

Something New

茨木市産業振興ビジョン



つながりを大切に
こだわりとがんばりで
新しい価値の創造を目指す

ごあいさつ

まちの産業は、私たちの暮らしに密接な関係を持っており、その発展により経済を活性化させ、にぎわいを創出し、まちに活力を生み出すなど、重要な役割を担っております。

茨木市は、古くから交通の要衝として栄え、さまざまな産業が立地する中で飛躍的な発展を遂げてまいりました。

しかし近年は、大手企業の移転、また、商業におきましても閉塞感が漂うなど、時代の流れの中で大きく情勢が変化しております。

このような状況から脱却し、新たな発展を目指すためには、地域経済の担い手である中小企業をはじめとする市内事業者の皆さんには、次なる成長に向けて、独自の技術や商品、サービスに磨きをかけることや経営改善に向けた主体的で積極的な取り組みなどが求められているところであります。

今回策定いたしました「産業振興ビジョン」は、本市産業の10年後を見据え、中長期的な観点から産業振興の目指すべき方向を明らかにしたものであります。これを契機に、今後は、事業者を中心とする関係者がそれぞれの役割を果たすとともに、連携を図りながら、本市が暮らし、働き、楽しむことのできるまちになるよう取り組んでまいります。

結びに、このビジョンを策定するにあたりまして、熱心に議論していただきました策定検討委員会の委員をはじめ、ご尽力をいただきました関係者の皆様方に厚くお礼を申し上げます。

平成 22 年 (2010 年) 3 月



茨木市長 野村 宣一

Something New

茨木市産業振興ビジョン

序 産業振興ビジョンの策定にあたって

1

1. 策定の背景 1
2. 策定の経過 1
3. ビジョンの目的と役割 2

I 本市の現状と産業の課題

3

1. 市の現状 3
2. 産業の課題 4

II 産業振興の方向

7

1. 総合計画における産業の位置づけ 7
2. 産業振興に対する基本的な考え方 7
3. 産業振興の重点方向 8

III 産業振興に向けた重点取組

9

1. 成長を目指す事業者の活力向上 10
2. 市民の快適な暮らしや地域社会を支える機能の充実 13
3. 産業を活性化させる基盤づくり 16

IV 産業振興ビジョンの実現に向けて

19

1. 協力・連携関係の構築 19
2. アクションプランの策定 20
3. 取組の進捗管理 20

関連資料

22

- I. 市内産業の概況等 23
 1. 産業構造 23
 2. 製造業 24
 3. 卸売業 26
 4. 小売業 27
 5. サービス業 29
 6. 農業 31
 7. 人口 33
- II. 市内産業の課題 34
 1. 事業活動を取り巻く環境 34
 2. 市民の暮らしと産業の関わり 36
 3. 産業の活性化に向けた取組 39
- III. 産業振興ビジョンの検討体制・検討経緯 43
 1. 検討体制 43
 2. 検討の経緯 45

序 産業振興ビジョンの策定にあたって

1. 策定の背景

わが国を取り巻く経済環境は、激しく変化しています。そのため、求められる産業振興への取り組みも変化してきています。

本市においては、昭和23年（1948年）に市制を施行しましたが、その後近隣の村との合併が進み、それに伴う公共施設の整備などで苦しい財政状況が続きました。そこで本市では、環境への負荷の少ない軽工業を中心に企業の誘致に努めました。また、名神高速道路をはじめとする高速道路や主要幹線道路などの整備が進んだことから、運輸業や卸売業の立地も進みました。しかしながら近年は、製造業などの事業所の市外への移転や閉鎖によってできた跡地に住宅や商業施設が立地するなど、市内における産業構造や土地利用の状況に変化が現れてきました。

そこで、このような状況の変化に対応しつつ、本市の特性や強みを活かして、市内産業の継続的な発展の指針となる「産業振興ビジョン」を策定することにしました。

2. 策定の経過

産業は、私たちが働くことで製品やサービスなどの付加価値を生み出し、私たち自身がそれらの財やサービスを消費する循環で成り立っています。言い換えると、産業は私たちの暮らしと密接につながり、暮らしの中にあるものです。したがって、本市の産業振興ビジョンづくりでは、「つながり」と「共感」という2つの言葉を意識して進めてきました。

そこでまず平成20年度に、市内事業者のみなさんへのアンケートやヒアリング（聴き取り）を中心に、市内産業に関わる現況や今後の展望・意向などの実態調査を行いました。

そして次に、その調査結果をふまえて、市内の農・商・工の事業者を中心に、市民、産業や経営の専門家・学識者など、多様な立場のみなさんに関わっていただき、検討委員会と商業専門部会・工業専門部会の体制で検討を進めましたところ、様々な意見や産業振興の方向性が提案されました。

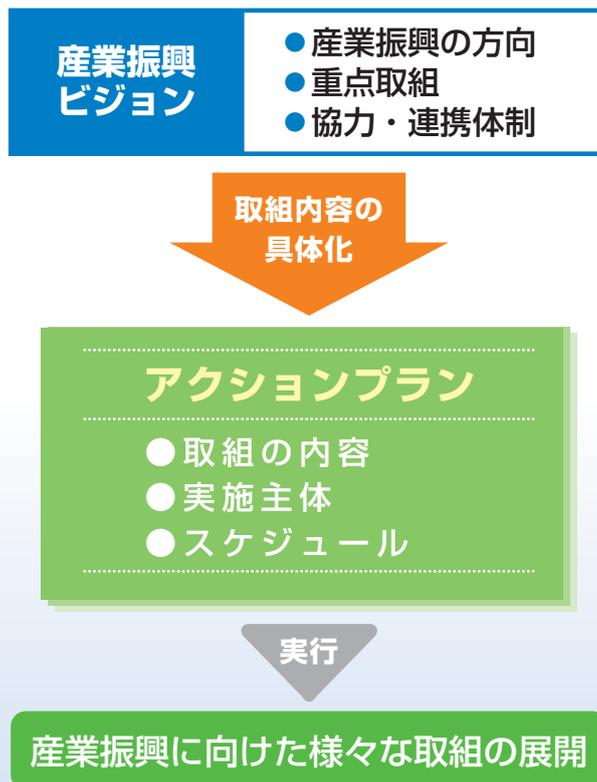
3. ビジョンの目的と役割

この産業振興ビジョンでは、おおよそ10年先の将来をイメージして、「茨木の産業がどのように発展していったらいいのか」、あるいは「どうすれば茨木が活気にあふれたまちになっているのか」を明らかにし、そのためには「茨木に関わる人たちがこれからどのようなことをしていくべきなのか」という取組の方向性を示しています。ただし、その10年間の途中でも、社会の変化への対応が必要になれば、取組の内容を変更するなど、変化に柔軟に対応していきます。

また、産業振興ビジョンに書いてある産業やまちの将来像を実現していくためには、具体的な取組を検討し、実行していかなければなりません。そのため、今後、ビジョンの計画期間の前半にあたる3～5年をめどとしたアクションプラン（行動計画）をつくり、ビジョンで示した将来像の実現に取り組んでいきます。

産業振興ビジョンをつくったことは、あくまでもきっかけに過ぎません。これを機会に、市内で活動するみなさんが連携して、チャレンジする人やお店、企業を応援する、あるいは、地域で暮らしを支えあう、そのような関係づくりが進めば、茨木は、暮らして楽しい、働いて楽しい、学んで楽しい、夢のあるまちになります。

産業の振興に向けた取組のイメージ



I 本市の現状と産業の課題

1. 市の現状

本市には、「高い交通利便性」「人口の増加」「昼間の人口流入」「大学等研究機関の集積」といった特性があります。市内産業の振興を目指す上で、これらの特性を強みとして生かしていくことが期待されます。

特色（強み）	調査・検討の概況
高い交通利便性	<ul style="list-style-type: none"> ■本市は大阪と京都の中間に位置し、鉄道（JR・阪急・モノレール）の利便性が高く、高速道路（名神高速道路・中国自動車道・近畿自動車道）や主要幹線道路による交通アクセスにも優れている。 ■本市の北部を通過する新名神高速道路の建設事業が進められており、市内にもインターチェンジが設置されることから、さらなる交通利便性の向上が見込まれる。
人口の増加	<ul style="list-style-type: none"> ■人口減少社会を迎えた日本において、本市では、良好な住環境が評価され、人口が緩やかに増加している（1999年から2009年までの10年間で約5%増加）。
昼間の人口流入	<ul style="list-style-type: none"> ■大阪市をはじめとする近隣市へ通勤・通学のために出かける市民が多い一方で、市内の事業所や大学などの教育機関には、市外から多くの従業者や学生・生徒が訪れ、昼間のまちに活気を与えている（本市の昼夜間人口比率は93.3%〔2005年国勢調査〕で府内43市町村中16位）。
大学等研究機関の集積	<ul style="list-style-type: none"> ■市内や隣接市には大学等の研究機関が複数立地し、特に大阪大学や追手門学院大学などでは産学連携に力を入れている。 ■彩都ライフサイエンスパーク（ライフサイエンス産業集積地区）には、公的研究機関をはじめ、ライフサイエンス関連企業の研究開発拠点の形成が進んでいる。 ■開発が進みつつある彩都の中部地区では、ライフサイエンス関連をはじめとする様々な業種の研究開発・生産機能の立地が見込まれる。

2. 産業の課題

市内産業の課題を把握するため、市内事業者や消費者などに対するアンケート調査とヒアリング調査を実施し、また、統計調査の結果を整理しました。その上で、ビジョン策定検討委員会と専門部会（工業・商業）で検討したところ、茨木市の産業には主に次のような課題のあることが明らかになりました。

(1) 事業活動と関わりの深いもの

課題	現状	調査・検討の概況
厳しい経営環境	売上高や利益が減少している事業所が多い。	<ul style="list-style-type: none"> ■（事業所アンケート）2・3年前と比較して、約7割の事業所が売上高と利益がともに減少している。 ■（金融機関ヒアリング）景気悪化の影響もあり、売上高や利益が大きく減少している事業所が多い。
価格競争の激化	長びく不況や経済の国際化により、価格をめぐる競争が激しくなっている。	<ul style="list-style-type: none"> ■（検討委員会）従業員一人あたりの付加価値を上げない限り、事業者の成長は望めない。成長のため新しいことにチャレンジする事業者を応援すべきである。 ■（商業専門部会）創意工夫で魅力を生み出し、わざわざ足を運ぶ価値のある店づくりが求められる。 ■（工業専門部会）茨木は住環境や交通利便性、周辺への大学等の立地などの面で利点がある。これらを活かして、高付加価値産業の誘致を進めてはどうか。
操業環境の悪化	周辺環境の住宅化で操業の難しくなった事業所が増えている。	<ul style="list-style-type: none"> ■（工業専門部会）工場周辺で住宅化が進み、周辺環境に気遣いながら操業している。市内での事業用地の確保に何らかの支援が必要である。
事業所数の減少	ほとんどの業種で事業所数が年々減ってきている。	<ul style="list-style-type: none"> ■（統計資料）卸売・小売業や飲食店などで特に、廃業数が開業数を上回っている。

(2) 市民の暮らしと関わりの深いもの

課題	現状	調査・検討の概況
中心地の にぎわい	市の中心地に人が集まって楽しめる機会が少ない。	■(商業専門部会など) 中心市街地にはイベントなど人が集まる仕掛けが必要である。
商店街の 集客力の低下	商店街の利用者が減少している。	■(消費者アンケートなど) 消費者は商店街には「個別店舗の魅力向上」が重要と考えており、商店街では「集客力のある店舗の不足」を課題とする意見がもっとも多い。 ■(商業専門部会) 商店街に憩いの機能や人と人とのつながりがなくなった。 生鮮食料品などを扱う店が減ったことで、商店街を利用する機会が少なくなっている。
商店街の 地域貢献	古くに市街化された地域では高齢化が進んでいる。	■(商業専門部会) 地域と連携して高齢社会に対応していないと、商店街は必要とされなくなる。
地元産農産物の 販売	地元産農産物は販売機会が少なく、出荷価格が不安定である。	■(農業者アンケート) 農業を続けて行く上で、「農産物の出荷価格が安い、安定しない」ことを課題とする意見が8割以上ともっとも多い。 ■(商業専門部会) 直売所では形の不ぞろいな野菜も農業者自身が価格を決めて販売できる。

(3) 産業の活性化と関わりの深いもの

課題	現状	調査・検討の概況
事業所に対する 認知度不足	市内のお店や企業があまり知られていない。	■(策定検討委員会など) 市内にはいいお店や頑張っている企業がたくさんあるのに、市民などにあまり知られていない。市内産業を知る機会が不足しており、交流や情報発信が必要である。
人材の確保	多くの事業所で従業員の確保に苦労している。	■(事業所アンケート) 他の業種と比べて、製造業で人材の確保に対する支援策を望む事業所がもっとも多い。 ■(工業専門部会) 事業規模や条件面の問題で、採用したい人材にめぐり会えない。
人材育成の 仕組みの整備	従業員の成長に必要な教育が十分にできない。	■(工業専門部会) 社内で経歴や勤務年数などに応じた従業員教育を実施するのは難しい。
支援策に関する 情報発信の不足	産業支援に関する情報が市内事業者には伝わっていない。	■(事業所アンケート) 4割を超える事業所が支援策を活用したことがなく、今後重点的に取り組むべき施策として、「各種支援制度の情報提供」を望む事業所が多い。

産業振興ビジョンに関連する現状の取組

■成長を目指す事業者の活力向上

(1) 事業活動の価値向上	市：環境管理制度認証取得支援制度
(2) 創造的機能の集積と企業立地の促進	市：企業立地促進制度 企業立地マッチング促進事業
(3) 起業の促進と成長支援	市：創業促進事業 バイオインキュベーション施設賃料補助事業
	商工会議所：創業塾

■市民の快適な暮らしや地域社会を支える機能の充実

(1) まちのにぎわい創出	市：創業促進事業 商店街活力アップ支援事業 小売店舗改築（改装）事業 中心市街地活性化支援事業 茨木市産業情報サイト「あい・きゃっち」
	商工会議所：ガンバル市 いばらきてづくり市 個店活性化事業「茨木マイスターズ」 茨木にぎわい通信 茨木にぎわい亭
(2) 地域の生活支援と快適性の向上	商工会議所：茨木にぎわい亭
(3) 地元産農産物の流通の促進	市：エコ農産物推進事業
	生産者組織：de 愛・ほっこり 見山の郷 ファーマーズマーケットみしま館
	農業協同組合：農薬の安全使用に関する講習の実施 生産履歴管理の推進

■産業を活性化させる基盤づくり

(1) 連携の促進	市：茨木市産業情報サイト「あい・きゃっち」 広報誌での「頑張る市内企業」紹介
	商工会議所：異業種交流会 商取引支援サイト「ザ・ビジネスモール」
(2) 人材の確保と育成	市・商工会議所：合同就職面接会 商工会議所：研修・講座（新入社員・事務・営業・IT） ジョブ・カード制度の普及推進 学生インターンシップの支援
(3) 支援機能の充実	市：市内企業に対するワンストップ窓口の設置 支援策を集約した冊子「お役立ち帳」の提供 中小企業経営アドバイザーの設置
	商工会議所：小規模事業者経営改善普及事業

