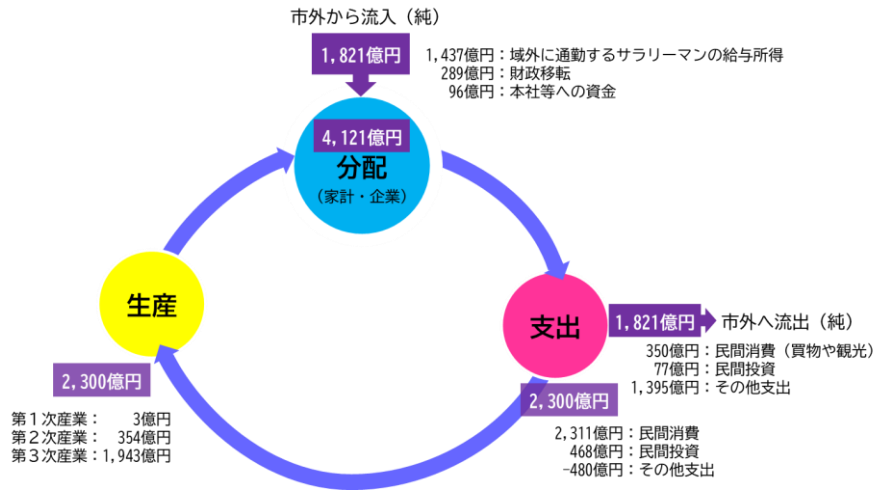


## 事業者の現状と課題（商工関連）

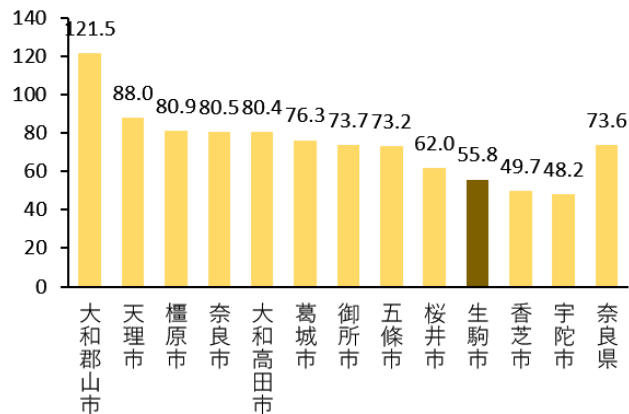
# 生駒市の経済

## 地域経済循環（2018）再掲



## 地域経済循環率（2018年）

### 域内支出/分配(%)



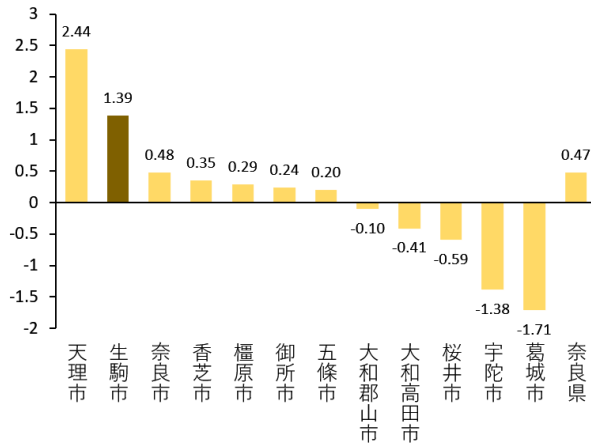
## 生駒市支出額の推移（億円）

	民間消費				投資	その他支出	市内支出 合計
	市内消費	流出	合計	流出率			
2010	2,053	429	2,482	17.3	336	-329	2,060
2013	2,133	434	2,567	16.9	375	-396	2,112
2015	2,222	392	2,614	15.0	480	-449	2,253
2018	2,311	350	2,661	13.2	468	-480	2,299

