

2026年6月12日
株式会社スマートバリュー

【実施報告】「GLION ARENA KOBE とともに拓く“神戸”の未来」 をテーマとしたハイブリッドセミナーを開催しました

株式会社スマートバリュー（本社：大阪府大阪市、取締役兼代表執行役社長：渋谷 順）は、株式会社 One Bright KOBE および株式会社ストークスと共催で、2026年5月25日（月）に、「GLION ARENA KOBE とともに拓く“神戸”の未来 ～開業1年目を終えて！～」をテーマとした、オフライン（会場）＋オンライン（ZOOM ウェビナー）のハイブリッドセミナーを開催しました。



「GLION ARENA KOBE」および「TOTTEI」の開業から1年。アリーナで生まれた賑わいは少しずつ、しかし着実に「神戸」のまちに浸透してきました。このような節目に開催された本セミナーでは、開業1周年の振り返りととどまらず、ホテル・百貨店・商店街・飲食など様々な立場で神戸のまちを牽引してきた豪華なゲストをお招きし、「これからの神戸のまちづくり」について熱い議論を交わしました。

当日はオフラインとオンラインのハイブリッド形式にて開催。地元・神戸の皆様から、全国各地のスタジアム・アリーナを基点としたまちづくりを計画されている自治体・事業者まで幅広い層の方々にご参加いただき、本テーマに対する注目度の高さがうかがえる結果となりました。

・登壇者と講演内容

■GLION ARENA KOBE の挑戦。開業 1 年目を終えて！

株式会社スマートバリュー 取締役 兼 代表執行役社長

株式会社 One Bright KOBE 代表取締役社長

株式会社ストークス 代表取締役社長 渋谷 順

株式会社 One Bright KOBE が運営を担う「GLION ARENA KOBE」「TOTTEI」、また B. LEAGUE 所属のプロバスケットボールチーム「神戸ストークス」について、この 1 年間の振り返りと実績を共有しました。

また、将来的な定住人口の減少を見据え「民間主導の主体者がリスクテイクしてまちづくりを推進していくこと」の重要性を強調するとともに、経済的な価値と社会的な価値を両立させ、アリーナ・コンテンツ・デジタル・ソーシャルも使いながら、来訪者がまちを回遊して消費する仕組みづくりについて語られました。

■アリーナからまちに「染み出す」～アリーナ基点での新たなまちづくり～

株式会社 One Bright KOBE コミュニティマネージャー 馬場 胡々路

アリーナを基点に、まちの中へ浸透・循環していくスマートシティの創出を目指したコミュニティ・プラットフォーム「Commons Tech KOBE」について、その構想と取り組み内容を共有しました。

来訪者のリアルタイムデータを収集・分析し、その結果を神戸のまちの事業者と共有・連携していく仕組みを構築していることを説明。その先に見据えている未来として、単なるデータ活用に留まらず、データでは測れないまちの熱量や歴史を掛け合わせ「50 年後も働きたいまち、遊びに来たいまちであり続ける」というビジョンが語られました。

・パネルディスカッション

パネルディスカッションでは、「GLION ARENA KOBE とともに拓く“神戸”の未来」をテーマに、登壇者それぞれの視点から議論を展開しました。以下、内容一部抜粋。

株式会社ホテルオークラ神戸 代表取締役社長 総支配人

石垣 聡 氏

アリーナ開業に伴い、日本人が神戸に来てくれるきっかけが増えたという面では非常にポジティブに感じている。しかしインバウンドの面では、大阪・京都に比べるとまだまだであると実感している。神戸は非常にコンパクトなまちで、人間関係もタイトだからこそ保守的な面もあるが、だからこそ GLION ARENA KOBE のような新しい存在が、揺さぶってくれることは非常にありがたい。インバウンドと日本人観光客、双方のバランスを意識しつつ「熱量」を持って取り組んでいきたい。

株式会社阪急阪神百貨店 執行役員 神戸阪急店長

杉崎 聡 氏

神戸阪急の強みは「立地の良さ」。神戸の一等地で事業をしていくからには、神戸のまちを楽しくする仕事をしていきたい。神戸には様々な強みがあるので、そのポテンシャルをいかせるようなコンテンツを百貨店としてパッケージング化していきたい。アリーナで開催しているイベントとのコラボレーションも、ぜひやっていきたい。百貨店としては、館内の回遊性を高めるための施策を日々必死に考えているので、その横展開も可能だと考えている。

神戸・三宮センター街1丁目商店街振興組合 副理事長
植村 一仁 氏

GLION ARENA KOBE や神戸ストークスによって、これからもっと流動性が高まっていけばいいなと感じている。神戸ストークスに限らず様々なスポーツで神戸のチームが良い成績を残しているのは非常によいことなので、センター街としても、それぞれのチームと連携しつつ新しいお客様を呼び込んでいきたい。

