

# 泉大津市商工業振興ビジョン

## 《 目 次 》

第1章	新たなビジョンの策定にあたって	1
1.	策定の目的と背景	1
2.	ビジョン策定にあたっての検討	2
3.	ビジョンの位置づけ	2
4.	ビジョンの構成	3
第2章	商工業振興の基本的な方向性	4
1.	商工業振興施策により実現する目指す姿	4
2.	目指す姿を実現するための方向性	7
(1)	施策の柱	7
(2)	施策検討の視点	7
第3章	各分野の施策・主な取組	9
1.	まちの個性・にぎわいの創出	9
(1)	現状と課題	9
(2)	重点施策	9
(3)	成果指標	9
2.	製造業・繊維産業の振興	13
(1)	現状と課題	13
(2)	重点施策	13
(3)	成果指標	13
3.	港湾エリアの振興	17
(1)	現状と課題	17
(2)	重点施策	17
(3)	成果指標	17
4.	柱を横断する共通施策	21
	共通施策の成果指標	23
第4章	ビジョンの進行管理	24
1.	進行管理体制	24
2.	進行管理のイメージ	24

# 第1章 新たなビジョンの策定にあたって

## 1. 策定の目的と背景

全国的な人口減少・少子高齢化の進行、デジタル社会の形成に向けた動き、新型コロナウイルス感染症による経済への大きな打撃、緊迫化するウクライナや中東の情勢など、社会経済状況の急速な変化は、本市の地域経済にも大きな影響を与えています。

本市は、古くより毛布や毛織物、ニット関連など繊維産業が集積しており、「毛布のまち泉大津」として市内外の人々に認識され、繊維産業は本市を特色づける産業の一つとなってきました。しかし、我が国における繊維産業の市場規模の縮小に伴い、事業所や従業者の減少が続いています。

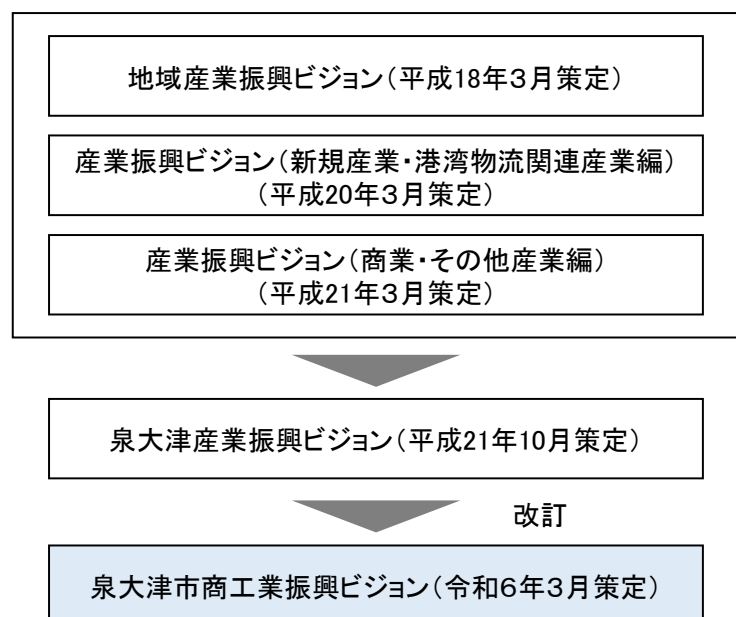
一方で、臨海地域には、物流関連企業の立地が進み、運輸業やその関連産業は、本市の経済を支える産業の一つとなるなど、本市の産業構造にも変化が見られます。

本市では、平成20年に「泉大津市産業振興ビジョン（新規産業・港湾物流関連産業編）」、平成21年に「泉大津市産業振興ビジョン（商業・その他産業編）」を策定し、「地域産業」、「新規産業・港湾物流関連産業」、「商業・その他産業」の3つの分野毎に、産業振興の方向性や方策などを整理したビジョンに基づき、各産業がお互いに補完しながらバランスの取れた発展に向けて、取り組みの方向性等を整理し、積極的に取組を進めてきたところです。

そして、このたび策定した新たなビジョンでは、「商業」、「製造業・繊維産業」、「港湾エリア」の3つの分野を施策の柱とし、目指すべき姿を実現するための取組の方向性を整理するとともに、本市地域経済の活性化において特に重要となる「起業・創業への支援・企業誘致支援」及び「関係人口増加につながる取組」の2つの視点から、分野横断的な取組を整理しています。

また、新たなビジョンでは、ビジョンに基づく取組の達成状況を指標に基づいて進捗管理するとともに、状況に応じて内容の見直しを行うことで、効果的かつ効率的な取組の遂行を図ります。

図表 1-1 ビジョンの経過



## 2. ビジョン策定にあたっての検討

本ビジョンの策定にあたっては、学識経験者や産業関係団体、金融・関係行政機関、公募市民で構成する「泉大津市 産業振興新ビジョン策定委員会」を設置し、本市の地域産業の強みや課題、目指すべき方向性等について大所高所からの意見・知見を得ながらとりまとめを行いました。また、できるだけ多くの市内事業者や市民の声を反映することを基本的な考え方とし、市内事業所等に対するアンケート及びヒアリング調査、懇談会、パブリックコメント等を通じて、幅広い意見を聴取しました。

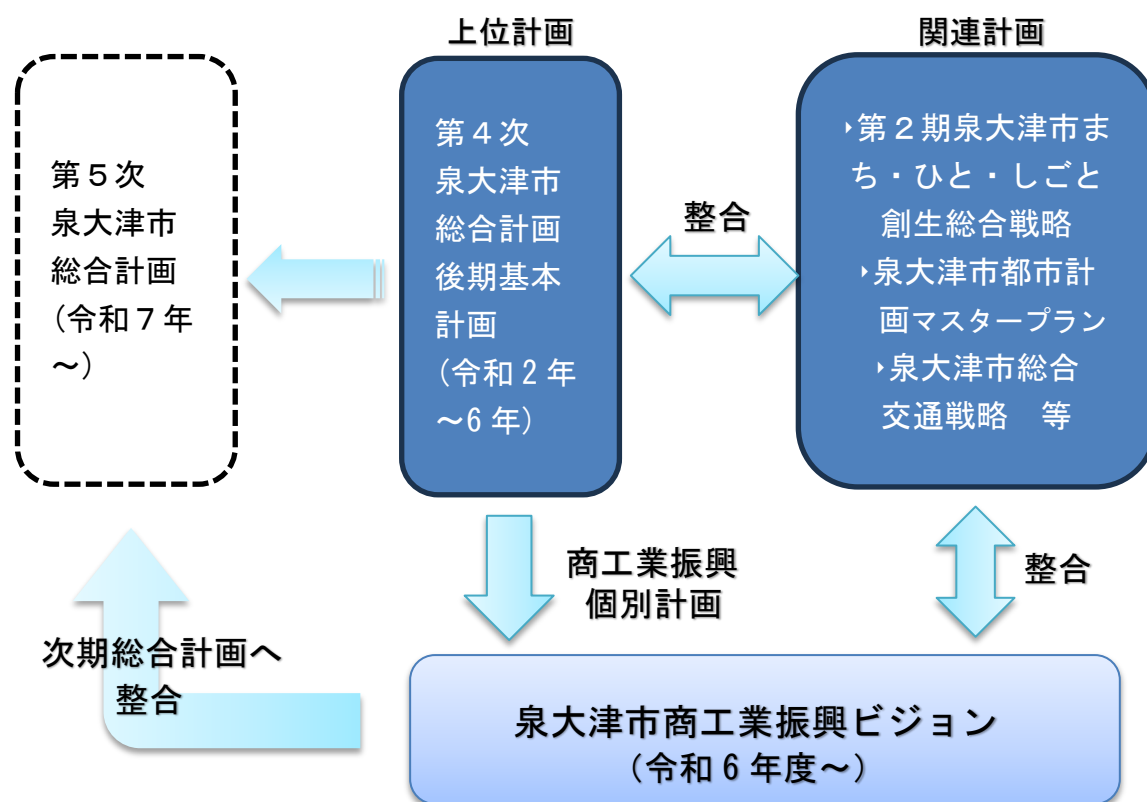
## 3. ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、本市の最上位計画である「第4次泉大津市総合計画 後期基本計画」における商工業におけるめざす姿（人と企業が集まりアイデアと活気にあふれるまち）の実現に向けた、商工業施策に関する個別計画として策定するものです。

また、本ビジョンに掲げる方針や施策の方向性については、「第2期泉大津市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（計画期間：令和2年度～令和6年度）をはじめとする関連計画に定める施策方針や重点プロジェクトとの整合を図るとともに、令和7年度にスタートする「第5次泉大津市総合計画」の基本構想及び前期基本計画など、上位・関連計画との整合を図ります。

なお、本ビジョンの計画期間は、概ね10年間とします。

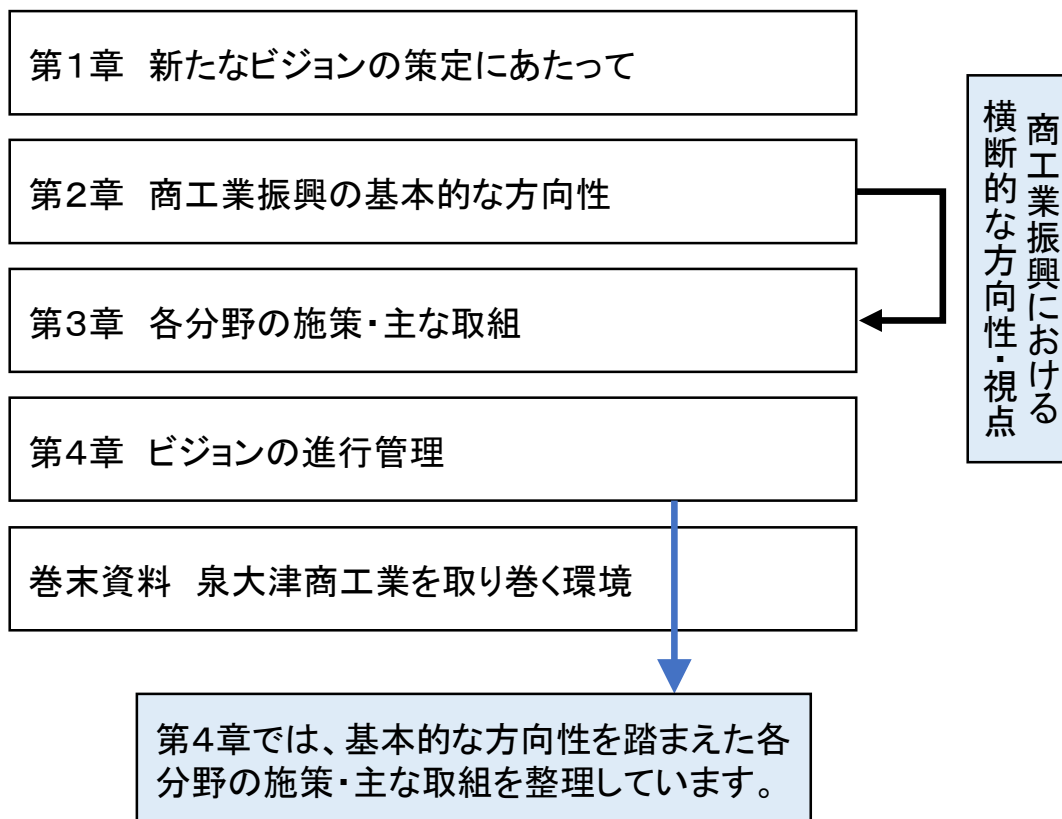
図表1-2 ビジョンの位置づけ



## 4. ビジョンの構成

本ビジョンは、次の4章と巻末資料で構成されています。

図表 1-3 ビジョンの構成



## 第2章 商工業振興の基本的な方向性

### 1. 商工業振興施策により実現する目指す姿

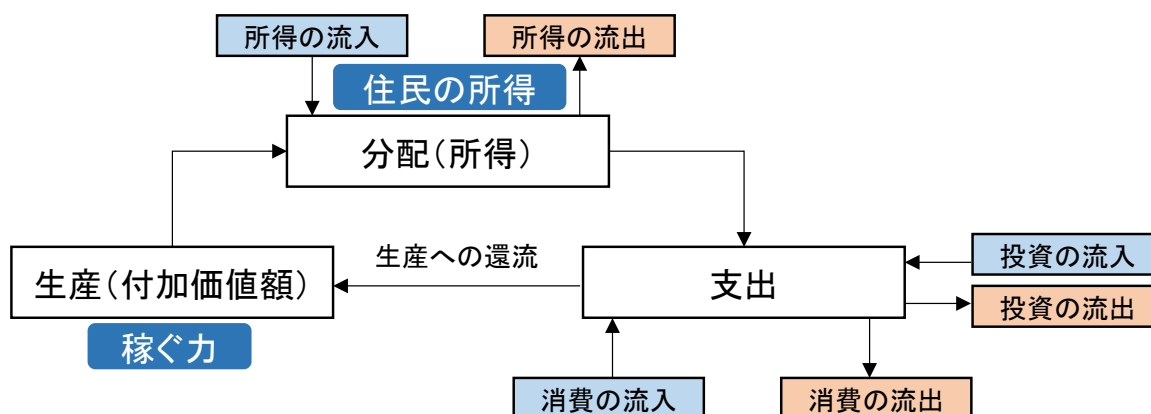
#### ■ 地域経済循環の視点から見た商工業振興の重要性

商工業振興の重要な目的の一つに、住民所得の向上による豊かな生活の実現が挙げられます。また、少子高齢化の進行に伴う労働力人口の減少や需要の低迷により、全国的に様々な産業の縮小が続く中、市民の生活の質を保つ上で欠かせない産業をいかに維持していくのかということが、地方自治体における課題となっています。

住民所得の向上による豊かな生活の実現と、経済活動の活性化による地域のにぎわいの創出のためには、地域の稼ぐ力を高め、域外からのお金の流入を促進するとともに、地域の需要を域内でまかなうことにより、域外へのお金の流出を抑制することが重要になります。

市では、地域内経済循環の視点に立ち、産業競争力や地域資源の付加価値を高め、販路開拓・拡大を一層強化していくとともに、稼いだ外貨を域内で消費、循環させるため、地域で消費するものは地域で生産するという「地消地産」の浸透を図り、地域の稼ぐ力と経済の好循環につなげる取組を進めます。

図表 2-1 地域経済循環図



#### ■ 泉大津市の地域経済循環図から見える強み

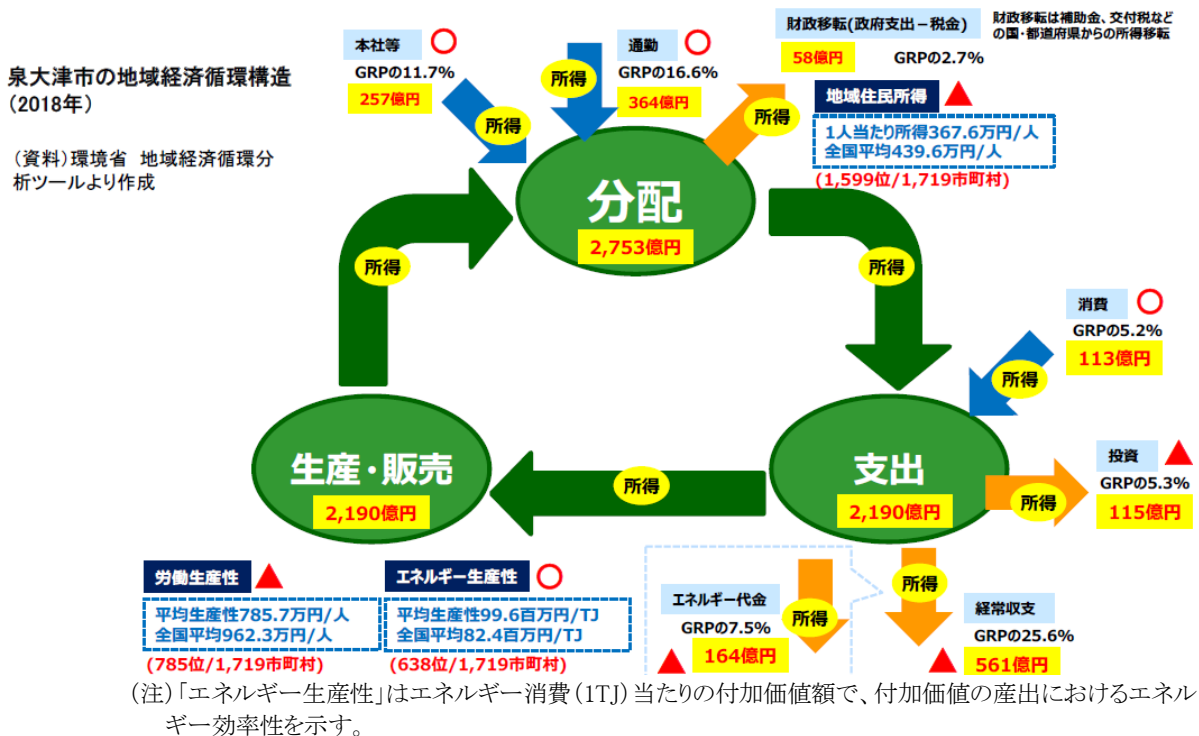
「地域経済循環図」では、生産（付加価値額）、分配（所得）、支出の面で、地域内のお金の流れを捉えることができます。2018年の泉大津市では、産業全体で約2,200億円の付加価値を生み出しています。なお、付加価値額のうち、第2次産業が約700億円、第3次産業が約1,500億円となっており、第2次産業及び第3次産業が全体の大部分を占めています。また、付加価値額全体に占める第2次産業の割合が約32%と、大阪府全体（約21%）と比較して高くなっています。

所得の分配の状況を見ると、市外に通勤している人の給与所得や、市内に本社を置く企業の市外の支店等からの収入は、地域内への流入が地域外への流出を上回っています。一方で、地域内住民の1人当たりの所得は約370万円となっており、全国の他市町村と比較して、低い水準となっています。

地域が得た所得からの支出を、「民間消費」、「民間投資」、「その他支出（原材料費、商品仕入費等）」の3つの視点からみると、「民間消費」は地域内への流入が地域外への流出を上回っています。一方で、「民間投資」、「その他支出」は、収支全体をみると、地域外へ流出している状況にあります。地域

内の消費や投資を促進し、地域外への流出を抑制することで、より多くの支出を生産へ還流させることが重要です。

図表 2-2 泉大津市の地域経済循環図 (2018 年)



### ■ 地理的条件から見た本市の優位性

本市は、大阪府南部に位置し、古代から和泉国の中心部で茅渟（ちぬ）の海と呼ばれた海と須恵器の生産が盛んで資源が豊かな地域でした。奈良時代には府中におかれた国の外港として栄え、物流や交通の要所として天皇や国司、歌人、文人らの往来も多く、古くから随筆や紀行ののなかにも、「小津の泊」、「小津の松原」、「小津の浦」など名勝の地としてしばしば登場します。

