

地域活性化に向けた提言

(商工業の視点を中心に)

平成 21 年 10 月

向日市地域活性化会議

提 言

1 基本的な考え方

2 商業の活性化に向けて

- (1) エリア、ルートを設定して、人の集積・流れをつくる
- (2) 市内商店の活性化への活動を支援する
- (3) 新たな商店を育成・誘致する

3 工業の活性化に向けて

- (1) 市内に立地する既存の企業を支援する
- (2) 新たな立地企業を誘致する
- (3) ベンチャー企業を育成・誘致する

4 連携型産業振興の展開に向けて

- (1) 異なる産業が連携し、総合的に地域を振興する
- (2) 企業と市民が連携し、まちぐるみで産業を振興する
- (3) 大学・高等学校等と連携し、産業の高度化や活性化を図る
- (4) 競輪場への地元からの意見提案を検討する

5 チャレンジプロジェクトの提案

- (1) 市民の意識改革プロジェクト(10年後のベースづくり)
- (2) 商業ベンチャー育成モデルプロジェクト
- (3) 企業御用聞きプロジェクト
- (4) 企業支援・誘致条例制定プロジェクト
- (5) 農・商・工・観光連携プロジェクト(地産地消)

6 提言実現の方法

提言の全体構成



1 基本的な考え方

このたびの向日市地域活性化会議においては、産学民公の多種多様な経歴と見識とを持つ 23 名の委員が参画し、数度の会議を開催してきました。そこで提起され、議論・検討を加えられた向日市の活性化のための市への具体的な諸提言をここに提言書として取りまとめました。この提言は、第 5 次向日市総合計画との整合が図られながら、平成 22 年 3 月に策定予定の(仮称)「向日市産業戦略プラン」及び(仮称)「改訂向日市商業振興ビジョン」に活かされることとなります。このたびの会議では、提言作成に向けた基本的なアプローチとして、ひとまず商業と工業とに大まかに分けて部会を設けました。そこで、各分野での課題を明確にするとともに、どのような展望を望みうるのか、そしてそのためにはいかなる手立てがありうるのか、その活性化の方向性や具体策、推進体制などについて、まさしく委員皆でアイデア、意見を出し合い、議論と検討を積み重ねてきました。

向日市の活性化に関しては、すでに平成 20 年 10 月に「向日市地域活性化基本方針」が策定されています。ここでは、少子高齢化、都市間競争、市内商工業の振興による地域の活性化、そして、駅を拠点とした都市整備を手がかりとした活性化の取り組みなどが柱となっており、このたびの活性化会議もおおむねこうした論点、課題を共有しています。

向日市の商工業の現状についての会議の基本認識としては、以下のようにまとめることができるように思います。まず、全般的な傾向として指摘できるのは、近年の商工業の不活発化です。とくにキンピール京都工場の閉鎖はその象徴でした。商工業の不活発化にみる経済活動の減退は、雇用の減少だけでなく、まちの賑わいや市の税収の低下をも招くものであり、このような状況が深刻化すると、市民の生活も、また、市民・企業が必要とする公共サービスの提供にも支障が出てくることも十分に考えられます。他方で、キンピール京都工場跡地の開発は、昨今の全般的な景気低迷を受けて未だその全貌が明らかにはなっていませんが、いわゆる「北部新産業拠点」として、住宅やショッピングセンター、企業、そして学校などの立地が見込まれており、向日市の商工業の再活性化の起爆剤の一つになりうるものとして多方面から期待が寄せられているところです。

さて、このたびの地域活性化会議における議論のなかでは、商工業の両方に共通する活性化の考え方が議論され、いくつか重要な認識の一致がありました。それは、「『まちづくり』と一体となった複合的・総合的な商工業振興」「市民・企業・行政の連携協働による地域活性化の取り組み」「いま地域にあるものを活かす」ということにまとめられると思います。

<「まちづくり」と一体となった複合的・総合的な商工業振興>

第 1 には、地域の活性化は、単に商工業の経済的な活性化にとどまらず、むしろ市民生活をも念頭においた「まちづくり」や「地域づくり」というより大きな視野からも考えていかなければならない、ということです。暮らしやすいまちであるためには、商工業の活性化が十分条件というわけではなく、それは必要条件、前提条件でしかありません。向日市の地域特性を考えると、その地域

らしさを活かした活性化は、単に商工業のみならず、農業や観光、歴史文化振興が一体となった、複合的・総合的な視点から考える必要があり、そうしてこそ、〈暮らしやすさ〉と〈賑わい〉とを備えた「住んでよし、行ってよし」の魅力あるまちになっていくだろうということでした。

< 市民・企業・行政の連携協働による地域活性化の取り組み >

第2には、行政だけでなく、企業、そして市民が連携して活性化のあり方、具体策、その実施を支えていかなければならない、ということでした。先に触れたような複合的・総合的な地域活性化は行政だけではやれるはずもありません。行政の予算には当然ながら限りがあり、かつ市民・企業の側も自らのニーズを的確に行政に伝えて複合的・総合的な地域づくりを実施していかなければなりません。そのためには、市民・企業・行政の3者、さらには大学やその他学校や研究機関など広く市内外の人材や組織の参画をもとめつつ、それぞれ適切な役割分担をし、協力しあって、地域活性化を推進していく必要があります。

< いま地域にあるものを活かす >

第3には、活性化のより具体的な方向性としては、まず何よりも、いま市内にある既存の商店や企業の活性化支援を優先するということです。市民・企業・行政の連携を通じて、商工業が現在直面している課題や問題を緩和するとともに、既存企業・商店のこれまでの取り組みを見直したり、新しいつながりをつくったりするなかで、よりよいもの、より市民のニーズ、企業のニーズに合致したものとなるよう応援し、そうして、より魅力ある商工業のあり方、製品・サービスの開発が追求できる事業環境の整備促進が望まれます。もちろん、新規創業や市外からの誘致も支援していくことも重要なことであり、その体制を整備していかなければなりません。

こうした基本的な考え方をふまえての商業および工業それぞれの活性化の方向性は、より具体的には以下ようになります。「2 商業活性化に向けて」以下の提言の具体的内容は、これらの基本的な考え方、方向性を反映したものとなっています。

(1) 商業振興の基本的な考え方

- ・商店が一定の場所に集中して形成されてきた「商店街」のつながりは、既存商業店舗の減少や新規商業店舗の増加によって弱まってきている。個々の商店の創意工夫、商店主間の連携、さらには地元の市民・行政との新しいつながりをつくるなどの試みを通じて、「一店逸品」運動や「地産地消」の取り組みなどへとつなげ、大型商業施設にはない「オンリーワン」的な新しい魅力と賑わいを生み出し、活性化していく必要がある。
- ・他方で、地産地消あるいは域内消費の取り組みの拡大にあたっては、情報の発信力の弱さが指摘されている。これに対しては、市民・行政の幅広い連携にもとづいてのコミュニティ・ペーパーやタウン誌の発行、インターネットやブログなどを通じての情報発信を充実させ、地域情報化の

促進による発信力強化を図っていく必要がある。

- ・市全域を視野に入れた活性化というよりは、駅を拠点とした活性化を進めていく。とりわけ、旧西国街道が重なるJR向日町駅～阪急東向日駅～阪急西向日駅の間の沿道を、生活・文化・歴史・観光の「にぎわいの拠点」、「中心商店街(中心市街地)」と位置づけ、活性化を図っていく。
- ・歴史文化やその他地域特性を活用した観光との連携を念頭におき、たとえば、「竹・かぐや姫」や、「西国街道」、「長岡京」など魅力的な観光テーマおよび観光資源を活用して、商業活性化への取り組みを推進する。

(2) 工業振興の基本的な考え方

- ・向日市は、地理的な外部条件から見て夜間人口を吸収するベッドタウンの特徴を有しているが、他方、交通インフラの充実により輸送利便性が高く、工業系企業はこの点に魅力を感じている。「生活利便性」と「輸送利便性」の2つの特徴を両立させることが向日市の課題であり、地域活性化のための工業のあり方を考える上で重要である。
- ・まず、市内に立地する既存企業の支援を行い、さらなる工場の転出・廃業を防止することが求められる。企業と行政の交流を深めつつ「企業に親切なまち」というイメージの構築が求められている。このために、道路交通基盤の整備や優遇融資制度を充実させることなども求められている。
- ・企業の誘致と起業家の育成等の施策も同時併行して行われるべきである。とりわけ、企業立地を誘致する観点からは付加価値の高い産業へのシフトを図るための構造転換の視点が求められる。
- ・主に商業を中心として生活利便性を向上させること。そして、工業系企業のための輸送利便性を維持すること。これらの施策の緊密な連携が必要となっている。

2 商業の活性化に向けて

単発イベント重視でなく、まちの魅力を内外に発信していくところからはじめる。

もっと住みよく、もっと楽しいまちを、市民が積極的に、自信を持って発信し、来訪者を迎える。

「竹」、「西国街道」、「長岡京」の3つを大きなテーマとしつつ、個性ある商店の取り組みを支援する。

「駅」をまちづくりの核として、特に、阪急東向日駅周辺とJR向日町駅周辺、及び両駅を結ぶ沿道を中心商店街（にぎわいの拠点）と位置づける。

中心商店街と阪急西向日駅周辺、北部新市街地（キリンビール京都工場跡地）の移動利便性の向上や歩行ルートの設定で、来訪者の回遊を生み出す。

（１）エリア、ルートを設定して、人の集積・流れをつくる

- ・商業集積や歴史・文化資源などを活かし、向日市内における人（市民、通勤通学者、市外からの来訪者など）の集積や流れを創り出す。
- ・商業者などは、人の集積や流れをしっかりと引き込む、魅力ある商店・商店街づくりに取り組む。

「阪急東向日駅～JR向日町駅」の活性化

- ・人の集積や流れを買い物客としてしっかり取り込んでいくため、既存の商業者・商業団体の頑張りを促すとともに、新たな店舗の誘致や新規開業を目指す起業家の取り込みを図り、エリアの魅力を高めていく必要がある。
- ・「阪急東向日駅～JR向日町駅」間は向日市の中心となる商業集積地であり、北部新市街地への商業・産業集積の効果もこのエリアの活性化に積極的に取り込んでいく必要がある。
- ・現状においては、飲食店を中心に店舗の立地が進む一方、歩道整備をはじめとする沿道の安全性・快適性の確保が十分でなく、まずは道路環境整備が不可欠である。
- ・安全・快適な歩行空間整備が進めば、JR向日町駅の東口整備とあわせ、人の流れが拡大していくことが期待できる。（市民＋日常的な通勤者の取り込み）

【具体的に取り組むこと】

- ・エリアの商業者・商店街等の活動支援
- ・「阪急東向日駅～JR向日町駅」間の安全・安心な道路環境づくり
- ・JR向日町駅東口の開設

「阪急西向日駅～阪急東向日駅・JR向日町駅」のルート化

- ・向日市の魅力を発信していく上では、歴史文化資源の活用が欠かせない。しかし、これら資源は市内に点在しており、阪急東向日駅～JR向日町駅周辺、阪急西向日駅周辺など交通・集客の拠点と人の流れをつくり出せていない。
- ・歴史資源を活かして市民意識を高めるとともに、新たな来訪者（買い物客）を呼び込んでいくため、鉄道駅と、向日市における主要な歴史文化資源の一つである史跡長岡宮大極殿跡及び向日神社をつなぐルートを設定し、共通テーマによるPRや戦略的イベントの展開によって、人の流れが生じる仕掛けをしていく必要がある。
- ・ルート上（及びその近隣）に位置する地域では、既存の事業者・商業団体の頑張りを促すとともに、来訪者や歩行者を温かく迎え、もてなす意識を高めていく必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・「阪急西向日駅・大極殿跡～向日神社～西国街道～阪急東向日駅・JR向日町駅」間の安全・安心な道路ルートの設定
- ・歩くガイドマップの作成やイベントの展開による情報の発信
- ・ルートのイメージを形成する道路・街灯・施設看板（サイン）のデザイン化

