

地域経済成長プラン

2025 - 2029年度

2025年3月

2026年●月改訂（案）

経済戦略局

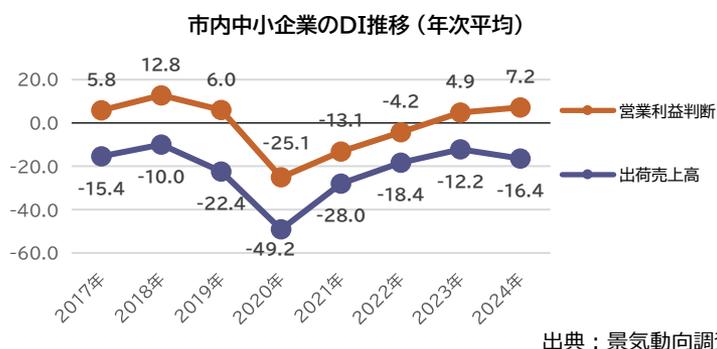
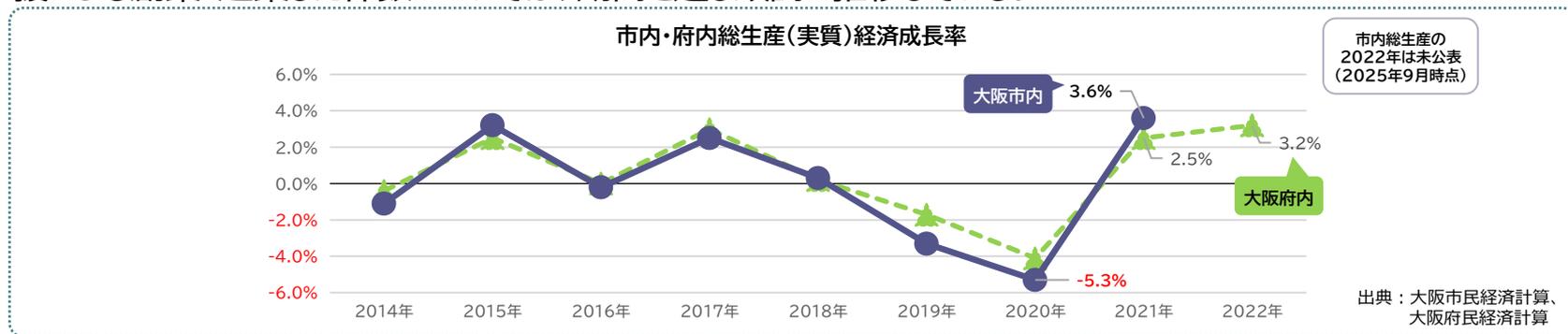
1. はじめに
2. プランに基づく取組状況
3. 大阪経済の現状、市内企業の実態
4. 近年の社会・経済の環境変化
5. 本プランの位置づけ
6. めざす姿、基本的な考え方
7. 戦略と施策の方向性
 - 戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進
 - 戦略Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり
 - 戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出
8. 定量的指標等

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。
- 市内事業者の約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し、国内外の需要の変化を捉えた新市場や海外市場の開拓に、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、新たな産業の創出など大阪経済の競争力強化や社会課題の解決への貢献につながるイノベーションを生み出していくため、民間の支援機関と連携しながら、イノベーション創出を牽引するスタートアップの創出・成長を加速させ、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。
- 加えて、特区の活用などによりビジネス環境を整備するとともに、大阪が持つ歴史や食・文化、芸術などの資産をさらに向上させて、世界中から人、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、近年の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、デジタル技術の進展、カーボンニュートラル達成に向けた取組の加速などの社会経済環境の変化や、大阪・関西万博を契機とした未来社会の新技术・サービスの披露、大阪ブランドの世界への発信と交流の活発化によるビジネス機会の拡大等「副首都・大阪」実現に向けた大阪の経済的ポテンシャルが大きく向上する機会をとらえ、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（2020年度以降）

- ▶ 地域経済成長プラン（2017年3月策定、2020年3月期間満了に伴う改訂）に基づく施策・事業については、新型コロナウイルス感染症拡大への対策など、状況変化に沿った対応に努めながら取り組み、概ね着実に推進してきたと認識。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地域経済の活力向上につなげる取組を重点的に推進してきたところ。
- ▶ **大阪市における**実質経済成長率については、コロナ禍の影響により大きく落ち込み**を見せた**が、2021年度にはプラス3.6%とプラス成長となり、出荷・売上高等のDI値は、以降も持ち直しの動きがみられる。また、大阪産業創造館の支援による創業・起業した件数については、期間を通じ順調に推移している。



