

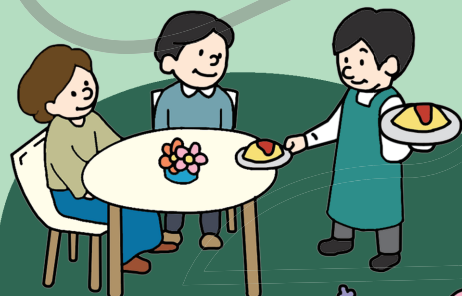
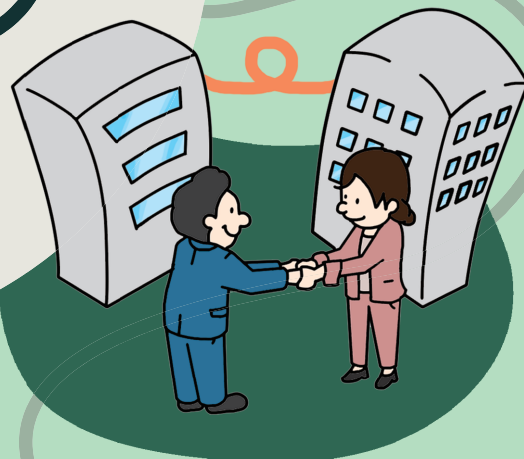


生駒市

商工観光 ビジョン

— 概要版 —

「令和5年度～9年度」



めざす将来像

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

- 将来像を実現するためには、様々な経営課題に対し「変革と挑戦」に取り組む事業者を発掘・育成し、新たな消費や雇用が生まれる強い地域経済の基盤をつくる必要があります。
- 企業家精神あふれる地元の企業が活躍しやすいビジネス環境を創出し、大切に育てることにより、地域経済を活性化させる政策「エコノミックガーデニング」の考え方を基本方針に掲げ将来像を実現していきます。

基本方針と取組指針

基本方針

市民も参加する産学公民金の経営環境づくり
生駒市版エコノミックガーデニング「EGいこま」の推進

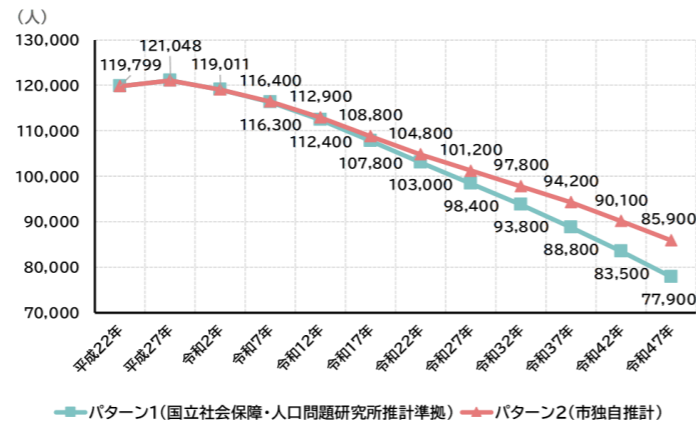
- 変革と挑戦に取り組む事業者の発掘と育成
- 顔の見えるまちなか経済循環の実現

取組指針

- ① 生駒市で活動する事業者の経営革新の取り組みを支援
- ② 生駒市での新たなビジネスや新分野への挑戦を支援
- ③ 生駒市における生産者と消費者の出会いの場を創出
- ④ 生駒市で活躍する人材を増やす
- ⑤ 生駒市において新たな需要を創出

生駒市産業を取り巻く環境

生駒市の将来人口推計

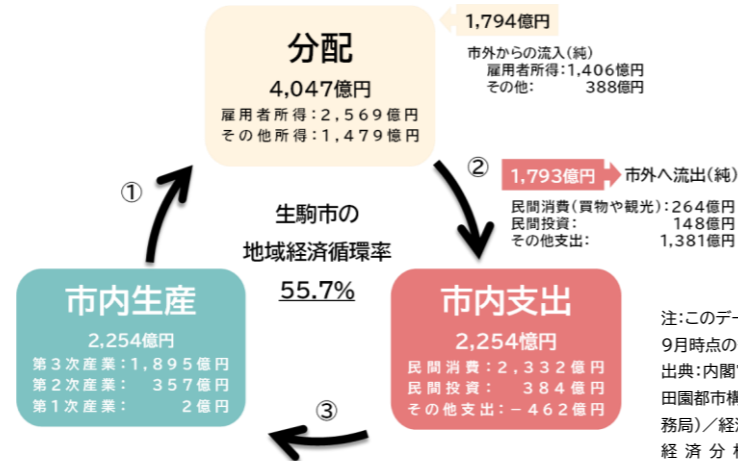


住宅都市として発展を遂げてきた本市ですが、平成25年の121,331人をピークに横ばいが続いた後、人口減少が進むと予測されています。(右図参照)

