

高槻市産業・観光振興ビジョン実施計画事業一覧フェーズ2(R6～R8)＜商業分野＞

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	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 (R8)	項目	予定数	R6	R7						R8	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	・阪急高槻市駅前広場で開催される「TAKATSUKI唄まきStation」に対して後援を行った。 ・「たかつきアート博」の開催を支援し、後援を行った。 ・その他、中心市街地において商業者が開催する下記のイベントに対し、後援を行った。 ・「関西Kidsジョブチャレンジ in 高槻」 ・「第53回～第56回福寿マルシェ」 ・「高槻グルメリックニックフェスin安満遺跡公園」 ・「第3回将棋ストリート」 ・「城北まつり2024」 ・「野見神社こども夜まつり」	イベント支援件数	年6件 合計18件	8			予定を上回った	8	44%	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	中心市街地活性化協議会の下部組織として、商業者で「にぎわい・商業活性化部会」を創設し、にぎわいを見せる劇場や公園からの人流づくりや、回遊性の向上に繋げる試行的企画の実施を支援した。	商業と連動したイベントの支援件数	年1件 合計3件	1			予定通り実施	1	33%	街の魅力を効果的に発信する方法を検討するため、部会に新たなメンバーを加えるなどし、様々な視点やスキルで臨める体制に充実させていく必要がある。	【成果維持】 部会の体制や取組内容を充実させながら、引き続き具体的な人流・回遊策の検討や実施を支援する。	実施	→	→	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250件 合計750件	268			予定を上回った	268	36%	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、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。 ・創業塾卒業生に対し振り返りを実施する「フォローアップセミナー」を実施した。	セミナー開催件数	年13件 合計39件	14			予定を上回った	14	36%	受講生同士の交流によるネットワーク作りに寄与するなど、セミナーの内容を充実させるとともに、社会情勢や制度の変化に対応した内容とする必要がある。	【成果維持】 受講者アンケート等を参考に、SNS等を活用した交流手段の導入など検討し、セミナーの価値向上を図る。	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3回募集し、事業計画書が16件申請されたうち9件が採択され、店舗改装費に対し補助を行った。 また、3次募集より関西将棋会館移転に先立ち、出店場所によって補助限度額を上げる等、制度を拡充した。	事業計画書の申請件数	年12件 合計36件	16			予定を上回った	16	44%	市内外を問わず、事業者に向けた情報発信を引き続き行う必要性がある。	【成果維持】 ・引き続き、創業に対する機運醸成に向けて、関係機関等との相談面、周知面などで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	高槻商工会議所主催の、クリエイター等と協同し新しいビジネス・価値の創造を実践することを目的とした「ものづくり企業アトツギさんの挑戦×クリエイター」や、自社・自店の集客・拡販に関するお悩み解決を目的とした「集客・拡販お悩み解決ミーティング」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3件	2			予定を上回った	2	67%	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。 関西将棋会館移転に伴い、将棋に因んだ商品開発等に関する支援を行う必要がある。	【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。 ・「将棋のまち高槻」新商品・販路開拓等補助金の活用を支援する。	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160件 合計480件	240			予定を上回った	240	50%	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。	【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」に関する新商品の創出に取り組む市内中小企業者に対し、「新商品創出・販路開拓等補助金」による支援を行った。	将棋関連事業周知件数	年8件 合計24件	51			予定を上回った	51	213%	市内事業者に向けた情報発信を引き続き行う必要性がある。	【成果維持】 引き続き、「将棋のまち高槻」の機運醸成に向けて、補助制度の周知を行っていく。	実施	→	→	産業振興課 将棋のまち推進課	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。	ものづくり企業と商業者の連携支援	○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げる連携を支援する	ものづくり企業交流会の食品Gによるイベント開催支援を通じて事業者間の交流を促進した。	イベント開催支援件数	年1件 合計3件	1			予定通り実施	1	33%	イベント参加企業と内容に固定化の傾向がみられるため、新規出展者の参加をはじめ企画・運営における変化が求められる。	【成果維持】 ものづくり企業と商業者が連携するイベントが自律的な運営の促進を図る。	実施	→	→	産業振興課	事業者

基本目標	施策KP		指標	目標値	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							項目	予定数	R6	R7	R8						R6	R7	R8		
		(R1)	(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	・商業振興のためのイベント等の事業に取り組み商業団体に対し「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	11			予定を下回った	11	26%	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み主体でもあるため、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】 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	102			予定を上回った	102	113%	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、リーフレットを通じて周知を行うとともに、補助事業を通じて商店街の組織強化を図り、組合加入への誘因づくりをする。	実施	→	→	産業振興課	事業者(大型店) 商業団体
