

第3次創造都市推進ビジョン（仮称） 骨子（案）



全体構成

第2次高松市創造都市推進ビジョン

- ・序章（ビジョンの目的、計画期間など）
- ・現況分析（本市の歴史、現状など）
- ・目指す将来像
- ・取組事業（個別具体事業含む）



第3次高松市創造都市推進ビジョン（仮称）

- ・序章（ビジョンの目的、計画期間など）
- ・現況分析（10年間の成果、課題、外部環境分析）
- ・目指す将来像、現況分析を踏まえた基本方針
- ・取組の方向性（個別具体事業は削除）

計画期間

6年間（平成30年度～令和5年度）



8年間（令和6年度～13年度）
※第7次高松市総合計画に合わせる

ビジョンのポイント

- ①基本理念や目指す将来像等は基本的に現行ビジョンを踏襲し、その上で、現行ビジョン下での課題や外部環境の変化を踏まえた取組の基本方針を掲げる
- ②個別具体事業は削除し、今後8年間における取組の方向性を示す

「第3次高松市創造都市推進ビジョン（仮称）」

目次案

第1章 ビジョンの概要

- ビジョンの目的（趣旨）、位置付け
- 計画期間

第2章 現状と課題

- ビジョン策定以降のこれまでの主な取組
- もたらした成果（効果）
- 課題と外部環境の変化

第3章 基本的考え方

- 基本理念・目指す将来像
- 3つの基本方針

第4章 基本方針（取組の方向性）

- 市民が誇りにできる、独創的な高松ブランドを創出し、持続的に発展させます
- 未来に向けて、高松らしい産業や文化芸術を継承させます
- 高松の魅力を国内外に発信し、「創造都市高松」を確立させます

第5章 ビジョンの推進

- 推進に当たっての視点

第1章 ビジョンの概要

第2次高松市創造都市推進ビジョン（2018～2023）の計画期間が終了するため、現行ビジョン策定時からの取り巻く環境の変化や、これまでの取組の成果や課題を踏まえながら、「第3次高松市創造都市推進ビジョン（仮称）」を策定する

（1）ビジョンの目的（趣旨）、位置付け

趣旨

産業、ものづくり、観光、文化・スポーツ、国際交流などに関する施策を一体的に推進しながら、高松の都市ブランドイメージの向上を積極的かつ効果的に図り、「瀬戸の都・高松」の魅力を全世界に発信する

第7次高松市総合計画

イメージ

ビジョン
(各施策
の横串)

産業
経済

伝統的
もの
づくり

農林水産

観光

国際交流

文化芸術

スポーツ

こども

位置
付け

第7次高松市総合計画に示す目指すべき都市像の実現に向け、産業経済施策、文化・観光・スポーツ施策及びその他関連施策を一体的に推進していく上で、本市の創造都市の実現に向けた総合的かつ基本的な指針とする

（2）計画期間

第7次高松市総合計画に合わせて、8年間（令和6～13年度）とする

第2章 現状と課題

(1) ビジョン策定以降のこれまでの主な取組

平成24年4月に創造都市推進局を設置し、平成25年10月に高松市創造都市推進ビジョンを、平成30年度に第2次ビジョンを策定し、4つのプロジェクトの下、創造都市高松の実現に向けて様々な施策に取り組んできた

創造都市推進局の設置 (H24.4)

産業経済部 文化・観光・スポーツ部

第1次高松市創造都市推進ビジョン (H25.10~)

交流
空間

食

生活
工芸

祝祭

国際
会議

こども

第2次高松市創造都市推進ビジョン (H30.4~)

