

生駒市商工観光ビジョン

はじめに

平成29年度、本市で初めての「生駒市商工観光ビジョン」を策定し、取り組みを進めてまいりました。前回ビジョン策定後、新型コロナウイルス感染症の影響、環境問題やSDGs・DXへの対応、働き方の多様化などの意識の変化等、産業をとりまく環境は大きく変化しています。人口減少は予想を超えるスピードで進んでおり、今後も国内の雇用やマーケットの縮小がより顕著になる見込みです。こうした状況の中、時代に合った支援のあり方を定め、本市の商工業及び観光のさらなる振興を図るため、今回「生駒市商工観光ビジョン」の改定を行いました。



本ビジョンでは、こうした社会経済情勢や本市産業の実情を踏まえ、「商工業」「観光」「雇用・就労」「立地」「起業」の5つの分野について現状と課題を整理し、本市が従来型の住宅都市から脱却し、「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」を将来像として決めました。

この将来像を実現するためには、事業者及び市民の皆様と一体となって市内の経済循環を生み出していくことが不可欠です。生駒市版のエコノミックガーデニング「EGいこま」の考え方に基づき、変革と挑戦に取り組む事業者を、産学公民金の支援機関の連携により支援します。また、市民の皆様におかれましても、1人1人がキャリア意識を持ってスキルの向上を図りながら、仕事やまちづくりに主体となって取り組んでいただけるよう、新しい知識やスキルを積極的に学んでいただけるような環境づくりを進めます。

今回の改定にあたりましては、令和4年度から市役所内での検討に着手し、その後、事業者及び市民の皆様アンケートを実施し、それぞれ300件を超える回答をいただきました。また、約30人の皆様にご協力いただき、ヒアリングを実施しました。

さらに、商工業及び観光関連事業者や有識者の方々に参画いただいた「生駒市商工観光ビジョン懇話会」を設置し、延べ9回にわたりご意見やアイデアを賜るなど、多くの皆様にご協力いただきました。

最後になりますが、お忙しい中、貴重なご意見を賜り、ご尽力いただきました皆様に心より感謝申し上げます。

令和5年12月

生駒市長 小紫雅史

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
第1章 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
第2章 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	8
2.3 生駒市の事業者を取り巻く経営環境	11
2.4 就業者を取り巻く労働環境（奈良県下の状況）	13
第3章 生駒市産業の現状と課題	14
3.1 産業全体の状況	14
3.2 市内事業者の経営状況	16
3.3 工業(製造業)	18
3.4 商業(小売業、飲食業等)	20
3.5 観光	22
3.6 雇用・就労	25
3.7 立地	28
3.8 起業	29
第4章 めざす将来像	31
第5章 生駒市商工観光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	45
5.4 本ビジョンの実現に向けて	46
用語集	49

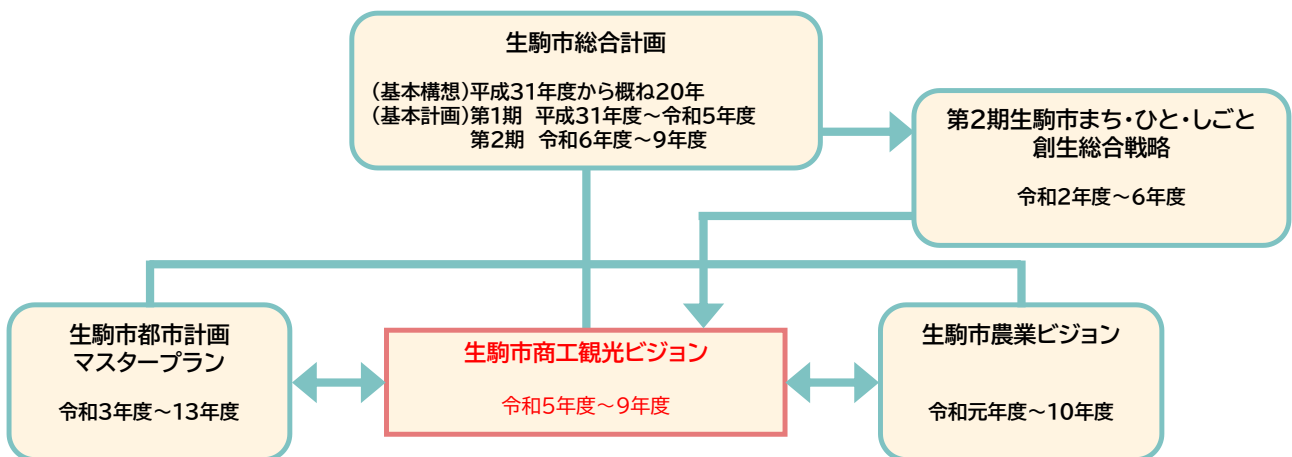
資料編

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」(以下「本ビジョン」という。)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。

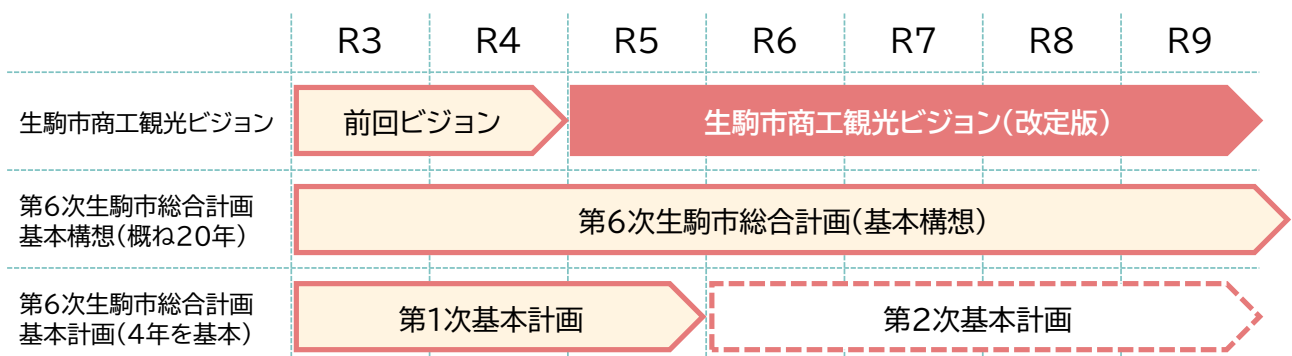
関連計画との位置づけ

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。



計画の構成

本計画は、以下のように構成しています。

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
- 関連計画との位置づけ
- 本ビジョンの計画期間
- 計画の構成

商工観光ビジョンの役割等を示します。

第1章 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
- 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
- 2.3 生駒市の事業者を取り巻く経営環境
- 2.4 就業者を取り巻く労働環境(奈良県下の状況)

全国的な社会背景や本市の事業者・就業者を取り巻く環境について整理します。

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 工業(製造業)
- 3.4 商業(小売業、飲食業等)
- 3.5 観光
- 3.6 雇用・就労
- 3.7 立地
- 3.8 起業

本市の産業全体及び業種ごとの現状、特徴や課題を示します。

第4章 めざす将来像

本市を取り巻く環境を踏まえ、めざす将来像を定めます。

第5章 生駒市商工観光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
- 5.2 5つの分野の目標と施策の方向
- 5.3 本ビジョンの実現に向けたロードマップ
- 5.4 本ビジョンの実現に向けて

本ビジョンの推進に向けた取り組みの基本方針と取組指針を設定し、分野ごとの目標と施策の方向性を示します。

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、にぎわいと活力のあるまち」を位置づけ、商工業と農業の一部及び観光の観点から、本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たうえで実施するものです。

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^{※1}の進展、働き方をはじめとした意識の変化等、本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や、国内マーケット縮小による影響が、今後より顕著となる見込みです。その他にも、テレワーク^{※2}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、

※1 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(情報通信技術)の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること。

※2 ICT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。

- ・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※3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※4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12(2030)年までの国際社会共通の目標であり、17のゴールと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。

このうち、商工観光振興に関連するものとして

- ・目標4:質の高い教育をみんなに
- ・目標7:エネルギーをみんなにそしてクリーンに
- ・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6つのゴールに貢献する取り組みが、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。

なお、本市は、令和元年度に「SDGs未来都市」に選定されました。令和12(2030)年のあるべき姿の実現に向け、「いこま市民パワー株式会社」を核とした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、地域経済の活性化、収益の還元による地域課題の解決など、「経済」・「社会」・「環境」の統合的向上を具体化する「日本版シュタットバルケ※5モデル」の構築を目指しています。

※5 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。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る。

※3 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。

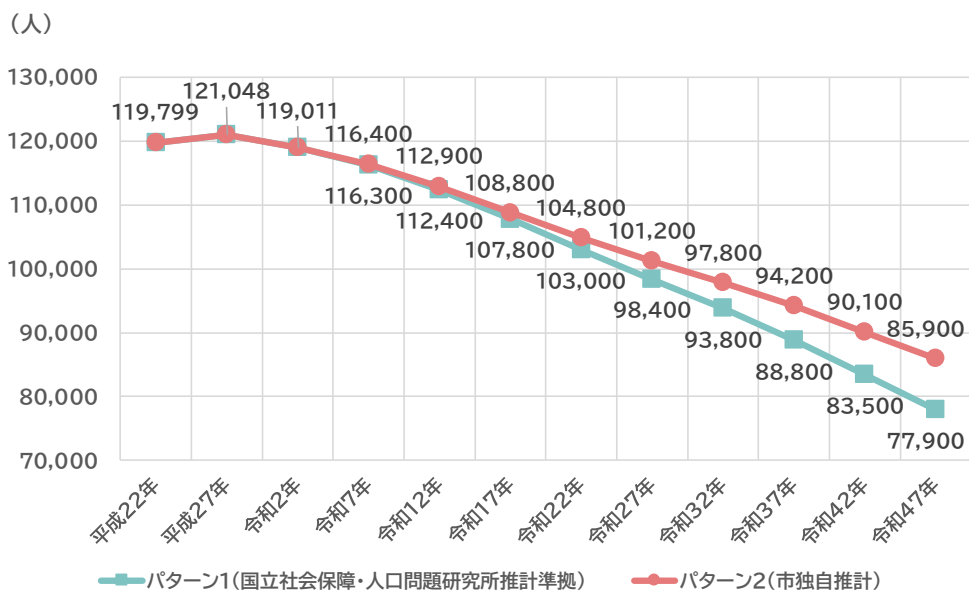
※4 15歳以上65歳未満の人口。

2.1 生駒市の人口・世帯の推移と将来予測

本市の人口は、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。



図表-1 生駒市の将来人口推計



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)

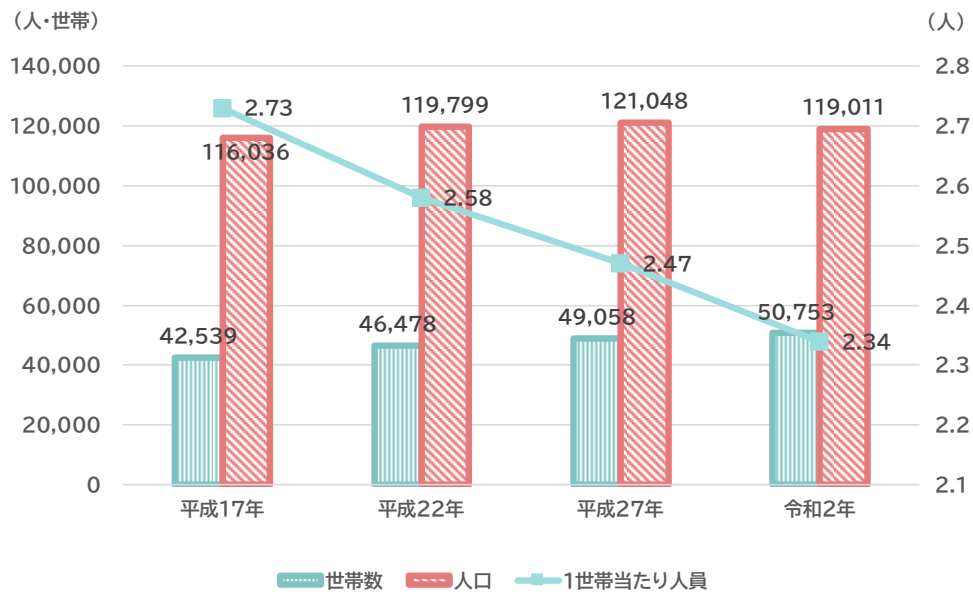
一方世帯数は、現在も増加傾向が続いていますが、世帯当たりの人員は少なくなっています。世帯の人員構成は、平成17年では3人以上世帯が半数以上を占めていましたが、令和2年では2人世帯がもっとも多くなり、単身世帯と合わせた2人以下の世帯の割合が約6割を占めるようになりました。



生駒山



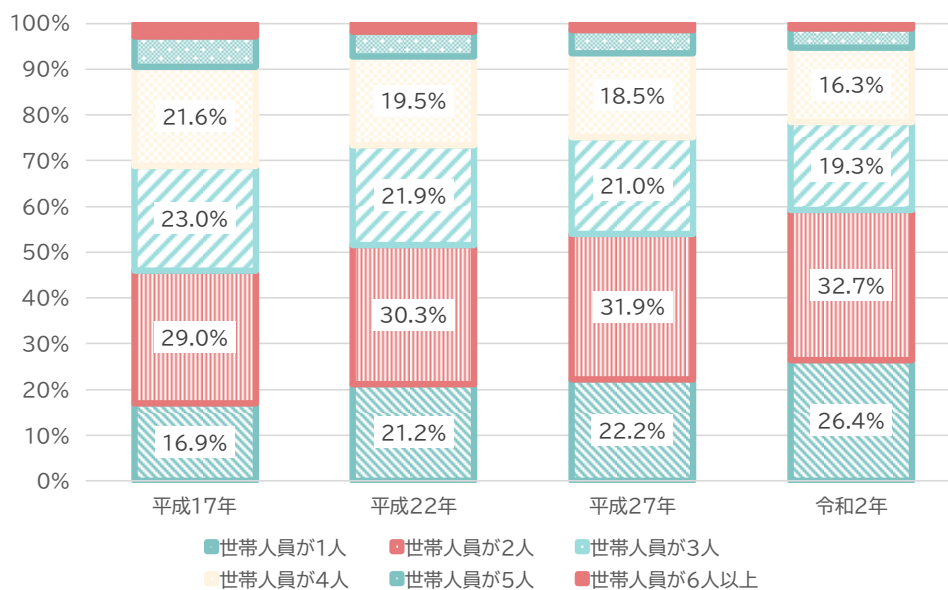
図表-2 生駒市の人口・世帯数の推移(平成17年～令和2年)



出典:生駒市「住民基本台帳」



図表-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※6は、平成17年には老年人口※7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

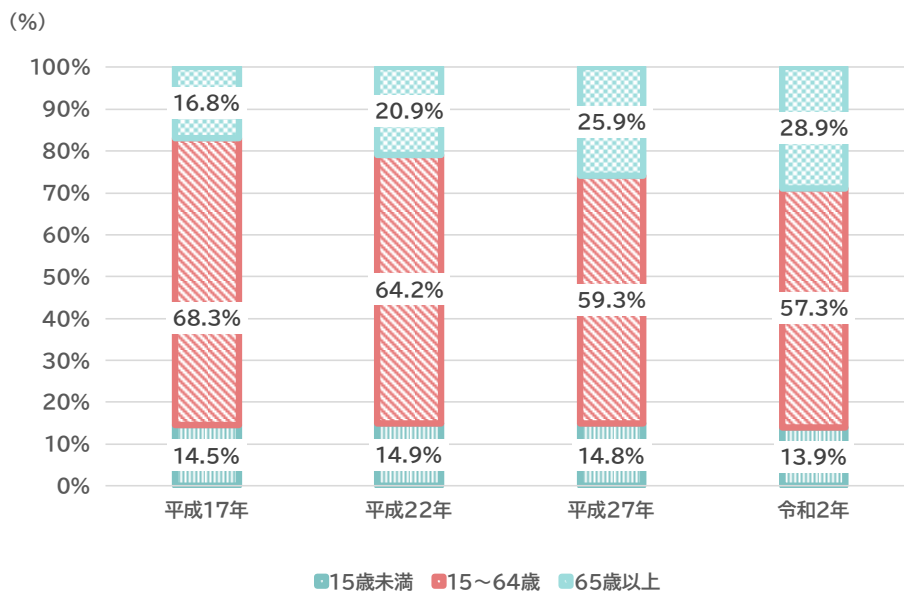
※6 0歳以上15歳未満の人口。

※7 65歳以上の人口。

入した世代の定住率が高い中、住宅開発地ごと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。



図表-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」



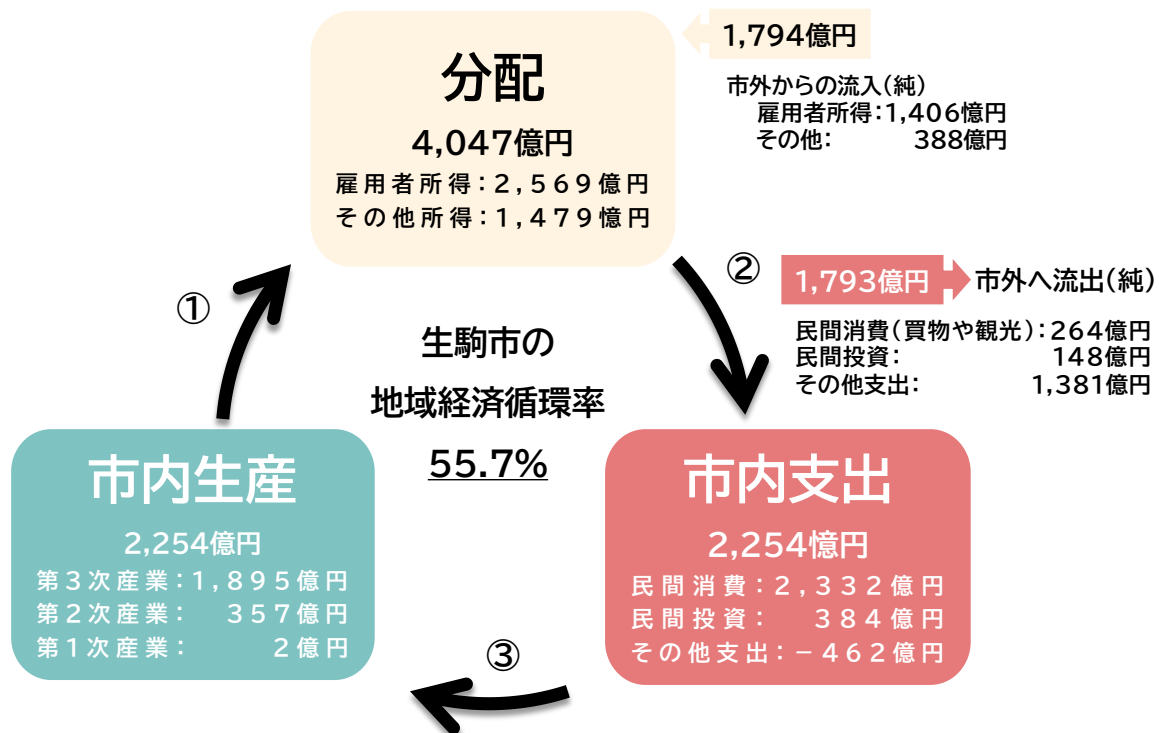
2.2 生駒市の経済構造

■ 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本市の経済構造を把握することができます。



図表-5 生駒市の地域経済循環図



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)

(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84.1%で1,895億円)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」(16.1%)、「教育」(8.9%)、「小売業」(7.5%)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15.8%で357億円)で、その内訳は「はん用・生産用・業務用機械」(31.0%)、「建設業」(24.4%)、「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」(22.2%)ですが、その中には「持ち家の帰属家賃^{※8}」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

分配の63.5%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。

本市の人口1人当たりの分配所得は345万円であり、県内他市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。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。



図表-6 人口1人当たりの分配所得

(単位:万円)	雇用者所得	その他所得	分配所得
五条市	186	247	433
大和郡山市	234	177	411
御所市	180	201	381
天理市	205	175	380
宇陀市	177	195	372
奈良市	207	160	367
葛城市	191	164	355
大和高田市	198	152	350
橿原市	187	158	345
生駒市	219	126	345
桜井市	180	156	336
香芝市	189	121	310

注:このデータは令和5年9月時点のものです。

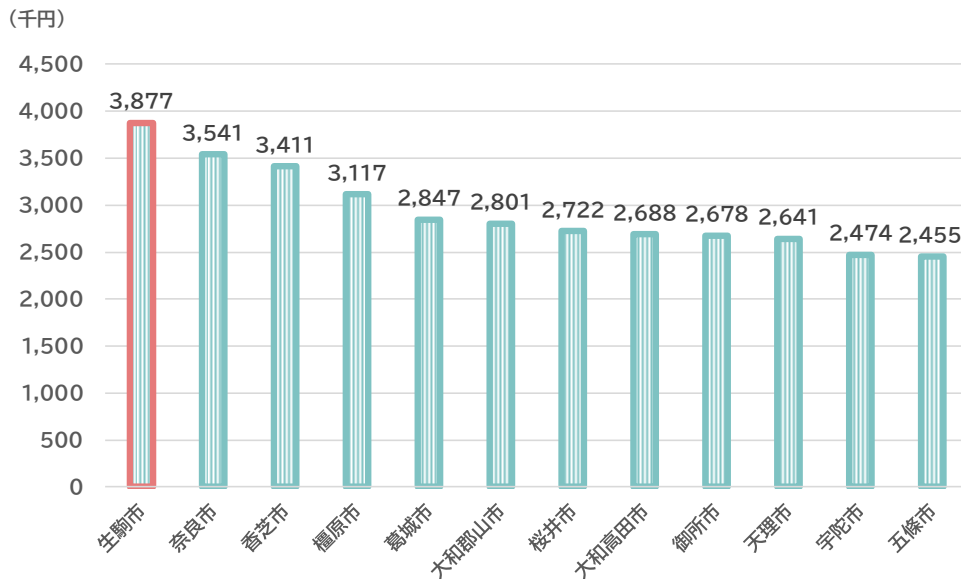
出典:内閣官房(デジタル田園都市構想実現会議事務局)/経済産業省「地域経済分析システム(RESAS:リーサス)」(平成30年度)

