

第97回 大阪市中小企業対策審議会

平成28年 9 月14日（水）

大 阪 市 経 済 戦 略 局

第97回 大阪府中小企業対策審議会議事録

開 会 午前10時

○司会 おはようございます。ただいまから第97回大阪府中小企業対策審議会を開催いたします。

私は、本日司会を務めさせていただきます、経済戦略局企画課長代理の那須でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、はじめに、本日は省エネルギー行動の推進のため「エコスタイル」の軽装とさせていただきます。ご理解のほど、よろしくお願いいたします。

また、本審議会は「本市審議会等の設置及び運営に関する指針」に基づき公開となっておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは開会に当たりまして井上経済戦略局長よりご挨拶申し上げます。

○井上局長 おはようございます。

第97回大阪府中小企業対策審議会の開催に当たり、一言、ご挨拶申し上げます。

委員の皆様方には、平素から産業振興行政をはじめ、市政の推進に格別のご配慮、ご支援を賜り、厚くお礼申し上げます。

さて、現在、大阪府では19万社近くの事業者の方々がご活躍をされておりますが、その98%が中小企業でございます。大阪経済を牽引し、市民の雇用や暮らしを支える極めて大きな役割を果たされておられます。大阪経済が成長していくためには、中心的な担い手でございます中小企業の活性化が不可欠であります。増加する来阪外国人を含む旅行客や、うめきたの知的創造拠点を核としたまちづくりなど、大阪には様々なビジネスチャンスの機会が多く創出されています。こうしたチャンスをビジネスにつなげていく中小企業や起業家を、地域のさまざまな主体、支援機関等とも、ともに大阪が総力を挙げてサポートしていく必要があります。前向きに頑張っておられる中小企業の振興を一層図っていくべく、今後さらに中小企業支援施策を着実に進めるため、産業振興に取り組む中期的な方向性・計画である地域経済成長プランの策定には、非常に重要であると考えております。

地域経済成長プランは、前回6月の審議会におきまして、委員の皆様方から有益なご意見を頂戴したところでございますが、ご意見等を踏まえ、このたび素案を策定させていただきました。審議会におきましては、施策、事業の利用者である中小企業の視点や専門的な見地から、社会経済情勢の変化に応じた施策の方向性など、ご意見を賜りたくお願い申し上げます。

今後の大阪の持続的な成長・発展に向けまして、ぜひともご協力をお願い申しあげまして、ご挨拶とさせていただきます。本日は、どうぞよろしくお願い申しあげます。

○司会 ありがとうございます。

それでは初めに、本日お配りしております資料の確認をさせていただきます。

(配付資料確認)

○司会 それでは本日、ご出席をたदैております委員の皆様をご紹介します。

本年7月の委員改選により、新たな17名の委員体制となっております。なお、新しい委員として、岡崎様にご就任いただいておりますが、本日はご都合により、ご欠席されております。また、境委員、藤井委員、松永委員、宮城委員の4名の委員の方々におかれましても、ご都合により、欠席となっております。

それでは、本日ご出席の12名の委員の皆様につきまして、私のほうからお名前のみご紹介させていただきます。

出野委員です。

○出野委員 出野です。よろしくお願いいたします。

○司会 上田委員です。

○上田委員 上田でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 黒田委員です。

○黒田委員 黒田です。よろしくお願いいたします。

○司会 千田委員です。

○千田委員 千田でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 高橋委員です。

○高橋委員 高橋でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 加藤委員です。

○加藤委員 加藤です。どうぞよろしくお願いいたします。

○司会 武智委員です。

○武智委員 武智でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 辻田委員です。

○辻田委員 辻田です。よろしくお願いいたします。

○司会 中井委員です。

○中井委員 中井です。よろしくお願いいたします。

○司会 日根野委員です。

○日根野委員 日根野です。よろしくお願いします。

○司会 吉木委員です。

○吉木委員 吉木です。よろしくお願いいたします。

○司会 和田委員です。

○和田委員 和田でございます。よろしくお願いいたします。

○司会 続きまして、本市側の出席者を紹介させていただきます。

(市側出席者紹介)

○司会 また、経済戦略局の各担当課長も出席しておりますが、名簿に記載させていただいておりますので、紹介につきましては省略させていただきます。

それでは、委員改選後、初めての審議会となりますので、まず会長をご選任いただきたく存じます。本審議会規則第3条によりまして「委員の互選による」ということになっておりますので、どなたかご推薦をいただけませんでしょうか。よろしくお願いいたします。

○吉木委員 加藤先生に留任していただければと思っています。

○司会 ただいま、吉木委員より「加藤委員を会長に」というご推挙の声がございますが、皆様いかがでしょうか。

(「異議なし」という声あり)

○司会 加藤委員を会長にというご意見に対し、ご異議なしということでございますので、加藤委員が会長に選任されました。これからの議事進行につきましては、加藤会長にお願いいたしたく存じます。加藤会長、よろしくお願いいたします。

○加藤会長 ご指名でございますので、謹んで、お引き受けしたいと思います。

先ほど井上経済戦略局長からもご挨拶にありました、地域経済成長プランについてですが、前回の議論ですと、大阪らしさがどうも欠けているのではないかというご意見もありました。大阪らしさというのは何なのかというと、大変難しい問題ではあると思うのですが、昔からベンチャー精神といいますか、進取の気性といいますか、どうもひとり歩きしているような感じがしまして、何かあると常に大阪は進取の気性である。そういう伝統があるとは思いますが、私が大変好きだった「あさが来た」という番組がNHKの朝ドラでありました。この中で、ちょうど江戸から明治に変わるときに五代友厚が出てきて、必ずしも当時の商業といいますか、経済を握ってた、そういう人たちが革新的であったかどうかというところがありました。保守的でありながら、なかには革新的な人がおり、多分、つぶしたりつぶ

されたり、あるいは、そのつぶされた中から、力強く立ち上がっていくというようなところ。

これは、いつの時代でも同じだと思いますが、こういう環境の中で、先ほど前向きに頑張る中小企業というお話がありましたけれども、そこは当然のことながら支援しないといけません。全てが革新的であるとは思えないが、その中に革新的に前に進もうとしている人がいる。これは、いわゆるベンチャーと言われる非常に新しい産業だけではなくて、既存の中小企業の中にもいっぱいその芽はある。この芽をいかに発見して、それを伸ばしていくかということが、いつの時代にとっても大事なことだと思います。

いろいろな民間企業が頑張っているわけですが、行政の役割というのは非常に大きなものがあると思うのです。民間にベンチャー精神を求めるだけではなく、ぜひ行政側も、いろいろな芽が出てくるものを、どんどん見つけていただき、一緒に伴走しながら育ていくといえますか、町全体、あるいは大阪市全体が活気づいていく。そこをみんなでやっていくというのも、一つの大阪らしさなのではないかと思います。東京に比べると規模的にいいますと、ちょうどいい規模なのではないかと思うのです。余りにも都市が大き過ぎますと、どうしても人間関係が非常に疎遠になっていく、関係が非常に形式的になっていく。大阪はもともとコミュニティが非常に発展していて、きっちりとできている。まだまだ残っている。この点も大阪らしさの一つだと思いますので、この点も含めた上で、本日は、審議をしてまいりたいと思います。

自由に発言していただきまして、また進行にもご協力いただきまして、よりよい地域経済成長プランを策定してまいりたいと思いますので、引き続きよろしくお願いしたいと思います。

それでは、審議会規則によりまして、会長代理を指名させていただきます。引き続き大変申しわけないのですが、武智委員に会長代理をお願いしたいと思います。よろしいでしょうか。

○武智委員 皆さんよろしければ。

○加藤会長 では満場一致ですね。武智委員に会長代理をお願いします。

○武智委員 よろしくをお願いします。

○加藤会長 よろしくをお願いします。

それでは審議に入りたいと思います。本日、審議する主たる内容は、前回6月2日に開催された審議会において骨子案として説明がありました「今後の産業振興施策の方向性を示す『地域経済成長プラン』の素案」についてでございます。どのように修正されたのかを含め

て、経済戦略局の方より説明をお願いしたいと思います。よろしくお願いします。

○藤本課長 地域経済戦略担当課長の藤本でございます。よろしくお願いいたします。

それでは「地域経済成長プラン」につきまして、ご説明申し上げます。

前回の審議会でプランの骨子に対しまして、貴重なご意見をいただきまして、まことにありがとうございます。ご意見を踏まえまして、今般、素案としてまとめさせていただきました。

今後のスケジュールといたしましては、本日の審議会でさらにご意見を頂戴し、今後、市会のご意見もいただき、11月ごろにはパブリックコメント、市民のご意見もいただき、一定、取りまとめてまいりたいと考えております。その後、予算編成などの状況なども踏まえ、年度内に最終版として確定してまいりますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

それでは、まず資料の概要版をご覧ください。概要版で本プランの全体の構成をお示しさせていただきます。

プランの趣旨、それから対象期間、数値目標、基本的考え方、成長への好循環の実現、「ビジネスチャンス創出都市・おおさか」の発信、それから前回の審議会でもご審議いただきました3つの戦略と9つの方向性、取組内容・具体的取組を記載しております。また、裏面には先ほどの3つの戦略、それから9つの方向性の取り組みのイメージ図を入れさせていただきます。これも参照していただきながら、本プランをご覧いただきたいと存じます。それでは、本プランに沿いながら、前回の審議会でご意見をいただきました骨子案に追記いたしました事項などを中心にご説明させていただきます。