こども

恵まれた地域資源の中で想像力を育む



芸術士派遣事業

工芸

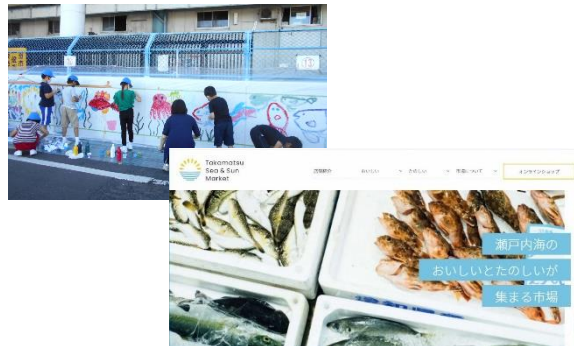
伝統・芸術・デザイン
の力で新しい未来を拓く



高松盆栽産地ブランド確立事業

食

豊富な食文化と異文化との融合



うみまち商店街

交流

地域のコトを通して世界的な交流へ



やしまーるの開館

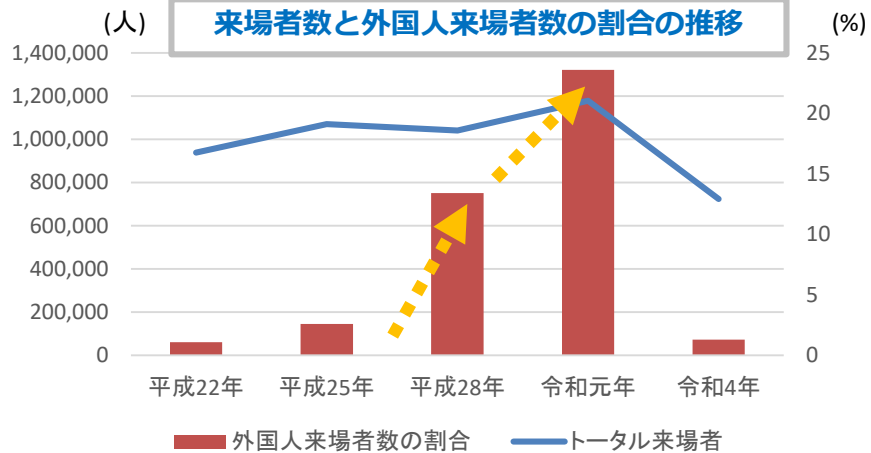
サンポート高松
トライアスロン

第2章 現状と課題

(2) もたらした成果 (効果)

ビジョン策定以降、文化芸術と産業の融合を意識した、創造的な取組を10年かけて継続してきたことで、本市のブランド力は確実に向上し、特に、近年、海外から注目を浴びるなど、世界から選ばれる「世界都市・高松」へと成長しつつある

瀬戸内国際芸術祭による経済波及効果とインバウンド効果



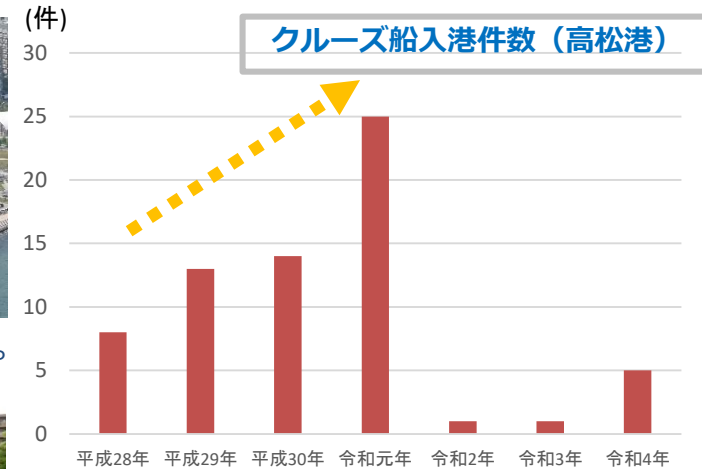
経済波及効果は、約100億円～約180億円で推移

トータル来場者数と比較して、外国人来場者数の割合の伸びが大きい

観光・MICEの波及効果



出典：香川県HP



平成28年度～令和元年度の間で、約3倍に増加

- 旅行予約サイト世界大手のブッキングドットコム (オランダ) が発表した「2020年に訪れるべき目的地TOP10」に、高松市が国内の都市で唯一選出された
- 旅行比較サイト「スカイスカナー」が発表したアジア太平洋地域の2020年の旅行トレンドにおいて、注目すべき新興目的地のTOP10に、日本で唯一、「高松」が選ばれた
- 令和2年版観光白書 (観光庁R2.6) によると、香川県の外国人延べ宿泊者数の伸びが平成24年 (2012年) ⇒令和元年 (2019年) で1.6倍 (全国平均は3.9倍) と全国1位の伸び率となった。また、香川県を訪れる外国人旅行者は、日本滞在中の消費額のうち約2.5%が香川県内での消費で、四国他県に比べ高い結果となった。美術館や自然景観等のコンテンツが誘客につながっており、これらが主目的地となり、長期滞在が促されているとの分析が紹介されている

創造都市高松は、世界から選ばれる「世界都市・高松」へ

第2章 現状と課題

(3) 課題と外部環境の変化

第2次ビジョン策定後から、創造都市の推進施策を取り巻く社会環境は、特にコロナ禍により、産業経済や文化・観光・スポーツの分野に多大かつ甚大な影響と変化を与え、大きく様変わりした。また、第2次ビジョン策定時から継続している課題や、施策に取り組む中で見えてきた課題もあり、それらを踏まえ、次期ビジョンの基本方針や取組の方向性に反映する必要がある

第2次ビジョン策定後の外部環境の変化

新型コロナウィルス	デジタル化の進展	SNSの発達・普及	グローバル化	少子・超高齢社会	SDGs・GXの取組
-----------	----------	-----------	--------	----------	------------