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。

^{※8} 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。



図表-7 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264億円流出しており、その規模は市民の消費額の11.3%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、本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

本市の地域経済循環率^{※9}は60%以下と低くなっています。今後は、市外からの分配を維持するとともに市外支出を減らし、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市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、市外消費を市内消費に転換する取り組みが求められます。

また、市外からの来訪者の増加や、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、市内でのイノベーションや産業間の情報共有など、市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。

※9 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

本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^{※10}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^{※11}、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です。

③ 新しい経営と雇用への転換

デジタル化の進展、柔軟な働き方等の就労における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です。

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。

※10 不利な状況や困難に直面したときに、適応し立ち直ることのできる強さ・柔軟性のこと。

※11 訪日外国人の日本国内における商品・サービスへの需要のこと。

(2) 生駒市における経営環境の現状

本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、住宅開発地ごと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、それに応じたファミリー向けから単身向けへの業態の変更、学研高山地区第2工区(288ha)^{※12}の都市型産業の集積等による市内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

土地利用としては、市街化区域^{※13}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%あるのに対し、近隣商業地域^{※14}・商業地域^{※15}が6%、準工業地域^{※16}は7%であり、事業系の用途地域^{※17}が少ない状況です。

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^{※18}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 商業エリアでの出店

駅周辺の商業エリアで出店したいとの声はありますが、店舗の賃料など固定費の負担が新規出店者のハードルになっています。

④ 生駒市民の就業状況

市内における全就業人口の約半分が大阪で勤務しており、市内での就業率は30%です。また、女性の就業率は39%で、全国や奈良県に比べ、低い値です。

※12 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。

※13 既に市街地を形成している区域、及びおおむね10年以内に優先的かつ計画的に市街化をはかるべき区域として、都市計画で定めた区域。

※14 都市計画法で定められた用途地域の一つで、近隣の住民が日用品の買物をする店舗等の、業務の利便の増進を図る地域。商業に関する施設のほとんどを建てることのできる地域であり、建築基準法令による用途の制限がある。

※15 用途地域の一つで、主に商業用に供され、一定の工場などの建築は禁止される。

※16 用途地域の一つで、主に環境悪化の恐れのない工場の利便を図る地域。

※17 都市計画法に基づいて、土地の利用の目的や範囲を定めた区域のこと。住居系、商業系、工業系の3つに大別され、さらに13種類に細分化される。

※18 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。

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%です。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」です。

テレワークの実施状況は、「実施している」が20.4%です。

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^{※19}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。



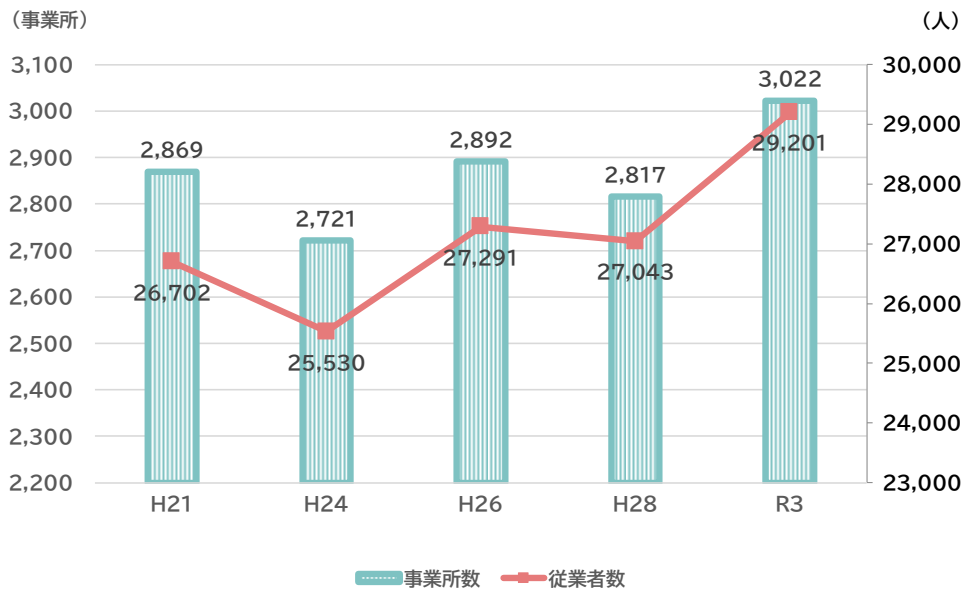
※19 従業員等の健康状況を管理し、食・運動・メンタルヘルスのケアなど健康増進の取り組みを行うことで従業員等がイキイキと働き、ひいては会社の生産性を高める経営手法のこと。従業員等の離職率低下や企業価値・企業イメージの向上にもつながる。

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」で従業者数が増加している一方、「宿泊業、飲食サービス業」では従業者数が減少しています。



図表－8 事業所数・従業者数の推移



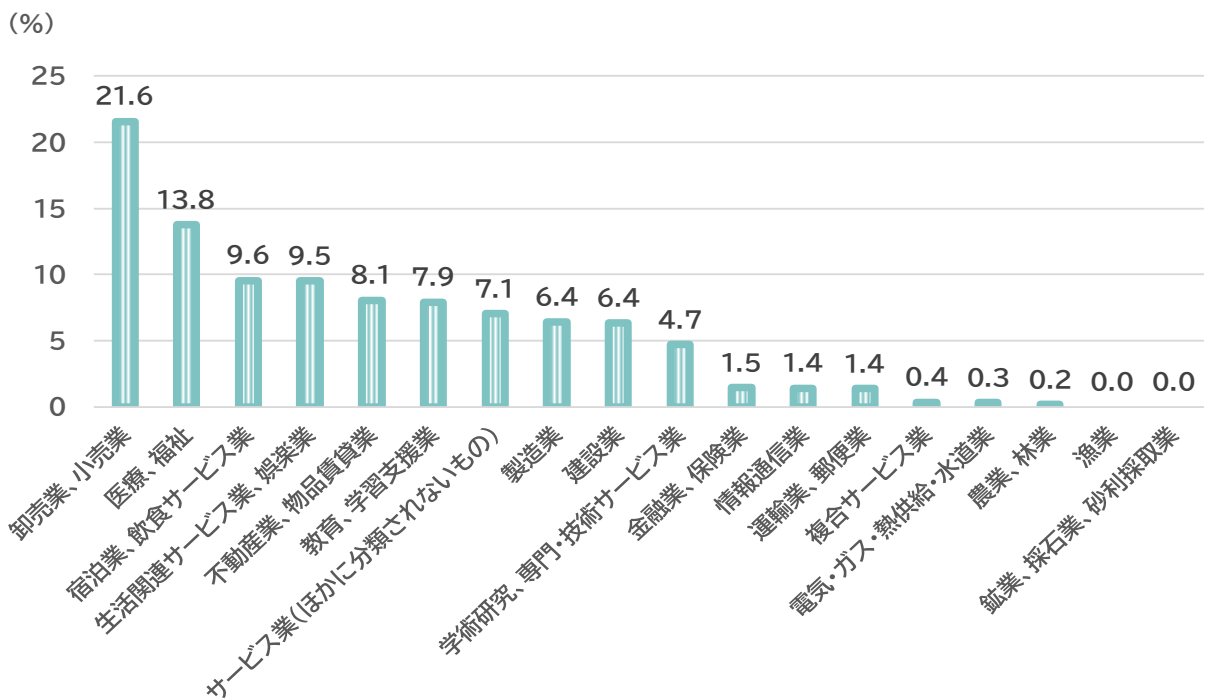
注：全産業（公務を除く）の事業所のうち民営の数

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、本市の主要な産業を構成しています。



図表-9 産大分類別の事業所数の構成



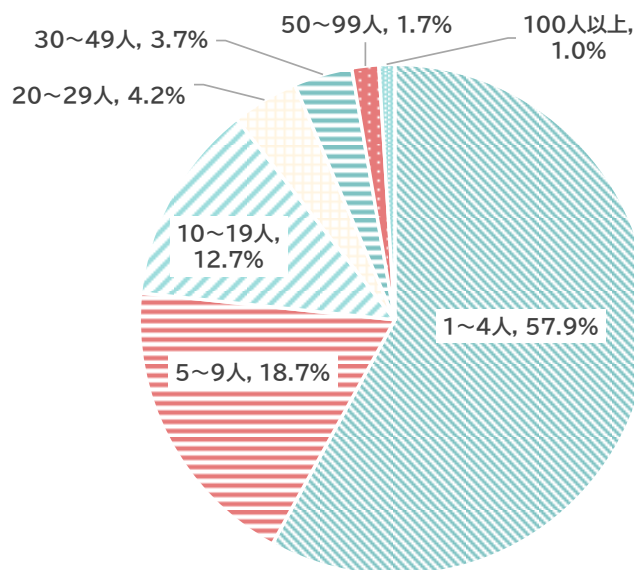
出典：総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

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、中小事業所が本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者数が平均10人を超える業種もあります。



図表-10 従業者数からみ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」

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強く、その要因として市場や取引先の縮小や、同業他社の進出といった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」の割合も高くなっています。

(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^{※20}等の活用

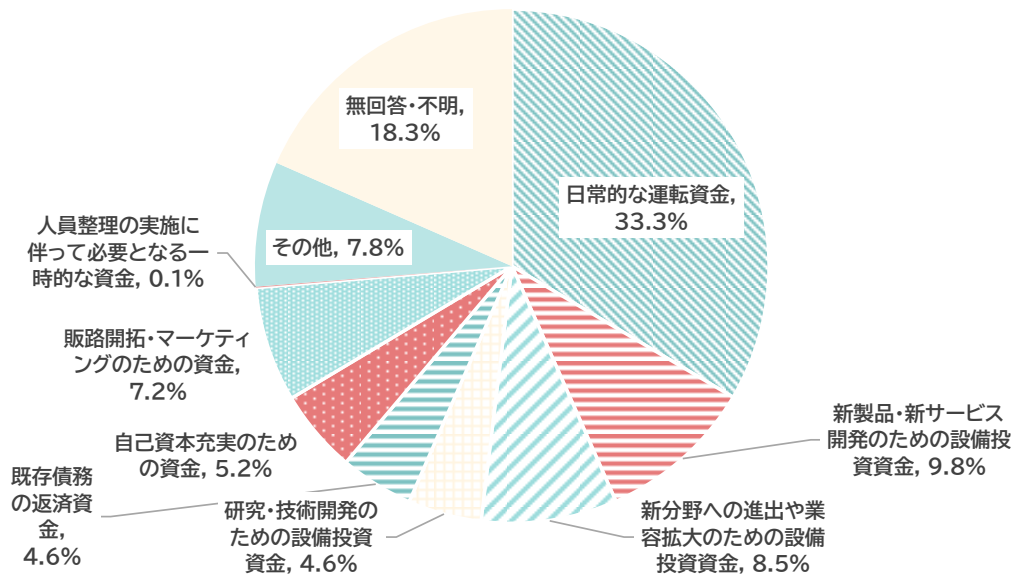
- ・ 今後、期待する商工業及び観光振興施策や支援策として、資金面を挙げる事業者が多い一方で、設備投資や人材確保、支援情報の提供など能動的な経営活動に対する支援ニーズも高まっています。
- ・ 支援策に関する前回の調査と比較すると、支援策に期待する割合が増加しています。経営セミナーや経営相談のニーズも増加しており、こうした情報の提供を求めています。

^{※20} 市や県・国などの行政主体、又は日本貿易振興機構(ジェトロ)といった国や県などの行政主体の直営ではない支援機関。

- ・ 資金融資のニーズも増加しており、日常的な運転資金の需要が33%と高い一方、設備投資に関する資金(新製品・新サービス開発のための設備投資資金、新分野への進出や業容拡大のための設備投資資金、研究・技術開発のための設備投資資金の合計)の需要も22%と高くなっています。
- ・ 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、その他の国や県の公的支援機関、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。



図表-11 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)

3.3 工業(製造業)

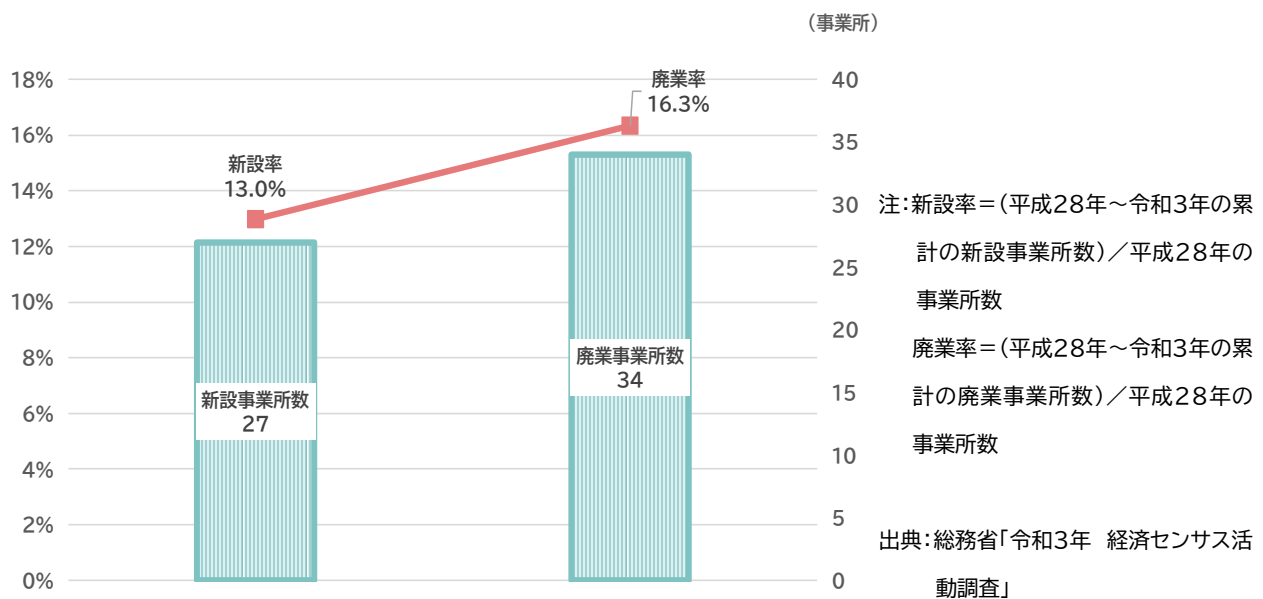
(1) 事業者の現状や特徴

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る可能性があります(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っています。



図表-12 製造業の新設と廃業(平成28年~令和3年の累計)



粗付加価値額^{※21}や従業者数などでは、「金属製品製造業」「生産用機械器具製造業」「印刷・同関連業」が本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、調達先については市外との取引が多く、販売先については市内への販売が多いですが、市外での販売も多くなっています。(資料編:製造-図表3)。

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

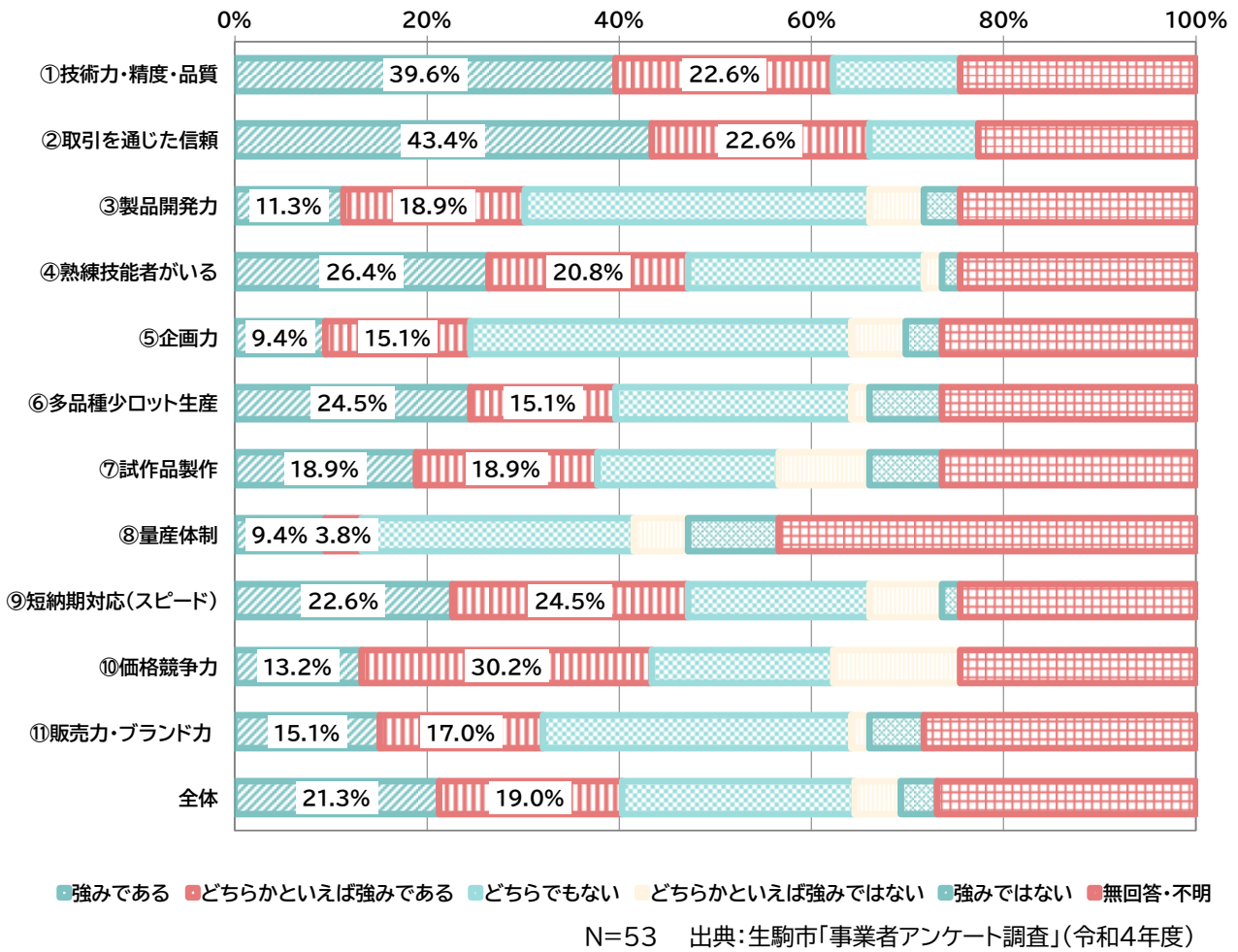
(2) 強みやポテンシャル

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。

※21 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。



図表-13 製造業の事業所の「強み」



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

- ・ 本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低くなっています(資料編:製造-図表8)。
- ・ 工場等の生産現場は、地域住民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が求められています。

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おり、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)。

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購入されていますが、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。

外食サービス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(資料編:商業-図表4)。

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売業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で掲げられる「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。
- ・ 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、研修や交流の場に参加すること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ッテリーがありました。その高齢者はバッテリ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、冷蔵庫がバッテリ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。

バッテリ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、いくらでもバッテリ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。



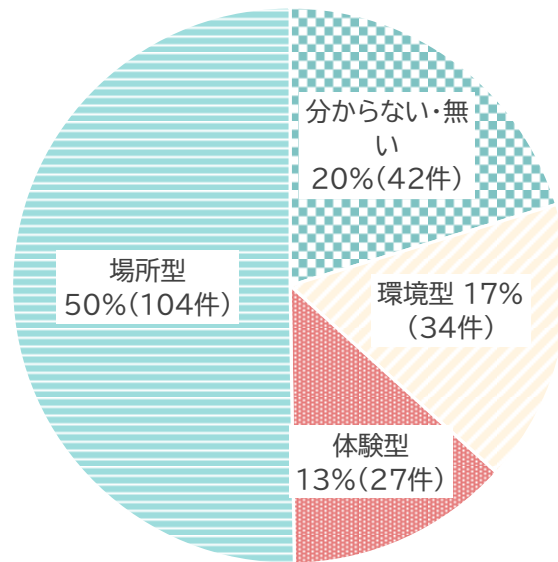
3.5 観光

(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、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。



図表-14 「生駒市内での観光・レクリエーション^{※22}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?」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、暗峠、ラッキーガーデン)	87
高山竹林園	4
往馬大社	2
び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(閉店)	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)

※22 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。

来訪者の状況では、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拡大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や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)。

生駒市域の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^{※23}や来訪者が多く訪れています。

また、評判の良い飲食店があり、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。

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^{※24}が注目され、需要喚起策の実施では市内の観光魅力の再発見に繋がりました。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資源における消費を繋げることでビジネスチャンスが広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、外国人リピーターなど、奈良への観光を希望する旅行者が増加することが見込まれています(資料編:観光-図表3・4)。

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5)。

(3) 課題や支援ニーズ

- ・ 参拝客やハイカーが中心で、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。

※23 ハイキングをする人。

※24 自宅から1~2時間程度の移動圏内の「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。

- ・ 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く、その他の地域との周遊がしづらい状況にあります。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、これも回遊性が低い要因の一つです。
- ・ 市民においては、生駒山、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。
- ・ 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 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)です(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」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)。

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%と高いです(資料編:雇用-図表4)。また、市内女性の就業率は他自治体に比べて低いですが、市内女性の市内就業率は高い値です(資料編:雇用-図表5)。

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6)。

従事業務としては、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7)。

市内での就業者は、市民が最も多く(資料編:雇用-図表8)、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9)。

(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(資料編:雇用-図表10)。「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。

副業・兼業^{※25}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11)。

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(資料編:雇用-図表12)。

※25 本業以外の仕事を掛け持つこと。企業に雇用される、自ら事業主として行う等様々な形態がある。

(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、女性の就業率は低く、就業希望者の割合は高くなっています(資料編:雇用-図表13)。

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14)。

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15)。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%とやや高くなっています(資料編:雇用-図表16)。