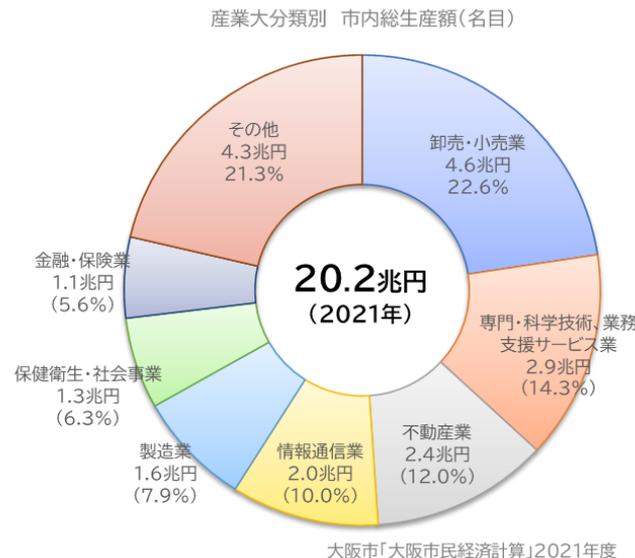
- ▶ そうした中、これまでの取組を活かし、**大阪・関西万博開催中はもとより開催後**の地域経済のさらなる活性化につなげていく必要がある。また、近年の市場環境の変化は激しく、地域経済を取り巻く環境の先行きは不透明感を増しており、様々な環境変化に応じた施策・事業を着実に推進していく必要がある。
- ▶ プランの改訂にあたっては、大阪経済の現状や市内企業の実態、近年の社会・経済環境の変化等を踏まえて、今後対応が求められる課題等を各戦略や具体的取組へと反映する。

3. 大阪経済の現状、市内企業の実態

I 大阪経済の現状

① 経済規模等

- ・大阪市の市内総生産（名目）は、2021年度で約20.2兆円と政令指定都市の中で最も大きく、国内総生産の3.7%を占めている。
- ・産業大分類別でみると、卸売・小売業のシェアが高く、商都型の特徴を示している。近年は専門・科学技術、業務支援サービス業のシェアが増加傾向にある。
- ・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2割強を占める。



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、約230万人が働いており、幅広い分野における産業集積を有している。
- ・市内に本社を置く企業の約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。

【卸売・小売業】

- ・卸売業は関西圏などにおける流通の中核機能を担っている。小売業については、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。

【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、AI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。

【製造業】

- ・事業所数は減少傾向にあるものの、全国平均や他都市と比較して高水準の付加価値率を誇り、高度な技術を有する高付加価値型の大手・中小のものづくり企業が多数存在している。製造品出荷額等を比較すると、鉄、石油、木材、紙など「基礎素材型」の割合が高く、中でも化学工業が高くなっている。加えて、多様な業種が厚みを持ってバランスよく集積している。

3. 大阪経済の現状、市内企業の実態

②主な産業動向等（前頁の続き）

・以下の産業分野については、市内及びその周辺において関連企業や研究機関の集積、立地優位性があるなど高いポテンシャルを有している

【ライフ分野】

- ・江戸時代から我が国における製薬業の中心地として栄えた歴史を有し、製薬企業が数多く立地
- ・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い
- ・大学・研究機関や医療機関等が集積し、健康から創薬・治療、再生医療に至るまで、幅広くライフサイエンスに関わる研究開発が行われている
- ・中之島地域ではNAKANOSHIMA QROSSが2024年6月に開業し未来医療の産業化等を推進している

【グリーン分野】

- ・関西地域には、蓄電池メーカー、製造装置メーカー、部材サプライヤー等の生産拠点等が集積し、蓄電池製造業の製造品出荷額の全国シェアは約3分の1を占め、大学、技術研究組合リチウムイオン電池材料評価研究センター(LIBTEC)、独立行政法人製品評価技術基盤機構(NITE)、国立研究開発法人産業技術総合研究所(産総研)といった研究機関が集積
- ・水素等・バイオものづくり分野においても、トップレベルの技術を有する企業や、関連する部材等技術を有する企業、研究機関・支援機関等が集積
- ・夢洲・咲洲地区は「関西イノベーション国際戦略総合特区」の区域として、規制緩和や税制上の特例等の総合的な支援の活用が可能であり、イノベーション創出に向けた環境が整っている

【デジタル分野】

- ・IoTやロボットテクノロジー、AIの利活用等を支える情報通信系の事業所が市内に集積
- ・大阪税関管内の輸出品において、半導体等電子部品の出荷額は高く、全国の約4割を占める
- ・大学をはじめ関連研究が活発に行われている
- ・大阪市はスーパーシティ型国家戦略特別区域として、規制改革を推進する特区制度を活用しながら、データとAIなどによる先端的サービスの実装やイノベーション創出に、官民が連携して取り組んでいる
- ・空飛ぶクルマの実現に向けた、具体的かつ実践的な協議・活動の核となる「空の移動革命社会実装大阪ラウンドテーブル」を官民共同で設立

【観光分野】

- ・大阪は、観光資源に富み、宿泊施設や交通網など観光インフラも充実
- ・関西には個性豊かで魅力ある都市が近接して多数存在
- ・コロナ前の2019年の来阪外国人旅行者数1,153万人、訪問率は38.6%とインバウンドは増加傾向にあった
- ・コロナの影響で一時的に落ち込んでいたものの、2023年の延べ宿泊者数はコロナ前まで回復
- ・ホテル等の着工数増加、帰国後の越境ECによる輸出の増加など他産業への波及効果が高い

