

宇治市産業戦略

～ 広がる、生まれる、進化する
“産業交流都市・UJI” ～



平成31年3月



宇治市

はじめに

本市は、高度経済成長期に京都や大阪のベッドタウンとして成長してきましたが、人口減少や少子高齢化の進行が見込まれる中、本市の人口は平成27年（2015年）の約19万人から30年後（2045年）には約15万2千人に減少するとともに、生産年齢人口は平成27年（2015年）の約11万4千人から30年後（2045年）には約7万9千人となり、働き手の不足が続くことが予測されています。



こうした背景の中、持続的に発展するまちを目指すためには、市内経済を活性化させることが必要であると考えておりますことから、宇治市第5次総合計画第3期中期計画の重点的施策であります“戦略的な産業活性化の推進”に基づき、本市のこれからの産業振興策を示す「宇治市産業戦略」を策定いたしました。

この「宇治市産業戦略」では、「広がる、生まれる、進化する“産業交流都市・UJI”」をコンセプトに、まずは、市内産業のさらなる成長、発展に向けて支援することに重点を置きながら、市内外の企業や事業者、関係団体、人材等との連携や交流を強化し、市内の経済循環を促進することにより、市内経済の活性化を目指します。加えて、時代のニーズに合わせた多様な起業家を輩出することを目指すとともに、未来の宇治を見据え、新たな工業用地の確保や市外からの企業の誘致に取り組むこととしています。

今後は、市の関係課や国・京都府関係機関、産業支援機関、金融機関、大学等と連携しながら、市内経済の活性化に向け「宇治市産業戦略」に位置付けた各種の取組を、着実に進めてまいります。

結びに、本計画の策定にあたりまして、熱心にご論議いただき、貴重なご意見やご提案をいただきました宇治市産業戦略策定会議の委員の皆様をはじめ、アンケートやヒアリングにご協力いただきました各企業や関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

平成31年（2019年）3月

宇治市長 山本 正

目 次

第1章 戦略策定の趣旨

1. 戦略策定の背景と目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
2. 宇治市第5次総合計画における位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
3. 計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第2章 宇治市産業の現状と課題

1. 宇治市を取り巻く社会情勢や経済情勢・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
2. 宇治市産業の特徴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10
3. 宇治市産業における課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
4. 本市のこれまでの取組と課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23

第3章 産業戦略の目標と方向性

1. 産業戦略の目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
2. 産業戦略の取組の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
3. 産業分野ごとの目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28

第4章 具体的な取組内容

1. 施策の体系・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
2. 具体的な取組内容・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 31

第5章 推進体制

1. 産業戦略の推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42

参考資料

1. 計画策定の経過・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 45
 2. 宇治市産業戦略策定会議設置要綱・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 46
 3. 宇治市産業戦略策定会議委員名簿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
- 宇治市産業戦略の策定に係るアンケート調査報告書・・・・・・・・・・・・ 49

第1章 戦略策定の趣旨

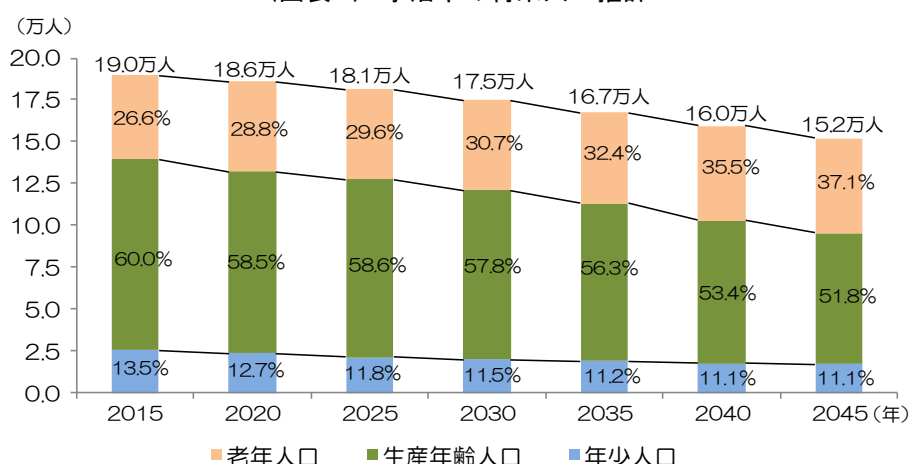
1. 戦略策定の背景と目的

(1) 戦略策定の背景

① 人口減少と少子高齢化の進行

宇治市の人口は減少に転じており、2015年（平成27年）から2045年までに総人口は約19.9%減少、高齢化率（65歳以上の人口が占める比率）は、約26.6%から約37.1%へ高まる一方で、生産年齢人口率（15～64歳の人口が占める比率）は約60.0%から約51.8%へ低下すると予測されています。総人口が減少する中で生産年齢人口率も低下するため、地域経済の担い手の減少が懸念されます（図表1）。

（図表1）宇治市の将来人口推計



資料：宇治市資料「宇治市の将来人口推計」（平成29年（2017年）5月）

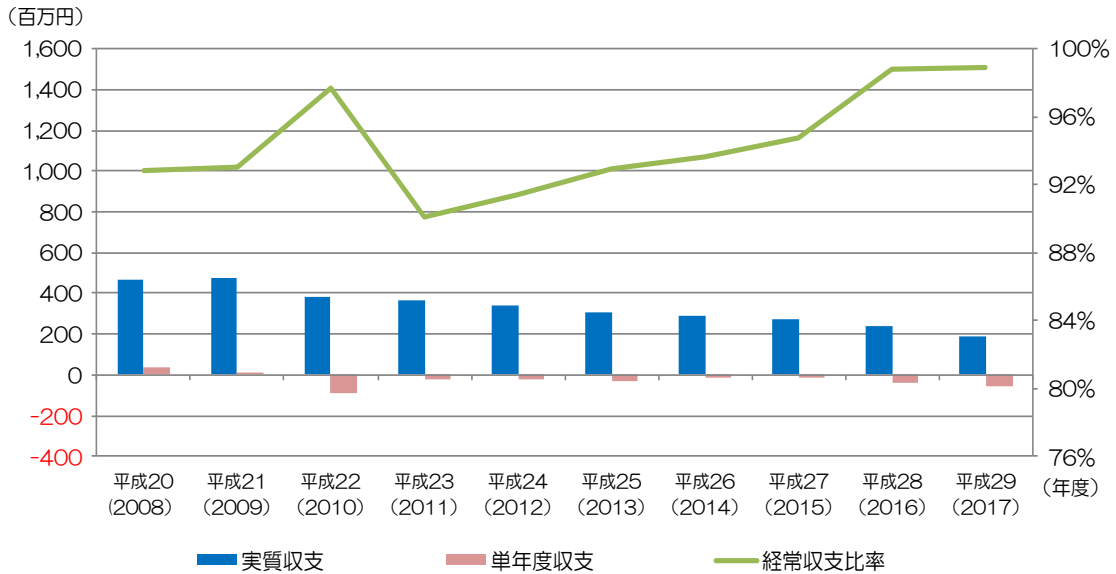
② 宇治市の産業をめぐる環境の変化

グローバル化に加え、アジア等の新興国の急速な経済成長により、様々な産業において世界的な競争が激化しています。さらにIoTやAI、ロボット等の新技術の急速な発展、地球環境問題の深刻化、日本国内における産業構造や消費者行動の変化、働き方に対する意識の変化等、産業をめぐる状況が大きく変化しています。こうした変化に本市の産業も無関係ではなく、新たな対応が求められています。

③ 宇治市の厳しい財政状況

宇治市では市税収入が減少傾向にある一方で、扶助費（福祉サービス等）等の義務的経費は増加傾向にあります。経常的な収入（市税収入等）に対する経常的な支出（義務的経費）の比率を示す経常収支比率は、平成29年度（2017年度）決算において98.9%と弾力性の低い硬直した財政構造となっており、市内経済の活性化を通じた市税収入の確保が求められています（図表2）。

(図表 2) 宇治市の実質収支・単年度収支・経常収支比率の推移



資料：宇治市資料「宇治市普通会計決算概要」(平成 29 年度 (2017 年度))

(2) 戦略策定の目的

宇治市の産業振興についての方針を示し、具体的な取組を進めることにより、市外からの需要や人の流れを呼び込むとともに、市内の経済循環を促進することにより市内経済を活性化させることを目的として策定します。

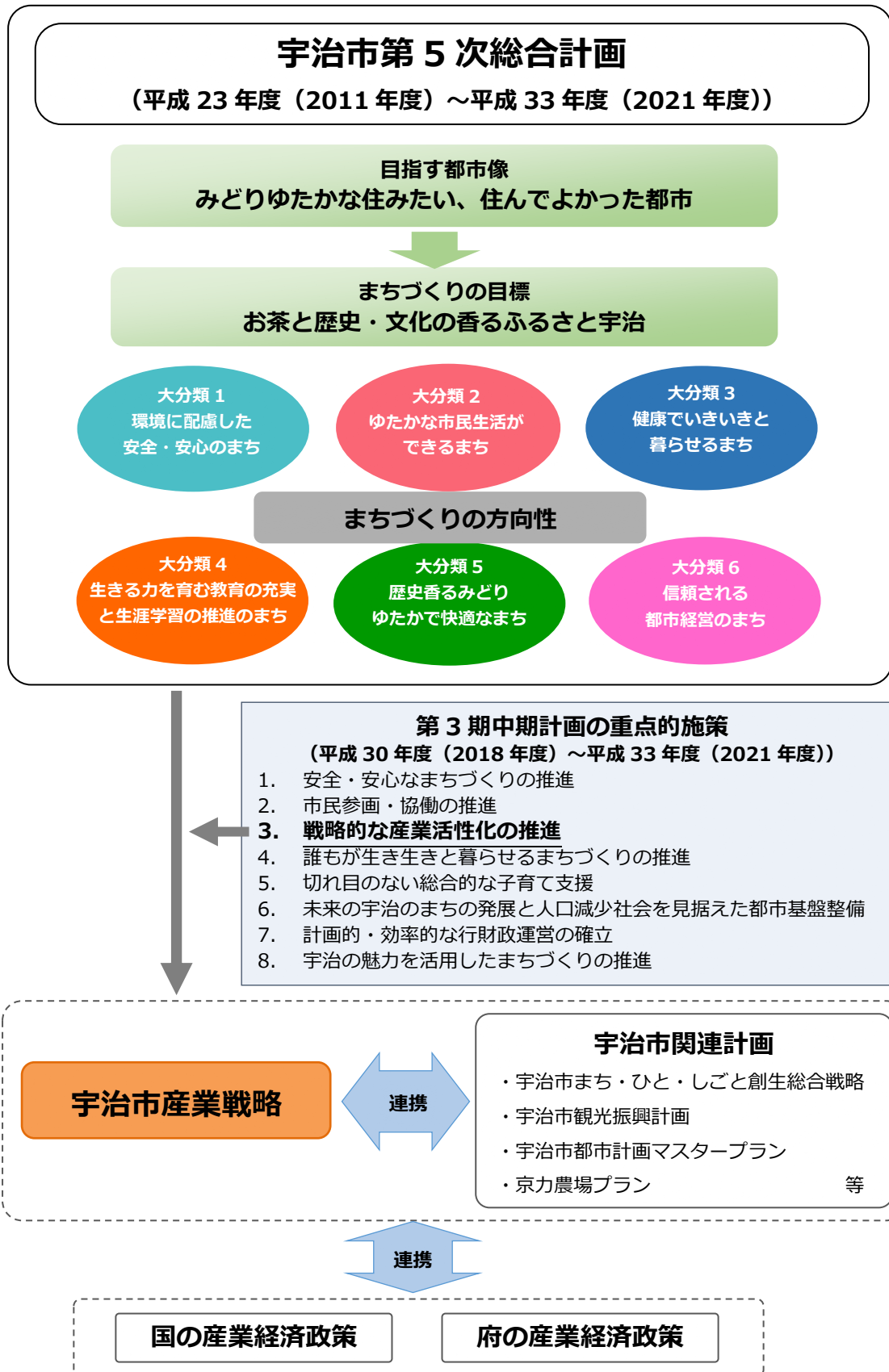
2. 宇治市第5次総合計画における位置付け

宇治市第5次総合計画（平成23年度（2011年度）～平成33年度（2021年度））では宇治市が目指す都市像に向けた6つのまちづくりの方向性が掲げられており、「大分類2 ゆたかな市民生活ができるまち」において、産業振興のために、農林漁業・茶業、商工業への支援を実施し、新たな産業の育成や産業基盤整備を推進し、雇用に関する施策の充実に努めるとの方針を示しています。また、第5次総合計画の第3期中期計画（平成30年度（2018年度）～平成33年度（2021年度））における8つの重点的施策の中では「3. 戦略的な産業活性化の推進」を掲げており、ここに産業戦略は位置付けられます（図表3）。

3. 計画期間

産業戦略の計画期間は、概ね10年先までを見据えつつ、平成31年度（2019年度）から平成33年度（2021年度）までの3年間における施策の方針を定めるものとします。

(図表 3)



第2章 宇治市産業の現状と課題

1. 宇治市を取り巻く社会情勢や経済情勢

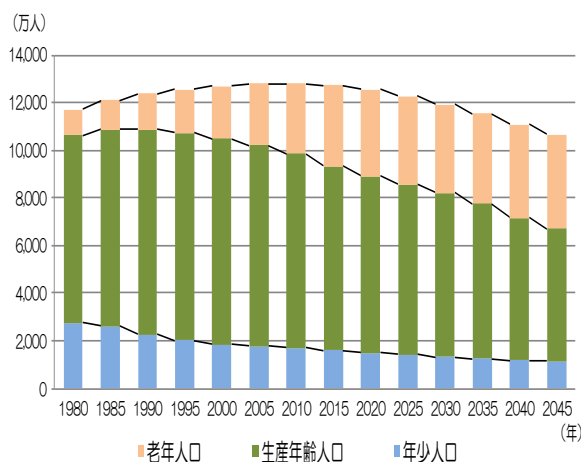
(1) 国内の動向

① 人口の動向

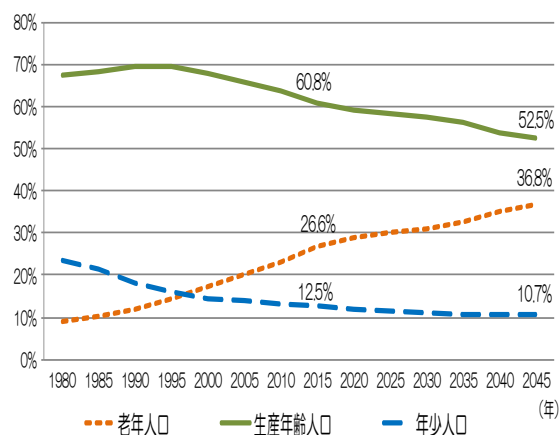
日本全体の人口は、平成20年(2008年)をピークに減少し、平成27年(2015年)国勢調査では1億2,709万人となっています。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2045年に人口は1億642万人となり、30年間に2,067万人が減少すると予測されています。

また、この30年間に年少人口(15歳未満)は約29%減少、生産年齢人口(15～64歳未満)は約28%減少、老年人口(65歳以上)は約16%増加し、急速な高齢化の進展が予測されています。人口構成比で見ると、2045年には生産年齢人口の構成比は52.5%と人口の約半分にまで減少する一方で、老年人口は36.8%と人口の1/3を超える水準に達します。なお、老年人口も2042年の3,935万人をピークにその後減少することが予測されています(図表4、5)。

(図表4) 日本の人口推移及び将来推計人口



(図表5) 日本の人口推移及び将来推計人口(構成比)



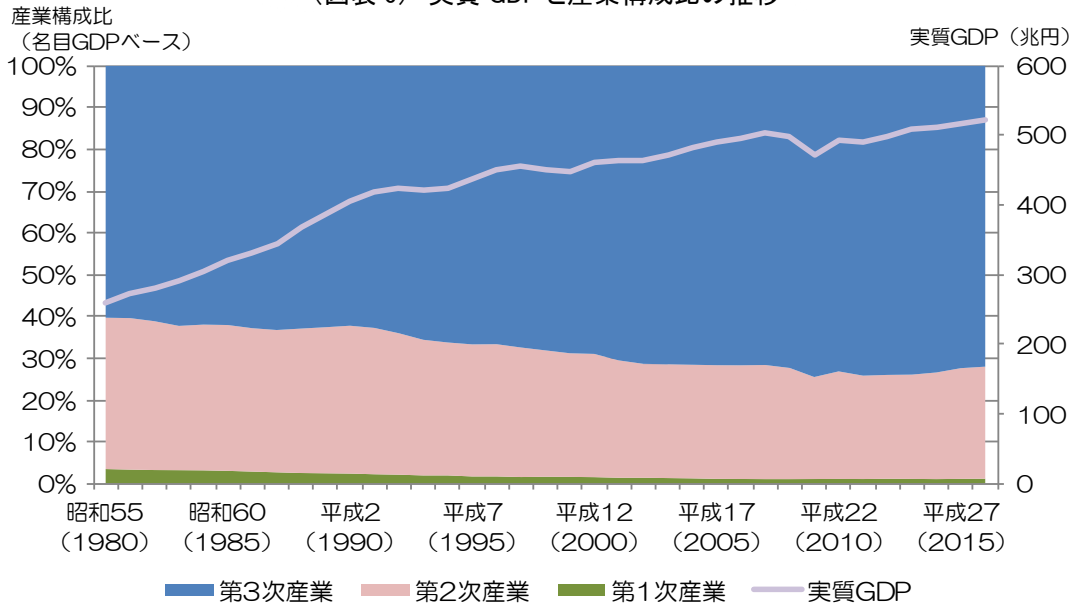
資料：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成29年(2017年)推計)」を基に作成

② 経済・産業の動向

日本の国内総生産を実質GDPで見ると、平成3年(1991年)頃までは急速に成長し、その後は、一時的な不景気による落ち込み等はあるものの緩やかに増大し、平成28年(2016年)には、約522兆円に達しています。この間の産業構造の変化を名目GDPにおける構成比で見ると、農林水産業等の第1次産業及び製造業等の第2次産業の割合が低下し、商業やサービス業等の第3次産業が上昇する産業のサービス化が進行しています(図表6)。

平成7年(1995年)には生産年齢人口が減少に転じており、GDPの成長速度も緩やかになっていることから、経済の成熟化が進んでいると考えられます。

(図表 6) 実質 GDP と産業構成比の推移



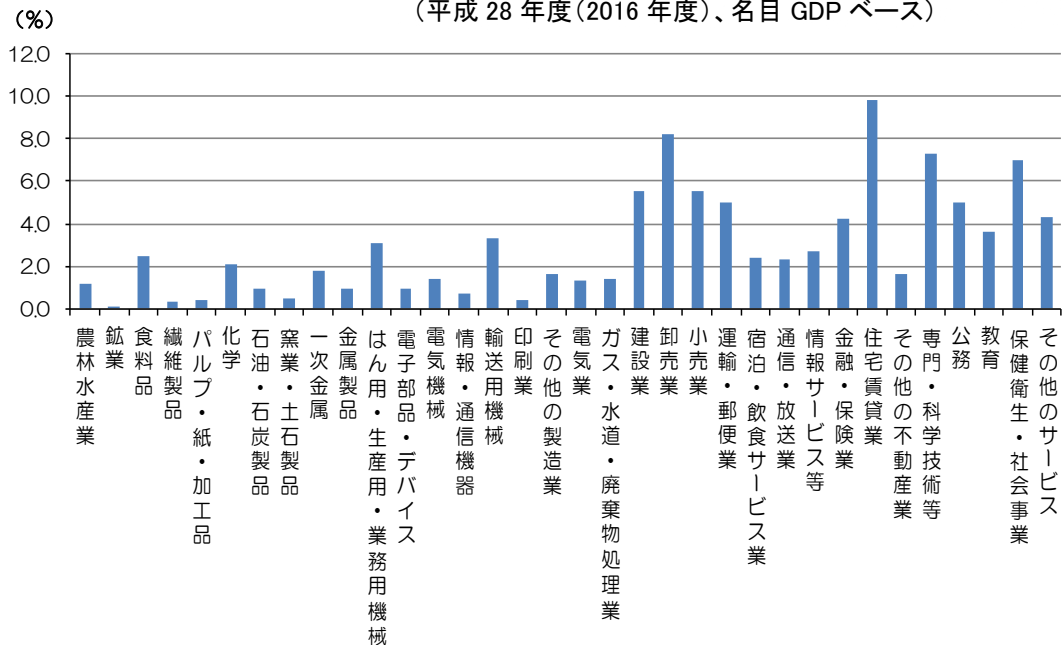
(注) GDP 総額は実質ベース、産業構成比は名目ベース

資料：内閣府「国民経済計算」(昭和 55 年 (1980 年) ~平成 28 年 (2016 年)) を基に作成

平成 28 年 (2016 年) の産業別構成比を見ると、卸売業や小売業、建設業の構成比が大きく、製造業の中では、輸送用機械、はん用・生産用・業務用機械、食料品が比較的大きくなっています (図表 7)。

(図表 7) 国内総生産における産業別構成比

(平成 28 年度 (2016 年度)、名目 GDP ベース)

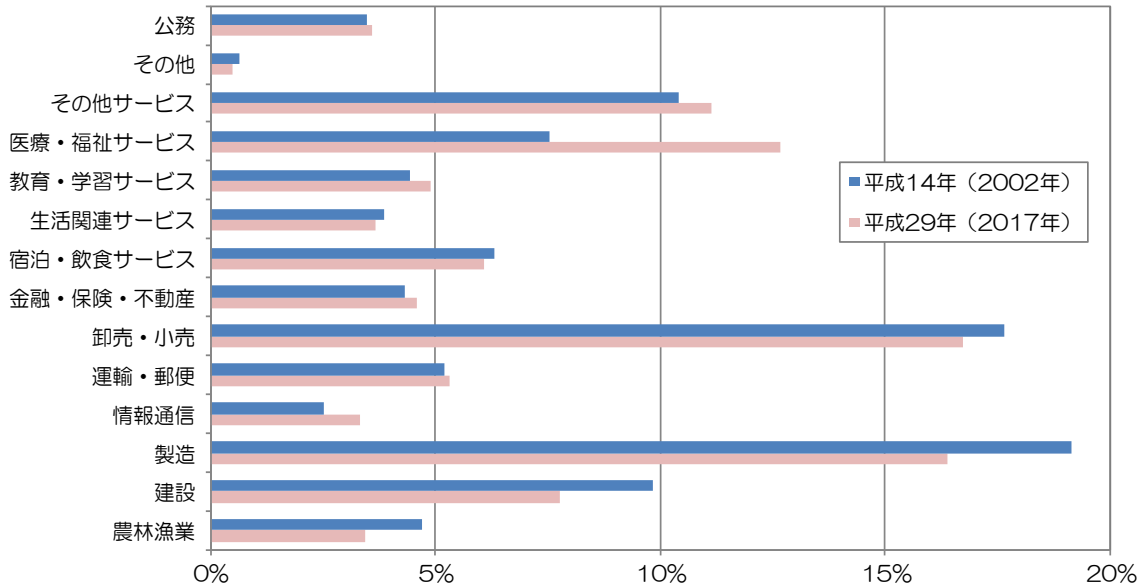


(注) 住宅賃貸業の割合が大きいのは、借家と持ち家の居住形態の変化が GDP 統計に影響を及ぼさないよう、持ち家に住む人は持ち家を自分に貸し付ける「住宅賃貸業」として、計算上の家賃(帰属家賃)が生産額として集計されていることによる。

資料：内閣府「平成 28 年度 (2016 年度) 国民経済計算」を基に作成

次に、就業者数の産業別構成比の変化から、日本の産業構造の変化を見ると、平成14年（2002年）から平成29年（2017年）にかけての15年間に、製造業、建設業、農林漁業の占める割合が縮小しています。一方で、高齢化に対応するように医療・福祉サービス業の構成比が約1.7倍大きくなり、また、IT化の進展に対応するように情報通信業の占める割合も拡大しています（図表8）。

（図表8）就業者の産業別構成比



資料：総務省「労働力調査」

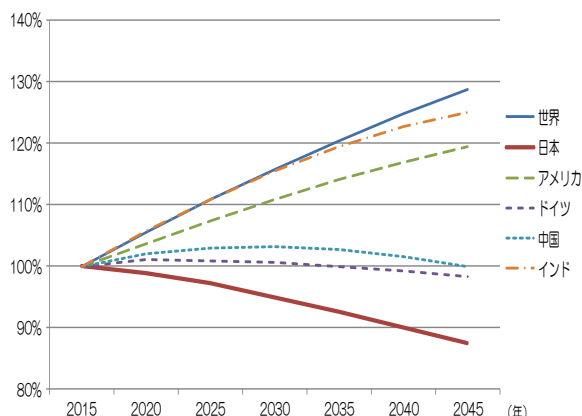
（2）海外の動向

グローバル化の進展に伴い、地域経済と世界経済の連動性は高まっているため、海外の動向を人口及び経済面から概観します。

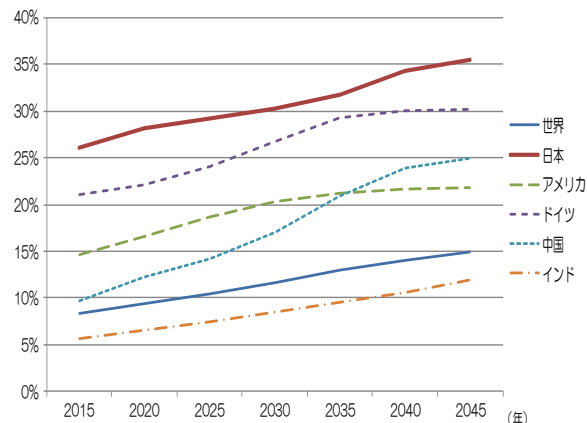
世界の人口予測を見ると、インドやアメリカ等の人口が多い国の増加傾向が続くこともあり、2015年（平成27年）から30年後の2045年にかけて世界全体で約3割の増加が予測されています。一方で、既に人口が減少傾向にある日本に加え、2020年にはドイツが、2030年には世界最大の人口（2017年（平成29年）時点）を擁する中国も人口が減少し始めると予測されています（図表9）。

高齢化は日本特有の現象ではなく、65歳以上の人口が総人口に占める割合を示す高齢化率を見ると、世界的に上昇することが予測されています。2015年（平成27年）時点の高齢化率は日本が26%、ドイツが21%と既に超高齢社会（高齢化率21%以上の社会）に突入していますが、一人っ子政策を導入していた中国も高齢化が急速に進展し、2035年にはアメリカと並んで超高齢社会に入ることが予測されています（図表10）。

(図表 9) 世界の人口予測(2015=100%)



