

高槻市産業・観光振興ビジョン実施計画事業実績一覧Phase1 (R3~R5) <商業分野>

資料1-2

【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「高槻市内に新店を出している」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。

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	取組実績	活動指標		実績件数			評価	実施件数合計	進捗率	現状の課題	今後の方向性	実施スケジュール			担当課	主な連携先	
	指標	基準値 (R1)					目標値 (R5)	項目	予定数	R3	R4						R5	R3	R4			R5
「生み出す」	創業支援 件数	79件	240件 (R3~5)	①中心市街地の活性化	中心市街地のにぎわい創出イベントの支援	○中心市街地の活性化に資するにぎわい創出イベントを支援する	・「たかつきアート博覧会」の開催を支援し、イベント実施による賑わい創出に取り組んだ。 ・阪急高槻市駅前広場で開催される「TAKATSU KI唄まきStation」に対して後援を行った。 ・手作り作家のクリエイターズマーケット「福寿マルシェ」に対して後援を行った。 ・高槻市内の飲食店、NPO等の非営利団体、クリエイター等が出店するイベント「高槻グルメビュッフェ」に安楽通商協同組合に対して後援を行った。 ・仮装パレードや仮装大賞など、高槻城北通事業協同組合主催の地域の商店とのふれあいを通じてコミュニティのつながりを育む「高槻城北ハロウィンフェスティバル2022」に対して後援を行った。	イベント支援 件数	年6件 合計18件	10	9		予定を上 回った	19	106%	コロナ終息に差し掛りイベントが増加すると予想される中、迅速・適切に後援等の支援を行う必要がある。	【成果維持】 市内の消費喚起及びにぎわい創出など中心市街地の活性化に資するイベントについて、引き続き広報面等において支援する。	実施	→	→	産業振興課	イベント主催団体
					各種イベントと商業の運動促進	○市と中心市街地活性化協議会が各イベント主催団体と商店・商店街等の間を仲介しイベント開催と合わせた売り出しや店頭販売、イベントへの店頭参加等、イベント客の域内消費を促す	11月5日開催の「たかつき産業フェスタ」において、買い物行動の変化(目的地に訪問した後、商店街への誘導手段があれば商店街での買い物が増えるかどうか)の可能性を探る社会実験を目的に、来訪者をトゥクトゥクにより高槻センター街へ誘導する取組を行った。	商業と運動したイベントの支援件数	年1件 合計2件	1	1		予定通り 実施	2	100%	実施したイベントの効果が一時的なものとならないよう引き続き、地域に根差した身近なお店の魅力を発信する「パイローカル」を視点を取り入れたイベントを検討・実施し、イベント等で取り組み可能な販売促進活動等の整理に努める。	【成果維持】 イベント主催団体に迅速に働きかけられるよう、商店・商店街等と連携し、イベント等で取り組み可能な販売促進活動等の整理に努める。	実施	完了		産業振興課	中心市街地活性化協議会 イベント主催団体 商業団体
				②起業・創業支援	経営相談窓口	○創業に必要な手続きや融資に関して相談できるワンストップ相談窓口を産業振興課内に設置する ○高槻商工会議所が行う経営・税務・労務・金融などの各方面にわたる専門家派遣事業等を支援する	・ワンストップ相談窓口にて創業希望者に対して開業手続きや事業計画の作成に関する助言等を行った。 ・高槻商工会議所が行う専門家派遣事業等を支援した。	相談件数	年130件 合計390件	307	303		予定を上 回った	610	156%	創業相談については経営に関する専門性が求められるため、人材育成や商工会議所との連携強化が必要となる。	【成果維持】 高槻商工会議所と連携しながら、ワンストップ経営窓口を起点とした創業しやすい環境づくりを行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所 金融機関
					起業・創業セミナーの開催	○起業を考えている方を対象に入門編にあたる「スタートアップセミナー」を開催する ○起業に必要な知識やスキルの習得するための連続セミナー「創業塾」を開催する	・起業を考えている方を対象に入門編にあたる「スタートアップセミナー」を開催した。 ・起業に必要な知識やスキルを習得するための連続セミナー「創業塾」を開催した。	セミナー開催 件数	年13件 合計39件	13	13		予定通り 実施	26	67%	コロナ終息に差し掛り、受講生同士の交流によるネットワーク作りを寄与するなど、セミナーの内容の充実させる必要がある。	【成果維持】 高槻商工会議所と連携しながら、受講者アンケート等を参考に研修メニューや講師の更新を図る。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所
					高槻「魅力あるお店(飲食店・小売店)」応援プロジェクト	○市内への新規出店者に対する補助制度により、まちなぎわいと話題づくりにつながる魅力的な店舗を支援する	「高槻「魅力あるお店」応援プロジェクト」の対象となる市内の出店者を年3回募集し、事業計画書が13件申請されたうち5が採択され、店舗改装費に対し補助を行った。	事業計画書の申請件数	年12件 合計36件	5	13		予定を上 回った	18	50%	市外事業者に向けた情報発信力の点で弱さがある。	【成果維持】 SNS等の新しい周知方法の活用を検討するとともに、チラシの配架等に関する連携先を増やしていく。	実施	→	→	産業振興課	事業者
				魅力ある飲食店・逸品等ブランディング支援	○高槻商工会議所や金融機関等と連携し魅力ある飲食店や地域の隠れた逸品等のブランディングが図られる取組に対して支援する	商工会議所主催のクリエイターとのマッチング事業「高槻クリエイティブ共創プロジェクトミーティング」を開催するなど、各分野の事業者に対し自社商品等に関するブランディング支援を行った。	セミナー開催 件数	年1件 合計1件	1	1		予定通り 実施	2	200%	ブランディング支援と並行して市内の魅力あるお店や隠れた逸品等を発掘し、宣伝する必要がある。	【成果維持】 商工会議所や金融機関等と連携し、市内事業者の魅力的な取組や商品に関する情報交換を進めるとともに、広報誌や市HP、SNS等の有効活用方法を検討する。	調査 研究	検討	検討・実施	産業振興課	商工会議所 事業者	
				新規事業者の開拓や既存事業者への新規返礼品登録に向けての協議を行った結果、目標を大幅に上回ることができた。	ふるさと寄附金新規返礼品登録数	年10件 合計30件	162	169		予定を上 回った	331	1103%	地域の隠れた逸品等をいかに発見し、新規登録に結び付けていくか。	実施	→	→	観光シティー セールス課	事業者				
③商工業の連携創出支援	市内製造業が持つ技術と事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がる新たな取組を支援していく。	ものづくり企業交流会の開催	○事業者同士の交流を促進し、新商品や新役務の開発につながる企業間連携を支援する	ものづくり企業交流会の食品Gによるイベントを通じて、企業間の交流を促進した。	事業者交流会の開催件数	年1件 合計2件	1	1		予定通り 実施	2	100%	定期開催のイベントのため安定した運営がなされているが、内容が定型化している面もあるため、新規性のある取組があれば、企業間交流の更なる活性化が期待できる。	【成果維持】 ものづくり企業間の交流を活性化するための、新たなイベント企画等に資する情報の提供・交換に努める。	検討	検討	実施	産業振興課	事業者			