121,331人
↓
85,900人
(H25→R47)

注:国立社会保障・人口問題研究所将来推計人口(2018年推計)を踏まえて生駒市人口ビジョン推計を見直した市独自推計(総人口)
出典:生駒市「人口ビジョン」(令和5年改定版)

生駒市の地域経済循環図



市外からの流入は大きいですが市外への流出も多く、稼いだ分の44.3%が市外に流出しています。(右図参照)

44.3%

注:このデータは令和5年9月時点のものです。
出典:内閣官房(デジタル田園都市構想実現会議事務局)/経済産業省「地域経済分析システム(RESAS:リーサス)」(平成30年度)

生駒市産業の現状

生駒市民の就業状況

30.2%

市内での就業率は30.2%で、全就業人口の約半分が大阪で勤務しています。

39.2%

女性の就業率は39.2%で、全国や奈良県に比べ、低い値です。

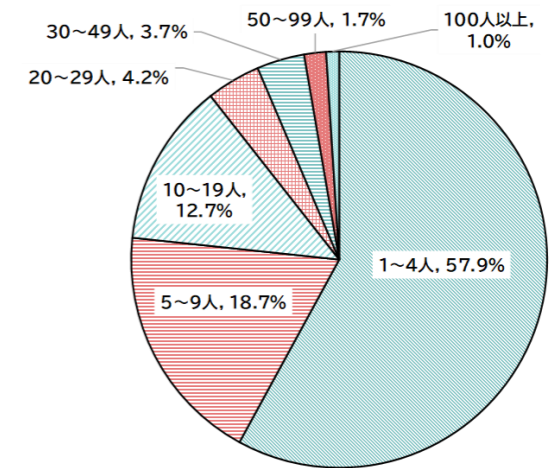
奈良県:42.7%
全国:46.5%

生駒市の事業所と経営状況

3,022 事業所
29,201 人

令和3年度の市内事業所数は3,022事業所、従業員数は29,201人です。事業所数・従業者数ともに「横ばい」から「微増」で推移しています。

従業者数から見た事業所規模の割合:全産業

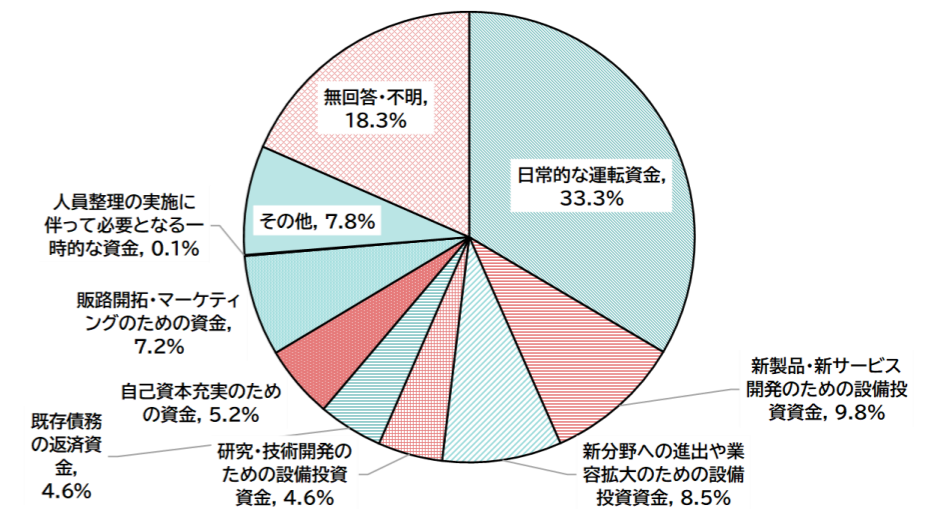


注:出向・派遣事業者のみの事業所を除く 出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

76.6%

従業者数9人以下の事業所が全体の76.6%を占めています。(右図参照)

必要とする資金の内、最も重要なもの(択一)



注:N=306 出典:生駒市「事業者アンケート調査」(令和4年度)

必要な資金の内、最も重要なものとして日常的な運転資金の需要が33.3%と高い一方、設備投資に関する資金の需要の合計も、22.9%と高くなっています。(右図参照)

33.3% (日常的な運転資金)
22.9% (設備投資に関する資金)

