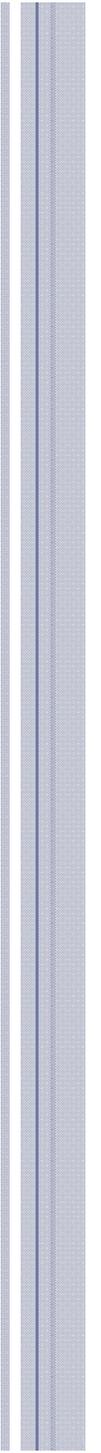


地域経済成長プラン(仮称)骨子

大阪市経済戦略局



地域経済成長プラン(仮称)骨子

1. 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」、平成27年度に策定された「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」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が、骨子として、その基本的な考え方等をお示しする。

II. 対象期間

基本的に本プラン策定後の平成29年度から「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の対象期間である平成31年度までの3年間を対象期間とする。

ただし、本プラン骨子の趣旨に基づき、先行して取り組める事業については、可能な限り平成28年度から取り組むものとする。

地域経済成長プラン(仮称)骨子

2. 大阪経済の現状と強み（成長分野）（*詳細は資料編）

I 大阪経済の現状

①全体像

- ・市内総生産額は国内総生産額の3.9%を占め政令市最大だが、近年は、全国と比較し、低下が顕著。国際比較では、ベトナム等と同水準で世界の第58位に相当。
- ・多くの指標で本市の全国シェアは2000年代前半にかけて減少傾向であったが、その後は下げ止まる指標が多く、一部には増加に転ずる指標もみられる。
- ・常住人口では近畿の13%に過ぎないが、昼間人口では17%、産業活動では約1/4を占める。
- ・卸売・小売業のシェアが高く、“商都”型の産業構造となっている。

②産業別動向

- ・製造業は、製造品出荷額等でバブル経済期をピークに減少傾向。事業所数、従業者数も減少傾向。
- ・卸売業は、東京都区部に次ぐ集積地となっているが、販売額の減少率は全国より大きい。
- ・小売業は、東京都区部に次ぐ集積地となっているが、小規模小売業の減少が著しく、スーパーを中心に大型店舗が増えている。
- ・サービス業は、従業者数が全従業者数の42%を占めるなど中核的産業となっている。
また、分野別では対事業所サービス業の割合が高く、法律・会計等の専門サービス業やクリエイティブ・デザイン関連産業等が多数集積している。

③大阪市のポテンシャル

- ・大阪市の経済は、シェアの低下はあるものの、引き続き、大阪府だけではなく近畿の中核を担う位置づけにある。（GRPのシェア：対大阪府50.1%、対近畿23.7%）
- ・主要な産業・経済指標を単位面積あたりに換算した“密度”と比較すると、商工業活動は東京都区部を上回るなど、各種産業の集積密度が高い。

地域経済成長プラン(仮称)骨子

2. 大阪経済の現状と強み (成長分野) (*詳細は資料編)

