

京田辺市
産業振興ビジョン

(案)

平成 28 年 3 月

京田辺市

目次

第1章 産業振興ビジョンの策定にあたって

- 1 策定の目的・必要性と基本的な考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 ビジョンの位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第2章 京田辺市産業を取り巻く状況

- 1 本市の概況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 2 産業の概況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- 3 京田辺市産業の現状のまとめと課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 18

第3章 京田辺市産業のビジョン

- 1 全体ビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
- 2 分野別ビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
- 3 分野別基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26
- 4 分野間の連携・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
- 5 ビジョンを通じて実現を目指すまちの姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 28

第4章 ビジョン実現に向けた方針と戦略

- 1 農業振興のビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30
- 2 商業振興のビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
- 3 工業振興のビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 38
- 4 観光振興のビジョン・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42

- 参考資料・・ 46

第1章 産業振興ビジョンの策定にあたって

1 策定の目的・必要性和基本的な考え方

(1) 策定の目的と必要性

京田辺市は、これまで京阪神地域への交通利便性などに優れた地理的特性を生かし、良好な住環境、事業環境が整備され、人口増加とともに地域経済も発展を遂げてきました。

しかし、近年のグローバル経済の拡大及びそれに伴う企業間競争の激化、人口減少社会到来による国内需要の縮小等の状況を踏まえると、今後の地域経済は厳しい状況に直面することが懸念され、さらなる発展を遂げるためには、中長期的視点のもと、戦略的に取組を進めていく必要があります。

このような状況の中で、京田辺市の市民、事業者、行政、関係機関がともに知恵を出し合いながら、市産業の目指すべき姿とその実現に向けた重点施策を示す、共通の「みちしるべ」として「京田辺市産業振興ビジョン」を策定しました。

(2) 策定の基本的な考え方

京田辺市産業振興ビジョンの策定にあたっては、できるだけ多くの市民・事業者の声が反映されることを基本的な考え方としています。

具体的には、基礎調査として、市民や市内の事業者を対象としたアンケート調査を行ったほか、市内産業に関わる様々な方へのインタビュー調査を行い、京田辺市の長所や課題、目指すべき方向性等について、幅広い意見を聴取しました。また、策定にあたっては、市民、事業者、学識経験者等からなる「京田辺市産業振興ビジョン推進委員会」において活発な意見交換を行い、取りまとめを行いました。

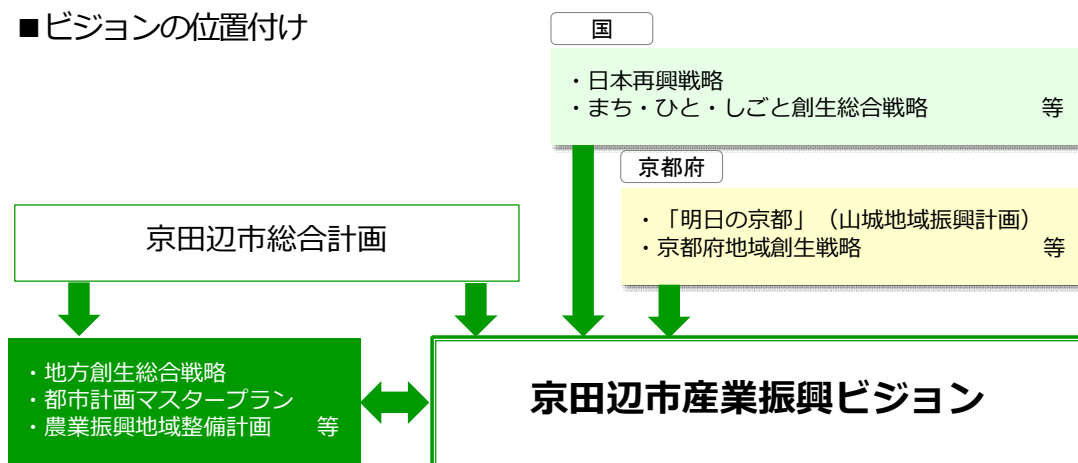
2 ビジョンの位置付け

(1) ビジョンの位置付け

本市の産業振興については、「第3次京田辺市総合計画」のもと、「都市計画マスタープラン」等関連する諸計画との整合を図りながら、取組を進めてきました。

現在、国の打ち出す地方創生の方針のもと、地方における産業振興は、地域資源を生かした独自性と創意工夫が求められ、全国的にその重要度が高まっています。そのため本ビジョンは、国や京都府の方向性、また本市の総合計画、地方創生総合戦略等、策定が進んでいる様々な計画と連動させながら、農業・商業・工業・観光を中心とした産業のあらゆる要素を包含し、総合的に取組を進める産業全体の目指すべき姿と位置付け、このビジョンに基づいて産業振興に係るあらゆる取組を進めていくものとします。

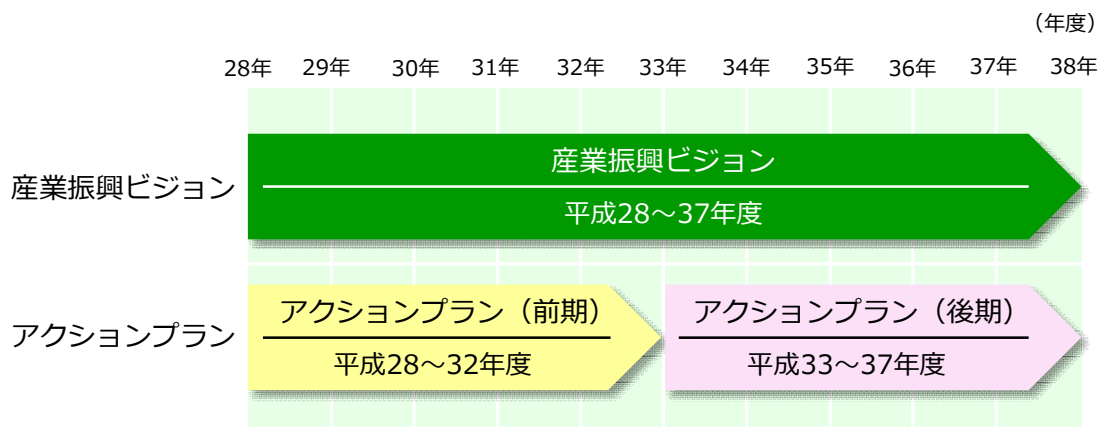
■ ビジョンの位置付け



(2) 計画期間

産業振興ビジョンの計画期間は、平成28～37年度の10年間とします。

また、具体的な施策を展開するアクションプラン（行動計画）については、前期5年間、後期5年間とし、前期期間終了時に見直し及び後期計画の策定を行うものとします。

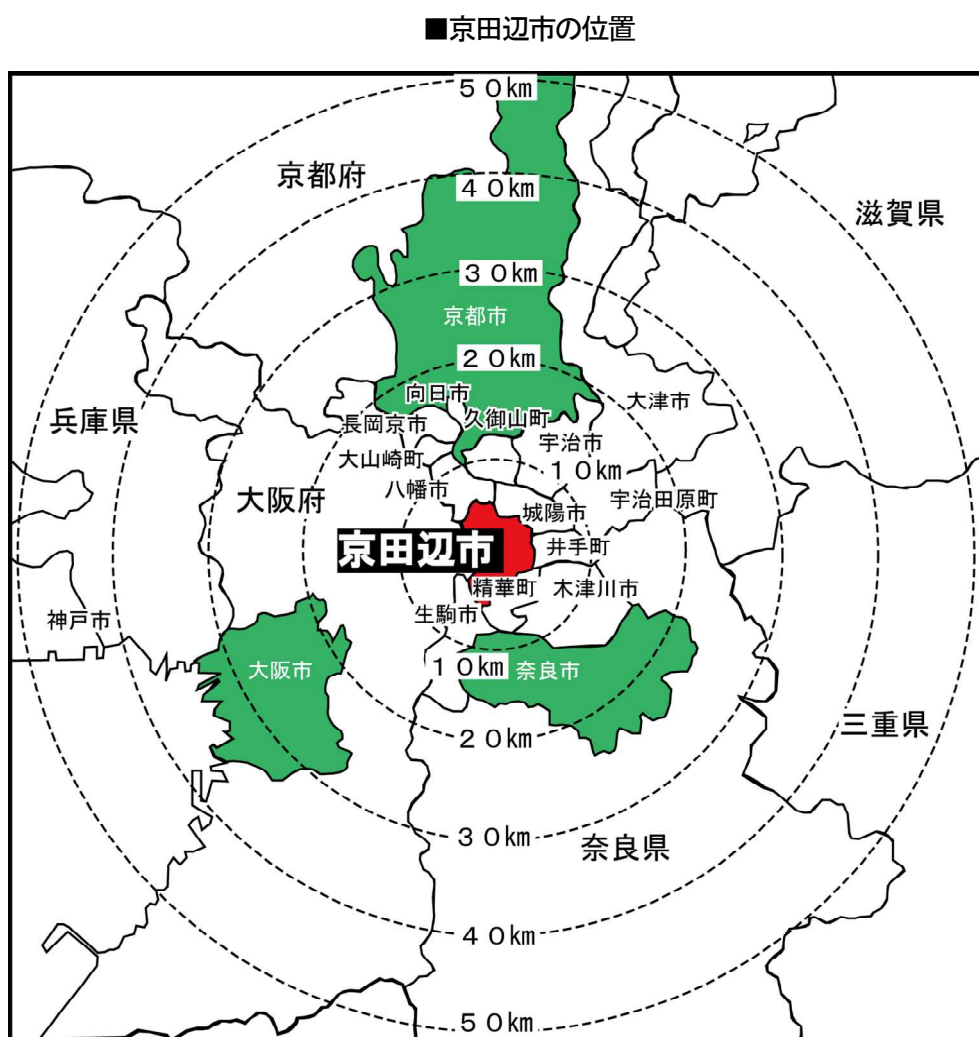


第2章 京田辺市産業を取り巻く状況

1 本市の概況

(1) 土地利用の概況

京田辺市は、京都府、大阪府、奈良県にまたがる京阪奈丘陵部の北東部に位置し、京都市、奈良市の中心部から約20km、大阪市の中心部からは約30kmと、大都市の間に位置しています。



(資料) 京田辺市「京田辺市都市計画マスタープラン」(平成23年4月)

(2)交通ネットワークの概況

強み：主要都市への良好な交通アクセス

京田辺市は、京都と奈良を結ぶ近鉄京都線、京都南部と大阪を結ぶJR片町線（学研都市線）の鉄道が通り、市内中心部からは京都市内に約25分、大阪市内に約45分、奈良市内に約20分と、各都市へのアクセスが良好な条件を備えています。

また、本市を南北に縦断する京奈和自動車道に加え、第二京阪道路が開通し、関西国際空港への所要時間が約70分になるなど、主要都市等への時間的距離の短縮化が図られています。今後、新名神高速道路の建設が促進されることにより、名古屋方面へのアクセスもさらに向上し、交通結節機能の一層の充実が期待されます。

■広域道路交通計画



(平成27年11月末現在)

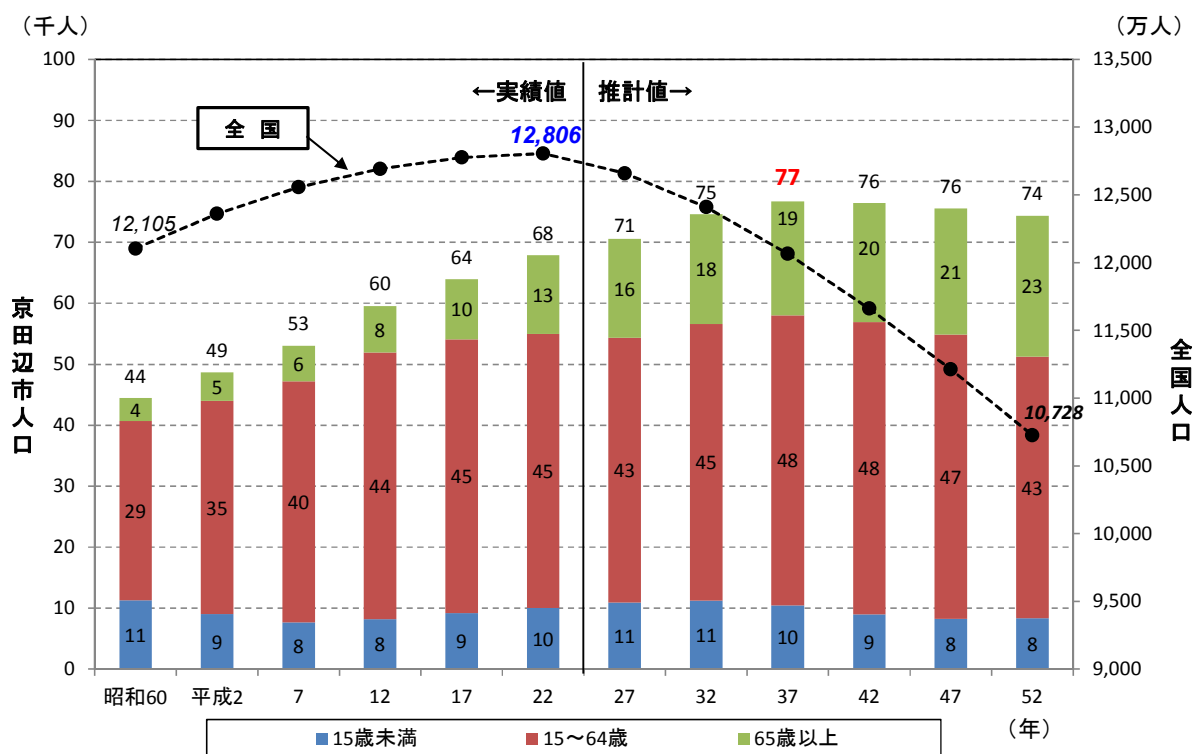
(3)人口推移

強み：全国でも数少ない人口増加都市

脅威：高齢化の進行で、人口の自然減少が京田辺市でも間もなく始まる可能性

全国においては、平成22年頃をピークに、既に人口減少局面に移行していますが、京田辺市の人口は、依然として増加傾向で推移しており、本市の推計では、平成37年頃まで増加するものと見込まれています。

