

宇治市産業戦略の策定に 係るアンケート調査報告書

〔 調 査 要 領 〕

< 調査時期 >

平成 30 年 8 月 22 日（水）発送、9 月 6 日（木）投函期限

< 調査対象企業 >

宇治商工会議所会員企業 1,386 件へ発送。

回答社数 1,386 社中 375 社（回答率 27.1%）

主たる事業の種類

業種	回答者数	%
農林水産業	2	0.5
鉱業	0	0.0
製造業	82	21.9
建設業	64	17.1
電力・ガス・水道	3	0.8
商業(小売・卸売業)	84	22.4
金融・保険	12	3.2
不動産	14	3.7
運輸・郵便	7	1.9
情報通信	3	0.8
飲食業	31	8.3
理・美容業	7	1.9
サービス業	35	9.3
その他	30	8.0
不明	1	0.3
全体	375	100.0

製造業と回答した企業の内訳

業種	回答者数	%
飲食料品	20	24.7
繊維製品、パルプ・紙・木製品	9	11.1
化学製品、石油・石炭製品	3	3.7
プラスチック・ゴム製品	7	8.6
窯業・土石製品	5	6.2
鉄鋼、非鉄金属、金属製品	11	13.6
はん用機械、生産用機械、業務用機械	11	13.6
電子部品	2	2.5
電気機械、情報・通信機器	6	7.4
輸送機械	0	0.0
その他	7	8.6
全体	81	100.0

製造業 82 社のうち 1 社は業種区分が不明であるため、製造業内訳では除外している。

< 調査方法 >

設問項目 1、2、3、7、8 については選択肢より回答

設問項目 4、5、6、9、11、12 については複数回答

設問項目 6、9、12 における「その他」の詳細、10、13 については自由記載

．要 約

宇治市では、宇治商工会議所と連携して、「宇治市産業戦略」策定の参考とするため、宇治市の企業における経営課題、特徴や強み、宇治市や商工会議所にしてほしいこと等について調査を実施した結果、各調査項目についての回答内容の概要については、以下の通りである。

1．従業員数(パート、アルバイト含む)

従業員数(パート、アルバイト含む)についてみると、全体では「1～4人」が42.3%と最も多く、次いで、「5～9人」(18.7%)、「10～19人」(15.1%)が続いている。一方、従業員数が50人以上(「50～99人」、「100人以上」)の割合はあわせて8.5%にとどまっている。

2．宇治市内の本社または主たる事業所の所在地

宇治市内の本社または主たる事業所の所在地についてみると、「宇治地区」、「東宇治地区」、「槇島地区」の順に多い。

各地区における業種別構成比をみると、「槇島地区」では、「製造業」の割合が43.8%ととりわけ高い。「宇治地区」と「小倉地区」では、「商業(小売・卸売業)」の割合が比較的高く、「宇治地区」では飲食業の割合も14.2%と高い。

「槇島地区」と「大久保地区」では、「製造業」の割合が高い一方、「飲食業」の割合が低い。

3．創業からの年数

創業からの年数についてみると、「11～50年」が56.4%と最も多いが、「51～100年」(25.1%)、「101年以上」(7.6%)と業歴の長い企業も多い。「1年以内」(0.5%)、「2～5年」(4.9%)の割合は低く、地域に根付いている企業が多い一方で、創業数は少ないことがうかがえる。

4．主な顧客(仕入先)の所在地

主な顧客(仕入先)の所在地についてみると、「京都市」が48.5%と最も多く、次いで、「宇治市内」(45.9%)、「関西(～以外)」(30.9%)が続いており、域外からの仕入割合が高い。

業種別にみると「製造業」と「建設業」、「商業(小売・卸売業)」では域外からの仕入割合がとりわけ高い。

5. 主な顧客(販売先)の所在地

主な顧客(販売先)の所在地についてみると、「宇治市内」が 60.8%と最も多く、次いで、「京都市」(44.0%)、「其他都道府県」(29.6%)が続いている。

とりわけ、「飲食業」の域外割合が低いのに対して、「製造業」と「建設業」では域外割合が高くなっている。

6. 現在の経営上の課題

現在の経営上の課題についてみると、「販売先や取引先の開拓」が 40.3%と最も高い。また、「社員の確保」(31.2%)、「従業員の人材育成」(28.8%)、「パート、アルバイトの確保」(21.6%)、「後継者への事業承継」(25.1%)の割合も高く、「販路拡大」や「人材確保・育成」、「事業承継」を課題とする企業が多い。

7. 現在の場所に本社や事業所を留めている理由

現在の場所に本社や事業所を留めている理由の1位と2位の項目についてみると、「交通の利便性」と「取引企業との距離の近さ」の割合がとりわけ高く、交通面、取引面でのアクセスを重視している企業が多い。

業種別にみると、業種問わず「交通の利便性」の割合が高い。そのほかでは、「商業(小売・卸売業)」や「飲食業」では文化的な社会風土などの地域特性、「運輸・郵便業」や「サービス業」では、取引企業との距離の近さなどのアクセス面を重視している。また、「製造業」や「建設業」、「運輸・郵便業」、「サービス業」では「移転する費用の捻出」の割合が高く、移転についての関心が高い。

8. 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点

現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点の1位と2位の項目についてみると、「交通の利便性」のほか、「単純労働力の確保」と「技術・知識を持つ人材確保」の人材確保に関する項目、「移転する費用の捻出」の割合が高い。

業種別にみると、人材確保に関する項目は、「製造業」では「単純労働力の確保」、「建設業」や「飲食業」、「サービス業」では、「技術・知識を持つ人材確保」を1位とする割合が高く、業種により求めている人材が異なっている。

また、「移転する費用の捻出」については、「運輸・郵便」や「サービス業」、「建設業」、「飲食業」で割合が高くなっている。

9 . 自社の特徴や強み

自社の持つ特徴や強みについてみると、「自社にしかできない技術・製品がある」(42.7%)、「個別の要請に対処できる」(43.2%)の割合がとりわけ高い。また、「受注～生産が迅速」(16.0%)、「小ロットの製品に対応できる」(16.5%)の割合も比較的高い。

業種別にみると、「製造業」は「自社にしかできない技術・製品」の割合が 69.5%ととりわけ高い。また、「受注～生産が迅速」(34.1%)や「個別の要請に対処できる」(45.1%)、「小ロットの製品に対応できる」(43.9%)の割合も高い。

10 . これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

「新商品の開発」、「販路拡大」、「生産性の向上」、「人材の確保・育成」を挙げる企業が多くみられた。こうしたなか、「プラスチック・ゴム」製造業では新工場の新設、「建設業」では大型トラックが入ることのできる場所への移転を考えている企業もある。

11 . これまでに利用したことのある公的支援策

これまでに利用したことのある公的支援策についてみると、「マル宇融資制度」が 50.1%と最も多く、次いで、「マル経融資制度」(15.5%)、「国の補助金制度」(13.1%)などが続いている。

業種別にみると、「マル宇融資制度」は業種を問わず割合が高く、とりわけ「製造業」や「建設業」、「不動産」、「商業(小売・卸売業)」、「サービス業」では利用している企業が多い。

12 . 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと

宇治市や商工会議所に支援してほしいことについてみると、「人材の確保」(26.1%)が最も多く、次いで、「設備投資の低利融資制度の拡充」(20.5%)、「各種セミナーや勉強会」(17.3%)などが続いている。

13 . 宇治市全体の産業振興のため、宇治市や商工会議所が力を入れるべきこと

宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力を入れるべきことについてみると、業種により求めているニーズは異なるが、「ベンチャー企業の育成、若手起業家への支援」、「事業用地の確保や土地の再開発」、「事業拡張時における制約の見直し」、「交通渋滞の解消(道路の整備)」、「宇治市内企業の PR」、「企業とのマッチングや交流会」、「支援施策の周知」に関する意見がみられた。

．各調査項目の詳細

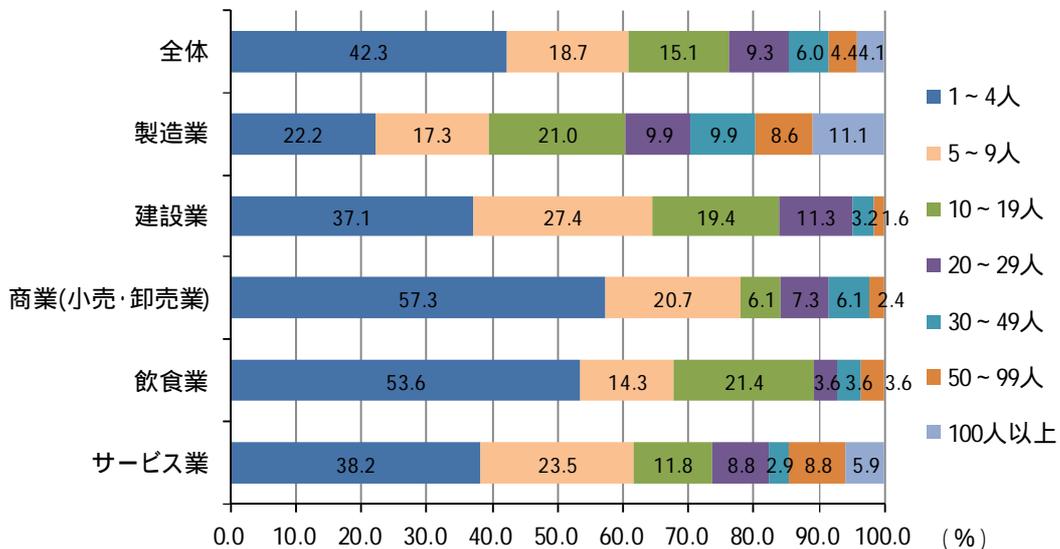
1．従業者数(パート、アルバイト含む)

「従業者数(パート、アルバイト含む)」(単数回答)についてみると、全体では「1～4人」が42.3%と最も多く、次いで、「5～9人」(18.7%)、「10～19人」(15.1%)が続いている。一方、従業者数が50人以上(「50～99人」、「100人以上」)の割合はあわせて8.5%にとどまっている。

業種別にみると、「製造業」は「50～99人」、「100人以上」の割合が比較的高く、任天堂やパナソニックの工場など、他の業種と比べて規模の大きい企業が立地しているためと考えられる。一方、「商業(小売・卸売業)」は、「1～4人」が57.3%、「5～9人」が20.7%と「10人未満」の割合が8割近くを占めている。

図表1 従業者数(パート、アルバイト含む)(単数回答)

	合計	従業者数(パート、アルバイト含む)							
		1～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30～49人	50～99人	100人以上	
全体	364	42.3	18.7	15.1	9.3	6.0	4.4	4.1	
主たる事業の種類	農林水産業	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉱業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	製造業	81	22.2	17.3	21.0	9.9	9.9	8.6	11.1
	建設業	62	37.1	27.4	19.4	11.3	3.2	1.6	0.0
	電力・ガス・水道	3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	商業(小売・卸売業)	82	57.3	20.7	6.1	7.3	6.1	2.4	0.0
	金融・保険	12	0.0	16.7	16.7	33.3	25.0	0.0	8.3
	不動産	14	78.6	7.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	運輸・郵便	7	28.6	0.0	0.0	28.6	14.3	14.3	14.3
	情報通信	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	飲食業	28	53.6	14.3	21.4	3.6	3.6	3.6	0.0
	理・美容業	6	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業	34	38.2	23.5	11.8	8.8	2.9	8.8	5.9
	その他	29	55.2	10.3	13.8	6.9	3.4	3.4	6.9



2. 宇治市内の本社または主たる事業所の所在地

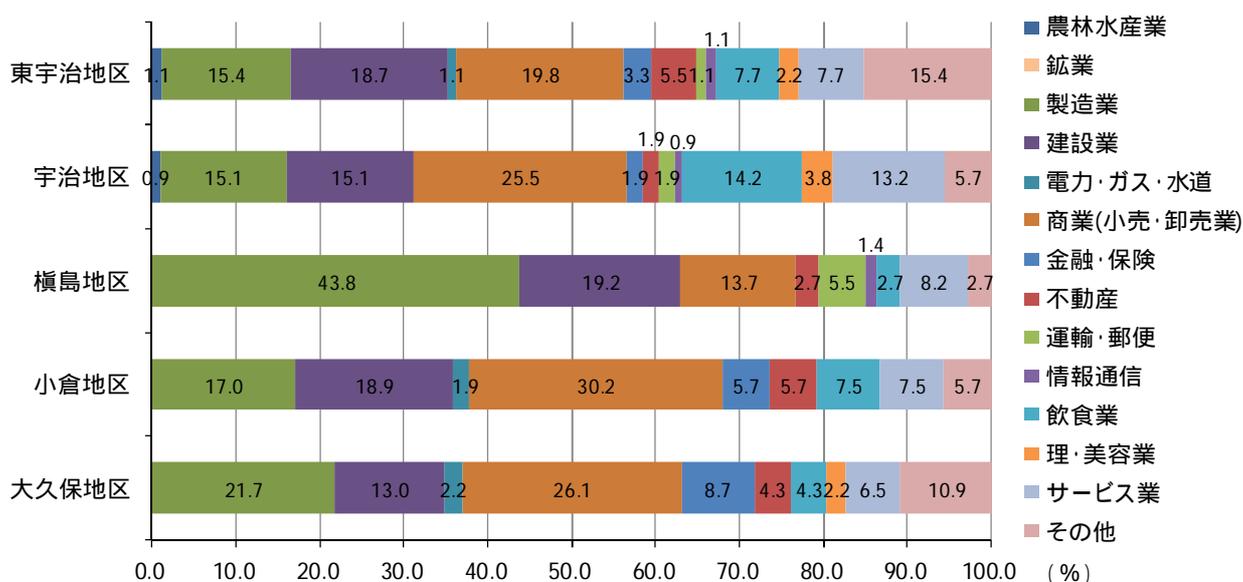
本社または主たる事業所の所在地(単数回答)についてみると、「宇治地区」が106社と最も多く、次いで、「東宇治地区」(91社)、「榎島地区」(73社)が続いている。

各地区における業種別構成比をみると、「宇治地区」と「小倉地区」では、「商業(小売・卸売業)」の割合が比較的高く、「宇治地区」では飲食業の割合も14.2%と高い。「榎島地区」では、「製造業」の割合が43.8%ととりわけ高い。

一方、「榎島地区」と「大久保地区」では、「製造業」の割合が高いが、「飲食業」の割合が低い。

図表2 宇治市内の本社または主たる事業所の所在地(単数回答)

	合計	主たる事業の種類														
		農林水産業	鉱業	製造業	建設業	電力・ガス・水道	商業(小売・卸売業)	金融・保険	不動産	運輸・郵便	情報通信	飲食業	理・美容業	サービス業	その他	
全体	374	0.5	0.0	21.9	17.1	0.8	22.5	3.2	3.7	1.9	0.8	8.3	1.9	9.4	8.0	
宇治市内の本社または主たる事業所の所在地	東宇治地区	91	1.1	0.0	15.4	18.7	1.1	19.8	3.3	5.5	1.1	1.1	7.7	2.2	7.7	15.4
	宇治地区	106	0.9	0.0	15.1	15.1	0.0	25.5	1.9	1.9	1.9	14.2	3.8	13.2	5.7	
	榎島地区	73	0.0	0.0	43.8	19.2	0.0	13.7	0.0	2.7	5.5	1.4	2.7	0.0	8.2	2.7
	小倉地区	53	0.0	0.0	17.0	18.9	1.9	30.2	5.7	5.7	0.0	0.0	7.5	0.0	7.5	5.7
	大久保地区	46	0.0	0.0	21.7	13.0	2.2	26.1	8.7	4.3	0.0	0.0	4.3	2.2	6.5	10.9



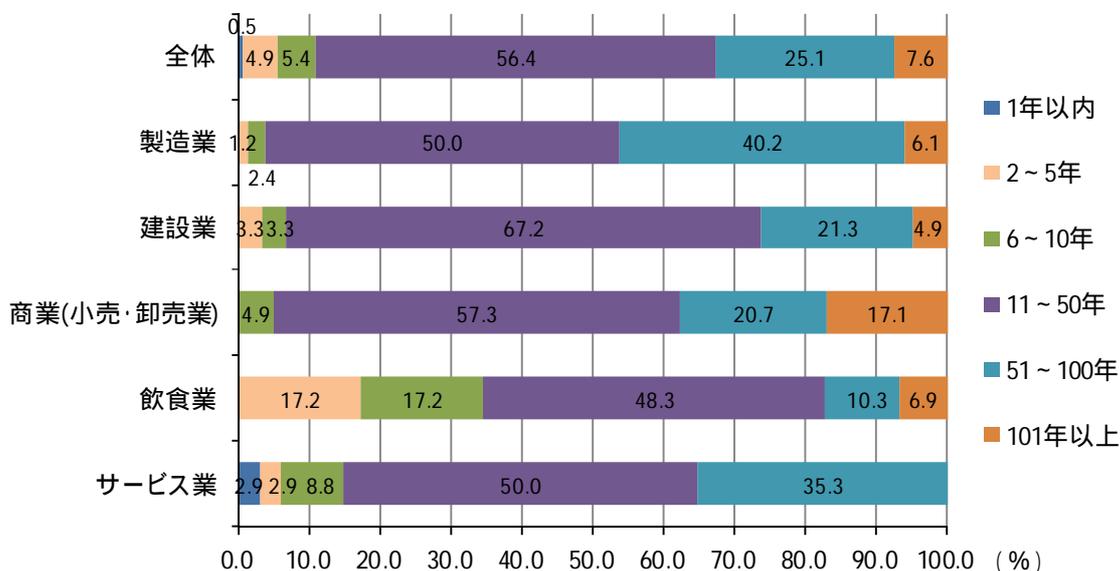
3. 創業からの年数

創業からの年数(単数回答)をみると、「11～50年」が56.4%と最も多いが、「51～100年」(25.1%)、「101年以上」(7.6%)と業歴の長い企業も多い。「1年以内」(0.5%)、「2～5年」(4.9%)の割合は低く、地域に根付いている企業が多い一方で、創業数は少ないことがうかがえる。