北部新市街地とJR向日町駅・阪急東向日駅の連携軸づくり

- ・阪急洛西口駅・JR桂川駅周辺への新たな企業・商業の立地は、現在の向日市民や市外からの来訪者の流れを大きく変える危惧がある。
- ・一方で、住宅の整備や企業・商業の立地に伴い、新たな買い物客が生まれ、あるいはこれまでにないタイプの来訪者を導く可能性もある。
- ・この北部新市街地で生まれる市民（買い物客）及び新たな来訪者を中心市街地や「阪急西向日駅～阪急東向日駅・JR向日町駅」ルートに誘導し、また、中心市街地等からこれまで市内になかった新サービス・新商業を求めて北部新市街地が便利に利用できるよう、北部新市街地とJR向日町駅・阪急東向日駅の人が行き交う連絡軸をつくる必要がある。
- ・具体的には、両拠点を結ぶ道路を整備するとともに、それぞれの機能の重複・競合を極力抑えるため、開発事業者等と調整しながら、立地する業種・店舗をコントロール・マネジメントしていく必要がある。

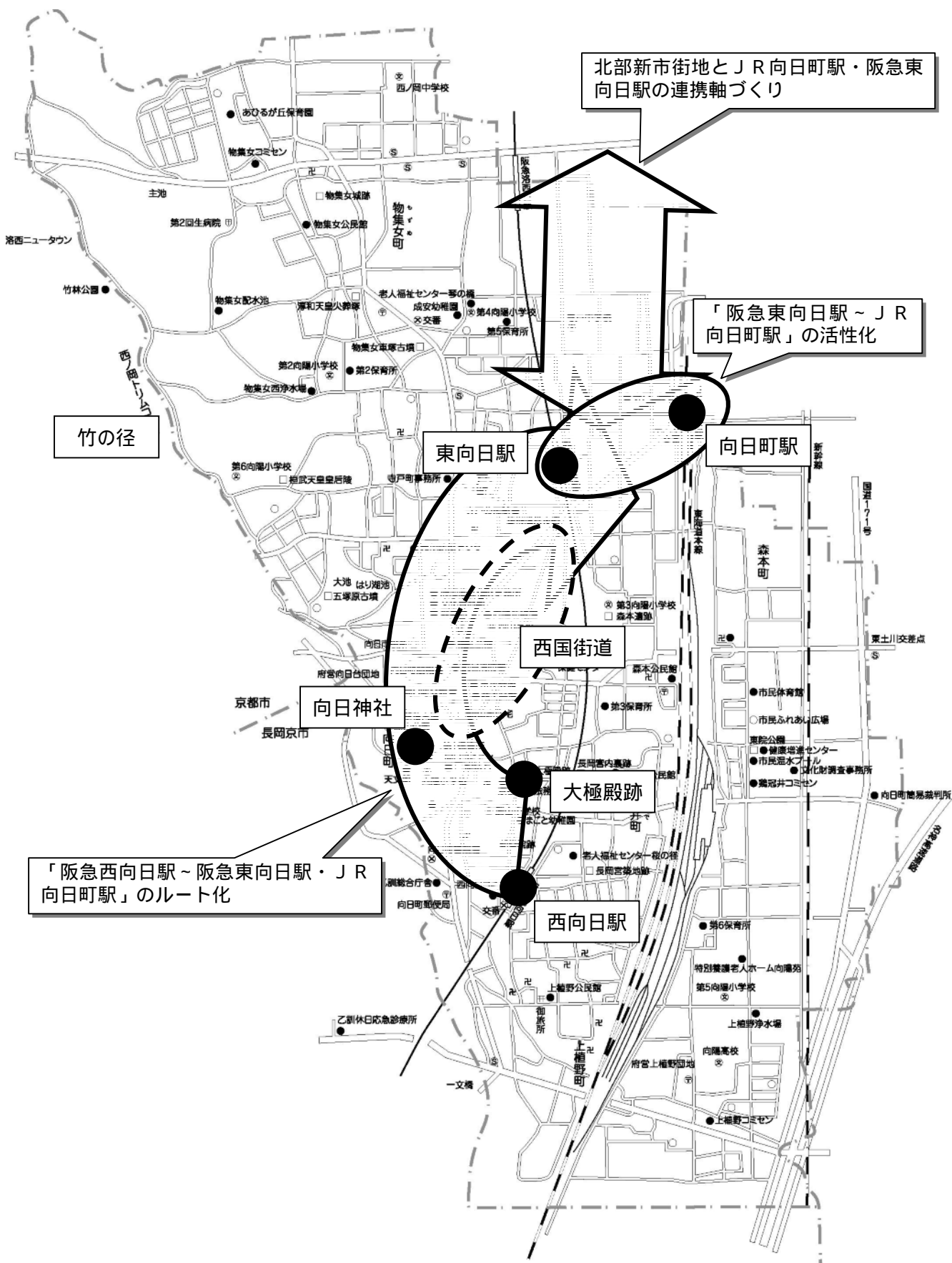
【具体的に取り組むこと】

- ・北部新市街地と「JR向日町駅・阪急東向日駅」間の安全・安心な道路環境づくり
- ・北部新市街地と「JR向日町駅・阪急東向日駅」間のバスネットワークづくり（要望）
- ・双方向での情報受発信・PRの仕組みづくり

（２）市内商店の活性化への活動を支援する

- ・市内の商業・サービス・飲食店などによる個々の商店の魅力向上、あるいは共同の取組による

商業活性化に向けた人の集積・流れづくりのイメージ



新たな活性化への取組などを支援し、買い物サービス本来の楽しさや魅力を強化する。

- ・また、特に新しい店舗などでは市内商店の情報が市民に十分、伝わっていないことから、まず市内商店のことを広く市民に知ってもらうことからはじめ、市民が積極的に市内の商店で買い物をし、口コミで市内商店の魅力を発信するような仕掛けをしていく。

商店・飲食店の情報発信

- ・個々の商店だけではなく、まちとして、あるいは複数の商店が連携・共同して市民や市外の人に市内の商店・飲食店の情報を発信し、個店とまちの商業全体、両方の魅力で集客を図る必要がある。
- ・そのため、これまでにない発想で、商業集積のマップやガイドブックの作成、市民と一体となった情報発信等を進めていくことが望ましい。

【具体的に取り組むこと】

- ・商店・飲食店PR誌の作成・配布（マップ、ガイドブック、フリーペーパー等）
やる気のある人でスピード重視
高齢者や若者にも入りやすい内容（従業員や店長の横顔、メニュー、値段等の具体的な情報）
- ・市民による向日市応援（宣伝）ブログの開設
- ・向日市Webサイト（ホームページ）における特色・個性ある商業・サービス業の紹介

共同事業の応援

- ・商業や飲食店の特色を積極的に打ち出し、新たなまちの魅力を創出する、商店・飲食店等によるテーマ型の共同まちづくりや産業活性化への取組を、まち全体として応援していく必要がある。
- ・そのため、これまでにない発想で、商業集積のマップやガイドブックの作成、市民と一体となった情報発信、まちづくりと連携した取組等を進めていくことが望ましい。

【具体的に取り組むこと】

- ・テーマ型共同まちづくりグループの活動支援
「えきえきストリート」「激辛商店街」など
- ・共同イベントの開催、共通デザイン街灯の設置支援

個店の魅力の向上

- ・情報発信において、また共同事業に参加・参画するにおいても、個々の商店が魅力的なものでなければ、せっかく来訪した買い物客をつなぎとめ、リピーターとしていくことはできない。
- ・個々の商店の魅力向上は本来、個々の商店において取り組まれるべきものであるが、情報発信やまちづくり運動の一環として取り組むことで個々の活動が効果的に展開され、あるいは

個々の魅力がまち全体に効果をもたらすような連携を図っていくことが期待される。

【具体的に取り組むこと】

- ・一店逸品運動の促進（及び紹介冊子、通信販売の仕組みづくり）
- ・各店舗のIT化の支援（情報化支援、個々の情報発信力強化、ネット販売支援）
- ・中小企業診断士等による店舗診断への支援

（３）新たな商店を育成・誘致する

- ・向日市の中心を形成するエリアや、阪急西向日駅～阪急東向日駅・JR向日町駅のルート化を図る地域においても、商店の廃業による住宅化が進むなど、連続した線、あるいは面（エリア）としての魅力が失われているところがある。
- ・便利でにぎわいのある買い物エリア、そして歩いて楽しい買い物ルートを形成していくためにも、空き店舗の活用等により、新たな商業の戦略的な誘致、あるいは新たに開業を目指す商業ベンチャー起業家を育成・誘導し、買い物客のニーズに対応するとともに、新たな刺激や驚きを提供する商業の魅力を発揮していく必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・空き店舗の調査及び活用に向けた取組
大学・学生との連携
- ・地域やまちの課題に対応できるコミュニティビジネスの育成
子育て、福祉、環境・リサイクル、まちづくりなどの社会公益事業、NPO事業等
ビジネスコンペの開催、優秀なビジネスプランへの支援制度の検討
- ・個性ある新たな商業施設・店舗の戦略的誘致と育成
京都府や商工会の支援制度の情報提供、場所の斡旋・提供、開業資金の支援等
商業ベンチャー起業家の意識啓発（開業ビジネス講座、先輩商業者との交流会）

3 工業の活性化に向けて

工業振興の基礎として、企業、従業者が暮らしやすい、安全なまちの環境をつくる。

今、立地している企業を大切にして、市外への流出を防ぐとともに、「企業に親切なまち」をアピールする。

新たな企業に積極的にアプローチするとともに、興味・関心・打診のあった企業が立地したくなる仕組みをつくる。

希少な土地において、企業が利用しやすい産業用地・起業スペースの確保を図る。

次代の向日市を担う起業家を長期的な視点で育てる。

(1) 市内に立地する既存の企業を支援する

- ・市内に立地する企業の困りごとや企業情報を日常的な交流のもとに把握し、企業と行政の信頼関係を構築する。
- ・企業の要請に可能なところから積極的に対応し、操業しやすいまち、企業に理解のあるまちとしてのPRを強化する。

立地している企業との信頼関係の構築

- ・向日市においては近年、キリンビール京都工場をはじめ、いくつかの企業が市外に流出（市内工場が操業停止）しており、市内雇用や財政上も少なからず影響を受けている。
- ・現状においては、企業と行政との組織としての交流・連携は希薄であり、日常的な交流の機会を設けることにより、企業の困りごとや要請を把握し、応えることで、事業の再構築等においても事前に相談できるような信頼関係を構築していく必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・企業と行政の日常的な付き合い、定期的な交流・懇談会、企業訪問の実施
- ・企業困りごと相談の実施
- ・業務用車（トラック等）の出入りを円滑にする身近な基盤整備
国道171号と接する市道の交差点隅切り改良など

