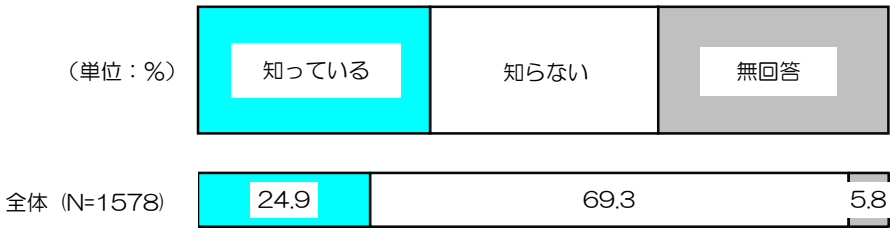
5 市の「モノづくり」について

（１）「東大阪ブランド」の認知

問２６．あなたは、「東大阪ブランド」という認定製品があることを知っていますか。（○は１つだけ）

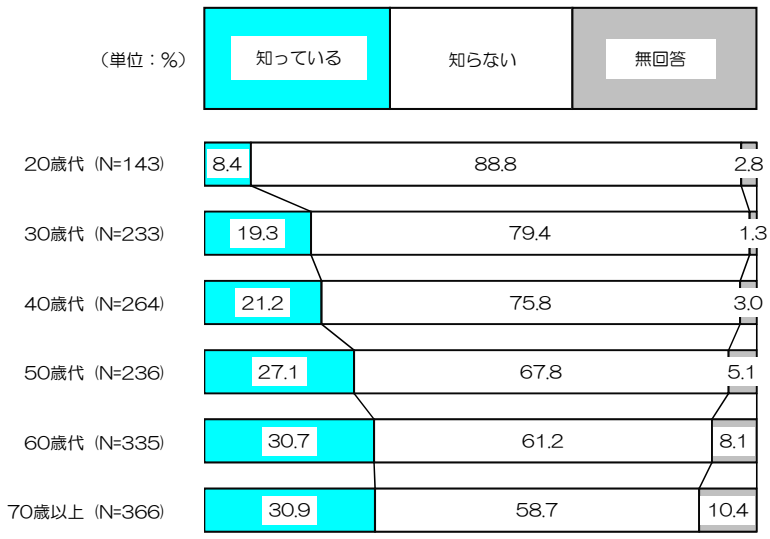
〔図表 5-1　「東大阪ブランド」の認知〕



【全体の考察】

「東大阪ブランド」の認知をたずねた。「知っている」は24.9%で、「知らない」が69.3%となっている。（図表5-1）

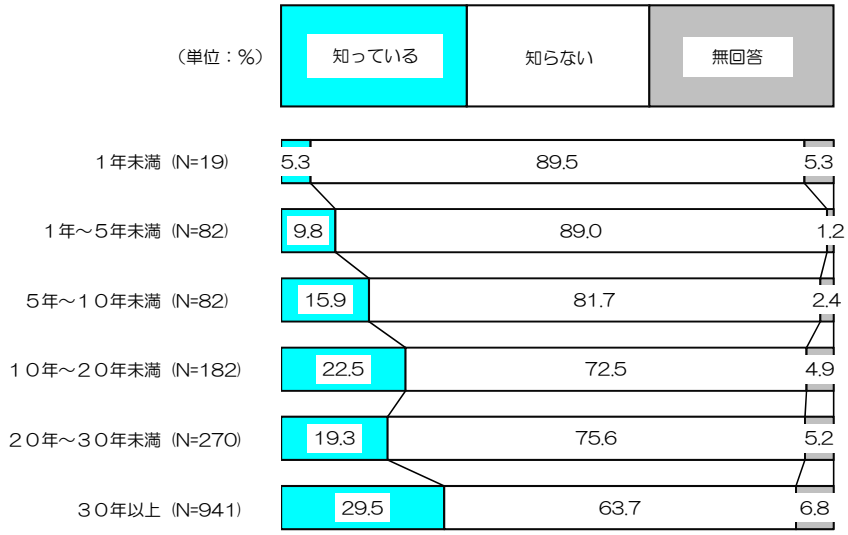
〔図表 5-1-1　「東大阪ブランド」の認知（年代別）〕



【年代別の考察】

年代別にみると、年代が上がるにつれ認知率は高くなっており、最も低い『20 歳代』で 8.4%、最も高い『70 歳以上』で 30.9%となっている。（図表 5-1-1）