II 産業振興の方向

1. 総合計画における産業の位置づけ

本市の第4次総合計画では、「希望と活力に満ちた文化のまち いばらき」を基本理念とし、産業の都市像として「活力あふれる『生活躍動都市』」を掲げています。こうした本市の目指すべき都市像を踏まえて、この産業振興ビジョンは策定されています。

2. 産業振興に対する基本的な考え方

市民の生活やまちの発展を支える産業を活性化させるには、産業構造や社会構造、人の価値観などの様々な変化に対応していかなければなりません。

特に事業活動においては、競合相手に対して自社・自店の優位性を築くために、これまで事業者のみなさんが続けてきた「こだわり」や「がんばり」に加えて、人と人との「つながり」の中から、新たな行動のきっかけとなる気づきを得ることで、現状の強みを活かしつつ、「新しい何か(Something New)」を生み出していくことができます。

本市の産業振興ビジョンでは、市内で Something New を生み出すための取組を応援し、産業と社会に対する「新しい価値の創造」を目指します。

Something New

つながりを大切に こだわりとがんばりで
新しい価値の創造を目指す

3. 産業振興の重点方向

上記の考え方にに基づき、次の3つを本市が目指すべき産業振興の重点方向とします。

◆成長を目指す事業者の活力を向上させます！

市内の事業所が減少傾向にある中で、市内で事業の継続や新規立地を望む事業者が円滑に事業活動を営むことは、本市における雇用や地域経済の維持・発展にとって非常に重要であります。そこで、厳しい事業環境の変化に対応しつつ、事業活動の価値向上に努力する事業者、新規立地や開業を目指す事業者を積極的に応援していきます。

◆市民の快適な暮らしや地域社会を支える機能を充実させます！

産業と住宅が共存する複合機能都市として発展を続ける本市において、産業には、心豊かで快適な市民の暮らしや地域社会を支えていくことが求められます。そこで、まちのにぎわいや高齢化が進む地域社会への対応など、住宅地としての魅力を高める機能の充実を目指します。

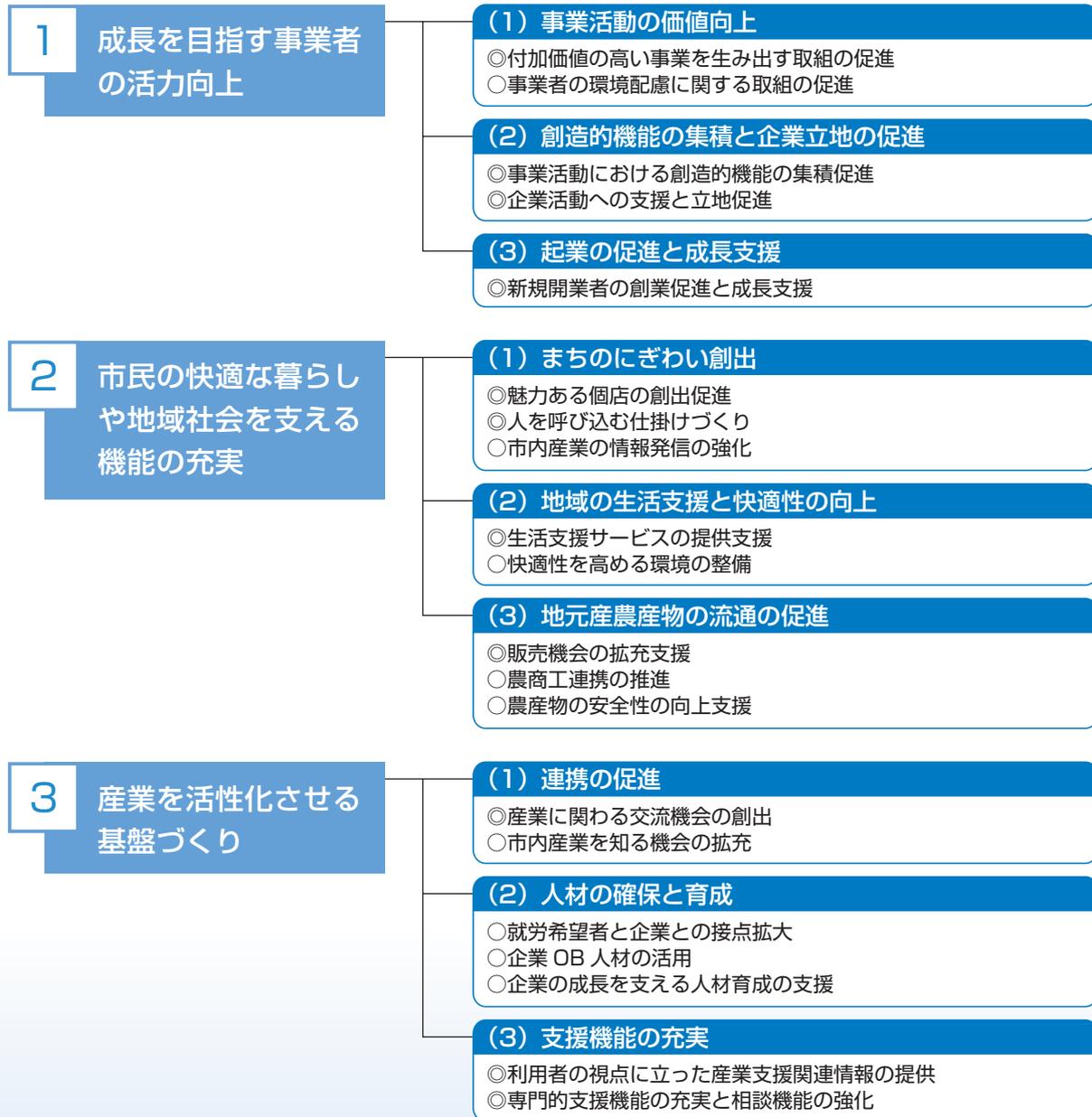
◆産業を活性化させる基盤づくりを進めます！

産業の活性化には、人と人、人と事業所、事業者同士など様々なつながり（連携）が何よりも大切です。また、事業活動の発展には、いかに有用な情報を的確に入手するかが重要になります。そこで、つながりを生む機会や産業関連の情報、事業活動に対する専門的な支援などを充実させるとともに、継続して提供していきます。

III 産業振興に向けた重点取組

本市が目指す産業振興に向けた取組の方向を体系化して示すと、次のようになります。

産業振興ビジョンの体系図



取組の優先順位（凡例）

◎：優先かつ重点的に取り組むべきこと ○：重点的に取り組むべきこと

1. 成長を目指す事業者の活力向上

(1) 事業活動の価値向上

背景

経済環境が大きく変化している中、市内事業者の事業活動を取り巻く環境も厳しさを増しています。こうした激しい環境変化の中で、事業を継続し発展させていくためには、変化に柔軟に対応しつつ、事業活動の付加価値を今より高めていく取組がこれまで以上に重要になってきています。

取組の方向

「商品やサービスそのものの付加価値の向上」、「事業の重点分野の転換」、「今後成長が期待される新事業分野への進出」、「マーケティング活動の強化」などにより、事業活動の価値向上を目指す市内事業者の取組を促進します。

また、省エネや省資源、適正な廃棄物処理、リサイクルの促進、CO₂削減など、事業者求められる環境配慮の取組を促進します。

取組の内容

◎付加価値の高い事業を生み出す取組の促進

事業活動の価値向上や独自性の発揮に取り組む市内事業者に、支援機関や支援策などを紹介するほか、関係機関とも連携して市内事業者のチャレンジに協力し、付加価値の高い事業の創出を促進させます。

○事業者の環境配慮に関する取組の促進

環境への負荷軽減を目指す事業者の自主的な取組を促進するため、各種環境管理制度の認証取得を支援します。

また、省エネルギーや新エネルギー利用などに関する今後の市の取組について方針を定めて、事業者の環境配慮の取組を促進させます。

(2) 創造的機能の集積と企業立地の促進

背 景

国内では市場規模が縮小してきており、海外も含めた競争がますます激しくなる中で、ものづくりの分野では、高い技術力に加えて、企画力やデザイン力などの面で製品の付加価値を高めることが求められています。

市内では近年、製造業などの大規模事業所が市外に移転したり閉鎖したりしました。また、事業所周辺で住宅化が進み、操業が難しくなっている製造業の事業所なども見られます。

取組の方向

本市の特性や強みを活かして、技術開発、商品の企画やデザインなど、企業においてクリエイティブ（創造的）な役割を担う部門とそれらを支えるサービス事業者やクリエイター（制作者）などの進出を促進します。

また、市外への移転を考えている企業については、事業活動を支援するなど可能な限り流出の抑制に努めます。

取組の内容

◎事業活動における創造的機能の集積促進

技術開発やデザインの受託や知的財産権の保護など、企業のクリエイティブ部門の活動を支えるサービス事業者の進出や市内での創業を促進させます。また、企業のクリエイティブ部門の立地促進につながる方策の導入について検討を進めます。

◎企業活動への支援と立地促進

市内に拠点を持つ事業者が今後とも市内で事業を継続できるように、事業者のニーズ把握に努めるとともに、工業地域では住宅建設に一定の制限を設けるなど、市内での生産環境の保全に取り組みます。

また、限られた市内の事業用地が有効に活用されるように、事業用地を求める事業者不動産情報を提供するなどの支援を行い、市内への企業立地を推進します。

(3) 起業の促進と成長支援

背 景

市内産業の活力を維持・増進していくためには、既存事業者の事業活動の発展だけでなく、市内で新しく事業を営む事業者の誕生が欠かせません。また、成熟した現代社会においては、今後ますますサービス産業の充実が求められてきます。

取組の方向

魅力的な商品やサービスを提供しようとするクリエイティブな人材を積極的に応援し、市内での起業や開業後間もない事業者の成長を促進します。

取組の内容

◎新規開業者の創業促進と成長支援

事業を営んだことのない新規開業者にビジネスプランの作成をはじめ事業運営に必要な知識や情報を提供するとともに、不安のある資金調達の面でも支援を行います。

また、これらの新規開業者や開業後間もない事業者に対して、事業運営などの相談にも応じ、新規事業者の成長を応援します。

2. 市民の快適な暮らしや地域社会を支える機能の充実

(1) まちのにぎわい創出

背景

大規模ショッピングセンターでは、買い物するだけでなく、過ごして心地よい空間や楽しいイベントの開催などで、広域から多くの人を集めています。その一方で、商店街や中心市街地では、これらの機能や機会が不足しており、そのため、まちを訪れる人が減り、まちのにぎわいが低下してきています。

取組の方向

市の中心部やその他商店街のある地域で、地域や商業の活性化につながるにぎわいを生み出すために、魅力ある商業・サービス機能の集積を進めるとともに、人々を呼び込むにぎわいの仕掛けをつくっていきます。

取組の内容

◎魅力ある個店の創出促進

商業地の集客力を高めるため、顧客をひきつける魅力ある個店の新規出店や既存店舗の魅力向上を支援し、市の中心部や商店街に魅力ある個店の集積を進めます。

◎人を呼び込む仕掛けづくり

各種イベントなどの企画・運営の実施体制を整え、市の中心部や商店街に人を呼び込むにぎわいづくりを促進させるとともに、子育て交流拠点など人が訪れやすい環境の整備を支援します。

○市内産業の情報発信の強化

市内のお店や企業は、意外なほど市民に知られていません。市内の産業とその魅力を身近に感じてもらえるように、既存の情報発信手段も活用しながら、お店や企業とその商品・サービスなどについて効果的に情報を発信していきます。

(2) 地域の生活支援と快適性の向上

背 景

高齢になると、遠くまで出かけて買い物するよりも、歩いて行ける範囲で買い物を済ませたくなります。今後高齢化が進むと、身近なお店や商店街など地域商業の存在がありがたく感じられるようになります。そのため、地域商業は、高齢化が進んだ地域社会のニーズ（要請）に対応して、地域住民の暮らしを支えるとともに、地域住民との良好な協力関係を深めていくことが求められます。

取組の方向

商店街などの地域商業が高齢化への対応など地域のニーズにこたえ、生活に密着したサービスを提供する取組を支援します。

また、商業地域など人々が訪れる場所には、訪れた人が快適に過ごせる環境や機能を充実させていきます。

取組の内容

◎生活支援サービスの提供支援

地域と協力関係を築き、買い物に出かけることが難しい世帯へのご用聞きや地域住民が集まれる居場所の運営など、市民の生活を支える様々なサービスを提供する商店街などの取組を支援していきます。

○快適性を高める環境の整備

商店街など人の集まる場所で、休憩設備やトイレ、ベビールームなど高齢者や子育て家族など様々な人々が快適に過ごせる環境の整備を促進させます。

(3) 地元産農産物の流通の促進

背景

食の安全に対する関心が全国的に高まっています。また市内では、農業者が直接消費者に対して販売する直売所が複数開設され、市内農業者の生産と販売に対する意欲が高まっています。これらの動きを受けて、安全で鮮度の高い地元産農産物を求める市民のニーズも強まっています。

取組の方向

食の安全に対する関心の高まりを受けて、使用農薬の量や生産履歴の管理など生産面の知識や技術の向上により、地元産農産物の安全性と付加価値を高める取組を支援します。その上で、市内における地元産農産物の販売機会の拡充や農・商・工の事業者間の連携による農産物の活用を促進し、地元産農産物の流通を促進します。

取組の内容

◎販売機会の拡充支援

直売所や朝市での販売以外にも、商店街などと連携しながら地元産農産物を販売する機会の拡充を支援します。

○農商工連携の推進

市から認定を受けた認定農業者など、市内の意欲ある農業者に関する情報の提供などを通じて、市内や近隣の飲食店や食品加工事業者などの商工業者と市内農業者の連携による地元産農産物の活用を促進させます。

また、農産物の生産に工学的な技術を応用して品種改良や生産性の向上などを目指す取組を促進します。

○農産物の安全性の向上支援

消費者の食品に対する安全性確保のニーズにこたえるため、農薬や化学肥料の使用を従来栽培の半分以下におさえたエコ農産物の生産を支援するなど、市内農業者による農産物の安全性を高める取組を支援し、品質や付加価値の向上を目指します。

3. 産業を活性化させる基盤づくり

(1) 連携の促進

背景

市内には多種多様な業種の産業が存在し、多くの事業所が活動していますが、事業者同士のつながりや市民などとの交流は、あまり盛んではありません。また、様々な情報や支援を提供してくれる産業支援機関や大学などと接点のある事業者も多くありません。しかしながら、多様な立場の人との交流や連携は、思いもよらない情報や機会をもたらし、人や事業、地域の成長・発展につながることから、本市産業の活性化にとって大変重要なことです。

取組の方向

「市内外の事業者間の交流」や「商店街など地域の商業者と市民との交流」、「市内事業者と近隣に立地する大学などの教育・研究機関との連携」など、産業や暮らしに関わる様々な交流と連携を促進します。

また、市内事業者やその事業活動が市民や企業を退職したOB人材などに認知されると、事業活動の継続や人材の確保、販売業績などにより影響を与えることから、様々な交流の機会を設けて、事業者の事業活動の発展や地域貢献を進めます。

