ先のイメージは、2代目オーナー、中小企業、商取引をBtoBからBtoCに切り換えたい企業等
60	D-12	起業・創業	大学生向けの起業・創業塾	<ul style="list-style-type: none"> ・起業家を招いて講義（単位取得可能） ・ビジネスプラン・関連知識の習得や起業が将来の選択肢のひとつになるような意識づけ ・産学官によるスタートアップ支援チームの設置
61	D-13	起業・創業	学生時代から起業家という選択肢を学ぶ	<ul style="list-style-type: none"> ・中学生ぐらいから学ぶ機会をつくる ・本人だけでなく、親や教師にも啓発活動を行う ・起業のリスクを正確に理解するための取組み
62	D-14	起業・創業	神戸モデルの市と大学生が連携した組織をつくる	<ul style="list-style-type: none"> ・目的はあくまでも起業 ・卒業生の起業家や行政、先生などを呼び、大学を起業の拠点にする
63	D-15	起業・創業	学生起業チャレンジ制度	<ul style="list-style-type: none"> ・学生のなかで、リスクを冒してまで起業する発想がないため、「起業」という選択肢が残るように支援プログラムを整備（メンター制度、助成金等）
64	E-1	起業・創業	シェアリングでゆるく気軽に創業（いつ辞めてもいい企業創業・オンデマンド起業）	<ul style="list-style-type: none"> ・最初は、「起業するまでもない些細なアイデアを持った人」をサポート（例：シェアリング（場所等）、メンター制度、最低限の費用立替など） ・その後、希望者のみ、気持ちのギアを入れ替えさせて、知恵と場所とノウハウのみ提供（例：成功者を称える賞を設立、MBA オンデマンドなど）
65	E-2	起業・創業	全国初・最大規模 35歳未満社長対象スタートアップファンド（200社投資）	<ul style="list-style-type: none"> ・30億円（神戸市10億円、中小機構15億円、民間5億円） ・スタートアップアクセラレーター（神戸大学MBA）⇒神戸市インキュベーター⇒Global Demo Day ・シード投資200社⇒追加投資30社⇒IPO10社 ・Global：国際性をアピール、留学生、英語プレゼン、英語デモ、海外支援メニュー
66	E-3	起業・創業	（株）神戸市ジェネシスの創設	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸市の組織として創設（社員は公募、成功報酬制、兼業可） ・国内外からの技術・アイデアを買い上げ、ビジネス化 ・高校・大学生が参加できる授業インターンシップ制度又はアカデミーを作る
67	E-4	起業・創業	地域起業家ワークショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・Startup Weekend をイメージ ・54時間で起業家を目指す（登記しなくてOK） ・大企業にスポンサーについていただき、新規事業開発に役立ててもらう
68	E-5	起業・創業	起業・創業“特区”（西日本のオランダ化）	<ul style="list-style-type: none"> ・上手くやっている人を集める「No more ビギナー！」（インセンティブが必要） ・起業後5～10年限定。Taxハイブン施策 ・“投資家ビザ”の発行⇒有る者を集める。アジア人起業家への投資を担保する ・マイノリティに優しい街、ダイバーシティに寛容な街
69	E-6	起業・創業	地域職業体験イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・キッズニアの地域版（親子で参加可能に） ・神戸の会社をPR、雇用促進
70	E-7	起業・創業	ポートアイランドを大産業集積都市にする	<ul style="list-style-type: none"> ・ポートアイランドの再開発⇒ニューポートシティ化 ・先端技術産業、教育・研究機関を集積し、産業のMIX・交流がイノベーションを生み出す ・“攻殻機動隊”は世界に誇れるコンテンツなので、既存のリソースとして活用

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
71	E-8	起業・創業	神戸市 創造破壊特区	<ul style="list-style-type: none"> ・従来の規制・産業を覆す創造的産業を容認する法律を作る（例）Uber導入、ビットコイン使える街 ・アイデアを持った人の具体化を助けてくれる、MBA・弁護士・会計士のクイックサポートが重要。やり続ける精神力と受け入れる文化の醸成
72	E-9	起業・創業	神戸市 創造破壊法 その2	<ul style="list-style-type: none"> ・クラウドファンディング ・神戸市証券取引所
73	F-1	観光	わが家をホテルに！	<ul style="list-style-type: none"> ・国家戦略特別区域法第13条（旅館業法の特例）の活用による民泊の推進 ・市民が観光業に携わりやすい仕組みづくり
74	F-2	観光	「神戸暮らし旅」の開発	<ul style="list-style-type: none"> ・滞在する観光都市（暮らすように旅をする空間都市）の実現 ・空き家を宿泊施設として活用 ・「神戸暮らし」を手軽に体験できるプログラム、早朝型、夜型のプログラムの開発
75	F-3	観光	観光推進のためのDMOの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・地域観光の専門職員による観光事業の推進 ・事業推進のための安定的財源の必要性の検討
76	F-4	観光	市民全員参加プロジェクト「あなたの地域『じまん』できる、『小さな』いいところ大発表」	<ul style="list-style-type: none"> ・市民全員が自分の住んでいるまちの良さを発掘するイベントを開催 ・発信は市民自らが行う（例：自治会等、小さなコミュニティ）
77	F-5	観光	伝言ゲーム大会	<ul style="list-style-type: none"> ・回覧板なども活用
78	F-6	観光	キーワード挨拶	<ul style="list-style-type: none"> ・市民共通のあいさつ、キャッチフレーズ制定 ・市民参画の促進
79	F-7	観光	インバウンドを通じたもてなしの充実	<ul style="list-style-type: none"> ・FITを受け入れていくための宿泊施設等の拡充 ・外国人を受け入れてきた神戸のもてなしを活かして交流を図る
80	F-8	観光	ホテル税の導入	<ul style="list-style-type: none"> ・需要の回復とともに負担感の少ない宿泊税制度づくり
81	F-9	観光	異人館の再集積	<ul style="list-style-type: none"> ・現在空き家等になっている異人館の活用とリノベーション ・歴史的な建物の復元（鈴木商店ゆかりの建物など）
82	F-10	観光	神戸の夜景をホンマの売りに！	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の閉店時間の延長を検討 ・ハーバーランド（海）からピーナスブリッジ（山）へのアプローチの検討

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
83	F-11	観光	観光の中にカフェの時間を！	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸人のライフスタイルとしてアピール ・エリアに分別してカフェマップを作成
84	F-12	観光	観光を学ぶ最高の拠点都市	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸で学ぶことに対するあこがれの創出 ・大学生活中に神戸大好きDNAを植え付ける
85	F-13	観光	いつでも体験できる	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントカレンダーではなく、いつでも体験できる観光資源の創出
86	F-14	観光	観光資源の発掘	<ul style="list-style-type: none"> ・人の興味をセグメント化（歴史、植物、産業遺産、B級グルメ）し、ターゲットとなる人やメディアにアプローチ
87	F-15	観光	マウンテンオフィス	<ul style="list-style-type: none"> ・山（六甲山）の上で仕事をできる環境を整備 ・観光と仕事を両立させる仕組みづくり
88	G-1	芸術・文化	スペースを創る	<ul style="list-style-type: none"> ・活動の場を求める、金銭的余裕のない若手クリエイターに対し、空き家等を提供できないか
89	G-2	芸術・文化	あいまいで居心地のいい街を創る	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者も市民も共有できる（「縁側」のような）空間や施設、路面の書店、公園のような共有スペースのある図書館、大人も子どもも楽しめる美術館等の創設
90	G-3	芸術・文化	持続性のある産業としての芸術文化	<ul style="list-style-type: none"> ・産業と結びつかなければ芸術文化は持続しない ・文化、スポーツ施設と商業施設が一体になった施設など、芸術やスポーツと企業がマッチングする場を作れないか
91	G-4	芸術・文化	文化芸術に誰でも参加できる場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ある特定の期間にすべての文化施設を開放し、市民がだれでも、ジャンルを問わず展示や舞台発表が出来る場を設けられないか
92	G-5	芸術・文化	自由度の高いコンサート会場を作る	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸には使いやすい規模のコンサート会場がなく、演者が大阪等に流れてしまっている ・自由度が高く、様々な利用できる1000人規模のコンサートホールを創設できないか
93	G-6	芸術・文化	日本酒のおまつり	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸の日本酒は神戸の誇り、日本酒といえば神戸というような、世界一のおまつりをしたらどうか
94	G-7	芸術・文化	医療×Art	<ul style="list-style-type: none"> ・アートといえば神戸というくらいの街にしていきたい ・神戸医療産業都市は今後の神戸の中心的な存在になるので、コラボレーションするのはどうか