■総人口の推移と見通し



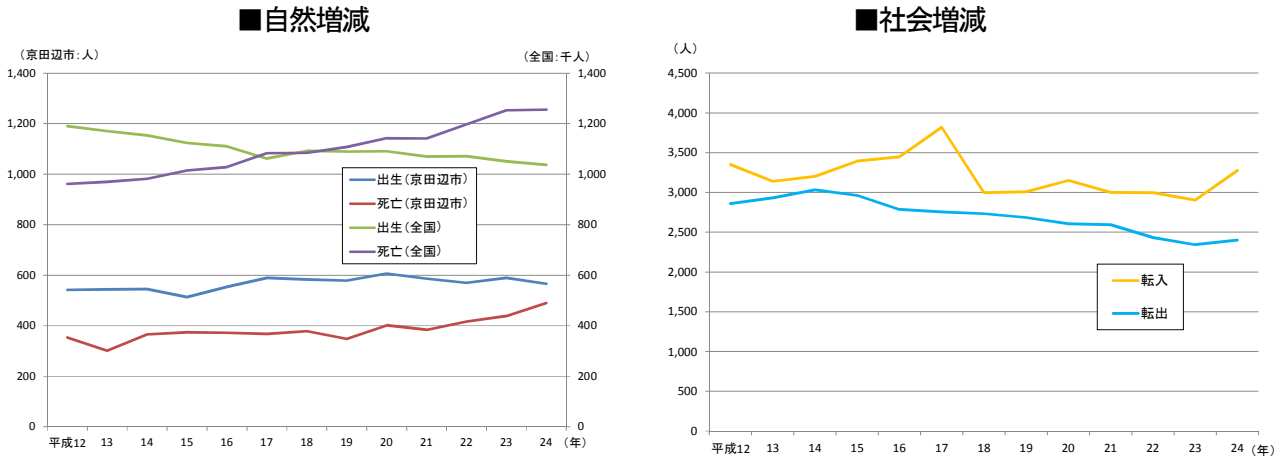
注：1) 実績値(昭和60年～平成22年)は総務省「国勢調査」、推計値(全国)は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」の中位推計、推計値(京田辺市)は「京田辺市将来人口推計(平成26年3月)」による。

注：2) 総数には年齢不詳を含まない。

(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24年1月推計)」、京田辺市「京田辺市将来人口推計(平成26年3月)」

京田辺市では、出生数が死亡数を上回る状況で推移しており、自然増となっています。ただし、出生と死亡の差は縮まりつつあり、将来的には自然減となることが予測されます。社会増減の動向をみると、平成12年以降では、一貫して転入超過で推移しています。転出数が減少傾向で推移する中で、転入者数は平成18年以降横ばいで推移し、平成24年には、比較的大きく増加する状況にあり、転入超過が拡大しつつある状況がみられます。京田辺

市の人口増加の背景には、自然増に加え、住宅開発などによる社会増が大きく寄与する状況となっていることがうかがえます。



(資料) 京田辺市「京田辺市統計書」、厚生労働省「人口動態統計書」

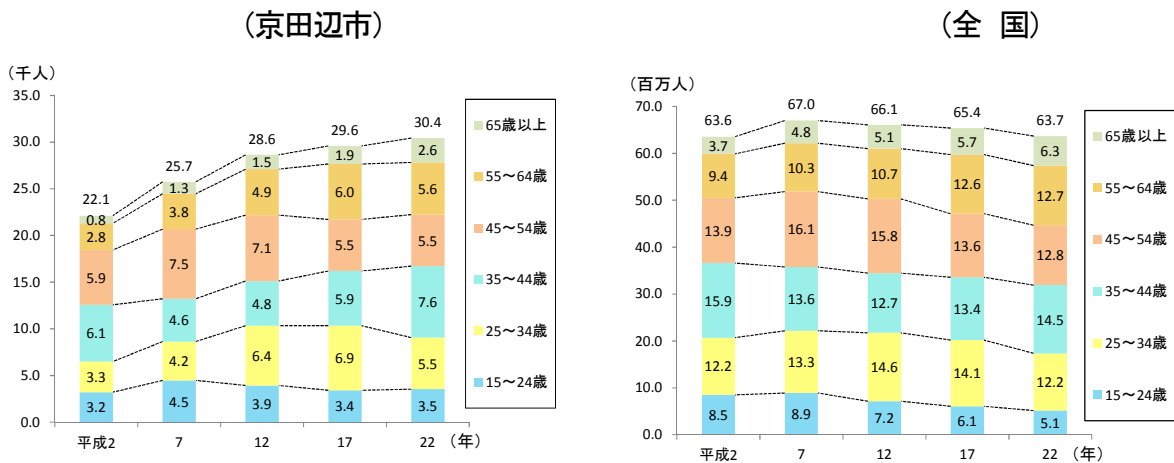
(資料) 京田辺市「京田辺市統計書」

(4) 労働力人口の推移

強み：若年層の労働力人口の多さ

労働力人口（就業者と、公共職業安定所に申し込むなどして積極的に仕事を探していた完全失業者を合わせたもの）については、平成7年以降、全国が減少傾向で推移するなか、京田辺市では増加傾向で推移しています。全国と同様の55歳以上の増加だけでなく、比較的若い年齢層での増加が認められ、特に平成17年から平成22年にかけては35～44歳で2千人近い増加があり、京田辺市の労働力人口を押し上げる状況となっています。

労働力人口の推移



(資料) 総務省「国勢調査」

(5)人口流動の動向

強み：大学の存在により、若者が流入

他市町村から京田辺市への通勤・通学の流動をみると、通勤では京都府下の近隣地域や枚方市からの通勤者が多く、通学では京都市、大阪市などからの通学者が多くなっています。また、京田辺市から他市町村への通勤・通学の流動では、特に京都市、大阪市への通勤が多くなっています。

京都市や大阪市との交通利便性の高さから、通勤では、他都市への流出が多く、一方、通学では、大学があることもあり、他市町村からの流入が、流出の3倍となっています。

■通勤・通学流動(平成22年)
(他市町村から京田辺市)

①通勤		従業者数 (人)	構成比	②通学		通学者数 (人)	構成比
京田辺市で従業者者(総数)		24,868		京田辺市で通学者者(総数)		14,480	
うち京田辺市に常住している従業者		10,030		うち京田辺市に常住している通学者		4,399	
うち他市町村に常住している従業者		13,272	100.0%	うち他市町村に常住している通学者		9,020	100.0%
(1位)	京都市	1,680	12.7%	(1位)	京都市	1,283	14.2%
(2位)	城陽市	1,632	12.3%	(2位)	大阪市	739	8.2%
(3位)	枚方市	1,535	11.6%	(3位)	城陽市	417	4.6%
(4位)	宇治市	1,125	8.5%	(4位)	奈良市	404	4.5%
(5位)	八幡市	961	7.2%	(5位)	枚方市	357	4.0%
(6位)	精華町	899	6.8%	(6位)	宇治市	318	3.5%
(7位)	木津川市	887	6.7%	(7位)	神戸市	283	3.1%
(8位)	奈良市	652	4.9%	(8位)	大津市	239	2.6%
(9位)	大阪市	441	3.3%	(9位)	東大阪市	214	2.4%
(10位)	井手町	298	2.2%	(10位)	堺市	210	2.3%
(11位)	宇治田原町	220	1.7%	(11位)	木津川市	194	2.2%
(12位)	大津市	187	1.4%	(12位)	高槻市	189	2.1%
(13位)	交野市	177	1.3%	(13位)	生駒市	166	1.8%
(14位)	寝屋川市	148	1.1%	(14位)	吹田市	159	1.8%
(15位)	生駒市	146	1.1%	(15位)	精華町	157	1.7%
参考	京都府計(京田辺市を除く)	8,138	61.3%	参考	京都府計(京田辺市を除く)	2,731	30.3%
参考	大阪府計	3,315	25.0%	参考	大阪府計	3,235	35.9%

(京田辺市から他市町村)

①通勤		従業者数 (人)	構成比	②通学		通学者数 (人)	構成比
京田辺市に常住する就業者(総数)		28,826		京田辺市に常住する通学者(総数)		8,115	
うち京田辺市で従業者者		10,030		うち京田辺市に通学者者		4,399	
うち他市町村で従業者者		18,143	100.0%	うち他市町村に通学者者		2,994	100.0%
(1位)	京都市	3,724	20.5%	(1位)	京都市	969	32.4%
(2位)	大阪市	3,401	18.7%	(2位)	木津川市	205	6.8%
(3位)	枚方市	1,474	8.1%	(3位)	宇治市	178	5.9%
(4位)	八幡市	1,073	5.9%	(4位)	城陽市	168	5.6%
(5位)	城陽市	1,006	5.5%	(5位)	大阪市	158	5.3%
(6位)	宇治市	1,004	5.5%	(6位)	枚方市	153	5.1%
(7位)	久御山町	602	3.3%	(7位)	奈良市	150	5.0%
(8位)	木津川市	566	3.1%	(8位)	久御山町	59	2.0%
(9位)	奈良市	492	2.7%	(9位)	精華町	54	1.8%
(10位)	精華町	418	2.3%	(10位)	大東市	52	1.7%
(11位)	宇治田原町	351	1.9%	(11位)	寝屋川市	50	1.7%
(12位)	大東市	264	1.5%	(12位)	東大阪市	49	1.6%
(13位)	井手町	244	1.3%	(13位)	吹田市	47	1.6%
(14位)	東大阪市	225	1.2%	(14位)	草津市	43	1.4%
(15位)	門真市	222	1.2%	(15位)	八幡市	39	1.3%
参考	京都府計(京田辺市を除く)	9,233	50.9%	参考	京都府計(京田辺市を除く)	1,693	56.5%
参考	大阪府計	6,556	36.1%	参考	大阪府計	599	20.0%

注：1) 順位は人数順

注：2) 総数は従業地「不詳」を含む。

(資料) 総務省「国勢調査」(平成22年)

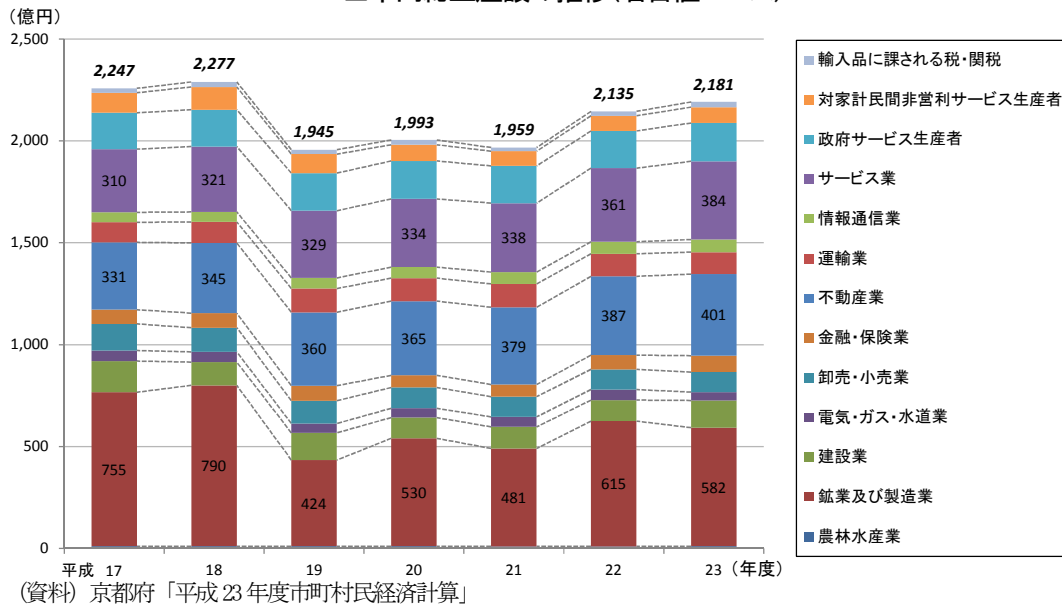
(6) 経済概況

課題：製造業の生産額の伸び悩み

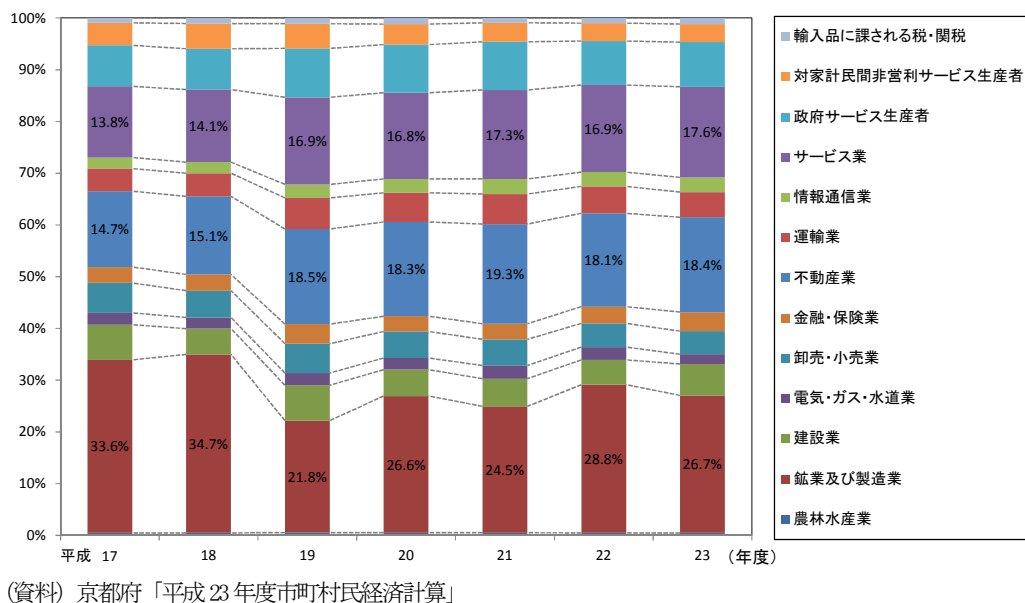
京田辺市の市内総生産（1年間に生産された財貨やサービスの価値額の合計）は、平成19年度から平成21年度にかけて2,000億円を割り込む状況となっていました。平成22年度には2,000億円台に回復し、平成23年度で2,181億円となっています。

経済活動別にみると、サービス業、不動産業で生産額が増加する一方で、主要な割合を占める鉱業及び製造業では、伸び悩む状況がみられます。市内総生産に占める割合も低下傾向にあり、全体の伸びを牽引できていない結果となっています。

■市内総生産額の推移(名目値ベース)



■経済活動別生産額の構成比推移



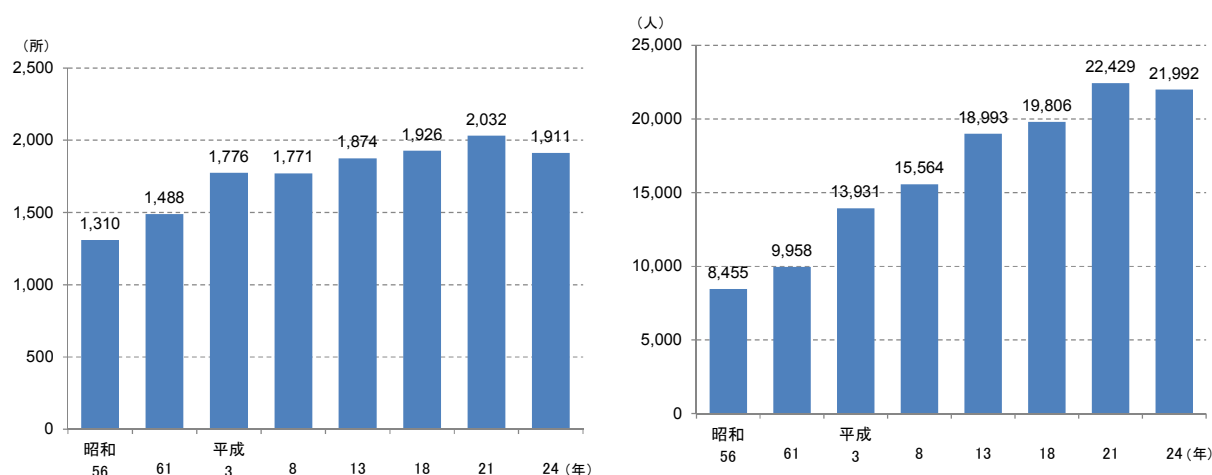
2 産業の概況

(1) 産業全般

事業所数、従業者数の推移をみると、昭和56年に1,310所であった事業所数は平成24年で約1,911所に、従業者数は8,455人から21,992人に増加しています。