〔図表 5-1-2　「東大阪ブランド」の認知（居住年数別）〕



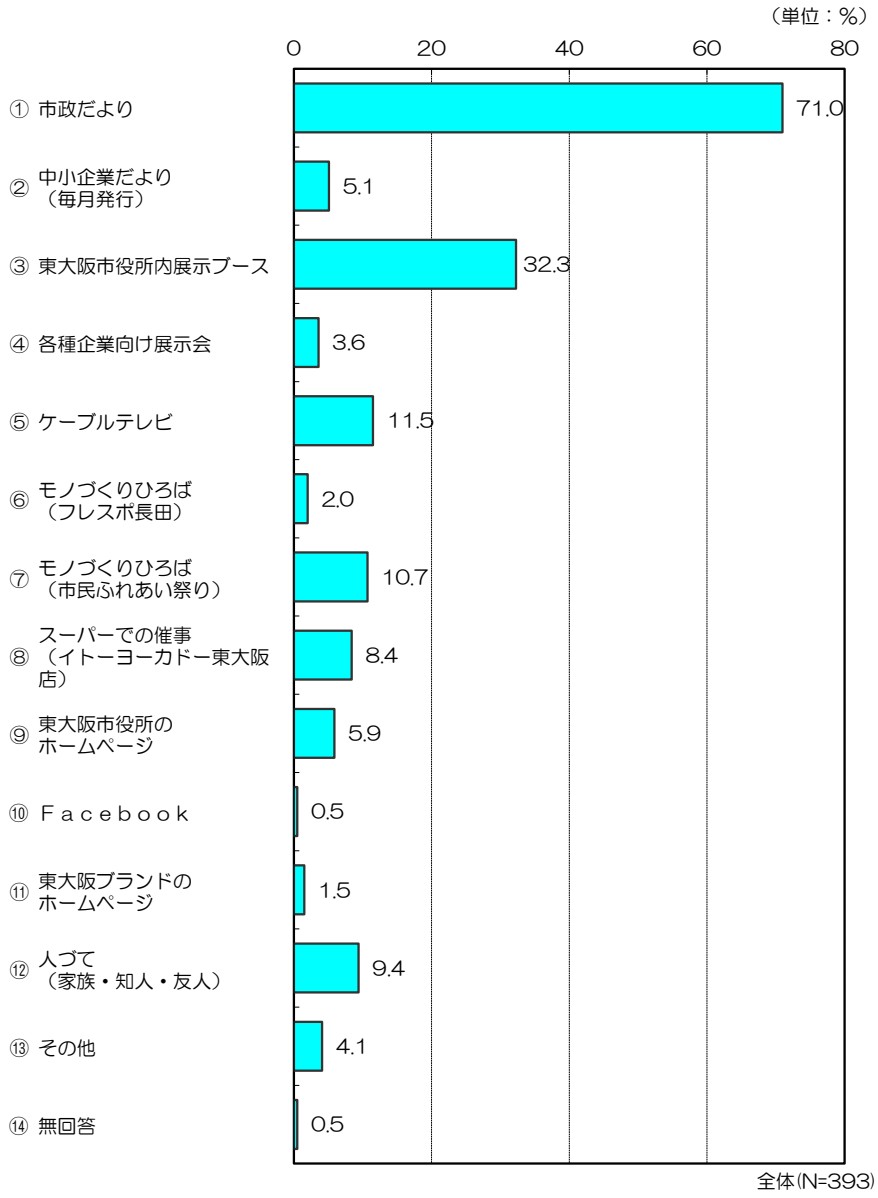
【居住年数別の考察】

居住年数別にみると、年数が上がるにつれ認知率は高くなっており、最も低い『1 年未満』で 5.3%、最も高い『30 年以上』で 29.5%となっている（図表 5-1-2）

（２）「東大阪ブランド」の認知経路

問２７.【「東大阪ブランド」認知者】あなたは、「東大阪ブランド」を何からお知りになりましたか。（○はいくつでも）

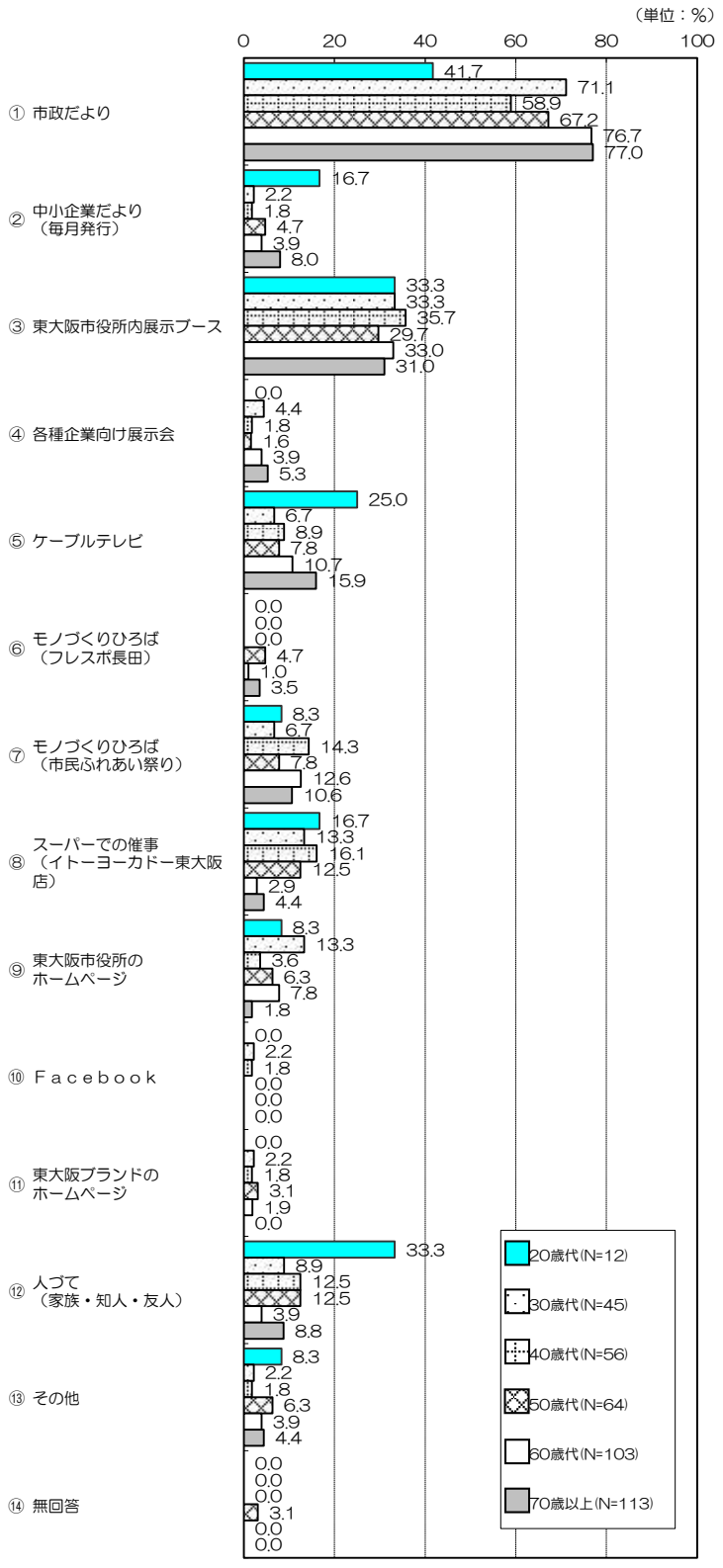
〔図表 5-2　「東大阪ブランド」の認知経路【複数回答】〕



【全体の考察】

「東大阪ブランド」の認知経路をたずねた。「①市政だより」が71.0%で最も高く、以下、「③東大阪市役所内展示ブース」（32.3%）、「⑤ケーブルテレビ」（11.5%）となっている。（図表5-2）