そのほか、市や商工会議所では、近隣市をはじめ府や国などの関係機関との連携を強化し、市内事業者の成長や市内産業の発展に向けた広域連携の推進に努めます。

取組の内容

◎産業に関わる交流機会の創出

事業者同士のつながりや支援機関との出会いなど、事業活動に対する気づきや新たな協力関係が生まれるような交流を促進させます。

○市内産業を知る機会の拡充

市内事業者と市民との交流の場や情報の交流を通じて、市民に市内事業者の事業活動を知ってもらうとともに、事業者が地域と関わる機会づくりを進めます。

(2) 人材の確保と育成

背景

企業の成長には、そこで働く従業員の活力が必要です。そのため、企業ではその成長の段階に応じた体制づくりに必要な人材を求めています。また、企業は従業員の経験や能力に応じた成長を期待していますが、そのために必要な教育が十分にできていないとは言えません。

取組の方向

人材を求める企業と働く場を求める人材がうまく出会える機会や仕組みの導入について検討を進めます。

また、企業の成長に必要な人材の育成に協力し、企業の成長を促進します。

取組の内容

○就労希望者と企業との接点拡大

関係機関と連携して、就労希望者と企業との出会いの場を提供するとともに、より効果的な仕組みの導入について検討を進めます。

○企業 OB 人材の活用

企業を退職した OB 人材が持つ知識や技術を活用して、市内企業の販路開拓、技術開発、人材育成などの取組を促進させます。

○企業の成長を支える人材育成の支援

企業の内部だけでは取り組みにくい従業員や経営幹部に向けた研修の実施に協力するなど、企業の成長を支える人材の育成を支援します。

(3) 支援機能の充実

背景

府内には、国や府の各種支援機関があり、様々な産業支援が行われていますが、こうした支援をうまく活用しているのは、市内事業者の一部にとどまっています。事業者にとって最も身近で相談しやすい市や商工会議所などにも、きめこまやかな支援が求められています。

取組の方向

市内事業者が国や府、市の支援策をうまく活用できるように、事業の発展に役立つ情報を伝える仕組みづくりを進めます。

また、生産環境の維持・向上に対する協力や行政手続きのワンストップ化(窓口の一元化)など、市内事業者が市内において円滑に事業活動が継続できるような支援体制の強化に努めます。

さらに、事業者との間に継続的な関係を築き、専門的な支援やニーズにあった協力ができる体制を整備します。

取組の内容

◎利用者の視点に立った産業支援関連情報の提供

産業支援機関が実施する各種支援策の情報を利用する事業者の視点から分かりやすく提供するなど、市内事業者が市内外の支援機関を有効活用できるように情報提供の充実に努めます。

また、事業所の立地をはじめとする事業活動に関する各種手続きに総合窓口を設けて対応するなど、行政サービスの利便性向上に努めます。

◎専門的支援機能の充実と相談機能の強化

様々な分野で事業者支援に精通した専門家を配置し、相談・支援体制を強化します。さらに、それらの専門家を活用しながら事業者と顔のわかる関係を保ち、事業者のニーズにあった協力や支援を続けるとともに、最適な支援策の紹介や支援機関との連携を進めます。

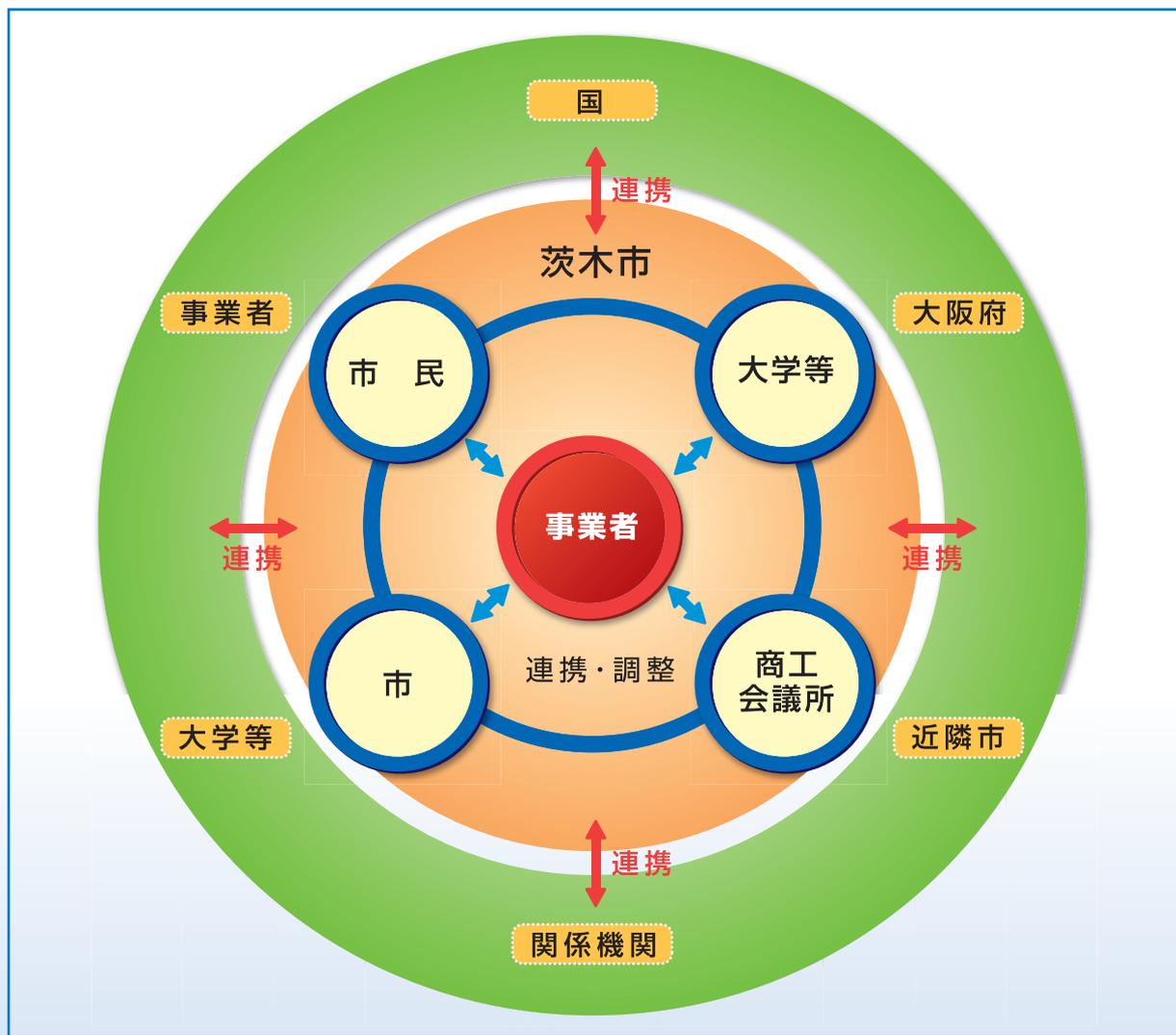
IV 産業振興ビジョンの実現に向けて

1. 協力・連携関係の構築

産業振興ビジョンに掲げた取組を進めていくには、市や商工会議所、市民や大学等の教育・研究機関など、市内の事業者を取り巻く関係者が協力・連携関係を強め、事業者とともに取り組んでいくことがとても重要です。そのため、調整役を設けて、これらの関係者が円滑に個別の取組を推進していける体制を整えます。

またその上で、国や府、関係機関などとの協力・連携関係を築くとともに、近隣市やその市内の事業者との広域的な関わりを拡大していくことで、産業振興ビジョンの実現を目指します。

産業振興ビジョンの実現に向けた協力・連携体制



2. アクションプランの策定

産業振興ビジョンで示した取組には、その実現にあたって、「事業者の主体的な取組を支援するもの」、「市が中心となって進めるもの」、「関係機関が中心となって進めるもの」、「市民の協力が期待されるもの」、「それらの連携によって進めるもの」など、取組の内容によって想定される実施主体や連携の相手をできる限り明確にすることが必要です。

また、取組の内容と現状を踏まえて、「短期的（1～2年以内）に実行すべきもの」と「中期的（3～5年以内）に実行を目指すもの」などに整理して、計画的に実行していかなければなりません。

そのため、産業振興ビジョンで示した取組の具体的な内容と実施主体、スケジュールなどを定めたアクションプラン（行動計画）を策定し、着実に実行していきます。

3. 取組の進捗管理

産業振興ビジョンの実現に向けては、個別の取組を計画的に進めるとともに、その取組の進捗状況を管理するため、取組ごとに目標指標を設けて、その現状や達成度合いの把握に努めます。また、数値目標などの指標で評価できない取組については、成果や実施上の問題点などを幅広くつかんで分析を行います。

そして、それらの結果は、外部人材を中心とした機関を組織して、内容の確認を行うとともに、取組の改善に役立てます。

関連資料

I. 市内産業の概況等

1. 産業構造

市内には卸売・小売業、サービス業、製造業の従業者が多く、これらの3つの業種で市内の従業者数全体の約半数を占める。

2001年から2006年にかけての5年間で、本市の事業所数は約700箇所減少し、従業者数も4,000人以上減少している。また、この5年間で、市内で新たに開業した事業所は約2,400箇所あったが、一方でこれを上回る約3,000箇所の事業所が廃業した。

図表I-1 産業大分類別の事業所数・従業者数の変化（2001→06年）

(単位：箇所、人)

	事業所数				従業者数			
	2006年	2001年	増減	増減率	2006年	2001年	増減	増減率
全産業（公務を除く）	8,886	9,585	-699	-7.3%	96,818	101,159	-4,341	-4.3%
農林漁業	6	7	-1	-14.3%	277	60	217	361.7%
鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	645	735	-90	-12.2%	5,309	6,271	-962	-15.3%
製造業	464	548	-84	-15.3%	13,013	17,817	-4,804	-27.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	4	3	1	33.3%	18	35	-17	-48.6%
情報通信業	42	62	-20	-32.3%	909	1,260	-351	-27.9%
運輸業	289	309	-20	-6.5%	9,811	9,172	639	7.0%
卸売・小売業	2,551	2,863	-312	-10.9%	25,366	27,496	-2,130	-7.7%
金融・保険業	129	149	-20	-13.4%	1,782	2,311	-529	-22.9%
不動産業	931	971	-40	-4.1%	2,579	2,738	-159	-5.8%
飲食店、宿泊業	1,193	1,400	-207	-14.8%	7,588	9,201	-1,613	-17.5%
医療、福祉	664	528	136	25.8%	11,261	8,805	2,456	27.9%
教育、学習支援業	356	397	-41	-10.3%	4,100	3,296	804	24.4%
複合サービス事業	52	33	19	57.6%	854	237	617	260.3%
サービス業（分類不能を含む）	1,560	1,580	-20	-1.3%	13,951	12,460	1,491	12.0%

（資料）総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

図表I-2 産業大分類別の開業・廃業状況（2001→2006年）

(単位：箇所)

	事業所数				変化率		
	2001年	開業	廃業	開-廃	開業率	廃業率	開-廃
全産業（公務を除く）	9,585	2,389	2,976	-587	24.9%	31.0%	-6.1%
農林漁業	7	1	1	0	14.3%	14.3%	0.0%
鉱業	-	-	-	-	-	-	-
建設業	735	155	239	-84	21.1%	32.5%	-11.4%
製造業	548	80	162	-82	14.6%	29.6%	-15.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	3	1	1	0	33.3%	33.3%	0.0%
情報通信業	62	20	42	-22	32.3%	67.7%	-35.5%
運輸業	309	86	97	-11	27.8%	31.4%	-3.6%
卸売・小売業	2,863	651	968	-317	22.7%	33.8%	-11.1%
金融・保険業	149	45	63	-18	30.2%	42.3%	-12.1%
不動産業	971	157	174	-17	16.2%	17.9%	-1.8%
飲食店、宿泊業	1,400	374	569	-195	26.7%	40.6%	-13.9%
医療、福祉	528	253	110	143	47.9%	20.8%	27.1%
教育、学習支援業	397	113	141	-28	28.5%	35.5%	-7.1%
複合サービス事業	33	28	6	22	84.8%	18.2%	66.7%
サービス業（分類不能を含む）	1,580	425	403	22	26.9%	25.5%	1.4%

（資料）総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

2. 製造業

本市の製造業の規模は大阪府全域や近隣市と同様に減少傾向で推移し、過去 10 年間に、事業所数が4割弱、従業者数が4割強、製造品出荷額等が3割減少している。特に、従業者数と製造品出荷額等は大阪府全域と比較して減少の割合が大きくなっている。これには、ここ数年における電気機器製造業の大規模事業所などの移転・閉鎖が影響している可能性がある。

彩都ライフサイエンスパーク（ライフサイエンス産業集積地区）では、ライフサイエンス分野の企業や研究機関の集積が進んでいる。

図表I-3 事業所・従業者数・製造品出荷額等の変化

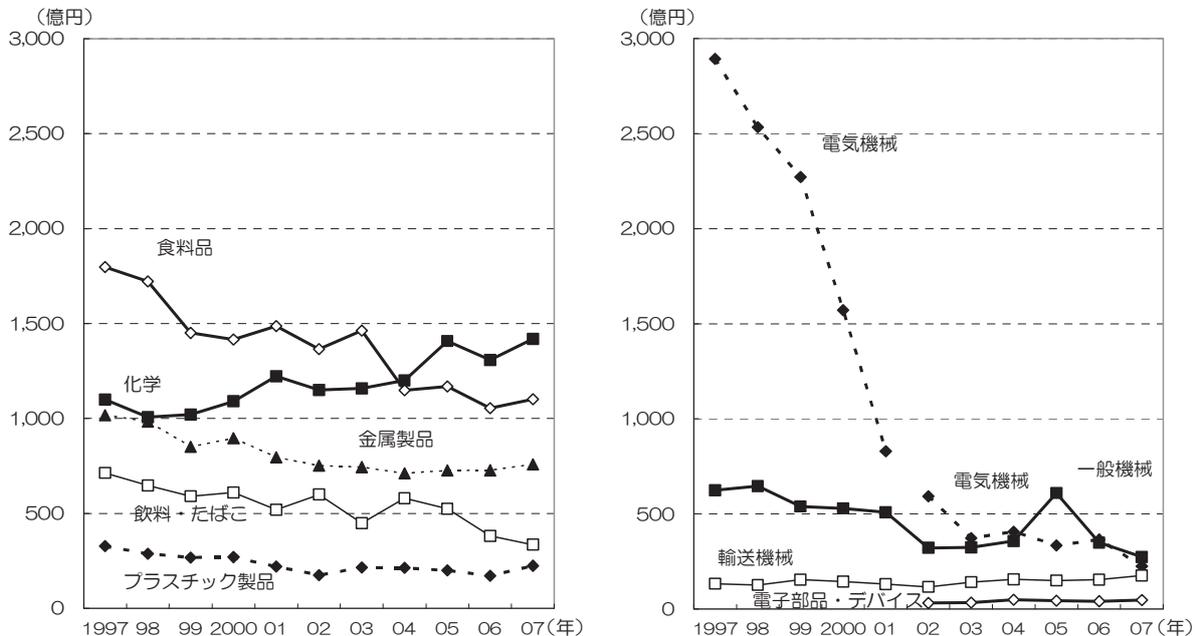
(単位：箇所、人、億円)