従業者ベースでの、業種別（大分類）の構成比をみると、京田辺市では、「卸売、小売業」をトップに、「製造業」、「医療、福祉」、「宿泊業、飲食サービス業」となっており、当該4業種で全体の6割程度を占めています。

■事業所数(左)、従業者数(右)の推移(民営事業所ベース)



(資料) 昭和56年～平成18年は総務省統計局「事業所・企業統計」(各年)、平成21年は総務省統計局「平成21年経済センサス-基礎調査」、平成24年は総務省統計局「平成24年経済センサス-活動調査」

■京田辺市と全国の業種別構成比(民営事業所:従業者ベース、上位10業種)(平成24年)

順位	京田辺市			全国	
	業種	構成比	特化係数(対全国)	業種	構成比
1位	卸売業, 小売業	19.1%	0.91	卸売業, 小売業	21.0%
2位	製造業	18.4%	1.11	製造業	16.6%
3位	医療, 福祉	12.9%	1.17	医療, 福祉	11.1%
4位	宿泊業, 飲食サービス業	10.1%	1.04	宿泊業, 飲食サービス業	9.7%
5位	教育, 学習支援業	9.7%	3.14	サービス業(他に分類されないもの)	8.1%
6位	運輸業, 郵便業	7.4%	1.25	建設業	6.9%
7位	サービス業(他に分類されないもの)	5.8%	0.71	運輸業, 郵便業	5.9%
8位	生活関連サービス業, 娯楽業	4.4%	0.97	生活関連サービス業, 娯楽業	4.6%
9位	建設業	4.3%	0.62	教育, 学習支援業	3.1%
10位	不動産業, 物品賃貸業	3.3%	1.26	学術研究, 専門・技術サービス業	3.0%
-	その他	4.6%	-	その他	10.1%

注: 特化係数とは、産業の業種構成などにおいて、その構成比を全国の構成比と比較したもの。地域で卓抜した業種を見る指標。

(資料) 総務省統計局「平成24年経済センサス-活動調査」

(2) 農業の動向

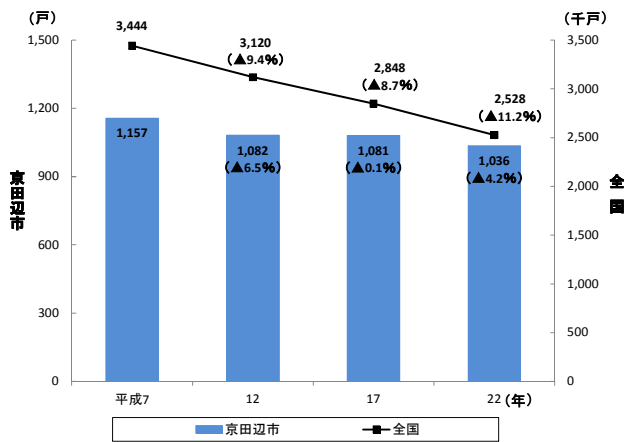
課題：経営耕地面積、農家数の減少

農家総数は、平成7年以降、微減の傾向で推移しています。農家の専業・兼業の構成比の推移をみると、全国に比べ第2種兼業農家の構成比が高くなっています。

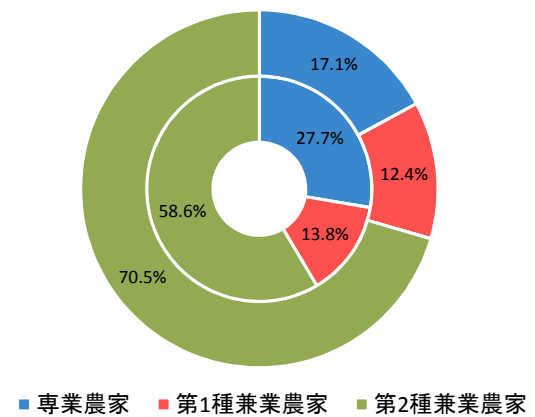
また、専業農家数、第1種兼業農家数はほぼ横ばいで推移していますが、農産物販売金額の高い農家が減少し、特に700万円以上の販売金額のある農家数は半減しています。

平成12年以降の経営耕地面積の動向をみると、田が減少傾向で推移する中、畑は増加傾向で推移し、樹園地は、平成17年に減少したものの平成22年には増加に転じています。

■ 農家総数の推移



■ 専業・兼業の構成比(平成22年)

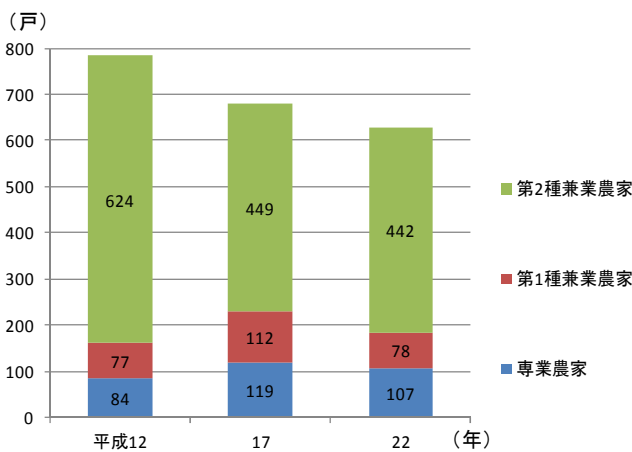


注：()内は対前年増減率

(資料) 農林水産省「農林業センサス・世界農林業センサス」

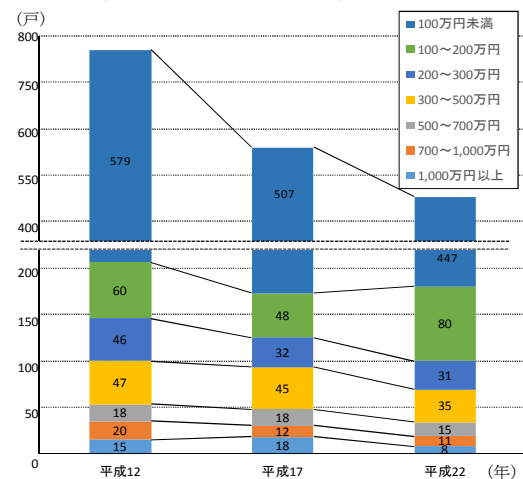
(資料) 農林水産省「2010世界農林業センサス」

■ 専業・兼業農家数の推移



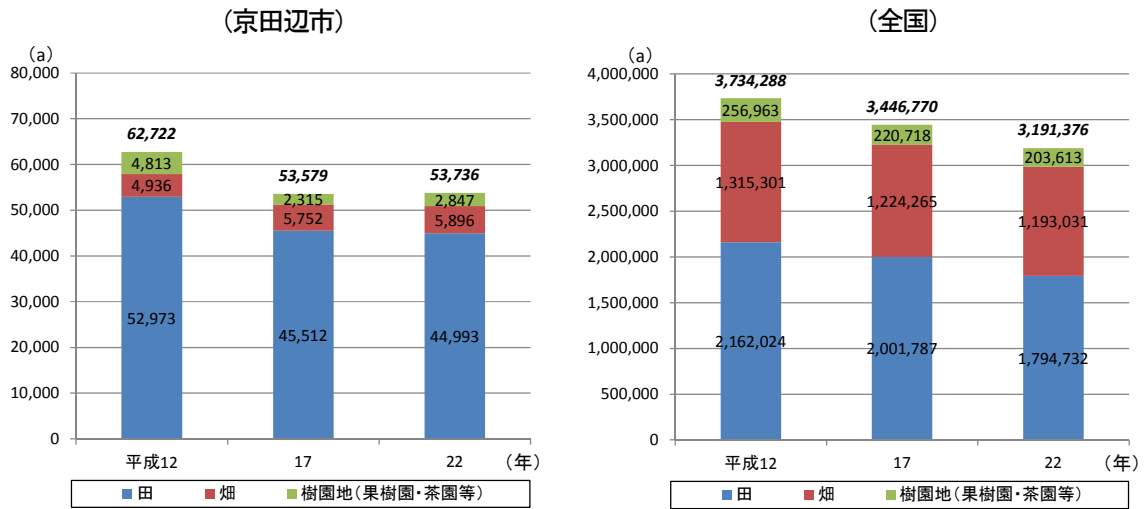
(資料) 農林水産省「農林業センサス・世界農林業センサス」

■ 農産物販売金額別農家数



(資料) 農林水産省「農林業センサス・世界農林業センサス」

■経営耕地面積の推移



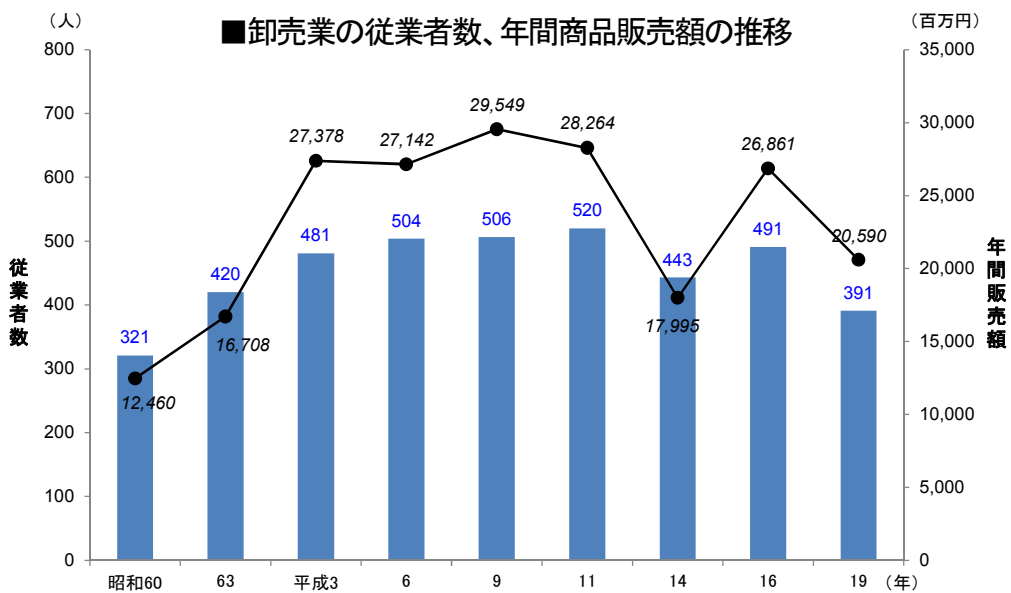
(資料) 農林水産省「農林業センサス・世界農林業センサス」

注：「(2) 農業の動向」における農林業センサス・世界農林業センサスのデータについては、平成12年は経営耕地面積が10a未満、かつ年間販売金額が15万円未満の農家は対象外、平成17・22年は販売農家（経営耕地面積が30a以上または農産物販売金額が50万円以上の農家）のみ対象として集計している。

(3) 商業の動向

課題：小売吸引力が弱い（消費が市外に流出している）

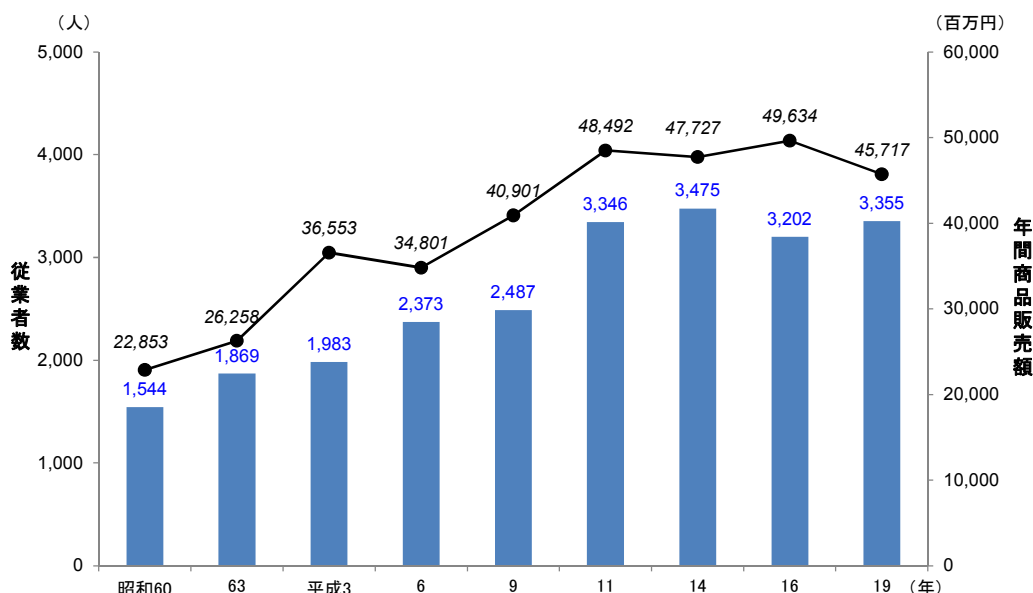
卸売業の従業者数は、昭和60年以降、平成11年までは、増加傾向で推移してきましたが、平成14年に減少し、一度は持ち直したものの、ピーク時の水準には回復できていません。年間商品販売額も、同様の傾向で推移しています。



(資料) 経済産業省「商業統計調査」

小売業の従業者数は、平成14年まで増加傾向で推移し、その後は横ばいという状況で推移しています。年間商品販売額は、平成16年まで増加傾向で推移し、平成19年に至って減少する状況となっています。

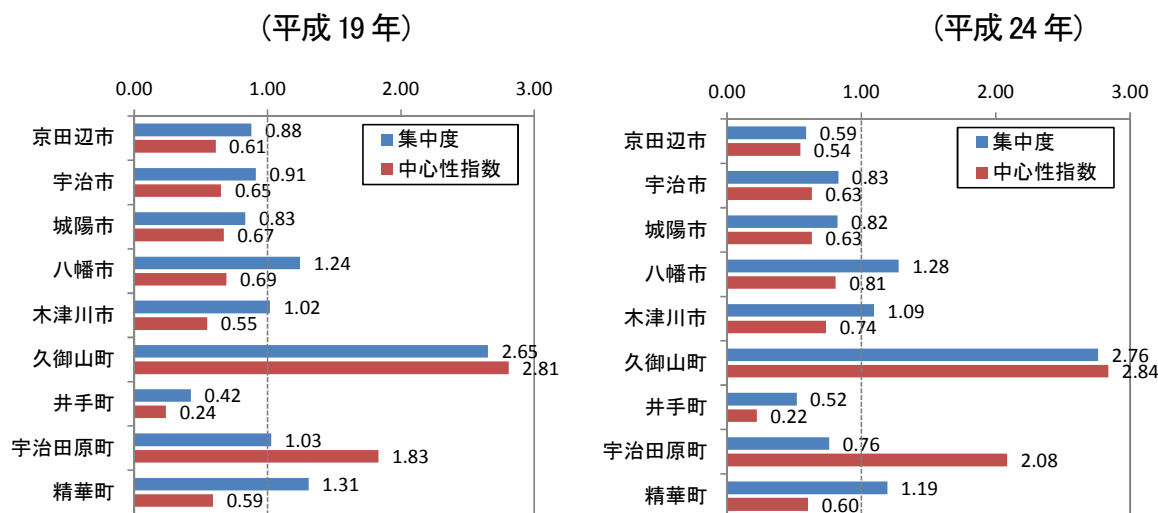
■小売業の従業者数、年間商品販売額の推移



(資料) 経済産業省「商業統計調査」

小売業売場面積の集中度(人口あたりの小売業売場面積について、各市の値を府県の平均で割った値)、中心性指数(人口あたりの小売業年間商品販売額について、各市の値を府県の平均で割った値)を近隣市町と比較すると、京田辺市は、総じて他市町に比べ低く、市外からの顧客を吸引できていない状況にあり、逆に消費の市外流出も発生しているものと考えられます。

