

事業者アンケート

1. 調査概要

(1) 調査名称

生駒市商工観光ビジョン改訂のための事業者アンケート調査

(2) 調査地域

生駒市全域

(3) 調査対象

生駒市内に立地する全事業者（うち、アンケート票は 1100 件送付、不明等 89 件）

(4) アンケート票送付にあたっての抽出方法

「総務省統計局 経済センサス-基礎調査」より、調査対象リスト（製造業および製造業以外の全事業者）を入手

(5) 調査方法

- ①（アンケート票送付）回答は記名式とし、令和 4 年 11 月 1 日～12 月 12 日を調査期間として郵送により配布・回収
- ②（全事業者対象）web 上でのアンケート回答ページを開設

(6) 調査内容

- ①事業の概要（開業理由、生駒市選択理由、事業所の強み）
- ②経営状況（従業員数・経営状況の変化、変化要因）
- ③事業の展望（後継者の有無、事業の将来展望）
- ④雇用への意識（社員の副業、雇用に際して重視する点、従業員のスキルアップ）
- ⑤生駒市への評価（生駒市の強み・弱み、事業所の継続意向）
- ⑥今後の展開（経営課題、戦略）
- ⑦新しい取組（製品・生産形態、研究開発等の状況、資金確保）
- ⑧支援施策（市の施策利用状況・評価、支援施策の期待、支援機関との関係）
- ⑨新型コロナウイルスの影響（事業への影響、対応）
- ⑩地域経済循環への意識（交流機会、取組の現状と今後への意識）
- ⑪事業所概要（事業所名、立地、主な業種、生駒市内の事業所概要等）

(7) 回収状況

配布数 1100 件に対し有効回収数 257 件、有効回答率 23%を得た。
web 上でのアンケート回答ページを通じて、49 件の回答を得た。

(8) 留意点

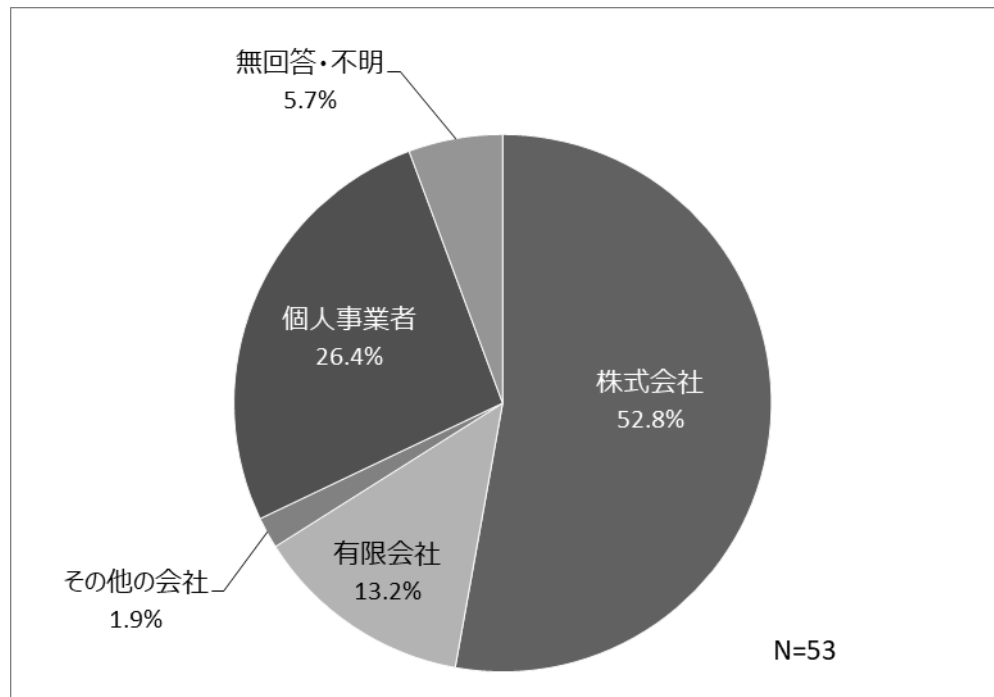
- ・回答の集計に際しては、小数点以下の数値を四捨五入することから、比率の合計が 100%にならない場合がある。
- ・グラフ中の N とは、回答者数の母数を表す。複数回答の場合、比率は母数に対する出現率を表すため、100%を超える場合がある。

2. 結果概要

事業所概要（製造業）

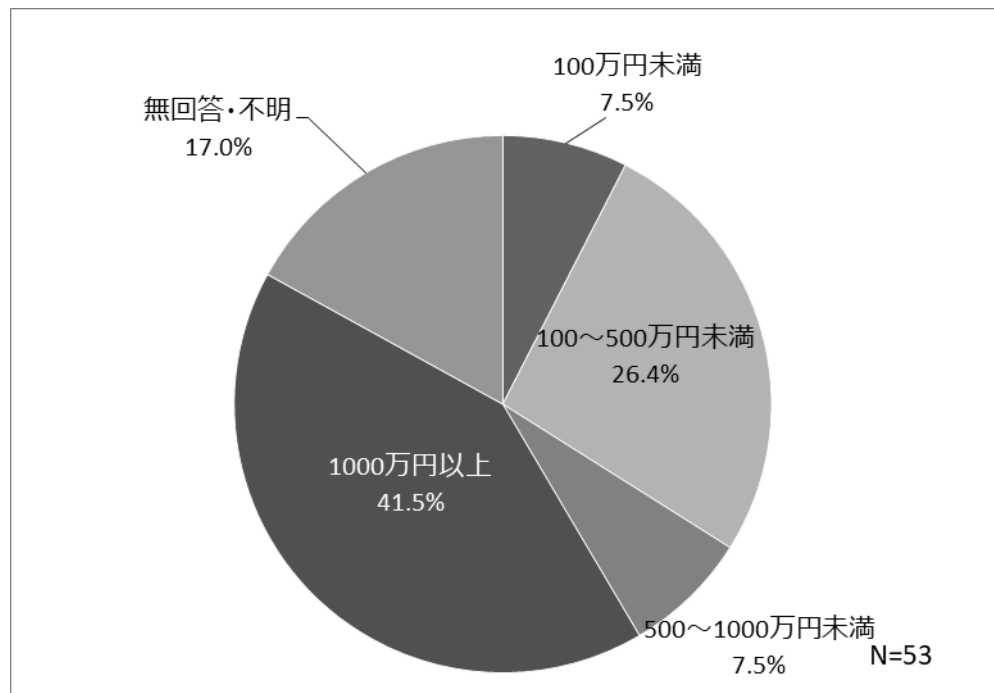
① 組織形態（製造業）

○株式会社 52.8%、個人事業者 26.4%、有限会社 13.2%からの回答となっています。



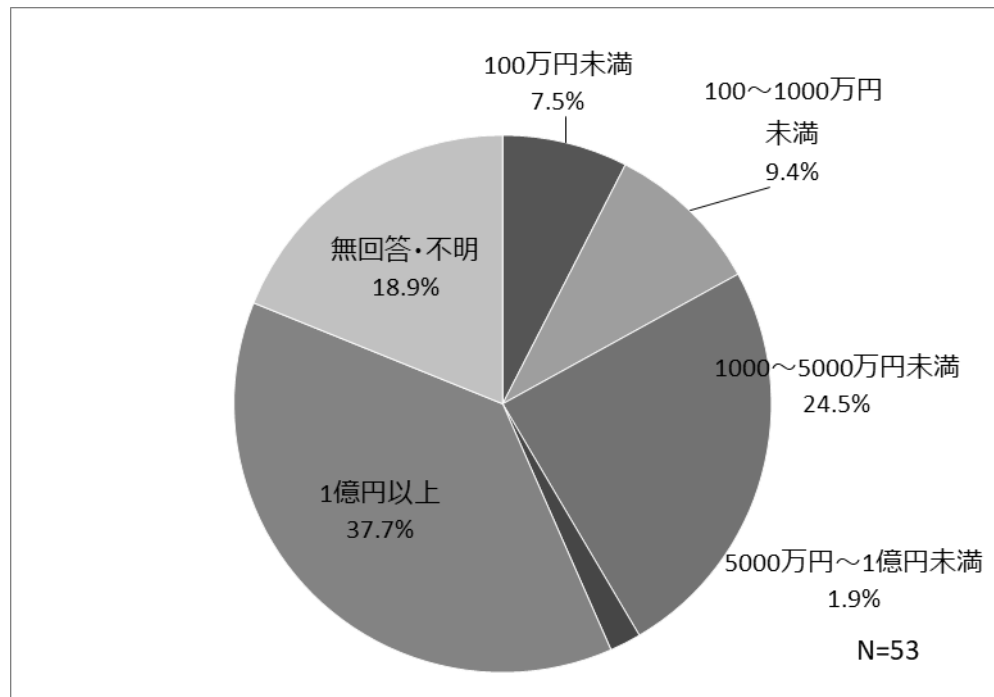
② 資本金（製造業）

○1000万円以上の事業所からの回答が 41.5%、次いで 100～500万円未満が 26.4%となっています。



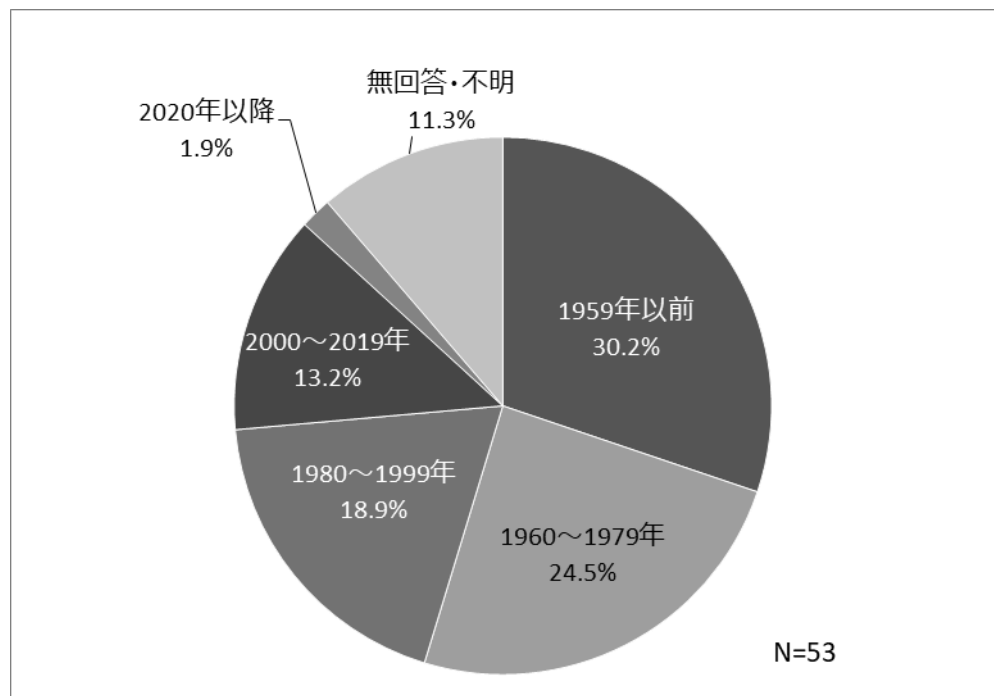
③ 年間売上高（製造業）

○1億円以上の事業所からの回答が37.7%、次いで1000～5000万円未満が24.5%、100～1000万円未満が9.4%となっています。



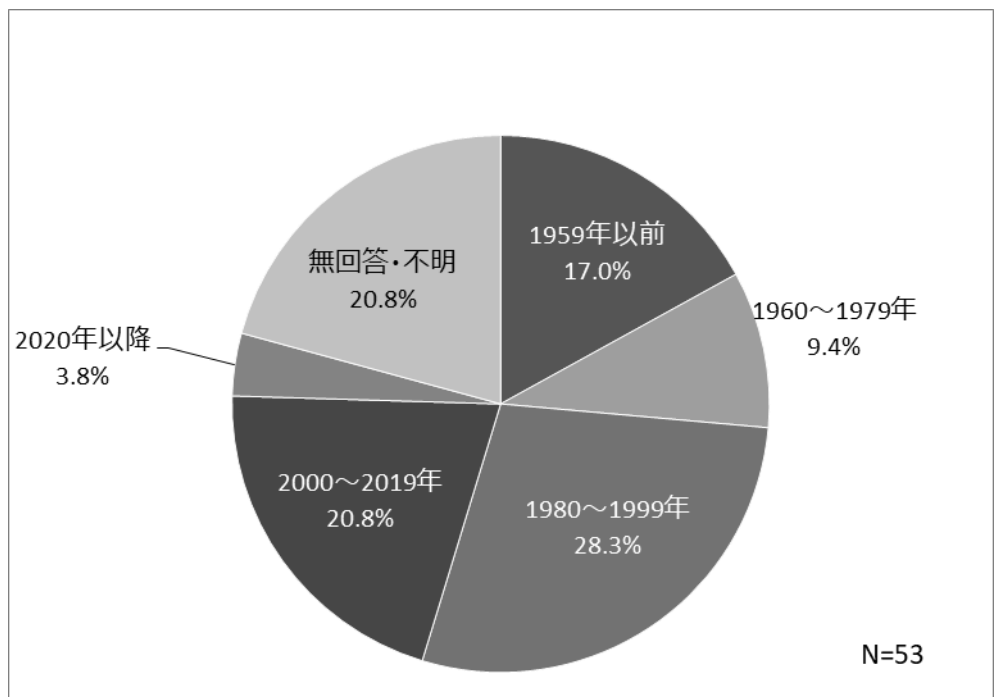
④ 起業年（製造業）

○1959年以前開業に事業所からの回答が30.2%、次いで1960～1979年開業が24.5%、さらに1980～1999年開業が18.9%となっています。



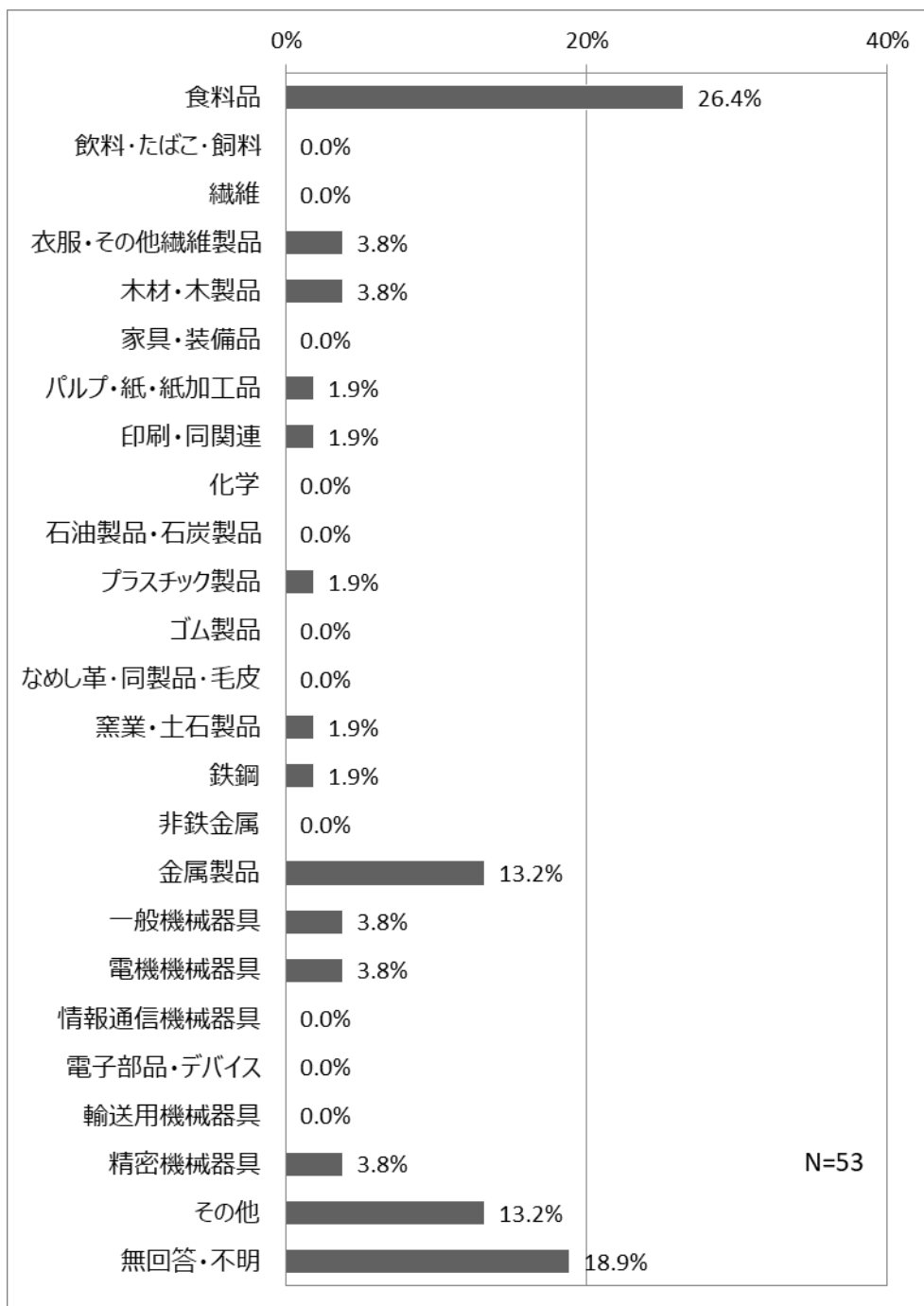
⑤ 生駒市での開業年（製造業）

○生駒市での開業が 1980～1999 年の事業所からの回答が 28.3%、次いで 2000～2019 年開業が 20.8%、さらに 1959 年以前に開業が 17.0%となっています。



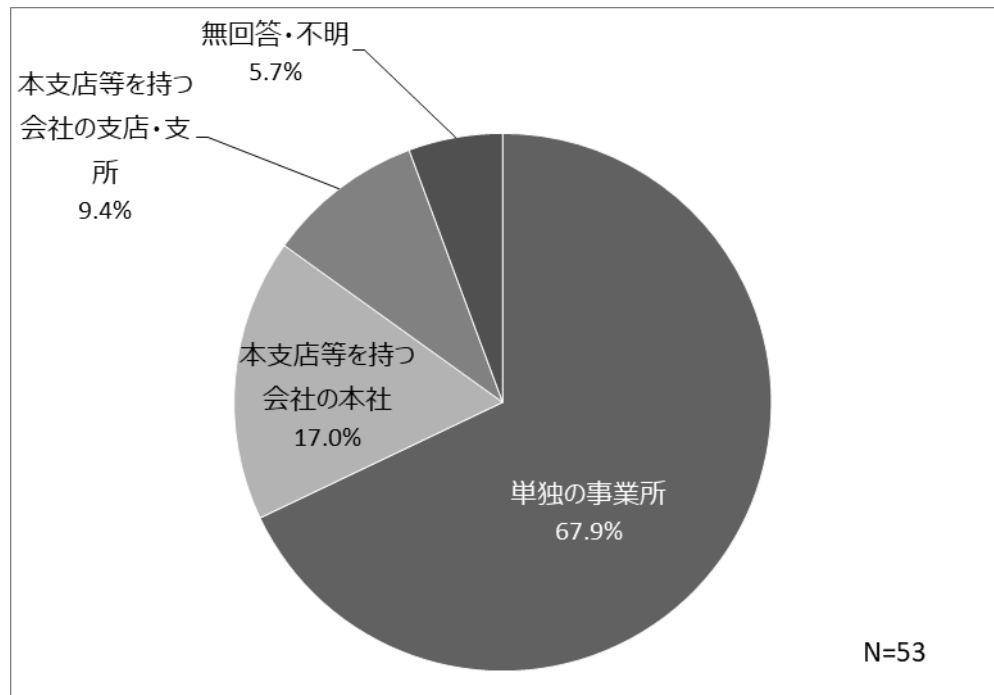
⑥ 業種（製造業）

○食料品製造業からの回答が 26.4%と最多で、次いで金属製品製造業 13.2%、そして以下の 5 業種（衣服・その他繊維製品製造業、木材・木製品製造業、一般機械器具製造業、電機機械器具製造業、精密機械器具製造業）が 3.8%で続いています。



⑦ 事業所の形態（製造業）

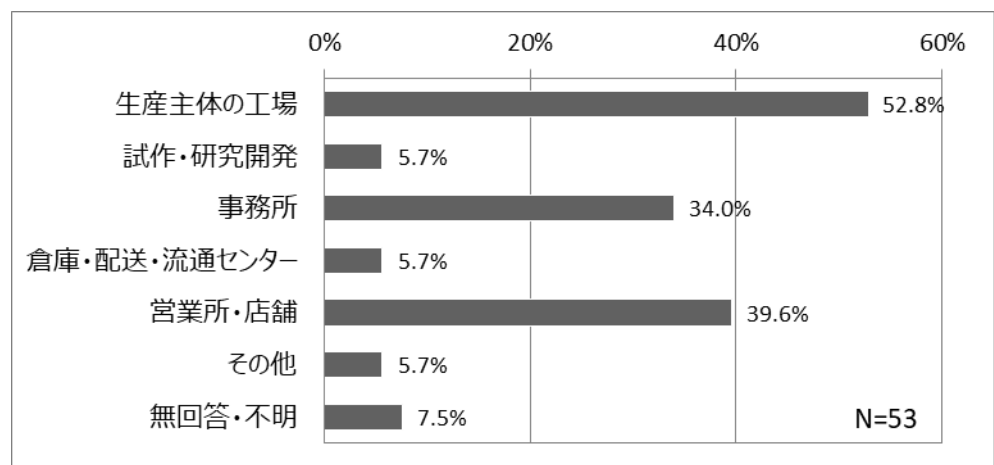
○単独事業所が 67.9%であり、本支店等を持つ会社の本社を合わせて 84.9%が本社機能を持つ事業所からの回答となっています。



⑧ 事業所の機能（製造業）

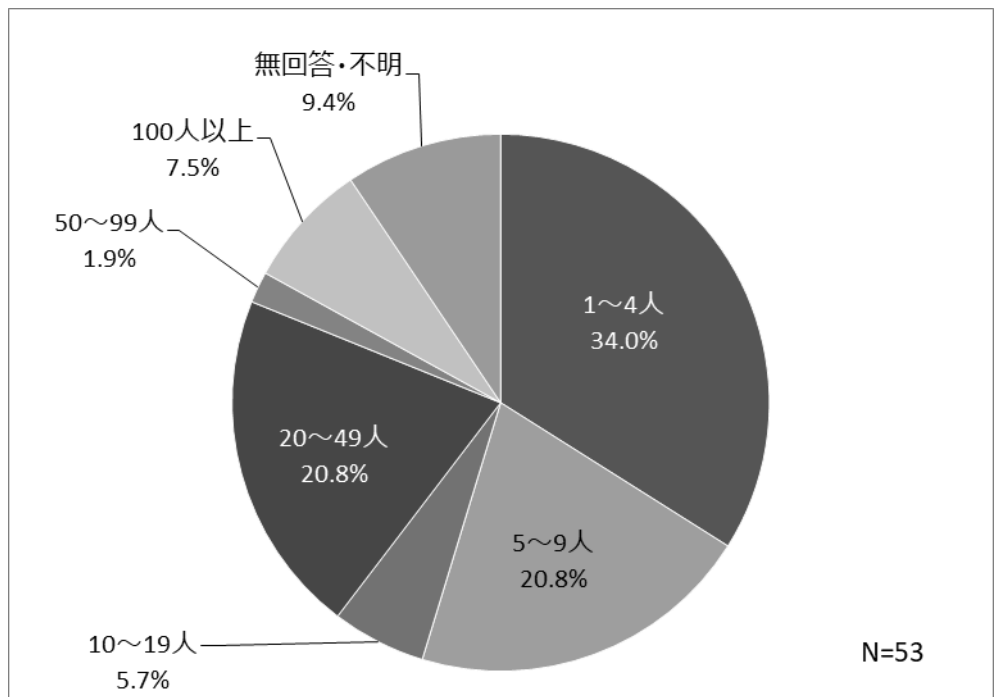
○生産主体の工場が 52.8%と約半数を占め、営業所・店舗が 39.6%、事務所が 34.0%と続いています。

○試作・研究開発は 5.7%にとどまっています。



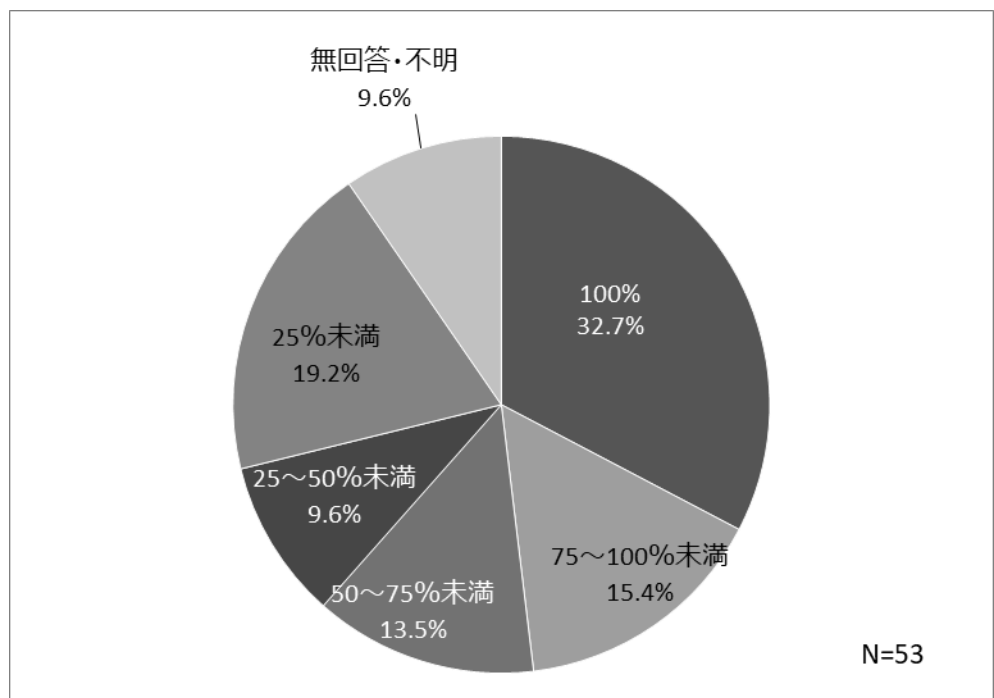
⑨ 従業員数（製造業）

○従業員数1～4人の事業所からの回答が34.0%、次いで5～9人および20～49人の事業所が20.8%となっています。



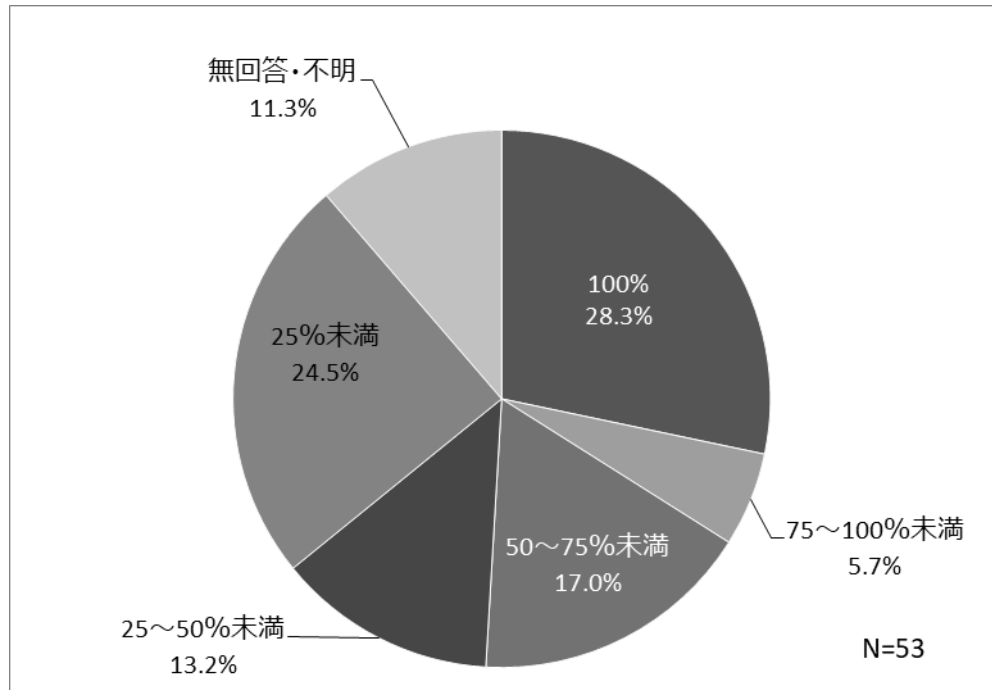
⑩ 正社員比率（製造業）

○従業員のうち正社員の割合が100%の事業所が32.7%と最も多く、次いで正社員の割合が25%未満の事業所が19.2%、正社員の割合が75～100%未満の事業所が15.4%となっています。



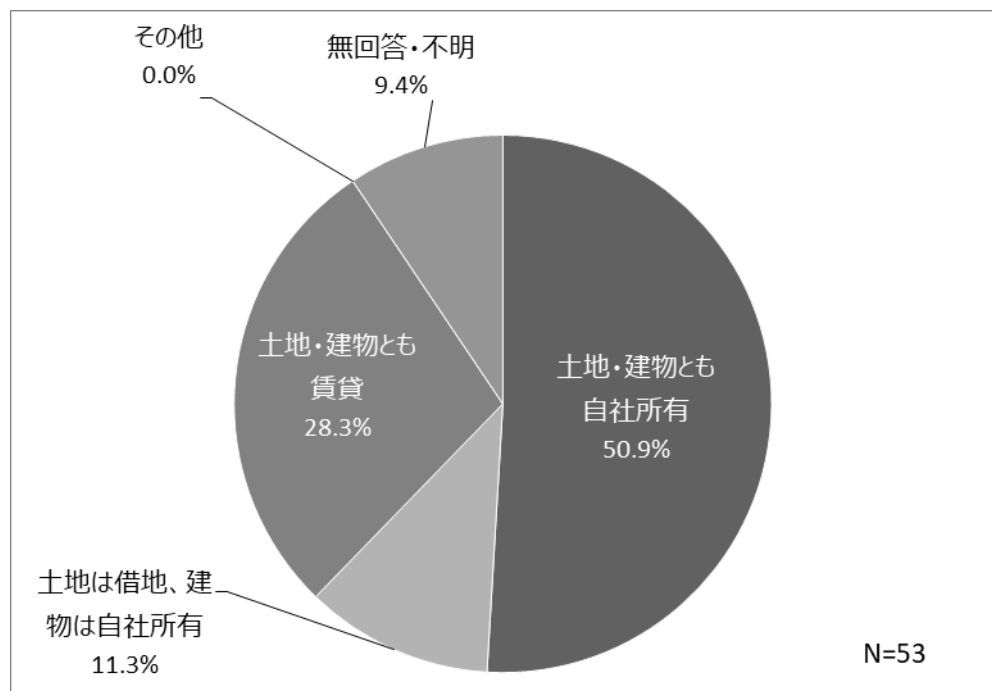
⑪ 従業員居住地（生駒市内居住率）（製造業）

○従業員の生駒市内での居住率は、従業員の100%が生駒市内に居住する事業所が28.3%と最も多く、次いで居住率が25%未満の事業所が24.5%、居住率が50～75%未満の事業所が17.0%となっています。