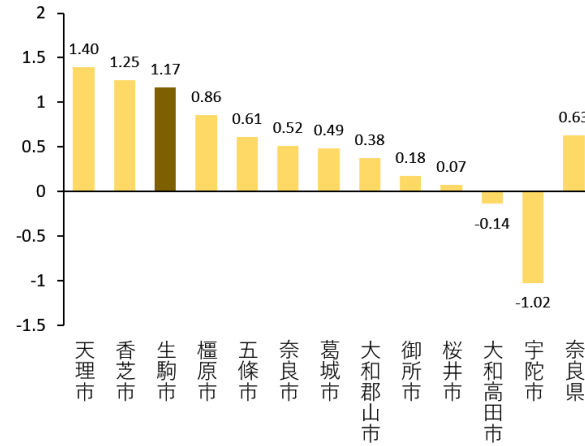
## 支出流出入率(2018年) (%)

	民間消費	民間投資	その他支出
生駒市	-13.1	-14.2	-152.4
奈良市	17.2	-11.5	-115.7
大和高田市	10.1	-7.9	-124.7
大和郡山市	15.8	17.4	43.7
天理市	27.2	-15.2	-100.5
橿原市	43.7	-20.4	-174.6
桜井市	20.9	-28.4	-150.9
五條市	18.7	-25.6	-78.5
御所市	24.7	-19.5	-100.7
香芝市	2.3	-28.5	-190.9
葛城市	9.5	-11.3	-99.7
宇陀市	19.3	-38.7	-141.5

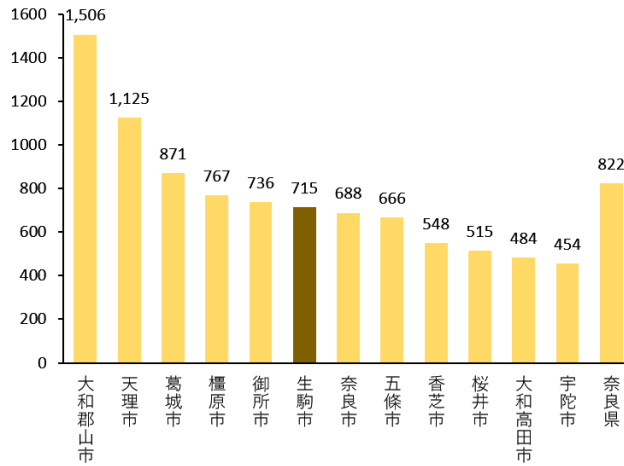
年平均成長率（生産所得）（2010-2018）（%）



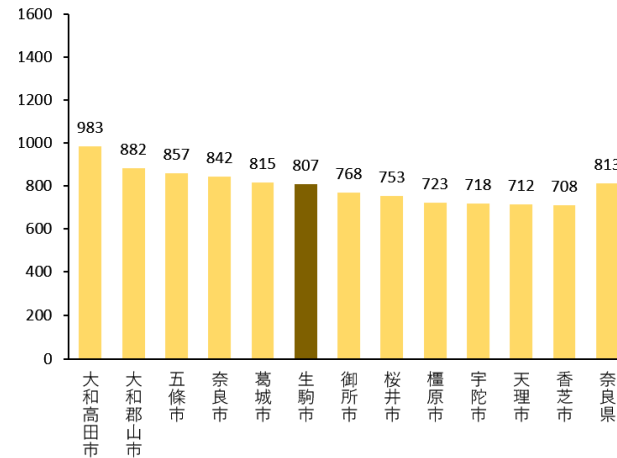
年平均成長率（分配所得）（2010-2018）（%）



労働生産性（第2次産業。2018年）（万円）



労働生産性（第3次産業。2018年）（万円）



# 事業者アンケート調査

## 【経営状況】

- 販売先は生駒市内、大阪、奈良県内の順に高く、仕入れ先は大阪、奈良県内、生駒市内の順に高い。多くの事業所が地域外から財・サービスを仕入れ、生駒市内を中心に販売している。
- 最近3年程度の経営状況全体として厳しい状況にあり、将来展望も「厳しくなっていく」という回答が多くなっている。特に従業員数の少ない事業所、個人事業主などでその傾向が大きく、その要因に外部要因をあげている。
- 事業の後継者がいない事業所が半数を超え、その要因として「事業・産業分野の将来が展望できない」が最も多く挙げられ、次いで「まだ経営者が若い」、小規模・非製造業では「考えたことがない」の割合も多い。