まず、2ページをご覧いただきたいと存じます。

前文で「はじめに」ということで記載しております。これは、先ほど会長のほうからもお話がございましたが、大阪の企業家精神とそれを引き継ぎながら現在の大阪の魅力、ビジネスチャンスを取り込み、これから大阪らしさの創造に向けた取り組みを記載させていただいております。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起業家は、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、まさしくイノベーションでもって日本経済の発展に大きく貢献されるとともに、人々の生活に豊かさや潤いをもたらしてまいられました。このような企業家精神を受け継ぎながら、また今日の新しいチャンスも逃さず取り込み、ビジネスにつなげていくことが重要であると考えております。

今日の増加する来阪外国人を含む旅行者や、うめきたの知的創造拠点を核としたまちづく

りなど、今、大阪が誇り得る大阪ならではの新しい魅力、絶好のビジネスチャンス逃さず、進取の企業家精神を存分に発揮され、ビジネスにつなげていかれる中小企業や起業家の皆様や、変化の激しい経済情勢や経営環境などをビジネスチャンスと逆に捉えていただいて、分野、業種、業態、規模などにかかわらず、新たな発想と視点で創意工夫を惜しまず、前に進もうとされる中小企業の皆様方を強力にサポートさせていただくため、イノベーションをキーワードに掲げまして、成功事例の創出・新たな大阪ビジネスモデルを構築いたしまして、大阪ブランドを強力に発信してまいるとともに、地域の活力、活性化には欠かせない起業家・創業創出も強力に図ってまいりたいと存じます。こうした方向性のもと、将来にわたり持続的に成長にする大阪経済を実現するため、本プランを作成するものでございます。

次に、3ページをご覧くださいと存じます。

この部分につきましては、前回の審議会での内容と変更ございません。本プランの位置づけ、プランの趣旨は、大阪府・市で一体的に取り組んでおります大阪の成長戦略、それから大阪市の各部署の所管事業をまとめて主な事業、重点などを記載しております「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、これらのもと経済戦略局の所管事業を基本といたしまして、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ございます。市域には、多くの企業・事業者が集積されており身近な地域の経済を振興する市の役割として、取り組みを発信していくものでございます。

対象期間につきましては、平成29年度から平成31年度までの3年間としております。これにつきましては「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の対象期間と同じ期間としております。また、先行して取り組める事業につきましては、今年度から既に取り組んでいるところでございます。

次に、4ページに移りまして、目標は前回と変わっておりません。「ビジネスチャンス創出都市・おおさか」を掲げ、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してまいります。

次に、5ページに移りまして、ここは新しく追記をさせていただいているところでございます。

5つのおおさかの発信を強力に行ってまいりたいと考えております。左のほうからまいりまして、「市長のトップセールスにより、おおさかのポテンシャルを内外に強力に発信」、それから、「努力する中小企業に対する総合支援による地域経済の持続的発展・豊かな地域

社会の実現都市おおさか」、「きめ細やかな伴走・包括的支援により果敢に挑戦する起業家マインドあふれる都市おおさか」、「世界のイノベータ・投資が集まるオープンイノベーション都市おおさか」、「観光の基幹産業化によるビジネスチャンス拡大都市おおさか」でございます。大阪の魅力を強力に発信してまいりたいと考えております。

次に、プランの取り組みにおける数値目標を掲げております。前回から追記をさせていただきました。実質成長率、年平均2%以上をめざしてまいりたいと考えております。これは、「大阪の成長戦略」、「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」と同様の設定にしております。

また、後のページに記載しております各具体的取組メニューの数値目標につきましては、「大阪市まち・ひと・しごと創生総合戦略」、そして、「経済戦略局運営方針」において、それぞれ設定しておりますことから同様の設定と考えております。

次に、6ページに移りまして、大阪経済の現状と強みでございます。ここにつきましては、前回の審議会でご説明をさせていただきましたとおりでございます。次に、7ページに移りまして、大阪市の産業構造と特徴を追記いたしました。主要産業の総生産と構成比を追記しております。右上に記載をしておりますとおり、1位は卸・小売業、4兆7,080億円、27.6%のシェアでございます。2位はサービス業、4兆1,396億円、24.3%。3位は情報通信業、2兆997億円、12.3%。4位は製造業、1兆7,762億円、10.4%となっております。

以下、主要産業の特徴につきましては、記載のとおりでございます。

次に、9ページに移りまして、大阪市の強み、成長分野につきましては、前回の審議会でご説明させていただきました内容に、分野の例示といたしまして、ライフ分野とは、医薬品、医療機器など、グリーン分野とは、蓄電池、水素・燃料電池関連などと、例示を追記させていただきました。また、IoT、ロボットテクノロジー、クリエイティブ・デザインは、さまざまな分野にもかかわってくる要素ということで、ライフ分野、グリーン分野、集客・観光分野にも、関連することを追記いたしました。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組むことができる大阪市の強みとして、成長分野への市内企業の参入・新事業の創出等を支援してまいりたいと考えております。

次に、10ページに移りまして、ここでは、基本的な考え方を記載しております。

11ページには、成長への好循環を実現してまいりたい考え方について、概念図を掲載しております。前回の審議会でご説明させていただきました内容に追記しましたところは、中ほど枠内の「市内企業 98%を占める中小企業」の横に、「起業家」を追記いたしました。

さらに、ご意見を踏まえ、大阪らしさの魅力発信を追記いたしました。右上の囲みの欄に「大阪テクノロジー、商店街・問屋街・個店など光る中小企業」と、「歴史、文化、水辺・橋、まちなみ、食、スポーツゴールデンイヤーなど」、魅力ある大阪の発信を記載するとともに、右下の「大阪経済の持続的成長」の下に、「市民、企業、行政が一体となり、まちづくりや文化の継承など、地域社会を形成」を追記し、まちづくりの観点、地域づくりの観点を記載いたしました。

次に、12ページに移りまして、3つの戦略と9つの方向性でございます。3つの戦略を掲げた打ち出しの図を、追記いたしました。

3つの戦略といたしましては、Ⅰ．経済へダイナミズム、活力をもたらす中小企業の振興について、果敢に挑戦する中小企業や起業の支援などに向け、中小企業が力を発揮し、成長できる環境を市民・企業、行政が一体となって形成していくことを掲げ、

Ⅱ．イノベーションが次々と生まれる好環境づくりでは、イノベーションの推進やIoT、ロボットテクノロジーの活用支援など、イノベーションを生み出すビジネスの環境づくりを掲げております。

それから、Ⅲ．観光地域まちづくりによる交流人口・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につきましては、大阪版DMOやMICE誘致、新たな観光拠点形成などによる観光の基幹産業化によるビジネスチャンスと成長を掲げております。

次に、13ページに移りまして、3つの戦略と9つの方向性を記載しております。ここにつきましては、前回の審議会でお示した骨子版から変更させていただいております。

骨子版では、戦略Ⅱとしておりました「経済へダイナミズムをもたらす中小企業の振興」を戦略Ⅰとして、冒頭に設定させていただきました。これは、市内中小企業は98%を占め、地域経済活力の基盤をなす中小企業支援につきましては、地域活性化における主体であり、その重要性はプラン全般にも関わってまいりますため、冒頭項目といたしました。あわせて方向性につきましても、「前向きに努力する中小企業に対する支援」を①に、それから、「地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援」を②に設定をいたしました。

それから、戦略のⅢのタイトルでございますが、骨子版では、「集客観光振興」としておりましたけれども、地域まちづくりを観光の観点から進めてまいりたいと考えておりますことから、「観光地域まちづくり」に変更するとともに、方向性の②につきましても、「戦略的な観光地域まちづくりの推進」に変更させていただきました。

戦略Ⅱの「イノベーションが次々と生まれる好循環づくり」とあわせまして、大阪経済の

持続的成長を図る取り組みを強力に進めてまいります。

次に、14ページ以降につきましては、3つの戦略と、取り組みの方向性、それぞれの現状と課題、施策の方向性などを示しております。現状と課題につきましては、骨子版から現時点の状況、国の動きなどを追記しております。施策の方向性につきましては、前回の審議会でご説明させていただきましたとおりでございます。各方向性には、新たに、取り組みのイメージ、概念図を追記させていただくとともに、具体的取組として施策メニューを追記しております。

次に、15ページに移りまして、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についてでございます。市内には、国・府・経済団体などの支援機関が多数立地しておりまして、さまざまな支援施策が講じられております。しかしながら、多様化・高度化するニーズに最大限応えていくためには、中小企業支援機関をはじめ、大学等の研究機関、海外機関、大企業、市民、国及び関係地方公共団体などとの多様な連携を一層強化し、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りますことから、施策の方向性につきましては、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、技術開発支援などの層の厚い総合的な支援。それから、大規模展示会・見本市の誘致によりまして、より精度の高い商談機会の場の提供を図る。さらには、支援機関が集積する大阪の立地を活かしまして、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こととしております。

