

市民アンケート

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市民アンケート調査

(2) 調査地域

生駒市全域

(3) 調査対象

生駒市内に居住する市民（うち、アンケート票は 1000 件送付、不明等 3 件）

(4) アンケート票送付にあたっての抽出方法

住民基本台帳よりアンケート対象者を層化無作為抽出

(5) 調査方法

- ①（アンケート票送付）回答は無記名とし、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（全市民対象）web 上でのアンケート回答ページを開設

(6) 調査内容

- ①回答者属性（性別・年齢・居住年数・住まい・世帯人数・世帯構成・未成年の子の有無）
- ②働き方について
（職業・勤務先の業種・勤務先での仕事や職種・通勤通学先・通勤通学に利用する交通手段・経験した働き方・今後希望する働き方・働き方を考える際に重視する条件・副業に対する考え方や目的・コロナ禍による、あなたの就労環境等の変化・今後身につけたい仕事に関する知識・スキル）
- ③日常生活での消費行動（購入先・購入場所・購入頻度・1 回の購入金額・利用交通手段）
- ④観光・レクリエーションについて
（頻度・行き先・同行者・平均消費額・利用光津手段・コロナ禍の影響）
- ⑤生駒市での「日常生活での消費行動」「観光・レクリエーション」について
（買い物利便性・場所選択理由・希望する業態や店舗・観光客増加への意見・観光資源等）
- ⑥生駒市のこれからの地域経済循環の取組に向けて
- ⑦住宅都市である生駒市らしい商工業・観光振興に向けて

(7) 回収状況

配布数 1000 件に対し有効回収数 242 件、有効回答率 24%を得た。
web 上でのアンケート回答ページを通じて、161 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。

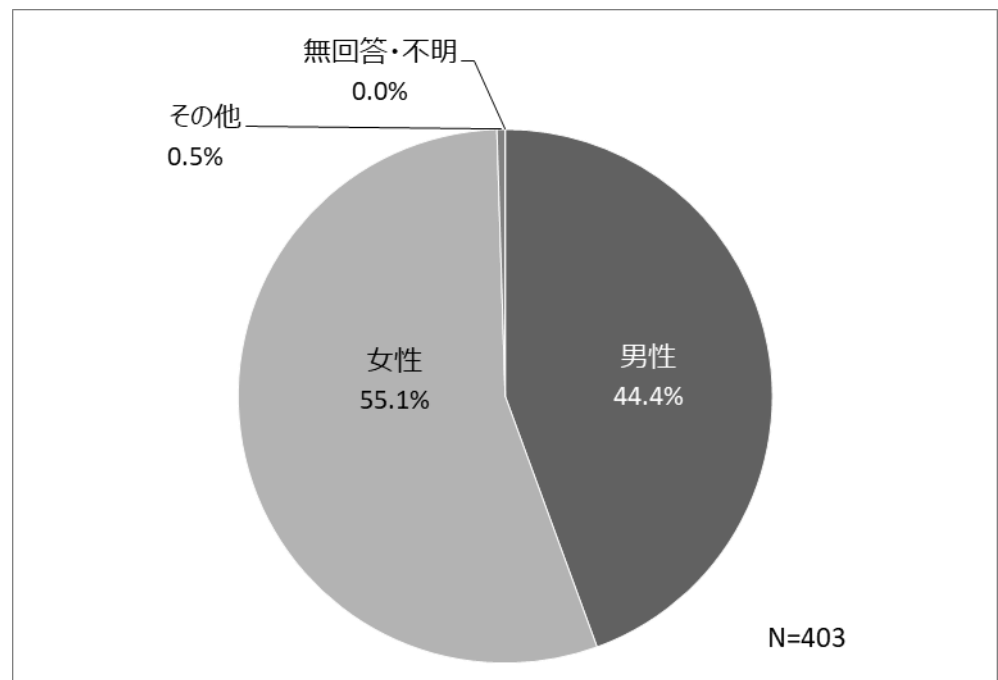
2. 結果概要

1. ご回答いただくあなたご自身について

問1 あなたの性別（1つ選択）

○「男性」44.4%、「女性」55.1%、「その他」0.5%という回答となっています。

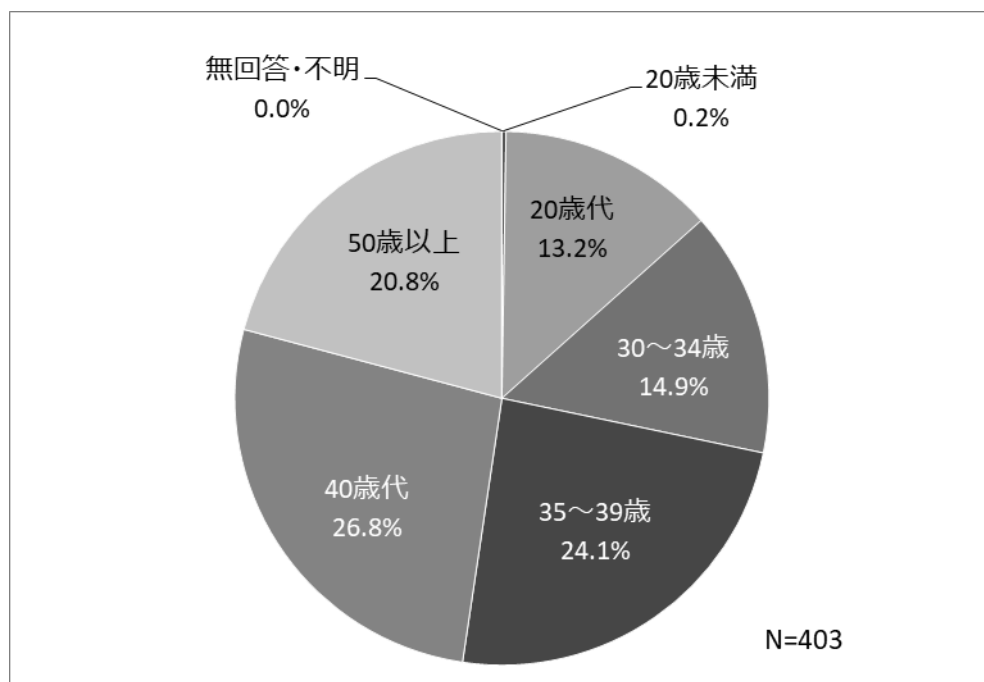
| | | |
|--------|-----|--------|
| 回答数 | 403 | 100.0% |
| 男性 | 179 | 44.4% |
| 女性 | 222 | 55.1% |
| その他 | 2 | 0.5% |
| 無回答・不明 | 0 | 0.0% |



問2 あなたの年齢（1つ選択）

○回答者の年齢構成は、「40歳代」が26.8%と最も多く、ついで「35～39歳」（24.1%）、「50歳以上」（20.8%）となっています。

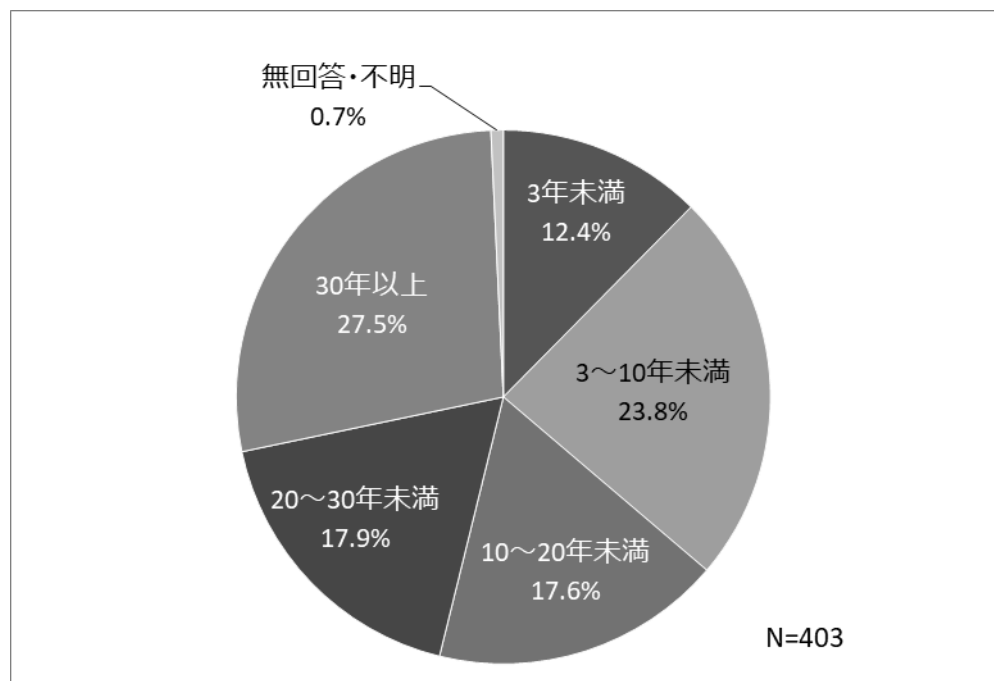
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|--------|-----|--------|
| 20歳未満 | 1 | 0.2% |
| 20歳代 | 53 | 13.2% |
| 30～34歳 | 60 | 14.9% |
| 35～39歳 | 97 | 24.1% |
| 40歳代 | 108 | 26.8% |
| 50歳以上 | 84 | 20.8% |
| 無回答・不明 | 0 | 0.0% |



問3 あなたの生駒市での居住年数（1つ選択）

○回答者の居住年数は、「30年以上」が27.5%と最も多く、ついで「3～10年未満」（23.8%）、「20～30年未満」（17.9%）となっています。

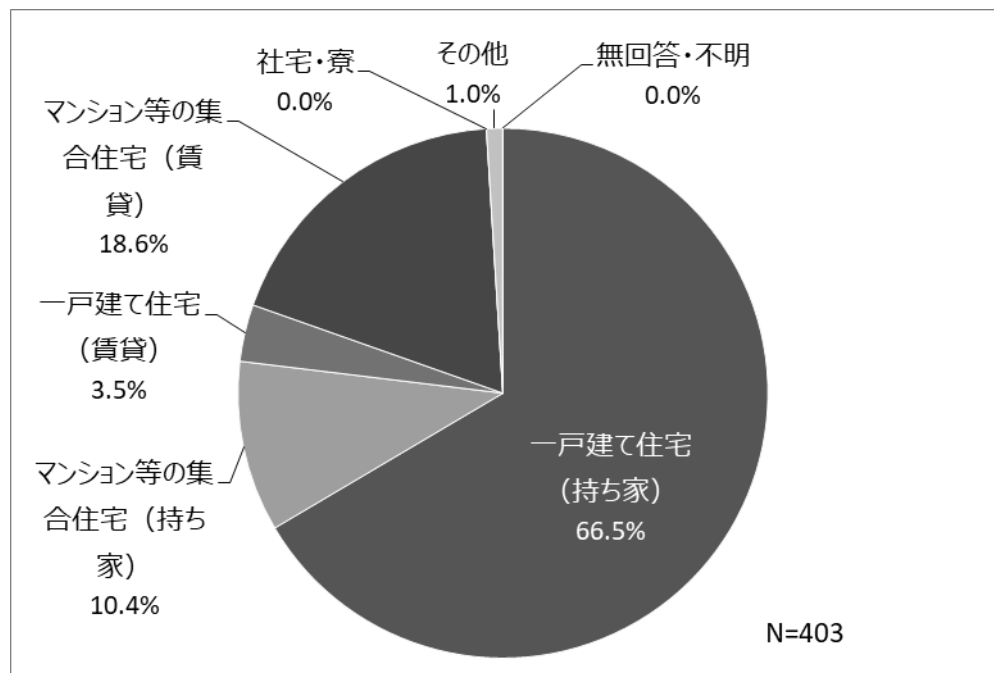
| | | |
|----------|-----|--------|
| 回答数 | 403 | 100.0% |
| 3年未満 | 50 | 12.4% |
| 3～10年未満 | 96 | 23.8% |
| 10～20年未満 | 71 | 17.6% |
| 20～30年未満 | 72 | 17.9% |
| 30年以上 | 111 | 27.5% |
| 無回答・不明 | 3 | 0.7% |



問4 あなたの現在の住まい（1つ選択）

○回答者の現在の住まいは、「一戸建て住宅（持ち家）」が66.5%と最も多く、半数以上を占めています。ついで「マンション等の集合住宅（賃貸）」（18.6%）、「マンション等の集合住宅（持ち家）」（10.4%）となっています。

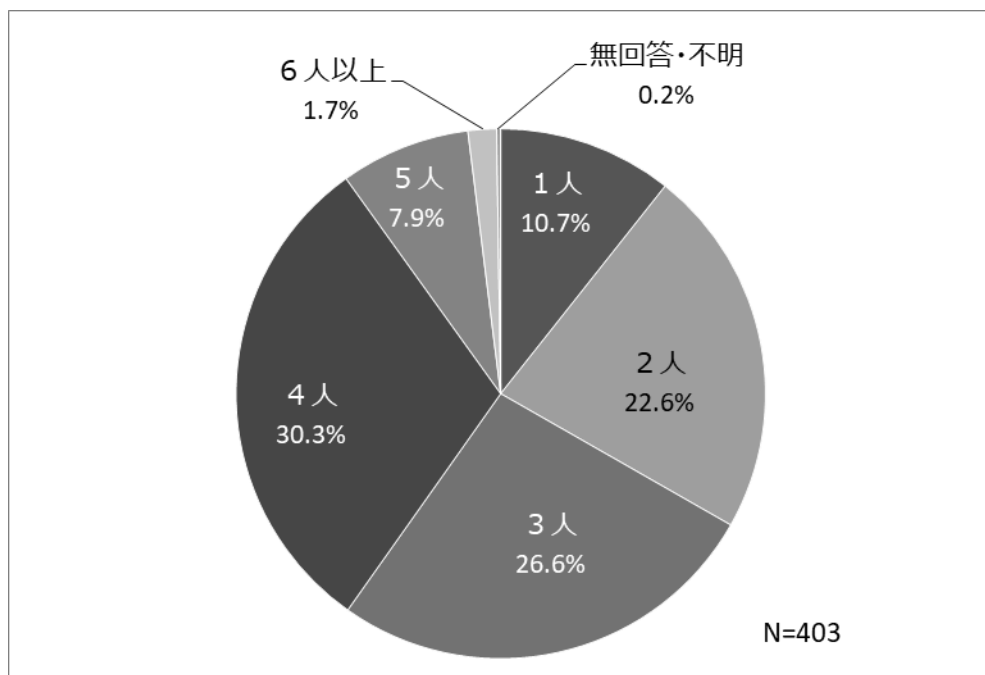
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|------------------|-----|--------|
| 一戸建て住宅（持ち家） | 268 | 66.5% |
| マンション等の集合住宅（持ち家） | 42 | 10.4% |
| 一戸建て住宅（賃貸） | 14 | 3.5% |
| マンション等の集合住宅（賃貸） | 75 | 18.6% |
| 社宅・寮 | 0 | 0.0% |
| その他 | 4 | 1.0% |
| 無回答・不明 | 0 | 0.0% |



問5 あなたの世帯の人数（1つ選択）

○回答者の世帯人数は、「4人」が30.3%と最も多く、ついで「3人」（26.6%）、「2人」（22.6%）となっています。

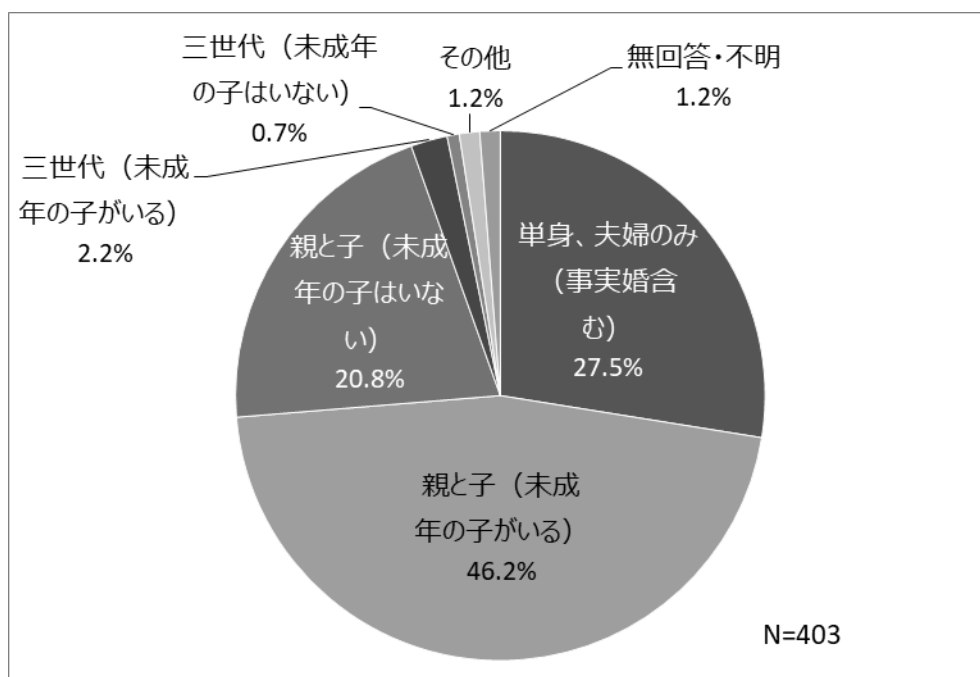
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|--------|-----|--------|
| 1人 | 43 | 10.7% |
| 2人 | 91 | 22.6% |
| 3人 | 107 | 26.6% |
| 4人 | 122 | 30.3% |
| 5人 | 32 | 7.9% |
| 6人以上 | 7 | 1.7% |
| 無回答・不明 | 1 | 0.2% |



問6 あなたの世帯の構成（1つ選択）

○回答者の世帯の構成は、「親と子（未成年の子がいる）」が46.2%と最も多く、ついで「単身、夫婦のみ（事実婚含む）」（27.5%）、「親と子（未成年の子はいない）」（20.8%）となっています。

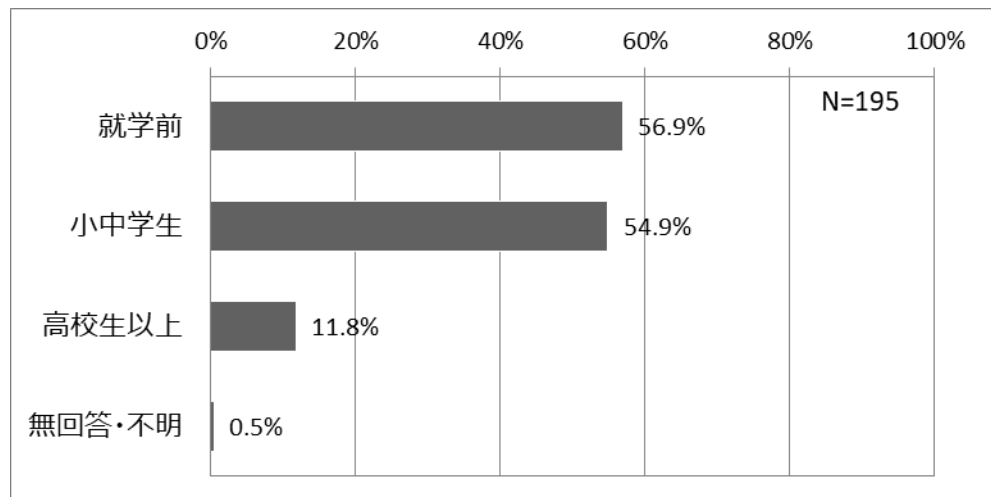
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|----------------|-----|--------|
| 単身、夫婦のみ（事実婚含む） | 111 | 27.5% |
| 親と子（未成年の子がいる） | 186 | 46.2% |
| 親と子（未成年の子はいない） | 84 | 20.8% |
| 三世代（未成年の子がいる） | 9 | 2.2% |
| 三世代（未成年の子はいない） | 3 | 0.7% |
| その他 | 5 | 1.2% |
| 無回答・不明 | 5 | 1.2% |



問7 【問6で2か4を回答】あなたの世帯の未成年の子について（あてはまるもの全て選択）

○未成年の子がいる世帯（回答者）は195件（全体の48.3%）ですが、未成年の子の構成をみると、「就学前」の子がいる世帯は56.9%と最も多く、ついで「小中学生」（54.9%）、「高校生以上」（11.8%）となっています。

| 回答数（複数回答） | 195 | 100.0% |
|-----------|-----|--------|
| 就学前 | 111 | 56.9% |
| 小中学生 | 107 | 54.9% |
| 高校生以上 | 23 | 11.8% |
| 無回答・不明 | 1 | 0.5% |

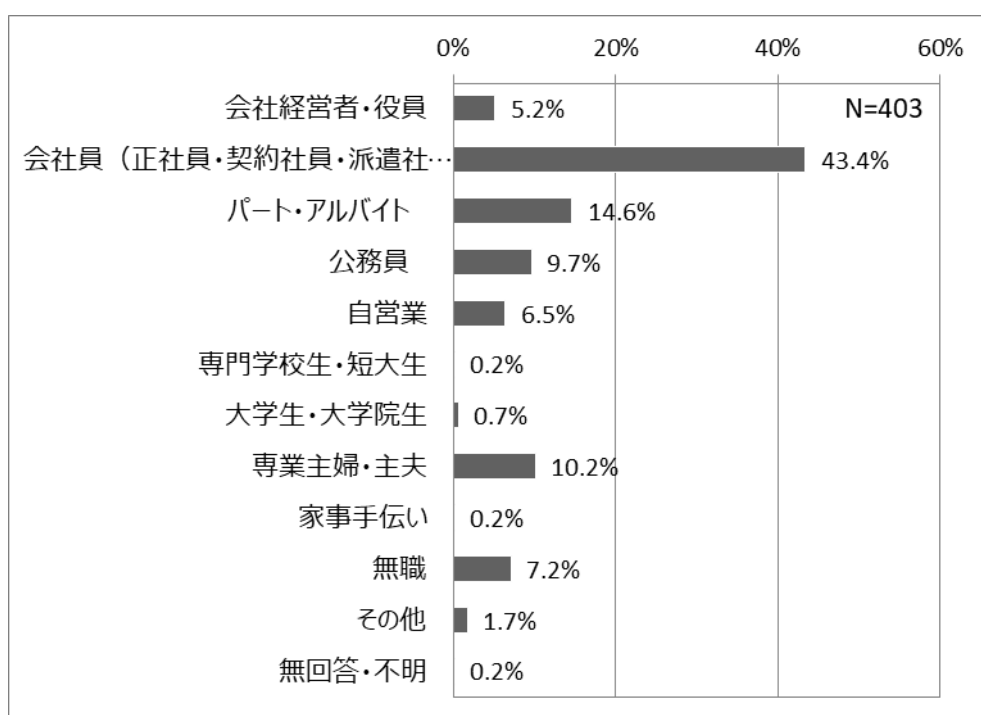


2. 「働き方」について

問8 あなたの職業（1つ選択）

○回答者の職業は、全体では「会社員（正社員・契約社員・派遣社員）」が43.4%と最も多く、ついで「パート・アルバイト」（14.6%）となっています。「専業主婦・主夫」も10.2%と比較的高くなっています。

| 回答数 | 403 | 100.0% |
|--------------------|-----|--------|
| 会社経営者・役員 | 21 | 5.2% |
| 会社員（正社員・契約社員・派遣社員） | 175 | 43.4% |
| パート・アルバイト | 59 | 14.6% |
| 公務員 | 39 | 9.7% |
| 自営業 | 26 | 6.5% |
| 専門学校生・短大生 | 1 | 0.2% |
| 大学生・大学院生 | 3 | 0.7% |
| 専業主婦・主夫 | 41 | 10.2% |
| 家事手伝い | 1 | 0.2% |
| 無職 | 29 | 7.2% |
| その他 | 7 | 1.7% |
| 無回答・不明 | 1 | 0.2% |

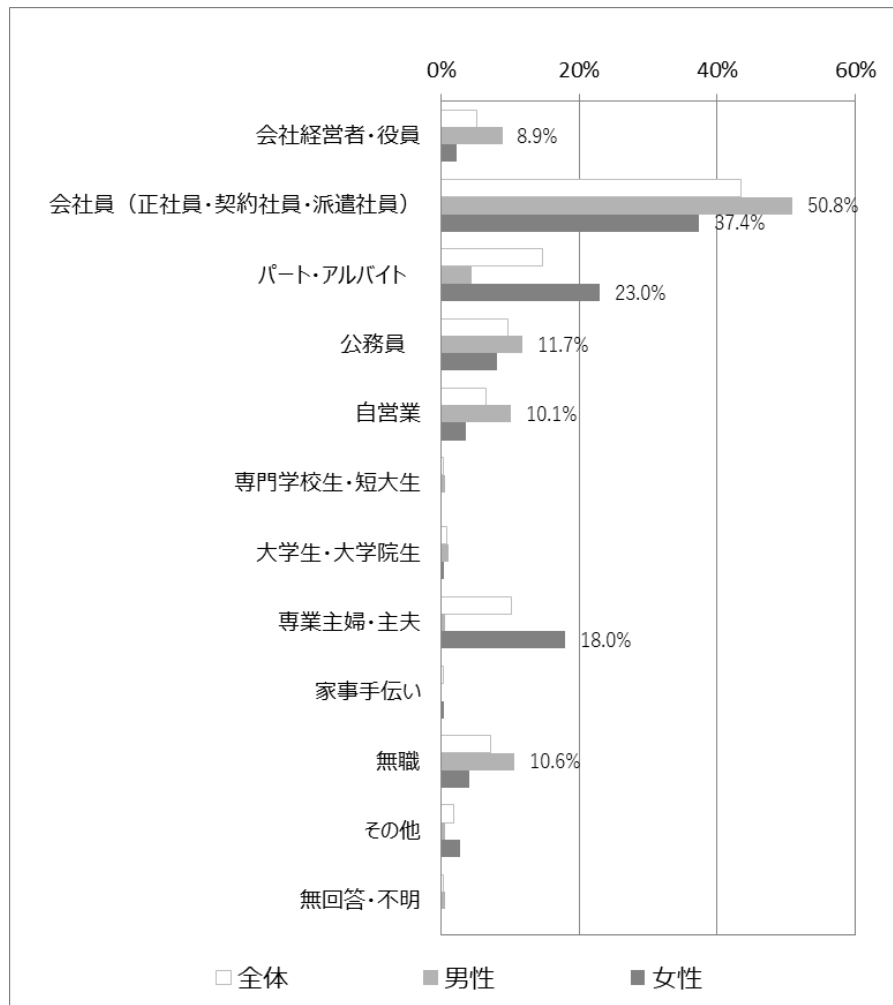


【問 8「職業」×問 1「男女」クロス集計】

○回答者の職業を性別ごとにみると、男性では「会社員（正社員・契約社員・派遣社員）」が 50.8%と半数以上となり、ついで「公務員」（11.7%）、「無職」（10.6%）、「自営業」（10.1%）となっています。

○女性では「会社員（正社員・契約社員・派遣社員）」が 37.4%と最も多く、ついで「パート・アルバイト」（23.0%）、「専業主婦・主夫」（18.0%）となっています。

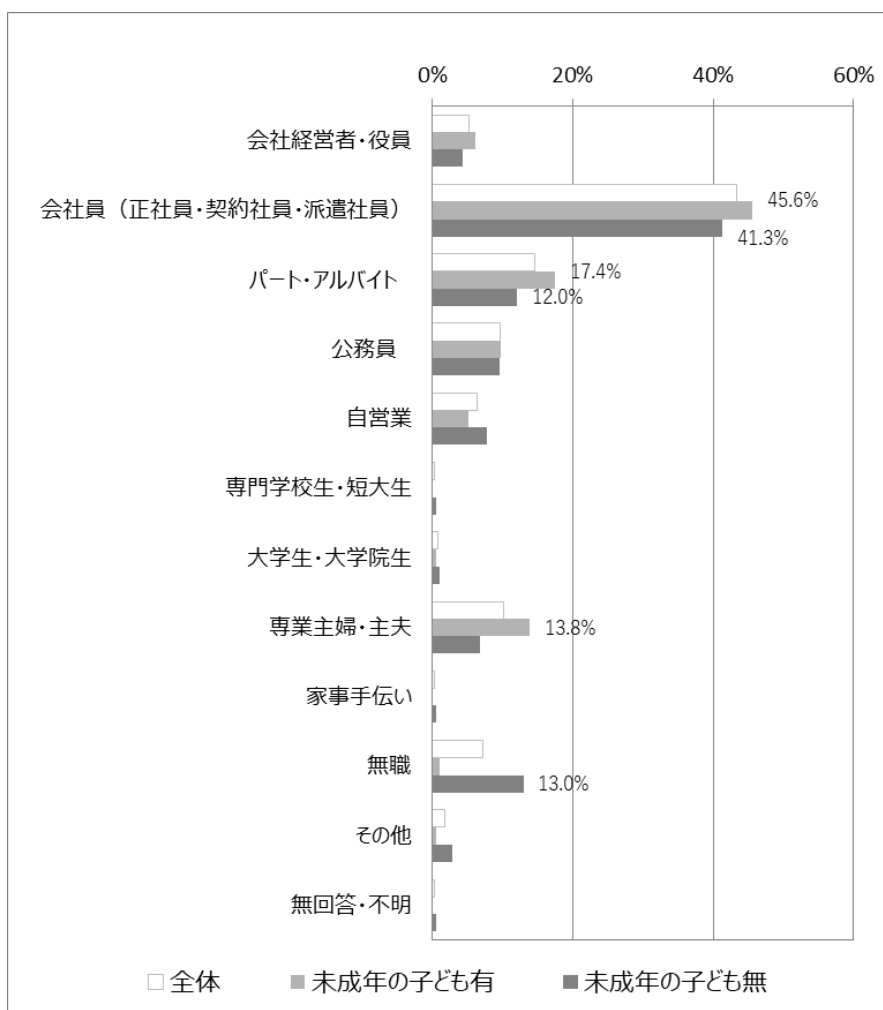
| 回答数 | 全体 | | 男性 | | 女性 | |
|--------------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| | 403 | 100.0% | 179 | 100.0% | 222 | 100.0% |
| 会社経営者・役員 | 21 | 5.2% | 16 | 8.9% | 5 | 2.3% |
| 会社員（正社員・契約社員・派遣社員） | 175 | 43.4% | 91 | 50.8% | 83 | 37.4% |
| パート・アルバイト | 59 | 14.6% | 8 | 4.5% | 51 | 23.0% |
| 公務員 | 39 | 9.7% | 21 | 11.7% | 18 | 8.1% |
| 自営業 | 26 | 6.5% | 18 | 10.1% | 8 | 3.6% |
| 専門学校生・短大生 | 1 | 0.2% | 1 | 0.6% | 0 | 0.0% |
| 大学生・大学院生 | 3 | 0.7% | 2 | 1.1% | 1 | 0.5% |
| 専業主婦・主夫 | 41 | 10.2% | 1 | 0.6% | 40 | 18.0% |
| 家事手伝い | 1 | 0.2% | 0 | 0.0% | 1 | 0.5% |
| 無職 | 29 | 7.2% | 19 | 10.6% | 9 | 4.1% |
| その他 | 7 | 1.7% | 1 | 0.6% | 6 | 2.7% |
| 無回答・不明 | 1 | 0.2% | 1 | 0.6% | 0 | 0.0% |



【問 8「職業」×問 6「未成年の子どもの有無」クロス集計】

- 回答者の職業を未成年の子どもの有無別にみると、「未成年の子ども有」では「会社員（正社員・契約社員・派遣社員）」が45.6%と最も多く、ついで「パート・アルバイト」（17.4%）、「専業主婦・主夫」（13.8%）となっています。
- 「未成年の子ども無」では「会社員（正社員・契約社員・派遣社員）」が41.3%と最も多く、ついで「無職」（13.0%）、「パート・アルバイト」（12.0%）となっています。

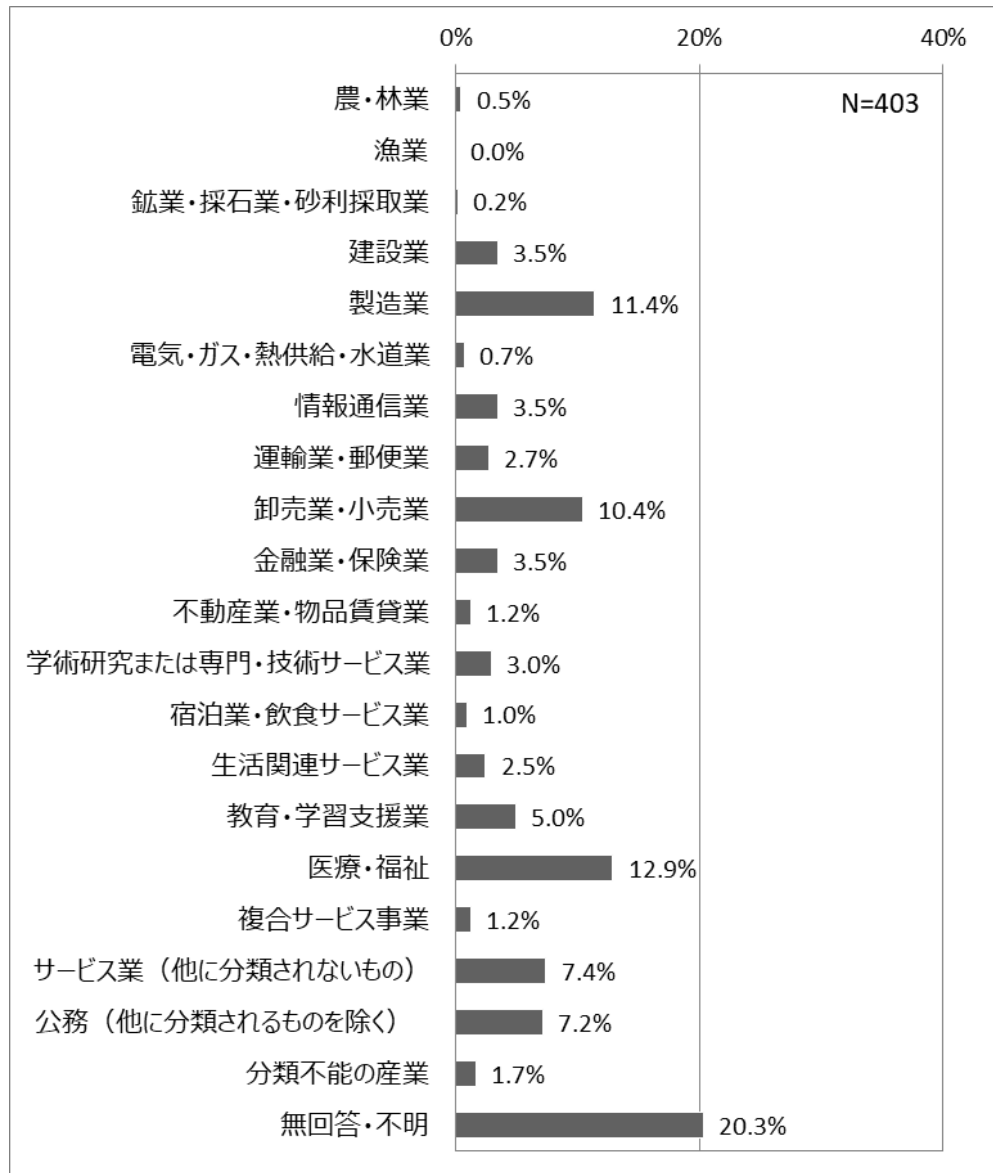
| 回答数 | 全体 | | 未成年の子ども有 | | 未成年の子ども無 | |
|--------------------|-----|--------|----------|--------|----------|--------|
| | 403 | 100.0% | 195 | 100.0% | 208 | 100.0% |
| 会社経営者・役員 | 21 | 5.2% | 12 | 6.2% | 9 | 4.3% |
| 会社員（正社員・契約社員・派遣社員） | 175 | 43.4% | 89 | 45.6% | 86 | 41.3% |
| パート・アルバイト | 59 | 14.6% | 34 | 17.4% | 25 | 12.0% |
| 公務員 | 39 | 9.7% | 19 | 9.7% | 20 | 9.6% |
| 自営業 | 26 | 6.5% | 10 | 5.1% | 16 | 7.7% |
| 専門学校生・短大生 | 1 | 0.2% | 0 | 0.0% | 1 | 0.5% |
| 大学生・大学院生 | 3 | 0.7% | 1 | 0.5% | 2 | 1.0% |
| 専業主婦・主夫 | 41 | 10.2% | 27 | 13.8% | 14 | 6.7% |
| 家事手伝い | 1 | 0.2% | 0 | 0.0% | 1 | 0.5% |
| 無職 | 29 | 7.2% | 2 | 1.0% | 27 | 13.0% |
| その他 | 7 | 1.7% | 1 | 0.5% | 6 | 2.9% |
| 無回答・不明 | 1 | 0.2% | 0 | 0.0% | 1 | 0.5% |



問9 【問8で1～5または11を回答】あなたの勤務先の業種（1つ選択）

○回答者の勤務先をみると、全体では「医療・福祉」が12.9%と最も多く、ついで「製造業」（11.4%）、「卸売業・小売業」（10.4%）となっています。

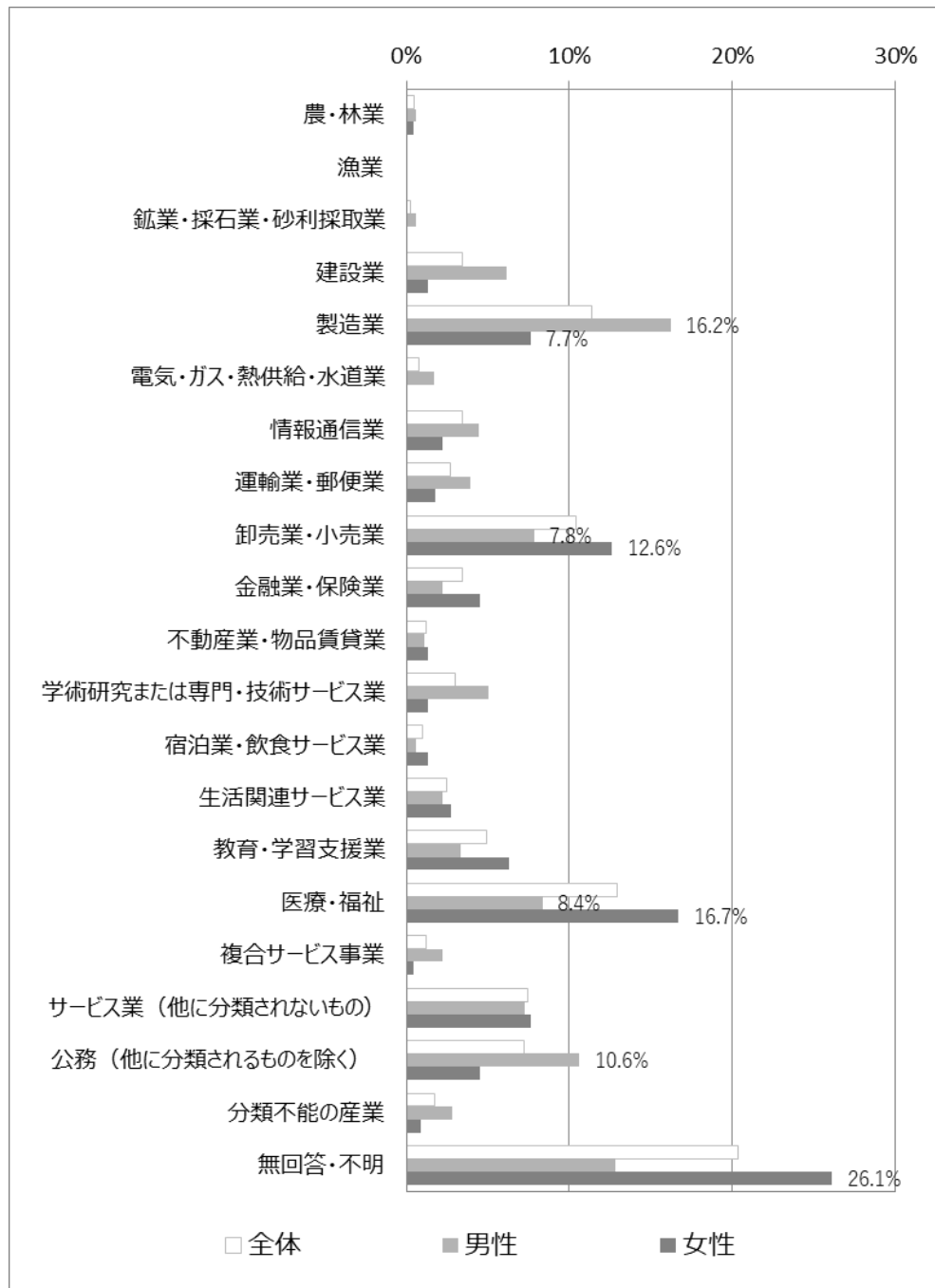
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|-------------------|-----|--------|
| 農・林業 | 2 | 0.5% |
| 漁業 | 0 | 0.0% |
| 鉱業・採石業・砂利採取業 | 1 | 0.2% |
| 建設業 | 14 | 3.5% |
| 製造業 | 46 | 11.4% |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 3 | 0.7% |
| 情報通信業 | 14 | 3.5% |
| 運輸業・郵便業 | 11 | 2.7% |
| 卸売業・小売業 | 42 | 10.4% |
| 金融業・保険業 | 14 | 3.5% |
| 不動産業・物品賃貸業 | 5 | 1.2% |
| 学術研究または専門・技術サービス業 | 12 | 3.0% |
| 宿泊業・飲食サービス業 | 4 | 1.0% |
| 生活関連サービス業 | 10 | 2.5% |
| 教育・学習支援業 | 20 | 5.0% |
| 医療・福祉 | 52 | 12.9% |
| 複合サービス事業 | 5 | 1.2% |
| サービス業（他に分類されないもの） | 30 | 7.4% |
| 公務（他に分類されるものを除く） | 29 | 7.2% |
| 分類不能の産業 | 7 | 1.7% |
| 無回答・不明 | 82 | 20.3% |



