

平成 15 年度特定経済動向調査  
市内製造業の立地・操業環境に関する調査

報 告 書

平成 16 年 1 月

尼 崎 市

財団法人 尼崎地域・産業活性化機構

## ＜ 目 次 ＞

<b>I</b>	<b>調査概要</b> .....	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>② 満足性</li> <li>③ 課題度</li> </ul>
1	調査目的	1	(3) 操業上の問題の有無とその内容
2	調査対象及び調査方法	1	5 尼崎市に求められる支援策..... 14
3	調査項目	1	6 都市・地域のイメージ..... 16
4	配布回収の状況	2	7 都市的魅力..... 16
5	調査主体、調査実施	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 都市的魅力に関する各種事項の重要な順位</li> <li>(2) 都市的魅力に関する各種事項の重要性、満足性、課題度</li> </ul>
<b>II</b>	<b>調査結果</b> .....	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 重要性</li> <li>② 満足性</li> <li>③ 課題度</li> </ul>
1	回答事業所の規模・業種	3	(3) 立地や都市環境に魅力を感じる都市
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 従業者規模</li> <li>(2) 産業業種</li> <li>(3) 事業所の所在地</li> <li>(4) 事業所の数</li> </ul>		8 各種事項の課題度の尼崎と近畿圏との比較..... 21
2	事業所の機能と取引関係	4	9 尼崎市で立地・操業することの総合評価..... 23
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 事業所の機能</li> <li>(2) 事業所の受注の状況</li> <li>(3) 事業所の生産形態</li> <li>(4) 尼崎市内の事業所からの受注、尼崎市内の事業所への発注</li> <li>(5) 事業所の取引関係からみた状況 (類型化による実態の把握)</li> </ul>		10 今後に向けて..... 23
3	回答事業所の属性	8	<資料編> ..... 25
4	立地環境・操業環境	9	アンケート集計結果..... 26
	<ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 立地・操業に関する各種事項の重要な順位</li> <li>(2) 立地・操業に関する各種事項の重要性、満足性、課題度</li> </ul>		アンケート調査票 ..... 38
	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 重要性</li> </ul>		

# I 調査概要

## 1 調査の目的

わが国の製造業をめぐる環境は依然として厳しい状況にあり、とりわけ関西では、事業所の整理・統合により事業所数が減少し、臨海部や内陸部に工場の遊休地が数多く発生してきていることから、深刻な地域問題となっている。

大阪市に隣接する尼崎市も例外ではなく、産業の構造転換とグローバル化の波の中で、いくつかの事業所は閉鎖・移転し、残された事業所も非常に厳しい事業環境の中で操業を続けてきている。

昨年の工場等制限法の廃止に象徴されるように、大都市圏においても「ものづくり」の役割が再認識されてきている昨今、本市においても、持続的な地域経済発展の観点から、これまでに集積した製造業事業所を育て発展させていくことが必要とされている。

そこで、本調査は、①本市の製造業事業所が置かれている立地・操業環境について、その状況を正確に把握し、実態を明らかにするとともに、②今後、尼崎市が取り組むべき立地・操業環境の改善や産業支援策の検討に関する基礎的データとすることを目的として実施したものである。

## 2 調査対象及び調査方法

### (1) 調査対象

調査対象は、従業者数 10 人以上の市内製造業事業所を対象として実施した。

尼崎に立地する製造業事業所が、製造過程において下請・外注関係や分業形態をとるなど、さまざまな連携をもって事業活動を進めていると考えられる。そうした連携に基づく操業基盤は、1 事業所の移

転・廃止によって大きな影響を受けると考えられるし、移転・廃止する事業所の規模が大きいほどその影響は大きいと考えられる。そこで、本調査は、主として中規模ないし大規模事業所に焦点を当てて考えようとしている。ただし、一方の小規模事業所の状況とも比較することも考え、調査費用・調査時間の限界もあって、調査対象を従業者 10 人以上としたものである。

ところで、平成 13 年事業所・企業統計調査（平成 13 年 10 月 1 日時点）によると、尼崎市に立地する事業所は 21,537 事業所（総従業者数 203,998 人）ある。今回は、そのうち、製造業（2,310 事業所、従業者数 48,771 人）に焦点をあてたものである。調査では、従業者数 10 人以上の事業所を対象としたから、製造業事業所の約 3 割程度を直接の対象としたことになる。以下、調査結果として示した内容を考察するに当たっては、この点を十分留意していただきたい。

### (2) 調査方法

調査は調査票（A 4 判 4 ページ）を郵送し、留め置きの上記入していただいた上、返送していただく方法によって回収した。

### (3) 調査時期

平成 15 年 10 月 1 日～15 日

なお、10 月 20 日時点で未回収の事業所に対して、郵送により督促状を送付した。実質の調査期間は平成 15 年 10 月末までである。

## 3 調査項目

調査の目的から、次のような設問項目とした。

### I 貴事業所について

[回答事業所の概要]

事業所名、従業者数、主な業種、所在地、電話番号/FAX 番号、担当者名/所属・役職

[事業所の機能]

問1 事業所の数

問2 事業所の機能

[取引関係（下請・外注の関係）]

問3 受注に関する下請状況

問4 受注・発注の取引関係（取引額の割合）

問5 生産に関する下請・外注状況

問6 下請・外注に出す理由

II 立地環境・操業環境について

問7-1 立地環境・操業環境の重要度、満足度

問7-2 立地・操業上の重要項目

問8-1 操業上の問題の有無

問8-2 問題の理由

III 支援環境について

問9 市の希望支援策

IV 都市環境について

問10 地域イメージ（尼崎市・関西）

問11 地域イメージの変化（尼崎市・関西）

問12-1 都市的魅力的重要度、満足度

問12-2 都市的魅力的重要項目

問13 魅力的な都市名とその理由

V 総合評価について

問14 尼崎市内で立地・操業することの総合評価

なお、立地環境・操業環境と都市環境の項目立てと重要度、満足度を問うことによって、課題度を求

める方法については、平成13年度工業立地適正化調査結果である『近畿圏における産業基盤整備のあり方に関する調査報告書』（平成14年3月、経済産業省近畿経済産業局、社団法人システム科学研究所）を参考とした。

本調査の調査票は文末の資料編に掲載しているので、参照されたい。

4 配布回収の状況

有効配布数	686 事業所
有効回収数	262 事業所
有効回収率	38.2%

尼崎市が所有する事業所リスト（平成11年度時点のもの）により、調査対象とした従業者10人以上の778事業所にアンケート調査票を送った。このうち、移転・廃業、重複、調査対象外（製造業以外）のものなどを除くと、有効配布数は686事業所となった。この中から262の有効回答を得た。

5 調査主体、調査実施

調査主体は尼崎市（担当：産業労働部産業振興課）であるが、調査実施は、調査テーマとの関係が深い尼崎市産業労働部産業立地課も加わって立案・検討し、財団法人尼崎地域・産業活性化機構が実施したものである。

## Ⅱ 調査結果

### 1 回答事業所の規模・業種

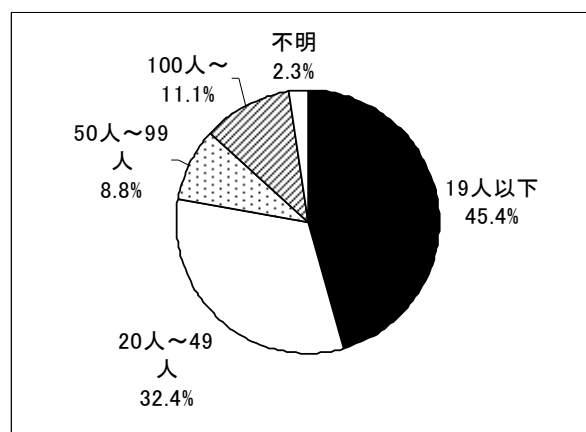
#### (1) 従業者規模

回答事業所の従業者数は、約8割が「50人未満」

調査で回答をいただいた事業所の従業者規模（アルバイト等を含む）は、約半数の45.4%が「19人以下」の事業所であった。「20人～49人」が32.4%で、両者を合わせると、約8割が50人未満の事業所であった。

「19人以下」には「9人以下」（30事業所）も含まれている。これは調査リスト（平成11年時点）で従業者数10人以上だったものがその後従業者数が減少した事業所と考えられるが、分析上は「19人以下」に加えた。

図1 従業者規模別回答事業所数の割合



なお、以後、調査結果を従業者規模別に分析する場合、「19人以下」「20人～49人」「50人以上」の3類型で行うこととする。

#### (2) 産業業種

回答事業所の主な業種は、「金属製品」が最も多く、約4分の1

回答事業所の中で、最も多かった業種は「金属製品」の24.8%であり、ついで「一般機械器具」の

14.5%、「化学工業」の10.7%と続いている。

なお、平成14年の日本標準産業分類第11回改訂により、新たに「情報通信機械器具」と「電子部品・デバイス」が産業中分類に登場したが、それぞれ、約2%となっている。

表1 事業所の産業業種

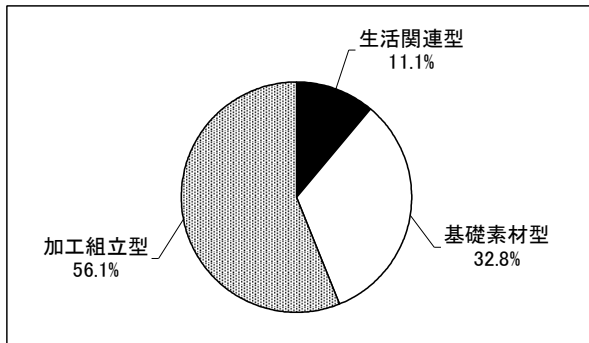
産業業種(中分類)		実数	比率(%)	参考(平成14年7月)の比率
生活関連型	食料品	10	3.8	4.7
	飲料・たばこ・飼料	0	0.0	0.1
	繊維工業	1	0.4	1.1
	衣服・その他繊維製品	4	1.5	2.0
	家具・装備品	3	1.1	0.7
	印刷・同関連業	8	3.1	4.0
	なめし革・同製品・毛皮	0	0.0	0.2
	その他の製造業	3	1.1	15.3
小計	29	11.1	28.0	
基礎素材型	木材・木製品	2	0.8	1.9
	パルプ・紙・紙加工品	11	4.2	2.5
	化学工業	28	10.7	2.6
	石油製品・石炭製品	0	0.0	0.4
	プラスチック製品	6	2.3	4.1
	ゴム製品	2	0.8	0.5
	窯業・土石製品	11	4.2	1.3
	鉄鋼業	19	7.3	8.2
	非鉄金属	7	2.7	2.5
小計	86	32.8	24.0	
加工組立型	金属製品	65	24.8	25.9
	一般機械器具	38	14.5	10.2
	電気機械器具	17	6.5	6.4
	情報通信機械器具	4	1.5	
	電子部品・デバイス	5	1.9	
	輸送用機械器具	11	4.2	1.3
	精密機械器具	7	2.7	4.2
小計	147	56.1	48.0	
合計	262	100.0	100.0	

なお、平成14年度に全数調査が行われた「尼崎地域産業実態調査」による製造業の産業業種別構成比率を表1右欄に参考として示した（不明は除く）。また、「情報通信機械器具」「電子部品デバイス」は「電気機械器具」に含まれる。その結果と比較すると、今回の調査の回答事業所は、とくに「化学工業」が多いことと、「その他の製造業」が少ないという特徴がある。

### 業種3分類でみると「加工組立型」が半数以上

24の産業業種(中分類)を3分類で再集計すると、図2に示したようになる。「加工組立型」製造業の事業所が半数以上を占めている。「基礎素材型」製造業は約3分の1、「生活関連型」製造業は1割強という構成である。

図2 業種3分類別回答事業所の割合



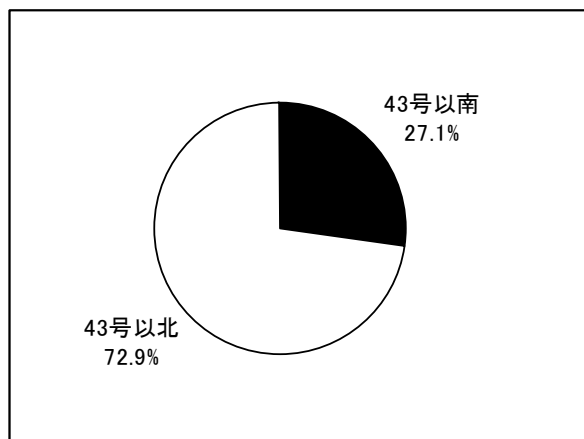
### (3) 事業所の立地

#### 回答事業所の立地は、「国道43号以北」の立地が約4分の3

本市の製造業事業所の立地は、「国道43号以南」の工業専用地域を中心とした地域と、「国道43号以北」のJR福知山線沿線の工業地域を中心とした地域の概ね2地域に分類することができる。

回答していただいた事業所の所在地を国道43号の南北で再集計すると、概ね4分の1が「43号以南」、概ね4分の3が「43号以北」となっている。

図3 立地別回答事業者数の割合



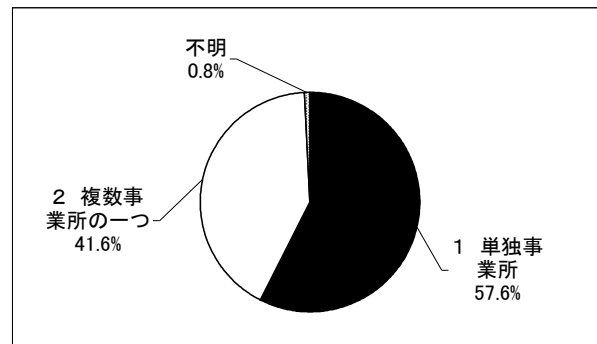
### (4) 事業所の数

#### 「単独事業所」が約6割、「複数事業所の一つ」が約4割

回答事業所のうち、「単独事業所」とした事業所が約6割、「複数事業所の一つ」とした事業所が約4割となっている。

昨今では、製造工程の効率化や規模のメリット、海外移転などにより、国内事業所の整理・統合が進められており、特に本市の事業所が「複数事業所の一つ」である場合、尼崎市に立地する事業所のみならず、企業全体としての今後の動向にも留意が必要である。

図4 事業所数別回答事業所の割合



## 2 事業所の機能と取引関係

### (1) 事業所の機能

#### 「本社(経営)」機能を持つ事業所が半数以上立地

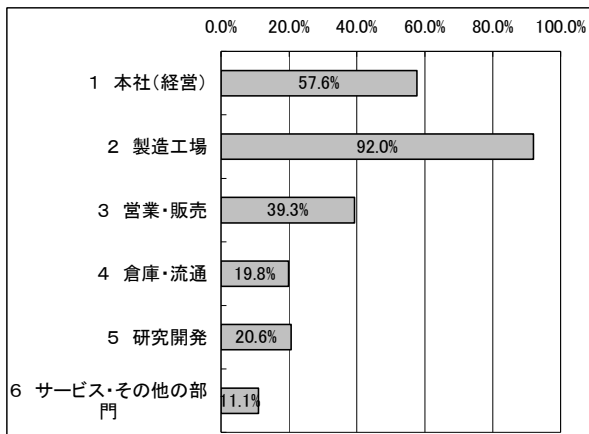
事業所にどのような機能があるか問うた。製造工場としての機能のほかに、本社機能を置いている事業所が約57.6%となっている。これは前述の「単独事業所」の比率と同値である。すなわち、回答事業所の範囲では、複数事業所のある企業の一事業所として尼崎に立地する場合のほとんどが、本社機能をもたない事業所であることを示している。

それ以外の機能としては、「営業・販売」が約4割と多く、「倉庫・流通」「研究開発」がそれぞれ約2割前後という結果であった。

本社機能が尼崎事業所にある事業所の割合が高いことは、企業行動のさまざまな意思決定が迅速になされる可能性が高い。しかし、複数事業所をもつ企

業の一事業所が本社機能をもたない事業所であり、従業者規模も大きい事業所が多いと考えられることから、これらの事業所の動向は都市経営・都市整備への影響が大きく、情報交換を密にするなど、企業行動にきめ細かく対応していくことが重要である。

