

第4章 本市産業に係る主な課題

市内の商業・サービス業事業者、製造業事業者を対象に実施した意向調査の結果等を踏まえ、本市産業の振興を図る上で解決すべき「課題」となる点について、商業・サービス業、観光、工業の分野別に整理を行います。

(※調査結果の詳細については、参考資料「1 事業者アンケート調査の結果概要」参照)。

分野別の課題

- 1 【商業・サービス業分野】
～中心市街地のにぎわい創出と商業活性化の担い手育成～
- 2 【観光分野】
～観光における都市イメージの確立と高槻らしい観光の推進～
- 3 【工業分野】
～工業事業所の維持及び発展のための環境づくり～

1 【商業・サービス業分野】

～中心市街地のにぎわい創出と商業活性化の担い手育成～

(1) 中心市街地における環境整備

本市ではこれまで、36万人の人口を背景に商業・サービス業が発展してきました。特に中心市街地は、多様な都市機能、店舗、事業所などが集積し、特に飲食・サービス業は大阪府下でも有数の集積を誇っており、現在も市内外から多くの来街者を集めています。

しかし近年では、郊外大型店の増加や、近隣都市における大規模な都市開発が増加しており、本市中心市街地から外部に消費が流出することが懸念されます。

本市の商業集積地は、他都市に比べ、比較的「空き店舗」が少ないとされてきました。しかし、厳しい経済環境の中、例えば駅前の商業ビルでは長期にわたって空床が埋まらない状況が続いており、商店街では店舗から住宅等への転用が進んでいます。

更に、商店街とその周辺を中心とした不法駐輪が多く、緊急車両の通行に障害があるほか、歩行者の安全性も懸念されます。道路に自転車等が乱雑に置かれ、その間を車両と歩行者が入り乱れて通過する状況は、まちの美観としても望ましいものではなく、本市のイメージ低下にも繋がります。

(2) 地域商業の担い手

厳しい経営状況、更に店主の高齢化と後継者不足等に伴い、店主が自らの商売をやめて店舗を他人に貸す、いわゆる「オーナー化」が進んでいます。地域に密着した個人商店の減少、それに代わるチェーン店の増加によって本市の地域商業としての個性が失われるとともに、商業やまちの活性化の担い手が減少することが懸念されます。

(3) 商業団体による活動

これまで個店は、それぞれの地域で商業団体として組織化し、互いに連携して販売促進活動のほか様々な活性化の取組を進めてきました。しかし、地域商業の担い手そのものの減少や、商業団体に加盟しない個店の増加などにより、その活動が停滞してきています。地域商業の発展のため、あらためて、従来のような商業団体を基本とした組織（商店街組合や団体等）の活性化が求められています。

(4) 有志グループ活動への支援

本市では現在、有志のグループで活性化活動を行う新たな動きが見られます。例えば、平成23年度に始まった「たかつきバル」では、飲食店の経営者が、他の飲食店や地元企業、学生などを巻き込んで、魅力的な地域活性化イベントを企画・運営しています。

