

地域経済成長プラン

2021年10月改訂
2021年3月改訂
2020年3月改訂
(2017年3月策定)

大阪市
経済戦略局

1. はじめに	2
2. プランに基づく取組状況（2017年度以降）	3
3. 大阪経済の現状と強み	4
4. 市内企業の実態等	6
5. 近年の社会・経済の環境変化	7
6. 本プランの位置づけ	8
7. 目標	9
8. 基本的な考え方	11
9. 3つの戦略と横断的な重点課題	12
10. 施策の方向性と具体的取組	
I. 経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興	
① 前向きに努力する中小企業に対する支援	13
② 地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援	15
II. イノベーションが次々と生まれる好循環づくり	
① イノベーション創出や創業の支援	18
② 新事業創出や成長分野への参入、海外ビジネス展開等へのチャレンジ支援	21
③ イノベーションを生み出すビジネス環境整備	23
III. 交流人口・関連マーケットの拡大によるビジネスチャンスの創出	
① 戦略的なMICE誘致	25
② 観光地域まちづくりの推進	26
【横断的な重点課題】大阪・関西万博を契機とした地域経済活力の向上	28
11. プランの実効性ある推進に向けて	30

（参考資料）地域経済成長プランに基づく2017年度以降の取組状況

1 はじめに

- 大阪らしさを象徴する自由闊達で進取の気風に富む大阪が育んだ商人や企業家は、世界に先駆けて先物取引を開始し、斬新なアイデアで新たな商品を創出するなど、その創造性により社会に変革を生み、日本経済の発展に貢献するとともに、人々の生活に豊かさや潤いをもたらしてきた。
- 市内事業者の99%を占め、地域経済を支えている中小企業は、このような企業家精神を受け継ぎながら、高度な技術や独創的なアイデア、卓越した機動力を持ち、たゆまぬ革新や積極果敢な挑戦により、様々な難局を乗り越えながら経済成長を牽引し、市民の雇用や暮らしを支える極めて大きな役割を果たしている。さらに、まちづくりや文化の継承など、地域社会の形成においても、中小企業はその一員として、欠かすことのできない役割を担い、まちの発展に大きく寄与しており、その振興は大変重要な課題である。
- 大阪経済の持続的な発展や豊かな地域社会の実現を図るためには、中小企業が果たす役割の重要性を踏まえ、直面する多様化・複雑化した経営課題に対応できるよう、また国内外の需要の変化を捉えた新市場やグローバル市場の開拓に向けて、その力を存分に発揮し成長できる環境を市民、企業、行政等が一体となってつくりあげる必要がある。また、国内外から企業や人、投資等をさらに惹きつけることでビジネスチャンスを拡大し、中小企業や起業家による新たな価値やビジネスの創出に向けた果敢なチャレンジを促進していくことが重要である。
- こうした認識のもと、2017年3月に「地域経済成長プラン」を策定し、これに基づく様々な施策・事業を推進してきた。この間、わが国全体における少子高齢化の進展による生産年齢人口の減少や国内市場の縮小、産業構造や市場環境の急激な変化、経済成長を続けるアジア諸国の急速な台頭、インバウンドの急増による観光消費の増加など、大阪経済や中小企業を取り巻く環境はこれまでにないスピードで変化している。また、2025年に大阪・関西での開催が決定した「2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）」をはじめとするビッグプロジェクトが進展するなど、大阪は成長に向けた絶好の機会を迎えている。
- プランを策定した2017年以降のこうした社会経済環境の変化や大阪にとっての機会を捉え、引き続き持続的に成長する大阪経済の実現に向けた施策・事業を着実に推進していくため、本プランを改訂するものである。

2 プランに基づく取組状況（2017年度以降）

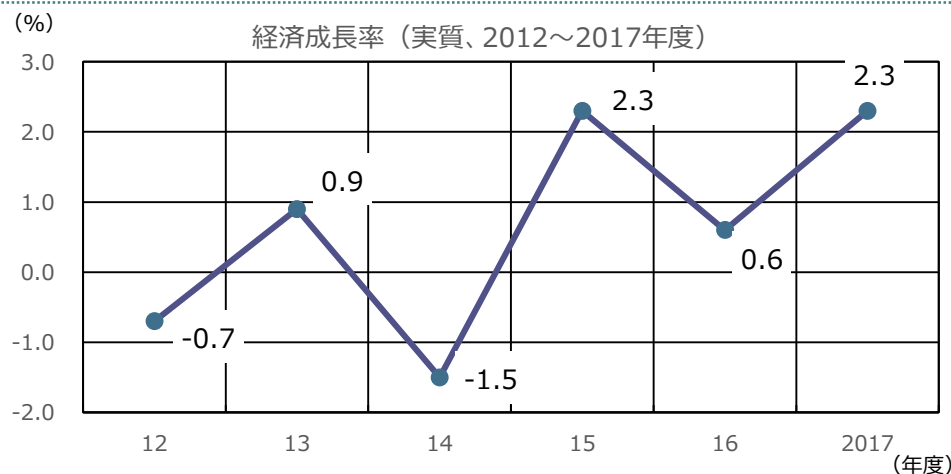
- 地域経済成長プランに基づく具体的な施策・事業について、2017年度以降における取組内容や成果等の取りまとめ結果（参考資料）を踏まえると、一部に未達成や進捗の遅れはあったものの、全般的に概ね着実に推進してきたものと認識している。
- また、2017年のプラン策定時点では想定されなかった、国による法令や制度施行、関係機関からの要請等に応じて機動的に取組を実施するなど、状況変化に沿った対応に努めてきたところである。
- 目標に掲げた実質経済成長率については、把握可能な直近数値は+2.3%となっている。

目標：実質経済成長率 年平均 2.0%以上

現状：2017年度 実質経済成長率 2.3%

出典：大阪市都市計画局

「平成29年度大阪市民経済計算」



実質経済成長率	2012	2013	2014	2015	2016	2017年度
市内総生産	△0.7	+0.9	△1.5	+2.3	+0.6	+2.3%
(参考) 国内総生産	+0.8	+2.6	△0.4	+1.3	+0.9	+1.9%

- 近年、産業構造や市場環境の変化は激しく、地域経済を取り巻く環境の先行きの不透明感も増すなど、中小企業が直面する課題は多様化・複雑化している。引き続き、地域経済の活力向上に向けて、様々な環境変化を踏まえて本プランを改訂し、施策・事業を着実に推進していく必要がある。
- 改訂にあたっては、産業構造等のお阪経済の現状や強み、市内企業の実態や課題・支援ニーズ、近年の社会経済環境の変化等を踏まえて、今後対応が求められる課題等を各戦略や具体的取組へと反映する。

3 大阪経済の現状と強み

I 大阪経済の現状

①経済規模等

- ・市内総生産額（名目）は約19.5兆円で国内総生産額の3.6%を占め、常住人口のシェア（2.2%）を上回り政令指定都市の中で最も大きい、その割合は低下傾向が続いている。
- ・市内生産額の構成比では、卸売・小売業のシェアが高く“商都”型の特徴を示している。次いで、専門・科学技術、業務支援サービス業、情報通信業のシェアが高くなっている。
- ・近畿全体（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）に占める割合は、常住人口の13%に対して、域内総生産では約1/4を占める。

②主な産業動向等

- ・市内には約18万の多様な事業所が存在し、その約99%は中小企業であり地域経済の基盤を支えている。
- ・主要な産業・経済指標を単位面積あたりに換算した“密度”で比較すると、製造業事業所数や製造品出荷額等、百貨店販売額等で東京都区部を上回るなど、各種産業の集積密度は高い。

