

尼崎市と阪神電鉄の官民連携による 阪神尼崎駅周辺のまちづくり



阪神電気鉄道

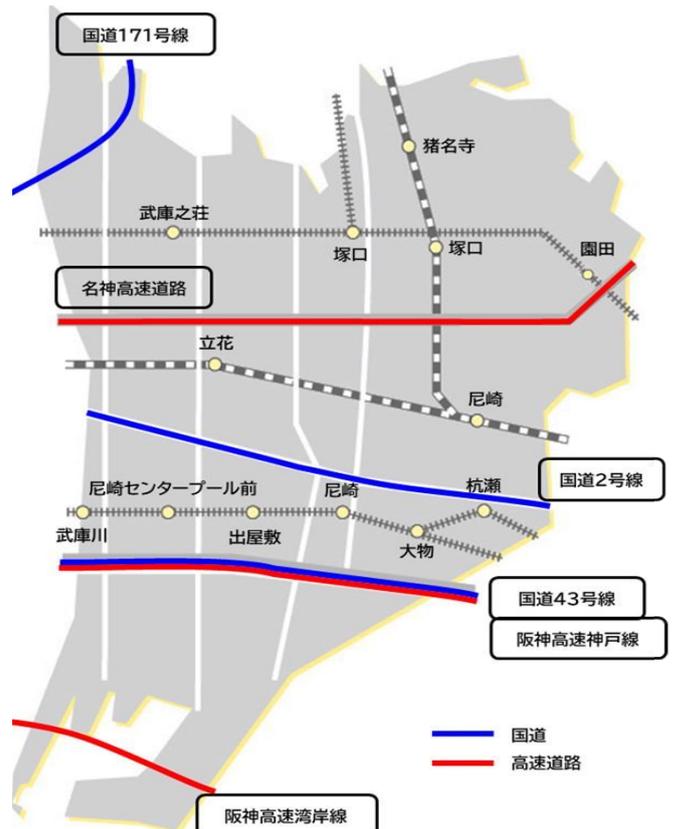
Hanshin Group

尼崎市について

人口:454,887人 面積:50.71km² (R5.4.1現在)

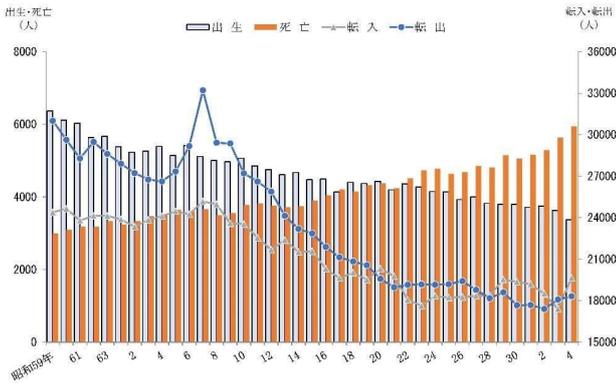


- コンパクトな市域に都市機能が集積
- JR・阪急・阪神3社による、13の鉄道駅
- 大阪/神戸の他都市へのアクセスも良好
- 平坦で自転車の利用が多い地域特性
- 市内には340を超える都市公園あり