						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80件 合計240件	122			予定を上回った	122	51%	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する必要がある。	【成果維持】 引き続き訪問を実施し、情報収集や支援制度の周知に努める。	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。	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為に施設・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	商業団体が行う空調工事に対し「商業団体振興補助金」を交付し、地域コミュニティの核となる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	1			予定を下回った	1	17%	商業団体が管理する施設等の老朽化が近年顕著となる一方、資金不足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(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	支援機関と連携し、事業承継支援施策や関連セミナーの情報企業向けメールマガジンにより発信した。	情報発信件数	年3件 合計9件	3			予定通り実施	2	22%	事業承継は企業の内部情報を含むため、対外的に発信される情報が少なく、ニーズ把握が難しい面がある。	【成果維持】 事業承継を専門とする支援機関等との緊密な連携を通じて、時期に応じた情報の入手により事業承継ニーズと課題の顕在化に備える。	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、高槻市中小企業事業資金融資制度のあっせんを行った。	中小企業融資相談件数	年160件 合計480件	245			予定を上回った	245	51%	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事業資金融資制度の周知、あっせんを行い、事業資金のニーズに対応していく。	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	商業者で「にぎわい・商業活性化部会」を創設し、集客拠点からの人流づくりや、中心市街地の回遊性の向上のための会議運営等を支援した。	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			予定通り実施	1	33%	街の魅力を効果的に発信する方法を検討するため、部会に新たなメンバーを加えるなどし、様々な視点やスキルで臨める体制に充実させていく必要がある。	【拡充】 部会の体制や取組内容を充実させながら、引き続き具体的な人流・回遊策の検討や実施を支援する。	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	商業振興のためのイベント等の事業に取り組み商業団体に対し「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	5			予定を下回った	5	21%	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。 商業団体が管理する施設等の老朽化が近年顕著となる一方、資金不足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】 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。 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

基本目標	施策KPI		目標値 (R8)	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)							項目	予定数	R6	R7	R8						R6	R7	R8		
「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	・創業・個店支援事業を活用し、創業者の店舗を紹介する冊子「グルメガイド」を3,000部作成・発信した。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250回 合計750回	298			予定を上回った	298	40%	リーフレットの新たな配布先の確保や、市SNSの活用、他の創業支援事業からの情報など総合的に活用し、制度の周知を図る必要がある。	【成果維持】 リーフレットを配架する関係先を増やすことを中心に、引き続き幅広い方法で制度の周知を図っていく。	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	・福寿マルシェ、たかつきアート博、高槻グルメビクニックフェス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。 ・市内商業団体等が実施する将棋イベントの後援を行い、広報誌やホームページを通じて取組を支援した。 ・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	52回 合計156回	45			予定を下回った	45	29%	・既存の媒体による発信は定期的に実施しているが、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。 ・商業団体等が行うイベントや取組の状況把握を継続する必要がある。	【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、メディア等を活用した情報発信を検討・実施する。 ・「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。 ・広報誌・ホームページ等を中心に情報発信を図る。 ・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 将棋のまち 推進課 観光・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フェーズ2(R6～R8)<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(R8)					項目	予定数	R6	R7	R8						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。	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。	企業ヒアリングを通じて用地情報を収集し、必要に応じて情報提供を実施した。	情報収集件数	年10件 合計30件	7			予定を下回った	7	23%	市域内に産業用地が少ないことに加え、立地計画に関する情報は企業にの内部情報を含む可能性があるため、効果的な方法による情報収集が望まれる。	【成果維持】 企業ヒアリングを通じて最新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収集を行う。	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	市外企業を対象に、産業用地のニーズ及び立地計画等の動向に関するヒアリングを行い、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	6			予定を上回った	6	40%	通常業務では市外企業との繋がりを構築する機会が稀であるため、あらゆる機会を捉えて市外企業との情報交換を行う必要がある。	【成果維持】 市外企業への市施策の周知機会や市内企業との繋がりを活用し、市外企業との関係構築と情報収集に努める。	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	ビジネスコーディネーターの市内中小製造業等に派遣を通じて、社会課題の解決に向けた企業間ビジネスマッチングを行った。	