

2006 年度自主研究

**企業経営者に聞く大阪の企業イメージ、  
都市イメージ調査報告書**

2007 年 3 月

**大阪都市経済調査会**

## はじめに

この春に発表された大阪市民経済計算によれば、2004年度の市内総生産は1998年度以来続いたマイナス成長にピリオドを打ち、実に7年ぶりにプラス1.2%となった。わが国全体がプラス成長となったのが2003年度であるから、一年遅れで大阪市も経済の回復軌道にのったことになる。05年度以降の経済成長は公表されていないものの、わが国全体の趨勢から推察すれば、おそらく大阪経済も成長軌道をたどっていることはほぼ確実であろう。

このように本来的にポテンシャルを有している筈の大阪経済であるが、統計的な数値ではなく、具体的に大阪の企業、またそれを支える企業人材に総じてどのような強みがあるのか、さらに、克服すべき弱みとなっている要因はどのような点なのか、などに関する調査研究としては従来、個別企業のケーススタディ以外には見当たらない。

本調査は、こうした現状に鑑みて、大阪経済の活性化に重要な役割を担う在阪企業、および従業員のポテンシャルを信じつつ、大阪の企業・従業員が全国・他地域の企業・従業員と比較してどのように認識されているのかを客観的に調査しようと試みたものである。また、あわせて大阪という大都市に対してどのようなイメージや将来の進むべき方向性があるのかを明らかにすることを目的とした調査である。

採用した調査方法は、費用対効果を高めるべく、全国の企業経営者に対するインターネット調査によることとした。登録モニターによるインターネット調査は10年ほど前から市場に登場したものであり、全国的にインターネットが普及した現在、モニターに極端なバイアスはかかっていないと考えられることから、本調査結果が指摘する特徴はほぼ実態に近いものと考えている。

本調査結果を踏まえ、大阪の企業・従業員の長所を活かして産業の成長・発展につなげるとともに、大都市：大阪が目指すべき都市像に向けて行政等が着実な歩みをたどり、両輪が揃って前進すれば大阪経済の将来は明るいことは確実であり、そのための有益な情報に資することができれば幸いである。

2007年3月  
大阪都市経済調査会



## 目 次

調査概要 .....	1
第1章 回答者の属性 .....	3
第2章 企業のエリア間取引に関する業種別の状況 .....	7
第3章 企業・産業力のエリア別イメージに関する経営者層の認識 .....	12
第4章 大阪の都市イメージに関する経営者層の認識 .....	24
おわりに .....	29
資料編 .....	31
1. アンケート調査票	
2. 集計結果	
3. 自由回答の概要	



## 調査概要

調査目的	大阪の経済活性化に向けて重要な役割を担っているのは在阪の企業であるが、はたして大阪の企業は全国の企業経営者からどのように認識されているのかを客観的に調査することで、大阪の企業のポテンシャルを把握する。
調査方法	インターネット調査（株式会社マクロミルに委託）
調査対象	職業属性として「経営者・役員」であるモニターで全国を対象
質問項目	大別すると下記の3種類 1) 回答者の属性に関するもの 2) 回答者が全国各地の企業に対して抱いているイメージ 3) 大阪の企業や都市に関するイメージ
調査票	資料編参照
調査期間	平成19年3月
回収件数	2,050件

## 調査結果概要

### 回答者の属性

次のような特性となっており、全国の経営者層としては概ね妥当な構成である。

- ・ 男性が88%と大半で、年齢層は40代を中心にその前後で2/3を占める
- ・ 居住エリア別構成比は全国の人口比と類似しているが、大都市圏域の割合がやや多い
- ・ 企業規模や業種も多様な分布となっており、おおむね母集団に近いサンプル構成である
- ・ 現在の居住エリアにおいて社会人経験を重ねた人の割合が8～9割を占める

### 企業のエリア間取引に関する業種別の状況

次のような分析結果となっており、業種による取引関係の特徴が見られる。

- ・ 所属企業の受注・販売額の地域別割合は東京・関東が多いなど、一般的な地域経済の規模に比例するような構成となっているが、他方、調達/仕入先取引額の地域別割合ではそれよりも大阪と東京の割合が増加しており、卸売機能集積の差が影響している
- ・ 地域間取引の状況を主要業種別に分析した結果、最も域内循環型の傾向が強いのが対事業所サービス業であり、次いでソフトウェア・情報サービスとなっている。逆に、最もグローバル取引が活発なのが卸・小売業・商社であり、製造業は国内での地域間取引が広域的に見られるという業種別の特徴がある

## 企業・産業力のエリア別イメージに関する経営者層の認識

次のような分析結果となっており、エリアにより企業・産業力の特徴が見られる。

- ・ 企業を評価する 11 項目を設定して質問した結果、回答者の地域別割合の影響を除外しても、東京は技術力や安定性など大半の項目で突出した評価を得ている。大阪の評価が高いのは、ユニークな商品・サービスの開発、親近性であり、東京をも凌いでおり、また営業・販売力も高評価を得ているが、国際化に関する評価は低く、安定性、センス、成長力、財務内容についても平均水準レベルに過ぎない。名古屋の評価が比較的高いのは、財務内容、安定性、成長力、製品・サービスの質、技術力、国際化であり、大阪を凌いでいる。
- ・ 東京・関東と大阪・近畿について社会人経験エリアと対比しつつ上記の分析を行うと、おおむね上記と同様の傾向が確認できるが、大阪に住む経営者層は大阪の営業・販売力を過小評価する傾向がある。また、東京の経営者でも大阪のユニークな開発力と親近性の評価は他の項目よりも高くなっている。
- ・ 大阪の人材イメージに関する評価では、「値切る」、「かけひきがうまい」、「がめつい」との認識が比較的多く持たれている。東京人と比較した場合のビジネススキルに関しては、個性的、元気・活気、積極的姿勢、親近性、対人関係能力、営業力に関して東京人よりも 2 倍以上評価が高くなっている。ただし、仕事の正確性、情報収集能力、国際性に関する評価が低く、総合的な優秀性では東京人に軍配が上がっている。
- ・ 大阪の有望産業に対する評価では、対個人サービス業、飲食業、小売業、卸売業の順で 20% 以上の高い評価を得ているが、他方、「特に成長性が高い業種はない」との見方も 23% ある。製造業では加工組立、金属系などでは、大阪・近畿での評価が相当に高いのに対して、大阪に最も集積している化学系の評価が低く、実態とのズレも見られる。

## 大阪の都市イメージに関する経営者層の認識

次のような分析結果となっており、活気があり安全・安心な都市づくりが求められている。

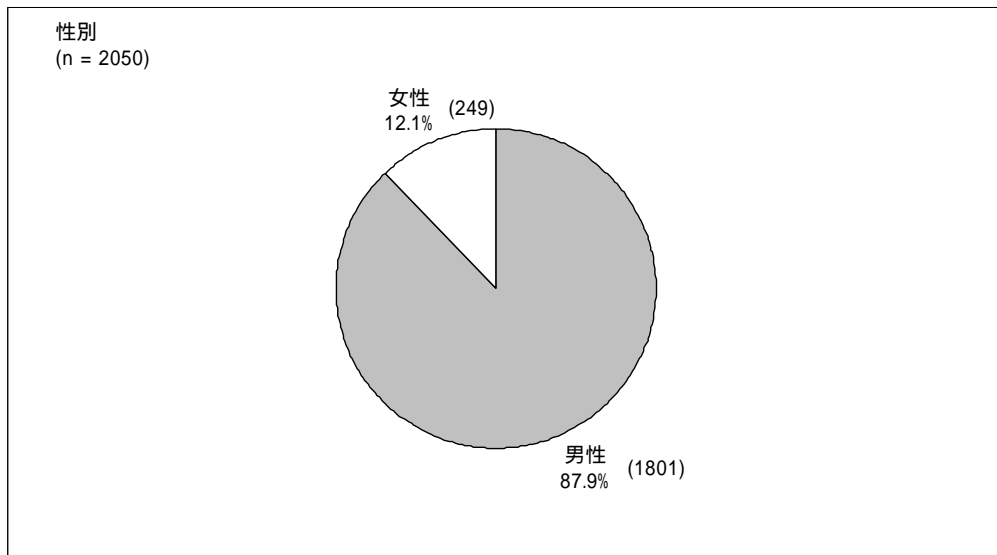
- ・ 大阪への転勤命令に対して従業員がどのような反応を示すかを尋ねた質問では、当初は消極的の反応を示す従業員が多い印象をもつ傾向がみられるものの、実際の転勤を通じて大阪に対する否定的なイメージが改善されていくことが確認できる。
- ・ 大阪の社会経済的な最新動向に関しては、大阪・近畿以外の経営者層にもある程度は情報が届いているとみなされ、おおむね半数近い経営者が認知している情報が多い。ただし、健康・予防医療産業の振興への行政の注力に関する認知度は高くはない。
- ・ 大阪の街や都市づくりに関して抱いているイメージは否定的な「雑多でごみごみ」が突出しているが、第 2 位～第 4 位は「明るく活力がある」、「下町風で親しみがある」、「個性的な街・通りが多い」と肯定的なイメージを抱いていただいている。
- ・ ビジネス機能面から強化・充実すべき都市機能としては、「安全・安心な街づくり」、「都市の美的センス」の 2 つが突出しており、取り組むべき重要課題と言える。
- ・ 希望する大阪の将来像としては、「安全・安心で憩いのある都市」、「活気がある都市」がやや抜きん出ており、「きれいで整然とした都市」などを凌いでいる。
- ・ 総合的に言えば、大阪の現状は雑多でごみごみしており、不安感を抱く街となっているので、美的センスがあり、安全・安心な街づくりを希望しており、かつ活気がある都市像を望んでいることがわかる。

## 第1章 回答者の属性

ここでは、まず、回答者自身、ならびに回答者(の属する企業)のビジネス経験・実績等について幅広い観点から属性をみておくことで、回答者像を把握するとともに、サンプルの極端な偏りが無いことを確認しておく。

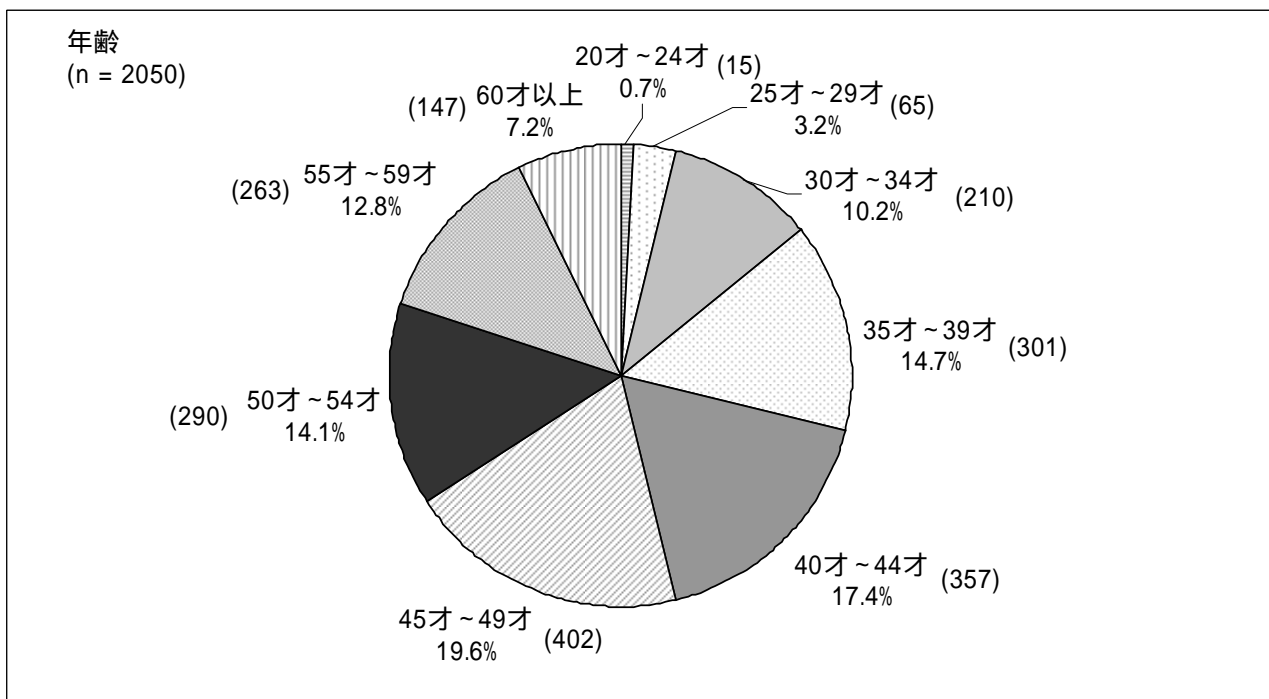
### 1. 性別〔モニター属性項目〕 【図 - 1. 1】

男性が88%と大半を占めているが、これは対象者を「経営者・役員」に限定していることが大きく影響しているものと考えられ、わが国の現状を反映したものとみなせる。



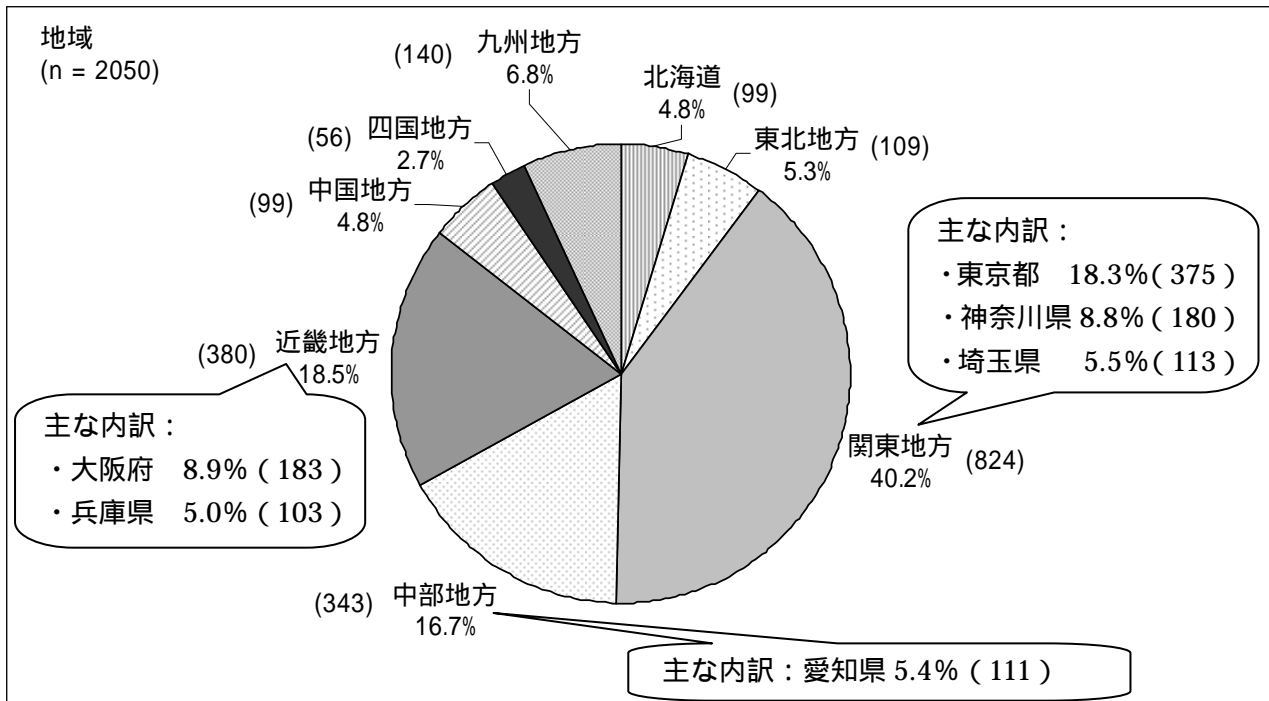
### 2. 年齢〔モニター属性項目〕 【図 - 1. 2】

年齢については、45才～49才が最も多く402件(19.6%)となっており、続いて40才～44才：357件(17.4%)、35才～39才：301件(14.7%)、50才～54才：290件(14.1%)の順となっている。40才代が全体の4割近くを占め、その前後の階層を合わせると2/3を占める。



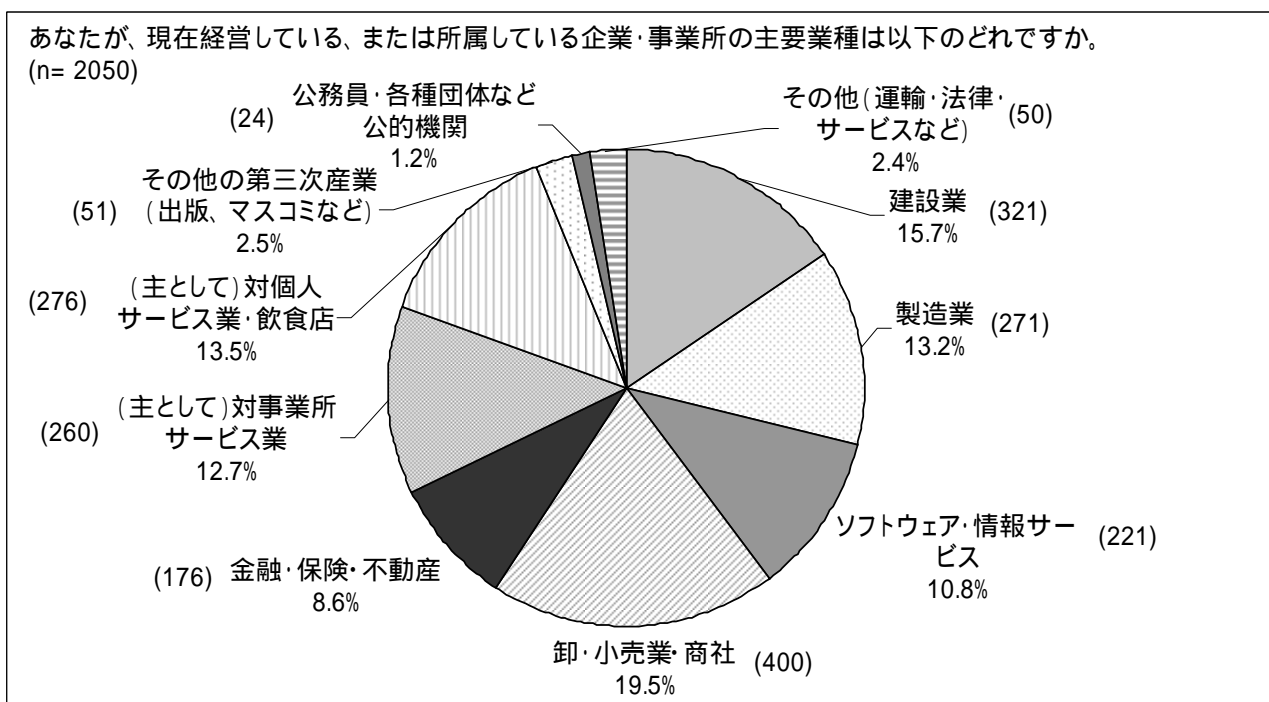
3. 回答者の居住地〔モニター属性項目〕 【図 - 1. 3】

地域については、関東地方が 824 件( 40.2% )となっており、その中でも東京都が 375 件( 18.3% )を占めている。次に近畿地方：380 件( 18.5% )、中部地方：343 件( 16.7% )となっており、概ね人口比と類似の傾向を示しているが、企業の多い大都市圏域の割合がやや高くなっている。



4. 回答者が所属/経営する企業の業種 【図 - 1. 4】

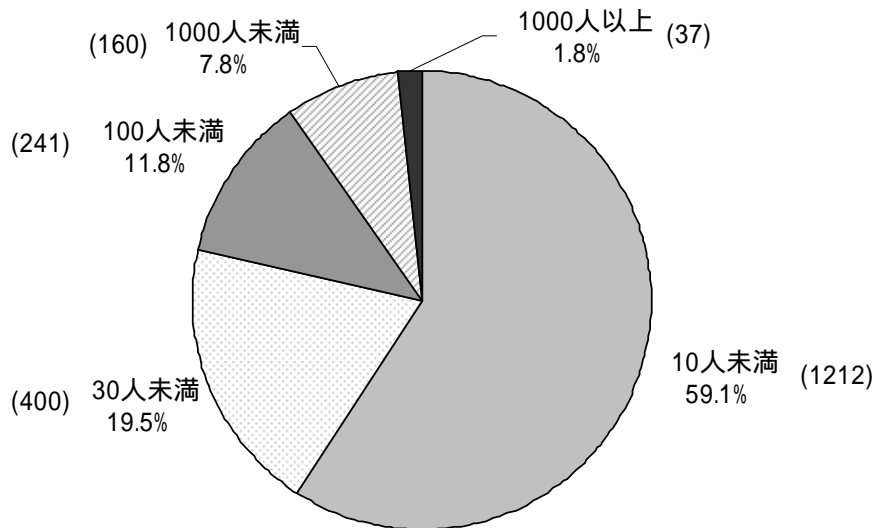
業種については、卸・小売業・商社が 400 件( 19.5% )と最も多く、続いて建設業:321 件( 15.7% )、対個人サービス・飲食店:276 件( 13.5% )、製造業:271 件( 13.2% )の順となっている。事業所・企業統計調査の企業数構成の傾向と類似しているが、ソフトウェア・情報サービスの割合が多くなっている。



