

発刊によせて

これまで松原市が目指す将来像や、方向性を位置づける大切な指針であります「松原市第4次総合計画」を平成24年3月に策定し、産業分野において、市全体の産業振興施策の充実を図るため、様々な取り組みを実施してまいりました。

そして、今年度からは、様々な市民ニーズの変化を的確に反映した「松原市第5次総合計画」、「第2次松原市産業振興ビジョン」を取りまとめました。

近年では、拡大するインバウンドへの対応、海外需要の取り込みなど、刻々と変化する社会情勢や時代の流れに合わせた取り組みが求められる中、本ビジョン策定においては、工業部門、商業・サービス業部門、農業部門ごとにデータを収集・分析し、雇用関係、さらには、平成30年6月に「松原市観光協会」が設立したことから、観光部門にも言及いたしました。

全国的には、個人消費の持ち直しや、雇用情勢の改善などの明るい経済状況であると言われていますが、一方、個々の企業、商店、農業従事者等の視点では、実感の乏しい景況感であり、依然として厳しい経営状況に置かれている企業も少なくありません。

そのような中で、本市は「日本一健康で、安心・安全なまち」を目指し、市民の皆様との協働により、平成25年に大阪府で初めて取得したWHOセーフ コミュニティ国際認証を取得して、様々な成果を上げてまいりました。そのおかげをもちまして、昨年11月の再認証の際には、市民の皆様をはじめ、企業の方々や商店街など、多くの方々との協働に対し、非常に高い評価を受けて再認証を取得することができました。

この国際基準の「協働」のまちづくりを産業振興にも反映させ、企業の方々や阪南大学などの関係機関と連携して、産業の元気なまちづくりを目指してまいります。そして、平成31年度から実施される「松原市第5次総合計画」における将来都市像「みんなでつくる 未来へつなげるまち まつばら」の実現に向け、全力で取り組んでまいります。

何卒これからも、本市の産業振興に関する施策や取り組みに対しまして、皆様のなご一層のお力添えを賜りますようお願いいたします。

結びに、本ビジョンの策定にあたり、熱心にご議論いただいた松原市産業振興ビジョン策定委員会の皆様をはじめ、アンケートを通じ様々なご意見、ご提案をいただきました経済界、農業従事者の皆様、市民の皆様に心より御礼申し上げます、ご挨拶とさせていただきます。

平成31（2019）年3月

松原市長 澤井 宏文



目 次

第1章 策定の趣旨と位置づけ.....	1
1. 策定の背景.....	1
2. 本ビジョンの目的.....	1
3. 本ビジョンの位置づけ及び計画期間.....	2
第2章 松原市の概況.....	3
1. 位置・規模.....	3
2. 歴史.....	3
3. 市域の変遷.....	4
4. 人口動向及び労働環境の変化.....	5
5. 産業の特徴.....	9
6. 産業の現況.....	13
第3章 第1次ビジョンの評価について.....	24
1. 第1次ビジョンの取組状況.....	24
2. 第1次ビジョンの評価.....	26
第4章 松原市の産業の現状と課題.....	30
1. 工業.....	30
2. 商業・サービス業.....	32
3. 農業.....	34
4. 雇用の創出と促進.....	35
5. まちの魅力づくり.....	36
第5章 松原市の目指す産業振興ビジョン.....	37
1. 基本理念.....	37
2. 全体テーマ.....	38
3. 方向性（産業振興の3つの視点）.....	38
4. 施策の体系.....	39
5. 産業振興アクション.....	40
第6章 本ビジョン推進に向けて.....	46
1. 本ビジョン推進における市の役割.....	46
2. 本ビジョン推進における関係団体との連携.....	46
3. 進捗管理.....	46

第1章 策定の趣旨と位置づけ

1. 策定の背景

松原市では、平成24（2012）年3月に「松原市第4次総合計画」の産業部門における具体的な施策の指針として「松原市産業振興ビジョン（以下、「第1次ビジョン」という。）」を策定しました。

第1次ビジョンの計画期間では、人口減少社会の中、国内市場の縮小や人手不足の顕在化、事業者の高齢化、後継者不足により事業承継が困難になるなど、本市の産業を取り巻く環境は厳しいものでした。

一方で、阪神高速大和川線など広域交通網の更なる整備、大規模商業施設の建設など、本市の産業を取り巻く環境が大きく変化することが予測されます。

そこで、このような状況の変化に対応するため、本市産業振興の指針として、「第2次松原市産業振興ビジョン（以下、「本ビジョン」という。）」を策定します。

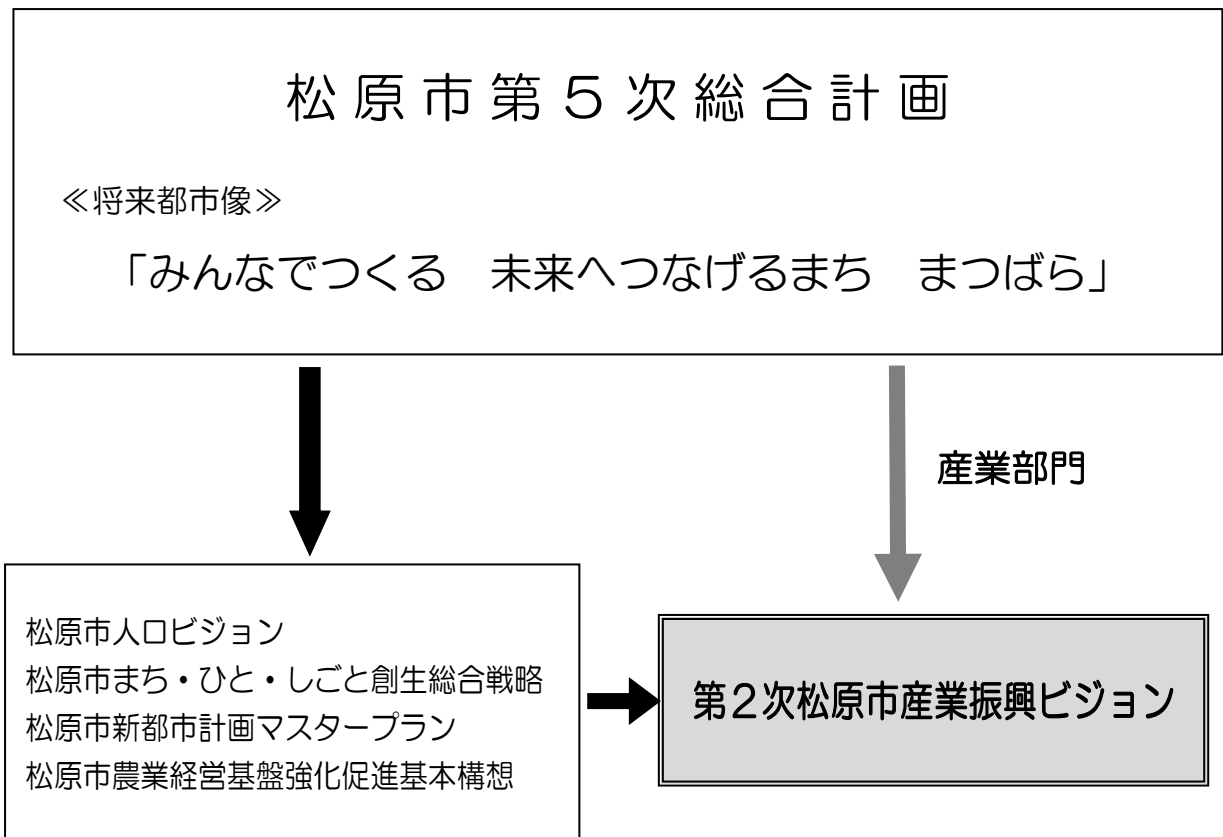
2. 本ビジョンの目的

本ビジョンは、「松原市第5次総合計画」を踏まえつつ、その産業部門の政策方針をより具体的に示すために、産業の現状・動向から、現時点での課題を明らかにし、松原市がめざす産業の方向性をより具体的に描くことを目的としています。

そのために、その産業の現状と動向から課題を把握し、この課題を解決するための実現可能な取り組みを列挙するとともに、これを体系的に整理します。この施策体系をもとに、効果が期待でき、優先して進めるべき取り組みを抽出・統合することにより、行政、事業者、市民・地域、大学など、各主体の行動と連携の指針を示します。

3. 本ビジョンの位置づけ及び計画期間

本ビジョンは、「松原市第5次総合計画」の産業部門における施策実施のための指針として位置づけます。計画期間は、「松原市第5次総合計画」と合わせ、2019年度から2026年度の8年間とします。



第2章 松原市の概況

1. 位置・規模

松原市は、大阪府のほぼ中心に位置し、大阪市、堺市、羽曳野市、藤井寺市に接しています。市域は東西約 5.8 km、南北約 5.1 km、面積約 16.66 平方キロメートルでほとんどが平坦地です。

市内には、近畿日本鉄道南大阪線が走り、北から「河内天美」、「布忍」、「高見ノ里」、「河内松原」の4駅があります。中でも、「河内松原」は準急が停車する主要駅で、大阪南部のターミナル駅である「大阪阿部野橋」から約9分と、鉄道利便性が高くなっています。また、「河内天美」、「布忍」、「河内松原」からは近鉄バスや南海バスが運行しており、堺市や富田林市方面と結ばれています。

さらに、阪神高速、近畿自動車道、西名阪自動車道、阪和自動車道が交わる松原ジャンクションがあって自動車アクセスは発達しており、物流拠点として栄えています。



2. 歴史

松原市は、温和な気候と住みやすい地理的環境により、弥生時代から平坦な土地に人々が住み着き、農耕生活をしていたことが知られています。その後、竹内街道が通ったことで難波から飛鳥への交通の要衝として栄え、進んだ大陸文化が伝わり、文化の高い地域となりました。

さらに、奈良から平安時代にかけて、長尾街道では西除川付近に駅屋が作られたり、中高野街道が整備されたりするなど、交通網が更に発達しました。



竹内街道 緑の一里塚

3. 市域の変遷

明治 22 (1889) 年、町村制により、松原(まつばら)村、天美(あまみ)村、布忍(ぬのせ)村、恵我(えが)村が生まれ、明治 29 (1896) 年に三宅(みやけ)村が中河内郡に属し、昭和 17 (1942) 年 7 月に松原村、昭和 22 (1947) 年に天美村がそれぞれ町になりました。昭和 30 年 2 月 1 日、前 2 町 3 村が、町村合併促進法により合併して、府内 21 番目の市として、松原市が誕生しました。その後、美原町の丹南(たんなん)、堺市の河合(かわい)を合併し、そして若林の一部が八尾市に編入されて現在にいたります。

昔の駅前風景



河内松原駅



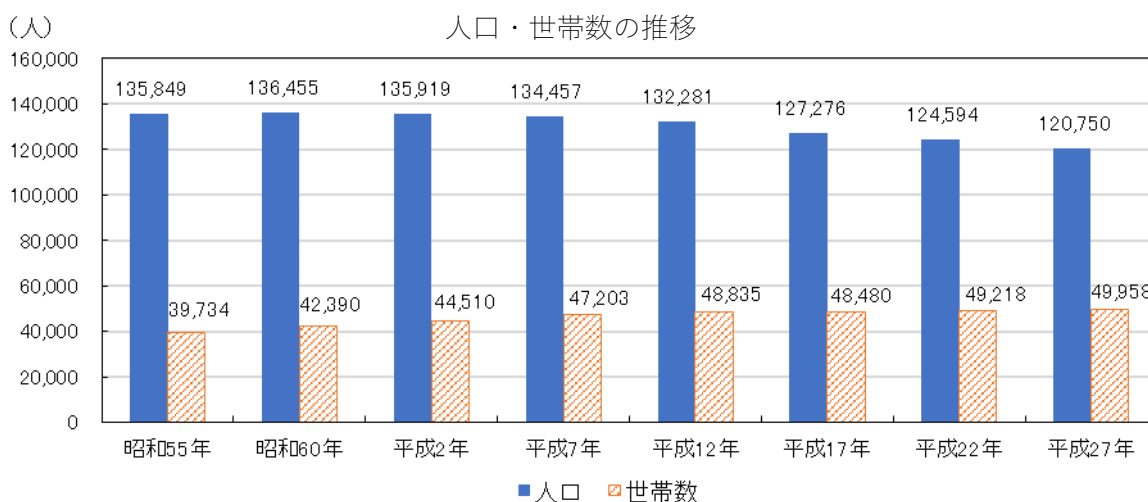
布忍駅

4. 人口動向及び労働環境の変化

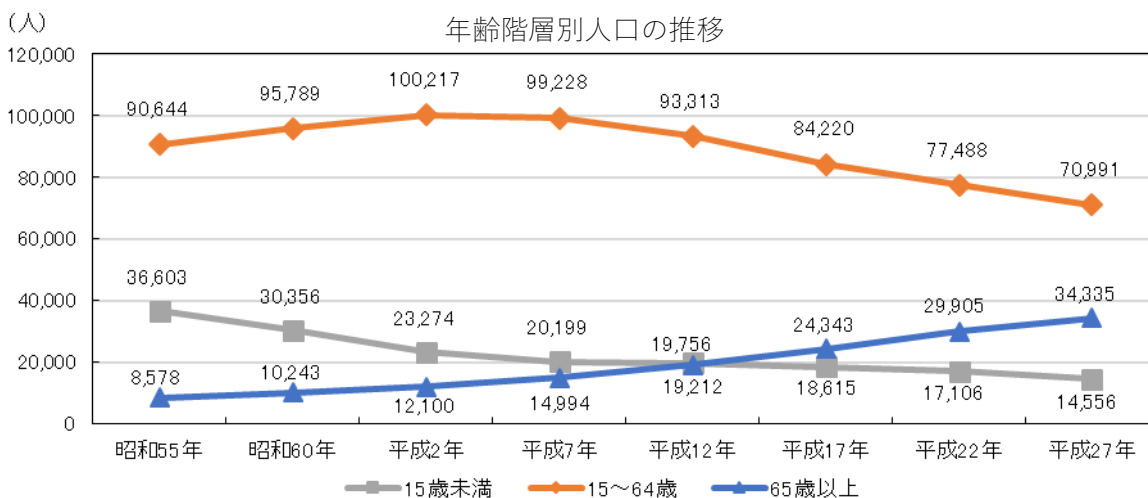
(1) 人口の推移

松原市の人口は、昭和60（1985）年をピークに減少傾向にある一方、世帯数は年々増加しています。また、年齢階層別人口の推移をみると、平成12（2000）年には65歳以上の人口が15歳未満の人口を上回りました。このことから、本市においても核家族化・少子高齢化が進んでいます。

将来人口の見通しでは、人口減少傾向が将来も続くと仮定した人口推計によると、平成27（2015）年の120,750人から本ビジョンの最終年度である2026年には111,023人になることが予測されます。一方で、合計特殊出生率の向上と転入・転出による社会減の抑制を仮定した将来人口シミュレーションの結果では、2026年に114,000人の人口規模となる見通しを立てています。

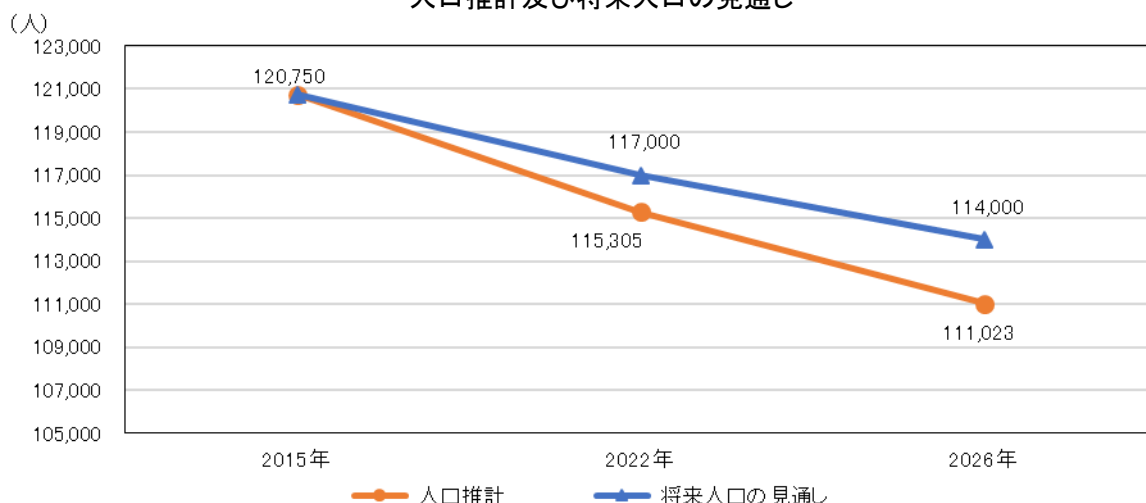


(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」



(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」

人口推計及び将来人口の見通し



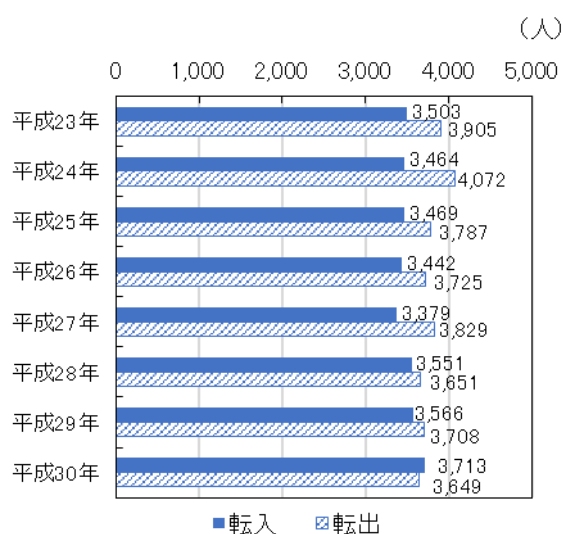
※「人口推計」は国立社会保障・人口研究所による推計、「将来人口の見通し」は松原市人口ビジョンにおけるシミュレーションによる
 ※2020年には65歳以上の高齢化率は30%を超えることがみこまれる
 ※2015年は国勢調査人口

(2) 人口動態

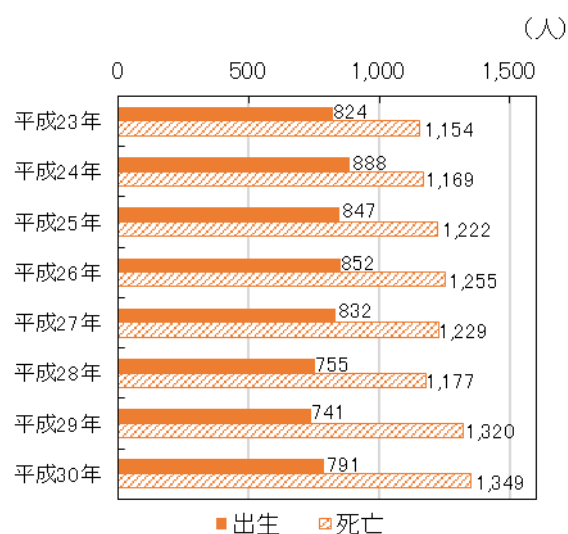
松原市の社会動態は、恒常的に転出超過が起きていましたが、平成27(2015)年より転入数が増加し、転出数との差が縮まっていく中、平成30(2018)年に転入数が転出数を上回りました。

一方、自然動態は死亡者数が出生数を上回る「自然減」が続いております。

転入・転出人口の推移



出生・死亡人口の推移



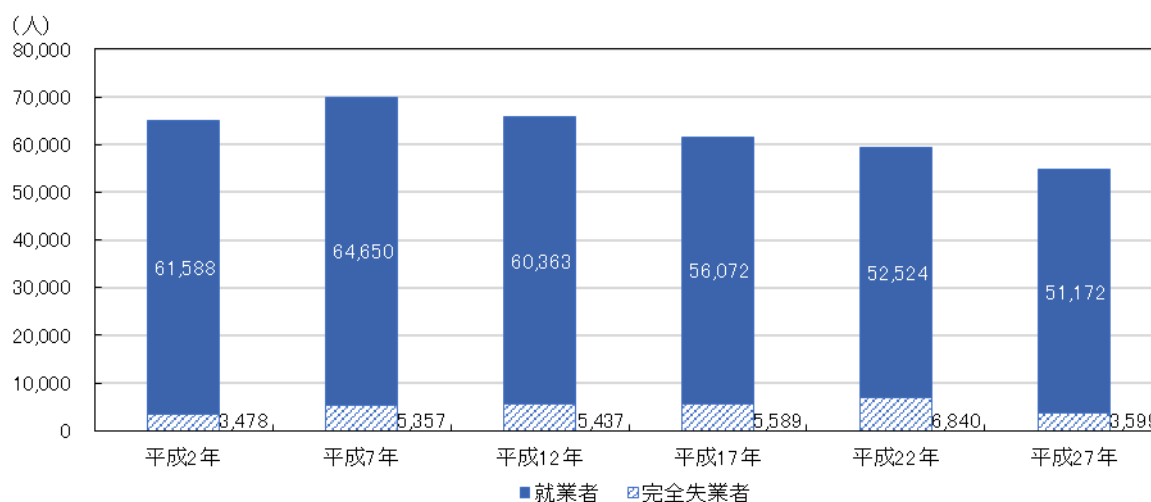
(出典) 住民基本台帳

(3) 労働力人口の推移

松原市の労働力人口は平成7（1995）年をピークに減少しています。

就業者は減少傾向が続いている一方で、完全失業者は平成22（2010）年にかけて増加していましたが、国の経済政策の影響などにより平成27（2015）年は大幅に減少しました。

労働力人口の推移



(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」

(注1) 労働力人口＝生産年齢人口(※1)－非労働力人口(※2)

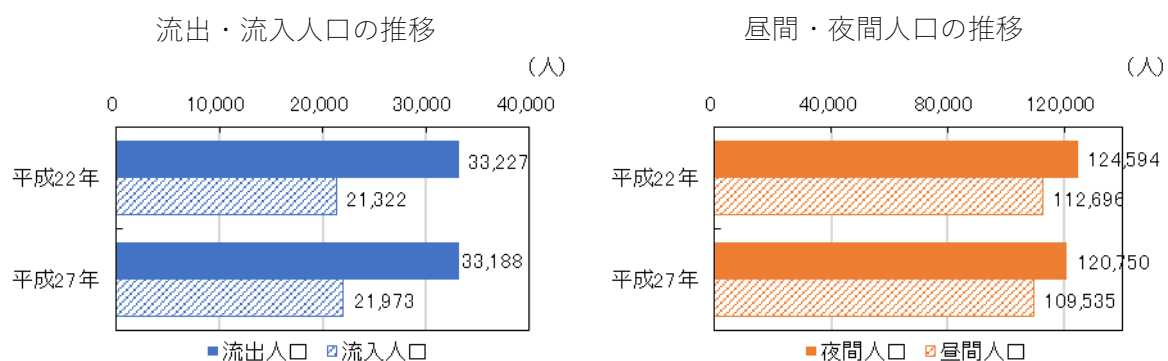
※1) 生産年齢人口：15歳から65歳未満の人口

※2) 非労働力人口：病気等の理由で就業できない者と労働意思がない者

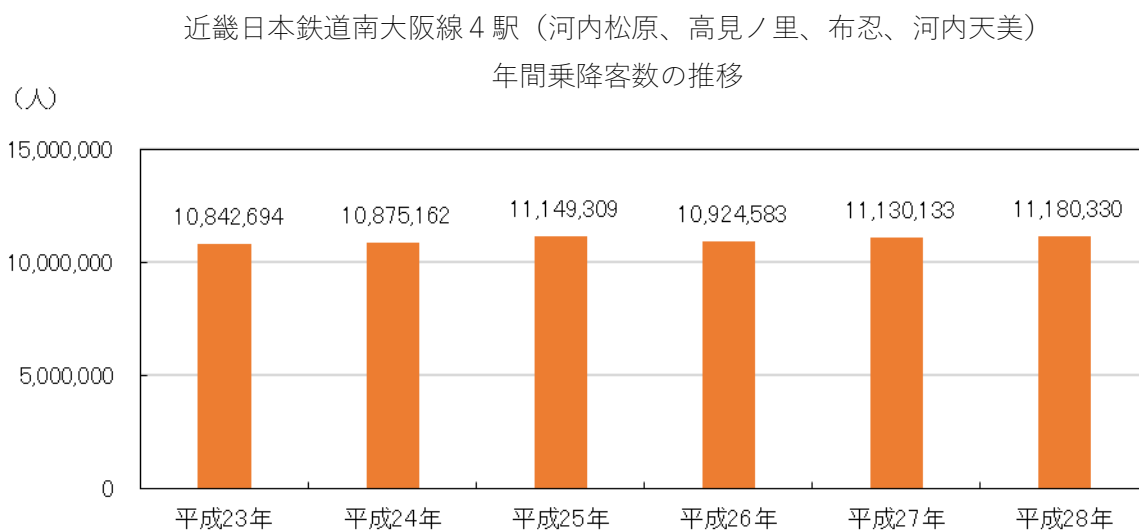
(4) 地域間の流動状況

松原市の通勤者・通学者の地域間の流動状況は、流入人口より流出人口の方が多くなっています。さらに、昼間人口に対して夜間人口が多いことから、通勤や通学等で市外へ出ていく傾向があります。

また、松原市内における近畿日本鉄道南大阪線4駅の合計の年間乗降客数は、増減を繰り返しながらも増加傾向にあります。



(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」



(出典) 近畿日本鉄道ホームページ

5. 産業の特徴

(1) 工業

松原市の産業は、河内木綿の賃織が始まりで、「三宅木綿」として有名でありましたが、戦後外国綿の輸入から需要が激減し、綿機を利用した金網工業へと変遷していきました。現在の工業の発展には道路網の整備が関係しており、金属製品をはじめ、一般機械器具の製造が基幹となり、種々の関連工業が発達・発展しています。しかし、事業所の規模は10人未満の事業所が多く、下請企業比率が高くなっているため、中小零細企業の町となっています。

※賃織 … メーカーから原系の供給を受け、織物に仕上げる作業を下請けしてその加工賃を得る業者。紡績会社、原系メーカーと織布業者間の取引の一形態で、製品販売は行わない。

金網の製造風景



高機能ソックス



ベアリング



鉛筆削り

(2) 商業・サービス業

松原市の商業は、近畿日本鉄道南大阪線の駅を中心に商店会や大規模商業施設が立地しており、飲食店も充実しています。また、近年、幹線道路沿いにはロードサイド型の店舗も立ち並んでいるので、買い物の利便性は高くなっています。

松原市には、商店街振興組合1団体（天美商店街振興組合）、商店会10団体（プラザ商店会、上田元町商店会、南新町商店会、天美西商店会、天美駅前東商店会、新堂・栄町商店会、松原中央商店会、松原岡商店会、松原阿保商店会、松原駅前商店会）があります。また、大規模商業施設としては、ゆめニティまつばら、イズミヤ松原店、カナートモール松原などが立地しています。



ゆめニティまつばら



松原市内の商店会

(3) 農業

松原市は、温和な気候と平坦な土地を活かし、古くから農耕生活が営まれてきました。主な農産物は、ねぎ、えだまめ、一寸そらまめ、こまつな・しろな、トマトなどがあります。

また、より安心・安全でおいしいものを食卓に届けたいという生産者の思いから、「大阪エコ農産物」の認証を受けた「まったら愛っ娘～松原育ち～」としてのブランド化も進め、さらに平成 29（2017）年に大阪府や大阪市から「なにわの伝統野菜」に認定された「難波葱」を積極的に栽培し、JA農産物直売所「畑のつづき」や地産地消推進店などで販売・使用されています。



河内鴨



難波葱



まったら愛っ娘～松原育ち～

(4) 観光

国内観光客はもとより、近年増加の一途をたどる海外からの観光客を呼び込む施策が求められています。平成 16（2004）年に始まった市内五社と天美地区の氏神である大阪市の一社を合わせた六社の神社を巡る「開運松原六社参り」や、平成 29（2017）年4月に大阪初となる「日本遺産」に認定された、本市南部を東西に走る日本最古の官道である「竹内街道」など、今後の観光誘客の一つの起爆剤になり得る観光資源を掘り起こし、磨き上げていくため、平成 30（2018）年 6 月に「松原市観光協会」が設立されました。



六社参りの絵馬と張り子



制作風景

大阪浪華錫器

松原市在住の伝統工芸士



布忍神社の恋みくじ



河内大塚山古墳

- ※官道 … 国家によって整備・管理・維持がなされた道路のこと。特に古代律令制国家（7 世紀後半から 10 世紀頃）においては、中央と地方機関を結ぶための経路として整備された。
- ※伝統工芸士 … 経済産業大臣指定の伝統的工芸品の製造に従事されている技術者の中から、高度の技術・技法を保持する者を「伝統工芸士」として認定している国家資格。平成 29 年度末時点において、累計で 7,813 名が登録されている。

6. 産業の現況

(1) 全産業の構造

松原市の産業全般では、工業、商業・サービス業、農業にいずれにおいて事業所数は減少しており、依然として規模の縮小傾向が見られます。

また、業種別における市内事業所数の割合は、サービス業の割合が増加しています。

全産業における事業所数の推移



(出典) 総務省統計局「経済センサス」

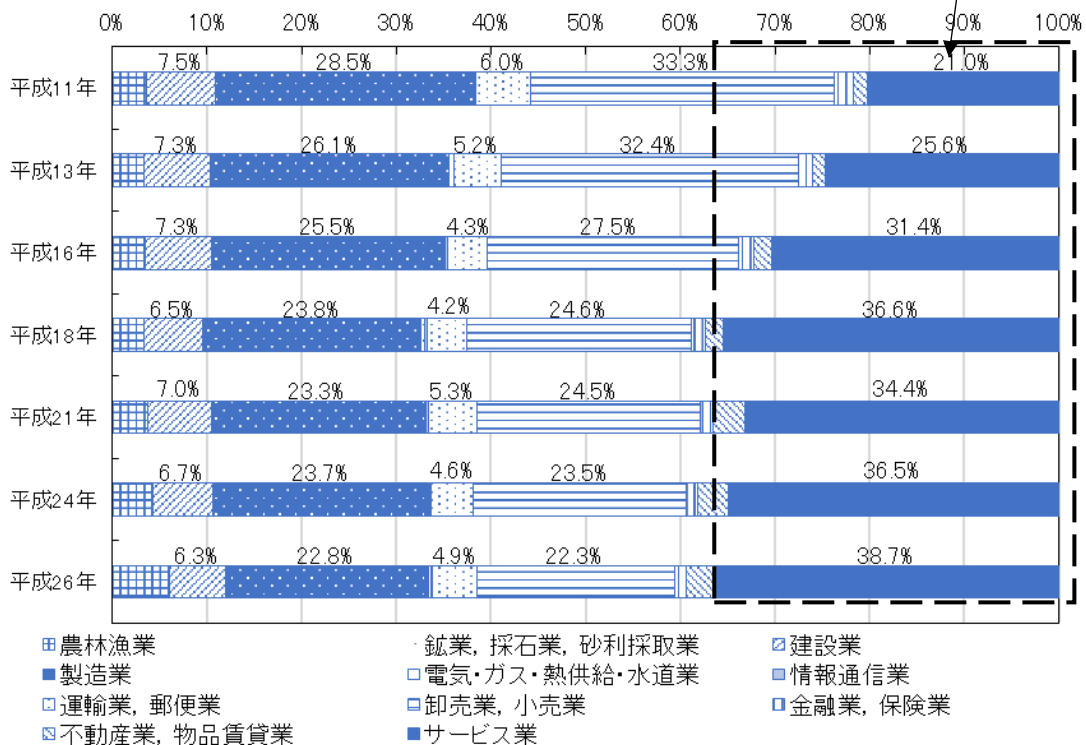
(注1) 昭和56(1981)年から平成18(2006)年は、「事業所・企業統計調査」を使用

(注2) 平成21(2009)年から平成28(2016)年は、総務省統計局「経済センサス」

(注3) 民営の事業所数及び従業者数

産業分野別事業所数の割合

サービス業は増加



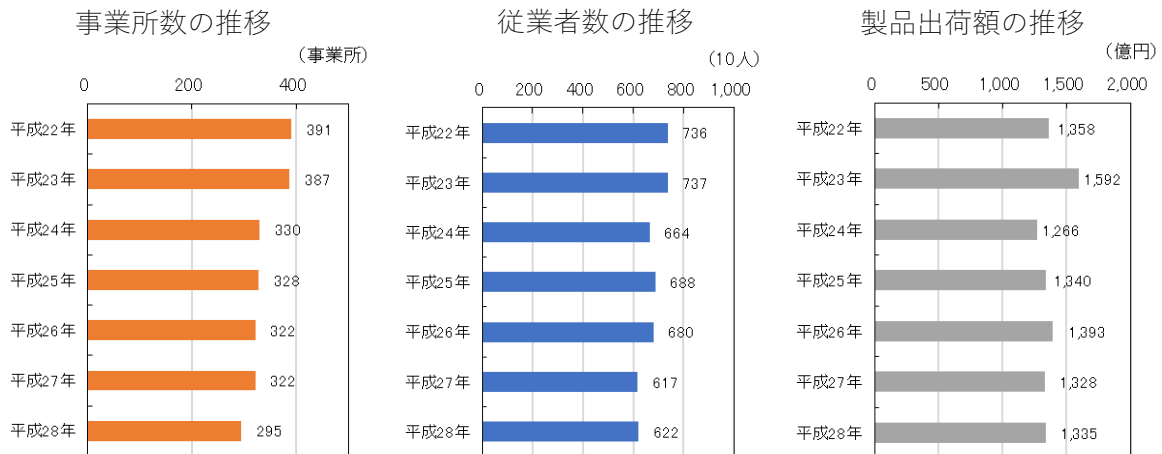
(出典) 総務省統計局「経済センサス」

(2) 産業分野別の構造

① 製造業

(ア) 事業所数・従業者数・製品出荷額

松原市の製造業において、従業者数 4～9 人の事業所数が最も多くなっていますが、平成 23(2011)年より年々減少しています。一方で、従業者数と製造品出荷額は平成 24(2012)年に前年より減少しますが、平成 26(2014)年にかけて徐々に回復傾向にあります