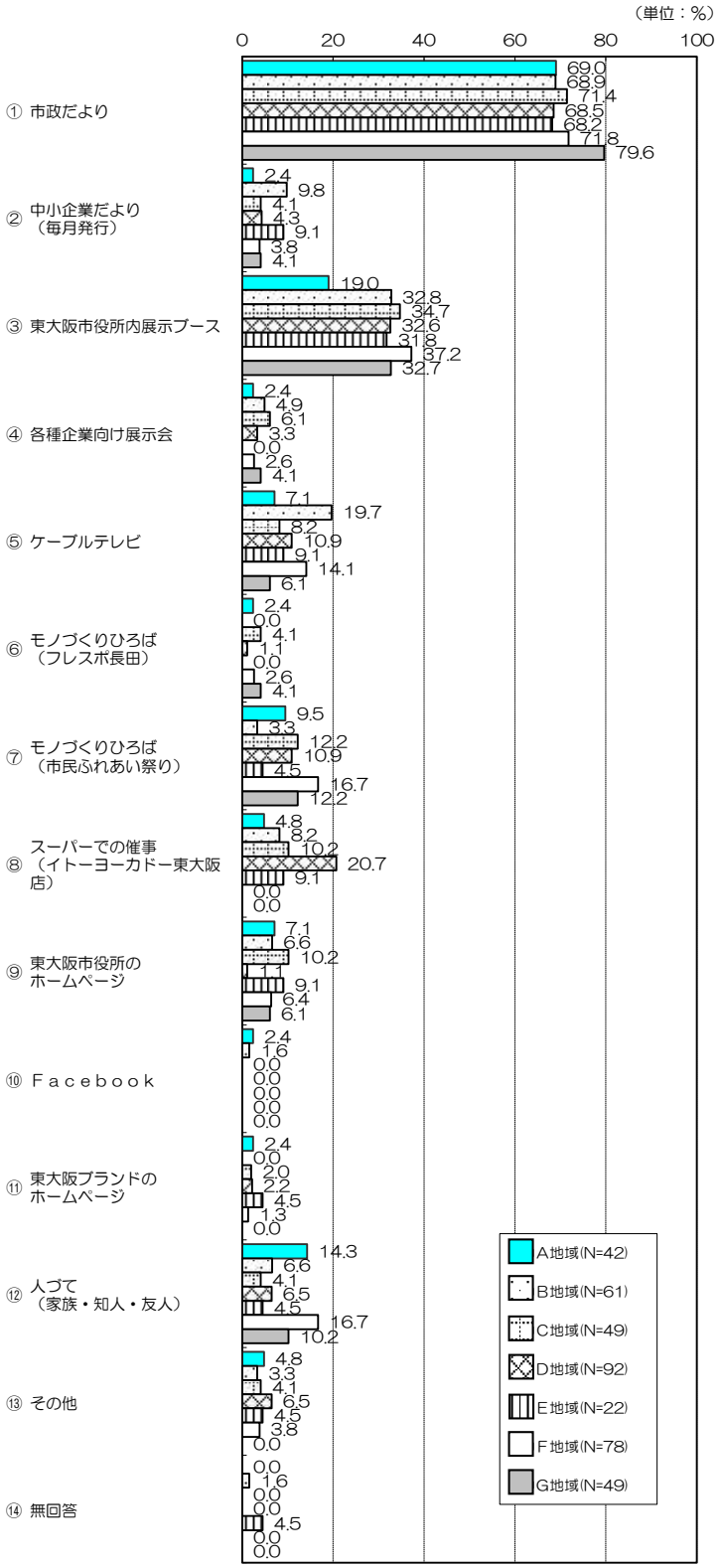
〔図表 5-2-1　「東大阪ブランド」の認知経路【複数回答】（年代別）〕



【年代別の考察】

年代別にみると、『20 歳代』は、「①市政だより」が低く、「⑤ケーブルテレビ」「⑫人づて（家族・知人・友人）が他の年代より高くなっている。（図表 5-2-1）

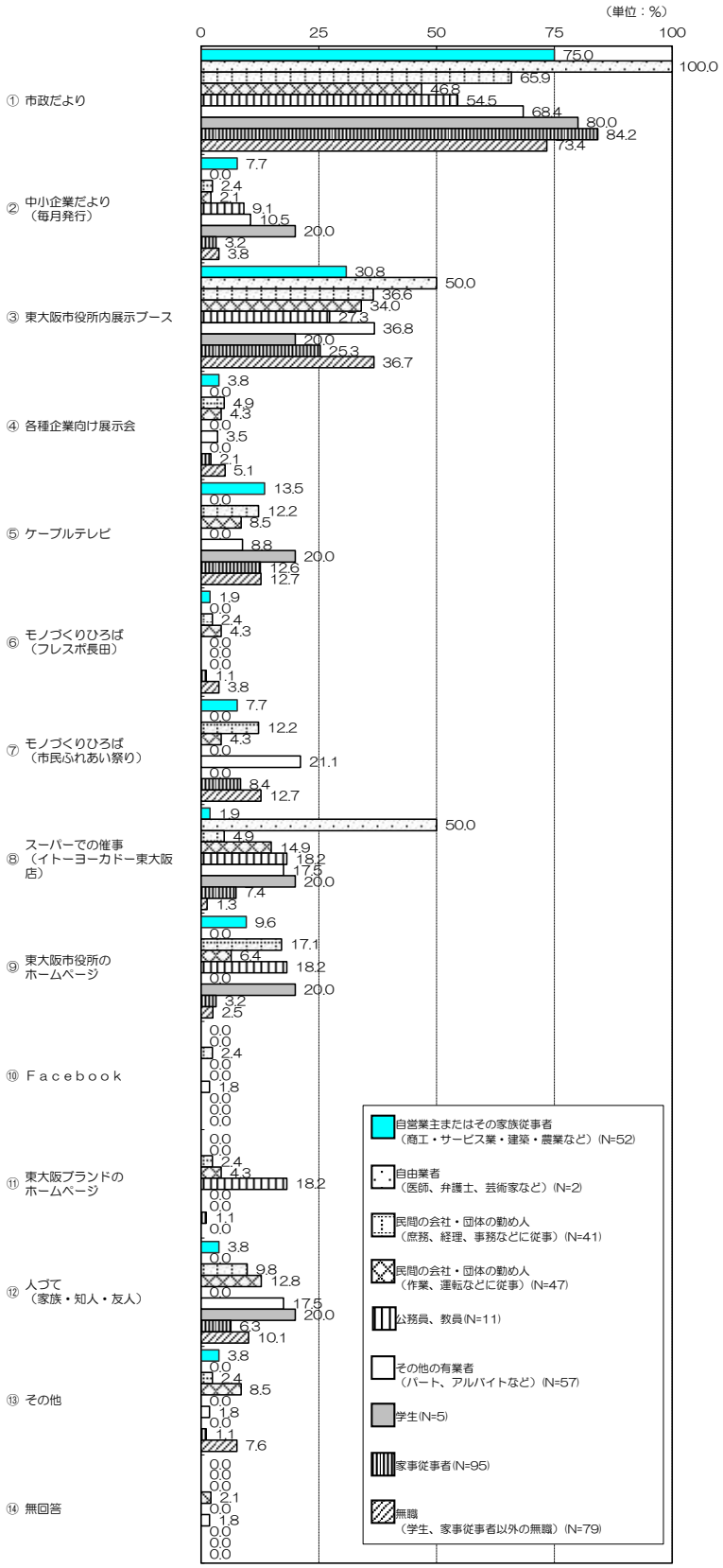
〔図表 5-2-2　「東大阪ブランド」の認知経路【複数回答】（居住地域別）〕



【居住地域別の考察】

居住地域別にみると、『Ｇ地域』で「①市政だより」が高く、『Ａ地域』で「③東大阪市役所内展示ブース」が低くなっている。（図表 5-2-2）

〔図表 5-2-3　「東大阪ブランド」の認知経路【複数回答】（職業別）〕



