

# 平成26年度 第1回東大阪市中小企業振興会議

## 次第

と き 平成26年8月6日(水) 午後6時15分

と ころ クリエイション・コア東大阪 南館3階

### 1 開 会

### 2 議事

(1) 各部会における進捗報告について

(2) H25 中小企業振興施策に関する実施状況の報告について

(3) その他

### 3 閉会

# モノづくり支援施策のあり方検討部会（報告）

## 1. 第3回中小企業振興会議以後の議論の経過

本部会では、平成25年度に引き続き、モノづくり支援施策のあり方を検討してきた。平成20年に受けた提言「モノづくり支援新戦略」（以下、新戦略という。）に掲げる以下の4つの基本フレームに沿って、議論を実施。

- ① 「モノづくり人材の育成・確保、事業承継に向けた支援」（第2回あり方検討部会：前回報告済）
- ② 「販路開拓に向けた支援」
- ③ 「高付加価値化に向けた支援」
- ④ 「操業環境の維持・確保に向けた支援」

※なお、④については、住工共生まちづくり審議会での審議事項と関わってくるため、同審議会における議論等の進捗状況を報告する形（すでに第3回あり方検討部会で、その時点までの進捗状況の報告を実施）で進め、最終的な報告に反映させていく。

平成26年度は現在まで、②「販路開拓に向けた支援」、③「高付加価値化に向けた支援」について検討を行い、併せて学識経験者・有識者から構成される会議を開催した。

- ・平成26年5月27日（火） 第3回あり方検討部会：「販路開拓に向けた支援」
- ・平成26年6月24日（火） 第4回あり方検討部会：「高付加価値化に向けた支援」
- ・平成26年7月9日（水） 学識経験者・有識者会議：「アンケート調査票について」

## 2. ②「販路開拓に向けた支援」について検討

第3回あり方検討部会（平成26年5月27日開催）において、「販路開拓に向けた支援」について検討を行った。主な意見は以下のとおり。

- ・国内の専門の展示会の出展補助はないのかとの相談がよくある。国内の展示会の出展補助は可能なのか。

→アンケート調査のニーズ等を勘案し、国内向け展示会の補助事業の実施を検討することとなった。

- ・昔ながらの職人氣質の人がホームページも持たず営業もできず困っているのではないか。そのような方々を技術交流プラザで助けることはできないか。
- ・インターネット上の情報発信と展示会の出展は共にやっていくことが重要だと思う。

→本市の中小企業のポテンシャルである中小企業の厚みを技術交流プラザで発信していけるよう環境構築していきたい。アンケート調査で市内モノづくり企業のニーズを聞いていくこととなった。

## 3. ③「高付加価値化に向けた支援」について検討

第4回あり方検討部会（平成26年6月24日開催）において、「高付加価値化に向けた支援」について検討を行った。主な意見は以下のとおり。

- ・支援施策のメニューは非常に充実しているが、支援施策をうまく利用してもらえていないということが問題ではないか。うまく機能させるためにはどうすれば良いかというのが、重要ではないか。
- ・情報の発信側と受信側にギャップがあるのではないか。施策メニューは充実しているにもかかわらず

ず、使い手側はどのように利用、活用してよいか分からないのではないかと。このギャップを埋めていく仕組みをつくれば、進んでいくと思う。

→市内モノづくり企業の現状や支援施策へのニーズを把握するため、アンケート調査項目に盛り込むこととなった。

#### 4. アンケート調査の概要

新戦略策定後は、当該新戦略に基づき施策を展開してきたが、その間、平成19年米国発のサブプライムローン問題に端を発し、世界的な景気後退局面を迎え、平成20年9月のリーマン・ショックによる未曾有の経済危機、さらに平成23年3月の東日本大震災や同年以降の欧州政府債務危機等、新戦略策定時から中小企業・小規模事業者を取り巻く環境は著しく変化している。

そこで、第2回から第4回あり方検討部会及び学識経験者・有識者会議の議論を踏まえ、市内モノづくり企業（本市の区域内において、製造業を営んでいるものをいう。）の現状やモノづくり支援施策へのニーズを把握した上で、今日的課題に対応すべく今後のモノづくり支援施策構築のためアンケート調査を実施する。

##### (1) 対象

アンケート調査対象 中小企業・小規模事業者 2,816事業所

(住工共生のまちづくりの推進に関するアンケート回収先事業所：平成25年7月実施)

階層	製造業事業所 従業員別	本調査		平成24年経済センサス 活動調査	
		件数	%	件数	%
I	1～4人	1,328	47	3,290	50
II	5～19人	1,044	37	2,514	39
III	20人以上	444	16	742	11
合計		2,816	100	6,546	100

##### (2) スケジュール

●平成26年8月1日（金） アンケート調査票 発送



回収

●平成26年8月21日（木） アンケート調査 締切り



集計・分析

●平成26年9月30日（火） 学識経験者・有識者会議

#### 5. 今後の進め方

●平成26年10月28日（火） 第5回あり方検討部会の開催



・アンケート調査結果、中間報告骨子（案）について検討

●平成26年11月

第5回振興会議

・部会から振興会議へ中間報告

～商店街と地域との連携のあり方～

最 終 報 告 書

平成 2 6 年 8 月

東大阪市中小企業振興会議

地域商業の魅力と活力の再生検討部会

## 目 次

1. 東大阪市における中小小売商業の現状	1
2. 東大阪市における消費者行動の変化	5
3. 地域商業の魅力と活力の再生検討部会設置の目的	7
4. 本部会での議論の流れ	
(1) 商店街と大型店との連携について	8
(2) 商店街とコンビニエンスストアとの連携について	9
(3) 商店街と飲食店（まちなかバル）の連携について	11
5. おわりに（本部会まとめ）	12

### 参考資料

- ・（資料1）大規模小売店舗立地法に基づく届けに係る状況について
- ・（資料2）布施商店街連絡会の取組みについて
- ・（資料3）家計調査
- ・（資料4）東大阪市における高齢者人口の推移
- ・（資料5）食品・総合スーパー500m圏
- ・（資料6）コンビニエンスストアの状況について
- ・（資料7）飲食店と小売店との連携について
- ・（資料8）函館西部地区バル街について
- ・（資料9）伊丹まちなかバルについて
- ・地域商業の魅力と活力の再生検討部会の開催経過
- ・東大阪市中企業振興会議地域商業の魅力と活力の再生検討部会委員名簿

## 1、東大阪市における中小小売商業の現状

まず東大阪市の小売構造を、経済産業省「商業統計調査」、東大阪市・東大阪商工会議所編「東大阪市の小売商業の現状と主要商店街の規模・構造」、経済産業省「事業所・企業統計調査」を使い、小売構造を概観する。小売構造とは、地域の小売流通の全体的な姿や性格を形成しており、代表的な要素として、小売業の規模・業種・空間の各条件により考察できる<sup>1</sup>。なおこの商業統計表は平成19年(2007年)を最後に行われていないが、新しい形の調査形態である「経済センサス基礎調査―商業統計調査―」が本年に実施されている。

### ① 規模構造

小売業の店舗数は、4,423店であり、平成3年(1991年)をピークに減少し続けている。規模構造は、本市において80%占める10人未満の小零細小売業の店舗数は、昭和57年(1982年)をピークに減少し続け、3,794店になっている。

本市において、小零細小売業が多くを占めている要因として、次の4点があげられる。

第一に購買行動面である。これは後述する食料品店の割合にも影響するが、これまで主婦を中心に生鮮食料品店に代表される鮮度を重視した購買行動が支配的であり、保管スペースの制約もあり、家の近くでの最寄品の多頻度小口購買が一般的だった。この要因により、食料品店を中心に小零細規模の店舗が多数存在してきたといえる。

第二に、経営面である。小零細小売業は、土地・建物が自己所有である場合は、地代や家賃が不要で、家族労働に依存する場合は、副業としても存立できるからである。特に本市の商店街でも多く見られる例である。

第三に、家電や化粧品などに代表される流通系列化があげられる。これらのメーカーは小零細小売業を足かぎりに、川上から川下までの垂直統合を図ってきたことである。

第四に、政府規制の存在である。大規模小売店舗法、酒税法、食糧管理法、たばこ事業法、薬事法等の規制のよって、いわゆる「何屋」である業種店が存在してきたといえる。

### ② 業種構造

業種構造は、飲食料品店が35.7%、その他33.9%、織物・衣服等が15.7%、家具・じゅう器が8.6%、自動車・自転車等が5.7%、その他商品が0.3%になっている。このことは前掲の購買行動と業種では括れない、業態店の増加を現している。

### ③ 空間構造

小売業は一般に店舗を単位として地域的に分布しており、その分布の状態は空間構造としてとらえられる。小売業の空間構造の把握は、商業集積の内容、すなわち規模や業態を明らかにする必要があるといえる。その中で、本市と隣接する大阪市、および大東市においては、スケールメリットを活かした店舗や百貨店を核にしたショッピングセンターの出店が相次ぎ、広域商圈を想定した店づくりが行われている。この広域商圈には、当然のことながら本市も含まれ、主として買回品など、少なからず顧客流出の影響を受けていると推測される。

表1 平成22年(2010年)以降出店の周辺都市における主な大型店、SC(ショッピングセンター)

開店年	店名、核テナント	場所	売場面積(m <sup>2</sup> )
2010	ポップタウン住道オペラパーク 京阪百貨店	大東市	38,000
2011	高島屋増床、高島屋	大阪府中央区	84,000
2011	大丸梅田店、大丸、東急ハンズ	大阪府北区	64,000
2011	JR大阪三越伊勢丹、JR大阪三越伊勢丹	大阪府北区	54,000
2012	阪急百貨店梅田本店、阪急百貨店	大阪府北区	84,000
2013	イオン大阪ドームシティ、イオン	大阪府西区	34,000
2014	あべのハルカス、近鉄百貨店	大阪府阿倍野区	100,000

出所) 週刊東洋経済臨時増刊『全国大型小売店総覧』、東洋経済新報社、2014年を加工。

1998年(平成10年)から始まる、中心市街地活性化法、改正都市計画法、大規模小売店舗立地法の、いわゆる「まちづくり三法」、さらに2006年(平成18年)からの「新まちづくり三法」の施行により、SC(ショッピングセンター)の出店が難しい状態が続くと予想されていたが、上掲のように大型店にとってはむしろ出店に追い風が吹いているといえる。

表 2 主な大型店政策の変遷

	年	内容	対象売場面積㎡（政令市）
規制強化期	1956	百貨店法施行	1,500（3,000）
	1974	百貨店法廃止、大規模小売店舗法施行	1,500（3,000）
	1979	改正大店法施行	500
第一次規制緩和期	1989	日米構造協議で米が大店法緩和を要請	
	1990	出店調整処理期間を短縮化（1年半以内に）	
第二次規制緩和期	1992	改正大店法施行（商調協の廃止、出店調整処理期間を1年以内に）	
	1994	運用基準の緩和	1,000以下は自由に
	2000	大店法廃止、大規模小売店舗立地法施行	
	2007	改正都市計画法施行	10,000以上は、出店地域を限定。※

※出店可能地域は、「商業地域」、「近隣商業地域」、「準工業地域」に限定された。

出所) 南方建明『日本の小売業と流通政策』中央経済社、2005年、12頁を加工。

出店状況の内訳について、総合スーパー業態（GMS）の出店に比べ、食品スーパー（SM）の出店が近年増えつつある。また、総合スーパーは衣料品部門の苦戦と対比的に、近年食料品部門に力を入れており、小零細食料品への影響が大きいことが理解できよう。

一方で、撤退・退店の動きも注視していく必要がある。この出店と退店を合わせてみなければいけない理由がある。それは、大型店のみならずコンビニエンスストアも実施する出店戦略として、スクラップアンドビルド戦略を進めていることであ

る。この戦略は、駐車場が確保できない店を閉店、または小規模店を統廃合し、付近に大型店を出店する戦略である。

以上の状況を鑑みると、東大阪市における中小小売店、そしてそれらの集積により構成されている商業集積地（商店街）の現状は、大変厳しいものといえる。

それは、前掲の「東大阪市の小売商業の現状と主要商店街の規模・構造」調査において、今回の調査（平成26年度版）から、2つの商業集積地域（俊徳道地域、森河内地域）が調査の対象外となったことから伺えよう。

## 2、東大阪市における消費者行動の変化

東大阪市において消費者行動は、大きく変わろうとしている。消費者である人口は、50万人規模は保っているものの、微減傾向にある中、世帯数は増加している。これは、核家族化、そして世帯人員の減少を意味している。その中で消費者は、従来の多頻度の購買ではなく、ライフスタイルに合わせた購買に変化している。それは購買場所、購入商品の変化に現れている。

第一に、従来まで地元商圈を熟知した中小小売商業は、食料品、日用品において強みを発揮できる分野であったが、食品専門スーパー、総合スーパー、ホームセンター業態が台頭してきている。平成25年(2013年)の東大阪消費者意識調査<sup>2</sup>によると、主な買物場所として食料品は、総合スーパー50.5%(前回調査平成20年(2008年)、47.6%)、食品専門スーパー29.9%(31.8%)、商店街7.3%(8.8%)になっている。日用品は、総合スーパー33.7%(40.8%)、ホームセンター26.0%(22.5%)、ドラッグストア24.0%(21.2%)となっている。また買物をする際に重視する項目として、食料品・日用品の両方に、価格、品揃えが上位にきている。これら消費者の視点は、経営規模・売場面積で中小商業を上回る大手小売業が優位に働くものであり、この傾向が顕著になっている。

第二に商品構成の変化であり、中食市場の成長である。中食とは、レストラン等の外食でなく、また家庭で調理する内食でない、惣菜など調理したものを家に持ち帰るなどして食べる形態である。この中食市場には、百貨店・食品スーパーはもちろんのこと、弁当店、惣菜店、飲食店のお持ち帰りなどさまざまな業態から参入している。また高齢者世帯に向けた食材の配達などもこの市場に含まれ、従来までの食材を売るのではなく、加工し価値を加え、小分け販売など一工夫しないと売れなくなっている。

消費者行動の変化を促す要因にインターネットの普及があげられる。この傾向は、1990年代後半から続いていたが、従来までのパソコンの他に、タブレット、スマートフォンの普及と光回線や携帯電話回線の高速化により、インターネットはますます身近な存在になっている。インターネット上の店舗は、既存の店舗に匹敵するほどに成長し、翌日配送はもちろんのこと、当日配送や無料配送など充実させている。2013年の取扱高は、野村総研によると11兆5,000億円を超え、対前年比13%増加している<sup>3</sup>。取り扱われる商品は多岐にわたり、ダウンロード型と呼ばれる物流が必要ない音楽配信から、本、食品、衣服、家電、中古車まで広がっている。同時に価格に関しても全国、世界中の店舗と比較が簡単にでき、買い回ることが容易になっている。そこで買回品<sup>4</sup>を中心に盛んになっているショールーミング現象である。こ

れは、実際の商品を店舗で確かめ、商品知識を得て、購入はネット上で安い店を捜し、行うものである。これによって実際の店舗は、対抗上ネット価格に合わせざるを得ず、インターネット上と比較して店舗運営コストも負担し、利益が圧迫される現象が多く見られるようになってきている。

また、飲食料品小売業を脅かす業態の一つに、ネットスーパーがある。東大阪消費者意識調査によると、食料品の購買比率は低いものの、ネットスーパーは、確実に浸透しつつある。このネットスーパーは、生鮮を含む食料品を中心に品揃えし、当日注文そして配達も行うもので、全国に広がっている。本市では、イトーヨーカ堂、イオン、西友、イズミヤ等実際の店舗と併用する形を中心に展開されており、旧来からの生協なども含め、競合状況にある。

また、ヤフーは東京都江東区の一部において「すぐつく」サービスを試験的に開始した<sup>5</sup>。このサービスは、いわば会員制の御用聞きのようなもので、2時間以内に自宅付近の店で買い物をし、店頭価格と500円の手数料のみで届けるものである。

このように本市でも、高齢化社会の進展やインターネット通販の増加などによって、実際の店舗への顧客サービスの要求はさらに高まることが予想できる。それは前掲の東大阪消費者意識調査では、「買い物場所への巡回バス運行」、「買い物代行サービス」、「商品の移動販売サービス」を今後の期待するサービスとして買物場所が遠くて不便と感じた人のうちの8割の消費者が回答していることから伺えよう。よってこうした傾向は、さらに進んでいくと思われ、中小小売商業も対抗策が急がれているといえよう。

### 3、地域商業の魅力と活力の再生検討部会設置の目的

これまで見てきた現状を踏まえた上で現在の本市の中小小売商業が当面する主な課題を整理すると

- ①経営基盤の近代化の遅れと消費者のライフスタイルやニーズへの不適合による小規模店の減少
- ②経営者の高齢化と後継者難による廃業に伴う空き店舗の増加
- ③商店、商店街の集積力・組織力の低下
- ④異業種、異業態の進出
- ⑤商業集積地域への来街者数、年間商品販売額の減少
- ⑥大型商業施設出店や退店による商業環境の変化
- ⑦市内商業者間の受注機会の減少

に大別される。

これらの課題に対して、地域商業を活性化し、持続可能なものとするため、また、商業者間の連携や行政支援施策の再構築などを検討の方向性とした議論を行うため、当部会を設置した。

とりわけ、本市商業振興ビジョン（平成22年2月策定）において、「地域商業振興施策」としての「商業集積地域の支援」を基本軸に据えており、商業振興の主要対象である商業集積地（商店街）支援については、まちづくりの視点が必要となっている。このことは、駅勢圏と商圈が概ね一致する本市商業集積地の立地特性を踏まえると、魅力ある商業集積地づくりが地域住民を含む消費者にとって便利な買物場所の提供につながるに留まらず、地域生活の拠点である「まちづくり」にも寄与することによる。

一方で、後継者不足や販売額の減少による空き店舗の増加など、商店街組織自身による推進力が低下する現況を鑑みると、商店街内の人材確保と担い手の育成はもちろんのこと、これからは地域社会を構成する多様な主体（大型店、大企業、異業種、金融機関、教育機関、NPO法人、農業者、電鉄会社等）とのネットワークづくりや連携強化により商店街の機能強化を図っていくことが重要な視点である。

なかでも、過去には商売敵であった大型店、コンビニエンスストアや、異業種である飲食店など、業態や業種の垣根を越え、対等の立場での連携することで地域貢献や共存共栄の方向性を確立する必要があるといえることから、本部会では、商業集積地（商店街）と地域社会でのニーズや影響度の大きい多様な主体（大型店とコンビニエンスストア業界、まちなかバルと飲食店）と地域連携のあり方や手法等に焦点をあて、今部会の全体テーマを「商店街と地域との連携のあり方」に決定し、議論を進めてきたところである。

## 4、本部会での議論の流れ

### 第1回 地域商業の魅力と活力の再生検討部会 —商店街と大型店との連携について—

第1回の部会（2014年（平成25年）11月5日開催）では、中小商業は、これまでの保護政策や補助政策に頼ることではなく、積極的に他の業態・業種との連携が必要になるはずであるとし、実際に中小商業（商店街）と大型店との連携が進んでいる布施地域の「布施商店街連絡会」の理事をお招きし、布施商店街連絡会と大型小売店（近鉄百貨店等）の連携・協働について、過去から現在までの状況や取り組みのポイント等をご説明いただいた。

双方が連携するに至った端緒は、昭和50年代初頭の布施駅高架化に伴う、近鉄百貨店東大阪店の出店から始まったものであるが、お互いの意識の違いが勉強になり、切磋琢磨し、共存共栄のもと布施地区全体の繁栄や集客を考えるようになり、議論の場である布施商店街連絡会の設立に至った。この意識の違いとは、中小商業の商売人と百貨店の経営者との意識の差であり、お互いの相違点から学ぶべきものが多くあった。また、地理的に南北に広がり、東大阪市最多の店舗数を誇る最大の商業集積地である布施地区の商店街を束ねる受け皿である布施商店街連絡会なる組織が立ちあがったことは、「一国一城の主」など揶揄される中小商店主をまとめることにもつながっていったといえる。その後GMS（総合スーパー）の現イオン布施駅前店なども巻き込みながら、35年以上続いている。この連携が示唆していることは、中小商店・大型店双方の立場から「街を活性化させたい」との意識の高さが自ら協議、連携する「場」をつくり、共同販促や合同催事、まちづくり事業、各種イベントなど（盆踊り大会、プレミアム付共通商品券発行事業、歳末大売り出し等）を積極的に展開し、集客につなげているといえる。連携先となりうる大規模小売店舗立地法に基づく届出に係る施設は資料1のとおり布施以外の地域にも数多くある。

しかし今日、中小商店側の後継者不足、高齢化、大型店側の人事異動や突然の撤退等により、「協議する場」あるいは「連携する場」の構築あるいは継続は、大変難しい状況である。この「場の構築」を行政が支援し、両者間に入り、コーディネーター（潤滑油）の役割を担えば、布施地区のように大規模な商店街、百貨店のみならず、中小商業の集積である商店街が大型店と一体となり、様々な形で地域連携を育んでいくことは可能であると考えられる。

## 第2回 地域商業の魅力と活力の再生検討部会

### —商店街とコンビニエンスストアとの連携について—

前掲の大型店の出店傾向を大きく超える増店を見せるのが、コンビニエンスストアである。全国の店舗数は、5万店<sup>6</sup>を超えており、飽和状態に近づきつつあるといえる。

コンビニエンスストアは、本市の各商店街やロードサイドにも数多く立地し、日々の買物機能に留まらず、ATM、公共料金の收受サービスや宅配サービス、AEDの設置など、地域コミュニティにとってなくてはならない存在、そして社会・生活インフラの一部となしており、特に東日本大震災以降は社会的責任（CSR）や存在価値がより一層増している。

これらのことから、第2回の部会（2014年(平成26年)1月29日開催）では、前回の大型店との連携同様に、商店街（中小商業者）とコンビニエンスストアとの連携のあり方を検討した。しかし、一方でコンビニエンスストアの多くは、直営店を展開し同一資本のもとに展開するレギュラーチェーン方式ではなく、フランチャイズチェーン方式により運営されている。フランチャイズチェーンとは、本部と加盟店間において契約を結び、本部が統一的な商号や商標、経営マニュアルを使用し事業展開する権利を与え、店舗展開を行う小売形態である<sup>7</sup>。この運営方式は、本部と加盟店間における契約が前提になり、さまざまな制約を受け、そこでは個々の加盟店による独自性の発揮や、商店街等の地域社会への貢献・協力がスムーズにいかないケースも見受けられる。

そこで、本部会に㈱ファミリーマートの開発担当者をお招きし、議論を行った。そこではフランチャイズ方式には、契約はあるが、各加盟店のオーナーの裁量もあり、商店街全体の催しなどの活動への参加の判断は各店に任せているとのことであり、例えば布施商店街においても、ファミリーマートは商店街活動に参加しているとの回答を得た。

この事例は、コンビニエンスストア側も商店街活動において、中小商業との連携は可能であり、品揃え面でも商店街内で不足している業種を補うことも可能であると考え、来街者の増加に寄与するものである。

また、今回の議論を通じて、中小商業者とコンビニエンスストアの連携以外に、自治体とコンビニエンスストアの連携（包括協定の締結等）も提唱したい。コンビニエンスストアを社会インフラとしてとらえる動きは全国的に広がっており、①地域製品の活用、②地域情報の発信、③地域の安全安心、④子供・青少年の健全育成、⑤高齢者・障害者の支援、⑥健康増進・食育、⑦地域活性化等に広がっている。ま

た社会インフラとして災害時の救援物資の提供や避難場所の使用も想定している。

例えば、㈱ファミリーマートは政令指定都市である神戸市と「包括連携に関する協定」を平成 25 年 12 月に締結し、神戸市の広範囲にわたる事業（神戸市にちなんだオリジナル商品開発、小型家電リサイクル回収実験等）を協働で包括的かつ積極的に取り組んでいくことを宣言している。

また、中堅コンビニエンスストアの㈱ポプラは、鳥取県・琴浦町、赤崎町漁業協同組合と「中山間地見守り活動協定」を結んでいる<sup>8</sup>。この協定は買物弱者支援のため、移動販売車を走らせ、高齢者の健康状態を確認するものである。

本市においても 24 時間営業を行い、市内各所に点在する「近くで便利な」コンビニエンスストアを社会インフラととらえ、災害時や地域活動の協定等、市民サービスの拠点としての活用はもちろんのこと、出店・退店情報の提供も視野に行政側も検討すべきではないかと考える。

### 第3回 地域商業の魅力と活力の再生検討部会 —商店街と飲食店（まちなかバル）の連携について—

第3回の部会（2014年(平成26年)6月4日開催）は、商店街を構成する一つの業種である飲食店との連携について、布施地区で「布施えびすバル」を実行する経営者をお招きし、議論を行った。

まず全国各地で行われている「バルイベント」とは、全国200か所で開催されて飲み歩きイベントである<sup>9</sup>。わが国では、北海道函館市において、2004年(平成16年)に「函館西部地区バル街」から始まったとされる。「函館西部地区バル街」は、地域のスペイン料理店が自慢の料理一皿とワンドリンクを用意し、お客さんがそれらのお店を安価ではしごする飲み・食べあるきするものであり、当初25店舗からスタートしたが、徐々に拡大し76店舗になるまで成長を遂げている。参加者は、はじめに5枚1綴りで構成される回数券のようなチケットを購入し、一枚ずつまたは複数人で、実施期間中に、ワンドリンクと一皿のセットに引き換えることができるものである。また期間内に未使用となったチケットは、開催後に参加店で使用可能な金券としても利用できる。このチケットにより、複数の飲食店を回ることにより、あらためて飲食店、街を知り、活性化につなげる「地域活性化のツール」である。

このバルイベントは、本市では、布施地区の「布施えびすバル」、小阪・八戸ノ里地区の「なのはなバル」という名称で開催されている。このイベントはあくまでも食べ歩きイベントであり、物販店は直接関与しない仕組みとなっている。しかしながら「街へ集客することによる顧客の開拓」という側面においては、物販店による販売促進イベントと同様の目的であることには変わらない。

そこで「布施えびすバル」では、飲食店経営者と布施商店街連絡会との間で人的交流を活発化させ、バル当日に参加された飲食店への顧客を物販店へ、物販店の顧客を飲食店へという相乗効果を狙った取り組みのために議論を行っている。この取り組みは、飲食店中心のイベントに物販店も参加し、使いきれなかった金券の対応店として打ち出せば、新規顧客の開拓も期待できるものである。飲食店と物販店をつないだこのバルは、広告宣伝、チケット販売、当日の運営、参加飲食店の在庫状況の把握等、運営面で課題を多く抱えている。

しかしながら他地域ではこれらを克服し、集客力を発揮しているバルがある。

関西において、いち早くバルを導入した、兵庫県伊丹市の「伊丹まちなかバル」は、NPO法人伊丹タウンセンターが中心となり、商工会議所、行政、交通機関等一体となった組織ができ、参加者を退屈させない仕掛け（音楽ライブの推進）など、年々進化を遂げ、すでに10回開催されており、参加店舗も年々増加する傾向にある

といえる。

また、三重県四日市市で開催された「四日市まちなかバル」では、商店街振興組合、観光協会が中心となり、近鉄とタイアップし割引乗車券と組み合わせたセット券を発売し、飲酒運転対策や名古屋、鳥羽など広域からの集客に貢献している。

これらバルイベントのように異業種や他機関をつないだイベントは、当日の来街者が確実に増加し、地域内経済循環につながっているといえる。

そこで、今後は行政がこれらの異業種や他の機関にも積極的に関与し、つなぎ、連携する場を設定し、バルイベントにかかる運営ノウハウの提供も担うことで、地域ごとに魅力のある東大阪市独自のバルイベントを立ち上げることができよう。

## 5、おわりに（本部会のまとめ）

本部会のテーマであった「商店街と大型店の連携」、「商店街とコンビニエンスストアの連携」、「商店街と飲食店（バルイベント）の連携」の議論を通じて共通していることは、当事者が互いに対等な立場で協議・議論する「場」が必要であるということであった。

まず連携の仕組みを創り、それらこれらの「議論する場」を「協働する場」へ発展させることによって、双方の信頼関係とパートナーシップが醸成され、そして地域商業の活性化へとつながるものではないかと導きだした。

しかしながら、連携するに際して、一方が連携を試みようとしても、これまで見てきた事例のようにスムーズに事が進むケースはむしろ少ない方で、「連携候補先へのアプローチの方法がない」、「連携先となる相手が分からない」といった課題が当然ながら浮上するであろう。

その時は行政が相談窓口となってコンサルタント、コーディネーター的役割を果たすことも必要となっており、連携先にアプローチした後に行われる議論の「場」の設定も、どちらの側でもない行政をはじめとした第三者による側面的支援によりまずは運営されることが望まれる。

これまで見てきた中小小売業（商店街）と大手小売業（大型店・コンビニエンスストア）・異業種間（飲食店）の連携や協定事例は、地域商業あるいは地域全体の活性化を志向しているものといえる。

これらの連携推進には行政の存在、介在が不可欠で、中小事業者側からの行政活用、そして行政から「人」・「もの」・「カネ」の経源を提供することのみならず、より有用な情報を提供し、また情報発信を行う両者のマグネットとしての役割発揮を期待するものである。

これらの連携に追い風になる法律である地域商店街活性化法が平成 21 年(2009

年)に施行された。しかし、社会は人口減少、高齢化社会と進み、大手小売業の進出が相次ぐ中、中小事業者は、このような法律や施策に頼るだけでなく、いち早く顧客の変化を理解しながら、新しいことに挑戦することも重要である。そこでは、旧来の考え方でなく、競争関係にある小売業や飲食店等の連携もやはり必要になる。

地域連携による商業活性化には地域の課題や特性に応じて様々なスタイルで関係者(ステークホルダー)をつなぐコーディネーター機能が不可欠であって、この機能・役割を行政機関が担うことを提唱する。

- 
- 1) 鈴木安昭・田村正紀『商業論』有斐閣新書、1980年、140-150頁。
  - 2) 東大阪市経済部商業課・東大阪商工会議所『東大阪消費者意識調査』2005年、調査期間平成24年9月～10月、4,494世帯に郵送方式で実施、1,606世帯から有効回答
  - 3) 『日本経済新聞』2014年1月12日。
  - 4) 買回品とは、店舗間や売場の比較を通じて購買に結びつくような商品である。
  - 5) 『週刊ダイヤモンド2014年7月5日号』ダイヤモンド社、2014年、
  - 6) 『日本経済新聞』2014年7月1日。
  - 7) 出牛正芳編『新訂マーケティング用語辞典』白桃書房、2005年、185頁。
  - 8) [https://www.poplar-cvs.co.jp/ir/pdf/index/2014/news\\_140618.pdf](https://www.poplar-cvs.co.jp/ir/pdf/index/2014/news_140618.pdf)
  - 9) 松下元則稿「函館西部地区バル街の概観：歩み・参加者行動・仕組み」『福井県立大学論集』第41号、福井県立大学、2013年、88頁。

## 大規模小売店舗立地法に基づく届けに係る状況について

大規模小売店舗立地法第5条第1項に基づく新設届出の一覧

届出日	店舗の名称	店舗の所在地	建物設置者名	主な小売業者の名称	新設日	店舗面積 ㎡
H12.12.22	希来里	岩田町四丁目3番及び4番	若江岩田駅前地区市街地再開発組合	㈱万代ほか	H13.9.20	4,295
H14.11.8	カルフル東大阪店 イオン東大阪店	荒本北33番地の1の一部 荒本北33番地の1	カルフル・ジャパン㈱ イオンリテール㈱	カルフル・ジャパン㈱ほか イオンリテール㈱	H15.10.1	20,000
H15.6.10	(仮称)包東大阪石切店 パウ石切店	西石切町七丁目192番地の2 1ほか	㈱ドン・キホーテ	㈱ドン・キホーテほか	H16.2.11	3,282
H15.11.7	(仮称)スーパーオートバックス高井田店	高井田本通四丁目7番1号	㈱オートバックスセブン	㈱オートバックスセブンほか	H16.7.7	4,369
H16.2.4	ヤマダ電機テックランド東大阪店	元町一丁目6番53号	㈱日研研究所	㈱ヤマダ電機	H16.10.5	3,909
H16.6.25	モリヤマススポーツ東大阪店	菱江二丁目1番4号ほか	(株)ニシムラ	(株)モリヤマススポーツ	H17.2.25	1,371
H16.9.15	フレスポ東大阪	稲田新町三丁目944番1号 ほか	大和工務リース㈱ 大和リース㈱	コーナン商事㈱ほか	H17.5.16	16,529 17,470
H17.3.31	(仮称)ミドリ東大阪本店 ミドリ中環東大阪店	稲田三島町3番88号ほか 稲田三島町86番の2ほか	㈱ミドリ電化 ㈱エディオンWEST	㈱ミドリ電化 ㈱エディオンWEST	H17.11.30	21,688
H17.7.8	(仮称)ホームセンターコーナン東大阪弥生町店	弥生町1319番地の1ほか	酒本商事㈱	コーナン商事㈱ほか	H18.3.9	8,462
H19.6.1	(仮称)河内花園駅前再開発ビル パザパはなぞの	吉田一丁目1番 吉田一丁目2720番地	河内花園駅前地区市街地再開発 組合 甲田一雄ほか9名	㈱ソタヤほか ㈱カノー	H20.2.1	1,300 1,064
H19.6.25	(仮称)ロックタウン東大阪 イオンタウン東大阪	東鴻池町一丁目222番1	ロック開発㈱ イオンタウン㈱	イオン㈱ほか ㈱光洋ほか	H20.2.26	5,000
H20.6.6	(仮称)ライフ東大阪太平寺店 ライフ太平寺店	太平寺二丁目43番1	㈱ライフコーポレーション	㈱ライフコーポレーション	H21.2.7	1,676
H21.7.15	(仮称)関西スーパー永和店	永和二丁目47番ほか	㈱関西スーパーマーケット	㈱関西スーパーマーケット	H22.3.16	1,443
H21.11.17	(仮称)コープ若江東	若江東町三丁目1203番6ほか	西岡エンタープライズ(有)	大阪いずみ市民生活協同 組合	H22.7.18	1,383
H22.7.21	(仮称)上新電機若江西新町店	若江西新町三丁目12番1ほか	上新電機㈱	上新電機㈱	H23.3.22	3,450
H23.3.4	(仮称)ニトリモール東大阪	西岩田二丁目15番ほか	㈱ニトリホールディングス	㈱ニトリ	H22.11.5	23,340
H23.3.30	(仮称)万代中小阪店	中小阪三丁目37番1ほか	㈱万代	㈱万代ほか	H23.12.1	2,057
H23.9.29	(仮称)フレスポ長田(北棟)	長田中二丁目44番	大和リース㈱	㈱アルペン	H24.5.30	5,153
H23.12.21	(仮称)ホームセンターコーナン東大阪菱江店2号館 ホームセンターコーナン東大阪菱江店2号館	菱江372番1ほか	コーナン商事㈱	コーナン商事㈱	H24.8.22	2,906
H24.1.20	(仮称)フレスポ長田(南棟)	長田中二丁目1番ほか	大和リース㈱	㈱ライフコーポレーション	H24.9.21	3,922
H24.2.16	(仮称)万代下六万寺店 万代六万寺店	下六万寺町二丁目1096番1	㈱万代	㈱万代	H24.10.17	1,251
H24.8.9	ファッションセンターしまむら六万寺店	下六万寺町三丁目1194番3 ほか	(有)日成ホーム	㈱しまむら	H25.4.10	1,187
H25.11.25	(仮称)ドラッグコスモス鴻池徳庵店	鴻池徳庵町1252番1ほか	㈱コスモス薬品	㈱コスモス薬品	H26.7.26	1,372

下段は、変更後の名称等

大規模小売店舗立地法附則第5条第1項

大規模小売店舗立地法施行時(平成12年6月1日)以前から営業している大規模小売店舗が、最初の変更をする場合の届出です。(これによって既存店舗は本法の体系に組み込まれることとなります。)

届出日	店舗の名称	店舗の所在地	建物設置者名	主な小売業者の名称	店舗面積 ㎡
H14.3.13	関西スーパー日下店	日下町四丁目2番67号	㈱正聖会	㈱関西スーパーマーケット ほか	1,395
H14.4.18	ライフ高井田店	高井田西六丁目4番ほか	(有)昌利	㈱ライフコーポレーション ほか	3,373
H14.4.25	山陽マルナカ東大阪店	西岩田三丁目115番地	(株)山陽マルナカ	(株)山陽マルナカ	5,281
H14.9.26	天正第一ビル	下小阪五丁目2番35号	天正(株)	㈱西友 合同会社西友	5,880
H14.12.12	サカエ瓢箪山店 グルメシティ瓢箪山	瓢箪山町3番21号 瓢箪山町110番地の1他	㈱サカエ ㈱グルメシティ近畿	㈱サカエほか ㈱グルメシティ近畿	2,297
H15.2.17	新石切プラザ	弥生町2番43号 弥生町1415番1他	撰津毛糸工業(株)	㈱マイヨールほか ㈱万代ほか	3,525
H15.3.10	近商ストア東花園店	吉田六丁目711番2	㈱近商ストア	㈱近商ストアほか	1,973
H15.7.16	布施サティ	長堂三丁目3番34号	みずほ信託銀行(株)	(株)マイカル ほか	15,035
H15.7.22	㈱万代洪川店	洪川町三丁目9番25号	㈱万代	㈱万代ほか	2,946
H15.9.4	ライフ玉串店	玉串東一丁目598番ほか	㈱ライフコーポレーション	㈱ライフコーポレーション ほか	3,320
H15.11.7	イトーヨーカドー東大阪店	吉田下島1番2号ほか 吉田下島1番地1	平和不動産(株)	イトーヨーカ堂 イトーヨーカ堂ほか	19,770
H15.11.10	ヴェル・ノール布施	長堂一丁目885番地	㈱マイカルほか33者 イオンリテール(株)ほか30名	㈱マイカルほか	16,157
H15.12.10	(株)コノミヤ徳庵店	稲田上町二丁目2番1号	(株)コノミヤ	(株)コノミヤ ほか	2,553
H15.12.24	㈱コノミヤ弥刀店	友井三丁目8番2号	㈱コノミヤ	㈱コノミヤほか	1,994
H16.1.30	㈱コノミヤ若江岩田店	岩田町三丁目9番1号	㈱コノミヤ	㈱コノミヤほか	2,362
H16.2.17	近鉄Hearts	西岩田二丁目15番地ほか	近畿日本鉄道(株)	㈱湯川家具ほか	9,933
H16.3.19	(仮称)マックスバリュ小阪店 マックスバリュ小阪店	御厨栄町一丁目6番6号 御厨栄町一丁目212番地2	イオン(株) イオンタウン(株)	イオン(株)ほか	5,000
H16.3.31	鴻池サティ イオン鴻池店	鴻池町一丁目864番地の8 ほか	(株)マイカル イオンリテール(株)	(株)マイカル ほか イオンリテール(株)ほか	14,075
H16.3.31	イズミヤ若江岩田店	瓜生堂一丁目10番52号 瓜生堂一丁目206番地1	中央三井信託銀行(株) イズミヤ(株)	イズミヤ(株)ほか	14,486
H16.5.26	ライフ友井店	友井五丁目1番10号	㈱三協開発	㈱ライフコーポレーション	2,366
H16.6.14	サカエ東鴻池店 グルメシティ東鴻池店	古箕輪一丁目18番15号 古箕輪一丁目1817番地1他	(有)キタヨシ企画	㈱サカエ ㈱グルメシティ近畿	1,146
H19.1.26	ホームセンターコーナン東大阪店	御厨中508番4ほか 御厨中二丁目508番4他	コーナン商事(株)	コーナン商事(株)	2,356
H22.4.7	ファミリータウン御厨	御厨栄町三丁目271番地1 ほか	日本有機化学工業(株)	㈱万代ほか	1,937
H23.3.9	ホームセンターコーナン東大阪菱江店	菱江339番1ほか	コーナン商事(株)	コーナン商事(株)ほか	18,107

下段は、変更後の名称等

## 布施商店街連絡会の取組みについて

### ◎立地環境

布施商店街は東大阪市の西端に位置する市内最大の商業集積地である。大阪市と隣接し、繁華街である難波までワンアクセス（西へ約5 km）に位置する。大阪市内への顧客の流失は、近鉄の難波延伸と東大阪市内の郊外大型店出店と相まって近年著しい。

それにより、年を追うごとに空き店舗が増加し、周辺の商業環境が悪化し、過去に経験のない大変厳しい経営状況下にある。

大店法廃止に伴う規制緩和諸策のため、大型店舗の乱立により、大型店間の競争の激化や、大型店舗の撤退による消費行動の混乱を招き、その歪みの皺寄せを受けた零細商店街のより一層の低迷が現実のものとなっているが、布施商店街については、大型店舗との共存共栄をはかるため古くから努力してきた。

### ◎歴史・沿革

1980年代に入って、近鉄布施駅高架事業による大型店舗の出店に伴い、当時としてはめずらしく商店街と大型店の合同体「布施商店街連絡会」（結成当時の加盟店数は約683店舗）を結成した。

その目的は、商業者が一体となり、布施地域の商業発展のための活性化策や地域住民との連携事業、文化事業を通じて商業集積地の生き残りを賭けた各事業を展開するものであり、この理念は、現在まで引き継がれている。

さらに、布施駅周辺の小売商業者が一致団結して、活性化を図るための事業を生み出すことが重要であるとの共通認識のもと、平成13年2月には布施商店街連絡会の法人化組織「布施商店街事業協同組合」を設立した。※

ただ、母体組織である布施商店街連絡会は現在も健在であり、当該協同組合に参加できない大型店や中小店舗も包括し、「布施」という地域の存続および一体化のため、主に販売促進事業を中心に事業を展開している。

### ◎布施商店街連絡会のこれまでの取組み

布施商店街連絡会は、主に販売促進に関わる事業を所掌し、次の事業を展開している。

#### ①商店街「おかみさん会」発足（平成15年度～）

- ・商店街一店逸品運動
- ・健康づくりを目的とした商店街「ウォーキングロード」の指定
- ・戎福茶会（毎月10日）

#### ②布施戎神社を核にした商店街づくりを標榜し、「布施えびす市」の提唱と東大阪市小売商業活性化先進モデル事業「えべっさんの街布施プロジェクト」の推進（平成19年度～）

#### ③布施戎神社協賛によるミス福娘コンテスト（布施商店街連絡会結成当時～）

#### ④盆踊り大会（当初は、各商店街内でも実施されたが交通広場整備後現在では、北口交通広場で実施。地域と一体化した事業で、地域住民との交流及び商店街活性化に貢献している。）

#### ⑤北口駅前警察官立ち寄り所（派出所）開設事業と防犯カメラ設置事業促進による安全

安心づくり事業等

- ⑥商店街マスコットキャラクター「ふせロボくん」プロジェクト
- ⑦プレミアム共通商品券事業「ニコニコえびす券」事業
- ⑧100円商店街事業
- ⑨大型店（近鉄百貨店東大阪店ほか）との合同催事（歳末大売出しほか）

※布施商店街事業協同組合について

設立以降現在まで今後の商店街のまちづくりのあり方と商業集積の生き残りをかけた事業提案、企画、実現に向けた様々な研修を主に実施し、中心市街地型商業活性化を基軸にした、まちづくりソフト事業等の実現可能性等についての検証を行っている。

当事業協同組合の大きな事業成果としては、平成16年7月に策定した「まちづくり拠点運営事業」計画書において、商店街隣接の分譲マンションの一階区分を購入し、まちづくり拠点事業とするプロジェクトである。布施の地域性や立地特性を活用し、地域住民や消費者、商業者等が気軽に集い交流のできるコミュニケーションの場として、またイベント等にも活用できる文化施設スペース(まちづくり発信拠点)として「街の駅 クレアホール・ふせ」整備に結実した。

## 家計 調査

主要指標（二人以上の世帯 全国・東大阪市・大阪市・堺市）

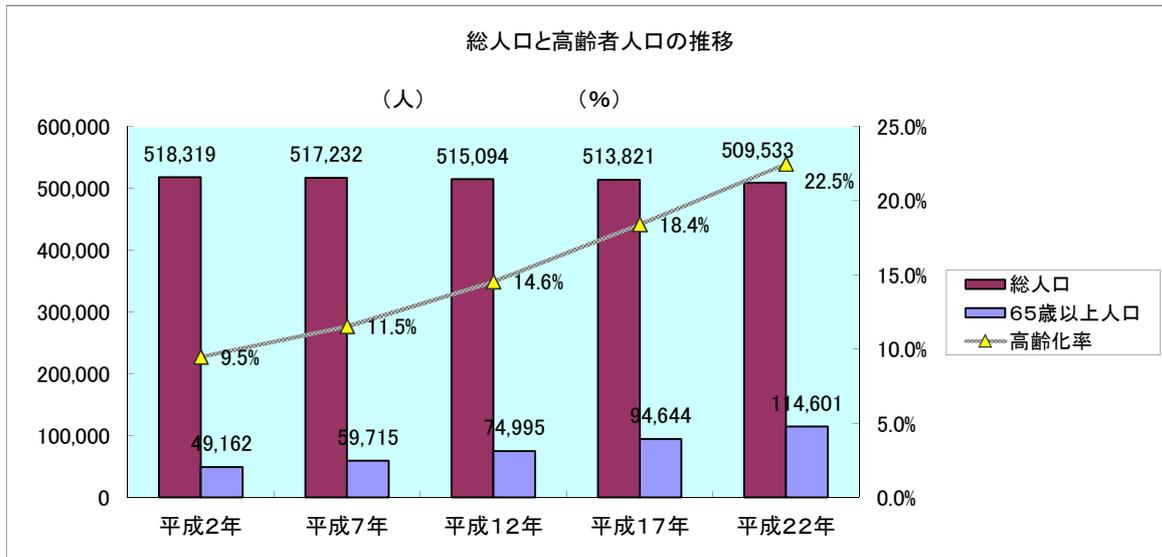
項 目		集計世帯数 (世帯)	世帯人員 (人)	有業人員 (人)	世帯主の 年 齢 (歳)	消費支出	消 費 支 出										エンゲル 係 数 (%) 1)
							食 料	住 居	光 熱 水 道	家 具 ・ 家 事 用 品	被 服 及 び 履 物	保 健 医 療	交 通 ・ 通 信	教 育	教 養 娛 楽	そ の 他 の 消 費 支 出	
全国	平成 23 年	7,676	3.08	1.33	56.8	282,966	66,904	18,874	21,954	10,070	11,382	12,691	36,509	11,630	29,063	63,889	23.6
東大阪市	平成 23 年	35	3.26	1.42	51.8	301,567	76,527	17,848	23,749	10,559	13,684	12,740	32,079	12,230	31,165	70,985	25.4
大阪市	平成 23 年	160	2.98	1.22	55.9	264,034	71,037	23,403	20,041	8,674	10,992	12,140	25,210	13,949	28,654	49,934	26.9
堺市	平成 23 年	93	2.97	1.21	58.2	263,025	67,324	11,541	22,188	9,483	9,956	11,592	35,191	7,967	29,168	58,604	25.6

