

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

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					目標値	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 市内の消費を喚起するだけでなく、市外からの来訪者の市内回遊の起点とするため、来訪者の第一印象を高め、本市への期待を高める「にぎわいの創出」に向けた取組を支援していく。	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。 ・約40店舗の飲食店・雑貨店が参加した「高槻手作り市」、阪急高槻駅前広場で開催される「TAKATSUKI頃まきStation」、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。	イベント支援件数	年6件 合計18件	10			予定を上回った	10	56%	新型コロナウイルスの影響により、イベントによっては中止や規模を縮小して実施している。	【成果維持】 コロナ終息後を見据え、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	中心市街地活性化基本計画に係る商業活性化事業としてシールラリーイベント「高槻城北提灯めぐり(12/9~1/9)」を実施することでイベント客の域内消費を促した。	商業と連動したイベントの支援件数	年1件 合計2件	1			予定通り実施	1	50%	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「バイローカル」な視点を取り入れたイベントを検討・実施する必要がある。	【成果維持】 引き続き、市と中心市街地活性化協議会が連携し、にぎわい創出に向けた支援を行うことで、より多くの域内消費を促す。	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	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			予定を上回った	307	79%	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。 ・高槻商工会議所との共催による「創業塾」を開催し、創業希望者の知識やスキルの習得を支援した。	セミナー開催件数	年13件 合計39件	13			予定通り実施	13	33%	新型コロナウイルス感染拡大の影響により、セミナー受講生による交流会等が実施できておらず受講生同士のネットワークの構築に影響を及ぼしている。	【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、まちな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	市内への新規出店者に対する補助制度を年3回募集し、事業計画書(申請)件数5件、うち採択が4件となった。	事業計画書の申請件数	年12件 合計36件	5			予定を下回った	5	14%	・新型コロナウイルス感染拡大の影響により創業希望者の新規出店に対する機運の低下が懸念される。 ・市外に向けての情報発信力の弱さに課題がある。	【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・造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「1stSTEPミーティング」を開催するなどクリエイターによる自社商品等の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			予定通り実施	1	100%	ブランディング支援と並行して魅力ある飲食店や地域の隠れた逸品等を発掘する必要がある。	【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		産業振興課	商工会議所 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 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			予定を下回った	6	14%	新型コロナウイルス感染症の影響により、商業団体による夏祭り等のイベントが軒並み中止となった。	【成果維持】 コロナ終息後を見据え、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リーフレットを配布し、商店会への加入促進等に努めた。	事業者及び大型店舗への条例周知	年30件 合計90件	30			予定通り実施	30	33%	リーフレットの配布により商店会の加入に繋がった案件もある中、新型コロナウイルス感染症の影響により廃業する店舗もあり組合員数としては横ばいが続いている。	【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	商店街等に訪問し、コロナ禍での組合員等の経営状況等に関する情報収集及び国等の給付金や補助金をはじめとした施策の周知に努めた。	訪問件数(情報収集・発信)	年60件 合計180件	92			予定を上回った	92	51%	国等においては各種給付金をはじめ経済社会の変化に対応するための施策が多く打ち出され制度も複雑化していることから正確かつ迅速に情報を収集する必要がある。	【成果維持】 引き続き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		
					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	2			予定通り実施	2	33%	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	
					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			予定を下回った	2	22%	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	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うなど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			予定を下回った	409	23%	令和4年度に入り新型コロナ関連融資(ゼロセロ融資)の据置期間の終了に伴う事業者の返済負担が高まっている。	【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、あっせん等を通じた事業者支援を行う。	実施	—	—

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	
「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	中心市街地活性化協議会については、新型コロナウイルスの影響により、書面開催となった。	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 (R5は協議会開催のみ)	1			予定通り実施	1	33%	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】令和4年度が中心市街地基本計画の最終年度になるため当初の目的の達成に向け取組を推進していく。	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。 ・商業団体の管理するアーケードの補修に「商業団体振興補助金」を交付し、公共的な役割を担う施設等の維持管理に対して支援した。	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			予定を下回った	4	17%	新型コロナウイルス感染症の影響により、商業団体による夏祭り等のイベントが軒並み中止となった。	【成果維持】コロナ終息後を見据え、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
「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6,000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するなど塾生の創業に対する機運を高めた。 ・創業・個店支援事業を広く周知するために、広報紙・ホームページ等を通じて定期的な情報発信や補助金募集チラシを金融機関等に配架した。	情報発信件数	年93回 合計279回	235		予定を上回った	235	84%	市の支援策を広く紹介・発信するため、広報紙や市ホームページに加えSNS等の積極的な活用を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	
