

7/12 神戸創生戦略プロジェクトチーム施策討議会 事業案シート一覧 (45件)

No.	テーブル	テーマ	名称	目的	対象者	内容	所管局
1	A-1	産業・雇用	女性にも働きやすい町 神戸 (働く人にチャンスとチャレンジを与える町)	働きたい人が働き活躍できる町にする	神戸で働きたい人 (企業のような長時間働きたくない人)	・シルバー等の人材活用による病児保育、介護への手助けを通じた働く層支援 ・地域のシルバー人材などを登録制にして活用。 ・行政は、人材マッチングの仕組みを用意。	市民参画推進局 保健福祉局 こども家庭局
2	A-2	産業・雇用	企業と連携するコミュニティカレッジを作る	企業が求める人材の質と量を神戸で高め供給	神戸周辺にお住まいの人 (再就職希望者、スキルを身に付けていたい人)	・大手企業経験者 (現役・OB) を指導者として活用。 ・グローバル人材の育成も。(エンジニアなど)	産業振興局
3	A-3	産業・雇用	神戸市独立	神戸の人がユニークで独自のマインドを持つ	神戸市民、市職員	・ポートアイランドを日本の出島にする ・他に頼らず自分たちで創り育てる ・(神戸は震災経験あり) 真っ白から神戸の独自性を真剣に考える	企画調整局
4	B-1	産業・雇用	『おもてなし都市』構想 (神戸)	神戸魅力フラッグを立てるおもてなしの具現化	市民、来客	・おもてなしを具現化する (例: 多言語による商店街ガイド) ・おもてなしで顧客満足度と従業員満足度の双方を高め魅力を高める	産業振興局
5	B-2	産業・雇用	働く女性を支える街→支援	たくさん産んでも働きやすい街にするため。子供を預けても働ける場所をついたり、親元で生活できるようにすることで、辞めなくても良い仕組みづくりを行うため。	女性	・「産業の受け入れ体制→新しいモデルの構築」、「介護問題への取り組み」、「企業誘致のガイドライン」といった、色々な働き方ができる。 ・「おもてなし」の理念を持って進めていく (ダイバーシティ) ことで、神戸の魅力につながる。例えば、①ハラル対応(できることと、できないことを考えて)、②障害者の環境整備(分かってあげる気持ちを大切に)、③差別解消、④障害者雇用、⑤学生雇用	市民参画推進局 保健福祉局 こども家庭局
6	C-1	産業・雇用	「食べる」を旅する神戸ローカルファーム	・神戸の外からの評価を更に高め、いつか住みたい街にする。 ・食を通じて健康な人を増やす。	食にまつわる観光で訪れる人	・例えば1日目はイチゴ狩り、イチゴジャムづくりをして、2日目はそのイチゴを使ってパティシエが作ったスイーツを食べる。生産と消費をつなげる体験を含めたツアーを通じて、神戸の食のスタイルの魅力を味わってもらう。 ・既存の果物農家のキャパシティが一杯のため、ツアーの受け皿となる生産者の拡大を目指す。	産業振興局
7	D-1	起業・創業	「ふるさと納税」を活用したスタートアップファンドの創設	資金確保、神戸へのふるさと増税を増やす	ふるさと納税者、起業家	・通常のふるさと納税とは異なり、納めた税金の用途 (投資先) を選ぶことができる。 ・マイクロファンドとは異なり、租税上のメリットがあるため、資金が集まりやすい。 ・納税の仕組みを活用するため、継続的な資金確保が可能 ・あくまで納税のため、リターンはない。	行財政局 産業振興局
8	D-2	起業・創業	大学に単位認定されるインターンシップ制度の導入	学生の起業家マインドの醸成	大学生、中小企業	・目的: 中小企業の技術を学生の新たな視点で事業化、学生はそのプロセスを経験することで起業 (事業化) の楽しさ、やりがいを発見 ・受け入れる中小企業には人件費等を補助 ・容易に登録された企業を検索できるように、中小企業のデータベースを構築	産業振興局
9	E-1	起業・創業	CGSO (Chief Global Standerd Officer)	人口減少への対応⇒攻殻機動隊のような未来モデル都市 (前提: ダイバーシティ)	魅力的な起業家・実業家 (の卵も含む)	①人: 優良な起業家、優良な支援者 ②金: 低い・シンプルな税、大小様々な投資を柔軟に ③コンテンツ: 魅力的なイベント、魅力的な施設・インフラ ④オペレーション: 簡素な手続き (法律も)	産業振興局