資料：総務省統計局「家計調査」（注）1）エンゲル係数：食料÷消費支出×100

## 【二人以上の世帯のうち勤労者世帯の所得(実収入)】

		実収入(実額円)
全国	平成 23 年	510,149
東大阪市	平成 23 年	470,781
大阪市	平成 23 年	452,149
堺市	平成 23 年	470,249

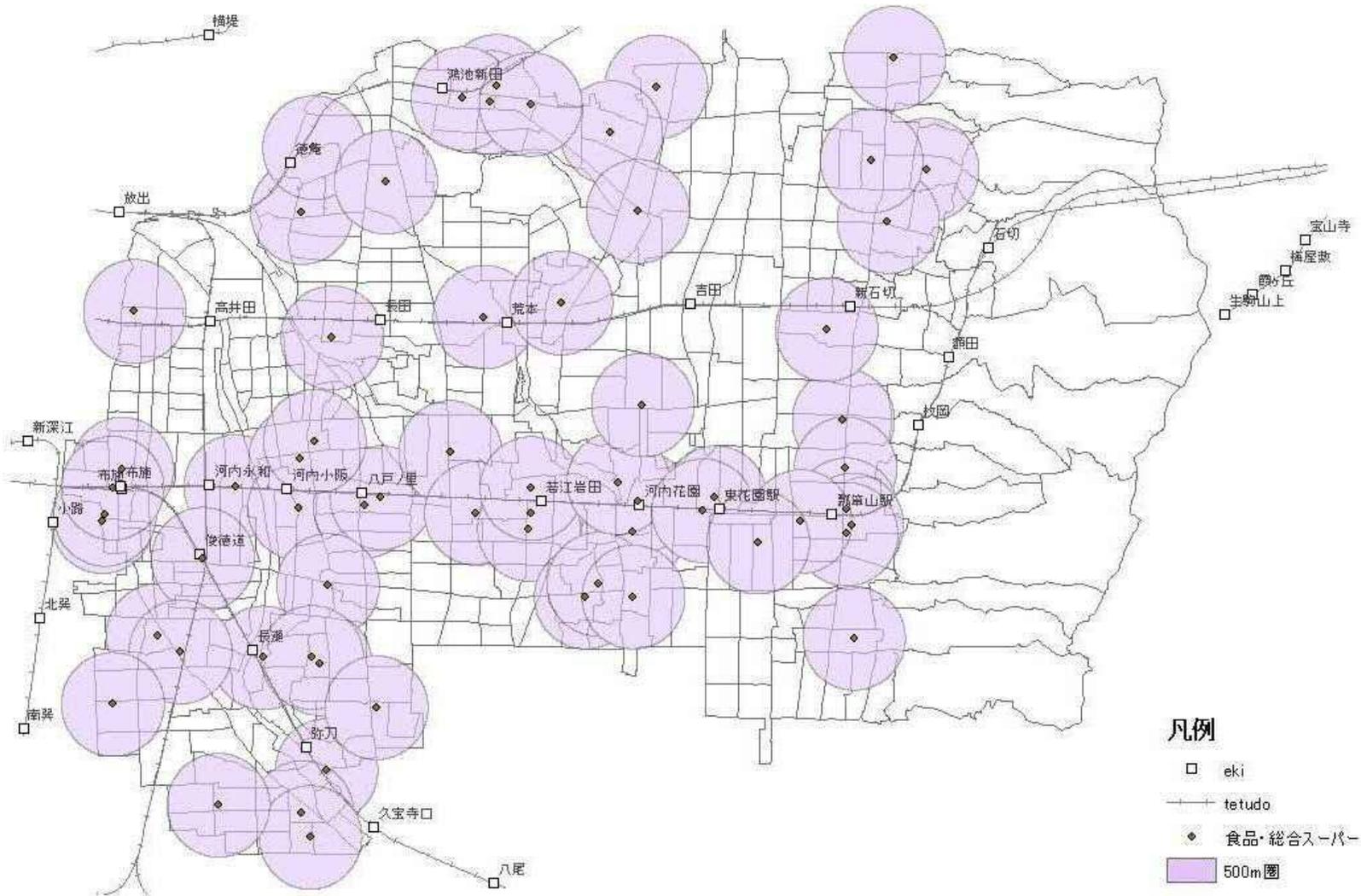
### 東大阪市における高齢者人口の推移



区分	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年
総人口	518,319	517,232	515,094	513,821	509,533
0歳～14歳	86,463	75,656	72,750	70,990	62,228
比率	16.7%	14.6%	14.1%	13.8%	12.2%
15歳～64歳	381,117	381,319	366,297	345,873	309,366
比率	73.5%	73.7%	71.1%	67.3%	60.7%
65歳～74歳	29,652	37,014	47,431	58,827	68,801
前期高齢者比率	5.7%	7.2%	9.2%	11.4%	13.5%
75歳以上人口	19,510	22,701	27,564	35,817	45,800
後期高齢者比率	3.8%	4.4%	5.4%	7.0%	9.0%
65歳以上人口	49,162	59,715	74,995	94,644	114,601
高齢化率	9.5%	11.5%	14.6%	18.4%	22.5%

資料:総務省統計局「国勢調査」  
各年10月1日現在

食品・総合スーパー（500㎡以上）500m圏



資料：東大阪市商業課調べ

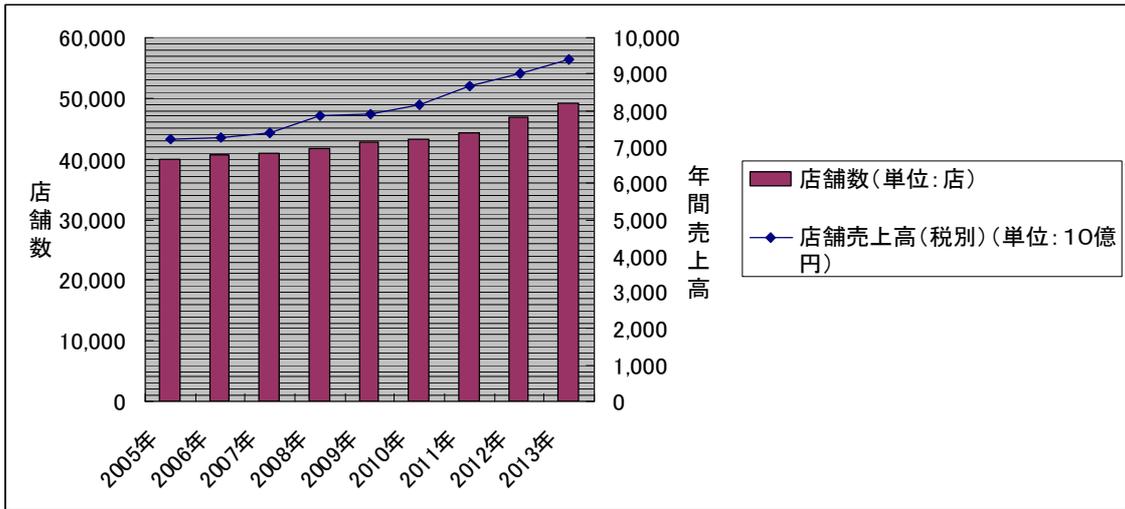
コンビニエンスストアの状況について

■ 全国のコンビニエンスストアの店舗数推移

平成25年11月時点

店舗数 49,146 店

年間店舗売上高 9兆3860億円（税別）



※注記

- ・店舗数はその年の12月のもの（2013年については11月のもの）
- ・売上高についてはその年の1月～12月までの年間売上高
- ・数値はいずれも全店ベース（営業中の店舗）
- ・調査対象はJFA正会員コンビニエンスストア11社（ただし2010年より(株)エイエム・ピーエム・ジャパンを除く10社）(株)ココストア、(株)サークルKサンクス、(株)スリーエフ、(株)セイコーマート、(株)セブン-イレブン・ジャパン、(株)ファミリーマート、(株)ポプラ、ミニストップ(株)、山崎製パン(株)デイリーヤマザキ事業統括本部（(株)デイリーヤマザキ）、(株)ローソン、(株)エイエム・ピーエム・ジャパン
- ・（社）日本フランチャイズチェーン協会 JFA コンビニエンスストア統計調査月報より作成

■ 東大阪市内のコンビニエンスストア

192件（iタウンページ調べ）

・ ローソン	47件
・ セブンイレブン	41件
・ サークルK	15件
・ サンクス	15件
・ ファミリーマート	50件
・ ミニストップ	9件
・ その他	15件

■ 自治体とコンビニチェーン店の包括連携

包括的協定の主な内容

①地域産品の活用②地域情報の発信③地域の安全安心④子供・青少年の健全育成⑤高齢者・障害者の支援⑥健康増進・食育⑦地域活性化など

（具体例 大阪ミュージアム構想パンフレットの設置、帰宅困難者支援など）

○大阪府と包括的協定を結ぶコンビニエンスストア

- ・ 包括連携に関する協定 株式会社ローソン
- ・ 連携と協力に関する包括協定 株式会社サークルKサンクス
- ・ 地域活性化包括連携協定 株式会社セブン-イレブン・ジャパン
- ・ 包括連携に関する協定 株式会社ファミリーマート

## 飲食店と小売店等との連携について

## ■ 飲食業数

## ・ 商店数

平成 19 年商業統計調査

東大阪市内の小売業総数 4,423 店

## ・ 飲食店数

平成 18 年事業所・企業統計調査結果

東大阪市内の一般飲食店 2,173 店

東大阪市内の遊興飲食店 1,153 店 合計 3,326 店

## ■ 飲食店と小売店等との連携事例

## ○ ディアモールカフェ（ディアモール大阪）

ディアモール内で 2,000 円のお買いものごとにチケットを発行し、利用対象飲食店舗で使えるお得な特典（コーヒー、紅茶等）と引き換えることができる。

## ○ 立川つまみぐいウォーキング（立川市商店街連合会）

市内の商店街の逸品、イチオシ商品をつまみながら、市内南北（東西）に連なる商店街をまわりながら歩くイベントを実施。

## ○ 街コン

複数の飲食店を借り切って、100名以上の同数の男女が飲食店を食べ飲み歩き、はしごをしながら、会話を楽しみ合コンするイベント。当初は、飲食店や地域の活性化を目的に地元の商店主やまちづくり関係者が中心に開催していたが、イベント業者等が主催するイベントも増加。

## ○ まちバル

地域の飲食店が自慢の料理一皿とワンドリンクを用意し、お客さんがそれらのお店を安価ではしごするという飲み・食べ歩き事業。

・ 函館西部地区バル街【資料 2】

・ 伊丹まちなかバル【資料 3】（説明資料動画上映 約 11 分）

※物販店も参加するバル

- ・もりやまバル（滋賀県守山市）

※大阪府下でのバル（一部）

1. 水都大阪フェス 2013 大阪水辺バル（天満橋、北浜・淀屋橋、中之島 GATE、東横堀、道頓堀、大正）  
2013 年 10 月 12 日～26 日（土）
2. 服部はっぴー！バル（豊中市）  
2013 年 11 月 9 日（土）
3. たかつきバル（高槻市）  
2013 年 11 月 10 日（日）
4. 天の川バル（枚方市）  
2013 年 11 月 14 日（木）～17 日（日）
5. バルフェスタいばらき（茨木市）  
2013 年 11 月 23 日（土）、24 日（日）
6. 八尾バル（八尾市）  
2014 年 3 月 1 日（土）
7. ガジバル（堺市）  
2014 年 3 月 6 日（木）7 日（金）8 日（土）
8. 野田・福島合体バル（大阪市福島区）  
2014 年 5 月 17 日（土）

■市内で開催されているバルイベント

○なのはなバル

開催場所：小阪駅・八戸ノ里駅周辺

開催日と参加店：第 1 回 2013 年 3 月 3 日（日） 48 店舗

第 2 回 2014 年 3 月 16 日（日） 69 店舗

チケット金額と発行数：第 1 回 3,500 円（前売 3,000 円）

1,000 冊

第 2 回 3,500 円（前売 3,000 円）

1,500 冊

あとバル・・・当時以降の日に飲食店と小売店等で券が使用できる

○ワンコインバル（こさか JAZZ ストリート×なのはなバル）

開催場所：小阪駅・八戸ノ里駅周辺

開催日と参加店：2013 年 10 月 13 日（日） 37 店舗

参加方法：缶バッチ（1 個 500 円）を購入するとバルに参加できる

○布施えびすバル

開催場所：布施駅周辺

開催日と参加店：2013年9月28日（土） 100店舗

チケット金額と発行数：3,500円（前売3,000円）

2,000冊（売上冊数1,907）

みやバル・・・当日飲食以外に布施みやげを購入できる

結果 チケット回収数 8,748枚【91.7%】（参考：1冊5枚綴り）

来場者地域

東大阪 60% 大阪市 22.9% 大阪府下 8.3%

奈良県 3.5% 兵庫県 1.2%

認知方法

口コミ 21.7% 参加店舗 19.1% ポスターチラシ 17.7%

HP 9.1% Facebook 8.5% 新聞チラシ 4.8% ぽど 4%

その他 12%（友人紹介等）

満足度

大変満足 49.2% 満足 46.5% 不満 0.8%

大変不満 0.3% 未回答 3.2%

■バルの効果

- ・店にとって、新規顧客獲得のチャンスの場合。
- ・街にとって、①大勢の人が集まる②お客さんが街を回遊する③まちの一体感を生み出す④まちづくりの主役が若返る⑤まちのイメージアップにつながる。
- ・お客さんにとって、普段行かない店に入れる、色々なお店が回れる。

参考図書：100円商店街・バル・まちゼミ 長坂泰之編著 学芸出版社

## 函館西部地区バル街について

## 1. 経緯

平成16年2月に開催された「2004スペイン料理フォーラム in HAKODATE」のイベントの一つとして飲み歩きの催しが行われた。函館市西部地区の25店の飲食店の協力で行われ、400人を超す参加者により大盛況で終了した。再度、実施を希望する声が多くあり、実行委員会が作られて第2回以降を単独イベントとして実施することからスタートした。

## 2. 実施状況（開催日・参加店舗数）

第1回	2004年	2月16日（月）	25店舗
第2回	2004年	10月15日（金）	37店舗
第3回	2005年	3月9日（水）	41店舗
第4回	2005年	9月27日（火）	44店舗
第5回	2006年	4月16日（日）	50店舗
第6回	2006年	9月12日（火）	53店舗
第7回	2007年	4月24日（火）	56店舗
第8回	2007年	9月9日（日）	59店舗
第9回	2008年	4月18日（金）	60店舗
第10回	2008年	9月7日（日）	61店舗
第11回	2009年	4月19日（日）	64店舗
第12回	2009年	9月11日（金）	66店舗
第13回	2010年	4月23日（金）	63店舗
第14回	2010年	9月12日（日）	74店舗
第15回	東日本大震災で中止（チャリティーイベントに切り替え）		
第16回	2011年	9月9日（金）	65店舗
第17回	2012年	4月22日（日）	76店舗
第18回	2012年	9月7日（金）	69店舗
第19回	2013年	4月19日（金）	67店舗
第20回	2013年	9月8日（日）	72店舗
第21回	2014年	4月20日（日）	76店舗

## 3. 経費とその調達方法

当初より行政からの支援（補助金）を受けずに実施

収入：チケット換金差額

費用：ポスター・マップ印刷費、アルバイト代、イベント用電車バス代金など

4. 実施体制

- ・主催 函館西部地区バル街実行委員会

12名の有志メンバーとイベント時20名～25名のアルバイトで構成

5. その他

- ・マナー化への対策

特に対策は講じていないが、新規参加店の開拓、地域外店舗の出店要請、協賛イベントの受け入れなどに努めている。

- ・質の維持について

参加の申請があれば、すべて参加できる訳でなく実行委員会の方で審査して判断している。

## 伊丹まちなかバルについて

1. 主催 伊丹中心市街地活性化協議会
2. 開催状況
- |      |                |
|------|----------------|
| 第1回  | 2009年10月17日(土) |
| 第2回  | 2010年5月22日(土)  |
| 第3回  | 2010年9月19日(日)  |
| 第4回  | 2011年5月21日(土)  |
| 第5回  | 2011年11月12日(土) |
| 第6回  | 2012年5月19日(土)  |
| 第7回  | 2012年10月20日(土) |
| 第8回  | 2013年5月18日(土)  |
| 第9回  | 2013年11月2日(土)  |
| 第10回 | 2014年5月17日(土)  |
3. 参加店数と売上冊数
- |      |      |          |
|------|------|----------|
| 第1回  | 54店  | 1,500冊   |
| 第2回  | 80店  | 2,300冊   |
| 第3回  | 82店  | 2,400冊   |
| 第4回  | 93店  | 3,000冊   |
| 第5回  | 99店  | 3,100冊   |
| 第6回  | 91店  | 4,100冊   |
| 第7回  | 95店  | 4,400冊   |
| 第8回  | 107店 | 5,400冊   |
| 第9回  | 105店 | 5,000冊   |
| 第10回 | 112店 | 資料作成時実施中 |
4. 経費とその調達方法
- ・収入 県の「まちなかにぎわいづくり一括助成事業」より50万円の助成(初回のみ)  
マップは無料配布の為、売上があっても補助金返還対象とならなかった。  
チケット代金の一部を運営費(※1)として徴収。  
※1 次回のバル事業の経費にも充当している。
  - ・支出 マップ・チケット・ちらし・ポスター印刷費、いたみタウンセンターの事務費・広告宣伝費・オトラクの実施費用(第1回目はなし)
  - ・前回の換金差額で次回の運営費を捻出。2回目補助金等の金銭的支援を受けていない。

## 5. 実施体制

「伊丹まちなかバル」は店主、NPO 法人、行政、商工会議所が関わっている。伊丹市中心市街地活性化協議会の事務局 NPO 法人いたみタウンセンター（事務局長とアルバイト 2 名）が実行委員会の事務のすべてを担う。市と会議所が会議の出席や準備の手伝いを手分けして行うほか、前日には 4 名ずつ、当日には 6 名ずつ現場の運営に協力している。その他、多くの市民ボランティアも活躍している。

## 6. バルサミットについて

2009 年の伊丹での第 1 回開催以降、近畿地区では多くの地域でバルに取り組みられています。そこで、バルを開催した地域、これから開催しようとする地域の相互の情報交換を目的として、『近畿バルサミット』が開催され、『近畿バルネットワーク協議会』を発足。

## 7. その他

- ・伊丹まちなかバルと同時に開催されるイベント

伊丹オトラクな一日（音楽イベント）街角、軒先、店内等で演奏

- ・マンネリ化への対策

音楽イベントの開催、お酒のふるまい、プレゼントが当たる抽選会の実施（第 10 回は伊丹の地酒 100 本プレゼント）

- ・質の維持について

参加店舗の審査なし 各店舗の料理の質は店へ直接帰ってくるので実行委員会としてはがんばってほしいと伝えている 店から相談があった時は助言を行っている

- ・兵庫県まちなかにぎわいづくり一括助成事業補助金

▽補助要件

- ・補助対象地区（被災市内において、以下のどちらかの要件を満たす地区）
- ・補助対象者（被災地域内に活動の本拠を置き、まちなかにぎわいづくりを主体的かつ継続的に推進できると認められる団体）
- ・補助対象事業（地域の特色に応じたまちなかにぎわいづくりにつながる新しい取り組みであり、対象事業項目のいずれかにあたる事業）
  - ア：地域内の複数の団体が連携し、地域全体を巻き込んで実施される事業
  - イ：大学との連携、企業等の協賛が見込まれる事業
  - ウ：地域の将来を考え、現状を変革するきっかけとなるような事業
  - エ：少子・高齢化や環境問題等、地域の抱える課題の解決が期待できる事業
  - オ：地域資源を掘り起こし、それを活用して地域の再生を図ろうとする事業
- ・補助限度額（1 事業当たり 10,000 千円）

東大阪市中小企業振興会議  
地域商業の魅力と活力の再生検討部会の開催経過

平成25年11月5日（火）第1回地域商業の魅力と活力の再生検討部会

- 商店街と大型店の連携について

平成26年1月29日（水）第2回地域商業の魅力と活力の再生検討部会

- 商店街とコンビニエンスストアとの連携について
- 「商店街と地域との連携のあり方」中間報告についての検討

平成26年6月4日（水）第3回地域商業の魅力と活力の再生検討部会

- 商店街と飲食店（まちなかバル）の連携について

平成26年7月16日（水）第4回地域商業の魅力と活力の再生検討部会

- 「商店街と地域との連携のあり方」最終報告書（案）についての検討

東大阪市中小企業振興会議委員 地域商業の魅力と活力の再生検討部会委員名簿

平成26年8月現在

	委員氏名	役 職 等	
	太田 浩司	株式会社近鉄百貨店東大阪店	店長
	大西 由起子	東大阪観光協会	会長
	角井 勝美	光輝物流株式会社	代表取締役社長
	寺尾 昇三	センター建設株式会社	代表取締役会長
部会長	中嶋 嘉孝	大阪商業大学総合経営学部	准教授
	平井 良彦	東大阪市小売商業団体連合会	会長代行
	矢沢 文浩	株式会社商工組合中央金庫東大阪支店	支店長
	脇田 恒夫	公募委員	

※五十音順、敬称略

# 農業振興検討部会（検討報告）平成26年8月6日

## 1 これまでの議論の進め方と検討内容

1. 第1回農業振興検討部会 H25.11.28（木）
  - 議論テーマ 「部会の進め方と検討テーマ」
  - 議論内容 各委員の自己紹介と市内農業への関わり、認識など
  - まとめ 部会の位置付けや現状を確認  
 次回は本市総合計画後期基本計画（農業施策）に関して検討を行う
2. 第2回農業振興検討部会 H26.1.30（木）
  - 議論テーマ 「東大阪市総合計画 後期基本計画の農業施策について」
  - 議論内容 農業振興施策にかかる法令関係の整理と、現状の課題など
  - まとめ 今回のテーマに基づき次回も継続して検討を行う
3. 第3回農業振興検討部会 H26.7.18（金）
  - 議論テーマ 「農業振興施策について」
  - 議論内容 これまでの議論からテーマを絞り、「遊休化されている農地」「体験農園、貸農園」を中心に検討を行う
  - まとめ
    - 1) 農家サイドの営農支援に関する需要と、市民・消費者サイドの援農や農業に関するニーズは上手くマッチングするのか
    - 2) 両者のニーズ、接点が上手くマッチしたシステムを探っていく必要があり、(今回のテーマに基づき) 次回も継続して検討を行う

## 2 これまでの議論で見えてきた課題

### 1. 都市農業経営が抱える課題

本市における農業は、現在は消費地の中に点在する存在となっており、技術力・生産意欲が高いものの、農地面積も小規模なものが殆どであり、市内で細々と農業を行う状況になっている。また、全国的な人口減少、少子高齢化が進むなかで、本市農業も就農

者の高齢化や後継者の育成、農地の継承など、構造的課題を抱える状況にある。とりわけ都市農業においては農地を維持・継承していく上で、相続による農地の細分化、相続税納税のための物納、不在地主の増加、そして相続税納税猶予・生産緑地に関する様々な制約・制限があり、それに伴う相続税、固定資産税などの税負担への対応は、都市農家が抱える課題となっている。

また、昭和40年代に都市化の進行により整備された農業用水利施設を始めとする農業生産基盤施設については、交通車両の大型化、地盤沈下、経年劣化による損傷、農地が点在、農家が減少する中で水利団体の維持管理・改修費用費の応益負担には限界がある状況となっている。

### 2. 安全で安心できる農産物を求める消費者ニーズの高まり

東大阪市においては、都市域のなかの農業という立地条件にあり、地元の新鮮で安全・安心な農産物を市民・消費者に提供でき、農地は貴重な緑地・防災空間機能など、市民の農業への期待は高いものがある。

現在、その大きな柱として本市も参画する東大阪市農業振興啓発協議会が「ファームマイレージ」運動に取り組み、「消費者が安心できるエコ農産物の生産推進を行い、市民・消費者に提供し、安全なエコ農産物の優先的な消費を促し、場合によっては生産者と消費者が交流する」事業を展開している。

### 3. 都市農業の振興を図るには

こういった生産者と消費者を繋ぎ、生産者には消費者ニーズにタイムリーに対応できる環境を創りだし、市民・消費者には本市農業への意識・関心を高めてもらう、食育関係の事業との連携も大切にしながら、生産者・市民・消費者が共になって地場農業を持続的に守り育てていくことを、目的とした支援等の事業が必要であるとする。

## 3 今後の議論の進め方

1. 「東大阪市総合計画後期基本計画」農業部門の主な施策から当面は次の項目について検討を行う

- 1) 「安全で新鮮な農産物を消費者に届けます」および「東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信」
  - 2) 「農業と農地空間の担い手を育てます
  - 3) 「農地空間の持つ価値や機能を生かします」
2. これまでの議論における主な意見（市民の目線からみた課題や期待など）から検討を行う
- 1) 休耕地の活用～以前に休耕地の様にみえる農地で、菜の花を栽培し油の収穫から廃油キャンドルづくりを体験したが、この様な有効利用はできないか
  - 2) 農産物のブランド化～司馬遼太郎の「菜の花忌」と繋げ、菜の花を本市の観光資源化にできないか、あるいは付加価値の高い農産物などの特産品はつukれないか  
→現在、東大阪ではエコ農産物を地域ブランドとして推進している
  - 3) 貸農園・福祉農園・体験農園～活用を進めていければ、市民のニーズにも応え、農地の保全にも繋がるものができるのではないか
3. 上記を踏まえて、農地を保全し農業を守り、継承していく仕組みづくり。  
市民が農業に参加し、農地を利用できる仕組みについて、引続き検討を進める。

#### 4 今後のスケジュール

平成26年10月

第4回農業振興検討部会を予定

平成26年11月

第5回中小企業振興会議 経過（進捗）報告

# H25中小企業振興施策 実施状況報告

平成26年8月  
経済部



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

中小企業のまち  
東大阪市

## 部門別計画 第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり

### 第21節 モノづくりが元気なまち

- 4-21-1 モノづくり企業の高付加価値化を支援します
- 4-21-2 「モノづくりのまち東大阪」を次の世代に引き継ぎます
- 4-21-3 モノづくり企業の販路開拓を応援します
- 4-21-4 地域経済の連携、交流に取り組みます

### 第22節 買い物しやすいまち

- 4-22-1 特色ある商業集積地域づくりを支援します
- 4-22-2 「元気な店舗グループ」の活動を支援します
- 4-22-3 地域資源の活用で集客力を強化します
- 4-22-4 安心して快適に買い物ができる環境づくりを進めます

### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

- 4-23-1 安全で新鮮な農産物を消費者に届けます
- 4-23-2 東大阪市の特産物を地域ブランドとして発信します
- 4-23-3 農業と農地空間の担い手を育てます
- 4-23-4 農地空間の持つ価値や機能を生かします
- 4-23-5 有害鳥獣被害への対策を進めます

## 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

- 4-24-1 居住環境と工場の操業環境の共生を進めます
- 4-24-2 金融面から産業活動を支援します
- 4-24-3 経済施策情報を分かりやすく発信します
- 4-24-4 クリエイション・コア東大阪を有効に活用します

## 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

- 4-25-1 働きがいのある労働環境づくりを支援します
- 4-25-2 安心して働ける労働環境づくりを支援します
- 4-25-3 若者の就業を応援します
- 4-25-4 就職に困っている人の雇用を促します
- 4-25-5 高齢者の生きがい就労を応援します

## 第2部 市民文化を育むまちづくり

### 第8節 多くの国・地域や二つの交流が育まれるまち

- 2-8-5 東大阪市の魅力をつくり、発掘し、発信します

# 東大阪市中小企業振興条例

---

中小企業のまち  
東大阪市

## 第9条 中小企業の振興に関する施策

- 1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策
- 2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策
- 3 中小企業者の販路拡大のための施策
- 4 中小企業者の経営資源を強化するための施策
- 5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策
- 6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策
- 7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策
- 8 中小企業者のグローバル化のための施策
- 9 中小企業者の労働環境を整備するための施策
- 10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策
- 11 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策

## H25中小企業振興施策実施状況評価一覧

所管課	事業名	評価	掲載頁
<b>1 中小企業者の産業集積の活性化及びネットワークを強化させるための施策 (評価A・Bの割合 60.0%)</b>			
商業課	共同施設設置助成事業	A	18
商業課	空き店舗活用促進事業	A	16
商業課	商業振興コーディネート事業	A	15
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	A	6
モノづくり支援室	中小企業都市連絡協議会経費	A	12
商業課	個店経営者育成セミナー事業	B	16
商業課	元気グループ推進支援事業	C	14
商業課	地域密着型支援事業	C	14
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業(高付加価値化支援事業)	C	7
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業(知的財産支援事業)	D	7
商業課	商業振興補助金	—	17
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	—	17
商業課	地域資源活用・広域集客型支援事業	—	15
モノづくり支援室	異業種交流促進事業	—	13
モノづくり支援室	創業促進インキュベーション支援事業	—	8
<b>2 中小企業者の操業環境の確保及び市民の住環境との調和を推進するための施策 (同割合 42.9%)</b>			
商業課	空き店舗活用促進事業	A	16
農政課	農業啓発推進事業	A	22
農政課	都市農業活性化農地活用事業	B	24
農政課	有害鳥獣捕獲対策事業	C	23
農政課	花とみどりいっぱい運動事業	D	22
モノづくり支援室	モノづくり立地促進事業	D	5
モノづくり支援室	住工共生のまちづくり事業	D	5
<b>3 中小企業者の販路拡大のための施策 (同割合 77.8%)</b>			
商業課	観光振興事業	A	18
農政課	農業啓発推進事業	A	22
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	A	6
モノづくり支援室	技術交流プラザ事業	A	9
モノづくり支援室	見本市等出展事業・海外販路拡大事業	A	9
農政課	都市農業活性化農地活用事業	B	24
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	B	10
商業課	元気グループ推進支援事業	C	14
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	D	8
商業課	地域資源活用・広域集客型支援事業	—	15
モノづくり支援室	クリエイション・コア常設展示場出展支援事業	—	11
モノづくり支援室	環境ビジネス事業	—	13
モノづくり支援室	産業振興PR経費	—	12

<b>4 中小企業者の経営資源を強化するための施策 (同割合 72.7%)</b>			
商業課	共同施設設置助成事業	A	18
商業課	空き店舗活用促進事業	A	16
商業課	商業振興コーディネート事業	A	15
農政課	農業啓発推進事業	A	22
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	A	6
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	A	6
商業課	個店経営者育成セミナー事業	B	16
農政課	都市農業活性化農地活用事業	B	24
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業(高付加価値化支援事業)	C	7
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術力アピール事業(知的財産支援事業)	D	7
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	D	8
経済総務課	中小企業振興会議	—	26
商業課	商業振興補助金	—	17
商業課	商店街環境整備維持管理事業補助金	—	17
モノづくり支援室	環境ビジネス事業	—	13
<b>5 中小企業者の人材の育成・事業承継に関する施策 (同割合 87.5%)</b>			
農政課	農業啓発推進事業	A	22
農政課	農産物展示品評会経費	A	23
農政課	優良農家優良団体表彰事業	A	24
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	A	6
労働雇用政策室	障害者雇用促進事業	A	21
商業課	個店経営者育成セミナー事業	B	16
モノづくり支援室	モノづくり教育支援事業・東大阪市少年少女発明クラブ補助金	B	10
労働雇用政策室	モノづくり若年者等就業支援事業	D	20
経済総務課	東大阪市CSR経営表彰(東大阪市企業・従業員表彰事業)	—	27
労働雇用政策室	東大阪市優良永年勤続従業員表彰(東大阪市企業・従業員表彰事業)	—	27
モノづくり支援室	ビジネスセミナー開催経費	—	11
<b>6 中小企業者の資金調達の円滑化を促進させるための施策 (同割合 100.0%)</b>			
経済総務課	中小企業融資事業	A	25
<b>7 中小企業者の創造的な事業活動の促進のための施策 (同割合 64.3%)</b>			
商業課	観光振興事業	A	18
商業課	空き店舗活用促進事業	A	16
商業課	商業振興コーディネート事業	A	15
農政課	農産物展示品評会経費	A	23
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	A	6
モノづくり支援室	産業技術支援センター整備事業	A	6
商業課	個店経営者育成セミナー事業	B	16
モノづくり支援室	東大阪ブランド推進事業	B	10
商業課	元気グループ推進支援事業	C	14
商業課	地域密着型支援事業	C	14

モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術カアピール事業(高付加価値化支援事業)	C	7
モノづくり支援室	モノづくりのまち東大阪技術カアピール事業(知的財産支援事業)	D	7
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	D	8
経済総務課	中小企業振興会議	—	26
経済総務課	東大阪市CSR経営表彰(東大阪市企業・従業員表彰事業)	—	27
労働雇用政策室	東大阪市優良永年勤続従業員表彰(東大阪市企業・従業員表彰事業)	—	27
商業課	地域資源活用・広域集客型支援事業	—	15
モノづくり支援室	環境ビジネス事業	—	13
<b>8 中小企業者のグローバル化のための施策 (同割合 66.7%)</b>			
モノづくり支援室	モノづくりワンストップ推進事業	A	6
モノづくり支援室	見本市等出展事業・海外販路拡大事業	A	9
モノづくり支援室	東大阪デザインプロジェクト事業	D	8
<b>9 中小企業者の労働環境を整備するための施策 (同割合 66.7%)</b>			
労働雇用政策室	若者自立支援事業	A	20
労働雇用政策室	障害者雇用促進事業	A	21
労働雇用政策室	障害者就業啓発事業	A	19
労働雇用政策室	ワークサポート事業	B	19
労働雇用政策室	若年者等トライアル雇用事業	C	21
労働雇用政策室	モノづくり若年者等就業支援事業	D	20
<b>10 中小企業者の魅力等の情報発信を行うための施策 (同割合 75.0%)</b>			
商業課	観光振興事業	A	18
農政課	農産物展示品評会経費	A	23
農政課	優良農家優良団体表彰事業	A	24
モノづくり支援室	技術交流プラザ事業	A	9
モノづくり支援室	見本市等出展事業・海外販路拡大事業	A	9
モノづくり支援室	モノづくり教育支援事業・東大阪市少年少女発明クラブ補助金	B	10
商業課	地域密着型支援事業	C	14
農政課	花とみどりいっぱい運動事業	D	22
経済総務課	中小企業情報提供事業	—	25
商業課	商業振興補助金	—	—
商業課	地域資源活用・広域集客型支援事業	—	15
商業課	商業振興補助金	—	17
モノづくり支援室	産業振興PR経費	—	12
<b>11 前各号に掲げるもののほか、市長が必要と認める施策 (同割合 1%)</b>			
経済総務課	防犯関係経費	—	26

## 【様式の見方】

所属	所属名を記載	No.	通しNo.
事業名	事業名を記載	平成25年度 目標達成度	
事業概要	事業全体の大まかな内容について記載	目標①、②の達成度に対して、目標が1つの場合は、A: 8~7点、B: 6~5点、C: 4~3点、D: 2点として目標達成度を記載。目標が2つの場合はA: 4点、B: 3点、C: 2点、D: 1点として、8~7点=A、6~5点=B、4~3点=C、2点=Dとして目標達成度を記載	
H25 決算	H25決算額を記載	H26 予算	H26予算額を記載
振興 施策	東大阪市中小企業振興条例に規定される中小企業振興施策番号を記載		
事業番号 マニフェスト No.	第2期市政マニフェスト 事業に関連するマニフェスト項目(公約項目欄)を記載		第2次総合計画後期基本計画 部門別計画 部 節 取り組みのあらし 第2次実施計画体系に該当する箇所の部・節・取り組みのあらし番号を記載
指標①	事業を客観的に評価するための基準を記載	指標②	同左
指標の 説明・計算式	指標の説明・計算式等を記載	指標の 説明・計算式	同左
	H25	H26	H25達成度
目標①	H25目標を記載	H26目標を記載	平成25年度目標に対する達成度を記載。(100%=A、80~100%未満=B、50~80%未満=C、50%未満=D)
実績①	H25実績を記載		目標② 同左 実績② 同左
事業実績 (平成25年度)	平成25年度の取り組み内容を記載		
課題・問題点	平成25年度に取り組んだ改善策のうち、主に実施できなかった内容や、事業実績に記載した内容を実施する中での課題・問題点を記載		
平成26年度に向けた改善策	上記の課題や問題点を具体的にどのように改善していくかを記載		

※各施策の評価A・Bの割合は、評価「—」はカウントしていない

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	1
----	--------------	-----	---

事業名	住工共生のまちづくり事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	東大阪市住工共生のまちづくり条例を制定し、製造業集積の維持・継承に向けた環境づくりを積極的に推進しつつ、良好な住環境を確保する。	D

H25 決算	30,939千円	H26 予算	37,780千円	振興 施策	2		
-----------	----------	-----------	----------	----------	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
39-2	住環境と工場の操業環境の共生を図るため、「(仮称)住工共生のまちづくり条例」を制定します。	部 節 取り組みのあらまし
		4 24 1

指標①	住宅・工場間における相隣環境対策支援件数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	5件 5件	目標②	
実績①	2件	実績②	

事業実績 (平成25年度)	住宅側から申し立てられた騒音や振動の苦情についてモノづくり企業が実施する建築物、設備等の改善対策に対して補助金を交付した。また、モノづくり推進地域等での住宅建築等のルールを開始し、住工共生のまちに向けた動きを始めた。
課題・問題点	補助金額の拡充、条例や補助制度の周知を図る必要がある。
平成26年度に に向けた改善策	補助金額や制度の拡充。PRをさらに積極的に行う。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	2
----	--------------	-----	---

事業名	モノづくり立地促進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	工業専用地域や工業地域において、新たに製造業を営む場合や工場を建設する場合などに、土地・建物にかかる都市計画税および固定資産税相当額の一定割合の補助金を交付することで、製造業の立地と定着を図る。	D

H25 決算	21,300千円	H26 予算	15,954千円	振興 施策	2		
-----------	----------	-----------	----------	----------	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 24 1

指標①	補助事業活用による新規立地件数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	3件 3件	目標②	
実績①	0件	実績②	

事業実績 (平成25年度)	平成25年度は、補助金の相談はあったものの、当該補助金の対象となる企業はなかった。
課題・問題点	今後も様々な形で広報を行い、本補助事業を活用していただけるよう、よびかけていく必要がある。
平成26年度に に向けた改善策	補助対象地域を「工業地域及び工業専用地域」から「工業専用地域及びモノづくり推進地域(工業地域と準工業地域のほとんどの地域)」まで制度拡充する。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	3
----	--------------	-----	---

事業名	モノづくりワンストップ推進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	さまざまな発注案件に対応した企業を紹介する受注拡大サポートや、販路系や技術系の専門家の積極的な企業訪問などにより、企業が抱えるさまざまな課題解決に向けた相談に応じるなど、企業をきめ細かく支援する。	A

H25 決算	21,539千円	H26 予算	22,723千円
-----------	----------	-----------	----------

振興 施策	3	4	7	8
----------	---	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	24	3

指標①	相談対応件数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	4,200件	4,200件	A	目標②			
実績①	4,814件			実績②			

事業実績 (平成25年度)	各コーディネータが市内企業を訪問し、市・府・国の施策を紹介するとともに、企業の抱える課題・ニーズの掘り起こしを行い、サポートや適切な支援機関につなぐ等のサービスを実施した。また、さまざまな発注案件に対応した企業を紹介した。
------------------	---

課題・問題点	中小ものづくり高度化法に基づき、特定ものづくり基盤技術が11技術へと抜本的に改正に伴い、中小企業、自らが有する強みとなる技術により、ものづくりを大局的・主体的視点から提案できる中小企業への革新を図るため、どのような「用途」を提供できる技術なのかを再認識する必要がある。
--------	--

平成26年度に 向けた改善策	「日本再興戦略」(25年6月14日閣議決定)に記載されている、医療、環境分野などの成長分野進出へ橋渡しとなるようマッチング支援を実施していく。
-------------------	---

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	4
----	--------------	-----	---

事業名	産業技術支援センター整備事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	中小企業単独では整備することが困難な測定機器などの整備を行い、整備した機器などの情報を広く発信し、企業の利用に供することで、中小企業の技術力などの向上につなげる。	A

H25 決算	16,905千円	H26 予算	42,300千円
-----------	----------	-----------	----------

振興 施策	1	4	5	7
----------	---	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	試験機器・測定機器の利用件数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	1,700件	1,700件	A	目標②			
実績①	2,256件			実績②			

事業実績 (平成25年度)	平成25年度の利用件数は2,256件で対前年比124%の使用実績であり、適切な利用サービスを実施することができた。
------------------	---

課題・問題点	一部の既存機器が経年劣化し、機器が使用できなくなりつつあるため、利用者のニーズを踏まえ、予算の範囲内で、随時、既存機器を更新する必要がある。
--------	--

平成26年度に 向けた改善策	利用者ニーズ、機器整備の必要性等を見極めながら、機器の導入・更新を行なっていく予定。
-------------------	--

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	5-1
----	--------------	-----	-----

事業名	モノづくりのまち東大阪技術力アップ事業 (知的財産支援事業)	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内製造業が特許取得支援事業補助金を活用することで、新技術・新製品の開発を促進させるとともに、知的財産の創造・活用を推進し、製品の付加価値化への転換を図ることを支援する。	D

H25 決算	0千円	H26 予算	1,000千円
-----------	-----	-----------	---------

振興 施策	1	4	7
----------	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト
39-3	知的財産の活用を推進し、市内企業がつくり出す製品の高付加価値化を促します。

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	特許取得支援事業補助金補助件数			指標②	知的財産が主題となったビジネスセミナーの参加者数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	7件	7件	D	目標②	40人	40人	D
実績①	0件			実績②	0人	—	

事業実績 (平成25年度)	クリエイション・コア東大阪にて、特許権に関する展示会等を計3回実施。
課題・問題点	よりイベント等を開催し、市内企業へ特許権の重要性を伝える必要がある。
平成26年度に 向けた改善策	今後も市内企業へ特許権の重要性を伝えていく。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	5-2
----	--------------	-----	-----

事業名	モノづくりのまち東大阪技術力アップ事業 (高付加価値化支援事業)	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内企業の新製品開発やグループでの研究など新たな取り組みを促進し、モノづくりの工程である「企画・設計・開発」→「試作」→「製品化」を体系的に支援する。	C

H25 決算	7,601千円	H26 予算	10,644千円
-----------	---------	-----------	----------

振興 施策	1	4	7
----------	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	製品化に至った補助件数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	5件	5件	C	目標②			
実績①	3件			実績②			

事業実績 (平成25年度)	時期をずらし、3回に分け公募を実施。10件の事業提案があり内8件の採択し、8事業に対し補助金を交付した。いずれの事業も製品化に向けた試作品の完成や一定の技術研究の成果があり、うち3件は製品化に至った。
課題・問題点	補助金額こそ少額であるものの、自社製品の開発を目指す中小企業にとっては、取り組みを始めるきっかけとなっており、事業のさらなる周知を図るとともに、デザインプロジェクト事業や環境ビジネス事業など他の事業との効果的な連携を図っていく必要がある。
平成26年度に 向けた改善策	日頃、ワンストップ相談業務にあたる技術及び販路コーディネーターは、市内企業の動きをより把握しており、本事業について、コーディネーターが直接的に事業を進めることにより、研究開発から販路開拓まで一気通貫によるきめ細やかな支援が可能となることから、(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構を事業実施主体とする。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	6
----	--------------	-----	---

事業名	創業促進インキュベーション支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	クリエイション・コア東大阪内の「インキュベートルーム」に地域の技術集積を活用して、新たな事業を創出し、展開しようとしている企業・ベンチャー企業等の家賃を一部補助する。また、企業等が商談や企業間交流を行う共用スペースである「コミュニケーションスペース」を確保する。	

H25 決算	3,737千円	H26 予算	8,355千円	振興 施策	1			
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 24 4

指標①	支援企業数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	- 10社	目標②	
実績①	6社	実績②	

事業実績 (平成25年度)	補助対象企業6社に対し、金額2,009,000円の家賃の補助を行った。 また、クリエイション・コア東大阪北館4階のコミュニケーションスペース(入居企業の交流の場)の賃借料・電気代を支出(賃借料1,575,000円、電気代152,929円)
課題・問題点	モノづくり支援拠点としてのクリエイション・コア東大阪の機能の一翼を担う本事業について、さらなる積極的なPRが必要。
平成26年度に 向けた改善策	(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構へ実施主体を変更することで、市内企業に精通したコーディネーターから本事業の情報提供を効果的・効率的に行う。さらに、同支援機構はクリエイション・コア東大阪内に事務所を構えるため、入居機関とのより緊密な連携が図れ、スムーズな運用を目指す。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	7
----	--------------	-----	---

事業名	東大阪デザインプロジェクト事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	企業が製品デザインで競争力を備えるため、著名な工業デザイナーによる、デザイン力向上に関する啓発や助言などの活動を通して、魅力あるデザイン製品を創出する。	D

H25 決算	4,586千円	H26 予算	2,900千円	振興 施策	3	4	7	8
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
39-4	市内企業がつくり出す製品の付加価値化を更に高めるとともに、「モノづくりのまち東大阪」で生み出されるデザイン製品を、世界に向けて発信します。	部 節 取り組みのあらまし
		4 21 1

指標①	デザインクリエイティブアドバイザーが取組成果で発表する製品数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	5製品 5製品	目標②	
実績①	2製品	実績②	

