



京 都 城 陽

Industrial Vision for Bright Development

産 業 が が や き ビ ジ ョ ン

～城陽新時代

人とモノが行きかうハブ都市～



城 陽 市



○表紙写真解説

上部背景…新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）

下部背景…京都山城白坂テクノパーク

小写真…左上から順に、アウトレットモールパース図，金銀系，京都市陽山背彩りの市，
ロゴスランド，京都市陽カンパニーネットワーク会議

「城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市」

の実現に向けて



わが国の経済は、世界金融危機及び東日本大震災による景気の低迷から回復基調にあり、人口減少や少子高齢化の中でも、持続可能な経済成長を目指して、IoTやAI、ロボット、ビッグデータなどの技術革新が進んでいます。

このような近年の国全体における経済の好循環の進展の中で、市においては、新市街地等への新規企業の立地が進み、2023年度の新名神高速道路の全線開通及び東部丘陵地への府内初となるアウトレットモールの立地見込み、宇治木津線のルート帯の決定など、大規模なプロジェクトが立て続けに進展しております。これらのインパクトを最大限に活用し、大きく変わっていく城陽、「NEW城陽」の実現に向け、さらなる産業振興を進めていく必要があります。

そこで、山城地域、そして、近畿の中心という優位な立地条件を活かし、人やモノ、さらには情報やサービスが行きかうハブ都市にふさわしい、城陽新時代を実現するための産業の在りようや未来を描き、これまで以上の産業振興に取り組むため、この度初めてとなる産業振興の指針である「京都城陽 産業かがやきビジョン」を策定いたしました。

このビジョンでは、まず、現在直面する課題である人材マッチングに加え、商業、工業といった従来の枠組みにとらわれず、物流、サービス業など多様な産業の連携による課題解決や、産業PRの強化を目指したネットワークづくり、遊びの空間や学びの場などの新たな産業の創造を、それぞれ重点プロジェクトとして取り組むこととしています。

これらのプロジェクトを中心に、基本理念である「城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市」の実現に向けて、産業に関わるすべての事業者、関係団体、産業支援機関、大学・研究機関、金融機関、そして市をはじめとする行政機関等といった各主体が、それぞれの役割のなかで連携・協力し、明日のかがやく城陽の産業を実現させるため、市の産業振興を戦略的かつ効果的に進めて参ります。

結びに、本計画の策定にあたりまして、熱心に御議論いただきました城陽市商工業活性化推進審議会及び産業振興ビジョン検討会の構成員の皆さま、ならびにヒアリングやパブリックコメント等を通じて、市産業に対しての貴重な御意見を賜りました皆さまに厚く御礼を申し上げます。

平成30年（2018年）8月

城陽市長 **奥田 敏晴**

目次

| | |
|-----------------------|----|
| 第1章 策定の背景と目的 | 1 |
| 第2章 城陽市の特徴 | 3 |
| 第3章 課題整理 | 17 |
| 第4章 目指す姿と施策の展開 | 21 |
| 第5章 具体的な取り組み | 23 |
| 第6章 重点プロジェクト | 39 |
| 第7章 推進体制 | 43 |
| 資料編 | |
| 1. 策定経過 | 47 |
| 2. 城陽市商工業活性化推進審議会委員名簿 | 48 |
| 3. 城陽市産業振興ビジョン検討会委員名簿 | 48 |
| 4. 城陽市の特徴詳解 | 49 |
| 5. 事業者アンケートとヒアリング結果 | 61 |

第1章 策定の背景と目的

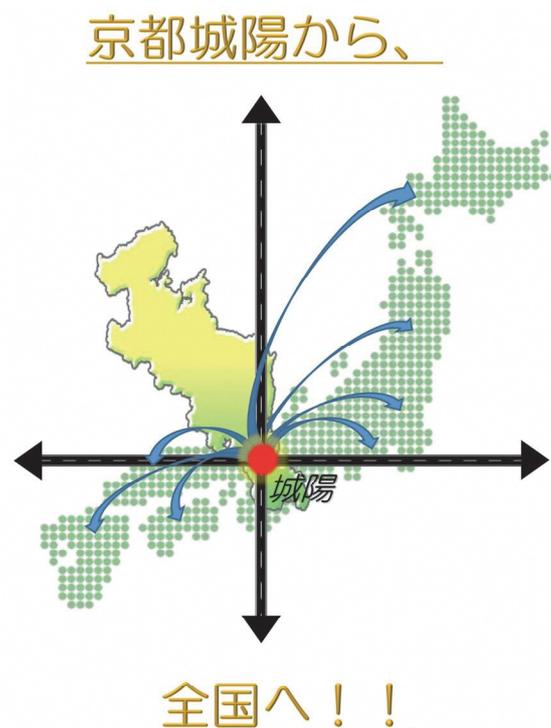
1. 背景と目的

城陽市はこれまで、商業の推進に重点を置き、2008年度（平成20年度）に策定した「城陽市商業活性化推進プラン」に基づき、JR城陽駅周辺商業のにぎわいづくりを進めてきました。

ここにおいて、新名神高速道路の全線開通を契機として、地場に根付く産業だけでなく、新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）など、新たな産業の立地が進む中、さらに、東部丘陵地などの開発可能地の活用により、これまでのベッドタウンから、大きな環境変化が生じようとしています。

このような変革の中であって、2016年度（平成28年度）に策定した第4次城陽市総合計画における産業部門の計画として、10年先を見据えた中長期を展望しつつ、ビジョン策定に取り組みました。

地場のものづくり産業をはじめ、人やモノ、情報、サービスなどが行きかう、交通結節点として日本のハブ都市となりうる可能性を最大限に活かした産業、さらに、訪れて楽しい新しい遊びの空間や新たな学びの場など、城陽新時代にふさわしい「職・住・遊・学」の産業の基盤強化と振興策を、戦略的かつ効果的に進め、すべての関係者が、明日のかがやく城陽の産業を実現するために、本ビジョンを策定するものです。



2. 計画期間

本計画においては、10年先を見据えた中長期を展望しつつ、2018年度（平成30年度）から2022年度までの5カ年を計画期間として産業振興を図っていきます。

| （年度） | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年 | 2026年 |
|----------------|---------------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 第4次城陽市総合計画 | 第3次総合計画 | | | 第4次総合計画 | | | | | | | | | |
| 京都城陽産業かがやきビジョン | 城陽市商業活性化推進プラン | | | 本ビジョンの期間 | | | | | | | | | |

3. 上位関連計画との関係

本計画は、「第4次城陽市総合計画」の部門別計画と位置付け、上位計画との整合性を図りつつ、市の産業振興を推進することとしています。

その他関連計画

城陽市

- 山背五里五里のまち 創生総合戦略
- 城陽市都市計画マスタープラン
- 城陽市東部丘陵地整備計画【見直し版】
- 第2次城陽市観光振興計画

京都府

- 山城北地域商業ガイドライン
- 京都府山城地域基本計画
- 京都府山城地域振興計画

第2章 城陽市の特徴

1. 市を取り巻く現状

(1) 人口減少と少子高齢化の進行

○市の総人口は、ピーク時の1995年（平成7年）には85,398人を記録した後、減少に転じ、2015年（平成27年）時点では76,869人に減少しています。特に、生産年齢人口の減少が顕著となっています。（1995年（平成7年）と2015年（平成27年）の比較では、約63,000人→約43,000人へ減少）。

○現状の人口の社会増減と自然増減の傾向が続いた場合、2040年には約59,000人まで減少し、「消滅可能性都市」（2014年（平成26年）5月、日本創成会議・人口減少問題検討分科会発表）となると試算されています。

(2) 昼間人口の市外流出が大きい

○京都・大阪都市圏のベッドタウンとして発展したことから、市の昼間人口は市外への流出が大きくなっています。昼夜間人口比率は82.7%となっており、（昼間人口：63,578人、夜間人口：76,869人）周辺自治体（宇治市（88.1%）・京田辺市（100.1%）・久御山町（177.7%））と比べても低い状況です。

[図表1 昼夜間人口比率]

| 自治体 | 昼間人口 (A) | 夜間人口 (B) | 昼夜間人口比率 (A) / (B) |
|------|----------|----------|----------------------|
| 城陽市 | 63,578 | 76,869 | 82.7% |
| 宇治市 | 162,671 | 184,678 | 88.1% |
| 京田辺市 | 70,910 | 70,835 | 100.1% |
| 久御山町 | 28,086 | 15,805 | 177.7% |

[出典] Resas まちづくりマップ 通勤通学人口より作成（※データ元は2015年（平成27年）国勢調査）

(3) 多くの業種で市内事業所数が減少し、また、一部の業種を除いて従業者数も減少

○市内事業所数及び従業者数は、2009年（平成21年）から2014年（平成26年）の比較では、事業所数は154ヶ所減少しており、従業者数は「教育、学習支援業」や「医療、福祉」が増加したことで、672人増加しているものの、他の業種では減少しています。

(4) 人口1人あたりの法人市民税は増加するも、周辺自治体と比較すると低い水準
 ○人口1人あたりの法人市民税収は、2003年（平成15年）から2015年（平成27年）の比較では、約1,600円増加していますが、周辺自治体と比べると、依然として低い水準にあります。

[図表2 人口1人あたり法人市民税収の状況] (単位：円)

| 自治体 | 平成15年 | 平成19年 | 平成23年 | 平成27年 |
|------|--------|--------|--------|--------|
| 城陽市 | 5,047 | 6,160 | 5,406 | 6,670 |
| 宇治市 | 12,004 | 24,158 | 13,586 | 7,939 |
| 京田辺市 | 6,743 | 11,738 | 9,140 | 9,701 |
| 久御山町 | — | 55,013 | 40,016 | 43,470 |

[出典] 総務省 地方財政統計年報 各年より作成

(5) 高速道路整備、新規企業立地など大きな転換点

○新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）への企業立地（2017年（平成29年）～）のほか、JR奈良線複線化（2022年度～）、新名神高速道路全線開通（2023年度～）、城陽スマートインターチェンジ（仮称）の供用（2023年度～）、アウトレットモールの立地見込み（2023年度～）等、今後大規模なプロジェクトが進展することが見込まれています。
 近畿地方全体でみた場合も、このような大きな環境変化（＝追い風）が生じている自治体は他にありません。



新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）

2. 市の産業の状況

(1) 産業別特化係数

⇒ 5業種で全国平均の1を上回る

- 事業所数及び従業者数の特化係数（※1）をみると、「鉱業，採石業，砂利採取業」、「製造業」、「生活関連サービス業，娯楽業」、「教育，学習支援業」、「医療，福祉」が全国平均の1を上回っています。

[図表3 特化係数が全国平均の1を上回る業種]

| 業種 | 事業所数 | 従業者数 |
|---------------|------|------|
| 鉱業，採石業，砂利採取業 | 9.76 | 9.96 |
| 製造業 | 1.18 | 1.26 |
| 生活関連サービス業，娯楽業 | 1.22 | 1.48 |
| 教育，学習支援業 | 1.83 | 1.89 |
| 医療，福祉 | 1.44 | 1.84 |

[出典] 総務省統計局 2014年（平成26年）経済センサスより作成

(2) 産業別開業率・廃業率

⇒ 全産業平均で廃業率が開業率を上回る

- 2014年（平成26年）経済センサスより試算すると、全産業平均で廃業率が開業率を1.3%上回っています。
- 「医療，福祉」（開業率：8.9%/廃業率：5.9%）を除いて、多くの産業で廃業が進行しています。

(3) 製造業

⇒ 事業所数、従業者数ともに減少/製造品等出荷額は増加

- 2009年（平成21年）から2014年（平成26年）の比較では、事業所数は15ヶ所、従業者数は333人減少しています。
- 一方、製造品等出荷額では、約71億円の増加となっています。

(4) 商業（卸売業及び小売業）

⇒ 事業所数や従業者数、年間商品販売額等の減少

- 2002年（平成14年）と2014年（平成26年）の比較では、事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積（小売業のみ）のいずれも減少しています。

用語解説

※1 特化係数…特化係数とは産業の業種構成などでその構成比を全国の構成比と比較したものの。

(5) 宿泊業、飲食サービス業

⇒ 事業所数、従業者数の減少／飲食店の減少が目立つ

○2009年（平成21年）と2014年（平成26年）の比較では、事業所数は32ヶ所、従業者数は191人減少しています。

○特に、飲食店においては、事業所数、従業者数の減少が顕著となっています。

(6) 観光産業（入込客数）

⇒ 近年は100万人前後で推移／宇治市の入込動向と連動

○観光入込客数は100万人前後で推移しており、増減は、宇治市と連動する傾向にあります。

[図表4 周辺自治体との観光入込客数比較]

(単位：人)

| 年 | 城陽市 | 宇治市 | 久御山町 | 京田辺市 |
|-------|-----------|-----------|--------|---------|
| 平成21年 | 1,119,381 | 5,008,975 | 57,946 | 372,066 |
| 平成22年 | 1,023,917 | 5,110,783 | 58,315 | 211,780 |
| 平成23年 | 1,027,970 | 4,864,099 | 57,549 | 203,778 |
| 平成24年 | 1,013,569 | 4,722,651 | 60,240 | 205,974 |
| 平成25年 | 982,618 | 3,947,844 | 55,303 | 210,890 |
| 平成26年 | 1,020,274 | 5,201,764 | 51,837 | 206,992 |
| 平成27年 | 1,030,912 | 5,598,011 | 60,042 | 205,745 |
| 平成28年 | 1,008,490 | 5,587,147 | 57,497 | 210,284 |

[出典] 京都府統計年鑑より作成



ロゴスランドイメージ図

3. 事業者の声

産業に従事する事業者の声を聴くための基礎調査として、事業者アンケート調査とヒアリングを実施するとともに、審議会や検討会において意見を聴取しました。

(1) 事業者アンケート調査

市内事業者の抱える課題や支援ニーズ、ビジョンに対する要望等を把握するため、製造業・非製造業の区分で事業者アンケート調査を実施しました。

◎製造業調査

○実施期間：2017年（平成29年）9月15日～10月13日

○調査対象：城陽商工会議所 会員企業（工業第1部会、工業第2部会、金糸部会）

○調査方法：郵送による配布・回収

- 配布数：141件
- 回収数：45件
- 回収率：31.9%

◎非製造業調査

○実施期間：2017年（平成29年）9月15日～10月13日

○調査対象：城陽商工会議所の会員企業（上記以外の部会）

○調査方法：郵送による配布・回収

- 配布数：892件
- 回収数：200件
- 回収率：22.5%

①. 経営状況・今後の事業展開

i) 経営状況

⇒ いずれの業種でも業績は横ばいからやや上向き

○「黒字基調」と「収支均衡」の事業所が製造業では約 8 割、非製造業では約 7 割となっています。

○いずれの業種でも「黒字基調」と回答した事業所数が「赤字基調」と回答した事業所数を上回る結果となっています。

[図表5 製造業の経営状況]

| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|--------|
| 黒字基調 | 17 | 37.8% |
| 収支均衡 | 21 | 46.7% |
| 赤字基調 | 6 | 13.3% |
| 不明・無回答 | 1 | 2.2% |
| 回答件数 | 45 | 100.0% |

[図表6 非製造業の経営状況]

| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|-----|--------|
| 黒字基調 | 62 | 31.0% |
| 収支均衡 | 78 | 39.0% |
| 赤字基調 | 47 | 23.5% |
| 不明・無回答 | 13 | 6.5% |
| 回答件数 | 200 | 100.0% |

ii) 今後の事業展開

⇒ 事業の拡大・多角化といった前向きな回答が目立つ

○「事業の拡大」、「事業の多角化」を前向きな回答とした場合、製造業では約 6 割、非製造業では約 4 割が前向きな事業展開を考えられています。

②. 城陽市に立地するメリット・強み等について

i) 高評価（＋）

- ⇒ 物流・流通面の利便性、道路・水道・通信インフラにアドバンテージ
○「とてもメリットがある」、「ややメリットがある」の合計数値の上位3項目は以下のとおりとなっています。

【製造業】

- 物流・流通面の交通利便性(53.3%)
- 道路・水道・情報通信基盤等の設備状況(35.6%)
- 市の施策（補助金・研修費助成等）の充実度(33.3%)

【非製造業】

- 物流・流通面の交通利便性(44.0%)
- 従業員の通勤面の利便性(34.5%)
- 事業所と周辺環境との調和(27.5%)

ii) 低評価（－）

- ⇒ 大学・研究機関等との連携、人材確保のしやすさは不十分
○「あまりメリットがない」、「メリットがない」の合計数値の上位3項目は以下のとおりとなっています。

【製造業】

- 大学・研究機関等との連携(37.7%)
- 他事業者との連携・交流のしやすさ(26.6%)
- 事業所と周辺環境との調和(24.5%)
- 人材確保のしやすさ(24.5%)

【非製造業】

- 大学・研究機関等との連携(50.5%)
- 人材確保のしやすさ(29.0%)
- 市の施策（補助金・研修費助成等）の充実度(22.5%)

※【補足】 交通利便性に係る自由意見

- 交通利便性を高評価とする事業者が多い一方、市内に近鉄の急行停車駅がないこと、交通渋滞の緩和や道路の拡張が必要とする交通インフラに関する意見もあります。

③. 経営上の課題・今後の重点取り組み

i) 経営上の課題

⇒ 販路開拓、人材育成、従業員の確保などの課題が多数
○各業種、上位5項目の課題は以下のとおりとなっています。

【製造業】

販売先や取引先の開拓(55.6%)
技術・技能の継承(42.2%)
技術・技能の向上、人材育成(42.2%)
従業員の確保(35.6%)
製品の価格競争力(35.6%)

【非製造業】

販売促進、顧客開拓(46.5%)
人材育成(33.0%)
商品・サービス・業務の質や魅力向上(28.0%)
業務の効率化(28.0%)
従業員の確保(27.0%)

ii) 今後の重点取り組み(※非製造業のみ)

⇒ 全体回答数の約8割で充実・経営革新の意向がある
○今後、5年を展望した重点取り組みについて、上位3項目は以下のとおり
となっています。

【重点取り組み】

現在の商品・サービス・業務の充実(47.0%)
経営革新、事業の見直し(33.5%)
新たな商品・サービス・業務の開発(31.5%)

④. 支援ニーズ

i) 支援ニーズが高いもの

⇒ 融資制度・人材の確保へのニーズが高い

○製造業の特徴としては、販路開拓支援等に関心がある企業が多くなっています。

○非製造業の特徴としては、社会見学・ツアーの受入、インターンの受入等に関心がある企業が多くなっています。

○各業種の上位5つのニーズは以下のとおりとなっています。

【製造業】

低利融資の拡充(46.7%)

人材確保(26.7%)

人材育成(17.8%)

販路開拓支援(15.6%)

展示会出展支援(15.6%)

【非製造業】

低利融資の拡充(37.0%)

社会見学事業所・ツアーの受入(28.0%)

人材確保(26.0%)

学生インターンシップ受入支援(18.0%)

事業承継支援(16.5%)

※【補足1】産学官連携への関心について（製造業のみ）

○「関心がない」が64.4%。今後はより一層の事業の積極的展開のためにも、連携やネットワークへの参画に関心を持ってもらえるよう PR する必要があります。

※【補足2】その他支援ニーズに係る自由意見

○支援やサービスの内容が的確に把握できるものや、新たな商品開発やアイデアに対する補助金・助成金の拡充などの意見もありました。

(2) 事業者聴き取り

市内外の事業所等から広く意見を伺い、協働で進める産業振興によるまちづくりを展開するべく、ヒアリングを実施しました。

【城陽市商工業活性化推進審議会】

○平成29年度第1回城陽市商工業活性化推進審議会（2017年（平成29年）8月9日）

【城陽市産業振興ビジョン検討会】

○第1回城陽市産業振興ビジョン検討会（2017年（平成29年）10月18日）

○第2回城陽市産業振興ビジョン検討会（2017年（平成29年）11月15日）

○第3回城陽市産業振興ビジョン検討会（2018年（平成30年）1月12日）

【団体ヒアリング】

○中小企業家同友会 城陽綴喜支部（2017年（平成29年）7月31日）

○城陽市働く女性の家運営委員会（2017年（平成29年）9月7日）

○京都山城白坂テクノパーク連絡協議会（2017年（平成29年）9月22日）

○城陽商工会議所青年部（2017年（平成29年）11月9日）

○城陽商工会議所女性会（2017年（平成29年）12月21日）

城陽市商工業活性化推進審議会、城陽市産業振興ビジョン検討会及び団体ヒアリングにより見出された意見は以下のとおりです。

①. 外部要因

【プラス面（＋）】

i) 大規模なインフラ整備などの「追い風」

○城陽市はインフラ整備を中心とした大規模なプロジェクトが同時並行的に進展し、「追い風」が吹いている。追い風を上手く掴むことで、今後の城陽市の飛躍が期待される。

ii) 東部丘陵地への商業地立地による経済波及効果に期待

○東部丘陵地へのアウトレットモールの立地により、商店街など既存の商業地にも経済波及効果が期待される。

【マイナス面（－）】

i) 人口減少と少子高齢化の進行

○急速な少子高齢化が進行、特に若い世代の市外流出が多い。昼間人口の市外流出も目立つ。

ii) 産業活力の低下

○市内事業所数は減少、従業者数も医療・福祉分野を除いて減少傾向にある。産業全体の活力低下が目立つ。

iii) 必要人材の不足

○必要人材の確保に多くの事業者が苦労している。また、市内事業所の従業員の平均年齢も上昇しており、若者が働きにくい環境になりつつある。

○事業承継においては、後継者不足も課題。

②. 内部要因

【城陽市の強み（＋）】

i) 立地メリット

○交通の要衝、新名神高速道路開通、城陽スマートインターチェンジ（仮称）

ii) 元気な若手事業者

○少数だが存在、イベント企画も熱心

iii) 魅力ある特産品・伝統産品

○城州白、イチジク等

iv) 教育機関との連携

○デザイン系の専門学校、高校等

【城陽市の弱み（－）】

i) 産業集積が弱い

○一部で集積はみられるが、全体的に弱い

ii) 事業者や周辺自治体との連携が不十分

○市内外とも強化必要

iii) 低い知名度・PR 不足

○特に全国的な知名度は低い

iv) 道路・案内表示等のインフラ

○特に幹線道路の渋滞は深刻



市の特産品 城州白

③. ビジョンへの要望

i) 事業者ネットワーク・連携の強化

○東部丘陵地や新市街地(久世荒内・寺田塚本地区)に新たに立地した企業と、既存事業者との連携強化が必要。特に、新しい取り組みに着手する若手事業者を結び付ける仕組みがあるとよい。

ii) 広域連携の強化

○周辺エリアとの連携したPRが必要。

iii) 城陽市の知名度向上・PRの強化

○地域活性化につながるネタはいくらでも市内にあるため、それらをどう結び付け、PRしていくかが重要。
○城陽市が通過点にならないような工夫が必要。

iv) 交流人口の増加に対応した環境整備

○幹線道路の渋滞解消、来訪者向けの案内表示の充実等。
○交流人口の増加を見据えて、受入体制の整備が必要。

v) アウトレットモールの立地効果を最大限活用

○アウトレットモールの立地効果を、商店街にも波及させることが必要。大規模小売店(スーパー等)が立地した際には、商店街の活気が失われたが、アウトレットモール進出では、そうならない手立てが必要。

vi) その他

○5年後だけでなく、10年先を見据えたビジョンが必要。
○10・20・30年後を考えた場合、若い世代にPRすることも大事。「働く場所がある」、「安心して子育てができる」、「住まいも確保できる」といった環境整備が必要である。

④. 具体的な施策提案

ビジョンのヒアリングを受け、具体的な施策提案は以下のようなものでした。

- 新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）立地企業のネットワーク化
- ジョーカンネットの拡大
- 連携によるスケールメリットを活かした中部圏、首都圏への共同出展
- 宇治市と連携した「京都城陽」のPR
- 知名度の高い地元人材の起用
- 城陽をPRする発信拠点の整備（例：道の駅）
- 道路改良、施設案内表示（外国語含む）の設置
- シャトルバス運行の検討
- アウトレットモール内やその周辺に市内小売店の商品などを取り扱う場所を設置
- 主要駅からアウトレットモール間のシャトルバス整備



首都圏での物販・PR

第3章 課題整理

1. 課題整理の方法

第2章（城陽市の特徴）を踏まえ、SWOT分析（※1）のフレームを利用し、ビジョンの策定に向けた課題抽出を行います。

課題抽出においては、縦軸（外部要因）と横軸（内部要因）をかけあわせて、現状での課題を抽出しています。

<課題抽出のイメージ>

| | | 内部要因 | |
|----------|------------------------------|----------------------|-----------------------|
| | | 地域の強み (Strengths) | 地域の弱み (Weaknesses) |
| 外部 要因 | 今後の機会・追い風 (Opportunities) | ■地域の強み×今後の機会・追い風 | ■地域の弱み×今後の機会・追い風 |
| | 今後の脅威・逆風 (Threats) | ■地域の強み×今後の脅威・逆風 | ■地域の弱み×今後の脅威・逆風 |

用語解説

※1 SWOT分析…外部要因や内部要因を強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）、脅威（Threats）の4カテゴリーで要因分析したもの。

2. 要因整理

SWOT 分析に基づく内部要因（地域の強み、地域の弱み）と外部要因（今後の機会・追い風、今後の脅威・逆風）として、以下のように整理することができます。

[内部要因]

地域の強み (Strengths)

[立地・交通アクセス]

- 交通アクセスが非常に良い
- 市内に6つの鉄道駅が存在

[産業集積]

- ものづくりでは、高い技術力を持つ企業が少数だが立地
- 建設業、静脈産業（※1）などが多く立地
- 元気な若手事業者がいること

[特産物・地域資源]

- 城州白やイチジク、お茶、金銀系、寺田いも、花きなど魅力ある産品が豊富
- 城陽市の魅力を体験・体感できるプログラムが存在
- デザイン系の教育機関との産学連携が進展
- サンガタウンなどスポーツ関連施設が豊富

地域の弱み (Weaknesses)

[産業集積・ネットワーク]

- 商店街などの商業集積や、他の産業集積が少なく、全体として産業の力が弱い
- 事業者や周辺自治体との連携が不十分

[インフラ]

- 道路、歩道、案内表示などの基礎的なインフラが不十分
- 職住近接の従業員向けの住居が不足（ファミリー・単身者とも）

[観光・知名度]

- 周辺の観光都市と比べると訪問客数が少ない
- 府外での知名度が低い

[その他]

