

# 生駒市 商工観光ビジョン 改訂・案(概要版)

---

令和5(2023)年8月22日  
生駒市 地域活力創生部 商工観光課

## ■商工観光ビジョンの構成

### ▼序章 生駒市商工観光ビジョンとは

- 0.1 関連計画との位置づけ
- 0.2 計画期間
- 0.3 計画の構成

### ▼第1章 生駒市商工観光ビジョン改定にあたって

- 1.1 改定の趣旨
- 1.2 改定の背景

### ▼第2章 生駒市産業を取り巻く環境

- 2.1 生駒市の人口・世帯の推移と将来予測
- 2.2 生駒市の経済構造
- 3.3 生駒市の事業者を取り巻く経営環境
- 2.4 就業者をとりまく労働環境

### ▼第3章 生駒市産業の現状と課題

- 3.1 産業全体の状況
- 3.2 市内事業者の経営状況
- 3.3 製造業(工業)
- 3.4 商業(小売業、飲食業等)
- 3.5 観光
- 3.6 起業
- 3.7 雇用・就労
- 3.8 立地

### ▼第4章 めざす将来像

- 4.1 めざす将来像
- 4.2 基本方針
- 4.3 5つの分野の目標と施策の方向

### ▼第5章 事業者、市民の取り組み、行政等の役割

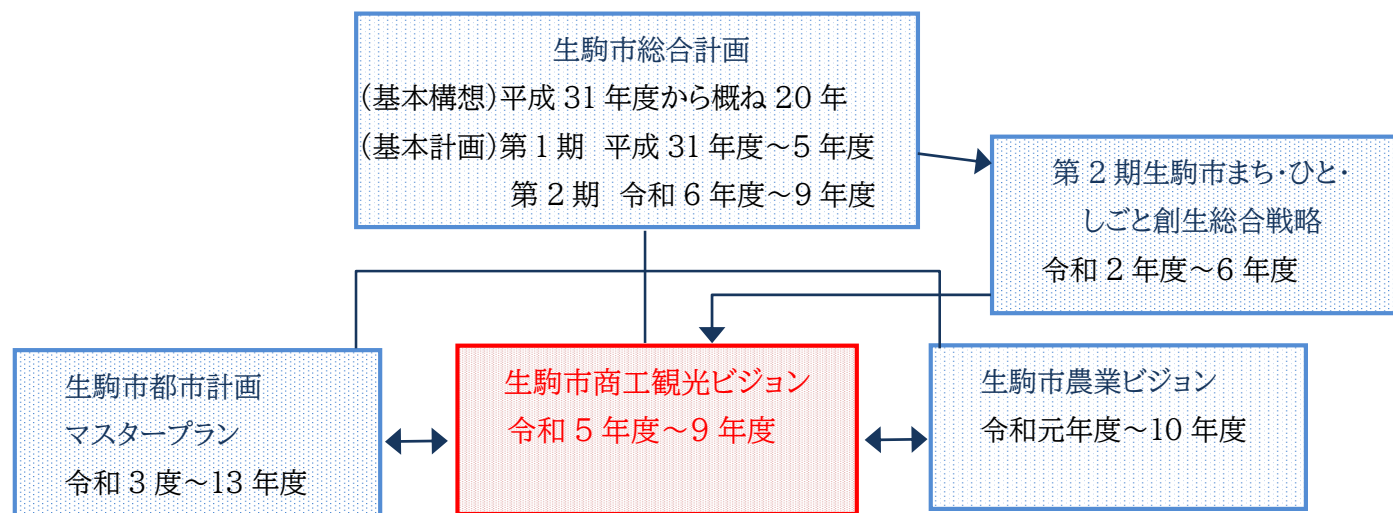
### ▼第6章 新ビジョンの推進体制

【商工観光ビジョンとは】

「生駒市商工観光ビジョン」は商業、工業、観光及びその横断的な分野に関する産業振興の具体的な指針としての役割を果たすものです。

【関連計画との位置づけ】

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



### 改定の趣旨

- **現行ビジョンの計画期間の満了**
  - ・ 平成29年下半年期～令和4年度
- **現行ビジョン策定後の状況を踏まえた改定**
  - ・ 現況や課題の把握
    - ① 現行ビジョンの検証
    - ② 市内産業の現状(既存統計調査)
    - ③ 事業者アンケート・市民アンケートによる意識調査、
    - ④ 事業者ヒアリング調査、
    - ⑤ 地域経済循環の状況(RESAS)