				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紙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、高槻手作り市、高槻グルメフェスティバル、たかつき北摂界隈マルシェ等の集客イベントを市広報紙、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とも、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		予定を上回った	48	38%	・団体が実施するイベントを広く紹介・発信するため、広報紙や市ホームページに加えSNS等の積極的な活用を検討する必要がある。 ・新型コロナウイルスの影響により、イベントによっては中止や規模を縮小して実施している。	【成果維持】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ツイッターの活用を検討する。 ・新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、可能な範囲で取組を実施する。	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<工業分野>Phase1 (R3~R5)

【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	29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	○企業にアテンド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				15	42%	企業の希望条件に応じた用地情報が少ないことから、未活用の産業用地(工場跡地、空き工場、遊休地等)の把握手法について調査研究が必要である。	【成果維持】未活用の産業用地の具体的な情報収集及び企業立地に係るニーズや課題を把握し、企業にとって最適な用地情報の提供を行う。	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うとともに、市関係部署と連携した企業誘致に取り組んだ。	市外企業へのヒアリング件数	年5件 合計15件	11					11	73%	コロナ禍における新たな企業ニーズ等にも積極的に対応しながら戦略的に企業誘致に取り組む必要がある。	【拡充】立地の可能性が見込まれる市外企業への戦略的なアプローチとともに、関係部署と連携した企業誘致体制の充実を図る。	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。	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	大企業と市内中小企業等が協働したマッチングの場を企画・提案した。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					3	10%	新型コロナウイルス感染拡大リスクの回避とマッチングの支援を両立するため、直接訪問に加えてオンライン等を活用したマッチング方法を検討する必要がある。	【成果維持】従来の直接訪問に加え、オンライン等を活用したビジネスマッチングについても検討する。	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て、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	○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	新たな技術の実装の場・テストフィールドの場を保有している市内IoT・AI関連企業に対しヒアリングを行うなどテストフィールドの場の開拓に向け調査研究を進めた。	テストフィールドの場の開拓	合計1件	0						0	0%	引き続き、市内企業等へのアプローチを通じて新たな技術の実装の場・テストフィールドの場の開拓に向けていく必要がある。	【成果維持】多様な企業等の取組や製品・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に向けアプローチしていく。	調査研究	検討	実施	産業振興課
「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	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た。また、市内外企業との取引に繋げるため、技術開発、販路開拓等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				12	40%	新型コロナウイルス感染拡大リスクの回避とマッチングの支援を両立するため、直接訪問に加えてオンライン等を活用したマッチング方法を検討する必要がある。	【成果維持】引き続き、ビジネスマッチングに取り組むとともに、販路開拓に繋がる補助金申請支援等にも取り組む。	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	34%	感染症拡大リスクの回避の観点から、面談を自粛・制限する企業があるため、詳細な企業の技術・製品・サービス等の動向の把握が困難となっている。	【成果維持】対面での詳細な企業動向の把握に加えて、メール・電話等の方法を併用して市内事業所の技術・製品・サービス等の情報収集を行う。・産業物産展示コーナーで市内事業所の製品等の展示を行うなどPRに努める。	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					4	44%	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】各種イベント等については、オンラインでの開催も検討するなど状況に応じたイベント等の実施により企業間の交流の促進を目指す。	実施	→	→	産業振興課	ものづくり企業交流会
					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	33%	中小企業は大企業に比べBCPIに関する意識にばらつきがみられるため、BCPの必要性と策定支援に関する情報の周知を強化する必要がある。	【成果維持】商工会議所、関係機関等と連携し、有用な情報提供を行うことで、市内中小企業等のBCP策定に対する機運を高める。	実施	→	→	産業振興課
市からの支援に対する満足度	48%	52%	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。	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	33%	中小企業は大企業に比べBCPIに関する意識にばらつきがみられることから、BCPの必要性とセミナー等に関する情報の周知を強化する必要がある。	【成果維持】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				
				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2回 合計6回	2						2	33%	経営者の高齢化に伴い市内ものづくり企業においても後継者不足問題は年々、深刻化している。	【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		

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 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90社に発信した。	情報発信支援件数	年2回 合計6回	2			予定通り実施	2	33%	中小企業は大企業に比べ時間的・資源的制約や情報不足等の理由により人材育成は不十分なものになりがちである。	【成果維持】 メールマガジン等により国・府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	