【製造業】

- ・製造業の事業所数は減少傾向にあるものの、付加価値率（製造品出荷額等に占める付加価値額の割合）は全国平均や他都市と比べて高い。淀川北岸（淀川区、西淀川区）や臨海部（此花区）では製造品出荷額等が多く、東部地域（東成区、生野区、平野区）には高密度な工業集積が存在する。

【卸売業】

- ・卸売企業が集中立地し「問屋街」を形成して発展した歴史があり、全国の流通の中心地としての役割を担ってきたが、全国的地位の低下が続いている。しかし、依然として関西圏等における流通の中核機能を担っており、卸売業の集積度を図る指標である中心性比率は他都市と比べて高水準を保っている。

【小売業】

- ・大阪都市圏や訪日外国人を含めた観光客の需要に広く応えており、市域外からの需要吸引力は高い水準を維持している。事業所数は長期的に減少基調にあり、特に小規模事業所が減少している。

【サービス業】

- ・ビジネス支援型のサービス（情報通信業、専門・技術サービス業など）が多く集積している。特にIoTやロボットテクノロジーの利活用等を支える情報通信系、デザインや広告等のクリエイティブ関連の事業所数、従業者数の全国に対するシェアは高い水準にある。

<市内総生産額と構成比>
(産業大分類) ※名目、構成比は産業内

1位	卸売・小売業：
	4兆7,691億円（25.5%）
2位	専門・科学技術、 業務支援サービス業：
	2兆5,234億円（13.5%）
3位	情報通信業：
	2兆1,490億円（11.5%）
4位	不動産業：
	1兆8,316億円（9.8%）
5位	製造業：
	1兆7,809億円（9.5%）

大阪市「大阪市民経済計算」2016年度

3 大阪経済の現状と強み

③その他

- ・電池や関連装置・部品、水素製造・貯蔵メーカーなどのグリーン分野での世界トップクラスの企業をはじめ、高度な技術を有する高付加価値型のものづくり企業などが集積している。また、江戸時代から製菓業の中心地として栄えた歴史を有し、中央区道修町に立地する製菓企業をはじめとするライフサイエンス関連、食品や健康機器メーカーなど健康や医療・介護等のヘルスケアビジネスの関連企業も多く集積している。
- ・市内や周辺地域には大学・研究機関が多く立地し、様々な研究成果を生み出し高度な人材を輩出している。
- ・大阪には人形浄瑠璃文楽などの伝統芸能や多くの歴史・文化・スポーツ施設やエンターテインメント拠点、食、ショッピングなどの多種多様な魅力資源を有しており、大阪を訪れる外国人は近年大幅な増加を続けている。

II 大阪市の強み（成長分野）

①成長分野の考え方

- ・市場の拡大など将来性があり、大阪が高いポテンシャルを有し、その需要を市内企業の成長に取り込むことができる産業分野を「成長分野」として、市内企業の参入・新事業の創出等について支援する

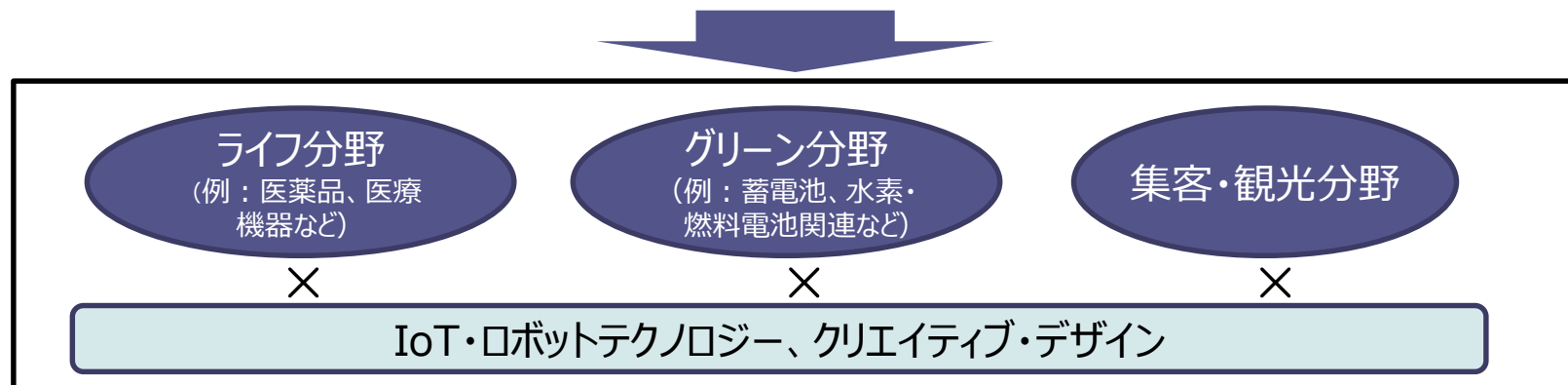
②成長分野の要件

【市場の将来性】

- ・社会経済情勢の変化に伴い、今後、大きく成長する可能性を有している
- ・市場の拡大により、大阪経済の発展に寄与することが見込まれる
- ・幅広い業種、中小企業から大企業まで広範な企業の参入が期待できる広い裾野を持つ

【大阪のポテンシャル】

- ・市内及びその周辺において、関連企業の集積がある
- ・大学をはじめとする研究機関や支援機関が集積し、人材、資金、情報等が集まりやすい
- ・関連するインフラや資源が周辺に存在するなどの立地優位性がある

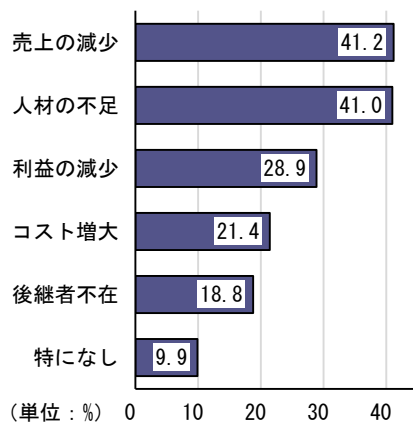


4 市内企業の実態等

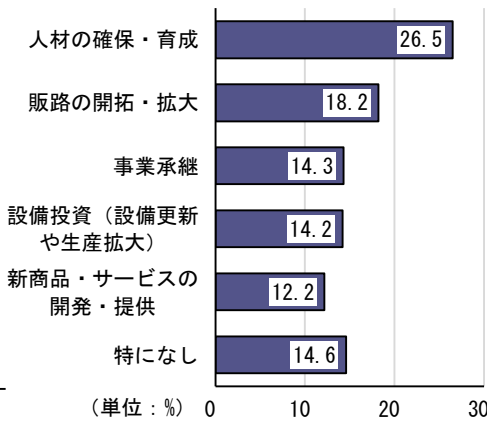
- 地域経済成長プランの改訂にあたり「市内企業実態調査」を実施し、市内企業の実情や課題等の把握に努めた。
- 市内中小企業は様々な課題に直面しており、ニーズも多様化している状況がうかがえる。

- ・直面する経営上の問題として、「売上の減少」や「人材の不足」、「利益の減少」などの割合が高くなっている。
- ・取り組みたいが対応できていない課題として、「人材の確保・育成」や「販路の開拓・拡大」、「事業承継」などがあげられる。
- ・売上高の増加企業（3年前との比較）は、様々な経営課題や新たな事業展開に向けた取組を進めている割合が高く、積極的にチャレンジしている姿勢がうかがえる。
- ・2025年の「大阪・関西万博」に対して、4割超の企業が何らかのビジネスへの好影響を期待している。