今後は、既存の商業団体だけでなく、意欲あるグループによる地域商業活性化につながる活動を支援していくことも必要であると考えられます。

図表 14 「たかつきバル」の様子



「たかつきバル」マップ
参加 67 店舗情報と各店のバルメニュー（イベント期間のみ提供する1ドリンク1フードの特別メニュー）を掲載。



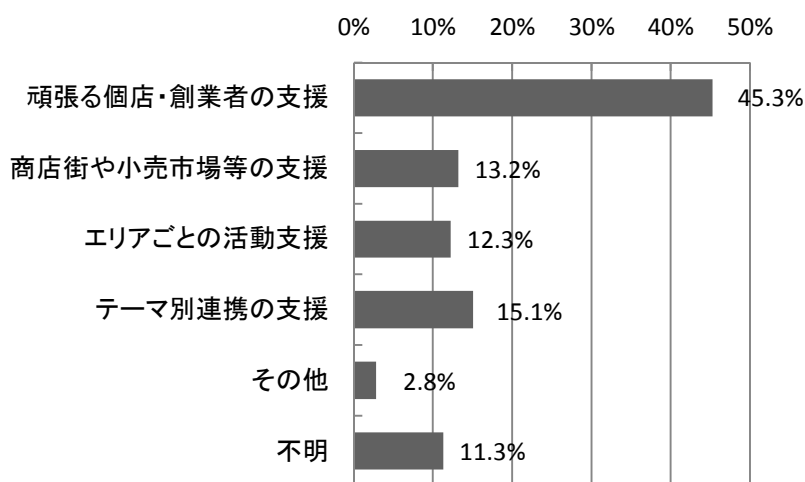
チケットを手に、店舗前で入店の順番を待つ来店者

(5) 個店支援の強化

従来の商業の支援制度は、商業団体を対象とするものが一般的でした。しかし、商業団体を構成する個店そのものが減少している状況の中で、まず商業の担い手をつくるため、「個店」そのものを支援する必要が生じています。

本市の商業・サービス業事業者に対して実施した「商業・サービス業事業者意向調査」においても、今後更に強化していくべき支援として「頑張る個店・創業者の支援」がトップに挙げられています。

図表 15 今後更に強化していくべき支援



(複数回答 可)

資料：「高槻市商業・サービス業事業者意向調査」(平成 23 年)

本市では、平成 22 年度から「地域商業活性化創業・個店支援事業」を開始し、商業集積地周辺の魅力的な飲食店等の出店を支援しています。これらの制度の利用者からは、「個店では、情報発信が難しい」という意見が多く寄せられており、タウン誌等への露出を高めるなど、特に初動期における個店のPR活動に対する支援の充実が期待されています。

更に、制度の利用者からは、このような制度を本市が有しており創業を支援している点を、地域内外に更に広く知らしめること、また制度を利用した出店者等が互いに情報交換を行い経営能力を高めあう機会づくりが必要であるとの声も聞かれます。近年、急速な進歩を遂げているソーシャルネットワーク等を活用し、事業者自身が広く情報を発信していくことを支援する仕組みが求められています。

2 【観光分野】

～観光における都市イメージの確立と高槻らしい観光の推進～

(1) 観光面における都市イメージ

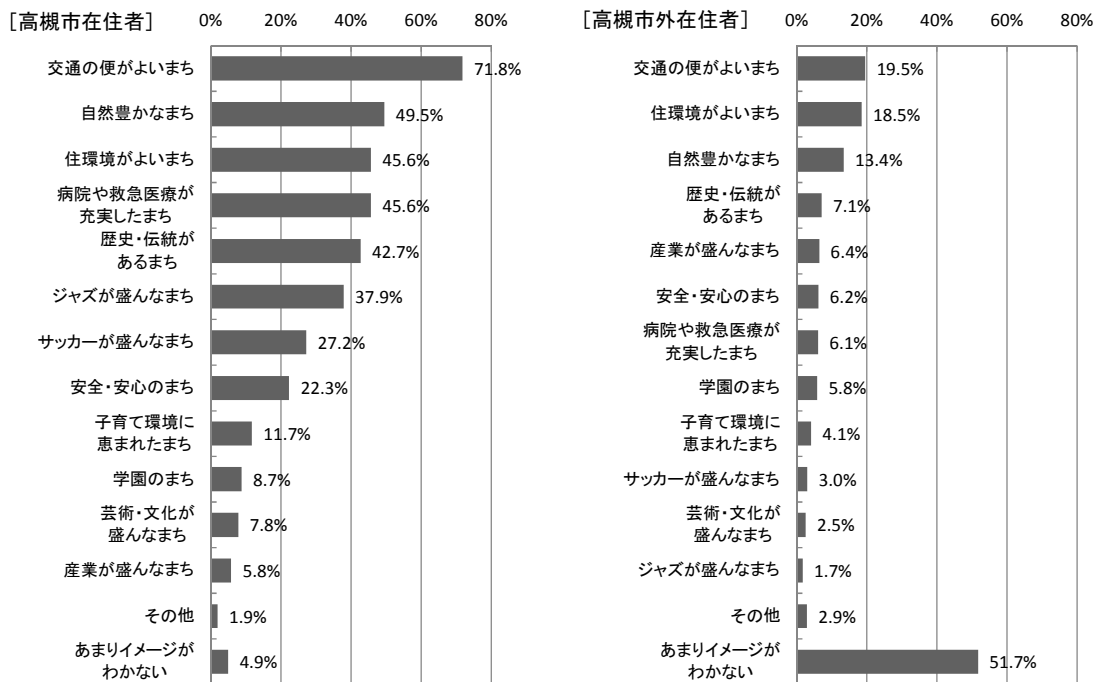
本市には「自然」「歴史」そして高槻ジャズストリートなどの地域イベントを含む「文化」等、様々な観光資源が存在します。本市では、平成 18 年に策定した「高槻市観光振興計画（平成 23 年度改訂）」に基づき、観光案内所の設置や観光ボランティアガイドの発足など、来訪者の受け入れ体制の充実が図られてきました。