					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高める取組を行う。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	市内に新たに開設した地域との交流を目指す企業による新しい事業所を訪問し、市民の利用が可能な空間や体験型の設備など、市民・地域との交流の拡大に向けた取組に関する情報を収集した。	企業情報の収集・発信数	年1回 合計3回	1			予定通り実施	1	33%	市内企業においては、新型コロナウイルス感染症の影響から、地域との交流が可能な民間施設の開放に慎重姿勢が見られる。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染拡大の終息を見据えながら、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・発信を継続して行う。	実施	→	→	産業振興課	商工会議所
					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	市内企業が参加する市民交流イベント「たかつき産業フェスタ」の参加予定企業の紹介HPを公開し、市民向けにイベント及び市内企業のPRを行った。 (新型コロナウイルスの影響から、「たかつき産業フェスタ」は企画段階で中止となった)	地域貢献活動等の情報発信	年2回 合計6回	1			予定を下回った	1	17%	新型コロナウイルス感染症の影響により、地域貢献活動の推進に向けた活動等に慎重姿勢が見られる。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染拡大の終息を見据えながら、地域貢献活動の推進に向けた活動等の情報収集・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～R5)	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利用促進を図る	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取組を行った。	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%	新型コロナウイルス感染症の影響による経済の停滞から、工場周辺の住環境改善に向けた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】 新型コロナウイルス感染拡大の終息を見据えながら、事業者のニーズ・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 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			予定を上回った	15	50%	新型コロナウイルス感染症の影響から、企業における事業所増設や設備投資等の機運の低下が懸念される。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染拡大の終息を見据えながら、企業立地促進制度をはじめ、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 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	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。 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			予定を上回った	6	67%	企業誘致は企業ニーズや遊休地等に関する情報力がポイントであるため、関係部署等との緊密な情報交換が求められる。	【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	→	→	都市づくり推進課 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	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誌、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90社に配信した。	支援策の周知 情報発信	年12回 合計36回	14			予定を上回った	14	39%	市ホームページや広報誌、メールマガジンなどに加え、新たな情報発信方法の活用について検討を行う必要がある。	【成果維持】 企業のニーズに応じた支援策等に関する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、情報を発信する ○学術研究施設等とのマッチングを実施する	大学及び学術研究施設とのマッチングのため市内企業に向けた研究シーズ情報とマッチング促進のための支援情報をメールにより発信し、企業と大学の研究者が新商品開発に向けた情報交換を行う場を設けた。	情報発信件数	年2回 合計6回	2			予定通り実施	2	33%	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 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実施する。	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			予定通り実施	3	33%	新型コロナウイルス感染拡大の影響から実施されるイベントの減少傾向がみられる。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染拡大の終息を見据えながら、市内企業の技術・製品・サービスの発信機会となる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
					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。	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	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。 市外に本社を有する事業所に企業誘致パンフレットの配布等を行った。	パンフレット等 配付企業数	年200社 合計600社	127			予定を下回った	127	21%	本市の優れた立地特性や交通利便性を市外企業に対して的確に伝えるため、企業誘致パンフレット等の内容を充実させるとともに、効果的な情報発信方法を検討する必要がある。	【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優れた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・シティセールス課 都市づくり推進課	—
					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			予定を上回った	6	40%	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・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	新型コロナウイルスの影響から、「たかつき産業フェスタ」は企画段階で中止となったことから、参加予定企業の紹介HPを公開し、市民向けにイベント及び市内企業の製品・サービス等のPRを行った。	参加企業数	年30社 延べ90社	31			予定を上回った	31	34%	新型コロナウイルス感染症の影響により産業フェスタが2年続けて中止となっている。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染症の影響を考慮したイベント実施体制を構築し、企業等が安心して参加できるイベント開催により、企業と市民の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<観光分野>Phase1 (R3~R5)