「育てる」	商店会新規加入店舗数	10件	30件 (R3~5)	①商店街等の活性化	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、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。	○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、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。	・商業振興のためのイベント等の事業に取り組む商業団体に対し「商業団体振興補助金」による支援を行った。 ・ホームページのリニューアルに対し、「商業団体振興補助金」を交付し、システム構築にかかる支援を行った。	補助金の交付 件数	年14件 合計42件	6	10		予定を下 回った	16	38%	商店街等の商業団体は、地域商業の担い手であると同時に市民を対象とした地域活動に取り組む主体でもあるため、地域経済及び街のにぎわいの活性化のため継続的に支援する必要がある。	【成果維持】 引き続き商業団体振興補助金制度を活用し、商店街組織や小売市場が取り組む組織強化につながる地域イベントの開催等に対して支援を行う。	実施	→	→	産業振興課	商業団体
					○地域貢献の誘導による「地域における商業の活性化に関する条例」を推進する	市内商店街に新たに立地された事業者等に条例の周知にかかるリーフレットを配布し、商業団体等への加入促進に努めた。	事業者及び大型店への条例周知	年30件 合計90件	30	30		予定通り 実施	60	67%	商業団体等の加入件数が横ばいまたは、減少傾向にある。	【成果維持】 引き続き商業団体向けリーフレットを通じて周知を行い、さらに本市支援施策等を通じて商業団体等への加入を促進する。	実施	→	→	産業振興課	事業者(大型店)	
				職員による商店街等への訪問	○職員の商店街等の訪問を通じたきめ細かい情報収集及び国等の施策を周知する	商店街等を訪問し、コロナ禍での組合員等の経営状況にかかる情報収集及び国等の給付金や補助金に関する周知等に努めた。	訪問件数(情報収集・発信)	年60件 合計180件	92	86		予定を上 回った	178	99%	国等の各種給付金は社会情勢に応じて多様に展開されるため、正確かつ迅速に情報収集し提供が必要がある。	【成果維持】 引き続き正確かつ迅速な情報収集に努め商店街等に提供する。	実施	→	→	産業振興課	商業団体 事業者	
				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。	商業団体の施設・設備等の新設等支援	○商業団体が行う地域住民の安心・安全な生活環境維持のための施設・設備等の新設等に対し、商業団体振興補助金(街なみ整備促進事業・共同施設設置準備事業)を交付する	補助金の交付 件数	年2件 合計6件	2	1		予定を下 回った	3	50%	商業団体が管理する施設等の老朽化が進んでいるものについては改修工事等の積極的な働きかけが必要である。	【成果維持】 商店街が管理する施設等の維持・管理は地域住民の安心・安全の確保に繋がることから、引き続き状態も把握に努めるとともに商業団体振興補助金の交付により支援する。	実施	→	→	産業振興課	商業団体
中小企業融資あっせん件数	143件	450件 (R3~5)	③事業承継と事業継続に向けた支援	関係団体と連携した情報発信	○国、府、商工会議所、金融機関等との連携による事業承継の早期着手を促す施策や啓発セミナー等を周知する	事業承継に関する情報をメールマガジンにより市内企業約90社に配信し、関連資料を窓口配架した。 大阪府事業承継・引継ぎ支援センターの協力機関として事業承継の案件把握に努めた。	情報発信件数	年3件 合計9件	2	3		予定通り 実施	5	56%	事業承継問題については、企業の機密情報であることから情報を得る機会が少ない。	【成果維持】 引き続き事業承継に関する課題を抱える企業ニーズの把握に努め、適切な支援情報と支援機関等とのマッチングを図る。	実施	→	→	産業振興課	国、府、商工会議所、金融機関	
				中小企業資金融資制度	○セーフティネット保証等に係る融資相談・認定を行うとともに、高槻市中小企業者資金融資制度による融資のあっせんを行う	事業資金の融資を検討している事業者に対して融資相談を行い、活用可能な融資制度に関して情報提供を行うとともに、高槻市中小企業者資金融資制度による融資のあっせんを行った。	中小企業融資相談件数	年600件 合計1800件	409	559		予定を下 回った	968	54%	事業資金の融資を検討している事業者を継続的に支援する必要がある。	【成果維持】 引き続き高槻市中小企業者資金融資制度の周知、あっせんを行うとともに、事業資金の融資を検討している事業者を支援する。	実施	→	→	産業振興課	国、府、信用保証協会、金融機関	

基本目標	指標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	取組実績	活動指標		実績件数			評価	実施件数合計	進捗率	現状の課題	今後の方向性	実施スケジュール			担当課	主な連携先	
		基準値 (R1)	目標値 (R5)					項目	予定数	R3	R4	R5						R3	R4	R5			
「整える」	中心市街地の歩行者通行量	78,266人/日	81,444人/日	①中心市街地におけるエリアマネジメントの支援	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。	「エリアマネジメント」の実施主体の支援	○中心市街地活性化協議会の円滑な運営と、協議会メンバーの自主的なまちづくり活用を支援する	新型コロナウイルスの影響による中心市街地活性化協議会の書面開催を支援した。	中心市街地活性化協議会の運営補助件数	年1回 合計3回	1	1		予定通り実施	2	67%	中心市街地活性化協議会について書面での開催になったため、本市の課題解決に向けた意見交換が十分にできなかった。	【成果維持】 コロナ終息に差し掛かり、対面での協議会を開催して中心市街地活性化基本計画第2期の総括を共有するとともに、計画終了後も協議会構成員の様々な課題解決に向けての取組を支援していく。	実施	完了		産業振興課	中心市街地活性化協議会
				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。	商業団体のハード・ソフト両面の環境整備の支援	○商業団体が行う商業振興につながる各種取組に対し、商業団体振興補助金を交付する	・商業振興のためのイベント等の事業に取り組む商業団体に対し「商業団体振興補助金」による支援を行った。 ・ホームページのリニューアルに対し、「商業団体振興補助金」を交付し、システム構築にかかる支援を行った。	補助金の交付件数(全事業のうち中心市街地分)	年8件 合計24件	4	5		予定を下回った	9	38%	商店街等の商業団体は、地域商業の担い手であると同時に市民を対象とした地域活動に取り組む主体でもあるため、地域経済及び街のにぎわいの活性化のため継続的に支援する必要がある。	【成果維持】 引き続き商業団体振興補助金制度を活用し、商店街組織や小売市場が取り組む組織強化につながる地域イベントの開催等に対して支援を行うとともに、基盤施設の整備に対し支援を行う。	実施	→	→	産業振興課	商業団体