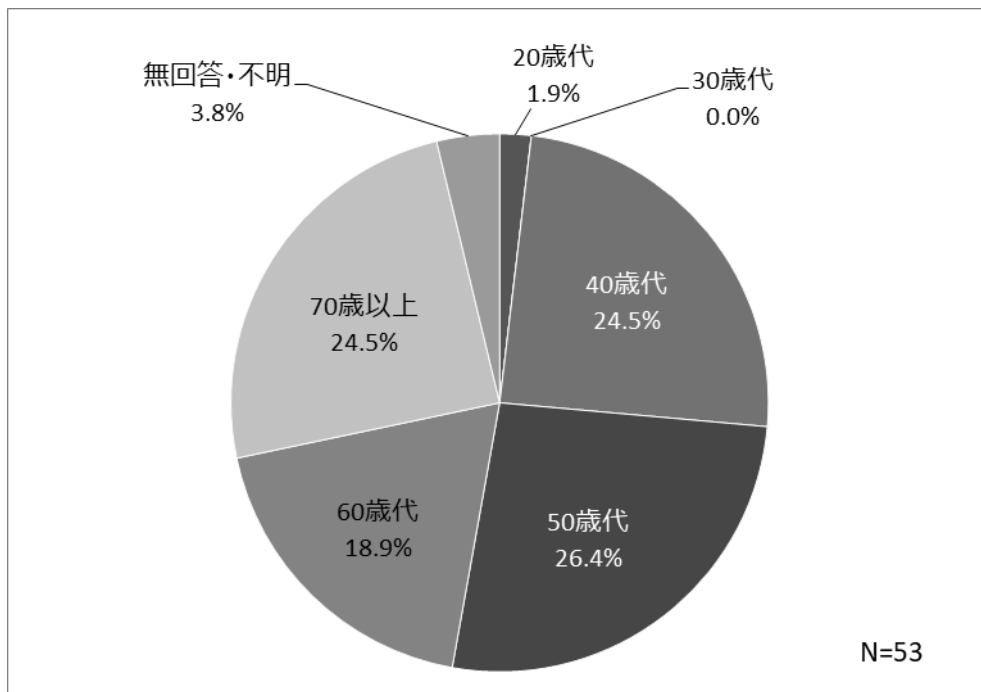
⑫ 土地の所有形態（製造業）

○土地の所有形態は、土地・建物とも自社所有が50.9%、土地・建物とも賃貸が28.3%となっています。



⑬ 代表者の年齢（製造業）

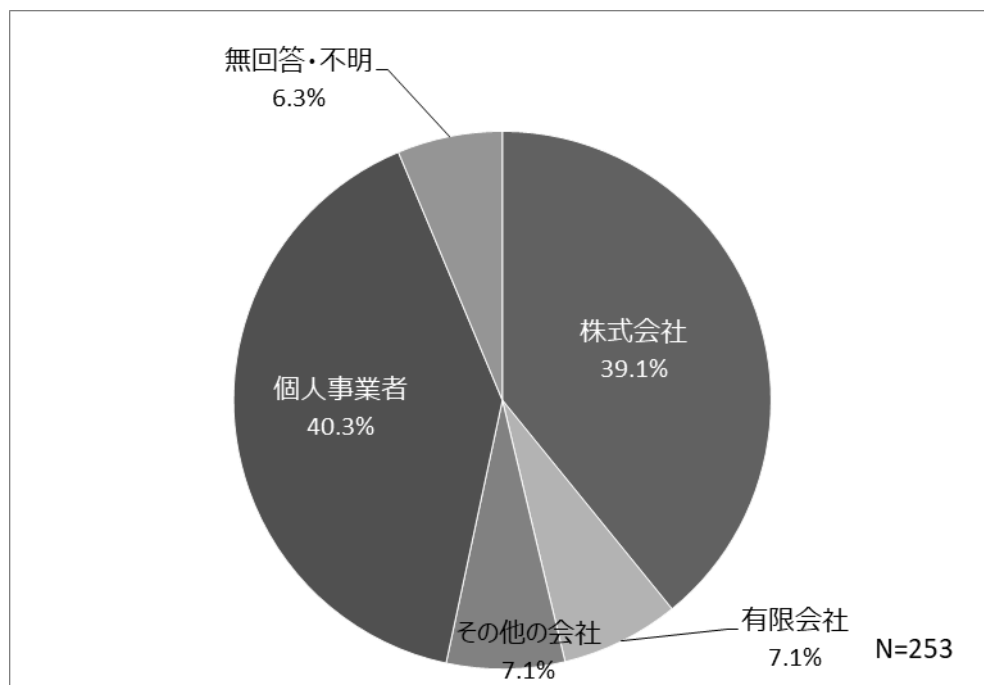
○50 歳代が 26.4%と最も多く、次いで 70 歳以上が 24.5%となっており、全体では代表者が 50 歳代以下の回答が 52.8%と過半数を占めています。



事業所概要（製造業以外）

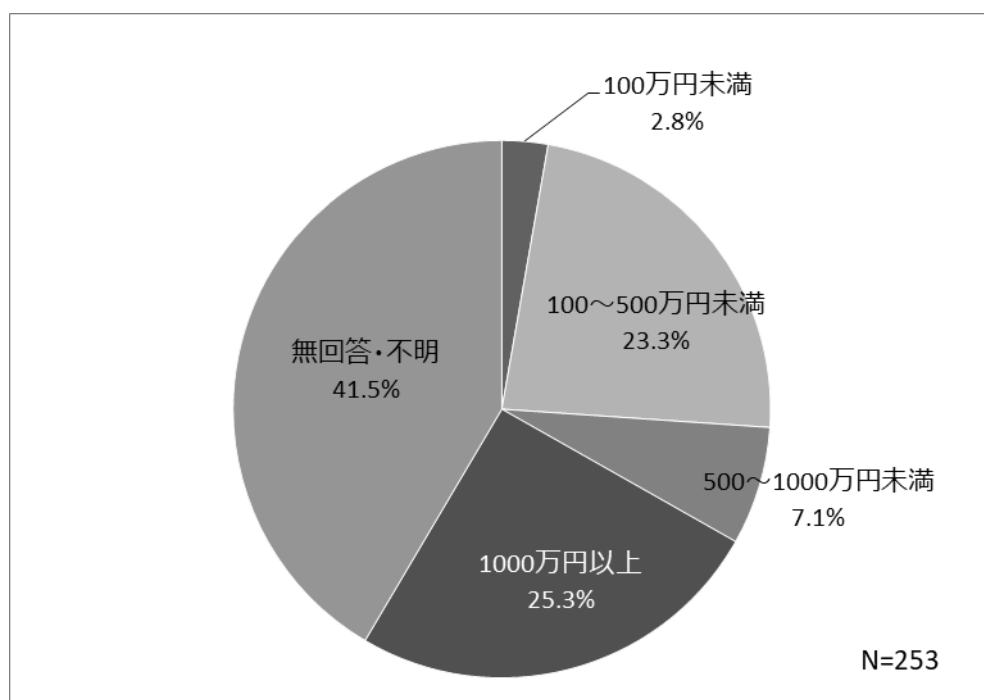
① 組織形態（製造業以外）

○株式会社 39.1%、個人事業者 40.3%、有限会社 7.1%からの回答となっています。



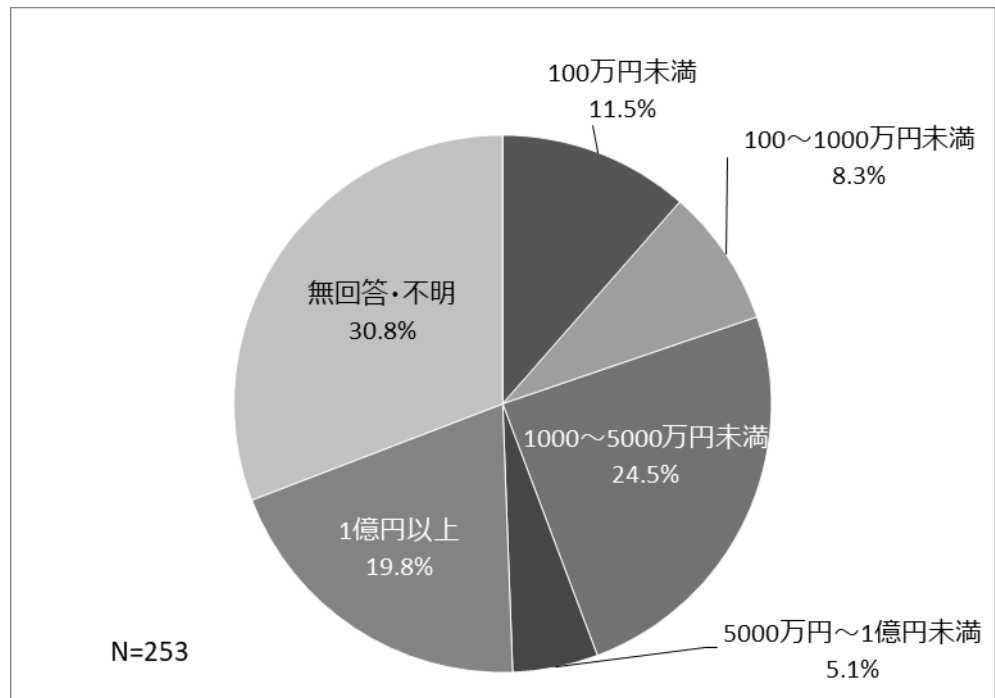
② 資本金（製造業以外）

○1000万円以上の事業所からの回答が 25.3%、次いで 100～500万円未満が 23.3%となっています。



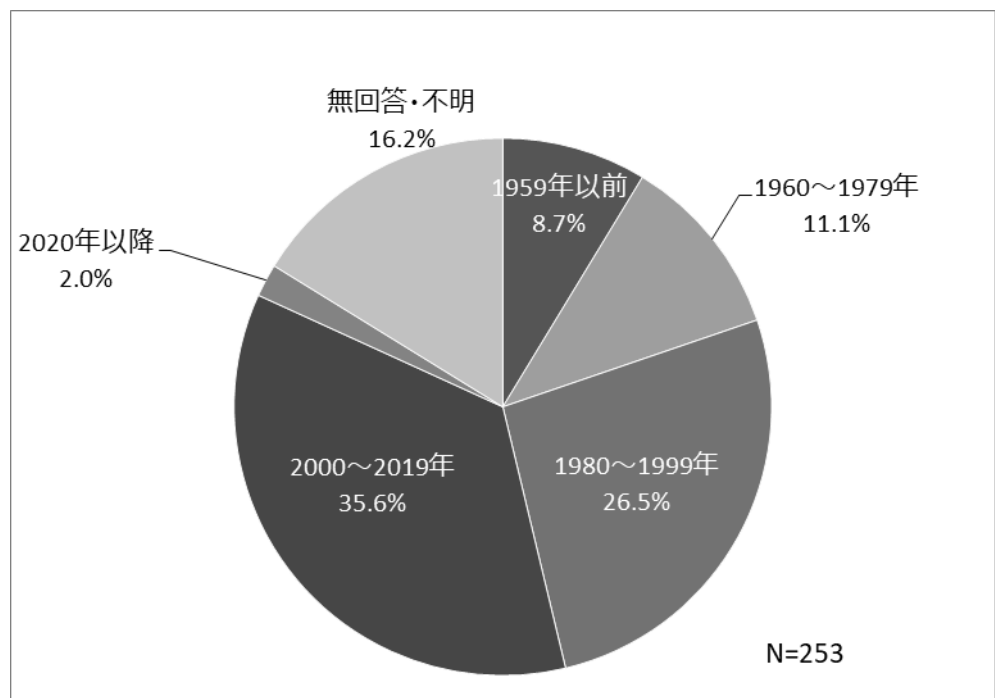
③ 年間売上高（製造業以外）

○1000～5000万円未満の事業所からの回答が24.5%、次いで1億円以上が19.8%、100万円未満が11.5%となっています。



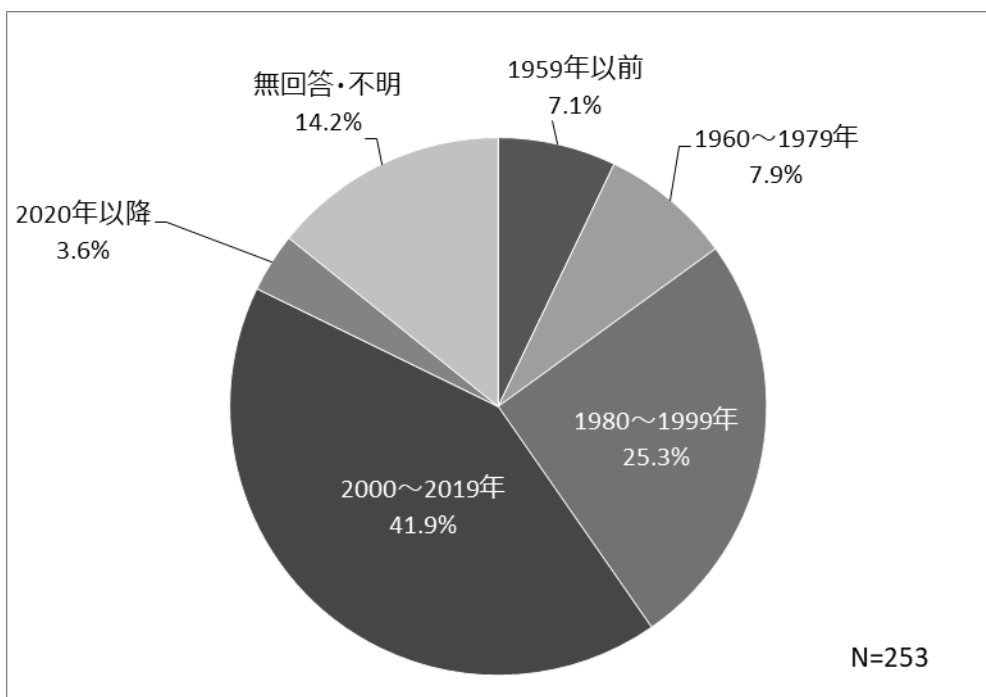
④ 起業年（製造業以外）

○2000～2019年開業の事業所からの回答が35.6%、次いで1980～1999年開業が26.5%、さらに1960～1979年開業が11.1%となっています。



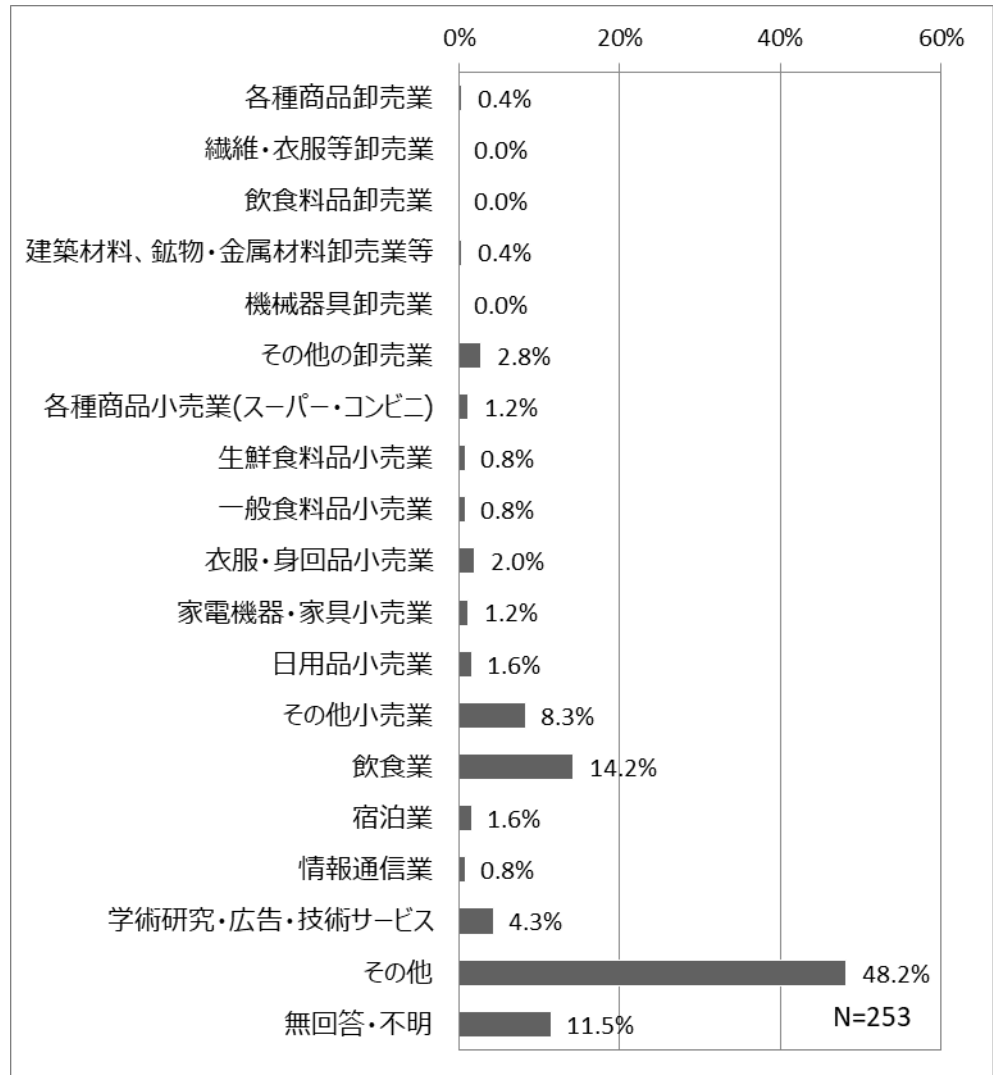
⑤ 生駒市での開業年（製造業以外）

○生駒市での開業が 2000～2019 年の事業所からの回答が 41.9%、次いで 1980～1999 年開業が 25.3%となっています。



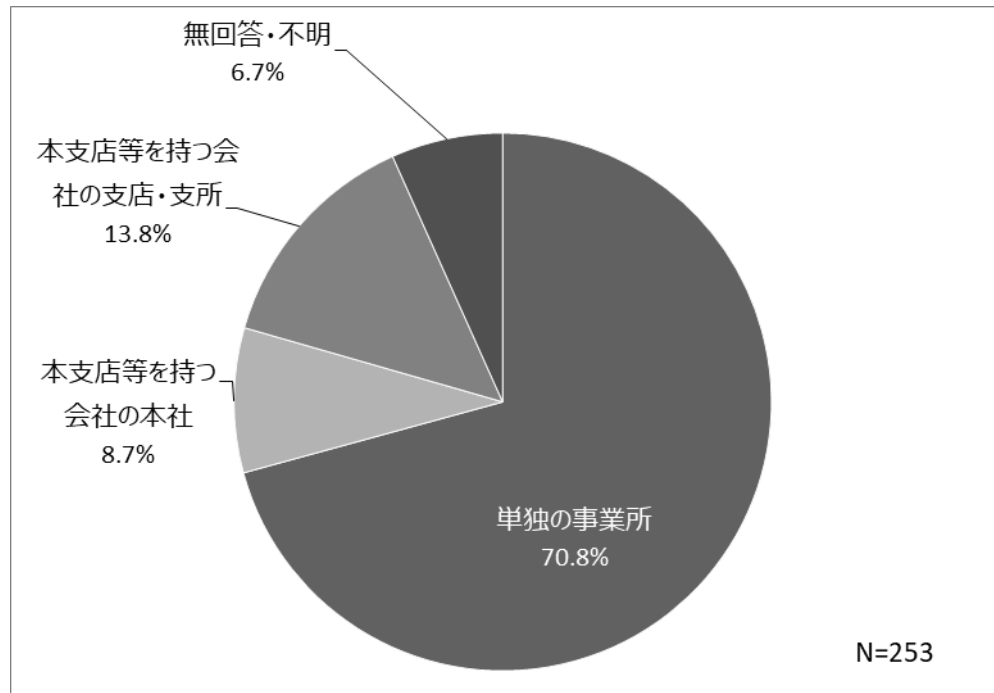
⑥ 業種（製造業以外）

- その他以外では飲食業からの回答が 14.2%と最も多く、次いでその他小売業が 8.3%、学術研究・広告・技術サービスが 4.3%、その他卸売業が 2.8%となっています。
- その他（122 件）の内訳は、理容・美容関連（18 件）、建設・設備関連（12 件）、塾や教室経営など（11 件）が多くなっており、不動産業、福祉関連、薬局や医療関連からの回答もありました。



⑦ 事業所の形態（製造業以外）

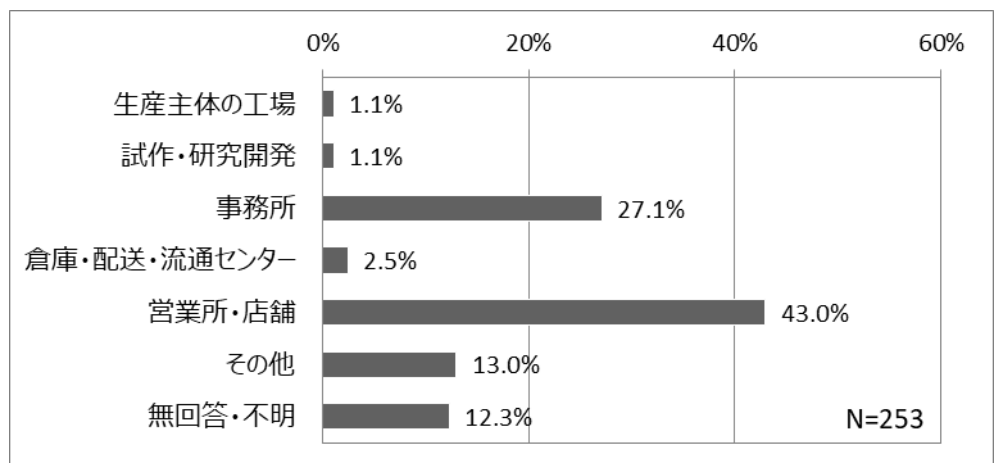
○単独事業所が70.8%であり、本支店等を持つ会社の本社を合わせて79.5%が本社機能を持つ事業所からの回答となっています。



⑧ 事業所の機能（製造業以外）

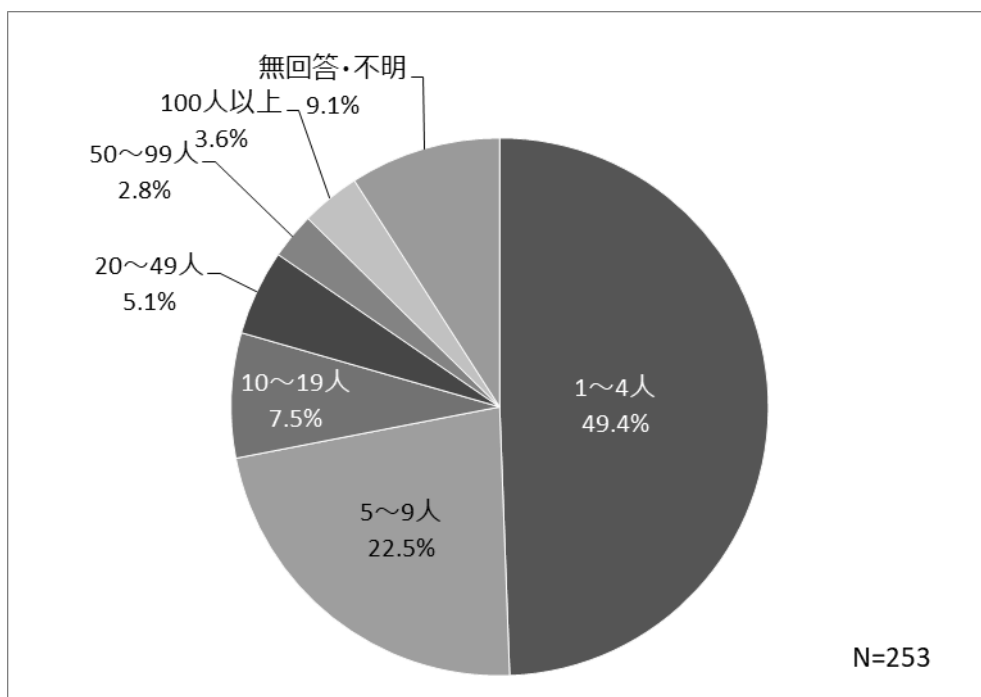
○営業所・店舗が43.0%と最も多く、ついで事務所が27.1%、その他が13.0%と続いています。

○試作・研究開発はわずか1.1%になっています。



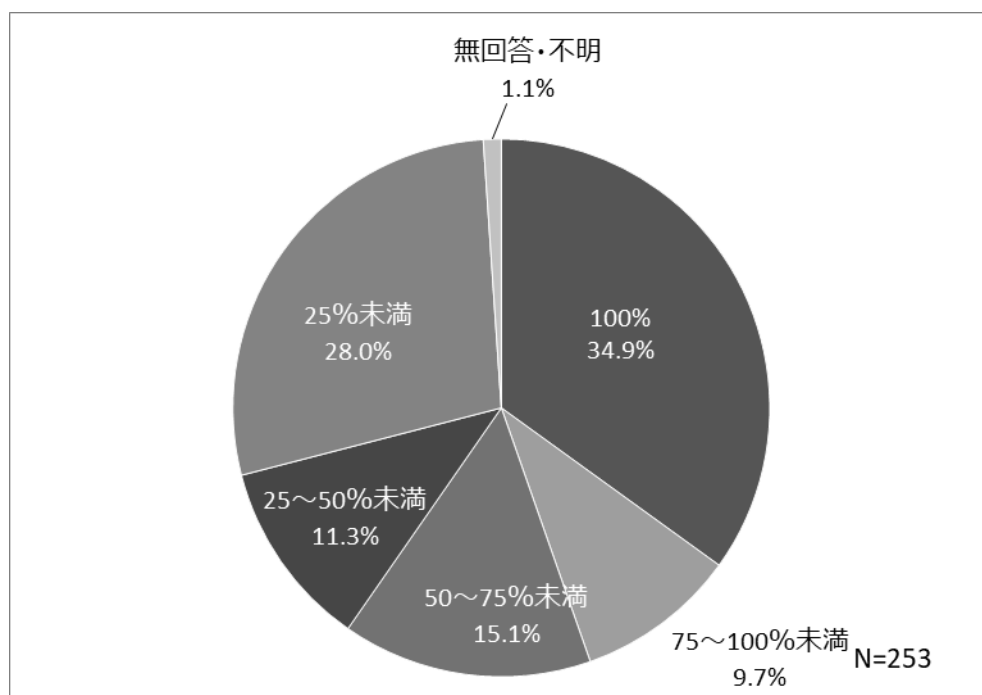
⑨ 従業員数（製造業以外）

○従業員数1～4人の事業所からの回答が49.4%、次いで5～9人の事業所が22.5%となっており、回答のあった事業所の70%以上が従業員数10人未満の事業所となっています。



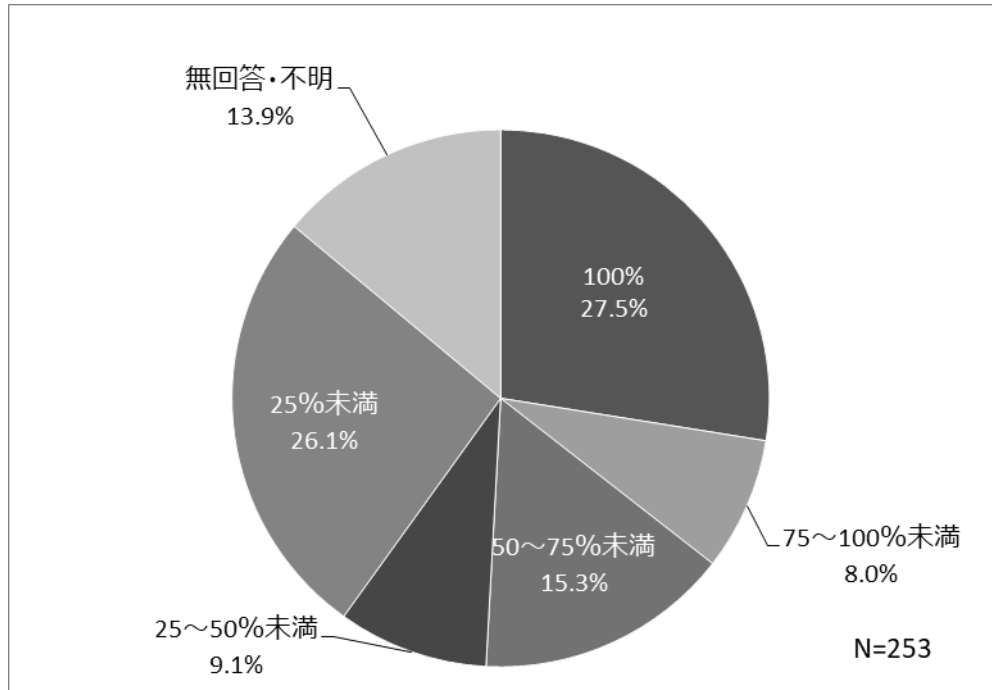
⑩ 正社員比率（製造業以外）

○従業員のうち正社員の割合が100%の事業所が34.9%と最も多く、次いで正社員の割合が25%未満の事業所が28.0%、正社員の割合が50～75%未満の事業所が15.1%となっています。



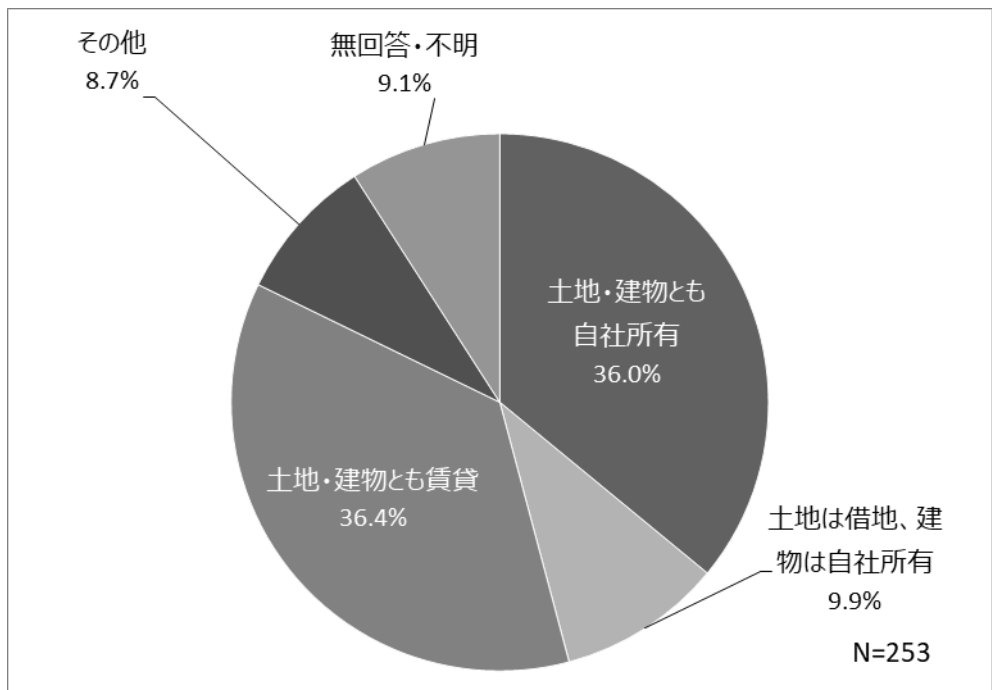
⑪ 従業員居住地（生駒市内居住率）（製造業以外）

○従業員の生駒市内での居住率は、従業員の100%が生駒市内に居住する事業所が27.5%と最も多く、次いで居住率が25%未満の事業所が26.1%、居住率が50～75%未満の事業所が15.3%となっています。



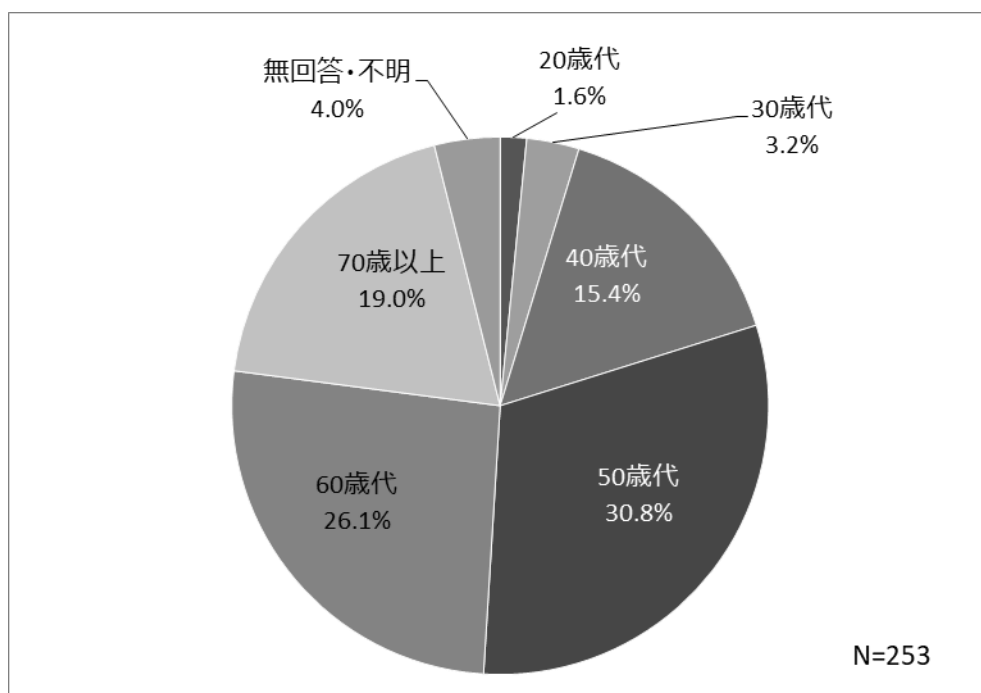
⑫ 土地の所有形態（製造業以外）

○土地の所有形態は、土地・建物とも賃貸が36.4%、土地・建物とも自社所有が36.0%となっています。



⑬ 代表者の年齢（製造業以外）

○50 歳代が 30.8%と最も多く、次いで 60 歳代が 26.1%となっており、全体では代表者が 50 歳代以下の回答が 51.0%と過半数を占めています。

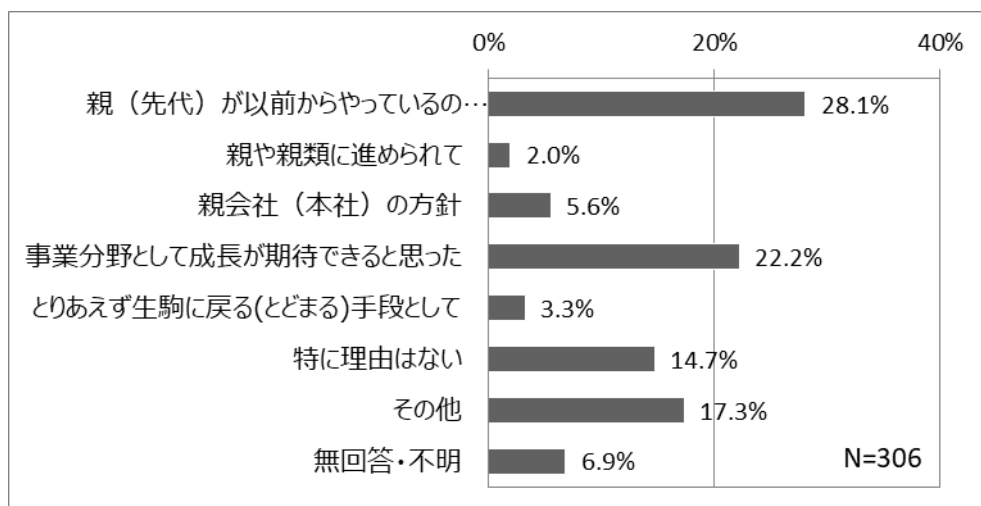


事業所の状況や周辺環境変化についてお伺いします。

問 1 今の事業を始めた（継いだ）理由は何ですか。（最も大きな理由1つ）

- 現在の事業を始めた理由としては、「親（先代）が以前からやっているの、自然に継いだ」が28.1%と最も多く、ついで「事業分野として成長が期待できると思った」が22.2%となっています。
- 事業を継承した事業所とともに、事業分野としての成長を見越した積極的な意識での創業・開業したことがうかがえます。