生駒市商工観光ビジョン推進に向けた取り組み

現状と課題

目標

施策の方向

工業

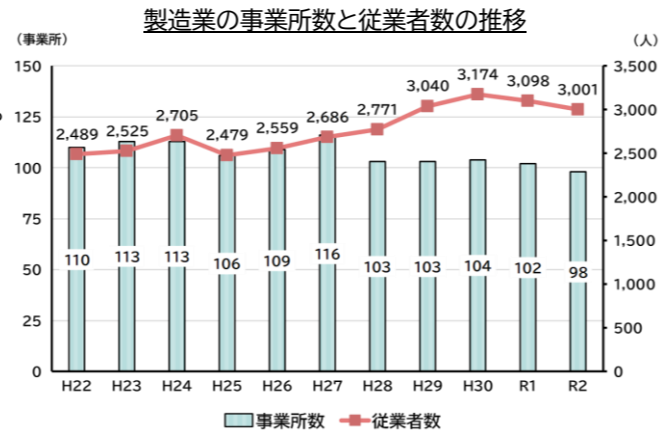
現状

110→98 事業所
2,489→3,001 人
(H22→R2)

事業所数は減少し、従業者数は増加しています。
(右図参照)

27 事業所(新設)
34 事業所(廃業)
(H28~R3 累積)

事業所の新陳代謝が起きている。



出典：平成24年、28年、令和3年は、経済産業省「経済センサス活動調査」。その他の年は、経済産業省「工業統計調査」。
注：従業者4人以上の事業所を対象としている。

課題

- 本市在住者の雇用の割合は低いです。
- 住民や求職者にとって事業の様子がわかりづらく、事業者イメージの形成や向上による人材確保や誘客等につながっていません。

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することで、道路等のインフラ関係、増改築、雇用に関する課題を共有し、本市における事業継続のための操業環境の確保を図ります。

- 立地製造業への企業訪問と意見交換の場の設置
- 公的支援機関等と連携した経営支援の実施
- 生産現場の体験機会の創出

商業

現状

50.2%(小売)
53.9%(飲食)

事業所の約半数が従業者数1~4人と小規模です。

2.7%(野菜等)
0.2%(日用雑貨)

食料品、日用雑貨ともに、購入先として個人商店を選択する割合がわずかです。

638→546 店舗
(H21→R3)

小売業の事業所数が減少しています。

48.4%(趣味・娯楽用品)
24.6%(書籍・文房具)

家電・趣味・娯楽関連用品や書籍・文房具、洋服・衣料品等でネットショッピングを選択する割合が高いです。

課題

- 生活圏内の小売業の小規模店舗が減少しており、高齢者を中心に買い物の利便性が失われる可能性があります。
- 見守り、交流といった買い物以外のニーズに対する役割の検討が必要です。
- 市内での消費を優先させるような仕組みづくり等が十分とは言えません。

積極的な商いと魅力ある店舗の創出・発信

- 顧客獲得の支援、開業促進、魅力ある店舗の発信や商業イベントの機会などを通じて学びと商いの両立を図ります。
- 生駒駅南口周辺エリアなど駅前の商業集積地活性化に向けた取り組みを進めます。
- 個店の多様な価値を発信し、地域において買い物・飲食・サービスを楽しみ、暮らしが豊かになる環境づくりを進めます。

- 小規模・既存店舗への支援
- 新規開業の促進
- 市内需要の喚起
- 有志の商業活動グループへの支援

観光

現状

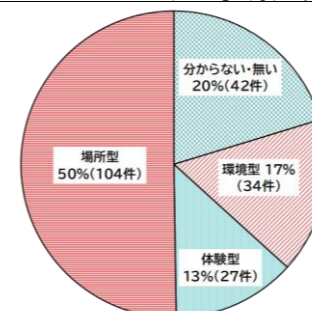
31.2万→18.5万人
(H25→R3)
(生駒山麓公園)

宝山寺、生駒山麓公園、高山竹林園の来訪者数は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前から減少傾向にあります。

50%(場所型)
17%(環境型)

市外の人に知ってほしい生駒市の観光資源(魅力)は場所型(特定の観光場所)が多くなっています。(右図参照)

「生駒市内での観光・レクリエーションについて、市外の人に知ってほしい生駒市の観光資源(魅力)としてどのようなものがあるとおもいますか?」に対する回答



出典：生駒市「市民アンケート調査」(令和4年度)

課題

- 飲食・物販等の店舗の受け皿が少なく、地域の消費につながりにくい構造です。
- 市民にとって生駒山等の認知度が高い一方、市内全体の観光地、観光面の魅力についてはあまり知られていません。

