

地域経済成長プラン (仮称) 素案

大阪市経済戦略局

目次

1. はじめに	2
2. 本プランの位置づけ	3
3. 目標	4
4. 大阪経済の現状と強み	
I .大阪経済の現状	6
II .大阪市の産業構造と特徴	7
III .大阪市の強み（成長分野）	9
5. 基本的な考え方	10
6. 3つの戦略と9つの方向性	12
7. 取り組みの方向性	
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	14
②地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援	22
③創業・第2創業への包括的支援	27
II .イノベーションが次々と生まれる好循環づくり	
①世界と繋がった「イノベーション・エコシステム」の構築	32
②成長分野におけるリーディング企業・新事業の創出	36
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	42
④イノベーションを生み出すビジネス環境整備	48
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	52
②戦略的な観光地域まちづくりの推進	56
（参考①）主要施設における支援施策	61
（参考②）起業家・創業を応援するOSAKA	65

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98%を占める中小企業は、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ものとなっている。
- そうした中小企業の役割を踏まえ、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、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、中小企業の持つ力を存分に発揮し成長できる環境を、市民、企業、行政が一体となってつくりあげる必要がある。
- 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、今、大阪が誇り得る絶好のビジネスチャンスの機会に、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く中小企業や起業家を、地域の様々な主体、支援機関等とともに大阪の総力をあげて、サポートしていく必要がある。
- 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捉え、分野、業種、業態、規模等にかかわらず、新たな発想と視点で、創意工夫を惜しまず、前に進もうとする中小企業を強力にサポートしていくため、イノベーションをキーワードに掲げ、成功事例の創出・新たな大阪ビジネスモデルを構築・発信していく。
- また、廃業が開業を上回っている状況を踏まえ、地域の活性化の先導をなす、起業家・創業創出は、地域の活力・活性化には欠かせないものであることから、先人がなした進取の企業化精神、現状に留まらない果敢に挑戦する気質を受け継ぐベンチャーが集まる、起業家創出ナンバー 1 都市をめざし、世界に挑戦する大阪ブランドを強力に発信していく。
- こうした方向性のもと、将来にわたり持続的に成長する大阪経済の実現をするため、本プランを策定するものである。

2. 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」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

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。

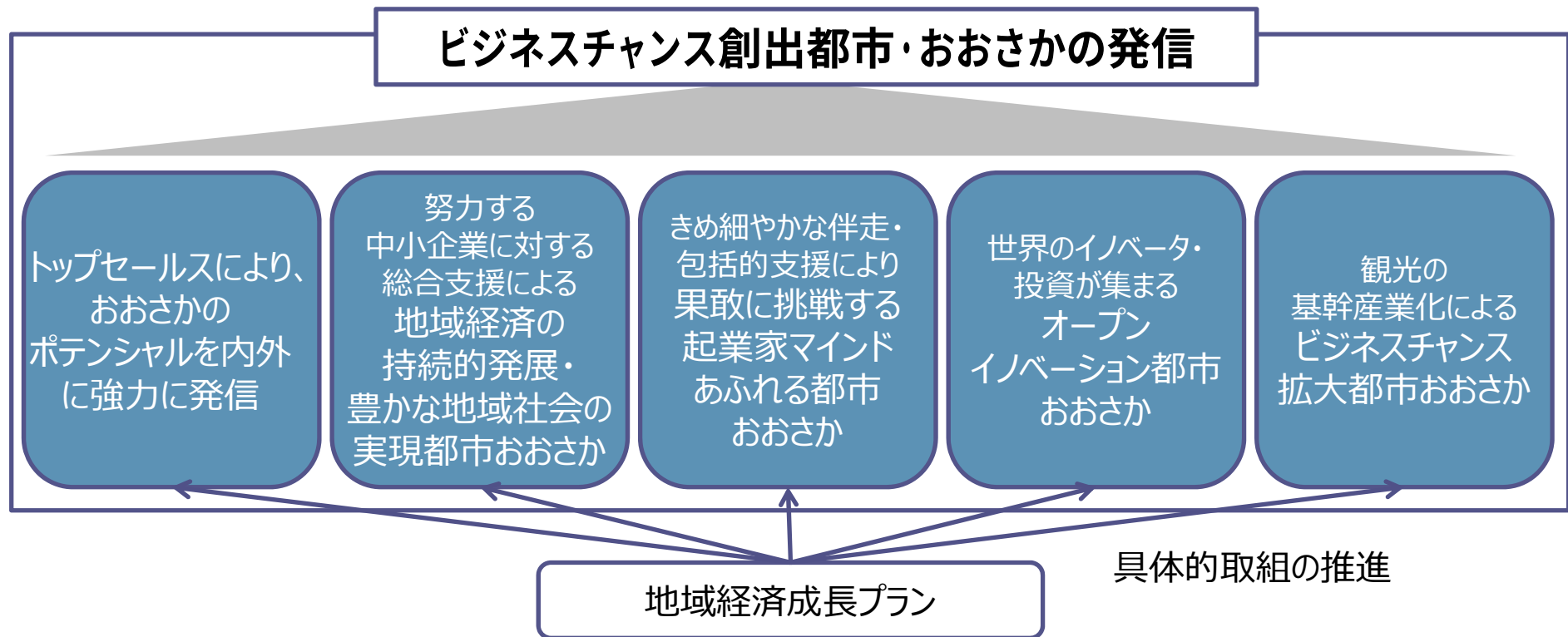
※先行して取り組める事業については、可能な限り平成28年度から取り組むものとする。