### 改定の背景

- **社会経済情勢の変化**
  - ・ 新型コロナウイルス感染症の影響
  - ・ 地球温暖化問題をはじめとする環境問題
  - ・ SDGsの観点、DXの進展、働き方をはじめとした意識の変化
  - ・ 少子化による雇用の確保難、国内マーケットの縮小
  - ・ テレワークやネット通販の普及など働き方や消費行動といったライフスタイルの変化
- **第6次総合計画～「地域の資源と知恵をいかし、魅力と活力あふれるまち」**
  - ・ 商工業と観光の振興
    - 地域経済の活性化や就業機会の増加
    - 既存市内企業の定着、活性化と新規企業の誘致
    - 商業・サービスの事業継承やイノベーションによる定着・発展の促進
    - 労働力の確保に向け多様な働き方を促進

### 人口・世帯の推移と将来予測

- 人口全体、生産年齢人口の減少
- 世帯人数の減少と高齢化の進展
  - 雇用の確保
  - 買物や移動など日常利便性の確保

### 生駒市の経済構造

- 生駒市の地域経済循環率は60%と低い  
(外で稼いだ分を外で使う構造)
  - 消費行動の受け皿となる事業者や消費の場の確保
  - 消費者の域内消費意識の醸成
  - 域外からの訪問者の増加、市外事業者への販売の促進
  - 市内企業の投資拡大と雇用機会の拡大・多様化による市民所得の増

### 事業者を取り巻く経営環境

#### ● 全国的な環境

- ・ 国内雇用とマーケットの縮小
- ・ リスク対応とレジリエンスの向上
- ・ 新しい経営と雇用への転換
- ・ 経営課題の重複・複合化とリスク事象の反復性への対応

#### ● 生駒市の環境

- ・ 消費者・就労者を構成する人口の構造変化
- ・ 生駒市内の土地利用～少ない事業系用地
- ・ 商業エリアの賃料

### 就業者をとりまく労働環境

- 育児休業の制度は約7割で規定があるものの、育児休業取得率は、55.4%で、女性94.8%に比し、男性が24.6%と低い
- 働き方改革の実施状況は、「積極的に取り組んでいる」は全体で40.4%で規模が小さいほど進んでいない
- テレワークを実施している事業者は20.4%とまだ少ない
- セクハラ防止対策やパワハラ防止対策に取り組む事業者割合は、従業者規模が小さくなるほど低い
- 健康経営の取り組みは、県内でも増加しているが、全体としては少ない

### 産業全体

- 産業全体の事業所数・従業者数の変化は「横ばい」から「微増」
- 事業所数・従業者数ともに「卸売・小売業」「医療・福祉」が最も多い
- 付加価値額は、「卸売・小売業」「医療・福祉」「製造業」で全体の56.9%を占めている
- 事業所規模は、従業員数1～9人の事業所で全体の77.3%

### 経営状況

- 最近3年程度の経営は厳しい状況で、将来展望も「厳しくなっていく」と感じている経営者が多い
- 「順調」とした事業者では、前向きな経営努力によって好調な経営にツなげている
- 後継者がいない事業者が半数を超えている
- 飲食・小売、小規模・個人事業者で交流の機会が少ない
- コロナ禍の影響は大きく事業縮小や補助金等の活用、経費の見直しなどを実施
- 国や県、その他の公的支援機関の利用が少ない