		実数			増減			増減率		
		1998年	2003年	2008年	'98→'03	'03→'08	'98→'08	'98→'03	'03→'08	'98→'08
事業所数	茨木市	506	349	317	-157	-32	-189	-31.0%	-9.2%	-37.4%
	吹田市	405	296	263	-109	-33	-142	-26.9%	-11.1%	-35.1%
	高槻市	488	380	348	-108	-32	-140	-22.1%	-8.4%	-28.7%
	大阪府	62,871	47,403	41,059	-15,468	-6,344	-21,812	-24.6%	-13.4%	-34.7%
従業者数	茨木市	17,566	11,725	9,695	-5,841	-2,030	-7,871	-33.3%	-17.3%	-44.8%
	吹田市	8,877	6,490	6,025	-2,387	-465	-2,852	-26.9%	-7.2%	-32.1%
	高槻市	18,443	14,441	12,606	-4,002	-1,835	-5,837	-21.7%	-12.7%	-31.6%
	大阪府	758,375	586,722	561,145	-171,653	-25,577	-197,230	-22.6%	-4.4%	-26.0%
製造品 出荷額等	茨木市	7,493	4,322	5,227	-3,171	904	-2,267	-42.3%	20.9%	-30.2%
	吹田市	3,300	2,655	2,715	-645	59	-586	-19.5%	2.2%	-17.7%
	高槻市	5,500	5,135	4,025	-365	-1,111	-1,475	-6.6%	-21.6%	-26.8%
	大阪府	199,677	158,222	184,033	-41,455	25,811	-15,644	-20.8%	16.3%	-7.8%

(注) 従業者数1～3人を含む全事業所

(資料) 大阪府「大阪の工業（各年調査）確報」

図表I-4 業種別の製造品出荷額等の推移（本市）

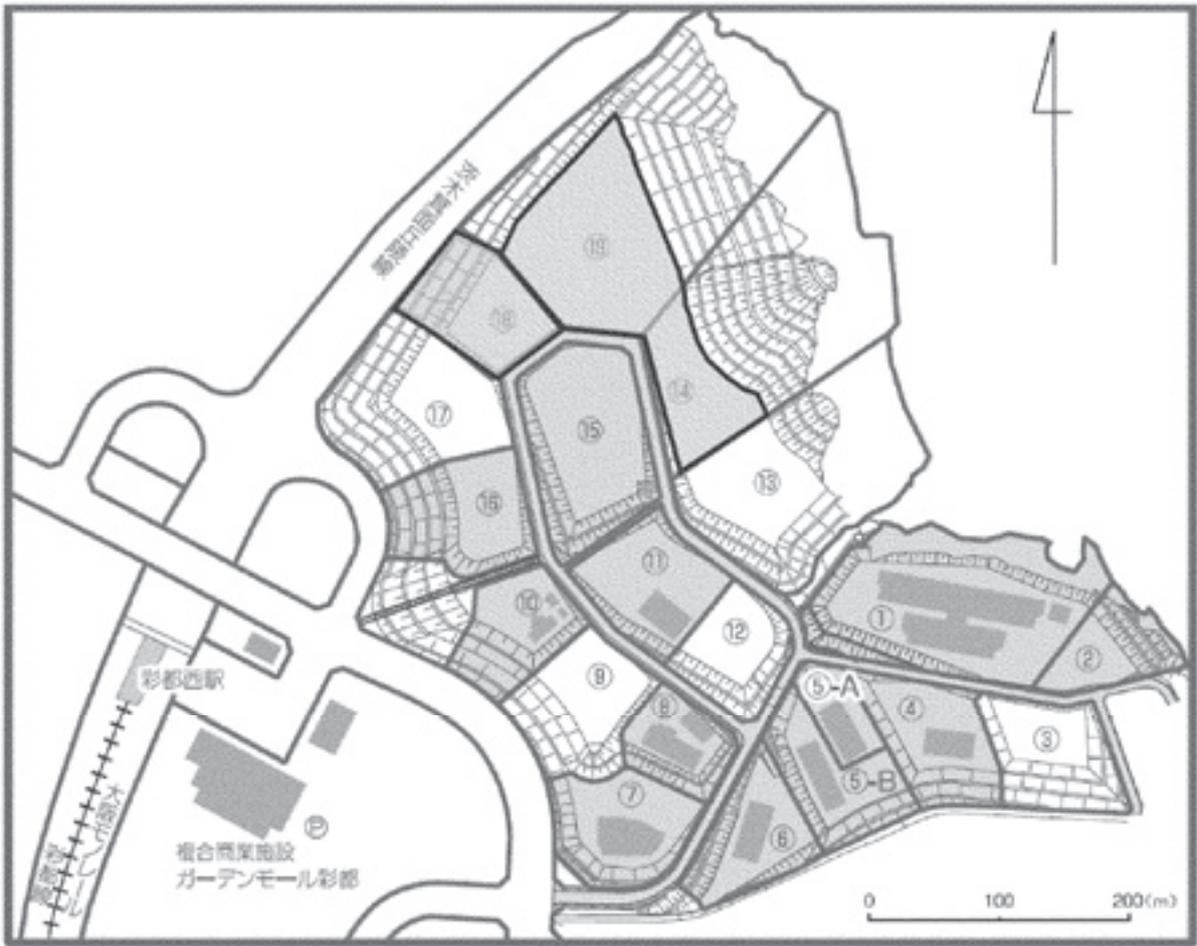


(注1) 従業者4人以上の事業所

(注2) 2002年に日本標準産業分類が改訂され、「電気機械製造業」は「情報通信機械器具製造業」と「電子部品・デバイス製造業」に分割された。2001年以前の統計では、「情報通信機械器具製造業」と「電子部品・デバイス製造業」に相当するものが「電気機械製造業」に入っているため、統計が連続していない。

(資料) 大阪府「大阪の工業（各年調査）確報」

図表I-5 彩都ライフサイエンスパークにおける企業等の立地状況



(資料) 彩都（国際文化公園都市）建設推進協議会資料（平成 22年3月）

3. 卸売業

本市の卸売業の規模は大阪府全域と同様に減少傾向が続いており、過去10年間に、事業所数と年間商品販売額は約1/4減少し、従業者数も2割減少している。

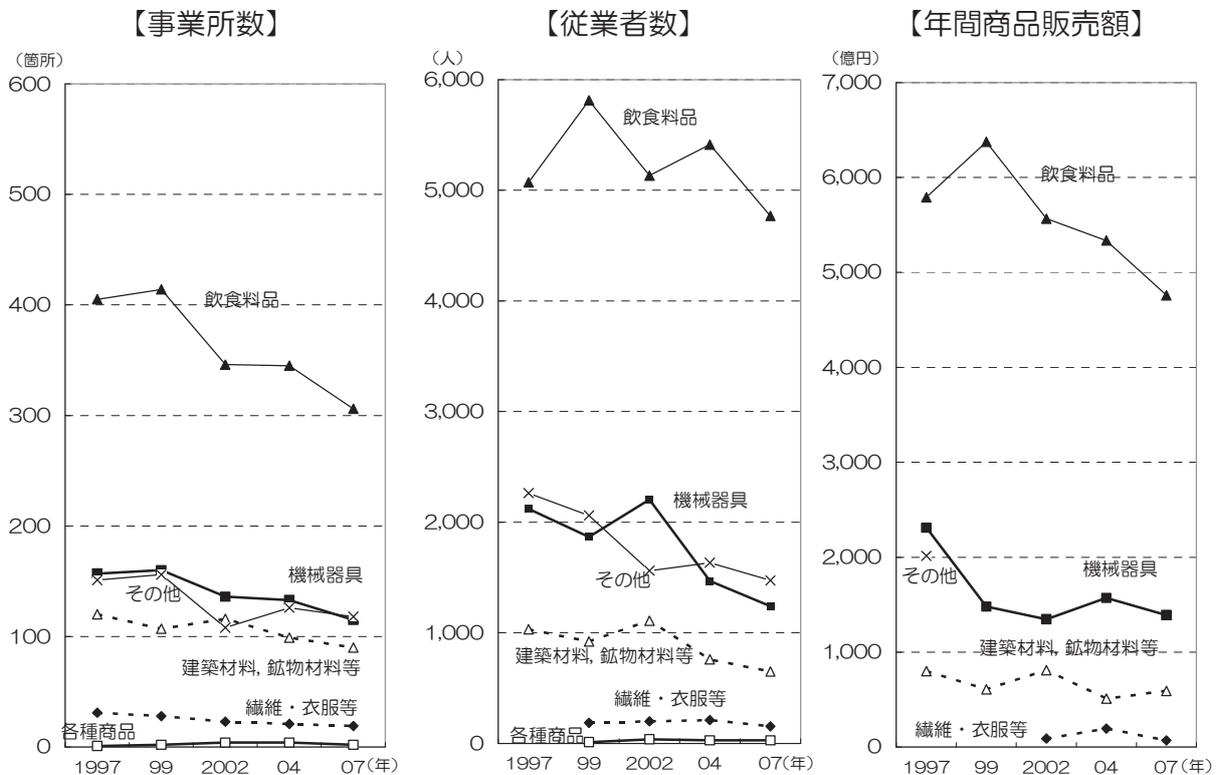
市内に大阪府中央卸売市場が立地しているため、事業所数・従業者数・年間商品販売額ともに「飲食料品」の比率が高くなっている。

図表I-6 卸売業の事業所数・従業者数・年間商品販売額の変化

		実数			増減			増減率		
		1997年	2002年	2007年	'97→'02	'02→'07	'97→'07	'97→'02	'02→'07	'97→'07
事業所数	茨木市	865	733	650	-132	-83	-215	-15.3%	-11.3%	-24.9%
	吹田市	1,240	1,307	1,178	67	-129	-62	5.4%	-9.9%	-5.0%
	高槻市	342	470	296	128	-174	-46	37.4%	-37.0%	-13.5%
	大阪府	42,759	39,476	32,985	-3,283	-6,491	-9,774	-7.7%	-16.4%	-22.9%
従業者数	茨木市	10,397	10,242	8,313	-155	-1,929	-2,084	-1.5%	-18.8%	-20.0%
	吹田市	20,383	20,994	17,403	611	-3,591	-2,980	3.0%	-17.1%	-14.6%
	高槻市	3,436	4,115	2,708	679	-1,407	-728	19.8%	-34.2%	-21.2%
	大阪府	532,279	499,810	403,270	-32,469	-96,540	-129,009	-6.1%	-19.3%	-24.2%
年間商品販売額	茨木市	11,315	9,081	8,337	-2,233	-744	-2,978	-19.7%	-8.2%	-26.3%
	吹田市	18,766	15,203	18,582	-3,563	3,379	-185	-19.0%	22.2%	-1.0%
	高槻市	3,252	3,003	2,137	-250	-866	-1,115	-7.7%	-28.8%	-34.3%
	大阪府	719,655	534,144	520,097	-185,511	-14,047	-199,558	-25.8%	-2.6%	-27.7%

(資料) 大阪府「商業統計調査確報(各年)」

図表I-7 卸売業の業種別事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移(本市)



(資料) 大阪府「商業統計調査確報(各年)」

4. 小売業

小売業については、事業所数は近年一貫して減少傾向にあるが、2000～2007年にかけて大規模小売店舗の出店があったため、売場面積は大きく増加している。小売業の業種別の年間販売額では、比較的近くの店舗で購入されることの多い「飲食料品」が商品販売額の約3割と最も高くなっている。

市内の商業集積地は統計法上17の地区に区分されているが、2007年の調査結果では、事業所数と従業者数で「阪急茨木駅東地区商業地域」が最大の集積地区となっている。また、年間商品販売額では「マイカル茨木」が第一位であり、「阪急茨木駅東地区商業地域」がこれに続いている。

図表I-8 小売業の業種別の事業所数・従業者数・年間商品販売額の変化

(単位：箇所、人、億円、㎡)

		実数			増減			増減率		
		1997年	2002年	2007年	'97→'02	'02→'07	'97→'07	'97→'02	'02→'07	'97→'07
事業所数	茨木市	2,138	1,867	1,658	-271	-209	-480	-12.7%	-11.2%	-22.5%
	吹田市	2,349	2,172	1,902	-177	-270	-447	-7.5%	-12.4%	-19.0%
	高槻市	2,723	2,255	2,037	-468	-218	-686	-17.2%	-9.7%	-25.2%
	大阪府	99,804	86,644	74,665	-13,160	-11,979	-25,139	-13.2%	-13.8%	-25.2%
従業者数	茨木市	13,362	14,477	13,547	1,115	-930	185	8.3%	-6.4%	1.4%
	吹田市	16,038	18,119	17,438	2,081	-681	1,400	13.0%	-3.8%	8.7%
	高槻市	15,892	19,248	17,332	3,356	-1,916	1,440	21.1%	-10.0%	9.1%
	大阪府	511,480	549,692	509,947	38,212	-39,745	-1,533	7.5%	-7.2%	-0.3%
年間商品販売額	茨木市	2,644	2,207	2,322	-437	115	-322	-16.5%	5.2%	-12.2%
	吹田市	3,409	2,848	3,023	-560	174	-386	-16.4%	6.1%	-11.3%
	高槻市	3,328	3,081	3,076	-246	-5	-251	-7.4%	-0.2%	-7.6%
	大阪府	109,148	96,494	96,505	-12,654	12	-12,642	-11.6%	0.0%	-11.6%
売場面積	茨木市	178,995	219,355	236,445	40,360	17,090	57,450	22.5%	7.8%	32.1%
	吹田市	209,131	223,820	239,677	14,689	15,857	30,546	7.0%	7.1%	14.6%
	高槻市	262,399	259,590	293,037	-2,809	33,447	30,638	-1.1%	12.9%	11.7%
	大阪府	7,411,147	7,898,898	8,408,111	487,751	509,213	996,964	6.6%	6.4%	13.5%

(資料) 大阪府「商業統計調査確報(各年)」

図表I-9 商業集積地の事業所数・従業者数・年間商品販売額・売場面積(2007年)