「伝える」	施策情報紹介件数	131回	405回 (R3～5)	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。	スタートアップ企業等の情報発信支援	○創業・個店支援事業を活用して開店した店舗の紹介冊子の作成や創業塾等での起業家による体験談を実施する ○金融機関、市内事業者及び庁舎内に施策スペースを設けるなど市の支援施策を広く発信する ○ソーシャルネットワーク上での定期的な情報発信を行う	・創業・個店支援事業を活用し、創業された方の店舗を紹介する冊子「グルメガイド」を3,500部作成・発信を行った。また、創業塾では当該塾の卒業生による体験談を実施した。 ・創業・個店支援事業を広く周知すべく、市内金融機関、市内・市外の民間事業者等に向けてチラシを配布した。 ・本市の広報誌・ホームページ等にも当該事業に関する概要等を定期的に掲載し、情報発信を行った。	情報発信件数	年93回 合計279回	244	249		予定を上回った	493	177%	市の支援施策を広く紹介・発信するため、チラシの新たな配布先の確保や広報にかかる有効な方法を積極的に検討する必要がある。	【拡充】 チラシを配布する金融機関等を拡大するとともに、ホームページやリーフレット等のコンテンツの見直しやSNS等の新しい情報発信手段の活用を検討・実施する。	実施	→	→	産業振興課	事業者
				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。	商業団体等が取り組むイベント等の情報発信	○市内の商業団体等が行う集客イベント等をメールマガジンや市広報誌等を通じて広く発信し、にぎわいの創出につなげる ○体験交流型観光プログラム「オープンたかつき」を通じて市内の魅力ある個店等の魅力を市内外に発信する	・福寿マルシェ、たかつきアート博覧会、高槻グルメクニックフェスin安満遺跡公園等の集客イベントを市広報誌、ホームページ等を通じて情報発信を行った。 ・民間主催イベントの後援をするとともに、告知に協力した。 ・オープンたかつきにおいて個店等の魅力を伝えるプログラムを実施した。 ・市内の商業団体等が行う集客イベントを後援し、広報掲載等協力した。	情報発信件数	年42回 合計126回	48	43		予定を上回った	91	72%	・既存の媒体による発信は定期的の実施しているが、更に発信力を高め集客に繋げる必要がある。 ・継続して個店側に協力を呼び掛けるとともに、新規開拓を行う必要がある。	【成果維持】 ・既存媒体の使用においてもより効果が期待できる方法を模索するとともに、SNS等の新たな媒体の活用を検討し、引き続き効果的な情報発信を行う。 ・今後もイベントの後援やオープンたかつきのプログラムを通じて、街のにぎわいを創出する取組の発信に努める。	実施	→	→	産業振興課 観光シティセールス課	商業団体 事業者

高槻市産業・観光振興ビジョン実施計画事業実績一覧Phase1 (R3~R5) <工業分野>

【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。

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	取組実績	活動指標			実績件数			評価	実施件数合計	進捗率	現状の課題	今後の方向性	実施スケジュール			担当課	主な連携先	
	指標	基準値 (R1)					目標値 (R5)	項目	予定数	R3	R4	R5						R3	R4	R5			
「生み出す」	企業立地促進条例に基づく事業者指定数	24件 (累計)	33件 (累計)	①企業誘致の推進 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み。	企業立地のための土地情報の収集と紹介	○企業ヒアリングによる企業の立地動向情報と市内空き土地データの収集と更新を行う ○収集した空き土地データを用いた企業立地候補地の紹介を行う	市内の企業向け用地の情報収集を行い、得られた情報を元に管理台帳を作成し、希望する事業者等に用地情報の提供を行った。	情報収集件数	年12件 合計36件	15	4			19	53%	市内において新たに企業が立地するために適した用途・規模の用地が少なく、用地情報のストックが少なくなっている。	【成果維持】 用地が少ない中でも、企業による立地検討の問合せやニーズはあるため、工場跡地や遊休地などの企業立地に特化した産業用地の情報収集の強化を図る。	実施	→	→	産業振興課	金融機関 不動産業者	
					市外企業の立地促進	○企業立地促進条例に基づき、企業の事業所新設を奨励することで、市外から新たな企業を誘致する	市外の企業から立地に関する希望条件等をヒアリングし、立地の可能性を有する用地の紹介及び情報交換を行った。	市外企業へのヒアリング件数	年5件 合計15件	11	4			15	100%	立地の可能性が見込まれる市外企業の選定及びアプローチ方法を整備する必要がある。	【拡充】 新たな立地計画や設備投資の可能性が高いと見込まれる、国等が選定する優れた取組を行う市外企業など、対象を絞ったヒアリングを行う。	実施	→	→	産業振興課	→	
				②ビジネスマッチングやテストフィールドの提供	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、新たな技術の装束の場・テストフィールドの提供についても検討する。	ビジネスマッチングの実施	○ビジネスコーディネーター派遣事業の実施による、企業間のビジネスマッチング、技術開発、販路開拓等に向けた支援を行う	食品ロスの削減や虫害の低減などに関する社会課題の解決に関する企業間のビジネスマッチングを支援した。	マッチング支援活動数	年10件 合計30件	3	2			5	17%	コロナ禍によるオンライン面談が前提となる状況は解消したものの、イノベーションや新技術に関する情報は不足しているため、効果的な情報収集の方法を検討する必要がある。	【成果維持】 社会課題等との関連があると期待される市内大企業へのヒアリングを通じて、市内中小企業との先進的なマッチングを図る。	実施	→	→	産業振興課	→
				③新たな土地利用の検討	新神高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の検討について、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する。	土地活用に向けた調整	○成合南土地区画整理事業への技術的支援を行う ○企業進出ニーズの把握を行う	・進出予定企業へヒアリングを行い、ニーズに応じた支援制度に関する情報提供を行った。 ・新たな土地の活用を実現するために事業を実施している成合南土地区画整理組合に対し、補助金の確保や技術支援を実施した。	テストフィールドの場の開拓	合計1件	0	1			1	100%	先進的な技術を保有する市内企業に関する情報収集の方法を検討する必要がある。	【成果維持】 新技術を活用した製品・サービスを保有する企業の情報収集を継続する。	調査研究	検討	実施	産業振興課	商工会議所