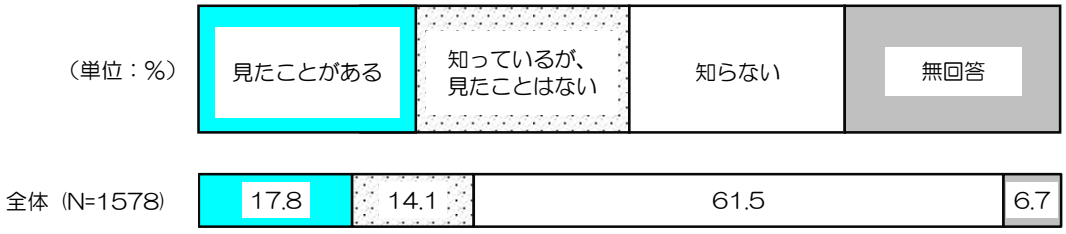
【職業別の考察】

職業別にみると、『民間の会社・団体の勤め人』では、「①市政だより」が低くなっている。（図表 5-2-3）

（３）「地域内工業製品展示場」の認知

問２８．あなたは、市内７つのリージョンセンターにある市内モノづくり企業の「地域内工業製品展示場」を知っていますか。また、見られたことがありますか。（○は１つだけ）

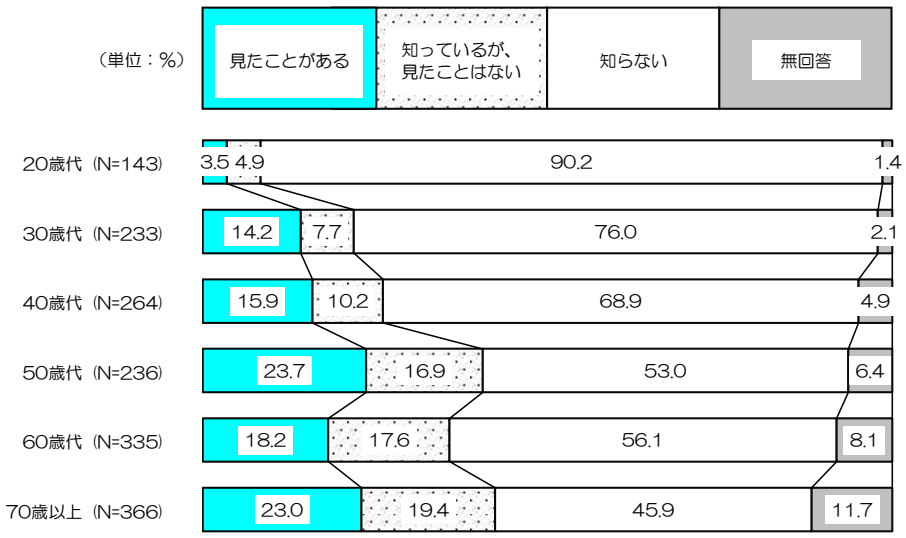
〔図表 5-3　「地域内工業製品展示場」の認知〕



【全体の考察】

「地域内工業製品展示場」の認知をたずねた。「知らない」が61.5%で最も高く、次いで、「見たことがある」が17.8%、「知っているが、見たことはない」が14.1%となっている。（図表5-3）