16ページには、取り組みのイメージとして、概念図を追記させていただいております。中小企業に対する総合的支援を掲げまして、行政だけではなく、経済団体・研究機関・市民・大企業等との連携、地域社会との協働、相互理解などによりまして、地域経済の持続的発展、豊かな地域社会の実現に向けて、地域一体となった取り組みをサポートしてまいります。

次に、17ページに移りまして、具体的取組を追記しております。なお、具体的取組につきましては、プラン対象期間の3年間におきまして、多様化・高度化するニーズや経済情勢などの変化に、柔軟かつタイムリーに対応してまいらなければならないものと考えておりまして、現時点で表現上、明確にお示しできていないものもございますが、頂戴いたしましたご意見を実施時に取り組んでまいれますよう検討を続けてまいりたいと存じますので、何とぞよろしくお願い申し上げます。

具体的取組には、販路開拓支援、様々な経営課題への支援、開発支援、技術支援など、支

援項目ごとに分けて掲載させていただいております。具体的取組は、多岐にわたっておりますので、前回ご意見をいただきました事項を中心に、ご説明させていただきます。

まず、前回の審議会の中でご意見を賜りました女性の活躍促進につきましては、17ページの取組内容の上から4つめの経営者のためのワークショップ・セミナーなどに、ビジネス・経営支援の観点から女性の活躍促進に向けた取り組みの視点も、さらに検討していきたいと考えております。また、18ページの上から1つめの消費者ニーズに応じた商品開発の支援におきまして、モニターイベントなどで、女性の声を商品開発・商品企画に役立てる取り組みなどを行っているところでございます。さらに、21ページの上から6つめの他局部署が実施する取り組みと連携という項目も入れさせていただいております、ここにつきましては、市民局等が実施いたします企業や地域での女性の活躍促進に向けました取組などとの連携や情報交換など、ビジネス・経営支援の視点から、他局等との連携も深めながら、進めていきたいと考えております。

また、マネジメント力・経営力の強化につきましては、17ページの上から4つめ、5つめのワークショップ・セミナー等の開催や各分野の専門家相談など、中小企業の経営力の強化に向けた取り組みを引き続き行ってまいります。

金融機関との連携につきましては、21ページの上から2つめから4つめのところで、金融機関が持つ企業情報と産業創造館が持つビジネスマッチング機能との連携、大阪市立大学と金融機関との産学官連携基本協定、大阪市立工業研究所と金融機関との連携を深めてまいりたいと考えております。

卸売業の支援メニューにつきましては、17ページの上から1つめの商談会・交流会等による販路開拓・ものづくり企業等とのマッチング、商材提案マーケット、モニター会、また2つめの各分野の専門家相談など、卸売業の皆様にご利用いただけるメニューに取り組んでおります。引き続き、多様なメニューをご提供してまいりたいと考えております。また、20ページの上から4つめ、5つめの海外見本市への出展支援や海外・国内商談会の開催、展示会・見本市への出展サポートにも取り組んでおりますので、よろしくお願い申し上げます。

事業承継や人材確保につきましては、19ページの上から1つめの工業高校等と、ものづくり企業との交流による人材確保に向けた支援に、現在、取り組んでいるところでございます。また、21ページの上から1つめの中小企業の経営者・後継者を対象とした相談・セミナーの実施など、事業承継支援に向けた取り組みも、引き続き行ってまいります。雇用につきましては、17ページの上から4つめに、ビジネス・経営支援の観点から、経営者のためのワー

クシヨップ・セミナー等、経営者に必要な基礎知識やビジネストrend情報の提供や、21ページの上から6つめの、他局部署が実施する取り組みと連携の中で、雇用関係を所管する市民局が実施いたします若者・女性への就労支援に向けた取り組みなどとの情報交換など、ビジネス・経営支援にかかわる視点から、他局等との連携も深めてまいりたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

工場立地・都市計画関係につきましても、21ページ上から6つめの他局部署が実施する取り組みと連携の中で、都市計画局等との情報交換・意見交換など行ってまいりたいと考えております。

次に、23ページに移りまして、

②地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援についてでございます。活力ある地域社会の実現に向けまして、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豊かなコミュニティの形成につながっていくことから、施策の方向性につきましましては、商店街が地域の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できる組織とするための運営上の仕組みづくりの支援や、地域の経済活力の創出に向け、地域の実情・特性に応じた商店街、問屋街、ものづくり企業などの活性化の取り組みを区役所等と連携を密にして、きめ細やかな支援を行ってまいります。

24ページに取り組みのイメージ・概念図を追記しております。商店街、問屋街、ものづくり企業等の皆様は、これまで培った基盤と、それぞれの個性をお持ちでございます。様々な地域主体との協働による地域経済活性化を掲げまして、それぞれの地域の実情・特性に応じた活性化の取り組みを、区役所・NPO団体・地域団体・住民・支援機関との連携や、他の自治体・商店街・地域団体等とも連携した取り組みの促進や、一層の情報発信を行ってまいりたいと考えております。

官民一体となった取り組みも見えるように、区役所や地域団体、他都市などの連携も掲載しております。次に、25ページ移りまして、商店街・問屋街等の活性化、資金支援、人材確保・育成など、具体的取組を追記しております。

25ページの上から1つめの商店街の活性化に向けた運営上の仕組みづくりの支援、商店街団体と地域の人や団体等を結びつけるネットワークづくりや、上から2つめの商店街・問屋街・小売市場が実施されます来街者の安全性・快適性の確保及び集客力の向上を図る新たな魅力づくりに向けたハード事業・ソフト事業に対しての助成支援、ソフト事業では、空き店

舗の活用に向けた支援にも取り組んでまいります。

26ページの上、1つめから3つめの各地域の実情や特性に応じた地域活性化への取組支援など、区役所等との連携、5つめ6つめの活性化に取り組んでおられる商店街・問屋街、個店も含めて積極的に情報発信してまいります。4つめの他の自治体や地域団体等との連携など、商店街同士等の他都市連携も含み発信していきたいと考えております。

また、25ページの上から5つめの、19ページにも記載しておりますが、企業の人材確保につなげるため、将来のものづくりを担う人材を有する工業高校等とものづくり企業との交流を深める取り組みの推進や6つめの工場用地などの情報提供。そして、26ページ7つめのものづくり企業の高度な技術・光る技術を情報発信してまいりたいと考えております。

次に、28ページに移りまして、③創業・第2創業への包括的支援についてでございます。事業継続率を高め、企業の事業活動を安定・発展させていくためには、創業時だけではなく、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ございますことから、施策の方向性につきましては、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への解決に向けた支援など、創業支援を図っていく。とともにそれから、事業継続率を高めるため、創業時だけではなく、事業が軌道に乗るところまで、包括的な支援を行ってまいります。

29ページに、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。きめ細やかな包括的支援を掲げまして、創業支援を柱の一つとして位置づけ、支援を行ってまいります。

次に、30ページに移りまして、創業前支援、成長・発展期支援など、具体的取組を追記しております。

次に、33ページに移らせていただきます。

Ⅱ. のイノベーションが次々と生まれる好循環づくり、①の世界と繋がった「イノベーション・エコシステム」の構築についてでございます。大阪の中小企業が持つ、高い技術力や独創的なアイデア、挑戦意欲を有する中小企業の挑戦を全力で応援していく必要があるとともに、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ございますことから、施策の方向性につきましては、世界に通用するイノベーションの創出をめざし、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、「うめきた」にございます「大阪イノベーションハブ」の取り組みの機能強化を図っていく。それから、グロー

バルイノベーション拠点を活用し、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してまいります。

先ほどの創業・第2創業支援との違いは、世界に挑戦していく起業家の方々への伴走支援を行っていくものでございます。

34ページに、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。「イノベーション・エコシステム」の構築を掲げまして、大学の技術、シーズ等と社会ニーズをもとに、起業家が事業化に組み込み、メンター・先輩の方々やベンチャーキャピタル、投資家等から支援を受けて、イノベーションの創出が持続するシステムを構築してまいります。

次に、35ページに移りまして、人材発掘、イノベーション支援、国際展開、情報発信の具体的取組を追記しております。

次に、37ページに移りまして、②成長分野におけるリーディング企業・新事業の創出についてでございます。大阪経済の成長のためには、強みのあるライフ・グリーン分野等におきまして、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て、リーディング企業を創出することが必要でございますことから、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っていく。それから、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まして、先端技術開発に取り組む企業を支援してまいります。

38ページに、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。大阪の中小企業を牽引するリーディング企業・新事業の創出を掲げまして、先進的で意欲の高い企業の有望なプロジェクトへのハンズオン・伴走支援などの環境整備・集中支援や大学、金融機関などの支援機関との連携によりまして、新技术・新開発を促進し、リーディング企業・新事業の創出に取り組んでまいります。

次に、39ページに移りまして、販路の開拓、大学・研究機関等との連携など、具体的取組を追記しております。

前回の審議会でご意見をいただきましたが、ライフ・グリーン分野につきましては、具体策として39ページの上から一つめに、有望なプロジェクトへのハンズオン支援を、6つめに、ものづくり医療コンソーシアムとの連携、40ページの上から一つめに健康科学イノベーションセンター等との連携などを掲載しております。また、41ページの上から6つめ、7つめには、地方税ゼロ制度や特区制度等の活用なども掲載いたしました。

