

令和3年度第1回 宝塚市産業活力創造会議

日時：令和4年3月23日（水）10時00分～
場所：宝塚市立中央公民館 209・210号学習室

次第

- 1 委嘱状の交付について
- 2 会長・会長代理の選任について
- 3 産業振興ビジョン・商工業振興計画の進捗状況について
- 4 その他

次第1 委嘱状の交付について

次第2 会長・会長代理の選任について

宝塚市産業活力創造会議委員名簿

構成	候補（敬省略）	所属
知識経験者	コバヤシ 伸生 小林	関西学院大学 経済学部
知識経験者	ハマダ 恵三 濱田	地域ブランド戦略研究所
市長が適当と認める者	イマザト 有利 今里	株式会社今里食品
市長が適当と認める者	アズサ ハルキ 梓 晴輝	株式会社ダリアジェンヌ
市長が適当と認める者	アラキ ユキ 荒木 有希	株式会社銀のステッキ
市長が適当と認める者	タナカ カオリ 田中 香織	宝塚商工会議所
公募による市民	カワムラ マスミ 川村 真純	公募委員
	ノエ マサル 野末 勝	公募委員

次第 3

産業振興ビジョン・商工業振興計画の
進捗状況について

産業振興ビジョン

戦略方向性1 イノベーションを創出する新たな担い手の育成

供給が需要を上回る時代や新たな生活様式において、消費者が潜在的に求めている価値をモノ・サービスとして提供していくことが求められています。このようなイノベーションを創出するためには、あらゆる事業課題を創造的に解決できる人材（高度デザイン人材）と市内事業者の連携が必要です。また、創造性に富む視点で新たなモノ・サービス開発に取り組める環境を整備していくことも大切です。

【リーディング・プロジェクト】

デザイン思考による事業の創出・革新

商工業の事業者はもとより、農家や観光事業者も含めて、価値が多様化する社会において新たな事業を創出・変革していくことが求められることから、「デザイン思考」による支援に取り組みます。

市内に居住・通勤するデザイナーやクリエイターなどの高度デザイン人材がデザイン思考による伴走支援に取り組めるよう、養成講座の開講等に取り組むとともに、高度デザイン人材と市内事業者の連携・マッチングと伴走支援を通じて、新たな事業の創出や革新につなげていきます。

課題解決の視点 ヒトの育成 モノの創製 カネの創出



令和3年度の実施内容・今後の展開、目標等

(1) デザイン経営実践支援業務の実施

令和3年度より、デザインの力を経営に活用しイノベーション力、ブランド力の創出・向上を目指す経営手法である「デザイン経営」について、市内事業者が実践することを支援する「デザイン経営実践支援業務」を開始した。

常時デザイン経営の実践を支援している市内事業者に委託し、市内事業者3者に対し複数回の協議等を通し支援する。（成果物は経営計画・事業計画）

同支援業務によりデザイン経営の実践を支援し、創造性に富んだ新たなモノ・サービスの創出を促進する。令和4年度以降、成功事業者をロールモデルとしてその成功課程を発信し、市内事業者へデザイン経営を広め、将来的に、次々に革新的なモノ・サービス等が創出されていくことを目指す。

戦略方向性 2 事業者や支援機関、市民との交流・連携の創出

本市のこれまでの経済は、地域外の消費者にモノ・サービスを提供し、獲得した資金を地域外で消費するものであり、地域内における交流や連携が乏しい状態です。このため、市内事業者同士や産学官金連携、さらには市民（消費者）との交流・連携を促し、文化芸術資源の活用により創造性を発揮し、地域産業資源の市内消費や市内取引の強化につなげていきます。

【リーディング・プロジェクト】

文化芸術施策と農商工施策の連携による観光プロムナード活性化

「宿泊」、「小売業」、「飲食店」、「サービス業」などをはじめとするすそ野が広い多様な業種が関連し、その波及効果が地域全体の産業の活性化につながるという観点から、本市の産業の強みを活かせる分野として観光振興が考えられます。今後本市の観光を一層振興するためには、観光のみならず、農業や商工業における地域産業資源、さらには本市にポテンシャルのある文化資源を効果的に活用していくことが大切です。市内を周遊するとともに、農業や商工業を体験型観光として楽しみ、またお土産を購入するなど、観光を通じた地域活性化に取り組みます。

課題解決の視点

ヒトの連携 カネの循環 情報の共有 空間の充実



令和3年度の実施内容・今後の展開、目標等

(1) 各文化関連施設の連携と市民誰もが文化芸術を楽しめる環境づくりの実施
文化芸術センターは、西谷産の新鮮野菜をはじめ、食器や雑貨、子ども服の販売など、様々な分野の方々が集い、交流する場となっている。また、同センターの開館を契機に、周辺施設である宝塚文化創造館、手塚治虫記念館の3館が連携し、令和3年度は3館をめぐりクイズに答える「おさんぽラリー」を実施した。このほか、市民や来訪者誰もが気軽に文化芸術に触れる機会の創出として、ストリートピアノを市内のオープンスペースに設置した。上記の3館のほか、市内の各文化関連施設が連携し文化芸術活動を展開することで、より多くの市民や来訪者が文化芸術に親しめる環境づくりに努める。

(2) アートによる観光まちづくり事業 TRAD（トラッド。Takarazuka Relational Art Days の略称。）の実施

コロナ禍で多くの人々が外出や旅行を自由に楽しむことができない今だからこそ、“アート”を通して点在する地域の魅力や文化を再発見し、実は身近にある喜び・楽しみを感じていただくことを目的に、令和2年度から市国際観光協会との共催で上記事業を実施している。

令和3年度においては、①大阪芸術大学短期大学部との官学連携により、本市の玄関口とも言える“花のみち”に全111種に及ぶアートフラッグを掲示し、同エリア全体の魅力向上に努めたほか、②市内3つのエリア（清荒神参道商店街、アピアさかせがわ、ソリオ宝塚）の店舗を巡るデジタルスタンプラリーを通して回遊性を向上し、域内消費を高める取組を実施した。また、③市内ホテルと連携してアートと泊まるプロジェクトを実施し、アーティストの表現の場の確保や多くの人々が気軽にアートに触れる機会を創出した。