(図表 10) 世界の高齢化率予測



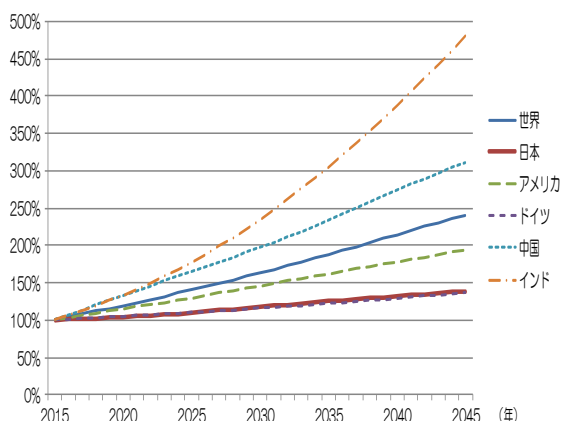
資料：United Nations, "World Population Prospects 2017" (中位予測値) を基に作成

経済面に目を向けると、経済規模を示す GDP は世界全体では拡大が予測されていますが、人口増加が速く、若い世代の比率が高いインドの急成長は続くものの、人口増加の減速や高齢化の進展が予想される中国の成長速度はインドを下回るものと予測されています。既に高齢化が進展し、人口が減少傾向にある日本やドイツの GDP の成長は限定的と予測されています (図表 11)。

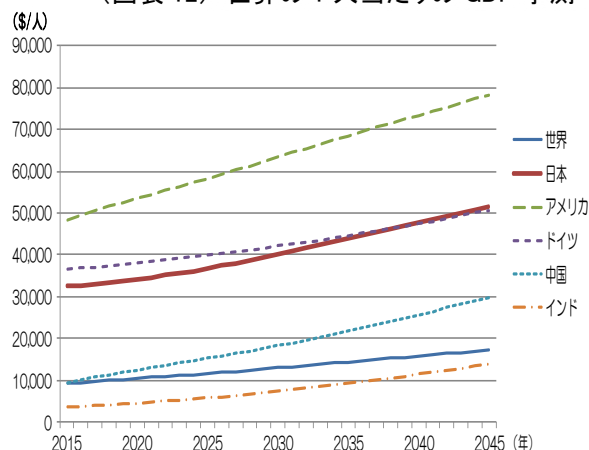
経済的な豊かさに着目した 1 人当たりの GDP 予測では、2015 年 (平成 27 年) から今後 30 年間で、インドは約 3.8 倍の 13,950 ドルに、中国は約 3.1 倍の 29,760 ドルに、アメリカと日本は約 1.6 倍の 78,260 ドルと 51,530 ドルに、ドイツは約 1.4 倍の 50,760 ドルに達すると予測されています。1 人当たりの GDP の伸びでは、インドや中国は大きく、アメリカ、日本、ドイツは小さいものの、金額での格差は依然として大きいと予測されています (図表 12)。

経済成長の予測は国によって様々ですが、日本より成長が大きいと予測される国や地域も多いため、輸出やインバウンド等も重要課題であると言えます。

(図表 11) 世界の GDP 予測(2015=100%)



(図表 12) 世界の 1 人当たりの GDP 予測



(左図) 資料：United Nations, "World Population Prospects 2017" (中位予測値) を基に作成

(右図) 資料：OECD, "Economic Outlook No95-May 2014-Long-term Baseline projections" 及び United Nations, "World Population Prospects 2017" (中位予測値) を基に試算

以上のような人口の変化や経済構造の変化に加え、近年は IT や AI を活用した技術革新による第 4 次産業革命とも言われる世界的な産業構造の変化も注目されています。ドイツ政府の「Industrie 4.0」や日本政府の「Society 5.0」等、国レベルでもビジョンや戦略が打ち出されており、こうした変化は本市の産業にも大きな影響を与える可能性が考えられ、IT や AI 等による技術革新に対応した産業振興も視野に入れる必要があります。

コラム：第 4 次産業革命、Industrie4.0、Society5.0 とは？

近年、ビッグデータ、AI、IoT と言った言葉を頻繁に目にします。「ビッグデータ」とは従来扱うことのできなかった規模の大量データを意味し、「AI (Artificial Intelligence: 人工知能)」とは、コンピュータによる高度な知的作業や判断をするシステムを意味し、「IoT (Internet of Things:モノのインターネット)」とは、世の中の様々なモノに通信機能を持たせてインターネットと接続し、相互に通信や制御を行うことを意味します。IoT 上で通信される情報はビッグデータであり、制御する頭脳機能に AI の活用が期待されています。

こうした先端技術の積極的な活用による産業戦略として、ドイツ政府により提唱されたのが「Industrie4.0」です。これは、IoT により、製造業の生産から流通まで自動で最適化を行う、産業革新を目指す戦略となっています。「Industrie4.0」は第 4 次産業革命とも呼ばれ、①蒸気機関の発明で機械生産への道を開いた第 1 次産業革命、②電力とモーターを活用した動力革新による大量生産が本格化した第 2 次産業革命、③コンピュータや IT 技術の活用による生産自動化が本格化した第 3 次産業革命、これら①～③に続く、ビッグデータや AI を活用して生産等を自動化・最適化する 4 番目の産業革命として期待されています。

日本政府においては、「Industrie4.0」のような産業戦略に加え、先端技術による様々な社会課題の解決も含む未来構想として「Society5.0」を掲げています。「Society5.0」は社会全体を包有するため、これまでの人類史における社会発展の段階を、①狩猟社会、②農耕社会、③工業社会、④情報社会、と定義し、それに続く、新たな 5 番目の「サイバー空間 (仮想空間) とフィジカル空間 (現実空間) を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会」と定義しています。これは、第 5 期科学技術基本計画において提唱された概念で、政府の未来投資戦略の中核をなすビジョンにもなっています。

(3) 国や京都府における施策の動向

① 国の動向

政府における経済政策の指針である「未来投資戦略 2018」では、テーマとして『Society 5.0』『データ駆動型社会』への変革が掲げられ、急速なデジタル化による第 4 次産業革命に対応した成長戦略が提示されています。基本的考え方として、「第 4 次産業革命の技術革新を存分に取り込み、『Society 5.0』を本格的に実現するため、これまでの取組の再構築、新たな仕組みの導入を図る」ものとされています。

具体的には、「①自動化：移動・物流革命による人手不足・移動弱者の解消、②遠隔・リアルタイム化：地理的・時間的制約の克服による新サービスの創出」が想定されており、実現に向けたプロジェクトや規制・制度改革に取り組むものとされています。

地域経済に関しては「『地域』『コミュニティ』『中小企業』が変わる」として、「1. 農林水産業全体にわたる改革とスマート農林水産業の実現、2. まちづくりと公共交通・ICT活用等の連携によるスマートシティ実現、3. 中小企業・小規模事業者の生産性革命の更なる強化」の実現を目指すものとされています。

また、経済成長戦略に加え、「多様な働き方を可能とするとともに、中間層の厚みを増しつつ、格差の固定化を回避し、成長と分配の好循環を実現する」ことを目指した働き方改革が推進されており、「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」が平成30年（2018年）7月6日に公布されています。今後、先端技術を活用した成長戦略に加え、働き方改革も産業振興において重要課題になるものと考えられます。

② 京都府の動向

京都府では、中小企業応援条例が平成19年（2007年）3月に公布され、様々な中小企業振興策が展開されており、次のような事業が進められています。

- ・オール京都による人材育成と生産性革命の拠点となる京都経済センターやロボット等の開発実証拠点となるけいはんなロボット技術センター等、企業共生型拠点施設の整備
- ・多様なプレーヤーのコラボレーションによる新たな製品の開発や市場開拓を支援する「企業の森・産学の森」推進事業や中小企業の事業計画から本格展開までを伴走支援するエコノミック・ガーデニング支援強化事業
- ・海外販路開拓を支援するための海外物産展の開催、海外展示会への出展支援
- ・中小企業応援隊による中小企業の経営改善や第二創業等の支援、商店街創生センターによる専門家派遣等の商店街振興、人手不足に対応するための「京都ジョブ博」の開催等

また、本市を含む山城地域の地域振興計画（平成27年度（2015年度）～平成30年度（2018年度））においては、5つの施策分野が掲げられており、産業振興関連としては、「(2) 地域の活性化と交流を進める交通基盤など社会基盤整備の推進」、「(3) 『お茶の京都』等による、農林業や中小企業など地域を支える産業振興と新たな観光、地域交流の推進」の2つの分野が提示されています。特に(3)においては、具体的に以下のような施策を推進するものとされています。

- ・急峻茶園の改良整備や人材育成等による宇治茶の生産振興の推進
- ・「お茶の京都」の魅力発信によって宇治茶ファンを広げ、消費拡大に繋がる取組の展開
- ・増加する個人旅行者や外国人旅行者のニーズに対応した観光施策の推進
- ・若い女性や学生等と連携して、歴史・文化を地域内外に発信
- ・企業訪問活動の強化、元気な企業の掘り起し

- ・オンリーワン技術を持つものづくり企業や学術研究施設の集積を活かした産学公連携の推進や企業誘致の推進
- ・安心・安全で新鮮な農産物の生産・供給体制の強化
- ・担い手確保・育成や新たな農業ビジネスの展開の支援
- ・過疎・高齢化が進む地域における地域再生・持続的発展支援、農村ビジネスの導入等の支援
- ・野生鳥獣対策の推進やモデルフォレスト運動のさらなる拡大

2. 宇治市産業の特徴

(1) 概要

本市は、世界遺産として登録されている平等院や宇治上神社をはじめ、宇治川周辺の自然景観等の観光資源も多く、高級日本茶として有名な「宇治茶」の産地でもあります。また、古くから都にも近い交通の要衝として発展してきました。昭和初期には日本レイヨン（現ユニチカ）等の大規模な工場が市内に開設され、戦後には多くの中小工場が槇島地区を中心に進出したことにより、製造業の集積が進みました。平成13年（2001年）に日産車体京都工場が大幅に縮小されることになった際には、その跡地を活用するため官民一体となって企業誘致を推進した結果、多くの優良企業が立地しました。

現在、本市の工業は、自社の強みとして「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」等をあげている事業所が多く、大量生産型の企業よりもニッチトップ型の中小企業が多いことが特徴と言えます。

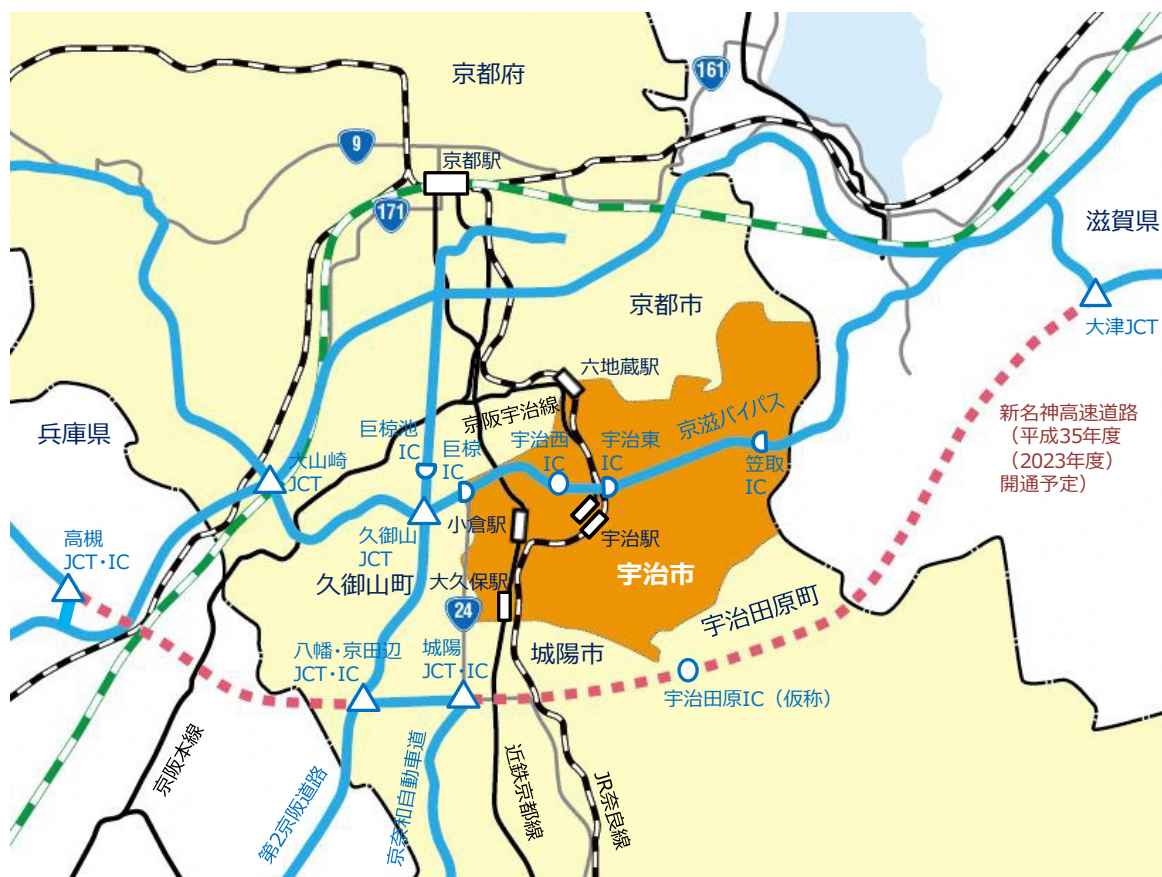
商業をみると、各鉄道の駅前を中心として商店街が形成されてきましたが、大規模小売店舗の出店やインターネットの普及による消費行動の多様化等により、商店数は減少傾向にあります。近年では、大型総合スーパーが閉店する一方、食品スーパーやドラッグストアの新たな出店が続いており、引き続き、商業環境の変化が続いている状況です。

(2) 地理的条件

本市周辺の道路状況を見ると、京滋バイパス、第二京阪道路、京奈和自動車道等が整備されている他、平成35年（2023年）には新名神高速道路の開通が予定されています。このように、道路網は充実した環境にあり、物流等の面では恵まれた環境にあります（図表13）。

また、鉄道については、JR西日本、京阪電気鉄道、近畿日本鉄道等の路線があり、JR西日本の奈良線は平成35年（2023年）までに京都駅から宇治市域までが完全複線化される予定です。現在、京都駅から宇治駅までは快速を利用した場合17分と至近の距離にあり、主に京都市域のベッドタウンとしても発展してきました。これら公共交通の利便性の高さに加え、歴史的な遺産や自然環境も豊かであることから、本市は居住地域としても魅力的な地域であると言えます。

(図表 13) 宇治市の周辺地図

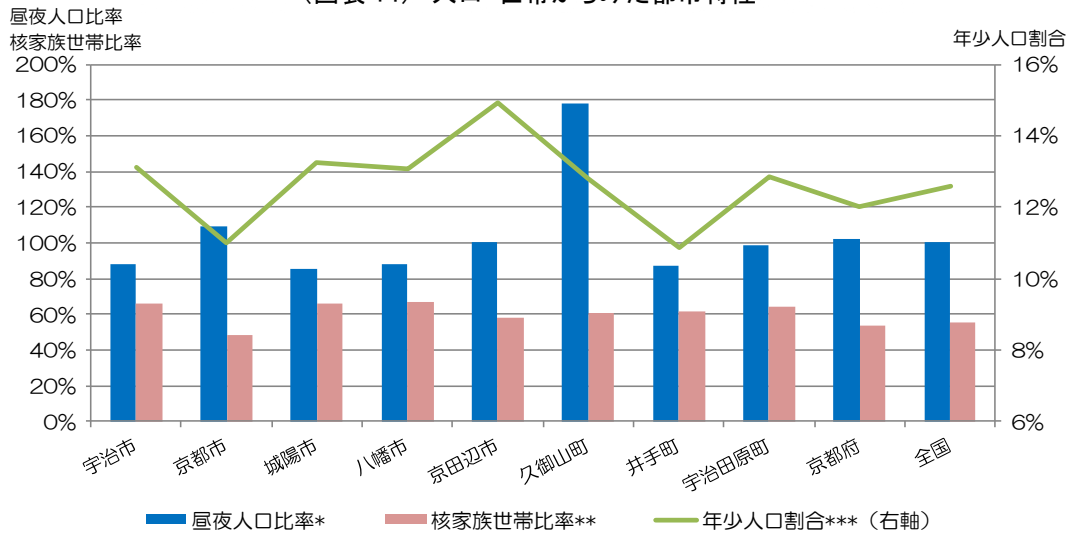


(3) 都市の特性

本市の特性を人口や世帯の面から見ると、昼夜人口比率（夜間人口に対する昼間人口の比率）は 100%を下回り、全国や京都府と比較して核家族世帯比率が高く、年少人口割合も若干高めとなっています。これは、市外への通勤・通学者が多く、核家族が多く居住していることを意味しており、本市はベッドタウンとしての都市特性を有していると言えます（図表 14）。

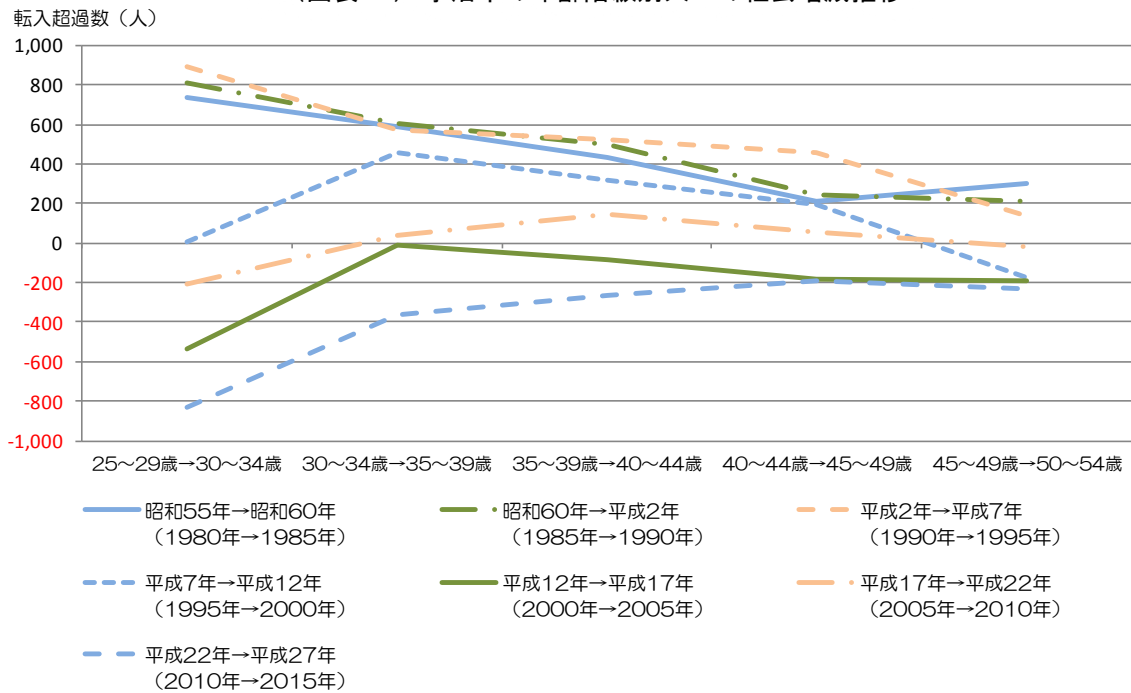
核家族世帯の中心である 25～49 歳の転入超過者数（転入者数から転出者数を引いた人数）における過去の傾向を見ると、1980 年（昭和 55 年）代から 1990 年（平成 2 年）代には多かったものの、近年は減少し、転出者数の方が多い傾向に転じています。これは、ベッドタウンとして成熟化しつつあることを示しており、今後は少子高齢化に加え、転入者数の減少も影響して、総人口が減少することが予測されています（図表 15）。

(図表 14) 人口・世帯からみた都市特性



*昼夜人口比率=昼間人口/総人口、**核家族世帯比率=核家族世帯数/一般世帯数、
 ***年少人口割合=15歳未満人口/総人口
 資料：総務省「平成27年(2015年)国勢調査」

(図表 15) 宇治市の年齢階級別人口の社会増減推移



資料：総務省「国勢調査」

(4) 事業所数、従業者数の推移

本市における事業所数の推移を見ると、医療・福祉等の分野を除き、減少傾向にあり、特に卸売業・小売業の減少数が大きくなっています。現在の産業構造を事業所数の構成比で見ると、最も多い卸売業・小売業は全体の22.3%を占め、以下、宿泊業・飲食サービス業の12.2%、製造業の11.7%、生活関連サービス業・娯楽業の10.5%、医療・福祉の9.7%と続きます(図表16)。

(図表 16) 宇治市内の事業所数の推移

業種	事業所数（民営事業所のみ）					
	平成21年 (2009年)	平成24年 (2012年)	平成26年 (2014年)	平成28年（2016年）		平成21→平成28年 (2009→2016年) 増減数
				構成比		
農林漁業	8	7	6	5	0.1%	-3
鉱業、採石業、砂利採取業	2	2	1	2	0.0%	0
建設業	621	538	534	490	9.1%	-131
製造業	743	646	672	631	11.7%	-112
電気・ガス・熱供給、水道等	3	2	4	5	0.1%	2
情報通信業	53	38	38	32	0.6%	-21
運輸業、郵便業	83	69	74	79	1.5%	-4
卸売業・小売業	1,453	1,312	1,283	1,205	22.3%	-248
金融・保険業	79	72	77	73	1.3%	-6
不動産業、物品賃貸業	436	389	389	352	6.5%	-84
宿泊業、飲食サービス業	812	714	715	660	12.2%	-152
医療、福祉	466	489	543	524	9.7%	58
教育、学習支援業	312	291	291	269	5.0%	-43
複合サービス事業	21	20	20	20	0.4%	-1
学術研究、専門・技術サービス業	213	199	189	191	3.5%	-22
生活関連サービス業、娯楽業	611	599	602	569	10.5%	-42
サービス業（他に分類されないもの）	338	301	312	306	5.7%	-32
合計	6,254	5,688	5,750	5,413	100.0%	-841

（注）構成比は端数調整をしているため、合計 100.0%にはならない
資料：総務省・経済産業省「経済センサス」

次に、市内の従業者数の推移から本市の産業構造を見ると、医療・福祉や教育・学習支援業等の一部の業種を除き、全体では減少傾向にあります。現在の構成比で見ると、最も多いのは製造業の 20.6%となっており、以下、卸売業・小売業の 19.9%、医療・福祉の 18.3%、宿泊業・飲食サービス業の 9.0%、サービス業（他に分類されないもの）の 5.7%と続きます（図表 17）。

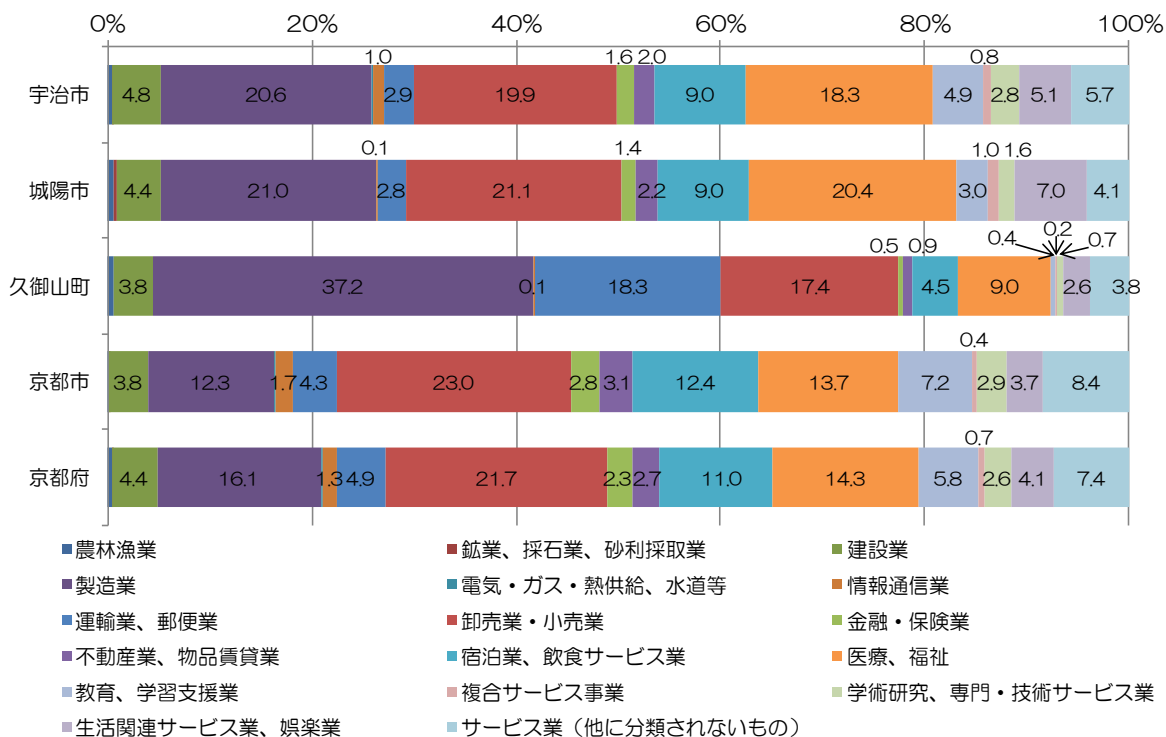
従業者数の業種別構成比を近隣自治体や京都府全体と比較すると、久御山町は製造業の構成比が突出していますが、本市と城陽市も大きく、当地域が製造業の集積地帯であることが分かります。また、本市と城陽市においては医療・福祉の構成比も大きくなっています（図表 18）。

(図表 17) 宇治市内の従業者数の推移

業種	従業者数（民営事業所のみ）【人】					
	平成21年 (2009年)	平成24年 (2012年)	平成26年 (2014年)	平成28年（2016年）		平成21→平成28年 (2009→2016年) 増減数
				構成比		
農林漁業	247	216	256	249	0.5%	2
鉱業、採石業、砂利採取業	5	27	12	10	0.0%	5
建設業	3,194	2,823	2,676	2,612	4.8%	-582
製造業	12,725	12,777	13,903	11,299	20.6%	-1,426
電気・ガス・熱供給、水道等	39	26	53	61	0.1%	22
情報通信業	587	566	553	559	1.0%	-28
運輸業、郵便業	2,544	2,017	2,179	1,610	2.9%	-934
卸売業・小売業	11,925	11,424	11,578	10,899	19.9%	-1,026
金融・保険業	910	851	906	904	1.6%	-6
不動産業、物品賃貸業	1,495	1,242	1,152	1,113	2.0%	-382
宿泊業、飲食サービス業	5,327	5,103	4,843	4,940	9.0%	-387
医療、福祉	8,892	9,192	11,162	10,029	18.3%	1,137
教育、学習支援業	2,376	2,422	3,334	2,667	4.9%	291
複合サービス事業	191	194	422	416	0.8%	225
学術研究、専門・技術サービス業	1,965	1,628	770	1,540	2.8%	-425
生活関連サービス業、娯楽業	3,244	3,153	3,171	2,773	5.1%	-471
サービス業（他に分類されないもの）	2,938	2,662	3,412	3,113	5.7%	175
合計	58,604	56,323	60,382	54,794	100.0%	-3,810