立地している企業の活性化の支援

- ・産業構造の変化や競争のグローバル化、地球環境問題など、環境の変化に対応した立地企業による経営力や技術の高度化、新たな商品開発、マーケットの創出などへの、生き残りや新たな発展に向けた主体的な活動を促進・支援していく必要がある。

- ・京都府、大学等との連携や同業種・異業種の交流、共同事業など、企業同士及び産業支援の関連機関との連携・協力を強化する必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・企業交流会・異業種交流会の開催
- ・京都府・大学等との橋渡し（紹介、仲介）
- ・企業誘致・支援制度の創設
- ・国・府などの支援制度活用の促進・支援
- ・企業活性化サポートチームづくり（府・市・商工会等の連携）

（２）新たな立地企業を誘致する

- ・新たな企業誘致を進めるための庁内体制の強化を図るとともに、企業誘致に積極的なまちとしての情報発信に努める。
- ・立地企業が向日市への企業誘致の姿勢に疑問をもたれることがないように、進出企業に対する他自治体と遜色のない優遇制度を整備する。

企業誘致の推進体制の強化

- ・企業誘致をめぐる都市間競争がますます激化・グローバル化しており、向日市においても、座して待つのではなく、交通便利性などまちの優位性を積極的にアピールし、市民サービスの維持・向上のためにも、新たな企業の誘致による安定的な雇用の確保及び財政基盤の確立を図る必要がある。
- ・これまでは企業からの打診があっても、誘致に向けて積極的に対応する市役所内部の体制が十分でなかったところがあり、今後は組織を横断して、円滑・積極的に企業の問い合わせや相談に応じる体制を強化することが必要不可欠である。

【具体的に取り組むこと】

- ・向日市出身企業経営者、地元企業とのネットワークづくり
事業所の新增設の情報入手、誘致
向日市に縁（ゆかり）の経営者とも連携
- ・進出企業対応（応援）庁内プロジェクトチームをつくる仕組み
相談があった際に、許認可、その他手続き等の一括化など（各課コーディネート）

企業誘致の優遇制度の整備

- ・向日市は京都府内でもごくわずかな「企業誘致条例を持たない自治体」であり、新たに立地する企業を優遇するための制度が他都市に比べて脆弱であったため、企業からはむしろ「企業誘致に消極的なまち」と捉えられる可能性もあった。
- ・都市（財政）規模からも、用地条件からも、他都市に比して圧倒的に魅力のある優遇制度の

整備は現実的ではないが、一方でまちの発展を支えた「交通利便性」「大都市近接の立地特性」という優位性があることから、まずは他都市に劣らない程度の優遇制度を整備し、少なくとも「企業誘致に消極的なまち」のイメージを払拭することが必要である。

【具体的に取り組むこと】

- ・ 支援・制度融資の整備（市内企業の支援にも活用可能に）
- ・ 特に上乘せを図る特定の業種・テーマの検討
 ウェルネス（健康）ビジネス、IT・コミュニティビジネス、竹関連産業、環境、文化コンテンツ、農商工連携ビジネス、高齢者生きがいビジネス等

産業用地の整備

- ・ 国道 171 号沿道の産業系用途地域や北部新市街地、JR 向日町駅の改築に伴い利便性が高まる地域など、向日市の限られた土地を効果的に活用するため、企業誘致の効果が大きく見込める、そして快適な居住環境との調和が確実に確保される場所において、積極的かつ戦略的に産業用地を確保・整備する必要がある。
- ・ 企業の要求に応じて、（規模や区画などが）柔軟に提供できる用地の確保に努める必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・ 産業用地の整備
 国道 171 号沿道、北部新市街地、JR 向日町駅周辺など
- ・ 道路等の基盤整備
 国道 171 号と接する東西市道及び新幹線側道の拡幅整備
- ・ 産業用地情報の把握と効果的な情報発信
 企業の転出、事業再構築に伴う空閑地の発生などの情報把握
 市内の産業立地可能な用地の把握
 都市基盤等の条件（用途、上下水、情報、道路等）の情報発信
 地価、支援制度などの有無・内容のPR

（3）ベンチャー企業を育成・誘致する

- ・ 多様なライフスタイルや価値観、ノウハウを有する市民人材を生かし、新たにベンチャー企業やニュービジネスの立ち上げを促進・支援し、次代を担う産業及び小さな市域で雇用を生み出すSOHOビジネスなどを育成・誘致する必要がある。
- ・ 国や京都府の充実した起業支援制度を活用するとともに、市内に居住する企業OBなどのシニアパワーを積極的に活用する必要がある。

IT・コミュニティビジネスの育成

- ・高い付加価値の創出や家事専門の人の仕事づくりにつながるIT系企業は、市域面積に限られた定住都市としての向日市の性格に合致したものであり、その育成を図ることが考えられる。
- ・また、市民の多様化する社会ニーズや地域社会の課題に効果的に対応する産業であるコミュニティビジネスは、向日市の定住性の向上に寄与するとともに、コミュニティの活性化、身近な雇用の受け皿として期待されることから、その育成・支援を図ることが期待される。

【具体的に取り組むこと】

・創業スペースの提供

公的な空き（余裕）施設、空き店舗等の活用など

（小規模事業所の集積による）共同の相談窓口、交流

・国・京都府等の支援制度の紹介、情報提供、斡旋

・仕事づくり

商工会や行政による外部委託業務の積極的な委託

同種事業所による共同受注体制づくり

市民へのコミュニティビジネス情報の発信（子育て、介護などのビジネス団体情報の提供）

起業家応援体制づくり

- ・市民人材の豊かさが向日市の特徴の一つでもあり、市内在住で、技術や人的ネットワーク、経営ノウハウなどを有する企業OBの組織化など、シニアパワーを活用したサポート体制をつくっていくことが期待される。
- ・京都市など近接する都市において、大手企業のOBや大学等による起業家応援グループが活動しており、これらのサポート体制を活用できるよう、情報提供やサポートに関する支援などを検討する必要がある。

【具体的に取り組むこと】

・起業家応援サポートチームづくり

NPOや大学、金融機関との連携

市民人材（シニア層等）による起業家応援プロジェクトチームづくり

個別の相談に対する専門分野で対応できる個人ネットワーク・登録データベース等でも可

・（市外）起業家支援（応援）グループの活用促進

商工会や行政による情報の把握、紹介

ビジネスサポート活用に対する支援制度の検討

4 連携型産業振興の展開に向けて

商業・工業の振興を別々で考えるのではなく、他産業との連携や協働で相乗効果を発揮していく。

産業振興、あるいは商店や事業所に対する市民の理解を深め、まちぐるみ、市民ぐるみで産業振興に取り組んでいく。

近隣の大学・研究機関等の動向を踏まえ、新たなアプローチを検討する。

競輪場の有効利用について、将来をみすえて地元から積極的に提案する意識・意欲で取り組む。

(1) 異なる産業が連携し、総合的に地域を振興する

- ・商業と工業はもちろん、農業、観光等との連携により、商工業の新たな商品開発や効果の高い産業施策を展開する。
- ・農業と地元商店や企業、観光関連業者との連携により、地元産品（筍など）の地産地消に向けた流通システムの整備や新たな農業加工品（特産品）の開発などが期待される。
- ・観光と地元商店や企業との連携では、一店逸品運動や「激辛商店街」による市外からの集客、歴史イベントや歴史資源にちなんだ土産物開発なども期待できる。また、市内工場の開放など、工場見学をルート化する産業観光なども考えられる。
- ・上記のように、個々の産業分野だけで考えるのではなく、他分野の産業、あるいは歴史文化や自然環境など、あらゆる地域資源を効果的に活用し、地域の総合的な活性化・振興を図るという視点で取り組むことが必要である。

【具体的に取り組むこと】

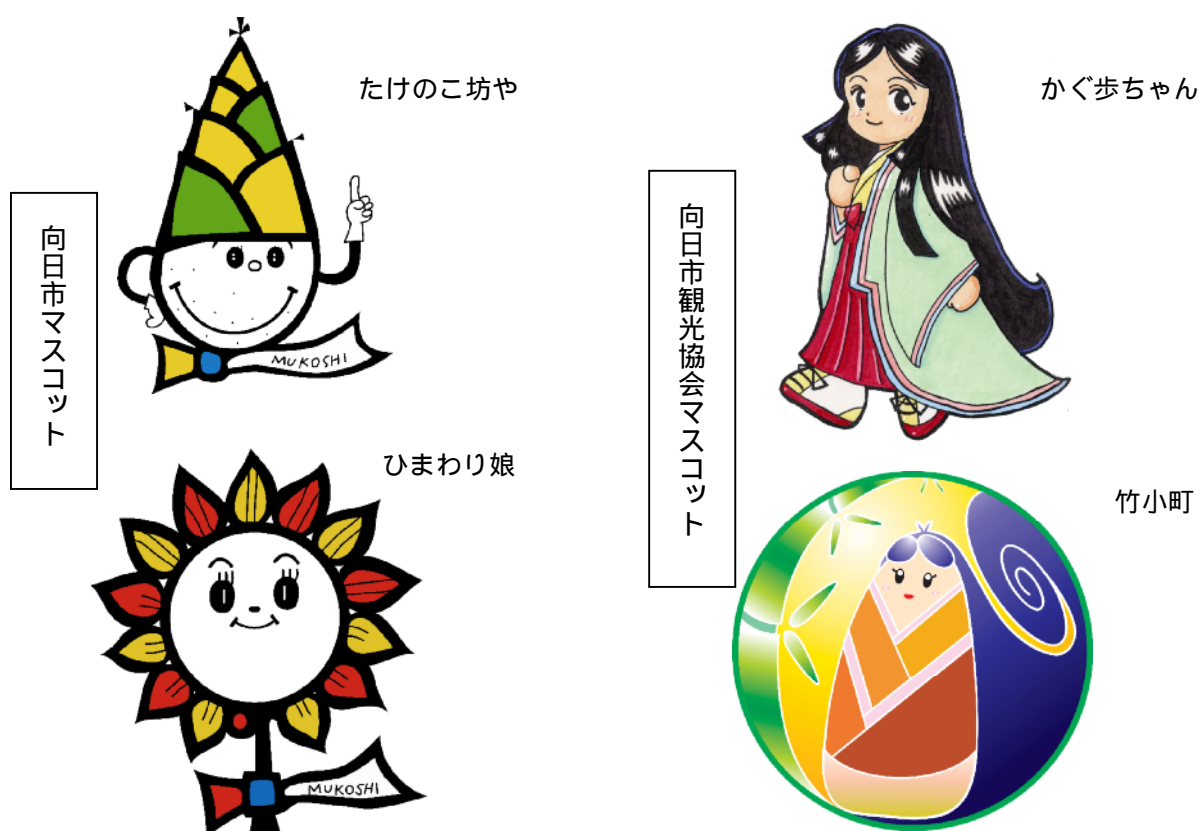
- ・商工業団体の活性化
- ・異業種の連携による新たな流通システムの構築（地産地消、ネット販売）
- ・異業種の協働による集客事業の展開（産業観光、協働イベント）
- ・異業種の交流による新商品開発（農産品加工、土産物開発）
- ・グルメ観光の展開
 - 地元産農産物を使った統一グルメメニューの開発
 - 統一メニューが楽しめる飲食店マップの作成
- ・個性的な周遊手段の整備
 - 電気自転車のレンタルの仕組みづくり
- ・寺社をつなぐテーマづくり
 - 寺社の花いっぱい運動（石塔寺の紫陽花、真経寺のつつじ、向日神社の桜など、一寺社一花）