10	F-1	観光	市民共感型のDMOの構築	・地域観光の専門職員による観光事業の推進 ・観光事業推進の責任と権限の明確化	・新組織もしくは既存組織 (観光コンベンション協会等) の権限強化 ・ビジター	・観光コンベンションを推進するための活動母体を組織し、責任と権限を明確化 ・マーケティングだけでなく、マネジメントに重点を置いた組織 ・観光は事業者だけでなく、市民も参画する (共感する) という意識づけを行う ・観光客を通じて、市民が神戸に誇りを持つことができる環境づくり	産業振興局

No.	テーブル	テーマ	名称	目的	対象者	内容	所管局
11	F-2	観光	「神戸」暮らし旅の開発	滞在する観光都市（暮らすように旅する空間都市）の実現	旅行者、市民	<ul style="list-style-type: none"> 空き家を宿泊施設として活用できる制度、仕組みづくり（国家戦略特別区域法第13条） 夜型・朝型の観光プログラムの開発 滞在の魅せ方、観光プランの創出（教育、灘、摩耶、農業、商業など分野の切り口でセグメント化） 市民が提案する、市民参画型の観光を提供（地域のキーパーソンを育成、キーパーソンの組織化←組織を束ねるのはF-1のDMO） 	企画調整局
12	G-1	芸術・文化	医療×アミューズ	神戸医療産業都市のポテンシャルを活用し、以下のことを図る <ul style="list-style-type: none"> 生きていくクオリティの向上 文化活動の可能性の拡大 多様な価値観を認め合う 人材の育成 	患者の方々から医療従事者の方々まで	<ul style="list-style-type: none"> 従前のような患者の方々へのケアのためだけでなく、医療スタッフも対象に含め、医療とアートのかかわりを推進する 医療スタッフを対象としたアートや、患者も医療スタッフも真剣にアートに取り組める場づくりを行う 	市民参画推進局
13	G-2	芸術・文化	神戸市、部活始めました。	<ul style="list-style-type: none"> 文化活動のプラットフォーム作り 若年層の就労支援 定住人口の増加 	年齢35歳未満のアーティスト、クリエイター、パフォーマー（分野問わず）文化芸術に興味関心のある人	<ul style="list-style-type: none"> 「この場所に来れば文化活動を知ることが出来る」「何かある」という創作のプラットフォーム作り 場所や経費、「部費」（一定の金銭的支援）を提供：部室やラボのようなイメージ 「神戸でしかできない」→にぎわい、若者の定住につながる 	市民参画推進局
14	G-3	芸術・文化	オルタナティブ神戸	昭和・地域文化の再興。地域ブランディング。	対象エリア：三宮・元町以外。沿岸西エリア（兵庫～垂水）	高齢者も含めて地元の文化をreproduce。ハイカラな一面とは別の一面を見せる。生活文化からもう一つの神戸文化へ発展。	市民参画推進局
15	H-1	魅力的な住まい	神戸居住誘致の推進	移住を検討する外国人など神戸市外の人に対して神戸の魅力を伝え、神戸を選んでもらう	移住を検討する外国人など	<ul style="list-style-type: none"> 資源を有するエリア（例：北野）を拠点として指定し、モデルステイ（1か月未満）を実施して魅力を紹介 担い手として不動産事業者は難しいので京都のNPO実施事例（町家を5軒保持し体験宿泊）等を参考に検討 対外プロモーションはまち単位で実施 	企画調整局
16	H-2	魅力的な住まい	空き家ゼロ都市神戸の実現	空き家利用を効果的に推進	地域マネジメント主体 空き家の保有者	<ul style="list-style-type: none"> 地域マネジメント主体（例：まちづくり協議会）に手を挙げてもらい、空き家が実地的にゼロになるモデル事業を資源のある地域（例：キーマンが存在）で実施 具体的には、空き家情報の抽出・共有、空き家所有者に働きかけるインセンティブ・公的支援の検討、地域に頼られるキーマンの発掘・育成・支援、専門家補助など地域で住むのを支える仕組みづくり、コミュニティを守ることに繋がる仕組みづくりなどを総合的に推進 	住宅都市局
