

生駒市 商工観光ビジョン・案

令和5(2023)年 月
生駒市 地域活力創生部
商工観光課
2023.8.22 時点

目次

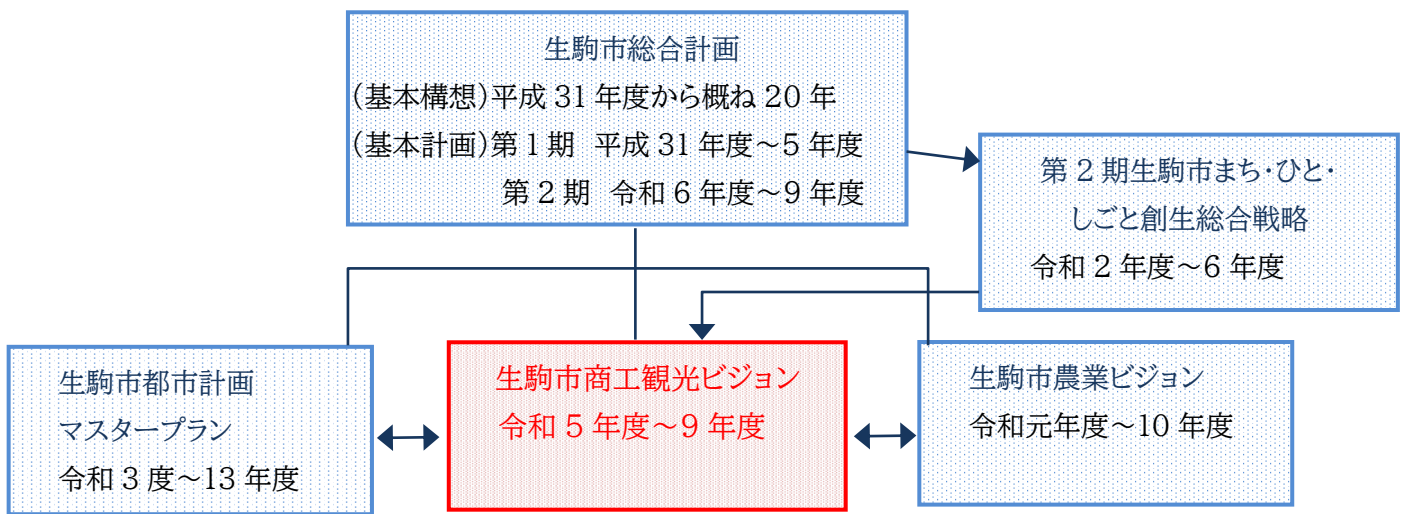
序章 生駒市商工観光ビジョンとは
0.1 関連計画との位置づけ	
0.2 本ビジョンの計画期間	
0.3 計画の構成	
第1章 生駒市商工観光ビジョン改定にあたって
1.1 改定の趣旨	
1.2 改定の背景	
第2章 生駒市産業を取り巻く環境
2.1 生駒市の人口・世帯の推移と将来予測	
2.2 生駒市の経済構造	
2.3 生駒市の事業者をとりまく経営環境	
2.4 就業者をとりまく労働環境	
第3章 生駒市産業の現状と課題
3.1 産業全体の状況	
3.2 市内事業者の経営状況	
3.3 製造業(工場)	
3.4 商業(小売業、飲食業等)	
3.5 観光	
3.6 起業	
3.7 雇用・就労	
3.8 立地	
第4章 めざす将来像
4.1 めざす将来像	
4.2 基本方針	
4.3 5つの分野の目標と施策の方向	
第5章 事業者、市民の取り組み、行政等の役割
第6章 新ビジョンの推進体制

0 生駒市商工観光ビジョンとは

市の総合計画が市政全般にわたる総合的な指針であるのに対し、「生駒市商工観光ビジョン」は商業、工業、観光及びその横断的な分野に関する産業振興の具体的な指針としての役割を果たすものです。

0.1 関連計画との位置づけ

本ビジョンは「生駒市第6次総合計画」を上位計画として、「生駒市都市マスタープラン」や「生駒市農業ビジョン」などの関連計画と整合性を図り、一体として取り組むものです。



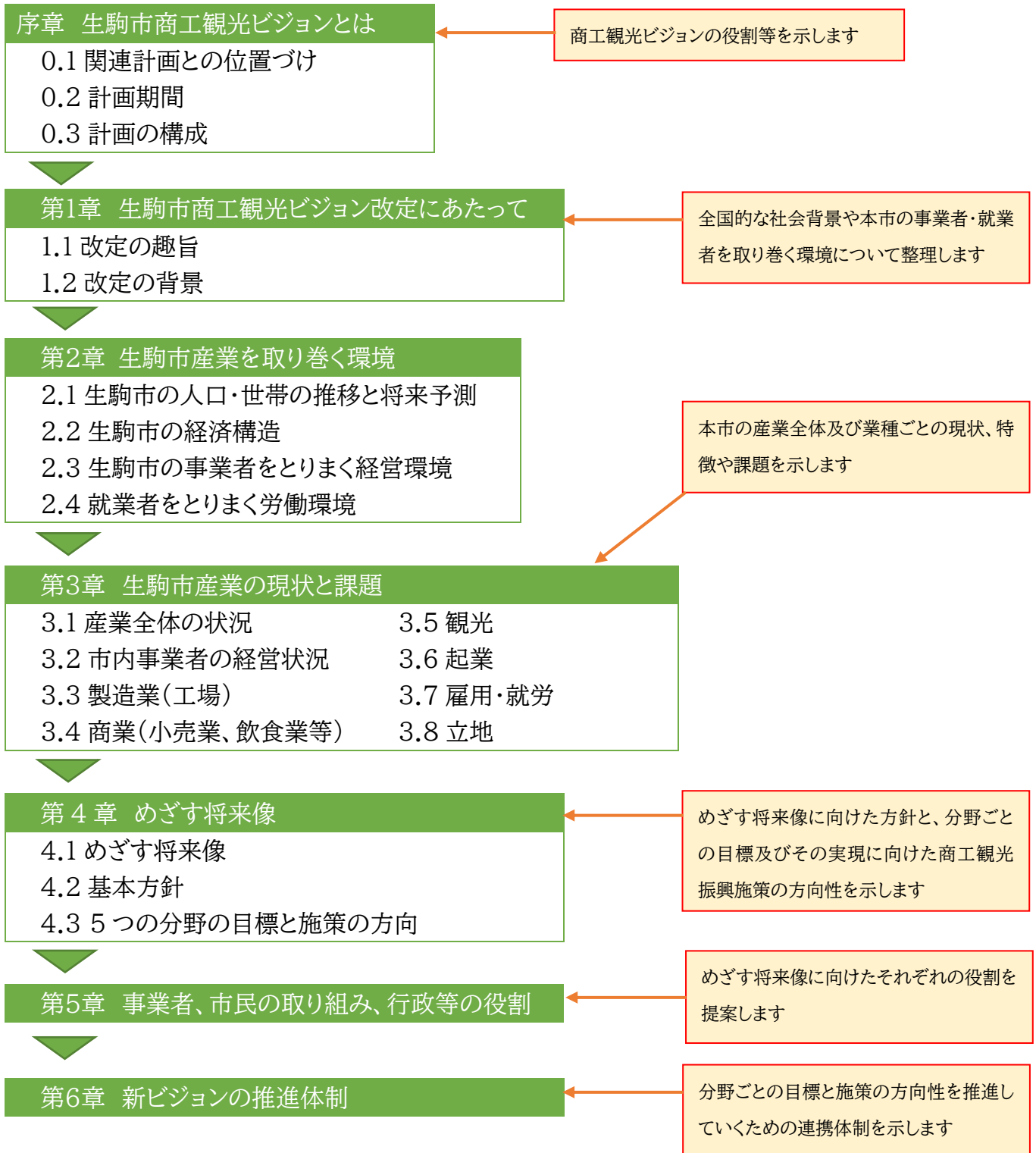
0.2 本ビジョンの計画期間

本ビジョンは、令和5年度～令和9年度までの5年間を計画期間とします。

	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9
商工観光ビジョン	現行ビジョン		商工観光ビジョン（改定版）				
第6次総合計画 基本構想（概ね20年）	第6次総合計画（基本構想）						
第6次総合計画 基本計画（4年を基本）	第1期基本計画			第2期基本計画			

0.3 計画の構成

本計画は、以下のように構成しています。



1 生駒市商工観光ビジョンの改定にあたって

1.1 改定の趣旨

本市では、「第5次生駒市総合計画(後期基本計画)」における基本政策の一つとして「(5)地域の資源と知恵を活かし、にぎわいと活力あるまち」を位置づけ、商工業と農業の一部及び観光の観点から、生駒市全体の産業の方向性を示すことを目的として、平成29(2017)年に6年間を見据えた初めての「生駒市商工観光ビジョン(以下、「現行ビジョン」という。)」を策定しました。

現行ビジョンでは、「商工観光も歓迎するまち「生駒」～住み良さ、働きやすさを一層高める～」を基本方針のもと、産学官のすべての支援機関の力と市民の理解と協力による施策を進めることを掲げ、その取組を進めてきましたが、現行ビジョンの期間の終了にあたり、今回、商工観光ビジョンの改定を行うものです。

第6次総合計画においても、人口減少に入って初めての総合計画として、ベッドタウンからの脱却を掲げる将来都市像が新たに設定されており、改定にあたっては、現行ビジョン策定後の人口減少や、新型コロナウイルス禍での経済危機など中小企業をとりまく経営環境の変化を踏まえつつ、①現行ビジョンの検証、②市内産業の現状(既存統計調査)、③事業者アンケート・市民アンケートによる意識調査、④事業者ヒアリング調査、⑤地域経済循環の状況(RESAS)から、商工観光施策の実施上の現状と課題も踏まえ、現行ビジョンの改定を行うものです。

1.2 改定の背景

現行ビジョンの策定後、新型コロナウイルス感染症の影響、地球温暖化問題をはじめとする環境問題への取組やSDGsの観点、DXの進展、働き方をはじめとした意識の変化等、生駒市産業を取り巻く環境は大きく変化しています(SDGsと本ビジョンの関係は下記で詳述します)。

この間、本市においても少子高齢化は、予想を超えるスピードで進んでおり、人口減少による雇用の確保、国内マーケットの縮小が、今後より顕著となる見込みです。その他にも、テレワークの普及、デジタル化、ネット通販のさらなる普及など働き方や消費行動といったライフスタイルの変化もみられています。

現行の第6次生駒市総合計画では、基本的施策として、「地域の資源と知恵をいかし、魅力と活力あふれるまち」を位置づけ、商工業と観光の振興については、

- ・地域経済の活性化や就業機会の増加
- ・既存市内企業の定着、活性化と新規企業の誘致
- ・商業・サービスの事業継承やイノベーションによる定着・発展の促進

を掲げています。また、生産年齢人口が減少する中、労働力の確保に向け多様な働き方の促進に取り組むとしています。

こうした改定の背景を踏まえ、本市全体の商工観光振興の方向性とその支援のあり方について、改めてビジョンとして示すものです。

SDGs(持続可能な開発目標)と本ビジョンの関係



SDGs は、「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称で、2015年9月に国連で採択された2030年までの国際開発目標であり、17の目標と169のターゲット達成により、「誰一人取り残さない」社会の実現に向け、途上国及び先進国で取り組むものです。

本市では、令和元年度に「SDGs未来都市」に選定され、市としてSDGsの推進を行っています。本市のSDGsモデルは、「いこま市民パワー株式会社」を核として、再生可能エネルギー拡大によるエネルギーの地産地消の推進、市内産業の活性化、収益の還元による地域課題の解決、市民のまちづくりへの参画の促進など、「経済」・「社会」・「環境」に関する課題に対応し、「日本版シュタットベルケ(注)モデル」の実現を目指しています。

これらに加え、本ビジョンにおいても、

- ・目標4:質の高い教育をみんなに
- ・目標8:働きがいも経済成長も
- ・目標9:産業と技術革新の基盤をつくろう
- ・目標12:つくる責任 つかう責任
- ・目標17:パートナーシップで目標を達成しよう

の5つのゴールに貢献する取り組みが、関係する多様な主体により行われることが期待されます。事業者においても、本業を含めた取組を通じて社会課題の解決に図るというアプローチへの注目が高まっていますが、重要性の理解や取組内容がまだ十分ではないともいわれているところです。生駒市では、本ビジョンを通じて、SDGsにあげられている社会課題への取り組みを行う企業を支援するとともに、すべての生駒市民の暮らしを良くする、働きがいのある仕事を増やしていきます。