社会課題解決等のマッチング支援件数	年3件 合計9件	3			予定通り実施	3	33%	ビジネスコーディネーターと市職員が保有する企業情報を有効活用することで、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繋げることが望まれる。	【成果維持】 ビジネスコーディネーターの企業訪問報告を精査し、企業間マッチングに繋がる要素を有効に活用して新たなマッチング案件の創出を図る。	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	○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	ビジネスコーディネーターとの連携により、市内企業と産学連携イベントで訪問した近隣大学の理工系学部のマッチングによる新素材の性能評価テストの機会創出を支援した。	新技術の実装に向けた検討	年1件 合計3件	1			予定通り実施	1	33%	新技術を活用した製品・サービス等の情報は企業の重要事項を含み、情報収集が困難な面があるため、企業との緊密な関係を構築する必要がある。	【成果維持】 企業との業務上のやり取りが生じる機会には当該業務の分野を問わず、新技術等に関する情報収集に繋がる関係構築を図る。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
				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活用の検討について、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。	土地活用に向けた取組	○新たな企業用地が見込まれる開発エリア等における企業進出ニーズの把握を行う	市外企業からの問合せ・ニーズに応じて市域内での産業用地に関する情報交換を行った。	企業との情報交換件数	年1件 合計3件	1			予定通り実施	1	33%	市域内に産業用地が少ないため、新たな開発エリアに関する計画や工場跡地等を含め、広く情報収集を行う必要がある。	【成果維持】 市内移動や企業訪問等のあらゆる機会を活かして、産業用地としての利用が見込まれる開発計画や企業跡地等に関する情報を積極的に収集する。	実施	→	→	産業振興課	事業者 金融機関
「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訪問・ニーズ把握を通じて、企業間の取引拡大を目指す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	24			24	80%	企業間のビジネスマッチングの機会は景気動向に加え企業間の関係により実績に影響が生じやすいため、安定的にマッチング実績を創出できるよう、ビジネスコーディネーターとの緊密な情報共有と連携を図る。	【成果維持】 マッチング案件は景気動向や企業間の関係により実績に影響が生じやすいため、安定的にマッチング実績を創出できるよう、ビジネスコーディネーターとの緊密な情報共有と連携を図る。	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	ビジネスコーディネーターと連携し、市内企業に対して、設備投資促進に活用可能な国の補助制度等を周知した。	設備投資補助制度等の活用促進件数	年3件 合計9件	3			予定通り実施	3	33%	国による「ものづくり補助金」は経済情勢等により採択方針や審査内容の難易度が変動するため、時期に応じた情報を案内する必要がある。	【成果維持】 継続的な賃上げの実現に向けて、企業の稼ぐ力の強化につながる設備導入等、国・府・市の補助金の活用に関わる情報収集・発信を図る。	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。	企業間交流の支援	○「ものづくり企業交流会」における各種イベントの自律的な実施を支援する	中小製造業等を中心とした「ものづくり企業交流会」の取組に関して、工業系グループによる市内外の工場見学と食品加工グループによるイベントの企画・運営を支援した。	各種イベントの支援回数	年3回 合計9回	3			予定通り実施	3	33%	イベントへの新たな参加者による企業間交流の更なる活性化が求められる。	【成果維持】 参加実績のある企業の継続的な参加に加えて、魅力あるイベント・企画により新規参加者の拡充を図る。	実施	→	→	産業振興課	ものづくり企業交流会
	市からの支援に対する満足度	48%	56%	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	緊急事態においても事業の継続や早期復旧を図るためのBCP関連情報について、メールマガジンを活用して市内企業へ情報提供を行った。	BCP関連情報発信件数	年2件 合計6件	2			2	33%	市内企業のBCP策定の促進に向けて継続的な周知が求められる。	【成果維持】 関係機関との連携を含め、継続的なBCP策定支援情報の発信を行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所	
				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る。	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。	支援機関と連携し、事業承継支援施策や関連セミナーの情報を企業向けメールマガジンにより発信した。	事業承継に関する情報発信件数	年2回 合計6回	3			予定を上回った	3	50%	事業承継は企業の内部情報を含むため、対外的に発信される情報が少なく、ニーズ把握が難しい面がある。	【成果維持】 事業承継を専門とする支援機関等との緊密な連携を通じて、時期に応じた情報の入手により事業承継ニーズと課題の顕在化に備える。	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(R8)						項目	予定数	R6	R7	R8						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。	国・府による人材育成支援情報を収集し、DX人材雇用の助成制度や若手人材の定着率向上に関するメールマガジンを市内企業に発信した。	情報発信支援件数	年2回 合計6回	2			予定通り実施	2	33%	多くの業種において働き手の不足の状況が続いているため、時期に応じた雇用・人材確保につながる情報を企業向けに提供する必要がある。	【成果維持】 国・府・関係機関等による様々な雇用支援等に関する情報を適時収集し、市内企業へ発信する。	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	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。	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。	近隣の大学等に対して、市内企業が参加する合同企業面接会の案内チラシの配架依頼を行い、企業と大学との採用関係構築を図った。	人材情報マッチング支援件数	年1回 合計3回	1			予定通り実施	1	33%	就職市場においては民間事業者による人材・就職サービスが充実していることから、行政機関ならではの利点を活かした情報の取扱が必要となっている。	【成果維持】 労働施策業務のみならず企業支援業務やイベント業務において得られた大学等との繋がりを活用し、効果的な情報発信を図る。	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%	56%	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。	