17	I-1	交通	つなぐ公社 トランスポート For KOBE	住民・企業、交通事業者、行政が垣根を越え、市民にとってあるべき交通の姿を実現する連携組織	神戸に住み訪れるすべての人々	<ol style="list-style-type: none"> 事業者間のタテ板を外す つなぐ日条例の制定 つなぐ日KOBEの実現 つなぐ日KOBEを支えるサービスの開発 <ul style="list-style-type: none"> <1>空白モビリティ <2>縦バス／斜めタクシー <3>坂バス／坂タク → 猛暑日は無料 <4>グリーンバイク <5>ヨコタアプリ <6>つなぐ見える化 <7>ピタリ交通 	住宅都市局

No.	テーブル	テーマ	名称	目的	対象者	内容	所管局
18	I-2	交通	遅い交通 ストリート For LIFE	高齢者・子育て世代にとっての 円滑で快適な都市内移動空間 の実現と魅力的な回遊体験 の創出	神戸に住み訪れるすべての 人々	①道路空間再配分のための合意形成 ②市民のための道づくり事業の実現 ・歩行空間と自転車走行空間の創出 ・LRT・BRTが走る魅力的な街路空間 ・人々が憩い語らうたまり空間 ・トランジットセルの導入による通過交通の円滑処理 ・通学路事故ゼロプロジェクトの推進	建設局 住宅都市局
19	J-1	まちの佇まい・景観	civic pride (シビックプライド) としてのランドマーク 創出	世界に誇るW F (ウォーターフロント) 景観の創出	市民、観光客、企業、行政	civic prideとしてのランドマーク創出。市民が利用する役所や図書館等の居住者目線 のものを創出する。	企画調整局
20	J-2	まちの佇まい・景観	世界に誇れる高架道路下の 再生	世界に誇るW F (ウォーターフロント) 景観の創出	市民、観光客、企業、行政	高架そのものを美的なランドマークにする。デザイン統一化。歩道橋を綺麗に。市街地と 港湾部分の連続性のつくってから2号線の整備。2号線の(半)地下化。	企画調整局 建設局 住宅都市局
21	J-3	まちの佇まい・景観	夜景都市神戸の加速化	港町神戸の安全、安心の担 保とシビックプライドの確立	市民、観光客、企業、行政	例えば、記念撮影ランドマークの拠点形成や東遊園地でナイトライフを楽しめるようにす るなど夜間でも神戸を楽しめるソフト、ハードを整備する。	住宅都市局 みなと総局
22	J-4	まちの佇まい・景観	景観 エリアマネジメントに よるエリアデザインの高度 化、自立化	高質な景観エリアマネジメント によるエリアデザインの高度化、 自立化	町、企業、行政	景観を単位としたエリアをもとに、官民によるエリアマネジメント基金や「景観」に 対してのクラウドファンディングの仕組みを作り、例えば地域特性に応じたサイン計画の策定など エリア景観管理に関して民間で一括管理する。	住宅都市局
23	J-5	まちの佇まい・景観	魅力的なオープンスペース の創出	人中心の使える滞留空間の 創出	市民・観光客・企業・行政	・東遊園地、駅前広場のようなどころ→人中心の使える滞留空間(音楽など) ・通り型→歩行者目線のもの。まちをガーデニングする(フラワーロード化) ※フラワーロードの再評価も実施 ・表出型→通り型の援用 ⇒これらのネットワーク化	建設局 住宅都市局
24	J-6	まちの佇まい・景観	レジデンス・ダイバーシティ in 神戸(住みだおれ)	世界の誇る街にブランディング	市民・流入市民	・港湾全体(ポートアイランド・兵庫運河・六甲アイランド)を対象に(コペンハーゲンの ような)水辺居住 ・海だけでなく河川も!、親水性のある街に。 ・水辺居住、山麓居住、山岳居住の対で押す(別荘地等としても)	みなと総局
25	K-1	都市空間・都市ブランド	東遊園地を目指して「フラ ワーロード歩きたくなる化」 計画	クリエイティブなことができるフラ ワーロードにしよう	神戸に住む人・働く人・訪れる 人	・フラワーロードを中心とした三宮駅南部から東遊園地までの界隈性を高め いろんなコンテンツの受け皿になる ・界隈の裏道をターゲットに応じて整備する ・「シビックプライド的空間」「市民が街を所有できる感覚」が持てる街 ・三宮駅から南を見たときに並木が広がっている空間 ・木陰が続く道 ・市役所(2号館)の商業空間的活用 ・プレイスブランディング	建設局 住宅都市局
26	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	海ぎわに夜景・景観を創り出 す 夜の観光の目玉	地元の人々	・やるなら「スケール感」をだす ・オールシーズン、週末中心で実施 ・食事ができてテーブルがあって ・夜市+aとしてプロジェクションマッピング ・神戸市がメリケンパーク・みなと公園等を提供する	産業振興局