(2) 企業と市民が連携し、まちぐるみで産業を振興する

・企業は商品やサービスを提供するだけでなく、事業活動を通じて雇用や税収をもたらし、市民の暮らしやサービスを支える役割を担っている。市民がそうした意識を持ち、また企業も「企業市民」として、地元へ貢献する意識を持ち、両者が互いに理解し、応援し合いながら、まちの活性化を図っていく必要がある。

【具体的に取り組むこと】

- ・市民と企業の定期的な交流・懇談の場づくり
- ・市民による市内企業の情報発信・PR、積極的な購入
- ・市内企業による地域活性化やコミュニティ振興への協力
従業者のまちづくり・行祭事への参画など
- ・まちの魅力アピール戦略づくり
「向日市」の“ひと・もの・企業”のアピール及び情報発信
マスコットキャラクターの活用



(3) 大学・高等学校等と連携し、産業の高度化や活性化を図る

・市内には大学は立地していないが、近接する京都市桂地域にKIP(桂イノベーションパーク)があり、京都大学桂キャンパスや独立行政法人科学技術振興機構が設置・運営する「研究成果活用プラザ京都」、京大桂ベンチャープラザなどが設置されている。幹線道路の整備及び阪急洛西口駅・JR桂川駅の開設により、向日市は同地域と直結することとなった。

- ・こうした大学・研究機関と積極的に交流を持ち、市内企業との連携による研究開発・技術の向上、産業用地を求めるベンチャー企業や起業家の誘導、学生による起業の受け皿づくりの連携など、産業振興のイノベーションを進めていくことが期待される。
- ・また、市内には向陽高校及び西山高校が立地しており、高校生、あるいは小中学生の感性やアイデアも産業振興に積極的に生かしていくことが期待される。

【具体的に取り組むこと】

- ・多様な大学、市内高等学校等との連携強化
- ・桂イノベーションパークと市内企業・向日市の交流・懇談
- ・桂イノベーションパーク地区起業家との情報交換
産業用地の提供によるベンチャー企業の誘導
- ・学生による商業ベンチャーの誘致
優遇制度の整備、スペースの提供など
学生チャレンジショップの誘導
- ・高校生、小中学生との連携の検討
産業振興の意見、アイデアの募集・活用
高校生、小中学生の商工業等体験学習の場づくり

(4) 競輪場への地元からの意見提案を検討する

- ・京都府が運営する向日町競輪場は、向日市の中心部に立地しているが、近年はレジャーの多様化などもあるため、競輪施設の経営状況は厳しく、全国では閉鎖される競輪場も現れている。京都府においても今後のあり方について内部での検討が進められているが、現在、その明確な方向性は示されていない。
- ・しかし、向日市にとって向日町競輪場の立地場所は極めて重要な地点であり、その存廃、あるいは用地活用のあり方は、まちづくりに大きな影響を及ぼすことは間違いない。
- ・このため、市民に開かれ、商工業やコミュニティの活性化のために活用する方策を検討するとともに、そのあり方の決定にあたっては、京都府の責務として、向日市民の意向が最大限に尊重され、より良い方向性が示されるよう、要請していく必要がある。
- ・なお、会議においては、委員より「サイクルスポーツの拠点」や「運動公園」として有効利用を図ってはどうかといった提案もされた。

【具体的に取り組むこと】

- ・京都府と地元住民・向日市との情報交換
市民への情報の提供
- ・地元住民及び市民の意向把握
京都府への提案など

5 チャレンジプロジェクトの提案

できるところから成功体験を積み重ねていくため、次年度、次々年度にも取り組むことが望ましい事業をチャレンジプロジェクトとして、次のように提案する。

チャレンジ 1

市民の意識改革プロジェクト(10年後のベースづくり)

- (1)市民が向日市に関心を持つための雑誌の創刊(フリーペーパー)
- (2)地域ごとに広報の役割を果たすサテライトショップ(情報伝達者)の確立
- (3)市内商店・飲食店を紹介する市民ブログの立ち上げ

(ねらい)

向日市内のお店や行事等の情報を市民が共有できる媒体の作成

情報伝達をより円滑に進めるために、発信者以外にその周辺各地域に、情報伝達の役割をするお店や人の確立

向日市内のお店や人々の関係強化

いいところ、悪いところを含めた市民による情報発信

【事業概要】

(1)フリーペーパーの作成とサテライトショップの設置

市民が少しでも向日市に興味を持つような情報収集

- ・有志と学生を中心とした企画と情報収集

(向日市のお店情報や観光地情報など、向日市の特徴を全面に出す)

向日市にある店舗・会社への呼びかけ

- ・有志と事業者を中心に知り合いのお店への企画内容の説明、協力要請

(目標 100 店舗掲載！)

取材・編集

- ・学生を中心に各店舗を取材、有志と学生によるデザイン・編集

印刷

- ・初回 5000 部を目標として印刷

発行

- ・有志と各店舗により配布

宣伝・情報更新・再編集

- ・新聞社、市広報誌、有志やサテライトショップによる積極的な口コミ
- ・半年1回程度の更新、定期会合を開き効果の検証、新店・新情報の収集
- ・有志と学生等によるデザイン・編集

(2) ブログ(ホームページ、Webサイト)の開設

ブログで発信する情報の企画研究

- ・テーマ設定(お店紹介、イベント案内告知、激辛商店街などの活動紹介、まちの歴史、食べ物、企業紹介、お店の人物紹介など)
- ・情報の集め方、発信の仕方(ブログを書く人、メンテナンス・情報更新、情報収集・取材の方法、だれの責任で実施するかなど)

ブログの開設

ブログの宣伝、情報更新・メンテナンス

- ・効果の検証、見直し・改善の検討

目標

フリーペーパーの発行、サテライトショップの設定
ブログの開設・運営

[想定スケジュール]

平成 22 年度 雑誌(フリーペーパー)の企画を立ち上げる、ブログについて研究・開設してみる

【フリーペーパー】

地域活性化会議委員有志を中心とした組織を立ち上げる
定期会合を開催する
何を掲載し、どんな情報を発信するのか検討する
掲載店舗収集方法を検討する
行政協力のもと、助成金等の運営費の捻出方法を検討する

役割

地域活性化会議委員有志による検討組織の立ち上げ、研究、取材
商工会からの呼びかけ、店舗による取材協力
行政との連携による運営費支援の検討・研究

【ブログ】

どんなブログで、何を発信するのか研究する
だれが責任をもって、どんな問題があるか検討する
一度開設してみて、評判や評価を聴いてみる

役割

地域活性化会議委員有志による検討組織の立ち上げ、研究、取材、ブログ開設・運営
商工会からの呼びかけ、店舗による取材協力
行政からの運営費支援

平成 23 年度 雑誌(フリーペーパー)を発行・配布する、ブログの本格運用を進める

【フリーペーパー】

前年度の企画内容をもとに本格的に取材を開始する
助成金等を申請する
編集・印刷・発行を行う
発行前に新聞社や広報等の媒体を使った
PR 作戦を展開する
定期会合を開催する
再編集・再印刷・再発行する

役割

地域活性化会議委員有志(及び学生・専門家)による取材、編集・印刷・発行・PR、配布
商工会からの呼びかけ、店舗による取材協力、活動費負担
行政との連携による運営費支援の推進

【ブログ】

評価や評判を受けて内容を見直す
継続的な取材を続ける
本格的な開設、レベルアップを検討する

役割

地域活性化会議委員有志による取材、ブログ開設・運営
商工会や掲載された商店における宣伝、批判や努力目標への対応
行政からの運営費支援

市民の意識改革の実施主体と主なスケジュール

	すぐ取り組むこと	中期的取組	長期的課題
商工業者	フリーペーパー、ブログ作成への協力 サテライトショップとしての立候補と情報発信	市民主体の向日市商業PRへの継続的協力・参画 都市セールスにつながる個性的な協働事業の推進	個々の店舗による、魅力ある情報を提供できる個性的な店づくり
経済団体	フリーペーパー・ブログ作成への協力の呼びかけ		商工会等による戦略的産業情報の発信
市民協働	どんなフリーペーパーにするかの研究 取材及びフリーペーパーの編集・印刷 どんなブログにするかの研究 ブログの開設	市民による産業及びまちのPR活動の継続的な実施 市民から店舗・事業所への改善提案や要望	産業振興の必要性、重要性に関する市民の意識づくり
関係機関等	(大学・学生) 市民有志と協働・連携した取材・編集活動	(大学・学生) 市民主体の向日市商業PRへの継続的協力・参画	まちおこしや産業振興のための向日市の情報受発信を考える(担う)組織づくり
行政	市民主体・協働によるフリーペーパー作成及びブログ開設への支援 (検討組織の立ち上げ支援)		

チャレンジ 2

商業ベンチャー育成モデルプロジェクト

- (1) 商店の新規開業を促進・支援する仕組みづくり
- (2) 開業支援モデルとしての商業ベンチャーの開業
(ねらい)
 - 新規開業の促進・支援に必要な制度について検討・研究する
 - モデル的に開店を実施してみて、改善点を研究する
 - (期間限定のチャレンジショップなども検討)

【事業概要】

- (1) 新規開業促進・支援の仕組みづくり
 - 国・京都府等の支援制度、実施事例の把握
 - ・どのような業種・形態への支援が行われ、成功・失敗しているか
 - ・足りない部分はあるか
 - 空き店舗情報等の把握
 - ・提供可能な空き店舗などの有無の調査
 - 独自の支援制度の検討
 - ・先行事例などから、必要な補完制度の検討
- (2) モデル開業
 - 新規開業希望者（起業家）の発掘
 - ・公募、または希望者の発掘
 - 支援対象の選定
 - ・対象となる場所を想定したコンペ・プレゼンテーション
 - 開業
 - ・本格開業を目指す起業家による期間限定等も検討
 - 支援制度の見直し等の検討
 - ・効果の検証、見直し・改善の検討

目標

支援制度の試行
モデル開業の実施

[想定スケジュール]

平成 22 年度 開業支援の制度を研究し、商業起業家を見つける

【仕組みづくり】

国・府等の支援制度について研究する
市内で斡旋できる場所があるか調査する
独自の追加支援制度について研究する
制度仮説を設定し、利用候補者に聴いてみる

【モデル開業】

市内で開業を考える希望者の有無を調査する
(口コミ、学生への呼びかけなど)
市内で斡旋できる場所と希望者のマッチング

役割

商工会や最近市内で開業した若手商業者有志等による検討組織の立ち上げ、研究
商工会及び行政による支援制度や事例の情報収集、検討組織への情報提供
商工会、商店、行政等による起業家の発掘
「空き店舗情報」を商工会や商店街、市民からの情報提供による収集

平成 23 年度 制度(仮)を使ったモデル商店をつくる、制度の内容を見直す

【仕組みづくり】

利用候補者の意見を踏まえ、改善する
コンペの審査員(組織)を設置する
効果の検証、見直し・改善を検討する

【モデル開業】

開業予定地を想定しコンペを実施する
実際に開業してみる
(学生によるインターン開業も視野に)
支援しての開業の効果を検討する

役割

検討組織等をベースとした審査・検証組織の立ち上げ・運営、モデル事業の効果検証、改善・見直しの検討
行政による制度(仮)の整備と実行(適用)
市民による積極的な購入と口コミ等による情報発信