現在、北部・東部は高石市、和泉市、南部は大津川を境として泉北郡忠岡町と隣接し、西北部は大阪湾に面しており、市内には、南海電気鉄道・南海線の3つの鉄道駅が所在しています。関西の空の玄関口である関西国際空港までは電車で約25分、大阪市内の繁華街である難波まで電車で約20分となっています。

また、阪神高速4号湾岸線の出入り口が市内にあり、近畿の各都市に約1時間以内で移動できる、まさに「交通のハブ」となっています。さらに、国際拠点港湾「堺泉北港」を有しており、とりわけ本市エリアは公共ふ頭が整備され、外航、内航の定期航路が寄港するなど商業港として発展しており、陸上だけでなく海上においても非常に優れた交通の利便性を誇っています。

### ■ 地域への愛着や誇りの源泉としての繊維産業

本市は古くから、紡績・織物のまちとして発展し、毛布やニットをはじめとする繊維製品の国内有数の産地として存在感を発揮してきました。また、本市における繊維産業は、域外からお金を稼ぐ地域の基幹産業としての役割を果たすだけでなく、市外の人々からみた本市のイメージの形成や、市民の本市への愛着や誇りの醸成に寄与してきました。

国内アパレル市場における衣料品の輸入量の増加等による国内の繊維産業の市場規模縮小により、本市のみならず全国の多くの繊維産地において繊維産業の事業所や従業者が減少を続けています。本市を特徴づける産業である繊維産業を維持・発展させるために、地域経済全体における繊維産業の立ち位置を再確認し、今後のあり方を検討する必要があります。

#### ■ 市内の各エリアの特性に応じた商工業振興の推進

小売業やサービス業が集積する駅周辺エリアや、製造業や近年は運輸業の集積が進みつつある港湾エリアなど、市域が比較的コンパクトな本市においても、エリアによって既存の産業集積のあり方が異なります。市中心部との回遊性を考慮しつつ、特に港湾エリアについては、地理的な優位性を生かした物流機能強化による新たなサプライチェーンの構築への中心的役割を見据えるなど、エリアの強みを活かした産業づくりを進める必要があります。

#### ■ 経済と環境が調和した持続可能な成長を推進

国においては、「経済と環境の好循環」を作り出すため、持続的な成長とイノベーションを実現しています。本市においても、商工業振興の推進にあたって、経済と環境が調和した持続可能な成長をめざし、官民連携で取り組んでいくことが求められています。

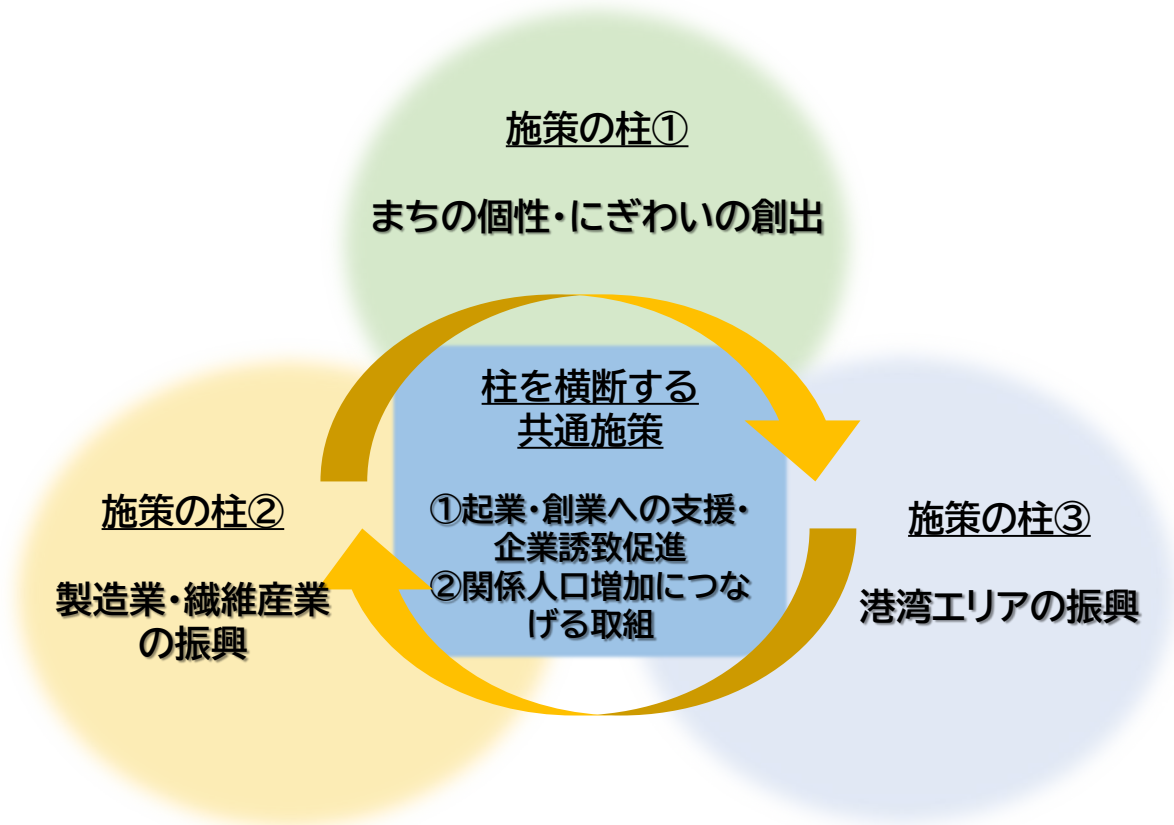


## 2. 目指す姿を実現するための方向性

### (1) 施策の柱

ビジョンの具体的な施策は、以下の3つの柱に基づいて整理しています。複数の柱を横断する施策は、その柱における重要性が特に大きい柱の中に位置付けています。

図表 2-3 施策の柱



### (2) 施策検討の視点

本市の商工業振興に向けた具体的な施策を検討するにあたり、重視したのは以下の3つの視点です。

#### ① お金を稼ぐ

商工業が活性化し、市民の所得が向上するためには、個別の商店・事業者などが、しっかりとお金を稼ぐ力をつける必要があります。稼ぐ力をつけるために、それぞれの事業者が製品やサービスに高い価値をつけ、高く買ってもらうための工夫や、製品・サービスを生み出し、販売するまでのプロセスを効率化し、労働生産性（人員や時間当たりの付加価値）を高めるための取組を重視します。

#### ② お金を循環させる

市民や事業者が市内外で稼いだお金を市内で循環させ、分配された所得を再び市内の生産に還流する、という地域の経済循環をつくることで、市域全体にお金が行きわたり、経済の発展につなげていくことを重視します。

### ③ 事業を引き継ぎ、生み出す

商店街の店舗から、本市を象徴する繊維産業、スタートアップや港湾エリアの事業者に至るまで、様々な分野で事業者が新たに誕生し、地域経済の担い手となっていくことを重視します。また、既存の事業者が築いてきた人材・設備・ノウハウ・地域のつながり等、様々な資産が失われることのないよう、事業が市内で引き継がれていくことを重視します。

## 第3章 各分野の施策・主な取組

### 1. まちの個性・にぎわいの創出

#### (1) 現状と課題

我が国において、中小企業や小規模事業者は、地域経済の下支えとなるとともに、地域を特色づける製品・サービスを生み出し、豊かな国民生活の実現に貢献してきました。一方でリーマンショック後の景気後退や、2019年末以降に世界的な広がりを見せた新型コロナウイルス感染症によって、飲食業・宿泊業をはじめとするサービス業は大きな打撃を受けることとなりました。

また、少子高齢化の進行に伴う経済の縮小や、長期化する人手不足の問題により、これまで地域経済を支えてきた商店街や個店は厳しい経営環境に直面しています。

本市においても、2016年から2021年にかけて、サービス業（宿泊業、飲食業、生活関連サービス業、娯楽業）の事業所数はおよそ100事業所が減少し、従業者数もおよそ600人が減少し、地域に根付いた特色ある事業者が減少しています。

ナショナルチェーンの台頭や、インターネットを介したオンライン取引の拡大は、市外への所得の流出をもたらすと同時に、商店街や個店が活気を失うことによる地域産業の没個性化をもたらすことが懸念されます。まちの個性の源泉となる地域の個店の活気やにぎわいを取り戻すためには、個性的な商品・サービスづくりを促進し、「稼ぐ力」を高めていくことがとめられます。

また、今後は事業主の高齢化が進行することで、担い手不足による廃業もますます増加することが懸念されます。地域での豊かな暮らしを支えてきた店舗や将来性のある事業が、やむを得ず廃業することにならないよう、担い手の確保や事業の継承を支援していくことが重要な課題となっています。

#### (2) 重点施策

重点施策		主な取組
施策1	魅力ある商品・サービスづくり、情報発信の支援	<ul style="list-style-type: none"><li>独自性や個性を持った商品・サービスの開発支援</li><li>魅力的な商品・サービスの情報発信支援</li><li>まちのブランドイメージづくり</li></ul>
施策2	まちの活気やにぎわいの創出	<ul style="list-style-type: none"><li>地元で買い物・飲食したくなる環境づくり</li><li>地域や商店等が連携したイベント等の開催支援</li></ul>

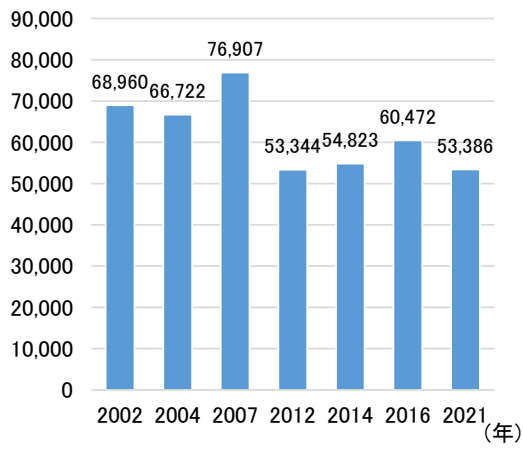
#### (3) 成果指標

指標	現状値	目標（2033年時点）
小売業の年間商品販売額 （経済センサス活動調査）	53,386百万円 （2021年）	↗ 現状値を上回る
地域内消費額 （環境省地域経済循環分析ツール）	1,687億円（2018年）	↗ 現状値を上回る

<成果指標のこれまでの推移>

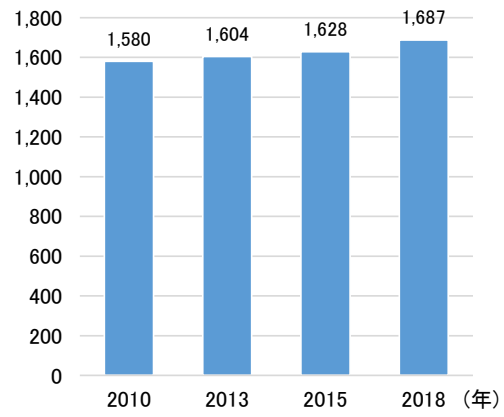
○小売業の年間商品販売額

(百万円)



○地域内消費額

(億円)



(資料)左図:RESUS、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

右図:環境省「地域経済循環分析自動作成ツール」

## **重点施策 1 魅力ある商品・サービスづくり、情報発信の支援**

### **【施策の方向性】**

まちの個性となるような「泉大津らしさ」のある商品・サービスの開発や情報発信を支援することで、市外からも足を運びたいくなる個店づくりを支援します。また、まちのブランドイメージづくりを推進することにより、域外からの消費の拡大を図ります。

### **【施策を通じて実現を目指す成果】**

- ① 独自性や個性を持った個店が市内で絶えず創業している
- ② 市内の事業者の商品やサービスが市外の人々に選ばれている
- ③ 駅前などの商業中心エリアでの人の交流が盛んになっている

### **【主な取組】**

#### **① 独自性や個性を持った商品・サービスの開発支援**

- 地域の経済団体、経営者のネットワークと連携しながら、泉大津らしい商品やサービスの開発を支援します。
- 消費者目線に立った商品やサービスの開発を支援します。

#### **② 魅力的な商品・サービスの情報発信支援**

- 市の地域資源や商業（個店）の情報を、様々なチャネルを通じて市内外へ積極的に発信支援を行います。

#### **③ まちのブランドイメージづくり**

- 産学官金が一体となり、魅力的な個店が集まるまちとしての泉大津市の知名度・認知度の向上に取り組みます。

## 重点施策2 まちの活気やにぎわいの創出

### 【施策の方向性】

地元で買い物・飲食したくなる環境づくり、地域や商店等が連携したイベント等の開催支援、地域内の消費の促進などを通して、地域の住民の方々がこれまで以上に市内の商店や個店を利用したくなる環境づくりを進めます。

地域における消費を活性化させ、地域内での経済の好循環を生み出すことで、まちの活気やにぎわいの創出を目指します。

### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ①地域内での消費の循環が活性化している
- ②地域や商店等が連携したイベント等が開催され、地域のにぎわいが生まれている

### 【主な取組】

#### ① 地元で買い物・飲食したくなる環境づくり

- まちの歴史・文化などの地域資源を活用し、まちとくらしにストーリー性を持たせる取組みを通して、シビックプライド（まちへの愛着）の醸成を図ります。
- 駅前などの商店集積エリアにおける空き店舗を活用した住民同士の交流や体験・学びが得られるコミュニティ機能を担う地域団体・事業者を支援します。
- 地域クーポン券の発行や地域通貨<sup>1</sup>の導入を通じて、地域内での消費の拡大・循環に取り組めます。
- 高齢者や子ども、インバウンド<sup>2</sup>など、誰もが利用しやすい買い物・飲食環境の整備を支援します。

#### ② 地域と商店等が連携したイベント事業の開催支援

- 地域団体と商店とが連携し、子育て世代などの若い世代をターゲットとしたイベント事業や情報発信など、市内商店の新たなファンづくりを支援します。

---

<sup>1</sup> 地域内の消費の活性化を目的に発行される、特定の地域やコミュニティ内でのみ利用できる通貨のこと。

<sup>2</sup> 外国からの訪日旅行や訪日外国人旅行者のこと。

## 2. 製造業・繊維産業の振興

### (1) 現状と課題

我が国の製造業は、国際情勢の不安定化に伴う原材料・エネルギー価格の高騰や、為替レートの変化、また、経済安全保障上の観点から、一部の物資について、国内における生産基盤の強化を含めた安定供給確保に向けた取組も進むなど、これまでの海外への製造拠点の流出の動きがひと段落し、一部に国内回帰を進める動きも見られるなど、サプライチェーン全体を見直す動きが進んでいます。

本市における製造業は、繊維工業のほか、臨海部を中心に鉄鋼・化学などの業種が集積しています。特に、毛布、毛織、ニットなどを中心とする繊維工業は、製造業の事業所数の半数強、従業者数の3割強を占めているほか、国産毛布の全国シェアは今でも約90%を誇るなど、本市の産業を特徴づける産業分野となっています。

本市の製造業においては、2012年から21年にかけて、事業者数が27%、従業者数が12%減少し、繊維工業については事業所数が38%、従業者数が35%減少するなど、大変厳しい状況にあります。市が2023年に実施したアンケート調査においては、製造業の回答者のうち32.8%が「将来は廃業する可能性が高い」と回答しており、製造業の事業者数・従業者数はさらに減少する可能性があります。一方で、回答者の40%が「事業を維持または拡大させていく」と回答しており、成長への意欲を持っている事業者も少なくなく、このような事業者の成長をいかに後押ししていくかが課題です。また、製造業の事業者が本市に立地しているメリットとして、「外注先が近い」という回答している比率が28%と、全体に比べてかなり高くなっており、繊維工業を中心に、多様なオーダーに対応できるネットワークが機能していることが、市の強みになっていることがうかがえます。

このように成長への意欲を持つ事業者への支援や、高いシェアを持つ繊維製品を供給できるネットワーク機能を発展させることで、自律的に発展・成長できる企業を育てるとともに、毛布のまち、毛織物のまちとしてのブランド力を高めていく必要があります。

### (2) 重点施策

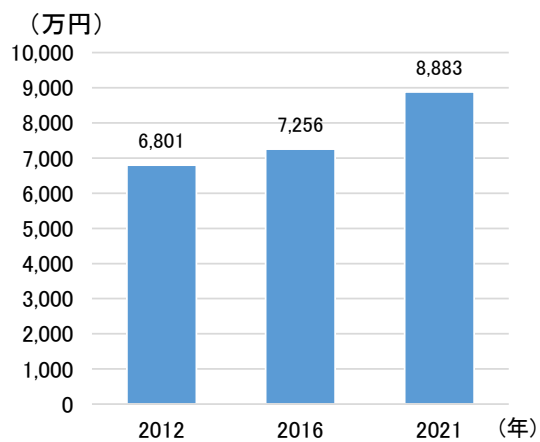
重点施策		主な取組
施策1	製造業個社の経営力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業の拡大・多角化支援</li> <li>生産性の向上支援</li> <li>事業者間ネットワークの形成</li> <li>人材の確保支援</li> </ul>
施策2	繊維産地としての泉大津市の活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな“稼ぐ力”の創出</li> <li>人材・事業ネットワークの構築</li> <li>事業支援拠点の機能強化</li> <li>毛布のまち、毛織物のまちとしての認知度向上</li> </ul>

### (3) 成果指標

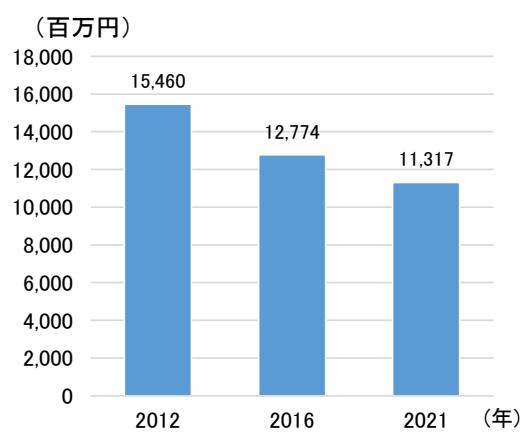
指標	現状値	目標（2033年時点）
製造業事業所当たりの純付加価値額 （経済センサス活動調査）	8,883万円（2021年）	 増加
繊維工業事業所（※従業者4人以上のみ）の粗付加価値額 （経済センサス活動調査）	11,317百万円 （2021年）	 現状値を維持

<成果指標のこれまでの推移>

○製造業事業所当たりの純付加価値額



○繊維工業事業所の粗付加価値額



(資料)左図・右図:総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」



## 重点施策 1 製造業個社の経営力強化

### 【施策の方向性】

事業の継続や拡大を考えている事業者や、新たに事業に参入する事業者をきめ細やかに支援し、本市における事業の発展につなげることで、地域経済の発展の担い手を確保します。

また、泉大津市内の事業者の交流を促進することで、異なる業種・業界の事業所の連携により、新たな製品やサービスの創造を支援します。

### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ①既存の製造業事業者が本市に留まりながら事業を成長・発展させている
- ②新たに製造業を営む事業者が本市に継続的に誕生している