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
95	G-8	芸術・文化	医とアート（産業）	<ul style="list-style-type: none"> ・医療の現場でもアートを取り組める場があるといい ・患者の方々が、単なる余興ではなく、職業や産業となるくらい本気で取り組む場としたい
96	G-9	芸術・文化	文化発表のプラットフォームとなる場所	<ul style="list-style-type: none"> ・東遊園地や、すでに市内で「あそんでいる」場所を、ミュージシャンやストリートパフォーマーなどが自由に表現できる場所にできないか
97	G-10	芸術・文化	芸術文化事業者への金銭的支援	<ul style="list-style-type: none"> ・既に行われている民間レベルでの芸術関連事業（アートフェア、ライブ活動等）に、出来る限り簡易な手続きで経済的支援を行う ・「神戸に行けばクリエイティブな活動ができる、発表ができる」というイメージをつくることが重要
98	G-11	芸術・文化	オルタナティブな神戸	<ul style="list-style-type: none"> ・マス対象（＝三宮・元町）ではない、アートの小さな個の芽吹きを吸い上げる仕組みを考えられないか ・「試してもいい」場所、人を見つけて発信していける仕組みが必要
99	G-12	芸術・文化	神戸ビーフのおまつり	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸ビーフの海外での浸透度は極めて高い ・神戸ビーフのイベントを行って盛り上げられないか
100	G-13	芸術・文化	マイクロ×マクロの連携、広報的展開	<ul style="list-style-type: none"> ・マイクロ（個人活動）とマクロ（大資本）がタイアップする機会が必要 ・ファッション性×女性の要素を取り入れる
101	G-14	芸術・文化	神戸っ子のエリートを育てるプログラム	<ul style="list-style-type: none"> ・使っていない公共のスペースを使って、子どもを対象に芸術、文化、スポーツ、音楽等を無料で行えないか ・子育て世代の負担を減らすとともに、芸術等で生活に困っている若者に活動の場を提供できる ・「神戸で子育てをすれば、質の高い習い事を無料で受けることができる」
102	G-15	芸術・文化	商業施設を併設した巨大図書館	<ul style="list-style-type: none"> ・対象は若者から高齢者まで ・ライブハウスやブティック、レストラン、公園を併設 ・深夜も利用可、一人でも楽しめるあいまな空間
103	G-16	芸術・文化	シェアハウス	<ul style="list-style-type: none"> ・空き家の再生支援、異人館も活用 ・デザイナー、コンサルタントも入れて、シェアハウスのデザインをする
104	G-17	芸術・文化	電柱をなくす	<ul style="list-style-type: none"> ・日本の都市は必ず電柱があり、都市の魅力を損ねている
105	G-18	芸術・文化	神戸市民音楽コンクール	<ul style="list-style-type: none"> ・出場に向けて練習し、発表の場があり、他のグループとの交流がある
106	G-19	芸術・文化	脱コンサバー創造性への回帰	<ul style="list-style-type: none"> ・若手キーマンの発掘と連携 ・（学生等の）他都市からの定住化のしくみづくりと活動基盤の整備

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
107	G-20	芸術・文化	芸術・文化の caos の一括情報発信	・別々に発信されている音楽、現代アート、美術、文学等の情報を1つのポータル（芸術ポータル）としてまとめて発信
108	G-21	芸術・文化	市内ギャラリーが一斉にオープニングパーティ実施	・市内ギャラリーが一斉にオープニングパーティを実施することで、実施市内ギャラリー & 作家がつながり、街全体をアートで盛り上げ、他地域から人を呼び込む
109	G-22	芸術・文化	聖地化	・神戸発祥にちなんだ「聖地」（例：サッカーが日本で初めて同志社大学と在日外国人KR&ACで試合実施した東遊園地）などの発掘・情報発信
110	H-1	魅力的な住まい	近居のすすめ	・親子の近居など新しい住まいの形を提案
111	H-2	魅力的な住まい	空き家の利用	・ショートステイなどへの活用
112	H-3	魅力的な住まい	近居×空き家の促進	・人と人とのつながりで子育て若年層の移住を促進 ・空き家を活用した若年者向け賃貸など多様な住まいを供給し住み替えを促進 ・引越代から空き家改修費用等を補助するなど支援
113	H-4	魅力的な住まい	空き家の福祉目的活用の場合の耐震・耐火補助	・（幅広い）福祉目的で空き家を活用する場合に耐震・耐火工事費を補助
114	H-5	魅力的な住まい	生活・くらし支援のしくみづくり	・空き家等を支援の拠点として活用 ・支援事業は「しごと」として実施し、支援地域として複数の住宅地を対象
115	H-6	魅力的な住まい	まちの“なんでも屋さん”	・空き家を活用して困ったことを相談できる“まちのコンシェルジェ”的な“まちのなんでも屋さん”の配置 ・なんでも屋さんのネットワークを形成し、自分で対応できないものは専門家と連携して対応
116	H-7	魅力的な住まい	まちのマネジメント組織の整備	・まちをマネジメントする集合住宅の管理組合のような組織の整備 ・管理費の徴収など現在のお金の再配分
117	H-8	魅力的な住まい	神戸の顔となる住宅地の整備	・アムステルダムの埠頭再開発のようなメッセージ性のあるくらしの提案 ・みず、やま、まちとともにあるくらしの提案
118	H-9	魅力的な住まい	ウォーターフロントでの魅力的な住宅（例：六甲アイランド）	・A面（とにかく東京の人、外国人を呼ぶ）的な住宅の供給 ・たとえば六甲アイランドにあるまとまった土地（7ha）の利用

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
119	H-10	魅力的な住まい	豪華！魅力的な空き家ご案内パッケージツアーの実施	・東京の富裕層相手に周辺の上質なお店、コミュニティとともに空き家をご案内 ・体験宿泊を企画（例：1泊2日 30万円）
120	H-11	魅力的な住まい	在宅勤務・ワークシェアリングの推進（ネット利用）	・企業に対する働きかけP Tやワークシェアリング条例制定により在宅勤務・ワークシェアリングを推進 ・ネット会議などI T利活用の推進
121	H-12	魅力的な住まい	隠れた地域の元気あるプレイヤーを発掘	・地域単位で何らかのビジネスや地域活動を行っている元気のある人を、神戸のまちの魅力づくりに参画させる仕組みを作る
122	H-13	魅力的な住まい	わがまちプロモーションの展開	・わがまちであるエリア単位で住民がまちの魅力をアピールする。（例：YouT u b e でプロモーション展開する等）
123	H-14	魅力的な住まい	北野・旧居留地・港に魅力的な住宅を	・都心の中心部の徒歩圏内に入り、神戸ブランドを象徴するエリアに魅力的な住宅を建設し、人を呼び込む
124	H-15	魅力的な住まい	神戸版住宅双六	・市内での複数の住宅の住み替えモデルを提案する
125	H-16	魅力的な住まい	外国人居住の推進	・外国人向け居住情報の発信や子育てや教育施設などのインフラを整備し、外国人の居住を促進する
126	H-17	魅力的な住まい	空き家バンク+エリアの魅力紹介/サイトの構築	・不動産の物件概要情報だけでなく、その物件に住めばどのような暮らしができるかイメージできる情報提供を行うネットサイトの構築
127	H-18	魅力的な住まい	トライアルステイ（中長期滞在施設）	・観光では分からない、短期でも住めば分かってくる魅力に触れてもらえるようにする
128	H-19	魅力的な住まい	空地、空家の活用	・空家、空室を地域のサロンにする
129	H-20	魅力的な住まい	D I Y 拠点、プラットフォーム	・D I Y に関する情報ハブ、D I Y サポート拠点を作る
130	H-21	魅力的な住まい	住まい+	・夫婦共働きの暮らしを前提としたまちに移行する