尼崎市について②

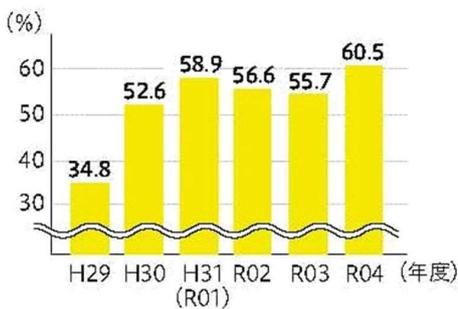
■人口動態



■ファミリー世帯の転出超過数の推移



■「まちのイメージがよくなった」と答えた人の割合



イメージが変化した理由



3

駅周辺の特徴あるまちづくり

○ねらい

既存の資源を活かし、多様な主体と連携した新たな賑わいづくりを行うとともに、民間の更なる投資も呼び込む

ソフトとハードの両面で効果を上げる

○進め方

資源の集積状況、駅周辺の再整備のタイミングを捉えつつ、公共空間の利活用促進等を通じて、協働する主体を見つけながら取り組んでいる。

特色あるまちづくり



市民の暮らしぶりにも着目した

情報発信と共有



魅力UP
定住転入促進

4

取組の紹介

協働の相手方の関係や事業のタイミング等から、現状、市域南部（阪神沿線）の取組が多くなっている

阪神尼崎駅・出屋敷駅周辺

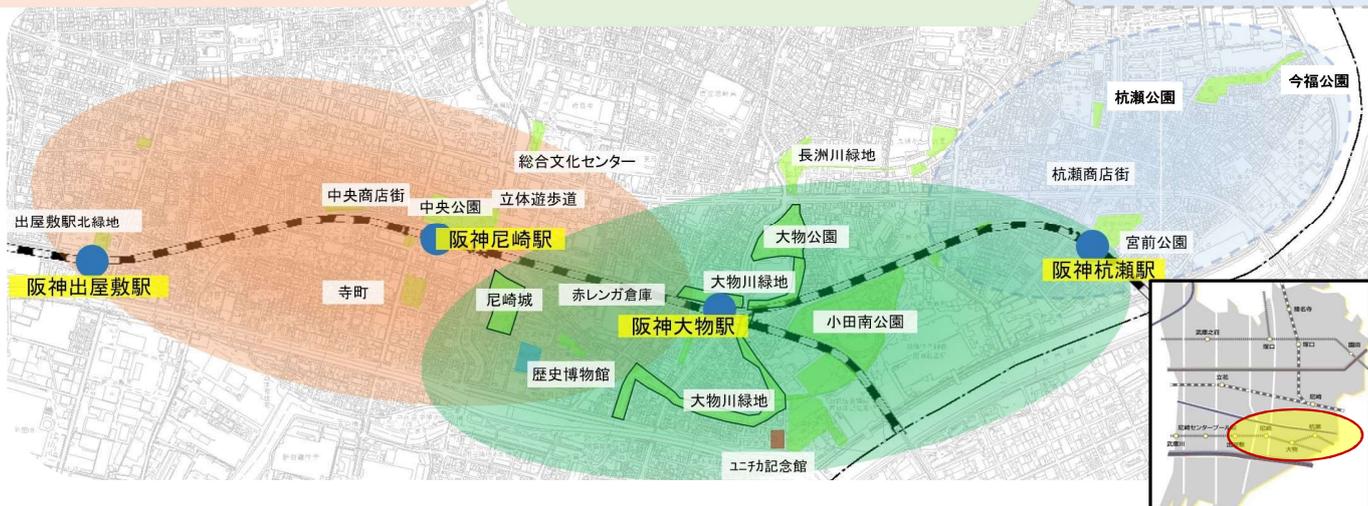
- ・尼崎版観光地域づくり推進指針における重点取組地域
- ・中央公園等の駅前公共空間の賑わい創出
- ・官民連携によるエリアマネジメントの推進

阪神大物駅周辺

- ・プロ野球ファーム施設の誘致を契機とした公園・緑地等の資源を活かしたまちの再生
- ・民間活力を導入したパークマネジメント

阪神杭瀬駅周辺

- ・商店街を中心としたまちなか再生
- ・区内公園等の利活用
- ・市民との協働



5

阪神尼崎駅周辺

中央公園のほか、駐車場、駐輪場など集積している公共施設の管理を、一つの事業者が行うこととする中で、賑わい創出や魅力向上を目指す

<ねらい>

- ・各施設の機能連携、サービス向上、全体を俯瞰して管理水準を高めつつ効率化も図る
※日常・非日常両面からの賑わいづくりの企画・立案
- ・効率化によって生まれる財源を周辺エリアに再投資する
- ・多様な主体が参画するエリアマネジメントに発展させていく

など



6

中央公園のリニューアル



<計画地概要>

所在	尼崎市神田北通1丁目9
敷地面積	14,990㎡(4,534坪) (全体)
公園所有者	尼崎市
用途地域	商業地域(建蔽率80%・容積率600%)

<中央公園 位置図>



中央公園を中心にして、周辺のまちづくりに取り組む

ねらい

- 公園等のリニューアルを通じて、エリアの魅力向上と利用者の利便性向上につなげる
- 周辺地価や不動産価値向上に伴う、周辺への更なる民間投資の呼び込みも目指す

完成後の中央公園のイメージ



※完成イメージは現時点の案であり、今後変更となる可能性がある。

民間と協働

中央公園1.5haのうち西側部分(約0.5ha)について、都市再生特別措置法による都市公園リノベーション制度を活用し、民間事業者との協働のもと、魅力ある駅前空間としてリニューアルする。

- 令和5年度：設計 令和6年度：工事

7

尼崎駅周辺公共施設の包括管理の概要



○管理対象施設



中央公園 (1階)



中央公園 (2階デッキ)