【問9「勤務先業種」×問1「男女」クロス集計】

- 回答者の勤務先を性別ごとにみると、男性では「製造業」が16.2%と最も多く、ついで「公務」（10.6%）となっています。
- 女性では「医療・福祉」が16.7%と最も多く、ついで「卸売業・小売業」（12.6%）となっています。

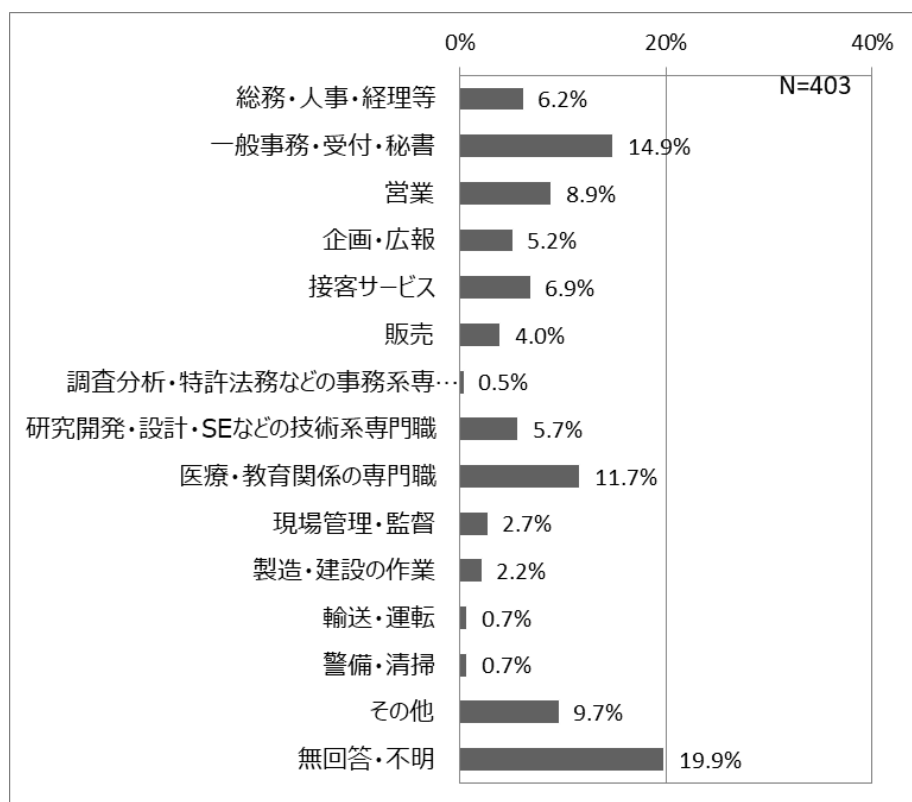
| 回答数 | 全体 | | 男性 | | 女性 | |
|-------------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| | 403 | 100.0% | 179 | 100.0% | 222 | 100.0% |
| 農・林業 | 2 | 0.5% | 1 | 0.6% | 1 | 0.5% |
| 漁業 | - | - | - | - | - | - |
| 鉱業・採石業・砂利採取業 | 1 | 0.2% | 1 | 0.6% | 0 | 0.0% |
| 建設業 | 14 | 3.5% | 11 | 6.1% | 3 | 1.4% |
| 製造業 | 46 | 11.4% | 29 | 16.2% | 17 | 7.7% |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 3 | 0.7% | 3 | 1.7% | 0 | 0.0% |
| 情報通信業 | 14 | 3.5% | 8 | 4.5% | 5 | 2.3% |
| 運輸業・郵便業 | 11 | 2.7% | 7 | 3.9% | 4 | 1.8% |
| 卸売業・小売業 | 42 | 10.4% | 14 | 7.8% | 28 | 12.6% |
| 金融業・保険業 | 14 | 3.5% | 4 | 2.2% | 10 | 4.5% |
| 不動産業・物品賃貸業 | 5 | 1.2% | 2 | 1.1% | 3 | 1.4% |
| 学術研究または専門・技術サービス業 | 12 | 3.0% | 9 | 5.0% | 3 | 1.4% |
| 宿泊業・飲食サービス業 | 4 | 1.0% | 1 | 0.6% | 3 | 1.4% |
| 生活関連サービス業 | 10 | 2.5% | 4 | 2.2% | 6 | 2.7% |
| 教育・学習支援業 | 20 | 5.0% | 6 | 3.4% | 14 | 6.3% |
| 医療・福祉 | 52 | 12.9% | 15 | 8.4% | 37 | 16.7% |
| 複合サービス事業 | 5 | 1.2% | 4 | 2.2% | 1 | 0.5% |
| サービス業（他に分類されないもの） | 30 | 7.4% | 13 | 7.3% | 17 | 7.7% |
| 公務（他に分類されるものを除く） | 29 | 7.2% | 19 | 10.6% | 10 | 4.5% |
| 分類不能の産業 | 7 | 1.7% | 5 | 2.8% | 2 | 0.9% |
| 無回答・不明 | 82 | 20.3% | 23 | 12.8% | 58 | 26.1% |



問 10 【問 9 回答者】あなたの勤務先での仕事・職種（1つ選択）

○回答者の仕事・職種をみると、「一般事務・受付・秘書」が 14.9%と最も多く、ついで「医療・教育関係の専門職」（11.7%）となっています。

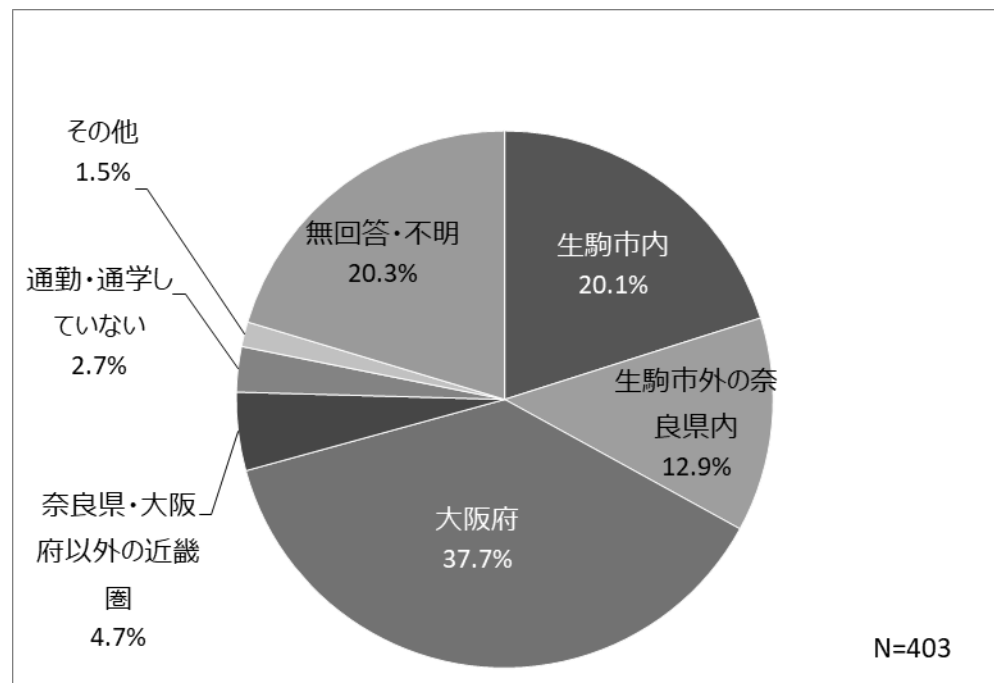
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|---------------------|-----|--------|
| 総務・人事・経理等 | 25 | 6.2% |
| 一般事務・受付・秘書 | 60 | 14.9% |
| 営業 | 36 | 8.9% |
| 企画・広報 | 21 | 5.2% |
| 接客サービス | 28 | 6.9% |
| 販売 | 16 | 4.0% |
| 調査分析・特許法務などの事務系専門職 | 2 | 0.5% |
| 研究開発・設計・SEなどの技術系専門職 | 23 | 5.7% |
| 医療・教育関係の専門職 | 47 | 11.7% |
| 現場管理・監督 | 11 | 2.7% |
| 製造・建設の作業 | 9 | 2.2% |
| 輸送・運転 | 3 | 0.7% |
| 警備・清掃 | 3 | 0.7% |
| その他 | 39 | 9.7% |
| 無回答・不明 | 80 | 19.9% |



問 11 【問8で、1～7または11を回答】 あなたの通勤・通学先（1つ選択）

○回答者の通勤・通学先をみると、「大阪府」が37.7%と最も多く、ついで「生駒市内」（20.1%）、「生駒市外の奈良県」（12.9%）となっています。

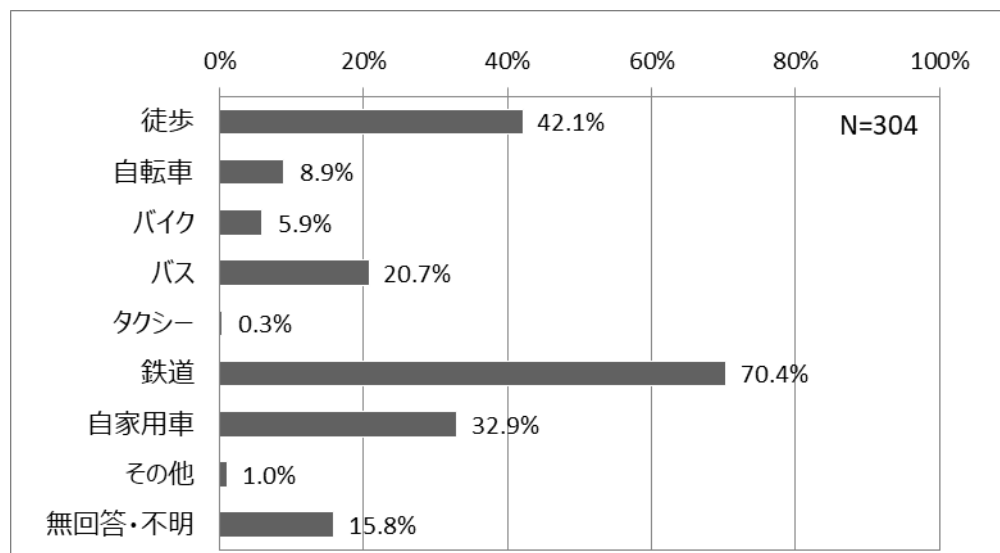
| | | |
|---------------|-----|--------|
| 回答数 | 403 | 100.0% |
| 生駒市内 | 81 | 20.1% |
| 生駒市外の奈良県内 | 52 | 12.9% |
| 大阪府 | 152 | 37.7% |
| 奈良県・大阪府以外の近畿圏 | 19 | 4.7% |
| 通勤・通学していない | 11 | 2.7% |
| その他 | 6 | 1.5% |
| 無回答・不明 | 82 | 20.3% |



問 12 【問 11 で5以外を回答】あなたが通勤・通学に使用する交通手段（あてはまるもの全て選択）

○通勤・通学に使用する交通機関をみると、「鉄道」の利用者が70.4%と最も多く、ついで「徒歩」(42.1%)、「自家用車」(32.9%)、「バス」(20.7%) となっています。

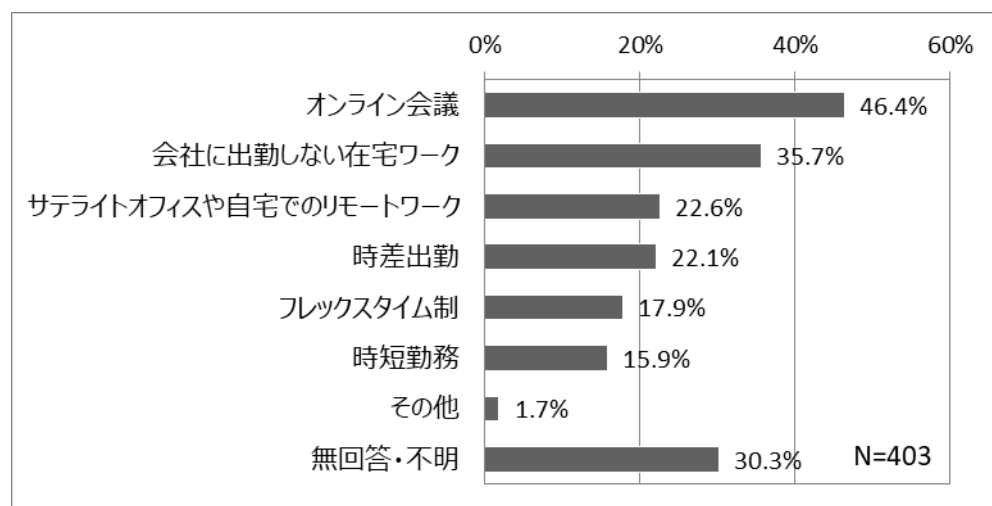
| 回答数（複数回答） | 304 | 198.0% |
|-----------|-----|--------|
| 徒歩 | 128 | 42.1% |
| 自転車 | 27 | 8.9% |
| バイク | 18 | 5.9% |
| バス | 63 | 20.7% |
| タクシー | 1 | 0.3% |
| 鉄道 | 214 | 70.4% |
| 自家用車 | 100 | 32.9% |
| その他 | 3 | 1.0% |
| 無回答・不明 | 48 | 15.8% |



問 13 新しい働き方の広がりについて、あなたが経験した働き方（あてはまるもの全て選択）

○コロナ禍などを通じた新しい働き方の広がりについて、「オンライン会議」を経験された方が46.4%と最も多くなっています。ついで「会社に出勤しない在宅ワーク」(35.7%)、「サテライトオフィスや自宅でのリモートワーク」(22.6%)、「時差出勤」(22.1%)となっており、半数近くの方が新しい働き方を経験されていることがうかがえます。

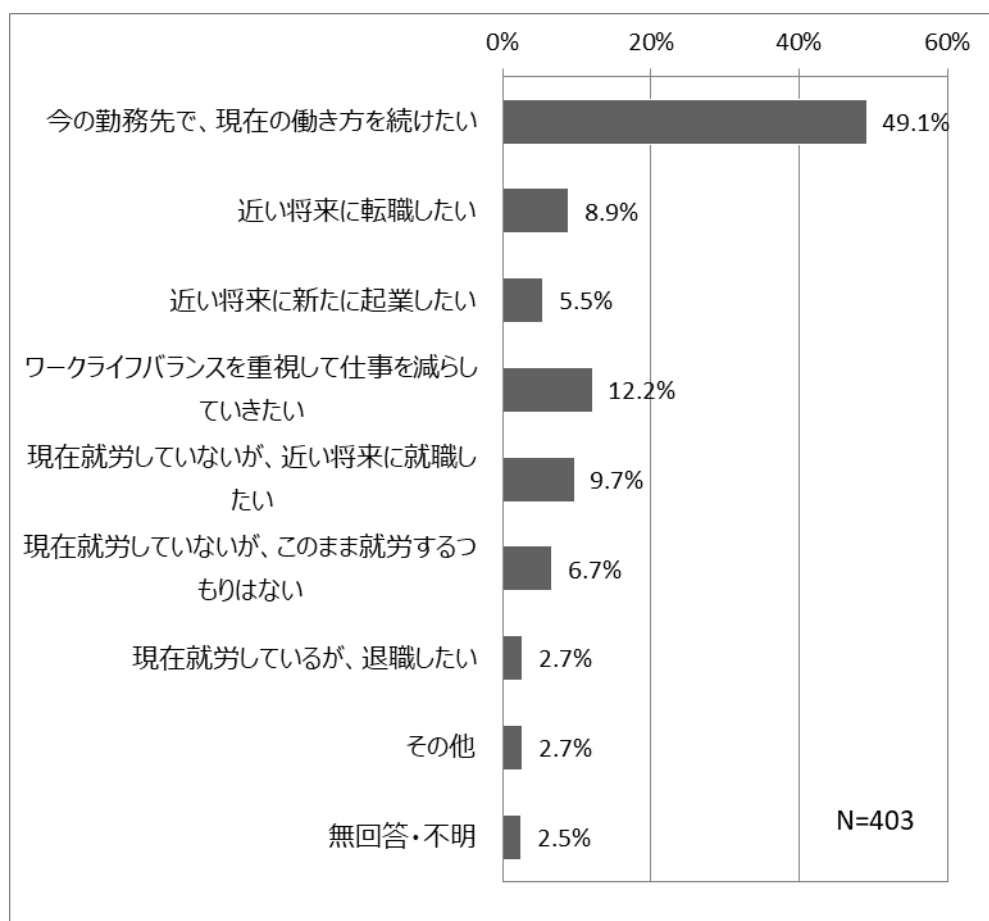
| 回答数（複数回答） | 403 | 192.6% |
|-----------------------|-----|--------|
| オンライン会議 | 187 | 46.4% |
| 会社に出勤しない在宅ワーク | 144 | 35.7% |
| サテライトオフィスや自宅でのリモートワーク | 91 | 22.6% |
| 時差出勤 | 89 | 22.1% |
| フレックスタイム制 | 72 | 17.9% |
| 時短勤務 | 64 | 15.9% |
| その他 | 7 | 1.7% |
| 無回答・不明 | 122 | 30.3% |



問 14 あなたが今後希望する働き方に該当するものは次の内どれですか？（1 つ選択）

- 今後希望する働き方をみると、「今の勤務先で、現在の働き方を続けたい」が 49.1%と最も多く、ついで「ワークライフバランスを重視して仕事を減らしていきたい」（12.2%）となっています。
- 一方で、「現在就労していないが、近い将来に就職したい」も 9.7%となっており、現在就労されていない方の就労へのニーズも一定程度あることがうかがえます。

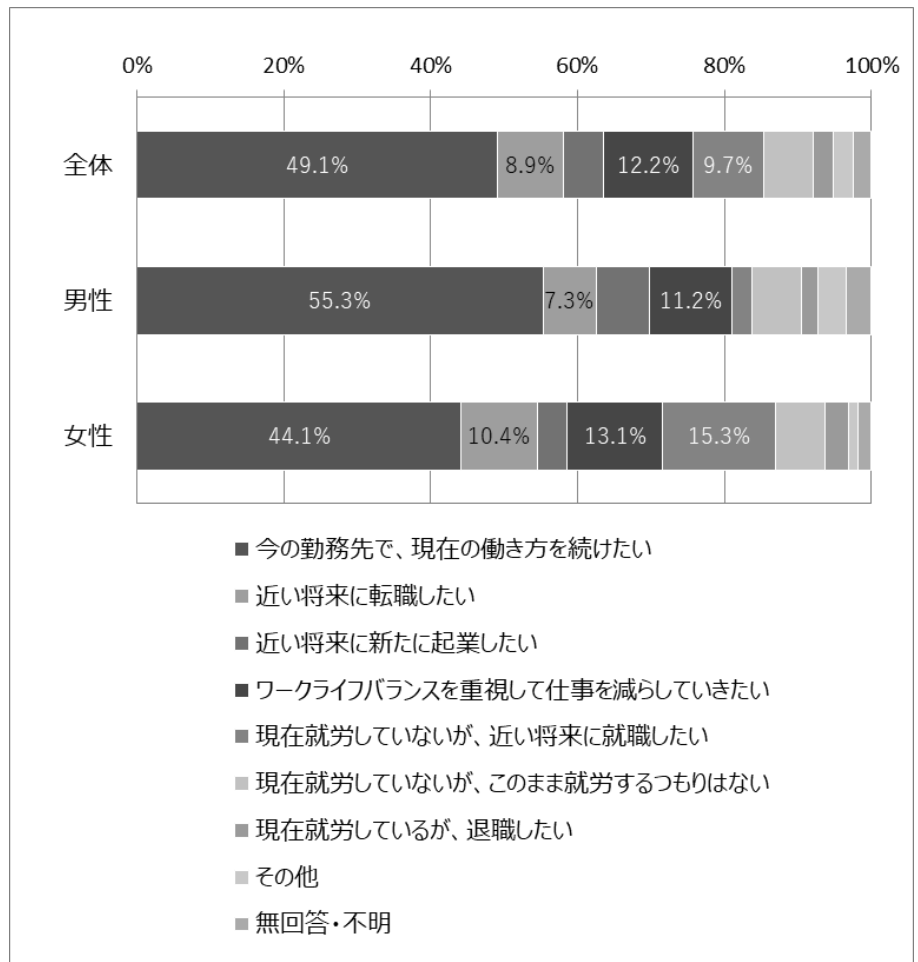
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|----------------------------|-----|--------|
| 今の勤務先で、現在の働き方を続けたい | 198 | 49.1% |
| 近い将来に転職したい | 36 | 8.9% |
| 近い将来に新たに起業したい | 22 | 5.5% |
| ワークライフバランスを重視して仕事を減らしていきたい | 49 | 12.2% |
| 現在就労していないが、近い将来に就職したい | 39 | 9.7% |
| 現在就労していないが、このまま就労するつもりはない | 27 | 6.7% |
| 現在就労しているが、退職したい | 11 | 2.7% |
| その他 | 11 | 2.7% |
| 無回答・不明 | 10 | 2.5% |



【問 14「今後希望する働き方」×問 1「男女」クロス集計】

- 今後希望する働き方を男女別にみると、男女とも「今の勤務先で、現在の働き方を続けたい」が最も多くなっています。
- ついで男性では「ワークライフバランスを重視して仕事を減らしていきたい」（11.2%）となっています。女性では「現在就労していないが、近い将来に就職したい」（15.3%）、「ワークライフバランスを重視して仕事を減らしていきたい」（13.1%）となっています。
- 男性に比べて女性の方に、新規就労や転職へのニーズが多くあることがわかります。

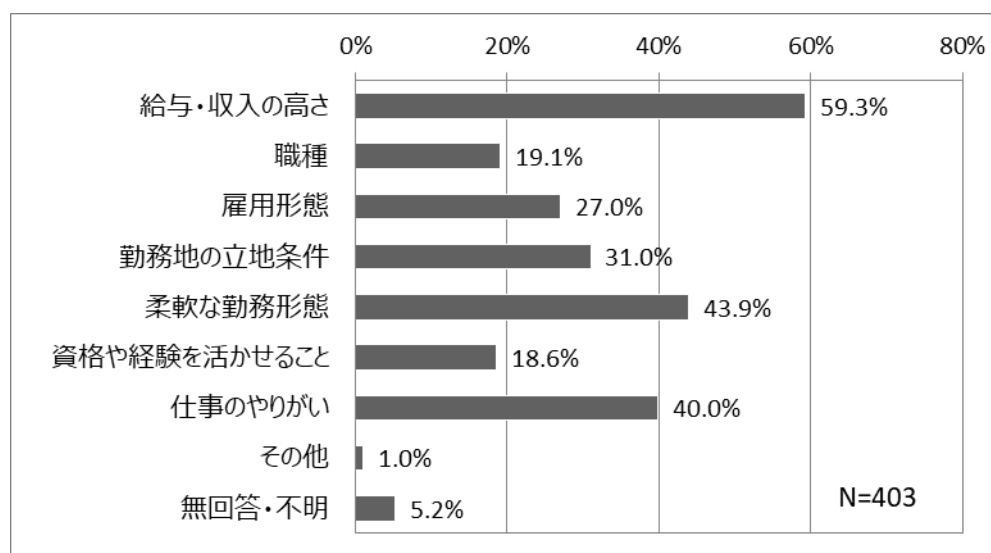
| 回答数 | 全体 | | 男性 | | 女性 | |
|----------------------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| | 403 | 100.0% | 179 | 100.0% | 222 | 100.0% |
| 今の勤務先で、現在の働き方を続けたい | 198 | 49.1% | 99 | 55.3% | 98 | 44.1% |
| 近い将来に転職したい | 36 | 8.9% | 13 | 7.3% | 23 | 10.4% |
| 近い将来に新たに起業したい | 22 | 5.5% | 13 | 7.3% | 9 | 4.1% |
| ワークライフバランスを重視して仕事を減らしていきたい | 49 | 12.2% | 20 | 11.2% | 29 | 13.1% |
| 現在就労していないが、近い将来に就職したい | 39 | 9.7% | 5 | 2.8% | 34 | 15.3% |
| 現在就労していないが、このまま就労するつもりはない | 27 | 6.7% | 12 | 6.7% | 15 | 6.8% |
| 現在就労しているが、退職したい | 11 | 2.7% | 4 | 2.2% | 7 | 3.2% |
| その他 | 11 | 2.7% | 7 | 3.9% | 3 | 1.4% |
| 無回答・不明 | 10 | 2.5% | 6 | 3.4% | 4 | 1.8% |



問 15 あなたがこれからの働き方を考える際に重視する条件（3 つまで選択）

○これからの働き方を考える際に重視する条件については、「給与・収入の高さ」を挙げる方が 59.3%と最も多く、ついで「柔軟な勤務形態」（43.9%）、「仕事のやりがい」（40.0%）となっています。

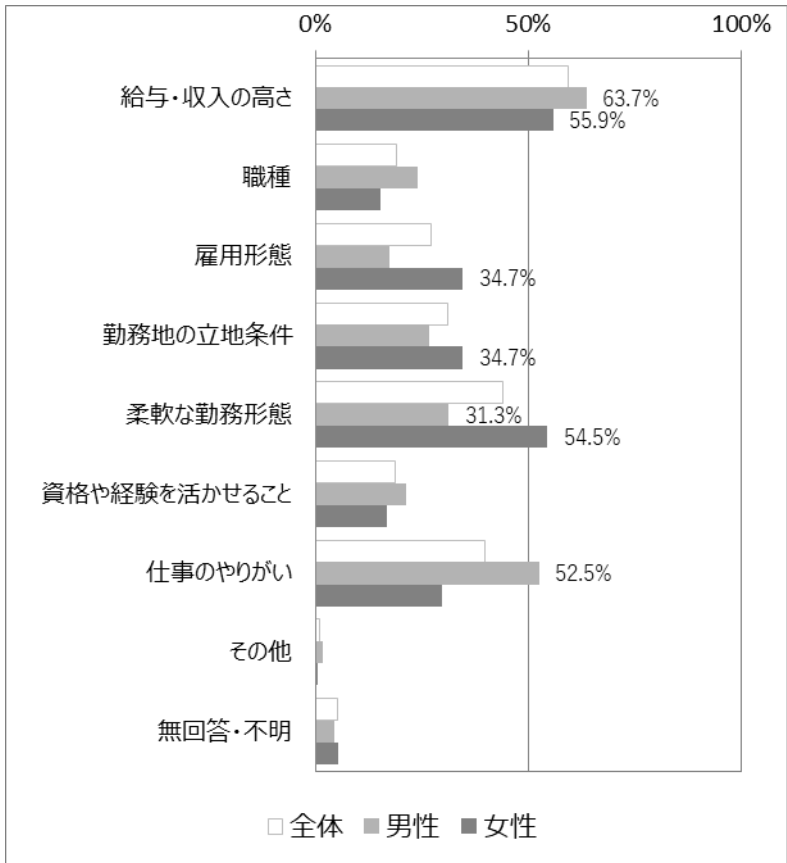
| | | |
|--------------|-----|--------|
| 回答数（複数回答） | 403 | 245.2% |
| 給与・収入の高さ | 239 | 59.3% |
| 職種 | 77 | 19.1% |
| 雇用形態 | 109 | 27.0% |
| 勤務地の立地条件 | 125 | 31.0% |
| 柔軟な勤務形態 | 177 | 43.9% |
| 資格や経験を活かせること | 75 | 18.6% |
| 仕事のやりがい | 161 | 40.0% |
| その他 | 4 | 1.0% |
| 無回答・不明 | 21 | 5.2% |



【問 15 「これからの働き方を考える際に重視する条件」 × 問 1 「男女」 クロス集計】

- これからの働き方を考える際に重視する条件について男女別にみると、男性では「給与・収入の高さ」を挙げる方が63.7%と最も多く、ついで「仕事のやりがい」(52.5%)、「柔軟な勤務形態」(31.3%)となっています。
- 女性では「給与・収入の高さ」(55.9%)とともに「柔軟な勤務形態」(54.5%)と高くなっており、ついで「雇用形態」「勤務地の立地条件」(34.7%)となっています。
- 男女別では、これからの働き方を考える際に重視する条件に違いがあり、女性で勤務・雇用形態や勤務先の立地条件など、働き方の条件面を重視する傾向があることがうかがえます。

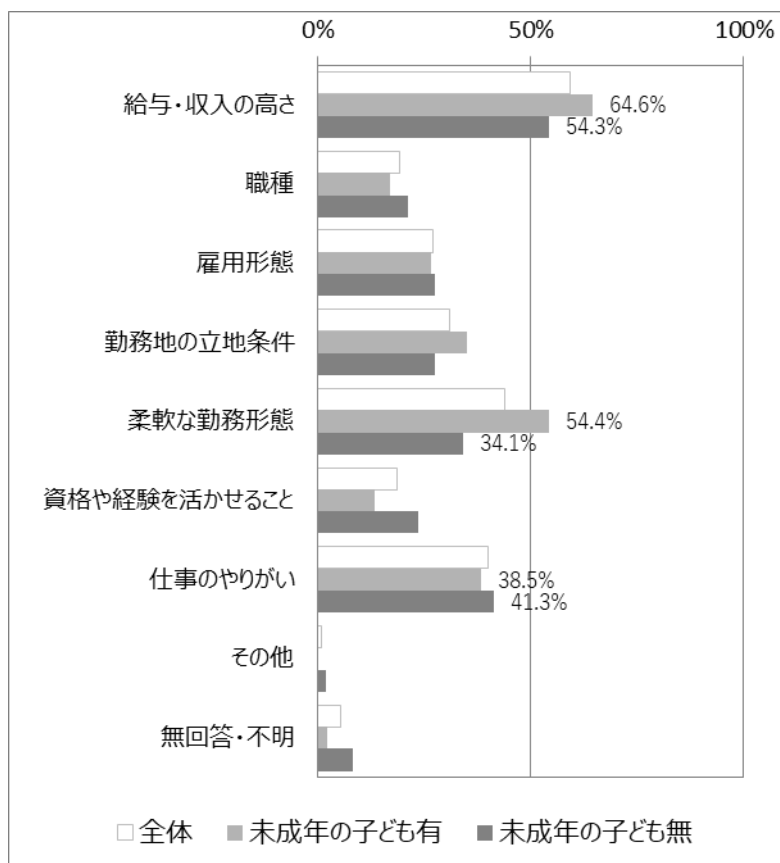
| 回答数（複数回答） | 全体 | | 男性 | | 女性 | |
|--------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| | 403 | 245.2% | 179 | 243.0% | 222 | 247.3% |
| 給与・収入の高さ | 239 | 59.3% | 114 | 63.7% | 124 | 55.9% |
| 職種 | 77 | 19.1% | 43 | 24.0% | 34 | 15.3% |
| 雇用形態 | 109 | 27.0% | 31 | 17.3% | 77 | 34.7% |
| 勤務地の立地条件 | 125 | 31.0% | 48 | 26.8% | 77 | 34.7% |
| 柔軟な勤務形態 | 177 | 43.9% | 56 | 31.3% | 121 | 54.5% |
| 資格や経験を活かせること | 75 | 18.6% | 38 | 21.2% | 37 | 16.7% |
| 仕事のやりがい | 161 | 40.0% | 94 | 52.5% | 66 | 29.7% |
| その他 | 4 | 1.0% | 3 | 1.7% | 1 | 0.5% |
| 無回答・不明 | 21 | 5.2% | 8 | 4.5% | 12 | 5.4% |



【問 15「これからの働き方を考える際に重視する条件」×問 6「未成年の子どもの有無」クロス集計】

- これからの働き方を考える際に重視する条件について「未成年の子どもの有無」ごとにみると、「未成年の子ども有」では「給与・収入の高さ」（64.6%）が最も多く、ついで「柔軟な勤務形態」（54.4%）となっています。
- 「未成年の子ども無」では、「給与・収入の高さ」（54.3%）が最も多く、ついで「仕事のやりがい」（41.3%）となっています。
- 「未成年の子どもの有無」別では、生計を立てるための収入の確保について重視する条件が、未成年の子どもがいる場合は勤務形態などの条件、いない場合はやりがいなどの条件となっていることがうかがえます。

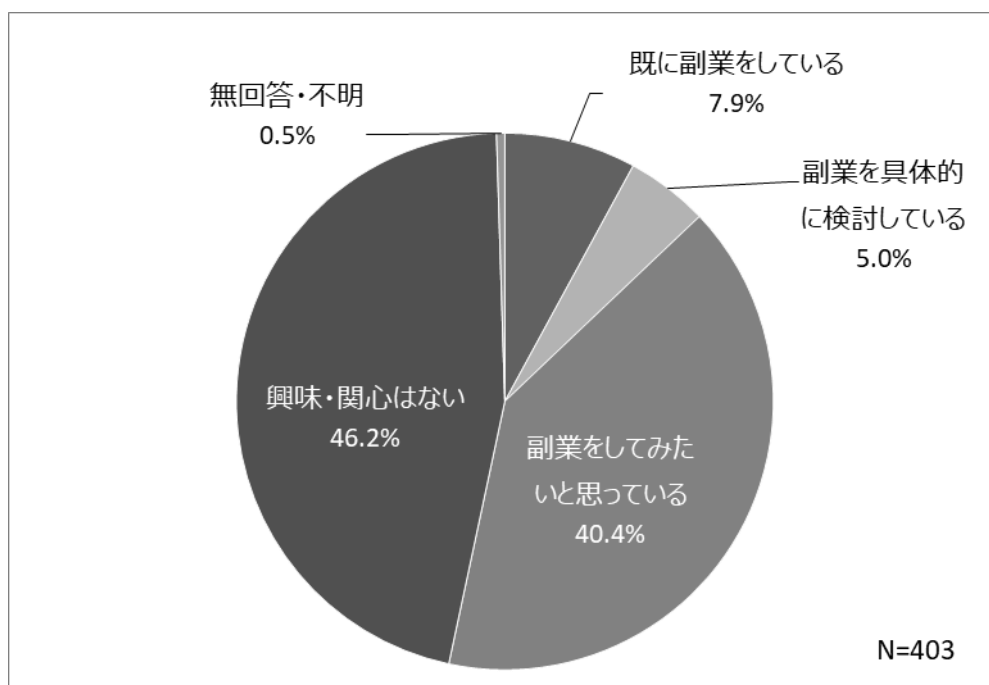
| 回答数（複数回答） | 全体 | | 未成年の子ども有 | | 未成年の子ども無 | |
|--------------|-----|--------|----------|--------|----------|--------|
| | 403 | 245.2% | 195 | 251.3% | 208 | 239.4% |
| 給与・収入の高さ | 239 | 59.3% | 126 | 64.6% | 113 | 54.3% |
| 職種 | 77 | 19.1% | 33 | 16.9% | 44 | 21.2% |
| 雇用形態 | 109 | 27.0% | 52 | 26.7% | 57 | 27.4% |
| 勤務地の立地条件 | 125 | 31.0% | 68 | 34.9% | 57 | 27.4% |
| 柔軟な勤務形態 | 177 | 43.9% | 106 | 54.4% | 71 | 34.1% |
| 資格や経験を活かせること | 75 | 18.6% | 26 | 13.3% | 49 | 23.6% |
| 仕事のやりがい | 161 | 40.0% | 75 | 38.5% | 86 | 41.3% |
| その他 | 4 | 1.0% | 0 | 0.0% | 4 | 1.9% |
| 無回答・不明 | 21 | 5.2% | 4 | 2.1% | 17 | 8.2% |



問 16 副業に対してどのようにお考えですか？（1つ選択）

- 副業については、「興味・関心はない」が46.2%と最も多く、ついで「副業をしてみたいと思っている」（40.4%）となっています。
- 実際に副業を実践している方は7.9%となっており、現状では副業への希望は多いもののまだ広がっていないことがうかがえます。

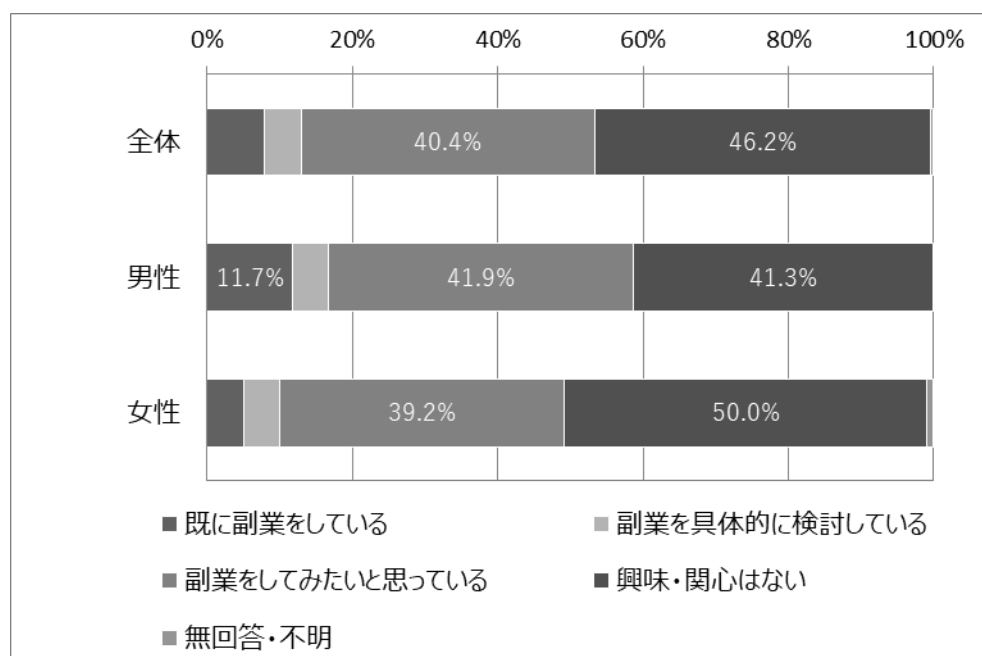
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|----------------|-----|--------|
| 既に副業をしている | 32 | 7.9% |
| 副業を具体的に検討している | 20 | 5.0% |
| 副業をしてみたいと思っている | 163 | 40.4% |
| 興味・関心はない | 186 | 46.2% |
| 無回答・不明 | 2 | 0.5% |



【問 16 「副業意向」 × 問 1 「男女」 クロス集計】

- 副業について男女別にみると、男性では「副業をしてみたいと思っている」が41.9%と最も多く、「興味・関心はない」が41.3%とほぼ同じ数字になっています。
- 女性では、「興味・関心はない」が50.0%と最も多く、ついで「副業をしてみたいと思っている」が39.2%となっています。
- 男性では実際に副業を実践している方は11.7%となっており、副業に関して関心のある方が半数以上になっています。

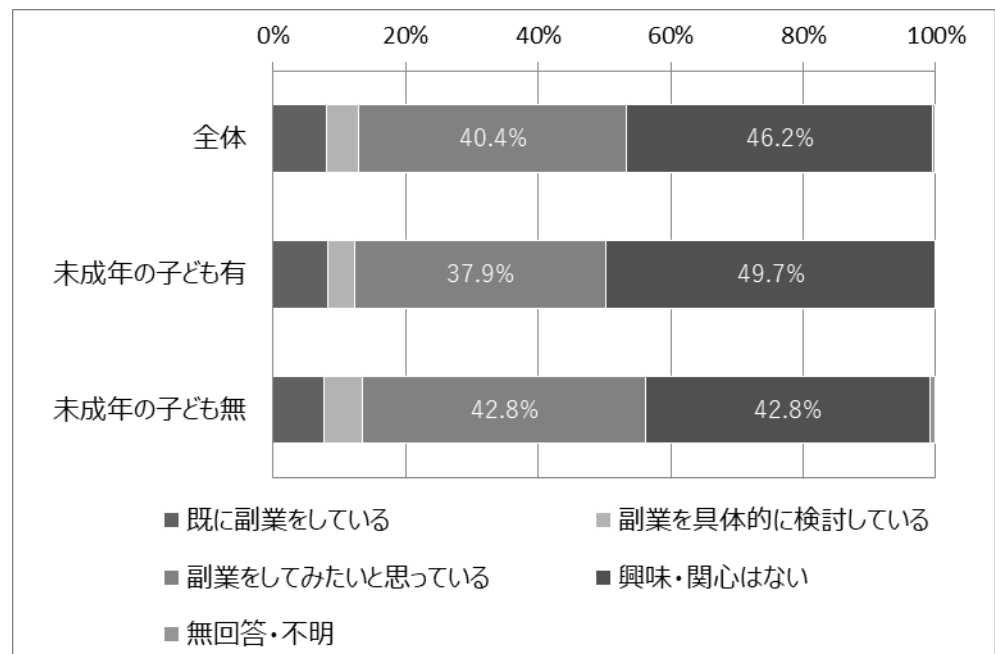
| 回答数 | 全体 | | 男性 | | 女性 | |
|----------------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|
| | 403 | 100.0% | 179 | 100.0% | 222 | 100.0% |
| 既に副業をしている | 32 | 7.9% | 21 | 11.7% | 11 | 5.0% |
| 副業を具体的に検討している | 20 | 5.0% | 9 | 5.0% | 11 | 5.0% |
| 副業をしてみたいと思っている | 163 | 40.4% | 75 | 41.9% | 87 | 39.2% |
| 興味・関心はない | 186 | 46.2% | 74 | 41.3% | 111 | 50.0% |
| 無回答・不明 | 2 | 0.5% | 0 | 0.0% | 2 | 0.9% |