### 【主な取組】

#### ① 事業の拡大・多角化支援

- 商工会議所や業界団体、経営者のネットワークと連携しながら、市内事業者が成長への道筋を描き、事業の拡大や多角化に必要な資金を得られる仕組みを整備します。
- 金融機関と連携しながら、信用力の弱い企業の資金調達を支援します。
- 展示会への出展支援等市内の製造業が新たな販路を開拓し、より高い利益を得られるような取組を支援します。
- B C P（事業継続計画）の策定支援等を通じて、自然災害に強い経営環境の整備を推進します。

#### ② 生産性の向上支援

- デジタル化、D X<sup>3</sup>化導入など事業者の生産性の向上に向けた取組を支援します。
- オープンイノベーション<sup>4</sup>の手法を用い、産学官連携や異業種間連携などにより新たなビジネスを生み出す仕組みづくりを推進します。

#### ③ 事業者間ネットワークの形成

- 業種・業界の枠を超えて、泉大津市内の事業者が相互に交流し、情報交換や新たな事業展開に向けた連携を深めていく活動を支援します。

#### ④ 人材の確保支援

- 外国人材の受け入れを希望する事業所への相談対応や受け入れ事例等に関する情報提供を行い、人材の確保を支援します。

<sup>3</sup> 企業が外部環境の変化に対応した組織の変革を促し、新たな技術やプラットフォームを利用した製品やサービスを通して価値を創造することで、競争上の優位性を確立すること。

<sup>4</sup> 組織内部のイノベーションを促進するために、意図的かつ積極的に内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、その結果組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やすこと。（出典：NEDO）

## 重点施策2 繊維産地としての泉大津市の活性化

### 【施策の方向性】

本市を特徴づける産業である繊維工業を維持・発展させるため、各事業者が新たな付加価値を創造し、独自に販路を拡大させていくための取組を支援します。また、繊維事業者がネットワークを形成して、他産地を含めて様々な取組を学び、互いに高め合って成長していける環境を整備します。

様々な製品や工程で事業者が分かれ、製品完成までの過程を担う加工・縫製等のネットワークの全貌を明らかにし、繊維産地としての強みを維持・発展させてきます。

市民をはじめ多くの人々が毛布をはじめとする本市の繊維製品の価値を知ってもらうための取組を進め、毛布のまち、毛織物のまちとしての認知度を高め、産地としてのブランド化を進めます。

### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ① OEMからODMへ転換<sup>5</sup>し、独自に製品開発し、自立した経営ができている事業者が増えている
- ② 多様な加工・製造をする事業者のネットワークが維持され、産地としての競争力を保っている
- ③ 本市が繊維産地として知られ、泉大津で生産される繊維製品の価値が市内外に知られている

### 【主な取組】

#### ① 新たな“稼ぐ力”の創出

- 付加価値の高い製品を独自に開発し、ブランド力・販売力を備えようとする繊維事業者の取組を支援し、OEMからODMへの転換を図ります。
- 域外市場の取り込みやECサイトによる直販等、市内の繊維事業者が新たな販路を開拓し、より高い利益を得られるような取組を支援します。

#### ② 人材・事業ネットワークの構築

- 繊維事業者がネットワーク化され、全国の先進事例に学ぶなど、互いに支援と刺激を受けられる機会と環境を整備します。
- 市内の繊維事業者の実態を調査し、繊維産地としての強みを発揮させるため、事業者データベースの構築・プラットフォーム化を図ります。

#### ③ 新規創業の輩出につながる事業支援拠点の機能強化

- 新たに繊維産業に参入する起業家が、支援を受けながら事業を発展させられる場所を確保します。

#### ④ 毛布のまち、毛織物のまちとしての認知度向上

- 毛布を中心とする本市の繊維製品について、地域を特徴づけるブランドとして、様々なチャネルを通じて発信するとともに、防災時の機能など、様々な価値・可能性を発信していきます。

---

<sup>5</sup> OEMとは、委託者のブランドで製品を生産すること、または生産するメーカーのこと。委託者が製品の詳細設計から製作や組み立て図面にいたるまで受託者へ支給し、場合によっては技術指導も行うこともある。ODMとは、委託者のブランドで製品を設計・生産することをいい、製造する製品の設計から製品開発までを受託者が行う。ODMの受託者の中には、マーケティングまで行い、さらに物流や販売まで複数のブランドの製品を一貫して提供する企業や自社ブランドの製品を販売する企業もある。

### 3. 港湾エリアの振興

#### (1) 現状と課題

本市の港湾エリアは、国際拠点港湾に指定されている堺泉北港に含まれ、計画上の位置付けや、施設等の立地状況の異なる複数の地区を有しています。例えば、助松地区は、コンテナターミナルや民間企業の物流センターが多数整備され、堺泉北港の貨物量全体の約2割を取り扱う中核的な埠頭となっています。また、堺泉北港の中古車輸出は、全国の港湾の中でも第3位の取扱い台数（西日本では第1位）となっており、本市港湾エリアを特徴付ける点となっています。

約200haを占める泉大津フェニックスは、埋め立て処分場として工事が順次完了し、中古車輸出拠点の整備が進められている他、緑地では音楽イベント等のイベントが開催されています。

本市はこれまで、港湾部のにぎわい創出に向けた取組として、官民連携手法によるなぎさ公園のパーベキュー施設整備や、海釣り公園としてのニーズを測るための実証実験の実施など、様々な取組を進めてきました。

一方で、音楽イベント等を目的に本市の港湾エリアを訪れた人々が市内の個店や飲食店等を利用することは少なく、イベント等による集客を市内事業所での消費に還流させる仕組みを検討する必要があります。また、市中心部から港湾エリアへのアクセスの不便さが課題として挙げられており、イベント等を目的として本市を訪れた人が市内をより回遊しやすくなる環境の整備が求められます。

また、現在の土地利用計画においては、泉大津フェニックスの約34haのうち大部分がリサイクル関連産業用地として位置づけられています。一方、近年では、資源を有効活用しながら製品やサービスの付加価値を高め、持続的な形で経済活動を行う「サーキュラーエコノミー」に移行することが、世界的な潮流となっています。

リサイクル関連産業に限らず、環境保全や地球温暖化対策に寄与するグリーン関連産業やエネルギー関連産業など、将来的な市場規模の拡大が見込まれる産業を誘致するため、土地利用計画の見直しや企業立地促進の取組が求められます。

#### (2) 重点施策

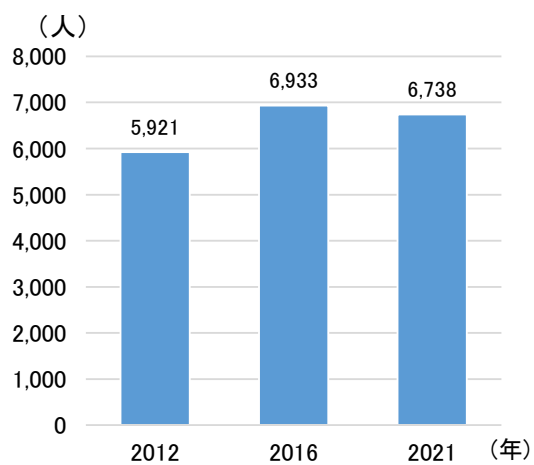
重点施策		主な取組
施策1	港湾エリアのにぎわいづくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>低・未利用地の活用によるにぎわい創出</li> <li>泉大津フェニックス多目的広場・緑地の活用促進</li> </ul>
施策2	成長産業の誘致促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>成長産業分野の企業等の誘致</li> <li>成長産業誘致に向けた優遇措置の充実</li> </ul>

#### (3) 成果指標

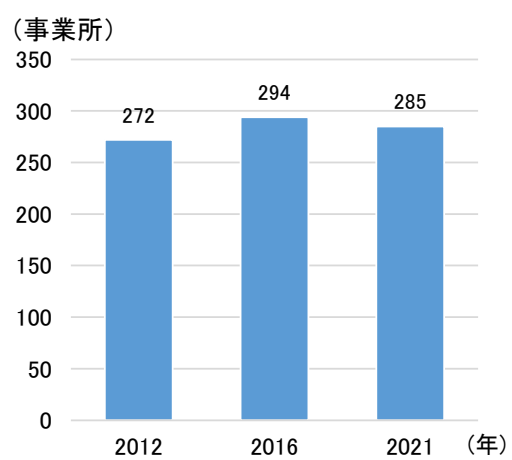
指標	現状値	目標（2033年時点）
港湾エリア（※）の民間事業所従業者数 （※なぎさ町、汐見町、小津島町、新港町、夕凧町、臨海町）（経済センサス活動調査）	6,738人（2021年）	↑ 増加
港湾エリアの民間事業所数 （経済センサス活動調査）	285事業所	↑ 増加

<成果指標のこれまでの推移>

○港湾エリアの民間事業所従業者数



○港湾エリアの民間事業所数



(資料) 左図・右図: 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

## 重点施策1 港湾エリアのにぎわいづくり

### 【施策の方向性】

関西国際空港への近接性や、近畿圏各都市からアクセスの良さなど、本市の地理的なポテンシャルを活かし、本市の港湾エリアの低未利用地を効果的に活用することで、港湾エリアのにぎわいを創出するとともに、港湾エリアを訪れた人々の消費を市内に還流することを目指します。

また、泉大津フェニックスの多目的緑地・広場や、汐見公園などの利活用可能性施設について、各種イベントの開催やマリンスポーツ、野外レジャー等の港湾エリアのにぎわいの創出に寄与する事業への活用を検討します。

### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ① 魅力的な事業やイベントにより港湾エリアの訪問者が増加している
- ② 港湾エリアを訪れた人が市内の飲食店や商店を利用している

### 【主な取組】

#### ① 低・未利用地の活用によるにぎわい創出

- 消費者及び事業者ニーズを適切に把握し、民間事業者が港湾緑地など低未利用地を効果的に活用できるスキームを構築し、社会実証実験の手法を用いて事業化を図ることで、港湾エリアを目的地として市外から訪れる人々を増加させます。
- 駅から港湾エリアまでのシャトルバスの運行等により、港湾エリアへのアクセスを向上させます。
- シェアサイクルの推進、緑道の設備更新等により、ウォークアブルで回遊しやすい環境を整備します。
- 不法投棄やごみのポイ捨てなど、にぎわい創出に当たって課題となる問題に適切に対処し、港湾エリアの環境保全に取り組みます。

#### ② 泉大津フェニックス多目的広場・緑地の活用促進

- 大阪港湾局と連携し施設内のトイレや電気・水道設備等の集客に必要なインフラ整備を進め、官民連携手法も活用しながら、大規模イベントはもとより中小のイベントにも対応可能な施設を整備します。

## 重点施策2 成長産業の誘致促進

### 【施策の方向性】

既存の産業集積の強みや、今後の成長産業の動向を適切に把握し、関西国際空港への近接性や、近畿圏各都市からアクセスの良さなど、本市の地理的なポテンシャルを踏まえて、港湾エリアにおける産業のあり方を再検討し、世界的な潮流に合致した将来性のある産業集積の実現を目指します。

### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ① 港湾エリアの事業所が新たな雇用の創出や定住人口の増加をもたらしている
- ② 港湾エリアに事業所・工場等が新たに立地している

### 【主な取組】

#### ① 成長産業分野の企業等の誘致

- 環境関連産業やエネルギー関連産業などの成長産業の今後の市場動向を適切に把握し、大阪港湾局との連携のもと、SDGs やサーキュラーエコノミー<sup>6</sup>等の実現に向けて取り組む成長産業分野の企業や食料サプライチェーンに寄与する運輸物流企業等との連携や誘致を進めます。

#### ② 成長産業誘致に向けた優遇措置の充実

- 国の経済特区制度の活用や、誘致奨励金や従業者の市内への転入促進等の市独自のインセンティブを充実させ、成長が見込める産業に対し、戦略的に企業誘致への取組を進めます。

---

<sup>6</sup> 従来の3R(リユース、リデュース、リサイクル)の取組に加え、資源投入量・消費量を抑えつつ、ストックを有効活用しながら、サービス化等を通じて付加価値を生み出す経済活動であり、資源・製品の価値の最大化、資源消費の最小化、廃棄物の発生抑止等を目指すもの(環境省)

## 4. 柱を横断する共通施策

施策の柱を横断する共通施策として、「起業・創業への支援・企業誘致促進」及び「関係人口増加につなげる取組」を分野横断的な取組の遂行を図ります。

### ・共通施策1 起業・創業への支援・企業誘致促進

#### 【施策の方向性】

これまでの補助金・相談業務等の支援を継続・拡充するとともに、創業や新規出店を阻害する要因を把握し、その要因の解消を図り、創業・起業しやすい環境の整備を推進します。

本市の優れた立地特性を積極的にPRし、成長産業を対象に企業誘致を推進し、立地企業の拡大を図ります。

また、地域での豊かな暮らしを支えてきた店舗や将来性のある事業が、やむを得ず廃業することにならないよう、担い手の確保や事業の継承を支援します。

#### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ①市内で絶えず起業・創業がなされ、新たな事業が創出されている
- ②市内の魅力ある事業が新たな事業者等に継承されている

#### 【主な取組】

##### ① 起業・創業しやすい支援体制の構築

- 商工会議所と連携し、起業・創業に必要な情報をきめ細やかに提供できる相談窓口の強化および創業を支援する人材の育成、市独自の補助制度、サービスを充実させるなど、支援体制の強化を図ります。
- 空き店舗・テナントの状況を把握し、土地や建物の所有者への働きかけなどを通じて、空き店舗・テナントの活用を促進します。また、市内の未利用地（施設）等の活用についても検討を進めます。
- 将来的な起業家の育成に向けた取組を推進します。

##### ② 新規事業の発生・成長を促すインキュベーション機能の創設

- スタートアップをはじめ起業・創業間もない事業者に対して、小規模な場所（シェアオフィス、コワーキングスペース）の提供や異業種の交流ができるような場所を提供することで、起業家を育成し、新たなビジネスの芽を生み出し、地域産業の活性化につなげます。

##### ③ 成長産業への優遇措置の充実(再掲)

- 国の経済特区制度の活用や誘致奨励金等の市独自のインセンティブを充実させ、成長が見込める産業に対し、戦略的に企業誘致への取組を進めます。



#### ④ 魅力ある事業の継承支援

- 人手不足、後継者不足などにより、廃業を検討している事業者と、事業の継承を希望する事業者等のマッチングを促進し、事業の継承を支援します。
- 事業承継を検討している事業者に対して、「アツギソン<sup>7</sup>」をはじめとして、様々な機関、企業等が実施している取組と連携し、後継者の確保・育成に向けた取組を支援します。
- 廃業を検討している企業の人材・設備・ノウハウ等、様々な資産が失われることのないよう、事業者間のマッチングをはじめ、様々な手法で事業や事業者の資産の継承を支援します。

## 共通施策2 関係人口増加につなげる取組

### 【施策の方向性】

本市は、関西国際空港や大阪市への電車のアクセスが良好で、高速道路を利用した場合は京都市、奈良市、神戸市などの都市との間の移動も概ね1時間以内で可能です。こうした立地面の強みを活かし、海辺等の地域資源を有効活用し、内陸部との連携を図り、経済波及効果を市域内全体にもたらす取り組みを進めます。また、官民連携を促進し、民間の活力を最大限に引き出すことにより、更なるにぎわいの創出、産業の活性化を図り、関係人口の増加、市内消費の拡大を図ります。

### 【施策を通じて実現を目指す成果】

- ① 港湾エリアや商店等を訪れる人が増加している
- ② インバウンドを含む観光客数が増加している

### 【主な取組】

#### ① 港湾部の賑わいエリアと内陸部産業との連携強化

- イベント等の特定の目的で本市を訪れた人をターゲットに市内の商店や飲食店に関する情報発信などを通じて、市内の他の場所も訪れたいくなるような仕組みづくりを行います。
- 駅から港湾エリアまでのシャトルバスの運行等により、港湾エリアへのアクセスを向上させます。  
(再掲)
- シェアサイクルの推進、緑道の設備更新等により、ウォークアブルで回遊しやすい環境を整備します。  
(再掲)

#### ② インバウンド等の受入環境の整備

- 市内繊維事業者によるオープンファクトリー<sup>8</sup>や港湾エリアでの大阪湾クルーズや釣りやキャンプなど体験型観光コンテンツの創出に向けた取組を行います。
- インバウンド向けの商品・サービスの開発などを通じて、新たな需要の獲得に取組む事業者への支援を行います。

<sup>7</sup> 親族の事業を継ぐ若手経営者が集い、既存の経営資源も活用しながら新規事業を考えるアイデアソン（参加者がグループになりアイデアを話し合う手法）

<sup>8</sup> ものづくり企業が生産現場を公開したり、ものづくりの現場を実際に体験してもらったりすることで、地域の企業の魅力を発信する取組



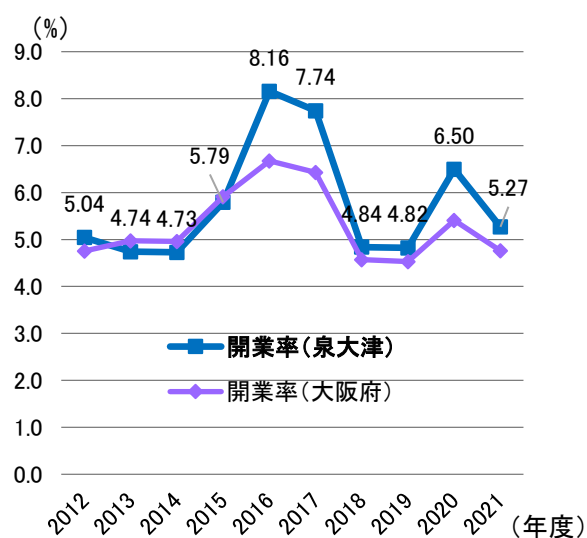
- 多言語の観光案内など、インバウンドがより市内を回遊しやすくなるための環境整備を推進します。

### 共通施策の成果指標

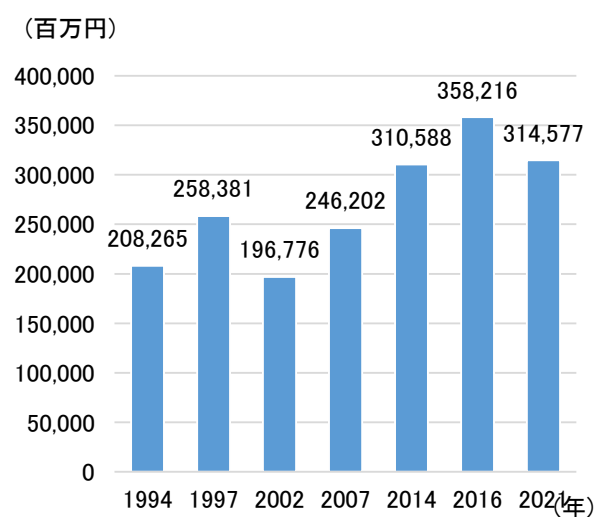
指標	現状値	目標(2033年時点)
開業率(ハローワーク泉大津管内)	5.27(2021年)	大阪府の水準を上回る
年間商品販売額 (経済センサス活動調査)	314,577百万円(2021年)	↗ 増加