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。	ビジネスコーディネーターと連携し、ものづくり企業交流会の会員企業と共に、工業系学部を要する大学との産学連携イベントを企画し、市内企業と大学とのマッチングの機会を設けた。	産官学連携イベント回数	年1回 合計3回	1			予定通り実施	1	33%	産学連携のマッチングやイベント企画においては、企業が保有する技術等と大学の研究・取組領域が一致する必要があるため、専門的な知見が求められる。	【拡充】 委託事業において連携している、企業の技術職の出身者で専門的知見を有するビジネスコーディネーターと協力を密にすることで、市内外の大学・研究機関との連携強化を図る。	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	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	「たかつき産業フェスタ」出展企業と協力し、出展時の様子やイベント当日の取組について、企業ウェブサイト掲載等を通じて「企業と地域の交流」としての側面の情報発信を行った。	企業の地域交流等に関する情報発信	年1回 合計3回	1			予定通り実施	1	33%	企業と地域の交流や課題解決等に関する情報は本業の取組と異なり、対外的な発信が少ないことから、報収集が難しい面を有する。	【成果維持】 企業支援等、企業とのやり取りを伴う業務において、市と企業の関係性を更に緊密にすることで、本業以外の地域交流等の情報入手を図る。	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)	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	工場操業に伴う騒音防止等を目的とする企業定着促進補助金について、広報誌及び企業向けメールマガジンにより制度周知を行った。	企業定着促進補助金の周知	年2回 合計6回	2			予定通り実施	2	33%	事業所の周辺住民との間での「防音・防臭・防臭等」をめぐるトラブル拡大を未然に防ぐために、問題が顕在化する前に情報を把握して対策を促す必要がある。	【拡充】 ビジネスコーディネーターや市の環境政策部門など、関係者・関係部門と連携し、企業定着促進補助金の活用に関する情報交換と制度周知を図る。	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。	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・支援施策の活用により、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	ビジネスコーディネーター及び市職員による企業ヒアリングを通じて、市内企業の設備投資及び新規立地に関する情報交換を行った。	企業への設備投資ヒアリング件数	年10件 合計30件	10			予定通り実施	10	33%	設備投資に関する内容は企業の経営戦略上の重要情報を含むため、情報収集に際しては緊密な関係の構築が求められる。	【成果維持】 定期的なヒアリングによる企業との緊密な関係構築に加えて、ビジネスコーディネーターによる企業訪問レポート等、あらゆる機会を活用して情報収集を図る。	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。	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	新たな企業立地の可能性を検討するため、工場移転後の跡地活用方針についての企業ヒアリングを行い、市の資産管理部門における市有地活用の方法について打合せを実施した。	土地活用に関する情報交換回数	年3回 合計9回	3			予定通り実施	3	33%	域内に産業用地が少ない本市の特性をふまえ、企業立地に繋がる可能性のある市有地や企業跡地に関する情報の蓄積が求められる。	【成果維持】 移転後の企業等、用地情報を保有すると想定される企業や市関係部署との連携を通じて、企業立地に繋がる情報交換の強化を図る。	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	国・府・市及び関連機関等による企業支援施策の情報を収集・整理し、設備投資、人材確保、DX等のテーマについて市内企業を対象としてメールマガジンを配信した。	支援施策の情報発信	年12回 合計36回	12			予定通り実施	12	33%	社会・経済情勢の変化が激しくなっていることから、国や支援機関等の補助制度等についても、状況の変化に応じて適切な時期に確実に発信することが求められる。	【成果維持】 企業支援業務で得られた関係を積極的に活用しつつ、有用かつ最新の情報を企業に提供する。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所
				②市外企業への広報活動	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	・市外企業の誘致を図るため、市外に事業所を有する企業に、本市の企業立地奨励金をはじめとする支援施策と立地特性を掲載した企業誘致パンフレットを送付し、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	203			予定を上回った	203	34%	市外企業の誘致実現に向けて、市場での優位性や成長性を有すると期待される企業に効果的な情報を届ける必要がある。	【成果維持】 経済産業省が選定する「健康経営企業」等、将来的に企業立地や積極的な設備投資に繋がる可能性が見込まれる企業に対して、市の支援施策や立地における優位性を発信する。	実施	→	→	産業振興課 観光・文化課	—
				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、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	市職員による企業訪問及びヒアリングを通じて、情報交換を実施した。また、「産業物産展示コーナー」の周知・活用促進により、市内事業所の製品展示による市内産業のPRを行った。	市内企業・ヒアリング件数	年100件 合計300件	125			予定を上回った	125	42%	企業の大小規模を問わず、リモート勤務やオンラインミーティング等が定着していることから、対面以外の方法においても的確なヒアリング・情報収集が求められる。	【成果維持】 対面、オンライン、メール、電話等、あらゆる方法を活用して最新の企業動向の把握と関係構築を図る。	実施	→	→	産業振興課	—

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(R8)						項目	予定数	R6	R7	R8						R6	R7	R8		
「伝える」	「たかつき産業フェスタ」来場者数	6,500人	7,000人	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	7			予定を上回った	7	47%	継続して事業者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】 継続して事業者に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 観光シティール課	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	市と高槻商工会議所の共催により、市内企業・関係機関の参加を募り、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	41			予定を上回った	41	46%	イベントとしての認知度と来場者規模は一定の水準に達したとみられるが、新たな参加事業者や新奇性のあるコンテンツを組み込むことで、イベント全体の魅力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一覧フェーズ2(R6～R8) <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。