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

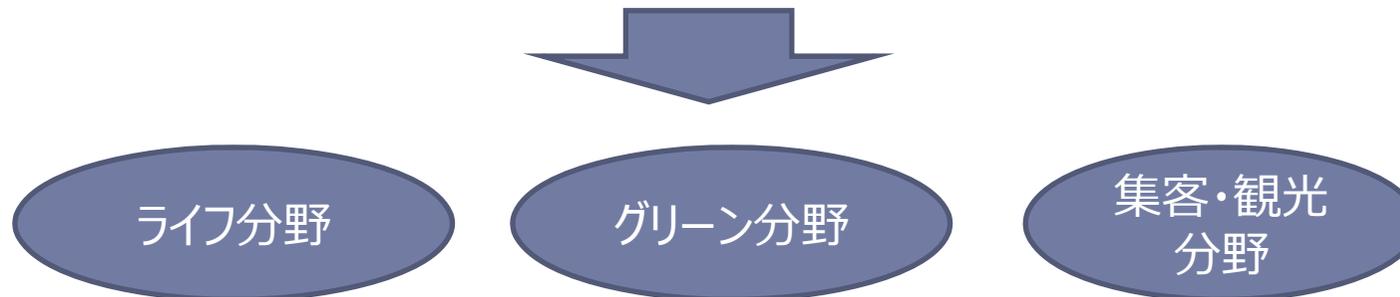
②成長分野の要件

◆【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

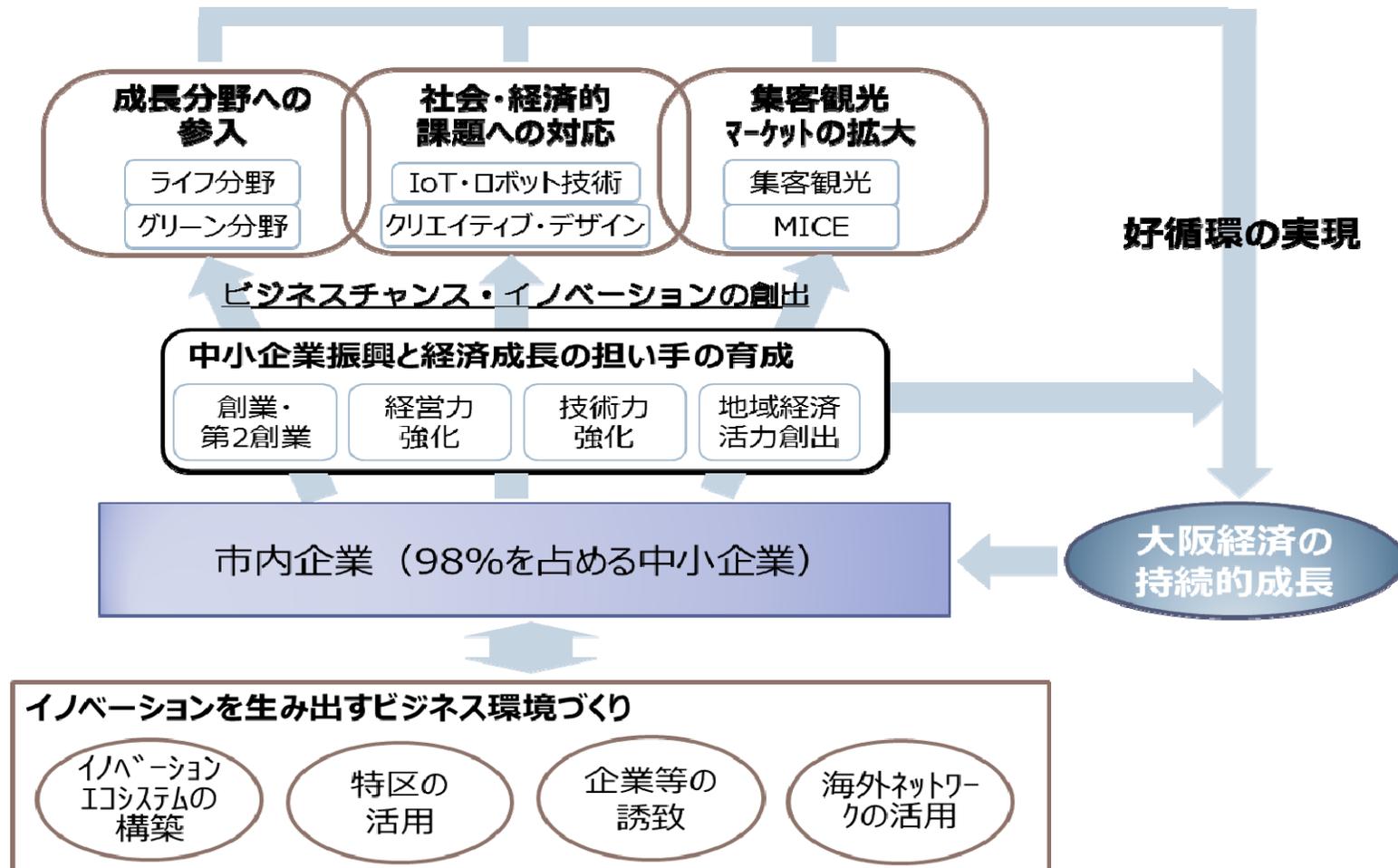


地域経済成長プラン(仮称)骨子

3. 基本的な考え方

- 大阪の強みを活かし、市場の拡大が期待される分野への参入支援を通じて、新たなビジネスチャンスとイノベーションの創出を図る
- 創業や中小企業の経営基盤強化等を支援することにより、大阪の経済成長の主要な担い手である中小企業の成長・発展を促進する
- 国内外の人・モノ・情報等をつなぐネットワークの構築・強化、特区制度の活用、国内外からの企業等の誘致により、経済成長を支え、イノベーションが創出される環境整備を図る

⇒ これらの取り組みにより成長への好循環を実現



地域経済成長プラン(仮称)骨子

4. 目標

ビジネスチャンス創出都市・おおさか

～都市魅力を高め、世界中から人・モノ・投資等の呼び込みと新たなビジネスチャンスの創出により、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