(4) 雇用と就労のバランス

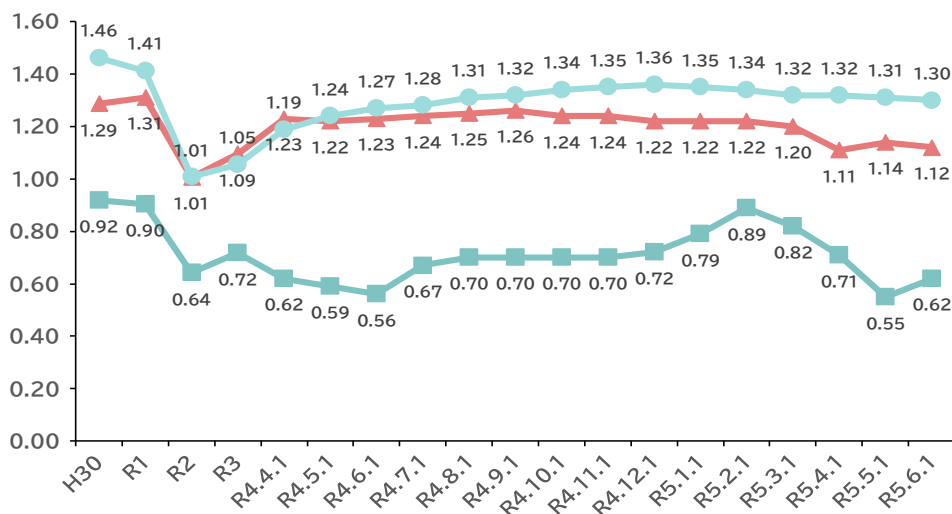
本市の有効求人倍率^{※26}は全国及び奈良県と比べて低くなっており、常に1を下回っています。

職種別にみると、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、サービス及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する側と就労する側のニーズのバランスが不均等です。



図表-15 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」

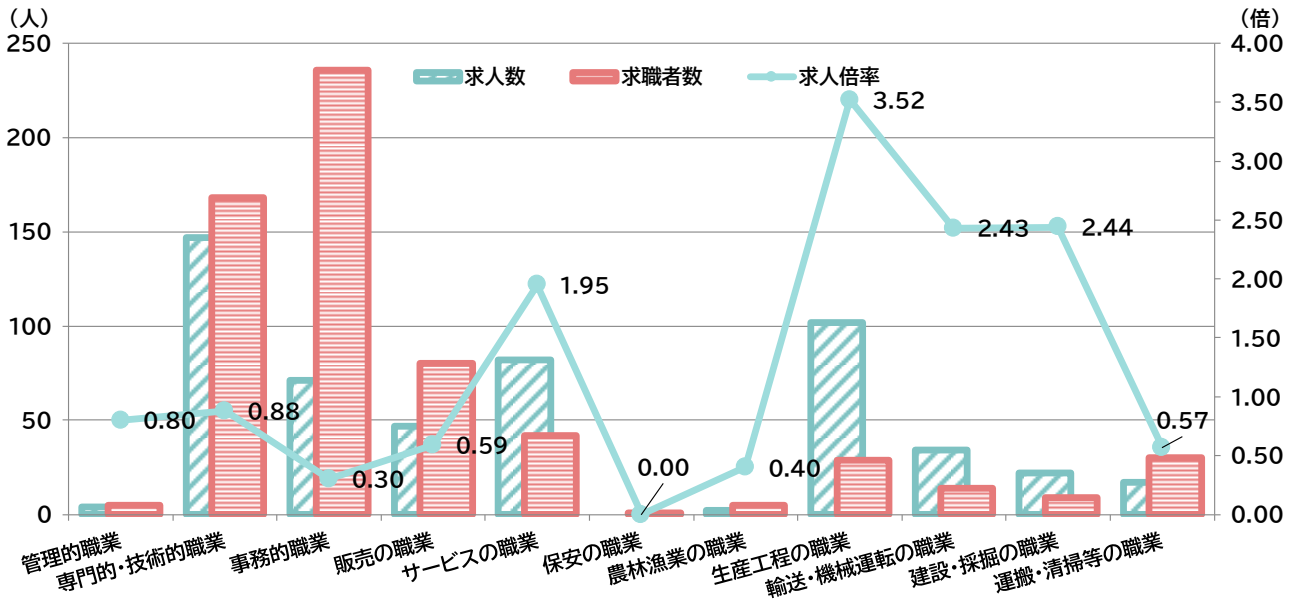
■ 生駒市 ▲ 奈良県 ● 全国

※26 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。

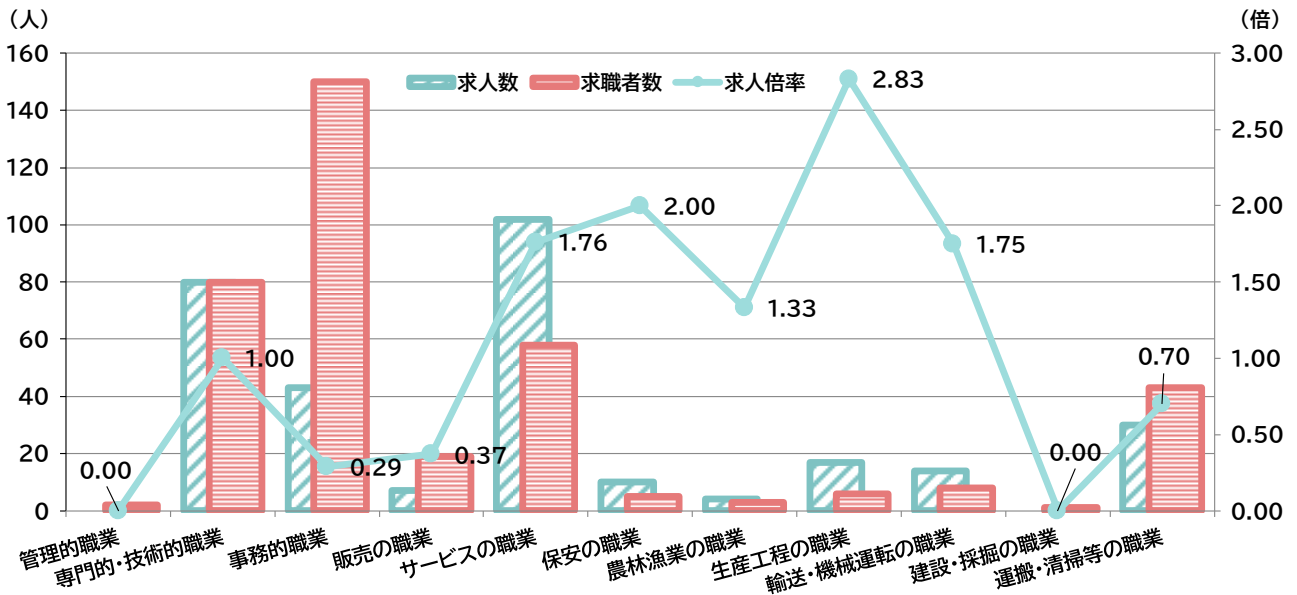


図表-16 求人と求職のバランス

常用的フルタイム



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)

3.7 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。伝統的工艺品の茶釜、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。

製造業に関しては、市北部の準工業地域内に約140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、対象エリアも学研生駒テクノエリア^{※27}と高山サイエンスタウン^{※28}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です。

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。

^{※27} 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。

^{※28} 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。

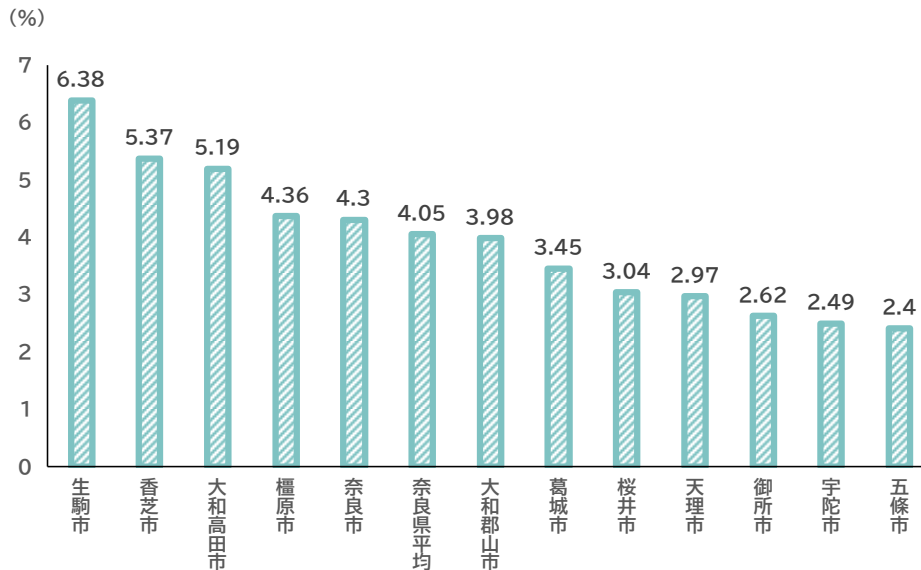
3.8 起業

(1) 現状や特徴

生駒市民の起業比率は、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。



図表-17 起業比率(奈良県下の比較)



注1:平成28年から令和3年の起業比率。

注2:起業比率=各期間の平均新設事業所数÷期首の事業所数

出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

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名です。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名です(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)」^{※29}(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創業セミナーを見直し、クリエイターや金融機関の職員、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。

^{※29} 「インキュベーション(起業支援)」「コワーキング(協働)」「テレワーク(サテライトオフィス)」の3つの機能を備え、生駒市が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。

(2) 強みやポテンシャル

起業の状況として、起業支援事業に毎年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、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。

- ・ 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や信頼、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、地方銀行や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^{※30}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^{※31}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、そもそも子どもが大人に会う機会が少なく、企業家が身近にいないことが課題です。
- ・ 地域活動において、事業者と住民等との間で顔の見える関係が十分に築けていないことや、形のないサービスに対してお金を払う意識が薄いこともあり、地元事業者、フリーランスや個人事業主等に無償を前提に仕事を依頼するケースがあります。

※30 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。

※31 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。

本市は、かつて宝山寺の門前町として栄えた商業地としての歴史があり、その後、大阪都市圏のベッドタウンとして発展し、関西を代表する住宅都市となりました。

また、市北部は、けいはんな学研都市を形成しているエリアであり、奈良先端科学技術大学院大学や製造業の立地が進み140社を超える企業が集積しています。さらに、今後は学研高山地区第2工区の事業化も予定されており、住宅都市から、学術、産業の側面も持ち合わせた住宅都市へと変化してきています。

このような中、事業者の経営環境は、これまで述べたとおり、予想を超えるスピードで進む人口減少、感染症や天災、国際紛争の影響などが経営課題の複雑・重層化を生み、さらに厳しいものになることが予想されます。

本市においても、都心回帰が進み、人口減少による地域経済の落ち込みが懸念される中、従来型の住宅都市の要素に加え、地域で多様な暮らし方、働き方、楽しみ方が叶う新たな住宅都市の実現が、まちの持続可能性の観点からも必要になってきています。

以上のことから、本市産業の現状と課題も踏まえ、事業者や市民が主体的に活動することができる活気と魅力ある地域経済を形成し、本市で生まれ育つ子ども達が本市で働き、消費し、まちなかで楽しく過ごすことができるよう、めざす将来像を以下のとおり定めます。

めざす将来像

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

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、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。

さらに、強い地域経済のもと、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り、地域における経済循環を生み出していくことで、さらなる本市経済の活性化を図ることができます。

こうしたことを進めていくために、地域経済を「庭」、地元の企業を「植物」に見立て、地域という土壌を生かして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。

本市が掲げる生駒市版のエコノミックガーデニング「EGいこま」においては、本市のほか、生駒商工会議所、国・県などの公的支援機関、大学、専門家、金融機関などの産学公民金の支援者・機関とのネットワークを組み、市内の企業・個人事業主などの事業者、起業者への支援を行います。

また、顔の見えるまちなか経済循環の実現に向けて、生産者・消費者としての市内事業者・市民などの「民」が地域経済の振興に参加する住宅都市型のエコノミックガーデニングを目指します。

この基本方針のもと、施策・事業を立案する視点として、5つの取組指針を定め、取り組みの具体化を図っていきます。



図表-18 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創出

取組方針

- 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

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。



図表-19 5つの分野の目標と施策の方向、各分野での5年後の姿

		5つの分野の目標と施策の方向	ビジョンで達成する各分野の5年後の姿
商工業	工業	<ul style="list-style-type: none"> ■市内におけるものづくり操業環境の確保 ○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 	雇用を増やすものづくり企業のあるまち <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業規模が拡大し雇用を増やす企業が増加している ・ 公的支援機関等を活用した経営革新が増加している ・ オープンファクトリーに取り組む事業者が増加している
	商業	<ul style="list-style-type: none"> ■積極的な商いと魅力ある店舗の創出・発信 ○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 	魅力ある店舗とにぎわいのあるまち <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域に愛される店舗が継承され身近な商業機能が確保されている ・ 駅前、まちなかに魅力ある店舗が増加している ・ 消費の受け皿となる個店が増え、市民の市内消費が増加している ・ パルやフェスタなどが日常的に開催され駅前に活気と魅力がある
観光		<ul style="list-style-type: none"> ■「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 ○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 	身近な観光で地域経済がまわるまち <ul style="list-style-type: none"> ・ 市民が誘客の主体となって、多様な来訪者が訪れている ・ 生駒山のほか、まちなかや市内周遊ルート、地域観光イベントなど新たな観光が創出され来訪機会が増加している ・ 来訪者の滞在時間と消費が増え地域経済に貢献している ・ 宿泊施設など新たな観光拠点の立地が計画されている
雇用・就労		<ul style="list-style-type: none"> ■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 ○多様な雇用・就労に向けた支援 ○雇用の確保と定着の促進 	多様な働き方が実現するまち <ul style="list-style-type: none"> ・ マルチワーク、パラレルキャリア等を実践する市民が増加している ・ 市内事業者で多様な雇用が採用され、雇用が定着している ・ 女性や障がい者などの就労が進み市内雇用者が増加している
立地		<ul style="list-style-type: none"> ■幅広い企業誘致・開業支援と新たな産業集積の創造 ○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 	多様な企業が立地し定着するまち <ul style="list-style-type: none"> ・ 製造業のほか、多様な事業者が駅前やまちなかにも移転・開業が進んでいる ・ 学研高山地区第2工区で新たな産業と雇用が生まれている
起業		<ul style="list-style-type: none"> ■ローカルビジネス起業の促進 ○起業意欲の醸成と教育 ○起業者の成長ステージに応じた支援 ○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 	起業者が地域でつながり身近にいるまち <ul style="list-style-type: none"> ・ 子どもから大人までが起業を身近に感じることができている ・ ローカルビジネスが生まれ育ちやすい環境ができている ・ 大学発等のスタートアップが生まれている ・ 地域や社会の課題が地域のビジネスで解決されている

(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

生駒商工会議所と連携し日常的な企業訪問を行うとともに、北部地域の製造業(学研生駒工業会^{※32}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。

○公的支援機関等と連携した経営支援の実施

公的支援機関等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^{※33}などの公的支援機関等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市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。

※32 旧北田原工業会。学研生駒テクノエリア内の企業が親睦を目的に結成し、自治会や生駒商工会議所等諸団体と連携して、研修、環境整備、労働安全運動等の活動を行っている。

※33 関西文化学術研究都市(別名:けいはんな学研都市。京都、大阪、奈良の3府県にまたがるサイエンスシティで、150を超える研究施設、大学施設、文化施設などが立地している。)における都市建設と産業振興を目的とする公益財団法人。

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^{※34}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、買い物や飲食、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^{※35}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に見える化し、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。

※34 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。

※35 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。

【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、生駒商工会議所等と連携し、個店の魅力向上のための酒蔵ツアーや、まちバル、100円商店街、まちゼミ、たつた揚げプロジェクト及び提案型商工観光活性化事業補助金等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えを行ったとともに、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「学生が回遊・滞留するまちづくり」等については実施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效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。



マチナカマルシェ

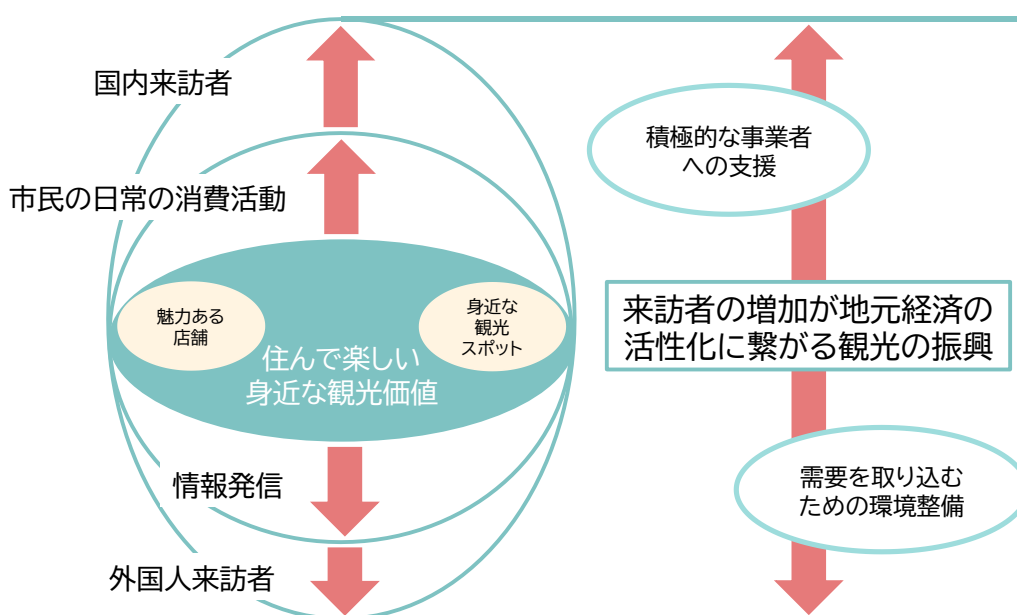
(2) 観光

【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

市民が身近な風景や文化に触れたり、魅力あるお店やマルシェなどの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繋げていく本市ならではの観光振興を進めます。



図表-20 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によって人気となった店舗などのPRを通じて来店・来訪を促し、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

近隣都市の住民や奈良県・大阪府など本市周辺に訪れている国内外の来訪者に対し、観光施設だけでなく地域としての本市の魅力を発信することで、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、需要喚起を行います。

事業者への支援としては、例えば土日や夜間の来訪者数の情報を提供するなどし、来訪者のニーズに積極的に対応しようとする事業者を支援します。

○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

生駒山で感じることのできる非日常性や茶釜・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、里山での古民家の活用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ミトリップ^{※36}、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。
- ・ 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、パンフレットの作成等いくつかの取り組みを実施しました。
- ・ 一方で、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。
- ・ 宝山寺参道の拠点化については、イベントを実施し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、検討が進みませんでした。

◎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。

※36 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。

(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。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^{※37}、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。

【施策の方向】

○多様な雇用・就労に向けた支援

マルチワーク^{※38} 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^{※39}、半農半X^{※40}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を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。

※37 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。

※38 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。

※39 2種類以上の仕事を持つ働き方。ボランティアや研究、創作など必ずしも営利目的でない幅広い活動を含む。

※40 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。

【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。
- ・ 一方で、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^{※41}等を誘致することで商業地の活性化や雇用の創出を図ります。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。

○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ですが、雇用拡大を実現するためには、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^{※42}に基づき産業機能の集積を目指します。

○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、生駒商工会議所と連携し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、脱炭素化、事業承継やBCP^{※43}など事業継続に向けた支援も実施します。

※41 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。

※42 生駒市が「学研高山地区第2工区マスタープラン」で示す方向性。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す。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る。

※43 「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。

【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、新たな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^{※44} 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です。

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^{※45}、ソーシャルビジネス^{※46}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^{※47}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^{※48}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^{※49}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。

※44 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。

※45 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。

※46 社会全体の課題をビジネスの手法で解決する事業。

※47 事業者や起業希望者に対して、公的支援機関や金融機関、民間の専門家、地域の企業などとの接点づくりを行い顔の見えるネットワークのもと地域でバックアップし事業の継続・発展を支援する仕組み。もとは「生態系」を意味する科学用語で、経済やビジネスの中では様々な経済主体が互いに補完し合いながら共存・共栄する環境を指す。産業政策としては、スタートアップ起業家などに対して行政や公的支援機関、専門家、金融機関が有機的に連携して地域で育てる仕組みとしてよく使われている。

※48 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。

※49 小規模の事業者や、個人で行える範囲の事業。

○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^{※50}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家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^{※51}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・コワーキング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、帝塚山大学との連携による地元食材を使った食堂メニューの開発、市内小・中学校における「オンライン職業体験」、高山竹林園でのお抹茶体験や工場見学を行いました。また、市内小学校・奈良先端科学技術大学院大学・地域のコミュニティとの連携により、小学生による地域紹介アプリの開発等を行いました。
- ・ 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。

※50 働く場と住まいが近いこと。

※51 「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、座学や実践を通じ、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。