5. 回答者が所属/経営する企業の従業員規模 【図 - 1.5】

従業員規模については、10人未満が最も多く1,212件(59.1%)と全体の5割以上を占めており、次に10~30人未満が400件(19.5%)となっている。事業所・企業統計調査の従業者規模別事業所数構成と対比すると傾向は類似しているが、大規模な企業に属する人の割合が多くなっている。

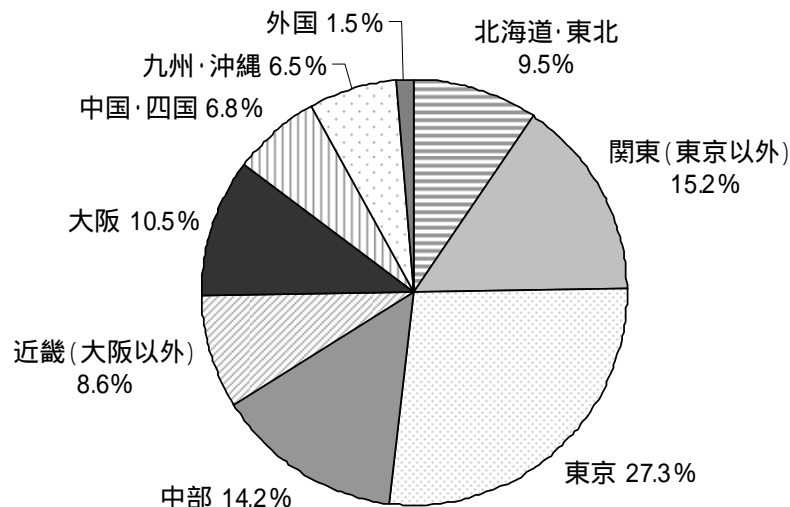
あなたが、現在経営している、または所属している企業・事業所の従業員規模は以下のどれですか。  
(n = 2050)



6. 回答者が社会人経験を積んだ地域の割合 【図 - 1.6】

学校・大学を卒業・修了後に、回答者が社会人経験を積んだ地域の割合を聞いたところ、東京都が27.3%と最も多く、次に関東(東京以外)が15.2%となっている。大阪は10.5%で、近畿全体では19.1%、次いで中部:14.2%となっている。概ね、地域別の従業者構成比に近くなっている。

あなたが社会人経験(学校・大学を卒業・修了後)を積まれた年月を以下の地域別にわけると、およそどのような割合になりますか。割合の合計が10になるようにお答え下さい。  
(n = 2050)

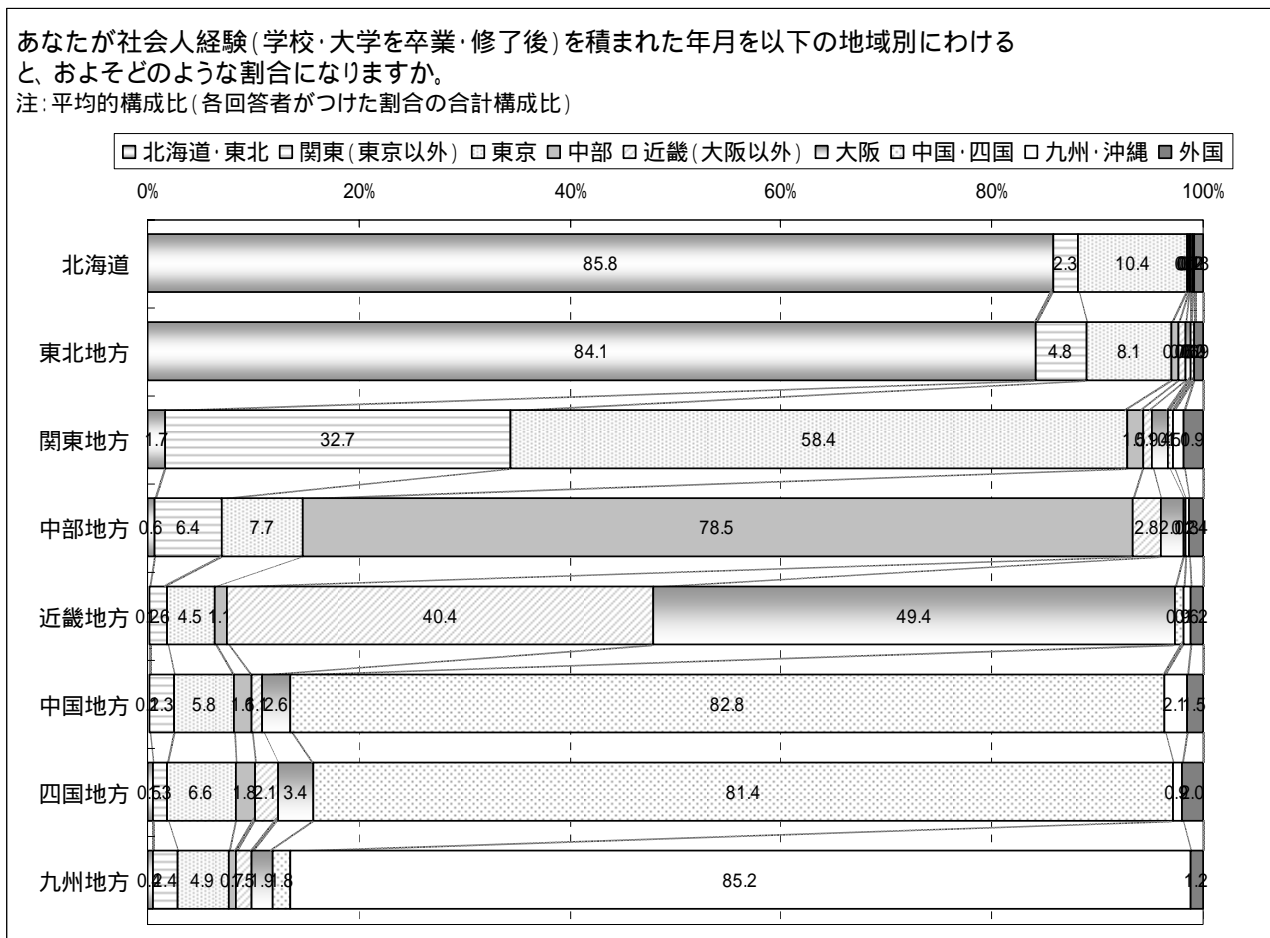


注: 平均的構成比(各回答者がつけた割合の合計構成比)

図 - 1 . 6 はサンプル全体での構成であるが、現在の居住地別に社会人経験エリアの構成を集計した結果（図 - 1 . 7 ） 以下のような傾向が読み取れる。

- ・現在の居住地において社会人経験を積んでいる割合が、どの地域においても 8 ～ 9 割であり、経営者層では両者はおおむね一致している
- ・ただし、社会人経験エリアと異なる地域に現在居住している経営者の割合をみると、東京や関東（東京以外）が社会人経験エリアである経営者層の割合が全国にほぼ均等に分布しており、東京に関しては 5 ～ 10% の範囲、関東に関しては 1 ～ 6 % の範囲となっている。これに対して、大阪や近畿（大阪以外）が社会人経験エリアである経営者層の割合をみると、中部～九州の西日本に限って 2 ～ 3 % となっており、中西部日本に多くなっている点が異なっている

【図 - 1 . 7 居住地域別に集計した社会人経験を積んだ地域の割合】



## 第2章 企業のエリア間取引に関する業種別の状況

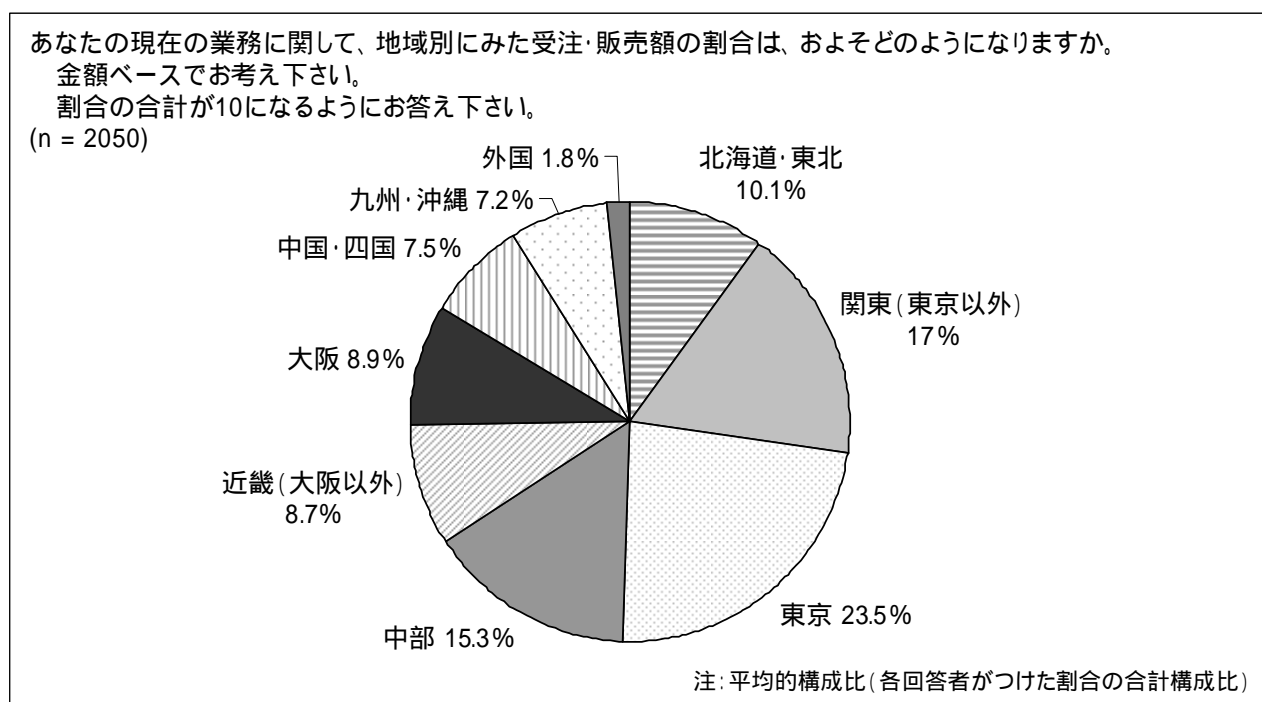
本調査は、基本的に経営者個人の様々なビジネス経験を踏まえた意識を分析するものではあるが、背景としてのビジネス経験のエリア的な広がりをおよそ把握するために、現在の業務に関して、受注・販売や調達/仕入先・外部委託先のエリア構成を把握した結果について本章で整理する。

### 1. 企業の地域別取引概況

地域別の取引状況の概況として、回答者(=回答企業とみなす)がどのエリアとの取引が多いかを見る。なお、本分析結果は回答者の地域分布の影響を受けていることに留意する必要がある。

#### (1) 回答者が所属/経営する企業の受注・販売額の地域別割合【図-2.1】

受注・販売額の地域別割合については、東京都が23.5%と最も多く、関東全体では40.5%を占める。大阪は8.9%で近畿全体では17.6%となる。以下、中部が15.3%で続いており、全体として経済活動に比例していると言えよう。



#### (2) 回答者が所属/経営する企業の調達/仕入先・外部委託先の取引額の地域別割合【図-2.2】

同様に調達/仕入先・外部委託先の取引額の割合をみると、東京都が23.6%と最も多く、関東全体では37.1%となる。大阪は9.8%で近畿全体では16.6%となる。以下、中部が13.5%と続く。

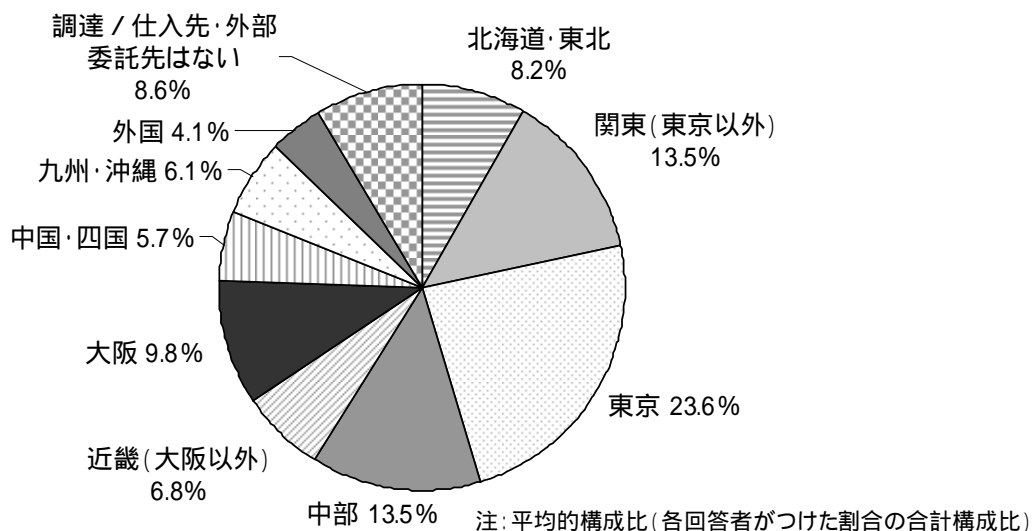
(1)の受注・販売額の地域割合と比較すると、調達/仕入等に関しては「調達/仕入先・外部委託先はない」が8.6%あることを考慮すると、卸売機能が集積している大阪と東京のみが実質的なシェアを高めており、特に大阪は%自体が1割上昇している点が特徴である。逆に、地方圏では受注・販売額のシェアよりも2割程度低くなっている。

あなたの現在の業務に関して、地域別にみた資材等の調達 / 仕入先・外部委託先の割合は、おおよそどのようになりますか。

金額ベースでお考え下さい。

割合の合計が10になるようにお答え下さい。

(n = 2050)



## 2. 主要産業に関する業種別の地域間取引状況

1. の分析は全業種での取引に関する地域別状況の全体像を示したものであるが、分析結果が回答者の地域分布に影響されること、および、業種によって地域間取引の特徴があると考えられること、を勘案して、実態の取引をより正確に把握するために、ここでは、回答者を地域別に分けて扱うこととし、かつ、ある程度のサンプル数が確保できる主要業種に着目して地域間の取引状況を分析する。

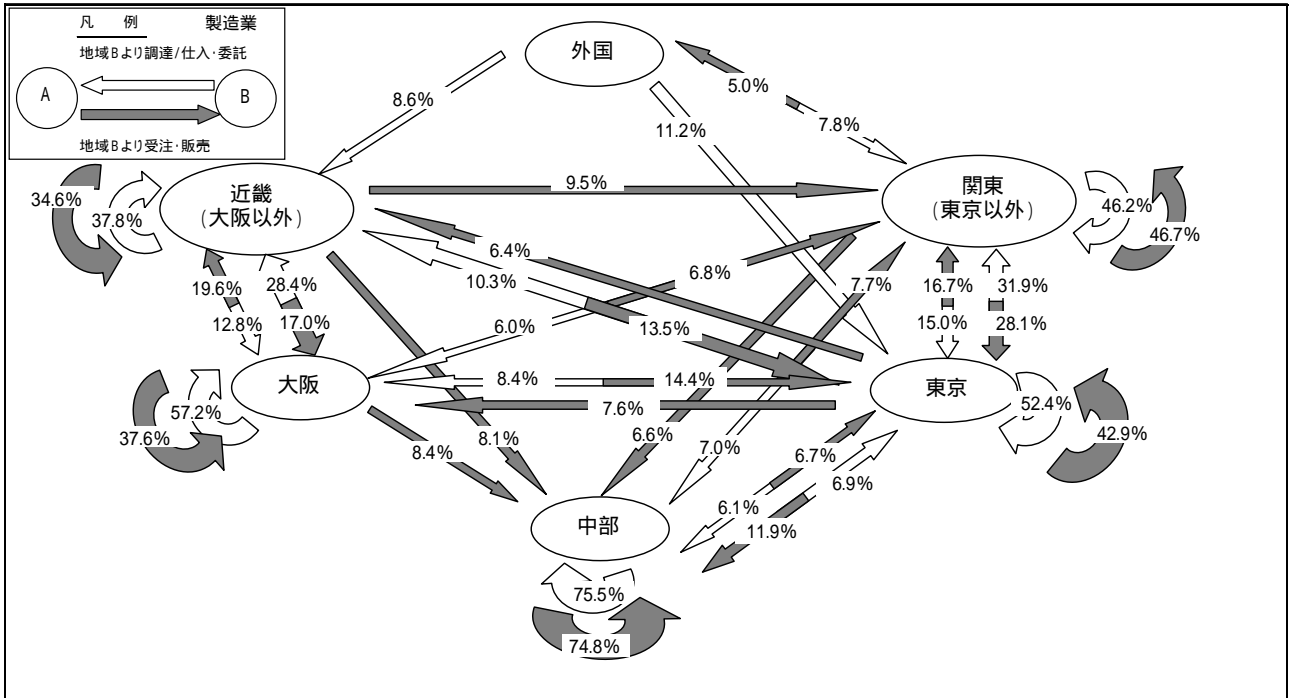
まず、地域に関しては、回答者の居住地域としてシェアの多い、関東、近畿、および中部の3地方に着目して、かつ、関東と近畿に関しては、各内訳として、東京都内とそれ以外、大阪府内とそれ以外に2分割して、合計5つの地域の経営者層を対象とする。また、分析対象とする主要業種に関しては、企業・事業所の構成比が10%以上であることを基準とすれば、建設業、製造業、ソフトウェア・情報サービス、卸・小売業・商社、対事業所サービス業、および対個人サービス業・飲食店の6業種が抽出されるが、このうち業種特性を勘案すると当該地域内取引が大半となる建設業と対個人サービス業・飲食店を除いた4業種を分析対象とする。

### (1) 製造業に関する地域間取引状況

5つの地域共通に見られる傾向として、各地域内での調達/仕入、受注・販売が最も多く域内循環型の取引構造となっている点がある。ただし、大阪と東京に関しては、調達/仕入は域内が半分強ではあるが、受注・販売は4割前後に過ぎず、特に大阪に関してはその格差は20%にも達しており、卸売業の集積を背景とした広域的な販売網が構築されていることが影響している。他の3地域では受注・販売と調達/仕入とがほぼ均衡しているのとは対照的である。

地域間の取引全般をみても、5%以上を示す矢印の本数が他の産業よりも多くなっており、製造業に関しては国内において広域な取引関係が構築されていることが確認できる。また、傾向として中部が他地域からの販売先として多くの矢印が集まるようなパターンが形成されており、わが国最大の産業である自動車産業の集積地域へモノが集まる傾向が確認できる。

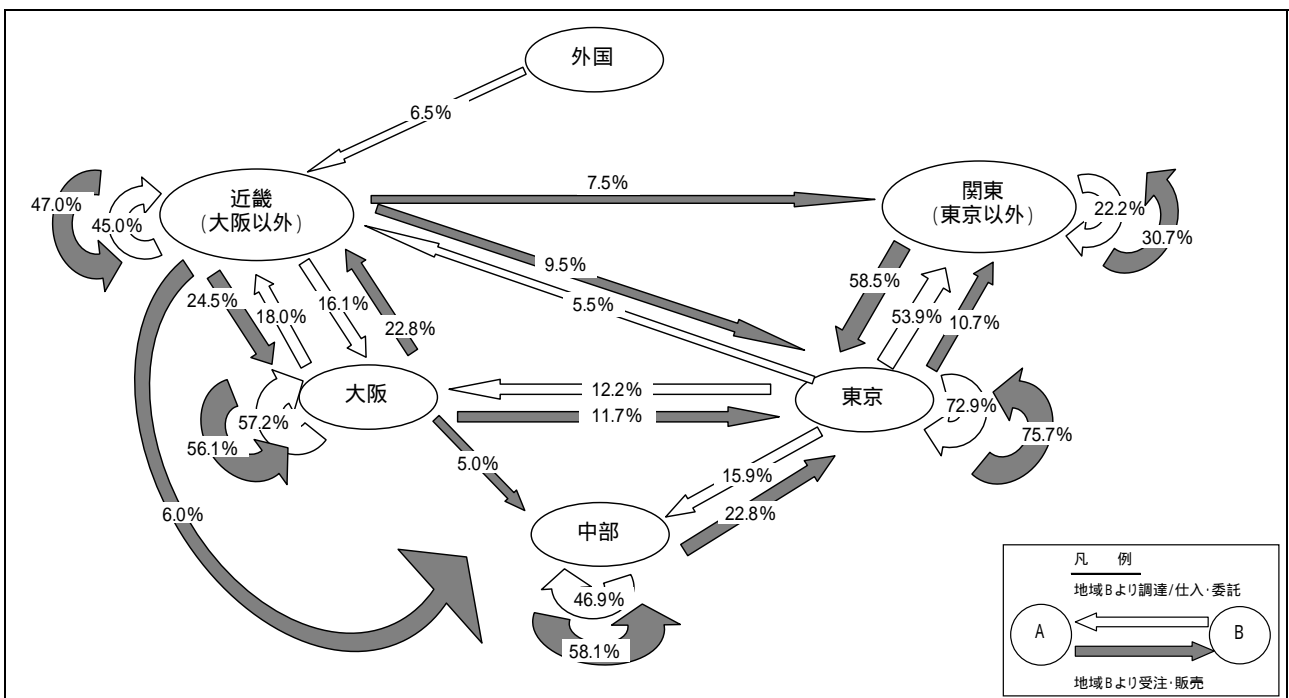
【図 - 2 . 3 製造業に関する地域間取引状況】



(2) ソフトウェア・情報サービスに関する地域間取引状況

5つの地域共通に見られる傾向として、製造業と同じく、地域内での調達/仕入、受注・販売が最も多い域内循環型の取引構造を形成する地域が多い傾向にあるものの、関東では域内割合が2、3割と低く、東京との取引の方が強くなっている点が異なる。また、東京に関しては域内割合が7割以上と突出して高く、他地域から調達している割合は少なく、逆に、他地域は東京からの受注・販売がほぼ1割以上あるなど東京依存型の産業構造となっている。

