

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、担い手の減少や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

新規就農者受け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

消費者から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。



■京田辺市の特産品「京都田辺茄子」「えびいも」

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。



■市民農園

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においては、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。



■京田辺市の田園風景

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、創業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等にとって、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、地域の個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。



■ JR松井山手駅周辺商業地



■ 近鉄新田辺駅・JR京田辺駅周辺商業地



■ キララフェスティバル（キララ商店街）

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ますが、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。



■京田辺中小企業売込み隊事業

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、企業の活動が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。



■山本の百味と湯立



■二月堂竹送り

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。



■京田辺ブランド一休品