

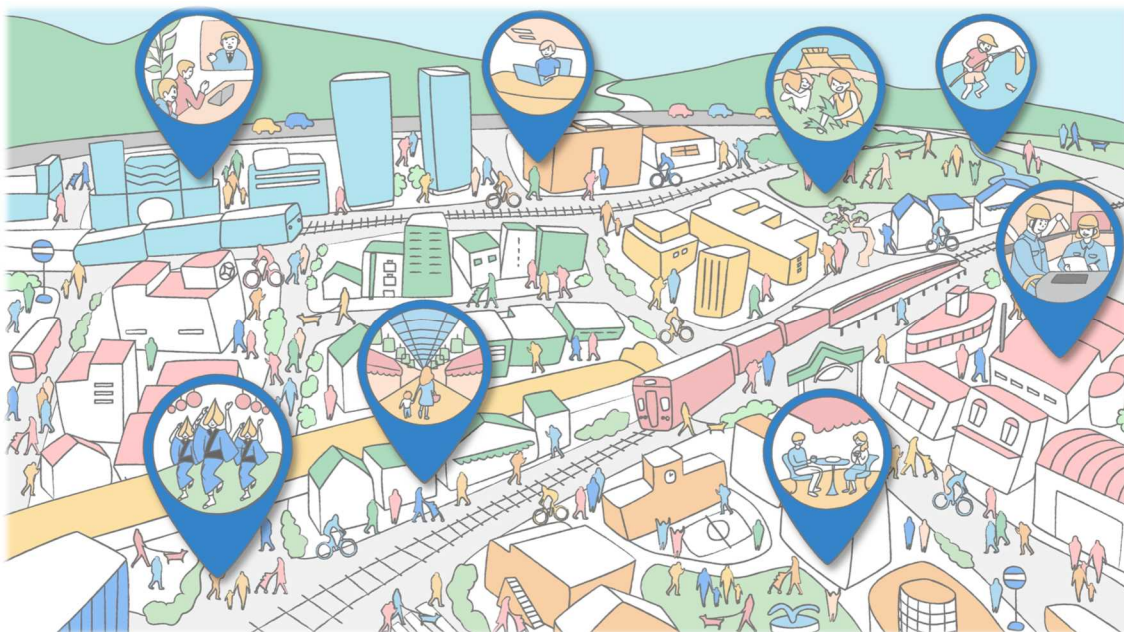
第6章：将来像実現のための施策と目標指標

1. 目指す将来像 ～働きたい、訪れたい、にぎわいあふれる街～ と全体の目標達成指標

生活の場、働く場として、街がより快適になり、暮らす市民、商売をするお店や企業間が網目のように繋がることで、新しい発想や構想が生まれる。そして、自発的な活動の場が増えていくことで、街全体が発展していく。

活性化した各産業により自然・文化・歴史・飲食・娯楽といった街の魅力が最大限引き出され、さらに大阪と京都の中間に位置する本市の立地の優位性を活かすことで、多くの人々が絶えず街を訪れ、「街歩き」を楽しむ。

いきいきと活動する街の人々と、多くの来街者との温かく活発な交流が、街全体に活気を生み出す。そんな「働きたい、訪れたい、にぎわいあふれる街」への実現に向けて、街全体で挑み続ける。