今後も、「文化芸術のまち」としての地域ブランド価値を向上させ、文化の薫り高いまちの宝塚の実現を目指し、さらなる文化芸術・観光振興施策を通して、地域経済の活性化を図っていく。

(3) たからづか宿泊割引事業の実施

市内宿泊事業者の支援を目的に、同事業者が市民向けに企画する、お得な日帰り旅行または宿泊プランに対し、市が旅行代金の割引原資の一部を補助する上記事業を実施した。

コロナ禍ならではのマイクロツーリズムを意識しながら、本取組を通して、観光需要の回復や地域経済の再活性化を目指していく。

(4) ウェルネスツーリズム推進事業の実施

行政主導による観光施策は持続性に欠け、官民連携による観光ビジネスやコンテンツの開発が課題となっていることから、「ウェルネス」をキーワードに、民主導による本市の強みを生かした新しい観光コンテンツの創出による地域活性化に向け、上記事業を実施している。

令和3年度は、プロポーザルにより本事業の委託事業者を決定し、①ファシリテーターによる市内事業者を対象としたワークショップの開催、②観光コンテンツモデル事業コンペティションの開催を実施した。

①のワークショップについては、全11団体・事業者、合計20名の参加があり、本市

が目指すウェルネスツーリズムのイメージの共有や意見交換、各事業者同士のマッチングを図った。

②のコンペティションでは全9団体・事業者からのエントリーがあり、各応募者が企画した観光コンテンツについて、プレゼンテーション提案を受けた。審査の結果、4団体の企画を採択し、実証事業として市が支援しながら、実施した。

(5) 園芸の魅力発信事業（宝塚おうち園芸）

新型コロナウイルス感染症の拡大により自宅で過ごす時間が増えたことから、自宅で初心者でも簡単に楽しむことができる園芸体験パックを4コース（クリスマスリース、多肉植物、ミニバラの鉢植え、寄せ植え（ハンギング））創出し、希望する市民1,300名に抽選で配布する。園芸事業者と市民（消費者）のコミュニケーションを創出し今後将来にわたる顧客へとつなげるため、受取場所は宝塚園芸振興センター（あいあいパーク）とする。来場時にその他草花や用品の消費を促すほか、作り方を説明する動画をYouTubeに掲載、コンテストをSNS上で開催する等、当選結果を問わず、“自宅で楽しむ園芸”の裾野を広げる取組を実施する。

今後も地元事業者と連携し、本市の地場産業である花き植木の魅力を広く発信し、新たな層に対してもアプローチしていく。

(6) 近隣店舗との飲食コラボレーションイベントを実施（手塚治虫記念館）

令和2年度に引き続き令和3年度においても、手塚治虫記念館で開催する企画展の関連イベントとして、「飲食コラボレーション」を実施した。

当イベントは、手塚治虫記念館で開催する企画展のテーマに沿ったメニューを近隣飲食店で販売することで、来館者に対し近隣飲食店舗への送客を促すものである。

令和4年度以降も引き続き近隣店舗と連携を図り、周辺地域の活性化を目指す。

戦略方向性3 ブランディングの強化による宝塚ファンの創出

本市の「宝塚ブランド」は全国的に有名ですが、近年は具体的な市民や事業者の顔が見えず、本当の価値の発信につながっていない恐れがあります。創造性が育まれる本市の豊かな地域産業資源や文化芸術資源、また創造的に暮らす市民の姿を発信することで、市民の地域愛が醸成されるとともに、本市で暮らしたい、働きたい、訪れたい“宝塚ファン”を創出します。

【リーディング・プロジェクト】

地域産業資源等本市の魅力を伝える情報発信

本市には全国的に知名度の高い「宝塚ブランド」に代表される地域産業資源や文化芸術資源があり、またそれらを活かして創造的に暮らす市民がいるものの、その魅力が市内外に十分に伝わっていません。

そのため、こうした市民や事業者など、本市の魅力を伝える情報発信から始めます。また、本市の魅力発信に協力してくれる市民や事業者を募り、チームとしての活動展開に取り組むとともに、本市で働きたい、創業したい人材の確保にも取り組みます。

課題解決の視点 ヒトの活躍 情報の発信 空間の整備



令和3年度の実施内容・今後の展開、目標等

(1) 宝塚ブランド発信事業の実施

令和3年度については、令和元年度より発行しているムック本を引き続き発行し、上半期は「グッドモーニング」と題し、宝塚の朝に関する特集を行い、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため営業時間の短縮等夜間の行動が制限されるなか、「宝塚の朝」に着目し、関連する数々の「モノ・コト・バ宝塚」の魅力をPRすることができた。また下半期については、「華麗なる建築」をテーマに、宝塚の魅力的な建築を紹介する特集号を3月末ごろに発行予定であり、引き続き、「モノ・コト・バ宝塚」のPRを行うとともに、これまであまり知られていない宝塚の魅力についても情報発信を行っていく。令和4年度もムック本の発行を主軸に、SNSを活用した情報発信の強化に取り組んでいく。

(2) ダリアで彩る花のまちづくり事業

令和3年3月にスマレに次ぐ新たな市花として選定された「ダリア」の魅力を積極的に発信するべく、市内各施設（ソリオ宝塚、アピア逆瀬川、宝塚市立文化芸術センター等）と連携し、ダリアの花飾りを中心とした展示イベントを開催し、その魅力をPRした。

また、令和3年度に「ダリア生産拡大推進事業補助金」を新たに創設し、ダリア産業の後継者育成や特産品開発支援に資する取組を行う農業者等に支援を行っている。

今後はダリアの魅力や宝塚市のダリア栽培の歴史について取りまとめたムック本を出版し、ダリアを活用するイベントにあわせて積極的な情報発信を図るほか、特産品の更なる開発・PR、生産に係る後継者育成に向けて、事業者等とも連携のうえ、引き続き取り組んでいく。

(3) いつでも文化芸術に親しめるような情報が発信できる体制づくり

宝塚文化創造館を中心に、宝塚歌劇や宝塚音楽学校の魅力を発信している。また、ベガ・ホールではパイプオルガンやチェンバロを活用したコンサートや全国的・国際的なコンクールの実施、文化芸術センターでは本市ゆかりのアーティストを紹介する展覧会や、市内外の雑貨やスイーツ、西谷産の新鮮野菜などを販売する「たからの市」の実施により、それぞれの魅力を発信している。