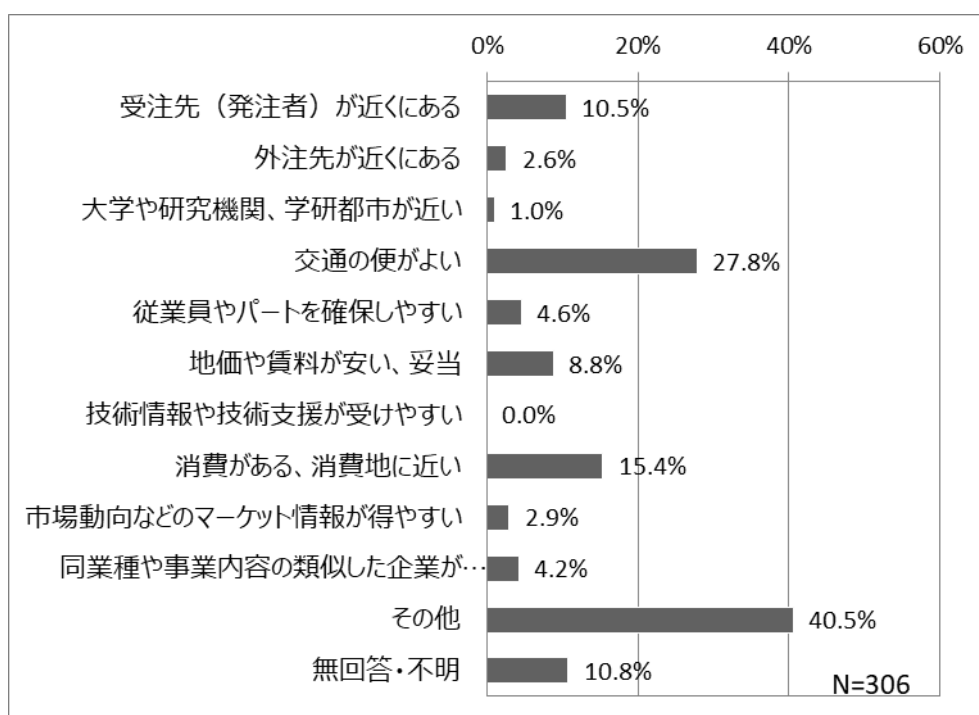
回答数	306	100.0%
親（先代）が以前からやっているの、自然に継いだ	86	28.1%
親や親類に進められて	6	2.0%
親会社（本社）の方針	17	5.6%
事業分野として成長が期待できると思った	68	22.2%
とりあえず生駒に戻る(とどまる)手段として	10	3.3%
特に理由はない	45	14.7%
その他	53	17.3%
無回答・不明	21	6.9%



問2 事業を行う（継ぐ）場所として、生駒市を選んだ主な理由は何ですか。（主な理由3つ）

- 事業地として生駒市を選んだ理由としては、「交通の便がよい」が27.8%と最も多く、ついで「消費がある、消費地に近い」（15.4%）、「受注者（発注者）が近くにある」（10.5%）となっています。
- その他の意見として、「自宅がある、居住している」が58件と最も多く、「先代からの継承」が19件、事業用地の物件や経費との関係、親会社との関係なども挙げられました。
- 自宅や交通の便なども含めて、土地・立地条件に関する理由から生駒市を選択したとする回答が多くなっています。

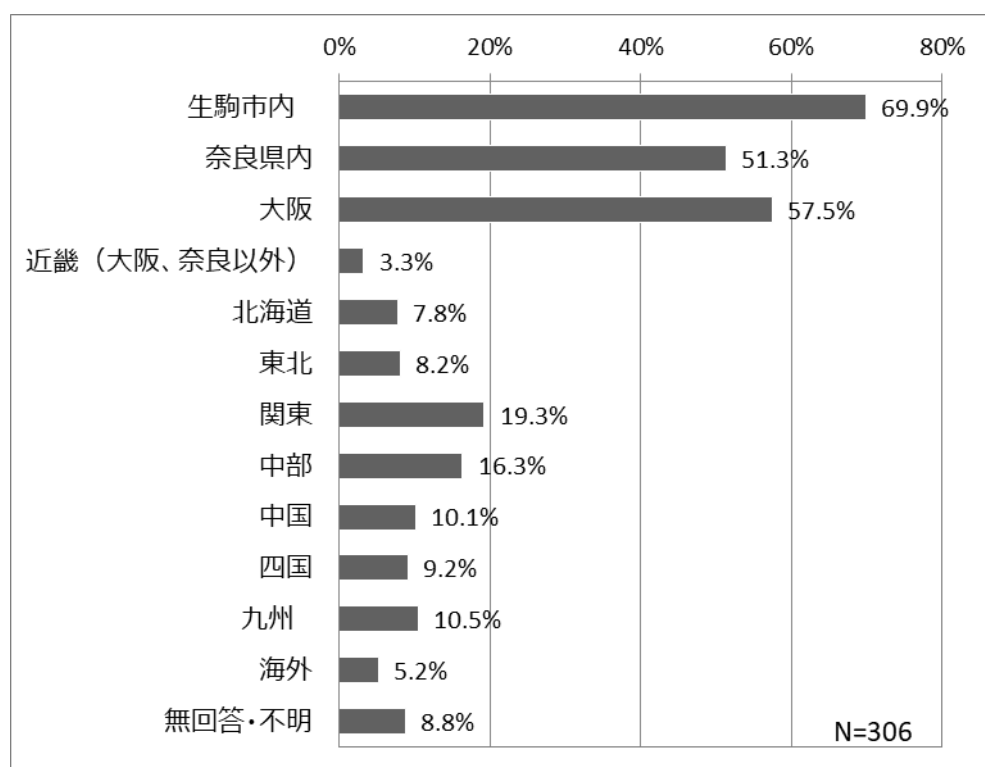
回答数（複数回答）	306	100.0%
受注先（発注者）が近くにある	32	10.5%
外注先が近くにある	8	2.6%
大学や研究機関、学研都市に近い	3	1.0%
交通の便がよい	85	27.8%
従業員やパートを確保しやすい	14	4.6%
地価や賃料が安い、妥当	27	8.8%
技術情報や技術支援が受けやすい	0	0.0%
消費がある、消費地に近い	47	15.4%
市場動向などのマーケット情報が得やすい	9	2.9%
同業種や事業内容の類似した企業が集積している	13	4.2%
その他	124	40.5%
無回答・不明	33	10.8%



問3 貴社の販売先がある地域を以下よりお選びください。(あてはまるもの全て選択)

- 販売先として挙げられたのは、「生駒市内」が69.9%と最も多く、ついで「大阪」(57.5%)、「奈良県内」(51.3%)となっています。
- 「関東」(19.3%)、「中部」(16.3%)、そして「九州」(10.5%)、「中国」(10.1%)とそれぞれ10%以上の事業所が挙げられています。

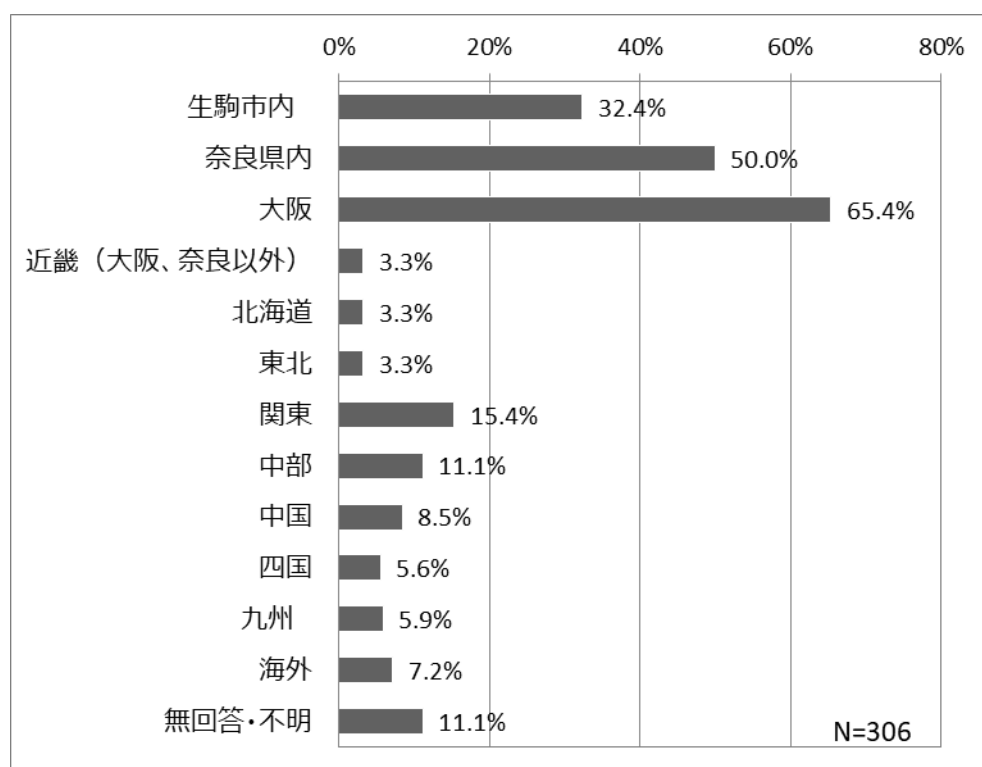
回答数(複数回答)	306	100.0%
生駒市内	214	69.9%
奈良県内	157	51.3%
大阪	176	57.5%
近畿(大阪、奈良以外)	10	3.3%
北海道	24	7.8%
東北	25	8.2%
関東	59	19.3%
中部	50	16.3%
中国	31	10.1%
四国	28	9.2%
九州	32	10.5%
海外	16	5.2%
無回答・不明	27	8.8%



問 4 貴社の仕入れ先がある地域を以下よりお選びください。（あてはまるもの全て選択）

- 仕入れ先として挙げられたのは、「大阪」が 65.4%と最も多く、ついで「奈良県内」(50.0%)、「生駒市内」(32.4%)、さらに「関東」(15.4%)、「中部」(11.1%)となっています。
- 販売・仕入れともに大阪との結びつきが強く、大阪を中心とした仕入れ先からの財やサービスを、生駒市内を中心に販売するという流れがみられます。

回答数（複数回答）	306	100.0%
生駒市内	99	32.4%
奈良県内	153	50.0%
大阪	200	65.4%
近畿（大阪、奈良以外）	10	3.3%
北海道	10	3.3%
東北	10	3.3%
関東	47	15.4%
中部	34	11.1%
中国	26	8.5%
四国	17	5.6%
九州	18	5.9%
海外	22	7.2%
無回答・不明	34	11.1%



問5 直近3年間の貴社の従業員数の増減状況を教えてください。(1つ選択)

【正社員】

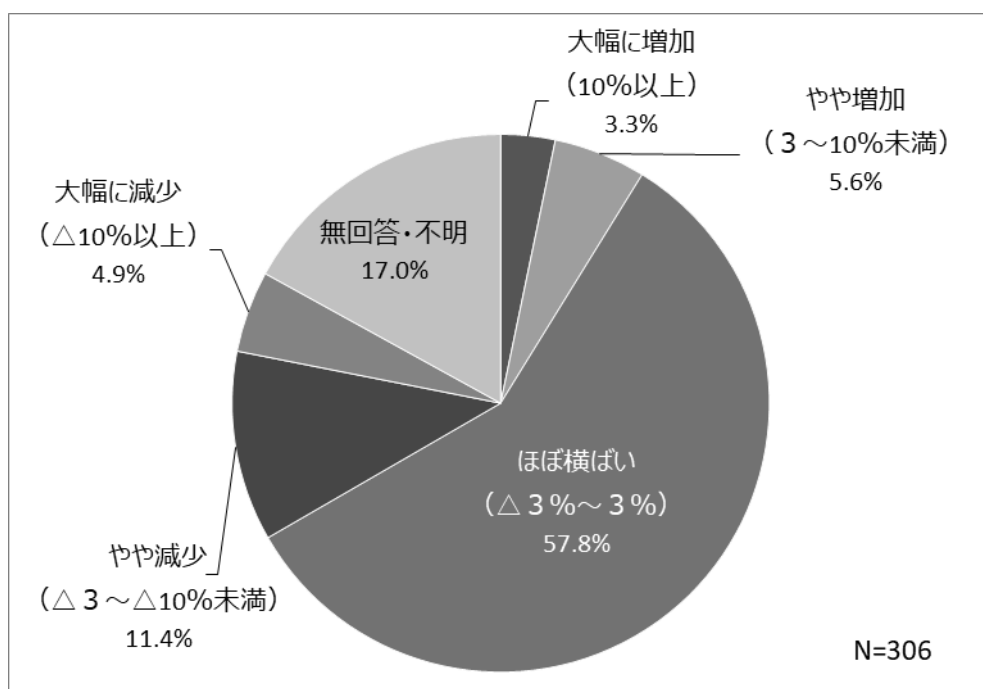
- 最近の従業員の状況としては、「ほぼ横ばい」が57.8%と最も多くなっています。
- 「大幅に増加」「やや増加」は合わせて8.9%、逆に「大幅に減少」「やや減少」は合わせて16.3%で、減少傾向にある事業所がやや多くなっています。

【臨時・契約・派遣・パート社員等】

- 正社員以外でも「ほぼ横ばい」が51.3%と最も多くなっています。
- 「大幅に増加」「やや増加」は合わせて12.1%、逆に「大幅に減少」「やや減少」は合わせて14.1%で、減少傾向にある事業所がやや多くなっています。
- 正社員と正社員以外を比較すると、正社員の方がより減少傾向が強いことがうかがえます。

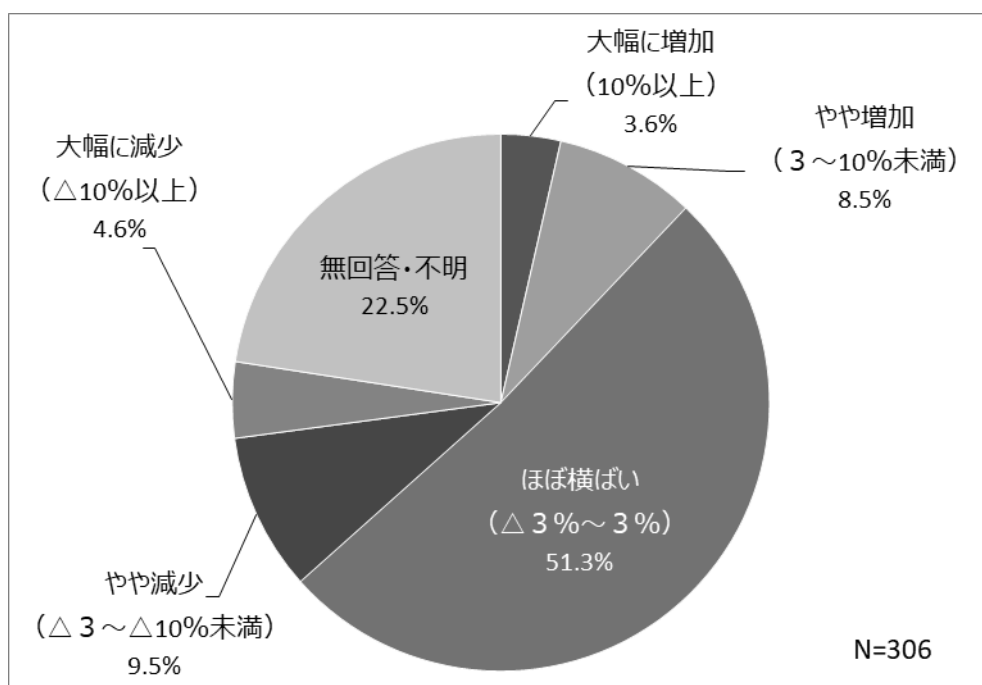
(1) 正社員

回答数	306	100.0%
大幅に増加 (10%以上)	10	3.3%
やや増加 (3~10%未満)	17	5.6%
ほぼ横ばい (△3%~3%)	177	57.8%
やや減少 (△3~△10%未満)	35	11.4%
大幅に減少 (△10%以上)	15	4.9%
無回答・不明	52	17.0%



(2) 臨時・契約・派遣・パート社員等

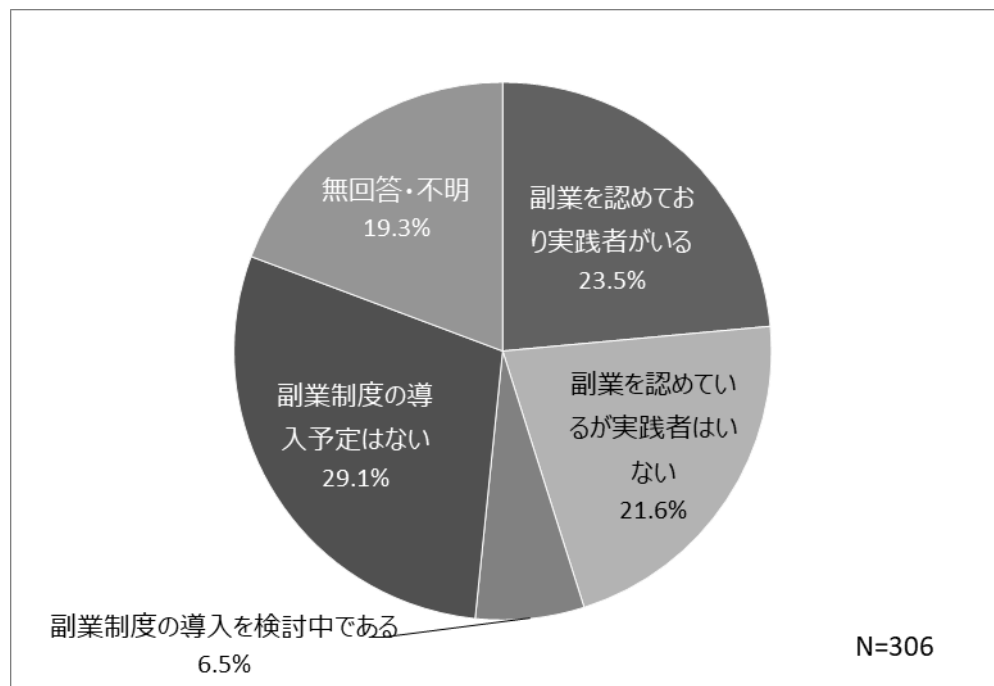
回答数	306	100.0%
大幅に増加 (10%以上)	11	3.6%
やや増加 (3~10%未満)	26	8.5%
ほぼ横ばい (△3%~3%)	157	51.3%
やや減少 (△3~△10%未満)	29	9.5%
大幅に減少 (△10%以上)	14	4.6%
無回答・不明	69	22.5%



問6 社員の副業について教えてください。(1つ選択)

- 「副業制度の導入予定はない」(29.1%)、「副業を認めており実践者がいる」(23.5%)、「副業を認めているが実践者はいない」(21.6%)、「副業制度の導入を検討中である」(6.5%)の順になっています。
- 回答事業所の半数近く(45.1%)が副業を認めている一方、実践者がいる事業所は23.5%と全体の約1/4となっています。

回答数	306	100.0%
副業を認めており実践者がいる	72	23.5%
副業を認めているが実践者はいない	66	21.6%
副業制度の導入を検討中である	20	6.5%
副業制度の導入予定はない	89	29.1%
無回答・不明	59	19.3%



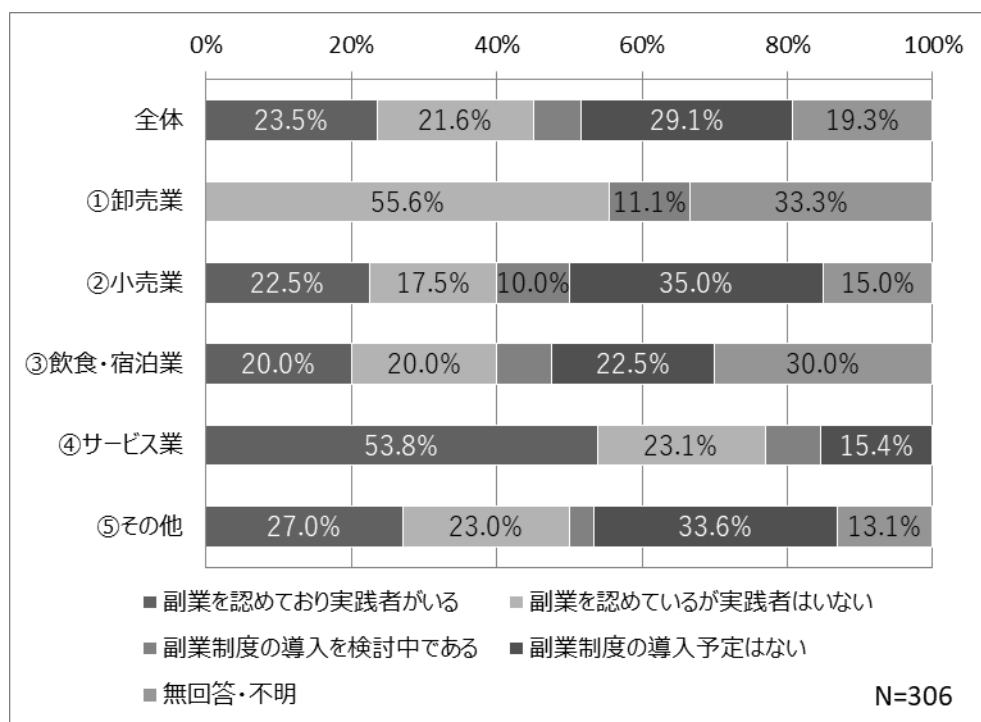
【問 6 社員の副業について×業種（事業所概要）のクロス集計】

- 業種ごとにみると、他の業種に比べてサービス業で「副業を認めており実践者がいる」の割合が53.8%と最も高くなっています。
- 卸売業では実践者はおらず、一方で小売業・その他の事業所では「副業制度の導入予定はない」の割合が高くなっています。

※業種については、サンプル数の確保のため、①卸売業、②小売業、③飲食・宿泊業、④サービス業、⑤その他の分類で再構成し、集計した。

回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	306	100.0%	9	100.0%	40	100.0%	40	100.0%	13	100.0%	122	100.0%
副業を認めており実践者がいる	72	23.5%	0	0.0%	9	22.5%	8	20.0%	7	53.8%	33	27.0%
副業を認めているが実践者はいない	66	21.6%	5	55.6%	7	17.5%	8	20.0%	3	23.1%	28	23.0%
副業制度の導入を検討中である	20	6.5%	1	11.1%	4	10.0%	3	7.5%	1	7.7%	4	3.3%
副業制度の導入予定はない	89	29.1%	0	0.0%	14	35.0%	9	22.5%	2	15.4%	41	33.6%
無回答・不明	59	19.3%	3	33.3%	6	15.0%	12	30.0%	0	0.0%	16	13.1%

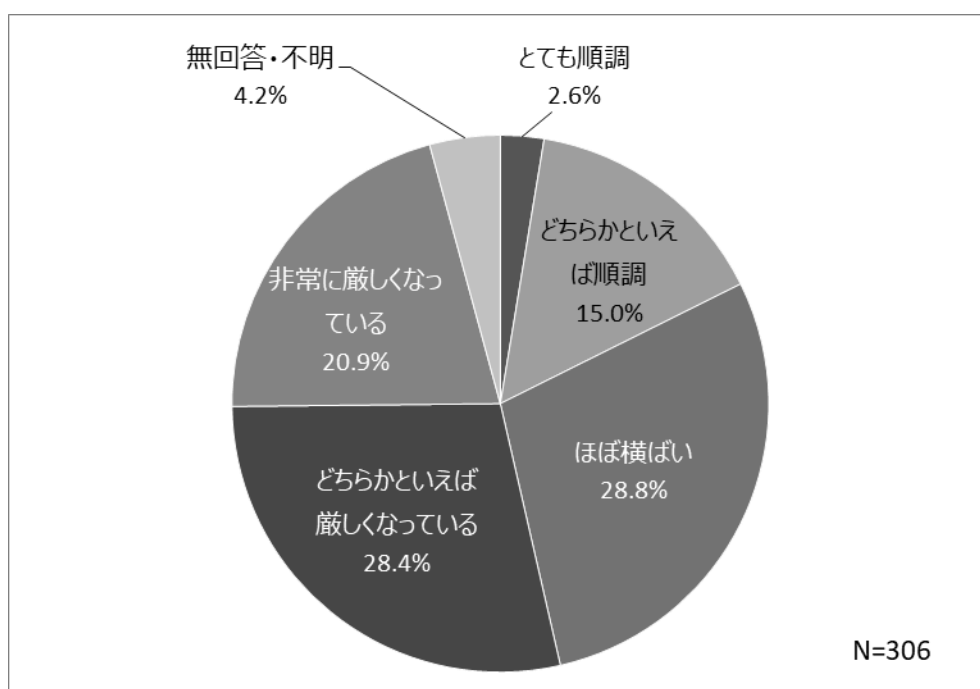
※業種の設問への「無回答」を除く



問7 最近3年程度の貴社の経営状況は、どのようになっていますか。(1つ選択)

○最近の経営状況は、「とても順調」「どちらかといえば順調」が合わせて17.6%、「非常に厳しくなっている」「どちらかといえば厳しくなっている」が合わせて49.3%で、全体として経営状況が厳しくなっていることがうかがえます。

回答数	306	100.0%
とても順調	8	2.6%
どちらかといえば順調	46	15.0%
ほぼ横ばい	88	28.8%
どちらかといえば厳しくなっている	87	28.4%
非常に厳しくなっている	64	20.9%
無回答・不明	13	4.2%

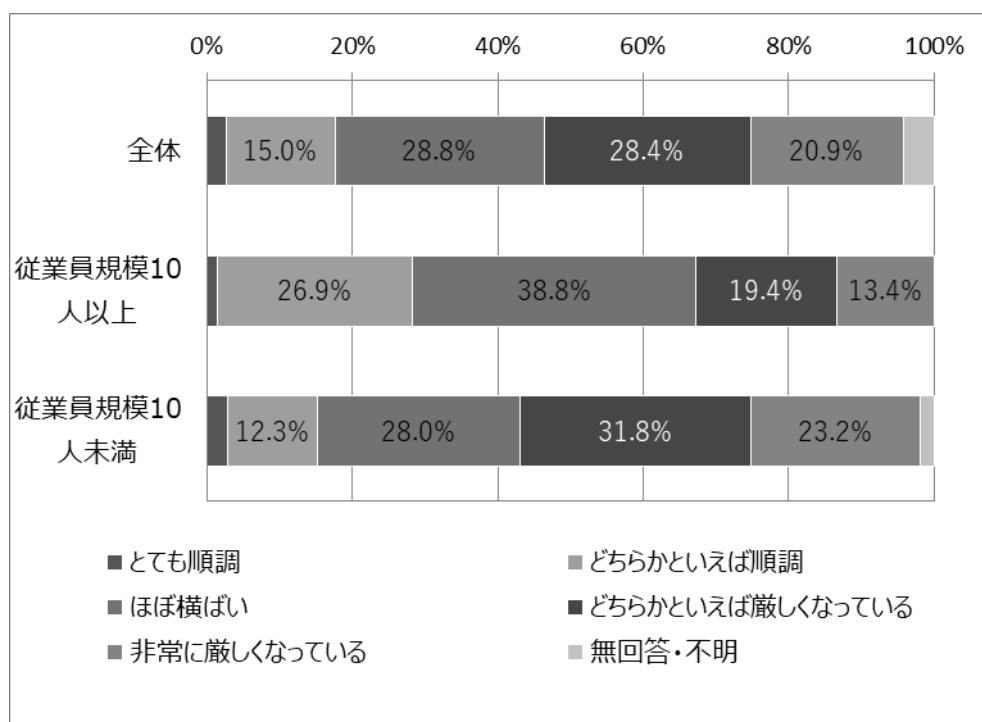


【問 7 最近 3 年間の経営状況×従業員数（事業所概要）のクロス集計】

- 従業員数 10 人以上の事業所では「とても順調」「どちらかといえば順調」が合わせて 28.4%、「非常に厳しくなっている」「どちらかといえば厳しくなっている」が合わせて 32.8%となっています。
- 従業員数 10 人未満の事業所では「とても順調」「どちらかといえば順調」が合わせて 15.1%、「非常に厳しくなっている」「どちらかといえば厳しくなっている」が合わせて 55.0%となっています。
- 従業員数 10 人以上の事業所に比べて、従業員数 10 人未満の事業所がより厳しい状況にあることがうかがえます。

回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	306	100.0%	67	100.0%	211	100.0%
とても順調	8	2.6%	1	1.5%	6	2.8%
どちらかといえば順調	46	15.0%	18	26.9%	26	12.3%
ほぼ横ばい	88	28.8%	26	38.8%	59	28.0%
どちらかといえば厳しくなっている	87	28.4%	13	19.4%	67	31.8%
非常に厳しくなっている	64	20.9%	9	13.4%	49	23.2%
無回答・不明	13	4.2%	0	0.0%	4	1.9%

※従業員数の設問への「無回答」を除く

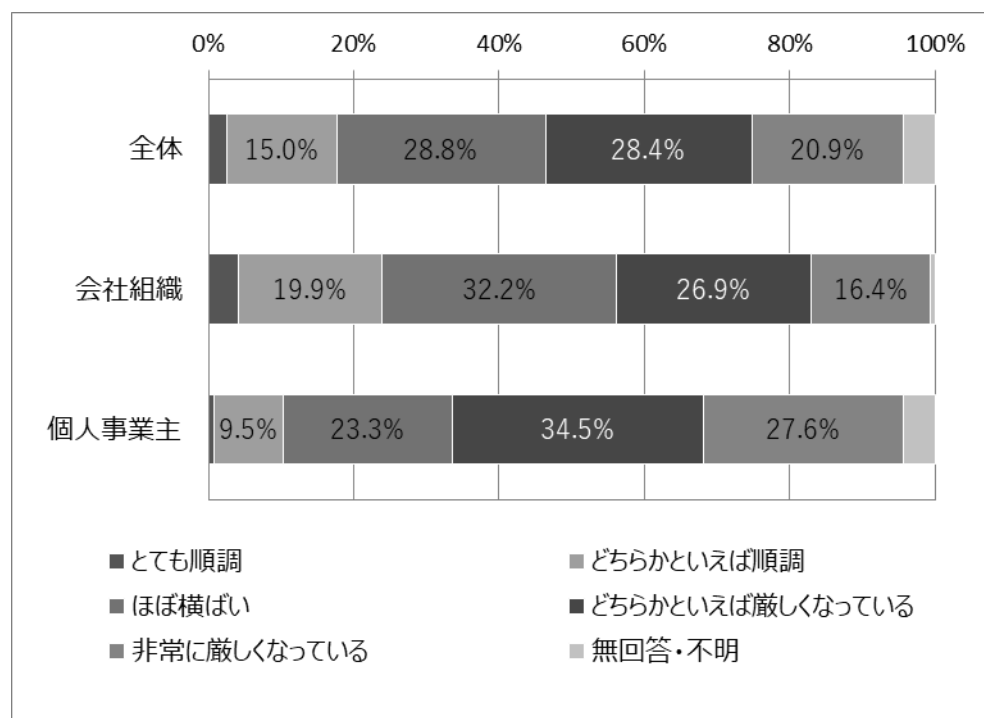


【問 7 最近 3 年間の経営状況×組織形態（事業所概要）のクロス集計】

- 会社組織の事業所では「とても順調」「どちらかといえば順調」が合わせて 24.0%、「非常に厳しくなっている」「どちらかといえば厳しくなっている」が合わせて 43.3%となっています。
- 個人事業主の事業所では「とても順調」「どちらかといえば順調」が合わせて 10.4%、「非常に厳しくなっている」「どちらかといえば厳しくなっている」が合わせて 62.1%となっています。
- 会社組織の事業所に比べて、個人事業主の事業所がより厳しい状況にあることがうかがえます。