資料：総務省・経済産業省「経済センサス」

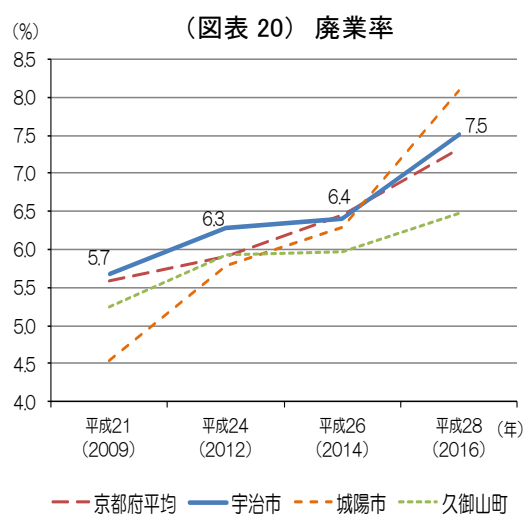
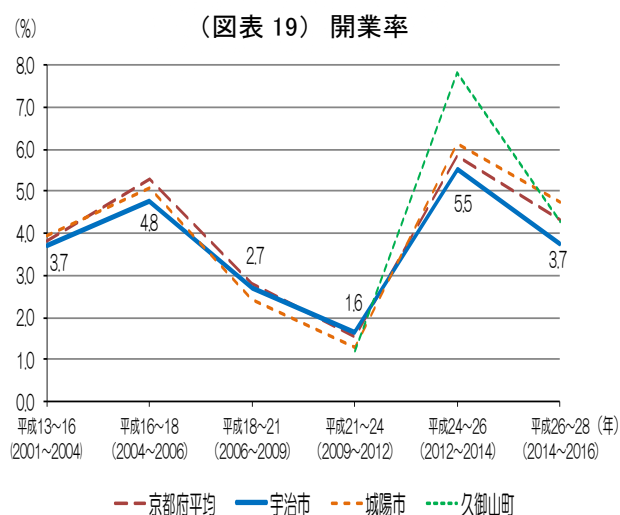
(図表 18) 従業者数(民営事業所のみ)の業種別構成比の近隣自治体との比較



資料：総務省・経済産業省「平成 28 年（2016 年）経済センサス」

(5) 開業率、廃業率の推移

本市における事業所の開業率や廃業率を見ると、京都府全体や周辺自治体と比較して、開業率は低い一方で廃業率は高くなっており、それにより市内の事業所数が減少していると考えられます（図表 19、20）。



事業所・企業統計調査に基づく | 経済センサスに基づく

(注) 新設事業所数を全事業所数で除して算出したもの(宇治市の開業率のみ数値を表示)

資料：総務省「事業所・企業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス」を基に作成

(注) 廃業事業所数を存続事業所数と廃業事業所数の合計で除して算出したもの(宇治市の廃業率のみ数値を表示)

資料：総務省・経済産業省「経済センサス」を基に作成

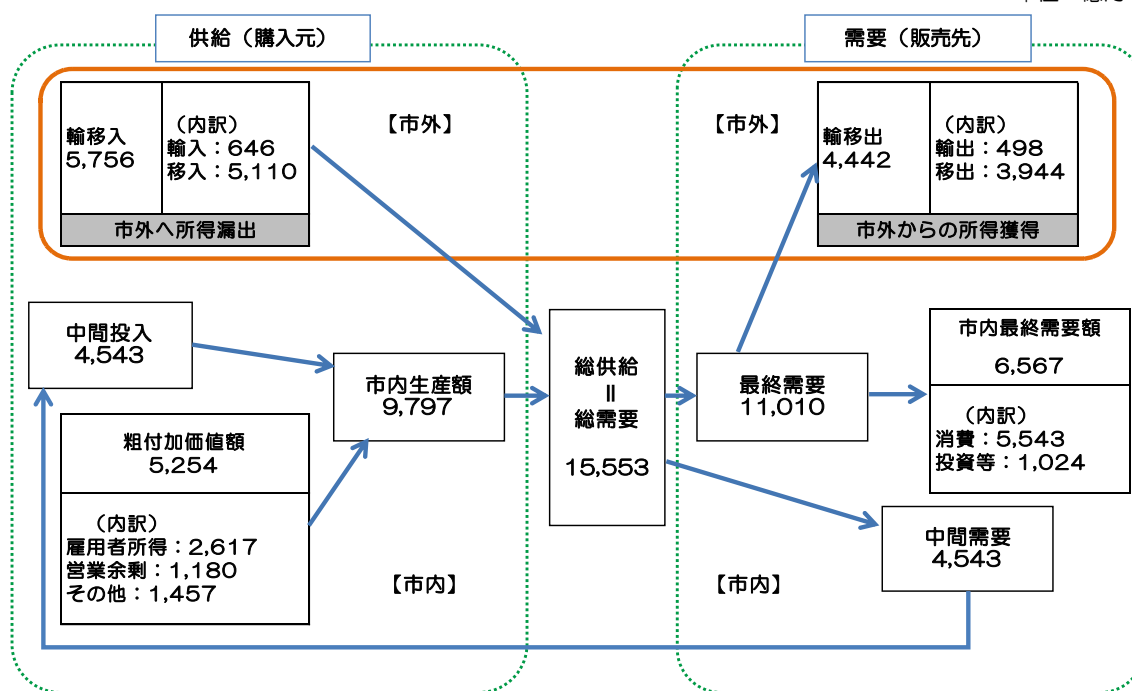
(6) 産業連関表からみた市内経済

本市の経済構造を宇治市産業連関表から見ると、市内生産額は9,797億円となっています。市外からの輸移入5,756億円を合わせた1兆5,553億円が総供給(=総需要)となっています。市内生産額のうち原材料等の中間投入を除く粗付加価値額は5,254億円。総需要のうち市外へ販売等される輸移出は4,442億円、市内で消費される最終需要額は6,567億円、原材料等として生産へ回る中間需要は4,543億円となっています。

一方で、輸移入は5,756億円、輸移出は4,442億円であり、輸移入から輸移出を差し引いた1,314億円が輸移入超過(貿易赤字)となっています。また、総供給1兆5,553億円に対する輸移入5,756億円の比率は37%となっており、これは生産活動に必要な原材料やサービス、生活に必要な商業等の多くを市外から調達していることを示しています(図表21)。

(図表21) 宇治市の産業連関表の概要

単位：億円



資料：宇治市資料「平成26年(2014年)宇治市産業連関表」を基に作成
(端数調整をしているため各項目の計と全体合計が合わない場合がある)

生産額及び粗付加価値額を見ると、どちらも製造業の構成比が最大となっています。また、粗付加価値額では、製造業の次に、不動産、教育・医療・福祉、商業の構成比が大きくなっています。従業者数の構成比とあわせて見ると、本市の産業においては、粗付加価値額及び雇用の両面で、製造業、教育・医療・福祉、商業（卸売業・小売業）の占める比率が高くなっています（図表 22、23）。

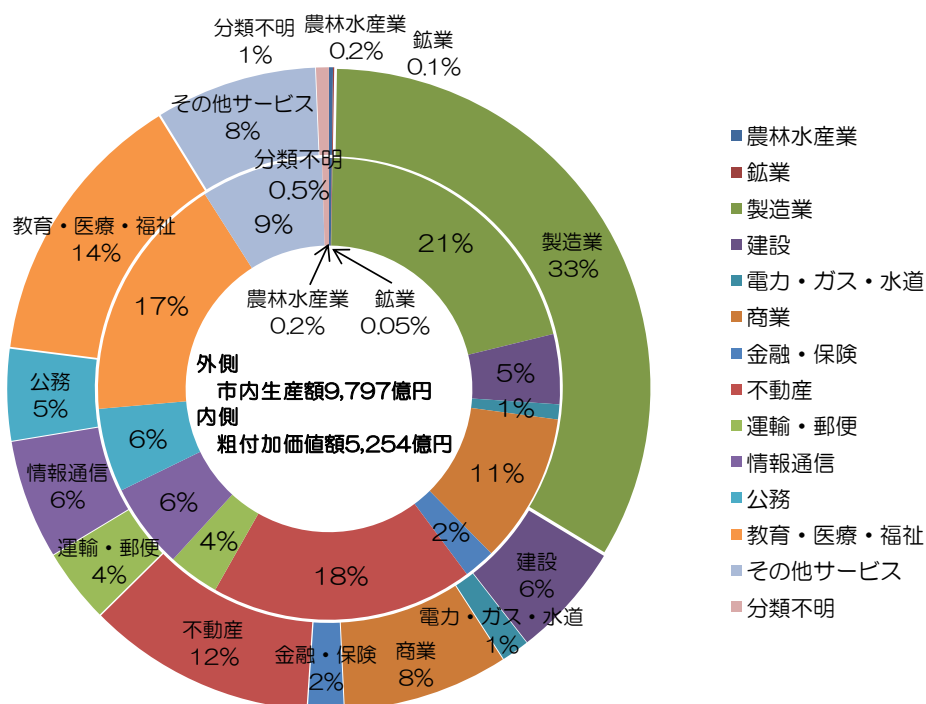
（図表 22）宇治市の市内生産額の内訳

（単位：百万円）

	市内生産額		中間投入	粗付加価値額	
		(構成比)			(構成比)
農林水産業	1,966	0.2%	913	1,053	0.2%
鉱業	578	0.1%	340	239	0.05%
製造業	327,244	33.4%	217,269	109,975	20.9%
建設	56,879	5.8%	31,163	25,716	4.9%
電力・ガス・水道	13,748	1.4%	8,211	5,537	1.1%
商業	82,137	8.4%	27,031	55,107	10.5%
金融・保険	17,696	1.8%	6,085	11,612	2.2%
不動産	113,040	11.5%	16,504	96,536	18.4%
運輸・郵便	36,840	3.8%	17,971	18,869	3.6%
情報通信	59,103	6.0%	27,716	31,387	6.0%
公務	45,328	4.6%	14,555	30,773	5.9%
教育・医療・福祉	138,838	14.2%	47,693	91,145	17.3%
その他サービス	79,936	8.2%	35,042	44,894	8.5%
分類不明	6,369	0.7%	3,806	2,563	0.5%
計	979,705	100.0%	454,299	525,405	100.0%

（注）構成比は端数調整をしているため、合計 100.0%にはならない
資料：宇治市資料「平成 26 年（2014 年）宇治市産業連関表」を基に作成

（図表 23）市内生産額と粗付加価値額の業種別構成比



資料：宇治市資料「平成 26 年（2014 年）宇治市産業連関表」を基に作成

次に、市内産業間の影響度を見ます。影響力係数はある産業に需要が発生したときに市内産業全体に与える影響の大きさを示し、感応度係数は産業全体に均等に需要が発生したときに、当該産業が受ける影響の大きさを示します。

影響力係数を見ると、水道、鉱業、情報通信、輸送機械、電気・ガス・熱供給、化学製品、窯業・土石製品の順に大きな値となっており、域内経済への生産波及効果が大きな産業と言えます。感応度係数を見ると、商業、運輸・郵便、対事業所サービス、教育・研究、情報通信、建設、不動産、金融・保険の順に大きな値を示し、景気の影響を受けやすい産業と言えます（図表 24）。

（図表 24） 市内産業における影響力係数と感応度係数

	市内生産額		中間投入 (百万円)	粗付加価値額		影響力 係数	感応度 係数
	(百万円)	(構成比)		(百万円)	(構成比)		
農林水産業	1,966	0%	913	1,053	0%	0.96	0.88
鉱業	578	0%	340	239	0%	1.09	0.89
製造業	325,827	33%	215,851	109,975	21%	0.97	0.99
飲食料品	61,125	6%	39,841	21,284	4%	1.00	0.94
繊維製品	3,024	0%	1,952	1,072	0%	0.99	0.88
パルプ・紙・木製品	1,029	0%	682	348	0%	0.98	0.88
化学製品	25,144	3%	17,111	8,033	2%	1.02	0.88
石油・石炭製品	576	0%	378	198	0%	0.97	0.88
プラスチック・ゴム	32,673	3%	23,891	8,781	2%	0.98	0.92
窯業・土石製品	4,485	0%	2,578	1,908	0%	1.02	0.94
鉄鋼	593	0%	423	170	0%	0.99	0.88
非鉄金属	2,017	0%	1,647	369	0%	0.93	0.84
金属製品	4,472	0%	2,951	1,521	0%	0.96	0.91
はん用機械	1,529	0%	859	670	0%	0.96	0.86
生産用機械	17,216	2%	10,326	6,891	1%	0.98	0.88
業務用機械	3,642	0%	2,191	1,451	0%	0.99	0.86
電子部品	38,675	4%	28,490	10,185	2%	1.01	0.88
電気機械	9,607	1%	6,423	3,184	1%	0.99	0.86
情報・通信機器	390	0%	274	115	0%	0.97	0.86
輸送機械	31,444	3%	24,904	6,540	1%	1.05	0.98
その他の製造工業製品	88,185	9%	50,930	37,255	7%	1.00	0.92
建設	56,879	6%	31,163	25,716	5%	0.99	1.20
電気・ガス・水道	13,748	1%	8,211	5,537	1%	1.07	0.94
電気・ガス・熱供給	5,999	1%	4,024	1,975	0%	1.04	1.05
水道	7,749	1%	4,187	3,562	1%	1.11	1.02
廃棄物処理	5,665	1%	1,589	4,076	1%	0.96	0.90
商業	82,137	8%	27,031	55,107	10%	1.00	1.66
金融・保険	17,696	2%	6,085	11,612	2%	1.00	1.10
不動産	113,040	12%	16,504	96,536	18%	0.95	1.14
運輸・郵便	36,840	4%	17,971	18,869	4%	1.01	1.60
情報通信	59,103	6%	27,716	31,387	6%	1.07	1.29
公務	45,328	5%	14,555	30,773	6%	0.97	0.90
教育・研究	44,406	5%	9,417	34,989	7%	0.95	1.33
医療・福祉	94,432	10%	38,276	56,156	11%	0.99	0.90
その他の非営利団体サービス	4,337	0%	1,760	2,577	0%	1.01	0.89
対事業所サービス	24,202	2%	10,914	13,288	3%	0.97	1.37
対個人サービス	45,732	5%	20,779	24,953	5%	1.01	0.89
事務用品	1,418	0%	1,418	0	0%	1.01	0.91
分類不明	6,369	1%	3,806	2,563	0%	1.11	1.04
計	979,705	100%	454,299	525,405	100%		

（注）構成比は端数調整をしているため、合計 100.0%にはならない

資料：宇治市資料「平成 26 年（2014 年）宇治市産業連関表」を基に作成

次に、輸移出額と輸移入額を見ると、輸移出額では製造業が最も大きく、次に商業や情報通信が大きくなっています。輸移入額では製造業、サービス業、商業の順に大きくなっています。市内需要がどの程度の市内生産でまかなわれているかを示す自給率を見ると、農林水産業や製造業は低く、生産のための財やサービスの多くを市外から調達している構造となっています。

また、生産額当たりの外貨獲得力を示す RIC 指数から外貨獲得力を見ます。RIC 指数とは、輸移出額から輸移入額を引いた輸移出入収支を生産額で除した指数で市外への販売力や競争力を示す指標です。RIC 指数が負の場合は、輸移入への依存が高い産業であることを示し、正の場合は輸移出の傾向が大きい産業であることを示しています。本市の場合、製造業が外貨獲得に大きく貢献していますが、今後は商業やサービス業等の分野において観光客数の増加による拡大も期待できます（図表 25）。

（図表 25）宇治市の輸移出額と輸移入額、自給率、RIC 指数

（単位：百万円）

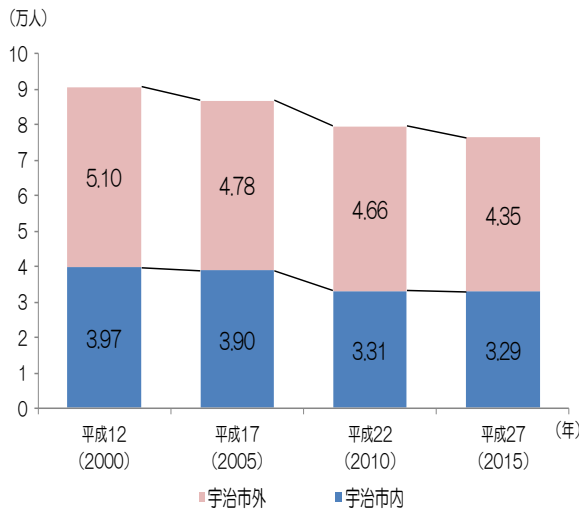
	輸移出額 ①	輸移入額 ②	輸移出入収支 ③=①-②	市内最終需要 +中間需要④	自給率 ⑤=1-②/④	市内生産額 ⑥	RIC指数 ⑦=③/⑥
農林水産業	202	14,443	-14,242	16,208	10.9%	1,966	-724.2%
鉱業	391	2,064	-1,673	2,251	8.3%	578	-289.2%
製造業	296,502	284,166	12,336	314,908	9.8%	327,244	3.8%
建設	0	0	0	56,878	100.0%	56,879	0.0%
電力・ガス・水道	2,239	16,407	-14,168	27,916	41.2%	13,748	-103.1%
商業	35,410	67,266	-31,856	113,993	41.0%	82,137	-38.8%
金融・保険	441	17,278	-16,837	34,534	50.0%	17,696	-95.1%
不動産	1,013	4,244	-3,231	116,271	96.4%	113,040	-2.9%
運輸・郵便	13,037	26,603	-13,566	50,406	47.2%	36,840	-36.8%
情報通信	31,991	28,760	3,230	55,873	48.5%	59,103	5.5%
公務	0	0	0	45,328	100.0%	45,328	0.0%
教育・医療・福祉	30,774	32,004	-1,230	140,068	77.2%	138,838	-0.9%
サービス	30,526	80,836	-50,310	130,246	37.9%	79,936	-62.9%
分類不明	1,703	1,490	213	6,156	75.8%	6,369	3.3%
計	444,228	575,562	-131,333	1,111,036	48.2%	979,705	-13.4%

資料：宇治市資料「平成 26 年（2014 年）宇治市産業連関表」を基に作成

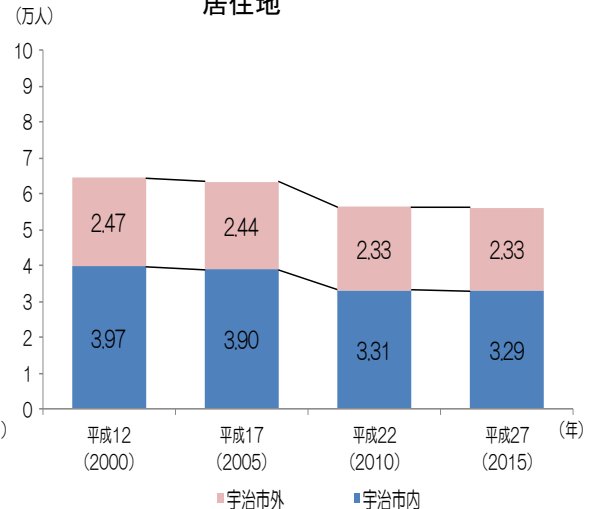
（7）就業動向・雇用情勢

本市に居住する就業者約 7 万 6 千人のうち約 4 割に当たる約 3 万 3 千人が市内にて就業しており、約 6 割に当たる 4 万 4 千人は市外にて就業していることから、本市はベッドタウン的特性を有していると言えます（図表 26）。一方で、本市に立地する事業所に勤める就業者は約 5 万 6 千人であり、そのうち約 4 割に当たる 2 万 3 千人が市外の居住者となっています（図表 27）。

(図表 26) 宇治市内に居住する就業者の勤務先



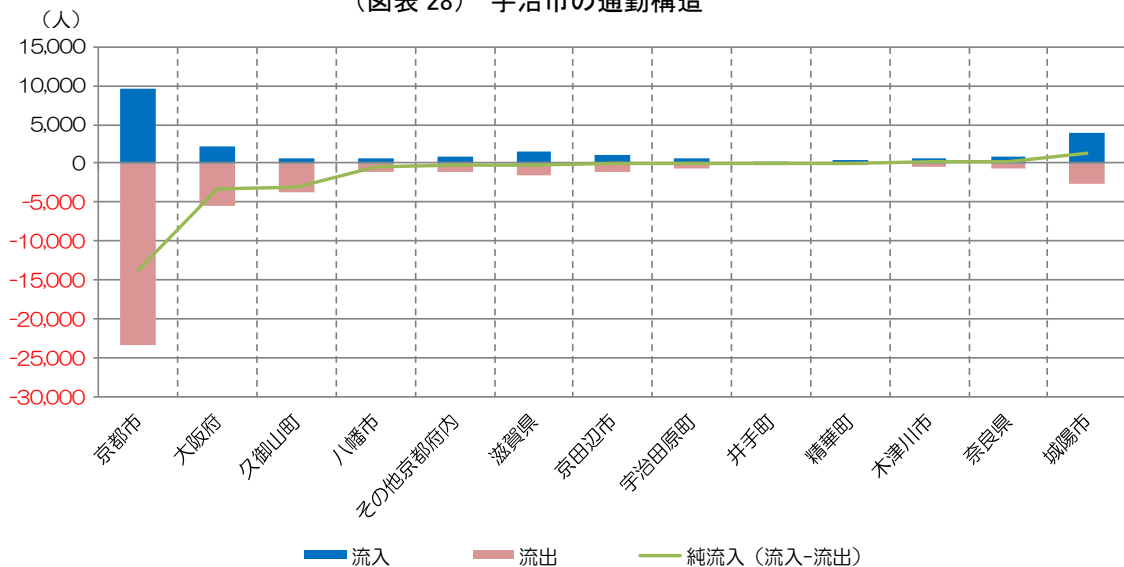
(図表 27) 宇治市内の事業所における就業者の居住地



資料：図表 26、図表 27 とともに総務省「国勢調査」

本市の通勤構造を見ると、市外への通勤先（流出先）として、京都市、大阪府、久御山町等が多くなっています。一方で、市外から通勤する人の居住地（流入元）では、京都市、城陽市、大阪府等が多くなっていますが、京都市と大阪府は流出者数が流入者数を大きく上回り、全体では流出超過となっています（図表 28）。

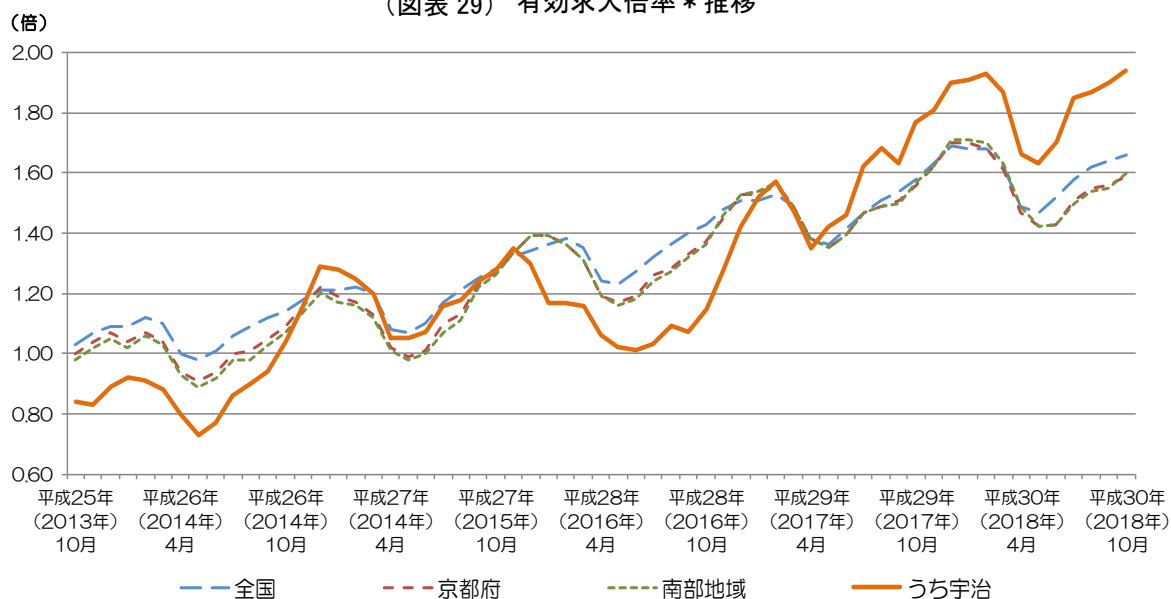
(図表 28) 宇治市の通勤構造



資料：総務省「平成 27 年 (2015 年) 国勢調査」

次に、雇用動向を有効求人倍率の推移から見ると、本市を含むハローワーク宇治の管轄地域において、平成 26 年 (2014 年) 頃までは倍率が 1.0 倍を下回り、求人数が求職件数を下回る状況が続いていました。しかし、この 5 年間の有効求人倍率は、上昇傾向が続き、平成 30 年 (2018 年) 10 月時点では、全国や京都府の水準を大きく上回る 1.94 倍に達し、求職者、すなわち労働力が大幅に不足する状態となっています（図表 29）。

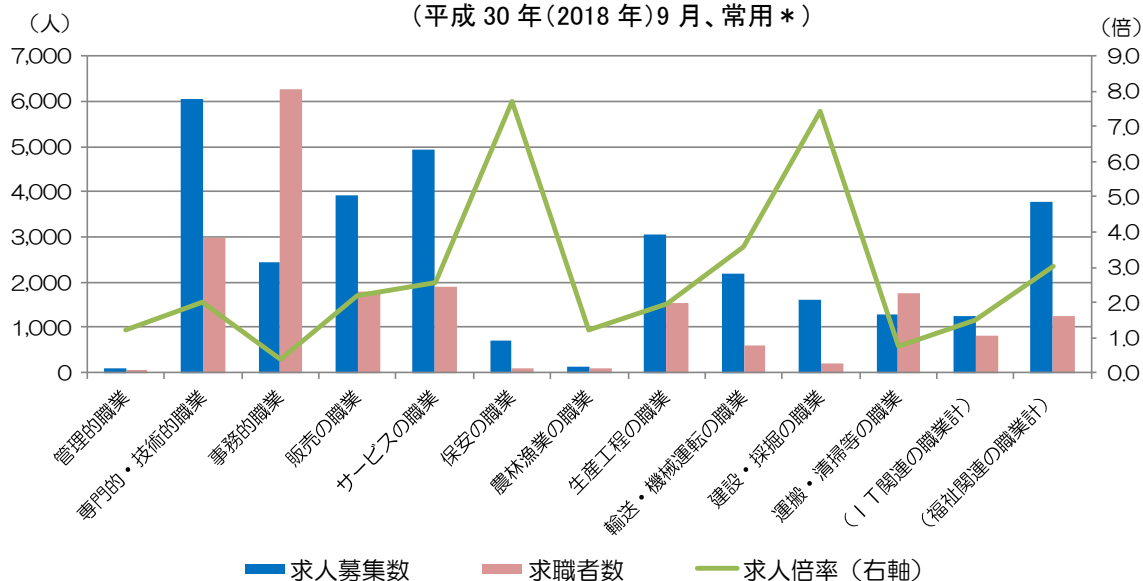
(図表 29) 有効求人倍率 * 推移



* 有効求人倍率はパートタイムも含む原数値
 (注1) 南部地域は、ハローワーク南部地域5カ所(京都西陣所、京都七条所、伏見所、宇治所、京田辺所)
 (注2) 宇治の管轄地域は宇治市、城陽市、久御山町、宇治田原町
 資料：厚生労働省「一般職業紹介状況(職業安定業務統計)」、京都労働局「完全失業率等の状況」