業種別にみると、「商業(小売・卸売業)」では「101年以上」の割合が17.1%を占めている。一方、「飲食業」は「2～5年」と「6～10年」を合わせて3割以上を占めており、創業してから10年以下の割合が比較的高い。

図表3 創業からの年数(単数回答)

	合計	創業からの年数						
		1年以内	2～5年	6～10年	11～50年	51～100年	101年以上	
全体	367	0.5	4.9	5.4	56.4	25.1	7.6	
主たる事業の種類	農林水産業	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	鉱業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	製造業	82	0.0	1.2	2.4	50.0	40.2	6.1
	建設業	61	0.0	3.3	3.3	67.2	21.3	4.9
	電力・ガス・水道	3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	商業(小売・卸売業)	82	0.0	0.0	4.9	57.3	20.7	17.1
	金融・保険	12	0.0	16.7	0.0	25.0	41.7	16.7
	不動産	14	0.0	14.3	14.3	71.4	0.0	0.0
	運輸・郵便	7	0.0	0.0	0.0	14.3	85.7	0.0
	情報通信	3	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0
	飲食業	29	0.0	17.2	17.2	48.3	10.3	6.9
	理・美容業	7	0.0	0.0	0.0	85.7	14.3	0.0
	サービス業	34	2.9	2.9	8.8	50.0	35.3	0.0
	その他	30	3.3	13.3	6.7	70.0	6.7	0.0



4. 主な顧客(仕入先)の所在地

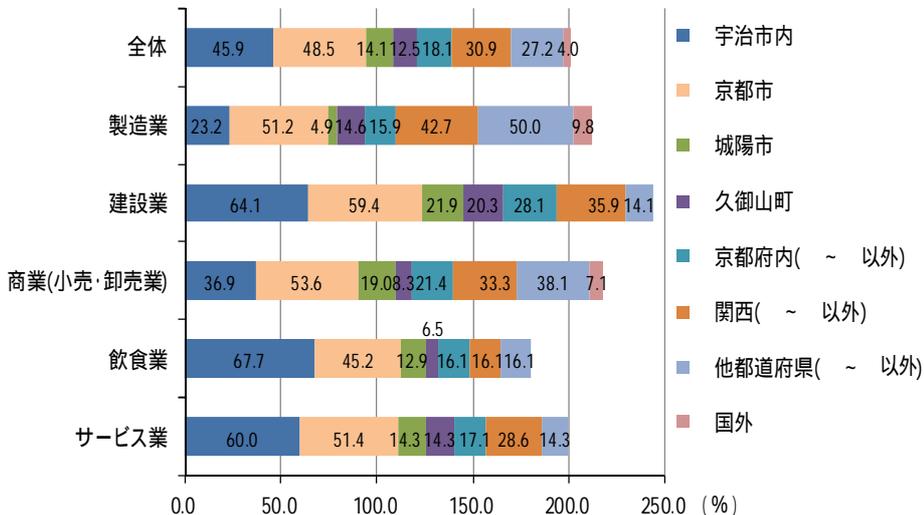
主な顧客(仕入先)の所在地(複数回答)をみると、「京都市」(48.5%)が最も多く、次いで、「宇治市内」(45.9%)、「関西(～以外)」(30.9%)が続いており、域外からの仕入割合が高い。

業種別にみると、「製造業」は、「京都市」や「他都道府県」、「関西(～以外)」の割合が比較的高い。「建設業」と「飲食業」、「サービス業」は、「宇治市」の割合が高く、「建設業」は「京都市」の割合も高い。

各項目(～)の合計値から「宇治市内」の割合を差し引いた数値をみると、「製造業」と「建設業」、「商業(小売・卸売業)」では域外からの仕入割合が高い。

図表4 主な顧客(仕入先)の所在地(複数回答)

	合計	主な顧客(仕入先)の所在地								
		宇治市内	京都市	城陽市	久御山町	京都府内 (～以外)	関西 (～以外)	他都道府県 (～以外)	国外	
全体	375	45.9	48.5	14.1	12.5	18.1	30.9	27.2	4.0	
主たる事業 の種類	農林水産業	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	鉱業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	製造業	82	23.2	51.2	4.9	14.6	15.9	42.7	50.0	9.8
	建設業	64	64.1	59.4	21.9	20.3	28.1	35.9	14.1	0.0
	電力・ガス・水道	3	100.0	66.7	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
	商業(小売・卸売業)	84	36.9	53.6	19.0	8.3	21.4	33.3	38.1	7.1
	金融・保険	12	66.7	16.7	25.0	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0
	不動産	14	78.6	42.9	21.4	21.4	21.4	7.1	0.0	0.0
	運輸・郵便	7	28.6	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0	42.9	0.0
	情報通信	3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0
	飲食業	31	67.7	45.2	12.9	6.5	16.1	16.1	16.1	0.0
	理・美容業	7	28.6	28.6	14.3	0.0	14.3	28.6	14.3	0.0
	サービス業	35	60.0	51.4	14.3	14.3	17.1	28.6	14.3	0.0
	その他	30	33.3	33.3	6.7	3.3	3.3	30.0	13.3	3.3



業種	合計値	域外割合の 構成比
全体	201.3	155.5
製造業	212.2	189.0
建設業	243.8	179.7
商業(小売・卸売業)	217.9	181.0
飲食業	180.6	112.9
サービス業	200.0	140.0

注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

5. 主な顧客(販売先)の所在地

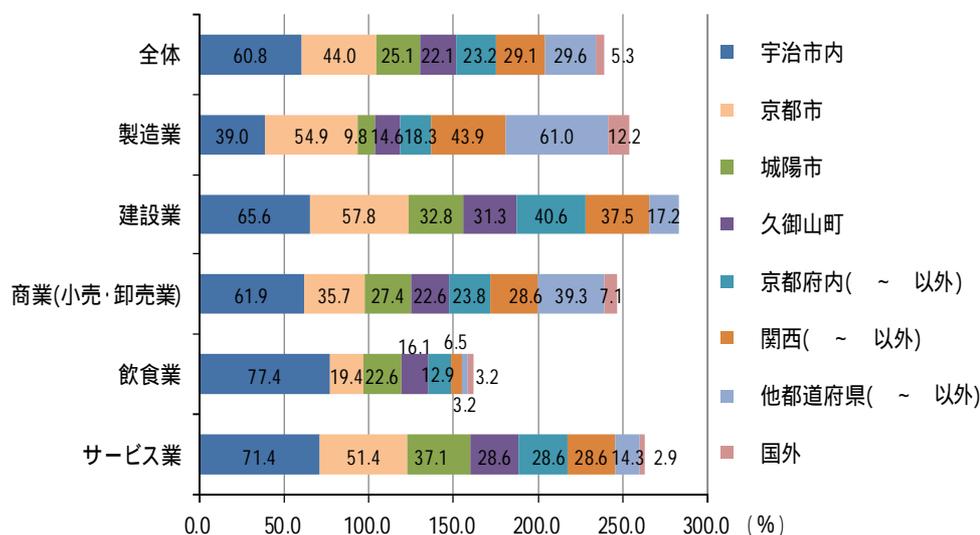
主な顧客(販売先)の所在地(複数回答)についてみると、「宇治市内」が60.8%と最も多く、次いで、「京都市」(44.0%)、「其他都道府県」(29.6%)が続いている。

業種別にみると、「製造業」は、「京都市」や「関西(～以外)」、「他都道府県」などの域外割合が高い。また、「商業(小売・卸売業)」も「他都道府県」の割合が比較的高く、販売先は他府県へ広がっている。一方、「飲食業」と「サービス業」では、「宇治市」の割合がとりわけ高い。

各項目(～)の合計値から「宇治市内」の割合を差し引いた数値をみると、「製造業」と「建設業」は域外割合が200%超えとなっているが、「飲食業」では域外割合は83.9%にとどまっている。

図表5 主な顧客(販売先)の所在地(複数回答)

	合計	主な顧客(販売先)の所在地								
		宇治市内	京都市	城陽市	久御山町	京都府内 (～以外)	関西 (～以外)	他都道府県 (～以外)	国外	
全体	375	60.8	44.0	25.1	22.1	23.2	29.1	29.6	5.3	
主たる事業 の種類	農林水産業	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	鉱業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	製造業	82	39.0	54.9	9.8	14.6	18.3	43.9	61.0	12.2
	建設業	64	65.6	57.8	32.8	31.3	40.6	37.5	17.2	0.0
	電力・ガス・水道	3	100.0	66.7	66.7	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0
	商業(小売・卸売業)	84	61.9	35.7	27.4	22.6	23.8	28.6	39.3	7.1
	金融・保険	12	75.0	25.0	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	0.0
	不動産	14	78.6	50.0	28.6	21.4	21.4	14.3	7.1	0.0
	運輸・郵便	7	42.9	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	42.9	14.3
	情報通信	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0
	飲食業	31	77.4	19.4	22.6	16.1	12.9	6.5	3.2	3.2
	理・美容業	7	57.1	28.6	42.9	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	サービス業	35	71.4	51.4	37.1	28.6	28.6	28.6	14.3	2.9
	その他	30	66.7	43.3	26.7	20.0	13.3	26.7	10.0	3.3



業種	合計値	域外割合の 構成比
全体	239.2	178.4
製造業	253.7	214.6
建設業	282.8	217.2
商業(小売・卸売業)	246.4	184.5
飲食業	161.3	83.9
サービス業	262.9	191.4

注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

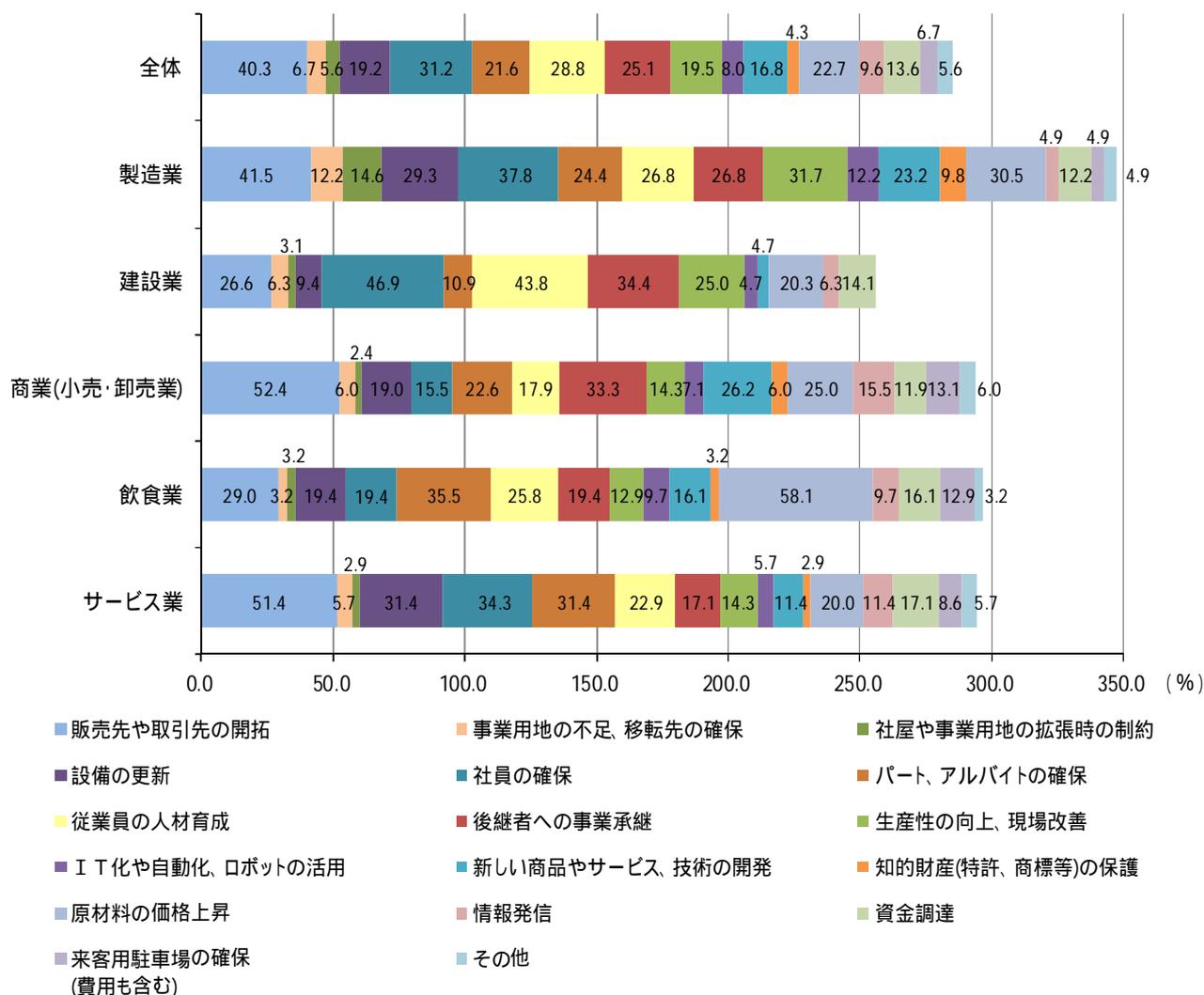
6. 現在の経営上の課題

現在の経営上の課題(複数回答)についてみると、「販売先や取引先の開拓」が40.3%と最も高い。また、「社員の確保」(31.2%)、「従業員の人材育成」(28.8%)、「パート、アルバイトの確保」(21.6%)、「後継者への事業承継」(25.1%)の割合も高く、「販路拡大」や「人材確保・育成」、「事業承継」を課題とする企業が多い。

業種別にみると、「販売先や取引先の開拓」では、「商業(小売・卸売業)」、「サービス業」の割合が高い。人材確保に関する項目では、「社員の確保」は、「建設業」や「製造業」の割合が高く、「建設業」では「従業員の確保」の割合も高い。一方、「パート、アルバイトの確保」では、「飲食業」や「サービス業」の割合が高く、業種により求めている人材が異なっている。

「後継者への事業承継」では、「建設業」と「商業(小売・卸売業)」の割合が高い。

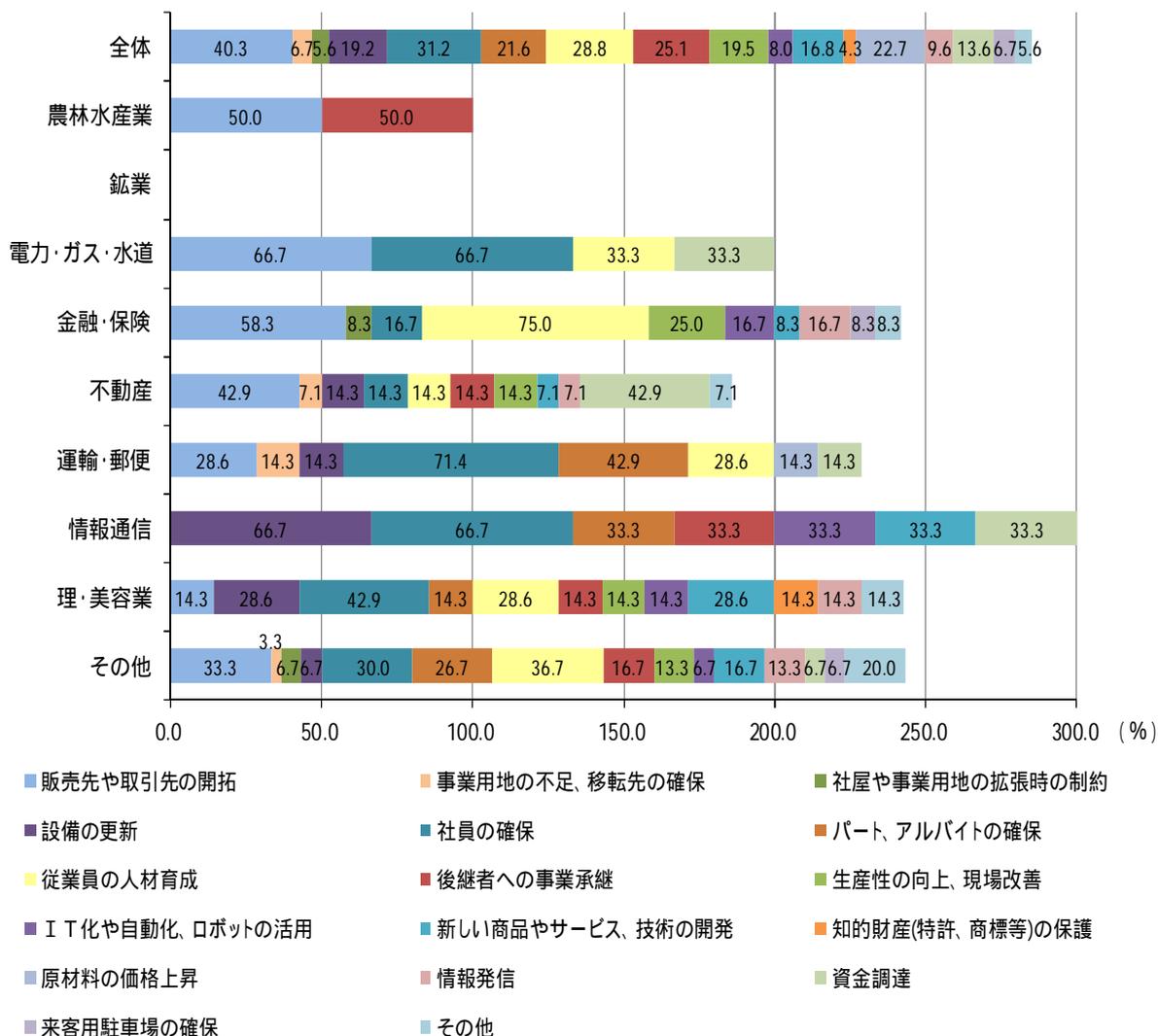
図表 6- 現在の経営上の課題(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