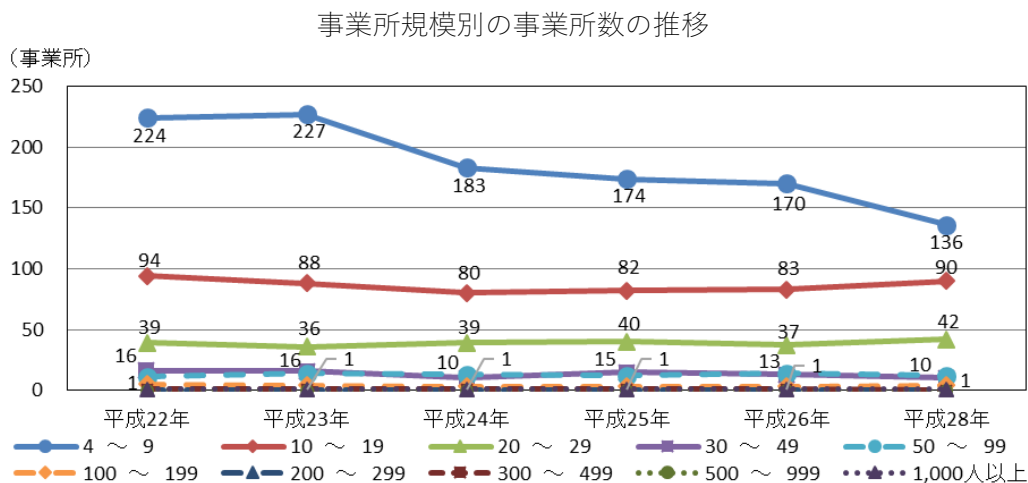


(出典) 経済産業省「工業統計調査」、総務省統計局「経済センサス」

(注1) 平成 22 (2010) 年、平成 24 (2012) 年～平成 26 (2014) 年及び平成 28 (2016) 年は、経済産業省「工業統計調査」

(注2) 平成 23 (2011) と平成 27 (2015) 年は、総務省統計局「経済センサス」

(注3) 従業者 4 人未満の事業所を除く



(出典) 経済産業省「工業統計調査」、総務省統計局「経済センサス」

(注1) 平成 22 (2010) 年、平成 24 (2012) 年～平成 28 (2016) 年は、経済産業省「工業統計調査」

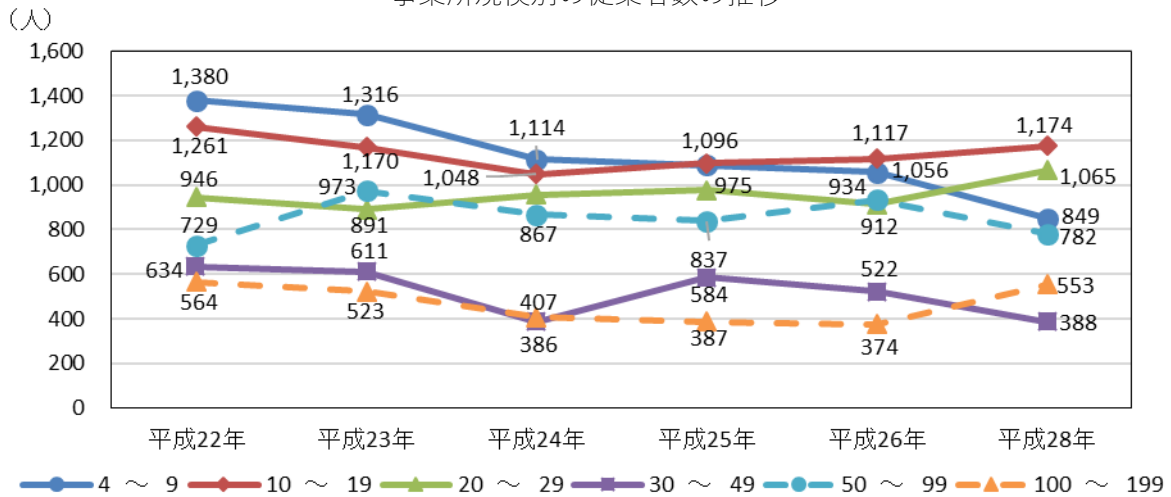
(注2) 平成 23 (2011) 年は、総務省統計局「経済センサス」

(注3) 従業者 4 人未満の事業所を除く

(注4) 従業者規模「500～999 人」の事業所数は「該当数字なし」となっているため、記載していない

(注5) 従業者規模「300～499 人」、「1,000 人以上」の事業所数は非公表となっているため、記載していない

事業所規模別の従業者数の推移



(出典) 経済産業省「工業統計調査」、総務省統計局「経済センサス」

(注1) 平成 22 (2010) 年、平成 24 (2012) 年~平成 28 (2016) 年は、経済産業省「工業統計調査」

(注2) 平成 23 (2011) 年は、総務省統計局「経済センサス」

(注3) 従業者 4 人未満の事業所を除く

(注4) 従業者規模「200~299 人」、「500~999 人」の事業所数は「該当数字なし」となっているため、記載していない

(注5) 従業者規模「300~499 人」、「1,000 人以上」の事業所数は非公表となっているため、記載していない

(イ)製造業分野別ランキング

松原市の製造業は、「金属製品」が事業所数、従業者数、製品出荷額の全分野において上位に、従業者数及び製品出荷額は、大規模工場の立地により「食料品」のシェアが高くなっています。

製造業分野別の事業所数、従業者数、製品出荷額ランキング (上位 3 位)

	事業者数		従業員数		製品出荷額	
	業種名	割合	業種名	割合	業種名	割合
第 1 位	金属製品	22.4%	食料品	36.4%	食料品	40.3%
第 2 位	プラスチック製品	12.1%	金属製品	14.2%	金属製品	12.2%
第 3 位	食料品	9.6%	プラスチック製品	7.6%	鉄鋼業	8.2%

(出典) 経済産業省「工業統計調査」、平成 29 (2017) 年

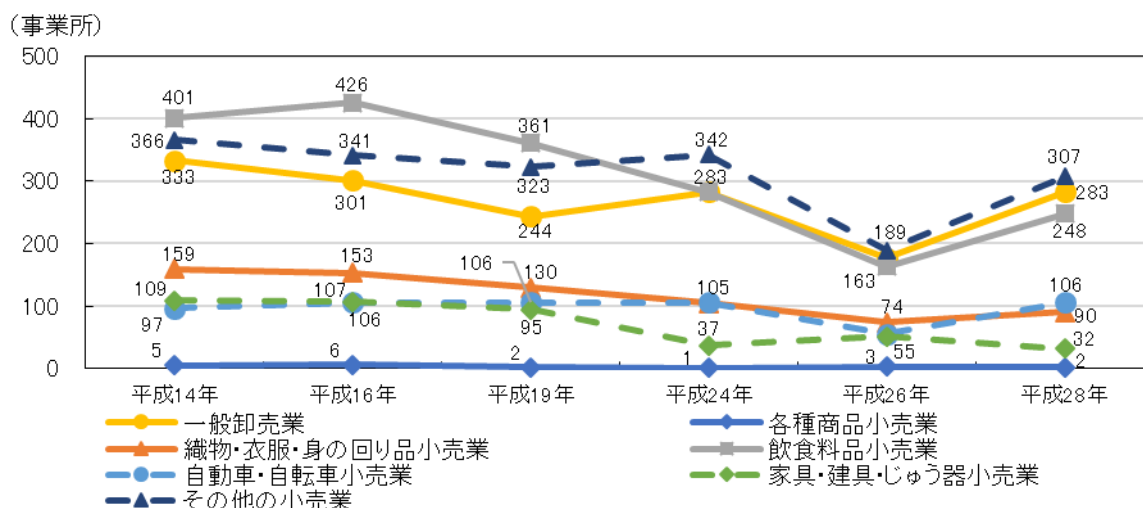
② 商業（卸売業・小売業）

(ア) 商業分野別の事業所数・従業者数・年間商品販売額

松原市の商業分野別の事業所数及び従業者数は、平成 26（2014）年にかけて減少傾向となっていますが、平成 28（2016）年には増加しました。

また、年間商品販売額は平成 26（2014）年にかけて減少傾向にある中で、平成 26（2014）年の一般卸売業は平成 19（2007）年から増加しました。

商業（卸売業・小売業）分野別の事業所数の推移

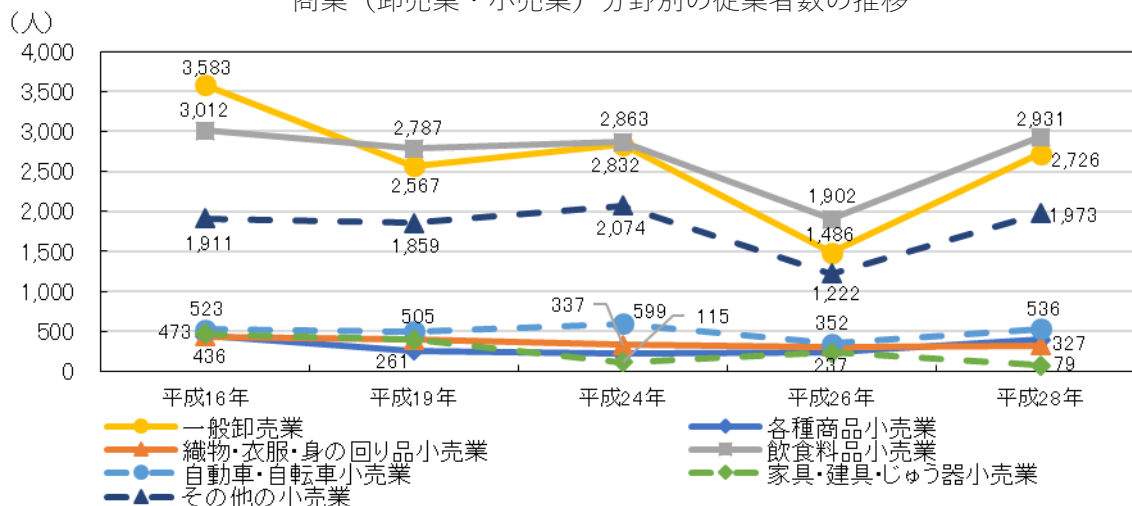


(出典) 経済産業省「商業統計調査」、総務省統計局「経済センサス」

(注1) 平成 3（1991）年～平成 19（2007）年、平成 26（2014）年は、経済産業省「商業統計調査」

(注2) 平成 24（2012）年、平成 28（2016）年は、総務省統計局「経済センサス」

商業（卸売業・小売業）分野別の従業者数の推移

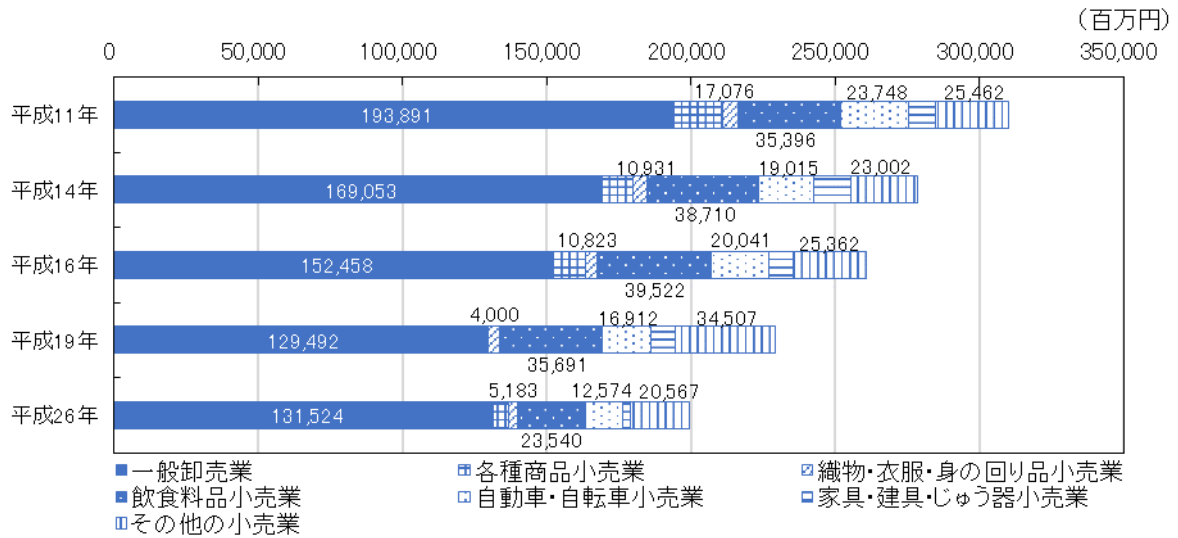


(出典) 経済産業省「商業統計調査」、総務省統計局「経済センサス」

(注1) 平成 3（1991）年～平成 19（2007）年、平成 26（2014）年は、経済産業省「商業統計調査」

(注2) 平成 24（2012）年、平成 28（2016）年は、総務省統計局「経済センサス」

商業（卸売業・小売業）分野別の年間商品販売額の推移



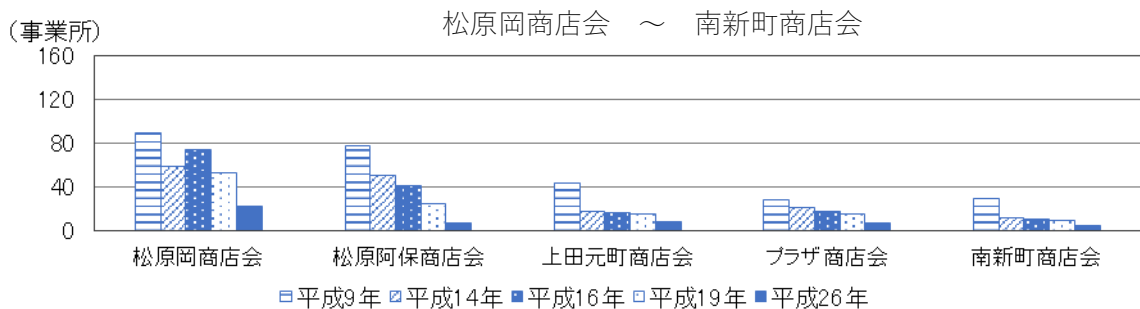
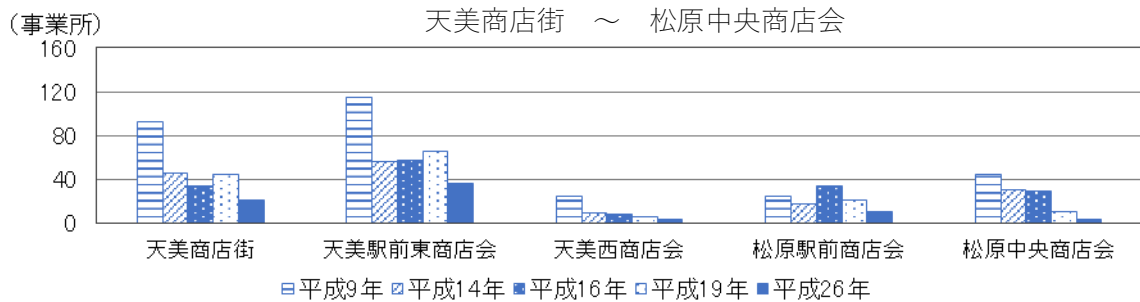
(出典) 経済産業省「商業統計調査」

(注1) 平成19(2007)年の各種商品小売業は、その他の小売業に含む

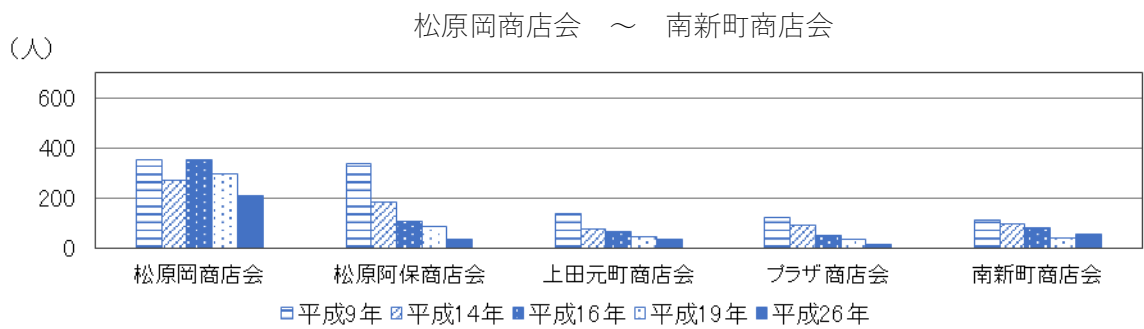
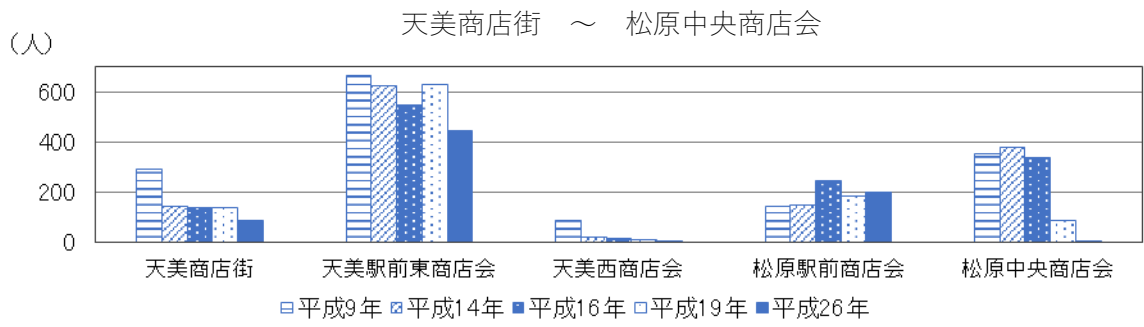
(イ) 商店会等

松原市における商店会はほとんどが駅前に立地しているものの、事業所数、従業者数ともに減少傾向にあります。さらに、年間商品販売額においても、松原駅前商店会以外の商店会は平成9(1997)年から見ると大幅に減少しています。

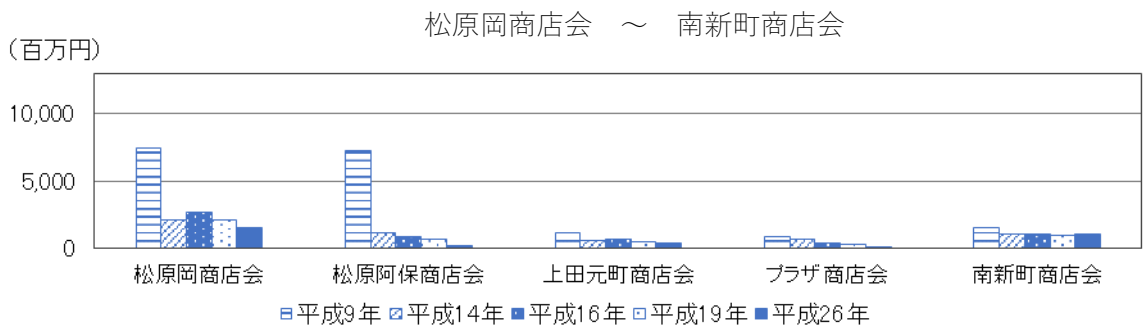
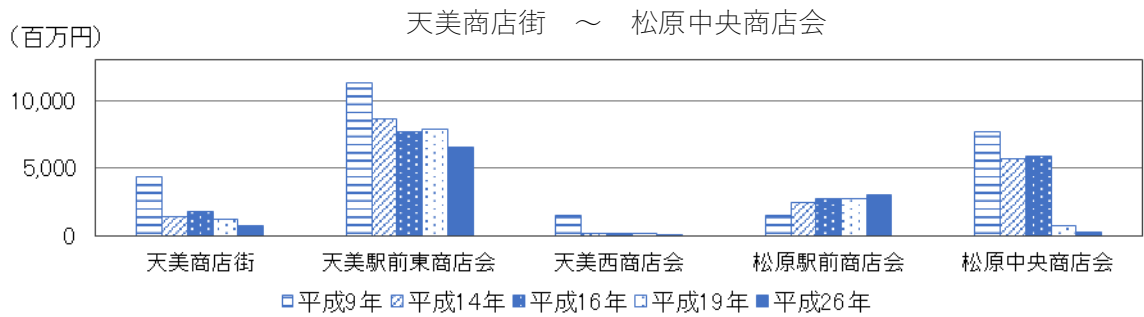
事業所数の推移



従業者数の推移



年間商品販売額の推移



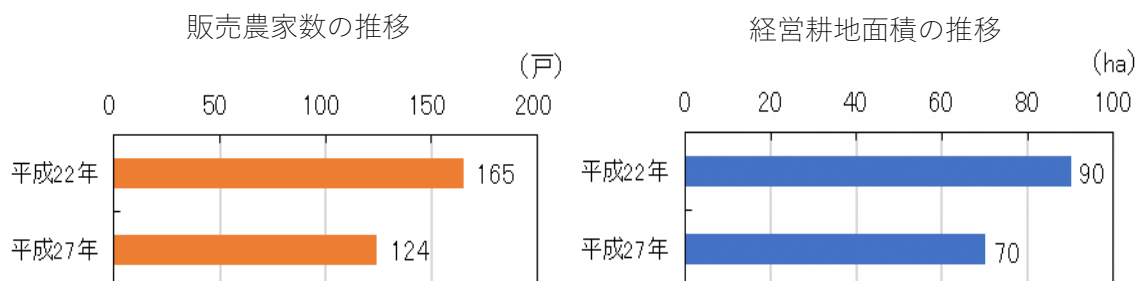
(出典) 経済産業省「商業統計調査」

(注1) 「新堂・栄町商店会」は、各年商業統計表(二次加工統計表)立地環境特性格別統計編の調査結果で集計されていないため、掲載していない

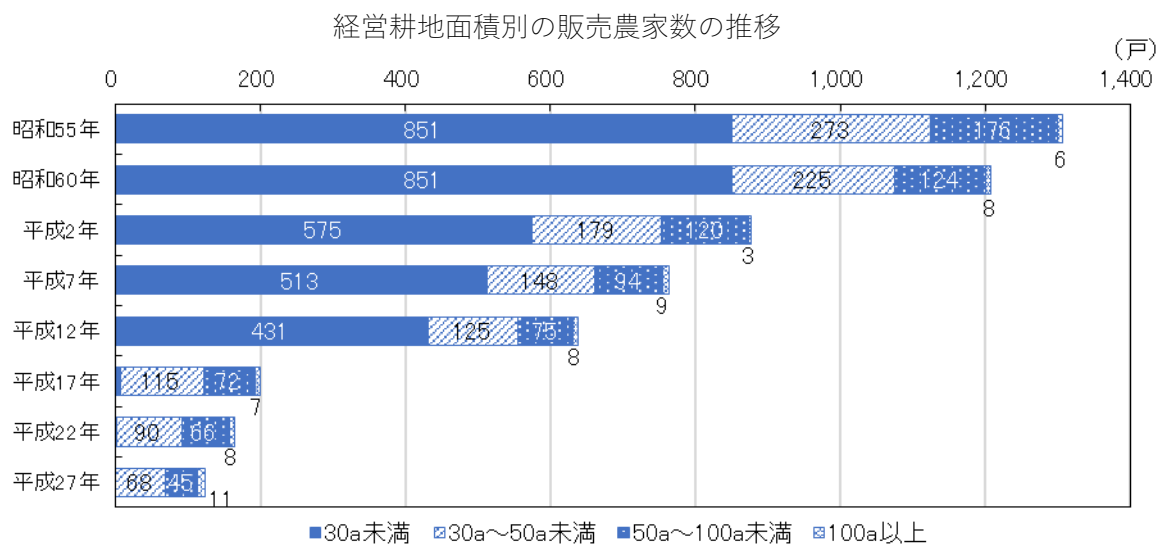
③ 農業

(ア)販売農家・経営耕地面積

販売農家、経営耕地面積ともに減少しています。なお、1農家あたりの経営耕地面積は増加しており、耕地面積の集約が進んでいます。



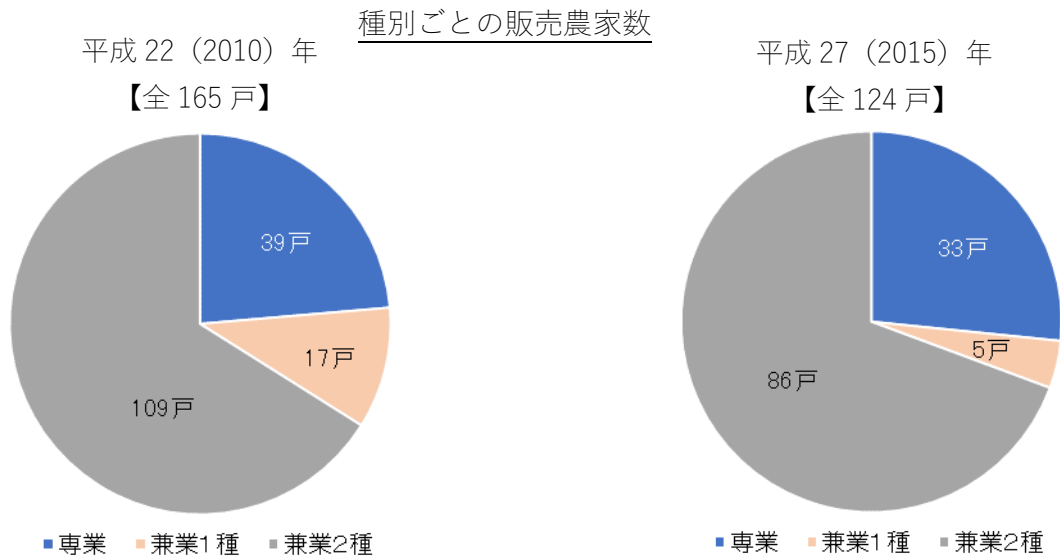
(出典) 農林水産省「農林業センサス」



(出典) 農林水産省「農林業センサス」

(イ)種別ごとの販売農家

販売農家の種別ごとでは、兼業2種（第2種兼業農家）の割合が増加しています。

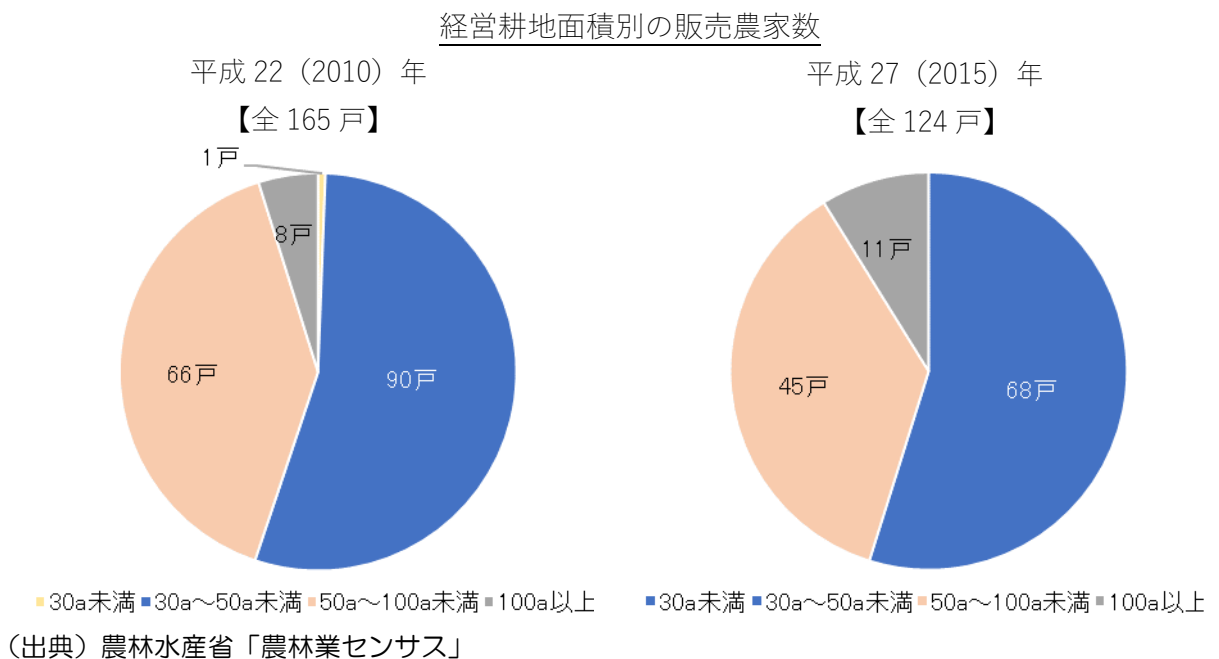


(出典) 農林水産省「農林業センサス」

※兼業農家 … 世帯員の中に農業以外で就業している者（兼業従事者）が1人以上いる販売農家。
 1種：農業所得の方が兼業所得よりも多い兼業農家
 2種：兼業所得の方が農業所得よりも多い兼業農家

(ウ)経営耕地面積別の販売農家数

経営耕地面積別の販売農家数は、昭和 55（1980）年に最も多かった 30a 未満が平成 27（2015）年にはほとんどいなくなっています。松原市の農業は、30a～50a 未満の小規模農家が中心となっています。

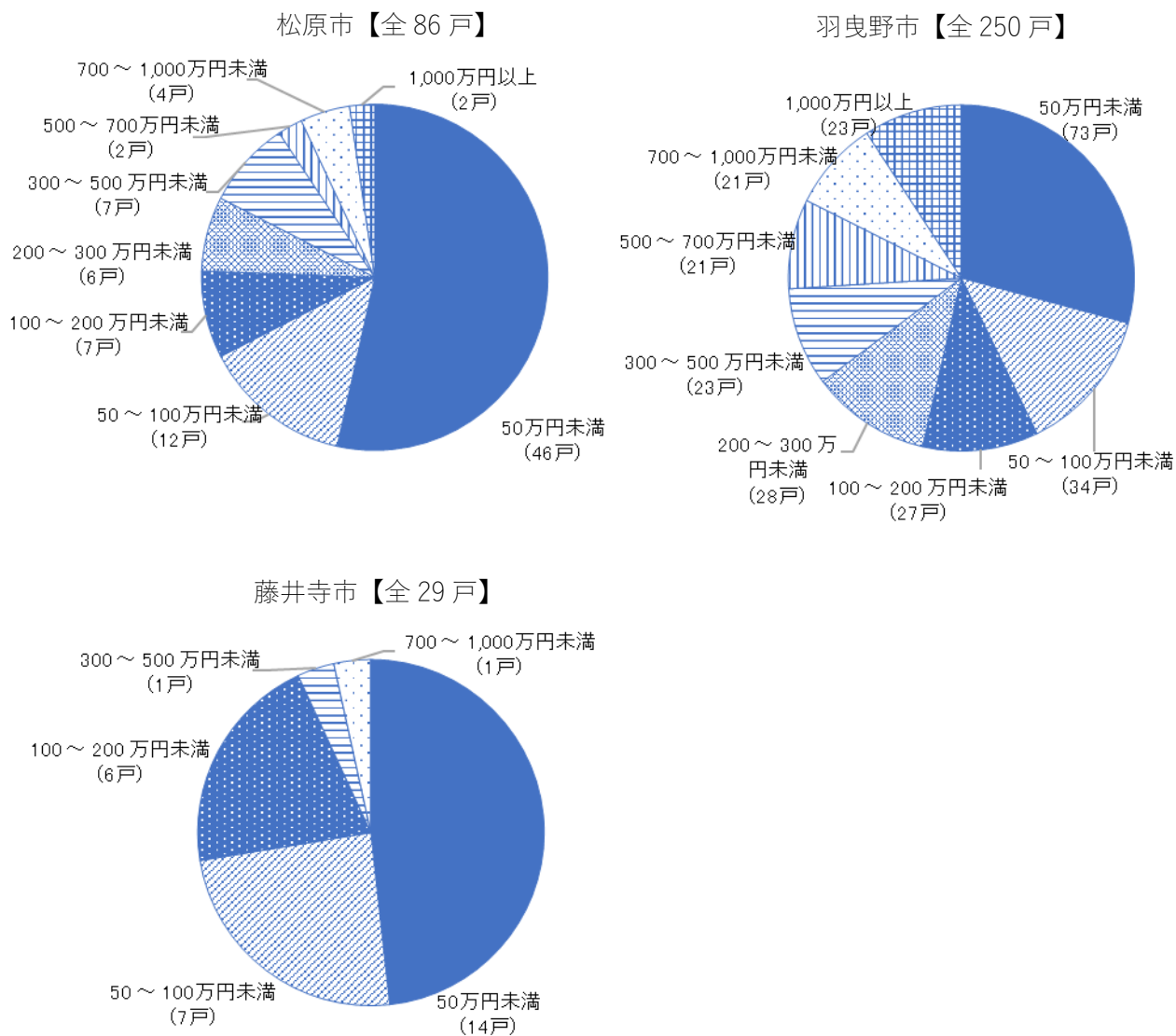


(I) 農産物販売金額規模別の販売農家

平成 27 (2015) 年の松原市における農産物販売金額規模別の販売農家は、50 万円未満の農家が約半数、次いで 50～100 万円未満となっています。

近隣市と比較すると、羽曳野市では、50 万円未満が約 3 割、50 万円以上の販売農家は同程度存在しています。また、藤井寺市では、50 万円未満の販売農家は松原市と同程度ですが、50～100 万円未満、100～200 万円未満の割合が高くなっています。