図5 回答事業所の事業所機能（複数回答）



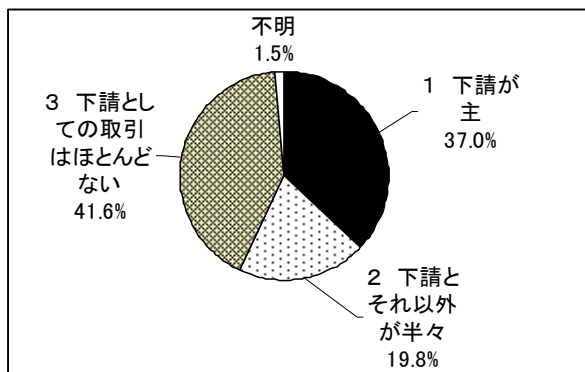
(2) 事業所の受注の状況

**約6割が、下請としての取引関係が多い**

問3で取引関係において、下請関係にあるかどうかを問うた。結果は図6のとおりである。

「下請が主」とする事業所が37.0%、「下請とそれ以外が半々」とする事業所が約19.8%であり、両者を合わせると、約6割弱が下請としての取引が多い。一方で、「下請としての取引はほとんどない」とする事業所は約4割となっている。

図6 受注に関する下請の状況



次に、問4で受注先の範囲を問うた。それぞれの

事業所が「尼崎市内」「兵庫県内（尼崎市を除く）」「大阪市内」「大阪府（大阪市内を除く）」「近畿圏内（兵庫県・大阪府を除く）」「それ以外の地域」で取引額の割合を回答いただいたものを平均した結果、表2のとおりであった。

表2 受注の取引関係（取引額の割合）

取引先	受注先（取引額の割合：%）
尼崎市内	17.6
兵庫県内（尼崎市を除く）	14.5
大阪市内	21.9
大阪府（大阪市を除く）	11.7
近畿圏内（兵庫・大阪を除く）	7.8
それ以外の地域	26.5
合計	100.0

**受注先は「尼崎市内」2割弱。むしろ「大阪市内」の方が多し。中心は阪神間地域や大阪府の圏域だが、「近畿圏」以遠も多い**

各事業所の取引額からみた取引先の範囲分布で見ると、尼崎市内は必ずしも大きくなく17.6%であった。むしろ大阪市内の方が大きいことがわかる。

この結果から、①各企業の活動は必ずしも市域や県域といった行政境にとらわれず、広く展開されている、②とはいえ、尼崎の事業所は、市内や大阪市を中心に、兵庫県内（ここでは、県内全域というより阪神間地域と解釈の方が妥当と考えられる）、大阪府内といった範囲を中心（累計で65.7%）に受注しているとみることができる、③一方で、近畿圏あるいはそれ以遠の範囲からも、約3割強受注しており、広域的な事業展開を行っている事業所が少ない、といったことがわかる。

(3) 事業所の生産形態

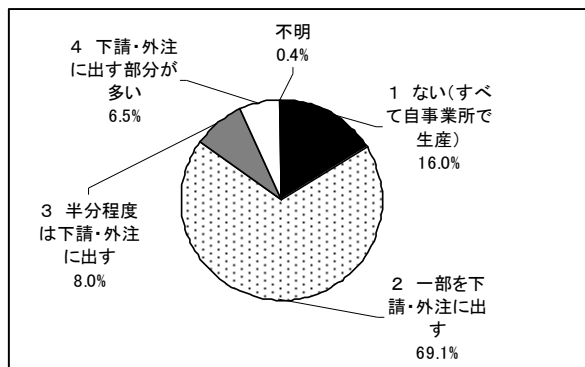
事業所の生産形態について、問5において生産のどの程度の部分を下請・外注に出すかを問う、問4で受注と同様に発注先の地域分布を問うた。

**すべてを自社生産するのは、わずか16.0%**

生産過程で、すべてを自事業所で生産しているのは16.0%の事業所でしかなく、それ以外は比率の多寡はあれ、下請・外注といった形をとりながら、他の事業所と分業したり補完するといった連携をとって活動を展開している。ここに各事業所が尼崎に立地する一つの理由があるとみることができる。

ただし、下請・外注に出す割合は、約7割が「一部」と回答している。「半分程度」「多くの部分」と回答した事業所の割合はいずれも1割に満たない。

図7 生産に関する下請・外注状況



自社生産が7割。下請・外注の発注先は「大阪市内」と「尼崎市」が比較的多い

図7の結果から、全仕事量のうち下請・外注に出す仕事量の割合を、「一部を下請・外注に出す」は30%、「半分程度は下請・外注に出す」は50%、「下請・外注に出す部分が多い」は70%とみなして、問4の発注先の圏域分布の平均値を整理したのが表3である。

表3 発注の取引関係 (取引額の割合)

発注先 (取引額の割合: %)	割合 (%)
自事業所で生産	71.1
尼崎市	6.9
兵庫県内 (尼崎市を除く)	3.7
大阪市内	7.7
大阪府 (大阪市を除く)	4.1
近畿圏内 (兵庫・大阪を除く)	1.6
それ以外の地域	4.9
合計	100.0

全体の生産量のうち、自社生産されるのが約7割、残り3割は下請・外注によって補われている。

下請・外注先は「尼崎市」「大阪市内」が多いが、

極端にこの2つの地域に集中しているわけでもなく、広く全国各地とつながっているとみることができる。

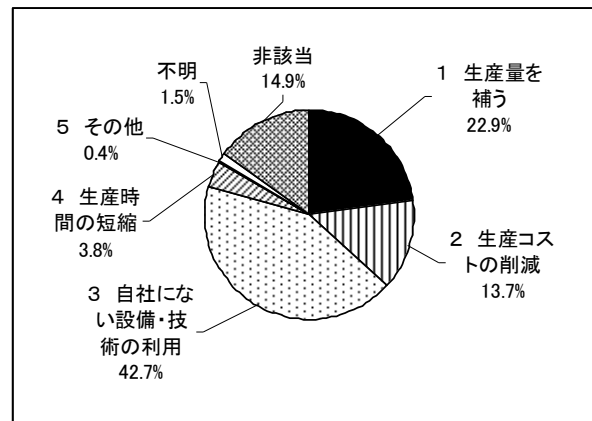
次に、下請・外注に出す理由を問6で問うた。

下請・外注に出す理由は、「自社にない設備・技術の利用」が最も多く約4割

下請・外注に出す理由は、「自社にない設備・技術の利用」が最も多く42.7%、ついで「生産量を補う」の22.9%、「生産コストの削減」の13.7%と続いている(図8)。

製品の製造で求められる設備や技術が高度化・複雑化していることから、事業所間相互の補完関係が成立しているものと考えられる。

図8 下請・外注に出す理由



#### (4) 尼崎市内の事業所からの受注、尼崎市内の事業所への発注

ここでは、問4の回答のうち、尼崎市内に立地する事業所(回答事業所)が、尼崎市内の事業所からの受注、あるいは尼崎市内の事業所への発注をどの程度行っているかをみる(表4)。

受注額全体の70%以上を、尼崎市内の事業所から

表4 尼崎市内の事業所からの受注

受注割合	事業所数	構成比 (%)
70%以上	24	9.8
50%以上70%未満	10	4.1
30%以上50%未満	20	8.2
30%未満	190	77.9
合計	244	100.0

注：不明18を除く



受けている事業所は、わずか**9.8%**にすぎない。**50%**以上**70%**未満を加えても**13.9%**である。

表5 尼崎市内の事業所への発注

	事業所数	構成比 (%)
70%以上	21	9.4
50%以上70%未満	17	7.6
30%以上50%未満	26	11.7
30%未満	117	52.5
非該当 (自社製造)	42	18.8
合計	223	100.0

注：不明39を除く

一方、下請・外注関係(表5)での発注額において、尼崎市への事業所に**70%**以上発注すると答えた事業所は**9.4%**であり、**50%**以上**70%**未満を加えても**17.0%**であった。

これらの状況から、尼崎市内の事業所の活動は、決して尼崎市内に完結するものではなく、市域を超えて広く展開されていることがわかる。このことは、尼崎市内の事業所だけをみた産業政策では、企業活動の実態を十分に把握したものにならないことを意味するものである。

#### (5) 事業所の取引関係からみた状況(類型化による実態の把握)

ここでは、先に示した(2)の受注の圏域及び(3)の生産過程での発注の圏域を、個別事業所ごとに類型化することをこころみる。それは、先の回答事業所の平均値としての取引圏域をみることとあわせて、個別事業所の取引が地元地域を中心に行われているのか、広域的に展開されているのかをみるためである。また、後に示す調査結果をこの取引類型によってどのように異なるのか、クロス分析するためのものである。

取引額からみた取引先の圏域分布を回答事業所の平均値ではなく、個々の事業所での受注が地元に近いエリアで行われているか、広域にわたって行われているかをみるために、類型化を試みた。

類型化の基本としたのは、受注、発注ともに「尼崎市内」「兵庫県内(尼崎市を除く)」「大阪市」「大阪府(大阪市を除く)」の取引割合の合計としての値(比率)である。

先にみたように、事業所の活動は、必ずしも行政境界にとられるものではなく広く展開されている。その中で、受注、発注の状況をみると、尼崎市の場合、兵庫県及び大阪府を中心に展開されている。そこで、この圏域の取引割合の多寡によって分類することとした。取引割合の区分とその結果は表6に示したとおりである。

表6 受注及び発注の割合からみた取引先

		受注				不明
		70%以上	50%以上70%未満	50%未満	合計	
発注	70%以上	86	31	137	—	
	50%以上70%未満	5	6	18	—	
	50%未満	1	3	23	3	
	非該当	25	7	37	5	
	合計	118	34	215	—	
	不明	22	2	5	—	10

表6では、受注の割合及び発注の割合が高いほど尼崎市域を含む周辺地域(ここでは、兵庫県内の阪神間地域と神戸市、大阪市を中心とする大阪府とみてよいだろう)での取引関係が強い事業所であることを示す。

この結果から、表6に示した凡例のように類型化した。最も濃い部分が尼崎市域を含む周辺地域との取引関係が多く、『地域密着型』とした。次いで、受注または発注の一つ、あるいは両方が**50%**以上**70%**未満となる事業所で、『地域密着型』よりも取引関係がやや広域化したものを、『中域型』とした。そして、典型的には受注も発注も兵庫県・大阪府下での取引が**50%**未満となる『広域型』(直接的には表中の**19**事業所のタイプ)がある。類型化では、同地域への発注が**50%**未満で発注が**50%**以上の**4**事業所も同タイプとした。一方、受注が**50%**未満で発注が**50%**以上の計**37**事業所は『広域受注地域発注型』とした。

ところで、発注欄の「非該当」は問5で、生産の一部を下請・外注に出すことは「ない(すべて自事業所)で生産」と答えた事業所である。これらの事業所は、受注の割合によって『地域密着型』『中域型』『広域型』にそれぞれ加えて類型化した。

以上の手続きを踏まえて、回答事業所それぞれを類型化した結果が表7である。

表7 取引関係からみた類型化

類 型		事業所数	構成比率(%)
I	地域密着型	111	51.6
II	中域型	37	17.2
III	広域受注地域発注型	37	17.2
IV	広域型	30	14.0
合計		215	100.0

注：発注・受注のどちらかが不明のもの47を除く

表9 従業者規模と取引類型

		取引類型				計
		地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型	
従業者規模	20人未満	67	16	10	12	105
		63.8%	15.2%	9.5%	11.4%	100.0%
	20人以上	34	14	17	4	69
	50人未満	49.3%	20.3%	24.6%	5.8%	100.0%
	50人以上	9	6	10	12	37
		24.3%	16.2%	27.0%	32.4%	100.0%
	計	110	36	37	28	211
		52.1%	17.1%	17.5%	13.3%	100.0%

注：従業者規模または取引類型の不明51を除く  
上段：事業所数、下段：構成比(%)

### 3 回答事業所の属性

先に示した回答事業所の属性を明らかにするため、「従業者規模」、「産業業種」、「立地」、「取引類型」の4項目に関するクロス集計を行った。

従業者規模の大きい事業所は、「基礎素材型」が多く、取引範囲も広域。従業者規模の小さい事業所は、「加工組立型」が多く、地域密着型企业が多い。

回答事業所の約8割は50人未満の事業所であったが、その半数以上は、「加工組立型」製造業の事業所が占めている。一方で、50人以上の事業所は「基礎素材型」と「加工組立型」が同率の44%となっており(表8)、今回の調査で従業者規模の大きい事業所の回答については、化学、鉄鋼などの「基礎素材型」製造業の意見が大きく表れているといえる。

しかし、産業業種と取引類型の関係については、「生活関連型」製造業の事業所数が少なかったこともあり、明らかな相関関係は表れなかった(表9)。

表8 従業者規模と産業業種

		産業業種			計
		生活関連型	基礎素材型	加工組立型	
従業者規模	20人未満	18	37	64	119
		15.1%	31.1%	53.8%	100.0%
	20人以上	5	24	56	85
	50人未満	5.9%	28.2%	65.9%	100.0%
	50人以上	6	23	23	52
		11.5%	44.2%	44.2%	100.0%
	計	29	84	143	256
		11.3%	32.8%	55.9%	100.0%

注：従業者規模の不明6を除く  
上段：事業所数、下段：構成比(%)

「43号以南」に立地する事業所は、7割が従業者規模20人以上の事業所。「43号以北」に立地する事業所は、半数が「20人未満」の小規模事業所。

本市の製造業事業所は、先に示したとおり、「国道43号以南」の工業専用地域が中心となる臨海部と、「国道43号以北」の工業地域を中心とした内陸部に分類でき、土地利用の性格上、事業所の属性に特徴がある。今回の調査による回答事業所の属性にも、所在地によって「従業者規模」と「産業業種」に違いが表れた。「国道43号以南」では、「20人以上」の事業所が7割いる一方、「国道43号以北」では、「20人未満」の事業所が半数を占めている(表10)。

表10 立地と従業者規模

		従業者規模			計
		20人未満	20人以上 50人未満	50人以上	
所在地	43号以南	21	29	19	69
		30.4%	42.0%	27.5%	100.0%
	43号以北	98	56	33	187
		52.4%	29.9%	17.6%	100.0%
	計	119	85	52	256
		46.5%	33.2%	20.3%	100.0%

注：従業者規模の不明6を除く  
上段：事業所数、下段：構成比率(%)

「43号以南」に立地する事業所は、「基礎素材型」が4割。「43号以北」に立地する事業所は、6割が「加工組立型」。

また、「国道43号以南」に立地する事業所は、「基礎素材型」製造業の事業所が4割を占めており、「加工組立型」が6割の「国道43号以北」とは、産業業種の違いがみられる(表11)。

表 11 立地と産業業種

		産業業種			
		生活関連型	基礎素材型	加工組立型	計
所在地	43号以南	5	31	35	71
		7.0%	43.7%	49.3%	100.0%
	43号以北	24	55	112	191
		12.6%	28.8%	58.6%	100.0%
計		29	86	147	262
		11.1%	32.8%	56.1%	100.0%

注：発注・受注のどちらかが不明のもの  
47を除く

#### 4 立地環境・操業環境

##### (1) 立地・操業に関する各種事項の重要な順位(問 7-2)

製造業事業所が、尼崎で立地・操業することに関連して図9に示した19項目について、それぞれの事業所が重要と思うもの上位3つを、順位をつけて回答いただいた。

このうち、項目1~5は「市場・関連産業集積」、項目6~9は「都市基盤」、項目10、11は「土地・建物」、項目12~14は、「人材・人件費」、項目15~19は「情報・支援」という内容で構成している。