(注)シュタットベルケとは

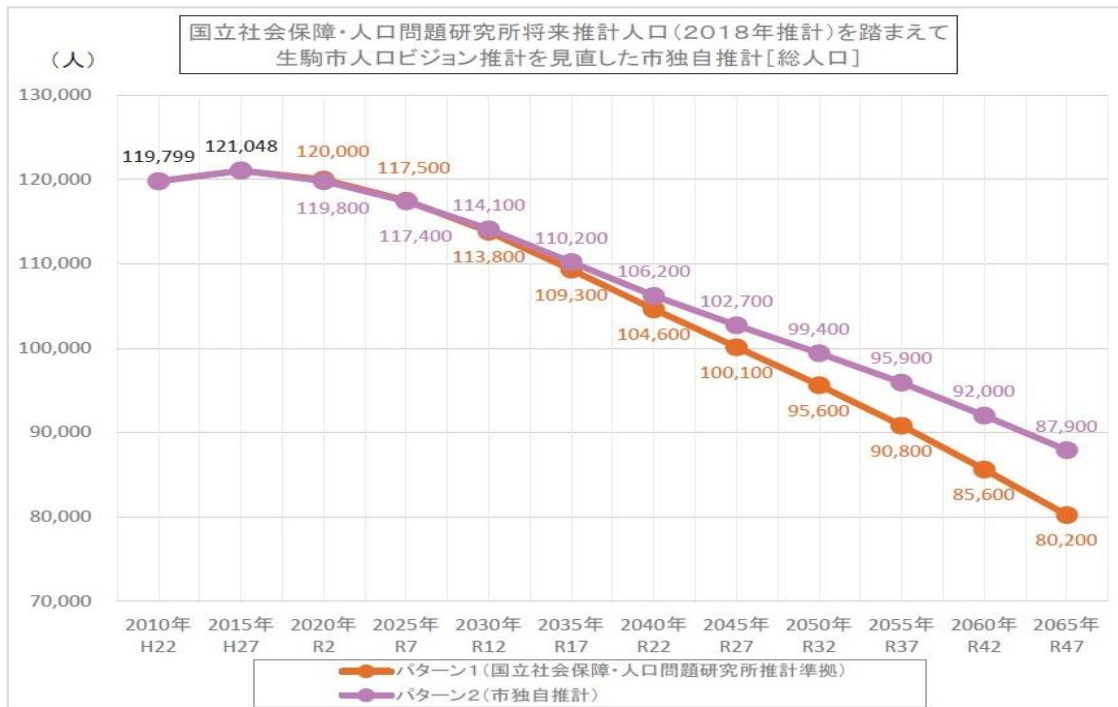
ドイツにおける、電気、ガス、水道、交通などの公共インフラを整備・運営する公社のことです。複数のサービス提供を1つの事業体で行うことで地域密着の公共サービスの提供を目的としています。

2 生駒市産業を取り巻く環境

2.1 生駒市の人口・世帯の推移と将来予測

生駒市の人口は、平成 25 年の 121,331 人をピークに横ばいが続いた後、今後、人口減少が進むと予測されています。

図 - 1 生駒市の将来人口推計（「人口ビジョン」改訂版より）



一方世帯数は、現在も増加傾向が続いていますが、世帯当たりの人員は少なくなっています。世帯の人員構成は平成 17 年では 3 人以上世帯が半数以上を占めていましたが、令和 2 年では 2 人世帯がもっとも多くなり、単身世帯と合わせた 2 人以下の世帯の割合が 6 割以上を占めるようになりました。

図 - 2 生駒市の人口・世帯数の推移(平成17年～令和2年)

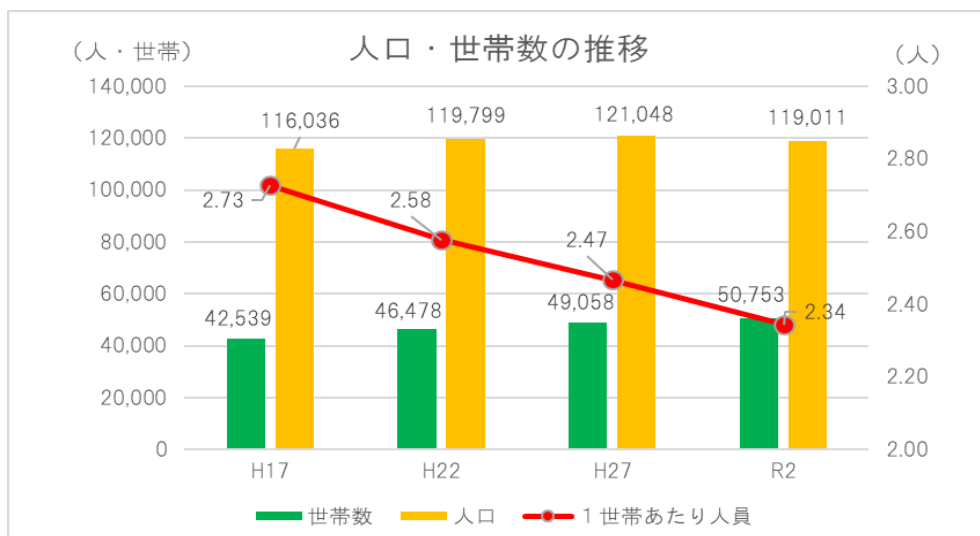
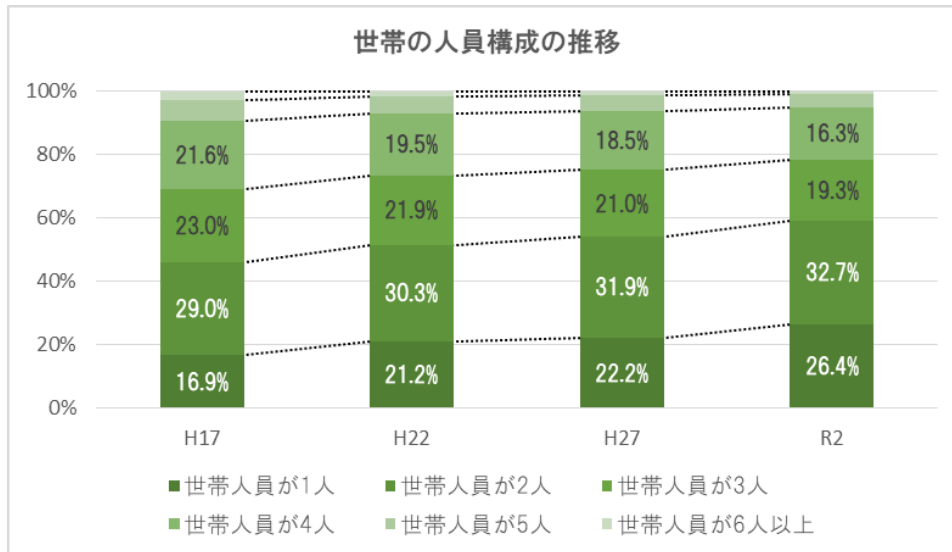


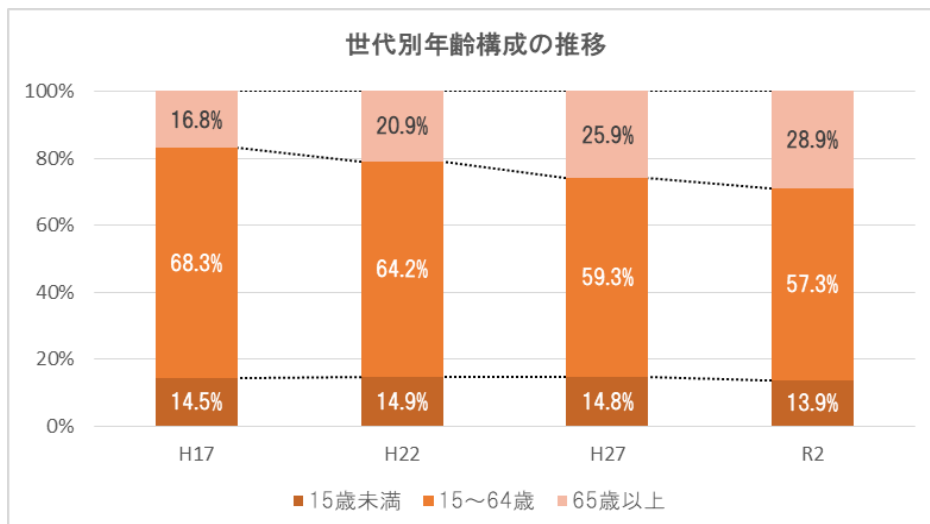
図 - 3 生駒市の世帯人員構成の推移（平成 17 年～令和 2 年）



※国勢調査による。

人口の世代別構成では、生産年齢人口が、平成 12 年以降大きく減少し、今後も減少することが予測されています。年少人口は、平成 17 年には老年人口を下回り、今後も減少すると予測されています。老年人口は、当面は増加傾向が続き、2045 年頃をピークにその後減少すると予測されていますが、それまでの期間においては、1970～1980 年代に転入した世代の定住率が高い中、住宅開発地毎に高齢化が進展する状況にあり、市全体が超高齢化に移行すると予測されています。高齢者が安心して暮らせるためには、日常の買い物や移動の利便性確保など、産業とその他分野が一体となった取り組みが必要になります。

図 - 4 生駒市の世代別年齢構成の推移（平成 17 年～令和 2 年）

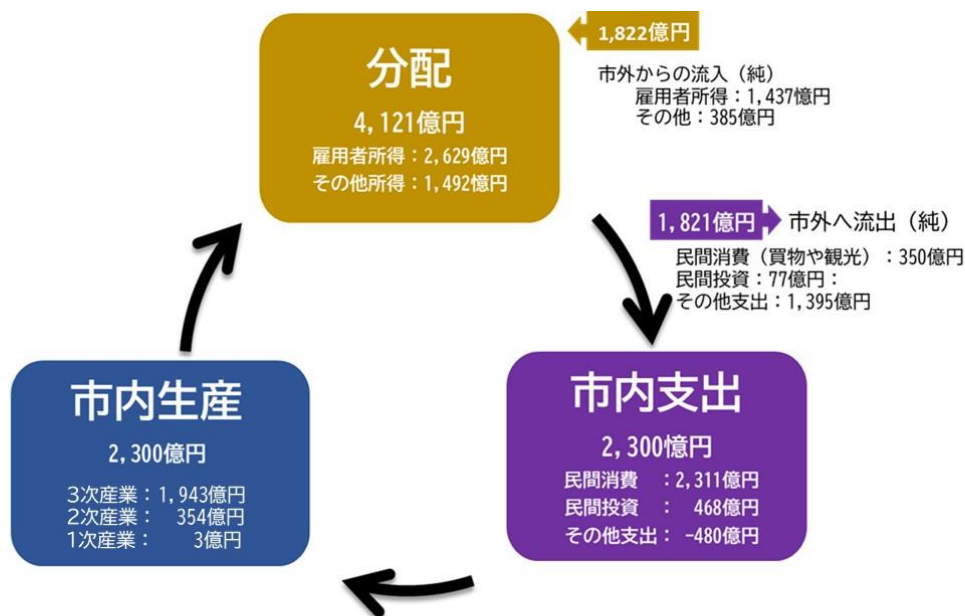


※国勢調査による。

2.2 生駒市の経済構造

地域経済循環で見た生駒市経済生駒市の経済構造

○地域内企業の経済活動を通じて生産された付加価値は、①労働者や企業の所得として分配され、②消費や投資として支出されて、再び地域内企業に還流します。このお金の循環を見ることで生駒市の経済構造を把握することができます。



金額は2018年度。
資料)RESAS

(1)生産からみた地域経済

○市内の生産で生まれる付加価値額を最も算出しているのは3次産業(約 1,943 億円)であり、奈良県平均や全国平均と比べるとその割合が高くなっています。また、その内訳は「保健衛生・社会事業」(16.9%)、「教育」(8.5%)、「小売業」(8.0%)の順になっています。

(注)3次産業のうち、最も付加価値額を算出しているのは「住宅賃貸業」(21.7%)ですが、その中には「持ち家の帰属家賃」の付加価値額が多く含まれており、住宅都市である生駒市ではその額が大きくなります。これを市内の生産で生まれた付加価値と見ることは適切でないためここでは除外しています。

○次に付加価値額を算出しているのは2次産業(約 354 億円)で、その内訳は「はん用・生産用・業務用機械」(30.8%)、「建設業」(24.1%)、「印刷業」(12.2%)の順になっています。

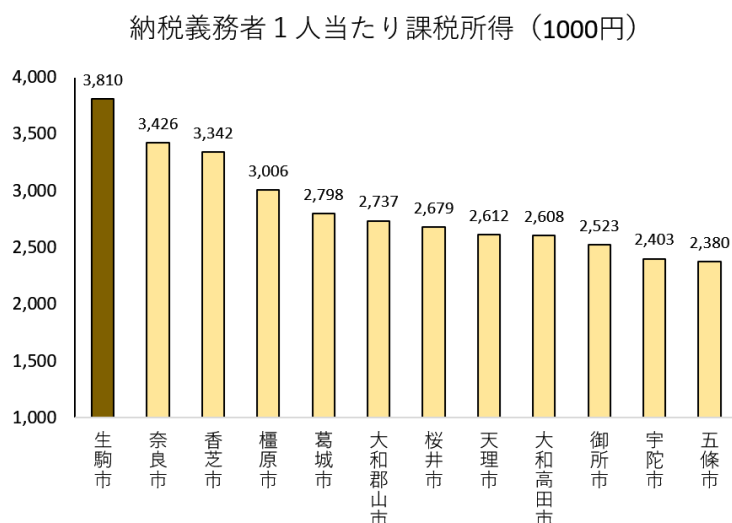
(2)分配からみた地域経済

○所得の63.8%は雇用者所得であり、その内の54.7%は大阪など市外勤務から得られています。

○生駒市の人口1人当たりの分配所得は3.51百万円/人であり、全国平均と比較して低くなっていますが、その理由は、企業が少なく、企業所得が少ないことが大きな要因です。

