

# 生駒市商工観光ビジョン（案）

令和5（2023）年9月

生駒市

# 目次

序章 生駒市商工観光ビジョンとは.....	1
■生駒市商工観光ビジョンとは.....	1
■関連計画との位置づけ.....	1
■本ビジョンの計画期間.....	1
■計画の構成.....	2
1 生駒市商工観光ビジョンの改定にあたって.....	3
1.1 改定の趣旨.....	3
1.2 改定の背景.....	3
2 生駒市産業を取り巻く環境.....	5
2.1 生駒市の人口・世帯の推移と将来予測.....	5
2.2 生駒市の経済構造.....	7
2.3 生駒市の事業者を取り巻く経営環境.....	9
2.4 就業者を取り巻く労働環境（奈良県下の状況）.....	10
3 生駒市産業の現状と課題.....	11
3.1 産業全体の状況.....	11
3.2 市内事業者の経営状況.....	13
3.3 工業(製造業).....	14
3.4 商業(小売業、飲食業等).....	17
3.5 観光.....	19
3.6 起業.....	22
3.7 雇用・就労.....	24
3.8 立地.....	27
4 めざす将来像.....	28
4.1 めざす将来像.....	28
4.2 めざす将来像の実現に向けて.....	29
5 本ビジョン推進に向けた取り組み.....	32
5.1 基本方針と取組指針.....	32
5.2 5つの分野の目標と施策の方向.....	33
5.3 本ビジョンの実現に向けたロードマップ.....	43
用語集.....	46

用語集に掲載している単語には、(※)を付けていますので、合わせてご確認ください。

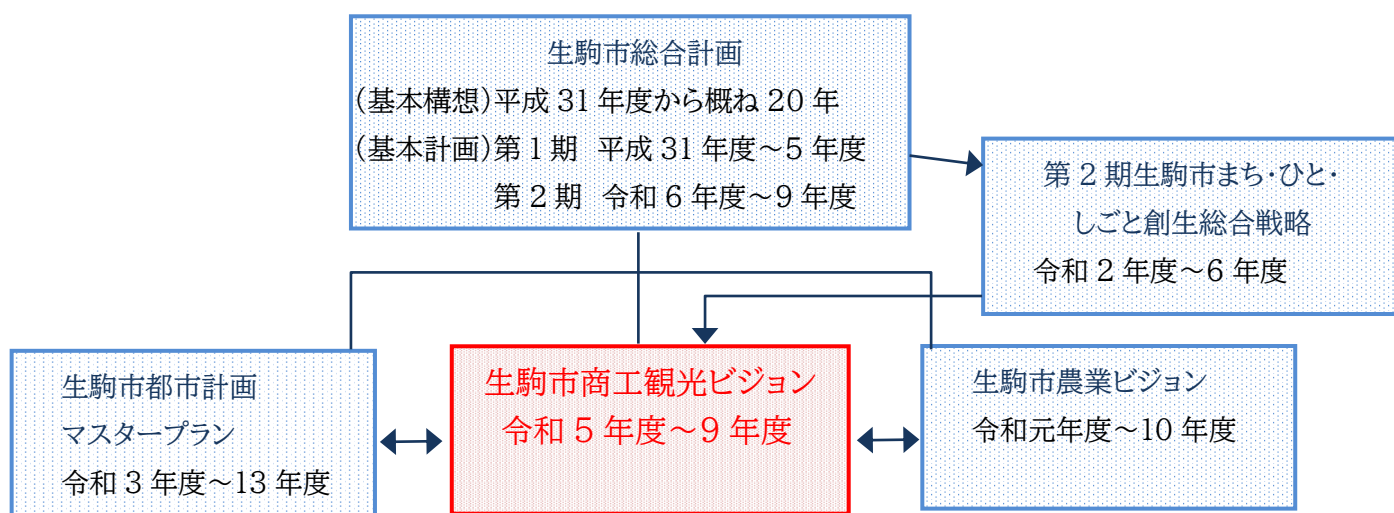
# 序章 生駒市商工観光ビジョンとは

## ■生駒市商工観光ビジョンとは

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

## ■関連計画との位置づけ

本ビジョンは「第6次生駒市総合計画」を上位計画として、「生駒市都市計画マスタープラン」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。



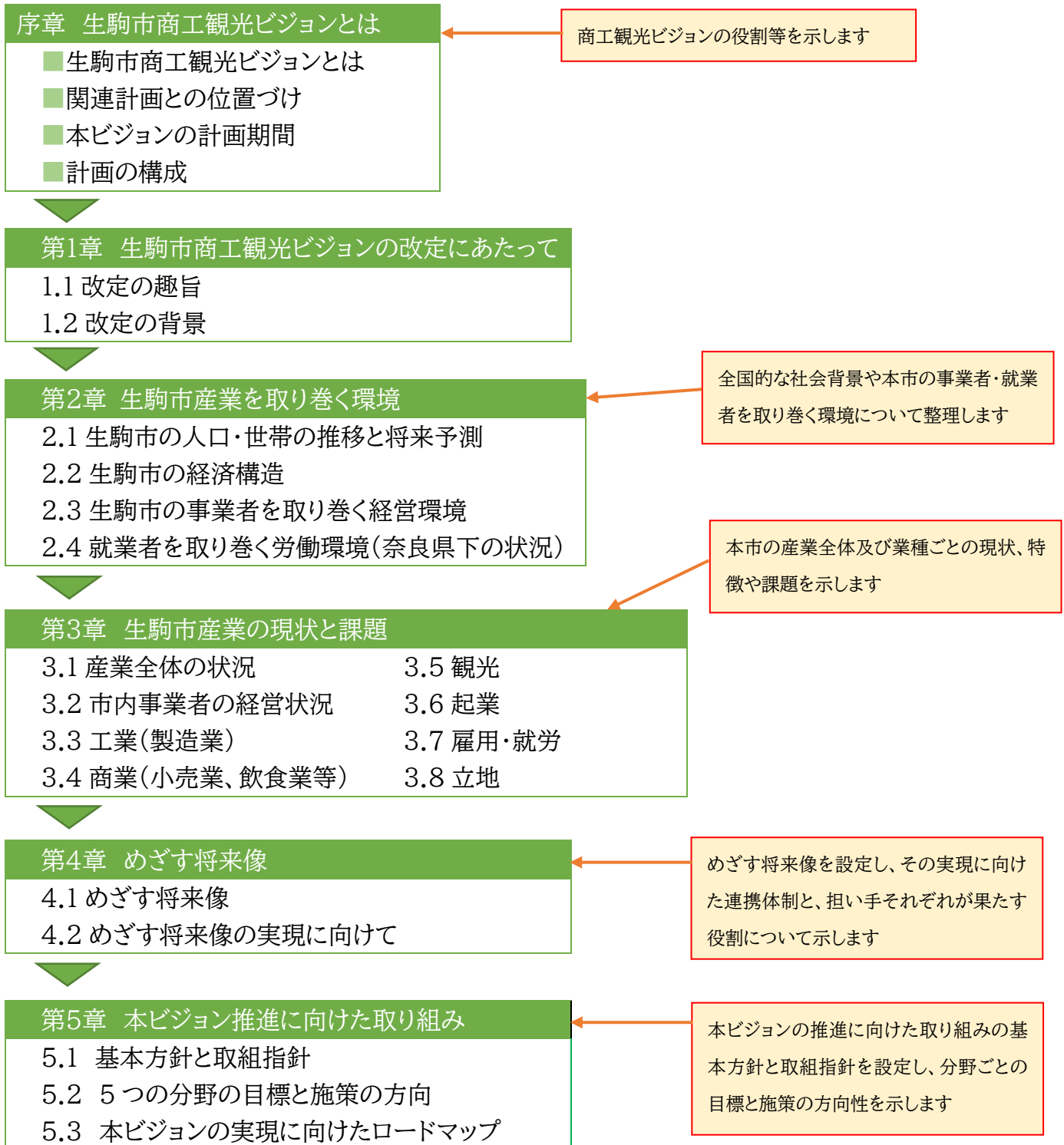
## ■本ビジョンの計画期間

本ビジョンは、令和5年度～令和9年度までの5年間を計画期間とします。

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

## ■計画の構成

本計画は、以下のように構成しています。



# 1 生駒市商工観光ビジョンの改定にあたって

## 1.1 改定の趣旨

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

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

第6次生駒市総合計画においても、人口減少に転じてから策定する初めての総合計画として、ベッドタウンからの脱却を掲げる将来都市像が新たに設定されており、改定にあたっては、前回ビジョン策定後の人口減少や、新型コロナウイルス禍での経済危機など中小企業を取り巻く経営環境の変化を踏まえつつ、①前回ビジョンの検証、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から、商工観光施策を実施するうえでの現状と課題も踏まえ、前回ビジョンの改定を行うものです。

## 1.2 改定の背景

前回ビジョンの策定後、新型コロナウイルス感染症の影響、地球温暖化問題をはじめとする環境問題への取り組みやSDGsの観点、DX(※)の進展、働き方をはじめとした意識の変化等、生駒市産業を取り巻く環境は大きく変化しています(SDGsと本ビジョンの関係は次ページのコラム1で詳述します)。

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

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

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

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

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

## ■コラム1:SDGs(持続可能な開発目標)と本ビジョンの関係



SDGsは、「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称で、平成27年9月に国連で採択された令和7年までの国際開発目標であり、17の目標と169のターゲット達成により、「誰一人取り残さない」社会の実現に向け、途上国及び先進国で取り組むものです。

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

これらに加え、本ビジョンにおいても、

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

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

(注)シュタットベルケとは

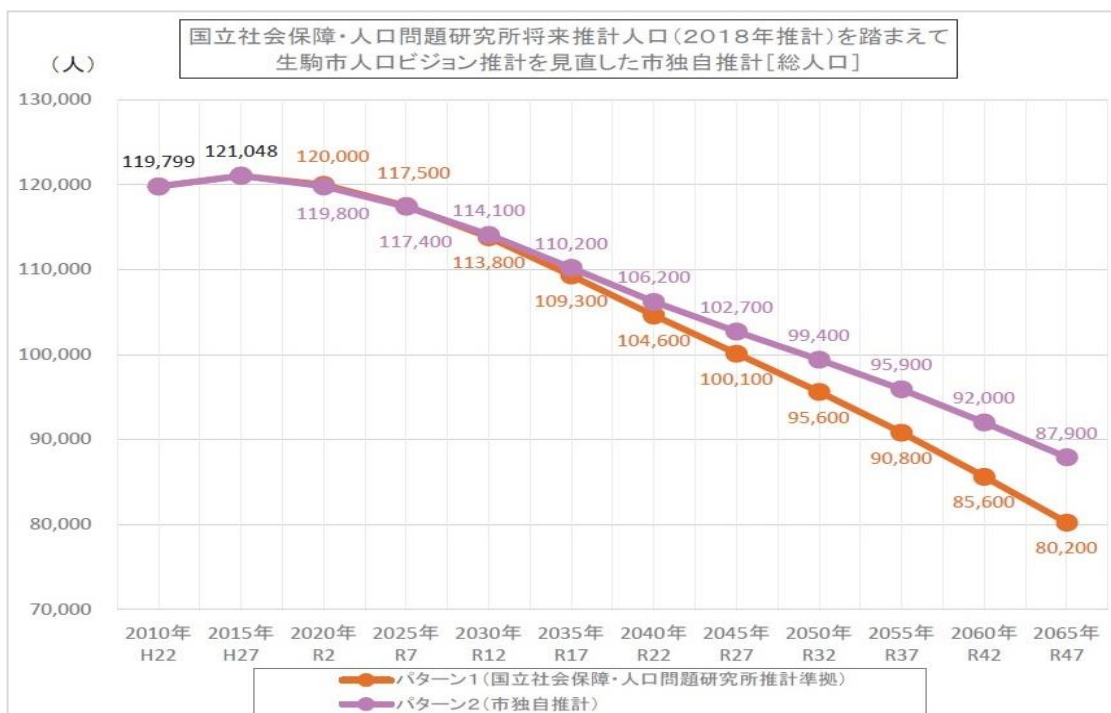
ドイツにおける、電気、ガス、水道、交通などの公共インフラを整備・運営する公社のことです。複数のサービス提供を1つの事業体で行うことで、地域密着の公共サービスの提供を目的としています。