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
131	H-22	魅力的な住まい	コーポラティブリノベーション	・既存団地の再生 + 新住民 + しごとサポートなどでまちをつくる
132	H-23	魅力的な住まい	神戸暮らしモデル	・都心・郊外ニュータウン・密集・山麓・商店街など、個性ある「暮らしモデル」を構築し、これらのモデルを支えるしくみを整備する
133	H-24	魅力的な住まい	コミュニティ・リノベーション産業の育成	・小地域の魅力づくりを念頭においたリノベーション事業を展開していく（例：リノベーション系デザイナーの仕事、個性的ショップ、ウェブデザイン等）
134	H-25	魅力的な住まい	ちびっこ参加のまちづくり系ワークショップ	・子どもたちに自分たちが住んでいるまちについて考えてもらう
135	H-26	魅力的な住まい	世界でいちばん住みたい神戸づくり①	・神戸に今住んでいる人たちが神戸に20年後も住みたいと思えるまちづくり
136	H-27	魅力的な住まい	世界でいちばん住みたい神戸づくり② ～3世代およびグローバルコミュニティ～	・地域スポーツ倶楽部（神戸のアスリートを先生に迎える） ・シニアと子ども中心の「市民農園」（コミュニティキッチン）。地産地消 ・（高齢者等の）市民が教える教室（廃校・空地・空き家の活用）
137	H-28	魅力的な住まい	（空家活用に資する）片付け助成	・空き家活用促進策として片付け費用をサポート（助成） ※「片付け」が空き家活用の妨げとなっている現状を踏まえて
138	H-29	魅力的な住まい	魅力的な地域づくりのための「リノベWS」の開催	・具体的な空物件を対象として、活用策やリノベ策をみんなで考えて、地域の魅力アップを図る
139	H-30	魅力的な住まい	空き地・空き家のマネジメント	・短期、中期で活用できるようなマネジメント主体（例：所有者、仲介、賃貸等）
140	H-31	魅力的な住まい	自立を促す空家活用のコーディネート機能	・若者や社会的弱者と空家をつなぐコーディネート機能 ・それらを支えるコーディネーターの確保・育成
141	H-32	魅力的な住まい	クリエイティブ都市 with 障がい者	・ターゲットは障がい者（何らかの障害をかかえた人） （課題：親亡き後の生活保障） ・専門家とともにクリエイティブな活動ができるような住まいを提案
142	H-33	魅力的な住まい	一人暮らし高齢者をなくそう！！	・ターゲットは一人暮らしの高齢者 （課題：孤独死などのほか、さびしい思いで暮らす高齢者（特に単身男性）が多いこと） ・大学生と高齢者が共に住む住まい（オランダの例あり）

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
143	I-1	交通	自動運転の実証 (地域の足の確保)	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティ交通を希望する地域に自動運転車両を運行 (エリア限定) ・無償でのマイカー相乗りの可能性の追求。その上で自動運転との親和性を検証 ・乗り合いバス、タクシーとの競合、補完関係を検証
144	I-2	交通	Wifiを活用した動態調査 (人の動きを知る)	<ul style="list-style-type: none"> ・公共交通利用者に対して、バス車両、店舗、商業施設出入口にセンサーを設置し、情報収集を図る ・プローブデータを加工し、暗号化し、個人を特定できないようにしてデータを解析する ・拠点間移動を把握することによって、南北移動の実態を明確にする
145	I-3	交通	乗り継ぎアプリ (バス⇄鉄道など)	<ul style="list-style-type: none"> ・乗継情報をGPSの位置情報からリアルタイムで発信 ・アプリを通して利用者が乗継希望を伝えると、バス等が運行を調整する ・リアルタイムの調整に加え、長期的にはダイヤ改善に活用する
146	I-4	交通	“使い勝手”の良い交通バス	<ul style="list-style-type: none"> ・お年寄り、若者、子育て世代を対象 ・近くから乗れる。お年寄り、若者、子育て世代に合ったそれぞれの料金。速い方が良い人・遅くても良い人に合わせて ・マイクロバス、2階建てバス、バス専用レーンの導入
147	I-5	交通	公共交通をテーマに映画をつくる	<ul style="list-style-type: none"> ・“阪急電車”に負けないような「神戸マラソン～公共交通」を舞台に映画をつくる ・バス、電車、タクシーなど全ての手段とまちを活用する ・新たな観光先として、「田園部」も検討する
148	I-6	交通	交通空白地での新しい移動手段の提供	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティバス・乗合タクシーの導入 ・カーシェアリングやICTを活用した交通手段 (例: Uber) ・福祉施設への送迎車、生協の買い物宅配車活用
149	I-7	交通	高齢者にやさしい交通網の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・LRTの新設 ・横の交通網 (鉄道) は整っているため、縦の交通網を整備
150	I-8	交通	公共交通網の可視化と要望の収集	<ul style="list-style-type: none"> ・現状で「どのような移動が可能か」について、わかりやすく市民に可視化して示す ・市民から「どこをどうしたら、より便利になるか」について意見を募る ・移動範囲の拡大の可能性も検討 ・あわせて、公共交通がどれだけ使えるか、再認識してもらう機会とする
151	I-9	交通	ONTM (Old NewTown Mobility) 小さな拠点を結ぶ	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニティスペースのリノベーション と 小さなモビリティ (自主運営or事業者) の立ち上げ ・駅などの拠点に居場所をつくる (人が集うようなプログラムなど)
152	I-10	交通	目玉をつくる	<ul style="list-style-type: none"> ・猛暑日に坂を登るバスを無料化 (年間7日間程度、決定は市長が行う)
153	I-11	交通	バスの乗降UP大作戦	<ul style="list-style-type: none"> ・バリアフリーの観点でのバス停の評価と、(評価が低いものから優先的に) 必要な整備の実施
154	I-12	交通	有りものを活用する	<ul style="list-style-type: none"> ・既存の公共交通機関を水平エレベーターのように無料で開放 ・利用者への粗品進呈 (企業・店舗の販売促進金を活用) (例: 百貨店で8階に上がるためのエレベーターが有料では誰も使わない)

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
155	I-13	交通	総合交通戦略の実行／社会実験から本格実施	<ul style="list-style-type: none"> ・「小さな拠点」の整備、ターミナルとなる拠点のリデザイン、ターミナル間のピストン交通の整備 ・都心部（アーバンコア）における魅力的な移動空間の形成
156	I-14	交通	会員制の自転車乗りっぱなし	<ul style="list-style-type: none"> ・特別な色の自転車で、交通拠点（結節点）間を乗り放題のレンタサイクル
157	I-15	交通	郊外鉄道駅のTOD（Transit Oriented Development）の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄道駅に隣接して建設されている神戸の郊外ニュータウンのアクセス手段の利便性向上、駅の複合機能化による魅力向上
158	I-16	交通	都心部での滞留空間の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・都心部に点在する個性ある地区間での回遊行動をネットワーク化するための滞留空間の整備
159	I-17	交通	ウォーキング、ジョギング、マラソンなど、本来需要としての移動を楽しめる交通空間の整備	<ul style="list-style-type: none"> ・ウォーキング、ジョギング、マラソン等の活動を多くの市民が気軽に楽しめる空間提供（神戸はマラソン発祥の地で、神戸創業のアシックスは世界企業であることから、素地がある）
160	I-18	交通	公共交通の乗り換え抵抗の軽減	<ul style="list-style-type: none"> ・既存の公共交通手段のシステム化 ・特に、乗り換えにより割高となる運賃の低減
161	I-19	交通	地元の交通は地元で考える（地産交通）	<ul style="list-style-type: none"> ・計画づくりや既存交通のあり方検討等を、行政の力を借りて（地域主体で）検討（様々な交通モードができる可能性があり、さらに子供から高齢者まできめ細かく対応できる。ただし調整は大変）
162	I-20	交通	身近な交通手段の利用環境向上	<ul style="list-style-type: none"> ・歩行者、自転車、シニアカー（シルバーカー）等の空間を確保し、車道を削減する道路空間再配分 ・自転車の公共交通（電車の車両内など）への乗り入れ ・エレベーター設置や段差解消など、車いすやシニアカー（シルバーカー）が移動しやすい環境の整備
163	I-21	交通	立て板をはずす	<ul style="list-style-type: none"> ・交通局、民間事業者（バス・タクシー各社）が権益を持ち出さず、市民のためになる施策を推進する組織づくり
164	I-22	交通	若者・来訪者が交通手段を選びやすくする	<ul style="list-style-type: none"> ・バス、鉄道、タクシー、レンタカー、コミュニティサイクル等の交通手段について、目的地までの距離や料金、所要時間に応じて最適な交通手段を提示できる仕組みづくり
165	J-1	まちの佇まい・景観	「橋」に着目	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸大橋や六甲大橋を中心とした景観づくり（行ってみたい・住みたいと思う人を増やすため）
166	J-2	まちの佇まい・景観	青少年、少女の文化を育むエリアづくり	<ul style="list-style-type: none"> ・高校就学前の子供達を育てるのにふさわしい都市環境を持ったまちづくり