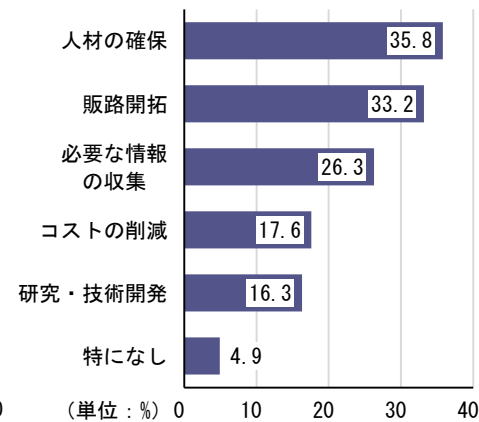
直面する経営上の問題



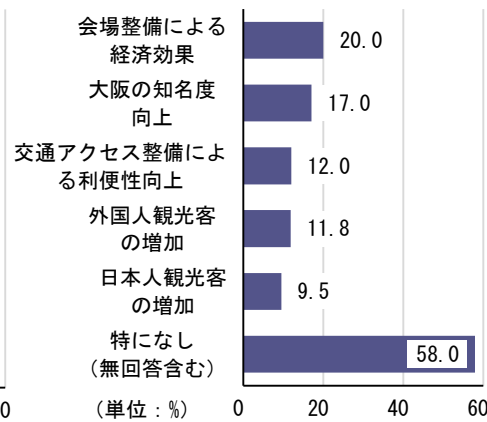
取り組みたいが対応できていない課題



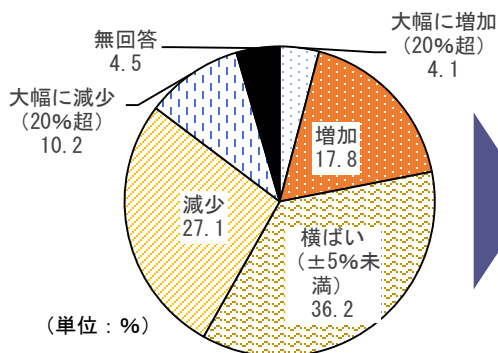
新たな事業展開を進める上での課題（複数回答）



大阪・関西万博に期待すること【複数回答】



3年前と比較した売上高



取組中の経営課題（3年前と比較した売上高の変化別）

	既存商品・サービスの高付加価値化	新商品・サービスの開発・提供	販路の開拓・拡大	人材の確保・育成	設備投資（設備更新や生産拡大）	「働き方改革」への対応	特になし
増加	36.9	27.6	36.4	39.6	16.0	23.1	3.6
横ばい	27.4	16.8	26.0	21.4	9.1	16.1	18.6
減少	26.7	19.9	27.4	13.5	3.8	10.9	17.3

(単位: %)

新たな事業展開に向けた取組内容（3年前と比較した売上高の変化別）

	新商品・サービスの開発・提供	既存商品の改善・改良	既存サービスの新しい提供方法の開発・実施	既存商品の新しい生産方法や販売方法の開発・実施	取り組んでいない
増加	31.4	31.1	19.8	16.7	23.4
横ばい	18.3	24.3	14.4	8.5	44.1
減少	17.9	20.4	9.8	8.8	48.6

(単位: %)

5 近年の社会・経済の環境変化

- ▶ プランを策定した2017年以降の次のような社会・経済の環境変化を踏まえるとともに、今後予見される環境変化を見据えて、新たな視点を取り入れつつ必要な対応に取り組んでいく必要がある。

社会・経済の環境変化

人口減少、少子高齢化の進行、国内市場の縮小

経営者の高齢化、後継者不足

人材不足の深刻化

自然災害の頻発、巨大災害の可能性

本市中小企業支援体制の変化
(大阪産業局、大阪産業技術研究所等)

第4次産業革命の進展（デジタル化の進展、
データ社会）、スマートシティの実現に向けた動き等
(IoT、AI、ロボットテクノロジー等)

観光インバウンドの増加

ビッグプロジェクトの進展（2025年大阪・関西万博
の開催、IR誘致、ゴールドenspーツイヤーズ等）

SDGs（※）達成に向けた動き

検討すべき視点

販路開拓の支援、グローバル展開の促進等

円滑な事業承継に向けた支援

人材育成・確保対策、生産性向上支援

災害対応力・事業継続力強化の支援

効率的・効果的な施策推進を可能とする
事業執行手法等の見直し

新事業・イノベーション創出の支援
(スタートアップ支援の強化、成長分野への参入促進、
実証支援 等)

都市魅力の向上、内外から人・投資・情報等を呼び込
み、観光消費やビジネスマーケット拡大に向けた取組

万博等を契機とした、域外需要の取り込みや地域経済
への効果波及、万博の理念実現に向けた取組の促進

※SDGs：「持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）」の略称で、2015年9月の国連サミットで採択された2016年から2030年までの国際目標。
17のゴール・169のターゲットから構成され、「誰一人取り残さない」社会の実現をめざし、経済・社会・環境をめぐる広範な課題に統合的に取り組むものとなっている。

6 本プランの位置づけ

I 趣旨

大阪府・市で一体的に取り組んでいる「大阪の成長戦略」、「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、「大阪の再生・成長に向けた新戦略」のもと、少子高齢化・人口減少社会の進展や経済のグローバル化など、社会経済情勢が大きく変化する中で、「地域経済の成長」に向けて、経済戦略局として中期的に産業振興に取り組む計画を取りまとめるものである。

II 対象期間

2020（令和2）年度から2024（令和6）年度までの5年間

※国及び大阪市の第2期「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の対象期間と同様

ビジネスチャンス創出都市・おおさか

～大阪の都市魅力を高め、世界中から人・モノ・投資等を呼び込み、新たなビジネスチャンスを創出することにより、将来にわたり持続的に成長する大阪経済の実現をめざす～

数値 目標	指 標	目 標 値	現 状
	実質成長率	年平均 2.0% 以上	2016年度： 0.6% 2017年度： 2.3%

※「大阪の成長戦略」（府域）、「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（市域）、「大阪の再生・成長に向けた新戦略」と同様

※各具体的取組の数値目標については、「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、「経済戦略局運営方針」と同様

出典：大阪市都市計画局「平成29年度大阪市民経済計算」

国際化し成熟した本市のような産業構造のもとでは、実質経済成長率は、世界的な景気動向など様々な社会経済情勢の影響を大きく受け変動することとなる。そのため、プランに基づく取組の実施により経済全体に与える直接的な効果・影響の測定は困難な面があるが、各取組の成果の積み上げによって経済成長に寄与していくという方向性・意識を共有する観点から、引き続き同様の数値目標を設定する。

7 目標

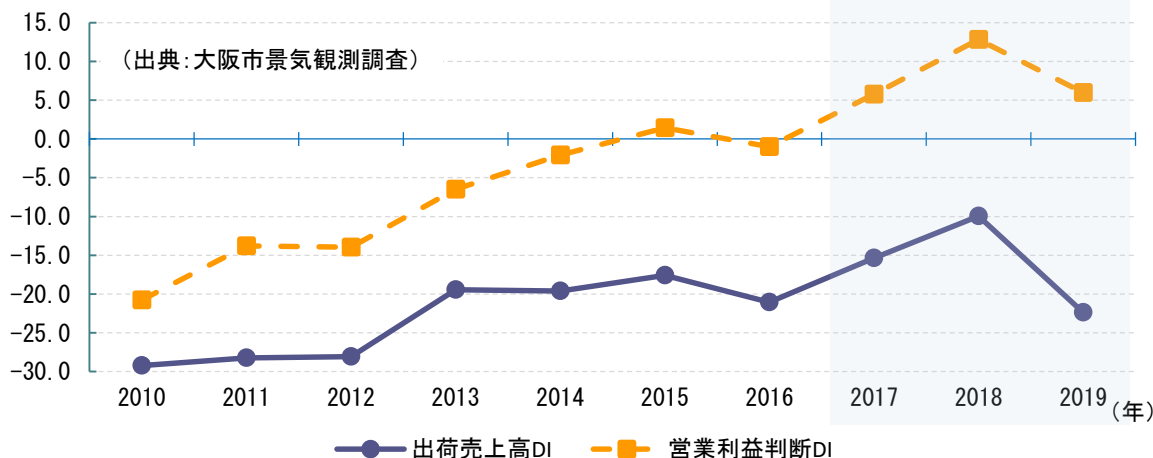
- 数値目標の進捗や達成度等をより適切に把握できるよう、中間的な「評価指標」を設定する。