5. 3つの戦略

I.イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

II.経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興

III.集客観光振興による交流人口・ビジネスマーケットの拡大と新たなビジネスチャンスの創出

〔効果的な実施に向けて留意すべき共通の視点〕

産・学・金との連携、周辺都市との連携、人材の育成

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

I. イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

現状と課題

- 本社機能の首都圏への移転や企業流出が続く中、地域経済を支え、強化していくためには、高い成長が期待できる革新的な事業を起こしていくことが必要である
- グローバル経済の激しい競争のもとでは、組織や国境を越えたオープンイノベーションに取り組むことが急務であり、うめきた地区において、公民が連携し、新しい産業・技術、文化・価値を生み出し、関西から世界へ発信する知的創造拠点（ナレッジ・キャピタル）を核としたまちづくりを進めている
- 本市では、その主要施設の一つである「大阪イノベーションハブ(OIH)」において、国内外から人材・情報・資金を引き込み、それらをつなげることでイノベーションが次々と起こる環境（イノベーション・エコシステム）の構築をめざした取り組みを行っている

施策の方向性

①世界と繋がった「イノベーションエコシステム」の構築

- 世界に通用するイノベーションの創出を目指し、関西資源のハブ・世界の窓口としての地位を高めるため、起業家、研究者、大企業、ベンチャーキャピタルなどをつなぎ、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)」の取り組みの機能強化を図る
- グローバルイノベーション拠点を活用し、当初から成長著しいアジア市場をはじめ、グローバル市場をターゲットとした起業等を支援する

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

I. イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

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、大学や研究機関が多数集積している
- 大阪経済の成長のためには、市域として強みのあるライフ・グリーン分野等において、企業の技術力や製品開発力を最大限活かした新製品・新サービスの事業化の事例を増やし、リーディング企業を創出することが必要である
- 「関西イノベーション国際戦略総合特区」として地域指定された「大阪駅周辺地区」及び「夢洲・咲洲地区」において、ライフ・グリーン分野のイノベーションを創出する仕組みづくりをめざしている

施策の方向性

②成長分野におけるリーディング企業・新事業の創出

- 成長が期待される産業分野における先進的で意欲の高い企業の事業化を集中的に支援し、中小企業のイノベーションの促進と成長分野を牽引する企業の育成を図る
- 大阪発の新技术・新開発の創出に向け、産学官金の連携などにより先端技術開発に取り組む企業を支援する

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

I. イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

現状と課題

- 人口減少・少子高齢化の更なる進展により、医療・介護分野をはじめ様々な社会経済構造上の課題等が複雑化・顕在化する中、それらの解決に向けた取り組みを、潜在成長力を有するビジネス分野として捉え、挑戦する企業や人材を支援する必要がある
- IT技術の目覚ましい発展やインターネットによるネットワーク化の進展など、ITによる社会変革が急速に進む中、IoTは、将来の社会全体に大きな影響をもたらすものとして、大きな注目を集めている
- 「日本再興戦略2014」において、ロボットによる社会的課題の解決と新たな産業革命を掲げ、「ロボット新戦略（H27.1策定）」では、IoT時代のロボットで世界をリードすることを柱の一つとしている
- デザイン活用等により、商品・サービスの特性や優位性、企業イメージをアピールし、ヒット商品を輩出して販路拡大に成功した企業がある一方、優れた技術力やアイデアを持ちながらも競争力強化が図られていない企業も多数存在している

施策の方向性

③大阪の強みを活かした課題解決型イノベーションの創出

- IoTやロボットテクノロジー等を活かして、人口減少・少子高齢化をはじめとする社会構造の変革等に伴う課題解決に貢献する新たな製品・サービスの創出を支援する
- 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、価格競争から離れ、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
- 本市が保有するさまざまなデータを新たな事業の創出に役立てるため、大阪市ICT戦略の取り組みの中で、企業等と連携し行政オープンデータの活用方策の検討を進める

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

I. イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

現状と課題

- 都市間競争が激化する中、様々な規制緩和や税制度等の面で、本市が魅力的なビジネス環境となるため、引き続き特区制度等を活用し、ライフ・グリーン分野における更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、大阪への投資や中小企業等の国際ビジネス交流をより一層促進させる必要がある

施策の方向性

④イノベーションを生み出すビジネス環境整備

- 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により、都市間競争力を強化し、企業集積や研究開発の促進など、イノベーションが創出される環境整備を図る
- 本市海外ネットワークの強化・発展を図るとともに、当該ネットワークを戦略的に活用し、現地セミナーなどを通じて、ライフ・グリーン分野等における大阪の強みを海外へ効果的に発信するほか、ミッション団の派遣・受入れなどを通じて、投資や国際ビジネス交流の一層の促進に取り組む