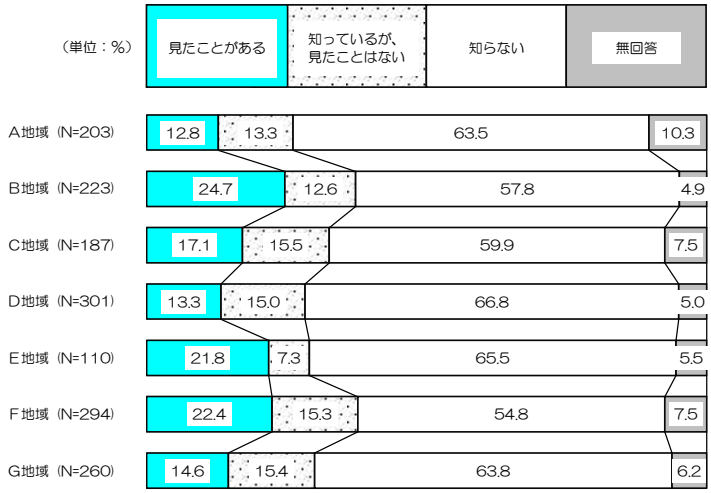
〔図表 5-3-1　「地域内工業製品展示場」の認知（年代別）〕



【年代別の考察】

年代別にみると、「見たことがある」は、『50 歳以上』で高く、２割前後となっている。「見たことがある」と「知っているが、見たことはない」を合わせた認知率をみても、『50 歳以上』で３割半～４割強と高くなっている。（図表 5-3-1）

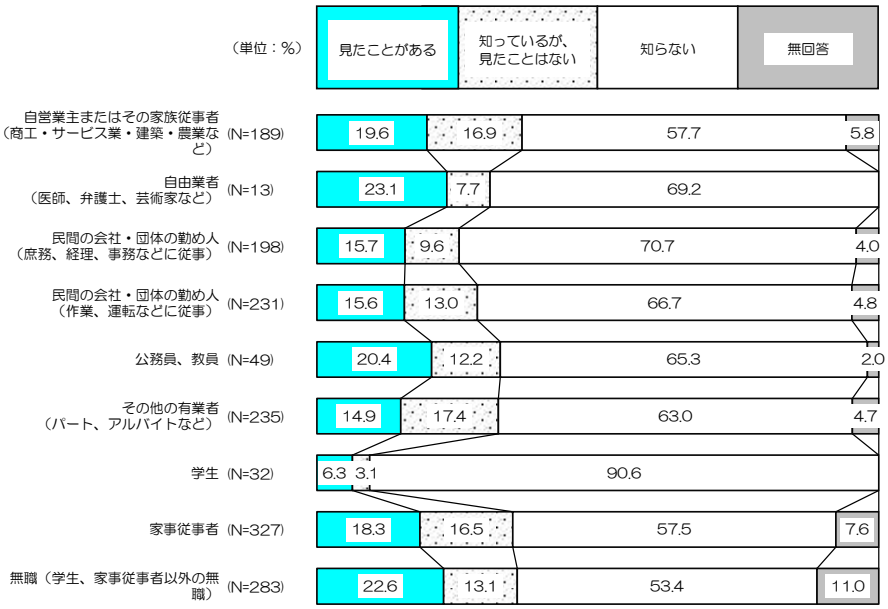
〔図表 5-3-2　「地域内工業製品展示場」の認知（居住地域別）〕



【居住地域別の考察】

居住地域別にみると、「見たことがある」は、『Ｂ地域』『Ｅ地域』『Ｆ地域』で高く、２割強～２割半となっている。「見たことがある」と「知っているが、見たことはない」を合わせた認知率をみても、『Ｂ地域』『Ｆ地域』で４割弱と高くなっている。（図表 5-3-2）