なお、住民税納税義務者1人当たりの課税所得を見ると、生駒市民の所得水準は高くなっています(図5)。

図-5 納税義務者1人当たり課税所得(1000円)



○雇用の拡大、事業活動の活発化、生産性の改善によって分配所得を増やすことができます。

(3)支出からみた地域経済

○市民や企業の支出の多くは市外に流出しています。買物や観光等で消費が350億円流出しており、その規模は、市民の消費額の13.2%になります。

○市外への流出を減らし、市外からの流入を増やせば、生駒市産業の生産規模は拡大します。

(4)経済構造における課題

○生駒市の地域経済循環率(注)は60%以下と低くなっています。今後は、域外からの所得・分配を維持するとともに域外支出を減らし、生産を高めるなど地域経済循環率を高めていくことが必要となります。

○域外消費を域内消費に転換するには、消費者の行動変容に繋がるよう域内消費の意識を醸成していくとともに、消費行動の受け皿となる事業者や消費の場の確保などが求められます。

○域外からの訪問者の増加や、市外事業者への販売などを促進することが必要となります。

○企業の投資拡大により生産性を向上させ、市民に分配される所得を増やすことで、「成長と分配」の好循環を実現することが求められます。

○市内企業活動の促進により、雇用機会の拡大や多様化を図り、市民の所得増につなげることが求められます。

○域内投資を促すために、域内でのイノベーションや産業間の情報共有など、域内での産業間の連携した取り組みを進めていく必要があります。

(注)地域経済循環率

生産(付加価値額)を分配(所得)で除した値であり、値が低いほど他地域に流出する割合が大きく、また、他地域からの所得への依存度が大きいことを表します。

2.3 生駒市の事業者をとりまく経営環境

(1)全国的な社会的背景、時代潮流

生駒市の中小企業を中心とした事業者をとりまく経営環境について、全国的な社会背景や時代潮流を以下に整理します。

①国内の雇用とマーケットの縮小

全国的に人口減少が進む中、就業人口や消費者数の減少が見込まれ、国内における経営環境は年々、厳しくなっています。とりわけ少子化の影響は、かつてないほどの雇用環境の変化をもたらします。

②リスク対応とレジリエンスの向上

新型コロナウイルス感染症や国際紛争の勃発など国内外の経済環境の動きは激しく、これにより国際間の人的交流が消失し、インバウンド需要、外国人労働者にも大きな影響を与え、燃料や資材価格の上昇などのコスト増も発生し大きな経営リスクとなりました。

さらに、毎年のように発生する風水害、近年での発生も危惧される東南海地震など自然災害への対応も必要となっています。

③新しい経営と雇用への転換

デジタル化の進展、就労ニーズの多様化とそれに伴う働き方改革、地球温暖化問題をはじめとする環境問題や SDGs の観点など、社会の要請や人々の価値観も大きく変化・多様化している中、従来型の経営・雇用形態からの転換も必要となっています。

④経営課題の重複・複合化とリスク事象の反復性への対応

以上のような事業者をとりまく環境から発生する経営課題は、慢性的に重複・複合化して存在し、大きな危機事象も反復して発生しており、あらゆる業種の経営者に多くの対応が求められています。

(2)生駒市における経営環境の現状

生駒市の中小企業を中心とした事業者をとりまく経営環境について、現状を以下に整理します。

①消費者・就労者を構成する人口の構造変化

本市においても人口減少傾向が続く見込みで、生産年齢人口の減少、世帯構成員の縮小、1970～1980年代に転入した世代の定住率が高い中、住宅開発地毎に高齢化が進展する状況にあります。

そのため、就業人口や消費需要の減少、世代・世帯構成の変化から生じる消費動向の変化や今後の開発動向などから、市内企業の産業構成の変化も想定されます。

②生駒市内の土地利用～少ない事業系用地

土地利用としては、市街化区域の87%を住居系の用途が占め、そのうち住居専用地域の割合が74%となっています。一方で、商業地域は6%、準工業地域は8%と事業所の立地余地が現状は少ない状況にあります。

一方で、近年、北部地域を中心に立地環境が評価され、製造業やデータセンターの立地が進むなどしており、さらに、本市の進める学研高山第二工区(288ha)の開発も控え、今後に向けては事業系の土地利用が進むことが見込まれます。

③商業エリアの賃料

駅周辺の商業エリアの賃料水準が高く、開業や出店のハードルとなっています。

④生駒市民の就労状況

就業状況としては、就業人口の約半分が大阪で勤務しており、市内での就業は30%程度と低くなっています。また、女性の就業率が低くなっています。

2.4 就業者をとりまく労働環境

○育児休業制度の規定割合は、72.4%となっています。育児休業取得率は、55.4%(女性94.8%、男性24.6%)です。

○働き方改革の実施状況は、「積極的に取り組んでいる」は全体で40.4%です。従業員5～9人では29.3%と規模が小さいほど進んでおらず、取組内容の上位3つは、「長時間労働の是正」「賃金引き上げと労働生産性向上」「柔軟な働き方がしやすい環境整備」となっています。

○テレワークの実施状況は、「実施している」20.4%です。

○セクハラ防止対策に取り組む事業者割合は、全体で67.3%です。従業員5～9人では34.5%と規模が小さくなるほど低い傾向にあります。

○パワハラ防止対策に取り組む事業者割合は、全体で70.6%です。従業員5～9人では37.1%と規模が小さくなるほど低くなっています。

健康経営(注)の取組

○現在、健康経営優良法人として認定を受ける企業数が急速に増えており、奈良県でも健康経営優良法人(中小規模法人部門)の認定法人数は、令和 2 年の 64 件から令和3年には 116 件と、約2倍となっていますが、県内の事業所数からすると認定法人数は少ない状況です。

(注)健康経営とは

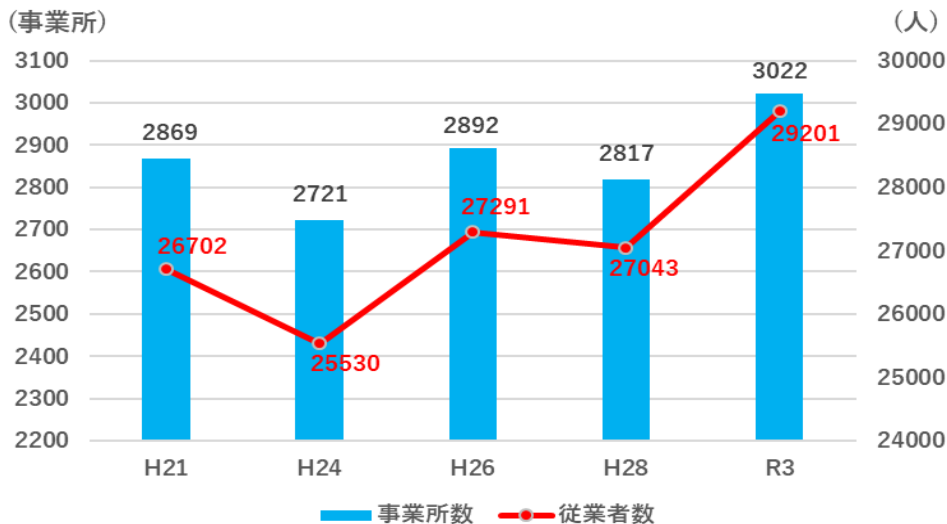
従業員の健康状況を管理し、食・運動・メンタルヘルスのケアなど健康増進の取組を行うことで従業員がイキイキと働き、ひいては会社の生産性を高める経営手法のことです。従業員の離職率低下や企業価値・企業イメージの向上にもつながります。

3 生駒市産業の現状と課題

3.1 産業全体の状況

産業全体の事業所数・従業者数の変化をみますと、全体では「横ばい」から「微増」となっています。その中で、「医療・福祉」「教育・学習支援業」が事業所数・従業者数ともに増加している一方、「卸売・小売業」「宿泊業、飲食サービス業」は事業所数・従業者数ともに減少しています。

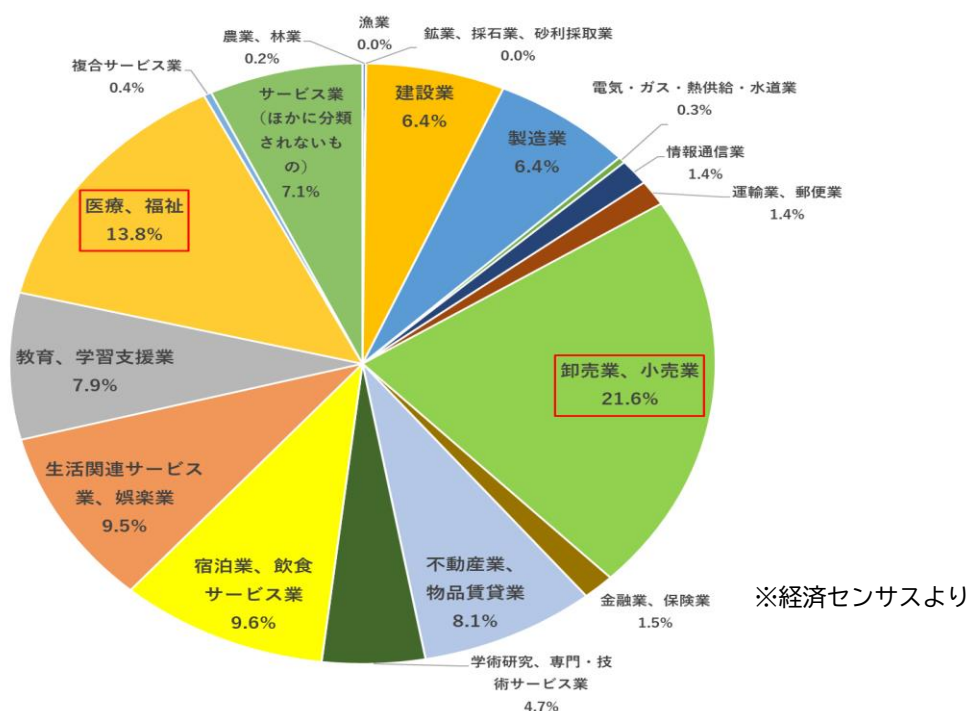
図-6 事業所数・従業者数の推移（平成21年～令和3年）



※全産業（公務を除く）の事業所のうち民営の数 ※経済センサスより

産業別にみますと、事業所数・従業者数ともに「卸売・小売業」「医療・福祉」が最も多く、生駒市の主要な産業を構成しています。

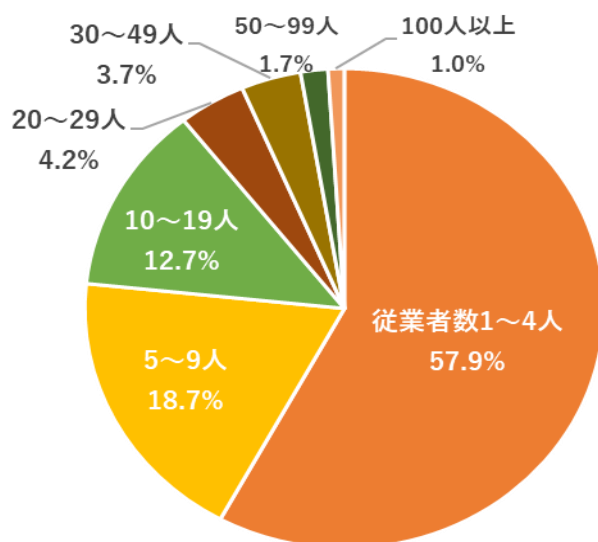
図-7 産業大分類別の事業所数の構成（令和3年）



産業全体の事業所規模をみますと、「従業員数 1～4 人」「従業員数 5～9 人」の事業所が全体の 76.6%を占め、中小事業所が生駒市の経済において大きな役割を担っています。また、「運輸業・郵便業」「医療・福祉」「製造業」「教育・学習支援業」を中心に、1事業所当たりの従業員数が平均 10 人を超える業種もあります。

一方で、従業員数が 10 人未満の事業所は減少傾向にあります。全体では 20 人から 100 人以下の従業員規模の事業所で働く人が増加傾向にあります。

図 - 8 従業員数からみた事業所規模の割合：全産業（令和 3 年）



※出向・派遣事業者のみの事業所を除く
 ※経済センサスより。

3.2 市内事業者の経営状況

令和 4 年度に本市で実施した事業者アンケートでは、以下のような経営状況が明らかになりました。

- 最近3年程度の経営としては厳しい状況で、将来展望も「厳しくなっていく」と感じている経営者が多くなっています。特に従業員数の少ない事業者、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ます。
- 一方で、「順調」とした事業者の要因としてあげられたのが、「新製品や新サービスの開発・提供」「新規市場・新規取引先の開拓」「販売・デザイン力の強化による品質・サービスの向上」としており、前向きな経営努力によって好調な経営につながっています。
- 後継者がいない事業者が半数を超え、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」の割合も多くなっています。
- 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ます。卸売業、飲食宿泊業、小売業では全くないという回答も多くありました。また従業員数の少ない事業者、個人事業主などで交流の機会が少ない傾向にあります。