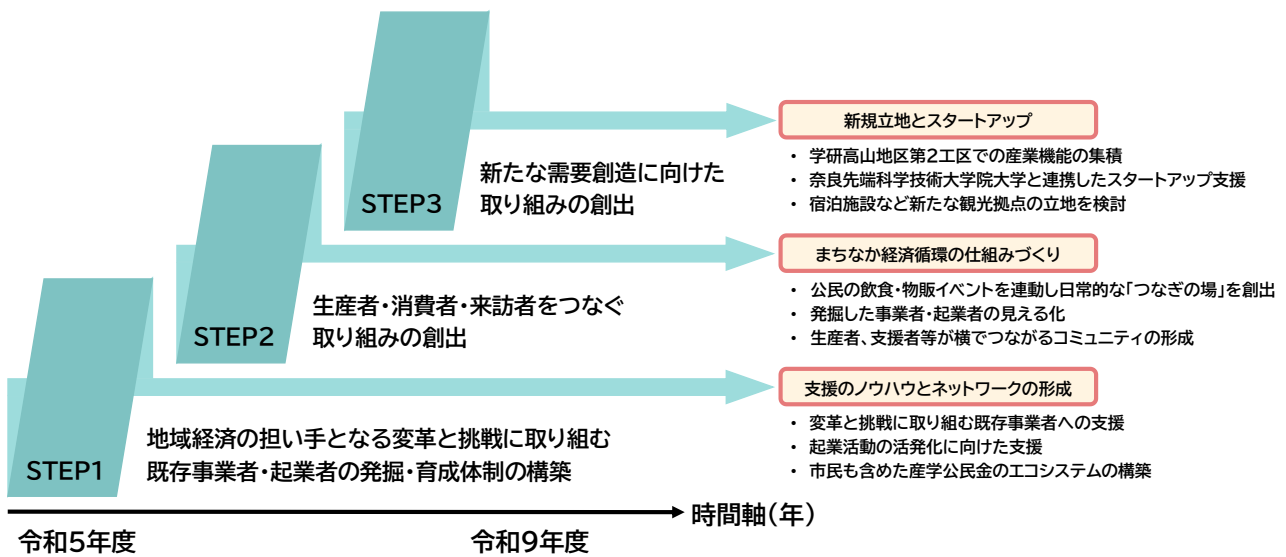
5.3 本ビジョンの実現に向けたロードマップ

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・起業家の事業の継続・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。



図表-21 ロードマップ



5.4 本ビジョンの実現に向けて

(1) 推進体制

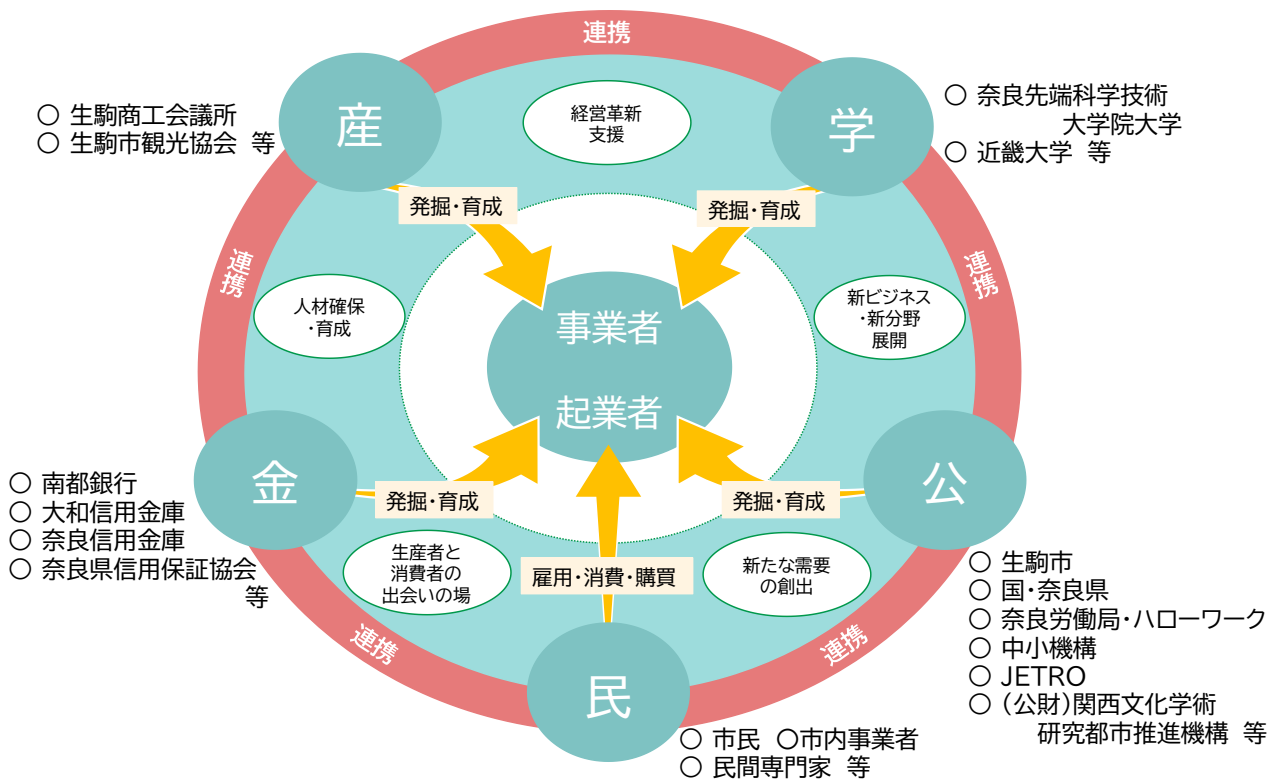
本ビジョンの実現にあたっては、基礎自治体である本市だけでは達成することができません。

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。



図表-22 推進体制のイメージ



【前回ビジョンの検証を踏まえた取り組みのポイント】

- ・ 生駒商工会議所、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等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、新型コロナウイルス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、及び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

事業者は、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・消費・購買に貢献するなど、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

市民は、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に参加することが求められます。

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、「EGいこま」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. 生駒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等のさらなる活用
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

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。
	インバウンド需要	訪日外国人の日本国内における商品・サービスへの需要のこと。
	エコシステム	事業者や起業希望者に対して、公的支援機関や金融機関、民間の専門家、地域の企業などとの接点づくりを行い顔の見えるネットワークのもと地域でバックアップし事業の継続・発展を支援する仕組み。もとは「生態系」を意味する科学用語で、経済やビジネスの中では様々な経済主体が互いに補完し合いながら共存・共栄する環境を指す。産業政策としては、スタートアップ起業者などに対して行政や公的支援機関、専門家、金融機関が有機的に連携して地域で育てる仕組みとしてよく使われている。
か行	学研生駒工業会	旧北田原工業会。学研生駒テクノエリア内の企業が親睦を目的に結成し、自治会や生駒商工会議所等諸団体と連携して、研修、環境整備、労働安全運動等の活動を行っている。
	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推進機構	関西文化学術研究都市(別名:けいはんな学研都市。京都、大阪、奈良の3府県にまたがるサイエンスシティで、150を超える研究施設、大学施設、文化施設などが立地している。)における都市建設と産業振興を目的とする公益財団法人。
	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。
	近隣商業地域	都市計画法で定められた用途地域の一つで、近隣の住民が日用品の買物をする店舗等の、業務の利便の増進を図る地域。商業に関する施設のほとんどを建てることのできる地域であり、建築基準法令による用途の制限がある。
	健康経営	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。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る。
	公的支援機関	市や県・国などの行政主体、又は日本貿易振興機構(ジェトロ)といった国や県などの行政主体の直営ではない支援機関。
	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。
	市街化区域	既に市街地を形成している区域、及びおおむね10年以内に優先的かつ計画的に市街化をはかるべき区域として、都市計画で定めた区域。
	シュタットベルケ	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。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る。
	準工業地域	用途地域の一つで、主に環境悪化の恐れのない工場の利便を図る地域。
	商業地域	用途地域の一つで、主に商業用に供され、一定の工場などの建築は禁止される。
	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65歳未満の人口。
	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。
	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す。
	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(情報通信技術)の浸透が人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること。
	テレワーク	ICT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)」	「インキュベーション(起業支援)」「コワーキング(協働)」「テレワーク(サテライトオフィス)」の3つの機能を備え、生駒市が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。
	土地利用の方向性	生駒市が「学研高山地区第2工区マスタープラン」で示す方向性。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す。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る。
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	2種類以上の仕事を持つ働き方。ボランティアや研究、創作など必ずしも営利目的でない幅広い活動を含む。

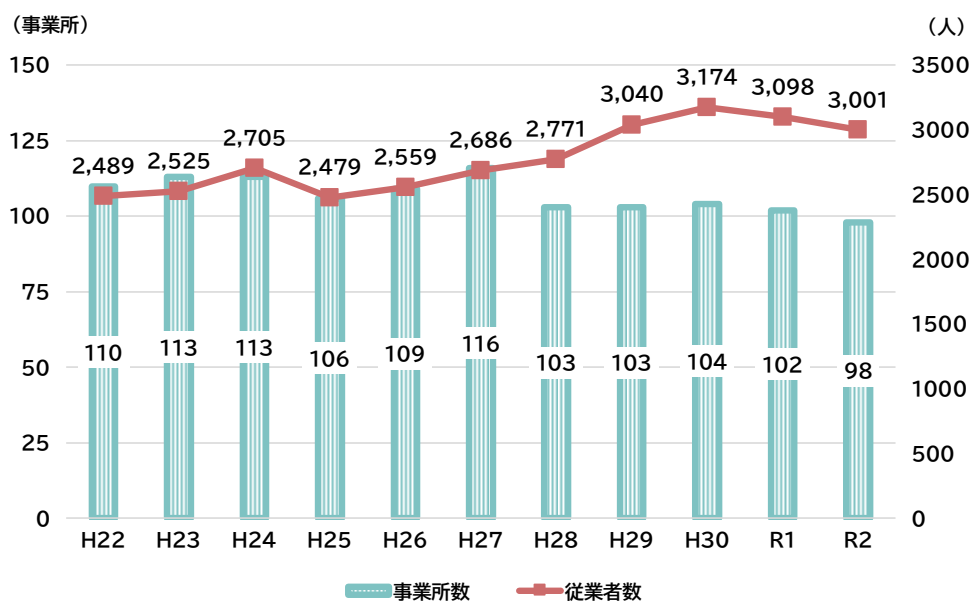
	半農半X	半分農業で自給自足の生活を送りながら、もう半分で自分の好きなことや、やりがいのある仕事をする生き方。
	BCP	「Business continuity plan」の略語で「事業継続計画」と訳されている。非常事態に強い経営管理手法のひとつ。
	ファムトリップ	旅行事業者やメディア等を旅行に招待し、その内容を発信してもらいプロモーションにつなげていく手法。
	副業・兼業	本業以外の仕事を掛け持つこと。企業に雇用される、自ら事業主として行う等様々な形態がある。
ま行	マイクロツーリズム	自宅から1～2時間程度の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。地域の魅力の再発見と地域経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携わる働き方。
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。
	用途地域	都市計画法に基づいて、土地の利用の目的や範囲を定めた区域のこと。住居系、商業系、工業系の3つに大別され、さらに13種類に細分化される。
ら行	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。
	レジリエンス	不利な状況や困難に直面したときに、適応し立ち直ることのできる強さ・柔軟性のこと。
	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	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。

資料編

資料－工業(製造業)	1
資料－商業(小売業・飲食業等)	10
資料－観光	14
資料－雇用・就労	18
資料－立地	27
資料－起業	28
関係法令	29
商工観光ビジョン懇話会参加者名簿	31



製造－図表1 製造業の事業所数と従業者数の推移

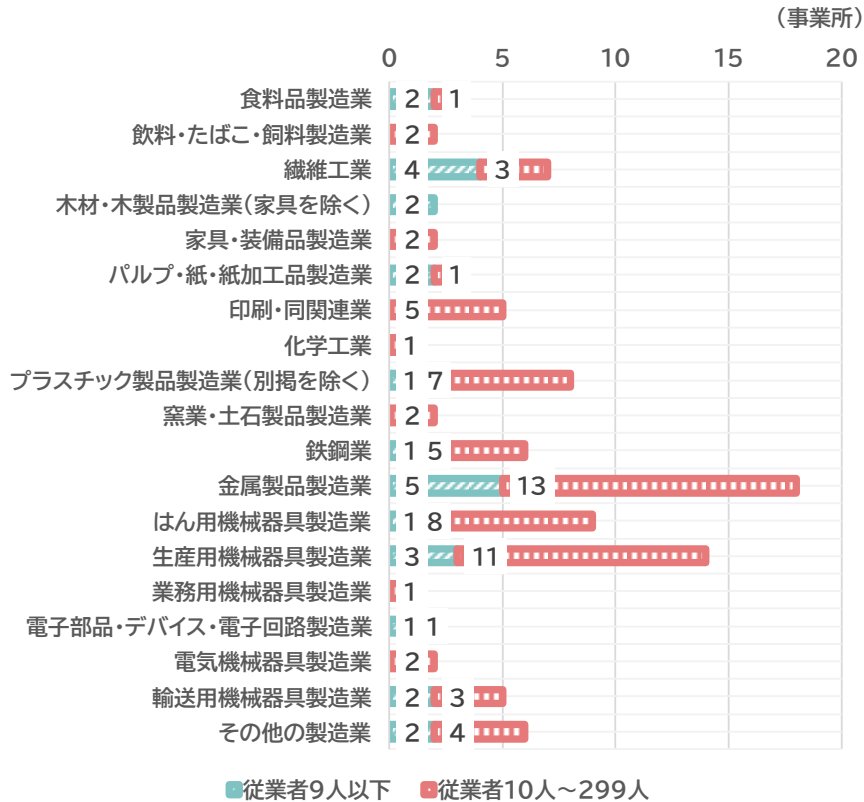


出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

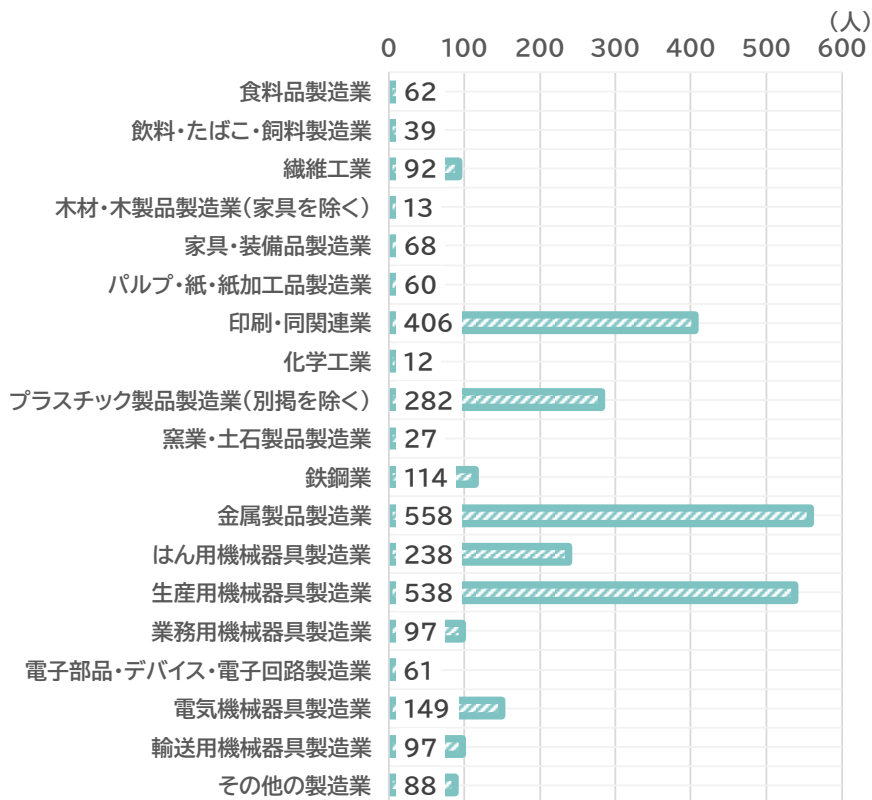


製造—図表2 生駒市の製造業の実態(令和3年)