事業実績 (平成25年度)	市内企業への製品デザイン力の向上に向け、デザインの重要性、とりわけ「介護ロボット等の製品づくり」「豊かな生活に融合する製品づくり」をテーマにセミナーを3回開催。併せて製品アドバイス会を開催し、市内企業が製品を持ち込み、直接アドバイスを受けた。3月には、デザインプロジェクトの製品発表会・報告会を開催し、取り組みについて広く発信した。
課題・問題点	デザインという概念には、製品の外観だけでなくマーケットニーズ・素材・コスト・品質・機能・安全性・使い勝手・パッケージング・プロモーション・販売方法などの観点をうまくまとめあげていくという考えもあり、正しい認識を持つよう啓発していくとともに、成功事例の成果を輩出してスムーズに取組める環境を整えていく必要がある。
平成26年度に 向けた改善策	これまでデザインセミナー開催し、デザインの重要性を啓発してきたが、今後は、市内企業が複数社連携し、具体的な製品開発を行っていく動きを支援していく。(例)介護関連の製品、豊かな生活を生み出す製品など

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	8
----	--------------	-----	---

事業名	技術交流プラザ事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内製造業者の情報発信・販路開拓を支援するため、製造業検索サイト「東大阪市技術交流プラザ」を運営する。	A

H25 決算	6,500千円	H26 予算	6,973千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	3	10		
----------	---	----	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	21	3
4	24	3

指標①	サイト全体のページビュー数			指標②	技術交流プラザ登録企業数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	700,000件	720,000件	A	目標②	1,100件	1,120件	A
実績①	700,148件			実績②	1,120件	—	
事業実績 (平成25年度)	未登録企業に対し積極的に登録の呼びかけを行った結果、44社から新規申し込みがあった。また、本サイトへのアクセスの向上を図り、1件でも多くの発注案件を呼び込むため、インターネットを活用した広告を実施。主にYahooでの検索連動型広告を実施した結果、通常月に比べ、問い合わせ件数が3倍になった。						
課題・問題点	本サイトのアクセス状況を分析すると、(良い点)新規訪問者の割合が高いものの、(悪い点)その直帰率が非常に高い状態になっている。本サイトの利用者にとって、目的を果たしやすく、活用しやすいページとなるようトップページやページ構成の改善を図り、1件でも多くの受発注につながる必要がある。						
平成26年度に 向けた改善策	東大阪商工会議所が発行する冊子「もうかりメッセ」が改訂される年度であることから、本サイトに未掲載の企業に対しては、積極的に呼びかけ、確実に掲載につながるようフォローしていく。						

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	9
----	--------------	-----	---

事業名	見本市等出展事業 海外販路拡大事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内製造業者が展開する積極的な販路拡大を支援するため、国内外における商談や交流の機会を設ける。	A

H25 決算	4,974千円	H26 予算	4,000千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	3	8	10	
----------	---	---	----	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	21	3

指標①	海外見本市など出展補助件数			指標②	もうかりメッセ東大阪での引き合い件数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	5件	5件	A	目標②	—	5,000件	
実績①	6件			実績②	—	—	
事業実績 (平成25年度)	海外見本市に出展された企業に対し補助金交付を行った。この他、(公財)東大阪市産業創造労働者支援機構のコーディネータが直接訪問やメール、電話等により、企業への情報提供や取引の支援を行った。						
課題・問題点	コーディネータの支援について、より深い対応をしていく必要がある。						
平成26年度に 向けた改善策	コーディネータの支援について、より深い対応をしていく。						

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	10
----	--------------	-----	----

事業名	東大阪ブランド推進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内製品の多様性と集積を「東大阪ブランド」という都市ブランドの下、広く認知されるようにPR活動を行い、「東大阪ブランド」に認定された製品の販路拡大をめざすとともに、都市イメージを向上させる。	B

H25 決算	3,927千円	H26 予算	5,587千円	振興 施策	3	7
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
39-5	市内企業がつくり出す最終製品を「東大阪ブランド製品」として認定し、国内外へ向け効果的、総合的に情報発信するとともに、「モノづくりのまち東大阪」の企業の優位性や「東大阪ブランド製品」が広く認知されるような取り組みを進めます。	部 節 取り組みのあらまし
		4 21 3

指標①	ブランド認定製品数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	150製品 160製品	目標②	
実績①	137製品	実績②	
事業実績 (平成25年度)	1. 昨年度に引き続き、新たに加わった会員企業による理事を中心に、事業の企画などへも会員企業の積極的な参画を呼びかけ、自立的な運営に向けた取り組みを進めた。ビジョン策定勉強会や事業検討会の実施など。 2. 新規認定 のべ6社7製品の申請があり、5社6製品を新規認定。 3. 各種展示会などでのブランドPR テクノメッセ東大阪など。 4. 大阪芸術大学、近畿大学との産学連携事業を実施。 5. 地域向けのイベントとして「モノづくりひろばHIGASHIOSAKA」を開催。		
課題・問題点	現時点では、平成26年度末を目処に法人化する方向で検討を開始しており、団体の自立化に向け、早々に準備に取り掛かる必要があるが、会員企業の意識改革、自主運営のための収入財源の確保が急務である。		
平成26年度に 向けた改善策	平成24年度、新しく会員企業からの理事を加え、この間取り組んできたことや今後実施していく具体的な事業について、会員企業に周知徹底し、参画企業を増やしていく。会員企業の技術力や商流に関する情報を落とし込んだ企業プロフィールシートを作成し、企業間の連携、交流を加速させる。		

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	11
----	--------------	-----	----

事業名	モノづくり教育支援事業 東大阪府青少年少女発明クラブ補助金	平成25年度 目標達成度
事業概要	小学校でのモノづくり体験教室の実施や、青少年少女発明クラブの支援により、次代を担う子どもたちの、モノづくりへの興味や関心を高め、モノを作る楽しさを知ることで、豊かな創造性を育むとともに、将来の産業を担う人材を育成する。	B

H25 決算	2,662千円	H26 予算	4,568千円	振興 施策	5	10
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
39-6	ものづくりに対する興味を抱いてもらうため、子どもの頃からものづくりに触れることのできる機会を提供します。	部 節 取り組みのあらまし
		4 21 2

指標①	体験教室参加児童数	指標②	発明クラブ活動への参加率
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	(延べ参加者数/定員×100)
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	4,500人 4,500人	目標②	80% 80%
実績①	3,511人	実績②	85% -
事業実績 (平成25年度)	【モノづくり教育支援事業】 のべ86校、188クラス、5,619人の応募中、のべ60校、116校、3,511人が当事業に参加した。 【青少年少女発明クラブ】 開催回数28回、延べ参加人数709人 なお、公開事業については、4月実施の「公開創作教室」において55名、8月実施の「夏休み親子ものづくり体験教室」において14名の参加があった。		
課題・問題点	【モノづくり教育支援事業】 できる限りたくさん子どもたちに当事業に参加してもらいたいが、授業数を増やすと企業の負担が増えてしまう。 【青少年少女発明クラブ】 今年度中に顕著に見られる参加率の低下を食い止めることが出来ず、引き続き、高い参加率を維持して		
平成26年度に 向けた改善策	【モノづくり教育支援事業】 体験教室のメニューを増やし、参加者の増加を図って参りたい。 【青少年少女発明クラブ】 昨年度に引き続き退会者が出ないよう配慮し、高い参加率安定を図って参りたい。		

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	12
----	--------------	-----	----

事業名	ビジネスセミナー開催経費	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内中小企業者の人材育成を積極的に推進し、新分野進出や業務改善、後継者育成等をはかるため、(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構がビジネスセミナー(営業・経営・法律・IT等のテーマ)を開催することを補助する。	

H25 決算	1,494千円	H26 予算	1,500千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	5			
----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	24	3

指標①	ビジネスセミナー参加数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	-	500人		目標②			
実績①	438人			実績②			

事業実績 (平成25年度)	平成25年度は、営業、経営、法律、IT等のテーマのビジネスセミナーを27回開催し、438名の参加があった。
課題・問題点	ニーズに沿ったビジネスセミナーの内容、テーマ設定が課題
平成26年度に 向けた改善策	市内企業を取り巻く環境を常に注視しながら、中小企業を取り巻く時代や環境の変化に対応し、なおかつ中小企業に必要と思われる内容のセミナーを設定していく。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	13
----	--------------	-----	----

事業名	クリエイション・コア常設展示場出展支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	クリエイション・コア東大阪の1階、2階の展示場に市内企業が製品や技術を展示することに対して出展支援を行う。補助対象者は市内企業のみで、出展開始後2年間、月額出展料の3分の1以内で補助金を交付する。	

H25 決算	870千円	H26 予算	1,116千円
-----------	-------	-----------	---------

振興 施策	3			
----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	24	4

指標①	支援企業数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	-	15社		目標②			
実績①	14社			実績②			

事業実績 (平成25年度)	補助対象企業14社に対し、870,000円の出展支援補助を行った。
課題・問題点	モノづくり支援拠点としてのクリエイション・コア東大阪の機能の一翼を担う本事業について、さらなる積極的なPRが必要。
平成26年度に 向けた改善策	(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構へ実施主体を変更することで、市内企業に精通したコーディネーターから本事業の情報提供を効果的・効率的に行う。さらに、同支援機構はクリエイション・コア東大阪内に事務所を構えるため、入居機関とのより緊密な連携が図れ、スムーズな運用を目指す。

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	14
----	--------------	-----	----

事業名	産業振興PR経費	平成25年度 目標達成度
事業概要	本市の製造業のポテンシャルを内外に広くアピールすることで、本市の認知度の向上と市内製造業の販路拡大を図ると共に、誘致対象企業を発掘し、具体的な立地に繋げていく。また、リージョンセンターに各地域内の企業製品を展示することにより、地元企業としての認識を高めさせるとともに、企業及び一般市民に広くPRを行い、受注機会の増大と販路の拡大を図る。	

H25 決算	731千円	H26 予算	426千円	振興 施策	3	10
-----------	-------	-----------	-------	----------	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 21 3
		4 24 3

指標①	地域内工業製品展示数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	- 80社	目標②	
実績①	67社	実績②	
事業実績 (平成25年度)	老朽化を理由に、展示場を平成25年度中に撤去し、平成26年度にリニューアルを予定していたため、平成25年度は製品の更新も行わず、現状のまま継続中である。		
課題・問題点	リニューアルを検討するほどに展示場の老朽化が進んでいる。また、地域によって展示状況に大きな差がある。		
平成26年度に 向けた改善策	現在の展示状況の改善のために、まずは展示製品の更新や展示企業の整理を行う。その後、展示企業を新たに募っていく。		

所属	経済部 モノづくり支援室	No.	15
----	--------------	-----	----

事業名	中小企業都市連絡協議会経費	平成25年度 目標達成度
事業概要	中小企業集積都市の自治体と商工会議所などが、産業構造や事業環境などの変化に対応するための共通の課題について意見を交換するとともに、国に対して政策を提言し、地域経済の活性化につなげる。	A

H25 決算	850千円	H26 予算	70千円	振興 施策	1
-----------	-------	-----------	------	----------	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 21 4

指標①	連絡会議開催回数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	3回 3回	目標②	
実績①	3回	実績②	
事業実績 (平成25年度)	平成9年に本市で中小企業都市サミットが開催されて以来、中小企業都市連絡協議会に加盟している都市の首長及び商工会議所会頭が集う中小企業都市サミットを隔年で実施している。平成25年度は、墨田区で8月8日(木)、9日(金)の2日間に渡って開催した。本協議会の連絡会議は、サミット開催に向けて首脳が議論するテーマのアウトラインを固めたり、国に提言する内容を協議した。サミット開催後は、サミットを振り返って、次回サミット、また加盟都市の今後の取り組みに生かす点等を議論した。		
課題・問題点	加盟都市の首長及び商工会議所会頭の各首脳が一堂に介するイベントであるため、各加盟都市の現状、課題等をより深く議論していくことが必要である。		
平成26年度に 向けた改善策	引き続きデータベース構築及び共同受注体制、営業体制の協議を行い、次回尼崎サミットに向けて、実施内容の検討や加盟都市間の緊密な連携を図る。		

所属	経済部 モノづくり支援室
----	--------------

No.	16
-----	----

事業名	環境ビジネス事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	環境に配慮した低炭素化社会に転換される上で生み出されるビジネスや求められる技術に市内の企業がいち早く対応できるよう、セミナーの開催や見学会等を行っている。また、市内企業に環境ビジネスの最新情報の提供を行う環境ビジネス参入の機運の醸成といった初期段階から、技術系コーディネータと連携した具体の研究開発グループの創成、販路開拓と段階ごとに支援を行っていくもの。	

H25 決算	422千円	H26 予算	500千円
-----------	-------	-----------	-------

振興 施策	3	4	7
----------	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1

指標①	環境ビジネス研究会登録企業数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25	H26	H25達成度
目標①	-	270社	
実績①	255社		

事業実績  
(平成25年度)

(公財)東大阪市産業創造勤労者支援機構に委託し、平成22年に作成したロードマップ(本市の産業構成に照らし市内企業がどのような分野から環境ビジネスへ参入を進めるべきかを示したもの)に掲載されたテーマを中心に、最新情報に関するセミナーの開催や見学会など情報提供を引き続き行った(見学会3回、セミナー4回を開催)  
情報提供を行っている環境ビジネス研究会メンバー登録者数は、255名まで増加(平成26年3月末現在)

課題・問題点

環境ビジネスは、そもそも成長分野のひとつとして捉えており、そのような成長分野へ参入していく企業体質・気風を市内製造業へ広げていく趣旨の下で実施してきた。然しながら、事業開始から5年が経過しようとする中で、これまでの環境分野のみならず、成長分野であるが市内で参入している企業が少なく、例えば「医療器具・機器」といった分野にも対象を広げていく必要がある。

平成26年度に向けた改善策

環境ビジネス以外の分野にも対象を広げ、セミナーや見学会を実施する。特に、医療分野においては、国内の高齢化に伴う医療行為受診者が増加していることに加え、国内医療現場では海外製の医療器具・機器がシェアを占めており、大幅な輸入超過となっていることから、国内シェアを獲得する余地が残されている。市内モノづくり企業のこれらの分野への参入を、後押しするセミナーを開催して参りたい。

所属	経済部 モノづくり支援室
----	--------------

No.	17
-----	----

事業名	異業種交流促進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	平成7年度に市内の異業種交流グループ間の情報交換や交流を図る目的で結成された、東大阪市異業種交流グループ連絡協議会の活動を支援することにより本市産業の活性化を図る。	

H25 決算	250千円	H26 予算	250千円
-----------	-------	-----------	-------

振興 施策	1		
----------	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	21	1
4	21	4

指標①	交流会の参加者数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25	H26	H25達成度
目標①	-	72人	
実績①	66人		

事業実績  
(平成25年度)

14団体の異業種グループが一堂に会し、情報交換を行った。また、尼崎市、大津市、堺市の他地域の企業と広域交流を図った。また、先端技術の視察会として、近畿大学で東大阪の地場産業ともいえる金型研究の情報を、大阪産業大学で燃料電池車等の自動車関連の先端技術等について情報収集を行った。

課題・問題点

市外企業との交流についても促進が必要である。

平成26年度に向けた改善策

市内異業種交流グループ間の交流にとどまらず、他グループや他地域の企業との交流を図り、ビジネスチャンス創出に注力する。

所属	経済部 商業課	No.	18
----	---------	-----	----

事業名	地域密着型支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	魅力あふれる商店街づくりや、大学・地域などと連携して行う事業など商店街自らの取り組みに対し、補助金を交付する。	#N/A

H25 決算	18,362千円	H26 予算	19,913千円
-----------	----------	-----------	----------

振興 施策	1	7	10
----------	---	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト
22-1	商業集積地における地域商業振興の担い手づくりと、事業者自らが施策メニューを利用できる体制づくりを支援し、地域の資源や人材を活かした地域に密着した商店街づくりを進めます。

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	1

指標①	企画提案団体数			指標②	にぎわいづくり事業実施団体数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	8団体	8団体	D	目標②	25団体	25団体	C
実績①	0団体			実績②	19団体	—	

事業実績 (平成25年度)	①企画提案型補助金申請なし。 ②にぎわいづくり事業補助金 19団体へ交付(岩田本通商店街振興組合、歳末チャリティイベントなど)
------------------	--

課題・問題点	平成25年度については、国の商店街に対するソフト事業への補助金(定額100%補助)があり、同補助金を利用傾向にある。
--------	--

平成26年度に 向けた改善策	平成26年についても、引き続き国の商店街に対するソフト事業への補助金(定額100%補助)があるため、本市の企画提案型補助金申請が少ないと予想される。商店街の事業内容に応じて活用頂けるよう努める。
-------------------	---

所属	経済部 商業課	No.	19
----	---------	-----	----

事業名	元気グループ推進支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	商店街組織を構成する事業者が、他の事業者や製造業者、農業者などと連携して、地域の商業を活性化させる取り組みに対し、補助金の交付やコーディネーターを派遣する。	C

H25 決算	685千円	H26 予算	1,000千円
-----------	-------	-----------	---------

振興 施策	1	3	7
----------	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	2

指標①	元気グループ推進支援事業への企画提案団体数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	2団体	2団体	C	目標②			
実績①	1団体			実績②			

事業実績 (平成25年度)	元気グループ推進支援事業として(瓢箪山未来創生クラブ)に対しコーディネーターの派遣及び助成金を交付した。 消費者に参加個店および瓢箪山地区のファンになってもらうことが今後の顧客づくりにつながると考え、各店主が個店でプロの知識等を提供する商店街ツアーを瓢箪山の元気商店グループが企画・実施した。あらかじめ定められた店舗をめぐる形式であるので、消費者にとってはこれまで足を運ばなかった店舗へ入店するきっかけづくりにもなり、商店街内の回遊性を生み出す契機ともなった。
------------------	---

課題・問題点	本事業が市内商店主グループへ周知されるよう努める必要がある。
--------	--------------------------------

平成26年度に 向けた改善策	本事業の事例・成果情報を共有することで、新たな若手事業者や意欲のある商店主グループを確保し地域商店街の活性化に努める。
-------------------	---

所属	経済部 商業課	No.	20
----	---------	-----	----

事業名	地域資源活用・広域集客型支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	商業振興ビジョンの基本方向「地域資源活用・広域集客型支援の強化」の具現化を図るための商業振興施策。これからの人口減少社会においては、本市における公共交通の利便性を活用して、各地域に潜在的に存在する資源を活用し、広域からも集客を図っていくことが重要な視点であり、その実現に向けた事業へ補助金を交付する。	

H25 決算	0千円	H26 予算	500千円
-----------	-----	-----------	-------

振興 施策	1	3	7	10
----------	---	---	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	3

指標①	企画提案団体数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25	H26	H25達成度
目標①	-	2件	
実績①	0件		
事業実績 (平成25年度)	企画提案型補助金申請なし。		
課題・問題点	平成25年度については、国の商店街に対するソフト事業への補助金(定額100%補助)があり、同補助金を利用傾向にある。		
平成26年度に 向けた改善策	平成26年についても、引き続き国の商店街に対するソフト事業への補助金(定額100%補助)があるため、本市の企画提案型補助金申請が少ないと予想される。商店街の事業内容に応じて活用頂けるよう努める。		

所属	経済部 商業課	No.	21
----	---------	-----	----

事業名	商業振興コーディネート事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	特色ある商業集積地づくりのため、商業振興に意欲的な商業集積地(モデル地区)を選定し、商業振興に関する事業提案を支援するとともに、取り組み成果を普及させる。	A

H25 決算	4,440千円	H26 予算	4,500千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	1	4	7	
----------	---	---	---	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	1

指標①	コーディネート地域からの事業提案数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25	H26	H25達成度
目標①	1件	1件	
実績①	1件		
事業実績 (平成25年度)	商業振興ビジョンの基本方針・基本方向の実現に向けた具体的な取組を推進し、その成果を普及することを目的にコーディネート業務を委託した。平成25年度のモデル地区「東大阪市金岡商店会」へコーディネーターを派遣し、ヒアリングやワークショップ等の手法を用いた課題設定や地域ニーズの掘り起こしを行い、「お店のファンが増える取り組み」を共通テーマに、全国的に注目されている商店街活性化事業「100円商店街」に向けた取り組みを支援した。		
課題・問題点			
平成26年度に 向けた改善策	平成25年度に引き続き、申請団体数目標値達成の為に事業PRを行う。		

所属	経済部 商業課	No.	22
----	---------	-----	----

事業名	空き店舗活用促進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	商店街が空き店舗などを活用して来客の増加やまちの活力・にぎわい回復事業を行う際、改装費や賃借料に対する補助金の交付やアドバイザーを派遣する。	A

H25 決算	3,740千円	H26 予算	7,953千円	振興 施策	1	2	4	7
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
22-2	商店街が自ら空き店舗を活用して取り組む、チャレンジショップや商店街の魅力を高めるための店舗開設等を支援します。	部 節 取り組みのあらまし 4 22 1

指標①	空き店舗活用促進事業の実施件数					
指標の 説明・計算式						
	H25	H26	H25達成度	H25	H26	H25達成度
目標①	3件	3件	A	目標②		
実績①	4件			実績②		
事業実績 (平成25年度)	空き店舗活用促進事業として次の4商店街団体へ補助金を交付した。 ・商店街の魅力を高める店舗：近大前商店会(継続・飲食店) ・商店街の魅力を高める店舗：瓢箪山中央商店街(継続・鶏肉店) ・商店街の魅力を高める店舗：瓢箪山中央商店街(新規・飲食店) ・商店街の魅力を高める店舗：瓢箪山中央商店街(新規・整骨院)					
課題・問題点	開業支援アドバイザー派遣の受講が任意であるため、積極的な利用にいたっていない。					
平成26年度に 向けた改善策	開業支援アドバイザー派遣を受講した上で、商店街及び開業者が記入する「成果報告書」の提出を補助金交付にかかる事業完了報告書の要添付書類とすることで、最低1回のアドバイザー派遣受講を義務付ける。					

所属	経済部 商業課	No.	23
----	---------	-----	----

事業名	個店経営者育成セミナー事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	事業者や創業予定者を対象として「東大阪あきんど塾」を開講。商店経営の在り方や個店の魅力向上をテーマにしたセミナーを実施し、あわせて受講者店舗を対象に、専門家によるアドバイザーを派遣する。	B

H25 決算	991千円	H26 予算	1,017千円	振興 施策	1	4	5	7
-----------	-------	-----------	---------	----------	---	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし 4 22 2

指標①	あきんど塾受講者満足度			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度	H25	H26	H25達成度	
目標①	90%	92%	B	目標②			
実績①	88%			実績②			
事業実績 (平成25年度)	平成25年度東大阪あきんど塾は中小企業診断士を講師に招いて全10回の研修事業を実施した。店舗の魅力向上やマーケティング、経営分析等の研修により、商店街・小売業全体の振興・活性化を図った。 カリキュラム内容と参加人数は次の通り①商店経営概論(10名)②環境把握と分析(8名)③ストアコンセプトの確立(7名)④戦略策定事例演習(8名)⑤マーチャライジング・品揃え(8名)⑥マーチャライジング・価格・店舗運営編(6名)⑦来店促進策(8名)⑧購買促進策(5名)⑨経理と決算書(6名)⑩経営分析(5名)						
課題・問題点	市内事業者へのニーズ調査を引き続き行い、要望に即したカリキュラムを実施する必要がある。						
平成26年度に 向けた改善策	市職員が商店街へ出向いて、事業の周知を継続して行う。						

所属	経済部 商業課	No.	24
----	---------	-----	----

事業名	商業振興補助金	平成25年度 目標達成度
事業概要	東大阪市小売商業団体連合会を組織する市場や商店街が一致団結して、「お買い物は東大阪市で」を広くPRし、消費者の取り込みを図るとともに、各種イベントや調査事業の実施により、市内の商業振興及び商業活性化を図る。	

H25 決算	1,000千円	H26 予算	1,000千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	1	3	10
----------	---	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	1

指標①	指標②						
指標の 説明・計算式	指標の 説明・計算式						
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	-	-		目標②			
実績①	-			実績②			

事業実績 (平成25年度)	①商店街についてのアンケート調査 ②「お買物は東大阪市内で」のポスター製作・掲載 ③「ひがしおおさかまちナビサイト」での商店街の歴史ページ作成・掲載 ④各市場チラシ内へ「お買物は東大阪市内で」の周知文掲載 ⑤ Webチラシ内へ「お買物は東大阪市内で」の周知文掲載
課題・問題点	
平成26年度に 向けた改善策	市内全体の商業振興及び商業活性化に資する事業を支援する。

所属	経済部 商業課	No.	25
----	---------	-----	----

事業名	商店街環境整備維持管理事業補助金	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内商業環境の安全を促進し、魅力ある商店街等づくりと地域の安全・安心環境の向上を図るため、東大阪市小売商業団体連合会に加盟する組織に対し、街路灯やアーケード照明施設の維持管理にかかる経費の一部補助を行う。	

H25 決算	3,000千円	H26 予算	3,000千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	1	4	
----------	---	---	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	22	4

指標①	指標②						
指標の 説明・計算式	指標の 説明・計算式						
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	-	-		目標②			
実績①	-			実績②			

事業実績 (平成25年度)	東大阪市小売商業団体連合会に加盟する組織に対し、街路灯やアーケード照明施設の維持管理にかかる経費の一部補助を行った。
課題・問題点	
平成26年度に 向けた改善策	引き続き安全・安心な環境の維持のために事業を実施していく。

所属	経済部 商業課	No.	26
----	---------	-----	----

事業名	共同施設設置助成事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	買物しやすいまちづくり、安全・安心な買物環境づくり、商店街の魅力づくりのため、商店街などの小売業者で組織する団体が実施するアーケードや街路灯・防犯カメラなどの整備に対し、補助金を交付する。	A

H25 決算	28,739千円	H26 予算	16,000千円	振興 施策	1	4
-----------	----------	-----------	----------	----------	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 22 4

指標①	事業実施件数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	5件 5件	目標②	
実績①	25件	実績②	
	A		

事業実績  
(平成25年度) 市内小売商業団体25団体に対し、防犯カメラの設置や街路灯・アーケード照明のLED化などの事業へ補助金交付を実施した。

課題・問題点

平成26年度に  
向けた改善策 平成26年度については、引き続き「安心安全づくり」推進のため、本事業の周知と有効活用を図りたい。

所属	経済部 商業課	No.	24
----	---------	-----	----

事業名	観光振興事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	観光客の誘致、本市のイメージアップなどを図るため、東大阪観光協会などの関係団体と連携し、本市の新たな観光資源の発掘やPRに取り組むとともに、「東大阪物産観光まちづくりセンター」などと協力して積極的に市の魅力情報を発信する。	A

H25 決算	11,414千円	H26 予算	12,756千円	振興 施策	3	7	10
-----------	----------	-----------	----------	----------	---	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
23-3	東大阪観光協会等の関係団体と連携し、本市の新たな観光資源の発掘やPRに取り組むとともに、「東大阪物産観光まちづくりセンター」等を活用し積極的に市の魅力情報を発信します。	部 節 取り組みのあらまし
		2 8 5

指標①	観光振興補助金への応募件数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	2件 3件	目標②	
実績①	2件	実績②	
	A		

事業実績  
(平成25年度) 刊物物の作成配布や情報発信に加え、各種観光団体との連携強化および新たな観光資源を探るきっかけづくりとして、大阪商業大学ビジネス・バイオニアコース中嶋ゼミによる「東大阪市の観光に関するプレゼンテーション意見交換会」を東大阪市役所内で実施し、観光資源の洗い出しと新規回遊コースの検討等を共同で実施した。  
また、東大阪観光協会と連携して協会が育成しているまちガイドボランティアを外部まち歩き団体の要望に合わせて派遣した。

課題・問題点 今後の観光振興においては、既存の観光資源の整備・活用とともに、新たな視点から観光資源を再発掘し、その整備・活用及び推進を図ることが求められている。

平成26年度に  
向けた改善策 近年は飲食店を中心に回遊する「まちなかバル」が全国的なブームとなっており、東大阪市内でも飲食業者を中心とした有志が実行委員会を立ち上げてバルを開催している。このような民間の実行委員会形式の各種観光関連団体とも連携を深めながら、東大阪市内の回遊性を高める事業や新たな観光資源の発掘および創出に努めていく。

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	27
----	-------------	-----	----

事業名	障害者就業啓発事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	障害のある方に対する理解や認識を深め、誰もが働き暮らしやすい社会を目指すことを目的とし、「障害者に対する意識を啓発する講演会」や「障害者の就職面接会」等を実施し、障害者の就労や生活などの自立に向けた取り組みを支援する。	A

H25 決算	300千円	H26 予算	300千円	振興 施策	9			
-----------	-------	-----------	-------	----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 25 4

指標①	面接会等の来場者数			指標②	就職者数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	150人	150人	A		5人	5人	A
実績①	185人				5人	-	

事業実績 (平成25年度)	障害者就職面接会、講演会および就労支援事業所による展示を同一会場で実施する「はたらく・くらすフォーラム」の開催(12/3) 来場者数 185人 面接者のべ人数 48人 就職者数 5人
------------------	--

課題・問題点	就職を目指す障害者やその保護者の認知度が低い。
--------	-------------------------

平成26年度に 向けた改善策	支援学校や支援事業所および教育関係機関へのチラシの配布や、市内施設でのポスター掲示、チラシの配架等により事業の周知をはかる。
-------------------	--

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	28
----	-------------	-----	----

事業名	ワークサポート事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	労働者等の処遇や労働条件について、専門の労働相談員による問題解決を図るとともに、働く意欲がありながら就労できない就職困難者等を対象に、就労支援を行う。	#N/A

H25 決算	13,352千円	H26 予算	13,579千円	振興 施策	9			
-----------	----------	-----------	----------	----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 25 2

指標①	労働相談件数			指標②	就労支援相談件数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	220件	230件	C	目標②	220件	230件	A
実績①	162件			実績②	273件	-	

事業実績 (平成25年度)	・労働相談件数(市役所12階での専門員による労働相談)162件 ・就労支援相談件数(市内3か所の就労支援センターでの就労相談)273件
------------------	--

課題・問題点	
--------	--

平成26年度に 向けた改善策	相談者のニーズを的確に把握し、関係機関との連携による適切な助言ができるよう検討する。
-------------------	--

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	29
----	-------------	-----	----

事業名	モノづくり若年者等就業支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	若年者等の雇用を促進するため、就職マッチング事業やモノづくり就職面接会、モノづくり企業で働く若者等を紹介する情報誌の発行等を行う。	D

H25 決算	10,000千円	H26 予算	10,000千円	振興 施策	5	9
-----------	----------	-----------	----------	----------	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
41-1	若者が働くことに魅力を感じ、市内企業の担い手となるよう、若年者の就職、常用雇用を支援します。	部 節 取り組みのあらまし 4 25 3

指標①	就労支援によって就労した人数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	80人	80人	D
実績①	37人		
事業実績 (平成25年度)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「モノづくり人材育成塾」を開講(10/17~11/15) 受講者数 20人 就職者数 12人</li> <li>・「就職必勝セミナー」と「求人企業・事業所合同説明会」を同時開催(8/30) 参加者数 59人 就職者数 3人</li> <li>・「東大阪スタイル」を発行(8/15市政だよりで全戸配布) 210,000部 掲載企業数 12社 就職者数 7人</li> <li>・「モノづくり企業就職面接会」を開催(2/25) 参加者数 235人 就職者数 15人</li> </ul>		
課題・問題点	雇用のミスマッチの軽減。		
平成26年度に 向けた改善策	広報活動の強化により、多くの人に事業の周知を図る。		

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	30
----	-------------	-----	----

事業名	若者自立支援事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	一定期間無業状態にある若者を対象に、社会人、職業人としての能力の開発や意識の啓発、社会適応等のため、アウトリーチ事業や仕事体験事業等、職業的自立に向けた取り組みを支援する。	A

H25 決算	8,500千円	H26 予算	10,000千円	振興 施策	9
-----------	---------	-----------	----------	----------	---

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
41-2	ニート、ひきこもり状態の若者の職業的な自立に向け、きめ細やかに支援します。	部 節 取り組みのあらまし 4 25 4

指標①	就労相談件数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	2,500人	2,500人	A
実績①	5,883人		
事業実績 (平成25年度)	相談件数 のべ5883件 各種セミナー等就労支援参加者数 のべ1376人 学習交流会・家族交流会参加者数 のべ76人 進路決定者数 200人		
課題・問題点	相談体制の強化。		
平成26年度に 向けた改善策	予算の増額による相談体制の強化を図る。		

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	31
----	-------------	-----	----

事業名	若年者等トライアル雇用事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内に住所を有する若年者等の雇用を促進するため、国のトライアル雇用を実施している市内の事業主に奨励金を支給し、若者等の自立を助長するとともに常用雇用につながるよう支援する。	#N/A

H25 決算	1,419千円	H26 予算	3,670千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	9		
----------	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
41-1	若者が働くことに魅力を感じ、市内企業の担い手となるよう、若年者の就職、常用雇用を支援します。

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	25	3

指標①	トライアル雇用支援金支給件数(労働者数)		指標②	トライアル雇用支援金支給による人材の定着率		
指標の 説明・計算式			指標の 説明・計算式	(支給対象者の調査時の在職数)/(支給件数 (支給時に退職しているものは除く))		
	H25	H26	H25達成度	H25	H26	H25達成度
目標①	50件	50件	C	目標②	80%	D
実績①	25件			実績②	39%	
事業実績 (平成25年度)	・若年者等トライアル雇用支援金を15事業所、のべ25件、1,379,000円を支給。 ・平成22年度に支給した対象労働者の定着率を平成25年8月に調査した。(39.2%) ・平成25年4月、平成26年3月に労政ニュースにより、制度のPRを行った。					
課題・問題点	企業の認知度が低い。					
平成26年度に 向けた改善策	企業への支援施策説明会等により周知を図る。					

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	32
----	-------------	-----	----

事業名	障害者雇用促進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内に住所を有する障害者を雇用した市内の事業主に対し奨励金を支給し、障害者の雇用の促進をはかる。	#N/A

H25 決算	685千円	H26 予算	1,600千円
-----------	-------	-----------	---------

振興 施策	5	9	
----------	---	---	--

事業番号	第2期市政マニフェスト

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	25	4

指標①	障害者雇用奨励金支給件数(労働者数)		指標②	障害者雇用奨励金支給による人材の定着率		
指標の 説明・計算式			指標の 説明・計算式	(支給対象者の調査時の在職数)/(支給件数)		
	H25	H26	H25達成度	H25	H26	H25達成度
目標①	10件	11件	B	目標②	80%	A
実績①	9件			実績②	100%	
事業実績 (平成25年度)	・障害者雇用奨励金を5事業所、のべ12件、585,000円を支給。 ・平成22年度に支給した対象労働者の定着率を平成25年8月に調査した。(100%) ・平成25年4月、平成26年3月に労政ニュースにより、制度のPRを行った。					
課題・問題点	企業の認知度が低い。					
平成26年度に 向けた改善策	企業への支援施策説明会等により周知を図る。					

所属	経済部 農政課	No.	33
----	---------	-----	----

事業名	農業啓発推進事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	市内生産者のエコ農産物を普及させるとともに、より一層のエコ農産物生産を促進することで、安全・安心な農産物を消費者に提供するとともに、消費者が地元の農産物を購入することで地産地消や農地の守り手になるファームマイレージ事業を拡充する。	A

H25 決算	3,650千円	H26 予算	4,150千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	2	3	4	5
----------	---	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	23	1

指標①	大阪エコ生産者数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	150人	150人	A	目標②			
実績①	180人			実績②			

事業実績 (平成25年度)	ファームマイレージ運動の推進により、地場農産物に対する市民・消費者の購買行動に繋げ、大阪エコ農産物生産者数の増加をもたらしている。
課題・問題点	生産者数が減少傾向にあるなかで、大阪エコ農産物の生産者比率は既に高い状況にある。
平成26年度に 向けた改善策	市民・消費者に市内農産物の魅力を広める事業に取組み、市内農業の振興・育成を支援する。

所属	経済部 農政課	No.	34
----	---------	-----	----

事業名	花とみどりいっぱい運動事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	花とみどりいっぱい運動を推進することにより、休耕や耕作放棄となっている農地に花の栽培を促し、市内の農空間と環境の保全を図ります。	D

H25 決算	961千円	H26 予算	3,000千円
-----------	-------	-----------	---------

振興 施策	2	10		
----------	---	----	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらまし
4	23	4

指標①	栽培面積			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	44,000㎡	46,000㎡	D	目標②			
実績①	16,000㎡			実績②			

事業実績 (平成25年度)	申請件数8件 補助金交付額961,000円
課題・問題点	本事業の農家への周知を進める必要がある。
平成26年度に 向けた改善策	本事業の実施に繋がるよう、補助金交付実施基準の改正を行う。

所属	経済部 農政課	No.	35
----	---------	-----	----

事業名	有害鳥獣捕獲対策事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	生駒山中に生息するイノシシが農作物に被害をおよぼすことを防ぐため、大阪府第11次鳥獣保護事業計画などに基づき捕獲する。	C

H25 決算	1,604千円	H26 予算	1,645千円	振興 施策	2			
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 23 5

指標①	イノシシの捕獲数			指標②			
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	150頭	150頭	C	目標②			
実績①	83頭			実績②			

事業実績 (平成25年度)	生駒山中に生息するイノシシが農作物に被害を及ぼすことを防ぐため、大阪府第11次鳥獣保護事業計画に基づき、捕獲について公益社団法人大阪府猟友会枚岡支部に捕獲業務を委託して実施している。
課題・問題点	イノシシの農作物被害以外の住環境に関する市民からの苦情・要望や、アライグマ・イタチ・カラス等の出没に関して農業とは直接関係がない苦情が多く、農政課では対応に苦慮している。鳥獣の保護及び狩猟の適正化に関する法律やその他関連法令に対応する組織を早急に構築する必要がある。
平成26年度に 向けた改善策	上記の課題・問題点について、市として検討が図られる必要がある。

所属	経済部 農政課	No.	36
----	---------	-----	----

事業名	農産物展示品評会経費	平成25年度 目標達成度
事業概要	農家から出品された自家産野菜や花などを審査し、成績優秀者を表彰することで、生産技術の向上と普及を図り、その優良な付加価値のある野菜・花きの増産により農業経営の安定を目指す。	A

H25 決算	159千円	H26 予算	233千円	振興 施策	5	7	10	
-----------	-------	-----------	-------	----------	---	---	----	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 23 2

指標①	出品農家数(のべ)			指標②			
指標の 説明・計算式	展示、立毛、花卉と年3回開催			指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度		H25	H26	H25達成度
目標①	100	100	A	目標②			
実績①	129			実績②			

事業実績 (平成25年度)	展示野菜の部6/14 出品農家数46 展示花きの部11/22 出品農家数21 立毛野菜の部12/3~5 出品農家数52
課題・問題点	・開催時期、栽培時の気候状況に左右される面がある ・年々、生産農家・栽培農地は減少している
平成26年度に 向けた改善策	

所属	経済部 農政課	No.	37
----	---------	-----	----

事業名	優良農家優良団体表彰事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	団体活動を通じて農業者の利益を守るとともに、社会的地位の向上に努めている農業団体及び、農業経営の改善に努め他の規範と認められる農業者を、表彰する。	A

H25 決算	45千円	H26 予算	45千円
-----------	------	-----------	------

振興 施策	5	7	10
----------	---	---	----

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	23	1

指標①	表彰した農業者・団体数	指標②	
指標の 説明・計算式	農協からの推薦により選定	指標の 説明・計算式	
	H25	H26	H25達成度
目標①	20	20	A
実績①	20		

事業実績 (平成25年度)	優良農業者 10農家 優良団体 10団体
------------------	-------------------------

課題・問題点	農協からの推薦により選定しているが年々、農家・農業団体は減少傾向にある
--------	-------------------------------------

平成26年度に 向けた改善策	
-------------------	--

所属	経済部 農政課	No.	38
----	---------	-----	----

事業名	都市農業活性化農地活用事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	農業団体や農家が行う農業生産基盤の整備などに対して補助金を交付する。	B

H25 決算	12,811千円	H26 予算	19,500千円
-----------	----------	-----------	----------

振興 施策	2	3	4
----------	---	---	---

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	23	3

指標①	農地面積割合	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25	H26	H25達成度
目標①	3.90%	3.90%	B
実績①	3.86%		

事業実績 (平成25年度)	申請件数53件 補助金交付額12,811,000円
------------------	------------------------------

課題・問題点	農家数が減少傾向にあるなかで、本市農業者の振興・育成・活性化に繋がる実効性ある事業内容に拡充する必要がある。また、本事業予算における不用額の割合が近年高い状況にあるが、その一方で農業生産基盤整備事業については老朽化する水利施設の突発的補修・改修事業に対して速やかに農業生産、近隣環境の維持が図れる様、対応できる予算額の確保が必要である。
--------	--

平成26年度に 向けた改善策	農業の振興及び農地保全に繋がる様、補助金交付実施基準を見直し、改正する。
-------------------	--------------------------------------

所属	経済部 経済総務課	No.	39
----	-----------	-----	----

事業名	中小企業融資事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	中小企業の円滑な資金繰りや、経営を安定させるため、公的融資を実施する。また、クリエイション・コア東大阪において、総合的な融資相談を行う。	A

H25 決算	1,258,473千円	H26 予算	1,508,647千円
-----------	-------------	-----------	-------------

振興 施策	6			
----------	---	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	24	2

指標①	融資が実行された事業者の割合					
指標の 説明・計算式						
	H25	H26	H25達成度	H25	H26	H25達成度
目標①	25%	25%	A	目標②		
実績①	66%			実績②		

事業実績 (平成25年度)	大阪府市町村連携型融資である「小規模企業融資制度」について、取扱金融機関への預託額を増額した結果、大阪府下において最も低利である0.8%の貸付利率を引き続き実現した。
課題・問題点	小規模企業融資制度の申込件数増加に伴う窓口の混雑化。
平成26年度に 向けた改善策	平成25年度に引き続き、チラシ等により広報を行い周知を図る。また、消費税増税に伴い経済状況に変化が現れる可能性が高いこともあり、相談者の現状を踏まえ利用者に即した制度融資の利用案内を行う。

所属	経済部 経済総務課	No.	40
----	-----------	-----	----

事業名	中小企業情報提供事業	平成25年度 目標達成度
事業概要	本市の最新支援施策や各種セミナー等の情報を、市内中小企業者へ向け提供する。また、本市産業施策の立案にあたり、重要な基礎資料となる中小企業動向調査を行う。	

H25 決算	2,647千円	H26 予算	2,792千円
-----------	---------	-----------	---------

振興 施策	10			
----------	----	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト
------	-------------

第2次総合計画後期基本計画 部門別計画		
部	節	取り組みのあらし
4	21	3
4	24	3

指標①	動向調査回数			指標②	情報提供回数		
指標の 説明・計算式				指標の 説明・計算式			
	H25	H26	H25達成度	H25	H26	H25達成度	
目標①	-	4回		目標②	-	24回	
実績①	4回			実績②	28回		

事業実績 (平成25年度)	4半期ごとに市内中小企業の動向調査を行うとともに、補助金やセミナー情報等最新の施策情報を、28回FAX送信を実施した。
課題・問題点	FAX送信にかかる回線使用料及び電信料の経費と、その他の手段で情報提供を行う手段との経費に差がある。
平成26年度に 向けた改善策	情報提供手段のあり方を検討する。

所属	経済部 経済総務課	No.	41
----	-----------	-----	----

事業名	中小企業振興会議	平成25年度 目標達成度
事業概要	振興会議は市長が諮問機関として設置する第三者機関としての役割を担い、法的には地方自治法(第138条の4)に規定される市長の附属機関として設置する。構成メンバーは、市内中小企業者、学識経験者、公募による市民、経済団体、金融機関、行政など幅広い関係者によって構成される予定であり、本市中小企業の①動向に関すること ②施策の推進に関すること ③経済の活性化に関すること ④条例の改廃に関すること ⑤その他本市中小企業の振興に関することなどについて審議を行う。	

H25 決算	1,075千円	H26 予算	2,200千円	振興 施策	4	7		
-----------	---------	-----------	---------	----------	---	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 0 0

指標①	中小企業振興会議からの意見等に基づいて実現した施策の数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	- -	目標②	
実績①	- -	実績②	

事業実績 (平成25年度)	【中小企業振興会議】 第1回(H25.7.29)会長・副会長選出 中小企業の現状・経済施策について説明会 第2回(H25.9.26)部会の設置 第3回(H25.3.12)各部会報告
課題・問題点	
平成26年度に 向けた改善策	

所属	経済部 経済総務課	No.	42
----	-----------	-----	----

事業名	防犯関係経費	平成25年度 目標達成度
事業概要	街頭犯罪の未然防止を目的とした防犯カメラを新たに設置する企業団地組合等に対し、その設置費用の一部を補助することにより、企業団地における治安向上及び治安向上に伴う産業振興に寄与することを目的とする。企業団地における犯罪の誘発及び事故防止を図るため、企業団地組合等が行う防犯灯の設置費の一部を補助することにより、企業団地における治安向上ならびに治安向上に伴う産業振興を図ることを目的とする。	

H25 決算	1,500千円	H26 予算	4,000千円	振興 施策	11			
-----------	---------	-----------	---------	----------	----	--	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 21 4
		5 27 2

指標①	防犯カメラ設置台数	指標②	防犯灯設置灯数
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	- 20台	目標②	- 40灯
実績①	10台	実績②	0灯

事業実績 (平成25年度)	【防犯カメラ】 補助金交付先:大阪金物団地協議会 10台 【防犯灯】 補助金交付先:なし
課題・問題点	今後も様々な形で広報を行い、本補助事業を活用していただけるよう、周知が必要。
平成26年度に 向けた改善策	平成25年度に引き続き、チラシ等により広報を行い周知を図る。

所属	経済部 経済総務課	No.	43-1
----	-----------	-----	------

事業名	東大阪市CSR経営表彰(東大阪市企業・従業員表彰事業)	平成25年度 目標達成度
事業概要	地域や社会における企業の社会的責任(CSR:Corporate Social Responsibility)を果たす企業を表彰する「CSR経営表彰」を行い、当該企業の企業価値を高め、社会から信頼される企業として市域に軸足を置いて、環境・地域・社会、雇用、人権・労働の分野で社会に貢献する中小企業の事業所の増加を図り、もって本市産業の持続可能な振興と発展に資することを目的とする。	