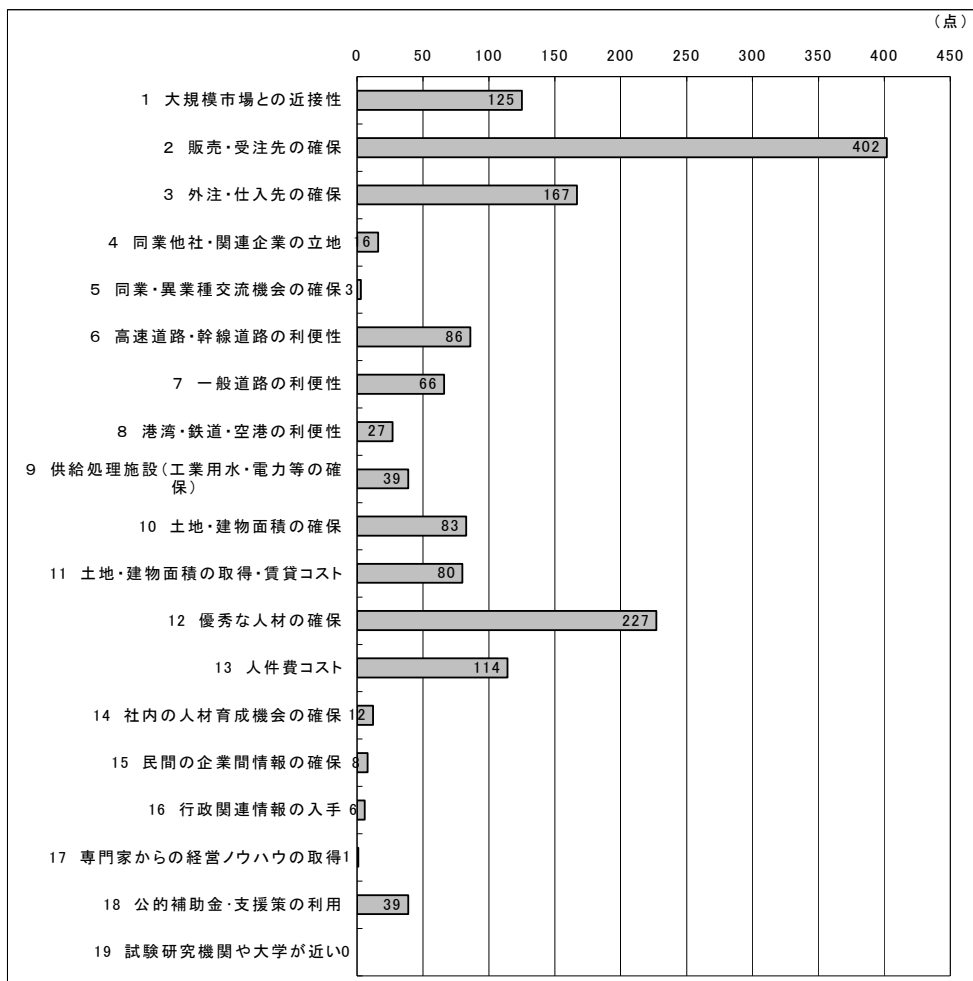
その結果、第1位にあげた場合を3点、第2位にあげた場合を2点、第3位にあげた場合を1点として、それぞれの項目の総得点を示したのが図9である。

#### 「販売・受注先の確保」が最も重要

19項目の中では、「販売・受注先の確保」が圧倒的に重視されており、事業所が立地する基本的要素がこのことであることを示している。

次いで、「優秀な人材の確保」「外注・仕入先の確保」「大規模市場への近接性」の順で高い。つまり、取引関係や人材の確保といった項目を重視していることがわかる。

図9 立地・操業環境の重要項目



(2) 立地・操業に関する各種事項の重要性、満足性、課題度 (問7-1)

それでは、先の19項目について、それぞれの事業所にとって重要であるか、あるいは満足しているかについてみていくこととする。

① 重要性

立地・操業に関連する19の項目について、尼崎に立地する事業所それぞれにとって重要であるかどうかを問うた結果を示したのが図10である。

「人材関係」、「道路インフラ」、「取引関係」が立地・操業環境として重要性が高い。

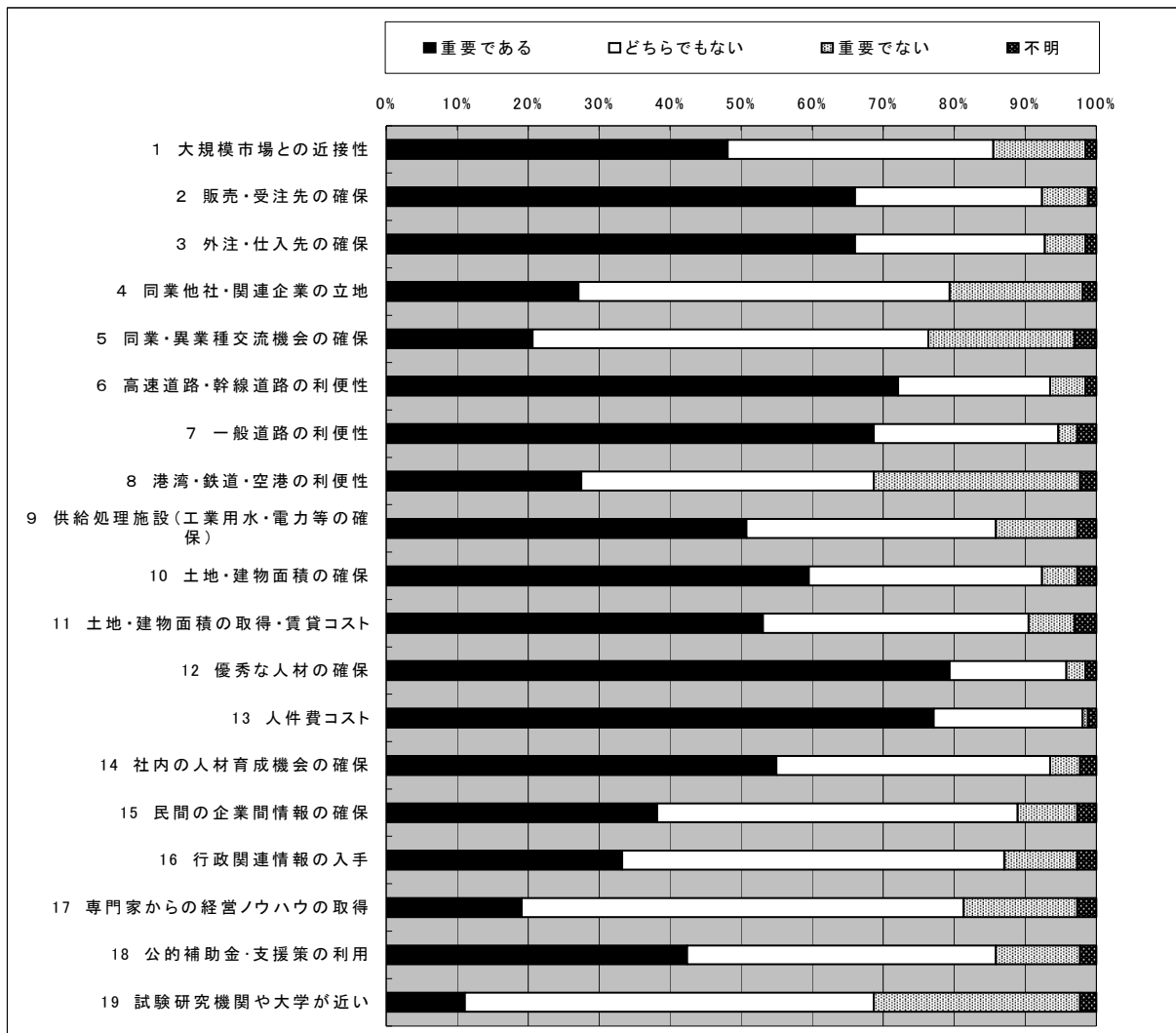
各項目別に重要性を見ると、「人材」に関する項目(項目12・13)が最も重要視されている。この点は特に留意しておく必要がある。

次いで重要性が高いのは「道路インフラ(項目6・7)」、「取引関係(項目2・3)」に関する項目であった。また、土地・建物面積の確保(項目10)も高く、事業の拡大・新展開といった場合の難しさが想像される。

同じ都市基盤でも、道路に比べて項目8の「港湾・鉄道・空港の利便性」は低く、物流の中心が自動車輸送であることを示している。

一方、「試験研究機関や大学が近い」「専門家からのノウハウの取得」という項目は、あまり重要視されていない。また、項目4「同業他社・関連企業の立地」及び項目5の「同業・異業種交流の機会の確保」が意外に低かった。

図10 立地・操業環境の重要性



## ② 満足性

同じ項目について、満足しているかどうかを問い、その結果を示したものが図 11 である。

満足性が高いのは「高速道路・幹線道路の利便性」。低いのは「優秀な人材の確保」「人件費コスト」や「土地・建物面積の取得・賃貸コスト」

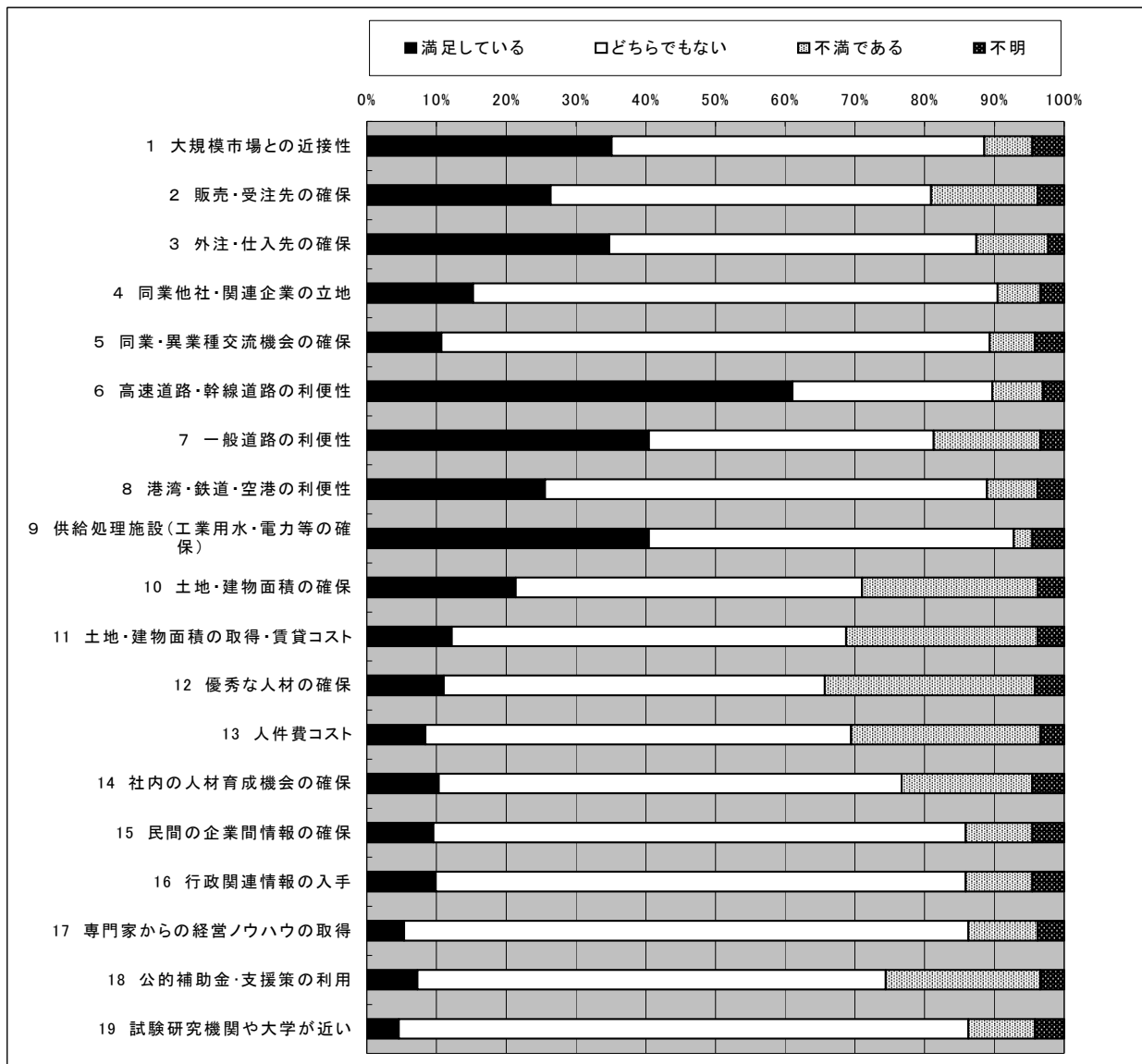
各項目について、本市における製造業事業所の現在の満足性を見ると、「満足」と答えた比率が 50% を超えるのは項目 6 の「高速道路・幹線道路の利便性」だけであった。

「満足」と答えた割合が 50% は超えないが、比較的高い割合を占めた項目は、項目 7 の「一般道路の

利便性」及び項目 9 の「供給処理施設」という都市基盤、「大規模市場との近接性」「外注・仕入先の確保」という取引関係、であった。これらの点が、尼崎に立地する事業所にとってのメリットとみることができよう。

一方で、「満足」とする割合が低く、かつ「不満」とする割合が高いのは、項目 12 の「優秀な人材の確保」、項目 13 の「人件費コスト」、項目 11 の「土地・建物面積の取得・賃貸コスト」であった。これらの点が、事業所にとって困難をかかえている点である。また、項目 18 の「公的補助金・支援策の利用」も満足性が低く政策的配慮が求められているといえよう。

図 11 立地・操業環境の満足性



### ③ 課題度

問 7-1 において、立地環境や操業環境に関する各種項目について、尼崎に立地する製造業事業所にとっての〈重要性〉や〈満足性〉を問うた結果を先に示した。

ここではその結果から、これらの 19 項目がどの程度課題であるかをみることにする。

「重要度」「満足度」「課題度」の結果を表 12 に示した。なお、それぞれの算出方法は表下の注書きを参照いただきたい。

立地環境・操業環境の課題は「優秀な人材の確保」「人件費コスト」や「土地・建物面積の取得・賃貸コスト」「土地・建物面積の確保」

重要度と満足度との差を〈課題度〉としてみると、表 12 のようになった。

最も課題度が高いのは、「優秀な人材の確保」「人件費コスト」であった。前者は比較的課題度の高い

「社内の人材育成の機会の確保」と合わせて、今後、事業を継承し、維持発展させていくための人的資源の問題である。後者は経費をどのように削減するか、昨今の景気低迷の様子がかがえる。

次いで課題度が高いのは、項目 10 及び 11 の土地・建物に関する項目である。尼崎で新たに土地を取得して操業を拡大したり、現状の土地・建物を維持する経費などにおいて、他都市と比較して不利と感じる事業所が多いともみることができる。

また、項目 2 の「販売・受注先の確保」や項目 3 の「外注・仕入先の確保」といった取引関係での項目で重要度が高いのに満足度が低い結果、課題度が比較的高くなっている。長く続く景気低迷もあって、企業が事業活動を展開するためのさまざまな連携（いわゆる下請関係などの縦の関係や、生産量を分けたり生産工程の一部を分担しあうなどの横の関係など）が根本的に揺らぎはじめているのかもしれない。

表 12 立地・操業環境の課題度

項目	重要度	満足度	課題度
1 大規模市場との近接性	35	28	7
2 販売・受注先の確保	60	11	49
3 外注・仕入先の確保	60	24	36
4 同業他社・関連企業の立地	8	9	-1
5 同業・異業種交流機会の確保	0	4	-4
6 高速道路・幹線道路の利便性	67	54	13
7 一般道路の利便性	66	25	41
8 港湾・鉄道・空港の利便性	-2	18	-20
9 供給処理施設（工業用水・電力等の確保）	39	38	1
10 土地・建物面積の確保	55	-4	59
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	47	-15	62
12 優秀な人材の確保	77	-19	96
13 人件費コスト	76	-19	95
14 社内の人材育成機会の確保	51	-8	59
15 民間の企業間情報の確保	30	0	30
16 行政関連情報の入手	23	0	23
17 専門家からの経営ノウハウの取得	3	-5	8
18 公的補助金・支援策の利用	31	-15	46
19 試験研究機関や大学に近い	-18	-5	-13