■小売業売場面積の集中度と中心性指数

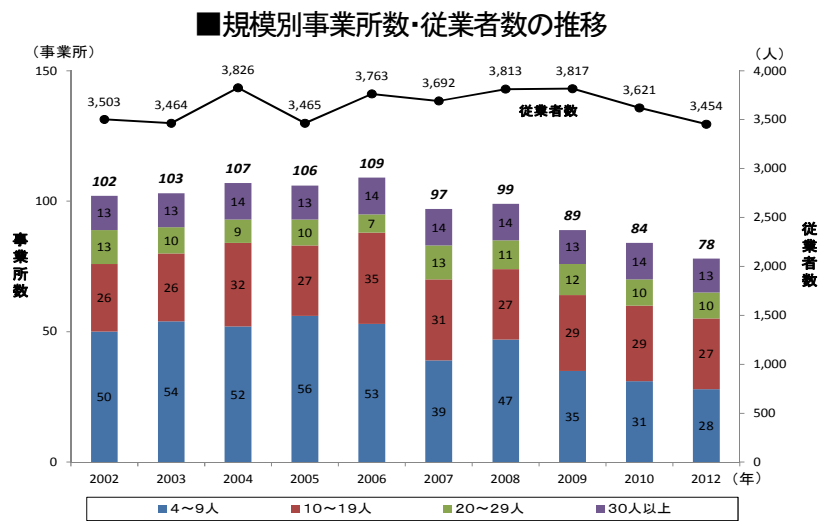


(資料) 経済産業省「平成19年商業統計調査」、総務省「平成24年経済センサス-活動調査」

(4) 製造業の動向

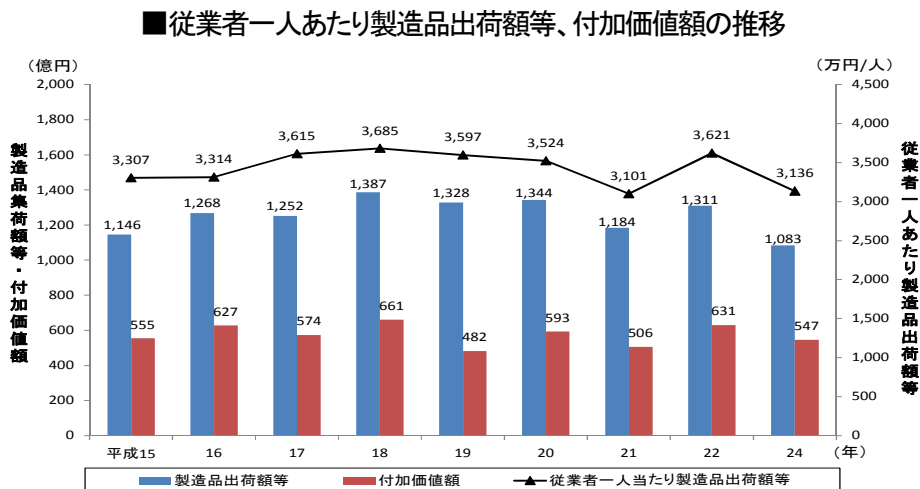
課題：事業所数、従業者数、製造品出荷額等の減少

平成14年以降の事業所数の推移をみると、平成18年をピークに減少傾向で推移しています。特に、従業者規模が4～9人の事業所の減少が大きく、平成24年でピーク時の半数程度まで落ち込んでいます。従業者数は総数ベースで長期的には横ばいで推移している状況でしたが、近年は減少傾向で推移しており、平成24年では過去10年間の水準を若干下回る人数となっています。



注：各数値は、従業者4人以上の事業所の数値。
 (資料) 経済産業省「工業統計調査」

製造品出荷額等は、平成21年のリーマン・ショックの影響により減少し、平成22年には以前の水準に回復しましたが、平成24年には、再び減少しており、過去10年では最も低い水準となっています。



注：1) 付加価値額とは、生産額－(消費税を除く内国消費税額+推計消費税額)－原材料使用額等－減価償却額。
 注：2) 従業者29人以下の事業所は、付加価値額を粗付加価値額で計算する。
 (資料) 経済産業省「工業統計調査」

中分類ベースでの、従業者数、製造品出荷額等の特化係数、構成比をみると、特化係数が高い業種は、「はん用機械器具」、「パルプ・紙・紙加工品」であり、構成比が高い業種は、前述の2業種に加え、「食料品」があり、製造品出荷額等においては、この3業種で、全体の7割程度を占めています。

このうち、平成22年から平成24年にかけて落ち込みが大きい業種は、「食料品」と「はん用機械器具」となっています。「パルプ・紙・紙加工品」については、落ち込み幅は比較的小さいものの、平成21年以降減少傾向で推移しており、過去10年で、最も低い水準となっています。

■京田辺市と全国における製造業従業者数の構成比(上位10業種)(平成24年)

順位	京田辺市			全国	
	業種	構成比	特化係数 (対全国)	業種	構成比
1位	はん用機械器具	25.9%	6.01	食料品	14.7%
2位	パルプ・紙・紙加工品	22.2%	8.82	輸送用機械器具	12.7%
3位	食料品	10.7%	0.73	金属製品	7.7%
4位	窯業・土石製品	6.1%	1.87	生産用機械器具	7.3%
5位	電子部品・デバイス・電子回路	5.5%	1.04	電気機械器具	6.3%
6位	業務用機械器具	5.0%	1.83	プラスチック製品	5.6%
7位	電気機械器具	4.3%	0.68	電子部品・デバイス・電子回路	5.3%
8位	金属製品	3.6%	0.47	化学工業	4.6%
9位	輸送用機械器具	3.1%	0.24	はん用機械器具	4.3%
10位	プラスチック製品	2.9%	0.52	繊維工業	3.9%
-	その他	10.8%	-	その他	27.6%

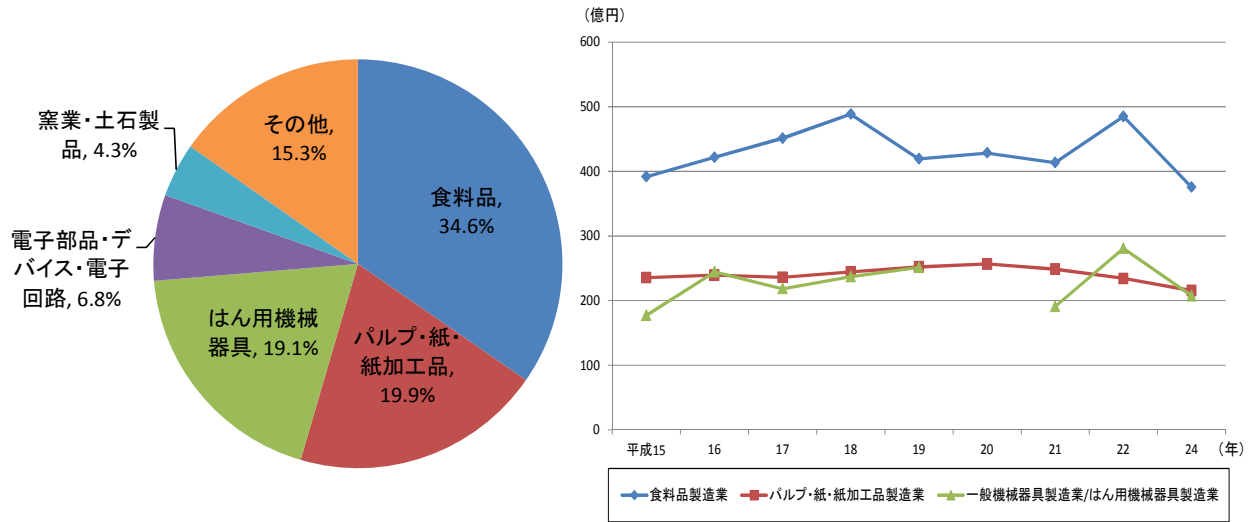
(資料) 経済産業省「工業統計調査」(平成24年)

■京田辺市と全国における製造品出荷額等の構成比(上位10業種)(平成24年)

順位	京田辺市			全国	
	業種	構成比	特化係数 (対全国)	業種	構成比
1位	食料品	34.6%	4.12	輸送用機械器具	19.6%
2位	パルプ・紙・紙加工品	19.9%	8.43	化学工業	9.0%
3位	はん用機械器具	19.1%	5.20	食料品	8.4%
4位	電子部品・デバイス・電子回路	6.8%	1.47	鉄鋼業	6.2%
5位	窯業・土石製品	4.3%	1.81	石油製品・石炭製品	5.9%
6位	業務用機械器具	2.2%	0.92	生産用機械器具	5.4%
7位	輸送用機械器具	1.9%	0.10	電気機械器具	5.2%
8位	電気機械器具	1.7%	0.32	電子部品・デバイス・電子回路	4.6%
9位	印刷・同関連業	1.5%	0.78	金属製品	4.5%
10位	金属製品	1.4%	0.32	プラスチック製品	3.8%
-	その他	4.3%	-	その他	27.4%

(資料) 経済産業省「工業統計調査」(平成24年)

■主要業種における製造品出荷額の構成比(平成24年)(左)と推移(右)



(資料) 経済産業省「工業統計調査」

注：1) 日本標準産業分類の改定により、平成19年-20年は接続しない。
注：2) 平成20年では、秘匿値の関係で数値を特定していない。

(5) 観光の動向

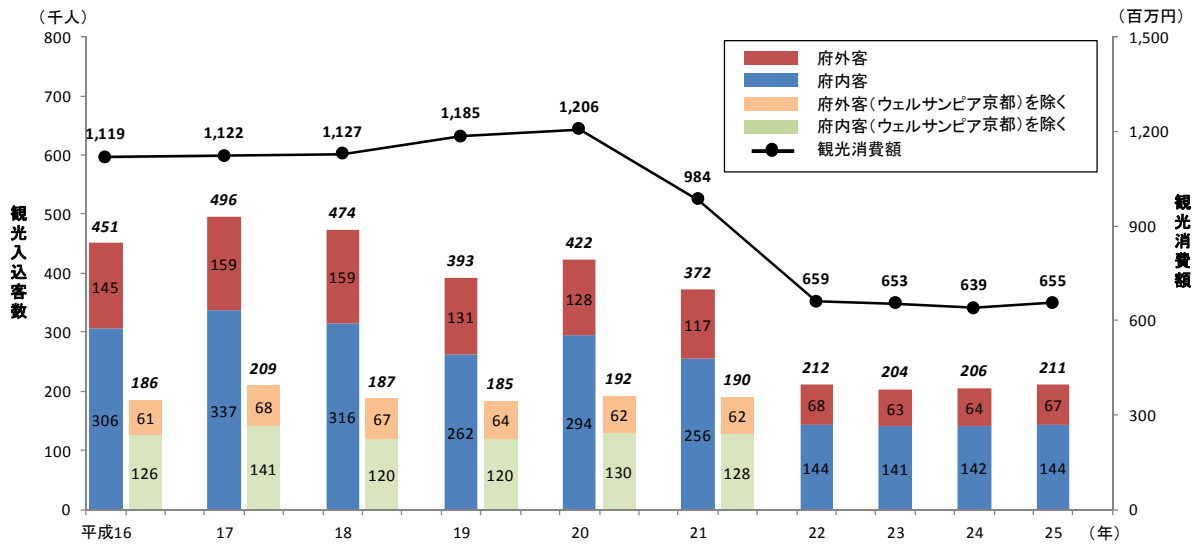
課題：宿泊施設の撤退による観光客の減少

観光入込客数は、平成21年頃までは概ね横ばいで推移し、観光消費額は、平成20年までは堅調に推移していましたが、宿泊施設（ウエルサンピア京都）の閉鎖等により、平成21年に落ち込んだ水準のままで推移する状況となっています。

観光入込客数を、施設・イベント別にみると、施設では、宿泊施設（ウエルサンピア京都）の閉鎖の影響で大きく落ち込む状況となっていますが、当該施設を除いて推移をみると、平成16年の14万人から、平成25年には18万人を超えるまで増加しています。一方、イベントでは、減少傾向で推移し、平成23年以降は3万人を下回る状況で推移しています。

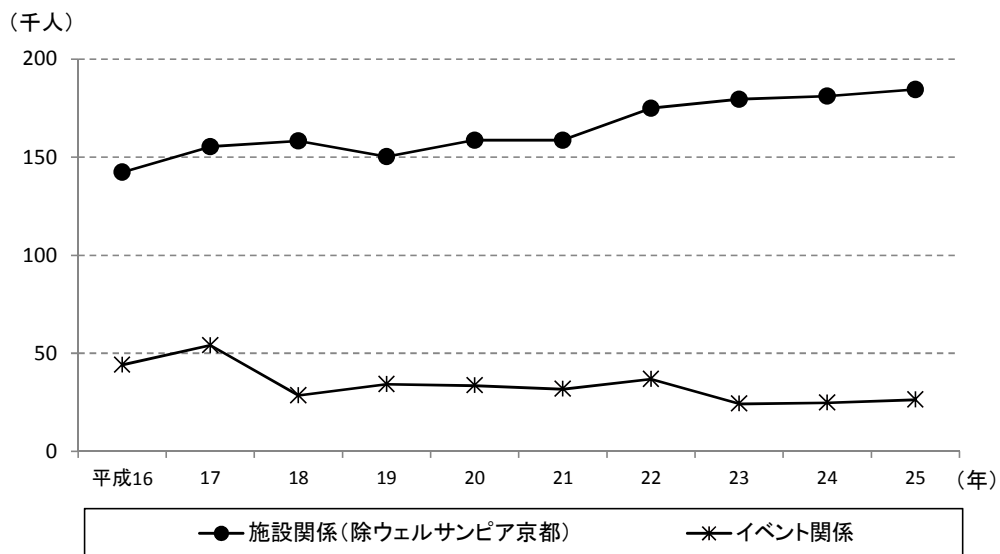
観光入込客数が低迷しており、消費額の伸びが他市に比べて低い水準で推移していることから、観光による市経済の活性化を促すためには、観光客の誘客もさることながら消費をしてもらいやすい仕組みづくりが大きな課題となっています。

