

○Phase1を修正→網掛け
 ○Phase2にて新規追加→太枠
 ○Phase1の項目を統合→太枠(備考記載あり)

高槻市産業・観光振興ビジョン実施計画事業一覧Phase2(R6~R8)《案》<商業分野>

【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。

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考		
	指標	基準値 (R1)				目標値 (R8)	項目	予定数	R6	R7				R8	
「生み出す」	創業支援 件数	79件	240件 (R6~8)	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	イベント支援件数	年6件 合計18件	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連動促進	○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	商業と連動したイベントの支援件数	年1件 合計2件	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		
					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	相談件数	年250件 合計750件	実施	→	→	産業振興課	商工会議所 金融機関		
				②起業・創業支援	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	セミナー開催件数	年13件 合計39件	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、まちのに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	事業計画書の申請件数	年12件 合計36件	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	○高槻商工会議所や民間事業者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	セミナー開催件数	年1件 合計1件	実施	→	→	産業振興課	商工会議所 事業者		
							ふるさと寄附金新規返礼品登録数	年160件 合計480件	実施	→	→	観光シティセールス課	事業者		
					店舗等による特色ある取組の支援	○店舗等による、「将棋のまち高槻」等のテーマ性のある商品開発や特色ある取組等を支援・促進する	将棋関連事業周知件数	年8件 合計24件	実施	→	→	産業振興課 将棋のまち推進課	事業者	新規追加	
				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げる新たな取組を支援していく。	ものづくり企業と事業者の連携支援	○ものづくり企業交流会等の製造業が関わるイベントを通じて事業者間の交流を促進し、新商品や新役務の開発等につながる連携を支援する	イベント開催支援件数	年1件 合計3件	実施	→	→	産業振興課	事業者	