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による、行動制限の長期化等により、文化・観光・スポーツ分野や産業経済分野における、市民や事業者の活動に大きな打撃を与え、コロナ禍で根付いた、デジタル化や新しい生活様式は、ヒト・モノ・コトの価値観や行動を変え、コロナ収束後も継続し取り組まれている
- フェイスブックやツイッター、インスタグラムに代表されるSNSは急速に発達・普及し、今では情報発信ツールとして、なくてはならないものになった
- 少子・超高齢社会にあっても、世代間や世代内の格差は生じさせないことが重要である
- G7や関西万博など、様々な国際的イベントが開かれ、経済・文化の両面から世界と結びつく機会が増えている
- 2030年までに持続可能でより良い世界を目指す国際社会共通の目標であるSDGsの達成に向け、文化芸術などが果たす役割に期待が高まっている
- GXに向けた取組の成否が、産業界における競争力に直結する時代になりつつある

新たな視点

ポストコロナ

デジタル化の進展・SNSの活用

全世代型アプローチ

グローバル戦略

SDGs・GXの意識

現行ビジョン下での課題



- 現行ビジョン下での、子どもたちの芸術に触れる機会や表現活動を行う機会の確保、伝統産業や農畜水産業での後継者不足や従事者の高齢化、魅力あるイベントや高松ならではのブランドの普及啓発や効果的な情報発信による交流人口の拡大などの課題に対して、引き続き、取り組む必要がある
- その際には、縦割りで実施するのではなく、「こども×工芸」、「食×交流」など、各分野を連動させることで、協働や連携を創出し、産業経済施策と文化・観光・スポーツ施策をより一体的に推進していくことが求められる

潜在的・顕在的な課題

課題と外部環境の変化を踏まえ、次期ビジョンの基本方針や取組の方向性に反映

第3章 基本的考え方（施策体系）

第2次
ビジョン
を踏襲

基本理念

魅力にあふれ、人が輝く創造都市へ

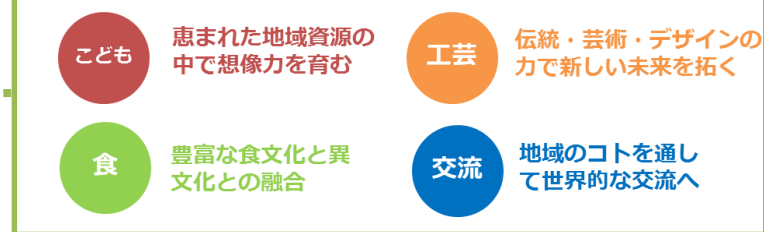
目指す将来像

- 自然や歴史、生活と結びついた「芸術指数」が高いまち
- 交流で新たな発見がある「クリエイティブな暮らし」にあふれたまち
- 豊かな生活が実現できるコンパクトなまち

外部環境の変化



現行ビジョン下での課題



3つの基本方針

- ① 市民が誇りにできる、独創的な高松ブランドを創出し、持続的に発展させます
- ② 未来に向けて、高松らしい産業や文化芸術を次世代に継承させます
- ③ 高松の魅力を国内外に発信し、「創造都市 高松」を確立させます

次期
ビジョン
で新たに
作成

第4章 基本方針と取組の方向性

独創

市民が誇りにできる、独創的な高松ブランドを創出し、持続的に発展させます

(取組の方向性)

- 高松に根付く素材・技術・デザインの再発見と持続的な活用
- デジタル化やSDGsなどの時代の変化を捉えた、新たな取組・創造的人材の活動・ものづくりの支援
- 高松らしさがあふれるコンテンツの創出
- 業種や世代の垣根を超えた、ゆるやかな連携による協働の実践

未来

未来に向けて、高松らしい産業や文化芸術を次世代に継承させます

(取組の方向性)

- 文化芸術や伝統芸能等、子どもが「本物（ほんまもん）」に触れる機会の充実を通じた、創造力を育む取組の推進
- あらゆる人が、暮らしの中で、文化・芸術、スポーツ等を実感できる仕組づくりや事業の推進
- 歴史や伝統、文化等の承継と活用
- 「つなぐ」人材の育成・支援

世界

高松の魅力を国内外に発信し、「創造都市 高松」を確立させます

(取組の方向性)

- SNSやメディア等を活用した効果的な情報発信
- 「Made in 高松」の積極的なプロモーション
- 多様性を踏まえた、国内外との交流の促進

3つの基本方針を
連動・連携させながら、
各施策を一体的に推進します

食

交流

推進に当たっての視点

- 3つの基本方針に基づいた様々な取組を通じて、市民や企業等の実施主体（担い手）の活動を支援
- 本市も実施主体として、担い手や国、県等と協働・連携しながら、各種施策を推進
- CCNJ（創造都市ネットワーク日本）を通じて、創造都市間の連携・交流を図り、施策を発展

実施主体（担い手）



【参考】策定スケジュール

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
工 程	▲ ビジョン全体構成 (骨子)	ビジョン事務局素案作成 →		▲ ビジョン (素案)	ビジョン素案修正 →		▲ ビジョン (案)	契約・デザイン等相談 →			▲ ビジョン 策定
		関係課内容確認 →									
高松市創造 都市推進審 議会	▲ 審議			▲ 審議		▲ 審議 答申					
その他				▲ U40から の意見聴取				→ パブリック コメント			