■観光入込客数・消費額の推移



(資料) 京都府「観光入込客数調査」

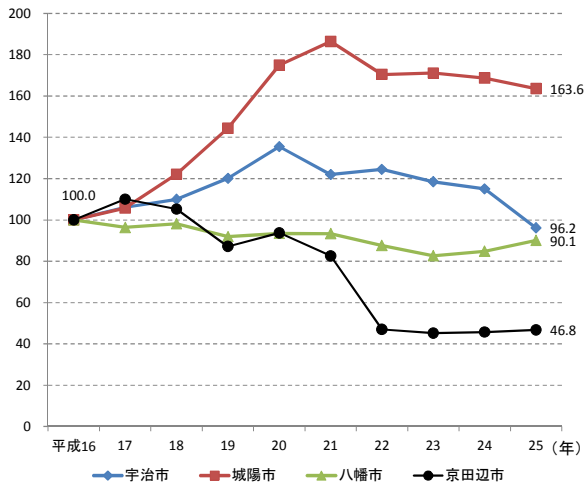
■観光入込客数(施設・イベント別)の推移



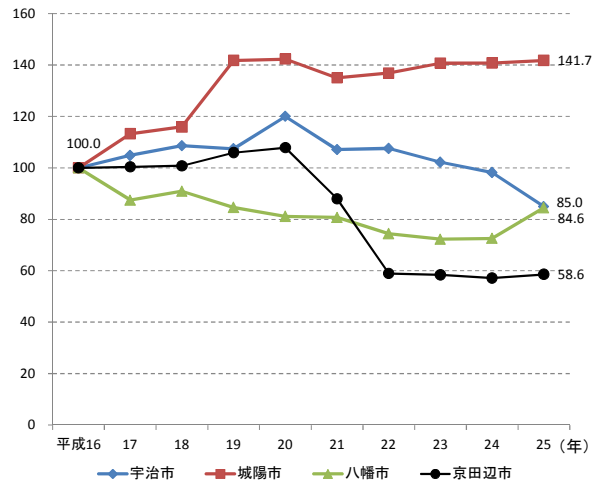
(資料) 京都府「観光入込客数調査」

■京田辺市と近隣市の観光入込客数・観光消費額の推移比較(市別:平成16年=100とした場合)

(観光入込客数)



(観光消費額)



(資料) 京都府「観光入込客数調査」

■京田辺市の観光入込客数の推移(施設・イベント別)

①施設

	平成16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	H16→25 増減率
酬恩庵(一休寺)	33,300	38,210	36,790	37,690	33,280	41,450	36,150	38,341	36,120	35,438	6.4%
田辺カントリー倶楽部	25,150	24,625	27,011	28,105	26,048	23,511	25,958	26,040	25,249	26,650	6.0%
野外活動センター	9,119	12,208	10,898	12,422	13,271	14,906	13,139	12,409	12,210	10,267	12.6%
甘南備山	30,000	28,500	25,000	26,000	25,000	25,800	51,878	56,600	58,500	64,600	115.3%
観音寺	2,921	2,473	3,065	3,945	3,542	4,570	5,746	5,473	7,640	6,061	107.5%
寿宝寺	280	275	273	315	365	425	1,490	1,884	1,816	1,530	446.4%
西八さわか朝市	4,900	4,150	4,150	4,250	11,520	4,260	4,750	4,700	5,050	5,150	5.1%
普賢寺ふれあいの駅	33,932	38,650	45,300	31,460	39,900	39,293	31,650	30,085	30,683	30,840	-9.1%
山本駅前市	1,200	2,210	1,520	1,500	1,210	1,230	/	/	/	/	-
虚空蔵谷川(桜並木)	1,000	800	1,000	1,200	800	900	900	700	900	800	-20.0%
ぼたん園	568	3,323	3,319	3,462	2,842	1,936	2,556	2,655	2,420	2,755	385.0%
澤井家住宅	-	-	-	-	987	416	762	714	609	510	-
ウエルサンピア京都	264,167	286,362	287,426	208,307	230,069	181,660	/	/	/	/	-
計	406,537	441,786	445,752	358,656	388,834	340,357	174,979	179,601	181,197	184,601	-54.6%
[ウエルサンピア京都を除く計]	142,370	155,424	158,326	150,349	158,765	158,697	174,979	179,601	181,197	184,601	29.7%

注: 「-」はデータなし「/」は廃止または休止

②イベント

	平成16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	H16→25 増減率
キララフェスティバル	-	15,000	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000	5,000	8,000	5,000	-
産業祭	40,000	35,000	15,000	20,000	20,000	18,000	23,000	15,000	12,000	12,000	-70.0%
大住隼人舞	850	850	950	900	910	915	1,000	800	1,000	1,000	17.6%
一休さんウォーク	1,481	1,386	620	1,169	451	543	890	1,005	1,017	1,284	-13.3%
新春甘南備山初登り	780	796	615	687	687	762	678	680	710	710	-9.0%
二月堂竹送り	100	100	200	200	300	250	250	200	350	300	200.0%
茶まつり	500	450	450	500	450	500	475	1,000	1,000	1,000	100.0%
花見ウォーク	311	429	616	708	697	739	508	492	700	280	-10.0%
観音寺周辺ライトアップ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	900	-
一休パル	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,815	-
計	44,022	54,011	28,451	34,164	33,495	31,709	36,801	24,177	24,777	26,289	-40.3%

注: 観音寺周辺ライトアップ、一休パルは平成25年から開始

(資料) 京都府「観光入込客数調査」

3 京田辺市産業の現状のまとめと課題

(1)京田辺市に立地する上での長所

交通利便性の高さ、一定の市場規模、取引先に近い

京田辺市における高速道路や鉄道などの交通利便性は、製造業の事業者のほか、観光・まちづくり関連の団体など、業種を超えて評価されています。

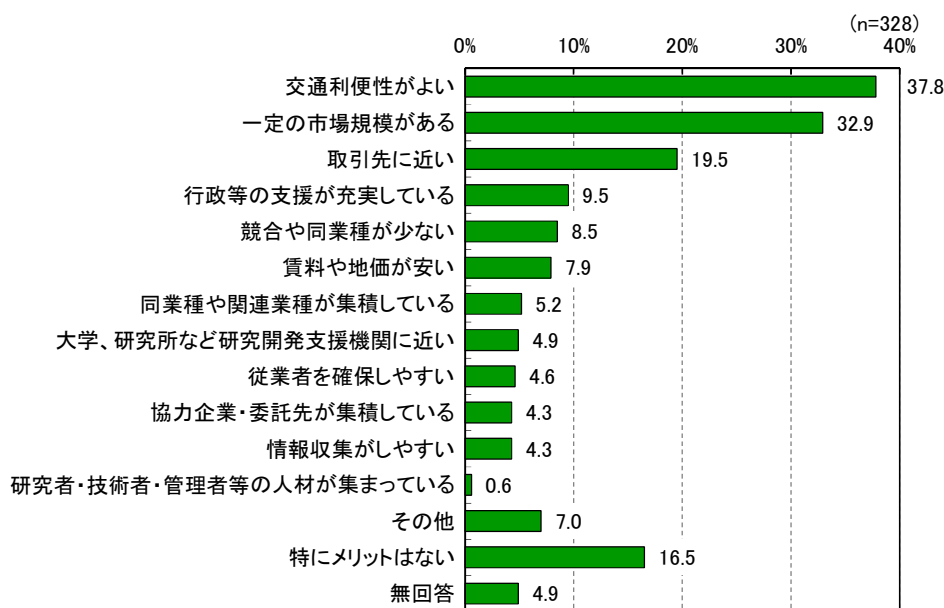
また、アンケートで回答数上位4位に入った「行政等の支援が充実している」という評価については、ヒアリングにおいても同様の意見が聞かれ、京田辺市の産業政策はこれまでも事業者から一定の評価を得てきたことがうかがえます。

アンケート調査

■事業者における京田辺市に立地する上での長所

【回答数上位3項目】

①交通利便性がよい ②一定の市場規模がある ③取引先に近い



(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた事業者アンケート調査」

ヒアリング調査

- ・京奈和道、第二京阪、京都縦貫道など、物流環境が充実している。
- ・ロケーションが交通の要所。関西においてどこへ行くにも便利で効率が良い。
- ・子育て環境が充実しており、従業員の居住環境として良い。

(2)京田辺市に立地する上での課題

競合先が多い、人材の集めにくさ、市内交通網の脆弱さ、宿泊施設がない

企業へのヒアリングで特に聞かれた意見は、パートタイマーをはじめとする人材の確保の難しさでした。

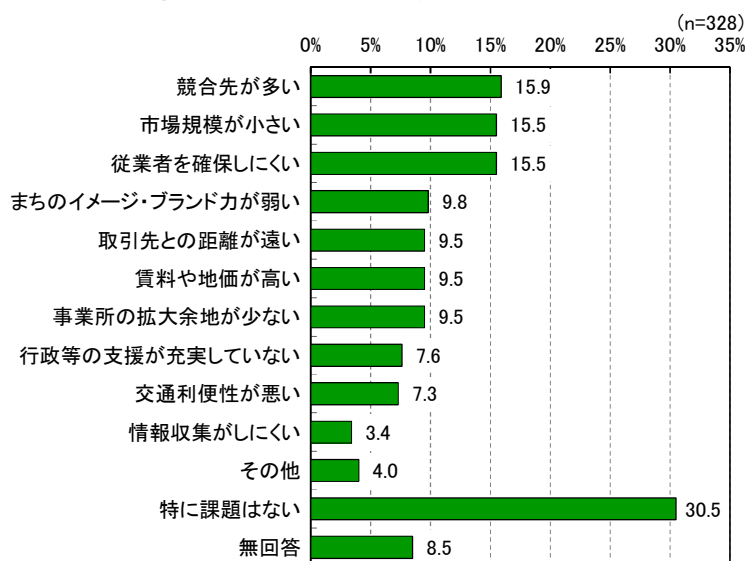
また、高速道路や鉄道網等の市外からのアクセスは便利である一方で、市内交通網は脆弱でアクセスが悪く（バスが少ないなど）、従業員の通勤環境を課題に挙げる声が多くありました。このほか、宿泊施設がないため、観光客の集客が難しいという意見や、出張者の対応に困るという意見もありました。

アンケート調査

■事業者における京田辺市に立地する上での課題

【回答数上位3項目】

①競合先が多い ②市場規模が小さい、従業員を確保しにくい



(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた事業者アンケート調査」

ヒアリング調査

- ・バスの便が非常に悪く、従業員の通勤が不便。
- ・パート・アルバイトが集まらない。市内在住者はなかなか応募がないので、周辺市町まで広げて募集している。
- ・来客を接待できる店がない。海外からの来客を接待するときは京都市内まで行っている。
- ・宿泊施設がないので、出張者は京都か大阪のホテルに泊まっている。

(3) 事業者が抱える課題

人材の確保と新規顧客の獲得

事業者の事業上の課題は、人材確保、新規顧客の獲得が2大課題となっています。

特に、新規顧客の獲得においては、小規模企業でその意識が高くなっており、新たな需要にきめ細かく対応できる小規模企業の特徴を生かし、事業の持続的発展と新たな事業展開が図られるよう重点的に支援していく必要があります。

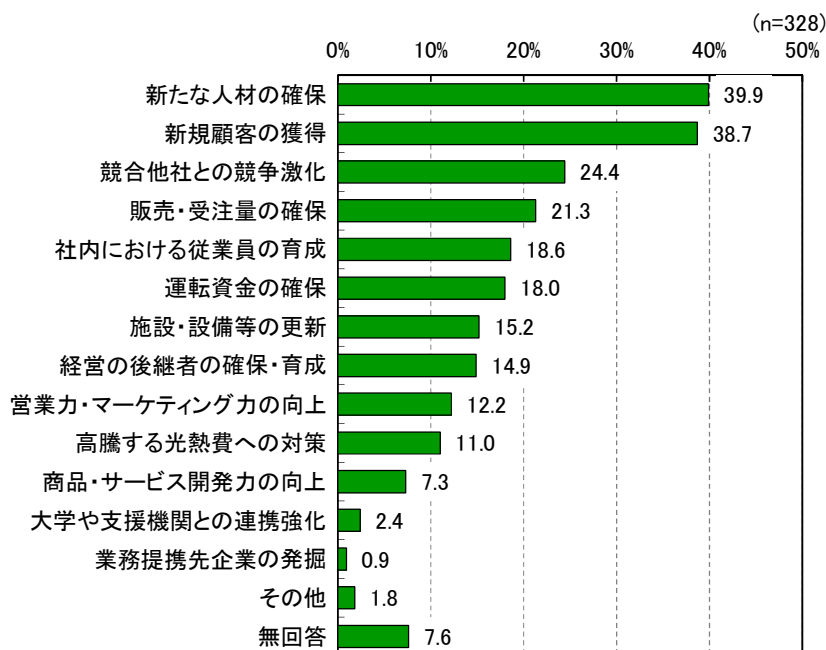
人材確保については、企業の認知度を高める取組、新規顧客の獲得に向けては、市内事業者間の情報交流を進めて互いの事業内容やできることを知り、取引の拡大につなげる必要があるといった意見が挙がっています。

アンケート調査

■事業者が直面している課題

【回答数上位3項目】

①新たな人材の確保 ②新規顧客の獲得 ③競合他社との競争激化



(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた事業者アンケート調査」

ヒアリング調査

- ・企業の認知度が低いいため、人材の確保が難しい。
- ・他企業同士がやっていること、持っている設備などを企業同士が互いに知り合う機会が必要。
- ・インキュベーション施設 (D-egg) を卒業した後に進出する場所を確保する必要がある。