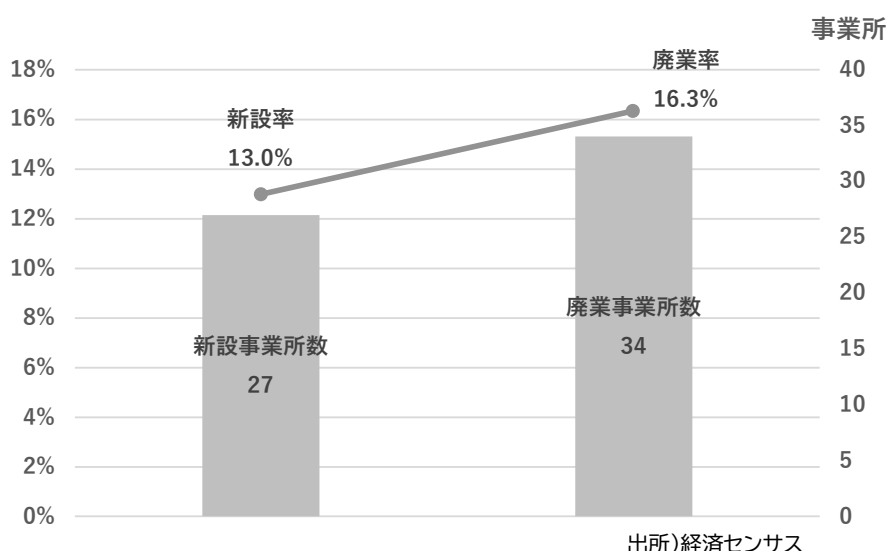
- コロナ禍の影響は大きく、多くが事業の縮小や補助金・助成金の活用、経費等の見直しなどの対応を行っています。
- 今後、期待する商工業及び観光振興施策や支援策として、資金面を挙げる事業者が多い一方で、設備投資や人材確保、支援情報の提供など能動的な経営活動に対する支援ニーズも高くなっています。
- 前回調査と比較すると、支援策に期待する割合が増加しています。経営セミナーや経営相談のニーズも増加しており、こうした情報の提供を求めています。
- 資金融資も増加していますが運転資金の需要と設備投資等の需要が同程度あり二極化しています。
- 利用したことがある支援機関は、南都銀行・生駒市役所であり、その他の国や県の支援機関大学や研究機関を利用した事業者の割合は低くなっています。

3.3 製造業(工業)

(1)事業者の現状や特徴

- 製造業全体では、事業所数は減少し、従業者数は増加しており、規模の大きい事業所が増加しています。(製造-図表1)
- 事業所数は減少していますが、廃業している事業所がある一方で新設されている事業所も一定程度存在し、製造業の中でも新陳代謝が起こっています。(製造-図表2)

図-9 製造業の新設と廃業(2016～2021年の累計)



注)新設率=(2016～2021年の累計の新設事業所数)÷2016年の事業所数

廃業率=(2016～2021年の累計の廃業事業所数)÷2016年の事業所数

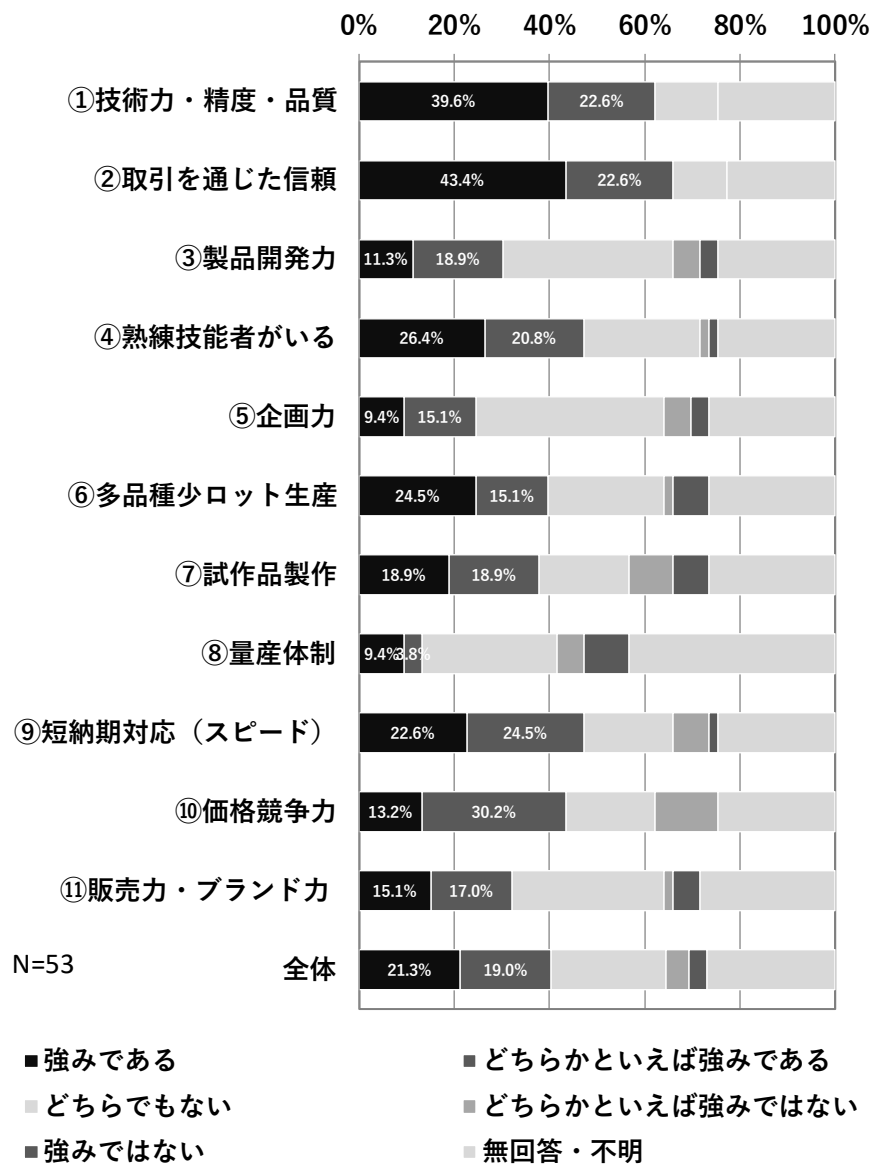
- 粗付加価値額や従業者数など、「金属製品加工業」「生産用機械器具製造業」「印刷・同関連業」が生駒市の製造業の中心となっています。(製造-図表3)

- 調達、販売とも市外との取り引きが多くなっています。(製造-図表 4)
- 公的支援機関の活用実績、活用意向とも低い状況にあります。(製造-図表 5)

(2)強みやポテンシャル

- 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くなっています。(製造-図表 6)

図-10 製造業の事業所の「強み」



注)「(製造業の事業所)貴社の「強み」とお考えのものは何ですか。(択一)」に対する回答率。
出所)生駒市実施の事業者向けアンケート調査。

- 事業規模の拡大により従業者数を増やしている事業者があります。(製造-図表 7)

- 奈良県下の他市に比べると専門的・技術的職業に就いている市民が多く、大学卒・大学院卒の市民も多くなっています。(製造-図表 8・9)
- 他業種に比べて、比較的事業者間の交流の機会は多くなっています。
- 国指定伝統的工芸品「高山茶筌」は、国内の 90%以上のシェアとなっています。

(3)課題や支援ニーズ

- 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くなっています。
- 製造業における本市在住者の雇用の割合は多くありません。(製造-図表 10)
- 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ります。
- 工場等の生産現場は、地域や求職者からすると事業の様子が分からず、事業者イメージの形成や向上による人材確保や誘客等に繋がっていません。

3.4 商業(小売業、飲食業等)

(1)事業者の現状や特徴

- 小売業、飲食店ともに、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ますが、事業所の約半数が従業者数 1~4 人となっています。(商業-図表1)
- 小売業は、小規模店舗が減少し、1店舗当たりの売り場面積が増加傾向にあります。(商業-図表2)
- 小売業は、従業者数は漸減の後増加傾向にあり、事業者数は減少しています。(商業-図表3)
- 飲食業は、事業所数・従業者数・売上が増加傾向にあり、事業所規模も拡大しています。
- 身近な生活圏内の小規模店舗が減少しています。
- 事業者間の交流の機会が少ない状況です。
- 消費動向からは以下の2点があげられます。
 - ・生鮮、食品、お酒、日用雑貨は、市内店舗で消費されていますが、スーパーがその大半を占め、次いでショッピングセンター、コンビニとなっており、小規模店舗での消費がわずかとなっています。(商業-図表4)
 - ・趣味・娯楽関連用品や書籍・文房具、洋服・衣料品を中心に、EC サイトでの消費割合が拡大しています。(商業-図表4)

(2)強みやポテンシャル

- 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くなっています。
- 市外からも集客する有名店が存在します。
- 飲食での市民の消費行動では、ショッピングセンターと並んで、小規模店舗を選択する割合も多く、小規模事業者が健闘しています。

- 生駒市民の所得水準は高いため、消費の多様性を生み出し、新たなビジネスチャンスにつながります。
- コロナ対策として実施した需要喚起事業では、地元の小規模店舗を市民等が買い支えしてくれました(市民等のチケット購入額 6.8 億円)。

(3)課題や支援ニーズ

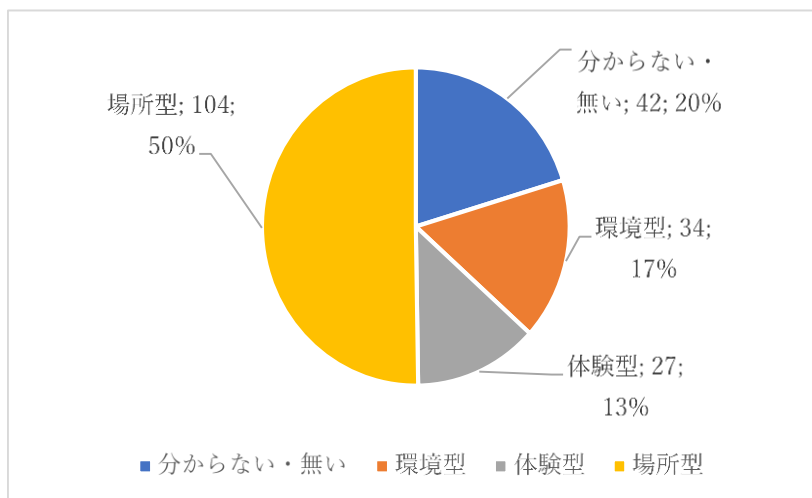
- 身近な生活圏内の小規模店舗が減少しており、高齢者を中心に買い物の利便性が失われています。SDGs が掲げる「誰一人取り残さない」社会を実現するためにも、住民生活に身近な小規模店舗の持続可能性を高める必要があります。
- 高齢化によって、見守り、交流といった買い物以外のニーズが増加し、身近な商業・サービス機能がその役割をどのように担えるかを検討する必要があります。
- 大阪への通勤者が多く、また交通利便性が高いため(商業-図表 5)、消費が流出しています。
- 市内の商圈が小さく、昼間人口も少ないため、収益を目指す商売は難しい面があります。
- 小規模な小売、飲食業においては、営業時間が店舗により異なり、まとまった時間がとれないことも多いため、研修や交流機会への参加が難しい面があります。

3.5 観光

(1)事業者・観光スポット等の現状や特徴

- 市民が魅力ある観光スポットとして挙げているのは、生駒山(宝山寺や山麓公園、山上遊園地等)で、次いで、高山竹林園や茶筌、竹といった地域資源になっています。

図-11 「生駒市内での観光・レクリエーションについて、市外の人に知ってほしい生駒市の観光資源(魅力)としてどのようなものがあるとおもいますか？」の市民アンケート回答結果



注 1) 自由記述回答で回答数：403、記述の有る回答数 207（※複数回答があるため分類によるカウントは1つに当てはめた）

注 2) 図の分類は以下の通りである

分類①「分からない・無い」：回答が分からない、知らない、無い、という場合

分類②「環境型」：回答が特定の場所ではなく、自然・雰囲気・アクセスなどの場合

分類③「体験型」：回答が特定の場所ではなく、店・イベント・特産品・アクティビティなどの場合

分類④「場所型」：回答が特定の観光場所である回答

注 3) 分類④の詳細は以下の通りである。

場所	回答数
生駒山（山上遊園地、宝山寺、ケーブルカー、夜景、山麓公園、ハイキングコース、ラッキーガーデン、暗峠）	87
高山竹林公園	4
往馬大社	2
びっくり通り周辺の飲食店	2
竜田川の桜	2
音の花温泉	1
パレス温泉	1
チロル堂	1
その他の寺社等の一般名詞（誤回答含む）	4
計	104