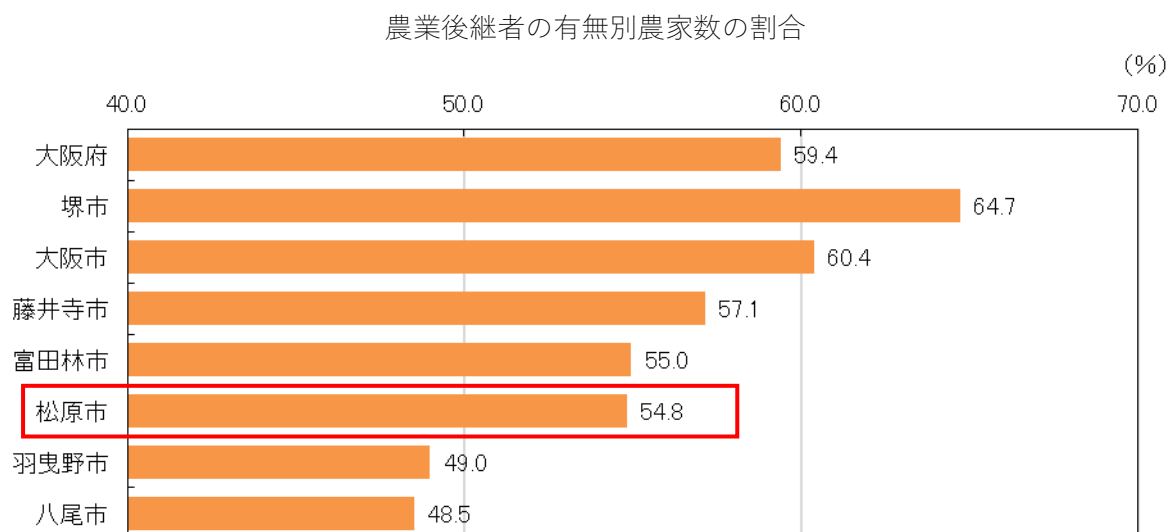
農産物販売金額規模別の販売農家



(出典) 農林水産省「農林業センサス」、平成 27 (2015) 年調査
 (注 1) 大阪府及び府内の近隣市を記載

(カ)後継者の有無

販売農家に対する後継者がいる販売農家の割合を算出したところ、松原市では、販売農家124戸に対して後継者がいる販売農家は68戸で、約54.8%となっており、大阪府の59.4%を下回っています。

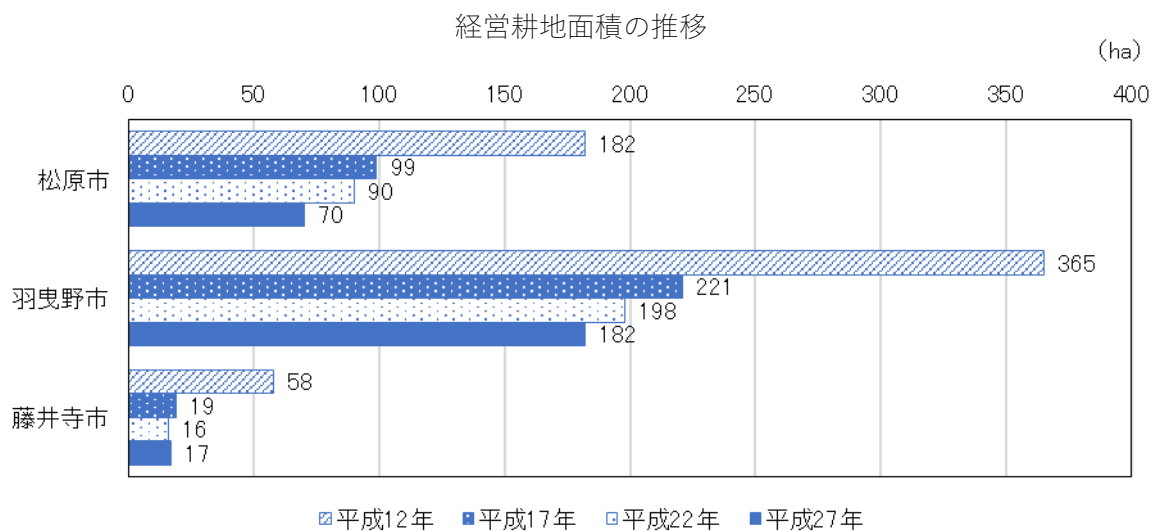
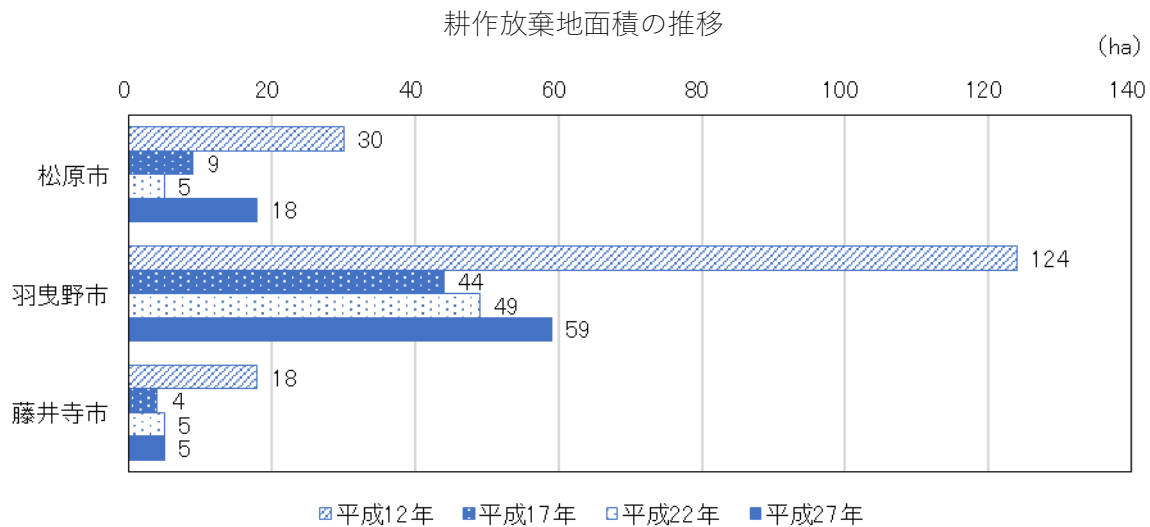


(出典) 農林水産省「農林業センサス」、平成27(2015)年調査

(注1) 大阪府及び府内の近隣市を掲載

(カ)耕作放棄地面積

松原市における耕作放棄地は、平成12(2000)年から平成22(2010)年にかけて減少していますが、平成27(2015)年には増加しています。



(出典) 農林水産省「農林業センサス」
 (注1) 大阪府及び府内の近隣市を記載

第3章 第1次ビジョンの評価について

1. 第1次ビジョンの取組状況

松原市では、平成 24（2012）年に市内産業の振興及び地域経済の活性化を図るため、松原市第4次総合計画に基づく産業部門の行動計画として、「松原市産業振興ビジョン」を策定しました。第1次ビジョンでは、目標年次を平成 30（2018）年度末とし、全体テーマの実現を目指すため、5つの部門別テーマを設定し、産業振興アクションとして、産業振興における3つの視点を重視しながら、それぞれの事業者、産業界はもちろんのこと、地域コミュニティや松原市民ひとりひとりの、さまざまな形での協力、連携と協働により、45の施策を設定し、ビジョンの実現を目指してきました。第1次ビジョンの取組状況については、5つの部門テーマに沿って、主な取組を示します。

■全体テーマ

産業・市民・行政の協働で育む、
生活が便利で、産業が元気なまち・松原

■主な取組状況

部門別テーマ	施策	主な取組状況
1. 地域経済を担う 中小企業の振興	中小企業振興の推進	・企業立地促進制度 平成 24（2012）年 6 月に「企業立地促進条例」を制定し、平成 29（2017）年度末時点において、本制度を 25 社の事業者が活用しました。そのうち 5 社については、市内への転入等に成功しました。 また、雇用促進奨励金を活用し、正規従業員 2 名、非正規従業員 8 名が雇用されました。
5. 計画的沿道土地利用の誘導	企業誘致と雇用創出	

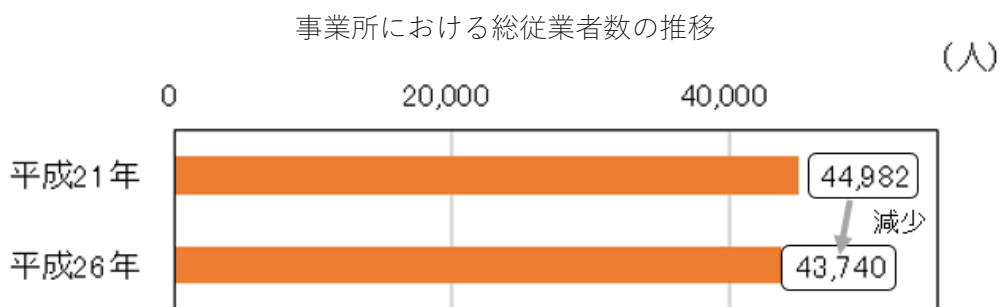
<p>2. 商業サービスの充実</p>	<p>地域生活を充実する 商業振興の奨励</p> <hr/> <p>商業集積地の形成</p>	<p>・空き店舗等利用促進事業</p> <p>商店街にある空き店舗等を有効活用することで市民の利便性を上げ、商店街の活性化につながる事業について、その空き店舗等の改修費用等の諸経費や賃貸料に対する補助金を交付しました。</p> <p>平成 24（2012）年から平成 29（2017）年の間で2件交付し、地域商業の活性化に寄与しました。</p>
<p>3. 都市近郊型農業の振興</p>	<p>都市近郊型農業の振興</p> <hr/> <p>生産緑地の保全</p>	<p>・まつばらマルシェ</p> <p>農商工及び産学官連携のもと、「食」をテーマとして、市内企業や農業者が松原の食品や農畜産物を紹介し、松原ブランドを内外に発信する場として、また、地産地消を身近に感じ取ってもらう場として開催しています。さらに物産展を同時開催することで、ビジネスマッチングの機会につなげました。</p> <p>平成 30（2018）年開催の第9回まつばらマルシェの来場者数は 41,161 人でした。</p>
<p>4. まちの魅力づくり</p>	<p>松原ブランドの確立</p> <hr/> <p>産学官連携のもとに</p>	<p>・まつばらブランド認定事業</p> <p>産学官連携のもとで「松原ブランド研究会」を立ち上げ、本来の良さを認知されていない松原市や南河内の商品・文化を、地域ブランドを通して全国発信しています。</p> <p>平成 29（2017）年より松原市内の事業者の優れた商品や技術・ビジネスモデルをまつばらブランド「La Matsubara〜ラ・まつばら〜」として認定し、その商品価値や企業価値を全国にPRしています。</p> <p>平成 30（2018）年8月1日時点で、14の企業・団体が認定されました。</p>

2. 第1次ビジョンの評価

第1次ビジョンでは、各施策の実施によってその実現を目指すための目標指標を設定していることから、以下のとおり、評価として取りまとめました。

○松原市内の事業所等における総従業者数

松原市内の事業所等における総従業者数は、平成21（2009）年の44,982人から減少し、平成26（2014）年には43,740人となりました。これは、人口減少や団塊世代の退職等社会情勢による影響に加え、企業が「求める人材」と求職者が「なりたい職種」のミスマッチが起きていると考えられます。



(出典) 総務省統計局「経済センサス基礎調査」

○販売額 300 万円以上の農家数

販売額 300 万円以上の農家数は、平成 22（2010）年の 19 戸から減少し、平成 27（2015）年には 15 戸となりました。ただし、総農家数も減少しており、販売額 300 万円以上の農家数の割合は 17.4%と横ばいでした。これは、農地の集約化が進んだものと考えられます。

販売額 300 万円以上の農家数

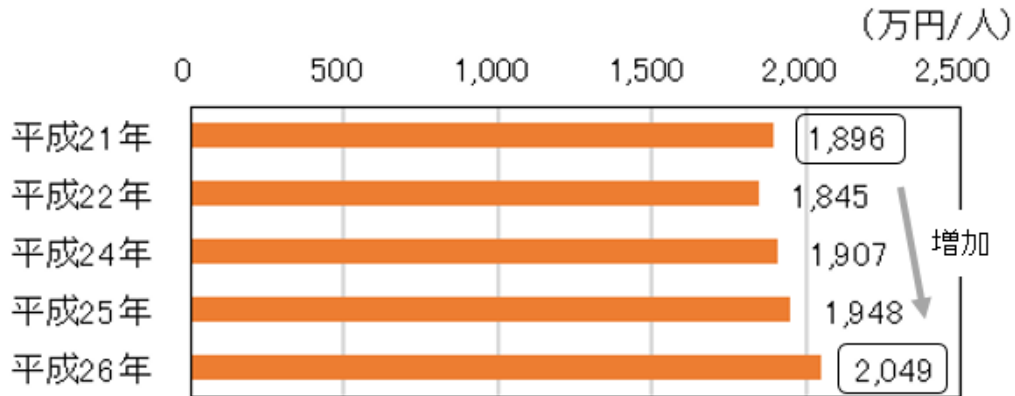
	50万円未満	50万円～ 100万円未満	100万円～ 200万円未満	200万円～ 300万円未満	300万円～ 500万円未満	500万円～ 700万円未満	700万円～ 1,000.万円未満	1,000万円以上
平成22年	61	12	9	8	9	4	2	4
	19							
平成27年	46	12	7	6	7	2	4	2
	15							

(出典) 農林水産省「農林業センサス」

○工業事業所の従業員当たり出荷額

工業事業所の従業員当たりの出荷額は、平成 21（2009）年の 1,896 万円/人から増加し、平成 26（2014）年には 2,049 万円/人となりました。これは、事業所における積極的な企業活動により、従業員数が安定して推移するとともに、出荷額が増加したためと考えられます。

工業事業所の従業者当たり出荷額の推移



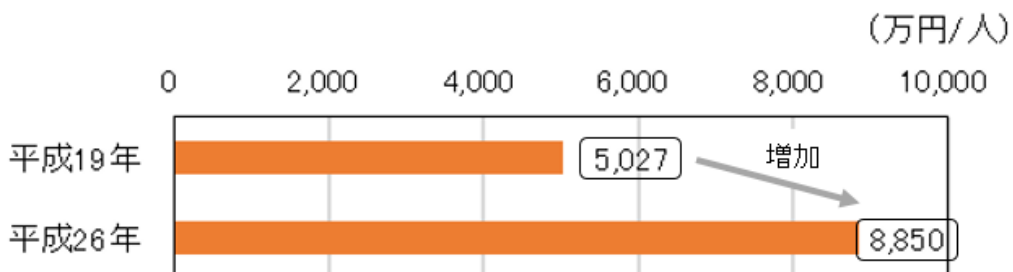
(出典) 経済産業省「工業統計調査」

(注1) 平成 23 年は、総務省統計局「経済センサス活動調査」の実施に伴い、経済産業省「工業統計調査」は未実施

○卸売店の従業者当たり販売額

卸売店における従業者当たりの販売額は、平成 19（2007）年の 5,027 万円/人から増加し、平成 26（2014）年には 8,850 万円/人となりました。これは、卸売業全体の従業者数が減少しているものの、販売額が増加しているためで、昨今の社会情勢上、メーカーと小売業の直接取引が進んでいることが考えられます。

卸売店の従業者当たり販売額の推移

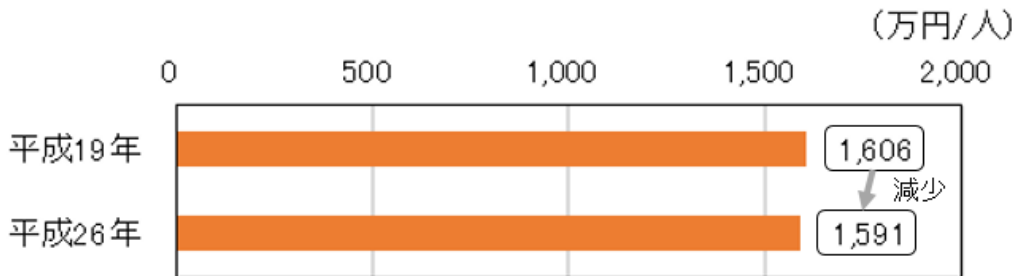


(出典) 経済産業省「商業統計調査」

○小売店の従業者当たり販売額

小売店における従業者当たりの販売額は、平成 19（2007）年の 1,606 万円/人から減少し、平成 26（2014）年には 1,591 万円/人となりました。これは、従業者数および販売額が、ともに減少したためで、全国的にみても、従業員数と年間商品販売額は減少しており、松原市でも同様の傾向がうかがえます。

小売店の従業者当たり販売額の推移

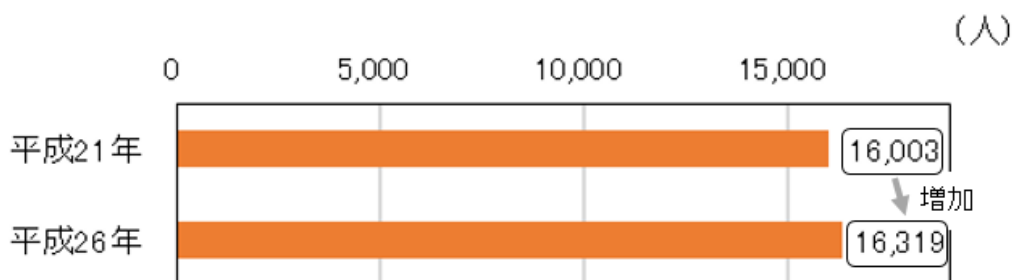


（出典）経済産業省「商業統計調査」

○サービス業の従業者数

サービス業における従業者数は、平成 21（2009）年の 16,003 人から増加し、平成 26（2014）年には 16,319 人となりました。サービス業の事業所数は減少していますが、市内の産業分野別におけるサービス業の事業所の割合が増加傾向にあることが影響していると考えられます。

サービス業の従業者数の推移

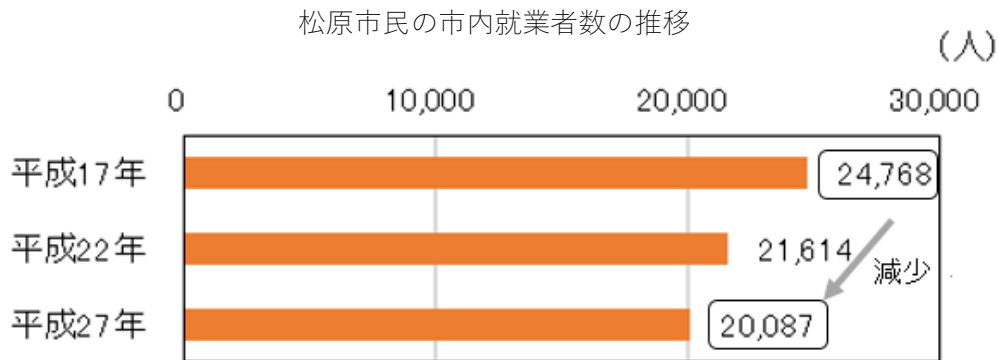


（出典）総務省統計局「経済センサス基礎調査」

（注1）サービス業：産業分類L（学術研究・専門・技術サービス業）から産業分類R（他に分類されないサービス業）までの合計

○松原市民の市内就業率および実数

松原市民の市内就業者数は、平成 17 (2005) 年の 24,768 人から減少し、平成 27 (2015) 年には 20,087 人となりました。市内就業率においては、平成 17 (2005) 年の 44.2%から減少し、平成 27 (2015) 年には 39.3%となりました。これは、常住地による 15 歳以上の就業者数の減少が市内就業率の低下に影響していると考えられます。



(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」

松原市民の市内就業率および実数

	常住地による15歳以上の 就業者数(人)	市内就業者数 (人)	市内就業率 (%)
平成17年	56,072	24,768	44.2
平成22年	52,524	21,614	41.2
平成27年	51,172	20,087	39.3

(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」

第4章 松原市の産業の現状と課題

松原市の産業全体としては、人口減に伴う国内市場の縮小や生産年齢人口の減少が予想される中でも、就業者を増やし、地域経済を活性化させていく必要があります。そのためには、多様な人材が働きやすい環境整備や企業の魅力発信を通じて雇用のマッチングを促進し、市内企業の人材確保を支援する取組が必要と考えられます。一方で、地域経済をけん引する企業の育成や新たな魅力ある企業を誘致し、地域経済全体の更なる魅力向上を図る取組が必要と考えられます。

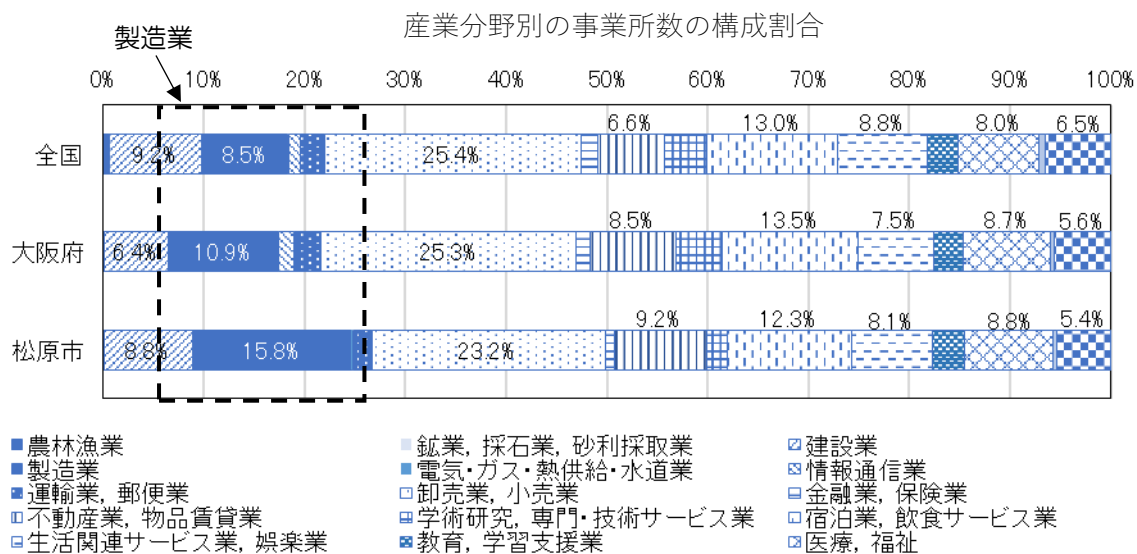
1. 工業

(1) 地域経済をけん引する産業の成長促進

松原市の製造業の事業所数は、大阪府や全国から見ると市内事業所数に占める割合が高くなっていますので、製造業は地域経済をけん引する産業であります。

松原市では平成24(2012)年に企業立地促進制度を制定し、企業誘致や雇用創出の取組を強化しています。平成29(2017)年には雇用促進奨励金において、正規従業員1人当たりの奨励金の額の引き上げを行いましたので、これまで以上の雇用の促進が期待されます。

また、本ビジョンのアンケート(以下、「アンケート」という。)調査結果から、原材料・部品等の高騰や国内需要の低迷、同業種企業との競争激化などの外部環境の影響を受けながらも売上げを伸ばしている状況であり、行政に対しては、人材確保や設備投資、運転資金に関する支援が期待されていることから、地域経済の活性化を見据え、市内産業をけん引する事業所を支援する取組が必要と考えられます。



(出典) 総務省統計局「経済センサス」、平成28年調査

(2) 生産性の向上及び効率化

アンケート結果から、10年前と比較した売上の変化では約4割が増加していると回答しています。その一方で、今後も松原市で事業を継続したいとの回答が多いものの、後継者が「いない」、「まだ決めていない」との回答が約半数あったことから、経営面や事業承継に対する支援が必要であると考えられます。

また、生産性の向上・効率化や必要人材の不足が経営上の課題としており、原材料・部品等の高騰や同業種企業との競争激化の外部環境に対抗するためにも、設備投資等による生産性の向上及び効率化に向けた支援への取組も引き続き必要と考えられます。

(3) 雇用の拡大を見据えた積極的な設備投資の促進

アンケート結果からは、多くの事業者は新たに人を雇うことを考えています。大阪府の有効求人倍率は、平成30(2018)年10月時点で1.82となっておりますが、職種によってばらつきがあることから、企業の「求める人材」と求職者の「なりたい職種」にミスマッチが生じており、雇用につながっていない状況です。

さらに、既存設備の更新・取替えを検討している事業者が多いことから、企業が求める人材の確保に向けた積極的な設備投資を促進する取組が必要と考えられます。

大阪府における職業別の有効求人倍率

	有効求人倍率		有効求人倍率
大阪府計	1.82		
管理的職業	2.05	農林漁業の職業	1.44
専門的・技術的職業	2.66	生産工程の職業	2.47
事務的職業	0.63	輸送・機械運転の職業	3.53
販売の職業	2.18	建設・採掘の職業	7.21
サービスの職業	4.57	運搬・清掃等の職業	1.00
保安の職業	9.10	分類不能の職業	-

(出典) 大阪労働局「労働市場データ及び求人・求職 バランスシート(平成30(2018)年10月度)」

※有効求人倍率 … 全国の公共職業安定所(ハローワーク)に申し込まれている求職者数に対する求人数の割合。求職者1人あたりに対して、どれだけの求人数(仕事の数)があるのかを示す指標。

（４）交通利便性の魅力向上による企業立地の推進

アンケート結果から、「高速道路や幹線道路が多く通っている」という交通の利便性を市内で操業するメリットと考えている事業者が多くいました。

松原市は 60 分以内で近畿の主要拠点へアクセスできるまちであり、さらに今後開通予定の阪神高速大和川線により、交通の要衝地として重要な役割を果たします。

今後も、引き続き、「交通の利便性」という強みを広くアピールすることで、企業立地を推進していくことが必要と考えられます。

（５）製品や技術の強みを生かした取組の拡大

プラスチック製品製造業や家具・装備品製造業などは、事業所数と製品出荷額が減少傾向にあるものの、製品・技術においては、「多品種への対応」、「同業他社より品質が優れている」、「他社にない製品・特殊技術がある」などの強みがあります。

しかしながら、現在、取り組んでいる経営上の課題では、「販売先や取引先の開拓」、「必要人材の不足」が多くなっています。

そこで、販路の開拓や拡大、技術については時代の変化に対応した付加価値の高い商品やサービスの開発、新たな事業分野への進出など技術の強みを活かした取組の拡大が必要と考えられます。

2. 商業・サービス業

（１）商業活動の促進に向けた事業者の気運の醸成

松原市内の商業集積は、駅前に立地しています。第5次総合計画策定に係るアンケート調査結果では、松原市の将来像について「商業や駅前の商店が充実したまち」を求める声が多くなっており、鉄道利用者数も増加しています。しかし、事業所数や商品販売額が停滞しています。

また、アンケートの結果から、景気変動や競争激化を理由に売上げは減少していると感じており、今後としては現状を維持したいと考えている事業者が多くなっています。このことから、駅前立地の利点を活かし、商業の活性化に向けた事業者の気運の醸成が必要と考えられます。

(2) 地域課題を解決する商業集積の充実

事業主の高齢化等により、今後、商店会等では空き店舗の増加が懸念されています。また、地域とのつながりの希薄になっていることや日常の買い物が困難な状況に置かれる高齢者の増加が地域の課題として挙げられています。

商店会はお買い物の場だけでなく、地域コミュニティの場としての社会的な役割を持っています。地域の課題解決の糸口とするために、これまでの商店会等の空き店舗等の更なる活用や地域の安心・安全を担保する取組が必要と考えられます。

(3) 市民ニーズを満たす商業機能の強化

卸売業及び小売業の事業所数は減少傾向にあり、アンケート結果から、売上げについても減少したと回答した事業者が多くなっています。

また、第5次総合計画策定に係るアンケート調査結果では、市の取組に対する評価として「商店街の活性化などの地域商業の振興」の満足度が低いことから、地域住民のニーズと提供している商品やサービスとの間にずれが生じている可能性があると考えられます。

そこで、市民のニーズを満たす商業機能の強化に対する取組が必要と考えられます。

(4) 次世代事業者の育成

アンケート結果から、操業に関する課題としては人材の高齢化や人手不足を挙げており、後継者についても、「いない」や「まだ決めていない」事業者が多くなっています。

また、更なる集客のために必要だと思われる取組としては、定期的なイベントやネット販売の拡大、メディアを活用したPR活動を求めていることから、これらの取組を進めることで、将来の商業活性化を見据えた事業者の育成が必要と考えられます。

(5) 積極的なPR活動の促進とにぎわいの創出

アンケート結果から、定期的なイベントやメディアを活用したPR活動のような取組が更なる集客のために必要だと思われています。

また、商店会などで実施する催事事業への補助金についても一定評価されていることから、引き続き、定期的なイベントや積極的なPR活動によるにぎわいの創出に対する取組が必要と考えられます。

3. 農業

(1) 農業の振興に向けた就農者の支援

アンケート結果から、農業経営において、新たに人を雇う予定はなく、現状維持を望んでいることから、今後、農業従事者の高齢化がさらに進んでいく懸念があります。

また、農作業は親や親族から学ぶことが多く、農家同士の交流は少ない状況となっています。今後の農業の振興を見据え、農家同士のコミュニティを深めるとともに、新規就農者や担い手に対する的確な指導が受けられる環境が必要と考えられます。

(2) 持続可能な都市農業の推進

消費者の食の安心・安全への意識が高まる中で、大阪エコ農産物の認証を受けた松原産農産物が「まったく愛っ娘～松原育ち～」としてブランド化され、地産地消を通じて地域農業の活性化が行われてきました。

しかし、住宅地と農地が混在している地域が多くなっており、アンケート結果では、農業用水や日照について心配している農業者が多くいましたので、農業環境の整備が今後も必要と考えられます。

※大阪エコ農産物 … 農薬や化学肥料の使用を基準以下に抑えて栽培された大阪府が認証する農産物

(3) 地域経済を担う地産地消の推進

松原市では、平成 22（2010）年より農商工及び産学官連携のもと、「食」をテーマとして、市内企業や農業者が松原の食品や農畜産物を紹介し、松原ブランドを内外に発信する場として、また、地産地消を身近に感じ取ってもらう場として、地産地消フェア「まつばらマルシェ」を開催しています。さらに、松原産の農畜産物等の消費拡大と知名度向上を図るため、学校給食への提供や市内の飲食店や販売店に対して「松原市地産地消推進店」の登録の推進を行ってきました。

アンケート結果からは、地産地消の推進に対する施策が評価を得ています。その一方で、国内需要の低迷や原材料・部品等の高騰、消費者ニーズの多様化の外部環境の影響を大きく受けています。

今後も市内外に向けたPR活動等を行い、松原産農畜産物の販売を強化する取組が必要と考えられます。

4. 雇用の創出と促進

(1) 雇用のマッチングの促進

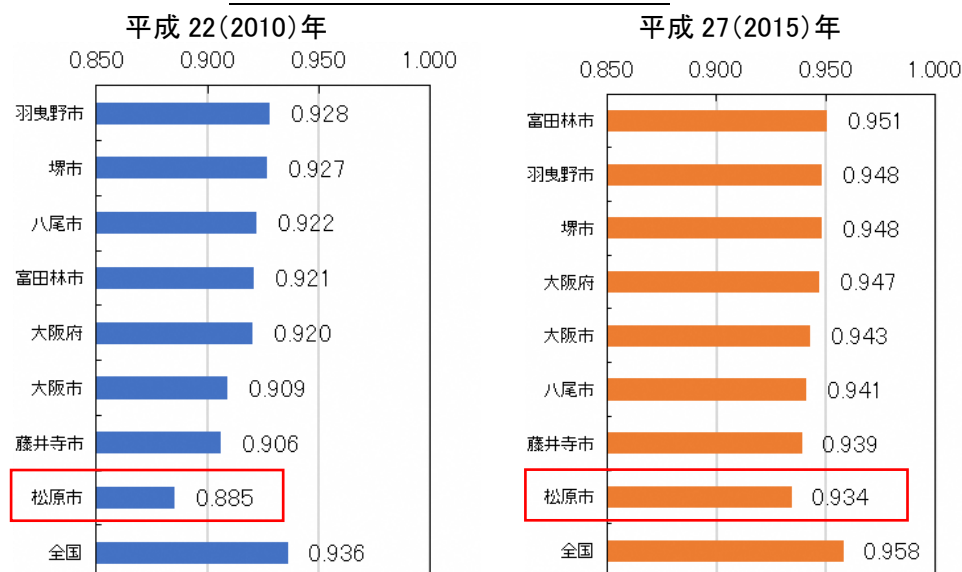
大阪府の有効求人倍率は、平成 30 年 10 月時点で 1.82 となっており、高水準が続いております。アンケート結果からは、全産業（市内工業、商業・サービス業、農業）を通して人を雇う予定をしている事業者が多くなっています。

