

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

宝塚地域資源活用魅力アップ計画

2 地域再生計画の作成主体

宝塚市

3 地域再生計画の区域

宝塚市の全域

4 地域再生計画の目標

(1) 地域の現状と課題

宝塚市は、大阪と神戸の間、やや北寄りに位置する人口約 22 万人の都市であり、六甲・長尾山系の緑と武庫川の流れ、市北部の農村地域の豊かな自然環境、多くの参拝客を集める寺社仏閣や有馬・京伏見・西宮街道の宿場町などの歴史資産、全国的な知名度を誇る宝塚歌劇に代表される文化資産が特徴である。

また、古くからの温泉地でもあり、これに着目して大正初期に大阪方面から鉄道を敷設し、新たな温泉施設を中心とした娯楽施設群と沿線の住宅地開発に着手したのが箕面有馬電気軌道（現在の阪急電鉄）であった。創始者の小林一三翁は、鉄道以外にも多岐にわたる事業を起こした「アイディアマン」であり、温泉リゾート、遊園地、少女歌劇（現在の宝塚歌劇）、映画撮影所など、常に時代の「半歩先」を行き、大きな消費力を持ちつつあった大衆のニーズに的確に対応して数々の新しい「エンターテインメント」を提供してきた。

こうした文化的で進取の気風に富んだ本市で幼年期から青年期を過ごしたのが、漫画家 手塚治虫氏である。氏の作品の中の豊かな自然の描写や「リボンの騎士」といったキャラクターには、本市の環境が色濃く影響していると言われている。

一方、小林一三翁は、「郊外の豊かな居住環境」という新たなコンセプトを示し、増加しつつあった都市への通勤者をターゲットにした鉄道沿線開発のビジネスモデルを確立し、今日の阪急沿線の生活文化の基礎を築いた。そこでは、住宅や便利施設、景観といった居住環境のみならず、商業、文化、教育、ファッションまでが洗練され、現在に至っている。

現在の本市は大阪・神戸へ 30 分程度の通勤圏であり、ベッドタウン化が進行している。阪神・淡路大震災以降、中心部に多数立地していた温泉旅館や大手企業のグラウンド・保養所等の福利厚生施設がマンションや戸建て住宅地へと転換され、局地的には人口が増加しているものの、市街地の大半を占める高度経済成長期に開発された山麓の住宅地では、急速な高齢化と人口減少が始まりつつある。

さらに、社会経済環境の変化により、駅前のショッピングセンターや商店街など、既存の商業施設の老朽化・空洞化が進み、遊園地（宝塚ファミリーランド）の閉鎖等集客施設の減少により、地域の魅力と活力が衰退してきている。

本市では、平成 19 年度に「中心市街地活性化基本計画」を策定予定であり、地

域資源を活かした新たな都市の魅力づくりと生活の質の向上、市民が活動しやすい環境づくりを進めることとしている。本計画においては、これらと合わせて、本市の自然、歴史、文化等の既存の地域資源を活用した『魅力アップ』を行うこととし、特に以下の地域資源を積極的に活用していくこととする。

①豊かな食文化

阪神間の「食」のレベルは高く、本市でも人気のレストランや洋菓子店には遠くからも多くの人を訪れている。中でも、イベント「おいしいまち宝塚」は、平成17年度から、市内の製菓業者（パン、洋菓子、和菓子）が集まり、宝塚の「おしゃれなまち」のイメージを活かして市内のホテル等の会場とした試食、即売等のイベントを展開しているもので、市内の菓子店を回るスタンプラリー等も実施している。

また、近年、「地産地消」が浸透し、市北部の「西谷地域」の近郊農業に脚光が当たっており、野菜の直販・直売コーナーや朝市が人気を得ており、農産物のブランド化も進んでいる。「おいしいまち宝塚」においても、平成18年度から、全国的な生産地である丹波、篠山の栗の原種にあたる、西谷地域産の栗「銀寄せ」を使用したスイーツを製作しており、来場者の好評を得ている。