<将来のイメージ>

【全体の目標達成指標(KGI)】

市民意識調査を実施し、市民にとって高槻市が「働きたい、訪れたい、にぎわいあふれる街」であると実感しているかを測る。

商業、工業、観光を通じて「街がにぎわっている」と感じる市民の割合（10年後）

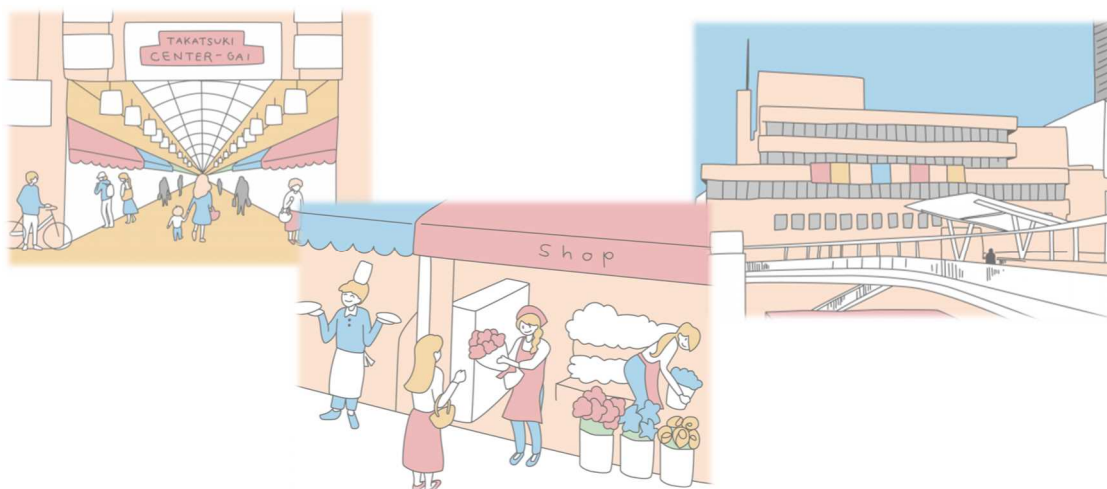
基準値（令和2年度）	目標値（令和12年度）
47%	毎年増加

2. 商業分野の振興

<将来のイメージ>

市内の店舗は常に消費者ニーズやトレンドに合わせて、既存顧客の維持と新規顧客獲得策を検討しながら活発に営業している。魅力的な店舗が多いことから「高槻市内に出店している」ということが一つのステータスになり、創業・出店を希望する人で溢れている。また、空き地や空き店舗も様々な形で有効活用されている。

商店街は単なる買い物の場に留まらず、地域住民の交流の場となり、中でも中心市街地は「街の玄関口」として市内外からの来訪者が集まり、多くの人が楽しめる空間となっている。



(1) 商業振興「生み出す」

① 中心市街地の活性化(にぎわいの創出)

公共施設、医療、福祉等の様々な機能が集積する中心市街地は、北摂でも有数の商業集積を誇り、安満遺跡公園や高槻城公園等の観光拠点も存在し、「街の玄関口」としての大切な役割を担っている。市内の消費を喚起するだけでなく、市外からの来訪者の市内回遊の起点とするため、来訪者の本市に対する第一印象を良いものとし、本市への期待を高める「にぎわいの創出」に向けた取組を支援していく。

② 起業・創業支援(創業支援とアフターフォロー)

創業意欲を持つ人がチャレンジできる環境を整え、新たな店舗や事業者の創出を促進する。

本市ではこれまで、高槻商工会議所や地域の金融機関等と連携した各種施策によって、女性や若者、学生、シニア等の多様な層による創業への支援に取り組んできた。今後はさらに「創業しやすい街」という印象や「創業するなら高槻で」といった機運の醸成に向けて、関係機関等との連携を強化し、地域ぐるみで創業支援に取り組むとともに、創業後のフォローについても検討・実施する。

また、話題性や集客力のある飲食店・小売店を増やし、地域の魅力向上を図るため、

個性的な飲食店や逸品に光を当てブランディング支援・PRをしていくとともに、さらなる創業支援施策の拡充を検討する。

③商工業の連携創出支援

本市の製造業は市内産業の中で付加価値額が最も高く、新しい価値が効率的に生み出されている。商業においては「品質の良い商品・サービス」に対するニーズが強いことに加え、固定客の割合が高いことから「新規顧客の獲得」が課題と考えられるため、市内製造業が持つ技術と商業者との連携による新商品や新役務の開発等、市内産業全体のさらなる活性化につなげる新たな取組を支援していく。

【施策 KPI】

・「高槻創業支援ネットワーク」参画機関が支援した創業件数

基準値（令和元年度）	目標値（令和3～12年度）
79 件	800 件

(2)商業振興「育てる」

①商店街等の活性化(地域商業の継続発展)