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

Ⅱ. 経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興

現状と課題

- 起業は、経済の新陳代謝の活発化を図り、経済成長を牽引する成長力の高い企業や多数の雇用を生み出すものであるが、本市の開業率は全国平均を上回るものの、開業率が廃業率を下回る状況が続いている
- 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起業家も多数存在し、企業が必要とする支援策は異なっている
- 開業した直後の事業所は生存率が低く、企業の事業活動を安定・発展させていくためには、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して行っていく必要がある

施策の方向性

① 創業・第2創業への包括的支援

- 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し創業等の支援を図る
- 事業継続率を高めるため、創業時だけでなく、事業が軌道に乗るところまで包括的な支援を行う

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

Ⅱ. 経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興

現状と課題

- 市内事業所の98%を占める中小企業は、大阪経済の主要な担い手であり、優れた技術・アイデアや機動力、個性豊かな得意分野を持ち、雇用の多くを支える一方、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
- 市内中小企業を取り巻く経済状況等は絶えず変化し、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ため、専門家による経営相談や技術相談、セミナーの開催、国内外の販路拡大等に向けたマッチング機会の提供など、経営力や技術力の強化に向けた継続的な支援が必要
- 市内には、国、府、経済団体などの支援機関が多数立地し、さまざまな支援施策が講じられている

施策の方向性

② 前向きに努力する中小企業に対する支援

- 大阪の経済成長を支える、意欲と潜在力を持った中小企業に対して、経営相談、技術相談、セミナー、マッチング、国内外の販路開拓支援、技術開発支援など層の厚い総合的な支援を行う
- 大規模展示会・見本市の誘致により、より精度の高い商談機会の場の提供を図る
- 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る

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

Ⅱ. 経済へのダイナミズムをもたらす中小企業の振興

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
- 多くの商店街では、活性化事業に取り組む人的資源や自立的運営を支えていく仕組みが十分ではない
- 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豊かなコミュニティの形成につなげていくことが必要である
- 区シティマネージャーの権限のもと、地域の多様な主体と区役所の協働によるまちづくりや活性化に向けた取り組みが進められている

施策の方向性

③地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援

- 商店街を多様な活動主体と協働して、継続して活性化に取り組むことが出来る組織とするための「運営上の仕組み作り」の支援を行う
- 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などの活性化の取り組みについて、区役所等と連携し、きめ細やかな支援を行う

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

Ⅲ. 集客観光振興による交流人口・ビジネスマーケットの拡大と新たなビジネスチャンスの創出

現状と課題

- MICEは、一般的な観光とは異なり、企業・産業活動や研究・学会活動と関連していることが多いため、ビジネス・イノベーション機会の創造、地域への経済効果や都市の競争力向上が見込まれる
- 大阪府・市は、国が日本のMICE誘致競争を牽引できる実力ある都市の育成を狙う「グローバルMICE都市」の一つとして選定されている
- 都市規模でのMICE機能の整理・集約が十分でないため、ポテンシャルを活かしきれていない
- 大阪に集積する産業分野を活かした具体的な誘致を進めるための基本的方針を取りまとめ、戦略的にMICE誘致に取り組む必要がある

施策の方向性

①戦略的なMICE誘致

- 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、具体的な誘致を進めるための基本的な方針を策定するとともに、新たな観光拠点形成などMICE機能の強化を図り、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

地域経済成長プラン(仮称)骨子

6. 取り組みの方向性

Ⅲ. 集客観光振興による交流人口・ビジネスマーケットの拡大と新たなビジネスチャンスの創出

現状と課題

- 訪日外国人観光客数は、近年、増加の一途を辿っており、平成27年は大阪府を訪れる外国人旅行者数は過去最高で、大阪への訪問率も増加傾向にある
- 観光に関連する産業は、旅行業、宿泊業、運輸業、観光施設業に留まらず、非常に裾野が広く、他産業への波及効果が大きい
- 来阪外国人旅行者数の増加は、これまでの官民挙げての観光振興の取組みの一つの成果であるが、ビザの緩和や円安、LCCの増便などの要因が重なったことも大きい
- 現在の観光需要を一過性のものにせず、2020年の東京オリンピック・パラリンピック開催も好機として、今後も観光消費額を伸ばし、経済効果を高めていくためには、リピーターとなりうる個人旅行者や消費単価の高い欧米等からの観光客の取り込みが求められる

施策の方向性

②戦略的な集客観光振興

- 国内外の個人旅行者に大阪の本当の魅力を訴求することでリピーターを獲得し、観光消費の拡大をめざす
- 大阪版DMOとしての大阪観光局の機能強化や民間連携プラットフォーム等との協働により、エリアブランドの向上、大阪の魅力の創造・発掘による商品化、観光客の受入環境整備や、戦略的なプロモーション・マーケティングを実施するなど、戦略的な集客観光振興による交流人口・ビジネスマーケットの拡大及びビジネスチャンスの創出をめざす

