

事業計画書

(※市ホームページに掲載予定ですので、できる限りわかりやすく記載してください。)

団体名 たからづかクリエイト

1 事業種別	行政提案型・自由提案型
※行政提案型 事業テーマ	(事業種別が行政提案型事業の場合のみ記入) 市の魅力を発信し、広報でひろがるまちづくり
2 事業名	宝塚中心市街地のグルメマップ作成
3 事業を行おうとした動機・必要性	① 昨年 12 月に宝塚大相撲の巡業を誘致した際、宝塚ホテル、宝塚ワシントンホテルに 2 日間 120 名の力士がお泊りになりました。 他 80 名の方々は池田市と三田市に分かれてお泊りになった際に両市の 2 つのホテルには近隣のグルメマップがありました。 宝塚ではそのような（ひとつにまとまったマップがなく）、せっかく連泊されるのにグルメマップツールが必要だと感じました。 今までもグルメマップは宝塚市や商工会議所などが発行しているものはありましたが会員等の規制があり、人気のお店がそういう協会や会員に入っていないかったりして少し役に立ちにくいマップになることが多かったです。 ② 今回の関西万博のパビリオンマップがスマホで見れるようにとデジタル化に走りましたがスマホに慣れていない高齢者の利用も考えて紙ベースも必要性も感じています。紙媒体とデジタル媒体のミックスを考えていきたいと思っています。

4 事業を行う目的と期待される効果

※審査基準のうち「効果の広域性」「独創性」「継続性」が判断できる内容を含めて記載してください。

「効果の広域性」

グルメ情報はみなさんほしい情報であり、それがまとまっているマップであると利用される効果があると思います。また宝塚にはこれだけのグルメ店舗がそろっていて、魅力的な街であることを市内外にも訴求する効果もあると思います。

「独創性」

「食べログ」や「ぐるなび」などの民間のグルメサイトでは個人の小さなお店やテイクアウト専門店などその存在自体があまり知られておらず、知っているようで知らなかった新しい発見のグルメサイトになります。また、デジタル媒体、紙媒体がなく、メディアミックスははじめてのマップになります。実際、構成員がタウン誌コミパの制作に携わっている強みであるのは、市内の情報ストックの宝庫です。こういうグルメマップを他の団体では制作できないと自負しています。

「継続性」

今年度は宝塚市の中心市街地だけですが徐々に広げていき、将来的には宝塚市内全域のグルメマップを完成していきたいと思います。

また、閉店や業種が変更になったりする店舗もあるのでデジタルだと簡単に削除や修正も可能です。

今後スタンプラリー企画等の実施や様々なイベントにもこのグルメマップを利用できるようにしていきたいです。

6 事業の内容

※実施時期、場所、回数、参加予定人員等を含めて具体的に記載してください。

■完成までのスケジュールを記載します

○7月より WEB のデザイン・コーディング作業開始、あわせて店舗リスト作成、写真提供を含めて店舗交渉

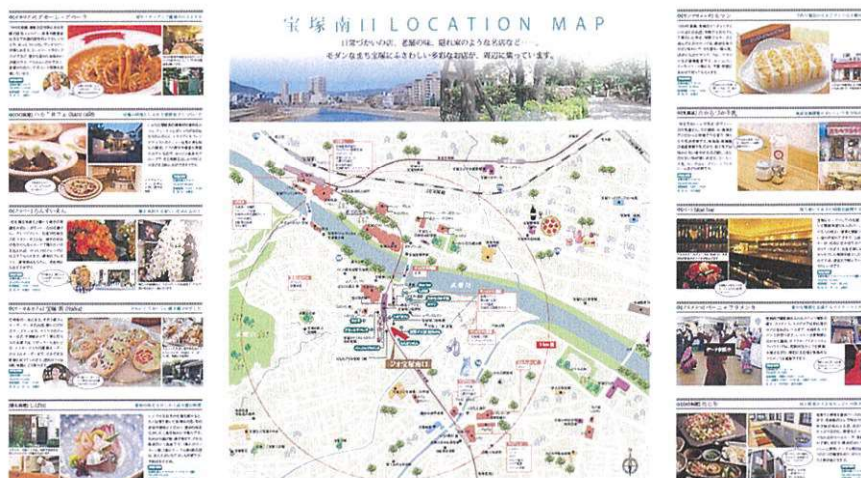
○9月 WEB の初校、内容校正確認

○11月紙媒体納品、同時ホームページ公開

■スマホのイメージ



■紙面のイメージ



7 市の担当課との事前協議の経過（事業種別が行政提案型事業の場合のみ記入）

2025 年 4 月 広報課より申請書の説明を受けました。

何度か広報課にメールや電話で質問等をしました。

2025 年 5 月上旬 広報課に提案内容の確認をしました。

2025 年 5 月 16 日 内容の確認修正のうえ、申請書を提出

8 実施する安全対策

■取材時の安全対策

携わるスタッフには損害保険を契約します。

■著作権・肖像権の問題

画像やマップ等はトラブルの原因となる場合があるので双方で確認して業務を進める。