H25 決算	702千円	H26 予算	1,059千円	振興 施策	5	7		
--------	-------	--------	---------	----------	---	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 24 3
		4 25 1

指標①	応募企業数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	- 8社	目標②	
実績①	4社	実績②	

事業実績 (平成25年度)	H26.2.22表彰式開催。CSR経営表彰企業4社(応募企業4社)について表彰した。
課題・問題点	受賞企業について、現行では市の積極的な公式広報が受賞特典となっているが、応募企業を伸ばすための他のインセンティブ付与に必要性について検討の必要がある。
平成26年度に 向けた改善策	平成25年度に引き続き、チラシ等により広報を行い募る。

所属	経済部 労働雇用政策室	No.	43-2
----	-------------	-----	------

事業名	東大阪市優良永年勤続従業員表彰(東大阪市企業・従業員表彰事業)	平成25年度 目標達成度
事業概要	東大阪市内の事業所に永年にわたり従事する従業員の資質及び勤労意欲の向上を図り、労働力の定着性を強化し、もって本市経済の振興を図ることを目的とする。	

H25 決算	0千円	H26 予算	0千円	振興 施策	5	7		
--------	-----	--------	-----	----------	---	---	--	--

事業番号	第2期市政マニフェスト	第2次総合計画後期基本計画 部門別計画
		部 節 取り組みのあらまし
		4 24 3
		4 25 1

指標①	応募企業数	指標②	
指標の 説明・計算式		指標の 説明・計算式	
	H25 H26 H25達成度		H25 H26 H25達成度
目標①	- 25社	目標②	
実績①	26社	実績②	

事業実績 (平成25年度)	H26.2.22表彰式開催。26社、72名の従業員を表彰した。
課題・問題点	
平成26年度に 向けた改善策	

## 東大阪市中小企業振興会議委員

資料 2

委員氏名	役 職 等		役職
阿見 加代子	オフィス・AKO	特定社会保険労務士	
上田 秀樹	大阪樟蔭女子大学学芸学部健康栄養学科	准教授	部会長
太田 浩司	東大阪市大型小売店舗連絡協議会	会長	
大西 由起子	東大阪観光協会	会長	
大本 仁	大阪シティ信用金庫枚岡支店	支店長	
加來 千佳子	大建プラスチック株式会社	代表取締役社長	
角井 勝美	光輝物流株式会社	代表取締役社長	
角本 律子	東大阪商工会議所	東支所所長	
糸野 博行	大阪商業大学総合経営学部	教授	副会長 部会長
小杉 栄	公募委員		
園田 浩一	東大阪市産業創造勤労者支援機構	事務局長	
高田 久司	グリーン大阪農業協同組合	常務理事	
高橋 由紀子	東大阪ブランド推進機構	理事	
田中 聡一	公募委員		
寺尾 昇三	センター建設株式会社	代表取締役会長	
中嶋 嘉孝	大阪商業大学総合経営学部	准教授	部会長
西田 尚子	布施公共職業安定所	所長	
西松 あゆみ	西松税理士・中小企業診断士事務所	所長	
平井 良彦	東大阪市小売商業団体連合会	会長代行	
文能 照之	近畿大学経営学部	教授	会長
丸谷 賢司	公募委員		
森田 園子	大阪樟蔭女子大学学芸学部ライフプランニング学科	教授	
矢沢 文浩	株式会社商工組合中央金庫東大阪支店	支店長	
吉田 久	株式会社日本政策金融公庫東大阪支店	中小企業事業統括	
脇田 恒夫	公募委員		

※五十音順、敬称略



# 東大阪市第2次総合計画後期基本計画

【追加資料】

## 第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり

### 第21節 モノづくりが元気なまち

指 標	H20											目標値	
		H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H32	
市内のモノづくり企業が元気だと思う市民の割合	36.1%			50.2%									UP

### 第22節 買い物しやすいまち

指 標	H20											目標値	
		H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H32	
だれでも不自由なく買い物できるまちづくりが進められていると思う市民の割合	44.1%			49.7%									UP

### 第23節 農業と農地空間を大切にすまち

指 標	H20											目標値	
		H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H32	
農業と農地空間を大切にすまちづくりが進められていると思う市民の割合	17.5%			22.8%									UP

### 第24節 産業活動にとって魅力のあるまち

指 標	H20											目標値	
		H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H32	
産業活動にとって魅力あるまちづくりが進められていると思う市民の割合	26.3%			32.8%									UP

### 第25節 雇用が安定し、働きやすいまち

指 標	H20											目標値	
		H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H32	
雇用が安定し、働きやすいまちづくりが進められていると思う市民の割合	17.7%			21.8%									UP

後期基本計画の計画期間は、H23年からH32年までの10年間。  
 後期基本計画における節の指標となっている市民の割合の数値は、市民意識調査の集計結果。  
 指標に対するH32年の最終目標値は、H20年の割合より「UP」すること。  
 ※平成20年市民意識調査...平成20年6月実施、本市住民基本台帳及び外国人登録台帳に記載のある満18歳以上の男女から無作為抽出した5,000人  
 ※平成25年市民意識調査...平成25年7月実施、本市住民基本台帳及び外国人登録台帳に記載のある満18歳以上の男女から無作為抽出した4,000人

---

---

# 平成25年度 市民意識調査報告書

---

---



平成26年1月

東大阪市

# 1. はじめに

## 1 アンケート調査の目的

本調査は、第2次総合計画後期基本計画の進行管理を行うための基礎資料を得ることを目的とするものです。

## 2 調査設計

- (1) 調査地域 東大阪市全域
- (2) 調査対象 東大阪市内全域在住の満18歳以上の市民
- (3) 標本数 4,000人
- (4) 抽出方法 住民基本台帳に基づく等間隔抽出法
- (5) 調査方法 郵送調査方式
- (6) 調査期間 平成25年7月31日(水)～平成25年8月19日(月)

## 3 回収結果

- (1) 標本数 4,000票
- (2) 回答数 1,503票 (回答率37.6%)

## 4 地域別回収結果

	配布数	有効回答数	有効回答率
A地域	456	188	41.2%
B地域	544	224	41.2%
C地域	497	154	31.0%
D地域	773	289	37.4%
E地域	278	101	36.3%
F地域	795	300	37.7%
G地域	657	247	37.6%
合計	4,000	1,503	37.6%

## 5 集計方法について

(1) 問2の(1)、(2)のどちらかの回答が、「⑧わからない・意見なし」、「無回答」となったものは、無効回答としています。なお、集計に用いた算出方法とその定義は以下のとおりです。

問2の34項目の(2)満足度にかかる回答については

①とてもそうおもう、②そうおもう、③まあそうおもうを『そう思う』に分類しています。

また、⑤あまりそうおもわない、⑥そうおもわない、⑦まったくそうおもわないを『そう思わない』に分類しています。

(2) 集計結果は、すべて小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

(3) グラフなどにおいて、長い文となる選択肢等は簡略化している場合があります。

(4) 二重回答や判読不能の回答などは、無回答に含めています。

# 1 回答者の属性

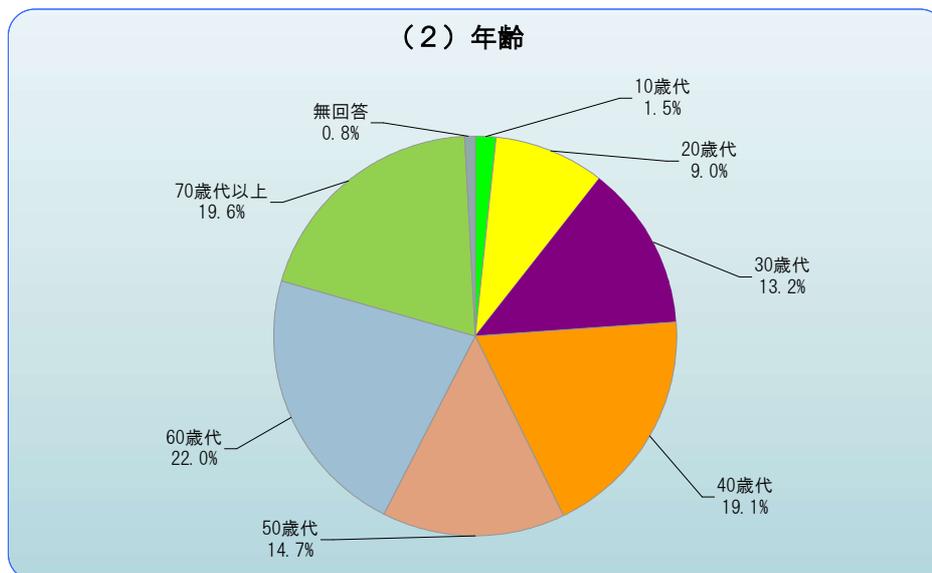
## (1) 性別

全体	男性	女性	無回答
1,503	662	833	8
100%	44.0%	55.4%	0.5%



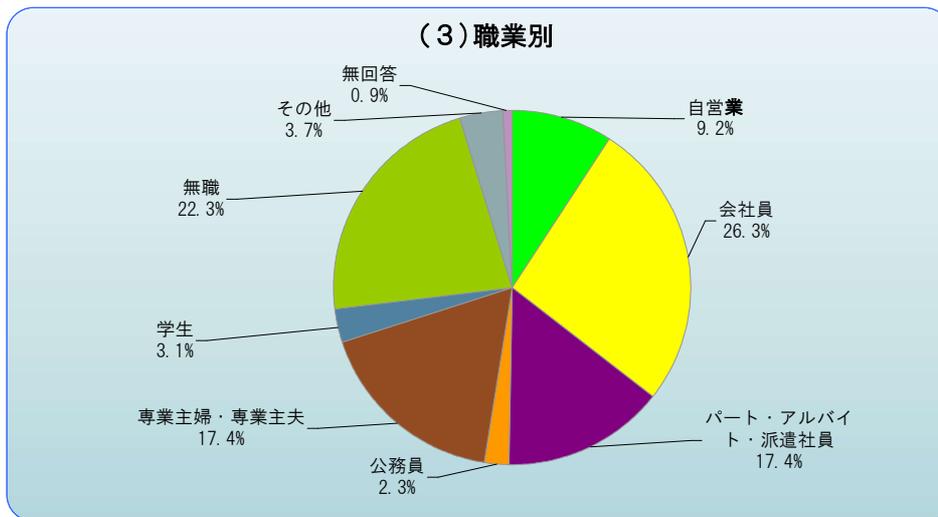
## (2) 年齢

年齢別	回答数	割合
10歳代	23	1.5%
20歳代	135	9.0%
30歳代	199	13.2%
40歳代	287	19.1%
50歳代	221	14.7%
60歳代	331	22.0%
70歳代以上	295	19.6%
無回答	12	0.8%
合計	1,503	100.0%



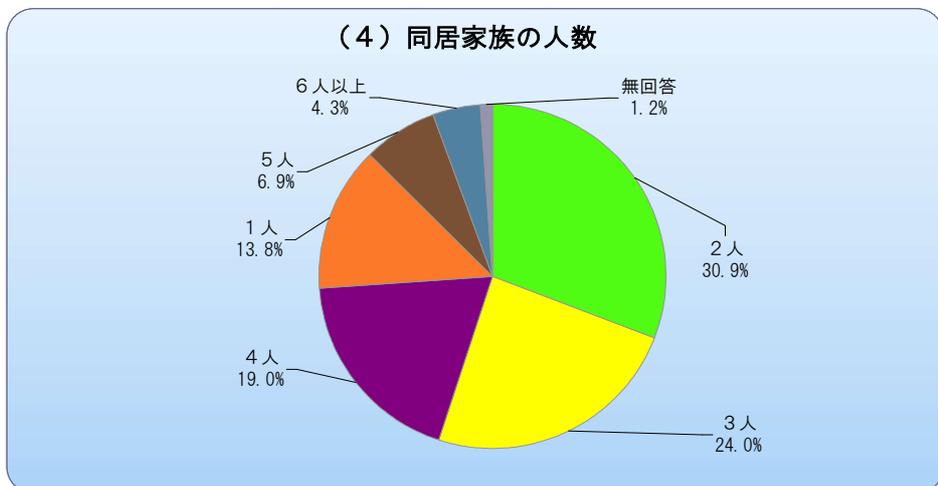
(3) 職業別

職業	回答数	割合
自営業	138	9.2%
会社員	396	26.3%
パート・アルバイト・派遣社員	223	14.8%
公務員	34	2.3%
専業主婦・専業主夫	261	17.4%
学生	46	3.1%
無職	335	22.3%
その他	56	3.7%
無回答	14	0.9%
合計	1,503	100.0%



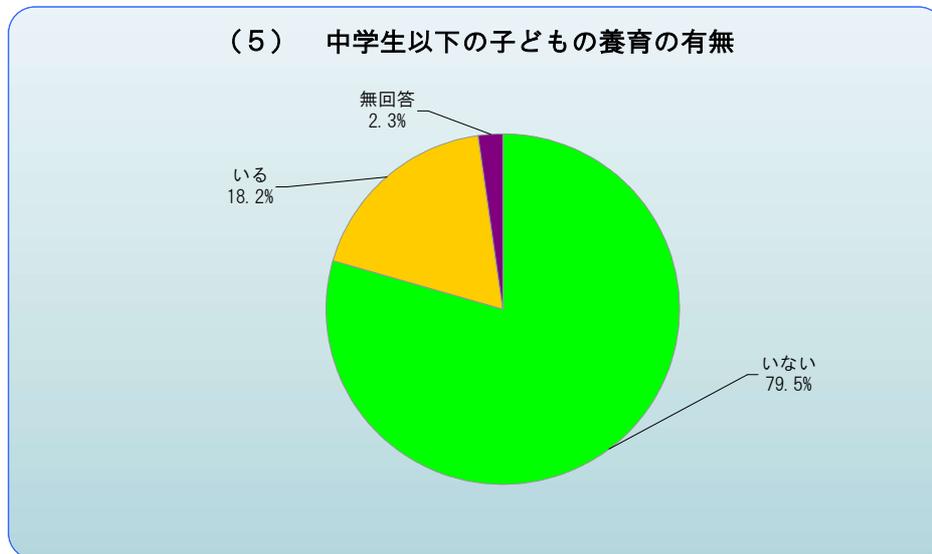
(4) 同居家族の人数

同居家族の人数	回答数	割合
1人	207	13.8%
2人	464	30.9%
3人	361	24.0%
4人	285	19.0%
5人	103	6.9%
6人以上	65	4.3%
無回答	18	1.2%
合計	1,503	100.0%



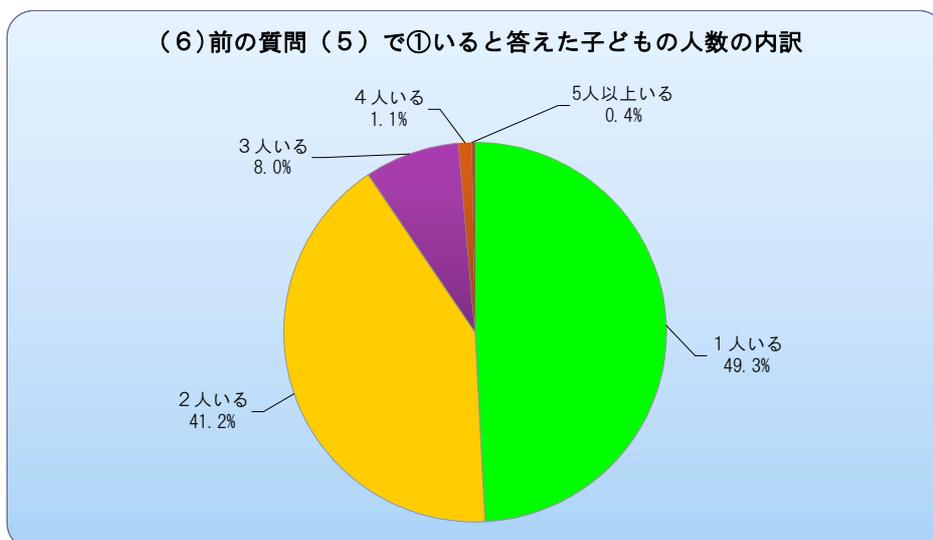
(5) 中学生以下の子どもの養育の有無

中学生以下の子どもの養育の有無	回答数	割合
いる	274	18.2%
いない	1195	79.5%
無回答	34	2.3%
合計	1,503	100.0%



(6) 前の質問(5)で①いると答えた子どもの人数の内訳

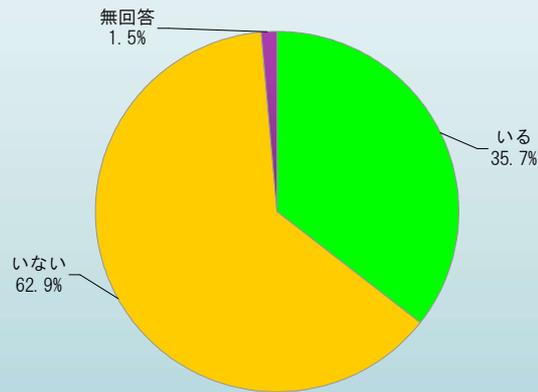
質問(5)で①いると答えた子どもの人数の内訳	回答数	割合
1人いる	135	49.3%
2人いる	113	41.2%
3人いる	22	8.0%
4人いる	3	1.1%
5人以上いる	1	0.4%
合計	274	100.0%



(7) 同居の家族（記入者以外）に65歳以上の高齢者の有無

65歳以上の高齢者の有無	回答数	割合
いる	536	35.7%
いない	945	62.9%
無回答	22	1.5%
合計	1,503	100.0%

(7) 同居の家族（記入者以外）に65歳以上の高齢者の有無



(8) 今の住み心地について

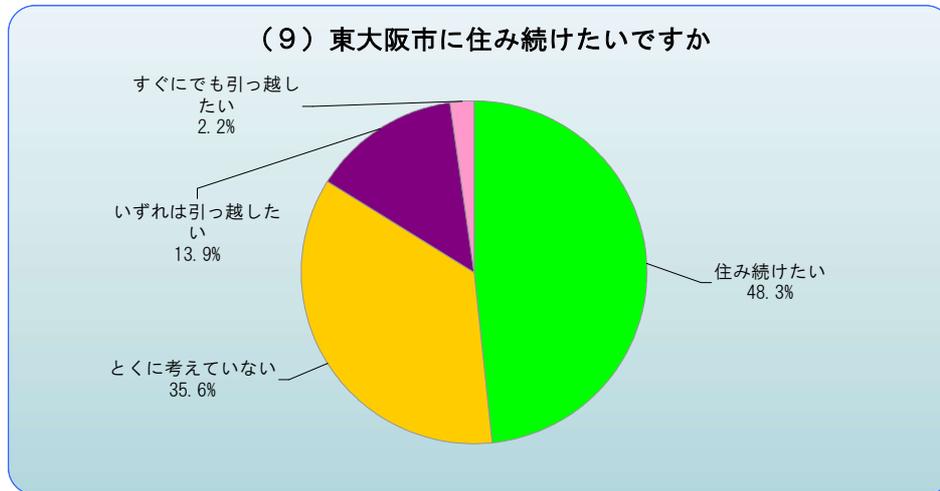
	回答数	割合
住みやすい	561	37.3%
住みにくい	216	14.4%
とくに気にしてない	695	46.2%
無回答	31	2.1%
合計	1,503	100.0%

(8) 今の住み心地について



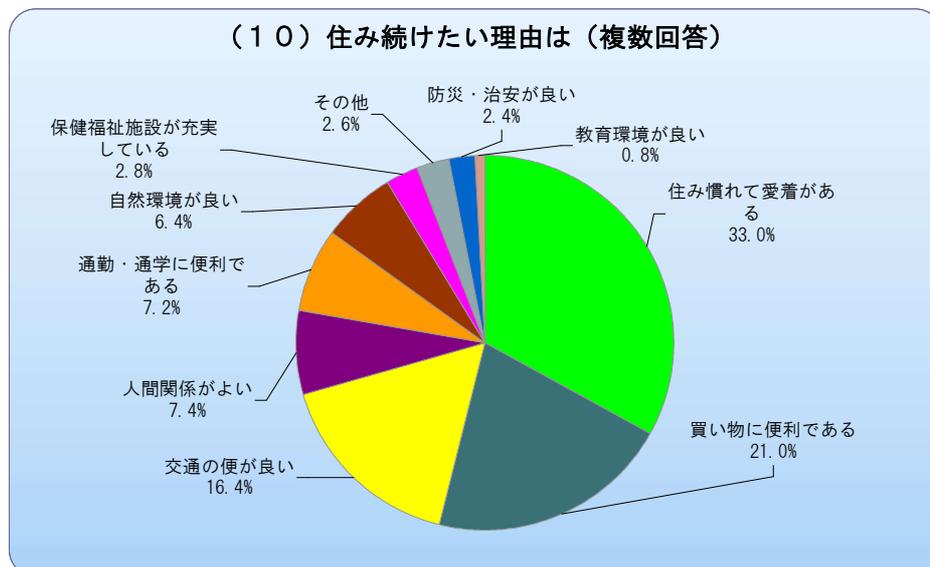
(9) 東大阪市に住み続けたいですか

	回答数	割合
住み続けたい	716	47.6%
いずれは引っ越したい	206	13.7%
すぐにでも引っ越したい	33	2.2%
とくに考えていない	528	35.1%
無回答	20	1.3%
合計	1,503	100.0%



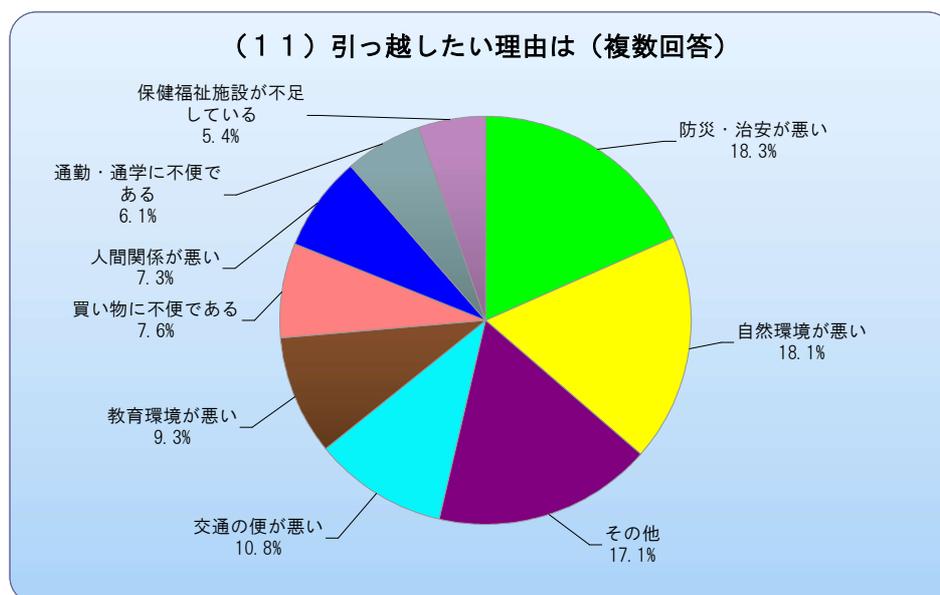
(10) 住み続けたい理由は(複数回答)

	回答数	割合
自然環境が良い	90	6.4%
教育環境が良い	11	0.8%
保健福祉施設が充実している	40	2.8%
通勤・通学に便利である	102	7.2%
買い物に便利である	297	21.0%
交通の便が良い	233	16.4%
防災・治安が良い	34	2.4%
人間関係がよい	105	7.4%
住み慣れて愛着がある	468	33.0%
その他	37	2.6%
合計	1,417	100.0%



(11) 引っ越したい理由は(複数回答)

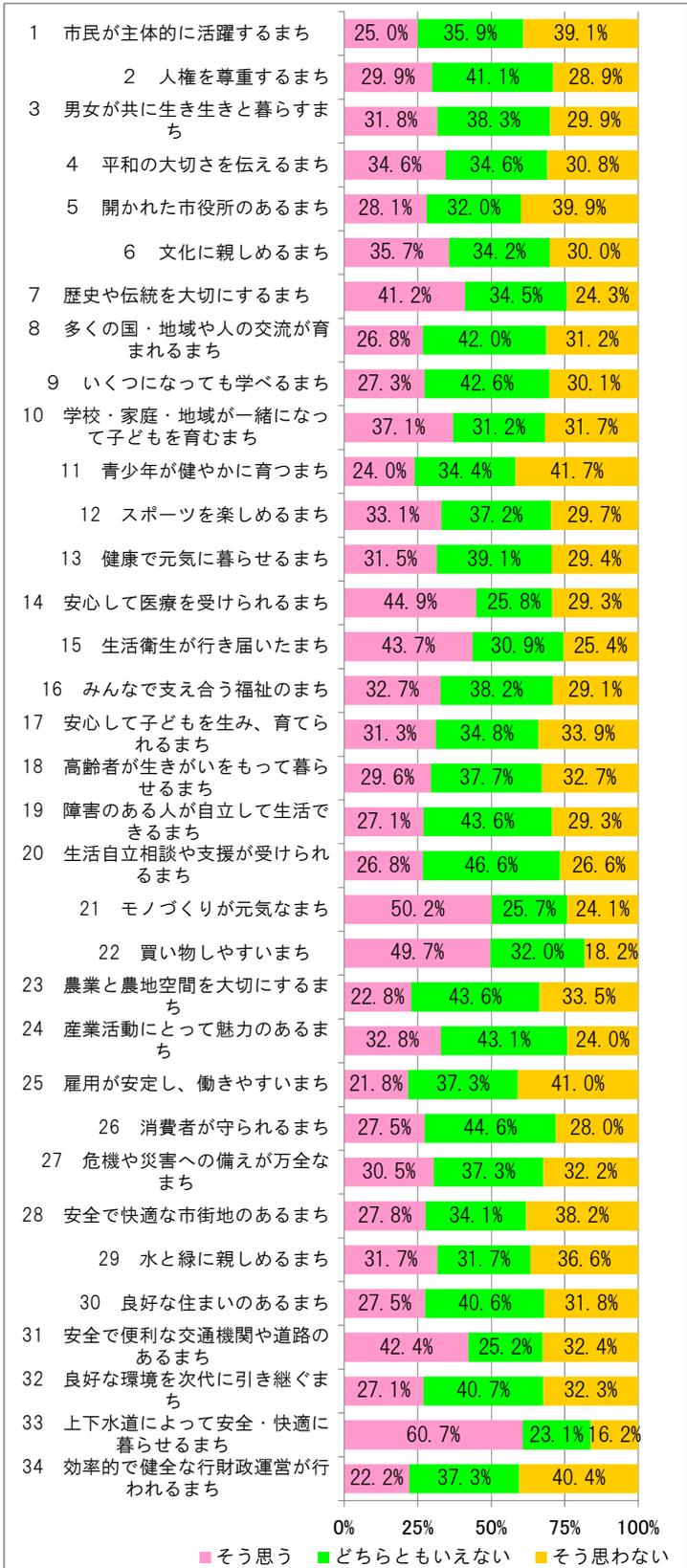
	回答数	割合
自然環境が悪い	74	18.1%
教育環境が悪い	38	9.3%
保健福祉施設が不足している	22	5.4%
通勤・通学に不便である	25	6.1%
買い物に不便である	31	7.6%
交通の便が悪い	44	10.8%
防災・治安が悪い	75	18.3%
人間関係が悪い	30	7.3%
その他	70	17.1%
合計	409	100.0%



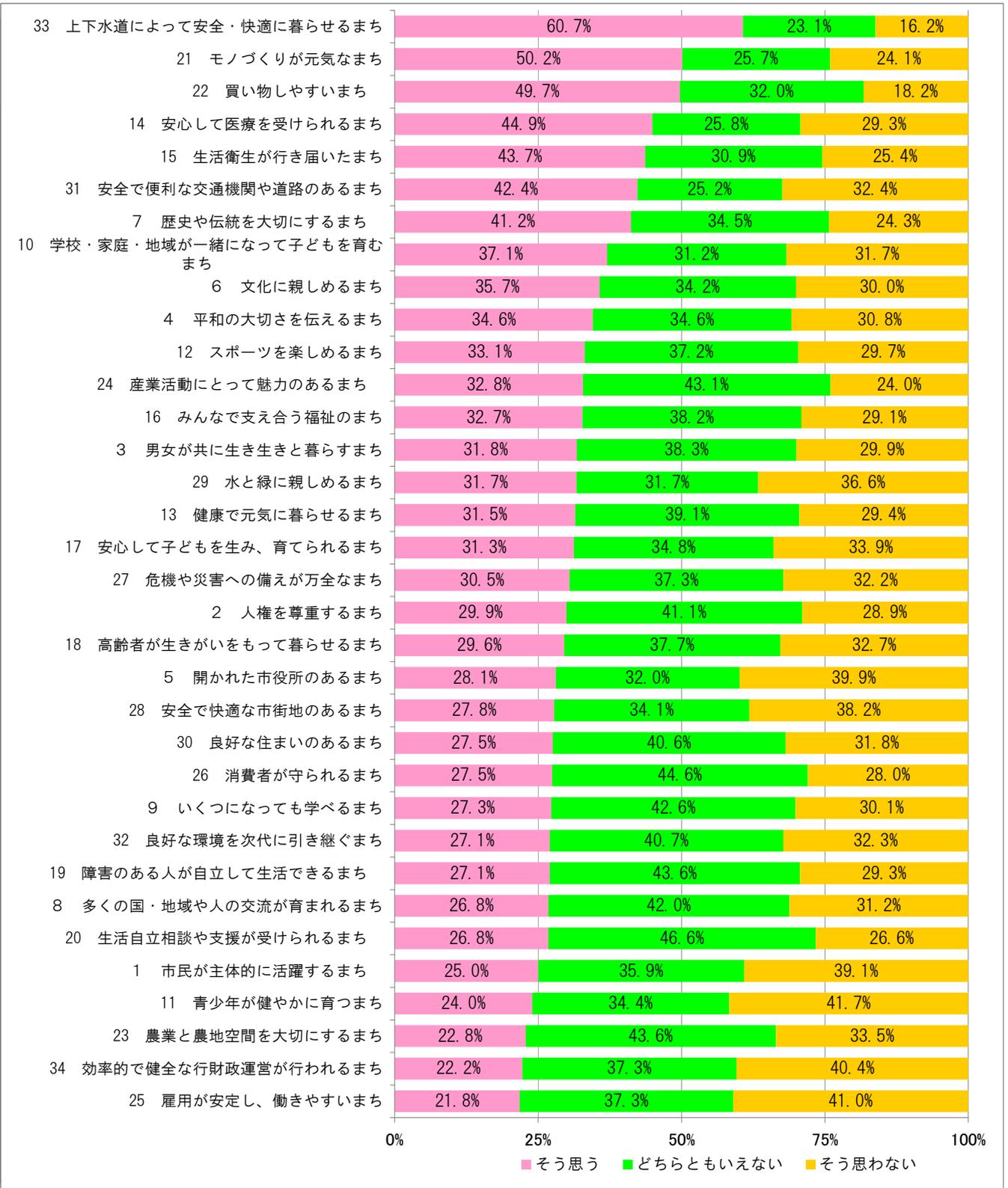
## 2. 全体考察

全体考察①【節番号順】 <満足度>

	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
1 市民が主体的に活躍するまち	325	466	507	1,298
2 人権を尊重するまち	382	525	369	1,276
3 男女が共に生き生きと暮らすまち	418	504	394	1,316
4 平和の大切さを伝えるまち	454	454	405	1,313
5 開かれた市役所のあるまち	368	419	522	1,309
6 文化に親しめるまち	470	450	395	1,315
7 歴史や伝統を大切に するまち	545	457	321	1,323
8 多くの国・地域や人の 交流が育まれるまち	344	539	400	1,283
9 いくつになっても学べる まち	348	543	384	1,275
10 学校・家庭・地域が一緒 になって子どもを育むまち	484	408	414	1,306
11 青少年が健やかに育つ まち	312	447	542	1,301
12 スポーツを楽しめるまち	431	484	386	1,301
13 健康で元気に暮らせる まち	414	514	387	1,315
14 安心して医療を受けられ るまち	622	357	405	1,384
15 生活衛生が行き届いた まち	594	420	346	1,360
16 みんなで支え合う福祉の まち	423	493	376	1,292
17 安心して子どもを生み、 育てられるまち	395	440	429	1,264
18 高齢者が生きがいをも って暮らせるまち	381	486	422	1,289
19 障害のある人が自立して 生活できるまち	322	519	349	1,190
20 生活自立相談や支援が 受けられるまち	313	545	311	1,169
21 モノづくりが元気な まち	659	338	317	1,314
22 買い物しやすいまち	660	425	242	1,327
23 農業と農地空間を大切 にするまち	268	512	393	1,173
24 産業活動にとって魅力 のあるまち	399	524	292	1,215
25 雇用が安定し、働き やすいまち	276	472	519	1,267
26 消費者が守られる まち	339	550	345	1,234
27 危機や災害への備え が万全なまち	378	462	399	1,239
28 安全で快適な市街地 のあるまち	359	440	493	1,292
29 水と緑に親しめる まち	421	420	486	1,327
30 良好な住まいのある まち	354	522	409	1,285
31 安全で便利な交通機 関や道路のあるまち	576	343	441	1,360
32 良好な環境を次代に 引き継ぐまち	338	508	403	1,249
33 上下水道によって安 全・快適に暮らせる まち	804	306	214	1,324
34 効率的で健全な行 政運営が行われる まち	273	458	496	1,227



全体考察②【満足度の高い順】 <満足度>

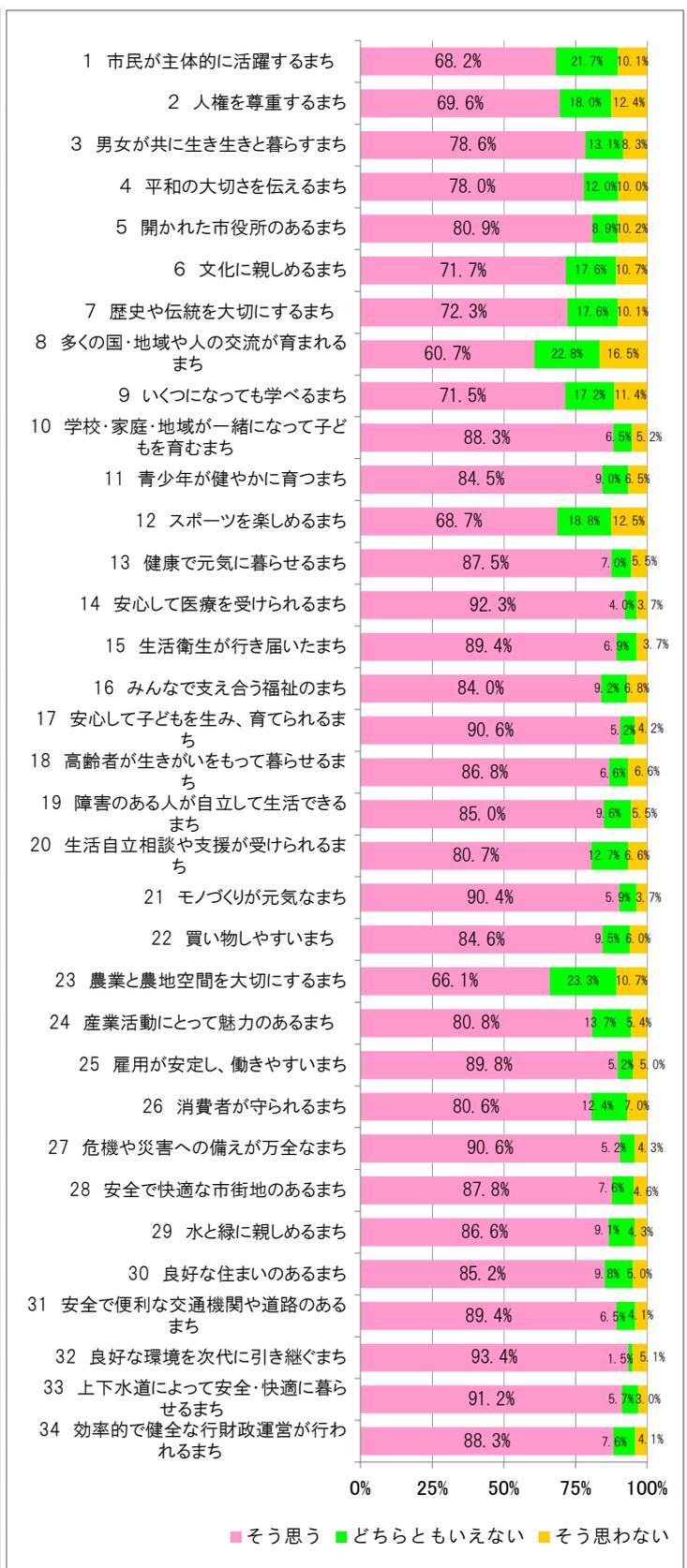


<考察>

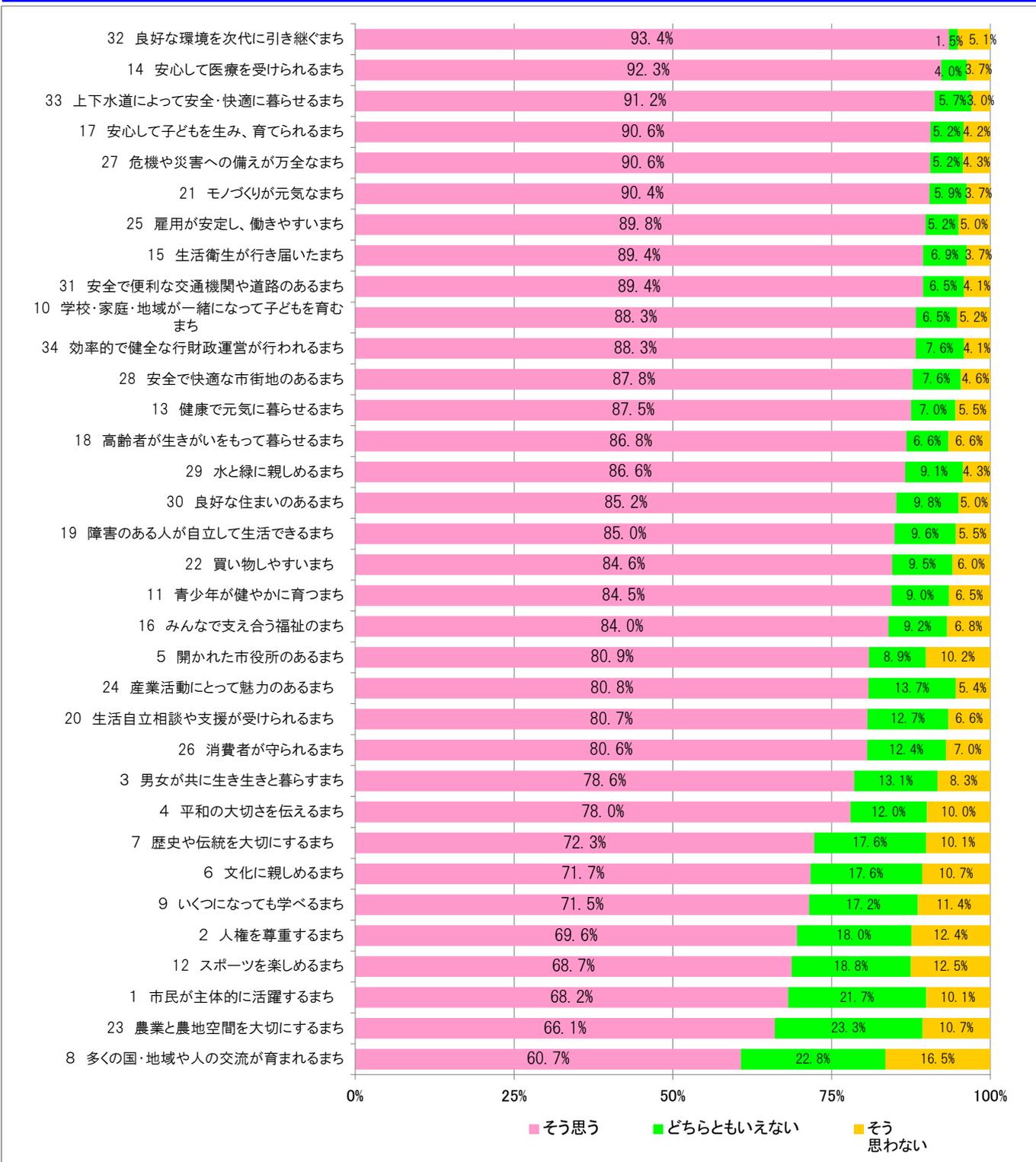
「33 上下水道によって安全・快適に暮らせるまち」「21 モノづくりが元気なまち」「22 買い物しやすいまち」等において「そう思う」の割合が高いのに対し、「25 雇用が安定し、働きやすいまち」「34 効率的で健全な行財政運営が行われるまち」等において「そう思う」割合が低くなっています。

全体考察①【節番号順】 <期待度>

	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
1 市民が主体的に活躍するまち	885	282	131	1,298
2 人権を尊重するまち	888	230	158	1,276
3 男女が共に生き生きと暮らすまち	1,034	173	109	1,316
4 平和の大切さを伝えるまち	1,024	158	131	1,313
5 開かれた市役所のあるまち	1,059	117	133	1,309
6 文化に親しめるまち	943	231	141	1,315
7 歴史や伝統を大切にす	956	233	134	1,323
8 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち	779	292	212	1,283
9 いくつになっても学べるまち	911	219	145	1,275
10 学校・家庭・地域が一緒になって子どもを育むまち	1,153	85	68	1,306
11 青少年が健やかに育つまち	1,099	117	85	1,301
12 スポーツを楽しめるまち	894	244	163	1,301
13 健康で元気に暮らせるまち	1,151	92	72	1,315
14 安心して医療を受けられるまち	1,277	56	51	1,384
15 生活衛生が行き届いたまち	1,216	94	50	1,360
16 みんなで支え合う福祉のまち	1,085	119	88	1,292
17 安心して子どもを生み、育てられるまち	1,145	66	53	1,264
18 高齢者が生きがいをもって暮らせるまち	1,119	85	85	1,289
19 障害のある人が自立して生活できるまち	1,011	114	65	1,190
20 生活自立相談や支援が受けられるまち	943	149	77	1,169
21 モノづくりが元気なまち	1,188	78	48	1,314
22 買い物しやすいまち	1,122	126	79	1,327
23 農業と農地空間を大切にす	775	273	125	1,173
24 産業活動にとって魅力のあるまち	982	167	66	1,215
25 雇用が安定し、働きやすいまち	1,138	66	63	1,267
26 消費者が守られるまち	995	153	86	1,234
27 危機や災害への備えが万全なまち	1,122	64	53	1,239
28 安全で快適な市街地のあるまち	1,134	98	60	1,292
29 水と緑に親しめるまち	1,149	121	57	1,327
30 良好な住まいのあるまち	1,095	126	64	1,285
31 安全で便利な交通機関や道路のあるまち	1,216	88	56	1,360
32 良好な環境を次代に引き継ぐまち	1,083	17	59	1,159
33 上下水道によって安全・快適に暮らせるまち	1,208	76	40	1,324
34 効率的で健全な行財政運営が行われるまち	1,130	97	53	1,280



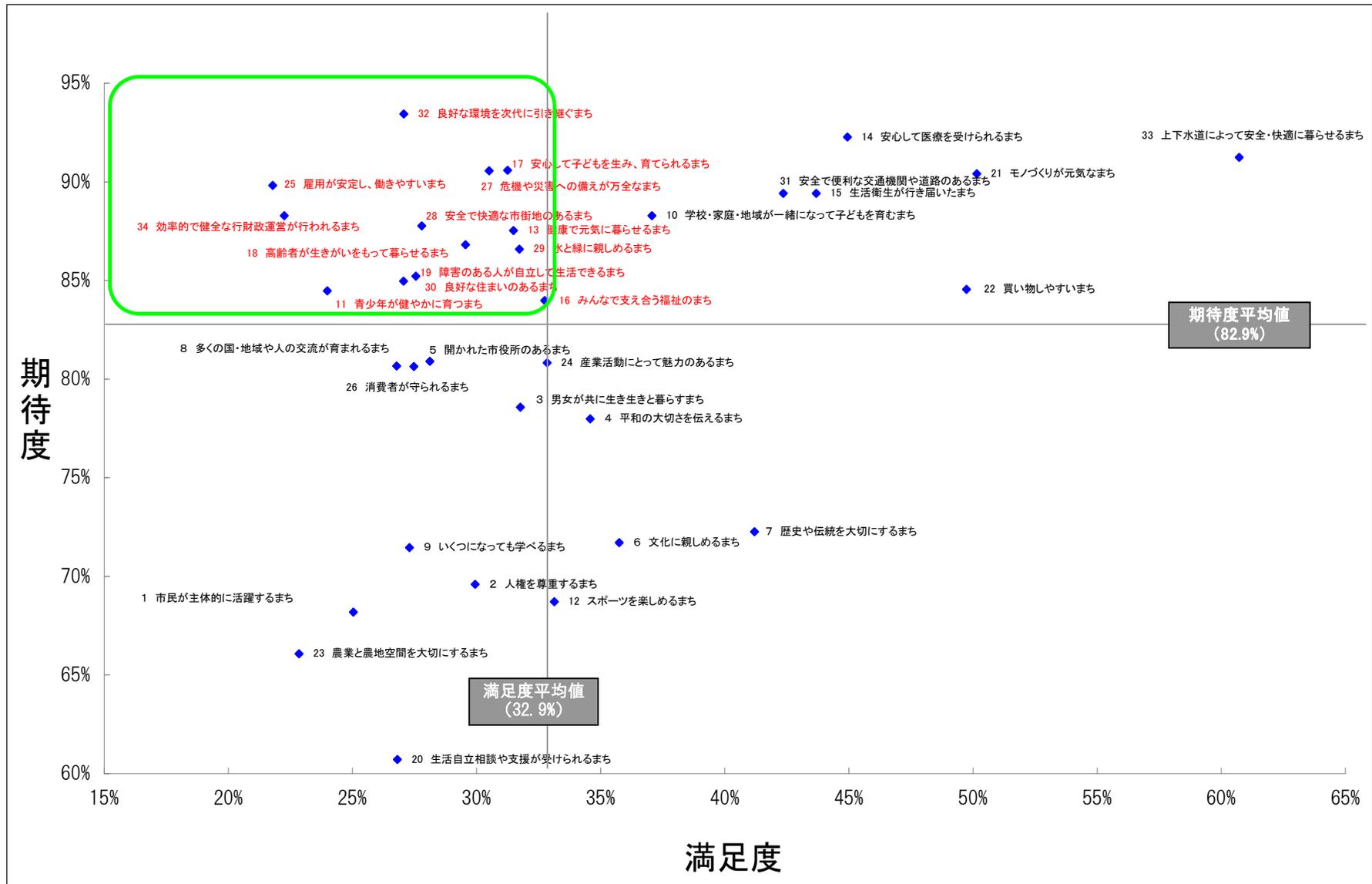
全体考察①【期待度の高い順】 <期待度>



<考察>

「32 良好な環境を次代に引き継ぐまち」「14 安心して医療を受けられるまち」「33 上下水道によって安全・快適に暮らせるまち」等において「そう思う」の割合が高いのに対し、「8 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち」「23 農業と農地空間を大切にすまち」等において「そう思う」割合が低くなっています。