しかし、「求める人材」と「なりたい職種」のミスマッチが発生していることから、職種によって有効求人倍率が異なり、事業者と求職者をマッチングさせる取組が必要と考えられます。

(2) 多様な人材が活躍できる環境づくり

労働力人口に対する就業率は周辺市に比べて低い状況ですが、以前より改善しています。また、松原市の従業員総数に対する女性の割合は 37.6%で、全国の 43.1%を下回っており、正社員よりもパート・派遣などで就労している状況がうかがえます。さらに、高齢者や障害者についても雇用されやすい環境整備が必要であります。これにより、女性を含め、多様な人材が活躍できる支援が必要と考えられます。

労働力人口に対する就業者の割合



(出典) 総務省統計局「国勢調査報告」(全国、大阪府、府内の近隣市を記載)

※松原市の従業員総数に対する女性の割合(アンケート集計結果より)

	従業員総数			
	内、市内通勤者	内、男性	内、女性	
市内工業	1,194	479 40.1%	764 64.0%	430 36.0%
市内商業・サービス業	979	457 46.7%	591 60.4%	388 39.6%
合計	2,173	936 43.1%	1,355 62.4%	818 37.6%

5. まちの魅力づくり

(1) まつばらブランドの発信

平成 22（2010）年5月に、阪南大学が主となり、松原商工会議所・市内企業・松原市などと連携して「松原ブランド研究会」を立ち上げ、本来の良さを認知されていない松原市や南河内の商品・文化を全国発信しています。

アンケート結果から、まつばらブランドの認定・情報発信に対する評価が高くなっています。本市には歴史や文化などの地域資源、伝統産業もあることから、まつばらブランドの認知度を向上させる取組が必要と考えられます。

(2) 産学官連携による取組の推進

松原市は、平成 22（2010）年 12 月に松原商工会議所と阪南大学との間で産学官包括連携協定を締結し、包括的な枠組みを活かした取組として「マッキーステーション」による魅力発信や「まつばらマルシェ」の運営などを行っています。

アンケート結果では、産業連携、産学官連携の取組に対する関心度が低下していることから、産学官の特徴・専門性を活かした取組の強化が必要と考えられます。

(3) 観光産業の振興

平成 16（2004）年から本市と隣接する大阪市に所在する6つの神社を巡る「開運六社参り」が始まり、平成 29（2017）年 4 月には、本市南部を東西に走る日本最古の官道である「竹内街道」が大阪初となる「日本遺産」に認定されました。

本市への観光誘客を促進するための状況は改善しつつあるが、アンケート結果では、観光に対する取組についての関心度が低くなっています。

観光は我が国の成長戦略の柱であり、急速に成長するアジアをはじめとする世界の観光需要を取り込むことにより、地域活性化に大きな効果が期待されることから、国内観光客はもとより、海外からの観光客を呼び込む取組が必要と考えられます。

第5章 松原市の目指す産業振興ビジョン

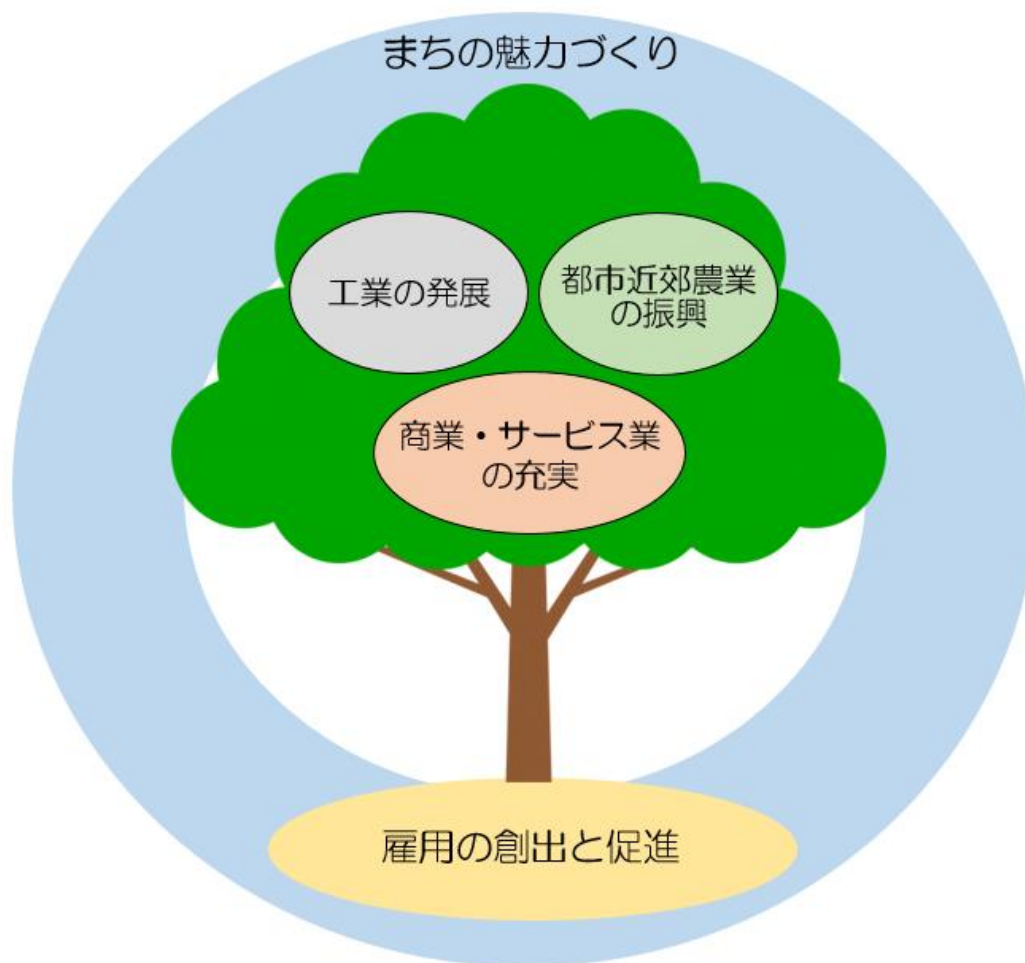
第1次ビジョンに示す政策を踏まえて、今後の松原市の産業振興を具体的に進める指針を定めます。

なお、本ビジョンは、第1次ビジョンに引き続き、松原市が掲げる産業振興政策の基本理念であり、その具体的な展開は、以下の政策として示します。

1. 基本理念

松原市の雇用の創出と促進を図ることで、「工業の発展」、「商業・サービス業の充実」、「都市近郊農業の振興」、この3つの実を育て、まちの魅力をつくり、更なる産業の発展を実現します。

(イメージ図)



2. 全体テーマ

新たな雇用を生み出す、産業が元気なまち 松原

緩やかな経済の改善傾向が続いていますが、企業では更なる産業の活性化を進めるとともに、雇用の創出を促進することにより、まちの魅力を向上させ、移住・定住の促進につなげていきます。

3. 方向性（産業振興の3つの視点）

松原市では、以下の方向性（産業振興の3つの視点）を設定し、政策、施策を立案します。なお、この方向性については、第1次ビジョンの方向性をもとに、松原市の概況とアンケート調査結果、社会的潮流、策定委員会の委員の意見等を踏まえて設定します。

力強い産業づくりを支援します

松原市は中小企業が地域経済を担っており、経済の緩やかな改善傾向が続いているとは言え、都市間競争の激化や人手不足など、様々な課題を抱えています。

そこで、意欲ある事業者に対して、時代の変化に対応した付加価値の高い商品やサービスの開発、新たな事業分野への進出を支援します。

雇用の維持・創出を支援します

人口減少や高齢化が進む中、各事業者は人材不足が課題となっています。

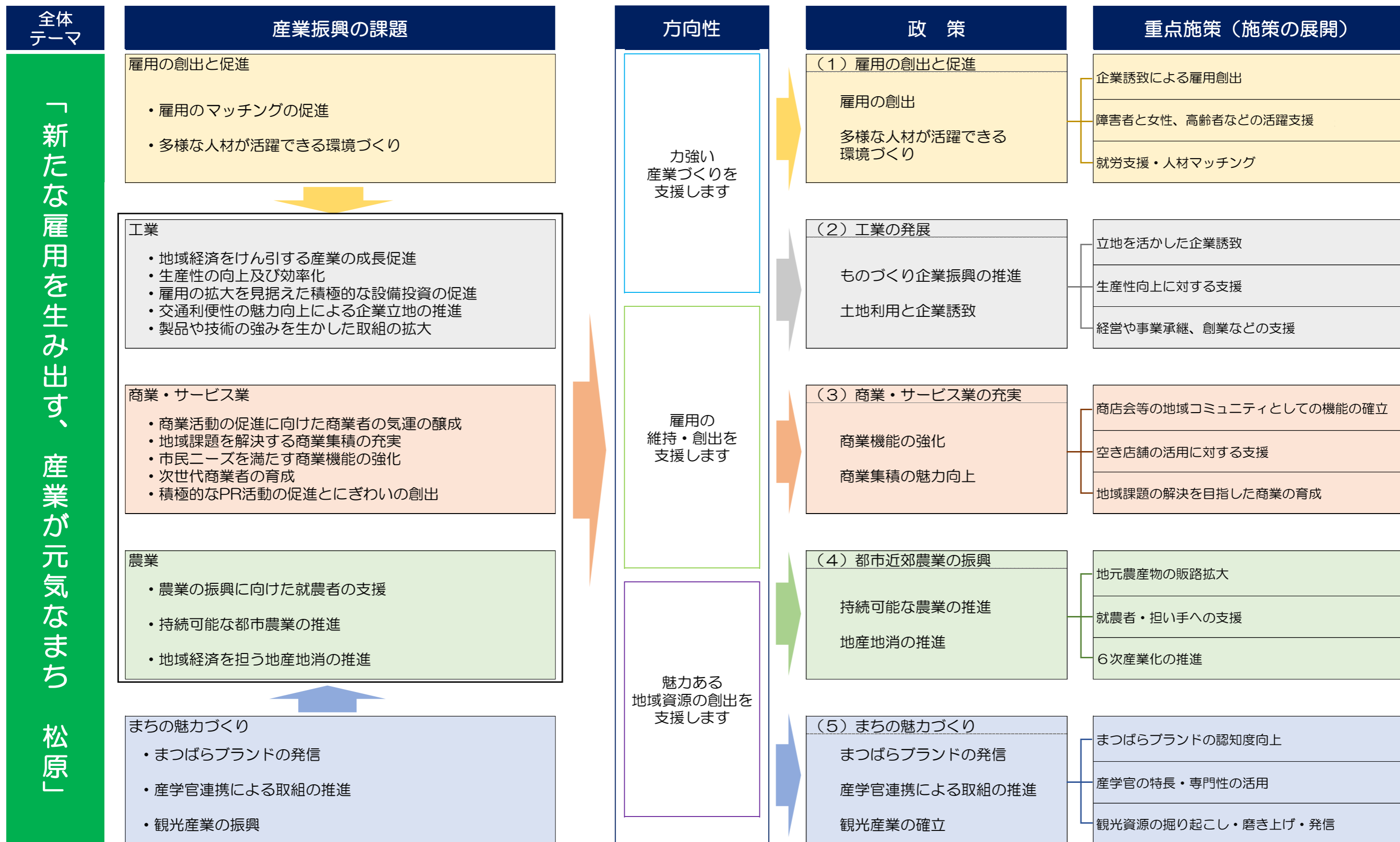
そこで、事業者に対して、「求める人材」と「なりたい職種」のマッチングや多様な人材が活躍して働ける環境の整備への取組を支援します。

魅力ある地域資源の創出を支援します

松原商工会議所や阪南大学などと連携して魅力あるまちづくりを推進します。

また、松原市にある魅力的な地域資源を掘り起こし、その魅力をさまざまな方法で発信することで、人が集まってにぎわいが生まれる取組を支援します。

4. 施策の体系



5. 産業振興アクション

全体テーマの実現に向け、5つの政策を「産業振興アクション」として推進します。また、この「産業振興アクション」は、松原市第5次総合計画との整合も図りながら進めます。

産業振興アクションの見方

(凡例)

(2) 工業の発展

① 政策

○ものづくり企業振興の推進

新商品開発や設備投資、企業の経営改善や生産性の効率化など、新たな取組への挑戦を行い、地域経済を活性化します。

○土地利用と企業誘致

松原市の地理的特性である交通面の利便性を活かし、新たな企業の誘致を促し、市内での企業活動の活性化を促し、市民の雇用機会を拡大します。

② 重点施策

立地を活かした企業誘致

松原ジャンクションを中心とした自動車アクセスの優位性を生かした幹線道路等の整備を進め、物流環境のメリットを最大限に生かした企業誘致を行います。

生産性向上に対する支援

新たな技術開発や雇用の拡大に向けた設備投資、販路の拡大など、積極的な取組を行っている企業に対し、助成制度の紹介など、生産性向上に対する支援を行います。

経営や事業承継、創業などの支援

松原市の企業の競争力強化に向け、地域の金融機関、商工会議所、大学と連携し、経営相談や事業承継などの支援を行うとともに、これから事業を始めようと考えている創業者等に対して創業支援を行います。

③ 目標指標

指標内容	
【成果指標】	・工業事業所の従業員当たり ・企業立地促進制度に基づく
【活動指標】	・先端設備等導入計画の認定
	・松原商工会議所による経営相談・セミナーによる指導

①政策

アンケート等の結果から出た産業振興の課題に対して、3つの方向性を踏まえながら取り組む内容を記載しています。

②重点施策

①政策で掲げた取組において、特に重点を置いて取り組む施策の内容を記載しています。

③目標指標

本ビジョンの全体テーマの実現を目指すために設定した「目標指標」を記載しています。

成果指標で設定した目標を達成するために、活動指標で設定した目標に向けて取り組んでまいります。

※成果指標…行政活動の結果として、どれだけの成果（効果・効用）がもたらされたかを表す指標

※活動指標…資源（人・金など）を投入して実施した活動量・事業量を表す指標

※目標指標の基礎としている現況数値の出典の詳細については、巻末 P47・48 に記載します。

(1) 雇用の創出と促進

① 政策

○雇用の創出

企業誘致や設備投資による生産性の向上を図ることで雇用の創出を推進します。また、「求める人材」と「なりたい職種」のマッチングの促進に向けた取組を推進します。

○多様な人材が活躍できる環境づくり

求められるさまざまな働き方に関わる要素（仕事、家庭生活、地域生活、個人の思考など）が変わる中、求職者が魅力を感じる新たな雇用の創出を推進します。

② 重点施策

企業誘致による雇用創出
松原市企業立地促進制度の積極的なPR活動や企業立地に関する相談支援を行い、市外企業の誘致、市内企業の工場新設や設備投資などを支援することで、新たな雇用を創出します。
障害者と女性、高齢者などの活躍支援
求職者に対しては、就職に役立つ技能取得の支援や情報提供を行います。一方で、企業に対しては、大阪府やハローワークなどの関係機関と連携し、「障害者雇用フォーラム」等のセミナーを開催することで、さまざまな人材が活躍できる環境づくりの啓発を推進します。
就労支援・人材マッチング
ハローワーク等の関係団体と連携し、企業と求職者への確かな情報を提供することで、企業の「求める人材」と求職者の「なりたい職種」のマッチングを支援します。また、商工会議所やハローワークと連携した取組や OSAKA しごとフィールドと連携した市内企業の魅力発信等を行うことで、雇用の創出につなげます。

③ 目標指標

	指標内容	現況数値	目標
【成果指標】	・松原市内の事業所等における総従業者数	43,740 人	現状維持
	・松原市民の市内就業率及び実数	39.3% / 20,087 人	現状維持
【活動指標】	・松原市内事業者の障害者雇用率	2.1%	2.3%
	・雇用促進奨励金の累計交付対象者数	10 人	100 人

(2) 工業の発展

① 政策

○ものづくり企業振興の推進

新商品開発や設備投資、企業の経営改善や生産性の効率化など、新たな取組への挑戦を行い、地域経済を活性化します。

○土地利用と企業誘致

松原市の地理的特性である交通面の利便性を活かし、新たな企業の誘致などを通じて、市内での企業活動の活性化を促し、市民の雇用機会を拡大します。

② 重点施策

立地を活かした企業誘致
松原ジャンクションを中心とした自動車アクセスの優位性を生かした幹線道路等の整備を進め、物流環境のメリットを最大限に生かした企業誘致を行います。
生産性向上に対する支援
新たな技術開発や雇用の拡大に向けた設備投資、販路の拡大など、積極的な取組を行っている企業に対し、助成制度の紹介など、生産性向上に対する支援を行います。
経営や事業承継、創業などの支援
松原市の企業の競争力強化に向け、地域の金融機関、商工会議所、大学と連携し、経営相談や事業承継などの支援を行うとともに、これから事業を始めようと考えている創業者等に対して創業支援ネットワークなどを通じた支援を行います。

③ 目標指標

	指標内容	現況数値	目標
【成果指標】	・工業事業所の従業員当たり出荷額	2,049 万円/人	増加
【活動指標】	・企業立地促進制度に基づく累計指定件数	32 件	100 件
	・先端設備等導入計画の認定件数	19 件	100 件
	・松原商工会議所による経営や事業承継などの相談・セミナーによる指導実績件数	1,558 件	増加

(3) 商業・サービス業の充実

① 政策

○商業機能の強化

商業活動のみならず、市民の地域コミュニティづくりや市民が安心・安全に暮らせるまちづくりを提供できるよう、商業・サービス業の挑戦を応援します。

○商業集積の魅力向上

駅前の商業集積地の優位性を活かし、積極的な商業活動を促進するとともに、今後の持続的な商業の活性化を見据えた取組を行います。

② 重点施策

商店会等の地域コミュニティとしての機能の確立
買い物の場だけでなく、「地域コミュニティ」の担い手として重要な役割を有している商店会等に対して、安心・安全な暮らしを提供する活動への支援を行います。
空き店舗の活用に対する支援
阪南大学や松原商工会議所と連携し、商店会等にある空き店舗の積極的な活用によって市民の利便性を向上させ、商店会等を活性化させる取組への支援を行います。
地域課題の解決を目指した商業の育成
駅前の商業集積地の優位性を活かし、地域住民が求める店舗や商品、サービスの充実など商業機能の強化に向けた取組を行います。また、今後の商店会等の活性化を見据え、企業等と連携した取組を推進するとともに、次世代リーダーや若手事業者の育成を行います。

③ 目標指標

指標内容		現況数値	目標
【成果指標】	・卸売業の従業員当たり販売額	8,850 万円	増加
	・小売業の従業員当たり販売額	1,591 万円	増加
	・サービス業の従業者数	16,319 人	現状維持
【活動指標】	・空き店舗等利用促進事業の周知活動の延べ回数	11 回/年	22 回/年
	・創業支援に関する相談人数	30 人/年	40 人/年

(4) 都市近郊農業の振興

① 政策

○持続可能な農業の推進

農地が住宅や工場と混在する中、生産緑地制度を活用した安全な農業環境の確保や安定した農作物の供給を通して、農家の所得向上に向けた取組を行います。また、今後の持続的な農業の活性化を見据え、担い手不足の解消や6次産業化に対する取組を行います。

○地産地消の推進

市民に安心して安全な農作物を提供するため、まつばらブランドの取組強化や市内飲食店での農畜産物の活用により、地産地消の更なる推進を図ります。

② 重点施策

地元農産物の販路拡大
松原産農産物のブランド化による付加価値を強化し、市内外に対して安心・安全な農作物の提供を行う取組を支援します。さらに、効率的な流通体制の構築や安定した農作物の供給など、販路拡大に向けた取組を行います。
就農者・担い手への支援
大阪中河内農業協同組合と連携して農業者同士のコミュニティを構築・強化し、担い手の発掘や育成を行います。
6次産業化の推進
松原商工会議所・大阪中河内農業協同組合と連携し、市内の農産物を市内で加工し、流通・販売まで行う6次産業化の取組を行う事業者を支援します。

③ 目標指標

指標内容		現況数値	目標
【成果指標】	・販売額 300 万円以上の農家数の割合	17.4%	増加
【活動指標】	・6次産業化参入事業者数	1 事業者	5 事業者

(5) まちの魅力づくり

① 政策

○まつばらブランドの発信

松原市内の事業者の優れた商品や技術・ビジネスモデルを認定したまつばらブランド「La Matsubara～ラ・まつばら～」の認知度を上げ、販路拡大につなげる支援を行います。

○産学官連携による取組の推進

松原市は、松原商工会議所・大阪中河内農業協同組合などとともに、阪南大学、松原市の連携を強化し、それぞれの特長・専門性を活かした取組を応援します。

○観光産業の確立

松原市では、平成30(2018)年6月に「松原市観光協会」が発足するなど、観光振興の取組を進めています。開運松原六社参りや竹内街道など、地域資源を活用し、国内観光客はもとより、海外からの観光客を呼び込む取組を推進します。

② 重点施策

まつばらブランドの認知度向上
阪南大学や松原商工会議所、市内企業等が運営する「松原ブランド研究会」において、まつばらブランドの都心部へのPRの強化、認定ブランドの拡大、商標登録などのブランドの保護により、ブランド価値の向上に向けた取組を行います。
産学官の特長・専門性の活用
阪南大学、松原商工会議所、企業等と連携し、それぞれの強みを生かし、学生が授業の一環として実社会を体験できながら、若者目線のアイデア等を企業へ提供するような新たな取組や商品の開発、人材不足の解消などに向けた取組を推進します。
観光資源の掘り起こし・磨き上げ・発信
松原市観光協会と連携し、松原市の歴史や文化などの観光資源を掘り起こし、観光誘客に向けた磨き上げや情報発信を行います。

③ 目標指標

	指標内容	現況数値	目標
【成果指標】	・布忍神社及びふるさとびあプラザにおける「Osaka Free Wi-Fi」の接続数	327回	増加
	・地域経済分析システム（RESAS）を用いて分析した大阪府外からの休日の滞在人口	30,965人	37,746人
【活動指標】	・松原市観光PR動画再生回数	539回	10万回
	・松原市観光協会会員数	29人	増加

第6章 本ビジョン推進に向けて

1. 本ビジョン推進における市の役割

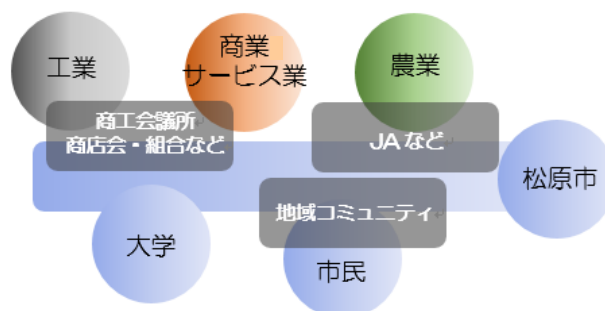
本ビジョンの実現に向けて、本市を取り巻く社会経済環境を把握し、効果が期待でき優先して進めるべき取組を抽出・統合しながら、事業者、市民・地域、大学など、各主体との継続した連携を図ります。また、必要に応じて、国・大阪府などの施策の導入を図るとともに、事業者の支援として、それらの情報提供や相談などを実施します。

また、松原市の産業振興施策の着実な推進のために、毎年、施策の取組を評価、検証し、目標指標の進捗状況を把握します。

2. 本ビジョン推進における関係団体との連携

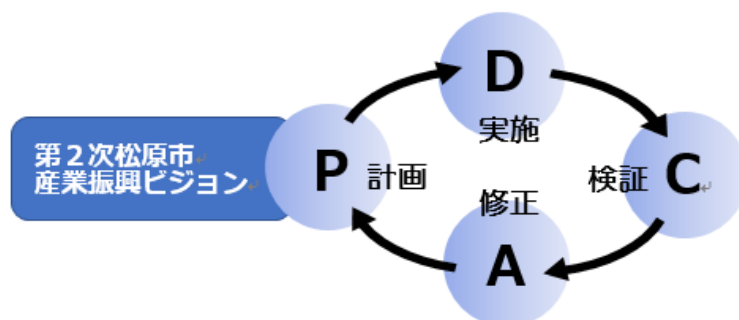
本ビジョンの推進のためには、行政、事業者、市民・地域、大学などの各主体とも相互に連携して取り組むことが重要になります。

また、地域経済においては、産業の振興だけではなく、市内全域の活性化も見据えていることから、大阪府や松原商工会議所などの産業支援機関とも連携を図ります。



3. 進捗管理

本ビジョンに基づき実施される各事業については、松原市第5次総合計画の進行と併せ、「PDCA サイクル」の考え方を活用し、推進していきます。



※「産業振興アクション」の目標指標（P41～P45）の基礎としている現況数値の出典について

（１）雇用の創出と促進

- 松原市内の事業所等における総従業者数
（出典）総務省統計局「経済センサス基礎調査」（平成 26（2014）年）
- 松原市民の市内就業率及び実数
（出典）総務省統計局「国勢調査報告」（平成 27（2015）年）
- 松原市内事業者の障害者雇用率
（出典）大阪労働局（平成 29（2017）年）
- 雇用促進奨励金の累計交付対象者数
（出典）松原市（平成 29（2017）年度末時点）

（２）工業の発展

- 工業事業所の従業員当たり出荷額
（出典）経済産業省「工業統計調査」（平成 26（2014）年）
- 企業立地促進制度に基づく累計指定件数
（出典）松原市（平成 24（2012）年から平成 29（2017）年）
- 先端設備等導入計画の認定件数
（出典）松原市（平成 30（2018）年 11 月末時点）
- 松原商工会議所による経営や事業承継などの相談・セミナーによる指導実績件数
（出典）松原商工会議所（平成 29（2017）年）

（３）商業・サービス業の充実

- 卸売業の従業員当たり販売額
（出典）経済産業省「商業統計調査」（平成 26（2014）年）
- 小売業の従業員当たり販売額
（出典）経済産業省「商業統計調査」（平成 26（2014）年）
- サービス業の従業者数
（出典）総務省統計局「経済センサス基礎調査」（平成 26（2014）年）
- 空き店舗等利用促進事業の周知活動の延べ回数
（出典）松原市（平成 29（2017）年度）
- 創業支援に関する相談人数
（出典）松原市（平成 29（2017）年度）

(4) 都市近郊農業の振興

- 販売額 300 万円以上の農家数の割合
(出典) 農林水産省「農林業センサス」(平成 27 (2015) 年)
- 6 次産業化参入事業者数
(出典) 松原市(平成 30 (2017) 年)

(5) まちの魅力づくり

- 布忍神社及びふるさとびあプラザにおける「Osaka Free Wi-Fi」の接続数
(出典) NTT 西日本(平成 30 (2018) 年 12 月 26 日時点)
- 地域経済分析システム (RESAS) を用いて分析した大阪府外からの休日の滞在人口
(出典) 地域経済分析システム (RESAS) (平成 28 (2016) 年)

※地域経済分析システム (RESAS : リーサス)

経済産業省と内閣官房 (まち・ひと・しごと創生本部事務局) が地方創生に係るさまざまな取組を情報面から支援するために提供している分析システム。国勢調査や人口動態調査等の統計データを集積しており、自治体職員や地域の活性化に関心を持つさまざまな分野の方によって、効果的な施策の立案・実行・検証のためなどに広く利用されている。

- 松原市観光PR動画再生回数
(出典) YouTube(平成 30 (2018) 年 12 月 9 日時点)
- 松原市観光協会会員数
(出典) 松原市観光協会(平成 30 (2018) 年 12 月 21 日時点)

【 資 料 編 】

目 次

資料1 松原市産業振興ビジョン策定委員会関係	51
執行機関の附属機関設置条例（抜粋）	51
松原市産業振興ビジョン策定委員会規則.....	52
松原市産業振興ビジョン策定委員会 委員名簿.....	54
松原市産業振興ビジョン策定委員会 審議経過.....	55
松原市産業振興ビジョン策定委員会 諮問.....	56
松原市産業振興ビジョン策定委員会 審議答申.....	57
資料2 第2次松原市産業振興ビジョンの策定に係るアンケート調査	58
1 調査概要	58
2 調査結果	59

資料 1 松原市産業振興ビジョン策定委員会関係

執行機関の附属機関設置条例（抜粋）

昭和40年11月1日条例第20号

第1条 法律若しくはこれに基づく政令又は条例に定があるものを除くほか、地方自治法（昭和22年法律第67号）第138条の4第3項の規定により、執行機関の附属機関を別表のとおり設置する。

第2条 前条に規定する附属機関の組織、運営その他附属機関に関し必要な事項は、附属機関の属する執行機関の長等が定める。

別表（第1条関係）（抜粋）

附属機関の属する執行機関	附属機関	担任する事務
市長	松原市産業振興ビジョン策定委員会	産業振興ビジョン策定に係る調査審議に関すること。

松原市産業振興ビジョン策定委員会規則

平成23年6月24日規則第33号

(目的)

第1条 この規則は、執行機関の附属機関設置条例(昭和40年条例第20号)第2条の規定に基づき、松原市産業振興ビジョン策定委員会(以下「委員会」という。)の組織、運営その他委員会について必要な事項を定めることを目的とする。

(任務)

第2条 委員会は、市長の諮問に依りて松原市産業振興ビジョンに関する事項について調査審議する。

(組織)

第3条 委員会は、委員10人以内で組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 市民
- (3) 商工関係団体の役職員
- (4) 農業関係団体の役職員
- (5) 関係行政機関の職員

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長各1人を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代理する。

(任期)

第5条 委員の任期は、諮問された事項に係る調査審議の終了時までとする。

(会議)

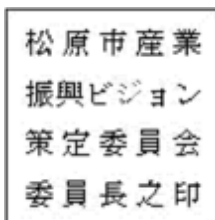
第6条 委員会の会議(以下「会議」という。)は、必要に応じ委員長が招集し、その議長となる。

2 会議は、委員の過半数の出席がなければ開くことができない。

3 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは議長の決するところによる。

(公印)

第7条 委員長の公印を次のように定める。



書体 かい書

寸法 方21ミリメートル

(事務局)

第8条 委員会の庶務は、市民生活部産業振興課において行う。

(委任)

第9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、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この規則は、公布の日から施行する。

松原市産業振興ビジョン策定委員会 委員名簿

(50音順 敬称略)

(◎：委員長、○：副委員長)

- 泉本 信彦 松原商工会議所監事（工業部会員）

- 茅野 仁 大阪中河内農業協同組合営農経済部長

- 清水 寛和 （一社）松原青年会議所渉外交流室担当副理事長

- 永井 俊二 （一社）大阪府中小企業診断協会広報委員

- 浜田 真紀 大阪府商工労働部商工労働総務課課長補佐

- 濱野 純子 市民公募

- 東尾 春夫 藤井寺公共職業安定所次長

- 光田 誠次 松原商工会議所商業・サービス業部会長

- ◎ 山内 孝幸 阪南大学経営情報学部企業情報研究科教授

- 渡邊 千佳子 市民公募

松原市産業振興ビジョン策定委員会 審議経過

第1回 平成30年7月4日開催

- (1) 委員長の選任について
- (2) 第2次松原市産業振興ビジョンの策定について
- (3) アンケート調査の実施について

第2回 平成30年8月1日開催

- (1) 第2次松原市産業振興ビジョン策定にあたっての現況の整理及び分析について
- (2) アンケート調査の実施について

第3回 平成30年9月25日開催

- (1) 第2次松原市産業振興ビジョン策定に係るアンケート調査の報告について
- (2) 松原市産業振興ビジョンの検証について
- (3) 第2次松原市産業振興ビジョン（骨子案）について

第4回 平成30年12月26日開催

- (1) 第2次松原市産業振興ビジョン（素案）について

第5回 平成31年3月13日開催

- (1) パブリックコメントの実施結果について
- (2) 策定委員会からの答申（案）について

松原市産業振興ビジョン策定委員会 諮問



松産第305号
平成30年7月4日

松原市産業振興ビジョン策定委員会 委員長 様

松原市長 澤井 宏文



松原市産業振興ビジョン策定委員会における審議について（諮問）

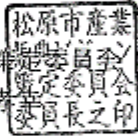
「第2次松原市産業振興ビジョン」の策定について、貴策定委員会の意見を求めます。

松原市産業振興ビジョン策定委員会 審議答申



平成31年3月13日

松原市長 澤井 宏文 様

松原市産業振興ビジョン策定委員会
委員長 山内 孝


第2次松原市産業振興ビジョンの策定について（答申）

平成30年7月4日付け松産第305号にて諮問のありました標記の件につきまして、別紙のとおり答申いたします。

資料2 第2次松原市産業振興ビジョンの策定に係るアンケート調査

1 調査概要

(1) 調査の目的

「第2次松原市産業振興ビジョン」を策定するにあたり、統計資料等の調査を補完するとともに、「松原市第5次総合計画」の産業部門としての施策の検討、現行ビジョンの検証、市内外事業者や農業従事者等の動向や意向をより詳しく把握し、具体的な産業振興施策の充実に資するためにアンケート調査を実施しました。