#### <成果指標のこれまでの推移>

##### ○開業率



##### ○年間商品販売額



(資料)左図:厚生労働省「雇用保険事業年報」

右図:泉大津市「泉大津市統計書」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

## 第4章 ビジョンの進行管理

本ビジョンにおいて示した「施策を通じて実現を目指す成果」の実現に向けて、成果指標等の達成状況を確認し、具体的な事業等の見直しに活用することで、PDCAの着実な遂行を図ります。

### 1. 進行管理体制

本ビジョンにおいて実現を目指す成果の達成に向けて、事業の進捗や成果指標の状況を管理し、必要に応じて事業内容の見直しを行うため、学識経験者や民間事業者等から構成される「泉大津市商工業振興推進委員会」（推進委員会）を設置し、各年度1回会議を実施します。

推進委員会に置いては、施策の柱・重点施策ごとに、実際に実施した事業の内容と、その成果をもとにビジョンにおける目指す姿の実現状況を確認し、今後の対応方針を検討します。

### 2. 進行管理のイメージ

本ビジョンにおいては、施策の柱ごとに成果指標を設定していますが、成果指標は、ビジョンがめざす姿につながる包括的な数値を設定しており、統計上毎年把握することが困難なものも含まれています。また、取組の成果がすぐに指標値の変化となって現れるとも限りません。

そこで、進行管理に当たっては、推進委員会の場において、施策ごとにどのような事業を実施し、どのような実績が上がったかを、参加者数・参加事業者数や支援実績などの数値も交えながら情報を共有し、ビジョンのめざす姿の実現や、それにつながる成果指標の達成に向けて、適切な事業が効果的・効率的に実施しているかを確認し、必要に応じて取組内容の見直しを行いながら、PDCAの着実な遂行を図ります。

図表4-1 成果指標と進捗管理のための指標のイメージ

#### 1. まちの個性・にぎわいの創出

【成果指標】

指標	現状値	目標（2033年時点）
小売業の年間商品販売額 （経済センサス活動調査）	53,386百万円 （2021年）	↑ 現状値を上回る
地域内消費額 （環境省地域経済循環分析ツール）	1,687億円（2018年）	↑ 現状値を上回る

【成果の進捗をはかる指標】

施策	進捗をはかる指標（例）
魅力ある商品・サービスづくり、情報発信の支援	市が支援した創業・新規出店件数
	商店街等における空き店舗の減少数
まちの活気やにぎわいの創出	地域や商店等と連携したイベント開催件数
	高齢者や子どもが利用しやすい店舗等に改修した事業者数（市の制度の利用実績）

## 2. 製造業・繊維産業の振興

### 【成果指標】

指標	現状値	目標（2033年時点）
製造業事業所当たりの純付加価値額 （経済センサス活動調査）	8,883万円（2021年）	↗ 増加
繊維工業事業所（※従業者4人以上のみ）の粗付加価値額 （経済センサス活動調査）	11,317百万円 （2021年）	→ 現状値を維持

### 【成果の進捗をはかる指標】

施策	進捗をはかる指標（例）
製造業個社の経営 力強化	製造業事業所当たりの粗付加価値額（経済構造基本調査）
	製造業事業所数の変化（経済構造基本調査）
繊維産地としての泉 大津市の活性化	OEMからODMに転換した繊維工業の事業者数
	繊維事業者による新製品・新規事業に関するプレスリリースの回数
	繊維事業者による地域外事例を学ぶ勉強会の実施回数
	繊維製造ネットワーク事業者リストの整備
	毛布・毛織物が市の特産品であることを知っている市民の割合（総合計画の進行管理に関するアンケートによる）

### 3. 港湾エリアの振興

#### 【成果指標】

指標	現状値	目標 (2033 年時点)
港湾エリア (※) の民間事業所従業者数 (※なぎさ町、汐見町、小津島町、新港町、夕凧町、臨海町) (経済センサス活動調査)	6,738 人 (2021 年)	↗ 増加
港湾エリアの民間事業所数 (経済センサス活動調査)	285 事業所	↗ 増加

#### 【成果の進捗をはかる指標】

施策	進捗をはかる指標 (例)
港湾エリアのにぎわいづくり	港湾エリアのイベントにおける、市内飲食店との連携回数 (ブース出展、参加者割引利用等)
	港湾エリアのイベント参加者で、市内の飲食店を利用した人の数。(チケットの半券等提示で優遇を受けた人等)
成長産業の誘致促進	港湾エリアの新規立地事業者数
	港湾エリアへの新規立地に関する市への相談件数

### 4. 共通施策

#### 【成果指標】

指標	現状値	目標 (2033 年時点)
開業率 (ハローワーク泉大津管内)	5.27 (2021 年)	大阪府の水準を上回る
年間商品販売額 (経済センサス活動調査)	314,577 百万円 (2021 年)	↗ 増加

#### 【成果の進捗をはかる指標】

施策	進捗をはかる指標 (例)
起業・創業への支援・企業誘致促進	市が支援した創業・新規出店件数
	市が受け付けた創業・新規出店相談件数
関係人口増加につなげる取組	港湾エリアへの来訪者数 (主要施設、イベントの利用・参加者数)
	港湾エリアにおけるシェアサイクルの利用状況

## 資料編

## 《 目 次 》

泉大津市商工業を取り巻く現状 .....	1
1. 社会経済環境の変化 .....	1
2. 泉大津市の現状 .....	3
(1) 人口・世帯 .....	3
(2) 雇用・労働 .....	7
(3) 産業の概況 .....	10
(4) 産業別の動向 .....	13
(5) 市内エリア別の産業特性 .....	17
アンケート調査結果 .....	19
1. 調査概要 .....	19
(1) 調査目的 .....	19
(2) 調査方法 .....	19
(3) 回答状況 .....	19
(4) 調査結果の見方 .....	19
2. 調査結果 .....	20
(1) 事業所の概要 .....	20
(2) 今後の事業の展望について .....	21
(3) 泉大津市における事業のしやすさについて .....	26
(4) 泉大津市の産業振興の取組について .....	27
泉大津市商工業振興ビジョンの策定経過 .....	28
1. 策定体制 .....	28
2. 策定委員名簿 .....	28
3. 策定経過 .....	29
(1) 会議概要 .....	29
(2) パブリックコメントの実施 .....	29

# 泉大津市商工業を取り巻く現状

## 1. 社会経済環境の変化

### ① 人口減少・少子高齢化の進行

国勢調査結果によると、日本の総人口は2010年をピークとし、以降は一貫して減少している。少子高齢化の進行による高齢者人口の増加、生産年齢人口の減少により、社会保障費の増大や社会経済活動の担い手の減少等が課題となっている。

また、首都圏への人口一極集中は、新型コロナウイルス感染症の影響により、一時的な抑制がみられたが、再び加速の動きがみられる。

### ② デジタル化の進展

2021年に設置されたデジタル庁を中心に、社会全体のデジタル化が推進されている。また、新型コロナウイルス感染症の拡大も要因となり、産業のデジタル化・DXの取組が加速している。

デジタル化の推進にあたって、官民ともにデジタル人材の需要が拡大し、経済産業省（「IT人材需給に関する調査 調査報告書（2019年3月）」）の試算では、2030年に約16万人（需要の伸びが小さい場合）から、約79万人（需要の伸びが大きい場合）の人材が不足するとされている。

また、情報通信業事業所の多くが東京都をはじめとする大都市圏に位置し、特に地方において、デジタル人材の確保が課題になると考えられる。

### ③ 新型コロナウイルス感染症による社会経済活動への影響

EC（電子商取引）の市場規模は拡大傾向が続いている。特に、2020年以降は、新型コロナ感染症拡大に伴う外出自粛等の影響により、物販系分野の市場規模の拡大がみられる。

### ④ カーボンニュートラル・脱炭素社会実現に向けた動き

国は、2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする「カーボンニュートラル」の実現を目指すことを宣言し、国、企業、自治体、国民等のそれぞれの主体の役割や、取組の方向性を示している。

企業における脱炭素経営は、光熱費等の削減だけでなく、特にグローバル展開の際の優位性の獲得につながりうる。

### ⑤ 雇用・就労形態の多様化

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、企業におけるテレワークの普及が大きく進展した。テレワークの普及により、育児・介護等と仕事を両立しやすい環境づくりや、ワーケーション等の新たな取組がみられるようになった。

一方で、企業におけるテレワークの実施状況は、業種や地域によって異なり、地方圏と東京都23区では、実施率に大きな差異が生じているなど、雇用・就労形態の多様化の進展には地域差が生じている。

## ⑥ 円安の進行に伴う産業の国内回帰

2022年に、米国中央銀行の政策金利の上昇等を背景とし、記録的な円安の進行がみられた。円安に伴うエネルギーコストや原材料費の高騰により、製造業をはじめとする国内中小企業への影響が懸念されている。

一方で、国外の人的費用の相対的な上昇により、国内製造業事業所の工場等の国内回帰や、台湾積体回路製造（TSMC）が象徴する海外企業への日本進出の動きがみられる。

## ⑦ 2025年大阪・関西万博によるインパクト

2025年に大阪市・夢洲で開催が予定されている2025年大阪・関西万博では、「持続可能な開発目標に達成への貢献」と「Society5.0の実現」が目標として掲げられている。

万博の開催は、新技術や新商品の開発のきっかけとなる他、大阪・関西の文化や技術を世界に発信する機会にもなりうる。

泉大津市は、「TEAM EXPO 2025」プログラムの共創パートナーとして登録され、「官民連携」、「市民共創」の理念のもと、民間事業者の先進的事業への支援等を実施している。



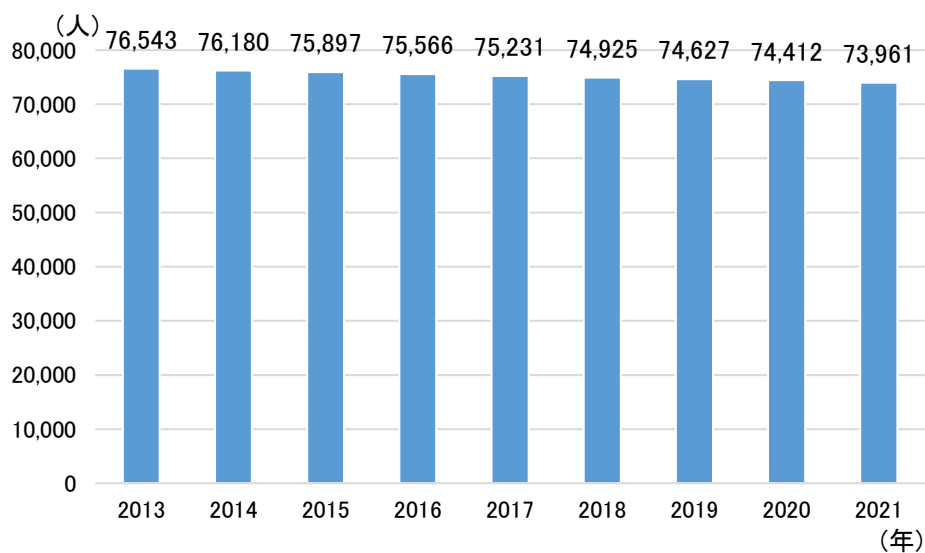
## 2. 泉大津市の現状

### (1) 人口・世帯

#### ① 人口総数の推移

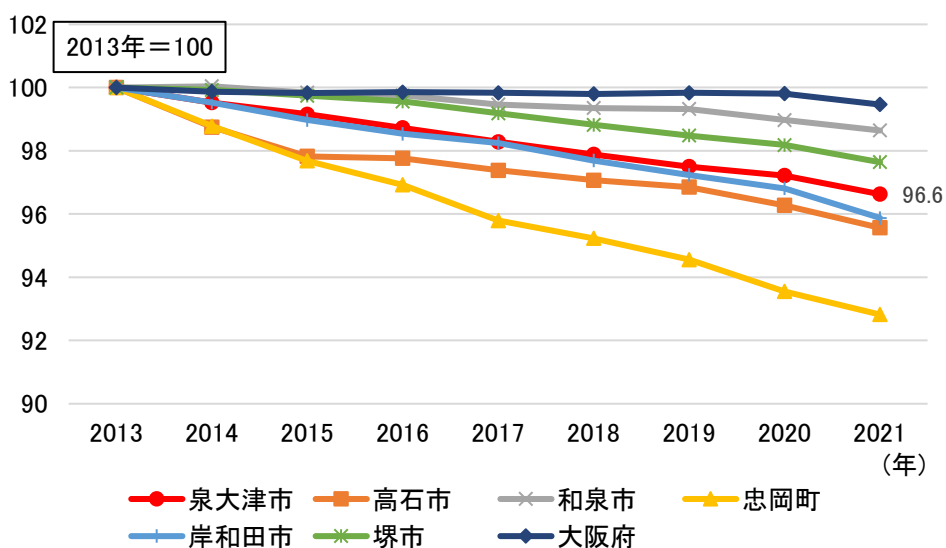
泉大津市の総人口は減少傾向にあり、大阪府と比べて減少率が大きくなっている。

図表 資料-1 総人口の推移



(資料)大阪府「大阪府統計年鑑」

図表 資料-2 2013年を基準とした人口推移（周辺市町・大阪府との比較）

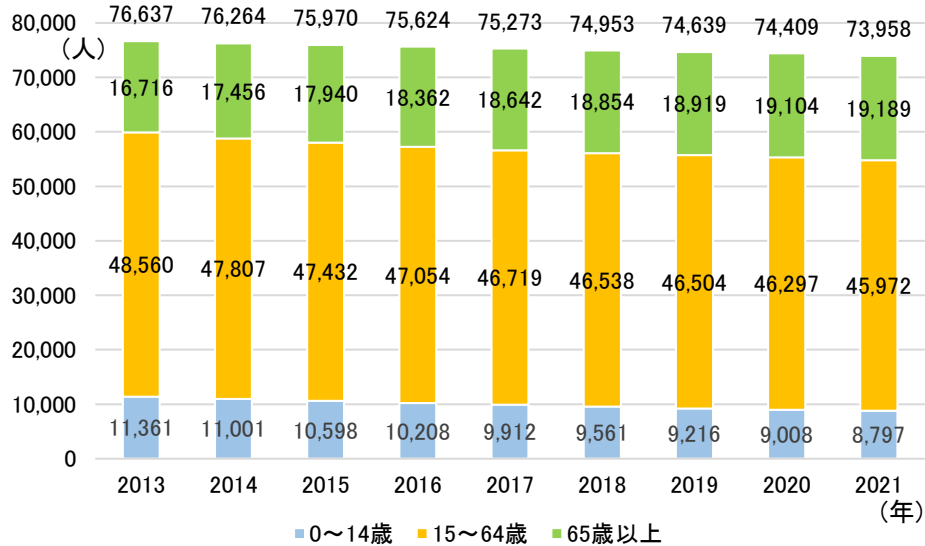


(資料)大阪府「大阪府統計年鑑」

## ② 年齢3区分人口の推移

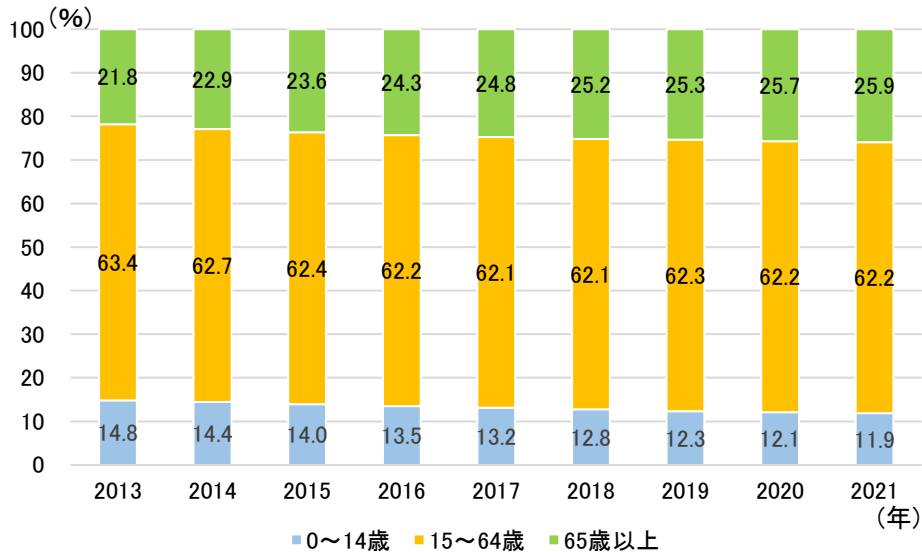
年齢3区分人口の推移をみると、高齢者人口（65歳以上人口）の増加と、年少人口（0～14歳人口）の減少が顕著となっている。