## 満足度と期待度の相関

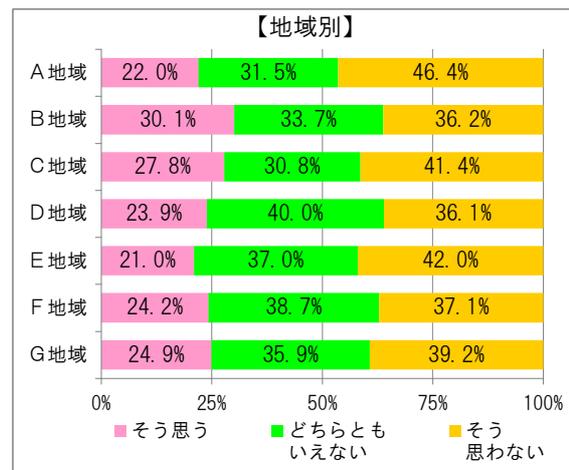
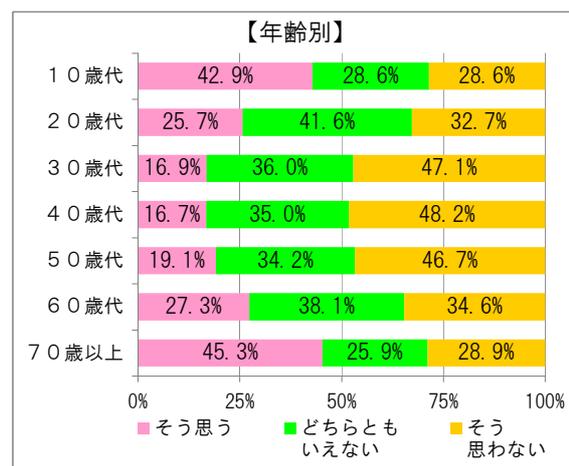
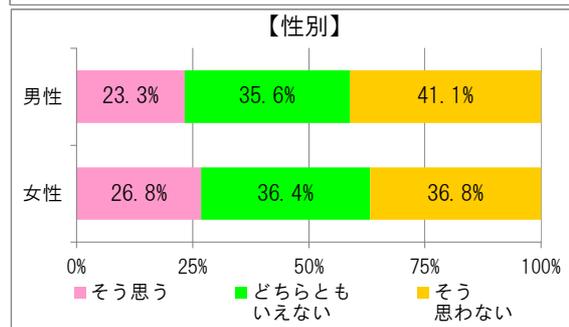
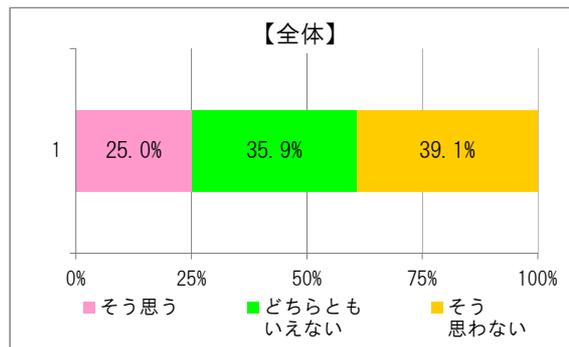


### 3. 施策別考察＜満足度＞

# 1 市民が主体的に活躍するまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>325</b>	<b>466</b>	<b>507</b>	<b>1,298</b>
性別	男性	138	211	244	593
	女性	187	254	257	698
年齢	10歳代	6	4	4	14
	20歳代	29	47	37	113
	30歳代	29	62	81	172
	40歳代	43	90	124	257
	50歳代	38	68	93	199
	60歳代	79	110	100	289
	70歳以上	91	52	58	201
地域	A地域	37	53	78	168
	B地域	59	66	71	196
	C地域	37	41	55	133
	D地域	61	102	92	255
	E地域	17	30	34	81
	F地域	62	99	95	256
	G地域	52	75	82	209

<b>合計</b>		<b>25.0%</b>	<b>35.9%</b>	<b>39.1%</b>
性別	男性	23.3%	35.6%	41.1%
	女性	26.8%	36.4%	36.8%
年齢	10歳代	42.9%	28.6%	28.6%
	20歳代	25.7%	41.6%	32.7%
	30歳代	16.9%	36.0%	47.1%
	40歳代	16.7%	35.0%	48.2%
	50歳代	19.1%	34.2%	46.7%
	60歳代	27.3%	38.1%	34.6%
	70歳以上	45.3%	25.9%	28.9%
地域	A地域	22.0%	31.5%	46.4%
	B地域	30.1%	33.7%	36.2%
	C地域	27.8%	30.8%	41.4%
	D地域	23.9%	40.0%	36.1%
	E地域	21.0%	37.0%	42.0%
	F地域	24.2%	38.7%	37.1%
	G地域	24.9%	35.9%	39.2%



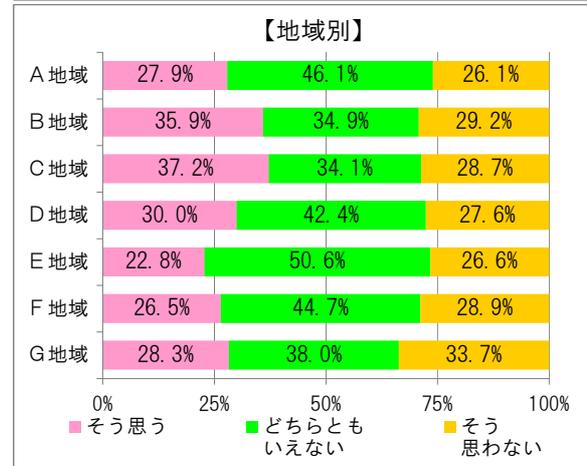
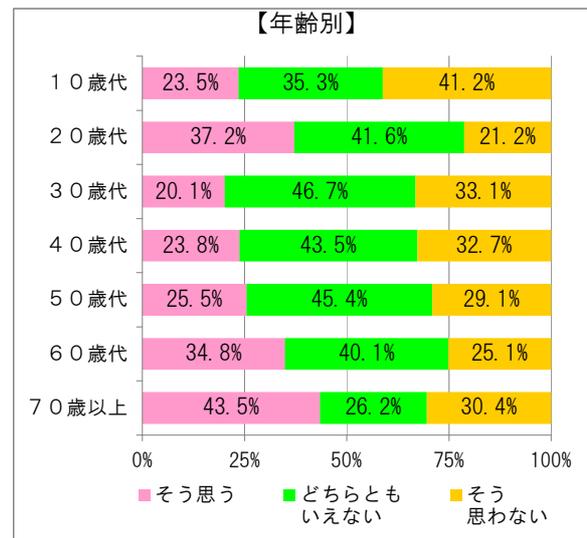
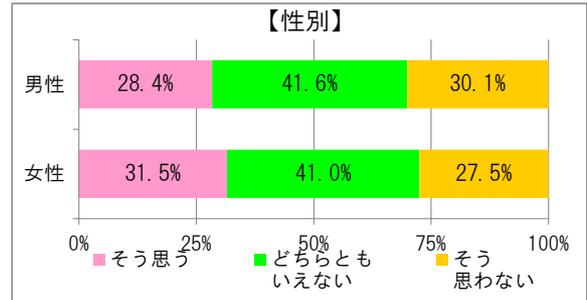
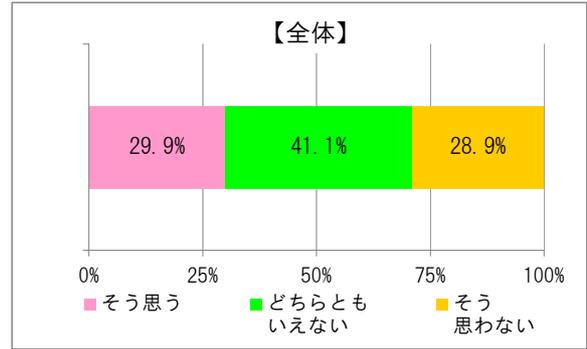
## <考察>

男女別で見ると、「そう思う」が25.0%に対し「そう思わない」の割合が39.1%と高くなっています。また、年齢別では30歳代～50歳代の「そう思う」の割合が、他の年齢に比べ低くなっています。地域別では、B地域の「そう思う」が30.1%と高い一方、A地域の「そう思わない」割合が46.4%と高い傾向を示しています。

## 2 人権を尊重するまち <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>382</b>	<b>525</b>	<b>369</b>	<b>1,276</b>
性別	男性		165	242	175	582
	女性		217	282	189	688
年齢	10歳代		4	6	7	17
	20歳代		42	47	24	113
	30歳代		34	79	56	169
	40歳代		59	108	81	248
	50歳代		50	89	57	196
	60歳代		100	115	72	287
	70歳以上		83	50	58	191
地域	A地域		46	76	43	165
	B地域		70	68	57	195
	C地域		48	44	37	129
	D地域		75	106	69	250
	E地域		18	40	21	79
	F地域		67	113	73	253
	G地域		58	78	69	205

<b>合計</b>		<b>29.9%</b>	<b>41.1%</b>	<b>28.9%</b>
性別	男性	28.4%	41.6%	30.1%
	女性	31.5%	41.0%	27.5%
年齢	10歳代	23.5%	35.3%	41.2%
	20歳代	37.2%	41.6%	21.2%
	30歳代	20.1%	46.7%	33.1%
	40歳代	23.8%	43.5%	32.7%
	50歳代	25.5%	45.4%	29.1%
	60歳代	34.8%	40.1%	25.1%
	70歳以上	43.5%	26.2%	30.4%
地域	A地域	27.9%	46.1%	26.1%
	B地域	35.9%	34.9%	29.2%
	C地域	37.2%	34.1%	28.7%
	D地域	30.0%	42.4%	27.6%
	E地域	22.8%	50.6%	26.6%
	F地域	26.5%	44.7%	28.9%
	G地域	28.3%	38.0%	33.7%



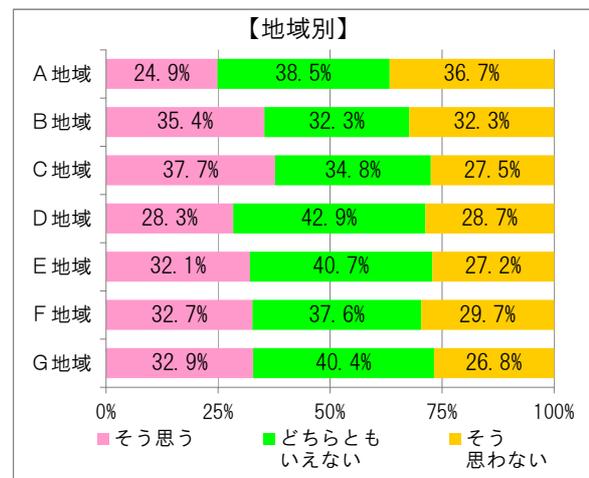
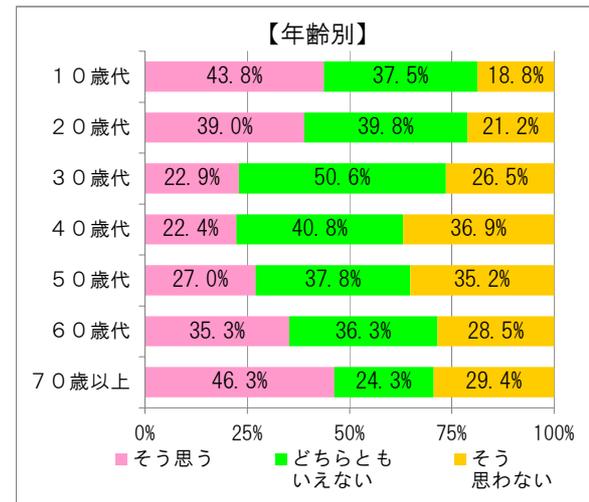
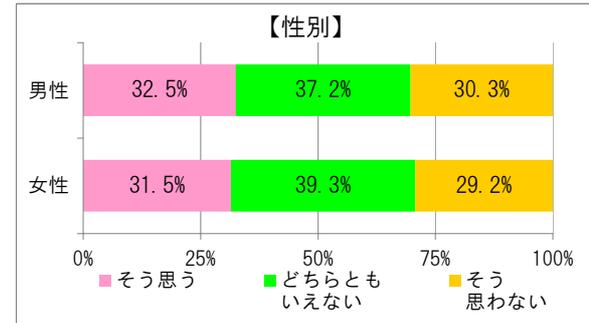
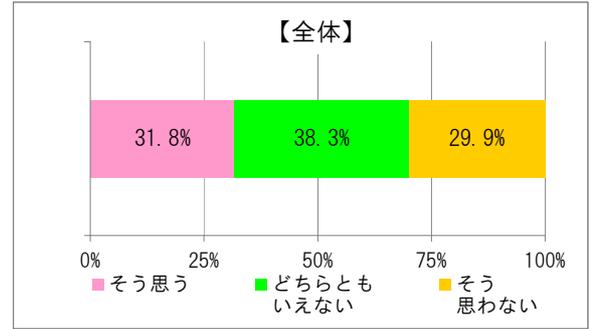
### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
また、年齢別では20歳代および60歳代、70歳以上の「そう思う」の割合が高くなっています。  
地域別では B地域とC地域の「そう思う」の割合が高く、G地域の「そう思わない」が33.7%と高くなっています。

### 3 男女が共に生き生きと暮らすまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>418</b>	<b>504</b>	<b>394</b>	<b>1,316</b>
性別	男性	192	220	179	591
	女性	226	282	210	718
年齢	10歳代	7	6	3	16
	20歳代	46	47	25	118
	30歳代	39	86	45	170
	40歳代	57	104	94	255
	50歳代	53	74	69	196
	60歳代	104	107	84	295
	70歳以上	99	52	63	214
地域	A地域	42	65	62	169
	B地域	70	64	64	198
	C地域	52	48	38	138
	D地域	72	109	73	254
	E地域	26	33	22	81
	F地域	86	99	78	263
	G地域	70	86	57	213

<b>合計</b>		<b>31.8%</b>	<b>38.3%</b>	<b>29.9%</b>
性別	男性	32.5%	37.2%	30.3%
	女性	31.5%	39.3%	29.2%
年齢	10歳代	43.8%	37.5%	18.8%
	20歳代	39.0%	39.8%	21.2%
	30歳代	22.9%	50.6%	26.5%
	40歳代	22.4%	40.8%	36.9%
	50歳代	27.0%	37.8%	35.2%
	60歳代	35.3%	36.3%	28.5%
	70歳以上	46.3%	24.3%	29.4%
地域	A地域	24.9%	38.5%	36.7%
	B地域	35.4%	32.3%	32.3%
	C地域	37.7%	34.8%	27.5%
	D地域	28.3%	42.9%	28.7%
	E地域	32.1%	40.7%	27.2%
	F地域	32.7%	37.6%	29.7%
	G地域	32.9%	40.4%	26.8%



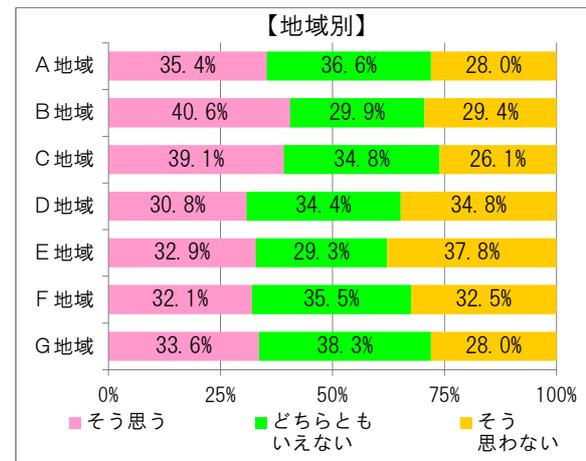
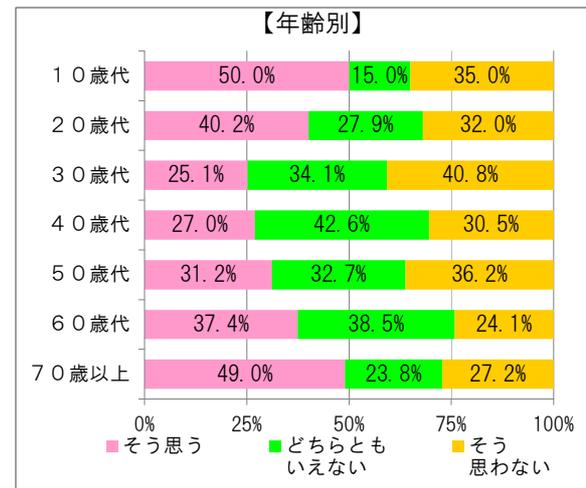
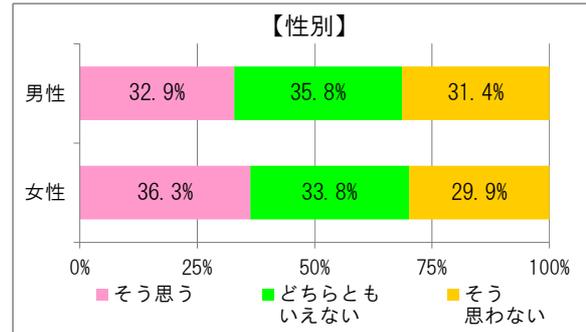
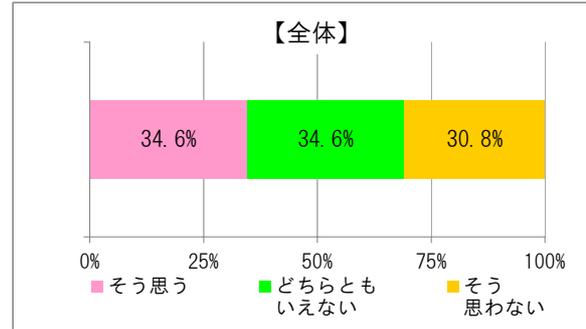
#### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 また、年齢別では10歳代、20歳代、60歳代、70歳代の「そう思う」の割合が高く、40歳代、50歳代の「そう思わない」割合が高い傾向がみられます。  
 地域別では、C地域の「そう思う」が37.7%となっている一方、A地域の「そう思わない」の割合が36.7%と高い傾向にあります。

#### 4 平和の大切さを伝えるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>454</b>	<b>454</b>	<b>405</b>	<b>1,313</b>
性別	男性	195	212	186	593
	女性	259	241	213	713
年齢	10歳代	10	3	7	20
	20歳代	49	34	39	122
	30歳代	45	61	73	179
	40歳代	69	109	78	256
	50歳代	62	65	72	199
	60歳代	107	110	69	286
	70歳以上	101	49	56	206
地域	A地域	58	60	46	164
	B地域	80	59	58	197
	C地域	54	48	36	138
	D地域	78	87	88	253
	E地域	27	24	31	82
	F地域	85	94	86	265
	G地域	72	82	60	214

<b>合計</b>		<b>34.6%</b>	<b>34.6%</b>	<b>30.8%</b>
性別	男性	32.9%	35.8%	31.4%
	女性	36.3%	33.8%	29.9%
年齢	10歳代	50.0%	15.0%	35.0%
	20歳代	40.2%	27.9%	32.0%
	30歳代	25.1%	34.1%	40.8%
	40歳代	27.0%	42.6%	30.5%
	50歳代	31.2%	32.7%	36.2%
	60歳代	37.4%	38.5%	24.1%
	70歳以上	49.0%	23.8%	27.2%
地域	A地域	35.4%	36.6%	28.0%
	B地域	40.6%	29.9%	29.4%
	C地域	39.1%	34.8%	26.1%
	D地域	30.8%	34.4%	34.8%
	E地域	32.9%	29.3%	37.8%
	F地域	32.1%	35.5%	32.5%
	G地域	33.6%	38.3%	28.0%



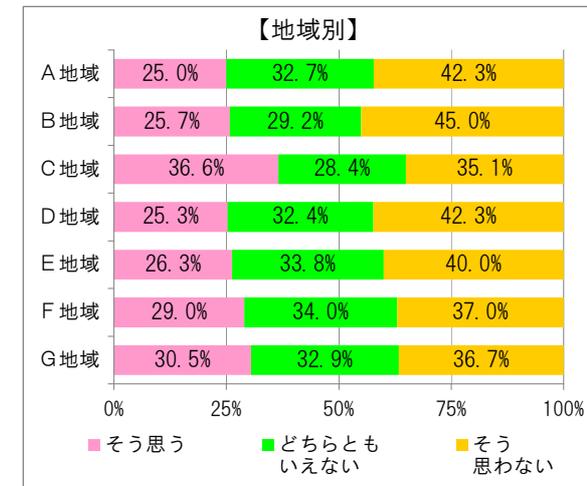
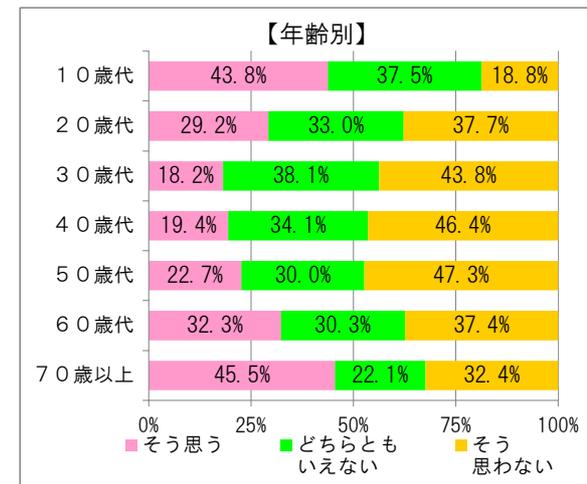
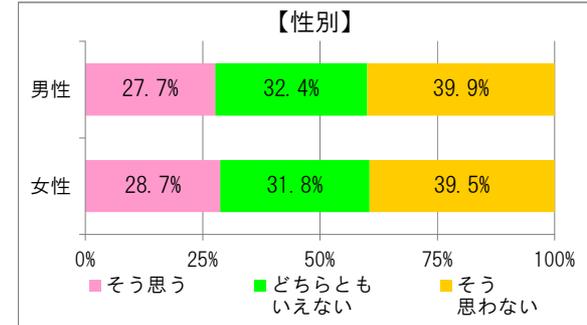
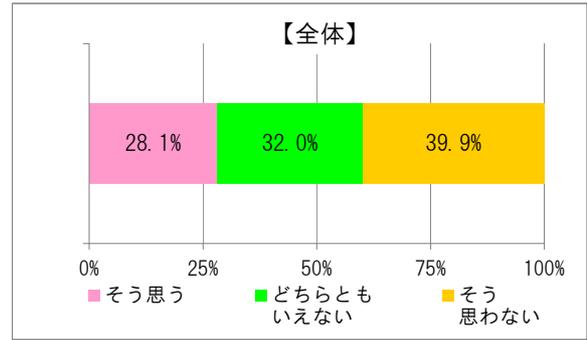
#### <考察>

男女別では、「そう思う」の割合が男性32.9%であるのに対し、女性が36.3%と高くなっています。また、年代別では、10歳代から20歳代および70歳以上の「そう思う」の割合が高いのに対し、30歳代から40歳代の「そう思う」の割合が低い傾向がみられる。地域別では、B地域の「そう思う」の割合が高く、D地域・E地域の「そう思わない」の割合が高い傾向がみられます。

## 5 開かれた市役所のあるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>368</b>	<b>419</b>	<b>522</b>	<b>1,309</b>
性別	男性	162	189	233	584
	女性	206	228	283	717
年齢	10歳代	7	6	3	16
	20歳代	31	35	40	106
	30歳代	32	67	77	176
	40歳代	49	86	117	252
	50歳代	46	61	96	203
	60歳代	95	89	110	294
	70歳以上	97	47	69	213
地域	A地域	42	55	71	168
	B地域	52	59	91	202
	C地域	49	38	47	134
	D地域	64	82	107	253
	E地域	21	27	32	80
	F地域	76	89	97	262
	G地域	64	69	77	210

<b>合計</b>		<b>28.1%</b>	<b>32.0%</b>	<b>39.9%</b>
性別	男性	27.7%	32.4%	39.9%
	女性	28.7%	31.8%	39.5%
年齢	10歳代	43.8%	37.5%	18.8%
	20歳代	29.2%	33.0%	37.7%
	30歳代	18.2%	38.1%	43.8%
	40歳代	19.4%	34.1%	46.4%
	50歳代	22.7%	30.0%	47.3%
	60歳代	32.3%	30.3%	37.4%
	70歳以上	45.5%	22.1%	32.4%
地域	A地域	25.0%	32.7%	42.3%
	B地域	25.7%	29.2%	45.0%
	C地域	36.6%	28.4%	35.1%
	D地域	25.3%	32.4%	42.3%
	E地域	26.3%	33.8%	40.0%
	F地域	29.0%	34.0%	37.0%
	G地域	30.5%	32.9%	36.7%



### <考察>

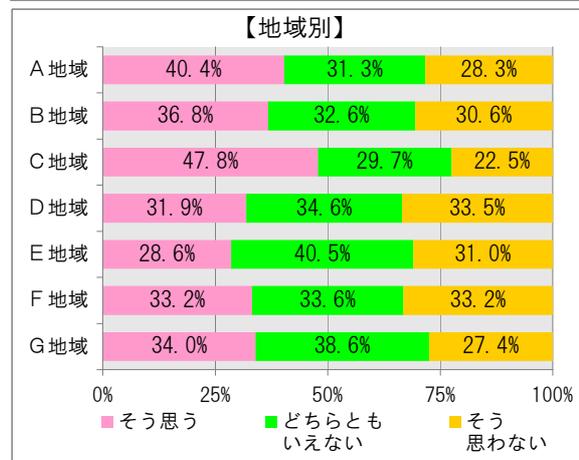
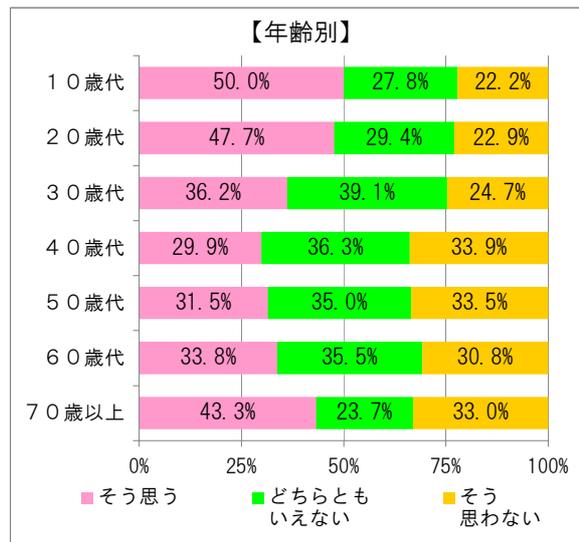
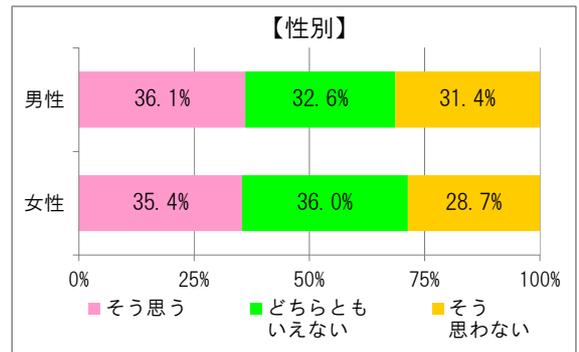
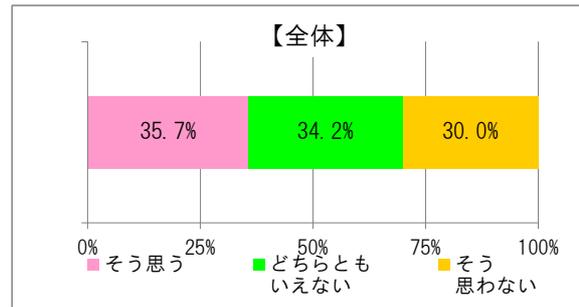
男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 また、年齢別でみると30歳代から50歳代の「そう思う」の割合が低い傾向がみられます。  
 地域別ではC地域で36.6%と「そう思う」の割合が高く、B地域の「そう思わない」が45.0%と高くなっています。

## 6 文化に親しめるまち

### <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>470</b>	<b>450</b>	<b>395</b>	<b>1,315</b>
性別	男性	215	194	187	596
	女性	252	256	204	712
年齢	10歳代	9	5	4	18
	20歳代	52	32	25	109
	30歳代	63	68	43	174
	40歳代	75	91	85	251
	50歳代	63	70	67	200
	60歳代	101	106	92	299
	70歳以上	93	51	71	215
地域	A地域	67	52	47	166
	B地域	71	63	59	193
	C地域	66	41	31	138
	D地域	82	89	86	257
	E地域	24	34	26	84
	F地域	87	88	87	262
	G地域	73	83	59	215

<b>合計</b>		<b>35.7%</b>	<b>34.2%</b>	<b>30.0%</b>
性別	男性	36.1%	32.6%	31.4%
	女性	35.4%	36.0%	28.7%
年齢	10歳代	50.0%	27.8%	22.2%
	20歳代	47.7%	29.4%	22.9%
	30歳代	36.2%	39.1%	24.7%
	40歳代	29.9%	36.3%	33.9%
	50歳代	31.5%	35.0%	33.5%
	60歳代	33.8%	35.5%	30.8%
	70歳以上	43.3%	23.7%	33.0%
地域	A地域	40.4%	31.3%	28.3%
	B地域	36.8%	32.6%	30.6%
	C地域	47.8%	29.7%	22.5%
	D地域	31.9%	34.6%	33.5%
	E地域	28.6%	40.5%	31.0%
	F地域	33.2%	33.6%	33.2%
	G地域	34.0%	38.6%	27.4%



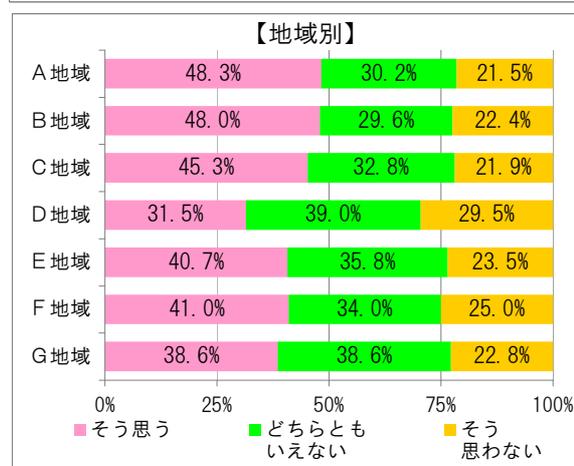
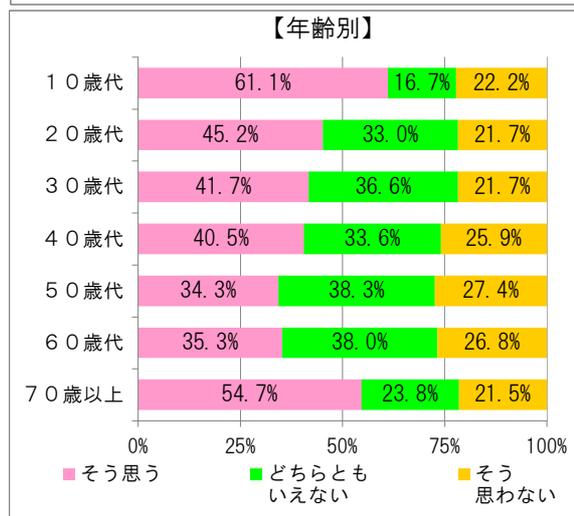
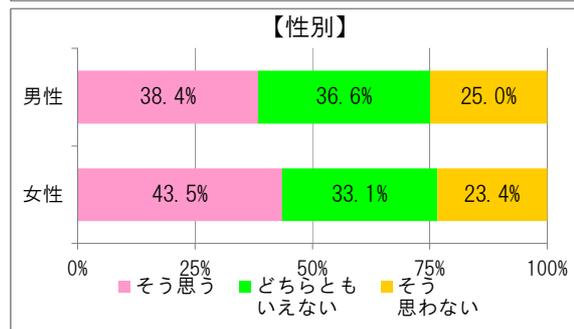
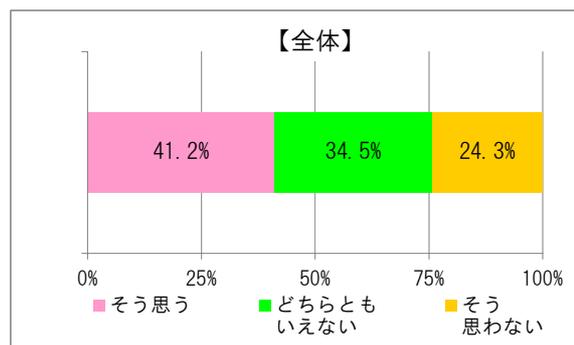
#### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています  
 年齢別では、10歳代、20歳代の「そう思う」の割合が高い一方、40歳代、50歳代の「そう思わない」の割合が高い傾向があります。  
 地域別では、C地域の「そう思う」の割合が47.8%と高くなっています。

## 7 歴史や伝統を大切にするまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>545</b>	<b>457</b>	<b>321</b>	<b>1,323</b>
性別	男性	231	220	150	601
	女性	311	237	167	715
年齢	10歳代	11	3	4	18
	20歳代	52	38	25	115
	30歳代	73	64	38	175
	40歳代	105	87	67	259
	50歳代	69	77	55	201
	60歳代	104	112	79	295
	70歳以上	117	51	46	214
地域	A地域	83	52	37	172
	B地域	94	58	44	196
	C地域	62	45	30	137
	D地域	80	99	75	254
	E地域	33	29	19	81
	F地域	110	91	67	268
	G地域	83	83	49	215

<b>合計</b>		<b>41.2%</b>	<b>34.5%</b>	<b>24.3%</b>
性別	男性	38.4%	36.6%	25.0%
	女性	43.5%	33.1%	23.4%
年齢	10歳代	61.1%	16.7%	22.2%
	20歳代	45.2%	33.0%	21.7%
	30歳代	41.7%	36.6%	21.7%
	40歳代	40.5%	33.6%	25.9%
	50歳代	34.3%	38.3%	27.4%
	60歳代	35.3%	38.0%	26.8%
	70歳以上	54.7%	23.8%	21.5%
地域	A地域	48.3%	30.2%	21.5%
	B地域	48.0%	29.6%	22.4%
	C地域	45.3%	32.8%	21.9%
	D地域	31.5%	39.0%	29.5%
	E地域	40.7%	35.8%	23.5%
	F地域	41.0%	34.0%	25.0%
	G地域	38.6%	38.6%	22.8%

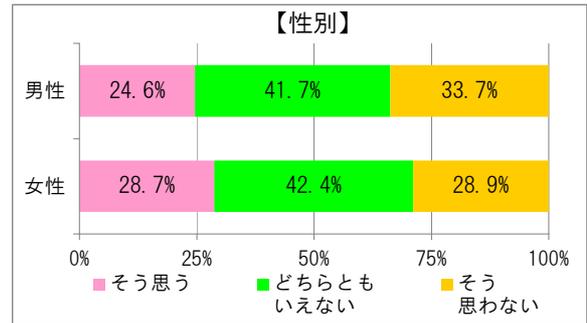
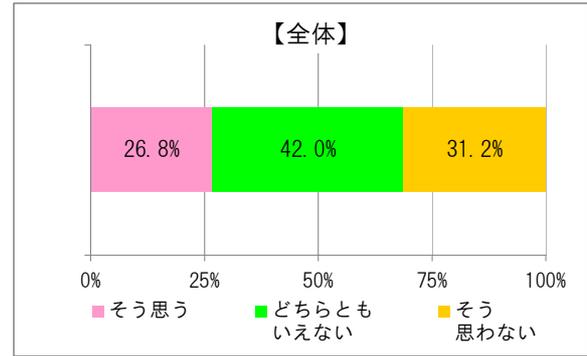


### <考察>

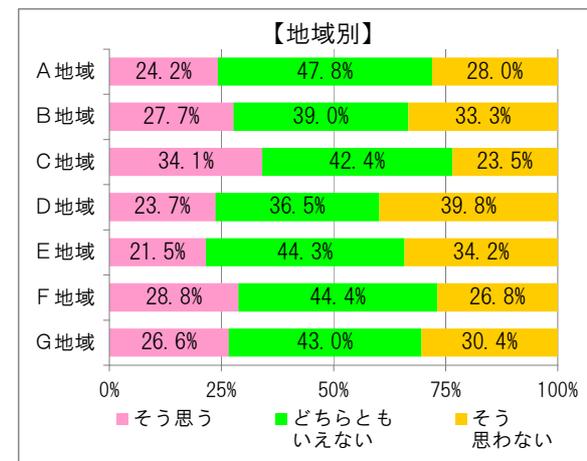
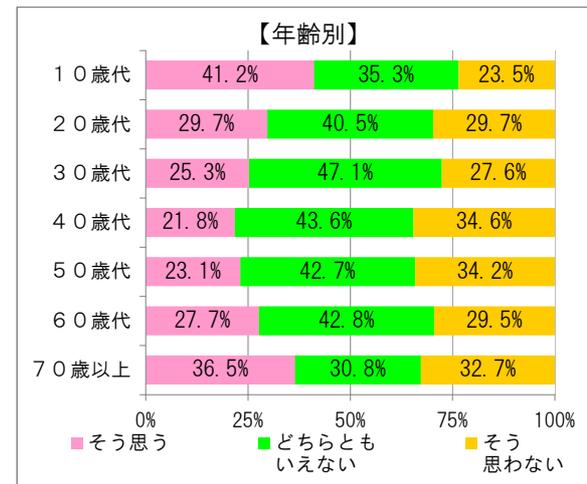
男女別では、「そう思う」の割合が男性38.4%であるのに対し、女性が43.5%と高くなっています。年齢別では、10歳代、70歳代の「そう思う」の割合が高い一方、50歳代、60歳代の「そう思わない」の割合が高い傾向があります。地域別では、A地域、B地域が約48%と「そう思う」の割合が高くなっています。

## 8 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち <満足度>

		上段 : 回答数	下段 : %	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
<b>合計</b>				<b>344</b>	<b>539</b>	<b>400</b>	<b>1,283</b>
性別	男性			143	242	196	581
	女性			200	295	201	696
年齢	10歳代			7	6	4	17
	20歳代			33	45	33	111
	30歳代			43	80	47	170
	40歳代			53	106	84	243
	50歳代			46	85	68	199
	60歳代			79	122	84	285
	70歳以上			77	65	69	211
地域	A地域			38	75	44	157
	B地域			54	76	65	195
	C地域			45	56	31	132
	D地域			59	91	99	249
	E地域			17	35	27	79
	F地域			74	114	69	257
	G地域			57	92	65	214



合計		26.8%	42.0%	31.2%
性別	男性	24.6%	41.7%	33.7%
	女性	28.7%	42.4%	28.9%
年齢	10歳代	41.2%	35.3%	23.5%
	20歳代	29.7%	40.5%	29.7%
	30歳代	25.3%	47.1%	27.6%
	40歳代	21.8%	43.6%	34.6%
	50歳代	23.1%	42.7%	34.2%
	60歳代	27.7%	42.8%	29.5%
	70歳以上	36.5%	30.8%	32.7%
地域	A地域	24.2%	47.8%	28.0%
	B地域	27.7%	39.0%	33.3%
	C地域	34.1%	42.4%	23.5%
	D地域	23.7%	36.5%	39.8%
	E地域	21.5%	44.3%	34.2%
	F地域	28.8%	44.4%	26.8%
	G地域	26.6%	43.0%	30.4%



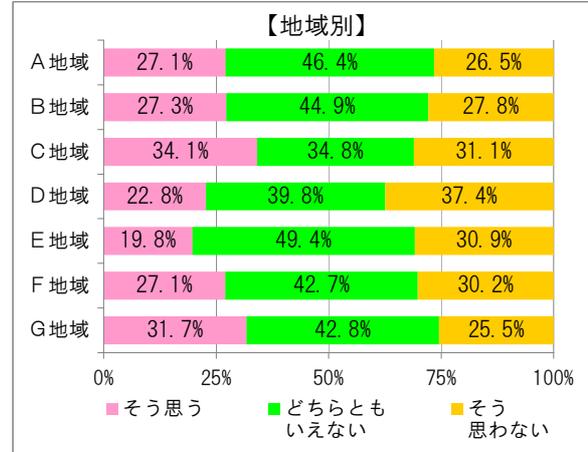
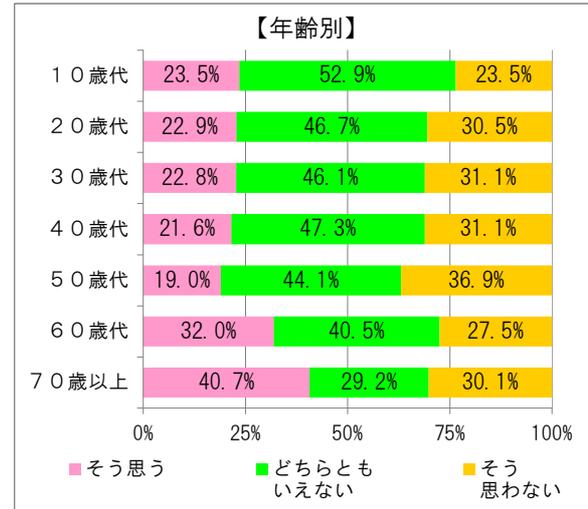
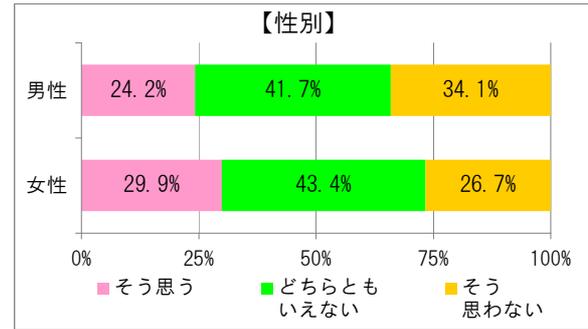
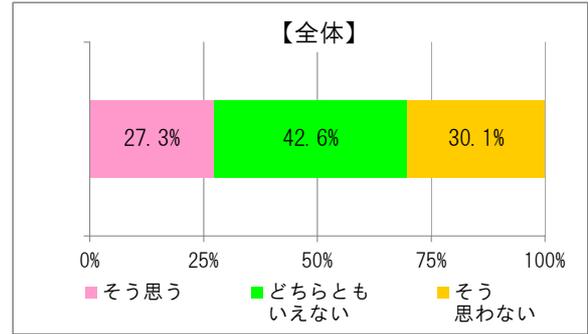
### <考察>

男女別では、「そう思う」の割合が男性24.6%であるのに対し、女性が28.7%と高くなっています。年齢別では、30歳代から50歳代の「そう思う」の割合が低い傾向があります。地域別では、C地域の「そう思う」の割合が約34.1%と高い一方、D地域の「そう思わない」が39.8%と高くなっています。

## 9 いくつになっても学べるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>348</b>	<b>543</b>	<b>384</b>	<b>1,275</b>
性別	男性	142	245	200	587
	女性	204	296	182	682
年齢	10歳代	4	9	4	17
	20歳代	24	49	32	105
	30歳代	38	77	52	167
	40歳代	52	114	75	241
	50歳代	37	86	72	195
	60歳代	93	118	80	291
	70歳以上	85	61	63	209
地域	A地域	45	77	44	166
	B地域	51	84	52	187
	C地域	45	46	41	132
	D地域	56	98	92	246
	E地域	16	40	25	81
	F地域	69	109	77	255
	G地域	66	89	53	208

<b>合計</b>		<b>27.3%</b>	<b>42.6%</b>	<b>30.1%</b>
性別	男性	24.2%	41.7%	34.1%
	女性	29.9%	43.4%	26.7%
年齢	10歳代	23.5%	52.9%	23.5%
	20歳代	22.9%	46.7%	30.5%
	30歳代	22.8%	46.1%	31.1%
	40歳代	21.6%	47.3%	31.1%
	50歳代	19.0%	44.1%	36.9%
	60歳代	32.0%	40.5%	27.5%
	70歳以上	40.7%	29.2%	30.1%
地域	A地域	27.1%	46.4%	26.5%
	B地域	27.3%	44.9%	27.8%
	C地域	34.1%	34.8%	31.1%
	D地域	22.8%	39.8%	37.4%
	E地域	19.8%	49.4%	30.9%
	F地域	27.1%	42.7%	30.2%
	G地域	31.7%	42.8%	25.5%



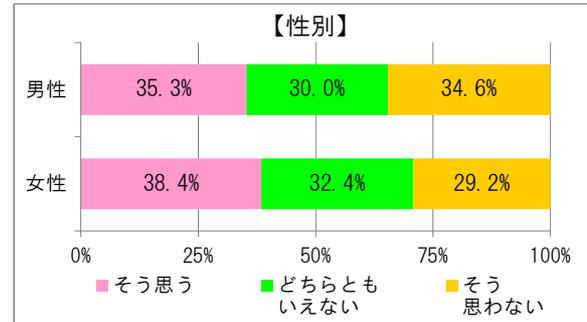
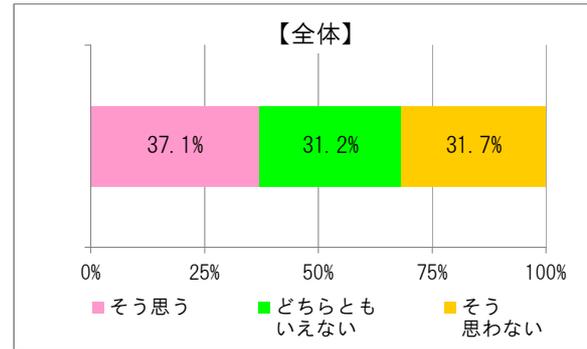
### <考察>