(4) 京田辺市に求められる取組

【農業】 農業基盤の充実、農地の流動化、直売所の充実、地域ブランド化の推進

【商業】 特徴ある個人店舗の充実

【工業】 製品開発、新分野進出、人材育成に向けた支援

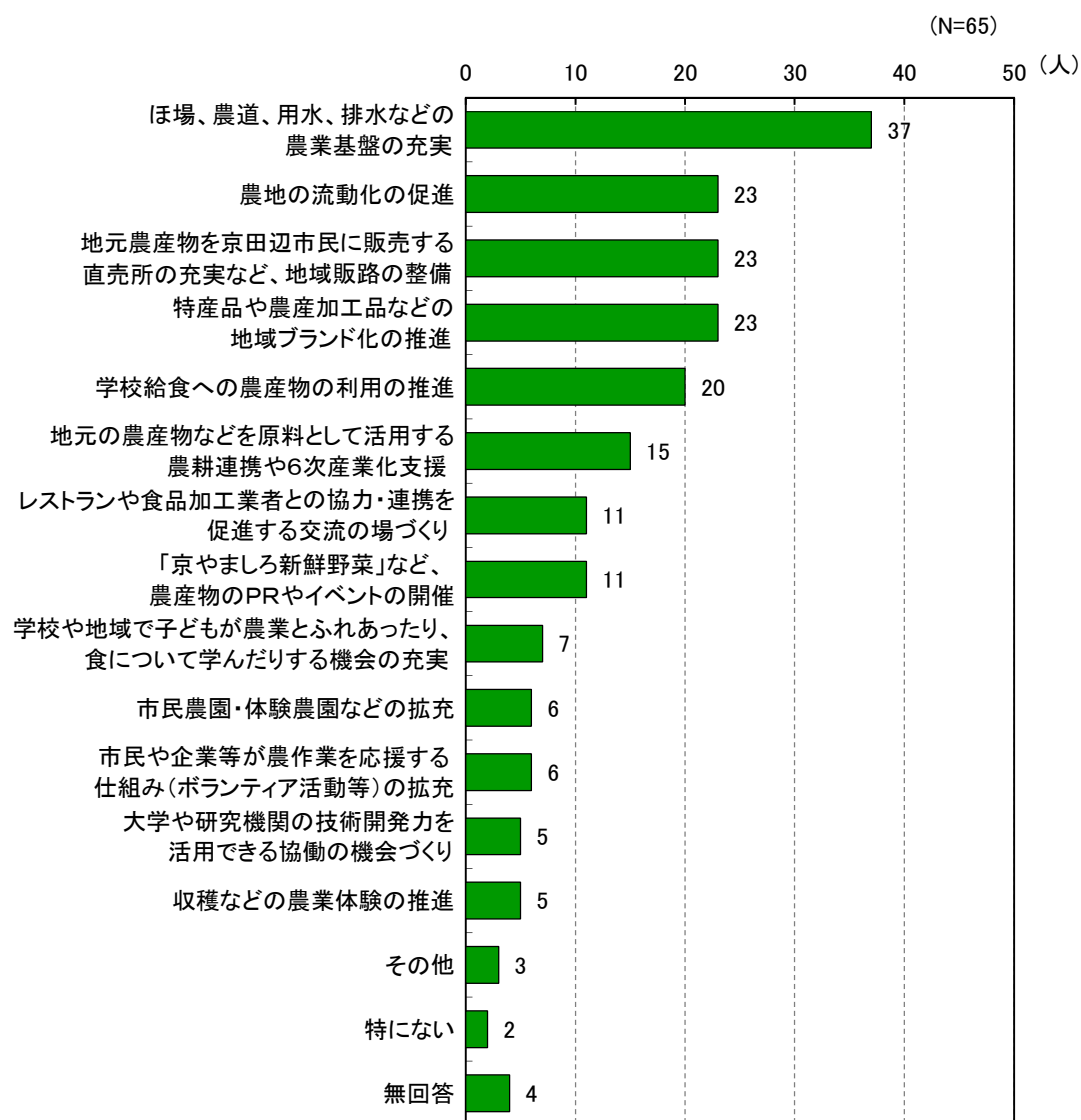
【観光】 周辺市との連携、市民が郷土に愛着が持てる取組、関西大都市圏からの誘客

アンケート調査

■ 農業者が求める農業振興施策

【回答数上位3項目】

①農業基盤の充実 ②農地の流動化 ③地元農産物の市民への販売、地域ブランド化の推進

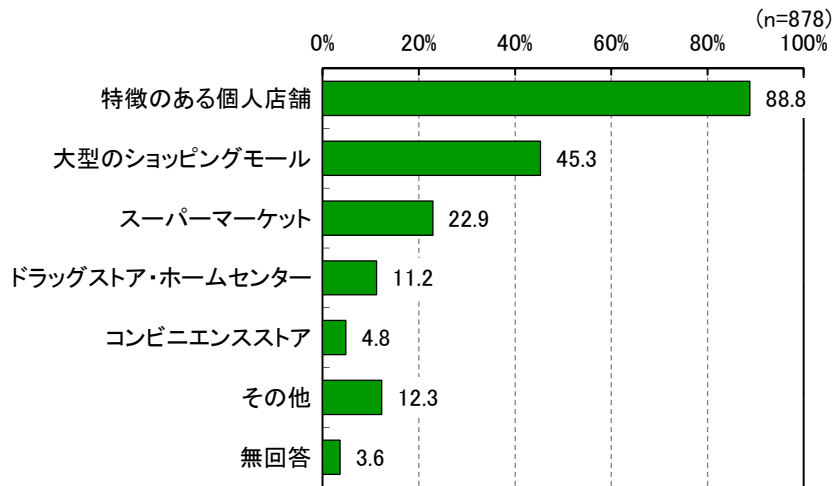


(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた農業者アンケート調査」

■市民が求める商業施設

【回答数上位3項目】

①特徴ある個人店舗 ②大型ショッピングモール ③スーパーマーケット

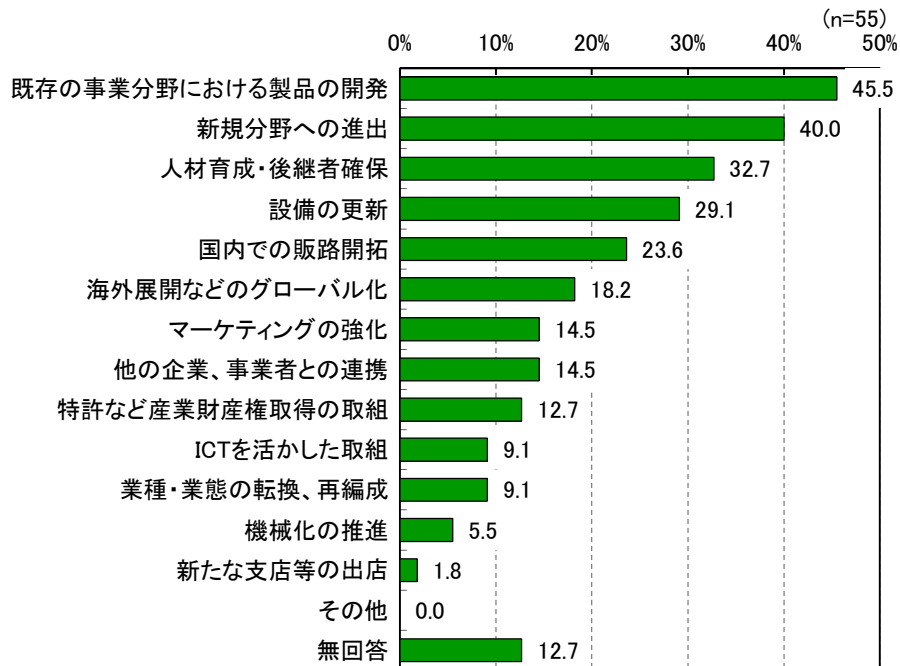


(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた市民アンケート調査」

■製造業者が現在力を入れている・今後力を入れたい取組

【回答数上位3項目】

①既存事業分野における製品開発 ②新規分野への進出 ③人材育成・後継者確保

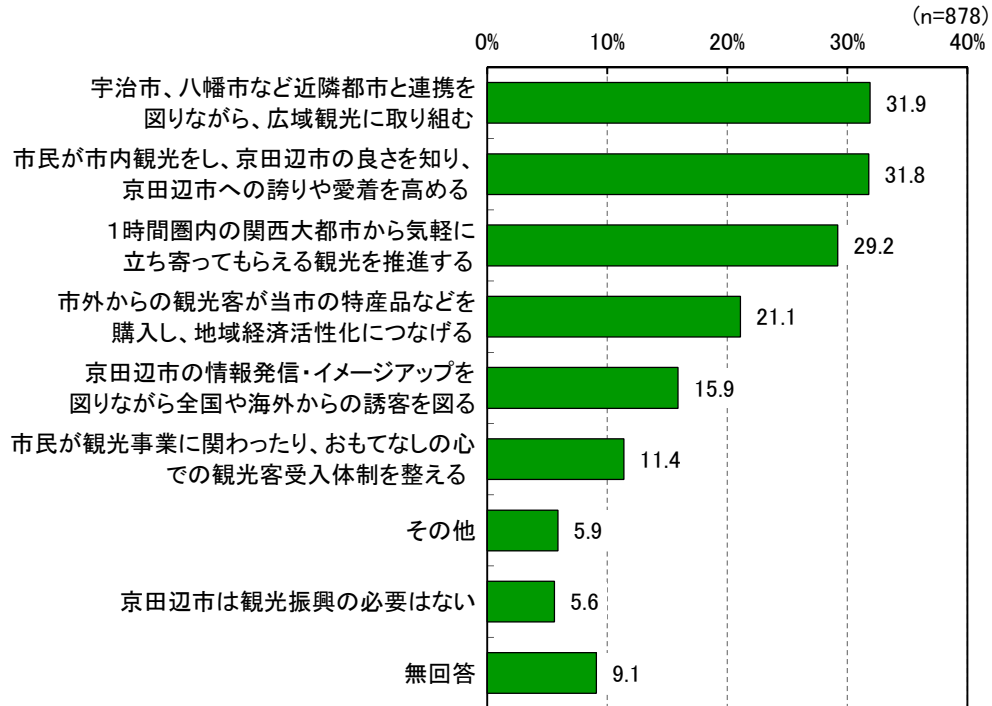


(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた事業者アンケート調査」

■京田辺の観光振興として望ましい取組

【回答数上位3項目】

①近隣都市との連携による広域観光 ②市民が市の良さを知る ③関西大都市圏からの誘客



(資料) 京田辺市「京田辺市産業振興ビジョン策定に向けた市民アンケート調査」

ヒアリング調査

- ・特産品などをもっと知ってもらえる機会を作ることが必要（農業）。
- ・商業地区全体のまちづくりのビジョンが見えないと、再投資しにくいのではないかと（商業）。
- ・市民と企業の接点が少ない。市内で調達先が見つからない（工業）。
- ・ビジョンをベースにして、観光関係機関の連携を進めていく必要がある（観光）。

第3章 京田辺市産業のビジョン

1 全体ビジョン

事業者と市民がともに手を取り、快適な事業環境と豊かな生活を創造するまち

京田辺市の産業振興に向けては、農業、商業、工業、観光といった分野の垣根を超えて、事業者や市民が京田辺市の魅力を知り、協力し合いながら、よりよい事業の推進や豊かな生活の実現につなげていくことが重要です。そこで、京田辺市産業の目指すべき姿を、「事業者と市民がともに手を取り、快適な事業環境と豊かな生活を創造するまち」とし、このビジョンを、京田辺市の市民、事業者、行政が産業振興に向けた目標として共有し、互いに協働・連携しながら実現に向けた取組を進めていきます。

2 分野別ビジョン

「事業者と市民がともに手を取り、快適な事業環境と豊かな生活を創造するまち」を全体のビジョンとして、農業、商業、工業、観光それぞれの分野別にビジョンを定め、各分野の取組の相乗効果を高めながら全体ビジョンの実現を目指します。

(1) 農業

農業者が生き生きと働ける魅力あふれる農業・農村を創造し、消費者に安全安心な京田辺市産農産物を提供するまち

農業者が持続的に農業に取り組める事業環境を創出するとともに、魅力的な景観と環境が保たれた農村を創造することにより、消費者に向けて安全安心な農産物を提供するまちを目指します。

(2) 商業

商業者が個性を生かした魅力ある店舗づくりを行い、市内外の人々が集う、にぎわいと活力に満ちた、快適でくらしやすいまち

商業者がそれぞれの個性を高めて魅力ある店舗づくりを行い、その魅力に惹かれて市内外の人々が集うことで、まちに活気が満ちるとともに、生活に必要な品物が供給され、便利で暮らしやすいまちを目指します。

(3) 工業

多様な企業が強みを磨き、快適に事業活動を行い、地域と共に持続的に発展していくまち

市内に立地する多様な企業がそれぞれに強みを磨くとともに、それを可能にする快適な事業環境を整え、事業者の発展と地域の発展が両立するまちを目指します。

(4) 観光

市民が郷土愛ととんち（アイデア）をもって安らぎと潤いのある観光地づくりを行い、市民と観光客が「ひとやすみ」できるまち

市民が京田辺市に対する深い理解と愛情を持ち、様々なアイデアを出し合って、魅力的な観光地をつくり、市民にも観光客にも癒やしと安らぎを提供するまちを目指します。

3 分野別基本方針

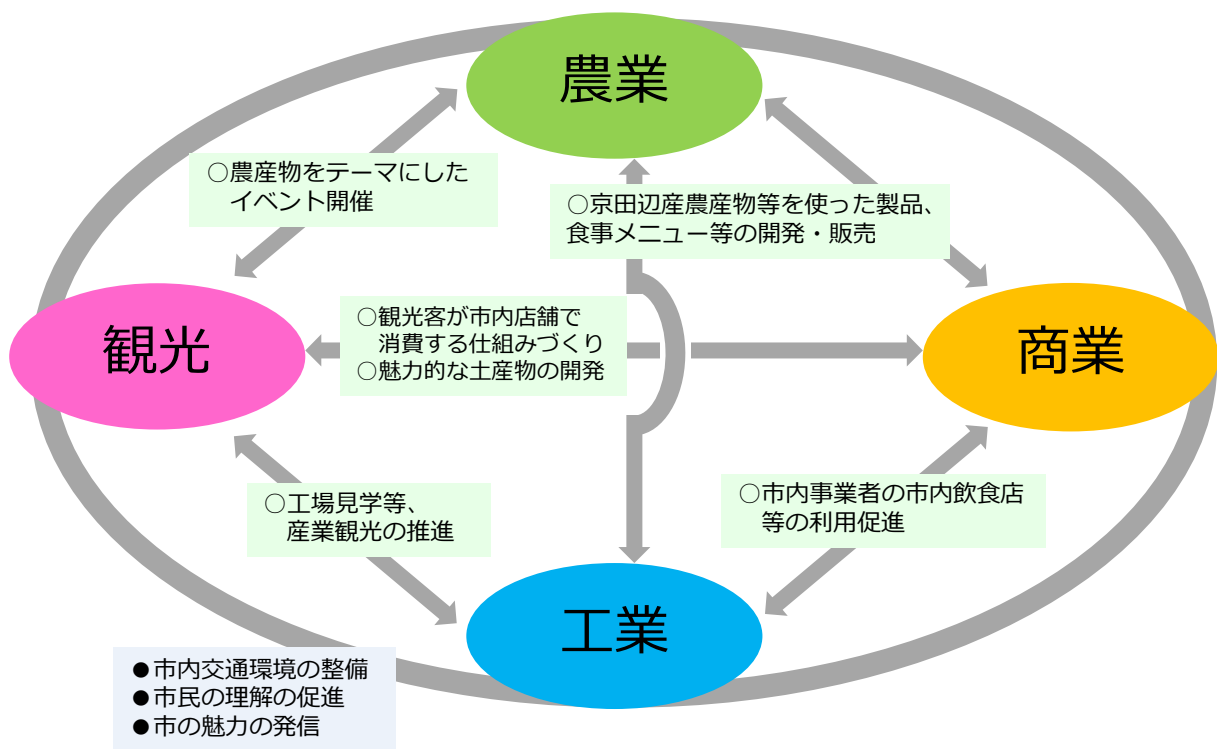
農業、商業、工業、観光のそれぞれの分野に4つずつ基本方針を定め、それらの方針に基づいて体系的に取組を進め、分野別のビジョンの実現を目指します。