- 少子高齢化の進行により若手人材が不足
- JR は快速停車駅があるが、近鉄には急行停車駅がない

用語解説

※1 静脈産業…資源・環境問題の重要性が増す中で登場した、ゴミ、産業廃棄物などの回収と再利用を図る産業。

[外部要因]

今後の機会・追い風 (Opportunities)

[交通アクセスの改善]

- 新名神高速道路や宇治木津線の整備の進展

[新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）や東部丘陵地の開発の進展]

- 東部丘陵地へのアウトレットモール等の新規立地見込み
- 新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）を中心とした市への企業進出による昼間人口の増加

[市への交流人口の増加]

- 交通利便性の向上による市への旅行者の増加
- 民泊の規制緩和等、国の観光客誘致に向けた政策
- アジアの中間層の拡大や国のPR等によるインバウンド（※1）旅行者の増加

今後の脅威・逆風(Threats)

[市内の経済活力の低下]

- 人口減少による消費の減退と活力の低下
- 事業所数・従業者数の減少
- 少子化に伴う後継者の不足

[限られた市の資源]

- 高齢化による社会保障ニーズの増加

[国内外での競争の激化]

- アジアを中心とした諸外国からの廉価な製品の流入
- ネット通販の拡大とバリューチェーン（※2）の多様化

用語解説

※1 インバウンド…外国人旅行者を自国へ誘導すること。日本においては、海外から日本へ来る観光客を指す外来語。

※2 バリューチェーン…顧客に価値が届けられるまでに企業間で付加される価値のつながりのこと。

3. 課題抽出

外部要因（縦軸）と内部要因（横軸）として整理した項目をかけあわせて、「積極的攻勢を掛けるべきこと（強み×機会）」、「段階的施策に繋ぐべきこと（弱み×機会）」、「差別化戦略に活かすべきこと（強み×脅威）」、「専守防衛すべきこと（弱み×脅威）」として、4つの区分で現状での課題を抽出しています。

| | | 内部要因 | |
|------|-----------|---|---|
| | | 地域の強み | 地域の弱み |
| 外部要因 | 今後の機会・追い風 | <p>積極的攻勢を掛けるべきこと (強み×機会)</p> <p>課題1『既存・新規事業者への支援』 市を取り巻く環境変化（追い風）を踏まえ、既存・新規事業者へのサポートをより充実させることが求められます。市内事業者がこうした追い風を上手く掴むことができるよう手厚い支援を行うことが必要です。</p> <p>課題2『開発インパクトを活かした産業の再活性化』 さらなる流入人口の増加に向け、東部丘陵地の開発を促進させ、産業の集積を進めることが必要です。 東部丘陵地には、アウトレットモールの立地が見込まれますが、こうしたにぎわいを、周辺駅を含めた広いエリアに波及させることも必要です。 また、インバウンド旅行者の呼び込みにより、域内消費を増加させることも重要です。</p> | <p>段階的施策に繋ぐべきこと (弱み×機会)</p> <p>課題3『市内外のネットワーク化のさらなる促進』 市では、市内外の事業者、周辺自治体との連携も進めてきましたが、今後のさらなる発展を活かして、ネットワーク化をさらに促進する必要があります。</p> |
| | 今後の脅威・逆風 | <p>差別化戦略に活かすべきこと (強み×脅威)</p> <p>課題4『魅力づくりとPRの強化』 市には、城州白やイチジク、お茶、金銀糸、寺田いも、花きなど、魅力的な産品が多く存在しますが、新商品の開発や特産品のPRをより強化する必要があります。</p> | <p>専守防衛すべきこと (弱み×脅威)</p> <p>課題5『人材確保や後継者育成の強化』 市では、他の多くの自治体と同様に、人口減少と少子高齢化が急速に進行しており、人材確保や次世代を担う後継者が不足している状況にあります。市内事業者が長く事業を継続するためにも、人材確保や後継者の育成が必要です。</p> |

第4章 目指す姿と施策の展開

1. コンセプトと目指す姿

第2章の城陽市の特徴や、第3章の課題整理をふまえ、以下のコンセプトをもとに、「城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市」を産業の目指す姿として掲げることとします。

[コンセプト]

近年の城陽市を取り巻く環境として、2023年度に予定されている新名神高速道路の全線開通の他、新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）への新規企業の立地、東部丘陵地への府内初となるアウトレットモールの立地見込みなど、大規模なプロジェクトがいくつも進んでいます。良好な交通利便性、開発インパクトの波及効果、また市内で頑張る事業者を成長エンジンとして、今後一層の飛躍を目指します。

こうした「追い風」を上手くとらえて発展を遂げるために、城陽市産業の目指す姿を以下に定めます。

●● 城陽市産業の目指す姿 ●●

京都城陽 産業かがやきビジョン ～城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市～

「京都城陽 産業かがやきビジョン」には、京都に在る、この城陽の産業の輝かしい未来を掲げています。

また、「城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市」には、これまでのベッドタウンから、市の交通利便性を活かし、あらゆる人とモノが集まる都市として、大きく飛躍するというメッセージを込めています。

2. 施策の展開

本ビジョンの目指す姿を踏まえるとともに、前章までの市の特徴と取り巻く現状や産業の課題から、以下の4つを施策の展開と設定し、施策体系を構築します。

●● 施策の展開 ●●

1. 事業者支援（既存・新規）のさらなる強化

既存及び新規の事業者が市内で安心して円滑に事業を営むことができるよう、経営相談や融資制度に加え、人材面でのサポートにより力を入れていきます。

2. 産業PRの充実と多様な連携ネットワークの形成

市だけで克服できない課題等に対しては、周辺自治体や京都府、大学、金融機関、支援機関等の関係機関・団体との連携・結びつきを強化して解決していきます。

3. 特産物や地域資源を活かした魅力づくりと販売の強化

市の特色ある特産物や地域資源を活かし、交流人口の増加に向けたさらなる魅力づくりや販売の強化に取り組みます。

4. 未来に向けた新たな産業の創出

新たな産業の誘致やイノベーションの促進により、既存産業を含めた今後の市の産業の可能性を開拓していきます。

3. 達成目標値

(1) 第4次城陽市総合計画におけるまちづくり指標

| まちづくり指標名 | 第4次城陽市総合計画策定時の現状 | 5年後(2021年) | 10年後(2026年) |
|----------|------------------|------------|-------------|
| 従業者数 | 23,474人 | 24,250人 | 25,000人 |
| 製造品出荷額 | 893億円 | 900億円 | 925億円 |
| 商品販売額 | 701億円 | 715億円 | 735億円 |
| 観光入込客数 | 1,030,912人 | 1,210,000人 | 1,230,000人 |

達成目標値は、10年先を見据えた中長期を展望しつつ、上位計画である第4次城陽市総合計画の数値を目標とします。

※まちづくり指標における目標値にはアウトレットモールやインフラ整備による数値を含んでいません。

(2) 京都城陽 産業かがやきビジョンにおける成果指標

| 指標名 | 現状値 | 目標値（5年後） |
|----------------------------------|------|----------|
| マッチング事業に関わる企業数 | 24企業 | 200企業 |
| 人材確保による高校・大学等との連携スキームの構築 | なし | 10件 |
| ジョーカンネット会員数 | 33団体 | 100団体 |
| 新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）進出企業の協議体等の形成の促進 | なし | 形成 |
| 近隣自治体や企業体との産業連携体数 | 1件 | 5件 |
| 東部丘陵地先行整備地区の立地企業等の確立 | 0% | 100% |
| 6次産業化総合化事業計画の認定事業者数 | 2件 | 5件 |
| 新商品開発数 | 3商品 | 25商品 |

第5章 具体的な取り組み

1. 施策体系

4つの施策の展開の具体化に向けて、事業者の声やアンケート等の結果をもとに、以下の施策体系で産業振興に取り組みます。

※「○」は既存施策、「★」は新規施策を指します。点線枠内を中心に重点プロジェクトを抽出しています。

| | |
|--|--|
| (1) 事業者支援（既存・新規）のさらなる強化 | |
| [施策方針] 市を中心に、関係団体や産業支援機関との連携のもと、事業規模に関わらず、既存及び新規事業者の経営や創業、事業承継に関する幅広い支援を提供します。また、人材面においては、各種説明会を通じた人材確保・マッチング支援など、事業者の支援ニーズが高い施策を拡充していきます。 | |
| [主要プレイヤー] 市内事業者、城陽商工会議所、産業支援機関、金融機関、大学等、国、京都府、周辺自治体、城陽市 等 | |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">①. 経営支援・融資相談</div> <ul style="list-style-type: none"> ○融資制度・利子等補給制度 ○税務・法律・労務相談窓口 ○小規模企業共済等支援 ○ICT（※1）活用のための勉強会の実施 | <div style="border: 2px dashed red; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">⑤. 人材確保・マッチング支援</div> <ul style="list-style-type: none"> ○企業説明会 ○学生インターンシップ受入促進 ○事業所や求職者に対し、子育て支援や女性活躍等に係る市の施策情報を発信 |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">②. 創業支援</div> <ul style="list-style-type: none"> ○創業塾 ○チャレンジスクエア（※2）の拡充 ○各種開業セミナー |  |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">③. 経営者・労働者の能力向上</div> <ul style="list-style-type: none"> ○ワーク・ライフ・バランスの推進支援 ○技能功労者等表彰制度の充実 ○組織運営・事業改善セミナー ★人材育成・能力向上支援 ★商工施策ガイドブック作成 | <div style="background-color: #333; color: white; padding: 5px; display: inline-block;">重点プロジェクト（A）</div> |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">④. 後継者の確保・育成</div> <ul style="list-style-type: none"> ○事業承継相談窓口 ○事業承継セミナー | |

用語解説

※1 ICT…Information and Communication Technology の略。情報や通信に関する科学技術の総称。

※2 チャレンジスクエア…新規創業を目指す人を支援するため、創業支援スキームとして、城陽商工会議所や日本政策金融公庫京都支店、京都信用保証協会山城支所、市が連携した支援体制のこと。

(2) 産業 PR の充実と多様な連携ネットワークの形成

[施策方針]

産業 PR の充実により、市内産業の競争力底上げを図るとともに、多層的に事業者、自治体・産業支援機関とのネットワーク形成を図ります。

[主要プレイヤー]

市内外事業者、城陽商工会議所、産業支援機関、金融機関、国、京都府、周辺自治体、城陽市 等

①. 産業 PR の充実

- 市内企業紹介誌の拡充
- 展示会・物産展への出展支援（国内・海外）
- ★社会見学・事業所ツアーの企画
- ★企業紹介動画作成
- ★市長による企業訪問・PR
- ★最先端 ICT 技術利活用企業の紹介

②. 産業ネットワークの形成・拡充

- ジョーカンネット（事業者・支援機関・金融機関）の連携強化
- 若手事業者ネットワーク
- ★事業所訪問による課題・ニーズの把握

③. 広域連携の強化

- 周辺自治体との連携
- 京都府、産業支援機関との連携
- ★けいはんな連携



重点プロジェクト（B）

(3) 特産物や地域資源を活かした魅力づくりと販売の強化

[施策方針]

市の特色ある特産品、各種イベント等が持つ魅力をさらに掘り起こすとともに、京都城陽ブランド戦略の検討や、立地が見込まれるアウトレットモール等との連携、外部への魅力発信と販売を強化していきます。

[主要プレイヤー]

市内事業者、商店街、アウトレットモール、城陽商工会議所、城陽市観光協会、JA、大学等、城陽市 等

①. にぎわいの創出

- 山背彩りの市
- 商店街主催イベント
- 体験・体感事業による滞在の促進
- 市内イベントにおける学生の力の活用の推進

②. 京都城陽ブランド戦略の検討

- ★市の魅力のさらなる掘り起こし
- ★京都城陽ブランド認定制度
- ★ご当地グルメの検討
- ★トップランナー企業との連携

③. 商店街へのにぎわい波及

- 駅周辺マップの発刊
- ★市内産品の取り扱い拡大
- ★アウトレットモールとの連携促進

④. 魅力発信と販売の強化

- 京都市内や大都市圏の物産フェアへ出展や SNS での魅力発信
- ★京都・奈良を訪れるインバウンドの呼び込み強化
- ★ナンバーワン商品の育成

(1)、(2)、(3) 共通施策

市における産業支援メニュー・PR サイトの設置による事業者及び市民向けの情報発信を強化していきます。

- ★産業支援ポータル、PR サイトの構築

(4) 未来に向けた新たな産業の創出

[施策方針]

未来の市の飛躍に向けて、イノベーションの促進やPR・販売拠点の整備、ハブ都市に相応しい新たな産業の誘致・集積に向けた取り組みを行います。

[主要プレイヤー]

農業従事者、食品製造業者、城陽商工会議所、JA、産業支援機関、国、京都府、城陽市 等

①. 新たな産業の誘致

- ★アウトレットモール周辺地域の戦略の検討
- ★家族・多世代が楽しめる周遊の仕掛けづくり
- ★全国自治体での誘致戦略や事例の基礎調査
- 誘致を検討する企業等に対し、子育て支援や女性活躍等に係る市の施策情報を発信

②. イノベーションの促進

- 新製品・商品開発支援
- ★6次産業化及び農商工連携の促進支援
- ★生産性向上促進のための先端設備等導入支援

③. PR・販売拠点の整備

- ★城陽産品のPR・魅力発信及び販売の拠点整備に向けた基礎調査



重点プロジェクト (C)

④. インフラの充実・整備

- JR 奈良線の全線複線化
- 東部丘陵地の周辺公共インフラの整備、周辺道路等の整備

2. 主要な施策の概要と主要プレイヤーの役割

(1) 事業者支援（既存・新規）のさらなる強化

①. 経営支援・融資相談

城陽商工会議所を中心に実施している、税務・法律・労務等に関する各種経営相談を継続するとともに、融資制度・利子補給制度や小規模企業共済支援の利用を促進します。

（具体的な施策）

- 融資制度・利子等補給制度
→中小企業向けの低利融資や支払利子、保証料等の一部を補給する制度の利用促進。
- 税務・法律・労務相談窓口
→城陽商工会議所を中心に実施している中小企業向け相談の利用促進。
- 小規模企業共済支援
→小規模企業の役員や個人事業主が引退・廃業した場合に備えて個人で任意に加入する経営者のための退職金制度や従業員向けの特定退職金共済制度の利用促進。
- ICT 活用のための勉強会の実施
→城陽商工会議所を中心に実施しているICT活用による事業者向け勉強会や研修会の開催。

②. 創業支援

城陽商工会議所を中心に実施している、創業塾等を継続するとともに、起業に関する各種セミナー等を充実させ、市内での創業者が増えるよう手厚いサポートを展開します。

（具体的な施策）

- 創業塾
→城陽商工会議所を中心に実施している創業者向け講座の開催。
- チャレンジスクエアの拡充
→城陽商工会議所、城陽市、金融機関等で構成される「創業支援ネットワーク」（※1）の支援メニューの拡充、利用促進。
- 各種開業セミナー
→創業希望者に対する準備講座、先輩創業者との意見交換・相談会の開催。また、男女共同参画支援センター等で実施している女性の活躍推進に向けた再就職支援事業や起業支援セミナー等の開催。

用語解説

※1 創業支援ネットワーク…各創業支援機関のネットワークのこと。

③. 経営者・労働者の能力向上

経営者と労働者、双方の技能・能力向上のため、組織運営・事業改善セミナーを継続するとともに、商工関係施策を体系的に整理したガイドブック等を作成し、事業者・労働者双方にとって、有益な情報を提供します。

(具体的な施策)

- ワーク・ライフ・バランスの推進支援
→「京都モデル」ワーク・ライフ・バランス認証企業(※1)への支援等、働きやすい職場環境の構築など。
- 技能功労者等表彰制度の充実
→技能水準の一層の向上や、人材の定着化を図る表彰制度を充実させ、従業員の技能、能力及びモチベーションの向上に寄与。
- 組織運営・事業改善セミナー
→経営者の能力向上に向けた組織運営・事業改善セミナーの開催。
- ★ 人材育成・能力向上支援
→従業員の資格取得支援、ICTスキルの向上支援など。
- ★ 商工施策ガイドブック作成
→事業者向け施策を体系的に整理したガイドブックによる施策や産業会館等の利用促進。

④. 後継者の確保・育成

城陽商工会議所を中心に実施している、事業承継相談窓口などを継続するとともに、金融機関等とも連携した事業承継セミナーなど、サポートメニューの充実を図ります。

(具体的な施策)

- 事業承継相談窓口
→城陽商工会議所を中心に実施している事業承継相談の利用促進。
- 事業承継セミナー
→事業承継に向けた準備、専門知識等について、金融機関等と連携したセミナーを実施。

用語解説

※1 「京都モデル」ワーク・ライフ・バランス認証企業…ワーク・ライフ・バランス推進宣言企業がワーク・ライフ・バランスに取り組み、制度の導入や利用実績などにより、認定基準を満たした場合に、企業側から府へ申請し、認証された企業。認証後は府による広報や物品調達の際に優遇を受けられる。

⑤. 人材確保・マッチング支援

企業説明会の充実や、インターンシップの受入を促進するとともに、子育て支援や女性活躍等に係る情報発信など、人材の確保・マッチングに係る支援をより充実させていきます。

(具体的な施策)

○ 企業説明会

→市内企業と求職者を結び付ける企業説明会の開催。

○ 学生インターンシップ受入促進

→市内事業所への大学・高校等の学生インターンシップの受入を促進。

○ 事業所や求職者に対し、子育て支援や女性活躍等に係る市の施策情報を発信。

→医療費負担制度や中学校までの完全給食制度の導入など、子育て世代や女性が活躍しやすい環境があることをPR。



重点プロジェクト (A)

【主要なプレイヤーと役割】

市内事業者、城陽商工会議所、産業支援機関、金融機関、大学等、国、京都府、周辺自治体、城陽市 等

| 施策 | 市内事業者 | 城陽商工会議所 | 産業支援機関 | 金融機関 | 大学等 | 国 | 京都府 | 周辺自治体 | 城陽市 |
|-----------------|-------|---------|--------|------|-----|---|-----|-------|-----|
| ①. 経営支援・融資相談 | | ● | ● | ● | | ▲ | ● | ▲ | ● |
| ②. 創業支援 | | ● | ● | ● | | ● | ▲ | | ● |
| ③. 経営者・労働者の能力向上 | ● | ● | ▲ | | | ▲ | ▲ | | ▲ |
| ④. 後継者の確保・育成 | | ● | ● | ● | ▲ | ▲ | ▲ | | ▲ |
| ⑤. 人材確保・マッチング支援 | ● | ● | ▲ | ▲ | ▲ | | ▲ | | ● |

[凡例]

「●」…実施・推進主体

「▲」…サポート・協力主体

(2) 産業 PR の充実と多様な連携ネットワークの形成

①. 産業 PR の充実

連携ネットワークの拡大を図るためには、市内外への産業 PR が重要であることから、市内企業紹介誌の拡充を図るとともに、社会見学ツアーの企画や企業紹介動画の作成等を通じ、市産業の魅力を発信していきます。

(具体的な施策)

- 市内企業紹介誌の拡充
→「ジョーカン」等の企業紹介誌の紙面拡充。
- 展示会・物産展への出展支援（国内・海外）
→市内事業者の展示会や物産展への出展の促進。
- ★ 社会見学・事業所ツアー企画
→市内事業所の認知度向上のため、社会見学・ツアーを企画・実施。
- ★ 企業紹介動画作成
→市内企業の魅力を紹介する動画を作成し、市のホームページ等で発信。
- ★ 市長による企業訪問・PR
→市内事業者とのネットワーク構築と PR を兼ねて、市長が企業訪問を行い、訪問時の様子等は、市のホームページ等で発信。
- ★ 最先端 ICT 技術利活用企業の紹介
→次世代の情報化技術を活用する企業を PR。

②. 産業ネットワークの形成・拡充

産業ネットワークの形成・拡充として、ジョーカンネットなどの枠組みによる連携強化を図るとともに、事業者の課題・ニーズ等をより広く、深く把握するために事業所訪問等を行います。また、市内事業者の新しいネットワークの形成も促進します。

(具体的な施策)

- ジョーカンネット（事業者・支援機関・金融機関）の連携強化
→城陽の盛り上げ役となる企業同士の連携を目的に、事業者・支援機関・金融機関が参加するジョーカンネットの連携強化を促進。
- 若手事業者ネットワーク
→市内の若手事業者のネットワーク形成を行い、定期的な意見交換・交流会を実施。
- ★ 事業所訪問による課題・ニーズの把握
→市内事業者が抱える課題や支援ニーズを把握するとともに、結果のデータベース化を実施。

③. 広域連携の強化

宇治市・久御山町との連携だけでなく、より広域的な視点で連携を強化します。京都府内の自治体、支援機関はもとより、けいはんな学研都市も含めた連携を図っていきます。

(具体的な施策)

- 周辺自治体との連携
→宇治市、久御山町、井手町、宇治田原町等の周辺自治体との連携強化。
- 京都府、産業支援機関との連携
→京都府、産業支援機関との連携による事業者支援の拡充、イノベーション促進。
- ★ けいはんな連携
→けいはんな学研都市との連携による産業誘致等に向けた情報収集の実施。



重点プロジェクト (B)

【主要なプレイヤーと役割】

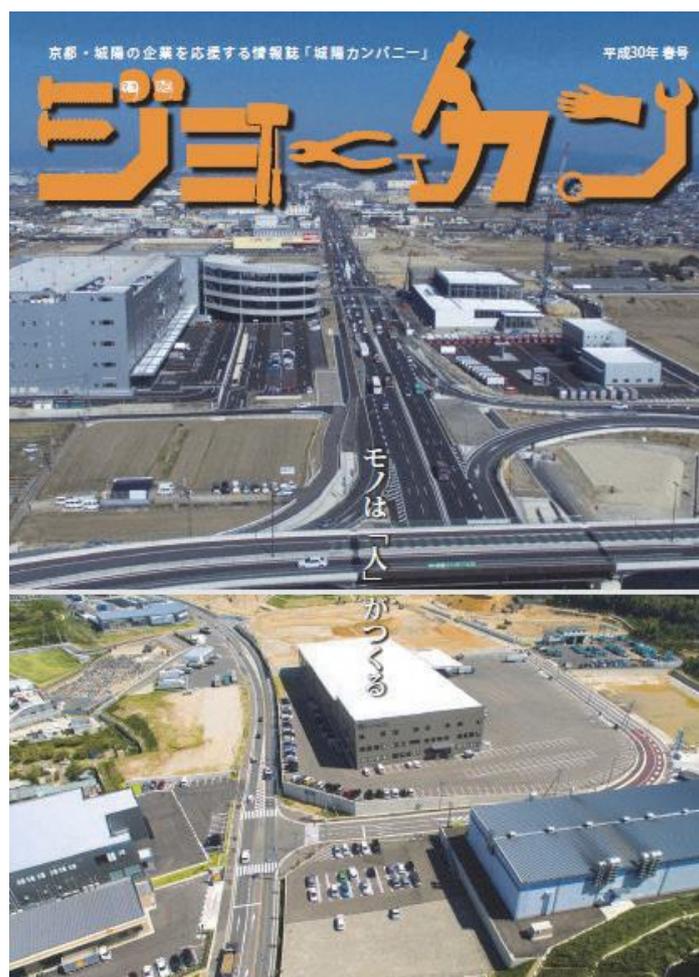
市内外事業者、城陽商工会議所、産業支援機関、金融機関、国、京都府、周辺自治体、城陽市 等

| 施策 | 市内外事業者 | 城陽商工会議所 | 産業支援機関 | 金融機関 | 国 | 京都府 | 周辺自治体 | 城陽市 |
|-------------------|--------|---------|--------|------|---|-----|-------|-----|
| ①. 産業PRの充実 | ● | ▲ | ▲ | | | ▲ | | ● |
| ②. 産業ネットワークの形成・拡充 | ● | ● | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | | ● |
| ③. 広域連携の強化 | | ● | ▲ | ▲ | ▲ | ● | ● | ● |

[凡例]

「●」…実施・推進主体

「▲」…サポート・協力主体



企業紹介誌「ジョーカー」

(3) 特産物や地域資源を活かした魅力づくりと販売の強化

①. にぎわいの創出

市や城陽商工会議所、地元商店街等が主体となってこれまでから取り組んできたイベントを継続的に開催し、にぎわいを創出していきます。また、体験・体感事業を活用した滞在時間の延長を促進するとともに、学生の若い力やアイデアも活用していきます。

(具体的な施策)

- 山背彩りの市
→JR 城陽駅前商店街及びアクティ城陽商店街で開催している山背彩りの市の継続。
- 商店街主催イベント
→商店街主催の各種イベント等のにぎわいづくりに対する支援の実施。
- 体験・体感事業による滞在の促進
→農業体験やアウトドア・レジャー施設等を活用し、市内滞在時間の延長を促進。
- 市内イベントにおける学生の力の活用の推進
→市内イベントにおいて、若者の目線やアイデア、デザイン性を PR 媒体、店舗等のデザインに活用。

②. 京都城陽ブランド戦略の検討

市の魅力をさらに掘り起こし、京都城陽ブランドの確立に向けて、認定制度やご当地グルメの開発等の検討を行います。

(具体的な施策)

- ★ 市の魅力のさらなる掘り起こし
→市の魅力を積極的に地域資源化するため、他自治体との比較も交えるなど検討実施。
- ★ 京都城陽ブランド認定制度の検討
→京都城陽ブランドの認定基準、認定ラベル・ロゴ等の検討。
- ★ ご当地グルメの検討
→特産品などを活用した新グルメの開発。
- ★ トップランナー企業との連携
→市の魅力を積極的に PR している企業を発掘するとともに、そうした企業と連携した新しい PR 方法の検討・実施。

③. 商店街へのにぎわい波及

地元商店街のにぎわいを取り戻すため、商店街マップの発刊、商店街での市内製品の取り扱い拡大などを図るとともに、立地が見込まれるアウトレットモールとの連携促進に向けた検討を行います。

(具体的な施策)

- 駅周辺マップの発刊
→駅周辺マップを継続的に発刊。
- ★ 市内製品の取り扱い拡大
→商店街での市内製品の取り扱い拡大に向けた、商店街への働きかけの実施。
- ★ アウトレットモールとの連携促進
→アウトレットモール訪問客を商店街にも呼び込むため、アウトレットモールでの各種チラシ配布、ポスター貼付等、商店街に足を運ぶ仕組みの形成。

④. 魅力発信と販売の強化

市の魅力を広く発信するために、大都市圏での物産フェアへの出展やインバウンド旅行者の呼び込み強化など、各種 PR と呼び込みに向けた取り組みを強化します。

(具体的な施策)

