

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>

【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。商店街は単なる買ひ物の場に留まらず、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。

資料1-2

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「第49回～第52回福寿マルシェ」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「高槻グルメビニークフェス」安満道跡公園」に対して後援を行った。 ・「得棋のまち高槻」の認知、城北通商店街の活性化、さらには高槻市全体の経済効果を促すためのイベントである「高槻得棋ストリート2023」に対して後援を行った。 ・本市の多国籍文化の魅力を上げるとともに、市内事業者による飲食ブースの出店により、市内経済発展の一助とするイベント「多文化フェスタ」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	9	予定を上 回った	28	156%	迅速・適切に後援等の支援を行う必要がある。	【成果維持】 市内の消費の喚起及びにぎわい創出に向けた中心市街地の活性化に資するイベントを支援する。	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	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			2	100%			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	344	予定を上 回った	954	245%	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、人材育成や高槻商工会議所との更なる連携強化が必要となる。	【成果維持】 高槻商工会議所との連携しながらワンストップ相談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	13	予定通り 実施	39	100%	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。また、時代に沿ったセミナーを開催する必要がある。	【成果維持】 受講者アンケート等を参考にSNS等の活用による交流会等を検討しながら起業・創業セミナー等の内容の充実を図る。	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	「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4回募集し、事業計画書が14件申請されたうち7件が採択され、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	14	予定を上 回った	32	89%	市内外問わず事業者に向けた更なる情報発信を行う必要がある。	【成果維持】 引き続き、創業に対する機運醸成に向けて、関係機関等との連携を推進していく。 ・市外への補助制度の周知についてはSNSやメディア等の活用も検討しながら発信力を強化する。	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	高槻商工会議所主催のクリエイターとのマッチング事業「食と地産地消のブランドづくり」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	1	予定通り 実施	3	300%	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】 高槻商工会議所や金融機関等と連携し、市内の魅力ある飲食店や地域の隠れた逸品の発掘に努める。 ・本市の創業個店支援事業を活用し魅力ある飲食・小売店を支援する。	調査 研究	検討	検討・実施	産業振興課	商工会議所 事業者					
					ふるさと寄附金新規返礼品を積極的に登録した。	ふるさと寄附金新規返礼品登録数	年10件 合計30件	162	169	228	予定を上 回った	559	1863%	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。	【成果維持】 関係課や関係機関、委託事業者等と連携を図りながら、新規事業者の開拓、新規返礼品の導入を進めていく。	実施	→	→	観光シテ 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げ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	事業者交流会の開催件数	年1件 合計2件	1	1	1	予定通り 実施	3	150%	新型コロナウイルス感染拡大の影響から、企業間の連携機会を設けることが難しくなっている。	【成果維持】 企業間交流の場についてはオンラインでの開催も検討するなど状況に応じた実施により企業間連携事業を支援する。	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	・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。	補助金の交付 件数	年14件 合計42件	6	10	11	予定を下 回った	27	64%	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。 特に近年市内商業団体が保有する共同施設等の老朽化によるハード面の整備が必要とされる一方で、多額の資金が要するため実施することが困難であるのが現状である。	【成果維持】 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を支援する。	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	45	予定を上 回った	105	117%	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】 引き続き商業団体に向けて、リーフレットを通して周知を行い、さらに本市支援施策等を通し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、組合員等の経営状況にかかる情報収集及び国等の補助金等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	144	予定を上 回った	322	179%	国等の各種補助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。	【拡充】 訪問頻度を上げ、さらに正確かつ迅速な情報収集及び施策の周知に努める。	実施	→	→	産業振興課	商業団体 事業者					

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		
「育てる」	商店会新規加入店舗数	10件	30件 (R3~5)	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・共同施設設置整備事業)を交付する。	商業団体が行う街路灯塗装、防犯カメラの整備等に対し「商業団体振興補助金」を交付し、地域団体としての基盤整備を支援した。	補助金の交付件数	年2件 合計6件	2	1	3	予定を上回った	6	100%	商業団体が管理する施設等の老朽化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一方、資金不足等により改修工事等に取り掛かれないことが課題である。	【成果維持】 商業団体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、継続的に支援する。	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 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	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104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	3	予定通り実施	8	89%	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