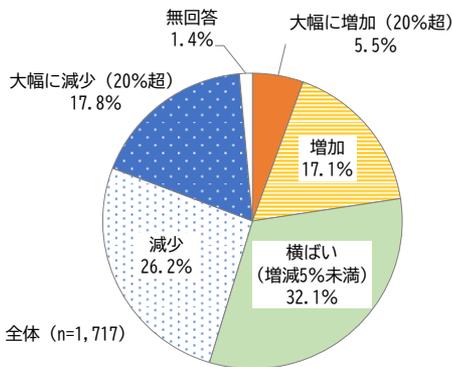
3. 大阪経済の現状、市内企業の実態

II 市内企業の実態

- 地域経済成長プランの改訂（2025年3月改訂）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。

- 5年前との売上高比較では、売上高を増加させた企業の割合が22.6%であるのに対し、減少させた企業は44%となっている。2019年度に実施した売上高比較の調査と比べると、「大幅に増加」と「大幅に減少」の比率が高くなっており、コロナ禍を経て二極化が進んでいる。なお、売上高の増加企業は、様々な経営課題に取り組み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。
- 取り組みたいが対応できていない経営課題は、「販路の開拓・拡大」と「人材の確保・育成」の割合がともに最も高く、「事業継承」、「新商品・サービスの開発・提供」が続いている。
- 国が推し進めているDX、GX関連で見ると、取り組みたいが対応できていない経営課題として「DXへの取組」、「カーボンニュートラルへの取組」をあげた企業の比率は少ない。
- 一方、「DXへの取組」、「カーボンニュートラルへの取組」や、「働き方改革」への対応、「海外ビジネスへの取組」は、取り組みたいが対応できていない経営課題とした企業は多くないが、上位にあげられた課題である「販路の開拓・拡大」、「人材の確保・育成」や「新製品・サービスの開発・提供」、「コストの低減」、「既存商品・サービスの高付加価値化」などへの有効な解決手法になり得ると考えられる。

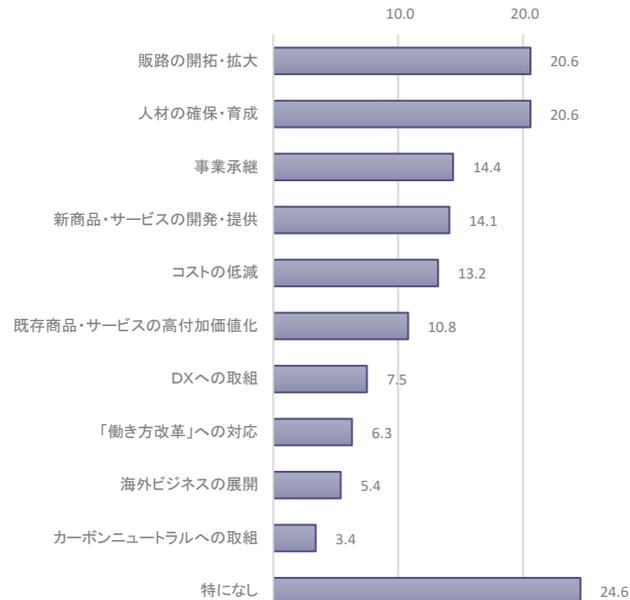
<5年前との売上高の比較>



<取り組んでいる経営課題（売上高変化別）>

項目	大幅に増加 増加	横ばい	減少 大幅に減少
人材の確保・育成	47.8	31.0	23.7
販路の開拓・拡大	41.6	28.3	27.5
既存商品・サービスの高付加価値化	40.8	30.3	28.6
新商品・サービスの開発・提供	32.8	18.7	21.9
コストの低減	31.5	29.9	35.5
「働き方改革」への対応	26.1	14.3	9.2
生産性の向上	21.7	11.4	8.8
設備投資（設備更新や生産拡大）	16.5	12.1	5.8
情報発信の強化	15.8	9.6	9.4
事業継承	14.5	13.6	11.5
DXへの取組み	13.2	5.8	4.1
研究開発の強化、技術力の向上	11.6	6.5	4.9
資金調達・資金繰り改善	10.3	11.2	15.1
海外ビジネスの展開	8.5	2.7	2.5
他社との協業による共同開発等の推進	4.1	4.3	2.4
カーボンニュートラルへの取組	3.9	1.4	0.9
大学等との連携（産学連携）の推進	1.8	0.7	0.8
事業や人員のリストラ推進	1.3	0.2	3.3
特になし	7.5	18.7	20.3

<取り組みたいが対応できていない経営課題>



前回調査（2019年度における3年前との売上高の比較）との比較

	大幅に増加 (20%超)	増加	横ばい(増減 5%未満)	減少	大幅に減少 (20%超)	無回答
2024年度 調査結果	5.5%	17.1%	32.1%	26.2%	17.8%	1.4%
2019年度 調査結果	4.1%	17.8%	36.2%	27.1%	10.2%	4.5%

4. 近年の社会・経済の環境変化

- 近年の次のような社会・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、大阪の新たな成長の機会となるよう取り組んでいく必要がある。

人口減少、少子高齢化の進展、国内市場の縮小、人材不足の深刻化

デフレ経済からの転換に向けた動き

デジタル技術の進展

カーボンニュートラル、SDGs達成に向けた取組の加速

世界の不確実性の高まり



大阪・関西万博の開催**及び意義・効果、レガシーの継承**

大阪の新たな成長の機会へ

5. 本プランの位置づけ

I 趣旨

■ **本プランは**、大阪府・市で一体的に取り組んでいる「大阪の成長戦略」、「大阪の再生・成長に向けた新戦略」、「大阪市未来都市創生総合戦略」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。

■ 「大阪の成長戦略」については、今般、万博後の持続的な成長・発展等に向け、大阪が進むべき道を示す指針（成長戦略）として、「Beyond EXPO 2025」の骨子（案）が新たに策定されたことを受け、本プランを改訂するものである。