【問 16 「副業意向」 × 問 6 「未成年の子どもの有無」 クロス集計】

- 副業について「未成年の子どもの有無」ごとにみると、「未成年の子ども有」では「興味・関心はない」が49.7%と最も多く、ついで「副業をしてみたいと思っている」が37.9%となっています。
- 「未成年の子ども無」では、「副業をしてみたいと思っている」と「興味・関心はない」が42.8%で最も多くなっています。

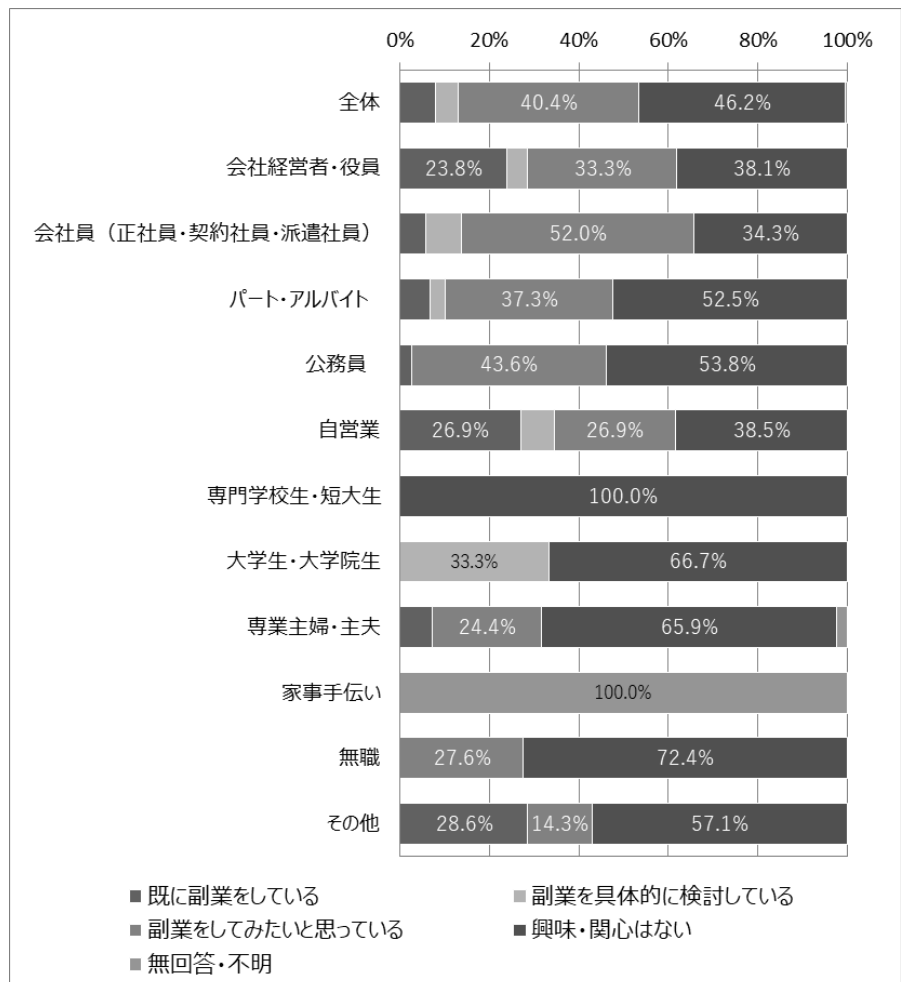
| 回答数 | 全体 | | 未成年の子ども有 | | 未成年の子ども無 | |
|----------------|-----|--------|----------|--------|----------|--------|
| | 403 | 100.0% | 195 | 100.0% | 208 | 100.0% |
| 既に副業をしている | 32 | 7.9% | 16 | 8.2% | 16 | 7.7% |
| 副業を具体的に検討している | 20 | 5.0% | 8 | 4.1% | 12 | 5.8% |
| 副業をしてみたいと思っている | 163 | 40.4% | 74 | 37.9% | 89 | 42.8% |
| 興味・関心はない | 186 | 46.2% | 97 | 49.7% | 89 | 42.8% |
| 無回答・不明 | 2 | 0.5% | 0 | 0.0% | 2 | 1.0% |



【問 16 「副業意向」 × 問 8 「職業」 クロス集計】

- 副業について職業別にみると、「既に副業をしている」の割合が「自営業」(26.9%)・「会社経営者・役員」(23.8%) で高くなっています。
- 「興味・関心はない」の割合が高いのは、「無職」(72.4%)・「専業主婦」(65.9%)、ついで「公務員」(53.8%)・「パート・アルバイト」(52.5%) となっています。専門学校生や大学生等の学生も興味関心がない割合が高くなっています。
- 一方で「会社員」・「公務員」・「パート・アルバイト」では「副業をしてみたいと思っている」の割合も高くなっています。

| 回答数 | 全体 | | 既に副業をしている | | 副業を具体的に検討している | | 副業をしてみたいと思っている | | 興味・関心はない | | 無回答・不明 | |
|--------------------|-----|--------|-----------|-------|---------------|-------|----------------|-------|----------|--------|--------|--------|
| | 403 | 100.0% | 32 | 7.9% | 20 | 5.0% | 163 | 40.4% | 186 | 46.2% | 2 | 0.5% |
| 会社経営者・役員 | 21 | 100.0% | 5 | 23.8% | 1 | 4.8% | 7 | 33.3% | 8 | 38.1% | 0 | 0.0% |
| 会社員（正社員・契約社員・派遣社員） | 175 | 100.0% | 10 | 5.7% | 14 | 8.0% | 91 | 52.0% | 60 | 34.3% | 0 | 0.0% |
| パート・アルバイト | 59 | 100.0% | 4 | 6.8% | 2 | 3.4% | 22 | 37.3% | 31 | 52.5% | 0 | 0.0% |
| 公務員 | 39 | 100.0% | 1 | 2.6% | 0 | 0.0% | 17 | 43.6% | 21 | 53.8% | 0 | 0.0% |
| 自営業 | 26 | 100.0% | 7 | 26.9% | 2 | 7.7% | 7 | 26.9% | 10 | 38.5% | 0 | 0.0% |
| 専門学校生・短大生 | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| 大学生・大学院生 | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% | 2 | 66.7% | 0 | 0.0% |
| 専業主婦・主夫 | 41 | 100.0% | 3 | 7.3% | 0 | 0.0% | 10 | 24.4% | 27 | 65.9% | 1 | 2.4% |
| 家事手伝い | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% |
| 無職 | 29 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 8 | 27.6% | 21 | 72.4% | 0 | 0.0% |
| その他 | 7 | 100.0% | 2 | 28.6% | 0 | 0.0% | 1 | 14.3% | 4 | 57.1% | 0 | 0.0% |
| 無回答・不明 | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% |



【問 16「副業意向」×問 9「勤務先業種」クロス集計】

- 副業について業種別にみると、「既に副業をしている」の割合が「宿泊業・飲食サービス業」(50.0%)・「学術研究または専門・技術サービス業」(25.0%) で高くなっています。
- 「興味・関心はない」の割合が高いのは、「不動産業・物品賃貸業」(80.0%)・「運輸業・郵便業」(72.7%)、ついで「電気・ガス・熱供給・水道業」・「学術研究または専門・技術サービス業」(66.7%) となっています。
- 一方で「副業をしてみたいと思っている」の割合は、「建設業」・「情報通信業」(64.3%) で最も高く、ついで「製造業」(63.0%) となっています。

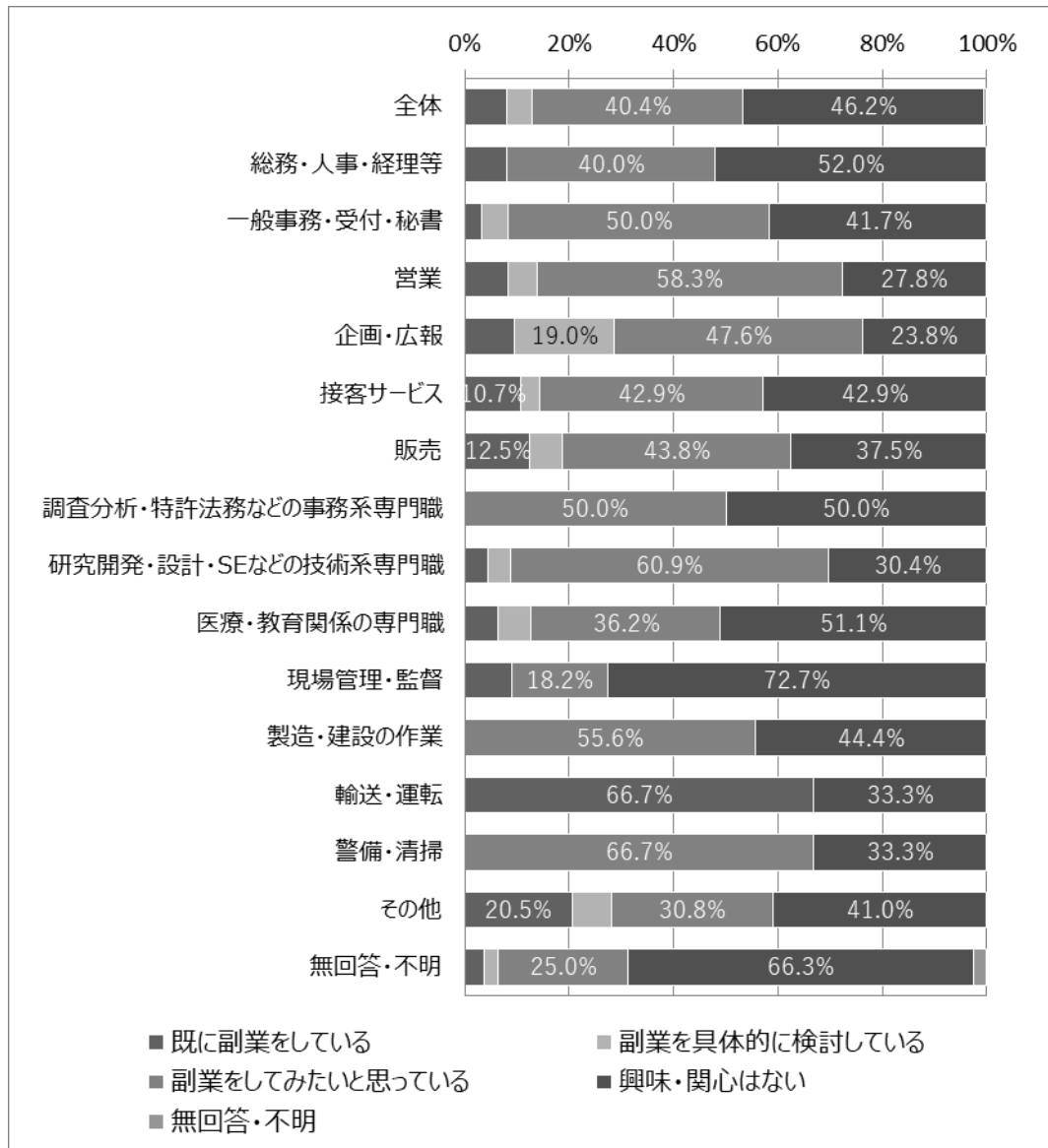
| 回答数 | 全体 | | 既に副業をしている | | 副業を具体的に検討している | | 副業をしてみたいと思っている | | 興味・関心はない | | 無回答・不明 | |
|-------------------|-----|--------|-----------|-------|---------------|-------|----------------|--------|----------|-------|--------|------|
| | 403 | 100.0% | 32 | 7.9% | 20 | 5.0% | 163 | 40.4% | 186 | 46.2% | 2 | 0.5% |
| 農・林業 | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 漁業 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 鉱業・採石業・砂利採取業 | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 建設業 | 14 | 100.0% | 1 | 7.1% | 0 | 0.0% | 9 | 64.3% | 4 | 28.6% | 0 | 0.0% |
| 製造業 | 46 | 100.0% | 0 | 0.0% | 3 | 6.5% | 29 | 63.0% | 14 | 30.4% | 0 | 0.0% |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 33.3% | 2 | 66.7% | 0 | 0.0% |
| 情報通信業 | 14 | 100.0% | 2 | 14.3% | 0 | 0.0% | 9 | 64.3% | 3 | 21.4% | 0 | 0.0% |
| 運輸業・郵便業 | 11 | 100.0% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% | 2 | 18.2% | 8 | 72.7% | 0 | 0.0% |
| 卸売業・小売業 | 42 | 100.0% | 6 | 14.3% | 5 | 11.9% | 19 | 45.2% | 12 | 28.6% | 0 | 0.0% |
| 金融業・保険業 | 14 | 100.0% | 0 | 0.0% | 2 | 14.3% | 8 | 57.1% | 4 | 28.6% | 0 | 0.0% |
| 不動産業・物品賃貸業 | 5 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 20.0% | 4 | 80.0% | 0 | 0.0% |
| 学術研究または専門・技術サービス業 | 12 | 100.0% | 3 | 25.0% | 0 | 0.0% | 1 | 8.3% | 8 | 66.7% | 0 | 0.0% |
| 宿泊業・飲食サービス業 | 4 | 100.0% | 2 | 50.0% | 0 | 0.0% | 1 | 25.0% | 1 | 25.0% | 0 | 0.0% |
| 生活関連サービス業 | 10 | 100.0% | 1 | 10.0% | 1 | 10.0% | 3 | 30.0% | 5 | 50.0% | 0 | 0.0% |
| 教育・学習支援業 | 20 | 100.0% | 0 | 0.0% | 2 | 10.0% | 7 | 35.0% | 11 | 55.0% | 0 | 0.0% |
| 医療・福祉 | 52 | 100.0% | 6 | 11.5% | 3 | 5.8% | 16 | 30.8% | 27 | 51.9% | 0 | 0.0% |
| 複合サービス事業 | 5 | 100.0% | 1 | 20.0% | 0 | 0.0% | 1 | 20.0% | 3 | 60.0% | 0 | 0.0% |
| サービス業（他に分類されないもの） | 30 | 100.0% | 4 | 13.3% | 2 | 6.7% | 14 | 46.7% | 10 | 33.3% | 0 | 0.0% |
| 公務（他に分類されるものを除く） | 29 | 100.0% | 1 | 3.4% | 1 | 3.4% | 12 | 41.4% | 15 | 51.7% | 0 | 0.0% |
| 分類不能の産業 | 7 | 100.0% | 1 | 14.3% | 0 | 0.0% | 3 | 42.9% | 3 | 42.9% | 0 | 0.0% |
| 無回答・不明 | 82 | 100.0% | 3 | 3.7% | 1 | 1.2% | 24 | 29.3% | 52 | 63.4% | 2 | 2.4% |



【問 16「副業意向」×問 10「職種」クロス集計】

- 副業について職種別にみると、「既に副業をしている」の割合が「輸送・運転」(66.7%)・「その他」(20.5%)で最も高く、ついで「販売」(12.5%)、「接客サービス」(10.7%)となっています。
- 「興味・関心はない」の割合が高いのは、「現場管理・監督」(72.7%)が最も高く、ついで「総務・人事・経理等」(52.0%)、「医療・教育関係の専門職」(51.1%)となっています。
- 一方で「副業をしてみたいと思っている」の割合は、「警備・清掃」(66.7%)や「研究開発・設計・SEなどの技術系専門職」(60.9%)で高く、ついで「営業」(58.3%)となっています。

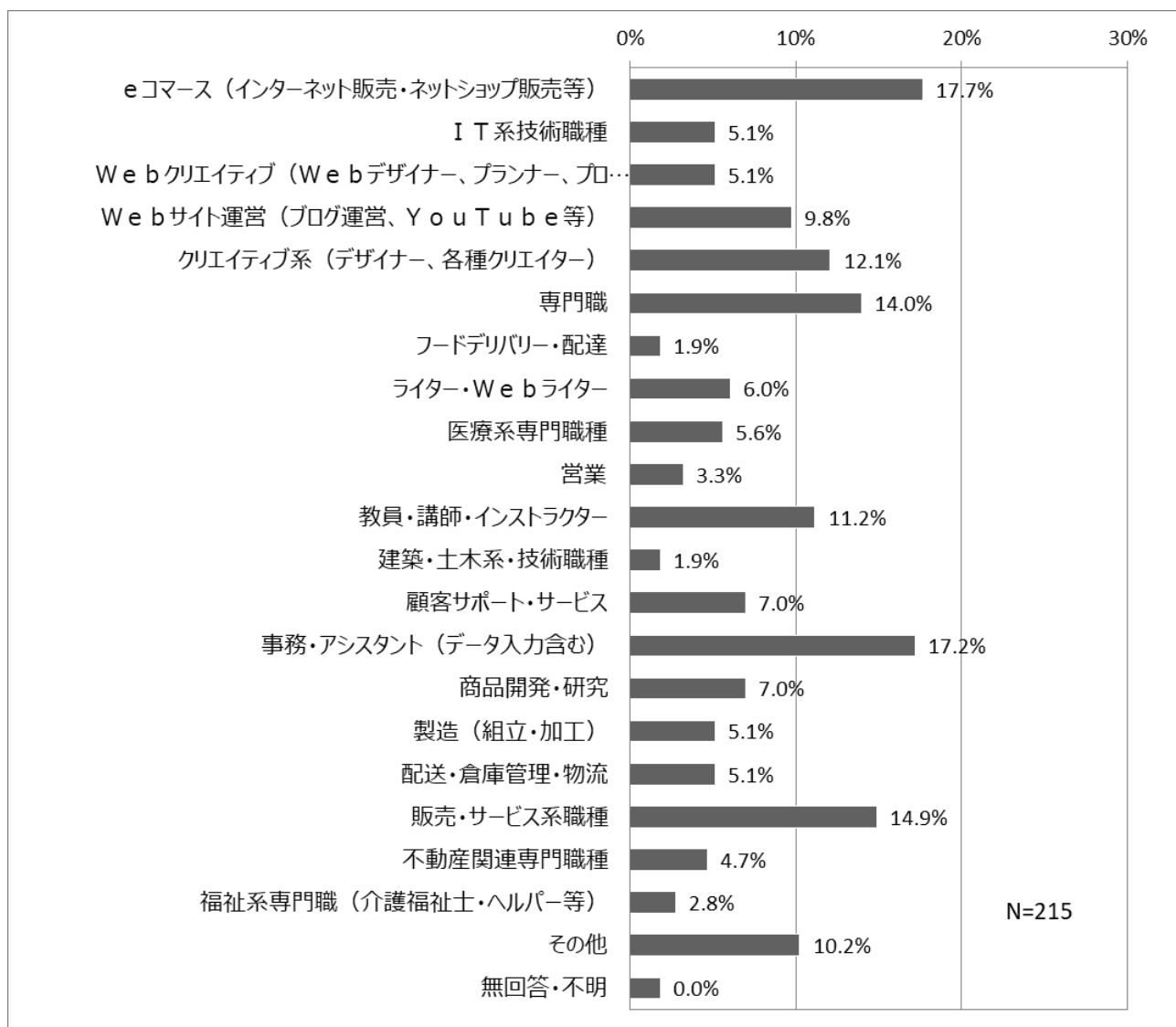
| 回答数 | 全体 | | 既に副業をしている | | 副業を具体的に検討している | | 副業をしてみたいと思っている | | 興味・関心はない | | 無回答・不明 | |
|---------------------|-----|--------|-----------|-------|---------------|-------|----------------|-------|----------|-------|--------|------|
| | 403 | 100.0% | 32 | 7.9% | 20 | 5.0% | 163 | 40.4% | 186 | 46.2% | 2 | 0.5% |
| 総務・人事・経理等 | 25 | 100.0% | 2 | 8.0% | 0 | 0.0% | 10 | 40.0% | 13 | 52.0% | 0 | 0.0% |
| 一般事務・受付・秘書 | 60 | 100.0% | 2 | 3.3% | 3 | 5.0% | 30 | 50.0% | 25 | 41.7% | 0 | 0.0% |
| 営業 | 36 | 100.0% | 3 | 8.3% | 2 | 5.6% | 21 | 58.3% | 10 | 27.8% | 0 | 0.0% |
| 企画・広報 | 21 | 100.0% | 2 | 9.5% | 4 | 19.0% | 10 | 47.6% | 5 | 23.8% | 0 | 0.0% |
| 接客サービス | 28 | 100.0% | 3 | 10.7% | 1 | 3.6% | 12 | 42.9% | 12 | 42.9% | 0 | 0.0% |
| 販売 | 16 | 100.0% | 2 | 12.5% | 1 | 6.3% | 7 | 43.8% | 6 | 37.5% | 0 | 0.0% |
| 調査分析・特許法務などの事務系専門職 | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 50.0% | 1 | 50.0% | 0 | 0.0% |
| 研究開発・設計・SEなどの技術系専門職 | 23 | 100.0% | 1 | 4.3% | 1 | 4.3% | 14 | 60.9% | 7 | 30.4% | 0 | 0.0% |
| 医療・教育関係の専門職 | 47 | 100.0% | 3 | 6.4% | 3 | 6.4% | 17 | 36.2% | 24 | 51.1% | 0 | 0.0% |
| 現場管理・監督 | 11 | 100.0% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% | 2 | 18.2% | 8 | 72.7% | 0 | 0.0% |
| 製造・建設の作業 | 9 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 5 | 55.6% | 4 | 44.4% | 0 | 0.0% |
| 輸送・運転 | 3 | 100.0% | 2 | 66.7% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% |
| 警備・清掃 | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 66.7% | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% |
| その他 | 39 | 100.0% | 8 | 20.5% | 3 | 7.7% | 12 | 30.8% | 16 | 41.0% | 0 | 0.0% |
| 無回答・不明 | 80 | 100.0% | 3 | 3.8% | 2 | 2.5% | 20 | 25.0% | 53 | 66.3% | 2 | 2.5% |



問 17 【問 16 で 1・2・3 を回答】 あなたの現在の副業、またはこれから考えている副業はどのような種類のものですか？（あてはまるもの全て選択）

○現在またはこれから考えている副業の種類をみると、「eコマース（インターネット販売・ネットショップ販売等）」が 17.7%と最も多くなっています。ついで「事務・アシスタント（データ入力含む）」（17.2%）、「販売・サービス系職種」（14.9%）、「専門職」（14.0%）となっています。

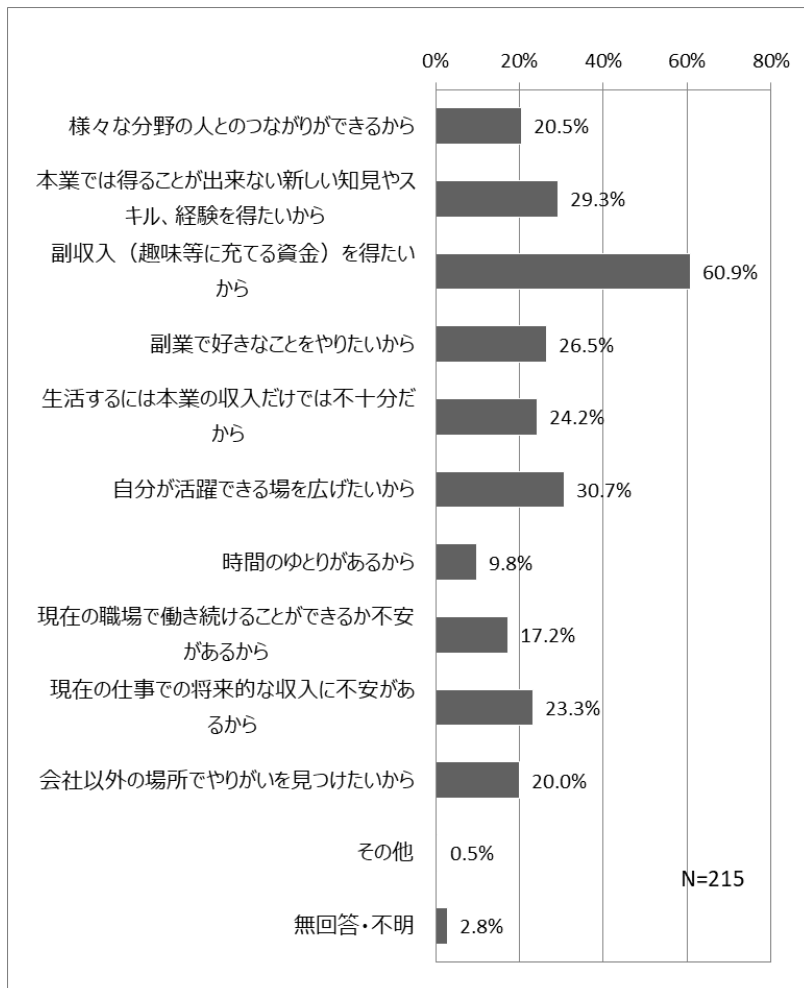
| 回答数（複数回答） | 215 | 169.3% |
|-------------------------------------|-----|--------|
| eコマース（インターネット販売・ネットショップ販売等） | 38 | 17.7% |
| IT系技術職種 | 11 | 5.1% |
| Webクリエイティブ（Webデザイナー、プランナー、プロデューサー等） | 11 | 5.1% |
| Webサイト運営（ブログ運営、YouTube等） | 21 | 9.8% |
| クリエイティブ系（デザイナー、各種クリエイター） | 26 | 12.1% |
| 専門職 | 30 | 14.0% |
| フードデリバリー・配達 | 4 | 1.9% |
| ライター・Webライター | 13 | 6.0% |
| 医療系専門職種 | 12 | 5.6% |
| 営業 | 7 | 3.3% |
| 教員・講師・インストラクター | 24 | 11.2% |
| 建築・土木系・技術職種 | 4 | 1.9% |
| 顧客サポート・サービス | 15 | 7.0% |
| 事務・アシスタント（データ入力含む） | 37 | 17.2% |
| 商品開発・研究 | 15 | 7.0% |
| 製造（組立・加工） | 11 | 5.1% |
| 配送・倉庫管理・物流 | 11 | 5.1% |
| 販売・サービス系職種 | 32 | 14.9% |
| 福祉系専門職（介護福祉士・ヘルパー等） | 6 | 2.8% |
| その他 | 22 | 10.2% |
| 無回答・不明 | 4 | 1.9% |



問 18 【問 16 で 1・2・3 を回答】どのような副業の目的をお持ちですか？（あてはまるもの全て選択）

- 副業の目的をみると、「副収入（趣味等に充てる資金）を得たいから」が 60.9%と最も多くなっています。ついで「自分が活躍できる場を広げたいから」（30.7%）、「本業では得ることが出来ない新しい知見やスキル、経験を得たいから」（29.3%）となっています。
- 『これからの働き方を考える際に重視する条件』についての設問と合わせてみると、収入の確保が重視されていることがうかがえます。一方でスキルアップや自己実現などに関する意見も一定程度多くなっています。

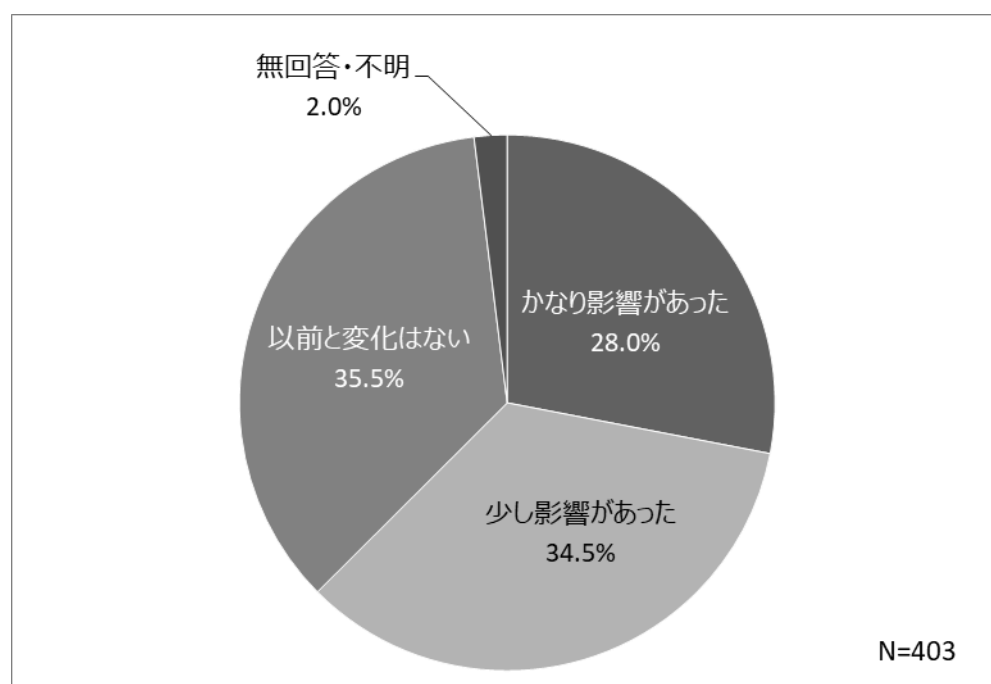
| 回答数（複数回答） | 215 | 265.6% |
|---------------------------------|-----|--------|
| 様々な分野の人とのつながりができるから | 44 | 20.5% |
| 本業では得ることが出来ない新しい知見やスキル、経験を得たいから | 63 | 29.3% |
| 副収入（趣味等に充てる資金）を得たいから | 131 | 60.9% |
| 副業で好きなことをやりたいから | 57 | 26.5% |
| 生活するには本業の収入だけでは不十分だから | 52 | 24.2% |
| 自分が活躍できる場を広げたいから | 66 | 30.7% |
| 時間のゆとりがあるから | 21 | 9.8% |
| 現在の職場で働き続けることができるか不安があるから | 37 | 17.2% |
| 現在の仕事での将来的な収入に不安があるから | 50 | 23.3% |
| 会社以外の場所でやりがいを見つけたいから | 43 | 20.0% |
| その他 | 1 | 0.5% |
| 無回答・不明 | 6 | 2.8% |



問 19 コロナ禍による、あなたの就労環境等の変化（1つ選択）

- コロナ禍による就労環境等の変化については、「かなり影響があった」が 28.0%、「少し影響があった」が 34.5%、「以前と変化はない」が 35.5%となっています。
- 「かなり影響があった」と「少し影響があった」を合わせると、全体として影響があったのは 62.5%となっています。

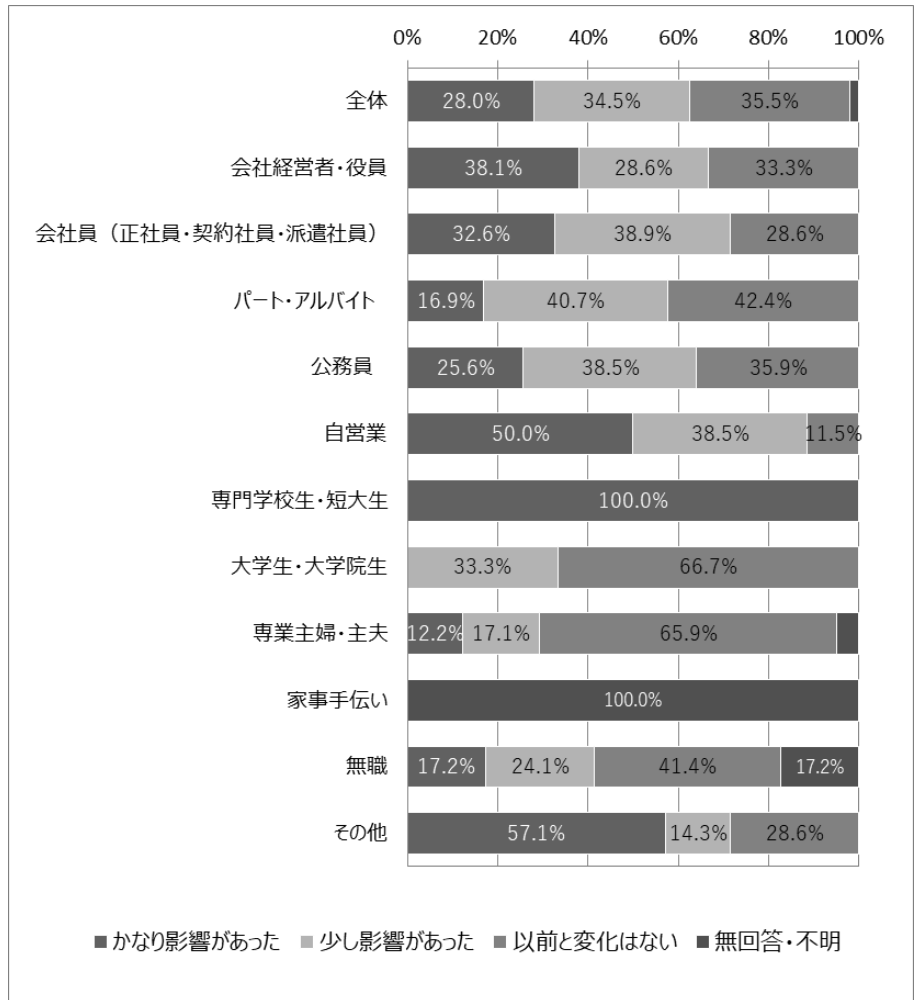
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|-----------|-----|--------|
| かなり影響があった | 113 | 28.0% |
| 少し影響があった | 139 | 34.5% |
| 以前と変化はない | 143 | 35.5% |
| 無回答・不明 | 8 | 2.0% |



【問 19「コロナの影響」×問 8「職業」クロス集計】

- コロナ禍による就労環境等の変化について職業別にみると、「かなり影響があった」の割合は「自営業」で 50.0%と最も高く、ついで「会社経営者・役員」(38.1%)、「会社員(正社員・契約社員・派遣社員)」(32.6%)となっています。
- 「かなり影響があった」と「少し影響があった」を合わせると、「自営業」が 88.5%と最も高く、ついで「会社員(正社員・契約社員・派遣社員)」(71.5%)、「会社経営者・役員」(66.7%)となっています。
- 「パート・アルバイト」は「以前と変化はない」が最も高く、42.4%となっています。

| 回答数 | 全体 | | かなり影響があった | | 少し影響があった | | 以前と変化はない | | 無回答・不明 | |
|--------------------|-----|--------|-----------|--------|----------|-------|----------|--------|--------|--------|
| | 403 | 100.0% | 113 | 28.0% | 139 | 34.5% | 143 | 35.5% | 8 | 2.0% |
| 会社経営者・役員 | 21 | 100.0% | 8 | 38.1% | 6 | 28.6% | 7 | 33.3% | 0 | 0.0% |
| 会社員(正社員・契約社員・派遣社員) | 175 | 100.0% | 57 | 32.6% | 68 | 38.9% | 50 | 28.6% | 0 | 0.0% |
| パート・アルバイト | 59 | 100.0% | 10 | 16.9% | 24 | 40.7% | 25 | 42.4% | 0 | 0.0% |
| 公務員 | 39 | 100.0% | 10 | 25.6% | 15 | 38.5% | 14 | 35.9% | 0 | 0.0% |
| 自営業 | 26 | 100.0% | 13 | 50.0% | 10 | 38.5% | 3 | 11.5% | 0 | 0.0% |
| 専門学校生・短大生 | 1 | 100.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 大学生・大学院生 | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 1 | 33.3% | 2 | 66.7% | 0 | 0.0% |
| 専業主婦・主夫 | 41 | 100.0% | 5 | 12.2% | 7 | 17.1% | 27 | 65.9% | 2 | 4.9% |
| 家事手伝い | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% |
| 無職 | 29 | 100.0% | 5 | 17.2% | 7 | 24.1% | 12 | 41.4% | 5 | 17.2% |
| その他 | 7 | 100.0% | 4 | 57.1% | 1 | 14.3% | 2 | 28.6% | 0 | 0.0% |
| 無回答・不明 | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% |



【問 19 「コロナの影響」 × 問 9 「勤務先業種」 クロス集計】

- コロナ禍による就労環境等の変化について業種別にみると、「かなり影響があった」の割合が「情報通信業」（71.4%）、「運輸業・郵便業」（63.6%）、「宿泊業・飲食サービス業」（50.0%）で高くなっています。
- 「かなり影響があった」と「少し影響があった」を合わせると、「電気・ガス・熱供給・水道業」・「宿泊業・飲食サービス業」・「情報通信業」・「運輸業・郵便業」の4つの業種で90%以上となり、「複合サービス事業」「サービス業（他に分類されないもの）」も80.0%と高くなっています。
- 「不動産業・物品賃貸業」は「以前と変化はない」が最も高く、60.0%となっています。
- 全体として、インフラ関連業種、サービス関連業種への影響が大きいことがうかがえます。

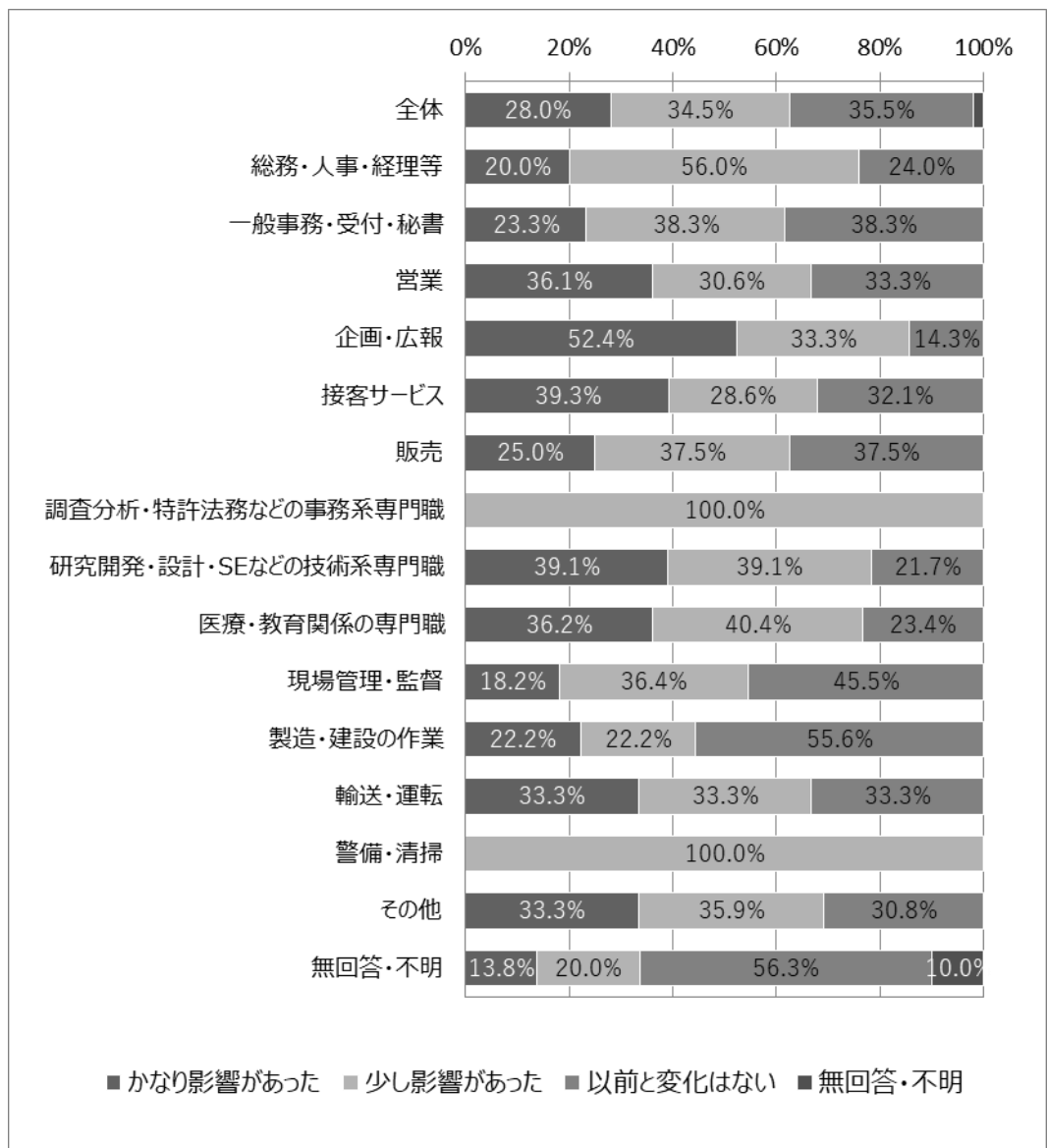
| 回答数 | 全体 | | かなり影響があった | | 少し影響があった | | 以前と変化はない | | 無回答・不明 | |
|-------------------|-----|--------|-----------|-------|----------|--------|----------|--------|--------|------|
| | 403 | 100.0% | 113 | 28.0% | 139 | 34.5% | 143 | 35.5% | 8 | 2.0% |
| 農・林業 | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% |
| 漁業 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 鉱業・採石業・砂利採取業 | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 1 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 建設業 | 14 | 100.0% | 2 | 14.3% | 6 | 42.9% | 6 | 42.9% | 0 | 0.0% |
| 製造業 | 46 | 100.0% | 12 | 26.1% | 21 | 45.7% | 13 | 28.3% | 0 | 0.0% |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 情報通信業 | 14 | 100.0% | 10 | 71.4% | 3 | 21.4% | 1 | 7.1% | 0 | 0.0% |
| 運輸業・郵便業 | 11 | 100.0% | 7 | 63.6% | 3 | 27.3% | 1 | 9.1% | 0 | 0.0% |
| 卸売業・小売業 | 42 | 100.0% | 10 | 23.8% | 16 | 38.1% | 16 | 38.1% | 0 | 0.0% |
| 金融業・保険業 | 14 | 100.0% | 3 | 21.4% | 5 | 35.7% | 6 | 42.9% | 0 | 0.0% |
| 不動産業・物品賃貸業 | 5 | 100.0% | 0 | 0.0% | 2 | 40.0% | 3 | 60.0% | 0 | 0.0% |
| 学術研究または専門・技術サービス業 | 12 | 100.0% | 2 | 16.7% | 5 | 41.7% | 5 | 41.7% | 0 | 0.0% |
| 宿泊業・飲食サービス業 | 4 | 100.0% | 2 | 50.0% | 2 | 50.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 生活関連サービス業 | 10 | 100.0% | 3 | 30.0% | 4 | 40.0% | 3 | 30.0% | 0 | 0.0% |
| 教育・学習支援業 | 20 | 100.0% | 5 | 25.0% | 9 | 45.0% | 6 | 30.0% | 0 | 0.0% |
| 医療・福祉 | 52 | 100.0% | 18 | 34.6% | 16 | 30.8% | 18 | 34.6% | 0 | 0.0% |
| 複合サービス事業 | 5 | 100.0% | 2 | 40.0% | 2 | 40.0% | 1 | 20.0% | 0 | 0.0% |
| サービス業（他に分類されないもの） | 30 | 100.0% | 14 | 46.7% | 10 | 33.3% | 6 | 20.0% | 0 | 0.0% |
| 公務（他に分類されるものを除く） | 29 | 100.0% | 7 | 24.1% | 13 | 44.8% | 9 | 31.0% | 0 | 0.0% |
| 分類不能の産業 | 7 | 100.0% | 3 | 42.9% | 1 | 14.3% | 3 | 42.9% | 0 | 0.0% |
| 無回答・不明 | 82 | 100.0% | 13 | 15.9% | 17 | 20.7% | 44 | 53.7% | 8 | 9.8% |