「整える」	中心市街地におけるエリアマネジメントの支援	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		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			2	67%			実施	完了		産業振興課	中心市街地活性化協議会
	中心市街地の歩行者通行量	78,266人/日	81,444人/日	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。	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	6	予定を下回った	15	63%	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。 特に近年市内商業団体が保有する共同施設等の老朽化によるハード面の整備が必要される一方で、多額の資金が必要するため実施することが困難であるのが現状である。	【成果維持】 引き続き、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を支援する。	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2,500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	367	予定を上回った	860	308%	市の支援策を広く紹介・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】 ホームページやリーフレットを通じた情報発信をより強化するためコンテンツの見直しやSNS等を活用した情報発信を検討・実施する。	実施	→	→	産業振興課	事業者
	施策情報紹介件数	131回	405回 (R3~5)	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、高槻グルメピクニックフェスin安満道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。	情報発信件数	年42回 合計126回	48	43	40	予定を上回った	131	104%	・既存の媒体による発信は定期的実施しているが、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。 ・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。	【拡充】 ホームページやリーフレットを通じた情報発信をより強化するためコンテンツの見直しやSNS等の活用を検討する。 ・「将棋のまち」等、テーマ性のある取り組みへの支援を推進する。 ・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」	企業立地促進策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、企業立地促進策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	企業等からのヒアリングで得られた用地情報をデータ化し、希望する事業者等に情報提供を行った。	情報収集件数	年12件 合計36件	15	4	8	予定を下回った	27	75%	市内に産業用地が少ないことから、未活用の工場跡地、遊休地等、空き土地全般に関して、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】市内の空き土地の情報収集と併せて、企業のニーズと課題を把握することで、企業立地に繋がる情報交換を行う。	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	○企業立地促進策に基づき、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	市外企業を対象に、立地計画・用地に関する条件についてヒアリングを行い、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	6	予定を上回った	21	140%	新たな立地計画を検討している市外企業情報を得るための方法を検討する必要がある。	【拡充】立地の可能性が見込まれる市外企業への積極的な情報発信とともに、関係部署と連携することで、企業誘致体制の充実を図る。	実施	→	→	産業振興課	—	
					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	ビジネスコーディネーターを市内中小製造業等に派遣し、社会課題の解決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	3	2	2	予定を下回った	7	23%	企業間のビジネスマッチングに関する事例やニーズが蓄積しているため、他の案件への活用方法を検討する必要がある。	【成果維持】市内外を問わず企業のニーズを把握・収集することで、市内企業にとってメリットのあるビジネスマッチングの促進を図る。	実施	→	→	産業振興課	—	
					新たな技術の実装の場・テストフィールドの検討	○AIやロボット、フィンテック等の新技術を活用した製品・サービスの開発を支援する場を検討する	市内企業を対象として、製造工程にロボットの導入実績をもつ企業での見学会を行うことで、新たな技術の導入機会を設けた。	テストフィールドの場の開拓	合計1件	0	1	1	予定通り実施	2	200%	最新の技術や設備・サービス導入に関する情報を得るために、市内各企業と従来以上に緊密な関係を構築する必要がある。	【成果維持】規模の大小を問わず、多様な企業への取組や製品・サービス等の情報を収集し、テストフィールドの場の開拓を図る。	調査研究	検討	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	中小製造業等へのビジネスコーディネーター派遣による支援を通じて、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	16	予定を上回った	41	137%	これまでのマッチング案件の実績を今後の新たなマッチングにつながる資源として活用していく必要がある。	【成果維持】引き続き、新たなビジネスマッチングに取り組むとともに、これまでの実績を活用した案件につながる取組を行う。	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、情報交換を実施した。 ・産業物産展示コーナーでの市内事業所の製品等の展示を行いPRに努めた。	市内事業所ヒアリング件数	年100件 合計300件	103	103	107	予定を上回った	313	104%	リモート勤務とオンライン会議が一般化したことで企業担当者が対面以外の方法を希望するケースが増えているため、訪問以外の機会を捉えて企業情報のヒアリングに努める必要がある。	【拡充】Phase1のヒアリングを踏まえ、市内企業による設備投資の促進に関する支援施策の周知等を行う。 ・産業物産展示コーナーの展示内容の更新を促すことで、市内企業の製品等のPRに努める。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
					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	市内企業間の交流を促進するため、ものづくり企業交流会分科会とイベントを実施した	各種イベントの支援回数	年3回 合計9回	4	12	13	予定を上回った	29	322%	参加企業の固定化がみられるため、新たな担当者や企業の参加による活性化が望まれる。	【成果維持】定例のイベントについても新たな参加者や企業による活性化を図る。	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まれるよう支援する	ものづくり企業交流会の会員企業と共に、AIやIoT技術を活用した、ものづくりDX推進の知識と体験が可能な施設の見学を企画し、企業間の情報交換を図った。	連携事業の支援回数	年1回 合計3回	1	1	1	予定通り実施	3	100%	企業間の連携機会を設けるための場について、企業の参加意欲が高まる施設・機関等を検討する必要がある。	【成果維持】イベント等において企業の参加数が見込まれる企画により、企業間連携の充実を図る。	実施	→	→	産業振興課	ものづくり企業交流会	