そのほかの業種についてみると、回答者数が少ないため、業種によりばらつきはあるが、「社員の確保」や「パート、アルバイトの確保」、「従業員の人材育成」の人材確保・育成に関する割合が高い傾向がみられる。

図表 6- 現在の経営上の課題(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

また、現在の経営上の課題における「その他」の詳細については以下のとおり。

図表 6- 現在の経営上の課題における「その他」の内容

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	現在の経営上の課題における「その他」の内容
製造業	飲食料品	HACCPの義務化対応、主力製品の消費者離れ対応。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	製品価格の下落。
製造業	窯業・土石製品	業界の構造改革、商流改革。
製造業	電子部品	主にパート従業員で稼働しているため、毎年の最低賃金の引上げ、パート従業員の扶養枠での縛り等で、年々経営を圧迫されている状況である。それに対して、加工賃金は引上げが厳しく、理不尽なことだと実感している。

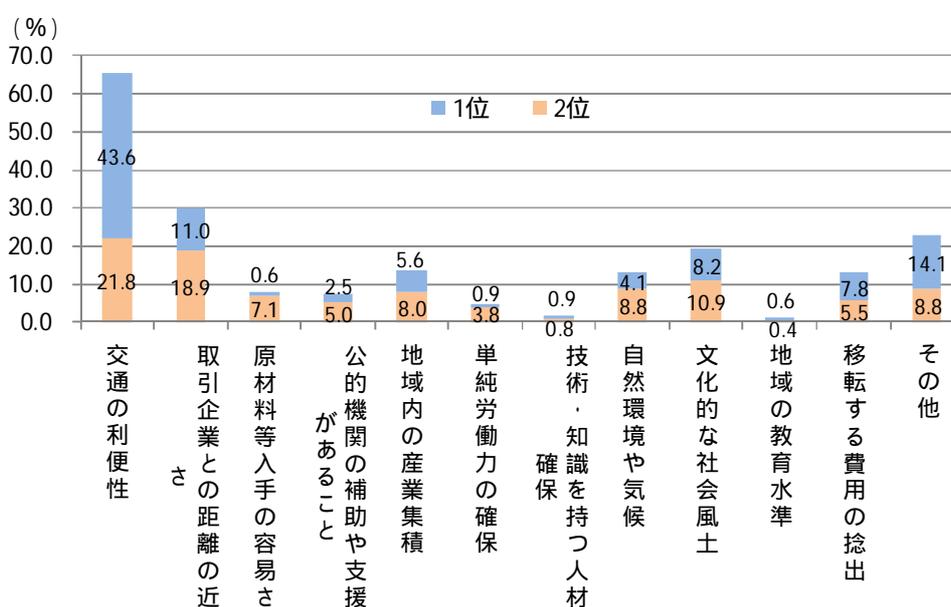
主たる事業の種類	現在の経営上の課題における「その他」の内容
商業(小売・卸売業)	茶の輸出制限(農薬問題)。
商業(小売・卸売業)	店主が高齢であるが後継者がいないため、営業活動をしていない。今週販売した商品の顧客からのメンテナンス依頼などに応じるために、商売を続けている状態である。
商業(小売・卸売業)	業界自体の衰退傾向。
商業(小売・卸売業)	店だけでは食べていけないので、働きに行くと、店番をする人や納品の日にいないため、注文したもの(タバコやコーラ等)を仕入できない。
商業(小売・卸売業)	競争の激化、ドラッグストアの乱立、経営者の高齢化、労働環境の悪化、モチベーションの低下、身体機能の衰え、心・技・体のアンバランス。
飲食業	従業員の高齢化。
サービス業	社員旅行が全くなり、個人、町内会の旅行ばかりである。
サービス業	ホテル建設ラッシュにより、仕事量は望めば多く見込めるが、現在の敷地では生産量も限界である。郊外に移転するには、当業界の利益率を鑑み、費用対効果は見込めない。
金融・保険	収益力の向上。
不動産	安定した入居者の確保。入居者が長期間住み続けてくれること。
理・美容業	長年、営業をしてきたので、古くからのお客様は8割以上が亡くなったり、来店できなくなったりで営業的にもしんどくなってきているので、今後については考え中である。
その他	開業してまだ数か月であるため、お客様に知っていただく機会がない。商工会議所を利用・活用する方法が分からない。
その他	税金の高さ、経営者側を守ってもらえる社会制度。
その他	社会の物価が上がっているなか、なかなか値上げが難しい。
その他	少子化でありながら、待機児童問題があり、プラスとマイナスが同時に大きく影響するので、目先と数年後の状況を逆の要素で考えなければならない。
その他	最も基本的には、精神、心理分野の専門家の育成とその実践が必要。
その他	地元で生まれ育ち、地元の子どもたちと55年勉強を共にしてきたが、元号も変わる来年は閉じる予定である。

7. 現在の場所に本社や事業所を留めている理由

現在の場所に本社や事業所を留めている理由(単数回答)の1位と2位の項目についてみると、「交通の利便性」と「取引企業との距離の近さ」の割合がとりわけ高く、交通面、取引面でのアクセスを重視している企業が多い。そのほかでは、「地域内の産業集積」や「自然環境や気候」、「文化的な社会風土」、「移転する費用の捻出」の割合が比較的高い。

なお、「その他」については、「自宅と店舗が兼用であるため」、「地域に根付いているため」、「先代から継承しているため」などの理由が多い。

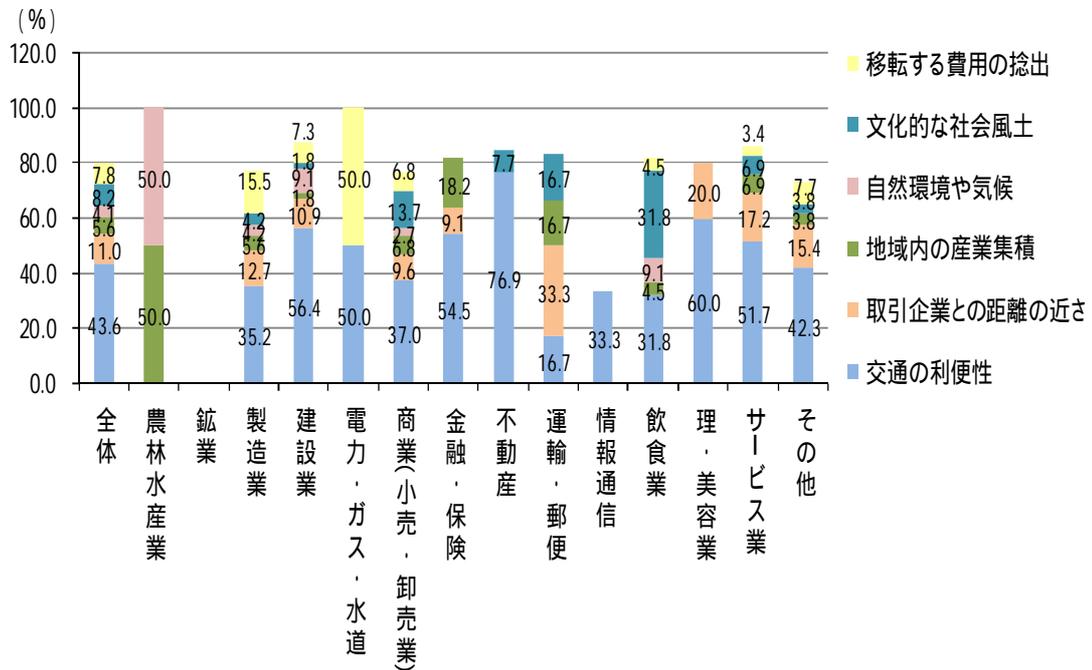
図表 7- 現在の場所に本社や事業所を留めている理由(単数回答)



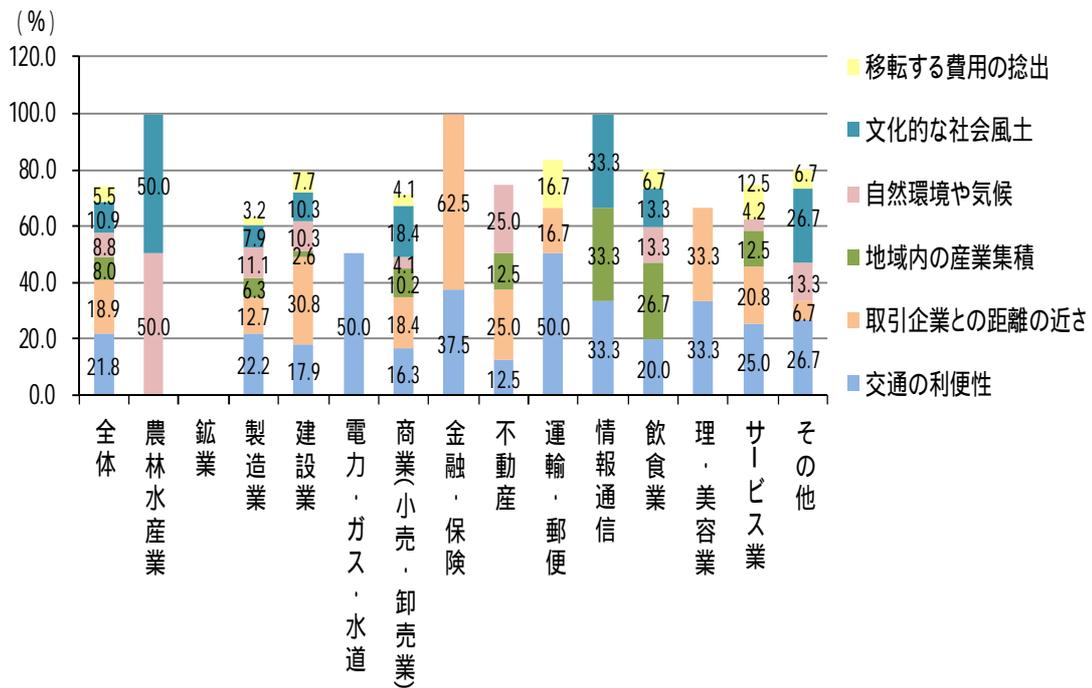
当設問における割合の大きい項目について業種別にみると、1位とする理由は、業種問わず「交通の利便性」の割合が高い。また、「商業(小売・卸売業)」や「飲食業」では、「文化的な社会風土」の割合が高く、地域特性を重視している企業が多い。「運輸・郵便業」や「サービス業」では、アクセスを重視しており、「取引企業との距離の近さ」の割合が高い。

さらに、「移転する費用の捻出」については、「製造業」では1位とする割合が高く、「建設業」や「運輸・郵便業」、「サービス業」では2位とする割合が高くなっており、移転について企業の関心が高いことがうかがえる(次頁参照)。

図表 7- 現在の場所に本社や事業所を留めている理由(1位)



図表 7- 現在の場所に本社や事業所を留めている理由(2位)

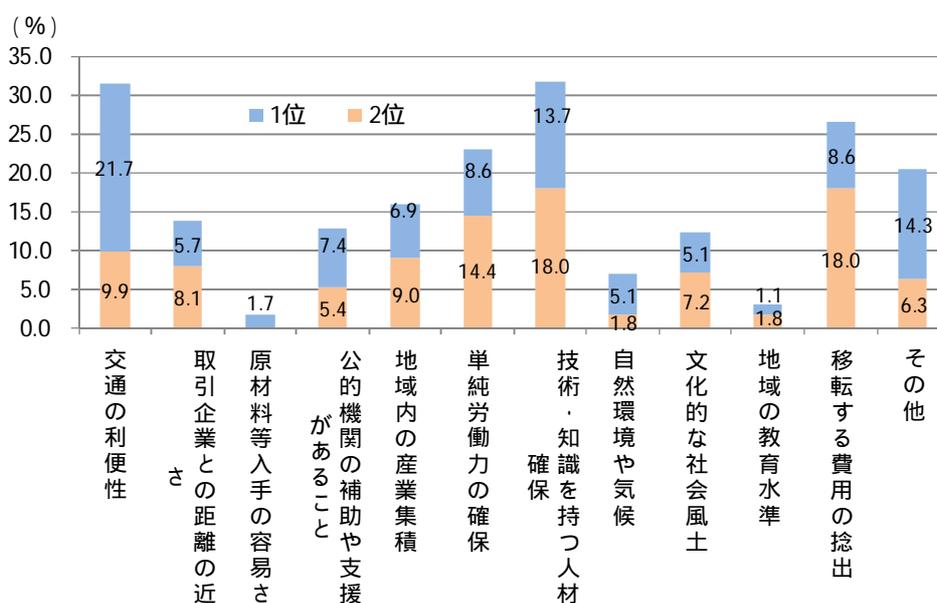


8 . 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点

現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点(単数回答)の1位と2位の項目についてみると、「交通の利便性」のほか、「単純労働力の確保」と「技術・知識を持つ人材確保」の人材確保に関する項目、「移転する費用の捻出」の割合が高い。

なお、「その他」については、住居地域に立地や隣接していることにより、事業活動に制約を受けているとする意見がみられた。

図 8- 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点(単数回答)



当設問における割合の大きい項目について業種別にみると、人材確保に関する項目は、「製造業」では「単純労働力の確保」、「建設業」や「飲食業」、「サービス業」では、「技術・知識を持つ人材確保」を1位とする割合が高く、業種により求めている人材が異なっている。

2位とする項目をみると、「飲食業」では「地域内の産業集積」の割合が比較的高い。「飲食業」においては、「地域に留まる理由」、「地域の問題点」とともに「地域内の産業集積」を2位とする割合が高い。

「移転する費用の捻出」については、「運輸・郵便」や「サービス業」、「建設業」、「飲食業」で割合が高い。

図 8- 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点(1位)

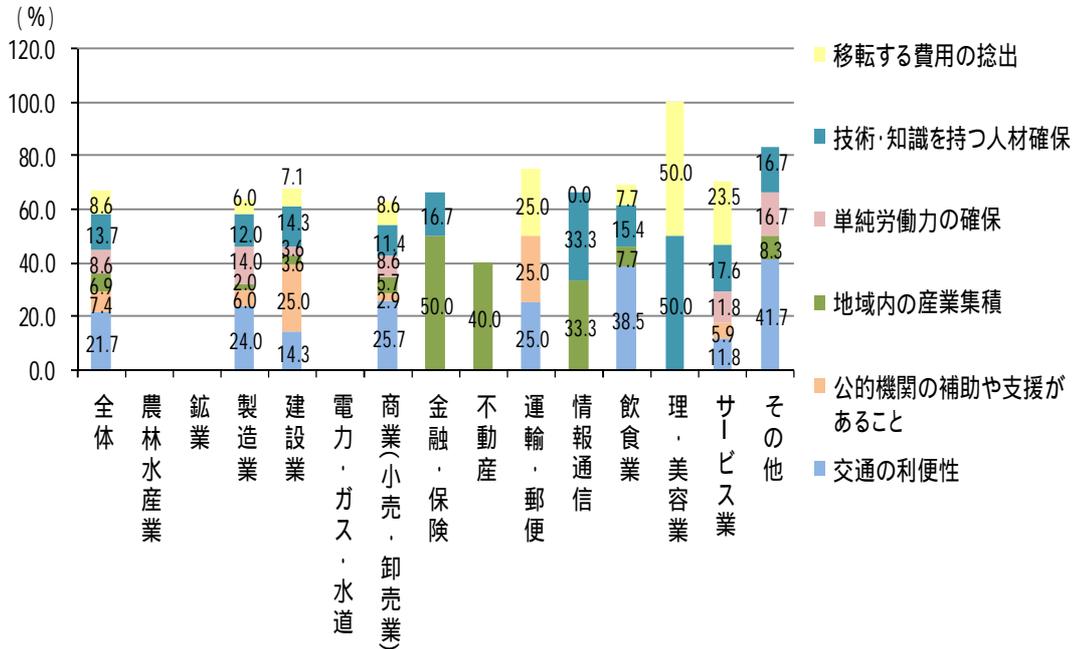
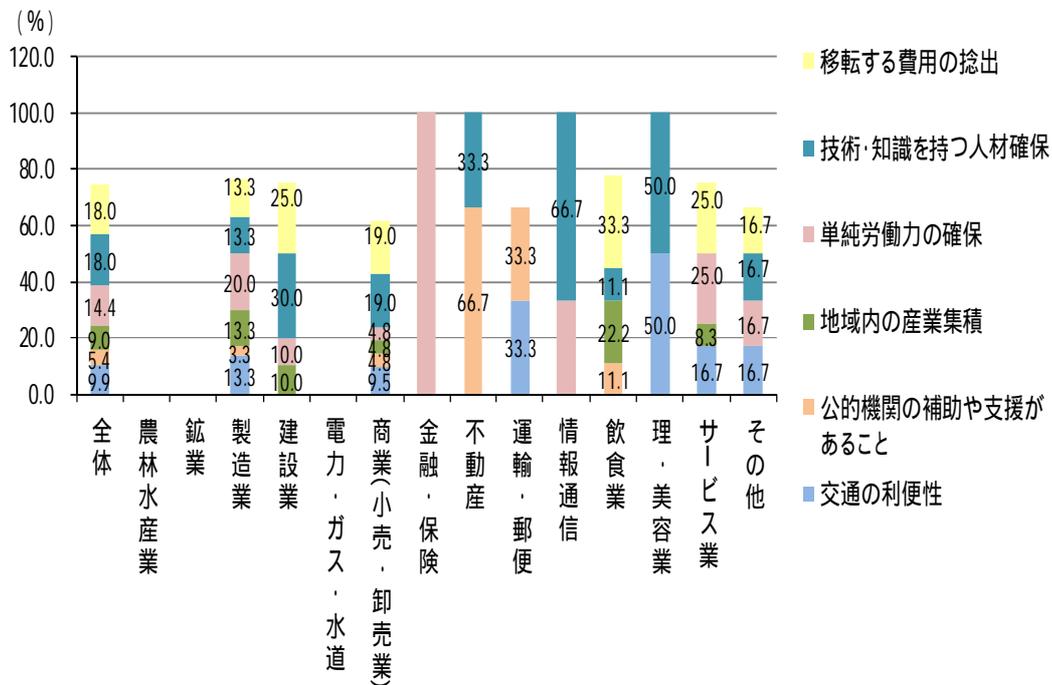