評価指標

指標	目標値	現 状
出荷・売上高DI値 ※1	-15.9以上（期間平均）	-15.9（2017年1-3月～2019年10-12月 3年平均）
営業利益判断DI値 ※1	8.2以上（期間平均）	8.2（同上）
創業・起業件数 （産業創造館の支援事業による）	500件	115件（2017・18年度平均）

※1 DI値：企業の業況感や設備、雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの。なお、本指標では原数値（季節調整前）を用いる。

市内中小企業のDI推移（原数値・各年平均）



創業件数の推移



- また、各取組による効果を把握するための「参考指標」を設定し、実績をモニタリングしていく。

参考指標

主 な 指 標	現 状
支援先企業における売上・取引増加額	2017・18年度累計 81億円（経済戦略局調べ※2）
支援先企業における資金調達獲得額（投資、公的資金等）	2017・18年度累計 45億円（同上）
外国人旅行者消費額（大阪府）	2018年度 1兆2,356億円（速報値・大阪観光局）

※2 本市中小企業支援策の活用企業等における実績として把握できたもの

8 基本的な考え方

- 以下の基本的な考え方に基づき本プランを策定・推進し、新型コロナウイルス感染症の影響等も踏まえ具体的な取組を積み重ねていくことによって成長への好循環の実現をめざす。

- 地域経済を支える中小企業が直面する多様化・複雑化する経営課題等への対応を総合的に支援し、中小企業の経営基盤の強化や発展を促進する
- イノベーションの創出、成長・拡大が期待される分野への参入、海外ビジネス展開、創業等のチャレンジを支援するとともに、ビジネス環境を整備し、新たなビジネスや価値の創造を促進する
- 国内外から人や投資、情報等を呼び込み、観光消費や関連マーケットの拡大を図り、ビジネスチャンスを創出する
- 特に、2025年大阪・関西万博の開催に向けて、高まる大阪の発信力やインパクトを起爆剤として、中小企業の変革や成長・発展、地域経済の活力向上につなげる取組を重点的に推進する

戦略Ⅰ

戦略Ⅱ

戦略Ⅲ

横断的な
重点課題

- 各戦略や具体的取組について、国際社会の共通目標である「持続可能な開発目標（SDGs）」の各ゴールとの関連づけを行うなど、SDGsの達成に貢献する視点をもって本プランを推進していく。

9 3つの戦略と横断的な重点課題

- 基本的な考え方に沿って、本プランにおける「3つの戦略」と「横断的な重点課題」を以下のとおり設定し、具体的取組を推進していく。

戦略Ⅰ 経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興

- ①前向きに努力する中小企業に対する支援
- ②地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援

戦略Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

- ①イノベーション創出や創業の支援
- ②新事業創出や成長分野への参入、海外ビジネス展開等へのチャレンジ支援
- ③イノベーションを生み出すビジネス環境整備

戦略Ⅲ 交流人口・関連マーケットの拡大によるビジネスチャンスの創出

- ①戦略的なMICE誘致
- ②観光地域まちづくりの推進

横断的な重点課題

2025年大阪・関西万博
を契機とした
地域経済活力の向上

I 経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興

① 前向きに努力する中小企業に対する支援

重点的に貢献するSDGs



現状と課題

- ・ 市内事業所の99%を占める中小企業は、大阪経済の主要な担い手であり、高度な技術や独創的なアイデア、卓越した機動力を持ち、たゆまぬ革新や積極果敢な挑戦により、様々な難局を乗り越えながら経済成長を牽引し、市民の雇用や暮らしを支える極めて大きな役割を果たしている。
- ・ さらに、まちづくりや文化の継承など、地域社会の形成においても、中小企業はその一員として、欠かすことのできない役割を担い、まちの発展に大きく寄与している。
- ・ そうした重要な役割を担う一方で、中小企業は資金や人材などの経営資源に乏しく、外部環境の変化に対して脆弱である。
- ・ 人口減少や少子高齢化による国内市場の縮小、産業構造や市場環境の激しい変化、人材不足や後継者不足など、中小企業を取り巻く課題が多様化・複雑化し、個々の企業努力だけでは解決・克服が困難な問題が数多く存在するなか、経営力や技術力の強化に向けた総合的かつ継続的な支援が必要である。
- ・ また、多様化・高度化する中小企業のニーズに最大限応えていくため、中小企業支援機関をはじめ、大学等の研究機関、海外機関、国や大阪府、関係団体などとの連携を一層強化し、市域の特性を踏まえて、中小企業の振興に関する施策を総合的に実施していく必要がある。
- ・ 本市では、経済主体である企業の事業活動の円滑化・活発化や地域経済の活性化につながるよう、中小企業振興を市政の重要な柱の一つとして取り組んでいくことを明確化した「大阪市中小企業振興基本条例」のもと、中小企業の経営基盤の強化や成長への挑戦を支える取り組みを推進している

施策の方向性

- ・ 前向きに努力する中小企業の経営基盤や競争力の強化に向けて、課題解決に向けた経営相談や人材育成のためのセミナー、販路開拓に向けたビジネスマッチング、技術面の問題解決や新技術開発など、中小企業に寄り添い層の厚い総合的な支援を行う。
- ・ 支援機関が集積する大阪の立地を活かし、支援機関同士の連携を深め、企業の利便性と施策 効果の向上を図っていく。

具体的取組

経営課題の解決に向けた総合的支援	ワンストップ窓口における専門家によるコンサルティング（経営相談、専門家派遣等）、経営者向けワークショップ・セミナー、マッチングイベントや商談会・交流会、商品開発支援など、ニーズに応じた多様な支援プログラムを実施する。【大阪産業創造館】
	大阪産業創造館をはじめ各種支援事業をより機動的・弾力的に推進できるような事業執行手法（事業運営を担う大阪産業局に対する交付金制度）を構築・運用する。
資金調達の円滑化	大阪信用保証協会と連携し、小規模企業者等の経営支援、設備投資や事業継続力強化を支援する本市制度融資等を実施する。
技術課題の解決や新技術の開発、技術力の強化	大阪産業技術研究所における技術相談や試験分析、装置・機器の使用機会の提供、受託研究への対応、技術者の養成、産学官連携による研究開発プロジェクト等の組成・推進支援などを実施する。【大阪産業技術研究所】
	中小企業の技術相談に対応するとともに、地域の企業との産学連携により、研究成果や技術の移転、新たな技術や事業開発等を支援する。【大阪市立大学】
事業承継の円滑化	事業承継に関する相談に専門家が対応するほか、事業承継の必要性の啓発や基礎知識習得のためのセミナーや、後継者人材のためのビジネススクール等を実施する。【大阪産業創造館】 また、大阪府事業承継ネットワークに参画し、オール大阪の関係支援機関との連携強化を図る。