市内商店街等の組織強化に向けて、市内の商店街等が行うイベント等、様々な取組による賑わいの創出や地域コミュニティ形成等の支援を継続する。

また、キャッシュレス化等、変化する消費者ニーズや環境に対応するための取組を支援する。

②地域資源を活かした商業振興

市内の商店街は市民にとって単なる買い物の場所に留まらず、地域コミュニティの担い手としても期待されており、まちづくりに必要な一つの地域資源と言えることから、商店街による防犯カメラの設置等、安全・安心のための取組や、交流施設の設置等の公共的な役割を深める取組を支援する。

また、魅力と個性にあふれる個店については、集客力の強化と地域の活性化に繋げていくため、市民や来訪者に対し、デジタル技術を活用した情報発信に取り組むとともに、新たな商業振興策についても検討する。

③事業承継と事業継続に向けた支援

商業分野では経営者の高齢化と後継者不足への対策が必要である。廃業後の店舗の住宅化や駐車場化も懸念され、今後、にぎわいを長期的に維持するためには喫緊の課題と言える。国、府、高槻商工会議所、金融機関等、多様な支援機関と連携し、適切な支援を検討する。

また、外的要因等により経営に影響を受けた事業者の資金調達の円滑化を図るとともに、自然災害等への事前の備えや事後のいち早い復旧のための取組について、高槻商工会議所と連携した支援を行う。

【施策 KPI】

・ 商店会新規加入店舗数

基準値（令和元年度）	目標値（令和3～12年度）
10 店舗	100 店舗

・ 中小企業融資あっせん件数

基準値（令和元年度）	目標値（令和3～12年度）
143 件	1,500 件

(3)商業振興「整える」

①中心市街地におけるエリアマネジメントの支援(中心市街地の環境整備支援)

中心市街地の魅力を持続的に高め、商業集積地としての価値向上を図るため、ハード・ソフトの両面からエリアマネジメント（注：巻末用語解説参照）を継続することが重要である。民間事業者等を中心とした、街の様々な課題解決に向けた取組や、安全で快適かつ魅力ある中心市街地の「まちづくり」を支援していく。

②支援策の積極的活用

ハード・ソフト両面の環境整備を行うことで、人が集い、回遊しやすい環境整備を推進する。そのための支援策の積極的活用を促進する。

【施策 KPI】

- ・ 中心市街地の歩行者通行量

基準値（令和元年度）	目標値（令和 12 年度）
78,266 人／日	83,000 人／日

(4)商業振興「伝える」

①個店や商店街等の取組を通じた支援施策の発信

市内の魅力ある個店や商店街等の取組を通じて市の支援施策を広く紹介・発信し、創業者に選んでもらえる街を目指す。また、創業者同士のネットワークを活かしたソーシャルネットワーク上での情報発信を促進する。

②商業団体等によるにぎわい創出活動の発信

市内の商業団体が行う集客イベントや、創業者同士が連携して取り組む新たなにぎわいの創出につながる取組等を効果的に発信することで本市の魅力を伝え、市内外からの集客を図る。

【施策 KPI】

- ・ 施策情報紹介件数

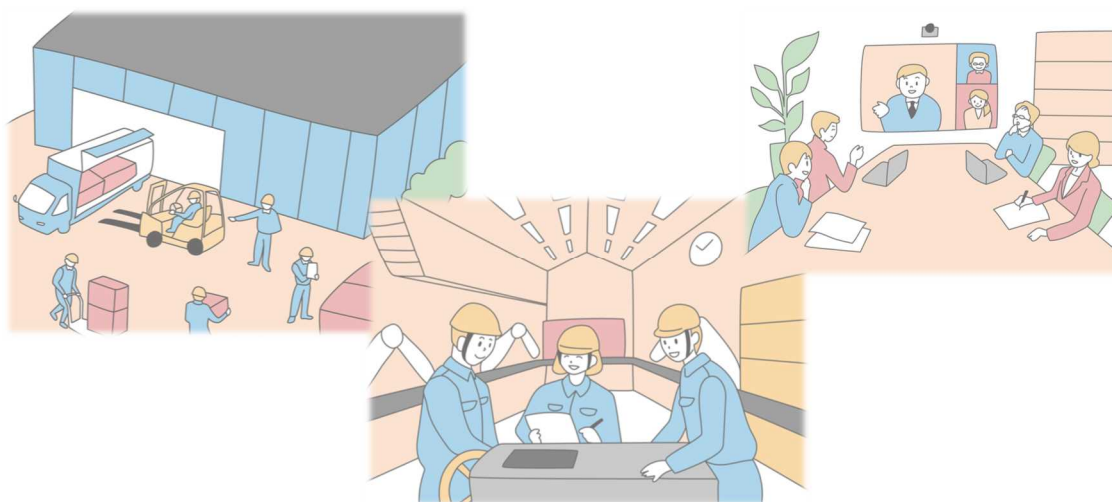
基準値（令和元年度）	目標値（令和 3～12 年度）
131 回	1,350 回