3. 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

3. 目標



数値目標

指 標	現 状	目 標 値
○実質成長率	2013年度：0.9%（※）	年平均2%以上

※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25年度大阪市民経済計算」

4. 大阪経済の現状と強み

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”で比較すると、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。

4. 大阪経済の現状と強み

II 大阪市の産業構造と特徴

① 主要産業の総生産と構成比

- ・卸売・小売業のシェアが高く、“商都”型の構造が顕著
- ・産業・経済のソフト化、サービス化が進展する中、サービス業は従業者数及び生産額も多く中核産業となっている
- ・近畿圏の中核都市であるため、情報通信業のシェアも高い
- ・全産業に占める製造業のシェアは、長期の減少基調で、全国平均のシェアと比較すると5割程度にとどまる

② 主要産業の特徴

○卸売・小売業

<卸売業>

- ・かつては全国の流通の中心地であったが、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枢機能を担っている。
- ・繊維製品、機械工具などの卸売企業がそれぞれ特定地区に集中立地し「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1960年には全国の販売額の約3割を占めていたが、繊維産業の衰退や、大手総合商社の東京移転などで全国的地位の低下が続いている。
- ・直近の業種別販売額では、化学製品、電気機械器具、鉄鋼製品などの販売額が多くなっているが、繊維品、衣服では、販売額の全国シェアがそれぞれ5割弱、2割強と引き続き高い割合を占めている。
- ・また、卸売業の集積度を図る指標である中心性比率は高水準を保ち、関西圏などにおける流通の中枢機能を担っている。

<小売業>

- ・市域外の商圈に対する需要の吸引力は全国トップを誇る。
- ・大阪市の小売業は、大阪市民だけではなく、大阪都市圏の需要に広く応えており、市域外の需要に対する吸引力は、東京都区部や名古屋市を凌ぎ、全国の大都市と比較しても最高水準を有している。近年は、梅田や天王寺・あべの等において、駅直結型や駅前・駅周辺型の商業施設の立地が相次いだこともあって、さらにその水準が上昇している。

<大阪市の基礎データ>

主要産業の生産額と構成比
(産業大分類) ※名目

1位	卸売・小売業：
	4兆7,080億円 (27.6%)
2位	サービス業：
	4兆1,396億円 (24.3%)
3位	情報通信業：
	2兆 997億円 (12.3%)
4位	製造業：
	1兆7,762億円 (10.4%)