回答数	全体		会社組織		個人事業主	
	306	100.0%	171	100.0%	116	100.0%
とても順調	8	2.6%	7	4.1%	1	0.9%
どちらかといえば順調	46	15.0%	34	19.9%	11	9.5%
ほぼ横ばい	88	28.8%	55	32.2%	27	23.3%
どちらかといえば厳しくなっている	87	28.4%	46	26.9%	40	34.5%
非常に厳しくなっている	64	20.9%	28	16.4%	32	27.6%
無回答・不明	13	4.2%	1	0.6%	5	4.3%

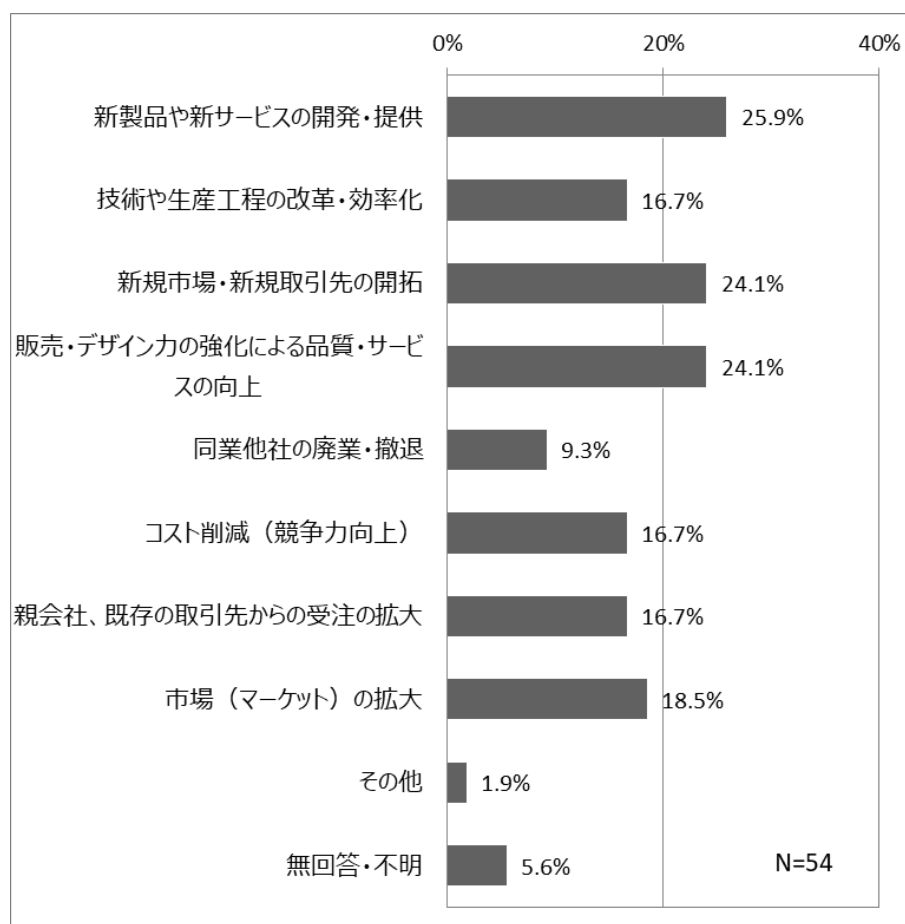
※組織形態の設問への「無回答」を除く



問8 問7で経営状況が「1 とても順調」「2 どちらかといえば順調」を選択された方にお聞きします。経営状況が順調である主な要因は何ですか。（3つまで選択）

○経営状況が順調な回答者にその理由を複数回答で尋ねたところ、「新製品や新サービスの開発・提供」が25.9%と最も多く、ついで「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」が24.1%となっており、外的な要因よりも前向きな経営努力によって好調な経営につながっていることがうかがえます。

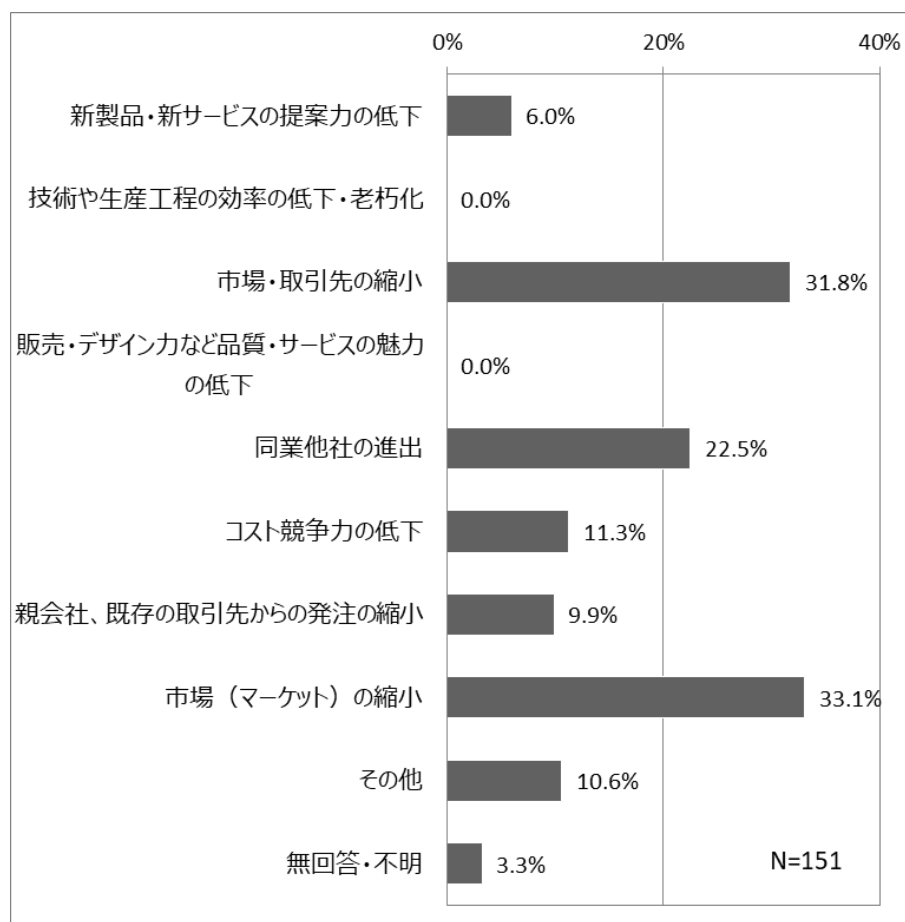
回答数（複数回答）	54	100.0%
新製品や新サービスの開発・提供	14	25.9%
技術や生産工程の改革・効率化	9	16.7%
新規市場・新規取引先の開拓	13	24.1%
販売・デザイン力の強化による品質・サービスの向上	13	24.1%
同業他社の廃業・撤退	5	9.3%
コスト削減（競争力向上）	9	16.7%
親会社、既存の取引先からの受注の拡大	9	16.7%
市場（マーケット）の拡大	10	18.5%
その他	1	1.9%
無回答・不明	3	5.6%



問9 問7で経営状況が「4 どちらかと言えば厳しくなっている」「5 非常に厳しくなっている」を選択された方にお聞きします。経営状況が厳しい主な要因は何ですか。（3つまで選択）

○経営状況が厳しい回答者にその理由を複数回答で尋ねたところ、「市場（マーケット）の縮小」が33.1%と最も多くの回答者が選択し、以下「市場・取引先の縮小」（31.8%）、「同業他社の進出」（22.5%）と、コロナ禍の影響も含めた外的な部分を要因に挙げる回答が多くなっています。

回答数（複数回答）	151	100.0%
新製品・新サービスの提案力の低下	9	6.0%
技術や生産工程の効率の低下・老朽化	0	0.0%
市場・取引先の縮小	48	31.8%
販売・デザイン力など品質・サービスの魅力の低下	0	0.0%
同業他社の進出	34	22.5%
コスト競争力の低下	17	11.3%
親会社、既存の取引先からの発注の縮小	15	9.9%
市場（マーケット）の縮小	50	33.1%
その他	16	10.6%
無回答・不明	5	3.3%

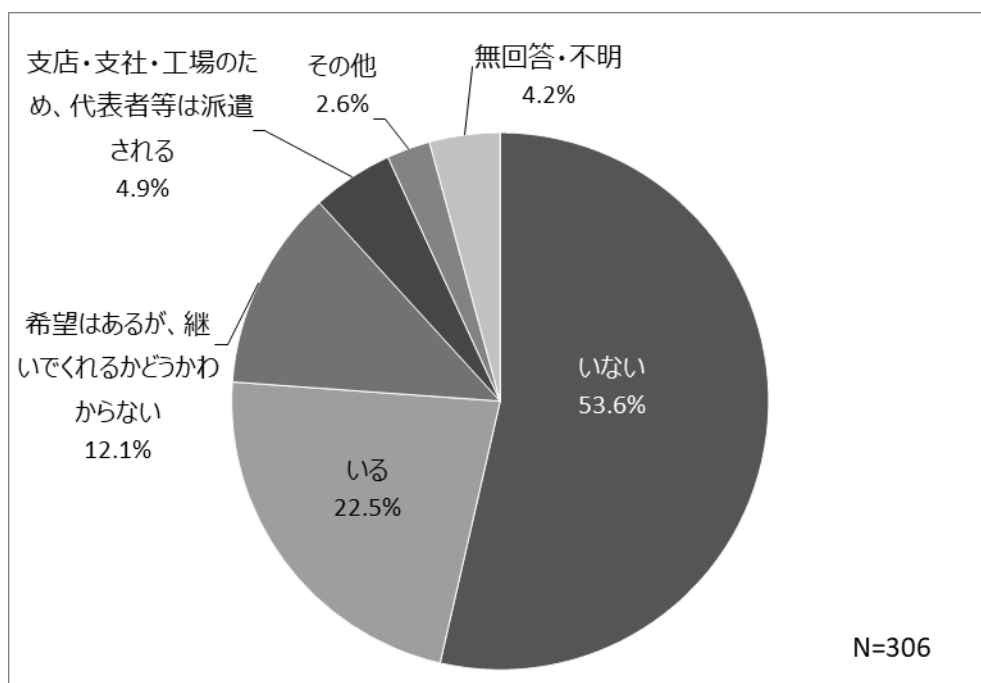


事業の後継者や今後の展望についてお伺いします。

問 10 事業の後継ぎ(後継者)の方はいらっしゃいますか。(後継ぎは身内に限らず、事業を継ぐ人ならどなたでも) (1つ選択)

- 後継者の有無は、「いない」53.6%と最も多く、「いる」は22.5%となり、「いない」が半数以上という回答になっています。
- 「いない」という回答とともに、「希望はあるが、継いでくれるかどうか分からない」も12.1%であり、全体としてや事業承継の促進や後継者の育成に向けた取組などが重要と考えられます。

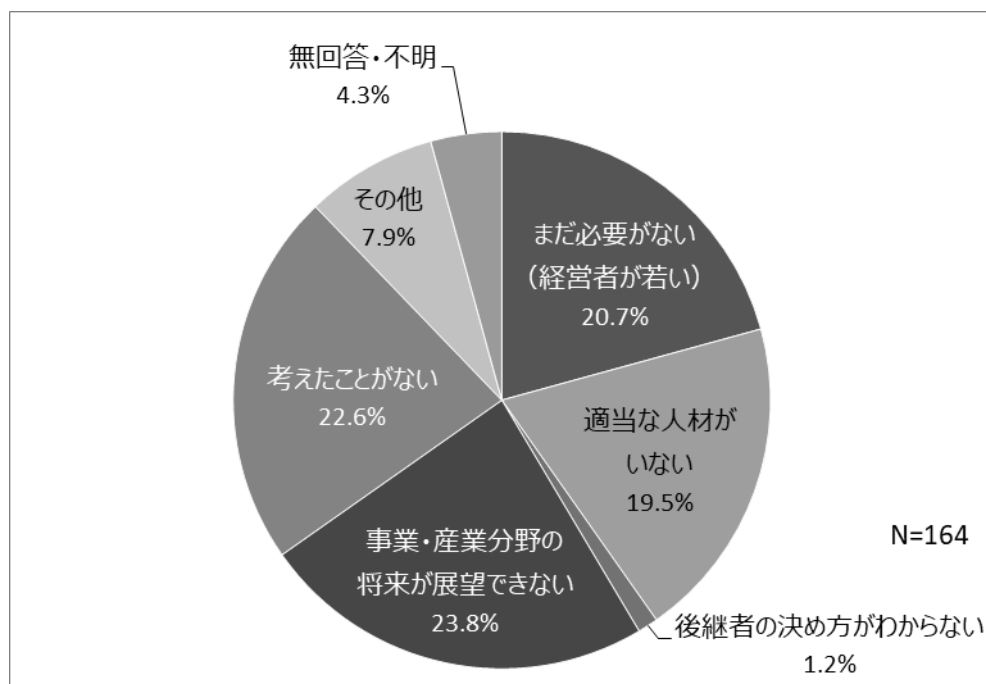
回答数	306	100.0%
いない	164	53.6%
いる	69	22.5%
希望はあるが、継いでくれるかどうか分からない	37	12.1%
支店・支社・工場のため、代表者等は派遣される	15	4.9%
その他	8	2.6%
無回答・不明	13	4.2%



問 11 問 10 で後継者が「1 いない」を選択された方にお聞きします。その主な要因は何ですか。(1つ選択)

- 後継者がいないケースでその最大の理由を尋ねたところ、「事業・産業分野の将来が展望できない」が 23.8%と多く、ついで「考えたことがない」(22.6%)、「まだ必要がない(経営者が若い)」が 20.7%となっています。
- 「適当な人材がない」も 19.5%と比較的高く、今後の事業の存続に向けて、経営状況の改善とともに、人材育成(あるいは外部人材とのマッチング)や事業のイノベーション、事業分野の転換等を支援していく必要があると考えられます。

回答数	164	100.0%
まだ必要がない(経営者が若い)	34	20.7%
適当な人材がない	32	19.5%
後継者の決め方がわからない	2	1.2%
事業・産業分野の将来が展望できない	39	23.8%
考えたことがない	37	22.6%
その他	13	7.9%
無回答・不明	7	4.3%

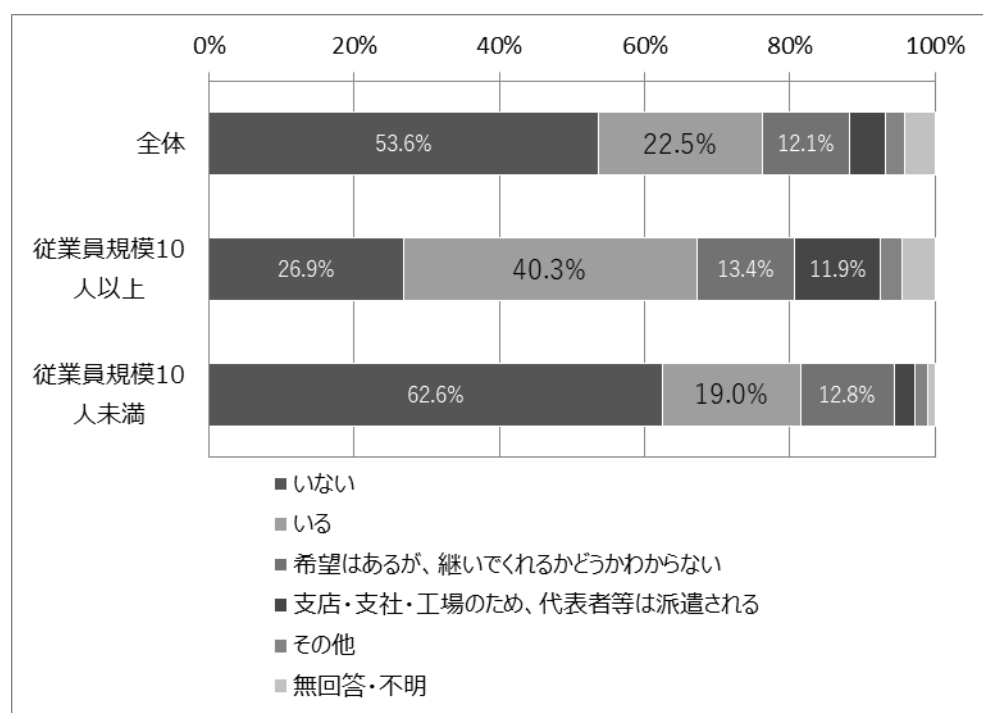


【問 10 後継者の有無×従業員数（事業所概要）のクロス集計】

- 従業員数 10 人以上の事業所では、「いる」が 40.3%、「いない」が 26.9%となっています。
- 従業員数 10 人未満の事業所では、「いない」が 62.6%、「いる」が 19.0%となっています。
- 従業員数 10 人以上の事業所に比べて、従業員数 10 人未満の事業所が、事業の後継者の確保においてより厳しい状況にあることがうかがえます。

回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	306	100.0%	67	100.0%	211	100.0%
いない	164	53.6%	18	26.9%	132	62.6%
いる	69	22.5%	27	40.3%	40	19.0%
希望はあるが、継いでくれるかどうかわからない	37	12.1%	9	13.4%	27	12.8%
支店・支社・工場のため、代表者等は派遣される	15	4.9%	8	11.9%	6	2.8%
その他	8	2.6%	2	3.0%	4	1.9%
無回答・不明	13	4.2%	3	4.5%	2	0.9%

※従業員数の設問への「無回答」を除く

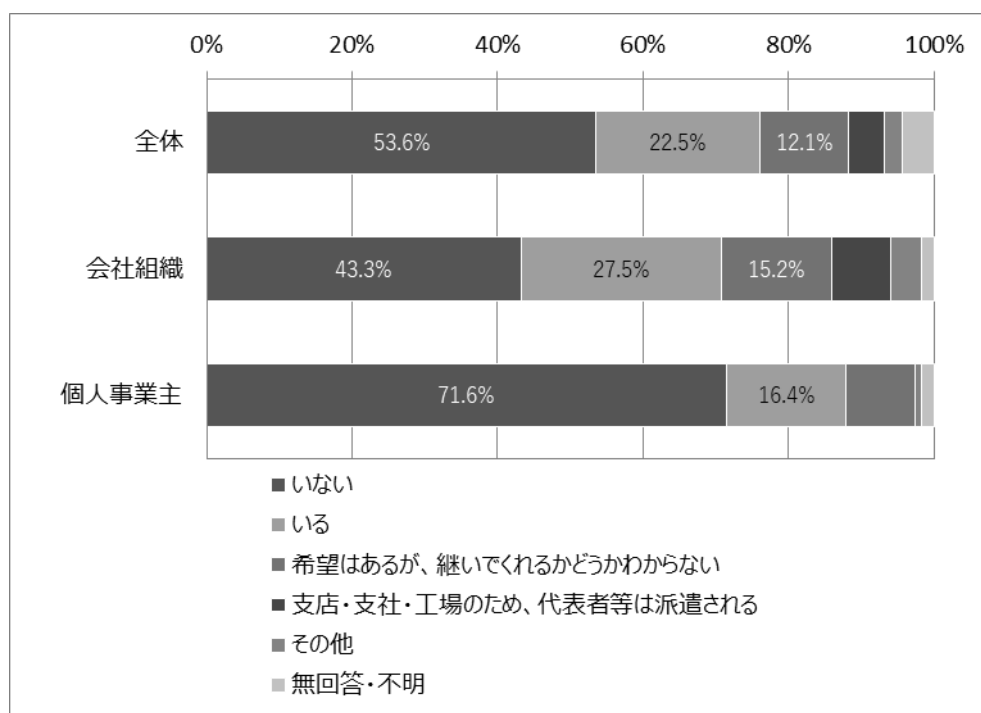


【問 10 後継者の有無×組織形態（事業所概要）のクロス集計】

- 会社組織の事業所では、「いない」が43.3%、「いる」が27.5%となっています。
 ○個人事業主の事業所では、「いない」が71.6%、「いる」が16.4%となっています。
 ○創業理由や経営方針など組織形態の特性もあると思われませんが、会社組織の事業所に比べて、個人事業主の事業所が、事業の後継者の確保においてより厳しい状況にあることがうかがえます。組織だけでなく事業の承継を視野に入れた取組が必要と考えられます。

回答数	全体		会社組織		個人事業主	
	306	100.0%	171	100.0%	116	100.0%
いない	164	53.6%	74	43.3%	83	71.6%
いる	69	22.5%	47	27.5%	19	16.4%
希望はあるが、継いでくれるかどうかわからない	37	12.1%	26	15.2%	11	9.5%
支店・支社・工場のため、代表者等は派遣される	15	4.9%	14	8.2%	0	0.0%
その他	8	2.6%	7	4.1%	1	0.9%
無回答・不明	13	4.2%	3	1.8%	2	1.7%

※組織形態の設問への「無回答」を除く



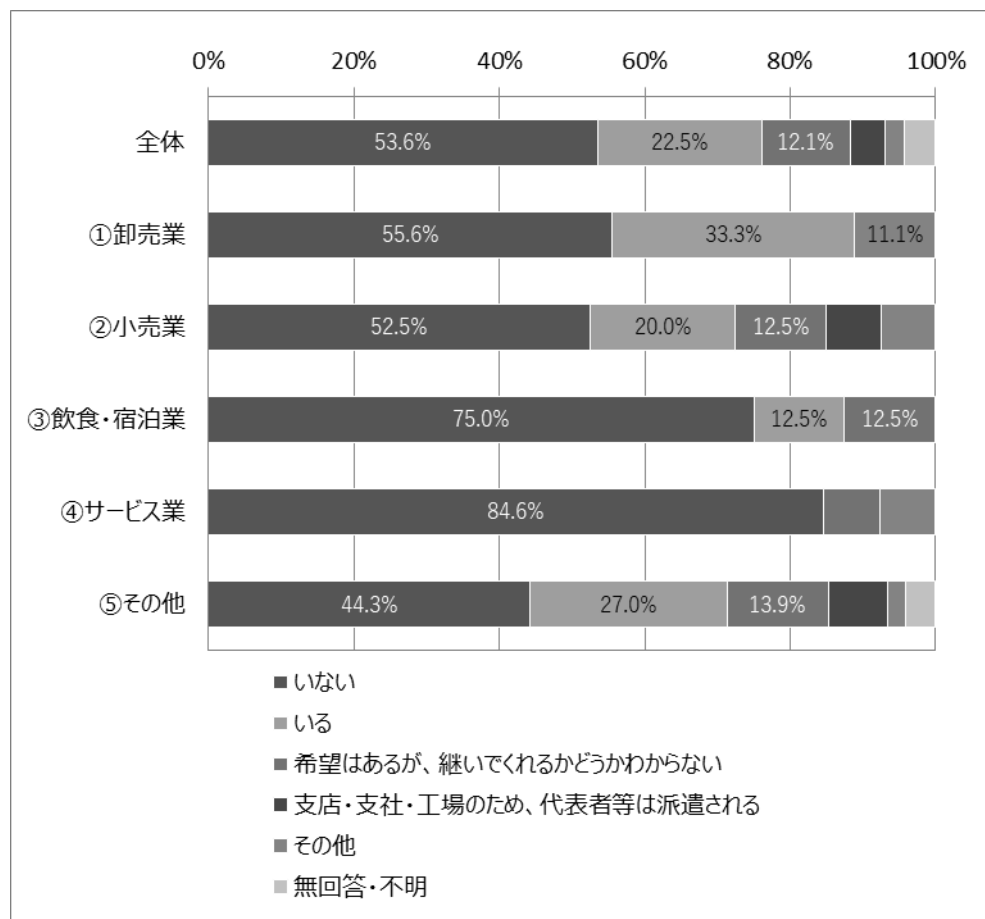
【問 10 後継者の有無×業種（事業所概要）のクロス集計】

- 業種ごとに後継者の有無をみると、サービス業（84.6%）と飲食・宿泊業（75.0%）で「いない」の割合が高くなっています。一方で卸売業では「いる」が33.3%となっています。
- 物販よりもサービスを提供する業態において後継者がいない傾向が高くなっています。組織的な経営、または個人の資質やスキルによるところが大きい業種や業態など、事業承継のあり方など個別に対応していく必要があると考えられます。

※業種については、サンプル数の確保のため、①卸売業、②小売業、③飲食・宿泊業、④サービス業、⑤その他の分類で再構成し、集計した。

回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	306	100.0%	9	100.0%	40	100.0%	40	100.0%	13	100.0%	122	100.0%
いない	164	53.6%	5	55.6%	21	52.5%	30	75.0%	11	84.6%	54	44.3%
いる	69	22.5%	3	33.3%	8	20.0%	5	12.5%	0	0.0%	33	27.0%
希望はあるが、継いでくれるかどうかわからない	37	12.1%	0	0.0%	5	12.5%	5	12.5%	1	7.7%	17	13.9%
支店・支社・工場のため、代表者等は派遣される	15	4.9%	0	0.0%	3	7.5%	0	0.0%	0	0.0%	10	8.2%
その他	8	2.6%	1	11.1%	3	7.5%	0	0.0%	1	7.7%	3	2.5%
無回答・不明	13	4.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	4.1%

※業種の設問への「無回答」を除く

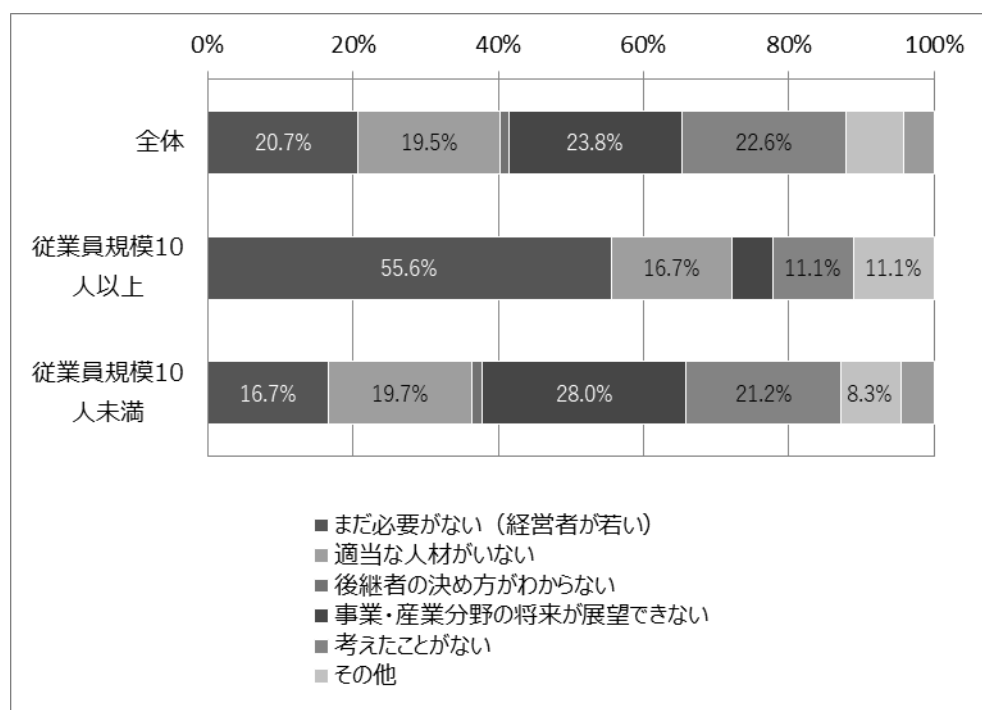


【問 11 後継者がいない理由×従業員数（事業所概要）のクロス集計】

- 従業員数 10 人以上の事業所では、「まだ必要がない（経営者が若い）」が 55.6%と最も多く、ついで「適当な人材がない」が 16.7%となっています。
- 従業員数 10 人未満の事業所では、「事業・産業分野の将来が展望できない」が 28.0%と最も多く、ついで「考えたことがない」が 21.2%となっています。
- 従業員数 10 人未満の事業所での将来的な展望を考える機会、さらに希望を持てるような経営環境づくりも必要と考えられます。

回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	164	100.0%	18	100.0%	132	100.0%
まだ必要がない（経営者が若い）	34	20.7%	10	55.6%	22	16.7%
適当な人材がない	32	19.5%	3	16.7%	26	19.7%
後継者の決め方がわからない	2	1.2%	0	0.0%	2	1.5%
事業・産業分野の将来が展望できない	39	23.8%	1	5.6%	37	28.0%
考えたことがない	37	22.6%	2	11.1%	28	21.2%
その他	13	7.9%	2	11.1%	11	8.3%
無回答・不明	7	4.3%	0	0.0%	6	4.5%

※従業員数の設問への「無回答」を除く

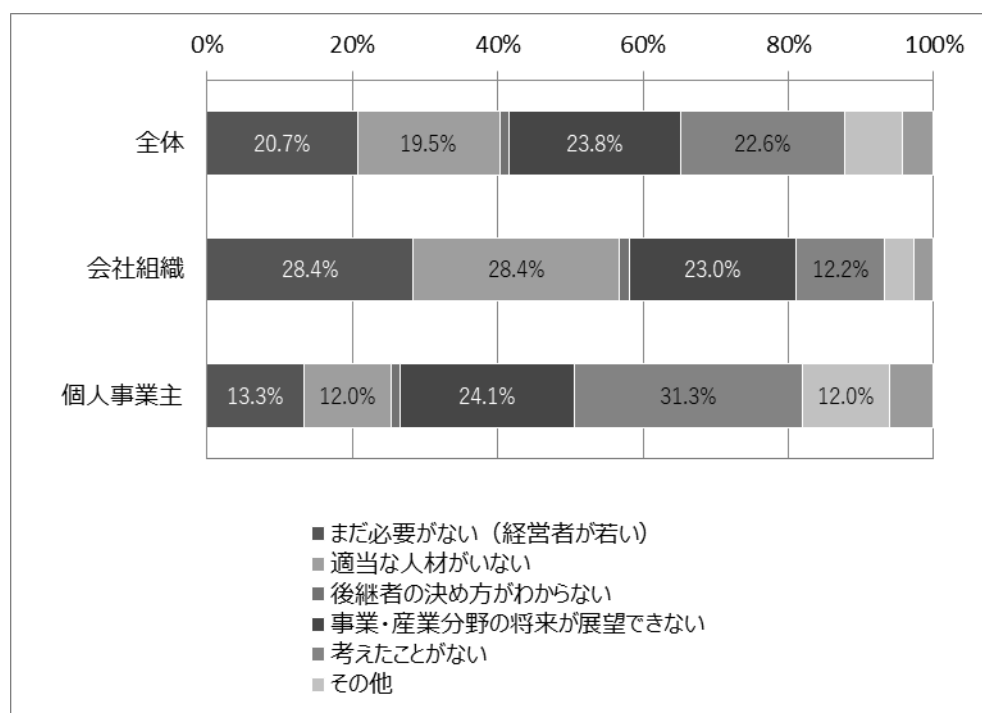


【問 11 後継者がいない理由×組織形態（事業所概要）のクロス集計】

- 会社組織の事業所では、「まだ必要がない（経営者が若い）」「適当な人材がない」が 28.4% となっています。
- 個人事業主の事業所では、「考えたことがない」が 31.3%と最も多く、ついで「事業・産業分野の将来が展望できない」が 24.1%となっています。
- 個人事業主の事業所での将来的な展望を考える機会、さらに希望を持てるような経営環境づくりも必要と考えられます。

回答数	全体		会社組織		個人事業主	
	164	100.0%	74	100.0%	83	100.0%
まだ必要がない（経営者が若い）	34	20.7%	21	28.4%	11	13.3%
適当な人材がない	32	19.5%	21	28.4%	10	12.0%
後継者の決め方がわからない	2	1.2%	1	1.4%	1	1.2%
事業・産業分野の将来が展望できない	39	23.8%	17	23.0%	20	24.1%
考えたことがない	37	22.6%	9	12.2%	26	31.3%
その他	13	7.9%	3	4.1%	10	12.0%
無回答・不明	7	4.3%	2	2.7%	5	6.0%