No.	テーブル	テーマ	名称	目的	対象者	内容	所管局
27	L-2	都市空間・都市ブランド	「神戸観考」プロジェクト	・一緒に歩いて神戸の魅力を見つける ・市政への要請も見つけることができる	居住者×観光者	・歩く場所は、商店街・下町・新開地等エリアを広げていく。駄菓子屋さんめぐり、和田岬（あわじ屋） ・開港都市イベント（みなとまちの魅力を広める） ・ニュータウンの活性化、洋館の活用、リフォーム（育った土地で安く住めたら）、コンパクトシティ	産業振興局
28	L-3	都市空間・都市ブランド	「神戸在住」キャンペーン	・神戸に住む動機づけ ・神戸に住んでもらう	神戸市外に住んでいる方	・女子大生の神戸めぐり ・神戸に住んでいる著名人の紹介 ・そだ京都に行こう！そして神戸へ！ ・「神戸在住」というキャッチフレーズはよい。使える。 ・外国人版「神戸在住」（マンガ）	企画調整局
29	M-1	国際化	KOBE HIGH QUALITY BRAND	神戸に住みたい外国人を増やす。神戸に対するイメージを上げる（売り込む内容を、豊かさや住みやすさの質の高さに絞り強調する）	①企業 ②住民	（対企業） 医療産業都市の宣伝。インターンシップの充実。グローバル人材の育成等、質の高い企業環境をPR （対住民） 外国人学校（外国人コミュニティ）や施設の宣伝。自然環境の良さ。多文化共生の風土など住みよい街-Best life style city-をPR （方法） 一本化した広告宣伝戦略。住んでいる人自身によるPR。ロゴやキャッチフレーズといった統一されたブランディング。目標を定める（特定のランキングで一位を目指す）	企画調整局
30	M-2	国際化	グローバル人材の育成と定着	グローバル人材の増加	留学生と外国人学校卒業生、日本人学生	・留学生と企業のマッチング ・インターンシップ制度の拡充（欧米型：実際に仕事を任せられ、社員として働く） ・キャリアチョイスを増やす（会社のインセンティブ） ex: 法人税、補助金 ・グローバル展開企業の誘致。既存企業のグローバル展開支援 ・大学の就職支援の強化（日本企業、中堅企業の丁寧な説明。ビザサポート等）	産業振興局
31	N-1	安全・地域	商店街でのソーシャルデザインセンターモデル事業	・人と人とのつながりをつくる ・人が集まり情報共有ができる場の創出	神戸市民	・日中に商店街へ人を集める ・デザイン・設備にお金をかけたオープンカフェ⇒おしゃれなたまり場 ・空き店舗でのブロックパーティ（家賃補助等あり）	産業振興局
32	N-2	安全・地域	安全・安心のオープンデータ化事業	各自がリスクを把握し、解決のためのアクションを促す	神戸市民	・安全・安心に関する都市比較・地域比較・指標化・オープンデータ化 ・数値が低いときは、学校の教科に取り組む等のフォローを実施	企画調整局
33	N-3	安全・地域	安全・安心のまち神戸ブランド化事業	「安全・安心のまち神戸」のブランドイメージ構築	地域住民、他都市	・自助力・共助力ハンドブック（環境・防犯含む） ・自助の行動につながるような情報の出し方の工夫 ・教育に組み込む（教科にしよう） ・自己判断セルフチェックキット（例：土砂災害警戒区域）（他都市向け） ・自助でも暮らせる大人のまち←自助力（自己決定力）が高い人が集まる都市 （ストーリー）震災の経験+新ストーリー創出	危機管理室 教育委員会事務局

No.	テーブル	テーマ	名称	目的	対象者	内容	所管局
34	O-1	教育・IT	神戸ICT創生工房 (別名:神戸愛して工房)	・ICT人材を育成 ・デジタルネイティブ人材の早期発掘⇒神戸市への定着	神戸に在住・在勤・在学の全ての人	1.地域に学ぶ、小中高生、社会人にICTリテラシーを提供 ①広く底上げ (ICTマインドのやプログラミングの指導) ②意識・技術の高い人の更なるレベルアップ (先端的・実践的なアプリ開発等) <方法> 指導者: IT関連企業より派遣・出向、遠隔地からのE-ラーニングも活用 教材: オープンソースの考え方を採用。教材を共有し改善していけるようにする 2.従業員の子弟への課外学習に行政から公的補助を出す 3.市職員が持つ事業・業務を題材として、IT活用や業務の効率化を図る	企画調整局