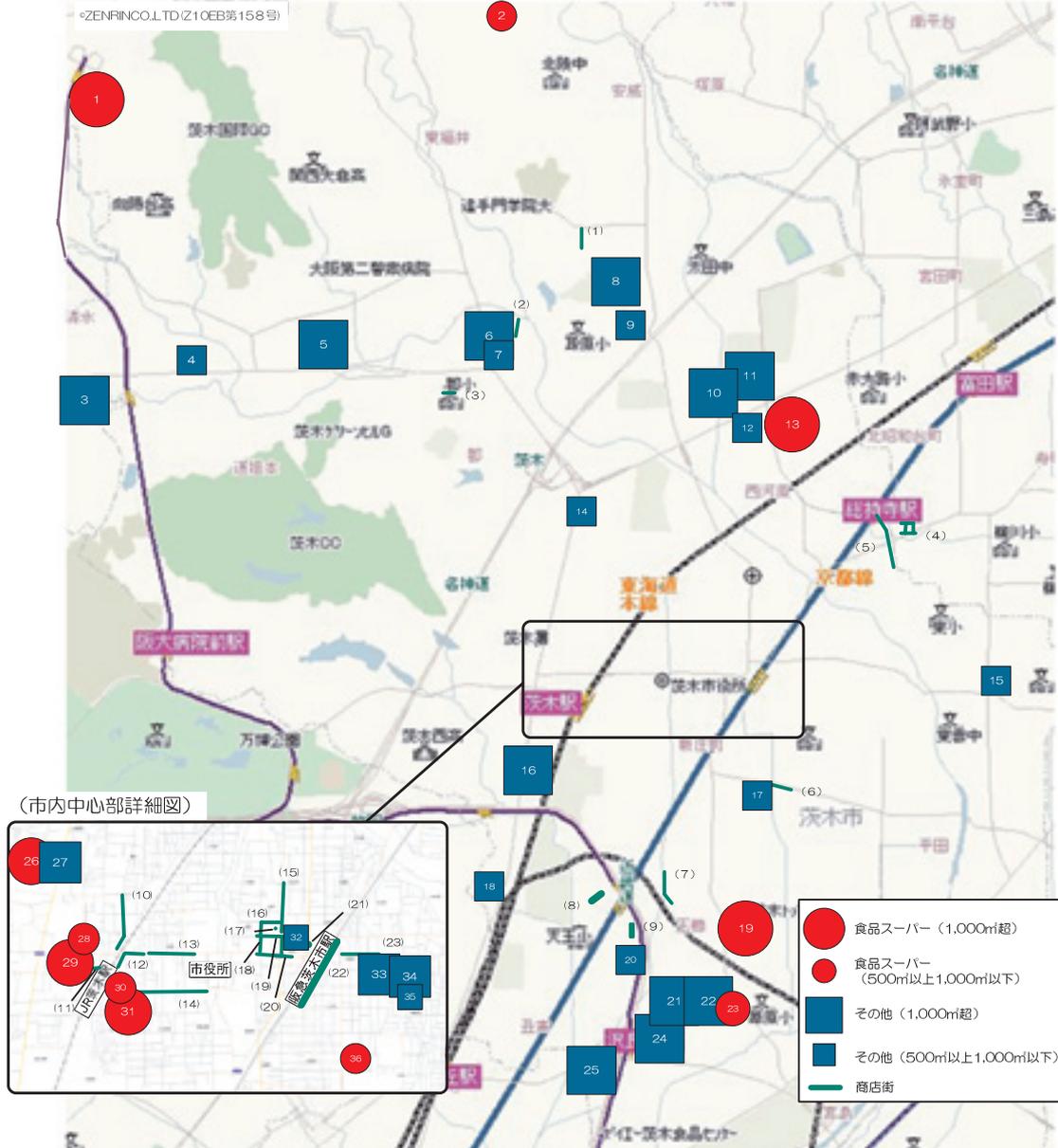
(単位：箇所、人、億円、㎡)

	事業所数	従業者数	年間商品販売額	売場面積
商業集積地計	743	6,128	937	127,041
本町地区商業地域	29	89	7	1,142
総持寺駅前東地区商業地域	42	281	28	3,221
JR駅前東地区商業地域	50	387	52	6,129
ソシオいばらき	36	137	12	1,195
阪急茨木駅東地区商業地域	101	1,255	222	23,781
春日地区商業地域	43	224	22	2,639
永代地区商業地域	13	69	5	1,412
JR駅前西地区商業地域	50	296	40	4,680
総持寺駅前西地区商業地域	20	138	14	1,737
大池・並木地区商業地域	28	120	22	3,551
阪急南茨木駅周辺地区商業地域	54	417	71	5,034
元町地区商業地域	75	335	35	4,491
別院町地区商業地域	38	290	36	4,180
大手町地区商業地域	21	100	11	1,719
ロサビア	47	230	32	3,519
アル・ブラザ茨木	21	555	99	15,741
マイカル茨木	75	1,205	230	42,870

(注) 網かけ：年間販売額100億円以上の商業集積

(資料) 経済産業省「平成19年商業統計表」(立地環境特性格別統計編(小売業))

図表I-10 市内の大型小売店舗と商店街等の立地状況



- 【大型小売店舗】**
- ① ガーデンモール彩都（フレンドマートなど）
 - ② スーパーツジミサニータウン店
 - ③ ニトリ茨木店
 - ④ ジェームス 171茨木店
 - ⑤ 茨木ショッピングプラザ（トイザらすなど）
 - ⑥ アル・プラザ茨木
 - ⑦ サンミュージックハイパーブックス茨木店
 - ⑧ ホームセンターコーナン茨木安威店
 - ⑨ ジャパン茨木耳原店
 - ⑩ エバグリーン茨木
 - ⑪ ジョイフル朝日茨木店
 - ⑫ ユニクロ茨木西河原店
 - ⑬ 関西スーパー三島丘店
 - ⑭ ドラッグエルフ茨木畑田店
 - ⑮ スギ薬局鮎川店
 - ⑯ マイカル茨木
 - ⑰ スギ薬局茨木水尾店
 - ⑱ フレッツ千里丘店
 - ⑲ 平和堂真砂店
 - ⑳ シュー・プラザ茨木店
 - ㉑ 上新電機南茨木店
 - ㉒ キリン堂沢良宜店
 - ㉓ 食品館アプロ沢良宜店
 - ㉔ ショッパーズ南茨木（ラ・ムーなど）
 - ㉕ ホームセンターコーナン沢良宜店
 - ㉖ グルメシティ上穂積店
 - ㉗ ヒマラヤスポーツ茨木店
 - ㉘ マルヤス茨木駅前店
 - ㉙ イズミヤ茨木店
 - ㉚ スピードJR茨木駅前店
 - ㉛ 阪急オアシス茨木駅前店
 - ㉜ コクミン新茨木店
 - ㉝ コジマNEW茨木店
 - ㉞ ジャスコ新茨木店
 - ㉟ フレッツ茨木店
 - ㊱ フーズマーケットサタケ大池店

- 【商店街】**
- (1) 茨木市安威商業協同組合
 - (2) 北茨木名店街
 - (3) 郡山団地マーケット商人会（小売市場）
 - (4) 総持寺中央商店街会
 - (5) 総持寺本通商店街振興組合
 - (6) 福徳商店会
 - (7) 桜通り商店街
 - (8) 阪急グリーンプラザ商店会
 - (9) 南茨木駅前商店会
 - (10) 春日商店街振興組合
 - (11) 茨木ショッパタウン協同組合
 - (12) JR駅前商店会
 - (13) 茨木駅前本通商店会
 - (14) 中条まちづくり商店会
 - (15) 茨木市本町商店会
 - (16) 茨木中央銀座商店会
 - (17) 茨木本町センター商人会（小売市場）
 - (18) 茨木心齋橋商店会
 - (19) 茨木阪急本通商店街振興組合
 - (20) 茨木中央通り東商店会
 - (21) ソシオいばらき商店会
 - (22) ロサヴィア商店会
 - (23) 茨木阪急東中央商店街

5. サービス業

サービス業（標準産業分類上のサービス業に情報通信、運輸、飲食店、宿泊、医療・福祉、教育を加えた広い意味での「サービス業」）については、2001年から2006年にかけて、事業所数は約4%減少したものの従業者数では約6%増加している。サービス業の中で最も従業者数が多い業種は「医療業」（2006年で約7,300人）であるが、これに続く「道路貨物運送業」（同約7,200人）の従業者が多いのが本市の特徴である。

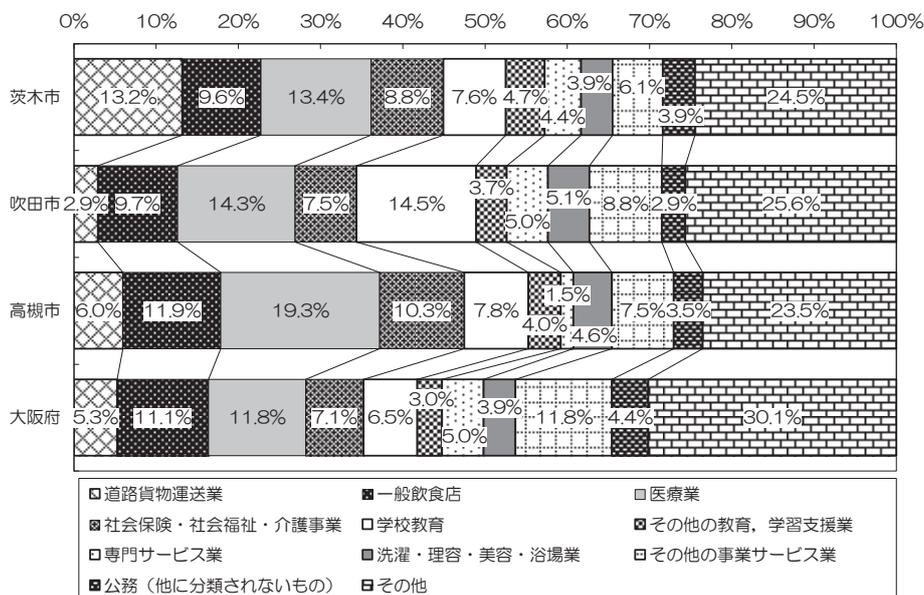
図表I-11 サービス業の事業所数・従業者数の変化

(単位：箇所、人)

		実数		増減	増減率
		2001年	2006年	'01→'06	'01→'06
事業所数	茨木市	4,606	4,423	-183	-4.0%
	吹田市	5,629	5,151	-478	-8.5%
	高槻市	5,247	5,026	-221	-4.2%
	大阪府	210,667	193,949	-16,718	-7.9%
従業者数	茨木市	51,991	54,927	2,936	5.6%
	吹田市	74,815	78,406	3,591	4.8%
	高槻市	52,640	56,004	3,364	6.4%
	大阪府	2,142,007	2,197,045	55,038	2.6%