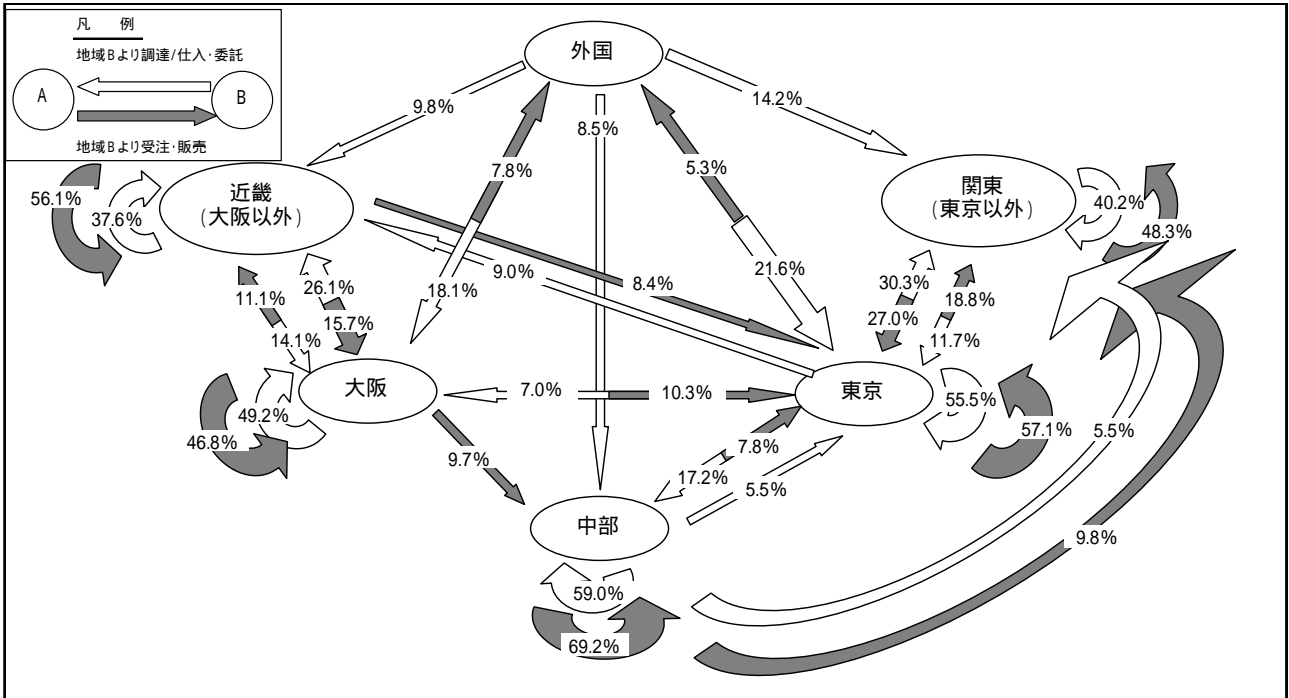
【図 - 2 . 4 ソフトウェア・情報サービスに関する地域間取引状況】



(3) 卸・小売業・商社に関する地域間取引状況

域内循環型の取引構造は製造業やソフトウェア・情報サービスと共通であり、各地域ともに域内シェアが4～7割を占めている。卸・小売業・商社に関して特徴的な点は、各地域ともに海外からの仕入割合が1～2割程度を占めており、大阪と東京では海外向け販売が数%を占めており、グローバル取引が活発であることが他産業との大きな違いである。

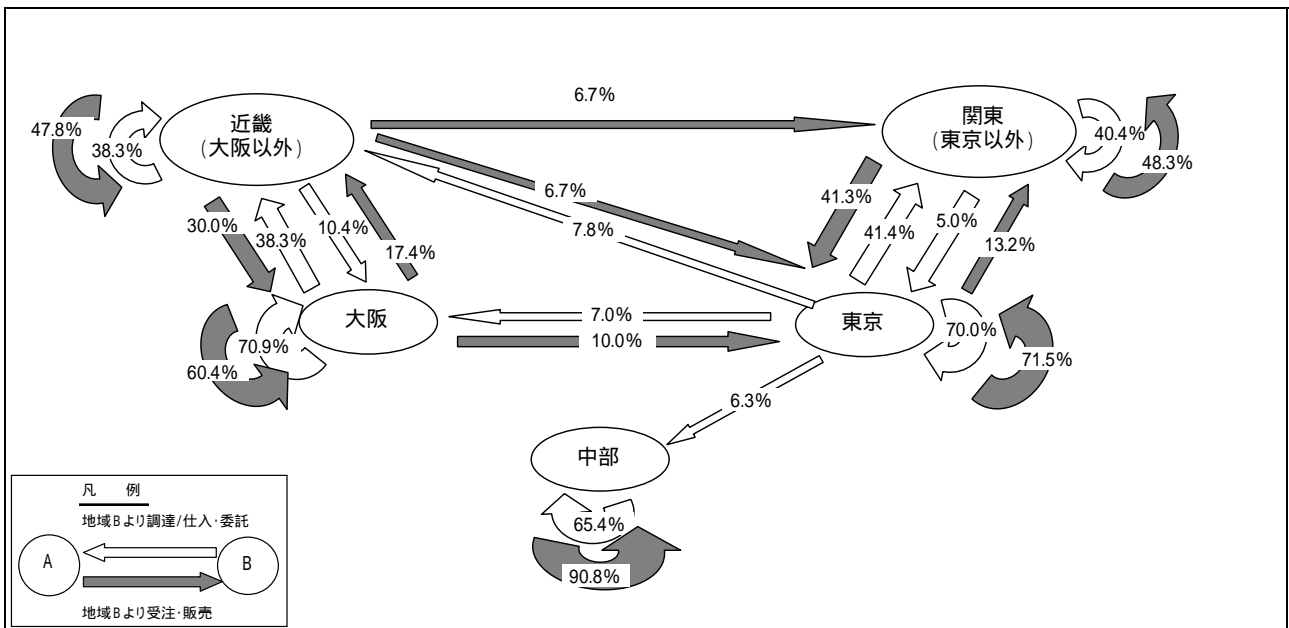
【図 - 2.5 卸・小売業・商社に関する地域間取引状況】



(4) 対事業所サービス業に関する地域間取引状況

対事業所サービス業に関しては概ねソフトウェア・情報サービスと類似の取引構造となっており、関東では東京と、近畿では大阪との取引シェアが、それぞれ地域内取引と同程度となっている。また、東京や大阪、中部では地域内シェアが6～9割と高くなっており、域内完結型に近い構造となっている。また、海外との取引シェアが少なく、上記の隣接地域間取引を除くと10%以上の取引シェアには至っておらず、商圏が比較的狭いことも対事業所サービス業の特徴である。

【図 - 2 . 6 対事業所サービス業に関する地域間取引状況】



( 5 ) 地域間取引状況に関するまとめ

( 1 ) ~ ( 4 ) で分析した結果をまとめると、最も域内循環型の傾向が強いのが対事業所サービス業であり、これと比較的類似しているのがソフトウェア・情報サービスである。逆に最もグローバル取引が活発なのが卸・小売業・商社であり、製造業は国内での地域間取引が最も活発であるという業種別の特徴が確認できる。

また、関東と東京、近畿と大阪は特にサービス業系において緊密な取引関係があることも確認できる。

### 第3章 企業・産業力の地域別イメージに関する経営者層の認識

ここでは、第1章で示した属性を有する経営者層が、第2章で分析したような企業間取引経験を積み重ねることで、全国各地の企業が提供する製品・サービスなどを通じて、各地域の企業や産業力に関して、どのようなイメージを抱いているかを調査・分析する。

#### 1. 企業が有する技術、製品・サービス、人材などの地域産業力に関する経営者層の評価

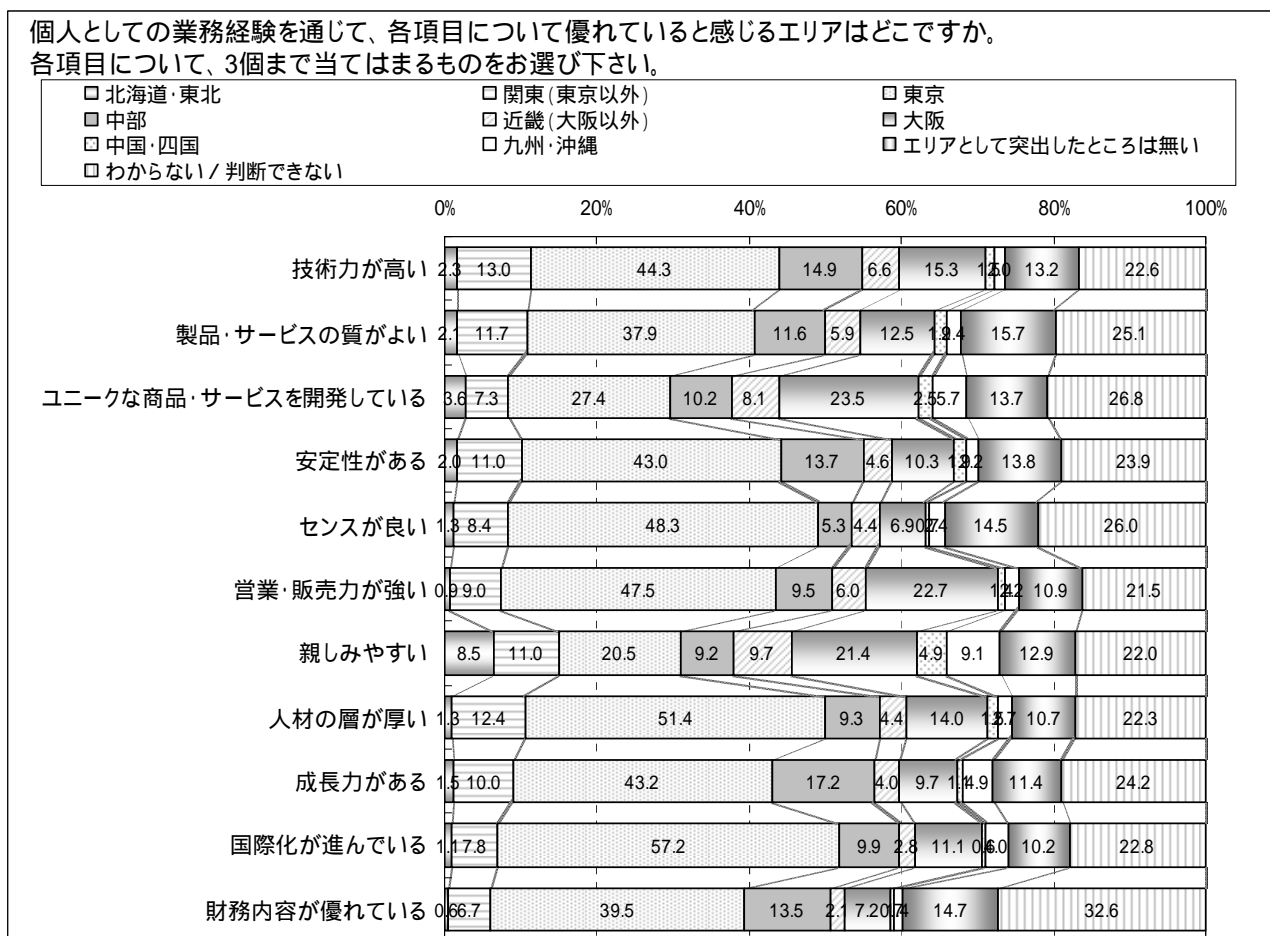
##### (1) 全国各地域に対する評価

地域の産業力を構成する要素として、技術力など11項目を設定し、各項目について全国8エリアの中から上位3位以内に位置している地域として経営者層が評価しているところを選出してもらった。評価項目としては下記の11項目を設定した。

- 1) 技術力    2) 製品・サービスの質    3) ユニークな商品・サービスの開発
- 4) 安定性    5) センスの良さ    6) 営業・販売力    7) 親しみやすさ
- 8) 人材の層の厚さ    9) 成長力    10) 国際化の進展    11) 財務内容の良さ

この結果が図-3.1である。これによれば、上記11項目にほぼ共通して言えることは、“わからない”が全項目について2~3割あり、“突出したエリアは無い”が1割強あるものの、それ以外では、おおむね東京 大阪 中部 関東 近畿の順となっており、その他の地方圏はほとんどの項目に関して5%以下である。これは回答者のビジネス経験エリアの分布と同じく、地方圏の回答者が少ないことも関係していると考えられる。

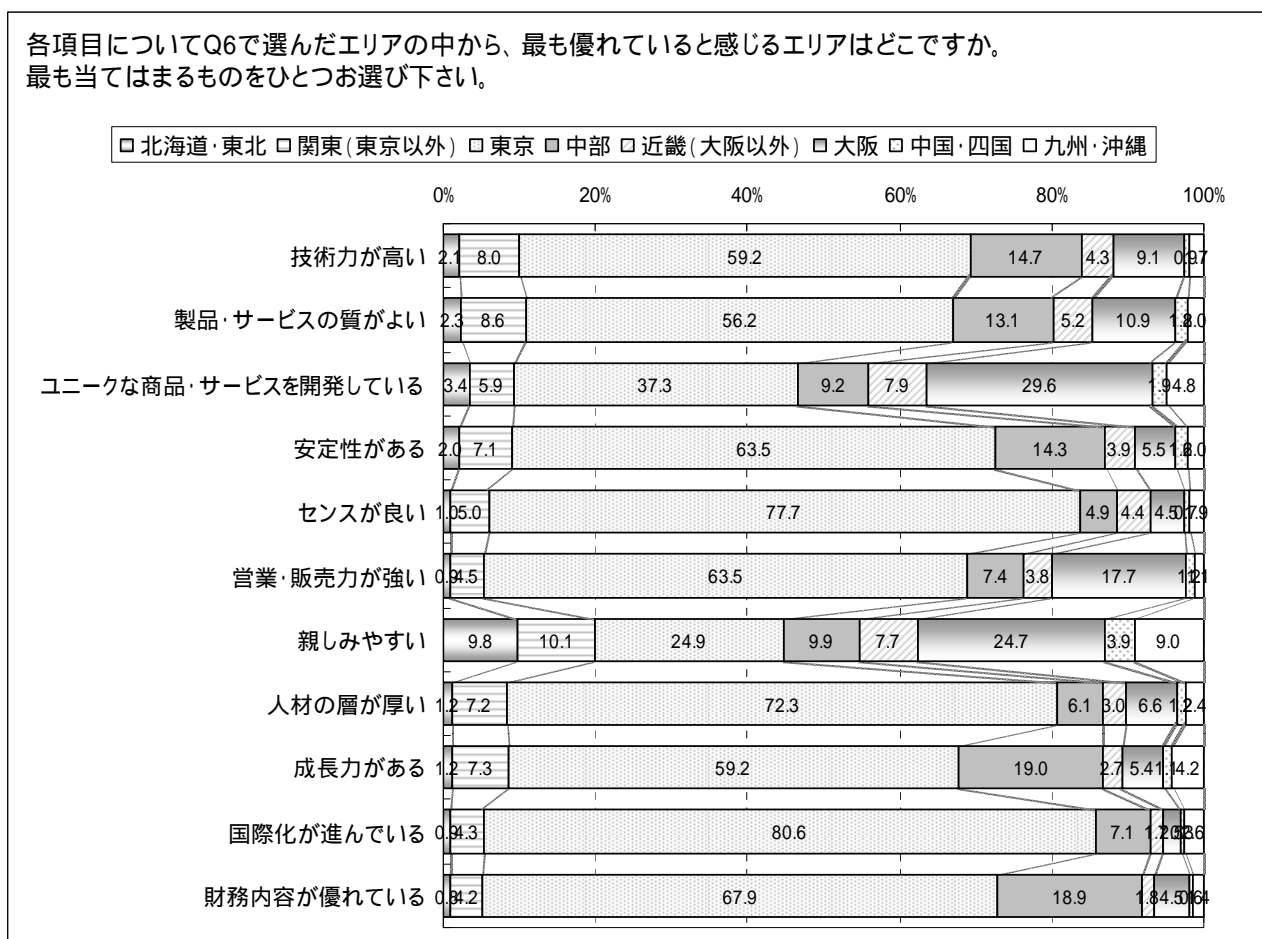
【図-3.1 技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価(上位3地域以内)】



項目別にみて、東京 大阪 中部とは異なる順序になっているものを挙げると、まずは「親しみやすい」があり、トップが大阪となっていると同時に名古屋は第5位に低迷している。同様に「ユニークな商品・サービスを開発している」も大阪が東京のシェアに接近している。また、「安定性がある」と「成長力がある」では第2位が名古屋、第3位が関東となっており、大阪は第4位に甘んずる結果となっている。また、「財務内容が優れている」についても名古屋が第2位となっている。「センスが良い」に関しては第2位が関東となっている。

次に、これら 11 項目について、「突出したエリアは無い」あるいは「わからない」と回答した人を除いて、かつ、最も優れていると感じるエリアのみを聞いた設問に関する結果を図 - 3 . 2 に示す。これによれば、図 - 3 . 1 と類似の傾向を示しているものの、より端的に項目による差異やエリアの特徴を表現する結果となっている。

【図 - 3 . 2 技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価（最上位地域）】



具体的には、東京は全 11 項目についてトップであり、言わば優等生ではあるが、他地域を圧倒的に凌駕するような項目とさほどではない項目があることがわかる。前者に関して、圧倒的にシェアの高い順に項目をあげると、「国際化が進んでいる」: 80.6%、「センスが良い」: 77.7%、「材の層が厚い」: 72.3%の 3 項目であり、関東の回答者割合の約 2 倍の比率となっており、第 2 位は 10% 未満に過ぎない。

大阪について総じて言えば、「親しみやすい」と「ユニークな商品・サービスを開発している」では東京に遜色はない水準にあるが、逆に、「財務内容が優れている」、「安定性がある」、「成長力があ

る、「製品・サービスの質がよい」、「技術力が高い」、「センスが良い」、および「国際化が進んでいる」では名古屋の後塵を拝しており、図 - 3 . 1 と比較して、トップとして選ばれる項目が少ないことがわかる。

図 - 3 . 1、図 - 3 . 2 の分析結果は、回答者の地域分布の影響が多少なりとも反映されていると考えられることから、その影響を除去するため、それらの評価割合を回答者の地域構成割合で除することにより比較したのが図 - 3 . 3 であり、折れ線グラフの倍率（特化係数）がその値を示している。

この結果において特化係数に着目して考察すると、下記のような整理ができる。

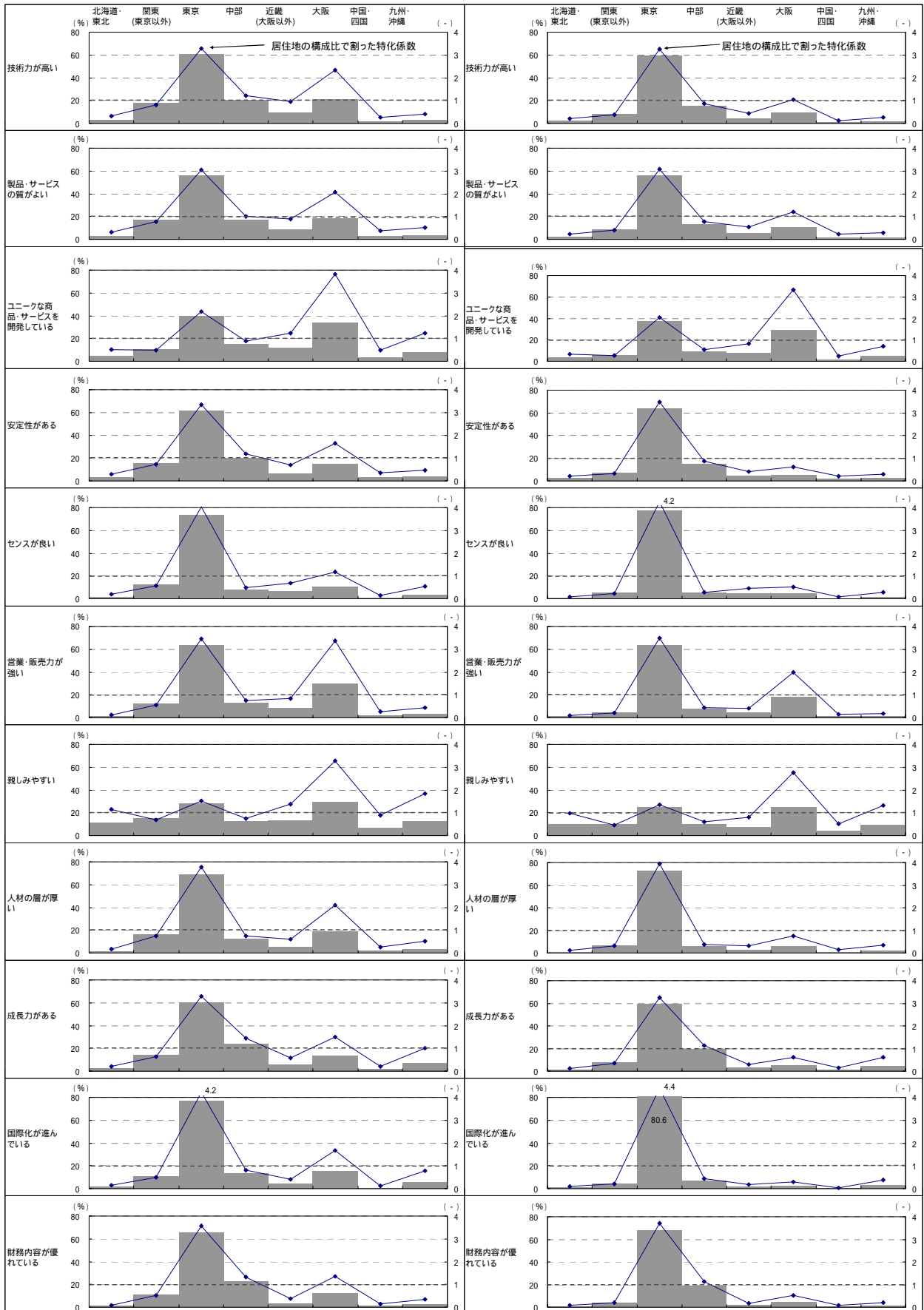
【表 - 3 . 1 技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価とその特化係数】

