

平成 24 年 6 月
宝塚市（兵庫県）

全体総括

○計画期間；平成 20 年 3 月～平成 24 年 3 月（4 年 1 ヶ月）

1. 計画期間終了後の市街地の状況（概況）

認定された基本計画に基づき、『訪れてみたいまち、暮らしやすいまち、いきいきと活動できるまち宝塚』を目指して各種事業を実施してきた。

本市は、宝塚歌劇や手塚治虫記念館などの地域資源を活かした都市の魅力づくりと、地域のニーズに即した商業・サービス機能の充実、駅前や施設のバリアフリー化などによる市民生活の質の向上、市民、商業者、学生等の連携による「市民力」の発現に努めてきた。

中心市街地の主な集客施設の集客数については、それぞれ各施設で様々なイベントの取り組みが企画されたが、計画通りの回数が実施できなかったことや、PR 不足等もあり、集客数は基準値を下回る結果となっている。また、新たな宝塚文化の発信基地として平成 21 年度に開設された宝塚文化創造館も開設時は春・秋開館、平成 22 年度は土日曜、祝日限定の開館にとどまっていたが、平成 23 年 7 月からは通年開館し、集客増に向けて宝塚音楽学校の一年間を追った写真や授業で使用された教材の展示や、普段では見ることでできない実際の授業風景や課外授業などを鑑賞できる施設として、すみれミュージアムを整備したほか、ホール（講堂）、バレエ教室、日舞教室が一般利用の可能な施設として、広く市内外に PR に努めるとともに各種事業を展開してきたが目標数値までには至らなかった。今後も引き続き宝塚文化の発信基地として活用を図り、集客増に向け取り組んでいく。

アピアテナントミックス事業に取り組んだ宝塚まちづくり㈱は、不況の影響もありテナント誘致が思うように進まず経営が悪化し、平成 21 年 2 月に破産手続開始決定を受け手続きを終えている。宝塚まちづくり㈱の所有する店舗床は、地元の有志が設立した新会社に譲渡され、再生に向けた取組みにより、アピア 1・2 においては、音楽やダンスのサテライトスクールや、家電量販店が入店し空き店舗は若干減少している。空き店舗はアピア 3 については、依然として増加しているものの、㈱関西都市居住サービス等において、新たな床活用策が検討されているところである。

市民自らが「いきいきと活動できる」まちの数値目標として設定した NPO による事業数は着実に増えた。これは NPO とボランティア団体等との協力体制が旨く機能したことにより、市民の自己実現の達成や地域での生きがいを見出すなど、「暮らしやすさ」に大きく貢献し、まちの活性化につながった。また、少子高齢化が進展する中、中心市街地やその周辺において行政等が行うサービスに加え、NPO 法人が実施する様々な活動がプラスとなり、まちの賑わい創出に大きく寄与している。

2. 計画した事業は予定どおり進捗・完了したか。また、中心市街地の活性化は図られたか（個別指標毎ではなく中心市街地の状況を総合的に判断）

基本計画で計画していた事業は、総事業 38 事業のうち、JR 宝塚駅周辺整備事業や宝塚文化創造館整備事業など 19 事業が完了し、商業活性化のソフト事業 14 事業が継続実施中で、サンビオラ三番館建て替え事業など 2 事業が未完了、3 事業が未着手となったが概ね完了させることが出来た。

主な整備事業

- ①アピアリニューアル事業（Club アピア事業を含む）
- ②宝塚文化創造館整備事業（同公園及び周辺道路整備を含む）
- ③JR 宝塚駅周辺整備事業

上記整備事業のうち、特に、宝塚・宝塚南口地区で実施した JR 宝塚駅周辺整備事業については、JR 宝塚駅橋上化事業や阪急宝塚駅・JR 宝塚駅をつなぐペDESTリアンデッキのバリアフリー化、JR 宝塚駅側エレベーターの設置、駅前交通広場の整備など、宝塚の玄関口が整備されたことにより、人の往来がしやすくなるなど賑わいが創出され、中心市街地の活性化は図られた。

3. 活性化が図られた(図られなかった)要因(宝塚市としての見解)

活性化は、行政だけでも、商工団体だけでも果たすことは難しいため、多様な人々の参加を促し中心市街地全体の活性化への機運を高めるべく、市民、商業者、大学などが連携し行ってきた宝塚武庫川灯籠流しや宝塚スプリングフェスタなど様々なイベントで活性化に取り組んできた。一方、文化芸術とてなしの心あふれる訪れてみたいまちの集客施設の集客数について、それぞれの施設において様々な事業に取り組んではきたが、ソフト事業が旨くいかなかったことや施設そのものに対するPR不足が響いたこと、また、宝塚文化創造館においては施設利用団体等を対象とした説明会・研修会が出来なかったため集客増には繋がらなかった。

また、計画期間中には阪急西宮ガーデンズ(H20.11)や、イオンモール伊丹昆陽(H23.3)、大阪梅田地区の大規模商業施設(H23.5)など大型商業施設が相次いで開業しており、買い回り品を中心にその影響を受けたことなどにより活性化が思うように図ることができなかった。

中心市街地内の各駅前商業施設はいずれも市街地再開発事業等により整備されたもので、核店舗床と細かく区分所有された店舗からなる商業施設であるため、共存共栄のスタイルをとっている中で核店舗が撤退するといった環境の変化に対して個店では機敏に対応しにくいといった特性も要因の一つとして考えられる。