注 1：「重要度」「満足度」「課題度」は次のようにして算出したものである。

- ① 「重要度」＝「重要である」と回答した比率（％）－「重要でない」と回答した比率（％）
- ② 「満足度」＝「満足である」と回答した比率（％）－「満足でない」と回答した比率（％）
- ③ 「課題度」＝「重要度」－「満足度」（単位：％）

注 2：「重要度」「課題度」はそれぞれ最大値 100、最小値－100 をとりうる。「満足度」は最大値 200、最小値－200 をとりうる。

さらに、＜課題度＞については、「従業者規模」、「産業業種」、「所在地」、「取引類型」のそれぞれの属性別にクロス集計を行った。

その結果、表 12 で表した総数の課題度を基準として、さらに 20 ポイント以上の強い課題が表れた項目について紹介する。なお、それぞれのクロス集計結果については、資料編を参照いただきたい。

#### 大規模事業所ほど、「交通インフラ」と「供給処理施設」に課題

従業者規模では、「50 人以上」の事業所において、項目 8 の「港湾・鉄道・空港の利便性」（課題度 4：総数-20）と項目 9 の「供給処理施設（工業用水・電力等の確保）」（課題度 31：総数 1）について、総数よりも課題が強く表れている。

一般的に大規模な設備が必要とされ、取引量が多いと思われる従業員規模の大きい事業所ほど、交通インフラや供給処理施設の都市基盤が必要とされ、かつ尼崎市においても、現状の課題として大きいことがうかがえる。

このほか、項目 18 の「公的補助金・支援策の利用」は従業者規模が「50 人以上」で課題度が 23 であるのに対して、「20 人未満」で課題度が 62 となり、この項目が従業者規模と強い相関関係にあることがうかがえた。

#### 生活関連型では、「土地・建物面積の取得・賃貸コスト」や「専門家からの経営ノウハウの取得」、「公的補助金・支援策の利用」が課題として特徴的

産業業種別の 3 類型では、「生活関連型」製造業の事業所において、項目 11 の「土地・建物面積の取得・賃貸コスト」（課題度 93：総数 62）、項目 17 の「専門家からの経営ノウハウの取得」（課題度 28：総数 8）、項目 18 の「公的補助金・支援策の利用」（課題度 69：総数 46）の 3 項目について、総数よりも課題が強く表れている。

今回の調査における「生活関連型」製造業の事業所は、実数が 29 と少ないため断定は難しいが、他の「基礎素材型」や「加工組立型」と比べて、項目 17 や項目 18 の経営支援に関する環境について、行

政の支援が求められている業種であるといえる。そのような点から、「生活関連型」の業種を対象とする特別な対策が必要であると思われる。

#### 広域に取引を行っている事業所ほど、「交通インフラ」に課題

取引類型では、「広域受注地域発注型」及び「広域型」の事業所において、項目 8 の「港湾・鉄道・空港の利便性」（課題度 16、20：総数-20）について、課題が強く表れている。

総数では、課題というよりも、充足しているという結果になっているが、受発注の取引が広域化することにつれて、交通インフラの要求が高くなっているといえる。

今回の調査では、「港湾」、「鉄道」、「空港」の 3 つを一緒にして交通インフラの項目として問うたが、本市に立地している事業所では、取引上、実際にどの交通手段に課題があるのか、今後の詳細な調査が必要であるといえる。

このほか、項目 13 の「人件費コスト」と項目 14 の「社内の人材育成機会の確保」は取引関係が地域密着型になるほど課題度が高いという傾向にある。

なお、立地別では、課題度について大きな特徴は見られなかった。

#### (3) 操業上の問題の有無とその内容

#### 約 4 割の事業所が現在の場所で操業上の問題を抱えている

現在の場所で操業していく上で、何か不都合があるか問うた結果、35.9%の事業所が、問題があると答えた（図 12）。

また、その理由（問 8-2）を自由筆記で書いてもらったところ、85 の事業所から記入があった。その内容を分類整理して一覧にしたのが表 13 である。

図 12 操業上の問題の有無

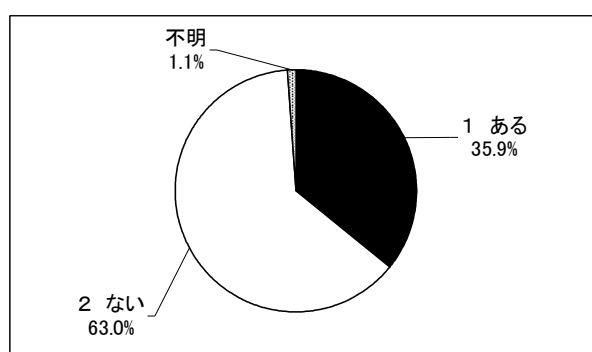


表 13 操業上の問題内容（意見を類型化）

No.	問題の内容	件数
1	既存の土地・建物が狭い、老朽化している	22
2	周辺環境の変化（住宅の立地による近隣問題）	17
3	通勤の便が悪い	11
4	道路インフラの不十分さ	5
5	周辺道路の交通渋滞	4
6	荷物の積み下ろしスペースの不足	4
7	周辺取引先の減少	4
8	周辺環境の変化（商業施設や迷惑業者等の立地）	4
9	人材が十分に確保できない	3
10	土地・建物のコストが高い（賃貸価格・購入価格）	3
11	自社の事業に関する問題	3
12	税金が高い	2
13	その他	3

操業上の問題点として、あげられた理由で最も多かったのは、「既存の土地・建物が狭い、老朽化している」で 22 件もあった。この点については、企業としての今後の事業展開とも大きく関わる。更新時の資金繰り、用途地域など土地・建物に関わる各種規制などいくつかのハードルが考えられ、厳しい状況にあることがうかがえる。

次いで多かったのは、「周辺環境の変化（住宅の立地による近隣問題）」で 17 件あった。この問題は立地位置からすれば内陸部で起きていると考えられるが、土地利用などとも関連して事業所の操業環境と住民の居住環境を配慮した計画的な対応が必要である。

第 3 位にあげられた「通勤の便が悪い」（11 件）は主として南部臨海部の事業所でのバス通勤のこと

を意味している。

## 5 尼崎市に求められる支援策（問 9）

各事業所がそれぞれの事業展開をしていくために、尼崎市行政に求める支援策は何かを図 13 の 15 項目の複数回答で記入していただいた。

### 「税の減免」、「低利融資」、「各種制度の情報提供」が支援希望の上位 3 項目

行政に希望する支援策としては、「税の減免」が約 54% で最も多く、ついで「低利融資」が 42% となっており、資金面での支援が上位 2 項目に挙がっている。3 番目には、「行政の持つ各種制度の情報提供」（約 32%）が挙がっている。

前述の「立地・操業環境に関する課題度」で最も高かった「人材」に関する項目については、「人材確保の支援」が約 13%、「人材育成の支援」が約 9% となっており、他の項目と比べて、あまり高くはなっていない。

### 《具体的希望支援策》

支援策として示した 15 項目のうちの項目 7、8、9、11、12 とその他の希望する支援策については、具体的に記入していただいた。その結果を次に示しておく。

#### □項目 7 [各種規制の緩和・見直し]

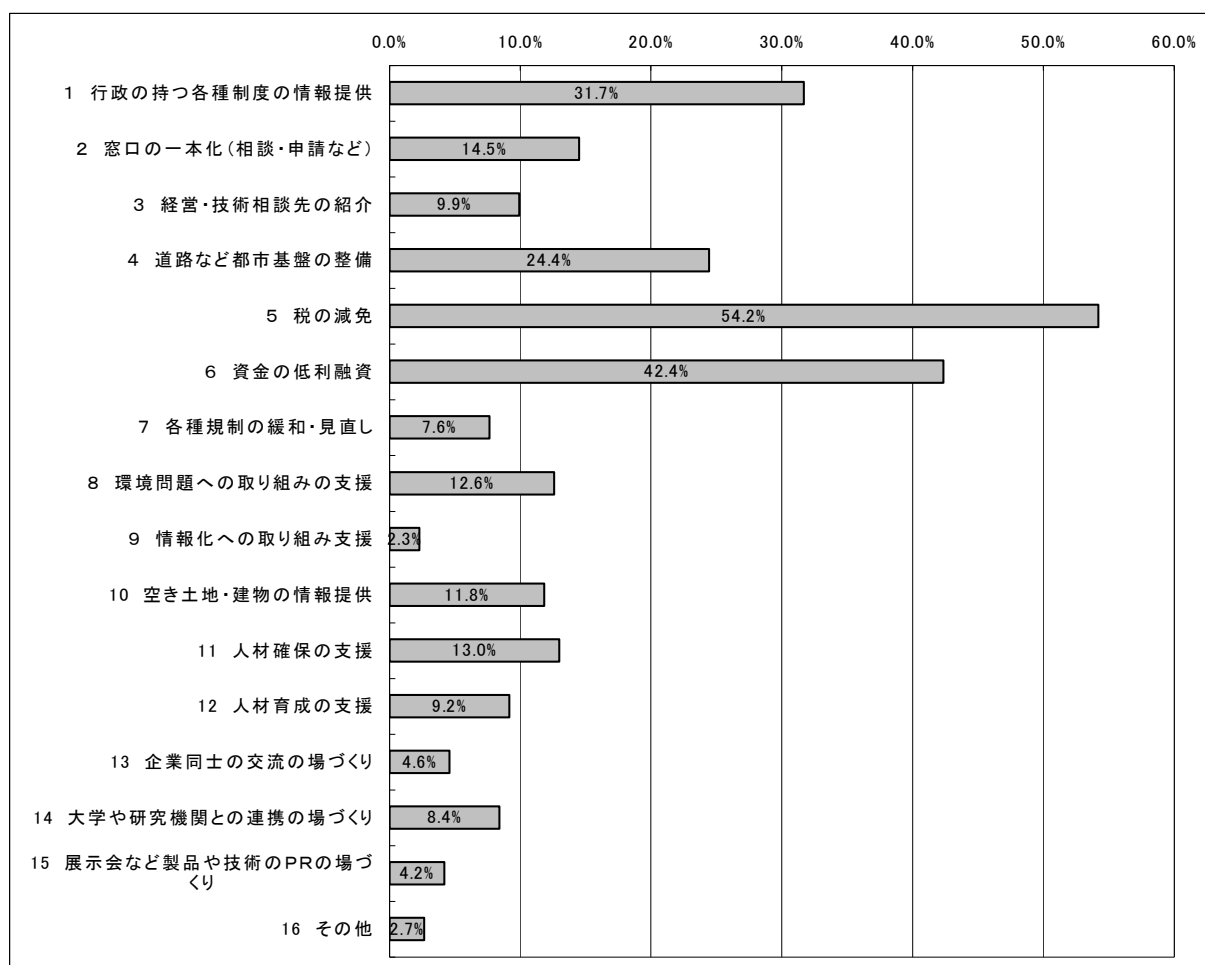
- 各種法規制
  - ・工場立地法（2 件）
  - ・消防法、建築基準法（2 件）
  - ・高圧ガス保安法（2 件）
- 環境関連
  - ・環境基準（1 件）
  - ・排気ガス規制の対応（1 件）
  - ・ゴミ出し袋の指定制度（1 件）
- 公開入札（1 件）
- 銀行貸付利息の緩和（1 件）

#### □項目 8 [環境問題への取り組み支援]

- ISO14000 取得補助（利便性含む）（3 件）
- 公害対策関連
  - ・公害対策等の緩和措置（1 件）
  - ・公害処理に関する具体的な指導（1 件）
  - ・騒音対策（1 件）



図 13 市の希望支援策（複数回答）



弾力的な運用（1件）  
 駐輪場の増設・整備（1件）  
 補助金（1件）

□項目 9 [情報化への取り組み支援]

市における建物防災設備点検、整備状況の把握（1件）  
 業者リスト（1件）

□項目 11 [人材確保の支援]

尼崎市のイメージ向上（若者の好感）（1件）  
 人材バンクの設置（1件）  
 技術者、経験者（NC旋盤、普通旋盤）の確保（2件）  
 新卒者の確保（1件）  
 ハローワークとの連携  
 ・職安との連携による求人对応（1件）  
 ・紹介時における人間性や技術力等のランク付け（1件）  
 新入社員育成の支援、補助など（3件）

□項目 12 [人材育成の支援]

補助金  
 ・資格取得等に向けての教育助成制度強化（1件）  
 ・人材高度化に関する助成金（2件）  
 ・社員教育費、資格取得への補助、支援（1件）  
 セミナー、講習の場の提供  
 ・安価なパソコン講習などの場の提供（2件）  
 ・安価な一般社員向けセミナー（1件）  
 ・各種セミナー、研修会の開催（2件）  
 行政による育成支援（1件）

□項目 16 [その他]

市の産業振興に関するビジョンの明確化  
 ・近未来ビジョンの明確化（1件）  
 ・地元企業の発展を願う考え（1件）  
 IT技術を活用した企業PRの支援（1件）  
 リサイクルに対する市の対応（1件）  
 市内の仕事はできる限り市内に流す努力を（1件）  
 市発注建築工事量の増加（1件）  
 大学、会社、その他福祉などの研究機関に使ってほしい。（1件）

## 6 都市・地域のイメージ

製造業事業所が現在の地で事業を展開する上で、尼崎市あるいは関西という地域のイメージがプラスになるか、マイナスであるかを問うた（問 10）。その結果を図 14 に示している。

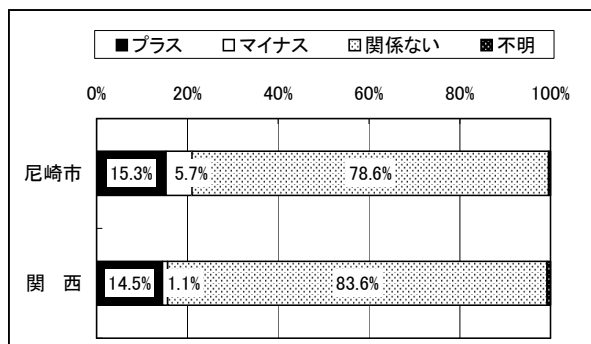
**「尼崎市」及び「関西」のイメージは、共に「関係ない」とする事業所が約 8 割**

尼崎市というイメージが事業所にとって「プラス」になると回答したのは 15.3%であるのに対し、「マイナス」であると回答したのは 5.7%であり、残り 78.6%（不明を除く）は「関係ない」といっている。

同様に、関西というイメージに対しては「プラス」が 14.5%、「マイナス」が 1.1%で、「関係ない」が 83.6%であった。

「尼崎市」及び「関西」という地域イメージ自体は事業所にとってそれほど大きな影響を与えていないとみることができる。

図 14 地域イメージ（尼崎市・関西）



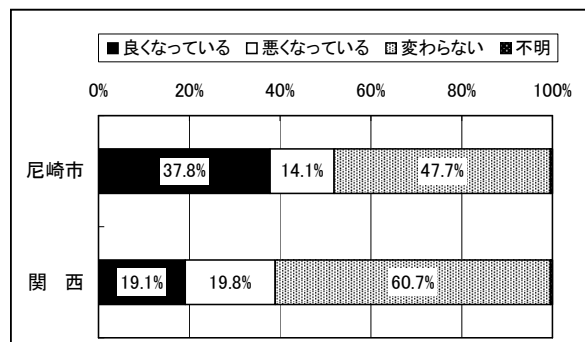
これに対して、10年前と比較して「尼崎市」「関西」のイメージの変化を問うたのが問 11 である。その結果は図 15 に示している。

**約 4 割の事業所は、「尼崎市」のイメージは「良くなっている」と評価**

「尼崎市」の都市イメージが 10 年前と比べて「良くなっている」と回答したのは 37.8%であり、「悪くなっている」と答えた 14.1%を約 24 ポイントも上回っている。

一方、「関西」という地域イメージの 10 年前との比較で問うた結果では、「良くなっている」が 19.1%であるのに対し、「悪くなっている」が 19.8%と約 1 ポイント下回っている。尼崎市に立地する製造業事業所にとって、「関西」というイメージよりも「尼崎市」のイメージ向上を評価している。