## 2 生駒市産業を取り巻く環境

### 2.1 生駒市の人口・世帯の推移と将来予測

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

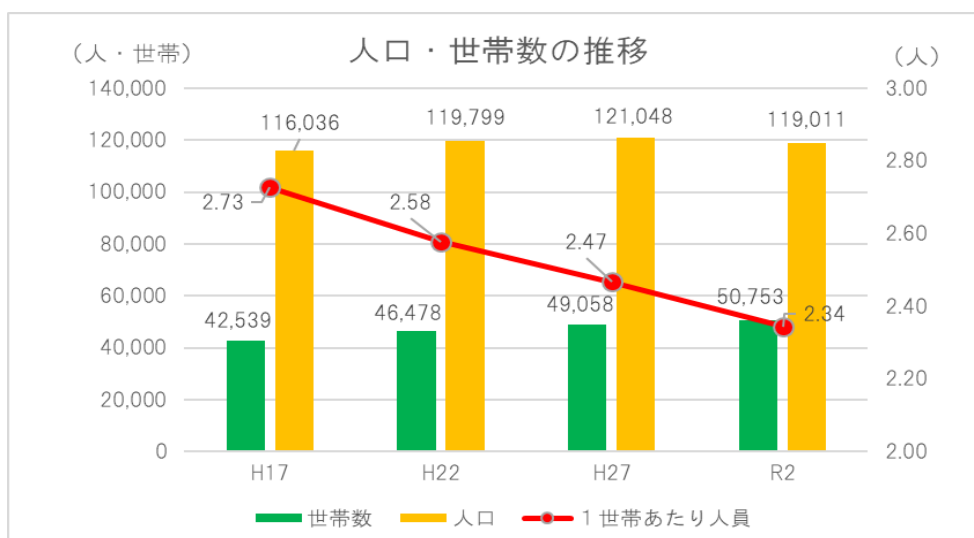
図-1 生駒市の将来人口推計



出典:生駒市「第2期生駒市まち・ひと・しごと創生総合戦略」(令和2年度)

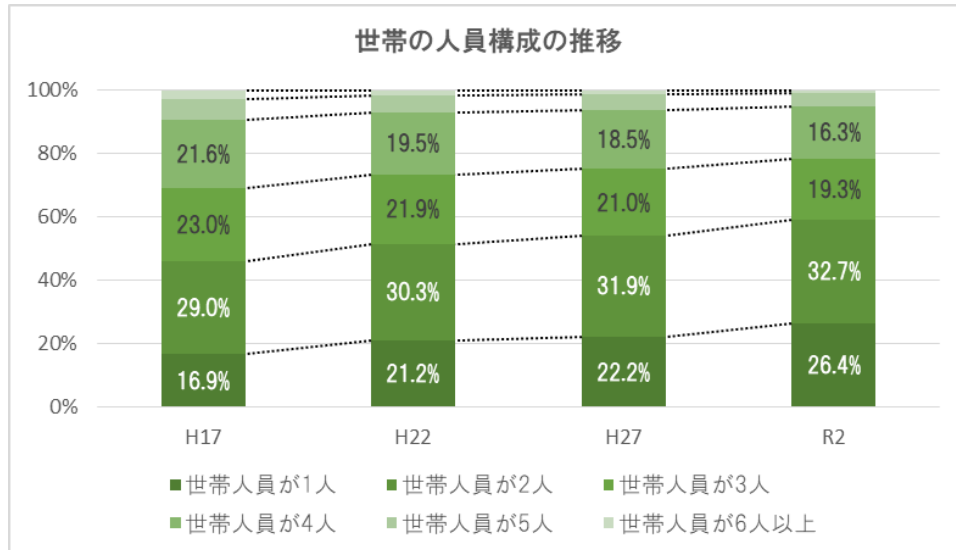
一方世帯数は、現在も増加傾向が続いていますが、世帯当たりの人員は少なくなっています。世帯の人員構成は、平成17年では3人以上世帯が半数以上を占めていましたが、令和2年では2人世帯がもっとも多くなり、単身世帯と合わせた2人以下の世帯の割合が約6割以上を占めるようになりました。

図-2 生駒市の人口・世帯数の推移(平成17年～令和2年)



出典:生駒市「住民基本台帳」

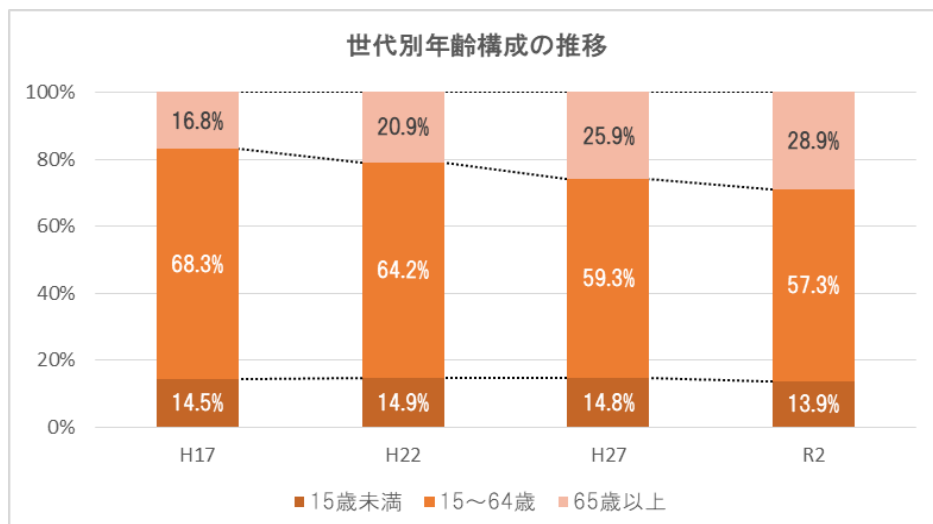
図-3 生駒市の世帯人員構成の推移(平成17年～令和2年)



出典:総務省「令和2年 国勢調査」

人口の世代別構成では、生産年齢人口が平成12年以降大きく減少し、今後も減少することが予測されています。年少人口(※)は、平成17年には老年人口(※)を下回り、今後も減少すると予測されています。老年人口は、当面は増加傾向が続き、令和27(2045)年頃をピークにその後減少すると予測されていますが、それまでの期間においては、1970～1980年代に転入した世代の定住率が高い中、住宅開発地毎に高齢化が進展する状況にあり、市全体が超高齢化に移行すると予測されています。高齢者が安心して暮らすためには、日常の買い物や移動の利便性確保など、産業とその他分野が一体となった取り組みが必要になります。

図-4 生駒市の世代別年齢構成の推移(平成17年～令和2年)



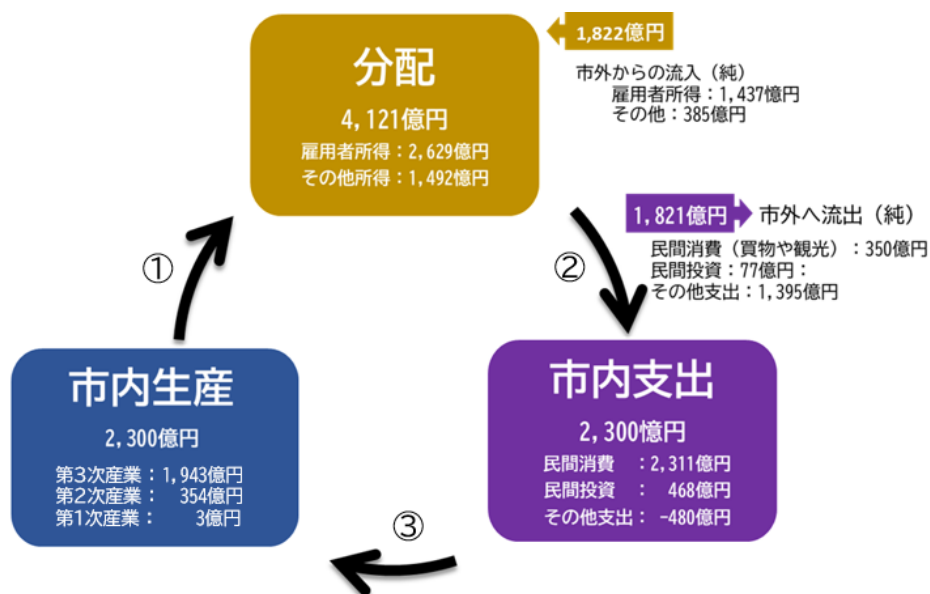
出典:総務省「令和2年 国勢調査」



## 2.2 生駒市の経済構造

### ■地域経済循環からみた生駒市の経済構造

地域内企業の経済活動を通じて生産された付加価値は、①労働者や企業の所得として分配され、②消費や投資として支出されて、③再び地域内企業に還流します。この循環を見ることで生駒市の経済構造を把握することができます。



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)

#### (1) 生産からみた地域経済

市内の生産で生まれる付加価値額を最も多く算出しているのは第3次産業(全体の84.5%で約1,943億円)であり、奈良県平均や全国平均と比べるとその割合が高くなっています。また、その内訳は「保健衛生・社会事業」(16.9%)、「教育」(8.5%)、「小売業」(8.0%)の順になっています。

次に付加価値額を多く算出しているのは第2次産業(全体の15.4%で約354億円)で、その内訳は「はん用・生産用・業務用機械」(30.8%)、「建設業」(24.1%)、「印刷業」(12.2%)の順になっています。

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

#### (2) 分配からみた地域経済

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

生駒市の人口1人当たりの分配所得は351万円であり、全国平均と比較して低くなっていますが、その理由は、企業が少なく、企業所得が少ないことにあります。

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

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

図-5 納税義務者1人当たり課税所得



出典：総務省「市町村税課税状況等の調」(令和3年度)

### (3) 支出からみた地域経済

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

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

### (4) 経済構造における課題

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

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

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

さらには、域内でのイノベーションや産業間の情報共有など、域内での産業間の連携した取り組みを進め、企業の投資拡大により生産性を向上させ、市民に分配される所得を増やすことで、「成長と分配」の好循環を実現することが求められます。

#### (注) 地域経済循環率

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

## 2.3 生駒市の事業者を取り巻く経営環境

### (1)全国的な社会的背景、時代潮流

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

#### ①国内の雇用とマーケットの縮小

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

#### ②リスク対応とレジリエンス(※)の向上

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

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

#### ③新しい経営と雇用への転換

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

#### ④経営課題の重複・重層化とリスク事象の反復性への対応

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

### (2)生駒市における経営環境の現状

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

#### ①消費者・就労者を構成する人口の構造変化

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

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

## ②生駒市内の土地利用～少ない事業系用地

土地利用としては、市街化区域の87%を住居系の用途が占め、そのうち住居専用地域の割合が74%となっています。一方で、商業地域は6%、準工業地域は7%と事業所の立地余地が少ないのが現状です。

しかし、近年、北部地域を中心に立地環境が評価され、製造業やデータセンター(※)の立地が進むなどしており、さらに、学研高山地区第2工区(288ha)(※)の事業化も控え、今後に向けては事業系の土地利用が進むことが見込まれます。

## ③商業エリアの賃料

駅周辺の商業エリアの賃料水準が高く、開業や出店のハードルとなっています。

## ④生駒市民の就業状況

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

## 2.4 就業者を取り巻く労働環境（奈良県下の状況）

奈良県令和4年度職場環境調査によると、県下における育児休業制度の規定割合は72.4%で、育児休業取得率は、55.4%となっています。男女別では、女性94.8%、男性24.6%と男性の取得率が低い状況にあります。