II 対象期間

2025（令和7）年度から2029（令和11）年度までの5年間

6. めざす姿、基本的な考え方

◆ めざす姿

新たな価値を創造し、世界中から人・投資等を惹きつけ、将来にわたり持続的に成長する大阪経済

経済へダイナミズムをもたらす中小企業を振興し、新たな価値を創造するイノベーションを創出するとともに、ビジネス環境や都市の魅力を高め、国内外から人や投資等を惹きつけることにより、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。

◆ 基本的な考え方

以下の基本的な考え方に基づき、大阪・関西万博を契機とした更なる飛躍に向け、具体的取組を積み重ねる。

中小企業の振興

大阪経済の主要な担い手である中小企業の経営基盤の強化、変革と挑戦を支援する

イノベーションの創出

新しい産業の創出や既存産業の生産性向上に資するイノベーションが創出される環境を整備する

ビジネスチャンスの拡大

国際ビジネス交流を促進するとともに、国内外から人・投資等の呼び込みをはかる

7. 戦略と施策の方向性

基本的な考え方に沿って、本プランにおける3つの戦略と施策の方向性を以下の通り設定し、大阪・関西万博を契機として地域経済のさらなる活性化につなげられるよう、具体的取組を推進していく。

戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進

- ①各支援機関と連携した経営課題等への総合的支援
- 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スタートアップの創出・成長の加速とイノベーション・エコシステムの強化
- ②先端技術等を活用した社会課題解決に資する新事業創出の支援
- ③創業の支援

戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出

- ①国際ビジネス交流の促進
- ②国際金融都市の実現に向けた取組
- ③国内外からの投資を呼び込むための魅力的なビジネス環境の整備
- ④交流人口・関連マーケットの拡大に向けた都市魅力の向上
- ⑤戦略的なMICE誘致

7. 戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進

① 各支援機関と連携した経営課題等への総合的支援

現状と課題

- 市内に本社を置く企業の約99%を占める中小企業は大阪経済の主要な担い手であり、その機動性、柔軟性、創造性を発揮し、さらなる発展が期待されている。
- 一方、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・複雑化している。特にAIなどの急速に進展するデジタル技術の活用や適応、脱炭素化などのGXへの対応は、企業の競争力に大きな影響を与える可能性が高いと考えられる。
- 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な面があり、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。
- 中小企業振興を市政の重要な柱の一つとして取り組むことを明確化した「大阪市中企業振興基本条例」に基づき、中小企業の経営基盤の強化や成長への挑戦を支援する取組を推進している。
- 多様化・高度化する中小企業のニーズに応え、時代の変化に応じた変革や挑戦を支えていくため、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、関係団体などと連携しながら、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。

施策の方向性

- 本市の中小企業支援にかかる施策・事業の執行を担う機関と位置付けた公益財団法人大阪産業局や地方独立行政法人大阪産業技術研究所等と連携し、中小企業の経営基盤や競争力の強化に向けて、中小企業を取り巻く経営環境・ニーズの変化に柔軟に対応した経営相談やセミナー、ビジネスマッチング、海外ビジネス支援や新たな事業展開、技術面の課題解決など、中小企業に寄り添った層の厚い総合的な支援を行う。
- 専門家相談等において経営課題から求める人材の明確化を行い採用のミスマッチの解消、外国人材等の活用を図るとともに、セミナー・ワークショップによる人材育成・定着支援の実施や、学生等の獲得に向けた支援など企業の人材確保・定着につなげる。
- 市内企業のデジタル化、脱炭素化の促進や、デジタル・環境分野への事業拡大など中長期的な視点で継続的に取り組む必要がある課題に対する支援を行う。
- 本市等が実施する中小企業への支援施策・事業の周知を行い利用促進につなげるとともに、多様な中小企業の魅力発信に努める。

7. 戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進

具体的取組例

(1) 大阪産業創造館における総合的支援

- 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、国内外企業とのビジネスマッチングや商談会・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。
- 新たな需要の創出が期待できる新製品・新サービスの事業化をめざすプロジェクトについて、市が認定を行ったものに対し、きめ細かな伴走支援により事業活動上の様々な課題解決を支援する。
- 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。
- 事業承継に関する相談に専門家に対応するほか、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、後継者育成のためのビジネススクール等を実施する。
- 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。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（設備投資応援融資）を実施する。

(2) 大阪産業技術研究所を通じた技術力の強化

- 大阪産業技術研究所において、技術相談や試験分析、**企業支援研究等**を行い、中小企業の抱える技術面の課題解決を支援するとともに、中小企業が新たな技術・製品等の開発に効果的に取り組めるよう、共同研究開発プロジェクトの組成や推進、実用化の支援を行う。
- 次世代高速通信（5G/6G）関連素材の技術開発支援など、大阪産業技術研究所において、ものづくり中小企業の技術力強化とビジネスチャンス拡大に向けた技術支援を実施する。

(3) 資金面等の支援

- 大阪信用保証協会と連携し、小規模企業者等の経営支援や設備投資による経営基盤の強化を支援する本市制度融資等を実施する。
- 地域未来投資促進法に基づき策定した基本計画により、地域経済牽引事業を促進する。
- 労働生産性の向上に向け、中小企業の労働生産性を向上させる先端設備等導入計画の認定制度を実施する。

7. 戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進

(4) 人材の確保・定着、多様な人材の活躍促進

- 「人材に関わる課題解決プログラム」として、人材の確保・定着に向けた講座・セミナーや専門家による相談対応を実施する。また、大企業等と中小企業・スタートアップのマッチングを支援するなど、副業・兼業人材の活用を促進する。
- **中小企業が中長期的に新たな取組を進め成長するための中核人材確保のための人材戦略支援を行う。**
- 外国人材受入れに関する支援機関等と連携し、外国人材受入促進に関する情報発信や、相談対応、支援機関への取りつきなど、中小企業の外国人材の採用をサポートする。
- ものづくり企業と工業系学科を有する高校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。