〔図表 5-3-3　「地域内工業製品展示場」の認知（職業別）〕



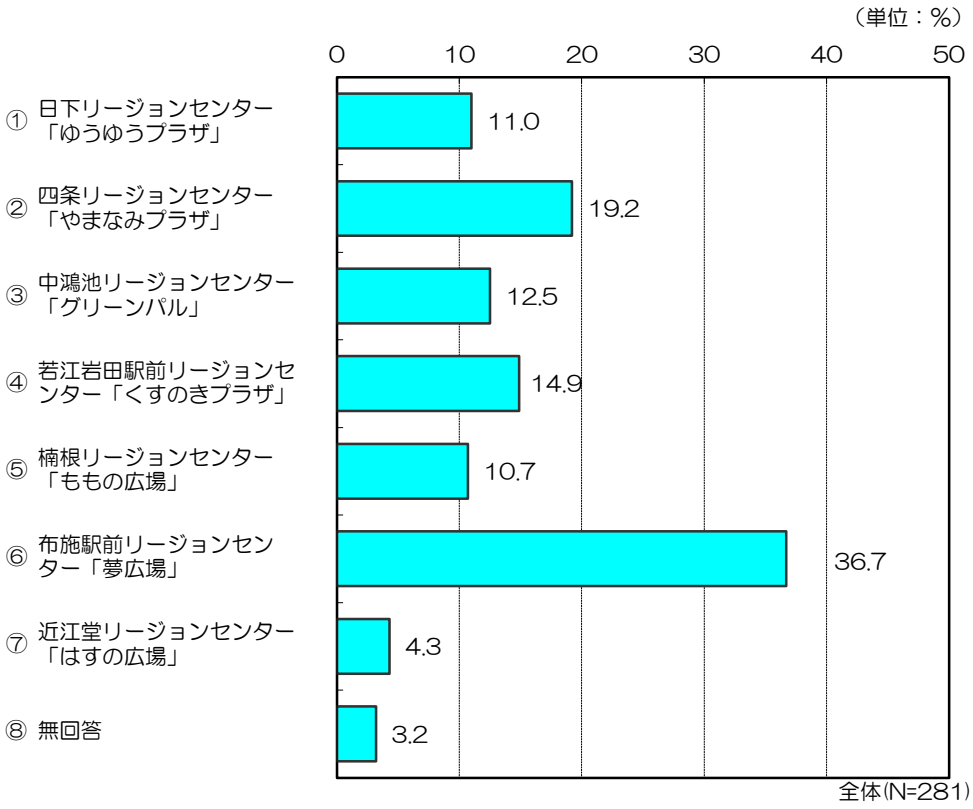
【職業別の考察】

職業別にみると、「見たことがある」は、『自営業主またはその家族従事者』『公務員、教員』『無職』で高く、２割前後となっている。「見たことがある」と「知っているが、見たことはない」を合わせた認知率をみても、『自営業主またはその家族従事者』『無職』で３割半～４割弱と高くなっている。（図表 5-3-3）

（４）「地域内工業製品展示場」を見た場所

問２９.【「地域内工業製品展示場」来場経験者】あなたが「地域内工業製品展示場」をご覧になったのは、どちらのリージョンセンターですか。（○はいくつでも）

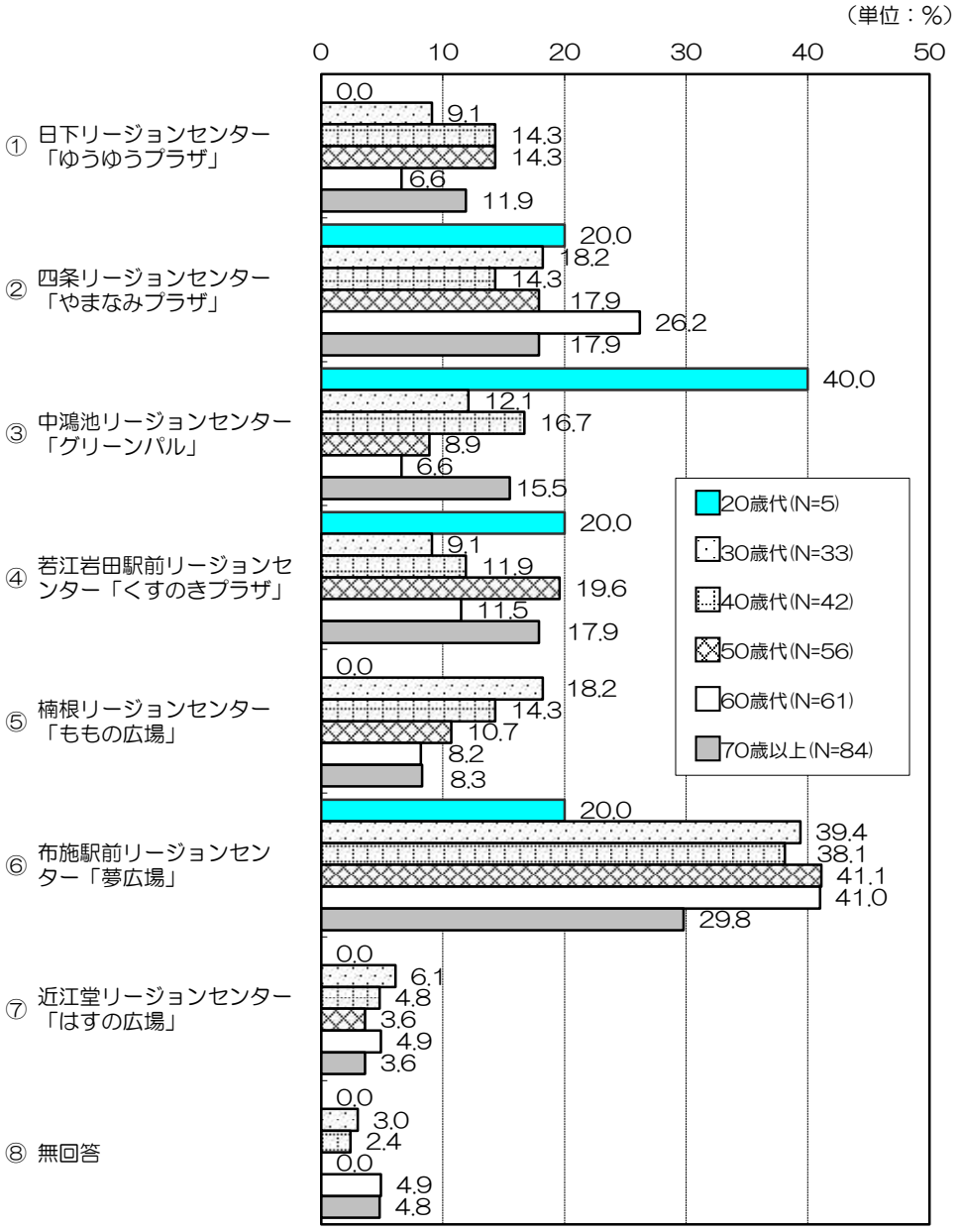
〔図表 5-4　「地域内工業製品展示場」を見た場所【複数回答】〕



【全体の考察】

「地域内工業製品展示場」を見た場所をたずねた。「⑥布施駅前リージョンセンター『夢広場』」が36.7%で最も高く、以下、「②四条リージョンセンター『やまなみプラザ』」(19.2%)、「④若江岩田駅前リージョンセンター『くすのきプラザ』」(14.9%)となっている。(図表5-4)