3. 工業分野の振興

＜将来のイメージ＞

既存の市内企業は、新事業の立ち上げや企業間の連携等により、さらに活発な活動を見せられている。また、新たな企業が進出し、本市を拠点に活動しており、新規進出企業による雇用が定住人口の増加要因に寄与している。働く環境が良好なため、本市で働きたいという起業家や労働者が増えている。大企業のみならず、中小企業もその魅力を維持し、個性的な事業所が多数存在している。

市民の生活環境と調和した、安心できる操業環境に加え、事業を継続しやすい立地、活発な事業者間の交流、支援施策等が整っていることから、他地域からの移転や創業の候補地として選ばれている。



(1) 工業振興「生み出す」

① 企業誘致の推進(新規企業の参入準備)

企業の進出動向や移転情報の収集に努め、企業立地促進条例に基づく奨励制度を活用して企業誘致を図っていく。また、市内外に向けて、奨励制度の一層の周知を図り、民間事業者等との土地活用の情報交換や、市関係部署と連携した企業誘致の体制に取り組む。

② ビジネスマッチングやテストフィールドの提供(市内企業定着に向けた環境づくり)

大企業と市内中小企業等が協働してイノベーションを起こしていくために必要なビジネスマッチングの場を企画する。また、社会課題とのマッチングや、新たな技術の実装の場・テストフィールドの提供についても検討する。

③ 新たな土地利用の検討

新名神高速道路の高槻ジャンクション・インターチェンジや新駅設置等に伴い、周辺沿道における土地利用について、関係部署が連携を図りながら、地権者の意向確

認をふまえ、工業系土地利用の可能性について検討しながら取組を進める。

【施策 KPI】

- 企業立地促進条例に基づく事業者指定数

基準値（平成 17～令和元年度）	目標値（平成 17～令和 12 年度）
29 件	50 件

(2)工業振興「育てる」

①市内事業活動の活性化支援

市内中小企業の技術革新や販路拡大等を図り、地域経済の活性化を促進するため、専門的な知識を有するビジネスコーディネーターを派遣し、ビジネスマッチングによる販路拡大や、設備投資の促進等の支援を行う。

②企業間交流の活性化

市内ものづくり企業で組織される「ものづくり企業交流会」では、自律的な活動が積極的に行われており、市はものづくり企業間の連携による新商品開発や新たなイノベーションの取組を支援する。

③BCP 策定支援

大阪府北部地震、平成30年台風第21号等の災害や、新型コロナウイルス感染症のような予期せぬ状況が重なり、企業のBCP（事業継続計画）策定が急務であることから、高槻商工会議所と連携し、BCP策定の重要性を啓発するとともに、市内企業のBCP策定を支援する。

④新たな産業の担い手支援(事業承継に対するサポート)

市内ものづくり企業では、経営者の高齢化が進んでいることから、高槻商工会議所や大阪府の事業承継支援機関等と連携しながら、会社の新たな担い手となる人材に対して、速やかに引き継ぐことができる体制を整えていく。