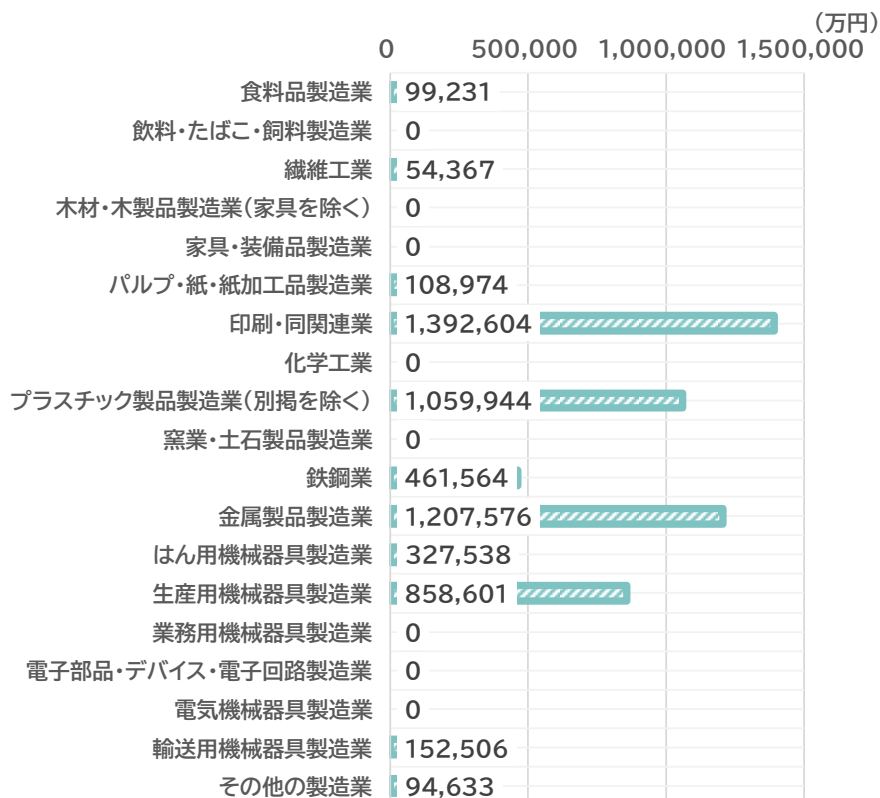
【事業所数】



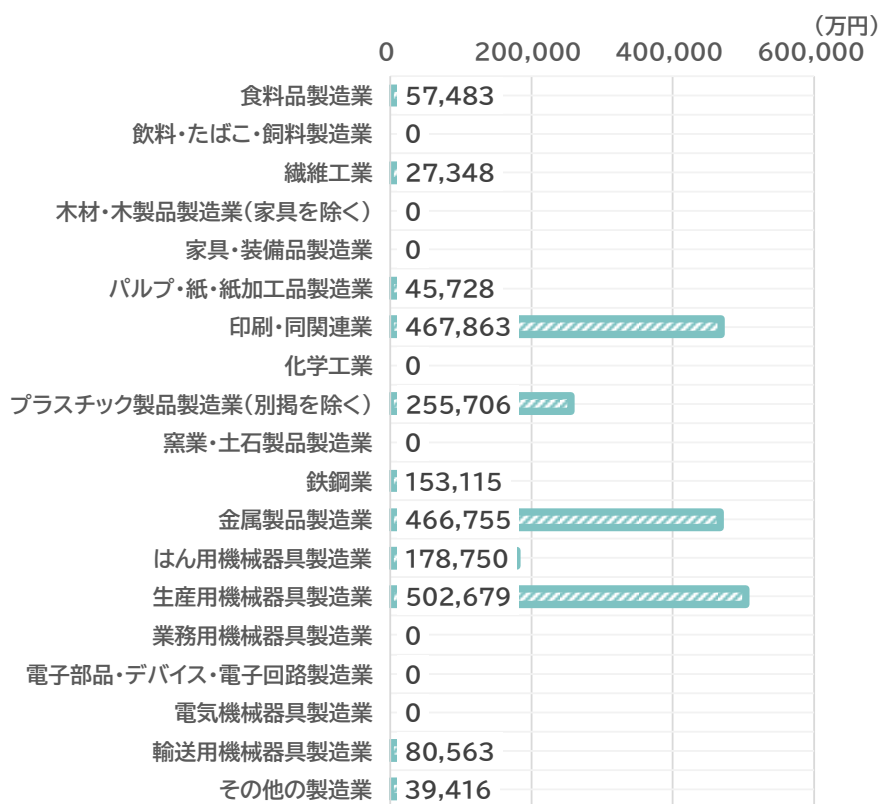
【従業者数】



【製造品出荷額等】



【粗付加価値額】



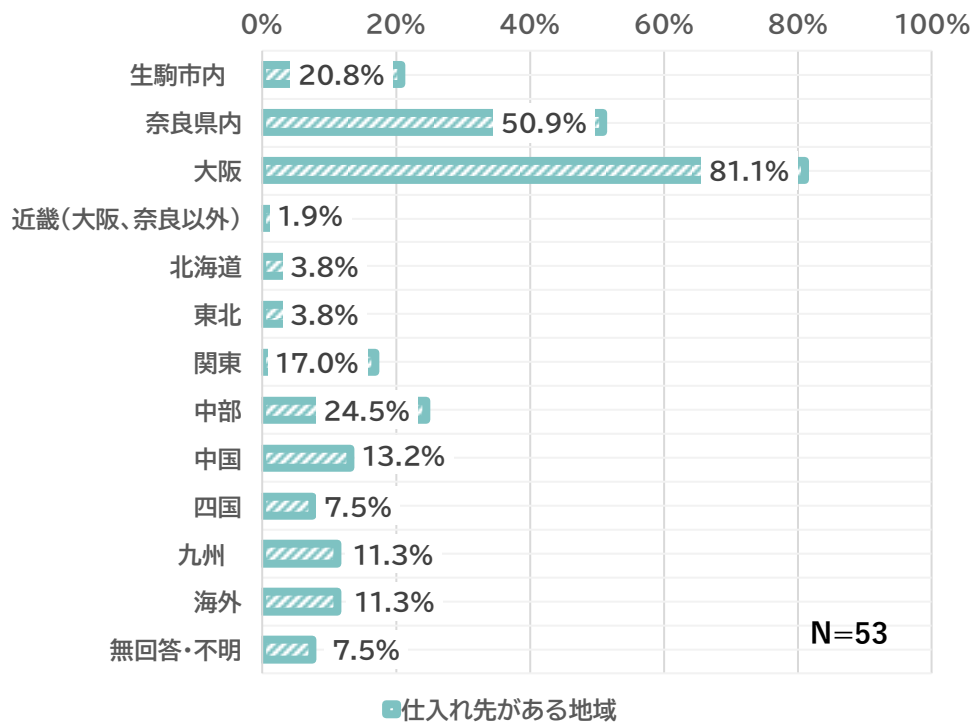
注: 従業者4人以上の事業所。

出典: 総務省「令和3年 経済センサス活動調査」

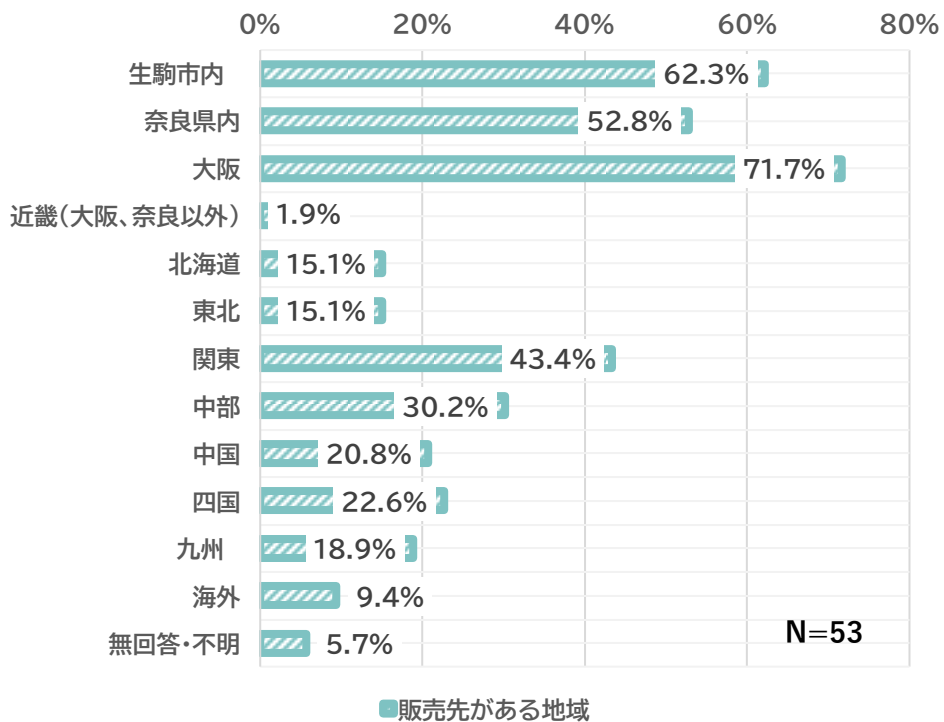


製造－図表3 調達先と販売先

【調達先がある地域】



【販売先がある地域】



注：複数回答。

出典：生駒市「事業者アンケート調査結果(令和4年度)」



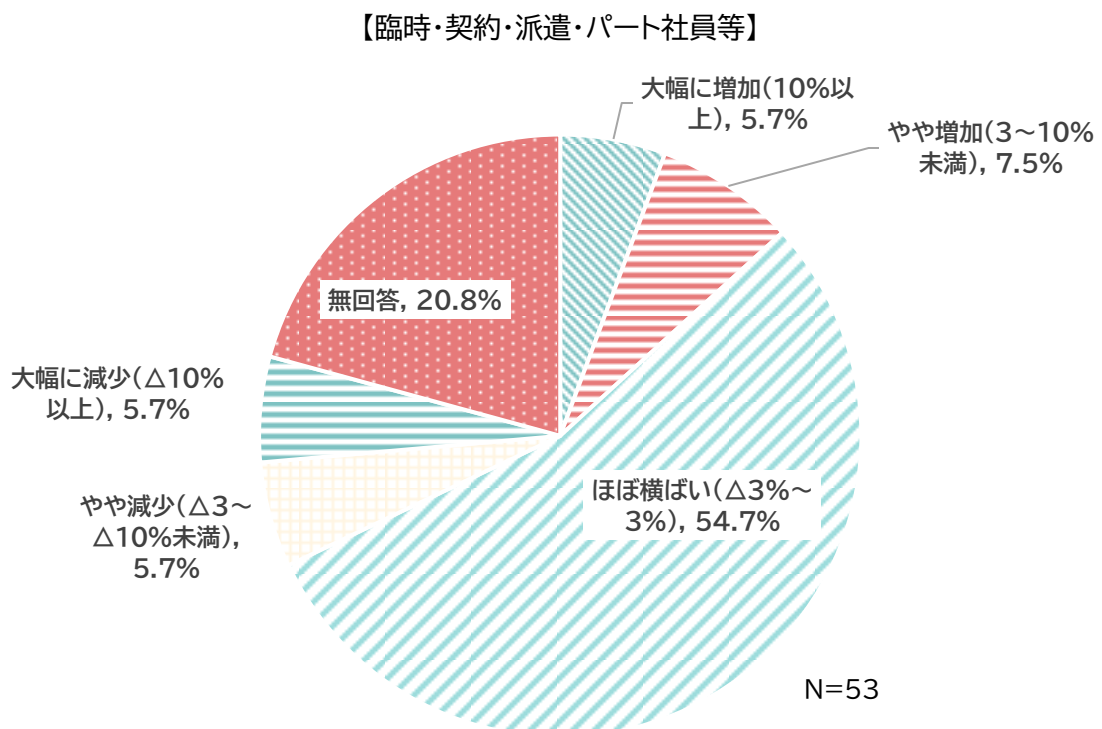
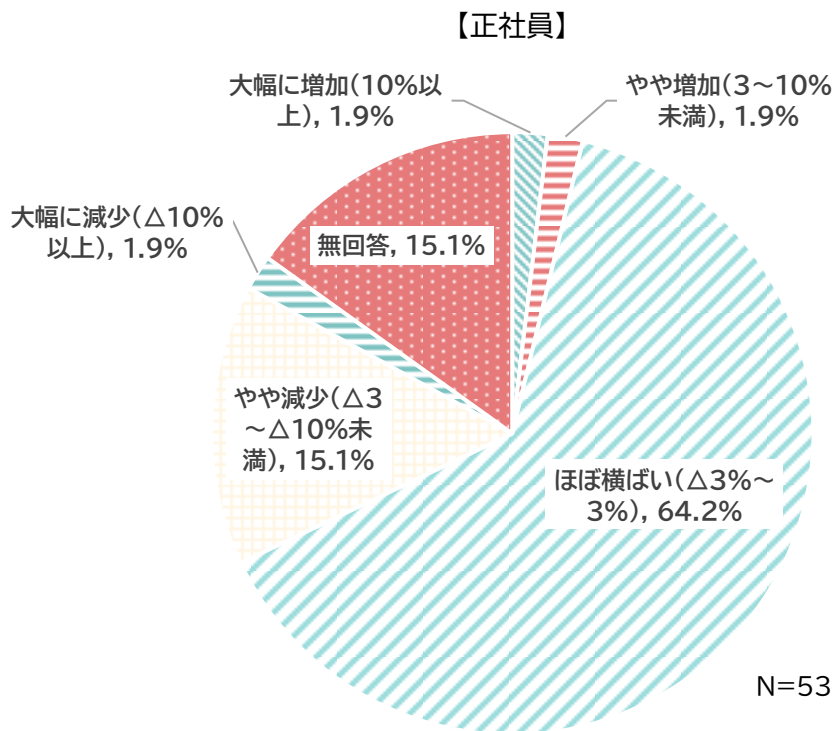
製造－図表4 公的支援機関等の活用実績、活用意向

N=53	利用・連携したことがある	利用したことはないが、関心がある	利用したことはないし、関心もない	知らない	無回答・不明
①生駒市役所	45.3%	18.9%	9.4%	9.4%	17.0%
②生駒商工会議所	49.1%	18.9%	15.1%	5.7%	11.3%
③国立大学法人 奈良先端科学技術大学院大学	3.8%	34.0%	18.9%	24.5%	18.9%
④生駒市ふるさとハローワーク	15.1%	15.1%	20.8%	32.1%	17.0%
⑤奈良県産業振興総合センター	15.1%	24.5%	17.0%	24.5%	18.9%
⑥公益財団法人 奈良県地域産業振興センター	17.0%	20.8%	20.8%	22.6%	18.9%
⑦奈良県よろず支援拠点	3.8%	22.6%	22.6%	30.2%	20.8%
⑧ポリテクセンター奈良(奈良職業能力開発促進センター)	13.2%	24.5%	18.9%	26.4%	17.0%
⑨ハローワーク奈良	41.5%	17.0%	22.6%	5.7%	13.2%
⑩一般社団法人 奈良県発明協会	11.3%	15.1%	18.9%	32.1%	22.6%
⑪奈良県内の大学	3.8%	24.5%	26.4%	26.4%	18.9%
⑫公益財団法人 関西文化学術研究都市推進機構 新産業創出交流センター	1.9%	17.0%	24.5%	35.8%	20.8%
⑬同志社大学 リエゾンオフィス	1.9%	17.0%	24.5%	37.7%	18.9%
⑭独立行政法人 中小企業基盤整備機構(クリエイションコア東大阪)	7.5%	18.9%	13.2%	39.6%	20.8%
⑮近畿職業能力開発大学校	0.0%	17.0%	15.1%	45.3%	22.6%
⑯奈良信用保証協会	47.2%	11.3%	17.0%	11.3%	13.2%
⑰南都銀行	67.9%	5.7%	7.5%	3.8%	15.1%
⑱大和信用金庫	32.1%	11.3%	30.2%	9.4%	17.0%
⑲奈良信用金庫	26.4%	11.3%	32.1%	15.1%	15.1%
⑳その他金融機関	41.5%	11.3%	17.0%	13.2%	17.0%

出典:生駒市「事業者アンケート調査結果(令和4年度)」



製造－図表5 直近3年間の従業員数の増減

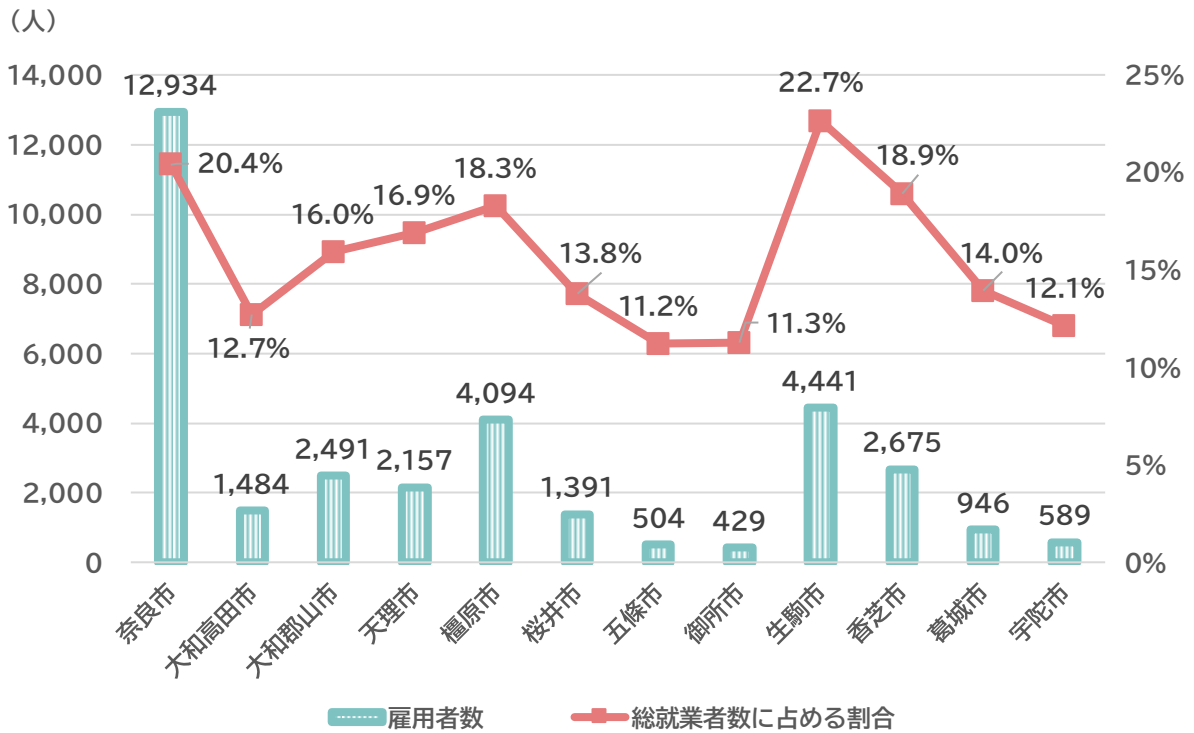


出典:生駒市「事業者アンケート調査結果(令和4年度)」

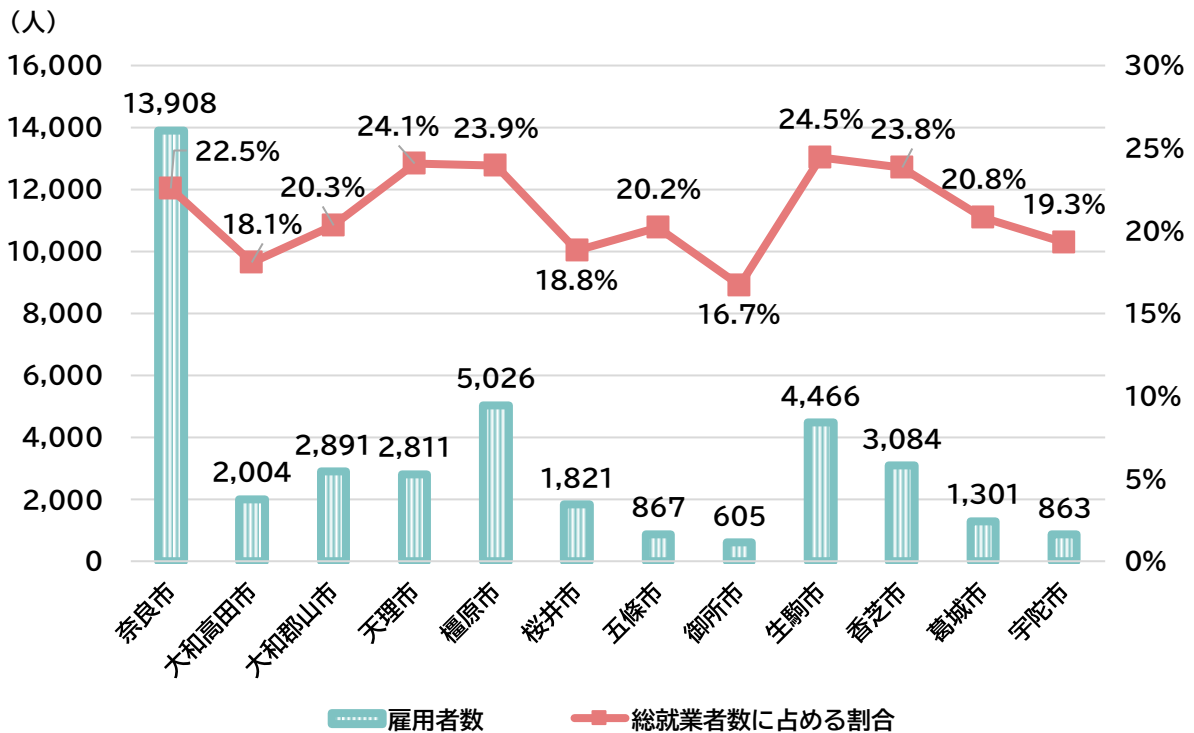


製造—図表6 専門的・技術的職業に就いている市民(令和2年)

【男】



【女】

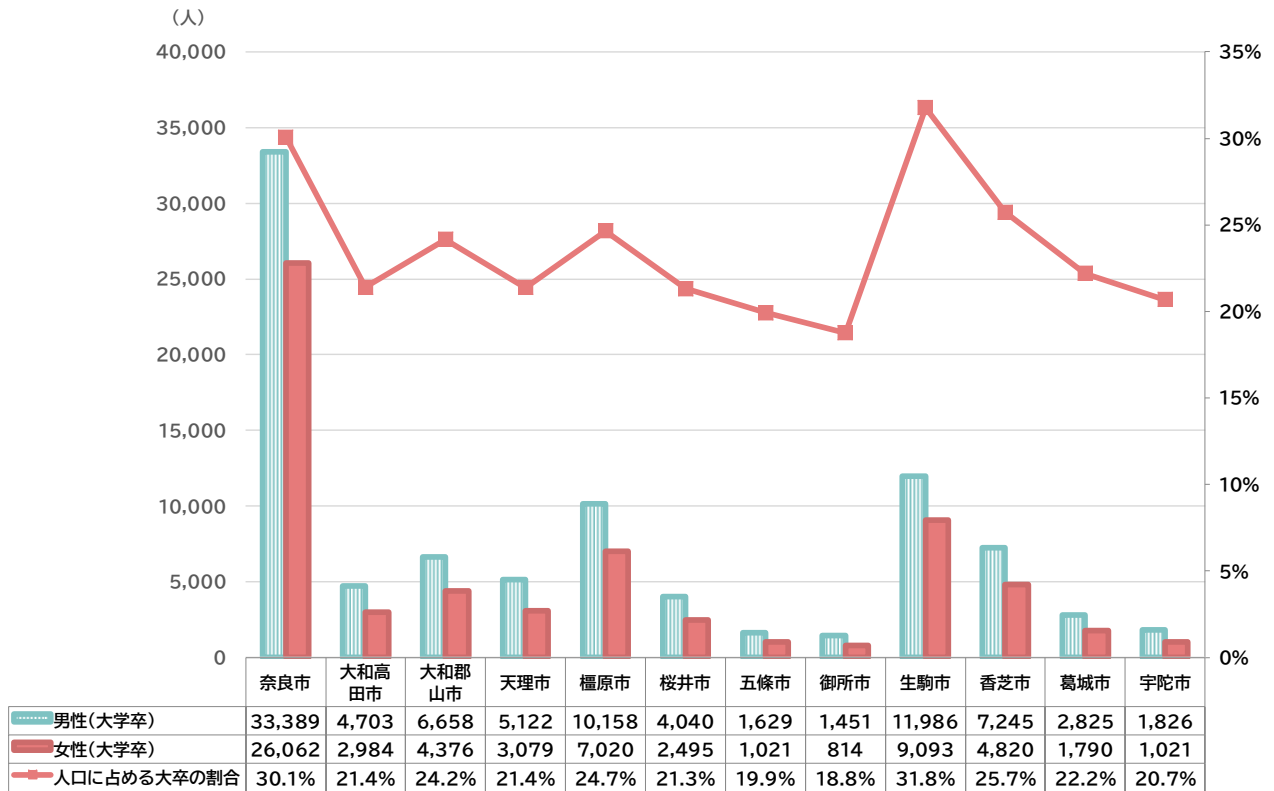


出典:総務省「令和2年 国勢調査」

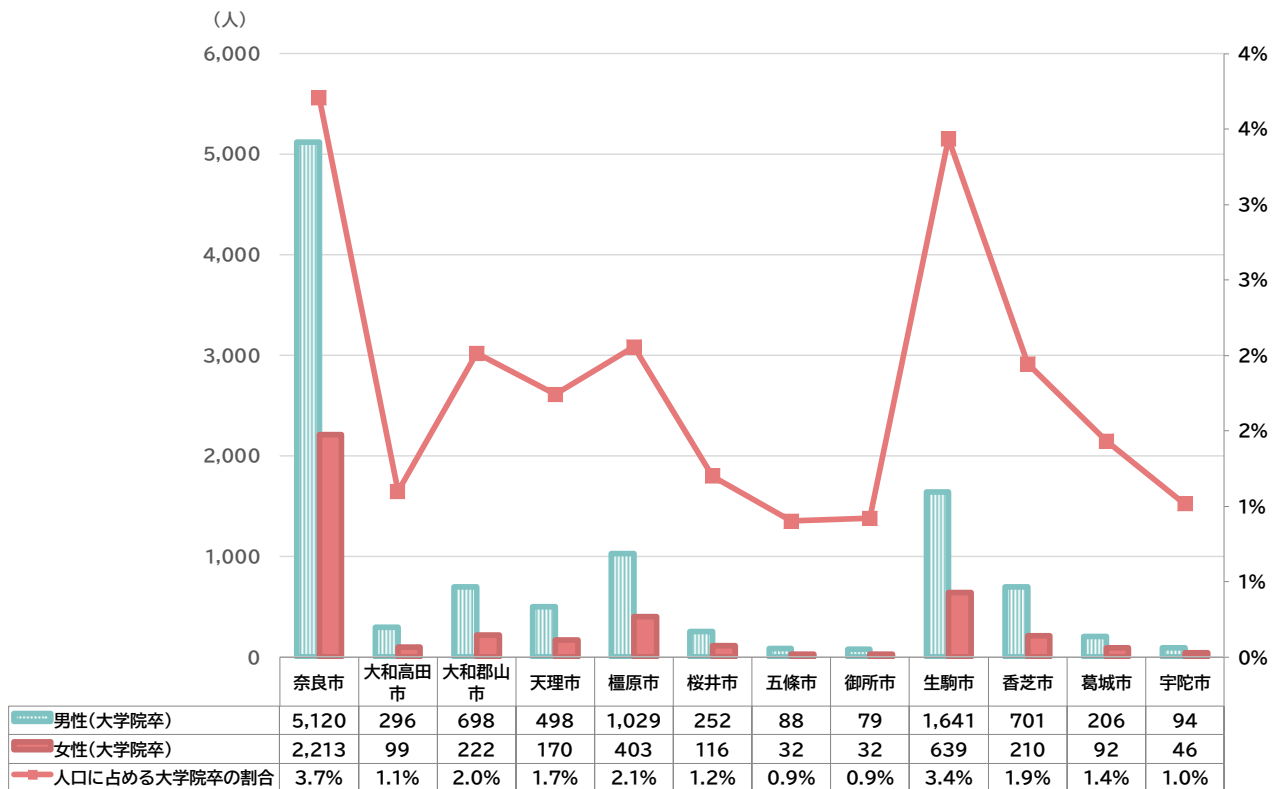


製造—図表7 大学卒・大学院卒の市民(令和2年)