市や文化財団、指定管理者などそれぞれの実施主体から発信される文化芸術に関する情報について、一元化に取り組んでいくとともに、SNSを活用しターゲットに応じた情報を発信することで、本市への関心を喚起し誘客効果や都市ブランドの強化に努める。

(4) 観光大使「サファイア」による「リボンの騎士プロジェクト」の実施

「リボンの騎士プロジェクト」とは、宝塚市ゆかりのマンガ家・手塚治虫の代表作「リボンの騎士」の主人公サファイアを宝塚のイメージシンボルとして活用し、街の魅力を発信する事業である。その一環として、宝塚市観光大使リボンの騎士「サファイア」が、「夢を育むまち」宝塚と手塚治虫記念館を全国各地でPRしている。

令和3年度においては、①市広報誌にて、サファイアが市内の観光資源を取材・発信する「お宝さんぽ」を毎月掲載し、市民の地域愛を高めるとともに新たな魅力発見の促進に努めたほか、②2か月に1回程度、ケーブルテレビJ:COMに出演し、市内の土地柄や地元食材の魅力を発信、③観光大使に市内を案内してもらう疑似体験ができる360度動画を制作し公開、④新たに市花に加わった宝塚の特産品・ダリアの魅力をPRするため、手塚治虫記念館にてダリアのハーバリウム制作イベントの実施、⑤サファイア公

式インスタグラムにて、若い世代に向けた観光 PR、等の取り組み実施し、市の魅力発信に取り組んだ。

今後も、あらゆる媒体・イベントでの露出を通し、本市への愛着を深め”宝塚ファン”の創出に努める。

(5) 宝塚市雇用促進連絡協議会「事業所魅力発信事業」

市内約 30 事業所で構成する宝塚市雇用促進連絡協議会の令和 3 年度の事業として、会員事業所の社員から仕事のやりがいや今後の目標などを取材した内容の記事を作成し、市ホームページに掲載することにより、事業所及び宝塚市内で働く魅力を発信する。本事業により、「宝塚で働きたい」と感じる市民や学生等が増えることを目指す。

基本方向と施策の体系

<p>【基本方向 1】 あらたな担い手、 あらたな事業を</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>【施策の方針 1-1】 起業しやすい土壌づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>【施策の方針 1-2】 創造性の発揮による新事業創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>【施策の方針 1-3】 次世代の創造性豊かな担い手育成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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
<p>【基本方向 2】 まちの活性化を、 みんなの手で</p> <p>中心市街地をはじめ、ここにしかないモノ・サービス、安心して購買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。</p>	<p>【施策の方針 2-1】 個店から始まるエリアの魅力向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>【施策の方針 2-2】 既存事業所の市内立地継続支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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
<p>【基本方向 3】 みんなが誇る、 宝塚ブランドを</p> <p>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。</p>	<p>【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</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 <p>【施策の方針 3-2】 商工業施策と文化芸術施策の連携促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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

【基本方向1】あらたな担い手、あらたな事業を

施策の方針1-1 起業しやすい土壌づくり

本市の文化芸術や歴史のある背景をもとに、市内で起業したい人を増やし、定着していけるように、官民連携による起業しやすい環境づくりを進めます。

主な取組施策	令和3年度取組内容・今後の展開
<p>1-1-1： 起業を目指す人の交流拠点 の整備促進</p> <p>取組概要</p> <p>起業のハードルを下げるには、起業に興味のある人や目指している人の交流の機会を作り出し、アイデアを磨いていく場所づくりが求められます。起業家等支援施設認定制度などを活用し、民間によるコワーキングスペースの活動を支援するとともに、市民などが利用しやすい環境を整備します。</p> <p>取組主体</p> <ul style="list-style-type: none">・ 担当課：商工勤労課・ 関係機関：商工会議所、民間事業者、兵庫県	<p>(1) 起業家等認定支援施設への支援</p> <p>令和3年4月に、4か所目の起業家等支援施設を認定しその旨周知を図った。また、認定支援施設のうち、Book café Doorを運営する事業者に対し、運営にかかる費用について補助した。補助制度は令和3年度で終了するが、起業のハードルを下げるために引き続き同制度や支援施設について広く周知する</p> <p>また、令和4年度より若者の起業機運醸成を目的としたセミナーを関西学院大学にて実施する予定である。起業に向けて活動している方や起業支援をされている方を講師として招き、起業について考えるきっかけとなるセミナーを開講する。また、学生を中心とした若者が市内コワーキングスペースを利用し、その際起業に向けたコンサルティング等の支援を受けた場合、かかった経費を補助する若手起業家支援補助金を次年度に実施する予定である。</p>

1-1-2：女性をはじめ誰もが活躍できる事業環境の整備促進

取組概要

本市は女性が生き生きと社会で活躍するイメージに加え、エイジフレンドリーシティを掲げており、女性をはじめとして誰もが主役になり活躍できる環境を整備します。女性やシニア向けセミナーの開催や先輩起業家との相談会などの開催、民間の保育施設と連携するなど女性をはじめ誰もが起業しやすい環境を整備します。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 宝塚NPOセンターが主催する2事業について後援し、市民への周知を行った。

①「女性のための起業講座」市内で起業を志す、または起業直後の女性に向けて、4日間に分けてブランディング、ビジネスプラン、事業計画等を学ぶ講座

②「人生100年時代の起業セミナー」人生100年時代に向けて、多様な働き方を模索するシニア世代に向けて事業コンセプトや生きがいをもって働くことの意義についてのセミナー。

(2) 兵庫労働局との一体的実施事業に関する協定に基づき女性やシニア世代を対象とした就職支援セミナーを開催した。子育てしながら働き続けたい女性やブランクが長かったが再就職を目指す女性への支援を行った。今後も継続してセミナー等を実施していく。

(3) 地域女性活躍推進交付金を活用し、チャット相談やアウトリーチ型相談など、相談者の置かれている状況や希望に沿った形で相談を行うことができるよう環境を整え、一人ひとりに寄り添い就労まで支援を行う女性のための伴走型就労支援事業を実施。