4. 中心市街地活性化協議会として、計画期間中の取組をふり返ってみて(協議会としての意見)

具体的な取組については概ね進めてこられたものと考えている。しかしながら、宝塚まちづくり(株)の経営破綻や当初の数値目標に到達しない事業など、課題や問題点も残っている。

今後、特に行政は第5次総合計画のもと、「訪れてみたい」「暮らしやすい」コンパクトなまちを支える「市民力の発現」を支援し、市民が「いきいきと活動できるまち」の具現化を目指すべく、協議会メンバーは、各々その実現に向けて意識を新たに努力しなければならない。

5. 市民意識の変化

中心市街地の活性化状況について、平成24年5月に中心市街地内においてヒアリングによる意識調査を実施した。

◇調査期間

平成24年5月

◇調査場所

宝塚市の各主要駅前(宝塚、宝塚南口、逆瀬川 他)及び中心市街地周辺にてヒアリング

◇調査方法

聞き取り調査

◇調査項目

中心市街地の状況について、「認定中心市街地活性化基本計画」に基づく各事業の実施前と実施後の状況について、市民に直接意識の変化を把握するため、中心市街地の活性化目標に基づき、①文化・芸術面からみたまちの様子②商業・サービス業が充実した暮らしやすい「コンパクトなまち」の様子③市民がいきいきと活動できるまちの様子 の3項目について聞き取りを行った。

◇サンプル数

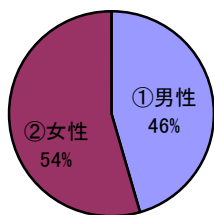
156名

<回答者の性別と年齢>

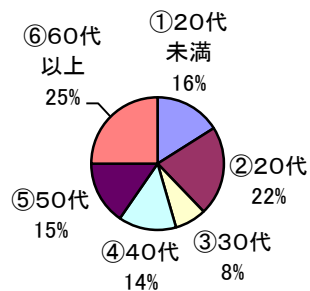
性別	計
男性	71
女性	85
計	156

年代	計
20代未満	25
20代	34
30代	12
40代	22
50代	24
60代以上	39
計	156

性別



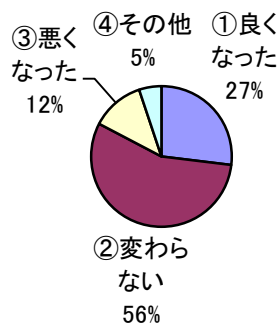
年齢グラフ



調査項目 1 <文化・芸術ともてなしの心あふれる「訪れてみたい」まちについて>

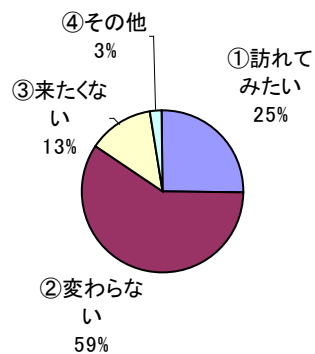
(1) 文化芸術面から見たまちの様子について

まちの雰囲気は変わりましたか



(2) あなたにとって

まちに訪れてみたいと思うようになりましたか



(1) 文化芸術面から見たまちの様子について

まちの雰囲気は変わりましたか

まちの雰囲気について、良くなったと答えた人は 27%、変わらないと答えた人が 56%、逆に悪くなったと答えた人が 12%、その他が 5%であった。文化・芸術面の変化は人によって受け取り方が異なっていることが伺える。

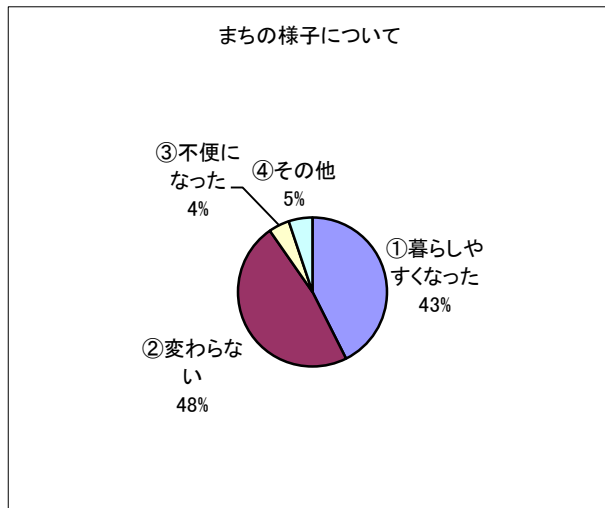
(2) あなたにとって

まちに訪れてみたいと思うようになりましたか

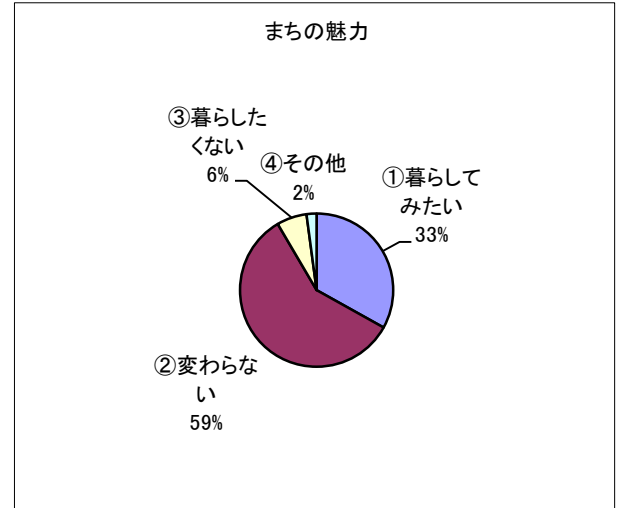
訪れてみたいと答えた人が 25%、逆に来たくないと答えた人が 13%、約 6 割の人が変わらないと答えている。

