

I.本市の特色と産業の課題

1.市の特色

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）	概況
高い交通利便性	<ul style="list-style-type: none">○本市は大阪と京都の間に位置し、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拠点が集積している。○開発が進む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。	○(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。	○(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。	○(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。	○(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かないと、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5割以上とっとも多い。 ○(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。