1-1-3：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

取組概要

中小企業における事業承継は、本市に限らず全国的な課題となっており、その課題に対して起業したい人を組み合わせることによって、「事業の承継」が進むことが期待されます。令和2年（2020年）3月、本市に本社を置く民間事業者と宝塚商工会議所、宝塚市が連携協定を結び、三者連携による事業承継とスタートアップ支援に積極的に取り組みます。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 令和3年度中に市への事業承継の相談は無かった。

全国的に経営者層の平均年齢は高く、市内で表面化していないだけの可能性があることから、商工会議所などと連携し情報の収集に努める。事業承継について相談があった際は、三者連携を活用し支援に取り組む。

【基本方向1】あらたな担い手、あらたな事業を

施策の方針1-2 創造性の発揮による新事業創出

これからの企業経営においてデザイン思考がますます重要になる中で、いまの事業の継続・発展や新たな事業展開に挑戦し、創造性を発揮できる支援環境を整えます。

主な取組施策	令和3年度を取組内容・今後の展開
<p>1-2-1： 異業種や高度デザイン人材 等とのマッチング支援</p> <p>取組概要</p> <p>これからの企業経営や新事業創出には、デザイナーの思考を活かし、新たなアイデアの発想と発信をできるようにすることが必要です。そこで、三者連携協定(1-1-3参照)を活用し、創造的な発想を持つデザイナーと中小企業をマッチングする機会や、コワーキングスペースを活用した異業種交流の機会を提供します。</p> <p>取組主体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 担当課：商工勤労課 ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者 	<p>令和3年度を取組内容・今後の展開</p> <p>(1) デザイン経営実践支援業務委託において、デザイン経営によって、新たな事業展開を志す事業者とデザイン経営の実践を支援している事業者をマッチングする機会を設けた。現在、経営計画・事業計画の策定を目標にセッションを実施している。策定後、当該事業者は計画に沿って事業を展開していく予定である。市は他の市内事業者への周知、広報活動を実施しデザイン経営を行う事業者の拡大を図る。</p>
<p>1-2-2： IoT等先端技術の活用による付加価値生産性の向上支援</p> <p>取組概要</p> <p>5G(第5世代移動通信システム)への移行により、高速大容量の通信環境が整備され、AI、自動運転等のイノベーションが実現し、企業の生産活動にも大きな影響がもたらされると予想されます。そこで、国のIoT関連補助金などを活用できるように周知するとともに、本市の企業活動支援事業補助金などの積極的な活用を促します。</p> <p>取組主体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 担当課：商工勤労課 ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者、兵庫県 	<p>(1) 令和3年度、企業活動支援事業補助金の新規申請は現状0件である。(令和4年2月24日時点)。国のIoT関連補助金等を含め、市内事業者に対して制度の周知を引き続き行っていくほか、関係機関と連携し希望する事業者に対してDX等導入へのロードマップ策定に向けた研修などを実施する。</p>



1-2-3： 新ビジネスモデルに進出する事業者への支援

取組概要

新型コロナウイルス感染症拡大により、これまでのビジネスとは異なった、「3密」の回避などの新しい生活様式を取り入れるような方法が求められています。そこで、新型コロナウイルス感染症を含め、これから起こりうる危機に対して柔軟にビジネスモデルを変更できる事業者を支援します。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 新ビジネスモデル等創出支援補助金を実施し、変化する経済・社会情勢に適合しようと、新たなビジネスモデルを立ち上げようとする事業者の支援を行った。2事業者が採択され、それぞれ地域に波及する新しい取り組みを始めている。令和4年度以降も本補助金を継続することで、引き続き市内事業者の新しいビジネスモデルへの進出を支援していく。

【基本方向1】あらたな担い手、あらたな事業を

施策の方針1-3 次世代の創造性豊かな担い手育成

産学官金連携を図り、起業・第二創業を志す経営者や働く従業員人材の確保・育成について支援を図るとともに、地域の事業者と連携したキャリア教育を推進します。

主な取組施策
1-3-1：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
取組概要 全国的な潮流として、人材不足や雇用のミスマッチ、あるいは事業承継問題が深刻化しており、人材の確保や育成は地域の産業振興において重要課題となっています。そのような中で、市内事業者のニーズを把握するとともに、市内外の大学、あるいは金融機関との連携による情報交流やマッチングの仕組みを作ることによって、その対策を強化します。
取組主体 ・ 主担当課：商工勤労課 ・ 関係機関：民間事業者、大学、金融機関



令和3年度取組内容・今後の展開
(1) 兵庫県下においては兵庫県事業承継・引継ぎ支援センターが円滑な事業承継をするための相談窓口として設立されており県内各市、商工会議所等と協力して情報を共有している。当市においては宝塚商工会議所と連携して、事業承継を考える市内事業者に対して、センターの紹介を含めた情報提供を行った。
(2) 兵庫労働局との兵庫労働局との一体的実施事業に関する協定に基づき、市内又はその近郊で就職を希望する求職者と市内事業所をマッチングする就職面接会を実施した。令和3年度は、広く就職を希望する人を対象とした「宝塚市就職フェア」、概ね60歳以上を対象とした「宝塚市シニアワークフェア」を実施した。
(3) LINE上で就労支援を行う「ヅカキャリア」において、「AI仕事マッチング」機能を追加した。この機能は、仕事に求める条件や自身の性格などに関する質問に回答すると、回答内容をもとにAIが分析し、利用者に適した求人情報を提供し、求職者と事業者のマッチングを図る。

1-3-2： デザイン思考やICTなどについて学ぶ場の提供

取組概要

デザイン思考や、ICTなどは、これからの時代に事業を行う上で、必須のスキルであると考えられます。これらについて学校教育やリカレント教育 の場など、どの世代でも学ぶことのできる機会の提供を推進します。

取組主体

- ・ 担当課：商工勤労課、教育委員会
- ・ 関係機関：民間事業者

1-3-3： 高度デザイン人材の育成推進

取組概要

市内事業者や起業家等が、新たな発想を生み出すための「デザイン思考」を身につけることによって、事業の革新や展開、発信力の拡大が期待されます。そこで、三者連携協定（1-1-3参照）を活用し、座学やワークショップによる実践的な研修機会を市内の中小企業・小規模事業者に向けて開催し、高度デザイン人材の育成に取り組みます。