パターン	ほぼ共通する特徴	該当項目
大阪優位	最上位や上位3位として指摘される特化係数が東京をはるかに上回る項目	「ユニークな商品・サービスを開発している」、「親しみやすい」
大阪健闘	最上位や上位3位として指摘される特化係数が東京と同程度かやや下回る項目	「営業・販売力が強い」
大阪水準以上	上位3位として指摘される特化係数が2前後と高いが、最上位では1前後の項目	「技術力が高い」、「製品・サービスの質がよい」、「人材の層が厚い」
大阪水準並	上位3位として指摘される特化係数が1以上であるが、最上位では1以下の項目	「安定性がある」、「センスが良い」、「成長力がある」、「財務内容が優れている」
大阪水準以下	上位3位として指摘される特化係数が1以上であるが、最上位では0.5以下の項目	「国際化が進んでいる」

【図 - 3.3 技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価とその特化係数】

<上位3位としての指摘地域>

<最上位としての指摘地域>



(2) 大阪の評価が高い項目に関する再考察

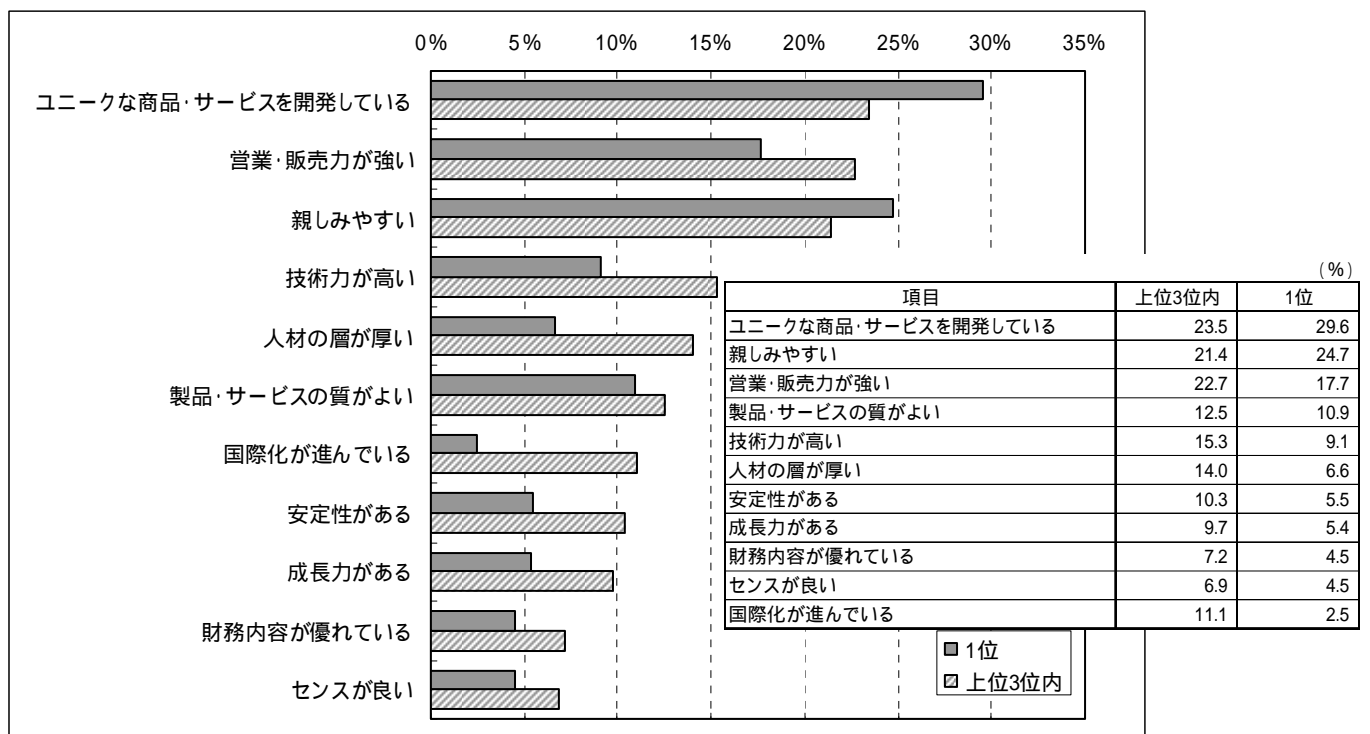
図 - 3 . 1 で大阪が上位 3 位内に評価された項目をみると「ユニークな商品・サービスを開発している」: 481 件 (23.5%) が最も多くなっており、以下、「営業・販売力が強い」: 466 件 (22.7%)、「親しみやすい」: 438 件 (21.4%) までの 3 項目が近畿地方の回答者割合: 18.5% 以上となっており、相対的に評価が高いと言える。以下、「技術力が高い」314 件 (15.3%)、「人材の層が厚い」288 件 (14.0%)、「製品・サービスの質がよい」257 件 (12.5%) と続いている。

また、図 - 3 . 2 で最も優れていると感じるエリアとして大阪が評価されたのは、「ユニークな商品・サービスを開発している」: 361 件 (29.6%) で、以下「親しみやすい」329 件 (24.7%)、「営業・販売力が強い」245 件 (17.7%) となっており、近畿の回答者割合とほぼ同等以上である。以下、「製品・サービスの質がよい」132 件 (10.9%)、「技術力が高い」120 件 (9.1%)、「人材の層が厚い」91 件 (6.6%) と続いている。

このように、質問によって大阪への高評価の順序が多少変わってくることから、大阪を評価した割合 (%) を軸として、対比したのが図 - 3 . 4 である。この図を見ると、殆どの項目は上位 3 位以内の割合の方が最上位の割合よりも高くなっているが、「ユニークな商品・サービスを開発している」と「親しみやすい」の 2 つに関しては、逆となっている。このことから、大阪の企業や従業員の最もシンボリックな特徴はこの 2 項目にあると言える。また、「製品・サービスの質がよい」に関しても割合は接近している。よって、総合的にみて大阪の評価が高い項目を 5 つ挙げるとすれば、上記 2 つに加えて「営業・販売力が強い」、「製品・サービスの質がよい」、「技術力が高い」となる。

逆に、大阪への評価が低い項目としては、「国際化が進んでいる」、「センスが良い」、「財務内容が優れている」、「成長力がある」および「安定性がある」の 5 つであり、いずれも“最も優れている地域”としての割合は中部に劣っており、6% 未満に過ぎない。特に大阪が最も「国際化が進んでいる」とする回答者は“九州・沖縄”にも劣る 2.5% に過ぎず、大阪港や関西空港が間近にあることからすれば、低すぎる評価結果と言えよう。

【図 - 3 . 4 技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する大阪への評価】

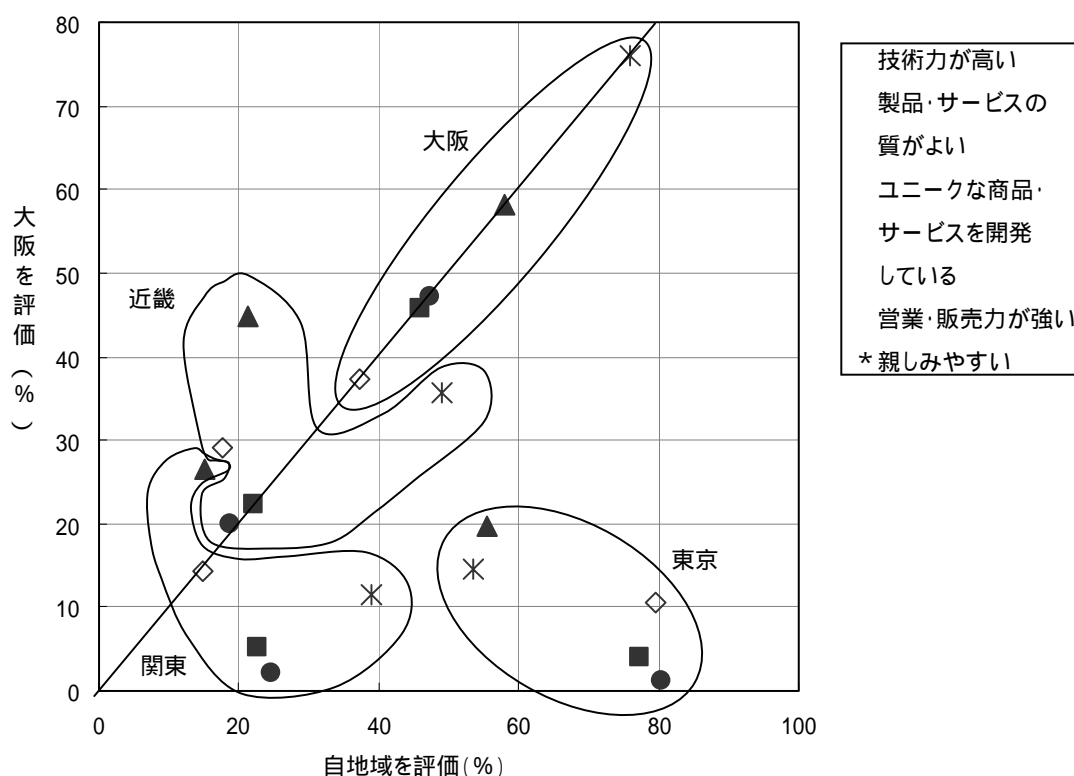


(3) 大阪の評価が高い5項目と社会人経験エリアの関係性

(2)で分析したように、大阪が高評価を得ている5項目に関して、“最も優れている地域”を尋ねた結果について、回答者の主たる社会人経験エリアによって傾向に差異があるかどうかを分析する。具体的には社会人経験を積んだ地域のうち、東京、関東（東京以外）、大阪、近畿（大阪以外）の4エリアのいずれかが6割以上である回答者を抽出・グルーピングし、4つのグループ別に、5項目のそれぞれについて最も優れている地域に関する回答を集計し、自らの地域が最も優れているとする割合をX軸に、大阪が最も優れているとする割合をY軸にとってグラフ化した結果が図-3.5である。

この図において、社会人経験エリアごとに比較すると面白い特徴がみられる。すなわち、近畿と関東の回答者は、各項目で大阪を評価する割合が20%程度格差があるものの相似的な分布となっており、ともに、自地域に“親しみ”を感じつつ、大阪の“ユニークな開発”力を評価している。大阪の回答者は自地域への“親しみ”が突出して高く、次いで“ユニークな開発”力の評価が高いが、“営業・販売力”に関しては近畿の回答者が大阪を評価している水準よりも8%高いに過ぎず、“営業・販売力”に関して大阪を過小評価している傾向があると言えそうである。また、東京の回答者の傾向を見ても、“ユニークな開発”力と“親しみ”に関しては大阪の評価が高くなっている。

【図-3.5 社会人経験エリア別にみた“最も優れているエリア”としての「大阪」と「自地域」の比較】



注：ここでのエリア別とは「あなたが社会人経験を積まれた年月を以下の地域別にわけると、およそどのような割合になりますか」という設問で、各エリアの割合が単独で6割以上となっている回答者のエリアで定義。各該当者数は大阪：193、近畿：152、東京：486、関東：281。

## 2. 大阪企業の人材に対する評価

### (1) 大阪企業の人材イメージに対する印象・妥当性

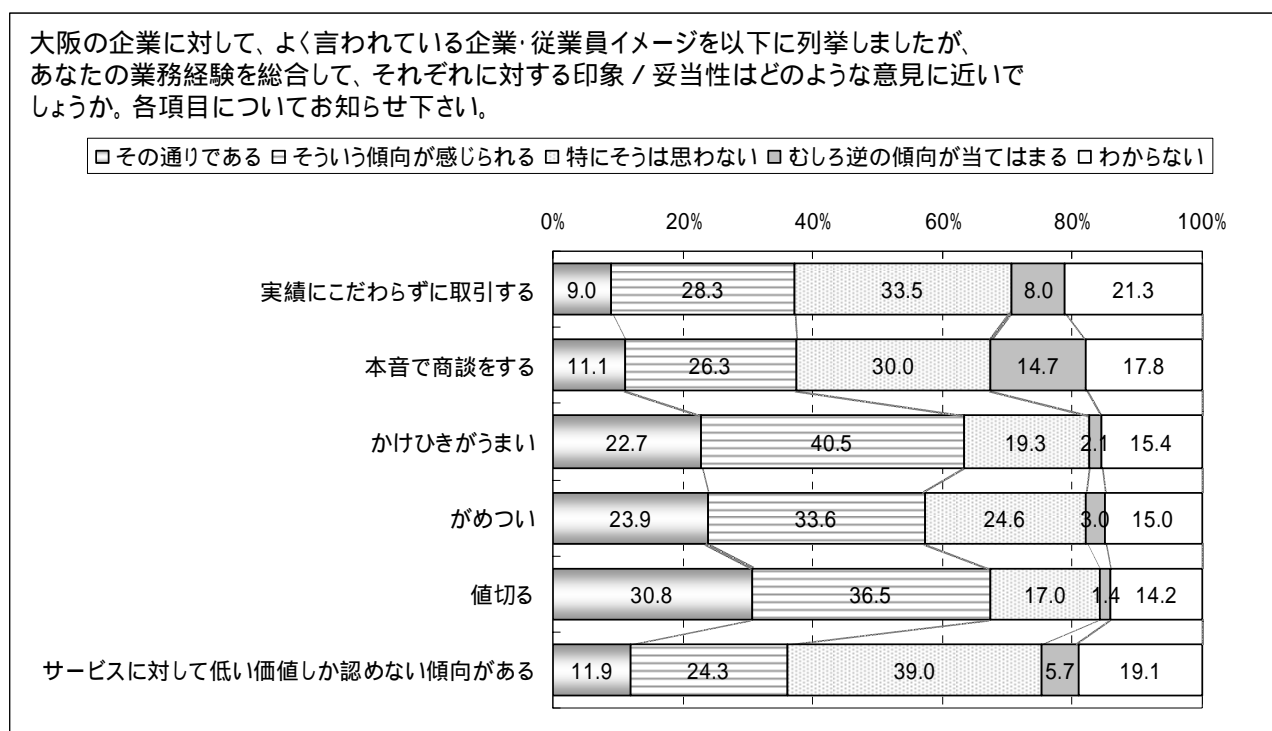
大阪の企業に対して、一般によく言われている企業・従業員の具体的なイメージとして6つ(「実績にこだわらずに取引する」、「本音で商談をする」、「かけひきがうまい」、「がめつい」、「値切る」、「サービスに対して低い価値しか認めない傾向がある」)をとりあげて、それぞれに対する印象/妥当性が回答者の業務経験を総合してどの程度当てはまるかを尋ねたところ、図-3.6のような結果となった。

第1位は「値切る」イメージであり、“その通りである”: 632件(30.8%) “そういう傾向が感じられる”: 748件(36.5%)を合わせると、2/3以上の回答者が肯定的な評価をしている。逆に、“特にそうは思わない”は349件(17%)で6項目中最小の肯定割合となっている。

第2位は「かけひきがうまい」イメージであり、“その通りである”: 466件(22.7%) “そういう傾向が感じられる”: 831件(40.5%)を合わせると、2/3近い肯定割合となっている。ただし、“その通りである”と断定する人の割合だけをみると、次の「がめつい」よりも少ない。

第3位が「がめつい」イメージであり、“その通りである”: 489件(23.9%) “そういう傾向が感じられる”: 688件(33.6%)を合わせると肯定派は6割近くとなる。他方、“特にそうは思わない”は505件(24.6%)と増え、“むしろ逆の傾向が当てはまる”も加味すると、肯定派 VS 否定派はおよそ2:1にまで縮まってくる。

【図-3.6 大阪企業の人材イメージに対する印象・妥当性】



以上3つのイメージまでが、肯定派の方が否定派を2倍以上多い評価となっている。これら以外の3つのイメージ(「サービスに対して低い価値しか認めない傾向がある」、「本音で商談する」、「実績にこだわらずに取引する」)は否定派の方がやや多い結果となっているものの、肯定派は4割近くあり、“わからない”を除くと、ほぼ半々に近く、あながち該当しないわけではないと解釈することができよう。

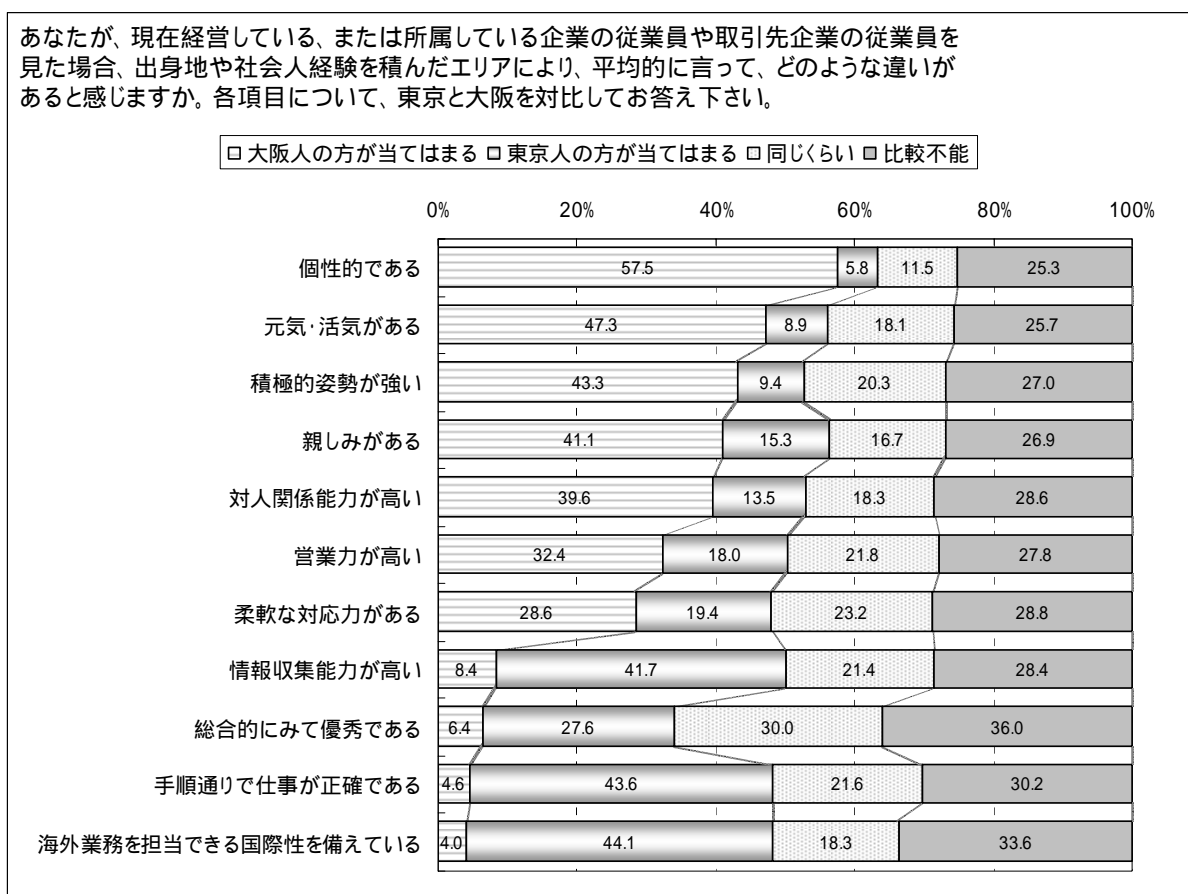
(2) 大阪人と東京人のビジネススキル等に対するイメージ

回答者に対して、これまでのビジネス経験等を踏まえ（現在経営している、または所属している企業の従業員や取引先企業の従業員を振り返って見た場合）出身地や社会人経験を積んだ主要エリアが東京の人と大阪の人では、様々なビジネススキル等に関して、平均的にどのような違いがあると感じているかを、10項目と総合評価について尋ねたところ、図-3.7に示すようにスキルによって異なる評価結果になることが判明した。