基本目標	施策KPI			施策の方向	事業・取組	事業内容	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考
	指標	基準値 (R1)	目標値 (R8)				項目	予定数	R6	R7	R8			
「育てる」	商店会新規加入店舗数	10件	30件 (R6~8)	①商店街等の活性化 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、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。	商業団体のにぎわい創出に向けた取組を支援	○商業団体が行う消費者と一体になって実施するイベント等に対して商業団体振興補助金(組織強化事業・情報化システム構築事業)を交付する	補助金の交付件数	年14件 合計42件	実施	→	→	産業振興課	商業団体	
						○「地域における商業の活性化に関する条例」を推進する	事業者及び大型店への条例周知	年30件 合計90件	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	訪問件数(情報収集・発信)	年80件 合計240件	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い物場所に留まらず、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・共同施設設置整備事業)を交付する	補助金の交付件数	年2件 合計6件	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 (R6~8)	③事業承継と事業継続に向けた支援 国、府、商工会議所、金融機関等、多様な支援機関と連携し、適切な支援について検討する。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、商工会議所と連携した支援を行う。	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	情報発信件数	年3件 合計9件	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	中小企業融資相談件数	年160件 合計480件	実施	→	→	産業振興課	国、府、信用保証協会、金融機関		
「整える」	中心市街地の歩行者通行量	78,266人/日	83,000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	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 (R5は協議会開催のみ)	実施	→		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	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	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 (R6~8)	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	情報発信件数	年250回 合計750回	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、「将棋のまち高槻」等のテーマ性のある集客イベント等を市広報誌やホームページ、SNS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	情報発信件数	52回 合計156回	実施	→	→	産業振興課 将棋のまち推進課 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一覧Phase2(R6~R8)《案》<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	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考		
	指標	基準値(R1)				目標値(R8)	項目	予定数	R6	R7				R8	
「生み出す」	企業立地促進条例に基づく事業者指定数	29件(累計)	46件(累計)	①企業誘致の推進	企業立地・用地情報の収集と活用	○企業の立地動向及び用地情報の収集を行う。 ○蓄積した情報を活用し、企業誘致を図る。	情報収集件数	年10件 合計30件	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、市外からの企業誘致を図る	市外企業へのヒアリング件数	年5件 合計15件	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、新たな技術の実装の場・テストフィールドの提供についても検討する。	大小企業間及び社会課題に関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り、大企業と中小企業間及び社会課題と関連したビジネスマッチングに向けた支援を行う	社会課題解決等のマッチング支援件数	年3件 合計9件	実施	→	→	産業振興課	—	
				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。	新たな技術の実装の場・テストフィールドの検討	○新技術を活用した製品・サービス等の実装の場・テストフィールドの提供に関する情報収集及び調査研究を行う	新技術の実装に向けた検討	年1件 合計3件	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
「育てる」	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	マッチング支援活動数	年10件 合計30件	実施	→	→	産業振興課	—	
				設備投資の促進	○企業の設備投資に向けた補助制度の周知及び活用を促す	設備投資補助制度等の活用促進件数	年3件 合計9件	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%	56%	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、自立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。	企業間交流の支援	○「ものづくり企業交流会」における各種イベントの自立的な実施を支援する	各種イベントの支援回数	年3回 合計9回	実施	→	→	産業振興課	ものづくり企業交流会	Phase1における「企業間交流の促進」と「企業間の連携事業の促進」を統合
				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	BCP関連情報発信件数	年2件 合計6件	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	Phase1における「BCP策定支援」と「災害や事故に強い企業づくりを支援」を統合
				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。	事業承継に関する情報提供	○事業承継に関する支援情報を市内企業に対して発信する。 ○事業承継を希望する企業と支援機関等とのマッチングを図る。	事業承継に関する情報発信件数	年2回 合計6回	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	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考	
	指標	基準値 (R1)	目標値 (R8)				項目	予定数	R6	R7	R8				
「育てる」	市からの支援に対する満足度	48%	56%	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旨と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。	企業の雇用・人材確保支援	○国・府・支援機関等による雇用・人材確保に関する支援情報を市内企業向けに提供する。	情報発信支援件数	年2回 合計6回	実施	→	→	産業振興課	商工会議所		
					市内企業と教育機関等のマッチング機会の創出	○市内企業への就業促進に向けて、市内大学や職業能力開発支援機関等への情報提供を行う。	人材情報マッチング支援件数	年1回 合計3回	実施	→	→	産業振興課	商工会議所		
					産官学連携による企業と若年世代の交流促進	○市内企業と大学・研究機関等とのマッチングを図ることで、産官学連携の取組を通じた企業と若年世代の交流を促進する。	産官学連携イベント回数	年1回 合計3回	実施	→	→	産業振興課	商工会議所		
				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。	企業による地域交流・地域課題解決の促進	○企業と地域の交流や課題解決等に向けた情報収集・発信	企業の地域交流等に関する情報発信	年1回 合計3回	実施	→	→	産業振興課	—	Phase1における「地域交流スペースの周知」と「社会貢献活動の推進」を統合	
「整える」	市内企業向け支援策活用件数	17件 (H22～R1)	7件 (R6～8)	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。	既存産業の定着促進	○企業が周辺の住環境の整備を目的に行う防音・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」の活用を通じて、既存企業の定着を図る	企業定着促進補助金の周知	年2回 合計6回	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事業所増設等の設備投資を促進する。	企業の設備投資促進	○企業立地促進条例をはじめとする設備投資に係る奨励・支援策の活用により、企業の事業所の新設・増設・建替、設備導入等の設備投資促進を図る	企業への設備投資ヒアリング件数	年10件 合計30件	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に関する情報交換や、市関係部署が連携した企業誘致の体制強化に取り組む。	企業誘致の体制強化	○立地検討企業、金融期間等から事業用地に関する情報収集を行う ○市関係部署との連携を通じて、企業誘致の体制強化と共に土地の活用方法を検討する	土地活用に関する情報交換回数	年3回 合計9回	実施	→	→	産業振興課	金融機関	
「伝える」	「たかつき産業フェスタ」来場者数	6,500人	7,000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。	企業向け支援策の情報発信	○メールマガジン等を用いて、支援対象となる企業に特化した時機に応じた情報発信を行う ○市ホームページや広報誌により市制度等に関して広く情報発信を行う	支援施策の情報発信	年12回 合計36回	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	Phase1における「多様な媒体を活用した支援策の発信」と「支援機関の照会と情報提供」を統合
				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。	市外に向けた企業誘致活動	○企業立地促進条例に基づく奨励制度をはじめ、本市の魅力と企業立地における優位性が総合的に伝わるパンフレット等を活用した周知に取り組む	パンフレット等配付企業数	年200社 合計600社	実施	→	→	産業振興課 観光シティーセールス課	—	Phase1における「産業・ビジネスイベントへの参加促進」と「関係課と連携した総合的な周知」を統合
				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、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	○市職員による企業訪問・ヒアリングを通じたニーズ等の情報収集、行政と企業の良好な関係づくりに取り組む	市内企業ヒアリング件数	年100件 合計300件	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	働きかけた企業数	年5件 合計15件	実施	→	→	産業振興課 観光シティーセールス課	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・関係機関等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	参加企業数	年30社 延べ90社	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一覧Phase2(R6~R8)《案》<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、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	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考
	指標	基準値 (R1)	目標値 (R8)				項目	予定数	R6	R7	R8			
「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	イベント支援件数	年5件 合計15件	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会		
				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	オープンたかつきイベント実施数	年90本 合計180本	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会 商工会議所		
				将棋を活用した企画の実施	○将棋を活用したPRコンテンツの作成 ○将棋を活用した観光プログラムの実施	将棋を活用した企画の実施数	年5本 合計15本	実施	→	→	観光シティセールス課 将棋のまち推進課	観光協会	新規追加	
			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。	周遊観光プログラムの開発	○体験交流型観光プログラム「オープンたかつき」での周遊性を意識したプログラムを開発し、定期的な実施を実現する	オープンたかつきイベント実施数	年90本 合計180本	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、面的な新たな魅力の創出を図る。	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	広域観光プログラム実施数	年3本 合計9本	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。	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	たかつき土産認定数	年6件 合計18件	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)	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。	オンライン企画の実施	○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実施する	-	-	実施	→	→	観光シティセールス課	観光協会				