※組織形態の設問への「無回答」を除く



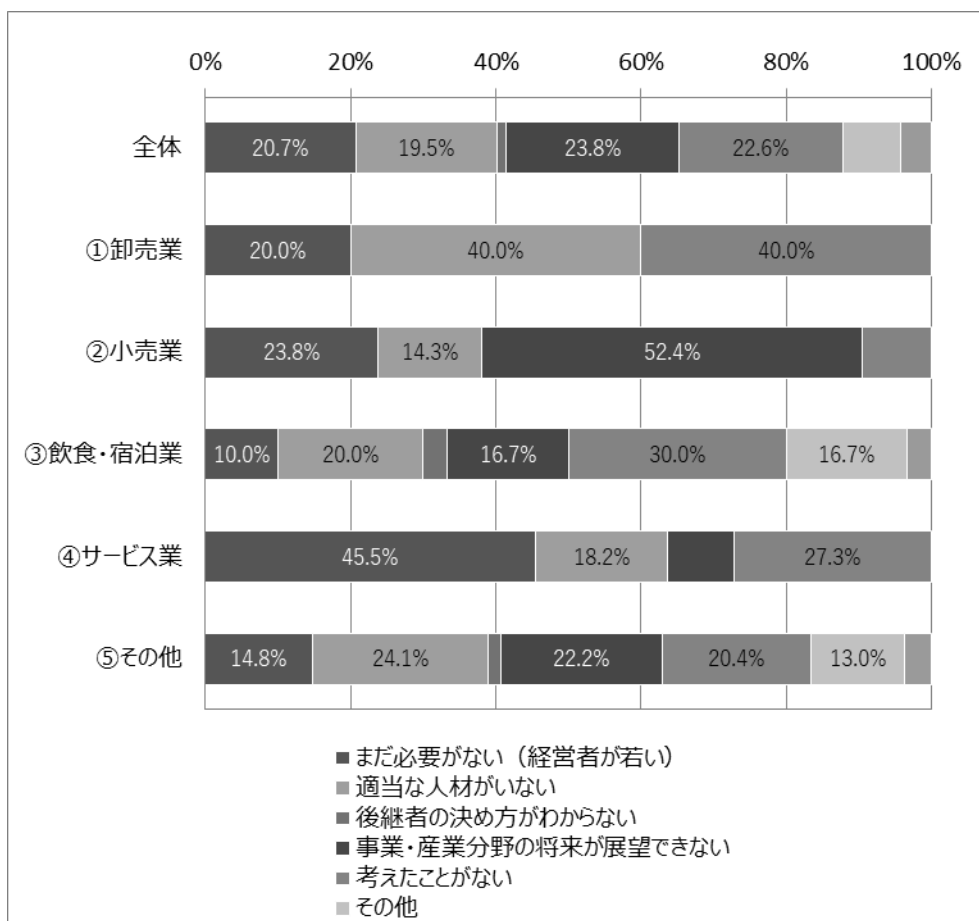
【問 11 後継者がいない理由×業種（事業所概要）のクロス集計】

- 業種ごとに後継者がいない理由をみると、小売業で「事業・産業分野の将来が展望できない」という理由が 52.4%と大きな割合を示しています。一方でサービス業では「まだ必要がない（経営者が若い）」が 45.5%と高い割合を示しています。
- 業種ごとに後継者がいない理由の傾向が大きく異なることがうかがえます。業種ごとの事業形態の特性を考慮した事業承継への支援が必要と考えられます。

※業種については、サンプル数の確保のため、①卸売業、②小売業、③飲食・宿泊業、④サービス業、⑤その他の分類で再構成し、集計した。

回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	164	100.0%	5	100.0%	21	100.0%	30	100.0%	11	100.0%	54	100.0%
まだ必要がない（経営者が若い）	34	20.7%	1	20.0%	5	23.8%	3	10.0%	5	45.5%	8	14.8%
適当な人材がない	32	19.5%	2	40.0%	3	14.3%	6	20.0%	2	18.2%	13	24.1%
後継者の決め方がわからない	2	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	1	1.9%
事業・産業分野の将来が展望できない	39	23.8%	0	0.0%	11	52.4%	5	16.7%	1	9.1%	12	22.2%
考えたことがない	37	22.6%	2	40.0%	2	9.5%	9	30.0%	3	27.3%	11	20.4%
その他	13	7.9%	0	0.0%	0	0.0%	5	16.7%	0	0.0%	7	13.0%
無回答・不明	7	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%	2	3.7%

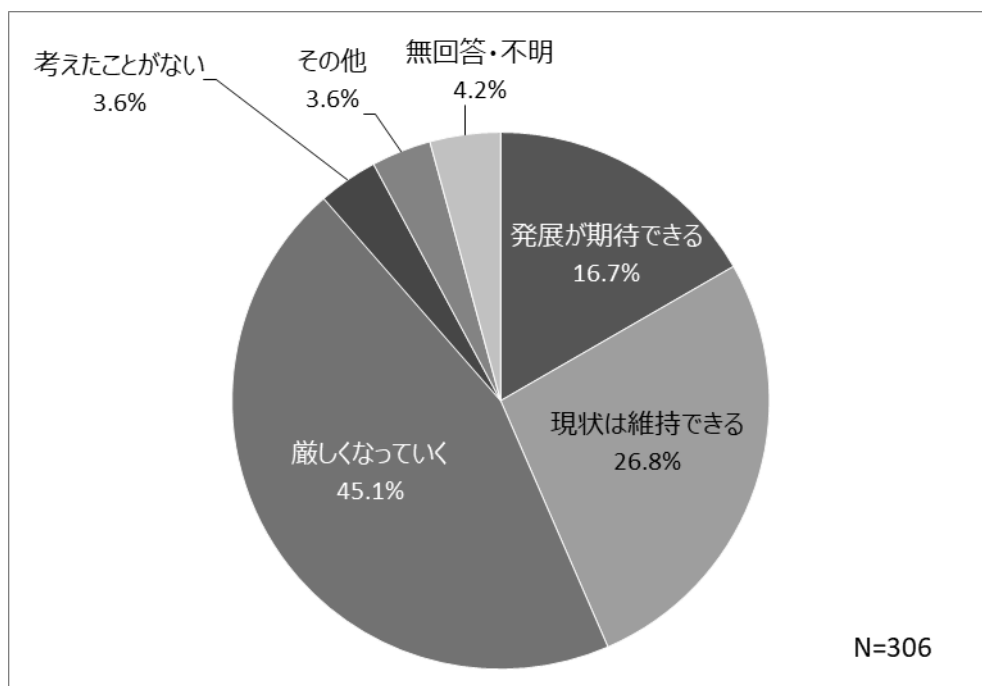
※業種の設定問への「無回答」を除く



問 12 貴社の将来展望について、どのようにお考えですか。(1つ選択)

○事業所の将来展望は、「厳しくなっていく」という回答が45.1%と最も多くなっています。ついで「現状は維持できる」(26.8%)、「発展が期待できる」(16.7%)となっており、全体として将来展望が厳しくなっていると考える傾向が強いことがうかがえます。

回答数	306	100.0%
発展が期待できる	51	16.7%
現状は維持できる	82	26.8%
厳しくなっていく	138	45.1%
考えたことがない	11	3.6%
その他	11	3.6%
無回答・不明	13	4.2%

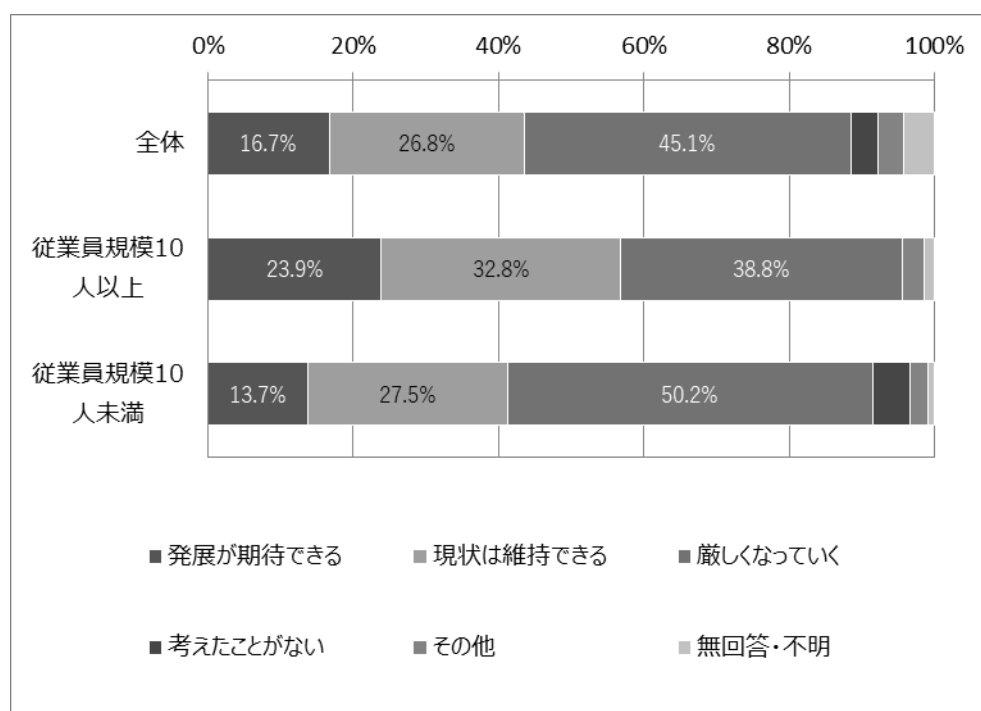


【問 12 将来展望×従業員数（事業所概要）のクロス集計】

- 従業員数 10 人以上の事業所では、「厳しくなっていく」という回答が 38.8%と最も多くなっています。ついで「現状は維持できる」(32.8%)、「発展が期待できる」(23.9%) となっています。
- 従業員数 10 人未満の事業所では、「厳しくなっていく」という回答が 50.2%と半数以上を占めています。ついで「現状は維持できる」(27.5%)、「発展が期待できる」(13.7%) となっています。
- 従業員数 10 人以上の事業所に比べて、従業員数 10 人未満の事業所が、今後の事業の展望が厳しい状況にあることがうかがえます。

回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	306	100.0%	67	100.0%	211	100.0%
発展が期待できる	51	16.7%	16	23.9%	29	13.7%
現状は維持できる	82	26.8%	22	32.8%	58	27.5%
厳しくなっていく	138	45.1%	26	38.8%	106	50.2%
考えたことがない	11	3.6%	0	0.0%	11	5.2%
その他	11	3.6%	2	3.0%	5	2.4%
無回答・不明	13	4.2%	1	1.5%	2	0.9%

※従業員数の設問への「無回答」を除く

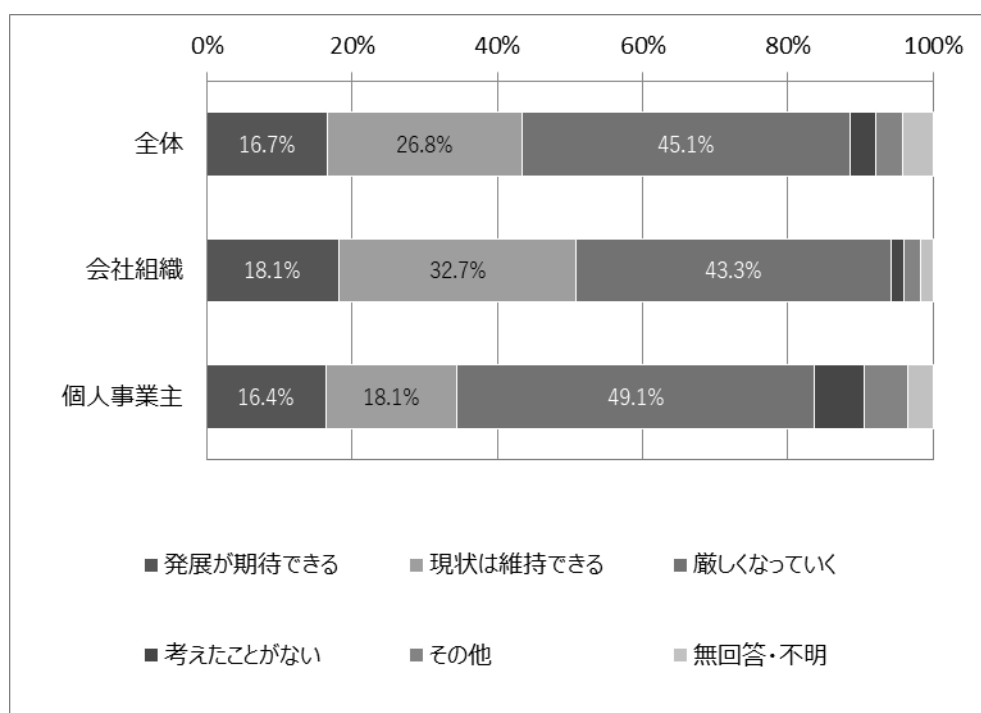


【問 12 将来展望×組織形態（事業所概要）のクロス集計】

- 会社組織の事業所では、「厳しくなっていく」という回答が43.3%と最も多くなっています。ついで「現状は維持できる」(32.7%)、「発展が期待できる」(18.1%)となっています。
- 個人事業主の事業所では、「厳しくなっていく」という回答が49.1%と最も多くなり、半数近くを占めています。ついで「現状は維持できる」(18.1%)、「発展が期待できる」(16.4%)となっています。
- 会社組織の事業所に比べて、個人事業主の事業所が、今後の事業の展望が厳しい状況にあることがうかがえます。

回答数	全体		会社組織		個人事業主	
	306	100.0%	171	100.0%	116	100.0%
発展が期待できる	51	16.7%	31	18.1%	19	16.4%
現状は維持できる	82	26.8%	56	32.7%	21	18.1%
厳しくなっていく	138	45.1%	74	43.3%	57	49.1%
考えたことがない	11	3.6%	3	1.8%	8	6.9%
その他	11	3.6%	4	2.3%	7	6.0%
無回答・不明	13	4.2%	3	1.8%	4	3.4%

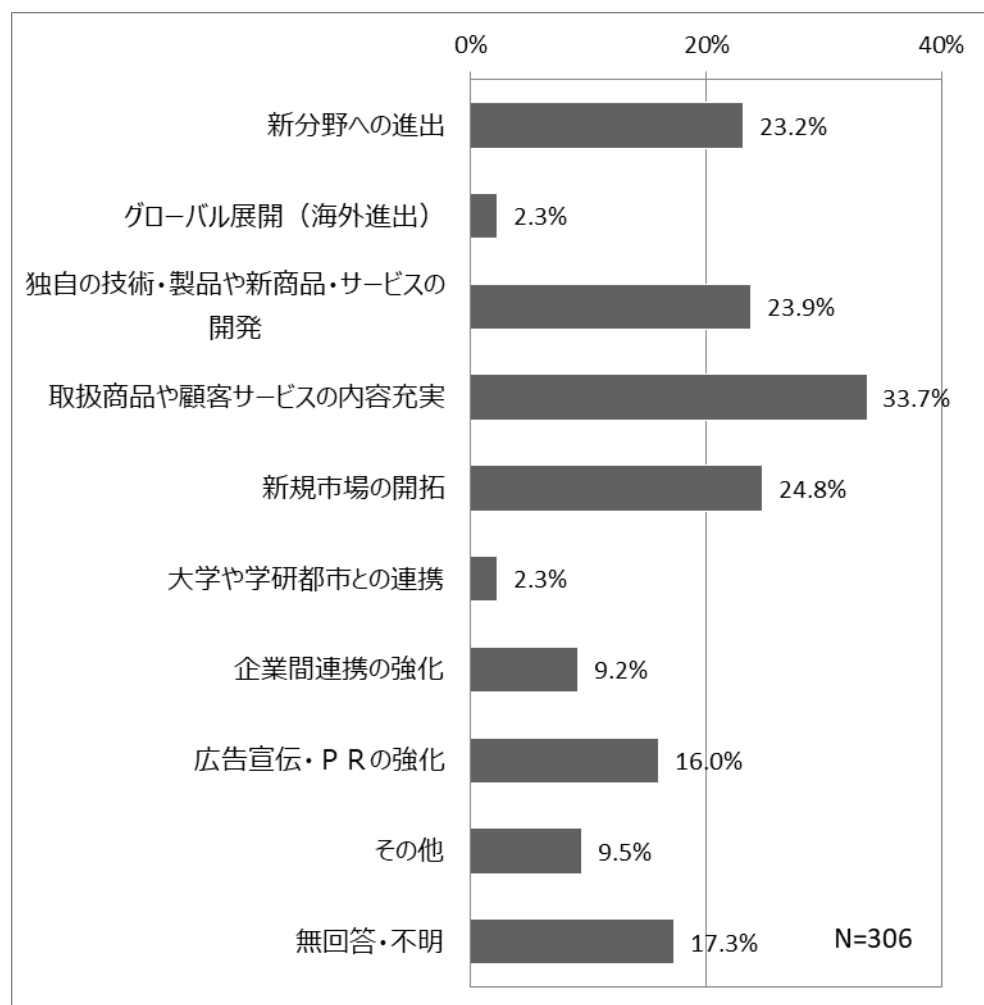
※組織形態の設問への「無回答」を除く



問 13 事業の発展に向け、今後、どのような展開を重視しますか。（3つまで選択）

- 事業の発展で重視することについては、「取扱商品や顧客サービスの内容充実」（33.7%）を選ぶ事業所が最も多く、ついで「新規市場の開拓」（24.8%）、「独自の技術・製品や新商品・サービスの開発」（23.9%）、「新分野への進出」（23.2%）となっています。
- 全体として、外的な連携や市場の開拓とともに、商品やサービスの充実など事業内容についての方向性が強く意識されており、こうした取組への支援が期待されていると考えられます。

回答数（複数回答）	306	100.0%
新分野への進出	71	23.2%
グローバル展開（海外進出）	7	2.3%
独自の技術・製品や新商品・サービスの開発	73	23.9%
取扱商品や顧客サービスの内容充実	103	33.7%
新規市場の開拓	76	24.8%
大学や学研都市との連携	7	2.3%
企業間連携の強化	28	9.2%
広告宣伝・P Rの強化	49	16.0%
その他	29	9.5%
無回答・不明	53	17.3%

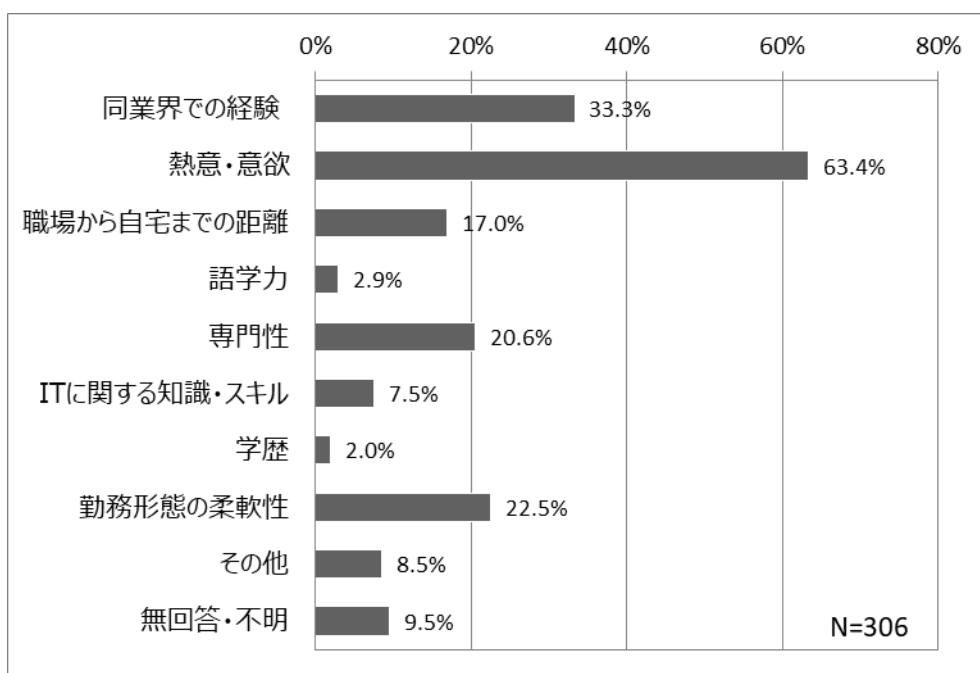


雇用についてお伺いします。

問 14 従業員を雇用する際に重視する点は次のうちどれですか。(3つまで選択)

- 従業員を雇用する際に重視する点として、「熱意・意欲」(63.4%)を選ぶ事業所が最も多く、ついで「同業界での経験」(33.3%)、「勤務形態の柔軟性」(22.5%)、「専門性」(20.6%)となっています。
- 従業員の雇用に際しては、全体としてスキルや技能より人物重視の傾向が高いことがうかがえます。

回答数 (複数回答)	306	100.0%
同業界での経験	102	33.3%
熱意・意欲	194	63.4%
職場から自宅までの距離	52	17.0%
語学力	9	2.9%
専門性	63	20.6%
ITに関する知識・スキル	23	7.5%
学歴	6	2.0%
勤務形態の柔軟性	69	22.5%
その他	26	8.5%
無回答・不明	29	9.5%



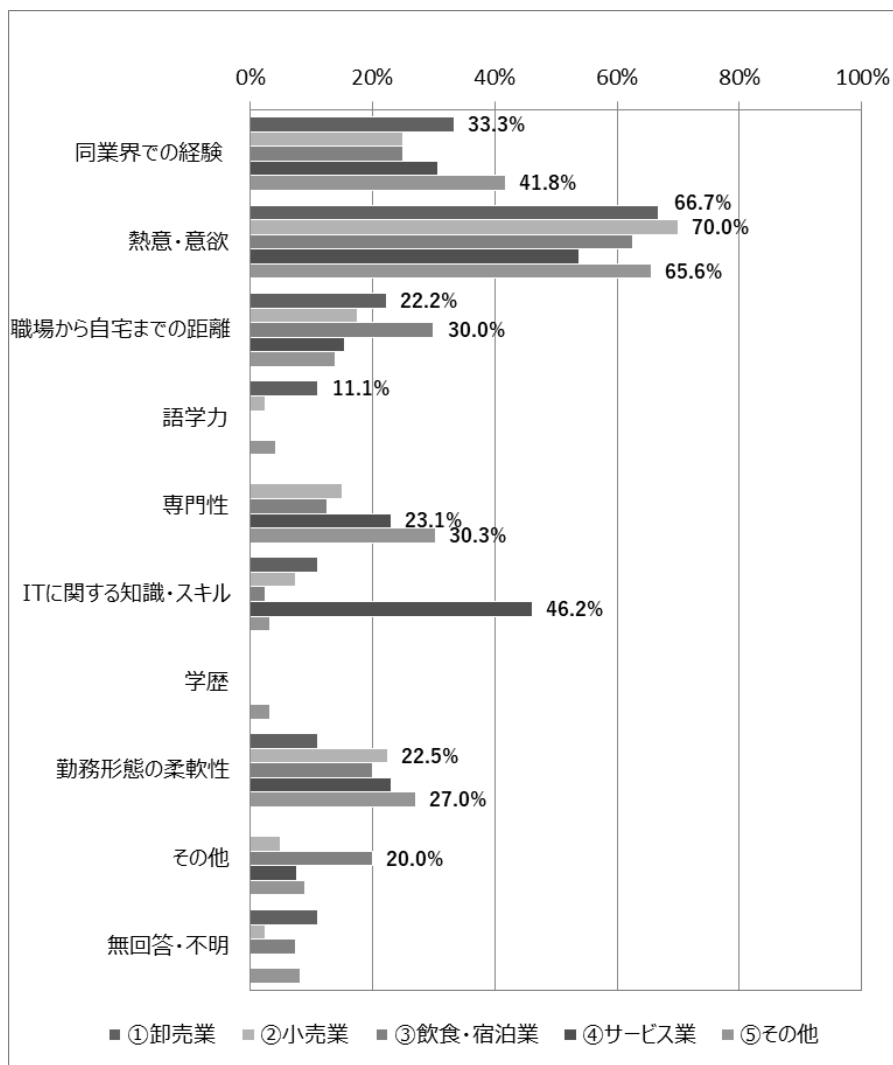
【問 14 従業員を雇用する際に重視する点×業種（事業所概要）のクロス集計】

- 業種ごとに従業員を雇用する際に重視する点を見ると、全体的に「熱意・意欲」(63.4%) を選ぶ傾向が高い中で、卸売業では「同業界での経験」が比較的高く、小売業では「勤務形態の柔軟性」、飲食・宿泊業では「職場から自宅までの距離」が比較的高くなっています。
- 一方でサービス業では「専門性」「ITに関する知識・スキル」が比較的高く、その他の業種では、「同業界での経験」「専門性」が高くなっています。

※業種については、サンプル数の確保のため、①卸売業、②小売業、③飲食・宿泊業、④サービス業、⑤その他の分類で再構成し、集計した。

回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	306	100.0%	9	100.0%	40	100.0%	40	100.0%	13	100.0%	122	100.0%
同業界での経験	102	33.3%	3	33.3%	10	25.0%	10	25.0%	4	30.8%	51	41.8%
熱意・意欲	194	63.4%	6	66.7%	28	70.0%	25	62.5%	7	53.8%	80	65.6%
職場から自宅までの距離	52	17.0%	2	22.2%	7	17.5%	12	30.0%	2	15.4%	17	13.9%
語学力	9	2.9%	1	11.1%	1	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	5	4.1%
専門性	63	20.6%	0	0.0%	6	15.0%	5	12.5%	3	23.1%	37	30.3%
ITに関する知識・スキル	23	7.5%	1	11.1%	3	7.5%	1	2.5%	6	46.2%	4	3.3%
学歴	6	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	3.3%
勤務形態の柔軟性	69	22.5%	1	11.1%	9	22.5%	8	20.0%	3	23.1%	33	27.0%
その他	26	8.5%	0	0.0%	2	5.0%	8	20.0%	1	7.7%	11	9.0%
無回答・不明	29	9.5%	1	11.1%	1	2.5%	3	7.5%	0	0.0%	10	8.2%

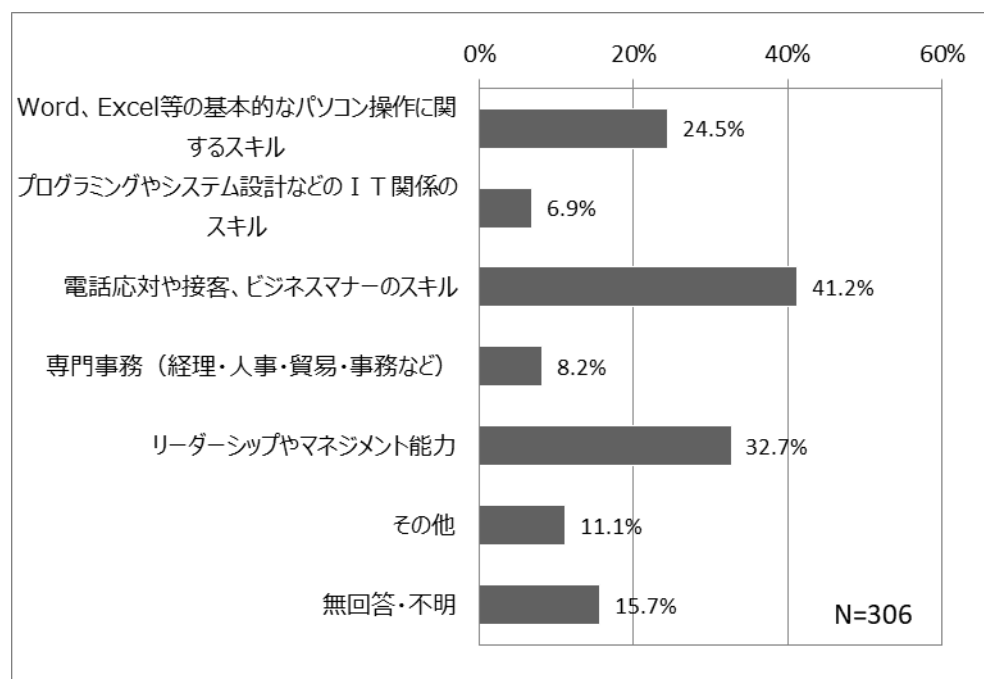
※業種の設問への「無回答」を除く



問 15 貴社の従業員に身につけて欲しい仕事に関する知識・スキルなどは次のうちどれですか。(2つまで選択)

○従業員に身につけて欲しい仕事に関する知識・スキルとして、「電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル」(41.2%) を選ぶ事業所が最も多く、ついで「リーダーシップやマネジメント能力」(32.7%)、「Word、Excel 等の基本的なパソコン操作に関するスキル」(24.5%) となっています。

回答数 (複数回答)	306	100.0%
Word、Excel等の基本的なパソコン操作に関するスキル	75	24.5%
プログラミングやシステム設計などの I T 関係のスキル	21	6.9%
電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル	126	41.2%
専門事務 (経理・人事・貿易・事務など)	25	8.2%
リーダーシップやマネジメント能力	100	32.7%
その他	34	11.1%
無回答・不明	48	15.7%

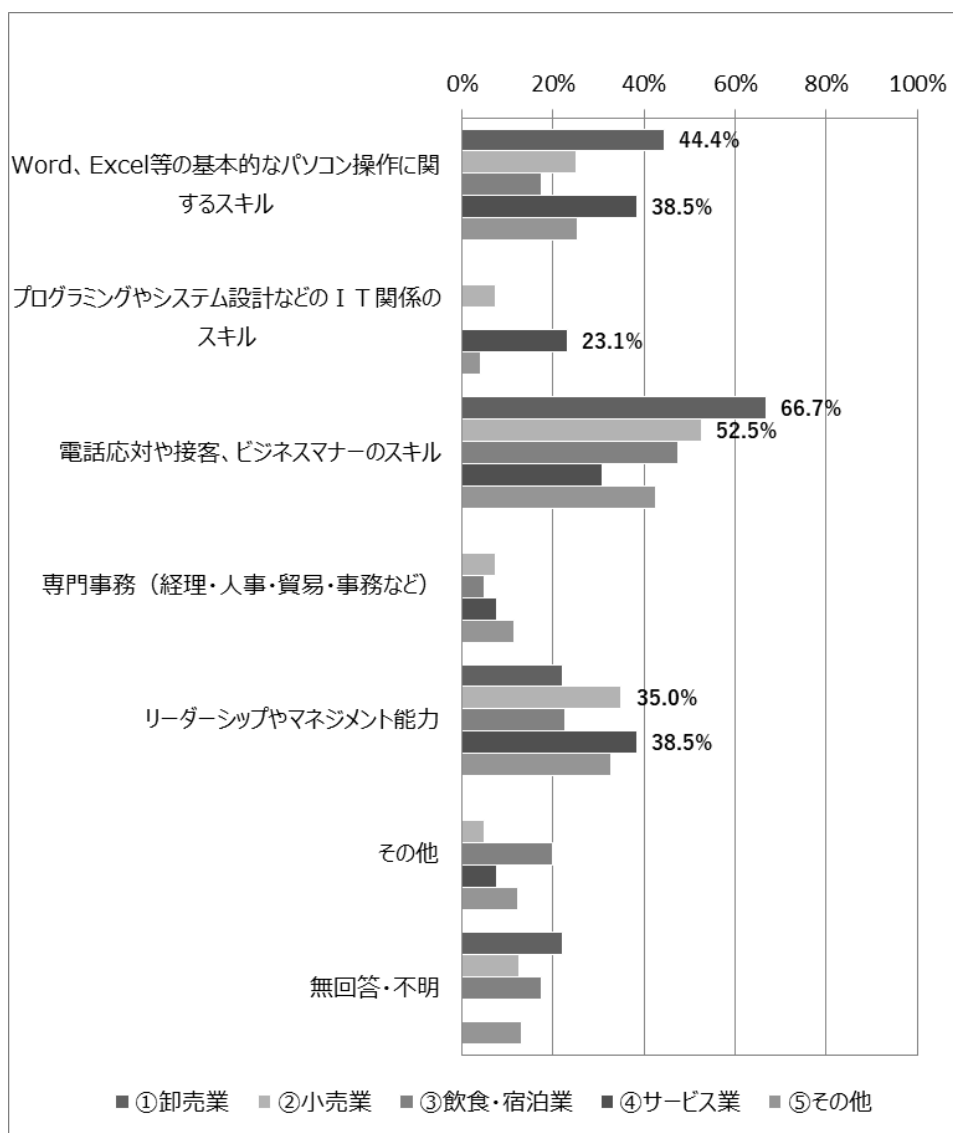


【問 15 従業員に身につけてほしいスキル×業種（事業所概要）のクロス集計】

- 業種ごとに従業員に身につけて欲しい仕事に関する知識・スキルをみると、卸売業では「電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル」「Word、Excel等の基本的なパソコン操作に関するスキル」を選ぶ割合が比較的高く、小売業では「電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル」「リーダーシップやマネジメント能力」が高くなっています。
- 飲食・宿泊業では「電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル」以外は同様の割合であり、サービス業では他業種に比べて「Word、Excel等の基本的なパソコン操作に関するスキル」「プログラミングやシステム設計などのIT関係のスキル」を選ぶ割合が高くなっています。
- その他の業種では「電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル」「リーダーシップやマネジメント能力」「Word、Excel等の基本的なパソコン操作に関するスキル」が高くなっています。