図表 資料-3 年齢3区分人口の推移



(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」各年10月1日時点

図表 資料-4 年齢3区分人口構成比の推移

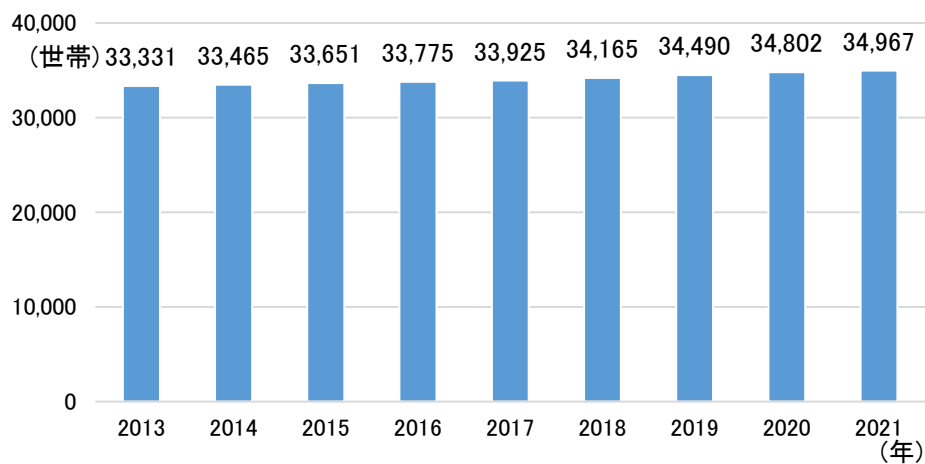


(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」各年10月1日時点

### ③ 世帯数の推移

世帯数は一貫して増加傾向にあり、単身世帯の増加が主な理由として考えられる。

図表 資料-5 世帯数の推移

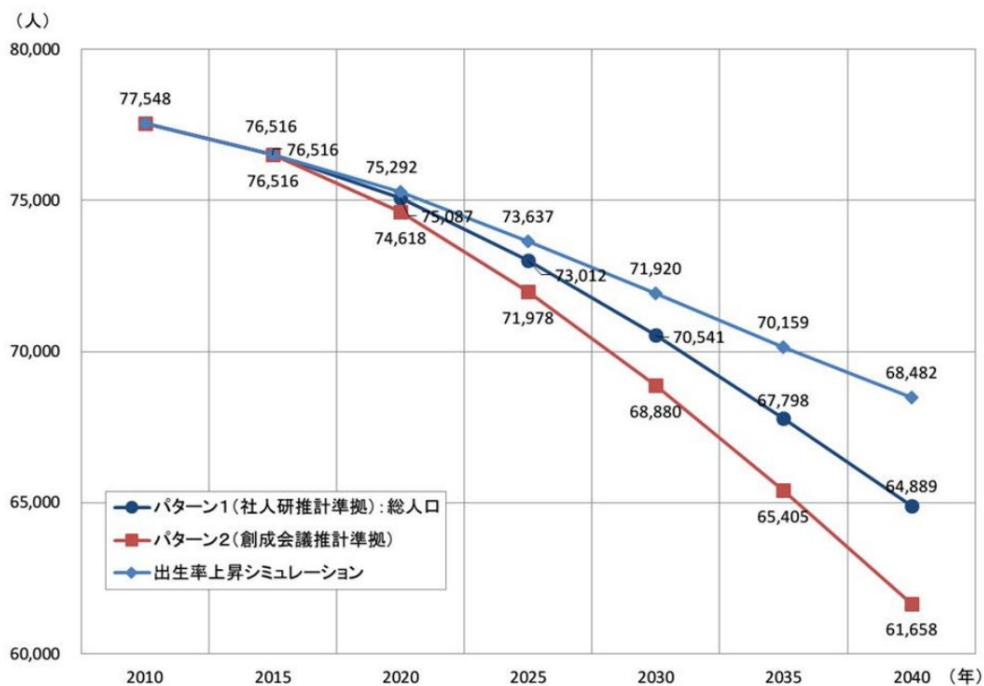


(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」各年 10 月 1 日時点

### ④ 将来人口（人口ビジョンに準拠）

泉大津市人口ビジョン（平成 27 年 10 月策定）において、泉大津市の合計特殊出生率が 2040 年に人口置換水準である 2.07 に達すると仮定した場合、2040 年の人口は 6.2 万人から 6.8 万人と なることが予測されている。

図表 資料-6 将来人口推計（合計特殊出生率上昇仮定）

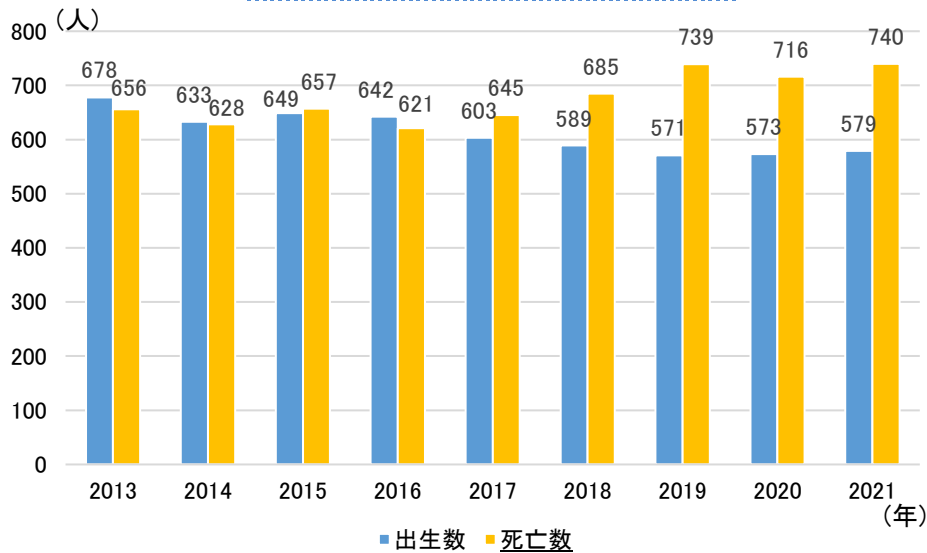


(資料) 泉大津市「泉大津市人口ビジョン」

## ⑤ 人口の自然動態

出生数の減少と死亡数の増加が続いており、2017年以降、出生数が死亡数を下回る自然減の状態が続いている。

図表 資料-7 出生数・死亡数の推移



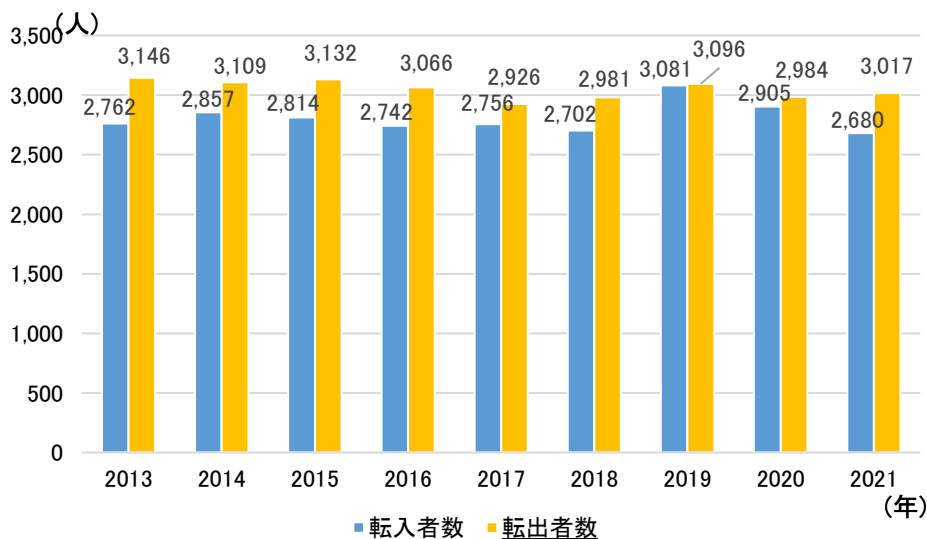
(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」

## ⑥ 人口の社会動態（転出入の状況）

転入者数は、2019年にやや増加がみられるが概ね横ばいで推移している。転出者数は、概ね横ばいで推移している。

また、2013年以降一貫して、転出者数が転入者数を上回る転出超過の状況となっている。

図表 資料-8 転入者数・転出者数の推移



(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」

## (2) 雇用・労働

### ① 産業別就業者数

泉大津市の就業者数は 2016 年から 2021 年にかけて、4.9%減少している。業種別にみると、増加数が最も大きい業種は運輸業・郵便業であり（約 400 人増加）、増加率が最も高い業種は電気・ガス・熱供給・水道業複合サービス業（189%増加）である。

図表 資料-9 産業別就業者数

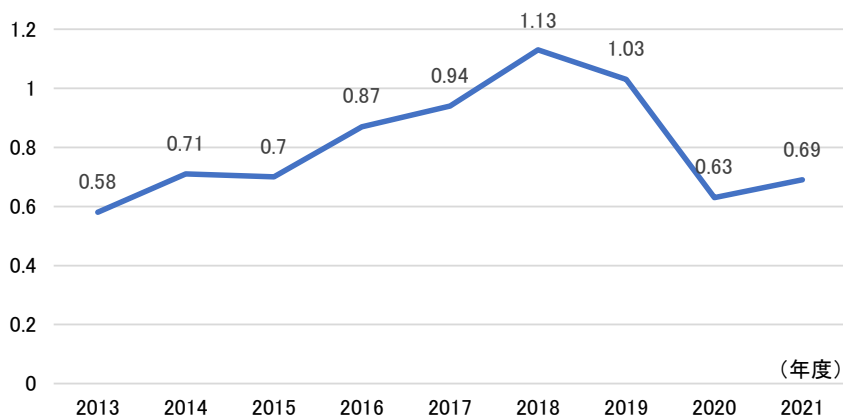
	従業者数(人)		
	2016年	2021年	増加率
総数	29,108	27,677	-4.9
農業, 林業, 漁業	7	5	-28.6
鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-
建設業	1,126	1,194	6.0
製造業	5,094	4,441	-12.8
電気・ガス・熱供給・水道業	9	26	188.9
情報通信業	101	84	-16.8
運輸業, 郵便業	4,183	4,563	9.1
卸売業, 小売業	6,852	6,485	-5.4
金融業, 保険業	372	269	-27.7
不動産業, 物品賃貸業	898	992	10.5
学術研究, 専門・技術サービス業	312	364	16.7
宿泊業, 飲食サービス業	2,865	2,458	-14.2
生活関連サービス業, 娯楽業	1,205	1,042	-13.5
教育, 学習支援業	631	724	14.7
医療, 福祉	3,181	3,189	0.3
複合サービス業	234	232	-0.9
サービス業	2,038	1,609	-21.1

(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

### ② 有効求人倍率

有効求人倍率は、2013 年から 2018 年まで、一貫して増加傾向にあったが、2019 年に減少に転じている。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、2019 年から 2020 年にかけて、約 4 ポイントの低下がみられる。

図表 資料-10 有効求人倍率の推移（泉大津管内）

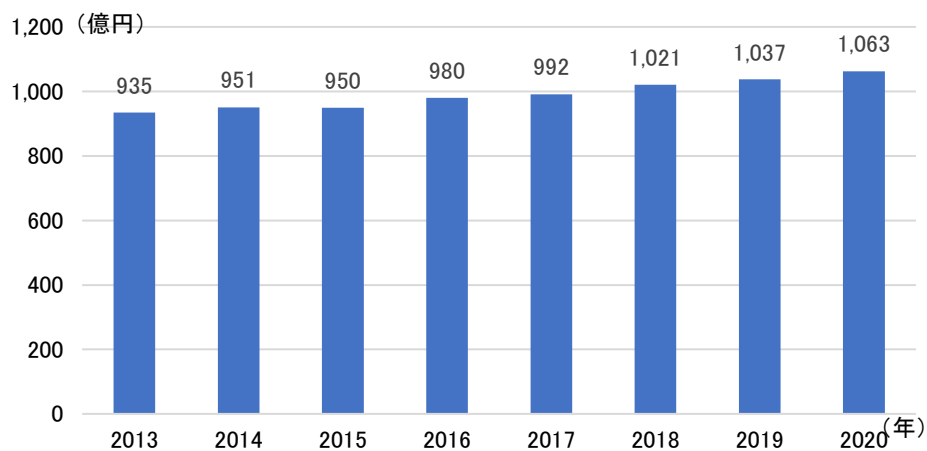


(資料)ハローワーク泉大津「一般職業紹介状況」

### ③ 課税対象所得

泉大津市における課税対象所得（個人の所得税の対象となる所得）の合計は、増加傾向にある。

図表 資料-11 課税対象所得の推移

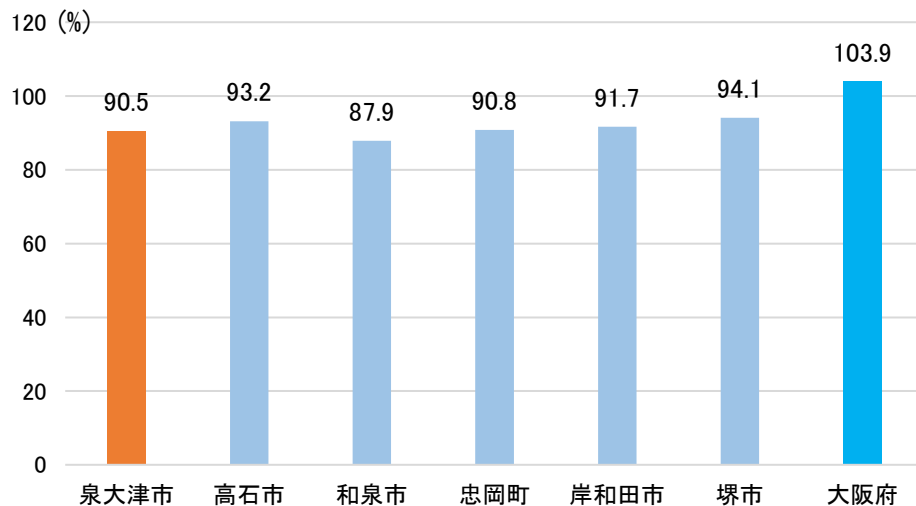


(資料) 総務省「統計でみる市区町村のすがた」

### ④ 昼夜間人口比率

泉大津市の昼夜間人口比率（昼間人口を夜間人口で除した値）は、90.5%であり、通勤・通学等による他地域からの流入よりも、他地域への流出が多くなっている。泉州地域の他市町と比べても、昼夜間人口比率はやや低くなっている。

図表 資料-12 昼夜間人口比率（2020年）



(資料) 総務省「国勢調査」

### ⑤ 属性別労働力状態（男女別、年齢区分別）

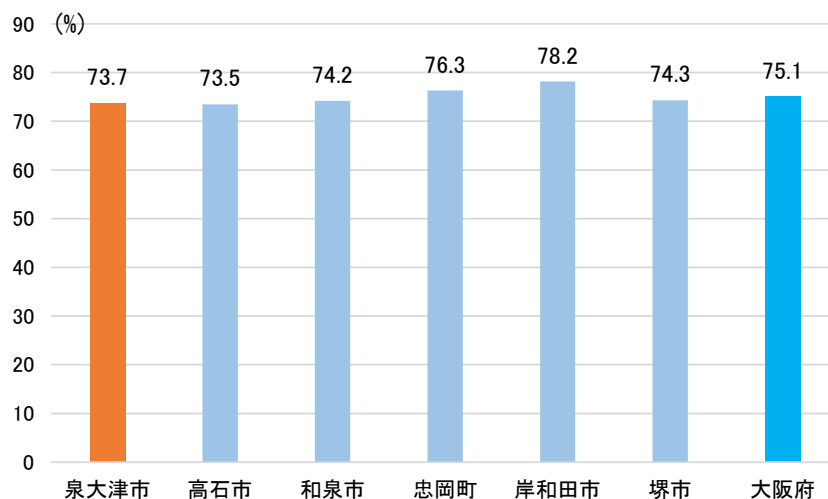
泉大津市の労働力率は男性が 72.8%、女性が 53.5%となっている。出産や育児等を理由とする退職や休職により労働力率が低下する 35～39 歳の女性の労働力率を他地域と比較すると、大阪府全体を下回るとともに、泉州地域市町の中でも低い数値となっている。

図表 資料-13 年齢 5 歳階級別労働力人口・労働力率（2020 年）

	男性		女性	
	労働力人口 (人)	労働力率 (%)	労働力人口 (人)	労働力率 (%)
総数	18,147	72.8	15,401	53.5
15～19歳	340	19.9	333	20.4
20～24歳	1,195	73.4	1,511	76.2
25～29歳	1,354	95.9	1,256	82.7
30～34歳	1,340	97.7	1,110	75.9
35～39歳	1,435	97.0	1,170	73.7
40～44歳	1,770	97.0	1,555	78.8
45～49歳	2,506	97.0	2,140	77.5
50～54歳	2,275	96.8	2,030	77.6
55～59歳	1,877	95.1	1,510	71.9
60～64歳	1,461	88.8	1,016	57.9
65～69歳	1,109	62.6	775	38.8
70～74歳	888	44.6	593	23.9
75～79歳	409	26.5	250	13.4
80～84歳	131	14.2	112	7.8
85～89歳	43	8.4	29	3.0
90～94歳	13	7.8	8	1.6
95歳以上	1	3.1	3	1.6

(資料) 総務省「国勢調査」

図表 資料-14 女性 35～39 歳労働力率（2020 年）



(資料) 総務省「国勢調査」

### (3) 産業の概況

#### ① 事業所数・就業者数の推移

2016年から2021年にかけて、事業所数は7.2%減少し、従業者数は4.9%減少している。事業所数を業種別にみると、特に製造業、金融業・保険業、宿泊業・飲食サービス業の減少率が高くなっている。

図表 資料-15 産業別事業所数・就業者数

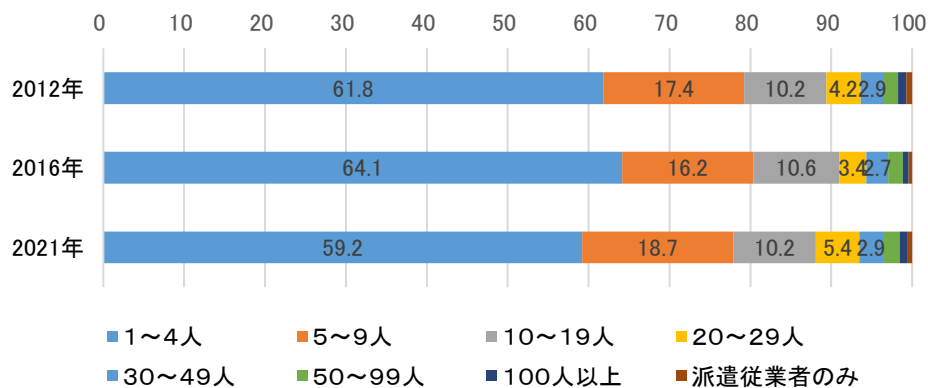
	事業所数(事業所)			従業者数(人)		
	2016年	2021年	増加率	2016年	2021年	増加率
総数	3,269	3,033	-7.2	29,108	27,677	-4.9
農業, 林業, 漁業	1	1	0.0	7	5	-28.6
鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-	-	-	-
建設業	186	189	1.6	1,126	1,194	6.0
製造業	391	315	-19.4	5,094	4,441	-12.8
電気・ガス・熱供給・水道業	2	3	50.0	9	26	188.9
情報通信業	20	18	-10.0	101	84	-16.8
運輸業, 郵便業	181	181	0.0	4,183	4,563	9.1
卸売業, 小売業	718	642	-10.6	6,852	6,485	-5.4
金融業, 保険業	29	24	-17.2	372	269	-27.7
不動産業, 物品賃貸業	368	388	5.4	898	992	10.5
学術研究, 専門・技術サービス業	74	82	10.8	312	364	16.7
宿泊業, 飲食サービス業	454	375	-17.4	2,865	2,458	-14.2
生活関連サービス業, 娯楽業	238	218	-8.4	1,205	1,042	-13.5
教育, 学習支援業	128	115	-10.2	631	724	14.7
医療, 福祉	276	275	-0.4	3,181	3,189	0.3
複合サービス業	12	13	8.3	234	232	-0.9
サービス業	191	194	1.6	2,038	1,609	-21.1