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
167	J-3	まちの佇まい・景観	多国の人々と共に住み、多様な住宅が佇むエリアづくり	・神戸を中心とするエリアで就労している、海外からの人々と共存する、多様な文化が見える住宅が立ち並ぶエリア
168	J-4	まちの佇まい・景観	景観エリアマネジメント	・景観についてエリアマネジメントする ・岡本や北野がエリアの候補 ・地図が無くても散策できるような地域に（木屋町、先斗町をモデルに） ・看板や店舗を整備して、北野を再ブランディングする
169	J-5	まちの佇まい・景観	南北軸の坂道の上下りのアピール	・山⇄新神戸⇄三宮⇄水辺を一線にとらえて一体的にアピール ・各通りそれぞれのイメージの個性化を高め、いつもどこかの通りで何かが行われている ・坂道を歩くことでの、健康志向とリンクさせる（「神戸の女性は脚がキレイ」）
170	J-6	まちの佇まい・景観	山麓空間の「再生」	・防災エリアV S 住空間＋歴史 ・ウォーターセンシティブな空間 ・地域性公園
171	J-7	まちの佇まい・景観	夜景都市神戸	・夜の居場所として安全で安心な場所を整備（近景、遠景ともに整える） ・新神戸～神戸空港での新しい夜景の軸をつくる ・船のドッグが見れる等の海からの夜景都市のスポット（レンガ倉庫の向かいの景観が課題）
172	J-8	まちの佇まい・景観	メリケンパークの夜間景観強化	・高架下のひき船集積場の観光資源化 ・記念撮影ランドマークの設置（KOBE HAPPY →be happy とかけた標語などをライトアップして撮影スポットにする）
173	J-9	まちの佇まい・景観	案内板について民間委託し一元管理	・案内看板などをすべて民間に委託して、広告料金などを資金源に ・全数を台帳化、厳格にコントロールする ・案内板のセンスも良いものにし、細部のデザインも丁寧に。チェックの仕組みも必要
174	J-10	まちの佇まい・景観	エリアマネジメント基金創設	・自分の地域で活動する団体に資金提供すると、その分税が控除される仕組み ・ふるさと納税の仕組みを活かして、自分が頑張りたい団体に税金を直接渡すようなイメージ
175	J-11	まちの佇まい・景観	都心の景観ブランディング～点から面へ～	・点としてのランドマークを面へとつなげる ・フラワーロード沿いの建物の壁面、軒高の制限の設定 ・床でつなげる（地面を見ていればどこに行きつかわかるような） ・緑、空間でつなげる ・三宮駅前都市広場化（車入れずL R Tのみ）
176	J-12	まちの佇まい・景観	親水性の高い水辺住居のモデル構築	・六アイ、ポーアイ、兵庫運河地区など水辺居住の可能性を具体化（例：マリーナ付マンション等）。芦屋のポート付戸建て等のイメージ ・大阪の「食いだおれ」に対して、神戸は「住みだおれ」を
177	J-13	まちの佇まい・景観	タワー型以外の住宅	・用途の指定で、近景、中景の壁面が揃うように ・フラワーロード南側、御堂筋、フランクフルトのような ・L R Tの推進

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
178	J-14	まちの佇まい・景観	住みだおれのまち神戸	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な住まい方（都心、山側、水面など）の魅力を活かす ・イベント集積し、生活と海を近づける ・急に住み始めるより、徐々に成熟していくようなまちづくり ・六アイ、ポーアイを活性化して、企業の支社機能をとりもどす
179	J-15	まちの佇まい・景観	港湾部に新たな力のある公共建築を、夜間も美しいランドマーク	<ul style="list-style-type: none"> ・第二突堤先端に、輝く大型公共図書館をつくりにぎわい施設 + 景観とする ・ウォーターフロントの景観形成 ・夜間景観のブラッシュアップ
180	J-16	まちの佇まい・景観	ドックのあるみなと	<ul style="list-style-type: none"> ・造船所、海にまつわるものづくりが見えるみなとづくり（阪神高速高架の整備と絡めて）
181	J-17	まちの佇まい・景観	港空間の「復興」	<ul style="list-style-type: none"> ・居留地からの筋の再生、高架下の再整備、東西交通（LRT、ジョギングコース）、HAT神戸への水上タクシー
182	J-18	まちの佇まい・景観	魅力あるオープンスペースを創ろう	<ul style="list-style-type: none"> ・見せるオープンスペースの演出（五感に訴える、存在が価値となり住みたくなる）、夜の景観も合わせてやる
183	J-19	まちの佇まい・景観	街空間の「補正」	<ul style="list-style-type: none"> ・小さな緑・花の活用、緑花基準、既存のオープンスペースの新しい使い方（ナイトライフ）、南北の強化
184	J-20	まちの佇まい・景観	まちをガーデニングしよう！	<ul style="list-style-type: none"> ・公共空間（道路・公園）をシンボル化、WF都心に神戸を印象づけるオープンスペースづくり、建物を単なる緑化からガーデニングへ、小さいオープンスペースをしっかりと創り、それらをうまくつなぐ
185	J-21	まちの佇まい・景観	ウォーターフロントの活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・船上交通を活発化、スローライフ、短期居住の場の提供、水面を利用
186	K-1	都市空間・都市ブランド	街に生活感を!!（特に三宮・元町）	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者を街の中心地に居住させて、知識人材として雇用創出 ・若年層をリロケーションした空き家に居住させる
187	K-2	都市空間・都市ブランド	イケてる市域webメディアの開設と運用	<ul style="list-style-type: none"> ・20代、40代、60代の市民、外国人広報官、クリエイティブディレクターの5人を情報キュレーターとしたwebメディアを創刊 ・市域内でくりひろげられるイケてるイベントや共有すべき情報を編集し発信する ・感度高き市民の育成を狙う
188	K-3	都市空間・都市ブランド	ガイドブック「クリエイティブ神戸人」の発行	<ul style="list-style-type: none"> ・100人～500人の神戸に暮らすクリエイティブな神戸の人を紹介するガイドブック
189	K-4	都市空間・都市ブランド	神戸「クリエイティブ食客」プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・100人の選ばれたクリエイターのベーシックインカムを提供する（衣食住） ・年に1回のカンファレンス

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
190	K-5	都市空間・都市ブランド	ソーシャルデザインデパート	<ul style="list-style-type: none"> ・「カッコいい+意味がある」の社会性が高く、かつハイクオリティな商品だけが集まるデパート ・一定のルール（ポイント制等）でRankが上がり、高待遇を受けられる仕組みを加えることで、市民の行動変容も促す
191	K-6	都市空間・都市ブランド	ミニ神戸ぐらし	<ul style="list-style-type: none"> ・東京圏の女性（20代～40代）に神戸で日常的な暮らしの体験をしてもらう ・2～3日中学生・高校生に（家族と一緒に）体験してもらう（通学して、商店街でつまみ喰いなど）
192	K-7	都市空間・都市ブランド	神戸移住化計画	<ul style="list-style-type: none"> ・市（市民+行政）が、ニーズをウォッチすべき顧客は市民、旅行者、移住予備層 ・移住予備層へのPRを強く意識したwebメディアの開設、運用
193	K-8	都市空間・都市ブランド	神戸のオシャレを若者の力で具体化	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸の「オシャレ」というイメージをより具体的なものに ・携帯アプリ（インスタグラム）を使って神戸のオシャレスポット等の写真をハッシュタグを使って募集 ・素晴らしい写真には賞品等をプレゼント ・最重要ターゲットは写真が好きな若い女性、若者に具体的な神戸のオシャレを発信してもらう ・ハッシュタグを活用して多くの人簡単に神戸のオシャレなスポットやオシャレなものが見れるようにする
194	K-9	都市空間・都市ブランド	サウンドアイコンのセット	<ul style="list-style-type: none"> ・三ノ宮駅、新神戸駅で汽笛を鳴らす（物・蒸気） ・「神戸に来たー」、「神戸に戻って来たー」を皆で実感する ・五感への訴えかけの内、聴覚を満たすものの可能性は無限大
195	K-10	都市空間・都市ブランド	カップルの障害が少ないまち、イメージ	<ul style="list-style-type: none"> ・事実婚の認定をして、PR ・配偶者控除相当の補助、その他障害の排除 ・date KOBE
196	K-11	都市空間・都市ブランド	行政・地域・大学が協働する ソーシャルイノベーション大学・コース・センターの開校	<ul style="list-style-type: none"> ・外部のクリエイティブ人材を引き付ける、ソーシャルイノベーションコースを開校する ・行政、地域が協働することで社会実装を実験的に起こし、実践の現場を提供すると共に地域に変化を起こしていく
197	K-12	都市空間・都市ブランド	生産者（クリエイター、一次産業、事業者、アーティスト）が求める暮らしを実現するエリアの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・良い食材が手に入る、良い納入先がある、良いプロモーターがいる、日々の暮らしの中に創造性を感じられるような限定された空間を創出する ・「あそこに住めばクリエイティブが好きなように活動できる」という小さなエリア
198	K-13	都市空間・都市ブランド	必要なのは、新しい都市計画や建物ではなくそこにある物的資源の利活用	<ul style="list-style-type: none"> ・そこにあるストックを再発見し、それを活用し、神戸lifestyleの展開
199	K-14	都市空間・都市ブランド	神戸にしかない（住み方・暮らし方）都市の回遊性の提案	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客+地域住民の好奇心をくすぐる興味を促すプログラム ・都市空間（建築物）のみではなく、その空間、その場所を利用した（ファッション・美食・美酒を楽しむ）ライフスタイルの提案
200	K-15	都市空間・都市ブランド	フラワーロードの再生	<ul style="list-style-type: none"> ・東遊園地へ導くようなフラワーロードの整備 ・広場＝東遊園地
201	K-16	都市空間・都市ブランド	空き地・公園の芝生化、道路に大きな木を植える	<ul style="list-style-type: none"> ・公園都市にする（裸足で過ごせる都市等）、海岸・港湾地域を緑化する、公園での規制緩和（たき火ができる等）