人材の確保・育成	「人材に関わる課題解決プログラム」として、人材を活かす組織づくりや働きやすい職場環境整備（人事・組織、労務管理、福利厚生等）をはじめ、社内人材のスキルアップに向けた講座・セミナーや専門家による相談対応を実施する。【大阪産業創造館】 ものづくり企業と工業系高校の進路担当者等との交流会を実施し、人材不足に直面するものづくり企業の人材確保につなげる。 大企業等から中小・ベンチャー企業への人材の流動化（転籍、兼業・副業、期間限定での派遣等）を促進する。
女性やシニア世代、外国人材等の多様な人材の活躍促進	多様な人材を活かす組織づくり等に関する講座・セミナー、女性後継者の交流会（座談会、グループディスカッション等）など、女性やシニア世代等の活躍促進の取組を推進する。【大阪産業創造館】 外国人材の確保に関するセミナーの開催や留学生の起業支援、関係機関等との連携による人材戦略構築や人材採用の支援に向けた取組を進めるなど、外国人材の活躍促進を図る。 また、生活者としての外国人材を支援するため、在留手続きや雇用、医療、福祉、子どもの教育など、生活にかかる情報提供や相談対応等を行う。
生産性の向上	<u>中小企業等経営強化法（旧生産性向上特別措置法）</u>に基づき、市内中小企業における生産性向上に向けた「先端設備等導入計画」の認定制度を実施する。 また、認定計画に基づく設備投資にかかる償却資産の固定資産税特例措置（3年間ゼロ）や、設備導入の資金調達を支援する制度融資（設備投資応援融資）を実施する。
事業継続力の強化	大阪商工会議所と共同で策定する「事業継続力強化支援計画」に基づき、国の事業継続力強化計画認定制度の活用促進をはじめ、事業継続計画（BCP）に関するセミナー等の開催、専門家の相談対応や派遣・指導等により、中小企業におけるBCP策定の支援を行う。【大阪産業創造館等】 また、国の認定を受けた「（連携）事業継続力強化計画」に基づく、中小企業者の設備導入の資金調達を支援する制度融資（事業継続力強化応援融資）を実施する。
新規展示会の誘致	中小企業への新たな商談機会の提供に向けて、新規展示会の誘致を目的とした展示会主催者への助成を実施する。
中小企業の魅力発信や理解増進	「中小企業の日（7月20日）」に関連し、中小企業の魅力を発信し、重要性について理解を深めるための情報発信の取組を実施する。

I 経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興

② 地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援

重点的に貢献するSDGs



現状と課題

- ・市内には、地理的特性や歴史的背景により、地域ごとに特色あるものづくりや商店街・問屋街などの産業集積を形成しており、貴重な地域資源の1つとなっている。
- ・約460の商店街は、日常の「買い物の場」としてのみならず、地域の人々が交流する「公共の場」として、地域コミュニティの形成に大きく寄与してきた。しかしながら、消費者ニーズの多様化、電子商取引の拡大等の流通構造や市場環境の変化、経営者の高齢化、空き店舗の増加等に伴い、商店街等の地域商業者を取り巻く環境は厳しい状況が続いている。また、近年における来阪外国人観光客の増加などのビジネスチャンスをつえ、にぎわいを見せる商店街等も存在しているが、その知識・ノウハウ等が他の商店街等へ十分に伝わっていない。
- ・ものづくり産業は付加価値を生み出し、多くの雇用機会を創出する基盤的な産業であるが、近年は住工混在や従業者の人材不足、海外諸国との競争激化など厳しい経営環境にあり、地域経済の活力を高めるため、これまでに培ってきた独自の技術力やノウハウを持った中小製造業の多様で厚い集積の力を維持していくことは重要である。
- ・活力ある地域社会の実現に向けて、地域に根ざす中小企業、とりわけ商店街やものづくり企業が、地域の一員として地域住民等との良好な関係を構築し活発な事業活動を展開することで、低迷の続く地域経済の活性化や地域課題の解決、豊かなコミュニティの形成等につなげていくことが必要である。

施策の方向性

- 商店街・問屋街等の活性化に向けて、環境変化に対応して活性化に取り組んでいる商店街等の知識・ノウハウ等を他の商店街等に広めていけるよう、専門家によるサポートや魅力発信による誘客促進の取組支援等を行うとともに、商店街等を含むエリアの活性化の視点も踏まえ支援に取り組む。
- ものづくり企業や集積の活性化に向けて、市内工場用地及び貸工場の情報提供や、地域におけるものづくり企業への理解を深め良好な関係構築を支援するなど、操業環境の向上を図る。
- 地域の経済活力の創出に向け、地域の実情や特性に応じた商店街やものづくり企業集積などの活性化の取組について、区役所等と連携し、きめ細やかな支援を行う。

具体的取組

商店街・問屋街等の活性化	新たな魅力づくりに向けたハード事業（アーケードや街路灯等の施設整備、オープンモール化等）の支援をはじめ、ふるさと寄附金制度を活用した商店街や個店の魅力発信、専門家（あきない伝道師）の派遣による集客力・販売力強化に向けた実践的な取組の支援を行う。
	関係機関等と連携し、消費拡大に向けたイベント・キャンペーンを展開するとともに、インバウンド等の観光消費の取り込みに向けたおもてなし機運の醸成、先進的なモデル事例創出等に取り組む。
ものづくり企業集積の活性化	工場立地法にかかる緑地面積率の緩和、不動産事業者等との連携による市内工場用地や貸工場の情報提供を行うことにより、ものづくり操業環境の改善に取り組む。 また、優れた技能者（テクノマスター）による技能の伝承や将来のものづくりを担う人材の育成、高度な技術を有する中小企業等の魅力発信等の活動を展開する。
	地域のものづくり企業の個別訪問を通じて、課題等の把握や各種支援策の活用支援等を行うアウトリーチ活動を充実し、支援策の効果的な立案・推進やものづくり企業集積の活性化につなげる。
区役所との連携	局及び区役所における地域企業の支援・活性化の取組に関する情報や先進事例、ノウハウやネットワーク等の共有を図ることにより、活動の展開・拡大を促進する。

重点的に貢献するSDGs



Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

① イノベーション創出や創業の支援

現状と課題

※本プランにおける「イノベーション」とは、「新しい技術や新しいアイデアから新たな価値（製品やサービス等）を創造すること」としている。

- 大阪を中心とする関西圏は、交通システムをはじめとする豊富な都市インフラ、巨大な消費市場、アジアとの密接な関係、大学・研究機関や高付加価値型ものづくり産業の集積など高いポテンシャルを有している。
- 地域経済の成長エンジンづくりや競争力強化に向け、大阪・関西のこうした強みに磨きをかけて人・モノ・投資等を呼び込み、イノベーションを次々と生み出していくことが重要である。
- 近年、イノベーションを巡るグローバルな競争が激化するなか、2013年にうめきた地区に設置した「大阪イノベーションハブ(OIH)」を拠点に、スタートアップや大学、企業、投資家等をつなげ、イノベーションが次々と生まれる環境（イノベーション・エコシステム）の構築をめざした取組を推進しており、「日本国内で注目すべきイノベーションハブ5選（Forbes Japan、2018年10月）」に選ばれるなど着実に成果をあげてきた。
- 2024年には「うめきた2期区域」で「みどりとイノベーションの融合拠点」をめざした先行まちびらきが、また2025年には大阪・関西万博の開催が予定されるなか、これまでの取組を活かしながら、世界に伍する拠点都市となることをめざして、世界中から大阪に集積する知見、先端技術、人材、資金などを活かし、イノベーション・エコシステムの一層の強化に取り組んでいく必要がある。
- また、創業を促進することは、革新的な技術等が市場に持ち込まれ、産業構造の転換やイノベーション促進の原動力となる。経済の新陳代謝の活発化や地域経済の活力向上に向けて、成長力が高く多くの雇用を生み出すスタートアップを数多く創出し、成長へとつなげていくことが重要である。
- 一方、起業家の中には、成長拡大志向だけでなく、安定的な事業運営を求める者も存在し、その志向に応じたきめ細かな支援が必要である。また、企業の事業活動を安定・発展させていくため、創業前後だけでなく企業の成長に合わせて包括的支援を継続的に行っていく必要がある。