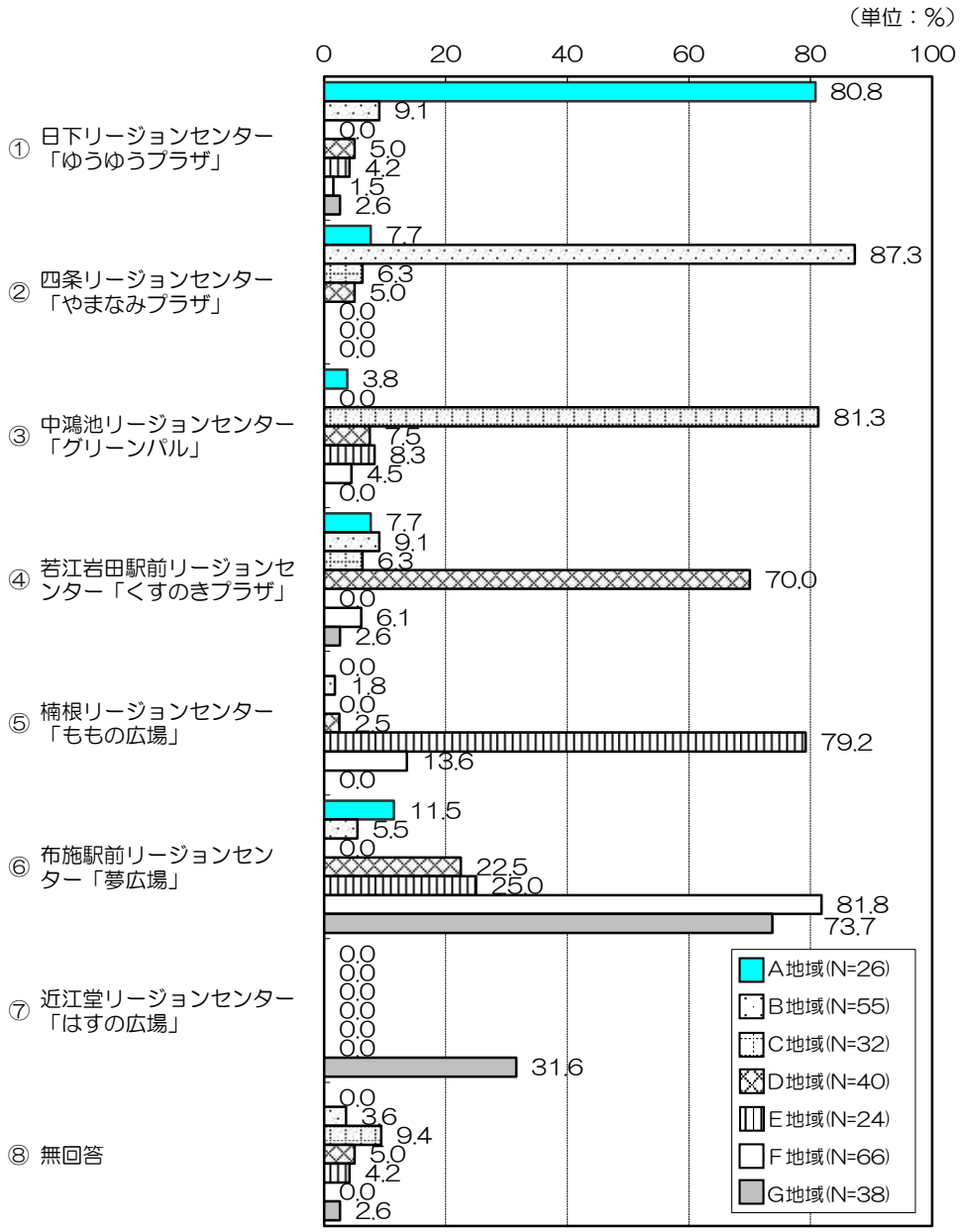
〔図表 5-4-1　「地域内工業製品展示場」を見た場所【複数回答】（年代別）〕



【年代別の考察】

年代別にみると、最も利用の多い「⑥布施駅前リージョンセンター『夢広場』」は、『30～60 歳代』で 4 割前後と高くなっている。（図表 5-4-1）

〔図表 5-4-2　「地域内工業製品展示場」を見た場所【複数回答】（居住地域別）〕



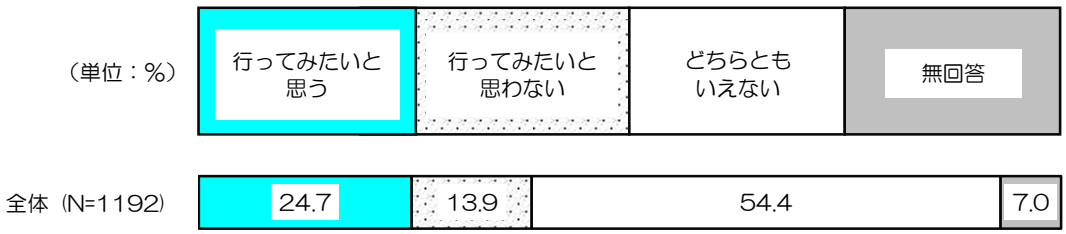
【居住地域別の考察】

居住地域別にみると、地域内工業製品展示場を見た場所は、それぞれの施設が所在する地域で利用が最も高くなっている。「⑥布施駅前リージョンセンター『夢広場』」は施設が所在する『Ｆ地域』以外の住民の利用率も高く、特に『Ｇ地域』で高くなっている。（図表 5-4-2）