(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

#### ② 従業者規模別事業所数の推移

泉大津市の事業所は、従業者数1～4名の小規模事業所が約6割となっており、2016年から2021年にかけて、その割合がやや下降している。

図表 資料-16 従業者規模別事業所数の推移



(資料)泉大津市「泉大津市統計書」

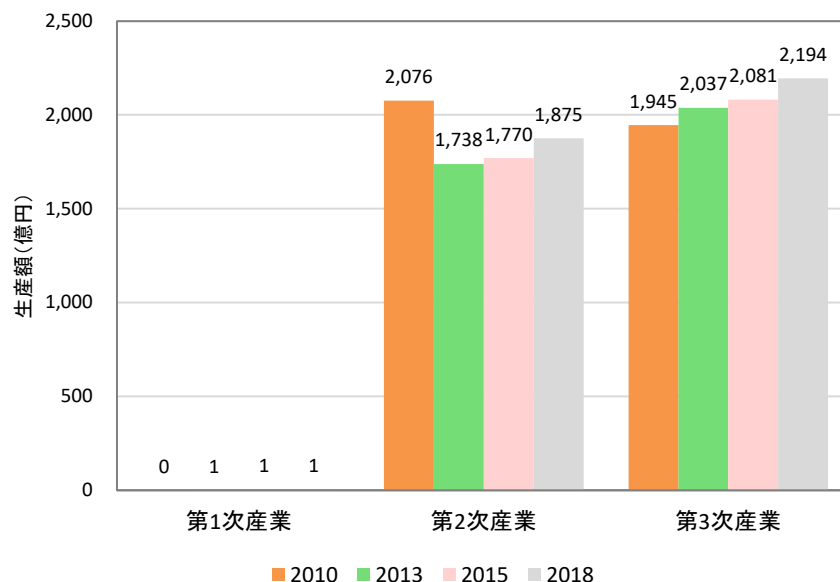


### ③ 産業別生産額（第1次・第2次・第3次産業別、産業大分類別）

第1次、第2次、第3次産業別の生産額をみると、2010年は第2次産業の生産額が最も大きくなっていましたが、2013年以降は、第3次産業の生産額が最も大きくなっている。

また、業種別の付加価値額をみると、製造業、運輸業・郵便業、卸売業・小売業の付加価値額が特に大きくなっている。

図表 資料-17 産業別生産額



(資料)環境省「地域経済循環分析自動作成ツール」

図表 資料-18 産業大分類別付加価値額

産業大分類	付加価値額(百万円)		増加率 (%)
	2016年	2021年	
A~B 農林漁業	-	X	-
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	-	-
D 建設業	6,737	7,363	9.3
E 製造業	26,630	26,736	0.4
F 電気・ガス・熱供給・水道業	-	X	-
G 情報通信業	419	360	-14.1
H 運輸業, 郵便業	28,602	26,778	-6.4
I 卸売業, 小売業	30,322	25,744	-15.1
J 金融業, 保険業	6,149	855	-86.1
K 不動産業, 物品賃貸業	6,723	4,061	-39.6
L 学術研究, 専門・技術サービス業	1,445	1,555	7.6
M 宿泊業, 飲食サービス業	4,265	3,499	-18.0
N 生活関連サービス業, 娯楽業	3,075	2,717	-11.6
O 教育, 学習支援業	1,306	2,490	90.7
P 医療, 福祉	10,016	10,559	5.4
Q 複合サービス事業	1,138	1,218	7.0
R サービス業(他に分類されないもの)	5,535	4,480	-19.1

(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

#### ④ 産業別特化係数（産業大分類別）

全国を基準とした付加価値額ベースの特化係数をみると、特に運輸業・郵便業において大きくなっている。

全産業の付加価値額合計値に占める運輸業・郵便業の付加価値額の構成比は、全国では3.8%であるのに対し、泉大津市では22.5%となっていることから、泉大津市が強みを持つ産業であるといえる。

図表 資料-19 産業大分類特化係数（2021年 付加価値額ベース）

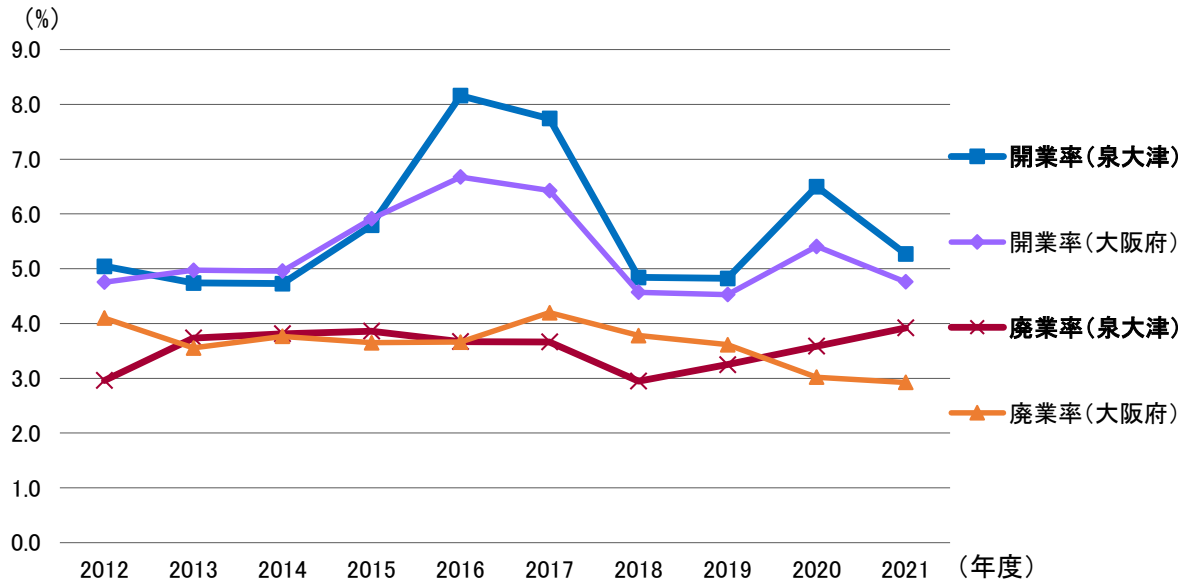
産業大分類	付加価値額(百万円)		構成比		特化係数
	泉大津市	全国	泉大津市	全国	
A～R 全産業(S公務を除く)	118,631	336,259,518	100	100	-
A～B 農林漁業	X	1,190,189	-	0.4	-
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	-	329,165	-	0.1	-
D 建設業	7,363	23,576,836	6.2	7.0	0.89
E 製造業	26,736	55,128,019	22.5	16.4	1.37
F 電気・ガス・熱供給・水道業	X	3,849,527	-	1.1	-
G 情報通信業	360	20,125,383	0.3	6.0	0.05
H 運輸業, 郵便業	26,778	12,860,297	22.6	3.8	5.90
I 卸売業, 小売業	25,744	54,340,918	21.7	16.2	1.34
J 金融業, 保険業	855	18,170,705	0.7	5.4	0.13
K 不動産業, 物品賃貸業	4,061	12,049,766	3.4	3.6	0.96
L 学術研究, 専門・技術サービス業	1,555	22,322,110	1.3	6.6	0.20
M 宿泊業, 飲食サービス業	3,499	6,668,695	2.9	2.0	1.49
N 生活関連サービス業, 娯楽業	2,717	5,084,015	2.3	1.5	1.51
O 教育, 学習支援業	2,490	7,057,317	2.1	2.1	1.00
P 医療, 福祉	10,559	72,758,554	8.9	21.6	0.41
Q 複合サービス事業	1,218	2,384,648	1.0	0.7	1.45
R サービス業(他に分類されないもの)	4,480	18,363,375	3.8	5.5	0.69

(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」

### ⑤ 開業率・廃業率の推移

事業所の開業率・廃業率をみると、開業率は2016年以降、大阪府全体を上回る水準で推移し、廃業率は2017年から2019年にかけて大阪府全体を下回っていたが、2020年以降は大阪府全体を上回っている。

図表 資料-20 開設・廃業事業所数の推移



(資料)厚生労働省「雇用保険事業年報」

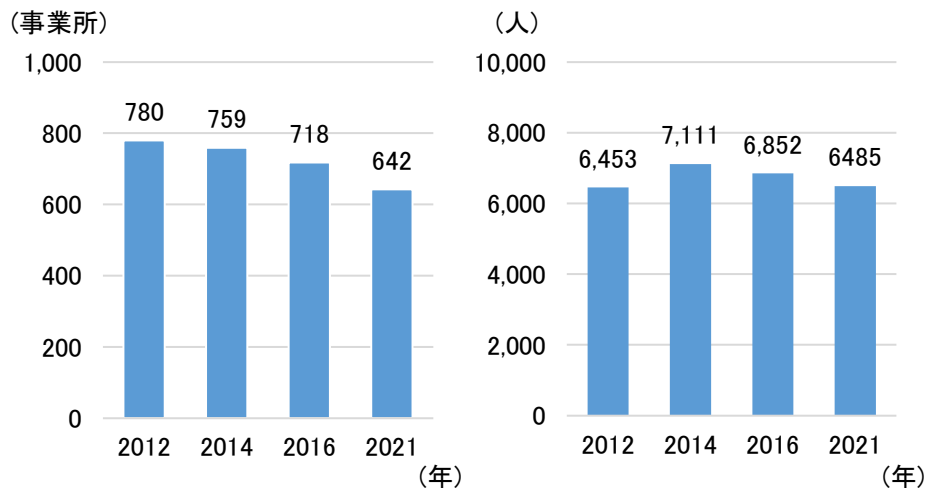
## (4) 産業別の動向

### ① 商業

#### 1) 卸売・小売業事業所数、従業者数の推移

事業所数は2012年から2021年にかけて一貫して減少しているのに対し、従業者数は2012年から2014年にかけて増加し、以降は減少傾向にある。

図表 資料-21 卸売・小売業事業所数、従業者数の推移

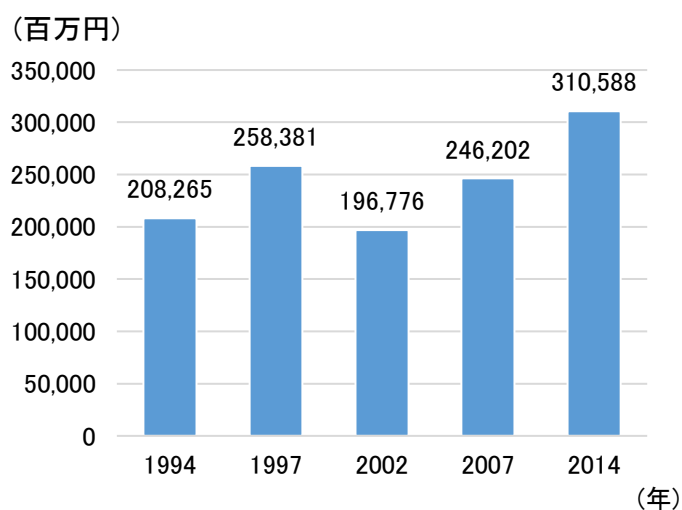


(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」「経済センサス-基礎調査」

## 2) 年間商品販売額の推移

年間商品販売額は、2002年から2014年にかけて増加傾向にある。

図表 資料-22 年間商品販売額の推移

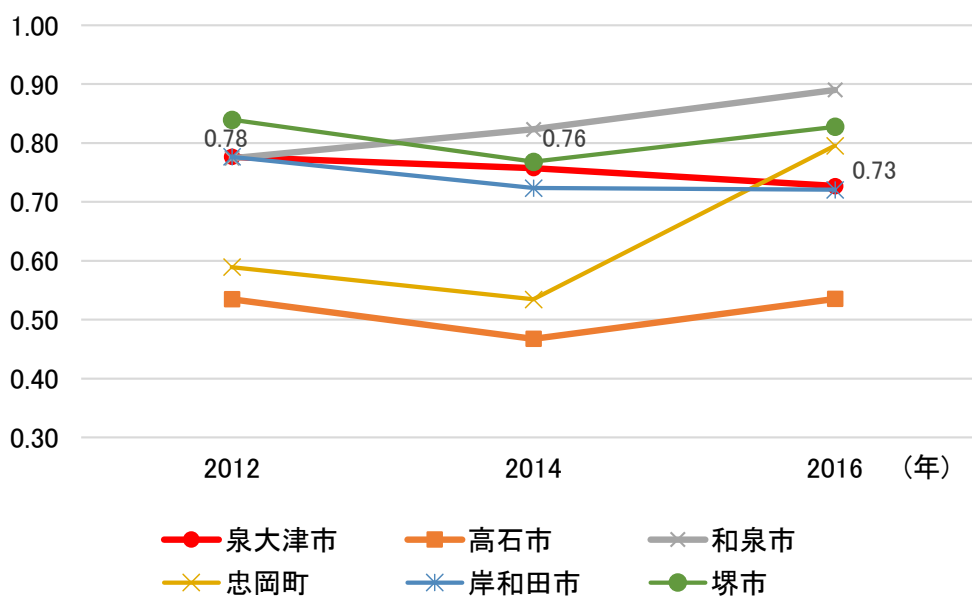


(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」

## 3) 小売吸引力の動向

大阪府を基準とした小売吸引力を周辺地域と比較すると、中位に位置しており、和泉市、堺市、忠岡町を下回っているが、岸和田市、高石市を上回っている。

図表 資料-23 小売吸引力の推移



(資料) 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」「経済センサス-基礎調査」

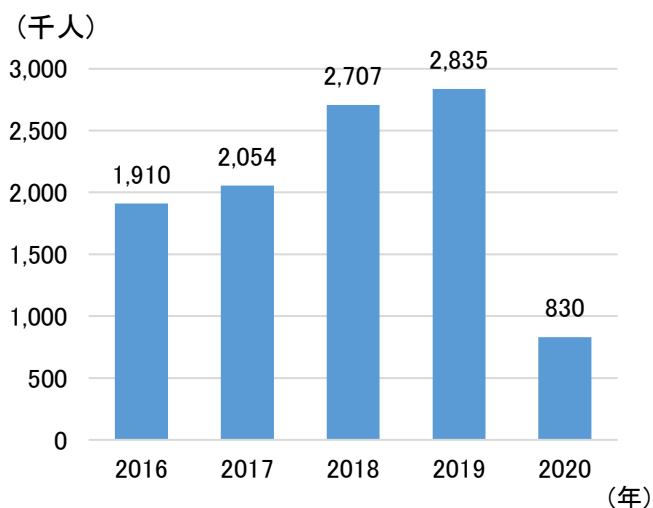
(注) 小売吸引力とは、ある都市の小売業がその都市の属する地域(ここでは大阪府)の小売消費をどの程度吸引しているかを示す指標であり、以下の方法で算出される。

小売吸引力 = (市町内年間商品販売額 ÷ 市町の人口) ÷ (府内年間商品販売額 ÷ 大阪府の人口)

#### 4) 観光客数の推移

泉州地域の宿泊観光客数は、2019年まで増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年に大幅な減少がみられる。

図表 資料-24 泉州地域の宿泊観光客数の推移



(資料)大阪府「観光統計調査」

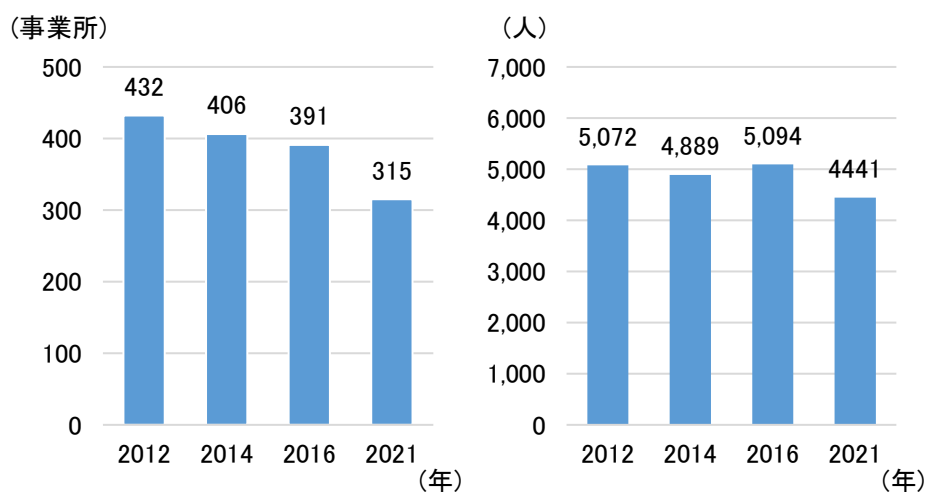
(注) 泉州地域: 泉大津市、和泉市、高石市、忠岡町、岸和田市、貝塚市、泉佐野市、泉南市、阪南市、熊取町、田尻町、岬町

## ② 工業（製造業）

### 1) 製造業事業所数、従業者数の推移

事業所数、従業者数ともに2016年から2021年にかけて減少傾向にある。

図表 資料-25 製造業事業所数、従業者数の推移

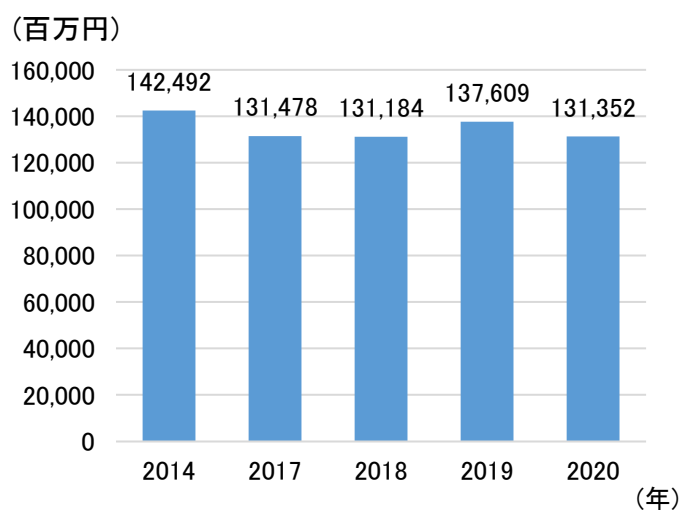


(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」「経済センサス-基礎調査」

## 2) 製造品出荷額の推移

製造品出荷額は、2014年以降、概ね横ばいで推移している。

図表 資料-26 製造品出荷額の推移

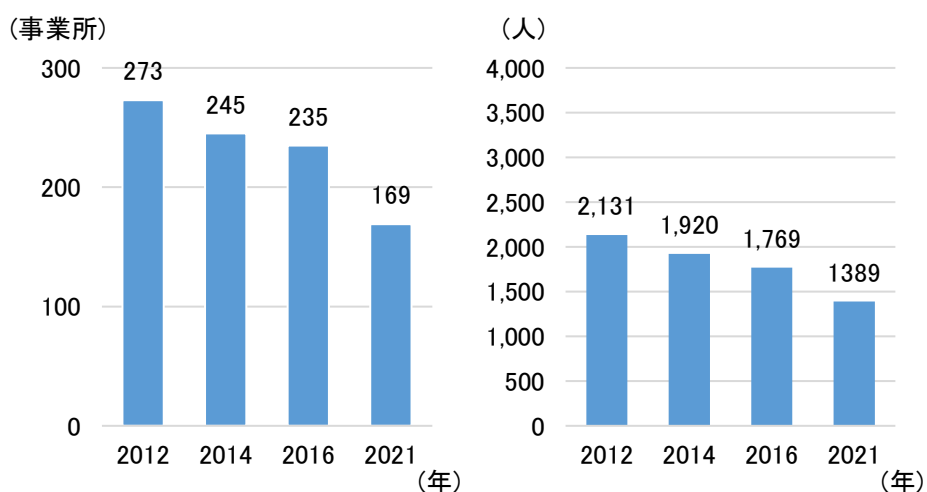


(資料) 泉大津市「泉大津市統計書」

## 3) 繊維産業の動向（事業所数、従業者数）

繊維製造業は、事業所数、従業者数とともに2016年から2021年にかけて、減少傾向にあり、繊維産業の縮小がみられる。

図表 資料-27 繊維製造業事業所数、従業者数の推移



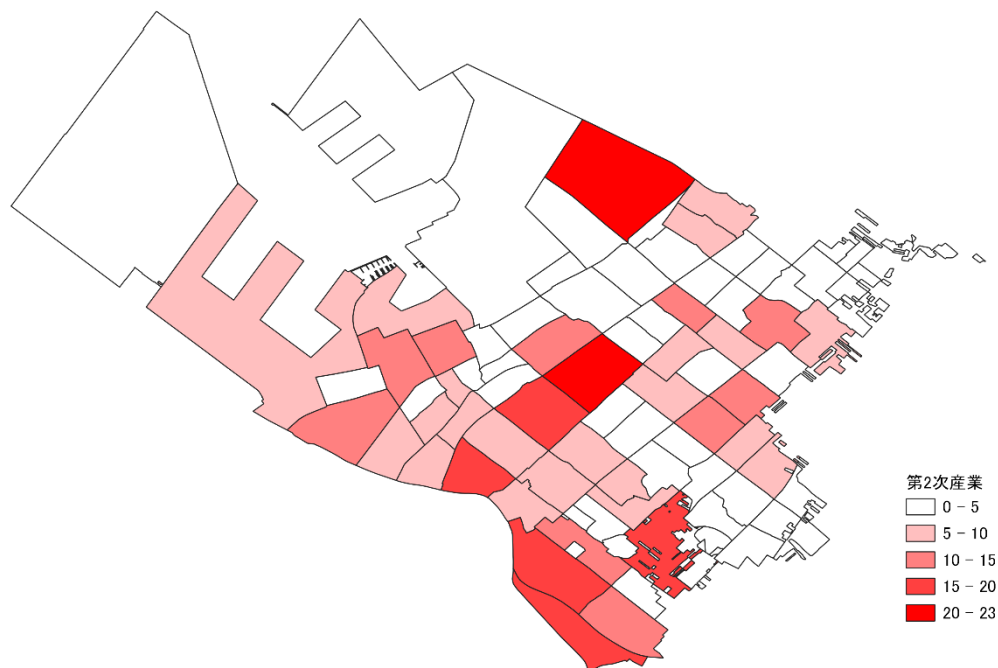
(資料) 総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」「経済センサス-基礎調査」