(資料) 総務省「平成18年、平成13年事業所・企業統計調査」

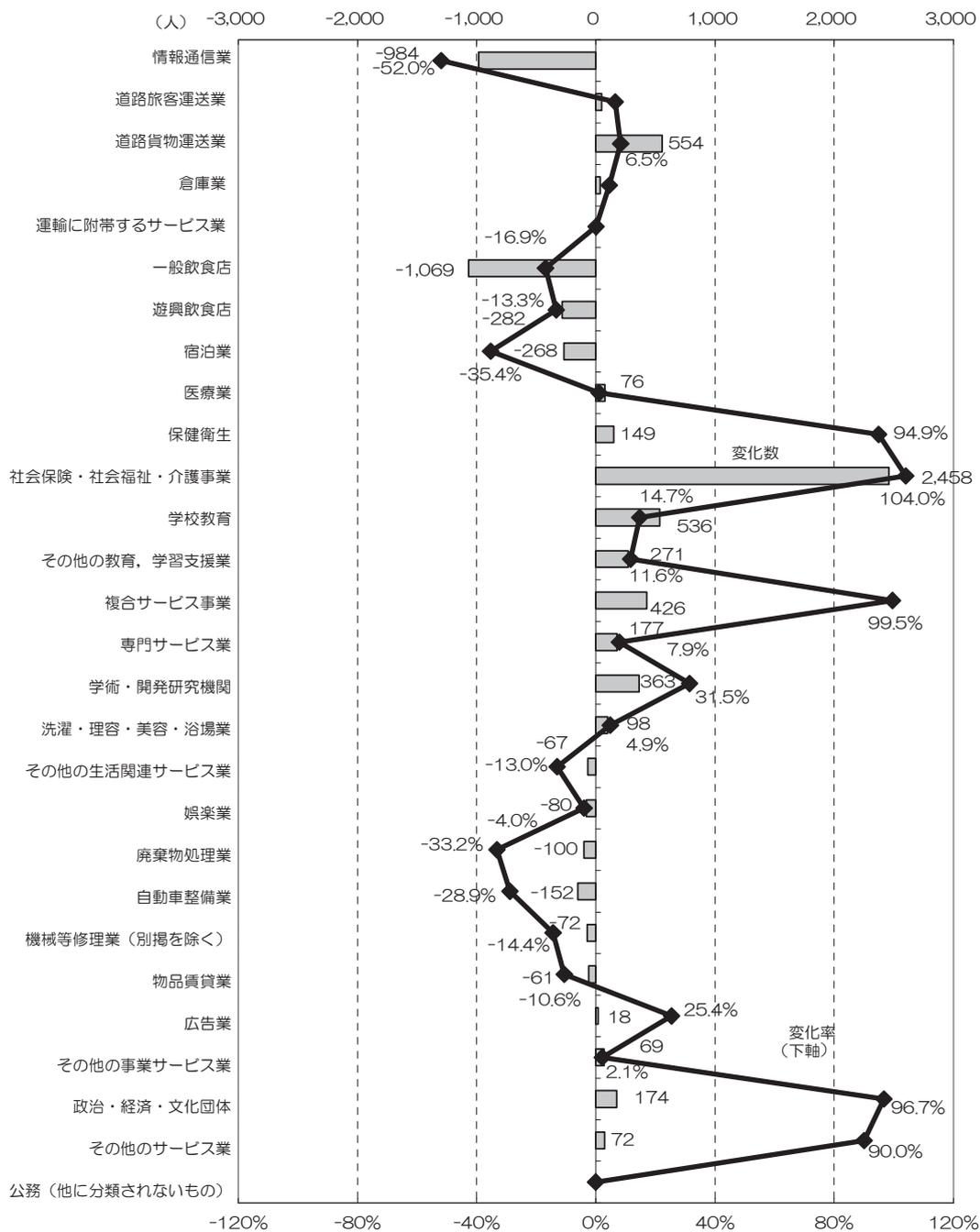
図表I-12 サービス業の業種別従業者数の構成比（2006年）



(注) 茨木市において従業者数の構成比が5%より大きな業種を表記し、それ以外の業種は「その他」で集計している。

(資料) 総務省「平成18年事業所・企業統計調査」

図表I-13 本市におけるサービス業の業種別従業者数の変化（2001→2006年）

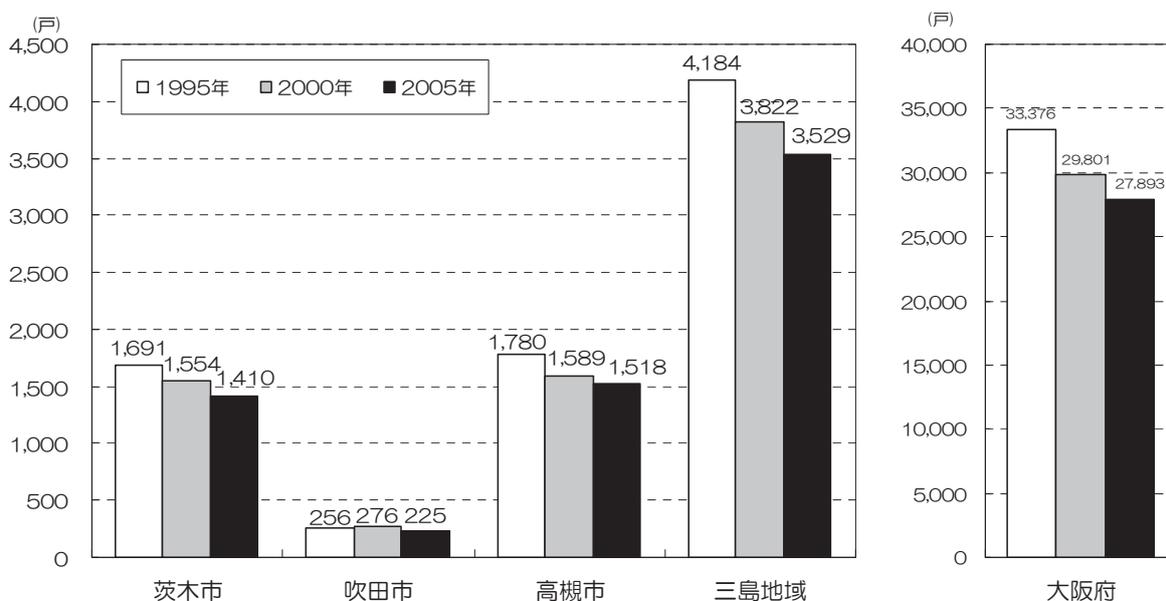


（資料） 総務省「平成 18 年、平成 13 年事業所・企業統計調査」

6. 農業

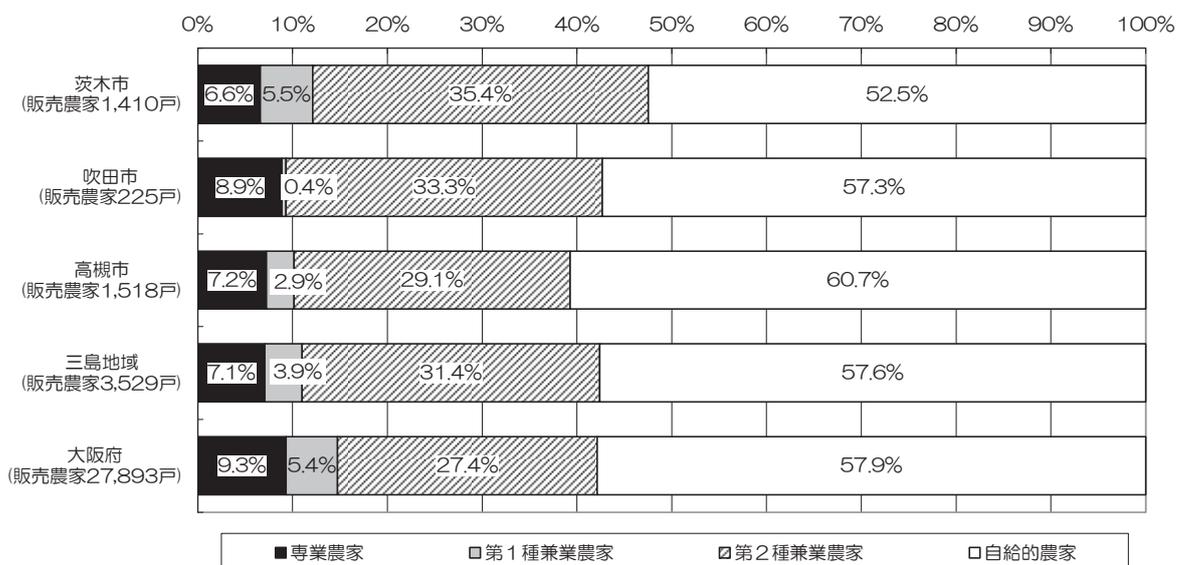
本市の農家戸数は三島地域で高槻市に次いで多く、大阪府全域や三島地域と比べると販売農家（自給的農家以外）の比率がやや高い。経営耕地面積は、三島地域の中では最も広く、最大の作物である米の収穫量も三島地域で最も多い。しかし、近年は一貫して農地の住宅地等への転用が進んでおり、経営耕地面積の減少が続いている。

図表I-14 農家戸数の推移



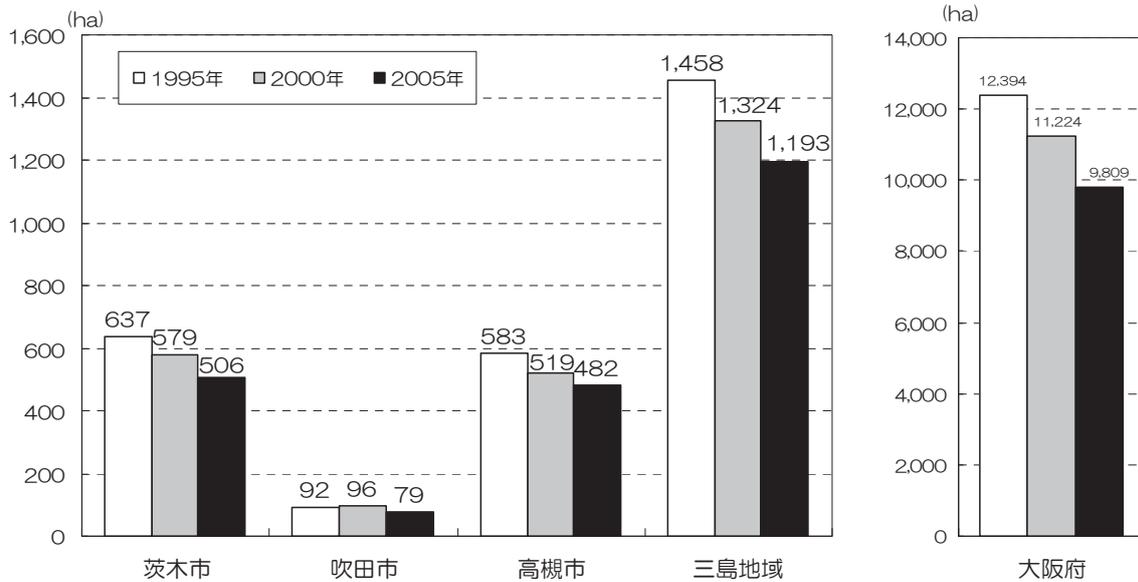
(資料) (世界)農(林)業センサス結果報告

図表I-15 種類別農家戸数の構成比 (2005年)



(資料) (世界)農(林)業センサス結果報告

図表I-16 経営耕地面積の推移



(資料) (世界)農(林)業センサス結果報告

図表I-17 主要作物の収穫量 (2006年)

(単位: t)

		茨木市	吹田市	高槻市	三島地域	大阪府
水 稻		2,070	151	1,900	4,493	30,600
野菜類	トマト	340	44	448	838	3,490
	な す	18	0	36	58	8,170
	えだまめ	23	3	46	75	1,600
	ほうれんそう	50	2	46	98	2,730
	ねぎ	46	7	29	85	7,650
	たまねぎ	24	6	25	61	5,180
	しゅんぎく	13	5	3	22	4,280
	ふき	0	0	0	-	1,010
	みつば	28	0	0	50	734
果実類	温州みかん	24	3	1	28	14,600
	ぶどう	6	0	x	x	5,710
	くり	3	0	0	3	211

(注) 統計表中のXは、その数字に該当する農家数が1又は2の場合、その秘密を保護するために数字を秘匿したことを示す。

(資料) 近畿農政局大阪農政事務所「大阪の農作物」

図表I-18 農地転用面積の推移

(単位: ha)

	農地転用面積計			うち宅地への転用		
	1997年	2002年	2007年	1997年	2002年	2007年
茨木市	10.2	8.1	7.1	3.0	1.8	1.6
吹田市	7.3	2.0	1.9	2.9	1.1	0.4
高槻市	5.9	7.3	4.9	3.9	1.6	2.1
三島地域	26.7	18.8	16.8	11.0	4.9	4.5
大阪府	277.4	206.7	199.9	96.0	69.6	62.4

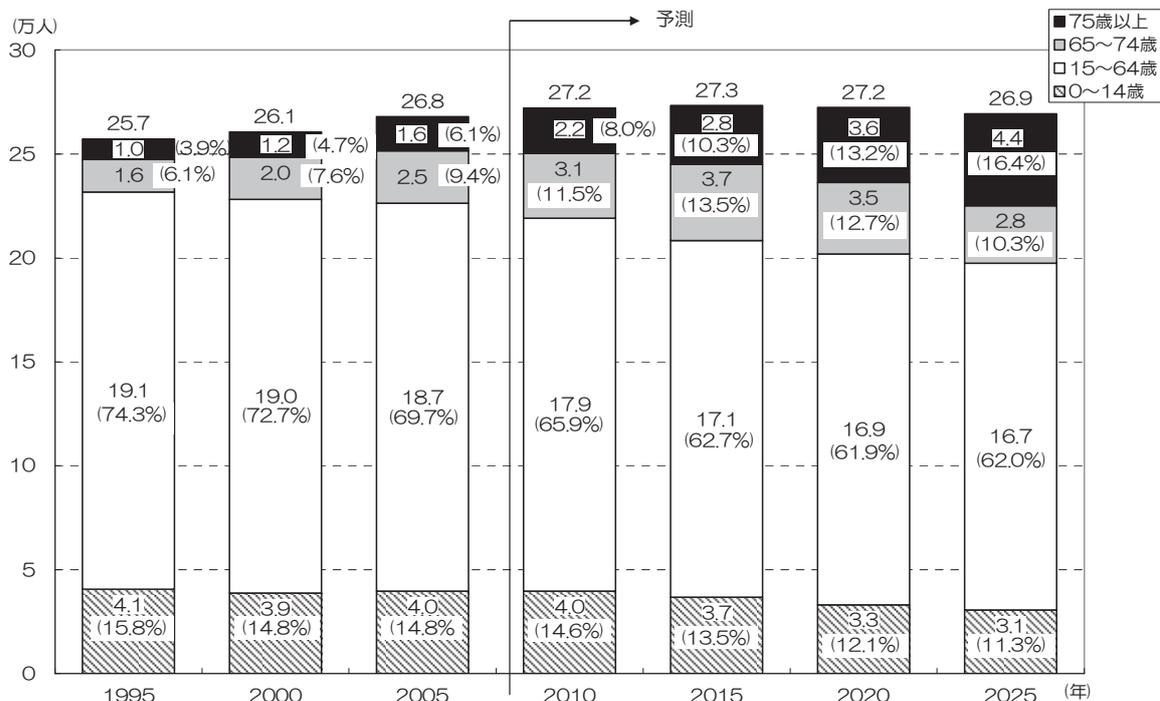
(資料) 大阪府環境農林水産部農政室「大阪府における農地動態調査」

7. 人口

大阪府内でも多くの都市で人口が減少している中、本市の総人口は1999年から2009年までの10年間で約5%増加し、今後もしばらくは緩やかな増加が見込まれている。

本市では、市外から市内の事業所や大学などの教育機関に多くの従業者や学生・生徒が流入しており、2005年の昼夜間人口比率は93.3%と、府内43市町村中16位である。

図表I-19 茨木市の年齢区分別人口の推移と見通し



(資料) 総務省「国勢調査報告」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の市区町村別将来推計人口 平成20年12月推計」

図表I-20 大阪府内市町村の昼間人口比率

市町村	2005年	2000年	市町村	2005年	2000年
大阪府	105.5	105.9	22 貝塚市	89.4	88.6
1 大阪市	138.0	141.2	23 豊中市	88.5	87.7
2 田尻町	120.4	115.5	24 富田林市	85.9	85.2
3 摂津市	113.6	111.3	25 寝屋川市	85.8	84.4
4 門真市	109.8	108.2	26 能勢町	85.7	84.7
5 泉佐野市	104.7	107.2	27 藤井寺市	85.4	83.7
6 東大阪市	103.9	104.0	28 枚方市	85.1	83.4
7 守口市	102.4	102.5	29 大阪狭山市	84.6	83.2
8 大東市	102.3	101.3	30 高槻市	84.5	83.0
9 吹田市	97.6	99.6	31 箕面市	84.5	84.8
10 河南町	97.3	100.0	32 羽曳野市	84.4	82.7
11 泉南市	97.0	92.6	33 和泉市	83.5	81.6
12 八尾市	95.0	93.9	34 四條畷市	80.8	79.3
13 忠岡町	94.5	96.9	35 岬町	80.7	79.6
14 池田市	94.3	92.5	36 千早赤阪村	79.6	73.4
15 堺市	93.5	92.9	37 河内長野市	79.3	77.5
16 茨木市	93.3	93.5	38 交野市	78.3	75.2
17 高石市	91.0	91.4	39 島本町	77.0	76.5
18 泉大津市	90.9	91.3	40 熊取町	76.3	73.7
19 岸和田市	90.8	91.2	41 太子町	76.1	79.4
20 松原市	90.8	88.8	42 阪南市	74.9	73.5
21 柏原市	90.4	90.2	43 豊能町	63.9	63.5

(注) 2000年堺市昼間人口については、旧美原町(平成17年2月1日堺市と合併)を含む。

(資料) 総務省「国勢調査報告」

II. 市内産業の課題

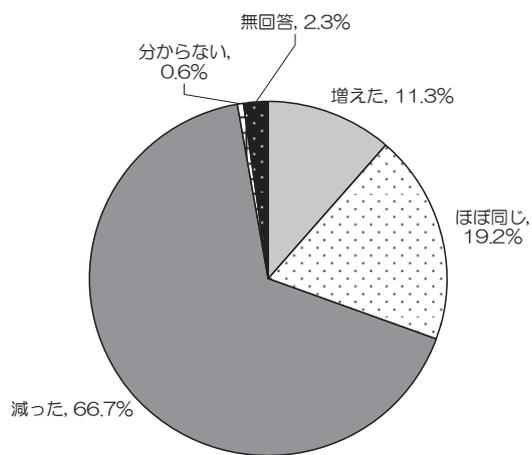
1. 事業活動を取り巻く環境

(1) 厳しい経営環境

【事業所アンケート】

売上高と利益は2～3年前と比べて、減ったとする事業所が全体の2/3と多数を占め、増えたとする事業所は約1割にとどまっており、多くの事業所で厳しい経営状況にある。

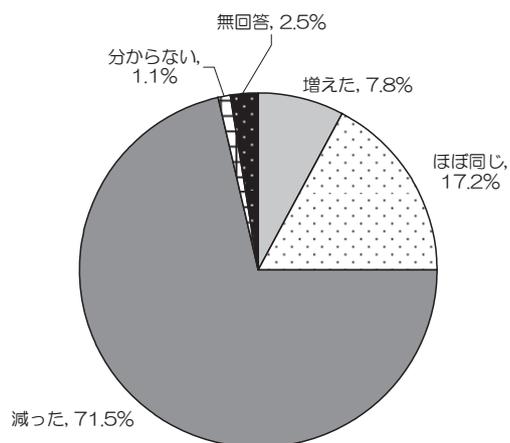
図表II-1 2～3年前と比較した昨年度の売上高（生産高）



(回答企業数=1,507)