センター街もこれから再開発を控えている。神戸のまちがどういうまちなのかということを発信して、今ある良さをいかしつつ、新しいまちにしていきたいと考える。

三宮中央通りまちづくり協議会 理事・企画部長
永田 泰資 氏

アリーナができたこと一番大きな意味は「目的地ができた」ということ。そこから、どのように回遊につなげていくかが神戸全体の課題だと認識している。

アリーナは実際駅周辺から歩いてみるとそんなに遠くはないけれど、まだまだ心理的にはすごく遠く感じてしまうことも課題。その心理的距離をどう詰めるのかが重要だと考える。アリーナができて終わりではなく、そのリソースをどう使い、どう回し、どう資産に変えていくかについて、まち全体で取り組んでいくということが面白いと感じている。

南京町『老祥記』専務取締役 四代目
曹 祐仁 氏

神戸の南京町は、元々いた日本人と中国人が融合して成り立った背景があるため、和食・洋食・スイーツ・雑貨など、一言で中華とは括れない魅力がある。

近年は様々な方とコラボレーションをしており、神戸ストークスの試合の日にはユニフォームを着てプロモーションをする、春節祭にてチアの皆さんにパフォーマンスをしていただくなど、One Bright KOBE や神戸ストークスとも連携を深めてきた。

GLION ARENA KOBE は、神戸の中心からそれほど遠くないにも関わらず、まだまだ心理的距離があるという話があったが、行く回数を重ねるごとに、その心理的距離はどんどん短くなっているように感じる。

それをさらに短くするためには、三宮の駅と GLION ARENA KOBE を結ぶ道中に「楽しい寄り道」となれる場所があればよいのではないかと考える。One Bright KOBE がその取り組みの先導者になってくれることを期待する。

・ 参加者の感想（アンケートより抜粋）

【神戸の方々からの視点】

- ・ 地元のことなのに、まだ知らないことがたくさんあると気づかされ、非常に楽しい時間でした。神戸のために自分ももっと頑張ろうという刺激をいただきました。
- ・ 神戸の各業界を代表する企業がアリーナと手を組むことで、非常に大きなパワーが生まれると感じました。弊社としても何かしらの形でこの大きな渦に巻き込まれ、共に神戸を盛り上げていきたいです。
- ・ 『街に染み出す』というキーワードが非常に印象的でした。ユニフォームを着たファンが周辺地域を回遊する仕組みづくりや、そこから生まれる新たな経済効果に地元の事業者として大きな可能性を感じています。

- ・ 滞在型観光への転換は神戸全体の悲願であり、アリーナがその強力な推進力になることを確信しました。

【全国・他地域からの視点】

- ・ 神戸の街の発展に対して、これほど前向きに取り組まれている方々（登壇者）が集まっている姿が非常にうらやましく、エリアでの積極的な連携強化の重要性を再認識しました。
- ・ 単なるスポーツ施設の枠を超え、街全体のマーケティング（Commons Tech KOBE）を進めるといふ先進的な取り組みは、全国の自治体やアリーナ計画の非常に大きなロールモデルになると感じます。
- ・ 行政に依存せず、民間がリスクを取って地域を牽引するという渋谷代表の強い覚悟に刺激を受けました。オール神戸が一丸となっている姿は、他地域から見ても非常に強力なメッセージです。

・ 総括

本セミナーを通じ、深刻な人口減少社会に立ち向かうためには「民間が主体者となってリスクテイクしながら、自分たちのまちをつくっていく」という姿勢がいかに重要であるかが、改めて浮き彫りとなりました。

年間約 160 万人を動員するアリーナの集客力を一過性のものに終わらせず、いかにして神戸のまち全体の持続的な繁栄や経済循環へと繋げていくか。これはアリーナ単体の課題ではなく、行政や地域、事業者が一体となって取り組んでいかなければならないまち全体の大きなテーマです。

当社は、「神戸ストークス」の B. PREMIER（※）参入という新たな転換期を見据えつつ、今後もまちの皆様との連携をより一層深めながら、10 年後、50 年後も愛され続ける神戸の未来を、一步ずつ着実に積み上げていく方針です。

そして、この神戸の地から生まれる「アリーナ基点の地域創生モデル」を次世代のスタンダードとして、広く全国の地方都市へ波及・展開させていくことを目指してまいります。

（※） B. PREMIER

男子プロバスケットボール「B.LEAGUE」が 2026-2027 シーズンからスタートさせる、新たなリーグ構造の最上位カテゴリー。従来の勝敗（競技成績）中心の昇降格制度から、入場者数や売上高、アリーナの基準など「経営力」を重視した審査によって参入クラブが決定される。

株式会社スマートバリュー 会社概要

名称	株式会社スマートバリュー
代表	取締役兼代表執行役社長 渋谷 順
所在地	大阪府大阪市中央区安土町 3 丁目 5-13 本町ガーデンシティテラス 12F WeWork 本町内
設立年月	1947 年 6 月
資本金	1,044,944 千円（2025 年 6 月末現在）
上場市場	東証スタンダード市場（証券番号：9417）
事業内容	クラウドソリューション事業
公式 HP	https://www.smartvalue.ad.jp/

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社スマートバリュー 社長室 Division 大門・松山

TEL : 06-6227-5577 MAIL : info@g.smartvalue.ad.jp

お問い合わせフォーム : <https://www.smartvalue.ad.jp/contact/>