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
202	K-17	都市空間・都市ブランド	東遊園地他主要公園のBryant Park化	・芝生化、机・いすの貸し出し（料金徴収⇒プログラム費用捻出）、運用チームの発足、イベント企画人材育成
203	K-18	都市空間・都市ブランド	市民憲章の打ち上げ	・市民がクリエイティブを尊ぶことを発信（委員会立ち上げ、市内イベント開催、東京でのアートイベント開催）、クリエイティブシティ（UNESCO）として（既に取得）
204	K-19	都市空間・都市ブランド	レジデンスアーティスト（招聘作家制度）	・神戸に住み暮らすことの魅力を発信する必要があることから、発信力のあるアーティストに年数か月神戸に住んで貰い（招聘）神戸の生活をテーマにした作品を発表してもらう（小説、音楽、ショートムービー等）
205	K-20	都市空間・都市ブランド	回遊性の高い街	・アーバンピクニック ・南北に続く道の整備 ・丸の内のように、信号なしで歩きやすい街 ・木陰を活用
206	K-21	都市空間・都市ブランド	都市ブランドを市民が広げる	・神戸の魅力は、神戸に住んでいる人が広げる
207	L-1	都市空間・都市ブランド	神戸・夜市（ナイトマーケット）の開催	・神戸を滞在型観光地へ ・夜の賑わい創出（夜の活性化にベスト） ・外国人が多い、神戸らしいマーケット
208	L-2	都市空間・都市ブランド	「神戸在住」キャンペーン	・「神戸在住」（マンガ）という良質なコンテンツがあるのに活かしていない ・神戸に拠点を置き、活躍している人たちの紹介（例：音楽関連だとtofubeats、ガガガSP等） ・多国籍・多文化な住民たち（の顔が見えるような）
209	L-3	都市空間・都市ブランド	「神戸観考」プロジェクト	・目的：「居住者視点」と「来訪者視点」を掛け合わせ、今神戸にある魅力的な「ふつう」を発見し、磨き、発信し、居住者と来訪者の交流を促進することで、「訪れたいまち神戸」「住みたいまち神戸」を実現させる ・手法：居住者・来訪者が街歩きをする"Walkin'About"を実施。まちの魅力・課題についてディスカッションを実施。インバウンド観光コンテンツとしてプロジェクト化（例：おとな旅神戸）、居住地としての魅力発信・創出、観光地居住地としての課題解決プロジェクトの実施
210	L-4	都市空間・都市ブランド	空き家リフォーム	・空き家を市が買い取った上で、①建築家やデザイナーに新しい空間としてリフォーム、②住む人が自由にリフォーム、③団地で農地（空き家の目立つ公営団地を減築し農園・菜園を運営）
211	L-5	都市空間・都市ブランド	三宮付近の景観改善	・JR、私鉄、市営地下鉄が混在しており、ごちゃごちゃしている ・神戸の顔（玄関口）となるように広々とした空間に改良する ・人ごみでも通行しやすい区画整理
212	L-6	都市空間・都市ブランド	市有地物件との等価交換による住み替え	・フリンジ部等を対象に既成市街地内の市所有物件、例えば新長田と等価交換することで人口集約 ・交換したフリンジ部の土地は山に戻す

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
213	L-7	都市空間・都市ブランド	お屋敷生活プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・良質なお屋敷を積極的に活用 ・シェアハウス
214	L-8	都市空間・都市ブランド	新神戸駅から港までの路面電車を復活	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン都市神戸にふさわしいデザインで観光客や市民の足として活用する ・港の魅力を再構築して「港町神戸」を復活 ・アクセスの悪いデザインクリエイティブセンター神戸（K I I T O）をもっと活用させる
215	L-9	都市空間・都市ブランド	神戸の魅力（六甲山や港や都心）をできる限り見える形にする	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸を訪問した人に ・六甲山や港を容易に視認できるような仕組み
216	L-10	都市空間・都市ブランド	税制優遇による住み替え促進	<ul style="list-style-type: none"> ・住み替え元と住み替え先の区域を指定 ・当該区域間の住み替えに対して一定期間市税を減免する ・元の土地等は、市が購入（できれば寄付）し、山に戻すか、公共空間に集約
217	L-11	都市空間・都市ブランド	エリアそれぞれの持つ特徴を「特区」として明確化する	<ul style="list-style-type: none"> ・食：ビーフ、菓子、パン・・・ ・酒蔵：灘五郷、ワイン・・・ ・空間：ハーバー、山、温泉、居留地・・・ ・アート：県立美術館、博物館・・・ ・ファッション：六甲アイランド・・・ ・市場：センター街＋地元の市場、高架下・・・
218	L-12	都市空間・都市ブランド	都市の中心にセントラルパークを！	<ul style="list-style-type: none"> ・人々がゆったりと過ごせるオープンスペース ・神戸市民：子供（あそび）、若者（デート）、高齢者（いろいろ） ・観光客
219	L-13	都市空間・都市ブランド	子供が自由に遊べる場所の創出	<ul style="list-style-type: none"> ・少子化がすすみ、子供の外遊びの機会が減少しているため、その機会を保障する ・プレーワーカーと呼ばれる大人を常駐させる ・やりたい！ やってみたい！ という気持ちは大切→公園の活性化 ・子育て支援という視点は重要
220	L-14	都市空間・都市ブランド	ウォーターフロントにミュージアム（企業）や文化施設の集積を！	<ul style="list-style-type: none"> ・収益性の低い施設の立地を公共と民間事業者との協働で実現 ・博覧会方式 ・チルドレンズミュージアム、デザインミュージアム
221	L-15	都市空間・都市ブランド	デザイン特区（旧居留地のような）を設定する	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸旧居留地、南京町等、他の地域にはない独創的な「デザイン」を意識した地区（デザイン分野専門小学校等）を設ける ・神戸港周辺の倉庫群がある地域 ・ものづくりに興味のある子供たちと一緒に考える
222	L-16	都市空間・都市ブランド	ニュータウンの赤道を健康づくりに活かす	<ul style="list-style-type: none"> ・ニュータウンの赤道は、人がいない、怖い、というイメージがあるけれど、歩車分離されていて安全 ・高齢者の健康促進のためにウォーキングルートとする、休憩のための思い出ベンチも ・子供の見守りにも活かせる
223	L-17	都市空間・都市ブランド	神戸市立大学ファッション工科学部	<ul style="list-style-type: none"> ・六甲アイランド、キャンパス（六アイ＝「21世紀の出島」化計画） ・ファッション教育の世界的拠点（N Y、アントワープ、神戸） ・ハイファッションとストリートとの還流、相互作用

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
224	L-18	都市空間・都市ブランド	「洋館に住もう。」キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・京都の町屋や沖縄に1年くらい移住するノリで、神戸の洋館に1年住む人を全国、全世界から募る ・家賃タダ。条件として住んだ様子をブログにアップする等あり ・家賃を取ったとしても事業スキームとして成立するのでは。民間ベースに載せたい
225	L-19	都市空間・都市ブランド	神戸らしいモニュメントの建設	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客の記念写真におさまるスポットの整備 ・神戸に行ったら、○○で写真を撮ろう・・・
226	L-20	都市空間・都市ブランド	神戸ブランド再構築（世界へ発信）	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド需要を取り込む ・「多世代同居」、「都市リノベーション」という都市再生モデルを世界にアピールする
227	L-21	都市空間・都市ブランド	多世代同居 《多世代コミュニティの形成》	<ul style="list-style-type: none"> ・移住者・多世代のコミュニケーションの場を創出 ・海・山・人という特色を生かして、住む場所の確保と住みやすさのアピールを行う
228	L-22	都市空間・都市ブランド	都市リノベーション 《古ビル・古マンション再活用》	<ul style="list-style-type: none"> ・働く場所の確保 ・東京や海外からの企業・人材を三宮や元町等へ誘致（start up企業） ・民間企業の誘致を進める（投資意欲を上げる）ために、容積率・用途変更申請等規制緩和を行う
229	L-23	都市空間・都市ブランド	須磨地区の再開発	<ul style="list-style-type: none"> ・海水浴場、公園、寺など文化的価値があるという魅力をアピール ・魅力が伝わるように案内を強化する
230	L-24	都市空間・都市ブランド	市を象徴する居住地の開発	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨーロッパの都市を参考に、デザイン・区画整備を工夫 ・観光ガイドブックに載るような建物
231	M-1	国際化	「暮らし」の支援を行う	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人の方が暮らす上で必要となる支援を実施
232	M-2	国際化	まちの空き物件を活用	<ul style="list-style-type: none"> ・リノベーションスクール
233	M-3	国際化	外資系企業が撤退した原因を探る	<ul style="list-style-type: none"> ・他の国に比べて法人税が高い
234	M-4	国際化	日本の企業で外国人が働きやすく	<ul style="list-style-type: none"> ・日本企業のなかで、国籍に関係なく出世ができるような環境に ・外国人留学生を日本企業に取り込むためのインターンシップ制度・就職先のあっせん ・外国人管理職の割合に応じて法人税を優遇する
235	M-5	国際化	「マルチカルチャーミーティング」＝地域（区以下のレベル）での「新旧定住外国人コミュニティ」「まちづくり協議会」「市・区行政」のアイデア会議の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・「まちづくり協議会」へ「外国人コミュニティ」の出前持ち回り事業を行う（多国籍料理教室やパーティーの開催） ・外国人が多い地区へのフォロー