具体的にみると、“大阪人の方が当てはまる”と評価されたものとしては、「個性的である」1,179件(57.5%)が最も多く全体の6割近くが評価している。続いて「元気・活気がある」970件(47.3%)、「積極的姿勢が強い」887件(43.3%)、「親しみがある」842件(41.1%)、「対人関係能力が高い」811件(39.6%)、「営業力が高い」664件(32.4%)となっている。これら6項目は“東京人の方が当てはまる”とする割合の10倍～2倍程度であり、大阪人のスキルの高さを示している。

一方で、“東京人の方が当てはまる”と評価されたものは、「海外業務を担当できる国際性を備えている」905件(44.1%)、次に「手順通りで仕事が正確である」893件(43.6%)、「情報収集能力が高い」855件(41.7%)の3つが圧倒的優位を誇っている。

【図-3.7 出身地や社会人経験を積んだエリアによる大阪人と東京人の違い】



しかしながら、“総合的にみて優秀である”のは“東京人”：27.6%に対して、“大阪人”：6.4%に過ぎず、4倍も“東京人”の方で多くなっており、このことから逆に、現代サラリーマン社会に求められているスキルとしては、「仕事の正確性」や「情報収集能力」、および「国際性」といったところの方が重要であることを示唆しているとも解釈できる。

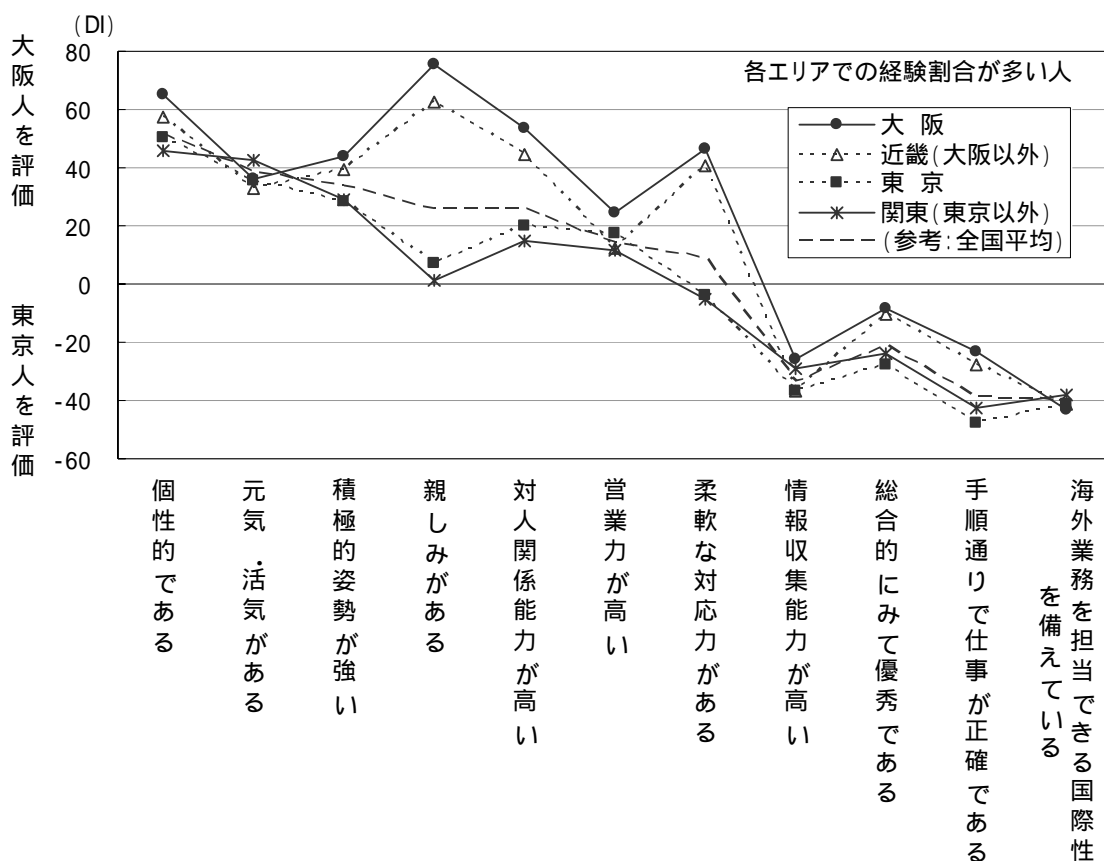
(3) ビジネススキル等に対する評価と社会人経験エリアの関係性

(2) で分析したビジネススキル等に関する評価について、回答者の主たる社会人経験エリア別に分けて集計すると、エリアを問わず評価が一致する項目とエリアによって見方がやや異なる項目とに分かれてくる。

図 - 3.8、表 - 3.2 がその分析結果であるが、まず、前者に関して具体的にみると、“大阪人”が「個性的」で「元気・活気があり」、「積極的姿勢」が強く「営業力が高い」ことは、東西の経営者層が共通して認める“大阪人”のスキルの高さと言える。他方で、「国際性」や「情報収集能力」および「仕事の正確性」といったスキルに関しては大阪・近畿の経営者層も“東京人”に軍配を上げるスキルであると言える。

また、東西の経営者層で見方が大きく異なっているスキルとしては、「親しみがある」と「柔軟な対応力がある」の2つである。これら項目は大阪の経営者層ではDIがいずれも45以上であるのに対して、東京の経営者層のDIはいずれも10未満で中立的である。また、「対人関係能力が高い」は東京の経営者層もある程度は大阪人を評価しているが、大阪の経営者層は第3位のDIとなっており、大阪人が得意とするスキルと考えている。

【図 - 3.8 出身地や社会人経験を積んだエリアによる大阪人と東京人に対する評価】  
〔DI = 大阪人評価% - 東京人評価%〕



【表 - 3 . 2 出身地や社会人経験を積んだエリアによる大阪人と東京人の違い】

	関東(東京以外)			東京			近畿(大阪以外)			大阪			(参考:全国平均)		
	大阪	東京	DI	大阪	東京	DI	大阪	東京	DI	大阪	東京	DI	大阪	東京	DI
個性的である	54	8	46	58	7	51	61	4	57	70	5	65	58	6	52
元気・活気がある	50	7	43	45	9	36	45	12	33	51	15	36	47	9	38
積極的姿勢が強い	40	11	29	40	12	29	48	9	39	53	9	44	43	9	34
親しみがある	27	25	1	31	24	7	66	3	63	78	2	76	41	15	26
対人関係能力が高い	31	17	15	37	17	20	53	8	45	59	6	53	40	14	26
営業力が高い	30	19	11	34	16	17	33	20	13	44	19	24	32	18	14
柔軟な対応力がある	20	25	-5	21	25	-4	51	11	41	54	8	47	29	19	9
情報収集能力が高い	9	38	-29	7	44	-37	9	46	-37	18	44	-26	8	42	-33
総合的にみて優秀である	5	29	-24	5	32	-28	11	22	-11	19	27	-8	6	28	-21
手順通りで仕事が正確である	3	45	-42	2	50	-48	12	39	-28	14	37	-23	5	44	-39
海外業務を担当できる国際性を備えている	5	43	-38	4	46	-42	4	45	-41	9	52	-44	4	44	-40

注：ここでのエリア別とは「あなたが社会人経験（学校・大学を卒業・修了後）を積まれた年月を以下の地域別にわけると、およそどのような割合になりますか」という設問で、各エリアの割合が単独で6割以上となっている回答者のエリアで定義。各該当者数は大阪：193、近畿：152、東京：486、関東：281。

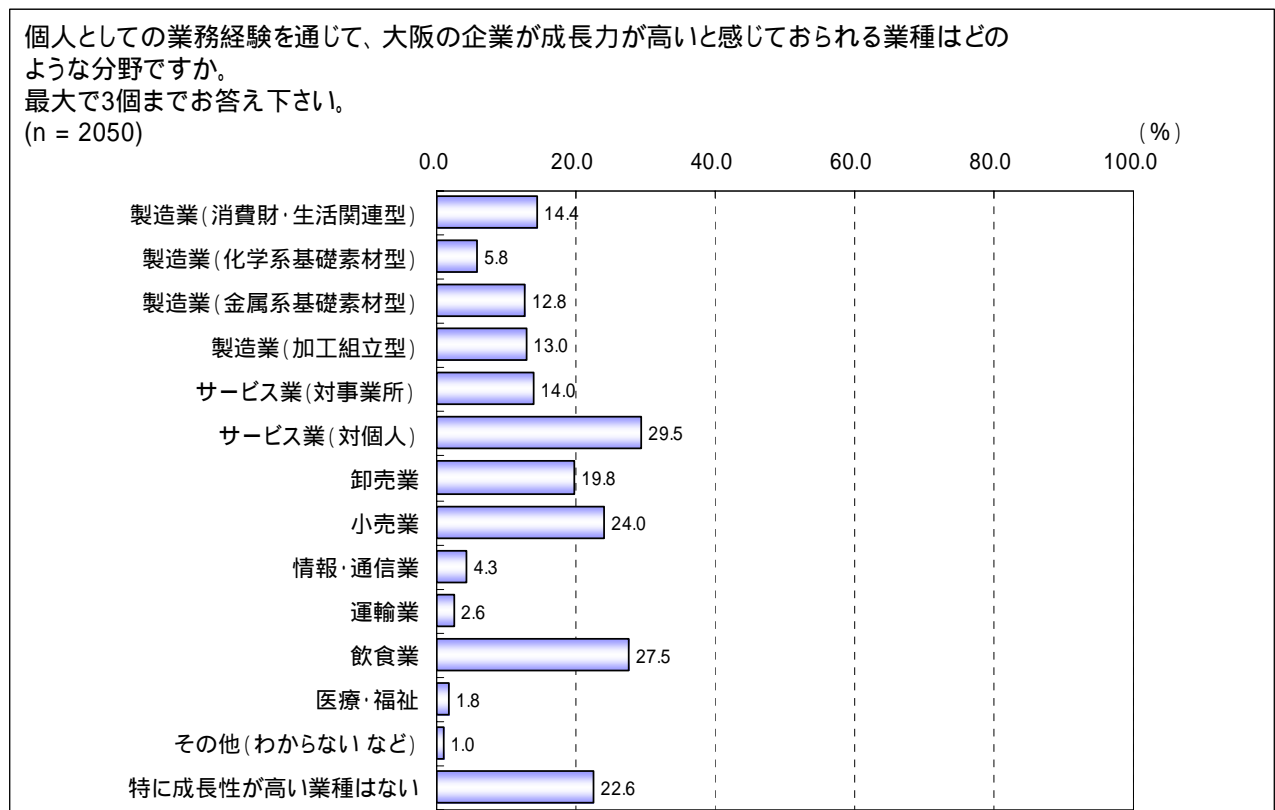
以上の結果を総合すると、大阪人のもつ「個性的」で「元気・活気があり」、「積極的姿勢」が強く、高い「対人関係能力」と「営業力」などのスキル/ポテンシャルを遺憾なく発揮して、大阪・近畿、そして日本の産業・経済の活性化に寄与することが期待される。

### 3. 大阪の有望産業に対する評価

#### (1) 大阪の企業が高い成長力を有すると感じる業種（複数回答）

大阪の企業が高い成長力を有していると感じる業種を尋ねたところ、図 - 3.9 に示すように、「対個人サービス業」604 件（29.5%）が最も評価され、以下「飲食業」564 件（27.5%）、「小売業」492 件（24.0%）、「卸売業」405 件（19.8%）の順となっている。また、22.6%の人が「特に成長性が高い業種はない」としている。「製造業」については多いものでも 10% 台前半に過ぎず、全般に評価は低い。特に、最も集積している分野の 1 つである「化学系基礎素材」については 5.8% と極端に低くなっており、実態と評価で食い違いがみられる結果となっている。

【図 - 3.9 大阪の企業で成長性が高いと思われる業種に対する評価】



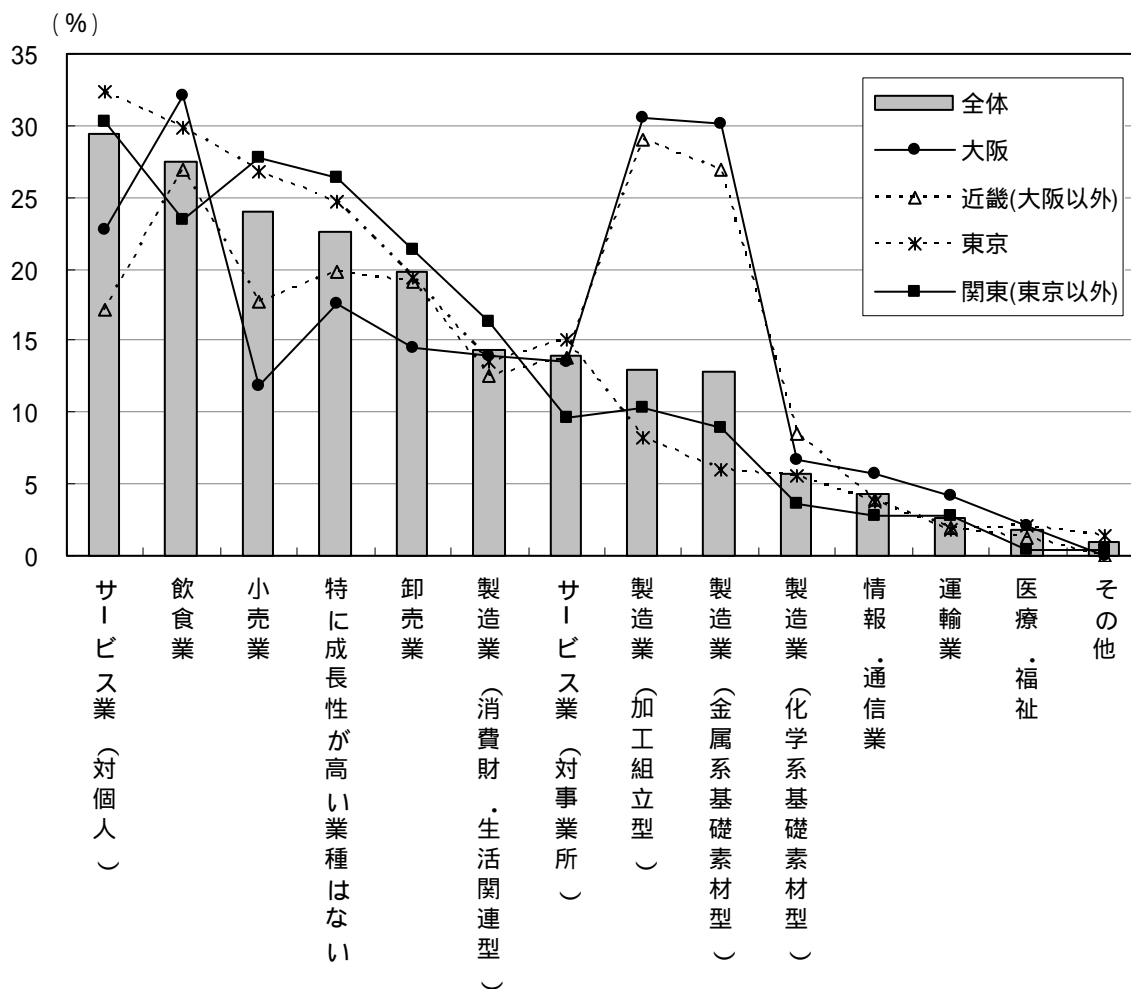
(2) 大阪企業の成長業種に関する評価と社会人経験エリアの関係性

(1) で分析した大阪企業の成長業種に関する評価について、回答者の主たる社会人経験エリア別に集計すると、大阪の成長力が高い産業に関しても、2.(3)と同様に、エリアを問わず評価が一致する項目とエリアによって見方が異なる項目とに分かれてくる(図-3.10)。

前者に関しては「飲食業」が代表的であり、東西の経営者層が共通して大阪の成長力を評価している。しかし、それ以外の成長業種に関しては、社会人経験エリアによって評価が異なるものが多い。具体的には、「対個人サービス業」や「小売業」では、東京や関東での経験が多い経営者層の方がむしろ大阪企業の成長力を高く評価していることがわかる。他方、「製造業」のうち、加工組立型や金属系基礎素材型の業種に関しては、東京・関東の評価は10%以下と低いものの、大阪・近畿の経営者の評価は30%前後と最も高い水準にある。

こうした東西の経営者の認識ギャップの原因は、遠方には漠然としたイメージとしてしか情報伝達されないのに対して、近隣エリア内では実態に近い情報が浸透していることによるものと考えられる。

【図-3.10 大阪企業で成長力が高いと思われる業種に対する社会人経験エリア別評価】



## 第4章 大阪の都市イメージに関する経営者層の認識

ここでは、経営者層が大阪に対してどのような都市イメージを抱いているかに関する、いくつかの観点からの質問について調査・分析し、経営者層の認識を明らかにする。

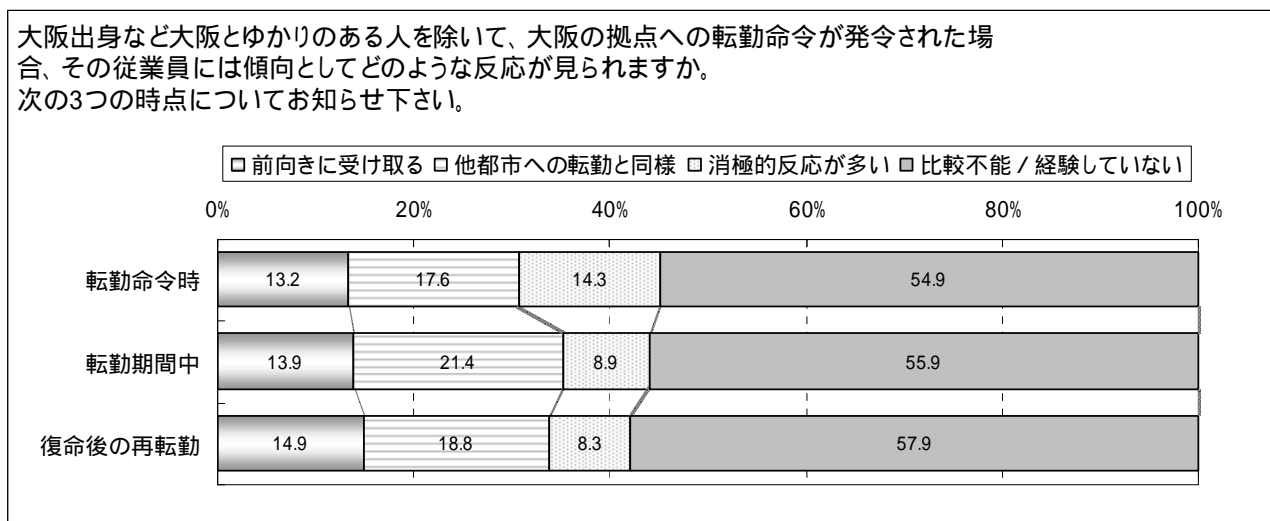
### 1. 大阪に関する情報の認知状況と従業員の評価

#### (1) 大阪への転勤命令が発令された場合の従業員の反応傾向

大阪出身など大阪とゆかりのある人を除いて、大阪への転勤命令を受けた従業員がどのような反応をする傾向があるかについて、経営者の経験を通じた見方は、半数強の「比較不能／経験していない」を除外して、「他都市への転勤と同様」である割合が4～5割と多いが、転勤命令時の反応では多少「消極的反応が多い」結果となっている(図-4.1)。しかし、実際に転勤している期間での反応をみると「前向きに受け取る」割合の方が上回っており、さらに、再度の転勤命令時では「前向きに受け取る」割合は「消極的反応が多い」の1.8倍にも達している。

こうした結果より、大阪にゆかりのない人は大阪に対する都市イメージがネガティブであることが多いためか、転勤命令時では嫌がる傾向がやや強いものの、転勤して実態としての大阪を経験することで、誤ったイメージを払拭して大阪の良さを認識し、その結果、復命後の再度の大阪転勤ではむしろポジティブに受け取る人が多くなるというパターンが想定できる。