歴史やサバカルチャー、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	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	
		基準値 (R1)	目標値 (R8)					項目	予定数	R6	R7	R8						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	9,64 3,06 3 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5件 合計15件	5			予定通り 実施	5	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	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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	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90本 合計270本	95			予定を上 回った	95	35%	・事業動員数、市外来訪者 の増加を図るとともに、市 内消費の促進を図る必要が 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	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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	・観光プロモーション「BOTTOたかつ き」において、将棋を活用した企画を 実施した。またオープンたかつきにお いても、将棋に関連したプログラムを 実施した。 ・観光協会と連携し、タイトル戦「王 将戦」の関連イベントを開催した。	将棋を活用 した企 画の実施 数	年5本 合計15本	5			予定通り 実施	5	33%	引き続き、日本将棋連盟と の円滑な連携を図る必要が ある。	【成果維持】 ・今後も将棋を活用したPR コンテンツの作成や観光プ ログラムを実施していく。 ・高槻市観光協会と連携し、 新たな取組の実施に向けて 検討する。	実施	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課 将棋のま ち推進課	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	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90本 合計270本	95			予定を上 回った	95	35%	新たな周遊観光プログラ ム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】 新たなエリアでガイドツア ーを企画する。	実施	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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	2			予定を下 回った	2	22%	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	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	観光協会 商工会議所				
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。	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」に補助金を支給するとともに、市 内百貨店のたかつき土産販売コーナ ー新設を支援した。また、ふるさと納税制 度の返礼品として、全国の寄附者にPR を行った。	たかつき 土産認定 数	年6件 合計18件	3			予定を下 回った	3	17%	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、取組支 援するとともに、ふるさと 納税制度の活用特産品等を 全国にPRし、販路の拡大を 図る。	実施	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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	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) を活用したグルメ企画を実施し、抽選で 参加者に特製グッズ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		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 つなげ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。	実施	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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	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	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	2			予定通り 実施	2	33%	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	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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			予定通り 実施	6	33%	継続してガイドの育成に努 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	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	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TOKKに本市施設の紹 介記事を掲載した。 ・淀川舟運活性化協議会として、国や 大阪府、淀川周辺自治体との連携イ ベントに参加した。	連携イ ベントの 実施	年3回 合計9回	3			予定通り 実施	3	33%	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	→	→	観光ｼｬｲﾃｰ ﾙ課	阪急電鉄 歴史街道推 進協議会