基本目標	施策KPI			施策の方向	事業・取組	事業内容	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考	
	指標	基準値 (R1)	目標値 (R8)				項目	予定数	R6	R7	R8				
「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	42	①観光推進体制の強化	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化するとともに、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。	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	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	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	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。そうした市民や事業者が、市外からの来訪者をもてなすための機運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。	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	会議実施数	年6回 合計18回	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	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京都線沿線観光歩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。	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	連携イベントの実施	年3回 合計9回	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)	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、高槻市観光協会と連携して、学会等、全国的な催しのといったMICE誘致など、可能性の検討を行う。	MICEの誘致	○学術のほか、将棋や文化財などの地域資源を活用した催しなど様々な機会を捉えMICE誘致に取り組む	学会等の開催数	年1回 合計3回	実施	→	→	観光シティセールス課 将棋のまち推進課	観光協会	
「整える」	観光アプリのダウンロード数	(R2年度末)	11,600	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モビリティの検討等、誰もが移動しやすい取組を検討していく。	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	プログラム実施数	年5本 合計15本	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	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、観光アプリを運用する。	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」の活用と利用者を増やす	アプリダウンロード数	年1,000 合計3,000	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。	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	案内板等の整備・更新件数	年20カ所 合計60カ所	実施	→	→	観光シティセールス課 文化財課	—	
				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	○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を受け、さらなる取組のPR活動を促進する ○一部未指定範囲の追加指定を目指すとともに、保存活用計画策定に向けての取り組みを進める。 ○来訪者の利便性を向上させるため、遊歩道や案内サイン等の整備手法を調査・検討しつつ、維持管理のなかで一部のサインの仮設置を進める。	摂津峡周辺におけるプログラム数	年20本 合計60本	実施	→	→	観光シティセールス課 文化財課 公園課 青少年課	—	

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	活動指標		実施スケジュール			担当課	主な連携先	備考		
	指標	基準値 (R1)				目標値 (R8)	項目	予定数	R6	R7				R8	
「整える」	観光アプリのダウンロード数	(R2年度末)	11,600	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と享受するため、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	-	-	調査研究	→	→	観光シティセールス課	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(研究)	○機会を捉えた中心市街地での集客スポットの創出(研究)	-	-	実施	→	→	観光シティセールス課 都市づくり推進課	—	
「伝える」	観光関連サイトの年間閲覧数	578,879 PV	1,464,000 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も進めていく。	多様な媒体を活用した情報発信	○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、本市の観光資源や将棋タイトル戦などメディアの注目度が高い事業の機会を捉え、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500件 合計1,500件	実施	→	→	観光シティセールス課 将棋のまち推進課	観光協会	
				②SNS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。	SNSの活用	○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	Twitterフォロワー増加数	年300人 合計1,000人	実施	→	→	観光シティセールス課	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「B OTTOたかつき」を推進する ○「将棋のまち高槻」を広く伝えるプロモーションの実施	プロモーションの企画数	年8本 合計24本	実施	→	→	観光シティセールス課	—	
				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践していく。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、本市の魅力を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	○連携自治体との旅行ツアーのPR及び連携自治体等市外でのPRを実施する	PR実施数	年10本 合計30本	実施	→	→	観光シティセールス課	—	