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
236	M-6	国際化	外資系企業を呼び戻す	<ul style="list-style-type: none"> ・撤退した原因（他の国より法人税が高い等）をさぐる ・船会社・銀行などの欧米企業を対象 ・外国人の子どもの学習環境の整備
237	M-7	国際化	既存の外国人コミュニティの行事開催支援	<ul style="list-style-type: none"> ・国際都市は行政ではなく外国人コミュニティや海外との交流が主となってできたもの ・外国人コミュニティや国際支援団体への支援強化 ・市内に居住している外国人の文化や伝統を楽しむことのできる行事を拡大
238	M-8	国際化	オスプレイを神戸空港に	<ul style="list-style-type: none"> ・エアショーの神戸開催
239	M-9	国際化	外国人市民の子どもの日本語教育と学習支援の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・日本語の読み書き能力が足りない子どもが対象（将来の仕事、日本でのコミュニケーションに不可欠） ・学校とN G O（外国人支援団体）と連携 ・神戸の公立校での英語・中国語教育の強化
240	M-10	国際化	神戸っ子（または神戸在住の外国人）自ら、海外に神戸のPRをしてもらう	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSを活用（コンペやハッシュタグ）で、神戸の魅力を発信してもらう
241	M-11	国際化	海外向けの魅力を増やす	<ul style="list-style-type: none"> ・国内訴求力の高いアンパンマンミュージアムだけでなく、海外での知名度も高いポケモンミュージアムを神戸に
242	M-12	国際化	文化施設への補助	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸や多文化の宣伝に貢献のある文化施設への補助（例：公立学校の社会見学の行先に指定）
243	M-13	国際化	マイノリティコミュニティビジネスの育成	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人の高齢者介護・子供の教育などのマイノリティニーズを事業化し、外国人の雇用に結びつける
244	M-14	国際化	「マルチリクルートシステム」の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・日本（関西）に進出している海外企業で、人材を求めているが、人材確保に難航している ・企業、領事館、外国学校や行政が協力し、その様なニーズをシステムとしてバックアップする
245	M-15	国際化	外国人への住宅情報を一元化する	<ul style="list-style-type: none"> ・空き住居が増加しているなか、外国人入居可や歓迎の住居オーナーをグルーピングし、宣伝する ・家が借りやすくなることで、来神する外国人が増加する
246	M-16	国際化	家の確保、病院利用の支援	<ul style="list-style-type: none"> ・住宅の確保や、病院利用時に保証人を求められることがあるが、外国人にとってはハードルが高いため、支援するシステムを作る
247	M-17	国際化	神戸ブランドを作って、海外に発信していく	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸の魅力を一つの「質の高い街」というコンセプトにして、そのコンセプトに合うチャンネル（ミシュラン、GQ等）で発信していく

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
248	M-18	国際化	外国人に手厚いまち神戸の宣伝	・既に取り組んでいる多文化交流フェスティバル・外国人コミュニティへの支援。外国人学校への支援などの施策を、もっと外に向けて宣伝する
249	M-19	国際化	海外の魅力的な人材の取り込み	・企業家、芸術家等のこれからの時代を担う人に、活動の拠点として神戸を選んでもらえるようにアピールする（KIITOの活用や留学制度の充実、ビザの要件緩和等）
250	M-20	国際化	中期滞在者向けの体験型観光、滞在支援	・外国人に魅力のある、日本らしい観光施設。特に中期滞在者に向けた酒造り体験や、スイーツ作り、書道体験等
251	M-21	国際化	《KOBE》《神戸》内容あるガイド本の作成	・神戸の良さを宣伝する書籍の刊行を補助する ・内容を充実したものにすると、宣伝効果がある。また短期観光客へのルート提案も含む
252	M-22	国際化	神戸ブランドを統一するために神戸のPRを集約する	・現在、担当部局がそれぞれ個別に行っているPRを一元化し、より効率的なPRにする
253	M-23	国際化	留学生（特に関西圏）向けの就労先確保	・優秀な留学生が、東京あるいは海外で仕事に就いてしまう現状を変える ・魅力的な就労先を確保することで、今後の留学生の増加にもつながる
254	M-24	国際化	市内留学生とのきずな強化	・留学生からの神戸情報の発信強化 ・帰国後の留学生から神戸の情報発信支援
255	N-1	安全・地域	防災無線	・各自治会に置いてる無線を商店街に設置 ・事業者活躍コラボ
256	N-2	安全・地域	地域の歴史をデータベース化	・高度経済成長期を知っている世代のヒアリング ・当時の写真を集めてデータベース化
257	N-3	安全・地域	空き地を防災公園として活用	・空き家をつぶして子どもの遊び場に ・空き地を集約して防災公園として整備
258	N-4	安全・地域	「子育てにやさしいコミュニティ」宣言	・世話焼きおじさん・お婆さんの設置 ・自治会・地域の役員が、地域のこどもの名前を5人言えるようにする
259	N-5	安全・地域	「オープンハウス」事業	・誰でも利用可能な家を開く（日付指定）

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
260	N-6	安全・地域	面白い暮らし方、働き方カッコイイサミット	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸で面白い暮らし方、働き方をしている人たちのストーリーを紹介 ・それに共感してもらった人たちに移り住んでもらう
261	N-7	安全・地域	「ブロックパーティ」事業	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の空き地や玄関先でバーベキューや立ち飲みパーティを開く
262	N-8	安全・地域	地域活動の日	<ul style="list-style-type: none"> ・日程を決めて、学校・会社・役所を休みにし、地域で活動する日をつくる
263	N-9	安全・地域	共助社会をつくるための掲示板	<ul style="list-style-type: none"> ・小学校区単位で、地域で困っている人・事について集約し、掲示板を設置 ・共助に関する市民ニーズの改善
264	N-10	安全・地域	地域コミュニティの担い手、育成・支援プログラム	<ul style="list-style-type: none"> ・合同研修会の開催（出前講座も実施） ・研修マスター（街のプロデューサー）の育成プログラム開発、展開
265	N-11	安全・地域	地域つながり隊	<ul style="list-style-type: none"> ・市民の困ったにつながる窓口 ・高齢者・建築・子育て等の専門分野の方が集まって地域でイベントを実施
266	N-12	安全・地域	共助社会教育の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・「お互い様」の意識を育てる ・子どもを通して親世代の意識を変える
267	N-13	安全・地域	多世代まち中がキャンパス	<ul style="list-style-type: none"> ・子どもから大人までの多世代が学べるキャンパスとして、空き家等にコミュニティスペースを設置
268	N-14	安全・地域	みんなで集まれる場の創出	<ul style="list-style-type: none"> ・地域がつながるストーリーを作って発信 ・震災経験を伝える ・近い将来のイメージを見える化
269	N-15	安全・地域	人が集まる仕組みの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・集まる力＝つながる力 ・顔の見えるつながり ・アクセシブル・バリアフリー
270	N-16	安全・地域	「神戸市アンバサダー認定証」を発行	<ul style="list-style-type: none"> ・市民の地域活動、防災への貢献等を評価する制度 ・転出時に認定証を渡す。神戸市で居住していたことが全国の人にとって「良い」と思われるように発信
271	N-17	安全・地域	都市部と農村部の住民レベルの交流の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・都市部と農村部の交流を促進 ・2 地域間で起こっている問題を解決するために支援する