【問 19「コロナの影響」×問 10「職種」クロス集計】

- コロナ禍による就労環境等の変化について職種別にみると、「かなり影響があった」の割合が「企画・広報」が最も高く（52.4%）、ついで「接客サービス」（39.3%）、「研究開発・設計・SEなどの技術系専門職」（39.1%）、「医療・教育関係の専門職」（36.2%）となっています。
- 「かなり影響があった」と「少し影響があった」を合わせると、「調査分析・特許法務などの事務系専門職」・「警備・清掃」の2つの業種で90%以上となり、ついで「企画広報」（85.7%）、「研究開発・設計・SEなどの技術系専門職」（78.2%）、「医療・教育関係の専門職」（76.6%）、「総務・人事・経理等」（76.0%）などが高くなっています。
- 「製造・建設の作業」は「以前と変化はない」が最も高く、55.6%となっています。
- 全体として、企画広報や接客サービス、専門職への影響が大きいことがうかがえます。

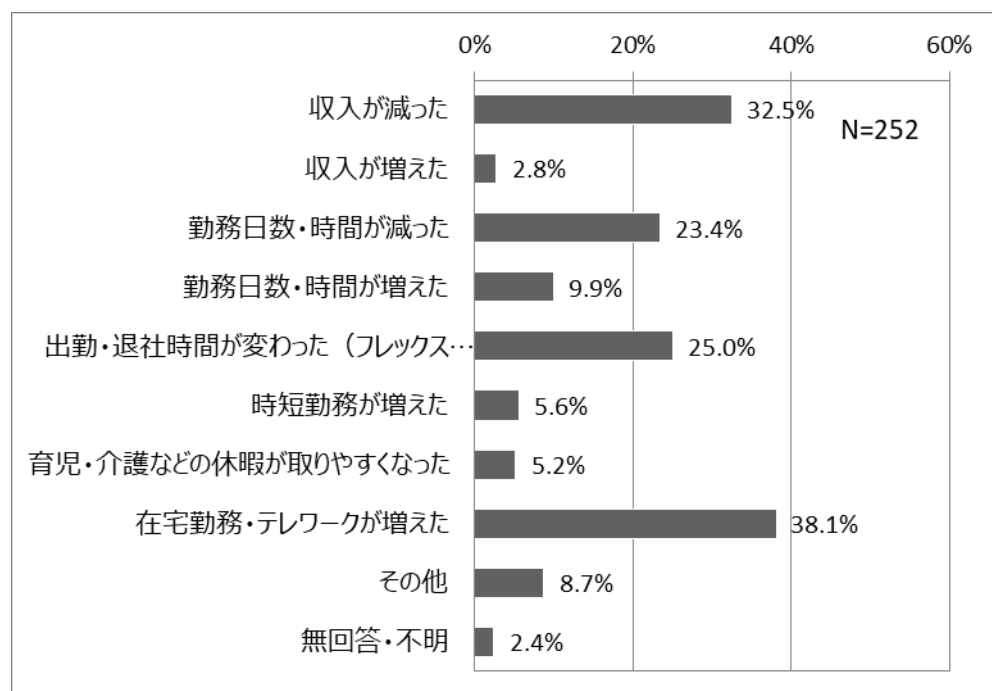
| 回答数 | 全体 | | かなり影響があった | | 少し影響があった | | 以前と変化はない | | 無回答・不明 | |
|---------------------|-----|--------|-----------|-------|----------|--------|----------|-------|--------|-------|
| | 403 | 100.0% | 113 | 28.0% | 139 | 34.5% | 143 | 35.5% | 8 | 2.0% |
| 総務・人事・経理等 | 25 | 100.0% | 5 | 20.0% | 14 | 56.0% | 6 | 24.0% | 0 | 0.0% |
| 一般事務・受付・秘書 | 60 | 100.0% | 14 | 23.3% | 23 | 38.3% | 23 | 38.3% | 0 | 0.0% |
| 営業 | 36 | 100.0% | 13 | 36.1% | 11 | 30.6% | 12 | 33.3% | 0 | 0.0% |
| 企画・広報 | 21 | 100.0% | 11 | 52.4% | 7 | 33.3% | 3 | 14.3% | 0 | 0.0% |
| 接客サービス | 28 | 100.0% | 11 | 39.3% | 8 | 28.6% | 9 | 32.1% | 0 | 0.0% |
| 販売 | 16 | 100.0% | 4 | 25.0% | 6 | 37.5% | 6 | 37.5% | 0 | 0.0% |
| 調査分析・特許法務などの事務系専門職 | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 2 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| 研究開発・設計・SEなどの技術系専門職 | 23 | 100.0% | 9 | 39.1% | 9 | 39.1% | 5 | 21.7% | 0 | 0.0% |
| 医療・教育関係の専門職 | 47 | 100.0% | 17 | 36.2% | 19 | 40.4% | 11 | 23.4% | 0 | 0.0% |
| 現場管理・監督 | 11 | 100.0% | 2 | 18.2% | 4 | 36.4% | 5 | 45.5% | 0 | 0.0% |
| 製造・建設の作業 | 9 | 100.0% | 2 | 22.2% | 2 | 22.2% | 5 | 55.6% | 0 | 0.0% |
| 輸送・運転 | 3 | 100.0% | 1 | 33.3% | 1 | 33.3% | 1 | 33.3% | 0 | 0.0% |
| 警備・清掃 | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 3 | 100.0% | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% |
| その他 | 39 | 100.0% | 13 | 33.3% | 14 | 35.9% | 12 | 30.8% | 0 | 0.0% |
| 無回答・不明 | 80 | 100.0% | 11 | 13.8% | 16 | 20.0% | 45 | 56.3% | 8 | 10.0% |



問 20 【問 19 で 1・2 を回答】 コロナ禍による影響の内容（あてはまるもの全て選択）

- コロナ禍による影響の内容については、「在宅勤務・テレワークが増えた」が最も多く挙げられ、38.1%となっています。ついで「収入が減った」が32.5%、「出勤・退社時間が変わった（フレックス制・時差出勤など）」が25.0%となっています。
- 全体として、勤務日数と収入の減少、在宅時間の増加などの就労上の変化が多く見られることがうかがえます。

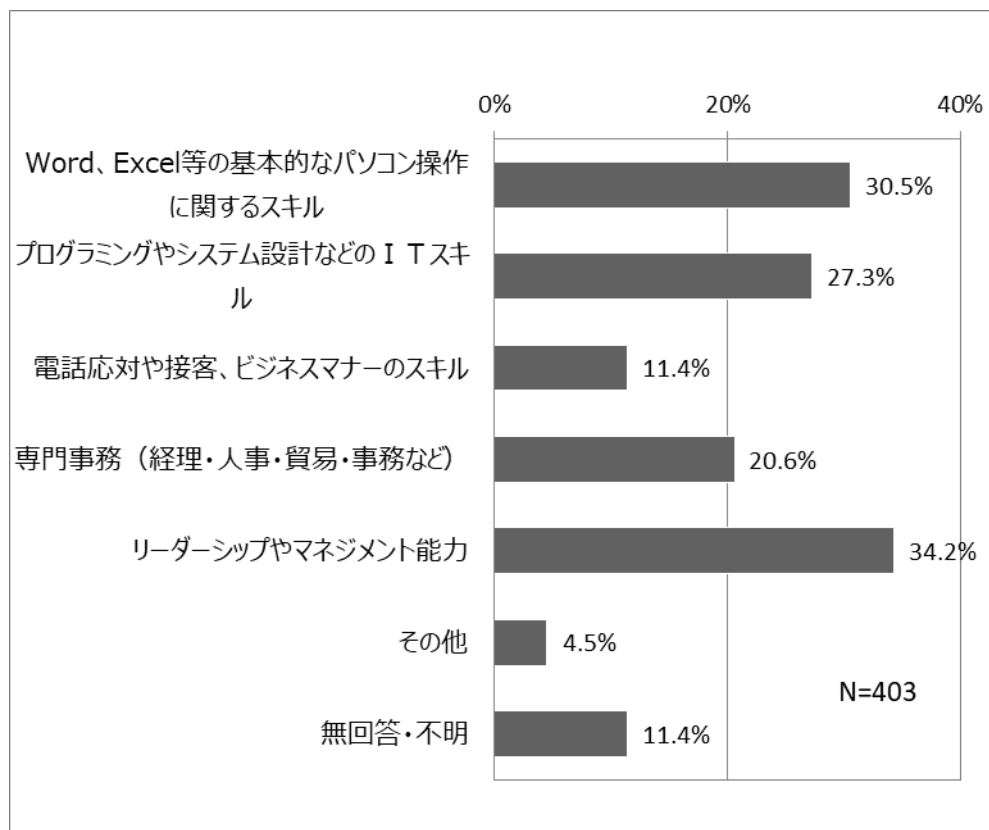
| 回答数（複数回答） | 252 | 153.6% |
|-----------------------------|-----|--------|
| 収入が減った | 82 | 32.5% |
| 収入が増えた | 7 | 2.8% |
| 勤務日数・時間が減った | 59 | 23.4% |
| 勤務日数・時間が増えた | 25 | 9.9% |
| 出勤・退社時間が変わった（フレックス制・時差出勤など） | 63 | 25.0% |
| 時短勤務が増えた | 14 | 5.6% |
| 育児・介護などの休暇が取りやすくなった | 13 | 5.2% |
| 在宅勤務・テレワークが増えた | 96 | 38.1% |
| その他 | 22 | 8.7% |
| 無回答・不明 | 6 | 2.4% |



問 21 あなたが今後身につけたい仕事に関する知識・スキルなど（2 つまで選択）

○今後身につけたい仕事に関する知識・スキルについては、「リーダーシップやマネジメント能力」（34.2%）が最も多く挙げられ、ついで「Word、Excel 等の基本的なパソコン操作に関するスキル」（30.5%）、「プログラミングやシステム設計などの I T スキル」（27.3%）となっています。

| 回答数（複数回答） | 403 | 140.0% |
|-------------------------------|-----|--------|
| Word、Excel等の基本的なパソコン操作に関するスキル | 123 | 30.5% |
| プログラミングやシステム設計などの I T スキル | 110 | 27.3% |
| 電話応対や接客、ビジネスマナーのスキル | 46 | 11.4% |
| 専門事務（経理・人事・貿易・事務など） | 83 | 20.6% |
| リーダーシップやマネジメント能力 | 138 | 34.2% |
| その他 | 18 | 4.5% |
| 無回答・不明 | 46 | 11.4% |



3. 「日常生活での消費行動」について

問 22 あなたの世帯で、次のような商品を購入（サービスを利用）する場合についてお尋ねします。それぞれの項目ごとに、該当する番号を選んで、表の番号を選んで○をつけてください。

(1) 【購入先】 1番多い購入先（択一）・次に多い購入先（択一）

- 日常生活での消費行動での購入先をみると、生鮮食料品を中心とした食料品の購入は「スーパーマーケット」が80%以上と最も多くなっています。
- 理容・美容院の1番多い購入先は「個人商店」が最も多く、61.0%となっています。
- 洋服・衣料品や書籍・文房具は「大型ショッピングセンター」が最も多くなっています。
- 趣味・娯楽関連用品は「ネットショッピング」が48.4%と最も多く、家電などの耐久消費財は「家電量販店・ホームセンター」が72.0%となっています。
- 習い事・教室・塾などは「個人商店」が46.7%と最も多くなっています。また外食サービスは「個人商店」が38.0%、「大型ショッピングセンター」が35.7%となっています。

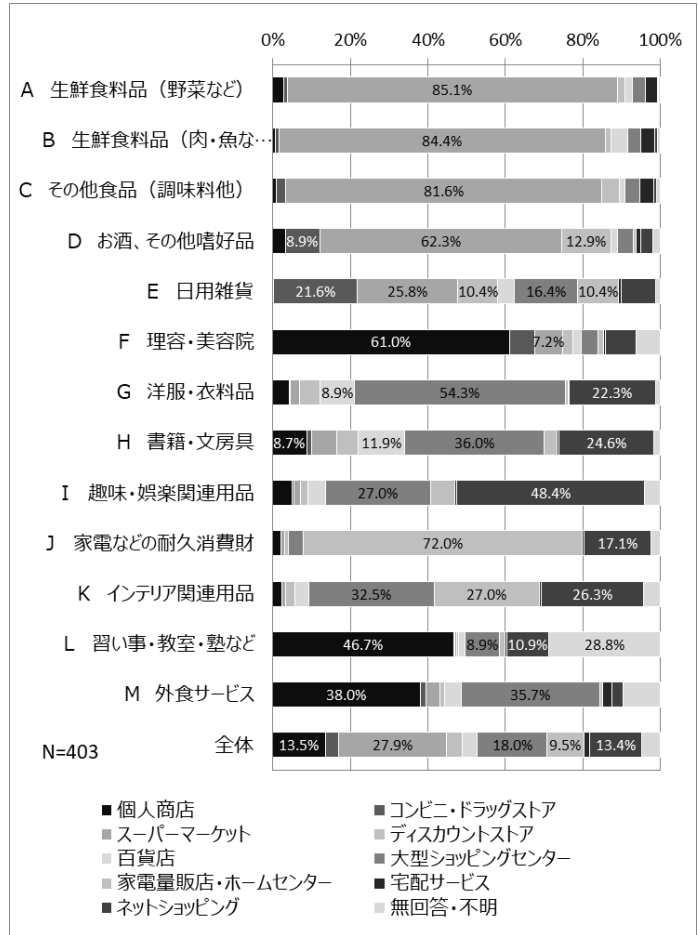
【購入先】 1番多い購入先（択一）

| | 個人商店 | スーパーマーケット | コンビニ・ドラッグ | スーパーマーケット | ディスカウントストア | 百貨店 | 大型ショッピングセンター | 家電量販店・ホームセンター | 宅配サービス | ネットショッピング | 無回答・不明 |
|----------------|--------------|-------------|---------------|-------------|-------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 11 2.7% | 4 1.0% | 343 85.1% | 8 2.0% | 8 2.0% | 13 3.2% | 0 0.0% | 13 3.2% | 1 0.2% | 2 0.5% | |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 3 0.7% | 3 0.7% | 340 84.4% | 6 1.5% | 17 4.2% | 14 3.5% | 0 0.0% | 14 3.5% | 3 0.7% | 3 0.7% | |
| C その他食品（調味料他） | 4 1.0% | 9 2.2% | 329 81.6% | 18 4.5% | 6 1.5% | 16 4.0% | 0 0.0% | 14 3.5% | 3 0.7% | 4 1.0% | |
| D お酒、その他嗜好品 | 13 3.2% | 36 8.9% | 251 62.3% | 52 12.9% | 6 1.5% | 17 4.2% | 3 0.7% | 5 1.2% | 12 3.0% | 8 2.0% | |
| E 日用雑貨 | 1 0.2% | 87 21.6% | 104 25.8% | 42 10.4% | 17 4.2% | 66 16.4% | 42 10.4% | 3 0.7% | 36 8.9% | 5 1.2% | |
| F 理容・美容院 | 246 61.0% | 26 6.5% | 29 7.2% | 11 2.7% | 9 2.2% | 17 4.2% | 6 1.5% | 2 0.5% | 32 7.9% | 25 6.2% | |
| G 洋服・衣料品 | 17 4.2% | 1 0.2% | 10 2.5% | 21 5.2% | 36 8.9% | 219 54.3% | 3 0.7% | 1 0.2% | 90 22.3% | 5 1.2% | |
| H 書籍・文房具 | 35 8.7% | 5 1.2% | 26 6.5% | 23 5.7% | 48 11.9% | 145 36.0% | 14 3.5% | 1 0.2% | 99 24.6% | 7 1.7% | |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 20 5.0% | 2 0.5% | 7 1.7% | 7 1.7% | 19 4.7% | 109 27.0% | 25 6.2% | 2 0.5% | 195 48.4% | 17 4.2% | |
| J 家電などの耐久消費財 | 8 2.0% | 0 0.0% | 4 1.0% | 4 1.0% | 0 0.0% | 16 4.0% | 290 72.0% | 2 0.5% | 69 17.1% | 10 2.5% | |
| K インテリア関連用品 | 9 2.2% | 0 0.0% | 4 1.0% | 10 2.5% | 14 3.5% | 131 32.5% | 109 27.0% | 2 0.5% | 106 26.3% | 18 4.5% | |
| L 習い事・教室・塾など | 188 46.7% | 1 0.2% | 2 0.5% | 2 0.5% | 7 1.7% | 36 8.9% | 5 1.2% | 2 0.5% | 44 10.9% | 116 28.8% | |
| M 外食サービス | 153 38.0% | 6 1.5% | 15 3.7% | 5 1.2% | 17 4.2% | 144 35.7% | 3 0.7% | 10 2.5% | 11 2.7% | 39 9.7% | |
| 全体 | 708 13.5% | 180 3.4% | 1464 27.9% | 209 4.0% | 204 3.9% | 943 18.0% | 500 9.5% | 71 1.4% | 701 13.4% | 259 4.9% | |

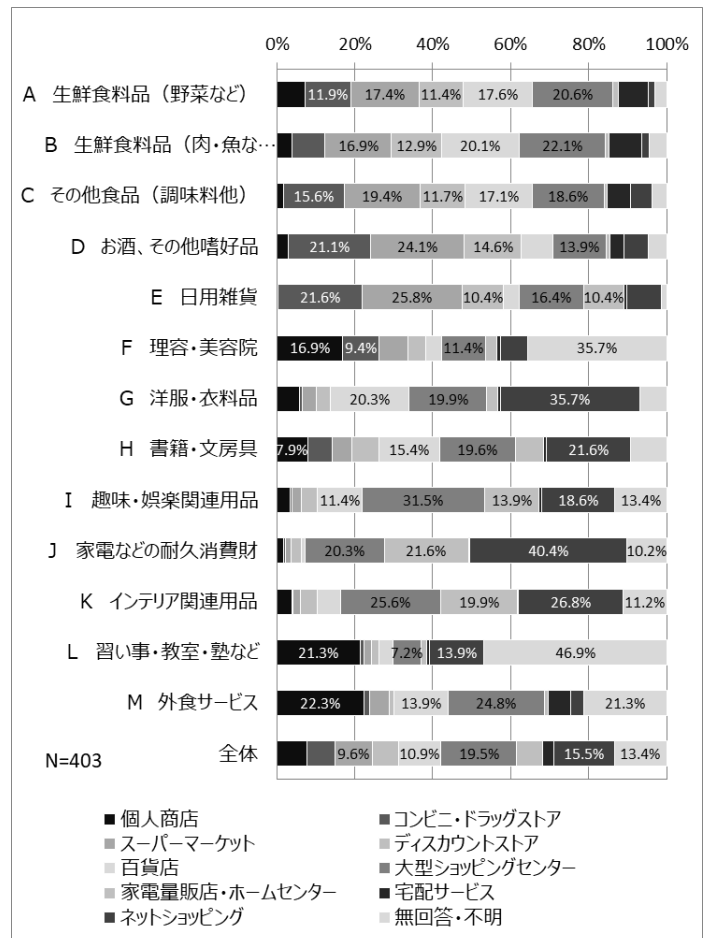
【購入先】次に多い購入先（択一）

| | 個人 商店 | グ コ ス ト ア | コ ン ビ ニ ー ド ラ ッ | ト ス ー パ ー マ ー ケ ッ | ト デ イ ス カ ウ ン ト ス | 百 貨 店 | セ 大 型 タ シ ョ ッ ピ ン グ | ム 家 電 量 販 店 ・ ホ ー | 宅 配 サ ー ビ ス | グ ネ ッ ト シ ョ ッ ピ ン | 無 回 答 ・ 不 明 |
|----------------|----------|-----------------------|--------------------------------------|---|---|-------------|--|---|----------------------------|---|----------------------------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 29 | 48 | 70 | 46 | 71 | 83 | 6 | 31 | 7 | 12 | |
| | 7.2% | 11.9% | 17.4% | 11.4% | 17.6% | 20.6% | 1.5% | 7.7% | 1.7% | 3.0% | |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 16 | 34 | 68 | 52 | 81 | 89 | 3 | 34 | 8 | 18 | |
| | 4.0% | 8.4% | 16.9% | 12.9% | 20.1% | 22.1% | 0.7% | 8.4% | 2.0% | 4.5% | |
| C その他食品（調味料他） | 7 | 63 | 78 | 47 | 69 | 75 | 3 | 24 | 22 | 15 | |
| | 1.7% | 15.6% | 19.4% | 11.7% | 17.1% | 18.6% | 0.7% | 6.0% | 5.5% | 3.7% | |
| D お酒、その他嗜好品 | 12 | 85 | 97 | 59 | 32 | 56 | 3 | 15 | 25 | 19 | |
| | 3.0% | 21.1% | 24.1% | 14.6% | 7.9% | 13.9% | 0.7% | 3.7% | 6.2% | 4.7% | |
| E 日用雑貨 | 1 | 87 | 104 | 42 | 17 | 66 | 42 | 3 | 36 | 5 | |
| | 0.2% | 21.6% | 25.8% | 10.4% | 4.2% | 16.4% | 10.4% | 0.7% | 8.9% | 1.2% | |
| F 理容・美容院 | 68 | 38 | 30 | 18 | 16 | 46 | 11 | 4 | 28 | 144 | |
| | 16.9% | 9.4% | 7.4% | 4.5% | 4.0% | 11.4% | 2.7% | 1.0% | 6.9% | 35.7% | |
| G 洋服・衣料品 | 23 | 3 | 15 | 14 | 82 | 80 | 11 | 3 | 144 | 28 | |
| | 5.7% | 0.7% | 3.7% | 3.5% | 20.3% | 19.9% | 2.7% | 0.7% | 35.7% | 6.9% | |
| H 書籍・文房具 | 32 | 25 | 21 | 28 | 62 | 79 | 29 | 3 | 87 | 37 | |
| | 7.9% | 6.2% | 5.2% | 6.9% | 15.4% | 19.6% | 7.2% | 0.7% | 21.6% | 9.2% | |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 14 | 2 | 9 | 17 | 46 | 127 | 56 | 3 | 75 | 54 | |
| | 3.5% | 0.5% | 2.2% | 4.2% | 11.4% | 31.5% | 13.9% | 0.7% | 18.6% | 13.4% | |
| J 家電などの耐久消費財 | 7 | 2 | 6 | 10 | 4 | 82 | 87 | 1 | 163 | 41 | |
| | 1.7% | 0.5% | 1.5% | 2.5% | 1.0% | 20.3% | 21.6% | 0.2% | 40.4% | 10.2% | |
| K インテリア関連用品 | 16 | 1 | 7 | 18 | 24 | 103 | 80 | 1 | 108 | 45 | |
| | 4.0% | 0.2% | 1.7% | 4.5% | 6.0% | 25.6% | 19.9% | 0.2% | 26.8% | 11.2% | |
| L 習い事・教室・塾など | 86 | 4 | 8 | 8 | 14 | 29 | 6 | 3 | 56 | 189 | |
| | 21.3% | 1.0% | 2.0% | 2.0% | 3.5% | 7.2% | 1.5% | 0.7% | 13.9% | 46.9% | |
| M 外食サービス | 90 | 6 | 20 | 5 | 56 | 100 | 4 | 23 | 13 | 86 | |
| | 22.3% | 1.5% | 5.0% | 1.2% | 13.9% | 24.8% | 1.0% | 5.7% | 3.2% | 21.3% | |
| 全体 | 7.7% | 7.1% | 9.6% | 6.7% | 10.9% | 19.5% | 6.7% | 2.8% | 15.5% | 13.4% | |
| | 403 | 374 | 504 | 351 | 573 | 1019 | 353 | 148 | 810 | 704 | |

【購入先】1番多い購入先（択一）



【購入先】次に多い購入先（択一）



(2)【購入場所】 1番多い購入場所（択一）・次に多い購入場所（択一）

- 日常生活での消費行動での購入場所をみると、生鮮食料品を中心とした食料品の購入は「生駒市内」が80%以上と最も多くなっています。
- 生駒市外で購入されることが多い品目は、洋服・衣料品、趣味・娯楽関連用品、インテリア関連用品などとなっています。
- 基本的には「生駒市内」を中心に近隣地域での購入が多くなっていますが、洋服・衣料品、書籍・文房具、趣味・娯楽関連用品、家電などの耐久消費財、インテリア関連用品などは、「その他（インターネットなど）」での購入が多くなっています。

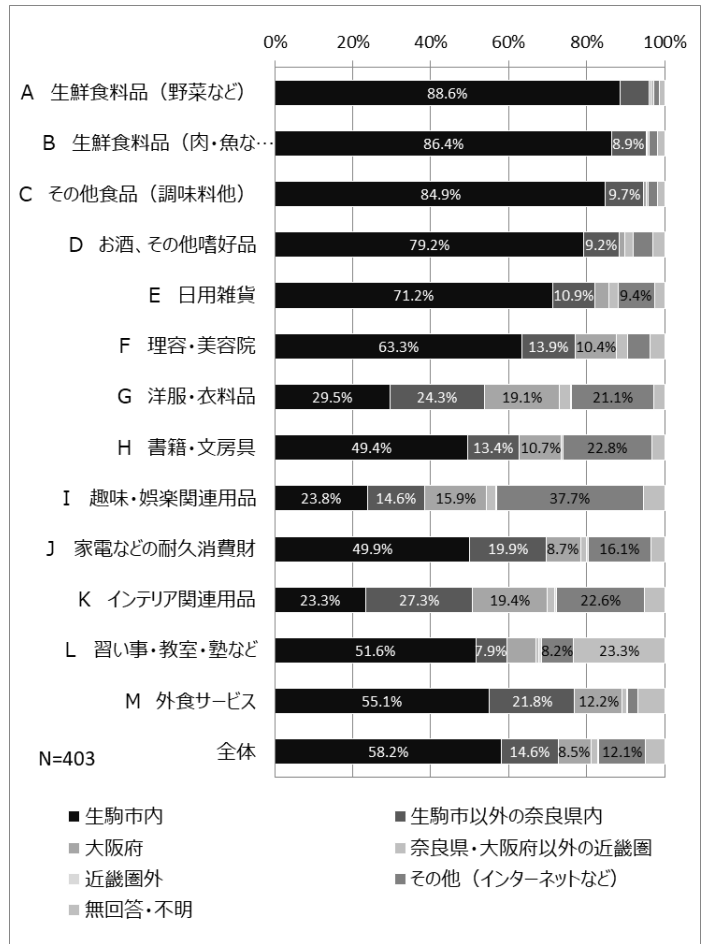
【購入場所】 1番多い購入場所（択一）

| | 生駒市内 | 生駒市以外 の奈良県内 | 大阪府 | 奈良県・大 阪府以外の 近畿圏 | 近畿圏外 | その他（イ ンターネッ トなど） | 無回答・不 明 |
|----------------|---------------|----------------|-------------|-----------------------|------------|------------------------|-------------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 357 88.6% | 30 7.4% | 2 0.5% | 3 0.7% | 0 0.0% | 6 1.5% | 5 1.2% |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 348 86.4% | 36 8.9% | 1 0.2% | 2 0.5% | 0 0.0% | 9 2.2% | 7 1.7% |
| C その他食品（調味料他） | 342 84.9% | 39 9.7% | 3 0.7% | 2 0.5% | 0 0.0% | 10 2.5% | 7 1.7% |
| D お酒、その他嗜好品 | 319 79.2% | 37 9.2% | 6 1.5% | 9 2.2% | 0 0.0% | 20 5.0% | 12 3.0% |
| E 日用雑貨 | 287 71.2% | 44 10.9% | 14 3.5% | 10 2.5% | 0 0.0% | 38 9.4% | 10 2.5% |
| F 理容・美容院 | 255 63.3% | 56 13.9% | 42 10.4% | 12 3.0% | 0 0.0% | 23 5.7% | 15 3.7% |
| G 洋服・衣料品 | 119 29.5% | 98 24.3% | 77 19.1% | 12 3.0% | 1 0.2% | 85 21.1% | 11 2.7% |
| H 書籍・文房具 | 199 49.4% | 54 13.4% | 43 10.7% | 2 0.5% | 0 0.0% | 92 22.8% | 13 3.2% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 96 23.8% | 59 14.6% | 64 15.9% | 9 2.2% | 1 0.2% | 152 37.7% | 22 5.5% |
| J 家電などの耐久消費財 | 201 49.9% | 80 19.9% | 35 8.7% | 6 1.5% | 2 0.5% | 65 16.1% | 14 3.5% |
| K インテリア関連用品 | 94 23.3% | 110 27.3% | 78 19.4% | 7 1.7% | 2 0.5% | 91 22.6% | 21 5.2% |
| L 習い事・教室・塾など | 208 51.6% | 32 7.9% | 30 7.4% | 3 0.7% | 3 0.7% | 33 8.2% | 94 23.3% |
| M 外食サービス | 222 55.1% | 88 21.8% | 49 12.2% | 5 1.2% | 1 0.2% | 10 2.5% | 28 6.9% |
| 全体 | 58.2% 3047 | 14.6% 763 | 8.5% 444 | 1.6% 82 | 0.2% 10 | 12.1% 634 | 4.9% 259 |

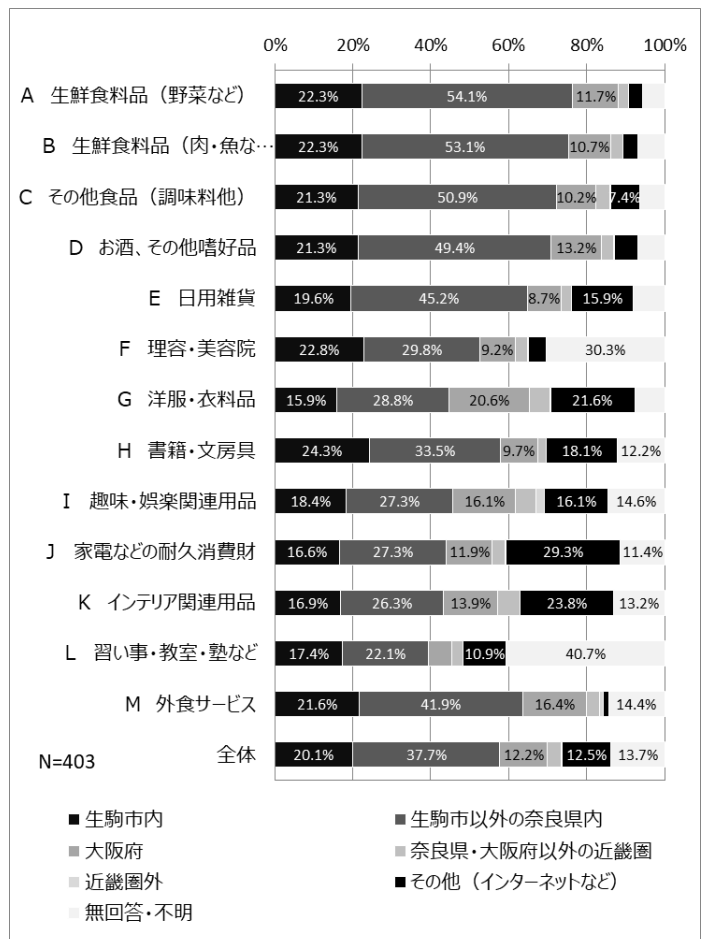
【購入場所】次に多い購入場所（択一）

| | 生駒市内 | 生駒市以外 の奈良県内 | 大阪府 | 奈良県・大 阪府以外の 近畿圏 | 近畿圏外 | その他（イ ンターネッ トなど） | 無回答・不 明 |
|----------------|-------|----------------|-------|-----------------------|------|------------------------|------------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 90 | 218 | 47 | 11 | 0 | 14 | 23 |
| | 22.3% | 54.1% | 11.7% | 2.7% | 0.0% | 3.5% | 5.7% |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 90 | 214 | 43 | 13 | 0 | 15 | 28 |
| | 22.3% | 53.1% | 10.7% | 3.2% | 0.0% | 3.7% | 6.9% |
| C その他食品（調味料他） | 86 | 205 | 41 | 14 | 1 | 30 | 26 |
| | 21.3% | 50.9% | 10.2% | 3.5% | 0.2% | 7.4% | 6.5% |
| D お酒、その他嗜好品 | 86 | 199 | 53 | 12 | 1 | 24 | 28 |
| | 21.3% | 49.4% | 13.2% | 3.0% | 0.2% | 6.0% | 6.9% |
| E 日用雑貨 | 79 | 182 | 35 | 11 | 0 | 64 | 32 |
| | 19.6% | 45.2% | 8.7% | 2.7% | 0.0% | 15.9% | 7.9% |
| F 理容・美容院 | 92 | 120 | 37 | 12 | 1 | 19 | 122 |
| | 22.8% | 29.8% | 9.2% | 3.0% | 0.2% | 4.7% | 30.3% |
| G 洋服・衣料品 | 64 | 116 | 83 | 21 | 1 | 87 | 31 |
| | 15.9% | 28.8% | 20.6% | 5.2% | 0.2% | 21.6% | 7.7% |
| H 書籍・文房具 | 98 | 135 | 39 | 9 | 0 | 73 | 49 |
| | 24.3% | 33.5% | 9.7% | 2.2% | 0.0% | 18.1% | 12.2% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 74 | 110 | 65 | 21 | 9 | 65 | 59 |
| | 18.4% | 27.3% | 16.1% | 5.2% | 2.2% | 16.1% | 14.6% |
| J 家電などの耐久消費財 | 67 | 110 | 48 | 13 | 1 | 118 | 46 |
| | 16.6% | 27.3% | 11.9% | 3.2% | 0.2% | 29.3% | 11.4% |
| K インテリア関連用品 | 68 | 106 | 56 | 24 | 0 | 96 | 53 |
| | 16.9% | 26.3% | 13.9% | 6.0% | 0.0% | 23.8% | 13.2% |
| L 習い事・教室・塾など | 70 | 89 | 24 | 12 | 0 | 44 | 164 |
| | 17.4% | 22.1% | 6.0% | 3.0% | 0.0% | 10.9% | 40.7% |
| M 外食サービス | 87 | 169 | 66 | 14 | 4 | 5 | 58 |
| | 21.6% | 41.9% | 16.4% | 3.5% | 1.0% | 1.2% | 14.4% |
| 全体 | 20.1% | 37.7% | 12.2% | 3.6% | 0.3% | 12.5% | 13.7% |
| | 1051 | 1973 | 637 | 187 | 18 | 654 | 719 |

【購入場所】 1番多い購入場所（択一）



【購入場所】 次に多い購入場所（択一）



【問 22 「日常生活での消費行動について」 × 問 6 「未成年の子どもの有無」 クロス集計】

○ 「1番多い購入場所」の比較

○日常生活での消費行動について、1番多い購入場所を「未成年の子どもの有無」ごとにみると、「未成年の子ども有」では習い事・教室・塾などのサービスを「生駒市内」で購入する割合が高くなっています。

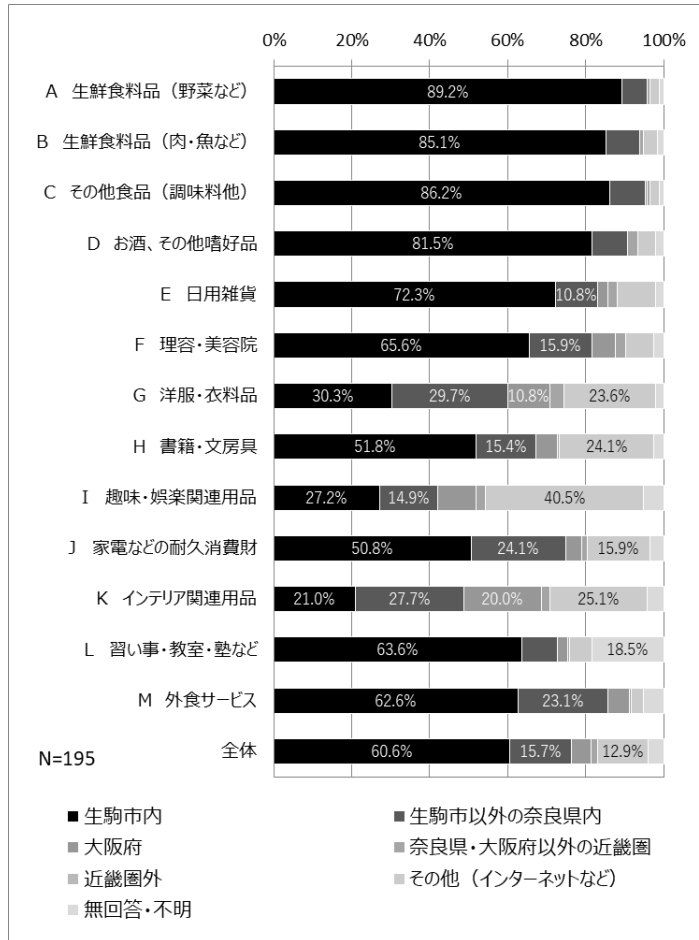
【購入場所】1番多い購入場所（択一） 「未成年の子ども有」

| 1番多い購入場所 (未成年の子ども/有) | 生駒市内 | 生駒市以外 の奈良県内 | 大阪府 | 奈良県・大 阪府以外の 近畿圏 | 近畿圏外 | その他(イ ンターネッ トなど) | 無回答・不 明 |
|-------------------------|---------------|----------------|-------------|-----------------------|-----------|------------------------|-------------|
| A 生鮮食料品(野菜など) | 174 89.2% | 13 6.7% | 0 0.0% | 1 0.5% | 0 0.0% | 5 2.6% | 2 1.0% |
| B 生鮮食料品(肉・魚など) | 166 85.1% | 17 8.7% | 0 0.0% | 2 1.0% | 0 0.0% | 7 3.6% | 3 1.5% |
| C その他食品(調味料他) | 168 86.2% | 18 9.2% | 1 0.5% | 1 0.5% | 0 0.0% | 5 2.6% | 2 1.0% |
| D お酒、その他嗜好品 | 159 81.5% | 18 9.2% | 0 0.0% | 5 2.6% | 0 0.0% | 9 4.6% | 4 2.1% |
| E 日用雑貨 | 141 72.3% | 21 10.8% | 5 2.6% | 5 2.6% | 0 0.0% | 19 9.7% | 4 2.1% |
| F 理容・美容院 | 128 65.6% | 31 15.9% | 12 6.2% | 5 2.6% | 0 0.0% | 14 7.2% | 5 2.6% |
| G 洋服・衣料品 | 59 30.3% | 58 29.7% | 21 10.8% | 7 3.6% | 0 0.0% | 46 23.6% | 4 2.1% |
| H 書籍・文房具 | 101 51.8% | 30 15.4% | 11 5.6% | 1 0.5% | 0 0.0% | 47 24.1% | 5 2.6% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 53 27.2% | 29 14.9% | 19 9.7% | 5 2.6% | 0 0.0% | 79 40.5% | 10 5.1% |
| J 家電などの耐久消費財 | 99 50.8% | 47 24.1% | 8 4.1% | 3 1.5% | 0 0.0% | 31 15.9% | 7 3.6% |
| K インテリア関連用品 | 41 21.0% | 54 27.7% | 39 20.0% | 4 2.1% | 0 0.0% | 49 25.1% | 8 4.1% |
| L 習い事・教室・塾など | 124 63.6% | 18 9.2% | 5 2.6% | 1 0.5% | 0 0.0% | 11 5.6% | 36 18.5% |
| M 外食サービス | 122 62.6% | 45 23.1% | 11 5.6% | 1 0.5% | 0 0.0% | 6 3.1% | 10 5.1% |
| 全体 | 1535 60.6% | 399 15.7% | 132 5.2% | 41 1.6% | 0 0.0% | 328 12.9% | 100 3.9% |