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 (R8)	項目	予定数	R6	R7						R8	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	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	・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。 ・第74期王将戦を誘致し、前夜祭をJR高槻駅前のシティホテルで開催した。	学会等の開催数	年1回 合計3回	1			予定通り実施	1	33%	本市のコンベンション施設や交通利便性等を広くPRし、MICE誘致につなげる必要がある。	【成果維持】 高槻市観光協会と連携し、MICE誘致に取り組む。	実施	→	→	観光・文化財課 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	969 (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	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。	プログラム実施数	年5本 合計15本	25			予定を上回った	25	167%	・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。 ・市営バス利用を前提とした企画を設定し、紙券を含む1day乗車券の認知拡大が必要である	【成果維持】 ・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。	実施	→	→	観光・文化財課 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	年1,000 合計3,000	2,407			予定を上回った	2,407	80%	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・文化財課	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	・経年劣化した「歴史の散歩路」標柱7基を更新(取替等)した他、標柱6基・説明板11枚・総合案内板1基の修繕を行った。	案内板等の整備・更新件数	年20カ所 合計60カ所	25			予定を上回った	25	42%	・予算の上限があり、単年度内で更新・修繕可能な数量が限られていること。	【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・文化財課 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。	・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した。 ・摂津峡周辺の自然や歴史遺産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った。 ・観光協会が実施する「さくら祭り」に関して、摂津峡公園とその周辺の安全管理及び交通対策等に要する費用として負担金を支出した。 ・摂津峡青少年キャンプ場において、キャンプ体験事業など自然体験活動や野外体験学習を実施した。 ・国史跡芥川城跡の保存と今後の活用のため、公有化の取組を推進した。 ・保存活用計画策定に着手した。 ・芥川城跡の普及啓発のため、引き続き連続講座の開催、アプリ「AR芥川城」の公開、記念御城印の販売を行い、新たにしろあと歴史館にて常設展「芥川城と三好一族」の開設、限定武将印の販売を行い、魅力発信を進めた。 ・芥川城跡の見学ルートの修繕を行った。 ・芥川城に関する取り組みについて出前講座を行った。 ・芥川城主三好長慶やその家臣松永久秀に関連した放送番組の作成に協力した。	摂津峡周辺におけるプログラム数	年20本 合計60本	22			予定を上回った	22	37%	・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。 ・摂津峡公園内の施設や遊歩道について老朽化が顕著となっている。 ・より一層、魅力的なプログラムを実施する。 ・見学ルートの整備(サイン等)	【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。 ・公園の安全性・利便性の向上に向け、老朽化対策や補修に取り組む。 ・引き続き自然を生かした体験プログラムを実施する。 ・国史跡芥川城跡の保存と今後の活用のために、公有化の取組を推進するとともに、保存活用計画を策定する。 ・引き続き芥川城跡の魅力を全国に発信していく。	実施	→	→	観光・文化財課 公園課 子ども青少年課	—
				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	・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。	【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・関西万博を意識したプログラムを開発する。	調査研究	→	→	観光・文化財課	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)	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。	実施	→	→	観光・文化財課 都市づくり推進課	—

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 (R8)						項目	予定数	R6	R7	R8						R6	R7	R8		
「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	・本市の観光資源やプロモーション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た。 ・関西将棋会館移転オープンを情報発信の機会として捉え、各種将棋イベントや取組について、プレスリリースを積極的に活用し情報発信に努めた。	メディア掲載数	年500件 合計1,500件	6,384			予定を上回った	6,384	426%	・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。 ・引き続き、プレスリリース時における関係機関との調整を図る必要がある。	【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。 ・将棋イベント開催の際にプレスリリースを積極的に行う。	実施	→	→	観光フェスティバル課 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	OSNS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。	X(旧Twitter)フォロワー増加数	年300人 合計900人	559			予定を上回った	559	62%	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	→	→	観光フェスティバル課	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 ○「将棋のまち高槻」を広く伝えるプロモーションの実施	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8本 合計24本	10			予定を上回った	10	42%	プロモーションのさらなる充実を図る必要がある。	【拡充】 引き続き本市の魅力を新たな切り口で積極的に発信する。	実施	→	→	観光フェスティバル課	—
				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	観光協会と連携して広域連携自治体との旅行ツアー・PR企画を開催した。	PR実施数	年10本 合計30本	13			予定を上回った	13	43%	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	→	→	観光フェスティバル課	—