男女別にみると、男性24.2%に比べ、女性29.9%と高い傾向がみられます。  
 年齢別では60歳代、70歳代の「そう思う」が高いのに対し、50歳代の「そう思わない」が36.9%と高い傾向がみられます。  
 地域別ではC地域の「そう思う」が34.1%に対し、D地域、E地域の「そう思う」が約20%前後と低い傾向がみられます。

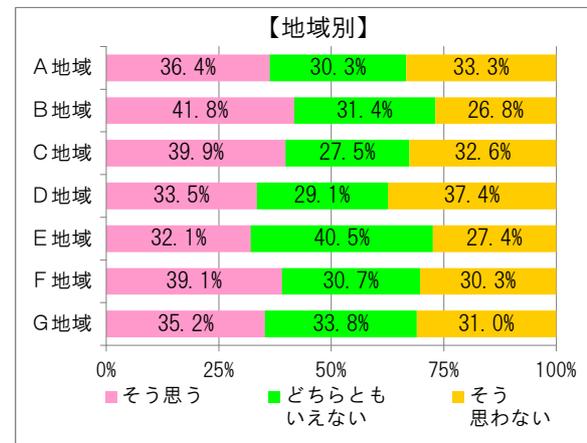
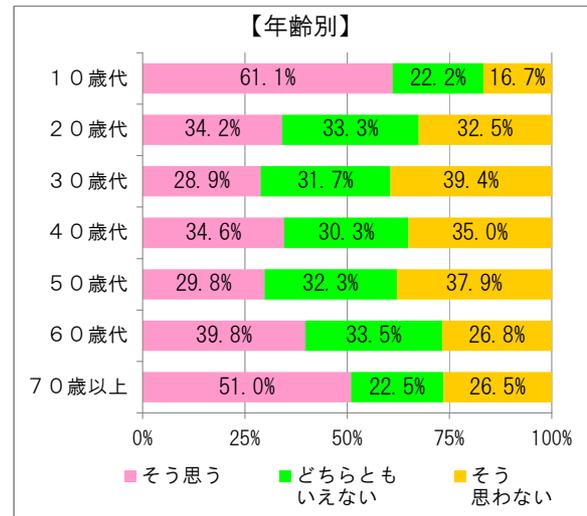
10 学校・家庭・地域が一緒になって子どもを育むまち

<満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>484</b>	<b>408</b>	<b>414</b>	<b>1,306</b>
性別	男性	207	176	203	586
	女性	274	231	208	713
年齢	10歳代	11	4	3	18
	20歳代	41	40	39	120
	30歳代	52	57	71	180
	40歳代	88	77	89	254
	50歳代	59	64	75	198
	60歳代	113	95	76	284
	70歳以上	104	46	54	204
地域	A地域	60	50	55	165
	B地域	81	61	52	194
	C地域	55	38	45	138
	D地域	85	74	95	254
	E地域	27	34	23	84
	F地域	102	80	79	261
	G地域	74	71	65	210



<b>合計</b>		<b>37.1%</b>	<b>31.2%</b>	<b>31.7%</b>
性別	男性	35.3%	30.0%	34.6%
	女性	38.4%	32.4%	29.2%
年齢	10歳代	61.1%	22.2%	16.7%
	20歳代	34.2%	33.3%	32.5%
	30歳代	28.9%	31.7%	39.4%
	40歳代	34.6%	30.3%	35.0%
	50歳代	29.8%	32.3%	37.9%
	60歳代	39.8%	33.5%	26.8%
	70歳以上	51.0%	22.5%	26.5%
地域	A地域	36.4%	30.3%	33.3%
	B地域	41.8%	31.4%	26.8%
	C地域	39.9%	27.5%	32.6%
	D地域	33.5%	29.1%	37.4%
	E地域	32.1%	40.5%	27.4%
	F地域	39.1%	30.7%	30.3%
	G地域	35.2%	33.8%	31.0%



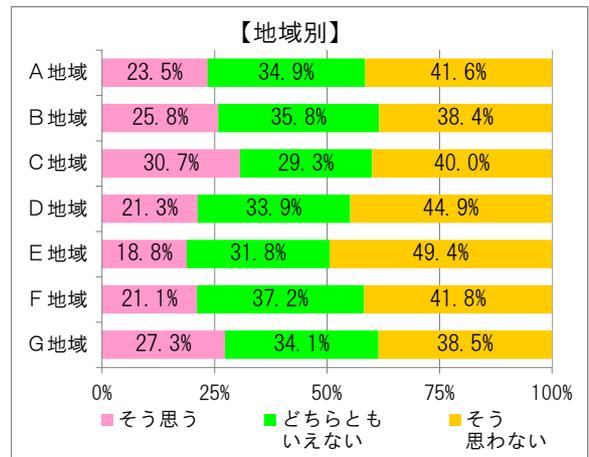
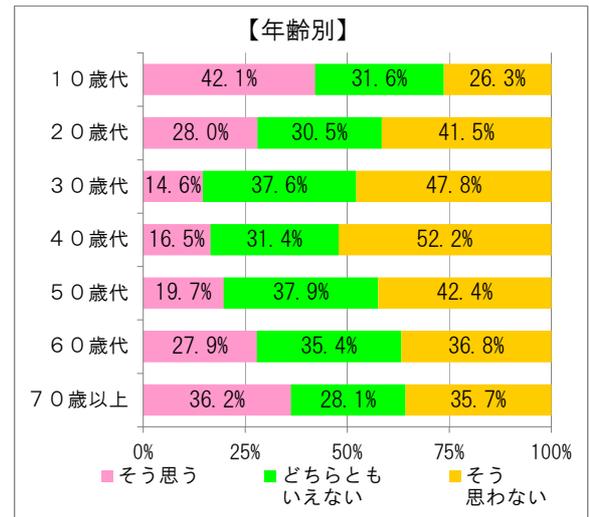
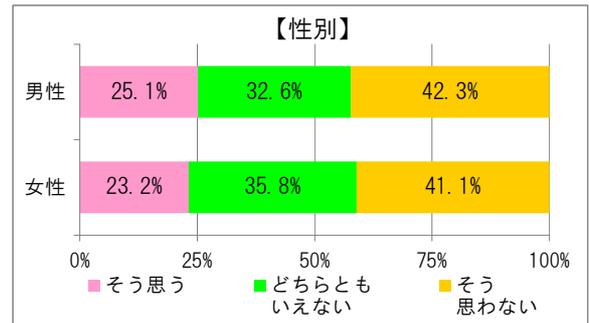
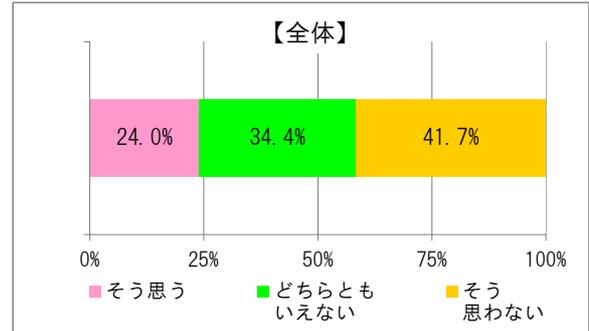
<考察>

男女別にみると「そう思う」はほぼ同率となっていますが、「そう思わない」の割合が女性29.2%に対し、男性34.6%と高くなっています。  
 年齢別にみると、10歳代、70歳代の「そう思う」の割合が高い傾向がみられます。また、30歳代～50歳代の「そう思わない」の割合が、全体の「そう思わない」31.7%を大きく上回っています。  
 地域別にみると、B地域の「そう思う」が41.8%と高い傾向がみられるのに対し、D地域の「そう思わない」の割合が37.4%と高くなっています。

# 11 青少年が健やかに育つまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段	回答数				
下段	%				
<b>合計</b>		<b>312</b>	<b>447</b>	<b>542</b>	<b>1,301</b>
性別	男性	148	192	249	589
	女性	163	252	289	704
年齢	10歳代	8	6	5	19
	20歳代	33	36	49	118
	30歳代	26	67	85	178
	40歳代	42	80	133	255
	50歳代	39	75	84	198
	60歳代	78	99	103	280
	70歳以上	76	59	75	210
地域	A地域	39	58	69	166
	B地域	49	68	73	190
	C地域	43	41	56	140
	D地域	54	86	114	254
	E地域	16	27	42	85
	F地域	55	97	109	261
	G地域	56	70	79	205

合計		24.0%	34.4%	41.7%
性別	男性	25.1%	32.6%	42.3%
	女性	23.2%	35.8%	41.1%
年齢	10歳代	42.1%	31.6%	26.3%
	20歳代	28.0%	30.5%	41.5%
	30歳代	14.6%	37.6%	47.8%
	40歳代	16.5%	31.4%	52.2%
	50歳代	19.7%	37.9%	42.4%
	60歳代	27.9%	35.4%	36.8%
	70歳以上	36.2%	28.1%	35.7%
地域	A地域	23.5%	34.9%	41.6%
	B地域	25.8%	35.8%	38.4%
	C地域	30.7%	29.3%	40.0%
	D地域	21.3%	33.9%	44.9%
	E地域	18.8%	31.8%	49.4%
	F地域	21.1%	37.2%	41.8%
	G地域	27.3%	34.1%	38.5%



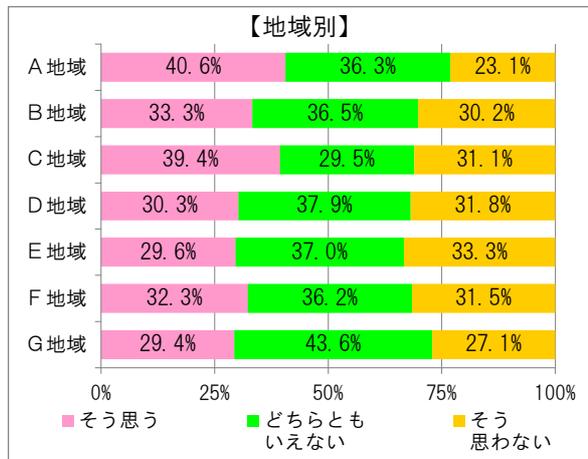
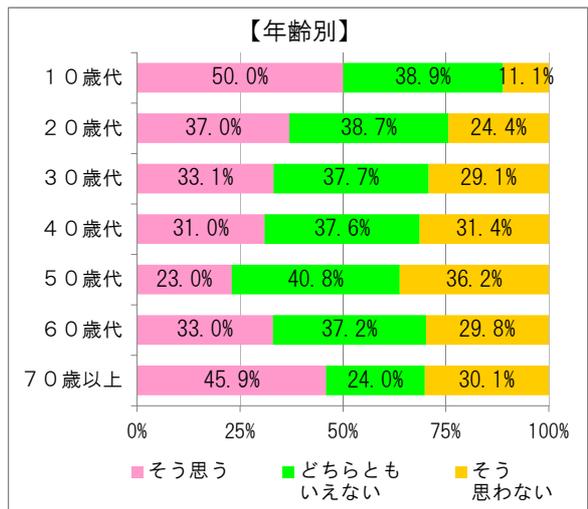
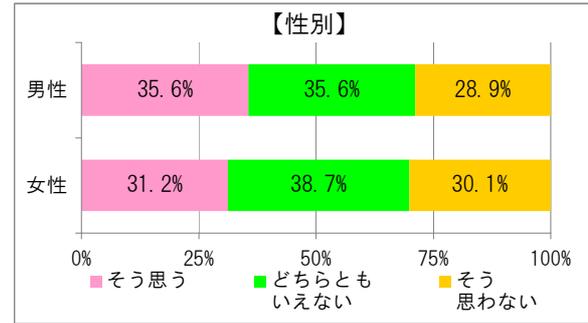
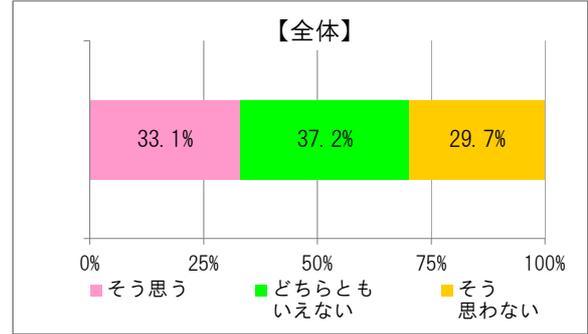
### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 年齢別では、全体の「そう思う」の割合24.0%に対し、30歳代から50歳代の「そう思う」の割合が約16%前後と低くなっています。  
 地域別にみると、C地域の「そう思う」が30.7%と高い一方、E地域の「そう思わない」が49.4%と高くなっています。

## 12 スポーツを楽しめるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>431</b>	<b>484</b>	<b>386</b>	<b>1,301</b>
性別	男性	212	212	172	596
	女性	218	270	210	698
年齢	10歳代	9	7	2	18
	20歳代	44	46	29	119
	30歳代	58	66	51	175
	40歳代	79	96	80	255
	50歳代	45	80	71	196
	60歳代	94	106	85	285
	70歳以上	90	47	59	196
地域	A地域	65	58	37	160
	B地域	64	70	58	192
	C地域	52	39	41	132
	D地域	79	99	83	261
	E地域	24	30	27	81
	F地域	83	93	81	257
	G地域	64	95	59	218

<b>合計</b>		<b>33.1%</b>	<b>37.2%</b>	<b>29.7%</b>
性別	男性	35.6%	35.6%	28.9%
	女性	31.2%	38.7%	30.1%
年齢	10歳代	50.0%	38.9%	11.1%
	20歳代	37.0%	38.7%	24.4%
	30歳代	33.1%	37.7%	29.1%
	40歳代	31.0%	37.6%	31.4%
	50歳代	23.0%	40.8%	36.2%
	60歳代	33.0%	37.2%	29.8%
	70歳以上	45.9%	24.0%	30.1%
地域	A地域	40.6%	36.3%	23.1%
	B地域	33.3%	36.5%	30.2%
	C地域	39.4%	29.5%	31.1%
	D地域	30.3%	37.9%	31.8%
	E地域	29.6%	37.0%	33.3%
	F地域	32.3%	36.2%	31.5%
	G地域	29.4%	43.6%	27.1%



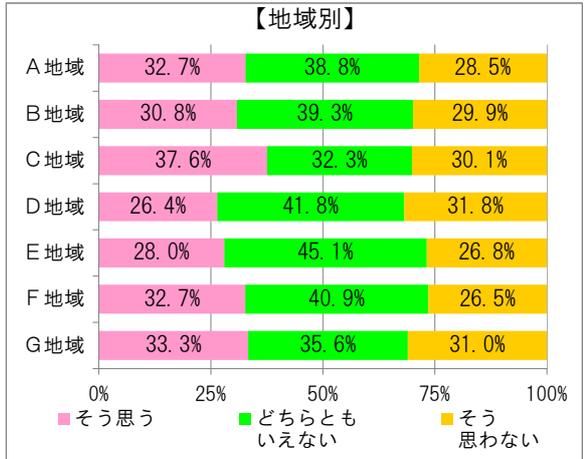
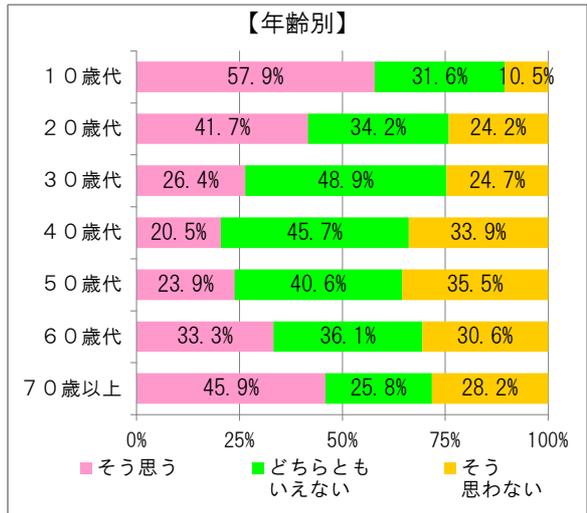
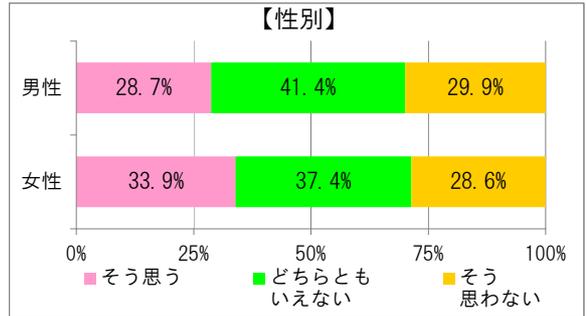
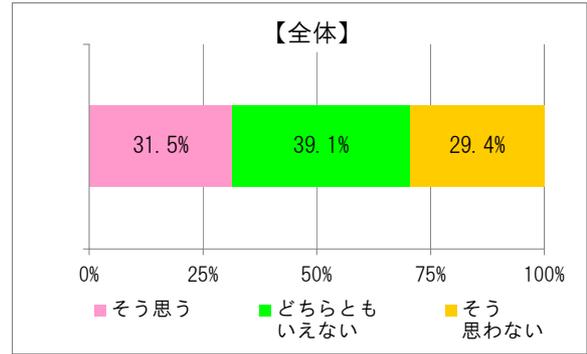
### <考察>

男女別に見ると、男性が35.6%に対し、女性が31.2%と低い傾向になっています。  
 年齢別では、10歳代及び70歳代の「そう思う」が高いのに対し、50歳代の「そう思う」が23.0%と低くなっています。  
 地域別では、A地域とC地域の「そう思う」割合が約40%と高い傾向がみられます。

### 13 健康で元気に暮らせるまち <満足度>

		上段 : 回答数	下段 : %	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
<b>合計</b>				<b>414</b>	<b>514</b>	<b>387</b>	<b>1,315</b>
性別	男性			170	245	177	592
	女性			243	268	205	716
年齢	10歳代			11	6	2	19
	20歳代			50	41	29	120
	30歳代			46	85	43	174
	40歳代			52	116	86	254
	50歳代			47	80	70	197
	60歳代			97	105	89	291
	70歳以上			96	54	59	209
地域	A地域			54	64	47	165
	B地域			62	79	60	201
	C地域			50	43	40	133
	D地域			69	109	83	261
	E地域			23	37	22	82
	F地域			84	105	68	257
	G地域			72	77	67	216

<b>合計</b>		<b>31.5%</b>	<b>39.1%</b>	<b>29.4%</b>
性別	男性	28.7%	41.4%	29.9%
	女性	33.9%	37.4%	28.6%
年齢	10歳代	57.9%	31.6%	10.5%
	20歳代	41.7%	34.2%	24.2%
	30歳代	26.4%	48.9%	24.7%
	40歳代	20.5%	45.7%	33.9%
	50歳代	23.9%	40.6%	35.5%
	60歳代	33.3%	36.1%	30.6%
	70歳以上	45.9%	25.8%	28.2%
地域	A地域	32.7%	38.8%	28.5%
	B地域	30.8%	39.3%	29.9%
	C地域	37.6%	32.3%	30.1%
	D地域	26.4%	41.8%	31.8%
	E地域	28.0%	45.1%	26.8%
	F地域	32.7%	40.9%	26.5%
	G地域	33.3%	35.6%	31.0%



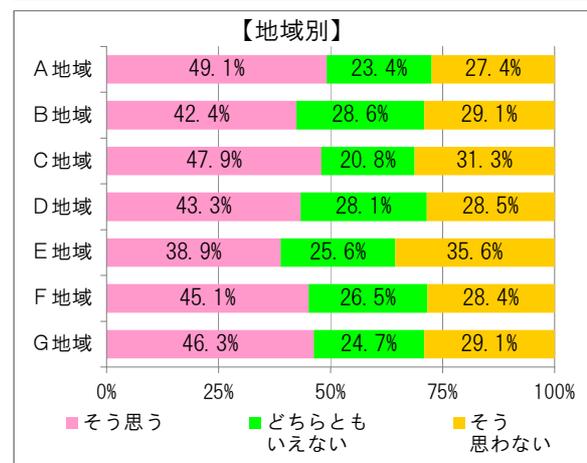
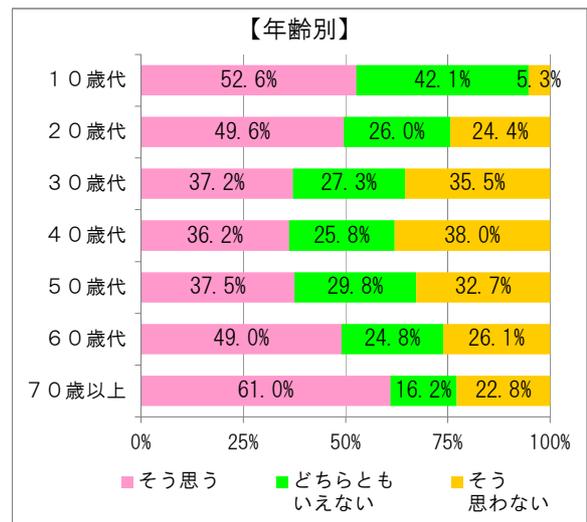
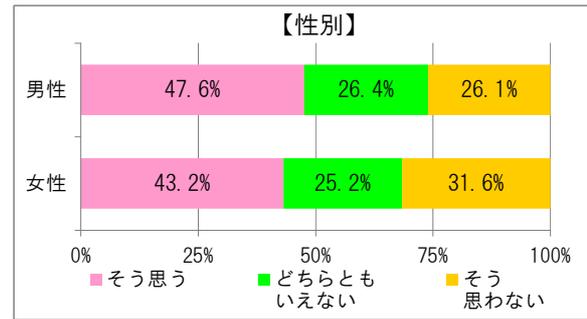
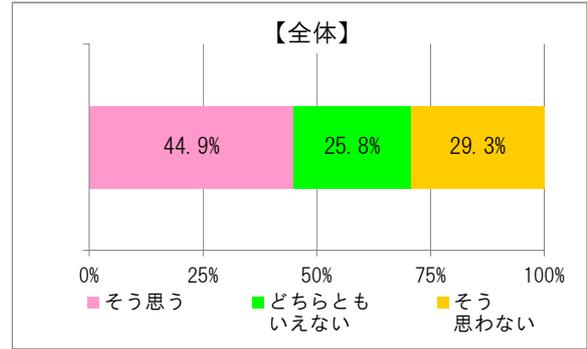
<考察>

男女別にみると、女性が33.9%となっており、全体割合よりやや高くなっています。  
 また、年齢別では、10歳代、20歳代および70歳代の「そう思う」割合が高いのに対し、30歳～50歳代の割合が低くなっています。  
 地域別では、全体割合31.5%に対し、C地域が37.6%と高くなっています。

## 14 安心して医療を受けられるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>622</b>	<b>357</b>	<b>405</b>	<b>1,384</b>
性別	男性	292	162	160	614
	女性	329	192	241	762
年齢	10歳代	10	8	1	19
	20歳代	61	32	30	123
	30歳代	68	50	65	183
	40歳代	98	70	103	271
	50歳代	78	62	68	208
	60歳代	150	76	80	306
	70歳以上	139	37	52	228
地域	A地域	86	41	48	175
	B地域	86	58	59	203
	C地域	69	30	45	144
	D地域	117	76	77	270
	E地域	35	23	32	90
	F地域	124	73	78	275
	G地域	105	56	66	227

<b>合計</b>		<b>44.9%</b>	<b>25.8%</b>	<b>29.3%</b>
性別	男性	47.6%	26.4%	26.1%
	女性	43.2%	25.2%	31.6%
年齢	10歳代	52.6%	42.1%	5.3%
	20歳代	49.6%	26.0%	24.4%
	30歳代	37.2%	27.3%	35.5%
	40歳代	36.2%	25.8%	38.0%
	50歳代	37.5%	29.8%	32.7%
	60歳代	49.0%	24.8%	26.1%
	70歳以上	61.0%	16.2%	22.8%
地域	A地域	49.1%	23.4%	27.4%
	B地域	42.4%	28.6%	29.1%
	C地域	47.9%	20.8%	31.3%
	D地域	43.3%	28.1%	28.5%
	E地域	38.9%	25.6%	35.6%
	F地域	45.1%	26.5%	28.4%
	G地域	46.3%	24.7%	29.1%



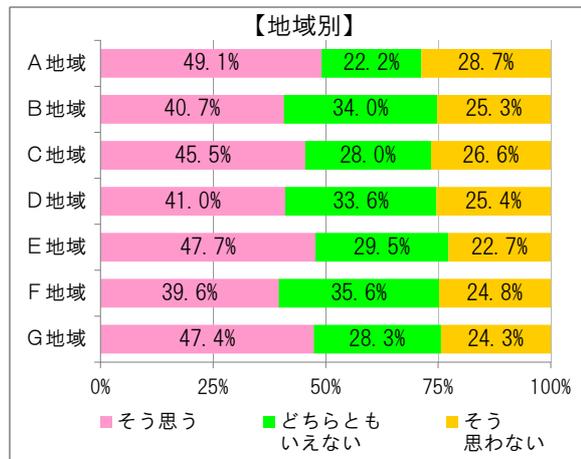
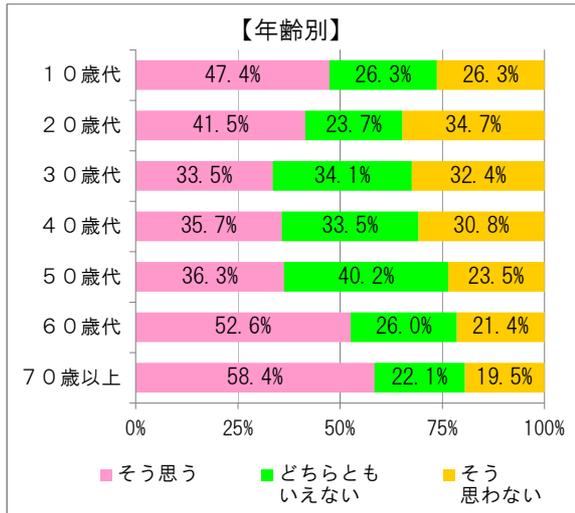
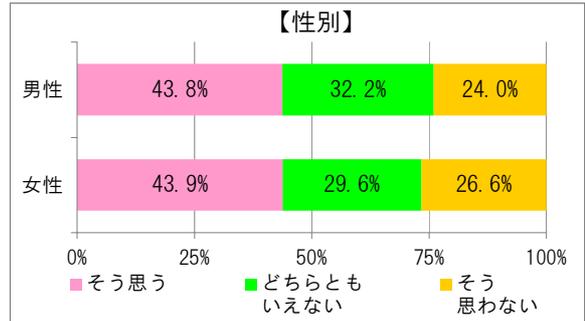
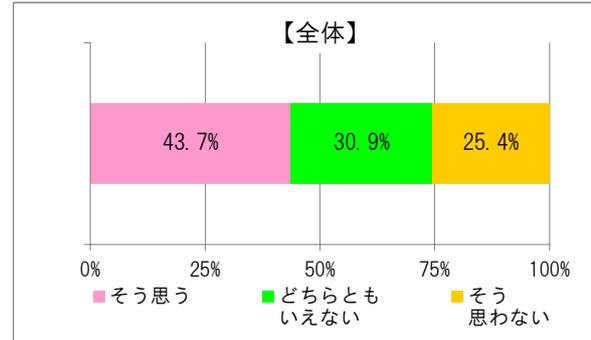
### <考察>

男女別では男性が47.6%に対し、女性が43.2%とやや低くなっています。  
また、年齢別にみると、10歳、20歳、60歳、70歳代の「そう思う」の割合が高く、30歳代から50歳代は低い傾向がみられます。  
地域別では、E地域の「そう思う」の割合が低くなっています。

## 15 生活衛生が行き届いたまち <満足度>

		上段 : 回答数 下段 : %	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
<b>合計</b>			<b>594</b>	<b>420</b>	<b>346</b>	<b>1,360</b>
性別	男性		268	197	147	612
	女性		325	219	197	741
年齢	10歳代		9	5	5	19
	20歳代		49	28	41	118
	30歳代		61	62	59	182
	40歳代		94	88	81	263
	50歳代		74	82	48	204
	60歳代		160	79	65	304
	70歳以上		132	50	44	226
地域	A地域		82	37	48	167
	B地域		79	66	49	194
	C地域		65	40	38	143
	D地域		110	90	68	268
	E地域		42	26	20	88
	F地域		107	96	67	270
	G地域		109	65	56	230

<b>合計</b>		<b>43.7%</b>	<b>30.9%</b>	<b>25.4%</b>
性別	男性	43.8%	32.2%	24.0%
	女性	43.9%	29.6%	26.6%
年齢	10歳代	47.4%	26.3%	26.3%
	20歳代	41.5%	23.7%	34.7%
	30歳代	33.5%	34.1%	32.4%
	40歳代	35.7%	33.5%	30.8%
	50歳代	36.3%	40.2%	23.5%
	60歳代	52.6%	26.0%	21.4%
	70歳以上	58.4%	22.1%	19.5%
地域	A地域	49.1%	22.2%	28.7%
	B地域	40.7%	34.0%	25.3%
	C地域	45.5%	28.0%	26.6%
	D地域	41.0%	33.6%	25.4%
	E地域	47.7%	29.5%	22.7%
	F地域	39.6%	35.6%	24.8%
	G地域	47.4%	28.3%	24.3%



### <考察>

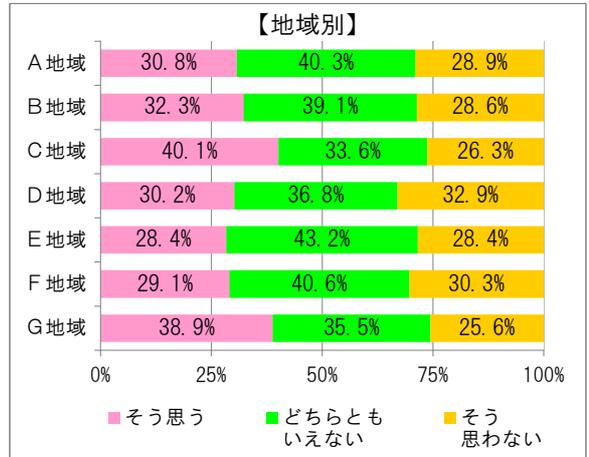
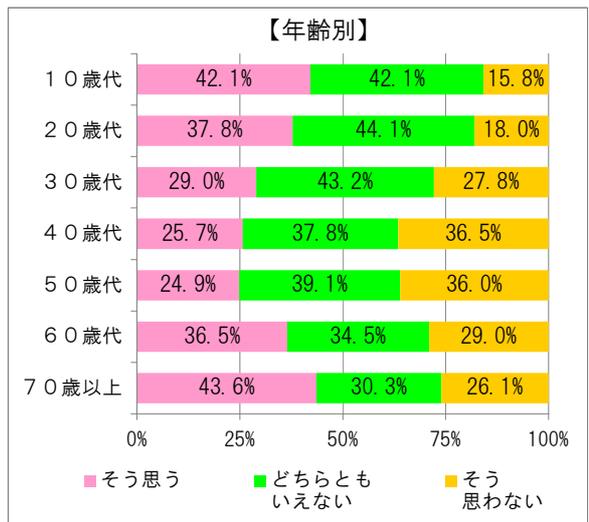
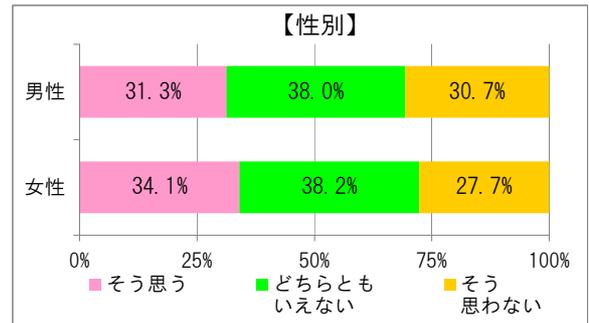
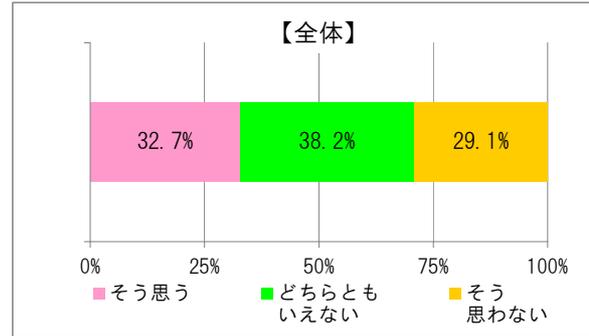
男女別にみると「そう思う」「そう思わない」ともに、ほぼ同率となっています。  
また、年齢別にみると、60歳、70歳代の「そう思う」の割合が他に比べ高くなっています。  
地域別では、A地域・E地域およびG地域の割合が約48%前後と他に比べ高くなっています。

16 みんなで支え合う福祉のまち

<満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>423</b>	<b>493</b>	<b>376</b>	<b>1,292</b>
性別	男性	183	222	179	584
	女性	239	268	194	701
年齢	10歳代	8	8	3	19
	20歳代	42	49	20	111
	30歳代	49	73	47	169
	40歳代	64	94	91	249
	50歳代	49	77	71	197
	60歳代	107	101	85	293
	70歳以上	92	64	55	211
地域	A地域	49	64	46	159
	B地域	62	75	55	192
	C地域	55	46	36	137
	D地域	78	95	85	258
	E地域	23	35	23	81
	F地域	74	103	77	254
	G地域	82	75	54	211

<b>合計</b>		<b>32.7%</b>	<b>38.2%</b>	<b>29.1%</b>
性別	男性	31.3%	38.0%	30.7%
	女性	34.1%	38.2%	27.7%
年齢	10歳代	42.1%	42.1%	15.8%
	20歳代	37.8%	44.1%	18.0%
	30歳代	29.0%	43.2%	27.8%
	40歳代	25.7%	37.8%	36.5%
	50歳代	24.9%	39.1%	36.0%
	60歳代	36.5%	34.5%	29.0%
	70歳以上	43.6%	30.3%	26.1%
地域	A地域	30.8%	40.3%	28.9%
	B地域	32.3%	39.1%	28.6%
	C地域	40.1%	33.6%	26.3%
	D地域	30.2%	36.8%	32.9%
	E地域	28.4%	43.2%	28.4%
	F地域	29.1%	40.6%	30.3%
	G地域	38.9%	35.5%	25.6%



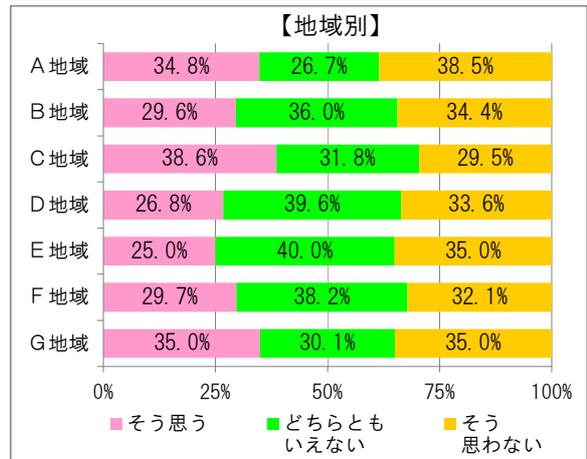
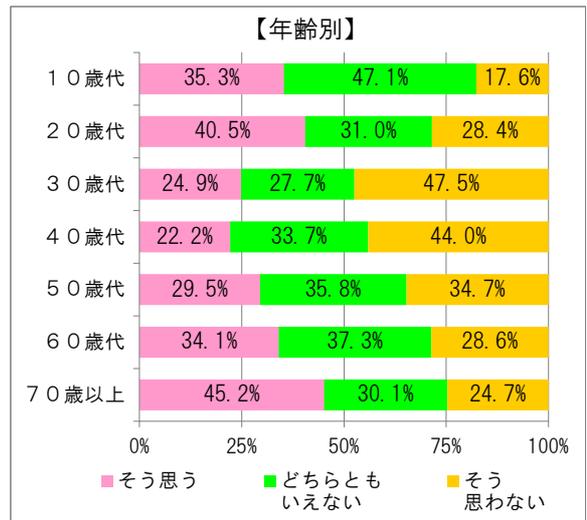
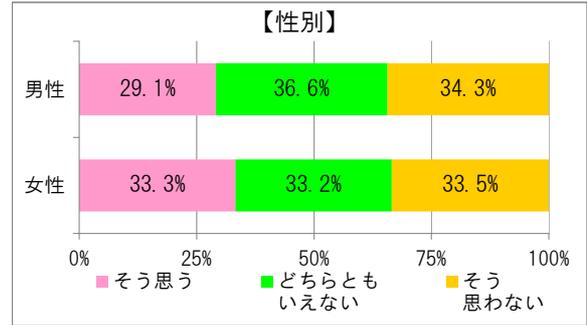
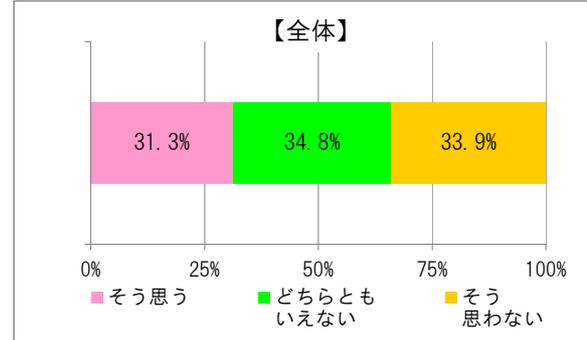
<考察>

男女別にみると「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。また、年齢別では30歳代から50歳代の「そう思う」の割合が26%前後と低い傾向となっています。地域別では、C地域とG地域の割合が約39%前後と、他に比べ高い傾向がみられます。

## 17 安心して子どもを生み、育てられるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>395</b>	<b>440</b>	<b>429</b>	<b>1,264</b>
性別	男性	169	212	199	580
	女性	226	225	227	678
年齢	10歳代	6	8	3	17
	20歳代	47	36	33	116
	30歳代	44	49	84	177
	40歳代	56	85	111	252
	50歳代	57	69	67	193
	60歳代	94	103	79	276
	70歳以上	84	56	46	186
地域	A地域	56	43	62	161
	B地域	55	67	64	186
	C地域	51	42	39	132
	D地域	67	99	84	250
	E地域	20	32	28	80
	F地域	74	95	80	249
	G地域	72	62	72	206

<b>合計</b>		<b>31.3%</b>	<b>34.8%</b>	<b>33.9%</b>
性別	男性	29.1%	36.6%	34.3%
	女性	33.3%	33.2%	33.5%
年齢	10歳代	35.3%	47.1%	17.6%
	20歳代	40.5%	31.0%	28.4%
	30歳代	24.9%	27.7%	47.5%
	40歳代	22.2%	33.7%	44.0%
	50歳代	29.5%	35.8%	34.7%
	60歳代	34.1%	37.3%	28.6%
	70歳以上	45.2%	30.1%	24.7%
地域	A地域	34.8%	26.7%	38.5%
	B地域	29.6%	36.0%	34.4%
	C地域	38.6%	31.8%	29.5%
	D地域	26.8%	39.6%	33.6%
	E地域	25.0%	40.0%	35.0%
	F地域	29.7%	38.2%	32.1%
	G地域	35.0%	30.1%	35.0%



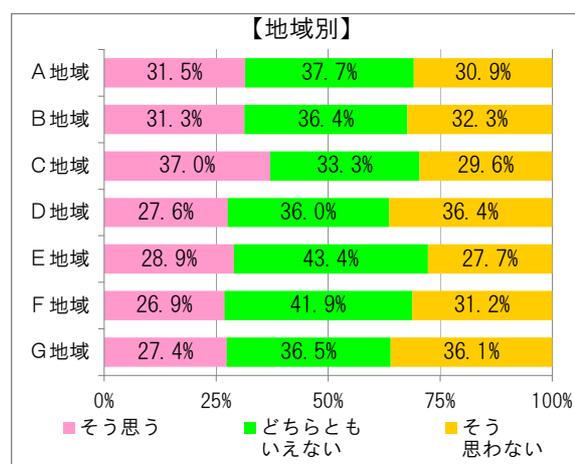
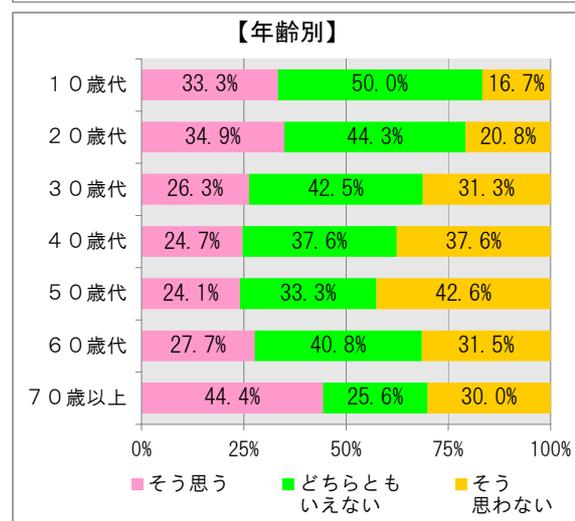
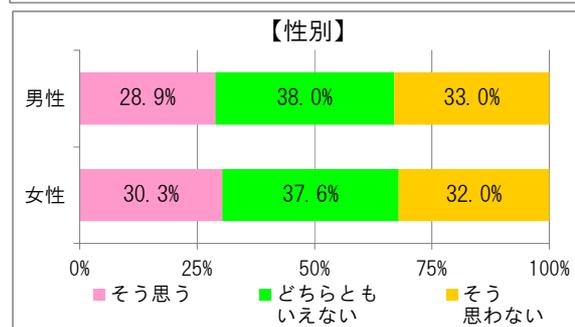
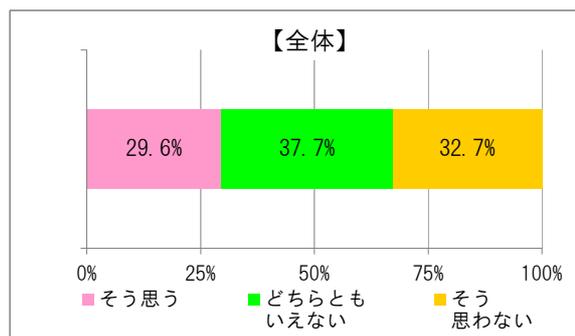
### <考察>

男女別にみると男性の「そう思う」割合が29.1%に対し、女性の「そう思う」割合が33.3%と高くなっています。  
また、年齢別では、30歳、40歳代の「そう思わない」の割合も約45%程度と高い傾向がみられます。  
地域別には、C地域、G地域の「そう思う」の割合が高くなっています。

## 18 高齢者が生きがいをもって暮らせるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>381</b>	<b>486</b>	<b>422</b>	<b>1,289</b>
性別	男性	169	222	193	584
	女性	212	263	224	699
年齢	10歳代	6	9	3	18
	20歳代	37	47	22	106
	30歳代	42	68	50	160
	40歳代	63	96	96	255
	50歳代	47	65	83	195
	60歳代	80	118	91	289
	70歳以上	99	57	67	223
地域	A地域	51	61	50	162
	B地域	62	72	64	198
	C地域	50	45	40	135
	D地域	69	90	91	250
	E地域	24	36	23	83
	F地域	68	106	79	253
	G地域	57	76	75	208

<b>合計</b>		<b>29.6%</b>	<b>37.7%</b>	<b>32.7%</b>
性別	男性	28.9%	38.0%	33.0%
	女性	30.3%	37.6%	32.0%
年齢	10歳代	33.3%	50.0%	16.7%
	20歳代	34.9%	44.3%	20.8%
	30歳代	26.3%	42.5%	31.3%
	40歳代	24.7%	37.6%	37.6%
	50歳代	24.1%	33.3%	42.6%
	60歳代	27.7%	40.8%	31.5%
	70歳以上	44.4%	25.6%	30.0%
地域	A地域	31.5%	37.7%	30.9%
	B地域	31.3%	36.4%	32.3%
	C地域	37.0%	33.3%	29.6%
	D地域	27.6%	36.0%	36.4%
	E地域	28.9%	43.4%	27.7%
	F地域	26.9%	41.9%	31.2%
	G地域	27.4%	36.5%	36.1%



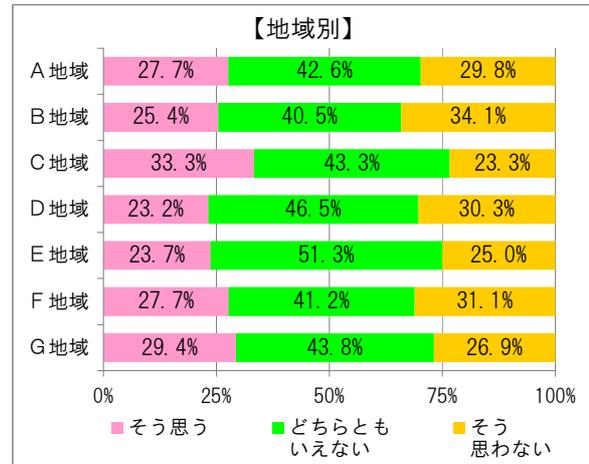
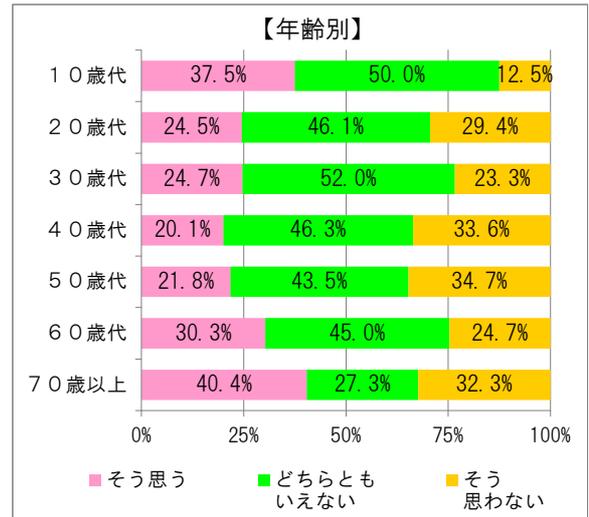
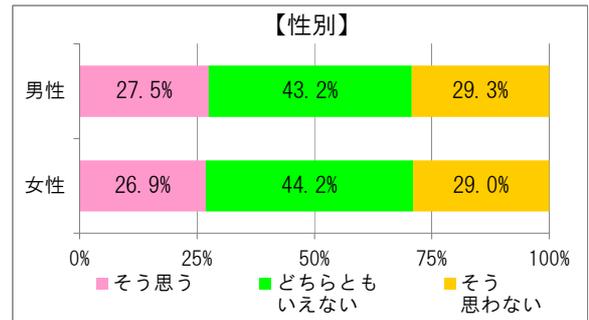
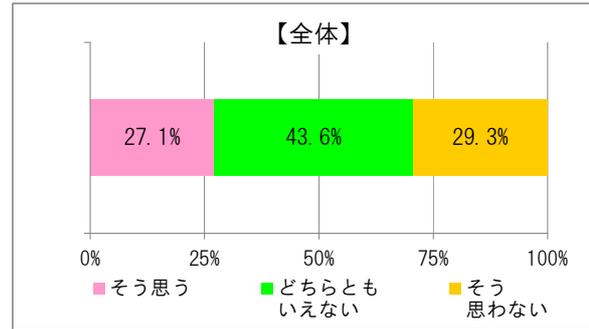
### <考察>