商業ベンチャー育成の実施主体と主なスケジュール

	すぐ取り組むこと	中期的取組	長期的課題
商工業者	経験を踏まえた開業支援に係る助言、制度づくりのアドバイス 起業家の発掘(知り合いの情報把握など)	起業家の継続的な発掘(知り合いの情報把握など)	新たな店舗への先輩としてのアドバイス、相談
経済団体	国・府の支援制度の情報取得及び発信 起業家の発掘(相談依頼の受け入れPR)	起業家の継続的な発掘(相談依頼の受け入れPR)	まちづくりや商工業活性化組織への参加者の獲得(拡充)
市民協働	起業家の発掘(知り合いの情報把握など)	起業家の継続的な発掘(知り合いの情報把握など)	(NPO等) IT・コミュニティビジネス等の立ち上げ
関係機関等	(大学・学生) 活用できる空き店舗などの実態調査		(大学・学生) 大学・学生による実験店舗の開設
行政	国・府の支援制度の情報取得及び発信	商業ベンチャー支援制度の整備	中心市街地重点整備エリア等の基盤整備の推進(誘致・創業のための魅力的な環境整備)

チャレンジ 3

企業御用聞きプロジェクト

(1)市内立地企業との懇談と課題・問題点を把握する機会の創出

(2)できるところから迅速に対応する姿勢の提示

(ねらい)

企業と行政との日常的な交流による信頼関係を構築する

問題点や事業再構築（拡充、転出）が生じた場合の事前相談を促す

（拡充時の場所の提供・提案、転出を抑制する可能性の協議等）

【事業概要】

(1)市内立地企業との懇談・交流機会の創出

企業との日常的な交流の強化

・市内企業への広報紙の配布など、まちづくり情報を提供する

・困りごとや相談のあった企業を定期的に訪問する

企業と行政幹部等との懇談機会づくり

・企業・行政懇談会や主要企業への市長・担当課訪問を実施する

企業困りごと相談の実施

・企業からのどんな相談も受け付けるワンストップ機能を整備する

（担当以外の相談も受け付けることでの企業への広報・周知）

(2)できるところから迅速に対応する姿勢の提示

問題点・要望事項の庁内での迅速な共有

・相談や問題指摘があった段階で、（直接の担当以外にも）情報が行き渡る仕組みをつくる

・セクション横断的に迅速に集まり、対応の可否を回答する仕組みをつくる
担当セクションによる迅速な対応

・即時の対応が可能なものは迅速に対応する

・予算措置や庁内の意思決定・関係機関との調整が必要なものについて、具体的な対応タイムスケジュールを回答する

・対応結果を迅速に情報発信し、企業・市民にPRする

目標

企業と行政の懇談機会づくり

困りごと相談への対応事例の積み重ね

[想定スケジュール]

平成 22 年度 企業と行政の交流機会をつくる、日常的な相談窓口を強化する

【交流機会づくり】

企業に広報紙を配布し、情報を提供する

企業と行政の懇談会を開催する

企業からの困りごと相談受付窓口を設定する

【迅速な対応】

企業からの相談を庁内で共有する仕組みをつくる

対応方針、対応策を迅速に回答する仕組みをつくる

困りごと相談で対応可能なものに迅速に対応する

対応結果を公表・アピールする

役割

商工会や企業は行政との懇談機会に積極的に出席し、意見交換・議論

(商工会は会員以外にも呼びかけ)

行政はまちづくり情報の提供及び懇談会の開催と、企業からの相談に迅速・適切に対応できる体制・仕組みを構築

平成 23 年度 相談に対応した事例を積み重ねる

【交流機会づくり】

情報提供、懇談会を継続する

困りごと相談のあった企業を継続訪問する

【迅速な対応】

迅速な対応を継続する

前年度相談のうち、予算化が必要なもの等について対応する

対応結果を市民ブログや口コミで情報発信する

役割

商工会・企業及び行政は前年度の取組を継続・強化

行政は前年度の相談事項等に継続して対応(セクション横断的に)

市民及び企業は「企業が創業しやすい向日市」を事例とともに広報・PR

企業御用聞きの実施主体と主なスケジュール

	すぐ取り組むこと	中期的取組	長期的課題
商工業者	行政・市民との懇談・交流への積極的な参画	行政・市民との懇談・交流への参画の継続	市民、行政との信頼関係の醸成 企業市民としてのまちづくりへの参画
経済団体	会員企業、非会員企業への行政・市民との懇談・交流への積極的な参画の呼びかけ	行政・市民との懇談・交流への積極的な参画の呼びかけの継続	
市民協働	知り合い企業等への向日市のPR	知り合い企業等への向日市のPRの継続	市内立地企業の操業への理解と信頼関係の構築（市内企業を知る）
関係機関等	（大学、研究機関） 企業と行政・市民との交流への参画・支援・アドバイスの提供	（大学、研究機関） 参画・支援・アドバイスの継続	
行政	企業との懇談会の開催・参画 すぐに対応できる案件への対応 まちづくり情報の提供	企業からの相談に対応する体制・仕組みの整備	企業との信頼関係の醸成

チャレンジ 4

企業支援・誘致条例制定プロジェクト

(1) 企業の支援・誘致を推進するための条例の制定

(2) 条例制定の積極的なPR

(ねらい)

他都市と対等なレベルで競争のできる立地優遇制度を整備する

新たに条例を設置することをPRし、姿勢の転換をアピールする

(実際には姿勢転換ではないが、イメージを大きく変えるため)

【事業概要】

(1) 企業支援・誘致条例の制定

他都市条例の把握

- ・ 近隣の競合する都市における条例等はどうのようなものか
- ・ 最近、立地が進んでいる自治体の事例はどうのようなものか(湖南地域等)

条例効果の検討

- ・ 近年、近隣に立地した企業、関連のある企業等へのニーズ調査

(企業ヒアリング等)

独自の重点分野の検討

- ・ 他都市より特に重視・優先する戦略分野の検討

(ウエルネスビジネス、IT・コミュニティビジネス、竹関連産業、環境、文化コンテンツ、農商工連携ビジネス、高齢者生きがいビジネス等)

条例案の作成、条例の制定

(2) 条例制定のPR

多段階における情報発信

- ・ 制定着手段階、提案検討段階、議会議決段階における情報発信

口コミによる情報提供

- ・ 市外企業にも届くような情報発信手段の検討

(地元企業との連携、京都府や経済団体を通じた情報提供等)

- ・ 市民ブログ等を使った情報発信

目標
条例の制定

[想定スケジュール]

平成 22 年度 他都市事例を調査し、向日市に必要な条例の内容を
検討・研究する

【条例の制定】

他都市の条例について調査・研究する
企業へのヒアリングなどから条例の効果を把握する
向日市独自の重点分野について検討する
条例案を作成する

【条例のPR】

制定着手段階で広報する
検討案がまとまった段階で広報する

役割

商工会や最近市内に進出または市外に転出した企業等の条例に対する意見・提案
行政による他都市事例の把握、重点分野の検討、条例案の作成
商工会、市民、行政等による初期・中間段階での情報発信

平成 23年度 条例を制定し、向日市の姿勢の変化を広く積極的にア
ピールする

【条例の制定】

議会での検討に付する
議会での議決を経て、条例を公布する

【条例のPR】

条例制定段階で広報する
京都府、経済団体を通じて情報を発信する
市民ブログや口コミで、情報を発信する

役割

行政による条例案の議会への上程（議会議決 公布）
商工会、市民、行政等による初期・中間段階での情報発信
商工会、市民、行政等による条例の説明を求める企業などの情報収集と、行政による出前説明の実施

企業支援・誘致条例づくりの実施主体と主なスケジュール

	すぐ取り組むこと	中期的取組	長期的課題
商工業者	条例づくりに対する意見・提案	進出・拡充を考える企業の発掘(知り合いへの声かけなど)	信頼関係に基づく規模拡大等における行政への相談(相談が常態化するよう)
経済団体	条例づくりに対する意見・提案	進出・拡充を考える企業の発掘(相談の受け入れPRなど)	まちづくりや商工業活性化への参加者の獲得(拡充)
市民協働		知り合い企業等への向日市(支援・誘致条例制定)のPR	企業進出や規模拡充等への理解と信頼関係の構築
関係機関等		(大学、研究機関)企業誘致・活性化のためのサポートグループへの参画・支援・アドバイス	
行政	他都市(府内、近隣など競合先)事例の把握 条例案の作成	条例の制定 企業への情報発信	日常的な交流や相談への対応を通じた企業との信頼関係の醸成

チャレンジ 5

農・商・工・観光連携プロジェクト(地産地消)

(1)農産物や市内で生産された食品等の市内消費の仕組みづくり

(2)多様な産業関係者及び市民の連携による新商品の開発

(ねらい)

多様な関係者が連携・協働し、まちの一体感を高める

(産業振興のシンボリックなネットワーク事業と位置づけ)

向日市の新しい売り(みやげ物、新商品)を創造する

【事業概要】

(1)農産物の地産地消の可能性の検討

流通形態の現状把握

・農家や農協等への問い合わせ(農協や市場への出荷、直接契約、露天販売等)

関係者の意向(課題)把握

・農業関係者の地産地消への意欲・可能性の把握

・市民や市内商店・飲食店の地産地消に対する要請・期待の把握

(どのような方法による販売を求めるか - 朝市、小売、配達等)

農業関係者と他産業関係者・市民・大学関係者等の情報交流機会の創出

・実行に向けた意見交換、アイデア交流を行う

(2)モデル試行

可能性の高い流通形態の仕組み検討

・朝市・露天販売、市内商店販売、飲食店提供、配達等のうち、効率性や効果を考えて仕組みをつくる(農家、商業関係者、市民含む)

関係者との調整によるモデル試行

・イベント的なものでも、流通の仕組みを実践してみる

・市民や市内商店、観光・工場関係者等によるPRを展開する

農業関係者と他産業関係者・市民の情報交流機会の創出

・効果の検証、見直し・改善を関係者みんなで考える

・ものづくり関係での地元消費の仕組みの可能性、新商品開発の研究を行う

目標

新しい流通システムの試行

[想定スケジュール]

平成 22 年度 農産物を主な対象に、地元産品を地元で買える(売れる)あるいは食べられる仕組みを研究する

【地産地消の可能性検討】

今の市内農産物の流通の状況を把握・整理する
地元農家が地産地消にどんな意識を持っているかを把握する

消費者や小売店の地産地消への期待や仕組みをつくるにあたっての意識を把握する

地産地消に興味・関心のある農家、商業関係者、市民等の交流・研究の場をつくる

観光・製造関係者、市民と連携し、農産物を使った新商品のアイデアを研究する

役割

農家や商業者・飲食店は、地産地消に向けた課題を提示し、協力・連携してその解決・解消に向けた検討、意見交換
市民は地産地消にあたっての期待や実現に向けたアイデア出し
行政は、実態調査による現状や他都市の成功例の把握、関係者の交流の場づくりへの呼びかけ

