

宇治市産業の特徴と課題

1 産業全般に関する特徴や課題

特 徴

大都市近郊に位置し、充実した道路や鉄道網が存在

京都市や大阪市などの大都市の近郊に位置するとともに、京滋バイパス、第二京阪道路、京奈和自動車道など東西南北へ伸びる高速道路網が市内周辺に整備されており、平成 35 年には新名神高速道路の開通が予定されている。また、鉄道については、JR 奈良線、京阪電気鉄道、近畿日本鉄道、京都市営地下鉄が通っており、JR 奈良線は平成 35 年までに京都駅から宇治市域まで完全複線化する予定である。

製造業が市内経済を牽引

宇治市産業連関表によると、市内生産額 9,797 億円のうち製造業が 3,272 億円（33.4%）と業種別には最も多くを占めており、生産活動のために市内において調達する財やサービスの合計額においても 2,173 億円と業種別では最も多い。また、平成 28 年経済センサス活動調査によると市内事業所で働く従業者数のうち最も多い業種が製造業であり、全体の 19.9%（10,899 人）を占めており、雇用の創出にも貢献している。

市民向けの商業やサービス業が発達

ベッドタウンとして多くの人口を抱える市内では、商業（小売・卸売業）やサービス業、教育・医療・福祉業が発達しており、これらの業種を合わせた市内生産額は製造業に次ぐ合計 3,009 億円で全体の 30.7%を占めている。従業者数では、商業やサービス業では減少傾向にある一方で、医療・福祉、教育・学習支援業では増加傾向にある。

課 題

経済構造等の変化への対応

グローバル化の進展など国内外の経済構造が変化するとともに、少子高齢化やITの進展等により社会構造や消費者の意識・行動が変化してきている。また、地球環境問題やエネルギー問題、自然災害やサイバー攻撃など事業者が対応すべき課題も多く、競争力を高めるため、それらに対応した事業内容や経営方法に転換し、競争力を高めていく必要がある。

生産性の向上や付加価値の増加

企業利益の増加や従業員の所得向上を図るため、新たな設備投資やITの利活用、働き方の改善により生産性を向上させるとともに、魅力ある商品やサービスの開発により付加価値を増加させる必要がある。「生産性の向上」は製造業や建設業において、「新商品や新技術の開発」は製造業や商業（小売・卸売業）において、経営上の課題と考えている事業者が多い。

市内経済循環の促進と輸移出の拡大

市内経済は輸移出額に比べて輸移入額が多く、市外へ資金が流出している構造となっていることから、市内での調達率を高めることにより市内での経済循環を拡大させるとともに、市外への輸移出を拡大していく必要がある。

雇用の確保や人材の育成

堅調さを取り戻しつつある経済状況や生産年齢人口の減少により、市内の事業所において雇用の確保が困難になってきており、雇用の確保や人材育成を進める必要がある。特に製造業、建設業、飲食業及びサービス業において「人材の確保」に対する支援を求める声が多い。また、「単純労働力の確保」以上に「技術や知識を持つ人材の確保」を宇治市における地域的な課題としてあげている事業者が多い。

事業承継と開業促進、新たな企業誘致

市内経済の担い手である事業者数は減少傾向にあるため、市内事業者の円滑な事業承継を進めるとともに、起業の意欲を持つ人に対する支援を通じて市内での開業を促進し、将来性のある新たな事業者を誘致する必要がある。

事業の拡大や新事業の展開がしやすい支援体制

市内に事業所を拡張や新設する際には様々な規制や複雑かつ多くの手続きがあるため、個々の案件に応じて柔軟かつスピード感のある市関係課の連携した対応が必要である。また、市や商工会議所、その他機関の企業支援制度の利用者が限られており、制度の周知も十分でなく、各種申請窓口も市役所や他機関に分かれていることから、各種制度の紹介や制度利用に向けた積極的な支援、窓口のワンストップ化などが必要である。

