

生駒市らしい戦略（第2回分科会で提示予定）を策定するために  
第1回商工企業分科会において意見をうかがいたい点

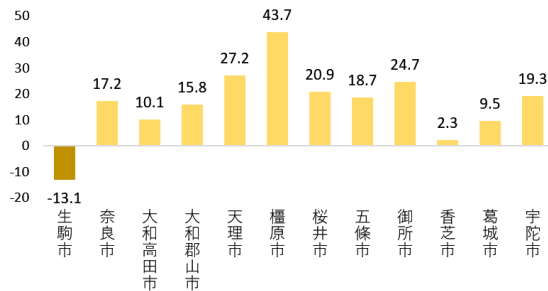
# 生駒市民の消費のうち、市外に流出する額を減らしたい

Q1：市内消費額が増加し、流出額が減少している。この背景には何が合ったのか？この背景を探ることで流出抑制のヒントが見えるのではないかな？

市内消費額と流出消費額（億円）の推移（一部再掲）

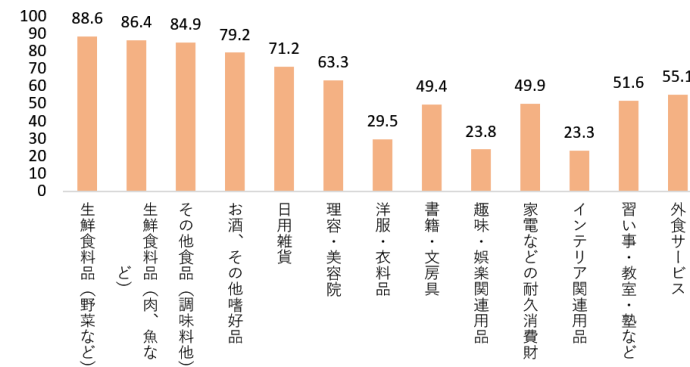
	民間消費			
	市内消費	流出	合計	流出率
2010	2,053	429	2,482	17.3
2013	2,133	434	2,567	16.9
2015	2,222	392	2,614	15.0
2018	2,311	350	2,661	13.2

民間消費流出率（2018）（%）



Q2：減少傾向にあるとはいえ、年間350億円の消費が流出。奈良県下の市では、唯一生駒市だけが流出超過。その理由として考えられるのは何か？生駒市には特別の事情があるかな？

1番多い購入場所(%)



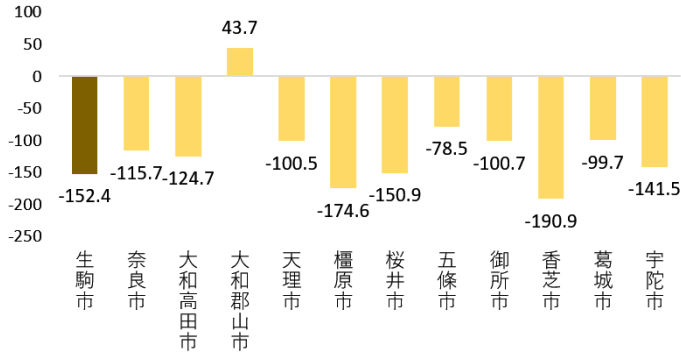
Q3：今後、ネット販売が増加する中で市内消費額を増やすために何が必要かな？右図は市民アンケート調査結果から見た「市民の消費行動」である。この中に、消費の流出を減らす戦略はあるかな？生駒市のリソースが不足しているのかな？