施策の方向性

- 起業家、研究者、大企業、ベンチャーキャピタル(VC)などをつなぎ、イノベーション・エコシステムの構築拠点である「大阪イノベーションハブ(OIH)」の取組強化を図り、世界に通用するイノベーションの創出や、関西資源のハブ・世界の窓口としての地位確立をめざす。
- 「大阪イノベーションハブ（OIH）」を活用し、成長著しいアジア市場をはじめ、世界市場をターゲットとしたスタートアップ企業の事業拡大・成長加速を支援する。
- 地域経済に活力を生み出す新たな担い手の創出に向け、創業時に生じる様々な課題解決を支援するとともに、事業継続率を高めるため事業が軌道に乗るところまでの包括的な支援を行う。

具体的取組

イノベーション・エコシステムの構築	「大阪イノベーションハブ（OIH）」において、うめきた2期区域開発の動きとも連携しつつ、グローバルビジネスの創出に向けた各種支援プログラム（アイデアソン・ハッカソン・ピッチイベント（※）、大企業とのオープンイノベーションマッチングなど）を実施するとともに、世界への発信や地位の確立に向けて国際イノベーション会議を開催する。
スタートアップ企業の創出・成長の加速	大阪府や経済界などと連携し、世界から人材、投資、最先端技術等呼び込み、数多くのスタートアップ企業の創出・成長を加速する「スタートアップ・エコシステム拠点都市」形成に向けた取組を推進する。 先輩起業家のアドバイスや大企業・シードアクセラレーター（ベンチャー育成投資家）等との連携機会の提供、投資等成長資金の獲得支援、海外での実践的研修などのアクセラレーションプログラムを実施する。
産学連携による研究開発や事業化の支援	大学と企業等との共同研究開発に対する補助を行うなど、産学連携を促進し、大学の研究・技術シーズの実用化の加速やイノベーションの創出につなげる。

※ アイデアソン……「Idea(アイデア)」と「Marathon(マラソン)」を合わせた造語。テーマを定めた上で、チームごとにアイデアを出し合い、それをまとめていくワークショップ。
ハッカソン……「Hack(ハック：『(コンピュータの)プログラミングに取り組む』の意味)」と「Marathon(マラソン)」を合わせた造語。ITエンジニアや関係者が集い、一定期間集中的にプログラムの開発やサービスの考案などの共同作業を行い、その技能やアイデアを競うイベント。
ピッチイベント… 短い時間で自社の製品やサービスを紹介する催し。主にベンチャー企業が自社の魅力や将来性を投資家に売り込み、資金を獲得することを目的とする。複数の企業が登壇してプレゼンテーションを競う形式のものは、ピッチコンテストともいう。（「ピッチ＝投げ込む」が語源）

具体的取組

創業の支援	創業に関する基礎知識の習得や課題解決のためのセミナー・講座や交流会、各分野の専門家によるコンサルティングを実施するとともに、創業準備活動のためのスペースを提供する。【大阪産業創造館】
	「外国人起業促進支援窓口」を設置し、外国人の起業活動の在留資格（通称：スタートアップビザ）の認定申請に必要となる「起業準備活動計画」の作成支援や、認定後の起業準備活動のサポートを行い、外国人起業家の受入拡大や起業促進を図る。【大阪産業創造館】
	ものづくりによる創業希望者に対して、実験設備を備えた創業支援研究室を提供するほか、研究員による技術指導・助言等を行う。【大阪産業技術研究所】
	大学の知的資源を活用した大学発ベンチャーの創出や成長に向けて、インキュベータ施設の提供等により支援するとともに、新事業やソーシャルビジネスの担い手の育成を図るため、社会人大学院（都市経営研究科都市ビジネスコース）において必要な知識等を体系的に提供する。【大阪市立大学】
創業後の成長段階に応じた支援	支援先企業の創業後の状況を把握し、その成長段階に応じて、専門家によるコンサルティングや様々なプログラムを組み合わせでフォローアップするなど、事業の成長や継続率の向上に向けたきめ細かな支援を行う。【大阪産業創造館】

Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

重点的に貢献するSDGs



② 新事業創出や成長分野への参入、海外ビジネス展開等へのチャレンジ支援

現状と課題

- IoT (※1)やロボットテクノロジー、AI (※2)等の第4次産業革命の進展に伴って、産業構造や市場環境は大きく変化しており、これら先端技術をあらゆる産業や社会生活に取り入れ、経済発展と社会的課題の解決を両立していく新たな社会である「Society (ソサエティ) 5.0」の実現をめざしていこうとしている。
- こうした中、企業が継続的に成長・発展していくためには、時代の変化や複雑化・顕在化する社会課題等に対応し、潜在成長力を有するビジネス分野を捉えて、先端技術等を活用しながら社会課題解決に資する新たな事業展開や新市場の開拓に取り組んでいくことが重要となっている。
- 大阪・関西には、世界的にも需要の拡大が見込まれるライフ・グリーン分野において、関連する大手企業をはじめ、独自の技術力や商品開発力を持つ中小企業、先端的な研究を行う大学・研究機関が多数集積するとともに、国内有数の多様なクリエイティブ・デザイン関連企業が集積している。こうした強みを活かして、ライフ・グリーン等の成長分野への参入、新たな製品・サービスの創出や高付加価値化につなげることが重要となっている。
- また、経済のグローバル化が加速するなか、将来的な人口減少による国内市場の縮小を見据えて、アジアを中心に成長が見込まれる海外市場へのビジネス展開を促すことにより、企業や地域経済の成長に向けて海外需要を積極的に取り込んでいく必要がある。

※1 IoT…「Internet of Things」の略語で、様々なモノがインターネットに接続され、情報交換することにより相互に制御する仕組み。

※2 AI…「Artificial Intelligence」の略語で、日本語では「人工知能」と訳されている。

施策の方向性

- 成長が期待される分野における先進的で意欲の高い中小企業等への集中的な事業化支援をはじめ、IoTやロボットテクノロジー等を活かした社会課題解決等に貢献する新製品・サービスの創出、海外ビジネスの展開などのチャレンジを支援し、成長を牽引する企業の育成・創出を図る。
- 大阪が強みを持つクリエイティブ・デザイン関連企業の力を活かし、ものづくり企業をはじめとする異業種企業との協働により、価格競争から脱却し、製品の差別化や顧客満足度など異なる次元で勝負できる、高付加価値な製品・サービスの創出を支援する。