- 京都市内や大都市圏の物産フェアへ出展や SNS での魅力発信
→京都市内や大都市圏での特産品等への出展や SNS による情報発信により、市の製品の知名度向上を図る。
- ★ 京都・奈良を訪れるインバウンドの呼び込み強化
→消費意欲や購買力が高いとされる京都・奈良を訪れるインバウンドの呼び込みに向けて、駅の活用やホームページ、SNS 等を通じた PR を実施。
- ★ ナンバーワン商品の育成
→全国的にもナンバーワンである市の商品の育成を促進。

(1)、(2)、(3) 共通施策

(具体的な施策)

- ★ 産業支援ポータル、PR サイトの構築
→事業者自らが様々な企業情報や魅力的な情報を発信する PR サイトの構築。

【主要なプレイヤーと役割】

市内事業者、商店街、アウトレットモール、城陽商工会議所、城陽市観光協会、JA、大学等、城陽市 等

| 施策 | 市内事業者 商店街 | アウトレット モール | 城陽 商工会議所 | 城陽市 観光協会 | J A | 大学等 | 城陽市 |
|------------------|--------------|---------------|-------------|-------------|-----|-----|-----|
| ①. にぎわいの創出 | ● | | ● | ● | ● | ▲ | ● |
| ②. 京都城陽ブランド戦略の検討 | ● | | ● | ● | ● | ▲ | ● |
| ③. 商店街へのにぎわい波及 | ● | ▲ | ● | | | ▲ | ● |
| ④. 魅力発信と販売の強化 | ● | | ● | ● | ● | ▲ | ● |

[凡例]

「●」…実施・推進主体

「▲」…サポート・協力主体



高校生のデザインによる駅周辺マップ

(4) 未来に向けた新たな産業の創出

①. 新たな産業の誘致

アウトレットモールの立地効果の波及や、ハブ都市に相応しい新たな産業の誘致に向けて、各種取り組みを行います。

(具体的な施策)

- ★ アウトレットモール周辺地域の戦略の検討
→アウトレットモール周辺の戦略的な活用に向けた検討。
- ★ 家族・多世代が楽しめる周遊の仕掛けづくり
→アウトレットモールを軸とした周遊環境の整備検討。
- ★ 全国自治体での誘致戦略や事例の基礎調査
→新たな産業の誘致に成功した自治体の誘致戦略や事例に関する調査の実施。
- 誘致を検討する企業等に対し、子育て支援や女性活躍等に係る市の施策情報を発信
→医療費負担制度や中学校までの完全給食制度の導入など、子育て世代や女性が活躍しやすい環境があることをPR。

②. イノベーションの促進

市内事業者のイノベーションを促進するため、新製品・商品開発支援を行うとともに、6次産業化支援の観点から支援拠点の整備に向けた調査等を実施します。

(具体的な施策)

- 新製品・商品開発支援
→新たな特産品や商品開発に対する継続的な支援と拡充。
- ★ 6次産業化及び農商工連携の促進支援
→6次産業化や農商工連携を戦略的に進める企業等に支援を実施。
- ★ 生産性向上促進のための先端設備等導入支援
→生産性向上のためのIoT(※1)やAI(※2)等の導入に対する中小企業への支援。

③. PR・販売拠点の整備

市の産品を広くPR・販売する拠点の整備に向けた調査等を実施します。

(具体的な施策)

- ★ 城陽産品のPR・魅力発信及び販売の拠点整備に向けた基礎調査
→PR・販売拠点の整備に向けて、全国自治体での事例等の調査を実施し、実現可能性を検討。



重点プロジェクト(C)

用語解説

※1 IoT…Internet of Things の略。様々な「モノ(物)」がインターネットに接続され、情報交換することにより相互に制御する仕組み。

※2 AI…Artificial Intelligence の略。人工的に作成された知能を実装したコンピューターシステムやソフトウェアのこと。

④. インフラの充実・整備

将来的な交流人口の増加に向けて、東部丘陵地の更なる開発を促進するとともに、道路・鉄道などインフラ面での整備・改善を推進します。

(具体的な施策)

- JR 奈良線の全線複線化
 - 2022 年度の JR 奈良線の京都・城陽間の複線化。
 - 引き続き全線複線化の要望。
- 東部丘陵地の周辺公共インフラの整備、周辺道路等の整備
 - 2023 年度の新名神高速道路の全線開通及び城陽スマートインターチェンジ（仮称）の整備。
 - 宇治木津線の整備促進。

【主要なプレイヤーと役割】

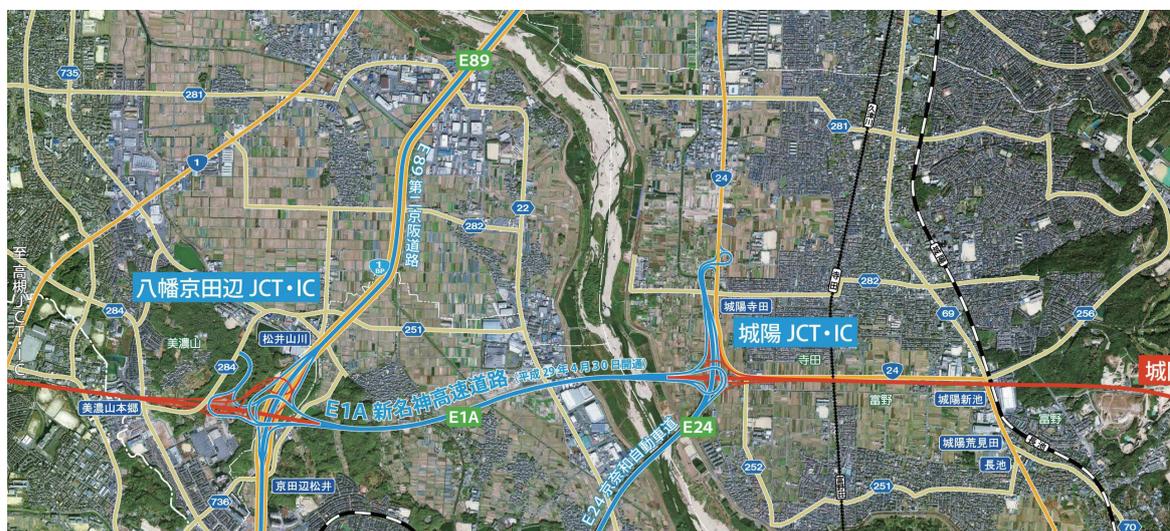
農業従事者、食品製造業者、城陽商工会議所、JA、産業支援機関、国、京都府、城陽市等

| 施策 | 農業従事者 | 食品製造業者 | 城陽商工会議所 | JA | 産業支援機関 | 国 | 京都府 | 城陽市 |
|---------------|-------|--------|---------|----|--------|---|-----|-----|
| ①. 新たな産業の誘致 | | | ▲ | | ▲ | | ▲ | ● |
| ②. イノベーションの促進 | ● | ● | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ▲ | ● |
| ③. PR・販売拠点の整備 | ▲ | ▲ | ● | ▲ | | | | ● |
| ④. インフラの充実・整備 | | | ▲ | | | ● | ▲ | ● |

[凡例]

「●」…実施・推進主体

「▲」…サポート・協力主体





整備が進む
新名神高速道路
提供：NEXCO 西日本

第6章 重点プロジェクト

1. 重点プロジェクトの概要

具体的な施策の中で、特に重点を置いて推進を図る施策群を抽出し、以下の3点を重点プロジェクトとします。

なお、各プロジェクトは、相互に関連しています。

重点プロジェクト（A）

人材

～産業人材マッチングプロジェクト～

1. プロジェクト目的

- 市内事業者が抱える人材面での課題に対して、「オール城陽連携」での支援体制を構築することで、より手厚い支援を行う。
- インターンシップの受け入れ態勢の整備や、市内企業紹介誌を活用することで、市内企業への人材確保の支援を行う。

2. 成果指標

| 指標名 | 現状値 | 目標値（5年後） |
|--------------------------|-------|----------|
| マッチング事業に関わる企業数 | 24 企業 | 200 企業 |
| 人材確保による高校・大学等との連携スキームの構築 | なし | 10 件 |

3. 主要プレイヤー

| 【機関】 | 【役割イメージ】 |
|----------------|------------|
| 市内事業者 | 事業実施 |
| 城陽商工会議所、金融機関 | 周知、事業実施、協力 |
| 産業支援機関、大学等、京都府 | 連携、専門相談 |
| 城陽市 | 周知、場づくり |

4. プロジェクトイメージ

◆人材確保・マッチング支援

- 正規・非正規雇用を問わず、市内で開催している企業説明会の拡充。
- 市内事業者の大阪都市圏や首都圏等での企業説明会への参加支援の検討。
- 学生インターンシップの促進。
- 市内企業紹介誌を活用した市内企業のPRによるマッチング強化。
（例）企業紹介誌「ジョーカン」の近畿一円の大学への周知等。
- 多様な働き方のできる環境支援。
- 事業所や求職者に対し、子育て支援や女性活躍等に係る市の施策情報を発信。

～産業ネットワーク構築プロジェクト～

1. プロジェクト目的

- 市内外に多層的なネットワークを形成し、市内事業者の情報収集の円滑化や支援の充実につなげる。
- 近隣自治体との連携等により、効果的な企業支援やPRを行う。

2. 成果指標

| 指標名 | 現状値 | 目標値（5年後） |
|---------------------------------|-------|----------|
| ジョーカンネット会員数 | 33 団体 | 100 団体 |
| 新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）進出企業の協議体の形成の促進 | なし | 形成 |
| 近隣自治体や企業体との産業連携体数 | 1 件 | 5 件 |

3. 主要プレイヤー

| 【機関】 | 【役割イメージ】 |
|-------------------------------------|-----------|
| 市内外事業者 | 連携、事業実施 |
| 城陽商工会議所、産業支援機関、金融機関、 国、京都府、周辺自治体 | |
| 城陽市 | 場づくり、調査研究 |

4. プロジェクトイメージ

◆産業ネットワークの形成・拡充

- 市内の事業所を訪問し、景気動向や経営課題、支援ニーズ等に関する基礎情報を収集。
- 上記のデータベース化と支援施策の検討。
- 事業規模に関わらず、ジョーカンネットの拡充などを通じた産学官連携の促進。
- 若手事業者との連携ネットワークの構築。
- 新市街地（久世荒内・寺田塚本地区）進出企業の協議体等の形成を促進。

◆広域連携の強化

- 周辺自治体との連携・情報共有。
（例）企業説明会の共催、首都圏でのフェアへの共同出展。
- けいはんな学研都市との連携・情報収集。
（例）新産業創出交流センターとの連携。

～新産業創出プロジェクト～

1. プロジェクト目的

- イノベーション支援により産業の高度化、高付加価値化を促進する。
- PR・販売拠点の整備や、新たな産業の誘致・集積に向けた各種調査を実施し、中長期的な視点で市の発展の方向性を明確にする。

2. 成果指標

| 指標名 | 現状値 | 目標値（5年後） |
|----------------------|-----|----------|
| 東部丘陵地先行整備地区の立地企業等の確立 | 0% | 100% |
| 6次産業化総合化事業計画の認定事業者数 | 2件 | 5件 |
| 新商品開発数 | 3商品 | 25商品 |

3. 主要プレイヤー

| 【機関】 | 【役割イメージ】 |
|--------------|-------------|
| 農業従事者、食品製造業者 | 商品開発・販路開拓 |
| 城陽商工会議所、JA | 事業者支援、マッチング |
| 産業支援機関、国、京都府 | 専門相談 |
| 城陽市 | 事業者支援、窓口 |

4. プロジェクトイメージ

◆新たな産業の誘致・集積

- 立地が見込まれるアウトレットモール周辺地域の戦略の検討。
- アウトレットモールを軸とした周遊環境の整備検討。
- 産業誘致に成功した自治体の誘致戦略や事例調査の実施。
- 誘致を検討する企業等に対し、子育て支援や女性活躍等に係る市の施策情報を発信。

◆イノベーションの促進

- 新製品・商品の開発や6次産業化及び農商工連携の促進支援。

◆PR・販売拠点の整備検討

- 市内製品のPR拠点及び事業者の新たな販売拠点の整備に向けた実現可能性調査を実施。

第7章 推進体制

ここでは、本ビジョンの推進体制等について示すものとします。

1. 関係主体

すべての関係者が、明日のかがやく城陽の産業の実現のために、それぞれの役割において、推進していく必要があります。

(1) 計画の推進体制

本ビジョンに位置付けられた施策を着実に実行し、「城陽市産業の目指す姿」の実現を図るためには、市のみが先導的役割を果たすだけでは十分とはいえず、関係主体が目標を共有し、一丸となって取り組んでいくことが求められます。

事業者、関係団体、産業支援機関、大学・研究機関、金融機関、そして市をはじめとする行政機関等といった各主体が、役割を認識するとともに、それぞれの責務を果たしつつ、協働した取り組みを行うことが大切です。

(2) 主な関係主体とその役割

本ビジョンの推進においては、以下のような関係主体が想定されます。

- 市内事業者
- 関係団体（城陽商工会議所、城陽市観光協会、商店街、JA など）
- 産業支援機関（京都府産業支援センター、京都産業 21 など）
- 金融機関
- 大学・研究機関
- 広域連携主体（宇治市、久御山町、けいはんな学研都市など）
- 行政機関（城陽市、京都府など）

【市内事業者】

今後の産業振興のためには、地域経済の主役である事業者の主体的・自主的な取り組みが必要不可欠です。市を取り巻く追い風を上手く活かし、産業発展に向けて、事業者一人ひとりの努力が求められます。

【関係団体・産業支援機関・金融機関等】

関係団体は、事業者に対する効率的な支援策を立案・実施するとともに、地域と産業振興のサポート役を担います。産業支援機関と金融機関は、事業者の意向や実態を的確に把握しつつ、各機関が得意とする専門分野を中心に資金融資、市場調査・分析、人材育成、技術支援などの支援機能を強化する役割を担います。

【大学・研究機関】

大学・研究機関等は事業者の研究開発等における技術支援の要です。他の関係主体と連携し、産学官交流を一層推進する役割を担います。また、特に大学は、若者の視点や活力が集まる場所として、様々な活動での連携を行っていきます。

【広域連携主体】

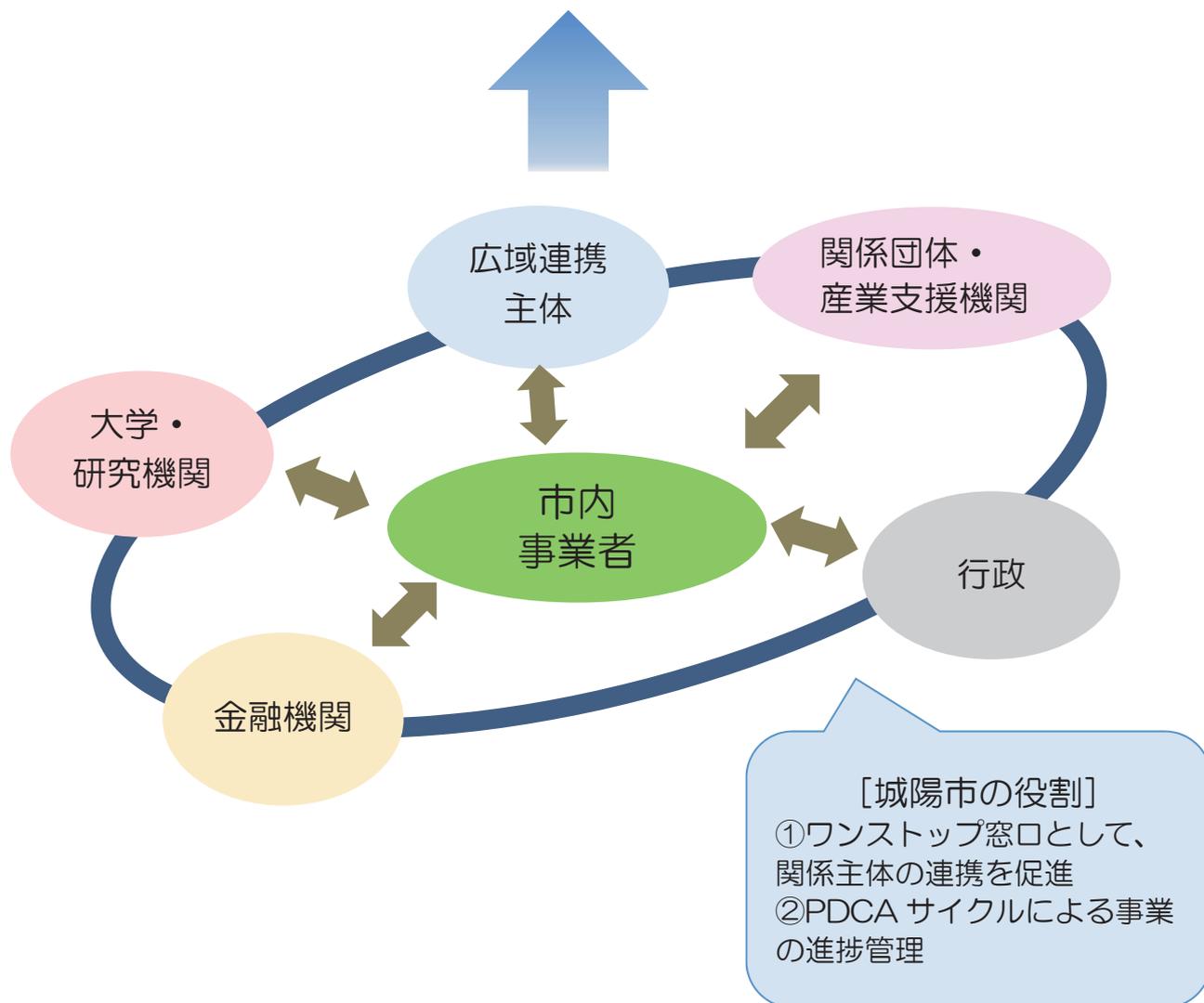
市の産業振興は、周辺自治体等との連携も行いながら推進していく必要があります。産業振興に向けた連携強化により、地域全体での経済面での相乗効果を生み出していきます。

【行政】

市が中心となり、事業者の自立的・自主的な活動を促すとともに、関係団体、金融機関、産業支援機関等が実施する事業者支援がより効果的なものになるよう調整を行います。

また、本計画に定める各種施策の実施にあたっては、市の関係部署の情報共有や京都府と産業振興の連携や調整を十分に図りつつ、効率的な計画推進、適切な進行管理を行い、必要に応じて適宜施策の見直しに努めます。

～明日のかがやく城陽の産業を目指して～



2. 進捗状況の管理方法

PDCA サイクルによって実施計画の進捗状況の把握を毎年実施するとともに、必要に応じて施策の見直しを行います。



資料編

1. 策定経過

■平成 28 年度

| 月日 | 事案 | 内容 |
|-------|-------------------|-------------------------|
| 2月21日 | 第1回城陽市商工業活性化推進審議会 | ○城陽市産業振興ビジョン（仮称）の策定について |

■平成 29 年度

| 月日 | 事案 | 内容 |
|----------------------|-------------------|--|
| 8月9日 | 第1回城陽市商工業活性化推進審議会 | ○城陽市商業活性化推進プランの取組内容について（総括） ○（仮称）城陽市産業振興ビジョンについて |
| 9月15日 ～ 10月13日 | 事業者アンケート | ○製造業 配布数：141件 回収数：45件 回収率：31.9% ○非製造業 配布数：892件 回収数：200件 回収率：22.5% |
| 7月31日 ～ 12月21日 | 団体ヒアリング | ○全5回実施 |
| 10月18日 | 第1回城陽市産業振興ビジョン検討会 | ○城陽市産業振興ビジョン検討会について |
| 11月15日 | 第2回城陽市産業振興ビジョン検討会 | ○（仮称）産業振興ビジョンにおける目指す姿と将来目標について ○施策の展開方向と重点プロジェクトについて |
| 12月12日 | 建設常任委員会 | ○（仮称）城陽市産業振興ビジョン策定に係る進捗について |
| 1月12日 | 第3回城陽市産業振興ビジョン検討会 | ○骨子案「第5章 産業の目指す姿と施策の展開方向」「第6章 施策体系（5年程度）」「第7章 重点プロジェクト」について |
| 1月31日 | 第2回城陽市商工業活性化推進審議会 | ○骨子案「第5章 産業の目指す姿と施策の展開方向」「第6章 施策体系（5年程度）」「第7章 重点プロジェクト」について ○（仮称）城陽市産業振興ビジョンの名称について |
| 3月2日 | 建設常任委員会 | ○（仮称）城陽市産業振興ビジョン中間案について |
| 3月30日 ～ 4月29日 | パブリックコメント | ○ホームページ掲載、行政情報資料コーナー配架によりパブリックコメントを実施 |

■平成 30 年度

| 月日 | 事案 | 内容 |
|-------|-------------------|---|
| 4月27日 | 第4回城陽市産業振興ビジョン検討会 | ○城陽市産業振興ビジョン最終案策定に係る意見聴取について |
| 5月17日 | 第1回城陽市商工業活性化推進審議会 | ○京都城陽 産業かがやきビジョン ～城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市～（案）について |

2. 城陽市商工業活性化推進審議会委員名簿

| | 氏名 | 役職等 |
|-----|-------|---------------------|
| 会長 | 大西 辰彦 | 京都産業大学副学長 |
| 副会長 | 久保 妙子 | 甲南女子大学人間科学部生活環境学科教授 |
| 委員 | 古賀 大伸 | 城陽商工会議所常議員(商業第1部会長) |
| 委員 | 西村 繁 | 城陽商工会議所常議員(工業第1部会長) |
| 委員 | 久保 紀子 | 城陽商工会議所女性会会長 |
| 委員 | 今西 仲雄 | 城陽市副市長 |

3. 城陽市産業振興ビジョン検討会委員名簿

| | 氏名 | 役職等 |
|---------|-------|-----------------------|
| 座長 | 大西 辰彦 | 京都産業大学副学長 |
| 委員 | 中川 憲一 | 城陽商工会議所副会頭 |
| 委員 | 生駒 智史 | 城陽商工会議所専務理事 |
| 委員 | 髭 政充 | 城陽商工会議所青年部会長 |
| 委員 | 清水 貴浩 | 京都中小企業家同友会城陽・綴喜支部支部長 |
| 委員 | 新井 誠 | 京都中小企業家同友会城陽・綴喜支部支副部長 |
| 委員 | 北川 俊明 | 京都山城白坂テクノパーク連絡協議会会長 |
| 以下、50音順 | | |
| 委員 | 岩見 悦明 | (株)杜若園芸 |
| 委員 | 岸永 幸雄 | (株)ミル総本社 |
| 委員 | 塩田 昌代 | NPO法人・志塾フリースクールきょうと |
| 委員 | 田中 陽一 | 京都エレベータ(株) |
| 委員 | 西田 敏 | 農事組合法人 京都養鶏生産組合 |
| 委員 | 東本 光代 | Kagu Cafe Higashimoto |

4. 城陽市の特徴詳解

(1) 沿革

- 京都・大阪都市圏のベッドタウンとして発展。
- 近年は人口減少と少子高齢化が進む一方で、大規模な開発プロジェクトが進展。

京都と奈良のほぼ中間に位置する市は、「五里五里（ごりごり）のさと」として親しまれています。北部の久津川周辺には、久津川車塚古墳をはじめとする古代の古墳や遺跡が数多く分布し、南部の長池周辺には江戸時代の大和街道の宿場町としての形態が残されています。現在の市街地は、近世の農村集落から久津川、寺田、富野荘および青谷の4ヶ村の合併を経て、京都・大阪都市圏の影響を受けながら発展してきました。

1972年（昭和47年）に久世郡城陽町が市制施行して城陽市となり、1965年（昭和40年）から1975年（昭和50年）にかけて、京都・大阪都市圏のベッドタウンとして大幅な人口増加がみられました。その後も、近隣諸都市のベッドタウンとして発展し、ピーク時の人口は約85,000人（平成7年）を記録しました。

2000年代以降は、他の多くの自治体と同様に、急速な人口減少と少子高齢化の波にさらされています。2014年（平成26年）5月、日本創成会議・人口減少問題検討分科会において、このままの人口移動及び出生状況が続けば、2040年には全国で896自治体（全国の49.8%）が消滅可能性都市になることが公表されました。

一方、近年の市を取り巻く環境として、2023年度全線開通予定の新名神高速道路、新市街地への新規企業の立地、東部丘陵地への府内初となるアウトレットモールの立地見込みなど、大規模なプロジェクトがいくつも進展しています。地域間競争が激しさを増すなかで、こうした「追い風」を上手く掴むことで、今後の産業振興を図っていくことが求められています。

(2) 人口減少と少子高齢化の進行

○2015年（平成27年）時点の人口は約7.7万人だが、2040年には約5.9万人に減少する見込み。

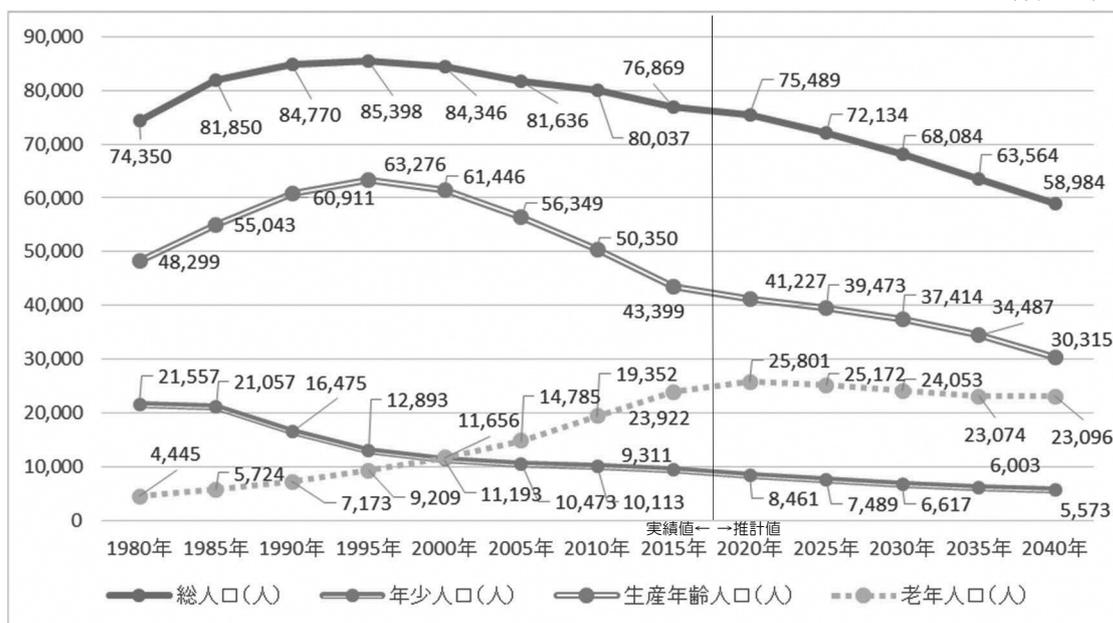
○高齢化率は31.1%（2015年時点）、2040年には約4割に上昇する見込み。