図 15 地域イメージの変化（尼崎市・関西）



## 7 都市的魅力

ここでは、立地環境・操業環境に関する事項と同様の方法によって、都市環境について製造業事業所がどのように評価しているかを捉えようとした。

### （1）都市的魅力に関する各種事項の重要な順位（問 12-2）

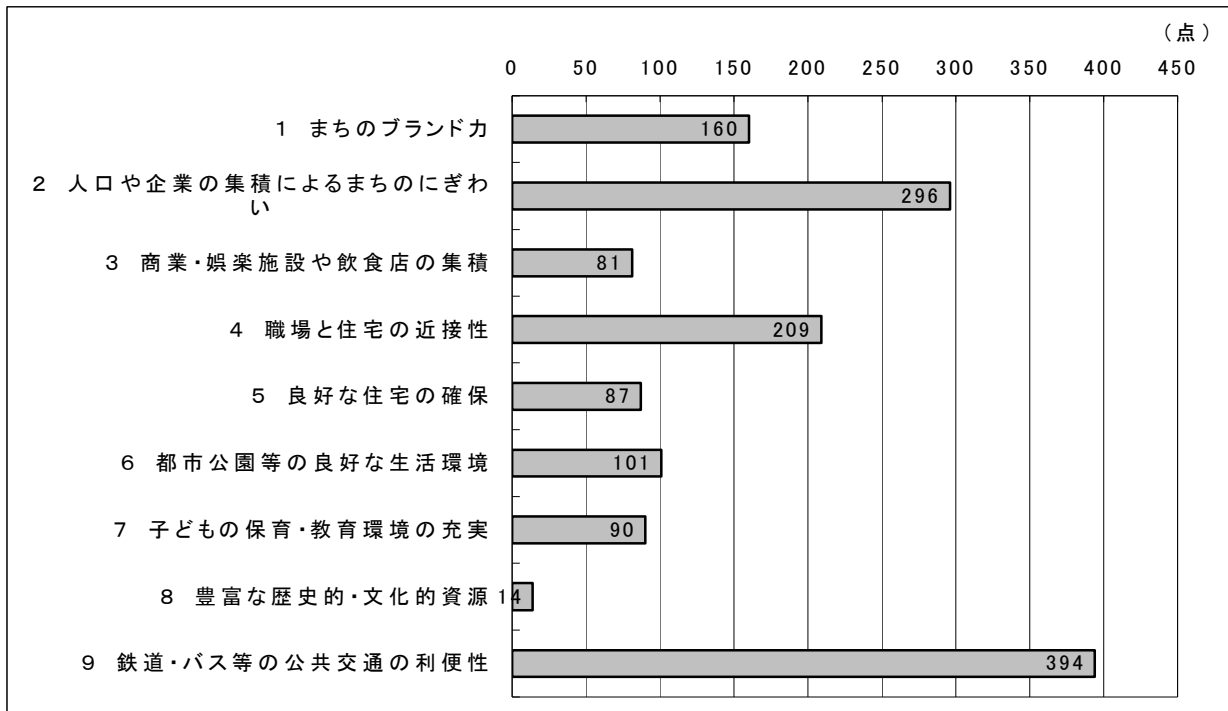
都市環境に関連して 9 項目（その他を含めて 10 項目）を用意して、それぞれの事業所が重要と思うもの上位 3 つを、順位をつけて回答いただいた。

その結果、第 1 位を 3 点、第 2 位を 2 点、第 3 位を 1 点として、それぞれの項目の総得点を示したのが図 16 である。

各項目の総得点による順位づけの結果、「鉄道・バス等の公共交通の利便性」が最も重視されている。これは、先の操業上の問題点を自由筆記で書いてもらった結果の第 3 位にあげられている「通勤の便が悪い」とも相応しており、主として南部臨海部のバス交通の利便性とみることができよう。

ついで「人口や企業の集積によるまちなぎわい」が高い。昭和 46 年以降の人口減少傾向や、近年の

図 16 都市的魅力の重要項目



企業の休廃止が続く状況から、まちのにぎわいや活力に低下による操業へのさまざまな影響があることが想像される。このことは、第4位にあげられた「まちのブランド力」が重要という点にも通じる。

第3位は、「職場と住宅の近接性」があげられた。

「都市公園等の良好な生活環境」「子どもの保育・教育慣用の充実」「良好な住宅の確保」「商業・娯楽施設や飲食店の集積」といった項目は、中位である。

「豊富な歴史的・文化的資源」は重要度が低い。

(2) 都市的魅力に関する各種事項の重要性、満足性、課題度 (問 12-2)

① 重要性

都市環境に関する9項目について、それぞれの事業所にとって重要かどうかを問うた結果、図 17 のようになった。

都市的魅力として「公共交通の利便性」が重要とする事業所が約8割

「鉄道・バス等の公共交通の利便性」が都市的魅力として重要であるとする事業所が約8割となっており、他の項目に比べて圧倒的に多くなっている。

その他の項目では、「人口や企業の集積によるまちのにぎわい」「職場と住宅の近接性」「良好な住宅の確保」「都市公園等の良好な生活環境」「子どもの保育・教育環境の充実」など、いずれも重要性が40%台となっている一方、「重要でない」とする回答が10%前後となっている。

② 満足性

都市的魅力に関する項目について、重要性とともに満足性を問うた結果が図 18 である。

「公共交通の利便性」について、本市の現況を「満足である」とする事業所が約4割いる一方、「不満である」とする事業所も約2割存在

本市における都市的魅力について、「鉄道・バス等の公共交通の利便性」は「満足である」とする事業所が約4割いる一方、「不満である」とする事業所が約2割強存在しており、両方の評価がある。

それ以外では、「職場と住宅の近接性」で「満足している」がやや多いが、ほかの項目は、「満足」「不満足」が少なく、「どちらでもない」とする回答が6~7割を占めている。

図 17 都市的魅力的重要性

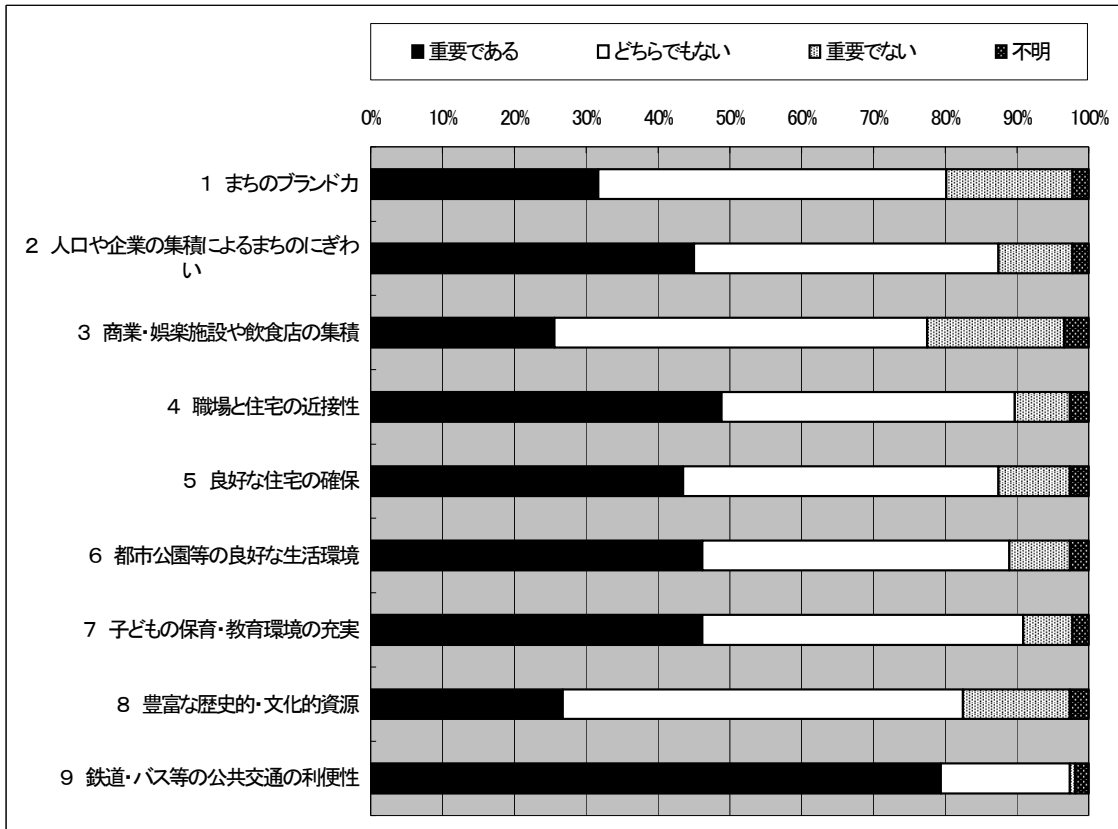
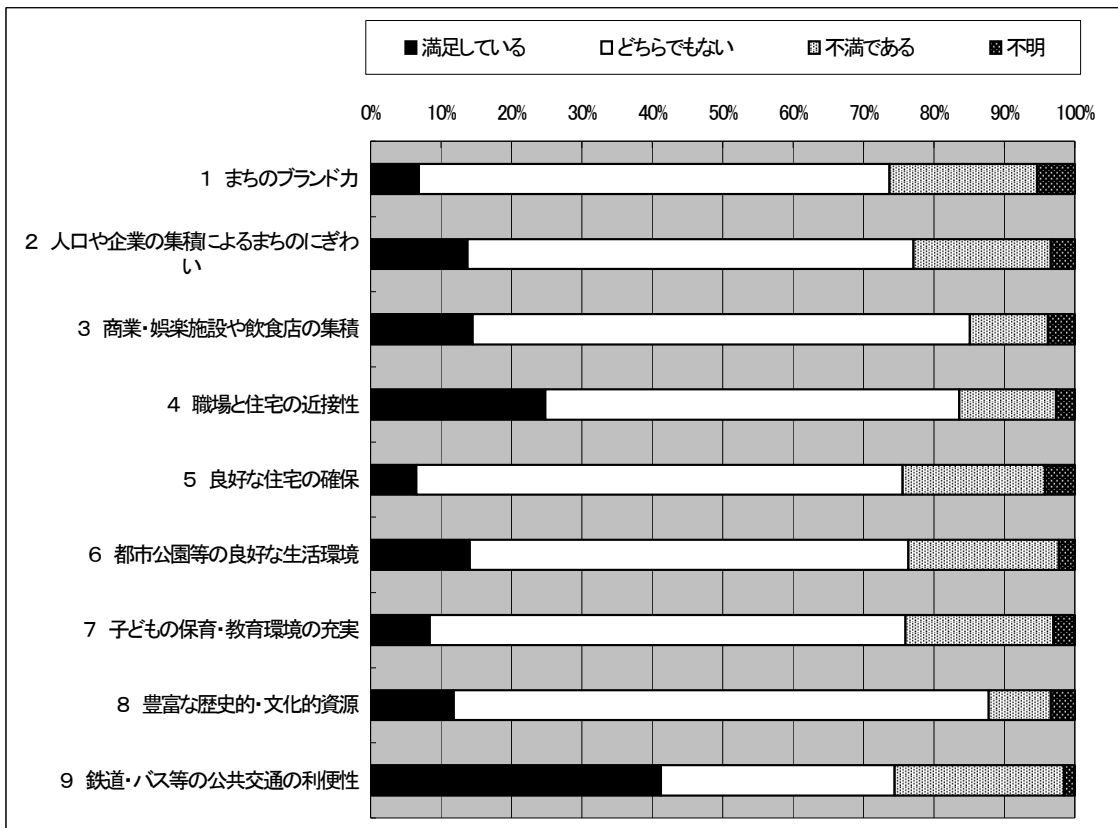


図 18 都市的魅力的満足性



### ③ 課題度

立地環境や操業環境の場合と同様に、＜重要性＞や＜満足度＞を問うた結果から、「重要度」「満足度」「課題度」を算出した。その結果は表 14 に示したとおりである。

**都市的魅力は「公共交通の利便性」や「子どもの保育・教育環境」、「良好な住宅の確保」等の課題度が高い**

「鉄道・バス等の公共交通の利便性」に関する項目は、重要度が他の項目に比べて 2 倍近く高いため、満足度も高いものの、本市における都市的魅力の「課題度」で最も高い項目として表れている。

次いで課題度が高いのは、「子どもの保育・教育環境」「良好な住宅の確保」「都市公園等の良好な生活環境」「人口や企業の集積によるまちのにぎわい」であった。これらの項目は、重要度は中位であるが、満足度がマイナス値となるため、課題度が比較的上位になったものである。

逆に、課題度が低かったのは、「商業・娯楽施設や飲食店の集積」「豊富な歴史的・文化的資源」といった項目であり、製造業事業所にとって重要度が低い一方、満足度もプラス値でとどまる程度に

あり、大きな課題ではないとみているようである。

さらに、＜課題度＞については、立地環境・操業環境と同様に、「従業者規模」、「産業業種」、「所在地」、「取引類型」のそれぞれの属性別にクロス集計を行った。ここでは、属性によって特徴のある課題について紹介する。

**「人口や企業の集積によるまちのにぎわい」が課題とするのは、規模類型で小規模な事業所、取引類型で地域密着型の事業所**

項目 2 の「人口や企業の集積によるまちのにぎわい」の課題度は、従業者の規模類型で小規模な事業所（課題度 50、「50 人以上」では課題度 27）、取引類型では地域密着型（課題度 43、「広域型」では課題度 23）の事業所ほど高い傾向がみられた。

**「鉄道・バス等の公共交通の利便性」は 43 号以南の事業所にとって大きな課題**

立地別では、項目 9 の「鉄道・バス等の公共交通の利便性」について、「43 号以南」の事業所で課題度が 101 と高く、「43 号以北」で課題度が 47 となっているのに対して、明らかな有意差があった。

表 14 都市的魅力の課題度

	項 目	重要度	満足度	課題度
1	まちのブランド力	14	-14	28
2	人口や企業の集積によるまちのにぎわい	35	-6	41
3	商業・娯楽施設や飲食店の集積	6	3	3
4	職場と住宅の近接性	41	11	30
5	良好な住宅の確保	34	-14	48
6	都市公園等の良好な生活環境	38	-7	45
7	子どもの保育・教育環境の充実	39	-13	52
8	豊富な歴史的・文化的資源	12	3	9
9	鉄道・バス等の公共交通の利便性	79	17	62

注 1：「重要度」「満足度」「課題度」は次のようにして算出したものである。

- ① 「重要度」＝「重要である」と回答した比率（％）－「重要でない」と回答した比率（％）
- ② 「満足度」＝「満足である」と回答した比率（％）－「満足でない」と回答した比率（％）
- ③ 「課題度」＝「重要度」－「満足度」（単位：％）