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

テレワークの実施状況は、「実施している」が20.4%となっています。

セクシャルハラスメント防止対策に取り組む事業者割合は、全体で67.3%です。従業員5～9人の事業者では34.5%と規模が小さくなるほど低い傾向にあります。

パワーハラスメント防止対策に取り組む事業者割合は、全体で70.6%です。従業員5～9人の事業者では37.1%と規模が小さくなるほど低くなっています。

健康経営(注)の取り組みは、現在、健康経営優良法人として認定を受ける企業数が増加しており、奈良県でも健康経営優良法人(中小規模法人部門)の認定数は、令和2年の64件から令和3年には116件と、約2倍になっていますが、県内の事業所数からすると認定法人数はまだ少ない状況です。

### (注)健康経営とは

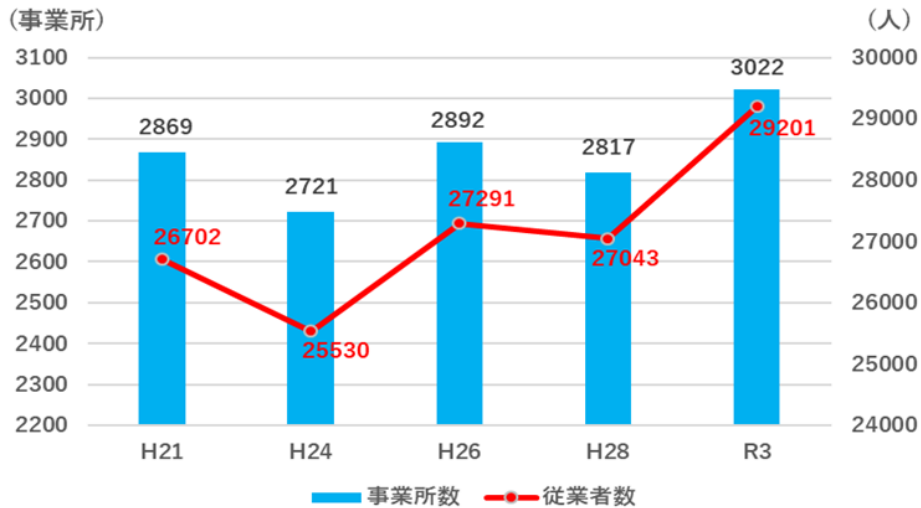
従業員等の健康状況を管理し、食・運動・メンタルヘルスのケアなど健康増進の取り組みを行うことで従業員等がイキイキと働き、ひいては会社の生産性を高める経営手法のことです。従業員等の離職率低下や企業価値・企業イメージの向上にもつながります。

### 3 生駒市産業の現状と課題

#### 3.1 産業全体の状況

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

図-6 事業所数・従業者数の推移

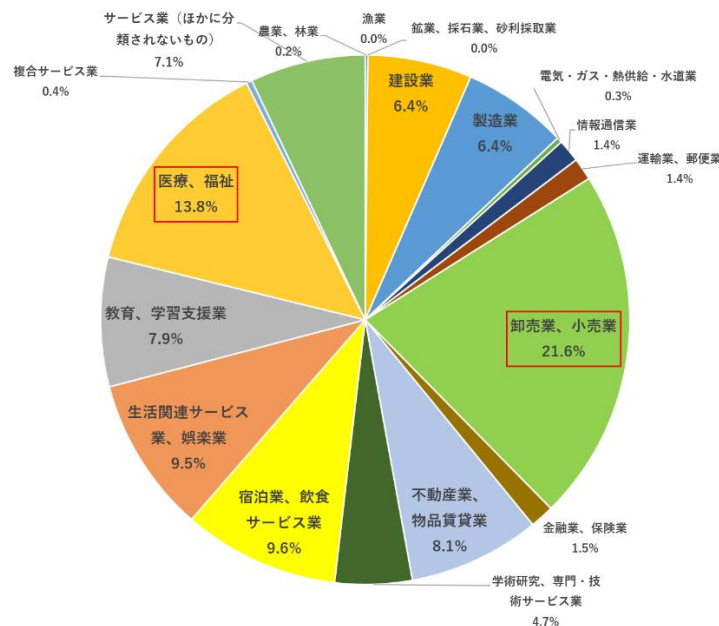


※全産業(公務を除く)の事業所のうち民営の数

出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

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

図-7 産業大分類別の事業所数の構成

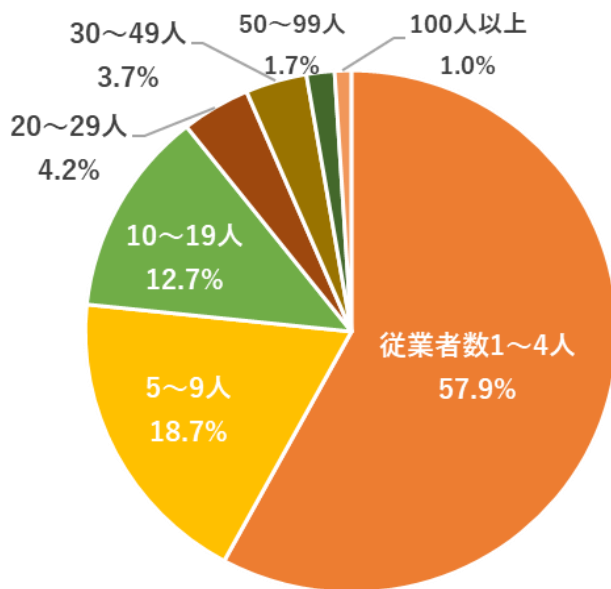


出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

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

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

図-8 従業員数からみた事業所規模の割合：全産業



※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」



## 3.2 市内事業者の経営状況

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

### (1)経営状況

- ・ 最近3年程度の経営としては厳しい状況で、将来展望も「厳しくなっていく」と感じている経営者が多くなっています。特に従業者数の少ない事業者、個人事業主などでその傾向が大きく、その要因として外部要因を挙げています。
- ・ 新型コロナウイルス禍の影響は大きく、多くが事業の縮小や補助金・助成金の活用、経費等の見直しなどの対応を行っています。
- ・ 一方で、「順調」とした事業者の要因として、「新製品や新サービスの開発・提供」「新規市場・新規取引先の開拓」「販売・デザイン力の強化による品質・サービスの向上」が挙げられており、前向きな経営努力によって好調な経営につながっています。

### (2)事業承継

後継者がいない事業者が半数を超え、その要因として「事業・産業分野の将来が展望できない」が最も多く挙げられ、次いで「まだ経営者が若い」、小規模・非製造業では「考えたことがない」の割合も大きくなっています。

### (3)事業者間の交流

事業者間の交流の機会は、同業種が最も多く、次いで関連業種や異業種となっています。卸売業、飲食宿泊業、小売業では全くないという回答も多くありました。また従業者数の少ない事業者、個人事業主などで交流の機会が少ない傾向にあります。

### (4)支援策、公的支援機関の活用

- ・ 今後、期待する商工業及び観光振興施策や支援策として、資金面を上げる事業者が多い一方で、設備投資や人材確保、支援情報の提供など能動的な経営活動に対する支援ニーズも高まっています。
- ・ 支援策に関する前回の調査と比較すると、支援策に期待する割合が増加しています。経営セミナーや経営相談のニーズも増加しており、こうした情報の提供を求めています。
- ・ 資金融資のニーズも増加していますが、運転資金の需要と設備投資等の需要が同程度ありその用途が二極化しています。
- ・ 利用したことがある支援機関は、南都銀行・生駒市役所の割合が高く、その他の国や県の支援機関、大学、研究機関を利用した事業者の割合は低くなっています。

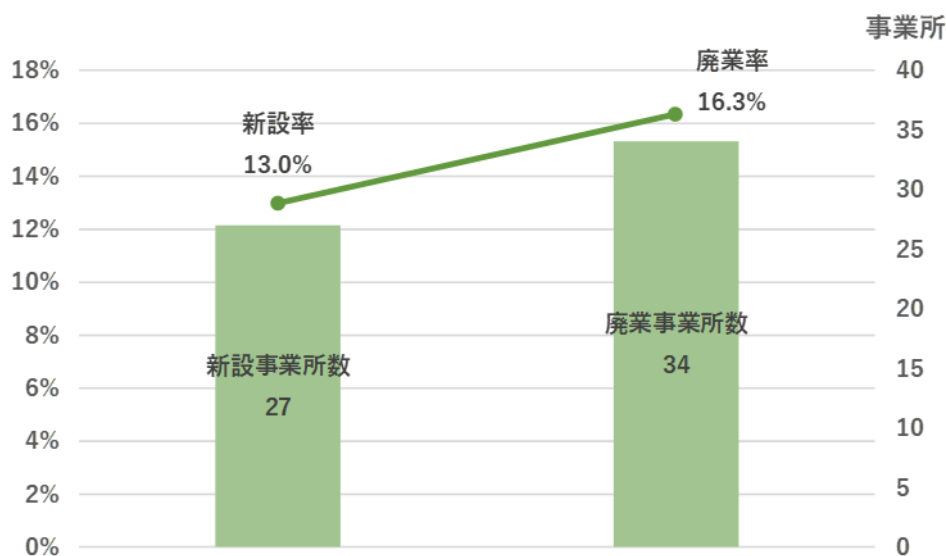
### 3.3 工業(製造業)

#### (1)事業者の現状や特徴

製造業全体では、平成22年と令和2年を比較すると、事業所数は減少し、従業者数は増加しており、規模の大きい事業所が増加しています(資料編:製造-図表1)。

事業所数は減少していますが、廃業している事業所がある一方で新設されている事業所も一定程度存在し、製造業の中でも新陳代謝が起きている。

図-9 製造業の新設と廃業(平成28年~令和3年の累計)



出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

注)新設率=(平成28年~令和3年の累計の新設事業所数)/平成28年の事業所数

廃業率=(平成28年~令和3年の累計の廃業事業所数)/平成28年の事業所数

粗付加価値額(※)や従業者数などでは、「金属製品加工業」「生産用機械器具製造業」「印刷・同関連業」が生駒市の製造業の中心となっています(資料編:製造-図表2)。

製造業では、調達、販売とも市外との取引が多くなっています(資料編:製造-図表3)。

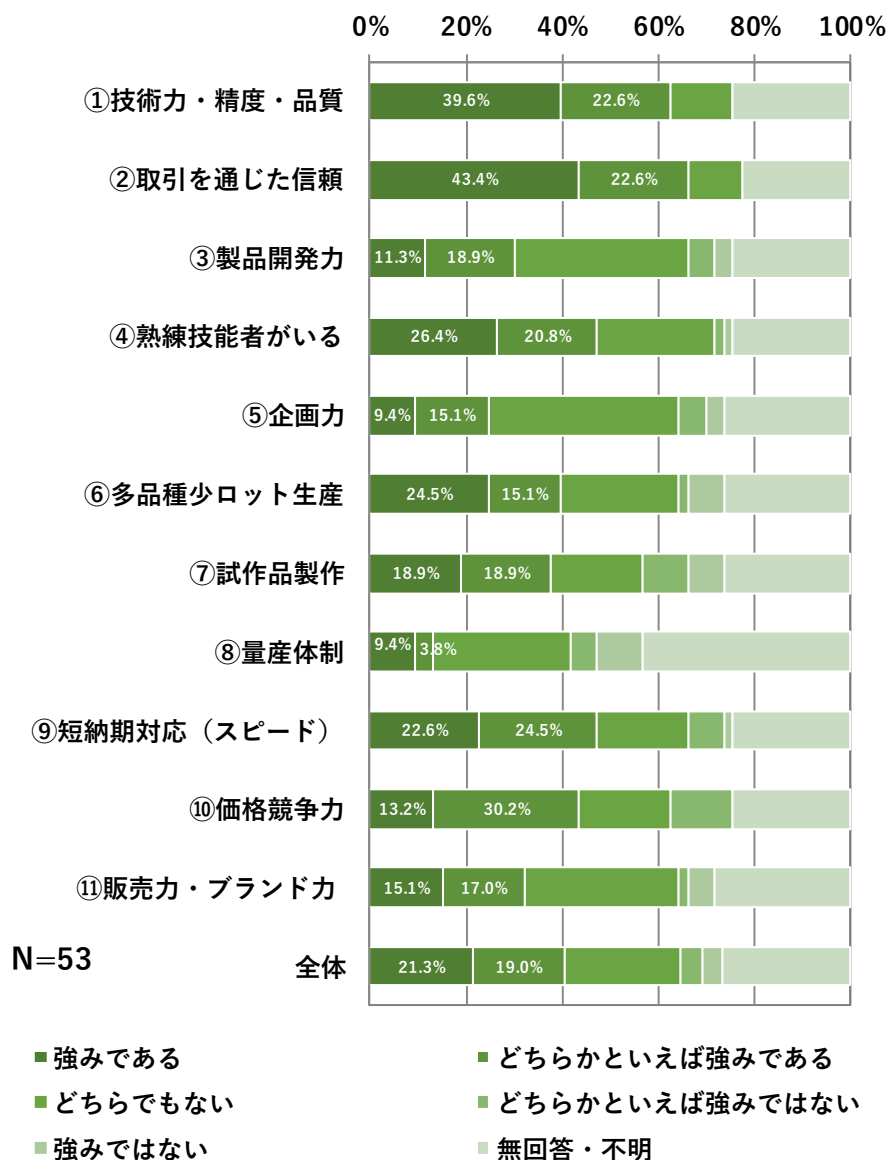
製造業では、公的支援機関の活用実績は22.3%、活用意向は17.8%と低い状況にあります(資料編:製造-図表4)。