(5) DX・GXの促進

- 大阪産業創造館において、DX・GX推進による生産性の向上や販路の拡大等を図るため、経営相談やセミナーをはじめとした各種支援プログラムを実施する。

(6) 中小企業の魅力、支援施策等の発信

- **万博期間中及び開催後も引き続き認知度向上のため、市内の中小ものづくり企業の魅力や高い技術力を発信する。**
- 「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。
- 各支援拠点の認知度向上を図り、各種支援事業の活用をより一層促進していくため、広報誌やメールマガジン、WEBサイト等を活用することにより情報発信を行う。

7. 戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進

② 地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援

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430の商店街は、日常の「買い物場」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。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捉え、にぎわいを見せる商店街も存在している一方、空き店舗を多く抱える商店街もあることから、地域経済を支える商店街の再生・活性化を図る必要がある。
- 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、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・卸等の活性化に向けて、商店街等のニーズの把握に努めながら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を行う。また、商店街の魅力発信による誘客促進の取組支援等を行うとともに、商店街やエリア活性化を担う人材を育成し、自律的な商店街の再生やエリア全体の活性化を図る。
- ものづくり産業の活性化に向けて、地域におけるものづくり企業の魅力発信や人材育成、良好な操業環境づくりを図るとともに、区役所等と連携し、地域の実情や特性に応じたきめ細やかな支援を行う。

7. 戦略Ⅰ 中小企業の経営基盤の強化、変革・挑戦の促進

具体的取組例

(1) 商店街・卸等の活性化

- 商店街・問屋街・小売市場が、新たな魅力づくりをめざして、社会的・公共的役割を果たすために知恵と工夫を活かして主体的に取り組む活性化のためのハード事業に対し補助金を交付する。
- 商店街での消費意欲を喚起し、にぎわいを創出するため、キャンペーン期間を設け商店街で多様なイベントを展開し、消費拡大や回遊性の向上を図る。
- 商店街・卸等の集客力・販売力の向上に向けて、課題解決や活性化に取り組み、成果をあげている市内商店街のキーパーソンや専門家を「あきない伝道師」として派遣し、実践的な取組等に対する支援を実施する。
- 大阪商工会議所・大阪市商店会総連盟と連携し、商店街の空き店舗へ新規出店する若手等の支援及び人材育成により商店街の自律的な活性化を図る。
- 不動産情報検索サイト内に大阪市の商店街等の空き店舗情報を集約して掲載し、空き店舗と入居者のマッチングを促進する。
- 大阪市ふるさと寄附金制度に「商店街振興」の寄附メニューを設け、大阪市あきないグランプリ優秀賞など表彰・認定している店舗・商品の中から返礼品を贈呈し、全国の寄附者に市内商店街の魅力発信と愛着の醸成を図る。

(2) ものづくり産業の活性化

- 優れた技能者（大阪テクノマスター）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。
- 工場立地法や同法にかかる緑地面積率の緩和を定める条例を適正に運用することで、ものづくり企業の操業環境の保全と地域との調和を図る。
- 地域のものづくり企業の個別訪問等を通じて課題等を把握し、支援策の効果的な立案・推進やものづくり企業の活性化につなげる。
- 企業支援情報の提供や、地域企業の支援・活性化の取組情報や先進事例等の共有を図ることにより、区役所と連携した企業支援活動を展開する。

7. 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 スタートアップの創出・成長の加速とイノベーション・エコシステムの強化

現状と課題

- 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。
- これらを活かしながら、グローバル化の進展に伴い、劇的に変化する経済環境において、時代に対応した新たな産業を生み出すとともに、既存の産業を強化していくには、イノベーションの創出が重要であり、創造性を発揮し、果敢に挑戦する起業家、研究者や、投資家といった人材が集まり躍動する環境を整備していく必要がある。
- 2013年にうめきた地区に先駆的に設置した「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、近年は民間主体の支援も広がりつつある。
- イノベーションを巡るグローバルな競争はますます激化しており、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・関西万博で最先端技術・サービスが世界に向けて披露されるなど、これまでの取組を活かしながら、世界に通用するイノベーションが創出される都市となることをめざして、スタートアップの創出・成長を加速させ、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。

施策の方向性

- 世界で活躍するスタートアップの創出に向け、「大阪イノベーションハブ(OIH)」における民間の支援が及びにくい成長段階にあるスタートアップへの支援や、大阪ならではのスタートアップの集中的な支援を強化するなど、メリハリのある支援を行う。
- うめきた2期区域をはじめ、新たなイノベーション創出拠点が誕生している環境を活かして、国内外のスタートアップ支援機関等との関係性を強化するとともに、新たなスタートアップの担い手の創出に向け、大学生等若い世代が起業に挑める環境整備を行うなど、「新しい挑戦が巻き起こるまち大阪」をめざす。
- 「大阪ブランド」を確立し、起業家や投資家等のエコシステムへの参加を促進するため、大阪のエコシステムやスタートアップの魅力を国内外に発信する。