図 8- 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点(2位)

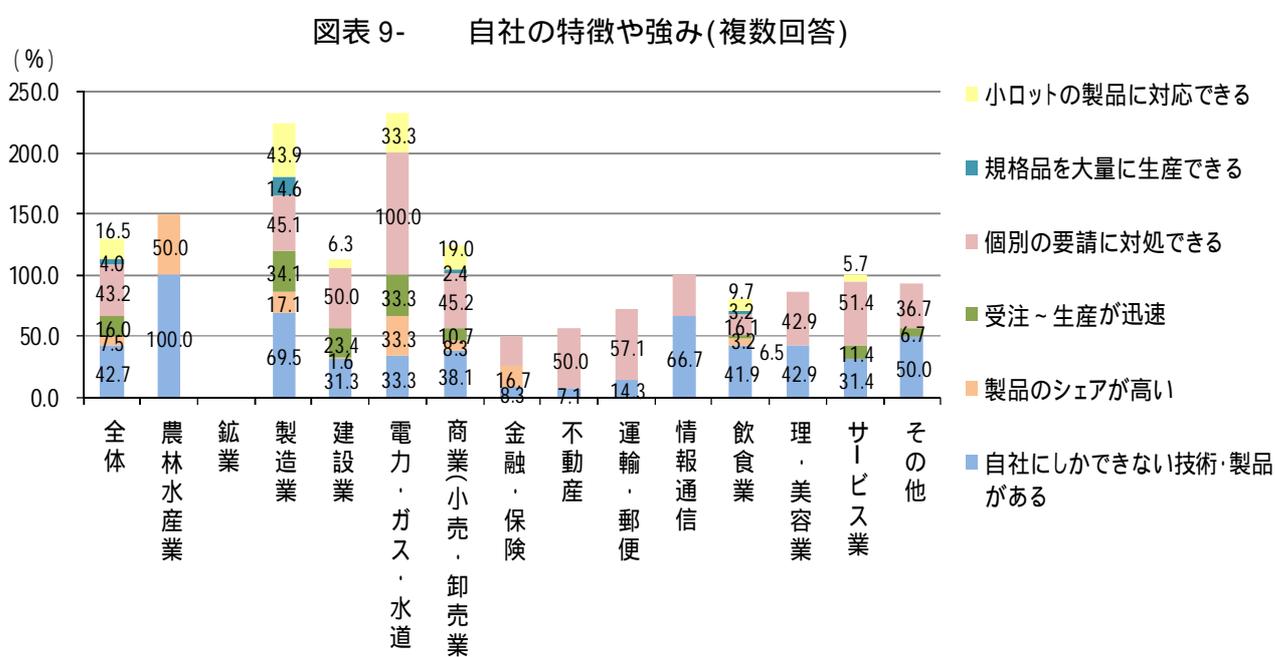


9. 自社の特徴や強み

自社の持つ特徴や強み(複数回答)についてみると、「自社にしかできない技術・製品がある」(42.7%)、「個別の要請に対処できる」(43.2%)の割合がとりわけ高い。また、「受注～生産が迅速」(16.0%)、「小ロットの製品に対応できる」(16.5%)の割合も比較的高い。

業種別にみると、「製造業」は、「自社にしかできない技術・製品」の割合が 69.5%ととりわけ高い。そのほか、「受注～生産が迅速」(34.1%)や「個別の要請に対処できる」(45.1%)、「小ロットの製品に対応できる」(43.9%)の割合も高い。

また、「建設業」、「商業(小売・卸売業)」、「サービス業」では、「個別の要請に対処できる」割合が高く、柔軟なサービスの提供を強みとしていることがうかがえる。



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

また、自社の特徴や強みにおける「その他」の詳細については以下のとおり。

図表 9- 自社の特徴や強みにおける「その他」の内容

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	自社の特徴や強みにおける「その他」の内容
製造業	飲食料品	欧米人を雇用し、国内外に茶の新たな需要を求めている。茶のイノベーションを伝統を踏まえて進めている。
製造業	飲食料品	ブランド力。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	企画力、デザイン力。
製造業	窯業・土石製品	生コン業界の地域性。生産から納入までの90分間内処理厳守。
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	安定した高度な技術力
製造業	電子部品	大手にない迅速な対応。小回りの利く営業体制が整っている。
製造業	電気機械、情報・通信機器	設計、製作、販売、メンテナンス。
製造業	その他	製造技術では、粉碎、篩い分け分級、湿式分級に高い技術力を持つ。
製造業		人材定着。

図表 9- 自社の特徴や強みにおける「その他」の内容

主たる事業の種類	自社の特徴や強みにおける「その他」の内容
建設業	機動力。
建設業	塗装工事技術。
建設業	サービスの質的内容、顧客満足度を高めることを経営方針として、創業40周年を迎えて地元で信頼されている。
商業(小売・卸売業)	商品の充実度。
商業(小売・卸売業)	歴史的資産。
商業(小売・卸売業)	在庫を持ち、迅速に対応できる。
商業(小売・卸売業)	顧客対応力。
商業(小売・卸売業)	中国向けに宇治茶を輸出している。
商業(小売・卸売業)	プラントメーカーの要望に対応している。
商業(小売・卸売業)	家族経営のため、人件費や時間を気にせず商売できる。
商業(小売・卸売業)	周りがお年寄りばかりなので、来れない人に配達したり、クリーニングを受け取りに行ったりしている。
商業(小売・卸売業)	地域に特化した商品であること。自社特有の人脈があること。
商業(小売・卸売業)	宇治市で唯一の化粧品ブランドがある。1969年から50年近くこの地域で営業してきた信頼がある。お客様のことを熟知したベテラン従業員がいる。
商業(小売・卸売業)	お客様のニーズにすぐに対応できること。
飲食業	地域に密着していること。
飲食業	こだわりをもった魚の品質とお米の品質、その処理の仕方や工程。お客様に対する接客の態度等。
飲食業	食材は府内産を使用し、新鮮で美味しい料理を提供している(魚：間人、肉：丹波肉、野菜：京野菜)。
飲食業	業界内での品質の高さ。
サービス業	人力車を利用した観光サービスの提供。
サービス業	品質面を重視。

図表 9- 自社の特徴や強みにおける「その他」の内容

主たる事業の種類	自社の特徴や強みにおける「その他」の内容
金融・保険	お客様のニーズに対応できる金融サービスの提供。
不動産	駅から近くて生活に便利である。
不動産	地縁が強みである。
情報通信	受注から納品まで一貫して行っているため、価格を安く提供できる。
理・美容業	40年以上この地で営業しているので、長年のお付き合いのあるお客様が多いので、何とかやってきているが、私自身も年齢的にしんどくなっていったので、開業50年を迎える頃には、幕を下ろそうかと考え中である。
その他	「いつも主役でお客様がいらっしゃる」ことを常に心がけ、真面目で誠実な職員がたくさんいること。
その他	遺言・相続関係の法律相談に迅速に対応できる。
その他	デザインのことは感覚ですので、自分にしかない持ち味があると思う。
その他	信頼性。
その他	施設長は本邦におけるこの分野での草分けの1人で、今も国内1誌、国外1誌の雑誌の編集に携わっており、国内のみならず、今も国外からも来客がある。
その他	他の駐車場より料金が安い。
その他	鍼、マッサージ免許取得者のうち、全国での経験年数は保持者のなかで5%以内で、種々の病、特異な病の治療経験が豊富である。
その他	お客様の立場に立って、親身に深くものを考えて対応する。会計事務所ではあるが、単なる税金計算屋ではない。

10. これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること(自由記載)についてみると、「新商品の開発」、「販路拡大」、「生産性の向上」、「人材の確保・育成」を挙げる企業が多くみられた。こうしたなか、「プラスチック・ゴム」製造業では新工場の新設、「建設業」では大型トラックが入ることのできる場所への移転を考えている企業もある。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
製造業	飲食料品	自社PB商品の展開。
製造業	飲食料品	省力化、自動化。有給休暇消化率の向上。
製造業	飲食料品	販売網を拡大する。
製造業	飲食料品	50～100年先の茶をデザインした取組み。
製造業	飲食料品	設備の更新。取引先との連携を強化し、海外への販売、売上拡大。
製造業	飲食料品	新商品の開発。販売先の開拓。
製造業	飲食料品	既存の販売先である百貨店、高級スーパー等が、消費動向の変化により衰退してきているなかで、既存のルートから離れた異業種との交流などを進め、新規取引先の開拓を早急に行う。
製造業	飲食料品	国内の販売先強化および海外への輸出。
製造業	飲食料品	設備更新による生産効率の向上と品質改善。
製造業	飲食料品	菓子（煎餅）を作る機械を購入したい。
製造業	飲食料品	従業員の離職率の低下。人材の確保。
製造業	飲食料品	新工場の建設。
製造業	飲食料品	生産性の向上。
製造業	飲食料品	人材確保。
製造業	飲食料品	新製品の開発。
製造業	飲食料品	収益性の改善
製造業	飲食料品	複雑な作業を省人化できるロボットの開発。新しい技術を開発する前提での差別化、新製品開発。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	生産の効率化、新商品の開拓。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	販路拡大。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	受注の安定化、当社の特徴づけ、強みの強化、人手不足の問題を解消するためのロボット化、省人化。流通改革による販売価格の固定化。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	数少ないスタッフ達であるが、スタッフ本人、その家族が豊かな生活ができる手助けになればと思っている。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	後継者への承継。
製造業	繊維製品、パルプ・紙・木製品	人材の確保、教育。販路の拡大。
製造業	プラスチック・ゴム製品	1年後の新工場の建設、移転に向けて、工場の自動化、効率化、生産管理システムによる見える化を基に、新分野、新規受注に対応できる余力を確保して、売上向上を目指したいと考えている。
製造業	プラスチック・ゴム製品	生産効率の向上。生産部門の自動化、省人化。
製造業	プラスチック・ゴム製品	社内の情報共有化。生産効率の向上。
製造業	窯業・土石製品	3Dプリンターやレーザー彫刻機などを利用した技術と製品の開発。
製造業	窯業・土石製品	海外への販売比率を引き上げていきたい。
製造業	窯業・土石製品	適正な価格の維持。官公需物件への参入。
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	人材育成、開発。
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	人材確保、育成。
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	人材を育成し、より高度な仕事をしたい。
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	「文明」より「文化」をキャッチフレーズにしている。元々、伝統工芸ということで、「文化」に近い仕事であるが、今の時代と宇治という地の利を考えると、宇治から始まる、宇治特有の文化を創造できたらと考えている。
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	社員の技術力向上と人材育成。新規採用のための業務環境の改善。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	標準品を多く販売していきたい。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	工場の拡張。製造業ゆえ、場所がないと仕事にならない。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	工場の建替え、人材の確保。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	人材の確保（パート）に力を入れたい。
製造業	電子部品	自社にしかできない技術・製品。新製品の開発。新分野・新市場への展開。
製造業	電気機械、情報・通信機器	現在、レーザー産業機械製造・販売だが、将来は医療関係にも進出したい（機械として）。
製造業	電気機械、情報・通信機器	5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）活動。
製造業	電気機械、情報・通信機器	技術を生かすパートナーを開拓。
製造業	その他	新規開拓。
製造業	その他	新規市場の開拓、特に海外市場中でも中国市場の開拓に力を入れたい。新商品の開発。
製造業		人材の採用・教育。新規事業。
製造業		社内環境の整備。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
建設業	大型トラックが入ることのできる場所への移転。
建設業	人材育成と確保。
建設業	人材の確保。
建設業	新入社員の確保と技術力の伝承。
建設業	販売先、取引先の開拓。従業員の確保。
建設業	若い世代の従業員の教育。技術の伝授等。
建設業	機動力のある組織作り。
建設業	生産性の向上。地域からの人材確保。
建設業	社員の確保、人材育成
建設業	人材の確保。人に力を貸してもらえよう努力していく。
建設業	労働時間の改善（働き方改革）
建設業	IT化、図面・見積の効率化。
建設業	取引先の拡大、技術職員の確保。
建設業	社員の確保。雇用条件の改善、事業拡大のための設備資金。
建設業	労働時間の短縮。
建設業	優秀な人材の確保（建築業界では求人難である現状）。人材の教育。
建設業	人材確保および育成。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
商業(小売・卸売業)	販路の開拓とハイレベルの製品の仕入。
商業(小売・卸売業)	食品の安全・衛生のクオリティアップ。
商業(小売・卸売業)	時代に合った販売形態へのシフト。技術と知識の次世代への継承。
商業(小売・卸売業)	高品質の茶の輸出。企業の魅力を向上させ、店舗の魅力で集客したい。
商業(小売・卸売業)	経費的に産業廃棄物を減らす。
商業(小売・卸売業)	販売先の増強。
商業(小売・卸売業)	販路開拓、在庫の削減。
商業(小売・卸売業)	商品PRや販売強化。地域住民、特に高齢者子どもの見守り等の社会貢献。
商業(小売・卸売業)	自治体への企業PR、入札への参加。
商業(小売・卸売業)	人材育成。
商業(小売・卸売業)	若手社員のスキルアップ。
商業(小売・卸売業)	技術の継承、販売力。
商業(小売・卸売業)	人材不足のため機械の購入を考えているが、価格が高い。公的機関の補助金を何回も申請しているが、申請が許可されない。
商業(小売・卸売業)	IT化を図る。
商業(小売・卸売業)	海外のお客様への宣伝に力を入れたい。
商業(小売・卸売業)	販売力の向上。情報発信(ワークショップの開催など)。
商業(小売・卸売業)	一般顧客への認知度がまだまだで、特に若い人にとっては来店する機会が余りないので何とか内容の周知を図りたい。
商業(小売・卸売業)	後継者への事業承継。
商業(小売・卸売業)	売上を伸ばすのではなく、維持すること。商品の品質を維持すること。
商業(小売・卸売業)	店舗の改築。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
商業(小売・卸売業)	新技術の開発。
商業(小売・卸売業)	個人情報の取扱いが厳しくなるなか、近くの人には連絡を取り、買物をしてあげたり、配達したりするようなことを、今の仕事を止めたらやっていきたい。
商業(小売・卸売業)	業務提携先、資金調達。
商業(小売・卸売業)	顧客、販売員の高齢化。顧客の若い年齢層への転換。
商業(小売・卸売業)	販売先の拡充が優先課題である。BtoCが基本だが、BtoBも広げていきたい。
商業(小売・卸売業)	宇治市で唯一の化粧品ブランドをもっと大きく育てたい。新しい会員の獲得・育成(チラシ、店頭、ホームページ等)。従業員のスキルアップ。後継者の教育。SNSによる新しい会員の獲得(LINE、facebook等)、資金繰り、在庫額、新製品の導入。
商業(小売・卸売業)	独自性が高く、競合他社の多い環境へも顧客に求められる質の高いサービスを多く作り出すこと。
商業(小売・卸売業)	今年、Mac bookAirのノートパソコン、eo光回線を5月に工事。日本製品、海外製品の参考上代のチェックAppleリモートサポートに電話して、使い方を勉強中である。Googleマップや店を載せること(アクセス件数が1日に25,000以下は無料)は考え中である。
商業(小売・卸売業)	もう一つ別の事業を起ち上げたい。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
飲食業	宇治市全体の底上げ。
飲食業	生産性の向上による収益性の改善。
飲食業	IT化の遅れ、経営面での今後の課題、未来戦略等の考え方。資金調達等の金銭面計画、設備投資、売上増加。
飲食業	さらなる上質の接客の態度。さらに上質の魚を使い、お客様に喜ばれる料理を作り、値段的にもそれほど変わらずに提供できるよう心掛けている。
飲食業	パートの人数を確保して、長期雇用により、接客サービスの向上を図る。
飲食業	宇治茶文化を伝えていくことに注力する。
飲食業	存在感をアピールする。地元根付いた店づくり。
飲食業	製品開発。
飲食業	宇治市全体の底上げ。
飲食業	消費税への対応。
飲食業	地域との連携による個々の地域の発展。お茶だけではなく宇治の魅力発信。
飲食業	新規客を増やす。人材確保。
飲食業	販売先の拡大。
飲食業	地域以外の方々にもっと知ってもらい、広めていく。
飲食業	商標や実用新案などの登録。
サービス業	整備対応力。お客様の要望に対して、できるだけ素早く対応できるようにしたい。
サービス業	事業拡大、人材確保。
サービス業	海外からの観光客の利用。平等院表参道での営業。
サービス業	副業。
サービス業	人材確保。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
金融・保険	お客様が必要とされるサービスを速やかに提供する。コンサルティング機能の発揮。
金融・保険	顧客の開拓。
金融・保険	ニーズが多様になるなか、資金調達のサポートにとどまらず、顧客の情報提供や経営アドバイスなど幅広い面で頼られるよう努めていく。
不動産	人材の確保。
不動産	資金調達枠の確保。
不動産	不動産業界の信用性の向上。
不動産	簡易宿泊所、シェアハウスをしてみたいと思っているが、思うような物件がない。
不動産	人材育成。
不動産	家賃を引き上げること。
運輸・郵便	より顧客を増やしていきたい。
運輸・郵便	人材確保および教育。
運輸・郵便	サービスの質の向上。
運輸・郵便	付加価値のある仕事を増やす。
運輸・郵便	人員の募集活動。観光振興。
情報通信	AI、IoTを活用した技術。
情報通信	作業の自動化、売上の安定化、経済削減（固定費用）。
理・美容業	サービス・技術の特化。
理・美容業	税金対策。

