

ビジョン実現に向けた方向性Ⅳ

<にぎわいのあるまち>

シナリオ	将来への取組	指標	阪神南		R4 との比較
			R4	R5	
14 アートによるクリエイティブな環境づくり	阪神地域のアートが知られ、アートに取り組みやすい環境づくりが広がる	(再掲)○暮らしの中で芸術文化を楽しむ機会を持っている	47.9%	37.8%	▼
		(再掲)○住んでいる地域では、伝統芸能・文化などが受け継がれている (キーワード:祭りなどの年中行事、民謡・民舞、能、歌舞伎、伝統工芸など)	24.3%	33.9%	△
		①住んでる地域で、アート(芸術文化活動)に取り組みやすい環境づくりが広がってきていると思う 【阪神南県民センター調べ】	17.2%	13.7%	▼
		(再掲)●国県指定文化財の件数	131件	132件	△
		(再掲)●国県登録文化財の件数	78件	78件	—
15 訪れたい訪れやすい阪神地域ツーリズム	住んでいる人だけでなく、関わりのある人や興味のある人知ってもらおう	①観光客入込数(千人)	9,493(千人)	13,291(千人)	△
		②走る県民教室の参加者数(人)	501人	784人	△
		③あにん倶楽部会員登録者数【阪神南県民センター調べ】	6,281人	6,514人	△
		②住んでいる地域にある自然・景観、歴史文化などのスポットに、観光客が集まってきていると思う 【阪神南県民センター調べ】	22.1%	13.1%	▼
16 美味しい「食」と多彩な「農」	就農希望者と農地を円滑に組み合わせる仕組み、ブランドが維持できる仕組みをつくる	④登録市民農園数(園)	46園	44園	▼
		⑤新規就農者数(50歳未満※)／年 ※R4まで:60歳未満	2人/年	0人/年	▼
		⑥農産物直売所の利用者数／年(千人)	77千人/年	98千人/年	△
		(再掲)○地元や県内の農林水産業に活気があると思う	20.7%	13.7%	▼
		③地元や県内でとれた野菜、果物、魚介類、肉などの食材を買っている	54.8%	53.8%	▼
		④食品廃棄物をできるだけ出さない暮らしを心がけている (キーワード:食品ロス、フードロス、食べ残し、賞味期限など)	84.7%	80.9%	▼
17 まちなかのにぎわいを創出する	地域のコミュニティやイベントに参加しやすい環境を整える	⑤住んでる地域の駅前や商店街に活気があると思う	41.8%	43.7%	△
		(再掲)○住んでいる地域をより良くしたり、盛り上げたりする活動に参加している、または参加したいと思う	32.1%	37.0%	△
		(再掲)●空き店舗における開業(活用)数	12件	9件	▼
		⑥住んでいる地域には、自慢したい地域の宝(風景や産物、文化など)がある	38.6%	38.8%	—
		⑦住んでいる地域の企業に活気があると思う	19.6%	18.7%	—
		⑧住んでいる地域には、優れた製品・技術・ブランド力をもった企業があることを知っている。	25.9%	19.1%	▼
		⑨兵庫県は、社会を先導する新しい産業が活発な県だと思う (キーワード:先端医療、ロボット、環境、エネルギー、新素材、IT、航空宇宙産業など)	26.2%	21.2%	▼
		⑩名目市町内総生産(億円) ※R4年度発表値を据置使用(2年ごとに発表)	33,853億円	33,853億円	—
18 みんなで楽しむスポーツ	スポーツへの関心が深まり、多様なスポーツを楽しむ	(再掲)○職場や学校、家庭以外に、安心感や充実感を得られる場がある (キーワード:サークル、スポーツクラブ、コミュニティカフェなど)	40.5%	41.1%	—
		(再掲)○暮らしの中でスポーツをしたリスポーツ観戦を楽しんだりしている	57.4%	43.5%	▼

(参考)

全県値	全県値との比較	全県順位
R5		R5
37.6%	—	3位
39.2%	▼	9位
1,465件		6位
789件		6位
114,503(千人)		4位
7,536人		5位
374園		4位
270人/年		10位
27,542千人/年		10位
23.3%	▼	10位
62.0%	▼	10位
82.2%	▼	10位
28.7%	△	1位
34.6%	△	4位
41件		2位
42.0%	▼	8位
19.6%	—	3位
24.7%	▼	9位
27.4%	▼	9位
217,359億円		2位
38.6%	△	3位
42.9%	—	5位

【表の見方】 ※1 指標のうち、○は主観指標。●は客観指標。出典は、表記がない場合、兵庫県調べ

※2 R4(もしくは全県値)より大きいものは「△」、小さいものは「▼」、差異が1ポイント未満のもの(主観指標)は「—」で表示