## (2)強みやポテンシャル

技術力・品質などに裏打ちされた「取引を通じた信頼」を強みとする事業者が多くなっています。

図-10 製造業の事業所の「強み」



出典：生駒市「事業者アンケート調査」(令和4年度)

注)「(製造業の事業所)貴社の「強み」とお考えのものは何ですか。(択一)」に対する回答率。

規模の拡大により従業者数を増やしている事業所があります(資料編：製造－図表5)。

他業種に比べて、比較的事業者間の交流の機会は多くなっています。

国指定伝統的工芸品「高山茶釜」は、国内の90%以上のシェアを占めています。

奈良県下の他市に比べると専門的・技術的職業に就いている市民が多く、大学卒・大学院卒の市民も多くなっています(資料編：製造－図表6・7)。

### (3)課題や支援ニーズ

- ・ 生駒市の製造業は系列会社も多く、親会社の業績変動やその他の外的要因の影響を受けやすくなっています。
- ・ 製造業における本市在住者の雇用の割合は高くありません(資料編:製造一図表8)。
- ・ 工場等の生産現場は、地域や求職者にとっては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繋がっていません。このため、事業者からも、雇用確保などのため「ものづくり」について広く知ってもらう機会へのニーズがあります。

## 3.4 商業(小売業、飲食業等)

### (1)事業者の現状や特徴

小売業、飲食店ともに、少数の大規模な事業所と、多くの小規模な事業所で構成されていますが、事業所の約半数が従業者数1~4人となっています(資料編:商業-図表1)。

小売業は、従業者数は漸減の後増加傾向にあり、事業所数は減少しています(資料編:商業-図表2)。事業所規模では、小規模店舗が減少し、1店舗当たりの売り場面積が増加傾向にあります(資料編:商業-図表3)。

業種では、飲食業で、事業所数・従業者数・売上が増加傾向にあり、事業所規模も拡大しています。

以上の状況から、身近な生活圏内の小規模店舗が減少していることがわかります。

また、商業者では、事業者間の交流の機会が少ない状況です。

一方、市民の消費動向からは以下の2点があげられます。

- ・食料品は市内店舗で消費されていますが、購入先としてはスーパーマーケットが大半を占めています。また、日用雑貨の購入先は、スーパーマーケットに次いで、コンビニ・ドラッグストア、大型ショッピングセンターの順となっており、食料品、日用雑貨ともに、個人商店での消費がわずかとなっています(資料編:商業-図表4)。
- ・趣味・娯楽関連用品や書籍・文房具、洋服・衣料品を中心に、ネットショッピングによる消費割合が大きくなっています(資料編:商業-図表4)。

### (2)強みやポテンシャル

品揃えなどに裏打ちされた「固定顧客」を強みとする事業者が多くなっています。また、市外からも集客する有名店が存在しています。

飲食での市民の消費行動では、大型ショッピングセンターと並んで、個人商店を選択する割合が高く、小規模店舗が健闘しています。

生駒市民の所得水準は高いため、消費の多様性を生み出すことで、新たなビジネスチャンスにつながる可能性があり、新型コロナウイルス対策として実施した需要喚起事業では、地元の小規模店舗を市民等が買い支えしてくれました(市民等のチケット購入額6.8億円)。

### (3)課題や支援ニーズ

- ・身近な生活圏内の小規模店舗が減少しており、このままでは、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。SDGs が掲げる「誰一人取り残さない」社会を実現するためにも、住民生活に身近な小規模店舗の持続可能性を高める必要があります。
- ・高齢化によって、見守り、交流といった買い物以外のニーズが増加し、小さな個店の商いそのものに福祉的価値(コラム2参照)があることから、身近な商業・サービス機能がその役割をどのように担えるかを検討する必要があります。
- ・大阪への通勤者が多く、また交通利便性が高いため(資料編:商業-図表5)、消費が流出しています。
- ・市内の昼間人口が少なく、収益を目指す商売は難しい面があります。

- ・ 生駒市内での消費を優先させるような仕組みづくりや市民への意識づけが十分できていません。
- ・ 小規模な小売、飲食業においては、営業時間が店舗によって異なり、まとまった時間がとれないことも多いため、研修や交流機会への参加が難しい面があります。

#### ■コラム2: 個店の福祉的価値とは…

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

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

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

バターはスーパーマーケットで買っているのですが、店員が変わればその方に気づかず、いくらでもバターを買ってしまいます。

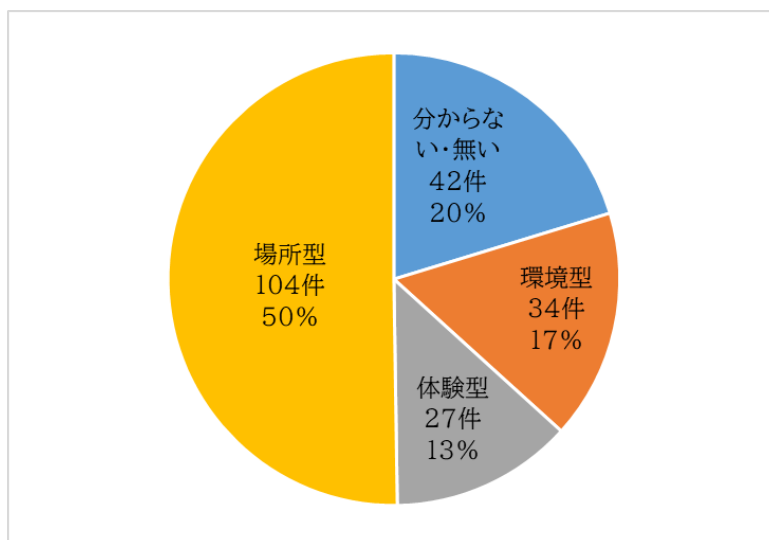
何でも揃うスーパーマーケットでの買い物は便利ですが、もしかしたら、地元の商店と顔が見える関係を築くことで、ご自身やご家族が認知症になった時も安心して生活が送れることにつながるかもしれません。

### 3.5 観光

#### (1)事業者・観光スポット等の現状や特徴

市民が魅力ある観光スポット等として挙げているのは、生駒山(宝山寺や生駒山麓公園、生駒山上遊園地等)で、次いで、高山竹林園や茶釜、竹といった地域資源となっており、認知度も高くなっています。

図-11 「生駒市内での観光・レクリエーション(※)について、市外の人に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おもいますか？」の市民アンケート調査結果



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

注2)図の分類は以下の通りである

「分からない・無い」:回答が分からない、知らない、無い、という場合

「環境型」:回答が特定の場所ではなく、自然・雰囲気・アクセスなどの場合

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

「場所型」:回答が特定の観光場所である回答

注3)「場所型」の詳細は以下の通りである

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

出典:生駒市「市民アンケート調査」(令和4年度)

訪問者の状況では、宝山寺、生駒山麓公園、高山竹林園の訪問者数は、コロナ前から減少傾向にあります(資料編:観光-図表1)。一方、生駒山上遊園地の入園者数は、ピーク時からいったん落ち込むものの、ファミリー層にターゲットを絞り徐々に増加し、令和4年には新型コロナウイルス感染拡大前を上回るまでに回復しています。また、本市北部地域では、健康志向の高まりもあり近隣市からのハイキングルートで、くろんど池、高山竹林園を訪れる高齢者が増加しています。

なお、観光客の総数としては、県内の観光客の増加傾向に関わらず大きな変化はありません。

宿泊業の状況としては、奈良市に比べて事業者数・従業者数の規模が小さくなっています。

## (2)強みやポテンシャル

大阪、奈良、京都へのアクセスがよく、近畿日本鉄道関係の4路線14駅があり生駒駅は4路線のターミナルとなっています(資料編:観光-図表2)。

都市近郊の住宅都市であるにもかかわらず、市域の35.6%が森林であり、身近な自然環境と都会とのバランスが良いというロケーションにあります。それを代表する「生駒山」には、自然だけでなく、そのものに歴史的、文化的な背景があり、市民の評価も高く、ハイカー(※)や来訪者が多く訪れています。

また、評判の良い飲食店が多く、隠れた名店が多いことを評価する声があります。市民の日常の消費の場であるとともに観光資源としても活用可能です(資料編:観光-図表3)。

観光の動向としては、新型コロナウイルス禍の移動制限により、自宅から1~2時間程度の移動圏内で観光するマイクロツーリズム(※)が注目され、需要喚起策の実施では生駒市内の観光魅力の再発見に繋がりました。生駒市民の所得水準は高く、生活必需品でないものにお金を使いたい人も多くいると推測されることから、こうした身近な観光価値への消費を繋げることでビジネスチャンスに繋がる可能性があります。

新型コロナウイルス感染症の5類移行にともない国内外の観光・レジャー客が戻りつつあり、今後は、外国人旅行者のリピーターなど、奈良への観光希望者が増加することが見込まれています(資料編:観光-図表4・5)。

一方で、市民感情としては、生駒市の主な観光地への観光客の増加について、「とても良いと思う」が43.2%で、「まあまあ良いと思う」を合わせると、79.4%が肯定的な意見となっており、観光への市民の支持があります(資料編:観光-図表6)。

## (3)課題や支援ニーズ

- ・ 参拝客やハイカーが中心の観光で、周辺での飲食・物販等の店舗の受け皿も少ないため、滞在時間も短いなど、地域にお金が落ちにくい構造になっています。また、宿泊施設も少なく、泊りの需要に応えられていません。
- ・ 生駒山麓公園、宝山寺、高山竹林園の来訪者数は、新型コロナウイルス感染拡大前から減少傾向にあります。
- ・ 市北部の高山エリアの観光資源への交通アクセス性が低い状況で、その他の地域との周遊環境が悪い状況にあります。また、各観光スポットへの来訪目的が限定されているため、周辺の観光資源が活用されておらず、これについても回遊性が低い要因になっています。