図表 10- これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていること

主たる事業の種類	これから力を入れていきたいこと、特に改善したいと考えていることにおける「その他」の内容
その他	顧客の確保、開拓。
その他	独自の商品開発。
その他	人材育成および確保。
その他	AIの導入。
その他	美容、健康業界への進出。
その他	後継者の育成。
その他	集客。
その他	ホームページによる集客。
その他	同業種とのより一層の差別化による顧客確保、地域貢献。
その他	より使いやすい織り機の改良。
その他	人材の確保、取引先の開拓。
その他	保険扱いの患者を増やしたい。
その他	他府県での活動が多いため、地元宇治市での活動を増やしていきたい。
その他	社風の醸成（自主性、チームプレー、配慮）、基盤整理（業務フロー、組織体制、職責役割の見直し）、事業承継。
その他	生徒数を伸ばしていきたいが、なかなか増えないのが現実。公と協力ができれば低所得層の小学生、中学生の指導ができ、学力が低い子を助けることができる。月謝の補助をお願いしたい。

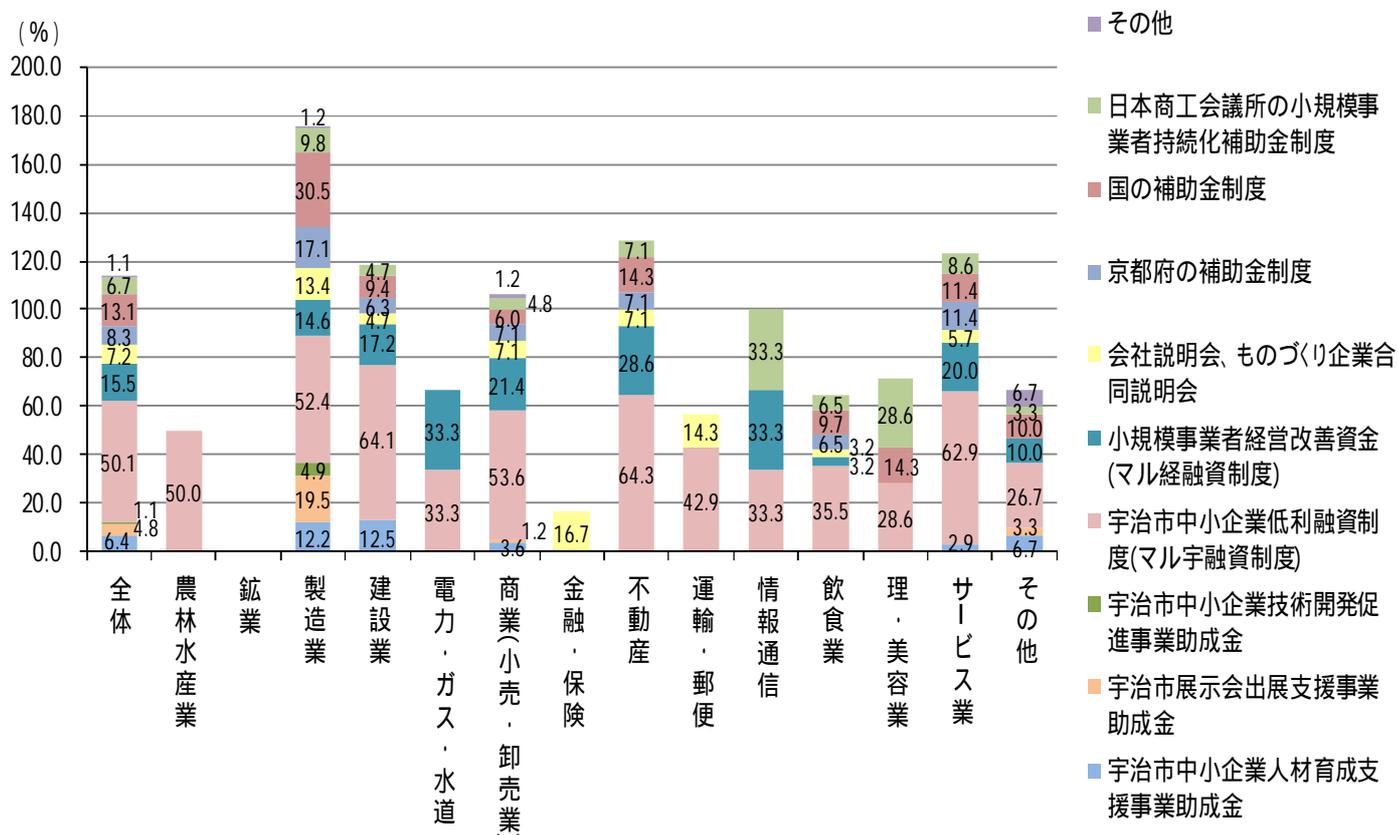
1.1. これまでに利用したことのある公的支援策

これまでに利用したことのある公的支援策(複数回答)についてみると、「マル宇融資制度」が50.1%と最も多く、次いで、「マル経融資制度」(15.5%)と「国の補助金制度」(13.1%)が続いている。

業種別にみると、「マル宇融資制度」は業種を問わず割合が高く、とりわけ「製造業」や「建設業」、「不動産」、「商業(小売・卸売業)」、「サービス業」では利用している企業が多い。

また、「マル経融資制度」は「商業(小売・卸売業)」や「不動産」、「サービス業」で割合が高く、「国の補助金制度」は「製造業」で割合がとりわけ高い。

図表 11 これまでに利用したことのある公的支援策(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

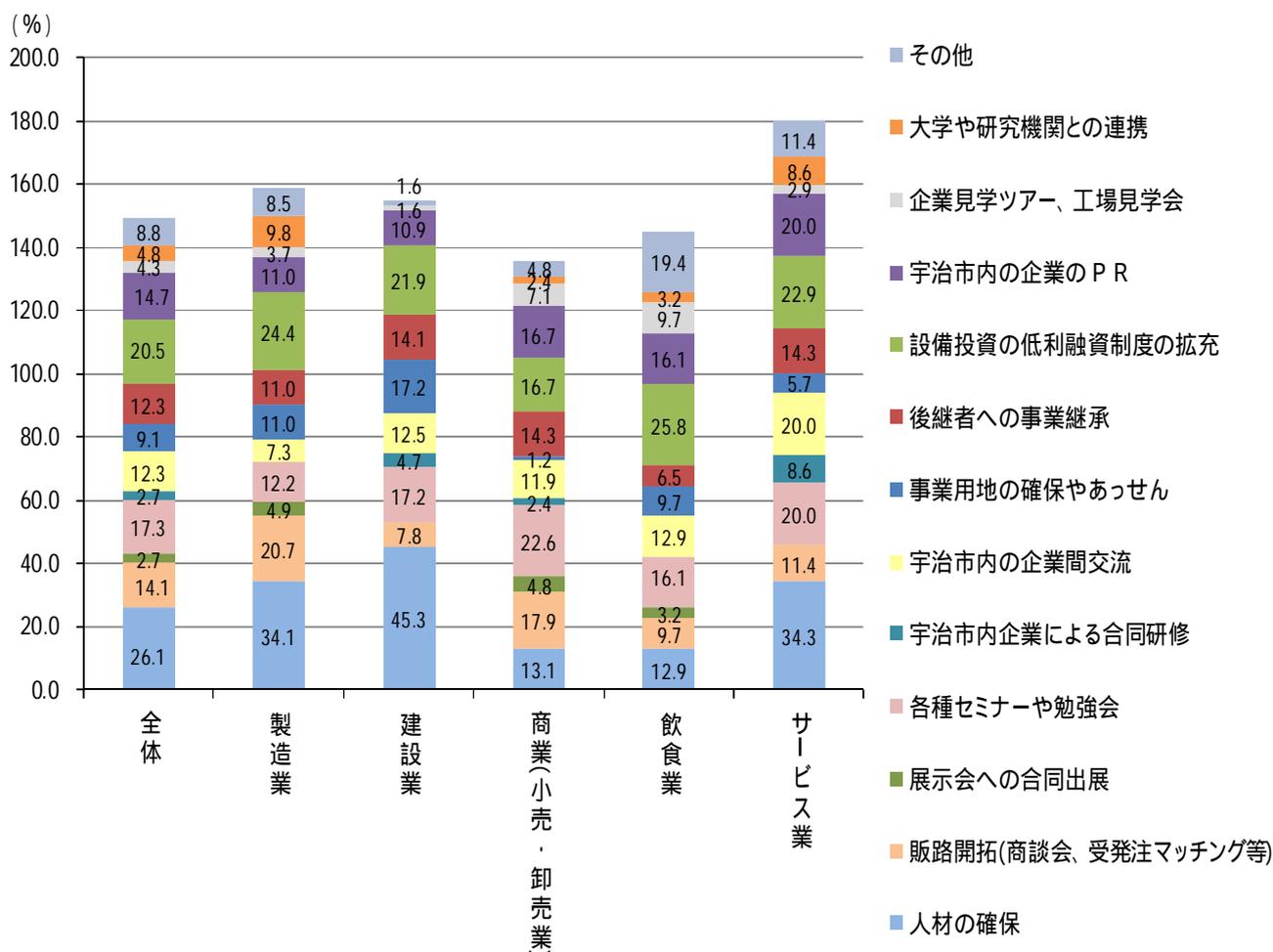
12. 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと

宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)についてみると、「人材の確保」(26.1%)が最も多く、次いで、「設備投資の低利融資制度の拡充」(20.5%)、「各種セミナーや勉強会」(17.3%)などが続いている。

業種別にみると、「人材の確保」では「製造業」や「建設業」、「サービス業」の割合が高い。「設備投資の低利融資制度の拡充」では、業種を問わず割合が高い。

また、「販路開拓」では「製造業」や「商業(小売・卸売業)」、「各種セミナーや勉強会」と「宇治市内の企業のPR」では、「商業(小売・卸売業)」や「サービス業」の割合が高い。

図表 12- 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

図表 12- 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)

	合計	宇治市や商工会議所に支援してほしいこと													
		人材の確保	販路開拓 (商談会、受 発注マッチ ング等)	展示会への 合同出展	各種セミナー や勉強会	宇治市内企 業による合 同研修	宇治市内の 企業間交流	事業用地の 確保やあせ ん	後継者への 事業継承	設備投資の 低利融資制 度の拡充	宇治市内の 企業のPR	企業見学ツ ア-、工場見 学会	大学や研究 機関との連 携	その他	
全体	375	26.1	14.1	2.7	17.3	2.7	12.3	9.1	12.3	20.5	14.7	4.3	4.8	8.8	
主たる事業 の種類	農林水産業	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	
	鉱業	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	製造業	82	34.1	20.7	4.9	12.2	0.0	7.3	11.0	11.0	24.4	11.0	3.7	9.8	
	建設業	64	45.3	7.8	0.0	17.2	4.7	12.5	17.2	14.1	21.9	10.9	1.6	0.0	
	電力・ガス・水道	3	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	
	商業(小売・卸売業)	84	13.1	17.9	4.8	22.6	2.4	11.9	1.2	14.3	16.7	16.7	7.1	2.4	
	金融・保険	12	25.0	16.7	0.0	25.0	8.3	41.7	41.7	16.7	25.0	16.7	0.0	0.0	
	不動産	14	7.1	14.3	0.0	14.3	0.0	21.4	7.1	14.3	21.4	7.1	7.1	0.0	
	運輸・郵便	7	28.6	14.3	0.0	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	42.9	0.0	14.3	
	情報通信	3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	
	飲食業	31	12.9	9.7	3.2	16.1	0.0	12.9	9.7	6.5	25.8	16.1	9.7	3.2	
	理・美容業	7	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	28.6	14.3	0.0	0.0	
	サービス業	35	34.3	11.4	0.0	20.0	8.6	20.0	5.7	14.3	22.9	20.0	2.9	8.6	
	その他	30	16.7	10.0	3.3	13.3	3.3	0.0	3.3	10.0	10.0	13.3	0.0	3.3	

注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

また、宇治市や商工会議所に支援してほしいことにおける「その他」の詳細については以下のとおり。

図表 12- 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(自由記載)

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	宇治市や商工会議所に支援してほしいことにおける「その他」の内容
製造業	飲食料品	50～100年先の茶をデザインした取組み。
製造業	飲食料品	抹茶の石臼の目立て師、茶用の箕、アミ、ボテ等の作製。殺菌設備等の宇治市による育成と事業化。
製造業	窯業・土石製品	従来、京都市内の陶磁器卸業者を顧客として、見本作りをし、商いをしてきたが、卸業者の力量の衰退とともに発注数の減少や感性の違いがあらわになっている。ネットを利用した、個人客の確保のための情報発信の大切さを実感している。
製造業	窯業・土石製品	官公需適格組合に対する発注。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	市街化調整区域の解除。
製造業	電子部品	市道の整備、排水溝の整備(工業地域、準工業地域)。
製造業	電気機械、情報・通信機器	私達の企業活動は、宇治市や宇城久といった地域性には関係しない。しかし、宇治市も商工会も“お茶頼り”なのか、この小さな中でしか、物事を判断していないように思われる。宇治市に所在地を置くメリットがない。
製造業	電気機械、情報・通信機器	5S活動を積極的に推進している製造会社を紹介してほしい。
製造業	その他	宇治市のPR、花火大会の再開。

図表 12- 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(自由記載)

主たる事業の種類	宇治市や商工会議所に支援してほしいことにおける「その他」の内容
建設業	不動産業者に対する開発協力金の撤廃。
商業(小売・卸売業)	観光地として大きな整備もさることながら、細やかな整備を図ってほしい。
商業(小売・卸売業)	地域の移動手段の確保(買い物難民対策)。ショッピングセンターの空き店舗対策。お客様の高齢化に伴う交通手段の確保。
商業(小売・卸売業)	中小企業の経営者は、仕事のことを考えているだけで精一杯である。色々な助成金が毎年出てきているが、知らずに終わっている場合が多いので、分かりやすいセミナーをしてほしい。
飲食業	市民参加型イベントの開催。
飲食業	観光客の誘致。京都市の花灯路、奈良の燈花会等の催しを宇治市でもやるべきだと思う。クラウドファンディングを活用して、大掛かりにするべきだと思う。テレビやマスコミ等も巻き込んでやっていくとさらに効果があると思う。できれば通年でやるのが望ましいと思う。
飲食業	知識を活用した柔軟な対応。
飲食業	小倉の活性化、再発展。商業施設などが寂れていく一方でイベントの援助をしてほしい。
飲食業	展示会の合同出展とか、宇治市内の企業間の交流が出来れば良いが、私も歳であり、なかなか思うように売上が上がらない。
飲食業	宇治神社周辺の雑草の除去、桜の毛虫等の駆除の予算やシステム。
サービス業	開発協力金廃止、規制緩和。
サービス業	減税。
サービス業	補助金、助成金の説明等。
金融・保険	マル宇制度の充実・拡張。
不動産	テナントのあっせん。
不動産	簡易宿泊所をしてみたいと思うが、駅近で住民からの不満が出にくい商業地となると、探しても条件に合う物件が少ない。宇治市に人が来てくれるためにも、宿泊場所は必要であり、人が来れば地元にお金も落ちる。許可申請等のあっせんもあれば良いと思う(無くても京都市等の業者に依頼できるが、やはり地元を使いたい)。

図表 12- 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)

主たる事業の種類	宇治市や商工会議所に支援してほしいことにおける「その他」の内容
その他	行政書士会が実施している無料相談会について、施設の提供だけでなく、行政書士の存在をPRしてほしい。
その他	宇治市の魅力アップと広報。人口減少と住民の移転防止。
その他	公共交通機関の利便性の向上。
その他	事業紹介ができる体験会（展示会の場でも可）。
その他	織り機の改良を相談できるところがほしい。
その他	過去に他県の商工会議所にてセミナーを実施したことがあり、会員企業への効果的な情報提供を行っていた。地元宇治市の企業のお役に立ちたいと考えている。
その他	各種セミナーや勉強会、後継者への事業承継、宇治市内の企業のPRにおいては連携して取り組んでいきたい。