⑤雇用の確保と人材育成、産官学の連携

中小企業の雇用を支援するため、多様な人材を確保するために必要なノウハウの提供や採用活動の改善などを目指した企業向けセミナーを開催するとともに市内企業への就業促進に向けて市内大学や専門の養成機関との連携を強化する。また、学生をはじめとした若い世代に対し、起業ノウハウの学習だけでなく、起業にチャレンジできる仕組みなど、多様な人と交わる機会を産官学の連携により構築していく。

⑥企業市民の「まちづくり」への参画

事業者において地域との交流は、企業の社会的責任（CSR）だけでなく、企業価値や従業員の意欲向上等、経営に好影響を与えるといった認識を広める取組を行う。また、地域においても、事業者の存在や企業活動そのものがますます重要となるため、事業者にも本市の地域社会を構成する一員である「企業市民」としての活動を支援することで、一層の意識向上や市民・地域との交流の拡大、課題解決等、「まちづくり」へ参画する機会の拡大を図っていく。

【施策 KPI】

- ものづくり企業交流会参加企業数

基準値（令和元年度）	目標値（令和 12 年度）
42 社	50 社

- 市からの支援に対する満足度

基準値（令和元年度）	目標値（令和 12 年度）
48%	60%

(3)工業振興「整える」**①市内企業の定着に向けた環境づくり**

中小企業や小規模事業者による安定した事業活動は、本市経済・産業を支える基礎と言える。

一方で、次代の本市産業を担う中核企業について、その定着や成長を図っていくことも重要である。そのため多様化・複雑化する事業者ニーズを的確にとらえ、既存産業の基盤強化につながる施策に取り組む。

②事業所増設の促進

企業立地促進条例に基づく奨励制度の活用等を通じて、既存企業及び進出企業が行う事業所増設等の設備投資を促進する。

③企業誘致体制の整備

市内外に向けて、奨励制度の一層の周知を図り、金融機関等との土地活用の情報交換や、市関係部署が連携した企業誘致の体制強化に取り組む。

【施策 KPI】

- ・市内企業向け支援策活用件数

基準値（平成 22 年度～令和元年度）	目標値（令和 3～12 年度）
17 件	20 件

(4)工業振興「伝える」**①支援施策・支援機関の周知**

関西圏には、様々な分野の学術研究施設や支援機関が位置しており、また、本市は交通利便性が高いことから、本市の支援策とともに、連携が期待できる学術研究施設や豊富なノウハウを持つ支援機関に関する情報を企業向けに発信する。

②市外企業への広報活動(本市での企業運営のポテンシャルや魅力発信・伝達)

本市の優れた立地特性や交通利便性を周知するため、市外に立地する企業に対して、企業立地促進条例に基づく奨励制度等のパンフレットを活用した広報活動を積極的に行う。

③職員による企業訪問

職員による企業訪問やヒアリングを通じ、企業の立地動向、ニーズの把握と情報収集、企業との良好な関係づくりに努め、企業に有益な情報の PR 等を積極的に行う。

④企業と市民の交流促進

市内には全国的にも優れた企業や個性豊かな企業が数多く立地しており、各企業が地域社会の一員として企業活動を市民に発信し、製品・サービス等の体験の機会を設けることで、市民が地元企業に愛着や関心を抱くことができるよう、企業と市民との交流の場を提供する。

