

宝塚ブランド発信事業の詳細と今後の目標

産業文化部 商工勤労課

1 事業の詳細

(1) 目的

宝塚らしい価値ある「モノ（物）」「コト（事）」「バ（場）」を広く募集して、宝塚ブランドとして選定、選定した約 150 資源を順次市内外へ広く情報発信することで、まちの魅力を高め、市の活性化をめざすもの

(2) 令和 2 年度事業実績（「モノ・コト・バ宝塚」プロモーション支援業務委託）

① 「モノ・コト・バ宝塚」特集誌の発行 1 回

大量生産ではなく、手仕事・手づくりによる職人が生み出す暮らしの中にある美術などに焦点を当てた特集を「アーツ&クラフツ」と題して発行

② 「モノ・コト・バ宝塚」ミーティングの開催 3 回

モノ・コト・バ宝塚選定資源を取り扱う事業者に対し、新型コロナウイルス感染症の拡大による事業者への影響確認、情報交換や市の施策の共有、上記①特集誌の発行に伴うミーティングなどを実施

③ SNS を活用した情報発信研修 2 回

自治体WEB発信講座を開催し、他市の好事例等を参考に関係各課職員の話し合い学習などを行い、SNS の効果的活用の方策を学んだ。この研修の副次的効果として、シティプロモーション、産業分野の各所属が活用している SNS アカウントを可能なものは市公式のインスタグラムに統一し、さらにインスタグラム運用ガイドラインを作成

④ 事業者グループの活動支援

宝塚珈琲協会の設立、期間限定の商品開発、コーヒーの淹れ方動画作成等の支援を実施

令和 3 年度も引き続き「モノ・コト・バ宝塚」プロモーション支援業務委託において、特集誌の発行回数を 2 回とし、また、市内事業者同士のマッチングにより新たな事業者グループが生まれるよう支援していく予定である。

さらに、今年度作成したインスタグラム運用ガイドラインに従い積極的な選定資源のPRを含めたシティプロモーションに努める予定である。

2 今後の目標

これまで上記目的に掲げるとおり、まちの魅力を高め、市の活性化をめざして取り組んできているが、今後は上記目的に加え、宝塚市商工業振興計画に掲げる、シビックプライドの醸成による地域内経済循環の向上をめざしていく。

また、従前、事業実施の効果等について定量的に図る指標がなかったが、同計画には、「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」という成果指標を設けており、来年度以降発刊予定の特集誌に WEB 版アンケートで、読者に答えていただくことで定量的にその効果を図っていく予定である。