13. 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力を入れるべきこと

宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力を入れるべきことについてみると、業種により求めているニーズは異なるが、「ベンチャー企業の育成、若手起業家への支援」、「事業用地の確保や土地の再開発」、「事業拡張時における制約の見直し」、「交通渋滞の解消（道路の整備）」、「宇治市内企業のPR」、「企業とのマッチングや交流会」、「支援施策の周知」に関する意見がみられる。

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力を入れるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力を入れるべきこと
製造業	飲食料品	子育て環境の整備。保育園無料等なら子育て世代は流入してくると思う。働きやすさから来るモチベーションアップを図り、人手不足の解消につなげる。
製造業	飲食料品	社会全体がITや多くの先端技術等の急速な進化により変化していくなかで、慣習や前例に捉われすぎないで、新しい考え方を導入して、産業振興へチャレンジしてほしい。
製造業	飲食料品	宇治 = 未来をデザインした複合的優位性のある都市や産業。一般市民とともにあるべき姿。たとえば、宇治市民の多くが平等院のある宇治市と考えているわけではない。
製造業	飲食料品	事業者目線の支援。茶業に力を入れてもらっているのは有難いが、何か方向が違っているように思う。
製造業	飲食料品	従業員等や社員の交通手段がないため、交通インフラの強化をしてほしい。
製造業	繊維製品、バルブ・紙・木製品	宇治花火大会の再開と実行。
製造業	繊維製品、バルブ・紙・木製品	交通渋滞の解消。パーク＆ライドの導入。バス路線の充実。現状、JRと私鉄に頼り過ぎであると感じる。
製造業	窯業・土石製品	炭山を陶器の里として継続させていきたいのですが、窯元の後継者が少なく、5年後、10年後を考えると、半数以下に減少します。新たな窯元の誘致が必要だと思っている。陶芸に限らず、木工など、他の工芸の工房も誘致し、「工芸の里・炭山」という夢を実現できないかなと思っている。
製造業	窯業・土石製品	規制の廃止。
製造業	窯業・土石製品	中小企業へのあらゆる支援活動。
製造業	窯業・土石製品	地域ファーストを心掛けてほしい。
製造業	窯業・土石製品	宇治ブランドのイメージアップ

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が
力をいれるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	製造業のうち、どの分類に該当するか	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと
製造業	鉄鋼、非鉄金属、金属製品	企業PRに力を入れてほしい。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	花火大会を復活してほしい。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	宇治市は観光産業が賑わっている。インバウンド消費も盛んであるが、それが下り坂になった時の次なる策。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	市街化調整区域の見直し。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	人口がどんどん減少している様に思われるので、まずは宇治市に住みたいと思ってもらえるようなところを観光にきた人たちに思ってもらい、そこから仕事に就いてもらえる人を確保できるような形で、色んなところにアピールしてもらいたい。
製造業	はん用機械、生産用機械、業務用機械	事業者間の交流。
製造業	電子部品	宇治市内の企業のPR
製造業	電気機械、情報・通信機器	京都市内は観光都市 1ですが、宇治市が観光都市 2になるためには、PR（テレビ放送、チラシ）、販売促進商品・土産品（例、茶団子を数多くの種類でミックス販売する）。
製造業	電気機械、情報・通信機器	償却資産税を即時に廃止すべき。不公平のなかで中小企業の設備投資意欲を失わせ、国税との計算方式も異なり、IT企業などの非設備産業とで格差を生んでいる。
製造業	その他	異業種交流会の開催。
製造業	その他	人口増加、観光の強化、子育て支援（宇治市独自のもの）。
製造業	その他	特に用途地域指定前から存在する企業にとって社屋や事業用地の拡張時に制約があり、企業活動発展に大きな妨げとなっている。個別企業の事情を十分に把握して柔軟な対応が出来るような体制、仕組みを考えてほしい。

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと
建設業	もっと元気のある自治体であることをアピールしてほしい。花火大会がなくなったり、パープルサンガを応援する風潮がなかったり、宇治市自体が対外的に貧相だと思う。
建設業	団体客の受入れができるホテルの建設。
建設業	IT関係の補助金、助成金を設けてほしい。
建設業	観光客が増えているが、宇治は観光の通過点になっているので、宿泊施設等を拡充して、商店街等を賑わす（茶産業だけでなく、他の産業にも力を入れる）。
建設業	地域企業とのマッチング
建設業	観光、花火大会。
建設業	宇治市のマスコットの宣伝。
建設業	大久保駐屯地の自衛隊が、街の中心部にあるので適切な場所に移転してもらい、大きな跡地を活用して、再開発を行い、将来の柱の一つになるアミューズメント等の誘致検討をしてほしい。

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと
商業(小売・卸売業)	旧宇治地区(平等院エリア)は観光のまちとして、大久保地区は産業商業のまちとして変化してきているが、今以上にバックアップをしてほしい。
商業(小売・卸売業)	現在も十分、支援を受けているが、アンケートの設問を見るまで知らない施策もあったので、支援策の認知度を高めてほしい。
商業(小売・卸売業)	企業誘致。JR宇治駅西側(ユニチカ工場)の再開発、任天堂との連携。
商業(小売・卸売業)	企業誘致。
商業(小売・卸売業)	他市町村との連携。
商業(小売・卸売業)	海外に向けた宣伝、宇治市がもっと有名な観光地になってほしい。
商業(小売・卸売業)	障害者や社会的弱者と呼ばれる人達を小規模事業所が雇用や就労支援を進められるように、助成や表彰制度を設けて広くアピールし、宇治市全体が福祉のまちや障害者に優しいまちと呼ばれるようになれば、必ず産業振興の一助となります。ソフト面ですが、小さな会社で成り立っている宇治市には必要なことだと思われる。
商業(小売・卸売業)	お茶のまちであることを守りながら、その他の魅力を発信していく。お茶だけではないまち、観光地づくり。訪れる人の滞在時間を延ばし、まち全体の活性化。
商業(小売・卸売業)	会費の値下げ。
商業(小売・卸売業)	施設に入れず、自宅にいるお年寄りに定期的に連絡を取り、してほしいことをしてあげられる団体を作りたい。ヘルパーだけではできることが限られている。市役所を中心に公的機関は購入するもの(切手や印紙、事務用品、郵便、宅急便など)は、宇治市内の個人商店をもっと利用すべきである。宇治市内の事業者から税金が入るので、システム導入や飲み会等もできたら市内の事業者を利用してほしい。
商業(小売・卸売業)	マッチングの機会を一層増やしてほしい。
商業(小売・卸売業)	宇治川花火大会の再開(ファストフード店は、この日の売上が年間で最も多い)。
商業(小売・卸売業)	今、工場用地が少なくなっている。槇島の農地を少し、工業団地にしてもらえないか。

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと
飲食業	観光客の体験の場づくりまたは提案、宿泊施設や滞在できる場の確保。移動手段や方法の案内。若い人が根付くための魅力づくり。
飲食業	商業施設、工場等、宇治市で現在の事業所を集約して、新たな観光地等、各所でまちづくりを手掛けてほしい。
飲食業	宇治市の観光地（平等院周辺と黄檗山、三室戸寺）、小倉周辺の歓楽街の行き来を良くすること。観光と食べること、陥落を上手くミックスさせること。京都市内だけでなく、宇治市ももっと観光客誘致を官民あげてするべきだと思う。京阪、JR、近鉄がとおり鉄道アクセスは良いので、道路ももっと整備されるべきだと思う。
飲食業	観光客の滞在時間を確保できる宿泊施設を増やしてほしい。
飲食業	駐車場の整備、トイレの改修および魅力のあるトイレ企画兼待ち合い所。魅力ある街並みづくり、モニュメント等を含む（大型茶器等）宇治地区を周る乗り物の整備。
飲食業	観光地からまちへの誘導（商店街へではなく、史跡とか神社、茶畑へ）。スポット的なものを駅等に設置する。
飲食業	若手実業家へのあっせん。
飲食業	あれもこれも支援するのではなく、宇治市がすること、企業がすることの適正な判断と対応が必要である。これからは企業よりも個が重要になると考える。どのように新芽を育てるか、宇治市の衰退と発展に大きく関わってくると思われる。既存のものを伸ばすことは簡単だが、新芽を探してほしい。
飲食業	老朽化した建物への対策（耐震問題など）。
飲食業	宇治市ではあるが、今は大久保は離れ島のように思う。高齢者の人も多いが、来る人は毎日来てくれている。もう少し、大久保の方も応援してほしい。
飲食業	塔の島が数年間工事中だったり、公園道路に雑草が生い茂っているのを何とかしたい。
サービス業	若い起業家が宇治市で起業するのに良いことをPRし、オシャレで若い人が集まるまちにしてほしい。
サービス業	生活保護支給の見直しと支援の見直し。生活保護の人々のために税金を無駄遣いされてほしくない。納得する税金を使用してほしい。
サービス業	お茶でお酒をつくってほしい。
サービス業	商工会議所をどう利用させてもらったらいいかわからない。
サービス業	もっと雇用の受け皿をしっかりとしてほしい。
サービス業	上下水道の整備や土地を整備した際の補助金等、京都市ではできているのに宇治市では企業が負担して行かないといけない現状は、マイナス要素でしかないと思う。
サービス業	台風21号で何らかの被害があった。宇治市では9月12日から罹災証明等の発行申請を受付しているが、城陽市のホームページを見ると、罹災証明を必要とする被災者に支援できる制度を掲載している。こういったサービス面では城陽市を見習うべきと思われる。花火大会もしないのであれば、何か代替案を出して、地域を盛り上げるべきと考える。

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が
力をいれるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと
電力・ガス・水道業	道路の整備、観光客の誘致拡大。
金融・保険	産業用地の確保。
金融・保険	産業戦略や地域戦略の整備。官民交流による戦略ベクトルの統一。
金融・保険	業務のスピード化。
金融・保険	マル宇制度の充実・拡張。
不動産	西宇治地域をもっと盛り上げてほしい。
不動産	地域内での資本の巡回。宇治市の宇治茶以外での大PR。
不動産	商工会議所会員の趣味の部会を増やしてほしい。同業以外の部会への入会を可能にする。
不動産	ふるさと納税の返礼品に工夫がほしい。宇治＝お茶は当然であるけれども、ホームページを見ていると、お茶関連のものしかない場所のようにも見えてしまう。アクトバル宇治の券等が良いアイデアではないかと思う。他府県の方に利用してもらえるチャンスであるので、京都アニメーションのグッズや1日ツアー等を企画するのも良いのではないかと思う。他府県の人が興味を持ったり、宇治市に来る動機付けになるような返礼品を出してほしい。
運輸・郵便	入札等において、地元で頑張っている企業を優先的に行ってほしい。入札は値段を下げるばかりでなく、その中身についても議論してほしい。
情報通信	ベンチャーのためのシェアオフィス提供。宇治市の事務所利用可の小さい賃貸物件が少なすぎる。ベンチャーでも利用できる事務所があれば、若い力を集めることができるのではないか。
理・美容業	宇治駅に降りても手頃な土産品がないため、土曜・日曜等の観光客が多い日には、手作り市や野菜等の地域住民が参加できて楽しめるものを販売してほしいと思います。飲食業が多く増えていますが、高級すぎたり、価格に対して品物や料理が悪いところもあり、宇治に来て良かった、楽しかったといえるように考えてほしいと思います。宇治市民も立ちあがれるようなまちづくりしてほしい。
理・美容業	人の流れが宇治市内で周遊するような企画、宇治市の魅力の発信。
理・美容業	花火大会など夏のイベントをした方がよいと思う。税金など支払が大きい割に市民への還元が少ないように思われる。

図表 13- 宇治市全体の産業振興のために、宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと(自由記載)

主たる事業の種類	宇治市全体の産業振興のために宇治市や商工会議所が力をいれるべきこと
その他	宇治市内の交通網を何とか作れないものかこの半世紀思っているが、全く改善されていない。
その他	販売士の検定支援だけでなく、宅建士や行政書士の受験生のための勉強会やセミナーを我々、行政書士の有資格者を活用して、若い人達の育成を図っていただきたい。
その他	補助金の支援の拡充、小規模事業の経営助言と補助金の充実。
その他	宇治市全体のイメージアップ（住みやすい、働きやすい、高齢になっても安心、治安が良い、子育てしやすい）。
その他	宇治市全般の市民への公共サービスの拡充。
その他	花火等のイベント。ホテル等の宿泊施設がもっとあれば、観光客が宿泊するのではないかと思う。
その他	お茶と健康のまちを標榜にし、従来からの医療だけでなく予防医学に重点を置いた産業推進に力をいれてほしい。
その他	たとえば、宇治川地区1つをとってみても、国交省のやり方は許せない。当然、当該地域の景観・産業を中心に考えるべきで、長期にわたる計画も、宇治市に直接相談すべきものである。また、JR宇治駅前開発やこの付近の景観等についても、もっと計画的にすべきであり、街路樹の剪定や早すぎる枝葉撤去も問題である。
その他	鍼灸マッサージ高齢者助成券の復活・拡大。
その他	観光地としての地の利を生かしての集客だけでなく、複数業種のミクスチャーによるイベント等の発信。
その他	宇治市のお茶をイメージに、茶の葉でできた紙を製造し、織物にできる糸を研究してみたい。
その他	企業間のマッチング。
その他	中小企業活性化に向けた情報発信および優遇策利用支援（セミナーや勉強会により、見本的に情報を届けて実行できるようにする）、地域の土業等の支援にあたり連携して、振興強化する。

・製造業種における各調査項目の詳細

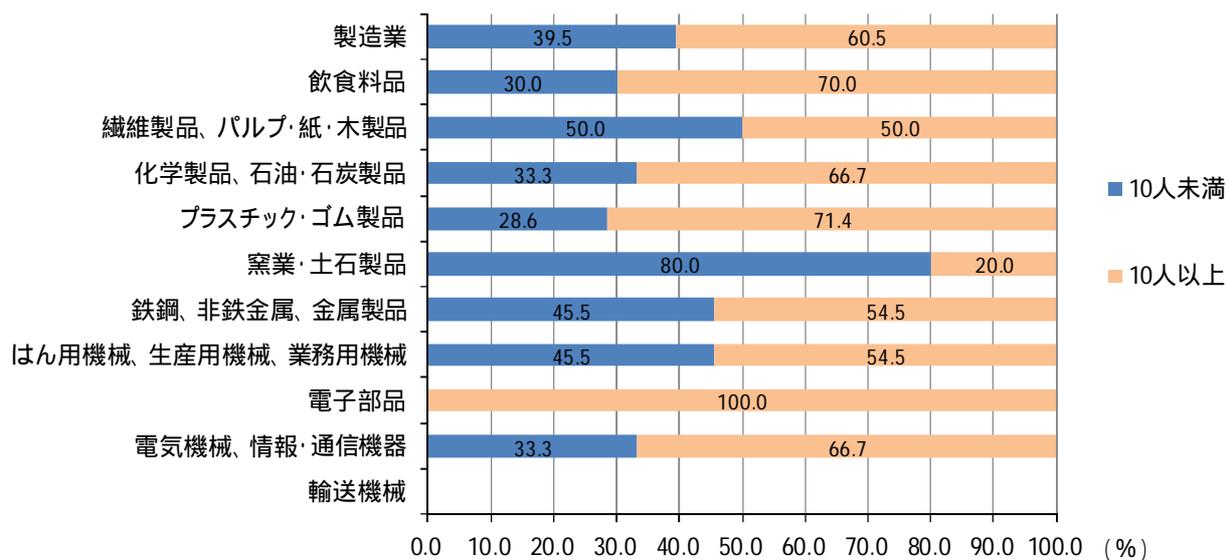
1. 従業者数(パート、アルバイト含む)

製造業における従業者数(単数回答)についてみると、従業者数が「10人未満」の割合が39.5%を占めている。

業種別に従業者数が「10人未満」の割合についてみると、「電子部品」は「10人以上」の割合が100%となっているが、「窯業・土石製品」では「10人未満」が8割を占めているほか、多くの業種で「10人未満」の割合が3割～5割を占めている。

図表 14 製造業における従業者数(パート、アルバイト含む)(単数回答)

	合計	従業者数(パート、アルバイト含む)						
		1~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30~49人	50~99人	100人以上
製造業	81	22.2	17.3	21.0	9.9	9.9	8.6	11.1
製造業のうち、 どの分類に該当 するか								
飲食料品	20	10.0	20.0	15.0	10.0	5.0	20.0	20.0
繊維製品、パルプ・紙・木製品	8	12.5	37.5	25.0	0.0	12.5	12.5	0.0
化学製品、石油・石炭製品	3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7
プラスチック・ゴム製品	7	14.3	14.3	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0
窯業・土石製品	5	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
鉄鋼、非鉄金属、金属製品	11	36.4	9.1	18.2	18.2	9.1	9.1	0.0
はん用機械、生産用機械、業務用機械	11	27.3	18.2	36.4	0.0	18.2	0.0	0.0
電子部品	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
電気機械、情報・通信機器	6	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0
輸送機械	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	7	14.3	14.3	42.9	14.3	0.0	0.0	14.3