注 2：「重要度」「課題度」はそれぞれ最大値 100、最小値－100 をとりうる。「満足度」は最大値 200、最小値－200 をとりうる。

とりわけ、43号以南における公共交通はバス交通に頼らざるを得ない現状の中で、便数が少ないなどの不満度が高いことが課題として大きく表れている。

なお、産業業種別や取引関係別では、属性が要因と考えられる特徴のある課題は見られなかった。

### (3) 立地や都市環境に魅力を感じる都市（問13）

立地・操業する上で、立地環境や都市環境に魅力を感じる都市があるか、都市名とその理由をたずねた。その結果を表15に示す。

魅力を感じる都市として、「神戸市」「大阪市」が多い。理由は、ブランド力やインフラ、取引関係など様々。自然の豊かさや生活環境が理由の場合もある

表15 立地環境や操業環境で魅力的な都市とその理由

No.	都市名	理由
1	東京都	すべてにおいて絶対値が違うから
2	東京都、名古屋市	将来に向かって、環境にやさしい対策、例えば交通面のアクセス等に関する次世代への取り組みにチャレンジしている都市だから。
3	横浜市	交通の便、情報等が整っている。
4	横浜市	町のブランド力やにぎわい
5	長野県伊那市	空気がきれいで、土地も広く確保しやすい。ただし寒い冬は不向き。
6	浜松市	魅力的で特色ある工業都市づくり
7	名古屋市、岐阜市	得意先の関係（関係地方の売り上げ多い）
8	大阪市	交通の便が非常によい。ただし土地等が高い。
9	大阪市	取引先との関係
10	大阪市	消費者（ユーザー）が近い
11	大阪市	道路整備が進んでいる
12	大阪市（梅田）	公共交通の利便性
13	大阪市南部	工場用地、住宅地が安く、広い土地を確保できる。環境がよい。
14	堺市、川崎市	戦後、工業都市としてスタートしたが市政で完全に負けてしまっているように思う。
15	箕面市、茨木市、吹田市、豊中市北部	住宅、公園、学校、街並み、開発
16	神戸市	イメージが良い
17	神戸市	食品業においてブランド力は魅力
18	神戸市	商業・工業都市でもあり、住宅や環境も整っている。
19	神戸市	自然環境の良い立地の工業団地が多い。
20	神戸市	幹線道路整備の中で、特に南北を行き交う様々な道路が充実しているので、どこからでも四方に動ける点。
21	神戸市	まちのブランド力
22	神戸市	新たな事業を起こす人間力があるように感じる。文化面の整備をしつつ、新旧織り交ぜても適合する風土がある。ニュービジネス発信のブランドなら神戸というイメージがある。
23	伊丹市	会社等職場が多いが生活環境がよい。
24	伊丹市	自然を利用した公園が多い（例）昆や池、瑞が池、緑が丘
25	西宮市	特にはないが学校の環境面や施設の面が生活しやすい。
26	三田市近辺	公園都市
27	新三田方面	緑、水
28	福岡市、仙台市、札幌市	独自の文化、都市としての情報を発信しているから。
29	オーストラリア、シンガポール	—
30	韓国、マレーシア、インドネシア	—
31	—	薬の製造のため、きれいな空気、きれいな水が必要。
32	—	周りに住宅がなく、広い土地が確保できる様な場所。

## 8 各種事項の課題度の尼崎と近畿圏との比較

先の「I 調査概要」の「3 調査項目」で記したとおり、立地環境・操業環境及び都市的魅力に関する項目は、近畿圏を対象とした平成 13 年度工業立地適正化等調査（経済産業省近畿経済産業局）を援用している。そのことによって、近畿圏全域と尼崎の状況とを比較することができるからである。

ところで、先の「4 立地環境・操業環境」及び「7 都市的魅力」の項で、個々の項目についての重要度、満足度、課題度を、算出方法を設定してきた。ここでは、近畿圏での調査結果と整合させるために、それまでの算出方法とは異なる方法をとっているの留意していただきたい。数値の取り扱いについては、表 16 の下段注書きに記しているの、参照されたい。

### <尼崎、近畿圏ともに課題度が高いもの>

尼崎調査と近畿圏調査で共通して課題度が高いのは、「優秀な人材の確保」と「人件費コスト」の問題であった。この二つの項目については、尼崎でも近畿圏でも重要度が高いのに満足度が低いという状況にある。つまり、この問題は尼崎のみならず、近畿圏全般にわたって抱えている問題とみることができる。

また、「社内の人材育成機会の確保」「販売・受注先の確保」「公的補助金・支援策の利用」という項目は、近畿圏での課題度が尼崎の課題度より少し上回るが、両地域ともに他の項目と比較して課題度が高いといえる。

### <尼崎市で課題度が高いもの>

一方、近畿圏全域ではそれほど課題度が高くないのに、尼崎での課題度が高い項目としては、「土地・建物面積の確保」「土地・建物面積の取得・賃貸コスト」「人口や企業の集積によるまちのにぎわい」があげられる。

とくに前2者の土地・建物関係の項目は、事業所の立地条件あるいは操業していくうえでの維持管理経費などと直結し、製造業事業所にとって尼崎とい

う地域が厳しい条件にあるとみていることがうかがえる。

後者である「人口や企業の集積によるまちのにぎわい」については、尼崎では、人口減少や企業の休止・廃業・整理統合などもみられ、近畿圏より重要度が2倍以上高いにもかかわらず満足度が低い結果となっている。

### <近畿圏で課題度が高いもの>

近畿圏で比較的高い課題度があるのに、尼崎での課題度が低い項目としては、「専門家からの経営ノウハウの取得」がある。この点については、重要度に大きな差異があり、近畿圏では重要度 62.9 であるのに対して尼崎では 19.1 しかない。つまり、尼崎ではこの点についての課題度が低いというよりも、関心が少ないとみる方が妥当であろう。

同様のことは、「試験研究機関や大学が近い」という項目についても言えそうである。

これに対して課題度の絶対値はそれほど大きくないものの、尼崎の方が近畿圏よりも課題度が低く有利な位置にあると思われる項目に、「大規模市場との近接性」があげられる。

以上のほかに、都市的魅力に関する項目で直接比較できる項目は5項目しかないが、いずれも尼崎の方が近畿圏全体よりも課題度が高い。製造業事業所が事業活動を展開していくうえでの直接的条件である立地環境や操業環境のほかに、そこで働く人々の生活を支える基礎的条件である都市的魅力において近畿圏全体よりも課題度が高い点については、今後の都市整備のあり方に十分な配慮が必要であることを示唆していよう。

表 16 課題度の尼崎と近畿圏との比較

項目		尼崎調査※1			近畿圏調査※2			
		重要度	満足度	課題度	重要度	満足度	課題度	
立地環境・ 操業環境	市場	1 大規模市場との近接性	48.1	35.1	13.0	64.3	39.1	25.2
		2 販売・受注先の確保	66.0	26.3	39.7	89.6	37.7	<b>51.9</b>
	関連産業集積	3 外注・仕入先の確保	66.0	34.7	31.3	89.9	65.1	24.8
		4 同業他社・関連企業の立地	27.1	15.3	11.8	47.7	44.7	3.0
		5 同業・異業種交流機会の確保	20.6	10.7	9.9	44.7	47.0	-2.3
	都市基盤	6 高速道路・幹線道路の利便性	72.1	61.1	11.0	78.1	86.7	-8.6
		7 一般道路の利便性	68.7	40.5	28.2	86.7	76.7	10.0
		8 鉄道の利用	27.5	25.6	1.9	28.0	34.9	-6.9
		港湾の利用				15.9	19.3	-3.4
	空港の利用	19.1				21.2	-2.1	
	供給処理施設	9 工業用水の確保	50.8	40.5	10.3	42.5	63.9	-21.4
		電力の確保				76.7	81.6	-4.9
	土地・建物	10 土地・建物面積の確保	59.5	21.4	38.1	77.2	68.6	8.6
		11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	53.1	12.2	40.9	67.8	45.9	21.9
	人材	12 優秀な人材の確保	79.4	11.1	<b>68.3</b>	95.5	29.4	<b>66.1</b>
		13 人件費コスト	77.1	8.4	<b>68.7</b>	94.4	21.8	<b>72.6</b>
		14 社内の人材育成機会の確保	55.0	10.3	44.7	86.4	28.9	<b>57.5</b>
	情報	15 民間の企業間情報の確保	38.2	9.5	28.7	79.3	47.0	32.3
		16 行政関連情報の入手	33.2	9.9	23.3	66.8	41.5	25.3
資金等	17 専門家からの経営ノウハウの取得	19.1	5.3	13.8	62.9	31.4	31.5	
	18 公的補助金・支援策の利用	42.4	7.3	35.1	80.0	34.5	45.5	
研究開発	19 試験研究機関や大学が近い	11.1	4.6	6.5	53.3	33.3	20.0	
都市的 魅力の 項目	1 まちのブランド力	31.7	6.9	24.8	*	*	*	
	2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	45.0	13.7	31.3	19.3	31.3	-12.0	
	3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	25.6	14.5	11.1	25.0	28.6	-3.6	
	4 職場と住宅の近接性	48.9	24.8	24.1	*	*	*	
	5 良好な住宅の確保	43.5	6.5	37.0	73.9	47.6	26.3	
	6 都市公園等の良好な生活環境	46.2	14.1	32.1	*	*	*	
	7 子どもの保育・教育環境の充実	46.2	8.4	37.8	66.0	37.7	28.3	
	8 豊富な歴史的・文化的資源	26.7	11.8	14.9	29.6	31.0	-1.4	
	9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	79.4	41.2	38.2	*	*	*	

※1：ここでの「重要度」「満足度」は近畿圏調査と合わせるため、「重要度」は「重要である」と回答した比率を、「満足度」は「満足している」比率をとったものである。そして、「課題度」はその「重要度」と「満足度」との差で示している。

※2：近畿圏調査は、平成13年度工業立地適正化等調査『近畿地域における産業基盤のあり方に関する調査報告書』（平成14年3月、経済産業省近畿経済産業局、社団法人システム科学研究所）による。

同調査では、各項目について「重要性」「満足性」とも5段階評価で問うている。例えば、「満足性」では「満足」「やや満足」「どちらでもない」「やや不満」「不満」で問い、「満足」+「やや満足」を「満足度」としている。それに対して尼崎調査では、「満足」「どちらでもない」「不満」の3段階評価で問うているため、「どちらでもない」の比率が高くなる傾向がある。

近畿圏調査では、4つの分野（環境ビジネス、バイオテクノロジー、情報通信、ものづくり）で調査しているが、ここでは、「ものづくり分野」での調査結果と比較している。

注1：\*印は近畿圏調査にない項目である。

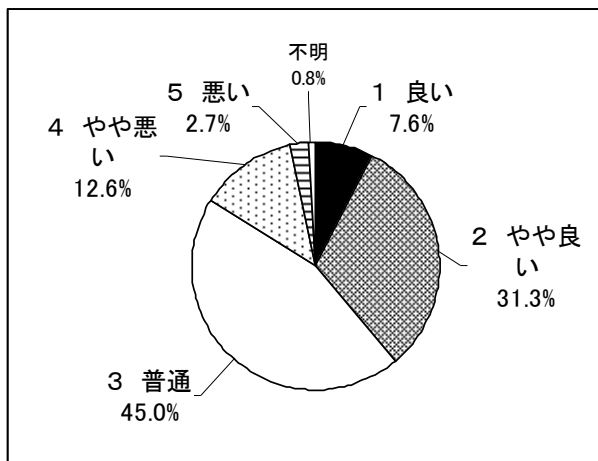
注2：尼崎調査では、「鉄道の利用」「港湾の利用」「空港の利用」を、また「工業用水の確保」「電力の確保」をそれぞれ一つの項目として質問している。



## 9 尼崎市で立地・操業することの総合評価

これまで、製造業事業所が尼崎市に立地し、操業していくうえでの各種事項について重要性、満足性を問い、その結果を項目ごとに分析してきた。ここでは、それらを総合してどう評価しているかを問うた結果をみておく。

図 19 総合評価



尼崎市で立地・操業していくことの総合評価の結果は、図 19 のようになった。「良い」または「やや良い」が 38.9%であるのに対して、「悪い」または「やや悪い」が 15.3%であった。つまり、良い評価の方が悪い評価よりも 23.6 ポイントも多いという結果になった。

### 5段階評価で、平均して「3.3」の評価

また、「良い」を 5 点とし、以下「やや良い」4 点……「悪い」を 1 点として計算すると平均点は 3.3 点となる。

いずれにしても、回答を寄せていただいた製造業事業所の範囲では、総体としては良い評価側にウェイトがあり、依然として産業都市としてのポテンシャルは高いとみることができる。

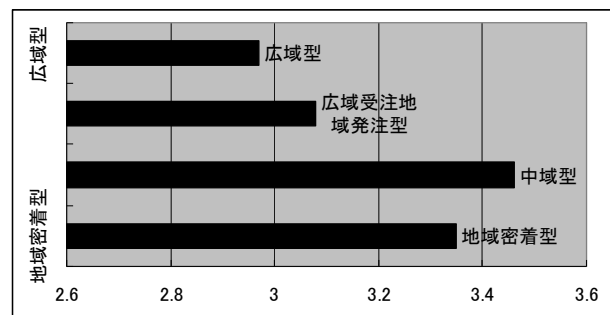
しかし、一方で、「悪い」「やや悪い」としている事業所が 15.3% (40 事業所) あったことについては、決して少ない数とみるべきではあるまい。「悪い」と「やや悪い」で程度に差はあるものの、これらの事業所はいわば現在地で操業を続けていく存立基盤

がさまざまな点で揺らいでいるわけであるから、市行政として、あるいはまちとしてどのようなサポートや条件整備ができるかを考えていくことがもためられている。

ところで、この総合評価について、「従業者規模」「業種類型」「立地類型」「取引類型」とのクロス集計を行った結果、前者 3 つの類型による差異はそれほど大きくはなかった。

ただ、「取引類型」においては 5 段階評価で、「地域密着型」が 3.35 点、「中域型」が 3.46 点であるのに対して、「広域受注地域発注型」が 3.08 点、「広域型」が 2.97 点と、広域的に取引をしている事業所ほど総合評価が低いという傾向がみられたことが特徴的であった (図 20)。

図 20 取引類型別に見た総合評価



## 10 今後に向けて

本調査では、本市の製造業事業所の生産形態や取引関係に係る地域の特徴をできるだけ明らかにすることを試みた点でこれまでにない結果を得ることができた。特に、取引関係については、各事業所の取引額の割合から、「地域密着型」、「中域型」、「広域受注地域発注型」、「広域型」の 4 類型に分類し、従業員規模や産業業種、所在地と同様にクロス集計を行うことで、本市の立地・操業環境や都市的魅力に対する現状と課題をより実態に近づけて明らかにすることができた。

また、本市の立地・操業環境や都市的魅力については、重要性と満足性の両方を問うたことで、本市にとって、重要であり、かつ満足度の低い「課題度」

を明らかにすることができた。課題度については、近畿経済産業局の調査と比較分析を行ったことで、産業への直接的な支援だけでなく、本市の都市的魅力を高めることが産業振興につながることも示された。

尼崎市は、今後どのように地域産業の活性化に向けて、立地・操業環境の改善や産業支援策の整備、さらには都市的魅力の向上に取り組むべきか、本調査結果を次なる検討の基礎的データとして活用されれば幸いである。

## < 資 料 編 >

- ・ アンケート集計結果
- ・ アンケート調査票

## アンケート集計結果

### ○ 従業者数

	事業所数	構成比(%)
19人以下	119	45.4%
20人～49人	85	32.4%
50人～99人	23	8.8%
100人～	29	11.1%
不明	6	2.3%
計	262	100.0%

### (再集計)従業者規模

	事業所数	構成比(%)
20人未満	119	45.4%
20人以上50人未満	85	32.4%
50人以上	52	19.8%
不明	6	2.3%
計	262	100.0%

### ○ 主な業種

	事業所数	構成比(%)
食料品	10	3.8%
飲料・たばこ・飼料	0	0.0%
繊維工業	1	0.4%
衣服・その他繊維製品	4	1.5%
木材・木製品	2	0.8%
家具・装備品	3	1.1%
パルプ・紙・紙加工品	11	4.2%
印刷・同関連業	8	3.1%
化学工業	28	10.7%
石油製品・石炭製品	0	0.0%
プラスチック製品	6	2.3%
ゴム製品	2	0.8%
なめし革・同製品・毛皮	0	0.0%
窯業・土石製品	11	4.2%
鉄鋼業	19	7.3%
非鉄金属	7	2.7%
金属製品	65	24.8%
一般機械器具	38	14.5%
電気機械器具	17	6.5%
情報通信機械器具	4	1.5%
電子部品・デバイス	5	1.9%
輸送用機械器具	11	4.2%
精密機械器具	7	2.7%
その他	3	1.1%
計	262	100.0%

### (再集計)産業業種

	事業所数	構成比(%)
生活関連型	29	11.1%
基礎素材型	86	32.8%
加工組立型	147	56.1%
計	262	100.0%

### ○ 立地

	事業所数	構成比(%)
43号以南	71	27.1%
43号以北	191	72.9%
計	262	100.0%

### 問1 事業所の数

	事業所数	構成比(%)
1 単独事業所	151	57.6%
2 複数事業所の一つ	109	41.6%
不明	2	0.8%
計	262	100.0%

### 問2 事業所の機能(複数回答)

	事業所数	構成比(%)
1 本社(経営)	151	57.6%
2 製造工場	241	92.0%
3 営業・販売	103	39.3%
4 倉庫・流通	52	19.8%
5 研究開発	54	20.6%
6 サービス・その他の部門	29	11.1%
計	262	100.0%