### 工業

#### ● 現状や特徴

- 事業所数が減少し、雇用者数は増加(事業規模を拡大している事業者がある)
- 調達、販売とも市外取引が多い
- 公的支援機関の活用が低い
- 伝統工芸品の高山茶釜は国内90%以上のシェア

#### ● 課題や支援ニーズ

- 系列会社も多く、親会社の業績変動や外部影響を受け易い
- 本市在住者の雇用割合が低い
- 生産現場は、現場の様子を公開しにくく、地域住民や求職者等に事業を理解してもらいづらい状況

### 商業

#### ● 現状や特徴

- 小規模小売店が減少し、店舗当たりの売り場面積が増加傾向
- 飲食業は、事業所数・従業者数・売上が増加傾向にあり、事業所規模も拡大
- 生鮮、食品、日用雑貨の購入は、市内スーパーがその大半を占め、次いでショッピングセンター、コンビニで、小規模店舗での消費がわずか
- 趣味・娯楽関連用品や書籍・文房具、洋服・衣料品は、ECでの消費が多い
- 身近な生活圏内の小規模店舗が減少

#### ● 課題や支援ニーズ

- 生活圏内の小規模店舗の減少で、買い物の利便性が低下しており、小規模店舗の持続可能性を高める
- 高齢化により、商業・サービス業に対し、買い物以外のニーズが増加
- 大阪への通勤者が多く、また交通利便性が高いため消費が流出
- 市内商圏が小さく、昼間人口も少ないため、商売が難しい
- 小規模な小売、飲食業は研修や交流機会への参加が難しい

# ■生駒市産業の現状と課題

## 観光

### ● 現状や特徴

- ・観光スポットは、生駒山の認知度が高く、次いで、高山竹林園や茶釜、竹といった地域資源が高い
- ・生駒山上游園地の入園者は、ピーク時からいったん落ち込むものの、ファミリー層にターゲットを絞り、令和4年にはコロナ前を上回るまでに回復
- ・本市北部地域では、近隣市からのハイキングで、くろんど池、竹林園を訪れる高齢者が増加
- ・宿泊業は、奈良市に比べて事業者数・従業員数の規模が小さい。
- ・県内の観光客の増加傾向に関わらず、本市では大きな変化はない

### ● 課題や支援ニーズ

- ・誘客ターゲット層を明確化
- ・市民は、市内の特定観光資源への認知は高いが、まちなかや市の他の資源への認知は低い
- ・市に訪れる観光客は来訪目的が限定されており、滞在時間も短く、飲食・物販等の店舗の受け皿も少ないため、市内消費につなげにくい
- ・生駒山麓公園、宝山寺、高山竹林園の来訪者数は、コロナ前から減少傾向
- ・高山地域の観光資源へのアクセスに課題
- ・宿泊施設が少なく、需要に応えられない
- ・道の駅や宿舎、里山での宿泊など新たな需要創造の検討も必要

## 起業

### ● 現状や特徴

- ・創業比率(6.38%)は、奈良県平均を上回り、県内で最高
- ・意識調査によると、「起業」を希望する市民は5.5%
- ・過去7年間で創業塾参加者は、延べ241名で、うち、R2以降の134名中14名が創業
- ・イコマドでは、小さな事業を始めたい方、定年を迎えるシニア層からの起業相談が増加
- ・R2からクリエイターや金融機関の行員、専門家による伴走支援を実施

### ● 課題や支援ニーズ

- ・起業予備群を後押しするため、精神的な応援や、起業リスク軽減等が必要
- ・起業家との接点や教育機会が少ない
- ・地域の方が、地域の事業者は無償を前提に仕事を依頼することがあり、地域でお金が回らない
- ・店舗を借りる際の床単価が高く、出店したい起業家の開業のハードルになっている
- ・昼間人口が少なく、購買層が限定されるため多様な事業形態の起業が生まれにくい
- ・市内での消費を優先させるような仕組みづくりや市民への意識づけが不十分