7. 戦略Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

具体的取組例

(1) メリハリのあるスタートアップ支援

- スタートアップ企業の成長段階（特にシード・アーリー期）に応じたきめ細やかな個社支援を行うなど、世界で活躍するスタートアップの創出を見据えた支援をおこなっていく。
- 万博発スタートアップの事業化に向け、カーボンニュートラル（CN）等に資する有望な大学研究成果等を発掘し、大企業やベンチャーキャピタルとのマッチングや連携等を積極的に推進、研究開発の進展やプロトタイプ作成、ビジネス化を支援する。
- 産学官連携を促進し、大学の研究・技術シーズの実用化を図り、大学発スタートアップの創出につなげる。
- 大阪産業技術研究所において、産業支援機関、大学、経済団体、金融機関等との連携を強化し、研究開発から製品化・製造支援まで、企業ニーズに応じた様々な支援を実施する。

(2) 国内外のスタートアップ支援ネットワークの強化と新たなスタートアップの担い手の創出

- 「スタートアップ・エコシステム グローバル拠点都市」として、京阪神での連携を図ることでイノベーションの促進施策をさらに発展させ、より強力なエコシステムを形成し、大阪のスタートアップの成長の加速化を図る。
- 大阪市や大阪スタートアップ・エコシステムコンソーシアム等のネットワークを活用して、国内外からスタートアップや投資家を呼び込み、マッチングに軸足を置いたイベントを開催する。
- 大阪イノベーションハブ（OIH）に学生や若手起業家、支援主体が気軽に利用・相談・交流できる仕組みを構築する。

(3) 大阪のエコシステム、スタートアップの魅力発信

- エコシステムのブランディングを行い、大阪の売りとなるスタートアップをSNSやトッププロモーションにより積極的に発信する。
- スタートアップや投資家にとって実利のあるイベントを開催し、大阪・関西が誇るスタートアップを広く国内外に発信する。

7. 戦略Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

② 先端技術等を活用した社会課題解決に資する新事業創出の支援

現状と課題

- IoT やロボットテクノロジー、AI 等のデジタル技術の進展に伴って、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、新たな技術や関連市場の動向等を注視しながら、潜在成長力を有するビジネス分野をとらえて、**万博で披露された最先端技術等**を活用した社会課題の解決に資する新たな事業展開・**社会実装**等を積極的に行っていくことが重要となっている。

施策の方向性

- 成長が期待される分野や大阪が強みを持つ分野における中小企業等の事業化支援や販路開拓をはじめ、先端技術等を活かした社会課題解決等に貢献する新製品・サービスの創出を支援する。
- 最先端技術の産業化に向け、研究開発段階から実装化までを一気通貫で支援するオール関西の体制を構築する。**

具体的取組例

- 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、5G、AI等に加え、新たな技術や関連市場の動向等を注視しながら、それら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。
- 「5G X LAB OSAKA」を拠点に、ビジネスのアイデアづくりから事業化まで一貫した支援を実施し、5G関連ビジネスの創出を推進する。また、スタートアップ等と大企業とのマッチング、5Gを活用した新製品・新サービスの開発及び試行的な導入にかかる経費の補助、事業検証支援を実施する。
- 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。
- 国、大阪府、関係局等と連携し、「空飛ぶクルマ」の商用運航**実現**・拡大に向けた取組を推進する。
- 万博で披露された最先端技術の社会実装に向けて、経済界、自治体、国が一体となって、イノベーションの社会実装を支援する枠組みを検討する。**
- 「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。
- デザインビジネスの活性化に向けて、創業間もないデザイナーの育成のため、セミナーやイベント・交流会等を実施するとともに、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。
- 大阪産業技術研究所において、企業、大学、公的機関、銀行等によるイノベーションをコーディネートするプラットフォーム「おおさかグリーンTECHコンソーシアム」を運営し、各種展示会への共同出展やプロジェクト創生を支援する。特に関連企業の集積など強みを持つ電池等の分野で企業間ネットワーク形成を通じたオープンイノベーションの推進に取り組む。

7. 戦略Ⅱ イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

③ 創業の支援

現状と課題

- 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、大阪経済の新たな担い手である創業者を数多く創出し、成長へとつなげていくことが重要である。
- また、創業者の中には、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

- 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。

具体的取組例

- 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、創業準備活動を支援する。
- 不安定な創業期を乗り越える確度の高い創業者を輩出するため、多様な創業形態に対応した「特定創業支援等事業」を実施する。
- 「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。
- 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。

7. 戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出

① 国際ビジネス交流の促進

現状と課題

- 企業が海外市場に進出することは、新しい市場を開拓し、売上増加を図ることができるとともに、現地の技術やノウハウ、新しいビジネスモデルなどを学ぶ機会となり、イノベーションが促進されることが期待される。
- 万博の開催は、最先端技術・サービスが披露され社会実装へ向かう「未来社会」実現のきっかけとなるものであり、また、大阪の中小企業等が新技術やプロダクト等を海外ビジネスに発展させることができる絶好の機会となるものである。
- 経済のグローバル化が加速するなか、人口減少や少子高齢化による国内市場の縮小を見据え、市場の拡大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。

施策の方向性

- 万博を契機として姉妹都市交流やビジネスパートナー都市等の本市が有する都市間ネットワークを拡大・深化するとともに、中長期的にビジネスを主とした交流を進めることを目的としてMOU等の締結を行うなど、より一層の強化・発展を図る。また、これらのネットワークを活用して中小企業等の海外ビジネス展開の支援を行うとともに、万博を契機に来阪する海外企業等と在阪企業のビジネス交流を創出し、万博後も一層の国際ビジネス交流の促進につなげる。