### 問3 受注に関する下請状況

	事業所数	構成比(%)
1 下請が主	97	37.0%
2 下請とそれ以外が半々	52	19.8%
3 下請としての取引はほとんどない	109	41.6%
不明	4	1.5%
計	262	100.0%

### 問4 発注・受注の取引関係(取引額の割合)

	発注	受注
事業所で生産	71.1%	
尼崎市	6.9%	17.6%
兵庫県	3.7%	14.5%
大阪市内	7.7%	21.9%
大阪府内	4.1%	11.7%
近畿圏内	1.6%	7.8%
それ以外	4.9%	26.5%
計	100.0%	100.0%

### 問5 生産に関する下請・外注状況

	事業所数	構成比(%)
1 ない(すべて自事業所で生産)	42	16.0%
2 一部を下請・外注に出す	181	69.1%
3 半分程度は下請・外注に出す	21	8.0%
4 下請・外注に出す部分が多い	17	6.5%
不明	1	0.4%
計	262	100.0%

### 問6 下請・外注に出す理由

	事業所数	構成比(%)
1 生産量を補う	61	22.9%
2 生産コストの削減	35	13.7%
3 自社にない設備・技術の利用	111	42.7%
4 生産時間の短縮	10	3.8%
5 その他	1	0.4%
不明	2	1.5%
非該当	42	14.9%
計	262	100.0%

問7-1 立地環境・操業環境  
重要性

		重要である	どちらでもない	重要でない	不明	計
1 大規模市場との近接性	事業所数	126	98	34	4	262
	構成比(%)	48.1%	37.4%	13.0%	1.5%	100.0%
2 販売・受注先の確保	事業所数	173	69	17	3	262
	構成比(%)	66.0%	26.3%	6.5%	1.1%	100.0%
3 外注・仕入先の確保	事業所数	173	70	15	4	262
	構成比(%)	66.0%	26.7%	5.7%	1.5%	100.0%
4 同業他社・関連企業の立地	事業所数	71	137	49	5	262
	構成比(%)	27.1%	52.3%	18.7%	1.9%	100.0%
5 同業・異業種交流機会の確保	事業所数	54	146	54	8	262
	構成比(%)	20.6%	55.7%	20.6%	3.1%	100.0%
6 高速道路・幹線道路の利便性	事業所数	189	56	13	4	262
	構成比(%)	72.1%	21.4%	5.0%	1.5%	100.0%
7 一般道路の利便性	事業所数	180	68	7	7	262
	構成比(%)	68.7%	26.0%	2.7%	2.7%	100.0%
8 港湾・鉄道・空港の利便性	事業所数	72	108	76	6	262
	構成比(%)	27.5%	41.2%	29.0%	2.3%	100.0%
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	事業所数	133	92	30	7	262
	構成比(%)	50.8%	35.1%	11.5%	2.7%	100.0%
10 土地・建物面積の確保	事業所数	156	86	13	7	262
	構成比(%)	59.5%	32.8%	5.0%	2.7%	100.0%
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	事業所数	139	98	17	8	262
	構成比(%)	53.1%	37.4%	6.5%	3.1%	100.0%
12 優秀な人材の確保	事業所数	208	43	7	4	262
	構成比(%)	79.4%	16.4%	2.7%	1.5%	100.0%
13 人件費コスト	事業所数	202	55	2	3	262
	構成比(%)	77.1%	21.0%	0.8%	1.1%	100.0%
14 社内の人材育成機会の確保	事業所数	144	101	11	6	262
	構成比(%)	55.0%	38.5%	4.2%	2.3%	100.0%
15 民間の企業間情報の確保	事業所数	100	133	22	7	262
	構成比(%)	38.2%	50.8%	8.4%	2.7%	100.0%
16 行政関連情報の入手	事業所数	87	141	27	7	262
	構成比(%)	33.2%	53.8%	10.3%	2.7%	100.0%
17 専門家からの経営ノウハウの取得	事業所数	50	163	42	7	262
	構成比(%)	19.1%	62.2%	16.0%	2.7%	100.0%
18 公的補助金・支援策の利用	事業所数	111	114	31	6	262
	構成比(%)	42.4%	43.5%	11.8%	2.3%	100.0%
19 試験研究機関や大学が近い	事業所数	29	151	76	6	262
	構成比(%)	11.1%	57.6%	29.0%	2.3%	100.0%

## 満足性

		満足している	どちらでもない	不満である	不明	計
1 大規模市場との近接性	事業所数	92	140	18	12	262
	構成比(%)	35.1%	53.4%	6.9%	4.6%	100.0%
2 販売・受注先の確保	事業所数	69	143	40	10	262
	構成比(%)	26.3%	54.6%	15.3%	3.8%	100.0%
3 外注・仕入先の確保	事業所数	91	138	27	6	262
	構成比(%)	34.7%	52.7%	10.3%	2.3%	100.0%
4 同業他社・関連企業の立地	事業所数	40	197	16	9	262
	構成比(%)	15.3%	75.2%	6.1%	3.4%	100.0%
5 同業・異業種交流機会の確保	事業所数	28	206	17	11	262
	構成比(%)	10.7%	78.6%	6.5%	4.2%	100.0%
6 高速道路・幹線道路の利便性	事業所数	160	75	19	8	262
	構成比(%)	61.1%	28.6%	7.3%	3.1%	100.0%
7 一般道路の利便性	事業所数	106	107	40	9	262
	構成比(%)	40.5%	40.8%	15.3%	3.4%	100.0%
8 港湾・鉄道・空港の利便性	事業所数	67	166	19	10	262
	構成比(%)	25.6%	63.4%	7.3%	3.8%	100.0%
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	事業所数	106	137	7	12	262
	構成比(%)	40.5%	52.3%	2.7%	4.6%	100.0%
10 土地・建物面積の確保	事業所数	56	130	66	10	262
	構成比(%)	21.4%	49.6%	25.2%	3.8%	100.0%
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	事業所数	32	148	72	10	262
	構成比(%)	12.2%	56.5%	27.5%	3.8%	100.0%
12 優秀な人材の確保	事業所数	29	143	79	11	262
	構成比(%)	11.1%	54.6%	30.2%	4.2%	100.0%
13 人件費コスト	事業所数	22	160	71	9	262
	構成比(%)	8.4%	61.1%	27.1%	3.4%	100.0%
14 社内の人材育成機会の確保	事業所数	27	174	49	12	262
	構成比(%)	10.3%	66.4%	18.7%	4.6%	100.0%
15 民間の企業間情報の確保	事業所数	25	200	25	12	262
	構成比(%)	9.5%	76.3%	9.5%	4.6%	100.0%
16 行政関連情報の入手	事業所数	26	199	25	12	262
	構成比(%)	9.9%	76.0%	9.5%	4.6%	100.0%
17 専門家からの経営ノウハウの取得	事業所数	14	212	26	10	262
	構成比(%)	5.3%	80.9%	9.9%	3.8%	100.0%
18 公的補助金・支援策の利用	事業所数	19	176	58	9	262
	構成比(%)	7.3%	67.2%	22.1%	3.4%	100.0%
19 試験研究機関や大学が近い	事業所数	12	214	25	11	262
	構成比(%)	4.6%	81.7%	9.5%	4.2%	100.0%

### 問7-2 立地環境・操業環境の重要項目

	1番目	2番目	3番目	合計点
1 大規模市場との近接性	96	16	13	125
2 販売・受注先の確保	321	66	15	402
3 外注・仕入先の確保	42	90	35	167
4 同業他社・関連企業の立地	6	6	4	16
5 同業・異業種交流機会の確保	0	0	3	3
6 高速道路・幹線道路の利便性	18	44	24	86
7 一般道路の利便性	21	30	15	66
8 港湾・鉄道・空港の利便性	12	8	7	27
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	9	20	10	39
10 土地・建物面積の確保	36	32	15	83
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	33	30	17	80
12 優秀な人材の確保	102	84	41	227
13 人件費コスト	45	44	25	114
14 社内の人材育成機会の確保	0	8	4	12
15 民間の企業間情報の確保	3	2	3	8
16 行政関連情報の入手	0	6	0	6
17 専門家からの経営ノウハウの取得	0	0	1	1
18 公的補助金・支援策の利用	6	18	15	39
19 試験研究機関や大学が近い	0	0	0	0

注:1番目を3点、2番目を2点、3番目を1点として合計点を算出。

### 問8-1 操業上の問題の有無

	事業所数	構成比(%)
1 ある	94	35.9%
2 ない	165	63.0%
不明	3	1.1%
計	262	100.0%

### 問9 市の支援策希望(複数回答)

	事業所数	構成比(%)
1 行政の持つ各種制度の情報提供	83	31.7%
2 窓口の一本化(相談・申請など)	38	14.5%
3 経営・技術相談先の紹介	26	9.9%
4 道路など都市基盤の整備	64	24.4%
5 税の減免	142	54.2%
6 資金の低利融資	111	42.4%
7 各種規制の緩和・見直し	20	7.6%
8 環境問題への取り組みの支援	33	12.6%
9 情報化への取り組み支援	6	2.3%
10 空き土地・建物の情報提供	31	11.8%
11 人材確保の支援	34	13.0%
12 人材育成の支援	24	9.2%
13 企業同士の交流の場づくり	12	4.6%
14 大学や研究機関との連携の場づくり	22	8.4%
15 展示会など製品や技術のPRの場づくり	11	4.2%
16 その他	7	2.7%
計	262	100.0%



問10 地域イメージ(尼崎市・関西)

		プラス	マイナス	関係ない	不明	計
尼崎市	事業所数	40	15	206	1	262
	構成比(%)	15.3%	5.7%	78.6%	0.4%	100.0%
関西	事業所数	38	3	219	2	262
	構成比(%)	14.5%	1.1%	83.6%	0.8%	100.0%

問11 地域イメージの変化(尼崎市・関西)

		良くなっている	悪くなっている	変わらない	不明	計
尼崎市	事業所数	99	37	125	1	262
	構成比(%)	37.8%	14.1%	47.7%	0.4%	100.0%
関西	事業所数	50	52	159	1	262
	構成比(%)	19.1%	19.8%	60.7%	0.4%	100.0%

問12-1 都市的魅力  
重要性

		重要である	どちらでもない	重要でない	不明	計
1 まちのブランド力	事業所数	83	127	46	6	262
	構成比(%)	31.7%	48.5%	17.6%	2.3%	100.0%
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	事業所数	118	111	27	6	262
	構成比(%)	45.0%	42.4%	10.3%	2.3%	100.0%
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	事業所数	67	136	50	9	262
	構成比(%)	25.6%	51.9%	19.1%	3.4%	100.0%
4 職場と住宅の近接性	事業所数	128	107	20	7	262
	構成比(%)	48.9%	40.8%	7.6%	2.7%	100.0%
5 良好な住宅の確保	事業所数	114	115	26	7	262
	構成比(%)	43.5%	43.9%	9.9%	2.7%	100.0%
6 都市公園等の良好な生活環境	事業所数	121	112	22	7	262
	構成比(%)	46.2%	42.7%	8.4%	2.7%	100.0%
7 子どもの保育・教育環境の充実	事業所数	121	117	18	6	262
	構成比(%)	46.2%	44.7%	6.9%	2.3%	100.0%
8 豊富な歴史的・文化的資源	事業所数	70	146	39	7	262
	構成比(%)	26.7%	55.7%	14.9%	2.7%	100.0%
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	事業所数	208	47	2	5	262
	構成比(%)	79.4%	17.9%	0.8%	1.9%	100.0%

## 満足性

		満足している	どちらでもない	不満である	不明	計
1 まちのブランド力	事業所数	18	175	55	14	262
	構成比(%)	6.9%	66.8%	21.0%	5.3%	100.0%
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	事業所数	36	166	51	9	262
	構成比(%)	13.7%	63.4%	19.5%	3.4%	100.0%
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	事業所数	38	185	29	10	262
	構成比(%)	14.5%	70.6%	11.1%	3.8%	100.0%
4 職場と住宅の近接性	事業所数	65	154	36	7	262
	構成比(%)	24.8%	58.8%	13.7%	2.7%	100.0%
5 良好な住宅の確保	事業所数	17	181	53	11	262
	構成比(%)	6.5%	69.1%	20.2%	4.2%	100.0%
6 都市公園等の良好な生活環境	事業所数	37	163	56	6	262
	構成比(%)	14.1%	62.2%	21.4%	2.3%	100.0%
7 子どもの保育・教育環境の充実	事業所数	22	177	55	8	262
	構成比(%)	8.4%	67.6%	21.0%	3.1%	100.0%
8 豊富な歴史的・文化的資源	事業所数	31	199	23	9	262
	構成比(%)	11.8%	76.0%	8.8%	3.4%	100.0%
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	事業所数	108	87	63	4	262
	構成比(%)	41.2%	33.2%	24.0%	1.5%	100.0%

## 問12-2 都市的魅力的重要項目

	1番目	2番目	3番目	合計点
1 まちのブランド力	102	38	20	160
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	213	58	25	296
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	24	36	21	81
4 職場と住宅の近接性	93	86	30	209
5 良好な住宅の確保	33	30	24	87
6 都市公園等の良好な生活環境	27	40	34	101
7 子どもの保育・教育環境の充実	24	46	20	90
8 豊富な歴史的・文化的資源	3	6	5	14
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	219	134	41	394

注:1番目を3点、2番目を2点、3番目を1点として合計点を算出。

## 問14 総合評価

	事業所数	構成比(%)
1 良い	20	7.6%
2 やや良い	82	31.3%
3 普通	118	45.0%
4 やや悪い	33	12.6%
5 悪い	7	2.7%
不明	2	0.8%
計	262	100.0%

## ○属性別クロス集計

### ・従業者規模 × 産業業種

		産業業種				
		生活関連型	基礎素材型	加工組立型	計	
従業者規模	20人未満	事業所数	18	37	64	119
		構成比(%)	15.1%	31.1%	53.8%	100.0%
	20人以上 50人未満	事業所数	5	24	56	85
		構成比(%)	5.9%	28.2%	65.9%	100.0%
	50人以上	事業所数	6	23	23	52
		構成比(%)	11.5%	44.2%	44.2%	100.0%
計	事業所数	29	84	143	256	
	構成比(%)	11.3%	32.8%	55.9%	100.0%	

注：従業者規模の不明6を除く

### ・従業者規模 × 取引類型

		取引類型					
		地域密着型	中域型	広域受注 地域発注 型	広域型	計	
従業者規模	20人未満	事業所数	67	16	10	12	105
		構成比(%)	63.8%	15.2%	9.5%	11.4%	100.0%
	20人以上 50人未満	事業所数	34	14	17	4	69
		構成比(%)	49.3%	20.3%	24.6%	5.8%	100.0%
	50人以上	事業所数	9	6	10	12	37
		構成比(%)	24.3%	16.2%	27.0%	32.4%	100.0%
計	事業所数	110	36	37	28	211	
	構成比(%)	52.1%	17.1%	17.5%	13.3%	100.0%	

注：従業者規模または取引類型の不明51を除く

### ・産業業種 × 取引類型

		取引類型					
		地域密着型	中域型	広域受注 地域発注 型	広域型	計	
産業業種	生活関連 型	事業所数	12	5	0	5	22
		構成比(%)	54.5%	22.7%	0.0%	22.7%	100.0%
	基礎素材 型	事業所数	34	10	14	13	71
		構成比(%)	47.9%	14.1%	19.7%	18.3%	100.0%
	加工組立 型	事業所数	65	22	23	12	122
		構成比(%)	53.3%	18.0%	18.9%	9.8%	100.0%
計	事業所数	111	37	37	30	215	
	構成比(%)	51.6%	17.2%	17.2%	14.0%	100.0%	

注：取引類型の不明47を除く

### ・所在地 × 従業者規模

		従業者規模				
		20人未満	20人以上	50人以上	計	
所在地	43号以南	事業所数	21	29	19	69
		構成比(%)	30.4%	42.0%	27.5%	100.0%
	43号以北	事業所数	98	56	33	187
		構成比(%)	52.4%	29.9%	17.6%	100.0%
	計	事業所数	119	85	52	256
		構成比(%)	46.5%	33.2%	20.3%	100.0%