4 分野間の連携

4つの分野はそれぞれに関連し合いながら京田辺市の経済を支えています。このことを踏まえ、分野間で相互に関係するテーマについて、連携しながら積極的に取り組んでいくものとします。また、交通環境の整備や市民の理解の促進、市の魅力の発信といった、各分野に共通し、各分野とも深く関わるテーマについても積極的に取り組んでいきます。

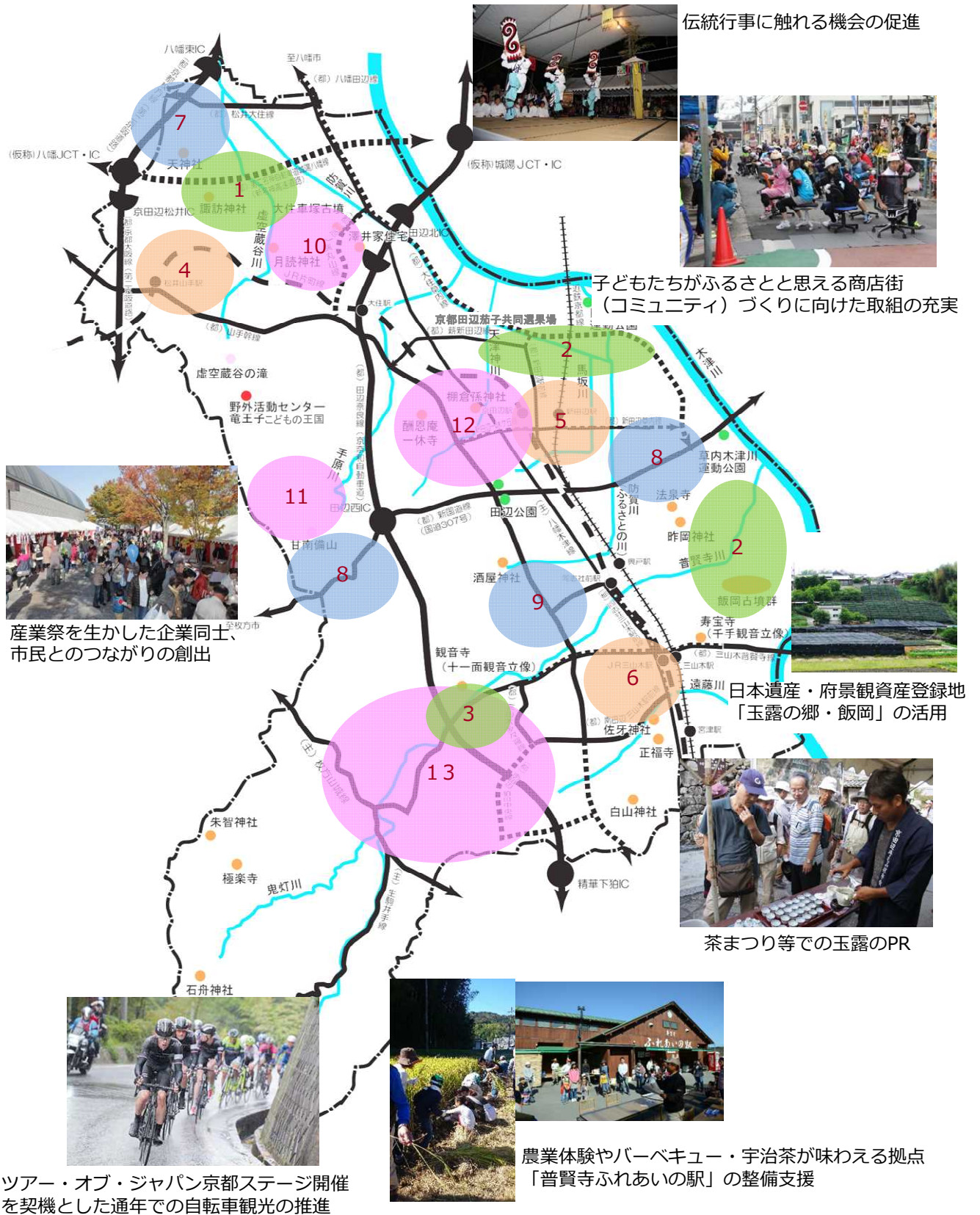
■分野間の連携イメージ



5 ビジョンを通じて実現を目指すまちの姿

ビジョンを通じて、以下のような姿を実現することを目指します。

地図上の番号	分野	地域	将来像
1	農業	北部	<ul style="list-style-type: none"> ・ほ場整備が進んでいる地域で、平野部のまとまった農地を活かし、米やナス等の生産が盛んに行われる。 ・ハウスを活用した施設栽培の野菜が生産される。
2		中部	<ul style="list-style-type: none"> ・平野部のまとまった農地を活かし、米、ナス、えびいも等の生産が盛んに行われる。 ・木津川河川敷や普賢寺川流域、飯岡の丘陵地を中心に覆下茶園が広がり、良質な玉露、碾茶の栽培が行われる。 ・日本遺産、府景観資産登録地に指定された「玉露の郷・飯岡」では玉露の産地特有の景観が広がる。
3		南部	<p>普賢寺ふれあいの駅では、新鮮野菜の買い物のほか、宇治茶を使ったカフェ、バーベキュー、農業体験（稲刈り・味噌づくり等）などを楽しむことができる拠点として市内外から人が訪れ滞在する。</p>
4	商業	北部	<p>八幡市に続く山手幹線沿いには、JR松井山手駅を中心に整ったまち並みが形成され個性ある小売店・飲食店が集積し、市内外から顧客が集まる。</p>
5		中部	<ul style="list-style-type: none"> ・JR京田辺駅周辺は大型店を核施設にオフィスビル・店舗が立地、近鉄新田辺駅西側は多くの飲食店が集積、鉄道乗換え客、学生が集い、夜までにぎわいを見せる。 ・近鉄新田辺駅東側はキララ商店街が中心となり、「子育て世帯や高齢者が楽しく安心して買い物ができる商店街」を目指し、市民や学生と連携し空き店舗活用やにぎわいイベントなどを行う。
6		南部	<ul style="list-style-type: none"> ・土地区画整理事業により、近鉄・JR三山木の2駅を核にゆったりとした駅前広場が広がり、周辺にはスーパー、便利施設が立地、新たな商業エリアとして成長する。 ・同志社大学などの学生を含めた様々な年代の人が集いにぎわいを創出する商業・業務施設が充実し、人口増加が進む同志社山手地区からの利用も進み、京田辺市全体の活性化の原動力となる。
7	工業	北部	<p>新名神・第二京阪道路の交通利便性を生かした工業地域として充実し、新たな工業・流通業務地が形成される。</p>
8		中部	<p>広域幹線道路等の交通利便性を生かし、生産性の高い工場、流通施設が集積し、事業活動の活性化、市内消費の拡大が進む。</p>
9		南部	<p>D-egg（同志社大学連携型起業家育成施設）を拠点にベンチャー企業が大学の研究成果を活用し活発に研究開発を行い、新しい製品、技術が産み出される。</p>
10	観光	北部	<p>澤井家住宅、青少年野外活動センター（竜王こどもの王国）、伝統行事「大住隼人舞」等の資源を生かし、昔ながらの家なみと自然が続き、歴史とのどかな風情を味わえるエリアとして、市内外から人が訪れる。</p>
11		中部	<p>甘南備山の散策ルートや展望台・休憩所・トイレなどの施設が充実し、四季折々の変化を楽しめるスポットとして、ハイカーを中心に市内外から人が訪れる。</p>
12		中部	<p>一休寺が京田辺市のシンボルとして、他の観光資源と連携し、イベントや体験観光など新たな取組を展開し、市外の観光客をひきつける。</p>
		中部	<p>観光協会の機能強化・アンテナショップの設置により、京田辺市の観光の玄関口となる。</p>
13		南部	<p>新たな観光資源であるツアー・オブ・ジャパンのコースを最大限に活用し、自転車愛好家など、市内外から観光客が集まる。</p> <p>普賢寺地域の菜の花畑や里山の美しい風景や大御堂観音寺、二月堂竹送りなどの歴史・伝統に触れる観光事業により市内外から観光客をひきつける。</p>



第4章 ビジョン実現に向けた方針と戦略

1 農業振興のビジョン

農業者が生き生きと働ける魅力あふれる農業・農村を創造し、消費者に安全安心な京田辺市産農産物を提供するまち

基本方針1 次代を見据えた安定的な農業の担い手の育成

背景

全国的には、農家数の減少や担い手の高齢化が進展する一方で、法人経営体数の増加、農地の大規模化等が進行しており、また、成長する世界の食市場を背景に、農産物の輸出額も拡大しています。京田辺市においても担い手の減少、高齢化が進展している中、京都田辺茄子共同選果場の建設を支援するなど、担い手の効率化、省力化を図っています。

市農業の維持・活性化のためには、さらなる担い手の確保・育成が重要な課題となっています。

基本戦略

(1) 新たな農業の担い手育成

新規就農者受入れの仕組みづくり、育成のための環境整備等を進め、新たな担い手による農業の活性化を図ります。

(2) 農地の有効活用に向けた流動化の推進

農地活用にあたっての諸制約に配慮し、意欲ある農業者に農地を集積し、農地の活用を促進します。

(3) 農業の共同化・法人化支援

機械の共同利用を促し、集団化を担う人材の育成を通じた農業経営の効率化、コスト削減等を促進します。

基本方針2 消費者ニーズに応える戦略的な販路開拓支援

背景

消費者に、農産物の高い安全性、品質、付加価値が求められる中、京田辺市産農産物の販路を開拓・拡大していくためには、販売戦略が重要となってきます。ブランド化推進による消費者への新たな価値の提供や認知の向上、消費機会の拡充、効果的な販促など、これらが、一体となった戦略的な販売を展開することが重要です。

基本戦略

(1) 農産物の販路の確保・拡大

「京野菜」「京都産」のブランドを生かした効果的・効率的な場所での販売活動を支援するほか、農業者と消費者の直接的な出会い・交流による相互理解を促し、販路拡大を図ります。

(2) 農産物のブランド化

農産物のさらなる品質の向上、特徴や品質、活用方法のイベント等による情報提供等を通じて、京田辺市産農産物のブランド化を推進します。

(3) 他業種との連携等による新たな消費の創出

地元飲食店と連携した京田辺市産農産物を使った新メニューの開発、商業者と連携した新商品の開発と販売促進等、連携による市民に対する新たな消費機会の提供を進め、消費の拡大を図ります。

基本方針3 幅広い食育・地産地消の推進

背景

市民にとっては、農業についての知識、販売場所や購入方法に関する情報が不足しており、地元での消費が進んでいない面があります。安定的な需要を確保するためにも、農業への理解、地元での消費を促す食育や地産地消の積極的な働きかけが重要となります。

基本戦略

(1) 市民に親しまれる体験・交流型農業の振興

農業体験農園の運営、直売所での農業者自身による消費者への直接販売等を通じて、市民が農業を体験し、農業に対する理解、意識の向上を図る機会をつくります。

(2) 京田辺市産農産物を活用した地産地消の推進

地元事業者と連携した販売促進、飲食店との連携を通じた京田辺市産農産物を使った飲食メニューの提供、イベント等を活用した周知等により、地元での消費拡大を進めます。

(3) 農産物や農業への理解促進のための食育事業の推進

幼少期からの京田辺市の農産物、農業、さらには農業者とのふれあいを通じて、京田辺市の農業や食文化に対する理解や関心を高めます。

基本方針4 豊かな農空間の保持と多様な活用方法の推進

背景

担い手が減少する中、これまで京田辺市の環境や景観、食文化を形成してきた農地・農業で衰えが顕在化しつつある今日、農地の保全、農業の維持に取り組むことが重要となっています。

基本戦略

(1) 農地の多面的機能の保全

郷土の保全、水源涵養、自然環境の保全、良好な景観の形成等、農地・農業が有する多面的な機能を保全するため、農地・農業用施設の維持管理等、地域の自然環境の向上につながる取組を支援します。

(2) 地域での農業維持の取組に対する支援

農業者が減少する中であって、新規就農者の確保・育成と共に、人材育成の観点から、既存農業者の資質向上、高齢農業者に対する支援を進め、京田辺市農業の維持を図ります。

2 商業振興のビジョン

商業者が個性を生かした魅力ある店舗づくりを行い、市内外の人々が集う、にぎわいと活力に満ちた、快適でくらしやすいまち

基本方針1 商業の担い手の支援と育成

背景

地域経済の停滞や社会構造の変化の中で、京田辺市の商業においても、買い物客の市外流出といった状況が発生しています。今後、京田辺市の商業が発展していくためには、商業団体による活性化事業、競争力を高めるための人材育成、新たな担い手の確保が重要となります。

基本戦略

(1) 商業団体への活動支援

商業団体が商業振興に向けた取組を積極的に進めることで、新たな顧客の獲得、地域商業を担う人材の育成を図ります。

(2) 事業承継や新事業展開への支援

企業間連携を推進することで、後継者のない事業者や、新たな事業展開を考える事業者間の連携を支援することで、次世代に向けた取組の支援を行います。

(3) 新たな商業の担い手の発掘と育成

新たな商業の担い手を発掘、育成するために、チャレンジしやすい環境を整え、魅力ある店舗を創出します。

基本方針2 魅力ある店舗づくりと新商品の創出支援

背景

市民の消費生活を支える地元の商業者が、今後も持続的に発展していくためには、個々の店舗の魅力向上が欠かせない要素となります。そのため、魅力ある店舗の集積、特色ある商店街の形成、消費者ニーズに対応した新商品の創出、情報発信が重要です。

基本戦略

(1) 魅力ある小売店・飲食店の集積や特色ある商店街形成の支援

魅力ある小売店・飲食店の育成、創業を促すため、学生団体等との連携や空き店舗の活用を進めます。また、イベント等の活動を支援することにより、特色ある商店街の形成を図ります。

(2) 消費者ニーズに応える新商品の創出支援

農業、工業、観光分野と連携し、消費者ニーズに合った商品の創出、販売・宣伝方法の工夫により、各店舗の魅力向上を図ります。

(3) 市内外に向けた店舗の魅力発信と利用促進

市民だけでなく、市外居住者にとっても魅力のあるイベントの開催や、様々な媒体を使った情報発信に取り組み、店舗や商品の魅力を積極的に発信します。

基本方針3 子育て世帯や高齢者等みんなにやさしい買い物環境の整備

背景

近年、子育て世帯の増加や高齢化の進行により、徒歩や自転車で生活用品を購入できる環境の重要性が増しています。京田辺市においても、65歳以上の高齢者人口が増加しており、買い物困難者に対する支援や、生活利便施設等のバリアフリー化が求められています。

基本戦略

(1) 買い物困難者に対する支援

各地域で市民が、自宅近くで生鮮三品を購入できる店舗や宅配サービス等を行う事業者を支援することにより、買い物困難者の生活利便性の向上を図ります。

(2) 誰もが利用しやすい店舗づくり

高齢者や子育て世帯が集い、買い物しやすい環境を整備することにより、みんなにやさしい買い物環境の創出、維持を図ります。

基本方針4 地域の個性を生かした商業地の形成

背景

京田辺市は、市外への交通利便性が高く、市民が市外に買い物に行く傾向にあることから、各商業地域が、地域の特性を生かした魅力ある商業集積地を形成することで、市内経済活性化の役割を果たす必要があります。