取組主体

- ・ 担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

（１）市、商工会議所、中小機構が共催で中小企業大学校サテライト・ゼミを実施し、市内の事業者に対してデザイン経営の基礎を学ぶ機会を設ける。また、令和４年度以降同セミナーにおいてDXについての講座を実施する予定である。

（２）LINE上で就労支援を行う「ツカキヤリ」において、エクセルなどのパソコンスキルから、HTML、CSSを含むプログラミング等を学ぶ幅広いコンテンツを提供している。

（３）令和３年度よりGIGAスクール構想が本格的に開始され、児童生徒ひとり１台端末が整備された。ICTを活用した授業の実施、持ち帰り学習等を進めている。また、これまでと同様にプログラミングに関する授業も実施している。今後については、GIGAスクール構想の実現に向けて、授業におけるICTの活用を推進していく。

（１）市、商工会議所、中小機構が共催で中小企業大学校サテライト・ゼミを実施し、市内の事業者に対してデザイン経営を学ぶ機会を設ける。座学と受講者同士のワークショップを通じてデザイン経営やデザイン思考を学び、起業や新事業展開を志す者の支援を行う。

【基本方向2】まちの活性化を、みんなの手で

施策の方針2-1 個店から始まるエリアの魅力向上

本市の歴史、文化芸術のイメージにふさわしい個性的な店やそのグループを発信するとともに、「宝塚だからこそ開業したい」という意欲ある事業者の立地を支援しエリアの魅力向上に努めます。

主な取組施策
2-1-1： デザイン経営による個店魅力化の支援
取組概要 空き店舗や古民家を活用してリノベーションし、新たな店を開業するケースが増えています。また、意欲ある個性的な店が再集積し、魅力的な景観を形成することによって、そのエリアの価値が高まることが期待されており、さらに、新たな生活様式に適合した安心感のある店づくりも求められています。そこで、デザイン経営の視点を活かした店舗のリノベーションや商材開発などによる、個店や地域の魅力化・高付加価値化の支援に取り組みます。
取組主体 ・ 主担当課：商工勤労課、都市計画課 ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者



令和3年度取組内容・今後の展開
(1) 令和2年度まで実施していた商店街空き店舗活用事業補助金、空き店舗等出店促進補助金、店舗外装整備補助金を統合し、より効果的にまちのにぎわいを創出すべく、市内全エリアを対象にデザイン経営の視点等を取り入れた魅力ある個店の出店を促し、市内全域のにぎわいの創出及び活性化を図るため、市内の空き店舗等を活用して出店する事業者に対し出店に係る改装費等を補助する店舗等魅力向上チャレンジ支援補助金を創設した。令和3年度は出店に係る改装費等について6件の補助を実施する。令和4年度も引き続き上記制度の実施を予定しており、魅力的な店舗の出店による地域の魅力化を図る。 また、令和4年度より、市内の既存店舗を対象に、魅力ある個店への改装に係る工事費等を補助する「店舗等リノベーション補助金」を開設する予定である。当補助金により、魅力ある個店の立地を増やし、市内での消費額の増加に伴う地域内経済循環率の向上を図る。
(2) 宝塚市都市景観条例に基づく届出により、基準の適合を確認するとともに、良好な景観の形成を誘導している。

2-1-2: 「モノ・コト・宝塚」による対外的発信の充実

取組概要

宝塚ブランド「モノ・コト・宝塚」の次への展開として、認定した「モノ・コト・バ」を組み合わせ、伝えたい魅力としてストーリー（物語）化し、発信していくことが重要です。そこで、小冊子（ムック本）やWEBなどを通じて、特定のテーマやエリアごとに情報発信を行い、「モノ・コト・宝塚」選定資源を通じた個店の魅力を市内外に発信していきます。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：民間事業者

2-1-3: 魅力ある個店の立地誘導に向けた環境づくり

取組概要

宝塚というブランド力やイメージを魅力に感じ、出店したいという意欲ある事業者・起業家を迎え入れる環境づくりが重要です。そのためには起業による新たな個店や市外の魅力ある個店の立地誘導を図るとともに、北部西谷地域における物販店舗開設に係る要件緩和や出店促進に係る補助金を活用し、市内全域で魅力ある新たな個店の立地誘導に取り組めます。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課、北部振興企画課、農政課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 令和3年度については、令和元年度より発行しているムック本を引き続き発行した。上半期は「グッドモーニング」と題し、宝塚の朝に関する特集を行った。新型コロナウイルス感染症拡大防止のため営業時間の短縮等各種制限があるなか、上記テーマに関連する「モノ・コト・宝塚」の魅力をPRすることができた。また、下半期については「華麗なる建築」をテーマに、宝塚の魅力ある建築を紹介する特集誌を3月末ごろに発行予定であり、引き続き「モノ・コト・宝塚」のPRを行うとともに、あまり知られていない宝塚の魅力について情報発信を行っていく。令和4年度もムック本の発行を軸に、SNSを活用した情報発信の強化に取り組んでいく。

(1) 市内全エリアを対象に魅力ある個店の出店を促し、市内全域のにぎわいの創出及び活性化を図るため、市内の空き店舗等を活用して出店する事業者に対し出店に係る改装費等を補助する店舗等魅力向上チャレンジ支援補助金を創設した。令和3年度は出店に係る改装費等について6件の補助を実施する。令和4年度も引き続き上記制度の実施を予定しており、魅力的な店舗の市内出店を支援していく。また、令和4年度より、市内の既存店舗を対象に、魅力ある個店への改装に係る工事費等を補助する「店舗等リノベーション補助金」を開設する予定である。当補助金により、魅力ある個店の立地を増やし、市内での消費額の増加に伴う地域内経済循環率の向上を図る。

(2) 北部西谷地域の地域住民が主体となった情報発信や、移住希望者と地元とのマッチングなどの取組実施に向けた体制づくりに対し、コーディネーター委託、サイト作成委託などの経費について補助を行った。

今後は、上記の補助を継続し、北部西谷地域への移住を促進するとともに、店舗開設など個別の相談にも対応し、法規制にかかる要件の緩和など必要な支援を関係機関と共に支援する。

