

## 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。