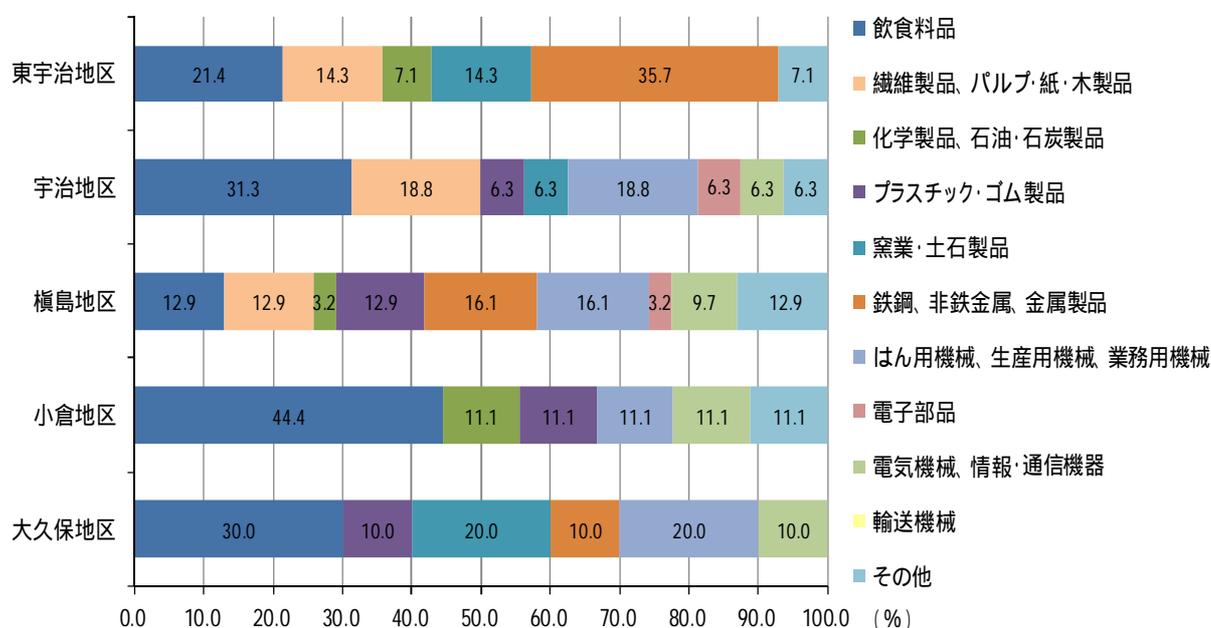
2. 宇治市内の本社または主たる事業所の所在地(製造業のみ)

製造業における宇治市内の本社または主たる事業所の所在地(単数回答)について、地区別の業種別割合をみると、「檜島地区」を除く地区では「飲食料品」の割合が高い。また、「東宇治地区」、「宇治地区」、「檜島地区」では「繊維製品、パルプ・紙・木製品」の割合が比較的高い。

そのほか、「東宇治地区」を除く地区では「はん用機械、生産用機械、業務用機械」の割合が比較的高い。一方、「東宇治地区」では「鉄鋼、非鉄金属、金属製品」の割合がとりわけ高い。

図表 15 製造業における宇治市内の本社または主たる事業所の所在地(単数回答)

	合計	製造業のうち、どの分類に該当するか										
		飲食料品	繊維製品、 パルプ・紙・ 木製品	化学製品、 石油・石炭 製品	プラスチック・ ゴム製品	窯業・土石 製品	鉄鋼、非鉄 金属、金属 製品	はん用機 械、生産用 機械、業務 用機械	電子部品	電気機械、 情報・通信 機器	輸送機械	その他
製造業	81	24.7	11.1	3.7	8.6	6.2	13.6	13.6	2.5	7.4	0.0	8.6
宇治市内の本 社または主たる 事業所の所在 地	東宇治地区	14	21.4	14.3	7.1	0.0	14.3	35.7	0.0	0.0	0.0	7.1
	宇治地区	16	31.3	18.8	0.0	6.3	6.3	0.0	18.8	6.3	6.3	6.3
	檜島地区	31	12.9	12.9	3.2	12.9	0.0	16.1	16.1	3.2	9.7	12.9
	小倉地区	9	44.4	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	0.0	11.1	11.1
	大久保地区	10	30.0	0.0	0.0	10.0	20.0	10.0	20.0	0.0	10.0	0.0



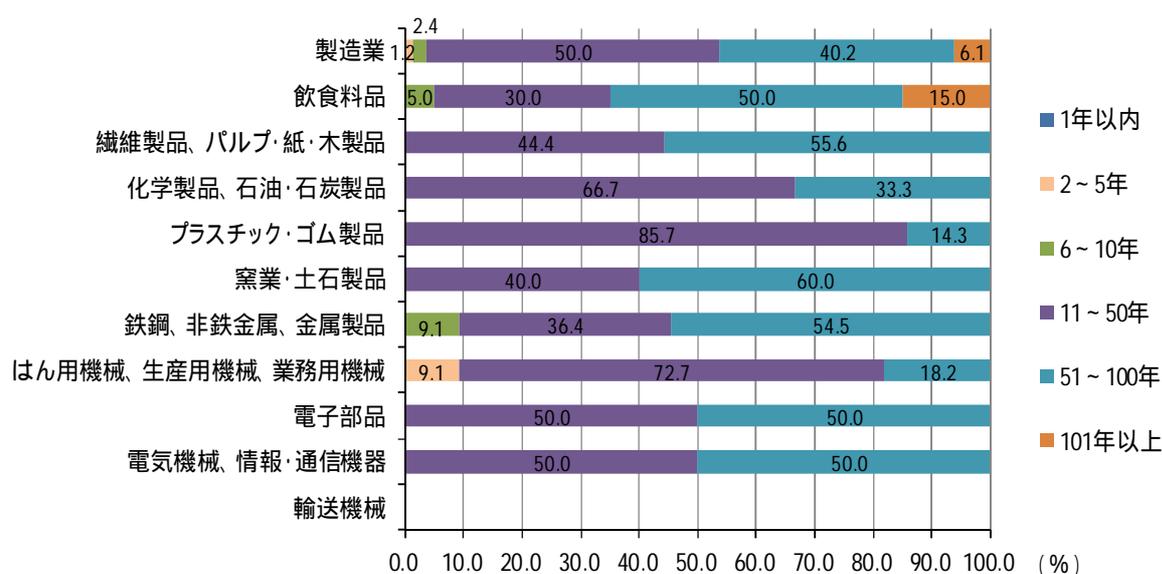
3. 創業からの年数(製造業)

製造業における創業からの年数(単数回答)をみると、「11～50年」、「51～100年」の割合が高く、業歴の長い企業が多い一方、「1年以内」の企業はなく、「2～5年」の企業も「はん用機械、生産用機械、業務用機械」の1社のみである。

業種別にみると、「飲食料品」では「101年以上」の割合が15.0%を占めている。そのほかでは、「プラスチック・ゴム製品」、「はん用機械、生産用機械、業務用機械」では、「11～50年」の割合がとりわけ高い。

図表 16 製造業における創業からの年数(単数回答)

	合計	創業からの年数					
		1年以内	2～5年	6～10年	11～50年	51～100年	101年以上
製造業	82	0.0	1.2	2.4	50.0	40.2	6.1
製造業のうち、 どの分類に該当 するか							
飲食料品	20	0.0	0.0	5.0	30.0	50.0	15.0
繊維製品、パルプ・紙・木製品	9	0.0	0.0	0.0	44.4	55.6	0.0
化学製品、石油・石炭製品	3	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0
プラスチック・ゴム製品	7	0.0	0.0	0.0	85.7	14.3	0.0
窯業・土石製品	5	0.0	0.0	0.0	40.0	60.0	0.0
鉄鋼、非鉄金属、金属製品	11	0.0	0.0	9.1	36.4	54.5	0.0
はん用機械、生産用機械、業務用機械	11	0.0	9.1	0.0	72.7	18.2	0.0
電子部品	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
電気機械、情報・通信機器	6	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
輸送機械	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	7	0.0	0.0	0.0	57.1	14.3	28.6

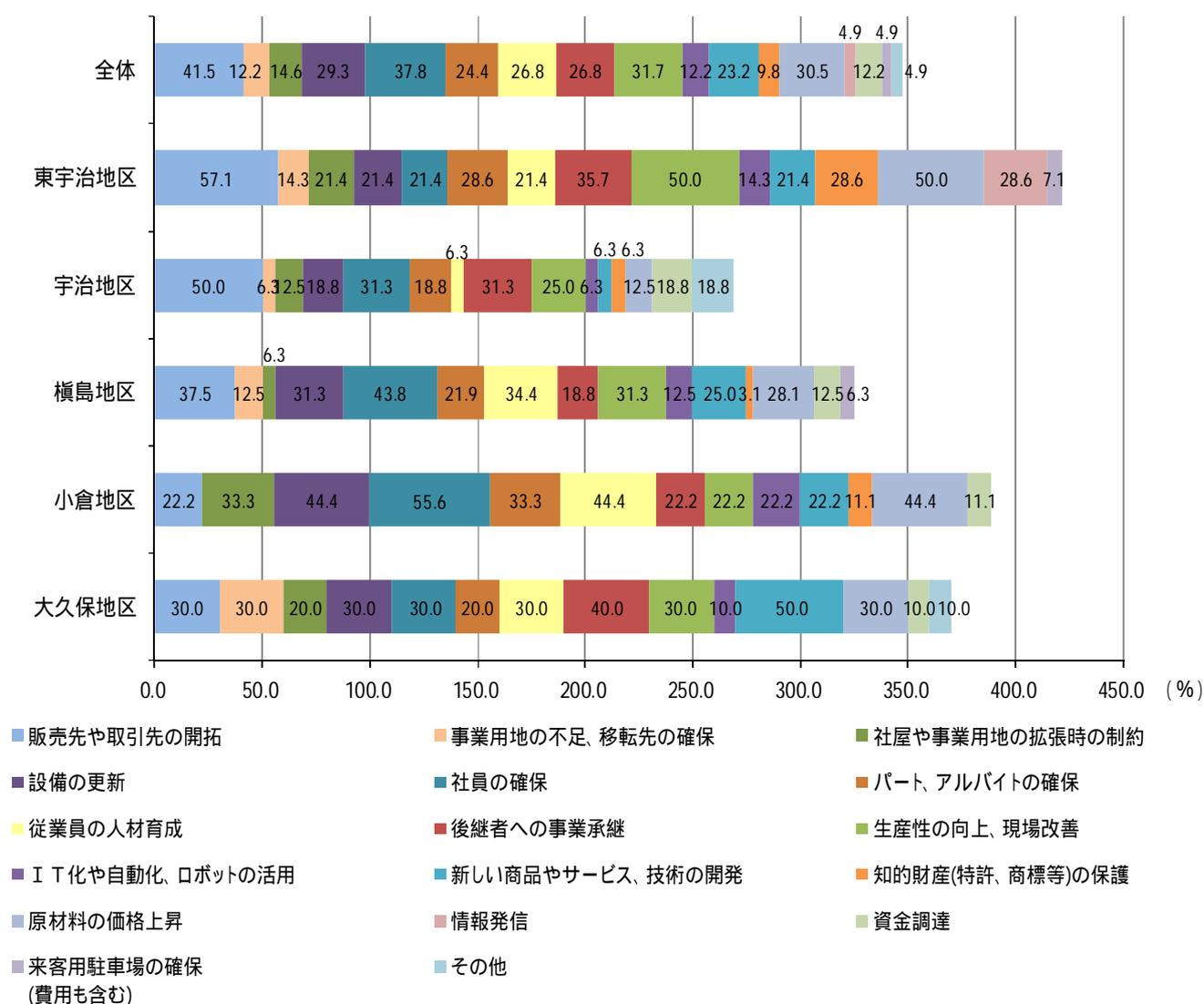


4. 現在の経営上の課題(製造業)

製造業における現在の経営上の課題(複数回答)を地区別にみると、「東宇治地区」、「宇治地区」では、「販売先や取引先の開拓」の割合がとりわけ高い。また、「東宇治地区」では「社屋や事業用地の拡張時の制約」、「原材料の価格上昇」も高い。

「榎島地区」、「小倉地区」では「社員の確保」、「従業員の人材育成」の割合がとりわけ高い。「大久保地区」では、「新しい商品やサービス、技術の開発」の割合がとりわけ高くなっている。

図表 17- 地区別の製造業における現在の経営上の課題(複数回答)



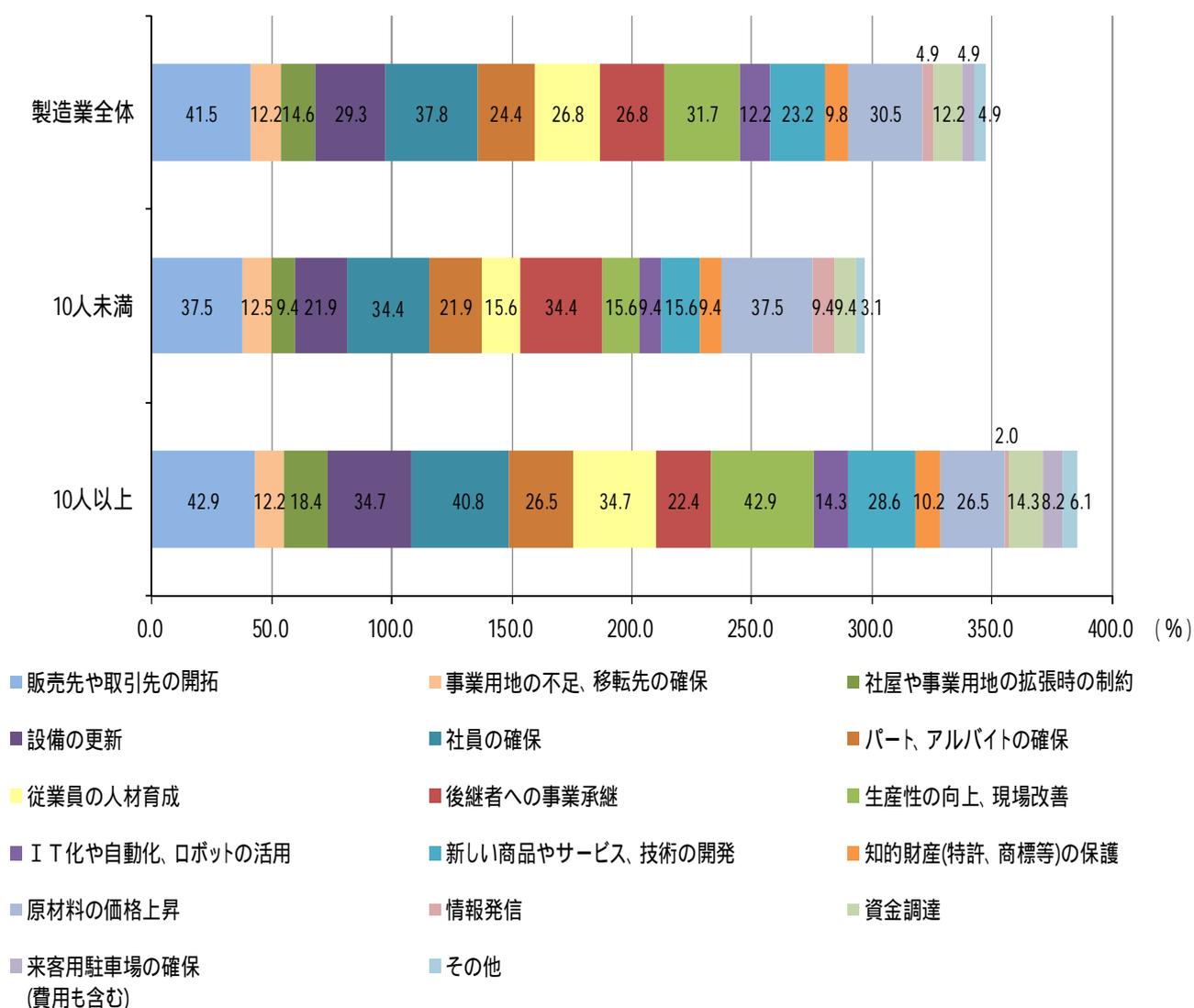
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

製造業における現在の経営上の課題(複数回答)を従業員数(パート、アルバイト含む)別にみると、規模別で企業における経営上の課題が異なっている。

従業員数が「10人未満」と「10人以上」を比較すると、「後継者への事業承継」、「原材料価格の上昇」、「情報発信」については「10人未満」が「10人以上」を上回っている。

一方、「社屋や事業地の拡張時の制約」、「設備の更新」、「従業員の人材育成」、「生産性の向上、現場改善」、「新しい商品やサービス、技術の開発」などについては、「10人以上」が「10人未満」を上回っている。

図表 17- 製造業における従業員数別の現在の経営上の課題(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