平成 23 年度 地元農産物の地産地消(地元での販売、飲食)をみんなで宣伝し、実践する

【モデル試行】

効率性の高い、あるいはアピール効果の高そうな流通の仕組みを研究・企画する

それぞれの関係者(農家、商店・飲食店、市民)ごとに関係機関等と調整する

実行の事前に口コミ等で宣伝する

農家・商工業者・観光関係者・市民・行政の協働で、新しい仕組みを実践してみる

新商品を試作してみる(間に合えば、新しい仕組みで試供販売)

役割

農家は農産物提供、商業者・飲食店は販売・加工販売を実践
市民はイベント(朝市等)の実施支援や消費者への積極的なPR
行政は、事業実施の関係者への調整や場所の確保
観光・製造関係者による新商品開発の研究・実践

地産地消の実施主体と主なスケジュール

	すぐ取り組むこと	中期的取組	長期的課題
商工業者	地産地消の仕組みづくりに向けた検討、意見交換への参画 加工・販売の実践	加工・販売の継続 新商品（地元食、土産物等）の開発研究	加工・販売の継続的实施と付加価値向上への取組
経済団体		関連イベントの企画・運営（朝市等）	農業・商工業・観光等の多様な産業連携のコーディネート
市民協働	地産地消への期待・ニーズの表明（意見提示） 地産地消の仕組みづくりへのアイデア	家庭・地域・学校等を通じた地産地消の意識啓発 関連イベントの企画・運営（朝市等）	食育などによる地産地消の継続的推進（地元産品の購買等）
関係機関等	（農業関係者） 地産地消の仕組みづくりに向けた検討、意見交換への参画	（農業関係者） 農産物を安定的に供給する体制づくり （観光関係者等） 新商品（地元食、土産物等）の開発研究	生産物の安定的な地元への供給
行政	地元農産物の流通等に関する実態把握 他都市成功例等の把握 関係者の意見交換・交流の場づくり	地産地消の拠点スペースの確保	

6 提言実現の方法

この提言の実現に向け、経済活性化をまちぐるみの取組にしていくためには、事業者・市民・行政が協働で実行計画の策定や具体的事業の研究・推進を図ることができるよう、本活性化会議委員有志及び行政からなる（仮称）「活性化計画推進プロジェクトチーム」を立ち上げ、提言の実現に取り組むことが求められる。

また、行政はそのための支援体制及び行政内における実行体制を整えることが求められる。そして、計画・事業の優先順位を整理・検討し、提案の実現性を高めるとともに、提言あるいは提言に基づいて策定される計画の進捗状況の点検に努め、成果を市民にわかりやすく提示していくことが必要である。

参考資料 1 地域活性化会議委員名簿

(号別・50音順)

	委員(号)	氏名	所属等	備考
1	第1号 (学識経験者)	たかしままさはる 高嶋正晴	立命館大学 産業社会学部 准教授	委員長
2	第1号 (学識経験者)	よしだともひこ 吉田友彦	立命館大学 政策科学部 准教授	副委員長
3	第1号 (学識経験者)	ふじもとけいじ 藤本圭司	(社)京都経済同友会 常任幹事 事務局長	
4	第2号 (商業関係者)	こもりけんご 小森健護	魚久・元：向日市商店会 会長 向日市商工会 理事	
5	第2号 (商業関係者)	たなかみちえ 田中みちえ	向日市商工会 理事・女性部長 向陽サイクル	
6	第2号 (商業関係者)	とむらあきのり 戸村聡里	設計事務所アトリエポンド 建築デザイナー	
7	第2号 (商業関係者)	ながいせいいち 永井誠一	上幸商店	
8	第2号 (商業関係者)	ふせ たかし 布施孝	(株)神崎屋 代表取締役社長	
9	第3号 (工業関係者)	ありまふみこ 有馬フミ子	有馬義化研(株)代表取締役 向日市商工会 理事	
10	第3号 (工業関係者)	いえはらよしかず 家原良一	丸正倉庫(株) 代表取締役社長	
11	第3号 (工業関係者)	いわぐちかずふさ 岩口一房	ナカライテスク(株)京都工場 生産管理部長	
12	第3号 (工業関係者)	おかもとみつぞう 岡本光三	(株)大日本科研代表取締役 向日市商工会 理事	
13	第3号 (工業関係者)	ながいまでもる 永井守	ナガイ理工	
14	第3号 (工業関係者)	みねもりあきら 峯森章	日東薬品工業(株)業務管理本部 取締役本部長	
15	第4号 (農業関係者)	はせがわぶんぞう 長谷川文造	長谷川農園直販所	
16	第4号 (農業関係者)	やまぐちたけし 山口武	向日市農業委員会 会長	
17	第5号 (金融関係者)	いしいひろかず 石井宏和	向日市金融会 会長 京都銀行向日町支店 支店長	
18	第6号 (市民公益活動団体関係)	さのとしこ 佐野とし子	向日市社協ボランティア連絡会 会長	
19	第7号 (一般公募)	のせみよこ 能勢美代子	寺戸町在住	
20	第7号 (一般公募)	まついつねお 松井恒夫	鶏冠井町在住	
21	第7号 (一般公募)	もりひさりか 森久利香	寺戸町在住	
22	第8号 (行政関係)	たきやまゆうすけ 瀧山裕介	京都府商工労働観光部 産業労働総務課 参事	
23	第8号 (行政関係)	わだよしつぐ 和田良次	向日市副市長	

(向日市地域活性化会議委員 商業部会名簿)

(号別・50音順)

	委員(号)	氏名	所属等	備考
1	第1号 (学識経験者)	たかしままさはる 高嶋正晴	立命館大学 産業社会学部 准教授	座長
2	第2号 (商業関係者)	こもりけんご 小森健護	魚久・元：向日市商店会 会長 向日市商工会 理事	
3	第2号 (商業関係者)	たなかみちえ 田中みちえ	向日市商工会 理事・女性部長 向陽サイクル	
4	第2号 (商業関係者)	とむらあきのり 戸村聡里	設計事務所アトリエポンド 建築デザイナー	
5	第2号 (商業関係者)	ながいせいいち 永井誠一	上幸商店	
6	第2号 (商業関係者)	ふせ たかし 布施孝	(株)神崎屋 代表取締役社長	
7	第4号 (農業関係者)	はせがわぶんぞう 長谷川文造	長谷川農園直販所	
8	第5号 (金融関係者)	いしいひろかず 石井宏和	向日市金融会 会長 京都銀行向日町支店 支店長	
9	第6号 (市民公益活動団体関係)	さのとしこ 佐野とし子	向日市社協ボランティア連絡会 会長	
10	第7号 (一般公募)	のせみよこ 能勢美代子	寺戸町在住	
11	第7号 (一般公募)	もりひさりか 森久利香	寺戸町在住	
12	第8号 (行政関係)	たきやまゆうすけ 瀧山裕介	京都府商工労働観光部 産業労働総務課 参事	商・工
13	第8号 (行政関係)	わだよしつぐ 和田良次	向日市副市長	商・工

	オブザーバー	よしだともひこ 吉田友彦	立命館大学 政策科学部 准教授	
--	--------	-----------------	--------------------	--

(向日市地域活性化会議委員 工業部会名簿)

(号別・50音順)

	委員(号)	氏名	所属等	備考
1	第1号 (学識経験者)	よしだともひこ 吉田友彦	立命館大学 政策科学部 准教授	座長
2	第1号 (学識経験者)	ふじもとけいじ 藤本圭司	(社)京都経済同友会 常任幹事 事務局長	
3	第3号 (工業関係者)	ありまふみこ 有馬フミ子	有馬義化研(株)代表取締役 向日市商工会 理事	
4	第3号 (工業関係者)	いえはらよしかず 家原良一	丸正倉庫(株) 代表取締役社長	
5	第3号 (工業関係者)	いわぐちかずふさ 岩口一房	ナカライテスク(株)京都工場 生産管理部長	
6	第3号 (工業関係者)	おかもとみつぞう 岡本光三	(株)大日本科研代表取締役 向日市商工会 理事	
7	第3号 (工業関係者)	ながいまでもる 永井守	ナガイ理工	
8	第3号 (工業関係者)	みねもりあきら 峯森章	日東薬品工業(株)業務管理本部 取締役本部長	
9	第4号 (農業関係者)	やまぐちたけし 山口武	向日市農業委員会 会長	
10	第7号 (一般公募)	まついつねお 松井恒夫	鶏冠井町在住	
11	第8号 (行政関係)	たきやまゆうすけ 瀧山裕介	京都府商工労働観光部 産業労働総務課 参事	商・工
12	第8号 (行政関係)	わだよしつぐ 和田良次	向日市副市長	商・工

	オブザーバー	たかしままさはる 高嶋正晴	立命館大学 産業社会学部 准教授	
--	--------	------------------	---------------------	--

参考資料2 向日市地域活性化会議審議経過

年 月 日	内 容 等
平成 20 年 10 月 20 日 (月)	<p>第 1 回会議【全体会議】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 委嘱状の交付 ・ 委員長、副委員長の選出 ・ スケジュールについて ・ 意見交換
12 月 8 日 (月)	<p>第 2 回会議【全体会議】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域活性化基本方針について ・ 意見交換
平成 21 年 2 月 24 日 (火)	<p>第 3 回会議【全体会議、商業・工業部会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 部会（商業・工業）の構成について ・ 今後のスケジュールについて ・ 活性化策について
4 月 20 日 (月)	<p>第 4 回会議【商業・工業部会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 活性化施策について
5 月 31 日 (日)	<p>第 5 回会議【全体会議】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市内見学
6 月 22 日 (月)	<p>第 6 回会議【商業・工業部会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ これまでの論点整理について
8 月 25 日 (火)	<p>第 7 回会議【全体会議】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「提言書」(素案)について
9 月 28 日 (月)	<p>第 8 回会議【全体会議】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「提言書」(修正案)について
10 月 20 日 (火)	<p>第 9 回会議【全体会議】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「提言書」(最終案)について
10 月 27 日 (火)	<p>「提言書」提出</p>

参考資料3 向日市地域活性化会議設置要綱

向日市告示第88号

向日市地域活性化会議設置要綱を次のように定めます。

平成20年10月 1日

向日市長 久 嶋 務

向日市地域活性化会議設置要綱

(設置)

第1条 本市地域経済の活性化に向け、地域産業のあり方及び産業振興の具体的な方策を検討するため、向日市地域活性化会議(以下「活性化会議」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 活性化会議は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 産業振興に関する調査及び研究に関すること。
- (2) 商業振興ビジョンに関すること。
- (3) 産業戦略プランに関すること。
- (4) その他産業振興に関すること。

(組織)

第3条 活性化会議は、25人以内の委員をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 商業関係者
- (3) 工業関係者
- (4) 農業関係者
- (5) 金融関係者
- (6) 市民公益活動団体関係者
- (7) 一般公募により選任された者
- (8) 行政関係者
- (9) その他市長が適当と認める者

(任期)

第4条 委員の任期は、2年とする。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。

(委員長及び副委員長)

第5条 活性化会議に、委員長及び副委員長を置く。

2 委員長及び副委員長は、委員の互選により定める。

3 委員長は、活性化会議を代表し、会務を総理する。

4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき又は委員長が欠けたときは、その職務を代行する。

(会議)

第6条 活性化会議の会議は、必要に応じて委員長が招集し、委員長がその議長となる。

2 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、意見又は説明を聴くことができる。

(部会)

第7条 委員長は、活性化会議の所掌事務のうち専門的な事項を所掌させるため、必要に応じて活性化会議に部会を設置することができる。

(庶務)