具体的取組

成長分野等への参入促進、事業化や販路の開拓等	成長性が期待されるプロジェクトに対して市場投入から販路拡大まで伴走支援し、成長分野への参入促進や事業化を支援し、リーディング企業の創出・育成を図る。 「介護・福祉・健康分野」や「環境・エネルギー分野」に関する製品・サービスの展示場を設置し、販路開拓等の支援を行う。
先端技術を活用した新たなビジネスの創出・成長	先輩起業家等によるアドバイスや技術支援、マッチング、セミナーや研究会の開催、インキュベーションオフィスの提供、IoTビジネスに特化したビジネス創出プログラムの実施など、IoTやロボットテクノロジー等の先端技術を活用した新たなビジネスの創出・成長を支援する。 先端技術を活用した製品・サービスの開発や社会実装に不可欠な実証実験を促進するため、大阪府や大阪商工会議所との連携等により、効果的な実証実験となるようコーディネートを実施し、公共空間・商業施設等を実証フィールドとして提供する。
製品・サービス等の高付加価値化	高付加価値な製品・サービスの創出につながるよう、クリエイターのネットワークを活かし、クリエイターとものづくり企業等異業種企業との協働を促すビジネスイベントの開催やマッチング支援等を行う。 デザインビジネスの活性化に向けて、デザイナーや関連企業を対象としたセミナーやイベント・交流会等を実施するとともに、創業間もないデザイナーの育成のため、インキュベーションオフィスの提供や常駐スタッフによるサポートを行う。
海外ビジネスの展開	様々な海外展開支援機関と連携してワンストップ窓口を整備し、海外市場や貿易実務、海外販路開拓の専門家によるコンサルティング等、中小企業の海外ビジネス展開の支援を行う。 姉妹都市（※1）やビジネスパートナー都市（※2）等の都市間ネットワークを活かし、海外見本市への出展支援や海外・国内商談会の開催、企業ミッション団の派遣などを実施し、海外ビジネスの展開を支援する。 上海事務所を設置・運営し、現地でのネットワークを活かして在阪企業のビジネス展開支援を行う。

※1 姉妹都市…市民や企業、各種団体など多様な主体が、経済・技術・学術・文化・スポーツなど幅広い分野で交流を推進することを目的とした都市提携。

〔都市名〕サンパウロ(ブラジル)、シカゴ(アメリカ)、上海(中国)、メルボルン(オーストラリア)、サンクト・ペテルブルグ(ロシア)、ミラノ(イタリア)、ハンブルク(ドイツ)

※2 ビジネスパートナー都市…アジア太平洋地域を中心とした経済ネットワークを構築し、経済交流を民間レベルで促進するため、大阪市が1988年から進めている都市提携。

〔提携先〕香港(中国)、シンガポール、バンコク(タイ)、クアラルンプール(マレーシア)、マニラ(フィリピン)、ジャカルタ(インドネシア)、ソウル(韓国)、上海(中国)、ホーチミン・シティ(ベトナム)、ムンバイ(インド)、メルボルン(オーストラリア)、天津(中国)、オークランド(ニュージーランド)、ハンブルク(ドイツ)

Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

③ イノベーションを生み出すビジネス環境整備

重点的に貢献するSDGs



現状と課題

- 都市間競争が激化する中、企業の成長や大阪での再投資を促す産業振興策の充実とともに、特区制度等を活用し、ライフ・グリーンをはじめとする成長分野のさらなる企業集積やイノベーション拠点の形成など、大阪の強みを活かした魅力的なビジネス環境の整備に取り組む必要がある。
- 姉妹都市やビジネスパートナー都市など本市が有する海外ネットワークを最大限活用し、大阪の技術や産業など、あらゆる大阪の強みをトップセールス等により国内外へ積極的にアピールすることにより、大阪への投資を呼び込み、中小企業等の国際ビジネス交流をより一層促進する必要がある。

施策の方向性

- 特区制度を活用する大阪独自の取組の推進や企業等進出支援などにより、都市間競争力を強化し、大阪への投資や情報等を呼び込みイノベーションを創出するビジネス環境の整備を図る。
- これまでに培ってきた海外ネットワークの強化・発展を図るとともに、そうしたネットワークを戦略的に活用して、大阪の強みや魅力を効果的に発信し、対大阪投資の呼び込みや国際ビジネス交流の一層の促進に取り組む。

具体的取組

特区制度等の活用・推進	関西イノベーション国際戦略総合特区や国家戦略特区の制度による規制緩和や税制支援等を活用することにより、大阪の強みを活かした魅力的なビジネス環境の整備を図る。
イノベーション創出環境の充実に向けたプロジェクトの推進	大阪府や関係部局、関係機関等と連携し、スマートシティ化や国の政策に対応したプロジェクト（スーパーシティ構想等）の推進などを図り、先端技術の社会実装やイノベーションの創出、投資等を呼び込む環境の整備につなげる。
民間主導によるイノベーション拠点の整備促進	イノベーション創出やベンチャー企業等の成長を支援する民間主導のプラットフォーム整備を支援し、ビジネス環境の充実につなげる。
企業等の進出、立地の促進	大阪への投資有望企業等の情報収集やアプローチを実施するとともに、進出検討企業の相談窓口の運営、進出準備のための無料オフィスの提供、土地・物件情報の提供など、大阪進出に必要なきめ細かなサポートを実施する。
	新エネルギーやライフサイエンスに関連する先進的な事業を行う企業が国際戦略総合特区に進出する際、地方税ゼロ制度を適用することによって当該区域への立地を促進・支援する。
国際金融都市の実現に向けた取組	官民一体の推進組織「国際金融都市OSAKA推進委員会」において、大阪の強みや課題の調査・分析等を行い、海外事業者等を大阪に呼び込むための効果的な施策の具体化を図るとともに、専門家の意見等を踏まえた上で目標を設定し、独自の個性・機能を持つ国際金融都市の実現に向けて取り組む。
海外都市とのネットワーク等を活かした情報発信やプロモーション	姉妹都市等とのネットワークを戦略的に活用し、海外現地でのプロモーションセミナーやトップセールスなどを実施する。
	大阪府や大阪商工会議所と組織した「大阪外国企業誘致センター（O-BIC）」等と連携し、大阪の投資環境等の関連情報の発信やプロモーション活動を展開する。

Ⅲ 交流人口・関連マーケットの拡大によるビジネスチャンスの創出

① 戦略的なMICE誘致

重点的に貢献するSDGs



現状と課題

- MICE（※）は、交流人口の増加に加え、国際人材や企業・学会等とのネットワーク構築によりビジネス・イノベーション機会の創造につながるものである。
- 一般観光客よりもMICE参加者の消費額・宿泊数は多いため地域への経済効果は高く、かつ開催都市の国際的認知度やブランド力向上に資するものであり、MICE誘致競争は年々激化してきている。
- G20大阪サミットの開催により高まった大阪の知名度や評価を活かし、一過性のものに終わらせることなく戦略的にMICE誘致に取り組み、国際都市大阪としての成長につなげていく必要がある。

※MICE…企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行、Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称

施策の方向性

- MICE開催を通じた観光消費の拡大、大阪に集積する産業分野を活かしたビジネスやイノベーションの機会を創出するため、大阪府・経済団体・大阪観光局等とともに策定した「大阪におけるMICE推進方針（平成29年3月策定）」に基づき、経済界や関係機関と連携して戦略的にMICE誘致を推進する。

具体的取組

MICE誘致活動の推進	大阪府や経済界、大阪観光局等とともに策定した「大阪におけるMICE推進方針」に基づき、G20大阪サミットの開催実績を活かし、夢洲での統合型リゾート誘致の動き等を見据えながら、関係機関等が一体となってMICE誘致活動を推進する。
インテックス大阪の機能維持・向上	大阪のMICE関連情報（MICE施設や観光施設、ユニークベニュー等）の発信や、MICE主催者と関連施設・事業者等との商談会・視察ツアー等を実施し誘致に取り組むとともに、MICEのプラン策定から開催まできめ細かな支援を行う。【大阪観光局】
新規展示会の誘致	中小企業への新たな商談機会の提供に向けて、新規展示会の誘致を目的とした展示会主催者への助成を実施する。