回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	306	100.0%	9	100.0%	40	100.0%	40	100.0%	13	100.0%	122	100.0%
Word、Excel等の基本的なパソコン操作に関するスキル	75	24.5%	4	44.4%	10	25.0%	7	17.5%	5	38.5%	31	25.4%
プログラミングやシステム設計などのIT関係のスキル	21	6.9%	0	0.0%	3	7.5%	0	0.0%	3	23.1%	5	4.1%
電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル	126	41.2%	6	66.7%	21	52.5%	19	47.5%	4	30.8%	52	42.6%
専門事務（経理・人事・貿易・事務など）	25	8.2%	0	0.0%	3	7.5%	2	5.0%	1	7.7%	14	11.5%
リーダーシップやマネジメント能力	100	32.7%	2	22.2%	14	35.0%	9	22.5%	5	38.5%	40	32.8%
その他	34	11.1%	0	0.0%	2	5.0%	8	20.0%	1	7.7%	15	12.3%
無回答・不明	48	15.7%	2	22.2%	5	12.5%	7	17.5%	0	0.0%	16	13.1%

※業種の設問への「無回答」を除く



立地する場としての生駒市への評価や今後の意向についてお伺いします。

問 16 生駒市の立地について、次のような点は、強みあるいは弱みとなっていますか。

【①～⑭の項目について、5つの評価の視点の中から1つ選択】

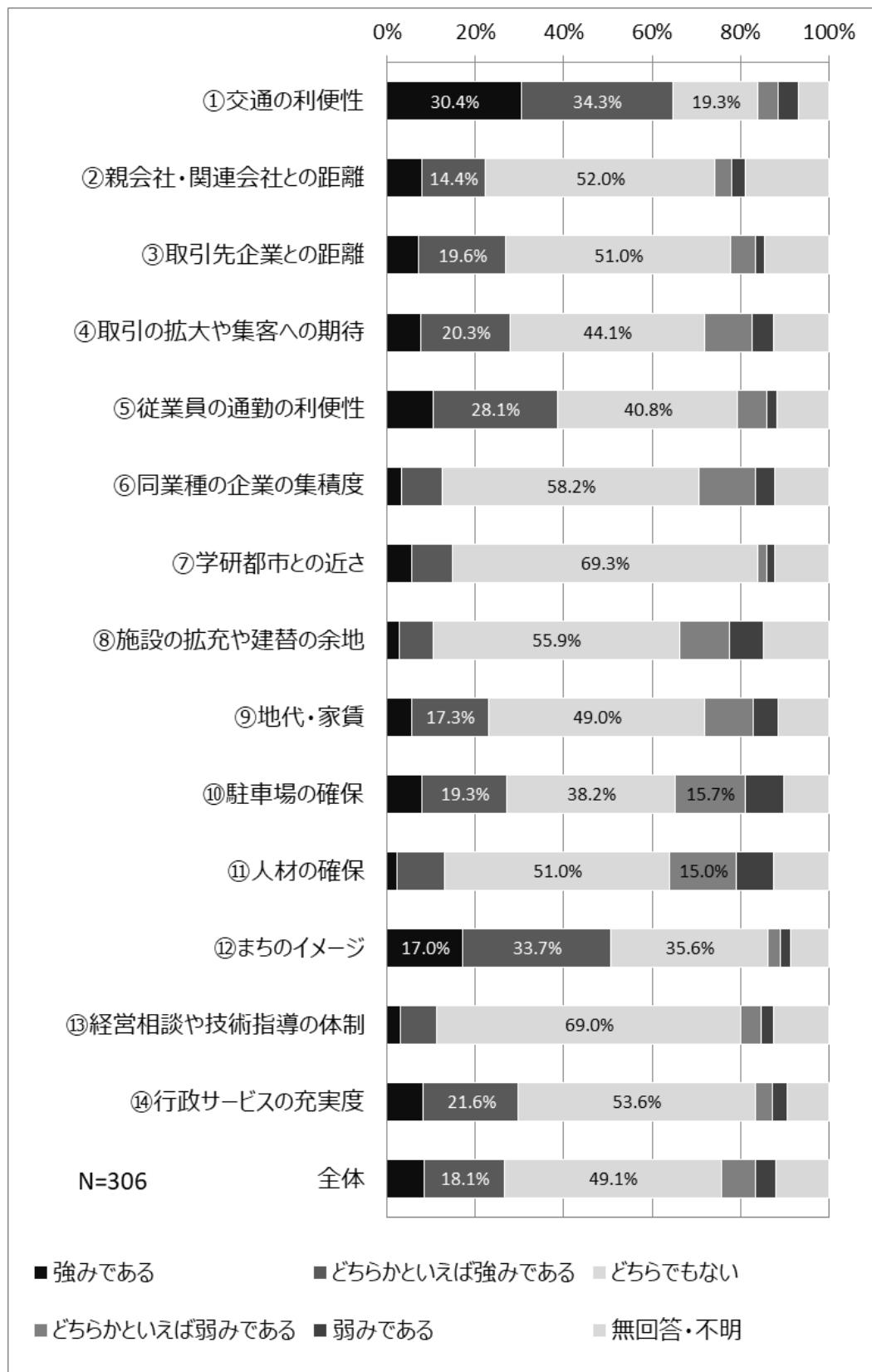
【強み】

○事業を行う上での生駒市の強みは、「まちのイメージ」を評価する割合が高く、「従業員の通勤の利便性」といった立地の優位性、さらに「取引の拡大や集客への期待」など地域のマーケットへの評価が比較的高くなっています。

【弱み】

○一方で「駐車場の確保」「施設の拡充や建替の余地」などの施設環境が弱みと評価されるとともに、「同業種の集積度」や「人材の確保」などの経営環境も比較的弱みとされる割合が高くなっています。

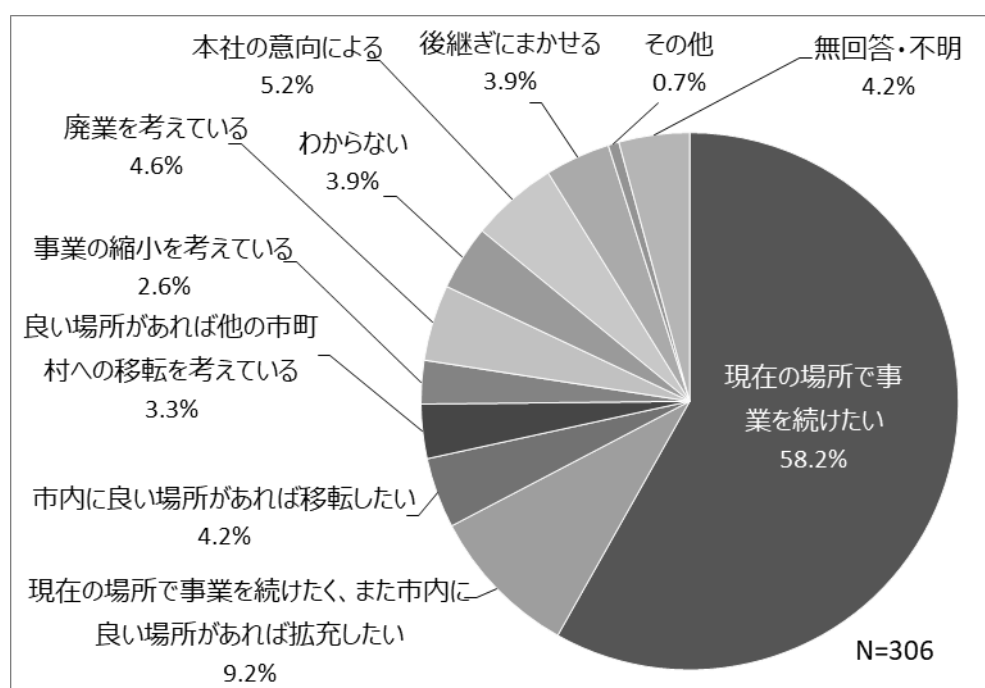
回答数	回答数	強みである	強みであるかといえ	どちらでもない	弱みであるかといえ	弱みである	無回答・不明
①交通の利便性	306	93	105	59	14	14	21
	100.0%	30.4%	34.3%	19.3%	4.6%	4.6%	6.9%
②親会社・関連会社との距離	306	24	44	159	12	9	58
	100.0%	7.8%	14.4%	52.0%	3.9%	2.9%	19.0%
③取引先企業との距離	306	22	60	156	17	7	44
	100.0%	7.2%	19.6%	51.0%	5.6%	2.3%	14.4%
④取引の拡大や集客への期待	306	23	62	135	33	15	38
	100.0%	7.5%	20.3%	44.1%	10.8%	4.9%	12.4%
⑤従業員の通勤の利便性	306	32	86	125	20	7	36
	100.0%	10.5%	28.1%	40.8%	6.5%	2.3%	11.8%
⑥同業種の企業の集積度	306	10	28	178	39	14	37
	100.0%	3.3%	9.2%	58.2%	12.7%	4.6%	12.1%
⑦学研都市との近さ	306	17	28	212	6	6	37
	100.0%	5.6%	9.2%	69.3%	2.0%	2.0%	12.1%
⑧施設の拡充や建替の余地	306	8	24	171	34	24	45
	100.0%	2.6%	7.8%	55.9%	11.1%	7.8%	14.7%
⑨地代・家賃	306	17	53	150	34	17	35
	100.0%	5.6%	17.3%	49.0%	11.1%	5.6%	11.4%
⑩駐車場の確保	306	24	59	117	48	27	31
	100.0%	7.8%	19.3%	38.2%	15.7%	8.8%	10.1%
⑪人材の確保	306	7	33	156	46	26	38
	100.0%	2.3%	10.8%	51.0%	15.0%	8.5%	12.4%
⑫まちのイメージ	306	52	103	109	9	7	26
	100.0%	17.0%	33.7%	35.6%	2.9%	2.3%	8.5%
⑬経営相談や技術指導の体制	306	9	25	211	14	9	38
	100.0%	2.9%	8.2%	69.0%	4.6%	2.9%	12.4%
⑭行政サービスの充実度	306	25	66	164	12	10	29
	100.0%	8.2%	21.6%	53.6%	3.9%	3.3%	9.5%
全体	4284	363	776	2102	338	192	513
	100.0%	8.5%	18.1%	49.1%	7.9%	4.5%	12.0%



問 17 現在の生駒市内の事業所について、今後、どのようにしようとお考えですか。
(1つ選択)

- 今後の事業継続意向では、「現在の場所で事業を続けたい」との意見が 58.2%に達しており、「現在の場所で続けたく、また市内に良い場所があれば拡充したい」(9.2%)、「市内に良い場所があれば移転したい」(4.2%) を合わせて 7 割を超える回答者が生駒市内での事業継続の意向を示しています。
- 「他の市町村への移転を考えている」は 3.3%、「廃業を考えている」は 4.6%となっています。

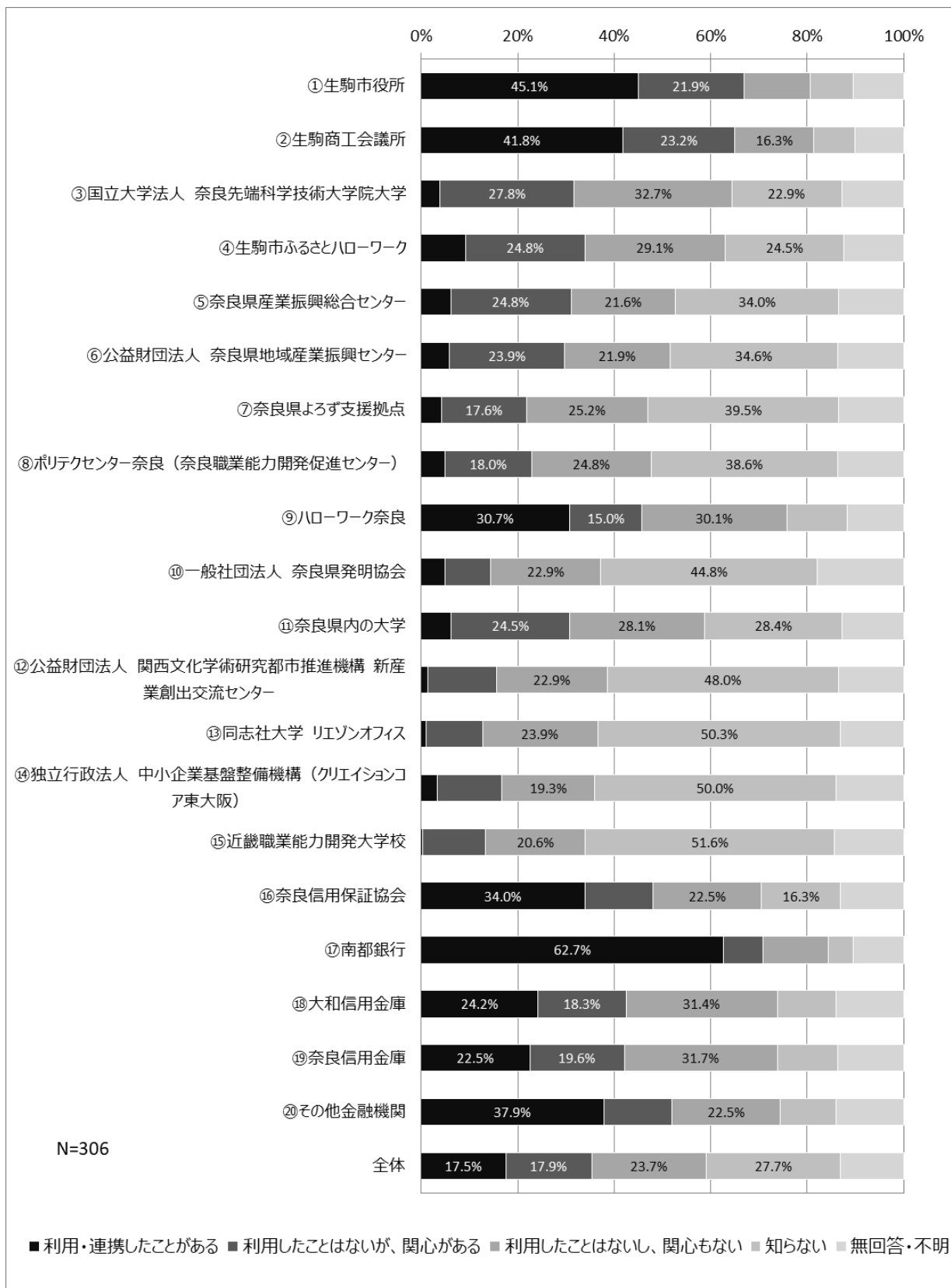
回答数	306	100.0%
現在の場所で事業を続けたい	178	58.2%
現在の場所で事業を続けたく、また市内に良い場所があれば拡充したい	28	9.2%
市内に良い場所があれば移転したい	13	4.2%
良い場所があれば他の市町村への移転を考えている	10	3.3%
事業の縮小を考えている	8	2.6%
廃業を考えている	14	4.6%
わからない	12	3.9%
本社の意向による	16	5.2%
後継ぎにまかせる	12	3.9%
その他	2	0.7%
無回答・不明	13	4.2%



問 18 貴社が経営課題解決のために、利用したことがある機関について、機関ごとに1～4のいずれかに○をつけてください。(1つ選択)

- 利用・連携したことがある支援機関としては「南都銀行」(62.7%)と最も多く、以下「生駒市役所」(45.1%)、「生駒商工会議所」(41.8%)となっています。
- 利用したことはないが関心がある支援機関としては「国立大学法人奈良先端科学技術大学院大学」(27.8%)が最も多く、ついで「生駒ふるさとハローワーク」「奈良県産業振興総合センター」が24.8%となっています。
- 一方、知らないという回答では「近畿職業能力開発大学校」「同志社大学リエゾンオフィス」「(独法) 中小企業基盤整備機構(クリエイションコア東大阪)」が50%以上、「(公財) 関西文化学術研究都市推進機構/新産業創出交流センター」「(一社) 奈良県発明協会」などは40%以上となっています。その他30%以上が知らないと回答した支援機関もあり支援機関の認知度を高めることが課題と考えられます。

回答数	回答数	と利用 がある 連携 した こ	い利用 が、し 関た 心こ があ るな	い利用 し、し 関た 心こ もな いは	知らない	無回答・不明
①生駒市役所	306	138	67	42	27	32
	100.0%	45.1%	21.9%	13.7%	8.8%	10.5%
②生駒商工会議所	306	128	71	50	26	31
	100.0%	41.8%	23.2%	16.3%	8.5%	10.1%
③国立大学法人 奈良先端科学技術大学院大学	306	12	85	100	70	39
	100.0%	3.9%	27.8%	32.7%	22.9%	12.7%
④生駒市ふるさとハローワーク	306	28	76	89	75	38
	100.0%	9.2%	24.8%	29.1%	24.5%	12.4%
⑤奈良県産業振興総合センター	306	19	76	66	104	41
	100.0%	6.2%	24.8%	21.6%	34.0%	13.4%
⑥公益財団法人 奈良県地域産業振興センター	306	18	73	67	106	42
	100.0%	5.9%	23.9%	21.9%	34.6%	13.7%
⑦奈良県よろず支援拠点	306	13	54	77	121	41
	100.0%	4.2%	17.6%	25.2%	39.5%	13.4%
⑧ポリテクセンター奈良 (奈良職業能力開発促進センター)	306	15	55	76	118	42
	100.0%	4.9%	18.0%	24.8%	38.6%	13.7%
⑨ハローワーク奈良	306	94	46	92	38	36
	100.0%	30.7%	15.0%	30.1%	12.4%	11.8%
⑩一般社団法人 奈良県発明協会	306	15	29	70	137	55
	100.0%	4.9%	9.5%	22.9%	44.8%	18.0%
⑪奈良県内の大学	306	19	75	86	87	39
	100.0%	6.2%	24.5%	28.1%	28.4%	12.7%
⑫公益財団法人 関西文化学術研究都市推進機構 新産業創出交流センター	306	4	44	70	147	41
	100.0%	1.3%	14.4%	22.9%	48.0%	13.4%
⑬同志社大学 リエゾンオフィス	306	3	36	73	154	40
	100.0%	1.0%	11.8%	23.9%	50.3%	13.1%
⑭独立行政法人 中小企業基盤整備機構 (クリエイションコア東大阪)	306	10	41	59	153	43
	100.0%	3.3%	13.4%	19.3%	50.0%	14.1%
⑮近畿職業能力開発大学校	306	1	40	63	158	44
	100.0%	0.3%	13.1%	20.6%	51.6%	14.4%
⑯奈良信用保証協会	306	104	43	69	50	40
	100.0%	34.0%	14.1%	22.5%	16.3%	13.1%
⑰南都銀行	306	192	25	41	16	32
	100.0%	62.7%	8.2%	13.4%	5.2%	10.5%
⑱大和信用金庫	306	74	56	96	37	43
	100.0%	24.2%	18.3%	31.4%	12.1%	14.1%
⑲奈良信用金庫	306	69	60	97	38	42
	100.0%	22.5%	19.6%	31.7%	12.4%	13.7%
⑳その他金融機関	306	116	43	69	35	43
	100.0%	37.9%	14.1%	22.5%	11.4%	14.1%
全体	6120	1072	1095	1452	1697	804
	100.0%	17.5%	17.9%	23.7%	27.7%	13.1%



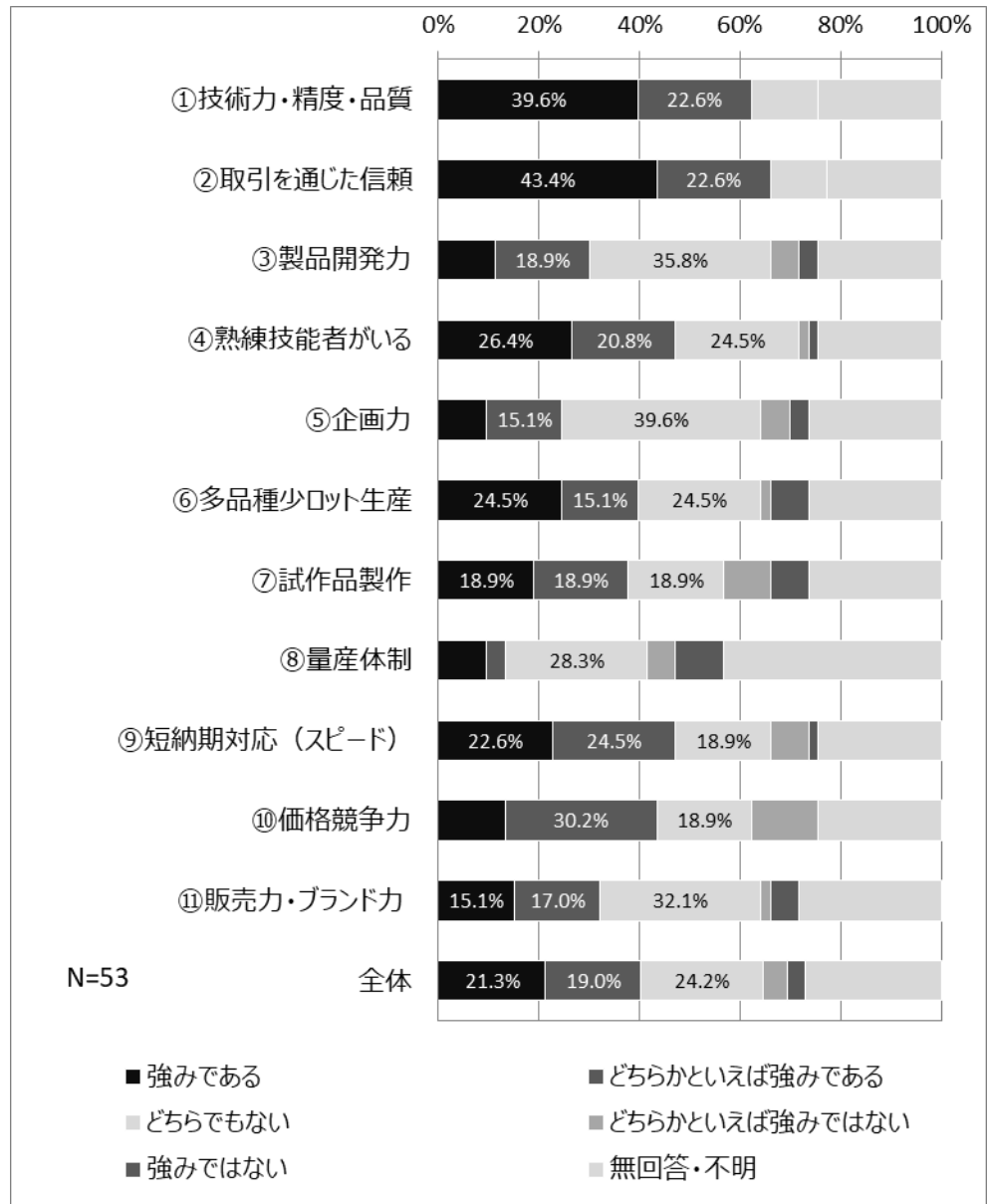
新製品開発や研究開発についてお伺いします。

問 19-1（製造業） 貴社の「強み」とお考えのものは何ですか。

【①～⑭の項目について、5つの評価の視点の中から1つ選択】

- 製造業の事業所が自社において強みと考える点は、「強みである」「どちらかといえば強みである」を合わせてみると、「取引を通じた信頼」（66.0%）が最も多く選択され、以下「技術力・精度・品質」（62.3%）、「熟練技術者がいる」と「短納期対応」が47.2%となっています。
- 一方、「弱みである」「どちらかといえば弱み出る」を合わせてみると、「試作品製作」（17.0%）が最も多く選択され、ついで「量産体制」（15.1%）、「価格競争力」（13.2%）となっています。
- 製造業の事業所では、技術・品質や納期などへの信頼度を強みとしながら、商品開発や販売などへの弱みがあるとの認識が多くなっていることがうかがえます。

回答数（製造業の事業所）	回答数	強みである	強みどちらかといえ	ど	弱みどちらかといえ	弱みである	無回答・不明
①技術力・精度・品質	53	21	12	7	0	0	13
	100.0%	39.6%	22.6%	13.2%	0.0%	0.0%	24.5%
②取引を通じた信頼	53	23	12	6	0	0	12
	100.0%	43.4%	22.6%	11.3%	0.0%	0.0%	22.6%
③製品開発力	53	6	10	19	3	2	13
	100.0%	11.3%	18.9%	35.8%	5.7%	3.8%	24.5%
④熟練技能者がいる	53	14	11	13	1	1	13
	100.0%	26.4%	20.8%	24.5%	1.9%	1.9%	24.5%
⑤企画力	53	5	8	21	3	2	14
	100.0%	9.4%	15.1%	39.6%	5.7%	3.8%	26.4%
⑥多品種少ロット生産	53	13	8	13	1	4	14
	100.0%	24.5%	15.1%	24.5%	1.9%	7.5%	26.4%
⑦試作品製作	53	10	10	10	5	4	14
	100.0%	18.9%	18.9%	18.9%	9.4%	7.5%	26.4%
⑧量産体制	53	5	2	15	3	5	23
	100.0%	9.4%	3.8%	28.3%	5.7%	9.4%	43.4%
⑨短納期対応（スピード）	53	12	13	10	4	1	13
	100.0%	22.6%	24.5%	18.9%	7.5%	1.9%	24.5%
⑩価格競争力	53	7	16	10	7	0	13
	100.0%	13.2%	30.2%	18.9%	13.2%	0.0%	24.5%
⑪販売力・ブランド力	53	8	9	17	1	3	15
	100.0%	15.1%	17.0%	32.1%	1.9%	5.7%	28.3%
全体	583	124	111	141	28	22	157
	100.0%	21.3%	19.0%	24.2%	4.8%	3.8%	26.9%

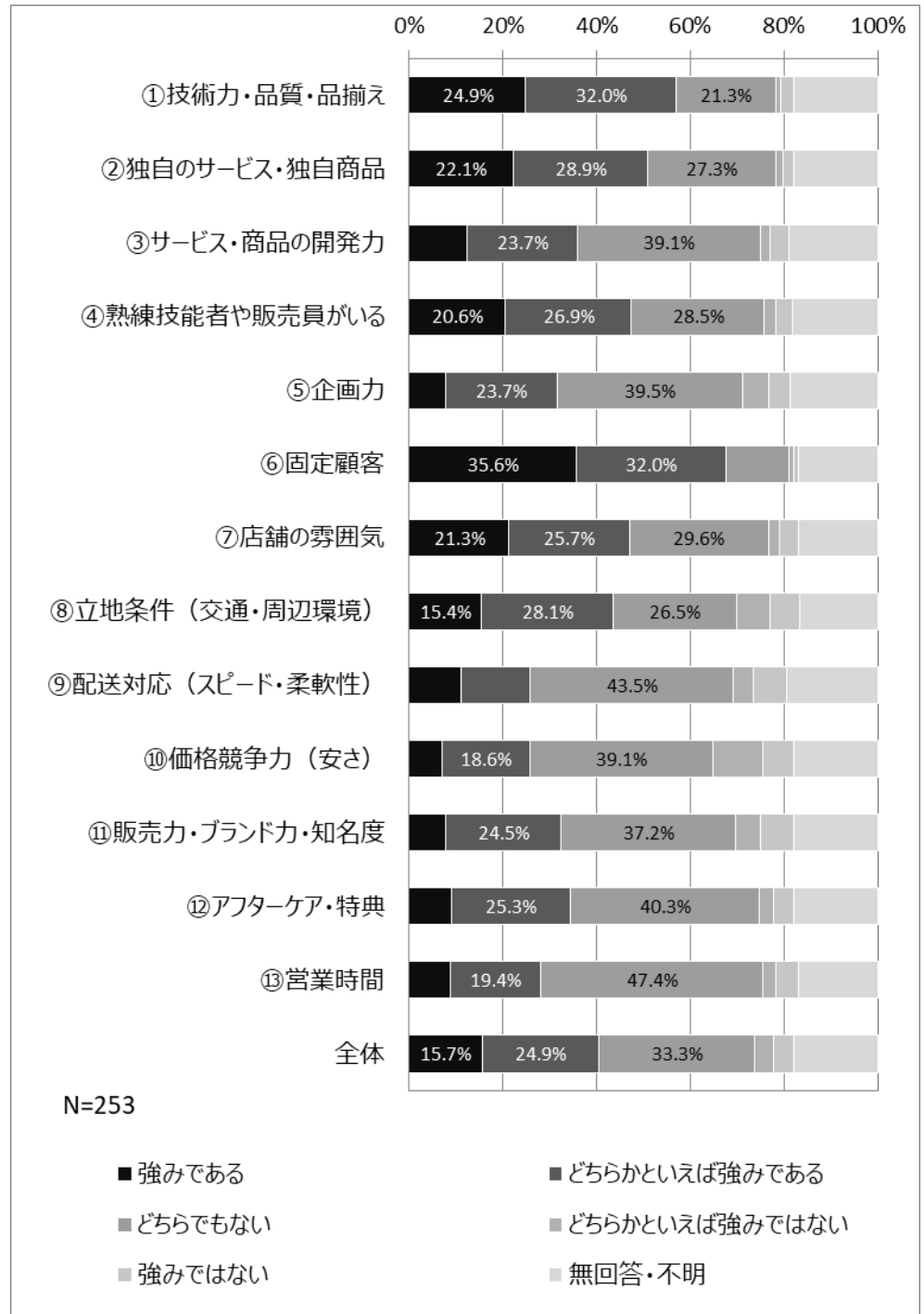


問 19-2（製造業以外） 貴社の「強み」とお考えのものは何ですか。

【①～⑬の項目について、5つの評価の視点の中から1つ選択】

- 製造業以外の事業所が自社において強みと考える点は、「強みである」「どちらかといえば強みである」を合わせてみると、「固定顧客」（67.6%）が最も多く選択され、以下「技術力・品質・品揃え」（56.9%）、「独自のサービス・独自商品」が51.0%となっています。
- 一方、「弱みである」「どちらかといえば弱み出る」を合わせてみると、「価格競争力（安さ）」（17.4%）が最も多く選択され、ついで「立地条件（交通・周辺環境）」（13.4%）、「販売力・ブランド力・知名度」（12.6%）となっています。
- 製造業以外の事業所では、サービスの信頼度を強みとしながら、知名度やブランド力、販売力が弱みであるとの認識が多くなっていることがうかがえます。

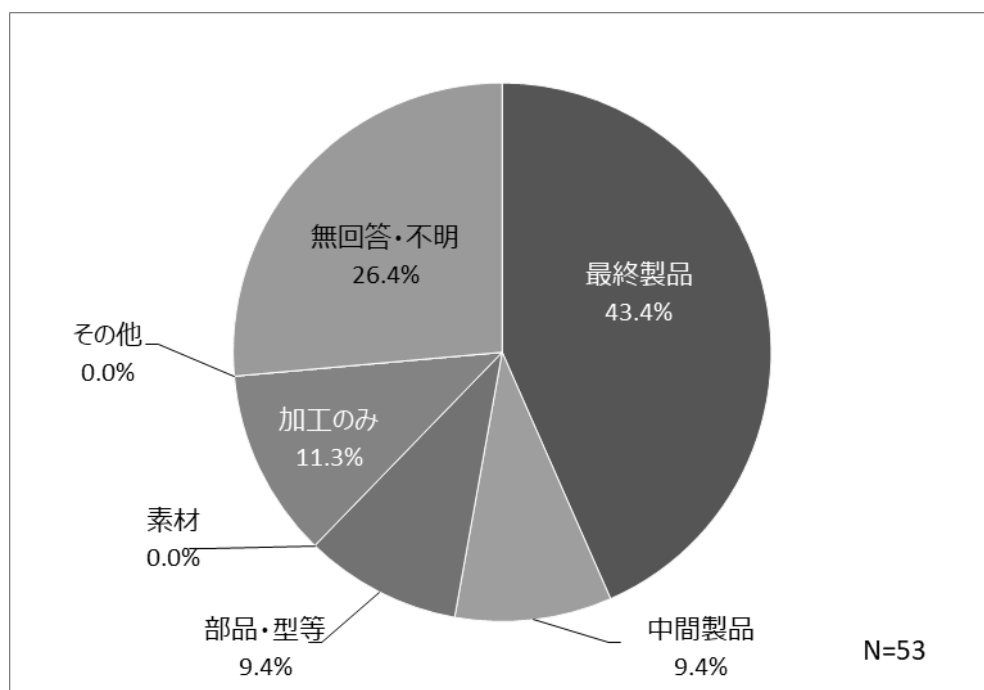
回答数（製造業以外の事業所）	回答数	強みである	強みどちらかといえ	どち	弱みどちらかといえ	弱みである	無回答・不明
①技術力・品質・品揃え	253	63	81	54	3	7	45
	100.0%	24.9%	32.0%	21.3%	1.2%	2.8%	17.8%
②独自のサービス・独自商品	253	56	73	69	4	6	45
	100.0%	22.1%	28.9%	27.3%	1.6%	2.4%	17.8%
③サービス・商品の開発力	253	31	60	99	5	10	48
	100.0%	12.3%	23.7%	39.1%	2.0%	4.0%	19.0%
④熟練技能者や販売員がいる	253	52	68	72	6	9	46
	100.0%	20.6%	26.9%	28.5%	2.4%	3.6%	18.2%
⑤企画力	253	20	60	100	14	12	47
	100.0%	7.9%	23.7%	39.5%	5.5%	4.7%	18.6%
⑥固定顧客	253	90	81	34	3	2	43
	100.0%	35.6%	32.0%	13.4%	1.2%	0.8%	17.0%
⑦店舗の雰囲気	253	54	65	75	6	10	43
	100.0%	21.3%	25.7%	29.6%	2.4%	4.0%	17.0%
⑧立地条件（交通・周辺環境）	253	39	71	67	18	16	42
	100.0%	15.4%	28.1%	26.5%	7.1%	6.3%	16.6%
⑨配送対応（スピード・柔軟性）	253	28	37	110	11	18	49
	100.0%	11.1%	14.6%	43.5%	4.3%	7.1%	19.4%
⑩価格競争力（安さ）	253	18	47	99	27	17	45
	100.0%	7.1%	18.6%	39.1%	10.7%	6.7%	17.8%
⑪販売力・ブランド力・知名度	253	20	62	94	14	18	45
	100.0%	7.9%	24.5%	37.2%	5.5%	7.1%	17.8%
⑫アフターケア・特典	253	23	64	102	8	11	45
	100.0%	9.1%	25.3%	40.3%	3.2%	4.3%	17.8%
⑬営業時間	253	22	49	120	7	12	43
	100.0%	8.7%	19.4%	47.4%	2.8%	4.7%	17.0%
全体	3289	516	818	1095	126	148	586
	100.0%	15.7%	24.9%	33.3%	3.8%	4.5%	17.8%