1980年（昭和55年）以降の人口推移と予測をみると、総人口は1995年（平成7年）まで右肩上がり増加し、ピーク時の1995年（平成7年）には、85,398人を記録しました。その後は、人口減少が進行し、2015年（平成27年）時点では76,869人となっており、ピーク時と比べると約10%の減少となっています。

今後の予測をみると、人口減少と少子高齢化が同時進行すると予測されており、現状の人口の社会増減と自然増減の傾向が続いた場合、国立社会保障・人口問題研究所によると、2040年には58,984人になると予測されています。これは、ピーク時から約30%もの減少となります。

[図表7 1980年～2040年における城陽市の人口推移・予測]

(単位：人)



[出典] 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」より作成

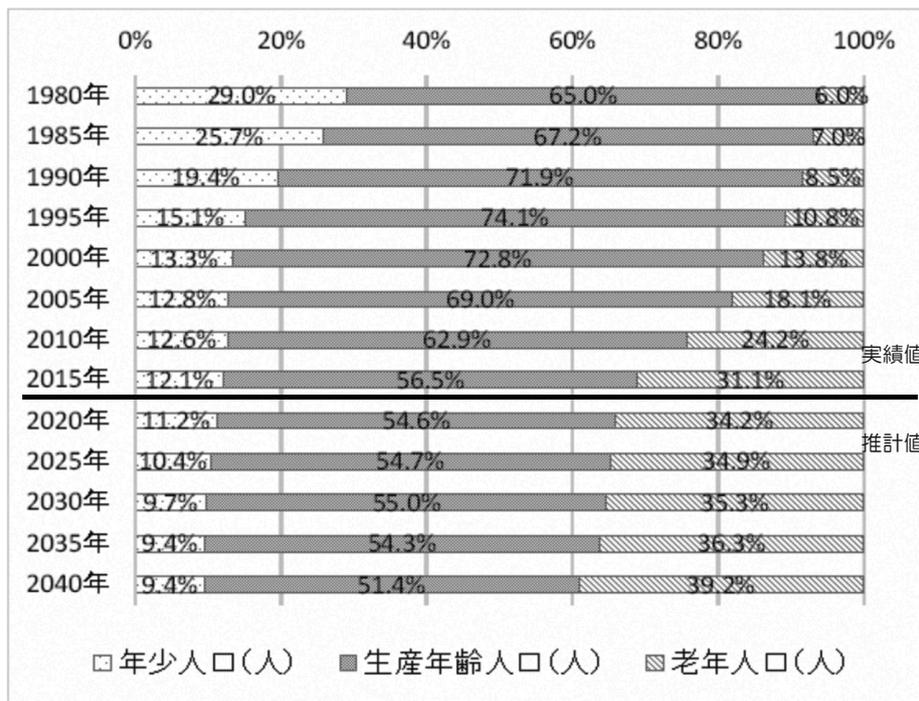
※総人口は年齢不詳を含むため、年齢3階層の合計と一致しない場合がある。

また、国勢調査等をもとに、1980年（昭和55年）以降の市の世代別人口構成（年齢3区分別）をみると、1995年（平成7年）までは、生産年齢人口（15～64歳）の割合は、増加で推移していますが、2000年（平成12年）以降は年少人口割合と生産年齢人口割合が減少します。2000年（平成12年）と2015年（平成27年）を比べると、年少人口は13.2%→12.1%、生産年齢人口は72.8%→56.5%となっており、生産年齢人口割合が大きく減少しています。

一方で、65歳以上（老年人口）の割合をみると、2000年（平成12年）以降は急速に増加しており、2000年（平成12年）と2015年（平成27年）を比べると、13.8%→31.1%と約2.3倍になっています。今後も老年人口の増加が見込まれ2040年には老年人口の割合が約4割になると予測されています。

（単位：％）

[図表8 1980年～2040年における年齢3区分別人口割合の推移・予測]



[出典] 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」より作成

(3) 昼間人口の状況

○昼夜間人口比率は82.7%（2015年（平成27年）国勢調査）。昼間人口の市外流出が多い。

○昼夜間人口比率は、周辺自治体（宇治市・久御山町・京田辺市）よりも低い。

これまで京都・大阪都市圏のベッドタウンとして発展したことから、昼間人口の市外への流出が大きいことが特徴です。総務省統計局国勢調査（2015年（平成27年））から試算すると、市の昼夜間人口比率は82.7%（昼間人口：63,578人、夜間人口：76,869人）となっており、昼間人口の市外への流出が大きい状況にあります。流出先としては、京都市（11.0%）、宇治市（5.7%）久御山町（2.7%）京田辺市（2.3%）となっており、近隣市への流出が多いことが分かります。

[図表9 城陽市における昼夜間人口比率と主な流出先]

(A) 昼間人口：63,578人 (B) 夜間人口：76,869人
 昼夜間人口比率 ((A) / (B))：82.7%

●昼間人口（市内に日中滞在する人の居住地）

| 順位 | 自治体名 | 人数 | 割合 |
|-----|-----------|--------|-------|
| 1位 | 京都府城陽市 | 53,170 | 83.6% |
| 2位 | 京都府宇治市 | 3,113 | 4.9% |
| 3位 | 京都府京都市 | 1,733 | 2.7% |
| 4位 | 京都府京田辺市 | 1,313 | 2.1% |
| 5位 | 京都府京都市伏見区 | 861 | 1.4% |
| 6位 | 京都府木津川市 | 762 | 1.2% |
| 7位 | 京都府精華町 | 412 | 0.6% |
| 8位 | 京都府八幡市 | 364 | 0.6% |
| 9位 | 京都府井手町 | 348 | 0.5% |
| 10位 | 京都府久御山町 | 343 | 0.5% |
| | その他 | 1,159 | 1.8% |

●夜間人口（市内に居住する人の日中の滞在地）

| 順位 | 自治体名 | 人数 | 割合 |
|-----|-----------|--------|-------|
| 1位 | 京都府城陽市 | 53,423 | 69.5% |
| 2位 | 京都府京都市 | 8,482 | 11.0% |
| 3位 | 京都府宇治市 | 4,377 | 5.7% |
| 4位 | 京都府京都市伏見区 | 2,242 | 2.9% |
| 5位 | 京都府久御山町 | 2,048 | 2.7% |
| 6位 | 京都府京田辺市 | 1,799 | 2.3% |
| 7位 | 京都府京都市下京区 | 1,331 | 1.7% |
| 8位 | 京都府京都市南区 | 1,285 | 1.7% |
| 9位 | 大阪府大阪市 | 1,232 | 1.6% |
| 10位 | 京都府京都市中京区 | 1,121 | 1.5% |

※区は京都市の内訳を示しております。

[出典] Resas まちづくりマップ 通勤通学人口より作成（※データ元は2015年（平成27年）国勢調査）

また、市の昼夜間人口比率には、周辺自治体（宇治市・京田辺市・久御山町）と比べても低い状況にあります。宇治市は、城陽市と同様に昼夜間人口比率が100%を下回っており、昼間人口の市外流出が多い状況ですが、京田辺市（100.1%）及び久御山町（177.7%）については、市外からの人口流入が上回る状況にあります。

[図表10 昼夜間人口比率比較]

| 自治体 | 昼間人口 (A) | 夜間人口 (B) | 昼夜間人口比率 (A) / (B) |
|------|----------|----------|-------------------|
| 城陽市 | 63,578 | 76,869 | 82.7% |
| 宇治市 | 162,671 | 184,678 | 88.1% |
| 京田辺市 | 70,910 | 70,835 | 100.1% |
| 久御山町 | 28,086 | 15,805 | 177.7% |

[出典] Resas まちづくりマップ 通勤通学人口より作成（※データ元は2015年（平成27年）国勢調査）

(4) 産業の状況

①. 全産業

i) 事業所数・従業者数の動向

- 市内全体では、事業所数は 154 カ所の減少。従業者数は 672 人の増加。
- 一次～三次産業の区分でみた場合、三次産業で従業者数が 1,624 人の増加。
- 昨今の高齢化の進行を受け、「医療、福祉分野」は事業所数・従業者数ともに増加。

市の産業全体については、2009年（平成21年）から2014年（平成26年）にかけて、事業所数では154カ所が減少する一方、従業者数では672人の増加となっています。一次～三次産業の区分でみた場合、二次産業（鉱業、建設業、製造業等）は、事業所数・従業者数ともに大きく減少しています。また、三次産業でも事業所数は減少していますが、従業者数では1,624人の増加となっています。「医療、福祉分野」では事業所数・従業者数ともに大きく増加しています。

[図表11 城陽市における産業別事業所数・従業者数の増減]

| 業種 | 平成21年 | | 平成24年 | | 平成26年 | | 平成21年 →平成26年増減 | |
|-------------------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------------------|---------|
| | 事業所数 | 従業者数(人) | 事業所数 | 従業者数(人) | 事業所数 | 従業者数(人) | 事業所数 | 従業者数(人) |
| 全産業 | 2,736 | 22,802 | 2,491 | 21,456 | 2,582 | 23,474 | △ 154 | 672 |
| 一次産業(農林漁業) | 7 | 102 | 5 | 83 | 5 | 57 | △ 2 | △ 45 |
| 二次産業(鉱業、建設業、製造業等) | 575 | 6,645 | 523 | 6,359 | 499 | 5,738 | △ 76 | △ 907 |
| 三次産業 | 2,154 | 16,055 | 1,963 | 15,014 | 2,078 | 17,679 | △ 76 | 1,624 |
| 農林漁業 | 7 | 102 | 5 | 83 | 5 | 57 | △ 2 | △ 45 |
| 漁業 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 鉱業、採石業、砂利採取業 | 8 | 72 | 5 | 53 | 9 | 81 | 1 | 9 |
| 建設業 | 274 | 1,166 | 234 | 1,198 | 223 | 933 | △ 51 | △ 233 |
| 製造業 | 293 | 5,407 | 284 | 5,108 | 267 | 4,724 | △ 26 | △ 683 |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | - | - | - | - | 1 | 51 | - | - |
| 情報通信業 | 13 | 30 | 11 | 66 | 13 | 62 | 0 | 32 |
| 運輸業、郵便業 | 35 | 725 | 35 | 729 | 31 | 547 | △ 4 | △ 178 |
| 卸売業、小売業 | 667 | 4,728 | 587 | 4,344 | 623 | 4,548 | △ 44 | △ 180 |
| 金融業、保険業 | 30 | 341 | 28 | 287 | 30 | 289 | 0 | △ 52 |
| 不動産業、物品賃貸業 | 218 | 581 | 193 | 491 | 196 | 501 | △ 22 | △ 80 |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 96 | 410 | 83 | 328 | 86 | 331 | △ 10 | △ 79 |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 278 | 2,075 | 239 | 1,973 | 246 | 1,884 | △ 32 | △ 191 |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 283 | 1,486 | 270 | 1,641 | 277 | 1,517 | △ 6 | 31 |
| 教育、学習支援業 | 152 | 735 | 134 | 676 | 145 | 1,393 | △ 7 | 658 |
| 医療、福祉 | 229 | 3,746 | 232 | 3,439 | 280 | 5,406 | 51 | 1,660 |
| 複合サービス事業 | 12 | 109 | 13 | 107 | 12 | 221 | 0 | 112 |
| サービス業(他に分類されないもの) | 141 | 1,089 | 138 | 933 | 138 | 929 | △ 3 | △ 160 |

[出典] 総務省統計局 経済センサスより作成

ii) 産業別の特化係数

○事業所数及び従業者数の特化係数をみた場合、5業種で全国平均（係数1）を上回る。
 ○製造業は、周辺自治体も含めて全国平均を上回り、京都府南部地域全体の強み。

また、市産業の特徴について、周辺自治体（宇治市・京田辺市・久御山町）との比較も交えながら、特化係数ベースでみた場合、事業所数と従業者数の特化係数がともに1を超える（=全国平均よりも高い）業種は、以下の5業種です。

[図表12 城陽市及び周辺自治体における産業別の特化係数]

| 業種 | 城陽市 | | 宇治市 | | 京田辺市 | | 久御山町 | |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 |
| A 農業, 林業 | 0.37 | 0.44 | 0.19 | 0.74 | 0.36 | 0.09 | 0.93 | 0.91 |
| B 漁業 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| C 鉱業, 採石業, 砂利採取業 | 9.76 | 9.96 | 0.48 | 0.55 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| D 建設業 | 0.93 | 0.60 | 0.98 | 0.64 | 0.81 | 0.58 | 0.81 | 0.58 |
| E 製造業 | 1.18 | 1.26 | 1.30 | 1.37 | 0.96 | 1.16 | 3.93 | 2.24 |
| F 電気・ガス・熱供給・水道業 | 0.48 | 0.63 | 2.31 | 0.99 | 1.78 | 0.52 | 1.51 | 0.12 |
| G 情報通信業 | 0.42 | 0.09 | 0.54 | 0.31 | 1.01 | 0.16 | 0.15 | 0.03 |
| H 運輸業, 郵便業 | 0.50 | 0.41 | 0.53 | 0.61 | 0.90 | 1.06 | 3.10 | 3.99 |
| I 卸売業, 小売業 | 0.95 | 0.92 | 0.86 | 0.87 | 0.79 | 0.75 | 0.82 | 0.76 |
| J 金融業, 保険業 | 0.74 | 0.47 | 0.84 | 0.54 | 1.05 | 0.52 | 0.55 | 0.18 |
| K 不動産業, 物品賃貸業 | 1.09 | 0.82 | 0.96 | 0.71 | 1.61 | 1.11 | 0.56 | 0.37 |
| L 学術研究, 専門・技術サービス業 | 0.81 | 0.45 | 0.79 | 0.40 | 0.95 | 0.56 | 0.27 | 0.16 |
| M 宿泊業, 飲食サービス業 | 0.73 | 0.84 | 0.93 | 0.80 | 0.76 | 0.94 | 0.53 | 0.45 |
| N 生活関連サービス業, 娯楽業 | 1.22 | 1.48 | 1.18 | 1.16 | 0.93 | 0.91 | 0.42 | 0.65 |
| O 教育, 学習支援業 | 1.83 | 1.89 | 1.92 | 2.58 | 2.39 | 3.89 | 0.60 | 0.52 |
| P 医療, 福祉 | 1.44 | 1.84 | 1.32 | 1.50 | 1.34 | 1.42 | 0.39 | 0.42 |
| Q 複合サービス事業 | 0.74 | 1.04 | 0.57 | 0.74 | 0.77 | 1.39 | 0.39 | 0.22 |
| R サービス業(他に分類されないもの) | 0.83 | 0.49 | 0.84 | 0.70 | 1.14 | 0.59 | 1.15 | 0.61 |



(事業所数、従業者数が共に特化係数「1以上」の業種)

| 業種 | 事業所数 | 従業者数 |
|------------------|------|------|
| C 鉱業, 採石業, 砂利採取業 | 9.76 | 9.96 |
| E 製造業 | 1.18 | 1.26 |
| N 生活関連サービス業, 娯楽業 | 1.22 | 1.48 |
| O 教育, 学習支援業 | 1.83 | 1.89 |
| P 医療, 福祉 | 1.44 | 1.84 |

[出典] 総務省統計局 2014年(平成26年)経済センサスより作成

「教育、学習支援業」、「医療、福祉」の特化係数は、久御山町を除き、周辺自治体も含めて相対的に高い数値となっています。また、製造業についても、市も含むすべての自治体でほぼ1を上回っています。事業所数や従業者数という指標でみた場合、競争力の高い産業であると考えられます。

一方で、「卸売業、小売業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「宿泊業、飲食サービス業」などは、いずれの自治体においても、事業所数・従業者数ともに1を下回る状況にあります。

iii) 産業別の開業率・廃業率

- 「医療、福祉」を除いて、廃業率が開業率を上回る結果。
- 周辺自治体も含めて、市では廃業率が開業率を上回る産業が多い。

産業別開業率及び廃業率は、全産業平均で廃業率が開業率を1.3%上回る結果となっており、「医療、福祉」（開業率：8.9%/廃業率5.9%）を除いて、多くの産業で廃業が進行している状況にあります。

また、開業率から廃業率を引いた数値がプラスとなる業種は、周辺自治体と比較して少ない状況にあります。

[図表13 産業別の開業率・廃業率]

| 業種 | 開業率 | 廃業率 | 開業率－廃業率 |
|---------------------|-------|-------|---------|
| A～R 全産業(S公務を除く) | 6.4% | 7.7% | △1.3% |
| A～B 農林漁業 | - | - | - |
| C 鉱業、採石業、砂利採取業 | - | - | - |
| D 建設業 | 4.2% | 8.1% | △3.9% |
| E 製造業 | 3.4% | 6.3% | △2.9% |
| F 電気・ガス・熱供給・水道業 | - | - | - |
| G 情報通信業 | - | - | - |
| H 運輸業、郵便業 | - | 8.6% | - |
| I 卸売業、小売業 | 8.9% | 9.6% | △0.7% |
| J 金融業、保険業 | 11.4% | 11.7% | △0.3% |
| K 不動産業、物品賃借業 | 3.5% | 4.1% | △0.6% |
| L 学術研究、専門・技術サービス業 | 6.0% | 8.7% | △2.7% |
| M 宿泊業、飲食サービス業 | 6.3% | 7.0% | △0.7% |
| N 生活関連サービス業、娯楽業 | 6.2% | 6.5% | △0.3% |
| O 教育、学習支援業 | 6.5% | 15.3% | △8.8% |
| P 医療、福祉 | 8.9% | 5.9% | 3.0% |
| Q 複合サービス事業 | - | - | - |
| R サービス業(他に分類されないもの) | 5.8% | 7.9% | △2.1% |

[出典] 総務省統計局 2014年(平成26年)経済センサスより作成

(注) 小数点以下第2位を四捨五入しているため、は厳密な差分とならないケースがある。

[図表14 開業率から廃業率を引いた数値がプラスになる業種]

| 自治体 | 業種（差引比率） |
|------|---|
| 城陽市 | 医療・福祉（+3.0%） |
| 宇治市 | 金融業・保険業（+1.6%）、医療・福祉（+2.8%） |
| 京田辺市 | 金融業・保険業（+0.2%）、学術研究、専門・技術サービス業（+2.9%） 生活関連サービス業、娯楽業（+2.7%）、医療・福祉（+4.0%）など |
| 久御山町 | 卸売業・小売業（+2.8%）、金融業・保険業（+2.3%）、宿泊・飲食サービス業（+3.7%） 生活関連サービス業、娯楽業（+0.2%）、教育・学習支援業（+7.5%）医療・福祉（+4.0%）など |

[出典] 総務省統計局 2014年（平成26年）経済センサスより作成

②. 製造業

○2009年（平成21年）から2014年（平成26年）の比較では、事業所数は15カ所の減少。従業者数は333人の減少。

○製造品等出荷額では、約71億円の増加。電気機械器具製造業などが出荷額増を牽引。

製造業は、2009年（平成21年）から2014年（平成26年）をみると、事業所数では15事業所、従業者数では333人の減少となっています。一方で、製造品等出荷額等では約71億円の増加となっています。これは電気機械器具製造業など一部の業種で出荷額が大きく増えていることが要因となっています。

〔図表15 城陽市における製造業の事業所数、従業者数、製造品等出荷額等の動向〕

| 項目 | 平成21年 | 平成24年 | 平成26年 | 平成21年 →平成26年増減 |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-------------------|
| 事業所数 | 136 | 127 | 121 | △ 15 |
| 従業者数(人) | 4,463 | 4,281 | 4,130 | △ 333 |
| 製造品等出荷額(万円) | 8,224,668 | 8,230,978 | 8,936,675 | 712,007 |

〔出典〕 総務省統計局 経済センサスより作成

産業中分類でみた場合、食料品製造業、繊維工業、業務用機械器具製造業では、事業所数・従業者数・製造品等出荷額いずれも減少しています。一方で、電気機械器具製造業や化学工業では、いずれの指標も増加しています。電気機械器具製造業については、特に製造品等出荷額が約69億円増加しており、製造業を下支えています。

〔図表16 製造業（産業中分類）での事業所数、従業者数、製造品等出荷額等の動向〕

| 項目 | 平成21年 | | | 平成26年 | | | 平成21年 →平成26年増減 | | |
|------------------------|-------|---------|-----------------|-------|---------|-----------------|-------------------|---------|-----------------|
| | 事業所数 | 従業者数(人) | 製造品等 出荷額(万円) | 事業所数 | 従業者数(人) | 製造品等 出荷額(万円) | 事業所数 | 従業者数(人) | 製造品等 出荷額(万円) |
| 製造業計 | 136 | 4,463 | 8,224,668 | 121 | 4,130 | 8,936,675 | △ 15 | △ 333 | 712,007 |
| 食料品製造業 | 10 | 1,001 | 1,371,614 | 8 | 814 | 1,162,289 | △ 2 | △ 187 | △ 209,325 |
| 飲料・たばこ・飼料製造業 | 7 | 296 | 651,783 | 7 | 222 | 651,916 | 0 | △ 74 | 133 |
| 繊維工業 | 27 | 400 | 494,215 | 21 | 392 | 447,160 | △ 6 | △ 8 | △ 47,055 |
| 木材・木製品製造業 (家具を除く) | 2 | 147 | X | 2 | 146 | X | 0 | △ 1 | - |
| 家具・装備品製造業 | 0 | | | 1 | 4 | X | 1 | 4 | - |
| 印刷・同関連業 | 3 | 34 | 37,514 | 2 | 117 | X | △ 1 | 83 | - |
| 化学工業 | 3 | 68 | 173,244 | 4 | 89 | 217,841 | 1 | 21 | 44,597 |
| プラスチック製品製造業 (別掲を除く) | 16 | 200 | 766,442 | 14 | 168 | 923,752 | △ 2 | △ 32 | 157,310 |
| 窯業・土石製品製造業 | 11 | 300 | 433,331 | 8 | 223 | 577,292 | △ 3 | △ 77 | 143,961 |
| 鉄鋼業 | 1 | 38 | X | 1 | 35 | X | 0 | △ 3 | - |
| 非鉄金属製造業 | 1 | 21 | X | 1 | 24 | X | 0 | 3 | - |
| 金属製品製造業 | 12 | 176 | 135,130 | 9 | 137 | 153,633 | △ 3 | △ 39 | 18,503 |
| はん用機械器具製造業 | 2 | 18 | X | 2 | 18 | X | 0 | 0 | - |
| 生産用機械器具製造業 | 20 | 660 | 779,469 | 19 | 456 | 802,350 | △ 1 | △ 204 | 22,881 |
| 業務用機械器具製造業 | 4 | 93 | 150,553 | 3 | 70 | 115,237 | △ 1 | △ 23 | △ 35,316 |
| 電子部品・デバイス・電子回路製造業 | 3 | 77 | 355,616 | 1 | 7 | X | △ 2 | △ 70 | - |
| 電気機械器具製造業 | 6 | 72 | 97,424 | 11 | 400 | 782,997 | 5 | 328 | 685,573 |
| 情報通信機械器具製造業 | 1 | 802 | X | 1 | 735 | X | 0 | △ 67 | - |
| 輸送用機械器具製造業 | 2 | 21 | X | 2 | 29 | X | 0 | 8 | - |
| その他の製造業 | 5 | 39 | 52,544 | 4 | 44 | 53,970 | △ 1 | 5 | 1,426 |

〔出典〕 総務省統計局 経済センサスより作成

③. 商業（卸売業及び小売業）

○2002年（平成14年）から2014年（平成26年）の比較では、卸売業・小売業ともに、事業所数、従業者数、年間商品販売額が減少。小売業については、売場面積も減少。

卸売業は、2002年（平成14年）から2014年（平成26年）をみた場合、事業所数、従業者数、年間商品販売額のいずれも減少しています。特に、年間商品販売額については、約373億円から約232億円へ大きく減少しており、2002年（平成14年）と比べた場合、約30%の減少となっています。

また、小売業についても、同様に2002年（平成14年）から2014年（平成26年）をみた場合、事業所数、従業者数、年間商品販売額、売場面積がいずれも減少しています。

[図表17 卸売業及び小売業の事業者、従業者数、年間商品販売額、売場面積の増減]

（卸売業）

| 項目 | 平成14年 | 平成19年 | 平成26年 | 平成14年 →平成26年増減 |
|--------------|--------|--------|--------|-------------------|
| 事業所数 | 100 | 103 | 71 | △ 29 |
| 従業者数（人） | 564 | 502 | 378 | △ 186 |
| 年間商品販売額（百万円） | 37,309 | 31,889 | 23,167 | △ 14,142 |

（小売業）

| 項目 | 平成14年 | 平成19年 | 平成26年 | 平成14年 →平成26年増減 |
|--------------|--------|--------|--------|-------------------|
| 事業所数 | 645 | 572 | 379 | △ 266 |
| 従業者数（人） | 4,836 | 4,254 | 3,066 | △ 1,770 |
| 年間商品販売額（百万円） | 63,193 | 62,044 | 46,998 | △ 16,195 |
| 売場面積（㎡） | 68,082 | 74,039 | 65,237 | △ 2,845 |

[出典] 経済産業省商業統計調査より作成

④. 宿泊業、飲食サービス業

○2009年（平成21年）から2014年（平成26年）の比較では、事業所数は32カ所の減少。従業者数は191人の減少。

宿泊業、飲食サービス業の傾向は、2009年（平成21年）から2014年（平成26年）では、事業所数で32事業所、従業者数で191人の減少となっています。特に、飲食店において、事業所数・従業者数が減少しています。

[図表18 宿泊業、飲食サービス業（産業中分類）の動向]

| 業種 | 平成21年 | | 平成26年 | | 平成14年 →平成26年増減 | |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------------------|-------|
| | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 | 事業所数 | 従業者数 |
| その他サービス業（宿泊業・飲食サービス業） | 278 | 2,075 | 246 | 1,884 | △ 32 | △ 191 |
| 宿泊業 | 8 | 99 | 8 | 132 | 0 | 33 |
| 飲食店 | 239 | 1,558 | 204 | 1,328 | △ 35 | △ 230 |
| 持ち帰り・配達飲食サービス業 | 31 | 418 | 34 | 424 | 3 | 6 |