【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	17%	新型コロナウイルス感染症の影響により、一部のイベントが中止となった。	【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	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、歩きたく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。	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・商工会議所が実施主体となり、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	83				83	55%	・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	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	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	11%	新型コロナウイルス感染症の影響により、一部のプログラムが実施できなかった。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染症の状況を確認し、可能な範囲で取組を実施する。	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						7	78%	更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)	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めるような企画を検討する	YouTubeのLive配信機能を活用したコンテンツを公開した。	-	-	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	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旨とする。	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」をオンラインで開催し、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			6	100%	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	市内には本市の魅力を熟知している市民・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	33%	新型コロナウイルス感染症の影響により、一時活動を休止する期間があった。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染症の状況を確認し、可能な範囲で取組を継続する。	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	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					2	22%	阪急沿線観光あるき事業のガイドツアーについて、年3回実施予定のところ、新型コロナウイルス感染症の影響により1回が中止となった。ガイドツアーについては市民の応募が多く、市外からの参加を促進する必要がある。	【成果維持】 ホームページやSNSの活用など、市外への広報活動を強化する。	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)	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、本市の交通便利性を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	高槻市観光協会と連携し、日本観光研究学会関西支部の地区懇話会を開催した。	-	-	実施					-	-	学会の開催を実現することができたが、継続した活用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誘致の調査研究を継続する。	調査研究	→	→	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	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	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	交通部と連携し、たかつき観光アプリ内に一日乗車券「1dayスマート乗車券」を電子決済で購入できる機能を追加した。	プログラム数	令和5年度1本	1				予定通り実施	1	100%	・一日乗車券を活用したプログラムを開発するなど、利用を促進する必要がある。 ・コロナ禍における観光需要の回復を図る必要がある。	【成果維持】 ・オープンたかつきでの活用など、一日乗車券の利用を促進する ・観光需要の回復を見据え、周遊観光に適した交通モードとなるよう検討していく。	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	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	・オープンたかつきプログラムの電子決済機能を追加した。 ・GPSの位置情報を活用した電子スタンプラリーを実施した。	アプリダウンロード数	前年度比5%増加	382%増加					予定を上回った	-	利用者を増加させる必要がある。	【成果維持】 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	・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。 ・「歴史の散歩路」の説明板1基の設置を行った。	案内板等の整備・更新件数	年5カ所合計15カ所		1					予定を下回った	1	7%	・摂津峡周辺については、史跡指定後、文化財課等関係課と連携し取組を進める必要がある。 ・来訪者にとってわかりやすい案内表示について検討しながら、今後も継続して案内板等の維持管理を行う必要がある。	【成果維持】 ・摂津峡周辺については、史跡指定後、文化財課等関係課と連携し取組を進める。 ・引き続き「歴史の散歩路」の標柱・説明板、遺跡やまちかど遺産の説明板などの建替や修繕を計画的に進める。	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	・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。 ・令和4年度中の国史跡指定を目指し、申請を行った。 ・「キャンプ体験事業」「ポップ！ステップ！キャンプ！」「夏のキャンプ事業」「冬のキャンプ事業」「遊ベンチャー」を実施した。	摂津峡周辺におけるプログラム数	年3本合計9本	17						予定を上回った	17	189%	・摂津峡周辺については、史跡指定後、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。	【成果維持】 ・摂津峡周辺については、史跡指定後、関係課が連携し取組を進める。 ・保存活用計画の策定など、恒久的な保存と活用の取組を進める。 ・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。	実施	→	→	観光シティセールス課 公園課 地域教育青少年課	-
				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」の共創チャレンジにオープンたかつきを登録した。	-	-	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・関西万博を意欲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	関係機関等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	本市の観光資源やプロモーションについてのメディア掲載数	年50本合計150本	440				予定を上回った	440	293%	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。	【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る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					予定を上回った	-	209%	今後も積極的な情報発信を実施する。	【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、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					予定を上回った	8	89%	プロモーションのさらなる充実を目指す必要がある。	【拡充】 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き双方発信や、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						予定を下回った	1	11%	新型コロナウイルス感染症の影響により、一部のプログラムを中止した。	【成果維持】 新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえ、可能な範囲で取組を実施する。	実施	→	→	観光シティセールス課	-