## 雇用・就労

### ● 現状や特徴

- 雇用状況■
- ・市内事業所の従業員数は、現ビジョン策定より4%増え30,784人(令和3年)
- ・従業員9名以下の事業所が全体の76.6%
- ・従業員数が30~49人、100人以上の規模の事業所で働く人が増加傾向
- 市民の就労状況■
- ・市外就業率が高く、大阪府への就労率が44.9%です。
- ・市民の女性就業率は他自治体に比べて低いです。女性の市内就業率は高い
- ・市民の従事産業は「卸売業・小売業」が最も多く、次いで「医療・福祉」「製造業」。男性は「製造業」、女性は「医療・福祉」が最も多い
- ・市民の男女とも、「専門的・技術的職業従事者」の割合が高く、市内の就業者においても、同様に高い

### ● 課題や支援ニーズ

- 雇用におけるニーズ■
- ・雇用に際し重視する点は、「熱意・意欲」が最も高く、次いで、「同業界での経験」、「勤務形態の柔軟性」
- ・「人材の確保・育成」に関する支援ニーズが高い
- ・副業を導入中・検討中である事業者の割合が52%、一方、導入予定が無いとした事業者は29%
- 就労におけるニーズ■
- ・これからの働き方については、転職、起業、新たに就業を希望する者の割合が、24%
- ・働き方で重視する点では、給与・収入のほか、柔軟な勤務形態、仕事のやりがい、勤務地の立地条件の順
- ・副業について、実施者が8%、検討中が45%となっており、男性でこれらの者の割合が高い
- ・副業の目的は収入面を挙げた者が41%。活躍の場を広げたい、新しい知見やスキルを得たいなど収入以外の意義を目的にあげた者が48%

## 立地

### ● 現状や特徴

- ・事業系の用途地域が少なく、新たに産業を誘致できる場所が少ない
- ・茶釜等以外の特定産業の集積がない
- ・市北部地域の準工業地域内に約100社製造業の集積があり、雇用を生んでいる
- ・企業立地補助金の対象業種は製造業に限定。また、立地エリアも第一工区、テクノエリアに限定
- ・商業集積は、近鉄生駒駅、東生駒駅、学研北生駒駅、学研奈良登美ヶ丘駅周辺のほか郊外に存在
- ・企業立地促進条例を平成22年度に制定以降、累計で25件の立地実績

### ● 課題や支援ニーズ

- ・事業所の移転先として市内に産業用地が見つからないケースがあり、事業者が流出
- ・現行の対象エリア・業種以外にも、本市の商工業振興に資する立地誘導を図れる施策が必要
- ・企業立地に関しては、現況の都市計画区域の拡充などによる事業系用地の創出を検討するほか、163バイパスの整備に併せた検討も必要
- ・現状、特定の産業集積はありませんが、学研高山第二工区の開発に関して、事業系用地の用途検討に際し産業集積の検討が必要です。