[出典] 総務省統計局 経済センサスより作成

⑤. 観光産業（入込客数）

○2009年（平成21年）以降、観光入込客数は、100万人前後で推移。

○入込客数の増減は、宇治市の入込客数の動向と連動。

観光入込客数の動向は、2009年（平成21年）以降、多少の増減はありつつも、毎年100万人前後で推移しています。周辺自治体の状況をみると、宇治市では約400万人～約560万人、久御山町では約6万人弱、京田辺市は約20万人～40万人弱となっています。近年の観光入込客数の増減は、宇治市の動向と連動する傾向にあります。

[図表19 周辺自治体との観光入込客数の増減比較]

(単位：人)

| 年 | 城陽市 | | 宇治市 | | 久御山町 | | 京田辺市 | |
|-------|-----------|----------|-----------|-----------|--------|---------|---------|-----------|
| | 入込客数 | 増減 | 入込客数 | 増減 | 入込客数 | 増減 | 入込客数 | 増減 |
| 平成21年 | 1,119,381 | — | 5,008,975 | — | 57,946 | — | 372,066 | — |
| 平成22年 | 1,023,917 | △ 95,464 | 5,110,783 | 101,808 | 58,315 | 369 | 211,780 | △ 160,286 |
| 平成23年 | 1,027,970 | 4,053 | 4,864,099 | △ 246,684 | 57,549 | △ 766 | 203,778 | △ 8,002 |
| 平成24年 | 1,013,569 | △ 14,401 | 4,722,651 | △ 141,448 | 60,240 | 2,691 | 205,974 | 2,196 |
| 平成25年 | 982,618 | △ 30,951 | 3,947,844 | △ 774,807 | 55,303 | △ 4,937 | 210,890 | 4,916 |
| 平成26年 | 1,020,274 | 37,656 | 5,201,764 | 1,253,920 | 51,837 | △ 3,466 | 206,992 | △ 3,898 |
| 平成27年 | 1,030,912 | 10,638 | 5,598,011 | 396,247 | 60,042 | 8,205 | 205,745 | △ 1,247 |
| 平成28年 | 1,008,490 | △ 22,422 | 5,587,147 | △ 10,864 | 57,497 | △ 2,545 | 210,284 | 4,539 |

[出典] 京都府統計年鑑より作成

(5) インフラ整備の状況

[図表20 市におけるインフラ整備の状況と今後の予定]

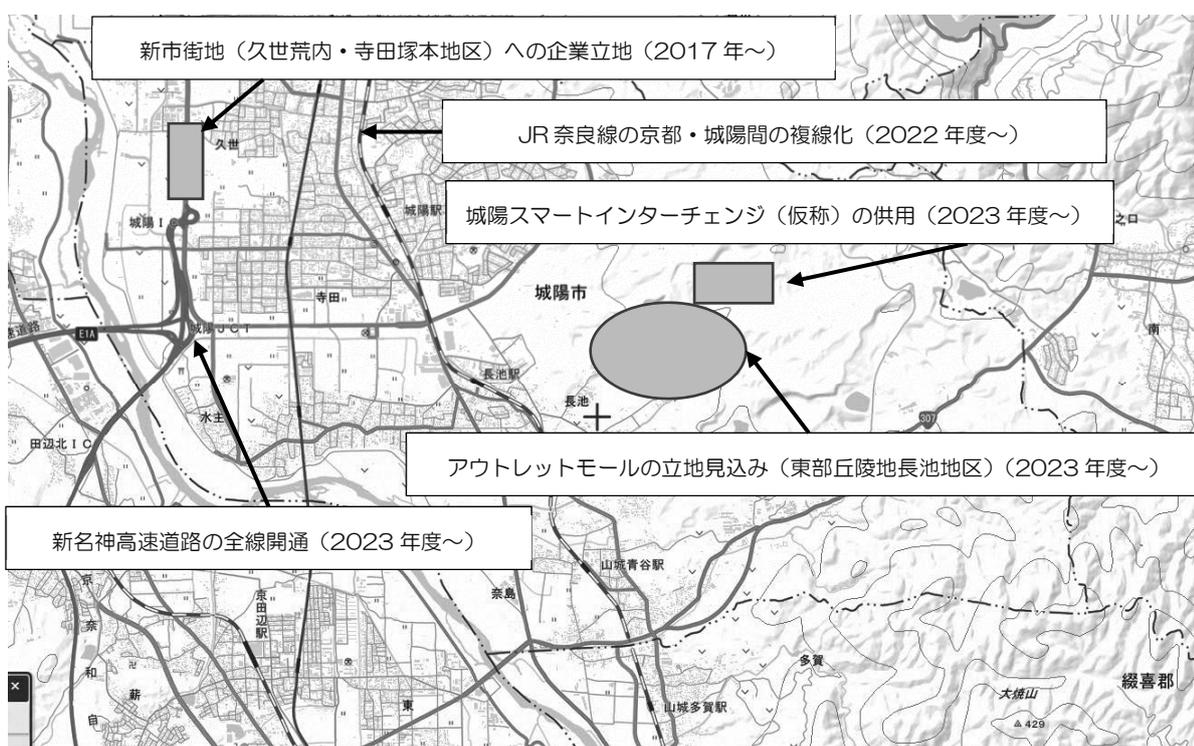
(これまで)

| 事業 | 時期 |
|---------------------------------------|------------------|
| ●京都山城白坂テクノパークへの企業立地の進展 | 2015年(平成27年)10月～ |
| ●市街化区域編入(東部丘陵地長池地区・東部丘陵地青谷地区) | 2016年(平成28年)～ |
| ●東部丘陵地長池地区(大型商業施設) | |
| ●東部丘陵地青谷地区(広域物流拠点)への企業立地誘導に向けた取り組みを開始 | |
| ●新名神高速道路の一部開通(城陽～八幡京田辺間) | 2017年(平成29年)4月 |
| ●城陽スマートインターチェンジ(仮称)の連結許可 | 2017年(平成29年)8月 |



(今後の予定)

| 事業 | 時期 |
|-----------------------------|---------------|
| ●新市街地(久世荒内・寺田塚本地区)への企業立地 | 2017年(平成29年)～ |
| ●JR奈良線の京都・城陽間の複線化 | 2022年度～ |
| ●新名神高速道路の全線開通 | 2023年度～ |
| ●城陽スマートインターチェンジ(仮称)の供用 | 2023年度～ |
| ●アウトレットモールの立地見込み(東部丘陵地長池地区) | 2023年度～ |



[出典] 国土地理院地図をもとに加筆

5. 事業者アンケートとヒアリング結果

(1) 事業者アンケート調査概要

◎製造業調査

○実施期間：2017年（平成29年）9月15日～10月13日

○調査対象：城陽商工会議所 会員企業（工業第1部会、工業第2部会、金糸部会）

○調査方法：郵送による配布・回収

[配布／回収率について]

- 配布数：141件（A）
- 廃業・移転・宛名不明等：0件（B）
- 有効配布数（A-B）： 141件（C）
- 回収数：45件（D）
- 回収率（ $D \div C \times 100$ ）：31.9%

◎非製造業調査

○実施期間：2017年（平成29年）9月15日～10月13日

○調査対象：城陽商工会議所の会員企業（上記以外の部会）

○調査方法：郵送による配布・回収

[配布／回収率について]

- 配布数：892件（A）
- 廃業・移転・宛名不明等：4件（B）
- 有効配布数（A-B）： 888件（C）
- 回収数：200件（D）
- 回収率（ $D \div C \times 100$ ）：22.5%

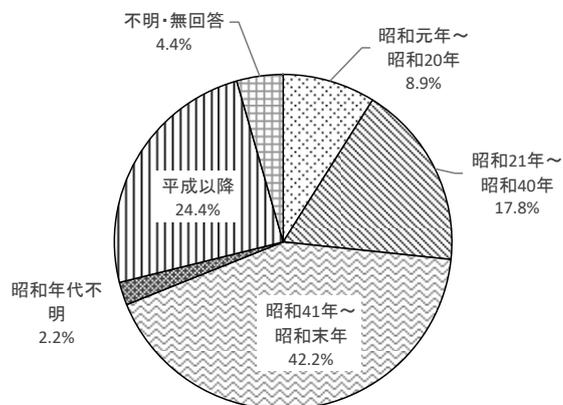
(2) 調査結果

①. 製造業

○創業年【単回答】

回答事業所数 45社

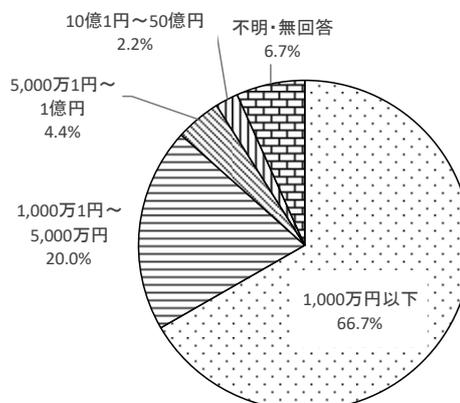
| 項目 | 件数 | 割合 |
|-------------|----|-------|
| 大正以前 | 0 | 0.0% |
| 昭和元年～昭和20年 | 4 | 8.9% |
| 昭和21年～昭和40年 | 8 | 17.8% |
| 昭和41年～昭和末年 | 19 | 42.2% |
| 昭和年代不明 | 1 | 2.2% |
| 平成以降 | 11 | 24.4% |



○資本金【単回答】

回答事業所数 45社

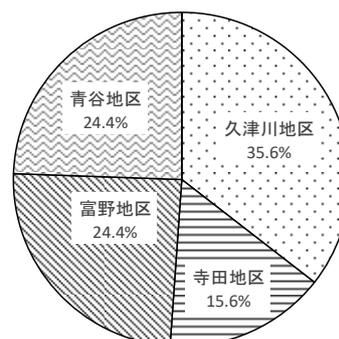
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------|----|-------|
| 1,000万円以下 | 30 | 66.7% |
| 1,000万1円～5,000万円 | 9 | 20.0% |
| 5,000万1円～1億円 | 2 | 4.4% |
| 1億1円～3億円 | 0 | 0.0% |
| 3億1円～10億円 | 0 | 0.0% |
| 10億1円～50億円 | 1 | 2.2% |
| 50億1円以上 | 0 | 0.0% |
| 不明・無回答 | 3 | 6.7% |



○事業所の所在エリア【単回答】

回答事業所数 45社

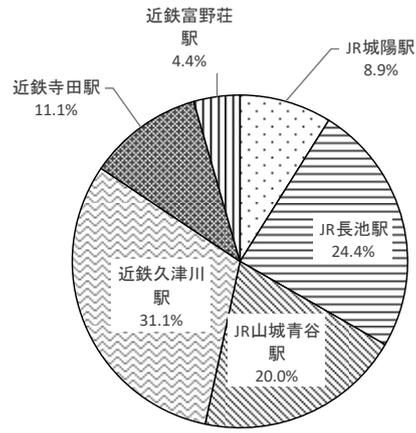
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 久津川地区 | 16 | 35.6% |
| 寺田地区 | 7 | 15.6% |
| 富野地区 | 11 | 24.4% |
| 青谷地区 | 11 | 24.4% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



○最寄り駅【単回答】

回答事業所数 45社

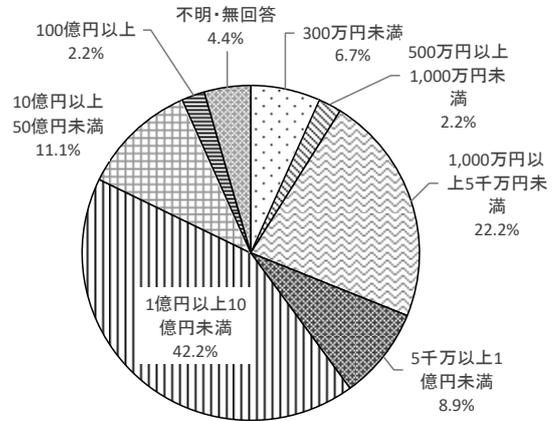
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|----|-------|
| JR城陽駅 | 4 | 8.9% |
| JR長池駅 | 11 | 24.4% |
| JR山城青谷駅 | 9 | 20.0% |
| 近鉄久津川駅 | 14 | 31.1% |
| 近鉄寺田駅 | 5 | 11.1% |
| 近鉄富野荘駅 | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



○直前期の売上高（直近決算期）【単回答】

回答事業所数 45社

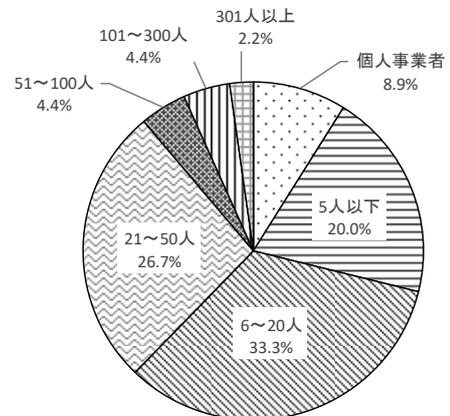
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------|----|-------|
| 300万円未満 | 3 | 6.7% |
| 300万円以上500万円未満 | 0 | 0.0% |
| 500万円以上1,000万円未満 | 1 | 2.2% |
| 1,000万円以上5千万円未満 | 10 | 22.2% |
| 5千万円以上1億円未満 | 4 | 8.9% |
| 1億円以上10億円未満 | 19 | 42.2% |
| 10億円以上50億円未満 | 5 | 11.1% |
| 50億円以上100億円未満 | 0 | 0.0% |
| 100億円以上 | 1 | 2.2% |
| 不明・無回答 | 2 | 4.4% |



○従業者数【単回答】

回答事業所数 45社

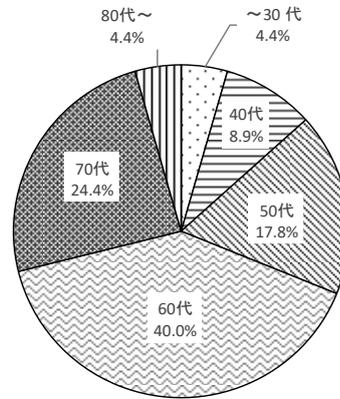
| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------|----|-------|
| 個人事業者 | 4 | 8.9% |
| 5人以下 | 9 | 20.0% |
| 6~20人 | 15 | 33.3% |
| 21~50人 | 12 | 26.7% |
| 51~100人 | 2 | 4.4% |
| 101~300人 | 2 | 4.4% |
| 301人以上 | 1 | 2.2% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



○代表者の年齢【単回答】

回答事業所数 45社

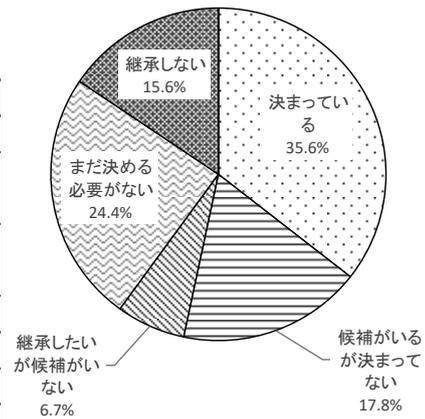
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| ～30代 | 2 | 4.4% |
| 40代 | 4 | 8.9% |
| 50代 | 8 | 17.8% |
| 60代 | 18 | 40.0% |
| 70代 | 11 | 24.4% |
| 80代～ | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



○後継者の有無【単回答】

回答事業所数 45社

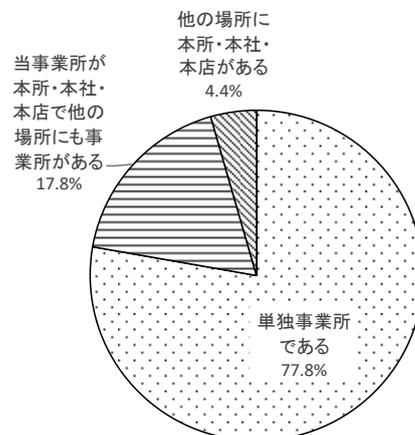
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------------|----|-------|
| 決まっている | 16 | 35.6% |
| 候補がいるが決まってない | 8 | 17.8% |
| 継承したいが候補がいらない | 3 | 6.7% |
| まだ決める必要がない | 11 | 24.4% |
| 継承しない | 7 | 15.6% |
| その他 | 0 | 0.0% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



○事業所の機能【単回答】

回答事業所数 45社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------------------------|----|-------|
| 単独事業所である | 35 | 77.8% |
| 当事業所が本所・本社・本店で他の場所にも事業所がある | 8 | 17.8% |
| 他の場所に本所・本社・本店がある | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |

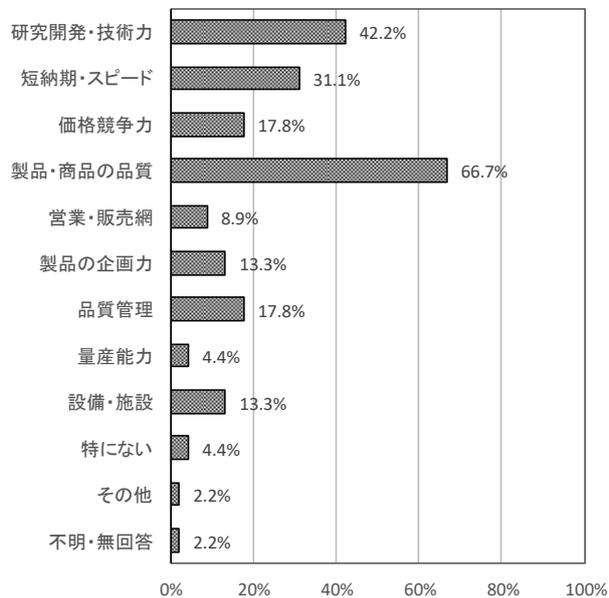


○事業所の強み（3つまで）【複数回答】

回答事業所数 45社

回答数 101件

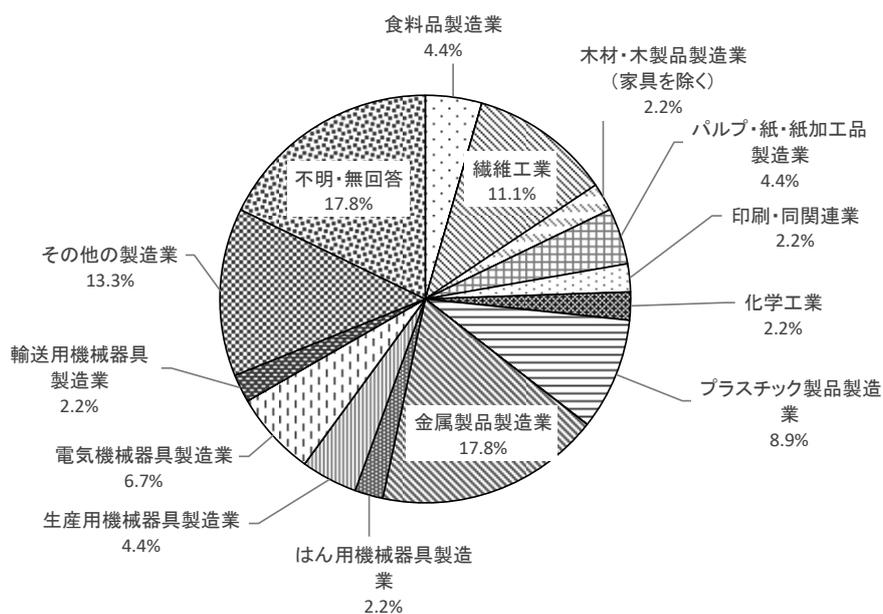
| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------|----|-------|
| 研究開発・技術力 | 19 | 42.2% |
| 短納期・スピード | 14 | 31.1% |
| 価格競争力 | 8 | 17.8% |
| 製品・商品の品質 | 30 | 66.7% |
| 営業・販売網 | 4 | 8.9% |
| 製品の企画力 | 6 | 13.3% |
| 品質管理 | 8 | 17.8% |
| 量産能力 | 2 | 4.4% |
| 設備・施設 | 6 | 13.3% |
| 特にない | 2 | 4.4% |
| その他 | 1 | 2.2% |
| 不明・無回答 | 1 | 2.2% |



問1 主な業種について【単回答】

回答事業所数 45社

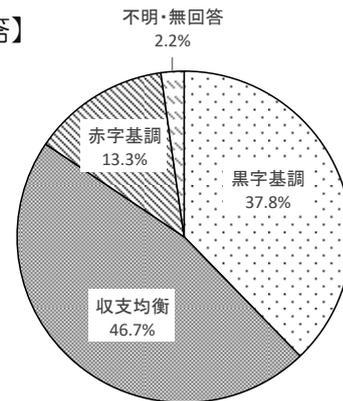
| 項目 | 件数 | 割合 |
|-------------------|----|-------|
| 食料品製造業 | 2 | 4.4% |
| 飲料・たばこ・飼料製造業 | 0 | 0.0% |
| 繊維工業 | 5 | 11.1% |
| 木材・木製品製造業(家具を除く) | 1 | 2.2% |
| 家具・装備品製造業 | 0 | 0.0% |
| パルプ・紙・紙加工品製造業 | 2 | 4.4% |
| 印刷・同関連業 | 1 | 2.2% |
| 化学工業 | 1 | 2.2% |
| 石油製品・石炭製品製造業 | 0 | 0.0% |
| プラスチック製品製造業 | 4 | 8.9% |
| ゴム製品製造業 | 0 | 0.0% |
| なめし革・同製品・毛皮製造業 | 0 | 0.0% |
| 窯業・土石製品製造業 | 0 | 0.0% |
| 鉄鋼業 | 0 | 0.0% |
| 非鉄金属製造業 | 0 | 0.0% |
| 金属製品製造業 | 8 | 17.8% |
| はん用機械器具製造業 | 1 | 2.2% |
| 生産用機械器具製造業 | 2 | 4.4% |
| 業務用機械器具製造業 | 0 | 0.0% |
| 電子部品・デバイス・電子回路製造業 | 0 | 0.0% |
| 電気機械器具製造業 | 3 | 6.7% |
| 情報通信機械器具製造業 | 0 | 0.0% |
| 輸送用機械器具製造業 | 1 | 2.2% |
| その他の製造業 | 6 | 13.3% |
| 不明・無回答 | 8 | 17.8% |



問2 直近5年(2012年～)の経営状況【単回答】

回答事業所数 45社

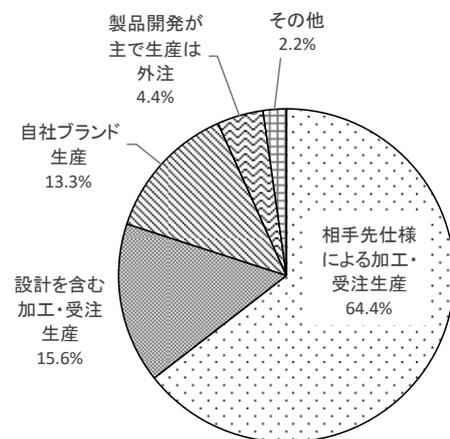
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 黒字基調 | 17 | 37.8% |
| 収支均衡 | 21 | 46.7% |
| 赤字基調 | 6 | 13.3% |
| 不明・無回答 | 1 | 2.2% |



問3 主な生産内容【単回答】

回答事業所数 45社

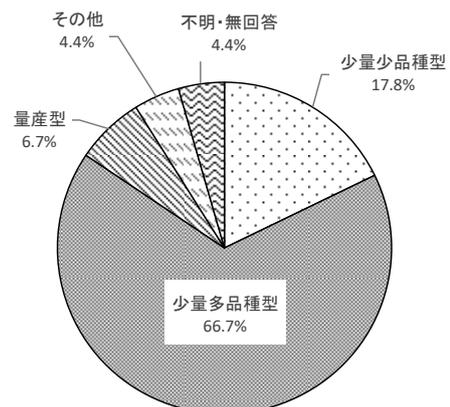
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------------------|----|-------|
| 相手先仕様による加工・受注生産 | 29 | 64.4% |
| 設計を含む加工・受注生産 | 7 | 15.6% |
| 自社ブランド生産 | 6 | 13.3% |
| OEM生産(相手先ブランドによる生産) | 0 | 0.0% |
| 製品開発が主で生産は外注 | 2 | 4.4% |
| その他 | 1 | 2.2% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



問4 主な生産形態【単回答】

回答事業所数 45社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 少量少品種型 | 8 | 17.8% |
| 少量多品種型 | 30 | 66.7% |
| 量産型 | 3 | 6.7% |
| その他 | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 2 | 4.4% |

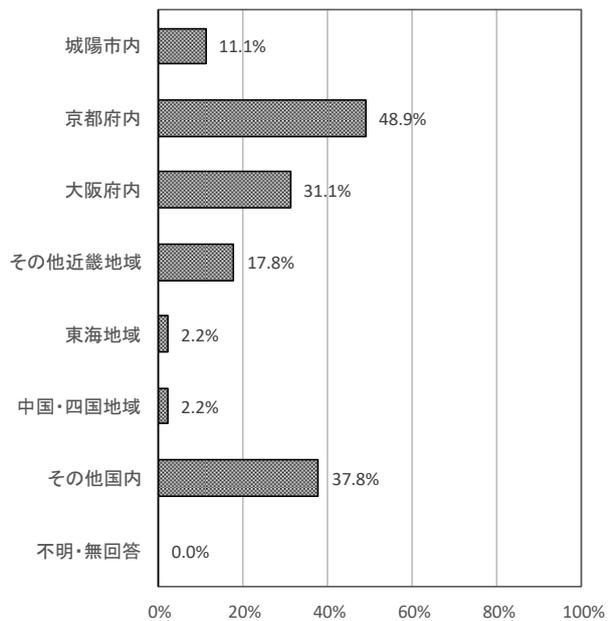


問5 主要顧客・取引先の地域（2つまで）【複数回答】

回答事業所数 45社

回答数 68件

| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|----|-------|
| 城陽市内 | 5 | 11.1% |
| 京都府内 | 22 | 48.9% |
| 大阪府内 | 14 | 31.1% |
| その他近畿地域 | 8 | 17.8% |
| 東海地域 | 1 | 2.2% |
| 中国・四国地域 | 1 | 2.2% |
| その他国内 | 17 | 37.8% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |

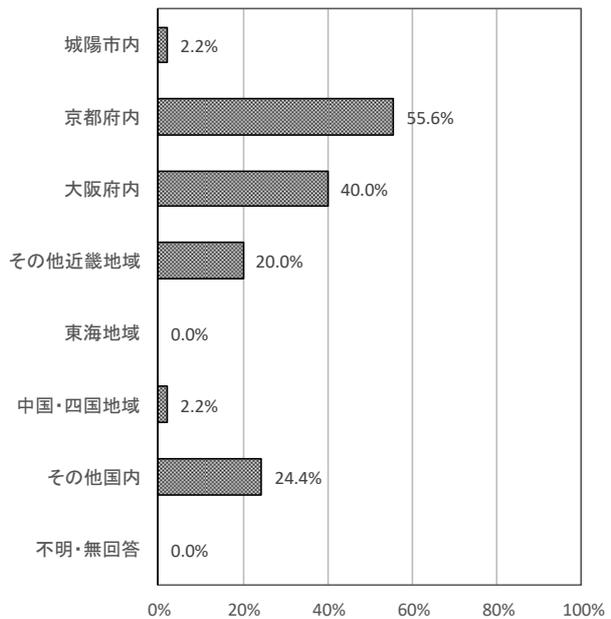


問6 主な原材料・資材の調達先の地域（2つまで）【複数回答】

回答事業所数 45社

回答数 65件

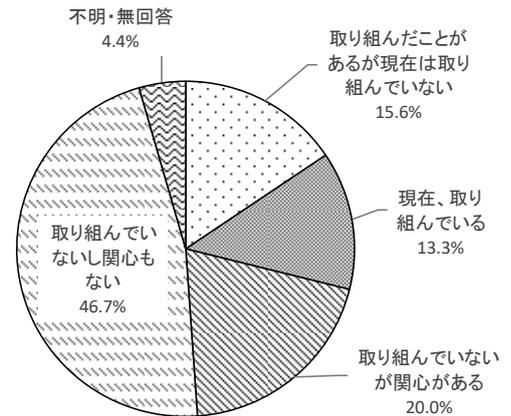
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|----|-------|
| 城陽市内 | 1 | 2.2% |
| 京都府内 | 25 | 55.6% |
| 大阪府内 | 18 | 40.0% |
| その他近畿地域 | 9 | 20.0% |
| 東海地域 | 0 | 0.0% |
| 中国・四国地域 | 1 | 2.2% |
| その他国内 | 11 | 24.4% |
| 不明・無回答 | 0 | 0.0% |



問7 他企業や大学・高校等の教育機関等と連携して取り組んだ事業の有無【単
回答】

回答事業所数 45社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------------------------|----|-------|
| 取り組んだことがあるが現在は 取り組んでいない | 7 | 15.6% |
| 現在、取り組んでいる | 6 | 13.3% |
| 取り組んでいないが関心がある | 9 | 20.0% |
| 取り組んでいないし関心もない | 21 | 46.7% |
| 不明・無回答 | 2 | 4.4% |

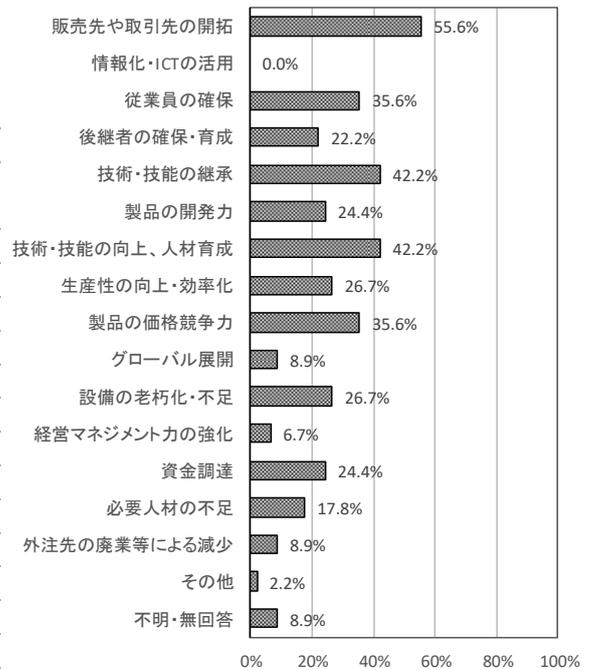


問8 経営上の課題（5つまで）【複数回答】

回答事業所数 45社

回答数 175件

| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------------|----|-------|
| 販売先や取引先の開拓 | 25 | 55.6% |
| 情報化・ICTの活用 | 0 | 0.0% |
| 従業員の確保 | 16 | 35.6% |
| 後継者の確保・育成 | 10 | 22.2% |
| 技術・技能の継承 | 19 | 42.2% |
| 製品の開発力 | 11 | 24.4% |
| 技術・技能の向上、人材育成 | 19 | 42.2% |
| 生産性の向上・効率化 | 12 | 26.7% |
| 製品の価格競争力 | 16 | 35.6% |
| グローバル展開 | 4 | 8.9% |
| 設備の老朽化・不足 | 12 | 26.7% |
| 経営マネジメント力の強化 | 3 | 6.7% |
| 資金調達 | 11 | 24.4% |
| 必要人材の不足 | 8 | 17.8% |
| 外注先の廃業等による減少 | 4 | 8.9% |
| その他 | 1 | 2.2% |
| 不明・無回答 | 4 | 8.9% |

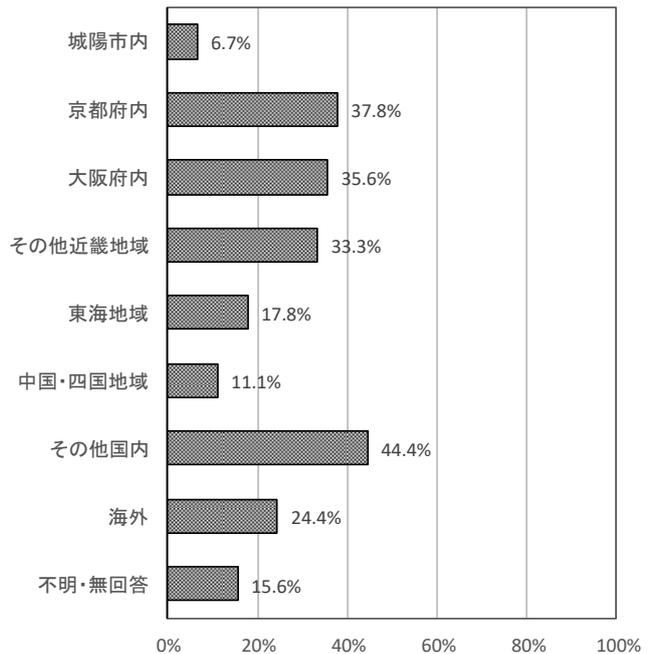


問9 今後、拡大したい顧客の地域（該当するものすべて）【複数回答】

回答事業所数 45社

回答数 102件

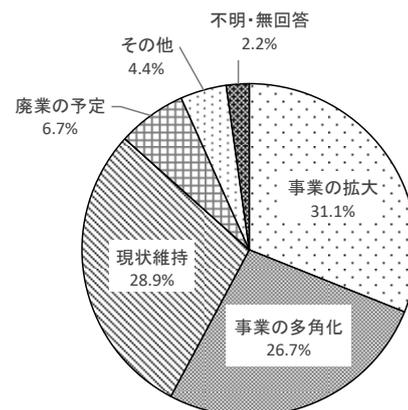
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|----|-------|
| 城陽市内 | 3 | 6.7% |
| 京都府内 | 17 | 37.8% |
| 大阪府内 | 16 | 35.6% |
| その他近畿地域 | 15 | 33.3% |
| 東海地域 | 8 | 17.8% |
| 中国・四国地域 | 5 | 11.1% |
| その他国内 | 20 | 44.4% |
| 海外 | 11 | 24.4% |
| 不明・無回答 | 7 | 15.6% |



問10 今後の主な事業展開【単回答】

回答事業所数 45社

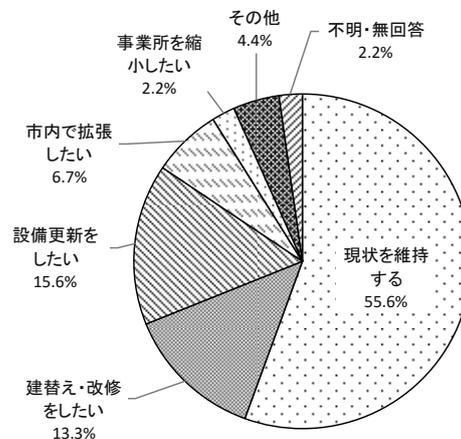
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 事業の拡大 | 14 | 31.1% |
| 事業の多角化 | 12 | 26.7% |
| 現状維持 | 13 | 28.9% |
| 事業の縮小 | 0 | 0.0% |
| 業種の転換 | 0 | 0.0% |
| 廃業の予定 | 3 | 6.7% |
| その他 | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 1 | 2.2% |



問11 現在の事業所についての意向【単回答】

回答事業所数 45社

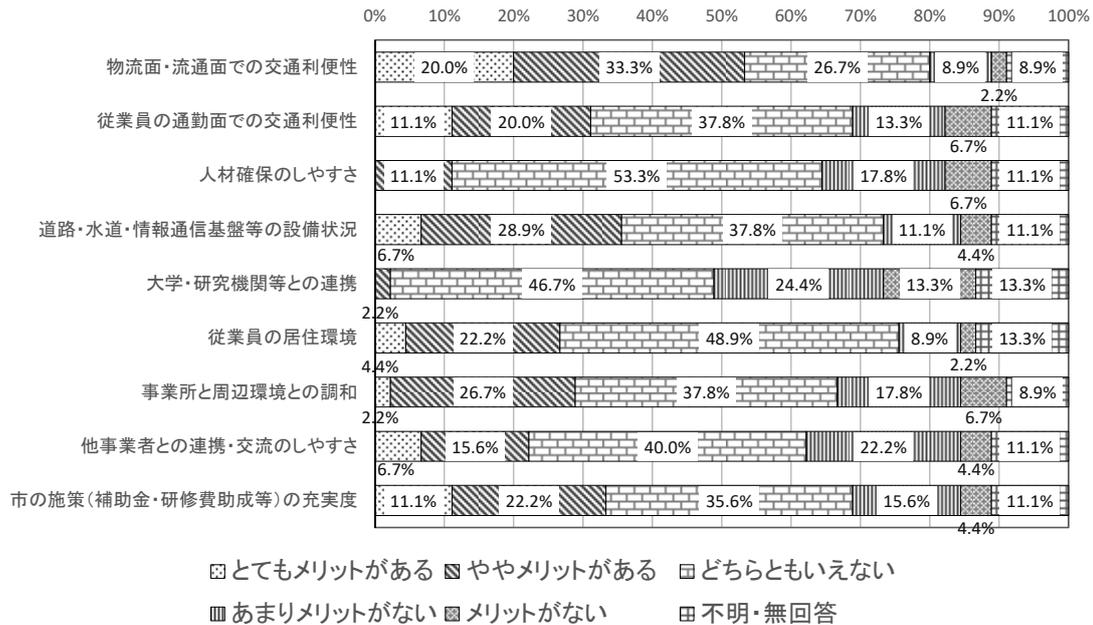
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------|----|-------|
| 現状を維持する | 25 | 55.6% |
| 建替え・改修をしたい | 6 | 13.3% |
| 設備更新をしたい | 7 | 15.6% |
| 市内で拡張したい | 3 | 6.7% |
| 市外で拡張したい | 0 | 0.0% |
| 市外へ移転したい | 0 | 0.0% |
| 事業所を縮小したい | 1 | 2.2% |
| その他 | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 1 | 2.2% |



問 12 城陽市に立地するメリット・強み等について【単回答】

回答事業所数 45 社

| 項目 | とてもメリットがある | | ややメリットがある | | どちらともいえない | | あまりメリットがない | | メリットがない | | 不明・無回答 | | 合計 | |
|----------------------|------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|------------|-------|---------|-------|--------|-------|----|--------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 物流面・流通面での交通利便性 | 9 | 20.0% | 15 | 33.3% | 12 | 26.7% | 4 | 8.9% | 1 | 2.2% | 4 | 8.9% | 45 | 100.0% |
| 従業員の通勤面での交通利便性 | 5 | 11.1% | 9 | 20.0% | 17 | 37.8% | 6 | 13.3% | 3 | 6.7% | 5 | 11.1% | 45 | 100.0% |
| 人材確保のしやすさ | 0 | 0.0% | 5 | 11.1% | 24 | 53.3% | 8 | 17.8% | 3 | 6.7% | 5 | 11.1% | 45 | 100.0% |
| 道路・水道・情報通信基盤等の設備状況 | 3 | 6.7% | 13 | 28.9% | 17 | 37.8% | 5 | 11.1% | 2 | 4.4% | 5 | 11.1% | 45 | 100.0% |
| 大学・研究機関等との連携 | 0 | 0.0% | 1 | 2.2% | 21 | 46.7% | 11 | 24.4% | 6 | 13.3% | 6 | 13.3% | 45 | 100.0% |
| 従業員の居住環境 | 2 | 4.4% | 10 | 22.2% | 22 | 48.9% | 4 | 8.9% | 1 | 2.2% | 6 | 13.3% | 45 | 100.0% |
| 事業所と周辺環境との調和 | 1 | 2.2% | 12 | 26.7% | 17 | 37.8% | 8 | 17.8% | 3 | 6.7% | 4 | 8.9% | 45 | 100.0% |
| 他事業者との連携・交流のしやすさ | 3 | 6.7% | 7 | 15.6% | 18 | 40.0% | 10 | 22.2% | 2 | 4.4% | 5 | 11.1% | 45 | 100.0% |
| 市の施策(補助金・研修費助成等)の充実度 | 5 | 11.1% | 10 | 22.2% | 16 | 35.6% | 7 | 15.6% | 2 | 4.4% | 5 | 11.1% | 45 | 100.0% |



問 13 その他、城陽市に立地するメリット・強み等について【自由回答】

回答事業所数 45 社

回答数 10 件

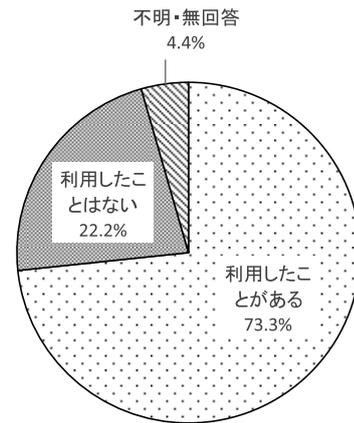
- ・自然災害の心配がなく、天候に恵まれているところ。
- ・現在の取引先よりかなり近い位置にあり、流通の面でメリットあり。
- ・地場産業に於ける城陽ブランドはメリット多し。
- ・新名神高速道路のスマート IC に期待しています。
- ・新名神全線開通時における交通利便性に期待しています。
- ・今現在大規模な土木工事が進行し、ほとんどの力がそちらへ向いています。今一度自信の足もとに目を向け、中小・零細企業共々が活力を取り戻す為の施策をお願いしたく思います。
- ・自然災害が少ない。
- ・今後の発展に期待。
- ・交通の利便性が悪い。
- ・調整区域等の見直しがなくメリットがない。

※表記については、原文そのままとしています。

問 14 公的支援策等の利用について【単回答】

回答事業所数 45 社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|-----------|----|-------|
| 利用したことがある | 33 | 73.3% |
| 利用したことはない | 10 | 22.2% |
| 不明・無回答 | 2 | 4.4% |



利用した主な制度【自由回答】

回答事業所数 45 社

回答数 33 件

| 制度 | 件数 |
|-----------------|----|
| マル城制度 | 16 |
| ものづくり補助金 | 3 |
| 経産省「国内立地推進補助事業」 | 1 |
| 高齢者雇用安定助成金 | 1 |
| 災害 | 1 |
| 借入金の利子補充 | 1 |
| 商工会議所事業 | 1 |
| 城彩る補給金制度 | 1 |
| 新設備に対する補助金 | 1 |
| 設備投資 | 1 |
| 専門家派遣 販路開拓支援 | 1 |
| 多数あり | 1 |
| 貸付制度 | 1 |
| 日本政策金融公庫 | 2 |
| 不明 | 1 |

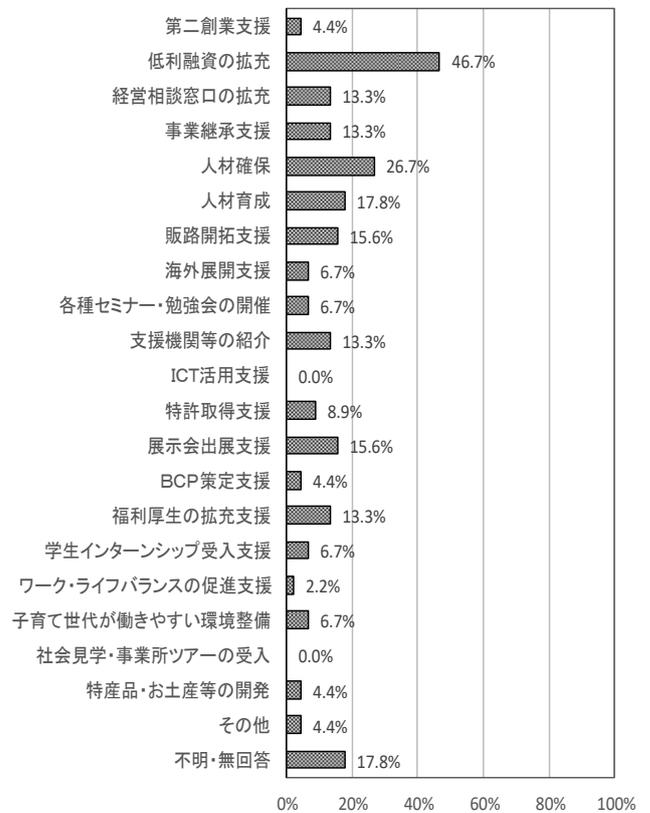
※表記については、原文そのままとしています。

問 15 今後、城陽市に支援して欲しいこと【複数回答】

回答事業所数 45 社

回答数 112 件

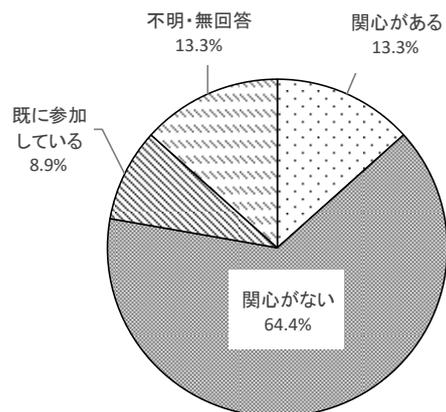
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------|----|-------|
| 第二創業支援 | 2 | 4.4% |
| 低利融資の拡充 | 21 | 46.7% |
| 経営相談窓口の拡充 | 6 | 13.3% |
| 事業継承支援 | 6 | 13.3% |
| 人材確保 | 12 | 26.7% |
| 人材育成 | 8 | 17.8% |
| 販路開拓支援 | 7 | 15.6% |
| 海外展開支援 | 3 | 6.7% |
| 各種セミナー・勉強会の開催 | 3 | 6.7% |
| 支援機関等の紹介 | 6 | 13.3% |
| ICT活用支援 | 0 | 0.0% |
| 特許取得支援 | 4 | 8.9% |
| 展示会出展支援 | 7 | 15.6% |
| BCP策定支援 | 2 | 4.4% |
| 福利厚生への拡充支援 | 6 | 13.3% |
| 学生インターンシップ受入支援 | 3 | 6.7% |
| ワーク・ライフバランスの促進支援 | 1 | 2.2% |
| 子育て世代が働きやすい環境整備 | 3 | 6.7% |
| 社会見学・事業所ツアーの受入 | 0 | 0.0% |
| 特産品・お土産等の開発 | 2 | 4.4% |
| その他 | 2 | 4.4% |
| 不明・無回答 | 8 | 17.8% |



問 16 城陽市が行う企業ネットワークの構築や産学官連携への関心の有無【単
回答】

回答事業所数 45 社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------|----|-------|
| 関心がある | 6 | 13.3% |
| 関心がない | 29 | 64.4% |
| 既に参加している | 4 | 8.9% |
| 不明・無回答 | 6 | 13.3% |



問 17 その他、産業振興に係る市への要望等について【自由回答】

回答事業所数 45 社

回答数 5 件

- ダンプがまだ通っていてすなほこりがあるので、窓が開けられない
- 災害から企業を守る整備に期待。
- 城陽市内に伝統工芸として「市松人形」製作者（職人として、作家として）いることへのアピールをしていただけるとありがたい。文化的にも市からのプッシュをしていただければ、廃れることの心配も少しはなくなるきもする。
アピール
- 城陽市は全国の中でも2小学校に対して1中学校として完全にブロックとして分けられていて、小中の連携としては大変取りやすい立地です。が、・・・その為の弊害もあるようにも思います。城陽市全体が一丸となって近隣の市町を巻き込むつもりでの町づくりをお願いします。
- 着物だけでなく、他にも沢山金銀糸を使用しているものがあるので色々宣伝して頂きたい。

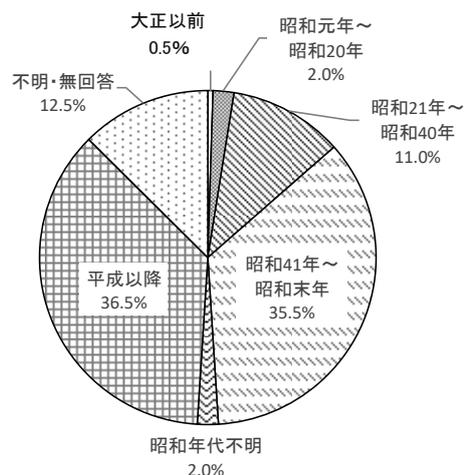
※表記については、原文そのままとしています。

②. 非製造業

○創業年【単回答】

回答事業所数 200 社

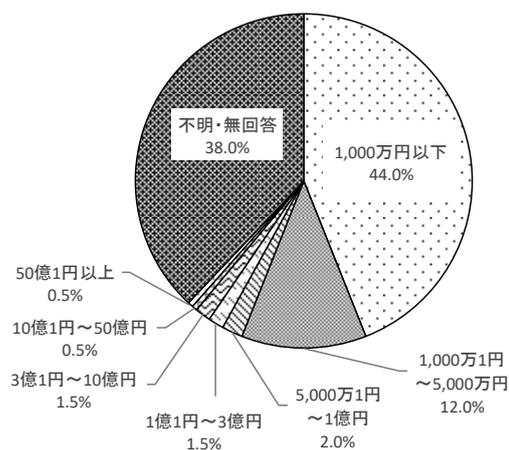
| 項目 | 件数 | 割合 |
|-------------|----|-------|
| 大正以前 | 1 | 0.5% |
| 昭和元年～昭和20年 | 4 | 2.0% |
| 昭和21年～昭和40年 | 22 | 11.0% |
| 昭和41年～昭和末年 | 71 | 35.5% |
| 昭和年代不明 | 4 | 2.0% |
| 平成以降 | 73 | 36.5% |
| 不明・無回答 | 25 | 12.5% |



○資本金【単回答】

回答事業所数 200 社

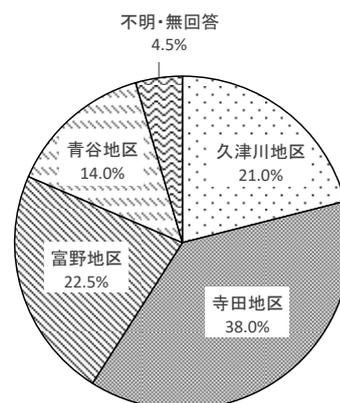
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------|----|-------|
| 1,000万円以下 | 88 | 44.0% |
| 1,000万1円～5,000万円 | 24 | 12.0% |
| 5,000万1円～1億円 | 4 | 2.0% |
| 1億1円～3億円 | 3 | 1.5% |
| 3億1円～10億円 | 3 | 1.5% |
| 10億1円～50億円 | 1 | 0.5% |
| 50億1円以上 | 1 | 0.5% |
| 不明・無回答 | 76 | 38.0% |



○事業所の所在エリア【単回答】

回答事業所数 200 社

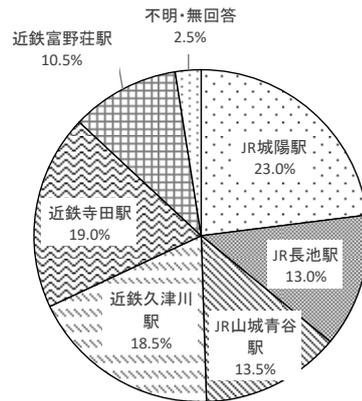
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 久津川地区 | 42 | 21.0% |
| 寺田地区 | 76 | 38.0% |
| 富野地区 | 45 | 22.5% |
| 青谷地区 | 28 | 14.0% |
| 不明・無回答 | 9 | 4.5% |



○最寄り駅【単回答】

回答事業所数 200 社

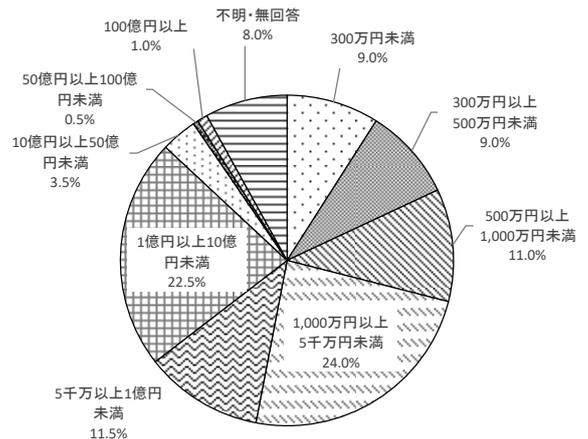
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|----|-------|
| JR城陽駅 | 46 | 23.0% |
| JR長池駅 | 26 | 13.0% |
| JR山城青谷駅 | 27 | 13.5% |
| 近鉄久津川駅 | 37 | 18.5% |
| 近鉄寺田駅 | 38 | 19.0% |
| 近鉄富野荘駅 | 21 | 10.5% |
| 不明・無回答 | 5 | 2.5% |