男女別にみると「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。また、年齢別では70歳代以上の44.4%が「そう思う」となっており、全体割合の「そう思う」29.6%を大きく上回っています。地域別では、C地域の「そう思う」の割合が37.0%と高い一方、D地域とG地域の「そう思わない」が高い傾向にあります。

## 19 障害のある人が自立して生活できるまち <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>322</b>	<b>519</b>	<b>349</b>	<b>1,190</b>
性別	男性		154	242	164	560
	女性		168	276	181	625
年齢	10歳代		6	8	2	16
	20歳代		25	47	30	102
	30歳代		37	78	35	150
	40歳代		46	106	77	229
	50歳代		42	84	67	193
	60歳代		82	122	67	271
	70歳以上		80	54	64	198
地域	A地域		39	60	42	141
	B地域		44	70	59	173
	C地域		40	52	28	120
	D地域		56	112	73	241
	E地域		18	39	19	76
	F地域		66	98	74	238
	G地域		59	88	54	201

<b>合計</b>		<b>27.1%</b>	<b>43.6%</b>	<b>29.3%</b>
性別	男性	27.5%	43.2%	29.3%
	女性	26.9%	44.2%	29.0%
年齢	10歳代	37.5%	50.0%	12.5%
	20歳代	24.5%	46.1%	29.4%
	30歳代	24.7%	52.0%	23.3%
	40歳代	20.1%	46.3%	33.6%
	50歳代	21.8%	43.5%	34.7%
	60歳代	30.3%	45.0%	24.7%
	70歳以上	40.4%	27.3%	32.3%
地域	A地域	27.7%	42.6%	29.8%
	B地域	25.4%	40.5%	34.1%
	C地域	33.3%	43.3%	23.3%
	D地域	23.2%	46.5%	30.3%
	E地域	23.7%	51.3%	25.0%
	F地域	27.7%	41.2%	31.1%
	G地域	29.4%	43.8%	26.9%



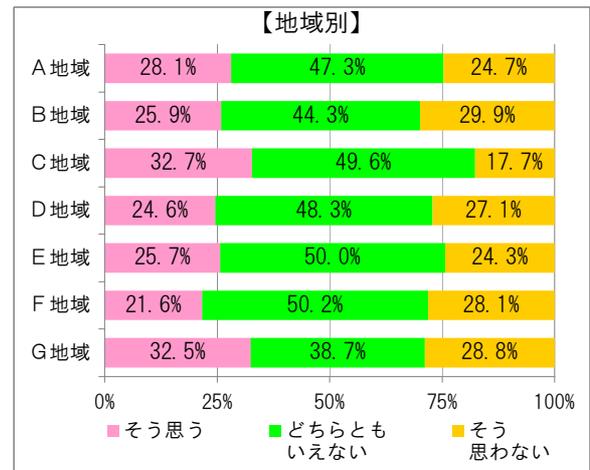
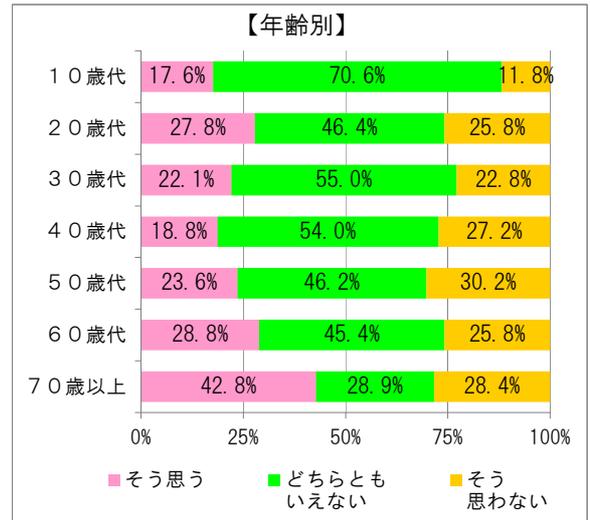
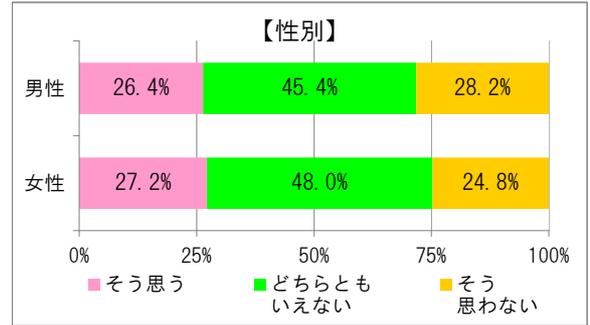
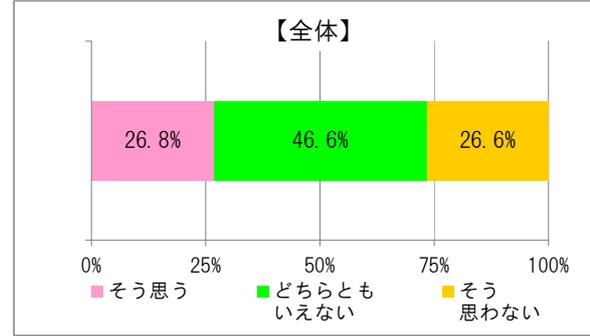
### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 また、年齢別にみると、10歳代および60歳代と70歳代の「そう思う」の割合が高い一方、40歳代、50歳代の「そう思う」の割合が低い傾向がみられます。  
 地域別では、C地域の「そう思う」が33.3%と高い傾向がみられます。

## 20 生活自立相談や支援が受けられるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>313</b>	<b>545</b>	<b>311</b>	<b>1,169</b>
性別	男性	145	249	155	549
	女性	167	295	152	614
年齢	10歳代	3	12	2	17
	20歳代	27	45	25	97
	30歳代	33	82	34	149
	40歳代	42	121	61	224
	50歳代	43	84	55	182
	60歳代	75	118	67	260
	70歳以上	86	58	57	201
地域	A地域	41	69	36	146
	B地域	45	77	52	174
	C地域	37	56	20	113
	D地域	59	116	65	240
	E地域	19	37	18	74
	F地域	50	116	65	231
	G地域	62	74	55	191

<b>合計</b>		<b>26.8%</b>	<b>46.6%</b>	<b>26.6%</b>
性別	男性	26.4%	45.4%	28.2%
	女性	27.2%	48.0%	24.8%
年齢	10歳代	17.6%	70.6%	11.8%
	20歳代	27.8%	46.4%	25.8%
	30歳代	22.1%	55.0%	22.8%
	40歳代	18.8%	54.0%	27.2%
	50歳代	23.6%	46.2%	30.2%
	60歳代	28.8%	45.4%	25.8%
	70歳以上	42.8%	28.9%	28.4%
地域	A地域	28.1%	47.3%	24.7%
	B地域	25.9%	44.3%	29.9%
	C地域	32.7%	49.6%	17.7%
	D地域	24.6%	48.3%	27.1%
	E地域	25.7%	50.0%	24.3%
	F地域	21.6%	50.2%	28.1%
	G地域	32.5%	38.7%	28.8%



### <考察>

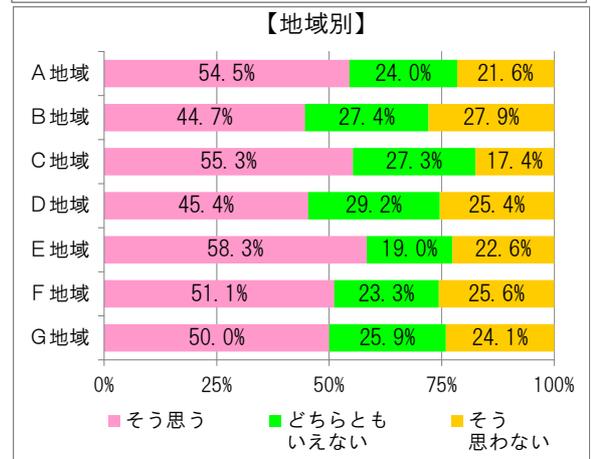
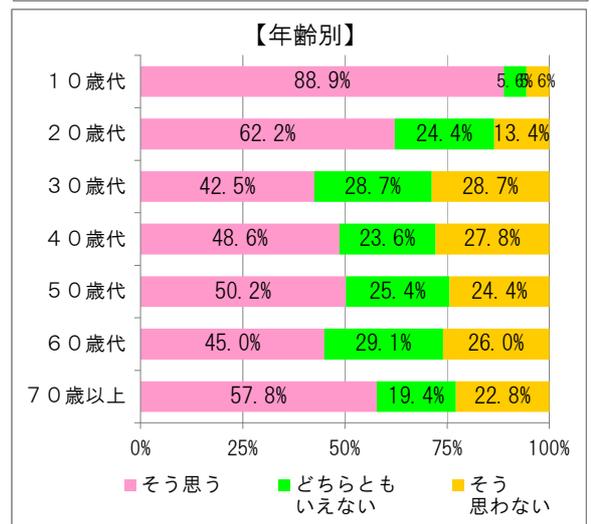
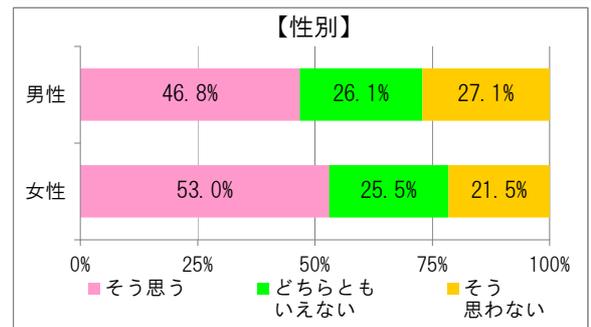
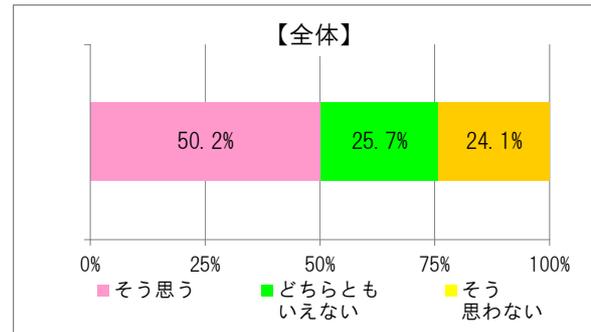
男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
また、年齢別では、70歳代の「そう思う」の割合が42.8%と高くなっています。  
地域別では、C地域およびG地域の「そう思う」の割合が32%と高くなっています。

## 21 モノづくりが元気なまち

### <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>659</b>	<b>338</b>	<b>317</b>	<b>1,314</b>
性別	男性		283	158	164	605
	女性		372	179	151	702
年齢	10歳代		16	1	1	18
	20歳代		74	29	16	119
	30歳代		71	48	48	167
	40歳代		126	61	72	259
	50歳代		101	51	49	201
	60歳代		130	84	75	289
	70歳以上		119	40	47	206
地域	A地域		91	40	36	167
	B地域		88	54	55	197
	C地域		73	36	23	132
	D地域		118	76	66	260
	E地域		49	16	19	84
	F地域		134	61	67	262
	G地域		106	55	51	212

<b>合計</b>		<b>50.2%</b>	<b>25.7%</b>	<b>24.1%</b>
性別	男性	46.8%	26.1%	27.1%
	女性	53.0%	25.5%	21.5%
年齢	10歳代	88.9%	5.6%	5.6%
	20歳代	62.2%	24.4%	13.4%
	30歳代	42.5%	28.7%	28.7%
	40歳代	48.6%	23.6%	27.8%
	50歳代	50.2%	25.4%	24.4%
	60歳代	45.0%	29.1%	26.0%
	70歳以上	57.8%	19.4%	22.8%
地域	A地域	54.5%	24.0%	21.6%
	B地域	44.7%	27.4%	27.9%
	C地域	55.3%	27.3%	17.4%
	D地域	45.4%	29.2%	25.4%
	E地域	58.3%	19.0%	22.6%
	F地域	51.1%	23.3%	25.6%
	G地域	50.0%	25.9%	24.1%



#### <考察>

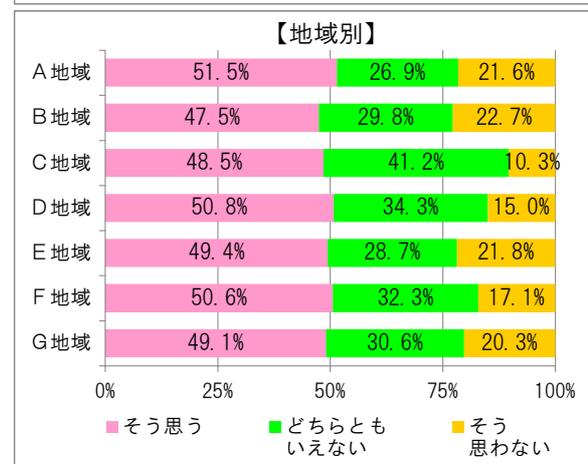
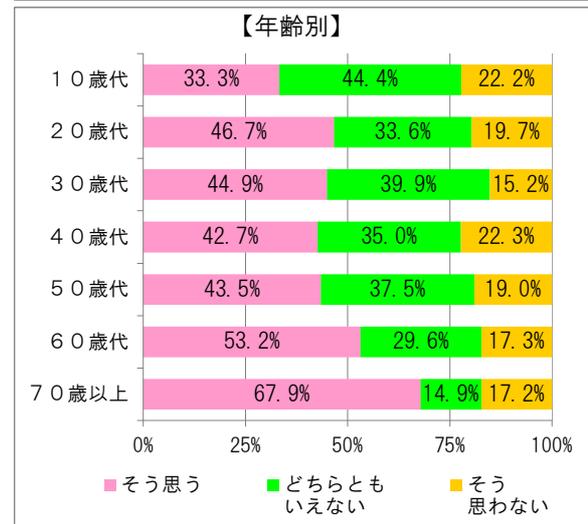
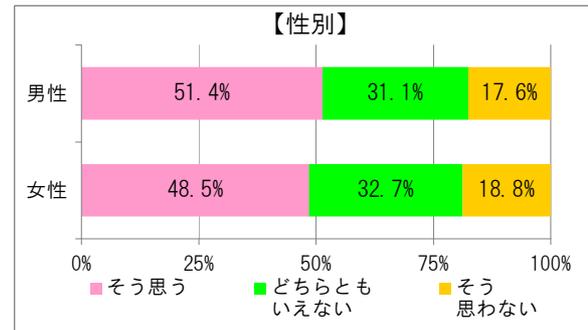
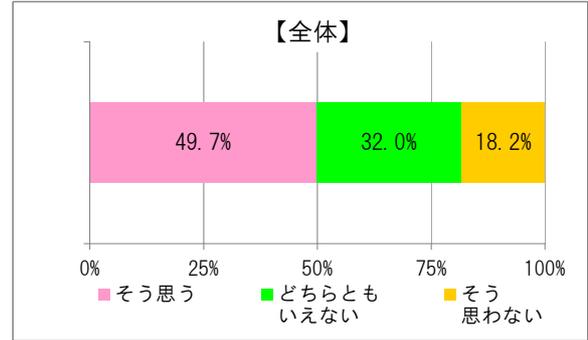
男女別にみると、「そう思う」の割合が、男性46.8%に対し、女性が53.0%と高い傾向がみられます。また、年齢別では10歳代、「そう思う」の割合が88.9%と非常に高くなっています。地域別では、A地域、C地域、E地域の「そう思う」の割合が高くなっています。

## 22 買い物しやすいまち

### <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>660</b>	<b>425</b>	<b>242</b>	<b>1,327</b>
性別	男性	304	184	104	592
	女性	353	238	137	728
年齢	10歳代	6	8	4	18
	20歳代	57	41	24	122
	30歳代	80	71	27	178
	40歳代	111	91	58	260
	50歳代	87	75	38	200
	60歳代	151	84	49	284
	70歳以上	146	32	37	215
地域	A地域	86	45	36	167
	B地域	94	59	45	198
	C地域	66	56	14	136
	D地域	129	87	38	254
	E地域	43	25	19	87
	F地域	133	85	45	263
	G地域	109	68	45	222

<b>合計</b>		<b>49.7%</b>	<b>32.0%</b>	<b>18.2%</b>
性別	男性	51.4%	31.1%	17.6%
	女性	48.5%	32.7%	18.8%
年齢	10歳代	33.3%	44.4%	22.2%
	20歳代	46.7%	33.6%	19.7%
	30歳代	44.9%	39.9%	15.2%
	40歳代	42.7%	35.0%	22.3%
	50歳代	43.5%	37.5%	19.0%
	60歳代	53.2%	29.6%	17.3%
	70歳以上	67.9%	14.9%	17.2%
地域	A地域	51.5%	26.9%	21.6%
	B地域	47.5%	29.8%	22.7%
	C地域	48.5%	41.2%	10.3%
	D地域	50.8%	34.3%	15.0%
	E地域	49.4%	28.7%	21.8%
	F地域	50.6%	32.3%	17.1%
	G地域	49.1%	30.6%	20.3%



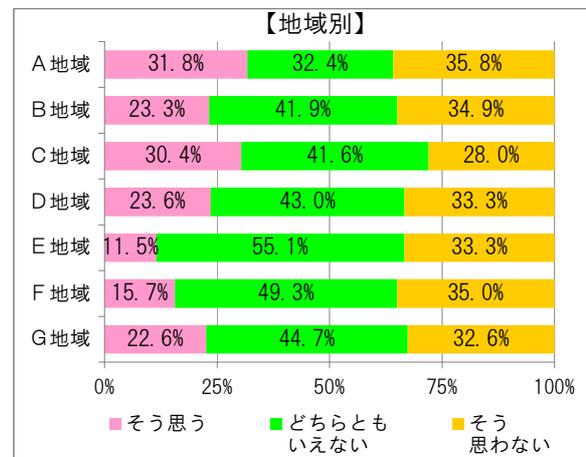
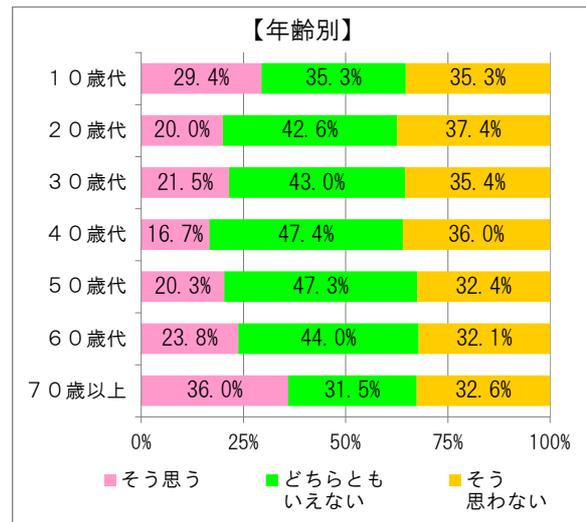
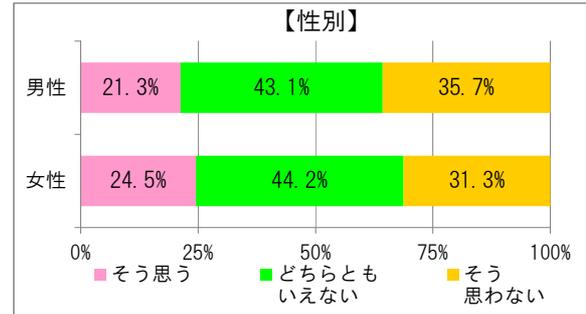
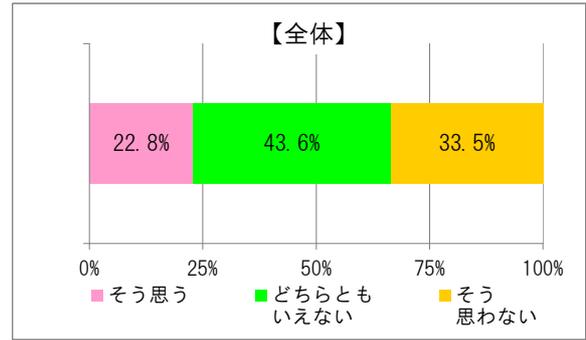
#### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 年齢別では、60歳代、70歳代の「そう思う」の割合が高くなっている。  
 地域別では、「そう思う」の割合がほぼ同率となっていますが、C地域の「そう思わない」の割合が10.3%と低くなっています。

## 23 農業と農地空間を大切にするまち <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>268</b>	<b>512</b>	<b>393</b>	<b>1,173</b>
性別	男性		118	239	198	555
	女性		150	270	191	611
年齢	10歳代		5	6	6	17
	20歳代		23	49	43	115
	30歳代		34	68	56	158
	40歳代		38	108	82	228
	50歳代		37	86	59	182
	60歳代		60	111	81	252
	70歳以上		64	56	58	178
地域	A地域		47	48	53	148
	B地域		40	72	60	172
	C地域		38	52	35	125
	D地域		56	102	79	237
	E地域		9	43	26	78
	F地域		35	110	78	223
	G地域		43	85	62	190

<b>合計</b>		<b>22.8%</b>	<b>43.6%</b>	<b>33.5%</b>
性別	男性	21.3%	43.1%	35.7%
	女性	24.5%	44.2%	31.3%
年齢	10歳代	29.4%	35.3%	35.3%
	20歳代	20.0%	42.6%	37.4%
	30歳代	21.5%	43.0%	35.4%
	40歳代	16.7%	47.4%	36.0%
	50歳代	20.3%	47.3%	32.4%
	60歳代	23.8%	44.0%	32.1%
	70歳以上	36.0%	31.5%	32.6%
地域	A地域	31.8%	32.4%	35.8%
	B地域	23.3%	41.9%	34.9%
	C地域	30.4%	41.6%	28.0%
	D地域	23.6%	43.0%	33.3%
	E地域	11.5%	55.1%	33.3%
	F地域	15.7%	49.3%	35.0%
	G地域	22.6%	44.7%	32.6%



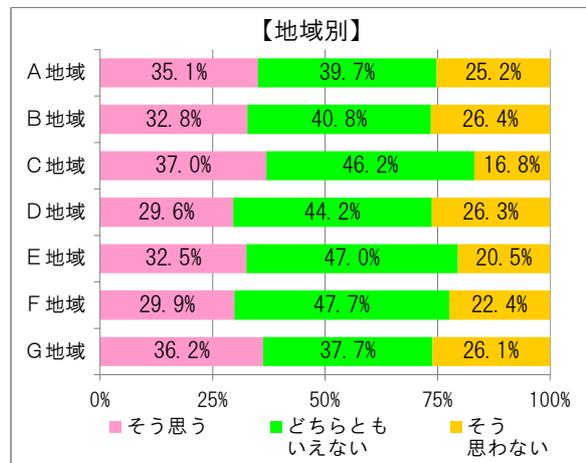
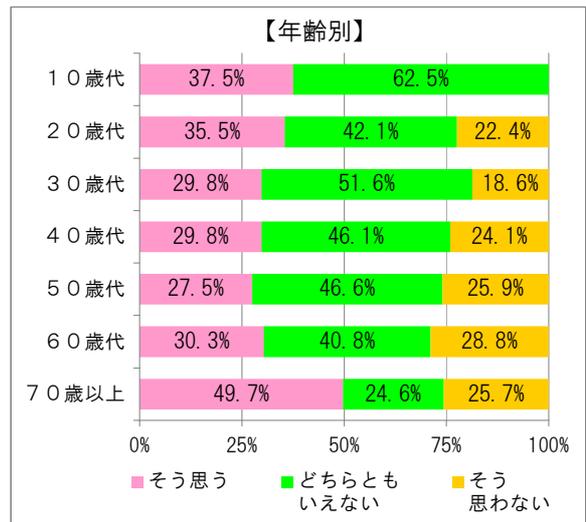
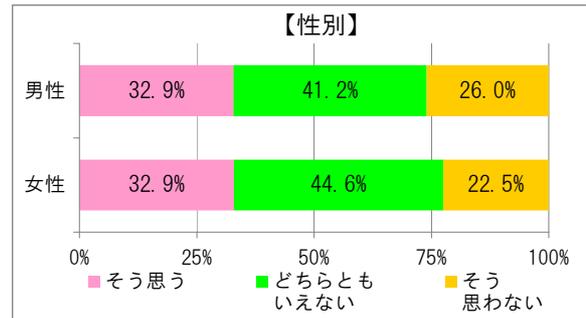
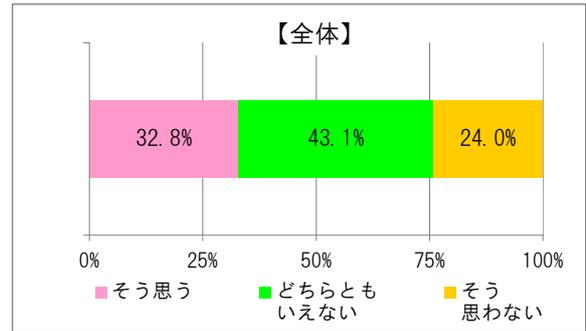
### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。また、年齢別では70歳代の「そう思う」が36.0%と他年代に比べ高くなっています。地域別では、A地域、C地域の「そう思う」が比較的高い一方、E地域、F地域の「そう思う」割合が低い傾向がみられます。

## 24 産業活動にとって魅力のあるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>399</b>	<b>524</b>	<b>292</b>	<b>1,215</b>
性別	男性	186	233	147	566
	女性	212	287	145	644
年齢	10歳代	6	10	0	16
	20歳代	38	45	24	107
	30歳代	48	83	30	161
	40歳代	73	113	59	245
	50歳代	52	88	49	189
	60歳代	81	109	77	267
	70歳以上	95	47	49	191
地域	A地域	53	60	38	151
	B地域	57	71	46	174
	C地域	44	55	20	119
	D地域	71	106	63	240
	E地域	27	39	17	83
	F地域	72	115	54	241
	G地域	75	78	54	207

<b>合計</b>		<b>32.8%</b>	<b>43.1%</b>	<b>24.0%</b>
性別	男性	32.9%	41.2%	26.0%
	女性	32.9%	44.6%	22.5%
年齢	10歳代	37.5%	62.5%	0.0%
	20歳代	35.5%	42.1%	22.4%
	30歳代	29.8%	51.6%	18.6%
	40歳代	29.8%	46.1%	24.1%
	50歳代	27.5%	46.6%	25.9%
	60歳代	30.3%	40.8%	28.8%
	70歳以上	49.7%	24.6%	25.7%
地域	A地域	35.1%	39.7%	25.2%
	B地域	32.8%	40.8%	26.4%
	C地域	37.0%	46.2%	16.8%
	D地域	29.6%	44.2%	26.3%
	E地域	32.5%	47.0%	20.5%
	F地域	29.9%	47.7%	22.4%
	G地域	36.2%	37.7%	26.1%



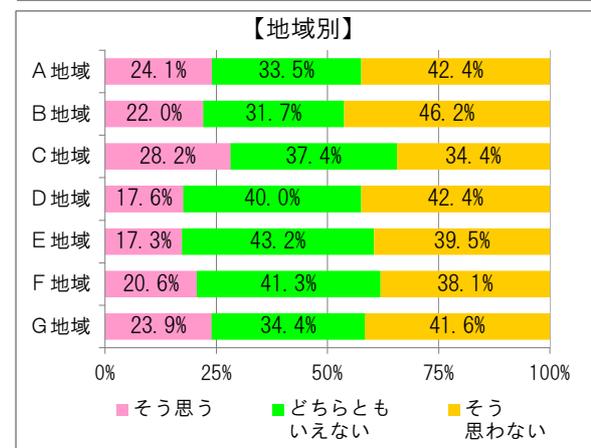
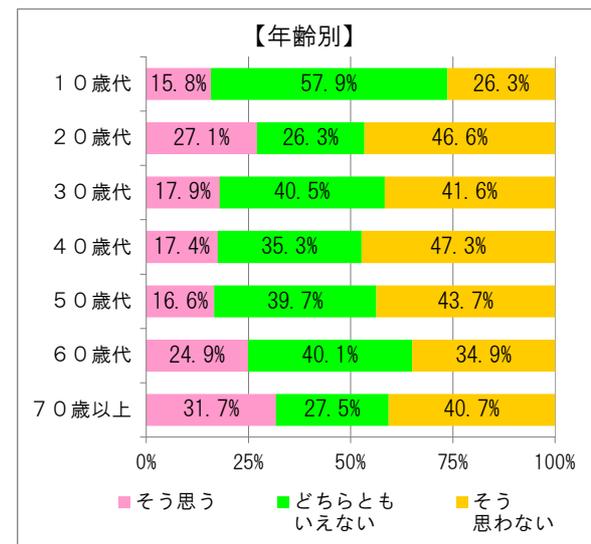
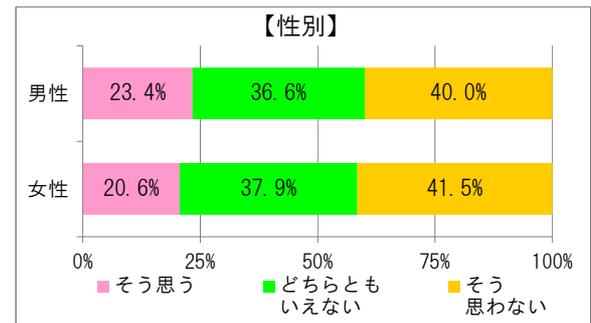
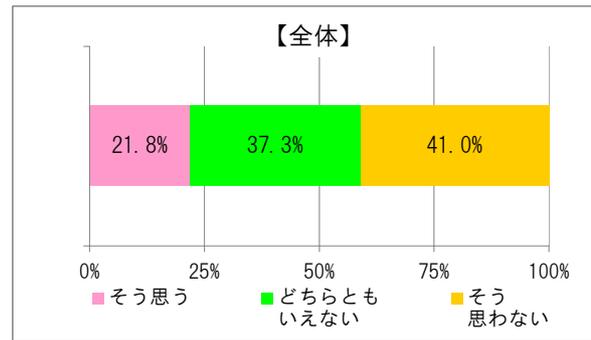
### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
また、年齢別では、70歳代の「そう思う」割合が49.7%と高くなっています。  
地域別では、C地域とG地域が比較的高くなっています。

## 25 雇用が安定し、働きやすいまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>276</b>	<b>472</b>	<b>519</b>	<b>1,267</b>
性別	男性	134	210	229	573
	女性	142	261	286	689
年齢	10歳代	3	11	5	19
	20歳代	32	31	55	118
	30歳代	31	70	72	173
	40歳代	45	91	122	258
	50歳代	33	79	87	199
	60歳代	67	108	94	269
	70歳以上	60	52	77	189
地域	A地域	38	53	67	158
	B地域	41	59	86	186
	C地域	37	49	45	131
	D地域	44	100	106	250
	E地域	14	35	32	81
	F地域	52	104	96	252
	G地域	50	72	87	209

<b>合計</b>		<b>21.8%</b>	<b>37.3%</b>	<b>41.0%</b>
性別	男性	23.4%	36.6%	40.0%
	女性	20.6%	37.9%	41.5%
年齢	10歳代	15.8%	57.9%	26.3%
	20歳代	27.1%	26.3%	46.6%
	30歳代	17.9%	40.5%	41.6%
	40歳代	17.4%	35.3%	47.3%
	50歳代	16.6%	39.7%	43.7%
	60歳代	24.9%	40.1%	34.9%
	70歳以上	31.7%	27.5%	40.7%
地域	A地域	24.1%	33.5%	42.4%
	B地域	22.0%	31.7%	46.2%
	C地域	28.2%	37.4%	34.4%
	D地域	17.6%	40.0%	42.4%
	E地域	17.3%	43.2%	39.5%
	F地域	20.6%	41.3%	38.1%
	G地域	23.9%	34.4%	41.6%



### <考察>

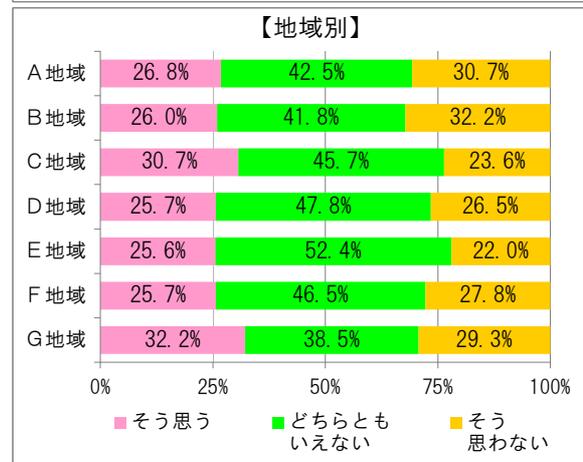
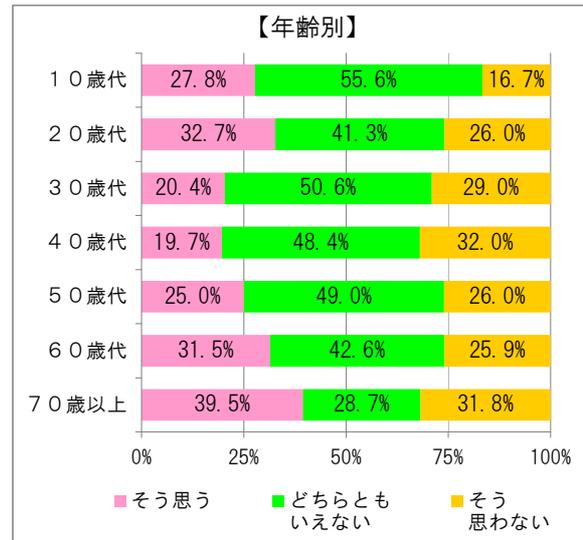
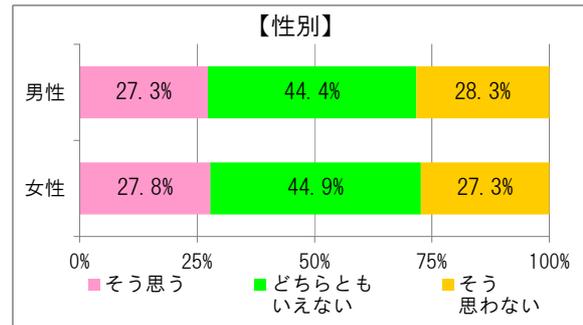
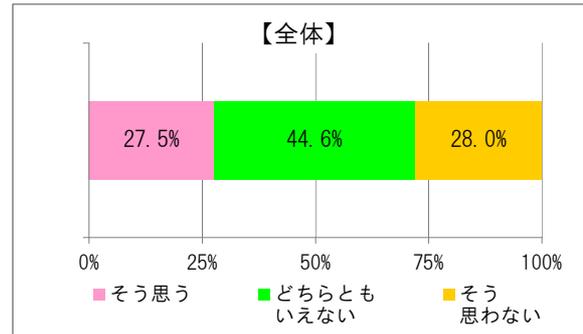
男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。また、年齢別では、10歳代と30歳代から50歳代の「そう思う」割合が低い傾向がみられます。地域別では、D地域、E地域の「そう思う」割合が低い傾向がみられる。

## 26 消費者が守られるまち

### <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>339</b>	<b>550</b>	<b>345</b>	<b>1,234</b>
性別	男性	154	251	160	565
	女性	184	297	181	662
年齢	10歳代	5	10	3	18
	20歳代	34	43	27	104
	30歳代	33	82	47	162
	40歳代	48	118	78	244
	50歳代	49	96	51	196
	60歳代	85	115	70	270
	70歳以上	77	56	62	195
地域	A地域	41	65	47	153
	B地域	46	74	57	177
	C地域	39	58	30	127
	D地域	63	117	65	245
	E地域	21	43	18	82
	F地域	63	114	68	245
	G地域	66	79	60	205

<b>合計</b>		<b>27.5%</b>	<b>44.6%</b>	<b>28.0%</b>
性別	男性	27.3%	44.4%	28.3%
	女性	27.8%	44.9%	27.3%
年齢	10歳代	27.8%	55.6%	16.7%
	20歳代	32.7%	41.3%	26.0%
	30歳代	20.4%	50.6%	29.0%
	40歳代	19.7%	48.4%	32.0%
	50歳代	25.0%	49.0%	26.0%
	60歳代	31.5%	42.6%	25.9%
	70歳以上	39.5%	28.7%	31.8%
地域	A地域	26.8%	42.5%	30.7%
	B地域	26.0%	41.8%	32.2%
	C地域	30.7%	45.7%	23.6%
	D地域	25.7%	47.8%	26.5%
	E地域	25.6%	52.4%	22.0%
	F地域	25.7%	46.5%	27.8%
	G地域	32.2%	38.5%	29.3%



#### <考察>

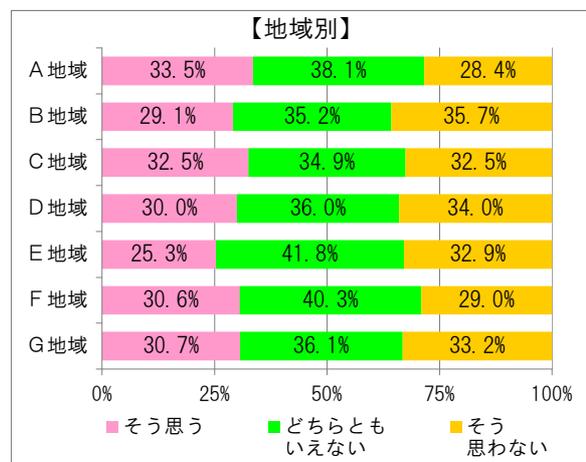
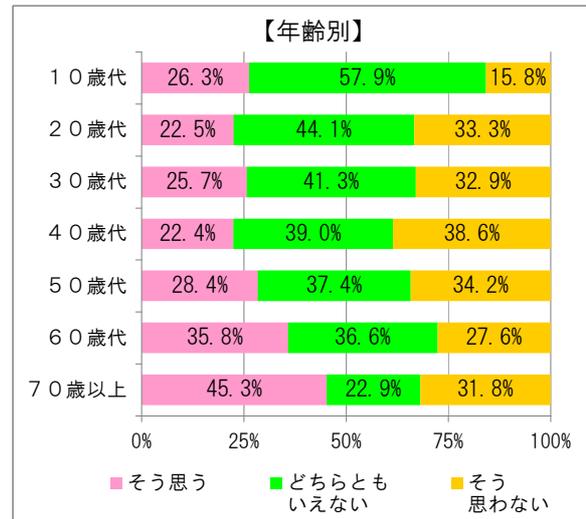
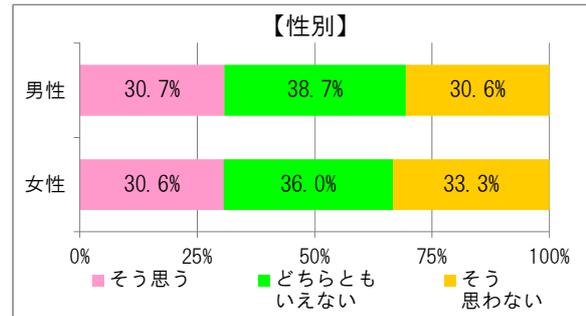
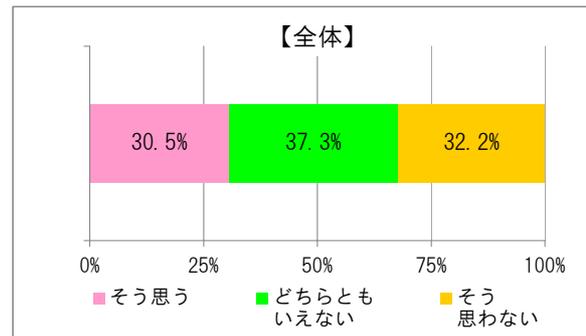
男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
また、年齢別では、70歳以上の「そう思わない」が31.8%と高くなっています。  
地域別では、C地域およびG地域が比較的高い傾向がみられます。

## 27 危機や災害への備えが万全なまち

### <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>378</b>	<b>462</b>	<b>399</b>	<b>1,239</b>
性別	男性		174	219	173	566
	女性		204	240	222	666
年齢	10歳代		5	11	3	19
	20歳代		25	49	37	111
	30歳代		43	69	55	167
	40歳代		54	94	93	241
	50歳代		54	71	65	190
	60歳代		96	98	74	268
	70歳以上		91	46	64	201
地域	A地域		52	59	44	155
	B地域		53	64	65	182
	C地域		41	44	41	126
	D地域		74	89	84	247
	E地域		20	33	26	79
	F地域		76	100	72	248
	G地域		62	73	67	202

<b>合計</b>		<b>30.5%</b>	<b>37.3%</b>	<b>32.2%</b>
性別	男性	30.7%	38.7%	30.6%
	女性	30.6%	36.0%	33.3%
年齢	10歳代	26.3%	57.9%	15.8%
	20歳代	22.5%	44.1%	33.3%
	30歳代	25.7%	41.3%	32.9%
	40歳代	22.4%	39.0%	38.6%
	50歳代	28.4%	37.4%	34.2%
	60歳代	35.8%	36.6%	27.6%
	70歳以上	45.3%	22.9%	31.8%
地域	A地域	33.5%	38.1%	28.4%
	B地域	29.1%	35.2%	35.7%
	C地域	32.5%	34.9%	32.5%
	D地域	30.0%	36.0%	34.0%
	E地域	25.3%	41.8%	32.9%
	F地域	30.6%	40.3%	29.0%
	G地域	30.7%	36.1%	33.2%



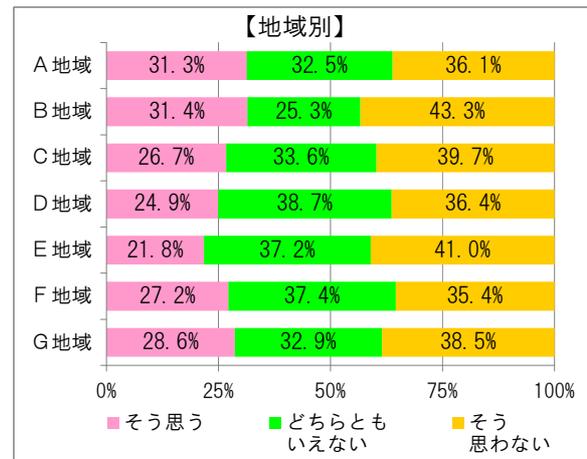
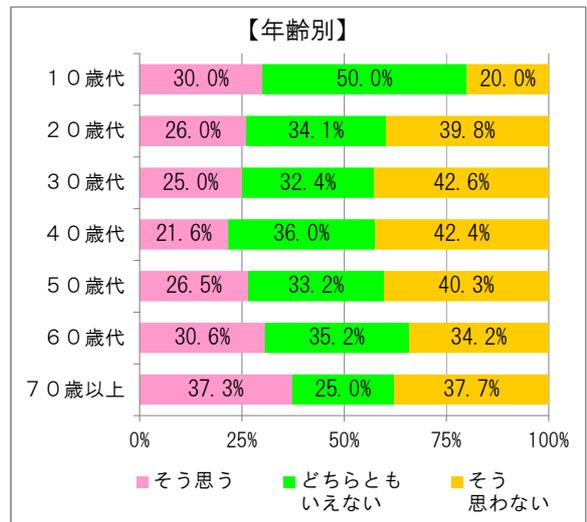
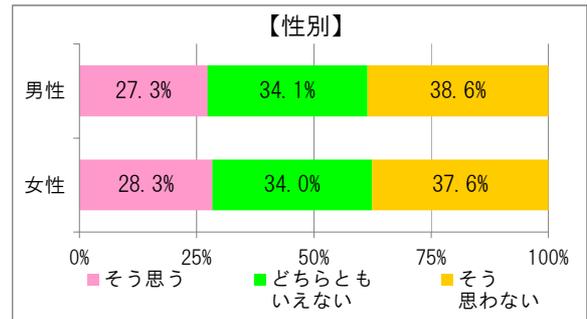
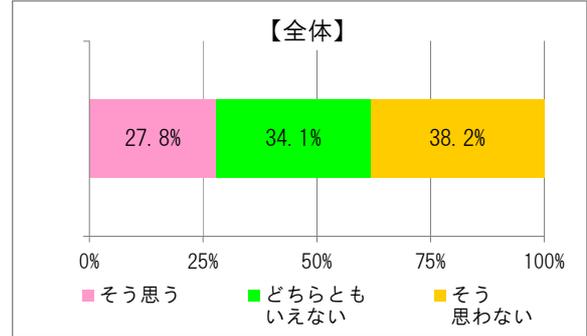
#### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
また、年齢別では、60歳代、70歳代以上の「そう思う」の割合が高い一方、20歳代～50歳代の「そう思わない」の割合が高い傾向がみられます。  
地域別では、B地域の「そう思わない」が35.7%と高い傾向がみられます。