第8条 活性化会議の庶務は、建設産業部産業振興課において処理する。

(その他)

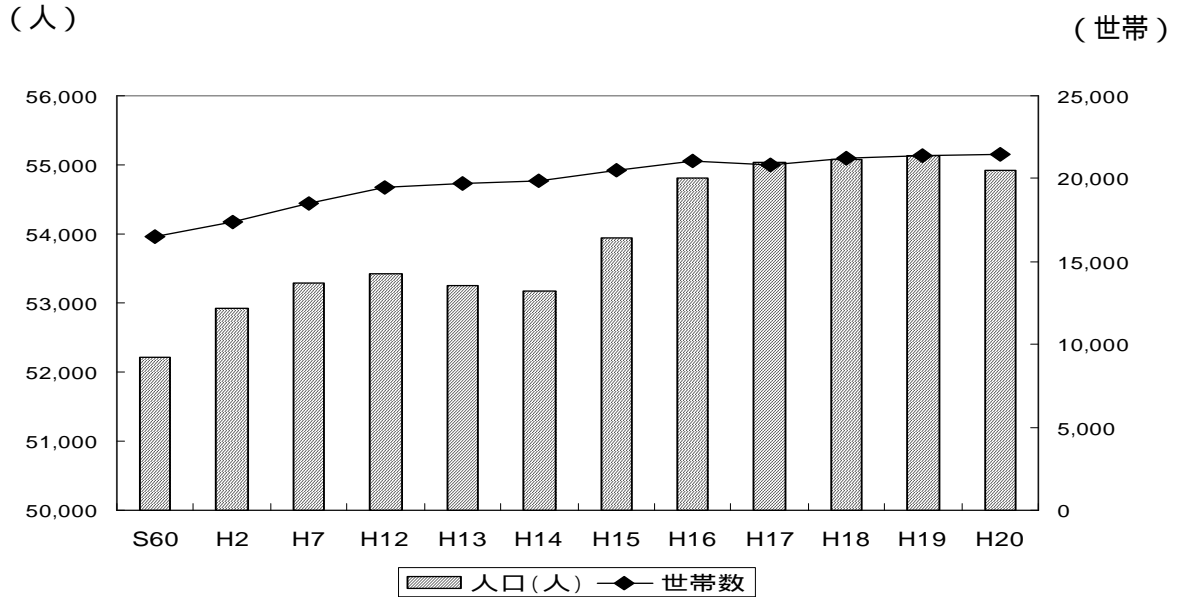
第9条 この要綱に定めるもののほか、活性化会議の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この要綱は、平成20年10月20日から施行する。

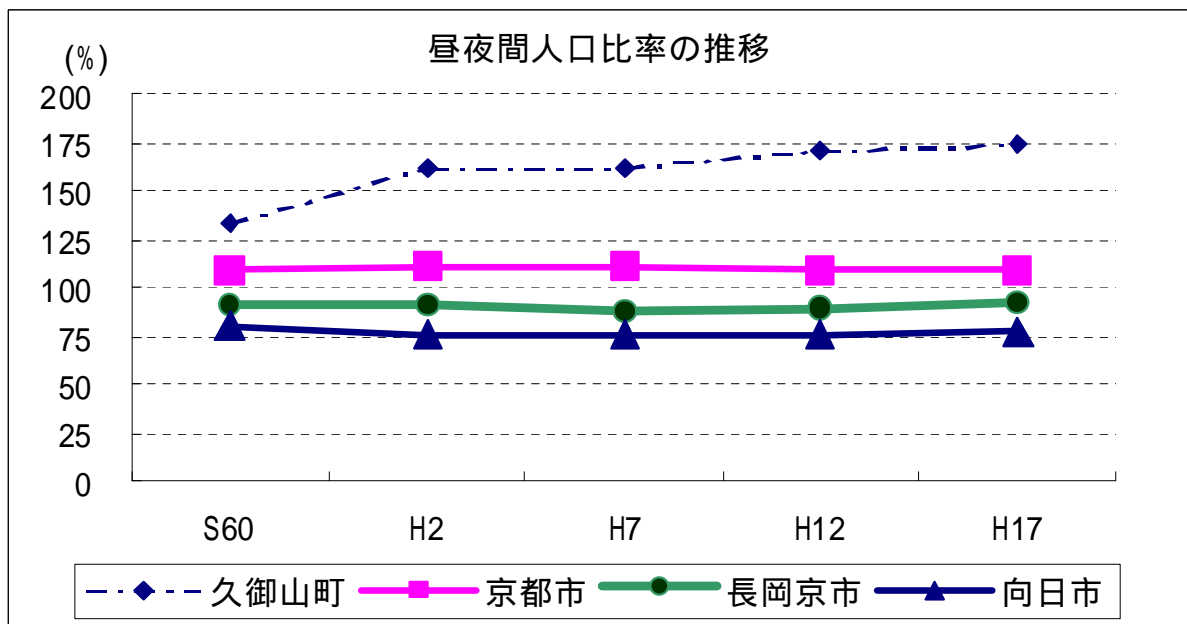
参考資料4 産業基礎データ

(1) 人口及び世帯数の推移



(注) 各年10月1日現在。平成17年までは国勢調査人口。その他は推計人口。

(2) 昼間人口の推移



(注) 各年10月1日現在(国勢調査報告)

(3) 近隣市町との市税の比較

自治体名	人口(人)	市(町)税総額(千円)
向日市	55,156	6,485,120
長岡京市	78,179	12,038,327
八幡市	73,197	9,112,320
城陽市	81,135	8,733,207
宇治市	189,737	24,315,540
京田辺市	60,671	8,773,506
大山崎町	15,274	2,737,490
久御山町	16,848	4,469,846

参考

(注) 平成18年度決算 人口は、平成19年3月31日現在

(4) 市民一人当たりの市税収入額の近隣市との比較(その1)

(円)

順位	市(町)税総額		個人市(町)民税		法人市(町)民税		固定資産税	
	1	長岡京市	153,984	長岡京市	59,706	宇治市	18,932	京田辺市
2	京田辺市	144,608	京田辺市	52,596	長岡京市	16,932	長岡京市	60,520
3	宇治市	128,154	八幡市	47,396	京田辺市	11,826	八幡市	49,879
4	八幡市	124,490	向日市	46,464	八幡市	8,568	向日市	48,948
5	向日市	117,578	宇治市	46,155	城陽市	7,666	宇治市	47,949
6	城陽市	107,638	城陽市	44,041	向日市	6,800	城陽市	41,561
	大山崎町	179,226	大山崎町	48,524	大山崎町	24,093	大山崎町	99,214
	久御山町	265,304	久御山町	39,990	久御山町	44,672	久御山町	150,426

参考

(注) 平成18年度決算 人口は、平成19年3月31日現在

(4) 市民一人当たりの市税収入額の近隣市との比較 (その 2)

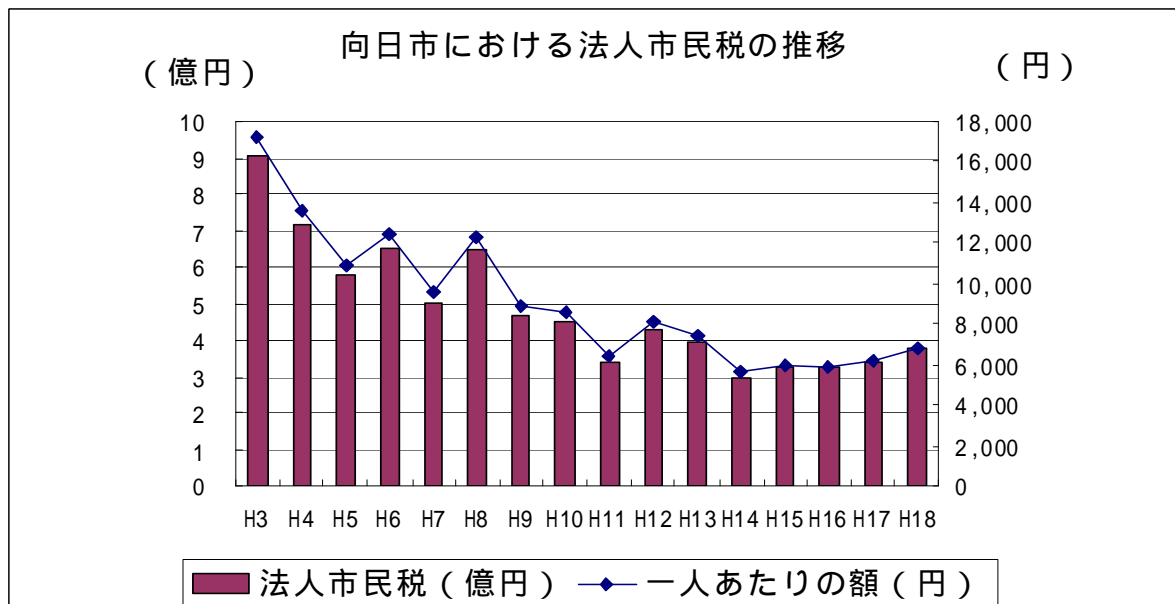
(円)

順位	軽自動車税		たばこ税		都市計画税	
1	城陽市	1,178	八幡市	6,564	長岡京市	11,654
2	八幡市	1,088	城陽市	5,526	京田辺市	11,498
3	京田辺市	1,072	宇治市	5,468	八幡市	10,954
4	宇治市	932	向日市	4,879	向日市	9,610
5	向日市	877	京田辺市	4,668	宇治市	8,709
6	長岡京市	746	長岡京市	4,381	城陽市	7,448
	大山崎町	892	大山崎町	6,503	大山崎町	———
	久御山町	1,836	久御山町	11,400	久御山町	16,980

参考

(注) 平成 1 8 年度決算

(5) 向日市における法人市民税の推移



(注) 平成 1 8 年度決算 一人あたりの額は各年度末 (3 月 3 1 日現在) 人口で算出

(6) 産業別事業所数及び従業者数 (民営)(その 1)