2-1-4： 公共空間・施設の民間活用を促進する仕組みづくり

取組概要

他市において公共空間・施設を活用した販わい創出が行われています。また、感染症対策としてオープンスペースの活用が有効とされています。そこで、末広中央公園や駅前デッキなどの公共空間、市役所や市立文化芸術センターなどの公共施設などを民間事業者の創造性を発揮する場として提供するなど、本市の新たな付加価値を創出する仕組みづくりに取り組めます。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課、農政課、文化政策課、公園河川課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 令和3年3月にスマレに加えて新たに市花として選定した「ダリア」について積極的に情報発信すべく、市内の施設（ソリオ宝塚、アピア逆瀬川、宝塚市立文化芸術センター等）と連携し、花飾りを中心とした展示イベントを開催することで、ダリアの花の魅力等をPRしました。

(2) 文化芸術センター・庭園管理運営事業

展覧会やミニコンサートの開催のほか、食器やアクセサリ、雑貨、子ども服の販売など、様々な分野で活躍する方々の表現の場として会場を提供し、また、施設のウェブサイトやSNSでそれらを情報発信するなどの支援を行っている。

今後、多様な方々が同じ空間で活動し、交流することを日常化させることで、新たな取組や活動が生まれるよう取り組む。

【基本方向2】まちの活性化を、みんなの手で

施策の方針2-2 既存事業所の市内立地継続支援

市内製造業等の事業所が引き続き市内で操業し、地域の経済・社会の発展に寄与することができるように、相談しやすい関係を強化し、ニーズに応じたきめ細かな支援を推進し、市内企業の市外流出を防止します。

主な取組施策

2-2-1：事業所訪問による顔の見える関係づくり

取組概要

市内製造業等の事業所の困りごとを把握するためには、「待ち」の姿勢ではなく、日ごろのコミュニケーションの中から積極的に意見を汲み取る姿勢が求められます。これまでも各種制度の紹介など機会を見て事業所訪問を行ってきましたが、引き続き訪問・ヒアリングを継続し、事業者のニーズの把握を行い、適切な施策を行います。

取組主体

・ 担当課：商工勤労課、観光企画課、農政課



令和3年度取組内容・今後の展開

(1) 令和元年度まで商工勤労課職員が市内事業所を訪問し状況などをヒアリングしていたが、コロナ禍において、直接事業所へ訪問しコミュニケーションをとるのは難しい状況が続いていることから、事業者と関わるあらゆる場、機会を活用し積極的にヒアリングを実施していく。

(2) 園芸の魅力発信事業（宝塚おうち園芸）

市内花き植木事業者と宝塚園芸振興センター、市が連携しコロナ禍における園芸振興事業を実施します。自宅で初心者でも簡単に楽しむことができる園芸体験パックを4コース（クリスマスリース、多肉植物、ミニバラの鉢植え、寄せ植え（ハンギング））創出し、希望する市民1,300名に抽選で配布する。受け取り場所は宝塚園芸振興センター（あいあいパーク）とし、来場時にはその他草花や用品の消費を促し且つ、将来に亘る顧客へと繋げることを目指す。

今後も地元事業者と連携し、事業者や市民のニーズに応じた、本市の特色を活かした事業を展開していく。

(3) 観光関連事業者へのヒアリングの実施

行政主導の一方的な施策展開ではなく、その時々、市内事業者が真に求める施策の展開を図るため、市国際観光協会とも連携しながら観光関連事業者（主に宿泊施設）への意見聴取の機会を設けている。これまでも聴取した意見を事業立案に生かしてきたが、今後もその姿勢を継続することで、事業者のニーズを把握し、適切な事業展開に生かしていく。

2-2-2： 既存事業所の事業展開に対する支援

取組概要

市内製造業等の事業所が、引き続き市内で積極的な設備投資や新規立地を図り、事業の拡大や新たな事業活動を展開できるようにすることが重要です。市の企業活動支援事業補助金や国のものづくり補助金など各種補助金の活用を図るため、各種情報提供や個別相談に取り組みます。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

2-2-3： 住工混在地域におけるCSR 活動の支援

取組概要

製造業の操業環境を守り、かつ住民の暮らしと共生した空間を可能とするためには、地域にとって事業者が無くてはならない存在になることが期待されます。近年、全国的に頻発する台風や地震などの自然災害において、早期に事業継続を可能とするため、商工会議所との連携によりBCP 策定支援を行います。また、事業者が復旧作業等において地域の「市民」としての役割を担うための取組を支援します。さらに、日ごろの活動においても、環境美化や交通安全など、まちの質が向上するための様々な取組に、地域住民とともに事業者も参画するための支援を行います。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課、総合防災課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 令和3年度は企業活動支援事業補助金の新規申請はなかった。新型コロナウイルスの影響により、補助金の問い合わせ件数は増加しており、事業者の状況に合わせて持続化補助金、モノづくり補助金等各種補助金の情報提供、個別相談を実施している。

(1) 兵庫県のBCP策定・推進補助金について、市と商工会議所の窓口チラシを設置しPRに努めた。

【基本方向3】 みんなが誇る、宝塚ブランドを

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

市内の経済循環を高めるために、宝塚ブランドを生かし、シビックプライドの醸成や情報交流を通じて、市内の事業者間取引や市内生産者からの購入、市内消費の促進を図ります。

主な取組施策
<p>3-1-1： 市内事業者の創造的商品・サービスに係る販路開拓支援</p> <p>取組概要</p> <p>市内事業者により新たに考案された商品やサービスについて、特に中小企業・小規模事業者の場合は、最初の販路開拓が大きなハードルであり、その支援が求められます。そこで、多様な販路開拓チャンネルの情報収集を行い、それらを的確に発信することにより支援します。また、ECサイトなどの活用による非対面・オンライン化を推し進める事業者を支援します。</p> <p>取組主体</p> <ul style="list-style-type: none">・ 担当課：商工勤労課・ 関係機関：商工会議所、民間事業者