次に、43ページに移りまして、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についてでございます。大阪市には、I o Tやロボット製造に関連する技術を有する製造業の事業所が多く存在しており、そうした強みを大阪経済の活力創出につなげていく必要があると考えておりますことから、施策の方向性につきましては、I o T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。それから、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まして、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してまいります。それから、大阪市が保有する様々なデータを新たな事業の創出に役立てるため、大阪市I C T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てまいります。大阪商工会議所様と本市I C T戦略室が意見交換を行わせていただいているなど、引き続き、ご意見を頂戴しながら、施策に生かしてまいりたいと考えております。

次に、44ページ移りまして、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。I o Tやロボットテクノロジー等を活用した新製品・サービスの創出を掲げまして、全ての産業における革新のための共通の基盤技術であるとのI o T等に対する国の考え方や、ロボット分野との関連が深い製造業が集積いたします大阪市の強みを活かして、I o T、ビッグデータ、A I・人工知能、それからロボットテクノロジー等のコア技術を活用して、様々な分野におけます技術革新・ビジネスモデルへと結びつけ、社会構造の変化に伴う課題解決に貢献する新たな商品・サービスを創出してまいりたいと考えております。

次に、45ページに移りまして、販路の開拓、創業・起業支援、人材の育成など具体的取組を追記しております。前回の審議会でもご意見を頂戴しておりましたI o Tの普及や啓発などにつきましては、45ページの上、2つめから7つめにかけて、A T Cに設置しております支援施設ソフト産業プラザ等でのI o T・ロボットテクノロジー等に関連した起業支援や人材の育成について、また、47ページの上から4つめの「I o T・ロボットテクノロジー関連ビジネスの社会実装に向けた実証実験」も進めてまいります。

次に、49ページに移りまして、④イノベーションを生み出すビジネス環境整備についてでございます。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、特区制度等を活用し、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、魅力的なビジネス観光の整備に取り組むとともに、姉妹都市やビジネスパートナー都市など

本市が有します海外ネットワークを最大限活用して、大阪の技術や産業など、あらゆる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と考えておりますことから、施策の方向性につきましては、特区制度を活用する大阪独自の取り組みの推進や企業等進出支援などにより、都市間競争を強化し、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ってまいります。それから、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まして、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・受け入れなどを通じまして、投資や国際ビジネス交流の一層の促進にも取り組んでまいります。

次に、50ページに移りまして、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。ビジネス環境の整備等を図り、その魅力をトップセールスで強力に発信することを掲げまして、市長のトップセールス等により大阪の魅力、ポテンシャル、投資環境等の情報発信による企業・大学等の大阪への進出を促進し、企業集積によるビジネスチャンスの拡大、そしてさらなる企業集積・再投資へと好循環を図ってまいりたいと考えております。

次に、51ページに移りまして、情報発信、企業等進出支援、特区制度等の活用について、具体的取組を追記しております。

次に、53ページに移りまして、3つ目の柱でございますⅢ．観光地域まちづくりによる交流人口・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、①戦略的なMICE誘致についてでございます。学会、国際会議、それから企業等の行う報奨・研修旅行などミーティング・インセンティブ・トラベル、コンベンション・エキシビションの頭文字からなりますMICEは、一般的な観光とは異なりまして、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、ビジネスやイノベーション機会の創造、それから地域への経済効果や都市の競争力の向上が見込まれますことから、施策の方向性につきましては、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機能の強化を図りまして、経済界や関係機関と連携して、戦略的にMICE誘致を推進してまいりたいと考えております。

次に、54ページに移りまして、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。MICE誘致によりまして、観光消費の拡大とビジネス・イノベーションの機会を創出することを

掲げまして、MICE関連産業は、ホテル、会議運営事業者、旅行会社、運輸事業者、施設事業者、展示会事業者、料飲業、物販、観光施設など多くの産業が関わっておりまして、地域への経済効果が見込まれます。MICE機能の強化に向けたIRの推進、専門分野の企業集積やエリア特性を活かした都市規模のMICE誘致推進に向けたMICEブランドの構築、成長産業の重点的誘致によって、戦略的なMICE誘致を図ってまいります。

次に、55ページに移りまして、MICE誘致の推進の具体的取組を追記しております。

次に、57ページに移りまして、②戦略的な観光地域まちづくりの推進についてでございます。訪日外国人旅行者数は、近年、大きく増加しておりまして、平成27年は、大阪府を訪れる外国人旅行者数は過去最高になり訪問率も増加しております。観光に関連する産業は、旅行業、宿泊業、運輸業、観光施設業にとどまらず、非常に裾野が広く、ほかの産業への波及効果も大変大きいことから、施策の方向性につきましては、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してまいりたいと考えております。大阪版DMOとして的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まして、エリアブランドの向上、大阪の魅力の創造・発掘によります商品化、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、戦略的な観光地域まちづくりによります交流人口・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してまいります。

次に、58ページに移りまして、取り組みのイメージ・概念図を追記しております。観光を大阪の新たな基幹産業へを掲げまして、大阪版DMOとして的大阪観光局の機能強化を図ってまいるとともに、都市魅力創造の好循環につながる施策展開を進め、交流人口・ビジネスマーケットの拡大を図り、新たなビジネスチャンスを生み出してまいります。

次に、59ページに移りまして、観光マーケティング・リサーチ、世界第一級の文化・観光拠点形成・発信、それから国際的なスポーツイベントの開催など具体的取組を追記しております。前回の審議会でご意見を頂戴しておりますオリンピック・パラリンピック、ラグビーやワールドマスターズゲームなど、トリプルイヤーにつきましては、11ページの5. 基本的な考え方に、「魅力ある大阪の発信」に追記し、56ページの戦略Ⅲ、②戦略的な観光地域まちづくりの推進、現状と課題の5つめに、ラグビーワールドカップやワールドマスターズゲームズの開催についてを追記しております。

61ページ以降につきましては、参考といたしまして、経済戦略局の主要施設での支援施策を表にして追記しております。61ページは大阪産業創造館の支援の施策、62ページは大阪イ

ノベーションハブの支援施策、63ページは大阪市立工業研究所の支援施策、それから64ページが大阪市立大学の支援施策でございます。

それから、65ページからは、「起業家・創業を応援するOSAKA」といたしまして、当局が実施しております各支援施策も追記しております。

以上、前回の審議会で、ご意見を頂戴いたしました部分や、追記・変更箇所などを含めましてご説明申しあげました。よろしくお願い申し上げます。

次に、前回の審議会におきまして、資料があれば示してほしいというご意見を頂戴いたしました事項につきまして、ご説明申しあげます。参考資料1から3を別添資料で、ご説明申しあげます。

まず、開業の業種内訳についてでございますが、参考資料1をご覧ください。新設事業所は、3万5,349社となっております。総務省が実施しております平成26年、2014年7月1日現在数値の経済センサス基礎調査と、平成24年、2012年2月1日現在数値の経済センサス活動調査から算出をしております。なお、対象には民間事業所で事業内容等の不詳は含んではおりません。新設事業所の業種内訳といたしまして、一番多い業種は卸売業、小売業でございました。2番目に多い業種は、宿泊業、飲食サービス業でございました。しかしながら、廃業事業者の多い業種につきましても、同様に1番、2番という状況になっております。

次に、廃業理由についてでございますが、参考資料2をご覧ください。東京商工リサーチ社が、1,000万円以上の負債額があり倒産した国と都道府県レベルでの数値を出されておられ、件数と負債総額が記載されております。

裏面をご覧くださいますと、倒産原因につきましては、全国レベルの状況、原因別の倒産動向でございますけれども、例年、同様の順位になっていると思いますが、平成27年、2015年は、販売不振や赤字累積の既往のしわ寄せ件数が多いということでございました。

また、2枚目は、平成26年、2014年版の中小企業白書の中で、帝国データバンク社が調査した資料によりますと、廃業を決断した理由といたしましては、経営者の高齢化、健康の問題が多いとのことでございました。

次に、参考資料3をご覧ください。来阪外国人の消費支出に関してでございますが、消費支出には、訪日外国人旅行消費額が含まれておりませんことから、消費支出やG R Pに占めます割合についてはわかりませんでした。参考といたしまして、訪日外国人旅行消費額についてご覧いただきたいと思います。なお、訪日外国人旅行消費額につきましては、府内の数字でございますので、それにあわせて、ご参考に、府民経済計算の住民消費も掲載させ

ていただいております。この表の③が、平成26年度の来阪外国人旅行消費額となっております。そして、②の民間最終消費支出が、平成26年度で19兆9,637億円でございますので、③来阪外国人旅行消費額割る②民間最終消費支出で率を算定いたしますと、1.3%の割合となっております。以上でございます。よろしくお願い申し上げます。施策実施につきましては、企業ニーズを的確に把握して効果的な施策を実施し、中小企業の皆様にご活用いただき、事業活動につなげていただけるよう、私ども努めてまいります。また、情報発信につきましては、まだまだ弱い部分があると考えております。情報の発信は、大変重要な要素でありますことから、効果的に、また、見やすく工夫するなど、努めてまいりたいと考えております。

