

宝塚市商工業振興計画(案)

概要版

令和3年度(2021年度)～令和12年度(2030年度)の10年間

Make our city.

“つくる”をいっしょに。

計画策定の目的

「宝塚市産業振興ビジョン」(以下、「産業振興ビジョン」という)では、『「創造都市・宝塚」の実現』を将来目標に位置づけ、商工業だけでなく、農業や観光、文化芸術などあらゆる分野を横断的につなぎ、本市産業の活性化を図ることを目指しています。

この「宝塚市商工業振興計画」(以下、本計画という。)では、この将来目標を達成するために、本市の商工業に関する施策の基本方向を明らかにするとともに、今後取り組む主な施策を位置づけ、計画的に進めていくことを目的として策定したものです。

令和3年(2021年)〇月

宝 塚 市

本市の商工業に関する主な課題

【分野共通の課題】

- ・ 既存事業の収益性向上（モノ）
- ・ 担い手や後継者の確保（ヒト）
- ・ 地域内経済循環の促進（カネ）
- ・ 産業魅力の発信（情報）
- ・ 事業環境の整備（空間）

【商工業に係る課題】

- ・ 既存製造業の市外流出防止に向けた住工混在地域の調整
- ・ 中小事業者の人材確保や付加価値生産性向上
- ・ 本市の事業環境に見合った新規事業者の立地誘導
- ・ 市内の買い物環境の向上や魅力ある店舗の充実
- ・ 市街地の文化芸術や西谷地区の自然を活かした魅力創造
- ・ コワーキングスペースなど民間による支援を活用した創業機運の向上

将来目標（スローガン）

計画策定の目的でも述べたとおり、『「創造都市・宝塚」の実現』に向け、本計画では以下のスローガンを掲げ、目標達成の取組を進めます。

Make our city.

“つくる”をいっしょに。

《想い》 Our city

このスローガンには、行政だけの計画に止まらず、市民とともに、つくり、変えていきたいという思いが込められています。

また、この計画の推進によって達成される【結果】だけでなく、みんなで作ってあげてきたという【過程】をも大切にすることで、“私の”“あなたの”ではなく、“私たちの宝塚”と感ずることができるようになり、さらなるシビックプライドの醸成につながると考えています。

《意味》 Make

本市商工業における、様々なMake=つくる>から、宝塚のまちをつくりあげます。

「Make」というワードには、「産業振興ビジョン」でも言及されている「創造性」を駆使すること(Create)を主軸として、他に4つの意味を含んでおり、それぞれが孤立することなく、互いに影響しあっていくことを表現しています。

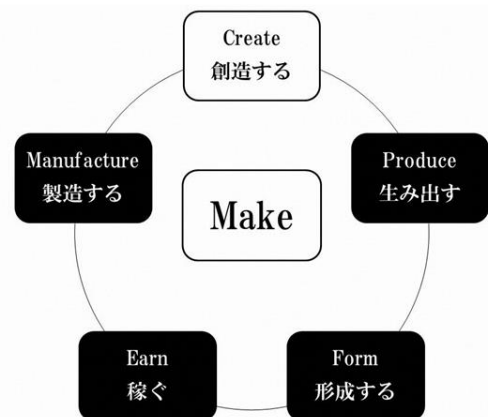
デザイン思考やクリエイティブな発想で「創造する」こと。

工業製品を「製造する」こと。

魅力あるヒトやモノ、バを「生み出す」こと。

市内の事業者が活躍できる環境を「形成する」こと。

ブランド認知を獲得し、それを活かして「稼ぐ」こと。



基本方向と施策の体系

【基本方向 1】

あらたな担い手、 あらたな事業を

本市の地域産業資源や文化芸術資源、ブランド力を活用して、市内で起業したい人を増やし、新しい商品・製品やサービスが次々と生み出されることを応援します。また、それら新しい商品・製品やサービスに新しい生活様式を取り入れることで、安心感などの付加価値を生み出すことを支援します。

市内の商工業に関わる既存事業者に対しては、関係機関との連携を行い、今の事業の継続・発展や新たな事業展開に挑戦し、デザイン思考による創造性を発揮できる支援体制を整えます。

また、産学官金連携を図り、起業・第二創業を志す経営者や、事業所で働く従業員の確保・育成について支援します。

【施策の方針 1-1】

起業しやすい土壌づくり

- ・ 起業を目指す人の交流拠点の整備促進
- ・ 女性をはじめ誰もが活躍できる事業環境の整備促進
- ・ 民間事業者との連携による事業承継とスタートアップ支援の促進