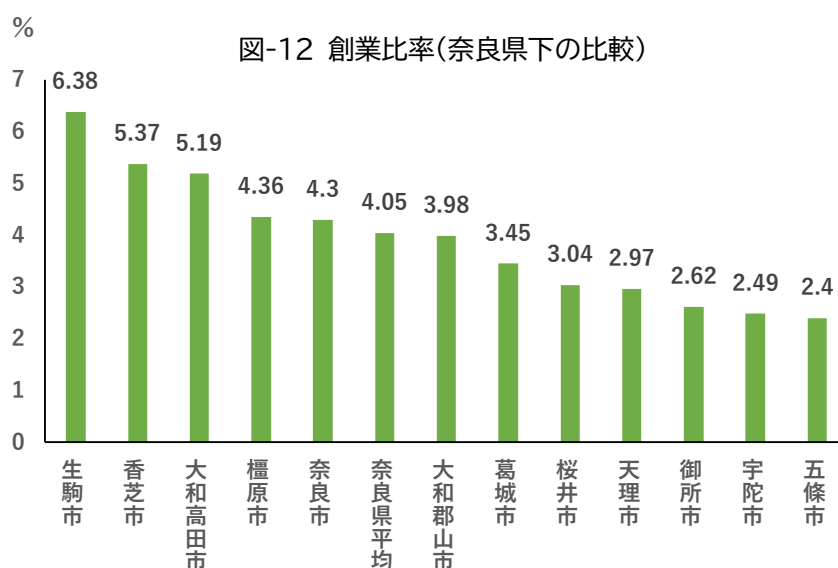
- ・ 市民においては、生駒山や宝山寺、生駒山上遊園地といった特定の観光スポットの認知度が高い一方、まちなかも含めた市内全体の観光地、観光面の魅力についてはあまり知られていません。
- ・ 本市では、観光誘客を図るターゲット層が明確化できていないため、効果的なPRができていません。
- ・ 道の駅や合宿、里山での宿泊など新たな需要創造についての検討も必要です。



## 3.6 起業

### (1)現状や特徴

生駒市民の創業比率は、奈良県平均を上回り、県内の市の中で最も高くなっています。



出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

注1)平成28年から令和3年の創業比率。

注2)創業比率=各期間の平均新設事業所数÷期首の事業所数

市民意識調査によると、働き方として「起業」を希望する市民は5.5%で起業意欲を持つ市民が一定数存在します(資料編:起業-図表1)。また、平成28年～令和4年度の7年間で市の経営塾等の起業支援事業に参加した方は、延べ 241名となっています。そのうち、令和2年度以降の経営塾等で起業・第2創業した方は、参加者134名中14名となっています(資料編:起業-図表2)。

また、本市の起業支援施設のテレワーク&インキュベーションセンター「IKOMA-DO(イコマド)」(以下「イコマド」という。)では、市内で小さな事業を始めたい方、定年を迎えるシニア層などからの相談が増えつつあります。また、生駒山や宝山寺の歴史をガイドしたいという方、女性の方からの起業相談も増えています。

なお、本市では、令和2年度にそれまでの座学中心の起業セミナーを見直し、クリエイターや金融機関の行員、専門家による伴走支援型の起業・第2創業支援を実施しています。

### (2)強みやポテンシャル

起業の状況として、毎年起業支援事業に、30名程度の参加者(第2創業を含む)が存在していることがあげられます。また、地域活動を行っている市民が多く、起業者の苗床にもなっています。さらに、生駒市民は、男女ともに、市内の就業者でも「専門的・技術的職業従事者」の割合が高く、起業に必要な知識、能力、経験を備えた人材が多く存在します。

一方、ビジネスチャンスとしては、以下の点があげられます。

- ・ 生駒市民の所得水準は高く、客層としても品質やサービスの信頼度を重視する傾向があります。地域での販売価格帯は、安くはないが良いものを提供する設定が可能なことから、ビジネスの機会となる素地があります。



- ・ 嗜好品や娯楽などの消費については、利便性の高い大都市への流出割合が高くなっていますが、それだけの潜在需要があるという事であり、ニーズに合うものを提供できれば、消費を呼び戻すことができる可能性があります。
- ・ 地域の身近な商業機能が衰退する中、今後の高齢化により、買い物、見守り、交流といった身近な商業・サービス機能の需要が増加するため、まちなかの起業が求められています。

次に、起業環境については、市内の同業種での事業者数が比較的少ないことや相互の調整などにより、ビジネスチャンスを共有しやすい環境にあります。また、人と人とのつながりと信頼をつくりやすい地域であり、地域での関わりを大事にしている事業者が存在します。

さらに、地元の地方銀行、信用金庫などの地元金融機関が伴走支援を行うなど、起業支援に関わってくれています。

市内には、国立大学法人奈良先端科学技術大学院大学(以下「奈良先端科学技術大学院大学」という。)が立地しており、本市との包括連携協定の中で、今後、同大学発ベンチャー(※)の育成支援を実施することになっていることから、新たな先端的なスタートアップ企業(※)の創出が期待されます。

### (3)課題や支援ニーズ

- ・ 創業塾などにより、ビジネスアイデアや事業計画策定などの起業ニーズには対応してきましたが、今後は、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も求められます。
- ・ 学校で起業教育がなく、そもそも子供が大人に会う機会が少なく、企業家が身近にいないことも課題です。
- ・ 地域活動において、住民等が身近な専門家に無償であることを前提に依頼するケースがあり、地域で仕事がまわっていません。
- ・ 商業エリアにおいて、店舗を借りる際の床単価が高く、出店したい起業者のハードルになっています。

## 3.7 雇用・就労

### (1) 現状や特徴

#### ① 生駒市内の雇用状況

市内事業所の従業者数は、前回ビジョンの策定時(平成29年度)より7%増え29,201人(令和3年)となっています(資料編:雇用-図表1)。

業種別の従業者数は、「医療・福祉」「卸売業・小売業」「製造業」の順に多くなっています(資料編:雇用-図表2)。

主に従業者数が増加しているのは、「医療・福祉」「教育・学習支援業」で、従業者数が減少しているのは、「情報通信業」「運輸業、郵便業」などです(資料編:雇用-図表3)。

また、従業者数が30~49人、100人以上の規模の事業所で働く人が増加傾向となっています(資料編:雇用-図表4)。

市内事業所の従業者規模別の構成を見ると、「従業者数1~4人」「従業者数5~9人」の事業所が全体の76.6%を占めており(資料編:雇用-図表5)、「従業者数1~4人」の事業所が増加している一方で、「従業者数5~9人」の事業所が減少しています(資料編:雇用-図表6)。

#### ② 生駒市民の就労状況

市民の就労状況では、市外での就業率が高く、そのうち大阪府での就業率が44.9%と高くなっています(資料編:雇用-図表7)。また、女性就業率は他自治体に比べて低いですが、女性の市内就業率は高くなっています(資料編:雇用-図表8)。

従事産業では「卸売業・小売業」が最も多く、次いで「医療・福祉」「製造業」となっています。男性は「製造業」、女性は「医療・福祉」が最も多くなっています(資料編:雇用-図表9)。

従事業務としては、生駒市民の男女とも「専門的・技術的職業従事者」の割合が比較的高くなっています(資料編:雇用-図表10)。

生駒市内での就業者は、生駒市民が最も多く(資料編:雇用-図表11)、男女とも「専門的・技術的職業従事者」の割合が最も高くなっています(資料編:雇用-図表12)。

### (2) 雇用におけるニーズ

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

副業(※)については、既に認めている、導入を検討中であるとした事業者の割合が52%と半数あるのに対し、導入予定が無いとした事業者は29%となっています(資料編:雇用-図表14)。

今後、期待する施策や支援における回答では、「人材の確保・育成」に関する期待が3番目に多く、支援ニーズが高くなっています(資料編:雇用-図表15)。

### (3)就労におけるニーズ

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

これからの働き方を考える際に重視する条件について割合で見ると、全体では給与・収入の高さに次いで、柔軟な勤務形態、仕事のやりがい、勤務地の立地条件の順に高くなっています。また、男性は、給与・収入の高さのほか、仕事のやりがいを重視する傾向があり、女性は、給与・収入の高さのほか、柔軟な勤務形態、雇用形態、勤務地の立地条件等、勤務条件を重視する傾向にあります。(資料編:雇用-図表17)。

副業については、既に実施している者が8%、具体的に検討している者と副業をしてみたい者が45%となっており、男性でこれらの者の割合が高くなっています(資料編:雇用-図表18)。また、副業の目的について、収入面を目的とする回答の割合が41%あったのに対し、活躍の場を広げたい、新しい知見やスキルを得たいなど収入以外の意義を目的とする回答の割合が48%とやや高いニーズになっています(資料編:雇用-図表19)。

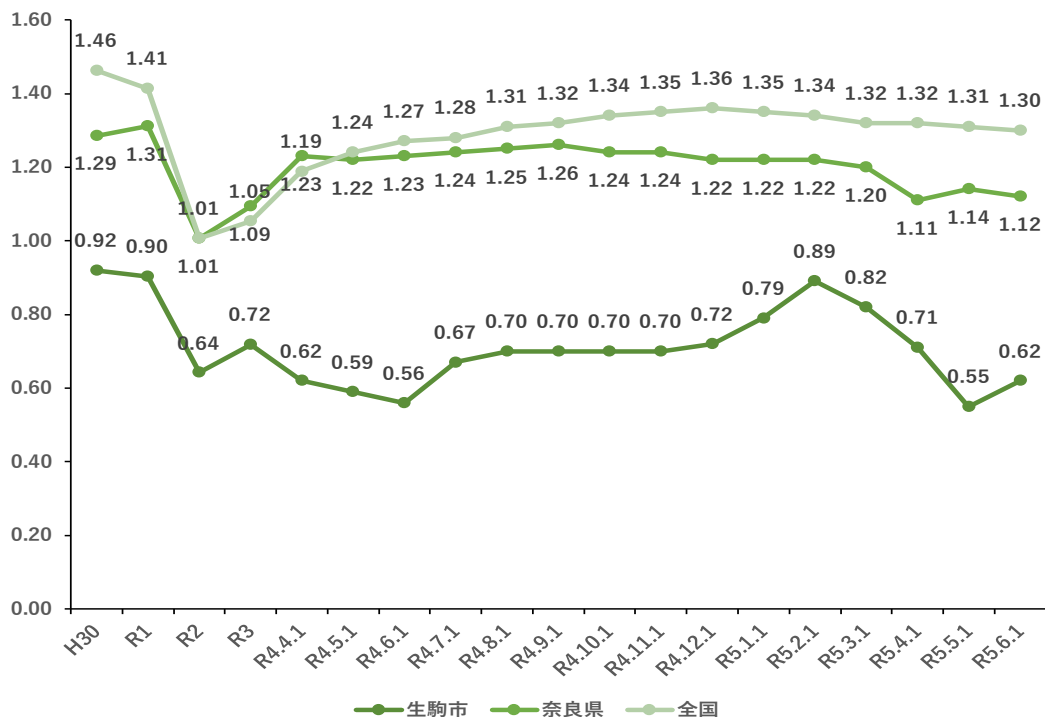
### (4)雇用と就労のバランス

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

職種をみると事務的職業では、求職数が最大である一方、求人数が少なくなっています(常用的フルタイムの有効求人倍率は0.30倍、常用的パートの有効求人倍率は0.29倍)。