【図-4.1 大阪への転勤命令が発令された場合の従業員の反応傾向】



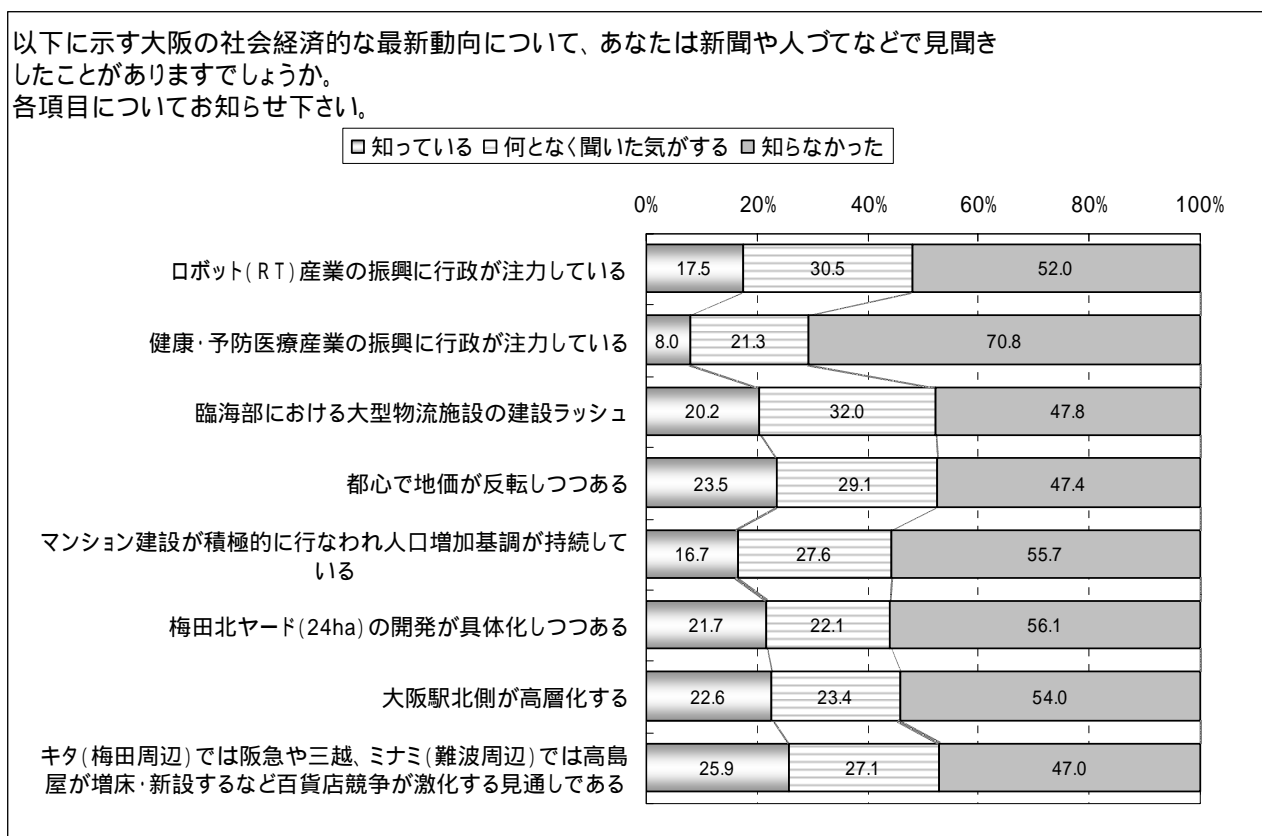
(2) 大阪の社会経済的な最新動向に関する認知度

大阪の社会経済的な最新動向について、経営者層がどの程度認知しているかについての質問では、いずれについてもほぼ半数が“知らなかった”とトップを占めているが、大阪・近畿の経営者層の割合が2割弱であることを考慮すると、他地域の経営者層の4～5割には認知されているものと推察される(図-4.2)。

認知度が比較的高いものから言えば、「キタでは阪急や三越、ミナミでは高島屋が増床・新設するなど百貨店競争が激化する見通しである」が最高に知られており、25.9%の人が“知っている”と答え、“何となく聞いた気がする”を合わせると認知度は53%となる。以下、「都心で地価が反転しつつある」、「臨海部における大型他物流施設の建設ラッシュ」、「大阪駅北側が高層化する」、「梅田北ヤード開発が具体化しつつある」といった最新動向の認知度が高くなっている。

一方で、「健康・予防医療産業の振興に行政が注力している」については“知っている”が8%に過ぎず、“何となく聞いた気がする”(21.3%)を合わせても認知度は3割を切っており低い。もうひとつの「ロボット産業振興」についての認知度は全体でほぼ半数に達しており、よく知られていると言える。

【図-4.2 大阪の社会経済的な最新動向に関する認知度】

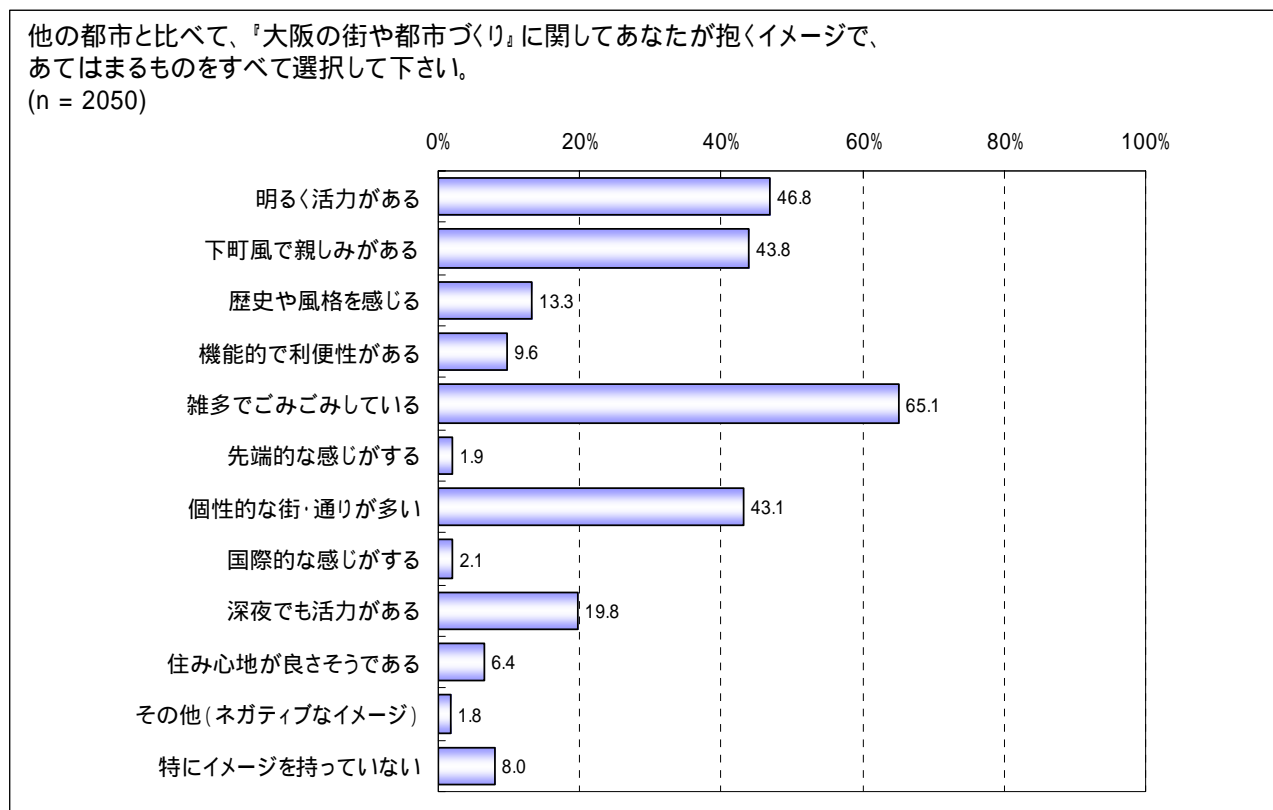


## 2. 経営者層が大阪に対して抱いている都市機能や都市イメージ

### (1) 他の都市と比べて『大阪の街や都市づくり』に関して抱くイメージ

経営者層の方が、他都市と比べて『大阪の街や都市づくり』に関してどのようなイメージを抱いているかを質問した結果をみると、「雑多でごみごみしている」が飛び抜けて高く（65.1%）、否定的イメージが突出している（図 - 4.3）。次に、「明るく活力がある」、「下町風で親しみがある」、および「個性的な街・通りが多い」などの肯定的イメージが45%前後でほぼ同水準となっている。第5位以下は2割弱と少数派であり、「先端的な感じがする」や「国際的な感じがする」は2%と極めて少数である。

【図 - 4.3 『大阪の街や都市づくり』に関して抱くイメージ】



(2) ビジネス機能面からみて大阪市が今後、強化・充実を図るべき都市機能とは

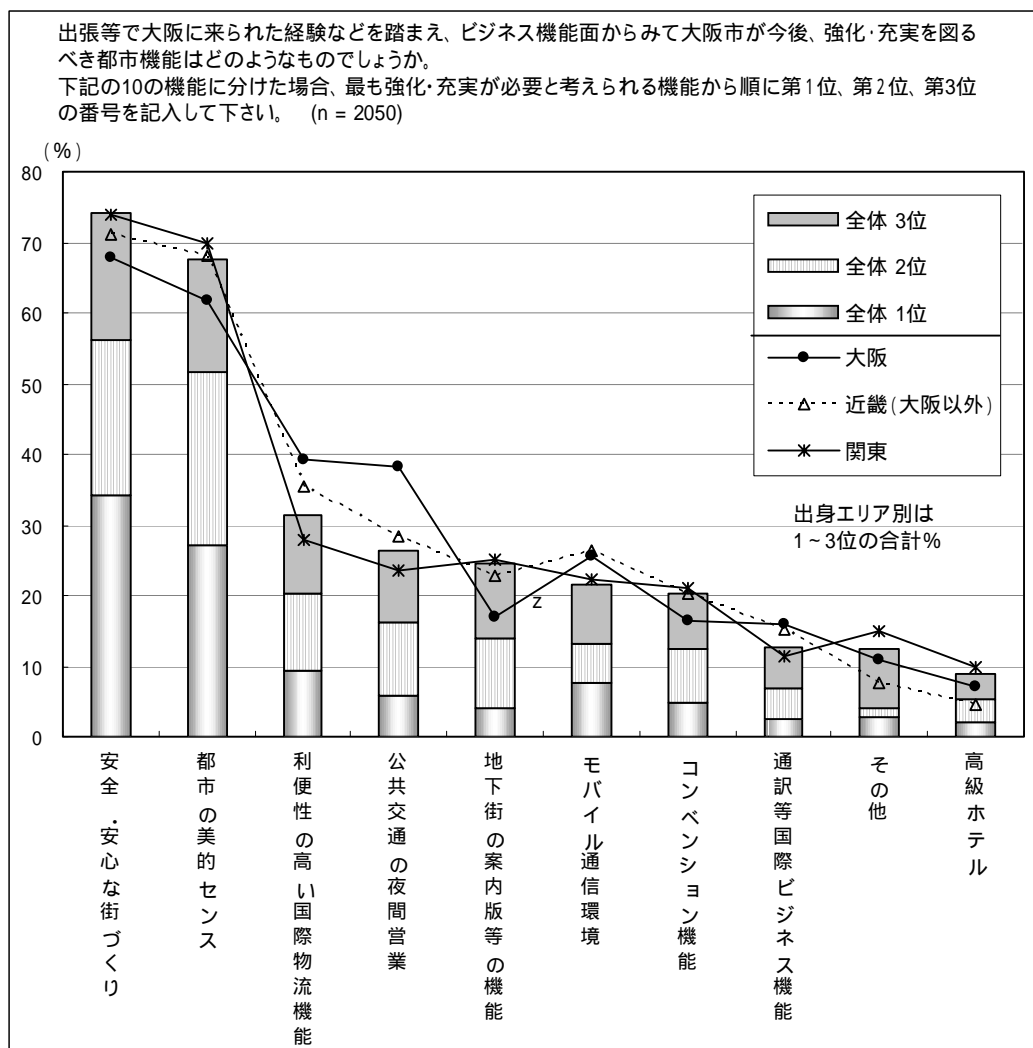
(1)では経営者層が抱いている都市イメージを把握した。これを踏まえつつ、大都市には様々なビジネス機能が整っていることが重要であるとの観点から、大阪市で今後、強化・充実を図るべき都市機能を経営者層がどのように捉えているかについて質問した。この結果をみると、「安全・安心な街づくり」を第1位に指摘する割合が34.2%に達しており最多である(図-4.4)。次に、「都市の美的センス」(同27.2%)が続いており、この2つが突出して高くなっている。第2位、第3位の優先順位でも多く指摘されており、この2つの機能改善の必要性は極めて高いと言える。

「安全・安心な街づくり」が突出して高くなっている背景には、大阪府のひたくり(認知)件数は6年間で半減したとはいえ、31年間連続で全国トップであることがマスコミ等で報じられていることが影響していると考えられ、「都市の美的センス」についても“大阪は汚い”と前から指摘されていたことから、納得できる結果であるとともに、改善が急務と言える。

総合的にみて第3番目以下のものをみると、「利便性の高い国際物流機能」などの個別の都市機能が並んでおり、上位2つが言わばネガティブな側面を総合的にあらわす都市機能であることと好対照となっている。

なお、出身エリア別に分析した結果をみても、大阪と近畿(大阪以外)、および関東の経営者層の間に大きな違いはない。

【図-4.4 ビジネス機能面からみて大阪市が今後、強化・充実を図るべき都市機能】

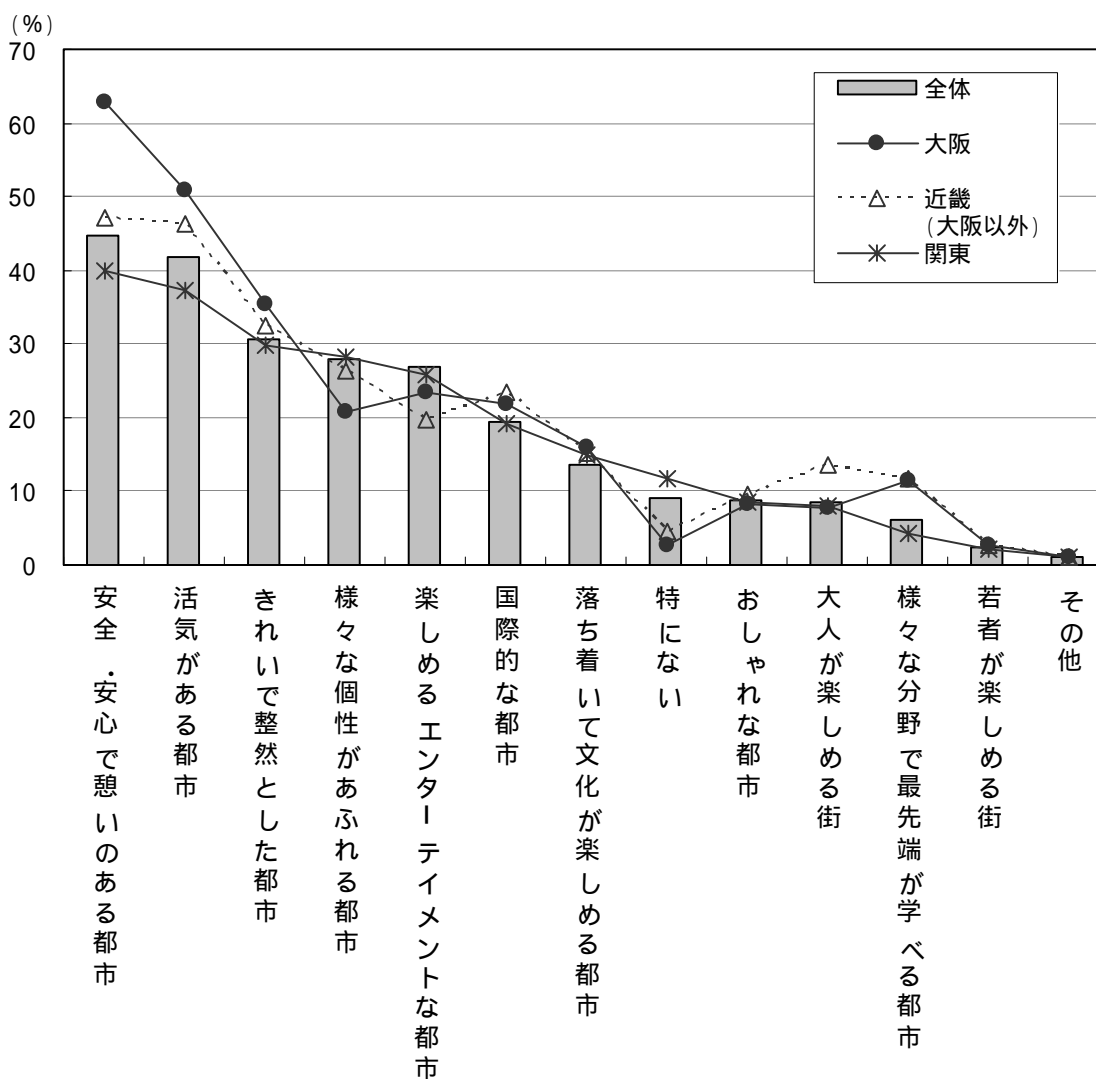


### (3) 希望する大阪の将来像について

経営者層の希望として、大阪が将来どのような都市になって欲しいかを尋ねた結果をみると、第1位が「安全・安心で憩いのある都市」、第2位が「活気がある都市」であり、ともに4割以上の経営者層から大阪の将来像として希望されていることがわかった(図-4.5)。さらに、経営者の出身地別に集計した結果では、「安全・安心で憩いのある都市」への希望は大阪出身者の2/3近くにも達しており、実情を知っている地元経営者層からの切実な望みであることが読み取れる。

第3位以下からは「きれいで整然」、「様々な個性」、「エンターテインメント」、「国際的」などのキーワードが上がっており、こうした将来像は、図-4.3で第1位の「雑多でごみごみ」した街を改善し、図-4.4で第2位の「都市の美的センス」を高める際の具体的な方向性を示唆していると解釈することができよう。また、全体としての希望は少ないものの、大阪の経営者層からの要望で比較的高い観点として、「様々な分野で最先端が学べる都市」が1割以上から希望されている点を指摘しておく。

【図-4.5 希望する大阪の将来像】



## おわりに

本調査は、大阪の経済活性化に重要な役割を担っているのが在阪企業であることを基本認識としつつ、大阪の企業に対して全国の企業がどのように認識されているのかを客観的に調査した報告書がないことから、全国の企業経営者に対してインターネット調査により大阪の企業や従業員、および大都市：大阪に対する認識を調査することで、大阪のポテンシャルを把握するように努めたチャレンジな調査である。

調査手法による限界があることは無論承知しているが、調査結果が指摘している事象は決して的外れではないと確信している。調査結果全般を通じての印象は、巷間言われている通りの結果がある一方で、調査を通じて初めて得られた知見もあったと考えるが、その認識には個人差があることから、読者の判断に任せることとする。ただ、少なくとも大阪の企業・従業員の強みや、大阪市として目指すべき方向性を具体的に確認できたことは成果であり、それとともに大阪の弱みも明らかにすることができたと考える。

したがって、当然ではあるが、在阪企業にとっては強みをさらに活かして、事業展開をステップアップすることが肝要であると同時に、弱みについては自社内で早急に解決できない課題もあると考えられることから、他地域も含めて異業種・同業種企業との連携・提携等も必要に応じて臆することなく推進し、弱点をカバーすることが求められる。

また、行政等にあっては、大阪の街づくりや都市像に関して、大阪・近畿はもとより全国の経営者層から寄せられた客観的認識を冷静に受け止め、大阪市が今後より住みやすく、かつビジネスにとっても優れた都市機能的環境を整備するよう努めることが是非とも期待される。

最後にインターネット調査にご協力いただいた全国の経営者層に謝意を申し上げるとともに、大阪の企業にとっても行政にとっても、本調査が指摘する方向性へ向けてまずは一步を踏み出していただくことを切に祈念して本調査のおわりとする。



## 資料編

---

- 1 . アンケート調査票
- 2 . 集計結果
- 3 . 自由回答の概要

## 1. アンケート調査票

問1 あなたが、現在経営している、または所属している企業・事業所の主要業種は以下のどれですか。

- |                  |                         |
|------------------|-------------------------|
| 1. 建設業           | 6. (主として) 対事業所サービス業     |
| 2. 製造業           | 7. (主として) 対個人サービス業・飲食店  |
| 3. ソフトウェア・情報サービス | 8. その他の第三次産業(出版、マスコミなど) |
| 4. 卸・小売業・商社      | 9. 公務員・各種団体など公的機関       |
| 5. 金融・保険・不動産     | 10. その他【自由記述: _____】    |

問2 あなたが、現在経営している、または所属している企業・事業所の従業員規模は以下のどれですか。

- |           |            |
|-----------|------------|
| 1. 10人未満  | 4. 1000人未満 |
| 2. 30人未満  | 5. 1000人以上 |
| 3. 100人未満 |            |

問3 あなたが社会人経験(学校・大学を卒業・修了後)を積まれた年月を以下の地域別にわけると、およそどのような割合になりますか。

割合の合計が10になるようにお答え下さい。

- |             |         |          |         |
|-------------|---------|----------|---------|
| 1. 北海道・東北   | 【    】割 | 6. 大阪    | 【    】割 |
| 2. 関東(東京以外) | 【    】割 | 7. 中国・四国 | 【    】割 |
| 3. 東京       | 【    】割 | 8. 九州・沖縄 | 【    】割 |
| 4. 中部       | 【    】割 | 9. 外国    | 【    】割 |
| 5. 近畿(大阪以外) | 【    】割 |          |         |

問4 あなたの現在の業務に関して、地域別にみた受注・販売額の割合は、およそどのようなようになりますか。  
金額ベースでお考え下さい。

割合の合計が10になるようにお答え下さい。

- |             |         |          |         |
|-------------|---------|----------|---------|
| 1. 北海道・東北   | 【    】割 | 6. 大阪    | 【    】割 |
| 2. 関東(東京以外) | 【    】割 | 7. 中国・四国 | 【    】割 |
| 3. 東京       | 【    】割 | 8. 九州・沖縄 | 【    】割 |
| 4. 中部       | 【    】割 | 9. 外国    | 【    】割 |
| 5. 近畿(大阪以外) | 【    】割 |          |         |