②宝塚歌劇と市民の文化活動

宝塚の文化資源のうち、最も知名度が高く、都市のブランドともなっているのが、わが国が世界に誇る総合舞台芸術である「宝塚歌劇」である。市内の専用劇場だけで年間100万人もの観劇客が訪れるほか、東京をはじめ全国各地での通年公演、世界各地への海外公演を行っており、多世代にわたる熱心なファンを獲得している。

地元こうした大きな文化資産があり、また、市民の中にはセミプロ級の音楽愛好家も少なくないことから、市民の有志によるミュージカル制作、ボランティアによる音楽イベントの開催など、地域では市民の文化活動が活発に営まれている。

③手塚治虫が育ったまち・宝塚

偉大な漫画家であり、世界のマンガ・アニメの第一人者である手塚治虫氏は宝塚で育った。豊かな自然や歌劇など多感な時期を過ごした宝塚の環境は、氏の作風に大きく影響を与えている。手塚作品の世界を展示・解説する市立手塚治虫記念館には、近年の世界的なマンガブームを受けて、海外、特にアジアからの観光客が急増している。

(2) 地域再生の方向性、目標

本市の活性化と地域の再生を図るにあたっては、上記の地域資源を活用し、以下のような地域の魅力アップを図るものとする。

①宝塚ブランドの確立

宝塚歌劇は全国的に知られているが、「すみれの花咲く頃」がレビューの主題歌として用いられたことでも有名であり、宝塚市の花も「すみれ」となっている。この「すみれ」を活用して地域活性化を図るため、現在、中小企業地域資源活用促進法に基づく宝塚の指定地域資源として「すみれ加工製品」が認定されたところである。今後、商業者等と一体となって地域資源を活用した取り組みを推進することとし、隠れた地

域資源である栗やいちごを宝塚のブランドとしての付加価値を与えることにより、宝塚ならではの食文化のデザイン化、普及を図る。

②地域産業の再生

マンガ・アニメ・映像などのコンテンツ産業は、わが国が今後世界に打ち出していく新たな産業として注目されており、戦略的に振興が図られつつある。

宝塚においても、市立手塚治虫記念館を核とし、「手塚作品」を育んだ風土、宝塚の都市ブランドを活かし、大学等とも連携しつつ、コンテンツ産業の振興を図る。

③国際観光都市の再生

現在の海外におけるマンガ、アニメブームに対応し、市立手塚治虫記念館への海外観光客、特に、東アジアを中心とする外国人観光客を誘致し、宝塚歌劇等の他の地域資源の活用と合わせた地域の魅力の向上による国際観光都市宝塚の再生を目指す。

【目標値】

本計画で目標としている「宝塚ブランドの確立」、「地域産業の再生」及び「国際観光都市の再生」にかかる目標値は以下のとおりである。

①「おいしいまち宝塚」での集客数

3,000人(平成18年度) → 10,000人(平成23年度)

②新たなブランドの商品化

新たに10商品(平成23年度までに)

③コンテンツ産業の誘致数

1企業(平成18年度) → 10企業(平成23年度)

④市立手塚治虫記念館への入館者数【中心市街地活性化基本計画と共通の数値指標】

102,000人(平成18年度) → 120,000人(平成23年度)

5 目標を達成するために行う事業

5-1 全体の概要

本市は、宝塚歌劇や手塚治虫などといった地域資源が宝塚のブランドとして定着しているが、これらを持続的に発展させるとともに、これらを核として地域の再生を図る。

その第一歩として、地産地消による地域資源の活用として、本市北部の農村地域における特産品などによる「宝塚らしさ」をテーマとした食文化の魅力発信として「おいしいまち宝塚」の全国レベルでのイベント展開を行うなど、新たなブランドづくりとしての商工業の振興を図る。

また、今後の展開として、市立手塚治虫記念館を拠点とした広域関連施設との連携により、特にアジア圏をターゲットとした外国人観光客の誘致のほか、さらに、新たな「宝塚ブランド」の確立を推進する産業が集積したまちづくりの観点から、マンガ・アニメ・映像文化に特化したコンテンツ産業を誘致、育成し、地域産業の振興を図る