京都府の南部地域における職業別の求職動向を見ると、専門的・技術的職業、サービスの職業、販売の職業、輸送・機械運転の職業、生産工程の職業、建設・採掘の職業で大幅な求職者不足であるのに対し、事務的職業では大幅な求人不足になっています。また、業種面から福祉関連の職業では求職者不足となっています。このように、労働市場全体では大幅な求職者不足の状況にあるものの、職業によって過不足の状況が大きく異なっています(図表30)。

(図表 30) 南部地域における職業別求人求職状況
 (平成30年(2018年)9月、常用*)



* 常用とは、雇用契約において雇用期間の定めがないか又は4ヶ月以上の雇用期間が定められているもの(季節労働者を除く)
 (注) 南部地域は、ハローワーク南部地域5カ所(京都西陣所、京都七条所、伏見所、宇治所、京田辺所)
 資料：京都労働局「求人・求職バランスシート(平成30年(2018年)9月分)」

3. 宇治市産業における課題

(1) 経済構造等の変化への対応

グローバル化の進展等により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ます。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等、事業者が対応すべき課題も増えており、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ります。

(2) 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ります。市内事業所へのアンケートによると「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所が多い傾向が見られます。

(3) 市内経済循環の促進と輸移出の拡大

市内経済は輸移出に比べて輸移入が多く、市外へ資金が流出している構造となっているため、市内での自給率を高めるとともに、市外への輸移出を拡大していく必要があります。そのためには、市内事業所や市内産品等の認知度向上、市外市場への販路の拡大、市内事業所間のビジネスマッチング等が必要です。

(4) 雇用の確保や人材の育成

堅調な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重要な課題となっています。市内事業所へのアンケートからは、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く聞かれます。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く見られる状況です。

産業分野によって労働力の過不足状況や求められる人材が大きく異なるため、適切な雇用マッチングや人材育成を進める必要があります。加えて、働き方改革を進める等、職場環境の整備も必要となっています。

(5) 事業承継と起業促進、市外からの受入

市内経済の担い手である事業所数は減少傾向にあり、開業する事業所に比べて廃業に至る事業所が多いものと考えられます。市内事業所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起業を促進し、また、市外からの事業所の進出を促進する必要があります。

(6) 関係窓口が連携した支援体制

市内に工場等を拡張や新設する際には様々な規制や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求められています。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も限られています。要因としては、制度の周知が不十分なことに加えて、各種申請窓口が市役所や他機関に分かれていること等が考えられます。各種制度の利用促進に向けた積極的な紹介や相談窓口の設置等の必要があります。

(7) 新たな工業用地の確保

市内の製造業では、敷地の制約から施設の増設や拡張が難しい事業所があることに加え、市内での移転拡張先や新たな事業所を受入するための用地が少ないため、新たな工業専用用地を確保する必要があります。

(8) 産業の共通基盤の整備

東西南北への交通の要衝にあり、市内事業所へのアンケートでは、京都市から近いことを宇治市の地理的な利点として考えている事業所が多い一方で、市内道路の渋滞や公共交通機関の不足等を課題として考えている事業所も多く見られます。市内においても地域により事情は異なりますが、地理的な利点を活かせる交通網のさらなる整備を進める必要があります。

(9) 観光客による経済効果の拡大

本市は観光地としての側面を持ち、近年は特に外国人観光客が増加傾向にあります。外国人観光客の訪問による経済効果を市内全域において高めるため、商店街や個店における受入体制を強化するとともに、宿泊・飲食業から農業まで観光に関連する事業者が様々な商品やサービスを開発・提供する必要があります。

(10) 宇治茶ブランドの強化や販売促進

茶に関しては本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ります。

(11) 宇治産農産物の認知度向上や他産業との連携

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

4. 本市のこれまでの取組と課題

本市はこれまで様々な施策を通じて産業を支援してきました。ここでは、工業、商業、農業の産業ごとに、主たる取組の内容とその課題について記載します。

(1) 工業

① 企業立地助成金

市内に一定規模以上の事業場を新設、増設する製造業等に対して、投下固定資産額の一部や固定資産税相当額の一部、雇用人数に応じた助成金を支給することを通じて、新たな立地や拡張、雇用を促進しています（平成14年度（2002年度）から平成29年度（2017年度）までの市内への新規立地：14件、市内企業の拡張や移転：22件）。

課題

新設、移転とも市内に新たな事業用地が少なく、市内企業が市外へ拡張、転出するケースが発生しています。

② ベンチャー企業の育成

市が所有するベンチャー企業育成工場により製造業に創業の場所を提供するとともに経営サポートを行っており、卒業企業は12社に達しています。

課題

卒業後に宇治市へ定着する企業が少ないことや、ベンチャー企業育成工場に併設された産業振興センターの活用等が課題です。



③ 補助金制度

展示会出展、従業員の資格取得、特許権の取得や研究委託等のための費用を助成しています。

課題

展示会への出展等のきっかけになってはいますが、制度自体が市内企業へ十分周知されていないことや、補助対象の取組が現在と同じで良いか検討する必要があります。

④ 合同企業説明会、企業見学バスツアー

製造業を集めた京都市内での合同企業説明会や企業見学バスツアーを開催し、主に新卒者と企業とのマッチングの機会を設けています。

課題

雇用状況の変化等から、参加者（学生等）を集めることが年々厳しくなっていることや、参加企業数が限られていることが課題です。



(2) 商業

① 起業支援に関すること

起業家に対して、起業に要する経費の一部を補助することにより、事業基盤の安定に一定寄与しただけでなく、商店街等の地域との連携や、他事業者との連携を促すことにより、地域経済の活性化に寄与しています。（平成 29 年度（2017 年度）：5 件）

課題

事業開始間もない事もあり、制度の周知が課題であり、申請件数が少ない状況にあります。また、移住・若者・市内雇用等、市が重点的に取り組むべき内容に対し補助金を加算する仕組みとなっているものの、宇治市内で起業する動機づけになっているか検証する必要があります。

② 融資に関すること

市独自の低利融資制度（マル宇）を設けるとともに、マル宇や他の融資制度の保証料及び利子を補給することにより、中小・小規模零細事業者の負担を軽減し、経営の安定を図っています。

課題

低利融資制度に加えて、利子や保証料を補給している制度のあり方について検討する必要があります。

③ 商店街等の振興に関すること

商店街等が行うイベント等の活性化対策事業や情報化対策事業に対して事業に要する経費の一部を補助しており、商店街を中心に集客や収益アップに一定寄与しています。（平成 29 年度（2017 年度）：補助件数 12 件）

課題

毎年同じ事業に対して補助金を交付していることも多く、商店街等が自立する仕組みとなっているのか検証する必要があります。

④ 商業等の経営支援に関すること

市内小規模事業者の経営改善を図るため、宇治商工会議所が行う相談・指導等の事業に補助しており、平成 29 年度（2017 年度）はのべ 4,500 件を超える相談業務を実施しました。さらには、商業分野における経営改善や販路開拓、人材育成等を図るために、宇治商工会議所が実施する事業に対して事業費の一部を補助しており、台湾への販路拡大や市内地場産品の国内外のバイヤーとのマッチング等を実施してきました。また、商工業振興の中核施設である宇治市産業会館は、宇治商工会議所を指定管理者に指定しており、会議・研修や地場産品の展示・紹介等に幅広く利用されています。

課題

現在、宇治商工会議所による支援は商業支援が中心となっており、製造業への支援のあり方について検討する必要があります。また、産業会館については全体的に利用者が減少傾向であり、展示スペースがあるものの、市内企業の有効な情報発信の手法について検討する必要があります。

⑤ 商業等の人材確保に関すること

ハローワーク宇治、宇治商工会議所と連携し、市内企業が参加する会社説明会を平成 27 年（2015 年）11 月から月 1 回開催しており、これまでのべ約 130 社、のべ約 250 人の求職者の参加があり、20 人を超える採用につながっています。

課題

近年、有効求人倍率が特に高い状態が続く中、求職者の参加が少ない状況が続いています。開催手法や効果的な広報について検討する必要があります。

(3) 農業

① 補助金制度、各種制度

【茶の関係】

品評会の入賞報奨金の交付、伝統的製法や手摘み支援、宇治茶の普及とおもてなしの心の醸成に関する条例の制定、碾玉（市内産ブランド茶）の開発、茶業関係組織等への補助等により、高品質茶の生産振興に努め、各賞の受賞等を市内外へ PR しています。

課題

国内での高級茶の需要が減少しており、市内産茶葉の高品質を維持しながら高価格で流通できるように、生産農家や加工販売業者等と地域一体となった取組が求められます。

【農業（米、野菜、花き、畜産等）の関係】

転作時の奨励作物（ブロッコリー、とうがらし等）への上乗せ支援により奨励作物が盛んに栽培されるようになりました。また、野菜等経営安定対策、直売会・食育講座の開催、メール登録者への情報発信等により、市内産物の生産振興を図っています。加えて、安定した営農支援のため、農道・水路等の維持管理や農地関連制度は経常的に実施しています。

課題

宇治市特産をイメージする農産物がなく、奨励作物の認知度も低いことが課題です。また、市民が市内産の農産物を購入する機会が少ないことも課題です。

② 担い手の育成

新規就農者への補助制度、認定農業者の営農計画の実践、農コン（後継者のお見合い）等により、制度を積極的に活用する新規就農者が増加しています。

課題

農業従事者の減少や高齢化により商品開発等経営改革に取り組む農家は少なく、また、茶の摘み子等、繁忙期の短期労働力の確保が難しくなっています。優良な農地面積が少なく、農地を所有していない就農希望者にとって参入が難しい環境と言え、市内圃場での新規就農研修事業の実績が無い状況です。認定農業者を中心に、多角的な経営視点を持った農業者の育成も課題です。

③ その他の課題

茶以外は飲食業・食品加工業・観光関連業等、他産業との連携が十分でないため、新たな農産物へのニーズの掘り起しと情報共有による販路のマッチングが必要です。国、京都府主導の事業が多く、市の業務も個別・縦割りになりがちであるため、複数年計画による横断的で柔軟な事業実施が求められます。また、同じ地域でも生産者によって経営条件が異なるため、営農に対する意識に差が見られます。個人的な取組だけでは公益性のある施策が絞りにくいため、地域や組織的な取組と関連付けていく仕組みが必要となっています。



第3章 産業戦略の目標と方向性

1. 産業戦略の目標

少子高齢化による人口減少が進行する中においては、地域経済をより一層活性化させることが、地域全体の活性化につながるものと考えられます。そのために、まずは市内産業が持続的に成長、発展していくことが重要であり、その結果、多様な働く場が生まれ、定住人口の確保、増加にもつながっていくものと考えられます。

第1章「戦略策定の趣旨」、第2章「宇治市産業の現状と課題」を踏まえ、市内産業の活性化に向けて、「広がる、生まれる、進化する “産業交流都市・U J I”」をコンセプトに、次のとおり宇治市産業戦略の目標を設定します。

将来にわたって持続発展できる強い市内産業をつくり、多様な働く場を創出することにより、定住人口を確保し、市民の豊かな暮らしを実現する。

2. 産業戦略の取組の方向性

宇治市産業戦略の目標達成に向け、概ね今後10年間の本市の産業振興の方向性を次の3点とします。なお、平成31年度（2019年度）から3年間の計画期間に実施する具体的な取組については、第4章に記載します。

（1）市内産業の進化・発展 “U”（U p g r a d e）

市内事業所へのアンケートの結果等から、住工混在や既存用地の狭さ等により、特に市内製造業の円滑な操業や事業用地の拡張、工場の増設等が困難な状況にあり、成長を阻害する要因の一つとなっていることが分かってきました。また、今後、企業として新商品の開発や販路拡大、生産性の向上等に力を入れていきたいとの意見が多くありました。

今後は、市内産業のさらなる成長、発展に向けて支援することに重点を置き、社会や経済構造の変化に応じた事業や経営方法への転換を促進します。また、市内企業の成長に合わせた事業環境の確保に向けて企業ニーズの調査を行うとともに、関係機関との調整や新たな工業用地の確保に向けた検討を行います。また、市内の事業所や商店街、お茶等の特産品や観光資源、多様な人材や地理的な利点、自然環境等、市内の様々な地域資源を活用して競争力を高め、市外からの資金の流れを増やすことを目指します。

(2) 交流・連携の強化 “J” (Join)

市内事業所へのアンケート等では、市内にどのような企業や事業所があるのか分からないとの意見が多くあり、市内の企業や事業所の情報を市内外に向けてPRすることにより販路拡大につながるケースもあると考えています。

こうした市内外の企業や事業所、関係団体、人材等との連携を強化し、市内の経済循環を促進するとともに、市外の企業や大学等との交流・連携を通じて新たな商品や技術の開発、取引の拡大を目指します。

(3) 新たな産業の創出 “I” (Innovation)

市内の事業所数や従業者数は減少傾向にあるため、新たな産業の創出や起業に対する支援が必要な状況です。また、市内において新たな工業用地の確保が課題であるといった意見も多くあります。

こうした状況から、時代のニーズに合わせた多様な起業家を輩出することを目指すとともに、未来の宇治を見据え、市外からの企業の受入や誘致については、宇治市の発展や経済構造の変化を踏まえて、優先する業種やそのための条件整備等を継続して調査するとともに、将来性のある企業が市内に増えていくように事業環境の改善や起業しやすい環境づくりを目指します。

3. 産業分野ごとの目指す姿

(1) 商業

市内事業所で働く従業者の中では、商業やサービス業の分野で働く人の割合が多くを占めており、市内での雇用創出に大きく貢献しています。一方で、商品やサービスを市外から購入する金額が多く、市内での消費が少ない状況にあります。

今後は、魅力ある商店街や個店の情報をさらに発信し、経営改善を支援することで、市内の経済循環の拡大を目指します。また、外国人観光客等の増加が今後も期待される観光関係は、商業やサービス業、茶業等、様々な市内産業との関係が深く、宇治市のブランド力向上や市内消費額の増加にもつながることから、宇治市観光振興計画に基づき、観光関連施策を推進します。あわせて、商業やサービス業における雇用の確保に努めます。

(2) 工業

製造品出荷額、事業所数ともに減少傾向にあるものの、他の産業に比べて製造業は市外からの資金を獲得しています。また、製造業は経済波及効果が高く、市内産業への影響力が大きくなっています。一方で、住工混在や敷地の制限等により、操業や事業所の拡張が難しい場合があることが課題となっています。

今後は、企業訪問等により個々の企業ニーズを聞き、その内容に応じて市の関係課との調整や市制度による支援を行うとともに、国や京都府、産業支援機関や金融機関等と連携した支援を行います。市内製造業の強みである“独自の技術を持ち、短納期、小ロットへの対応力の高さ”を活かした市内外の企業等とのマッチングや付加価値の向上、生産性の向上に対する取組により製造業の成長・発展を支援します。また、新たな工業用地の確保に向けて必要な調査を行うとともに、具体的な手法や場所についての検討を行います。

(3) 農業

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は市内の農協、卸売市場への販売額が多くなっています。一方で、宇治茶のブランド力は高いものの、その他の農産物の認知度が低く、地元で購入できる機会が少ない状況にあります。

今後は、高品質な市内産茶葉に見合う価格による流通の取組とともに、茶以外の農産物の認知度の向上や購入機会の増加を図り、商業分野との連携による販路の拡大を目指します。

第4章 具体的な取組内容

1. 施策の体系

第3章において設定した宇治市産業戦略の目標を達成するため、産業振興の3つの方向性に基づき、具体的な取組内容について、「事業のしやすい環境づくり」「市内産業の成長支援」「人材不足への対応」「企業間や産学交流の推進」「市内産業の情報発信」「事業の担い手の確保」の6つの取組の柱により設定します。

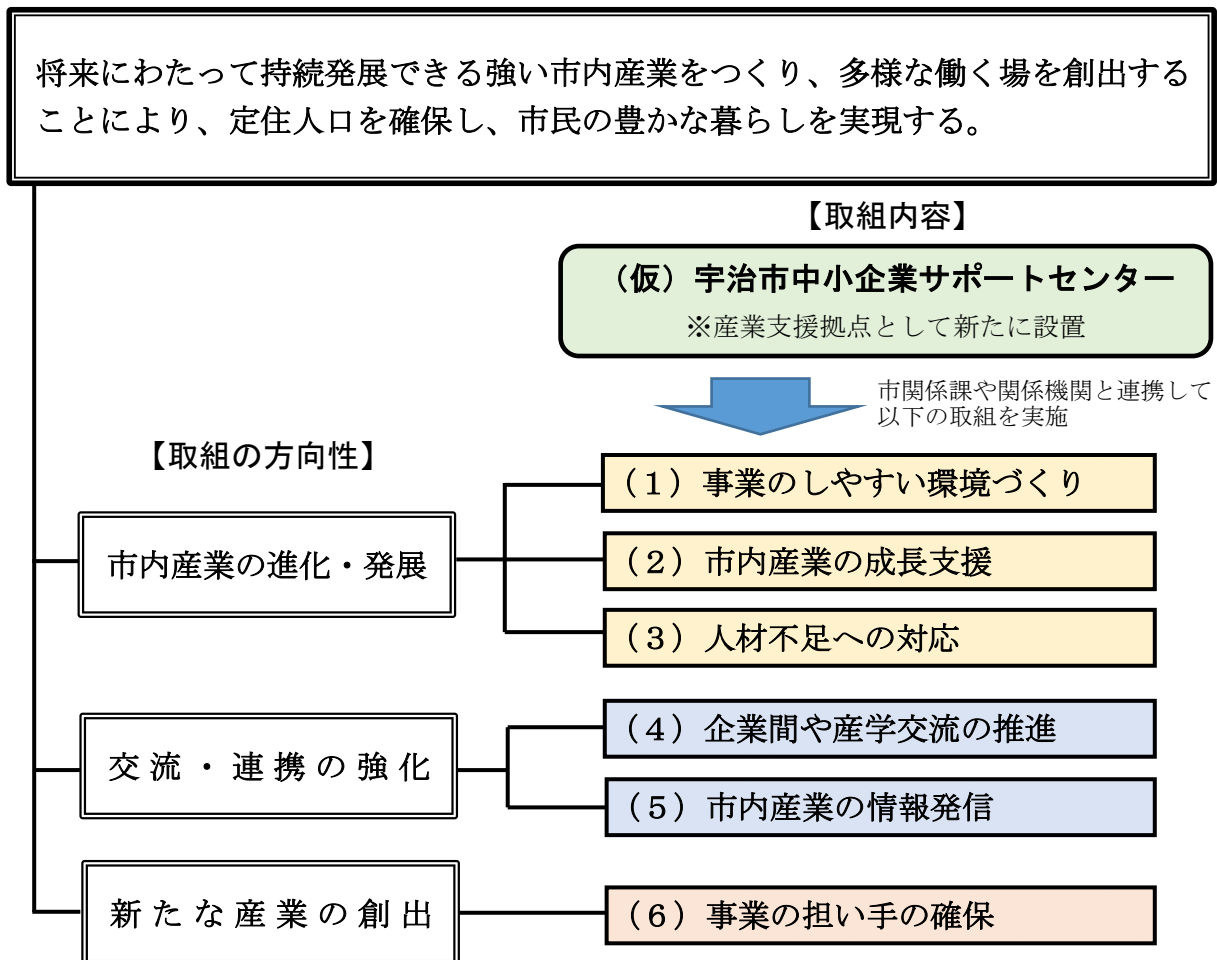
また、新たな産業支援拠点として、「(仮) 宇治市中小企業サポートセンター」を宇治市産業会館内に設け、商工会議所等の関係機関と連携して、これらの取組を実行することとします。センターでは、市内産業の成長・発展に向けた相談や情報発信、助成金等の支援業務を行うとともに、新たな産業創出に向けた連携・交流事業の企画等の業務を外部の機関や人材も活用しながら行います。

【戦略のコンセプト】

～「広がる、生まれる、進化する “産業交流都市・UJI”」～

【目 標】

将来にわたって持続発展できる強い市内産業をつくり、多様な働く場を創出することにより、定住人口を確保し、市民の豊かな暮らしを実現する。



2. 具体的な取組内容



産業振興の3つの方向性により設定した6つの取組の柱に基づき、平成31年度(2019年度)から平成33年度(2021年度)までの3年間に取り組む具体的な施策について、次のとおり設定します。


市内産業の進化・発展


(1) 事業のしやすい環境づくり





市や商工会議所による連携のもと、市内企業が抱える事業運営上の様々な課題やニーズに対応するための産業支援拠点を設置します。また、新たな事業用地の確保に向けたニーズ調査や検討を行うとともに、工場等の新設や拡張のための補助金の活用を促し、より操業しやすい環境づくりを目指します。

①市内産業の経営支援


区分	事業内容	実施時期		
新規	(仮) 宇治市中小企業サポートセンターの開設	31	32	33
	市と商工会議所が協働して行う市内産業の支援拠点を新たに設置、スタッフが市内企業や商店街へ出向き、課題やニーズの聞き取りを実施、経営上の課題や工業用地の移転・拡張に関する相談窓口を設置し、庁内関係課との調整、情報の提供や発信、補助金等の各種制度による支援、企業間連携や異業種交流の場づくり等、国や京都府の関係機関、産業支援機関、金融機関、大学・研究機関等と連携することにより、幅広い支援を実施			
	各種制度の周知	31	32	33
	市内企業向けに市や商工会議所等の各種制度を周知するためのパンフレットを作成し、企業訪問等に活用			

区分	事業内容	実施時期		
拡充	商店街等の消費拡大に向けた取組	31	32	33
	商店街等が実施するキャッシュレス化等に向けた取組への支援			

区分	事業内容	実施時期		
継続	企業立地助成金の活用支援	31	32	33
	市内で工場の新設や規模の拡張をする企業を支援するため、条例に基づき市の助成金を交付			

区分	事業内容	実施時期		
継続	各種公的助成金、補助金の申請支援	31	32	33
	工場の新設や設備投資に対する国や京都府、市の補助金、税の減免等に関する情報提供や申請の支援			
	専門機関と連携した支援	31	32	33
	専門機関と連携し、市内企業を対象とした様々なテーマでのセミナーや講習会を開催し、また、技術相談や経営相談、販路開拓や産学連携等について、企業訪問・支援を実施			
	商店街等への補助	31	32	33
	商店街等が実施するイベントや商店街施設（防犯カメラ等）の設置、情報発信事業に対し補助金を交付			
	農家メルマガの配信	31	32	33
	登録した農業者等に対して、販路拡大や高付加価値化等に関する情報の提供			

②新たな工業用地の確保

区分	事業内容	実施時期		
新規	工業用地の確保に向けた調査・検討	31	32	33
	新設、移転とも市内に新たな事業用地が少ないことから発生している、市内企業の市外への転出等のケースに対応するため、市内企業の市内での移転・拡張や、市外企業の受入に対応できる新たな工業専用用地の確保に向けた、企業ニーズ等の調査や関係機関との調整、具体的な手法や候補地についての検討			

< 3年間の取組目標 >

取組の指標	目 標	平成 29 年度実績
企業支援数（訪問等による支援数）	150 社／年	100 社／年
市補助金による支援件数※	25 件／年	12 件／年
農家メルマガの配信数	12 回／年	7 回／年
新たな工業用地の確保に向けた調査・検討	候補地の絞り込み	—

※企業立地、展示会出展、資格取得、委託研究の各補助金の計

(2) 市内産業の成長支援

展示会への出展や商工会議所が実施する販路開拓支援への補助等により市内企業の販路拡大につながる取組を支援します。また、生産性の向上につながるIT化や自動化等の取組、付加価値の増加につながる取組を支援します。


①販路拡大の支援





区分	事業内容	実施時期		
新規	展示会への合同出展	31	32	33
	ベンチャー企業をはじめ小規模の製造業が自社の製品や技術等を広くPRし、販路拡大につなげるため、首都圏や海外で開催される展示商談会への合同出展を実施			
	先進的事業に取り組むモデル営農への支援	31	32	33
	経営計画への支援と、市内産農産物の付加価値向上・販路拡大に資する新技術導入や公的認証取得等の研修等経費を助成			
	市内産農産物の流通促進や商談会の実施	31	32	33
	小規模商談会の開催とともに、生産者や商品の種類・特長等を示したシートを作成し、イベントや商談会時に活用			

区分	事業内容	実施時期		
継続	商工会議所と連携した販路拡大の促進	31	32	33
	商工会議所が実施する事業者の国内外への販路開拓支援や商店街等の賑わいを創出する事業等に対し補助金を交付			
	展示会への出展補助	31	32	33
	市内中小企業が自社の製品等を展示会等に出展する場合の経費の一部を補助			


②生産性の向上や付加価値の増加に対する支援

区分	事業内容	実施時期		
新規	先端技術導入に対する支援	31	32	33
	I o TやA I等の先端技術の導入に向け、専門相談員による相談窓口を設置			
	各種セミナー、研究会の開催	31	32	33
	販路拡大や付加価値の増加、新分野への進出や人材不足への対応に関するセミナー、新技術等に関する研究会の開催			
	営農研修への支援	31	32	33
	生産者の経営計画に基づく商品力・生産技術向上のための研修を支援			

区分	事業内容	実施時期		
拡 充	設備投資への支援	31	32	33
	生産性や生産効率の向上等、現場改善や経営力向上のための設備投資に対する低利融資の拡充			

区分	事業内容	実施時期		
継 続	低利融資制度の実施	31	32	33
	市内企業の経営の安定を図るため、事業資金として低利・無担保での融資を実施、あわせて保証料や利子の一部を補給			
	先端設備導入に係る償却資産税の減免	31	32	33
	先端設備等導入計画を策定する企業に対して、導入予定の設備にかかる固定資産税を最大3年間免除			
	資格取得に対する補助	31	32	33
	従業員のスキルアップ（資格・免許等の取得や研修会等の受講）に要する経費等の一部を補助			
	委託研究等に対する補助	31	32	33
産業財産権の取得や技術革新のために大学等に研究委託等を実施する場合の経費の一部を補助				

③円滑な事業承継の支援

区分	事業内容	実施時期		
新 規	市内事業者を対象としたセミナーの開催	31	32	33
	市内中小企業者の大きな課題となっている事業承継をテーマとしたセミナーの開催			