【大学卒】



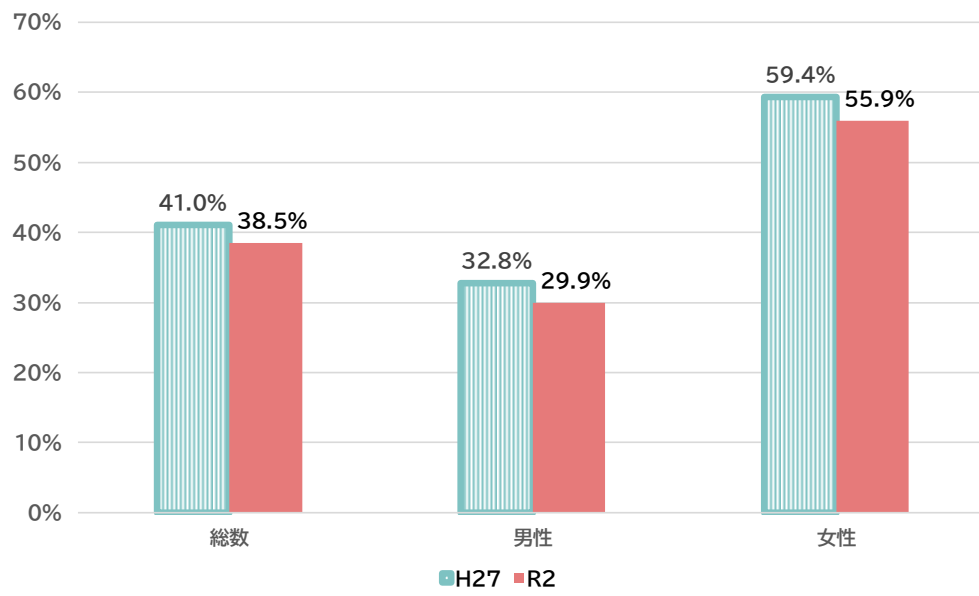
【大学院卒】



出典:総務省「令和2年 国勢調査」



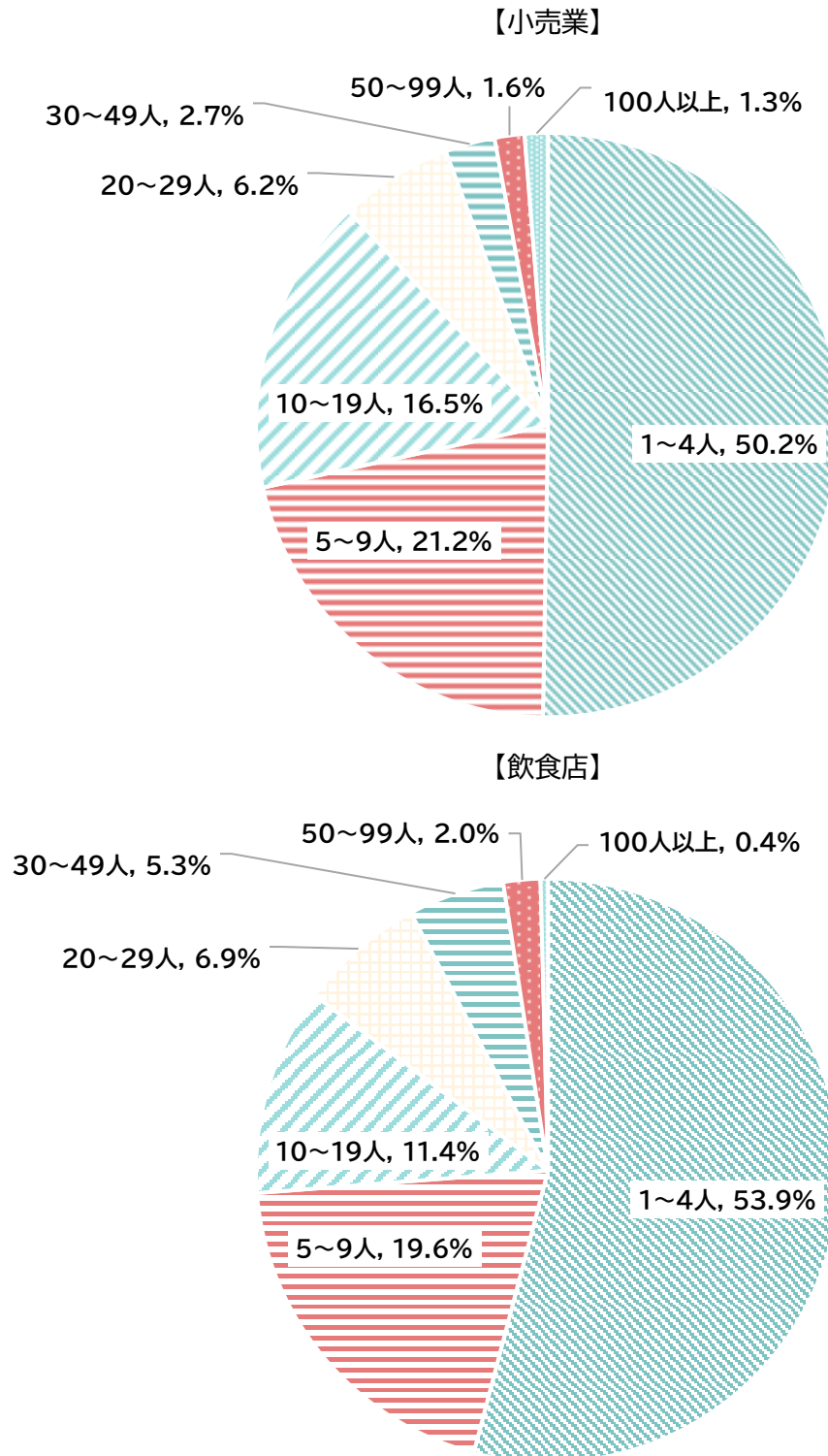
製造－図表8 製造業における本市在住者の雇用割合



出典：総務省「令和2年 国勢調査」

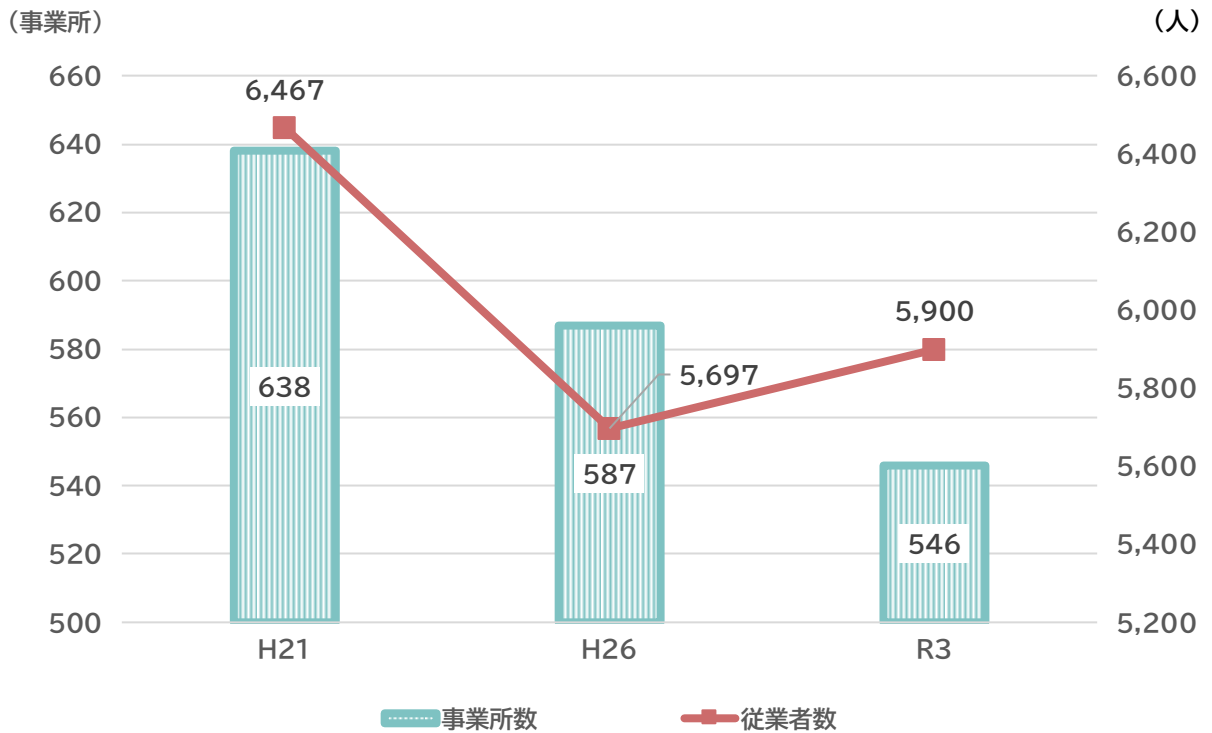


商業-図表1 従業者規模別の事業所割合(令和3年)





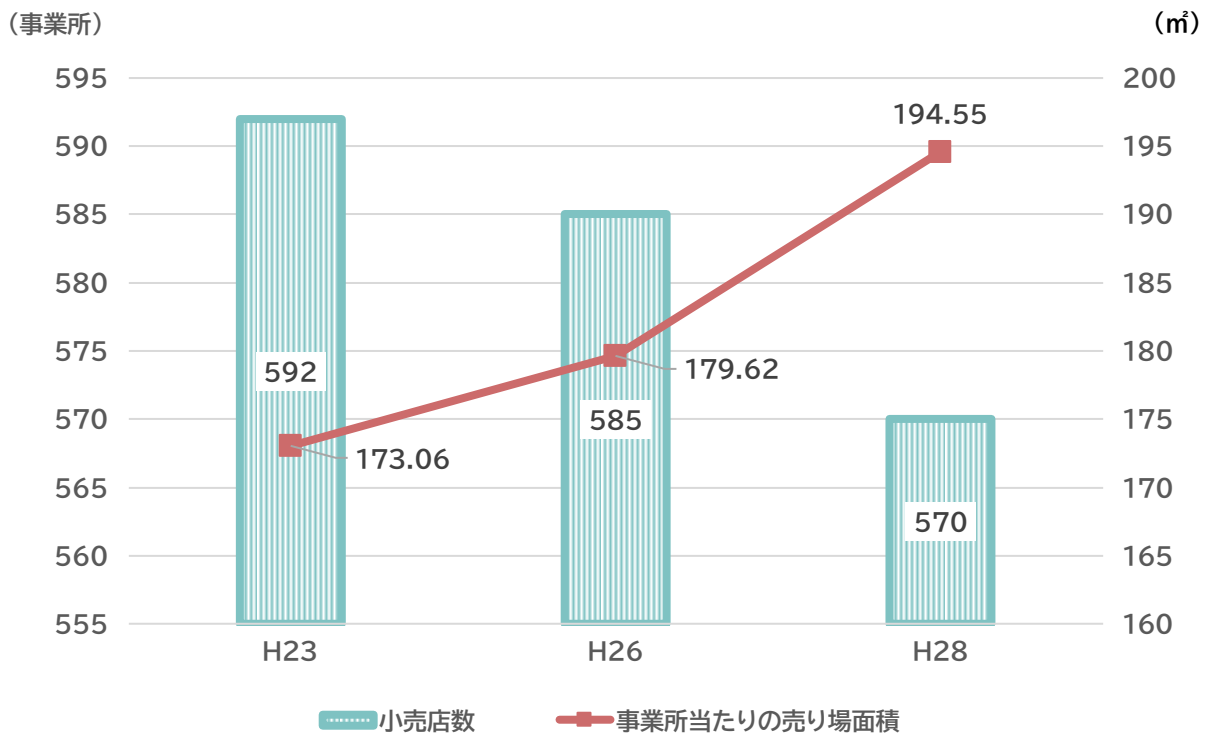
商業－図表2 小売業の事業所数と従業者数の推移



出典：総務省「令和3年 経済センサス活動調査」



商業－図表3 小売業の事業所数と売り場面積の推移



出典：総務省「令和3年 経済センサス活動調査」



商業－図表4 商品の購入(サービスの利用)場所

【一番多い購入先(択一)】

	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	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)	2.7%	1.0%	85.1%	2.0%	2.0%	3.2%	0.0%	3.2%	0.2%	0.5%
B 生鮮食料品(肉・魚など)	0.7%	0.7%	84.4%	1.5%	4.2%	3.5%	0.0%	3.5%	0.7%	0.7%
C その他食品(調味料他)	1.0%	2.2%	81.6%	4.5%	1.5%	4.0%	0.0%	3.5%	0.7%	1.0%
D お酒、その他嗜好品	3.2%	8.9%	62.3%	12.9%	1.5%	4.2%	0.7%	1.2%	3.0%	2.0%
E 日用雑貨	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	61.0%	6.5%	7.2%	2.7%	2.2%	4.2%	1.5%	0.5%	7.9%	6.2%
G 洋服・衣料品	4.2%	0.2%	2.5%	5.2%	8.9%	54.3%	0.7%	0.2%	22.3%	1.2%
H 書籍・文房具	8.7%	1.2%	6.5%	5.7%	11.9%	36.0%	3.5%	0.2%	24.6%	1.7%
I 趣味・娯楽関連用品	5.0%	0.5%	1.7%	1.7%	4.7%	27.0%	6.2%	0.5%	48.4%	4.2%
J 家電などの耐久消費財	2.0%	0.0%	1.0%	1.0%	0.0%	4.0%	72.0%	0.5%	17.1%	2.5%
K インテリア関連用品	2.2%	0.0%	1.0%	2.5%	3.5%	32.5%	27.0%	0.5%	26.3%	4.5%
L 習い事・教室・塾など	46.7%	0.2%	0.5%	0.5%	1.7%	8.9%	1.2%	0.5%	10.9%	28.8%
M 外食サービス	38.0%	1.5%	3.7%	1.2%	4.2%	35.7%	0.7%	2.5%	2.7%	9.7%
全体	13.5%	3.4%	27.9%	4.0%	3.9%	18.0%	9.5%	1.4%	13.4%	4.9%

【一番多い購入場所(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)	88.6%	7.4%	0.5%	0.7%	0.0%	1.5%	1.2%
B 生鮮食料品(肉・魚など)	86.4%	8.9%	0.2%	0.5%	0.0%	2.2%	1.7%
C その他食品(調味料他)	84.9%	9.7%	0.7%	0.5%	0.0%	2.5%	1.7%
D お酒、その他嗜好品	79.2%	9.2%	1.5%	2.2%	0.0%	5.0%	3.0%
E 日用雑貨	71.2%	10.9%	3.5%	2.5%	0.0%	9.4%	2.5%
F 理容・美容院	63.3%	13.9%	10.4%	3.0%	0.0%	5.7%	3.7%
G 洋服・衣料品	29.5%	24.3%	19.1%	3.0%	0.2%	21.1%	2.7%
H 書籍・文房具	49.4%	13.4%	10.7%	0.5%	0.0%	22.8%	3.2%
I 趣味・娯楽関連用品	23.8%	14.6%	15.9%	2.2%	0.2%	37.7%	5.5%
J 家電などの耐久消費財	49.9%	19.9%	8.7%	1.5%	0.5%	16.1%	3.5%
K インテリア関連用品	23.3%	27.3%	19.4%	1.7%	0.5%	22.6%	5.2%
L 習い事・教室・塾など	51.6%	7.9%	7.4%	0.7%	0.7%	8.2%	23.3%
M 外食サービス	55.1%	21.8%	12.2%	1.2%	0.2%	2.5%	6.9%
全体	58.2%	14.6%	8.5%	1.6%	0.2%	12.1%	4.9%

出典:生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」



商業－図表5 大阪までの所要時間

	車			公共交通機関+徒歩		
	時間(分)	料金(円)	時間+料金(円)	時間(分)	料金(円)	時間+料金(円)
奈良市	38	2,030	2,663	71	1,710	2,893
大和高田市	52	3,100	3,967	61	870	1,887
大和郡山市	41	2,030	2,713	72	1,490	2,690
天理市	50	2,920	3,753	97	1,830	3,447
橿原市	54	3,100	4,000	63	950	2,000
桜井市	67	3,100	4,217	75	1,020	2,270
五條市	71	3,100	4,283	103	1,900	3,617
御所市	56	3,100	4,033	80	1,600	2,933
生駒市	33	1,800	2,350	49	740	1,557
香芝市	40	2,500	3,167	72	780	1,980
葛城市	47	2,500	3,283	74	920	2,153
宇陀市	77	2,920	4,203	76	2,110	3,377

注：令和5年7月27日9時に各市の市役所から大阪市役所に移動した場合の所要時間の中で、最も所要時間の短い経路を選択。葛城市は葛城市役所當麻庁舎からの距離。

出典：株式会社ナビタイムジャパン「NAVITIME」



観光－図表1 観光地来訪者数(単位:人)

	宝山寺		生駒山麓公園		高山竹林園	
	利用者数(人)	指数	利用者数(人)	指数	利用者数(人)	指数
H25	1,041,000	100.0	299,783	100.0	39,662	100.0
H26	1,030,000	98.9	291,336	97.2	47,575	120.0
H27	1,020,000	98.0	264,815	88.3	44,969	113.4
H28	1,045,000	100.4	243,310	81.2	30,916	77.9
H29	988,000	94.9	287,988	96.1	24,479	61.7
H30	952,000	91.5	232,398	77.5	26,739	67.4
R1	933,000	89.6	234,333	78.2	27,576	69.5
R2	869,000	83.5	168,954	56.4	21,167	53.4
R3	768,000	73.8	185,830	62.0	24,959	62.9

出典:生駒市調べ



観光－図表2 観光地までの所要時間

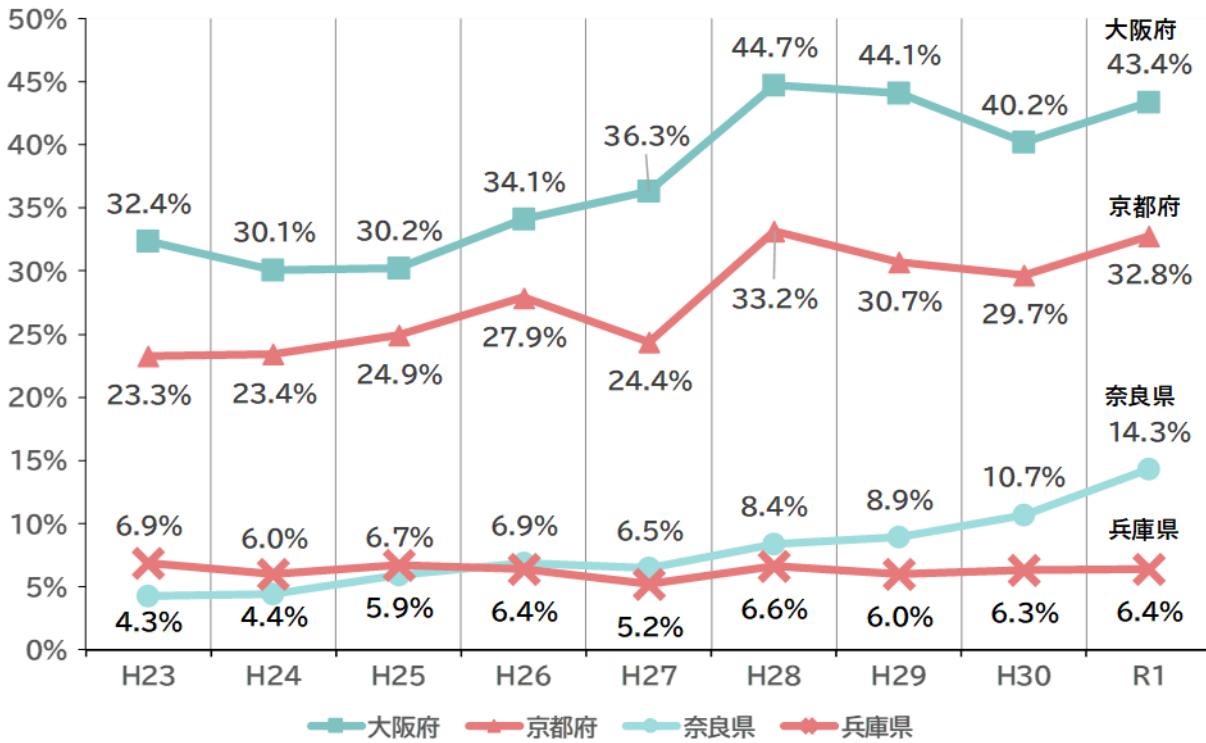
から		へ	から		へ	
JR大阪駅	41分	生駒	生駒山上遊園地	38分		
神戸三宮(阪神)	67分		宝山寺	10分		
JR京都駅	46分		くろんど池キャンプ場	74分		
近鉄奈良	16分		高山竹林園	51分		
			往馬大社(生駒神社)	25分(徒歩)		
			生駒市総合公園	25分		