「育てる」	市からの支援に対する満足度	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104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	2	予定通り実施	6	100%	中小企業はBCP策定に対応可能な人材・資金面での不足が懸念されるため、策定に向けた具体的な情報の周知を強化する必要がある。	【成果維持】高槻商工会議所や関係機関と連携し、適切な時期に必要な情報提供を行うことで、企業の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	高槻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により、市内ものづくり企業等に周知した。	関連セミナー等の周知・実施	年1回 合計3回	1	1	1	予定通り実施	3	100%	災害後に年月が経過すると、企業におけるBCP策定・更新に関する意識が低下する可能性があるため、BCPの必要性を周知するセミナー等を継続的に支援する必要がある。	【成果維持】高槻商工会議所、関係機関等と連携し、セミナー等の実施や周知を行うことで、災害をはじめとする緊急事態に強い企業づくりを支援する。	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。	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	事業承継に関する情報をメールマガジンにより市内企業約104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2回 合計6回	2	3	2	予定通り実施	7	117%	市内企業における事業承継に関する課題の有無について補足する方法を検討する必要がある。	【成果維持】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、適切な支援情報の提供と支援機関等への誘導を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所
					⑤雇用の確保・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	国・府による人材育成に関する支援情報を掲載したメールマガジンを市内企業約104社に発信した。	情報発信支援件数	年2回 合計6回	2	2	2	予定通り実施	6	100%	慢性的な人材不足が続いているため、企業にとって有用な人材育成関連情報を厳選して提供する必要がある。	【成果維持】メールマガジン等により企業にとって有用な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
「育てる」	市からの支援に対する満足度	48%	52%	⑤雇用の確保・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、人事採用の内消化を促進する	市・会館所・HW共催の合同企業面接会の案内を市内及び近隣の大学(計11校)へ周知し、採用企業と大学との関係構築を図った。	人材マッチング支援件数	年1回 合計3回	1	1	2	予定を上回った	4	133%	人材マッチング支援に向けて、企業と大学の双方のニーズを把握したうえでの情報発信が求められる。	【成果維持】採用を希望する企業と大学等とのマッチングに向けた情報収集と支援情報の発信を継続する。	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
「育てる」	市からの支援に対する満足度	48%	52%	⑤雇用の確保と人材育成、産官学の連携	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の大学や研究機関等とのマッチングを実施する	ビジネスコーディネーターとのつくり企業交流会と共に、産学連携プロジェクトを推進する大学の見学イベントを企画し、市内企業と大学とのマッチングの機会を設けた。	産官学マッチング支援件数	年1回 合計3回	1	1	1	予定通り実施	3	100%	産官学マッチングに向けて、マッチングを希望する企業と大学の双方のニーズと研究シーズを把握する必要がある。	【成果維持】 マッチングを希望する企業と大学等とのマッチングに向けた情報収集と支援を継続する。	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	地域交流スペースの周知	○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よう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	市内事業者と市民が交流するイベントにおいて、生命・科学の知識・歴史を展示する事業者の出展を通じて、地域交流に関す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	1	予定通り実施	3	100%	地域との交流が可能なスペースや取組を有する市内企業が少ないため、情報収集の方法を検討する必要がある。	【完了】 地域との交流が可能なスペースや取組を有する企業情報の収集・発信を一定実施したため、完了とする。	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	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活用促進を図る	企業定着促進補助金に関して、広報誌での制度周知及び市ホームページの更新等を通じて補助金の活用に向けた。	企業定着促進補助金の周知	年2回 合計6回	2	2	2	予定通り実施	6	100%	工場周辺の住環境改善に向けた防音・防臭対策等の取組は企業内情報であるため、補助制度の活用促進に向けて、企業への効果的かつ継続的な情報発信が求められる。	【成果維持】 防音・防臭対策等の企業ニーズ・動向の把握に努めるとともに企業訪問や広報誌等を通じて事業の周知に努める。	実施	→	→	産業振興課	—
				②事業所増設の促進	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	企業ヒアリングを通じて増設・建替等の設備投資及び企業立地促進制度等の情報交換を行った。	市内企業へのヒアリング件数	年10件 合計30件	15	4	11	予定を下回った	30	100%	不安定な経済情勢や原材料高騰等の要因から、企業における事業所増設や設備投資に向けた機運の低下が懸念される。	【成果維持】 厳しい事業環境においても、企業立地促進制度をはじめとして、企業のニーズに応じた各種支援策の周知を行うことで、市内企業の設備投資等の促進を図る。	実施	→	→	産業振興課	—