○直前期の売上高【収入】【単回答】

回答事業所数 200 社

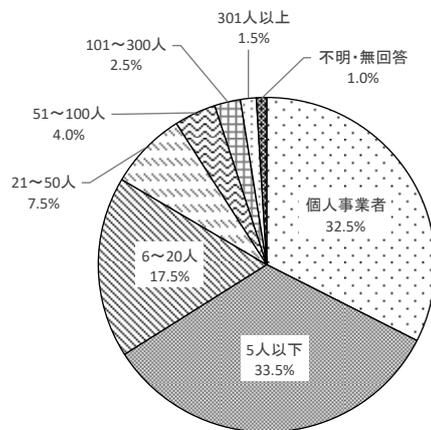
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------|----|-------|
| 300万円未満 | 18 | 9.0% |
| 300万円以上500万円未満 | 18 | 9.0% |
| 500万円以上1,000万円未満 | 22 | 11.0% |
| 1,000万円以上5千万円未満 | 48 | 24.0% |
| 5千万以上1億円未満 | 23 | 11.5% |
| 1億円以上10億円未満 | 45 | 22.5% |
| 10億円以上50億円未満 | 7 | 3.5% |
| 50億円以上100億円未満 | 1 | 0.5% |
| 100億円以上 | 2 | 1.0% |
| 不明・無回答 | 16 | 8.0% |



○従業者数【単回答】

回答事業所数 200 社

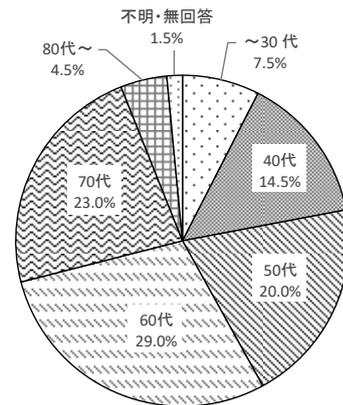
| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------|----|-------|
| 個人事業者 | 65 | 32.5% |
| 5人以下 | 67 | 33.5% |
| 6~20人 | 35 | 17.5% |
| 21~50人 | 15 | 7.5% |
| 51~100人 | 8 | 4.0% |
| 101~300人 | 5 | 2.5% |
| 301人以上 | 3 | 1.5% |
| 不明・無回答 | 2 | 1.0% |



○代表者の年齢【単回答】

回答事業所数 200 社

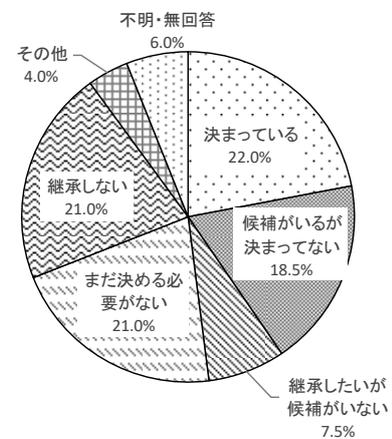
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| ～30代 | 15 | 7.5% |
| 40代 | 29 | 14.5% |
| 50代 | 40 | 20.0% |
| 60代 | 58 | 29.0% |
| 70代 | 46 | 23.0% |
| 80代～ | 9 | 4.5% |
| 不明・無回答 | 3 | 1.5% |



後継者の有無【単回答】

回答事業所数 200 社

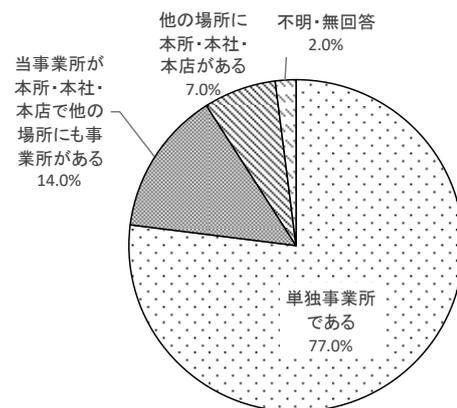
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------------|----|-------|
| 決まっている | 44 | 22.0% |
| 候補がいるが決まってない | 37 | 18.5% |
| 継承したいが候補がない | 15 | 7.5% |
| まだ決める必要がない | 42 | 21.0% |
| 継承しない | 42 | 21.0% |
| その他 | 8 | 4.0% |
| 不明・無回答 | 12 | 6.0% |



○事業所の機能【単回答】

回答事業所数 200 社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------------------------|-----|-------|
| 単独事業所である | 154 | 77.0% |
| 当事業所が本所・本社・本店で他の場所にも事業所がある | 28 | 14.0% |
| 他の場所に本所・本社・本店がある | 14 | 7.0% |
| 不明・無回答 | 4 | 2.0% |

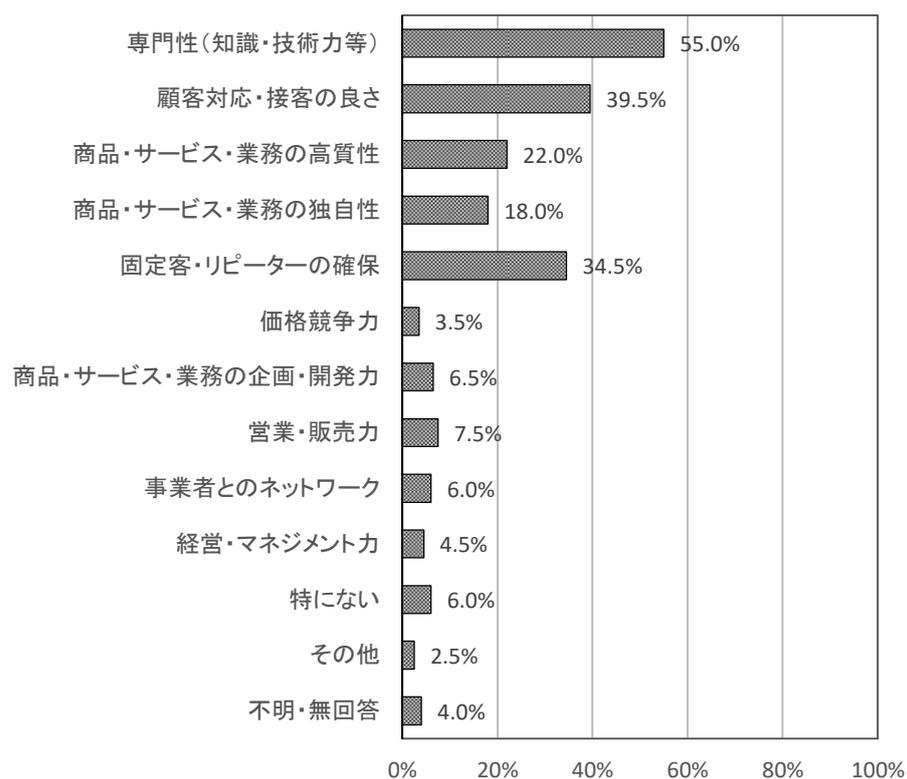


○事業所の強み（3つまで）【複数回答】

回答事業所数 200 社

回答数 419 件

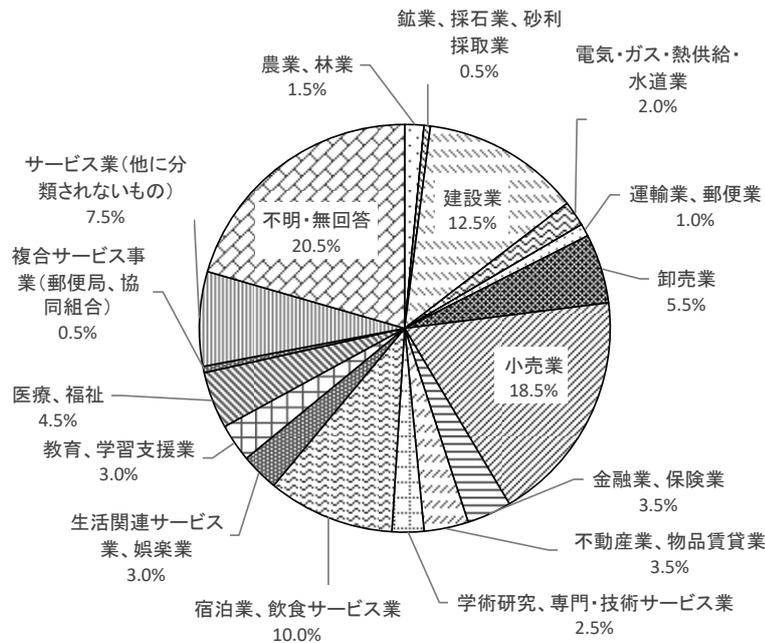
| 項目 | 件数 | 割合 |
|-------------------|-----|-------|
| 専門性(知識・技術力等) | 110 | 55.0% |
| 顧客対応・接客の良さ | 79 | 39.5% |
| 商品・サービス・業務の高質性 | 44 | 22.0% |
| 商品・サービス・業務の独自性 | 36 | 18.0% |
| 固定客・リピーターの確保 | 69 | 34.5% |
| 価格競争力 | 7 | 3.5% |
| 商品・サービス・業務の企画・開発力 | 13 | 6.5% |
| 営業・販売力 | 15 | 7.5% |
| 事業者とのネットワーク | 12 | 6.0% |
| 経営・マネジメント力 | 9 | 4.5% |
| 特にない | 12 | 6.0% |
| その他 | 5 | 2.5% |
| 不明・無回答 | 8 | 4.0% |



問1 主な業種について【単回答】

回答事業所数 200社

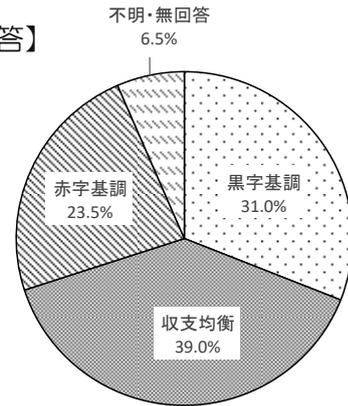
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------------------|----|-------|
| 農業、林業 | 3 | 1.5% |
| 漁業 | 0 | 0.0% |
| 鉱業、採石業、砂利採取業 | 1 | 0.5% |
| 建設業 | 25 | 12.5% |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 4 | 2.0% |
| 情報通信業 | 0 | 0.0% |
| 運輸業、郵便業 | 2 | 1.0% |
| 卸売業 | 11 | 5.5% |
| 小売業 | 37 | 18.5% |
| 金融業、保険業 | 7 | 3.5% |
| 不動産業、物品賃貸業 | 7 | 3.5% |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | 5 | 2.5% |
| 宿泊業、飲食サービス業 | 20 | 10.0% |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | 6 | 3.0% |
| 教育、学習支援業 | 6 | 3.0% |
| 医療、福祉 | 9 | 4.5% |
| 複合サービス事業(郵便局、協同組合) | 1 | 0.5% |
| サービス業(他に分類されないもの) | 15 | 7.5% |
| 不明・無回答 | 41 | 20.5% |



問2 直近5年間（2012年～）の経営状況【単回答】

回答事業所数 200社

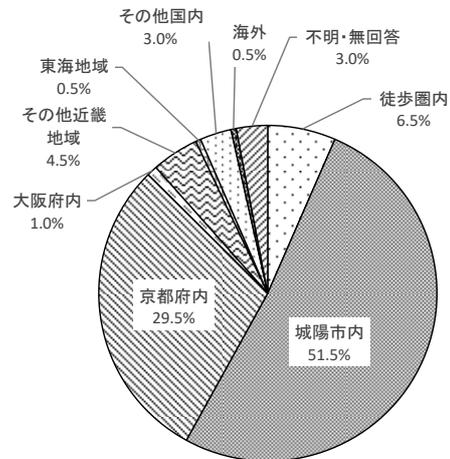
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 黒字基調 | 62 | 31.0% |
| 収支均衡 | 78 | 39.0% |
| 赤字基調 | 47 | 23.5% |
| 不明・無回答 | 13 | 6.5% |



問3 主な商圈・利用者の圏域【単回答】

回答事業所数 200社

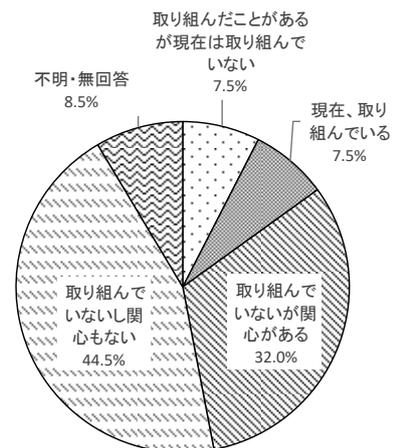
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|-----|-------|
| 徒歩圏内 | 13 | 6.5% |
| 城陽市内 | 103 | 51.5% |
| 京都府内 | 59 | 29.5% |
| 大阪府内 | 2 | 1.0% |
| その他近畿地域 | 9 | 4.5% |
| 東海地域 | 1 | 0.5% |
| その他国内 | 6 | 3.0% |
| 海外 | 1 | 0.5% |
| 不明・無回答 | 6 | 3.0% |



問4 他企業や大学・高校等の教育機関等と連携して取り組んだ事業の有無【単回答】

回答事業所数 200社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------------|----|-------|
| 取り組んだことがあるが現在は取り組んでいない | 15 | 7.5% |
| 現在、取り組んでいる | 15 | 7.5% |
| 取り組んでいないが関心がある | 64 | 32.0% |
| 取り組んでいないし関心もない | 89 | 44.5% |
| 不明・無回答 | 17 | 8.5% |

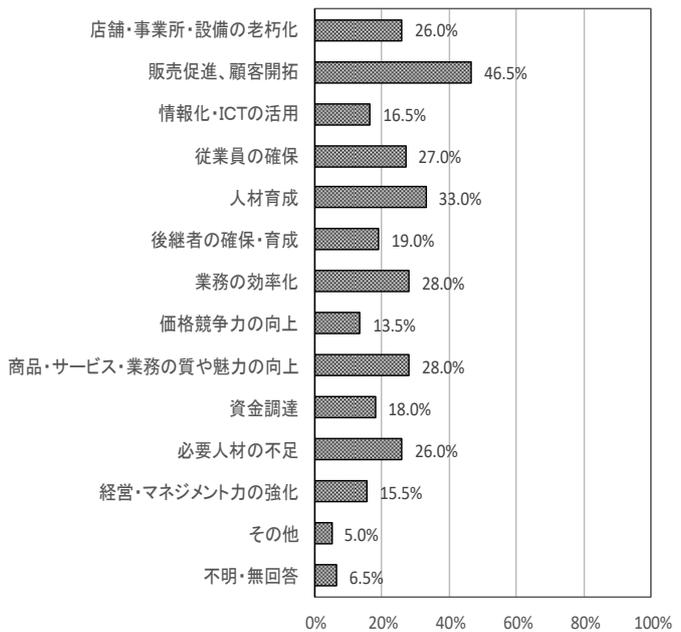


問5 経営上の課題（5つまで）【複数回答】

回答事業所数 200社

回答数 617件

| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------------------|----|-------|
| 店舗・事業所・設備の老朽化 | 52 | 26.0% |
| 販売促進、顧客開拓 | 93 | 46.5% |
| 情報化・ICTの活用 | 33 | 16.5% |
| 従業員の確保 | 54 | 27.0% |
| 人材育成 | 66 | 33.0% |
| 後継者の確保・育成 | 38 | 19.0% |
| 業務の効率化 | 56 | 28.0% |
| 価格競争力の向上 | 27 | 13.5% |
| 商品・サービス・業務の質や魅力の向上 | 56 | 28.0% |
| 資金調達 | 36 | 18.0% |
| 必要人材の不足 | 52 | 26.0% |
| 経営・マネジメント力の強化 | 31 | 15.5% |
| その他 | 10 | 5.0% |
| 不明・無回答 | 13 | 6.5% |

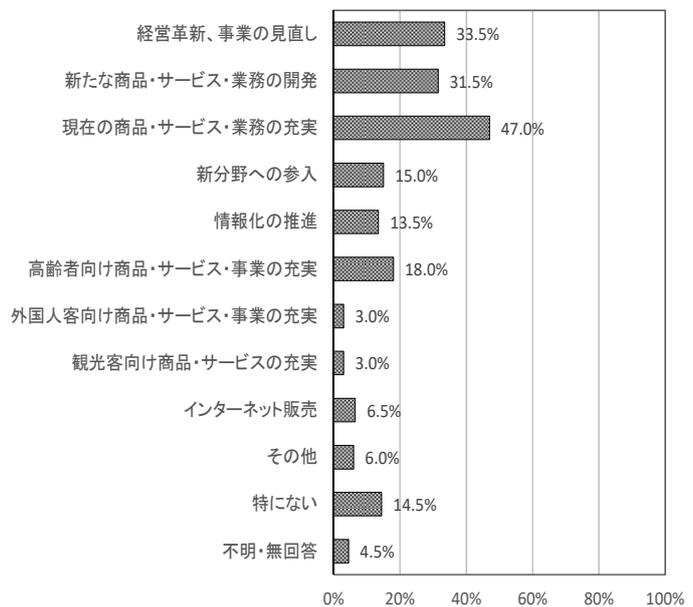


問6 今後、5年程度を展望して重点的に取り組みたいこと（3つまで）【複数回答】

回答事業所数 200社

回答数 392件

| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------------------|----|-------|
| 経営革新、事業の見直し | 67 | 33.5% |
| 新たな商品・サービス・業務の開発 | 63 | 31.5% |
| 現在の商品・サービス・業務の充実 | 94 | 47.0% |
| 新分野への参入 | 30 | 15.0% |
| 情報化の推進 | 27 | 13.5% |
| 高齢者向け商品・サービス・事業の充実 | 36 | 18.0% |
| 外国人客向け商品・サービス・事業の充実 | 6 | 3.0% |
| 観光客向け商品・サービス・事業の充実 | 6 | 3.0% |
| インターネット販売 | 13 | 6.5% |
| その他 | 12 | 6.0% |
| 特にない | 29 | 14.5% |
| 不明・無回答 | 9 | 4.5% |

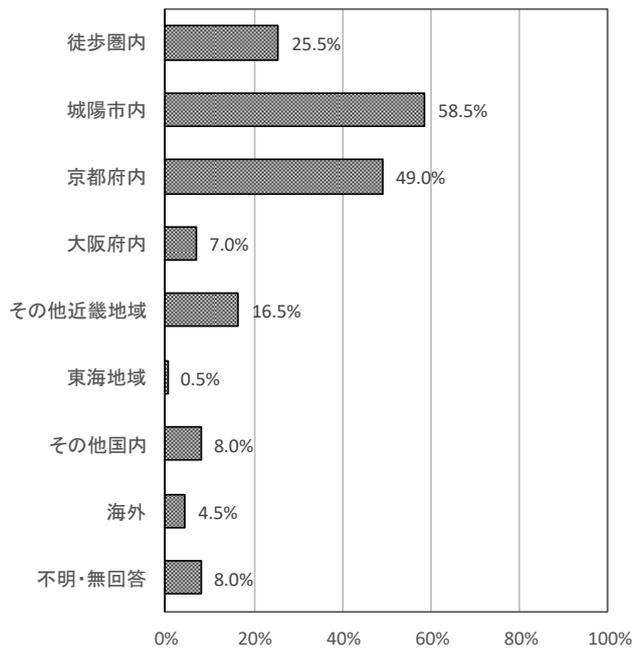


問7 今後、拡大したい顧客の地域（3つまで）【複数回答】

回答事業所数 200社

回答数 355件

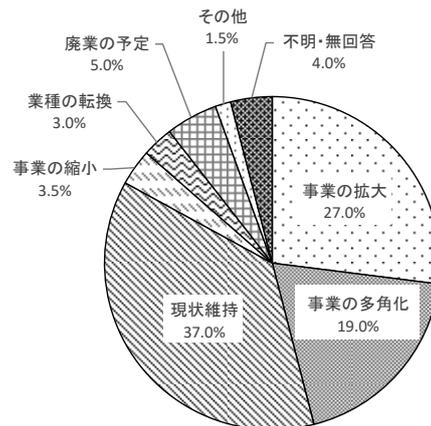
| 項目 | 件数 | 割合 |
|---------|-----|-------|
| 徒歩圏内 | 51 | 25.5% |
| 城陽市内 | 117 | 58.5% |
| 京都府内 | 98 | 49.0% |
| 大阪府内 | 14 | 7.0% |
| その他近畿地域 | 33 | 16.5% |
| 東海地域 | 1 | 0.5% |
| その他国内 | 16 | 8.0% |
| 海外 | 9 | 4.5% |
| 不明・無回答 | 16 | 8.0% |



問8 今後の主な事業展開【単回答】

回答事業所数 200社

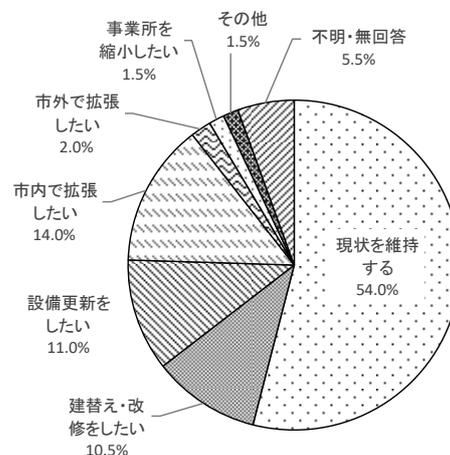
| 項目 | 件数 | 割合 |
|--------|----|-------|
| 事業の拡大 | 54 | 27.0% |
| 事業の多角化 | 38 | 19.0% |
| 現状維持 | 74 | 37.0% |
| 事業の縮小 | 7 | 3.5% |
| 業種の転換 | 6 | 3.0% |
| 廃業の予定 | 10 | 5.0% |
| その他 | 3 | 1.5% |
| 不明・無回答 | 8 | 4.0% |



問9 現在の事業所についての意向【単回答】

回答事業所数 200社

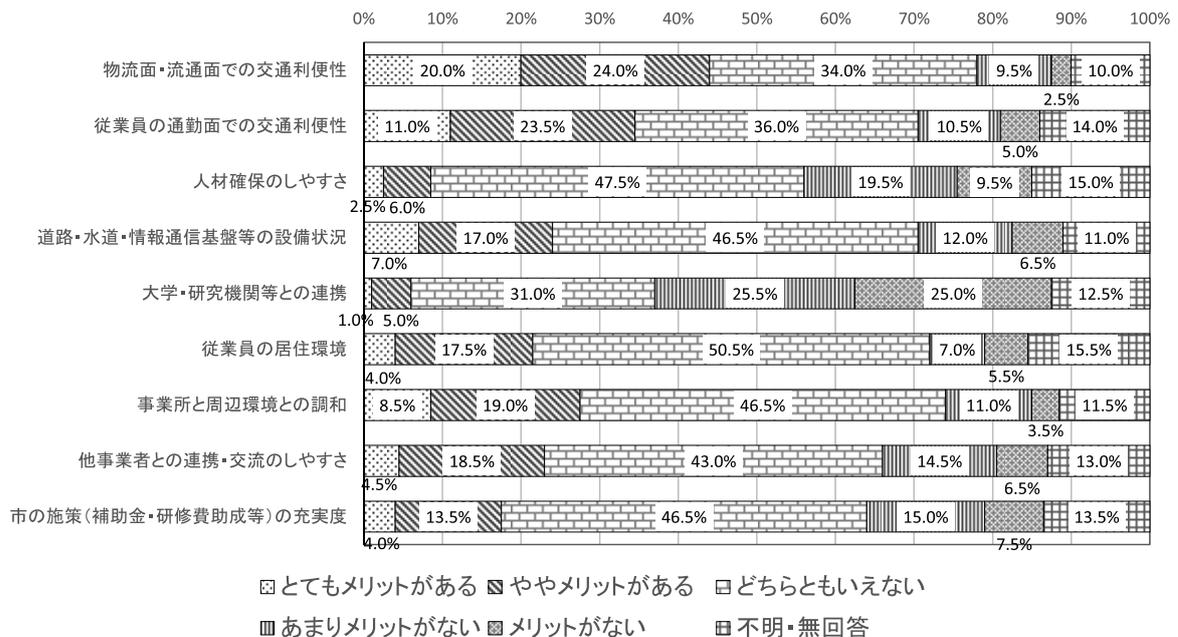
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------|-----|-------|
| 現状を維持する | 108 | 54.0% |
| 建替え・改修をしたい | 21 | 10.5% |
| 設備更新をしたい | 22 | 11.0% |
| 市内で拡張したい | 28 | 14.0% |
| 市外で拡張したい | 4 | 2.0% |
| 市外へ移転したい | 0 | 0.0% |
| 事業所を縮小したい | 3 | 1.5% |
| その他 | 3 | 1.5% |
| 不明・無回答 | 11 | 5.5% |



問 10 城陽市に立地するメリット・強み等について【単回答】

回答事業所数 200 社

| 項目 | とてもメリットがある | | ややメリットがある | | どちらともいえない | | あまりメリットがない | | メリットがない | | 不明・無回答 | | 合計 | |
|----------------------|------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|------------|-------|---------|-------|--------|-------|-----|--------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 物流面・流通面での交通利便性 | 40 | 20.0% | 48 | 24.0% | 68 | 34.0% | 19 | 9.5% | 5 | 2.5% | 20 | 10.0% | 200 | 100.0% |
| 従業員の通勤面での交通利便性 | 22 | 11.0% | 47 | 23.5% | 72 | 36.0% | 21 | 10.5% | 10 | 5.0% | 28 | 14.0% | 200 | 100.0% |
| 人材確保のしやすさ | 5 | 2.5% | 12 | 6.0% | 95 | 47.5% | 39 | 19.5% | 19 | 9.5% | 30 | 15.0% | 200 | 100.0% |
| 道路・水道・情報通信基盤等の設備状況 | 14 | 7.0% | 34 | 17.0% | 93 | 46.5% | 24 | 12.0% | 13 | 6.5% | 22 | 11.0% | 200 | 100.0% |
| 大学・研究機関等との連携 | 2 | 1.0% | 10 | 5.0% | 62 | 31.0% | 51 | 25.5% | 50 | 25.0% | 25 | 12.5% | 200 | 100.0% |
| 従業員の居住環境 | 8 | 4.0% | 35 | 17.5% | 101 | 50.5% | 14 | 7.0% | 11 | 5.5% | 31 | 15.5% | 200 | 100.0% |
| 事業所と周辺環境との調和 | 17 | 8.5% | 38 | 19.0% | 93 | 46.5% | 22 | 11.0% | 7 | 3.5% | 23 | 11.5% | 200 | 100.0% |
| 他事業者との連携・交流のしやすさ | 9 | 4.5% | 37 | 18.5% | 86 | 43.0% | 29 | 14.5% | 13 | 6.5% | 26 | 13.0% | 200 | 100.0% |
| 市の施策(補助金・研修費助成等)の充実度 | 8 | 4.0% | 27 | 13.5% | 93 | 46.5% | 30 | 15.0% | 15 | 7.5% | 27 | 13.5% | 200 | 100.0% |