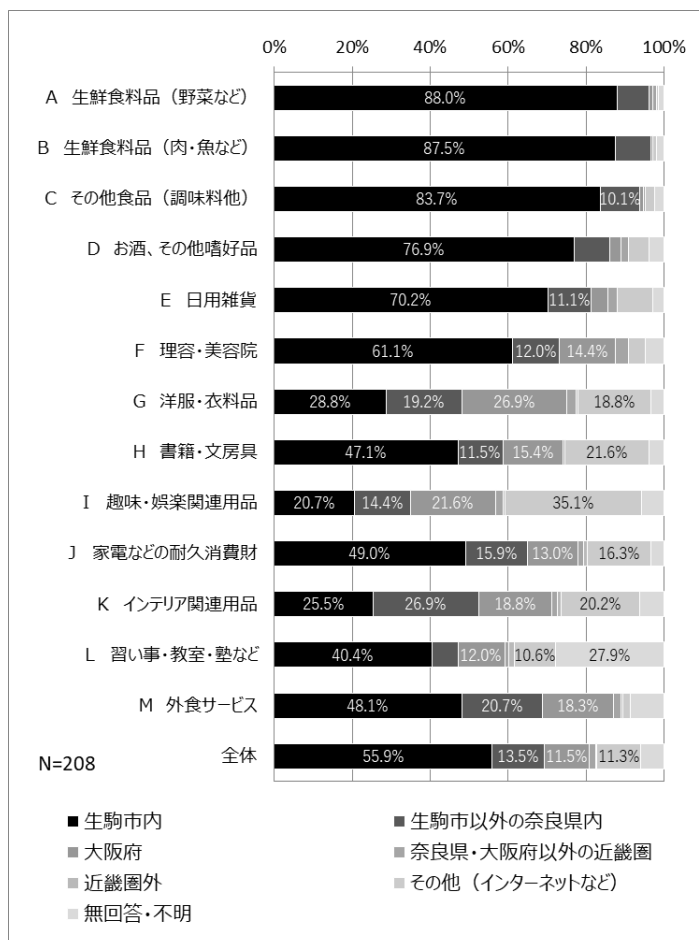
【購入場所】 1番多い購入場所（択一） 「未成年の子ども無」

| 1番多い購入場所 (未成年の子ども/無) | 生駒市内 | 生駒市以外 の奈良県内 | 大阪府 | 奈良県・大 阪府以外の 近畿圏 | 近畿圏外 | その他(イ ンターネッ トなど) | 無回答・不 明 |
|-------------------------|-------|----------------|-------|-----------------------|------|------------------------|------------|
| A 生鮮食料品(野菜など) | 183 | 17 | 2 | 2 | 0 | 1 | 3 |
| | 88.0% | 8.2% | 1.0% | 1.0% | 0.0% | 0.5% | 1.4% |
| B 生鮮食料品(肉・魚など) | 182 | 19 | 1 | 0 | 0 | 2 | 4 |
| | 87.5% | 9.1% | 0.5% | 0.0% | 0.0% | 1.0% | 1.9% |
| C その他食品(調味料他) | 174 | 21 | 2 | 1 | 0 | 5 | 5 |
| | 83.7% | 10.1% | 1.0% | 0.5% | 0.0% | 2.4% | 2.4% |
| D お酒、その他嗜好品 | 160 | 19 | 6 | 4 | 0 | 11 | 8 |
| | 76.9% | 9.1% | 2.9% | 1.9% | 0.0% | 5.3% | 3.8% |
| E 日用雑貨 | 146 | 23 | 9 | 5 | 0 | 19 | 6 |
| | 70.2% | 11.1% | 4.3% | 2.4% | 0.0% | 9.1% | 2.9% |
| F 理容・美容院 | 127 | 25 | 30 | 7 | 0 | 9 | 10 |
| | 61.1% | 12.0% | 14.4% | 3.4% | 0.0% | 4.3% | 4.8% |
| G 洋服・衣料品 | 60 | 40 | 56 | 5 | 1 | 39 | 7 |
| | 28.8% | 19.2% | 26.9% | 2.4% | 0.5% | 18.8% | 3.4% |
| H 書籍・文房具 | 98 | 24 | 32 | 1 | 0 | 45 | 8 |
| | 47.1% | 11.5% | 15.4% | 0.5% | 0.0% | 21.6% | 3.8% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 43 | 30 | 45 | 4 | 1 | 73 | 12 |
| | 20.7% | 14.4% | 21.6% | 1.9% | 0.5% | 35.1% | 5.8% |
| J 家電などの耐久消費財 | 102 | 33 | 27 | 3 | 2 | 34 | 7 |
| | 49.0% | 15.9% | 13.0% | 1.4% | 1.0% | 16.3% | 3.4% |
| K インテリア関連用品 | 53 | 56 | 39 | 3 | 2 | 42 | 13 |
| | 25.5% | 26.9% | 18.8% | 1.4% | 1.0% | 20.2% | 6.3% |
| L 習い事・教室・塾など | 84 | 14 | 25 | 2 | 3 | 22 | 58 |
| | 40.4% | 6.7% | 12.0% | 1.0% | 1.4% | 10.6% | 27.9% |
| M 外食サービス | 100 | 43 | 38 | 4 | 1 | 4 | 18 |
| | 48.1% | 20.7% | 18.3% | 1.9% | 0.5% | 1.9% | 8.7% |
| 全体 | 1512 | 364 | 312 | 41 | 10 | 306 | 159 |
| | 55.9% | 13.5% | 11.5% | 1.5% | 0.4% | 11.3% | 5.9% |

【購入場所】 1番多い購入場所（択一）
「未成年の子ども有」



【購入場所】 1番多い購入場所（択一）
「未成年の子ども無」

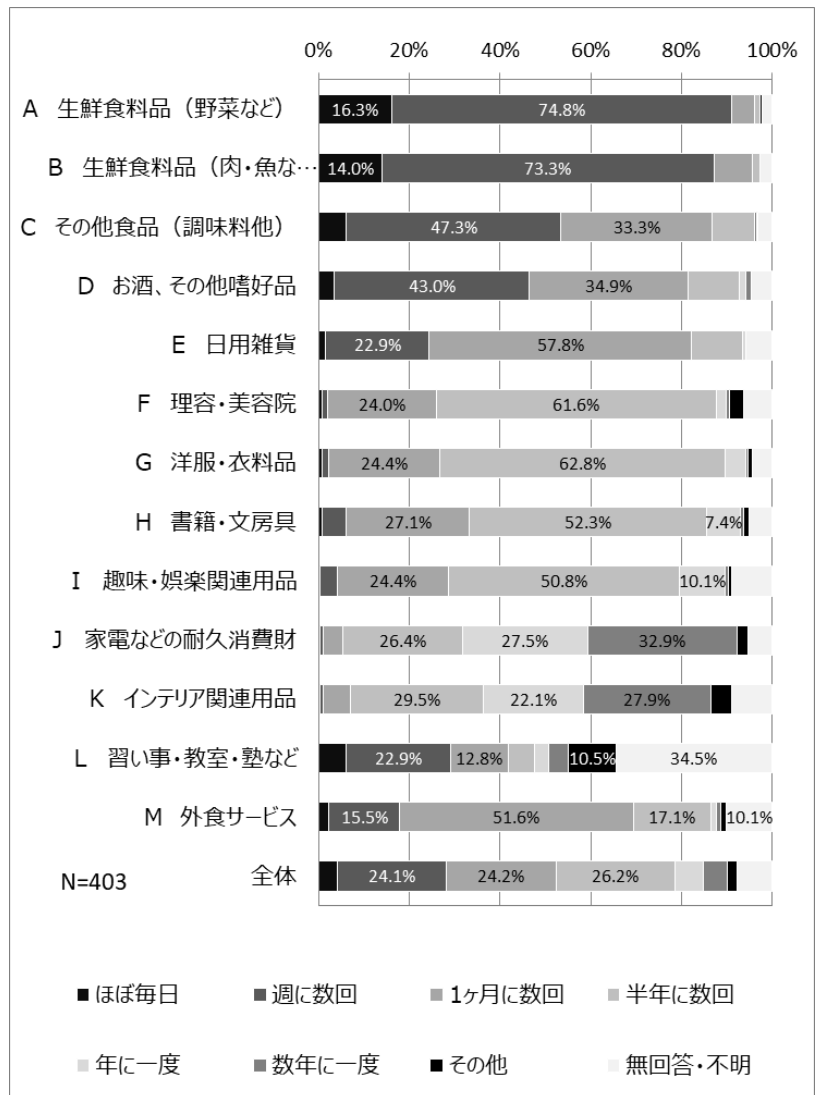


(3)【購入頻度】(択一)

- 日常生活での消費行動での購入頻度をみると、生鮮食料品を中心とした食料品や日用雑貨の購入頻度が高くなっています。生鮮食料品（野菜など）は「ほぼ毎日」（16.3%）・「週に数回」（74.8%）、生鮮食料品（肉・魚など）は「ほぼ毎日」（14.0%）、「週に数回」（73.3%）となっています。
- ついで購入頻度が多いものは、習い事・教室・塾などは「ほぼ毎日」（6.2%）・「週に数回」（22.9%）となっています。

| | ほぼ毎日 | 週に数回 | 1ヶ月に数回 | 半年に数回 | 年に一度 | 数年に一度 | その他 | 無回答・不明 |
|----------------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 42 | 193 | 13 | 3 | 0 | 0 | 1 | 6 |
| | 16.3% | 74.8% | 5.0% | 1.2% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 2.3% |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 36 | 189 | 22 | 4 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| | 14.0% | 73.3% | 8.5% | 1.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2.7% |
| C その他食品（調味料他） | 16 | 122 | 86 | 24 | 0 | 1 | 1 | 8 |
| | 6.2% | 47.3% | 33.3% | 9.3% | 0.0% | 0.4% | 0.4% | 3.1% |
| D お酒、その他嗜好品 | 9 | 111 | 90 | 29 | 4 | 3 | 0 | 12 |
| | 3.5% | 43.0% | 34.9% | 11.2% | 1.6% | 1.2% | 0.0% | 4.7% |
| E 日用雑貨 | 4 | 59 | 149 | 29 | 2 | 0 | 0 | 15 |
| | 1.6% | 22.9% | 57.8% | 11.2% | 0.8% | 0.0% | 0.0% | 5.8% |
| F 理容・美容院 | 2 | 3 | 62 | 159 | 6 | 2 | 8 | 16 |
| | 0.8% | 1.2% | 24.0% | 61.6% | 2.3% | 0.8% | 3.1% | 6.2% |
| G 洋服・衣料品 | 2 | 4 | 63 | 162 | 12 | 1 | 3 | 11 |
| | 0.8% | 1.6% | 24.4% | 62.8% | 4.7% | 0.4% | 1.2% | 4.3% |
| H 書籍・文房具 | 2 | 14 | 70 | 135 | 19 | 2 | 3 | 13 |
| | 0.8% | 5.4% | 27.1% | 52.3% | 7.4% | 0.8% | 1.2% | 5.0% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 1 | 10 | 63 | 131 | 26 | 2 | 2 | 23 |
| | 0.4% | 3.9% | 24.4% | 50.8% | 10.1% | 0.8% | 0.8% | 8.9% |
| J 家電などの耐久消費財 | 1 | 2 | 11 | 68 | 71 | 85 | 6 | 14 |
| | 0.4% | 0.8% | 4.3% | 26.4% | 27.5% | 32.9% | 2.3% | 5.4% |
| K インテリア関連用品 | 1 | 2 | 15 | 76 | 57 | 72 | 12 | 23 |
| | 0.4% | 0.8% | 5.8% | 29.5% | 22.1% | 27.9% | 4.7% | 8.9% |
| L 習い事・教室・塾など | 16 | 59 | 33 | 15 | 8 | 11 | 27 | 89 |
| | 6.2% | 22.9% | 12.8% | 5.8% | 3.1% | 4.3% | 10.5% | 34.5% |
| M 外食サービス | 6 | 40 | 133 | 44 | 3 | 3 | 3 | 26 |
| | 2.3% | 15.5% | 51.6% | 17.1% | 1.2% | 1.2% | 1.2% | 10.1% |
| 全体 | 4.1% | 24.1% | 24.2% | 26.2% | 6.2% | 5.4% | 2.0% | 7.8% |
| | 138 | 808 | 810 | 879 | 208 | 182 | 66 | 263 |

【購入頻度】（択一）



【問 22 「日常生活での消費行動について」 × 問 6 「未成年の子どもの有無」 クロス集計】

○ 「購入頻度」 の比較

- 日常生活での消費行動について、購入頻度を「未成年の子どもの有無」ごとにみると、「未成年の子ども有」の方が、生鮮食料品を中心とした食料品や日用雑貨の購入頻度が「ほぼ毎日」よりも「週に数回」が多くなる傾向がうかがえます。
- 一方で、「未成年の子ども有」では習い事・教室・塾などのサービスを「ほぼ毎日」が11.0%となっており、子どもの習い事・教室・塾などは「ほぼ毎日」から「週に数回」などの高い頻度で購入する割合が高いことがうかがえます。

【購入頻度】（択一） 「未成年の子ども有」

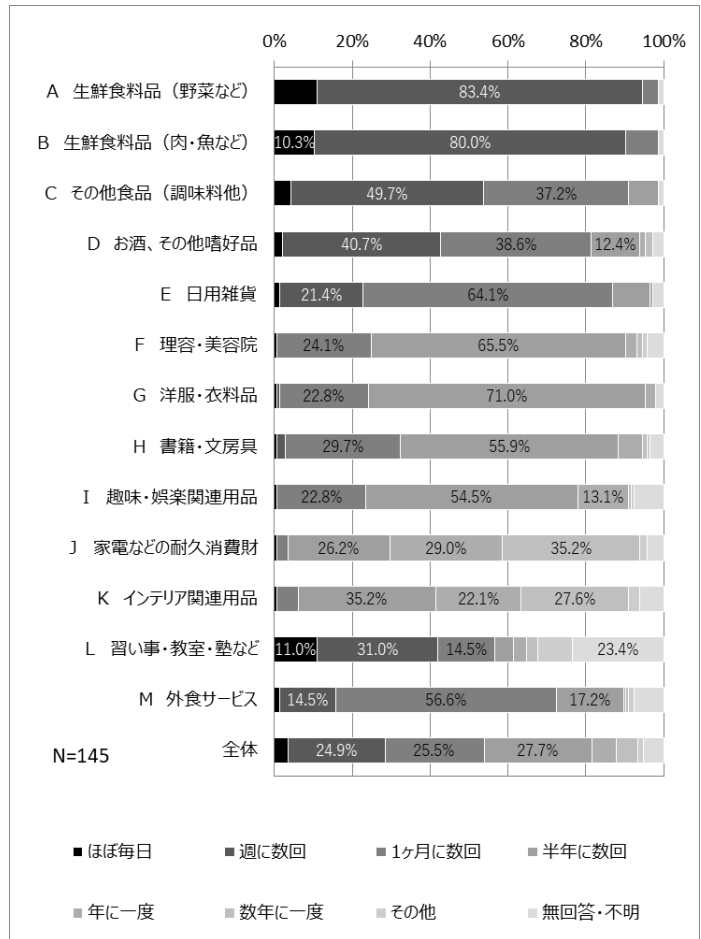
| 購入頻度 (未成年の子ども/有) | ほぼ毎日 | 週に数回 | 1ヶ月に数回 | 半年に数回 | 年に一度 | 数年に一度 | その他 | 無回答・不明 |
|---------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 16 11.0% | 121 83.4% | 6 4.1% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 1.4% |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 15 10.3% | 116 80.0% | 12 8.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 1.4% |
| C その他食品（調味料他） | 6 4.1% | 72 49.7% | 54 37.2% | 11 7.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 2 1.4% |
| D お酒、その他嗜好品 | 3 2.1% | 59 40.7% | 56 38.6% | 18 12.4% | 2 1.4% | 3 2.1% | 0 0.0% | 4 2.8% |
| E 日用雑貨 | 2 1.4% | 31 21.4% | 93 64.1% | 14 9.7% | 1 0.7% | 0 0.0% | 0 0.0% | 4 2.8% |
| F 理容・美容院 | 1 0.7% | 0 0.0% | 35 24.1% | 95 65.5% | 4 2.8% | 2 1.4% | 2 1.4% | 6 4.1% |
| G 洋服・衣料品 | 1 0.7% | 1 0.7% | 33 22.8% | 103 71.0% | 4 2.8% | 0 0.0% | 0 0.0% | 3 2.1% |
| H 書籍・文房具 | 1 0.7% | 3 2.1% | 43 29.7% | 81 55.9% | 9 6.2% | 2 1.4% | 1 0.7% | 5 3.4% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 1 0.7% | 0 0.0% | 33 22.8% | 79 54.5% | 19 13.1% | 1 0.7% | 1 0.7% | 11 7.6% |
| J 家電などの耐久消費財 | 1 0.7% | 0 0.0% | 4 2.8% | 38 26.2% | 42 29.0% | 51 35.2% | 3 2.1% | 6 4.1% |
| K インテリア関連用品 | 1 0.7% | 0 0.0% | 8 5.5% | 51 35.2% | 32 22.1% | 40 27.6% | 4 2.8% | 9 6.2% |
| L 習い事・教室・塾など | 16 11.0% | 45 31.0% | 21 14.5% | 7 4.8% | 5 3.4% | 4 2.8% | 13 9.0% | 34 23.4% |
| M 外食サービス | 2 1.4% | 21 14.5% | 82 56.6% | 25 17.2% | 1 0.7% | 1 0.7% | 2 1.4% | 11 7.6% |
| 全体 | 66 3.5% | 469 24.9% | 480 25.5% | 522 27.7% | 119 6.3% | 104 5.5% | 26 1.4% | 99 5.3% |

【購入頻度】（択一） 「未成年の子ども無」

| 購入頻度 (未成年の子ども/無) | ほぼ毎日 | 週に数回 | 1ヶ月に数回 | 半年に数回 | 年に一度 | 数年に一度 | その他 | 無回答・不明 |
|---------------------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 26 | 72 | 7 | 3 | 0 | 0 | 1 | 4 |
| | 23.0% | 63.7% | 6.2% | 2.7% | 0.0% | 0.0% | 0.9% | 3.5% |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 21 | 73 | 10 | 4 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | 18.6% | 64.6% | 8.8% | 3.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 4.4% |
| C その他食品（調味料他） | 10 | 50 | 32 | 13 | 0 | 1 | 1 | 6 |
| | 8.8% | 44.2% | 28.3% | 11.5% | 0.0% | 0.9% | 0.9% | 5.3% |
| D お酒、その他嗜好品 | 6 | 52 | 34 | 11 | 2 | 0 | 0 | 8 |
| | 5.3% | 46.0% | 30.1% | 9.7% | 1.8% | 0.0% | 0.0% | 7.1% |
| E 日用雑貨 | 2 | 28 | 56 | 15 | 1 | 0 | 0 | 11 |
| | 1.8% | 24.8% | 49.6% | 13.3% | 0.9% | 0.0% | 0.0% | 9.7% |
| F 理容・美容院 | 1 | 3 | 27 | 64 | 2 | 0 | 6 | 10 |
| | 0.9% | 2.7% | 23.9% | 56.6% | 1.8% | 0.0% | 5.3% | 8.8% |
| G 洋服・衣料品 | 1 | 3 | 30 | 59 | 8 | 1 | 3 | 8 |
| | 0.9% | 2.7% | 26.5% | 52.2% | 7.1% | 0.9% | 2.7% | 7.1% |
| H 書籍・文房具 | 1 | 11 | 27 | 54 | 10 | 0 | 2 | 8 |
| | 0.9% | 9.7% | 23.9% | 47.8% | 8.8% | 0.0% | 1.8% | 7.1% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 0 | 10 | 30 | 52 | 7 | 1 | 1 | 12 |
| | 0.0% | 8.8% | 26.5% | 46.0% | 6.2% | 0.9% | 0.9% | 10.6% |
| J 家電などの耐久消費財 | 0 | 2 | 7 | 30 | 29 | 34 | 3 | 8 |
| | 0.0% | 1.8% | 6.2% | 26.5% | 25.7% | 30.1% | 2.7% | 7.1% |
| K インテリア関連用品 | 0 | 2 | 7 | 25 | 25 | 32 | 8 | 14 |
| | 0.0% | 1.8% | 6.2% | 22.1% | 22.1% | 28.3% | 7.1% | 12.4% |
| L 習い事・教室・塾など | 0 | 14 | 12 | 8 | 3 | 7 | 14 | 55 |
| | 0.0% | 12.4% | 10.6% | 7.1% | 2.7% | 6.2% | 12.4% | 48.7% |
| M 外食サービス | 4 | 19 | 51 | 19 | 2 | 2 | 1 | 15 |
| | 3.5% | 16.8% | 45.1% | 16.8% | 1.8% | 1.8% | 0.9% | 13.3% |
| 全体 | 72 | 339 | 330 | 357 | 89 | 78 | 40 | 164 |
| | 4.9% | 23.1% | 22.5% | 24.3% | 6.1% | 5.3% | 2.7% | 11.2% |

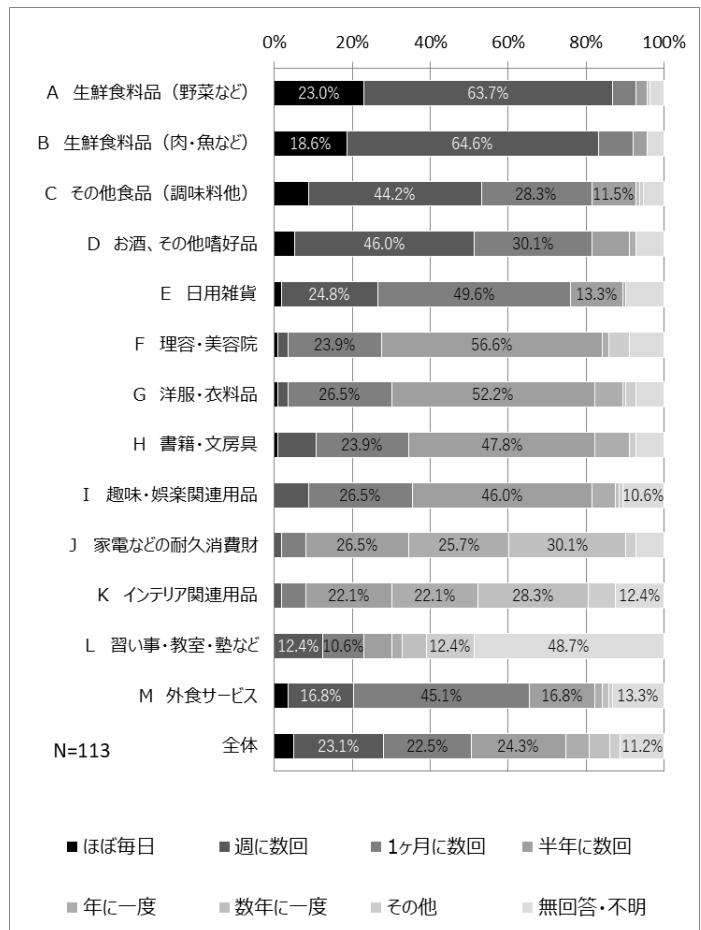
【購入頻度】（択一）

「未成年の子ども有」



【購入頻度】（択一）

「未成年の子ども無」



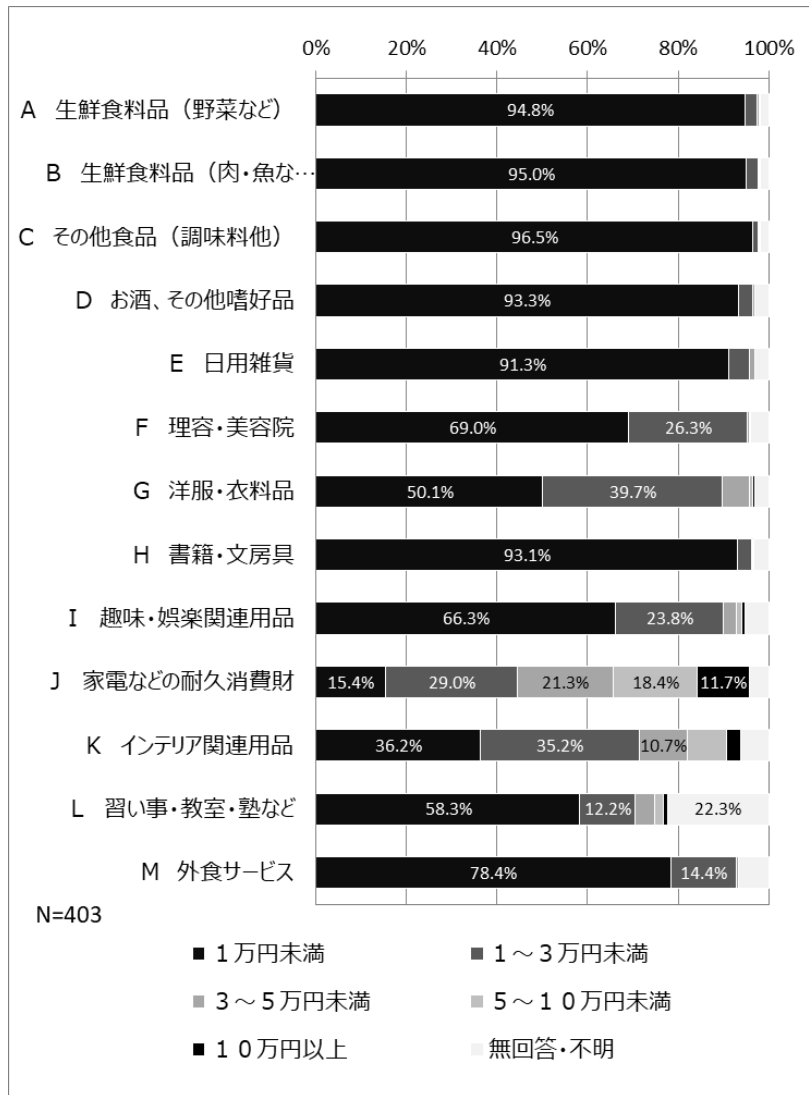
(4) 【1回の購入金額】(択一)

- 日常生活での消費行動での1回の購入金額をみると、全体では「1万円未満」が72.1%と最も多くなっています。特に日々の生活に必要な品目では「1万円未満」の割合が90%を超えているものが多くなっています。
- 一方で、理容・美容院、洋服・衣料品、趣味・娯楽関連用品では「1～3万円未満」が占める割合も多くなっています。
- 習い事・教室・塾などでも、「1万円未満」が58.3%と最も多くなっています。
- 家電などの耐久消費財では、「1～3万円未満」が29.0%と最も多くなっていますが、「3～5万円未満」から「10万円以上」を合わせると51.4%となっており、他の品目に比べて1回の購入金額が大きくなっています。
- 外食サービスでも、「1万円未満」が78.4%と最も多くなっています。

【1回の購入金額】(択一)

| | 1万円未満 | 1～3万円未満 | 3～5万円未満 | 5～10万円未満 | 10万円以上 | 無回答・不明 |
|----------------|---------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| A 生鮮食料品(野菜など) | 382 94.8% | 11 2.7% | 2 0.5% | 1 0.2% | 0 0.0% | 7 1.7% |
| B 生鮮食料品(肉・魚など) | 383 95.0% | 11 2.7% | 1 0.2% | 1 0.2% | 0 0.0% | 7 1.7% |
| C その他食品(調味料他) | 389 96.5% | 5 1.2% | 1 0.2% | 1 0.2% | 0 0.0% | 7 1.7% |
| D お酒、その他嗜好品 | 376 93.3% | 13 3.2% | 2 0.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 12 3.0% |
| E 日用雑貨 | 368 91.3% | 18 4.5% | 5 1.2% | 0 0.0% | 0 0.0% | 12 3.0% |
| F 理容・美容院 | 278 69.0% | 106 26.3% | 2 0.5% | 1 0.2% | 0 0.0% | 16 4.0% |
| G 洋服・衣料品 | 202 50.1% | 160 39.7% | 24 6.0% | 3 0.7% | 2 0.5% | 12 3.0% |
| H 書籍・文房具 | 375 93.1% | 13 3.2% | 1 0.2% | 0 0.0% | 1 0.2% | 13 3.2% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 267 66.3% | 96 23.8% | 11 2.7% | 5 1.2% | 3 0.7% | 21 5.2% |
| J 家電などの耐久消費財 | 62 15.4% | 117 29.0% | 86 21.3% | 74 18.4% | 47 11.7% | 17 4.2% |
| K インテリア関連用品 | 146 36.2% | 142 35.2% | 43 10.7% | 35 8.7% | 12 3.0% | 25 6.2% |
| L 習い事・教室・塾など | 235 58.3% | 49 12.2% | 18 4.5% | 7 1.7% | 4 1.0% | 90 22.3% |
| M 外食サービス | 316 78.4% | 58 14.4% | 2 0.5% | 0 0.0% | 0 0.0% | 27 6.7% |
| 全体 | 72.1% 3779 | 15.3% 799 | 3.8% 198 | 2.4% 128 | 1.3% 69 | 5.1% 266 |

【1回の購入金額】(択一)



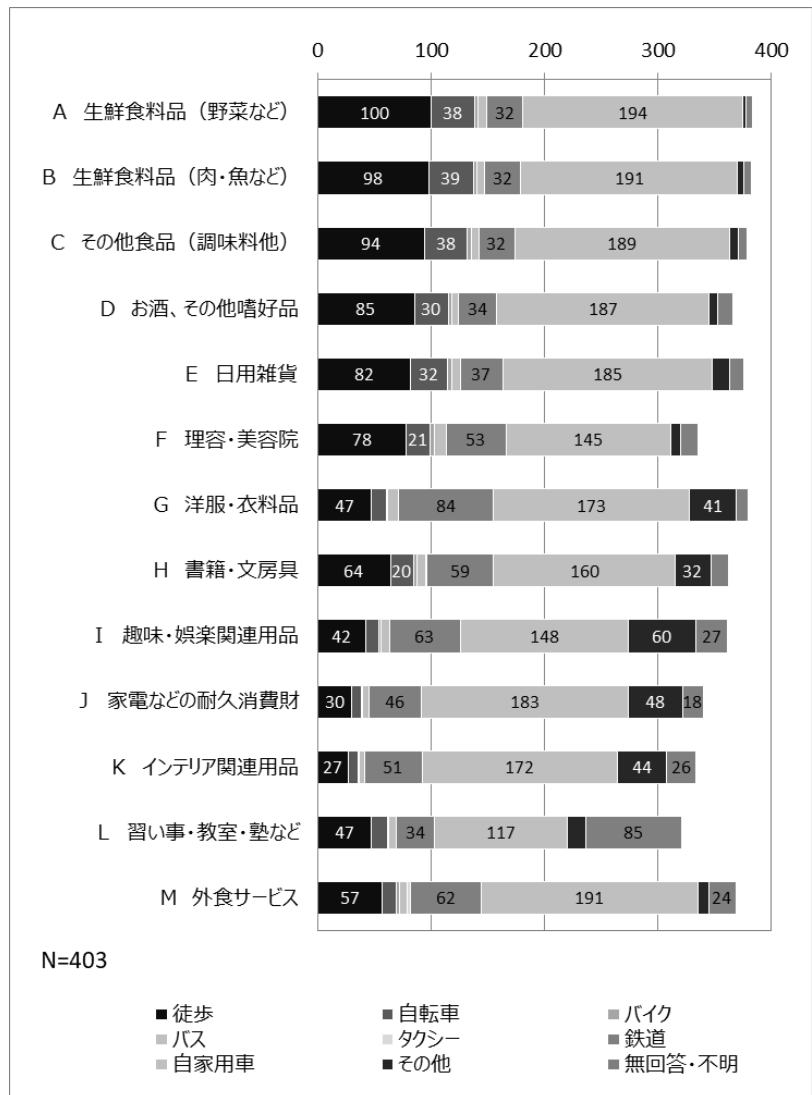
(5) 【利用交通手段】 (複数回答)

- 日常生活での消費行動での利用交通手段をみると、全体として「自家用車」を利用する回答者が最も多くなっています。
- 一方で、日々の生活に必要な品目を中心に、「徒歩」で購入される回答者も多くなっています。
- 洋服・衣料品、趣味・娯楽関連用品では、「鉄道」を利用される回答者も多くなっており、生駒市外で購入される機会が多いことがうかがえます。

【利用交通手段】 (複数回答)

| | 徒歩 | 自転車 | バイク | バス | タクシー | 鉄道 | 自家用車 | その他 | 無回答・不明 |
|----------------|-----|-----|-----|----|------|-----|------|-----|--------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 100 | 38 | 3 | 8 | 0 | 32 | 194 | 3 | 6 |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 98 | 39 | 3 | 7 | 0 | 32 | 191 | 6 | 7 |
| C その他食品（調味料他） | 94 | 38 | 3 | 7 | 0 | 32 | 189 | 8 | 8 |
| D お酒、その他嗜好品 | 85 | 30 | 3 | 6 | 0 | 34 | 187 | 8 | 13 |
| E 日用雑貨 | 82 | 32 | 4 | 8 | 0 | 37 | 185 | 15 | 13 |
| F 理容・美容院 | 78 | 21 | 4 | 10 | 0 | 53 | 145 | 9 | 15 |
| G 洋服・衣料品 | 47 | 13 | 1 | 10 | 0 | 84 | 173 | 41 | 11 |
| H 書籍・文房具 | 64 | 20 | 3 | 8 | 1 | 59 | 160 | 32 | 15 |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 42 | 12 | 2 | 7 | 0 | 63 | 148 | 60 | 27 |
| J 家電などの耐久消費財 | 30 | 8 | 1 | 6 | 0 | 46 | 183 | 48 | 18 |
| K インテリア関連用品 | 27 | 8 | 1 | 5 | 0 | 51 | 172 | 44 | 26 |
| L 習い事・教室・塾など | 47 | 14 | 1 | 7 | 0 | 34 | 117 | 16 | 85 |
| M 外食サービス | 57 | 12 | 3 | 7 | 3 | 62 | 191 | 10 | 24 |
| 全体 | 851 | 285 | 32 | 96 | 4 | 619 | 2235 | 300 | 268 |

【利用交通手段】 (複数回答)



4. 「観光・レクリエーション」について

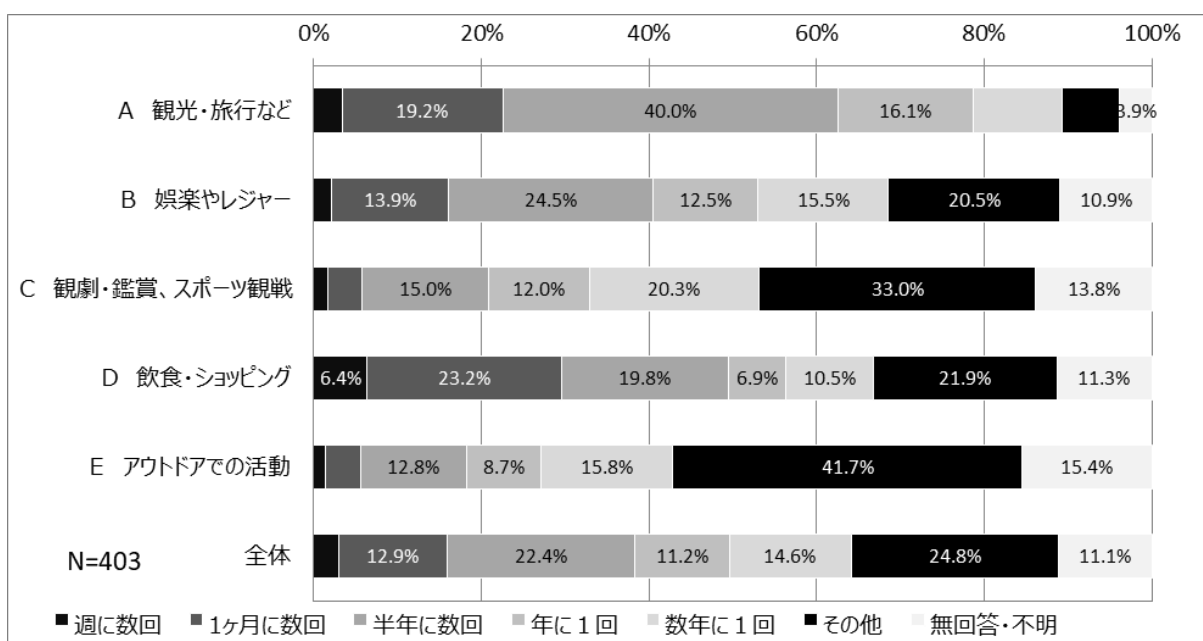
問 23 あなたの世帯で、次のような観光・レクリエーションをする場合についてお尋ねします。
 コロナ禍を経たこの数年の状況について、それぞれの項目ごとに、該当する番号を選んで、
 表の番号を選んで○をつけてください。

(1) 【出かける頻度】(択一)

- 出かける頻度をみると、全体として「半年に数回」が22.4%と最も多くなっています。
- 内容をみると、「週に数回」は飲食・ショッピングで6.4%と最も多くなっています。飲食・ショッピングは「1ヶ月に数回」も23.2%となっており、観光・レクリエーション全体で見ると定期的に出かけることが多いことがうかがえます。
- また「半年に数回」までを合わせると、観光・旅行などが62.6%と最も多くなり、定期的な行事として出かけていることがうかがえます。
- 行程ごとにみると、半日程度の頻度が高く、「1ヶ月に数回」と「週に数回」を合わせると30.2%となっています。

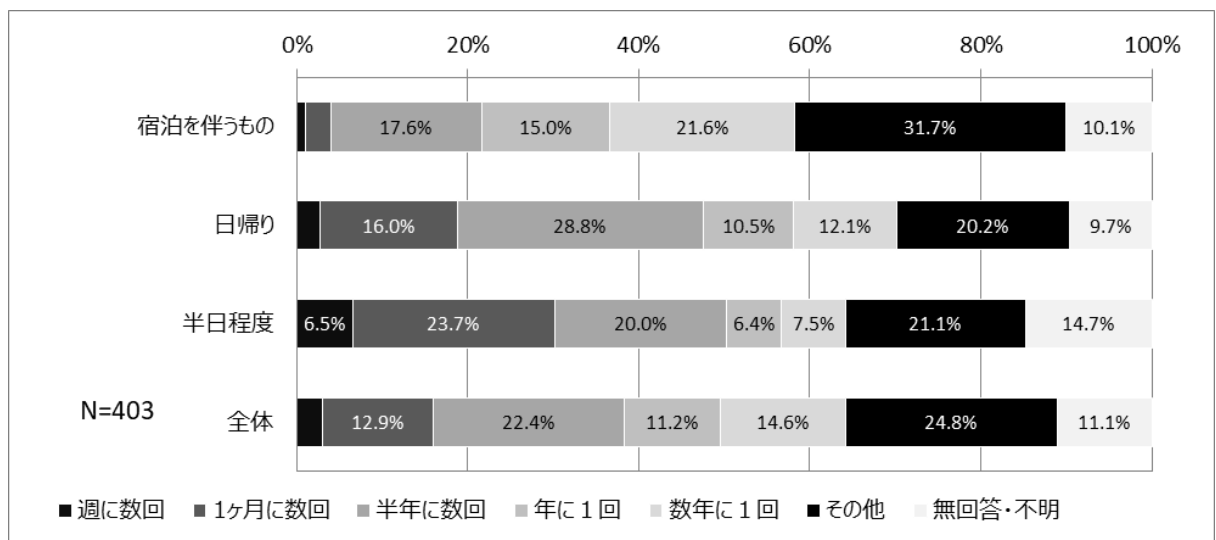
【出かける頻度】(択一) 観光・レクリエーションの内容

| | 週に数回 | 1ヶ月に数回 | 半年に数回 | 年に1回 | 数年に1回 | その他 | 無回答・不明 |
|----------------|-------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
| A 観光・旅行など | 36 3.4% | 204 19.2% | 426 40.0% | 171 16.1% | 114 10.7% | 72 6.8% | 41 3.9% |
| B 娯楽やレジャー | 23 2.2% | 148 13.9% | 260 24.5% | 133 12.5% | 165 15.5% | 218 20.5% | 116 10.9% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 18 1.7% | 44 4.1% | 160 15.0% | 128 12.0% | 216 20.3% | 351 33.0% | 147 13.8% |
| D 飲食・ショッピング | 68 6.4% | 247 23.2% | 211 19.8% | 73 6.9% | 112 10.5% | 233 21.9% | 120 11.3% |
| E アウトドアでの活動 | 15 1.4% | 44 4.1% | 136 12.8% | 93 8.7% | 168 15.8% | 444 41.7% | 164 15.4% |
| 全体 | 160 3.0% | 687 12.9% | 1193 22.4% | 598 11.2% | 775 14.6% | 1318 24.8% | 588 11.1% |