				③企業誘致体制の整備	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	【産業振興課】 企業ヒアリングにより企業進出ニーズの把握と企業立地促進制度の情報提供等を実施した。 市有地管理の関係部署と土地活用に関する情報交換を行った。	土地活用に関する情報交換回数	年3回 合計9回	6	2	2	予定を上回った	10	111%	【都市づくり推進課】該当なし 【産業振興課】 市内における産業用地が少ないことから、情報収集方法と土地情報のストックが要件となるため、関係部署等との緊密な情報交換が求められる。	【都市づくり推進課】該当なし 【産業振興課】 【成果維持】 企業ニーズと土地情報を適切な形で関係部署と共有することで、企業誘致体制の強化を図る。	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支援策・支援機関の周知	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策を市内企業約104社に配信した。	支援策の発信	年12回 合計36回	14	13	14	予定を上回った	41	114%	メールマガジンの記事と休載等について、企業にとってより有用かつ見やすいものにする工夫が求められる。	【成果維持】 適切な時期に企業ニーズに応じた支援策等の情報発信を継続する。	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、情報発信する ○学術研究施設等とのマッチングを実施する	・先進的な工学部を設置する大学の見学会を企画し、市内企業とのマッチング機会を設けた。 ・市内企業を対象としたメールマガジンにおいて、先端科学技術に関するシンポジウムの情報を掲載した。	情報発信件数	年2回 合計6回	2	2	2	予定通り実施	6	100%	適切な支援機関の紹介と情報提供に向けた企業のニーズを把握する必要がある。	【成果維持】 企業のニーズに即した支援機関や支援策等の情報発信を継続する。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
				②市外企業への広報活動	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	国・府・会議所等が実施するビジネスイベントの情報発信をメールマガジンにより実施した。	情報発信件数	年3回 合計9回	3	3	3	予定通り実施	9	100%	国・府・関係機関により多数のビジネスイベントが開催される中でも、市内企業にとって有用な情報を厳選して発信する必要がある。	【成果維持】 市内企業の技術・製品・サービスの発信機会として適したビジネスイベント等の情報収集と発信を実施する。	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	・市外企業の市内立地を図るため、市外に本社を有する事業所に企業誘致パンフレットの送付し、企業立地促進制度の周知を行った。 ・営業に訪れた事業者へ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	211	予定を上回った	554	92%	企業誘致パンフレットをはじめとする誘致情報に関する資料・データについて、市内での立地の検討に繋がると見込まれる企業に向けて、効果的な情報発信を行う必要がある。	【成果維持】 企業誘致パンフレット等をはじめ、効果的な情報発信方法を検討しながら引き続き市外企業へ本市の立地特性や交通利便性等の周知を図る。	実施	→	→	産業振興課 観光・文化・スポーツ課 都市づくり推進課	—	
「伝える」	「たかつき産業フェスタ」来場者数	6,500人	6,650人	③職員による企業訪問	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、企業への直接訪問及び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	68	予定を上回った	172	143%	ビジネスコーディネーターとの情報交換と連携を更に緊密にすることで、市職員によるヒアリングをより充実したものとする必要がある。	【成果維持】 ビジネスコーディネーターの訪問等により得られた情報を活用し、市内企業へのより充実したヒアリングを行う。	実施	→	→	産業振興課	—
				④企業と市民の交流促進	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	7	予定を上回った	21	140%	継続して事業者と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】 継続して事業者と協力を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・文化・スポーツ課	事業者 商工会議所 観光協会
「伝える」	「たかつき産業フェスタ」来場者数	6,500人	6,650人	④企業と市民の交流促進	たかつき産業フェスタの開催	○高機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	高機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	33	予定を上回った	99	110%	新たな参加事業者を募ることで、参加企業数の増加と共にイベント全体の魅力の向上を図る必要がある。	【成果維持】 企業ヒアリング等で得られた情報等を活用することで、新たな参加事業者や企画を実施し、より充実した市民交流の場を提供する。	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、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	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。	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	6	予定を下回った	16	53%	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	→	→	観光シテイセールス課	観光協会	
				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、おみやげスポット等を取りながら、歩きやす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	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	85	予定を上回った	266	177%	新たな観光ルートの開発や魅力的なガイドツアーを実施する必要がある。	【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	→	→	観光シテイセールス課	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	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した。	広域観光プログラム実施数 年3本 合計9本	1	1	1	予定を下回った	3	33%	新たな広域観光プログラムを開発する必要がある。	【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	→	→	観光シテイセールス課	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	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	6	予定を上回った	19	211%	特産品の認知度の向上と、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	→	→	観光シテイセールス課	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	観光プロモーション「BOTTOたかつき」において、ニコニコ生放送やYouTubeを活用した動画コンテンツの配信を行った。また、X(旧Twitter)を活用したグルメグランプリ企画を実施し、抽選で参加者に上位店舗の食事券をプレゼントするなど、実際の来訪につながる取組を行った。	-	-	実施	実施	実施	予定通り実施	-	-	引き続き、様々なコンテンツにおいて、実際の来訪につながる仕掛けを作る必要がある。	【成果維持】 引き続き観光アプリやSNSを活用し、来訪を促進する。	調査研究	検討	実施	観光シテイセールス課	観光協会