駆け足のご説明となりましたが、これらの戦略を着実に実行することで、大阪の経済成長に結びつけてまいりたいと考えておりますので、何とぞよろしくお願い申し上げます。

○加藤会長 ご苦労さまです。前回のいろいろな意見をどのように反映されたかについても、詳しくご説明いただきました。改めて、ご意見もあるかと思しますので、その辺も含めまして各委員からご意見を頂戴したいと思います。

それではどなたからでも結構ですがお願いします。

○高橋委員 大阪シティ信用金庫の高橋でございます。

まず、私ども、中小企業向けの専門金融機関として、最近の取引先の状況を申し上げますと、平成26年3月期から28年3月期までは、売上ベースでいきますと拡大しておりどの業種に限らず全体的に売上が上がっています。特に不動産、それから宿泊、飲食、情報通信、こういったところは2けたの伸びを示しています。ところが、28年4月以降、今年に入りました、若干それが停滞ぎみになっています。当庫の6月の調査でも、先行きはかなり停滞するだろうという見方でございます。

ただ収益については、維持されとの結果となっています。ということはコスト削減が進んでいまして、それによって企業収益は維持されているということです。ただ当面の景況感とはともかくとしまして、やはり中小企業の抱える構造的な課題を解決するには、依然としてかなり環境が厳しいということです。

ひとつは、販路の拡大、売り上げの確保です。現在の売り上げが低迷しているということと同時に、今後、どうして売り上げを確保していくかという課題に直面しています。また、コスト削減をどう進めたらいいかということも課題です。それから、大きな問題であります経営者、従業員の高齢化です。特に、経営者の方が高齢化していますので、廃業が先ほどの

お話に出ていましたが、当金庫でも、やはり廃業の事業所数は増加しています。大体3年ぐらい前から3倍ぐらいに増加しています。恐らく、今後もまだまだ増加し続けると思います。

例えば60歳以上の経営者の方の構成比は、大体47%ぐらいになります。当然70歳以上の方もおられますし、80歳以上の方も相当数おられますので、事業所の廃業というのは、大きな問題で、もっともっと深刻になってくると思います。例えば同じ廃業でも、ここには出ていませんでしたが、事業自体が思わしくないため経営者の方が亡くなりますと相続人が相続放棄して事業もそのままやめてしまうといったケースも結構出てきています。そういったことで、全体的に、事業の継続意欲というか、承継意欲というのが、ちょっと弱くなっているような感じはいたします。

それからもうひとつ、人手不足です。これも結構、深刻でございまして、特に運輸、通信業等では深刻です。例えばバスの運転手さんがいないとか、介護施設等では、ヘルパーさんが非常に不足していますので、施設は増加しているのですが、開所できないとかいった事例が出ています。完成しても開所できない。入居募集ができないのです。ヘルパーさんがいませんので、無資格者の方を採用しまして、一生懸命研修をして資格を取ってもらったけれども、その後は引き抜かれてしまう。少子高齢化の影響が、そういった中小企業の現場でじわじわと出てきています。成長分野ですけれども、成長を阻害する大きな要因になりつつあるということだろうと思います。

それで、今回の地域経済成長プランですけれども、大阪は産業集積度が非常に高いということで、ポテンシャルが高いという観点から、いろいろ施策に取り組んでおられるということは、非常に良いことだと思います。ただ、産業集積度は高いのですけれども、業種間の連携がいま一つ弱いように思いますので、そのポテンシャルが十分活かし切れていないのかなと考えています。そういった業種間の連携面での施策をしっかりと取っていただきたい。

例えば大阪は素材メーカーが非常に多いのですが、アセンブリー・メーカーは少ないですね。そうしますと、組立事業は府外に行ってしまう。大阪府内での産業連携が弱いから、アセンブリーが出来ず下請け的な事業所が多くなります。

それから、いろんなI o Tですね。技術開発、先端技術等様々な分野で取り組みを進めていただいているのですが、そのところは先端技術へのイノベーションということで、先端技術に、どうも傾斜しているような感じがします。そういうことで、ご意見を申しあげたいのですが、ロボット産業や医療介護のところでは、当然I o Tとか、ものづくりなど、いろんな技術の連携というのは必要であると思います。まして、人口減少が進んでいますから、そう

いうところでの補完措置として、I o Tを積極的に活用するということは、非常に大事なことでだろうと思いますので、そういう観点からでも、イノベーションを軸に据えておられるこの成長プランの方針というのは、間違いはないと思います。ただ、このプランを現場の中でどうやって取り組んでいくかというところだと思います。

最近あった事例ですが、当金庫の取引先で農業用の搬送機を受注した企業さんが、搬送機を室外で使うことから、ジャイロ機能が要るということになりました。そうしたことから、I T企業と連携してそれを作りたいということで、大阪市さんなど、いろいろな関係機関に問い合わせたり、直接出向いて連携を図ったのですが、なかなかうまく技術が合わず連携が取れないということがありました。そういったことで、現在、別のI T企業にお願いして、開発を進めています。I o Tというと、どうしても先端技術というところに、軸足があるような感じがしますので、もう少し気楽にI Tの活用を、一般の普通の製造業、卸業、小売業でも使えるような取り組みが要るのではないかと思います。折角A T Cに支援拠点等があり、産業創造館にもあるわけですから、そちらのほうでもっと簡単にI T企業と連携できるような仕組みがあればいいと思います。

それから、もう一つ。観光事業では当然、ソフト面でのいろいろな施策の計画があり、非常にいいことだと思いますけれども、このソフト面を活かしていくためのハードの部分と言いますか、人の部分が課題と考えます。例えば観光バス事業であれば、バス会社は人手不足でバスの運転手がいけないという状況が現実起こっているわけですから、海外からたくさんのお客さんが来られたときに、どのように対応するかというようなことも、一方であると思うのです。ですから、人の成長分野への再移動と言いますか、そういうものも含めた施策も検討する必要があるのではないかと思います。

以上でございます。

○加藤会長 どうも、ありがとうございました。今の高橋委員の発言に関連して、ご意見があればお願いします。

○黒田委員 私も、この地域経済成長プランを拝見いたしまして、主に中小企業支援のところで、今回、一番目に持ってこられた前向きに努力する中小企業に対する支援のところが、仕事でも関連するところですので、特に見させていただいたのですけれども、この中小企業に対する直接的支援というのはとても手厚くて、これを十分に周知できれば中小企業の経営力の強化の一助になると思って、とても評価できると思っております。ただ、先ほど高橋委員が言われたように、私がおつき合っている中小企業でも、特に前向きに努力する中小企

業が一番抱えている問題というのは人材不足です。ハローワークで求人するのに、もちろん労働条件とか給与とかは大事ですが、自社のアピールポイントをどう書いたらいいんだろう、どうやったら自分のいいところがアピールできるかなというような相談もよく受けます。本当に人が来てくれない。介護事業所や運送業の事業所さんなども人材不足の問題を抱えています。

ただ、中小企業で働くということは、本当は自分の力もより発揮しやすいですし、意思決定とかレスポンスも早い、任される範囲も大きい、責任も大きいということで、働きがいはとてもあると思っております。そういった魅力をこれから就職を考えているような方たちに伝えるという機会があってもいいのではないかなと思います。中小企業に直接働きかける支援だけではなくて、そういった中小企業の魅力を伝えていくということも、間接的な支援になると思うのです。そういったところも何か施策が、既にされているかもしれないのですけれども、その充実をしていただけたらなと思いました。

それと、せっかくいい支援策がたくさんあるのですから、これが本当に必要な方たちに伝わって、利用していただけるようにすること。例えば、我々行政書士のような中小企業支援を行っている隣接法律専門職ですとか、税理士さんとか、そういう直接中小企業と接しているような業界に周知の部分でも、巻き込んで伝えていけるようなことも考えていただけたらいいのではないかなと思いました。

以上です。

○加藤会長 どうも、ありがとうございました。後ほど、先ほどの質問については、どなたかにお答えいただくことになるかと思っておりますけれども、ほかにあればお願いします。

○日根野委員 大阪市産業経営協会の日根野と申します。

このプラン素案、すごく緻密によく作成していただいて、素晴らしいと思うのですが、この素案のターゲットとしているのは、全体を読んでいると中小企業向けなのですが、タイトルにそう書かれていない。例えば、大企業は体力もありますし、人材もありますから、自分のところで、新製品を開発し製品化して、それを世に送り出す。いい製品であればあるほど外に情報を出さない。ずっと一貫してやります。中小企業の場合は、そんなわけにはいかないで、いろいろサポートが要る。そういうことで、企業活動における活動の仕方が、全然次元が違っているのです、二重の構造になっていて、それを一緒に議論するのは、なかなか難しいと思うのです。

大阪を活性化させるという意味で、企業を呼び込む場合は、大企業であろうと中小企業で

あろうとウェルカムな話ですから、そこのところは大企業、中小企業関係ない議論です。逆に、育てていくという場合には、やっぱり中小企業を対象にしていますよということは、読んでいたらわかるかもしれないのですが、ぱっと見ただけではわかりにくい。