ものづくり企業交流会参加企業数	42社	45社	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。	ビジネスマッチングの実施	○ビジネスコーディネーター派遣事業の実施による、企業間のビジネスマッチング、技術開発、販路開拓等に向けた支援を行う	市内中小製造業等にビジネスコーディネーターを派遣し、市内外企業間の新たな取引を生み出すため、販路拡大に向けた企業間のビジネスマッチングを行った。	マッチング支援活動数	年10件 合計30件	12	13			25	83%	コロナ禍によるオンライン面談が前提となる状況は解消したが、安定的に企業間マッチングの機会を生み出すために、ビジネスコーディネーターと市職員との情報交換や連携等を更に深める必要がある。	【成果維持】 継続的にビジネスマッチングの機会創出に取り組みとともに、販路拡大や設備投資に繋がる支援情報の発信を行う。	実施	→	→	産業振興課	→	
				地元製品・サービスの発掘・発信	○市内事業所の技術・製品・サービス等に関する情報の収集と発信を行う ○本市事業所の製品、商品等の中で、特筆すべきものを取り上げ、市内外にPRする	・市職員の企業訪問等によるヒアリングを実施した。 ・産業物産展示コーナーにおいて市内事業所の製品等の展示を行い、市内事業所の優れた技術・製品・サービスの周知を行った。	市内事業所ヒアリング件数	年100件 合計300件	103	103				206	69%	コロナ禍により面談を自粛・制限する企業は減少したものの、ヒアリング先となる新規企業の発掘が望まれる。	【成果維持】 新規ヒアリング先企業の発掘と併せて、産業物産展示コーナーにおいて製品等の展示が可能な事業者を検討する。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
			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。	企業間交流の促進	○「ものづくり企業交流会」事業としての各種イベント等を自律的に実施する	機械・電気・樹脂G及び食品Gによる企業間交流を促進するため、分科会等を実施した	各種イベントの支援回数	年3回 合計9回	4	12			16	178%	新型コロナウイルス感染拡大による影響は低減したものの、コロナ禍の期間に企業間交流の機会が減少したことから、企業間交流の場を再構築する必要がある。	【成果維持】 対面でのイベント等の再開を通じて、企業間交流の場の再構築を目指す。	実施	→	→	産業振興課	ものづくり企業交流会	
			企業間の連携事業の促進	○「ものづくり企業交流会」が中心となって、技術や事業など各企業の強みを生かした連携事業に取り組みするよう支援する	「ものづくり企業交流会」の会員企業と共に市内大学の「ものづくりのためのスペース」を訪問するイベントを実施し、企業間及び企業と大学の連携を図った。	連携事業の支援回数	年1回 合計3回	1	1				2	67%	新型コロナウイルス感染拡大による影響は低減したものの、コロナ禍の期間に企業間交流の機会が減少したことから、企業間交流の場を再構築する必要がある。	【成果維持】 対面でのイベント等の再開を通じて、企業間交流の場の再構築を目指す。	実施	→	→	産業振興課	ものづくり企業交流会		
「育てる」	48%	52%	③BCP策定支援	企業のBCP(事業継続計画)策定が急務であることから、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。	BCP策定支援	○市内事業所に対するBCP策定を支援する	メールマガジンを活用し、BCP関連情報を市内企業約90社に対して発信した。	BCP関連情報発信件数	年2件 合計6件	2	2			4	67%	災害等からの時間経過と共にBCPの必要性と意義に関する意識の希薄化が懸念されるため、事業者がBCPの重要性を再認識するための関連情報の周知が必要である。	【成果維持】 商工会議所や関係機関等と連携し、適切な情報収集と有用な情報発信を行うことで、市内事業所のBCP策定を支援する。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
				災害や事故に強い企業づくりを支援	○大学や金融機関等、関係機関との連携により、セミナーや展示会等を実施することで災害や事故に強い企業づくりを支援する	商工会議所が主催の「事業継続計画(BCP)策定セミナー」を後援するとともに、チラシ配架及びメールマガジン等で市内ものづくり企業等に同セミナーを周知した。	関連セミナー等の周知・実施	年1回 合計3回	1	1				2	67%	災害をはじめとする緊急事態に強い企業づくりをテーマとしたセミナーや関連情報は多くないため、積極的な情報収集を行い、適切なタイミングに情報発信する必要がある。	【成果維持】 商工会議所や関係機関等と連携し、BCPセミナー等の実施や関連情報の発信を通じて、市内事業所のBCPに対する意識向上を図る。	実施	→	→	産業振興課	大学 金融機関	
			④新たな産業の担い手支援	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、商工会議所や大阪府の事業継承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。	支援機関の紹介と情報提供	○支援機関等の支援情報をまとめた資料の作成や配布、HP等へ掲載し、情報を発信する ○支援機関等とのマッチングを実施する	事業継承の支援に関する情報をメールマガジンにより市内企業約90社に配信し、関連資料を窓口配架した。	情報発信件数	年2回 合計6回	2	3			5	83%	事業継承は、事業の根幹に関わる情報であることから、外部に情報が出ることが稀であるため、支援を必要とする事業者の情報を得ることが難しい。	【成果維持】 事業継承に関する支援を必要とする事業者の把握に努めるとともに、関連機関等を通じて情報収集を通じて適切な情報発信を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
			⑤雇用の確保と産官学の連携	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。	企業の研修・適性検査など人材育成への支援	○企業訪問やメールマガジン等を通じて、国や府が行う人材育成に関する施策情報を提供する	業務能力向上をテーマとしたセミナー情報を掲載したメールマガジンを市内企業約90社に発信した。	情報発信支援件数	年2回 合計6回	2	2			4	67%	人材不足が継続する社会情勢では、既存の人材の効果的な育成が重要であるため、人材育成に関するセミナーや支援制度等の情報発信を強化する必要がある。	【成果維持】 メールマガジン等により関係機関による人材育成等に関する支援情報の発信を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
