

会議名	令和7年度宝塚市産業活力創造会議		
日時	令和8年(2026年)1月22日(木) 午前10時～午前11時30分	場所	宝塚市役所 本庁舎 4階 政策会議室
出席者	委員	【参加(6名)】 小林委員(会長)、梓委員、小早川委員、胡中委員、川村委員、澤委員 【欠席(2名)】今里委員、松井委員	
	担当事務局	産業文化部長、総括担当及び産業振興担当次長、商工勤労課長、 商工勤労課係長2名、商工勤労課係員	
	関係課 関係機関	観光文化振興担当次長、北部地域振興担当次長	
会議の公開・非公開	公開	傍聴者	0名
内 容 (概要)			
<p><u>次第1 開会</u></p> <p>(1) 産業文化部長挨拶</p> <p>(2) 会長挨拶</p> <p>(3) 委員紹介</p> <p>令和7年4月1日付で前任の西林委員に代わり、松井委員が就任したことを報告した。</p> <p>(4) 事務局紹介</p> <p>(5) 出席委員数の報告</p> <p>委員8名中6名出席。宝塚市産業活力創造会議規則第5条第2項の規定に基づき、過半数以上の出席により会議は成立していることを報告した。</p> <p>(6) 資料の確認について</p> <p>(7) 傍聴人の確認</p> <p><u>次第2 令和7年12月1日時点における産業振興ビジョン・商工業振興計画の進捗状況について</u></p> <p>事務局より産業振興ビジョン及び商工業振興計画の進捗状況を報告し、以下のとおり質疑応答や意見交換を行った。</p> <p>委員 取組内容としてスタンプラリーを取り入れていることが多いように感じる。これは、一定の効果があるから取り入れているのか、それとも結果的にスタンプラリーをするということに着地するのか、どちらなのか。</p> <p>事務局 スタンプラリーという手法にこだわっているわけではないが、関連施設等を回遊してほしい場合に活用していることが多い。</p> <p>委員 様々な場面でスタンプラリーという言葉聞くので、市民としては「またか」と思うこともある。</p>			

会長	例えば、実際にスタンプラリーを実施している時期としていない時期で店舗への来客数に変化があるのか、実施頻度の多さにより効果が減少していないか、測定することにより、政策効果を確認しやすいと思う。
事務局	市内における回遊性を高める取組として、やり方が一辺倒に思える部分もあるが、実施期間や媒体（デジタルや紙）による工夫ができればと思う。
委員	世代によって、手塚治虫作品やキャラクターの認知度が異なると感じているが、そのような中で手塚治虫氏生誕100周年に向けて、どのようにプロモーションしていくのか。
事務局	現時点で、具体的に市として決めていることはないが、関係機関や市民とともに検討していきたいと思っている。生誕100周年は、作品よりも手塚氏本人にスポットがあたる機会となると思うので、医者や漫画家といった手塚氏のような様々な側面や功績を幅広い世代に伝えていくことができるような事業展開になればと考えている。
委員	先日久しぶりに記念館を訪れたが、手塚氏の作り出す世界観に圧倒された。ただ、記念館に行かないとこの世界観に浸ることができないのはもったいないと感じた。半ば強制的に記念館を訪れてもらうことができる導線づくりができるといいかもしれない。
事務局	記念館は手塚氏の全てが詰まっている。まずは、記念館を訪れてもらえるように働きかけていきたい。
会長	手塚作品や手塚氏本人について触れる機会が少ないように思う。世代を超えて多くの人に向けてアプローチする機会があれば、記念館を訪れる人も増えると思う。
委員	記念館の手塚氏に関する展示には関心を持たなかった子どもが、ある時動画配信サービスで鉄腕アトムのアニメーションを観て、すっかりアトムファンになったという話を聞き、様々な媒体や手法での展開による触れる機会の提供が重要だと感じた。生誕100周年はファンを増やす良い機会であり、手塚氏が幼いころ本市で経験したことが作品に活かしていることから、本市ならではの取組として、手塚氏の考え方や作品を通して伝えたかったことを市内の子どもたちにも伝えてほしい。
委員	何かをPRしたりイベントを実施したりする際に、ターゲットを絞り込めていないように常々感じる。絞り込むほうが効率的にPRや集客ができるのではないか。
事務局	知らない世代にターゲットを絞るのも一つの手法だと思う。
会長	子どもにPRすることで、手塚作品や手塚氏を知る親世代との世代間交流のきっかけになる。
委員	逆に、親が手塚作品や手塚氏から学び、ぜひ子どもに伝えたいと思える文化（学問）があれば、強いと思う。
会長	最初から学問として提供するとハードルが高いように思うが、アニメーションなど関わりやすいものから触れる機会を提供することで、これはどのような人が、どのような人生観に裏付けられて描いたのか、遡る形で学んでいくのがいいのではないか。そういった意味では、やはり視認性を高めることから始めるのがいいと思う。
事務局	あべのハルカスで行われていたブラックジャック展では、ドラマなどの露出の機会が多いからか、幅広い世代の人が来場していた。どのような年代や人に刺さるのか、ニーズ調査の重要性を感じた。
委員	一つの作品（キャラクター）に限定せず、現代の人に刺さるものを中心に上げてもいい