注：従業者規模の不明6を除く

上段：事業所数、下段：構成比率(%)

### ・所在地 × 産業業種

		産業業種				
		生活関連型	基礎素材型	加工組立型	計	
所在地	43号以南	事業所数	5	31	35	71
		構成比(%)	7.0%	43.7%	49.3%	100.0%
	43号以北	事業所数	24	55	112	191
		構成比(%)	12.6%	28.8%	58.6%	100.0%
	計	事業所数	29	86	147	262
		構成比(%)	11.1%	32.8%	56.1%	100.0%

注：発注・受注のどちらかが不明のもの47を除く

○重要度、満足度、課題度

①従業者規模

問7-1 立地環境・操業環境

項目	重要度			満足度			課題度		
	20人未満	20人以上 50人	50人以上	20人未満	20人以上 50人	50人以上	20人未満	20人以上 50人	50人以上
1 大規模市場との近接性	35	34	40	32	15	40	3	19	0
2 販売・受注先の確保	61	66	48	8	13	12	52	53	37
3 外注・仕入先の確保	57	64	58	29	21	17	29	42	40
4 同業他社・関連企業の立地	18	2	-4	11	8	6	8	-6	-10
5 同業・異業種交流機会の確保	6	-8	-2	3	7	0	3	-15	-2
6 高速道路・幹線道路の利便性	63	67	75	61	47	50	2	20	25
7 一般道路の利便性	67	59	75	30	18	29	37	41	46
8 港湾・鉄道・空港の利便性	-17	2	27	18	15	23	-34	-13	4
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	32	34	67	41	35	37	-9	-1	31
10 土地・建物面積の確保	55	52	60	-12	-2	10	67	54	50
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	50	45	46	-23	-9	-10	73	54	56
12 優秀な人材の確保	70	87	77	-24	-26	4	94	113	73
13 人件費コスト	78	75	77	-21	-16	-15	99	92	92
14 社内の人材育成機会の確保	47	53	56	-13	-9	8	61	62	48
15 民間の企業間情報の確保	30	29	29	-3	2	4	33	27	25
16 行政関連情報の入手	29	15	25	-3	2	8	32	13	17
17 専門家からの経営ノウハウの取得	2	2	12	-9	-2	2	11	5	10
18 公的補助金・支援策の利用	42	25	15	-20	-12	-8	62	36	23
19 試験研究機関や大学が近い	-24	-9	-13	-10	-4	6	-13	-6	-19

問12-1 都市的魅力

項目	重要度			満足度			課題度		
	20人未満	20人以上 50人	50人以上	20人未満	20人以上 50人	50人以上	20人未満	20人以上 50人	50人以上
1 まちのブランド力	18	11	8	-11	-20	-10	29	31	17
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	39	39	21	-11	1	-6	50	38	27
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	7	14	-4	5	2	0	2	12	-4
4 職場と住宅の近接性	46	40	35	18	11	-6	28	29	40
5 良好な住宅の確保	42	29	21	-11	-16	-13	53	46	35
6 都市公園等の良好な生活環境	42	40	25	-6	-12	0	48	52	25
7 子どもの保育・教育環境の充実	44	40	29	-17	-12	-4	61	52	33
8 豊富な歴史的・文化的資源	14	15	-2	4	0	8	10	15	-10
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	70	82	92	21	19	2	49	64	90

②産業業種

問7-1 立地環境・操業環境

項目	重要度			満足度			課題度		
	生活関連型	基礎素材型	加工組立型	生活関連型	基礎素材型	加工組立型	生活関連型	基礎素材型	加工組立型
1 大規模市場との近接性	41	31	36	31	33	25	10	-1	11
2 販売・受注先の確保	45	62	61	0	12	13	45	50	48
3 外注・仕入先の確保	31	52	71	10	19	31	21	34	40
4 同業他社・関連企業の立地	17	-5	14	10	6	11	7	-10	3
5 同業・異業種交流機会の確保	-3	-3	3	10	-1	6	-14	-2	-3
6 高速道路・幹線道路の利便性	72	62	69	55	56	52	17	6	17
7 一般道路の利便性	72	65	65	41	17	27	31	48	39
8 港湾・鉄道・空港の利便性	-10	8	-5	21	16	19	-31	-8	-24
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	34	43	38	31	37	39	3	6	-1
10 土地・建物面積の確保	48	47	61	-28	9	-7	76	37	67
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	52	36	52	-41	-3	-17	93	40	69
12 優秀な人材の確保	72	69	82	-21	-16	-20	93	85	103
13 人件費コスト	76	71	80	-21	-21	-17	97	92	97
14 社内の人材育成機会の確保	34	53	52	-14	-13	-5	48	66	57
15 民間の企業間情報の確保	28	35	27	-3	1	0	31	34	27
16 行政関連情報の入手	34	31	16	-3	0	1	38	31	14
17 専門家からの経営ノウハウの取得	21	0	1	-7	-10	-1	28	10	2
18 公的補助金・支援策の利用	41	16	37	-28	-27	-5	69	43	42
19 試験研究機関や大学に近い	-41	-15	-15	-3	-6	-5	-38	-9	-10

問12-1 都市的魅力

項目	重要度			満足度			課題度		
	生活関連型	基礎素材型	加工組立型	生活関連型	基礎素材型	加工組立型	生活関連型	基礎素材型	加工組立型
1 まちのブランド力	21	13	14	-21	-17	-11	41	30	24
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	41	33	35	-3	-14	-1	45	47	36
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	24	19	-4	-3	-5	10	28	23	-14
4 職場と住宅の近接性	48	31	46	14	13	10	34	19	36
5 良好な住宅の確保	24	31	37	7	-17	-16	17	49	52
6 都市公園等の良好な生活環境	48	40	35	21	-16	-7	28	56	42
7 子どもの保育・教育環境の充実	28	44	39	3	-27	-7	24	71	46
8 豊富な歴史的・文化的資源	17	13	10	0	2	4	17	10	6
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	69	84	78	10	27	13	59	57	65

③立地

問7-1 立地環境・操業環境

項目	重要度		満足度		課題度	
	43号以南	43号以北	43号以南	43号以北	43号以南	43号以北
1 大規模市場との近接性	35	35	37	25	-1	10
2 販売・受注先の確保	68	57	20	8	48	49
3 外注・仕入先の確保	61	60	27	24	34	37
4 同業他社・関連企業の立地	8	8	13	8	-4	1
5 同業・異業種交流機会の確保	10	-4	14	1	-4	-4
6 高速道路・幹線道路の利便性	65	68	42	58	23	10
7 一般道路の利便性	62	68	23	26	39	41
8 港湾・鉄道・空港の利便性	-10	2	7	23	-17	-21
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	44	38	30	41	14	-3
10 土地・建物面積の確保	54	55	3	-6	51	61
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	46	47	-7	-18	54	65
12 優秀な人材の確保	73	78	-10	-23	83	101
13 人件費コスト	80	75	-10	-22	90	97
14 社内の人材育成機会の確保	51	51	-1	-11	52	62
15 民間の企業間情報の確保	37	27	7	-3	30	30
16 行政関連情報の入手	24	23	7	-2	17	25
17 専門家からの経営ノウハウの取得	-3	5	-3	-5	0	10
18 公的補助金・支援策の利用	20	35	-11	-16	31	51
19 試験研究機関や大学が近い	-17	-18	-3	-6	-14	-13

問12-1 都市的魅力

項目	重要度		満足度		課題度	
	43号以南	43号以北	43号以南	43号以北	43号以南	43号以北
1 まちのブランド力	10	16	-23	-11	32	27
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	32	36	-13	-3	45	39
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	6	7	-6	7	11	0
4 職場と住宅の近接性	39	42	0	15	39	27
5 良好な住宅の確保	28	36	-20	-12	48	47
6 都市公園等の良好な生活環境	25	42	-10	-6	35	49
7 子どもの保育・教育環境の充実	37	40	-15	-12	52	52
8 豊富な歴史的・文化的資源	11	12	1	4	10	8
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	77	79	-24	32	101	47

④取引類型

問7-1 立地環境・操業環境

項目	重要度				満足度				課題度			
	地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型	地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型	地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型
1 大規模市場との近接性	39	38	24	17	34	35	11	17	5	3	14	0
2 販売・受注先の確保	72	65	38	43	19	22	-16	7	53	43	54	37
3 外注・仕入先の確保	62	62	65	57	21	38	30	13	41	24	35	43
4 同業他社・関連企業の立地	13	24	-8	0	11	16	-3	3	2	8	-5	-3
5 同業・異業種交流機会の確保	8	-3	-14	-7	7	3	5	-3	1	-5	-19	-3
6 高速道路・幹線道路の利便性	64	78	68	50	59	62	46	37	5	16	22	13
7 一般道路の利便性	68	76	68	50	27	22	30	27	41	54	38	23
8 港湾・鉄道・空港の利便性	-26	0	41	27	16	19	24	7	-42	-19	16	20
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)	32	54	49	30	41	46	35	20	-9	8	14	10
10 土地・建物面積の確保	54	49	65	50	-2	-19	-14	3	56	68	78	47
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト	50	32	54	47	-9	-35	-19	-17	59	68	73	63
12 優秀な人材の確保	80	78	68	77	-19	-24	-27	-10	99	103	95	87
13 人件費コスト	85	73	65	67	-23	-16	-5	-20	108	89	70	87
14 社内の人材育成機会の確保	56	49	51	40	-5	-14	-5	3	61	62	57	37
15 民間の企業間情報の確保	27	43	30	23	-1	0	8	3	28	43	22	20
16 行政関連情報の入手	23	38	24	7	2	3	3	-3	21	35	22	10
17 専門家からの経営ノウハウの取得	5	11	-5	3	-5	-8	0	0	10	19	-5	3
18 公的補助金・支援策の利用	37	14	22	40	-15	-14	-5	-23	52	27	27	63
19 試験研究機関や大学が近い	-23	-19	-8	-10	-4	-14	-3	-3	-19	-5	-5	-7

問12-1 都市的魅力

項目	重要度				満足度				課題度			
	地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型	地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型	地域密着型	中域型	広域受注地域発注型	広域型
1 まちのブランド力	13	16	5	17	-18	-3	-16	-7	31	19	22	23
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい	35	43	41	13	-8	0	0	-10	43	43	41	23
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積	5	14	5	7	-2	0	14	10	6	14	-8	-3
4 職場と住宅の近接性	42	41	51	27	8	22	3	3	34	19	49	23
5 良好な住宅の確保	32	24	46	33	-16	-11	-22	-3	49	35	68	37
6 都市公園等の良好な生活環境	39	24	38	37	-4	-3	-22	0	42	27	59	37
7 子どもの保育・教育環境の充実	43	43	46	30	-14	-5	-22	-10	57	49	68	40
8 豊富な歴史的・文化的資源	11	5	14	3	7	5	0	0	4	0	14	3
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性	80	73	84	80	28	11	8	-10	52	62	76	90

## アンケート調査票





問5 貴事業所は、生産の一部を下請・外注に出されることがありますか。(一つに○印)

1 ない(すべて自事業所で生産)	2 一部を下請・外注に出す
3 半分程度は下請け・外注に出す	4 下請・外注に出す部分が多い

問6 下請・外注に出される場合、その主たる理由は何ですか。(一つに○印)

1 生産量を補う	2 生産コストの削減	3 自社にない設備・技術の利用
4 生産時間の短縮	5 その他(具体的に: _____)	

## II. 立地環境・操業環境について

問7-1 貴事業所が立地・操業していく上で、次の各項目は重要ですか。

また、尼崎市における現在の満足度についてお答えください。(各項目それぞれに○印)

貴事業所にとっての 「重要度」と「満足度」→	重要度			満足度		
	重要である	どちらでもない	重要でない	満足している	どちらでもない	不満である
<項目>						
※ 記入例	○			○		
1 大規模市場との近接性						
2 販売・受注先の確保						
3 外注・仕入先の確保						
4 同業他社・関連企業の立地						
5 同業・異業種交流機会の確保						
6 高速道路・幹線道路の利便性						
7 一般道路の利便性						
8 港湾・鉄道・空港の利便性						
9 供給処理施設(工業用水・電力等の確保)						
10 土地・建物面積の確保						
11 土地・建物面積の取得・賃貸コスト						
12 優秀な人材の確保						
13 人件費コスト						
14 社内の人材育成機会の確保						
15 民間の企業間情報の確保						
16 行政関連情報の入手						
17 専門家からの経営ノウハウの取得						
18 公的補助金・支援策の利用						
19 試験研究機関や大学に近い						
20 その他(具体的に _____)						

問7-2 前記1~20の各項目のうち、貴事業所が立地・操業していく上で重要な上位3つの番号を挙げてください。

1番目に重要

2番目に重要

3番目に重要

問8-1 現在の場所で操業していく上で、何か不都合がありますか。(どちらか一つに○印)

1 ある

2 ない

問8-2 その内容は何ですか。(具体的に記入してください)

### Ⅲ. 支援環境について

問9 市の支援策として、どのような希望がありますか。(該当するものすべてに○印)

- |                         |                   |
|-------------------------|-------------------|
| 1 行政の持つ各種制度の情報提供        | 2 窓口の一本化(相談・申請など) |
| 3 経営・技術相談先の紹介           | 4 道路など都市基盤の整備     |
| 5 税の減免                  | 6 資金の低利融資         |
| 7 各種規制の緩和・見直し(具体的に: )   |                   |
| 8 環境問題への取り組みの支援(具体的に: ) |                   |
| 9 情報化への取り組み支援(具体的に: )   |                   |
| 10 空き土地・建物の情報提供         |                   |
| 11 人材確保の支援(具体的に: )      |                   |
| 12 人材育成の支援(具体的に: )      |                   |
| 13 企業同士の交流の場づくり         |                   |
| 14 大学や研究機関との連携の場づくり     |                   |
| 15 展示会など製品や技術のPRの場づくり   |                   |
| 16 その他(具体的に: )          |                   |

### Ⅳ. 都市環境について

問10 尼崎市あるいは関西のイメージは、貴事業所にとってプラスですか、マイナスですか。(それぞれ一つに○印)

A. 尼崎市 → 1 プラス      2 マイナス      3 関係ない

B. 関西 → 1 プラス      2 マイナス      3 関係ない

問11 10年前(1993年)と比較して、尼崎市あるいは関西のイメージは良くなっていますか、悪くなっていますか。(それぞれ一つに○印、1993年以降の設立事業所は設立時と比べて)

A. 尼崎市 → 1 良くなっている      2 悪くなっている      3 変わらない

B. 関西 → 1 良くなっている      2 悪くなっている      3 変わらない

問 12-1 貴事業所にとって、次の各項目は都市的魅力として重要ですか。

また、尼崎市における現在の満足度についてお答えください。(各項目それぞれに○印)

貴事業所にとっての 「重要度」と「満足度」→	重要度			尼崎での満足度		
	重要である	いどちらでもない	重要でない	満足している	いどちらでもない	不満である
<項 目>						
※ 記入例	○					○
1 まちのブランド力						
2 人口や企業の集積によるまちのにぎわい						
3 商業・娯楽施設や飲食店の集積						
4 職場と住宅の近接性						
5 良好な住宅の確保						
6 都市公園等の良好な生活環境						
7 子どもの保育・教育環境の充実						
8 豊富な歴史的・文化的資源						
9 鉄道・バス等の公共交通の利便性						
10 その他(具体的に )						

問 12-2 上記1～10の各項目のうち、貴事業所にとって都市的魅力として重要な上位3つの番号を挙げてください。

1番目に重要  2番目に重要  3番目に重要

問 13 立地・操業する上で、立地環境や都市環境に魅力を感じる都市はありますか。都市名とその理由を教えてください。

都市名：
理由：

## V. 総合評価

問 14 尼崎市内で立地・操業することの総合評価をつけるとすれば、5段階評価でどれに当たりますか。(一つに○印)

1. 良い	2. やや良い	3. 普通	4. やや悪い	5. 悪い
-------	---------	-------	---------	-------

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。