< 3年間の取組目標 >

取組の指標	目 標	平成 29 年度実績
展示会への合同出展数	計 2 回	—
各種セミナー、研究会の開催数	6 回／年	(2 回／年) ※1
先端設備等導入計画の認定数※2	20 件／年	—
事業承継セミナーの開催	2 回／年	—
モデル営農への支援件数	2 件／年	—
営農研修の開催数	2 件／年	—






※1 主にベンチャー育成工場の入居企業を対象にしたセミナーの開催数



※2 設備投資に対する減税措置や金融支援を受けるための計画

(3) 人材不足への対応


合同企業説明会の実施やインターネット等を活用した求職者への情報発信により、雇用のマッチングを支援するとともに、働く場所としての市内企業を広く知ってもらうための情報発信に取り組みます。また、人材不足を補うための先端技術導入の取組を積極的に支援します。

①雇用の確保

区分	事業内容	実施時期
新規	WEBを活用した雇用・就労支援	31 32 33
	市内中小企業の大きな課題となっている雇用確保に向け、インターネットを活用した人材募集サイトと連携したマッチングを実施	
	各種セミナー、研究会の開催【再掲】	31 32 33
	販路拡大や付加価値の増加、新分野への進出や人材不足への対応に関するセミナー、新技術等に関する研究会の開催	
	市内企業や市内産品の情報発信	31 32 33
	市内製造業や伝統産業をPRするためのオープンファクトリー（工場や工房見学）の開催や、市内企業や市内産品等を情報発信するためのパンフレットやウェブサイトの作成	 パンフ  WEB 

区分	事業内容	実施時期
継続	会社説明会の開催	31 32 33
	市内企業の人材確保等を目的に、ハローワーク、宇治商工会議所、京都ジョブパークと連携した会社説明会を開催	
	合同企業説明会の開催	31 32 33
	市内製造業の人材確保を支援するため、京都ジョブパークとの共催による合同企業説明会や企業見学バスツアー等を開催	

②人材不足を補う取組への支援

区分	事業内容	実施時期
新規	先端技術導入に対する支援【再掲】	31 32 33
	I o TやA I等の先端技術の導入に向け、専門相談員による相談窓口を設置	

< 3年間の取組目標 >




取組の指標	目 標	平成 29 年度実績
会社説明会の来場者数（毎月開催）	100 人／年	86 人／年
合同企業説明会（製造業）の来場者数（年 1 回開催）	50 人	45 人
WEB を活用した雇用・就労支援（アクセス数）	3,000 件／年	—
市内中学校向けの企業紹介パンフレット配布数	計 2,000 部	—

交流・連携の強化

(4) 企業間や産学交流の推進

市内の企業や事業者間の取引拡大、新たな技術開発や商品開発等を目指して、企業や事業者間の交流や産学交流を推進します。

①異業種交流等の促進

区分	事業内容	実施時期		
新規	異業種交流会の開催	31	32	33
	市内の企業や事業者のマッチング、先進的な取組を実施している市内の企業や事業者の知識や情報の共有を図ること等を目的として、企業や事業者を対象とした交流会を実施			
	産学交流の推進	31	32	33
	包括連携協定を締結している金融機関や民間企業との連携により、大学等との産学連携を促進するための事例紹介や技術シーズ等の勉強会等を実施、京都大学宇治キャンパス産学交流会（年4回）への市内の企業や事業者の参加促進			
	農商工が連携した商品開発や新ビジネスの支援	31	32	33
	生産者と加工・販売業者等の連携による市内産農産物の新たな商品や販売ツール開発等にかかる経費を助成			

< 3年間の取組目標 >

取組の指標	目 標	平成 29 年度実績
異業種交流会の開催	2 回／年	—
京都大学宇治キャンパス産学交流会へ参加する市内の企業・事業者数	延べ 20 社／年	(延べ 9 社／年) ※
農商工連携による新商品開発等への支援件数	2 件／年	—

※ 市としての参加促進の取組がなかった時点での参加企業数

(5) 市内産業の情報発信

市内の企業や事業者、商品の情報を市内外へ発信することによるマッチングや販路拡大を推進します。また、宇治ブランドの向上を図ることにより、宇治市内産品の高付加価値化や観光客のさらなる誘客につなげます。さらには、商店街や地域グループが行うイベント等の取組を支援することにより、市内の経済循環の拡大と広域的な活性化を目指します。

①魅力的な市内企業情報の発信

区分	事業内容	実施時期
新規	市内企業や市内産品の情報発信【再掲】	31 32 33
	市内製造業や伝統産業をPRするためのオープンファクトリー（工場や工房見学）の開催や、市内企業や市内産品等を情報発信するためのパンフレットやウェブサイトの作成	


区分	事業内容	実施時期
継続	技能功労者の表彰	31 32 33
	技能水準の一層の向上と技能尊重の気運を高めることを目的に、永く同一の職業に従事し、優れた技能を持つ人を表彰	


②宇治ブランドの向上

区分	事業内容	実施時期
拡充	奨励作物の販路拡大支援	31 32 33
	これまでも地域が力を入れてきた奨励作物の広報ツールの作成や商談会出展等への支援	

区分	事業内容	実施時期
継続	観光施策の実施	31 32 33
	宇治市観光振興計画に基づき、「観光都市・宇治のブランド力を高める」施策を実施	
	魅力発信事業の実施	31 32 33
	市民、事業者、関係団体と協働し、宇治市の様々な魅力を発信する意見交換会やイベントを開催	
	市内産宇治茶ブランドの向上に向けた施策の実施	31 32 33
宇治碾茶を始めとする市内産茶葉の高品質保持への支援やイベント出展等での普及宣伝		

③商店街の活性化支援

区分	事業内容	実施時期		
拡 充	商店街等の消費拡大に向けた取組【再掲】	31	32	33
	商店街等が実施するキャッシュレス化等に向けた取組への支援			

区分	事業内容	実施時期		
継 続	商店街等への補助【再掲】	31	32	33
	商店街等が実施するイベントや商店街施設（防犯カメラ等）の設置、情報発信事業に対し補助金を交付			

< 3年間の取組目標 >

取組の指標	目 標	平成 29 年度実績
製造業の情報発信数	30 社／年	—
商店街等が実施するイベント等への補助	12 件／年	12 件／年
商店街等が実施するキャッシュレス等への取組支援	計 5 件	—
奨励作物の販促イベントの実施回数	5 回／年	—


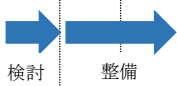
※観光施策に係る数値目標は、宇治市観光振興計画において別途設定しています。






新たな産業の創出

(6) 事業の担い手の確保


市内における起業の掘り起しを行うとともに補助金やインキュベート施設の運営により起業家を支援します。また、市外から新たな企業を誘致します。

① 起業支援

区分	事業内容	実施時期
新規	起業ニーズの掘り起し	31 32 33
	市内における起業家の掘り起しを目的とした、起業を選択してもらったための創業塾の開催や、起業家に情報交換の場や、起業家同士の出会いの場を提供するための交流会を開催	
	新たな起業拠点の整備	31 32 33
	産業振興センターや産業会館等を活用した、市内における起業やオープンイノベーションの拠点整備	

区分	事業内容	実施時期
継続	起業家をHUBとした異業種交流会の開催	31 32 33
	包括連携協定を締結している金融機関と連携した、起業家を応援するための交流会を開催	
	新規起業家への開業資金の補助	31 32 33
	起業初期の経営安定化を目的に、新たに起業する人や第二創業を行う人に対して、その経費の一部を補助	
	専門機関による市内企業の相談支援の実施	31 32 33
	インキュベーションマネージャーを配置し、宇治ベンチャー企業育成工場の入居企業等の経営支援を実施	
	ベンチャー企業育成工場の運営	31 32 33
	市内におけるベンチャー企業育成を目的とした、宇治ベンチャー企業育成工場を運営	
	京都府融資制度を活用した起業への支援	31 32 33
創業支援の一環として、京都府制度である「開業・経営承継支援資金」への保証料補給（一部）を実施		

②新たな担い手の確保

区分	事業内容	実施時期		
新規	企業誘致の検討及び誘致活動	31	32	33
	宇治市の特徴や経済構造の変化、企業側のニーズ等を踏まえた上で、研究開発型の企業や大学発のベンチャー企業等、誘致対象を検討するとともに、市外からの誘致に向けた情報発信や企業訪問を実施			

< 3年間の取組目標 >

取組の指標	目 標	平成 29 年度実績
起業ニーズ掘り起しのための創業塾等の開催数	4 回／年	—
新たな起業拠点の整備	1 か所以上	—
起業家を HUB とした異業種交流会の開催	2 回／年	2 回／年
創業支援補助金の件数	計 15 件	5 件／年
企業誘致活動（立地ニーズ調査のフォロー）	市外企業への訪問	—

第5章 推進体制

1. 産業戦略の推進体制

(1) (仮) 宇治市中小企業サポートセンターの役割

宇治市産業戦略の策定にあたっては、有識者等から構成される「宇治市産業戦略策定会議」において議論いただき、専門的な見地から様々な意見をいただきました。また、策定の過程において実施した市内企業アンケートや、直接聞き取りを行った市内企業ヒアリングでは、市内産業が抱える課題が浮かび上がってきました。

今後は、新たな産業拠点として設置する「(仮) 宇治市中小企業サポートセンター（以下、「センター」という）」が中心となって、宇治市産業戦略に位置付けた具体的な取組を着実に実施することにより、本市産業のさらなる活性化を図ります。

センターでは、市内企業の窓口として、スタッフが各企業や商店街に出向きながら課題やニーズを聞き取り、補助金等の各種制度による支援を行うとともに、市の関係課や国・京都府関係機関、産業支援機関、金融機関、大学等とつなぐ役割を担います。

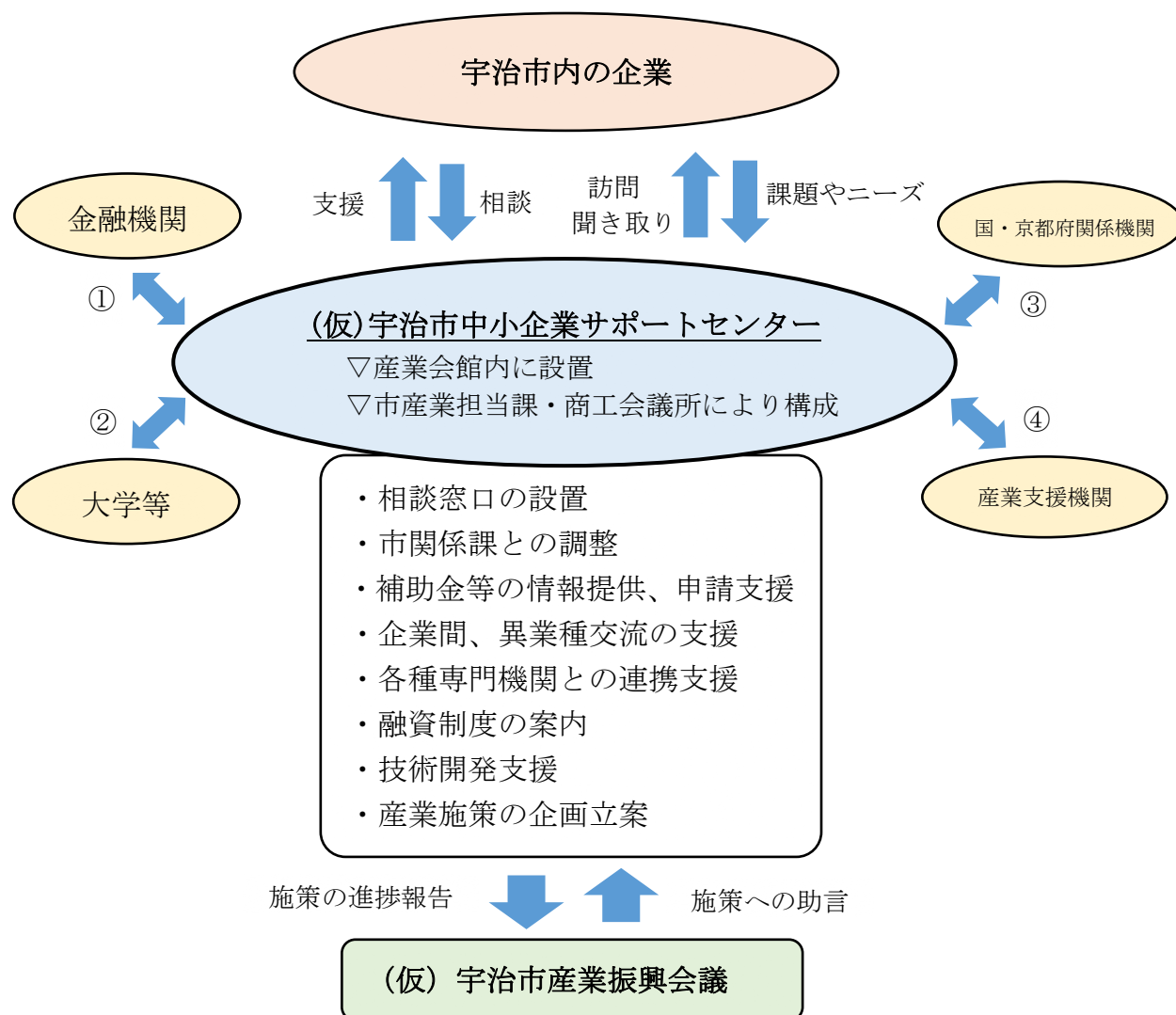
また、センターのスタッフは、市内企業の様々な相談やニーズに対応できる専門的な知識や経験、幅広い情報、新たな施策の立案能力等が求められるため、関連する各種制度や専門知識の習得、情報の収集に努めるとともに、必要に応じて専門家や外部機関のスタッフの協力も得ながら、各施策を進めます。

(2) (仮) 宇治市産業振興会議の設置

社会情勢や本市を取り巻く経済状況の変化、国や京都府による施策の動向、事業者や市民ニーズの変化等により、今後、求められる施策が変わってくる可能性も考えられます。

そのため、具体的な取組が着実に実施できているか、また、時代のニーズに即した施策が実施できているか等、取組の進捗を定期的に報告することにより助言を受ける組織「(仮) 宇治市産業振興会議」の設置を検討します。有識者や関係機関等と連携を図りながら、必要に応じて具体的な取組の見直し等を行います。

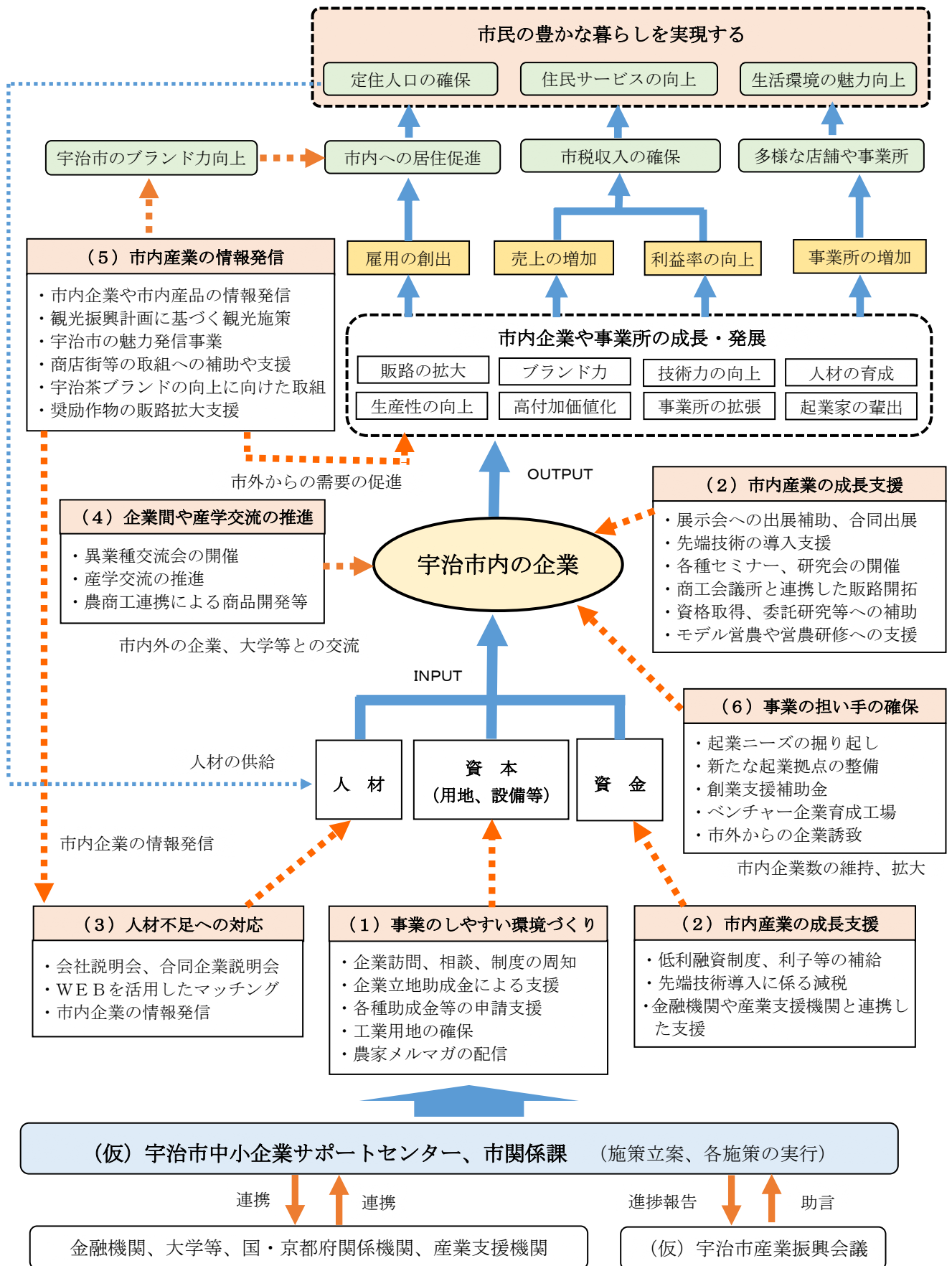
【推進体制のイメージ図】



※連携体制について

	連携先	連携内容
①	金融機関	包括連携協定を締結している京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫との連携により、各種セミナーや起業家を応援するための交流会等を実施
②	大学等	新商品や新技術の研究開発を促進するため、大学等と連携し、研究者とのマッチングを実施
③	国・京都府関係機関	国の補助金や各種制度、京都府のエコノミックガーデニング支援強化事業等の補助金や各種認定制度等の活用に向けた情報提供や関係機関との連携
④	産業支援機関	受発注のマッチングや設備導入等の相談は公益財団法人京都産業21や(一社)京都府農業会議と、技術的な相談は京都府中小企業技術センター等と連携を図り、平成31年3月に開設予定の京都経済センターとの連携も模索

【宇治市産業戦略の取組イメージ図】



<参考資料>

1. 計画策定の経過

日 程	会 議 等	内 容
平成 30 年 6～7 月	市内企業等へのヒアリング 調査	
平成 30 年 8 月 2 日	第 1 回策定会議	○委嘱状交付 ○スケジュール、アンケート調査について ○宇治市産業の状況や現在の施策について ○宇治市産業戦略の方向性について
平成 30 年 8～9 月	市内企業へのアンケート 調査	
平成 30 年 9 月	市内企業等へのヒアリング 調査	
平成 30 年 10 月 12 日	第 2 回策定会議	○市内企業へのアンケート調査結果について ○宇治市産業戦略の目標と方向性について
平成 30 年 11 月 19 日	都市経営戦略推進本部会議	○宇治市産業戦略（案）について
平成 30 年 11 月 29 日	第 3 回策定会議	○宇治市産業戦略（案）について
平成 30 年 12 月 19 日	市民環境常任委員会	○宇治市産業戦略（案）について
平成 31 年 1 月 23 日	第 4 回策定会議	○宇治市産業戦略（最終案）について
平成 31 年 2 月 6 日	市民環境常任委員会 都市経営戦略推進本部会議	○宇治市産業戦略（最終案）について ○宇治市産業戦略（最終案）について

2. 宇治市産業戦略策定会議設置要綱

(設置)

第1条 宇治市の産業振興の在り方を体系的に示す宇治市産業戦略（以下「産業戦略」という。）を策定するにあたり、有識者等の幅広い意見を反映するため宇治市産業戦略策定会議（以下「会議」という。）を設置する。

(組織)

第2条 会議は、委員15人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 産業関係団体等の代表者
- (2) 学識経験を有する者
- (3) その他市長が適当と認める者

(担任事項)

第3条 会議は以下に掲げる事項について意見の交換及び調整を行う。

- (1) 産業戦略の策定に係る検討に関すること
- (2) その他産業戦略に関して必要な事項

(任期)

第4条 委員の任期は委嘱の日から平成31年3月31日までとする。

(会長)

第5条 会議に会長及び副会長をそれぞれ1名おく。

- 2 会長及び副会長は、委員の互選により定める。
- 3 会長は会議を代表し、会務を総理する。
- 4 会長及び副会長の任期は、委員の任期による。
- 5 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 会議は、会長が招集し、会長がその議長となる。

- 2 会議は、委員の半数以上が出席しなければ開くことができない。
- 3 会長は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、意見等の聴取をすることができる。

(事務局)

第7条 会議の庶務は、市民環境部産業推進課において処理する。

(委任)

第8条 この要綱に定めるもののほか、会議に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

- 1 この要綱は、平成30年7月1日から施行する。
- 2 この要綱の施行後、最初に行われる会議は、第6条第1項の規定にかかわらず、市長が招集する。

3. 宇治市産業戦略策定会議 委員名簿

名 前	役職名等	備 考
いたば よしお 伊多波 良雄	同志社大学 経済学部教授	会 長
しらす ただし 白須 正	龍谷大学 政策学部教授	副会長
あまわし かずゆき 天 鷲 和之	日本政策金融公庫 京都支店国民生活事業統轄	
ありま とおる 有馬 透	京都工業会 専務理事	
いしがき かずや 石 垣 一也	京都経営者協会 事務局長	
おかもと けいし 岡 本 圭司	京都府 山城広域振興局長	
かわかつ たけし 川 勝 健志	京都府立大学 公共政策学部准教授	
かわらばやし かずき 河 原 林 一樹	京都中小企業家同友会 宇治支部長	
こじま ひでかず 小嶋 秀 和	京都産業21 ものづくり支援部長	
ただ しげみつ 多田 重 光	宇治市観光協会 専務理事	
なかがわ はるお 中 川 晴雄	宇治商工会議所 工業部会長	
なかばやし かずお 中 林 和夫	J A京都やましろ 運営協議会副会長	
にしたに ごうき 西 谷 剛毅	(一社) Impact Hub Kyoto Hub 戦略アドバイザー	
もりした やすひろ 森 下 康弘	京都府茶業会議所 専務理事	

(敬称略)

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

I. 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)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%となっている。

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」と「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%)の割合は低い。

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(①~⑤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%)、「その他都道府県」(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。その他では、「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」に関する意見が見られた。

II. 各調査項目の詳細

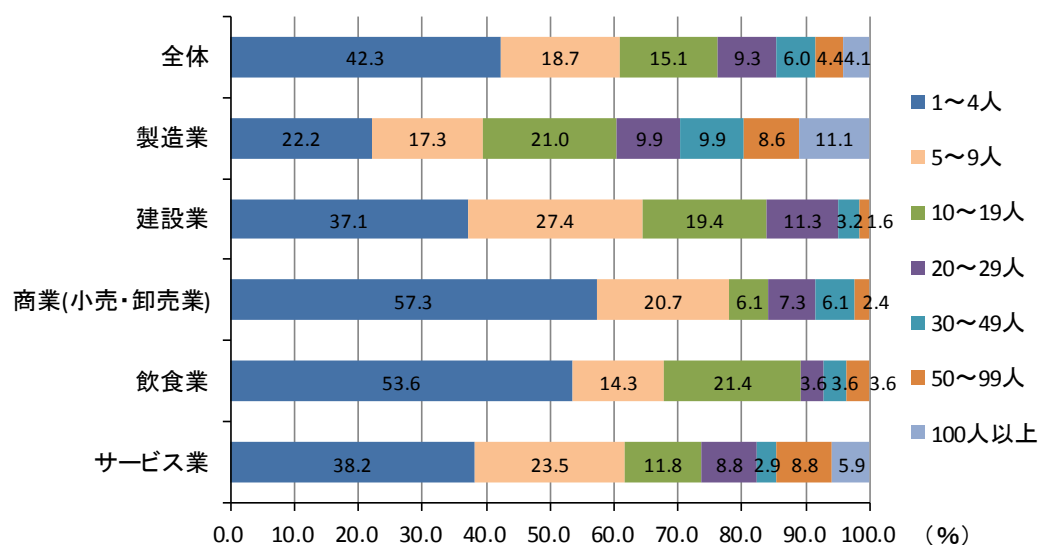
1. 従業者数(パート、アルバイト含む)

「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、50人以上(「50~99人」、「100人以上」)の割合はあわせて8.5%となっている。

業種別にみると、「製造業」は「50~99人」、「100人以上」の割合が比較的高い。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

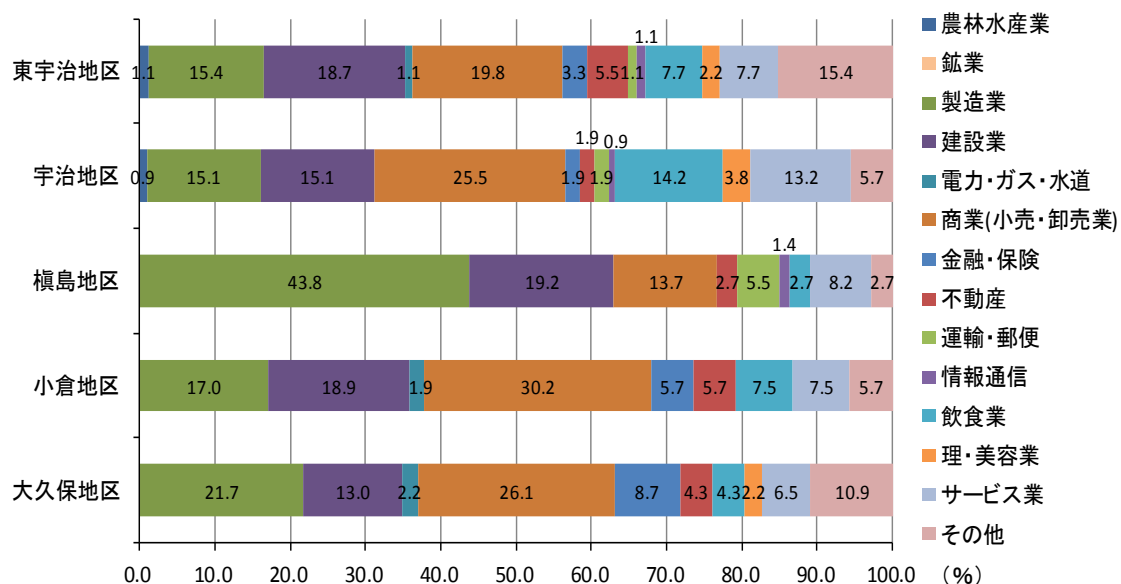
本社または主たる事業所の所在地(単数回答)についてみると、「宇治地区」が106社と最も多く、次いで、「東宇治地区」(91社)、「槇島地区」(73社)が続いている。