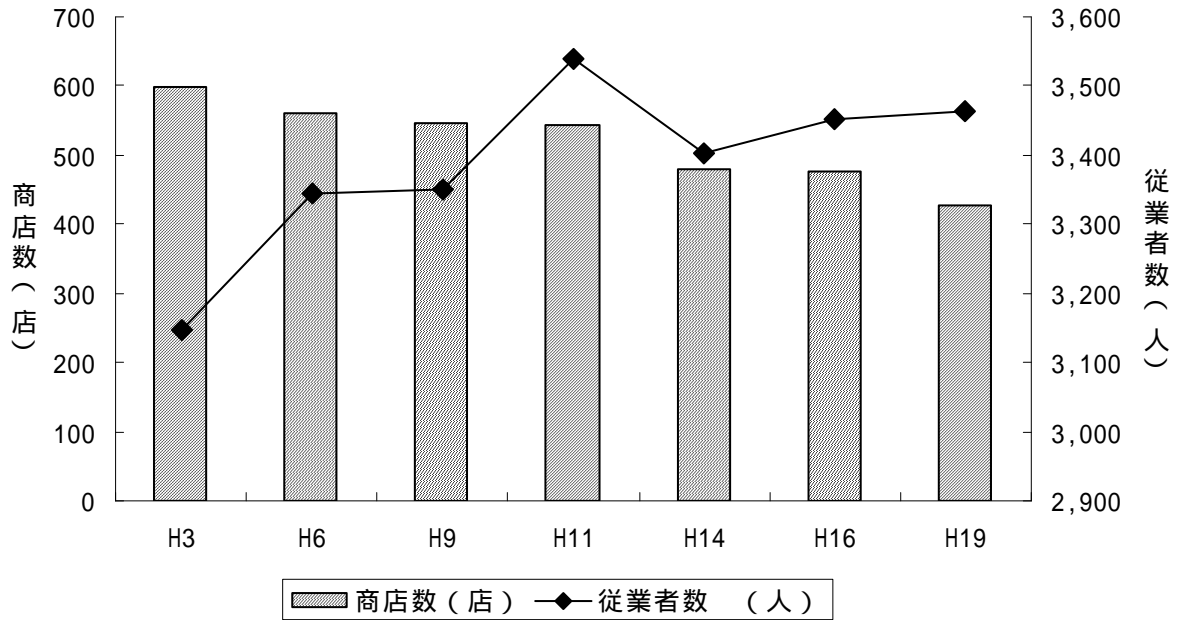
産業分類		平成 1 8 年						各 年 1 0 月 1 日 現 在			
		事業所数			従業者数			事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
		個人	法人	計	個人	法人	計				
総数		1,055	761	1,816	2,850	10,797	13,647	1,792	12,827	1,855	13,720
第 1 次 産 業		—	1	1	—	17	17	1	14	1	17
	農 業	—	1	1	—	17	17	1	14	1	17
	林 業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	漁 業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
第 2 次 産 業		124	175	299	318	2,575	2,893	290	2,582	304	2,959
	鉱 業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	建 設 業	74	90	164	182	631	813	163	807	172	882
	製 造 業	50	85	135	136	1,944	2,080	127	1,775	132	2,077

(6) 産業別事業所数及び従業者数 (民営)(その 2)

産業分類		平成 1 8 年						平成 1 6 年		平成 1 3 年	
		事業所数			従業者数			事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
		個人	法人	計	個人	法人	計				
第 3 次 産 業		931	585	1,516	2,532	8,205	10,737	1,501	10,231	1,550	10,744
	電 気 ・ ガ ス ・ 熱 供 給 ・ 水 道 業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	情 報 通 信 業	—	14	14	—	117	117	13	112	13	110
	運 輸 業	5	24	29	11	831	842	27	798	28	881
	卸 売 ・ 小 売 業	256	210	466	844	2,920	3,764	479	3,617	519	3,726
	金 融 ・ 保 険 業	2	13	15	2	188	190	17	203	19	263
	不 動 産 業	134	66	200	218	264	482	192	398	195	472
	飲 食 店 ・ 宿 泊 業	165	48	213	367	795	1,162	216	1,205	230	1,265
	医 療 ・ 福 祉	77	39	116	406	999	1,405	107	1,259	97	1,067
	教 育 ・ 学 習 支 援 業	76	22	98	161	434	595	98	589	98	504
	複 合 サ ー ビ ス 業	—	9	9	—	272	272	3	24	3	25
	サ ー ビ ス 業 (他 に 分 類 さ れ な い も の)	216	140	356	523	1,385	1,908	349	2,026	348	2,431

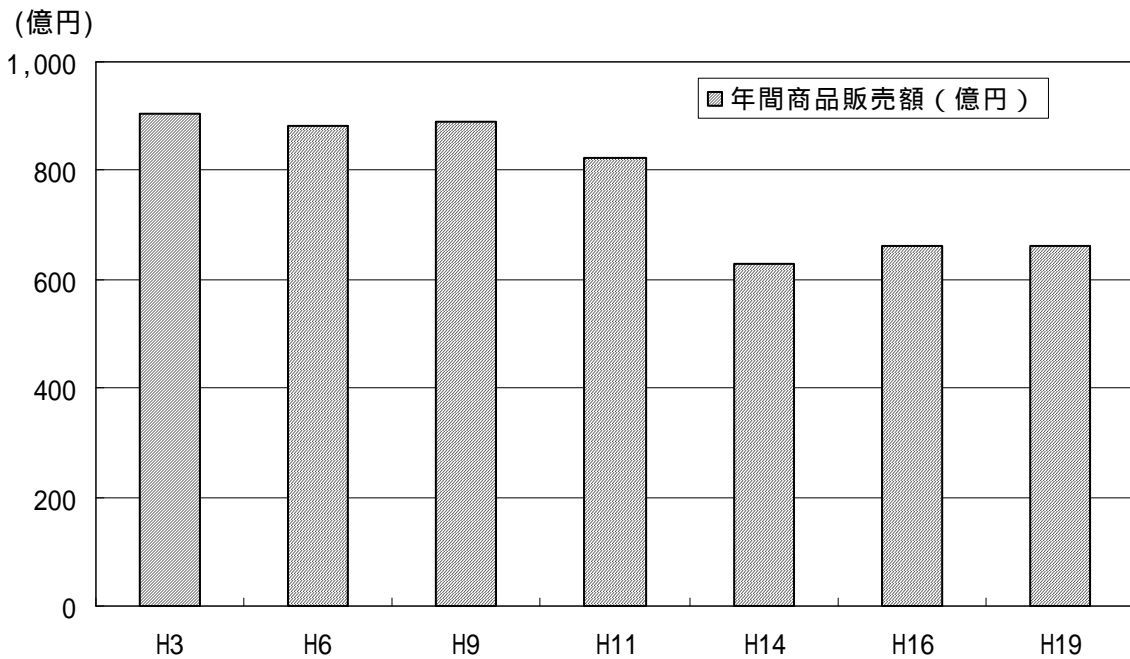
(資 料 : 事 業 所 ・ 企 業 統 計 調 査)

(7) 商業（卸・小売業）商店数・従業者数の推移



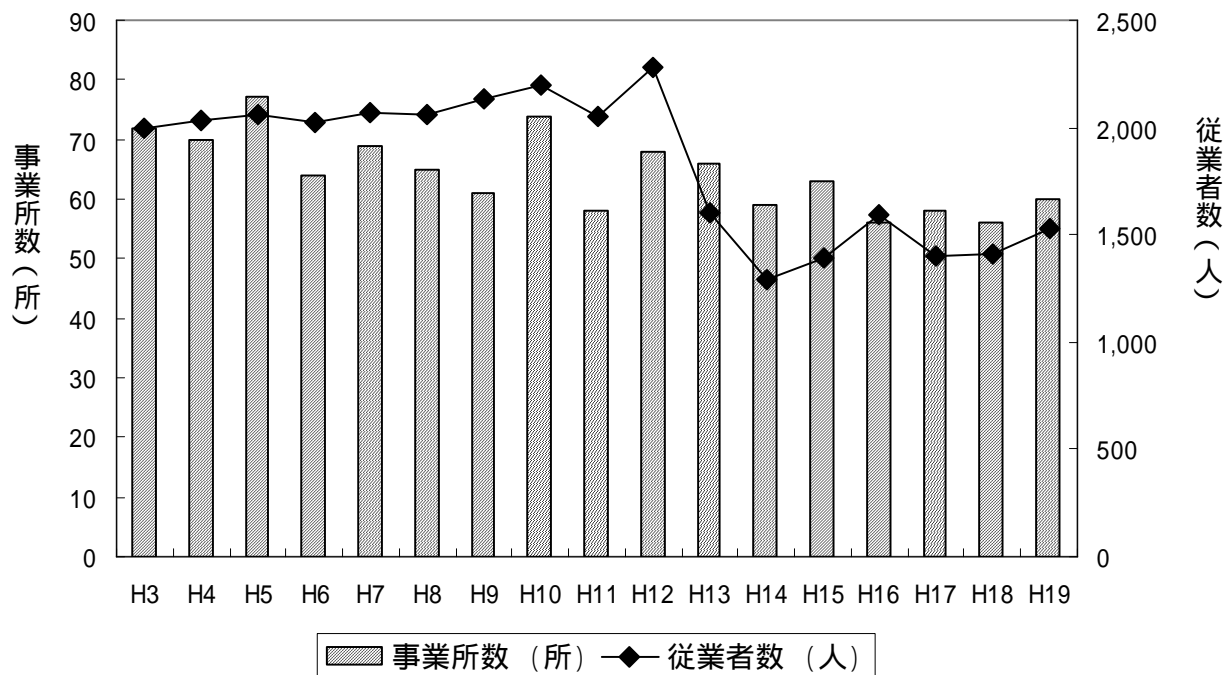
(注) 各年商業統計調査

(8) 商業（卸・小売業）年間商品販売額の推移



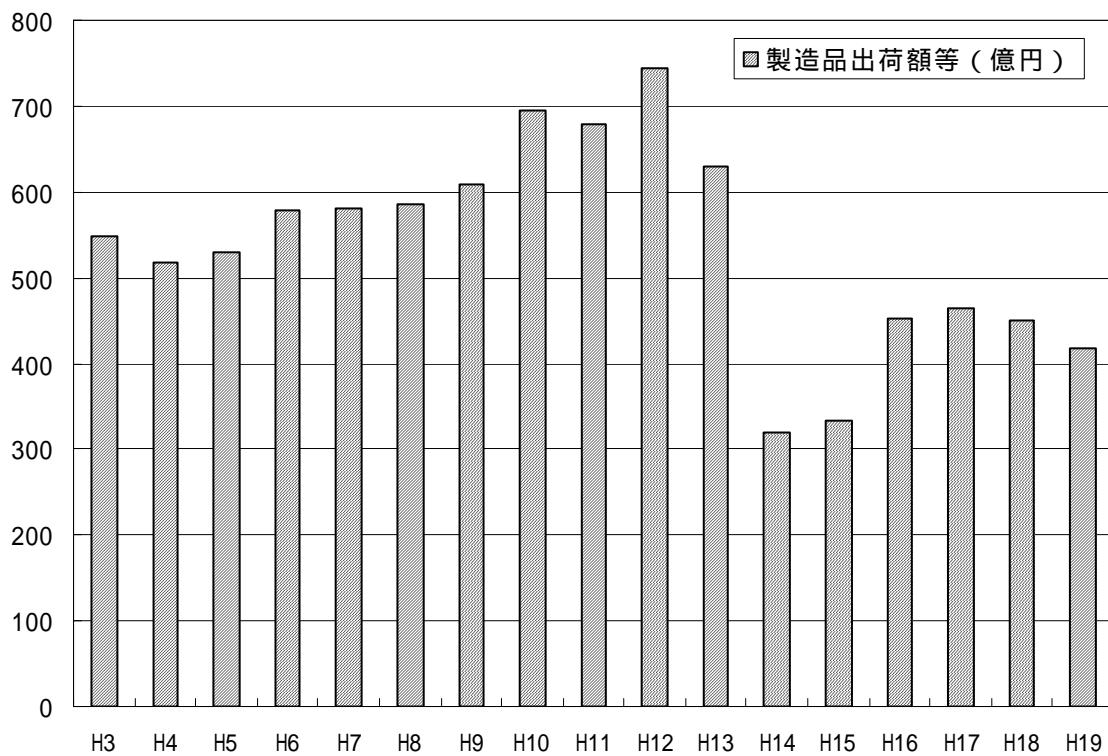
(注) 各年商業統計調査

(9) 工業 事業所数・従業者数の推移



(注) 各年工業統計調査

(1 0) 工業 製造品出荷額等の推移



(注) 各年工業統計調査 (平成 14、15 年は一部事業所の数値が未反映)