## 市民アンケート調査結果（再掲）

- 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。

# 生駒市外に流出する額を減らしたい（その他支出）

その他支出流出率（2018）（%）

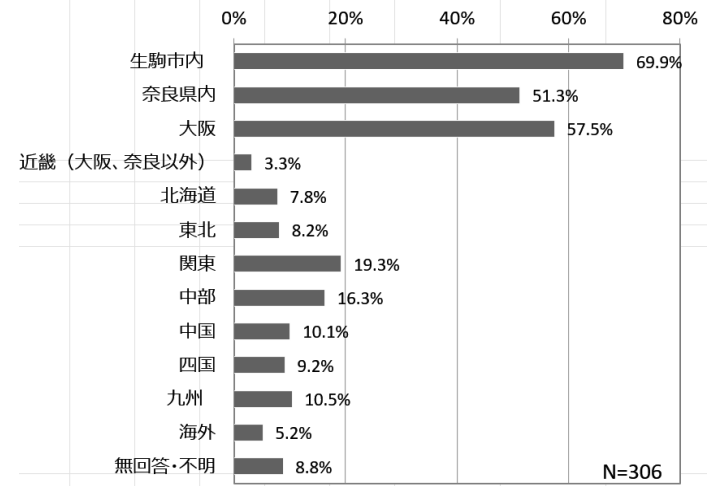


Q1：生駒市内で販売するが、仕入れは市外からが多い。地域でお金を回すことが生駒市の事業者にとって重要であるが、市内で仕入れを増やすことは可能か？

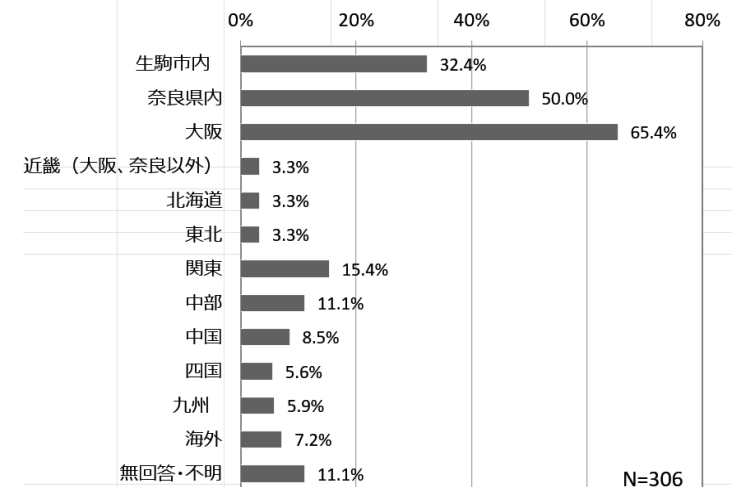
Q2：可能だとすればどのような方策があるか？（市内で仕入れることの重要性を訴えるのではなく）

## アンケート調査結果

販売先がある地域



仕入れ先がある地域



# 生駒市のビジネス環境を良くしたい

## ビジネス活動における強みと弱み

	強みである	ばど強みどちらかであるといえ	どちらでもない	ばど弱みどちらかであるといえ	弱みである	無回答・不明	
①交通の利便性	30.4%	34.3%	19.3%	4.6%	4.6%	6.9%	100.0%
②親会社・関連会社との距離	7.8%	14.4%	52.0%	3.9%	2.9%	19.0%	100.0%
③取引先企業との距離	7.2%	19.6%	51.0%	5.6%	2.3%	14.4%	100.0%
④取引の拡大や集客への期待	7.5%	20.3%	44.1%	10.8%	4.9%	12.4%	100.0%
⑤従業員の通勤の利便性	10.5%	28.1%	40.8%	6.5%	2.3%	11.8%	100.0%
⑥同業種の企業の集積度	3.3%	9.2%	58.2%	12.7%	4.6%	12.1%	100.0%
⑦学研都市との近さ	5.6%	9.2%	69.3%	2.0%	2.0%	12.1%	100.0%
⑧施設の拡充や建替の余地	2.6%	7.8%	55.9%	11.1%	7.8%	14.7%	100.0%
⑨地代・家賃	5.6%	17.3%	49.0%	11.1%	5.6%	11.4%	100.0%
⑩駐車場の確保	7.8%	19.3%	38.2%	15.7%	8.8%	10.1%	100.0%
⑪人材の確保	2.3%	10.8%	51.0%	15.0%	8.5%	12.4%	100.0%
⑫まちのイメージ	17.0%	33.7%	35.6%	2.9%	2.3%	8.5%	100.0%
⑬経営相談や技術指導の体制	2.9%	8.2%	69.0%	4.6%	2.9%	12.4%	100.0%
⑭行政サービスの充実度	8.2%	21.6%	53.6%	3.9%	3.3%	9.5%	100.0%
全体	8.5%	18.1%	49.1%	7.9%	4.5%	12.0%	100.0%
	363	776	2102	338	192	513	4284

Q1. ビジネス環境は事業活動を展開するうえで重要である。右表は事業者アンケート調査で見た生駒市の強みと弱みである。この結果をどのようにとらえ、商工振興戦略にどのように活かせばよいか。

Q2: これら項目で、ビジネスにおいてとくに重要だと考えるのはどれか。

# 事業者アンケート・インタビュー調査等から産業発展戦略を考えたい。

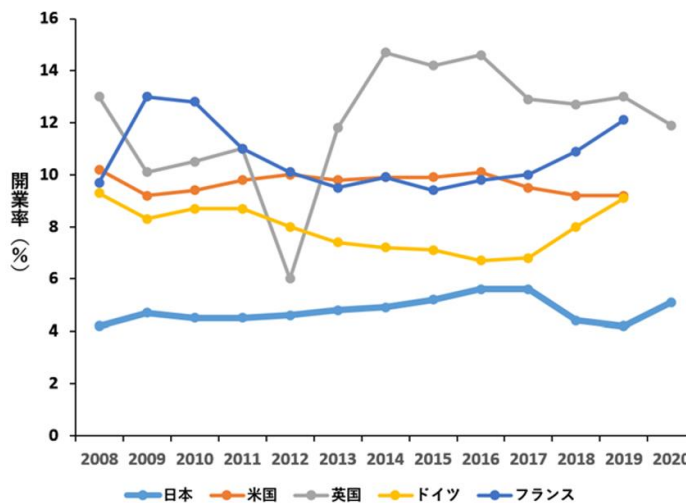
Q1：今後期待する商工業及び観光振興施策や支援策として、資金面を挙げる事業所が多い一方で、人材確保や情報提供などへのニーズも高くなっている。効果的な施策に結びつけるためにも、現在、どのような点に課題があるか。