【施策 KPI】

- ・「たかつき産業フェスタ」来場者数

基準値（令和元年度）	目標値（令和 12 年度）
6,500 人	7,000 人

4. 観光分野の振興

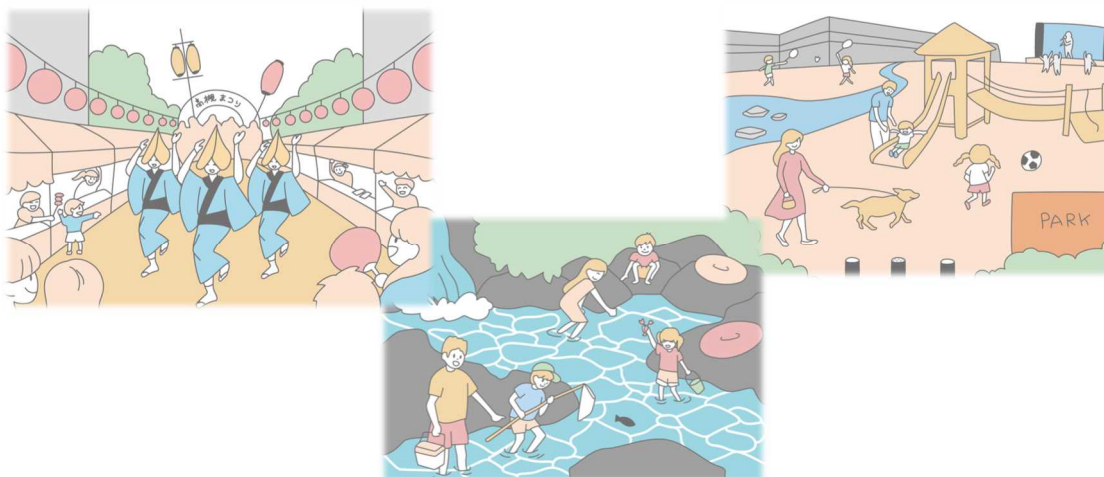
＜将来のイメージ＞

（公社）高槻市観光協会を中心とした事業者ネットワークが構築され、様々な資源を活用した体験観光プログラムの開発が進み、幅広いジャンルのイベントが市内随所で行われている。

公共交通機関を含めて観光動線が確保されており、「来て・見て・回遊して・楽しむ・食す」といった観光の要素を十分満喫できる環境が整っている。

事業者・市民・行政が一体となって来訪者をもてなす雰囲気を作り出しており、市民は本市への愛着を持ち、来訪者は自分の嗜好に合わせ、大規模集客イベントから地元個店によるワークショップ等の小規模企画まで、本市でのみ味わえる「たかつきDAYS」を楽しんでいる。

歴史やサブカルチャー、食をはじめとする個性的な地域観光資源の魅力を現地だけでなく、観光関連サイトやSNS等においても、至るところで触れることができる街になっている。これらの魅力がマスメディアにも取り上げられ、賑わいが絶えない街となっている。



(1) 観光振興「生み出す」

① 集客イベントの発掘や観光プログラムの開発

市内では高槻の魅力や資源を活かした有志の集客イベントが多数開催されている。これらのイベントを観光資源として発信するため、関係団体等と連携して情報収集に努めるとともに、新たな取組の発掘に努めていく。

また、それらの取組に加えて市内の歴史、自然、文化、商工業、農林業といった幅広い分野の地域資源を活かした観光プログラムの開発を推進する。

② 周遊性の向上

駅周辺と観光施設や観光プログラム実施場所との接続を強化するため、お店やスポット等を巡りながら、歩きたくなるような街並みの整備や新たな観光ルートの開発、魅力的なガイドツアーの実施など、市内の周遊性を高める取組を推進する。

③観光連携協定自治体との広域連携企画の実施

市域を跨いだ広域での観光を推進するため、観光連携協定等のネットワークを活かして、他自治体と連携した取組を企画・実施していく。

それぞれの地域が持つ魅力を組み合わせることで、単一の地域では押し出せない、面的な魅力の創出を図る。

④本市独自のご当地グッズや土産品といった観光商品の創出と販売促進

高槻商工会議所や民間事業者等と連携して、ご当地グッズや土産品といった新たな観光商品を創出するとともに、既存の土産品等でも表現や仕掛けを工夫することで、本市の特色ある商品となるよう取り組む。また、商品を購入しやすい環境の確保等に高槻商工会議所等と連携して取り組む。

⑤ICTを活用した観光プログラムの検討(研究)

令和2年に発生した新型コロナウイルス感染症を教訓に、ICT を有効活用するなど観光業を取り巻く変化に柔軟に対応できる新たな観光プログラムの実施を検討する。

【施策 KPI】

- ・市内で過ごす市民数＋市外からの来訪者数（※）

基準値（令和元年度）	目標値（令和 12 年度）
9,643,063 人	毎年増加

※高槻市における主要イベント実施日及び観光シーズンの土・日曜日、祝日を合計 30 日設定し、GPS の位置情報を取得。市内人口を基に推計値を算出する。

(2)観光振興「育てる」

①観光推進体制の強化

現在の観光推進体制は、(公社)高槻市観光協会、高槻商工会議所、市の3者による「オープンたかつき運営会議」がある。(公社)高槻市観光協会を観光分野のコアにして、市内事業者を含めたネットワークを強固にするとともに、本推進体制が「まちづくり」も含めた賑わいを創出することを目指す。