（５）「地域内工業製品展示場」の訪問意欲

問３０．【「地域内工業製品展示場」来場未経験者】あなたは、モノづくり企業の「地域内工業製品展示場」に行ってみたいと思いますか。（○は１つだけ）

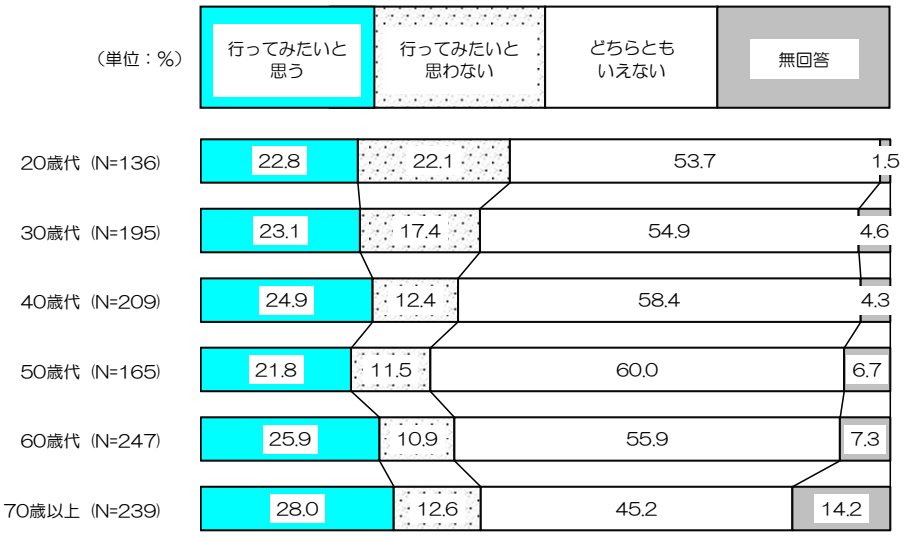
〔図表 5-5　「地域内工業製品展示場」の訪問意欲〕



【全体の考察】

「地域内工業製品展示場」の訪問意欲をたずねた。「どちらともいえない」が54.4%で最も高く、次いで、「行ってみたいと思う」が24.7%、「行ってみたいと思わない」が13.9%となっている。（図表5-5）

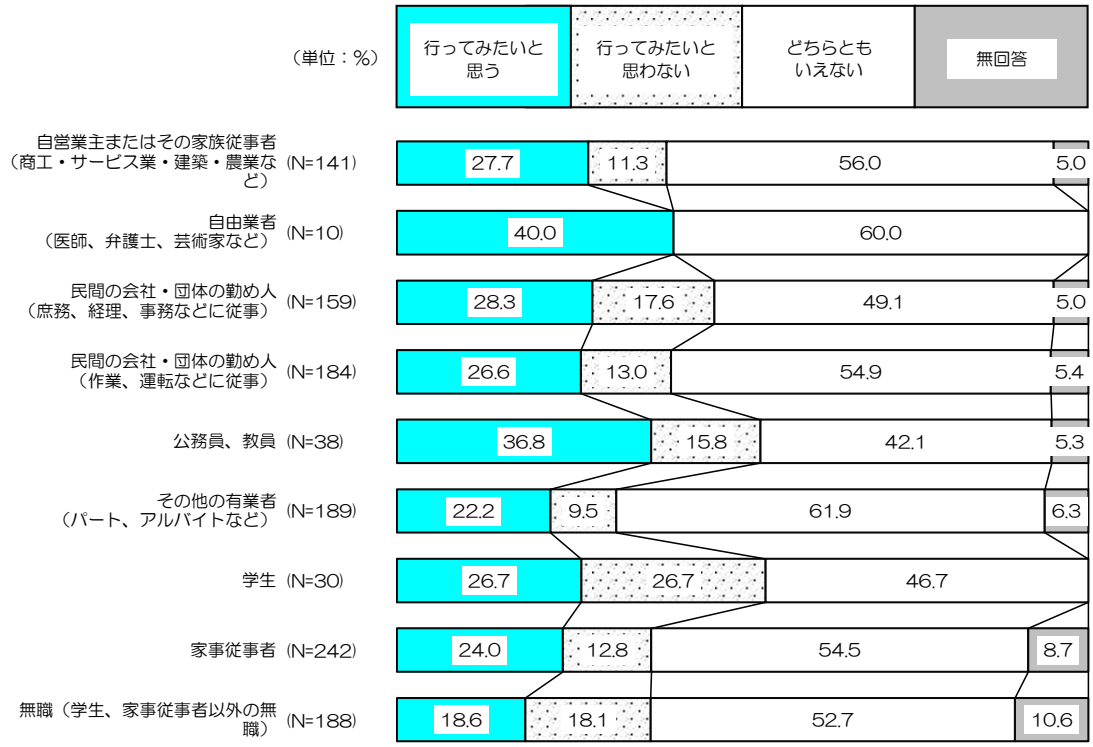
〔図表 5-5-1　「地域内工業製品展示場」の訪問意欲（年代別）〕



【年代別の考察】

年代別にみると、「行ってみたいと思う」はいずれの年代でも２割台であるが、『70 歳以上』で 28.0%と最も高く、『50 歳代』で 21.8%と最も低い。（図表 5-5-1）

〔図表 5-5-2　「地域内工業製品展示場」の訪問意欲（職業別）〕



【職業別の考察】

職業別にみると、「行ってみたいと思う」は『公務員、教員』で 36.8%と最も高く、『無職』で 18.6%と最も低い。（『自由業者』は回収数が少ないため参考値とする。）（図表 5-5-2）