## 【事業内容】

- 製造業とそれ以外の業種ともに、「取引を通じた信頼」や「固定顧客」、技術力・品質・品揃えなどを自社の強み挙げる事業所が多く、技術力やサービス内容に裏打ちされた信頼関係を重視していることがわかる。
- 経営課題解決のために利用したことがある機関は、南都銀行・生駒市役所であり、その他の支援機関、大学や研究機関を利用した事業所の割合は低くなっている。
- 今後期待する商工業及び観光振興施策や支援策として、資金面を挙げる事業所が多い一方で、人材確保や情報提供などへのニーズも高くなっており、幅広い施策・支援策の実施が求められているといえる。
- 事業内容に対するコロナ禍の影響は大きく、多くが事業の縮小や補助金・助成金の活用、経費等の見直しとなどの対応を行っている。
- 事業者間の交流の機会は、同業種が最も多く、次いで関連業種や異業種となっている。卸売業、飲食宿泊業、小売業では全くないという回答も多い。また従業員数の少ない事業所、個人事業主などで交流の機会が少ない傾向がある。

# 事業者ヒアリング調査

## 【事業の進め方】

- 生駒市の事業者の特徴として、利益重視や価格優先といったがつつした商売はしない傾向が見られた。
- 事業を続けるために、利益だけでなく地域とのつながりを持つことを重視している意見も多くみられた。
- 人材の確保について意見も出されたが、大卒では地域外で就職する傾向が高いため、地元志向の高い高卒の採用を進めているという意見も見られた。

## 【今後の事業展開】

- 生駒市内では、店舗や事業用地などの不動産と事業者のニーズのミスマッチがあることが多く挙げられた。
- ものづくり産業の魅力などを市民、若い世代に知ってもらうための機会を広げたいというニーズも見られた。
- 事業者間の情報交換や共同出店など、事業者間の連携へのニーズが多く事業者にあることが分かった。

## 【事業者からみた生駒市民の傾向】

- 生駒市の市民の特徴として、上品で保守的、ボランティア気質が高いといった意見が出された。一方で生駒市には課題が少なく地元に関心が薄い市民も多いという意見が出された。
- 大阪へ通勤する人が多いことから、地域密着度が低いのもかもしれないという意見も出された。
- 生駒市内には家族で利用できる店舗が少なく、小さい子ども連れとなるとどうしてもショッピングモールなどを選択することとなり、年月とともにその習慣が根付いてしまう傾向にあるという意見が出された。
- 魅力的な個店が少ないという課題も出されたが、市民の傾向として生活必需品ではないものにお金を使いたい人も多いのではないかという意見も見られた。

# 市民アンケート調査

## 【就労状況・意向】

- 全体では、会社員（正社員・契約社員・派遣社員）が最も多く、ついでパート・アルバイトとなっている。男女の比較では、女性でパート・アルバイトの割合が高くなっている。一方で未成年の子どもがいる世帯では、専業主婦・主夫の割合が高くなっている。
- これからの働き方については、現在の働き方を続けたいという回答が最も多いが、未成年の子どもがいる世帯では、ワークライフバランスの重視、近い将来に就職したいという意向の割合も高くなっている。
- 働き方を考える条件や副業目的についての回答からは、収入の確保を重視する意識が高いことがうかがえる。ついで、柔軟な勤務形態や、やりがいあげられている。