市からの支援に対する満足度	48%	52%	⑤雇用の確保と産官学の連携	大学等と市内企業とのマッチング機会の創出	○採用を希望する企業と大学等のマッチングによる、人事採用の円滑化を促進する	市内大学に対して、市内企業が参加する市主催の就職イベントの開催案内を配布し、就職に関して大学と市内企業とのマッチングに関するヒアリングを行った。	人材マッチング支援件数	年1回 合計3回	1	1			2	67%	採用及び就職活動においては、インターネット上での個別の活動が主軸となっており、大学と企業が直接つながる機会が少なくなっている。	【成果維持】 企業と大学のニーズを把握したうえで、双方に有益となるマッチングに向けた情報収集と活動を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所		
				産官学マッチングの促進	○先進事例の発表等を行うことで産学連携の機運を高める ○産学連携セミナーを実施する ○市内企業の研究開発や技術課題解決をサポートするため大学や研究機関等とのマッチングを実施する	「ものづくり企業交流会」の会員企業と共に市内大学の「ものづくりのためのスペース」を訪問するイベントを実施し、企業と大学とのマッチング機会を設けた。	産官学マッチング支援件数	年1回 合計3回	1	1				2	67%	産官学マッチングの拡大に向けて、工業系の技術的マッチングと共に、食品等の製品企画・アイデア面でのマッチングも検討する必要がある。	【成果維持】 大学と企業の双方にマッチングに関する取組や事例を紹介・共有し、効果的なマッチング支援を目指す。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	取組実績	活動指標		実績件数			評価	実施件数合計	進捗率	現状の課題	今後の方向性	実施スケジュール			担当課	主な連携先		
	指標	基準値(R1)					目標値(R5)	項目	予定数	R3	R4						R5	R3	R4			R5	
			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。	地域交流スペースの周知	○地域との交流や協働を目的としたスペース・取組を有する企業情報の収集・発信を行う	地域との人々との交流による共創を目指す機能を有する先進的な市内事業所に関して、ウェブサイトと広報誌による情報発信を行った。	企業情報の収集・発信数	年1回 合計3回	1	1		2	67%	新型コロナウイルス感染症の影響に加えて、企業のセキュリティ・安全管理の厳格化の傾向が強まったことから、地域との交流を目指した施設の運用に慎重な姿勢が見られる。	【成果維持】 企業におけるセキュリティ・安全管理に関する同行を注視しながら、地域との交流を目指す企業情報の収集・発信を図る。	実施	→	→	産業振興課	—		
				社会貢献活動の推進	○イベント参加やボランティア等、地域貢献活動の推進に向けた情報を発信する	市内企業が製品・サービスとともに企業の取組をPRする、市民との交流イベント「たかつき産業フェスタ」の情報発信を行った。	地域貢献活動等の情報発信数	年2回 合計6回	1	2		3	50%	地域貢献活動や市民・地域との交流の拡大、課題解決等への意識は企業規模により大きく異なるため、希望の規模に関わらず、「まちづくり」への参画の機会につながる情報発信を検討する必要がある。	【成果維持】 企業における地域貢献活動の推進や「まちづくり」への参画につながる情報収集・発信を継続して行う。	実施	→	→	産業振興課	—			
「整える」	市内企業向け支援策活用件数	17件(H22～R1)	6件(R3～5)	①市内企業の定着に向けた環境づくり	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。	工場と住宅の共存	○企業が防音・防振・防臭等の事業に対し補助を行う企業定着促進補助金の利用促進を図る	広報誌及び企業向けメールマガジンを通じて企業定着促進補助金制度の周知を行った。	企業定着促進補助金の周知	年2回 合計6回		2	2		4	67%	物価高騰等の不安定な経済情勢により、企業における防音対策等への設備投資に向けた機運の低下が懸念される。	【成果維持】 市内工場の定着に向けて、操業環境及び周辺の住環境に関する情報収集を行うとともに、企業定着補助金制度の周知を図る。	実施	→	→	産業振興課	—
				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。	既存企業の事業所増設等の設備投資を促進	○企業立地促進条例に基づき、既存事業所の増設・建替等を奨励することで、企業の定着促進を図る	企業へのヒアリングを通じて、増設・建替等の設備投資に関する情報収集及び企業立地促進制度等の情報提供を行った。	市内企業へのヒアリング件数	年10件 合計30件		15	4		19	63%	物価高騰等の不安定な経済情勢により、企業における新規立地や増設・建替等の設備投資に向けた機運の低下が懸念される。	【成果維持】 企業立地促進制度を中心として、企業の動向とニーズに応じた各種支援施策の周知を行うことで、市内企業の設備投資の促進を図る。	実施	→	→	産業振興課	—
				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。	土地活用に向けた調整	○関係部署と連携した土地活用の検討を行う ○企業進出ニーズの把握に努める	・市有地の管理部門と土地活用に関する情報交換を行った。 ・企業ヒアリングを通じて企業のニーズ調査と企業立地促進制度の情報提供等を実施した。	土地活用に関する情報交換回数	年3回 合計9回		6	2		8	89%	土地活用及び企業誘致の推進には、企業用地のストック情報と企業ニーズの把握が重要となるため、関係部署及び立地を検討する企業との緊密な関係構築が求められる。	【成果維持】 企業用地と企業ニーズに関する情報を適時更新することで、立地を検討する企業に対する効果的な情報提供を行う。	実施	→	→	産業振興課 都市づくり推進課	金融機関
「伝える」	「たかつき産業フェスタ」来場者数	6,500人	6,650人	①支援施策・支援機関の周知	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。	多様な媒体を活用した支援策の発信	○市ホームページや広報紙、メールマガジンといった既存の媒体を活用した発信を行う ○新たな媒体を発掘・活用し、発信を行う	メールマガジンを活用し、国・府・市及び関連機関支援施策を市内企業約90社に配信した。	支援施策の情報発信	年12回 合計36回		14	13		27	75%	企業担当者の異動等によりメールマガジンの配信が滞りやすくなるケースがみられるため、定期的に配信先情報の更新や追加を行う必要がある。	【成果維持】 引き続き、企業のニーズに応じた最新の支援施策等に関する情報発信を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所
				支援機関の紹介と情報提供	○支援機関等の支援情報をまとめた資料の作成や配布、HP等へ掲載し、情報を発信する ○学術研究施設等とのマッチングを実施する	企業が受講するビジネス関連の研修において、国の支援機関・制度をまとめた資料による情報提供を行った。 ・市内大学による大阪・関西万博への共同出展企業の募集に関する情報をメールマガジンにより発信した。	情報発信件数	年2回 合計6回		2	2		4	67%	企業支援に関する情報の種類と更新頻度が多いことから、適切な時期に企業ニーズに応じた支援機関の紹介及び支援情報の提供を行う必要がある。	【成果維持】 引き続き、企業のニーズに即した支援機関や支援施策等の情報発信を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所		