調査項目 2<商業・サービス業が充実した「暮らしやすい」コンパクトなまちについて>

(1)まちの様子について



(2)あなたにとって



(1)まちの様子について

まちの様子について

暮らしやすくなったと答えた人が43%、逆に不便になったと答えた人は5%、約5割の人が変わらないと答えている。

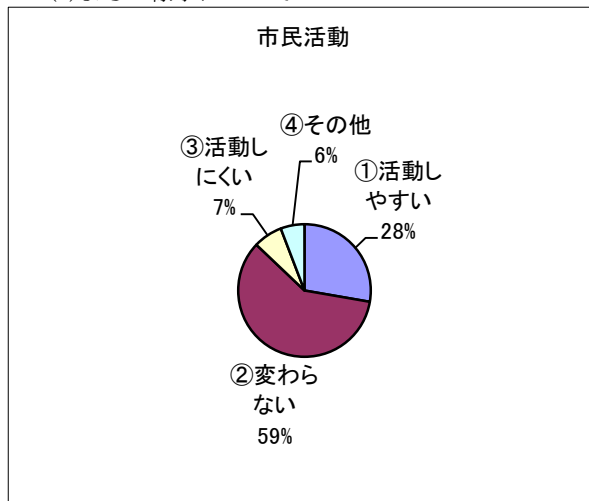
(2)あなたにとって

まちの魅力

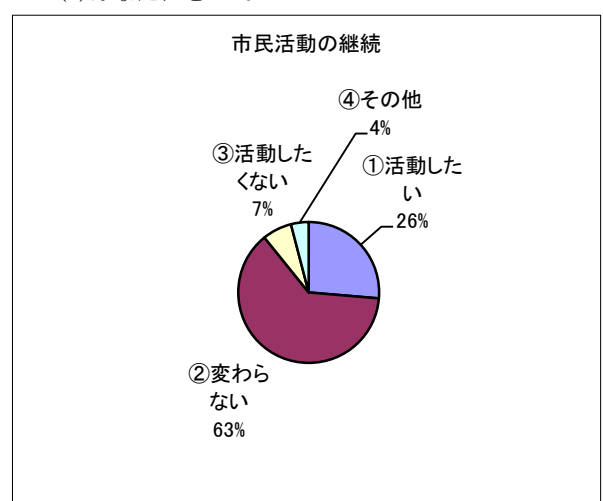
暮らしてみたいと答えた人が33%、逆に暮らしたくないと答えた人が6%、変わらないと答えた人が約6割であった。

調査項目 3<市民自らが「いきいきと活動できる」まちについて>

(1)まちの様子について



(2)あなたにとって



(1)まちの様子について

市民活動

市民活動について、活動しやすいと答えた人が28%、逆に活動しにくいと答えた人が7%、変わらないと答えた人が約6割であった。

(2)あなたにとって

市民活動の継続

今後も続けて活動したいと思う人が26%、逆に活動したくないと答えた人が7%、変わらないと答えた人が約6割であった。

～市民意識調査をふりかえって～

「訪れてみたい」まちの面において、宝塚歌劇や中山寺、清荒神、手塚治虫記念館、宝塚観光花火大会など、外客誘致に大きく寄与するものについては、集客数はここ数年減少傾向となっているが、それぞれの施設のPRや各種施策については一定の評価をされているものと思われる。

駅の橋上化や再開発ビルのリニューアル、民間のマンション建設なども相俟って、住環境に対しては暮らしやすくなったと感じている反面、商業環境はあまり変わらないと感じている。また、宝塚の文化イメージと商業イメージとのギャップを強く感じる層と、昨今の景況感から安価な生活・利便性重視の暮らしにメリットを感じている層との2つに分かれているものと思われる。

アンケート全体としては、どの項目においても約5～6割の人が「変わらない」と答えているのが目立つ。<商業・サービス業が充実した暮らしやすいコンパクトなまちについて>のまちの様子について、43%の人が「暮らしやすくなった」と答えていることや、あなたにとって「まちの魅力」の中で「暮らしてみたい」と答えた人が33%いたのが明るい材料である。

学生の地域活性化活動への参加意欲や高齢者の市民活動への参加意欲の高い本市においては、行政や事業者の役割として、多世代の交流や情報の受発信を効率かつ効果的に行うことが期待されていると思われる。今後とも、持続可能な施策を民・産・学・公が連携して実施していくことが最も重要と考える。

6. 今後の取組

中心市街地活性化基本計画は平成24年3月で終了したが、たからづか都市計画マスタープラン（2012）で市内外から多様な人々が集う「都市核」として、中心市街地を位置づけている。観光集客施設や商業施設、公共施設が集積し、本市の「顔」として都市イメージを象徴する場所であるとともに、重要な拠点となっている。

J R・阪急宝塚駅から宝塚南口駅周辺エリアは、宝塚歌劇をはじめとする広域圏を対象とした観光・文化拠点であるとともに、市民と来訪者が集い、交流する拠点と位置づけ、多様な集客拠点にふさわしい複合的な都市機能の集積を図っていく。また、逆瀬川駅から市役所周辺エリアは、市役所をはじめ公共公益施設が集積する立地特性を生かし、地域型の商業・業務施設や都市福利施設の集積を図っていく。

