

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 **Takarazuka** ベーカリーフェス実行委員会

1 事業種別	行政提案型
※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) 公共空間(阪急宝塚駅～宝塚南口駅)を活用した、多様な活動がうまれる持続可能なまちづくり
2 事業名	Takarazuka ベーカリー&カフェ フェス
3 事業を行おうとした動機・必要性	宝塚のシンボルでもある武庫川の河川敷は、宝塚市の象徴であります。この“心安らぐ身近な河川敷の景観”を見ながら、宝塚市のベーカリーとカフェで“個性的な味わい”を楽しみ、体の外からも内からも宝塚に癒されてほしい。 これら景色と、幅広い年齢層が楽しめるベーカリーは、古くからの住民も、次世代の人たちも、共通して誇れる宝塚市の財産です。宝塚市に点在する個性的なベーカリー&カフェを河川敷に集め、フェスを通して“日常の幸せ”を個々の形で発見し、近隣を含む住民の間に交流が生まれ、コミュニティの融合と発展が生まれることを目指します。 <事業の動機> ・宝塚市のシンボルである河川敷を、“市民が集まる憩いの場”として活用したい。 ・幅広い年齢層・人が集まり、一緒に楽しめる場を提供したい。 ・宝塚市およびその近郊に広く点在する魅力的なお店を集めることで、見つけれなかった”推し”(お気に入り)のお店を発見する機会を提供したい。 ・お店と地域住民の間の交流を活性化させたい。 (普段、手軽に食べるベーカリーだからこそ、地元でのつながりが重要)。 ・これらを通して、宝塚市での日常の消費を増やし、市の活性化につなげたい。 上記5つの動機から、「まちを楽しくする まちづくりワークショップ&社会実験」をテーマに集まったメンバーで、本事業を企画。24年度、25年度の開催では予想を上回る来場者、反響がありました。宝塚市の魅力を定期的に発信し、名物フェスの一つに成長させるため、継続的に本フェスを開催したいと考えています。 今年は西谷コラボの強化に加え、出店者の紹介マップとして「Takarazuka ベーカリー&カフェマップ」の制作、継続的開催の自走に向けた協賛強化を進めます。 <必要性> 宝塚市の地域経済循環率は 80%前後の阪神間の住宅都市の平均的であるものの、コロナ期の改善から少し微減傾向です。近隣の伊丹市や西宮市と比較しても低い状況となっており、地域経済の自立性を高めるためにも、宝塚市内地元の活動、市内で消費を促す地域住民の意識向上が重要です。 神戸や大阪などわざわざ都心へ行かなくても“身近な宝塚”に、SNSなどで周りに誇れる・発信したくなる景観とお店があることを、そんな誇らしい街で生活していることを、気づききっかけとして宝塚の“魅力”を次世代の人たちに引き継ぎたいと考えます。
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。 目的： 宝塚市及び近郊の広いエリアに点在するベーカリーを武庫川河川敷に集め、市民や近隣の人たちへフェスを通じた紹介を通じ、以下 2 点を目的とします。 ・「<u>河川敷の有効活用</u>：河川敷へ市民および観光客が来るきっかけづくり」 ・「<u>コミュニティの強化</u>：宝塚市のお店と市民の間、および参加者（市民の間および市民と観光客）の間の体験共有/共感による宝塚愛の形成」 老若男女問わず幅広い世代が日常親しめる身近な「パンとコーヒー」をテーマにすることで広い世代のフェス参加を目指します。 期待される効果： ・河川敷の有効活用・・・新しい集いのスポットへ ・市内の新しいお店を発見することで、お気に入りの発見を促し日常の継続的な市内での購買/消費につなげる（地元への関心を上げるきっかけ） ・（フェス内で参加者同士がコミュニケーションを図れるプログラムや車いすの体験プログラムを計画しており） 複数世代で同じ時間・空間を共有し、世代を超え、近隣社会とつながる楽しさを実感。 ・本フェスを河川敷のイベントとして恒例化し、継続的な宝塚市の名物イベントとすることで、宝塚市への訪問のきっかけとする。 （クリスマスマーケットなどの季節行事として、宝塚市への訪問きっかけづくり） ・年次で、新しいテーマやお店を広げ、飽きないイベントとして継続する。 ・西谷地区の野菜を使ったメニュー/廃棄農作物の活用で限定メニュー ＋防災関係の周知などあらゆる人が集まる場所での周知も行う ・この 3 年間の出店者をまとめた「ベーカリー&カフェマップ」のグルメマップにて Takarazuka のおすすめ店舗の周知につなげる	5 申請までの検討経過
2023 年 11 月 25 日 第 1 回まちづくりワークショップ&社会実験 都市計画課のプロジェクトとして検討スタート ～5 回の検討。 2024 年 4 月 21 日 第 1 回実行委員会キックオフ 22 名の賛同者集合で企画の具象化。 5 月以降定期的な実行委員会の準備を経て 市民有志、有限会社クルーズ、社会福祉法人宝塚御殿山福社会、有限会社太陽商会、株式会社ナビック、宝塚市役所（都市安全部、市街地整備課他）協業 12 月 8 日 第 1 回ベーカリー&カフェフェス（来場者 4353 名、出店 15 店舗） 2025 年 4 月半ば～ 第 2 回フェス開催に向けたキックオフ～定期的な実行委員会の準備を経て 11 月 30 日 第 2 回ベーカリー&カフェフェス（来場者 5521 名、出店 19 店舗） 以下多くの方のアドバイス、ヒアリングを実施。 ・宝塚小学校区まちづくり協議会、宝塚第一小学校区まちづくり協議会、宝塚市西山まちづくり協議会の各会長 ・ソリオ自治会、花のみち自治会、宝塚自治会、南口自治会の各自治会長 ・武庫川漁業協同組合（河川敷の活用について） ・宝塚市社会福祉協議会及び社会福祉法人連絡協議会（協力呼びかけ・資材協力他） ・宝塚商工会議所青年部、宝塚市商店連合会、ソリオ宝塚都市開発、宝塚市文化財団、	