Ⅲ 交流人口・関連マーケットの拡大によるビジネスチャンスの創出

② 観光地域まちづくりの推進

重点的に貢献するSDGs



現状と課題

- 観光に関連する産業は、旅行業、宿泊業、運輸業、観光施設にとどまらず、非常に裾野が広く、幅広い産業への波及効果が大きく、地域経済の成長を牽引する基幹産業となっていくことが期待される。
- 大阪を訪れる外国人旅行者数や延べ宿泊者数は近年増加を続け、インバウンド消費の大阪経済への影響は年々高まっている。こうした観光需要を一過性のものとせず、引き続きインバウンドをはじめ国内外からの「交流人口の拡大」を図り、観光消費額を着実に取り込んで関連マーケットの拡大につなげ、地域経済に一層寄与するものとしていくことが重要である。
- そのため、地域のエリアマネジメント団体や民間企業等と連携し、地域特性を活かした観光魅力の強化や商品化、エリアブランドの向上等に向けて、都市経営の観点から官民連携による戦略的な取組を進めていく必要がある。

施策の方向性

- 国内外からのリピーターの獲得や観光消費の増加を図り、交流人口や関連マーケットの拡大につなげていくため、大阪版DMO（※）である大阪観光局を中心に、戦略的なプロモーションやマーケティングの実施、エリアブランドの向上、大阪の歴史・文化などの魅力を発掘し体験できる商品化の推進、観光客の満足度を高めるための受入環境の整備など、戦略的な観光地域まちづくりを推進する。

※DMO…「Destination Marketing／Management Organization」の略語で、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりを行う組織・機能。マーケティングに基づく観光戦略を策定・推進するとともに、地域内の幅広い関係者との合意形成などの調整機能を備える。

具体的取組

観光マーケティング・プロモーションの強化や観光客の受入環境整備	大阪版DMOである大阪観光局において、マーケティング機能やプロモーション活動の強化、観光案内所の運営や無料Wi-Fiの整備拡大等の観光客受入環境の整備・充実、地域と一体となった観光地域づくりなど、観光振興の司令塔としてDMO事業戦略に基づく取組を推進する。 「食創造都市 大阪推進機構」による世界的な食関連イベントの開催や、大阪の食の魅力を活用した観光コンテンツ開発等、官民連携により、大阪の食のブランド化や魅力発信・プロモーション活動を推進する。 外国人旅行者に安心して大阪の観光を楽しんでもらえるよう、自然災害時等に必要とされる情報を速やかに発信する仕組みを構築し、関係機関との連携により発信情報の充実に取り組む。
世界第一級の文化・観光拠点形成・発信	大阪城公園の世界的観光拠点化に向けて、引き続きPMO事業（※）を推進し、民間活力を活かして大阪城公園エリアの魅力の創出・強化を図る。 また、豊臣期に築かれた初代大坂城の石垣を公開する施設を新たに整備する。 民間活力を活かして運営する「天王寺公園エントランスエリア」や「てんしばゲートエリア」、天王寺動物園等を核に、周辺の関係事業者等と連携し、天王寺・阿倍野地区の魅力発信や集客促進の取組を進め、エリア全体のブランド力の向上を図る。 本市が所蔵する第一級のコレクションを活用し、新たな美術館（大阪中之島美術館）の整備に取り組み、文化芸術エリアとしての中之島のブランド力や集客力の一層の向上を図る。 水辺での魅力的な空間やにぎわいの創出、舟運や関連ビジネスの活性化を図るとともに、官民が連携して光により大阪の魅力を発信する「大阪・光の饗宴」の充実に取り組むなど、「水と光のまちづくり」を推進する。
エリアブランドの向上	地域自らが行う新たな観光地域まちづくりの仕組みとして、「大阪市版TID（Tourism Improvement District：観光産業改善地区）」のモデル事業を推進し、制度の構築・実施を図る。
国際的なスポーツイベントの開催	スポーツによる都市魅力の創造・発信に向けて、国際的なスポーツ競技大会（大阪城トライアスロン大会等）の誘致・開催をはじめ、国内最大級の都市型市民マラソンである「大阪マラソン」のさらなる魅力向上、「ワールドマスターズゲームズ2021関西」に向けた機運醸成などに取り組む。
プロスポーツとの連携による市場拡大等	プロスポーツチームとの連携により、まちづくりやスポーツ関連市場拡大に向けた取組を推進する。

※PMO…「Park Management Organization」の略語で、公園全体をマネジメントする民主導の組織のこと。

【横断的な重点課題】

大阪・関西万博を契機とした地域経済活力の向上

重点的に貢献するSDGs



現状と課題

- 2019年の「G20大阪サミット」の開催や、2025年大阪・関西万博の開催決定などにより、今後、大阪の知名度や発信力が大いに高まることが期待され、市内中小企業などにおいて万博効果への期待感や新事業展開等の前向きなチャレンジへの意欲も高まっている。
- 大阪が迎える成長に向けた絶好の機会を捉え、万博開催後も見据えつつ、地域経済活力の向上につなげていくことが重要となっている。

施策の方向性

- 2025年大阪・関西万博の開催に向けて、高まる知名度や発信力、インパクトを起爆剤に、中小企業の変革や成長発展への前向きなチャレンジを後押しし、地域の稼ぐ力、地域経済活力の向上を図るとともに、万博の理念の実現や開催後のさらなる成長に向けたレガシー創出につなげていく。

具体的取組

2025年大阪・関西万博の成功に向けた取組	2025年大阪・関西万博の成功に向けて、公益社団法人2025年日本国際博覧会協会をはじめ、国や大阪府、経済団体等と密接に連携しながら着実に開催準備を推進する。
地域産業魅力の世界への発信、海外販路開拓の支援	卓越した技術、独自の製品・サービス等の地域の産業資源などの魅力を世界に向けて情報発信し、中小企業の海外販路の開拓等を支援する。
観光消費の取り込みによる商業集積の活性化	商店街等におけるインバウンド等の観光誘客に向けたおもてなし機運の醸成、先進的なモデル事例の創出等を支援し、観光消費の獲得による商業集積の活性化に取り組む。
大阪・関西万博を見据えた中小企業等による新ビジネス創出の支援	大阪・関西万博と関連の深いウェルネスやライフサイエンス分野、大阪でのスマートシティ化の動き、第4次産業革命の進展等に関連し、新たな製品・サービス開発や新事業展開、大阪・関西万博のコンセプトである「未来社会の実験場」を先取りした実証実験の支援など、中小企業等の革新に向けたチャレンジを促進する。
「SDGs経営」の普及促進・推進支援	持続可能な開発目標（SDGs）を経営に組み込む「SDGs経営」の普及促進や推進の支援、新たなSDGsビジネスの開発支援等に取り組み、中小企業等の企業価値の向上や競争力の強化につなげる。
大阪・関西万博への企業参画機会の提供	関係機関等と連携し、企画立案に資する企業等からの提案受付や対応を行うほか、様々な形態での出展（パビリオン、期間限定、小規模、バーチャル等）や営業参画のあり方などについて検討を進め、中小企業等への参画機会の提供につなげる。

11 プランの実効性ある推進に向けて

【プランの推進、フォローアップについて】

- 本プランを効果的に推進し実効あるものとしていくため、具体的な施策・事業の進捗状況や取組結果について、大阪市中小企業対策審議会に報告し検証を行うとともに、改善に向けた助言等を得るものとする。
- プランに位置づけられた取組に加え、社会経済状況や国の政策動向などの変化に応じて、それ以外の取組も機動的に実施していく。
- さらに大きな外的環境の変化が生じた際などには、プランの内容について柔軟に見直しを行うものとする。

【大阪市中小企業対策審議会】

- ・条例に基づき、市長の附属機関として昭和39年に設置。
 - ・大阪経済の活性化に向けて、本市が進めるべき中小企業振興対策の調査・審議、意見具申等を行う。
 - ・学識経験者や中小企業支援機関、業界団体等の代表者など、17名の委員により構成。
- これまでに101回の審議会を開催（2021年10月時点）。