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
272	N-18	安全・地域	転入者に備蓄物資を渡す	・転入者に備蓄物資を渡す
273	N-19	安全・地域	防災ツーリズム	・災害を乗り越えてきた歴史を伝えるため、観光（まち歩き）の中に組み込む ・安全安心のブランド化
274	N-20	安全・地域	心にひびく防災啓発・広報	・市民を対象に自ら身を守る重要性を伝える広報を実施する ・デザイン、アート、心理学等のテクニックを駆使し、効果的に伝える
275	N-21	安全・地域	地域の人々の情報リテラシーの向上	・地域の指標をオープンデータ化して扱うことができるようにする ・自分が住んでいる地域のことは、自ら分析し、理解する市民を増やす
276	N-22	安全・地域	安全・安心の都市プロモーション	・神戸の安心・安全のブランドイメージを上げるため、デザインを工夫してプロモーションを実施する
277	N-23	安全・地域	地域力の指標を見える化・オープンデータ化する	・地図上に地域力の指標を見える化して、公開する
278	N-24	安全・地域	住宅の「神戸市すざろく」の提案	・神戸市における居住年数を長くするためにライフステージに応じた神戸市内における住み替えモデルを提案する ・エリアごとに特色をつける
279	N-25	安全・地域	神戸市で主催する「防災教育士」の資格制度の展開	・全国で普及している「防災士」の教育版である「防災教育士」の新設
280	N-26	安全・地域	防災競技大会	・競技に落とし込んで、防災を体で覚える
281	N-27	安全・地域	神戸市防災＋環境教育支援プログラムの実施	・2007～2008年に神戸市教育委員会と消防局が実施した「神戸市防災教育支援プログラム」に環境局を加え、新たに「神戸市防災＋環境教育支援プログラム」として実施
282	N-28	安全・地域	全ての小学校に防災を	・科目に「防災」を必修科目にする ・防災大会の実施（運動会のような感じ）
283	N-29	安全・地域	六甲山の勉強	・身近な六甲山についてもっと詳しく

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
284	O-1	教育・I T	ICT人材バンクの構築・管理・運営	・地域の参画者（民間企業、自治体）のICT技術・技能を一覧、検索できるデータベースとアプリの作成
285	O-2	教育・I T	地域大使制度	・観光大使、特使を少し緩和した形で、神戸市認定の「地域大使」制度を設立 ・任命された方々に名刺を配布し、出張や旅行等で神戸愛を語ってもらう
286	O-3	教育・I T	地域の皆でIT業務を請け負い合えるシステムの構築	・子どもが地域の人々の確定申告を行う、ゴミステーションマップを作る等の業務を行うと、市で使えるポイントがもらえる ・業務を広報誌で募集する
287	O-4	教育・I T	組織・業務の枠を超えたICT利活用のアイデアやスキルを持つ職員の人材バンクの立ち上げ	・課題認識やアイデアを持った「やりたい職員」を自薦・他薦によりバンク化する ・やりたい職員からも推薦してもらい、テーマごとにネットワーク化する
288	O-5	教育・I T	リモート道の駅	・三宮で／東京で、神戸の野菜等を買える
289	O-6	教育・I T	リモート農業	・三宮で／東京で、神戸の野菜等を育てる
290	O-7	教育・I T	神戸市職員向けオープンデータ作成塾	・各自の業務で知り得る情報をデータとして整理作成する方法を提供する ・全職員をサポートすることで人材も整理する
291	O-8	教育・I T	ICT教育手当を出す企業への補助	・従業員の子供の塾費用を企業が補助する（ICTを代表とする） ・そのような企業に対して市が補助することで、教育を充実させる
292	O-9	教育・I T	市内の学校（小・中学校）へICT教育者（民間人材）を派遣できる塾	・夏休みの研究や課外活動として民間からICT教育のできる人材を派遣して学べる制度を作る ・教育を受ける側・派遣させる民間人材、両方のメリットが必要
293	O-10	教育・I T	ICT塾	・市職員と民間会社員の交流を図り、ITリテラシーを向上させる
294	O-11	教育・I T	地域のみんなでIT業務を	・ITを学びながら、地域コミュニティの活発化につなげる
295	P-1	教育・I T	子どものための恋愛講座の実施	・男女交際を勧めたり、結婚の意義を伝える内容を盛り込んだカリキュラム（プログラム）を小中学生向けに実施 ・教育的デート環境（教育上望ましいデート環境）の開発、提供（映画の割引等）

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
296	P-2	教育・I T	保護者のための将来までのロードマップの作成	・学歴の感覚が残っている親・先生の世代に対して、世の中にある様々な職業、それを実現する様々なルートを魅力的に発信
297	P-3	教育・I T	小中自由校区の導入	・地域間格差を解消するため、小中学校にも自由校区を導入
298	P-4	教育・I T	保護者への家庭教育支援	・行政の子育て支援が終わったあとも、家庭教育の不安を解消する支援を実施 ・定期的に家庭教育のための講義の実施、もしくはメールの配信
299	P-5	教育・I T	保護者教育セミナーの実施	・教育セミナーを通じた、「わが子だけ」「勉強だけ」という意識の変革 ・あいさつなどの社会教育の実践を指南
300	P-6	教育・I T	「アフタースクール充実の街」の実現	・職場からの帰りが遅い家庭のためのアフタースクール設置による、子育て環境の向上
301	P-7	教育・I T	体験型の教育活動の実施	・就学前の体験活動の実施（教科を限定せず、遊びや身体的活動を実施。民とのコラボを実施） ・授業で学んだことを体験できる場づくり
302	P-8	教育・I T	世代を超えた学びの環境の創出	・「教養」を身につける場として、大人も子供も参加できるテーマ別のカフェを設置
303	P-9	教育・I T	「未来への投資」都市宣言	・教育環境充実のための投資を積極的に行うことをアピール（宣言）
304	P-10	教育・I T	「見て」「触れて」「感じる」授業	・海、山、博物館、美術館、医療産業都市、市街地、農村…神戸にある様々なものを体験
305	P-11	教育・I T	子どもたちが年長者と学ぶ機会の創出	・小学生や中学生が上級の学生と交流する機会の創出（年少者が年長者から学ぶきっかけづくり。地域での子どものネットワーク構築による、安全・安心なまちづくり）
306	P-12	教育・I T	「神戸輩出社会人」育成プログラムの導入	・「神戸の学校で学んだ人」と分かってもらえる教育の実施（小・中・高・大で一貫した教科を位置付けることによる、学びの連続性の実現）
307	P-13	教育・I T	「神戸愛」カリキュラムの開発	・幼児、児童、生徒が神戸の魅力を学ぶカリキュラムを開発 ・神戸の魅力を体験、発信できる拠点施設を整備

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
308	P-14	教育・I T	魅力アピール(神戸) 学習	・芸術・文化、観光、デザイン、景観などについて、民間企業がICTを活用して、アピール
309	P-15	教育・I T	学びの環境づくり	・学力の上位層、中位層にフォーカスし、さらなる学力向上を実現
310	P-16	教育・I T	“神戸ブランド教育”の創出(「神戸に住んでいたからこそこんな教育を受けられた」)	・将来必要視される能力の抽出・特化 ・パイロット校の設置、研究組織(官民連携)の設置、神戸小学校教育研究会の改組等
311	P-17	教育・I T	小・中・高・大一貫校	・インテリジェントスクール(起業のためのカリキュラム、方法:アクティブラーニング型)
312	P-18	教育・I T	公立小中全寮制校	・対象は全市 ・規範意識、多様性を育む ・家庭環境に問題のある子供をサポート
313	Q-1	出産・子育て・女性の活躍	第3子なんでも無料化プロジェクト	・第3子にかかる保育料、教育費、医療費等を全て無料にする ・企業とも連携し温泉等のレジャー施設や交通機関も無料化(人数でなく一家族料金にする「ファミリー料金制」の導入)
314	Q-2	出産・子育て・女性の活躍	「愛を学ぶ場」～大学生にも産みやすい環境を～	・大学生に妊娠、出産、育児について等の知識を高めてもらう ・性についての正しい知識を周知し、学生中絶の減少へ ・大学に保育所を設ける等、学業と育児の両立を可能に ・女性の就業促進
315	Q-3	出産・子育て・女性の活躍	保育ママの職業化	・保育士以外の家庭保育をするエキスパートを養成 ・集団保育ではない家庭保育を供給する ・ボランティアではなく、神戸市で資格をつくり認定し職業化する ・神戸市独自のシステムを構築
316	Q-4	出産・子育て・女性の活躍	世帯タイプ別神戸ライフスタイルモデルブック	・各家族で暮らしのニーズが異なるため、世帯タイプ別に、どこでどのように生活できるかの具体的イメージの提供 ・生活の満足度が高められるような定住、転入を促す ・区ごとにライフスタイルを選べるようなシステムの構築
317	Q-5	出産・子育て・女性の活躍	空き家×居場所 ～ママ&高齢者にとっての～	・孤立して育児しているママ、高齢者にとっての居場所をつくり、雇用を生み出す ・「暮らしやすさ」を自分たちでつくる
318	Q-6	出産・子育て・女性の活躍	パパの育児カフェ	・ひとりで子どもとどう接したらいいかわからないパパ達が、みんなで集まって育児しながら学べるカフェ ・空き家や空き店舗を活用 ・呑みながらストレス解消できるような育児居酒屋なども
319	Q-7	出産・子育て・女性の活躍	神戸転入プロジェクト ～神戸へ人口を呼び込む～	・区役所での転入窓口の一元化(転入に必要な手続き・書類関係を一つの窓口を集約) ・転入後、何年間にわたり財政的支援が受けられる