問5 あなたの現在の業務に関して、地域別にみた資材等の調達/仕入先・外部委託先の割合は、およそどのようなようになりますか。

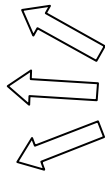
金額ベースでお考え下さい。

割合の合計が10になるようにお答え下さい。

- |             |         |                     |         |
|-------------|---------|---------------------|---------|
| 1. 北海道・東北   | 【    】割 | 7. 中国・四国            | 【    】割 |
| 2. 関東(東京以外) | 【    】割 | 8. 九州・沖縄            | 【    】割 |
| 3. 東京       | 【    】割 | 9. 外国               | 【    】割 |
| 4. 中部       | 【    】割 | 10. 調達/仕入先・外部委託先はない |         |
| 5. 近畿(大阪以外) | 【    】割 |                     |         |
| 6. 大阪       | 【    】割 |                     |         |

問6 個人としての業務経験を通じて、各項目について優れていると感じるエリアはどこですか。  
各項目について、3個まで当てはまるものをお選び下さい。  
また、次の問7では各項目について最も当てはまるエリアをお答え下さい。

1. 技術力が高い
2. 製品・サービスの質がよい
3. ユニークな商品・サービスを開発している
4. 安定性がある
5. センスが良い
6. 営業・販売力が強い
7. 親しみやすい
8. 人材の層が厚い
9. 成長力がある
10. 国際化が進んでいる
11. 財務内容が優れている

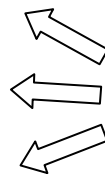


【選択肢】(左記1～11について各々3個まで選択)

1. 北海道・東北	6. 大阪
2. 関東 東京以外	7. 中国・四国
3. 東京	8. 九州・沖縄
4. 中部	9. エリアとして突出したところはない
5. 近畿 大阪以外	10. わからない/判断できない

問7 各項目について問6で選んだエリアの中から、最も優れていると感じるエリアはどこですか。

1. 技術力が高い
2. 製品・サービスの質がよい
3. ユニークな商品・サービスを開発している
4. 安定性がある
5. センスが良い
6. 営業・販売力が強い
7. 親しみやすい
8. 人材の層が厚い
9. 成長力がある
10. 国際化が進んでいる
11. 財務内容が優れている

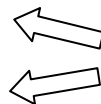


【選択肢】(左記1～11について各々1個だけ選択)

1. 北海道・東北	6. 大阪
2. 関東 東京以外	7. 中国・四国
3. 東京	8. 九州・沖縄
4. 中部	9. エリアとして突出したところはない
5. 近畿 大阪以外	10. わからない/判断できない

問8 大阪の企業に対して、よく言われている企業・従業員イメージを以下に列挙しましたが、あなたの業務経験を総合して、それぞれに対する印象/妥当性はどのような意見に近いでしょうか。

1. 実績にこだわらずに取引する
2. 本音で商談をする
3. かけひきがうまい
4. がめつい
5. 値切る
6. サービスに対して低い価値しか認めない傾向がある



【選択肢】(左記1～6について各々1個だけ選択)

1. その通りである
2. そういう傾向が感じられる
3. 特にそうは思わない
4. むしろ逆の傾向が当てはまる
5. わからない

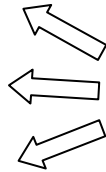
問9 個人としての業務経験を通じて、大阪の企業が成長力が高いと感じておられる業種はどのような分野ですか。

最大で3個までお答え下さい。

- |                   |  |
|-------------------|--|
| 1. 製造業(消費財・生活関連型) | 8. 小売業   |
| 2. 製造業(化学系基礎素材型)  | 9. 情報・通信業  |
| 3. 製造業(金属系基礎素材型)  | 10. 運輸業  |
| 4. 製造業(加工組立型)     | 11. 飲食業  |
| 5. サービス業(対事業所)    | 12. 医療・福祉  |
| 6. サービス業(対個人)     | 13. その他【自由記述: <span style="float: right;">】</span> |
| 7. 卸売業            | 14. 特に成長性が高い業種はない                                  |

問 10 あなたが、現在経営している、または所属している企業の従業員や取引先企業の従業員を見た場合、出身地や社会人経験を積んだエリアにより、平均的に言って、どのような違いがあると感じますか。各項目について、東京と大阪を対比してお答え下さい。

1. 対人関係能力が高い
2. 営業力が高い
3. 情報収集能力が高い
4. 手順通りで仕事が正確である
5. 親しみがある
6. 個性的である
7. 積極的姿勢が強い
8. 元気・活気がある
9. 柔軟な対応力がある
10. 海外業務を担当できる国際性を備えている
11. 総合的にみて優秀である



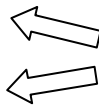
【選択肢】(左記 1～11 について各々 1 個だけ選択)

- |               |          |
|---------------|----------|
| 1. 東京の方が当てはまる | 3. 同じくらい |
| 2. 大阪の方が当てはまる | 4. 比較不能  |

問 11 大阪出身など大阪とゆかりのある人を除いて、大阪の拠点への転勤命令が発令された場合、その従業員には傾向としてどのような反応が見られますか。

次の 3 つの時点についてお知らせ下さい。

1. 転勤命令時
2. 転勤期間中
3. 復命後の再転勤

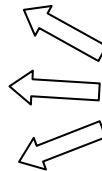


【選択肢】(左記 1～3 について各々 1 個だけ選択)

- |               |                   |
|---------------|-------------------|
| 1. 前向きに受け取る   | 3. 消極的反応が多い       |
| 2. 他都市への転勤と同様 | 4. 比較不能 / 経験していない |

問 12 以下に示す大阪の社会経済的な最新動向について、あなたは新聞や人づてなどで見聞きしたことがありますでしょうか。

1. ロボット ( R T ) 産業の振興に行政が注力している
2. 健康・予防医療産業の振興に行政が注力している
3. 臨海部における大型物流施設の建設ラッシュ
4. 都心で地価が反転しつつある
5. マンション建設が積極的に行なわれ人口増加基調が持続している
6. 梅田北ヤード ( 24ha ) の開発が具体化しつつある
7. 大阪駅北側が高層化する
8. キタ (梅田周辺) では阪急や三越、ミナミ (難波周辺) では高島屋が増床・新設するなど百貨店競争が激化する見通しである



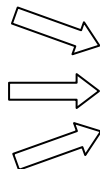
【選択肢】(左記 1～8 について各々 1 個だけ選択)

1. 知っている
2. なんとなく聞いた気がする
3. 知らなかった

問 13 出張等で大阪に来られた経験などを踏まえ、ビジネス機能面からみて大阪市が今後、強化・充実を図るべき都市機能はどのようなものでしょうか。

下記の 10 の機能に分けた場合、最も強化・充実が必要と考えられる機能から順に第 1 位、第 2 位、第 3 位の番号を記入して下さい。

1. モバイル通信環境
2. 都市の美的センス
3. 通訳等国際ビジネス機能
4. コンベンション機能
5. 利便性の高い国際物流機能
6. 高級ホテル
7. 公共交通の夜間営業
8. 地下街の案内版等の機能
9. 安全・安心な街づくり
10. その他



(左記より番号を記入)

- |     |        |
|-----|--------|
| 1 位 | 【    】 |
| 2 位 | 【    】 |
| 3 位 | 【    】 |

問 14 他の都市と比べて、『大阪の街や都市づくり』に関してあなたが抱くイメージで、あてはまるものをすべて選択して下さい。

- |               |                  |
|---------------|------------------|
| 1．明るく活力がある    | 7．個性的な街・通りが多い    |
| 2．下町風で親しみがある  | 8．国際的な感じがする      |
| 3．歴史や風格を感じる   | 9．深夜でも活力がある      |
| 4．機能的で利便性がある  | 10．住み心地が良さそうである  |
| 5．雑多でごみごみしている | 11．その他【自由記述：     |
| 6．先端的な感じがする   | 12．特にイメージを持っていない |

問 15 あなたは、将来大阪がどのような都市になって欲しいと思いますか？  
最大で3個まで選択して下さい。

- 1．活気がある都市
- 2．国際的な都市
- 3．きれいで整然とした都市
- 4．安全・安心で憩いのある都市
- 5．おしゃれな都市
- 6．楽しめるエンターテインメントな都市
- 7．落ち着いて文化が楽しめる都市
- 8．様々な個性があふれる都市
- 9．様々な分野で最先端が学べる都市
- 10．若者が楽しめる街
- 11．大人が楽しめる街
- 12．その他【自由記述：
- 13．特になし

## 2. 集計結果

回答者が社会人経験を積んだ地域の割合（図 - 1.6）

	あなたが社会人経験(学校・大学を卒業・修了後)を積まれた年月を以下の地域別にわけると、およそどのような割合になりますか。 割合の合計が10になるようにお答え下さい。 数値回答								
		全体	無回答	統計量母数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値
1 北海道・東北〔〕割		2050	0	2050	1948.00	0.95	2.70	0.00	10.00
2 関東(東京以外)〔〕割		2050	0	2050	3115.00	1.52	3.01	0.00	10.00
3 東京〔〕割		2050	0	2050	5596.00	2.73	3.74	0.00	10.00
4 中部〔〕割		2050	0	2050	2903.00	1.42	3.19	0.00	10.00
5 近畿(大阪以外)〔〕割		2050	0	2050	1762.00	0.86	2.45	0.00	10.00
6 大阪〔〕割		2050	0	2050	2143.00	1.05	2.67	0.00	10.00
7 中国・四国〔〕割		2050	0	2050	1388.00	0.68	2.31	0.00	10.00
8 九州・沖縄〔〕割		2050	0	2050	1338.00	0.65	2.28	0.00	10.00
9 外国〔〕割		2050	0	2050	307.00	0.15	0.73	0.00	10.00

居住地域別に集計した社会人経験を積んだ地域の割合（図 - 1.7）

	あなたが社会人経験(学校・大学を卒業・修了後)を積まれた年月を以下の地域別にわけると、およそどのような割合になりますか。 割合の合計が10になるようにお答え下さい。	N									
			北海道・東北	関東(東京以外)	東京	中部	近畿(大阪以外)	大阪	中国・四国	九州・沖縄	外国
全体		2,050	9.5	15.2	27.3	14.2	8.6	10.5	6.8	6.5	1.5
居住地域	北海道	99	85.8	2.3	10.4	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.8
	東北地方	109	84.1	4.8	8.1	0.7	0.6	0.6	0.2	0.0	0.9
	関東地方	824	1.7	32.7	58.4	1.5	0.9	1.4	0.5	1.0	1.9
	中部地方	343	0.6	6.4	7.7	78.5	2.8	2.1	0.2	0.3	1.4
	近畿地方	380	0.2	1.6	4.5	1.1	40.4	49.4	0.9	0.6	1.2
	中国地方	99	0.1	2.3	5.8	1.6	1.1	2.6	82.8	2.1	1.5
	四国地方	56	0.5	1.3	6.6	1.8	2.1	3.4	81.4	0.9	2.0
	九州地方	140	0.4	2.4	4.9	0.7	1.5	1.9	1.8	85.2	1.2

回答者が所属/経営する企業の受注・販売額の地域別割合（図 - 2.1）

	あなたの現在の業務に関して、地域別にみた受注・販売額の割合は、およそようになりますか。 金額ベースでお考え下さい。 割合の合計が10になるようにお答え下さい。 数値回答								
		全体	無回答	統計量母数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値
1 北海道・東北〔〕割		2050	0	2050	2078.00	1.01	2.74	0.00	10.00
2 関東(東京以外)〔〕割		2050	0	2050	3492.00	1.70	3.11	0.00	10.00
3 東京〔〕割		2050	0	2050	4809.00	2.35	3.44	0.00	10.00
4 中部〔〕割		2050	0	2050	3131.00	1.53	3.21	0.00	10.00
5 近畿(大阪以外)〔〕割		2050	0	2050	1788.00	0.87	2.27	0.00	10.00
6 大阪〔〕割		2050	0	2050	1820.00	0.89	2.15	0.00	10.00
7 中国・四国〔〕割		2050	0	2050	1539.00	0.75	2.34	0.00	10.00
8 九州・沖縄〔〕割		2050	0	2050	1480.00	0.72	2.30	0.00	10.00
9 外国〔〕割		2050	0	2050	363.00	0.18	0.97	0.00	10.00

回答者が所属／経営する企業の調達／仕入先・外部委託先の取引額の地域別割合（図 - 2 . 2）

あなたの現在の業務に関して、地域別にみた資材等の調達／仕入先・外部委託先の割合は、およそどのようになりますか。 金額ベースでお考え下さい。 割合の合計が10になるようにお答え下さい。 調達／仕入先・外部委託先がない方は、10.「調達／仕入先・外部委託先はない」を選び下さい。 数値回答		全体	無回答	統計量母数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値
		1 北海道・東北〔〕割	2050	0	2050	1689.00	0.82	2.55	0.00
2 関東(東京以外)〔〕割	2050	0	2050	2776.00	1.35	2.90	0.00	10.00	
3 東京〔〕割	2050	0	2050	4831.00	2.36	3.62	0.00	10.00	
4 中部〔〕割	2050	0	2050	2767.00	1.35	3.10	0.00	10.00	
5 近畿(大阪以外)〔〕割	2050	0	2050	1404.00	0.68	2.07	0.00	10.00	
6 大阪〔〕割	2050	0	2050	2018.00	0.98	2.51	0.00	10.00	
7 中国・四国〔〕割	2050	0	2050	1171.00	0.57	2.13	0.00	10.00	
8 九州・沖縄〔〕割	2050	0	2050	1245.00	0.61	2.21	0.00	10.00	
9 外国〔〕割	2050	0	2050	844.00	0.41	1.71	0.00	10.00	
10 調達／仕入先・外部委託先はない〔〕割	2050	0	2050	1755.00	0.86	2.78	0.00	10.00	

製造業に関する地域間取引状況 ( 図 - 2 . 3 ~ 2 . 6 )

		N	北海道・東北	関東(東京以外)	東京	中部	近畿(大阪以外)	大阪	中国・四国	九州・沖縄	外国	調達/仕入先・外部委託先はない
製造業												
仕入先	大阪	25	0.04	0.60	0.84	0.40	1.28	5.72	0.08	0.20	0.44	0.40
	中部	64	0.03	0.70	0.61	7.55	0.31	0.20	0.17	0.02	0.41	0.00
	東京	42	0.14	1.50	5.24	0.69	0.29	0.29	0.12	0.38	1.12	0.24
	関東地方	58	0.12	4.62	3.19	0.33	0.16	0.41	0.17	0.03	0.78	0.19
	近畿地方	37	0.05	0.32	1.03	0.32	3.78	2.84	0.24	0.27	0.86	0.27
販売先	大阪	25	0.12	0.68	1.44	0.84	1.96	3.76	0.60	0.48	0.12	
	中部	64	0.03	0.77	0.67	7.48	0.30	0.22	0.11	0.08	0.34	
	東京	42	0.36	1.67	4.29	1.19	0.64	0.76	0.24	0.48	0.38	
	関東地方	58	0.24	4.67	2.81	0.66	0.28	0.45	0.19	0.21	0.50	
	近畿地方	37	0.24	0.95	1.35	0.81	3.46	1.70	0.68	0.43	0.38	
ソフトウェア・情報サービス												
仕入先	大阪	18	0.00	0.06	1.22	0.22	1.61	5.72	0.00	0.00	0.06	1.11
	中部	32	0.00	0.28	1.59	4.69	0.16	0.22	0.19	0.00	0.16	2.72
	東京	70	0.23	0.47	7.29	0.06	0.04	0.11	0.00	0.01	0.10	1.69
	関東地方	54	0.04	2.22	5.39	0.00	0.00	0.22	0.00	0.04	0.22	1.87
	近畿地方	20	0.00	0.00	0.55	0.00	4.50	1.80	0.00	0.05	0.65	2.45
販売先	大阪	18	0.06	0.11	1.17	0.50	2.28	5.61	0.11	0.06	0.11	
	中部	32	0.19	0.38	2.28	5.81	0.25	0.47	0.28	0.06	0.28	
	東京	70	0.30	1.07	7.57	0.14	0.19	0.34	0.10	0.11	0.17	
	関東地方	54	0.09	3.07	5.85	0.11	0.09	0.20	0.09	0.15	0.33	
	近畿地方	20	0.10	0.75	0.95	0.60	4.70	2.45	0.20	0.20	0.05	
卸・小売業・商社												
仕入先	大阪	37	0.03	0.22	0.70	0.38	1.41	4.92	0.11	0.16	1.81	0.27
	中部	60	0.08	0.38	1.72	5.90	0.28	0.45	0.07	0.12	0.85	0.15
	東京	58	0.12	1.17	5.55	0.55	0.07	0.29	0.00	0.09	2.16	0.00
	関東地方	89	0.19	4.02	3.03	0.55	0.26	0.34	0.02	0.17	1.42	0.00
	近畿地方	49	0.22	0.20	0.90	0.12	3.76	2.61	0.63	0.22	0.98	0.35
販売先	大阪	37	0.30	0.32	1.03	0.97	1.11	4.68	0.46	0.35	0.78	
	中部	60	0.20	0.98	0.78	6.92	0.37	0.37	0.15	0.15	0.08	
	東京	58	0.45	1.88	5.71	0.34	0.31	0.41	0.14	0.22	0.53	
	関東地方	89	0.37	4.83	2.70	0.44	0.29	0.39	0.26	0.42	0.30	
	近畿地方	49	0.31	0.45	0.84	0.35	5.61	1.57	0.59	0.27	0.02	
(主として) 対事業所サービス業												
仕入先	大阪	23	0.00	0.09	0.70	0.13	1.04	7.09	0.00	0.00	0.09	0.87
	中部	24	0.00	0.13	0.63	6.54	0.08	0.08	0.00	0.00	0.04	2.50
	東京	66	0.05	0.50	7.00	0.18	0.12	0.18	0.02	0.05	0.26	1.65
	関東地方	72	0.06	4.04	4.14	0.17	0.08	0.08	0.03	0.03	0.26	1.11
	近畿地方	18	0.00	0.06	0.78	0.06	3.83	3.83	0.11	0.17	0.00	1.17
販売先	大阪	23	0.09	0.26	1.00	0.30	1.74	6.04	0.39	0.09	0.09	
	中部	24	0.00	0.08	0.25	9.08	0.21	0.29	0.00	0.04	0.04	
	東京	66	0.21	1.32	7.15	0.29	0.14	0.21	0.15	0.38	0.15	
	関東地方	72	0.17	4.83	4.13	0.19	0.13	0.22	0.07	0.13	0.14	
	近畿地方	18	0.06	0.67	0.67	0.39	4.78	3.00	0.22	0.17	0.06	

部分は図 - 2.3~2.6に図示

技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価（上位3地域以内）（図 - 3 . 1）

	個人としての業務経験を通じて、各項目について優れていると感じるエリアはどこですか。各項目について、3個まで当てはまるものを選び下さい。複数回答	全体	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
			北海道・東北	関東（東京以外）	東京	中部	近畿（大阪以外）	大阪	中国・四国	九州・沖縄	エリアとして突出したところは無い	わからない/判断できない
1	技術力が高い	2050 100.0	47 2.3	266 13.0	909 44.3	305 14.9	136 6.6	314 15.3	30 1.5	40 2.0	271 13.2	464 22.6
2	製品・サービスの質がよい	2050 100.0	43 2.1	240 11.7	777 37.9	237 11.6	121 5.9	257 12.5	39 1.9	50 2.4	321 15.7	514 25.1
3	ユニークな商品・サービスを開発している	2050 100.0	73 3.6	150 7.3	562 27.4	210 10.2	166 8.1	481 23.5	51 2.5	117 5.7	281 13.7	549 26.8
4	安定性がある	2050 100.0	41 2.0	225 11.0	882 43.0	281 13.7	94 4.6	212 10.3	39 1.9	46 2.2	283 13.8	490 23.9
5	センスが良い	2050 100.0	27 1.3	173 8.4	990 48.3	109 5.3	90 4.4	141 6.9	14 0.7	49 2.4	298 14.5	534 26.0
6	営業・販売力が強い	2050 100.0	18 0.9	184 9.0	974 47.5	195 9.5	122 6.0	466 22.7	29 1.4	45 2.2	224 10.9	440 21.5
7	親しみやすい	2050 100.0	174 8.5	226 11.0	420 20.5	189 9.2	198 9.7	438 21.4	101 4.9	187 9.1	265 12.9	452 22.0
8	人材の層が厚い	2050 100.0	26 1.3	255 12.4	1054 51.4	190 9.3	90 4.4	288 14.0	31 1.5	55 2.7	219 10.7	457 22.3
9	成長力がある	2050 100.0	30 1.5	206 10.0	885 43.2	353 17.2	81 4.0	199 9.7	22 1.1	101 4.9	233 11.4	497 24.2
10	国際化が進んでいる	2050 100.0	23 1.1	159 7.8	1172 57.2	202 9.9	57 2.8	227 11.1	12 0.6	81 4.0	210 10.2	467 22.8
11	財務内容が優れている	2050 100.0	12 0.6	137 6.7	809 39.5	276 13.5	44 2.1	148 7.2	14 0.7	28 1.4	301 14.7	668 32.6