具体的取組例

- 万博を契機に拡大・深化した姉妹都市（※1）やビジネスパートナー都市（※2）、中長期的に主に経済交流を促進することを目的としたMOU等を締結した都市等（※3）の都市間ネットワークを活用し、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、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し、海外ビジネスの展開を支援する。

※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。

※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。

※3 MOU等…万博を契機として友好関係が深化した国・都市等と中長期的に主に経済交流を促進することを目的として締結。

- 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。
- 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。
- 万博を契機として、市内中小企業の魅力を効果的に発信するとともに、海外販路開拓の機会提供による新たなビジネスチャンスの創出を図る。また、来阪する海外企業等のニーズを的確に捉え、ビジネス交流の創出を図る。さらに、万博の機会に醸成された、中小企業の海外市場への挑戦機運を後押しするため、新たな海外展開の可能性を探る機会を提供する。

7. 戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出

② 国際金融都市の実現に向けた取組

現状と課題

- 令和4年3月に策定した「国際金融都市OSAKA戦略」に基づき、「経済の血液」とも言われる金融機能の強化を図り、大阪・関西経済の再生に向けた新たな成長の柱とするため、独自の個性・機能を持つ国際金融都市の形成をめざして取組を進めている。
- 令和6年3月の国際金融センター指数ランキングでは大阪は47位で、「ローカル」な国際金融都市との評価であり、投資対象となるスタートアップやそれに対するファイナンス面での支援体制の拡充、金融系外国企業やフィンテック企業の集積を進める必要がある。

施策の方向性

- 国際金融都市OSAKA戦略に基づき、令和6年6月に国から対象地域に選ばれた金融・資産運用特区を活用し、金融系外国企業等の誘致など国際金融都市OSAKA実現に向けた取組を推進する。
- 国際金融都市OSAKAの実現に向け、2025年度末に終了する第1期アクションプランの成果を踏まえた新たなアクションプランを策定・展開する。

具体的取組例

- 大阪に進出を希望する金融系外国企業や外国人投資家等を対象に、金融ライセンス等の専門的な問合せやビジネス相談、生活面での相談に対して、日本語・英語によりワンストップで対応する。
- 大阪市内に、新たな事業所を設置するのに際し、必要な経費の一部について補助金を交付する。
- 日本及び大阪市域に初めて進出する金融系外国企業等のために地方税（法人市民税）の課税の特例制度を実施する。
- 金融系外国企業等に対し、個別アプローチによりニーズを把握・分析し、誘致に向けたきめ細やかな伴走支援を実施する。
- グローバル企業の立地及び外国人高度人材の確保に必要な教育機関としてインターナショナルスクールを誘致する。
- 姉妹都市交流やビジネスパートナー都市など本市がこれまで培ってきたネットワークを活用した、海外トッププロモーションを実施する。
- 国際金融都市OSAKAポータルサイト「Global Financial City Osaka」や、LinkedIn・XなどSNSを活用した情報発信する。

7. 戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出

③ 国内外からの投資を呼び込むための魅力的なビジネス環境の整備

現状と課題

- 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している。
- 大阪の企業の成長・発展につなげていくためには、これらを活かして特区制度等を活用し、魅力的なビジネス環境の整備に取り組む必要がある。
- また、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積極的にアピールすることにより、国内外から大阪への投資を呼び込む必要がある。

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、魅力的なビジネス環境の整備に取り組むとともに、本市がこれまで培ってきたネットワークを活用して、大阪の強みや魅力を効果的に発信し、ライフ・グリーンをはじめとする成長が期待される分野の企業誘致など大阪への投資等の呼び込みを図る。

具体的取組例

- 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。また、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。
- 企業の本社機能の立地を促進し、大阪のビジネス環境の向上や経済活性化を図るため、市内に本社機能を有する事業所等を新たに設置する事業者へ建物賃借に係る経費の一部を助成する。
- **大阪の産業集積の特性を活かした先端的な技術等の実装化・産業化を着実に推進し、経済活力の維持・雇用機会の創出を図るため、成長産業分野における企業の拠点の新設又は増設に係る建築費等の一部を助成する。**
- ライフ・グリーンをはじめとする成長が期待される分野の事業等を行う企業が特区に進出する際、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。
- 国家戦略特区や総合特区制度による規制緩和、規制の特例措置、税制支援や金融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。

7. 戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出

④ 交流人口・関連マーケットの拡大に向けた都市魅力の向上

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、非常にすそ野が広く、ホテル等の着工数増加、外資系企業の誘致、帰国後の越境ECによる輸出の増加など幅広い波及効果が期待できる。
- インバウンドは域内消費を拡大し、人口減少社会における消費縮小を食い止める重要な要素であるだけでなく、外貨獲得のための輸出産業であるといえ、国においては観光立国実現に向けた取組を推進している。
- 大阪は、観光資源に富み、宿泊施設や交通網など観光インフラも充実しており、2019年の来阪外国人旅行者数は1,153万人、訪問率は38.6%とインバウンドの人気は高く、コロナの影響で一時的に落ち込んでいたものの、2024年の日本人を含む大阪の延べ宿泊者数は5,743万人泊と2019年を超えている。
- こうした観光需要を一過性のものとせず、大阪・関西万博開催中にもとより開催後においても万博で世界に発信された大阪の魅力、ブランドイメージなどのインパクトを継承しながら、引き続きインバウンドをはじめ国内外からの誘客、観光消費など関連マーケットの拡大を図り、地域経済に一層寄与することが重要である。