しかし、本市は大阪～京都間の「ベッドタウン」として発展してきた経緯から、住宅地としての印象が強く、市内・外ともに「観光のまち」としては認識されにくくなっています。本市が平成 22 年度に行った「近畿観光まちづくりコンサルティング事業」の調査では、特に京阪神以外では、市の認知度はあまり高くないとされています。

更に、本市は数多くの資源を有するものの、特に際立った特徴を持つ資源がないため、「どのようなまちか」というイメージを浮かべにくい状況に陥っています。

「本市に対するイメージ」を尋ねた調査によると、市内在住者の回答では「交通の便がよいまち」「自然豊かなまち」「住環境がよいまち」「病院や救急医療が充実したまち」など住宅都市イメージの回答が多くなっています。一方、市外在住者の回答は「あまりイメージがわからない」が過半数を占めます。

図表 16 高槻市に対するイメージ



資料：「高槻市の地域イメージに関する調査報告」（平成 23 年）

(2) 「観光」が地域を潤す産業の確立

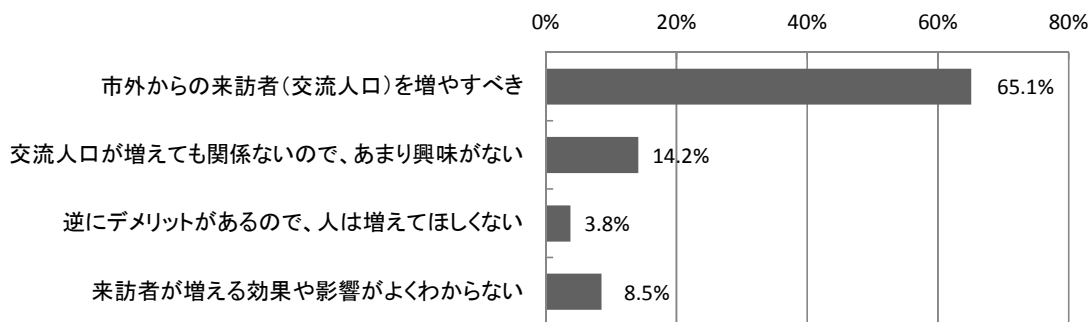
本市の観光産業は、地域を潤すビジネスとしての位置付けに乏しく、市内で飲食を楽しみ、土産物を購入し、宿泊先でくつろぐなど、観光客が市内で消費する仕組みが整っていないとされています。また、観光を生業とした事業者が少ないことも、本市観光事業の振興に影響を及ぼしています。

図表 17 「平成 22 年度 近畿観光まちづくりコンサルティング事業提言書」における本市観光の課題

- ・歴史・自然・文化など地域資源がたくさんあるが、百花繚乱で絞りきれないため、イメージが散漫になっている。
- ・食・土産などお金をおとしてもらう仕組みが少ない。来訪者がお金を消費する仕組みが、ほとんどない。
- ・観光を生業とした事業者が少なく、観光協会を主体とした観光振興事業に限界がある。
- ・ベッタウンのイメージが強く、大阪・京都に近すぎて観光地としての魅力が感じられない。
- ・観光情報がまったく発信されていない。魅力云々の以前に観光地として認識されていない。