問 11 その他、城陽市に立地するメリット・強み等について【自由回答】

回答事業所数 200 社

回答数 15 件

- ・高齢化社会に必要な店舗作りも、大切に考える。
- ・道路が出来てもアウトレットが出来ても、所詮通過点の街…。市長・市職員・市会議員は、もっと真剣に寄ってもらって良かったと思える街にしないと人口は増えない。強みはまったく見当たらない。
- ・強みとしては、近畿の中心部に位置している事。どこでも行きやすい。メリット特になし。デメリット開発協力金等、時代錯誤である
- ・今後、工業団地・新名所・商業施設が誕生する事によって、人口が増える事によって土地の条件変更が可能になる。造る住宅が必要となり、需要が増える。
城陽インターチェンジが完成すれば、各方面に行くのに対し、金銭的は負担だが時間的には利便性が増すと思います。
- ・交通関係は良いが、電車（近鉄）は急行も止まらない（道路）駅前も狭い。開発が中途半端なので、人口が減少しているので、このまま城陽市に会社を

置いていいものか考えている。

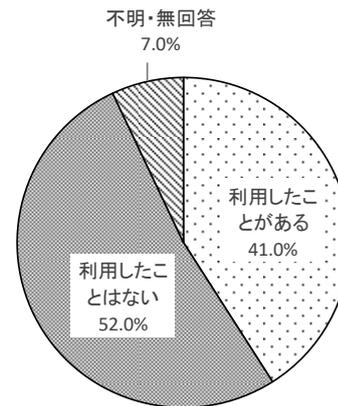
- 営業エリアが京都・奈良・滋賀エリアですので、最近の高速道路の充実によりどの方面にも行きやすくなり、時間が短縮されています
- 新名神の将来の開通（インター2ヶ所）
- 久御山町の工業団地に近い事
- 近畿圏内からは、新名神が開通する事によりアクセスが非常に良くなる
- 競技の開催や事業活動に対し、市が積極的に後押しや支援・協力をして頂けるので、非常に助かっている。今後、高速道路等の拡充が行なわれていくので、利便性が更に高まり事業に影響が期待できる。
- 近隣に大手スーパー・デパート等があり、他府県（特に地方）に比べ消費者の買い物も多岐に渡り、城陽市内の個別商店には足が遠のくし厳しい。地域の顧客を大事にし、地域密着で頑張りたいと思う。反面一消費者としては、近辺に選択肢が沢山あってとても便利。
- 城陽市の高齢化率が高く、独居の方も多く最期は施設希望の方が多いと聞く。安価で入居し、元気で過ごせる場所が必要である。
- 新名神・新市街地・白坂工業団地・東部丘陵（アウトレット、流通拠点等）、一時期に多くのプロジェクトが展開され、活気ある街づくりが期待されること。城陽を中心とした時間軸（例えば、一時間圏内）を考えると、様々な観光資源（京都、奈良等）、空港（例えば関西、伊丹、セントレア）、港、大都市（大阪、名古屋）が存在する街。経済・文化等の「へそ」となる可能性を持つ街である。
- 第二名神が7年後に開通する事により、城陽を中心に1時間圏内はサービスを提供できるので、可能性が高くなる。反面、攻められやすくなるので、京都南部は激戦になるかもしれない（建築業について）
- 2024年新名神が完成し、宇治木津線の整備、奈良線の複線化が完成すれば、城陽は近畿の中心となり企業立地においては最大メリットの有る場所となります。しかし、当社では白坂テクノパークを現在開発しており企業立地が進んでいますが、現在の307号線、特に宇治田原と城陽境の道路が狭く、事故が発生すると、半日通行不能となり大変困っています。早急に道路改良をお願いします。

※表記については、原文そのままとしています。

問 12 公的支援策等の利用について【単回答】

回答事業所数 200 社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|-----------|-----|-------|
| 利用したことがある | 82 | 41.0% |
| 利用したことはない | 104 | 52.0% |
| 不明・無回答 | 14 | 7.0% |



利用した主な制度【自由回答】

回答事業所数 200 社

回答数 82 件

| 制度 | 件数 |
|--------------|----|
| マル城制度 | 41 |
| 補助金 | 8 |
| 融資 | 6 |
| その他 | 4 |
| 金利負担 | 3 |
| 日本政策金融公庫 | 3 |
| トライアル雇用助成金 | 2 |
| 助成金 | 2 |
| 運転一般市低利 | 1 |
| 協会各種事業 | 1 |
| 雇用促進税制 | 1 |
| 城陽市花いっぱい運動支援 | 1 |
| 中小企業緊急負担軽減事業 | 1 |
| 福祉空間整備等交付金 | 1 |
| 不明・無回答 | 7 |

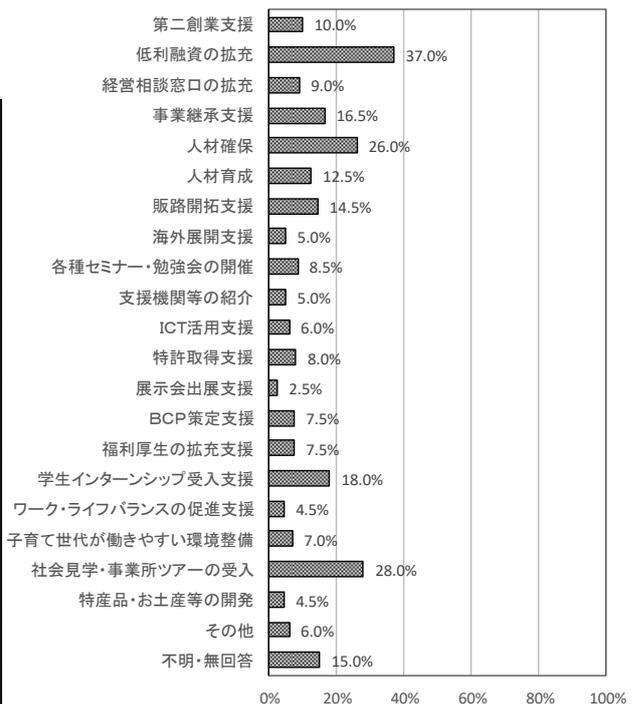
※表記については、原文そのままとしています。

問 13 今後、城陽市に支援して欲しいこと【複数回答】

回答事業所数 200 社

回答数 517 件

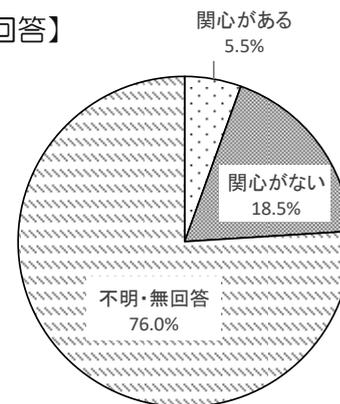
| 項目 | 件数 | 割合 |
|------------------|----|-------|
| 第二創業支援 | 20 | 10.0% |
| 低利融資の拡充 | 74 | 37.0% |
| 経営相談窓口の拡充 | 18 | 9.0% |
| 事業継承支援 | 33 | 16.5% |
| 人材確保 | 52 | 26.0% |
| 人材育成 | 25 | 12.5% |
| 販路開拓支援 | 29 | 14.5% |
| 海外展開支援 | 10 | 5.0% |
| 各種セミナー・勉強会の開催 | 17 | 8.5% |
| 支援機関等の紹介 | 10 | 5.0% |
| ICT活用支援 | 12 | 6.0% |
| 特許取得支援 | 16 | 8.0% |
| 展示会出展支援 | 5 | 2.5% |
| BCP策定支援 | 15 | 7.5% |
| 福利厚生への拡充支援 | 15 | 7.5% |
| 学生インターンシップ受入支援 | 36 | 18.0% |
| ワーク・ライフバランスの促進支援 | 9 | 4.5% |
| 子育て世代が働きやすい環境整備 | 14 | 7.0% |
| 社会見学・事業所ツアーの受入 | 56 | 28.0% |
| 特産品・お土産等の開発 | 9 | 4.5% |
| その他 | 12 | 6.0% |
| 不明・無回答 | 30 | 15.0% |



問 14 アウトレットモールとの連携について【単回答】

回答事業所数 200 社

| 項目 | 件数 | 割合 |
|----------|-----|-------|
| 関心がある | 11 | 5.5% |
| 関心がない | 37 | 18.5% |
| 既に参加している | 0 | 0.0% |
| 不明・無回答 | 152 | 76.0% |



具体的な連携方法【自由回答】

回答事業所数 200 社

回答数 5 件

- ・家に関する生活の悩みや、メンテナンス・リノベーション・中古流通の窓口
- ・アウトレット限定で各店が販売する物を作り、販売ブース（山城地区のお店）を確保する。そこから本店にも行ってみたいと思える様にする。知ってもらうブース。
- ・地元特産品を使った商品の限定販売
- ・城陽の農産物や住居性の良い事をPRできるような催し物、イベント等が開催できるスペースをまずは確保して頂きたい。
※道の駅、フリーマーケット、寺田まつりなど
- ・アウトレットと直接的な連携は無いと思うが、アウトレットに来場した客に、城陽の特産品等のPR、そして、販売の大きなチャンスがおとずれる。

※表記については、原文そのままとしています。

問 15 その他、産業振興に係る支援策や市への要望等について【自由回答】

回答事業所数 200 社

回答数 11 件

- B-1 グルメの商品。集客がまちの商店街に定着する様な施策を市長の発案で取り組んで頂ければ、(アイデア募集→商品開発に優れた) 補助金や設備費等に補助金制度を投入してはどうですか。
- 問 11 に書いた事! アウトレットや道路だけでなく、地元の業種を支える取り組みが必要。マンションや会社の他力本願の考え方、もうやめませんか。
- 1 補助金や助成金の拡大 2 企業誘致
- 城陽市内の道路渋滞の緩和をして頂けると、助かります
- 城陽市で開業し、永年に渡り事業拡張をしている事業所を優先的に利用すべきでは
新名神開通により道路アクセスが良くなり、近畿の中心として交通アクセスが大変良くなったので、城陽市自体の PR を近畿・全国へと行って欲しい。
全国から見た時、城陽が有名になる様に。
- 市が先導支援して、駅上の総合デパートメント(住居、商業施設、病院、託児所、カウンセリング、コンベンションホール、ホテル) アウトレット内に新規事業の開業を、希望します。
- 問 11 で書かせてもらった好立地条件を充分生かし、活性化を計り、定住人口(特に若者=子育て世代)が増加する施策を強化して、市長様も言われている「ニュー城陽」へと発展して行って欲しい。
- 支援やサービスの内容が適格に把握でき、情報が迅速に入手できるとありがたいです。
- 近日、塚本深谷線が開通致しましたが、まだまだ細い道が多く幹線も途中で終わったりしている為、道路改良が必要であると思っています。又、寺田駅前開発も今後のために思い切ったプランが必要ではと思っています。
- 当社は白坂テクノパークに拠点を置いているが、公共交通のアクセスが悪く、車以外で通勤が不便な状況です。近隣市町との連携による巡回バス等の運行を、検討して頂きたい。
- 京奈和自動車道の開通区間が増えて、和歌山市が近くなっています。京奈和道の起点と終点である城陽と和歌山は共に、梅とイチジクが特産。食べ比べの為の交流を、考えられないかと思います。

※表記については、原文そのままとしています。

(3) 事業者聴き取り

城陽市商工業活性化推進審議会、城陽市産業振興ビジョン検討会及び団体ヒアリングでの主な意見は以下のとおり。

【城陽市商工業活性化推進審議会】

○平成29年度第1回城陽市商工業活性化推進審議会（2017年（平成29年）8月9日）

【城陽市産業振興ビジョン検討会】

○第1回城陽市産業振興ビジョン検討会（2017年（平成29年）10月18日）

○第2回城陽市産業振興ビジョン検討会（2017年（平成29年）11月15日）

○第3回城陽市産業振興ビジョン検討会（2018年（平成30年）1月12日）

【団体ヒアリング】

○中小企業家同友会 城陽綴喜支部（2017年（平成29年）7月31日）

○城陽市働く女性の家運営委員会（2017年（平成29年）9月7日）

○京都山城白坂テクノパーク連絡協議会（2017年（平成29年）9月22日）

○城陽商工会議所青年部（2017年（平成29年）11月9日）

○城陽商工会議所女性会（2017年（平成29年）12月21日）

①. 城陽市商工業活性化推進審議会

i) 城陽市の現状・課題

＜少子高齢化の進行＞

●急速な少子高齢化が進んでおり、若者が減少している。

＜産業活力の低下＞

●市内事業所数は減少しており、従業員数も医療・福祉分野を除いて減少傾向にある。産業活力が低下しているのが現状である。

ii) ビジョンに係る要望

＜アウトレットモールと地元商店街の共存＞

●アウトレットモールの集客力を商店街にも循環させることが重要である。地元の商店街に何ら恩恵がない、といった事態は避ける必要がある。

＜女性目線を活用＞

●女性の視点を活用したデザインやアイデアの活用が必要である。

iii) 具体的な施策（提案）

＜中部圏をはじめとする周辺エリアとの連携＞

●高速道路網の拡大により、中部圏等へのPRや連携を強化すべきである。市内事業者の取引先拡大のみならず、外からの呼び込みに力を入れてはどうか。

●城陽市には高い技術を有するハイテク企業も立地しており、日本のものづくりで生き残っていけるような環境をしてはどうか。

＜産学官連携の推進＞

●大学ゼミとの連携や学生によるまちおこしなど、大学等との連携により、新しいアイデアを取り入れるべきである。

●産学連携という観点では、「ジョーカンネット」は非常に有効であり、より広くネットワーク化を進めてはどうか。

＜城陽市のPR強化＞

●城陽市の知名度やイメージアップは重要である。宇治市など知名度の高い市との連携を検討してはどうか。

●城陽市出身のボクシングの拳四朗選手が世界チャンピオンになったが、こうした有名人の活用も考えるべきである。

②. 城陽市産業振興ビジョン検討会

i) 城陽市の現状・課題

<必要人材の不足>

- 城陽市で事業を行ううえで、必要人材の不足が課題である。市内事業所も従業員の平均年齢が上がっており、若者が働きにくい環境になっていることもある。
- 中小企業が人材確保に苦戦していることは実感として持っている。学生が中小企業に関する情報にアクセスできるシーンが限られている印象がある。
- 事業者と求職者の間に入って、両者を上手く結びつける存在がいるとよい。

ii) ビジョンに係る要望

<シビック・プライドの醸成>

- 城陽市には魅力的な産品がたくさんあるが、市民自身がその魅力に気づいていないのではないかと。市民が城陽市のことをよく知り、市民であることに誇りを持てるようにすることが大事である。
- 特産品についてだが、新たに作ることも大事だが、今あるものをよく知って、どうPRするかをよく検討する必要がある。

<城陽市が通過点にならないようにする工夫が必要>

- 京都縦貫道の開通により、下道を利用する方が減少したことで、周辺自治体への流入者も減少したと聞く。目的地まで行く途中に、色々な見どころを整備する必要がある。城陽市も通過点にならないよう対策を行うべきである。

<流入人口の増加に対応した環境整備>

- 新規企業やアウトレットモールの立地により、城陽市には追い風が吹いている一方で、城陽市を取り巻く環境は急速に変化している。こうした部分にしっかりと対応していく必要がある。

<市内企業のPR強化が必要>

- 城陽市内の企業をもっとPRしてほしいと考えている事業者も多い。例えば、京都駅の観光協会をのぞくと、久御山町の観光関連のパンフレットはあったが、城陽市はなかった。発信方法は工夫する必要があるが、城陽市の事業者が目にとまる機会を増やす必要がある。インパクトがある方法でやって欲しい。
- 首都圏の主要駅でのPRや物産展への出展など、城陽市の外でも積極的なPRを行う必要がある。

<城陽市のイメージづくりが大事>

- 例えば、アウトレットモールの場合、「りんくうプレミアムアウトレット」、「神戸三田プレミアムアウトレット」のように、ネーミングが大事となる。城陽市のアウトレットモールもネーミングはよく検討する必要がある。「京都城陽プレミアムアウトレット」のようなイメージづくりが必要である。
- 城陽市は、NPO法人等による清掃活動も盛んであり、市内の道路や近隣の河川も昔に比べると、非常にキレイになっている。城陽市のイメージ作りにおいては、現在取り組んでいることを、もう一步踏み込むことで、「エコな城陽」、「世界一きれいなまち・城陽」といったPRの方法もありうるのではないかと。

iii) 具体的な施策（提案）

<市内事業者のネットワーク化の促進>

- 城陽市には、自ら率先してイベント等を企画している若手事業者も多いが、それぞれが点で活用している印象で、結び付きは弱い印象がある。若手同士のつながり・交流を通じて、より地域の活性化につながるよう行政によるサポートがあるとよい。
- 企業紹介誌「ジョーカン」については、市民が自分たちのまちの企業を知る意味でも非常に重要である。市内の企業が活躍することは、この先「シビック・プライド」の向上にもつながるだろう。

<流入人口の増加に対応したインフラ整備>

- 生活道路など狭い道も多く、流入人口の増加に対応したインフラ整備は進める必要がある。

<城陽市の産品を扱う店舗整備>

- アウトレットモールの中に城陽市の産品を置いてもらうことや、高速道路からアウトレットモールへ向かう沿道に、城陽市の産品を扱う店舗の整備を検討してはどうか。また、パーキングエリアでも同様の工夫はできるだろう。

<アウトレットモールの経済効果の波及を見据えた環境整備>

- アウトレットモールの訪問者が城陽市内でお金を落としてもらえるように、市が事業者に対して、何らかのサポートを行う必要があるだろう。こうした取り組みを行う事業者に対して、助成金を用意してはどうか。
- 城陽市に立ち寄ってもらえる仕組み作りが大事である。トイレ休憩の場所や道の駅などがそうである。そうした部分が、城陽市の新しい強みになっていくかもしれない。
- 交流人口の増加を向けて、城陽市内の体験型イベントや特産品の魅力を再検討し、多様な訪問者にPRしていくことが必要である。

③. 城陽商工会議所青年部

i) 城陽市の現状・課題

<特産品開発には限界がある>

- 城陽市は決して、農地が多いわけではなく、生産量も限られている印象がある。例えば、寺田イモも重要な産品ではあるが、特産品として売り出すには生産量が少なすぎるのではないか。

ii) ビジョンに係る要望

<魅力のPR方法を工夫することが必要>

- 青谷地区にある「松本神社」は、人気アイドルグループの聖地だとファンの間で話題になっている。若い女性ファンも多く訪問している。最寄り駅である青谷駅を地域の特産品である金銀糸で装飾するなど、話題を集める方法はいくらかでもある。
- 地域活性化につながるネタは、いくらかでも市内にあるだろう。それらをどう結び付け、PRしていくか、という取り組みが足りていない。

<新しいことにチャレンジする事業者への支援>

- 城陽市でも新しいことにチャレンジする若手事業者（例：ワインブランドの立上げを検討）がいるが、様々な法規制により、立上げを断念した者もいる。新しい取り組みに着手する事業者について、規制緩和も含めて、行政によるサポートがあるとよい。

iii) 具体的な施策（提案）

<イベント等による交流人口の増加促進>

- 城陽市を知ってもらうためには、「突き抜けた取り組み」が必要である。ラリーイベント（Joyo Super Jump Extreme）もそうだが、他の地域でまだされていないことをどんどんやっていく必要がある。

<城陽市と市民の意見交換の場を設置>

- 神奈川県鎌倉市では、定期的に市長と市民の意見交換会を開催するなど、行政と市民が顔を合わせる場があると聞く。こうした継続的な取り組みがあると両者にとって、よいだろう。
- ただ、人を集めるのではなく、城陽市が好きで、地域づくりへの熱意を持った方を集めて、話をすることが大事である。

④. 城陽商工会議所女性会

i) 城陽市の現状・課題

<後継者不足によるマッチング支援>

- 市が被後継者と後継者のマッチングの場を設けることも有効ではないか。

大学進学に伴い、若い世代が城陽市から流出して戻ってこないケースが多く、大きな課題であると思う。若い世代を呼び込む（呼び戻す）ためには、大学等の教育機関との連携も重要になる。

<後継者問題>

- 後継者不足の話はよく聞く。経営状況は悪くないが、後継者がいないため、やむなく廃業するケースもある。先ほど話が出た金銀系の分野でも、後継者不足に悩む事業者は多いのではないか。行政としても、こうした部分に対するサポートがあるとよい。

ii) ビジョンに係る要望

<城陽市のPR強化>

- 全体としてPRが下手である

特産品のPRも大事である。例えば、イチジクである。首都圏での販売を考えた場合、生食のままでは難しく、加工して販売することが大事である。

- 京田辺市は同志社大学が来てから地域全体の活性化につながっている。同志社大学と連携したパンフレット、チラシ等のデザインも行っていると聞く。城陽市の場合、城陽高校と連携したパンフレットのデザイン等を行っているのは知っているが、こうした取り組みをもっとやるべきである。

iii) 具体的な施策（提案）

<アウトレットモールと地元商店街の共存>

- 観光分野にも係る部分だが、アウトレットモールの立地効果を商店街など、既存の商業地に波及させることが大事である。

<PRの強化>

- 観光分野において、宇治市との連携は大事であるが、そもそも城陽市には観光資源が少ない。城陽市の場合、寺田駅からすぐの場所に文化パーク城陽が立地しており、これは宇治の文化センターに比べて、非常に大きな強みではないか。文化パーク城陽を活用したイベントやPRは、効果的だと思われる。

⑤. 中小企業家同友会 城陽綴喜支部

i) 城陽市の現状・課題

<少子高齢化の進行>

- 急速な少子高齢化が進んでおり、若者が減少している。

<人材不足>

- 新市街地を中心に新たに企業立地が進むことで、地元事業者はより人材確保が難しくなり、遠方から人を集めることが予想される。

ii) ビジョンに係る要望

<産業誘致と既存事業者の連携>

- 新しい産業誘致と既存の事業者との連携が大事である。事業者間のネットワークづくりも重要である。

<アウトレットモールと地元商店街の共存>

- アウトレットモールと地元商店街の共存が必要。かつて大型商業施設ができた際に商店街が寂れてしまったが、そうならないようにすべきである。
- アウトレットモールの中で、やる気のある商店街の店舗が出店するなど、連携方法を模索すべきである。

<その他>

- 5年後だけでなく、10年先を見据えたビジョンとすべきである。
- 城陽市は大型インフラの整備が急速に進展しており、特に高速道路の要衝となる立地メリットを活かした産業振興が必要である。

iii) 具体的な施策（提案）

<産業振興会議の設置>

- 地元の地権者、事業者の意見を継続的に聞くような手立てが必要である（例：振興会議など）。また、ビジョンの進捗管理ができるような仕組みも盛り込む必要がある。

<ハブ機能の強化>

- 立地メリットを活かし、城陽市が高速道路網の「ハブ機能」としての役割を強化することが必要である。

<歴史や自然環境の活用>

- 城陽市には歴史的に価値が高い古墳群や自然環境がある。これらを活用して人を呼び込むことが必要である。

⑥. 京都山城白坂テクノパーク連絡協議会

i) 城陽市の現状・課題

<少子高齢化の進行と雇用の確保>

- 急速な少子高齢化が進んでおり、事業者としては労働力の確保に苦勞している。城陽市は、中心部を除き、交通アクセスが悪く、人を集めるのに苦勞している。

<若い世代の市外への流出>

- 城陽市で働く場所が少なく、若い世代を中心に市外に流出している現状がある。

ii) ビジョンに係る要望

<企業誘致の更なる促進>

- 白坂テクノパークについては、来年に第2エリアが完成するが、企業誘致を軸に産業振興を図るのであれば、より積極的に大企業等の誘致に動いてはどうか。

<若い世代の呼び込み>

- 若い世代が働きたいと思える商業ゾーンを新たなるに開発するなど、若い世代を呼び込む戦略を作ってはどうか。産業振興は、魅力あるまちづくりと両輪で推進する必要がある。

<市内道路の渋滞解消>

- 新名神高速道路の開通に向けて、城陽市の交通利便性は高まることが予想されるが、市内の幹線道路（国道24号線、国道307号線など）は毎日のように渋滞が発生している。渋滞解消に向けた取組が必要である。

<交流人口の拡大を活かした施策展開>

- 新名神の開通とアウトレットモールの立地により、国内外から城陽市を訪れる人が増加すると思われる。交流人口が増加することで、これを活かした施策展開が必要である。

iii) 具体的な施策（提案）

<市内主要駅と工業団地を結ぶ交通手段の整備>

- 東部丘陵地の工業団地は、電車ではアクセスが難しく、通勤に苦勞している。市内主要駅と工業団地を結ぶ交通手段（例：シャトルバス）の整備が必要ではないか。例えば、久御山町の工業団地は、松井山手からのバス路線も整備されている。

<企業誘致の後のサポートの充実>

- 工業団地を造成して企業誘致を行うことはよいが、誘致した後のフォローが必要である。24号や307号など道路渋滞を解消する取組が必要である。

⑦. 城陽市働く女性の家運営委員会

i) 城陽市の現状・課題

＜少子高齢化の進行＞

- 急速な少子高齢化が進んでおり、若者が減少している。

ii) ビジョンに係る要望

＜安心して働ける環境整備＞

- 働く環境整備として、保育所・託児所等の施設の充実化が必要である。

＜アウトレットモールと地元商店街の共存＞

- 地元商店街へのメリットを考えると、アウトレットモールに行く前後に、商店街にも足を運んでもらうのが良い。シャトルバスなどの整備と合せて、検討が必要である。

iii) 具体的な施策（提案）

＜城陽市への移住促進＞

- 10・20・30年後を考えた場合、若い世代を呼び込んではどうか。「働く場所がある」、「安心して子育てができる」、「住まいも確保できる」といった環境整備が必要である。

＜特産品開発の推進＞

- 「特産品開発」という観点では、農業を産業として位置付ける必要がある。新規で就農を希望する若手でやる気の方を呼び込んではどうか。また、子育て世代でやる気がある方のアイデア等を活用してはどうか。

＜城陽市のPR強化＞

- 城陽市の知名度やイメージアップにつながるような施策が必要である。デザイン性の高い市の紹介チラシや各地の主要で開催されている物産展などを活用したPRをしてはどうか。

＜外国人旅行者の呼び込み＞

- アウトレットモールを起点に、外国人の呼び込みを促進してはどうか。

京都城陽 産業かがやきビジョン
～城陽新時代 人とモノが行きかうハブ都市～

平成 30 年（2018 年）8 月

京都府城陽市 まちづくり活性部 商工観光課 発行

〒610-0195 京都府城陽市寺田東ノ口 16 番地、17 番地

TEL : 0774-56-4018

URL : <http://www.city.joyo.kyoto.jp/>



城 陽 市