技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価（最上位地域）（図 - 3 . 2）

	各項目について最も優れていると感じるエリアはどこですか。最も当てはまるものをひとつお選び下さい。単一回答	全体	1	2	3	4	5	6	7	8
			北海道・東北	関東（東京以外）	東京	中部	近畿（大阪以外）	大阪	中国・四国	九州・沖縄
1	技術力が高い	1315 100.0	27 2.1	105 8.0	779 59.2	193 14.7	56 4.3	120 9.1	12 0.9	23 1.7
2	製品・サービスの質がよい	1215 100.0	28 2.3	104 8.6	683 56.2	159 13.1	63 5.2	132 10.9	22 1.8	24 2.0
3	ユニークな商品・サービスを開発している	1220 100.0	42 3.4	72 5.9	455 37.3	112 9.2	96 7.9	361 29.6	23 1.9	59 4.8
4	安定性がある	1277 100.0	26 2.0	91 7.1	811 63.5	183 14.3	50 3.9	70 5.5	20 1.6	26 2.0
5	センスが良い	1218 100.0	12 1.0	61 5.0	946 77.7	60 4.9	53 4.4	55 4.5	8 0.7	23 1.9
6	営業・販売力が強い	1386 100.0	12 0.9	63 4.5	880 63.5	102 7.4	53 3.8	245 17.7	16 1.2	15 1.1
7	親しみやすい	1333 100.0	131 9.8	134 10.1	332 24.9	132 9.9	103 7.7	329 24.7	52 3.9	120 9.0
8	人材の層が厚い	1374 100.0	17 1.2	99 7.2	993 72.3	84 6.1	41 3.0	91 6.6	16 1.2	33 2.4
9	成長力がある	1320 100.0	16 1.2	97 7.3	781 59.2	251 19.0	35 2.7	71 5.4	14 1.1	55 4.2
10	国際化が進んでいる	1373 100.0	13 0.9	59 4.3	1106 80.6	98 7.1	23 1.7	34 2.5	4 0.3	36 2.6
11	財務内容が優れている	1081 100.0	9 0.8	45 4.2	734 67.9	204 18.9	19 1.8	49 4.5	6 0.6	15 1.4

技術、製品・サービス、人材、産業力などに対する地域評価（図 - 3 . 3）

上位3位としての指摘地域	北海道・東北	関東 (東京以外)	東京	中部	近畿 (大阪以外)	大阪	中国・四国	九州・沖縄
技術力が高い	3.1	17.6	60.3	20.2	9.0	20.8	2.0	2.7
	0.3	0.8	3.3	1.2	0.9	2.3	0.3	0.4
製品・サービスの質がよい	3.1	17.2	55.8	17.0	8.7	18.5	2.8	3.6
	0.3	0.8	3.1	1.0	0.9	2.1	0.4	0.5
ユニークな商品・サービスを開発している	5.2	10.7	40.0	14.9	11.8	34.2	3.6	8.3
	0.5	0.5	2.2	0.9	1.2	3.8	0.5	1.2
安定性がある	2.8	15.6	61.3	19.5	6.5	14.7	2.7	3.2
	0.3	0.7	3.4	1.2	0.7	1.7	0.4	0.5
センスが良い	2.0	12.8	73.5	8.1	6.7	10.5	1.0	3.6
	0.2	0.6	4.0	0.5	0.7	1.2	0.1	0.5
営業・販売力が強い	1.2	11.9	63.0	12.6	7.9	30.2	1.9	2.9
	0.1	0.5	3.4	0.8	0.8	3.4	0.2	0.4
親しみやすい	11.6	15.1	28.1	12.6	13.2	29.3	6.8	12.5
	1.1	0.7	1.5	0.8	1.4	3.3	0.9	1.8
人材の層が厚い	1.7	16.7	68.9	12.4	5.9	18.8	2.0	3.6
	0.2	0.8	3.8	0.7	0.6	2.1	0.3	0.5
成長力がある	2.0	14.0	60.0	23.9	5.5	13.5	1.5	6.8
	0.2	0.6	3.3	1.4	0.6	1.5	0.2	1.0
国際化が進んでいる	1.5	10.5	77.2	13.3	3.8	15.0	0.8	5.3
	0.1	0.5	4.2	0.8	0.4	1.7	0.1	0.8
財務内容が優れている	1.0	11.1	65.5	22.4	3.6	12.0	1.1	2.3
	0.1	0.5	3.6	1.3	0.4	1.3	0.1	0.3

最上位としての指摘地域	北海道・東北	関東 (東京以外)	東京	中部	近畿 (大阪以外)	大阪	中国・四国	九州・沖縄
技術力が高い	2.1	8.0	59.2	14.7	4.3	9.1	0.9	1.7
	0.2	0.4	3.2	0.9	0.4	1.0	0.1	0.3
製品・サービスの質がよい	2.3	8.6	56.2	13.1	5.2	10.9	1.8	2.0
	0.2	0.4	3.1	0.8	0.5	1.2	0.2	0.3
ユニークな商品・サービスを開発している	3.4	5.9	37.3	9.2	7.9	29.6	1.9	4.8
	0.3	0.3	2.0	0.5	0.8	3.3	0.2	0.7
安定性がある	2.0	7.1	63.5	14.3	3.9	5.5	1.6	2.0
	0.2	0.3	3.5	0.9	0.4	0.6	0.2	0.3
センスが良い	1.0	5.0	77.7	4.9	4.4	4.5	0.7	1.9
	0.1	0.2	4.2	0.3	0.5	0.5	0.1	0.3
営業・販売力が強い	0.9	4.5	63.5	7.4	3.8	17.7	1.2	1.1
	0.1	0.2	3.5	0.4	0.4	2.0	0.2	0.2
親しみやすい	9.8	10.1	24.9	9.9	7.7	24.7	3.9	9.0
	1.0	0.5	1.4	0.6	0.8	2.8	0.5	1.3
人材の層が厚い	1.2	7.2	72.3	6.1	3.0	6.6	1.2	2.4
	0.1	0.3	4.0	0.4	0.3	0.7	0.2	0.4
成長力がある	1.2	7.3	59.2	19.0	2.7	5.4	1.1	4.2
	0.1	0.3	3.2	1.1	0.3	0.6	0.1	0.6
国際化が進んでいる	0.9	4.3	80.6	7.1	1.7	2.5	0.3	2.6
	0.1	0.2	4.4	0.4	0.2	0.3	0.0	0.4
財務内容が優れている	0.8	4.2	67.9	18.9	1.8	4.5	0.6	1.4
	0.1	0.2	3.7	1.1	0.2	0.5	0.1	0.2

上段：構成割合 下段：特化係数

社会人経験エリア別に見た“最も優れているエリア”としての「大阪」と「自地域」の比較（図 - 3 . 5）

(%)

「最も優れているエリア」としての「大阪」と「自地域」の比較	大阪		近畿(大阪以外)		東京		関東(東京以外)	
	自地域を評価	大阪を評価	自地域を評価	大阪を評価	自地域を評価	大阪を評価	自地域を評価	大阪を評価
技術力が高い	46.5	46.5	18.9	20.0	80.3	1.1	24.7	2.2
製品・サービスの質がよい	46.1	46.1	22.2	22.2	77.4	4.0	22.7	5.1
ユニークな商品・サービスを開発している	58.1	58.1	21.2	44.7	55.6	19.6	15.1	26.5
営業・販売力が強い	37.2	37.2	17.7	29.2	79.6	10.6	14.8	14.3
親しみやすい	76.0	76.0	49.0	35.6	53.6	14.5	38.9	11.4

大阪企業の人材イメージに対する印象・妥当性（図 - 3 . 6）

	大阪の企業に対して、よく言われている企業・従業員イメージを以下に列挙しましたが、あなたの業務経験を総合して、それぞれに対する印象/妥当性はどのような意見に近いでしょうか。各項目についてお知らせ下さい。 単一回答	全体	1	2	3	4	5
			その通りである	そういう傾向が感じられる	特にそうは思わない	むしろ逆の傾向が当てはまる	わからない
1	実績にこだわらずに取引する	2050 100.0	184 9.0	581 28.3	686 33.5	163 8.0	436 21.3
2	本音で商談をする	2050 100.0	227 11.1	540 26.3	616 30.0	302 14.7	365 17.8
3	かけひきがうまい	2050 100.0	466 22.7	831 40.5	395 19.3	43 2.1	315 15.4
4	がめつい	2050 100.0	489 23.9	688 33.6	505 24.6	61 3.0	307 15.0
5	値切る	2050 100.0	632 30.8	748 36.5	349 17.0	29 1.4	292 14.2
6	サービスに対して低い価値しか認めない傾向がある	2050 100.0	243 11.9	499 24.3	800 39.0	116 5.7	392 19.1

出身地や社会人経験を積んだエリアによる大阪人と東京人の違い (図 - 3 . 7 )

	あなたが、現在経営している、または所属している企業の従業員や取引先企業の従業員を見た場合、出身地や社会人経験を積んだエリアにより、平均的に言って、どのような違いがあると感じますか。各項目について、東京と大阪を対比してお答え下さい。 単一回答	全体	1	2	3	4
			東京の方が当てはまる	大阪の方が当てはまる	同じくらい	比較不能
1	対人関係能力が高い	2050 100.0	277 13.5	811 39.6	376 18.3	586 28.6
2	営業力が高い	2050 100.0	370 18.0	664 32.4	446 21.8	570 27.8
3	情報収集能力が高い	2050 100.0	855 41.7	173 8.4	439 21.4	583 28.4
4	手順通りで仕事が正確である	2050 100.0	893 43.6	95 4.6	443 21.6	619 30.2
5	親しみがある	2050 100.0	313 15.3	842 41.1	343 16.7	552 26.9
6	個性的である	2050 100.0	118 5.8	1179 57.5	235 11.5	518 25.3
7	積極的姿勢が強い	2050 100.0	193 9.4	887 43.3	417 20.3	553 27.0
8	元気・活気がある	2050 100.0	182 8.9	970 47.3	372 18.1	526 25.7
9	柔軟な対応力がある	2050 100.0	398 19.4	586 28.6	476 23.2	590 28.8
10	海外業務を担当できる国際性を備えている	2050 100.0	905 44.1	82 4.0	375 18.3	688 33.6
11	総合的にみて優秀である	2050 100.0	566 27.6	131 6.4	614 30.0	739 36.0

大阪の企業で成長力が高いと思われる業種に対する評価 (図 - 3 . 9 )

	個人としての業務経験を通じて、大阪の企業が成長力が高いと感じておられる業種はどのような分野ですか。最大で3個までお答え下さい。 複数回答		
		N	%
1	製造業(消費財・生活関連型)	295	14.4
2	製造業(化学系基礎素材型)	118	5.8
3	製造業(金属系基礎素材型)	262	12.8
4	製造業(加工組立型)	267	13.0
5	サービス業(対事業所)	286	14.0
6	サービス業(対個人)	604	29.5
7	卸売業	405	19.8
8	小売業	492	24.0
9	情報・通信業	88	4.3
10	運輸業	54	2.6
11	飲食業	564	27.5
12	医療・福祉	36	1.8
13	その他(わからないなど)	21	1.0
14	特に成長性が高い業種はない	464	22.6
	全体	2050	100.0

大阪企業で成長力が高いと思われる業種に対する社会人経験エリア別評価 ( 図 - 3 . 1 0 )

(%)

	大阪	近畿(大阪以外)	東京	関東(東京以外)	全体
サービス業(対個人)	22.8	17.1	32.3	30.2	29.5
飲食業	32.1	27.0	29.8	23.5	27.5
小売業	11.9	17.8	26.7	27.8	24.0
特に成長性が高い業種はない	17.6	19.7	24.7	26.3	22.6
卸売業	14.5	19.1	19.3	21.4	19.8
製造業(消費財・生活関連型)	14.0	12.5	13.6	16.4	14.4
サービス業(対事業所)	13.5	13.8	15.0	9.6	14.0
製造業(加工組立型)	30.6	28.9	8.2	10.3	13.0
製造業(金属系基礎素材型)	30.1	27.0	6.0	8.9	12.8
製造業(化学系基礎素材型)	6.7	8.6	5.6	3.6	5.8
情報・通信業	5.7	3.9	3.7	2.8	4.3
運輸業	4.1	2.0	1.9	2.8	2.6
医療・福祉	2.1	1.3	2.1	0.4	1.8
その他(わからないなど)	0.0	0.0	1.4	0.4	1.0

大阪への転勤命令が発令された場合の従業員の反応傾向 ( 図 - 4 . 1 )

	大阪出身など大阪とゆかりのある人を除いて、大阪の拠点への転勤命令が発令された場合、その従業員には傾向としてどのような反応が見られますか。 次の3つの時点についてお知らせ下さい。 単一回答	全体	1	2	3	4
			前向きに受け取る	他都市への転勤と同様	消極的反応が多い	比較不能 / 経験していない
1 転勤命令時		2050 100.0	271 13.2	361 17.6	293 14.3	1125 54.9
2 転勤期間中		2050 100.0	285 13.9	438 21.4	182 8.9	1145 55.9
3 復命後の再転勤		2050 100.0	306 14.9	386 18.8	171 8.3	1187 57.9

大阪の社会経済的な最新動向に関する認知度（図 - 4 . 2）

	以下に示す大阪の社会経済的な最新動向について、あなたは新聞や人づてなどで見聞きしたことがありますでしょうか。 各項目についてお知らせ下さい。 単一回答	全体	1	2	3
			知っている	何となく聞いた気がする	知らなかった
1	ロボット(RT)産業の振興に行政が注力している	2050 100.0	359 17.5	625 30.5	1066 52.0
2	健康・予防医療産業の振興に行政が注力している	2050 100.0	163 8.0	436 21.3	1451 70.8
3	臨海部における大型物流施設の建設ラッシュ	2050 100.0	415 20.2	655 32.0	980 47.8
4	都心で地価が反転しつつある	2050 100.0	482 23.5	596 29.1	972 47.4
5	マンション建設が積極的に行なわれ人口増加基調が持続している	2050 100.0	342 16.7	566 27.6	1142 55.7
6	梅田北ヤード(24ha)の開発が具体化しつつある	2050 100.0	445 21.7	454 22.1	1151 56.1
7	大阪駅北側が高層化する	2050 100.0	463 22.6	480 23.4	1107 54.0
8	キタ(梅田周辺)では阪急や三越、ミナミ(難波周辺)では高島屋が増床・新設するなど百貨店競争が激化する見通しである	2050 100.0	531 25.9	555 27.1	964 47.0

『大阪の街や都市づくり』に関して抱くイメージ（図 - 4 . 3）

	他の都市と比べて、『大阪の街や都市づくり』に関してあなたが抱くイメージで、あてはまるものをすべて選択して下さい。 複数回答		
		N	%
1	明るく活力がある	960	46.8
2	下町風で親しみがある	898	43.8
3	歴史や風格を感じる	272	13.3
4	機能的で利便性がある	197	9.6
5	雑多でごみごみしている	1335	65.1
6	先端的な感じがする	39	1.9
7	個性的な街・通りが多い	884	43.1
8	国際的な感じがする	43	2.1
9	深夜でも活力がある	406	19.8
10	住み心地が良さそうである	132	6.4
11	その他(ネガティブなイメージ)	36	1.8
12	特にイメージを持っていない	163	8.0
	全体	2050	100.0

ビジネス機能面からみて大阪市が今後、強化・充実を図るべき都市機能（図 - 4 . 4）

	大阪				近畿(大阪以外)				関東				全体			
	1位	2位	3位	合計	1位	2位	3位	合計	1位	2位	3位	合計	1位	2位	3位	合計
安全・安心な街づくり	32.8	17.5	17.5	67.8	31.0	23.4	16.8	71.1	35.7	21.5	16.9	74.0	34.2	22.0	18.0	74.2
都市の美的センス	21.3	22.4	18.0	61.7	25.9	23.4	18.8	68.0	26.8	26.1	16.9	69.8	27.2	24.4	16.1	67.7
利便性の高い国際物流機能	9.8	14.8	14.8	39.3	14.7	11.2	9.6	35.5	7.8	10.6	9.6	27.9	9.3	11.0	11.0	31.3
公共交通の夜間営業	10.4	13.1	14.8	38.3	7.1	13.2	8.1	28.4	4.2	9.1	10.2	23.5	5.8	10.3	10.2	26.3
地下街の案内版等の機能	3.8	7.7	5.5	16.9	4.1	7.1	11.7	22.8	4.6	9.7	10.8	25.1	4.0	9.9	10.8	24.7
モバイル通信環境	12.0	6.6	7.1	25.7	8.6	4.6	13.2	26.4	8.1	5.9	8.3	22.3	7.6	5.6	8.3	21.5
コンベンション機能	3.3	5.5	7.7	16.4	4.6	7.1	8.6	20.3	4.5	8.4	8.3	21.1	4.8	7.6	8.0	20.3
通訳等国際ビジネス機能	4.4	6.0	5.5	15.8	1.5	7.6	6.1	15.2	2.3	3.9	5.1	11.3	2.4	4.4	5.8	12.6
その他	1.1	1.6	8.2	10.9	0.5	1.0	6.1	7.6	4.1	1.2	9.6	14.9	2.7	1.3	8.4	12.5
高級ホテル	1.1	4.9	1.1	7.1	2.0	1.5	1.0	4.6	1.8	3.6	4.5	10.0	1.9	3.4	3.6	8.9

希望する大阪の将来像（図 - 4 . 5）

	大阪	近畿 (大阪以	関東	全体
安全・安心で憩いのある都市	62.8	47.2	40.0	44.6
活気がある都市	50.8	46.2	37.4	41.8
きれいで整然とした都市	35.5	32.5	29.9	30.5
様々な個性があふれる都市	20.8	26.4	28.3	28.0
楽しめるエンターテインメントな都市	23.5	19.8	25.7	26.9
国際的な都市	21.9	23.4	19.3	19.3
落ち着いて文化が楽しめる都市	15.8	15.2	14.8	13.5
特にない	2.7	4.6	11.7	9.2
おしゃれな都市	8.2	9.6	8.6	8.7
大人が楽しめる街	7.7	13.7	7.9	8.6
様々な分野で最先端が学べる都市	11.5	11.7	4.1	6.0
若者が楽しめる街	2.7	2.5	2.1	2.5
その他	1.1	1.0	1.0	1.0

### 3. 自由回答の概要

問9	<p>個人としての業務経験を通じて、大阪の企業が成長力が高いと感じておられる業種はどのような分野ですか。 最大で3個までお答え下さい。</p> <p>選択肢: 13.その他に記載された自由記述の内容(37件)</p>		
	<p>具体的な業種</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ お笑い・演芸・芸能タレント 関連(6件)</li> <li>金融・証券業(3件 金融・証券業、金融取引業、消費者金融業)</li> <li>教育関連(2件)</li> <li>サービス業(2件 サービス業、新しいサービスの創造)</li> <li>製造業(食品関連)</li> </ul>	15件	41%
	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ わからない(22件)</li> </ul>	22件	59%
問14	<p>他の都市と比べて、『大阪の街や都市づくり』に関してあなたが抱くイメージで、あてはまるものをすべて選択して下さい。</p> <p>選択肢: 12.その他に記載された自由記述の内容(36件)</p>		
	<p>治安のイメージが悪い</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ やくざなイメージがある(4件)</li> <li>・ 犯罪が多いイメージがある(8件)</li> </ul>	12件	33%
	<p>個性としてよくないイメージがある</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 個性が強く、無理が通るイメージがある(7件)</li> <li>・ 下品なイメージがある(2件)</li> <li>・ 地元にとだわりすぎる面がある</li> <li>・ 明確なポリシーがない</li> <li>・ 大雑把なイメージ</li> <li>・ いまひとつ元気がないように感じる。</li> </ul>	13件	36%
	<p>街のイメージがよくない</p> <p>雑然としている アジアのようである(2件) 車も人も交通マナーが悪い</p>	3件	8%
	<p>よいイメージを持っている</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人が優しい</li> <li>・ 地元のおばちゃん芸人より面白いくらい強烈</li> <li>・ 北は都内よりの治安が良い</li> </ul>	3件	8%
	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政のミスが目立つ</li> <li>・ 相変わらず箱型投資をしている</li> <li>・ 人が優しい</li> <li>・ 外国籍の人間が多い</li> <li>・ 東南アジアの感じがする</li> </ul>	5件	14%

問15	あなたは、将来大阪がどのような都市になって欲しいと思いますか？		
	選択肢:12.その他に記載された自由記述の内容(23件)		
	より魅力的な都市になる	6件	26%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 秩序のある都市</li> <li>・ 今の10倍緑のある都市</li> <li>・ 誰もがまた訪れたい街</li> <li>・ パチンコ屋が絶滅した街</li> <li>・ 東京に負けないような高級な都市にしてほしい。</li> <li>・ 類例がない都市</li> </ul>		
	安全・安心な都市になる	5件	22%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 道路の交通ルールを守って欲しい(2件)</li> <li>・ 日本人が安全に生活できる町</li> <li>・ 変な勧誘をしてくる輩が居ない、女性が安心して暮らせる都市</li> <li>・ 行政がまともになってほしい</li> <li>・ 裏社会の排除</li> </ul>		
	現状のままでいい	7件	30%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>ごちゃごちゃしているところが魅力</li> <li>このままのほうが良い(3件)</li> <li>古い物を残して欲しい。</li> <li>大阪らしい昔ながらの雑多な感じのある街</li> <li>大阪弁を絶対に捨てないで欲しい</li> </ul>		
	その他	5件	22%
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政がまともになってほしい</li> <li>・ 民度が高い街</li> <li>・ 弱者に優しい街</li> <li>・ 真面目な人が楽しめる街</li> <li>・ 老人が楽しめる街</li> </ul>		

2006年度 自主研究

「企業経営者に聞く大阪の企業イメージ、都市イメージ調査 報告書」

2007年3月

大阪都市経済調査会

大阪市中央区本町 1-4-5 大阪産業創造館 13階

TEL(06)6264-9815 FAX(06)6264-9887