(2) 調査の対象

① 市内企業（工業/商業・サービス業）

松原商工会議所（工業部会/商業・サービス業部会）に入会している市内事業者。

② 市内農業従事者

J A大阪中河内の協力のもと、販売農家を対象に100件を抽出。

③ 市外企業

「大阪ものづくり優良企業賞」を受賞している企業の中より、松原市外に本社がある資本金の上位500社を抽出。

(3) 調査期間

平成30年8月6日（月）～8月31日（金）

(4) 調査方法

郵送による配布・回収

(5) 調査票の配布と回収の状況

調査対象	配布数（件）	回収数（件）	回収率（％）
市内工業	276	60	21.7
市内商業・サービス業	556	124	22.3
市内農業	100	48	48.0
市外企業	500	69	13.8
合計	1,432	301	21.0
うち、市内のみ	932	232	24.9

(6) 集計方法

① 集計方法は、単純集計で行いました。

② 各設問において、次に示す回答は、該当する設問のみを無効票としました。

- ・単一選択の設問で複数回答が得られた
- ・従業員数の設問で、全ての設問に回答がない

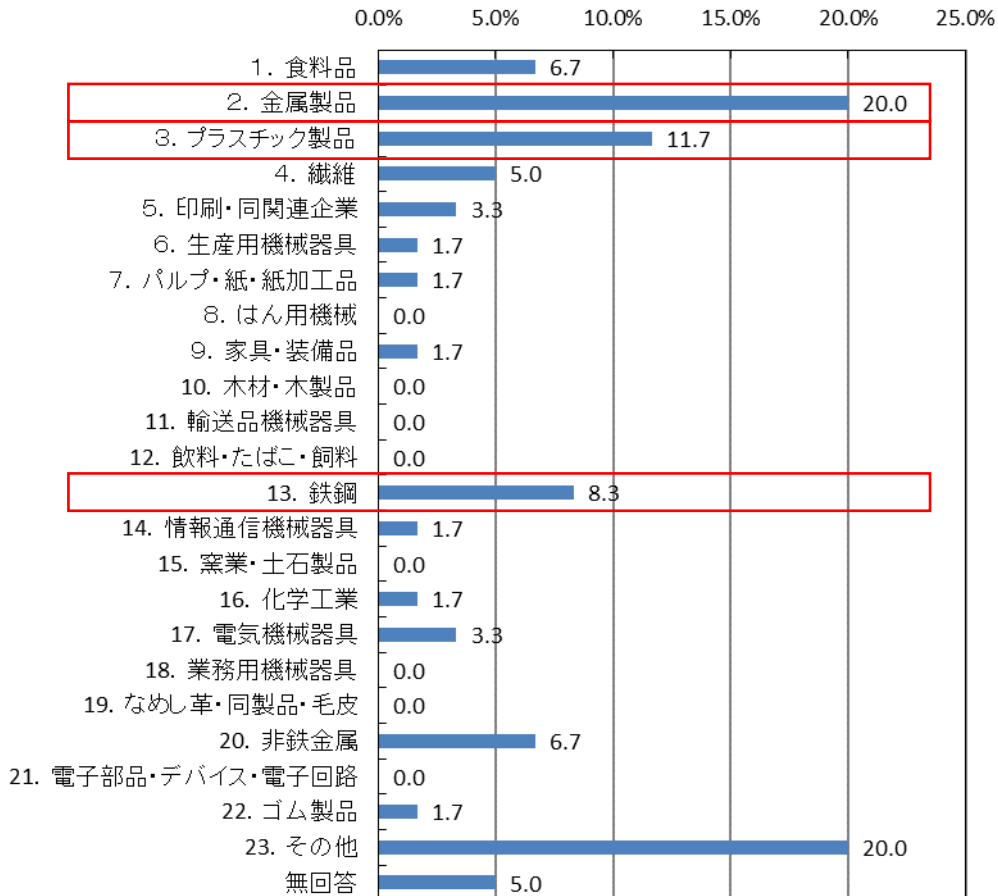
2 調査結果

(1) 市内工業

① 事業所の概要

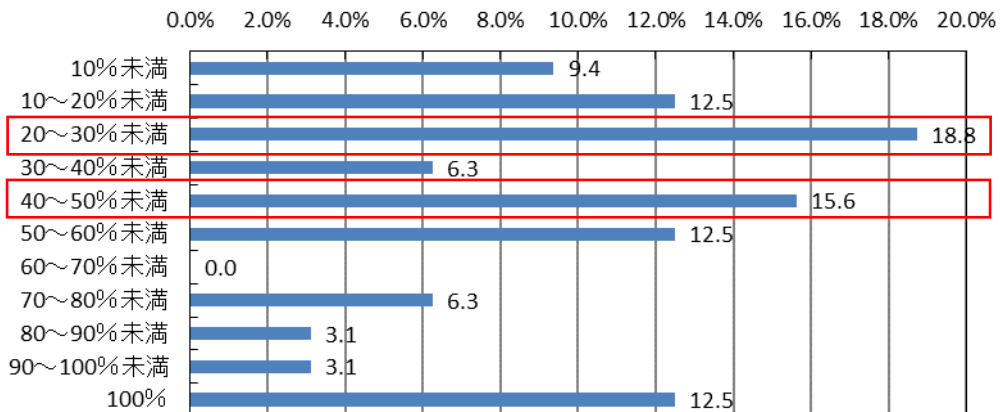
○業種

- ・「金属製品」が多く、次いで「プラスチック製品」、「鉄鋼」となっています。



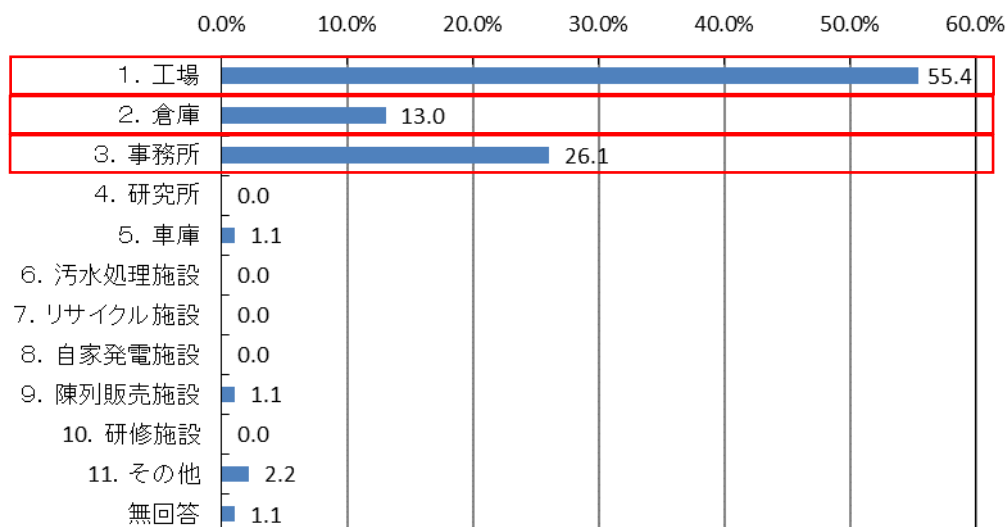
○正社員数に対する市内通勤者数の割合

- ・「20～30%未満」が多く、次いで「40～50%未満」となっています。



○種別

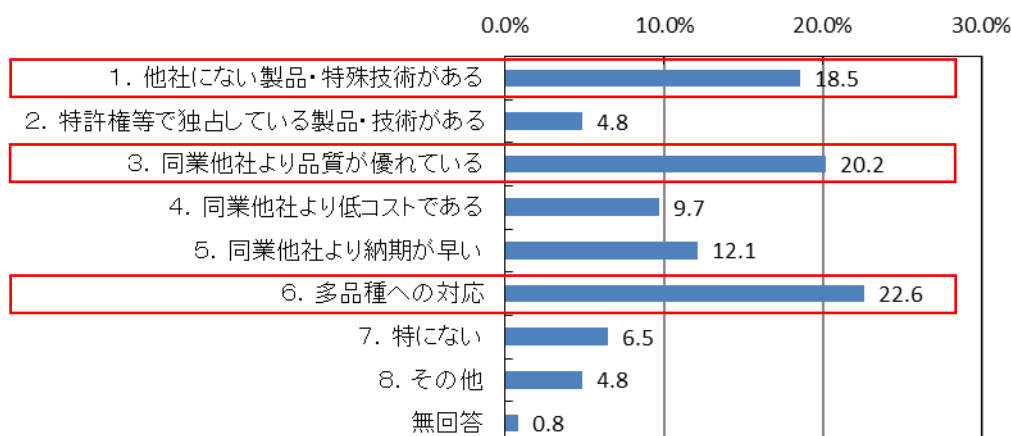
- ・「工場」が多く、次いで「事務所」、「倉庫」となっています。



② 事業内容及び状況

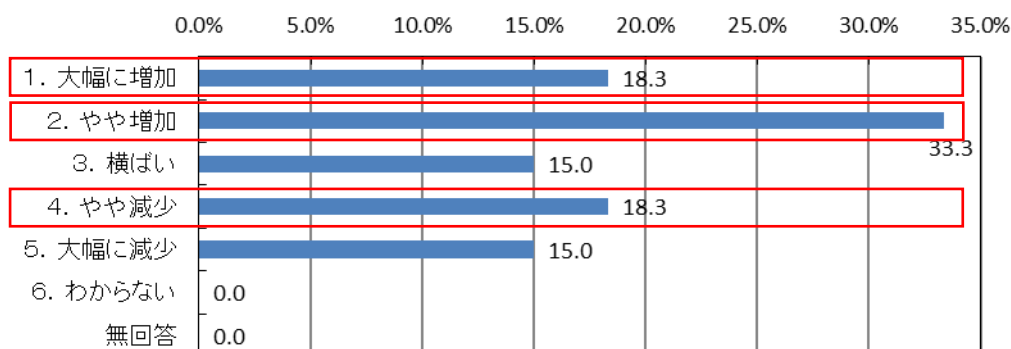
○主な製品・技術の強み

- ・「多品種への対応」が多く、次いで「同業他社より品質が優れている」、「他社にない製品・特殊技術がある」となっています。

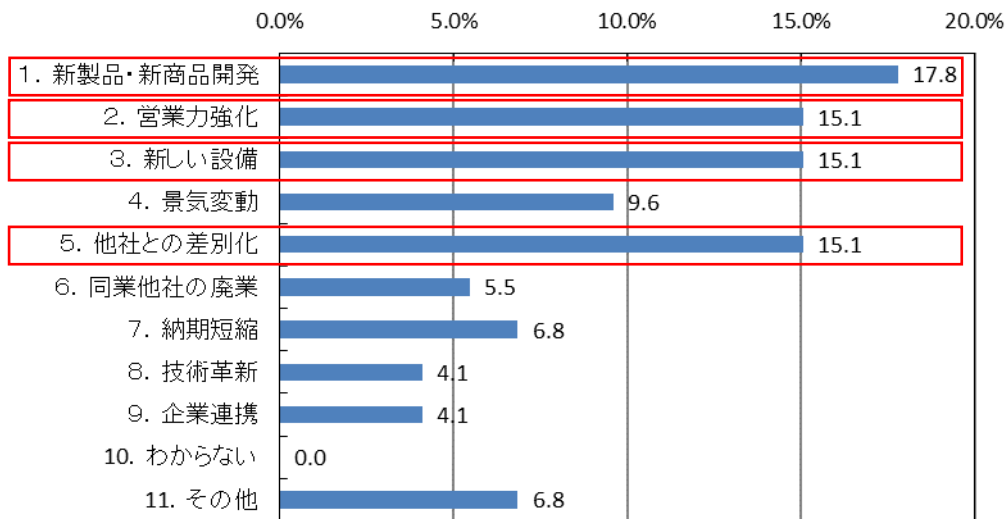


○売上高における約10年前との比較

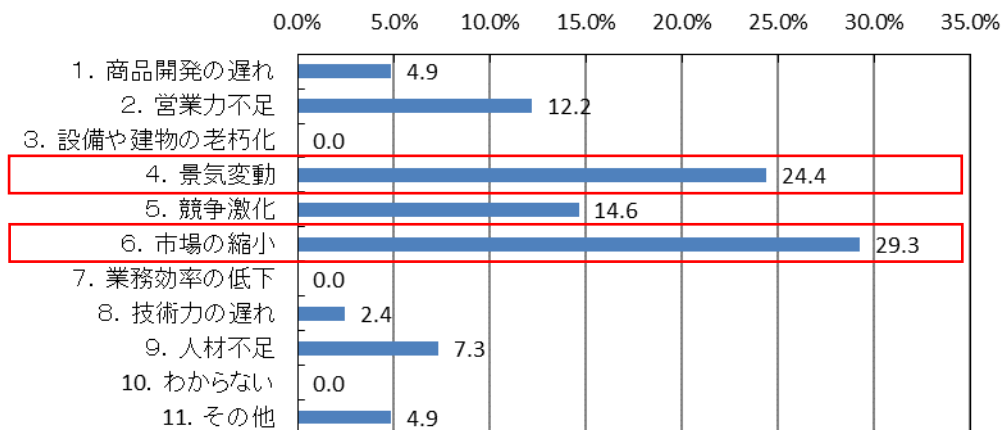
- ・「やや増加」が多く、次いで「大幅に増加」、「やや減少」となっています。



- 「1. 大幅に増加」または「2. やや増加」を選択された事業所における増加の要因は、「新製品・新商品開発」が多く、次いで「営業力強化」、「新しい設備」、「他社との差別化」となっています。

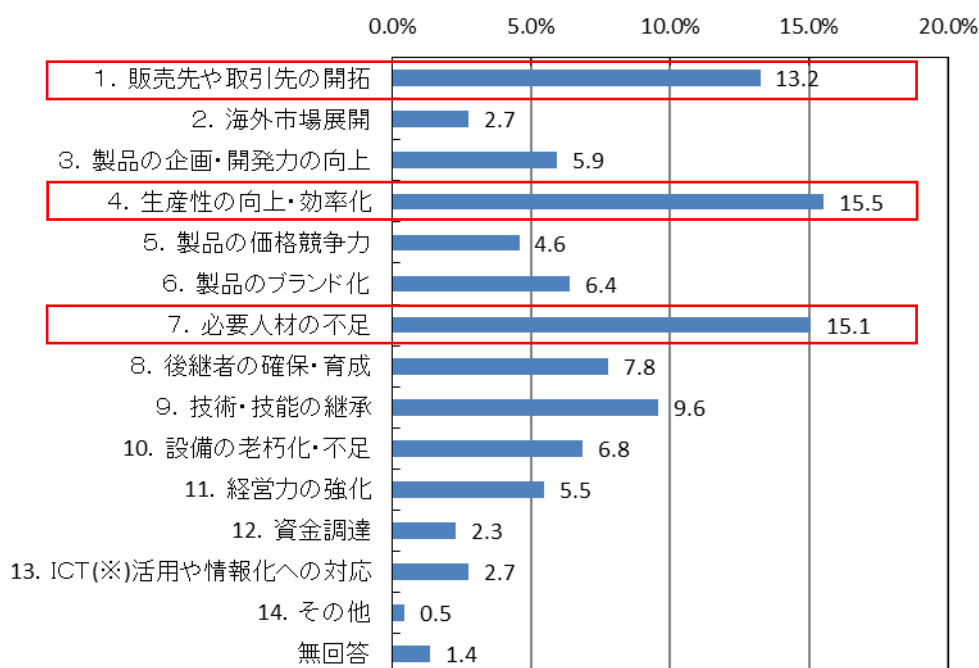


- 「4. やや減少」または「5. 大幅に減少」を選択された事業所における減少の要因は、「市場の縮小」が多く、次いで「景気変動」となっています。



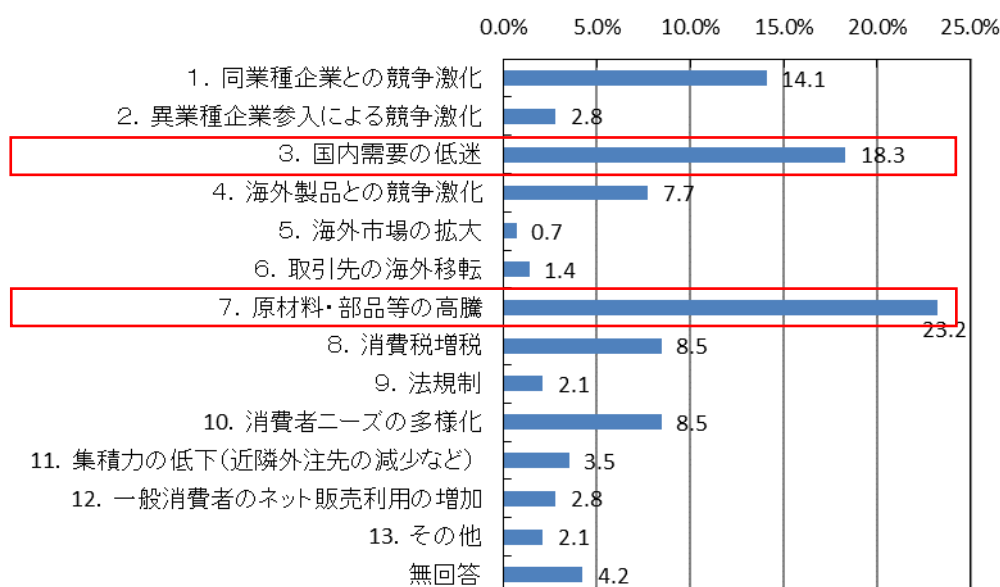
○事業所で現在取り組んでいる経営上の課題

- ・「生産性の向上・効率化」が多く、次いで「必要人材の不足」、「販売先や取引先の開拓」となっています。



○事業者を取り巻く外部環境の影響

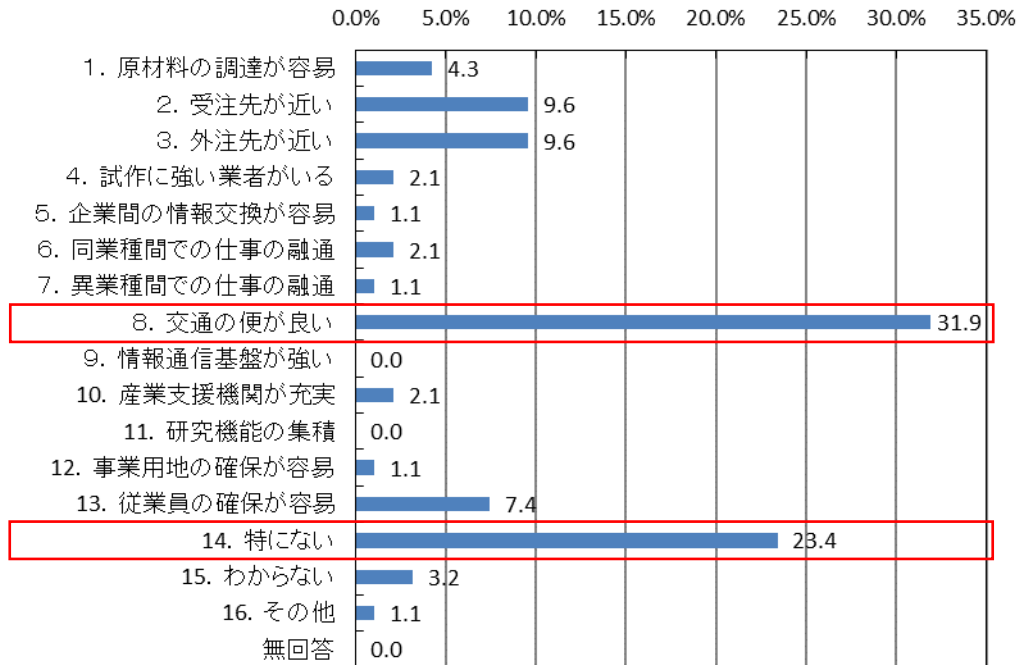
- ・「原材料・部品等の高騰」が多く、次いで「国内需要の低迷」となっています。



③ 操業環境

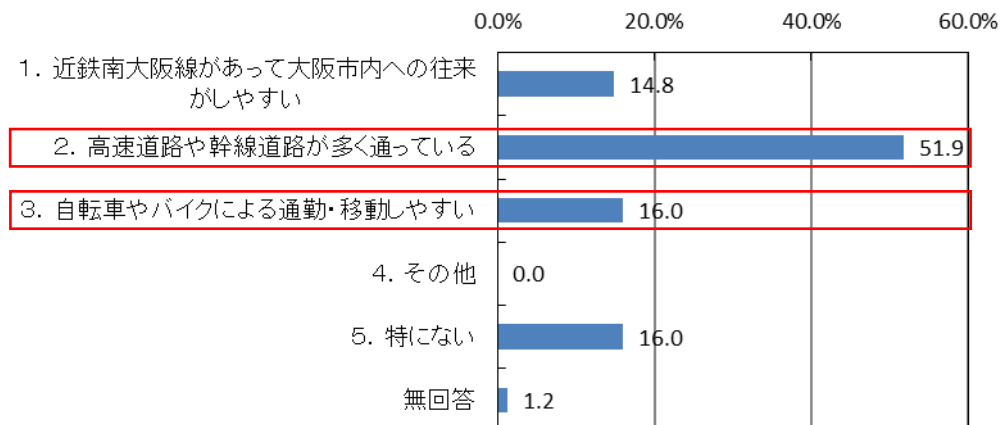
○松原市内で操業するメリット

- ・「交通の便が良い」が多く、次いで「特にない」となっています。



○松原市内での操業における交通の便のメリット

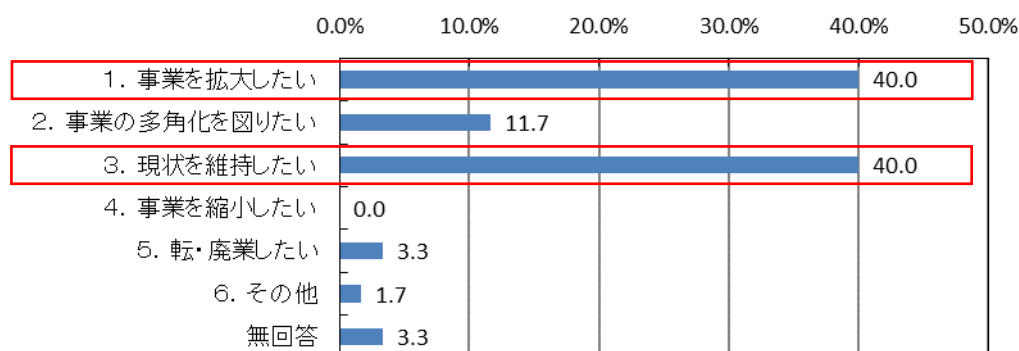
- ・「高速道路や幹線道路が多く通っている」が多く、次いで「自転車やバイクによる通勤・移動しやすい」となっています。



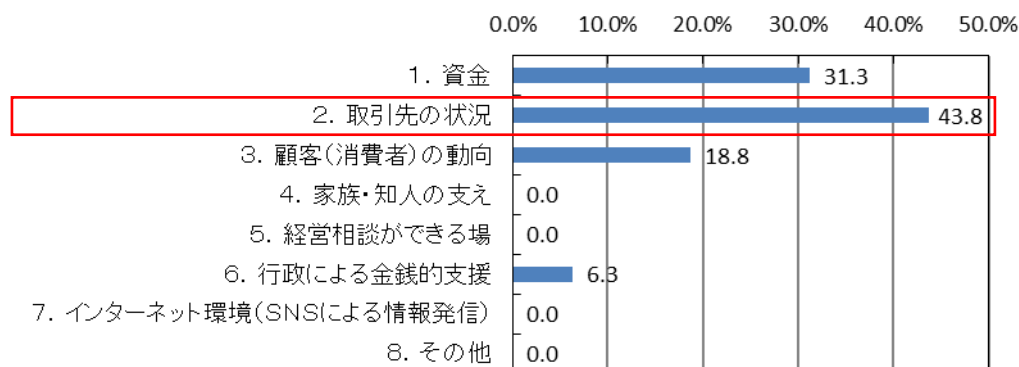
④ 今後の事業展開

○今後の主な事業の規模

- 「事業を拡大したい」と「現状を維持したい」が多くなっています。

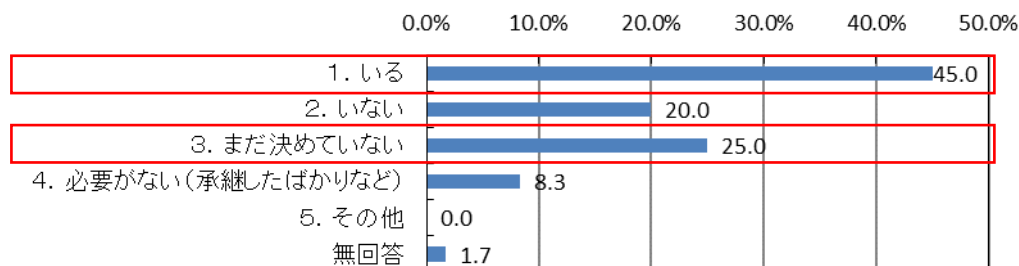


- 「1. 事業を拡大したい」または「2. 事業の多角化を図りたい」を選択された事業者が事業拡大や多角化を図る場合に重視する点は、「取引先の状況」が多くなっています。



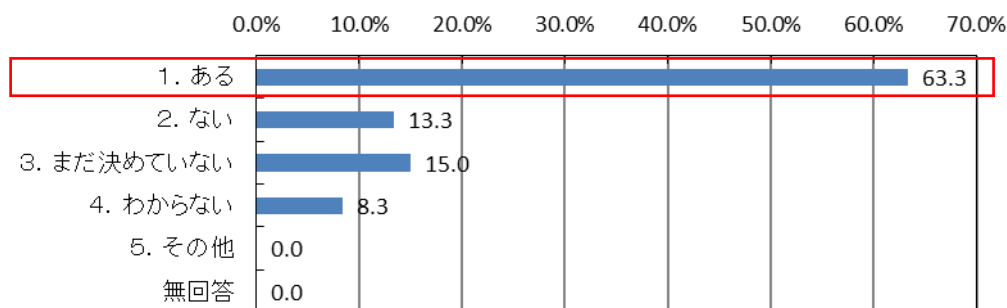
○経営者（経営陣）の後継者

- 「いる」が多く、次いで「まだ決めていない」となっています。



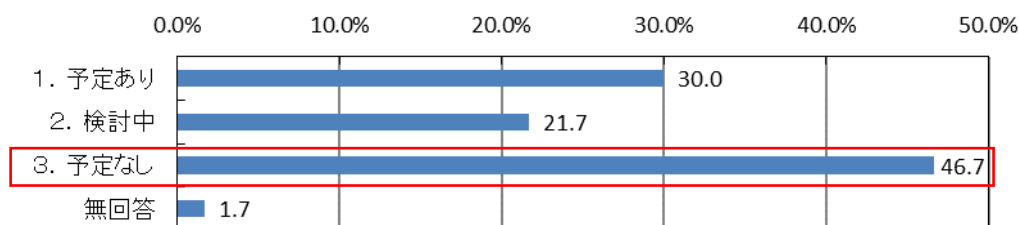
○今後、新たに人を雇う予定

- ・「ある」が多くなっています。



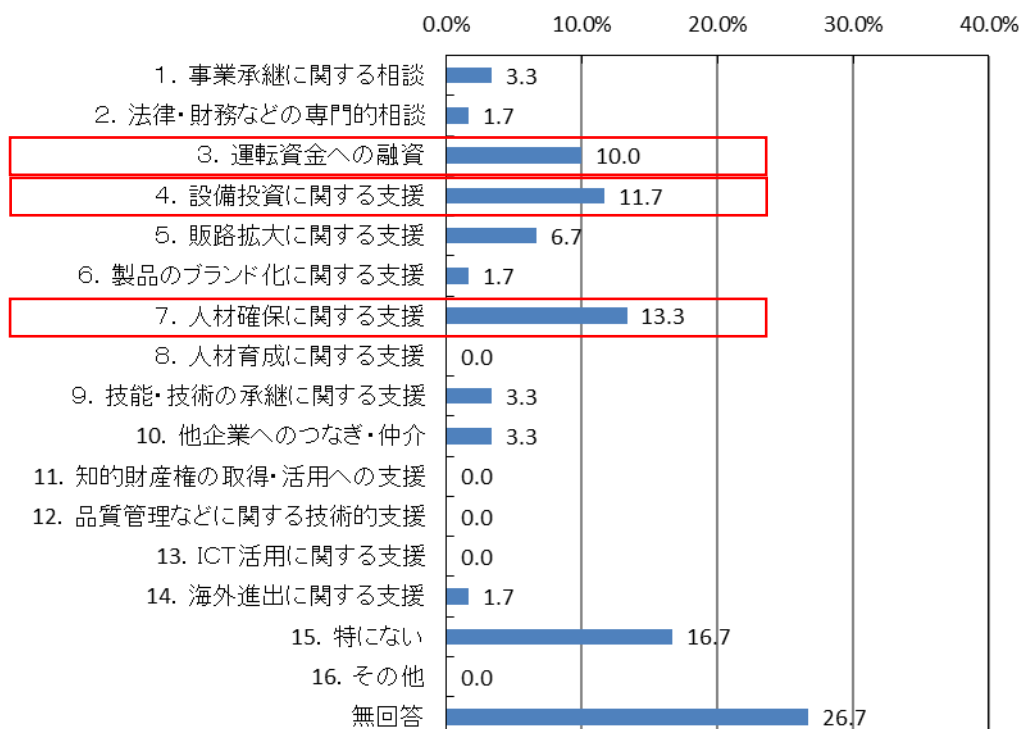
○設備投資の予定

- ・「予定なし」が多くなっています。

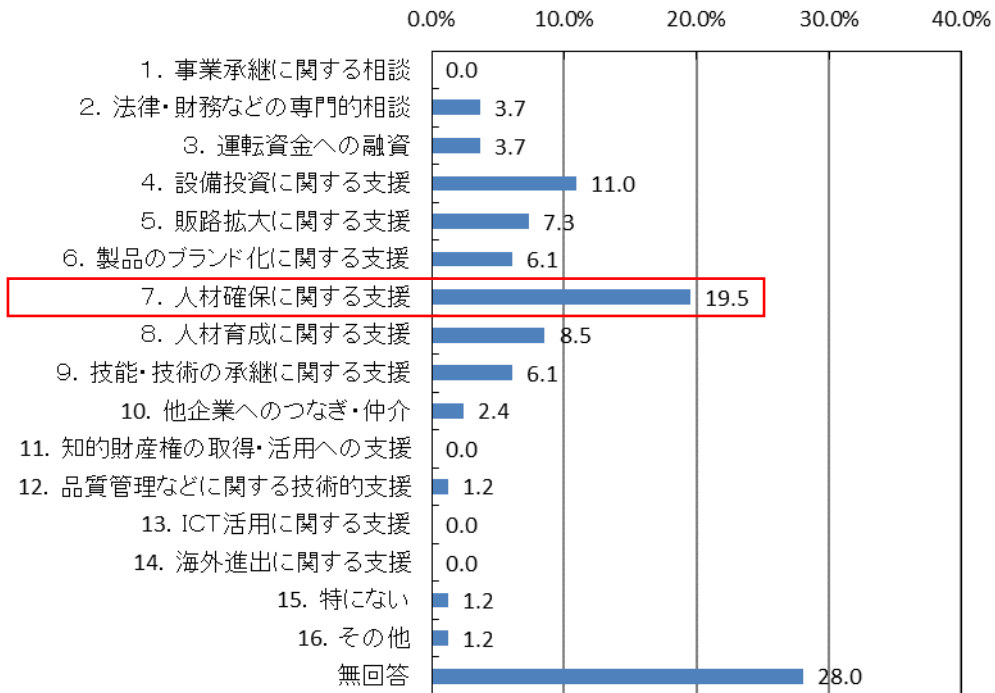


○操業を継続していく上で、今後松原市に期待する施策

- ・第1位は「人材確保に関する支援」が多く、次いで「設備投資に関する支援」、「運転資金への融資」となっています。



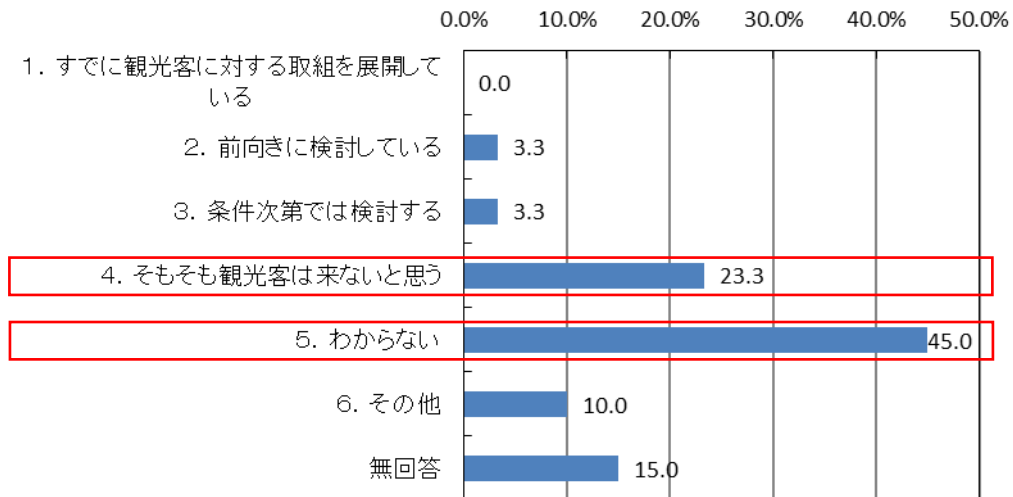
- ・第2位は「人材確保に関する支援」が多くなっています。



⑤ 松原市の産業振興施策

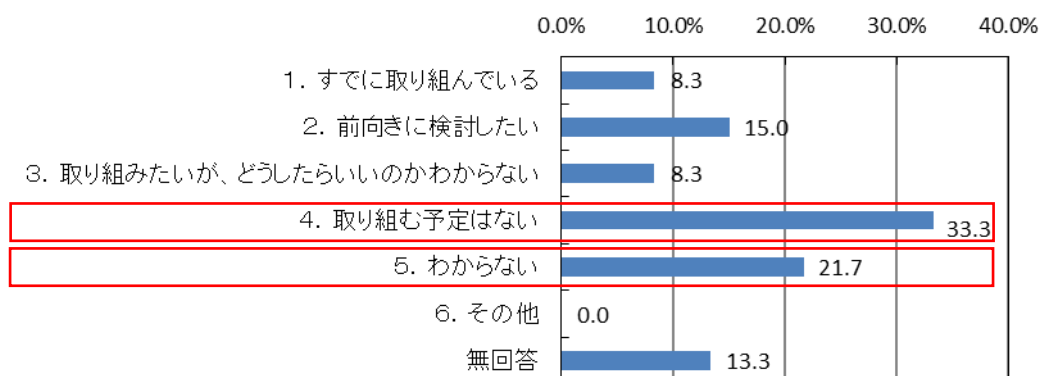
○事業所における外国人観光客を対象とした事業展開

- ・「わからない」が多く、次いで「そもそも観光客は来ないと思う」となっています。



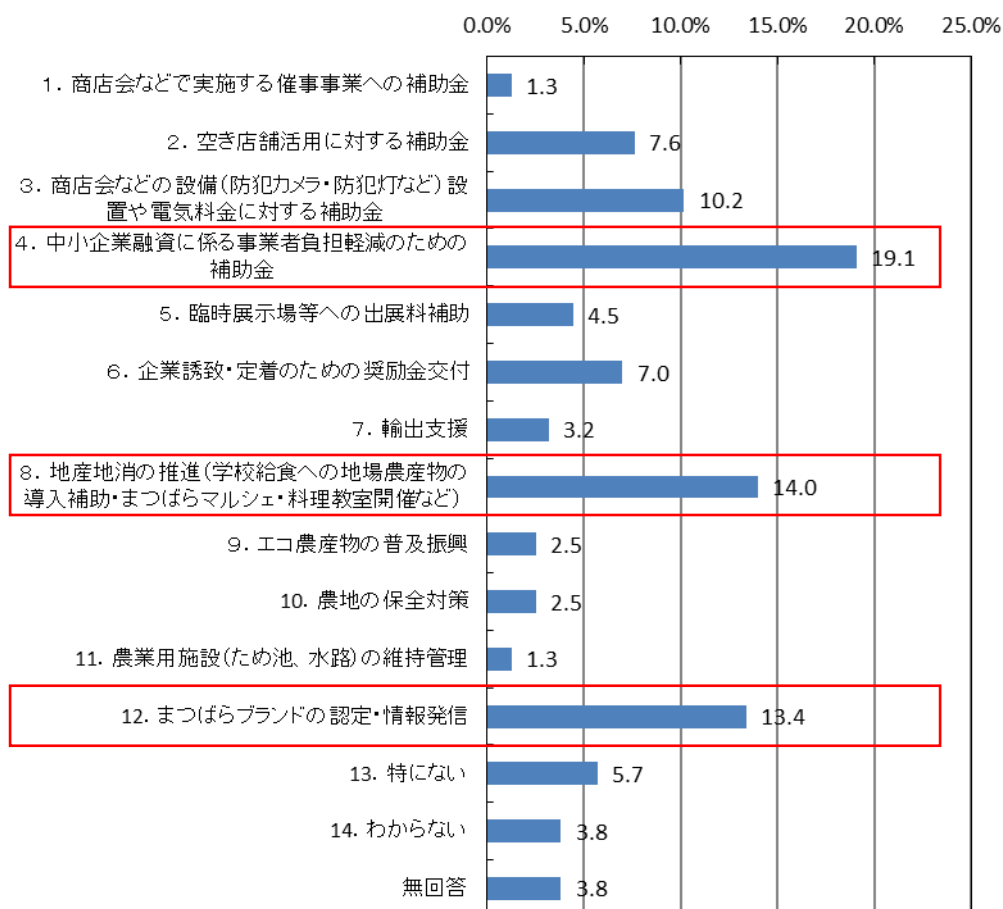
○産業間連携や産学官連携事業に取り組む予定

- 「取り組む予定はない」が多く、次いで「わからない」が多くなっています。



○現状の施策における評価が高い施策

- 「中小企業融資に係る事業者負担軽減のための補助金」が多く、次いで「地産地消の推進（学校給食への地場農産物の導入補助・まつばらマルシェ・料理教室開催など）」、「まつばらブランドの認定・情報発信」となっています。