その2つで違う観点から言いますと、大阪へ企業を呼び込む、人を呼び込むというのはまず、大企業、中小企業にかかわらず大事だと思うのです。この素案の中にキャッチフレーズとありますか、例えば昔、地方が企業を呼び込む場合に、地域産業振興法と言いましたですかね、来たら地方税を5年間免除する、事業税免除するとか、そういう制度があつて地方に呼び込もうとした。今、逆に大阪市が、例えば、新大阪の周辺に、市外から来たら、経済特区というか、5年間、地方税免除などを、新幹線の周辺で実施したら、来やすいことから、どんどん来てくれると思うのです。そういう地方税の免除については、具体的に書いていたほうがわかりやすいのではないかと。それは、呼び込むほうの話です。

次に、助けるほうの施策は、中小企業に限りますよということで、例えば、IoTとかAIなどについては、中小企業が開発するような体力、気力ともなく厳しいのではないかと思うのです。私、会計事務所38年ぐらいやってきまして、中小企業がほとんどですが、監査法人に勤めてるときは大企業でしたが、まるで違います。AIでいうと、でき上がったものを搭載するかどうかのところについては、中小企業は考えられるかもしれないが、自分のところで工場のオートメーション化について、独自に、それ用のソフトを開発するのに何百万、何千万というようなことになると、そんな体力ある企業、なかなかないですよ。そのところは、AI・IoTについて、勉強はしておかないといけないということで、そういった勉強会については、大阪市さんがいろいろとやってあげていただけたらいいと思います。そういう違いをはっきり認識していただくということが大事だと思います。

それと、いろいろとご意見をお聞き届けいただいて、ハンズオン形式で支援されるのはやはりすごくいいと思うんですが、施策を実施するときには、ハンズオンということと矛盾するかもしれないのですが、教えてあげるのもいいですが、自分の頭でものを考えさせるということもすごく大事だと思うのです。自分の力で、販路拡大とかもそうなんですが、例えば、私、中国やインドの方と接する機会があります。中国やインドでは、日本の日用品に関して、すごい信頼度と興味を持っているのですが、日本のスーパーマーケットなどに行ったら、買いたいものがいっぱいあると言うんですけど、関税の問題があるのかもしれませんが、日本の中小企業がつくっている日用品等について、あまり知りません。特に、この間から中国の方が2団体ほど来たのですが、日本よりも、より深刻な少子高齢化時代がも

うすぐやってくるということで、介護用品について、日本の製品の販売代理店をさせてくれ、日本からマンションを買ってくれと。それは向こうが、バブル崩壊して売れなかったものを売りに行こうと思っているようです。販路拡大ということについて、日本の中小企業はすごく悩んでいるのです。なかなかいいものができても、日本の国内では需要が少ないということであれば、海外への販路、例えば中国、インドという世界の人口の多い二つのでかい国の一番近所にいる先進国は日本ですから、経済交流、そういうことについて、今回ここまでまとめていただいている、これはすごくよくできていますので、今回は無理かもしれませんが、そういう海外へ向けた販路の拡大、日本国内では、なかなか消費が伸びないというのは、これはもう人口減少である程度、仕方のないことかもしれないので、そういうところについて、中小企業には、こういった方向でどうでしょうとかの情報提供を、今後、望みたいと思います。

○加藤会長 どうもありがとうございました。市長さんのトップセールスのときに、ぜひ日用品も含めていただければということかもしれませんが。

関連でどなたか、ご意見、ご質問はございますか。

○辻田委員 龍谷大学の辻田です。

今までの話と関連するのですが、今回、気になったのが、前向きに努力する中小企業に対する支援についてです。先ほど廃業がかなり目立っていると、弱い、体力のない企業も多いというような話が出ていましたが、今年の夏に学生と佐賀県の有田焼産地の調査に行って、私自身大変勉強になることがありました。有田焼産地の方がおっしゃるには、前向きに努力する中小企業だけを支援していると有田焼産地は成り立たなくなると。ほんのわずかな企業だけを支援し続けても、それはやっぱり難しいと。そうすると、もう少し裾野を広く、今はやる気はないかもしれないけれど、ちょっと押せばやる気になるかもしれないような、そういう企業さんもうまくサポートしていくことができれば、それが産地全体の復興に、あるいは活性化につながっていくというような話をされていました。実際、佐賀県としては、有田焼ぐらいしか産業がないとのことで、ちょうど400年を記念して、3年間で二十数億円をつぎ込んだ非常に大規模な支援をされていたのですが、その支援の内容をいろいろとお伺いしていると、やる気のある企業だけではなくて、やる気のある企業を中心にこうすればうまくいくんですよというモデルを見せて、今までそんなにやる気がなかった企業もついてこさせるといったようなことをされていました。ちょうど今、3年の終わりの時期を迎えているんですが、産地の将来が少し見えるようになったというのを、地元の中小企業の方、どこに行っ

でも同じようなことをおっしゃっていたのが印象的でした。多分、支援のやり方としては、もちろん、大阪市さんが財源的に限界もあるしということであれば、これはこれでいいのかもしれないんですが、前向きに努力する中小企業の中に、前向きに努力できるかもしれないというような中小企業さんも含めて応援できるような、そういう施策を展開してもらおうと、先ほどの廃業の問題だとかも、もう少し拾えてくるのかなという印象を受けています。

それともうひとつ、今のお話とも絡むのですが、有田焼産地の場合、今回3年間で二十数億円投入しているけれども、当然ずっとできるわけではないから、その3年間のうちに、それぞれの企業さんに方向性を定めてもらうことが大事だと認識されていました。補助金とかがなくなった後は、それぞれ例えば、共同の会社をつくるというようなことで、独自に歩んでいけるような、そういう次の展開まで意識した支援を佐賀県がされていたので、今回の大阪市のプランも3年間ということですが、その3年が終わった後も見据える必要があります。全てを以前と同じようにどんどんやっていくわけにはいかないと思われるので、幾つかの支援に関しては、卒業したその後は企業さんだけでうまく回せていけるような、そういった枠組みも織り込んだものにできればいいんじゃないかと感じました。

○加藤会長 どうもありがとうございました。

幾つか、中小企業の中でも段階がありますね。今のは、この中で出てくる総合的支援ということで、きめ細かく対応するというようなことが書かれていたと思うんですけど、それと関連させて、一体それを誰がやるのかということだと思います。市が全部やるのか、あるいは大商さんのようなところが最初の窓口をやるのか。あるいは金融機関が最初の窓口をやるのか。その辺の連携も出ているので、具体的にどう進めていくかということを知りたい問題なのかなと思っています。

それとこれは、私からの確認ですが、日経新聞の5月11日の記事によると大阪市の2016年度予算に、2,000万円を計上し、IoT関連ベンチャーの創業を3年計画で支援すると。創業間もない企業も対象とするということで、5月下旬以降、観光、小売、ヘルスケアなど分野ごとに事業プランを募集することなので、先ほど言われたようなIoTをいわば最先端ではなくて、もう少し裾野の広いといいますか、そこでの応用を考えているようなところがあるので、この点について、先ほどの質問ともかかわるので、説明していただければと思います。

○高田部長 まず、その具体のIoTの部分につきましては、今年度からAIDORプログラムということで、先ほどの資料にもありましたが、ソフト産業プラザ・イメディオという

A T Cにある支援施設で事業を開始しております。それは今おっしゃいましたように、5月に第1回目の募集をしております。ビジネス・デザインのワークショップをした後に、その中でプレゼンと研修を行いまして、メンタリングするということで、ハンズオン支援をしていくものになっております。

今のところこれについては、チームとしては8チームで16名の方が参加者の対象になっておりまして、高齢者のインターネットの利用を補助するモニターサイドロボットの開発をするようなところですか、あと、建設会社と運搬業者のシェアリングエコノミー型のマッチングサイトの構築や普及、運用をするようなところを対象にしまして、事業を実施しているところです。

少しご質問からそれるかもしれませんが、まずやりたいというようなご意向のあるところに手を挙げていただいて、審査などを経まして、認定するという形でプログラムを実施しております。そういった意味で、やる気があるというか、前向きに取り組むというような意味合いとして解釈しているところです。

○加藤会長 どうもありがとうございました。

○井上局長 中小企業といいましても、大きな企業から零細という言葉が適切かは別にして、家内工業的にやってらっしゃるところもあると思いますが、どちらかというと新規に自分のアイデアを持ってやりたいというような方々を支援するスキームで、一人で立ち上げる方々も含めてです。

○高田部長 小規模、もしくは個人も含めたようなところを対象にしております。

○井上局長 会長のほうから、誰がやるのかというお話があったかと思うのですが、これはやはり行政だけでは、なかなか全てをまかなうということができないと思いますので、大商様は、大商様会員様に向けて支援をされてらっしゃいますし、それから金融機関様は、融資をもって、単に資金調達をご支援するというだけでなく、経営者に対するさまざまな支援をされてらっしゃる。これも非常に大きなインフラだと思いますし、それから産業経営協会様のように一つの団体として、いろんなサービスを提供されておられることから、自分の会社だけではまかないきれないような制度もご利用させていただくため、団体等に加入されているところもあります。それから、先ほど、黒田委員からも情報が伝わっていないのではないかというお話がありましたけれども、そのことは行政サービスと含めて、やはり産業政策もしっかりと中小企業もしくは新たな起業を考えてらっしゃる方々、あるいは廃業であるとか事業承継で悩んでらっしゃる方々の末端まで情報が伝わるように我々も努力をしない