	H2O リテイリング、阪急電鉄、J R西日本、日本政策金融公庫、みなと銀行、池田泉 州銀行、尼崎信用金庫、エフエム宝塚（オブザーバー） ・ソリオ宝塚名店会、サンビオラ商業協同組合、宝塚温泉ホテル若水、宝塚ホテル 2026 年 4 月半ば～ 第 3 回フェス開催に向けたキックオフ 継続する取組みと新しく取組む内容について、アイデア出しを行った。
	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。 第 3 回 Takarazuka ベーカリーフェス （実施時期）2026 年 11 月 29 日（日）午前 10 時～午後 3 時 （場 所）武庫川左岸 宝塚駅～宝塚大橋までのエリア （参加人員）約 4,000 人 （目 的）武庫川河川敷に宝塚市及び近郊に点在するベーカリーを集めた市民参加型のフェスを通じて、近隣住民のコミュニティ強化、宝塚市の資源活用、活性化を図る。 （ターゲット）幅広い世代の市民、近隣住民。特に次世代の若者がフェスを通じて地域で活躍する舞台づくり。将来的には幅広いエリアからの観光客。 （協力団体）宝塚市、有限会社クルーズ、社会福祉法人宝塚御殿山福祉会、有限会社太陽商会、株式会社ナビック、トヨタ自動車（予定）、宝塚料理店（予定） （内 容）宝塚市及び近郊に点在するベーカリー・カフェの販売ブース 河川敷でゆっくり時間を過ごせるための飲食ブース パン食い競争などみんなが楽しめる企画 西谷地区の野菜を活用した限定メニュー （各店舗にとってのトライアルの場とする） 非営利団体の紹介ブース（フェアトレード・学生を絡める） 地元ベーカリー&カフェの継続購買につながるマップ共有 地元ベーカリー&カフェを周知するための缶バッジやシールの作成 （担い手）有志参加者約 20 人の実行委員 （成 果）イベント企画、地元企業への協力依頼から、当日の運営を地元の大学生が務めるなど若い世代の担い手が参加。 宝塚に点在する小さなベーカリーを集めて出店してもらうことで、地元ショップの宣伝・アピールの場とし、イベント後、日常の購買・消費につなげると共に、近隣・市民の人と地元のお店のコミュニティ強化を図る。 出店者の紹介としてベーカリー&カフェマップを制作し、観光マップとして活用する。 宝塚市の食材をテーマにした限定メニュー年次開催の定期的なイベントとすることで、宝塚への訪問のきっかけとなる定期イベントを目指す。
	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）

	23 年度 都市計画課（現：市街地整備課）主催のワークショップ＆社会実験に参加し、フェス企画の立案、実行委員会の設立を行った（23 年 11 月～）。 ・フェス企画について、都市計画課を通じて、公園河川課、兵庫県阪神北県民局管理第 2 課と協議を行い、河川敷の積極的な活用について賛同を得た。 ・24 年度 都市計画課全面協力の元、官民一体となったイベントを成功。 ・25 年度 市街地整備課全面協力の元、官民学一体となったイベントを成功。 ・26 年度 市街地整備課と補助金の申請について、事前相談を行い、進めることとする。
8 実施する安全対策	
	(1) 公道や武庫川河川敷での交通整理は警備会社に委託。 (2) 警備計画を宝塚警察署に警備会社より提出。 (3) 雑踏警備、河川への転落防止についてはボランティア複数人体制で警備。 (4) ポール、ロープ、コーンを使って（宝塚市より借用）動線をスムーズに行う。 (5) 食品についてはキッチンカーではそこで調理をするので保健所の届け出確認。 (6) 出店者の中で保健所に届けていない店舗はお店で調理して持参する。 (7) 食品表示は対面式なので、義務はないが購入者から質問があれば、材料（小麦、卵等）の説明しないとイケないため、そのように誘導。 (8) 消防署への届け出（露店の届け出、火災と紛らわしい行為の届け出など）