【出かける頻度】（択一） 観光・レクリエーションの行程

| | 週に数回 | 1ヶ月に 数回 | 半年に数 回 | 年に1回 | 数年に1 回 | その他 | 無回答・ 不明 |
|---------|-------------|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
| 宿泊を伴うもの | 21 1.0% | 59 2.9% | 355 17.6% | 303 15.0% | 435 21.6% | 639 31.7% | 203 10.1% |
| 日帰り | 55 2.7% | 323 16.0% | 580 28.8% | 212 10.5% | 243 12.1% | 407 20.2% | 195 9.7% |
| 半日程度 | 84 6.5% | 305 23.7% | 258 20.0% | 83 6.4% | 97 7.5% | 272 21.1% | 190 14.7% |
| 全体 | 160 3.0% | 687 12.9% | 1193 22.4% | 598 11.2% | 775 14.6% | 1318 24.8% | 588 11.1% |

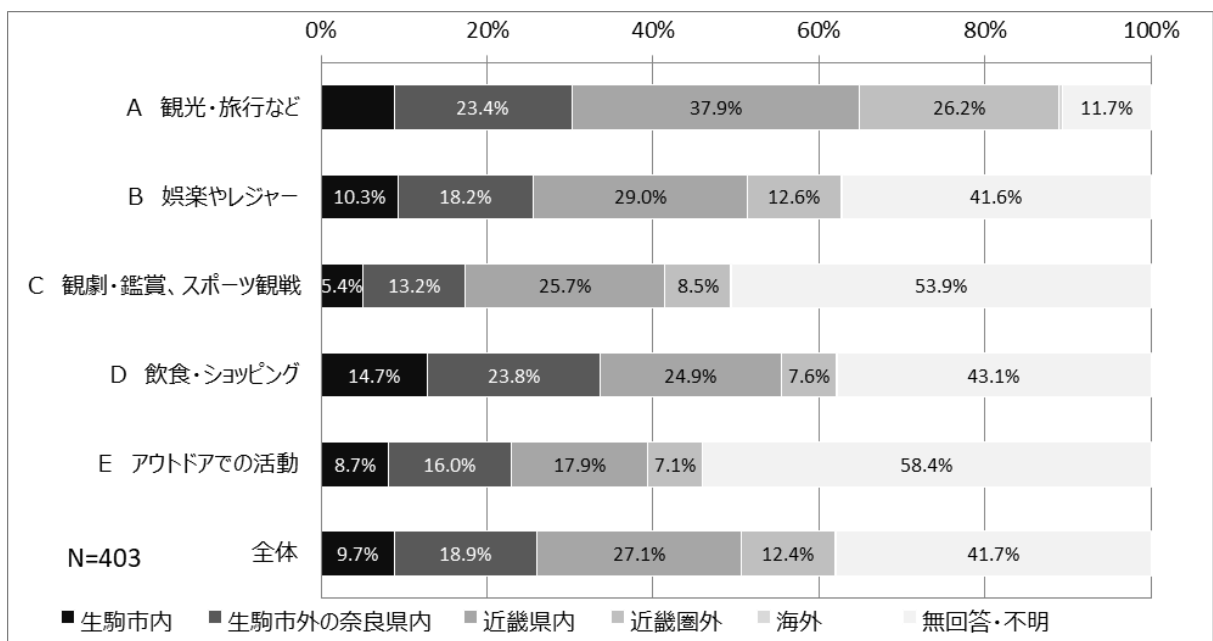


(2) 【主な行き先】(2つまで○)

- 主な行き先をみると、全体として「近畿圏内」が27.1%と最も多くなっています。
- 内容をみると、「生駒市内」は飲食・ショッピングで14.7%と最も多くなっており、他の内容と比較して近隣地域を行き先とすることが多いことがうかがえます。
- 行程ごとにみると、宿泊を伴う場合は「近畿圏外」(25.5%)など遠方が多くなり、半日程度の場合は「生駒市外の奈良県内」(30.8%)が多くなっています。
- 行き先を「生駒市内」とするものは、半日程度の工程で19.8%と最も多くなっています。

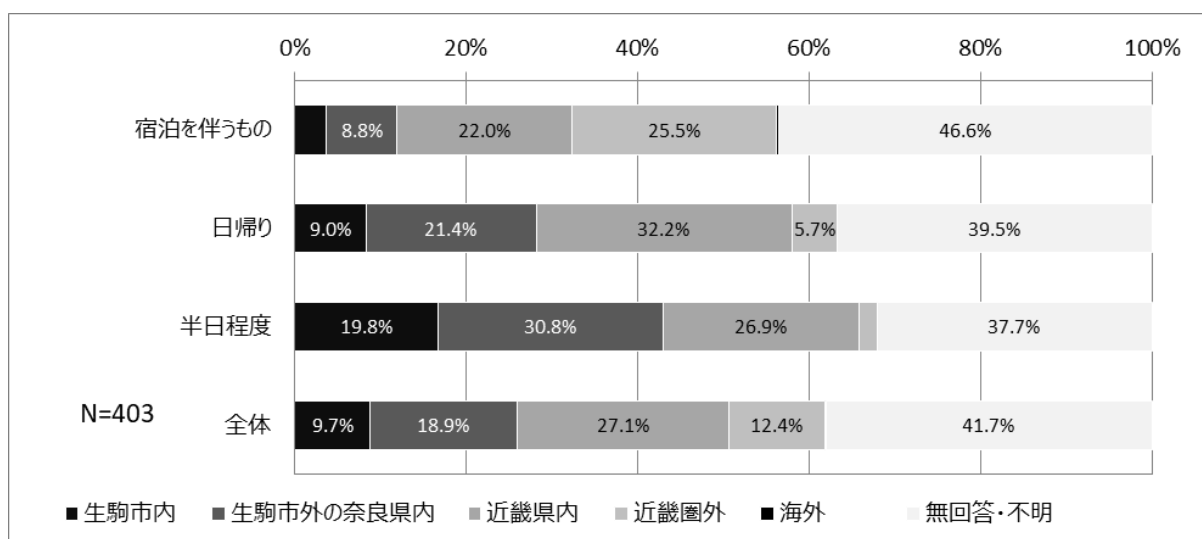
【主な行き先】(2つまで○) 観光・レクリエーションの内容

| (複数回答) | 生駒市内 | 生駒市外 の奈良県 内 | 近畿圏内 | 近畿圏外 | 海外 | 無回答・ 不明 |
|----------------|--------------|-------------------|---------------|--------------|-----------|---------------|
| A 観光・旅行など | 102 9.6% | 249 23.4% | 403 37.9% | 279 26.2% | 4 0.4% | 124 11.7% |
| B 娯楽やレジャー | 110 10.3% | 193 18.2% | 308 29.0% | 134 12.6% | 1 0.1% | 442 41.6% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 57 5.4% | 140 13.2% | 273 25.7% | 90 8.5% | 1 0.1% | 574 53.9% |
| D 飲食・ショッピング | 156 14.7% | 253 23.8% | 265 24.9% | 81 7.6% | 1 0.1% | 459 43.1% |
| E アウトドアでの活動 | 93 8.7% | 170 16.0% | 190 17.9% | 76 7.1% | 0 0.0% | 621 58.4% |
| 全体 | 518 9.7% | 1005 18.9% | 1439 27.1% | 660 12.4% | 7 0.1% | 2220 41.7% |



【主な行き先】（2つまで○） 観光・レクリエーションの行程

| (複数回答) | 生駒市内 | 生駒市外の奈良県内 | 近畿圏内 | 近畿圏外 | 海外 | 無回答・不明 |
|---------|--------------|---------------|---------------|--------------|-----------|---------------|
| 宿泊を伴うもの | 81 4.0% | 177 8.8% | 443 22.0% | 514 25.5% | 7 0.3% | 938 46.6% |
| 日帰り | 182 9.0% | 431 21.4% | 649 32.2% | 115 5.7% | 0 0.0% | 796 39.5% |
| 半日程度 | 255 19.8% | 397 30.8% | 347 26.9% | 31 2.4% | 0 0.0% | 486 37.7% |
| 全体 | 518 9.7% | 1005 18.9% | 1439 27.1% | 660 12.4% | 7 0.1% | 2220 41.7% |



【問 23「観光・レクリエーションについて」×問 6「未成年の子どもの有無」クロス集計】

○「主な行き先」の比較

○主な行き先を「未成年の子どもの有無」ごとにみると、全体として「未成年の子ども有」では「生駒市内」を中心に、近隣地域での観光・レクリエーションが多くなる傾向にあることがうかがえます。

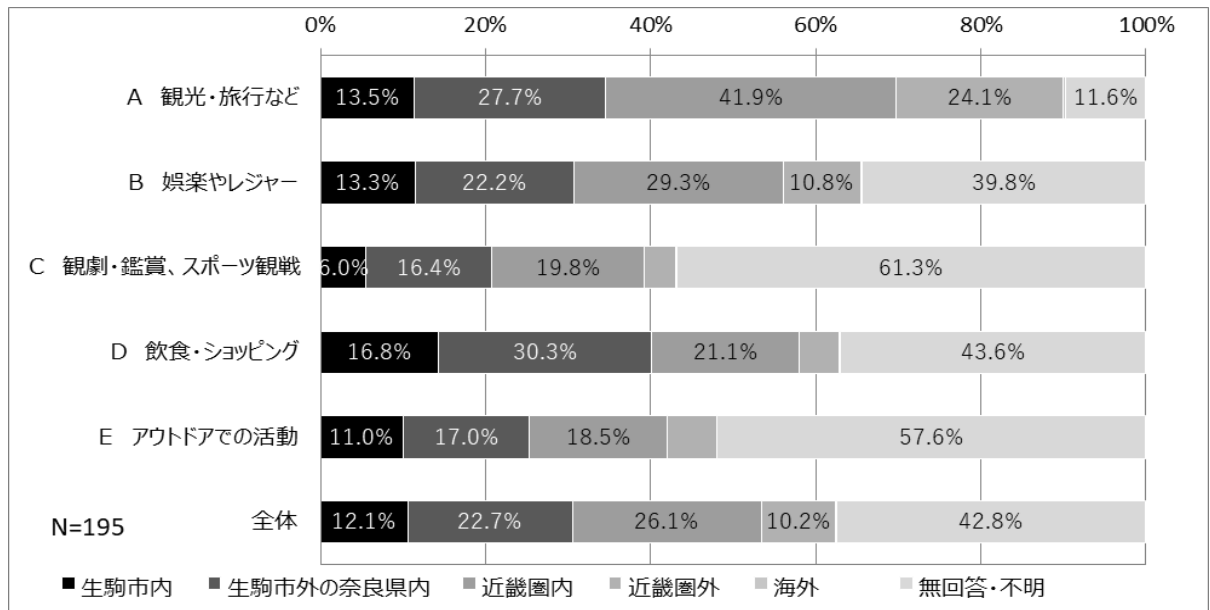
【主な行き先】（2つまで○） 観光・レクリエーションの内容 「未成年の子ども有」

| 主な行き先（複数回答） 未成年の子ども／有（複数回答） | 生駒市内 | 生駒市外の 奈良県内 | 近畿圏内 | 近畿圏外 | 海外 | 無回答・不明 |
|--------------------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|-----------|---------------|
| A 観光・旅行など | 72 13.5% | 148 27.7% | 224 41.9% | 129 24.1% | 2 0.4% | 62 11.6% |
| B 娯楽やレジャー | 71 13.3% | 119 22.2% | 157 29.3% | 58 10.8% | 1 0.2% | 213 39.8% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 32 6.0% | 88 16.4% | 106 19.8% | 22 4.1% | 1 0.2% | 328 61.3% |
| D 飲食・ショッピング | 90 16.8% | 162 30.3% | 113 21.1% | 30 5.6% | 1 0.2% | 233 43.6% |
| E アウトドアでの活動 | 59 11.0% | 91 17.0% | 99 18.5% | 35 6.5% | 0 0.0% | 308 57.6% |
| 全体 | 324 12.1% | 608 22.7% | 699 26.1% | 274 10.2% | 5 0.2% | 1144 42.8% |

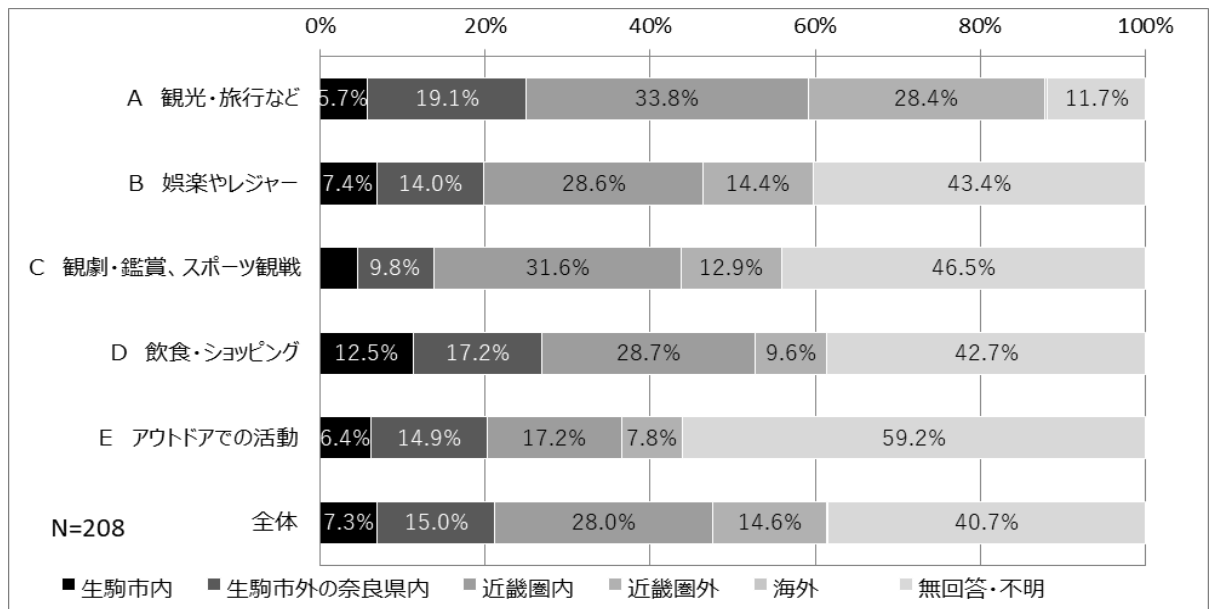
【主な行き先】（2つまで○） 観光・レクリエーションの内容 「未成年の子ども無」

| 主な行き先（複数回答） 未成年の子ども／無（複数回答） | 生駒市内 | 生駒市外の 奈良県内 | 近畿圏内 | 近畿圏外 | 海外 | 無回答・不明 |
|--------------------------------|-------------|---------------|--------------|--------------|-----------|---------------|
| A 観光・旅行など | 30 5.7% | 101 19.1% | 179 33.8% | 150 28.4% | 2 0.4% | 62 11.7% |
| B 娯楽やレジャー | 39 7.4% | 74 14.0% | 151 28.6% | 76 14.4% | 0 0.0% | 229 43.4% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 25 4.7% | 52 9.8% | 167 31.6% | 68 12.9% | 0 0.0% | 246 46.5% |
| D 飲食・ショッピング | 66 12.5% | 91 17.2% | 152 28.7% | 51 9.6% | 0 0.0% | 226 42.7% |
| E アウトドアでの活動 | 34 6.4% | 79 14.9% | 91 17.2% | 41 7.8% | 0 0.0% | 313 59.2% |
| 全体 | 194 7.3% | 397 15.0% | 740 28.0% | 386 14.6% | 2 0.1% | 1076 40.7% |

【主な行き先】（2つまで○） 観光・レクリエーションの内容 「未成年の子ども有」



【主な行き先】（2つまで○） 観光・レクリエーションの内容 「未成年の子ども無」

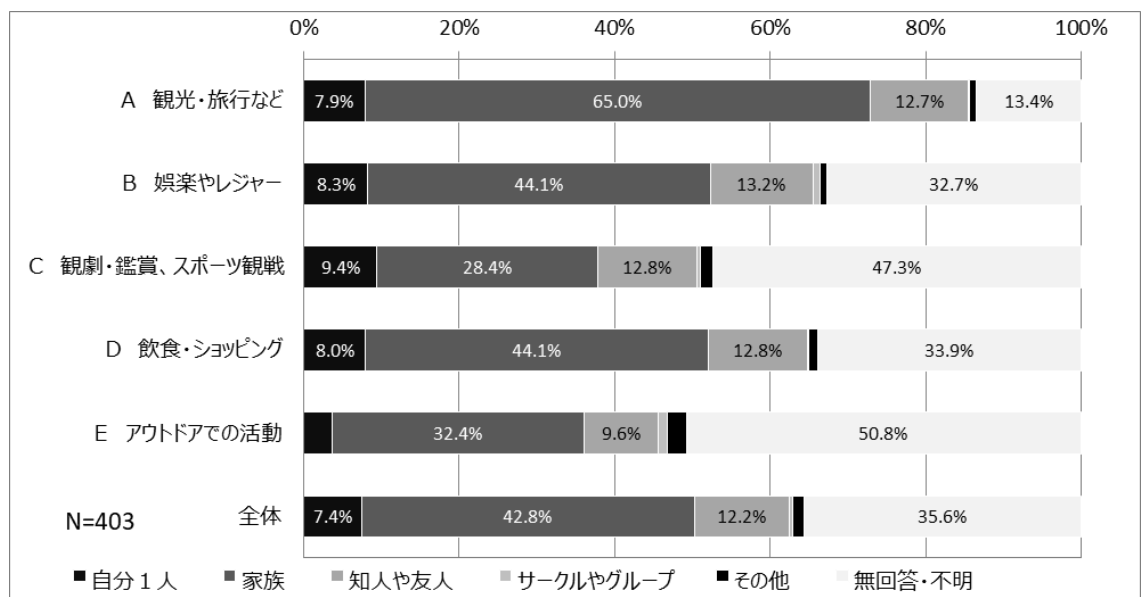


(3)【同行者の構成】(択一)

- 同行者の構成をみると、全体として「家族」が42.8%と最も多くなっています。ついで「知人や友人」が12.2%となっています。
- 内容ごとにみると、観劇・鑑賞、スポーツ観戦で「自分一人」(9.4%)の割合が高くなっています。
- 行程ごとにみると、行程が短期間になるに従い、「自分一人」の割合が高くなっていきます。基本的に観光・レクリエーションは家族で行動することが多いことがうかがえます。

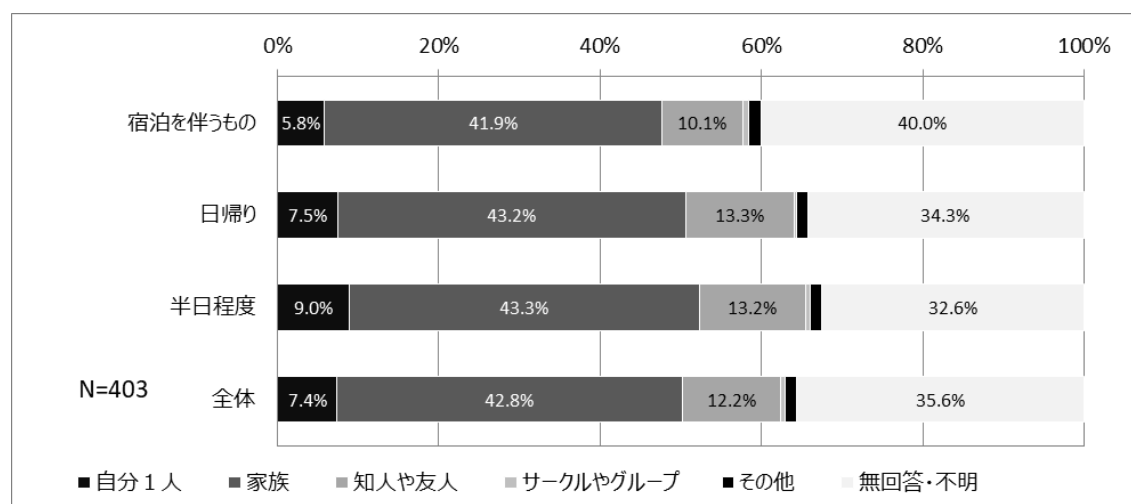
【同行者の構成】(択一) 観光・レクリエーションの内容

| | 自分1人 | 家族 | 知人や友人 | サークルやグループ | その他 | 無回答・不明 |
|----------------|-------------|---------------|--------------|------------|------------|---------------|
| A 観光・旅行など | 61 7.9% | 503 65.0% | 98 12.7% | 1 0.1% | 7 0.9% | 104 13.4% |
| B 娯楽やレジャー | 64 8.3% | 341 44.1% | 102 13.2% | 7 0.9% | 7 0.9% | 253 32.7% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 73 9.4% | 220 28.4% | 99 12.8% | 3 0.4% | 13 1.7% | 366 47.3% |
| D 飲食・ショッピング | 62 8.0% | 341 44.1% | 99 12.8% | 1 0.1% | 9 1.2% | 262 33.9% |
| E アウトドアでの活動 | 28 3.6% | 251 32.4% | 74 9.6% | 9 1.2% | 19 2.5% | 393 50.8% |
| 全体 | 288 7.4% | 1656 42.8% | 472 12.2% | 21 0.5% | 55 1.4% | 1378 35.6% |



【同行者の構成】（択一） 観光・レクリエーションの行程

| | 自分1人 | 家族 | 知人や友人 | サークルやグループ | その他 | 無回答・不明 |
|---------|-------------|---------------|--------------|------------|------------|---------------|
| 宿泊を伴うもの | 75 5.8% | 540 41.9% | 130 10.1% | 9 0.7% | 20 1.6% | 516 40.0% |
| 日帰り | 97 7.5% | 557 43.2% | 172 13.3% | 5 0.4% | 17 1.3% | 442 34.3% |
| 半日程度 | 116 9.0% | 559 43.3% | 170 13.2% | 7 0.5% | 18 1.4% | 420 32.6% |
| 全体 | 288 7.4% | 1656 42.8% | 472 12.2% | 21 0.5% | 55 1.4% | 1378 35.6% |



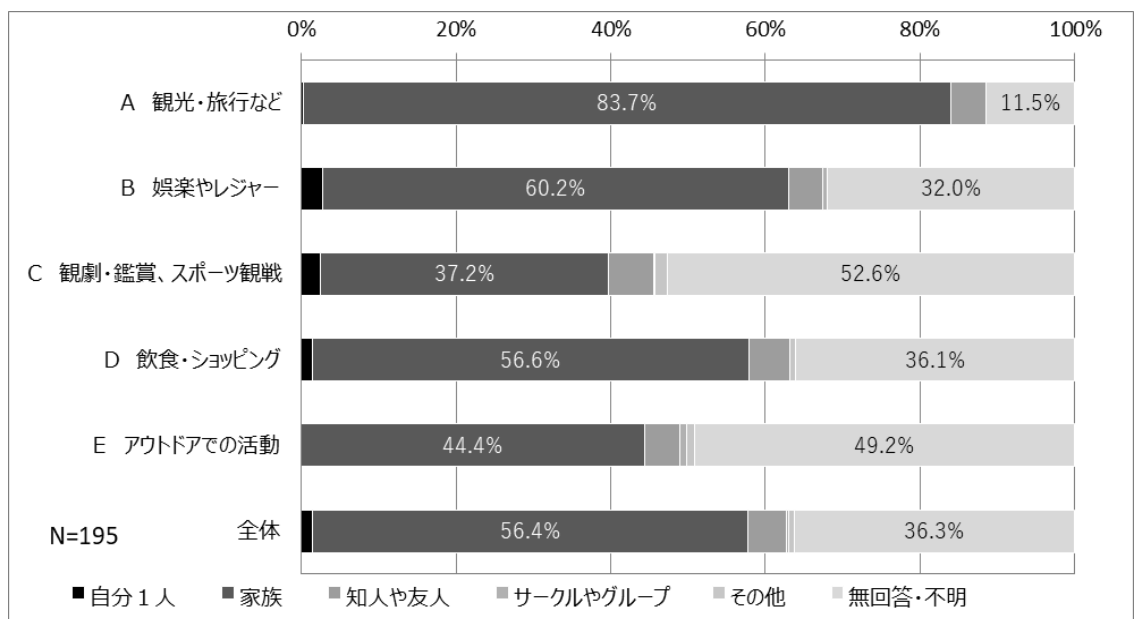
【問 23 「観光・レクリエーションについて」 × 問 6 「未成年の子どもの有無」 クロス集計】

○ 「同行者の構成」 の比較

- 同行者の構成を「未成年の子どもの有無」ごとにとみると、全体として「未成年の子ども有」では「未成年の子ども無」に比べて、「家族」で行動する割合がより高くなっています。
 ○ 「未成年の子ども無」では、「自分一人」で行動する割合が比較的高くなっています。

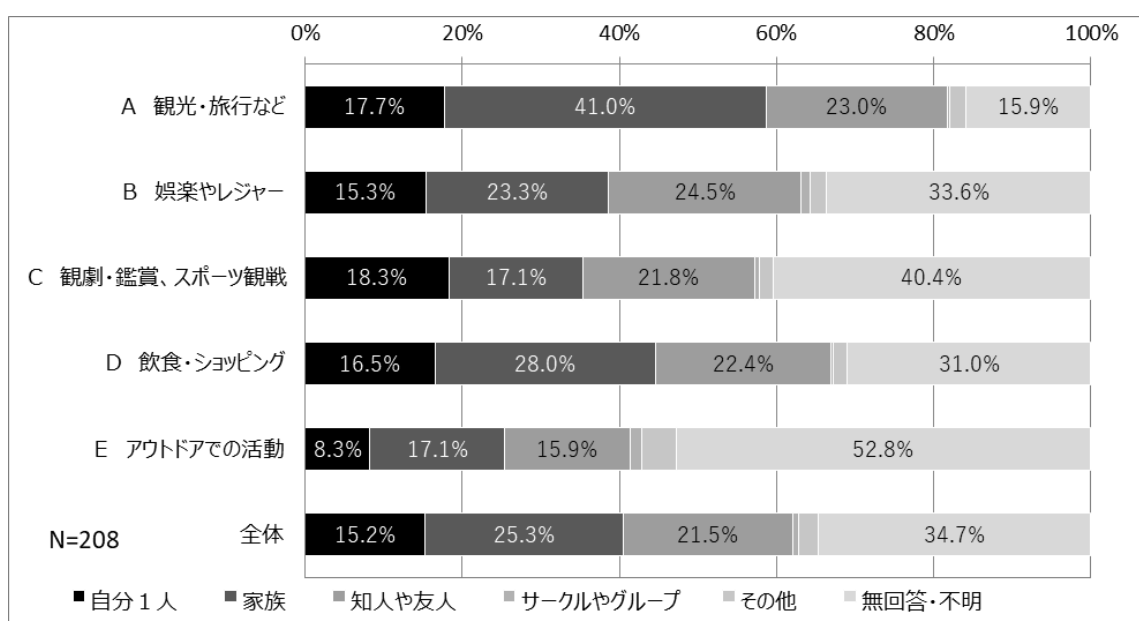
【同行者の構成】 (択一) 観光・レクリエーションの内容 「未成年の子ども有」

| 同行者の構成 (未成年の子ども/有) | 自分1人 | 家族 | 知人や友人 | サークルや グループ | その他 | 無回答・不 明 |
|-----------------------|------------|---------------|-------------|---------------|------------|--------------|
| A 観光・旅行など | 1 0.2% | 364 83.7% | 20 4.6% | 0 0.0% | 0 0.0% | 50 11.5% |
| B 娯楽やレジャー | 12 2.8% | 262 60.2% | 19 4.4% | 3 0.7% | 0 0.0% | 139 32.0% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 11 2.5% | 162 37.2% | 25 5.7% | 1 0.2% | 7 1.6% | 229 52.6% |
| D 飲食・ショッピング | 6 1.4% | 246 56.6% | 23 5.3% | 0 0.0% | 3 0.7% | 157 36.1% |
| E アウトドアでの活動 | 0 0.0% | 193 44.4% | 20 4.6% | 4 0.9% | 4 0.9% | 214 49.2% |
| 全体 | 30 1.4% | 1227 56.4% | 107 4.9% | 8 0.4% | 14 0.6% | 789 36.3% |



【同行者の構成】(択一) 観光・レクリエーションの内容 「未成年の子ども無」

| 同行者の構成 (未成年の子ども/無) | 自分1人 | 家族 | 知人や友人 | サークルや グループ | その他 | 無回答・不 明 |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|------------|--------------|
| A 観光・旅行など | 60 17.7% | 139 41.0% | 78 23.0% | 1 0.3% | 7 2.1% | 54 15.9% |
| B 娯楽やレジャー | 52 15.3% | 79 23.3% | 83 24.5% | 4 1.2% | 7 2.1% | 114 33.6% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 62 18.3% | 58 17.1% | 74 21.8% | 2 0.6% | 6 1.8% | 137 40.4% |
| D 飲食・ショッピング | 56 16.5% | 95 28.0% | 76 22.4% | 1 0.3% | 6 1.8% | 105 31.0% |
| E アウトドアでの活動 | 28 8.3% | 58 17.1% | 54 15.9% | 5 1.5% | 15 4.4% | 179 52.8% |
| 全体 | 258 15.2% | 429 25.3% | 365 21.5% | 13 0.8% | 41 2.4% | 589 34.7% |

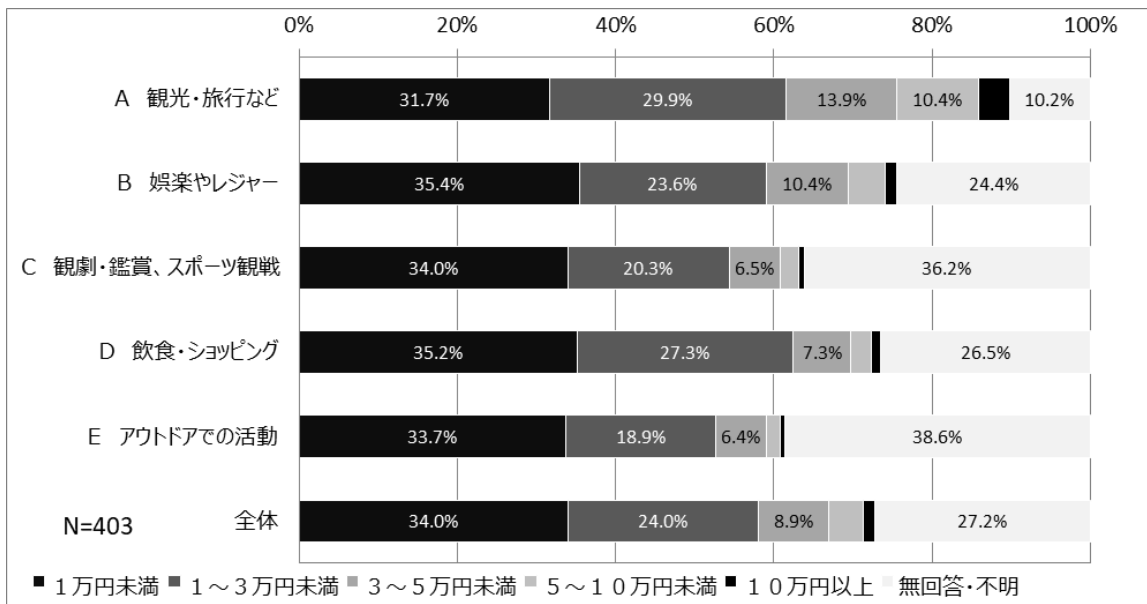


(4) 【1回の平均消費額】(択一)

- 1回の購入金額をみると、全体では「1万円未満」が34.0%と最も多くなっています。
- 内容をみると、観光・旅行では平均消費額が1万円以上となる割合が多くなっています。
- 行程をみると、行程が長くなるに伴い平均消費額は大きくなっています。

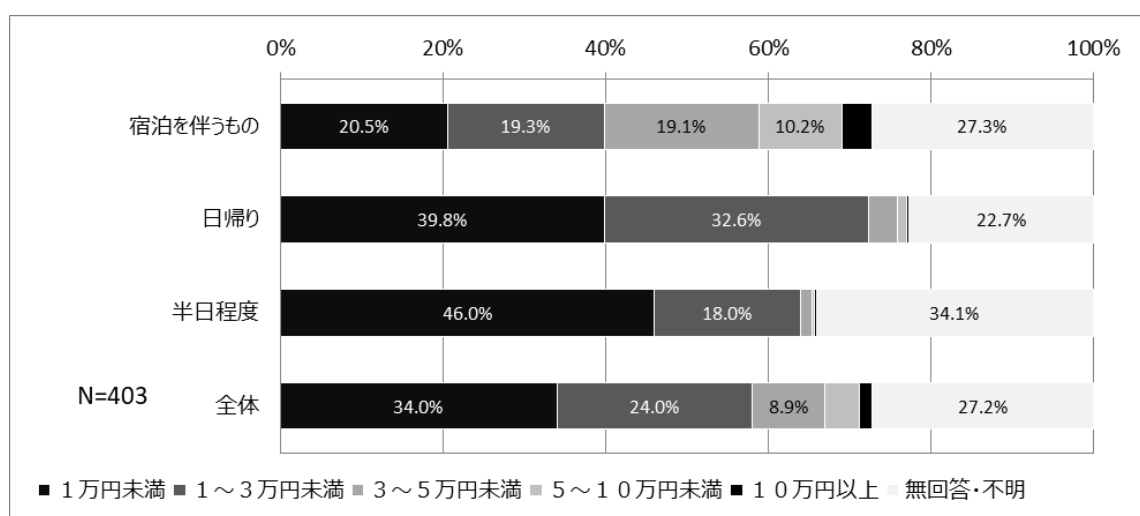
【1回の平均消費額】(複数回答) 観光・レクリエーションの内容

| | 1万円未満 | 1～3万円未満 | 3～5万円未満 | 5～10万円未満 | 10万円以上 | 無回答・不明 |
|----------------|---------------|---------------|--------------|--------------|------------|---------------|
| A 観光・旅行など | 337 31.7% | 318 29.9% | 148 13.9% | 111 10.4% | 41 3.9% | 109 10.2% |
| B 娯楽やレジャー | 377 35.4% | 251 23.6% | 111 10.4% | 49 4.6% | 16 1.5% | 260 24.4% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 362 34.0% | 216 20.3% | 69 6.5% | 24 2.3% | 8 0.8% | 385 36.2% |
| D 飲食・ショッピング | 374 35.2% | 290 27.3% | 78 7.3% | 28 2.6% | 12 1.1% | 282 26.5% |
| E アウトドアでの活動 | 359 33.7% | 201 18.9% | 68 6.4% | 19 1.8% | 6 0.6% | 411 38.6% |
| 全体 | 1809 34.0% | 1276 24.0% | 474 8.9% | 231 4.3% | 83 1.6% | 1447 27.2% |



【1回の平均消費額】（複数回答） 観光・レクリエーションの行程

| | 1万円未満 | 1～3万円未満 | 3～5万円未満 | 5～10万円未満 | 10万円以上 | 無回答・不明 |
|---------|---------------|---------------|--------------|--------------|------------|---------------|
| 宿泊を伴うもの | 414 20.5% | 388 19.3% | 384 19.1% | 205 10.2% | 74 3.7% | 550 27.3% |
| 日帰り | 802 39.8% | 656 32.6% | 71 3.5% | 22 1.1% | 7 0.3% | 457 22.7% |
| 半日程度 | 593 46.0% | 232 18.0% | 19 1.5% | 4 0.3% | 2 0.2% | 440 34.1% |
| 全体 | 1809 34.0% | 1276 24.0% | 474 8.9% | 231 4.3% | 83 1.6% | 1447 27.2% |

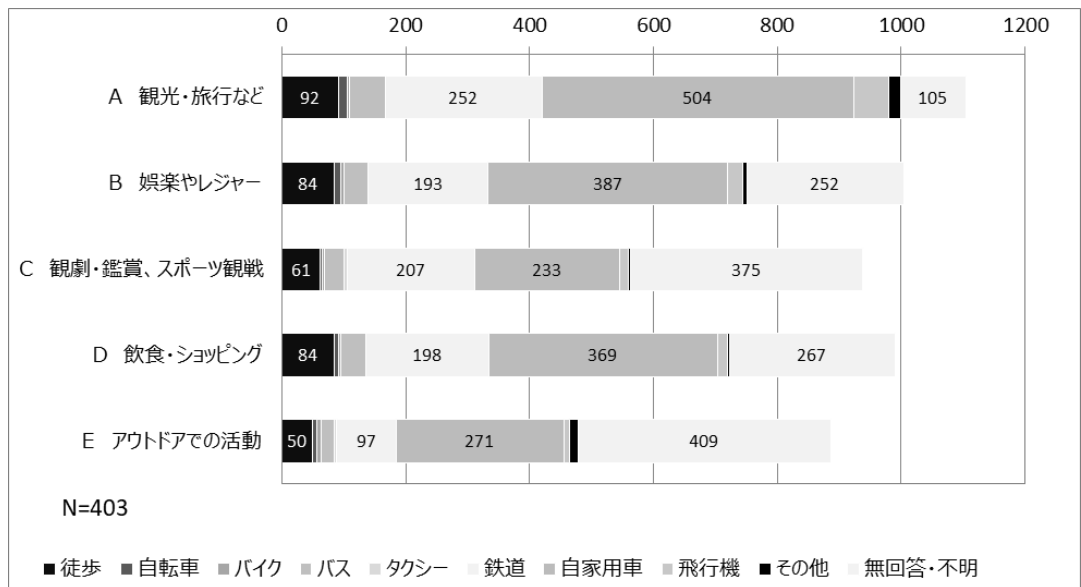


(5)【利用交通手段】 (複数回答)

○利用交通手段をみると、全体として「自家用車」を利用する回答者が最も多くなっています。
 ついで「鉄道」の利用が多くなっています。

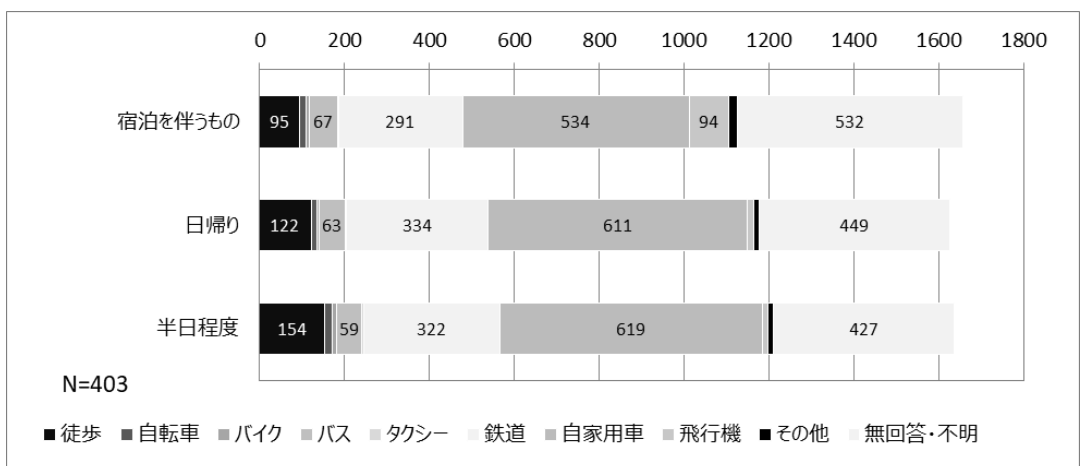
【利用交通手段】(複数回答) 観光・レクリエーションの内容

| | 徒歩 | 自転車 | バイク | バス | タクシー | 鉄道 | 自家用車 | 飛行機 | その他 | 無回答・不明 |
|----------------|-----|-----|-----|-----|------|-----|------|-----|-----|--------|
| A 観光・旅行など | 92 | 13 | 4 | 58 | 1 | 252 | 504 | 56 | 19 | 105 |
| B 娯楽やレジャー | 84 | 12 | 5 | 39 | 0 | 193 | 387 | 25 | 7 | 252 |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 61 | 5 | 3 | 31 | 5 | 207 | 233 | 15 | 3 | 375 |
| D 飲食・ショッピング | 84 | 8 | 3 | 40 | 1 | 198 | 369 | 17 | 3 | 267 |
| E アウトドアでの活動 | 50 | 7 | 6 | 21 | 4 | 97 | 271 | 8 | 14 | 409 |
| 全体 | 371 | 45 | 21 | 189 | 11 | 947 | 1764 | 121 | 46 | 1408 |



【利用交通手段】(複数回答) 観光・レクリエーションの行程

| | 徒歩 | 自転車 | バイク | バス | タクシー | 鉄道 | 自家用車 | 飛行機 | その他 | 無回答・不明 |
|---------|-----|-----|-----|-----|------|-----|------|-----|-----|--------|
| 宿泊を伴うもの | 95 | 15 | 6 | 67 | 4 | 291 | 534 | 94 | 20 | 532 |
| 日帰り | 122 | 12 | 6 | 63 | 2 | 334 | 611 | 15 | 13 | 449 |
| 半日程度 | 154 | 18 | 9 | 59 | 5 | 322 | 619 | 12 | 13 | 427 |
| 全体 | 371 | 45 | 21 | 189 | 11 | 947 | 1764 | 121 | 46 | 1408 |



(6)【コロナ禍による影響】(択一)