と思う。

また、市補助金の申請について、0件というものがあり、PRの仕方に課題があるように思う。

事務局 市広報誌への掲載に加え、商工会議所や市認定起業家支援施設などに情報提供を行っているが、市補助金のPR方法にはまだ課題があると認識している。また、申請件数が少なくなる理由の一つとして、募集期間が短いことも挙げられる。広報誌で特集記事を掲載したり、募集開始よりなるべく早く告知したりするようにできないか、検討しているところである。そのほか、市外から市内への出店を促すような、市外へのPRはまだ不足していると認識しており、引き続き情報を必要としている人に適切に届けることができるよう努めていく。

委員 市広報誌やホームページに掲載されている文字情報だけでは、必要な情報を取得しきれず、市役所窓口を訪れて、初めて知ることもある。相談者と直接話すことで、市が伝えたいことはより伝わると思うので、まずは市役所窓口を訪れてもらえるように工夫してはどうか。

会長 ワンストップ窓口の周知がうまくできれば、ひとまず窓口に行ってみようと思う人が増えると思う。また、補助金については、募集期間を区切らず、随時募集することができれば、より多くのニーズに応えることができると思う。

事務局 会計年度による予算の区切りもあり、時期を問わず募集することができておらず、また国や県の補助金はより融通が利かない部分がある。今後、市独自の補助金については、工夫を凝らしていきたい。そのほか、市ホームページについては、検索エンジンでヒットしやすいキーワードを意識しながら、迷ったときは気軽に市役所窓口にお越しいただけるようなページづくりに努めていきたい。

次第3 成果指標について

事務局より商工業振興計画に定める各成果指標の達成状況について報告し、以下のとおり質疑応答や意見交換を行った。

会長 「起業した事業者数」に関して、どういった業種で起業する方が多いといった特徴はあるのか。

事務局 飲食店や、エステサロンなどの開業が多い印象である。

会長 やはり、初期コストが比較的抑制でき、生活に密接な業種で起業する方が多いように思う。

委員 「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」について、目標値30者に対して、実績値が7者となっており、大きく乖離があるのはなぜか。

事務局 これまで、デザイン経営実践支援事業などを通して、市内事業者へデザイン経営の普及を図ってきたが、同事業終了後、数値は伸びておらず、広く浸透する段階には至っていない。経営手法の一つとして紹介しているが、実際に取り入れるかどうかは事業者次第である部分もあり、今後どのようにデザイン経営を意識していくべきか模索しているところである。また、商工業振興計画の成果指標としたのは正直なところ厳しかったとも感じており、指標の見直しも含めて、今後検討していく必要があると考えている。

会長 市全体として「宝塚市といえば〇〇」のようなイメージをまず広く浸透させることが、市内で事業するにあたり〇〇を重視しようという動きに繋がるのではないかと。市全体のイメージとリンクするようにしていかないと、一方的に呼びかけるだけになってしまうように思う。

委員 市外の人から思い描く宝塚市のイメージは華やかなまちであるように思うが、実際に市内で事業を行っている人や市民が抱いているイメージは華美なものだけでなく、統一性がないと感じている。また、目標地点が人それぞれのため、事業者としてはどれが正解か悩んでいると

思う。もちろん、市民の声を重視すべき場面や摩擦が起きないようにすべき場合もあると思うが、より宝塚市としてのブランディングを進めていくには、突き抜けたものを打ち出してもいいのではないか。事業者側も市の進む方向性に理解を示し、腹をくくるべき時がくるかもしれない。

会長 「尼崎市であればものづくりのまち」というように、パッと思い浮かぶイメージがあればいいが、市北部と南部でもカラーが異なり、これといったものがないように思う。ブランディングに関する大きな方向性のようなものが市として打ち出すことができればいいのだが。

委員 市の方向性についての議論は、政治の領域であるように思う。産業振興に関して、市長や市議会議員にはより積極的に議論してほしい。現在は進む方向が見えず、とりあえずばらまいているように感じる。予算をかけるのであれば、ターゲットを絞るなど、手堅く取り組んでほしい。

事務局 市のイメージをブランディングするというのが、産業振興の視点ではあまりできていないというのは課題に感じている。一方で、住宅地が多く、企業誘致などが難しい中で、魅力ある個店の出店促進や既存企業の市外流出防止など、できることから取り組んでいる。今後、手塚治虫生誕100周年に向けてPRを進めていく中で、リンクした業種を支援するというのも一つかと思う。

会長 都心からの距離や住みやすさが、本市の魅力の一つであり、関東でいう二子玉川のような位置を築けるのではないかと思っている。住みやすさに寄与するような商店や飲食店があることで商工業も発展し、この街に憧れて市外からの転居が増えることにも繋がっていくと思う。

事務局 ここ最近ではECサイトでの販売やイベントへの出店から始める人もおり、起業のハードルが低くなっているとともに、生活に密着した事業を行うケースが増えているように思う。そのような人たちの交流も支援していければと考えている。

次第4 その他

特に個別の報告はなかった。

次第5 閉会

以上