基本計画の作成に取組んだ平成18年から見ると、中心市街地の状況や社会情勢も大きく変化してきていることから、これら状況の変化等を踏まえながら、今後、中心市街地活性化基本計画での新しい魅力の創出に取り組んできた経験を活かして、引き続き中心市街地の活性化に取り組んでいく。

（参考）

各目標の達成状況

目標	目標指標	基準値	目標値	最新値		達成状況
				(数値)	(年月)	
文化・芸術とともなしの心あふれる「訪れてみたい」まち	中心市街地の主な集客施設の集客数(千人)	1, 778 (H18)	2, 000 (H23)	1, 523	(H23)	c
商業・サービスが充実した「暮らしやすい」コンパクトなまち	小売業年間販売額(百万円)	41, 123 (H18)	43, 000 (H23)	43, 340	(H23)	a
商業・サービスが充実した「暮らしやすい」コンパクトなまち	駅前商業施設の空き店舗率(%)	16.3 (H18)	9.5 (H23)	29.0 (H23)	(H23)	c
市民自らが「いきいきと活動できる」まち	NPO が実施する事業の数	30 (H18)	90 (H23)	98 (H22)	(H22)	A

注) 達成状況欄 (注：小文字の a、b、c は下線を引いて下さい)

A (計画した事業は概ね予定どおり進捗・完了。さらに、最新の実績でも目標値を超えることができた。)

a (計画した事業は予定どおり進捗・完了しなかった。一方、最新の実績では目標値を超えることができた。)

B (計画した事業は概ね予定どおり進捗・完了。一方、最新の実績では基準値を超えることができたが、目標値には及ばず。)

b (計画した事業は予定どおり進捗・完了しなかった。また、最新の実績では基準値を超えることができたが、目標値には及ばず。)

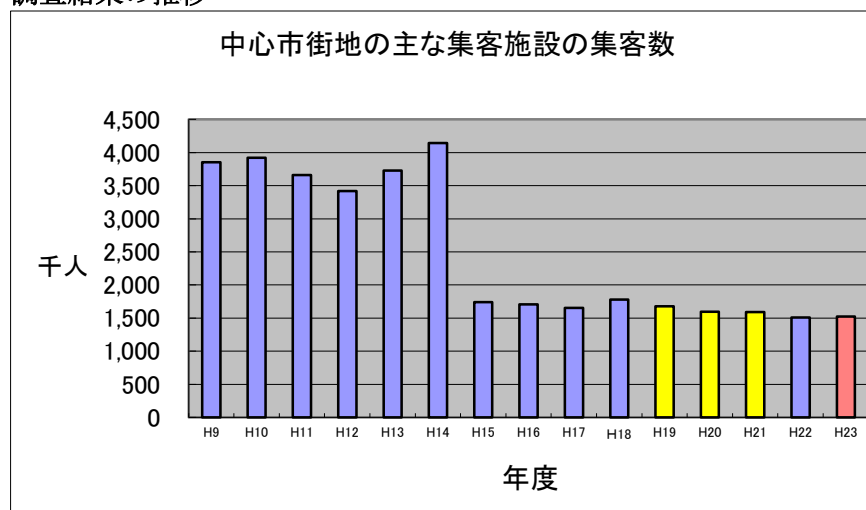
C (計画した事業は概ね予定どおり進捗・完了。一方、最新の実績では目標値および基準値にも及ばなかった。)

c (計画した事業は予定どおり進捗・完了しなかった。また、最新の実績では目標値および基準値にも及ばなかった。)

I. 目標「(文化・芸術とものなしの心あふれる「訪れてみたい」まち)」

「中心市街地の主な集客施設の集客数（千人）」※目標設定の考え方基本計画 P53～P56 参照

1. 調査結果の推移



年	(千人)
H18	1,778 (基準年値)
H19	1,677
H20	1,593
H21	1,591
H22	1,507
H23	1,523 (目標値 2,000)

※調査方法；県観光客動態調査に使用する該当集客施設入込数

※調査月；平成24年1月

※調査主体；宝塚市

※調査対象；中心市街地の主な集客施設（宝塚歌劇、手塚治虫記念館等）

総括コメント

平成15年度以降、年間160万人前後の集客数で推移している。平成22年度までは、毎年微減であったが、宝塚温泉が40,000人増えたことや手塚治虫記念館・ナチュラルスパの微増により、基準年以降、始めて16,000人増となっている。

ナチュラルスパ宝塚は、自然食材と水にこだわったオーガニックレストランをリニューアルオープンし、平成22年度は利益還元型イベントとしてワンコインデー（500円）の実施などに取り組んだが、平成22年度は5000人、平成23年度は4000人が増えたのみで当初の50,000人の集客増には至らなかった。しかしながら、宝塚温泉の集客数が4万人と多くの人を呼び込み、街の活性化の一因となる手助けとなっている。計画事業自体では集客数の数字が大きく伸ばせなかったのは反省するところである。

2. 目標達成に寄与する主要事業の計画終了後の状況(事業効果)