一方で、サービスおよび生産工程の職業では求職数が少なく、求人数が多くなっています。このように職種によって雇用ニーズと就労ニーズのバランスが不均等になっています。

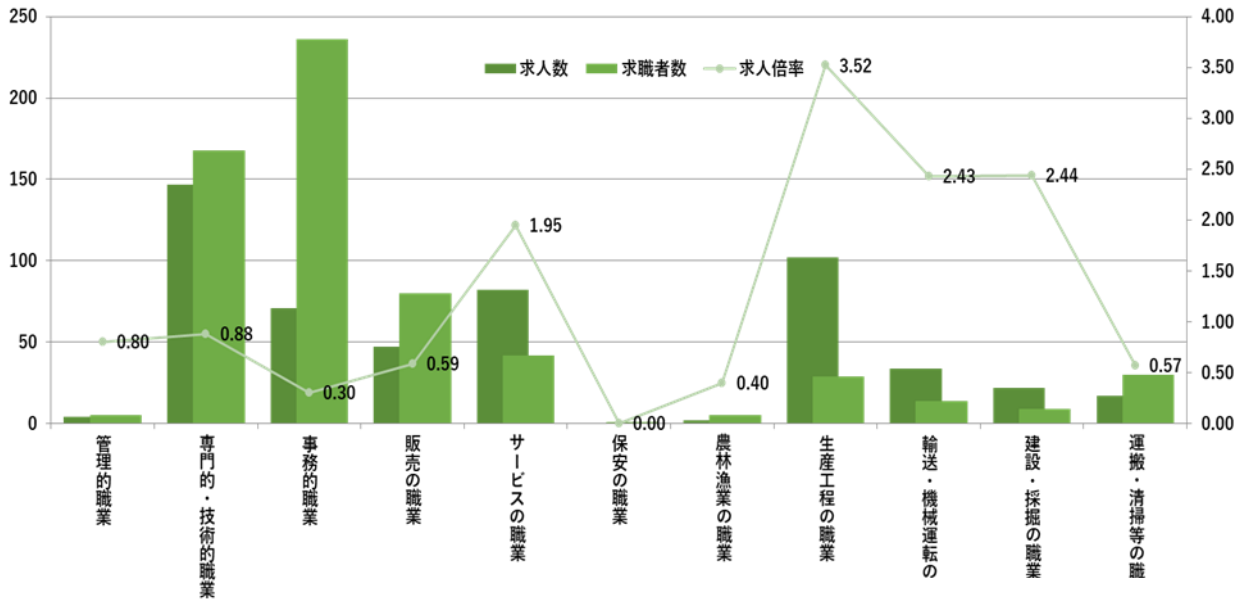
図-13 有効求人倍率の推移



出典:奈良労働局「求人・求職バランスシート」

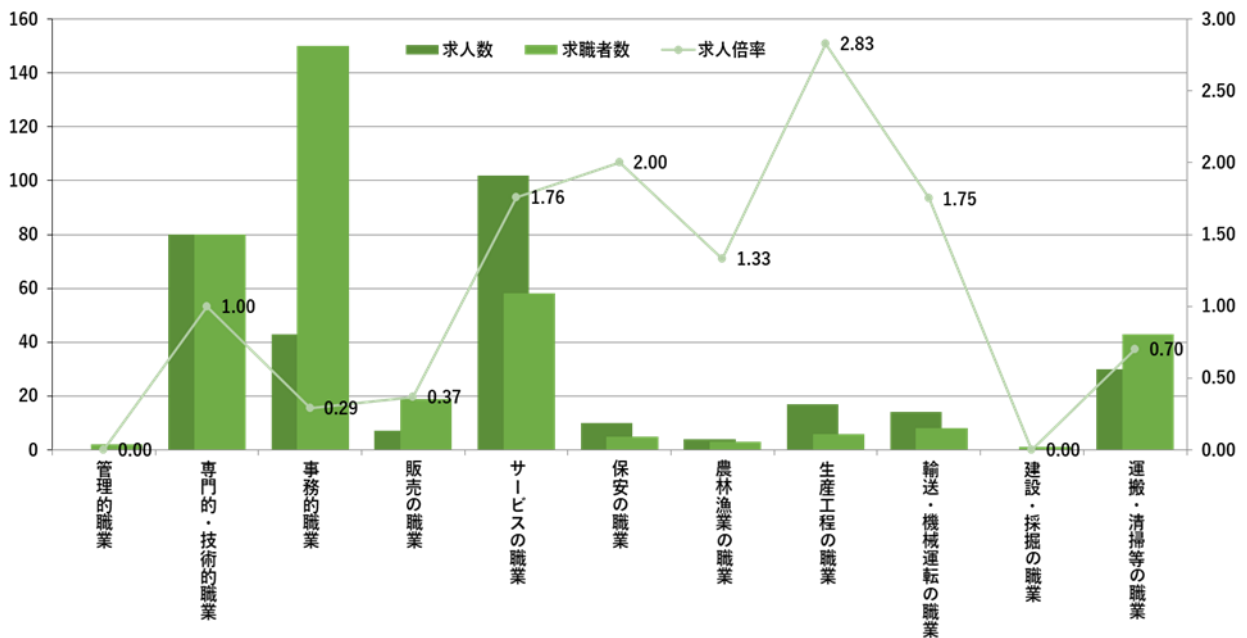
図-14 求人と求職のバランス

常用的フルタイム



出典:奈良労働局「求人・求職バランスシート」(令和5年6月)

常用的パート



出典:奈良労働局「求人・求職バランスシート」(令和5年6月)

## 3.8 立地

### (1)現状や特徴

住宅都市として発展した経緯から、事業系の用途地域が少なく、新たに事業者・産業を誘致できる場所も少ない状況にあります。伝統的工芸品の茶筌、特産品の竹製品のほかは、特定の産業の集積はありません。

製造業に関しては、市北部地域の準工業地域内に約100社の集積があり、雇用を生んでいます。

商業集積については、生駒駅、東生駒駅、学研北生駒駅、学研奈良登美ヶ丘駅など駅周辺のほか、郊外に点在しています。

本市の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(※)と高山サイエスタウン(※)の立地に限定して経済的支援を行っています。企業立地促進条例を制定した平成22年度以降、前回ビジョン策定時(平成29年度)までの補助件数は16件でしたが、その後、令和4年度までに9件追加され、累計で25件の補助実績となっています。

### (2)強みやポテンシャル

製造業の立地については、大阪府内の工業用地が少なく、住工混在問題の影響もあり、生駒市内への移転ニーズがあります。

また、変電所からの距離や災害リスクの少なさなどの立地環境が評価され、データセンターの立地ニーズが高まっています。

学研高山地区第2工区の事業化も控え、今後、事業系の土地利用が進むことが見込まれています(資料編:立地－図表1)。

### (3)課題や支援ニーズ

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

事業所の移転先として市内に産業用地が見つからないケースもあり、事業者の流出を招いています。そのため、短期的には、都市計画区域の線引きの見直しなどによる事業系用地の創出を検討するほか、国道163号バイパスの整備に併せた検討も必要です。

さらに、現状、特定の産業集積はありませんが、学研高山地区第2工区に関して、事業系の土地利用が見込まれることから、早期の事業化が望まれます。



## 4 めざす将来像

統計資料、アンケート、ヒアリング、懇話会・分科会における助言等を踏まえ、今後の本市の商工観光の振興を図るうえで、「めざす将来像」とその推進に向けた体制や各主体の役割を次のとおり定めます。

### 4.1 めざす将来像

これまで述べてきた点を総括すると、本市の産業においては、少子高齢化による人口減少が見込まれるなか、雇用とマーケットの縮小などにより大きな影響を受けます。

また、大都市近郊のベッドタウン特有の経済構造から、就業人口の約7割が市外の企業から所得を得て、その多くを市外で消費する構造になっており、その結果、まちなかの商業機能は低下し、空き店舗も散見される状況になっています。

さらに、事業継続のため感染症や天災などによる経営危機への対応など重複・重層化する経営課題に対処することが不可欠です。

本市産業は、他都市に比べ特定の産業集積はなく、事業所数、従業者数ともに多くはありませんが、けいはんな学研都市のエリアを形成している市北部で、奈良先端科学技術大学院大学や製造業の立地が進み100社を超える企業集積を形成し就業者が増加しています。

商業は、事業所数、従業者数とも最も多く、本市の主要な産業となっていますが、小規模店舗の減少により身近な商業機能が失われつつあります。

観光面では、宿泊施設が少なく、飲食・物販の受け皿も少ないことから市内消費に繋がらない構造になっています。また、市民の認知度が低く、身近な観光価値の創造が課題となっています。

雇用・就労面では、市外就業率が約7割と高く、女性の就業率が低い状況があり、市内就業率、女性の就業率を向上させること及び今後の就業人口の減少に向けては、多様な働き方への対応など雇用・就労環境の変革も必要となっています。

立地に関しては、事業系の用地が少ないため、短期的には、まちなかでの開設が可能なサテライトオフィス(※)などの誘致を促進するとともに、中長期的には、学研高山地区第2工区の事業化などにより新たな需要を喚起していただくことが必要です。

最後に、起業の促進については、各分野の課題解決にも共通して必要となるものであり、ローカルビジネス(※)を中心に、リスクを軽減するための支援が求められています。

このような経済・産業・商工観光事業者の現状や課題、強み・ポテンシャルを踏まえ、今後、本市では経済成長期のベッドタウンモデルから、住民の暮らしを支える産業や職住近接(※)・多様な働き方が実現できる環境など新たなライフスタイルへの対応、自然環境や観光・地域資源を生かした身近な非日常性などの、住みやすさにこうした要素を加えた新たな住宅都市を実現する必要があります。

この実現に向け、これから生駒市で生まれ育つ将来世代が、地域で働き、消費し、まちなかで楽しく過ごすことのできる活気と魅力ある地域経済が形成されるよう、めざす将来像を、『将来世代に向けて、「住みよさに、働きやすさ、楽しさ」も生み出す、新しい住宅都市の創造』と設定します。

## 4.2 めざす将来像の実現に向けて

### (1)生駒市版エコノミックガーデニング「EGいこま」の展開

めざす将来像の実現に向けては、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、地域経済の活性化を図る生駒市版エコノミックガーデニング(注)「EGいこま」の考え方のもと、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・住民などの「民」が地域経済振興に参画する住宅都市型の生駒市版エコノミックガーデニングを目指します。

#### (注)エコノミックガーデニングとは

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

図-15 EGいこまのイメージ



#### 【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 商工会議所、金融機関と連携した企業支援の取り組みやハローワークとの連携、奈良労働局との協定の締結など公的支援機関との連携を図ることができました。
- ・ また、奈良先端科学技術大学院大学との包括連携協定を締結し連携体制を構築しました。
- ・ 一方、市の企業訪問による経営課題の把握やワンストップ窓口機能などについては、コロナ禍の影響もあり実施できませんでした。
- ・ 推進体制として、生駒商工会議所、奈良県、国、けいはんな学研都市の関係機関、大学、金融機関、運輸事業者などとの連携を掲げていましたが、生駒商工会議所と金融機関のほかは、一部を除き具体的な連携ができませんでした。

#### ◎ポイント

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

## (2)事業者、市民の取り組み、行政等の役割

本ビジョン推進に向けては、地域経済の担い手である各者の役割について、以下のとおり定めます。また、本市の役割を果たすため、「EGいこま」の展開をけん引する立場として、具体的に7つの活動指針を定めます。

### ①事業者の努力

国内外の厳しい経営環境のもとにあっても、自主・自律的に経営の「変革と挑戦」により事業の成長発展を図り、職住近接の多様な働き方を実現する雇用環境の整備、地域の消費者・生産者、来訪者と顔の見える関係性を築き地域の雇用・購買・消費に貢献するなど、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域内での経済活動への参加が求められます。

### ③公的支援のあり方

市及び市内外の産学公民金の支援機関は、各機関の使命に基づき事業者との対話を行いながら、積極的に「変革と挑戦」に取り組む事業者の「発掘と育成」に努めるものとします。そのうえで、エコノミックガーデニングの考え方のもと産学公民金が相互の支援機能を活かし、つなぎ合い、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、絶えずその土壌である経営環境の改善に協働して努めるものとします。



#### ④市の責務

市は、本ビジョンを遂行するあたり必要な財政・人員体制の確保に努めるとともに、③公的支援のあり方を踏まえ、また、「EGいこま」の展開をけん引する立場として、具体的に以下の7つの活動指針を定め、その責務を果たします。

- ① 商工会議所と連携した積極的な企業訪問
- ② 他機関も含めた企業支援情報の積極的な提供
- 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、高山竹林園、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、図書館、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