問 20（製造業） 貴社の主要な出荷製品はどのようなものですか。（1つ選択）

○回答のあった事業所の製品としては、「最終製品」が43.4%を占めています。ついで「加工のみ」が11.3%となっています。

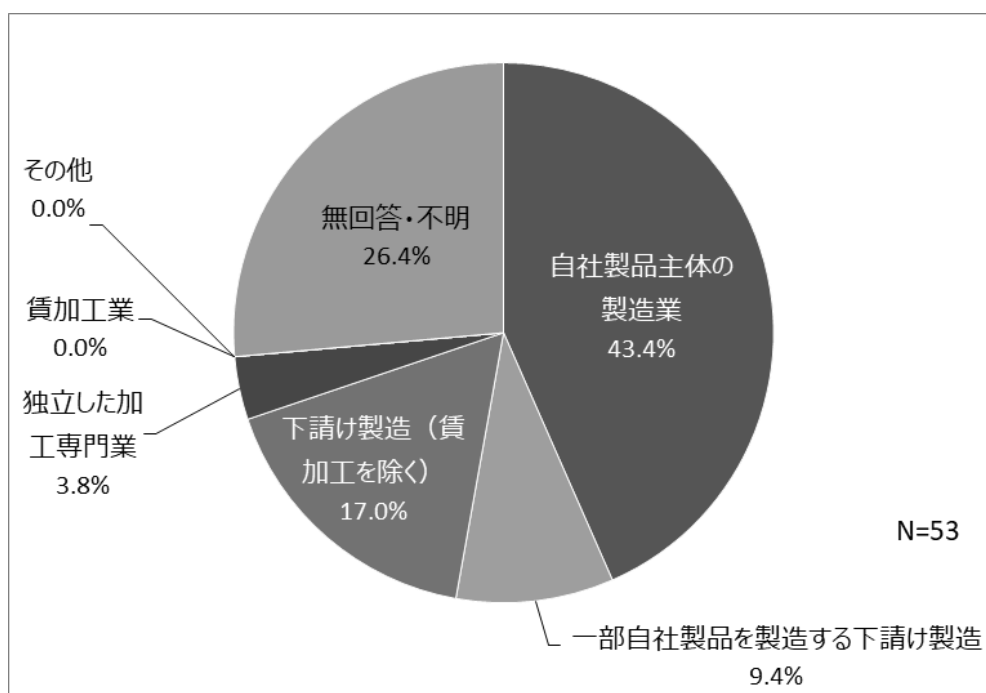
回答数（製造業の事業所）	53	100.0%
最終製品	23	43.4%
中間製品	5	9.4%
部品・型等	5	9.4%
素材	0	0.0%
加工のみ	6	11.3%
その他	0	0.0%
無回答・不明	14	26.4%



問 21（製造業） 主な生産形態はどのようなものですか。（1つ選択）

○生産形態としては、「自社製品主体の製造業」が43.4%と約半数を占め、ついで「下請け製造」が17.0%となっています。「自社製品主体の製造業」が問20における最終製品の製造（43.4%）とほぼ同じ比率となっており、自社で企画した製品を生産する事業所が多いことが推測されます。

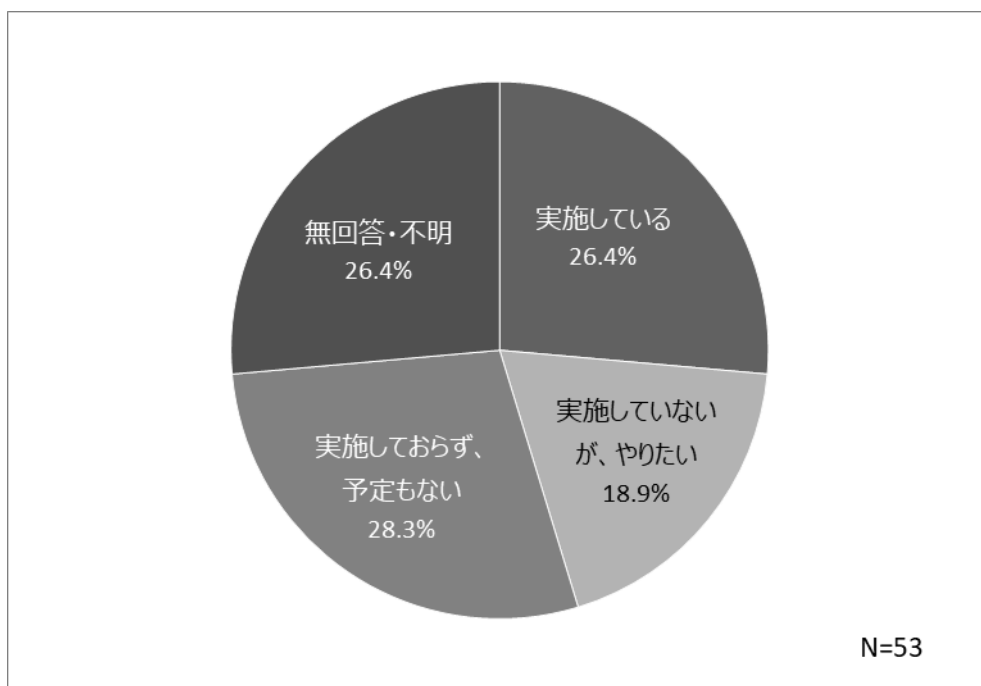
回答数（製造業の事業所）	53	100.0%
自社製品主体の製造業	23	43.4%
一部自社製品を製造する下請け製造	5	9.4%
下請け製造（賃加工を除く）	9	17.0%
独立した加工専門業	2	3.8%
賃加工業	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答・不明	14	26.4%



問 22（製造業） 現在、新製品開発や研究開発を実施していますか。（1つ選択）

- 研究開発等の状況では、「実施している」が 26.4%、「実施していないが、やりたい」が 18.9%でとなっており、新たな研究開発等を実施、あるいは関心があるという意向を持つ事業所は 45.3%となっています。
- 一方、「実施しておらず、予定もない」は 28.3%となっており、将来の事業展望の改善や後継者の確保に向けた新規展開を促すために、事業者の意識啓発を含めた支援や情報提供の仕組みが不可欠と考えられます。

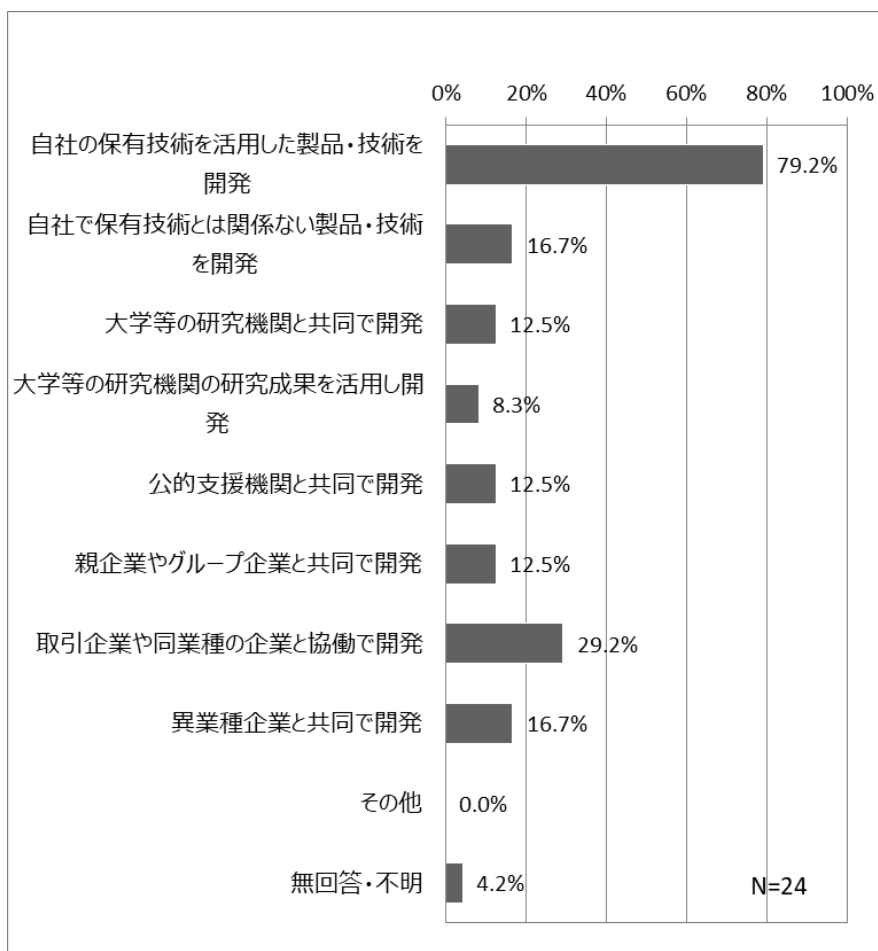
回答数	53	100.0%
実施している	14	26.4%
実施していないが、やりたい	10	18.9%
実施しておらず、予定もない	15	28.3%
無回答・不明	14	26.4%



問 23（製造業） 【問 22 で 1・2 を選択された】実施している、又は今後、実施したい開発内容はどのようなことですか。（3 つまで選択）

- 研究開発を実施または関心のある企業にその内容を複数回答で尋ねたところ、「自社の保有技術を活用した製品・技術を開発」が 79.2%と 8 割を占め、現在の技術・ノウハウの発展（延長線上）での展開を目指す回答が多くなっています。
- ついで「取引企業や同業者の企業と共同で開発」「異業種企業と共同で開発」「自社の保有技術とは関係ない製品・商品の開発」となっており、既存のネットワークだけではない異業種との連携、さらに今後の経営を見ずえた自社の独自製品の開発への志向が高くなっていることがうかがえます。

回答数（複数回答）	24	100.0%
自社の保有技術を活用した製品・技術を開発	19	79.2%
自社で保有技術とは関係ない製品・技術を開発	4	16.7%
大学等の研究機関と共同で開発	3	12.5%
大学等の研究機関の研究成果を活用し開発	2	8.3%
公的支援機関と共同で開発	3	12.5%
親企業やグループ企業と共同で開発	3	12.5%
取引企業や同業種の企業と協働で開発	7	29.2%
異業種企業と共同で開発	4	16.7%
その他	0	0.0%
無回答・不明	1	4.2%

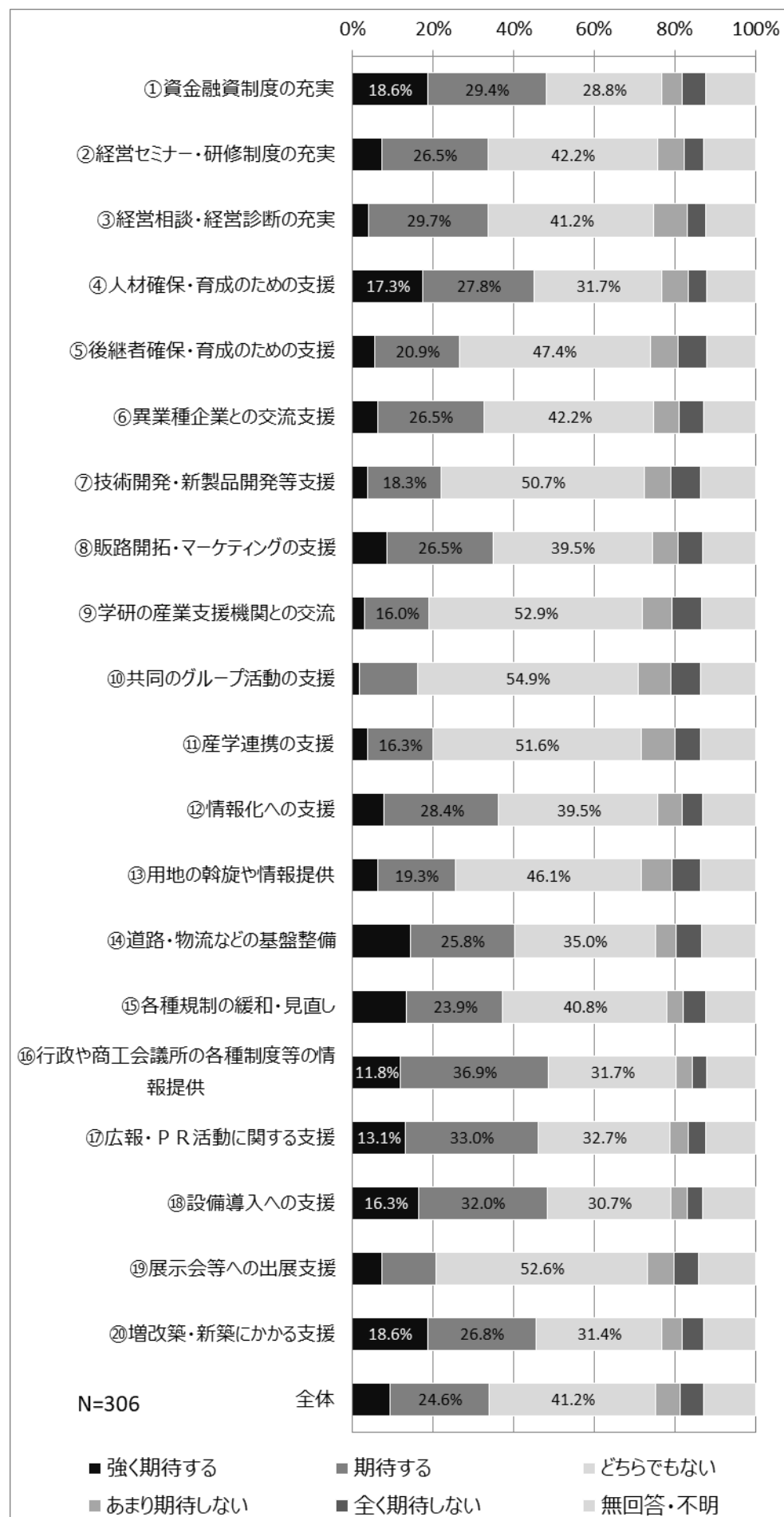


今後期待する施策や支援についてお伺いします。

問 24 今後、どのような商工業及び観光振興施策や支援策に期待されますか。【①～⑳の各項目】

- 「強く期待する」「期待する」を合わせた、今後期待する支援策としては、「行政や商工会議所の各種制度等の情報提供」が最も多く、ついで「設備導入への支援」「資金融資制度の充実」が続いています。
- 全体として期待が高いものは、「行政や商工会議所の各種制度等の情報提供」「広報・PR活動に関する支援」などの情報提供・情報発信に関する期待、そして「増改築・新築にかかる支援」「道路・物流などの基盤整備」などの施設・設備面での環境・制度の充実への期待、さらに「人材確保・育成のための支援」などへの期待が高くなっています。

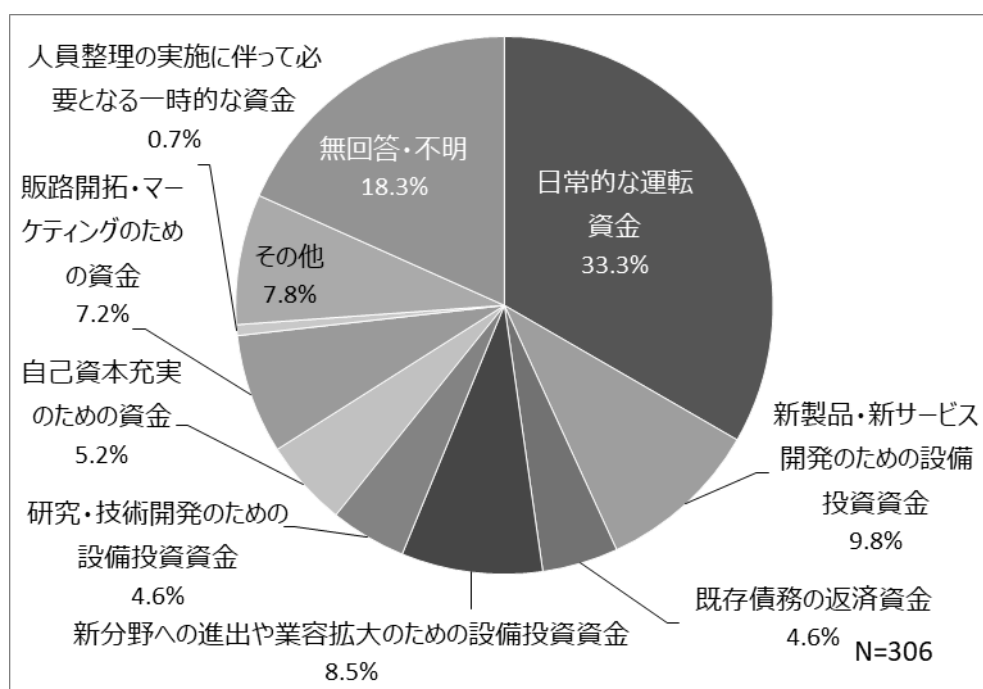
回答数	回 答 数	強 く 期 待 す る	期 待 す る	ど ち ら で も な い	あ ま り 期 待 し な い	全 く 期 待 し な い	無 回 答 ・ 不 明
①資金融資制度の充実	306	57	90	88	15	18	38
	100.0%	18.6%	29.4%	28.8%	4.9%	5.9%	12.4%
②経営セミナー・研修制度の充実	306	22	81	129	20	15	39
	100.0%	7.2%	26.5%	42.2%	6.5%	4.9%	12.7%
③経営相談・経営診断の充実	306	12	91	126	25	14	38
	100.0%	3.9%	29.7%	41.2%	8.2%	4.6%	12.4%
④人材確保・育成のための支援	306	53	85	97	20	14	37
	100.0%	17.3%	27.8%	31.7%	6.5%	4.6%	12.1%
⑤後継者確保・育成のための支援	306	17	64	145	21	22	37
	100.0%	5.6%	20.9%	47.4%	6.9%	7.2%	12.1%
⑥異業種企業との交流支援	306	19	81	129	19	19	39
	100.0%	6.2%	26.5%	42.2%	6.2%	6.2%	12.7%
⑦技術開発・新製品開発等支援	306	11	56	155	20	22	42
	100.0%	3.6%	18.3%	50.7%	6.5%	7.2%	13.7%
⑧販路開拓・マーケティングの支援	306	26	81	121	19	19	40
	100.0%	8.5%	26.5%	39.5%	6.2%	6.2%	13.1%
⑨学研の産業支援機関との交流	306	9	49	162	23	22	41
	100.0%	2.9%	16.0%	52.9%	7.5%	7.2%	13.4%
⑩共同のグループ活動の支援	306	5	44	168	25	22	42
	100.0%	1.6%	14.4%	54.9%	8.2%	7.2%	13.7%
⑪産学連携の支援	306	11	50	158	26	19	42
	100.0%	3.6%	16.3%	51.6%	8.5%	6.2%	13.7%
⑫情報化への支援	306	24	87	121	18	16	40
	100.0%	7.8%	28.4%	39.5%	5.9%	5.2%	13.1%
⑬用地の斡旋や情報提供	306	19	59	141	24	21	42
	100.0%	6.2%	19.3%	46.1%	7.8%	6.9%	13.7%
⑭道路・物流などの基盤整備	306	44	79	107	16	19	41
	100.0%	14.4%	25.8%	35.0%	5.2%	6.2%	13.4%
⑮各種規制の緩和・見直し	306	41	73	125	12	17	38
	100.0%	13.4%	23.9%	40.8%	3.9%	5.6%	12.4%
⑯行政や商工会議所の各種制度等の情報提供	306	36	113	97	12	11	37
	100.0%	11.8%	36.9%	31.7%	3.9%	3.6%	12.1%
⑰広報・PR活動に関する支援	306	40	101	100	14	13	38
	100.0%	13.1%	33.0%	32.7%	4.6%	4.2%	12.4%
⑱設備導入への支援	306	50	98	94	12	12	40
	100.0%	16.3%	32.0%	30.7%	3.9%	3.9%	13.1%
⑲展示会等への出展支援	306	22	41	161	20	19	43
	100.0%	7.2%	13.4%	52.6%	6.5%	6.2%	14.1%
⑳増改築・新築にかかる支援	306	57	82	96	15	17	39
	100.0%	18.6%	26.8%	31.4%	4.9%	5.6%	12.7%
全体	6120	575	1505	2520	376	351	793
	100.0%	9.4%	24.6%	41.2%	6.1%	5.7%	13.0%



問 25 貴社が必要とする資金の内、最も重要なものをひとつお選び下さい。(1つ選択)

- 最も必要とする資金としては、「日常的な運転資金」が 33.3%と最も高く、ついで「新製品・新サービス開発のための設備投資」が 9.8%となっています。
- 運転資金や債務返済資金などの事業資金への意見が最も多くなっていますが、「新製品・新サービス開発のための設備投資」や「新分野への進出や業容拡大のための設備投資」を実現させるような、今後の生駒市全体の産業全体の維持・発展につなげていく投資を促すことも重要と考えられます。

回答数	306	100.0%
日常的な運転資金	102	33.3%
新製品・新サービス開発のための設備投資資金	30	9.8%
既存債務の返済資金	14	4.6%
新分野への進出や業容拡大のための設備投資資金	26	8.5%
研究・技術開発のための設備投資資金	14	4.6%
自己資本充実のための資金	16	5.2%
販路開拓・マーケティングのための資金	22	7.2%
人員整理の実施に伴って必要となる一時的な資金	2	0.7%
その他	24	7.8%
無回答・不明	56	18.3%

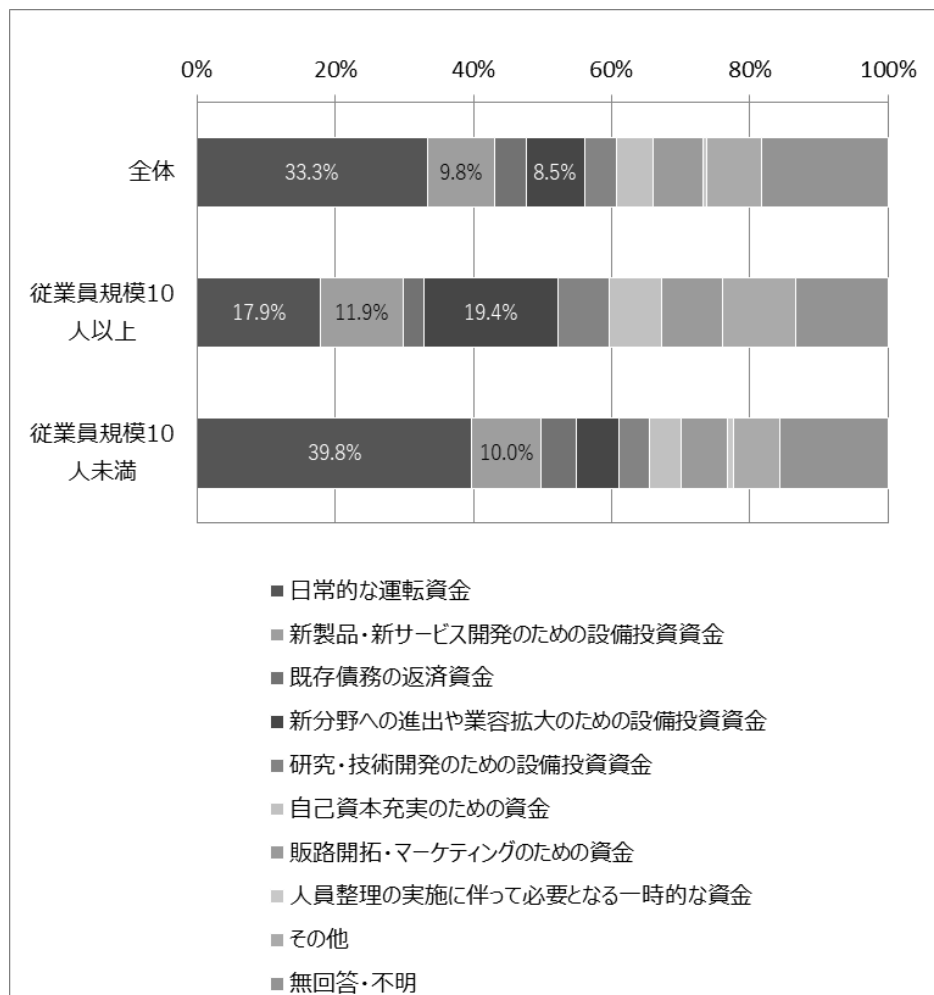


【問 25 必要とする資金×従業員数（事業所概要）のクロス集計】

- 従業員規模ごとにみると、従業員数 10 人以上の事業所に比べて、従業員数 10 人未満の事業所の方がより「日常的な運転資金」へのニーズが高くなっています。
- また従業員数 10 人以上の事業所では「新分野への進出や業容拡大のための設備投資」「新製品・新サービス開発のための設備投資」の割合が高くなっています。

回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	306	100.0%	67	100.0%	211	100.0%
日常的な運転資金	102	33.3%	12	17.9%	84	39.8%
新製品・新サービス開発のための設備投資資金	30	9.8%	8	11.9%	21	10.0%
既存債務の返済資金	14	4.6%	2	3.0%	11	5.2%
新分野への進出や業容拡大のための設備投資資金	26	8.5%	13	19.4%	13	6.2%
研究・技術開発のための設備投資資金	14	4.6%	5	7.5%	9	4.3%
自己資本充実のための資金	16	5.2%	5	7.5%	10	4.7%
販路開拓・マーケティングのための資金	22	7.2%	6	9.0%	14	6.6%
人員整理の実施に伴って必要となる一時的な資金	2	0.7%	0	0.0%	2	0.9%
その他	24	7.8%	7	10.4%	14	6.6%
無回答・不明	56	18.3%	9	13.4%	33	15.6%

※従業員数の設問への「無回答」を除く

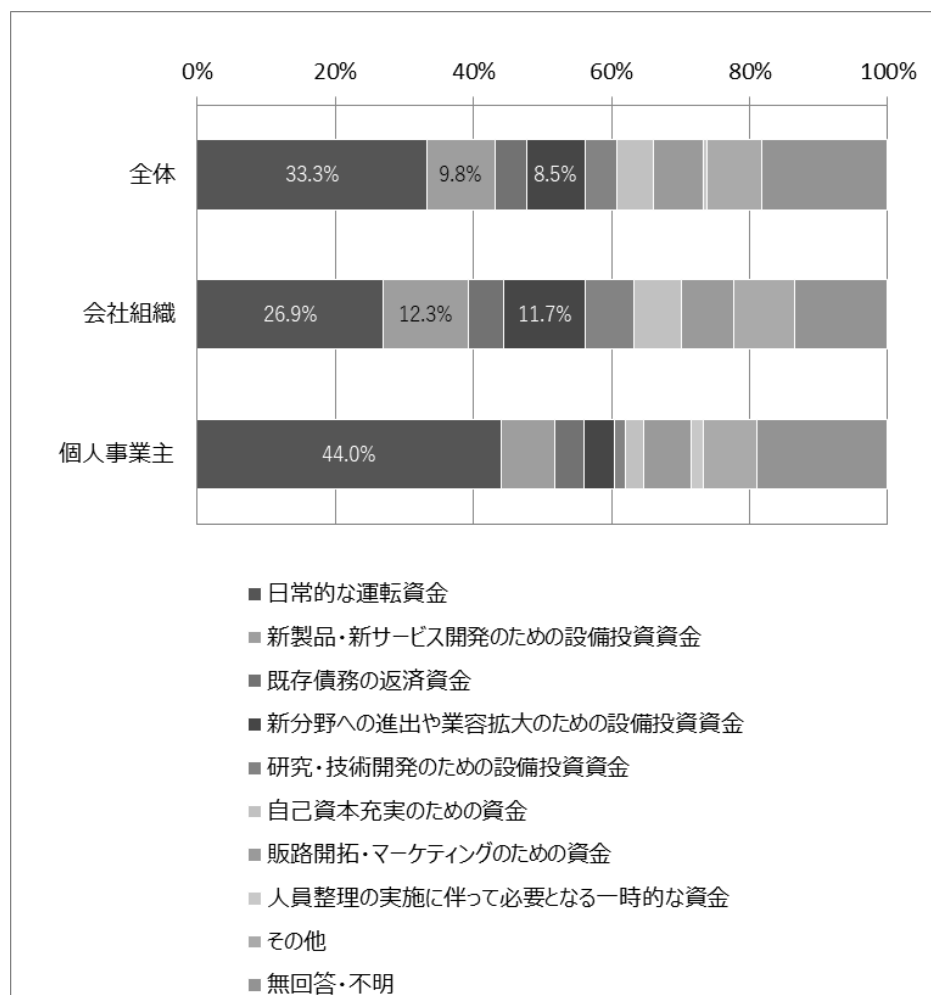


【問 25 必要とする資金×組織形態（事業所概要）のクロス集計】

- 組織形態ごとにみると、会社組織の事業所に比べて、個人事業主の事業所の方がより「日常的な運転資金」へのニーズが高くなっています。
- また会社組織の事業所では「新製品・新サービス開発のための設備投資」「新分野への進出や業容拡大のための設備投資」の割合が高くなっています。

回答数	全体		会社組織		個人事業主	
	306	100.0%	171	100.0%	116	100.0%
日常的な運転資金	102	33.3%	46	26.9%	51	44.0%
新製品・新サービス開発のための設備投資資金	30	9.8%	21	12.3%	9	7.8%
既存債務の返済資金	14	4.6%	9	5.3%	5	4.3%
新分野への進出や業容拡大のための設備投資資金	26	8.5%	20	11.7%	5	4.3%
研究・技術開発のための設備投資資金	14	4.6%	12	7.0%	2	1.7%
自己資本充実のための資金	16	5.2%	12	7.0%	3	2.6%
販路開拓・マーケティングのための資金	22	7.2%	13	7.6%	8	6.9%
人員整理の実施に伴って必要となる一時的な資金	2	0.7%	0	0.0%	2	1.7%
その他	24	7.8%	15	8.8%	9	7.8%
無回答・不明	56	18.3%	23	13.5%	22	19.0%

※組織形態の設問への「無回答」を除く

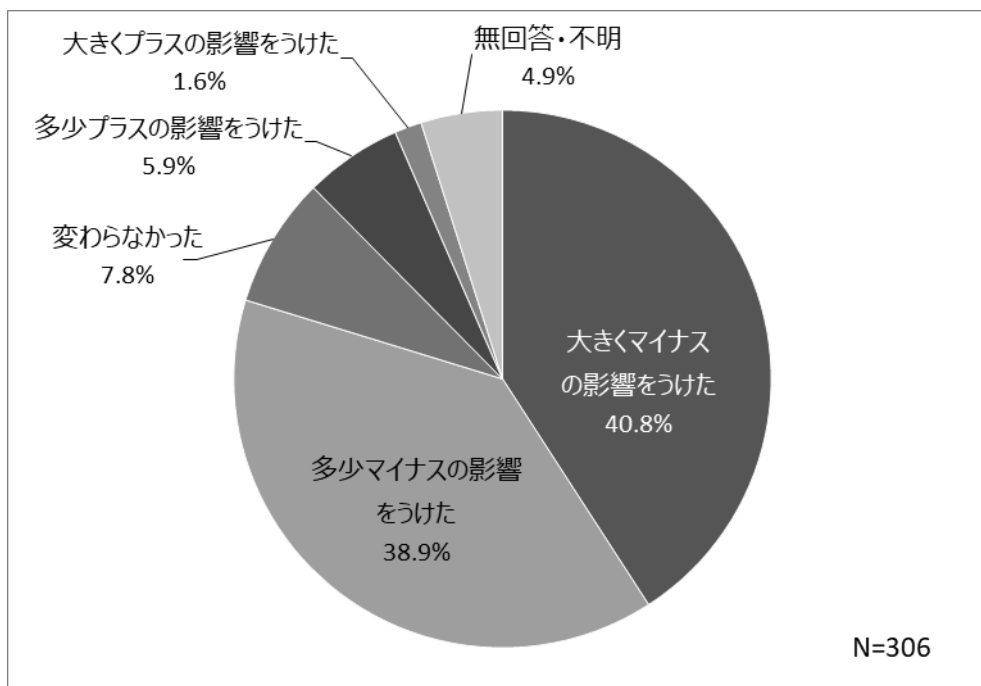


新型コロナウイルス感染症における影響についてお伺いします。

問 26 新型コロナウイルス感染症による事業への影響はいかがでしたか。(1つ選択)