ければいけないと思っております、オール大阪で、皆様のお力やお知恵を拝借してやっていくことが重要である、と思った次第でございます。

○加藤会長 ありがとうございます。

○高橋部長 高橋委員からもお話がございました点や黒田委員からお話があった点にも関連しますので、発言させていただきます。人手不足の点につきましては、特に介護ですが、非常に人手不足、労働がきついということもございまして、一方で I o T に取り組む企業については、これまでつくるほうの立場で医療ロボットとか、介護の助けになるロボットをつくってきたのですけれども、どうしても開発者と現場の乖離があつて、つくったが、現場ではそれが使えないとか、あるいは何千万というように高価過ぎて、現在の介護保険では対応できないということがございましたので、まず、試験的に各事業所に導入をするということで、補助をいただける厚労省の制度がございます。介護事業所にいわゆるパワースーツとか、あるいは見守り支援の I o T、ベッドの下に圧力計みたいなものを置いて、拍動等がどういう状態かというのを逐次観察・集中的にできるような大阪市立大学発の開発もあり、開発・導入が進むものと思われます。負担が大きい介護の分野については、I o T 等の取り組みがはじまっておりますので、国の施策があつての話もありますが、我々も、課題解決とニーズ解決に併走しながら取り組んでまいりたいと考えております。それから、大企業については、日根野委員がおっしゃるとおりでございます、今おられる大企業におかれても中小企業の応援側というのでしょうか、市産経の会社も中堅と申しますか、中小企業の域を脱しておられるところも多いので、むしろ中小企業から調達というか、単に物を買うということではなくて、共同開発も含めて発注するチャンスをいただけないかというようなお願いも、今後させていただきたいと思っております。

中堅企業さんにもお願いをさせていただいて、大商さん、金融機関、いろんな支援機関も含めたオール大阪で、中小企業の販路を支援する、そういう仕組みづくりに取り組んでまいりたいと考えてございます。

○加藤会長 どうもありがとうございました。

情報発信についてですが、なかなか中小企業自体ではできないわけですね。先ほど学生から見た中小企業の魅力ということもありましたが、実は、大阪市立大学の学生が中小企業を回りまして、自分たちの目線から見て、こんな魅力がありますよというのを冊子にしています。残念ながら大阪市ではなくて大阪府だったのですが。なかなか情報というのは、本当に限られた企業しか出てこない。でも、おもしろい企業はたくさんある。特に経営者がおもしろ

ろいので、そういう人に学校で授業をやっていただくとか。それと産創館については、確かCDをつくっていて、各区役所で放映していたのを見たことがあります、それでもまだ認知度が低いので、ぜひその辺を大宣伝していただきたいなと思います。

大阪は、なかなか情報発信をしない。例えば、全国で言っても、民間と行政がうまくコラボしながらやっているところはなく、産創館の取組は、こんなに素晴らしいということをもっと発信するべき。「ゲンバ男子」など、次々ヒット商品を繰り出していますので、産創館の方に、本を書いたらいいんじゃないかと言ったことがあります。

○高橋部長 事業自体は財団の自主事業ではございますけれども、ものづくりの現場の若手社員さんの頑張りは、下町ロケットと似たような魅力がとても詰まっていますので、問い合わせは非常に多いですし、我々としても大阪の一つのPRツールとして活用していきたいと思っております。

○加藤会長 ありがとうございます。次に、観光産業のことについて、テーマを移したいと思います。観光は単なる観光ではなくて、まちづくりという視点からということです。

○千田委員 前回、お時間をいただきまして、商店街のことを意見させていただきましたところ、今回、素案でたくさんの事項を入れていただきました。本当にありがとうございます。私どもでは、中央区で5年前から国際観光都市ということに取り組んでおります。観光産業や国際交流など、いろいろな分野で取り組んでおります。本日もご出席いただいている稲垣さん、山田さん、和田さん、記田さんの部長さんたちが窓口になっていただいて、お話をさせていただいておりますが、お願いをいたしたい。新聞やテレビでも発表されていましたが総合案内所です。北には、できるのですが、南も考えていただきたいというのが、お願い事です。

中央区では、7月1日に東商店会と南商店会とを合併させまして、面を広げました。これはなぜかといいますと、私の持論は、もともと大阪は見渡す限り観光資源がある。そして、それらを生かしながら、国内、海外に発信をしていく。地域の魅力を集約しながら、人、仕事、まちを成長させたらどうかというような形が基本であるということで、これまで取り組んできました。観光や体験、食というようなアプリをつくって、二、三時間のコースを多言語で発信するというをまず中央区からさせていただいて、大阪全体にそういうものを広げていけたらいいのではないかという思いで今やっているところです。

それから、インバウンド、留学生というこの二つのお話をさせていただきたいのですが、実はインバウンド対策という中で、おもてなし、皆さん方もおっしゃってられますけれど

も、先ほど項目の中にもありました都市間競争の中においては、関空に來られたら関空で帰られる、そのようなコースをつくっていかないといけないのではないかと思います。観光で來られたら、大体4泊から5泊で帰られます。大阪で4泊されることはまずないのです。大阪の役目・役割を果たすということで、商都大阪が全ての拠点、核となるような考え方をこれから持っていただきたいということで、地方との連携に取り組んでおります。実験的に今、鳥取県、兵庫県、それから徳島県、和歌山県、滋賀県と連携に取り組んでいます。他県の食とか、温泉、体験など、そういうものを組み立てながら海外の旅行者も呼んで、小旅行をしながらいいところをPRし、この大阪に来ていただいて、楽しんでいただき、また地方でも取り組んでいくというような形でやっております。

様々な取り組みを行っていく中で、やはり規制というものがあります。プラットホームというような形で、商店街、企業さん、各種団体、またそれに関するコンサルタント、行政さんが集まって会議をやっております。今日出席されている方の中にも何人か来ていただいてありますが、ぜひとも引き続きお越しいただいて、いろいろな情報を持ち帰っていただき、取組への理解と課題に対する解決方法なども教えていただけたらと思っております。

それと留学生についてですが、年間約25万人が、留学で来て、大阪に來られる比率は1万人ぐらいです。その方々は、就労ができないということで困っておられましたので、私たちが、就労とともにアルバイトという形で、対応できるような取組を行っています。関西に來たら就労も世話してくれるし、アルバイトも世話してくれるということで、もっともっと人が集まってくるようにしていきたいという思いで今、取り組んでおり、この9月から情報発信をしています。ぜひとも応援をしていただきたい。先ほどご意見のあった人手不足ですが、確かに今、飲食、物販は全く人が足りません。たくさんの訪日外国人が來られております。昨年よりも、20%ぐらい増加しているのではないかと思います。7月の集計を見ましたら1,400万人ぐらいになっており、前年度1,100万人ですから、かなりの人が増加しております。また、団体客から個人客に変わってきておりますので、サービスのほうも、これまで添乗員がついてきていましたが、今は、ばらばらで個人で来ておりますので、もっともっときめ細かいサービスが必要になるのではないかと思います。そういった中、留学生には、さらなる活躍の場があるかと思います。例えば、イベントでも、とんぼりリバーウォークでやれば、留学生が案内をしてコミュニケーションを図らないと、物が売れないとか、いろいろなことが起こって、働く場所・活動の場の提供がさらに支援できる。また一方で、母国へアウトバウンドする場面では、大阪の中小企業が、そういう方とパートナーとなって取り組める

のではないかと考えておりますので、そういったことは、大阪にとって、プラスになるものだと考えております。以上です。

○加藤会長 ありがとうございます。千田委員がおっしゃったことについては、具体的に行政から何か支援はあるのですか。

○千田委員 ご参加をいただいて、問題点を持って帰っていただいています。

○加藤会長 補助金とか、そういうものは必要ないということでしょうか。

○千田委員 農業でも漁業でも補助金があるということだけでは世界と勝てません。やはり補助金をあてにしてしまうのです。私どもが、新たな取組を行っている中では、規制というところが課題となって、進まないことがあります。行政には、そういった法規制などについて応援していただきたい。

○加藤会長 独立独歩。これも大阪らしさの一つかもしれません。

○井上局長 千田委員が取り組まれている留学生のアルバイト、それから就労機会は、千田委員が日ごろおっしゃっていらっしゃいますが、その方々が大阪好きになってもらって、今度は、留学ではなくて本当に住んでもらって、仕事についていただく、あるいは、大阪で生活をしていただくという思いで取り組まれていらっしゃると思います。我々は、なかなか潤沢な資金で補助をすることはできませんけれども、一方で大阪や、あるいは日本国内にお住まいになることをご希望される外国人に対しては、国際交流センター等を通じて、さまざまな法的な問題ですとか、日本の商習慣も含めてサポートするような仕組みはつくっておりますので、ぜひ勉強させていただいて、局としても、和田部長が出席して、情報をいただき、取り組ませていただきます。

○稲垣部長 難波でのおもてなしステーションと言いますか、案内所の拡大と言いますか、充実をというお話でございますが、高島屋の前の空間を広場にしていこうということで、千田委員も入っていただいて、検討中になっておりますが、あその場所にぜひ充実した案内所ということで今、検討しております。大阪府が設けている宿泊税も投入して、北にせっきゃくおもてなしステーションができるので、やはり南にもいうことで検討しております。またご意見をいただけましたらと思っています。