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。「槇島地区」では、「製造業」の割合が43.8%ととりわけ高い。

一方、「槇島地区」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	0.9	14.2	3.8	13.2	5.7
	槇島地区	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



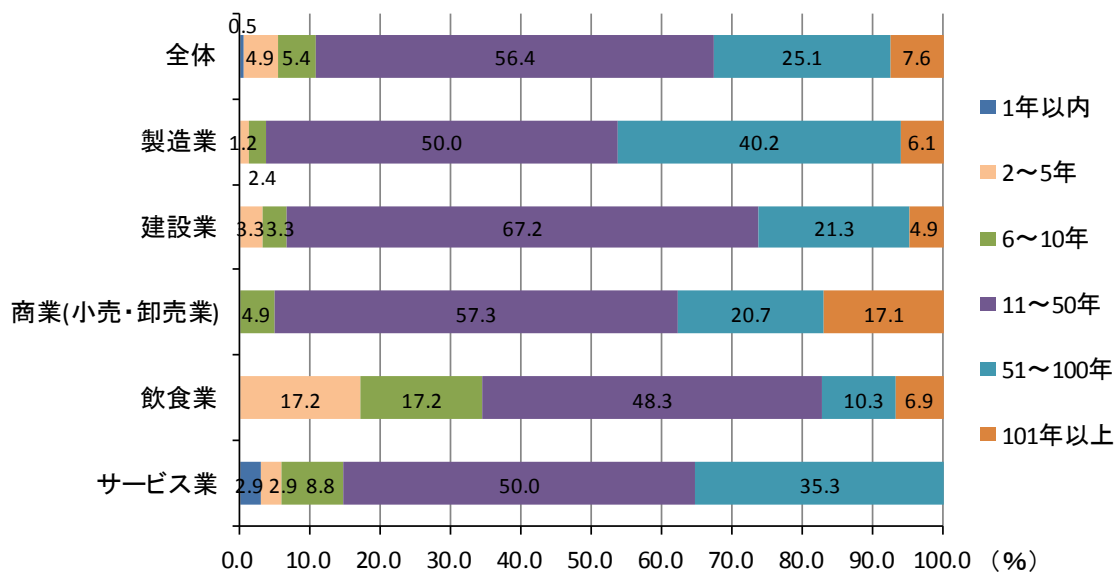
3. 創業からの年数

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

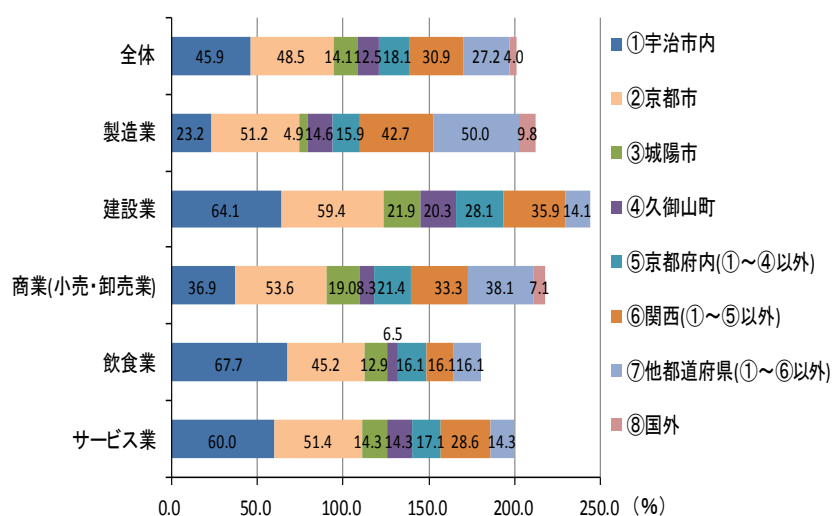
主な顧客(仕入先)の所在地(複数回答)をみると、「京都市」(48.5%)が最も多く、次いで、「宇治市内」(45.9%)、「関西(①～⑤以外)」(30.9%)が続いており、域外からの仕入割合が高い。

業種別にみると、「製造業」は、「京都市」や「他都道府県」、「関西(①～⑤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(①～⑧)の合計値から「①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								
		①宇治市内	②京都市	③城陽市	④久御山町	⑤京都府内 (①～④以外)	⑥関西 (①～⑤以外)	⑦他都道府県 (①～⑥以外)	⑧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

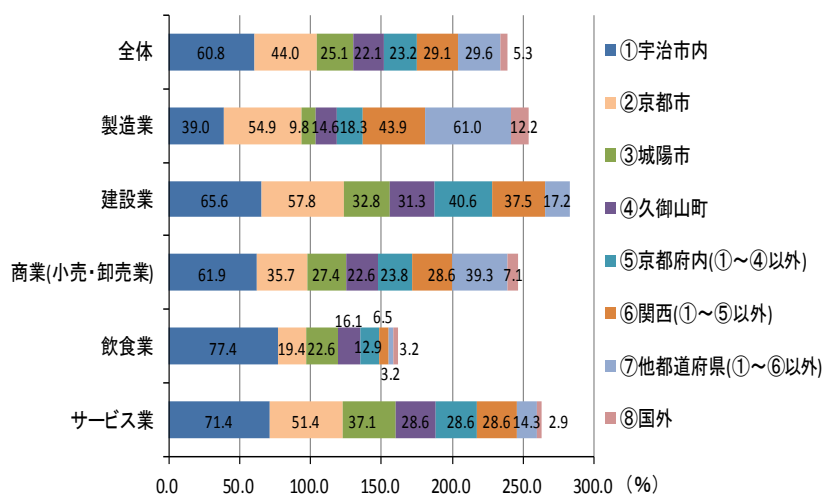
主な顧客(販売先)の所在地(複数回答)についてみると、「宇治市内」が60.8%と最も多く、次いで、「京都市」(44.0%)、「その他都道府県」(29.6%)が続いている。

業種別にみると、「製造業」は、「京都市」や「関西(①～⑤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(①～⑧)の合計値から「①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								
		①宇治市内	②京都市	③城陽市	④久御山町	⑤京都府内 (①～④以外)	⑥関西 (①～⑤以外)	⑦他都道府県 (①～⑥以外)	⑧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	100.0	0.0	
	鉱業	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

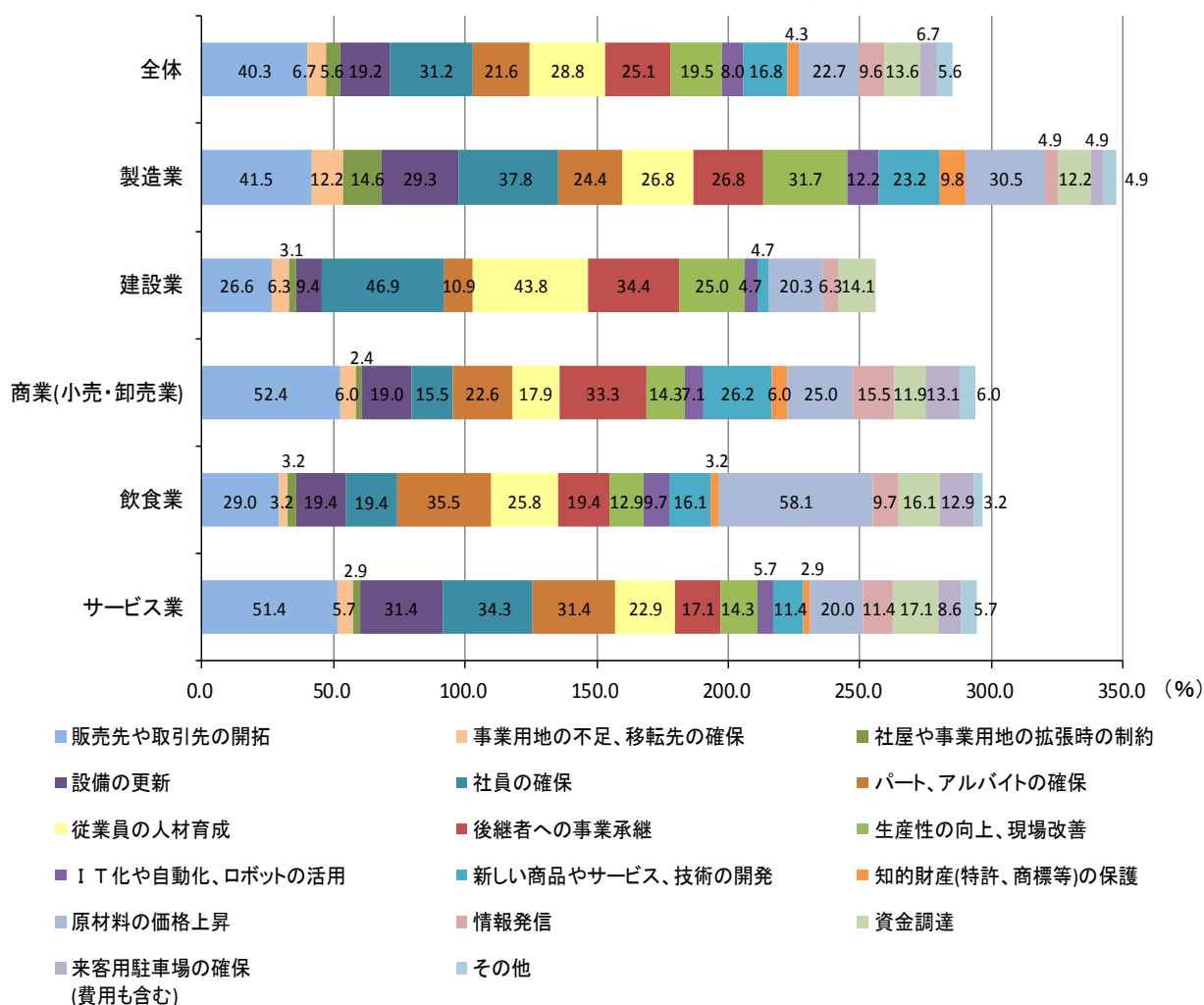
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

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「従業員の人材育成」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。

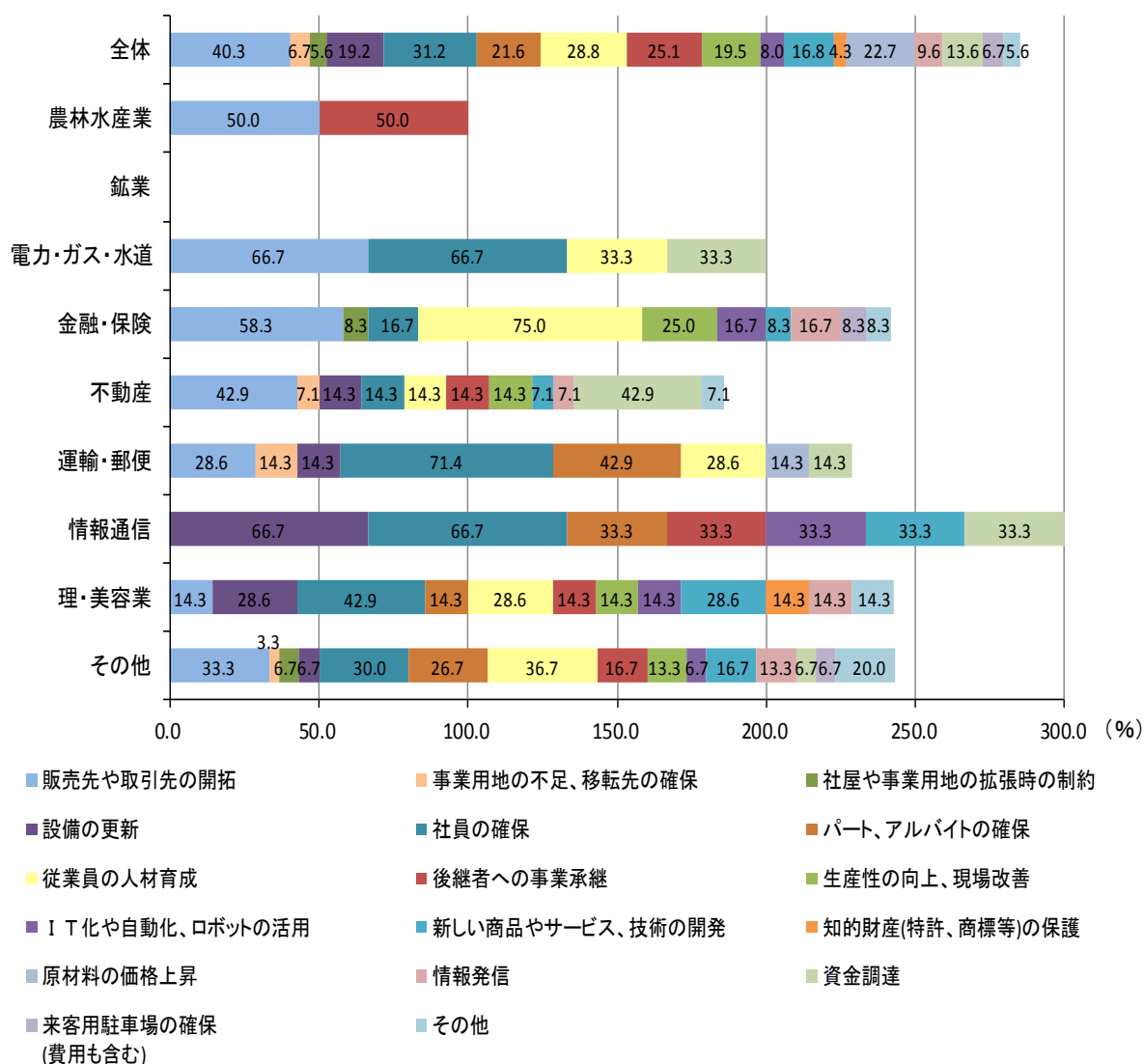
図表 6-① 現在の経営上の課題(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

その他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見られる。

図表 6-② 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」の主な内容は以下のとおり。

図表 6-③ 現在の経営上の課題における「その他」の主な内容

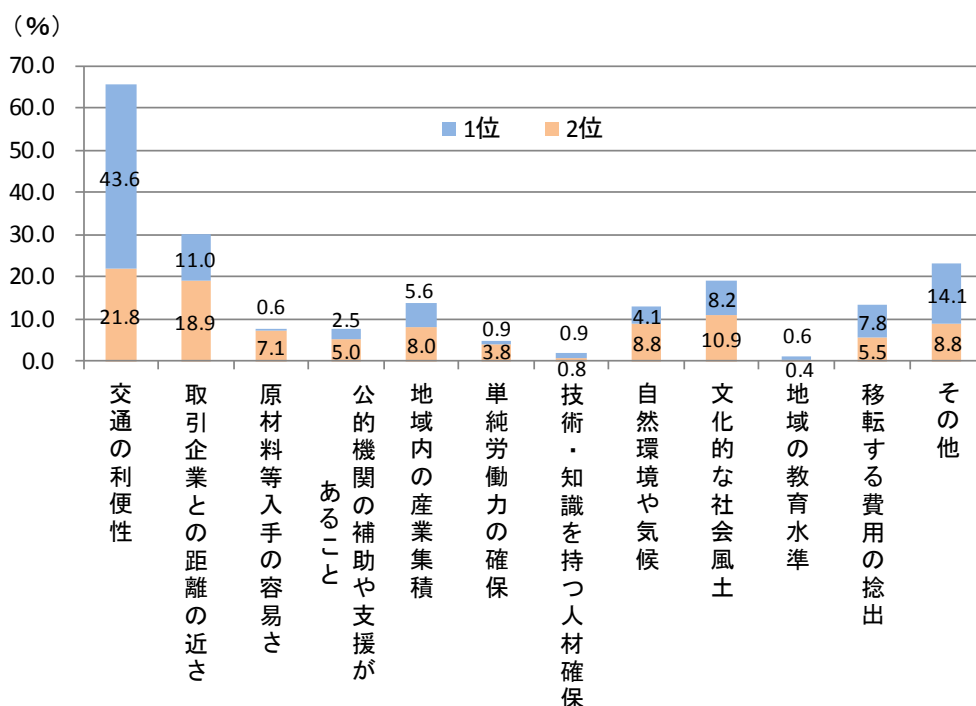
主たる事業の種類	現在の経営上の課題における「その他」の主な内容
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・HACCPの義務化対応。主力製品の消費者離れ対応。 ・製品価格の下落。 ・業界の構造改革、商流改革。 ・主にパート従業員で稼働しているため、毎年の最低賃金の引上げ、パート従業員の扶養枠での縛り等で、年々経営を圧迫されている状況である。それに対して、加工賃金は引上げが厳しく、理不尽なことだと実感している。
商業(小売・卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ・茶の輸出制限（農薬問題）。 ・店主が高齢であるが後継者がいないため、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。 ・業界自体の衰退傾向。 ・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。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員の高齢化。
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・社員旅行が全くなり、個人、町内会の旅行ばかりである。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・収益力の向上。
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・税金の高さ、経営者側を守ってもらえる社会制度。 ・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。 ・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。

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。

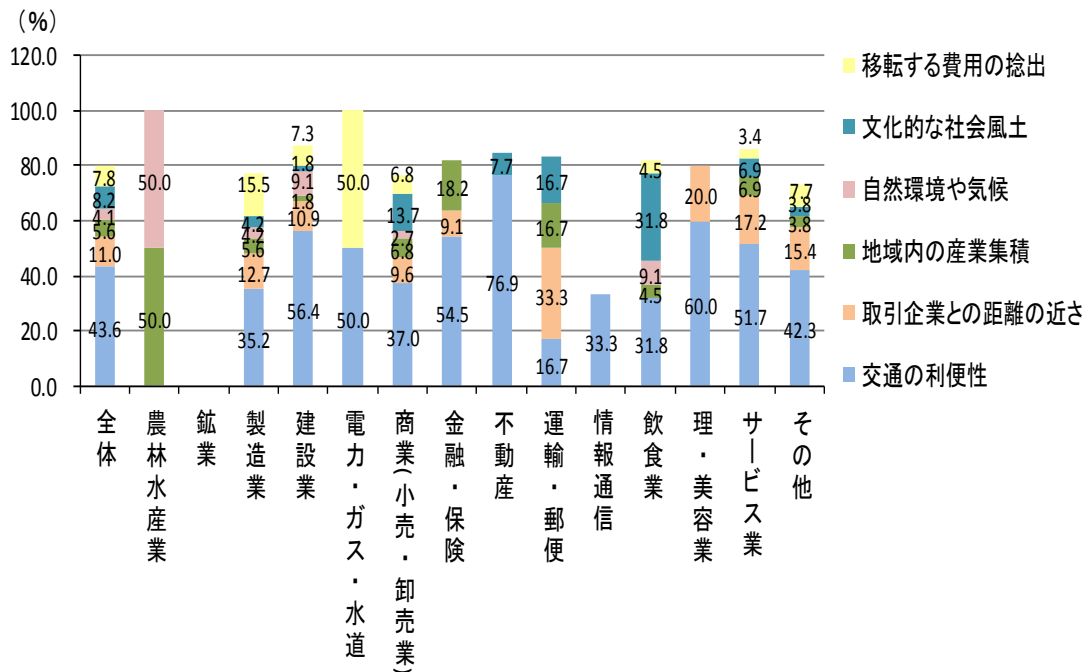
図表 7-① 現在の場所に本社や事業所を留めている理由(単数回答)



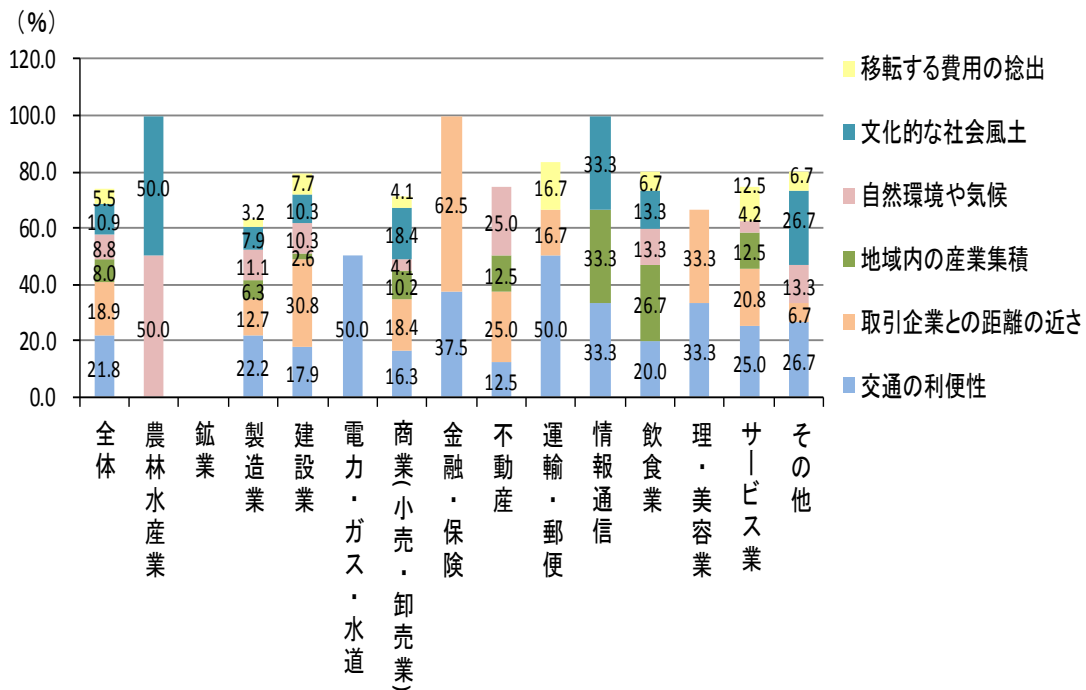
当設問における割合の大きい項目について業種別にみると、1位とする理由は、業種問わず「交通の利便性」の割合が高い。また、「商業(小売・卸売業)」や「飲食業」では、「文化的な社会風土」の割合が高く、地域特性を重視している企業が多い。「運輸・郵便業」や「サービス業」では、アクセスを重視しており、「取引企業との距離の近さ」の割合が高い。

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 7-② 現在の場所に本社や事業所を留めている理由(1位)



図表 7-③ 現在の場所に本社や事業所を留めている理由(2位)

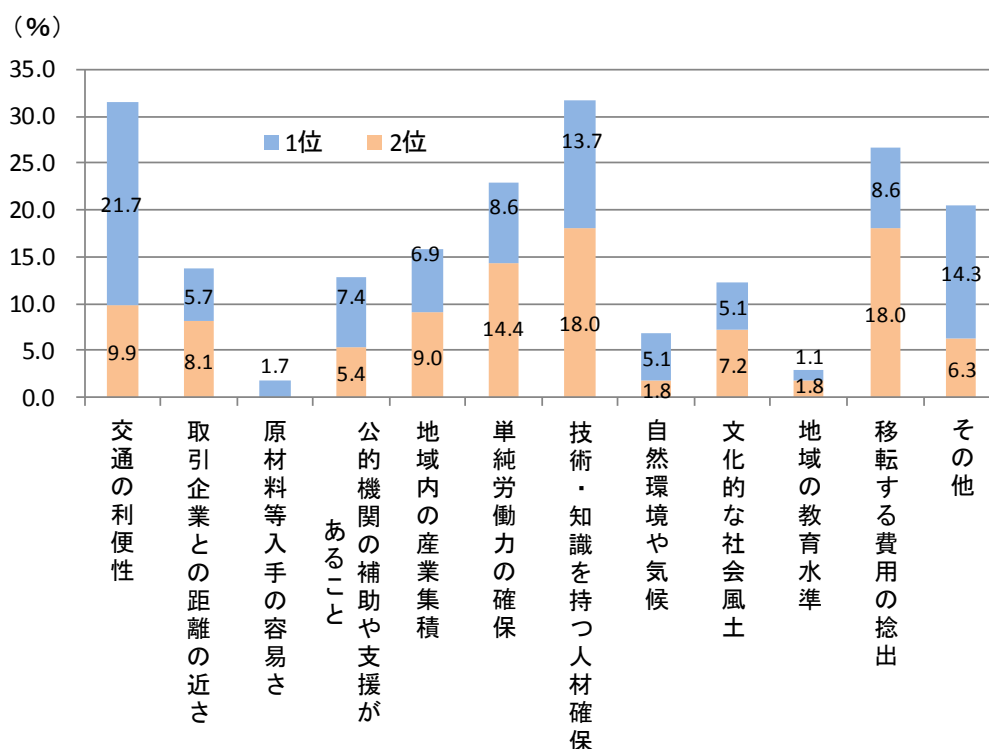


8. 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点

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見られた。

図 8-① 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 8-② 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点(1位)