○新型コロナウイルス感染症の影響としては、「大きくマイナスの影響を受けた」(40.8%)、「多少マイナスの影響を受けた」(38.9%)となり、79.7%の事業所がマイナスの影響を受けてなっています。

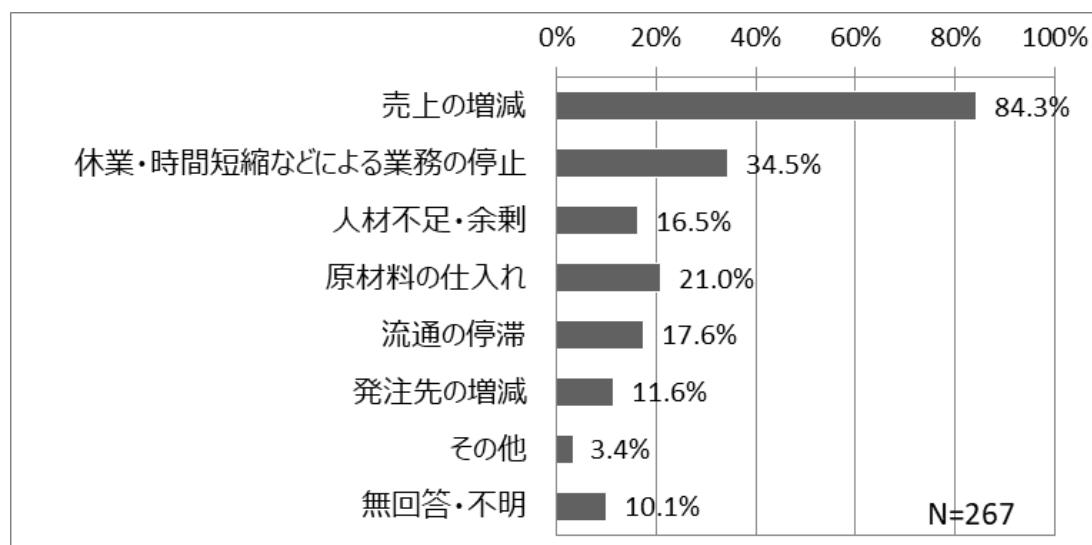
回答数	306	100.0%
大きくマイナスの影響を受けた	125	40.8%
多少マイナスの影響を受けた	119	38.9%
変わらなかった	24	7.8%
多少プラスの影響を受けた	18	5.9%
大きくプラスの影響を受けた	5	1.6%
無回答・不明	15	4.9%



問 27 影響を受けたのはどのようなことですか。(あてはまるもの全て選択)

○影響を受けた内容としては、「売上の増減」が 84.3%と最も多く、次いで「休業・時間短縮などによる業務の停止」(34.5%)、「原材料の仕入れ」(21.0%) などを選択する回答が多くなっています。

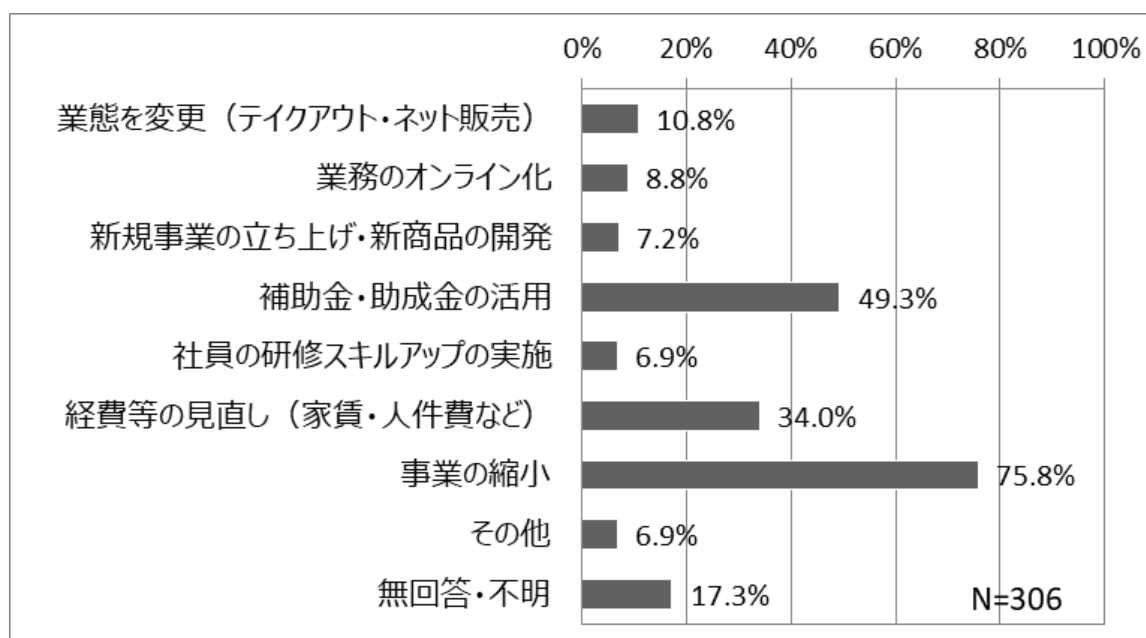
回答数 (複数回答)	267	100.0%
売上の増減	225	84.3%
休業・時間短縮などによる業務の停止	92	34.5%
人材不足・余剰	44	16.5%
原材料の仕入れ	56	21.0%
流通の停滞	47	17.6%
発注先の増減	31	11.6%
その他	9	3.4%
無回答・不明	27	10.1%



問 28 影響を受けた際どのように対応されましたか。(あてはまるもの全て選択)

○影響を受けた際の対応としては、「事業の縮小」が75.8%と最も多く、次いで「補助金・助成金の活用」(49.3%)、「経費等の見直し(家賃・人件費など)」(34.0%)などを選択する回答が多くなっています。

回答数(複数回答)	306	100.0%
業態を変更(テイクアウト・ネット販売)	33	10.8%
業務のオンライン化	27	8.8%
新規事業の立ち上げ・新商品の開発	22	7.2%
補助金・助成金の活用	151	49.3%
社員の研修スキルアップの実施	21	6.9%
経費等の見直し(家賃・人件費など)	104	34.0%
事業の縮小	232	75.8%
その他	21	6.9%
無回答・不明	53	17.3%



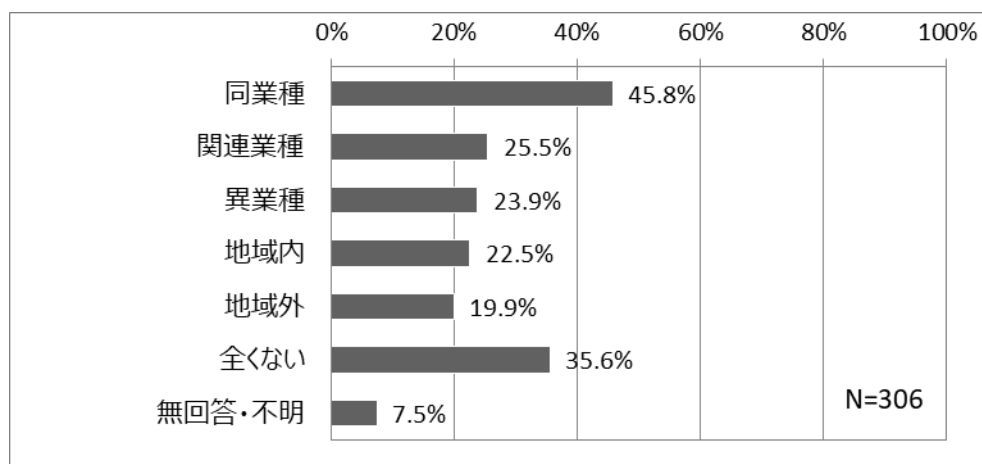
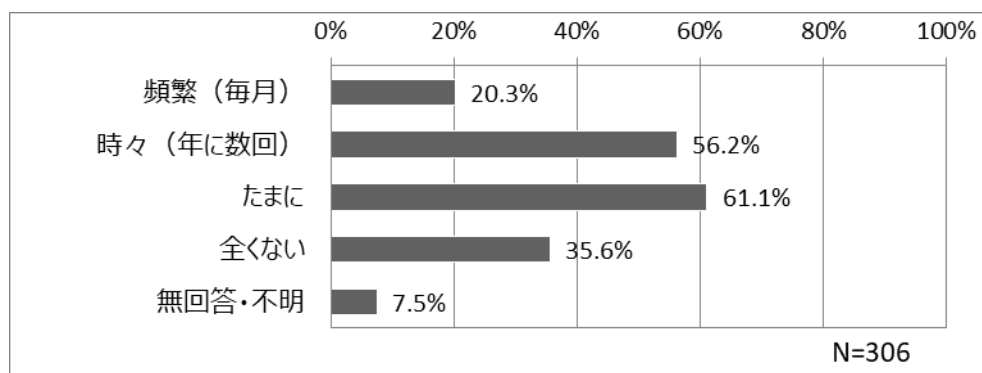
交流機会についてお伺いします。

問 29 交流機会はありますか。それはどのようなものですか。(あてはまるもの全て選択)

- 交流の機会の頻度については、「たまに」(61.1%) が最も多く、次いで「時々(年に数回)」(56.2%)、「全くない」(35.6%) となっています。
- 交流先については、「同業種」(45.8%) が最も多く、次いで「関連業種」(25.5%)、「異業種」(23.9%)、「地域内」(22.5%) となっています。
- 「全くない」と回答した事業所が 35.6%となっており、産業全体の活性化や経営環境の改善、人材や情報の交流に向けたネットワーク形成や交流の機会づくりが必要と考えられます。

回答数(複数回答)	306	100.0%
頻繁(毎月)	62	20.3%
時々(年に数回)	172	56.2%
たまに	187	61.1%
全くない	109	35.6%
無回答・不明	23	7.5%

回答数(複数回答)	306	100.0%
同業種	140	45.8%
関連業種	78	25.5%
異業種	73	23.9%
地域内	69	22.5%
地域外	61	19.9%
全くない	109	35.6%
無回答・不明	23	7.5%

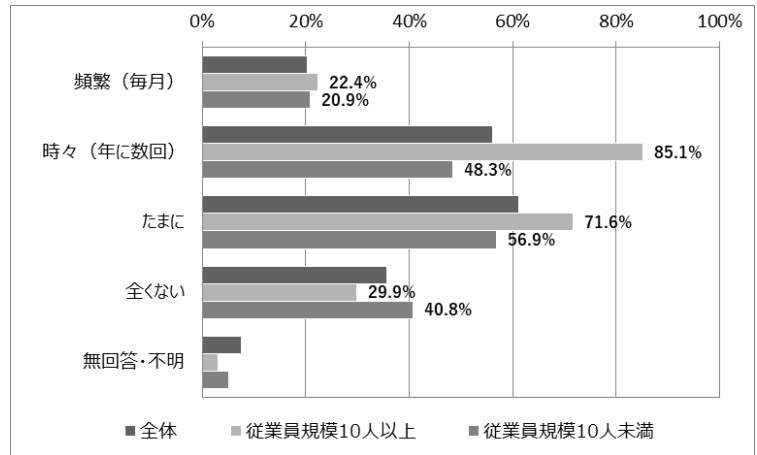


【問 29 交流の機会×従業員数（事業所概要）のクロス集計】

- 従業員規模ごとにみると、全体として従業員数 10 人以上の事業所が、従業員数 10 人未満の事業所に比べてより交流の機会が多くなっています。
- 課題を多く抱えている小規模事業所が連携・活用しようと思えるような、経営環境の改善、人材や情報の交流に向けたネットワーク形成や交流の機会づくりが課題と考えられます。

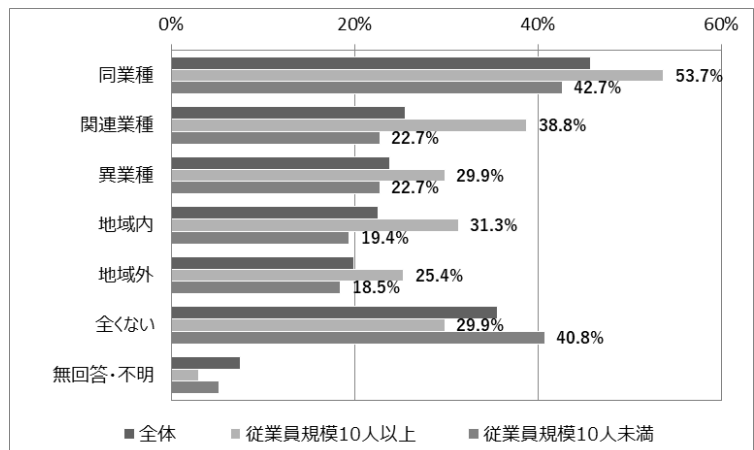
回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	306	100.0%	67	100.0%	211	100.0%
頻繁（毎月）	62	20.3%	15	22.4%	44	20.9%
時々（年に数回）	172	56.2%	57	85.1%	102	48.3%
たまに	187	61.1%	48	71.6%	120	56.9%
全くない	109	35.6%	20	29.9%	86	40.8%
無回答・不明	23	7.5%	2	3.0%	11	5.2%

※従業員数の設問への「無回答」を除く



回答数	全体		従業員規模10人以上		従業員規模10人未満	
	306	100.0%	67	100.0%	211	100.0%
同業種	140	45.8%	36	53.7%	90	42.7%
関連業種	78	25.5%	26	38.8%	48	22.7%
異業種	73	23.9%	20	29.9%	48	22.7%
地域内	69	22.5%	21	31.3%	41	19.4%
地域外	61	19.9%	17	25.4%	39	18.5%
全くない	109	35.6%	20	29.9%	86	40.8%
無回答・不明	23	7.5%	2	3.0%	11	5.2%

※従業員数の設問への「無回答」を除く



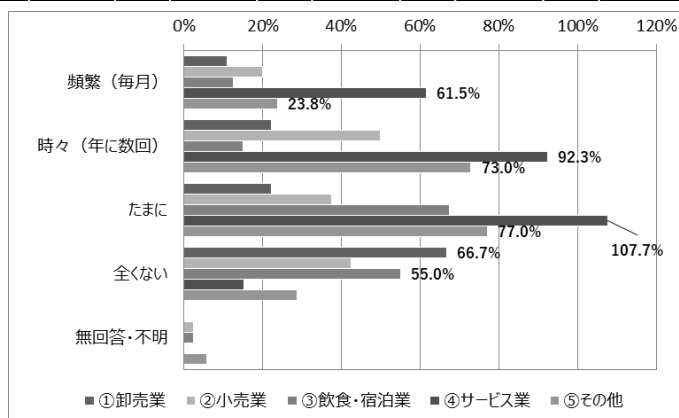
【問 29 交流の機会×業種（事業所概要）のクロス集計】

- 業種ごとにみると、サービス業では交流の頻度が高く、また「異業種」（46.2%）や「地域外」（53.8%）との交流が多くなっています。
- 一方で卸売業では「全くない」が66.7%と最も高く、「全くない」が飲食宿泊業は55.0%、小売業は42.5%と業種によって交流機会の有無に大きな差があることがうかがえます。

※業種については、サンプル数の確保のため、①卸売業、②小売業、③飲食・宿泊業、④サービス業、⑤その他の分類で再構成し、集計した。

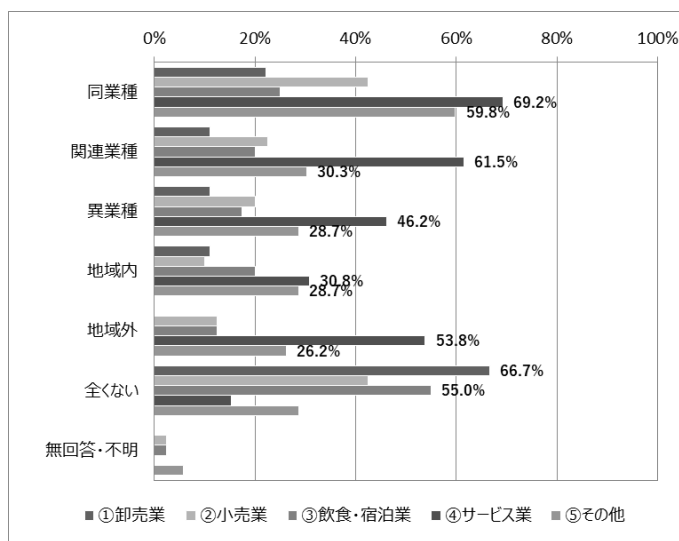
回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	306	100.0%	9	100.0%	40	100.0%	40	100.0%	13	100.0%	122	100.0%
頻繁（毎月）	62	20.3%	1	11.1%	8	20.0%	5	12.5%	8	61.5%	29	23.8%
時々（年に数回）	172	56.2%	2	22.2%	20	50.0%	6	15.0%	12	92.3%	89	73.0%
たまに	187	61.1%	2	22.2%	15	37.5%	27	67.5%	14	107.7%	94	77.0%
全くない	109	35.6%	6	66.7%	17	42.5%	22	55.0%	2	15.4%	35	28.7%
無回答・不明	23	7.5%	0	0.0%	1	2.5%	1	2.5%	0	0.0%	7	5.7%

※業種の設問への「無回答」を除く



回答数	全体		①卸売業		②小売業		③飲食・宿泊業		④サービス業		⑤その他	
	306	100.0%	9	100.0%	40	100.0%	40	100.0%	13	100.0%	122	100.0%
同業種	140	45.8%	2	22.2%	17	42.5%	10	25.0%	9	69.2%	73	59.8%
関連業種	78	25.5%	1	11.1%	9	22.5%	8	20.0%	8	61.5%	37	30.3%
異業種	73	23.9%	1	11.1%	8	20.0%	7	17.5%	6	46.2%	35	28.7%
地域内	69	22.5%	1	11.1%	4	10.0%	8	20.0%	4	30.8%	35	28.7%
地域外	61	19.9%	0	0.0%	5	12.5%	5	12.5%	7	53.8%	32	26.2%
全くない	109	35.6%	6	66.7%	17	42.5%	22	55.0%	2	15.4%	35	28.7%
無回答・不明	23	7.5%	0	0.0%	1	2.5%	1	2.5%	0	0.0%	7	5.7%

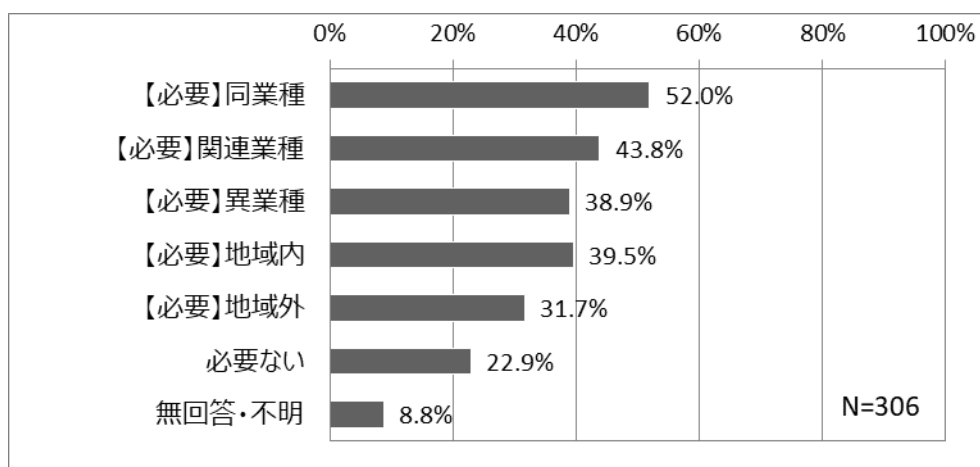
※複数回答された項目を合算しているため、100%を越える数値が一部ある。



問 30 交流機会は必要だと思いますか。それはどのようなものですか。(あてはまるもの全て選択)

- 交流の機会の必要性については、「同業種」(52.0%)との交流を選ぶ回答が最も多く、ついで「関連業種」(43.8%)、「地域内」(39.5%)となっています。
- 一方で「異業種」(38.9%)や「地域外」(31.7%)との交流のニーズも高く、新たな商品・サービスの開発や人材・情報の交流に向けて幅広い交流の機会を設定していくことが求められていると考えられます。

回答数(複数回答)	306	100.0%
【必要】同業種	159	52.0%
【必要】関連業種	134	43.8%
【必要】異業種	119	38.9%
【必要】地域内	121	39.5%
【必要】地域外	97	31.7%
必要ない	70	22.9%
無回答・不明	27	8.8%

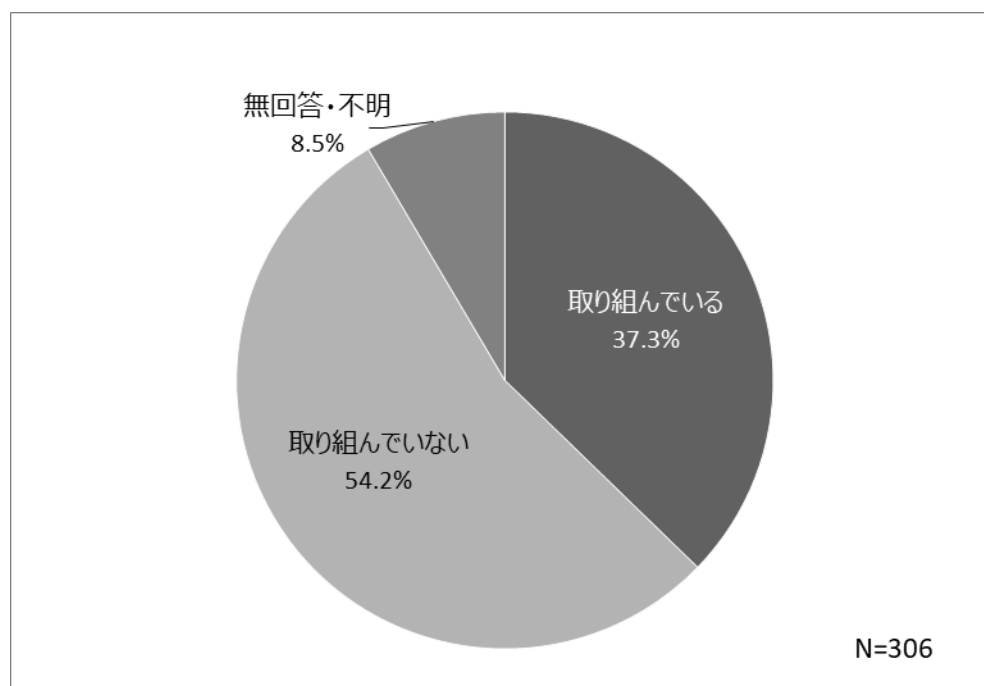


地域経済循環についてお伺いします。

問 31 地域経済循環につながるようなことに取り組んでいますか。(1つ選択)

○地域経済循環につながる取組については、「取り組んでいる」が 37.3%、「取り組んでいない」が 54.2%となっています。

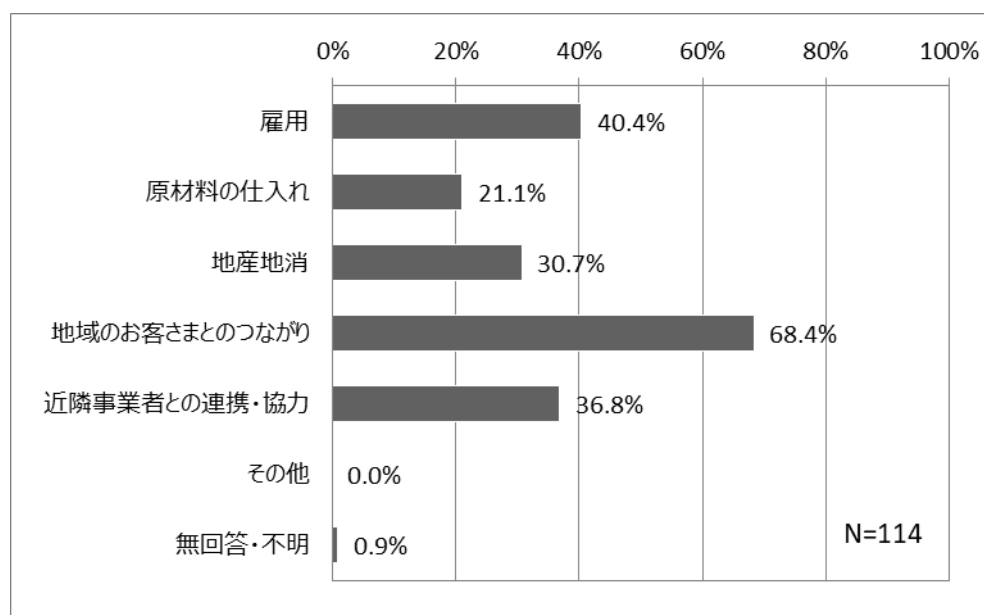
回答数	306	100.0%
取り組んでいる	114	37.3%
取り組んでいない	166	54.2%
無回答・不明	26	8.5%



問 32 【問 31 で 1 を選択された方】どのようなことに取り組んでいますか。(3つまで選択)

- 実際に取り組んでいる地域経済循環につながる内容として、「地域のお客さまとのつながり」を選択する事業所が 68.4%と最も多く、ついで「雇用」(40.4%)、「近隣事業者との連携・協力」(36.8%)となっています。
- 「地産地消」や「原材料の仕入れ」、「雇用」など、経営を通じて地域との結びつきに関する項目が多く選ばれており、自社の強みとしての挙げられた地域との信頼関係も反映していると考えられます。

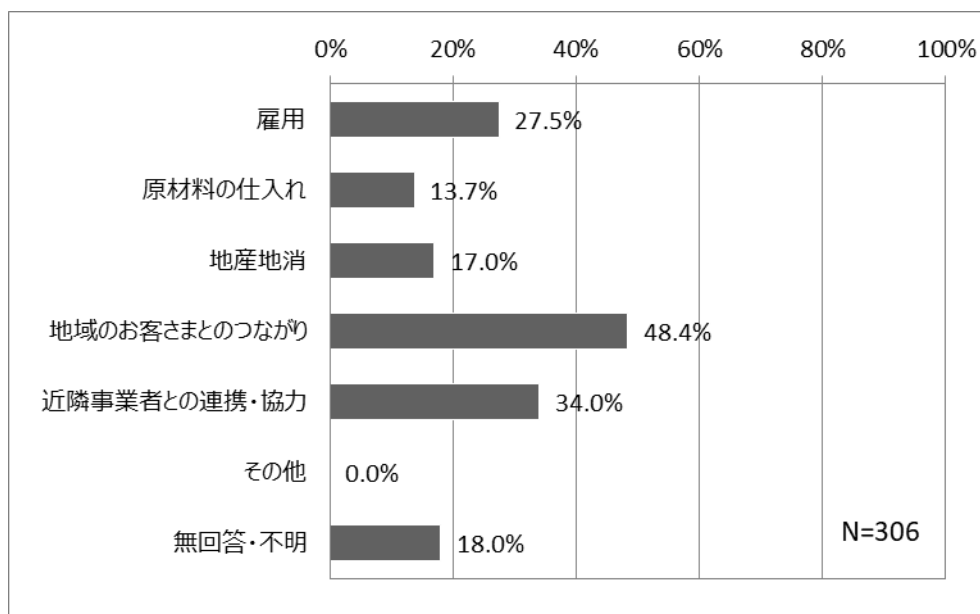
回答数(複数回答)	114	100.0%
雇用	46	40.4%
原材料の仕入れ	24	21.1%
地産地消	35	30.7%
地域のお客さまとのつながり	78	68.4%
近隣事業者との連携・協力	42	36.8%
その他	0	0.0%
無回答・不明	1	0.9%



問 33 地域経済循環につながるようなことで、これから取り組んでみたいことはありますか。
 (あてはまるもの全て選択)

- これから取り組んでみたい地域経済循環につながる内容として、「地域のお客さまとのつながり」を選択する事業所が 48.4%、ついで「近隣事業者との連携・協力」(34.0%) となっています。
- 「雇用」や「地産地消」、「原材料の仕入れ」などの取組も比較的みられ、こうした意欲を引き出し実現につなげていくための取組も重要と考えられます。

回答数（複数回答）	306	100.0%
雇用	84	27.5%
原材料の仕入れ	42	13.7%
地産地消	52	17.0%
地域のお客さまとのつながり	148	48.4%
近隣事業者との連携・協力	104	34.0%
その他	0	0.0%
無回答・不明	55	18.0%



問 34 地域とのつながりを充実・強化していくために取り組んでいることはありますか。
 (自由記述)

【意見概要】

事業内容を生かした地域貢献	<ul style="list-style-type: none"> ○ご近所の方とのコミュニケーションを重視して、この業界の者として技術知識等、提供できていることをしている。 ○工場見学（小学校）の受入れ。 ○実習生の受け入れ。 ○ワークショップの開催。 ○安定的な雇用の提供。 ○地域の子育て支援。 ○公園・共有スペースの清掃、近隣の高い木の剪定。 ○お客様感謝デーの実践。
地域内の事業者等との連携	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の企業の人材採用、育成の支援。 ○障害者施設への加工作業依頼等。 ○商店街の事業者との連携、協力。 ○自社で他業種さんとイベントの開催。
地産地消	<ul style="list-style-type: none"> ○地域商品の販売。 ○地域の野菜を販売。 ○農家さんとの提携、市内での消費、購入。 ○地元農業生産者さんとの共同で6次産業を目指す。
地域活動・地域行事への参加	<ul style="list-style-type: none"> ○地域の行事の参加。 ○体操教室、地域包括支援センターのイベント事の手伝い。 ○自治会等への防災教育の協力。 ○マルシェへの参加。 ○環境美化への協力。 ○子どもの見守り活動への参加。
活動場所の提供	<ul style="list-style-type: none"> ○コミュニティスペースを月1回開催、場所を提供している。 ○学習会の場所として教室を提供。 ○夏まつり等での駐車スペースの無償貸出。 ○自宅の空きスペースを活用して、地域の方々が集えるカフェスペース等（レンタルルーム含む）検討。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ○NPO 活動への参加。

生駒市の商工観光ビジョンについて、アイデアやご意見などあれば、ご記入ください。

【意見概要】

<p>生駒市の産業振興に向けて</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○生駒市にどのような企業があるのかがわからないため、交流の場や、協働で行える事業展開を考える場があるとよい。 ○生駒市はどちらかと言えば居住に力を入れてらっしゃると思うが、事業もしやすい市であることをPRされたらよいと思う。 ○新しい事業主が、参入しやすいような環境づくり。 ○起業家用のオープンオフィスビル建設、オフィス、研究室。 ○技術面で先端大とのコラボレーションも実現したい。 ○駅南口の活性化に向けた取り組みに期待。南出口商店街の活性化のイベントを、1回切りではなく年2~3程度の開催してほしい。 ○アルバイト不足に悩んでいる。 ○市民と生産者との繋がりを強める企画多数希望。朝市イベントなど、生駒市の地域通貨発行など。 ○魅力的なオンリーワンが沢山あれば活性化するのは。
<p>生駒市の観光振興に向けて</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○奈良市が観光で伸びている。生駒市の名所になるものを生かして帰りに生駒で飲食できるようになればありがたい。 ○外国人観光客の受け入れ態勢の構築 ○生駒市内に宿泊施設がほぼ皆無に近いのは問題だと思う。 ○宿泊施設が増えてきた事は良いと思う。生駒インフルエンサーを増やしていくとか、生駒にいる外国の人達に発信してもらうとか。 ○生駒山という素晴らしい自然を活用して市外のお客さまを呼ぶ努力をしてほしい。
<p>地域経済と市民生活</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○グッドサイクルイコマ、もっと生駒に若い世代に住んでもらって、人口増に持っていくくらいの積極的な施策とアピールがあると良い。 ○低所得層でも子供を安心して産みやすい、育てやすい環境作りに重点をおいた行政を行ってほしい。子どもが増え、人口が増えれば商工観光の発展にもつながっていく。 ○地域を経済的にも成長させていく中で、雇用や仕事もあり、安心して子育てをできるような街づくりができればいいのではと考える。 ○市内の他業種の事業所と連携しながら、暮らしの困りごとを解決していくためのネットワークづくりやPRを。
<p>その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○クラウドファンディングの募集などを利用したスポーツ振興。 ○他にないスケールの美しいスポーツ施設や図書館の建設。 ○スポーツを中心とした企業間の連携など。 ○高山地区は市街地調整区域であり、新しい開発などを行わないが、生駒市として特区のような取り扱いができないかと思う。 ○国道163号線工事の早期開通と大阪北東部からの交通手段（バス等）の増加で日中の人口を増加するのは。