基本戦略

(1) 各商業集積地への来街促進

集客力のあるイベントの開催等により、商業集積地の魅力向上を図ります。また、市民や市内企業等への情報発信や公共交通利用の促進により、市民等が商業集積地を利用しやすい環境づくりを進めます。

3 工業振興のビジョン

多様な企業が強みを磨き、快適に事業活動を行い、地域と共に持続的に発展していくまち

基本方針1 工業の担い手の確保と育成

背景

京田辺市の労働力人口は、全国が減少傾向で推移する中、増加傾向で推移しているが、大学の立地や市外通勤者の転入によるところが大きく、市内工業の担い手不足が課題となっています。

また、製造業の市内総生産額は、近年伸び悩む傾向にあり、新分野への進出、新製品・技術の開発促進や有望企業を生み出すための起業支援の重要性が高まっています。

基本戦略

(1) 市民が企業を知る機会の創出

企業の魅力や特徴をより広く発信し、企業への理解や関心を高めることにより雇用の確保につなげ、企業のさらなる発展を図ります。

(2) 企業間交流を生かして取り組む人材育成と事業承継の推進

市内や近隣地域の企業同士が活発に情報交換を行える場を作り、担い手の育成や新たな事業展開につながる企業間交流を推進します。

(3) 安心して創業できる支援体制・環境整備の充実

市内での創業を推進するとともに、インキュベーション施設を卒業した企業の事業拠点を確保するための取組を進めます。

基本方針2 ネットワーク構築による経営資源の充実に向けた企業支援

背景

製造品出荷額や付加価値額が伸び悩む状況において、今後、製造業が市内経済を牽引していくためには、多様な業種の企業や大学等が立地する強みを生かし、産学連携、企業間連携による新たな事業展開を進め、企業の競争力を高める必要があります。

基本戦略

(1) 企業同士をつなげる仕組みづくり

複数企業による製品開発や新事業展開など、企業間の有機的な連携が図られる仕組みづくりを行います。

(2) 大学の研究成果活用や学研都市研究施設との連携による企業の事業高度化促進

大学の研究成果や学研都市研究施設を活用し、新たな製品開発や企業の技術力向上を推進します。

(3) 成長を目指す企業へのプラスワン支援（個別育成・重点支援）

製品開発や販路開拓など成長段階に応じた細やかな支援を行い、企業の経営基盤や競争力の強化を図ります。

基本方針3 事業活動が行いやすい環境整備

背景

京田辺市は、京都・大阪といった大都市への交通利便性が高い一方で、市内交通網は脆弱でアクセスが悪く、自家用車利用の増加から通勤時間帯における交通渋滞等を引き起こしており、公共交通の利用を促進するなど、市内交通を改善する必要があります。また、市内にある未利用地を活用し、新たな事業用地を整備することが重要です。

基本戦略

(1) 働く舞台（まち）の快適性・安全性の向上

市内の事業環境の改善点等を企業と行政が情報共有できる場をつくり、交通事業者等と連携し、通勤時における交通利便性の向上を図ります。

(2) 新たな事業用地の創出と既存工業地域における未利用地活用促進

工業地域の環境保全と敷地の有効活用の両立を実現するため、積極的な企業誘致活動や工場内緑地の面積規制の緩和手法検討により、新たな事業用地の創出と未利用地の活用促進に取り組めます。

基本方針4 市民・企業・行政の相互理解・連携強化

背景

近年、企業は地域経済の活性化や地域住民の生活向上に重要な役割を果たしており、地域貢献活動に取り組む企業も増えていきます。これらの活動に取り組む企業を支援することにより、市民・企業・行政の相互理解・連携を強化する必要があります。

基本戦略

(1) 企業の地域貢献活動の促進

災害時における協力事業所登録の推進や積極的に地域貢献活動を行う企業を表彰するなど、企業の地域貢献意識を高めます。

(2) 地域の魅力を企業に伝える取組

行政情報、観光・店舗情報など、市内の情報を積極的に発信することにより、企業やその従業員が京田辺市の魅力に触れる機会を創出します。

(3) 支援情報を適切な時期に効果的に伝達する仕組みづくり

行政が実施する事業や支援施策に関する情報を効果的に伝えるための仕組みづくりに取り組みます。

4 観光振興のビジョン

市民が郷土愛ととんち（アイデア）をもって安らぎと潤いのある観光地づくりを行い、市民と観光客が「ひとやすみ」できるまち

基本方針1 ストーリー性・テーマ性のある観光地づくり

背景

京田辺市は、京都、奈良といった有名観光都市の通過点になっていることから、他の観光都市にはない魅力を国内外に発信し、誘客する必要があります。そのため、ストーリー性・テーマ性を重視した観光地づくりが求められています。

基本戦略

（1）新たな資源を生かした目玉となる観光商品の確立

日本遺産に認定された『日本茶 800 年の歴史散歩』を生かした観光プラン、ツアー・オブ・ジャパン京都ステージを契機とした自転車観光等、新たな観光資源の活用に取り組みます。

（2）「体験する・体感する・学ぶ」ことができる観光地づくり

市内の事業者、市民団体等と連携し、工場見学ツアーや農業体験等ができる観光地づくりを進めます。

（3）観光客の利便性と快適性を向上するための環境整備

ベンチ、トイレ等の観光付帯施設の整備や、観光客のニーズに合わせた観光パンフレットの作成など観光案内機能の強化を図り、観光客にとって快適な環境を創出します。

基本方針2 市民の郷土愛醸成と観光の担い手育成

背景

京田辺市では、大住隼人舞や二月堂竹送り等の伝統行事や、いすー1GP等の市民が参加するイベントが数多く開催されています。観光資源の魅力を高めるためには、市民一人ひとりがまちの歴史、文化、自然に対してより一層興味、愛着を持ち、観光客に対するおもてなしの心を育む必要があります。

基本戦略

(1) 住んでいるまちへの誇りと愛着を生む取組

市内の伝統行事を知り、イベントの魅力を発信し、市民の参加を促すことで、京田辺市への誇りと愛着を育み、まちの魅力を受け継ぐ人材を育成します。

(2) 市民によるおもてなしの心が広がる取組

京田辺市の観光振興に携わるボランティア団体や市民が、より一層活躍できるためのネットワークづくり、活動支援を進めます。

(3) 観光振興の中核機能の強化

観光協会は平成27年4月から一般社団法人へ移行し、市の観光振興の中核機能を担う組織となりました。観光協会の事業の企画力・実行力、各種団体との調整力等をより高め、主体的な活動を行えるよう支援します。

基本方針3 「ひとやすみ観光」を生かした交流人口の拡大

背景

京田辺市は、関西の大都市からのアクセスに恵まれているものの、観光入込客数は平成 21 年に落ち込んだ水準のままで推移する状況となっています。都市近郊にありながら、市内には甘南備山や木津川、田園地帯の美しい里山の風景等が数多く残っており、京阪神地域の近隣レクリエーション地としてのポテンシャルは高く、近隣都市からの誘客に向けた取組を進める必要があります。

基本戦略

(1) 京阪神地域在住者をターゲットとした日帰り観光客の誘客

京阪神地域の住民が気軽にアウトドアを楽しめる空間を創出し、観光客を増やします。

(2) 観光都市（京都・大阪・奈良）からの一足伸ばし観光の推進

京都・大阪・奈良に来たインバウンド（訪日外国人旅行または訪日外国人旅行者）、修学旅行生等の観光客を京田辺市に誘導する取組を進めます。

(3) 市民と観光客が交流することによるにぎわいと活気を生む取組

地域のにぎわいと活気を生み出すために、市民同士、市民と観光客が農業体験等を通じて集える場の創出を支援します。

基本方針4 ブランド力向上による地域経済の活性化

背景

京田辺市の観光消費額は、観光入込客数の低迷により、近年低い水準で推移しています。京田辺市の逸品・土産物のブランド力を高め、地域経済の活性化につながる商品の充実を図る必要があります。

基本戦略

(1) 知恵とネットワークを生かした京田辺らしい特産品の開発

農業者と商業者による土産物、食事メニューの開発、販売・宣伝方法の工夫など、魅力向上の取組を支援します。

(2) 京田辺の逸品・土産物の消費拡大

アンテナショップの設置や、京田辺ブランド一休品の販売促進事業の推進により消費拡大を図ります。

参考資料

○策定の経緯

平成26年

- 5月 経営会議（策定方針）、プロポーザル審査委員会 第1回
- 6月 プロポーザル審査委員会 第2回
- 8月 市民、事業所アンケート（～9月）、観光の専門家を交えた市内視察
- 9月 近隣市町在住者インターネットアンケート、
企業・団体等ヒアリング（～平成27年2月）
- 10月 部内中間報告会
- 11月 部内職員ワークショップ、庁内職員向け勉強会
- 12月 農業者アンケート

平成27年

- 1月 経営会議（中間報告）
- 2月 庁内意見照会
- 3月 中間報告書作成
- 4月 京田辺市産業振興ビジョン推進委員会設置条例及び推進委員会規則施行
推進委員会市民委員公募
- 5月 推進委員会 全体会議、専門部会（農業、商業・観光、工業部会） 第1回
- 6月 推進委員会 農業部会 第2回、商業・観光部会 第2回
- 7月 推進委員会 工業部会 第2回、商業・観光部会 第3回
- 8月 推進委員会 全体会議 第2回
- 10月 経営会議（素案）、庁内意見照会
- 11月 推進委員会 全体会議 第3回、建設経済常任委員協議会（素案）
- 12月 素案に対する市民意見募集（パブリックコメント）の実施（～平成28年12月～1月）

平成28年

- 1月 経営会議、庁内意見照会、
建設経済常任委員協議会（パブリックコメント結果報告及び最終案）
- 2月 推進委員会 全体会議 第4回、答申

○京田辺市産業振興ビジョン推進委員会設置条例

平成27年3月30日

条例第5号

(設置)

第1条 京田辺市産業振興ビジョンの推進に関して、必要な事項を審議するため、京田辺市産業振興ビジョン推進委員会（以下「委員会」という。）を置く。

(組織)

第2条 委員会は、市長が委嘱し、又は任命する委員20名以内をもって組織する。

(任期)

第3条 委員の任期は、2年とし、再任されることを妨げない。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(部会)

第4条 委員会は、審議する事項に関し必要があると認めるときは、部会を置くことができる。

(秘密保持義務)

第5条 委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

(委任)

第6条 この条例に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成27年4月1日から施行する。

○京田辺市産業振興ビジョン推進委員会規則

平成27年3月30日

規則第13号

(趣旨)

第1条 この規則は、京田辺市産業振興ビジョン推進委員会設置条例（平成27年京田辺市条例第5号）第6条の規定に基づき、京田辺市産業振興ビジョン推進委員会（以下「委員会」という。）に関し必要な事項を定めるものとする。

(委員の構成)

第2条 委員の構成は、次のとおりとする。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 各種団体を代表する者
- (3) 事業者を代表する者
- (4) その他市長が適当と認める者

(委員長)

第3条 委員会に委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

- 2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 3 委員長に事故があるとき又は委員長が欠けたときは、委員長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(会議)

第4条 委員会は、委員長が招集する。ただし、委員長及びその職務を代理する者が在任しないときの委員会は、市長が招集する。

- 2 委員長は、会議の議長となる。
- 3 委員長は、必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、意見を聴くことができる。

(庶務)

第5条 委員会の庶務は、経済環境部において処理する。

(委任)

第6条 この規則に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が定める。

附 則

この規則は、平成27年4月1日から施行する。

○京田辺市産業振興ビジョン推進委員会 委員名簿

委員会規則 第2条中の各号	委員会役職	氏名	所属	役職等
(1) 学識経験者	委員長 (商業・観光部会)	郡 篤 孝	同志社大学経済学部	教授
	副委員長 (農業部会)	中村 貴子	京都府立大学 生命環境科学研究科	専任講師
	副委員長 (工業部会)	清水 幸治	京都府立田辺高等学校	教諭
(2) 各種団体の 代表	農業部会	西村 和男	京都やましろ農業協同組合 京田辺支店 担い手支援課	課長
	農業部会	林 善嗣	京田辺市農業委員会	会長
	商業・観光 部会	奥西 宗晃	京田辺茶業青年団 (株式会社お茶の玉宗園)	団長
	商業・観光 部会	田中 明	一般社団法人京田辺市観光協会	事務局長
	商業・観光 部会	田宮 智英美	京田辺市商工会女性部 (舞妓の茶本舗)	部長
	工業部会	石田 豊	公益財団法人京都産業21 連携推進部	部長
	工業部会	岩本 俊樹	京田辺市商工会工業部会 (有限会社岩本製作所)	部会長
(3) 事業者の代表	農業部会	澤田 康夫	農業従事者	京都府 指導農業士
	農業部会	山下 明子	普賢寺ふれあいの駅 (農業委員・京都府女性農業士)	助役
	商業・観光 部会	辰見 孝則	株式会社サンフレッシュ	代表取締役
	工業部会	小島 由実子	コフロック株式会社	取締役
	工業部会	村上 育子	株式会社椿本チェーン (CSR推進センタ ー) 京田辺・京都工場総務課	課長代理
(4) その他市長が 適当と認める者	農業部会	津熊 祥典	市民公募	
	農業部会	米田 泰子	市民公募	
	商業・観光 部会	浅利 良紀	市民公募	
	商業・観光 部会	三宅 博	市民公募	
	工業部会	鈴木 康夫	京田辺市議会議員 建設経済常任委員会	委員長

○諮問書

京 経 政 第 1 8 号

平成27年(2015年)5月21日

京田辺市産業振興ビジョン推進委員会

委員長 様

京田辺市長 石井 明三

京田辺市産業振興ビジョンの策定について（諮問）

京田辺市産業振興ビジョンを定めたいので、諮問します。

○京田辺市産業振興ビジョン推進委員会 審議経過

平成27年5月21日 全体会議 第1回

- ・委員長・副委員長の選出
- ・京田辺市産業振興ビジョン策定についての諮問
- ・京田辺市産業の現状説明（基礎調査結果概略報告）

平成27年5月21日 農業、商業・観光、工業部会 第1回

- ・各分野の現状と課題について
- ・各分野の方向性（案）について

平成27年6月11日 農業部会 第2回

- ・各分野の現状と課題
- ・ビジョンのキーワード
- ・各分野の方向性（案）

平成27年6月29日 商業・観光部会 第2回

- ・主な課題の確認
- ・重要施策
- ・取組方策
- ・ビジョンへのキーワード

平成27年7月3日 工業部会 第2回

- ・主な課題確認
- ・ビジョンへのキーワード
- ・取組方策（①担い手②製品・販路③土地・環境④その他）

平成27年7月13日 商業・観光部会 第3回

- ・取組方策
- ・ビジョンへのキーワード
- ・全体まとめ

平成27年8月11日 全体会議 第2回

- ・各部会の審議結果報告について
- ・ビジョンの施策体系と連携分野について

平成27年11月12日 全体会議 第3回

- ・京田辺市産業振興ビジョン（素案）について

平成28年2月19日 全体会議 第4回

- ・パブリックコメント実施結果
- ・京田辺市産業振興ビジョン（最終案）について