【施策の方針 1-2】

創造性の発揮による新事業創出

- ・ 異業種や高度デザイン人材等とのマッチング支援
- ・ IoT 等先端技術の活用による付加価値生産性の向上支援
- ・ 新ビジネスモデルに進出する事業者への支援

【施策の方針 1-3】

次世代の創造性豊かな担い手育成

- ・ 市内事業者、大学、金融機関及び行政との産学官金連携の強化
- ・ デザイン思考や ICT などについて学ぶ場の提供
- ・ 高度デザイン人材の育成推進

【基本方向 2】

まちの活性化を、 みんなの手で

中心市街地をはじめ、ここにしかないモノ・サービス、安心して購入できる仕組みを提供する魅力ある個店を増やすとともに、製造業事業所については、市内で継続して操業できる環境を整えます。

【施策の方針 2-1】

個店から始まるエリアの魅力向上

- ・ デザイン経営による個店魅力化の支援
- ・ 「モノ・コト・バ宝塚」による対外的発信の充実
- ・ 魅力ある個店の立地誘導に向けた環境づくり
- ・ 公共空間・施設の民間活用を促進する仕組みづくり

【施策の方針 2-2】

既存事業所の市内立地継続支援

- ・ 事業所訪問による顔の見える関係づくり
- ・ 既存事業所の事業展開に対する支援
- ・ 住工混在地域における CSR 活動の支援

【基本方向 3】

みんなが誇る、 宝塚ブランドを

宝塚ブランドを生かし、シビックプライドの醸成を通じて、本市の地域内経済循環を高めるとともに、商工業施策と文化芸術施策の連携促進の動きを加速させることにより、本市の新たな魅力を創出します。

【施策の方針 3-1】

シビックプライドの醸成による地域内経済循環の向上

- ・ 市内事業者の創造的商品・サービスに係る販路開拓支援
- ・ 「モノ・コト・バ宝塚」やふるさと納税などを活用したシティプロモーションの強化
- ・ 市内事業者同士の主体的な連携・交流に関する情報発信

【施策の方針 3-2】

商工業施策と文化芸術施策の連携促進

- ・ 市立文化芸術センターを核とした横断的な取組の促進
- ・ 農業者・園芸事業者等との交流による新たな価値の創出
- ・ 宝塚ならではの物語性を取り入れた新商品・新サービス開発の促進

計画の推進に向けて

【推進体制の強化】




- ・本計画の推進に当たっては、庁内関係課の連携を図るとともに、宝塚商工会議所、兵庫県、国、民間事業者、金融機関、大学等と協力・連携して推進体制を強化していきます。また、経営や法律の専門家などとも連携し、きめ細かな推進体制を構築します。
- ・協力・連携を進めるに当たっては、市商工勤労課及び商工会議所の両者が「ワンストップ窓口」の機能を担い、日常から各機関の担当者と情報を交換し、事業者や市民のあらゆる相談に対して関係機関を紹介しやすい関係性を構築します。
- ・さらに、近隣構成市町の産業部局や商工会議所・商工会等と連携を図り、事業者の活動の広がりに対応した支援を行います。




【計画の進捗管理】

- ・主な取組施策の進捗状況を年度毎に把握して、PDCA（Plan／Do／Check／Action）による計画の検証と強化、改善に取り組み、事業者等のニーズに合った施策を推進します。
- ・計画の評価検証の場としては、行政内部だけでなく、事業者、関係機関、学識経験者などが集まる場を設定し、多様な視点から施策の充実又は改善を図ります。
- ・計画期間は令和12年度（2030年度）までの10年間となりますが、適宜必要な見直しを行います。

【成果指標と目標値】

- ・本計画では、「第6次宝塚市総合計画」に合わせて評価の指標と目標値を設定します。

短期的指標（引用元）	現状値	目標値（R12）	指標方向
起業した事業者数 （認定支援施設・特定創業支援等事業計画における支援を受けた事業者）	31者 (R1)	50者	
デザイナー等経営革新に必要な人材とマッチングした事業者数（市）	—	30者	
宝塚市内で商品・サービス等の提供を受けたいと思った方の割合（市）	—	70%	

中・長期的指標（引用元）	現状値	目標値（R12）	指標方向
地域経済循環率 （地域産業連関表、地域経済計算）	59.9% (H27)	63.0%	
1企業当たり付加価値額 （経済センサス - 活動調査）	36百万円 (H28)	40百万円	
1事業所当たり製造品出荷額等 （工業統計調査）	982百万円 (H30)	1,250百万円	
1店当たり年間商品販売額 （経済センサス - 活動調査）	186百万円 (H28)	200百万円	