出所：生駒市「市民アンケート」

- 生駒山(宝山寺や山麓公園、山上遊園地等)は、来訪者数も多くなっています。(観光-図表1)
- 観光スポットとしては、生駒山(宝山寺や山麓公園、山上遊園地等)の認知度が高く、来訪者数も多くなっています。次いで、高山竹林園や茶釜、竹といった地域資源が認知されています。
- 生駒山上遊園地の入園者数は、ピーク時からいったん落ち込むものの、ファミリー層にターゲットを絞り、コロナ前までは増加傾向にありました。コロナによって落ち込みはありましたが、令和4年にはコロナ前を上回るまでに回復しています。
- 本市北部地域では、近隣市からのハイキングルートで、くろんど池、竹林園を訪れる高齢者が増加しています。
- 宿泊業は、奈良市に比べて事業者数・従業者数の規模が小さくなっています。県内の観光客の増加傾向に関わらず大きな変化はありません。

(2)強みやポテンシャル

- 住宅都市であるにもかかわらず、市域の 35.6%が森林であり、身近な自然環境や都会とのバランスが良いというロケーションです。
- 大阪、奈良、京都へのアクセスがよく、近畿日本鉄道関係の 4 路線 14 駅があり生駒駅は 4 路線のターミナルとなっています(資料1)。
- 生駒山といった地域固有の観光スポットがあり、市民の評価も高くなっています。
- 「生駒山」そのものに歴史的、文化的な背景があり、ハイカーや来訪者が多く訪れています。
- 評判の良い飲食店が多く、隠れた名店が多いことを評価する声があります。市民の日常の消費の場であるとともに観光資源としても活用可能です(資料2)。
- 生駒市の主な観光地への観光客の増加については、「とても良いと思う」が 43.2%で、「まあまあ良いと思う」を合わせると、79.2%が肯定的な意見となっており、観光への市民の支持があります。

- 生駒市民の所得水準は高く、生活必需品でないものにお金を使いたい人も多くいます。
- 新型コロナウイルス感染症の5類移行にともない国内外の観光・レジャー客が戻りつつあり、外国人旅行者はリピーターなど、奈良への観光希望者が増加することが見込まれています。
- コロナ禍の移動制限により、自宅から1～2時間程度の移動圏内で観光するマイクロツーリズムが注目され、生駒市内の観光魅力の再発見に繋がっています。

(3)課題や支援ニーズ

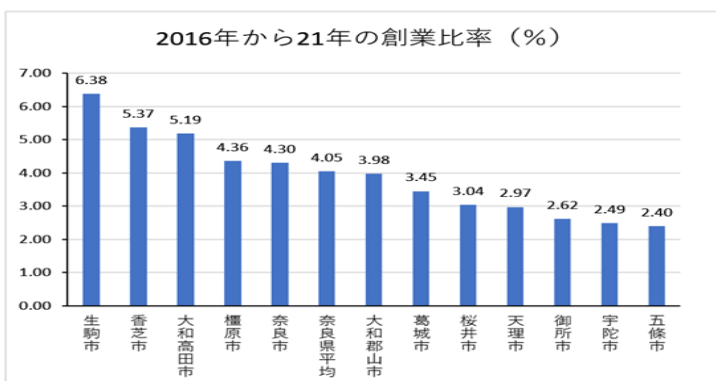
- 誘客を図るターゲット層が明確化できていません。
- 市民においては、生駒山や宝山寺、生駒山上遊園地といった特定の観光スポットの認知度は高い一方、まちなかも含めた市内全体の観光地、観光面の魅力についてはあまり知られていません。
- 参拝客やハイカーが中心の観光で、周辺での飲食・物販等の店舗の受け皿も少ないため、滞在時間も短いなど、地域にお金が落ちにくい構造になっています。
- 生駒山麓公園、宝山寺、高山竹林園の来訪者数は、コロナ前から減少傾向にあります。(前掲:観光-図表1)
- 市北部の高山エリアの観光資源への交通アクセス性が低い状況です。
- 宿泊施設が少なく、泊りの需要に応えられません。
- 来訪目的が限定されているため、周辺の観光資源が活用されていません。
- 道の駅や合宿、里山での宿泊など新たな需要創造の検討も必要です。

3.6 起業

(1)現状や特徴

- 生駒市民の創業比率は、奈良県平均を上回り、県内の市の中で最高となっています(図表5)。

図-12 創業比率(奈良県下の比較)



創業比率 = 各期間の平均新設事業所数 ÷ 期首の事業所数

出所:経済センサス

- 市民意識調査によると、働き方として「起業」を希望する市民は5.5%で起業意欲を持つ市民が一定数存在します。

- 平成 28～令和 4 年度の 7 年間で市の経営塾等の起業支援事業に参加した方は、延べ 241 名となっています。そのうち、令和 2 年度以降の経営塾等で起業・第二創業した方は、参加者 134 名中 14 名です
- イコマドでは、市内で小さな事業を始めたい方、定年を迎えるシニア層などからの相談が増えつつあります。また、生駒山や宝山寺の歴史をガイドしたいという方、女性の方からの起業相談も増えてきています。
- 令和 2 年度以降、クリエイターや金融機関の行員、専門家による伴走支援型の起業・第二創業支援を実施しています。

(2)強みやポテンシャル

- 毎年、30 名程度の起業支援事業に参加する起業希望者(第二創業を含む)が存在していることです。
- 地銀、信金など地元金融機関が伴走支援を行うなど、起業支援に関わってくれています。
- 生駒市民の所得水準は高く、客層としても品質やサービスの信頼度を重視する傾向があります。地域での販売価格帯は、安くはないが良いものを提供する設定が可能なことから、ビジネスの機会となる素地があります。
- 地域の身近な商業機能が衰退する中、今後の高齢化により、買い物、見守り、交流といった身近な商業・サービス機能が担える需要は一方で増加するため、まちなかの起業が求められています。
- 市内の同業種での事業者数が比較的少ないことや相互の調整などにより、ビジネスチャンスを共有しやすい環境にあります。
- コロナ対策として実施した需要喚起事業では、地元の小規模店舗を市民等が買い支えてくれました(市民等のチケット購入額 6.8 億円)。
- 人と人とのつながりと信頼をつくりやすい地域であり、地域での関わりを大事にしている事業者が存在します。
- 地域活動を行っている市民が多く、創業者の苗床にもなっています。
- 生駒市民は、男女ともに、また、市内の就業者でも「専門的・技術的職業従事者」の割合が高く、起業に必要な知識、能力、経験を備えた人材が多く存在します。
- 市内に立地する奈良先端科学技術大学院大学と包括連携協定の中で、「産学官民プラットフォーム」を設置し、今後、同大学発ベンチャーの育成支援を実施することになっています。
- 嗜好品や娯楽などの消費については、利便性の高い大都市への流出割合が高くなっていますが、それだけの潜在需要があるという事であり、ニーズに合うものを提供できれば、消費を呼び戻すことも可能です。

(3)課題や支援ニーズ

- 創業塾などにより、これまでの起業ニーズには一定対応できていましたが、今後は背中を押すような周りからの精神的な後援や、起業リスクを軽減するための支援によって、起業予備軍を後押しすることが課題です。

- 学校で起業家教育がなく、子供が大人に会う機会が少ないです。大人も含め、起業家が身近にいないことも課題です。
- 地域活動において、住民等が身近な専門家に無償を前提に依頼するケースがあり、地域で仕事がまわっていません。
- 商業エリアにおいて、店舗を借りる際の床単価が高く、出店したい起業者の開業のハードルになっています。
- 昼間人口が少なく、購買に繋がる層が限定的です。
- 生駒市内での消費を優先させるような仕組みづくりや市民への意識づけが十分ではありませんでした。

3.7 雇用・就労

(1)現状や特徴

①生駒市内の雇用状況

- 市内事業所の従業者数は、現行ビジョンの策定時(平成 26 年)より 7%増え 29,201 人(令和 3 年)となっています。(雇用-図表1)
- 業種別では、「医療・福祉」「卸売業・小売業」「製造業」の順に多くなっています。(雇用-図表2)
- 従業者数が増加しているのは、「医療・福祉」「教育・学習支援業」です(雇用-図表3)。
- 従業者数が減少しているのは、「情報通信業」「運輸業、郵便業」です。(雇用-図表3)
- 事業所規模では、「従業者数 1~4 人」「従業者数 5~9 人」の事業所が全体の 76.6%を占めています。(雇用-図表4)
- 従業者数が1~4人の事業所が増加している一方で、従業者数が5~9人の事業所が減少しています。(雇用-図表5)
- 従業者数が30~49人、100人以上の規模の事業所で働く人が増加傾向となっています。(雇用-図表6)

②生駒市民の就労状況

- 市外での就業率が高く、大阪府での就労率が44.9%と高くなっています。(雇用-図表7)
- 生駒市民の女性就業率は他自治体に比べて低いですが、女性の市内就業率は高くなっています。(雇用-図表8)
- 生駒市民の従事産業は「卸売業・小売業」が最も多く、次いで「医療・福祉」「製造業」となっています。男性は「製造業」、女性は「医療・福祉」が最も多くなっています。(雇用-図表9)
- 生駒市民の男女とも、「専門的・技術的職業従事者」の割合が比較的高くなっています。(雇用-図表10)
- 生駒市内での就業者は、生駒市での常住者が最も多いです(特に女性)。(雇用-図表11)

○生駒市内の就業者においても、男女とも「専門的・技術的職業従事者」の割合が最も多くなっています。(雇用－図表12)

(2)雇用におけるニーズ

○雇用に際し重視する点は、「熱意・意欲」が最も高く、次いで、「同業界での経験」、「勤務形態の柔軟性」となっています。「熱意・意欲」「同業界での経験」はどの業種でも高いですが、それ以下の事項は業種によって異なるニーズを示しています。(雇用－図表13)

○今後期待する施策や支援における回答では、「人材の確保・育成」に関する期待が3番目と支援ニーズが高くなっています。(雇用－図表14)

○副業については、既に認めている、導入を検討中であるとした事業者の割合が52%と半数あるのに対し、導入予定が無いとした事業者は29%となっています。(雇用－図表15)

(3)就労におけるニーズ

○これからの働き方については、転職、起業、新たに就業を希望する者の割合が、24%です。男性のこれらニーズは17%、女性では30%となっており、現状の女性の就業率は低いですが、就業希望者の割合は高くなっています。(雇用－図表16)

○これからの働き方で重視する点では、給与・収入のほか、柔軟な勤務形態、仕事のやりがい、勤務地の立地条件の順に高くなっています。男性のこれらニーズは、仕事のやりがいが最も高く、次いで、職種、資格や経験を活かす、という順になっています。一方、女性では、柔軟な勤務形態が最も高く、次いで、雇用形態、勤務地の立地条件となっており、勤務条件を重視しています。(雇用－図表17)

○副業については、既に実施している者が8%、具体的に検討と副業してみたい者が45%となっており、男性でこれらの者の割合が高くなっています。(雇用－図表18)

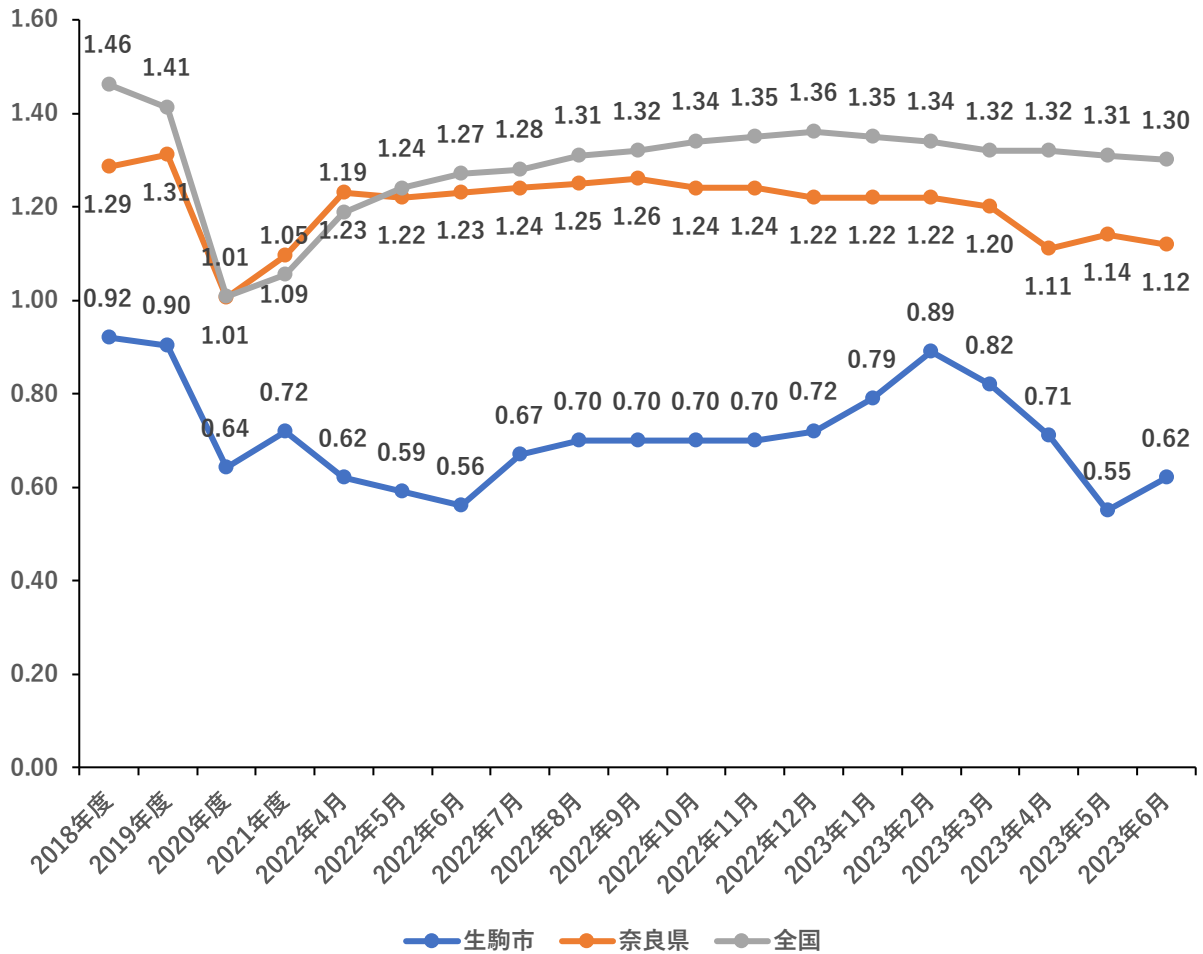
○また、副業の目的について、収入面をあげた者の割合が41%あったのに対し、活躍の場を広げたい、新しい知見やスキルを得たいなど収入以外の意義を目的にあげた者が48%とやや高いニーズになっています。(雇用－図表19)