				②市外企業への広報活動	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。	産業・ビジネスイベントへの参加促進	○地元企業と連携を強化しつつ、メルマガ等を活用し、各種支援機関等が開催するビジネスイベント等の情報提供により、市外企業が市内企業の技術・製品・サービスを知る機会拡大を図る	府・会議所が実施するビジネスイベント情報をメールマガジンにより発信した。	情報発信件数	年3回 合計9回		3	3		6	67%	国・府・支援機関等を含めると、ビジネスイベントの種類が多岐にわたることから、情報提供先の企業に適切な内容・時期のイベントを選定する必要がある。	【成果維持】 オンライン形式でのイベントが増えており、地理的距離を問わず参加可能なイベントが増えているため、市内企業に有益と推定されるイベントは近隣の開催かどうかを問わず積極的に情報収集し、市内企業に向けて情報提供を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所
				関係課と連携した総合的な周知	○企業立地促進条例に基づく奨励制度をはじめ、本市の魅力が総合的に伝わるよう、部門を問わず作成されたパンフレット等を活用した周知に取り組む	・市外事業所に企業誘致パンフレットの配布による企業立地促進制度等の周知を行った。 ・営業に訪れた事業者に窓口でパンフレット等を配布し本市の取組を紹介した。	パンフレット等配付企業数	年200社 合計600社		127	216		343	57%	・企業誘致パンフレットによる企業立地支援制度の周知に合わせて、立地を検討する可能性の高い企業に向けた情報発信の方法を検討する必要がある。	【成果維持】 引き続き、市外企業へ本市の企業立地における優位性を周知を行うことで、立地を検討する企業との関係構築と市内への新規立地を図る。	実施	→	→	産業振興課 観光・シティセールス課 都市づくり推進課	—		
				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て、企業の立地動向、企業ニーズの把握と情報収集、行政と企業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。	企業訪問・ヒアリングによる関係構築と情報収集	○ビジネスコーディネーターの企業訪問・ヒアリングによる収集情報等の活用を促進する ○市職員による効果的な企業訪問・ヒアリングの実施を行う	ビジネスコーディネーターの活動により得られた情報を活用し、企業への直接訪問に加えて電話やメールによるヒアリング、情報交換を行った。	市内事業所ヒアリング件数	年40件 合計120件		46	58		104	87%	コロナ禍による対面での打合せの自粛・制限を経て、企業におけるリモート勤務やオンライン面談が標準化されたことにより、対面での面談の機会を設けることが難しくなっている。	【成果維持】 対面での面談を通じた企業との関係構築に加えて、メール・電話・オンライン等の方法を活用し、市内事業所へのヒアリングを行う。	実施	→	→	産業振興課	—
				④企業と市民の交流促進	各企業が地域社会の一員として企業活動を市民に発信、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。	産業教育の推進	○「工業の現場見学(オープンファクトリー)」等、事業所、店舗における職業体験機会の拡大を図る	オープンたかつきにおいて現場見学(オープンファクトリー)を行い、職業体験機会の拡大を図った。	働きかけた企業数	年5件 合計15件		6	8		14	93%	継続して事業者により呼び掛けるとともに、新規開拓を行う必要がある。	【成果維持】 継続して事業者に協力と呼び掛けるとともに、新規開拓を行う。	実施	→	→	産業振興課 観光・シティセールス課	事業者 商工会議所 観光協会
				たかつき産業フェスタの開催	○高槻商工会議所と共同で、市内企業・機関と市民の交流イベント「たかつき産業フェスタ」を開催する	高槻商工会議所と共同で、市内企業・機関と市民の交流イベント「たかつき産業フェスタ」を開催した。	参加企業数	年30社 延べ90社		31	35		66	73%	会場を市役所庁舎から安満遺跡公園に変更したことにより、屋外スペースの利用をはじめコンテンツ拡充の可能性が増したため、会場の特性を活かしたイベント企画が求められる。	【成果維持】 多様な事業者の参加・協力を募り、コンテンツを拡充することで、高槻の産業の魅力をより効果的にPRし、企業と市民の交流を促進を図る。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所		

高槻市産業・観光振興ビジョン実施計画事業実績一覧Phase1 (R3~R5) <観光分野>

【将来のイメージ】

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て、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。

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	取組実績	活動指標		実績件数			評価	実績件数合計	進捗率	現状の課題	今後の方向性	実施スケジュール			担当課	主な連携先		
	指標	基準値 (R1)					目標値 (R5)	項目	予定数	R3	R4						R5	R3	R4			R5	
「生み出す」	市内で過ごす市民数+市外からの来訪者数	9,643,063人	毎年増加	①集客イベントの発掘や観光プログラムの開発	観光協会主催事業の支援	○観光協会が主催するイベント(さくら祭り等)の支援を行う	観光協会が主催するイベント(さくら祭り等)の支援を行った。	イベント支援件数	年10件 合計30件	5	5		10	33%	新たな観光資源の発掘に努め、イベント等により市内外にその魅力を発信していく必要がある。	【成果維持】 観光協会主催事業の支援を継続する。	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会		
				②周遊性の向上	オープンたかつきの実施	○市・観光協会・商工会議所が主体となり、事業者や商業団体、大学等と連携して多彩な体験交流型観光プログラムを実施する。	市・観光協会・商工会議所が主体となり、事業者や商業団体、大学等と連携して多彩な体験交流型観光プログラムを実施した。	オープンたかつきイベント実施数	年50本 合計150本	80	101		181	121%	・事業動員数、市外来訪者の増加を図る必要がある。 ・取組の新鮮さを保つため、新規プログラムを開発する必要がある。	【成果維持】 ・集客数100人以上の中規模イベントを開催する。 ・新規プログラムの開発に努める。	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会 商工会議所		