## (5) 市内エリア別の産業特性

市内エリア別に、第2次産業（製造業、建設業）、第3次産業の事業所の分布状況を見ると、第2次産業事業所は臨海部、中心部、北部エリアに集積がみられる。特に、製造業については、臨海部（臨海町1丁目）に多く立地している。

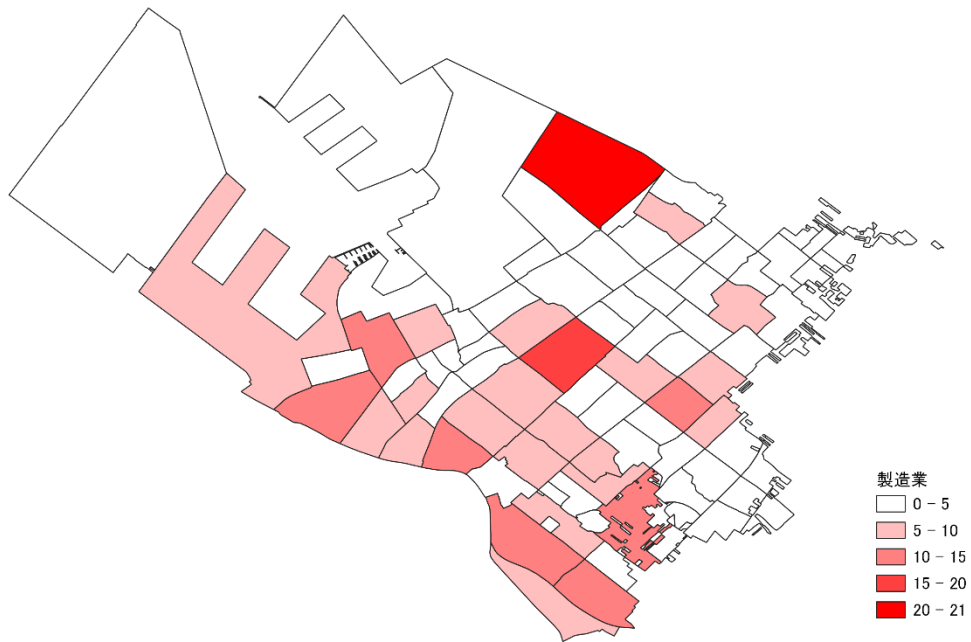
また、第3次産業事業所は、南海泉大津駅周辺及びJR和泉府中駅周辺に集積がみられる。

図表 資料-28 第2次産業事業所数の分布（2016年）



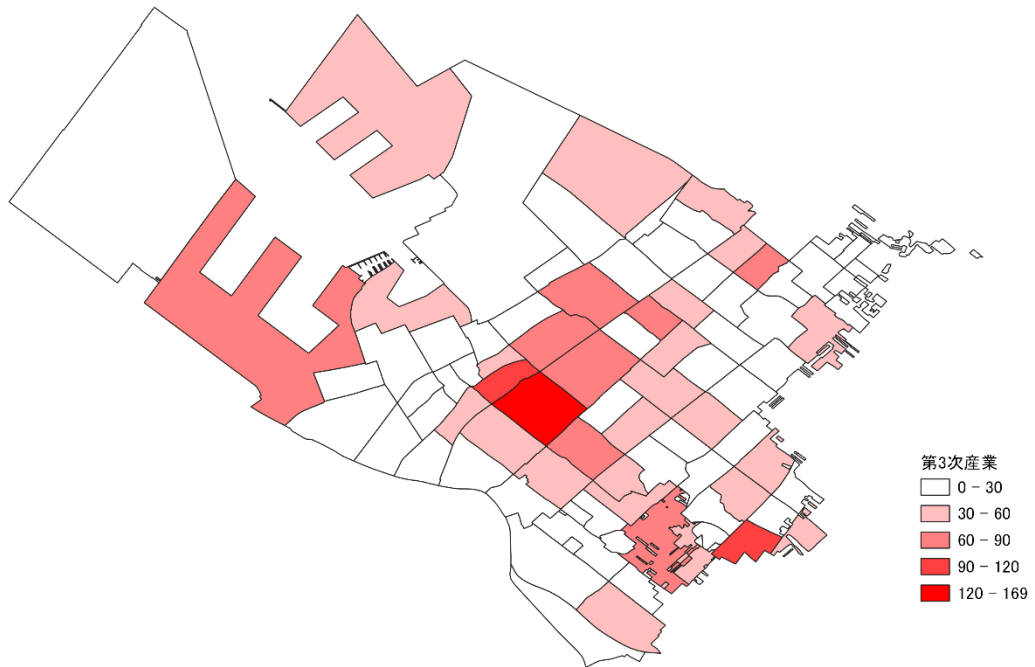
(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」及び総務省「統計地理情報システム」

図表 資料-29 製造業事業所数の分布 (2016年)



(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」及び総務省「統計地理情報システム」

図表 資料-30 第3次産業事業所数の分布 (2016年)



(資料)総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」及び総務省「統計地理情報システム」



# アンケート調査結果

## 1. 調査概要

### (1) 調査目的

企業を取り巻く事業環境が大きく変化する中、泉大津の経済が成長・発展し続けるための産業振興に関する基本方針である、新たな「泉大津市産業振興ビジョン」策定に向け、事業者が抱える課題や市内企業の実態把握、経営課題、施策ニーズを把握するため、市内事業所に対し、アンケート調査を実施した。

### (2) 調査方法

調査名称	泉大津市の今後の産業施策を検討するためのアンケート調査
実施期間	令和5年8月7日（月）～令和5年8月23日（水）
調査方法	郵送による調査票の配布、郵送またはWEBによる回収
調査対象	泉大津市内に事業所を構える3,339事業所 （総務省事業所母集団データベース（令和3年次フレーム）より抽出）

### (3) 回答状況

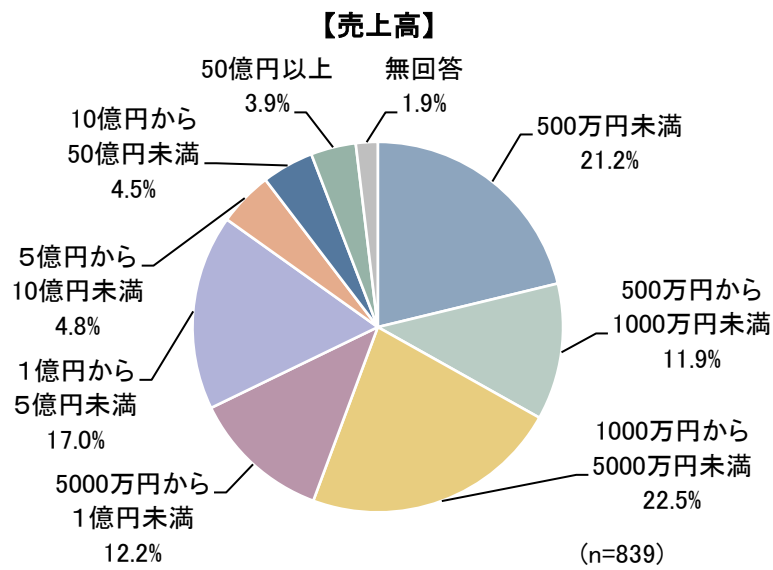
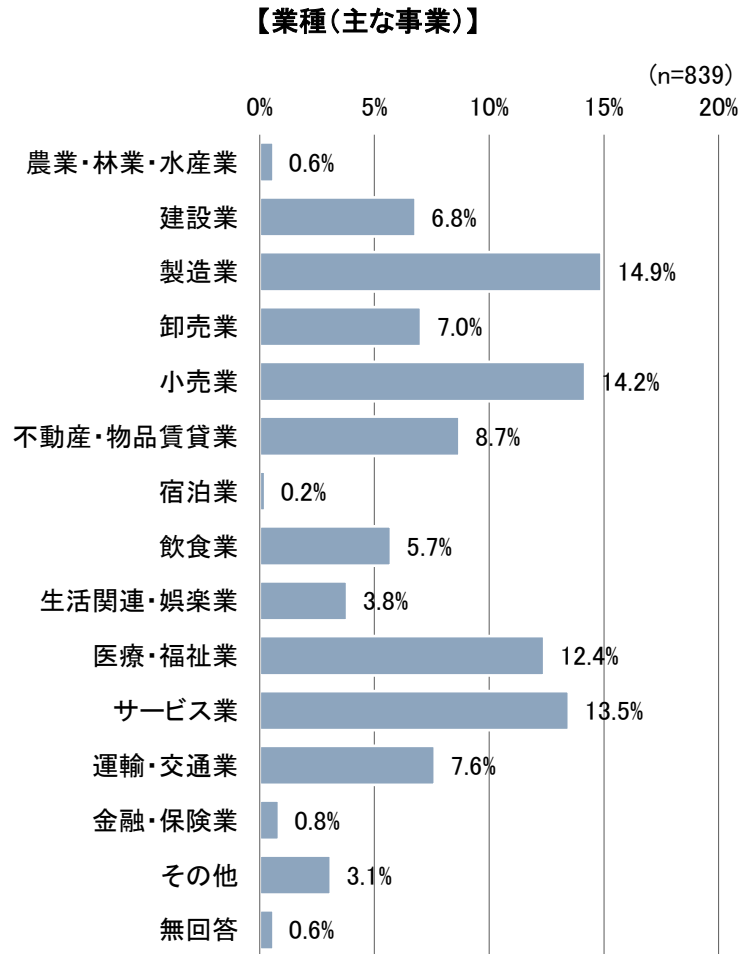
発送数	未達数	有効回収数	有効回答数			回収率
			郵送による回収	WEBによる回収	合計	
3,339件	244件	3,095件	659件	180件	839件	27.1%

### (4) 調査結果の見方

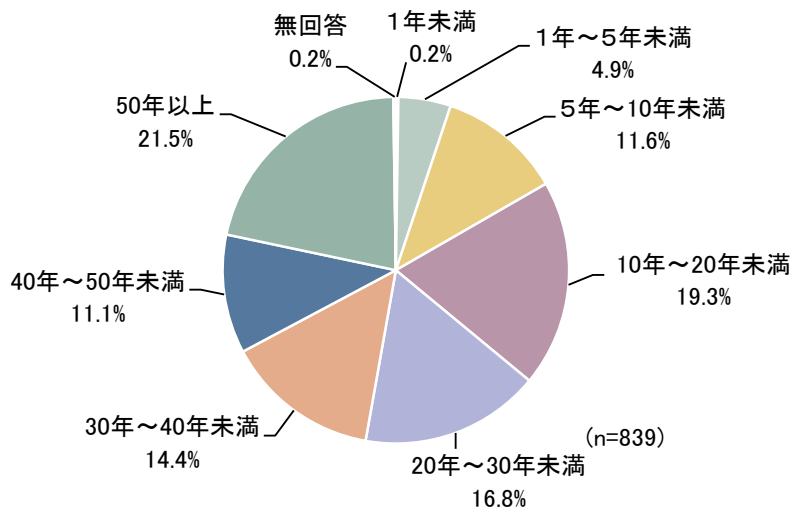
- ・ 回答結果の比率はパーセントで表している。四捨五入の処理の関係で、見た目上の比率を足し算しても、合計が100%にならないこともある。
- ・ 複数回答が可能な設問では、回答結果の比率を合計しても100%にはならない。
- ・ 報告書に掲載しているグラフにおいて、値の小さい項目は表記を省略している場合がある。