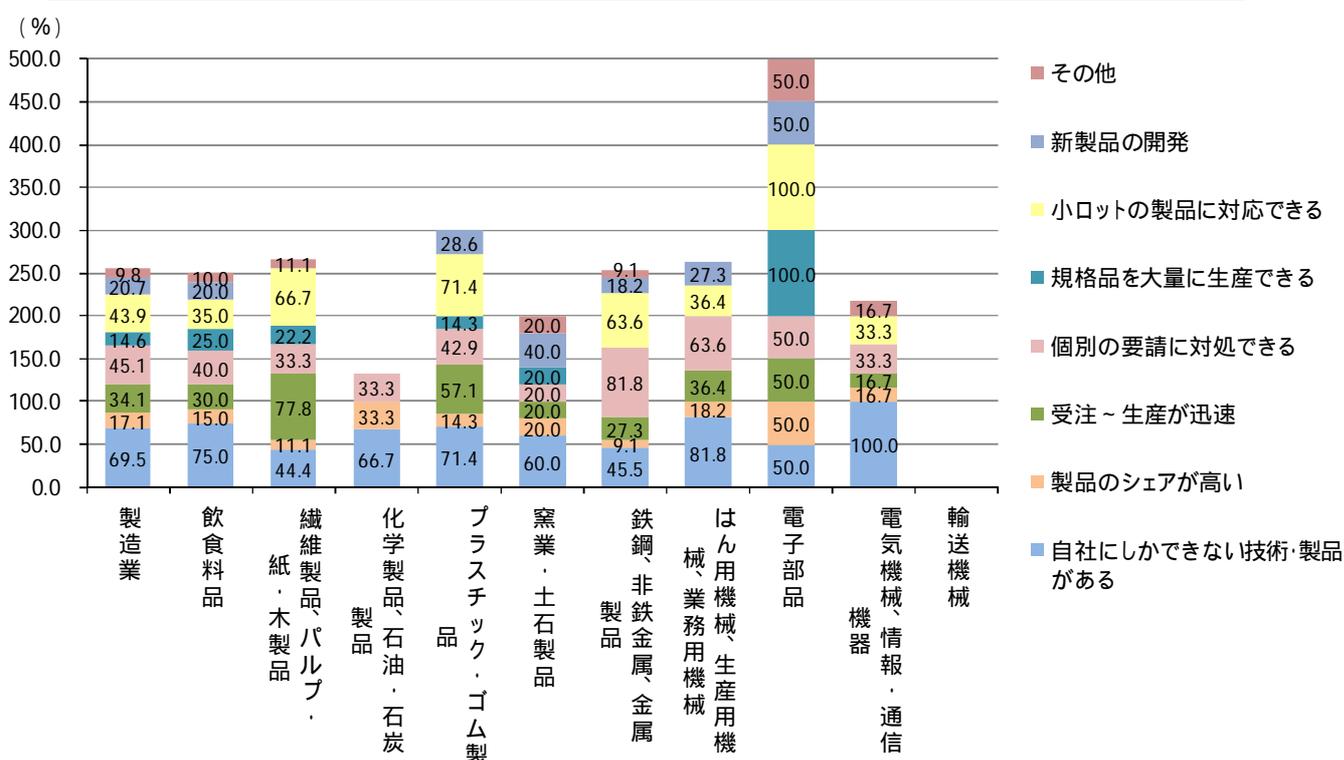
5. 自社の特徴や強み(製造業)

製造業における自社の持つ特徴や強み(複数回答)についてみると、業種を問わず、「自社にしかできない技術・製品がある」、「個別の要請に対処できる」、「受注～生産が迅速」、「小ロットの製品に対応できる」の割合が高い。

業種別にみると、「飲食料品」や「プラスチック・ゴム製品」、「はん用機械、生産用機械、業務用機械」では、「自社にしかできない技術・製品がある」の割合が高く、「新製品の開発」の割合も比較的高い。

図表 18 製造業における自社の特徴や強み(複数回答)

	合計	自社の特徴や強み								
		自社にしかできない技術・製品がある	製品のシェアが高い	受注～生産が迅速	個別の要請に対処できる	規格品を大量に生産できる	小ロットの製品に対応できる	新製品の開発	その他	
製造業	82	69.5	17.1	34.1	45.1	14.6	43.9	20.7	9.8	
製造業のうち、どの分類に該当するか										
飲食料品	20	75.0	15.0	30.0	40.0	25.0	35.0	20.0	10.0	
繊維製品、パルプ・紙・木製品	9	44.4	11.1	77.8	33.3	22.2	66.7	0.0	11.1	
化学製品、石油・石炭製品	3	66.7	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
プラスチック・ゴム製品	7	71.4	14.3	57.1	42.9	14.3	71.4	28.6	0.0	
窯業・土石製品	5	60.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	40.0	20.0	
鉄鋼、非鉄金属、金属製品	11	45.5	9.1	27.3	81.8	0.0	63.6	18.2	9.1	
はん用機械、生産用機械、業務用機械	11	81.8	18.2	36.4	63.6	0.0	36.4	27.3	0.0	
電子部品	2	50.0	50.0	50.0	50.0	100.0	100.0	50.0	50.0	
電気機械、情報・通信機器	6	100.0	16.7	16.7	33.3	0.0	33.3	0.0	16.7	
輸送機械	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他	7	100.0	28.6	14.3	14.3	14.3	28.6	42.9	14.3	



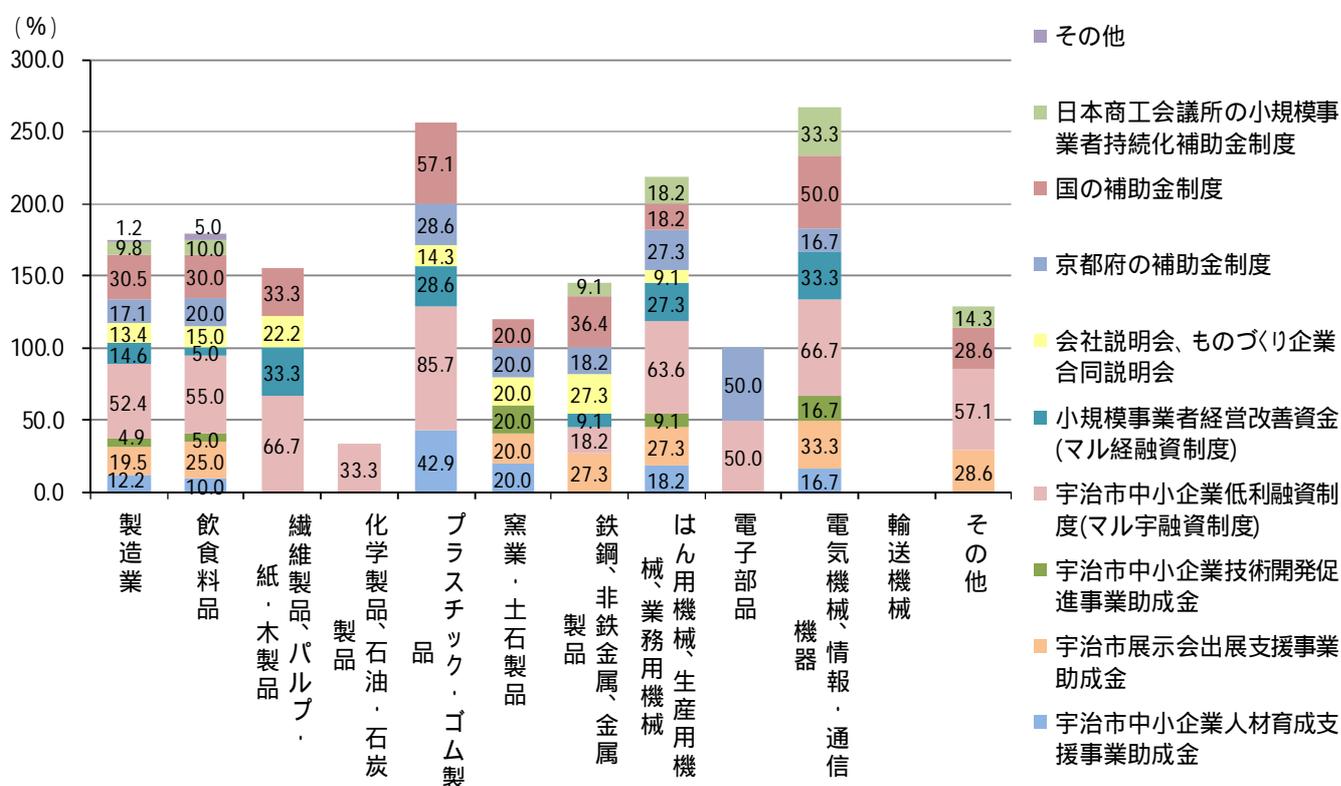
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

6. これまでに利用したことのある公的支援策(製造業)

製造業の業種別に、これまでに利用したことのある公的支援策(複数回答)についてみると、幅広い業種で「マル宇融資制度」の割合が高く、「マル経融資制度」、「国の補助金制度」の割合も業種によりばらつきはあるが、利用している企業が多い。

業種別にみると、「繊維製品、パルプ・紙・木製品」や「はん用機械、生産用機械、業務用機械」、「電気機械、情報・通信機器」では「マル経融資制度」の割合が高い。また、「プラスチック・ゴム製品」や「鉄鋼、非鉄金属、金属製品」、「電気機械、情報・通信機器」では「国の補助金制度」の割合が高い。

図表 19 製造業におけるこれまでに利用したことのある公的支援策(複数回答)



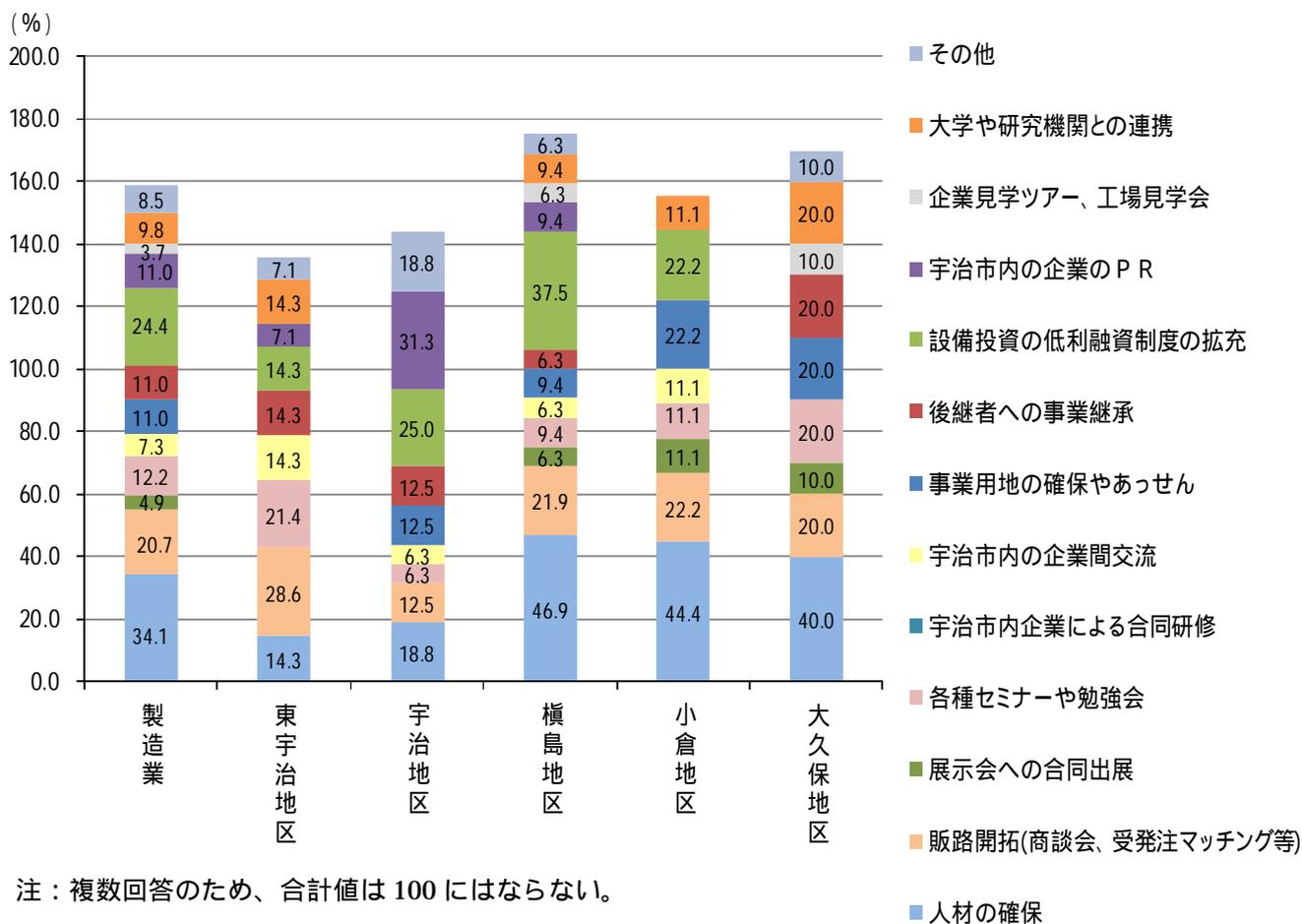
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

7. 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(製造業のみ)

製造業における宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)を地区別にみると、「東宇治地区」では、「販路開拓」や「各種セミナーや勉強会」の割合が高い。また、「宇治地区」では「宇治市内の企業のPR」の割合がとりわけ高くなっている。

一方、「槇島地区」、「小倉地区」、「大久保地区」では「人材の確保」がとりわけ高く、「槇島地区」では「設備投資の低利融資制度の拡充」の割合も高い。

図表 20- 製造業における地区別の宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)



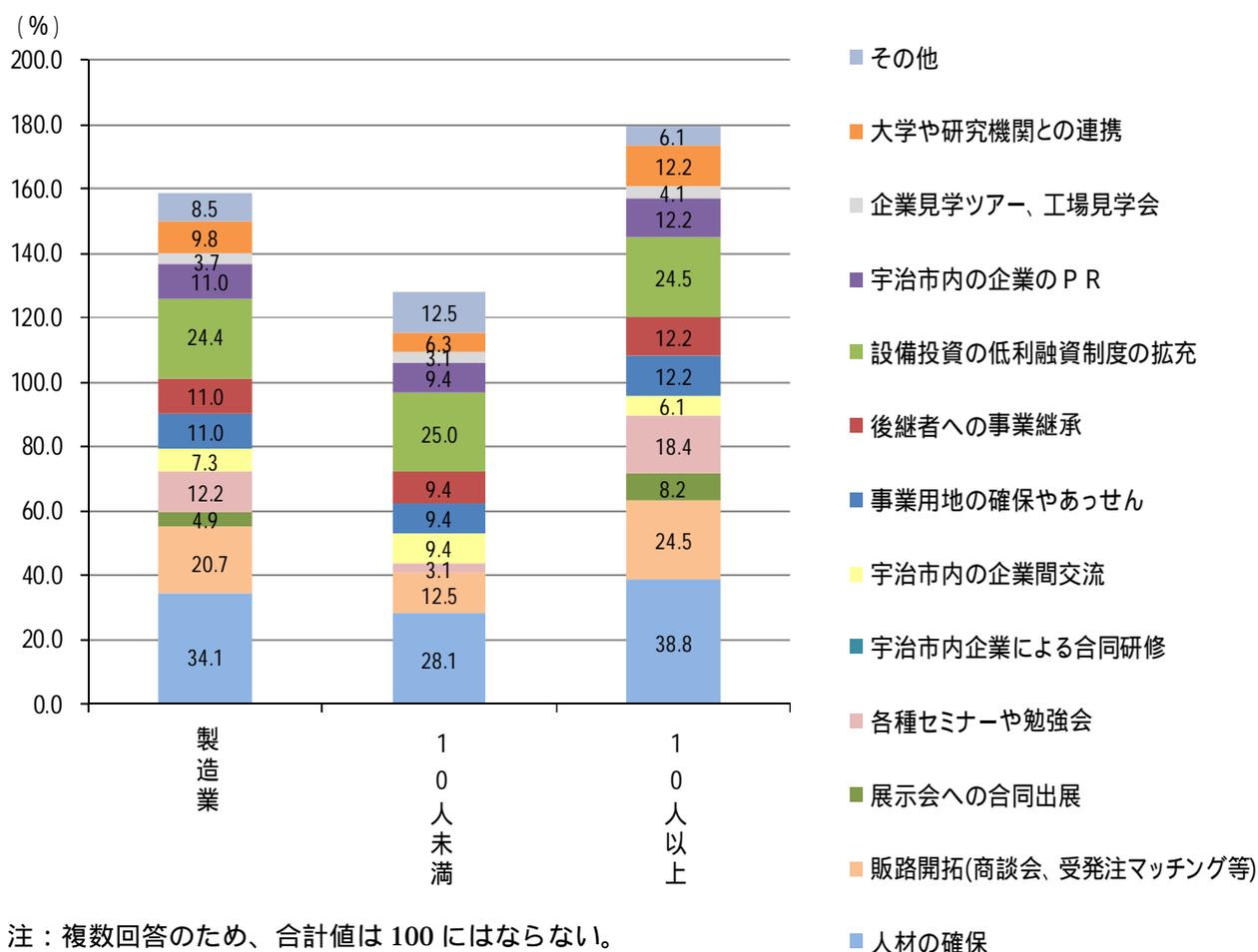
製造業における宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(複数回答)を従業員数(パート、アルバイト含む)別にみると、規模別で企業のニーズは異なる。

従業員数が「10人未満」と「10人以上」とともに「人材の確保」と「設備投資の低利融資制度の拡充」の割合が高くなっている。

「10人未満」と「10人以上」を比較すると、「宇治市内の企業間交流」では「10人未満」が「10人以上」を上回っている。

一方、「販路開拓」や「各種セミナーや勉強会」、「大学や研究機関との連携」では「10人以上」が「10人未満」を上回っている。

図表 20- 従業員数別の宇治市や商工会議所に支援してほしいこと(製造業のみ)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

以上