(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 事業所アンケート（平成20年11・12月）より

図表II-2 2～3年前と比較した昨年度の利益



(回答企業数=1,507)

(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 事業所アンケート（平成20年11・12月）より

【事業所・金融機関・産業支援機関ヒアリング】

事業所アンケートの実施後、景気の悪化が顕著になった段階で実施した金融機関へのヒアリングでは、「製造業、建設業、不動産関連業種の売上高や利益が大きく減少している」ことが指摘された。

また、産業支援機関へのヒアリングでは、「商店街などの飲食店で業況が悪く、廃業するところも多い」との意見があった。

(2) 価格競争の激化

【検討委員会・専門部会】

検討委員会では、「地価が高い茨木では、従業員一人当たりの付加価値を高くしていない限り、成長は難しい」との意見があった。また、工業専門部会では、「恵まれた立地環境にある茨木では、好条件を活かした高付加価値産業（研究開発型のものづくり企業の本社・研究開発部門・営業部門やデザイン・設計・情報といった高付加価値サービス業など）の誘致を進めるべき」との指摘があった。

一方、商業専門部会では、「それぞれの店が創意工夫することで魅力を生み出し、わざわざその店へ足を運ぶ価値があるような店づくりをしていかなければならない」との意見があった。

【事業所ヒアリング】

事業所ヒアリングでは、調査直前からの不況の影響を受けて事業活動を取り巻く環境が大きく変化したため、「これまでと比べると、取引単価が急激に下落し、仕事の量は増えているのに利益は減っている」など、複数の事業所から「取引条件の悪化」を指摘する意見が聴かれた。

(3) 操業環境の悪化

【専門部会】

工業専門部会では、「近隣で住宅化が進み、周辺環境に気遣いながら操業している」、「市内で事業用地の確保ができず、業務の拡張や効率化が難しくなれば、移転を考える」といった意見があった。

また、「工場の近くまで住宅が建ってしまうと、一度企業が流出した土地に新しい企業は入ってこない」との指摘もあった。

(4) 事業所数の減少

【統計資料】

2001年と2006年の統計資料を比較すると、関連資料1ページの図表I-1が示すとおり、本市では事業所数と従業者数がそれぞれ減少している。事業所数の比較的多い業種の中では、特に製造業で従業者数の減少が著しく、過去5年間に約4,800人も減少している。

また、同ページの図表I-2によると、この5年間に市内で新たに開業した事業所より約600箇所多い事業所が廃業している。特に、事業所数の多い卸売・小売業と飲食店で多数の廃業がみられる。

【検討委員会】

検討委員会では、「新たに起業したいと思う人が少なく将来が不安、新しく何かやろうとする人が出てこない限り、新しい産業は生まれない」といった意見があった。

また、日本で起業する外国人留学生には、外国人でもビジネスがしやすい環境の整っている東京に出て行く学生が多い」との指摘があった。

2. 市民の暮らしと産業の関わり

(1) 中心地のにぎわい

【専門部会】

商業専門部会では、「中心市街地でイベントがほとんど行われておらず、いろんなイベントができる仕組みを整える必要がある」との意見があった。

また、「中心市街地の大きな問題は、憩いの場所がなく、人が集まって談笑できないところにあり、買い物以外の目的でも人が集まって、話ができるような空間の提供が求められている」との指摘があった。

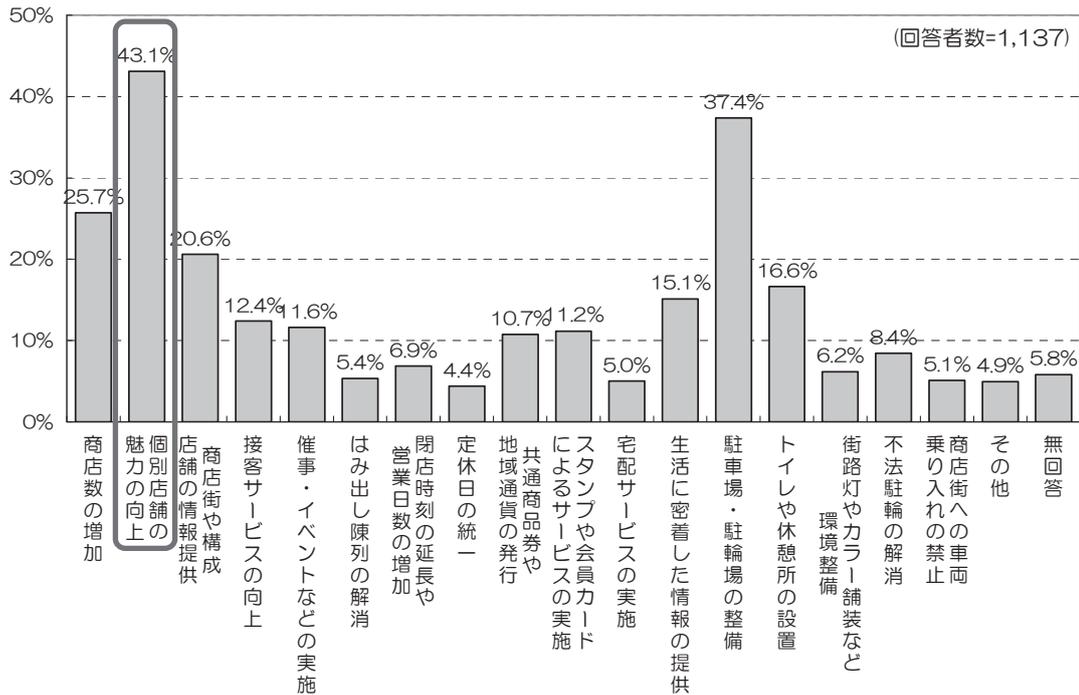
(2) 商店街の集客力の低下

【消費者・商店街アンケート】

市内在住の消費者へのアンケートでは、商店街を今よりも魅力的にするためには、「個別店舗の魅力の向上」が必要とする回答が最も多くみられた。

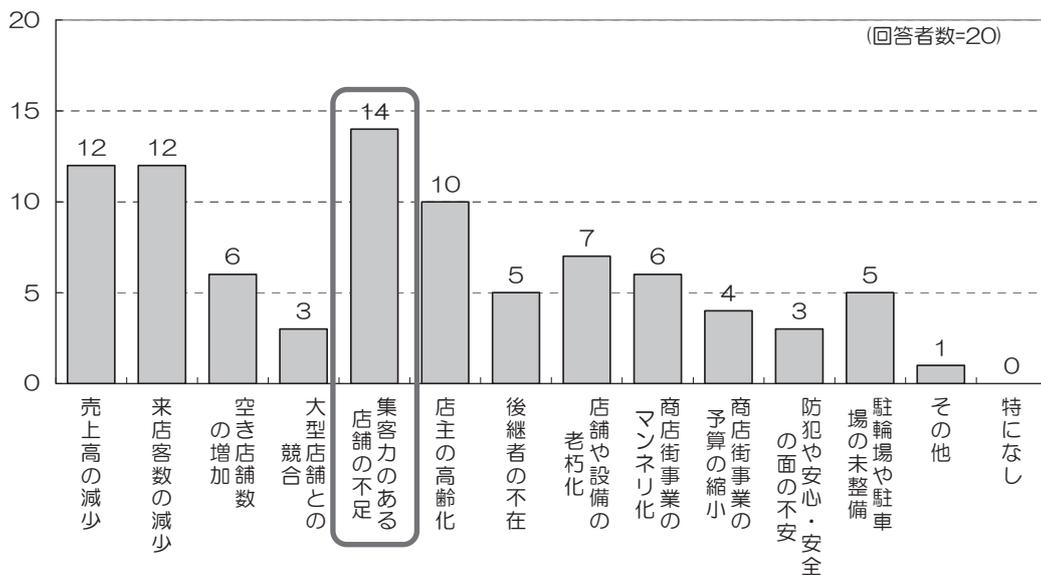
また、商店街アンケートでも、商店街が抱える課題は「集客力のある店舗の不足」という回答が最も多かった。

図表II-3 市内の商店街を魅力的にするために重要な取組（複数回答）



(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 市内消費者の買物動向アンケート（平成21年2・3月）より

図表II-4 商店街が抱えている課題（複数回答）



(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 商店街アンケート（平成20年12～21年2月）より

【不動産事業者・商店街ヒアリング】

不動産事業者へのヒアリングでは、「商店街に生鮮食料品店があると集客力は高まるが、物品販売は人通りの多いところには出店しないので、商店街への誘致は難しい」と指摘されている。

また、商店街へのヒアリングでも、「物販店舗が減少し消費者が求める品目がそろわなくなっていることが課題である」といった意見があった。

【専門部会】

商業専門部会では、「商店街の存続には発想の転換が必要であり、各商店には、ここに行かないと手に入らないオンリーワンの要素をつくる努力が求められる」との意見があった。

また、「かつては商店街が遊びや交流、憩いの場として機能していたが、今は、アメニティ機能（滞在時の快適性）や人と人とのつながりなど、これまで商店街にあったものがなくなってきており、それが中心市街地の集客力低下の一因となっている」と指摘された。

(3) 商店街の地域貢献

【専門部会】

商業専門部会では、「高齢になると、遠くの商業施設にまで行くのは疲れるので、近くの商店街がありがたいと感じるようになる」との意見があった。

また、「商店街が利用者から必要とされ続けるためには、地域と連携して高齢社会に対応したまちづくりに取り組むことが求められる」との指摘もあった。

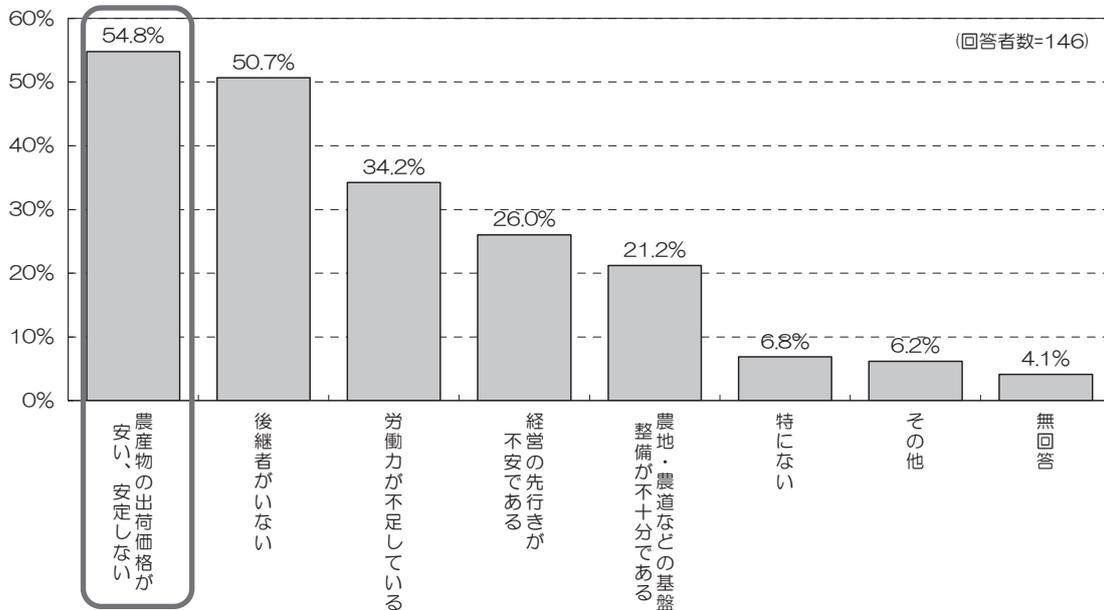
こうしたことを受けて、「今後高齢化が進む社会では、生活支援サービスのニーズが高まるため、その対策を充実させるべきである」と指摘された。

(4) 地元産農産物の販売

【農業者アンケート】

農業を続けていく上での課題として、最も多くの回答者が「農産物の出荷価格が安い、安定しない」ことを挙げている。

図表II-5 農業を続けていく上での課題（複数回答）



(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 農業者アンケート（平成21年2・3月）より

【専門部会】

商業専門部会では、「小規模な農家は、業者に価格を買い叩かれるのを嫌って、農産物を市場に出さない傾向があるが、直売所では価格がある程度自由に決められるのでよい」との意見があった。

3. 産業の活性化に向けた取組

(1) 事業所に対する認知度不足

【検討委員会・専門部会】

商業専門部会では、「ほとんどの市民は、自分の市にどのような産業（商工業の事業所など）があるのか知らないので、知ってもらうために情報発信が必要である」との意見があった。

また、「市内には意外と知られていない美味しいものが多数あり、これを伝えることも重要である」との指摘もあった。

そのほか、検討委員会でも、「市内には優秀な企業があるので、見本市や工業祭などの発表の場を設けて、市内にどのような企業があるのか知ってもらうのがよい」との意見があった。

(2) 人材の確保

【事業所アンケート】

今後活用したい産業支援策についてたずねたところ、「人材の確保」の回答率は全体で15.7%であったのに対し、製造業や建設業では2割以上の事業者が「人材の確保」への支援を求める結果となっている。

図表II-6 今後活用したい産業支援策（業種別）

業種 支援策	建設業	製造業	情報通信業	運輸業 (運送業・倉庫業等)	卸売業	小売業	飲食店	サービス業	その他	合計
セミナー等への参加	27 11.8%	26 18.2%	0 0.0%	5 14.3%	17 11.4%	40 12.5%	15 8.1%	29 11.2%	9 6.3%	167 11.1%
各種交流会への参加	18 7.9%	15 10.5%	2 33.3%	3 8.6%	15 10.1%	19 5.9%	13 7.0%	23 8.9%	14 9.7%	123 8.2%
マッチングイベント・商談会への参加	8 3.5%	9 6.3%	0 0.0%	1 2.9%	7 4.7%	9 2.8%	2 1.1%	8 3.1%	3 2.1%	47 3.1%
経営相談・専門家派遣	11 4.8%	6 4.2%	0 0.0%	1 2.9%	6 4.0%	20 6.2%	12 6.5%	9 3.5%	0 0.0%	65 4.3%
補助金・助成金の受給	46 20.2%	37 25.9%	1 16.7%	15 42.9%	28 18.8%	43 13.4%	28 15.1%	33 12.7%	27 18.8%	259 17.2%
事業資金の融資	60 26.3%	29 20.3%	2 33.3%	14 40.0%	45 30.2%	51 15.9%	35 18.8%	66 25.5%	40 27.8%	347 23.0%
技術指導・支援	10 4.4%	5 3.5%	0 0.0%	1 2.9%	2 1.3%	6 1.9%	2 1.1%	12 4.6%	7 4.9%	45 3.0%
試験・検査・研究の委託	4 1.8%	7 4.9%	0 0.0%	0 0.0%	4 2.7%	2 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.4%	19 1.3%
人材の教育・育成	32 14.0%	21 14.7%	0 0.0%	3 8.6%	12 8.1%	20 6.2%	6 3.2%	22 8.5%	12 8.9%	129 8.6%
人材の確保	49 21.5%	33 23.1%	1 16.7%	7 20.0%	30 20.1%	30 9.3%	19 10.2%	41 15.8%	23 16.0%	236 15.7%
知財・特許等の取得・移転支援	2 0.9%	4 2.8%	1 16.7%	0 0.0%	2 1.3%	1 0.3%	2 1.1%	1 0.4%	1 0.7%	10 0.9%
不動産情報の取得	13 5.7%	7 4.9%	0 0.0%	3 8.6%	2 1.3%	9 2.8%	3 1.6%	5 1.9%	4 2.8%	46 3.1%
その他	0 0.0%	3 2.1%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.7%	2 0.6%	2 1.1%	1 0.4%	5 3.5%	14 0.9%
なし	59 25.9%	46 32.2%	1 16.7%	7 20.0%	45 30.2%	146 45.5%	91 48.9%	104 40.2%	54 37.5%	560 37.2%
無回答	20 8.8%	8 5.6%	0 0.0%	3 8.6%	10 6.7%	26 8.1%	20 10.8%	21 8.1%	13 9.0%	128 8.5%
回答事業所数	228 100.0%	143 100.0%	6 100.0%	35 100.0%	149 100.0%	321 100.0%	186 100.0%	259 100.0%	144 100.0%	1,507 100.0%