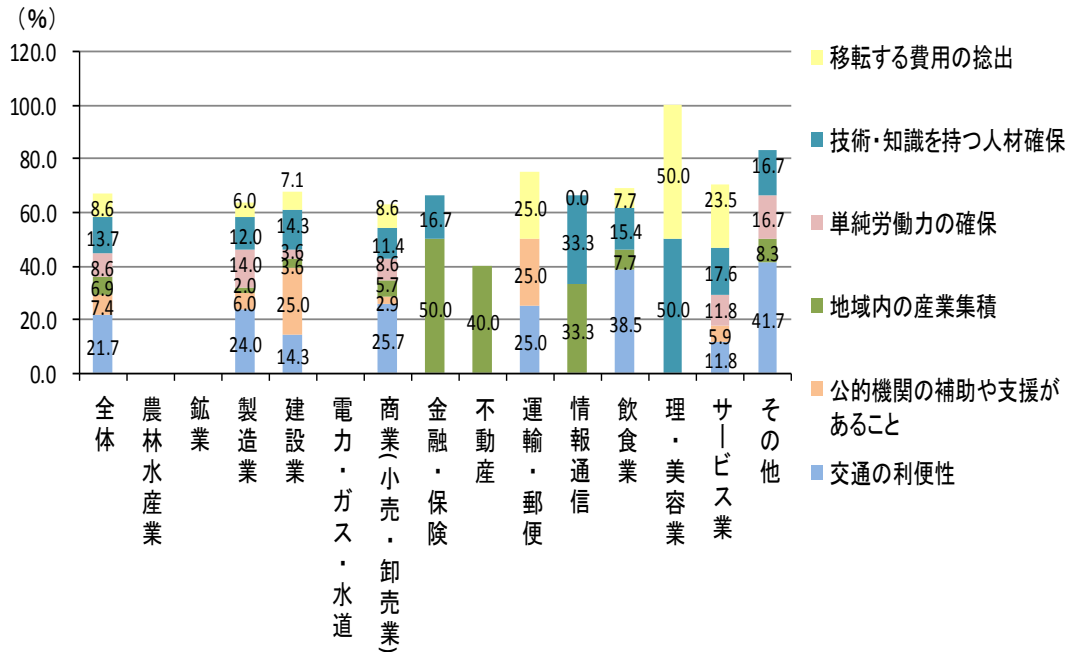
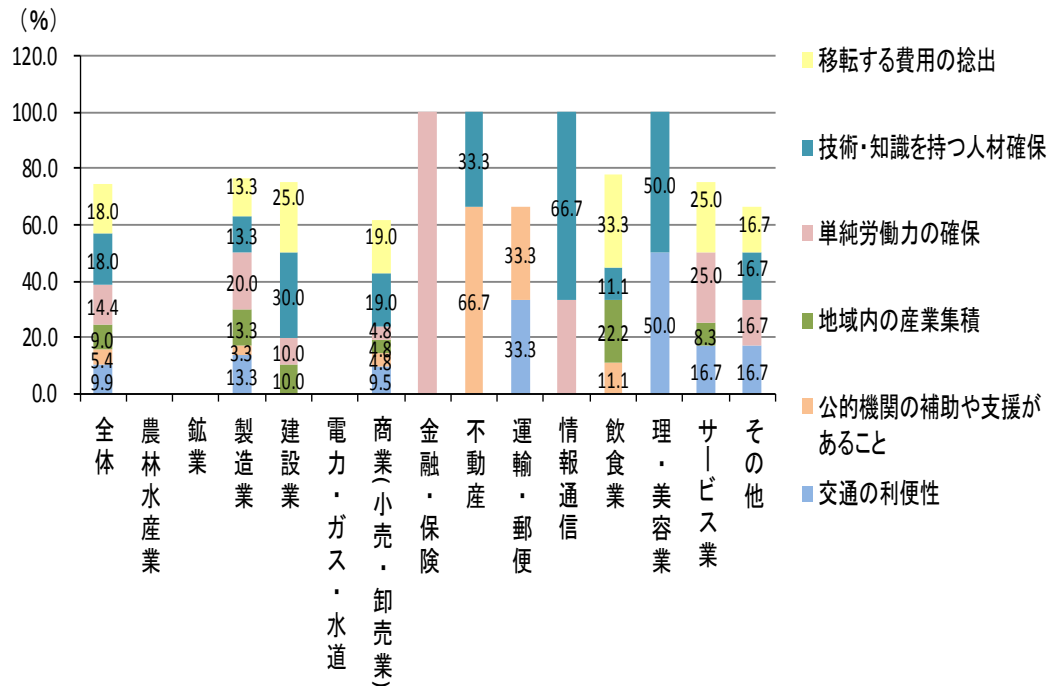


図 8-③ 現在の場所に本社や事業所のある地域の問題点(2位)



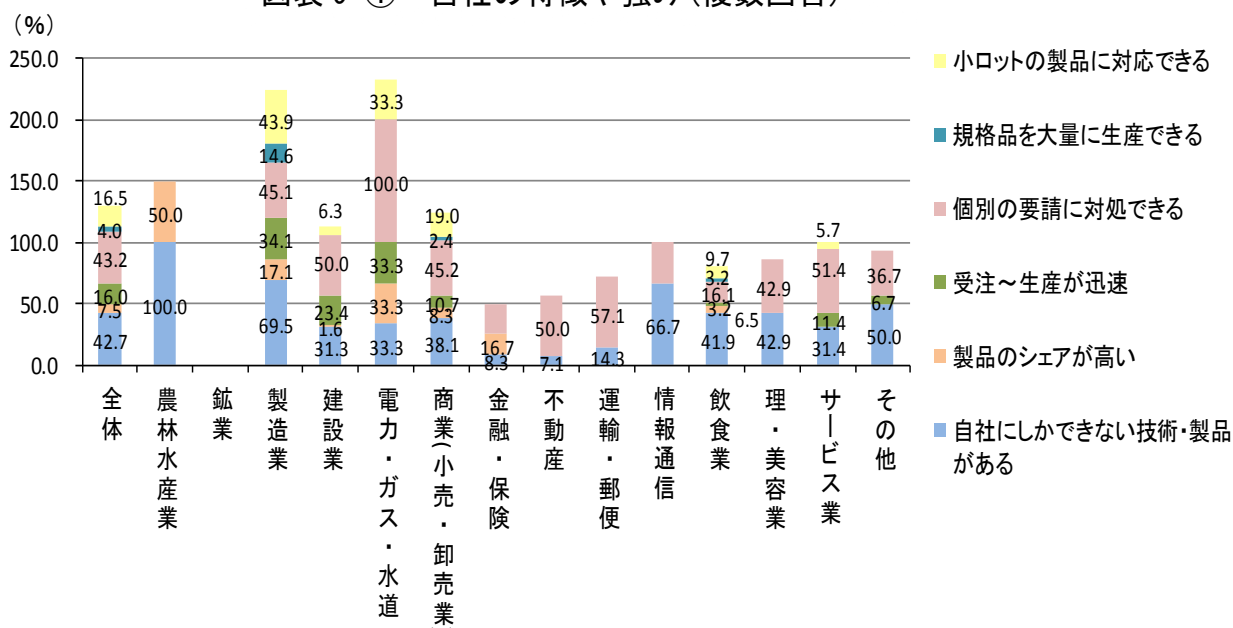
9. 自社の特徴や強み

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。

図表 9-① 自社の特徴や強み(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、自社の特徴や強みにおける「その他」の主な内容は以下のとおり。

図表 9-② 自社の特徴や強みにおける「その他」の主な内容

主たる事業の種類	自社の特徴や強みにおける「その他」の主な内容
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米人を雇用し、国内外に新たな需要を求めている。イノベーションを伝統を踏まえて進めている。 ・ブランド力。 ・企画力、デザイン力。 ・安定した高度な技術力 ・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。 ・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。 ・設計、製作、販売、メンテナンス。 ・業界の地域性。生産から納入までの90分間内処理厳守。 ・人材定着。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・機動力。 ・塗装工事技術。 ・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)	<ul style="list-style-type: none"> ・商品の充実度。 ・歴史的資産。 ・在庫を持ち、迅速に対応できる。 ・顧客対応力。 ・お客様のニーズにすぐに対応できること。 ・中国向けに輸出している。 ・プラントメーカーの要望に対応している。 ・家族経営のため、人件費や時間を気にせず商売できる。 ・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。 ・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。 ・宇治市で唯一のブランドがある。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。

主たる事業の種類	自社の特徴や強みにおける「その他」の主な内容
飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ・地域に密着していること。 ・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。 ・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）。 ・業界内での品質の高さ。
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・品質面を重視。
金融・保険	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・駅から近くて生活に便利である。 ・地縁が強みである。
情報通信	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・「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。 ・遺言・相続関係の法律相談に迅速に対応できる。 ・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。 ・信頼性。 ・他より料金が安い。 ・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。 ・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。

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 10-① 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の内容
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・自社PB商品の展開。 ・新製品の開発。 ・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。 ・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。 ・省力化、自動化。有給休暇消化率の向上。 ・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。 ・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。 ・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。 ・設備更新による生産効率の向上と品質改善。 ・新しい機械を購入したい。 ・新工場の建設。 ・工場の拡張。製造業ゆえ、場所がないと仕事にならない。 ・工場の建替え、人材の確保。 ・生産性の向上。 ・生産の効率化、新商品の開拓。 ・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。 ・生産効率の向上。生産部門の自動化、省人化。 ・社内の情報共有化。生産効率の向上。 ・販路拡大。 ・新商品の開発。販売先の開拓。

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の内容
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・販売網を拡大する。 ・技術を生かすパートナーを開拓。 ・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。 ・国内の販売先強化および海外への輸出。 ・海外への販売比率を引き上げていきたい。 ・新規開拓。 ・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。 ・将来は医療関係にも進出したい。 ・従業員の離職率の低下。人材の確保。 ・人材確保。 ・人材の確保、教育。販路の拡大。 ・人材育成、開発。 ・人材を育成し、より高度な仕事をしたい。 ・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。 ・人材の確保（パート）に力を入れたい。 ・人材の採用・教育。新規事業。 ・後継者への承継。 ・標準品を多く販売していきたい。 ・5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）活動。 ・社内環境の整備。 ・50～100年先をデザインした取組み。 ・収益性の改善 ・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。 ・「文明」より「文化」をキャッチフレーズにしている。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。 ・適正な価格の維持。官公需物件への参入。

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の内容
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・大型トラックが入ることのできる場所への移転。 ・販売先、取引先の開拓。従業員の確保。 ・機動力のある組織作り。 ・生産性の向上。地域からの人材確保。 ・労働時間の改善（働き方改革） ・労働時間の短縮。 ・IT化、図面・見積の効率化。 ・若い世代の従業員の教育。技術の伝授等。 ・人材育成と人材確保。 ・新入社員の確保と技術力の伝承。 ・社員の確保。雇用条件の改善、事業拡大のための設備資金。 ・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。
商業(小売・卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ・新技術の開発。 ・販路の開拓とハイレベルの製品の仕入。 ・高品質の商品の輸出。企業の魅力を向上させ、店舗の魅力で集客したい。 ・販売先の増強。 ・販路開拓、在庫の削減。 ・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。 ・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。 ・海外のお客様への宣伝に力を入れたい。 ・販売力の向上。情報発信（ワークショップの開催など）。 ・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。 ・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。 ・店舗の改築。 ・自治体への企業PR、入札への参加。 ・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。 ・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。 ・IT化を図る。

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の内容
商業(小売・卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成。 ・若手社員のスキルアップ。 ・技術の継承、販売力。 ・後継者への事業承継。 ・顧客、販売員の高齢化。顧客の若い年齢層への転換。 ・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。 ・業務提携先、資金調達。 ・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。 ・もう一つ別の事業を起ち上げたい。 ・食品の安全・衛生のクオリティアップ。 ・経費的に産業廃棄物を減らす。
飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ・製品開発。 ・販売先の拡大。 ・存在感をアピールする。地元根付いた店づくり。 ・地域以外の方々にもっと知ってもらい、広めていく。 ・新規客を増やす。人材確保。 ・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。 ・生産性の向上による収益性の改善。 ・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。 ・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。 ・地域との連携による個々の地域の発展。お茶だけではない宇治の魅力発信。 ・宇治茶文化を伝えていくことに注力する。 ・消費税への対応。 ・商標や実用新案などの登録。
サービス業	<ul style="list-style-type: none"> ・海外からの観光客の利用。平等院表参道での営業。 ・事業拡大、人材確保。 ・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。

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の内容
金融・保険	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・顧客の開拓。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・人材の確保、人材の育成 ・資金調達枠の確保。 ・不動産業界の信用性の向上。 ・家賃を引き上げること。 ・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。
運輸・郵便	<ul style="list-style-type: none"> ・より顧客を増やしていきたい。 ・サービスの質の向上。 ・付加価値のある仕事を増やす。 ・AI、IoTを活用した技術。 ・人材確保および教育。 ・人員の募集活動。観光振興。
情報通信	<ul style="list-style-type: none"> ・作業の自動化、売上の安定化、経済削減（固定費用）。
理・美容業	<ul style="list-style-type: none"> ・サービス・技術の特化。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・独自の商品開発。 ・顧客の確保、開拓。 ・同業種とのより一層の差別化による顧客確保。地域貢献。 ・ホームページによる集客。 ・美容、健康業界への進出。 ・AIの導入。 ・人材育成および確保。 ・後継者の育成。 ・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。 ・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。 ・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。

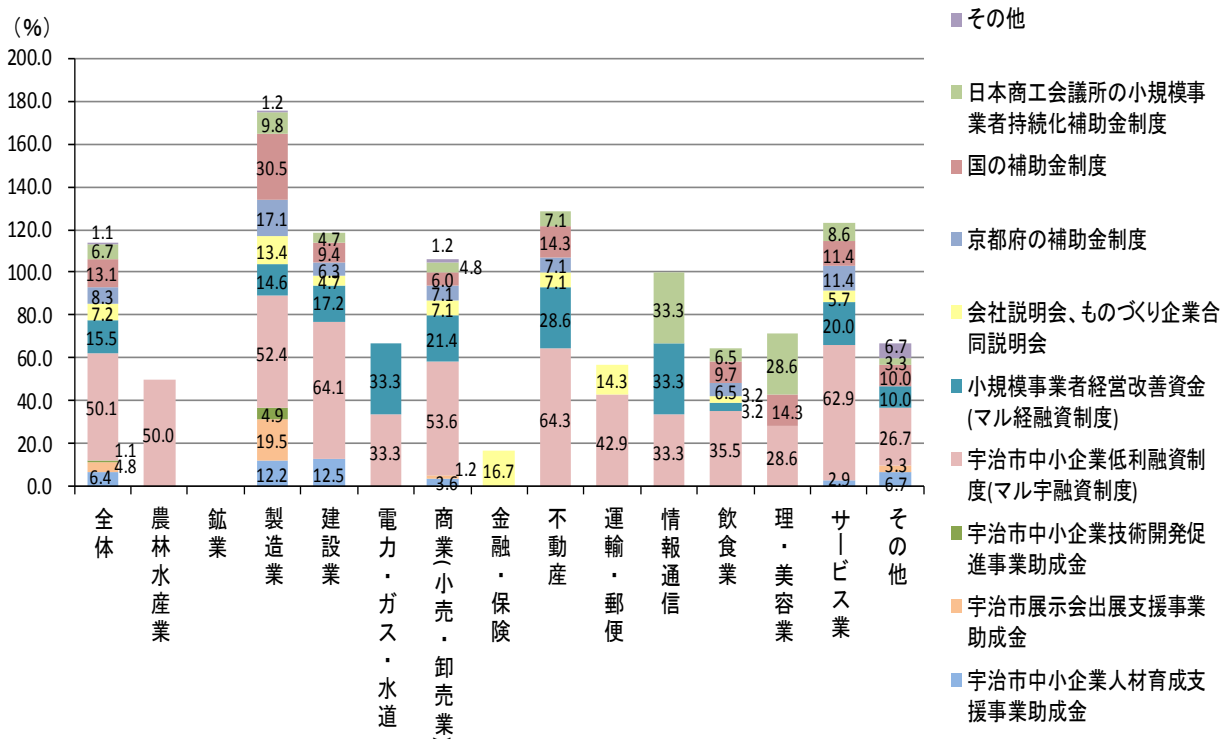
1 1. これまでに利用したことのある公的支援策

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。

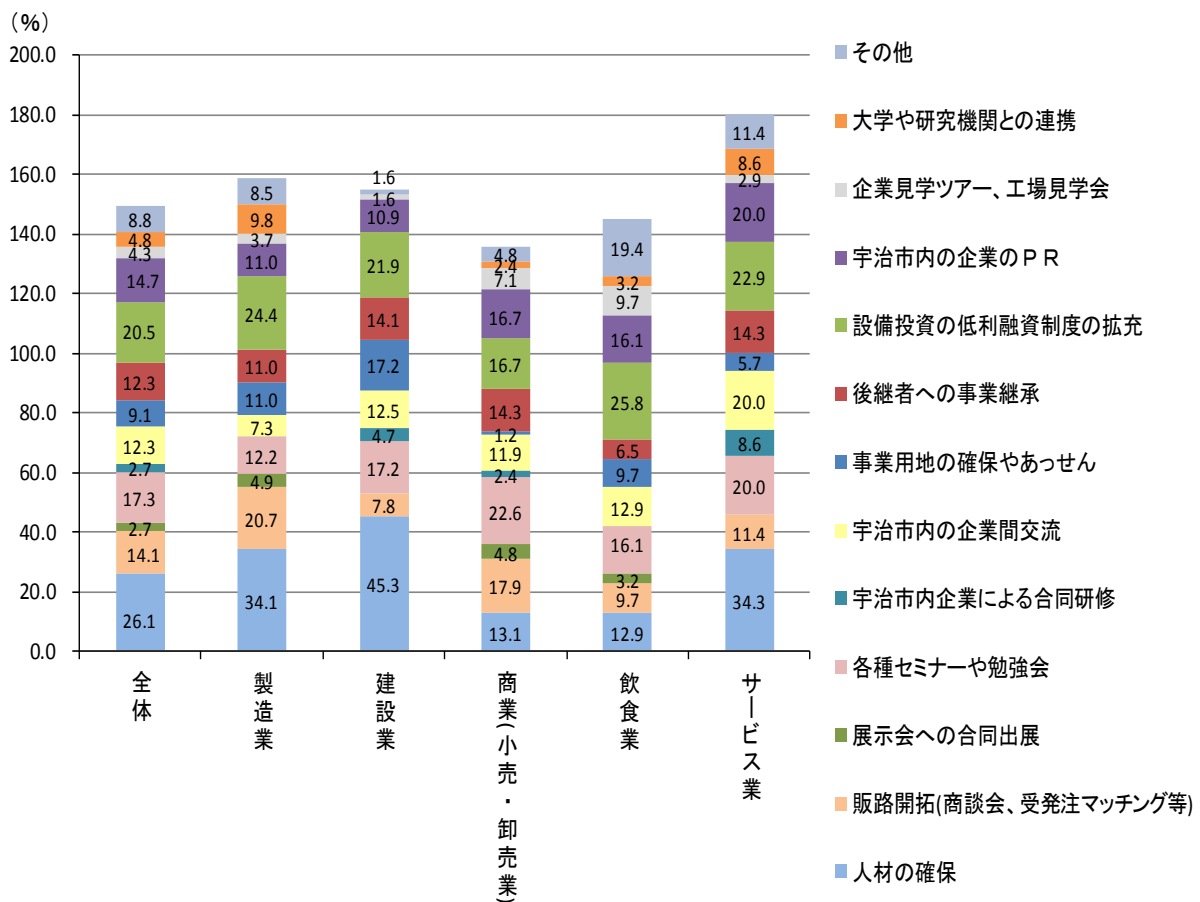
12. 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと

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 12-① 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 12-② 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 確保やあつ 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」の主な内容は以下のとおり。

図表 12-③ 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」の主な内容
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・市街化調整区域の解除。 ・市道の整備、排水溝の整備（工業地域、準工業地域）。 ・50～100年先をデザインした取組み。 ・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。 ・従来、京都市内の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。 ・官公需適格組合に対する発注。 ・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、宇治市も商工会議所も「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。 ・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。 ・宇治市のPR、花火大会の再開。

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」の主な内容
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産業者に対する開発協力金の撤廃。
商業(小売・卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・地域の移動手手段の確保（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。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・市民参加型イベントの開催。 ・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。 ・知識を活用した柔軟な対応。 ・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。 ・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。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・開発協力金廃止、規制緩和。 ・減税。 ・補助金、助成金の説明等。
金融・保険	<ul style="list-style-type: none"> ・マル宇制度の充実・拡張。
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・テナントのあっせん。 ・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（無くて京都市等の業者に依頼できるが、やはり地元を使いたい）。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・行政書士会が実施している無料相談会について、施設の提供だけではなく、行政書士の存在をPRしてほしい。 ・宇治市の魅力アップと広報。人口減少と住民の移転防止。 ・公共交通機関の利便性の向上。 ・事業紹介ができる体験会（展示会の場でも可）。 ・織り機の改良を相談できるところがほしい。 ・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。 ・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」に関する意見が見られる。

図表 13-① 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	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	<ul style="list-style-type: none"> ・市街化調整区域の見直し。 ・規制の廃止。 ・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。 ・企業PRに力を入れてほしい。 ・宇治市内の企業のPR ・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来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。 ・京都市内は観光都市No.1ですが、宇治市が観光都市No.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）。 ・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。 ・中小企業へのあらゆる支援活動。 ・地域ファーストを心掛けてほしい。 ・事業者間の交流。 ・異業種交流会の開催。 ・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。 ・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。 ・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。 ・宇治花火大会の再開と実行。

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入れるべきこと
製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・宇治ブランドのイメージアップ ・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。 ・人口増加、観光の強化、子育て支援（宇治市独自のもの）。 ・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きなかつたで、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。 ・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。 ・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。 ・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。
建設業	<ul style="list-style-type: none"> ・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）。 ・団体客の受け入れができるホテルの建設。 ・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。 ・観光、花火大会。 ・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、パールサンガを応援する風潮がなくなったり、宇治市自体が対外的に貧相だと思う。 ・宇治市のマスコットの宣伝。 ・IT関係の補助金、助成金を設けてほしい。 ・地域企業とのマッチング。
商業(小売・卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・企業誘致。 ・他市町村との連携。 ・マッチングの機会を一層増やしてほしい。 ・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。 ・宇治川花火大会の再開。 ・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。

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入れるべきこと
商業(小売・卸売業)	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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るべきである。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。
飲食業	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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、歓楽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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・若手実業家へのあっせん。 ・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。 ・老朽化した建物への対策（耐震問題など）。 ・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。 ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・もっと雇用の受け皿をしっかりとってほしい。 ・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わないといけない現状は、マイナス要素でしかないと思う。 ・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。

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入れるべきこと
電力・ガス・水道業	<ul style="list-style-type: none"> ・道路の整備、観光客の誘致拡大。
金融・保険	<ul style="list-style-type: none"> ・産業用地の確保。 ・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。 ・業務のスピード化。 ・マル宇制度の充実・拡張。
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・西宇治地域をもっと盛り上げてほしい。 ・地域内での資本の巡回。宇治市の宇治茶以外での大PR。 ・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。 ・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。アクトパル宇治の券等は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	<ul style="list-style-type: none"> ・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ことはばかりでなく、その中身についても議論してほしい。
情報通信	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・花火大会など夏のイベントをした方が良いと思う。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。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 ・企業間のマッチング。 ・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。

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入れるべきこと
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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入れてほしい。 ・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宇治駅前の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。 ・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）。 ・宇治市全般の市民への公共サービスの拡充。 ・鍼灸マッサージ高齢者助成券の復活・拡大。

Ⅲ. 製造業における各調査項目の詳細

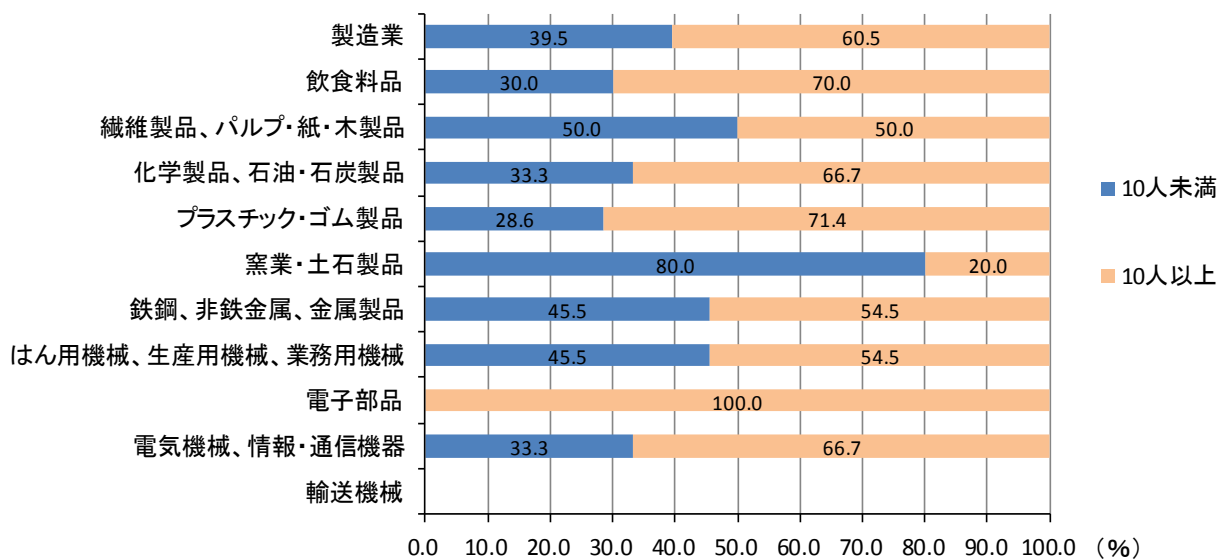
1. 従業者数(パート、アルバイト含む)

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



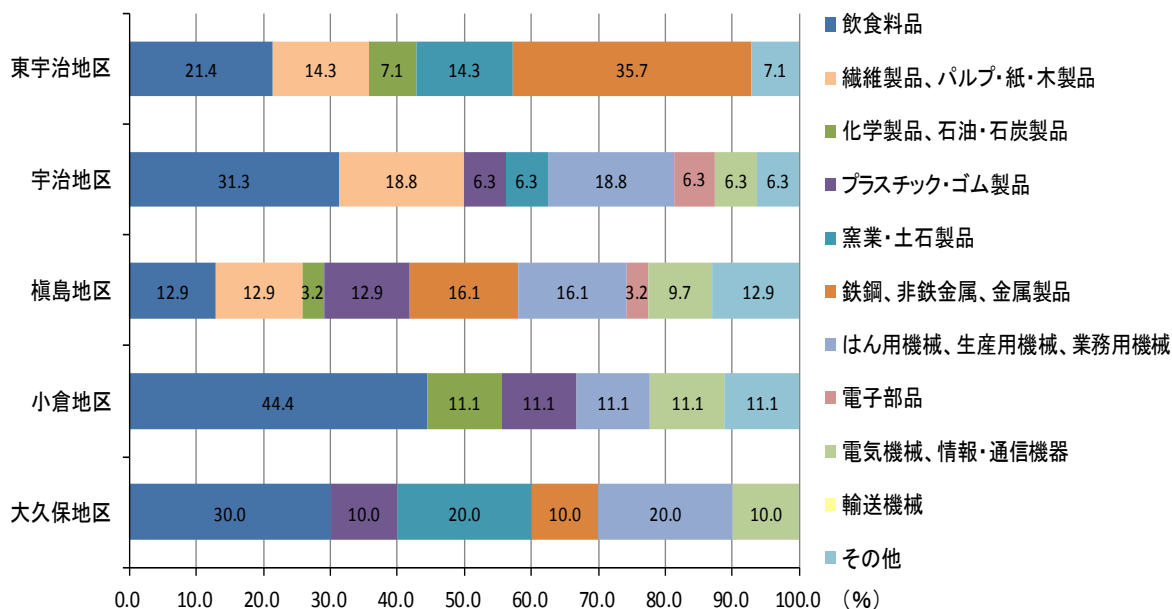
2. 宇治市内の本社または主たる事業所の所在地（製造業）

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、「槇島地区」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」、「槇島地区」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
	槇島地区	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