## 28 安全で快適な市街地のあるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>359</b>	<b>440</b>	<b>493</b>	<b>1,292</b>
性別	男性	160	200	226	586
	女性	198	238	263	699
年齢	10歳代	6	10	4	20
	20歳代	32	42	49	123
	30歳代	44	57	75	176
	40歳代	54	90	106	250
	50歳代	52	65	79	196
	60歳代	87	100	97	284
	70歳以上	76	51	77	204
地域	A地域	52	54	60	166
	B地域	61	49	84	194
	C地域	35	44	52	131
	D地域	63	98	92	253
	E地域	17	29	32	78
	F地域	70	96	91	257
	G地域	61	70	82	213

<b>合計</b>		<b>27.8%</b>	<b>34.1%</b>	<b>38.2%</b>
性別	男性	27.3%	34.1%	38.6%
	女性	28.3%	34.0%	37.6%
年齢	10歳代	30.0%	50.0%	20.0%
	20歳代	26.0%	34.1%	39.8%
	30歳代	25.0%	32.4%	42.6%
	40歳代	21.6%	36.0%	42.4%
	50歳代	26.5%	33.2%	40.3%
	60歳代	30.6%	35.2%	34.2%
	70歳以上	37.3%	25.0%	37.7%
地域	A地域	31.3%	32.5%	36.1%
	B地域	31.4%	25.3%	43.3%
	C地域	26.7%	33.6%	39.7%
	D地域	24.9%	38.7%	36.4%
	E地域	21.8%	37.2%	41.0%
	F地域	27.2%	37.4%	35.4%
	G地域	28.6%	32.9%	38.5%



### <考察>

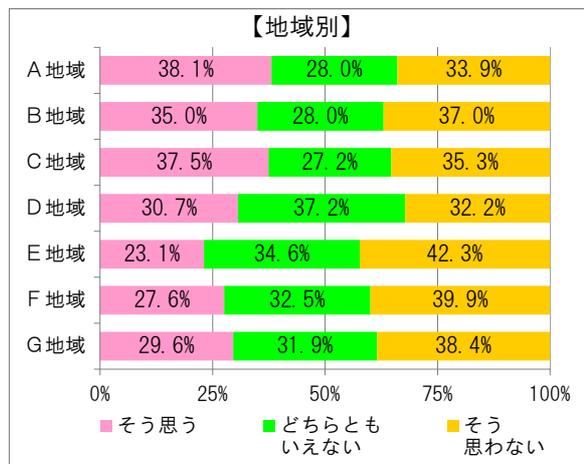
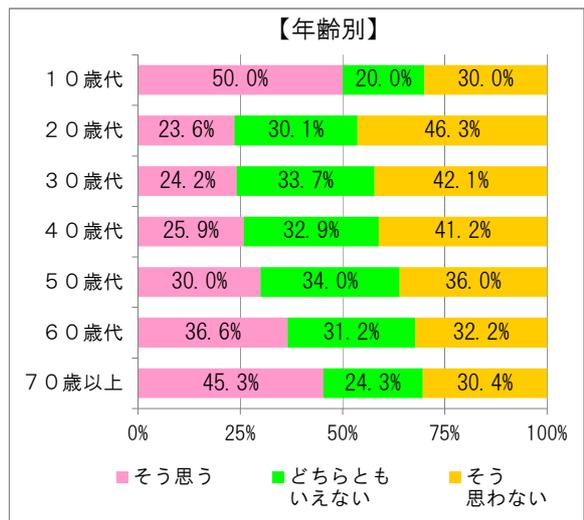
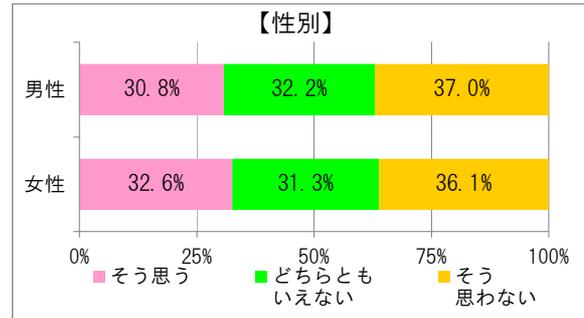
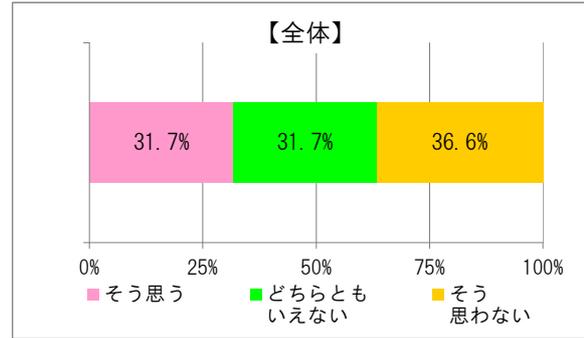
男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
また、年齢別では、70歳代の「そう思う」割合が高くなっています。  
地域別では、D地域、E地域の「そう思う」割合に低い傾向がみられます。

## 29 水と緑に親しめるまち

### <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>421</b>	<b>420</b>	<b>486</b>	<b>1,327</b>
性別	男性		183	191	220	594
	女性		236	227	262	725
年齢	10歳代		10	4	6	20
	20歳代		29	37	57	123
	30歳代		43	60	75	178
	40歳代		66	84	105	255
	50歳代		60	68	72	200
	60歳代		108	92	95	295
	70歳以上		97	52	65	214
地域	A地域		64	47	57	168
	B地域		70	56	74	200
	C地域		51	37	48	136
	D地域		80	97	84	261
	E地域		18	27	33	78
	F地域		74	87	107	268
	G地域		64	69	83	216

<b>合計</b>		<b>31.7%</b>	<b>31.7%</b>	<b>36.6%</b>
性別	男性	30.8%	32.2%	37.0%
	女性	32.6%	31.3%	36.1%
年齢	10歳代	50.0%	20.0%	30.0%
	20歳代	23.6%	30.1%	46.3%
	30歳代	24.2%	33.7%	42.1%
	40歳代	25.9%	32.9%	41.2%
	50歳代	30.0%	34.0%	36.0%
	60歳代	36.6%	31.2%	32.2%
	70歳以上	45.3%	24.3%	30.4%
地域	A地域	38.1%	28.0%	33.9%
	B地域	35.0%	28.0%	37.0%
	C地域	37.5%	27.2%	35.3%
	D地域	30.7%	37.2%	32.2%
	E地域	23.1%	34.6%	42.3%
	F地域	27.6%	32.5%	39.9%
	G地域	29.6%	31.9%	38.4%



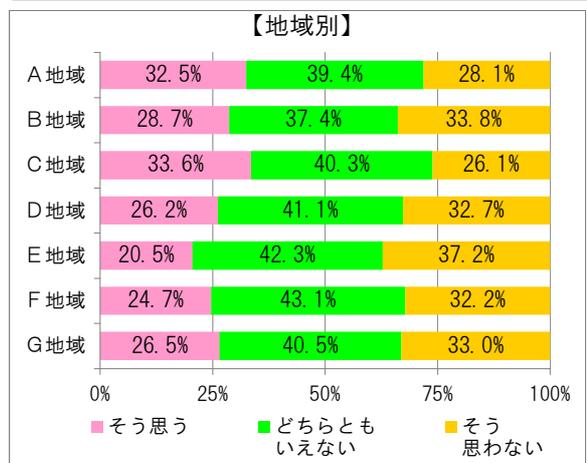
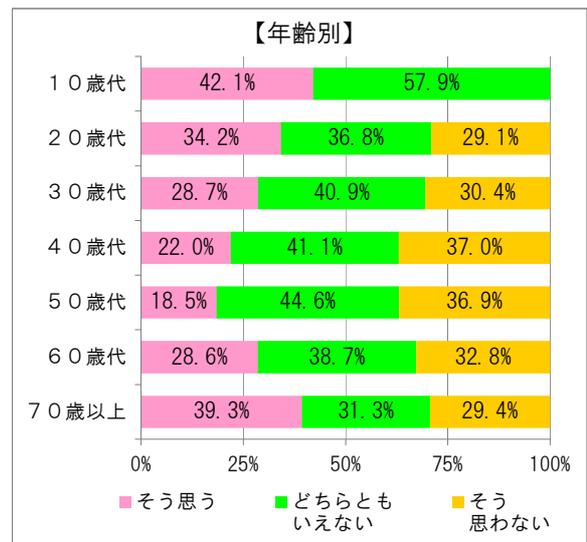
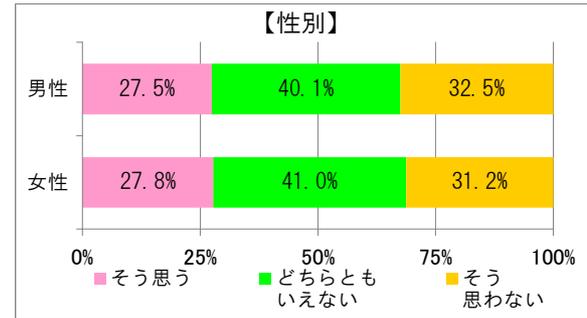
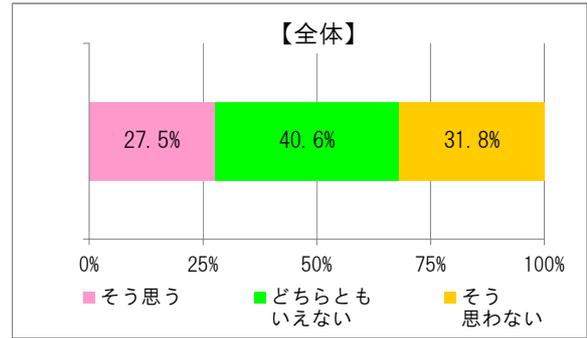
#### <考察>

男女別にみると「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 年齢別では、10歳代、70歳以上の「そう思う」割合に高い傾向がみられます。  
 地域別では、A地域、B地域、C地域の「そう思う」割合が高い一方、E地域、F地域、G地域の「そう思わない」の割合が高い傾向が見られます。

### 30 良好な住まいのあるまち <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>354</b>	<b>522</b>	<b>409</b>	<b>1,285</b>
性別	男性		159	232	188	579
	女性		194	286	218	698
年齢	10歳代		8	11	0	19
	20歳代		40	43	34	117
	30歳代		49	70	52	171
	40歳代		54	101	91	246
	50歳代		36	87	72	195
	60歳代		82	111	94	287
	70歳以上		79	63	59	201
地域	A地域		52	63	45	160
	B地域		56	73	66	195
	C地域		45	54	35	134
	D地域		65	102	81	248
	E地域		16	33	29	78
	F地域		63	110	82	255
	G地域		57	87	71	215

<b>合計</b>		<b>27.5%</b>	<b>40.6%</b>	<b>31.8%</b>
性別	男性	27.5%	40.1%	32.5%
	女性	27.8%	41.0%	31.2%
年齢	10歳代	42.1%	57.9%	0.0%
	20歳代	34.2%	36.8%	29.1%
	30歳代	28.7%	40.9%	30.4%
	40歳代	22.0%	41.1%	37.0%
	50歳代	18.5%	44.6%	36.9%
	60歳代	28.6%	38.7%	32.8%
	70歳以上	39.3%	31.3%	29.4%
地域	A地域	32.5%	39.4%	28.1%
	B地域	28.7%	37.4%	33.8%
	C地域	33.6%	40.3%	26.1%
	D地域	26.2%	41.1%	32.7%
	E地域	20.5%	42.3%	37.2%
	F地域	24.7%	43.1%	32.2%
	G地域	26.5%	40.5%	33.0%



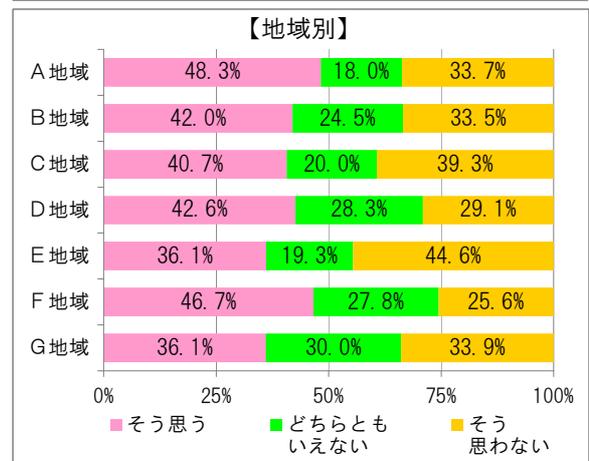
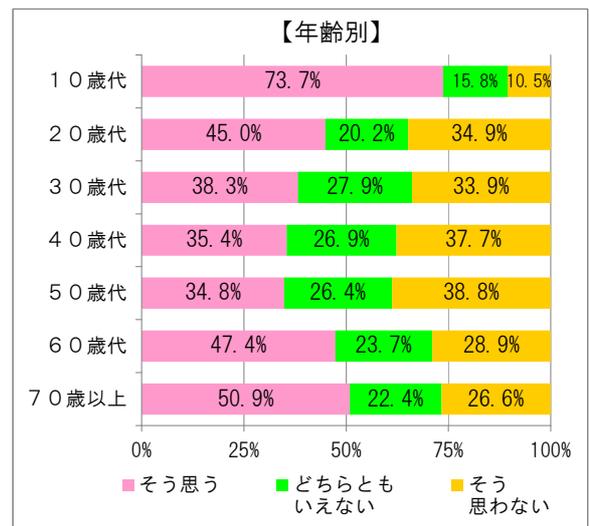
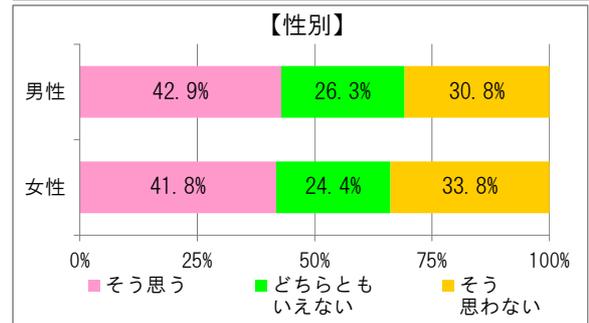
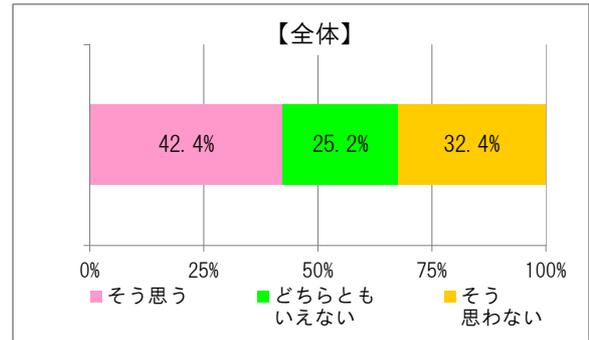
<考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 年齢別では、40歳代、50歳代の「そう思う」割合が低い傾向があります。  
 地域別では、A地域、C地域の「そう思う」割合が高くなっています。

### 31 安全で便利な交通機関や道路のあるまち <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>576</b>	<b>343</b>	<b>441</b>	<b>1,360</b>
性別	男性		263	161	189	613
	女性		309	180	250	739
年齢	10歳代		14	3	2	19
	20歳代		58	26	45	129
	30歳代		70	51	62	183
	40歳代		95	72	101	268
	50歳代		70	53	78	201
	60歳代		144	72	88	304
	70歳以上		109	48	57	214
地域	A地域		83	31	58	172
	B地域		84	49	67	200
	C地域		57	28	55	140
	D地域		113	75	77	265
	E地域		30	16	37	83
	F地域		126	75	69	270
	G地域		83	69	78	230

<b>合計</b>		<b>42.4%</b>	<b>25.2%</b>	<b>32.4%</b>
性別	男性	42.9%	26.3%	30.8%
	女性	41.8%	24.4%	33.8%
年齢	10歳代	73.7%	15.8%	10.5%
	20歳代	45.0%	20.2%	34.9%
	30歳代	38.3%	27.9%	33.9%
	40歳代	35.4%	26.9%	37.7%
	50歳代	34.8%	26.4%	38.8%
	60歳代	47.4%	23.7%	28.9%
	70歳以上	50.9%	22.4%	26.6%
地域	A地域	48.3%	18.0%	33.7%
	B地域	42.0%	24.5%	33.5%
	C地域	40.7%	20.0%	39.3%
	D地域	42.6%	28.3%	29.1%
	E地域	36.1%	19.3%	44.6%
	F地域	46.7%	27.8%	25.6%
	G地域	36.1%	30.0%	33.9%



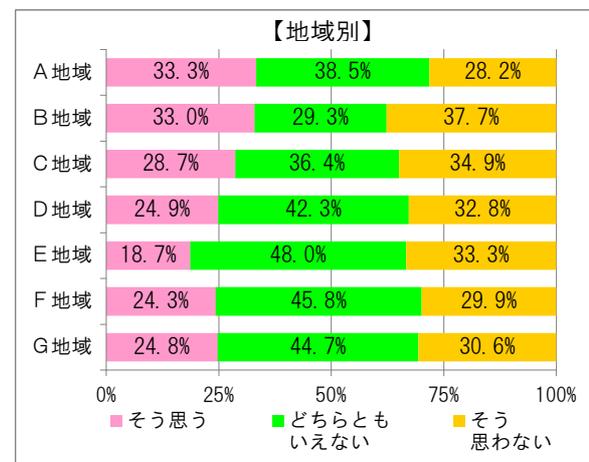
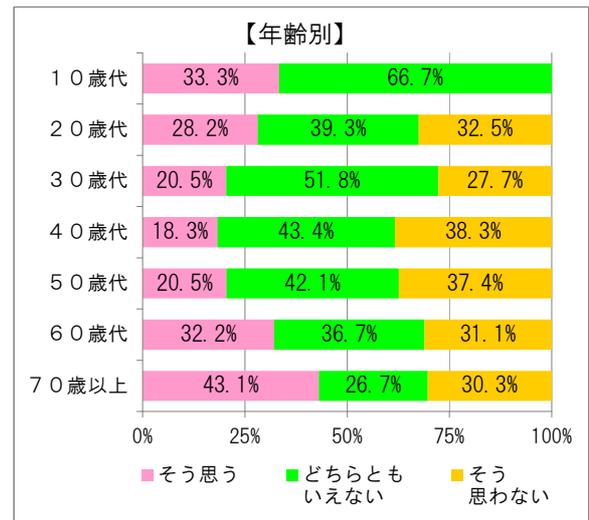
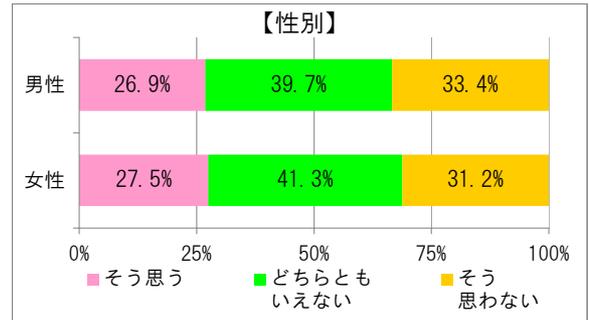
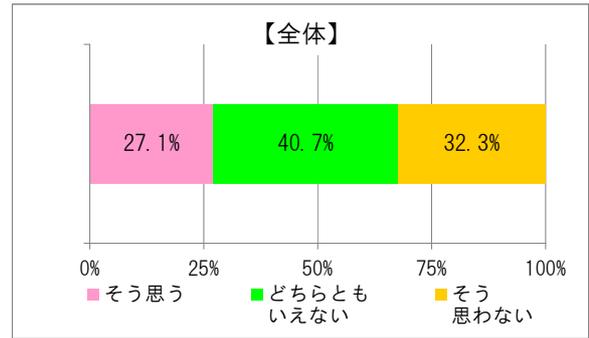
**<考察>**

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。年齢別では、10歳代および60歳代、70歳以上の「そう思う」割合が高くなっています。地域別では、A地域、F地域の「そう思う」割合が高い傾向がみられます。

## 32 良好な環境を次代に引き継ぐまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>338</b>	<b>508</b>	<b>403</b>	<b>1,249</b>
性別	男性	153	226	190	569
	女性	185	278	210	673
年齢	10歳代	6	12	0	18
	20歳代	33	46	38	117
	30歳代	34	86	46	166
	40歳代	43	102	90	235
	50歳代	39	80	71	190
	60歳代	91	104	88	283
	70歳以上	84	52	59	195
地域	A地域	52	60	44	156
	B地域	63	56	72	191
	C地域	37	47	45	129
	D地域	60	102	79	241
	E地域	14	36	25	75
	F地域	61	115	75	251
	G地域	51	92	63	206

<b>合計</b>		<b>27.1%</b>	<b>40.7%</b>	<b>32.3%</b>
性別	男性	26.9%	39.7%	33.4%
	女性	27.5%	41.3%	31.2%
年齢	10歳代	33.3%	66.7%	0.0%
	20歳代	28.2%	39.3%	32.5%
	30歳代	20.5%	51.8%	27.7%
	40歳代	18.3%	43.4%	38.3%
	50歳代	20.5%	42.1%	37.4%
	60歳代	32.2%	36.7%	31.1%
	70歳以上	43.1%	26.7%	30.3%
地域	A地域	33.3%	38.5%	28.2%
	B地域	33.0%	29.3%	37.7%
	C地域	28.7%	36.4%	34.9%
	D地域	24.9%	42.3%	32.8%
	E地域	18.7%	48.0%	33.3%
	F地域	24.3%	45.8%	29.9%
	G地域	24.8%	44.7%	30.6%



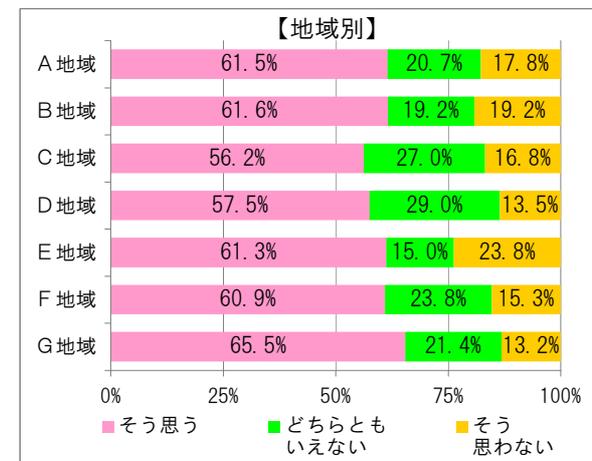
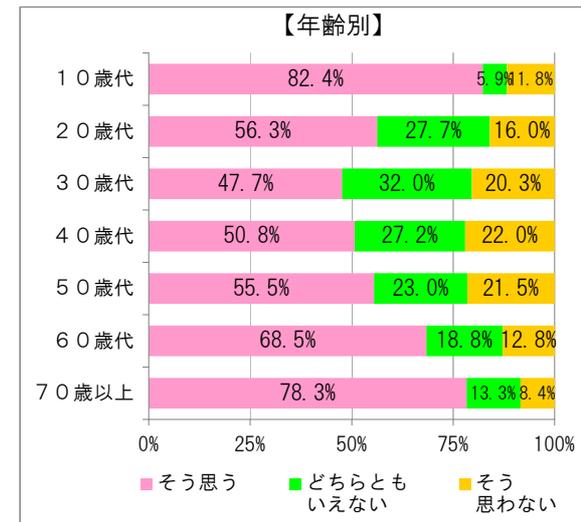
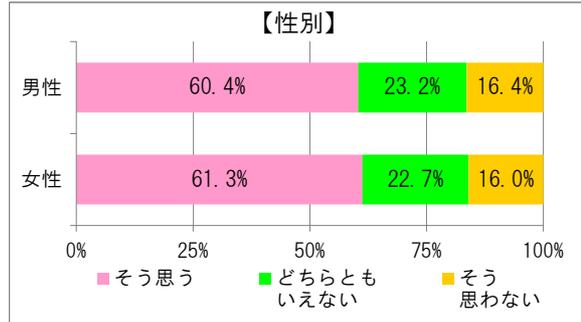
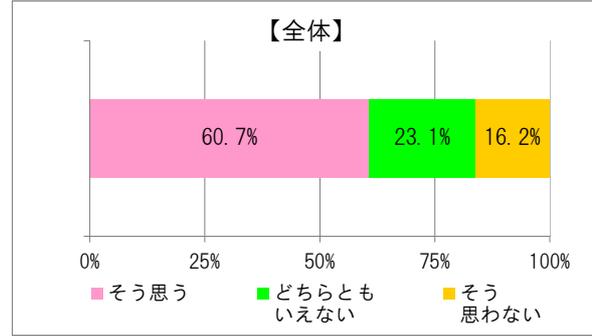
### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。年齢別では、30歳から50歳代の「そう思う」割合が低い一方、70歳以上は43.1%と高い傾向がみられます。地域別では、E地域の「そう思う」割合が18.7%と低い一方、A地域、B地域は約33%と比較的高い傾向がみられます。

### 33 上下水道によって安全・快適に暮らせるまち <満足度>

		上段 : 回答数	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
		下段 : %				
<b>合計</b>			<b>804</b>	<b>306</b>	<b>214</b>	<b>1,324</b>
性別	男性		357	137	97	591
	女性		445	165	116	726
年齢	10歳代		14	1	2	17
	20歳代		67	33	19	119
	30歳代		82	55	35	172
	40歳代		129	69	56	254
	50歳代		111	46	43	200
	60歳代		204	56	38	298
	70歳以上		177	30	19	226
地域	A地域		104	35	30	169
	B地域		122	38	38	198
	C地域		77	37	23	137
	D地域		149	75	35	259
	E地域		49	12	19	80
	F地域		159	62	40	261
	G地域		144	47	29	220

<b>合計</b>		<b>60.7%</b>	<b>23.1%</b>	<b>16.2%</b>
性別	男性	60.4%	23.2%	16.4%
	女性	61.3%	22.7%	16.0%
年齢	10歳代	82.4%	5.9%	11.8%
	20歳代	56.3%	27.7%	16.0%
	30歳代	47.7%	32.0%	20.3%
	40歳代	50.8%	27.2%	22.0%
	50歳代	55.5%	23.0%	21.5%
	60歳代	68.5%	18.8%	12.8%
	70歳以上	78.3%	13.3%	8.4%
地域	A地域	61.5%	20.7%	17.8%
	B地域	61.6%	19.2%	19.2%
	C地域	56.2%	27.0%	16.8%
	D地域	57.5%	29.0%	13.5%
	E地域	61.3%	15.0%	23.8%
	F地域	60.9%	23.8%	15.3%
	G地域	65.5%	21.4%	13.2%



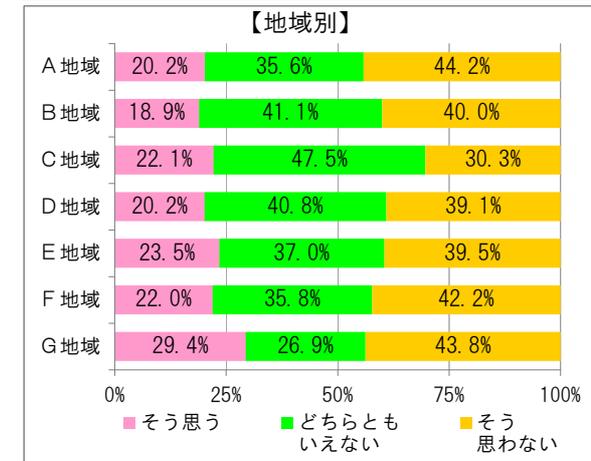
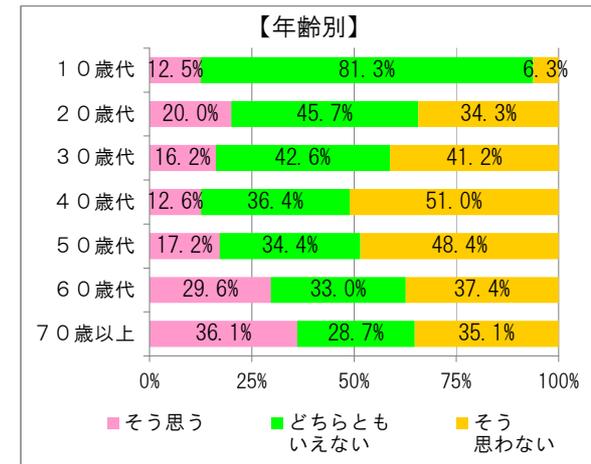
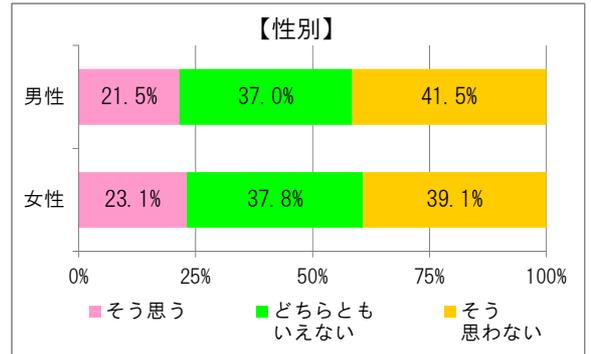
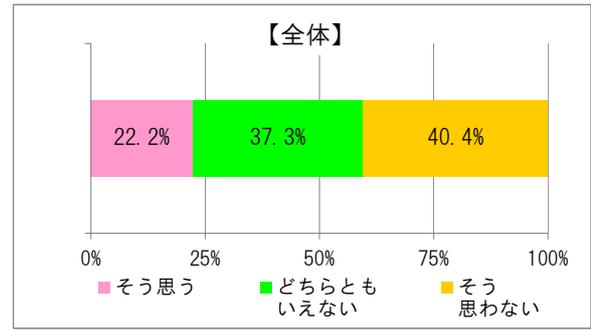
#### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。  
 年齢別では、20歳代から50歳代の「そう思う」割合に低い傾向がみられます。  
 地域別では、C地域とB地域が約57%と比較的低くなっています。

### 34 効率的で健全な行財政運営が行われるまち <満足度>

		そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	合計
上段 : 回答数 下段 : %					
<b>合計</b>		<b>273</b>	<b>458</b>	<b>496</b>	<b>1,227</b>
性別	男性	123	211	237	571
	女性	150	245	254	649
年齢	10歳代	2	13	1	16
	20歳代	21	48	36	105
	30歳代	24	63	61	148
	40歳代	30	87	122	239
	50歳代	33	66	93	192
	60歳代	80	89	101	270
	70歳以上	73	58	71	202
地域	A地域	33	58	72	163
	B地域	36	78	76	190
	C地域	27	58	37	122
	D地域	48	97	93	238
	E地域	19	30	32	81
	F地域	51	83	98	232
	G地域	59	54	88	201

<b>合計</b>		<b>22.2%</b>	<b>37.3%</b>	<b>40.4%</b>
性別	男性	21.5%	37.0%	41.5%
	女性	23.1%	37.8%	39.1%
年齢	10歳代	12.5%	81.3%	6.3%
	20歳代	20.0%	45.7%	34.3%
	30歳代	16.2%	42.6%	41.2%
	40歳代	12.6%	36.4%	51.0%
	50歳代	17.2%	34.4%	48.4%
	60歳代	29.6%	33.0%	37.4%
	70歳以上	36.1%	28.7%	35.1%
地域	A地域	20.2%	35.6%	44.2%
	B地域	18.9%	41.1%	40.0%
	C地域	22.1%	47.5%	30.3%
	D地域	20.2%	40.8%	39.1%
	E地域	23.5%	37.0%	39.5%
	F地域	22.0%	35.8%	42.2%
	G地域	29.4%	26.9%	43.8%



#### <考察>

男女別にみると、「そう思う」「そう思わない」の割合がほぼ同率となっています。年齢別では、10歳代から50歳代の「そう思う」割合が低い一方、60歳代以上の割合が高くなっています。地域別では、G地域の「そう思う」が29.4%と比較的高くなっていますが、その他の地域は概ね同率となっています。

## 4. 自由意見

## 意識調査自由意見欄結果

### (1) 自由意見の概要

「意識調査」の自由意見欄に意見を記入した人は520人で、回収数（1,503人）に対する記入率は34.6%でした。これらの自由意見を内容別に分類すると、記入された意見の件数は774件となっています。

有効回収数	1,503
自由意見記入数	520
記入率（%）	34.6
意見の件数	774

### (2) 部ごとの自由意見の概要

後期基本計画の部門別計画及び行財政編の意見の件数、割合は、下表のとおりとなっています。「第5部 安全で住みよいまちづくり」、「第3部 健康と市民福祉のまちづくり」に対して意見が多く寄せられました。

部等	件数	割合
第1部 市民が主体となったまちづくり	50	6.5%
第2部 市民文化を育むまちづくり	78	10.1%
第3部 健康と市民福祉のまちづくり	154	19.9%
第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり	35	4.5%
第5部 安全で住みよいまちづくり	306	39.5%
行財政編 効率的で健全な行財政運営が行われるまち	88	11.4%
その他	63	8.1%
合計	774	100.0%

### (3) 「第1部 市民が主体となったまちづくり」における項目ごとの意見の概要

各項目の意見の件数、割合は、下表のとおりとなっており、5節「開かれた市役所のあるまち」に対する市民の関心の高さがうかがえます。

主な意見としては、「市民協働でのまちづくりを進めるべき」「市民の意見を聴く場を多くしてほしい」「市の行事や活動をもっと見えるようにしてほしい」などがありました。

節	件数	割合
1節 市民が主体的に活躍するまち	12	24.0%
2節 人権を尊重するまち	5	10.0%
3節 男女がともにいきいきと暮らすまち	1	2.0%
4節 平和の大切さを伝えるまち	0	0%
5節 開かれた市役所のあるまち	32	64.0%
合計	50	100.0%

(4) 「第2部 市民文化を育むまちづくり」における項目ごとの意見の概要

各項目の意見の件数、割合は、下表のとおりとなっており、10節「学校・家庭・地域が一緒になって子どもを育むまち」に対する市民の関心の高さがうかがえます。

主な意見としては、「市民会館、公民館を建設してほしい」「市の魅力アピールに努めるべき」「姉妹都市連携について再考すべき」「図書館事業を充実してほしい」「小中学生の学力向上を図るべき。学校設備を充実してほしい」「学童保育を充実してほしい」「ラグビーを活かしたまちづくりを推進してほしい」などがありました。

節	件数	割合
6節 文化に親しめるまち	7	9.0%
7節 歴史や伝統を大切にするまち	1	1.3%
8節 多くの国・地域や人の交流が育まれるまち	11	14.1%
9節 いくつになっても学べるまち	7	9.0%
10節 学校・家庭・地域が一緒になって子どもを育むまち	34	43.6%
11節 青少年が健やかに育つまち	3	3.8%
12節 スポーツを楽しめるまち	15	19.2%
合計	78	100.0%

(5) 「第3部 健康と市民福祉のまちづくり」における項目ごとの意見の概要

各項目の意見の件数、割合は、下表のとおりとなっており、17節「安心して子どもを生み、育てられるまち」18節「高齢者が生きがいをもって暮らせるまち」に対する市民の関心の高さがうかがえます。

主な意見としては、「総合病院の充実」「保育所の待機児童をなくしてほしい」「子ども医療費助成を拡充してほしい」「高齢者施策を充実してほしい」「生活保護を適正に実施すべき」などがありました。

節	件数	割合
13節 健康で元気に暮らせるまち	4	2.6%
14節 安心して医療を受けられるまち	12	7.8%
15節 生活衛生がいき届いたまち	6	3.9%
16節 みんなで支えあう福祉のまち	6	3.9%
17節 安心して子どもを生み、育てられるまち	57	37.0%
18節 高齢者が生きがいをもって暮らせるまち	40	26.0%
19節 障害のある人が自立して生活できるまち	4	2.6%
20節 生活自立相談や支援が受けられるまち	25	16.2%
合計	154	100.0%

(6) 「第4部 活力ある産業社会を切り拓くまちづくり」における項目ごとの意見の概要

各項目の意見の件数、割合は、下表のとおりとなっており、工業、商業等の産業活動に対する市民の関心の高さがうかがえます。

主な意見としては、「モノづくり企業、中小企業の支援策を活発に行うべき」「商店街の活性化を図ってほしい」「雇用を増やしてほしい」などがありました。

節	件数	割合
21節 モノづくりが元気なまち	8	22.9%
22節 買い物しやすいまち	7	20.0%
23節 農業と農地空間を大切にするまち	0	0%
24節 産業活動にとって魅力のあるまち	12	34.3%
25節 雇用が安定し、働きやすいまち	8	22.9%
26節 消費者が守られるまち	0	0%
合計	35	100.0%

(7) 「第5部 安全で住みよいまちづくり」における項目ごとの意見の概要

各項目の意見の件数、割合は、下表のとおりとなっており、31節「安全で便利な交通機関や道路のあるまち」に対する市民の関心の高さがうかがえます。

主な意見としては、「ひったくり防止など治安対策に力を入れるべき」「街灯を増設してほしい」「みどりが少ない」「公園を整備してほしい」「歩道が狭い」「自転車のマナーが悪い」「ポイ捨てのゴミ、放置された犬のフンが多い」「水道料金が安い」などがありました。

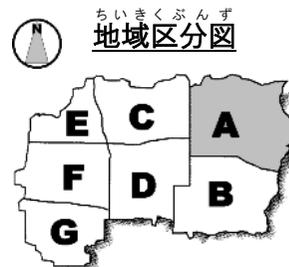
節	件数	割合
27節 危機や災害への備えが万全なまち	51	16.7%
28節 安全で快適な市街地のあるまち	6	2.0%
29節 水と緑に親しめるまち	45	14.7%
30節 良好な住まいのあるまち	3	1.0%
31節 安全で便利な交通機関や道路のあるまち	123	40.2%
32節 良好な環境を次代に引き継ぐまち	49	16.0%
33節 上下水道によって安全・快適に暮らせるまち	29	9.5%
合計	306	100.0%

(8) 「行財政編 効率的で健全な行財政運営が行われるまち」及びその他における意見の概要

主な意見としては、「税金が高い」「職員の対応が悪い」「このアンケートが無駄」などがありました。

## 5. 市民意識調査票

ひがし おお さか し 市民  
**東 大 阪 市 民**  
 い し き ち ょう さ  
**意 識 調 査**  
 ( A 地 域 用 )



ひごろ しせい うんえい かん きょうりよく まこと  
 日頃より、市政の運営に関しましてご理解とご協力をいただき、誠にありがとうございます。

ひがしおおさかし す つづ すす すす  
 東大阪市では、「住み続けたいまち」「住みたくなるまち」をめざして、「東大阪市第2次総合計画後期基本計画（平成23年～平成32年）」に基づいたまちづくりに取り組んでいます。

ひがしおおさかし しみん いしき ちょうさ しせい たい しみん そつちよく いけん  
 この「東大阪市民意識調査」は市政に対する市民のみなさまの率直なご意見をお聞かせいただき、東大阪市のよりよいまちづくりの参考資料として活用させていただきます。

ほんちようさ さいいじよう しみん たいしよう にん  
 本調査にあたりましては、18歳以上の市民のみなさまを対象に、4,000人を無作為抽出し、調査票をお送りいたしました。

この調査は無記名で回答していただくのもであり、個人が特定されることはありません。したがって、個人の秘密が漏れたり、他の用途に使われたりすることは一切ありません。

いそが まこと きょうしゆく ほんちようさ しゆし りかい きょうりよく  
 お忙しいところ誠に恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

へいせい ねん がつ  
 平成25年7月

ひがしおおさかしちょう の だ よしかず  
 東大阪市長 野田 義和

き にゆう じよう ちゆう い  
**記 入 上 の 注 意**

- 1 お送りした**あて名**の**ご本人**がお答えください。氏名は記入しないでください。
  - 2 何らかの事情により、ご本人が記入できない場合には、ご本人の意思を反映してご家族の方などが記入してください。
  - 3 記入が終わりましたら、同封の返信用封筒に入れて、**平成25年8月19日(月)**までに郵便ポストに投函してください(切手は不要です)。
  - 4 記入にあたって不明な点がございましたら、下記までお問い合わせください。
- <お問い合わせ>  
 〒577-8521 東大阪市荒本北1丁目1番1号  
 東大阪市 経営企画部 企画室  
 電話：06-4309-3101 FAX：06-4309-3826  
 電子メールアドレス：kikaku@city.higashiosaka.lg.jp

問1 あなた自身のことについておたずねします。

それぞれの項目において、もっともあてはまるものを**1つ選んで**○をつけるか、数字を記入してください。

(1) あなたの性別は？

①男性 ②女性

(2) あなたの年齢は？

(平成25年7月1日現在の満年齢でお答えください)

歳

(3) あなたの職業は？

①自営業 ②会社員  
 ③パート・アルバイト・派遣社員 ④公務員  
 ⑤専業主婦・専業主夫 ⑥学生  
 ⑦無職 ⑧その他  
 (具体的に )

(4) あなたを含む同居の家族は何人ですか？

人

(5) あなたは現在、中学生以下の子どもを育てていますか？

①いる ②いない

(6) 前の質問(5)の中で「①いる」と答えた方にお聞きします。

育てている中学生以下の子どもは合計で何人いますか？  
 また、その内訳人数をお答えください。

ごうけいにんすう  
《合計人数》

にん 人
---------

うちわけにんすう  
内訳人数

しゅうがくまえ さい さい こ なんにん  
⇒就学前 (0歳～6歳) の子どもは何人いますか？

にん 人
---------

しょうがくせい なんにん  
⇒小学生は何人いますか？

にん 人
---------

ちゅうがくせい なんにん  
⇒中学生は何人いますか？

にん 人
---------

どうきょ かぞく (あなた以外) に 65さいじょう こうれいしや  
(7) 同居の家族(あなた以外)に65歳以上の高齢者がいますか？

①いる ②いない

いま す ごこち  
(8) あなたは、今の住み心地についてどうおもいますか？

①住みやすい ②住みにくい ③とくに気にしていない

ひがしおおさかし す つづ  
(9) あなたは、これからも東大阪市に住み続けたいですか？

①住み続けたい ②いずれは ③すぐにも ④とくに  
引っ越したい 引っ越したい 考えていない

す つづ かんが かんが かんが かんが  
(10) 住み続けたいとお考えの方にお聞きます。理由は何ですか。

- |                |              |
|----------------|--------------|
| ①自然環境が良い       | ②教育環境が良い     |
| ③保健福祉施設が充実している | ④通勤・通学に便利である |
| ⑤買い物に便利である     | ⑥交通の便が良い     |
| ⑦防災・治安が良い      | ⑧人間関係が良い     |
| ⑨住み慣れて愛着がある    | ⑩その他 ( )     |

ひ こ かんが かんが かんが かんが  
(11) 引っ越したいとお考えの方にお聞きます。理由は何ですか。

- |                |              |
|----------------|--------------|
| ①自然環境が悪い       | ②教育環境が悪い     |
| ③保健福祉施設が不足している | ④通勤・通学に不便である |
| ⑤買い物に不便である     | ⑥交通の便が悪い     |
| ⑦防災・治安が悪い      | ⑧人間関係が悪い     |
| ⑨その他 ( )       |              |

問2 次の1～34に示す項目について、あなたはどのようにおもわれますか。

(1)(2)それぞれあてはまる選択肢の番号を1つつつ選んで○をつけてください。

1 よいまちの条件は、市民が主体となったまちづくりが進められていることである。

(1)【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2)【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

2 よいまちの条件は、人権を尊重したまちづくりが進められていることである。

(1)【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2)【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

3 よいまちの条件は、男女が共に生き生きと暮らせるまちづくりが進められていることである。

(1)【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2)【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

4 よいまちの条件は、平和を意識したまちづくりが進められていることである。

(1)【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2)【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

5 よいまちの条件は、市役所が市民の意見を広く聴き、情報公開が進んでいることである。

(1)【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2)【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

6 よいまちの条件は、文化に親しめるまちづくりが進められていることである。

(1)【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2)【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

7 よいまちの条件は、歴史や伝統を大切にしまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

8 よいまちの条件は、多くの国・地域や人の交流が盛んなまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

9 よいまちの条件は、生涯学習活動が盛んなまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

10 よいまちの条件は、学校・家庭・地域が一緒になって子どもを育むまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

11 よいまちの条件は、青少年が健やかに育つまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

12 よいまちの条件は、生涯を通してスポーツを楽しめるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

13 よいまちの条件は、心も体も健康で元気に過ごせるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

14 よいまちの条件は、安心して医療が受けられるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

15 よいまちの条件は、生活衛生がいき届いたまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

16 よいまちの条件は、みんなで支えあう福祉のまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

17 よいまちの条件は、安心して子どもを産み、育てることができるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

18 よいまちの条件は、高齢者が安心して、生きがいを持って暮らせるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

19 よいまちの条件は、障言のある人が家庭や地域社会の中で自立して生活できるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

20 よいまちの条件は、生活自立相談や支援が受けられるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

21 よいまちの条件は、市内のモノづくり企業が元気であることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

22 よいまちの条件は、だれでも不自由なく買い物できるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

23 よいまちの条件は、農業と農地空間を大切にすまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

24 よいまちの条件は、産業活動にとって魅力あるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

25 よいまちの条件は、雇用が安定し、働きやすいまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

26 よいまちの条件は、消費者が守られるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

27 よいまちの条件は、危機や災害への備えが万全なまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

28 よいまちの条件は、安全で快適な市街地のあるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

29 よいまちの条件は、水と緑を生かしたまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

30 よいまちの条件は、良好な住まいのあるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない ・ 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	-------------------------

3 1 よいまちの条件は、安全で便利な交通機関や道路のあるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

3 2 よいまちの条件は、良好な環境を次代に引き継ぐまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

3 3 よいまちの条件は、上下水道によって安全・快適に暮らせるまちづくりが進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

3 4 よいまちの条件は、効率的で健全な行財政運営が進められていることである。

(1) 【期待度】この条件についてどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

(2) 【満足度】東大阪市の現状についてはどうおもいますか？

① とても そう おもう	② そう おもう	③ まあ そう おもう	④ どちらとも いえない	⑤ あまり そう おもわない	⑥ そう おもわない	⑦ まったく そう おもわない	⑧ わからない 意見なし
-----------------------	----------------	----------------------	--------------------	-------------------------	------------------	--------------------------	--------------------

\*\*\*\*\*

※今後、東大阪시가めざすべき将来像やまちづくりのあり方などについて、ご意見が

ございましたら、ご自由にご記入ください。

本市のまちづくりに対する貴重なご意見として参考にさせていただきます。

きょうりよく  
ご協力ありがとうございました。  
がつかつ 8月19日(月)までに郵便ポストに投函してください。