「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	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。	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	23	予定を上回った	7	117%	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	→	→	観光シテイセールス課	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	市、観光協会、ボランティアガイドの三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	6	予定通り実施	18	100%	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く。	実施	→	→	観光シテイセールス課	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	・阪急沿線観光あるきガイドツアーを観光ボランティアガイドと協力して開催した。 ・歴史街道推進協議会の総会及び全体会議に出席し情報連携を行った。また、阪急沿線情報誌TOKKIに本市施設の紹介記事を掲載した。	連携イベントの実施 年3回 合計9回	2	3	3	予定通り実施	8	89%	本市の観光資源の魅力をより広くPRするため、市外在住の参加者の増加を図る必要がある。	【成果維持】 今後も本市の観光資源の魅力を伝えるガイドツアーを企画するとともに、ホームページやSNSを活用した市内外への広報活動を継続する。	実施	→	→	観光シテイセールス課	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誘致の調査研究 ○令和2年8月開業した「ホテルアベスト高槻」や今後開館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。	-	-	実施	実施	実施	予定通り実施	-	-	継続した活用に向けて必要がある。	【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	→	→	観光シテイセールス課	観光協会
「整える」	観光アプリのダウンロード数	(R2年度末)	前年度比5%増加	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	・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。 ・安満道跡公園にて市営バス70周年記念イベントを実施し、市営バスの展示やグッズ販売等を行うなど、観光客呼び込み取り組みを実施。	プログラム数 令和5年度1本	1	10	16	予定を上回った	27	2700%	・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。 ・紙券を含む1day乗車券全体におけるデジタル乗車券「1dayスマート乗車券」の販売割合が、前年度比で向上しているといえ約22%にとどまっている。	【拡充】 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。 「1dayスマート乗車券」の周知に努めるとともに、コード決済を活用した新たなデジタル乗車券の導入を検討するなど、来訪者の更なる利便性向上に努める。	調査研究	→	実施	観光シテイセールス課 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	マップ機能を充実するとともに、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	133%増加	予定を上回った	-	-	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の開発など、利用促進と機能拡充を図る	実施	→	→	観光シテイセールス課	観光協会	

基本目標	施策KPI		施策の方向	事業・取組	事業内容	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	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、周回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5カ所 合計15カ所	1	32	24	予定を上回った	57	38%	・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】 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	—	
				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	27	予定を上回った	70	77%	・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） ・より一層、魅力的なプログラムを実施する。	【拡充】 ・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。 ・国史跡芥川山城跡の今後の保存と活用のために、公有化に向けた取組を推進するとともに、保存活用計画策定を進める。 ・引き続き芥川山城跡の魅力を全国に発信していく。 ・引き続き自然を生かした体験プログラムを実施する。	実施	→	→	観光シティセールス課 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受け、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	民間事業者等と連携し、インバウンドを対象にした市内観光ツアーを実施した。 ・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	-	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。	【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(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。	【成果維持】 引き続き、調査研究を行う。	調査研究	検討	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	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も進めていく。	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	737	予定を上回った	1,666	1111%	今後も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していく必要がある。	【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	→	→	観光シティセールス課	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	○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	124%増	予定を上回った	-	166%	今後も積極的な情報発信を継続する必要がある。	【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「BOTTOたかつき」を推進する	委託業務や市自主企画など、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	14	予定を上回った	31	517%	プロモーションのさらなる充実を図る必要がある。	【成果維持】 引き続き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、本市の魅力や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	○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	1	予定を下回った	3	33%	連携協定締結自治体と積極的に連携し、交流人口の増加・関係人口の創出に務める必要がある。	【成果維持】 連携した旅行ツアーやプロモーション企画など、取組を継続する。	実施	→	→	観光シティセールス課	—