(注1) 全体の傾向より 10%ポイント高い数値は**白抜き太字**、5~10%ポイント高い数値は**白抜き斜体字**、10%ポイント低い数値は**太字**、5~10%ポイント低い数値は**斜体字**で表記。ただし、回答数が10以下の場合には上記の表記は行わないものとした。

(注2) 「合計」には業種が不明の事業者の回答を含む。

(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 事業所アンケート（平成20年11・12月）より

【専門部会】

工業専門部会では、「規模が小さく無名の企業がよい人材を見つけるのは難しく、採用するのはもっと難しい」など、中小企業の人材確保難に関する意見が多数出された。

(3) 人材育成の仕組みの整備

【専門部会】

工業専門部会では、「企業には成長の段階ごとに乗り越えるべき課題が異なるため、求める人材は状況に応じて変化する」ことが指摘された。

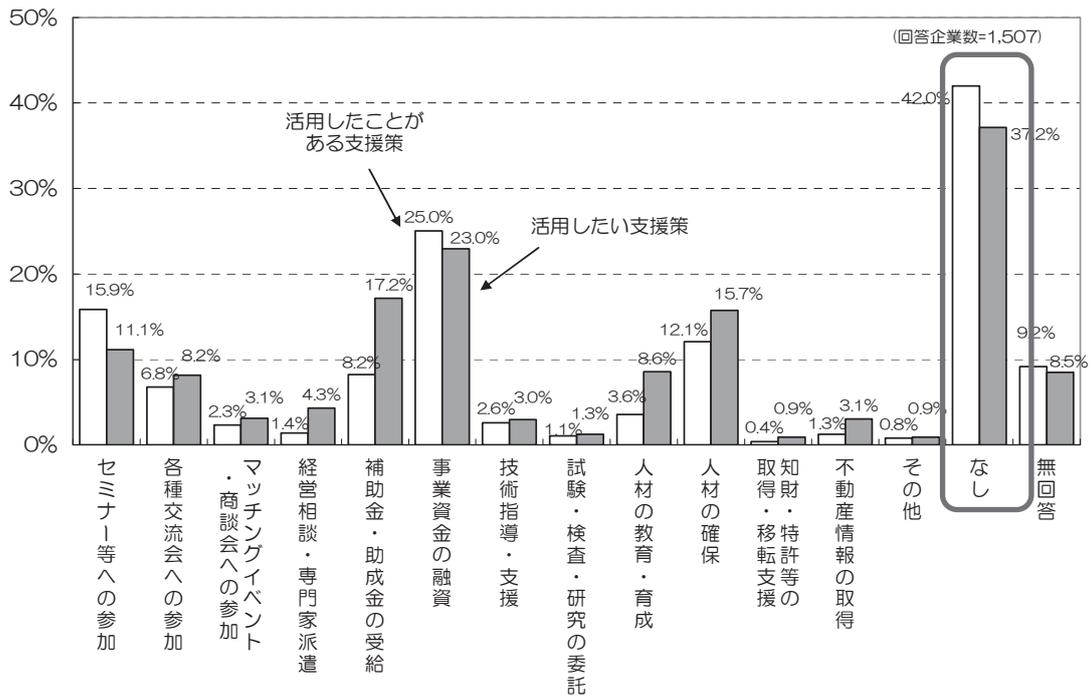
また、「企業の成長にはこれを担う人材が欠かせないが、中小企業で人材を育てる仕組みを持っている企業は少ない」との意見があった。

(4) 支援策に関する情報発信の不足

【事業所アンケート】

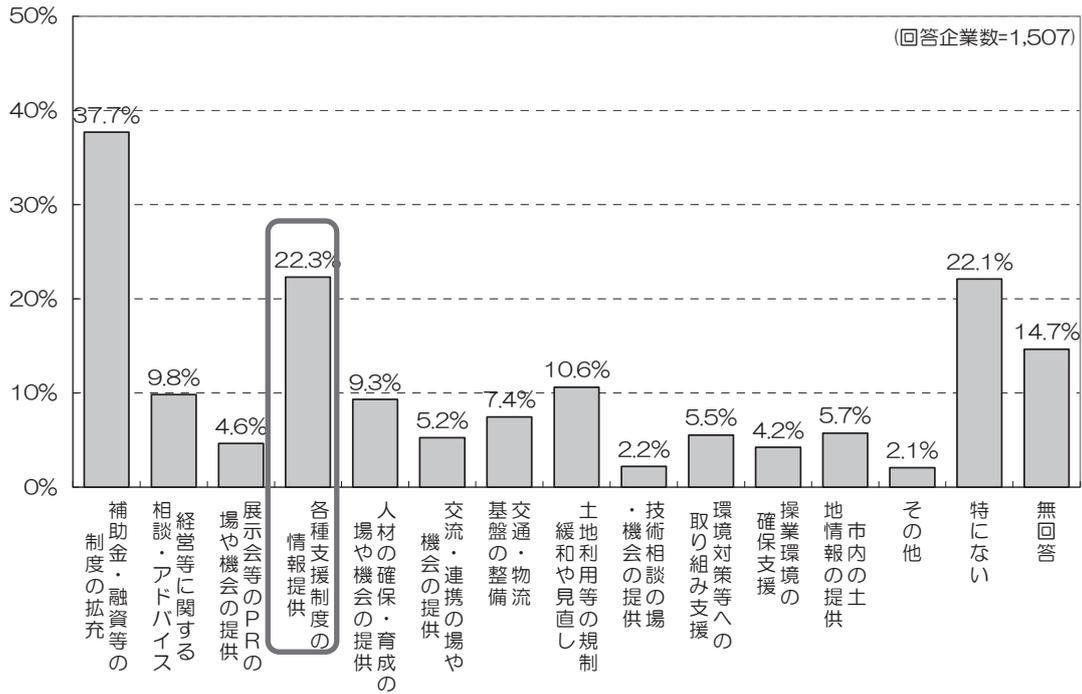
これまでに活用したことがある産業支援策をたずねたところ、活用した支援策は「なし」とする事業所が4割強と最も多い。その一方で、本市が今後重点的に取り組むべき産業振興策については、「補助金・融資等の制度の拡充」と回答した事業所に次いで、「各種支援制度の情報提供」の回答が多くなっており、支援制度の情報が事業者十分に伝わっていないことがうかがわれる。

図表II-7 これまでに活用したことがある産業支援策と今後活用したい産業支援策(複数回答)



(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 事業所アンケート (平成 20 年 11・12 月) より

図表II-8 本市が今後重点的に取り組むべき産業振興策（複数回答）



(資料) 産業振興ビジョン策定現況調査 事業所アンケート（平成 20 年 11・12 月）より

III. 産業振興ビジョンの検討体制・検討経緯

1. 検討体制

産業振興ビジョンの策定にあたっては、事業者、市民、学識者等から構成される検討委員会を設置して検討を行った。また、策定検討委員会に工業と商業の2つの専門部会を設けて、工業と商業の分野別の実態を踏まえた具体的な検討を行った。

策定検討委員会、専門部会（工業・商業）の構成メンバーは、次のとおりである。

◆策定検討委員会委員（敬称略 五十音順）

- | | |
|---------|--|
| ◎ 浅田 孝幸 | 大阪大学大学院 経済学研究科教授 |
| 今堀 洋子 | 追手門学院大学 経済学部准教授 |
| ○ 太田 一樹 | 大阪経済大学 経営学部教授 |
| 小林 豊和 | 茨木商工会議所 中小企業相談所 所長 |
| 駒井 亨衣 | 株式会社ナオミ 常務取締役 |
| 近藤 正典 | 茨木市 中小企業経営アドバイザー（工業担当） |
| 志賀 公治 | 茨木市 中小企業経営アドバイザー（商業担当） |
| 高石 秀之 | 高石工業株式会社 代表取締役社長 |
| 寺田 和子 | 公募市民 |
| 西尾 チ亄 | 株式会社ギャラリーケイツー 代表取締役 |
| 橋本 哲明 | 摂津水都信用金庫 本店営業部長 |
| 福永 孝文 | JK茨木 店長 |
| 三谷 真 | 関西大学 商学部准教授 |
| 棟田 勝子 | 公募市民 |
| 山崎 啓三 | 茨木市農業協同組合 営農生活部長 |
| 山戸 俊幸 | バイオ・サイト・キャピタル株式会社
インキュベーション事業部 部長代理 |

（◎：委員長，○：副委員長）

◆工業専門部会委員（敬称略 五十音順）

- ◎ 太田 一樹 大阪経済大学 経営学部教授
- 岡田 穰治 スペクトロニクス株式会社 代表取締役社長
- 駒井 亨衣 株式会社ナオミ 常務取締役
- 近藤 正典 茨木市 中小企業経営アドバイザー（工業担当）
- 高石 秀之 高石工業株式会社 代表取締役社長
- 堀田 和基 株式会社ナンバーズリー 代表取締役社長
- 松永 考司 株式会社松永製作所 代表取締役社長
- 吉野 巖 マイクロ波環境化学株式会社 代表取締役社長

（◎：座長）

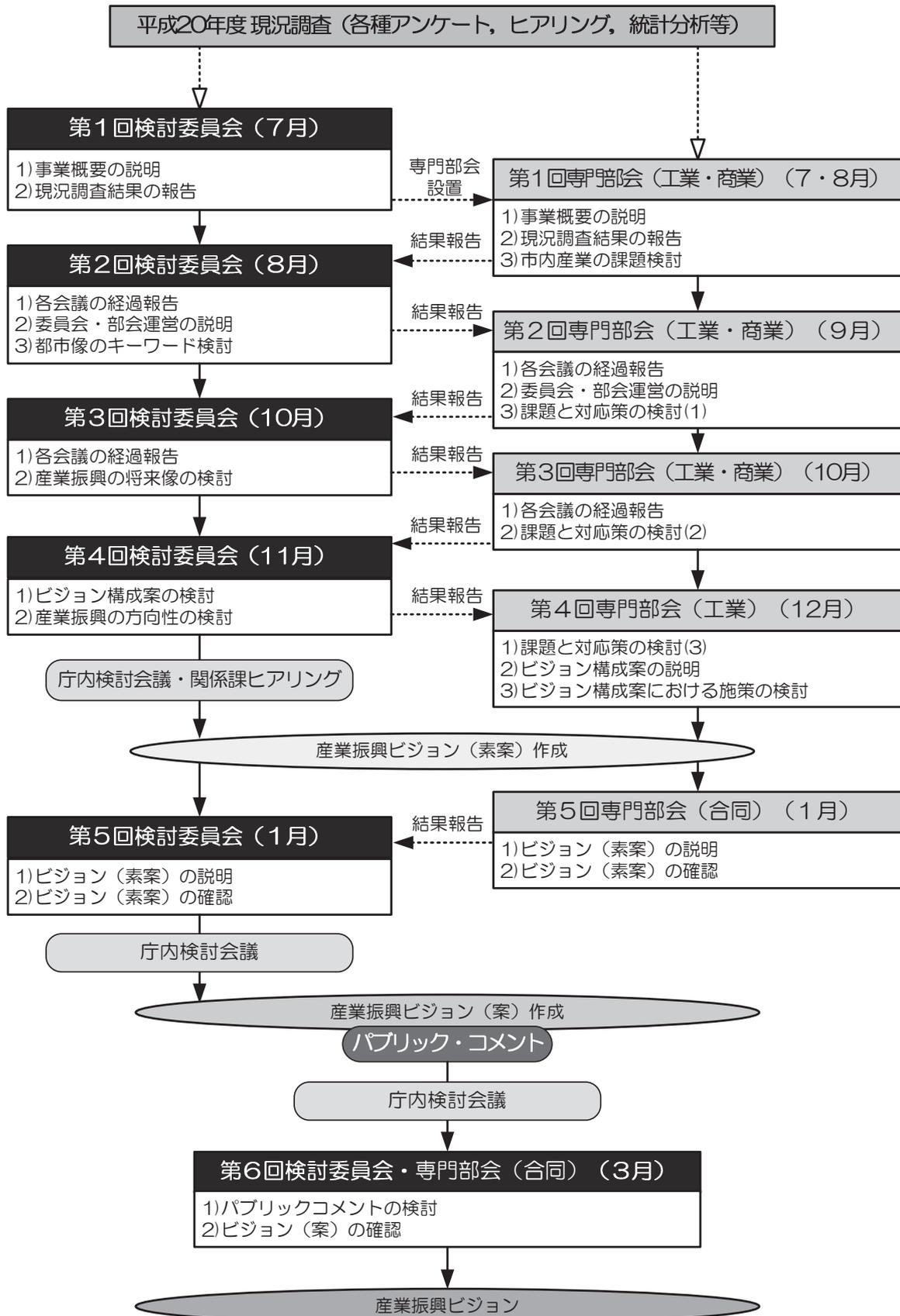
◆商業専門部会委員（敬称略 五十音順）

- 浅田 美明 有限会社プチプランズ 代表取締役社長
- 入交 享子 大阪府立茨木高等学校 指導教諭
- 北野 文雄 JR茨木駅前商店会長
- 志賀 公治 茨木市 中小企業経営アドバイザー（商業担当）
- 中野 稔 茨木市農業振興団体連合会 後継者部会長
- 西尾 チ卫 株式会社ギャラリーケイツー 代表取締役
- 西山 隆央 株式会社ヤマサ 代表取締役
- 福永 孝文 JK茨木 店長
- ◎ 三谷 真 関西大学 商学部准教授

（◎：座長）

2. 検討の経緯

上記の検討体制により、次のような流れで検討を行った。



茨木市産業振興ビジョン

平成 22 年(2010 年)3月

発行 茨木市

編集 産業環境部商工労政課

茨木市駅前三丁目 8 番 1 3 号

電話 : (072)622-8121(代表) (072)620-1620(直通) FAX : (072)627-0289

ホームページ <http://www.city.ibaraki.osaka.jp/kikou/syoukou/22768/index.html>

E-mail syokorosei@city.ibaraki.lg.jp



本冊子の印刷には環境に優しい植物性の大豆油インキを使用しています。

本冊子の本文用紙は再生紙を使用しています。



茨木市