【めざす将来像】

## 将来世代に向けて、「住みよさに、働きやすさ、楽しさ」も生み出す、新しい住宅都市の創造

【基本方針】

- 「変革と挑戦」に取り組む事業者の「発掘と育成」
- 「顔の見える」まちなか経済循環の創出

【5の分野の目標】

### ①商工業

- ・市内におけるものづくり環境の確保
- ・積極的な商いと魅力ある店舗の創出・発信

### ②観光の振興

- ・「住んで楽しい」身近な観光価値が地域経済に繋がる観光振興

### ③起業の促進

- ・ローカルビジネス起業の促進

### ④雇用・就業

- ・多様な働き方による雇用・就労と市民の市内就労の促進

### ⑤新たな産業立地の検討

- ・業種・地域にとらわれない企業誘致・開業支援と新たな産業集積の創造



## ■5つの分野の目標と施策の方向 工業(製造業)

### 【目標】市内におけるものづくり操業環境の確保

立地企業との日常的な関係を構築し、要望のある道路等のインフラ関係、増改築、雇用に関する課題を共有し、本市における事業継続のための操業環境の確保を図る

#### 【施策の方向】

##### ○立地製造業への企業訪問と意見交換の場の設置

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

##### ○公的支援機関と連携した経営支援の実施

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

##### ○生産現場の体験機会の創出

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

## ■5つの分野の目標と施策の方向 商業(小売業、飲食業等)

### 【目標】積極的な商いと魅力ある店舗の創出・発信

市内事業者の新たな顧客の獲得に向けて積極的な小売・飲食事業者の付加価値向上に向けた変革を支援するとともに、新たな開業を促進し、魅力ある店舗の発信や商業イベントの機会など通じて学びと商いの両立を図ります。また、魅力的な店舗や商業集積は、まちの大きな魅力の一つです。小さな個店の商いそのものに福祉的価値もあることから、個店の多様な価値の発信し、駅前などの商業集積地はもとより、地域においても、買物や飲食、サービスが楽しめ、暮らしが豊かになる環境づくりを進めます。

### 【施策の方向】

#### ○小規模・既存店舗への支援

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

#### ○新規開業の促進

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

#### ○市内需要の喚起

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

地域の小規模店舗の強みのある品揃えや福祉的な価値など今ある潜在的な価値を見える化し、市民の購買行動に寄与する発信を実施します。また、休日の来訪者や市民の消費行動を分析するなどして、潜在需要の把握を行い事業者に対し情報提供を行う。

#### ○有志の商業活動グループへの支援

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

## ■5つの分野の目標と施策の方向 観光

### 【目標】「住んで楽しい」身近な観光価値が地域経済に繋がる観光振興

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

#### 【施策の方向】

##### ○市民をターゲットにした観光

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

##### ○来訪者の増加とその需要の受け皿となる事業者の取り組みへの支援

近隣都市の住民やインバウンドで訪れている外国人などに情報発信し、市民と関係人口との交流によりまちの魅力を拡大します。そのためにも、生駒山ブランド化、着地型観光、Meets高山など地域の魅力発信によって誘客を図ります。観光客ニーズに対し積極的に取り込む事業者の発掘と育成を図ります。観光関連イベントの開催支援を通じて市内の観光価値を発信し需要喚起を実施します。

##### ○交通機関と連携し来訪スポット周辺の地域資源の活用

市内の電鉄会社やバス会社、タクシー事業者との連携を強化し沿線・地域の魅力と交通アクセス性の向上を図ります。また、観光関連事業者や観光ボランティアガイド等と連携し、来訪者の多い観光スポットの回遊性を高めることで、今ある地域資源を有効に活用します。

##### ○外国人向けの情報発信や観光ルート等案内の強化

人気となった店舗の発信などをインバウンドで訪れている外国人に発信します。生駒山の非日常性や茶釜などお茶文化の体験など外国人が魅力と感じる細かな情報を届ける仕組みを検討します。また、1日、半日で移動可能な観光ルートや北部地域の交通アクセスなど公共交通機関を使った移動へのガイド機能の向上に向けた取り組みを実施します。

##### ○新たな観光需要の創造の検討

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

## ■5つの分野の目標と施策の方向 起業

### 【目標】ローカルビジネス起業の促進

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

### 【施策の方向】

#### ○起業意欲の醸成と教育

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

#### ○起業家の成長ステージに応じた支援

事業の構想、ビジネスアイデアの段階から、事業計画、起業準備、起業後の交流・マッチングの場までの各ステージにおけるリスク軽減への支援を産学公民金の支援者と連携して実施します。すでに起業した人、パラレルキャリアを目指す方、既存事業者の後継者などが、新たな事業に取り組む第二創業についても同様の枠組で支援します。また、出産・子育て世代など、時間や場所に制約されない柔軟な働き方ができるスモールビジネスの起業についても、特有の支援ニーズに配慮し、出産・子育て支援等の他の取り組みと連携し支援します。