①. 宝塚市立宝塚文化創造館（宝塚音楽学校旧校舎）整備事業（宝塚市）

支援措置名及び支援期間	まちづくり交付金事業 支援措置時期：平成17年～平成20年度
事業開始・完了時期	平成17年～平成20年度
事業概要	宝塚歌劇のメモリアル、芸術・文化再生・創造の拠点としてのミュージアムや広場の整備を行う。
目標値・最新値	105,000人・5,302人
達成状況	平成21年3月、宝塚音楽学校旧校舎の敷地1,000平方メートル、延べ床面積1,253平方メートルを整備し、企画展示やコンサート、一般向けの貸し出しを行ったが目標数値には達成できなかった。
達成した（出来なかった）理由	宝塚歌劇にかかる常設展示・企画展示の観覧などを計画したがPR不足等の影響により予定通りできなかったことにより達成できなかった。
計画終了後の状況（事業効果）	芸術・文化活動に関わる市民の活動の場として、また、宝塚文化の発信基地となるよう事業展開に努めているが、特定の人や団体の利用に留まっており、賑わいを創出するまでには至っていない。
宝塚市立宝塚文化創造館整備事業の今後について	整備事業は完了したが、引き続き、施設利用率の向上を目指し、市民ボランティアや、市民プロデューサーを育成・登用するなど、市民が利用しやすい施設となるよう検討していく。

②. 宝塚市立宝塚文化創造館（宝塚音楽学校旧校舎）管理運営事業（宝塚市）

支援措置名及び支援期間	支援措置なし
事業開始・完了時期	平成20年～平成23年度
事業概要	常設・企画展示場の運営、自主講座の開催等を行う。
目標値・最新値	45,000人・4,698人
達成状況	平成23年度は年間3万人の来館を見込んでいたが、達成することが出来なかった。
達成した（出来なかった）理由	平成23年7月からは指定管理者に委託し通年開館としたが、開催日数が少なかったことや、音楽学校の卒業写真や歴代公演ポスター、有名作品の衣装など常設展と映像をメインとした企画展などを開催したが、PR不足もあり目標を達成することが出来なかった。
計画終了後の状況（事業効果）	計画終了後も宝塚歌劇の舞台裏の紹介や歌劇が出来るまでの様子について上映したり、歌劇演出家の直筆台本の展示や、朗読会の開催などの事業が展開され、文化交流の拠点施設として利用に供しているが、PR不足もあり利用者も少なく、賑わいを創出するまでには至っていない。
宝塚市立宝塚文化創造館管理運営事業の今後について	今後は、宝塚歌劇団OG等への積極的な呼びかけや、市民等に対する展示観覧やホールでの文化的なイベント利用につながる誘客PRや施設利用を希望する団体への支援・誘導策を考えるなど、引き続き、利用者増に努めていく。

③. アニメによる海外観光客誘致事業（宝塚市）

支援措置名及び支援期間	支援措置なし
事業開始・完了時期	平成19年～平成23年度
事業概要	国際的なアニメーションフェスティバル等に参加し、宝塚市立手塚治虫記念館を広くアピールする。
目標値・最新値	20,000人・5,780人
達成状況	平成19年度には、国土交通省中国運輸局等による「アニメーションによるインバウンド連携事業」に参加し、韓国からアニメ制作関係者を手塚治虫記念館に招聘した。また、関西の主要都市9市で構成する「関西魅力発信事業実行委員会」事業として、平成19年度は欧米メディア関係者を同館に招聘し、20年度は香港ITE出展及び台湾での観光プロモーション、21年度はフランス語版パンフレット作成・配布を行い、平成22年度は、上海万博にてPR活動を行った。さらに、平成23年度は、兵庫県を通じて中国と韓国の旅行者へのPRを実施し、海外からの観光客の誘致に努めたが、目標数値には至らなかった。
達成した（出来なかった）理由	各種連携事業への参加や県との連携に努めているが、各国に対する強力なアピールが行き届かなかったため、目標数値を達成することが出来なかった。
計画終了後の状況（事業効果）	国際的なアニメーションフェスティバルへの参加や、上海万博でのPR等の実績をつくってきたが、賑わいを創出するまでには至らなかったため、引き続きアニメによる海外観光客誘致に努めている。
アニメによる海外観光客誘致事業の今後について	若年層の観光客を誘致するため、現在世界的に広がりを見せているアニメ文化を市内に展開させ、芸術・文化のまち、宝塚に新しい文化の風を入れる。 また、「ベルサイユのばら」で第2ブームを呼んだ宝塚歌劇や手塚治虫記念館がある宝塚を“アニメのまち”として発展させるため、誘致事業にあわせて、アニメの観光まちづくり事業を推進していく。

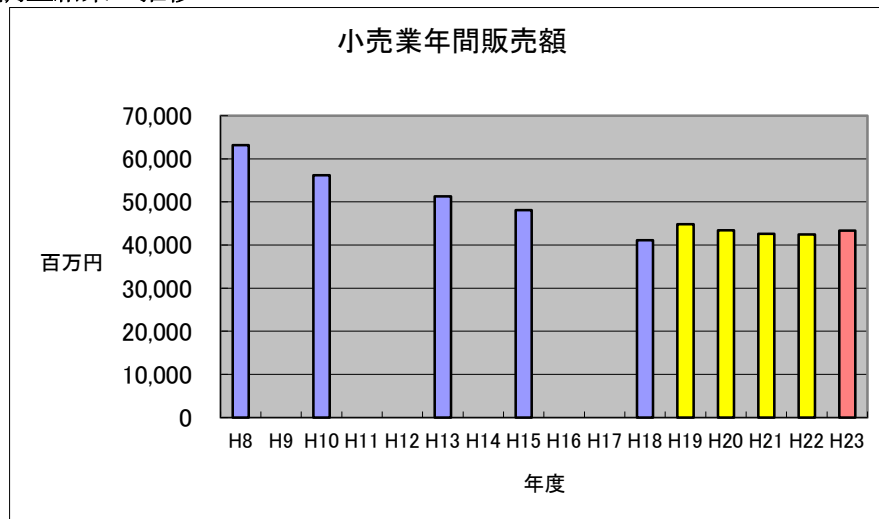
3. 今後について

宝塚歌劇や手塚治虫記念館といった、全国でも有名な施設を宝塚では地域資源として所有しており、今後も、この地域資源を活かした独自のイベントや割引キャンペーンの実施、地域イベント（六甲全山縦走大会 おもてなし事業等）との積極的な連携を図り、回遊を創出するソフト事業を展開してい。