注:平日午前10時発の所要時間。鉄道他(乗車+徒歩時間)。

出典:Yahoo「乗換案内」



観光—図表3 訪日外国人の訪問率の推移

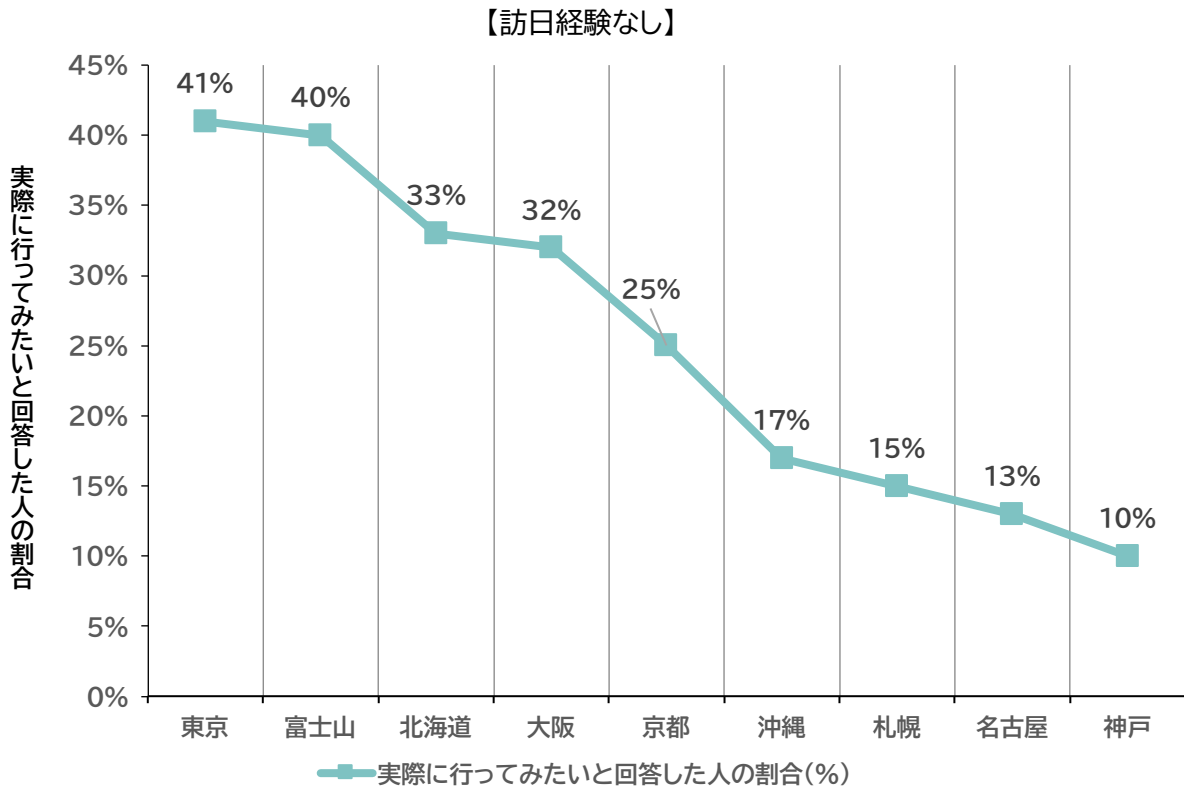


注：平成23年は4月～12月。他は1月～12月。

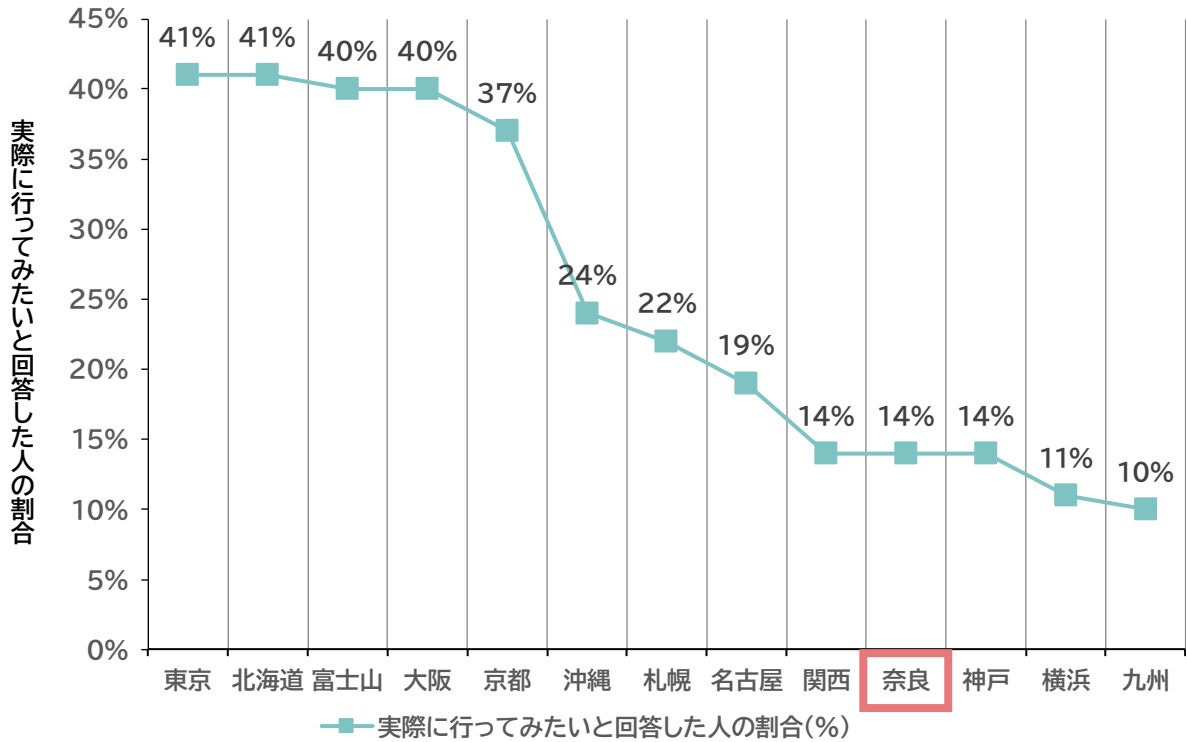
出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」



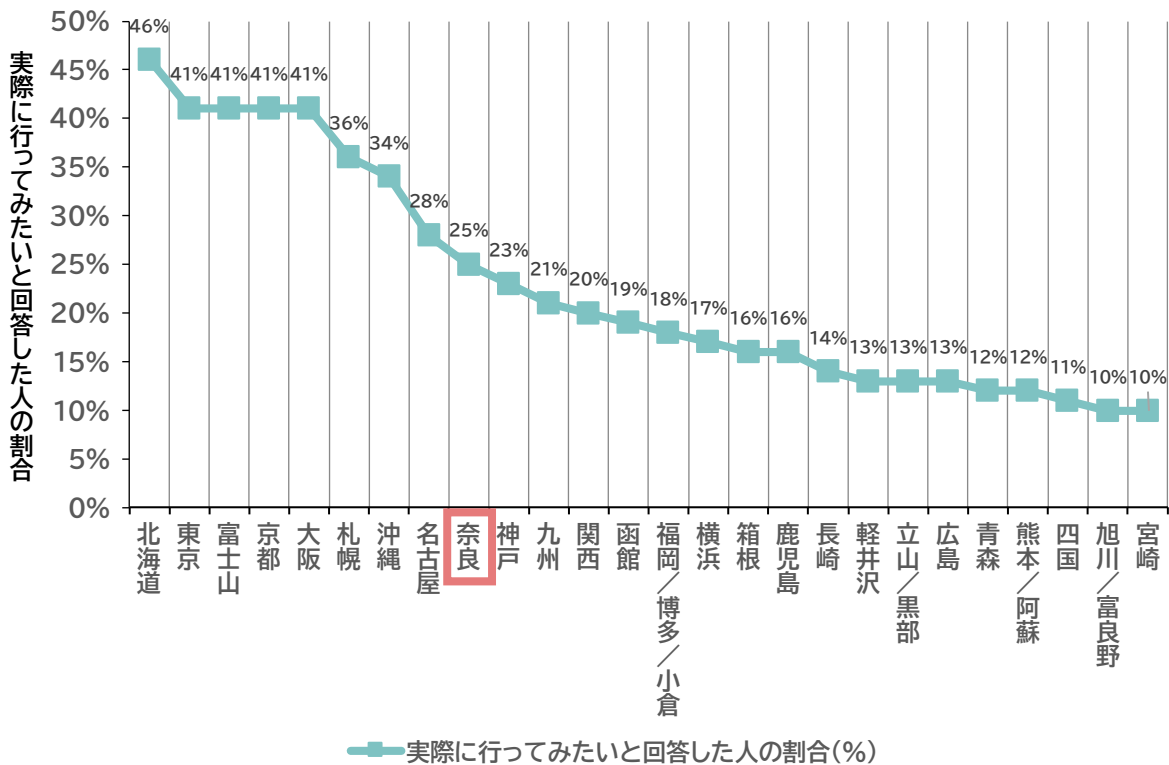
観光—図表4 実際に行ってみたいと回答した人の割合(令和元年)



【訪日経験1回】



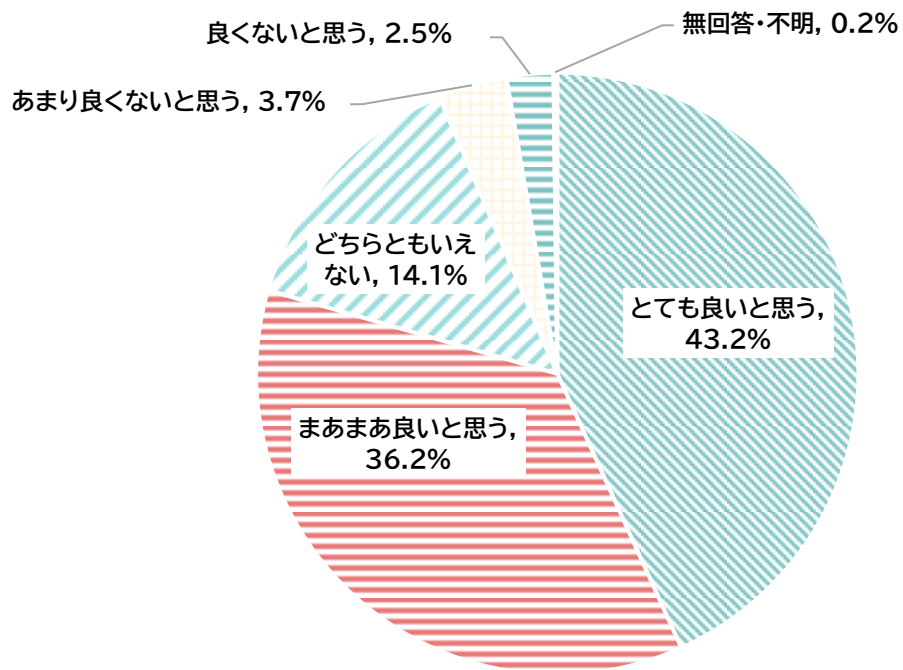
【訪日経験2回以上】



出典:DBJ・JTBF「アジア・欧米豪」訪日外国人旅行者の意向調査(令和元年度)



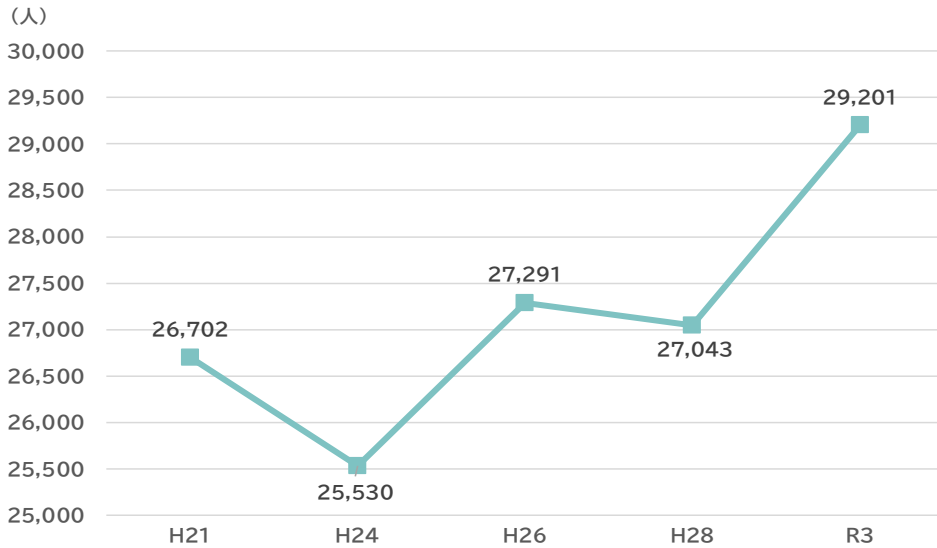
観光—図表5 生駒市の観光地への観光客増加について



出典:生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」



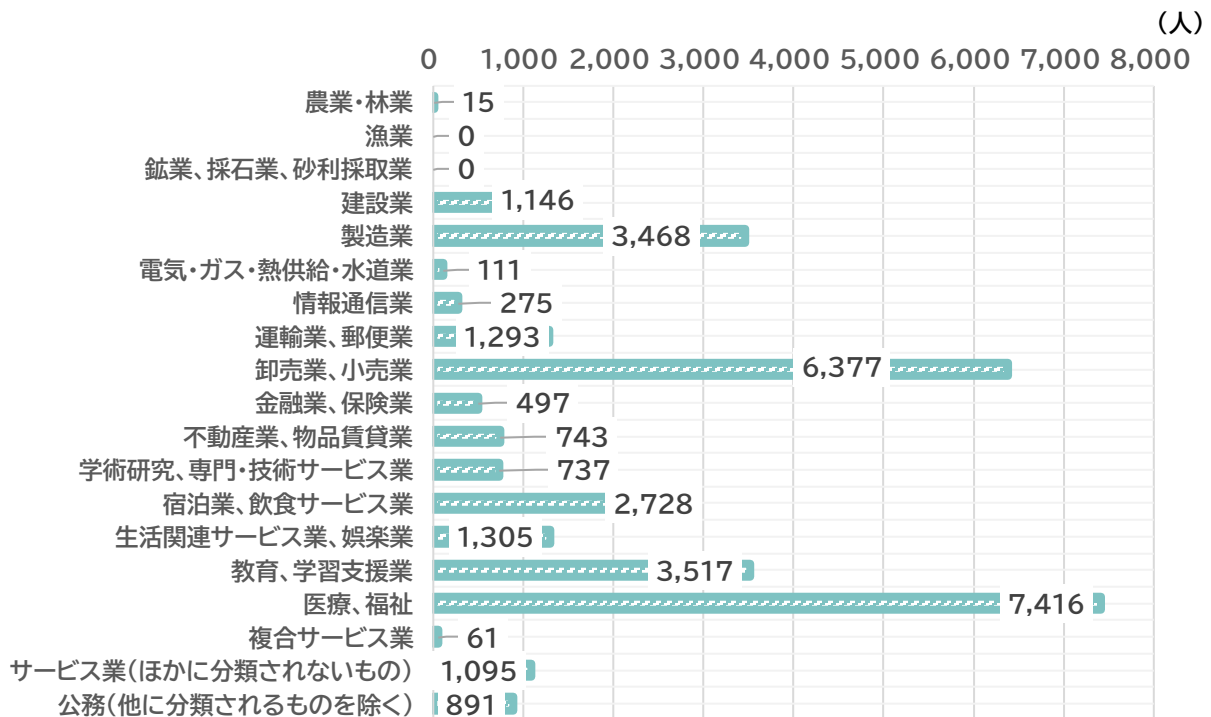
雇用－図表1 従業者数の推移



注: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」



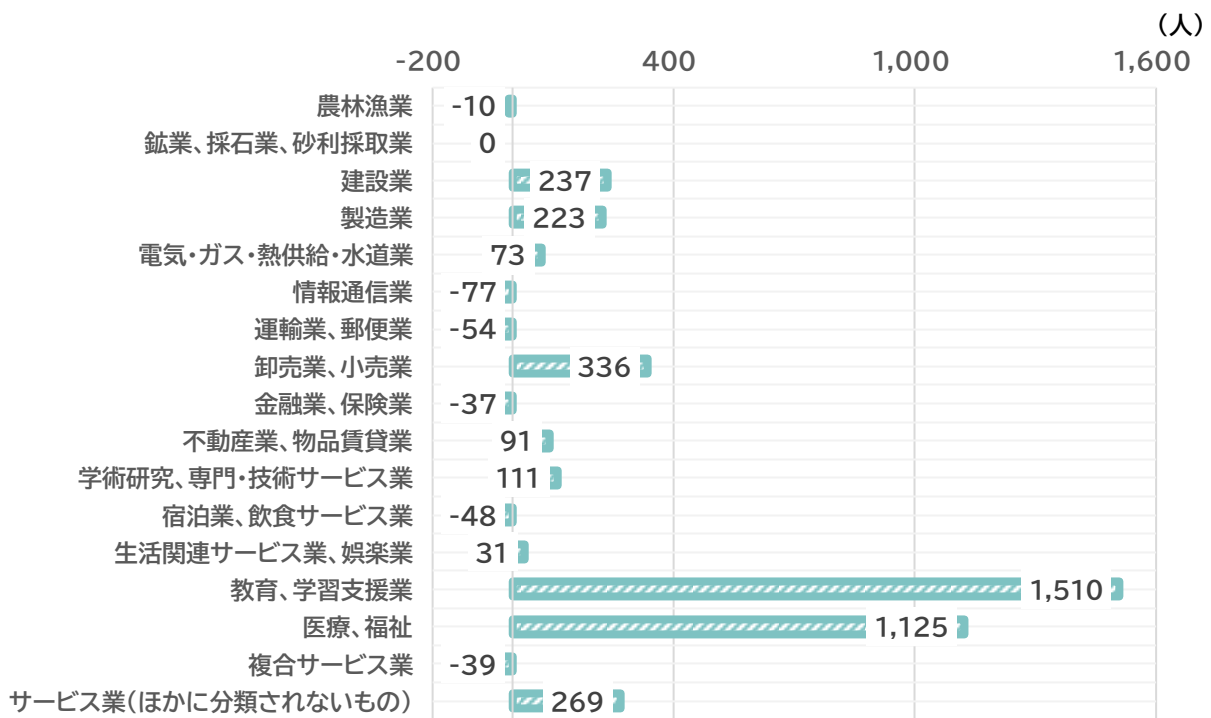
雇用－図表2 産業分類別の従業者数(令和3年)



出典:総務省「令和3年 経済センサス活動調査」



雇用－図表3 産業分類別の従業者数の増減(平成28年～令和3年)



出典：総務省「令和3年 経済センサス活動調査」



雇用－図表4 生駒市の市内就業率と他自治体との比較(令和2年)

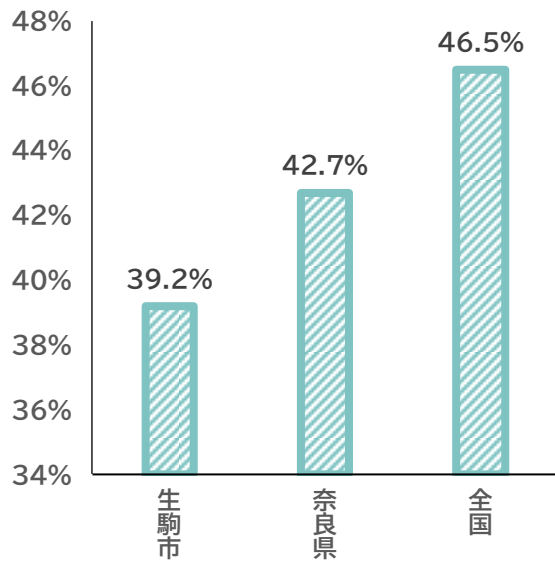
	生駒市			奈良市	大和郡山市	京田辺市	東大阪市
	総数	男性	女性	総数	総数	総数	総数
総数	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
市内で就業	30.2%	21.6%	40.5%	51.6%	43.2%	36.3%	53.8%
市外で就業	68.4%	77.2%	58.0%	46.1%	53.9%	61.1%	41.7%
自市以外の府県内で就業	17.3%	14.9%	20.2%	13.6%	31.0%	33.9%	36.4%
自府県以外で就業	51.1%	62.2%	37.8%	32.4%	22.9%	27.2%	5.3%
その他・不詳	1.3%	1.2%	1.5%	2.3%	2.8%	2.6%	4.4%
大阪府内で就業	44.9%	54.4%	33.6%	23.3%	17.5%	20.6%	90.3%
大阪市内で就業	27.5%	33.0%	20.9%	15.6%	11.5%	10.6%	24.5%

出典：総務省「令和2年 国勢調査」

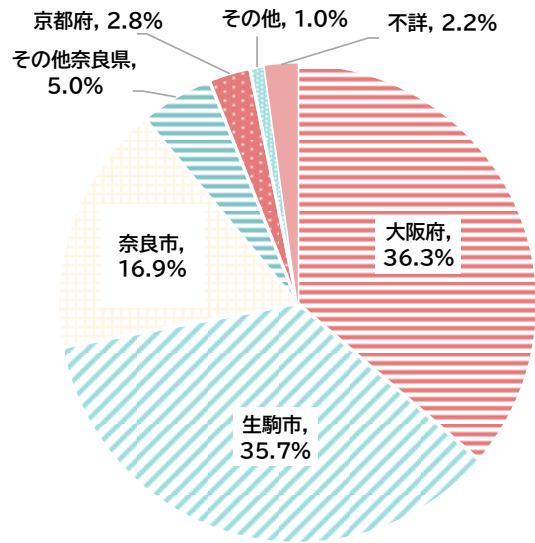


雇用－図表5 女性の就業率と従業地(令和2年)