35	O-2	教育・IT	神戸創生特使44 (しゅじゅうしあわせ)	・神戸を愛するサポーターを作る ・個々の市民が神戸市のことや自分の問題として考えるようにする ・神戸市の広告・宣伝となる	市民全員 ※代表として、44人の神戸創生特使が活動する	・44人の神戸創生特使が市民。市職員と対話しつつ①神戸の情報をPR②各地域のゆるキャラ・テーマソングを選定して地域を盛り上げる③神戸市関わる諸問題を市職員と話し合い解決していく ・特使の選定方法は総選挙形式、自薦・他薦、学生や古くからの住民という制限はなしで行う	企画調整局
36	P-1	教育・IT	神戸ラブカリキュラム	「神戸が素敵」と実感できる	幼児・児童・生徒	・子どもが「神戸の何が好き」と言えるような、クロスカリキュラムの実施。 ・「神戸すてき館」を整備し、施設学習を実施。 ・体験を通じた「受容」とICTを活用した「発信」。	こども家庭局 教育委員会事務局
37	P-2	教育・IT	神戸ラブロードプログラム	お互いを認め合う、人口を増やす	小学5年生～中学生	・パンフレット (教材・副読本) を作り、夫婦モデルや恋愛モデル、結婚の良さを伝えることで、神戸での恋愛・結婚を促進。	こども家庭局 教育委員会事務局
38	P-3	教育・IT	神戸すてき学園 (小中高大一貫校)	・ラブカリキュラムをけん引するリーディングスクール	小・中・高・大学生	・教師も含めて全寮制/一貫したカリキュラム/ラブカリキュラム、ラブロードプログラムを行う神戸市に就職する、在住することによって、卒業後も神戸市に関わる	企画調整局
39	P-4	教育・IT	神戸ラブ親サロン	子どもも大人も大切にする	保護者	・子連れでは図書館や公民館は行きにくいので、子連れで楽しめる場所を整備する ・母親が楽しめるようなしなかけ (例えば、エステ無料券の配布)	こども家庭局 教育委員会事務局
40	Q-1	出産・子育て・女性の活躍	子宝だから何でも無料化プロジェクト	第3子以上の出産支援	神戸市在住の第3子以上の子供がいる家庭	・公共施設・サービスの無料化 ・民間施設・サービスの無料化 (協力する民間会社には補助)	こども家庭局
41	Q-2	出産・子育て・女性の活躍	保育アシスタント制度の確立 (ファミリーサポーターの職業化)	・保育の多様性を生む! ・柔軟な保育サービスの提供 ・雇用の創出	・神戸市在住の保育を必要とする子育て世帯 ・保育を仕事としたい人	・現行のファミリーサポート制度の拡充 ・費用は所得傾斜式 ・保育園とは異なるニーズに答える細やかなサービス (送迎や緊急時対応) ・プロ意識を持った保育アシスタントを養成	こども家庭局
42	Q-3	出産・子育て・女性の活躍	大学生妊活プログラム ～多様なキャリアデザインの一部として～	・20代の中絶率の改善 ・正しい性知識の普及・啓発 ・社会規範の変革を神戸から発信	・神戸市内の大学生	・育児と学業の両立を支援 →大学内保育所の開設する →多様な生き方、今のキャリアデザインを変える ・産んでもいいという正しい啓発を行なう	市民参画推進局 こども家庭局
43	R-1	出産・子育て・女性の活躍	神戸が育てる子ども基金	出産・子育てに関する費用の支援	子育てをしている人	保育料や出産準備品 (神戸ブランドの育児用品等) の給付を行う。また、医療費やひとり親世帯、他子育てに関する費用について貸付を行う。 財源は①ふるさと納税の「子育て」指定確保 (市内就労・在住)、②企業協賛 (企業には社会貢献のイメージアップや減税を行う)	行財政局 こども家庭局

No.	テーブル	テーマ	名称	目的	対象者	内容	所管局
44	R-2	出産・子育て・女性の活躍	神戸発！女性の働き方ミシラン☆☆☆	女性も安心して働き続けられるモデルの発掘・浸透	神戸市内にある企業	企業での働きやすさを指標化・見える化し、定期的に公表・発信する。 【指標例】 (休暇の取りやすさ・残業時間・社員の出生率・3年以内の離職率・健康管理、メンタルヘルス、神戸市(在住、在学)の採用・特別な休暇(授乳タイム休暇)の採用・通勤時間・在宅勤務(フレックスタイム))	市民参画推進局
45	R-3	出産・子育て・女性の活躍	認定じいーじ、ばあーば〜 Jiji・BaBa	高齢者の人材活用による子育て支援と健康寿命の延伸	中・高年者	人材（退職専門家も含む）を発掘して、地域密着型の活用を図る（例：学童・保育・子育てママへの料理教室・寺子屋・病児保育）。コミュニティ誌の発刊。	市民参画推進局 保健福祉局 こども家庭局