令和3年度取組内容・今後の展開
<p>(1) 全国の女性首長と経営者で構成されるびじょんネットワークの事務局が取りまとめる「びじょネットオンラインマルシェ」に、「モノ・コト・バ宝塚」選定事業者の商品を昨年度に引き続き市として推薦した。実際に採択され全国的に商品販売、PRを行うことができた。</p> <p>また、新商品のPR、生産性向上に向けた新たな取り組み等を事業者同士がオンラインとリアル両方で共有する場である「新価値創造展2021」について市内事業者への周知を行った。</p>

3-1-2： 「モノ・コト・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

取組概要

市内事業者による優れた創造的商品・サービスについて、市内や近隣の消費者の認知度を高め、購入につなげるためには、あらゆる手段による情報発信が求められます。『2-1-2： 「モノ・コト・宝塚」による対外的発信の充実』で示したとおり、ムック本の発行を通じた情報発信やバブリシティの活用によって、その素晴らしさを伝える発信に努めるとともに、ふるさと納税などを活用して、広く全国に対して宝塚ブランドを活用したシティプロモーションに取り組むことにより、市内を訪れる人及び市内での消費額の増加をねらいます。

取組主体

- ・ 主担当課： 商工勤労課、観光企画課、政策推進課
- ・ 関係機関： 商工会議所、民間事業者

(1) 上半期は「グッドモーニング」と題した宝塚の朝を特集したムック本を発行し、「モノ・コト・宝塚」の認知度を高めるとともに、これまであまり知られていない宝塚の魅力を市内外にPRすることで、シビックプライドの醸成及び来訪者の増加を図り、市内消費の促進に努めた。下半期については「華麗なる建築」をテーマに、宝塚の魅力的な建築を紹介する特集誌を3月末ごろに発行する予定である。令和4年度もムック本の発行を軸に、SNSを活用した情報発信の強化に取り組んでいく。

(2) 【ふるさと納税】ポータルサイト運営会社である「(株)さとふる」と契約を締結し、既存のふるさとチョイスの他、新たなポータルサイトに本市返礼品を掲載することで、全国に向けて発信した。また、新たな広報手段として、市外から観光客が多く訪れる中山寺や大阪国際空港へのカタログ設置、既存ポータルサイトの特集ページの作成等を行い、広くPRを実施した。今後の展開として「モノ・コト・宝塚」に認定されている商品のうち返礼品となっていない商品や市内で生産される商品を新たに追加し、ポータルサイトに掲載等を行うことで全国に向けて発信していく。

(3) 観光大使「サファイア」による「リボンの騎士プロジェクト」の実施
「リボンの騎士プロジェクト」とは、「リボンの騎士」の主人公サファイアを宝塚のイメージシンボルとして活用し、街の魅力を発信する事業で、宝塚市観光大使リボンの騎士「サファイア」が、「夢を育むまち」宝塚と手塚治虫記念館を全国各地でPRしている。今年度は①市広報誌にて、サファイアが市内の観光資源を取材・発信する「お宝さんぽ」を毎月掲載し、市民の地域愛を高めるとともに新たな魅力発見の促進に努めたほか、②2か月に1回程度、ケーブルテレビに出演し、市内の土地柄や地元食材の魅力を発信、③観光大使に市内を案内してもらい疑似体験ができる360度動画を制作し公開、等の取組を実施し、市の魅力発信に取り組んだ。今後もあらゆる媒体・イベントでの露出を通し、本市への愛着を深め“宝塚ファン”の創出に努める。

3-1-3： 市内事業者同士の主体的な連携・交流に関する情報発信

取組概要

宝塚ブランドを上手に活用し、商品やサービスの付加価値を高めるためには、事業者単独で取り組むよりも、市内事業者間の連携・協力が重要になってきます。施策の方針3-2に関連して、宝塚ならではの産業施策と文化芸術施策の連携も生かしながら、「モノ・コト・バ宝塚」の選定事業者等、新たなグループの創造的な活動を支援し、積極的な場の提供や情報発信の強化に取り組めます。

取組主体

- ・ 担当課：商工勤労課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 「モノ・コト・バ宝塚」ムックvol.1にてコーヒーを特集したことをきっかけに、市内の自家焙煎珈琲店がコーヒーで宝塚を盛り上げようと、令和2年度、宝塚珈琲協会を発足した。また、令和3年度に第6回宝塚ブランド「モノ・コト・バ宝塚」に選定した。引き続き、当協会の活動への支援に取り組むとともに、新型コロナウイルス感染症の影響により実施できていなかった物産展等積極的なPRの場づくりを検討する。

【基本方向3】みんなが誇る、宝塚ブランドを

施策の方針3-2 商工業施策と文化芸術施策の連携促進

商業や工業の分野に限った産業振興だけではなく、本市の文化芸術施策や、農業、観光との連携強化を図ることによって、分野を超えて新たな価値を生み出す仕組みや取組を推進します。

主な取組施策	令和3年度を取組内容・今後の展開
<p>3-2-1：市立文化芸術センターを核とした横断的な取組の促進</p> <p>取組概要</p> <p>新たな文化芸術振興の拠点である「市立文化芸術センター」のオープンを契機として、あらゆる文化芸術資源を地域の産業振興に結び付ける視点が重要です。その具体的方策として、農業生産者や市内事業者が出店する、販売やプロモーションの機会創出が上げられます。アートを紹介して新たな街の魅力に気づき、多様な人とつながり交流を生むことで、観光プロムナードの一体的な魅力向上に取り組めます。</p> <p>取組主体</p> <ul style="list-style-type: none">・ 担当課：商工勤労課、農政課、観光企画課、文化政策課・ 関係機関：商工会議所、民間事業者	<p>(1) 新ビジネスモデル等創出支援補助金により、コロナ禍で減少したアーティストの活動の場の提供や、アート、創作活動に取り組む人がチャレンジする場としてのイベントスペース、ギャラリー運営を目的とした新たなビジネスモデルを創出する事業者を支援した。事業開始後ミニライブ、個展等が開催され、アーティストの表現の場を提供している。</p> <p>(2) 「たからの市」の開催</p> <p>令和3年度より、市立文化芸術センターでは、「西谷朝市」の新鮮野菜に加え、市内外の様々な雑貨やスイーツなどを販売する「たからの市」を毎月1回開催している。今後、マーケットの認知度向上と出店事業者の増加を目指す。</p> <p>(3) アートによる観光まちづくり事業TRADの実施</p> <p>コロナ禍で多くの人が外出や旅行を自由に楽しむことができない今だからこそ、“アート”を通して点在する地域の魅力や文化を再発見し、実は身近にある喜び・楽しみを感じていただくことを目的に、令和2年度から市国際観光協会との共催で事業を実施している。令和3年度は、①大阪芸術大学短期大学部との連携により、本市の玄関口とも言える“花のみち”に全111種に及ぶアートフラッグを掲示し、同エリア全体の魅力向上に努めたほか、②清荒神参道商店街、アピアさかせがわ、ソリオ宝塚の店舗を巡るデジタルスタンプラリーなどを通して回遊性を向上し、域内消費を高める取組を実施した。また、参加者同士の密を避けながら皆でアートを楽しめる企画として、③本市ゆかりの書道家・青柳美扇氏と、市内の幼稚園・小学校、福祉施設の方々などが書道を通して一つの横断幕作品を作り上げる「takarazuka hopegraphy」や、④“宝塚での思い出”が詰まった笑顔溢れる写真を募集し、組み合わせ、一つの作品を作り上げる「たからづかモザイクアート2021」といった企画を通して、アートを介した人と人との交流の場づくりにも取り組んだ。今後も、文化芸術・観光振興施策を通して、中心市街地をはじめとする市内各エリアの魅力向上に努めるとともに、地域経済の活性化を図っていく。</p>