## 5 本ビジョン推進に向けた取り組み

### 5.1 基本方針と取組指針

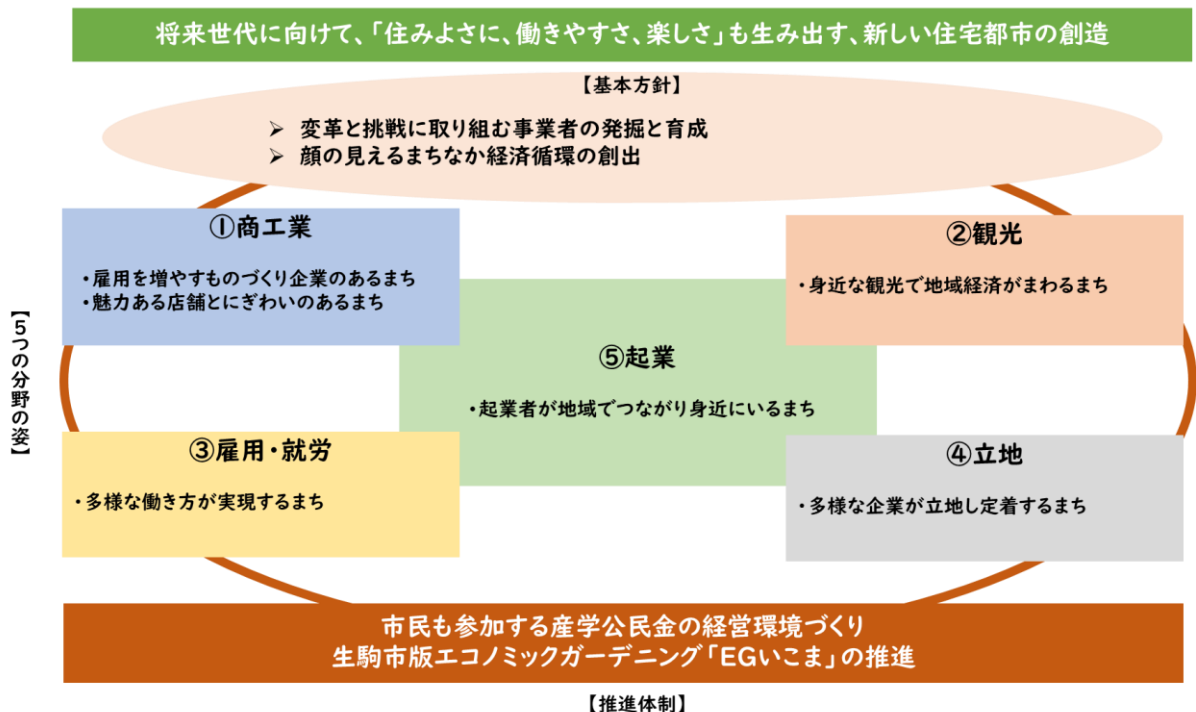
この将来像を実現するためには、「EGいこま」のもと、様々な経営課題に対し「変革と挑戦」に取り組む事業者を発掘し育成することで消費や雇用の強い基盤をつくり、地域の中で生産者と消費者が互いに顔の見える関係を築くことによって地域における経済循環を生み出していくことが必要となります。

そのため、本ビジョンの実現に向け、2つの基本方針のもと、5つの取組指針を次のように設定し、これに基づき、5つの分野を定め、それぞれのめざす姿を実現していきます。

図-16 基本方針と取組指針のもと、めざす将来像のイメージ

基本方針	取組指針
○変革と挑戦に取り組む事業者の発掘と育成	① 生駒市で活動する事業者の経営革新の取り組みを支援
○顔の見えるまちなか経済循環の創出	② 生駒市での新たなビジネスや新分野への挑戦を支援
	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

【めざす将来像～5年後の姿】



## 5.2 5つの分野の目標と施策の方向

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

これにより、「めざす将来像」の実現に向け、5つの各分野でめざす「5年後の姿」を以下のとおり定めます。

図-17 5つの分野の目標と施策の方向、各分野での5年後の姿



## (1)商工業

### ①工業(製造業)

#### 【目標】市内におけるものづくり操業環境の確保

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

#### 【施策の方向】

##### ○立地製造業への企業訪問と意見交換の場の設置

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

##### ○公的支援機関と連携した経営支援の実施

公的支援機関の活用は低い傾向にありますが、これまで実施してきた展示会出展支援のほか製造業への支援を実施している国や県、(公財)関西文化学術研究都市(※)推進機構などの公的支援機関と連携した経営支援を実施し、市内企業向けに、これら機関の支援情報を発信します。

##### ○生産現場の体験機会の創出

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

#### 【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 操業・イノベーション環境の向上について、販路開拓として展示会出展支援は継続実施できました。
- ・ 一方、伴走支援、市内企業のマッチング、都市基盤整備、けいはんな学研都市との連携の各取り組みについては、新型コロナウイルス感染拡大の影響もあり、イベントが中止又は敬遠され支援ができませんでした。

#### ◎ポイント

新型コロナウイルス禍の中、企業訪問等が実施できず、事業での接点しか持てなかったため、今後は、積極的な対話を実施し、施策・事業に繋げていく必要があります。

## ②商業(小売業、飲食業等)

### 【目標】 積極的な商いと魅力ある店舗の創出・発信

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

また、魅力ある店舗や商業集積は、まちの大きな魅力の一つであることから、生駒駅南口エリアプラットフォームの取り組みなど駅前の商業集積地の活性化に向けた取り組みを進めていきます。

さらに、小さな個店の商いそのものに福祉的価値もあることから、個店の多様な価値を発信し、地域においても、買物、飲食やサービスが楽しめて、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します。

#### ○新規開業の促進

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

#### ○市内需要の喚起

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

また、農業者と飲食店・消費者をつなぎ、市内の仕入先の強化や新たな顧客・リピーターの獲得など農業・食における需要喚起として、地産地消に資する取り組みも進めます。

さらに、地域の小規模店舗の強みで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。

そのほか、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、事業者に情報提供を行います。

#### ○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します。

#### 【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大前の取り組みとして、個店の魅力向上のための酒蔵ツアーや商工会議所による「まちバル、100円商店街、まちゼミ」、「たつた揚げプロジェクト」、提案型商工観光活性化事業補助金による支援を実施しました。
- ・ また、新型コロナウイルス対策として、「さきめしいこま」、「いこまめぐり券」、「まちなかフェスタ」などの需要喚起策を行い経営の下支援を行ったとともに、本市と事業者との繋がりができました。さらに、民間事業者による「おべんとうマルシェ」を支援し、イベント時には、グループで定期的に出店するなどの取り組みにつながりました。
- ・ 地域コミュニティ活性化の取り組みで、複合型コミュニティ「まちのえき」を中心とした自治会等への移動販売支援について本市で事業者ネットワークを構築し推進しています。
- ・ 一方、商業・サービス業を誘導するエリア(宝山寺参道、生駒駅南等)や生駒駅周辺の商業集積地の活性化については、前回ビジョンに記載した内容はできませんでしたが、「生駒駅南口エリアプラットフォーム(※)」を設置し同エリアの活性化に取り組んでいます。

#### ◎ポイント

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

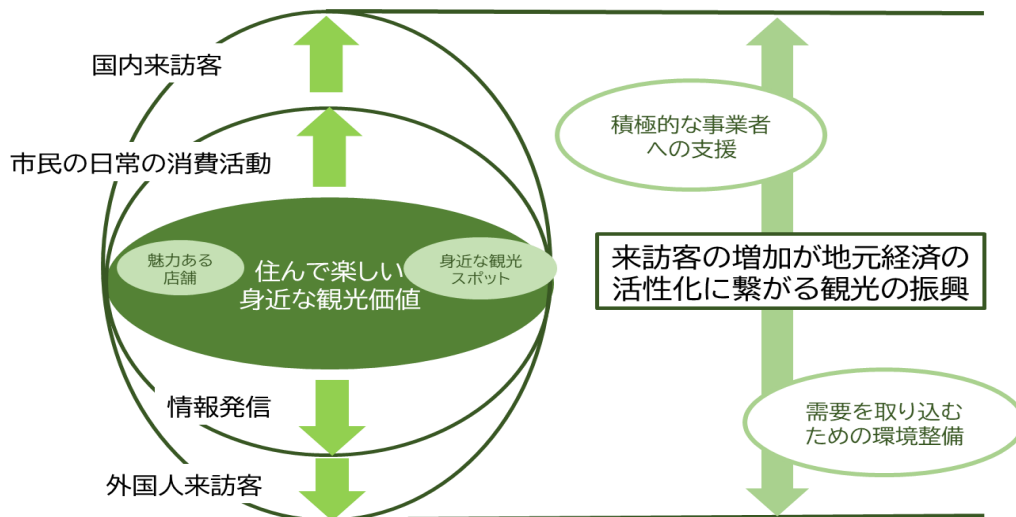


## (2)観光

### 【目標】「住んで楽しい」身近な観光価値が地域経済に繋がる観光振興

住宅都市における観光として、魅力ある店舗やスポット等での、市民の日常的な消費活動を通じて感じる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。

図-17 観光振興のイメージ



### 【施策の方向】

#### ○市民がつくる観光の魅力

本市の魅力を知らない市民に対し、魅力ある店舗や非日常体験、新型コロナウイルス対策で実施した需要喚起策を通じて人気となった店舗などのPRを通じて来訪・来店を促し、日常の消費活動から市民が誘客の主体となるような仕組みづくりを行います。

#### ○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

来訪者の増加に向けては、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を発信し、市民と関係人口との交流によりまちの魅力を拡大します。そのためにも、これまで実施してきた生駒山のブランド化や着地型観光、「meets 高山(※)」(令和4年度制作)など、観光施設だけでなく地域としての生駒市の魅力を醸成する取り組みなどを国内外に発信することによって、市外からの誘客を図ります。

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

事業者への支援としては、例えば土日や夜間の営業など来訪者の様々なニーズに積極的に対応しようとする事業者の発掘と育成を図ります。

## ○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

市内の電鉄会社、バス会社や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の向上を図ります。

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

## ○外国人向けの情報発信や観光ルート等案内の強化

人気となった店舗の情報などをインバウンドで訪れている外国人に発信します。

生駒山で感じることでできる非日常性や茶筌・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日や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に関するガイド機能の向上に向けた取り組みを実施します。

## ○新たな観光需要の創造の検討

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

### 【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 体験型観光の推進については、着地型観光ツアーや、外国人及び国内客をターゲットとした体験コンテンツを造成し、モニターツアーやファムトリップ(※)、オンライン予約サイトでの販売を実施しました。
- ・ 観光ネットワークの形成については、東大阪市や近畿日本鉄道との連携を実施しました。
- ・ テーマ型観光の推進については、生駒山のブランド化の取り組み、高山竹あかりなどの地域資源を活用した取り組みを実施しました。
- ・ 奈良市やけいはんな学研都市との連携や、学術研究をテーマとした観光の推進については実施できませんでした。
- ・ 集客拠点の設定について、生駒山についてはブランド化に向けた取り組みに着手し、いくつかの取り組みを実施しました。
- ・ 宝山寺参道の拠点化については、イベントの実施はできたものの拠点化への取り組みが不十分でした。
- ・ 観光推進体制については、新型コロナウイルス禍の観光需要の落ち込みにより、検討できていません。

### ◎ポイント

新型コロナウイルス禍の観光需要の落ち込みから、前回ビジョンの期間の後半は思うような取り組みができませんでした。ポストコロナにおける今後の観光振興の方針を定め、戦略的な展開が必要となります。



### (3)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、雇用確保と定着のための支援を行います。

また、今後、生産年齢人口が減少する中、事業者が将来にわたり雇用を確保するには、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になってきます。就労者にとっても、多様な働き方は、結婚、子育て、介護等、生活していく中で出会う様々な課題に柔軟に対応し、就労を継続するうえで有効な手段となります。

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をつなぐことで、多様なライフスタイルを支援するとともに職住近接の雇用・就業環境を実現します。

#### 【施策の方向】

##### ○多様な雇用・就労に向けた支援

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

また、多様な雇用及び働き方を希望する市民と、仕事を地域で依頼したい企業・個人事業主との顔の見える交流・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連携による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、社員研修や健康経営など人材の定着に向けた支援を実施します。

#### 【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ ハローワークと連携した合同就職面接会を通じた支援は定期的には実施できました。
- ・ 高校や大学への情報発信、通勤環境の向上、企業人材の育成については、ほとんど実施できませんでした。

#### ◎ポイント

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

## (4)立地

### 【目標】幅広い企業誘致・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、学研高山地区第2工区の開発における産業集積を目指します。

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、事業を継続できるようフォローアップに注力します。

### 【施策の方向】

#### ○新たな企業誘致・開業支援

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

#### ○学研高山地区第2工区における産業機能の集積

現在は企業が立地できる事業用地が少ない状況となっておりますが、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。今後、学研高山地区第2工区において、土地利用の方向性(注)に基づき産業機能の集積を目指します。