「住んで楽しい」身近な観光価値が

地域経済につながる観光振興

- 市民が身近な風景や文化に触れたり、まちなかの消費を楽しみ、また身近な地域での市民活動など「まちの魅力」を創出するマイクロツーリズムを推進します。これにより、市民が「住んで楽しい身近な観光価値」に気付き、その価値の発信を通じて国内外の来訪者を誘引し、地域経済の活性化につながります。

- 市民がつくる観光の魅力
- 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
- 交通機関と連携した来訪スポット周辺の地域資源の活用
- 外国人向けの情報発信や観光ルート等案内の強化
- 新たな観光需要の創造の検討

生駒市商工観光ビジョン推進に向けた取り組み

現状と課題

目標

施策の方向

雇用・就労

現状

0.62
奈良県:1.12
全国:1.30

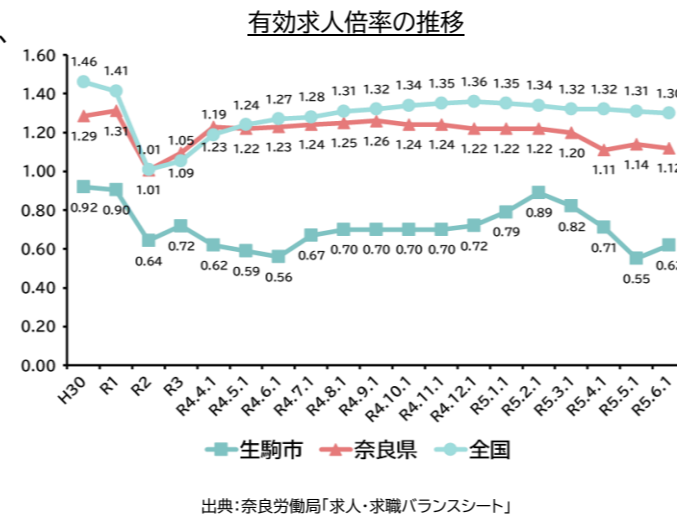
生駒市の有効求人倍率は全国や奈良県より低く、常に求人数が求職数を下回っています。(右図参照)

0.30(求人倍率・事務職)
1.95(求人倍率・サービス)
3.52(求人倍率・生産工程)

フルタイムの事務職では求職数が求人数より多くなっていますが、サービス職、生産工程の職では求人数が求職数を上回っています。

59.3%(給与・収入)
40.0%(仕事のやりがい)

働き方で重視する条件は給与・収入の高さが最多ですが、仕事のやりがいも40.0%と高い値です。



課題

- 今後、商工業及び観光振興施策や支援策に期待すること全項目の中で、「人材確保・育成のための支援」について「強く期待する」と回答した割合が、「資金融資制度の充実」「増改築・新築にかかる支援」に次いで3番目に多く、支援ニーズが高くなっています。
- 女性の就業率は低く、就業希望者の割合は高くなっています。
- 職種によって雇用する側と就労する側のニーズのバランスが不均衡です。

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、雇用確保と定着のための支援を行います。
- 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や、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につなぐことで、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。
- 多様な雇用・就労に向けた支援
- 雇用の確保と定着の促進

立地

現状

- 住宅都市として発展した経緯から、事業系の用途地域が少なく、新たに事業者・産業を誘致できる場所も少ない状況にあります。伝統的工芸品の茶釜、特産品の竹製品のほかは、特定の産業の集積はありません。
- 企業立地促進条例の補助対象業種は製造業に限定しており、対象区域も学研生駒テクノエリアと高山サイエンスタウンの立地に限定しています。

課題

- 現行の対象区域・業種以外にも、商工業振興に資する立地誘導を図ることができるような施策が必要です。

幅広い企業誘致・開業支援と新たな産業集積の創造

- 製造業向けの立地支援に加え、商業地・住宅地への企業誘致・開業支援を実施します。
- 立地企業が本市に根を下ろし、事業を継続できるようフォローアップします。
- 新たな企業誘致・開業支援
- 学研高山地区第2工区における産業機能の集積
- 立地企業へのフォローアップの実施

起業

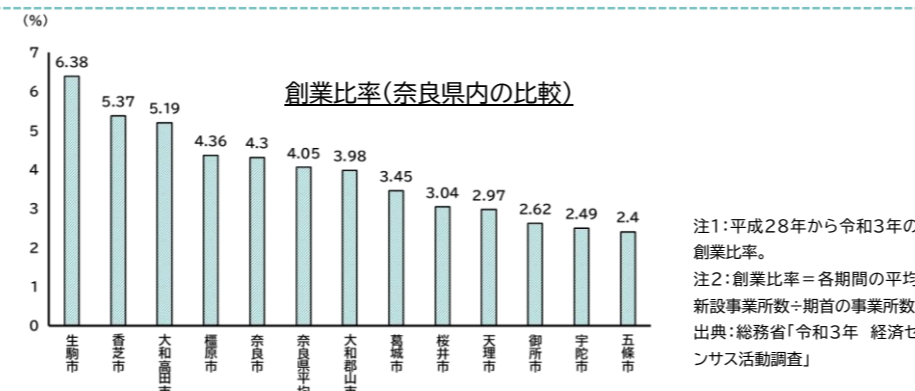
現状

6.38%
奈良市:4.3%
奈良県:4.05%
(H28→R3)