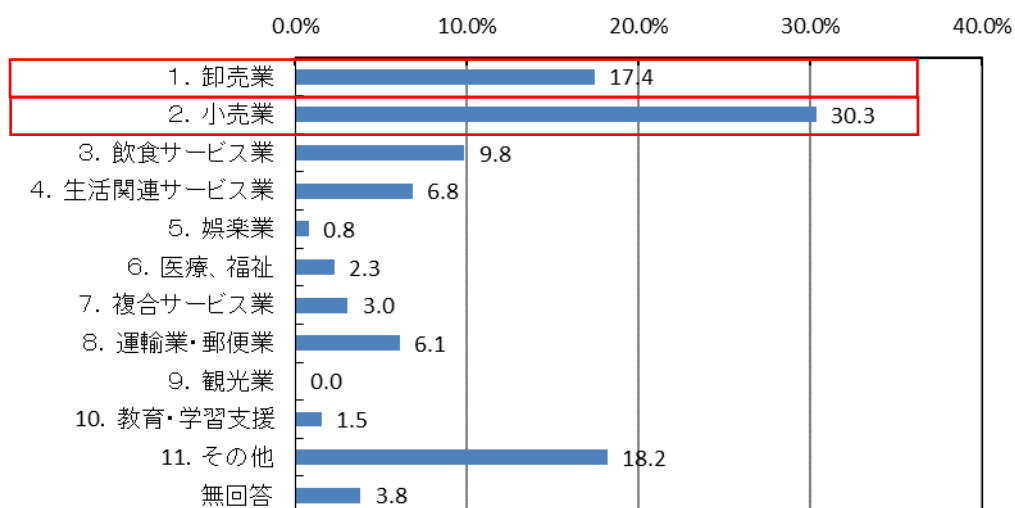


(2) 市内商業・サービス業

① 事業所の概要

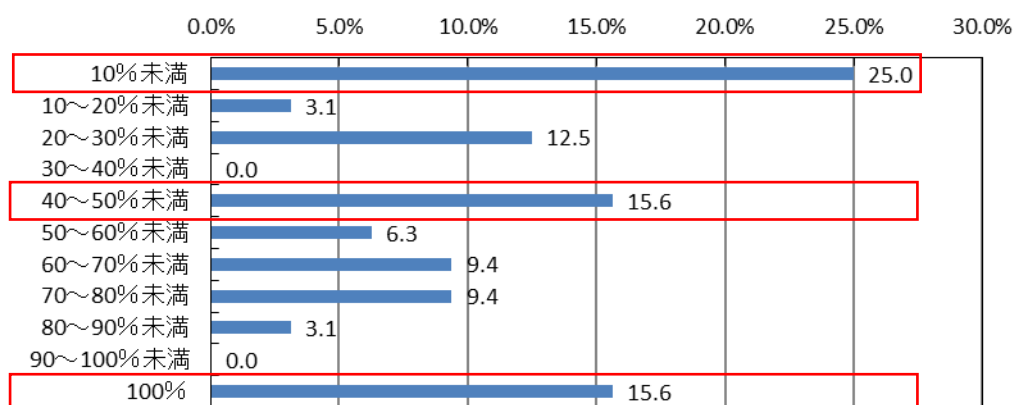
○業種

- ・「小売業」が多く、次いで「卸売業」となっています。



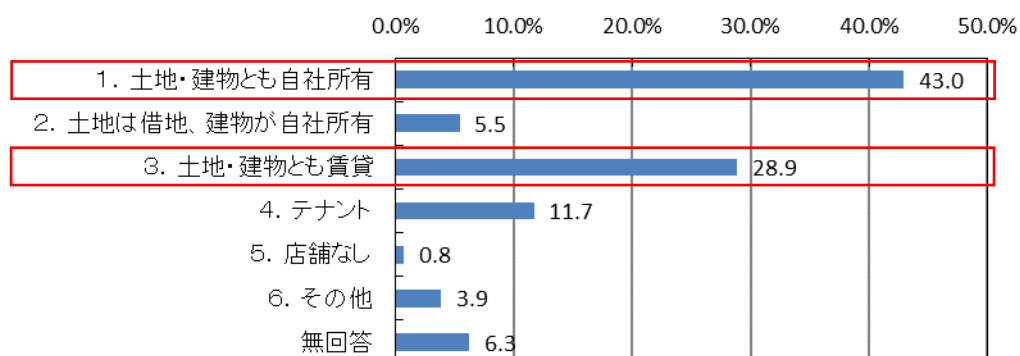
○正社員数に対する市内通勤者数の割合

- ・「10%未満」が多く、次いで「40～50%未満」、「100%」となっています。



○お店の所有形態

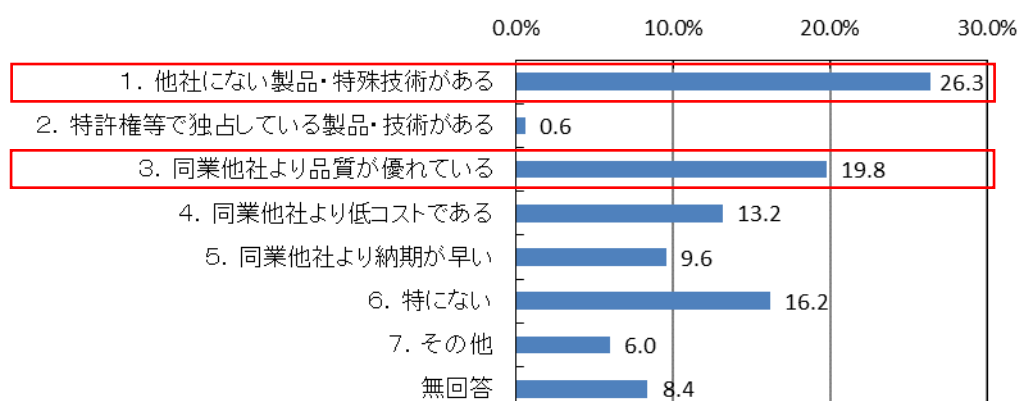
- ・「土地・建物とも自社所有」が多く、次いで「土地・建物とも賃貸」となっています。



② 事業内容及び状況

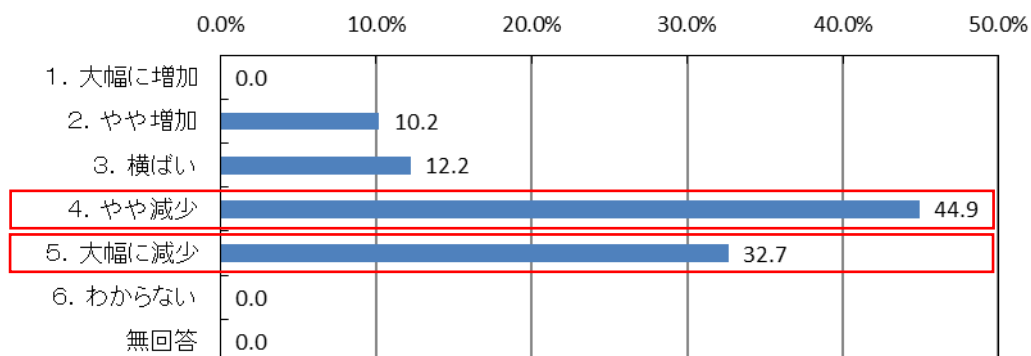
○主な取扱商品・サービスの強み

- ・「他社にない製品・特殊技術がある」が多く、次いで「同業他社より品質が優れている」となっています。

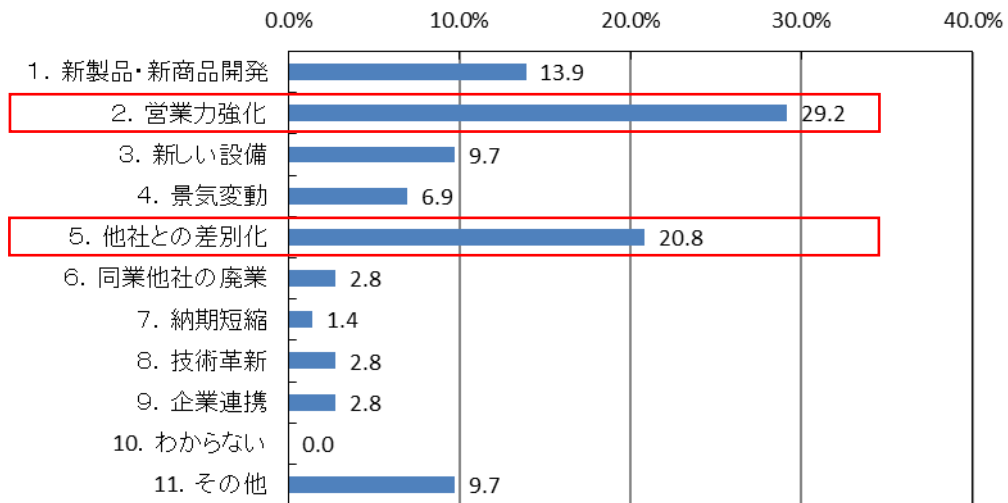


○売上高における約10年前との比較

- ・「やや減少」が多く、次いで「大幅に減少」となっています。



- 「1. 大幅に増加」または「2. やや増加」を選択された事業所における増加の要因は、「営業力強化」が多く、次いで「他社との差別化」となっています。

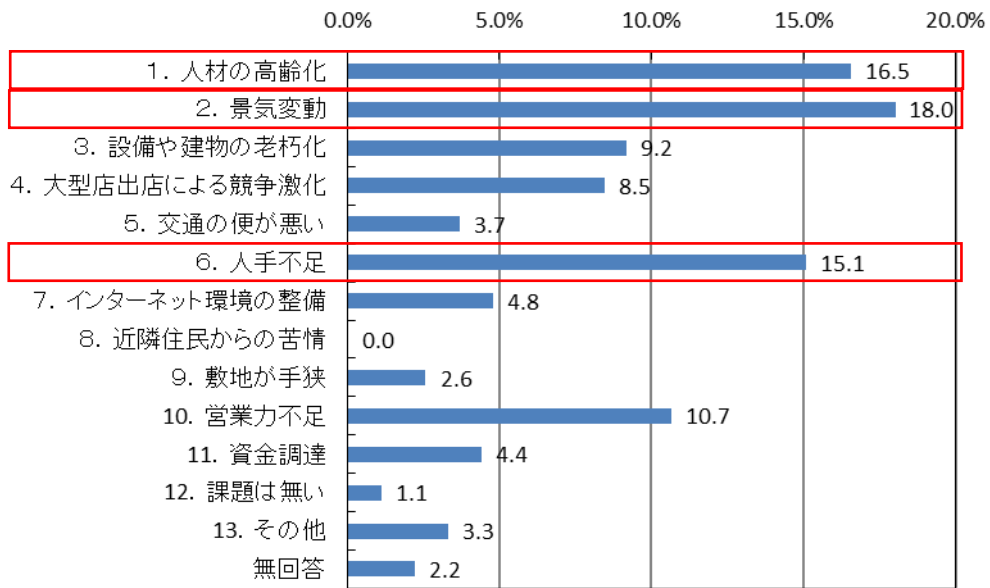


- 「4. やや減少」または「5. 大幅に減少」を選択された事業所における減少の要因は、「景気変動」が多く、次いで「競争激化」、「営業力不足」となっています。



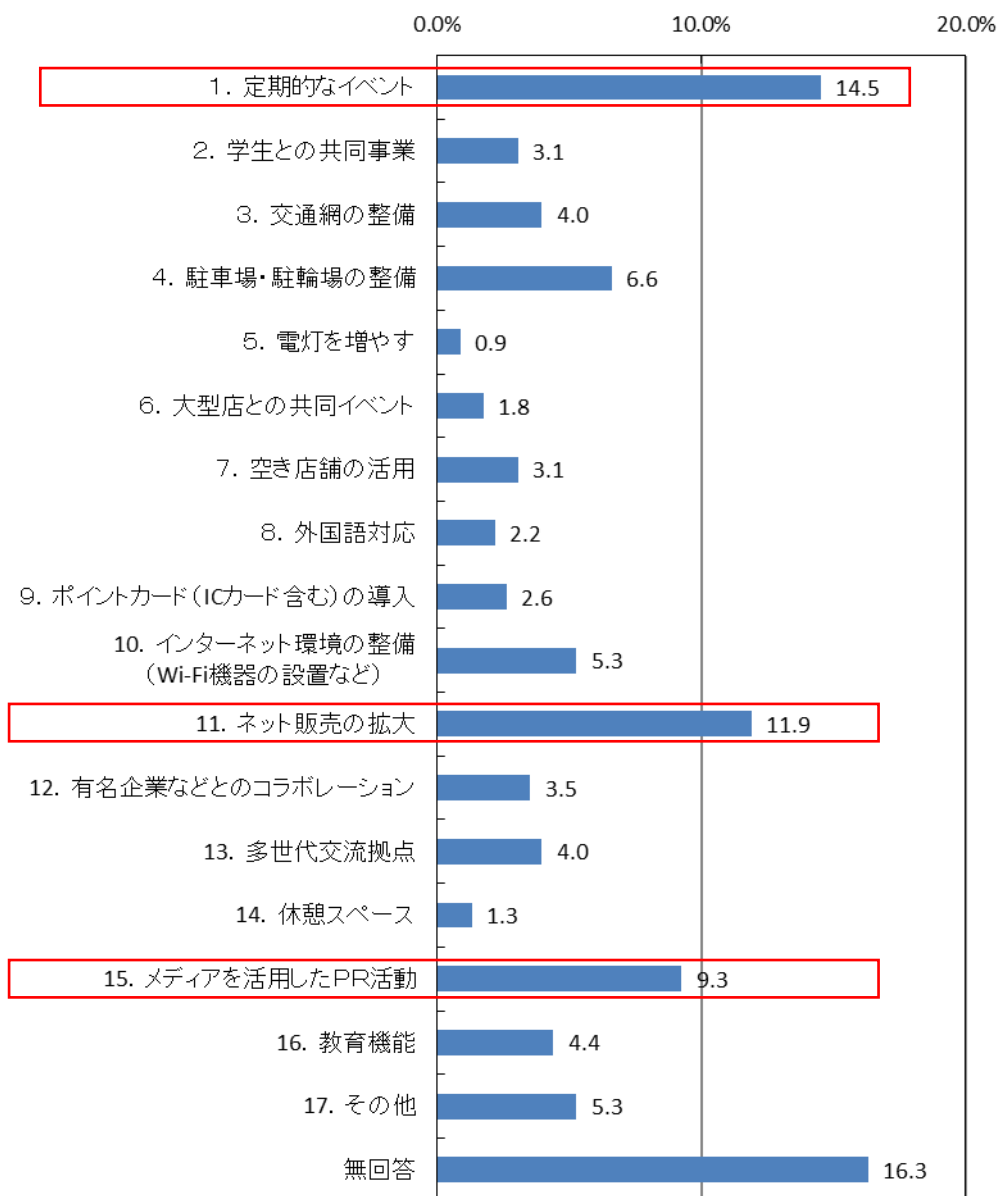
○操業における課題

- ・「景気変動」が多く、次いで「人材の高齢化」、「人手不足」となっています。



○更なる集客のために必要だと思われる取組

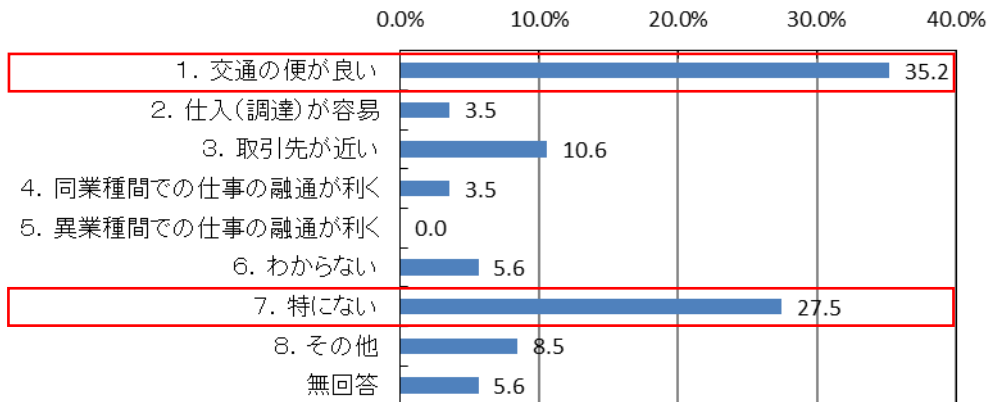
- ・「定期的なイベント」が多く、次いで「ネット販売の拡大」、「メディアを活用したPR活動」となっています。



③ 操業環境

○松原市内で操業するメリット

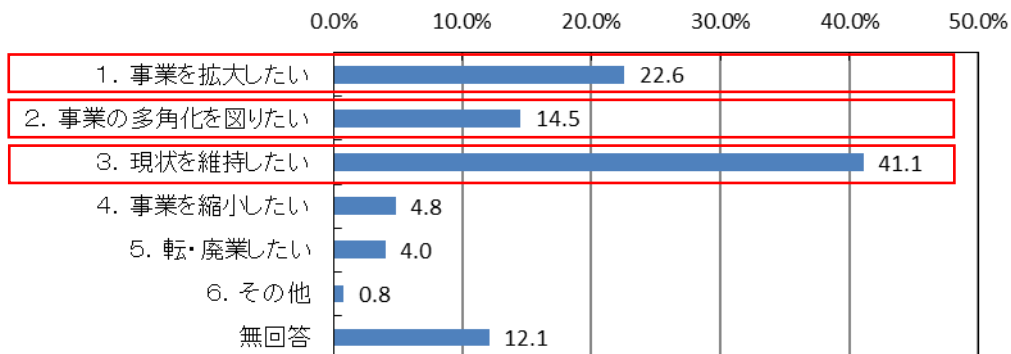
- ・「交通の便が良い」が多く、次いで「特にない」となっています。



④ 今後の事業展開

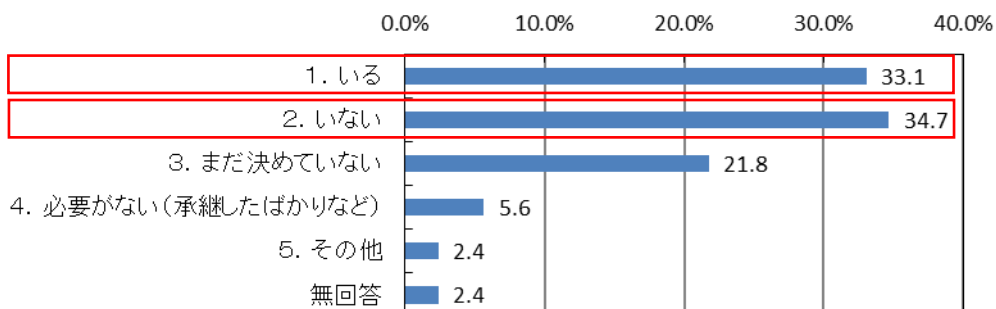
○今後の主な事業の規模

- ・「現状を維持したい」が多く、次いで「事業を拡大したい」、「事業の多角化を図りたい」となっています。



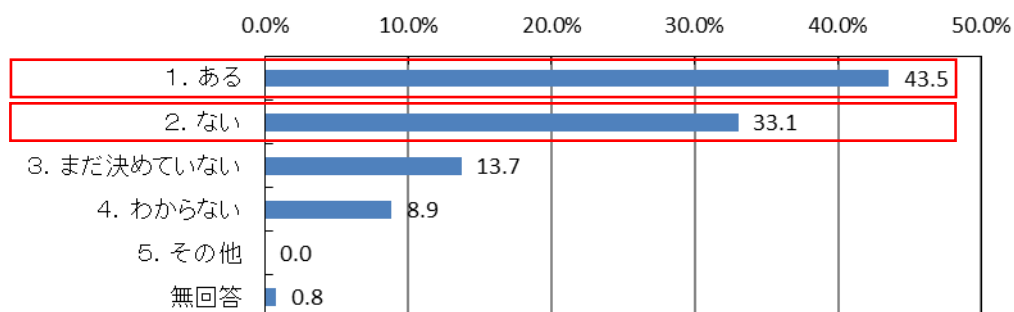
○経営者（経営陣）の後継者

- ・「いない」が多く、次いで「いる」となっています。



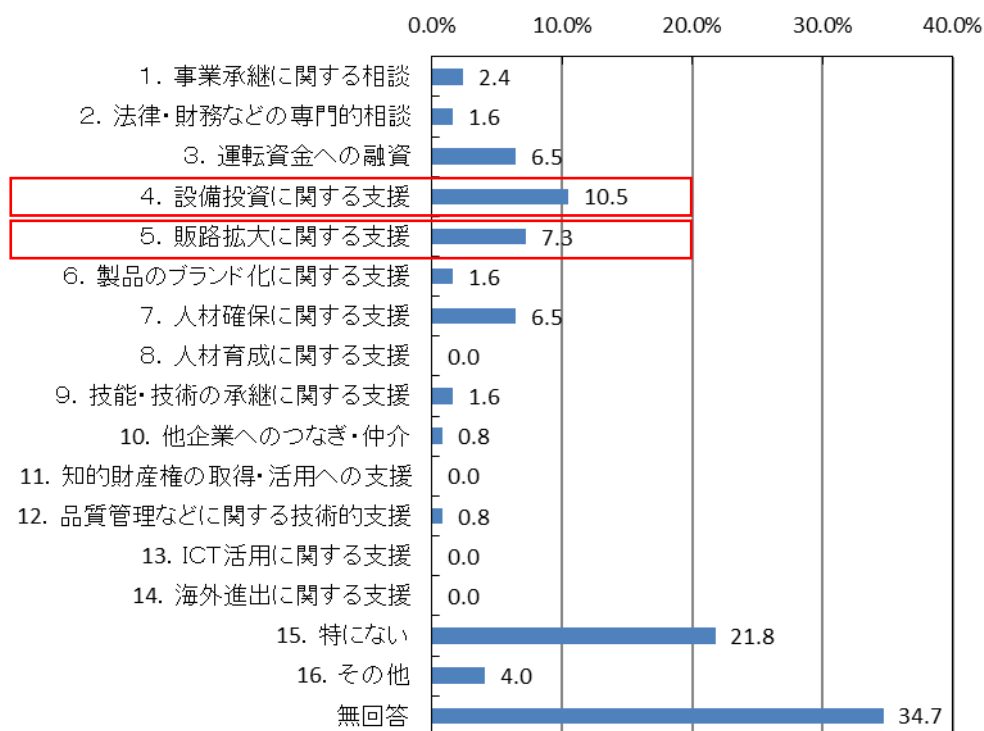
○今後、新たに人を雇う予定

- ・「ある」が多く、次いで「ない」となっています。

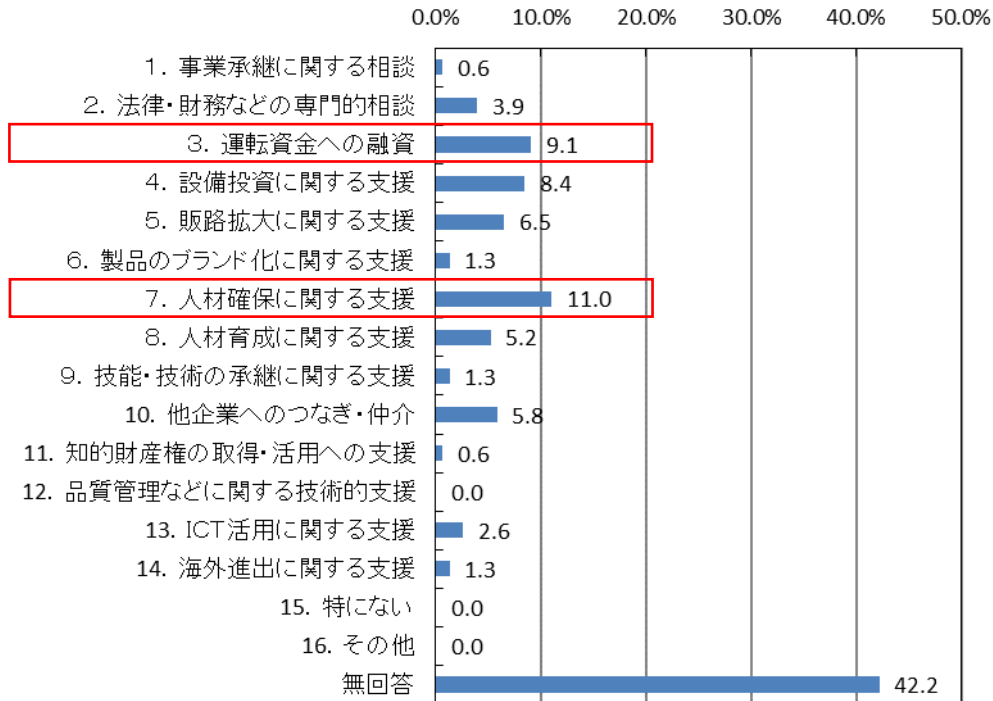


○操業を継続していく上で、今後松原市に期待する施策

- ・第1位は、「設備投資に関する支援」が多く、次いで「販路拡大に関する支援」となっています。



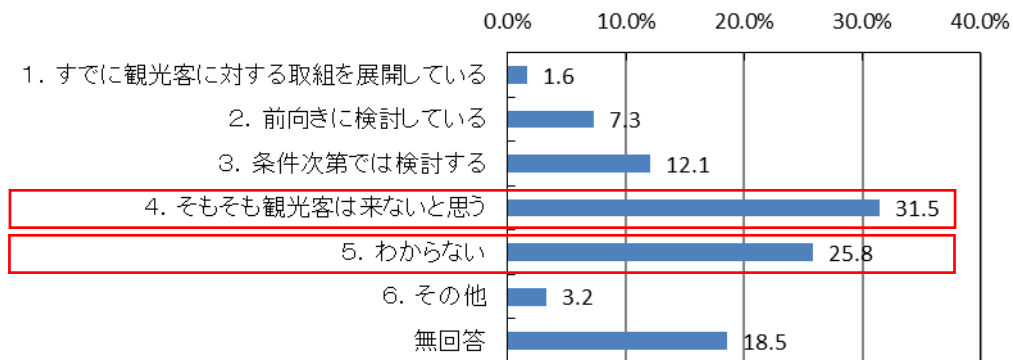
- ・第2位は、「人材確保に関する支援」が多く、次いで「運転資金への融資」となっています。