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
320	Q-8	出産・子育て・女性の活躍	第3子出産手当300万円！	<ul style="list-style-type: none"> ・一、二人目までは現状通りとし、三人目が生まれた家族を対象 ・三人目の子供が欲しいが経済的不安で躊躇している家族への後押しとなる経済的支援
321	Q-9	出産・子育て・女性の活躍	町内会NEO	<ul style="list-style-type: none"> ・現在町内会が高齢化している為、若い世代が入りやすい工夫（活動時間・内容等）をする ・情報交換手段を共通化（ITをミックス） ・父親の活躍の場
322	Q-10	出産・子育て・女性の活躍	ママの水曜日大学	<ul style="list-style-type: none"> ・水曜日をイクメンの日として、父親は定時で帰宅および育児カフェ等をつくりそこへ集まることにする ・その間、母親は仕事を学ぶなどのキャリアデザインを行う
323	Q-11	出産・子育て・女性の活躍	結婚希望の方を登録し、婚活支援	<ul style="list-style-type: none"> ・公共主導による安心感 ・婚活イベントによるまちのにぎわいづくり ・神戸市観光PRも兼ねる ・子連れによる婚活イベントを催す
324	Q-12	出産・子育て・女性の活躍	地域社会 人づくりに関する講演、メッセージ発信	<ul style="list-style-type: none"> ・人として大切なこと（思いやり等）や家族、地域のきずな等を発信 ・携帯アプリ等を利用する
325	Q-13	出産・子育て・女性の活躍	地域制 子育て支援のワンストップショップ	<ul style="list-style-type: none"> ・コーディネーターを雇う等し、コミュニティーディベロップメントを行う ・南オーストラリア アデレードの子供センターの例を参考に
326	Q-14	出産・子育て・女性の活躍	亭主関白プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・亭主関白＝女房天皇ということ認識する ・女性を優先する、レディーファーストの精神の推進 ・女性の全てを肯定するように（ラテンのノリでちやほやする）
327	Q-15	出産・子育て・女性の活躍	カップルの町 神戸	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸は男女の出会いの町ということを印象づける ・シングルマザーやLGBTの人達に対しても支援を行う ・独身男女の特典を設ける ・既婚カップルの楽しみとなる場所を設ける
328	Q-16	出産・子育て・女性の活躍	Re:ニュータウン	<ul style="list-style-type: none"> ・かつてのニュータウンの再活用 ・若年層の流入、シルバー人材の活用
329	Q-17	出産・子育て・女性の活躍	2人目、3人目を生んでもらうためのしかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・イクメンを支援する企業への報奨金（男性側へのテコ入れ） ・子だくさん支援プログラム（女性側へのテコ入れ） ・2人目、3人目を多く産めば産むほど制度上でのベネフィットを感じられるようにする
330	Q-18	出産・子育て・女性の活躍	多子世帯対策	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗を活用した居場所作り（子育て相談等） ・育休中に保育所の予約ができる ・多子世帯の保育料軽減 ・産婦人科への子育て情報提供

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
331	R-1	出産・子育て・女性の活躍	人との出会いの創出	<ul style="list-style-type: none"> ・「住んでいる」、「働いている」、「学んでいる」とは、それぞれの場所について自分が期待していることが他の人々の期待していること ・その期待を明らかにすることで、交流を段階的に創出する ・期待の例として、「大都市と勝負できるような神戸」、「逢いたい人のいる神戸」、「魅力的なものをつくる神戸」
332	R-2	出産・子育て・女性の活躍	神戸初！女性が安心して働き続けられる働き方実践モデル会社の発掘と浸透	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸市内の会社で「子どもが病気になったら帰宅可」、「介護で帰宅可」、「男性とは別に女性の育児や介護の休暇も取り入れたキャリアアップモデル作りを行っている」、「在宅勤務を定期的に取り入れた働き方を行っている」、「託児のバス通園サービスの実施」、「地域に開かれた企業内保育の実施(規制緩和が必要だが)」等の実践を行っている会社の発掘とその周知を行う
333	R-3	出産・子育て・女性の活躍	高齢者が生き生きと長生きするために意味のある活動(仕事)を！！「おばあちゃんナースリーホーム」	<ul style="list-style-type: none"> ・保護者が安心して託児ができる、高齢者の知恵や経験を活かしたカフェやナースリーホーム(アクセスの良さ・立地が課題)を設置する ・また、ナースリーホームでは子育て中の保護者を対象とした高齢者指導の料理教室を開催し、高齢者の働き場所の提供や健康寿命の延伸につなげる
334	R-4	出産・子育て・女性の活躍	子育て支援基金の設立	<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税システムを活用し、基金を設立 ・保育料の減免など子育てに関する給付や貸付を実施する ・運用に際しては、納税を行った人にリングを渡し、神戸の子育てに寄与したというステイタスを与える ・また、納税後の資金の流れを明確にし、必ず子育てに使用されることを明示する ・ローンの返済については、その支援を受けた子どもが将来的に神戸で就労・居住した時の市民税等から支払うことができるようにする
335	R-5	出産・子育て・女性の活躍	子育ての悩みおしゃべりサークルをHP内で作る	<ul style="list-style-type: none"> ・神戸市在住者のみ参加可能な子育てについてのおしゃべりサイトをHP上に立ち上げ、必要な場合は専門家からの助言も得られるようにする ・ただし、誹謗中傷はしないなどのルールを作る必要あり
336	R-6	出産・子育て・女性の活躍	高齢者(施設)と子ども関連施設の連携	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者福祉と子どもの託児機能を併せ持つ施設の設立もしくは相互の連携を行うことで、学童・保育の場の確保と多様な交流による質の高い教育や高齢者の生きがいにつなげる(その際は資金の支援だけではなく、人材の支援も一体で行う)
337	R-7	出産・子育て・女性の活躍	こうのとりの知育子育て支援	<ul style="list-style-type: none"> ・自然の中で子どもたちがのびのびと安全に遊べる場所と高齢者を活用した昔遊びなどの質の高い遊びの提供を行う ・また、その際は高齢者による見守り隊や保育士が付き添い安全に配慮する ・病児保育についても、同様に高齢者の力を活用したい ・資格が無い高齢者については育児スタッフとして働いてもらう
338	R-8	出産・子育て・女性の活躍	教育アシスタントを地域の人たちで	<ul style="list-style-type: none"> ・放課後に学校や市内の施設で塾をしてくれる先生を市が募集する ・学校や既存の施設を活用しつつ、学童の解消と学力の向上を目指す ・運営の際には業者に委託し、事故に備え、保険に加入
339	R-9	出産・子育て・女性の活躍	3歳児以上の保育と学童保育で公立の幼稚園や小学校を活用	<ul style="list-style-type: none"> ・公立の幼稚園について、3歳児以上の保育を幼稚園の午後の部屋を活用して行う ・また、小学校では、放課後の教室に学童保育スタッフを常駐させて活用する ・どちらについても、運営は小規模単位で民間委託し、スタッフを確保してはどうか ・また、スタッフとして『認定じじい、ばば』といった高齢者を活用してはどうか
340	R-10	出産・子育て・女性の活躍	市民ひとりひとりの健康状態の把握・認識	<ul style="list-style-type: none"> ・65歳に到達した高齢者については全員が自分の状態を把握できるようにする ・健診や骨密度検査、介護の必要性の検査、認知症検査等を行い、その情報をもとに自身の健康寿命を把握、予防につなげる

No.	テーブル	テーマ	名称	内容
341	R-11	出産・子育て・女性の活躍	健康寿命を延ばす！～育てる～	・健康寿命を延ばす取り組み(運動や、外出、人との交流、食事、就労等)を行うことで、自身の健康寿命の伸びが見てわかるアプリを開発する
342	R-12	出産・子育て・女性の活躍	インターンシッププログラムの確立	・支援企業を募り、データベース化を行う ・各キャンパスに端末を設置。働きやすい会社があることをPRする
343	R-13	出産・子育て・女性の活躍	企業CSRの活用	・女性の働きやすさのPRを行う ・また、男性退職者の地域生活への移行を促進する
344	R-14	出産・子育て・女性の活躍	ワーク・ライフ・バランス／就労環境の見える化	・行政、大企業を中心にワーク・ライフ・バランスに対する取り組みの報告の義務化、監査を行う
345	R-15	出産・子育て・女性の活躍	小学校単位で地域の強み発見	・身近なまち・ひとの再発見を行う
346	R-16	出産・子育て・女性の活躍	空き家バンクのネットワーク化／民間との接続	・自治体ごとの管理になっているデータをつなぐ ・民間不動産データベースとつなぐ ・制約報酬に行政より補助金 ・空き家を市が買い取る ・規制を外していく、規制を超える