(4)雇用と就労のバランス

○生駒市の有効求人倍率は全国および奈良県と比べて低くなっており、常に1を下回っています。(雇用－図表20)

○事務的職業では、求職数が最大である一方求人数が少なくなっています(常用的フルタイムの有効求人倍率は0.30倍、常用的パートの有効求人倍率は0.29倍)。一方で、サービスおよび生産工程の職業では求職数が少なく、求人数が多くなっています。このように職業によって雇用ニーズと就労ニーズのバランスが不均等になっています。(雇用－図表21)

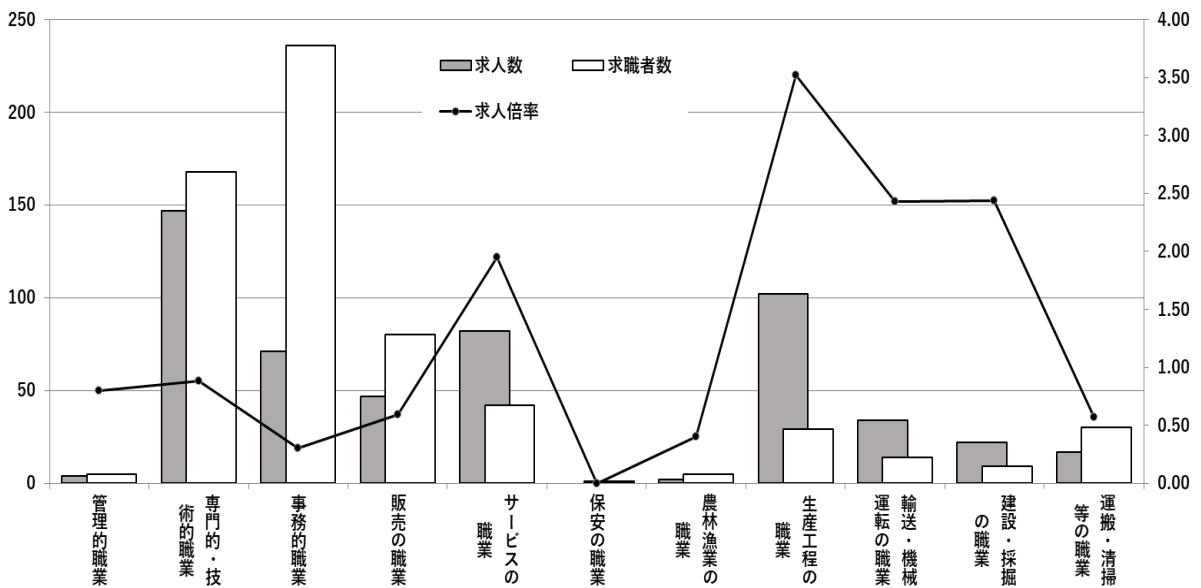
図-13 有効求人倍率の推移



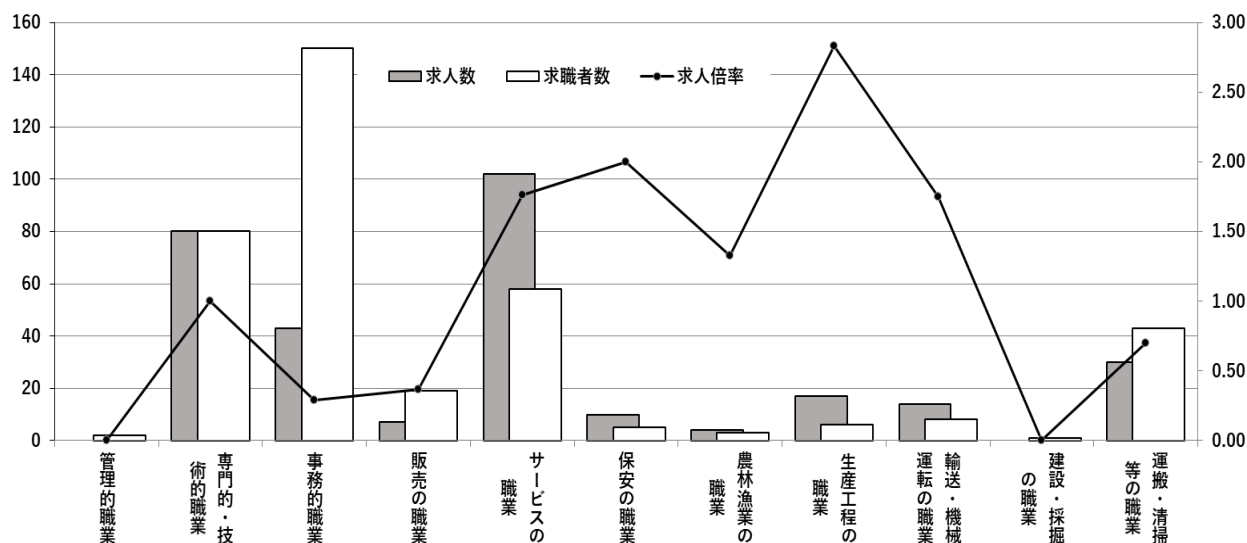
※奈良労働局の「求人・求職バランスシート」

図-14 求人と求職のバランス

常用的フルタイム



常用的パート



3.8 立地

(1)現状や特徴

- 住宅都市として発展した経緯から、事業系の用途地域が少なく、新たに事業者・産業を誘致できる場所も少ない状況にあります。伝統工芸品の茶筌、特産品の竹製品のほかは、特定の産業の集積はありません。
- 製造業に関しては、市北部地域の準工業地域内に約 100 社の集積があり、雇用を生んでいます。
- 企業立地促進条例の補助対象業種は製造業に限定しており、対象エリアも学研生駒テクノエリアと高山サイエスタウンに立地した事業者に経済的支援を行っています。
- 商業集積については、近鉄生駒駅、東生駒駅、学研北生駒駅、学研奈良登美ヶ丘駅周辺のほか、郊外の状況などです。
- 本市の立地促進に関する条例を制定した平成 22 年度以降、前ビジョン策定時(平成 29 年度)までの立地件数は 16 件でしたが、令和 4 年度までに 9 件追加され、累計で 25 件の立地実績となっています。

(2)強みやポテンシャル

- 製造業の立地については、大阪府内の工業用地が少なく、住工混在問題の影響もあり、生駒市内への移転ニーズがあります。
- 変電所や災害リスクの少なさなどの立地環境が評価され、データセンターの立地ニーズが高まっています。

○本市の進める学研高山第二工区(288ha)の開発も控え、今後、事業系の土地利用が進むことが見込まれています。

(3)課題や支援ニーズ

○企業立地促進条例の対象エリア内には、新たに立地できる産業用地が限られているなか、現行の対象エリア・業種以外にも、本市の商工業振興に資する立地誘導を図れるような施策も必要となっています。

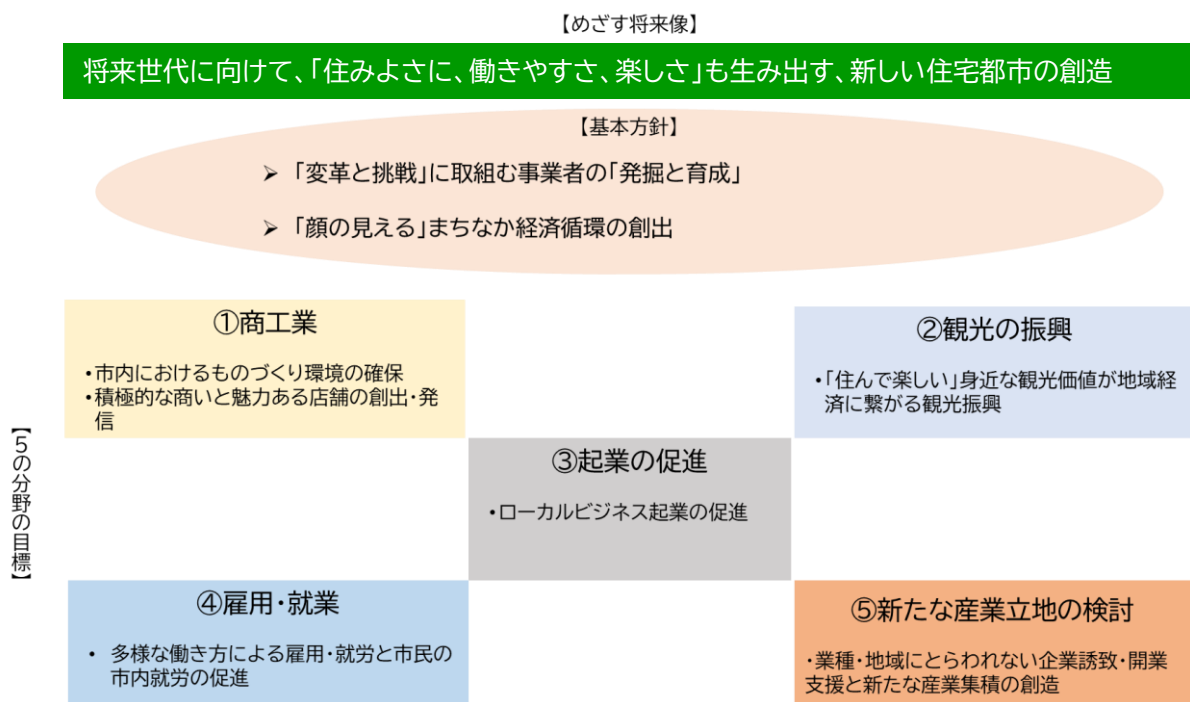
○事業所の移転先として市内に産業用地が見つからないケースがあり、事業者の流出を招いています。

○企業立地に関しては、現況の都市計画区域の拡充などによる事業系用地の創出を検討するほか、163バイパスの整備に併せた検討も必要です。

○現状、特定の産業集積はありませんが、学研高山第二工区の開発に関して、事業系用地の用途検討に際し産業集積の検討が必要です。

4 めざす将来像

生駒市内の商工業・観光に関して、統計資料、アンケート、ヒアリング、懇話会・分科会における助言等を踏まえながら、今後の商工観光の振興を図るうえでの「めざす将来像」とそれを実現するための「5つの分野の目標と施策の方向」を定めます。



4.1 めざす将来像

本市は、かつて、宝山寺の門前町として栄えた商業地としての歴史があります。その後、大阪都市圏のベッドタウンとして関西を代表とする住宅都市に発展してきた結果、就業人口の約7割が市外の企業から所得を得て、その多くを市外で消費する構造になっており、まちなかの商業機能は低下し、空き店舗も散見される状況になっています。

一方で、けいはんな学研都市のエリアを形成している市北部については、奈良先端科学技術大学院大学や製造業の立地も進み100社をこえる企業集積を形成しています。

今後の経営環境では、少子化の進展や危機事象が繰り返し起こると想定され、こうしたことは、課題の複雑・重層化を生み、事業者の経営はより難しいものなることが予想されます。

また、人口減少時代においては経済成長期のベッドタウンモデルから、住民の暮らしを支える産業や職住近接・多様な働き方が実現できる環境など新たなライフスタイルへの対応、自然環境や観光・地域資源を生かした身近な非日常性などの要素を加えた新たな住宅都市像を提示し将来世代にも住みやすく活気のあるまちを継承していく必要があります。

こうしたことから、めざす将来像を、

『将来世代に向けて、「住みよさに、働きやすさ、楽しさ」も生み出す、新しい住宅都市の創造』と設定します。

4.2 基本方針

この将来像を実現するためには、様々な経営課題に対し「変革と挑戦」に取り組む事業者を発掘し育成することで消費や雇用の強い基盤をつくり、地域の中で生産者と消費者が互いに顔の見える関係を築くことによって地域における経済循環を生み出していくことが必要となります。そのため、本ビジョンでは、2つの基本方針のもと、5つの取組指針を次のように設定します。