⑤ 松原市の産業振興施策

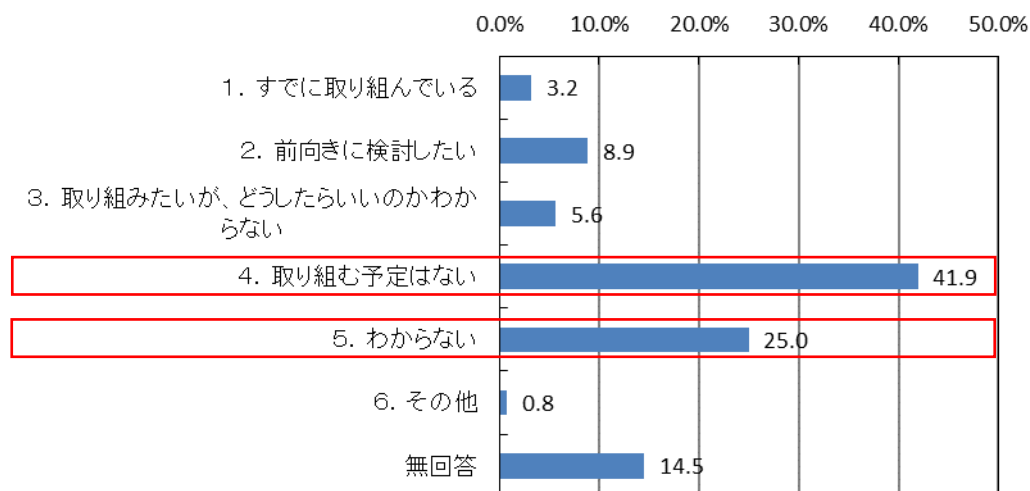
○事業所における外国人観光客を対象とした事業展開

- ・「そもそも観光客は来ないと思う」が多く、次いで「わからない」となっています。



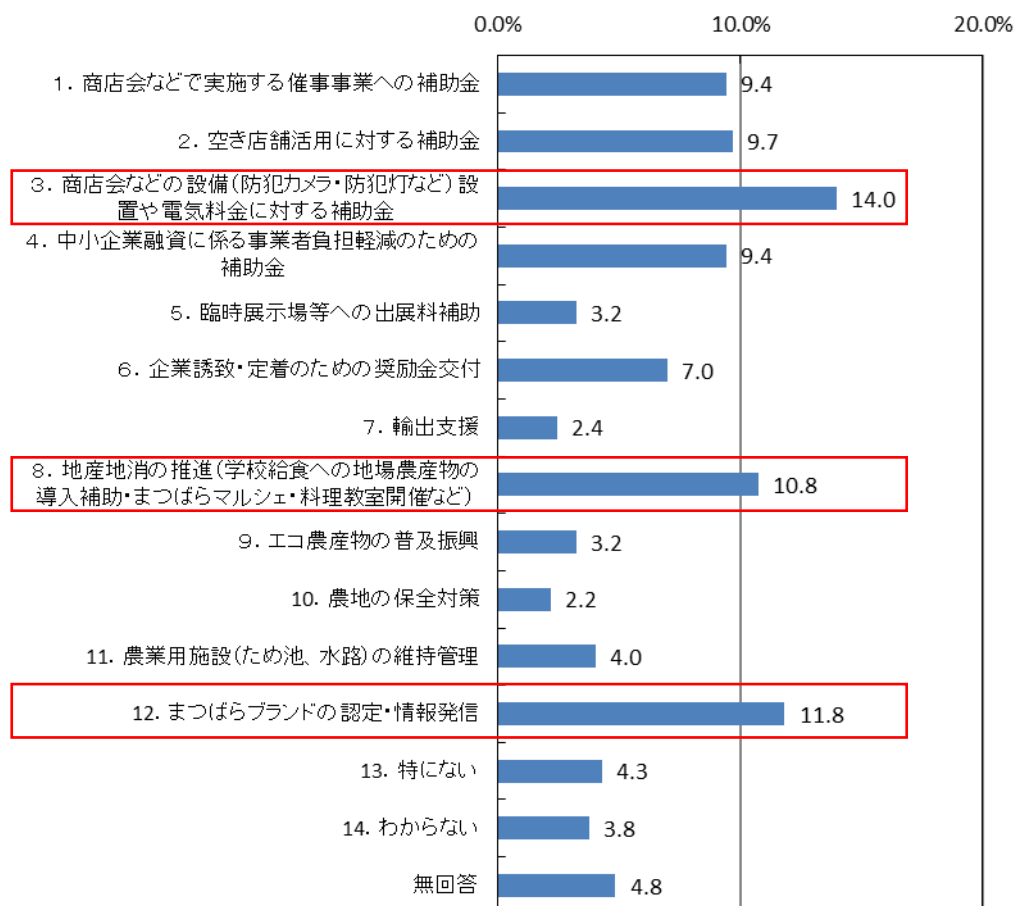
○産業間連携や産学官連携事業に取り組む予定

- ・「取り組む予定はない」が多く、次いで「わからない」となっています。



○現状の施策における評価が高い施策

- ・「商店会などの設備（防犯カメラ・防犯灯など）設置や電気料金に対する補助金」が最も多く、次いで「まつばらブランドの認定・情報発信」、「地産地消の推進（学校給食への地場農産物の導入補助・まつばらマルシェ・料理教室開催など）」となっています。

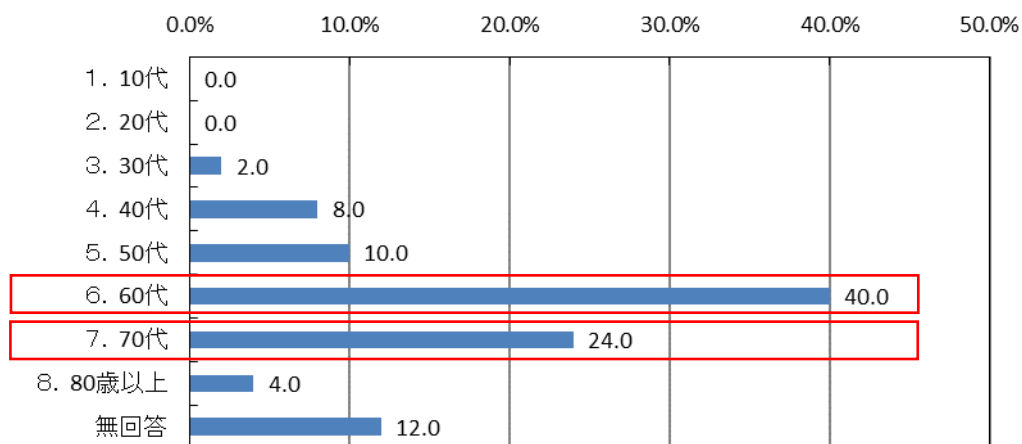


(3) 市内農業

① 販売農家の属性

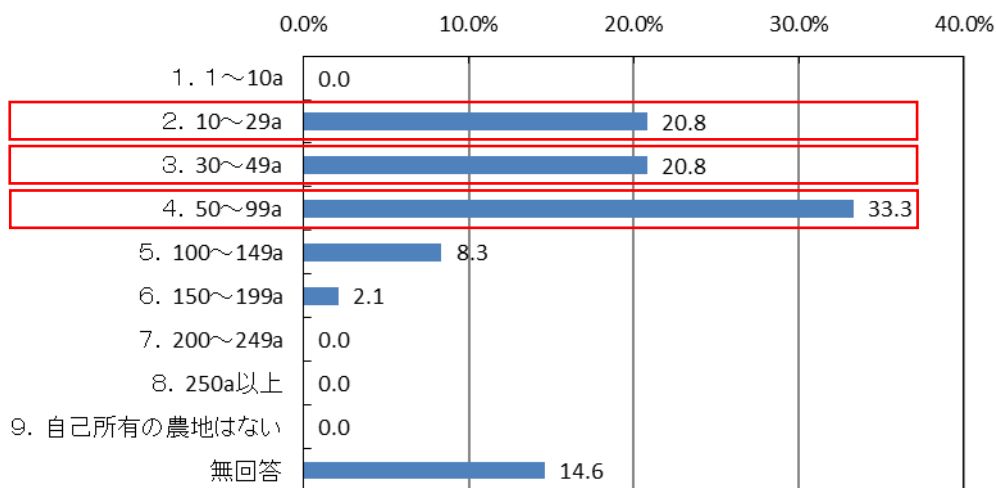
○年齢

- ・「60代」が多く、次いで「70代」となっています。



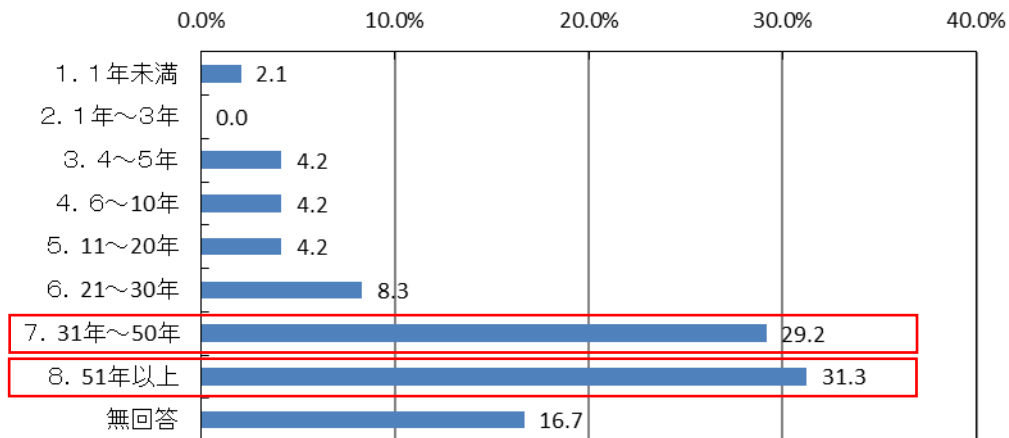
○経営耕地

- ・「50～99a」が多く、次いで「10～29a」、「30～49a」となっています。



○営農年数

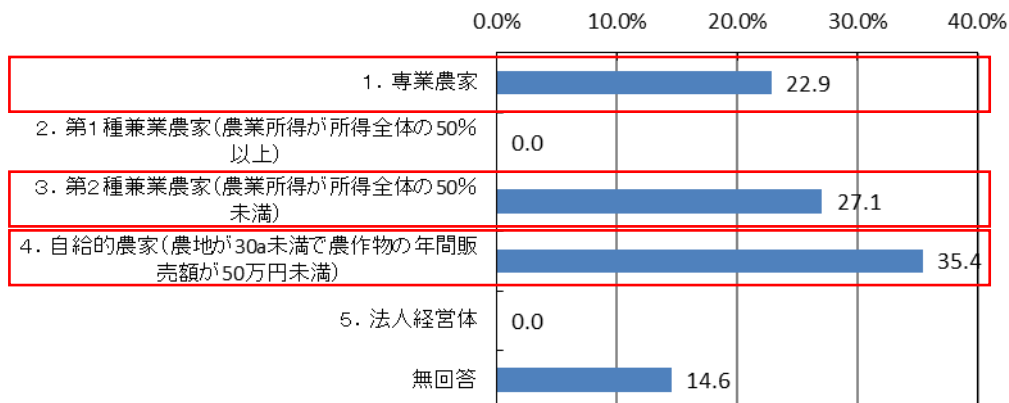
- ・「51年以上」が多く、次いで「31年～50年」となっています。



② 農業経営状況

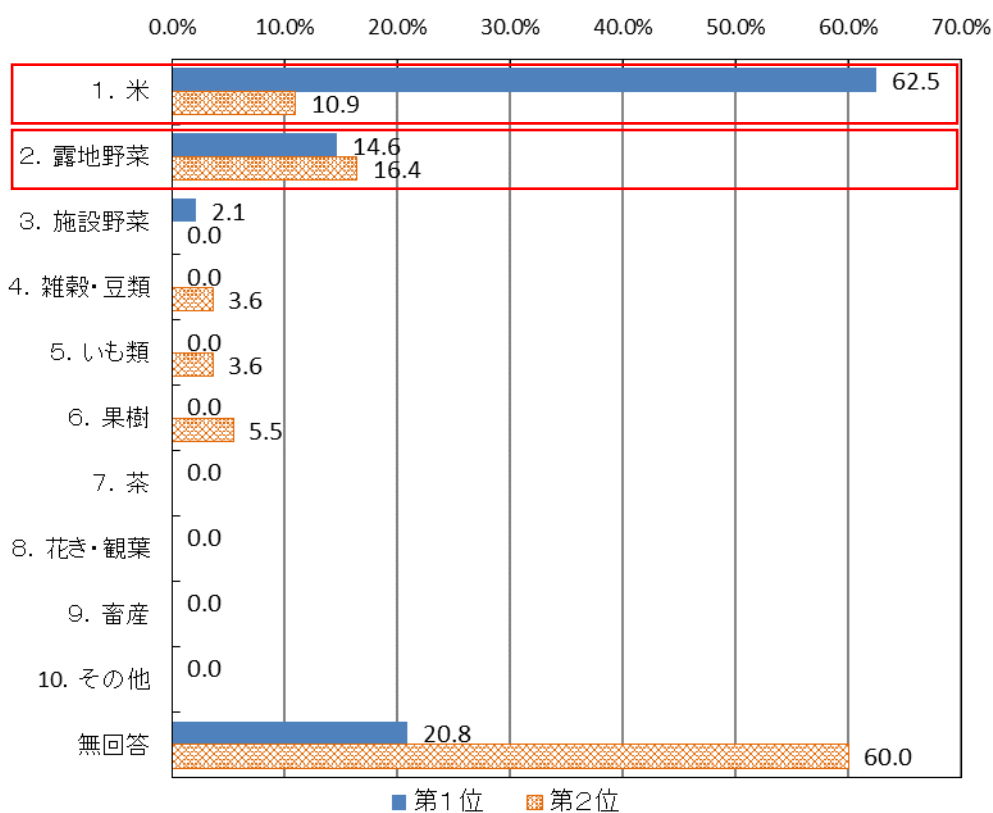
○販売農家の形態

- ・「自給的農家（農地が30a未満で農作物の年間販売額が50万円未満）」が多く、次いで「第2種兼業農家（農業所得が所得全体の50%未満）」、「専業農家」となっています。



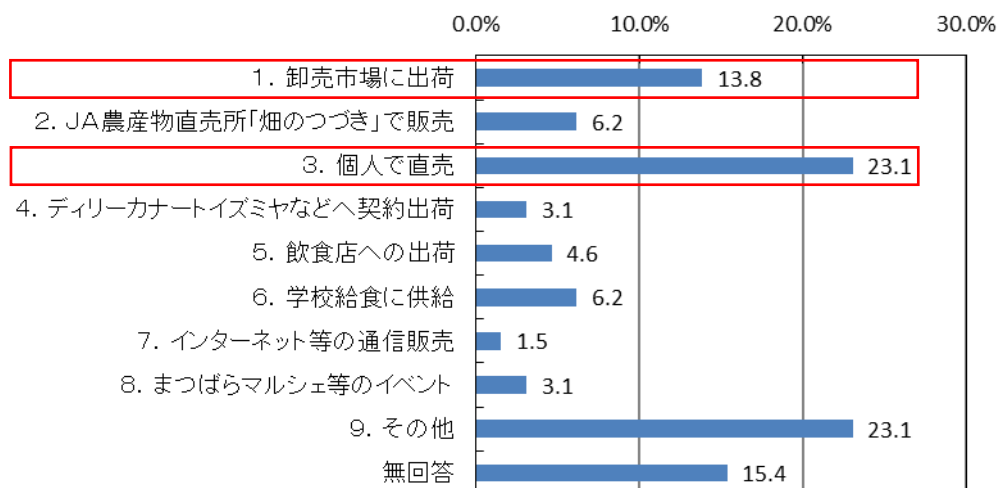
○生産している農畜産物（第1位、第2位）

- 第1位は、「米」が多く、次いで「露地野菜」、第2位は、「露地野菜」が多く、次いで「米」となっています。



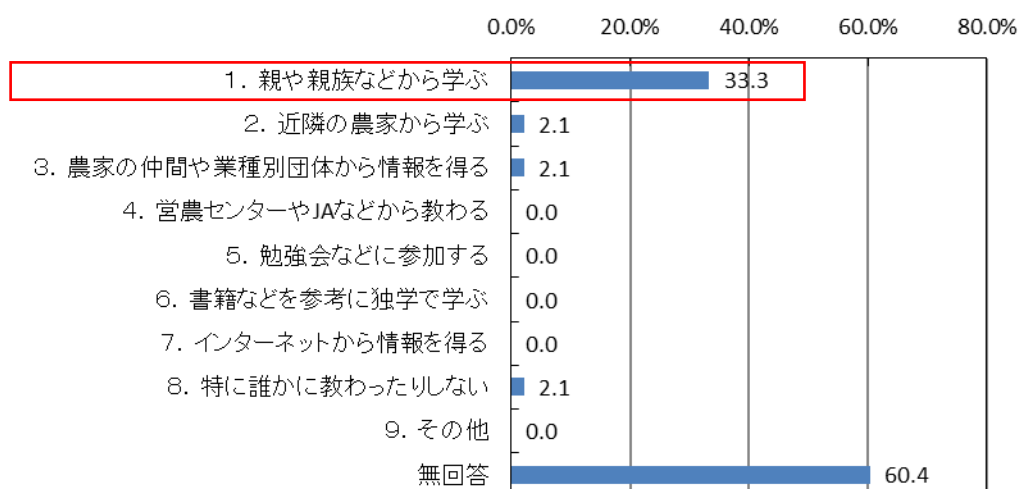
○現在の販売方法

- 「個人で直売」が多く、次いで「卸売市場に出荷」となっています。



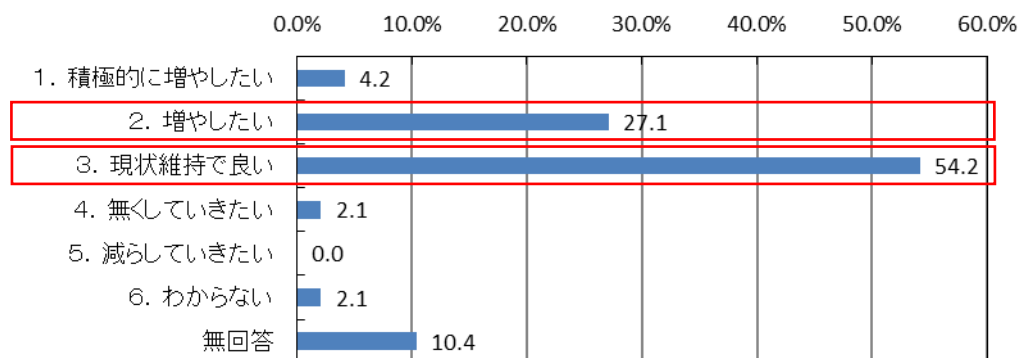
○農作業における手法の習得方法

- 「親や親族などから学ぶ」が多くなっています。



○農家同士の交流

- 「現状維持で良い」が多く、次いで「増やしたい」となっています。



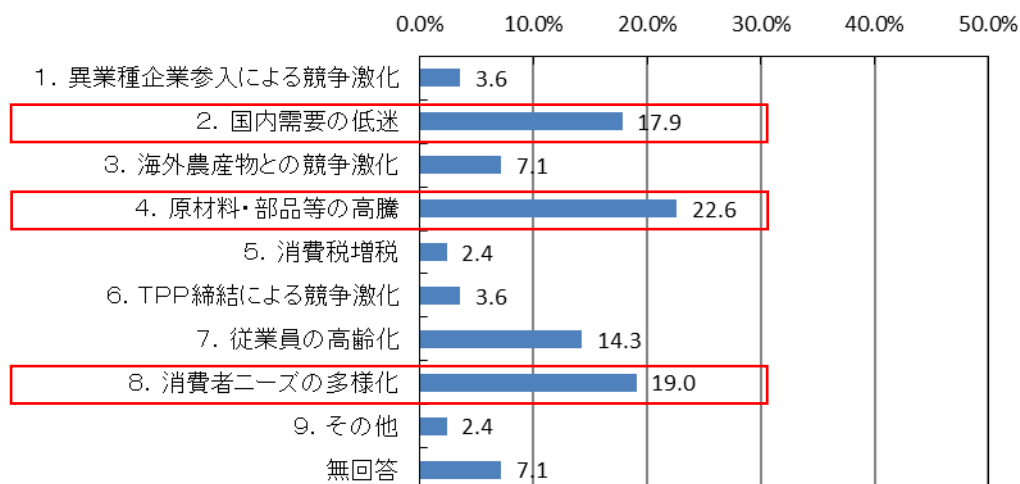
○所有する農地の賃貸

- 「農地はあるが、貸す農地はない」が多く、次いで「農地がない(すべて活用)」となっています。



○販売農家を取り巻く外部環境の影響

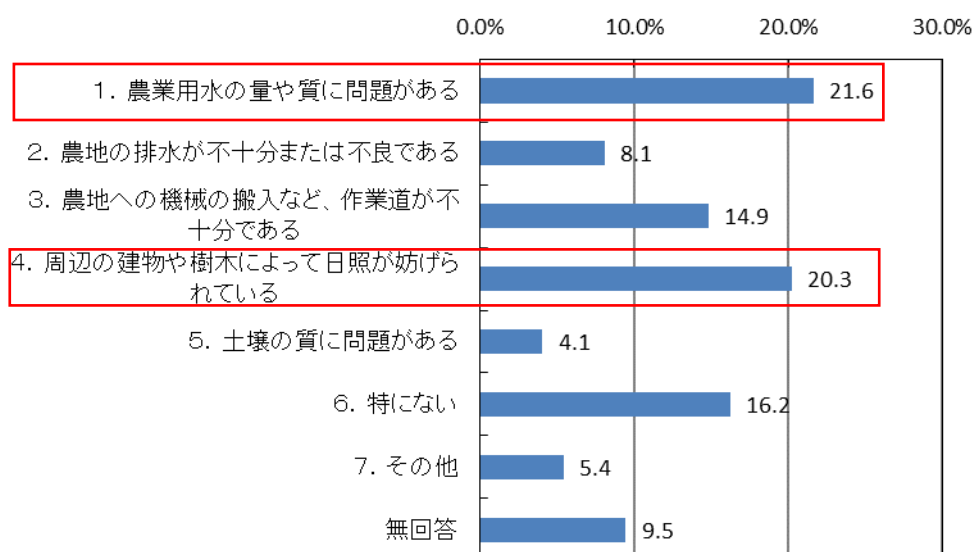
- ・「原材料・部品等の高騰」が多く、次いで「消費者ニーズの多様化」、「国内需要の低迷」となっています。



③ 操業環境

○耕作している農地における農業基盤としての機能の問題

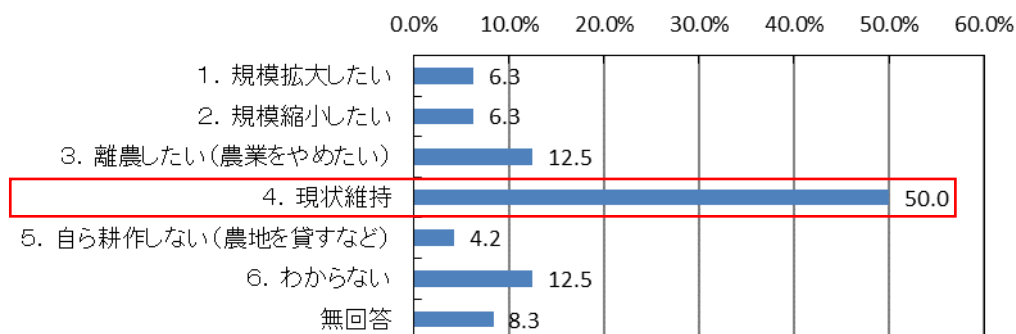
- ・「農業用水の量や質に問題がある」が多く、次いで、「周辺の建物や樹木によって日照が妨げられている」となっています。



④ 今後の事業展開

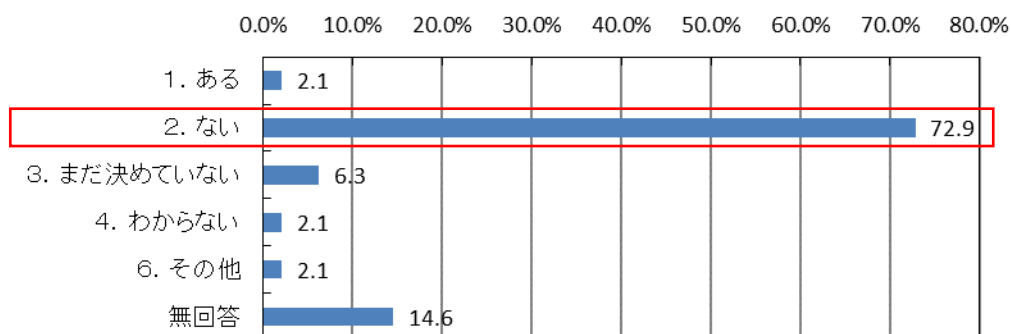
○今後の主な事業の規模

- ・「現状維持」が多くなっています。



○今後、新たに人を雇う予定

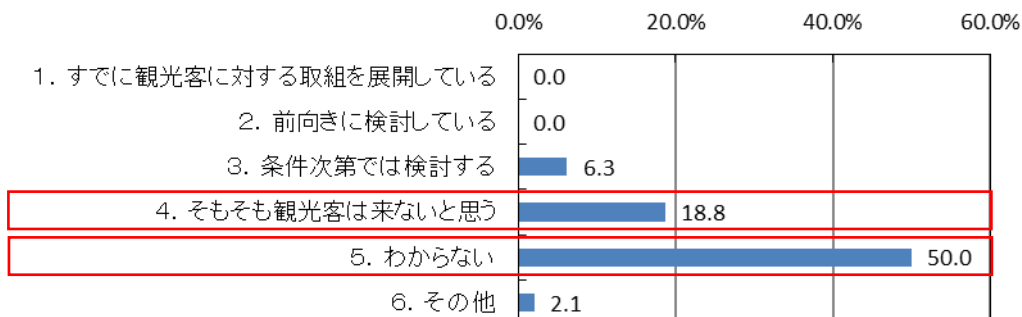
- ・「ない」が多くなっています。



⑤ 松原市の産業振興施策

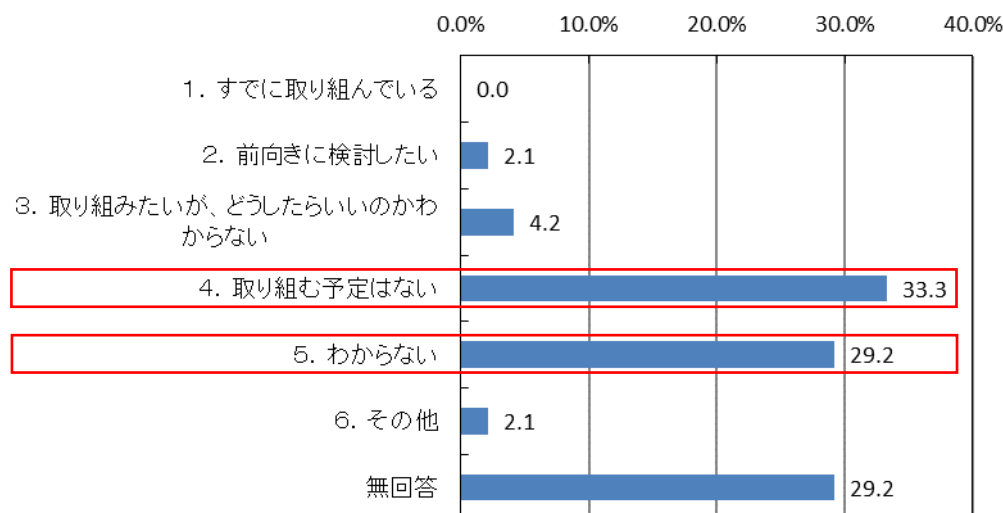
○販売農家における外国人観光客を対象とした事業展開

- ・「わからない」が多く、次いで「そもそも観光客は来ないと思う」となっています。



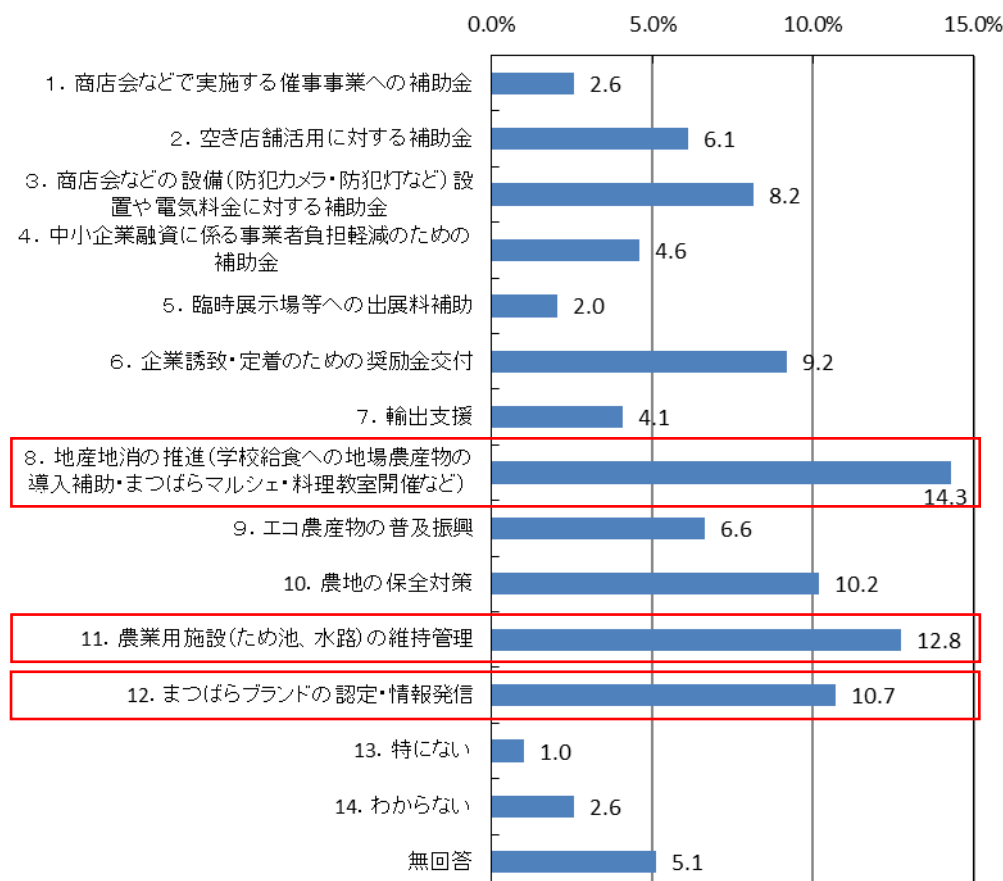
○産業間連携や産学官連携事業に取り組む予定

- ・「取り組む予定はない」が多く、次いで「わからない」となっています。



○現状の施策における評価が高い施策

- ・「地産地消の推進（学校給食への地場農産物の導入補助・まつばらマルシェ・料理教室開催など）」が多く、次いで「農業用施設（ため池、水路）の維持管理」、「まつばらブランドの認定・情報発信」となっています。

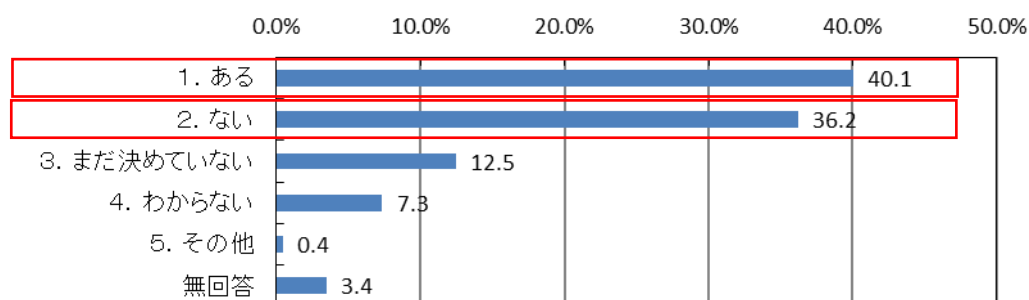


(4) 市内産業（工業、商業・サービス業、農業）の共通事項

① 今後の事業展開

○今後、新たに人を雇う予定

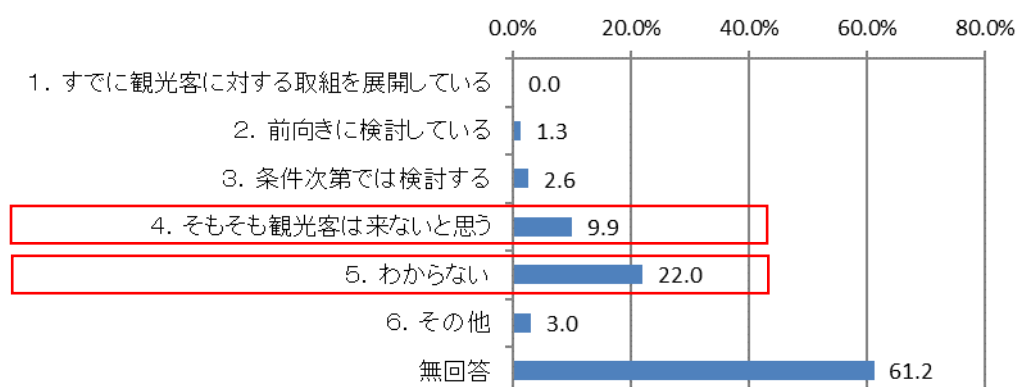
- ・「ある」が多く、次いで「ない」となっています。



② 松原市に対する評価

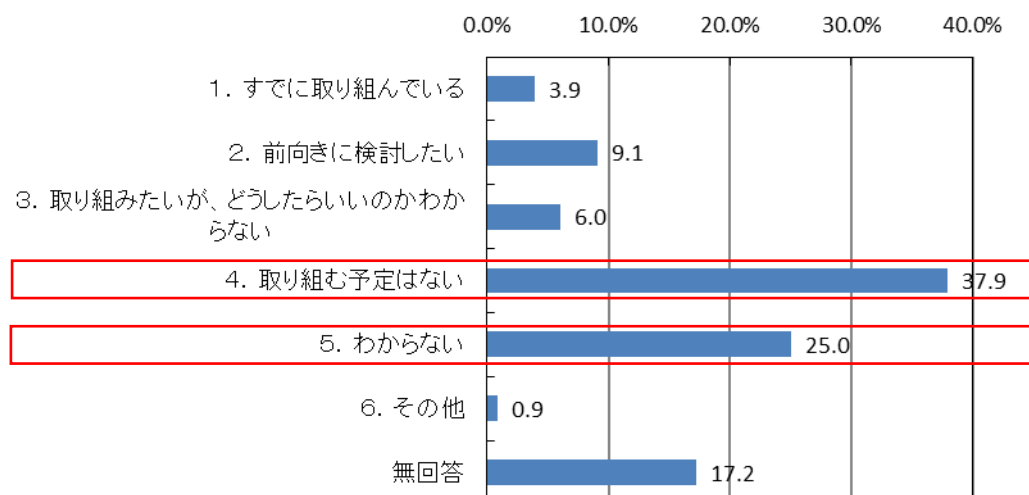
○事業所における外国人観光客を対象とした事業展開

- ・「わからない」が多く、次いで「そもそも観光客は来ないと思う」となっています。



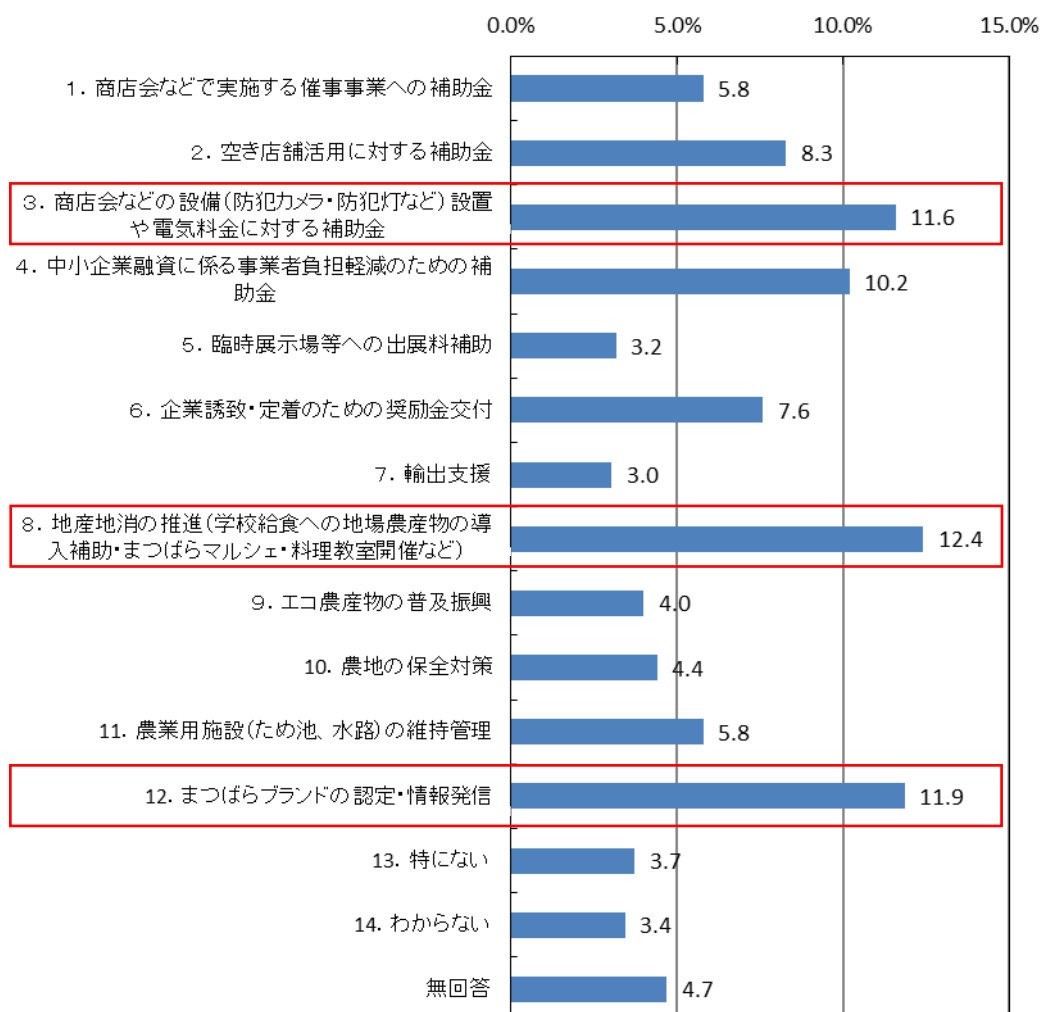
○産業間連携や産学官連携事業に取り組む予定

- ・「取り組む予定はない」が多く、次いで「わからない」となっています。



○現状の施策における評価が高い施策

- ・「地産地消の推進（学校給食への地場農産物の導入補助・まつばらマルシェ・料理教室開催など）」が多く、次いで「まつばらブランドの認定・情報発信」、「商店会などの設備（防犯カメラ・防犯灯など）設置や電気料金に対する補助金」となっています。