②観光の担い手の育成

市内には本市の魅力を知っている市民・事業者が多数存在する。その市民や事業者が、市外からの来訪者をもてなす機運の醸成を図るとともに、新たな人材の発掘と育成を支援する。

③関係機関との連携

国や経済団体、大阪観光局等の広域機関と連携し、歴史街道推進協議会や阪急沿線観光あるき実行委員会等も含め、本市と歴史的つながりのある地域と連携した取組を推進する。

④コンベンション機能の推進と MICE の検討(研究)

令和5年3月に開館予定の新芸術文化劇場や令和2年8月に開業したコンベンション機能を有するJR高槻駅前のシティホテルを活用し、本市の交通利便性をPRし、(公社)高槻市観光協会と連携して、学会等、全国的な催しといったMICE(注:巻末用語解説参照)誘致など、可能性の検討を行う。

【施策 KPI】

・「オープンたかつきネットワーク会議」参加事業者数

基準値(令和元年度)	目標値(令和12年度)
30者	50者

(3)観光振興「整える」

①周遊観光 MaaS の検討(研究)

市営バスを利用して今城塚古代歴史館をはじめとした観光資源を含む周遊観光ルートの導入実験を検討するとともに、新たな技術を活用した MaaS（注：巻末用語解説参照）の検討等、誰もが移動しやすい取組を検討していく。

②周遊観光のためのコンテンツ整備

周遊観光 MaaS の実現及び、観光プログラム等の受付や観光施設周辺店舗の紹介による消費喚起策を推進するため、(公社)高槻市観光協会と連携して観光アプリを活用する。来訪者に分かりやすいルート案内等の表示や、スタンプラリー等の周遊を楽しむ仕掛けをシステム化できるよう進め、長期的には、宿泊費や交通費、プログラム代の決済等、観光に関連することがすべて解消できるよう、観光アプリ内の環境を整える。

また、将来における技術の進歩で、AI・IoT（注：巻末用語解説参照）社会に順応する情報発信スキームの開発が今後ますます進むと思われるため、観光アプリにおいても変化に素早く対応できるよう、利用される端末や情報媒体の研究を継続する。

③歴史資源を活かした観光基盤の整備検討

「歴史の散歩路」等、周遊ルートを活かすため、市内の歴史遺産に関する説明板や案内板の更なる整備を検討・推進する。

④摂津峡周辺の活性化

摂津峡周辺地域において、自然環境の保全を基調とした観光振興を図るため、市民・事業者・関係団体等との連携・協働により推進していく。また、芥川山城跡の国史跡化に向けた取組を見据え、来訪者がエリア全体の自然を満喫できるように、遊歩道や案内サイン等、適宜、環境の整備について調査・検討する。

⑤インバウンド対応の検討

本市におけるインバウンド誘客の可能性を検討するとともに、令和3年自国開催のオリンピック・パラリンピックや令和7年の大阪万博開催といった外国人観光客の経済波及効果を楽しむため、多言語対応の案内表示板の整備、多言語表記の案内パンフレットの整備等に取り組む。

⑥新たなスポットの創出(研究)

道路空間を始め、壁面や公園等について、地域活性化や賑わい創出等の観点から、新たな活用方法を検討し、集客スポットを創出することで、市内の周遊性を高める。

【施策 KPI】

- ・観光アプリのダウンロード数

基準値（令和2年度末）	目標値（令和12年度末）
- ※観光アプリは令和2年度にリリースするため、年度末のダウンロード数を基準値とする。	前年度比5%増

(4)観光振興「伝える」

①情報発信の強化

一般的な観光情報だけでなく、ローカルな本市の魅力の発信や地域のイベント情報等を発信していく。また、その情報発信を強化し、知りたい情報を気軽に得られるよう、デジタル技術を活用した取組も進めていく。