基本方針	取組指針
○変革と挑戦に取り組む事業者の発掘と育成	① 生駒市で活動する事業者の経営の革新の取り組みを支援します
○顔の見えるまちなか経済循環の創出	② 生駒市での新たなビジネスや新分野への挑戦を支援します
	③ 生駒市における生産者と消費者の出会いの場を創出します
	④ 生駒市で活躍する人材を増やします
	⑤ 生駒市において新たな需要を創出します

4.3 5つの分野の目標と施策の方向

基本方針、取組指針のもと、5つの分野の目標とそれを達成するための施策の方向を以下のとおり設定します。

(1)商工業

①工業(製造業)

【目標】市内におけるものづくり操業環境の確保

現状、市外での調達・販売が多く、本市に対する経営支援のニーズは少ないですが、県と市で実施してきた製造業向けの立地支援策により立地企業では従業者数を伸ばすなど規模の拡大が見られます。こうしたことから、立地企業との日常的な関係を構築し、要望のある道路等のインフラ関係、増改築、雇用に関する課題を共有し、本市における事業継続のための操業環境の確保を図ります。

【施策の方向】

○立地製造業への企業訪問と意見交換の場の設置

市職員、商工会議所職員などによる日常的な企業訪問を行うとともに、通勤環境の確保など北部地域の製造業(工業会等)との定期的な意見交換の場を設置し操業環境に関する課題を共有します。

○公的支援機関と連携した経営支援の実施

公的支援機関の活用は低い傾向にありますが、これまで実施してきた展示会出展支援のほか製造業における支援を実施している国や県、けいはんな学研都市などの公的支援機関と連携した経営支援を実施し、市内企業向けにこれら機関の支援情報を発信します。

○生産現場の体験機会の創出

本市の伝統工芸品産業や製造業の集積を活かした生産現場における体験の機会、ものづくりの思いに触れる機会を内外に向けて創出し、雇用支援や観光資源化につなげます。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 操業・イノベーション環境の向上について、販路開拓として展示会出展支援は継続実施できたが、伴走支援、市内企業マッチング、都市基盤整備、けいはんな学研都市との連携の各取組みについては、コロナ禍もあってイベントが中止又は敬遠され支援ができなかった。

◎ポイント

コロナ禍もあり、企業訪問等が実施できず、事業での接点しか持てなかったため、今後は、積極的な対話を実施し、施策・事業に繋げていく必要がある。

②商業(小売業、飲食業等)

【目標】 積極的な商いと魅力ある店舗の創出・発信

市内事業者の新たな顧客の獲得に向けて積極的な小売・飲食事業者の付加価値向上に向けた変革を支援するとともに、新たな開業を促進し、魅力ある店舗の発信や商業イベントの機会など通じて学びと商いの両立を図ります。

また、魅力的な店舗や商業集積は、まちの大きな魅力の一つです。小さな個店の商いそのものに福祉的価値もあることから、個店の多様な価値を発信し、駅前などの商業集積地はもとより、地域においても、買物や飲食、サービスが楽しめ、暮らしが豊かになる環境づくりを進めます。

～個店の福祉的価値とは…～

ご家族や周りの方で、認知症のため何度も同じものばかり買ってきてしまい困っているという話を聞いたことはありませんか？

とある認知症患者の高齢者宅で、ケースワーカーが冷蔵庫を見ると大量のバッテラがありました。その高齢者はバッテラが好きでよく買ってくるのですが、それを忘れてまた買ってしまうので、冷蔵庫がバッテラでいっぱいになってしまうそうです。一方で豆腐は一丁しか入っていません。

というのは、豆腐は地元の豆腐屋から買っているため、朝買ってまた夕刻に買って帰ろうとする「おばあちゃん、お豆腐は朝買っているから家にあるはずだよ」と顔見知りの店主が声をかけてくれるのだそうです。

バッテラはスーパーで買っているのに、店員が変わればその方に気づかず、いくらでもバッテラを買ってしまいます。

何でも揃うスーパーで買い物をすることが増えがちですが、もしかしたら、地元の商店と顔が見える関係を築くことで、ご自身やご家族が認知症になっても安心して生活が送れることにつながるかもしれません。

【施策の方向】

○小規模・既存店舗への支援

店舗への個別訪問により、顧客の獲得やキャッシュレス決済等のデジタル化など経営課題を把握し、店舗の魅力等の向上に向けた新たな取り組みを支援します。

○新規開業の促進

市内において、暮らしを豊かにする生活サービスや商品を新たに提供する事業者、地域社会に積極的に関わり、様々な課題にビジネスとして参入する事業者などに、店舗開設の支援を行います。

○市内需要の喚起

市内店舗の認知向上と市民の日常的な購買行動につながる需要喚起のため、既存の取り組みや市内の商業施設とも連携し、飲食・物販イベントが定期的開催される仕組みづくりを行います。

地域の小規模店舗の強みのある品揃えや福祉的な価値など今ある潜在的な価値を見える化し、市民の購買行動に寄与する発信を実施します。

また、休日の来訪者や市民の消費行動を分析するなどして、潜在需要の把握を行い事業者に対し情報提供を行います。

○有志の商業活動グループへの支援

商業者の交流を促進し、複数の積極的な事業者が共同で取り組む事業を応援する仕組みをつくり、事業者間での仲間づくりや新たな結びつきの掘り起こしなどを支援します。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 個店の魅力向上として、酒蔵ツアーや商工会議所による「まちバル、100円商店街、まちゼミ」を実施したが、コロナ禍以降は実施できていない。
- ・ 一方、コロナ対策として、「さきめしいこま」、「いこまめぐり券」、「まちなかフェスタ」などの需要喚起策を行い経営の下支えを行ったとともに事業者との繋がりができた。
- ・ 商業・サービス業を誘導するエリア(宝山寺参道、生駒駅南等)や生駒駅周辺商業集積地の活性化はできなかったが、「生駒駅前南口プラットフォーム」を設置し同エリアの活性化に取り組んでいる。
- ・ にぎわい活動の支援→「たつた揚げプロジェクト」、提案型商工観光活性化事業補助金による支援を実施し、コロナ対策として民間事業者による「おべんとうマルシェ」への支援を実施した。

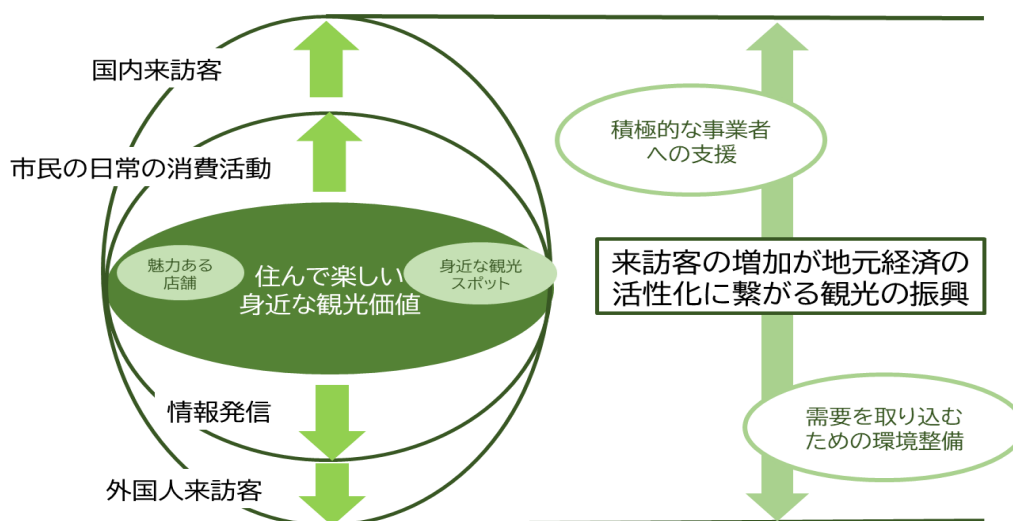
◎ポイント

現行ビジョンの期間中、様々な商業イベントや需要喚起策を実施し運営ノウハウは習得できたが、イベントの連動性や定期開催、開催による事業者への売上や顧客獲得等の経営的効果が把握できていないため、今後は、こうした面での取り組みも強化する必要がある。

(2)観光

【目標】「住んで楽しい」身近な観光価値が地域経済に繋がる観光振興

住宅都市における観光として、魅力ある店舗やスポット等での市民の日常的な消費行動を通じて感じる楽しみや非日常体験といった「住んで楽しい」身近な観光価値の創造を図ります。また、こうした観光価値を市民が発信することなどによる関係人口づくりが、地元経済に繋がる観光振興を目指します(資料3)。



【施策の方向】

○市民をターゲットにした観光

本市の魅力を知らない市民への魅力ある店舗や非日常体験の PR を通じて、来訪・来店を促します。また、コロナ対策で実施した需要喚起策を通じて人気となった店舗の発信など市民の日常の消費活動を観光魅力として発信します。

○来訪者の増加とその需要の受け皿となる事業者の取り組みへの支援

近隣都市の住民やインバウンドで訪れている外国人などに情報発信し、市民と関係人口との交流によりまちの魅力を拡大します。そのためにも、これまで実施してきた生駒山のブランド化や着地型観光、「Meets 高山」(令和 4 年度制作)など、観光施設だけでなく地域としての生駒市の魅力を醸成する取り組みなどを国内外に発信することによって、市外からの誘客を図ります。

土日や夜間など来訪者の既存及び新たなニーズを積極的に取り込む事業者の発掘と育成を図ります。

また、地域の事業者等が実施する観光関連イベントの開催支援を通じて、市内の観光価値を発信し、需要喚起を実施します。

○交通機関と連携し来訪スポット周辺の地域資源の活用

市内の電鉄会社やバス会社、タクシー事業者との連携を強化し沿線・地域の魅力と交通アクセス性の向上を図ります。

また、観光関連事業者や観光ボランティアガイド等と連携し、来訪者の多い観光スポットの回遊性を高めることで、今ある地域資源を有効に活用します。

○外国人向けの情報発信や観光ルート等案内の強化

人気となった店舗の情報などをインバウンドで訪れている外国人に発信します。

生駒山の非日常性や茶釜・お茶文化の体験など外国人が魅力と感じる細かな情報を届ける仕組みを検討します。また、1日、半日で移動可能な観光ルートや北部地域の交通アクセスなど公共交通機関を使った移動へのガイド機能の向上に向けた取り組みを実施します。

○新たな観光需要の創造の検討

宿泊施設の確保、道の駅やスポーツ施設を活用した合宿の誘致、里山での宿泊体験施設の設置など新たな需要創造の検討を実施します。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 体験型観光の推進については、着地型観光ツアーや外国人向け体験コンテンツ、国内客をターゲットとした体験コンテンツを造成し、モニターツアーやファムトリップ、オンライン予約サイトでの販売を実施した。

- ・観光ネットワークの形成については、東大阪市や近畿日本鉄道との連携は実施したが、奈良市やけいはんな学研都市との連携はできていない。
- ・テーマ型観光の推進については、生駒山のブランド化の取組み、茶釜や竹あかりなどの地域資源を活用した取組みは実施できたが、学術研究をテーマとした観光については実施できていない。
- ・観光推進体制については、コロナ禍の観光需要の落ち込みから検討できていない。
- ・集客拠点の設定について、生駒山についてはブランド化に向けた取組みが実施できたが、宝山寺参道の拠点化についてはイベントの実施はできたものの拠点化への取組みが不十分だった。

◎ポイント

コロナ禍の観光需要の落ち込みから現行ビジョンの期間の後半は、思うような取組みができなかった。ポストコロナにおける今後の観光振興の方針を定め戦略的な展開が必要となる。

(3)起業

【目標】ローカルビジネス起業の促進

地域で活動する市民の存在、小さく始める起業の多さ、今後の地域課題の状況を踏まえ、地域の人を顧客にし、地域の人を雇用する「ローカルビジネス」の支援を中心に、起業意識の醸成と始めやすく継続したビジネスができる起業支援のエコシステムを構築し、地域で起業しやすい環境づくりを行います。

【施策の方向】

○起業意欲の醸成と教育

起業意欲の醸成を図るため身近な起業家との交流の場を設けます。また、学校や地域でも起業に関する授業やワークショップを実施し、地域での起業を高める支援を実施します。

○起業家の成長ステージに応じた支援

事業の構想、ビジネスアイデアの段階から、事業計画、起業準備、起業後の交流・マッチングの場までの各ステージにおけるリスク軽減への支援を産学公民金の支援者と連携して実施します。

すでに起業した人、パラレルキャリアを目指す方、既存事業者の後継者などが、新たな事業に取り組む第二創業についても同様の枠組で支援します。

また、出産・子育て世代など、時間や場所に制約されない柔軟な働き方ができるスモールビジネスの起業についても、特有の支援ニーズに配慮し、出産・子育て支援等の他の取組みと連携し支援します。

○市民や事業者が地域の起業を応援する環境の醸成

起業による新たなビジネスの創造やイノベーション、社会貢献などが認知されることが起業促進の重要な要素だとされています。起業が、地域住民の生活の向上や交流の促進、職住近接の雇用・就労機会の提供に貢献していることについて発信し、起業を応援する環境を醸成します。