				③観光連携協定自治体との広域連携の実施	広域連携プログラムの実施	○観光連携協定など、自治体間の連携協定を有効に活用した広域観光プログラムを実施する	オープンたかつきにおいて、他自治体と連携した広域観光プログラムを実施した。	広域観光プログラム実施数	年3本 合計9本	1	1		2	22%	年2本のプログラムを予定していたが、内1本については、最少催行人数に達しなかったため中止となった。	【成果維持】 プログラムに対し、より多くの応募が集まるよう情報発信に努める。	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会 商工会議所		
				④本市独自の観光商品の創出と販売促進	たかつき土産認定制度の支援	○高槻商工会議所の「たかつき土産認定制度」に補助金を支給し、支援するとともに、特産品等を全国にPRし、販売チャネルを確立する	高槻商工会議所の「たかつき土産認定制度」に補助金を支給し、支援を行った。また、ふるさと納税制度の返礼品としても取り扱いを行い、全国の寄附者にPRを行った。	たかつき土産認定数	年3件 合計9件	7	6		13	144%	異なる特産品の認知度の向上とともに、販路及び需要量の拡大を図っていく必要がある。	【成果維持】 引き続き、高槻商工会議所の「たかつき土産認定制度」に補助金を支給し、支援するとともに、ふるさと納税制度を活用する等により、特産品等を全国にPRし、販路の拡大を図る。	実施	→	→	観光シティセールス課	商工会議所 観光協会		
				⑤ICTを活用した観光プログラムの検討(研究)	オンラインコンテンツの調査研究	○動画コンテンツやオンラインイベントなど、ICTを有効活用し、自宅に居ながら高槻の魅力を楽しめるような企画を検討する	ニコニコ生放送を活用したコンテンツを公開した。民間事業者と高槻市観光協会が連携し観光メタバースアプリの体験版を公開した。	-	-	実施	実施		-	-	予定通り実施	-	-	実際の来訪につなげる仕掛けをつくる必要がある。	【成果維持】 観光アプリやSNSを活用し、来訪を促進する。	調査研究	検討	実施	観光シティセールス課
「育てる」	オープンたかつきネットワーク会議参加事業者数	30	36	①観光推進体制の強化	ネットワーク会議の開催	○オープンたかつきのプログラム提供事業者による「ネットワーク会議」の円滑な運営支援と参加事業者の増加を促進させる	オープンたかつきのプログラム提供事業者による「ネットワーク会議」を開催し、運営支援と参加事業者の増加を促進させた。	ネットワーク会議参加事業者数	年2者増加 合計6者増加	6	▲22		-16	-267%	現参加事業者の継続参加、新規事業者の参加を促進する必要がある。	【成果維持】 ネットワーク会議を定期的に開催し、情報共有を図るとともに事業者間の連携を促進する。	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会		
				②観光の担い手の育成	観光ボランティアガイド等の活用	○観光ボランティアガイドを育成し、来訪者の受け入れ体制を確保する ○定期的に観光ボランティア会議における情報交換を行う	市、観光協会、ボランティアガイドの3者で定期的に会議を開催し、最新の情報共有や、今後の方向性などについて協議を行った。	会議実施数	年6回 合計18回	6	6		12	67%	継続してガイド人材の育成に努める必要がある。	【成果維持】 今後も定期的な会議の開催により情報共有を行っている。	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会		
				③関係機関との連携	歴史的魅力資源の活用	○阪急沿線観光あるき事業に参画する ○歴史街道推進協議会連携事業に参画する	・阪急沿線観光あるき事業に参画した。 ・歴史街道推進協議会連携事業に参画した。	連携イベントの実施	年3回 合計9回	2	3		5	56%	阪急沿線観光あるきガイドツアーについて、予定どおり年3回実施した。前年度の課題であった市外応募者の増加については、前年度と比較して2倍の市外応募があり、応募者全体の半数を超えた。	【成果維持】 今後も本市の観光資源の魅力を伝えるツアーを企画するとともに、ホームページやSNSを活用した市内内外への広報活動を継続する。	実施	→	→	観光シティセールス課	阪急電鉄 歴史街道推進協議会		
				④コンベンション機能の推進とMICEの検討(研究)	MICE誘致の調査研究	○令和2年8月開催した「ホテルアベスト高槻」や今後開催予定の新芸術文化劇場を活用し、MICE誘致の可能性を調査研究する	・MICE誘致の可能性を調査研究するとともに、誘致に取り組んだ。 ・加えて、別の動きとして、本市と日本将棋連盟との包括連携協定の締結後、各種将棋文化の振興を行う中、同連盟への誘致の提案によって、全国将棋サミットの開催が決定した。	-	-	実施	実施		-	-	予定通り実施	-	-	継続した活用に繋げる必要がある。	【成果維持】 高槻市観光協会と連携し、MICE誘致の調査研究を継続する。	調査研究	→	→	観光シティセールス課
「育てる」	オープンたかつきネットワーク会議参加事業者数	30	36	①周遊観光MaaSの検討(研究)	交通部との観光プログラムの開発	○交通部とタイアップし、観光アプリを活用した周遊観光MaaSに関する企画の開発と運用を実施する	・高槻市の重要な観光資源となる安満遺跡公園へのアクセスを強化するため、公園前を通る新規路線の検討を行い、令和5年4月1日に運行開始予定。 ・オープンたかつきにおいて、市営バスの利用を前提としたプログラムを実施し、市営バスによる周遊観光を促進した。	プログラム数	令和5年度1本	1	10		11	1100%	・デジタル乗車券「1dayスマート乗車券」の販売割合が、1day乗車券全体の約17%にとどまっている。 ・プログラム全体のバランスに配慮しながら、市営バス利用を前提としたプログラムを企画する必要がある。	・観光需要の回復を見据え、いつでもどこでも買える便利な「1dayスマート乗車券」の周知を重ね、販売割合を高めるべく、継続して市営バス利用を前提としたプログラムを企画、提供していく。	調査研究	→	実施	観光シティセールス課 交通部	観光協会		
				②周遊観光のためのコンテンツ整備	観光アプリの運用支援	○観光協会が運用する「たかつき観光アプリ」の活用と利用者数を増やす	QRガチャ機能を追加し、イベント等でダウンロードの促進を図った	アプリダウンロード数	前年度比5%増加	382%増加	191%増加			11		-	利用者を増加させる必要がある。	【拡充】 観光アプリを利用した観光プログラムを開発するなど、利用促進と機能拡充を図る	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会
				③歴史資源を活かした観光基盤の整備検討	歴史的魅力資源の活用整備	○「歴史の散歩路」「まちかど遺産」等の説明板、観光スポットの案内板の維持管理及び整備を通して歴史遺産の活用を促進する	・摂津峡周辺の看板設置及び更新については、令和2年度に終了した。 ・令和4年度は、経年劣化した「歴史の散歩路」標柱6台を更新(取替)した他、標柱15台・説明板11枚の修繕を行った。	案内板等の整備・更新件数	年5カ所 合計15カ所	1	32		33	220%	・摂津峡周辺については、史跡指定を踏まえ、文化財課等関係課と連携し取組を進める必要がある。 ・予算の上限があり、単年度内で更新・修繕可能な数量に限られていること。	【成果維持】 ・摂津峡周辺については、史跡指定を踏まえ、文化財課等関係課と連携し取組を進める。 ・これまで同様点検を行い、緊急性の高いものから更新・修繕を進めていく。	実施	→	→	観光シティセールス課 文化財課	-		