Q2：新たな事業の創出のためには異業種交流が必要だといわれている。しかし、調査結果では、生駒市の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。異業種交流についてどのように考えているか。また、どうすれば異業種交流を促進することができるか。

Q3：調査によると、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。この結果についてどのように考えるか。

Q4：地域経済の発展にはスタートアップや第二創業、第三創業が重要だといわれている。ところが、日本の開業率は欧米に比べると低い。生駒市が今後スタートアップや第二、第三創業を促進しようとする場合、具体的にどのような要素が必要か。

開業率の国際比較



中小企業庁「中小企業白書」



商業・サービス業	個店の魅力の向上	市内外から訪れたいくなるような魅力ある商店を育てるため、市内の個性的で意欲のある個店の情報発信・PR活動を支援する。また、既存個店のイノベーションや新しい商業・サービスの誘致を支援し、個店が立地しやすい環境が整ったまちとしての魅力の向上を図る。	酒蔵ツアー	実施
			コロナ対策	実施
			産学金官の連携	×
			イコマドに商圈分析システム「MieNa」を導入	実施
			誘導エリアへの商業・サービス業の誘致、空き家のリノベーション支援などの検討	×
	生駒駅周辺商業集積地の活性化	大学生など、第三者的で新たな切り口による提案や連携ができる人材を活用し、生駒駅周辺の商業地の維持及び個店のイノベーションを促進する。また、生駒駅周辺、特に駅南側を買い物客だけでなく、より多くの人が集い、回遊する、歩いて楽しいエリアとして形成していくため、まちの物語（ストーリー）づくり及び景観やアート・文化資源の整備など、一体的な環境・イメージづくりを推進する。	駅周辺における学生が回遊・滞留するまちづくり	×
			「おちやせん」の創業支援のため、アンケートやポスター制作での連携	実施
			生駒駅南口周辺都市空間再編事業（大学サテライトの設置）	検討中
			歩いて楽しい駅周辺の統一感の創出	×
			生駒駅南口周辺の景観づくり	検討中
	にぎわい活動の支援	地域の活性化や商工観光の振興に寄与する市民・市民団体の主体的な活動を支援する。	「たつた揚げプロジェクト」	途中まで実施
			生駒山麓の魅力的な飲食店のPR	×
			提案型商工観光活性化事業補助金による支援	実施
「おべんとマルシェ」への支援（コロナ対策）			実施	

横断的分 野	① 商工観光の情報 受発信の強化	イコマニアなどの仕組みを活用しながら、まちのイメージを高めるブランド力を持った製品・商品を育成する。また、国・県等の支援機関に関する情報の提供や支援メニューのPRなど、市内企業の経営やイノベーションを支える情報受発信の仕組みを強化する。	チャレンジ商品事業を実施し、創業予定者や創業5年以内の新規事業者の商品づくりを支援	実施
			その他、伝統産業のコンテストやイコマニア等の活用	×
			ハローワーク、よろず支援拠点、信用保証協会との連携	実施
			ジェトロ奈良とセミナー開催	実施
			その他の県・国の支援機関との連携	×
			国・奈良県等への規制緩和・支援の要請と行政手続の効率化	×
			チャレンジ商品事業、創業予定者や新規事業者の商品づくりの商品開発や販売促進、ベルステージの運用等の日常営業以外の	×
	② 創業支援	各支援機関が連携し、創業に関する窓口の一本化や効果的な情報発信など、創業を希望する人に分かりやすく、事業の発展段階に応じた支援体制を構築・強化する。また、女性がライフスタイルや価値観、意欲に応じて、サロネーゼを含む新たな働き方や自己実現の選択肢の幅を広げる機会づくりに努める。	創業支援情報の一元化・連携体制	×
			メールによる情報配信	実施
			女性向け創業支援事業（2017-19）、いこま経営塾、ILBHにお	実施
			ワーク・ライフ・バランスの啓発	×
			多様な働き方への支援	×
			ハローワークと連携した就職面接会（2019以降は女性に特化し	実施
③ 産業教育の推進	伝統産業や製造業、商業などの現場や大学等と連携し、就業体験を通じた生駒の子どもたちのキャリア教育や将来の産業の担い手育成を推進する。	児童・生徒の市内インターン・ワークショップ参加機会の充 実	×	
④ 農業との連携	農・商業者がそれぞれの有する経営資源を互いに持ち寄って連携推進を図る。	アンケート調査、それを踏まえた連携手法の検討	×	
		飲食店と農家が連携した「いこまレストラン」（延べ3店舗）	実施	