産業の共通基盤の整備

東西南北への交通の要衝にあることを宇治市の地域的な利点として考えている事業者が多い一方で、市内道路の渋滞や公共交通機関の不足などを地域的な課題として考えている事業者も多く、地理的なメリットを活かせる交通網のさらなる整備が必要である。

2 工業に関する特徴と課題

特 徴

稼ぐ力が強い製造業の集積

宇治市産業連関表によると、移輸出額から移輸入額を差し引いた純移輸出額は「その他の製造工業製品」(69,541百万円)、「電子部品」(25,369百万円)、「生産用機械」(5,215百万円)、「飲食料品」(3,528百万円)、「プラスチック・ゴム」(2,829百万円)、「輸送機械」(2,180百万円)において大幅な黒字であり、他の産業に比べて、これら製造業の分野は市域外マネーを稼ぐ力がとりわけ強い。

一方、産業の相対的な生産波及効果の大きさを示す「影響力係数」は、「輸送機械」(1.051)、「電子部品」(1.012)、「その他の製造工業製品」(1.002)は、基準値である「1」を上回り、これらの業種は市内産業への影響力が大きい。

また、平成28年経済センサス活動調査によると、「生産用機械器具製造業」の製造業に占める事業所数割合は15.4%と最も大きく、次に「金属製品製造業」「食料品製造業」「プラスチック製品製造業」が多くなっている。

高い技術力を持ち、短納期・小ロットの要請に強い企業が多い

市内の製造業が自社の強みとして上げているのは、独自の技術や製品があること、個別の要請や短納期・小ロットに対応できること等が多く、大量生産型の企業よりもニッチトップ型の企業が多いことが特徴と言える。

経済産業省では地域特性を活かした高い付加価値を創出し、地域経済牽引事業の担い手の候補となる地域の中核企業として「地域未来牽引企業」を選定しており、宇治市からも2社が選定されているが、その他にも独自の高い技術力によりハイレベルなものづくりを行い、積極的な海外展開により市域外から稼いでいる企業が多い。

課 題

個々のニーズに応じた経営支援

市内の製造業は業種や規模、立地場所など多種多様であり、それぞれに様々な課題や支援のニーズがある。また、平成26年経済センサス基礎調査によると製造業の672事業所のうち、56.6%を占める380事業者は従業者数4人以下の小規模な事業所であり、それぞれの事情に応じた細やかな対応が必要である。

新たな事業用地の確保

市内では住工混在する地域が多く、敷地の制約から施設の増設や拡張が難しい事業所が多い。また、市内事業所の移転拡張先や新たな事業所を誘致するための用地が少なく、宇治市ベンチャー育成工場を卒業した企業もほぼ市外へ転出しており、製造業に適した用地を新たに確保する必要がある。

新製品の開発や販路の開拓

市内では独自の技術を持つ下請けの中小企業が多いが、現在の課題として「販売先や取引先の開拓」を考えている事業所が最も多いことから、国や府、その他支援機関や大学等との連携を図りながら、それぞれの技術を活かした新たな製品の開発や販路の開拓を支援していく必要がある。

市内製造業に関する情報発信や連携促進

市内には多くの製造業があるにも関わらず、製造業が多い地域のイメージがなく、どのような技術や製品を持つ事業所があるのか市内外ともあまり知られていない。宇治市産業連関表によると製造業の自給率（需要に占める市内生産の比率）は9.8%と京都府全体の15.4%よりも低くなっており、市内企業からの調達が少ない。また、支援に対するニーズとして、人材の確保をあげている事業所が多いことから、市内外に対する市内製造業に関する情報発信を強化することにより市外からの需要拡大や市内事業者間の取引拡大、雇用の確保に結び付けていく必要がある。