## 【消費行動】

- 生駒市内の買い物の利便性については、利便性が比較的高いという回答が多くなった。買い物場所を選ぶ基準として自宅からの距離や行きやすさと価格の安さが多く挙げられている。また今後増えてほしい業態の店舗として、大型商業施設やショッピングセンターが多く挙げられている。
- 実際の買い物行動は、日常生活に必要なものの多くが生駒市内で購入されているがスーパーマーケットやコンビニでの購入が多く、洋服・衣料品や趣味・娯楽関連用品は市外での購入が多くなっている。
- 理容・美容院や習い事・教室・塾などでは市内の個人商店を利用する割合が高く、特に子育て世代での習い事・教室・塾などでその傾向が高くなっている。
- 観光・レクリエーション面では、コロナ禍の影響を受けて外出の機会が減ったと回答が多くなった。子どものいる世帯としない世帯では、子どものいる世帯がより近隣地域での行動割合が多くなっている。
- 生駒市内の観光客の増加については、肯定的な意見が多くなっているが、日常生活の利便性や生活環境への影響を不安視する意見も多く見られる。

# 生駒市の事業者像

## 【製造業の事業所】

- 製造業全体では中小規模の事業所が多いが、事業所数は減少し、従業者数は増加するなど、規模の大きい事業所が多くなる傾向にある。
- 技術力・品質などに裏打ちされた「取引を通じた信頼」を強みとする事業者が多い。
- 他業種に比べて、比較的事業者間の交流の機会が多い。
- 生駒市の製造業は系列会社も多く、親会社の業績変動やその他の外的要因の影響を受けやすい。
- 雇用確保などのため「ものづくり」について広く知ってもらう機会へのニーズもある。

## 【商業（小売業、飲食業）など非製造業事業所】

- 製造業以外の事業所では、少数の大規模な事業所と、多くの小規模な事業所で構成されている。中でも小売業は、小規模店舗の減少、1店舗当たりの売り場面積が増加傾向にある。
- 技術力・品揃えなどに裏打ちされた「固定顧客」を強みとする事業者が多い。
- 事業者間の交流の機会が少ない。
- 利益重視や価格優先といったがつつがつつした商売はしない傾向にある事業者が多い。

# 生駒市民の就労・消費行動像

## 【生駒市民の就労・働き方】

- 大阪府に通勤するサラリーマンが多い。市内では生駒市民の女性就業者が多い。一方で未成年の子どもだいる世帯では、専業主婦・主夫の割合が高くなっている。
- 卸売業・小売業や医療・福祉、製造業に従事する市民が多い。
- 現在の働き方を続けたい方が多いが、未成年の子どもがいる世帯では、ワークライフバランスの重視、近い将来に就職したいという意向の方も多い。
- 働き方においては、収入の確保を重視する意識が高いが、次いで柔軟な勤務形態や仕事のやりがいなどがあげられている。
- 生駒市への評価として、暮らしやすい環境、日常生活の利便性や良好な生活環境への評価が高い。

## 【生駒市民の消費行動】

- 生駒市内の買い物環境については、利便性が比較的高いという認識が高い。
- 買い物場所を選ぶ基準として自宅からの距離や行きやすさと価格の安さを重視する傾向にある。
- 日常生活に必要なものの多くを生駒市内で購入するが、スーパーマーケットやコンビニでの購入が多い。洋服・衣料品や趣味・娯楽関連用品は市外での購入が多くなっている。
- 今後増えてほしい業態の店舗として、大型商業施設やショッピングセンターが多く挙げられているが、次いで「 外食サービス 」 「 趣味・娯楽関連用品 」 「 洋服・衣料品 」 などへの ニーズが 高く、趣味・娯楽・レクリエーションにつながるサービスへのニーズが高くなっていることがうかがえる。
- これからの「地域経済循環」の取組に向けたすべての取組について約半数は関心をもたれている。