こととする。

5-2 法第5章の特例の措置を適用して行う事業

該当無し

5-3 その他の事業

5-3-1 支援措置を適用して行う事業

【宝塚ブランドの確立】

①支援措置の番号及び名称

B1105 中小企業地域資源活用プログラム（経済産業省）

②当該支援措置を受けようとする者

組合など

③当該支援措置を受けて実施し又はその実施を促進しようとする取組の内容

- 宝塚市北部の農村地域における特産品である北摂栗「銀寄」、いちご「宝交」を生かしたスイーツ等の商品化、販路拡大化
- 宝塚の地域資源である「すみれ」の商品化
- 宝塚における生活文化、食文化の発信イベント、商工業振興策である「おいしいまち宝塚」をさらに拡大充実を図る。全国レベルのイベントとして展開する。
- 実施主体としては、組合などを想定している。

5-3-2 その他自治体独自の取り組み

本市独自の地域資源を活かした魅力アップ施策として、以下の取り組みを行う。

<「食」に関する事業>

- ・西谷ふれあい夢プラザ（農産物加工所・販売所）
西谷地域（北部農村地域）の農産品を活用した食品開発や販路拡大等の「食」ビジネスを促進する。
- ・甲子園大学フードデザイン学科との連携
市、大学、食品産業が連携し、栄養学等の見地から、フードコーディネートなどの新ビジネスの展開を検討する。

<文化資源を活用した集客事業>

- ・市立手塚治虫記念館への外国人観光客の誘致
海外での日本マンガ・アニメブームに対応し、特にアジア圏をターゲットとした積極的な外国時間観光客の誘致を図る。
- ・市立宝塚文化創造館（宝塚音楽学校旧校舎）の利活用
コンサート、ミュージカル等、宝塚の文化資源を活かした集客イベントの展開や、文化発信を展開する（平成20年秋オープン予定）。
- ・その他の公共施設等との連携
市内の音楽専用ホールや、武庫川河川敷公園・末広中央公園等の公共施設、駅前

再開発ビルの公益施設（小ホール、イベント施設、集会施設等）を活用した集客イベントの展開・支援を行う。

＜イベント開催、起業等にかかる助成措置＞

- ・ イベント等の展開にかかる財政支援
中心市街地活性化施策の一環として、平成 19 年度から「中心市街地活性化補助金」を創設しており、産学民が連携して主体的に行う地域活性化の取り組みに対する支援を行っている。
- ・ 市内での企業立地や新規起業に対する財政的支援等
中心市街地活性化及び全市的な商業振興施策の一環として、企業立地や空き店舗等を活用して新規起業する事業所に対する家賃補助等の支援を実施している。また、今後、地域の金融機関と連携した支援等も検討する。
- ・ 事業展開を支援する補助、助成制度等の活用
民間で行う観光集客事業への補助制度（「観光ルネッサンス事業」（国土交通省）等）や、民間で行うまちづくりや地域活性化事業に対する出資制度（「まち再生総合支援事業」（財）民間都市整備推進機構）等）などの活用を検討する。

＜地元企業、市民団体、大学等との連携と人材育成＞

- ・ 市内の業界団体等との連携
料飲綜合組合（市内の料飲事業者の組合）、農協等地元企業との連携を図る。
- ・ 市民ボランティア団体、まちづくり協議会等との連携
イベント運営等の文化活動を行う市民ボランティア団体や、まちづくり協議会、NPO等地域の市民団体等との連携と人材育成を図る。
- ・ 市内や周辺の大学等との連携
高度な専門的知識や人材育成・事業のノウハウ提供等について、大学等との連携を図る。

6 計画期間

認定の日から平成 24 年 3 月末まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

「おいしいまち宝塚」の集客数及び、商品化された新たなブランドの発生数、コンテンツ産業の誘致数、市立手塚治虫記念館への入館者数の把握によって目標の達成状況を評価するほか、参加者によるアンケート調査や市民の満足度調査を行うこととする。

8 地域再生計画の実施に関し当該地方公共団体が必要と認める事項

該当無し