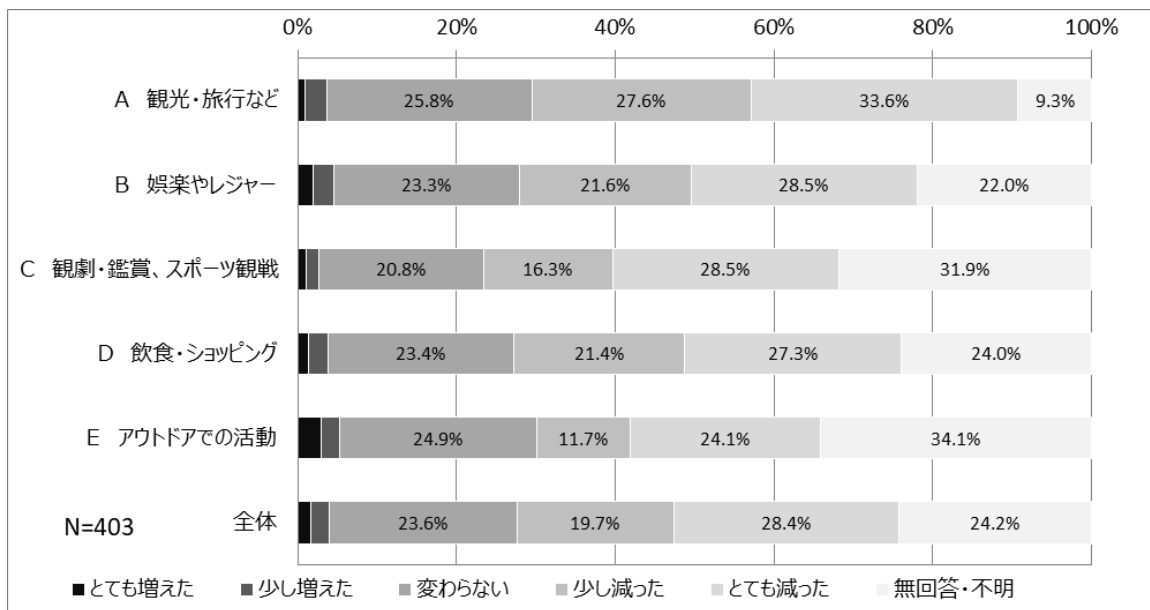
○コロナ禍による影響をみると、全体では「とても減った」が28.4%と最も多くなっています。コロナ禍によって観光・レクリエーションの機会が減少していることがうかがえます。

○内容でみると、観光・旅行など、娯楽やレジャー、観劇・鑑賞、スポーツ観戦での影響がおおきくなっていることがわかります。

○行程では、宿泊を伴うもので「とても減った」が多くなっています。

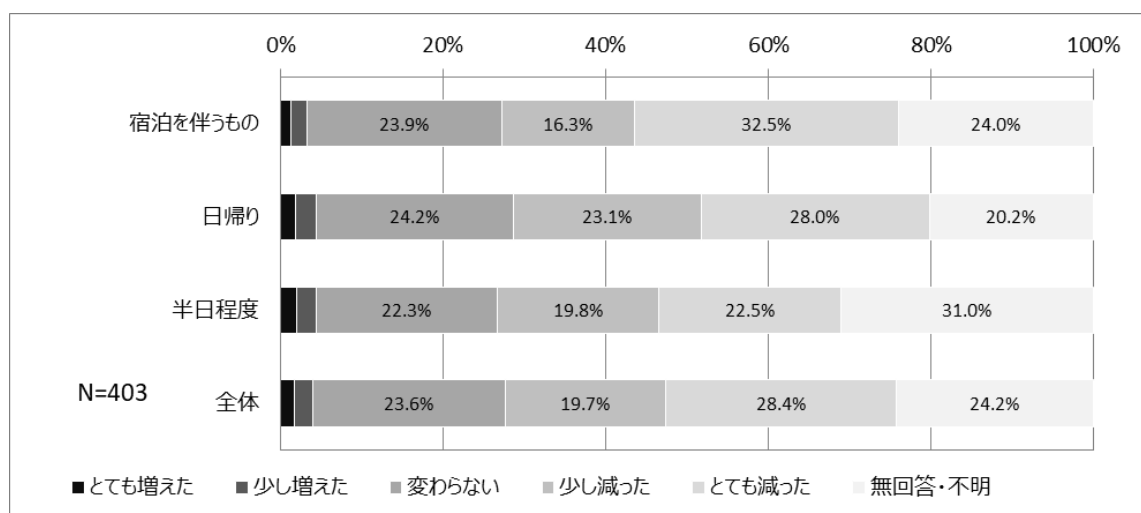
【コロナ禍による影響】(択一) 観光・レクリエーションの内容

| | とても増えた | 少し増えた | 変わらない | 少し減った | とても減った | 無回答・不明 |
|----------------|------------|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| A 観光・旅行など | 10 0.9% | 29 2.7% | 275 25.8% | 294 27.6% | 357 33.6% | 99 9.3% |
| B 娯楽やレジャー | 21 2.0% | 28 2.6% | 248 23.3% | 230 21.6% | 303 28.5% | 234 22.0% |
| C 観劇・鑑賞、スポーツ観戦 | 11 1.0% | 17 1.6% | 221 20.8% | 173 16.3% | 303 28.5% | 339 31.9% |
| D 飲食・ショッピング | 15 1.4% | 26 2.4% | 249 23.4% | 228 21.4% | 291 27.3% | 255 24.0% |
| E アウトドアでの活動 | 31 2.9% | 25 2.3% | 265 24.9% | 124 11.7% | 256 24.1% | 363 34.1% |
| 全体 | 88 1.7% | 125 2.3% | 1258 23.6% | 1049 19.7% | 1510 28.4% | 1290 24.2% |



【コロナ禍による影響】（択一） 観光・レクリエーションの行程

| | とても増えた | 少し増えた | 変わらない | 少し減った | とても減った | 無回答・不明 |
|---------|------------|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 宿泊を伴うもの | 25 1.2% | 42 2.1% | 482 23.9% | 328 16.3% | 655 32.5% | 483 24.0% |
| 日帰り | 37 1.8% | 52 2.6% | 488 24.2% | 466 23.1% | 565 28.0% | 407 20.2% |
| 半日程度 | 26 2.0% | 31 2.4% | 288 22.3% | 255 19.8% | 290 22.5% | 400 31.0% |
| 全体 | 88 1.7% | 125 2.3% | 1258 23.6% | 1049 19.7% | 1510 28.4% | 1290 24.2% |

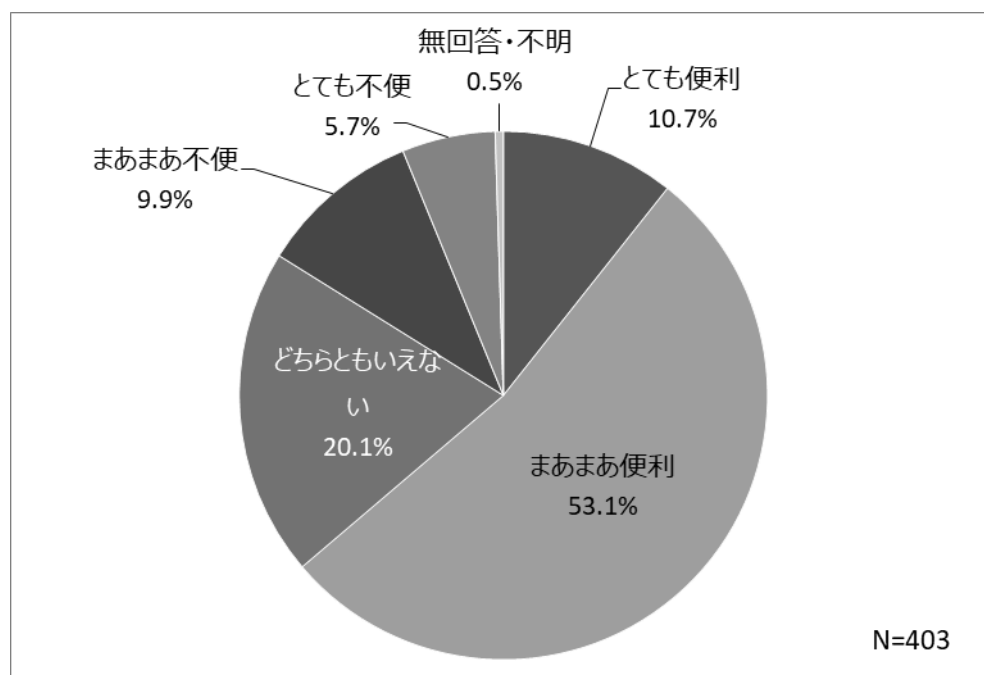


5. 生駒市での「日常生活での消費行動」「観光・レクリエーション」について

問 24 生駒市内での買い物の利便性（1つ選択）

- 生駒市内での買い物の利便性については、「まあまあ便利」が 53.1%と最も多くなっています。
- 「とても便利」と「まあまあ便利」を合わせると、63.8%となり、おおむね利便性は高いと感じられていることがうかがえます。
- 一方で、「どちらともいえない」も 20.1%あり、今後の改善へのニーズもみられます。

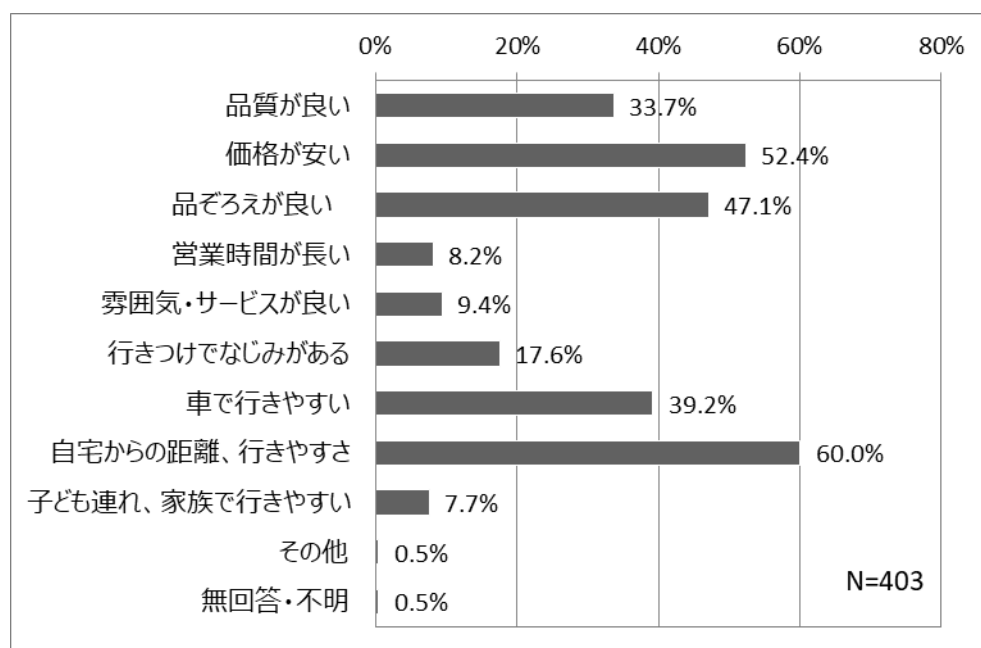
| 回答数 | 403 | 100.0% |
|-----------|-----|--------|
| とても便利 | 43 | 10.7% |
| まあまあ便利 | 214 | 53.1% |
| どちらともいえない | 81 | 20.1% |
| まあまあ不便 | 40 | 9.9% |
| とても不便 | 23 | 5.7% |
| 無回答・不明 | 2 | 0.5% |



問 25 日常生活で買い物をする場所を選択する理由（3 つまで選択）

○日常生活で買い物をする場所を選択する理由については、「自宅からの距離、行きやすさ」を挙げる回答者が 60.0%と最も多くなっています。ついで「価格が安い」（52.4%）、「品ぞろえが良い」（47.1%）、「車で行きやすい」（39.2%）となっています。

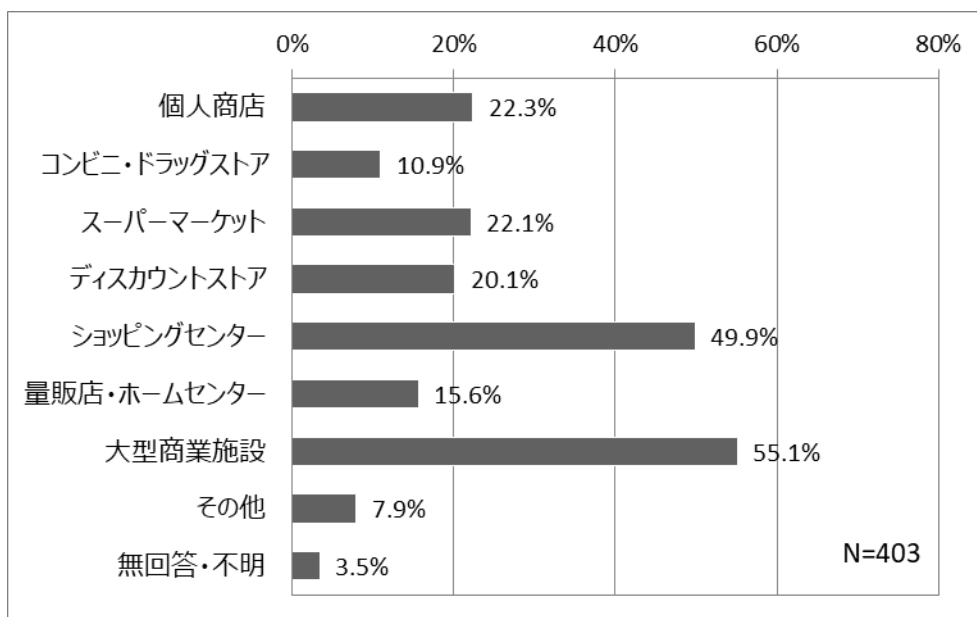
| 回答数（複数回答） | 403 | 276.4% |
|----------------|-----|--------|
| 品質が良い | 136 | 33.7% |
| 価格が安い | 211 | 52.4% |
| 品ぞろえが良い | 190 | 47.1% |
| 営業時間が長い | 33 | 8.2% |
| 雰囲気・サービスが良い | 38 | 9.4% |
| 行きつけでなじみがある | 71 | 17.6% |
| 車で行きやすい | 158 | 39.2% |
| 自宅からの距離、行きやすさ | 242 | 60.0% |
| 子ども連れ、家族で行きやすい | 31 | 7.7% |
| その他 | 2 | 0.5% |
| 無回答・不明 | 2 | 0.5% |



問 26① 生駒市内にどのような業態の店舗が増えるとよいと思いますか？（3 つまで選択）

- 生駒市内にどのような業態の店舗が増えるとよいと思うかについては、「大型商業施設」を挙げる回答者が 55.1%と最も多くなっています。ついで「ショッピングセンター」（49.9%）、そして「個人商店」（22.3%）となっています。
- 他の設問の自由意見なども合わせて考えると、現状では、子育て世代を中心に楽しく時間を過ごせる、さらに価格や品ぞろえとともに生活必需品から趣味・娯楽へのニーズまでを満たす「大型商業施設」や「ショッピングセンター」へのニーズが高いことがうかがえます。

| 回答数（複数回答） | 403 | 207.4% |
|--------------|-----|--------|
| 個人商店 | 90 | 22.3% |
| コンビニ・ドラッグストア | 44 | 10.9% |
| スーパーマーケット | 89 | 22.1% |
| ディスカウントストア | 81 | 20.1% |
| ショッピングセンター | 201 | 49.9% |
| 量販店・ホームセンター | 63 | 15.6% |
| 大型商業施設 | 222 | 55.1% |
| その他 | 32 | 7.9% |
| 無回答・不明 | 14 | 3.5% |

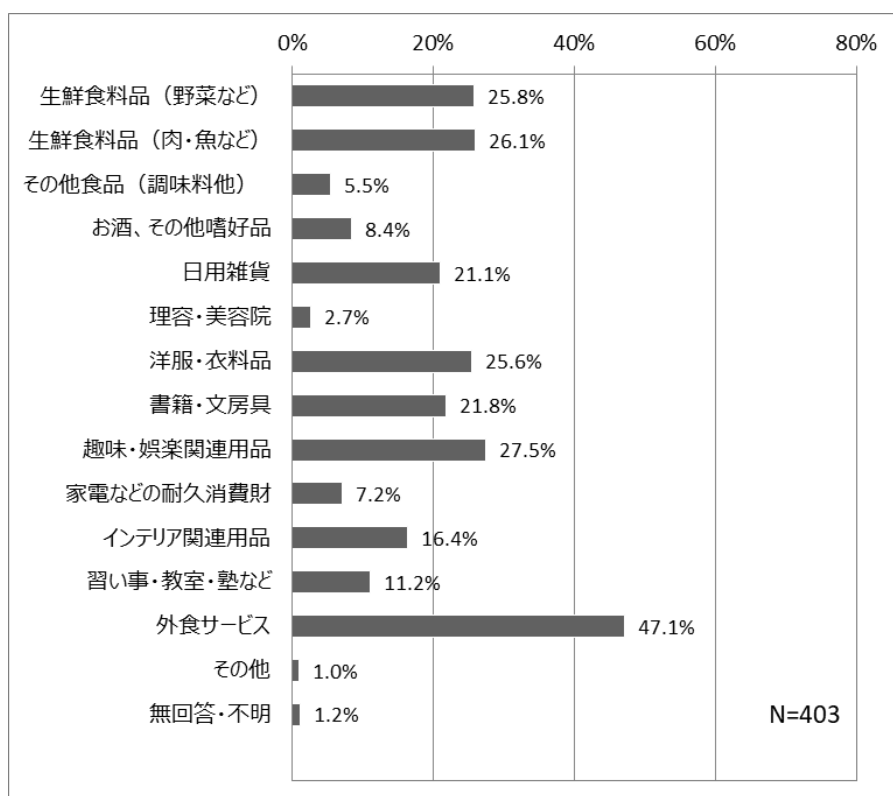


問 26② 生駒市内にどのような品目(サービス)を扱う店舗が増えるとよいと思いますか？(3つまで選択)

○生駒市内にどのような業態の店舗が増えるとよいと思うかについては、「外食サービス」を挙げる回答者が47.1%と最も多くなっています。ついで「趣味・娯楽関連用品」(27.5%)、「生鮮食料品(肉・魚など)」(26.1%)、「生鮮食料品(野菜など)」(25.8%)、「洋服・衣料品」(25.6%)となっています。

○日常生活に必要な食料品などへのニーズとともに、「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なっていることがうかがえます。買い物の利便性は比較的高いと感じている中で、これらの趣味・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ます。

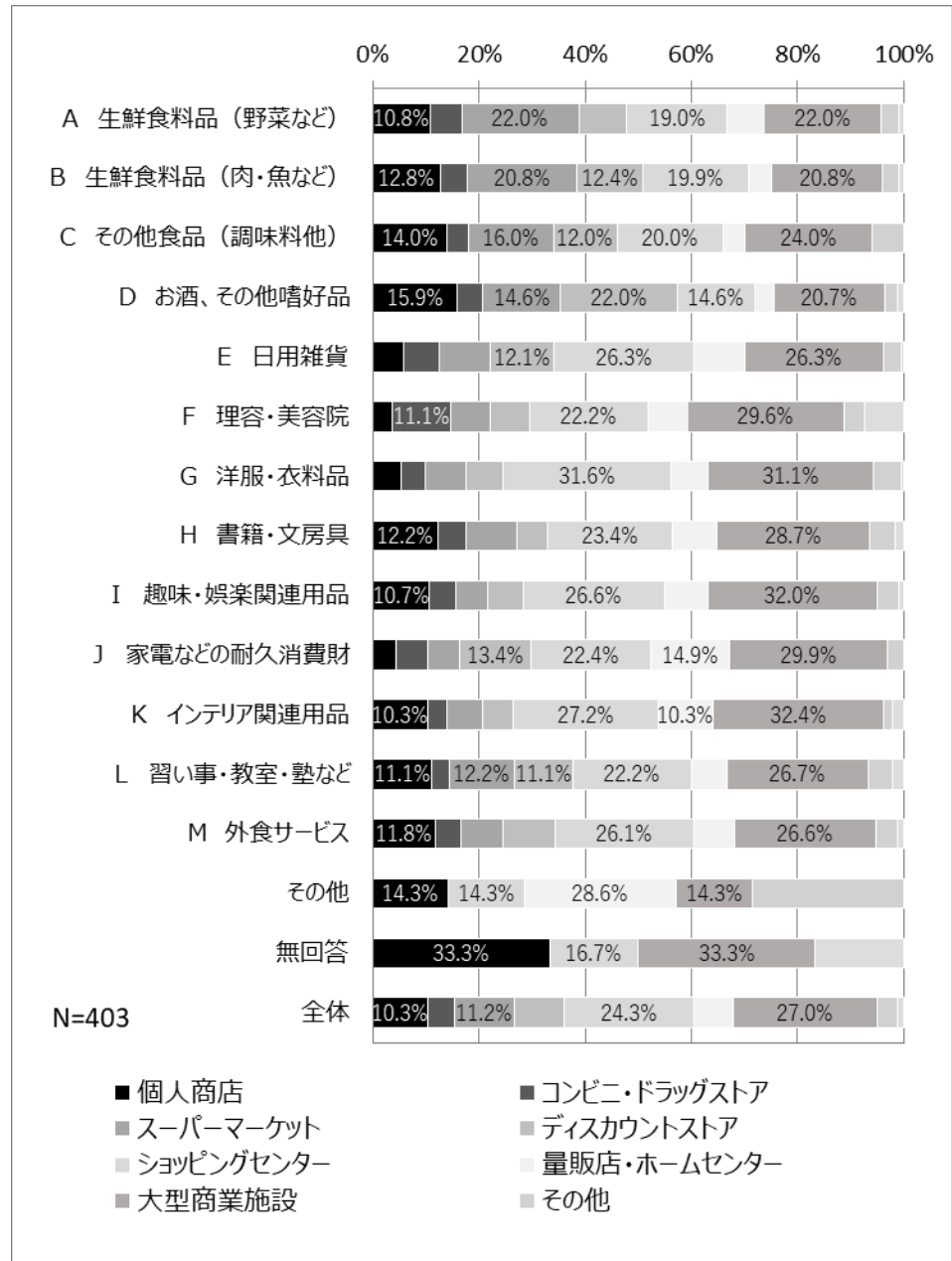
| 回答数(複数回答) | 403 | 248.6% |
|--------------|-----|--------|
| 生鮮食料品(野菜など) | 104 | 25.8% |
| 生鮮食料品(肉・魚など) | 105 | 26.1% |
| その他食品(調味料他) | 22 | 5.5% |
| お酒、その他嗜好品 | 34 | 8.4% |
| 日用雑貨 | 85 | 21.1% |
| 理容・美容院 | 11 | 2.7% |
| 洋服・衣料品 | 103 | 25.6% |
| 書籍・文房具 | 88 | 21.8% |
| 趣味・娯楽関連用品 | 111 | 27.5% |
| 家電などの耐久消費財 | 29 | 7.2% |
| インテリア関連用品 | 66 | 16.4% |
| 習い事・教室・塾など | 45 | 11.2% |
| 外食サービス | 190 | 47.1% |
| その他 | 4 | 1.0% |
| 無回答・不明 | 5 | 1.2% |



【問 26②「今後増えてほしい品目（サービス）」×問 26①「今後増えてほしい業態」クロス集計】

- 生駒市での日常生活での消費行動について、今後増えてほしい品目（サービス）の店舗ごとに今後増えてほしい業態をクロス集計からみると、全体では「大型商業施設」や「ショッピングセンター」などの買い物などでの利便性が高い業態が 20%を超えています。
- 「生鮮食料品（野菜など）」、「生鮮食料品（肉・魚など）」、「その他食品（調味料他）」、「お酒、その他嗜好品」では、他の品目に比べて「個人商店」、「コンビニ・ドラッグストア」など身近な地域に立地する業態の店舗を希望する割合が高くなっています。
- 店舗の業態「個人商店」についてみると、「お酒、その他嗜好品」で 15.9%と最も高く、ついで「その他食品（調味料他）」（14.0%）、「生鮮食料品（肉・魚など）」（12.8%）、「書籍・文房具」（12.2%）となっています。
- 日常生活における消費行動においては、利便性の高さへのニーズは高くなっていますが、その一方で多様なライフスタイル、趣味や嗜好性の広がりに関連する品目（サービス）については個人商店へのニーズも高くなっていることがうかがえます。

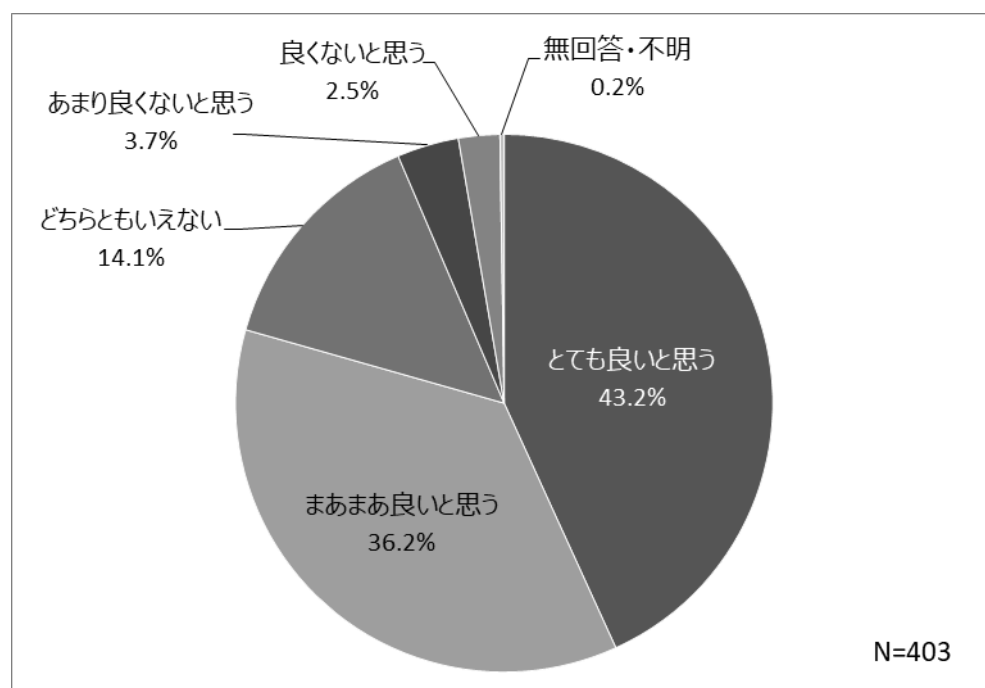
| 増えるとうい品目（サービス） （増えるとうい業態） | 個人商店 | コンビニ・ ドラッグス トア | スーパー マーケット | ディスカウ ントストア | ショッピ ングセンタ ー | 量販店・ ホームセン ター | 大型商業施 設 | その他 | 無回答 |
|------------------------------|--------------|----------------------|---------------|----------------|--------------------|---------------------|--------------|------------|------------|
| A 生鮮食料品（野菜など） | 25 10.8% | 14 6.0% | 51 22.0% | 21 9.1% | 44 19.0% | 16 6.9% | 51 22.0% | 8 3.4% | 2 0.9% |
| B 生鮮食料品（肉・魚など） | 29 12.8% | 11 4.9% | 47 20.8% | 28 12.4% | 45 19.9% | 10 4.4% | 47 20.8% | 7 3.1% | 2 0.9% |
| C その他食品（調味料他） | 7 14.0% | 2 4.0% | 8 16.0% | 6 12.0% | 10 20.0% | 2 4.0% | 12 24.0% | 3 6.0% | 0 0.0% |
| D お酒、その他嗜好品 | 13 15.9% | 4 4.9% | 12 14.6% | 18 22.0% | 12 14.6% | 3 3.7% | 17 20.7% | 2 2.4% | 1 1.2% |
| E 日用雑貨 | 11 5.8% | 13 6.8% | 18 9.5% | 23 12.1% | 50 26.3% | 18 9.5% | 50 26.3% | 6 3.2% | 1 0.5% |
| F 理容・美容院 | 1 3.7% | 3 11.1% | 2 7.4% | 2 7.4% | 6 22.2% | 2 7.4% | 8 29.6% | 1 3.7% | 2 7.4% |
| G 洋服・衣料品 | 13 5.3% | 11 4.5% | 19 7.8% | 17 7.0% | 77 31.6% | 17 7.0% | 76 31.1% | 13 5.3% | 1 0.4% |
| H 書籍・文房具 | 23 12.2% | 10 5.3% | 18 9.6% | 11 5.9% | 44 23.4% | 16 8.5% | 54 28.7% | 9 4.8% | 3 1.6% |
| I 趣味・娯楽関連用品 | 26 10.7% | 12 4.9% | 15 6.1% | 16 6.6% | 65 26.6% | 20 8.2% | 78 32.0% | 10 4.1% | 2 0.8% |
| J 家電などの耐久消費財 | 3 4.5% | 4 6.0% | 4 6.0% | 9 13.4% | 15 22.4% | 10 14.9% | 20 29.9% | 2 3.0% | 0 0.0% |
| K インテリア関連用品 | 14 10.3% | 5 3.7% | 9 6.6% | 8 5.9% | 37 27.2% | 14 10.3% | 44 32.4% | 2 1.5% | 3 2.2% |
| L 習い事・教室・塾など | 10 11.1% | 3 3.3% | 11 12.2% | 10 11.1% | 20 22.2% | 6 6.7% | 24 26.7% | 4 4.4% | 2 2.2% |
| M 外食サービス | 49 11.8% | 20 4.8% | 33 8.0% | 40 9.7% | 108 26.1% | 32 7.7% | 110 26.6% | 17 4.1% | 5 1.2% |
| その他 | 1 14.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 14.3% | 2 28.6% | 1 14.3% | 2 28.6% | 0 0.0% |
| 無回答 | 2 33.3% | 0 0.0% | 0 0.0% | 0 0.0% | 1 16.7% | 0 0.0% | 2 33.3% | 0 0.0% | 1 16.7% |
| 全体 | 227 10.3% | 112 5.1% | 247 11.2% | 209 9.5% | 535 24.3% | 168 7.6% | 594 27.0% | 86 3.9% | 25 1.1% |



問 27 生駒市の主な観光地への観光客が多くなることについてどう思いますか？（宝山寺及びその参道、生駒山、くろんど池や高山竹林園等の高山地区など）（1つ選択）

- 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」が最も多く、43.2%となっています。「とても良いと思う」と「まあまあ良いと思う」を合わせると、79.4%が肯定的な意見となっています。
- 自由記述からは、肯定的な意見として地域経済の活性化やまちに活気が出ること、さらに税金の増加や利便性の向上につながるといった意見も出されています。
- また一方で、観光客増加の取組の効果に懐疑的な意見とともに、観光客が増加することによる生活環境の悪化（ごみや騒音などのマナー）や日常生活への影響（交通渋滞や混雑など）への不安も出されています。

| 回答数 | 403 | 100.0% |
|------------|-----|--------|
| とても良いと思う | 174 | 43.2% |
| まあまあ良いと思う | 146 | 36.2% |
| どちらともいえない | 57 | 14.1% |
| あまり良くないと思う | 15 | 3.7% |
| 良くないと思う | 10 | 2.5% |
| 無回答・不明 | 1 | 0.2% |



【意見概要】 生駒市の主な観光地への観光客が多くなることをどう思うか、その理由（自由記述）

意見数 225 （自由記述件数：241）

| | | | |
|-------|-----|-----------|----|
| 肯定的 | 168 | まちの経済への影響 | 58 |
| | | にぎわい・活気 | 54 |
| | | 地域を知ってもらう | 21 |
| | | 税収の増加 | 18 |
| | | 利便性の向上 | 17 |
| どちらでも | 15 | 効果に懐疑的 | 15 |
| 否定的 | 42 | 生活環境への影響 | 26 |
| | | 日常生活への影響 | 16 |

| | |
|-----------------------------|---|
| <p>肯定的 (168)</p> | <p>（まちの経済への影響）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光客が生駒でお金を使ってきて経済効果が出ると思うから。 ○生駒にお金を落としてくれる人が増えていいと思う。他県民、外国人などによって、価値が上がることも期待できていいと思う。 ○関係人口が増えることで活性化する。たくさんのサービスやものが期待できる。 ○観光ビジネスが盛んになり、生駒市の産業振興となる。 ○人的交流が地域経済を活性化すると思う。 <p>（にぎわい・活気）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○多すぎるのは良くないが、程よく多くの人々が訪れる街であるべき。 ○ベッドタウンとしても良いのだけれど、今後子どもが大きくなった時、生駒で働き、生駒の経済力が自力で保てるようになって欲しい。 ○人が生き生きしているところが見られるのは活気があってよい。 ○住人としてはすいているのが良いところだが、さびれているのでもう少し活気があってほしいと思う。 <p>（地域を知ってもらう）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒市の魅力を味わってもらえる。国内だけでなく海外の人にも来てもらい地域の活性化につなげるように。 ○自分の住んでいる地域にプライドを持てる。 ○茶釜など伝統的なものが広まればよいと思う。 ○生駒市のことを知る人が増えることで関係人口が増える。 <p>（税収の増加）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○個人消費が大半となっているため、税収入を確保するためには観光客の消費が必要だと思うから。 ○生駒市での消費により市の収入が増え、生駒市のサービスが良くなることを期待できる。 <p>（利便性の向上）</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光客増加に伴って新しい施設や飲食店ができたりすると思うから。 ○商店街など個人商店がにぎわうと美味しいお店が増えるから。 ○観光客を迎えるにあたり、道が整備されたり、町が美しく手入れされたり、活気あふれる街になっていくように思えるので。 |
|-----------------------------|---|

| | |
|--------------------------------|--|
| <p>どちらでもない (15)</p> | <p>(効果に懐疑的)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○あまり魅力的な施設はない。高齢者には行きにくい ○いずれも日帰りスポットであり、経済効果は限定的とみている。 ○そもそも来るかどうかわからない観光客を当てにするのはどうかと思うため。知名度を考慮しても、多くなるとは思えないため。 ○観光整備に大金がかかるのであれば反対したい。 |
| <p>否定的 (42)</p> | <p>(生活環境への影響)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○人がたくさん来るとその分お店が増えたり活気付くので良いと思うが、落ち着いた雰囲気や生駒の良さが損なわれないか心配。 ○知らない人が多く来るのはあまりよくない。治安が悪くなると嫌。 ○ほどよい田舎っぽさ、人の少なさが住みやすさの魅力でもあるから。 ○町が汚れる、マナーの悪い人が増える、車の渋滞などの影響。 ○観光に来て貰うのは嬉しいが、住民の日常生活に影響の無いようにして欲しい。 ○自分の住んでいる地域の周辺でなければいいと思う。 <p>(日常生活への影響)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○観光客が多いのはいいことだが、自分が普段使っているサービスが使いにくくなると困る。 ○活気が出て、経済が潤うのは良いと思うが、あまり増加しすぎて日常生活の妨げになるようなことは望んでいない。 ○近隣住宅、道路に迷惑（渋滞や路駐など）がかかれば良い。 |

問 28 生駒市内での観光・レクリエーションについて、市外の人にと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思いますか？（自由記述）

- 市外の人にとってほしい生駒市の観光資源（魅力）として、具体的な場所としては生駒山に関連する意見が最も多く出されています。ついで茶釜や高山竹林園などの高山地域についての意見が多く出されています。
- 一方で生駒市全体の魅力として、自然環境の良さについての意見も多く出されています。

意見数 209 (自由記述件数：196)

| | | | | | |
|-------|-----|----------|----|----------|------|
| 名所 | 126 | 生駒山 | 90 | 生駒山上遊園地 | 28 |
| | | | | 宝山寺やその参道 | 25 |
| | | | | 自然・アウトドア | 20 |
| | | | | 夜景・眺望 | 12 |
| | | | | 周辺の飲食店 | 5 |
| | | | | 高山地区 | 地域全体 |
| | | | | 高山竹林園 | 4 |
| | | | | 市内の飲食店 | 5 |
| | | | | その他 | 21 |
| 特産品 | 21 | 高山茶釜、竹細工 | | 11 | |
| | | その他 | | 10 | |
| 生駒市全体 | 62 | 自然 | | 37 | |
| | | アクセス | | 7 | |
| | | 歴史 | | 7 | |
| | | 活動・人など | | 7 | |
| | | その他 | | 4 | |

【意見概要】市外の人にとってほしい生駒市の観光資源（魅力）（自由記述）

| | |
|---------------------|---|
| <p>名所 (126)</p> | <p>(生駒山)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒山上遊園地や宝山寺、ハイキングコースなど生駒山には魅力があるので、市外の人にも知ってほしい。 ○生駒山の自然、空気の良さ、静かなところ。 ○山麓公園のアスレチック。 ○生駒谷の寺社など。 ○生駒山上遊園地、ケーブルカーなどの古いもの。 ○生駒山上は公共交通機関でも手軽に行ける絶景ポイントである。 ○宝山寺と参道、門前町。 ○宝山寺や参道も知ってほしいが、店がまだ少なく廃れた感じがおりさみしい。ケーブルの本数が少なく、少し不便。 <p>(高山地区)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高山の竹林。高山地区の里山環境の良さ。 ○茶釜、くろんど池、サイクルコース、田園地区。 ○高山竹林園(小さい子供も連れて行きやすい)。 |
|---------------------|---|

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>(市内の飲食店)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒山上付近の景観や飲食店の質の良さ。 ○隠れ家的な飲食店。 ○飲食店やケーキ屋さんなどおいしくて良いお店が多い。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○往馬大社、高山城跡、忍性菩薩墓、暗峠越えの旧街道。 ○菜畑の桜並木。 ○竜田川沿いの桜がきれい。夜景がきれい。 |
| <p>特産品 (21)</p> | <p>(高山茶釜、竹細工)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高山の茶釜。 ○茶釜の唯一の生産地であること。 ○竹細工。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○「生駒のレインボーラムネ」「高山のおかき」、どれも車で行きにくい場所にあり、それを観光できるような設備を整えてほしい。 ○地酒。 |
| <p>生駒市全体 (62)</p> | <p>(自然)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○自然と都会のバランスが良い。 ○自然と都会っぽさがまじる感じでとにかく住みやすい ○サイクリング、自然、ハイキング、マウンテンバイク、ロードバイク。 ○歴史と自然が共存しているところ。 ○自然の中に面白い場所があり、そこで催し物をしていることが魅力。 <p>(アクセス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大阪からのアクセスの良さ。徒歩で移動できる等。 ○アクセスが良く、気軽に観光に来てもらいやすいところ。 <p>(歴史)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○史実に基づいた歴史的な魅力、往馬、高山など。 ○歴史的な意味を理解できる様なもの。 ○社寺仏閣、史跡。 <p>(活動・人など)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○火まつりが面白かったので多くの人に知ってほしい。 ○マルシェ、農業祭。 ○生き生きとしている生駒の人。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○インバウンドや国内旅行の観点からは、生駒山麓の自然環境やレクリエーション施設、歴史的遺産、寺社仏閣、日本の原風景とも云える里山等、魅力的な資源は山ほどある。 ○何が魅力なのか、何を知ってほしいのか市外の人に伝えられることがない。まずは市民に伝えることが大事かと思う。 ○魅力に感じるのが少ない。インパクトが小さい。 |

問 29 生駒市内での観光・レクリエーションについて、より多くの人に来てもらうためにはどのようなものがあればよいと思いますか？（自由記述）

○観光・レクリエーションでより多くの人に来てもらうためにあればよいものとして、商業施設を中心とした施設整備についての意見が最も多く出されています。ついで情報発信についての意見、イベント開催についての意見が多く出されています。

意見数 209（自由記述件数：207）

| | | | |
|--------|----|-------------|----|
| 施設整備 | 76 | 商業施設 | 22 |
| | | 子育て世代向けの整備 | 17 |
| | | アウトドア | 13 |
| | | 宿泊施設 | 13 |
| | | スポーツ | 4 |
| | | その他 | 7 |
| 情報発信 | 36 | SNSなどでの発信 | 17 |
| | | キャンペーン、広報活動 | 15 |
| | | 魅力づくり | 4 |
| イベント | 27 | 定期的なイベント開催 | 4 |
| | | 音楽イベント | 3 |
| | | 既存イベントの活性化 | 3 |
| | | 食に関するイベント | 3 |
| | | 体験イベント | 3 |
| | | 流行のイベント | 3 |
| | | アウトドア | 2 |
| | | スポーツ | 2 |
| | | その他 | 4 |
| インフラ整備 | 23 | 交通環境・駐車場 | 23 |
| 拠点整備 | 21 | 生駒山周辺 | 12 |
| | | 駅周辺 | 6 |
| | | その他 | 3 |
| 生駒市全体 | 16 | 外食産業の活性化 | 7 |
| | | 特産品づくり | 6 |
| | | 他地域との連携 | 3 |
| その他 | 10 | | 10 |