生駒市民の創業比率は、県内の市の中で最も高いです。(右図参照)

5.5%

今後の働き方として「起業」を希望する市民は5.5%です。



課題

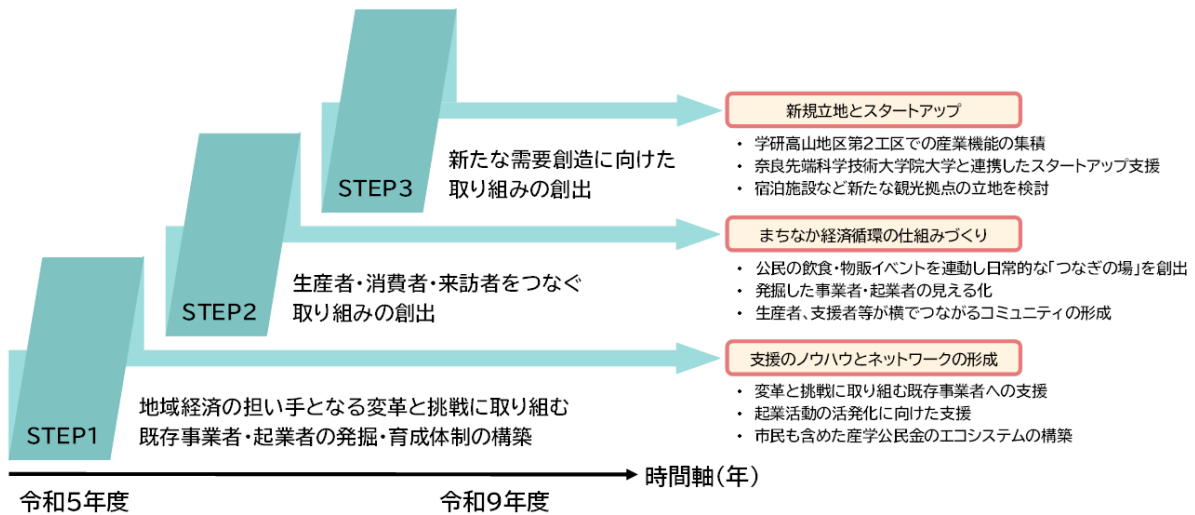
- 起業に至るまでに背中を押すような周りからの応援や、起業後のリスクを軽減する支援を明示することによって、起業予備軍を後押しすることが求められます。

ローカルビジネス起業の促進

- 地域の人を主な顧客とし、地域の人を雇用するローカルビジネス等の起業を促進するため、起業意欲の醸成と、始めやすく、かつビジネスの継続を可能にする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。
- 起業意欲の醸成と教育
- 起業者の成長ステージ(事業構想、計画、準備、起業後の交流・マッチング)に応じた支援
- 市民や事業者が地域の起業を応援する環境の醸成
- 大学発ベンチャーへの支援

生駒市商工観光ビジョンの実現に向けたロードマップと推進体制

- 本ビジョンの実現に向けては、今後、策定される「第6次生駒市総合計画 第2期基本計画」の内容と整合をはかるとともに、前項に掲げる「5つの分野の目標と施策の方向」を具体化するための施策の内容については、「生駒市商工観光ビジョン・アクションプラン(仮称)」で定めます。
- 基本方針により定めた「5つの分野の目標と施策の方向」に掲げた取り組みを着実に積み重ね、既存事業者・起業者の事業の継続・発展、地域内の経済循環の向上、新たな需要創造に至るステップで、「EGいこま」のもと推進していきます。



- 本ビジョンの実現にあたっては、基礎自治体である本市だけでは達成することができません。
- そのため、基本方針である「EGいこま」の考え方のもと、生駒商工会議所や地元金融機関との連携を強化し、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を構築し、その推進を図っていきます。
- また、顔の見えるまちなか経済循環を促進するため、生産者・消費者としての市内事業者・市民などの「民」も、雇用・消費・購買などを通じて、域内での経済活動に参加し、本ビジョンの実現を目指します。