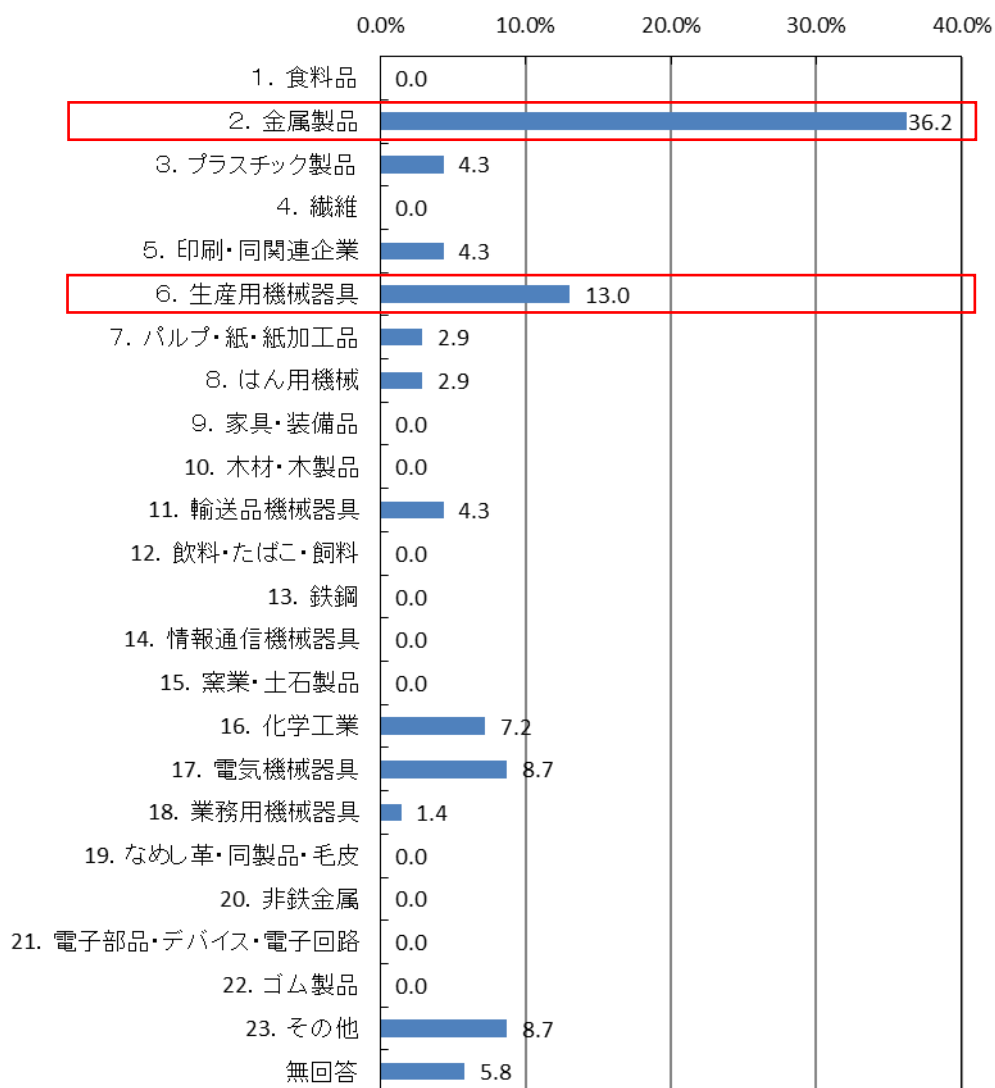


(5) 市外企業

① 事業所の概要

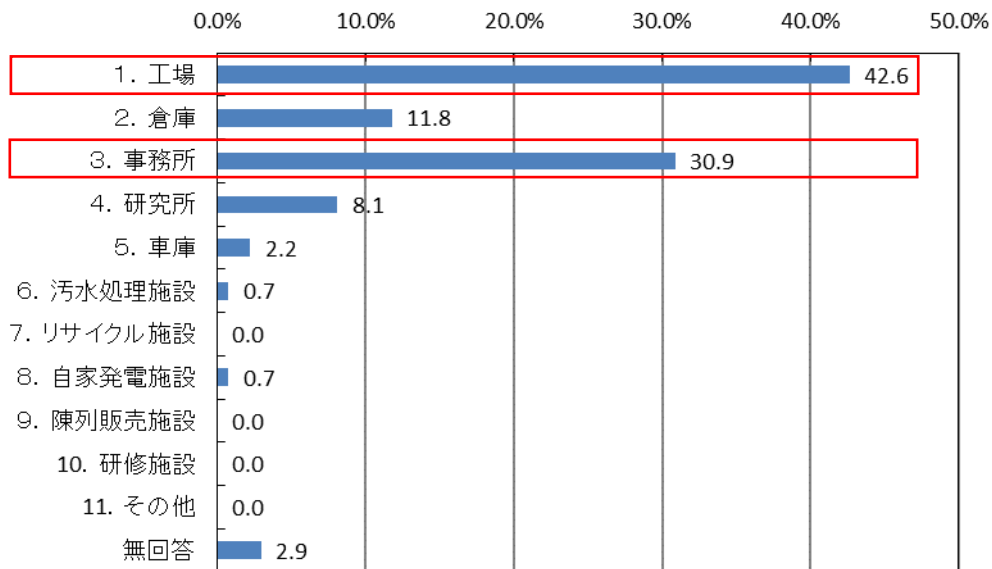
○業種

- ・「金属製品」が多く、次いで「生産用機械器具」となっています。



○種別

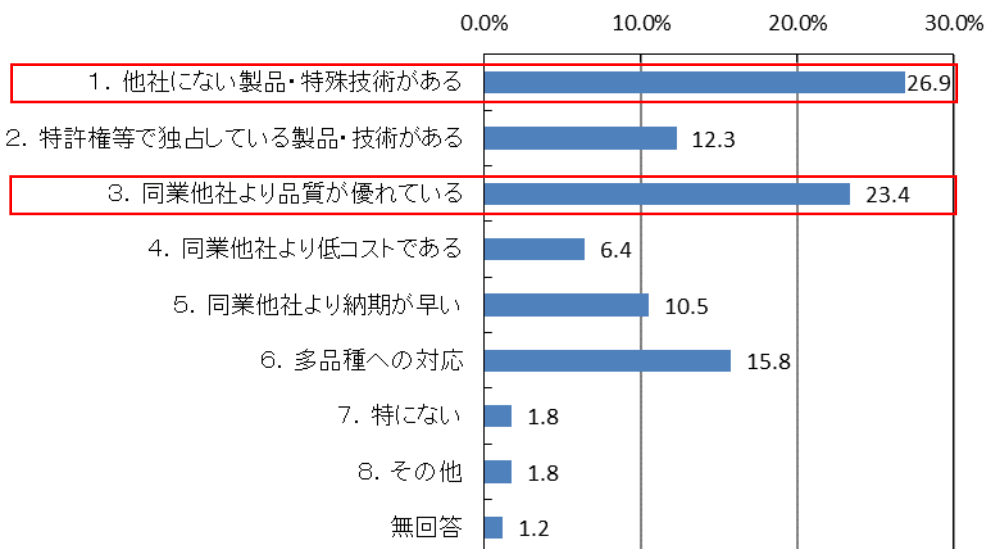
- ・「工場」が多く、次いで「事務所」となっています。



② 事業内容及び状況

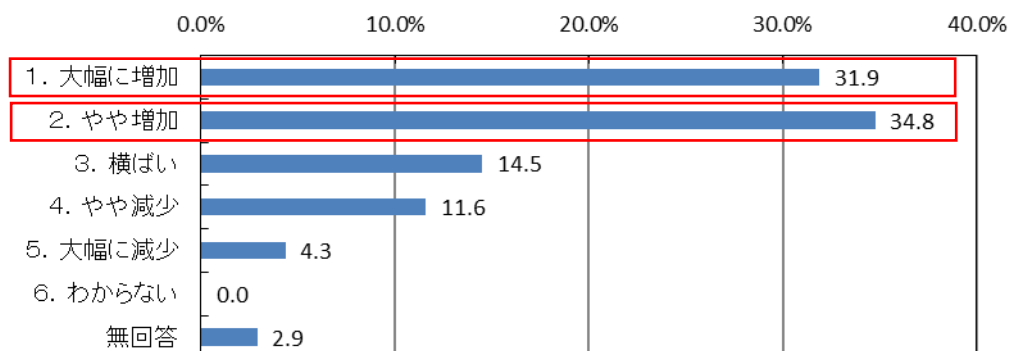
○主な製品・技術の強み

- ・「他社にはない製品・特殊技術がある」が多く、次いで「同業他社より品質が優れている」となっています。

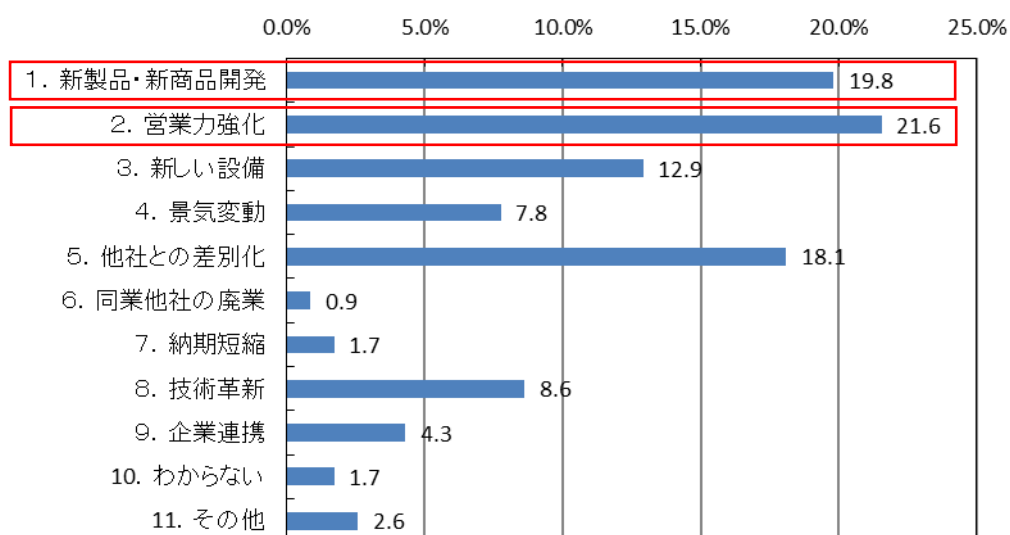


○売上高における約10年前との比較

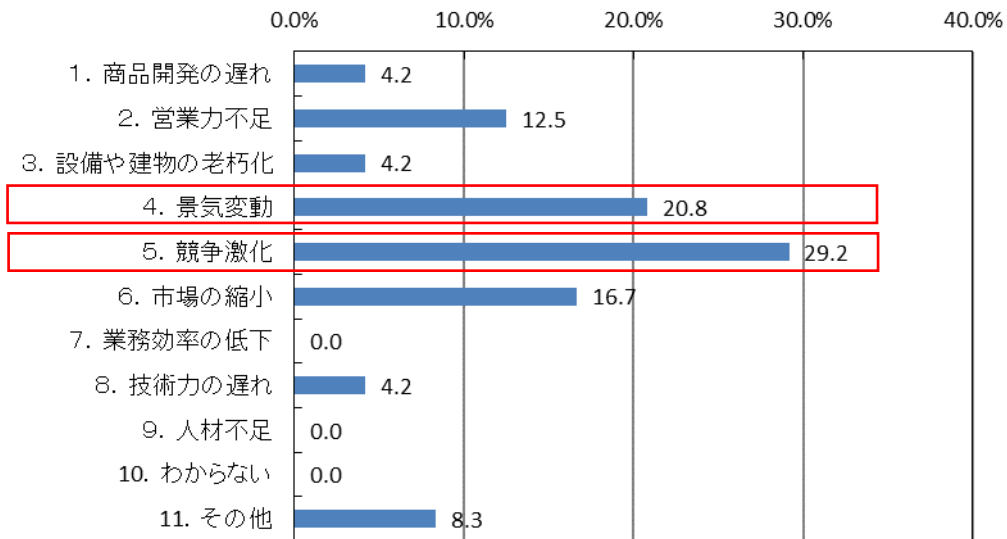
- 「やや増加」が多く、次いで「大幅に増加」となっています。



- 「1. 大幅に増加」または「2. やや増加」を選択された事業所における増加の要因は、「営業力強化」が多く、次いで「新製品・新商品開発」となっています。

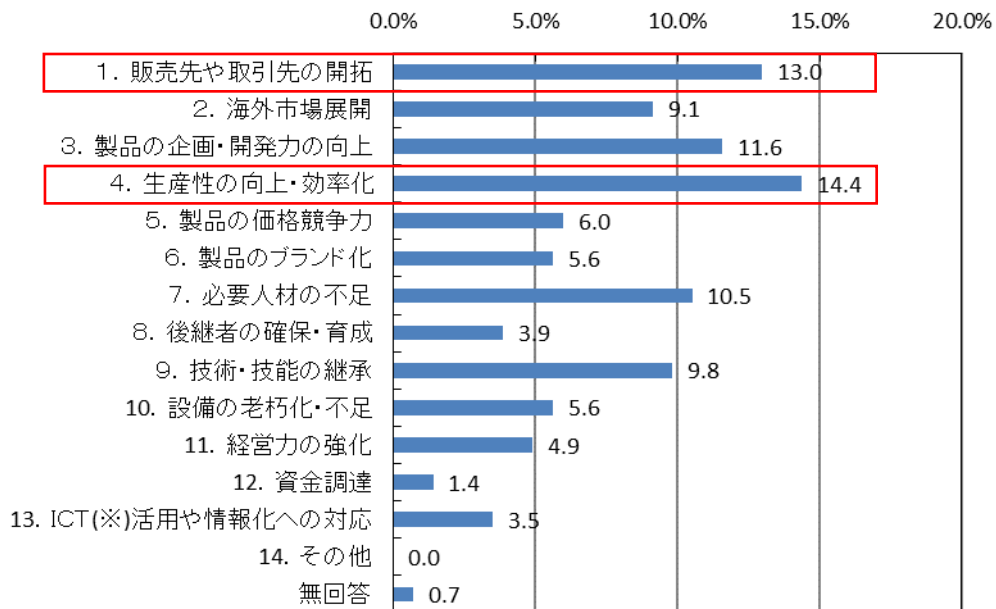


- ・「4. やや減少」または「5. 大幅に減少」を選択された事業所における減少の要因は、「競争激化」が多く、次いで「景気変動」となっています。



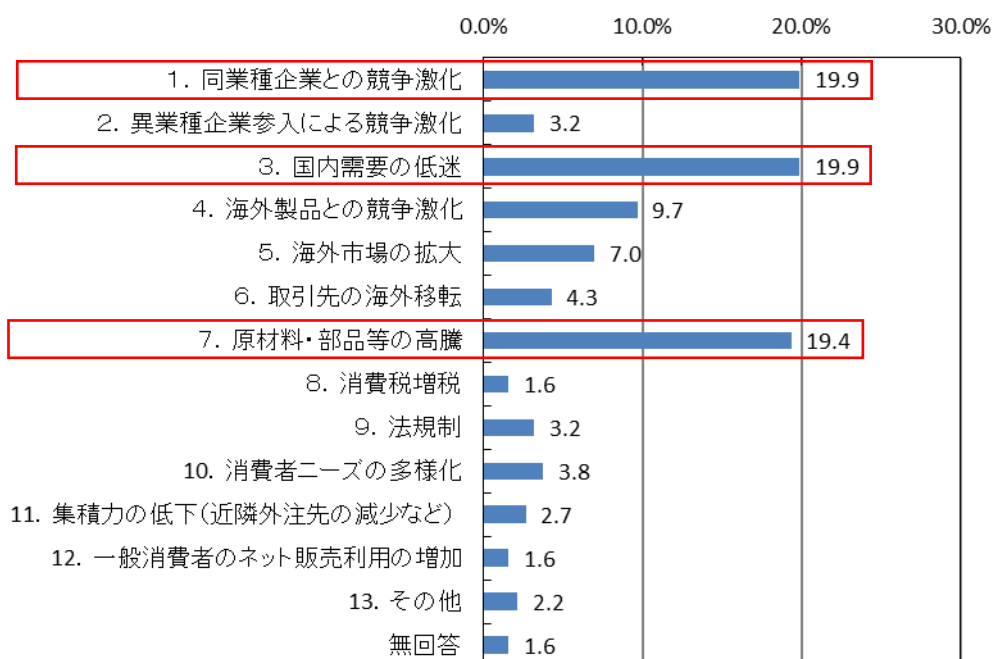
○事業所で現在取り組んでいる経営上の課題

- ・「生産性の向上・効率化」が多く、次いで「販売先や取引先の開拓」となっています。



○事業者を取り巻く外部環境の影響

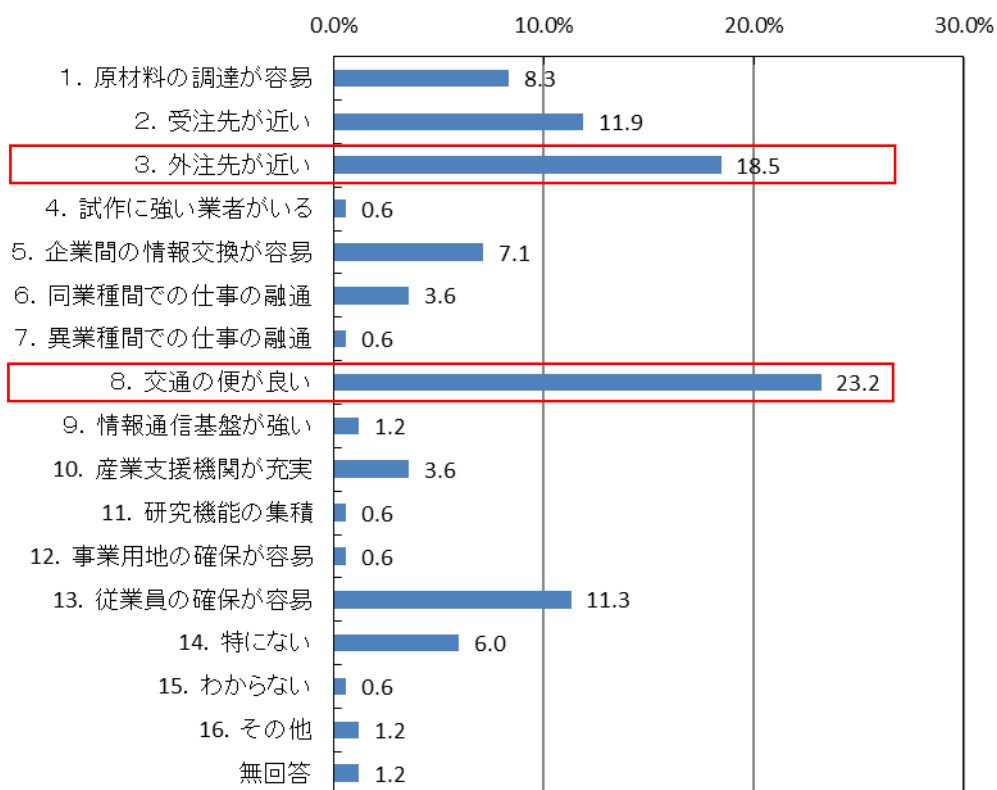
- ・「同業種企業との競争激化」、「国内需要の低迷」が多く、次いで「原材料・部品等の高騰」となっています。



③ 操業環境

○操業する地域のメリット

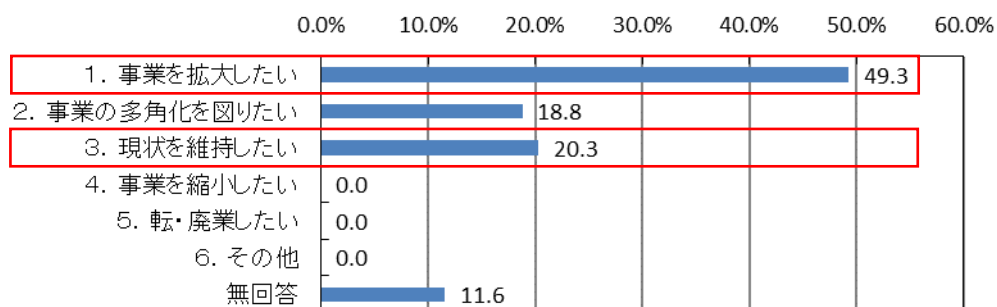
- ・「交通の便が良い」が多く、次いで「外注先が近い」となっています。



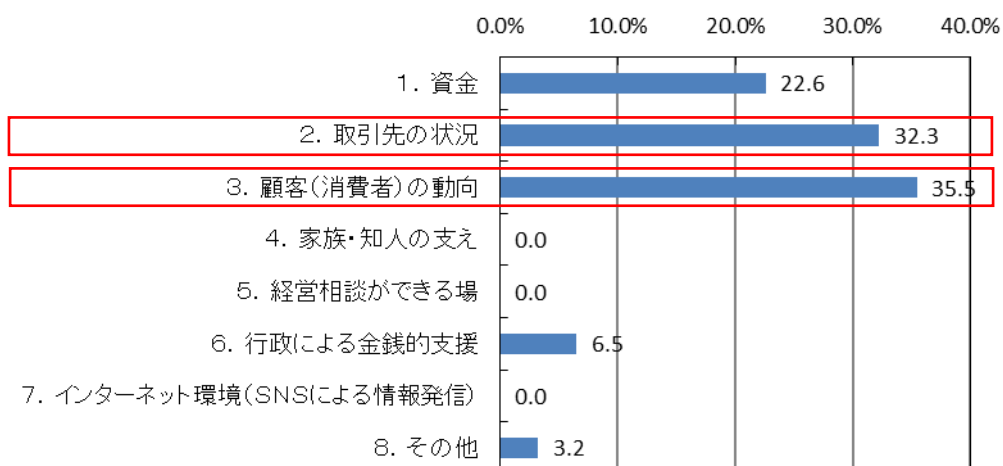
④ 今後の事業展開

○今後の主な事業の規模

- ・「事業を拡大したい」が多く、次いで「現状を維持したい」となっています。

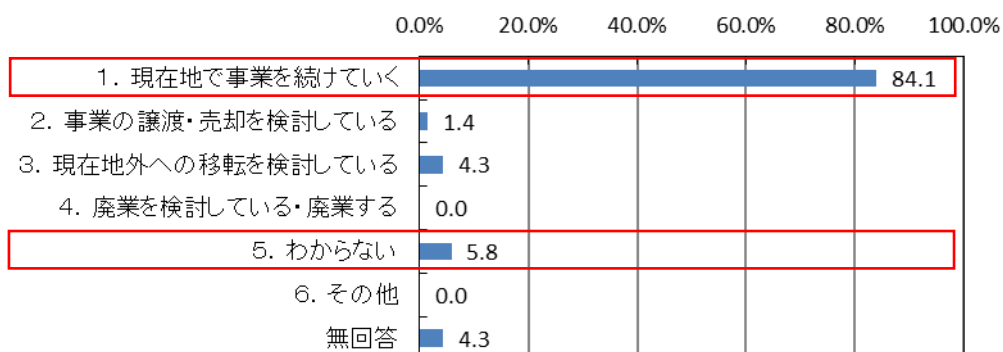


- ・「1. 事業を拡大したい」または「2. 事業の多角化を図りたい」を選択された事業者が事業拡大や多角化を図る場合に重視する点は、「顧客（消費者）の動向」が多く、次いで「取引先の状況」となっています。



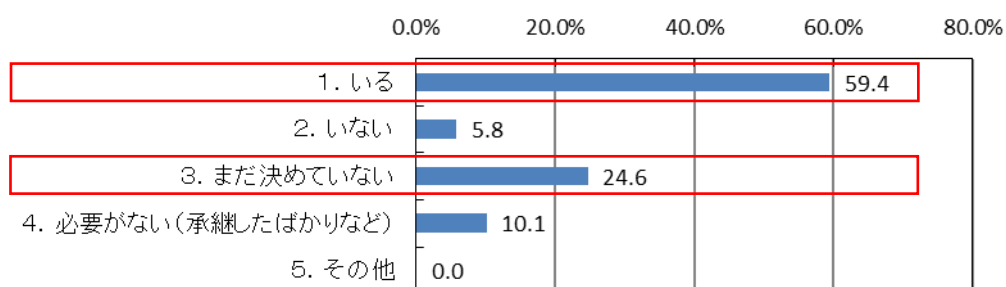
○操業地における事業の継続

- ・「現在地で事業を続けていく」が多く、次いで「わからない」となっています。



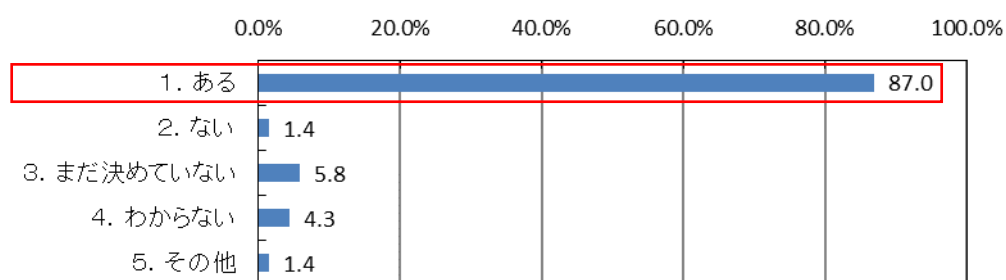
○ 経営者（経営陣）の後継者

- ・ 「いる」が多く、次いで「まだ決めていない」となっています。



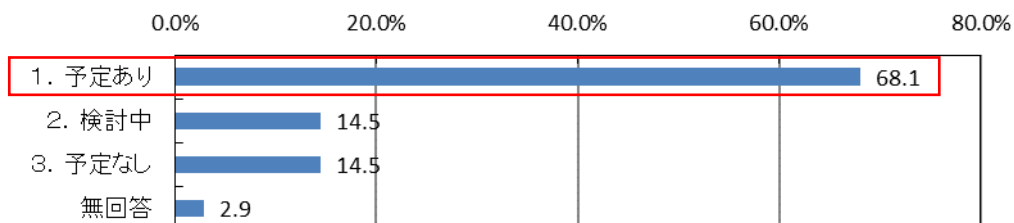
○ 今後、新たに人を雇う予定

- ・ 「ある」が多くなっています。



○ 設備投資の予定

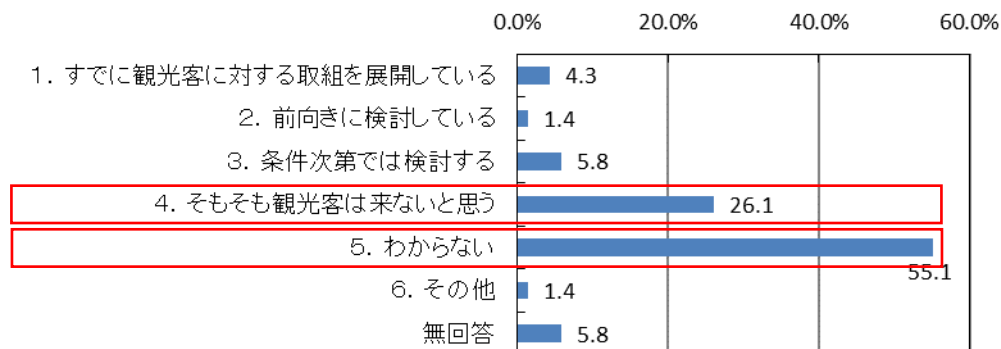
- ・ 「予定あり」が多くなっています。



⑤ 松原市に対する評価

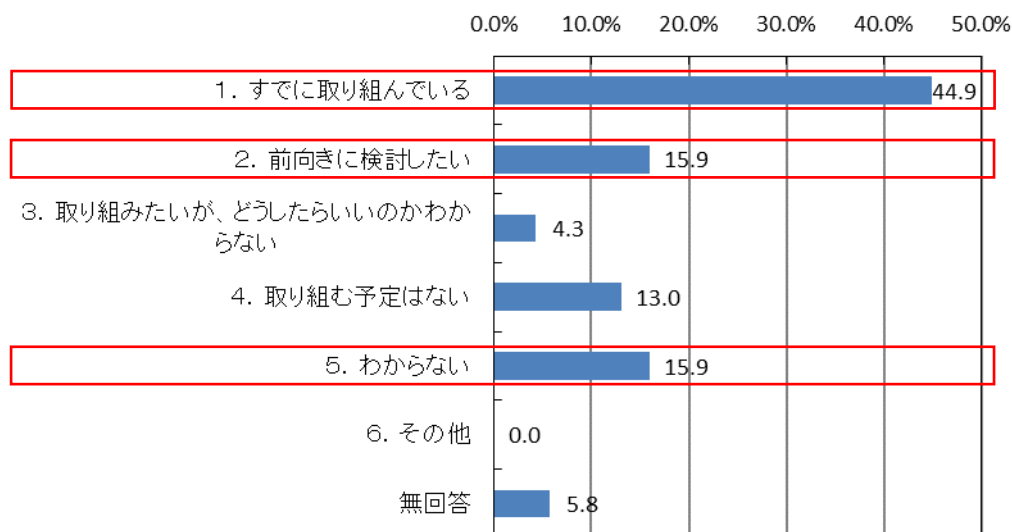
○ 事業所における外国人観光客を対象とした事業展開

- ・ 「わからない」が多く、次いで「そもそも観光客は来ないと思う」となっています。



○産業間連携や産学官連携事業に取り組む予定

- ・「すでに取り組んでいる」が多く、次いで「前向きに検討したい」、「わからない」となっています。



○他市の事業所から見た松原市の立地環境

- ・「大阪市・堺市に隣接している」が多く、次いで「高速道路網、幹線道路網が行き届いている」となっています。