II. 目標「商業・サービスが充実した「暮らしやすい」コンパクトなまち

「小売業年間販売額（百万円）」※目標設定の考え方基本計画 P58～P61 参照

1. 調査結果の推移



年	(百万円)
H18	41,123 (基準年値)
H19	44,837
H20	43,411
H21	42,595
H22	42,474
H23	43,340 (目標値 43,000)

※調査方法；郵送による調査

※調査月；平成24年3月

※調査主体；宝塚市

※調査対象；中心市街地内大型店舗

総括コメント

本市小売業年間販売額は、平成18年の基準年以降全て基準値を上まわっており、平成23年度には、民間と連携を図りつつ目標数値には達成することが出来た。しかし、主要な事業等が効果的に実施出来なかったのは、反省するところである。

2. 目標達成に寄与する主要事業の計画終了後の状況(事業効果)

①. アピアテナントミックス事業（宝塚まちづくり㈱）

支援措置名及び支援期間	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金 支援措置時期：平成19年度
事業開始・完了時期	平成19年度完了
事業概要	市街地再開発ビルの区分所有形態を見直し、大規模なテナントミックスを実施する。
目標値・最新値	5,303百万円・ー
達成状況	破産手続が終了し、関係者による再生に向けた取り組みにより、Club アピア 予定場所に音楽やダンスのサテライトスクールや理科実験教室、障がい福祉の相談所などが開設している。このほか家電量販店の入店など徐々にではあるがアピア1・2の空床は解消しつつある。
達成した（出来なかった）理由	宝塚まちづくり㈱はリニューアル事業を行い、再開発ビルアピア1・2は平成20年4月4日にリニューアルオープンしたが、不況の影響もありテナント誘致が進まず、宝塚まちづくり㈱の経営が悪化し、平成21年2月に破産手続を取った。同社所有床は平成21年11月に区分所有者の有志が設立した新会社に譲渡され、平成22年2月に破産手続は終了した。
計画終了後の状況（事業効果）	新会社やビル管理会社などが連携し、テナント誘致など再生に向けた取り組みが行われている。
アピアテナントミ	引き続き、アピア1・2及びアピア3の空き床解消に向け新会社、ビル管

ックス事業の今後について	理会社と連携しテナント誘致に努めていく。
--------------	----------------------

②. 駐車場共通利用サービス事業

支援措置名及び支援期間	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金 支援措置時期：平成20年度
事業開始・完了時期	平成20年度
事業概要	商業施設ごとに所有・管理している駐車場等の共通利用サービスシステムを構築し、一体的に運営する。
目標値・最新値	84百万円・ー
達成状況	活性化対策会議等で検討をしていたが、達成することが出来なかった。
達成した（出来なかった）理由	実施主体である宝塚まちづくり(株)の経営破綻により事業化することができなかった。
計画終了後の状況（事業効果）	宝塚まちづくり(株)の経営破綻後、新会社に譲渡され再生に向けた取り組みがなされているが、本事業については検討されていない。
駐車場共通利用サービスの今後について	空き店舗が増えている中、空き店舗解消に向けた取り組みがなされているが駐車場共通利用サービス事業の事業化について現状では困難である。

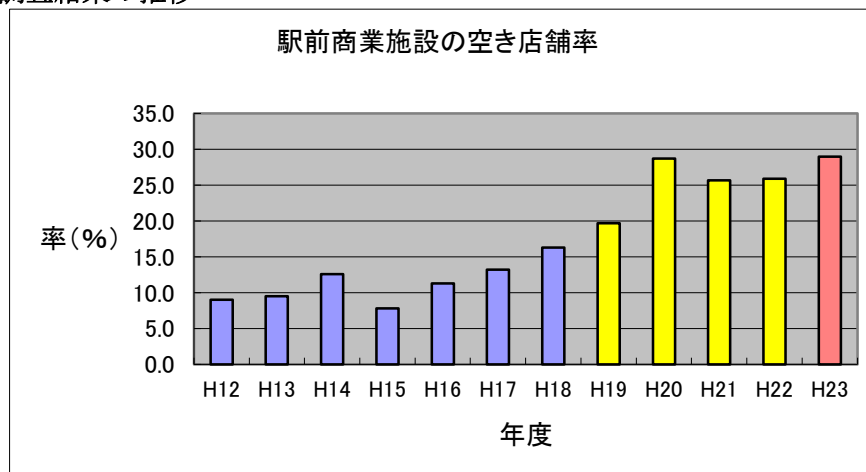
3. 今後について

駐車場共通利用サービス事業の事業化は困難と考える。今回の小売販売額が目標数値を達成した理由としては、大型店舗2店舗の売り上げが伸びたことが要因とされる。引き続き、毎年、空き店舗数及び大型店の小売販売額等について実態把握を行い、施設毎の空き店舗率や、大型店の小売販売額を算出し、その結果に応じて施策の改善等今後の事業展開について検討していく。