しかしながら、市内の事業者は、観光により交流人口が増加することに対し高い期待を寄せています。本市の商業・サービス業事業者を対象としたアンケート調査「高槻市商業・サービス事業者意向調査（平成 23 年度）」で「観光への取組について」を尋ねたところ、「市外からの来訪者を増やすべき」との回答は全体の 65.1%に達し、「関係ないので、あまり興味がない（14.2%）」「デメリットがあるので人は増えてほしくない（3.8%）」などの回答を大きく上回っています。

図表 18 「観光」への取組について



資料：「高槻市商業・サービス業事業者意向調査」（平成 23 年）



今城塚古代歴史館



摂津峡 白滝

3 【工業分野】

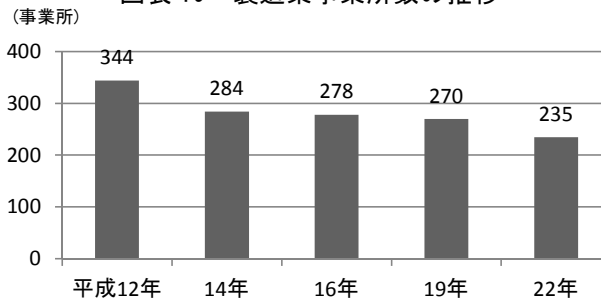
～工業事業所の維持及び発展のための環境づくり～

(1) 操業環境の悪化とこれに伴う事業所の減少

本市は昭和 20 年代後半から、電気や機械を中心とした企業の進出が始まり、国道 171 号沿道を中心とした幹線道路沿いに、食品加工や医薬などの大規模製造業が立地し、その周辺には中小の製造業の集積も進んできました。

しかし、近年の円高や生産拠点のグローバル化、新興国における製造業の急速な成長など、国内製造業を取り巻く厳しい環境から、事業所の統廃合（再構築）に伴う本社あるいは一部機能の市外への流出、取引先の移転に伴う中小事業所の廃業も散見され、本市製造業の事業所数は平成 12 年以降、減少が続いています。

図表 19 製造業事業所数の推移

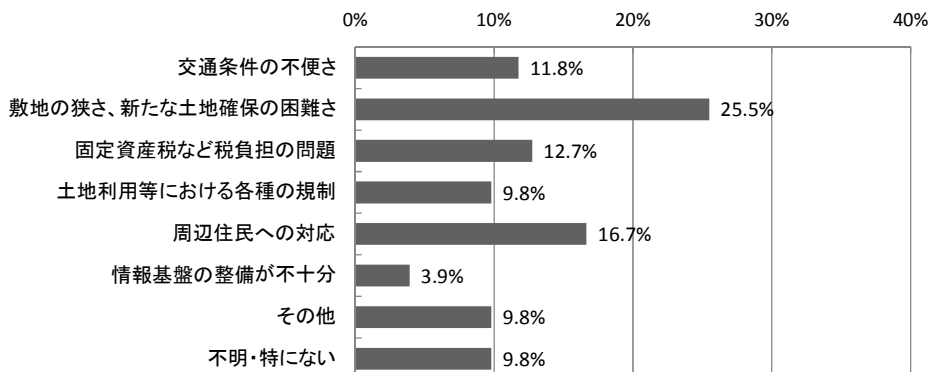


資料：工業統計調査（平成 12 年～平成 22 年）

（注）平成 22 年は速報値 従業者数 4 人以上の事業所

また、本市は「ベッドタウン」としてのイメージが強く、都市計画上の「工業地域」や「準工業地域」に該当する地域であっても住宅立地の需要があります。製造業の事業所周辺の宅地化が進むと、事業所が成長し周辺に新たな用地取得を考えた場合もこれを実現することができないという状況に陥ります。事業者に対する意向調査でも「敷地の狭さ、新たな土地確保の困難さ（25.5%）」「周辺住民への対応（16.7%）」などが立地環境に係る課題の上位に上がっており、これらへの対応が負担となって、操業環境の悪化につながっている状況がうかがえます。