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	取組実績	活動指標		実績件数			評価	実績件数合計	進捗率	現状の課題	今後の方向性	実施スケジュール			担当課	主な連携先			
	指標	基準値 (R1)					目標値 (R5)	項目	予定数	R3	R4						R5	R3	R4			R5		
「整える」	観光アプリのダウンロード数	(R2年度末)	前年度比5%増加	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。	摂津峡周辺の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ○観光協会が実施する「さくら祭り」等、摂津峡公園を活用したソフト事業を支援する ○摂津峡周辺の自然を生かした体験プログラム等を実施し、施設の利用促進を図る ○芥川山城跡の国史跡指定に向けた取組のPR活動を促進する 	摂津峡周辺におけるプログラム数	年3本 合計9本	17	26		43	478%	<ul style="list-style-type: none"> ・摂津峡周辺については、史跡指定を踏まえ、関係課が連携し取組を進める必要がある。 ・より一層施設が利用されるよう、魅力的なプログラムを実施する。 ・登城ルートの維持管理（倒木等） ・案内サインやトイレ等の整備 ・より一層施設が利用されるよう、魅力的なプログラムを実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> 【成果維持】 ・摂津峡周辺については、史跡指定を踏まえ、関係課が連携し取組を進める。 ・引き続き自然を生かした体験プログラムを実施し、施設の利用促進を図る。 ・一部未指定範囲の追加指定を目指すとともに保存活用計画策定を進める。 ・引き続き自然を生かした体験プログラムを実施し、施設の利用促進を図る。 	実施	→	→	観光シニアセルス課 文化財課 公園課 青少年課	—			
				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(2021年)自国開催のオリンピック・パラリンピックや令和7年(2025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実現するため、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。	インバウンド対応の調査研究	○本市へのインバウンド客の状況を調査するとともに、動向や需要の調査研究を実施する	大阪・関西万博「TEAM EXPO 2025」の共創チャレンジの取組としてオープンたかつきを実施した。	-	-	実施	-			予定通り実施	-	-	大阪・関西万博を見据えたプログラムの開発が必要である。	<ul style="list-style-type: none"> 【成果維持】 高槻市観光協会、高槻商工会議所と連携を強化し、大阪・関西万博を意図したプログラムを開発する。 	調査研究	→	→	観光シニアセルス課	観光協会
				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。	中心市街地での集客スポットの創出(調査研究)	○集客スポットの創出に関する調査研究を行う	関係機関と道路空間の有効活用について調査研究を行った。	-	-	実施	-					予定通り実施	-	-	引き続き、調査研究が必要である。	<ul style="list-style-type: none"> 【成果維持】 引き続き、調査研究を行う。 	調査研究	検討	実施
「伝える」	観光関連サイトの年間閲覧数	578,879 PV	703,631 PV	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みを進めていく。	情報発信の強化	○ホームページ等各種広報媒体の特性を活かした継続的な情報発信を行い、市内外への情報発信力を強化するとともに、本市の観光資源やイベントについてのメディア等へのプレスリリースを積極的に実施する	メディア掲載数	年50本 合計150本	440	489		929	619%	本市の観光資源やイベントについてのメディア等へのプレスリリースを積極的に実施する必要がある。	<ul style="list-style-type: none"> 【成果維持】 本市の観光資源やイベントについてのメディア等へのプレスリリースを積極的に実施する。 	実施	→	→	観光シニアセルス課	観光協会			
				② SNSを活用した情報発信	SNSを活用し、市外に向けて観光資源の魅力や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、「高機好き」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。	SNSの活用	○TwitterやFacebook、Instagram等のSNSを有効に活用し、各機関と連携を図りながら情報発信を行う	各機関と連携を図りながら、本市のプロモーションなどの情報発信を行った。	Twitterフォロワー数	年5%増加 (令和2年度末基準)	209%増	166%増			-	166%	今後も積極的な情報発信を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> 【成果維持】 各機関と連携を図りながら情報発信を継続する。 	実施	→	→	観光シニアセルス課	観光協会	
				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。	観光プロモーションの実施	○対象者の嗜好に合わせ、SNS等を活用した効果的なメディア戦略やイベント実施による広域的な観光プロモーション「BOTTOたかつき」を推進する	委託業務、大学連携、市自主企画など、メディアやSNSを活用した取組を複数実施した。	プロモーションの企画数	年3本 合計9本	8	9				17	283%	プロモーションのさらなる充実を目指す必要がある。	<ul style="list-style-type: none"> 【拡充】 本市の魅力新たな切り口で積極的に発信する。 	実施	→	→	観光シニアセルス課	—
				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施していく。また、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、本市の魅力全国に発信できるように取り組む。	観光連携協定自治体との旅行ツアープログラムの実施	○観光協会と連携して広域連携自治体との旅行ツアーの開催及び連携自治体エリアでの本市観光PRを実施する	・観光協会と連携して広域連携自治体との旅行ツアーを開催した。	広域観光プログラム実施数	年3本 合計9本	1	1				2	22%	年2本のプログラムを予定していたが、内1本について、最少催行人数に達しなかったため中止となった。	<ul style="list-style-type: none"> 【成果維持】 プログラムに対し、より多くの応募が集まるよう情報発信に努める。 	実施	→	→	観光シニアセルス課	—