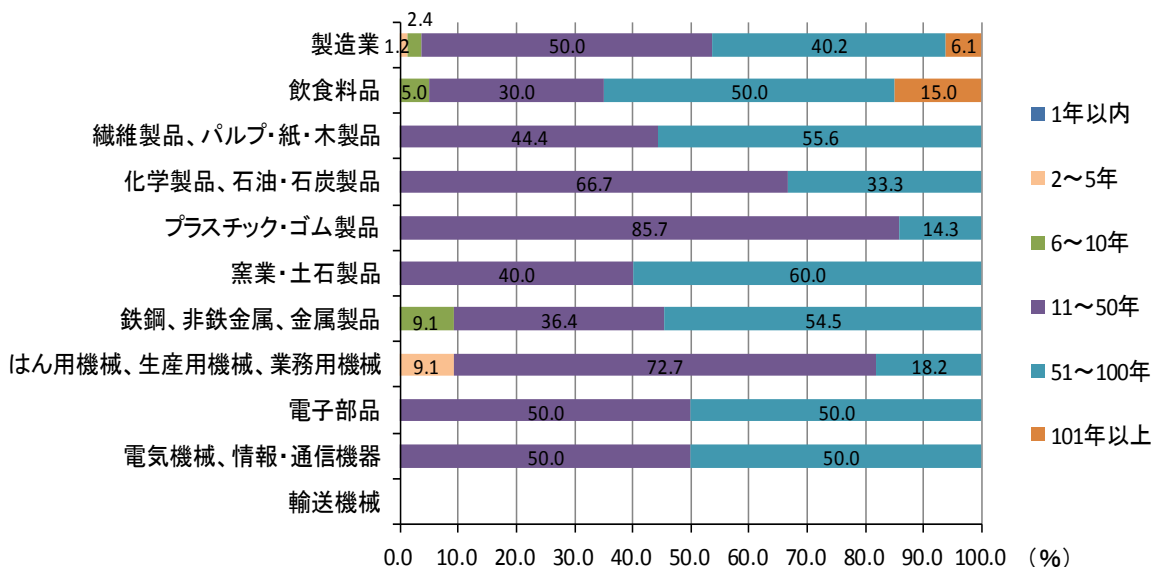
3. 創業からの年数(製造業)

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

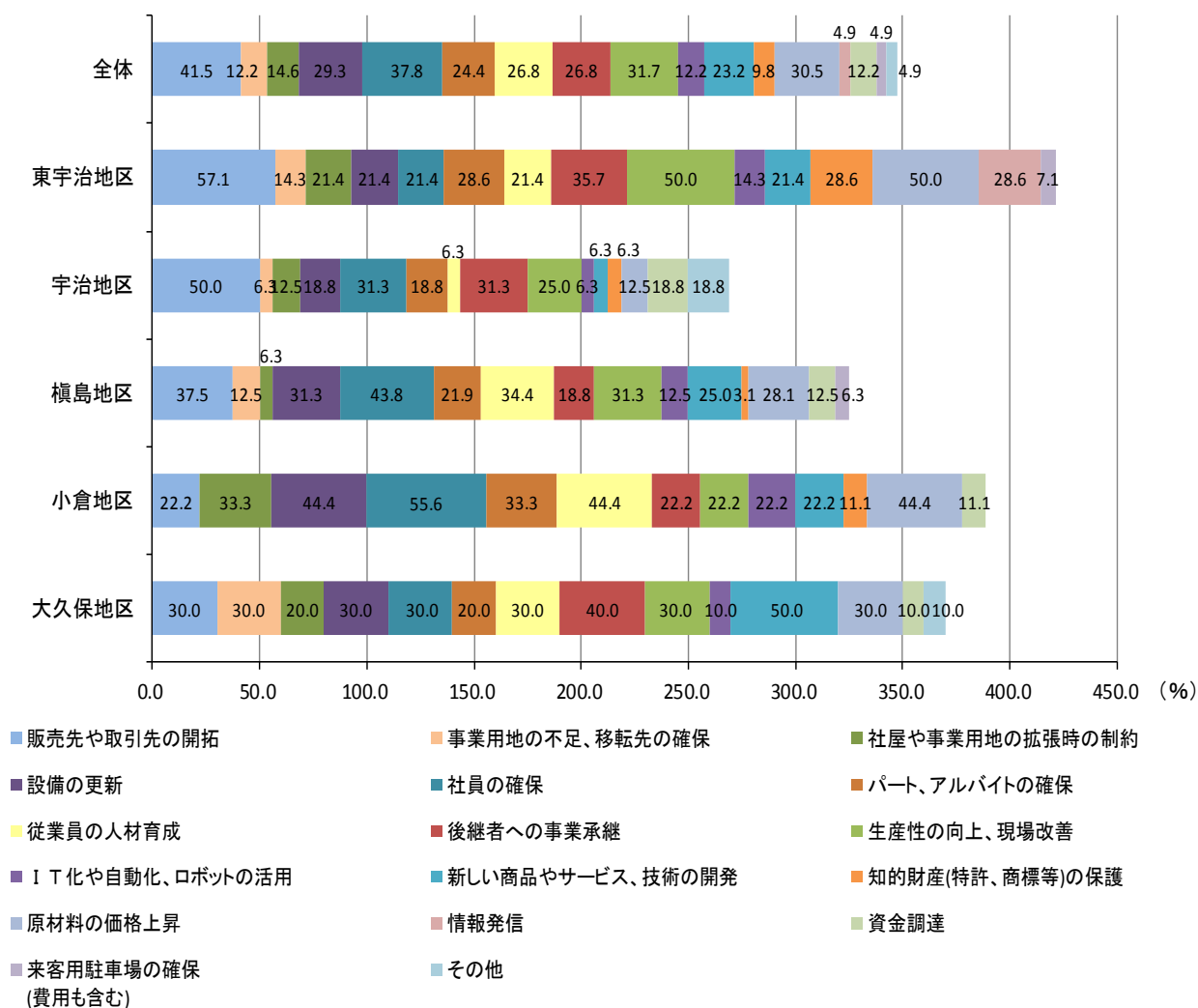


4. 現在の経営上の課題（製造業）

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 17-① 地区別の製造業における現在の経営上の課題（複数回答）



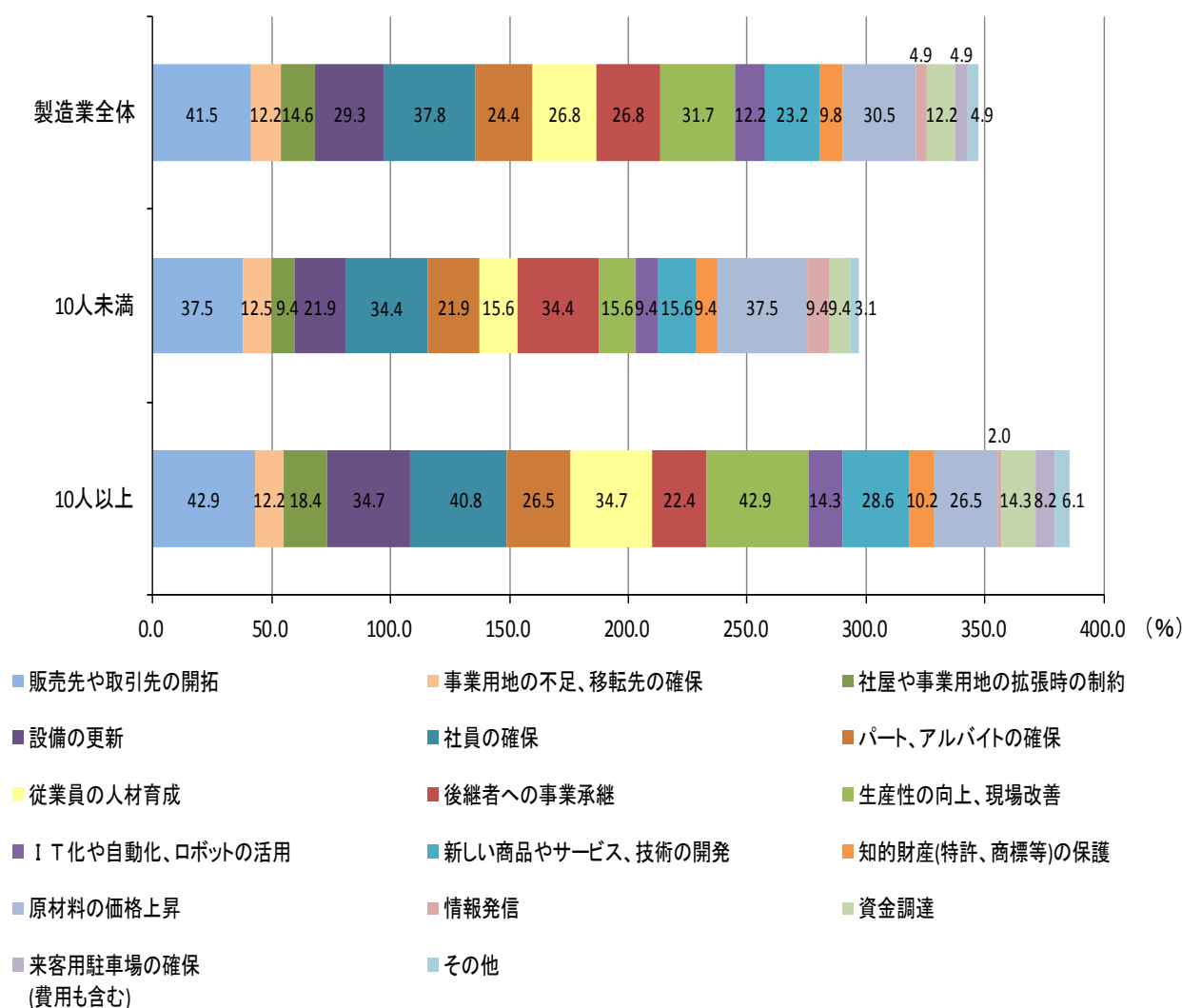
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

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 17-② 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。

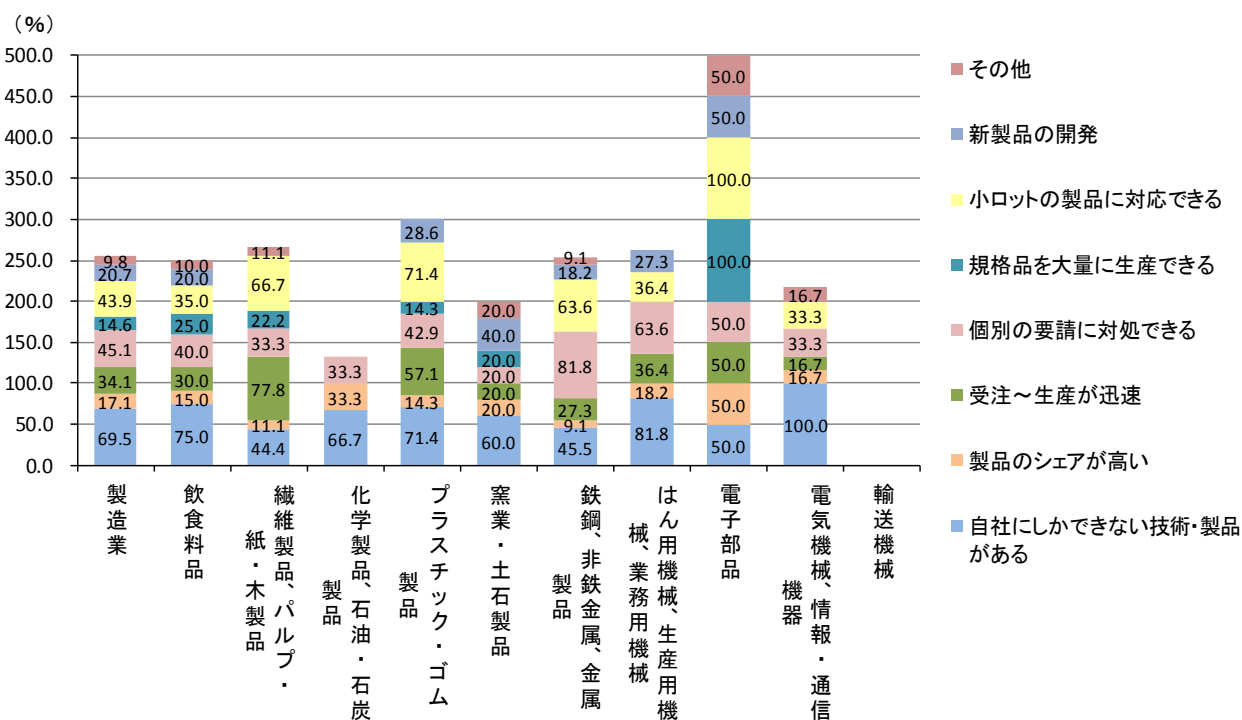
5. 自社の特徴や強み(製造業)

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」、「小ロットの製品に対応できる」、「受注～生産が迅速」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



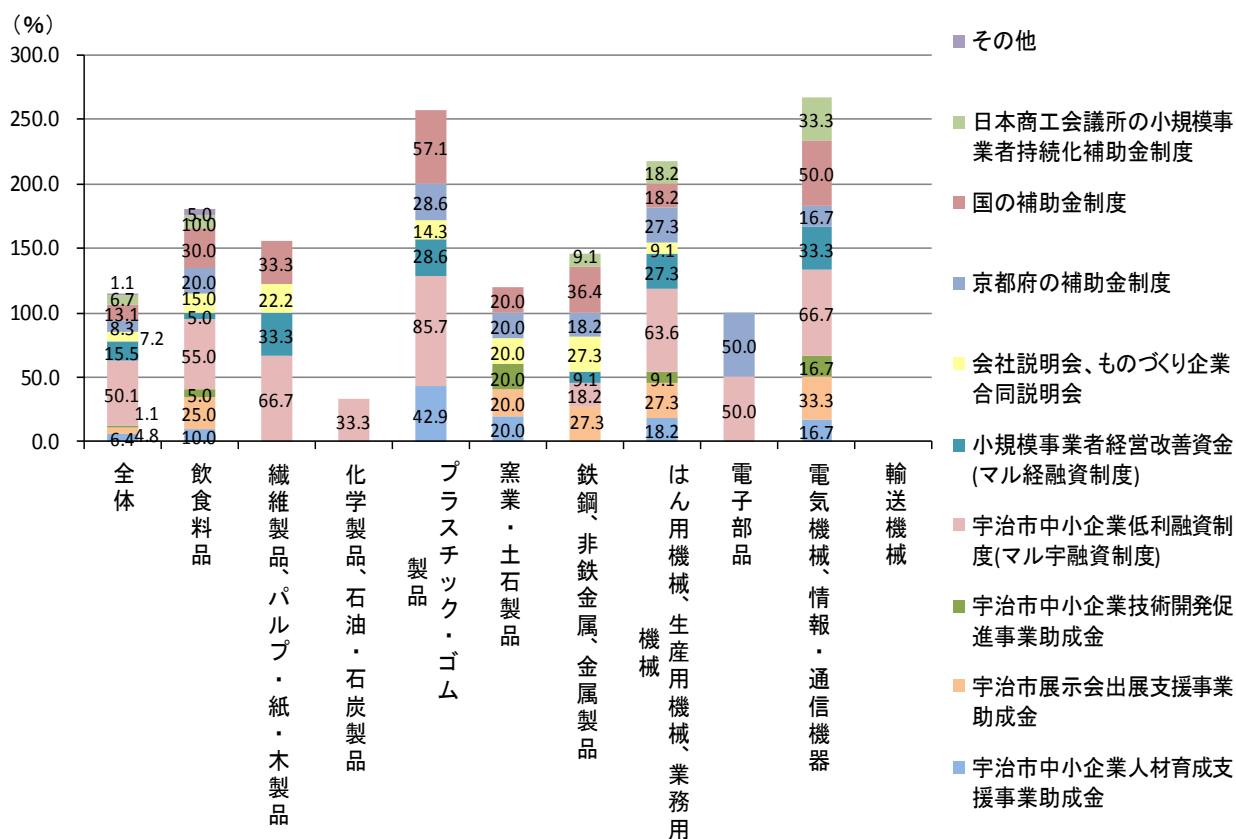
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

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)



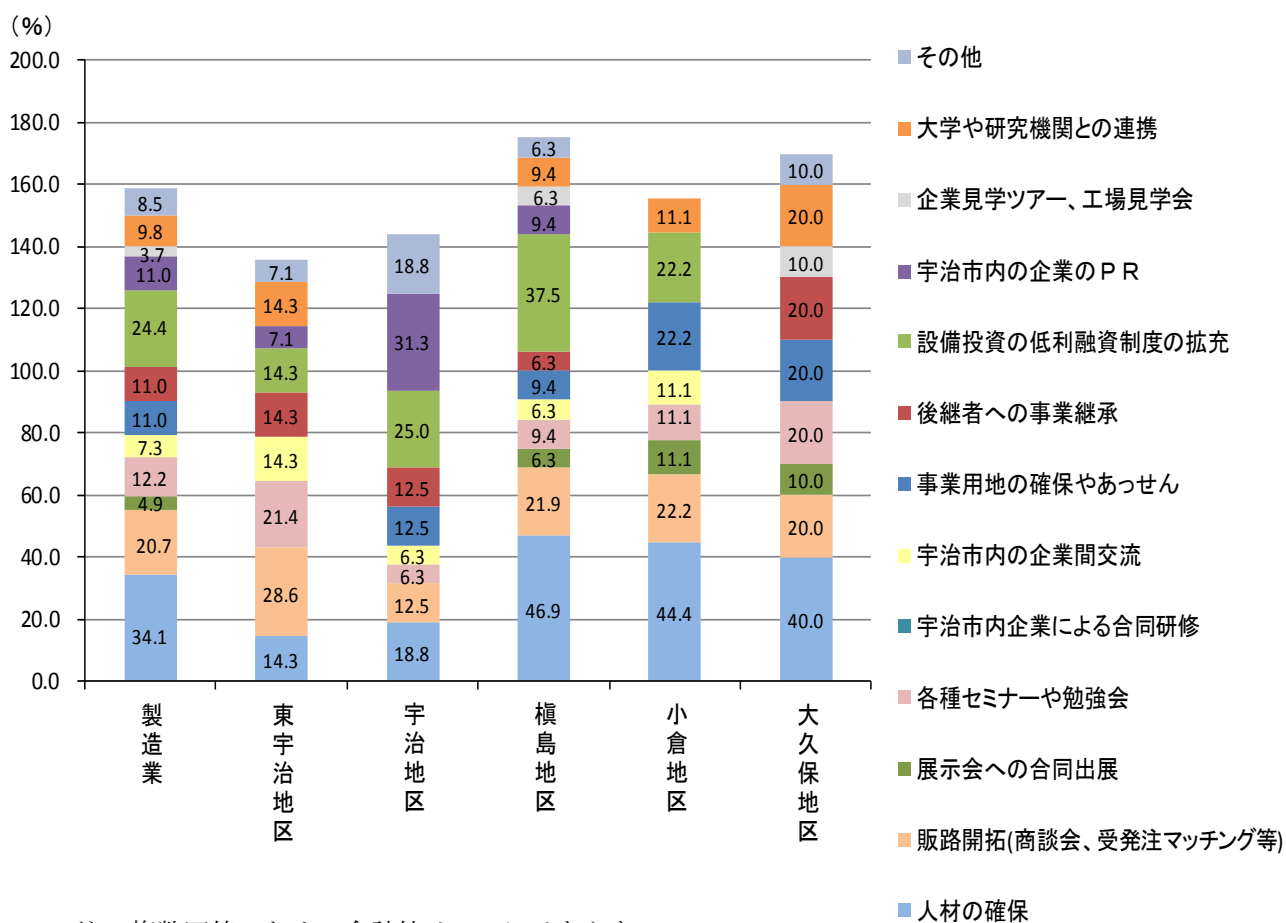
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

7. 宇治市や商工会議所に支援してほしいこと（製造業）

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

図表 20-① 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）



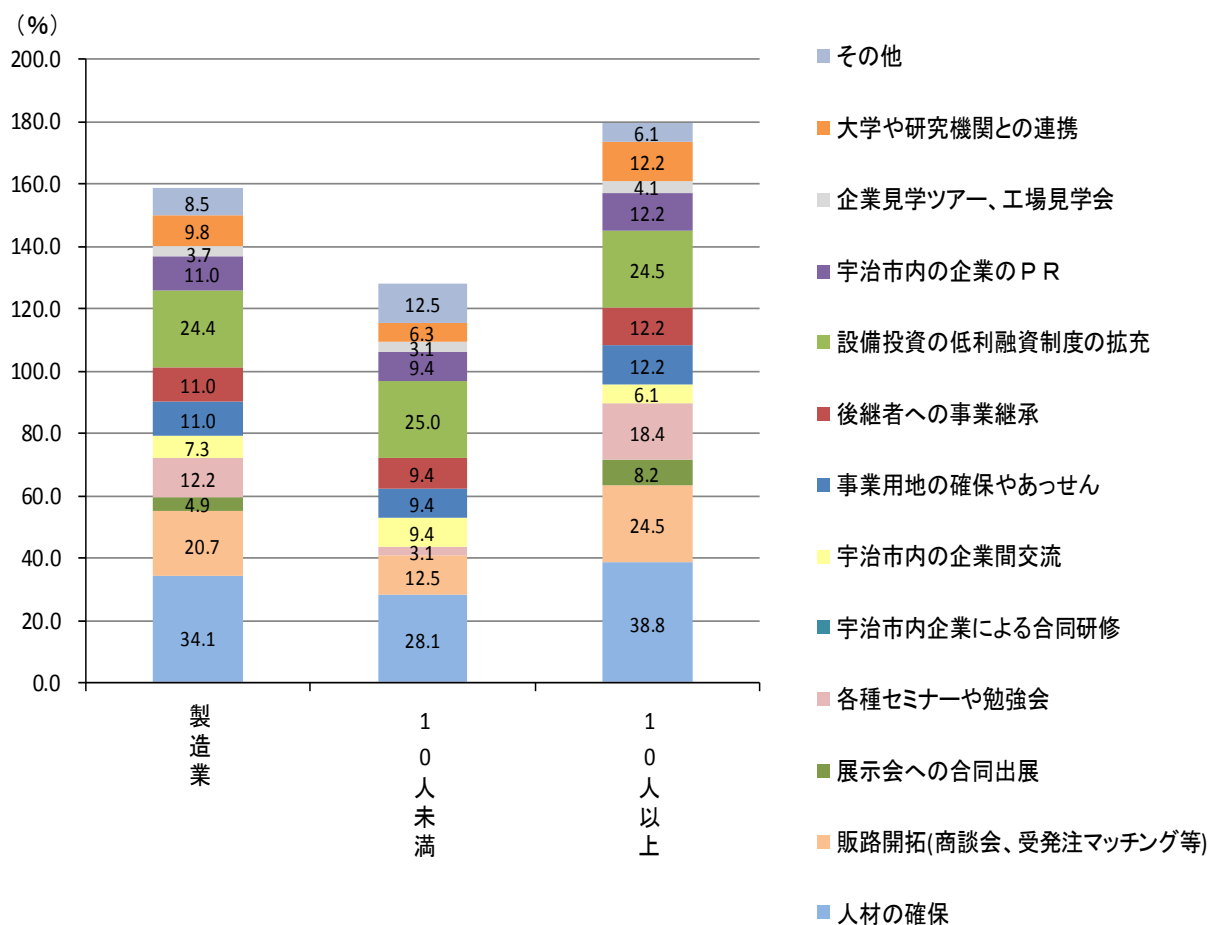
注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

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 20-② 製造業における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(複数回答)



注：複数回答のため、合計値は100にはならない。

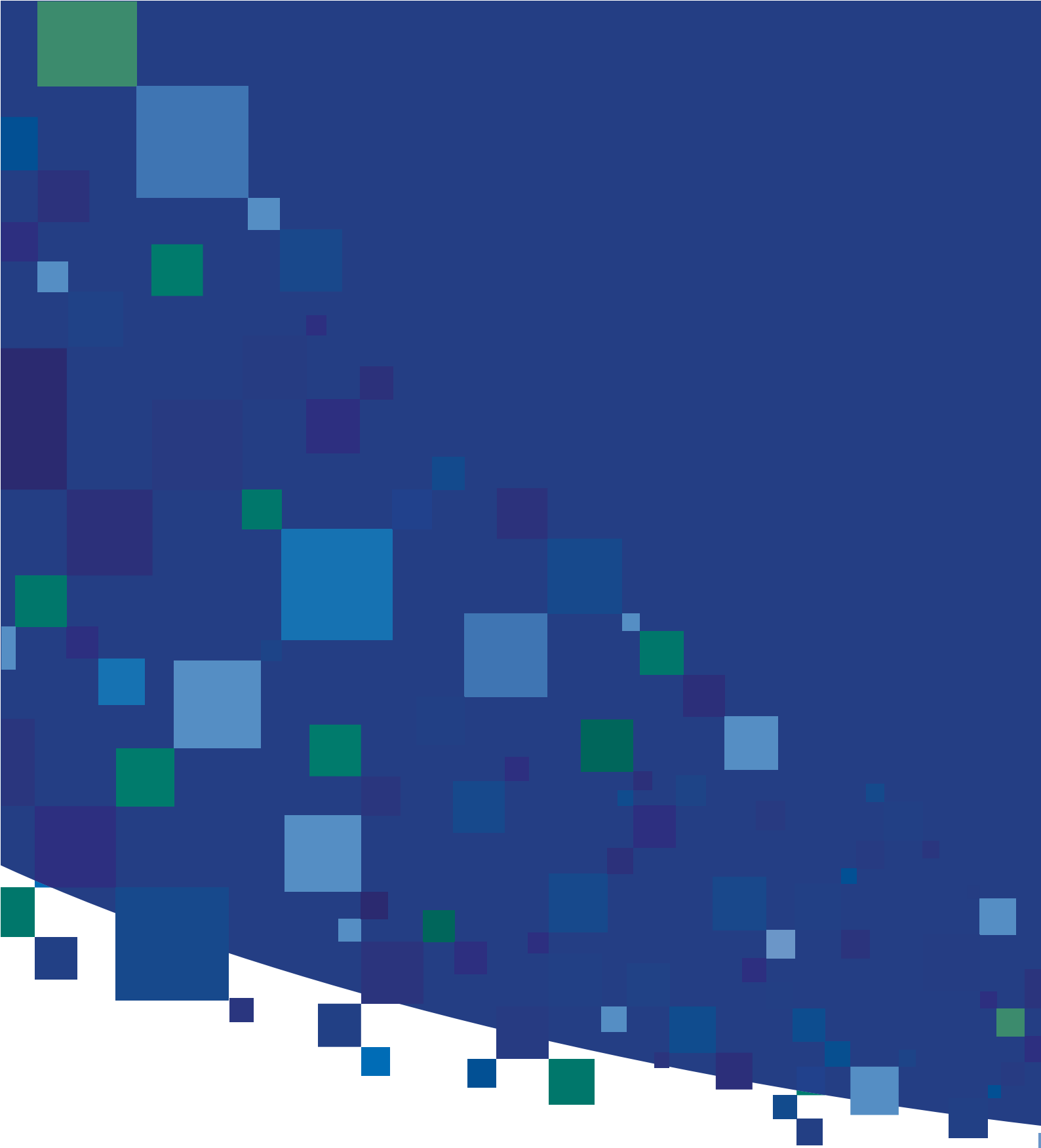
以上

宇治市産業戦略（平成31年3月策定）

宇治市 市民環境部 産業推進課

611-8501 宇治市宇治琵琶 33 番地

電話（0774）22-3141（代表）



宇治市