②SNS を活用した情報発信

Twitter や Facebook 等の SNS を活用し、市外に向けて観光資源の魅力を広く継続的に伝え愛着を醸成するほか、観光プロモーションとの連動により、「高槻好き」からの情報発信を促すことで、より幅広い市外との接点を獲得していく。

③観光プロモーションの実施

スモールマス型社会へ対応するため、本市で自分の好きな事を楽しんでもらえるよう、既存の観光スタイルにとらわれない、来訪者の潜在的な嗜好と本市ならではの魅力を符合させた、新しい観光プロモーションを実施する。

④広域的な情報発信

各観光連携協定自治体との情報共有に基づく双方発信や、イベント企画の情報提供等を実践していく。また、(公社)高槻市観光協会と連携し、市内宿泊施設を活用した旅行ツアー等のプログラム PR を通じて、本市の魅力を全国に発信できるように取り組む。

【施策 KPI】

- ・観光関連サイト（たかつき〇〇ナビ、BOTTO たかつき等）の年間閲覧数

基準値（令和元年度）	目標値（令和 12 年度）
578,879 PV	前年度比 5%増

5. 取組の成果指標一覧

【全体の目標達成指標(KGI)】

指標	基準値	目標値	計測方法等
「街がにぎわっている」と感じる市民の割合	47% (R2)	毎年増加 (R12)	市民アンケートにより集計

【商業分野】

基本目標	指標 (KPI)	基準値	目標値	計測等
生み出す	支援した創業件数	79件 (R1)	800件 (R3~R12)	「高槻創業支援ネットワーク」参画機関が支援した創業件数を計上
育てる	商店会新規加入店舗数	10件 (R1)	100件 (R3~R12)	高槻市商店街連合会の加盟商店会における新規加入店舗数を計上
	融資あっせん件数	143件 (R1)	1,500件 (R3~R12)	「高槻市中小企業事業資金融資制度」によるあっせん件数を計上
整える	歩行者通行量	78,266人/日 (R1)	83,000人/日 (R12)	中心市街地3地点における歩行者通行量の平日・休日平均値を計上
伝える	施策情報紹介件数	131回 (R1)	1,350回 (R3~R12)	市HP等における支援施策の紹介件数を計上

【工業分野】

基本目標	指標 (KPI)	基準値	目標値	計測等
生み出す	事業者指定数	29件 (H17~R1)	50件 (H17~R12)	高槻市企業立地促進条例に基づく事業者指定数を計上
育てる	ものづくり企業交流会参加企業数	42社 (R1)	50社 (R12)	高槻市ものづくり企業交流会の会員企業数を計上
	支援に対する満足度	48% (R1)	60% (R12)	企業向けアンケートにより集計
整える	支援策活用件数	17件 (H22~R1)	20件 (R3~R12)	企業定着補助金等、企業向け支援施策の活用件数を計上
伝える	産業フェスタ来場者数	6,500人 (R1)	7,000人 (R12)	「たかつき産業フェスタ」の来場者数を計上

【観光分野】

基本目標	指標 (KPI)	基準値	目標値	計測等
生み出す	市内で過ごす市民数と市外からの来訪者数	9,643,063 人 (R1)	毎年増加	高槻市における主要イベント実施日及び観光シーズンの土・日曜日、祝日を合計30日設定し、GPSの位置情報を取得。市内人口を基に推計値を算出
育てる	ネットワーク会議参加事業者数	30者 (R1)	50者 (R12)	「オープンたかつきネットワーク会議」に参加する事業者数を計上
整える	観光アプリのダウンロード数	— (※)	前年度比 5%増	(公社)高槻市観光協会が提供する観光アプリのダウンロード数を計上
伝える	観光関連サイトの閲覧数	578,879 PV (R1)	前年度比 5%増	市または(公社)高槻市観光協会が運営する観光情報サイトの閲覧数を計上

※ 観光アプリは令和2年度にリリースするため、年度末のダウンロード数を基準値とする。