#### (注)「土地利用の方向性」とは

本市が「学研高山地区第2工区マスタープラン」において示す方向性です。地形や周辺状況、周辺環境との調和等を踏まえ、北エリアは「自然的土地利用ゾーン」とし、自然環境や伝統産業及び農業との共生を図りつつ、新たな産業の創出を目指します。また、南エリアは「都市的土地利用ゾーン」とし、産業を中心に土地利用の誘導を図ります。

#### ○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に対し、市職員、生駒商工会議所職員などによる日常的な企業訪問を行うとともに、定期的な意見交換・交流の場を設置するなどしてフォローアップを実施します。また、既存事業者も含め、事業承継やBCP(※)など事業継続に向けた支援も実施します。

#### 【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 企業立地優遇制度により前回ビジョン策定時(平成29年度)以降 9 件の立地、延べ 25 件の立地につながり、雇用と税収の増加に貢献しました。

#### ◎ポイント

現状、誘致可能な公的事業地は無く、今後は、北田原地区での都市計画変更による民間事業用地への対応や学研高山地区第2工区における「都市的土地利用」による立地促進を目指します。

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

## (5)起業

### 【目標】ローカルビジネス起業の促進

起業の促進は、これまでにあげた商工業、観光、雇用・就労、立地の各分野に共通して必要となる取り組みであり、新たな需要や雇用の創出に欠かせない事項となっています。

本市においては、地域で活動する市民や小さく始める起業の存在、今後の地域課題の状況を踏まえ、主として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」から、コミュニティビジネス(※)、ソーシャルビジネス(※)を含む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。

### 【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企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するなどし、起業という選択肢があることを知り、物事を自分事として捉え行動する力を高める取り組みを実施します。

#### ○起業者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。

すでに起業した方、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2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、市民や事業者が起業を応援する環境を醸成します。

また、事業者間、商工・観光業以外の業種、経済団体・地域団体、有志のコミュニティ、フリーランスなど多様な主体との関わりの中で、顔の見える関係性が持てる場づくりを行い、起業者と各主体との相互のビジネス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の創出に向けたスタートアップ支援の取り組みと連携し、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、市内発のスタートアップ環境を構築します。

【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・女性の多様な働き方への支援については、新型コロナウイルス感染拡大前の取り組みとして、女性向け創業支援事業、イコマドを活用した支援等により、自宅を店舗や教室にする起業者やマルシェを主宰するグループ等を輩出できました。
- ・令和2年度以降は、既存の創業支援事業を再構築し、いこま経営塾、ILBH(※)において学習・交流の機会づくり及び伴走支援を実施しました。
- ・イコマドの運用については、令和3年度にニーズや運営課題等の把握を行い、令和4年度以降の新たな指定管理者の選定にあたり、従来のテレワーク主体から創業・ coworkingの支援を主体に運営コンセプトを見直し、新たな事業者を選定しました。
- ・産業教育の推進については、カリキュラムの一環として、小学3・4年生で高山竹林園でのお抹茶体験や工場見学を実施したほか、奈良先端科学技術大学院大学と連携協定を締結し、中学校での出前講座を実施しました。
- ・一方、創業支援情報の一元化・連携体制については、メールによる情報配信は実施できたものの、一元化・連携体制の構築までには至りませんでした。

◎ポイント

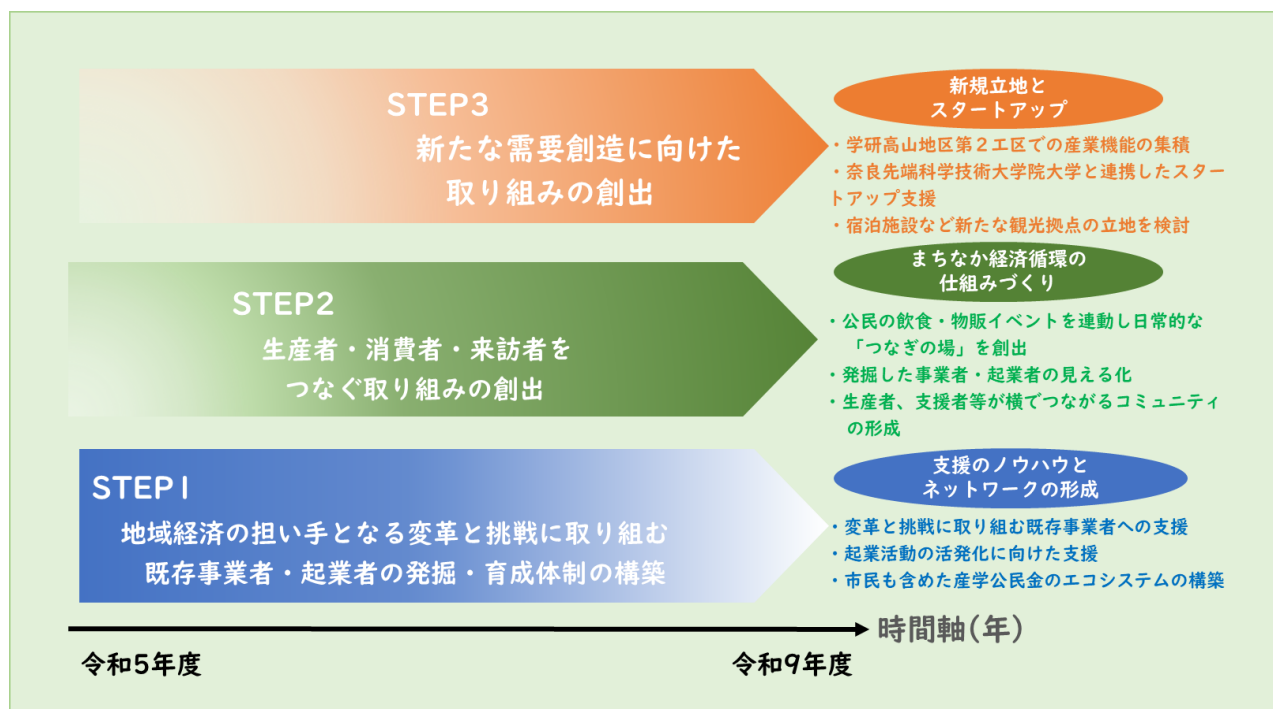
起業支援については、試行錯誤しながらも支援策の充実を図ってきましたが、起業後のフォローアップや交流の場づくりができておらず、こうした取り組みを進める必要があります。

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

### 5.3 本ビジョンの実現に向けたロードマップ

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。



★関係法令

■中小企業基本法(平成 11 年(1999)年改正)

(基本理念)

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

(地方公共団体の責務)

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

(中小企業者の努力等)

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

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

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



## ■小規模企業振興基本法(平成26(2014年)施行)

### (基本原則)

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

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

### (地方公共団体の責務)

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

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

### (小規模企業者の努力等)

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

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

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

### (関係者相互の連携及び協力)

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



## 用語集

	用語	説明
あ行	粗付加価値額	売上高から原材料費や仕入原価などの変動費を差し引いたもの。
	ILBH	「IKOMA LOCAL BUSINESS HUB」の略称。生駒市における創業セミナーのひとつで、座学や実践を通し、生駒でローカルビジネスにチャレンジする人たちをサポートするプロジェクト。
	生駒駅南口エリアプラットフォーム	生駒駅南口周辺エリアにおいて、公共的空間や民間の遊休地・遊休建物などを活用したまちの魅力創出や、当該エリアを含む周辺地域の価値向上に資する取り組みを、公民の連携により推進していくことを目的とした組織。
	イノベーション	新技術の発明や新規のアイデア等から、新しい価値を創造し、社会的変化をもたらす自発的な人・組織・社会での幅広い変革のこと。
	インバウンド	「外国から自国への旅行」や「自国への外国人旅行者」を指す。
か行	学研生駒テクノエリア	旧北田原工業団地。機械・金属の製造業や印刷業の工場など、140社程度が集積している。
	学研高山地区第2工区	関西文化学術研究都市のほぼ中央部に位置し、学研精華・西木津地区や先行して国立大学法人奈良先端科学技術大学院大学等が整備された第1工区に隣接している地区を指す。
	関西文化学術研究都市	関西文化学術研究都市建設促進法に基づき、創造的な学術・研究を行い、新しい産業や文化などの発信拠点となるため、国家プロジェクトとして建設されている広域都市。
	帰属家賃	自分の所有する住宅に居住する場合も、借家や借間と同じサービスが生産され消費されたと考えて、このサービスの価格を市場の賃貸料から推定する計算上の家賃。
	キャッシュレス	現金のやりとりなしで決済がなされること。クレジットカード決済やQRコード決済等のこと。
	兼業	本業以外にほかの事業などを営んでいる状態のこと。
	コミュニティビジネス	市民が主体となって、地域が抱える課題をビジネスの手法により解決する事業。
さ行	サテライトオフィス	企業の本社、組織の本部とは異なる所に設置されたオフィス。
	職住近接	働く場と住まいが近いこと。

	スタートアップ企業	新しい市場を開拓し、社会に新しい価値を提供したり、社会に貢献することにより、事業価値を短期間に飛躍的に高め、株式上場や事業売却を目指す企業や組織。
	スモールビジネス	小規模の事業者や、個人で行える範囲の事業。
	生産年齢人口	15歳以上以上 650歳未満未満の人口。
	ソーシャルビジネス	社会全体の課題をビジネスの手法で解決する事業。
た行	大学発ベンチャー	大学に潜在する研究成果を掘り起こし、新規性の高い製品により、新市場の創出を目指す企業や組織。
	高山サイエスタウン	関西文化学術研究都市の高山地区にあり、奈良先端科学技術大学院大学や製薬会社等が立地している。
	DX	デジタル・トランスフォーメーションの略称。 2004年にウメオ大学のエリック・ストルターマン教授によって提唱された概念で、ICTの浸透が人々の生活をあらゆる面でもより良い方向に変化させること。
	テレワーク	ICT(情報通信技術)を活用し、場所・時間を制限せずに柔軟に働くことで、「tele = 離れた所」と「work = 働く」をあわせた造語。
	テレワーク&インキュベーションセンター「IKOMA-DO(イコマド)」	「新しい働き方」を生駒市がバックアップする拠点として、新しい働き方の実現や、起業・創業をするために活動する方を支援する施設。
	データセンター	各種のコンピュータやデータ通信などの装置を設置・運用することに特化した施設。
な行	年少人口	0歳以上 15歳未満の人口。
は行	ハイカー	ハイキングをする人。
	パラレルキャリア	仕事と収入以外を目的とした活動なども含む、複数の経歴を並行している状態のこと。
	パラレルワーク	複数の収入を得る仕事を持つこと。またはその働き方のこと。
	半農半X	半分農業で自給自足の生活を送りながら、もう半分で自分の好きなことや、やりがいのある仕事をする生き方。
	BCP	「Business continuity plan」の略語で「事業継続計画」と訳されている。非常事態に強い経営管理手法のひとつ。
	ファムトリップ	旅行事業者やメディア等を旅行に招待し、その内容を発信してもらいプロモーションにつなげていく手法。
	副業	収入を得るために行う本業とは別の業務のこと。
ま行	マイクロツーリズム	自宅から1時間の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。地域の魅力の再発見と地域経済への貢献を念頭に置いた旅行形態。

	マルチワーク	1つの仕事のみに従事するのではなく、同時に複数の仕事にたずさわる働き方。
	meets 高山	高山の観光名所の紹介だけでなく、高山で活躍している人々にもスポットを当てた、高山町の魅力を紹介するマップ
や行	有効求人倍率	公共職業安定所に申し込まれている求職者数に対する求人数の割合。
ら行	レジリエンス	逆境や困難、強いストレスに直面したときに、適応する精神力や自立的に立ち直ることのできる強さ・柔軟性のこと。
	レクリエーション	娯楽として自由時間に行われる、自発的・創造的な様々な余暇の活動。
	老年人口	65 歳以上の人口。
	ローカルビジネス	地域の人を主な顧客とし地域の人を雇用する、地域に根差した事業。
わ行	ワークシェアリング	失業者の増加を防ぐため、一人当たりの労働時間を減らすことにより仕事を多くの人で分かち合うこと。