【女性の就業率】



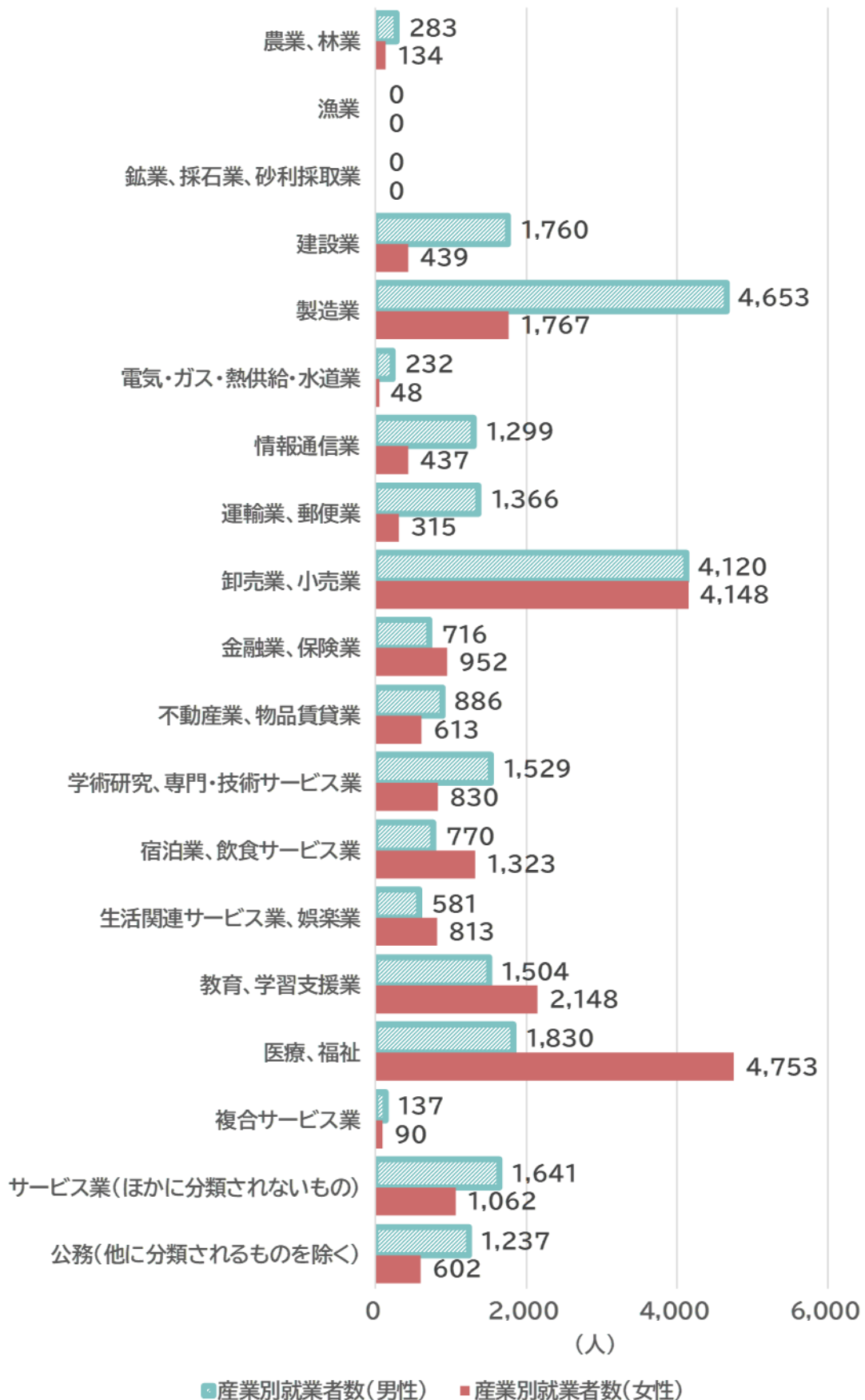
【生駒市常住者の従業地(通勤先):女性】



出典:総務省「令和2年 国勢調査」



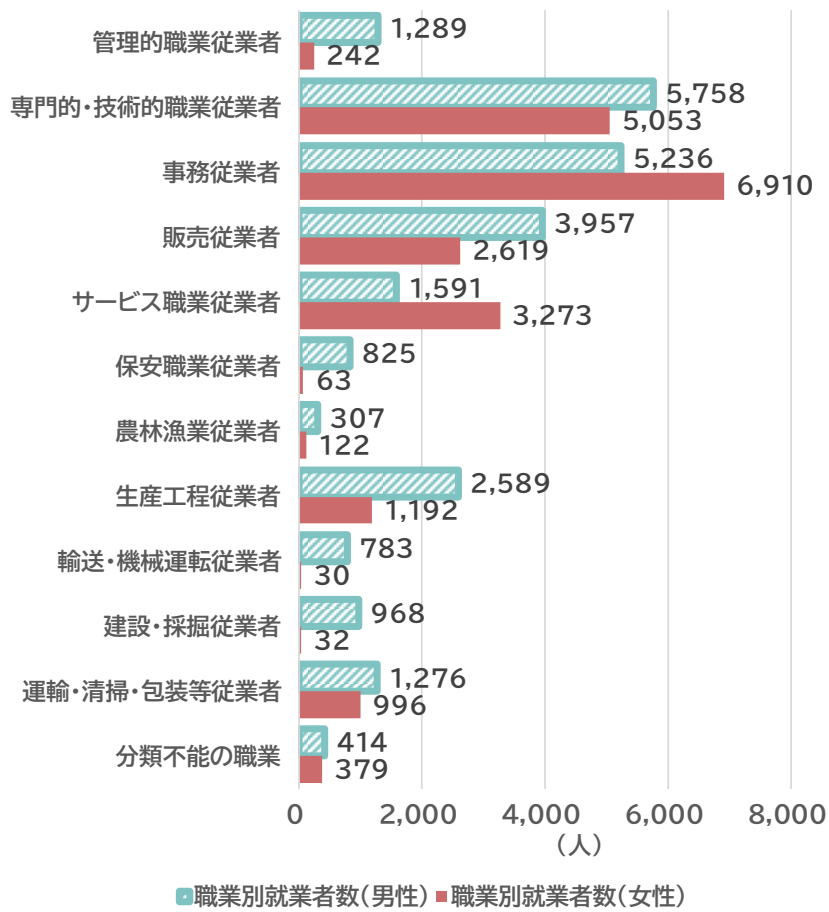
雇用－図表6 生駒市常住者の産業別就業者数(令和2年)



出典:総務省「令和2年 国勢調査」



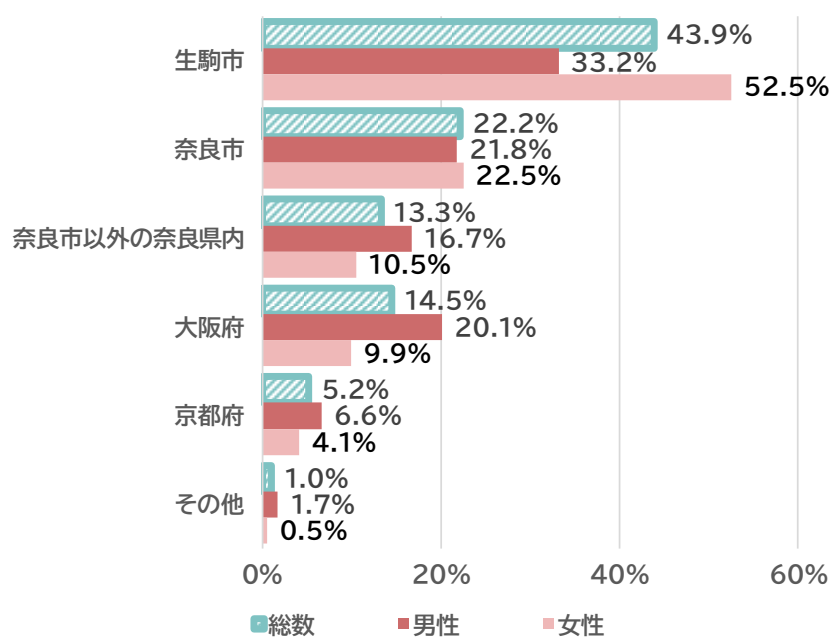
雇用－図表7 生駒市常住者の職業別就業者数(令和2年)



出典:総務省「令和2年 国勢調査」



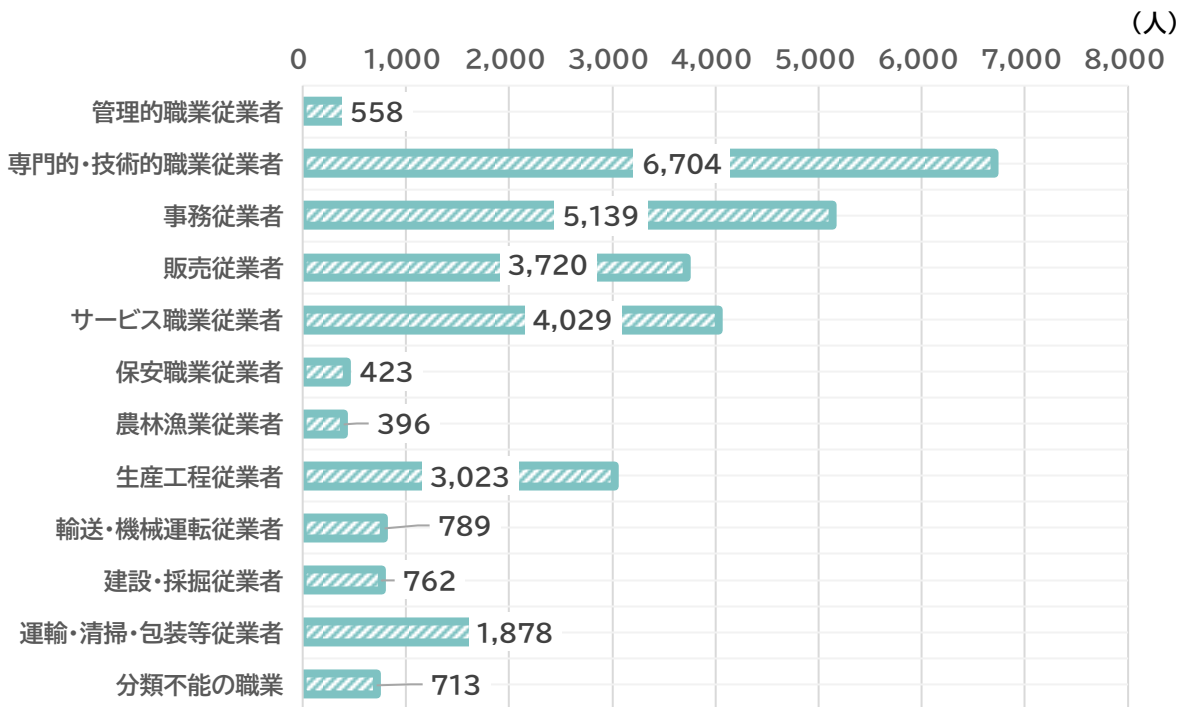
雇用－図表8 生駒市内従業者の常住地(令和2年)



出典:総務省「令和2年 国勢調査」



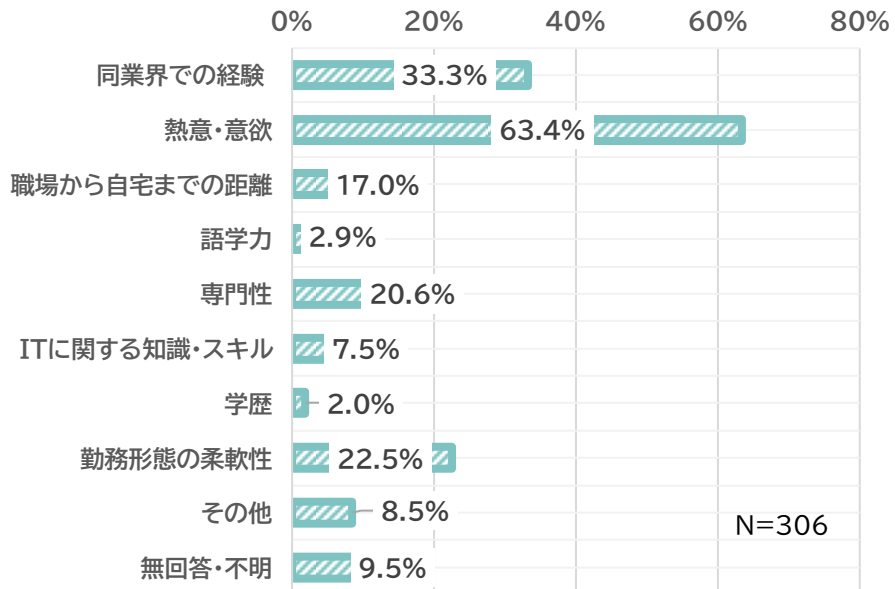
雇用－図表9 生駒市内従業者の職業別就業者数：総数(令和2年)



出典：総務省「令和2年 国勢調査」



雇用－図表10 従業員を雇用する際に重視する点

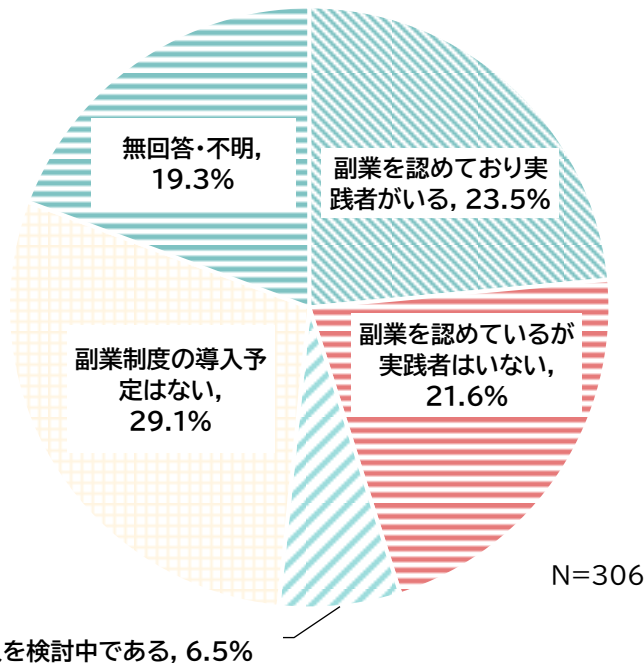


注：複数回答(3つまでに○)。

出典：生駒市「事業者アンケート調査結果(令和4年度)」



雇用－図表11 社員の副業について



出典：生駒市「事業者アンケート調査結果(令和4年度)」



雇用－図表12 商工業及び観光振興施策や支援策に期待すること

	強く期待する	期待する	どちらでもない	あまり期待しない	全く期待しない	無回答・不明
①資金融資制度の充実	18.6%	29.4%	28.8%	4.9%	5.9%	12.4%
②経営セミナー・研修制度の充実	7.2%	26.5%	42.2%	6.5%	4.9%	12.7%
③経営相談・経営診断の充実	3.9%	29.7%	41.2%	8.2%	4.6%	12.4%
④人材確保・育成のための支援	17.3%	27.8%	31.7%	6.5%	4.6%	12.1%
⑤後継者確保・育成のための支援	5.6%	20.9%	47.4%	6.9%	7.2%	12.1%
⑥異業種企業との交流支援	6.2%	26.5%	42.2%	6.2%	6.2%	12.7%
⑦技術開発・新製品開発等支援	3.6%	18.3%	50.7%	6.5%	7.2%	13.7%
⑧販路開拓・マーケティングの支援	8.5%	26.5%	39.5%	6.2%	6.2%	13.1%
⑨学研の産業支援機関との交流	2.9%	16.0%	52.9%	7.5%	7.2%	13.4%
⑩共同のグループ活動の支援	1.6%	14.4%	54.9%	8.2%	7.2%	13.7%
⑪産学連携の支援	3.6%	16.3%	51.6%	8.5%	6.2%	13.7%
⑫情報化への支援	7.8%	28.4%	39.5%	5.9%	5.2%	13.1%
⑬用地の斡旋や情報提供	6.2%	19.3%	46.1%	7.8%	6.9%	13.7%
⑭道路・物流などの基盤整備	14.4%	25.8%	35.0%	5.2%	6.2%	13.4%
⑮各種規制の緩和・見直し	13.4%	23.9%	40.8%	3.9%	5.6%	12.4%
⑯行政や商工会議所の各種制度等の情報提供	11.8%	36.9%	31.7%	3.9%	3.6%	12.1%
⑰広報・PR活動に関する支援	13.1%	33.0%	32.7%	4.6%	4.2%	12.4%
⑱設備導入への支援	16.3%	32.0%	30.7%	3.9%	3.9%	13.1%
⑲展示会等への出展支援	7.2%	13.4%	52.6%	6.5%	6.2%	14.1%
⑳増改築・新築にかかる支援	18.6%	26.8%	31.4%	4.9%	5.6%	12.7%
全体	9.4%	24.6%	41.2%	6.1%	5.7%	13.0%

出典：生駒市「事業者アンケート調査結果(令和4年度)」



雇用－図表13 今後希望する働き方

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%

出典：生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」



雇用－図表14 これからの働き方を考える際に重視する条件

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%

出典：生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」



雇用－図表15 副業意向

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	0.5%
副業を具体的に検討している	20	5.0%	9	5.0%	11	0.5%
副業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%

出典：生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」



雇用－図表16 副業の目的

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%

出典:生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」

注:調査結果は上の表のとおりであるが、商工観光ビジョン本編P26に記載の割合は以下の表の計算による。

収入面を 挙げた回答	副収入(趣味等に充てる資金)を得たいから	131	41%
	生活するには本業の収入だけでは不十分だから	52	
	現在の仕事での将来的な収入に不安があるから	50	
収入以外の 意義を挙げた 回答	様々な分野の人とのつながりができるから	44	48%
	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	
	副業で好きなことをやりたいから	57	
	自分が活躍できる場を広げたいから	66	
	会社以外の場所でやりがいを見つけたいから	43	
その他		65	11%
回答数合計		571	100%



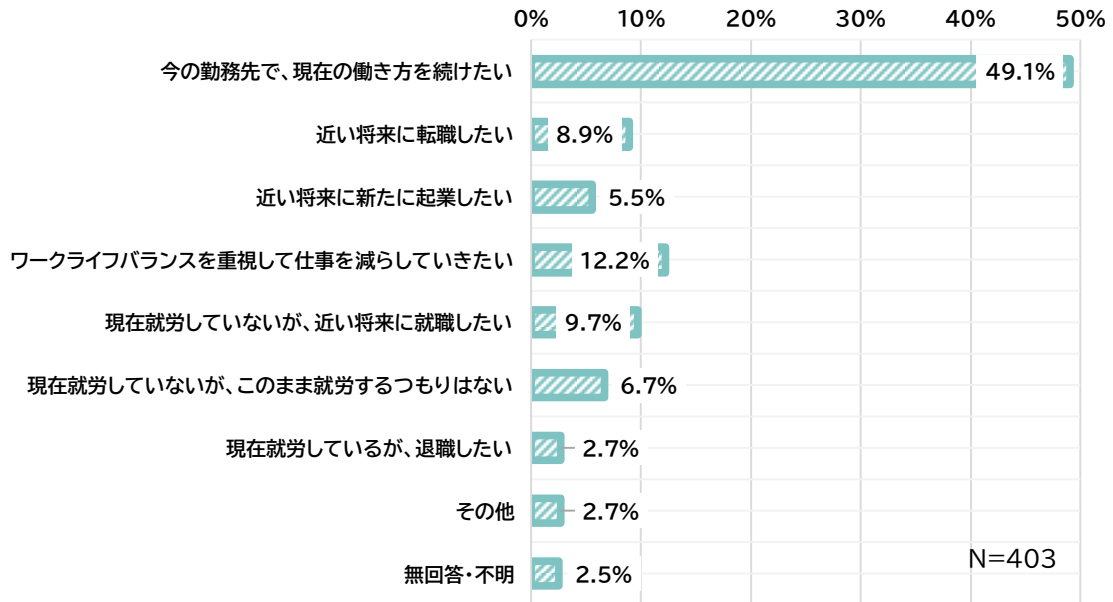
立地—図表1 学研高山地区第2工区の位置図



出典:生駒市「学研高山地区第2工区マスタープラン」(令和4年6月)



起業－図表1 今後の働き方



出典：生駒市「市民アンケート調査結果(令和4年度)」



起業－図表2 起業支援事業の参加者と事業化の状況

		経営塾			ILBH			総計				
		参加者	伴走支援	事業化	参加者	伴走支援	事業化	参加者	伴走支援	事業化	伴走支援	事業化
R2	新規創業	30	1	1				30	1	1	5	4
	第2創業		4	3					4	3		
R3	新規創業	37	2	2	18	3	1	55	5	3	11	8
	第2創業		4	3					2	2		
R4	新規創業	27	1	1	22	1	1	49	2	2	3	2
	第2創業		1	0					0	0		
合計	新規創業	94	4	4	40	4	2	134	8	6	19	14
	第2創業		9	6					2	2		

注：ILBH(IKOMA LOCAL BUSINESS HUB)事業の参加者には市外在住者を含む。

出典：生駒市調べ

中小企業基本法(平成11(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って、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。

商工観光ビジョン懇話会参加者名簿

商工観光ビジョン懇話会(親会)		
座長	氏名	所属等
◎	久 隆浩	近畿大学総合社会学部 教授
	山本 尚史	拓殖大学政経学部 教授
	岡田 恵実	流通科学大学商学部 講師
	鐵東 貴和	生駒商工会議所 会頭
	池田 英憲	生駒市観光協会 会長
	堀部 泰史	南都銀行 生駒エリア統括長兼支店長
	佐村 佐栄子	合同会社 goodneighbors nara 代表
	竹本 千秋	株式会社 BLOOM 代表取締役
	花川 京子	近鉄百貨店 生駒店店長
	奥田 三枝子	株式会社 コンベンションリンケージ C2SFM 事業部&コンサルティンググループマネージャー
	森 龍哉	ハローワーク奈良 所長

商工企業分科会		
座長	氏名	所属等
◎	鐵東 貴和	生駒商工会議所 会頭
	山本 純弥	生駒商工会議所青年部 専務理事
	折口 哲也	学研生駒工業会 会長
	谷村 淳	奈良県高山茶釜生産協同組合 理事長
	花川 京子	近鉄百貨店 生駒店店長
	長底 章夫	株式会社GP-山長 代表取締役社長
	山田 直広	株式会社ワイズ 代表取締役社長
	連 紗智	ディア行政書士法人 代表

観光分科会		
座長	氏名	所属等
◎	池田 英憲	生駒市観光協会 会長
	岡田 篤子	生駒料理旅館組合
	山本 恒平	近畿日本鉄道株式会社 企画推進部 部長
	吉田 新	奈良交通株式会社 北大和営業所 所長
	米野 良則	株式会社日タクホールディングス くらんど荘 運営支配人
	森 なおみ	株式会社インプリージョン プロデューサー 大阪ワイナリー協会/関西ワイナリー協会 事務局長
	安永 美樹	YOSAさんくちゅあり 代表
	吉川 和博	高山竹林園 所長

ローカルビジネス分科会		
座長	氏名	所属等
◎	久 隆浩	近畿大学総合社会学部 教授
	佐村 佐栄子	合同会社 goodneighbors nara 代表
	小倉 宏史	Rewpe 代表
	中垣 由梨	ICO-webdesign 代表
	竹本 千秋	株式会社 BLOOM 代表取締役