留学生のお話はありがとうございます。今、大阪城のほうでもボランティアガイドを留学生の方に手伝っていただくようになりまして、非常に好評を得ているという点もございます。おっしゃっておられるように、人手不足の点も寄与していくということで、ぜひその観点を持って観光のほうも見ていきたいと考えております。

先ほど個人客が増加して、きめ細やかな対応が必要だということで、本当にそのとおりだと思っております。大量消費・大量生産の時代ではなくて、個々の動きが観光の魅力になるという、しかも、それに向けて個人客がお越しなられているという状況でございますので、やはり各地域できちっと取り組みができるように、先ほどプラットホームというお話もございましたが、そのようなものをきちっと形成していくということ、それがまさに観光地域のまちづくりになっていくものだと思っておりますので、千田委員も本当に動いていただいて非常に参考になっているところでございまして、ぜひともお力をいただけたらと思っております。よろしくお願いいたします。

○加藤会長 他に何かご意見はございますか。

○吉木委員 先ほど、藤本課長が、情報発信が不足しているとおっしゃっていたのですけれども、私はまさにそう思っていました。いいプランができてありがとうございます。卸も問屋街も事項に入れていただきました。ところが、実際にこれを活用する中小企業者に対して、どのように知らしめるのかという情報発信、これが、プランはできて使う側が全然知らないというような状況ではいけない。それと発信については、中小企業者に対する発信とともに、5ページにビジネスチャンス大阪の発信であるとか、また11ページに、魅力ある大阪の発信であるとか、こういうことが書かれているのですけれども、これをどのように発信するんだということについては、触れられていない。今、千田委員のほうで取り組まれていることはわかったのですが、魅力ある大阪の発信というように、せっきやく問屋街まで入れていただいているのですけれども、どうやって発信されていくのかということです。5ページにあるトップセールスによるポテンシャルの発信というのはわかりますが、それ以外のことの発信が、人に知らしめるというのが一番重要なことではないのかなと思っています。

実は、きのう中小企業庁の長官と幹部の方々とお会いして、中小企業等経営強化法というのが、今年の7月1日に施行され、いろいろな中小企業に対しての施策、125億の小規模事業者に対する施策とかがあるとお聞きしました。ところが私は9月13日になってはじめて、そのような、しかもこれだけの支援があるということがわかったのです。なぜ、これをみんなにもっと知らしめないのかということです。今日ここにおられる関連の方でも、中身がわかっていない方もおられるのではないかと思います。ですから、せっきやく大阪市でここまでいいものができ上がったのであれば、これをいかにして知らしめるかというのが問題になってくると思っています。

○和田委員 吉木委員のこととも非常に関係いたしますが、本当にすばらしい素案をつくっ

てらして、あともう一息というところだと思いますけれども、7、8ページの産業構造全体というところで、意見を述べさせていただけたらと思います。

右上の大阪市の基礎データという1位から4位、それと生産額と構成比が書かれていて、すごく重要な指標だと思っております。今回、このデータをつけていただいたのは、ありがたいという部分と、この1位から4位は、まさに大阪の強みにしていかなければいけない。それで、過去5年から10年ぐらいの推移は、担当部局の方、よく把握されているかとは思いますが、その推移とともに、なぜ下がってきているのか、今まさに吉木委員がおっしゃった卸売・小売の部分も今回、落とし込まれているということですが、やはりITとかAIの話が割と中心になってしまう中で、1位、2位の卸売、小売のウエイトで半分以上占めている大阪の生産額から考えますと、この辺の大阪の戦略というのが、まさに今の情報発信という部分でありながら、ちょっと生かされていないのかなと感じます。今の時代の趨勢でITだAIだというのが不可避であることは間違いないことだと思いますが、大阪らしさというのも、前回の会議で私も強調させていただいたのですが、やはり一番冒頭のところでお話がありましたけれども、企業同士の連携ですね。高橋委員がおっしゃっていたと思うのですが、連携という意味ではAI・ITをそれぞれ1位、2位の卸売・小売、サービスと連携する。そういう観点というのは、非常に必要になってくるのではないかな。人手不足だったら、やはりロボット化の部分で、また、おもしろいおもてなしもできるとか、突拍子もない大阪のアイデアなども活用していただきたいとかいう部分で、少しある産業に特化というよりも、強みはもちろん強みで大事にしていく部分があるんですが、少しこの1位から4位を見せていただくと、やはり強みとなる部分を強くしていく。それから、これから伸びてくるといいうものを強くしていく。いろんな強みというものをどう捉えるか、強くして強みにしていくのか、そのあたりが7ページ、8ページの部分で、卸売・小売、そしてサービス業という部分が、逆にすごく注目したということなのです。というのは、参考資料のほうで、いものを資料としてつけていただいて、事業所の開業・廃業数というのを見ましても、やはり卸売・小売、サービスが事業所数が多い中で、廃業も1位、2位だということを示されている中で、1位、2位の戦略といいますか、最後の観光の部分では、この辺が生きてくるんだと思うのです。非常に基礎データ部分が大事になってくるかと思いますので、その辺も十分に生かしていただきまして、いいプランをつくっていただきたいと思います。

以上です。

○加藤会長 ほかにご意見はございますか。

○上田委員 総合的なことではなくて、施策の具体案ということで、願いを一つしておこうと思っています。

創業支援というのは、本当に経済の活性化という意味では、とても生み出す力が高いのですけれど、その中にアクティブ・シニア創業塾というのをに入れてほしいと思っています。

65歳で定年を迎えられた男子、女子、どの方も全然高齢者ではなくて、大変元気です。ビジネススキルも高いですし、お役に立ちたいという思いも高いのですが、自分で創業してビジネスとしてお役に立つことを生み出そうという観点は、サラリーマン生活を長くして、余りお持ちでないというのも確かなのです。ですから、ボランティアをやろうか、何をやるかと言っておられるのですけれど、まだまだビジネスとしてご活躍になれる力はお持ちなので、アクティブ・シニア創業塾を立ち上げていただいて、経済戦略の一環として、人材をしっかりと、これからもまだまだふえる高齢化ですので、高齢者としてひとまとまりにしないで、このゾーンを活力として、何か施策にしていきたいというお願いです。

○加藤会長 ありがとうございます。ほかにご意見はございませんか、よろしいですか。

今のご意見はアクティブ・シニア。何かターゲットを絞り込むことは、この全体からすると余りされていないのかなと思います。前回、女性の起業家や事業承継などの意見がありました。例えば、コミュニティ・ビジネスだと、女性が随分担われてたくさんいらっしゃると思いますが、先ほどのご説明だと、女性向けのワークショップをやりますと言われてはいますが、余り文言には出てこないようなので、その辺の情報発信も遠慮なくしていただいてもいいのではないかと思います。

きょうは、前回いろいろご意見を頂戴して、そこをブラッシュアップしていただいたということです。

それでは、井上局長にコメントをいただいてもよろしいですか。

○井上局長 本日はお忙しい中、大変貴重なお時間をいただきまして、またご意見を頂戴いたしまして、まことにありがとうございます。

冒頭、会長から大阪らしさのお話がございました。我々、大阪の気質といいますか、進取の気質であるとか、ベンチャー精神とかいうことを語るわけですが、一方で常に保守と革新の動きがあって、そういう中で切磋琢磨という言葉が適切かは別にして、新しいものが生まれてきたということはあるのだろうと思います。

一方で和田委員のほうから、大阪市の基礎データのお話もいただきまして、これもまた大阪らしさの産業から捉えた見方であるのかなと思ひまして、卸・小売業、これは卸売と小売、

一緒に入っていますけれども、またサービス業、情報通信、そしてものづくりの製造業、これも大阪らしさの一面だと思います。

また、千田委員からいただきましたインバウンドのお話は、まさに、日本の中でも最も特徴的なトレンドになっているのだろーと思ひますけれども、外国人があふれている姿も、これからの大阪らしさになっていくのだろーと思ひますし、その中で留学生、学生があふれているまちというのは大変活気がありますので、留学生が好んで訪れていただける、そういうまちも大阪らしさになったらいいなというふうに思ひながら聞いておりました。

要は、どのように我々は、このまち、このエリアを見るか。また、しっかり見ているかということが非常に重要だろーと思ひます。そこに、ある意味、戦略的にものを見て、対象を絞って、そして施策を打っていくということが、必要だろーと思ひたのが1点でございます。

それから2点目は、全ての委員の皆様からいただいたご意見の中に内包されていると思ひますが、しっかりと情報を伝えてくださいということ。これは、せっかくいい仕組みができて、いいサービスが提供できても、そのことがまず伝わってなければご利用いただけないわけですから、そのあたりは施策の打ち出しも含めて、それから実際の支援の仕方も含めて、常に利用者の方々の目線といいますか、受け手側のことを意識しながら取り組んでまいりたいと思ひます。これは一つ課題として、早急に解決できる問題ではないかもしれませんが、また改めて皆様方のご意見をお伺いしながら取り組んでまいりたいと思ひます。

本日は大変お忙しい中、お時間を頂戴いたしまして、ありがとうございます。

○加藤会長 ありがとうございます。

○司会 それでは、これもちまして、本日の審議会を終了いたします。お忙しい中、ご審議を賜り、まことにありがとうございました。

閉 会 午後0時04分