Ⅲ. 目標「商業・サービスが充実した「暮らしやすい」コンパクトなまち」

「駅前商業施設の空き店舗率」※目標設定の考え方基本計画 P62～P63 参照

1. 調査結果の推移



年	(%)
H18	16.3 (基準年値)
H19	19.7
H20	28.7
H21	25.7
H22	25.9
H23	29.0 (目標値 9.5)

※調査方法；駅前商業施設へのヒアリング

※調査月；平成24年2月

※調査主体；宝塚市

※駅前商業施設のうち、サンビオラ3番館については、建て替えに伴う閉鎖店舗を空き店舗として計上している（平成19年度以降発生）。なお、建て替えに伴う閉鎖店舗を店舗数から除外した場合の空き店舗率は、H19年10.5%、H20年15.2%、H21年11.7%、H22年11.9%、H23年15.5%となる。

※調査対象；駅前商業施設

総括コメント

駅前商業施設の空き店舗率については、平成20年度をピークとして一旦空き店舗率は低くなったが、平成23年度には宝塚地区の花のみちセルカ等に空き店舗が増え増加となった。

逆瀬川地区のアピオテナントミックス事業による大規模なテナントミックスの実施や、テナントミックス

管理事業による地域ニーズに適合した不足業種等の再配置や空き店舗への家賃補助等を行ってきたが、目標値及び基準値にも及ばなかった。

2. 目標達成に寄与する主要事業の計画終了後の状況(事業効果)

①. テナント・ミックス管理事業（ソリオ宝塚都市開発㈱、宝塚まちづくり㈱、㈱関西都市居住サービス、沿道商業者、まちづくりNPO法人）

支援措置名及び支援期間	中心市街地商業活性化基金助成事業（兵庫県） 支援措置時期：平成20年～平成23年度
事業開始・完了時期	平成19年～平成23年度
事業概要	地域のニーズに応じた不足業種の再配置と空き店舗への入居支援、適切な床配置等を行う。
目標値・最新値	△33店舗・△60店舗
達成状況	アピオ3において、平成23年3月に店舗を1・2階に集約するリニューアルが行われ施設名称を「カルチェ・ヌーボ」として再スタートした。また、大型店舗が1階に移り空き店舗となった地下2階では、新たなプロジェクトとして「マイ野菜市民農園」「旨いもん市場」（平成24年5月閉鎖）、「宝塚メディア図書館」が開設され活性化に取り組んできたが、目標数値には達成することが出来なかった。
達成した（出来なかった）理由	空き店舗対策として、地域のニーズに応じた不足業種等の再配置等に努めたが、入居が進まなかったため、目標数値を達成できなかった。
計画終了後の状況（事業効果）	メディア図書館やマイ野菜市民農園が入居し、これまでになかった業種を配置することができたが、賑わいや活性化を創出するまでには至っていない。
テナント・ミックス管理事業の今後について	平成23年度からは従来の家賃補助制度にチャレンジショップ助成を加え、空き店舗対策が実施されており、引き続き、空き店舗対策に取り組んでいく。

3. 今後について

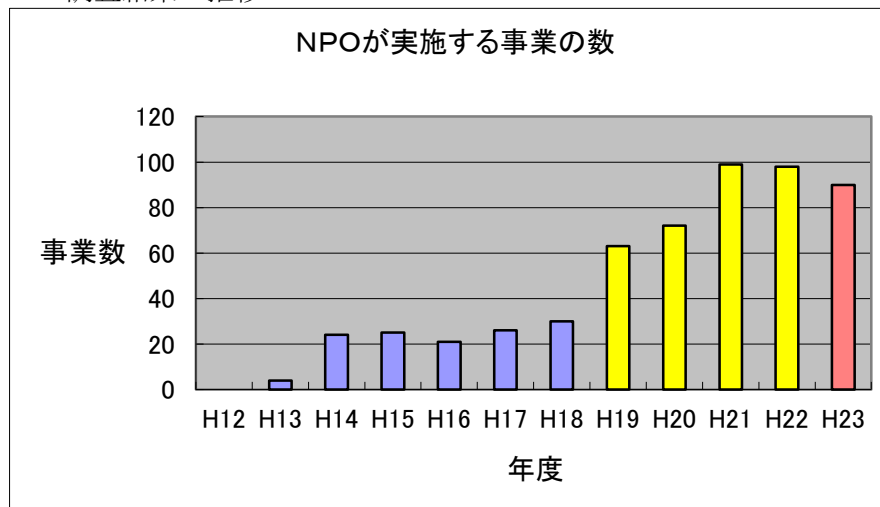
宝塚地区では、空き店舗率が3.8%で推移していたが、花のみちセルカの空き店舗が増えたため10.1%と6.3ポイント増える結果となっている。宝塚南口地区では、サンビオラ1番館、2番館の空き店舗は現状で推移すると考えられるが、3番館の建替後の入店状況が及ぼす影響が大きく、現在は3番館の全76店舗を空き床として扱っているが、平成24年8月以降の竣工により予定店舗が入店した場合は、76店舗の空き床が解消したことになり空き店舗率は5.3%に改善されることとなる。逆瀬川地区では、アピオ1・2は現状維持若しくは改善すると考えられるが、アピオ3は、商業床の8割を所有する会社により、新たな床活用策に向けて他の区分所有店舗の買い取り交渉が行われている状況である。