図表 20 立地環境に関わる最も大きな課題



資料：「高槻市製造業事業者意向調査」（平成 23 年）

(2) 「工業都市」としての発信

前述のとおり、本市には国道 171 号沿道を中心として全国的に知名度の高い製造業の本社や工場、特色ある企業が数多く立地しています。また、本市の製造業者を対象としたアンケート調査「製造業事業者意向調査（平成 23 年度）」によると、回答企業の 52%が「研究開発」機能を有するという結果が出ており、本市が持つ「工業都市」としての側面を示しています。

本市が単なる「ベットタウン」ではなく、特色ある企業が立地し、研究開発機能の集積を有しているなど「工業都市」としての性格を持っていることについて、市外企業等に対し、情報発信していく必要があります。

(3) 事業者と行政の信頼関係構築

本市では、担当職員による企業訪問や、企業交流会の開催など、事業者ニーズの把握、及び事業者と行政との信頼関係の構築を図ってきました。更に、市内に立地する企業の定着を図るために「企業定着促進事業」を開始し、事業者からも一定の評価を得ています。

しかし、本ビジョンの策定のために行った事業者に対するヒアリング調査では、一部事業者から「事業者と行政との日常的な交流や情報交換のための接点が希薄と感じられる」との意見もあり、事業者と行政の信頼構築のため、更に一步掘り下げた取組が求められています。

(4) 若手技術者の確保

本市には、36 万人の人口があり、また大阪～京都の中間に位置する立地の良さから通勤の便が良いとされています。この点をふまえ、市内事業者からは、人材確保全般においては有利であるとの評価を得ています。

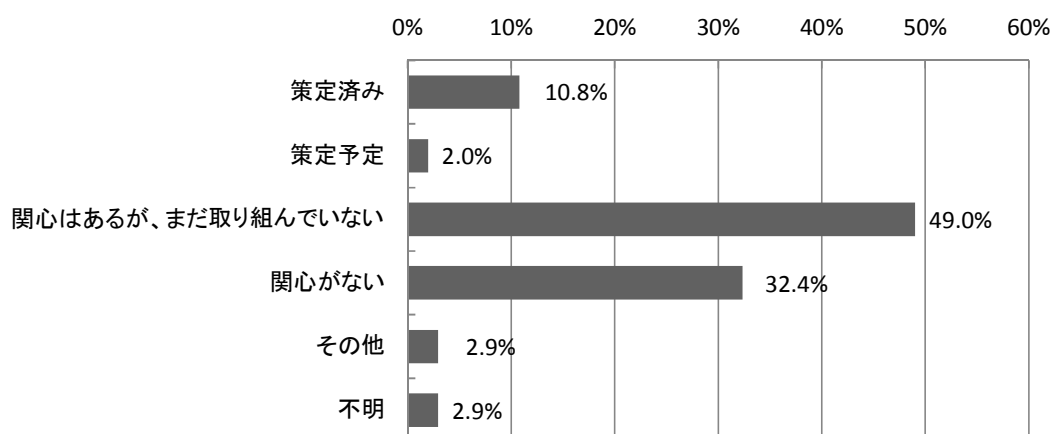
しかし、事業者に対するヒアリング調査では、市内に工業系の高等学校がないことや、また学生の進学や大企業指向の強さなどから、工業系の若手技術者の確保に課題を抱える事業者もあり、製造業の専門知識を持つ若手技術者の確保が大きな課題となります。

(5) B C P への取組

平成 23 年に発生した東日本大震災を契機として、事業者の「B C P（緊急時企業存続計画又は事業継続計画）」に対する関心は高まっています。

しかし、「高槻市製造業事業者意向調査（平成 23 年度）」によると、本市の製造業では、B C P に対する策定状況については「関心はあるが、まだ取り組んでいない（49.0%）」とする事業者が約半数を占めます。このことから、「関心はあるものの、着手できない」とする企業に対する側面的支援が求められている状況がうかがえます。

図表 21 B C P（緊急時企業存続計画又は事業継続計画）の策定状況



資料：「高槻市製造業事業者意向調査」（平成 23 年度）