○大学発ベンチャーへの支援

市内に立地している奈良先端科学技術大学院大学が実施する大学発ベンチャー支援と連携し、地域課題・地域資源・市内事業者と連携した実証の場の提供、県や他の公的支援機関、金融機関等と連携した支援などを検討し、市内発ベンチャーの創出環境を構築します。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 創業支援情報の一元化・連携体制については、実施できていないが、メールによる情報配信を実施した。
- ・ 女性への多様な働き方への支援については、女性向け創業支援事業、「イコマド」を活用した支援により、自宅を店舗や教室にする起業者やマルシェを主宰するグループ等を輩出したが、現在は取り組みを実施していない。
- ・ 令和2年度以降は、既存の創業支援事業を再構築し、いこま経営塾、ILBH において学習・交流機会づくり及び伴走支援を実施した。
- ・ 「イコマド」の運用については、令和3年度にニーズや運営課題等の把握を行い、令和4年度以降の新たな指定管理者の選定にあたり、従来のテレワーク主体から創業・コワーキング支援を主体に運営コンセプトを見直し新たな事業者を選定した。
- ・ 産業教育の推進については、カリキュラムの一環として、小学3・4年生で高山竹林園でのお抹茶体験や工場見学を実施したほか、奈良先端科学技術大学院大学と連携協定を締結し、中学校での出前講座を実施した。

◎ポイント

起業支援については、試行錯誤しながらも支援策の充実を図ってきたが、起業後のフォローアップや交流の場づくりができておらず、こうした取り組みを進める必要がある。

また、教育面では、産業教育にとどまっており、今後は、起業家教育にも取り組む必要がある。

(4)雇用・就労

【目標】市内事業者の雇用・定着支援と多様な働き方による雇用・就労の促進

市内事業者の事業継続と発展に向け、雇用確保と定着への支援を行います。

また、多様な働き方は、結婚、子育て、介護等、市民が生活において出会う様々な課題に柔軟に対応するうえで有効です。

さらに、生産年齢人口が減少する中、将来にわたり雇用を確保していくには、従来の正規・非正規雇用だけでなく、副業、兼業、ワークシェアリング、短時間労働など多様な働き方を受け入れる柔軟な雇用の実現が不可欠です。

そのため、市内の未就業の女性や障がいのある人などの潜在的な就業希望者、多様な働き方を希望する人を支援し、受け入れる市内事業者をつなぐことで、多様なライフスタイルを支援するとともに職住近接の雇用・就業環境を実現します。

【施策の方向】

○多様な雇用・就労に向けた支援

マルチワークやワークシェアリング等の多様な働き方に応じた雇用形態についての学習機会を創出し、企業側の検討を促すとともに、未就業者やマルチワーク、パラレルワーク等を検討する市民に対しても多様な働き方の学習、実践者・経験者との交流などの機会を創出します。

また、多様な雇用と働き方を希望する者の顔の見えるマッチングの場についても検討・実施します。

○雇用の確保と定着の促進

雇用の確保について、現在実施しているハローワークとの合同企業説明会の場を課題に即した形で活用するほか、市内雇用の促進に向け市民に事業者の魅力伝える機会を設けるなど就業希望者とのマッチングを実施します。

個人事業主、家族経営の業態の事業者においては、事業承継や非正規雇用者等の確保、多様な就労ニーズに関する課題への対応を支援します。

また、生駒商工会議所等と連携し人材の定着に向けた支援を実施します。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ ハローワークと連携した合同就職面接会を通じた支援は実施できたが、高校や大学への情報発信、通勤環境の向上、企業人材の育成については、ほとんど実施できなかった。

◎ポイント

少子化の影響で雇用の確保は益々課題となっていくため、ハローワークとの取り組み以外にも広げていく必要がある。

(5)立地

【目標】業種・地域にとらわれない企業誘致・開業支援と新たな産業集積の創造

市内における雇用や消費活動を促進するため、現在実施している製造業向けの立地支援に加え、短期的には、市内の商業地・住宅地への企業誘致・開業支援を実施するとともに、中長期的には、学研高山第二工区の開発における産業集積、観光施設立地に関する検討を行います。

また、企業立地はゴールではなくスタートだと認識し、立地企業が生駒市に根を下ろし事業継続できるようフォローアップに注力します。

【施策の方向】

○新たな企業誘致・開業支援

空きテナントにサテライトオフィス等を誘致することで商業地の活性化を図ります。また、住宅地における小さな開業を支援することで、まちなかでの新たな事業者の立地を促進します。さらに、製造業以外の産業の誘致についても検討し実施します。

○学研高山第二工区における産業集積等の検討

需要面での雇用拡大を実現するためには、生駒市内に就業機会を創出することが不可欠です。現在、本市において開発中の学研高山第二工区における成長分野や観光関連などの産業集積に向けた検討を行います。

○立地企業へのフォローアップの実施

立地企業やサテライトオフィス誘致、企業支援により開業した事業者などに対し、市職員、商工会議所職員などによる日常的な企業訪問を行うとともに、定期的な意見交換・交流の場を設置するなどしてフォローアップを実施します。また、既存事業者も含め、事業承継や BCP など事業継続に向けた支援も実施します。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 企業立地優遇制度により現行ビジョン策定時以降 9 件の立地、延べ 25 件の立地につながり、雇用と税収に貢献している。

◎ポイント

現状、誘致可能な公的事業地は無く、今後は、北田原地区での都市計画変更による民間事業用地への対応や学研高山第二工区における「都市型産業用地」等の活用による立地促進を検討する。

また、立地企業などに対するフォローアップについては実施できていないため、定期的な企業訪問等による対話が必要である。

5. 事業者、市民の取り組み、行政等の役割

本市の現況や強み、事業者及びその経営環境を踏まえ、今後の本市産業の方向性としての「めざす将来像」を実現するために必要となる事業者の努力及び市民の理解と協力、行政等による公的支援のあり方を定めます。

(1) 事業者の努力

国内外の厳しい経営環境のもとにあっても、自主・自律的に経営の「変革と挑戦」により事業の成長発展を図り、職住近接の多様な働き方を実現する雇用環境の整備、地域の消費者・生産者、来訪者と顔の見える関係性を築き地域の雇用・購買・消費などに貢献するなど、地域経済活性化の主体となるよう努めるものとします。

(2)市民の理解及び協力

地域の多様な事業者の存在が多様な雇用や個人の能力の発揮の機会、住民サービスを生み出す源泉であり、地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する事業活動を通じて、直接か間接かを問わずこれからの住宅都市の住みよさの向上に寄与することを理解し、まちなか経済循環の主体として積極的な域内での経済活動への参加に努めるものとします。

(3)行政等による公的支援のあり方

市及び市内外の産学公民金の公的支援機関は、自主的に「変革と挑戦」取り組む事業者の「発掘と育成」に努めるものとし、市内事業者におけるレジリエンスのある経営の継続・発展に向け、事業者との対話を行いながら絶えずその土壌である経営環境の改善に努めるものとします。

6.新ビジョンの推進体制

「5つの分野の目標と施策の方向」については、その内容は広範で、基礎自治体である本市だけでは達成することができないため市内外の産学公民金の支援者・住民との連携が不可欠となります。

こうしたことから、本ビジョンの推進にあたっては、令和3年度より取り組みを開始した産学公民金の連携により市内事業者が成長する環境を構築し地域経済の活性化を図る生駒市版エコノミックガーデニング(注)「EG いこま」のもと、現在、実施しています。

今後は、「EG いこま」の活動について7つの指針を定め、商工会議所や地域金融機関との連携をさらに強化し、現在つながりの薄い国・県、大学等の支援機関との連携も深め、産学公民金の支援者のネットワークの構築を図っていきます。

また、顔の見えるまちなか経済循環を実現するには、生産者・消費者としての市内事業者・住民の参画も不可欠なことから、とりわけ「民」も地域経済振興に参画する住宅都市型の生駒市版エコノミックガーデニングを目指します。

(注)エコノミックガーデニングとは

「エコノミックガーデニング」とは、「地域経済振興」とも訳され、地域の実情に応じて産学公民金の支援者が連携して経済生態系を耕し土壌改良に挑み、意欲的な地域の中小企業が持続的に成長し、雇用を創出するための基盤を築くことを目指す地域経済活性化策のひとつです。

【「EG いこま」の活動指針】

- ① 市及び商工会議所による積極的な企業訪問
- ② 市及び他機関も含めた企業支援情報の積極的な情報提供
- ③ 多様な支援機関との信頼関係の構築とつなぎ機能の強化
- ④ イコマド、竹林園、おちやせんなど支援拠点のさらなる活用
- ⑤ 市内部の関係部署との連携強化(農業、市民活動、まちづくり、地域共生等)
- ⑥ 「EG いこま」の趣旨に賛同する産学公民金の支援機関のネットワーク構築
- ⑦ 消費者と生産者の顔の見える関係が構築できる場づくり



【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・市の企業訪問による経営課題の把握やワンストップ窓口機能などが、コロナ禍の影響もあり実施できていない。
- ・推進体制として、生駒商工会議所、奈良県、国、けいはんな学研都市の関係機関、大学、金融機関、運輸事業者などとの連携を掲げていたが、生駒商工会議所と金融機関のほかは、一部を除き具体的な連携ができていない。

◎ポイント

重点テーマとしていた企業情報の収集・整理・発信の強化ができていないなか、現行ビジョンで掲げた、産学公民金との連携ができていない。今後は、企業訪問等による事業者との接点を多く持ち、支援ニーズの収集に努めるとともに、具体的な支援の場で協働し、産学公民金の支援者間の顔の見えるネットワークを構築する必要がある。

★関係法令

■中小企業基本法(平成 11 年(1999)年改正)

(基本理念)

第三条 中小企業については、多様な事業の分野において特色ある事業活動を行い、多様な就業の機会を提供し、個人がその能力を発揮しつつ事業を行う機会を提供することにより我が国の経済の基盤を形成しているものであり、特に、多数の中小企業者が創意工夫を生かして経営の向上を図るための事業活動を行うことを通じて、新たな産業を創出し、就業の機会を増大させ、市場における競争を促進し、地域における経済の活性化を促進する等我が国経済の活力の維持及び強化に果たすべき重要な使命を有するものであることにかんがみ、独立した中小企業者の自主的な努力が助長されることを旨とし、その経営の革新及び創業が促進され、その経営基盤が強化され、並びに経済的社会的環境の変化への適応が円滑化されることにより、その多様で活力ある成長発展が図られなければならない。

(地方公共団体の責務)

第六条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、中小企業に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(中小企業者の努力等)

第七条 中小企業者は、経済的社会的環境の変化に即応してその事業の成長発展を図るため、自主的にその経営及び取引条件の向上を図るよう努めなければならない。

2 中小企業者の事業の共同化のための組織その他の中小企業に関する団体は、その事業活動を行うに当たっては、中小企業者ととともに、基本理念の実現に主体的に取り組むよう努めるものとする。

3 中小企業者以外の者であつて、その事業に関し中小企業と関係があるものは、国及び地方公共団体が行う中小企業に関する施策の実施について協力するようにしなければならない。

■小規模企業振興基本法(平成26(2014年)施行)

(基本原則)

第三条 小規模企業の振興は、人口構造の変化、国際化及び情報化の進展等の経済社会情勢の変化に伴い、国内の需要が多様化し、若しくは減少し、雇用や就業の形態が多様化し、又は地域の産業構造が変化する中で、顧客との信頼関係に基づく国内外の需要の開拓、創業等を通じた個人の能力の発揮又は自立的で個性豊かな地域社会の形成において小規模企業の活力が最大限に発揮されることの必要性が増大していることに鑑み、個人事業者をはじめ自己の知識及び技能を活用して多様な事業を創出する小企業者が多数を占める我が国の小規模企業について、多様な主体との連携及び協働を推進することによりその事業の持続的な発展が図られることを旨として、行われなければならない。

第四条 小規模企業の振興に当たっては、小企業者がその経営資源を有効に活用し、その活力の向上が図られ、その円滑かつ着実な事業の運営が確保されるよう考慮されなければならない。

(地方公共団体の責務)

第七条 地方公共団体は、基本原則にのっとり、小規模企業の振興に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の自然的経済的社会的諸条件に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 地方公共団体は、小規模企業が地域経済の活性化並びに地域住民の生活の向上及び交流の促進に資する事業活動を通じ自立的で個性豊かな地域社会の形成に貢献していることについて、地域住民の理解を深めるよう努めなければならない。

(小規模企業者の努力等)

第八条 小規模企業者は、経済社会情勢の変化に即応してその事業の持続的な発展を図るため、自主的にその円滑かつ着実な事業の運営を図るよう努めるとともに、相互に連携を図りながら協力することにより、自ら小規模企業の振興に取り組むよう努めるものとする。

2 中小企業に関する団体は、小規模企業者に対してその事業活動を行うに当たっては、基本原則にのっとり、小規模企業者とともに、小規模企業の振興に主体的に取り組むよう努めるものとする。

3 小規模企業者以外の者であって、その事業に関し小規模企業と関係があるものは、国及び地方公共団体が行う小規模企業の振興に関する施策の実施について協力するようにしなければならない。

(関係者相互の連携及び協力)

第九条 国、地方公共団体、独立行政法人中小企業基盤整備機構、中小企業に関する団体その他の関係者は、基本原則にのっとり、小規模企業の振興に関する施策があまねく全国において効果的かつ効率的に実施されるよう、適切な役割分担を行うとともに、相互に連携を図りながら協力するよう努めなければならない。