## 2. 調査結果

### (1) 事業所の概要

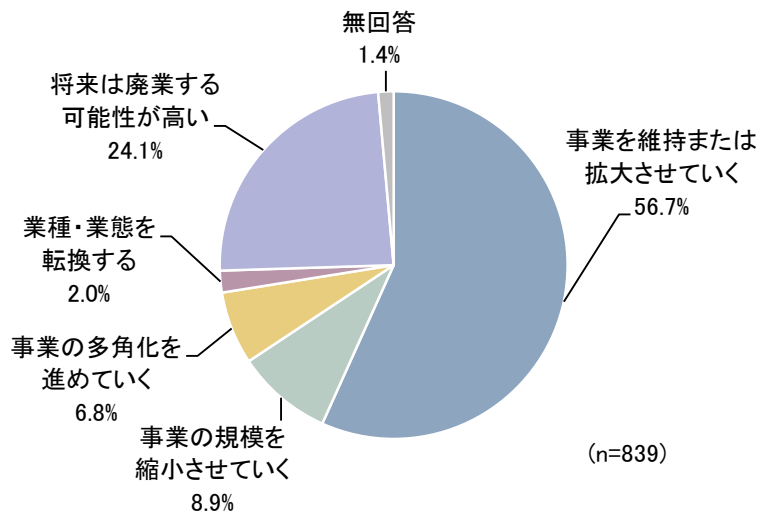


### 【事業所を構えてからの経過年数】



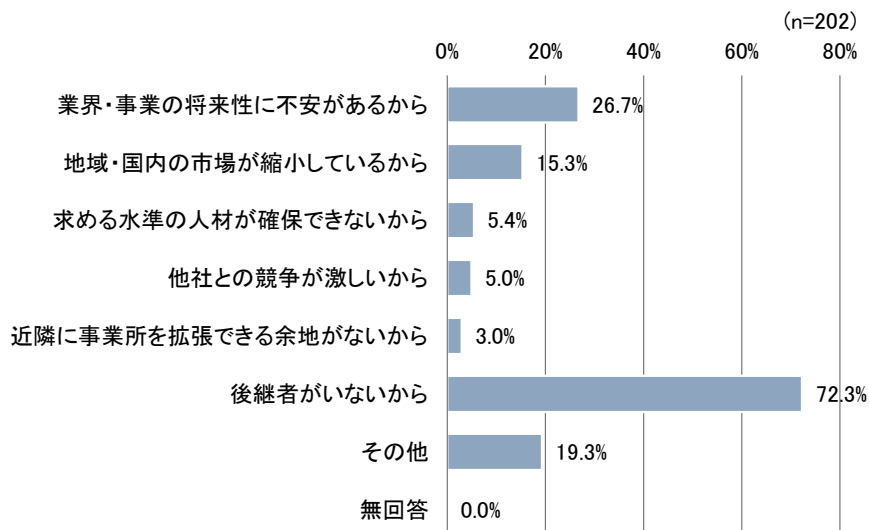
## (2) 今後の事業の展望について

### 【主な事業の展開】

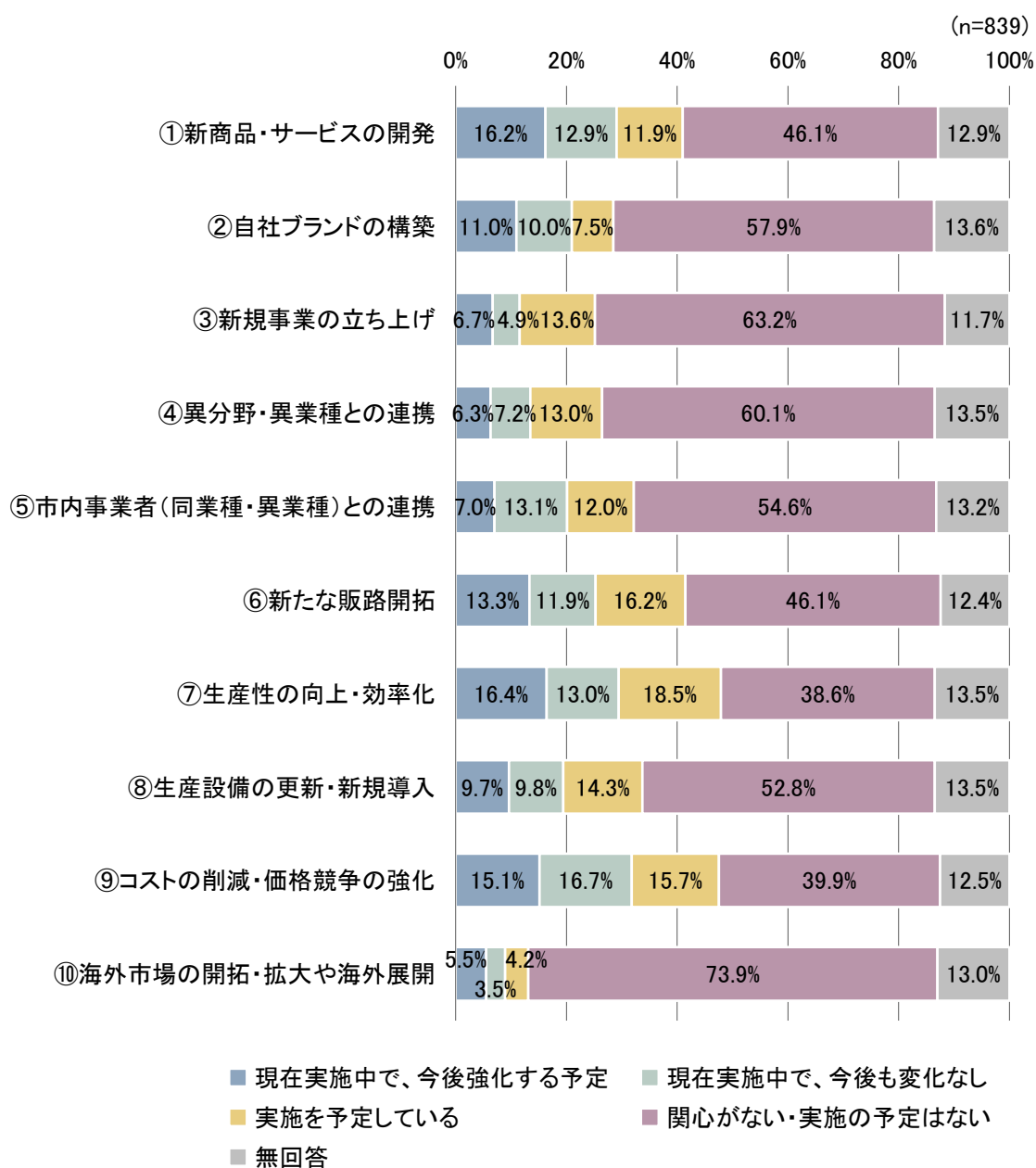


(注)ここでの「将来」とは概ね10年以内のこと

### 【廃業する可能性が高い理由】



### 【事業の取組状況】



## 【取組の内容】

### ① 新商品・サービスの開発

- ・ セミナーや勉強会の内容を基に色々なメニューの導入などいろいろとヘアスタイルや技術など変化していくのでその都度対応していけたらと考えております。
- ・ 既製品にはないお客様のニーズに合わせて製品を作っていくことです。注文を受けた仕事を丁寧にする事です。
- ・ 従来の銀行業務だけでなくソリューションを絡めた非金利分野にも注力
- ・ 伝統文化を守りつつ、着物を着用する機会が衰退している昨今、もっと気軽にお召しになられる様、価格等を見直し、イベント（茶道・着付け等）を開催し、SNSを通じ泉大津市に海外の方が起こしになる地元のお祭りを盛り上げて活性化していきたいと考えています。
- ・ 商品を冷凍させて発送する。日持ちしない商品が冷凍することによって遠方でも発送することができるので、それを実施しています。さらに拡大して、自動販売機でも販売したいと考えています。

### ② 自社ブランドの構築

- ・ 来店者のニーズに対応できるとともに、新しいデザイン並びに技術の提案をさせていただき、それに伴った商品の紹介やテクニックの説明をし、顧客の望むスタイルを提案し、そのスタイルの復元性を自分でできるようにサポート。またファッションスタイルやブランドメーカーなどもお話しする。日々、これが自社ブランドづくりであり、サービスの向上、新規事業が新たな販路の拡大だと思えます。そのため時間の不効率やコストアップは妥協すべきと思えます。
- ・ 自社ブランド製品を自社のプラットフォームで販売を強化している。
- ・ 今年度は、大阪文化服装学院学生とコラボした製品の作成を予定している。この様に様々な機会をとらえて新商品の開発など進めていきたい。
- ・ 事業再構築補助金を活用し、フィットネス×ストリートウェアの自社ブランドを立ち上げ、ECでの販売を予定。

### ③ 新規事業の立ち上げ

- ・ 販売のみならず取付やメンテナンスにも参入計画中。
- ・ 人形劇の新作の制作については、費用等のこともやりたいとは考えているが難しい。収入を上げるために公演事業以外の新規事業として「おはなしの仕方」や「人形劇の演じ方」などワークショップを計画中である。
- ・ 既存事業の事業維持・拡大に加え、第2、第3の柱となる事業の開拓及び育成に注力していく。また、その中では泉大津に所在するグループ会社との連携も適宜行っていく。
- ・ 介護サービスへの参入。
- ・ 2024年に「酵素風呂」の新規事業を立ち上げるために準備を始めました。

#### ④異分野・異業種との連携

- ・ 既存の設備を生かして輸入電気自動車の取扱、通関。
- ・ 他業種とのコラボ企画、新たなファッション事業企画
- ・ お店は子ども達や親子連れが集いやすいような雰囲気作り、子ども達の興味を引くような新商品、楽しめるようなイベントを常に考えています。小学生以下の子どもさんでも買いやすいような値段設定もしています。また最近ではパフォーマーの方々、キッチンカー、作家さんなど異業種の方とコラボしてイベントを企画したり、同じ駄菓子屋をしている方々ともネットなどでつながり、駄菓子文化を盛り上げていけるように協力し合っています。今では貴重な存在となる駄菓子屋なので、未永く続けていけたらと思っています。
- ・ 訪問介護業者と連携して、介護施設入居予定者の自宅管理をサポートし、リユースの為の買取を実施。

#### ⑤市内事業者（同業種・異業種）との連携

- ・ 歯科医師会として会員との連携のもと地域の保健を担っていきます。又、歯科・医科連携のさらなる強化を目指します。
- ・ 地域連携強化を行っていて、行政や地域の事業者とのつながりを拡大して行っている。
- ・ 繁忙期には同業者同士での助け合いを実施。
- ・ 地域包括支援センターと他事業者との連携 RUN 伴に代わるイベント協力。

#### ⑥新たな販路開拓

- ・ シーパspark横に蕎麦居酒屋を今秋オープン予定。そば粉を使用したお菓子なども製造予定。店舗だけでなく Web サイトから販売もおこなう。
- ・ スモークミートの商品化(スライス、真空パック、熱処理、瞬間冷凍)を進めています。店舗への集客と新たな販路開拓を進めて、安定した販売を目的としています。ニーズに対応した商品開発もしていきたいと思えます。ふるさと納税にも参加し、少しでも地域貢献できるよう努力して参ります。
- ・ 在宅医療の割合を増加させる予定です。通常の業務に関してもできる範囲で拡張予定です。

#### ⑦生産性の向上・効率化

- ・ 管理システム導入による効率化。
- ・ メニュー数を減らして在庫を減らす、カウンターの中で作れるメニューを増やして2人で回せるお店にするなど検討中です。
- ・ 新規倉庫建設。2024年問題への対応としてトラック運送事業からモーダルシフトへの展開。海外拠点構築。

#### ⑧生産設備の更新・新規導入

- ・ 老朽化した設備の更新。
- ・ 荷役設備の老朽化に伴い設備更新を実践している。コストを抑えながらやりたいが既存業者との取引しがなく値決めが弱いのが課題。
- ・ チーズの価格上昇等のコストアップに対する提案品としての代替チーズの更なる品質向上と販路の拡大に取り組んでいる。その中で現在は PB（プライベートブランド品）が中心ではあるが、当社オリジナル品（自社ブランド品）を併行して開発・販売に力を入れている。設備的には当工場がスタートして 20 年を経過し更新時期を迎えており順次更新に入っている。
- ・ 現在の診療所の IT 化、電子化をすすめること。診療業務内容を外来部門と在宅部門に分けてそれぞれ独立させてゆく。高齢化とともに寝たきり予防、循環器疾患による生活レベル低下を防ぐためリハビリを兼ねた運動療法施設を増設してゆきたいと考えています。患者様の診療所までの送迎。泉大津市内にない透析センター拠点を作ること、他市まで行かなくても市内で受けることを可能にする。

#### ⑨コストの削減・価格競争の強化

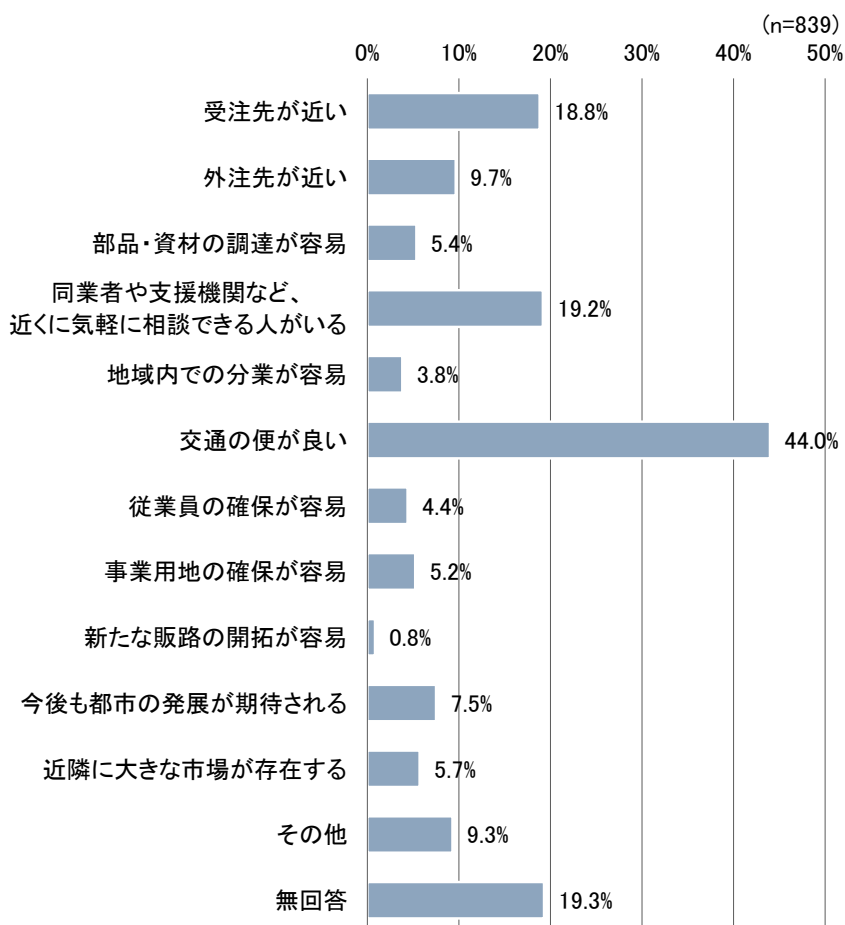
- ・ 現在行っている事業を維持していくために新規事業や市内同業者との連携などあらゆる手法で頑張っているがいかんせんすべてのコストの上昇についていくのが精いっぱいという感じが拭えない。今後はもう少し踏み込んだコスト削減に取り組む所存です。
- ・ 倉庫内設備や事務システムの更新など効率化コスト削減を行っていく。
- ・ 老朽化した設備を更新する際に、省エネルギータイプを採用してコスト削減を実施している。
- ・ 単店としては、取組みがコスト削減に打ち込んでいるが、会社として産学共同で開発している惣菜の取組に力を入れている。また、PB 開発にも積極的に取り組んでいて好評を得ている。しかしながら単店として、満足のいく売上高を確保できないことから投資もできなく将来性を危ぶまれていることも事実。なんとか従業員をサービスレベルを下げることなく少なくすることで持ちこたえている。
- ・ 複数病院での共同調達によるコスト削減の取り組み。RFID を利用した物流管理の取り組み。搬送ロボットの活用取り組み。

#### ⑩海外市場の開拓・拡大や海外展開

- ・ 海外へ日本製造のオードブル（冷凍）を販売したい
- ・ 生産に関しては OEM 生産を協力工場に委託しておりますが、販路に関しては海外への拡大をすでに進めております。
- ・ 機能性塗料の開発、生産性向上による原価削減、親会社を通じての海外への PR。
- ・ 新たな海外販売国の開拓。

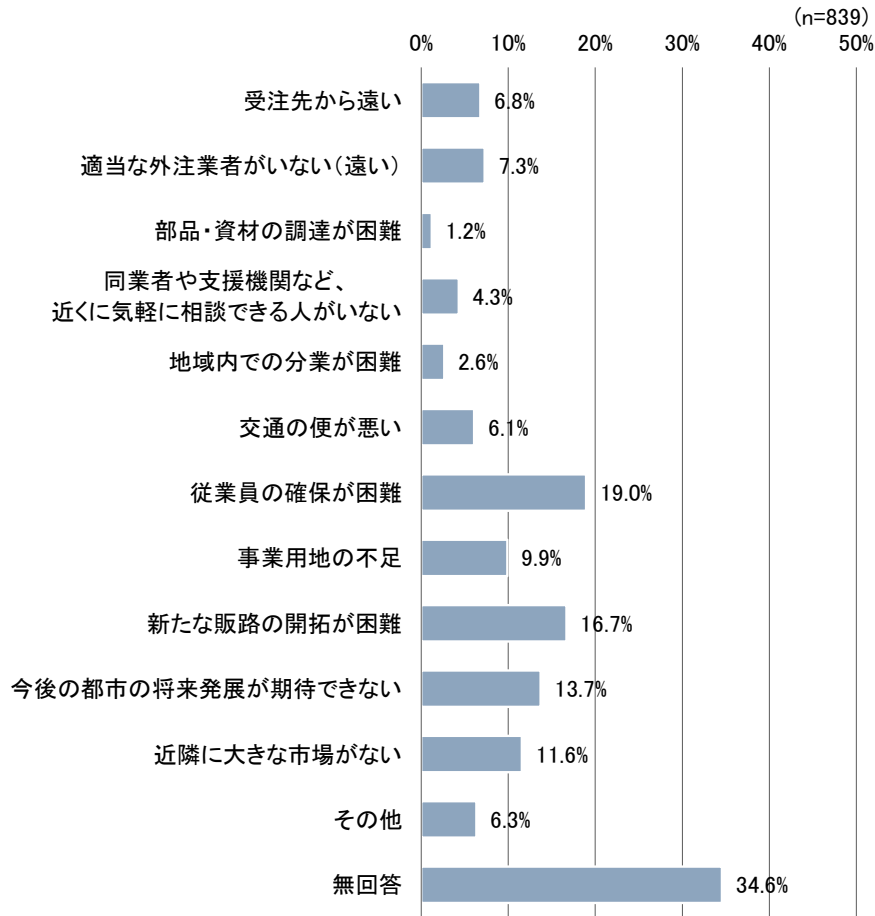
### (3) 泉大津市における事業のしやすさについて

#### 【泉大津市に立地しているメリット】



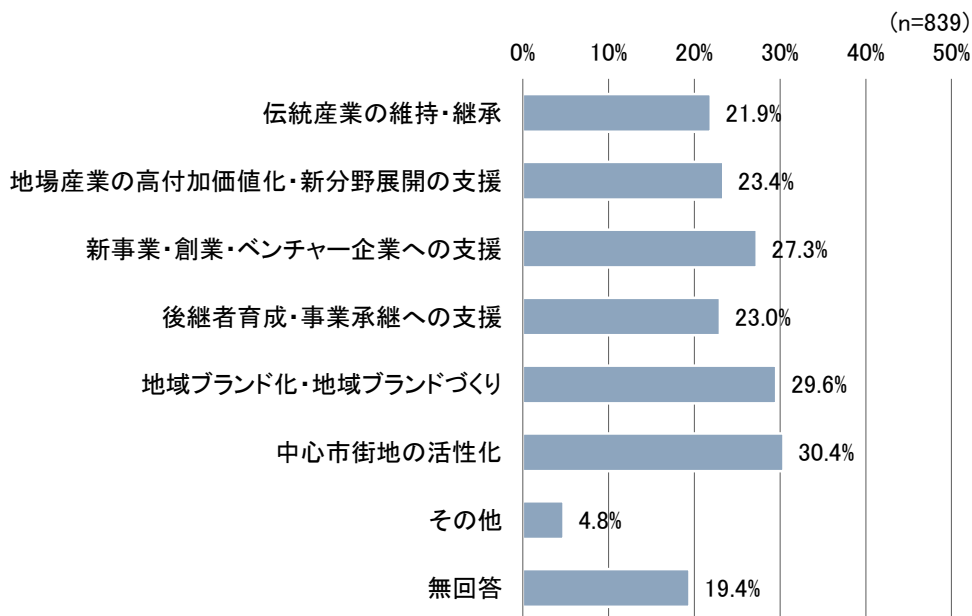


### 【泉大津市に立地しているデメリット】



### (1) 泉大津市の産業振興の取組について

#### 【産業振興、地域活性化のために取り組むべきこと】



# 泉大津市商工業振興ビジョンの策定経過

## 1. 策定体制

学識経験者、商工団体、金融機関、商工業事業者、観光事業者、港湾管理者、公募市民からなる策定委員会を設置し、専門的かつ多角的な視点から本市商工業振興に向けて取り組むべき施策の方向性や取組について検討を行った。

## 2. 策定委員名簿

属性	組織名・役職	氏名
学識経験者	大阪公立大学 商学部公共経営学科 准教授	小沢 貴史
	桃山学院大学ビジネスデザイン学部 ビジネスデザイン学科 講師	稲田 優子
商工会	泉大津商工会議所 会頭	臼谷 喜世彦
金融機関	池田泉州銀行 泉大津支店長	菱川 孝宏
観光業	(株)南海国際旅行 取締役社長	清原 康仁
港湾管理者	大阪港湾局 泉州港湾・海岸部 部長	富井 浩一
産業事業者	(株)アイソトープ 相談役	金沢 克哉
	今新毛織(株) 代表取締役社長	今井 基樹
	SASAWASHI(株) 取締役	糸井 利典
商店事業者	泉大津市商店連合会 会長	迫下 英治
	北助松商店街振興組合 会員	諸橋 里沙
市民	公募市民	吉岡 藍
	公募市民	羽田野 建夫

### 3. 策定経過

#### (1) 会議概要

会議	日時	検討内容
第1回策定委員会	令和5年 4月26日	・現行ビジョンの振り返り ・市の産業の現状について
商店事業者座談会	令和5年 6月15日	市内商業の現状と課題について
第2回策定委員会	令和5年 6月28日	・新ビジョンのコンセプト(案)について ・「まちの個性・にぎわいの創出」について
第3回策定委員会	令和5年 8月9日	・新ビジョン骨子・施策体系(案)について ・「製造業・繊維産業の振興」について
繊維事業者座談会	令和5年 10月18日	市内繊維産業の現状と課題について
第4回策定委員会	令和5年 10月27日	・アンケート調査結果について ・「港湾エリアの振興」について
第5回策定委員会	令和5年 12月15日	・商工業振興ビジョン(素案)について ・新ビジョンの進行管理について
第6回策定委員会	令和6年 2月9日	・商工業振興ビジョン(素案)について ・ビジョン概要版について

#### (2) パブリックコメントの実施

実施期間	令和6年2月22日～令和6年3月21日
実施方法	①本市ウェブサイト及び泉大津市地域経済課窓口における周知、意見提出様式配布 ②郵送による意見収集