あまがさき観光案内所



尼崎城・尼崎城址公園

8

○管理対象施設



阪神尼崎駅北駐輪場



阪神尼崎駅前駐車場



城内地区駐車場

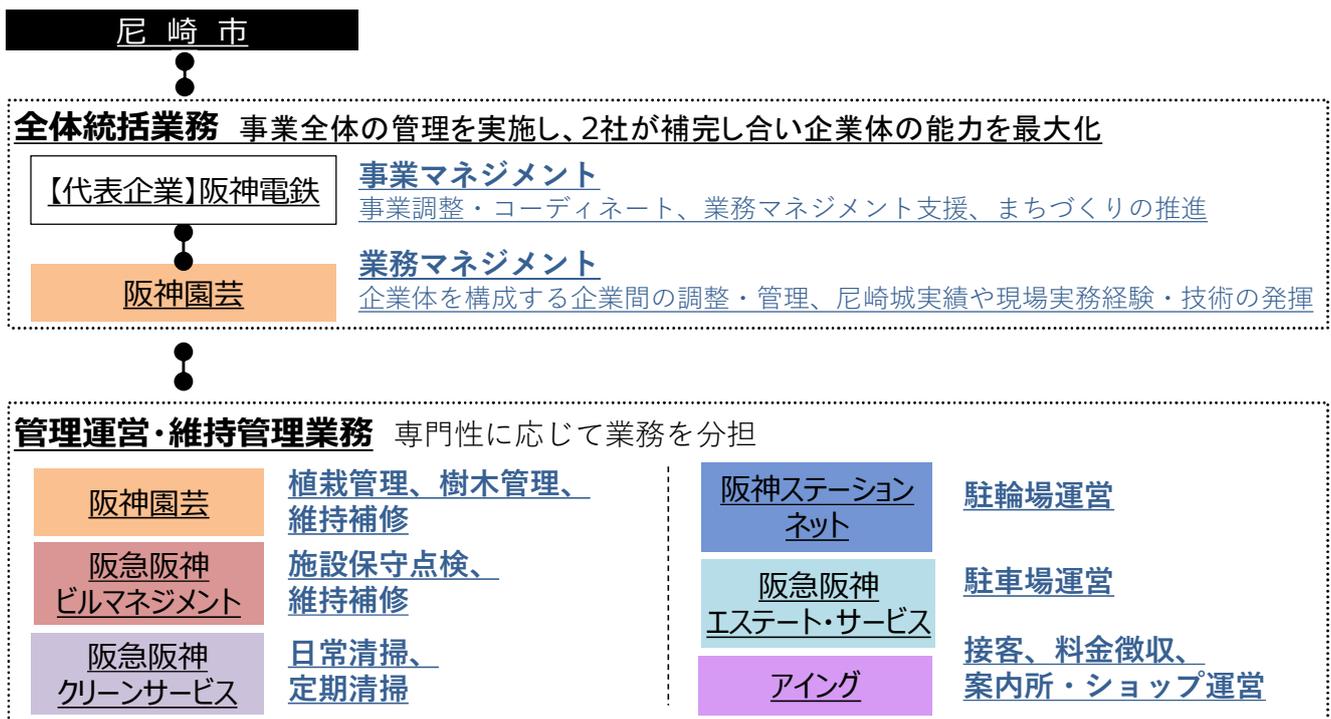


駅前広場（北）



立体遊歩道

組織体制（阪神尼崎駅周辺まちづくり共同企業体）



施設の一体的な管理運営による効果的な賑わい創出

(発現させたい効果)

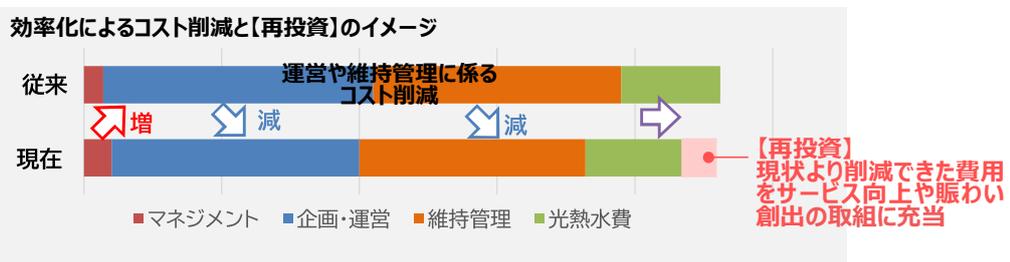
- ・中央公園～尼崎城址公園、その間の歩行者空間等の周遊を促す効果的な取組 (周遊性向上)
- ・滞在したくなるような空間の魅力化 (美装化、ベンチの設置、植栽等) (環境や景観面の改善)
- ・エリア一体としての広報・プロモーション実施によるPR効果、認知度向上 (情報発信)