3 商業に関する特徴と課題

特 徴

地域の雇用に大きく貢献している

平成28年経済センサス活動調査によると、市内事業所で働く従業者数のうち、小売・卸売業は全体の19.9%（10,899人）、宿泊・飲食業は9.0%（4,940人）、生活関連サービス業は5.1%（2,773人）であり、これらの業種を合わせると全体の34.0%（18,612人）を占めており、市内での雇用創出に貢献している。一方でこれらの業種とも事業所数、従業者数とも減少傾向にある。

多くの人口を支える大型店舗、商店街や個店が共存

各鉄道の駅前を中心として市内に多くの商店街が形成されてきた一方で、スーパー等の大型店舗が市内に多く進出している。近年ではコンビニエンスストアやネット通販の普及により総合スーパーから食品スーパーやドラッグストアへ移行しつつある。大型店舗にはできない住民の細かなニーズに対応している地元根付いた商店街や個店は、市民の生活を支える存在となっている。

課 題

市内消費の増加

宇治市産業連関表によると、宇治市の商業は輸移入額（市外からの購入額）が 673 億円、輸移出額（市外への販売額）が 354 億円と輸移入超過、対事業所サービスや対個人サービスも同じく輸移入超過となっており、商品・サービスとも市外からの購入が多く、市内での消費が少ない。そのため、魅力のある個店や商店街づくりを進め、市内での消費を増加させることにより市内の経済循環を拡大する必要がある。

販路の開拓や新しい事業の展開

商業やサービス業では、「販売先や取引先の開拓」「新しい商品やサービスの開発」を経営上の課題として考えている事業者が多く、ネット通販の普及や市民の年齢構成の変化など商業環境が大きく変化する中で、新たな販路の開拓や市民のニーズに合った新しい商品やサービスの開発を進める必要がある。

雇用の確保や人材育成

近年の好景気や観光客の増加、生産年齢人口の減少等により、特に飲食業、サービス業、小売・卸売業等での雇用の確保が経営上の課題となっている。短期的な雇用に留まらず、長期的な雇用に向けた人材マッチング等が必要である。また、人材が不足する中で、従業員の人材育成を進め生産性を高める必要がある。

開業の促進や事業承継への支援

市内の事業者数は減少傾向にあり、商店街等では空き店舗も発生していることから、新たな開業の促進が必要である。また、「後継者への事業承継」を経営上の課題として考えている事業者が多いことから、円滑な事業承継を支援する必要がある。

商店街や個店の情報発信

大阪府や京都市が近郊にあることや、近隣の大型店舗の進出、ネット通販の普及等から、市民が市内の商店街や個店を利用することが少なくなり、地域の店舗の認知度が下がる中で、高齢化による近隣での買い物ニーズや域内経済の循環、地域コミュニティの担い手等の多様な機能を有する、地域に根差した商店街や個店の情報発信を強化する必要がある。

外国人観光客による経済効果の拡大

外国人観光客が増加傾向にある中で、外国人観光客の訪問による経済効果を高めるため、商店街や個店における受入体制を整えていく必要がある。

4 農業に関する特徴と課題

特 徴

茶、米、野菜等ともに市内取引が多い

市内の栽培面積では米が最も多く、次に伝統的な茶が多く、その他には野菜や花きなどが栽培されるとともに、鶏卵や乳業などの畜産業も営まれている。茶に関しては市内の個人商店への販売額が最も多く、米や野菜等についても市内の個人商店への販売額が多くなっている。

課 題

宇治茶ブランドの強化や販売促進

茶に関しては宇治市の高品質な茶葉を品質に見合った価格で安定した流通ができるように、宇治茶ブランドの強化、加工販売業者と一体となった商品開発や販路開拓を進める必要がある。

宇治産農産物の知名度の向上や地産地消の促進

茶以外の農産品に関しては、米や野菜、花き、鶏卵など様々な農産物がありながら市内外での知名度が低く、地元では購入できる機会が少ないため、知名度の向上や購入機会の増加を進める必要がある。また、飲食業や食品加工業との連携が十分でないため、ニーズの掘り起こしや販路とのマッチングが必要である。