【意見概要】 観光・レクリエーションについて、より多くの人に来てもらうためにはどのようなものがあればよいと思うか（自由記述）

| | |
|-----------------------------|---|
| <p>施設整備 (76)</p> | <p>(商業施設)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大型商業施設。コストコ、アウトレットなど。映画館のある大型施設。 ○目的地となるような飲食店などの店舗があるとよい。 ○有名なチェーン店や大型のショッピングモール。 ○魅力的なテーマパークが欲しい。 ○施設周辺に目玉となる飲食店や雑貨店は必須。 ○リピーターが見込めるレジャー施設。 <p>(子育て世代向けの整備)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○小さい子どもが遊べる楽しい遊具のある公園。 ○大人も楽しめるアスレチック、温泉付きの古民家施設。 ○もっと目立つ観光施設や小さい子連れが遊んだり食べたりできるお店や場所を作ってほしい。 ○家族連れが楽しめる自然体験型の施設。 ○郊外型のキャンプ場、宿泊できる所、子どもが集まる場所、動物園。 <p>(アウトドア)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○自然を利用した遊び場（ネスタリゾートのようなものがあれば）。 ○自然の中でのヨガやグランピング施設、バーベキュー、山の中のカフェなどを増やし、自然と楽しみを掛け合わせていく。 ○山上遊園地だけでなく、自然を体験、感じることができるハイキングがあるとよいと思う。夜景が楽しめるキャンプ場なども面白いと思う。 <p>(宿泊施設)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大阪府か奈良市の宿泊施設を補うもの。京都市を補うために大津市にホテル客が流れていることを考えて。 ○生駒山中腹からの展望を活用した、宿泊施設などあれば。交通の便の改善とセットで考える必要あり。 ○生駒でしか体験できない宿泊施設の整備。(例えば、星野リゾートグループのような高級志向のホテルを招致してくるなど)。 ○民泊ができるような宿泊施設。 ○差別化された宿泊施設（オーベルジュなど）や道の駅など。 <p>(スポーツ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○サッカースタジアム、ボードパーク。 ○スポーツ施設や何かしら拠点になり得るような施設。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○美術館や生駒の歴史から日本のくにづくり館(日本書紀)等芸術や歴史や文化に触れられる施設。 ○観光客が体験学習できるもの。 |
| <p>情報発信 (36)</p> | <p>(SNS などでの発信)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○インスタ、YouTube、広告。 ○SNS の活用。 ○HP の活用。web 案内。 ○生駒にしかない魅力を SNS を使って発信する ○より多くの人に来てもらうには、市民にまず周知することが大事。 ○様々なメディアでの情報発信が必要。 |

| | |
|-----------------------------|--|
| | <p>(キャンペーン、広報活動)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○奈良のガイドブックに生駒市のページを追加。モデルコースを紹介。 ○学びたい、知りたいと思う好奇心に訴えかける。 ○国宝と奈良盆地の魅力を伝える。 ○官民一体での観光資源開発と情報発信。 ○大阪からの近さのアピール、広報活動。 <p>(魅力づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○名産品などのPR。 ○「ならまち」のようにある程度の地域に魅力あるものを集める。 ○映える施設があまりないことが、盛り上がり欠ける地味なところが問題。 ○高山のお茶、自然とか、山上遊園地の歴史感じるけど新しいところ。 |
| <p>イベント (27)</p> | <p>(定期的なイベント開催)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○道や駐車場が整備されている、市民が当たり前知っているくらい知られているものをつくる。お祭りのようなものやイベント、季節ものを。 ○単発ではないイベント、月に1回くらいにある集客イベント。 ○日常で楽しめるアーティスティックなもの。 <p>(音楽イベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○有名なアーティストがコンサートを開催できるような会場。 ○冬季休暇中の生駒遊園地を使った音楽イベント。 ○ライブ、フェスなどまずは来てもらうきっかけが必要。 <p>(既存イベントの活性化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒といえば、この祭り！という感じのもの。 ○寺をにぎやかす祭り。 <p>(食に関するイベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○食べ物に関するイベントを増やす。100円商店街を復活させたい。 ○前にバルをしていたから、再度バルがいいと思う。 <p>(体験イベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○茶釜が有名なので、茶道体験とか日本酒（上田酒造）の酒蔵見学とお酒に合わせた食事ツアーなど。 ○昔ながらの遊園地や門前町などレトロさを推したツアーや体験。 <p>(流行のイベント)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○フリーマーケットやイルミネーションや映えスポット、おしゃれなお店など、今流行のイベント開催などがあれば面白いと思う。 ○JBCFのカートレース、ヒルクライム（自転車）開催。 <p>(アウトドア)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○マインドトレイル奥大和のような町を巡回していくイベントは参加してみてもその町がすごく好きになった経験がある。 ○近鉄とのタイアップでハイキングイベントの増加。 <p>(スポーツ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○住宅地なので、子どものスポーツ大会を主催するとよいのではないか。 ○マラソン大会。 |

| | |
|-------------------------------|--|
| <p>インフラ整備 (23)</p> | <p>(交通環境・駐車場)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○交通の利便性、駐車場の設置など。 ○自然、動物、食、他にない遊具がある公園など。どれも駐車場は必要。 ○質の高いインフラ。有料でもいい。 ○生駒山中の道の整備。 ○宝山寺参道の整備。 ○公共交通機関で行けること、バリアフリーであること。 |
| <p>拠点整備 (21)</p> | <p>(生駒山周辺)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒ケーブルや宝山寺の参道など、かくれた魅力があるので、この辺りにお店などが増えると、人が集まるかも。 ○宝山寺の参道の整備と、参道付近へのお店の誘致 ○夏以外の夜の生駒山開放。 ○古くからあるものが多く、歴史を感じられる良さはあるが、古いだけをPRしているところが目立ち、今の時代の人の感覚にマッチしていない。 ○生駒山上遊園地の進化・キャンプ場。 <p>(駅周辺)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒駅周辺（特に南口）をもっと魅力的にする。 ○生駒駅・東生駒駅周辺の整備 ○観光客が途中下車したくなるものや西大寺のような駅中商業施設。 ○生駒駅周辺をもっと若者向けにお店を増やしたらいいと思う。 ○商店街などの古い建物の雰囲気良くする。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○高山地区のリゾート化。 ○ピンポイントの魅力ではなく、エリアとしての魅力があれば。 ○イベントなど定期的に行うことで、生駒は〇〇のまちと覚えられる。 ○街並みをおしゃれにしてほしい。若い子が来たくくなるようなものも増やして欲しい。生駒山のおしゃれカフェや、写真映えスポットなど。 |
| <p>生駒市全体 (16)</p> | <p>(外食産業の活性化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○お店の充実、周辺施設の開拓。 ○粋でくつろげる喫茶店。グルメ、飲食店、美味しいお店。 <p>(特産品づくり)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○もっと目玉になる食材や観光資源。 ○生駒にしかない、生駒でしか出会えないものを作る。 ○自然、オーガニック、生活の質が上がる、上質な。 <p>(他地域との連携)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○宿泊では奈良市には及ばないため、インバウンドや奈良に来る年齢層をターゲットとした常設のものがあれば良い。滞在時間は短くてもよい。 ○生駒の魅力だけに頼らないで、姉妹都市・友好都市・提携都市の魅力を全面的に活用した交流イベントを毎年行う。 |
| <p>その他 (10)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○観光地の有名な場所を参考にするといいのでは。 ○老人向けのところを変えた方が良いと思う。 ○まずは市民が楽しめば良いと思う。市民が楽しめない観光やレクリエーションを市外の人楽しむとは思えないので。 ○何も無いことを活かすしかない。今あるものを活かす。 |

6. 生駒市のこれからの地域経済循環の取組に向けて

問 30 (1)「地域での小商い」について 【①～④の各項目(1つ選択)】

- ①「地域での小商い」について知っていますか？
- ②「地域での小商い」に興味・関心はありますか？
- ③「地域での小商い」は生駒市の将来を考える上で重要だと思いますか？
- ④「地域での小商い」に関する取組に、関わってみたいと思いますか？

問 31 (2)「シェアリングエコノミー」について 【①～④の各項目(1つ選択)】

- ①「シェアリングエコノミー」について知っていますか？
- ②「シェアリングエコノミー」に興味・関心はありますか？
- ③「シェアリングエコノミー」は生駒市の将来を考える上で重要だと思いますか？
- ④「シェアリングエコノミー」に関する取組に、関わってみたいと思いますか？

問 32 (3)「地産地消」について 【①～④の各項目(1つ選択)】

- ①「地産地消」について知っていますか？
- ②「地産地消」に興味・関心はありますか？
- ③「地産地消」は生駒市の将来を考える上で重要だと思いますか？
- ④「地産地消」に関する取組に、関わってみたいと思いますか？

問 33 (4)「エシカル消費(倫理的消費)」について 【①～④の各項目(1つ選択)】

- ①「エシカル消費(倫理的消費)」について知っていますか？
- ②「エシカル消費(倫理的消費)」に興味・関心はありますか？
- ③「エシカル消費(倫理的消費)」は生駒市の将来を考える上で重要だと思いますか？
- ④「エシカル消費(倫理的消費)」に関する取組に、関わってみたいと思いますか？

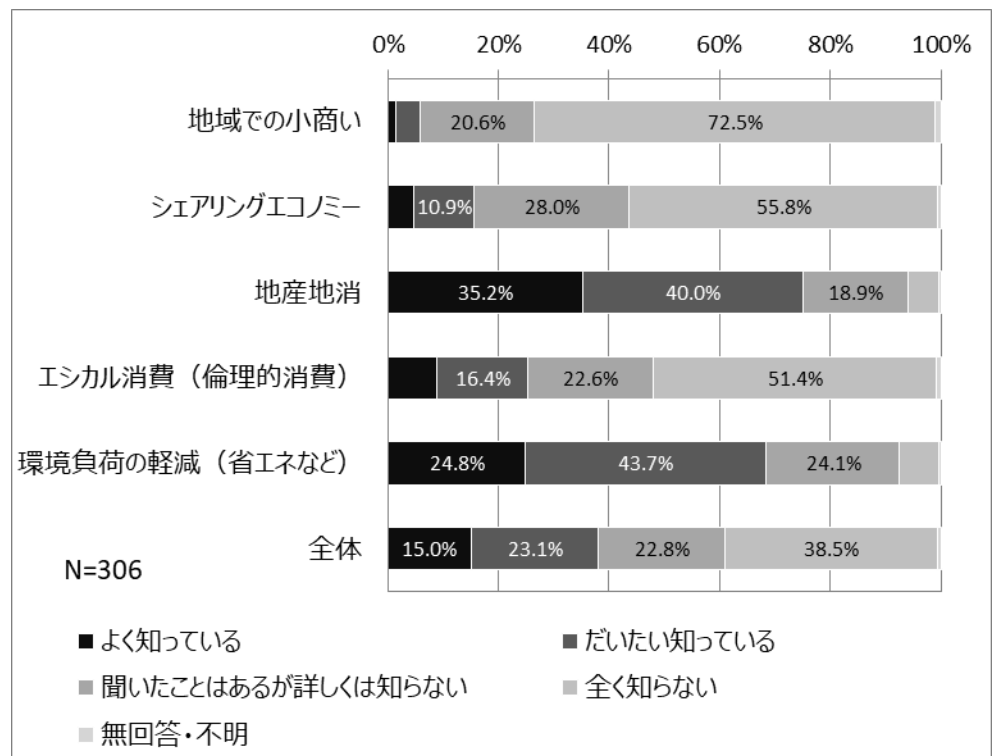
問 34 (5)「環境負荷の軽減(省エネなど)」について 【①～④の各項目(1つ選択)】

- ①「環境負荷の軽減(省エネなど)」について知っていますか？
- ②「環境負荷の軽減(省エネなど)」に興味・関心はありますか？
- ③「環境負荷の軽減(省エネなど)」は生駒市の将来を考える上で重要だと思いますか？
- ④「環境負荷の軽減(省エネなど)」に関する取組に、関わってみたいと思いますか？

①知っているか（1つ選択）

- 5つの地域経済循環に関する取組について、「よく知っている」の割合が最も高かったのは「地産地消」（35.2%）となっています。ついで「環境負荷の軽減（省エネなど）」（24.8%）となっています。
- 「よく知っている」と「だいたい知っている」を合わせると、「地産地消」（75.2%）、「環境負荷の軽減（省エネなど）」（68.5%）と高い割合になっています。「地域での小商い」は6.0%、「シェアリングエコノミー」は15.6%と低い割合になっています。

| 回答数 | よく知っている | だいたい知っている | 聞いたことはあるが詳しくは知らない | 全く知らない | 無回答・不明 |
|----------------|--------------|--------------|-------------------|--------------|------------|
| 地域での小商い | 6 1.5% | 18 4.5% | 83 20.6% | 292 72.5% | 4 1.0% |
| シェアリングエコノミー | 19 4.7% | 44 10.9% | 113 28.0% | 225 55.8% | 2 0.5% |
| 地産地消 | 142 35.2% | 161 40.0% | 76 18.9% | 23 5.7% | 1 0.2% |
| エシカル消費（倫理的消費） | 36 8.9% | 66 16.4% | 91 22.6% | 207 51.4% | 3 0.7% |
| 環境負荷の軽減（省エネなど） | 100 24.8% | 176 43.7% | 97 24.1% | 29 7.2% | 1 0.2% |
| 全体 | 303 15.0% | 465 23.1% | 460 22.8% | 776 38.5% | 11 0.5% |

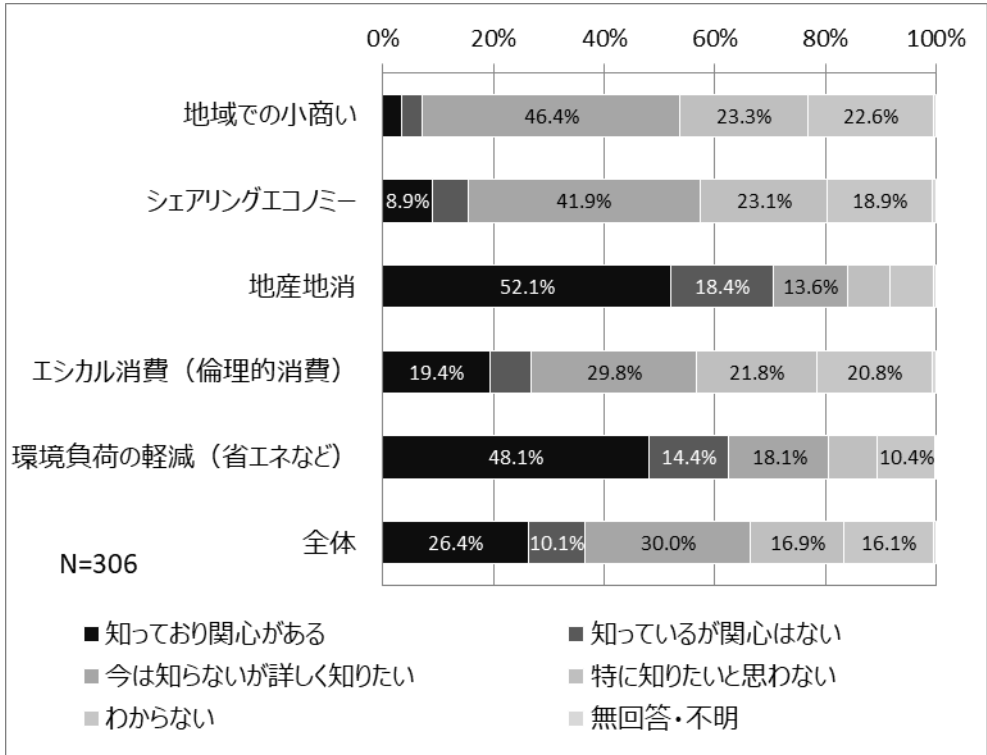


②興味・関心はあるか（1つ選択）

○ 5つの地域経済循環に関する取組について、「知っており関心がある」の割合が最も高かったのは「地産地消」（52.1%）と半数以上となっています。ついで「環境負荷の軽減（省エネなど）」（48.1%）となっています。

○ 「知っており関心がある」と「今は知らないが詳しく知りたい」を合わせた関心の高さをみると、「地産地消」（65.7%）、「環境負荷の軽減（省エネなど）」（66.2%）、「シェアリングエコノミー」（50.8%）、「地域での小商い」（49.9%）、「エシカル消費（倫理的消費）」（49.2%）となり、すべての取組について約半数は関心を持たれています。

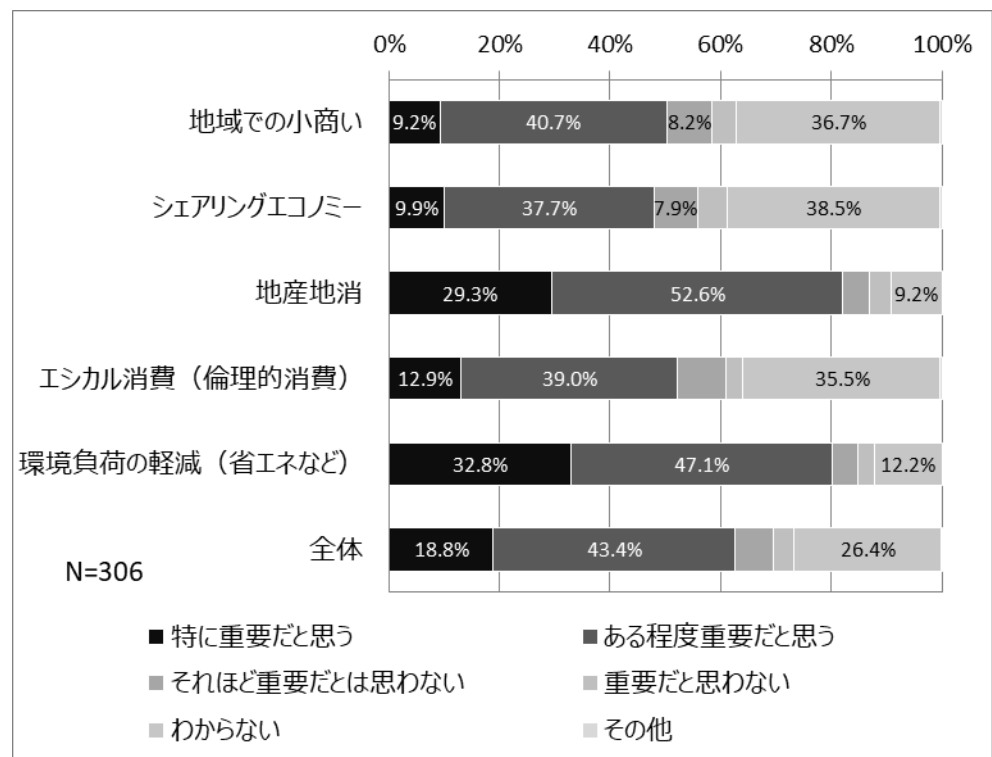
| 回答数 | 知っており関心がある | 知っているが関心はない | 今は知らないが詳しく知りたい | 特に知りたいと思わない | わからない | 無回答・不明 |
|----------------|--------------|--------------|----------------|--------------|--------------|------------|
| 地域での小商い | 14 3.5% | 15 3.7% | 187 46.4% | 94 23.3% | 91 22.6% | 2 0.5% |
| シェアリングエコノミー | 36 8.9% | 26 6.5% | 169 41.9% | 93 23.1% | 76 18.9% | 3 0.7% |
| 地産地消 | 210 52.1% | 74 18.4% | 55 13.6% | 30 7.4% | 32 7.9% | 2 0.5% |
| エシカル消費（倫理的消費） | 78 19.4% | 30 7.4% | 120 29.8% | 88 21.8% | 84 20.8% | 3 0.7% |
| 環境負荷の軽減（省エネなど） | 194 48.1% | 58 14.4% | 73 18.1% | 35 8.7% | 42 10.4% | 1 0.2% |
| 全体 | 532 26.4% | 203 10.1% | 604 30.0% | 340 16.9% | 325 16.1% | 11 0.5% |



③生駒市の将来を考える上で重要と思うか（1つ選択）

- 5つの地域経済循環に関する取組について、「特に重要だと思う」の割合が最も高かったのは「環境負荷の軽減（省エネなど）」（32.8%）となっています。ついで「地産地消」（29.3%）となっています。
- 「特に重要だと思う」と「ある程度重要だと思う」を合わせると、「地産地消」（81.9%）、「環境負荷の軽減（省エネなど）」（79.9%）と高い割合になっています。ついで「エシカル消費（倫理的消費）」（51.9%）、「地域での小商い」（49.9%）、「シェアリングエコノミー」（47.6%）となっています。

| 回答数 | 特に重要 だと思う | ある程度 重要だと思 う | それほど 重要だと思 われない | 重要だと思 わない | わからな い | その他 | 無回答・ 不明 |
|----------------|--------------|--------------------|-----------------------|--------------|--------------|-----------|------------|
| 地域での小商い | 37 9.2% | 164 40.7% | 33 8.2% | 17 4.2% | 148 36.7% | 1 0.2% | 3 0.7% |
| シェアリングエコノミー | 40 9.9% | 152 37.7% | 32 7.9% | 21 5.2% | 155 38.5% | 1 0.2% | 2 0.5% |
| 地産地消 | 118 29.3% | 212 52.6% | 19 4.7% | 16 4.0% | 37 9.2% | 0 0.0% | 1 0.2% |
| エシカル消費（倫理的消費） | 52 12.9% | 157 39.0% | 35 8.7% | 12 3.0% | 143 35.5% | 1 0.2% | 3 0.7% |
| 環境負荷の軽減（省エネなど） | 132 32.8% | 190 47.1% | 19 4.7% | 12 3.0% | 49 12.2% | 0 0.0% | 1 0.2% |
| 全体 | 379 18.8% | 875 43.4% | 138 6.8% | 78 3.9% | 532 26.4% | 3 0.1% | 10 0.5% |



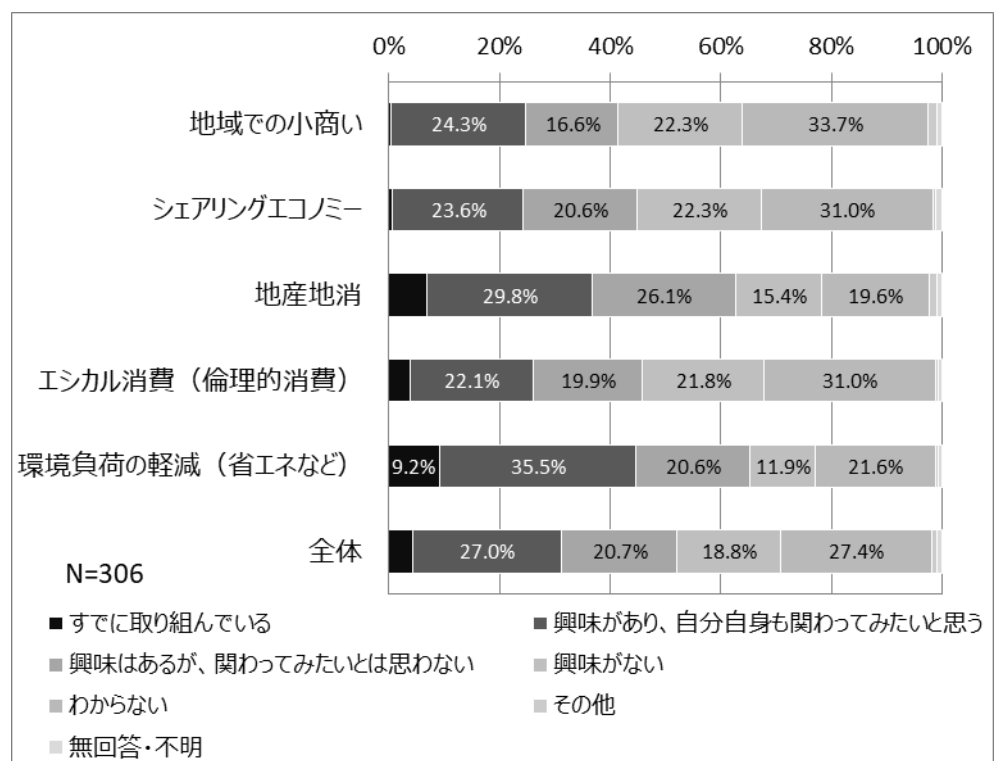
④取組に関わってみたいと思うか（1つ選択）

○5つの地域経済循環に関する取組について、「すでに取り組んでいる」の割合が最も高かったのは「環境負荷の軽減（省エネなど）」（9.2%）となっています。ついで「地産地消」（6.9%）となっています。

○「すでに取り組んでいる」と「興味があり、自分自身も関わってみたいと思う」を合わせると、「環境負荷の軽減（省エネなど）」（44.7%）が最も高くなっています。ついで「地産地消」（36.7%）、「エシカル消費（倫理的消費）」（26.1%）、「地域での小商い」（24.8%）、「シェアリングエコノミー」（24.3%）となっています。

○これまで何らかの取組がすでに実施され、なじみのあるテーマについては関心が高く、関わってみたいと思う割合も高くなっていることがうかがえます。

| 回答数 | すでに取り組んでいる | 興味があり、自分自身も関わってみたいと思う | 興味はあるが、関わってみたいとは思わない | 興味がない | わからない | その他 | 無回答・不明 |
|----------------|------------|-----------------------|----------------------|--------------|--------------|------------|------------|
| 地域での小商い | 2 0.5% | 98 24.3% | 67 16.6% | 90 22.3% | 136 33.7% | 6 1.5% | 4 1.0% |
| シェアリングエコノミー | 3 0.7% | 95 23.6% | 83 20.6% | 90 22.3% | 125 31.0% | 2 0.5% | 5 1.2% |
| 地産地消 | 28 6.9% | 120 29.8% | 105 26.1% | 62 15.4% | 79 19.6% | 5 1.2% | 4 1.0% |
| エシカル消費（倫理的消費） | 16 4.0% | 89 22.1% | 80 19.9% | 88 21.8% | 125 31.0% | 2 0.5% | 3 0.7% |
| 環境負荷の軽減（省エネなど） | 37 9.2% | 143 35.5% | 83 20.6% | 48 11.9% | 87 21.6% | 2 0.5% | 3 0.7% |
| 全体 | 86 4.3% | 545 27.0% | 418 20.7% | 378 18.8% | 552 27.4% | 17 0.8% | 19 0.9% |



7. 住宅都市である生駒市らしい商工業・観光振興に向けて

問 35 住宅都市である生駒市らしい商工業・観光振興という視点から、あなたが感じる生駒市の魅力とはどのようなものがありますか？（自由記述）

○生駒市の魅力として、自然環境についての意見が最も多く、ついで交通アクセスなどの立地の良さ、さらに治安の良さや子育て環境といった暮らしやすさについての意見が多くだされています。

意見数 228（自由記述件数：184）

| | | | |
|--------|-----|-----------|----|
| 生駒市の個性 | 103 | 自然環境の良さ | 63 |
| | | 名所・特産品 | 10 |
| | | 利便性が高い | 14 |
| | | 歴史あるまち | 7 |
| | | 利便性の課題 | 9 |
| 立地・環境 | 74 | 規模感、ほどほど | 25 |
| | | 交通アクセスの良さ | 49 |
| 暮らしやすさ | 51 | 市民の意識 | 11 |
| | | 治安と子育て環境 | 40 |

【意見概要】あなたが感じる生駒市の魅力（自由記述）

| | |
|------------------------|--|
| 生駒市の個性 (103) | （自然環境の良さ） ○生駒山、ケーブルカー、遊園地、宝山寺、お寺や神社めぐり、自然が身近に感じられる。田舎すぎず都会すぎず、ちょうどよい。 ○生駒山はそれほど高くない山ですが、奈良・大阪からみても景色や位置づけに人の目からもポイントになる視点だと思う。 ○自然がたくさんあり、落ち着く。 ○自然と便利さの共存。 ○田園地帯が市街地の比較的近くに広がる。 |
| | （名所・特産品） ○シンボルでもある生駒山の身近な自然環境と、生駒山からの景色は、最大の魅力 ○高山茶釜や茶道具や竹製品を1つ1つ手作業で作っているのは魅力だと思う。 ○レインボーラムネ、高山のかきもちなど。 ○意外と身近な街にないものが多い(ケーブルカー、宝山寺の参道、竹林)。個人商店が多いのが逆にマニアックでいいと思う。 |

| | |
|------------------------------|---|
| | <p>(利便性が高い)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○病院やスーパーマーケットが多く生活が便利。便利だが周りに自然が多く、大阪とは違う住環境の魅力がある。 ○スーパーもそこそこあるので便利。オシャレな食べ物屋さんが多い。 ○買い物には困らないし、住むにはとても良いが、観光という視点では特に無い。 ○スーパーなど結構あるので、生活する上では困らないところ。 ○駅周辺に必要なものが概ね揃っているところ。 <p>(歴史あるまち)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○宝山寺は昔ながらのお寺で趣があり、万燈会などイベントがあり近所に住んでいてとても良かったと思える。 ○信仰の場所でもある生駒の歴史と史跡。 ○古い寺社が点在し、それらが住宅地と調和しながら存在していることで、どこか懐かしさと温かさを感じさせる風景が魅力。 ○古きものを大切にし、新しいものとマッチングしていける。 ○神社の祭り等伝統を大切にしている。 <p>(利便性の課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生駒駅の近くの商店街にもっと店舗を増やしてほしい。遊園地など、営業時間が短く、近くに飲食店が少ない。 ○商工業としては、一応百貨店があつたり、便利ではあるが、なかなか生駒市だけでは購入出来ないものがあつたりと、中途半端な印象がある。 ○物価も安くない。利便性も中途半端。品揃えも良くない。 |
| <p>立地・環境 (74)</p> | <p>(規模感・ほどほど)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○適度な街と適度な自然がある。 ○ざわざわしていないので、大阪から帰ってくると(仕事で)落ち着く。 ○都会田舎。都市部ほどごちゃごちゃせず、田舎ほど何も無いわけではない。地域密着の最低限揃っている感じが良い。 ○都会からのアクセスが良く、自然もたくさんあるので住みやすい。 ○発展してきているが静かに暮らせる場所、静と動の生活がバランスよくできたところ。 ○大阪にすぐ出れて、良い意味で“奈良くささ”がないところ。 ○あまり混みすぎず、穴場的な魅力があると思う。 ○マイナーがゆえに大体どこも空いており、自分自身のペースで行動できること。 <p>(交通アクセスの良さ)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○大阪、京都からアクセスが良い、規模が小さく便利。 ○大阪に近い。アクセス良いけど住みやすい(都会すぎず静か)。 ○奈良・京都・大阪へのアクセスがよく、最良のベッドタウンと感じる。 ○家族で生活しやすい、治安も良く感じる、お隣さんとのコミュニケーションもとれる。 ○商工業において、職住近接が可能であるところ。 |

| | |
|-------------------------------|--|
| <p>暮らしやすさ (51)</p> | <p>(市民の意識)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○学校や地域住民が協力し合うことで子育てに安全な安心な環境があること。 ○教育について意識が高い人が多い。市民の民度。 ○県外に住んでいたのに、人がおだやかで親切な人が多いと思った。 ○こちらに住むようになり、市民主体のイベントが多くて驚いている。そのような一般市民がリーダーとなり、催し物を進めていくパワーが魅力的だと感じる。 ○人の魅力。地元を愛する人が多く、馴染みの店、人で購入するものも多いと感じる。 ○素朴さ、チャレンジしたいことを応援してくれる場所 <p>(治安と子育て環境)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○治安が良いので住みやすく、子育ても安心。 ○子育てや教育という観点からはすばらしい。静か、ゴミが少なくキレイ。先端大学のおかげで国際的。 ○住宅都市であるため、大型トラックなどの往来が少ないため、子どもが安全に学校に通学できることが素晴らしいと思う。 ○生活環境の安全性 ○自然の美しさ豊かさと生活の便利さ快適さが程よく調和している。高齢になっても不安を感じない。 |
|-------------------------------|--|

問 36 住宅都市である生駒市において、商工業・観光振興をどのように進めていけばよいと思われませんか？今後に向けたアイデアやご意見などあれば、ご記入ください。（自由記述）

意見数 182 （自由記述件数：172）

| | | | |
|-----------|----|----------------------|----|
| 利便性の向上 | 33 | 飲食店、買い物環境の充実 | 16 |
| | | 子育て世代、家族連れが楽しめる場所づくり | 10 |
| | | 市民が地域の魅力に触れる | 5 |
| | | 若い世代があつまる場所づくり | 2 |
| 産業振興 | 25 | 起業、中小事業者への支援 | 8 |
| | | 新しい働き方への対応 | 5 |
| | | 住宅都市としての特性を伸ばす | 4 |
| | | 企業の誘致 | 3 |
| | | 取組や制度の充実 | 3 |
| | | 既存産業の継承・発展 | 2 |
| 情報発信の充実 | 20 | 地域のPR | 7 |
| | | SNS等を使った効果的な情報発信 | 5 |
| | | 市民が地域の魅力に触れる | 4 |
| | | 新たな魅力づくり | 3 |
| | | 人口増、移住促進に向けた取組 | 1 |
| 取組の進め方 | 16 | 住宅都市としての特性を伸ばす | 8 |
| | | 将来に向けて子どもが中心のまちづくり | 5 |
| | | 市民、事業者との連携 | 3 |
| 既存資源の活用 | 15 | 生駒山、自然環境などの資源を活用した取組 | 10 |
| | | 人が集まる場づくり | 3 |
| | | 大学、学生との連携 | 1 |
| | | 安心して暮らせる環境づくり | 1 |
| 観光客の誘致 | 15 | 商業・宿泊施設の充実 | 6 |
| | | 新たな魅力づくり | 5 |
| | | 周遊環境の整備・充実 | 3 |
| | | 暮らしと観光のミックス | 1 |
| 交通アクセスの改善 | 14 | | 14 |
| 生活環境の保全 | 12 | 安心して暮らせる環境づくり | 9 |
| | | 住宅都市としての特性を伸ばす | 3 |
| 拠点整備 | 11 | 駅前の活性化 | 10 |
| | | 宝山寺および参道周辺的环境整備 | 1 |
| 場所・機会づくり | 11 | 地域資源を生かしたイベントの充実 | 6 |
| | | 子どもたちが過ごせる場所づくり | 3 |
| | | 市民が交流できる機会づくり | 2 |
| その他 | 10 | | 10 |

【意見概要】 商工業・観光振興をどのように進めていけばよいか（自由記述）

| | |
|--------------------------------|---|
| <p>利便性の向上 (33)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○生駒の商店街、店減った。良い感じの店（おしゃれ、美味しい、カフェとか）作って欲しい。 ○大阪のベッドタウンの割には、生活用品や服などの購入場所がない。 ○生駒への宿泊客は見込めないなので、買い物に行きたい！と思わせてくれる商業施設があれば、観光客数は増えると思う。 ○古き良き町としてアピールするよりも、アウトレットパークや大型商業施設を作り、周辺の地域から人を呼べばいいと思う。 ○住宅都市に適した施設が欲しい。 ○もっと子供向けサービス、行事を取り組む事で、ファミリー世帯を呼び込み、地域活性化につなげるべきと思う。 ○家族連れ、子供が集まって、ゆったりと過ごせる場所があれば良い。 ○若者を呼びたいのであればもう少し若者向けの店が入っている施設があれば良いと思う。 ○家族だけではなく、1人でも利用しやすい施設があると良いと思う。 |
| <p>産業振興 (25)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○理想とする（若しくは私たちが望む）「住宅都市」とはどんなものを詰めた上で、理想的住宅都市と現状を埋める方策を検討すべきと思う。 ○創業・副業ということも大切だが、既存事業者の発展等をまずは考えていくべき。 ○若い人へのサポート。例えば店を出したい人へのサポートやイベント。若い人や、おしゃれなお店が増えると自然に話題になり、人が集まる。 ○無料または安価なシェアオフィス、ワーキングスペースを市内に点在させる。市外で働く人のリモートワークがしやすい環境の設備で転居者を増やす。 ○高山茶釜をもっとPRすれば良いと思う。お茶が飲めるカフェや、お茶碗など陶器などのショップを併設した施設をつくるなど。せっかくの伝統産業が知られていない。 ○大企業ではなくて、個人商店が増えてほしい。 ○個人営業主並びに小規模事業への支援など。 |
| <p>情報発信の充実 (20)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○観光できる場所や商品が少ないので、目玉となるもの、話題になるものが必要だと思う。またそれを情報発信するのも大切。 ○SNS 映えのもの。都会の人が自然を求めてかつ、SNS 映えするようなカフェなどがあれば。 ○生駒らしさ、独特さ、エモさをお金をかけずに、インスタや YouTube でやれば良いと思う。 ○まだまだ自分自身も生駒のことを知れていないので、観光名所の場所やどんな所かを知っていきたい。 ○地域にどんな会社があってどういうことをしている会社なのかを知れたら身近に感じるようになると思う。 ○告知に力を入れる。奈良ならではのイベントをする。 ○自然豊から場所、景色の良さをより知ってもらうために観光映像を作り、誰にでも見てもらえるようにしたり、大型ビジョンで流せられるなら流してアピールしていく。まずは生駒市を知ってもらうことが必要。 |

| | |
|--------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ○そもそも奈良県に観光客があまり来ないので、市だけでなく県全体として集客アップにつながることをこれからどんどん考えて、魅力をアピールしてもらいたい。 |
| 取組の進め方 (16) | <ul style="list-style-type: none"> ○まずは、たくさんの企業や人に話を聞く。 ○むやみに自然を壊してまで商業施設をつくらないで欲しい。一度壊した自然が元通りになるには何十年とかかる。もっと自然をアピールできる市、自然を大切に作る市にすべき。 ○住民の様子、声を出す（SNS、広報）。若者が興味を示す特集を出す。（学生にオススメスポットを聞く、住みやすさを特集する。） ○行政が市民や事業者と協力して進める。 ○住環境として適している市に積極的に観光を進めていくことで、住みにくくならないように、進めていくべき。 ○子ども目線、子育てしやすいように。若い人に帰って来てもらえるよう、子育て中心、子ども目線を入れるべき。子育てしにくい。 ○住宅都市ということは、定住者は一定数いるので、人口資源を商工業では活用できたらよい。地産地消とも関わるかもしれないが、住んでいるところにお金を落とす仕掛けづくりをできたら良い。 |
| 既存資源の活用 (15) | <ul style="list-style-type: none"> ○自然と共生しながら、人が集まるような施設や商業施設の整備。 ○竹がたくさんあるので、環境に配慮した竹製品を。 ○暗峠など自然の中にある有名な場所をうまく活用してほしい。 ○自然を生かしたキャンプ場やグランピング施設を作る ○奈良先端技術大学院、大学とそのエリアを中心とした学術都市としての政策が必要だと思う。学生と産業が増加すれば他へも良い影響がある。 |
| 観光客の誘致 (15) | <ul style="list-style-type: none"> ○宿泊するなら、海外からの観光客を誘致してほしい。大阪、京都、奈良へ出やすく、けれどもそれらの地よりも安い宿泊料で、地元の商店とタイアップすれば面白いかも。 ○静かでゴミゴミしていない、街がきれい。自然が多い。隠れ屋っぽいお店もある。街並み（住宅地）を観光地にする、同じ町内でも区画によってガラッとテーマを変えると面白いと思う。 ○観光客を迎えるにあたり、トイレの充実は大事かと思います。コンビニ、駅、各施設の改修、維持費用の助成等も有りかなと思う。 ○スポーツイベントを絡めた集客。 ○田園地帯に人を誘導する効果的な仕組みを。 |
| 交通アクセスの改善 (14) | <ul style="list-style-type: none"> ○生駒山、鬼取町などに飲食店が増え、せっかく魅力があるのにアクセスが悪い。 ○南北に細長い地域を結ぶ新交通網（自動運転バスなどの導入） ○電車やバスの本数を増やす、飲食店を増やして大阪府から奈良市に観光に行く人に立ち寄ってもらえるようにする。 ○大阪、京都、和歌山等との道路整備をもっと進めて欲しい。 ○遊歩道の整備。 |
| 生活環境の保全 (12) | <ul style="list-style-type: none"> ○いろんな人が集まるようになる観光を進めるには、安心して人が歩ける街灯を増やしてほしい。 ○住む人を重視して、その人たちのためになるように。 ○観光客が過剰になり市民生活に支障をきたさないように、社会インフラの点検、入込人数の目標値などを設定した振興策を作ることが必要。 ○住宅地域と、観光、商工業地域の区分けはきちんと実施してほしい。 |

| | |
|---------------------------------|---|
| <p>拠点整備 (11)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○生駒駅の商店街が好きなので、もっと長くたくさんお店ができれば、生駒駅の顔になるのではないかなと思う。 ○駅周りの商店に生駒らしいお店が少ないのであると良いと思う。 ○生駒駅周辺の商店街を元気あふれるようにする（カフェやお土産屋さんを作る） ○宝山寺、門前町で普通に泊まれる旅館などが増え、写経や生駒の自然に触れるリゾートがあれば、住宅都市としての生駒市と併存でき、ゾーニングも上手く機能すると思う。 |
| <p>場所・機会づくり (11)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○生駒の子供たちは（中高生くらい）、遊ぶところがないと思う。生駒駅周辺をもっと開発して、子供たちが遊びやすい場所を作ってみてはどうかと思う。 ○子どもの教育やスポーツなどでは様々な取組をしている教室やスクールが多いので、そういったものを盛り上げるイベントや大会を運営すると面白いのではと思う。 ○興味関心がある人達が交流できる機会を作る。対面、ズーム、オープンチャットなど。 ○スタバのような気軽さで、いろいろな人が気軽に勉強したり、好きな過ごし方ができるカフェなどが増えると、自然と人(特に若者)が集まる気がする。 |
| <p>その他 (10)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ○これ以上新しいものは必要ないと思う。 ○観光振興の必要性はない。 ○税金の使い道として他の選択肢はないのかとも感じる。メリットを享受できる店舗や世帯に偏りがありそうなイメージがあるが、具体的にどのような効果を期待しているのか、実際に効果があったのか知りたい。 ○市役所は都市計画、規制緩和などで貢献すべきで、補助金事業や経営塾は税金ですべきものではない。 |