削減されたコストの再投資

施設の一体的な維持管理による効率的な作業の実施

(発現させたい効果)

- ・スケールメリットによる作業の効率化
- ・無駄のないスタッフのローテーション、駐車場、駐輪場の無人化/省人化による人件費の削減
- ・清掃・除草等の管理水準の適正化



エリア全体を俯瞰した賑わい創出に関する具体的な取組案

●両公園(中央公園、城址公園)を活かす取組



地域で活動する人が中心となるマルシェ



百貨店等と連携した食にまつわるイベント



健康・スポーツプログラム

●複数施設で連携する取組



尼崎車庫ではんしんまつりとの連携



高架下商業施設等との相互送客

●エリアの回遊を促進する取組



エリア一体を活用したアートの展示イベント



尼崎を題材とした謎解きゲーム



ファーム施設と連携した尼崎～大物間の回遊施策



阪神電鉄主催のウォーキングイベント

当企業体が有する資源や関係性を活かした固有の取組を展開

阪神沿線や阪急阪神グループの保有コンテンツとの連携

ネットワークを活かした地域のステークホルダーとの協働

交通広告等を利用したエリア一体のプロモーション

●あまピク

地域で活動する人が中心となるマルシェ、公園自体の楽しみ方を知っていただくきっかけ作りや、芝生広場の有効活用を目的に、買い物だけでなく多様な活用を育む。



●尼涼祭

残暑が厳しい時期に「涼」を体感するというテーマのイベントを、尼崎城エリアと中央公園（2階デッキも含め）で同時開催することで、南北の回遊性の向上及び滞在時間の増加を図る。



■公園整備の目的・ねらい

- エリアの一層の賑わいづくりや魅力向上のために、公共施設の包括管理と合わせてハード面の整備を行い、相乗効果を発揮していくとともに、エリアの玄関に相応しいイメージ向上の象徴空間として、官民連携で中央公園を再整備し、エリア価値を高める。
- 隣接する大物駅周辺での、小田南公園へのタイガースファーム施設の移転とそれに伴う周辺の公園・緑地等の整備だけでなく、まちなかウォークアブル推進事業の目玉となるもう一つの拠点とする。

■現状の課題

<p>利用の制限 柵で囲われ、日常の利用が制限された広場</p> 	<p>ベンチ等なし 動線機能が優先され、ベンチ等が無い殺風景な園路</p> 
<p>茂った樹木 日光や内外からの見通しを遮るうっそうとした樹木</p> 	<p>東側デッキ上部 日常の滞留者が少なく、低利用状況の2階デッキ上部</p> 

整備イメージ

■全体イメージパース



市報あまがさき9月号特集より



本市が毎年度実施している市民意識調査で、「まちのイメージが良くなった」と答えた人の割合は上昇傾向が続いており、令和4(2022)年度には60%を超えました。その理由として、交流やにぎわいの拠点でありそのエリアの「顔」となる鉄道駅周辺を中心に、エリアごとの特徴を生かしたまちづくりを推進していることがあります。ハード面の整備はもちろん、「まちを使う」というソフト面の視点も大切に、市民の皆さんによりまちを使ってもらえるようさまざまな取り組みを進めています
 ☎1034867 区都市戦略推進担当☎6489-6620 ☎6488-8883



イベントなどの開催数

令和4(2022)年 **170**件 → 令和5(2023)年 **200**件 **大規模** イベントも増加中!

参加者数

令和4(2022)年 **3,000**人 → 令和5(2023)年 **1万2000**人 **にぎわい** も増加中!

駅前でのイベント **増加中**
 開催数も参加者数も

各年の4月~7月に阪神尼崎・出屋敷・大物・阪急塚口駅前で開催されたイベントなどの件数と参加人数(いずれも概数)

今後は、発信にも力を入れ、さらなるまちの魅力向上に取り組んでまいります。

「もっと知りたい!」なら、サイトをチェック!

尼崎に住むための情報サイト「AMANISM」では、暮らしに焦点を当て「尼崎に住みたい・住み続けたい」と思ってもらえるような情報を発信しています。
 鉄道駅13駅を基に市域を8つのエリアに分けて、各エリアの魅力や特徴の紹介に加え、イベント情報なども発信中! ぜひチェックしてください。



尼崎に住むための情報サイト

AMANISM
アマニスム



阪神尼崎駅周辺の取組はこちら <https://amagasaki-area.jp/>

阪神電鉄沿線活性化の取組はこちら <https://hanshin-enkachi.com/>