3-2-2： 農業者・園芸事業者等との交流による新たな価値の創出
取組概要

新しい価値創出には業種を超えた人材・知恵の交流が必要です。市内事業者と農業者・園芸事業者を結び、異業種交流を活性化して商品開発や販路拡大を目指します。

「宝塚 花の里・西谷」ブランドを中心とした農産物を利用した特産品・加工品の開発を進め、宝塚北サービスエリアを活用しながら市内外へのPRを積極的に行います。また、商店街の空きスペースで行うマルシェの開催や農家レストランの出店促進等、市内事業者と農業者が連携する取組を積極的に進めます。

取組主体

- ・ 主担当課：商工勤労課、農政課、北部振興企画課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 北部地域における店舗開設等に関する要綱にて、一部店舗に対して北部地域への出店要件を緩和しており、農家レストラン等北部地域振興に資する店舗の出店を促進している。また、「宝塚 花の里・西谷」ブランド商品を宝塚ブランド「モノ・コト・バ宝塚」に選定し、市内外への積極的なPRに取り組んでいく。

(2) 令和3年度に「ダリア生産拡大推進事業補助金」を新たに創設し、ダリア産業の後継者育成や特産品開発支援に資する取組を行う農業者等について支援を行っています。今後はダリアの魅力や宝塚市のダリア栽培の歴史について取りまとめたムック本を出版し、ダリアを活用するイベントに合わせて積極的な情報発信を図るほか、ダリアにちなんだ特産品の更なる開発・PR、ダリア生産に係る後継者育成について、農業者等とも連携の上、引き続き取り組んでいきます。(農政課)

(3) 宝塚北サービスエリアを活用した地域の魅力発信を行い、また、サービスエリア内の道路区域の一画を占用し、「宝塚 花の里・西谷ブランド協議会」を中心とした「宝塚物産展」の開催を支援した。今後もポスターやチラシの配布、物産展による物販を通し、北部西谷地域の魅力発信を継続する。

3-2-3：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

取組概要

人口減少社会において、市内飲食店等のマーケットの維持又は拡大を図るためには、新たな顧客の獲得が必要です。そのためには、関係人口の増加やオンライン・デリバリーなどを活用したサービスの提供が求められているほか、「宝塚ならではの」商品やサービスが求められます。そこで、本市の歴史性や食文化などの地域産業資源・文化芸術資源を活かす視点を持って、主体的に新商品や新サービスの開発に携わる事業者などに対し、産学官金連携も活用した積極的な支援に取り組めます。

取組主体

- ・ 担当課：商工勤労課、観光企画課
- ・ 関係機関：商工会議所、民間事業者

(1) 「モノ・コト・バ宝塚」ムックvol.1にてコーヒーを特集したことをきっかけに、事業者同士の交流が生まれ、令和2年度、宝塚珈琲協会を発足した。珈琲協会に加盟している3事業者それぞれで焙煎した豆を組み合わせたアソートパックの販売等、販路拡大、新規顧客獲得のための取組を広報活動によって支援した。また、令和3年度に第6回宝塚ブランド「モノ・コト・バ宝塚」に選定した。今後も引き続き当協会の活動を支援していく。

(2) ウェルネスツーリズム推進事業の実施

行政主導による観光施策は持続性に欠け、官民連携による観光ビジネスやコンテンツの開発が課題となっていることから、「ウェルネス」をキーワードに、民主導による本市の強みを生かした新しい観光コンテンツの創出による地域活性化に向け、上記事業を実施している。

令和3年度は、プロポーザルにより本事業の委託事業者を決定し、①ファシリテーターによる市内事業者を対象としたワークショップの開催、②観光コンテンツモデル事業コンペティションの開催を実施した。

①のワークショップについては、新型コロナウイルス感染症に配慮し大々的な告知は行わず、小規模での開催とした。全11団体・事業者、合計20名の参加があり、本市が目指すウェルネスツーリズムのイメージの共有や意見交換、各事業者同士のマッチングを図った。

②のコンペティションでは全9団体・事業者からのエントリーがあり、各応募者が企画した観光コンテンツについて、プレゼンテーション提案を受けた。審査の結果、4団体の企画を採択し、実証事業として市が支援しながら実施した。

成果指標の推移

短期的指標（引用元）	計画策定時	現状値	目標値 (R12)
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)	36者 (R1)	31者 (R2)	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）	-	3者 (R3予定)	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）	-	97% (R3予定)	70%

中・長期的指標（引用元）	計画策定時	現状値	目標値 (R12)
地域経済循環率 (地域産業連関表、地域経済計算)	59.9% (H27)	算出時期未定	63.0%
1企業当たり付加価値額 (経済センサス - 活動調査)（国）	36百万円 (H28)	令和3年度中に調査	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)	1,379百万円 (R2)	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)（国）	186百万円 (H28)	令和3年度中に調査	200百万円