施策の方向性

- 大阪都市魅力創造戦略に基づき、食、歴史、文化芸術、エンターテインメントなど大阪の強みを活かした魅力創出・発信や、旅行者ニーズに配慮した多様なサービスの提供、受入環境の整備に取り組むなどにより、国内外からのリピーターの獲得や観光消費等の増加を図り、関連マーケットの拡大につなげる。

具体的取組例

- 世界第一級の文化・観光拠点の進化・発信に向けて、大阪城エリアの観光拠点化や水と光のまちづくり推進など大阪市内重点エリア等の魅力を強化する。
- 食や歴史・文化芸術、エンターテインメント、スポーツイベント、ナイトコンテンツなど大阪の強みを活かしたイベントや観光コンテンツの造成、魅力体験の場などを設置し、集客及び観光消費の拡大と周遊性の向上を図り、万博期間中及び開催後も引き続き来訪者に大阪の魅力及びブランドイメージを発信する。
- 「大阪版DMO」である大阪観光局において、新たな観光関連産業の振興や地域の活性化、交流を通じたにぎわいづくりに取り組むとともに、戦略的なマーケティング、情報ネットワークや観光案内機能のワンストップ化などの事業に取り組む。
- 観光客増加に伴い発生する課題の解決に向けて、関係局や大阪府と連携しながら取組を進める。

7. 戦略Ⅲ 国際ビジネス交流の促進や人・投資等の呼び込みによるビジネスチャンスの創出

⑤ 戦略的なMICE誘致

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。
- MICE開催を通じた参加者等の消費支出や関連の事業支出は、大きな経済波及効果を生み出すことが期待され、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。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。

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、府市共通の戦略である「大阪MICE誘致戦略（令和5年3月策定）」に基づき、**府・市、経済界、大阪観光局など官民一体でMICE誘致を推進し、世界水準のMICE都市をめざす。**

具体的取組例

- 市内の都市魅力やMICE誘致に向けたエリアの取組を、国内外の国際会議の主催者やMICE関連事業者に対し発信する。
- 万博を契機として大阪で開催する国際会議等を積極的に誘致するために、国際会議の主催者に対し必要となる経費の一部を助成する。
- **万博後の持続的な経済成長と都市ブランドの更なる向上をめざし、「大阪MICE誘致戦略」に基づき、大阪における国際会議の開催を促進するため、新たな助成制度の開始に向けた取組を実施する。**
- 大規模見本市・展示会場であるインテックス大阪の機能の維持・向上を図る。
- 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。

8. 定量的指標等

施策の企業活動等への支援効果を評価するためKPIを設定するとともに、地域経済の状況等を示す「参考指標」を設定し、実績をモニタリングしていく。

① KPI

	指標	目標値	現状
戦略Ⅰ	大阪産業創造館における経営力強化件数	2025～2029年度 6,000件	2020～2024年度 5,651件
	大阪産業技術研究所による企業支援研究実施件数	年 128件	2024年度 100件
戦略Ⅱ	大阪イノベーションハブ等の支援による新たなプロジェクトの創出・推進支援件数	2021～2025年度 412件	2021～2024年度 360件
	大阪産業創造館の支援事業による創業・起業件数	2025～2029年度 650件	2020～2024年度 658件
戦略Ⅲ	大阪外国企業誘致センターによる誘致件数	2023～2025年度 90件	2023～2024年度 65件
	大阪への金融系外国企業・投資家等の誘致数	2022～2025年度 30件	2022～2024年度 24件

8. 定量的指標等

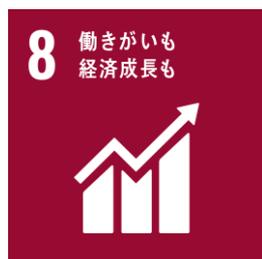
②参考指標

指標	現状
実質経済成長率（大阪市内） 域内総生産（名目GDP）及び国内シェア（大阪府内）	2021年度 実質経済成長率 3.6% 2021年度 大阪府内総生産 41兆3,200億円 (国内シェア 7.5%)
大阪産業局の支援企業における 売上高変化DI値／損益変化DI値 (府内DI値に対する上乘せするポイント)	2020～2024年度の実績平均 売上高変化DI値 21ポイント 損益変化DI値 12ポイント
大阪産業創造館の認知度・利用度、利用者満足度	2025年度 認知度 43.8%、利用度 21.3% 2024年度 利用者満足度 95.7%
OIH等によるスタートアップ等における資金調達額	2024年度 186億円
延べ宿泊者数（大阪府）	2024年 57,431,520人 (うち、外国人25,393,930人、日本人32,037,590人)
訪日外国人旅行消費額（大阪府）	2024年 12,935億円
国際会議ランキング[ICCA]（大阪市内）	2024年 アジア・大洋州地域18位（世界94位以内）
大阪税関管内輸出額	2024年 13兆9,922億3百万円

8. 定量的指標等

<SDGs>

- 本プランでは、持続可能な開発目標（SDGs）の達成に貢献することをめざし、重点目標として「8 働きがいも経済成長も」及び「9 産業と技術革新の基盤をつくろう」を設定する。



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**

<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、大阪府中小企業対策審議会に報告し検証を行うとともに、改善に向けた助言を得るものとする。そのうえで必要に応じプランの内容について柔軟に見直しを行っていく。