#### ○市民や事業者が地域の起業を応援する環境の醸成

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

#### ○大学発ベンチャーへの支援

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

## ■5つの分野の目標と施策の方向 雇用・就労

### 【目標】市内事業者の雇用・定着支援と多様な働き方による雇用・就労の促進

市内事業者の事業継続と発展に向け、雇用確保と定着への支援を行います。また、多様な働き方は、結婚、子育て、介護等、市民が生活において出会う様々な課題に柔軟に対応するうえで有効です。さらに、生産年齢人口が減少する中、将来にわたり雇用を確保していくには、従来の正規・非正規雇用だけでなく、副業、兼業、ワークシェアリング、短時間労働など多様な働き方を受け入れる柔軟な雇用の実現が不可欠です。そのため、市内の未就業の女性や障がいのある人などの潜在的な就業希望者、多様な働き方を希望する人を支援し、受け入れる市内事業者をつなぐことで、多様なライフスタイルを支援するとともに職住近接の雇用・就業環境を実現します。

### 【施策の方向】

#### ○多様な雇用・就労に向けた支援

副業、兼業、マルチワークやワークシェアリング等の多様な働き方に応じた雇用形態についての学習機会を創出し、企業側の検討を促すとともに、未就業者や副業マルチワーク、パラレルワークキャリア等を検討する市民に対しても多様な働き方の学習、実践者・経験者との交流などの機会を創出します。また、多様な雇用と働き方を希望する者の顔の見えるマッチングの場についても検討・実施します。

#### ○雇用の確保と定着の促進

雇用の確保について、現在実施しているハローワークとの合同企業説明会の場を課題に即した形で活用するほか、市内雇用の促進に向け市民に事業者の魅力伝える機会を設けるなど就業希望者とのマッチングを実施します。個人事業主、家族経営の業態の事業者においては、事業承継や非正規雇用者等の確保、多様な就労ニーズに関する課題への対応を支援します。また、生駒商工会議所等と連携し人材の定着に向けた支援を実施します。

## ■5つの分野の目標と施策の方向 立地

### 【目標】業種・地域にとらわれない企業誘致・開業支援と新たな産業集積の創造

市内における雇用や消費活動を促進するため、現在実施している製造業向けの立地支援に加え、短期的には、市内の商業地・住宅地への企業誘致・開業支援を実施するとともに、中長期的には、学研高山第二工区の開発における産業集積、観光施設立地に関する検討を行います。また、企業立地はゴールではなくスタートだと認識し、立地企業が生駒市に根を下ろし事業継続できるようフォローアップに注力します。

### 【施策の方向】

#### ○新たな企業誘致・開業支援

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

#### ○学研高山第二工区における産業集積等の検討

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

#### ○立地企業へのフォローアップの実施

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

### (1) 事業者の努力

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

### (2) 市民の理解及び協力

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

### (3) 行政等による公的支援のあり方

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

## ■新ビジョンの推進体制

- 「5つの分野の目標と施策の方向」については、市内外の産学公民金の支援者・住民との連携が不可欠
- こうしたことから、本ビジョンの推進にあたっては、令和3年度より取り組みを開始した産学公民金の連携により市内事業者が成長する環境を構築し地域経済の活性化を図る生駒市版エコノミックガーデニング「EGいこま」のもと推進を進める
- 今後は、「EGいこま」の活動について7つ指針を定め、商工会議所や地域金融機関との連携をさらに強化し、現在つながりの薄い国・県、大学等の支援機関との連携も深め、産学公民金の支援者のネットワークの構築を図っていく
- また、顔の見えるまちなか経済循環を実現に向け、生産者、消費者である「民」も地域経済振興に参画する住宅都市型の生駒市版エコノミックガーデニングを目指す

### 【「EGいこま」の活動指針】

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