空き店舗解消に向け、引き続き、入居等支援する制度の充実及び積極的なPRを行い、空き店舗解消に向け取り組んでいく。

IV. 目標「市民自らが「いきいきと活動できる」まち」

「NPO が実施する事業の数」※目標設定の考え方基本計画 P64～P65 参照

1. 調査結果の推移



年	(事業)
H18	(基準年値) 30
H19	63
H20	72
H21	99
H22	98
H23	(目標値 90) H25. 2 月頃確定

※調査方法；各NPOが県に提出する事業報告書

※調査月；2月

※調査主体；宝塚市

※調査対象；中心市街地区域内に事業所を持つNPOが同区域内で実施した事業数

総括コメント

NPO法人の実施する活動事業数は、年々増加しており、平成21年度に目標値をクリアし、平成22・23年度もその水準を維持している。

計画策定以降、NPOの活動事業数は毎年増加し、平成22年度の数値は目標値を達成することが出来た。しかし、この間における宝塚まちづくり(株)の破産に伴い、Club アピア事業による活動拠点の整備や活動支援は計画通り実施できなかったが、平成23年7月から宝塚文化創造館が通年開館し、新たな活動拠点にしていくとともに、市では人材育成のための市民活動促進支援事業や協働のまちづくり公募補助金による活動支援を行っている。

2. 目標達成に寄与する主要事業の計画終了後の状況(事業効果)

①. 宝塚市立宝塚文化創造館（宝塚音楽学校旧校舎）整備事業（宝塚市）（再掲）

支援措置名及び支援期間	まちづくり交付金事業 支援措置時期：平成17年～平成20年度
事業開始・完了時期	平成17年～平成20年度
事業概要	宝塚歌劇のメモリアル、芸術・文化再生・創造の拠点としてのミュージアムや広場の整備を行う。
目標値・最新値	5件・0件
達成状況	平成21年3月、宝塚音楽学校旧校舎を活動拠点として整備したが、利用がなく達成することが出来なかった。
達成した（出来なかった）理由	NPO活動に必要な事業企画や運営能力などのスキルを研修・実習する市民活動促進支援事業を実施し事業数の増加を図ったが、PR不足等の影響により達成できなかった。
計画終了後の状況（事業効果）	活動拠点を整備したが、利用がなかったため、賑わい創出に繋がらなかった。
宝塚市立宝塚文化創造館整備事業の今後について	文化創造館は、宝塚の芸術を育む土壌があり、今後もNPO事業の利用者増に向け、PR等を積極的に行っていく

②. Club アピア事業（宝塚まちづくり㈱）

支援措置名及び支援期間	戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金
事業開始・完了時期	平成19年～平成21年度
事業概要	市民の活動及び交流の場を整備し、企画・運営を行なう。
目標値・最新値	目標値：5件 最新値：－
達成状況	アピア1の4階にClub アピアを整備し平成20年4月にオープンし、地域住民の生活・サービスの拠点としての運営計画を策定するとともに、会員拡大に向けたPRやイベントを通じて商業者と市民とのコミュニケーションを図った。
達成した（出来なかった）理由	宝塚まちづくり㈱は、平成19年度に戦略的中心市街地商業等活性化支援事業費補助金を受け入れ、アピア1の4階にClub アピアを整備し事業を開始したが、同社の破産に伴い平成21年9月Club アピアは閉鎖された。
計画終了後の状況（事業効果）	Club アピア事業が終了した後も、その趣旨に沿った形で、音楽、ダンス、英語などの生涯教育の場として利用されている。
Club アピア事業の今後について	この床は、破産手続きにおいて区分所有者の有志が設立した新会社に譲渡され、新たに音楽やダンスのサテライトスクールや障がい福祉の相談所などが開設されている。

②社会実験等（宝塚市、まちづくり活動団体（商業者、自治会、大学等2者以上の連携によるもの）

支援措置名及び支援期間	まちづくり交付金事業
事業開始・完了時期	平成17年～平成21年度
事業概要	地域の活性化等に資する市民活動への支援を行い、担い手の発掘や育成を行なう。
目標値・最新値	90件・98件
達成状況	平成17年度及び18年度にはオープンカフェや足湯体験などの社会実験を実施した。平成19年度から21年度までは補助金制度を設け、次の活動に対して補助金を支出した。宝塚武庫川灯籠流し、ビジネスサポート事業、六甲全山縦走大会おもてなし事業、アピア3観光交流物産展、宝塚コレクションを実施した。事業数はほぼ計画通りに増加し、平成21年度には目標数に達している。
達成した（出来なかった）理由	事業数はほぼ計画通りに増加し、平成21年度には目標数に達成することが出来た。これは、NPOの育成や事業指導がスムーズにいったことや補助金制度による活動支援を設けたことによる。
計画終了後の状況（事業効果）	計画終了後も宝塚武庫川灯籠流しや、六甲全山縦走大会おもてなし事業、宝塚コレクションなどの事業は定着し、毎年趣向を凝らしながら市民・自治会・大学が上手く連携を図り実施されている。
社会実験事業の今後について	活動支援については、平成22年から市内全域を対象とする補助制度に切り替えたが、市の財政的支援は継続しており、引き続き、市が市民活動促進支援事業を通じて、人材育成やNPO法人の設立支援を行っていく。

3. 今後について

市によるNPOの活動支援や、人材育成のための市民活動促進支援事業、協働のまちづくり公募補助金による活動支援は継続し、中心市街地活性化の原動力となる「市民力」の発現に引き続き取り組んでいく。