大阪市「市民経済計算」2012年度

4. 大阪経済の現状と強み

○サービス業

- ビジネス支援型サービス業の事業所が多く、全国シェアが高い。
- ビジネス支援型サービス業、公共サービス業、生活支援型サービス業の3分野のサービス業のうち、従業者数では、ビジネス支援型サービス業が最多で、市内の従業者数は大阪府の約7割、近畿圏の約5割を占める。なかでも情報通信系では近畿圏の約7割が市内に集中している。ただし、大阪市と、東京都区部の差は大きく、東京都区部の従業者数はビジネス支援型産業では大阪市の4.2倍（全産業では3.4倍）となっており、特に情報通信業で差が大きい。
- 医療・福祉、教育などの公共サービス業と、理美容業や不動産業などの生活支援型サービス業の従業者数は、人口に比例する傾向が強く、大阪府に占める大阪市の割合は、人口が3割に対して、公共サービス業で3～4割、生活支援型サービス業で4～5割を占める。

○情報通信業

- 東京都と同様に、市内総生産に占める情報通信業のシェアが高い。
- 従業者数の特化係数（その地域が全国の平均的な産業構造と比べてどの産業に特化しているかを示す数値）をみると、2.06と他の産業より高くなっている。
- また、市内の情報通信業の中では、情報サービス業の分野で、事業所数と従業者数が集積している。

○製造業

- 基礎素材型工業が多い（⇒製造業を「基礎素材型」、「加工組立型」、「生活関連型」の3つに分類すると、大阪市は、製造品出荷額等で他都市と比較すると、「基礎素材型」の割合が高く、中でも化学工業の割合が突出して高い。）
- 高付加価値型（⇒付加価値率〔製造品出荷額等に占める付加価値額の割合〕が東京都に次いで高水準で、全国の水準を大きく上回る。）
- 高密度な集積地域（⇒市内の工場集積地である東部4区〔東成、生野、城東、平野の4区〕の事業所数、従業者数、製造品出荷額等は、1 km²あたりの集積度が全国トップクラスで、全国有数の工業集積地である東大阪市や東京都大田区を上回っており、高密度な工業集積を形成している。）

4. 大阪経済の現状と強み（成長分野）

III 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

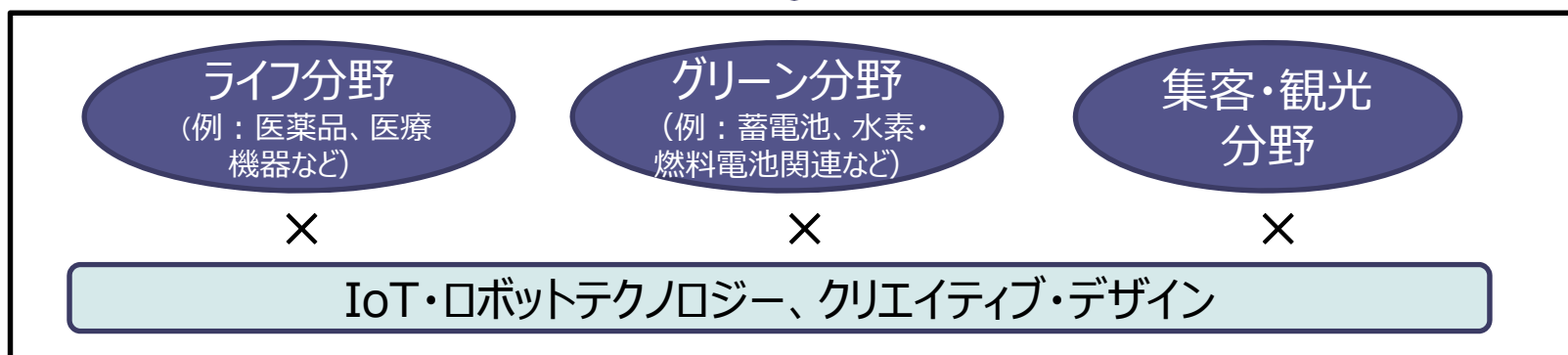
②成長分野の要件

◆【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



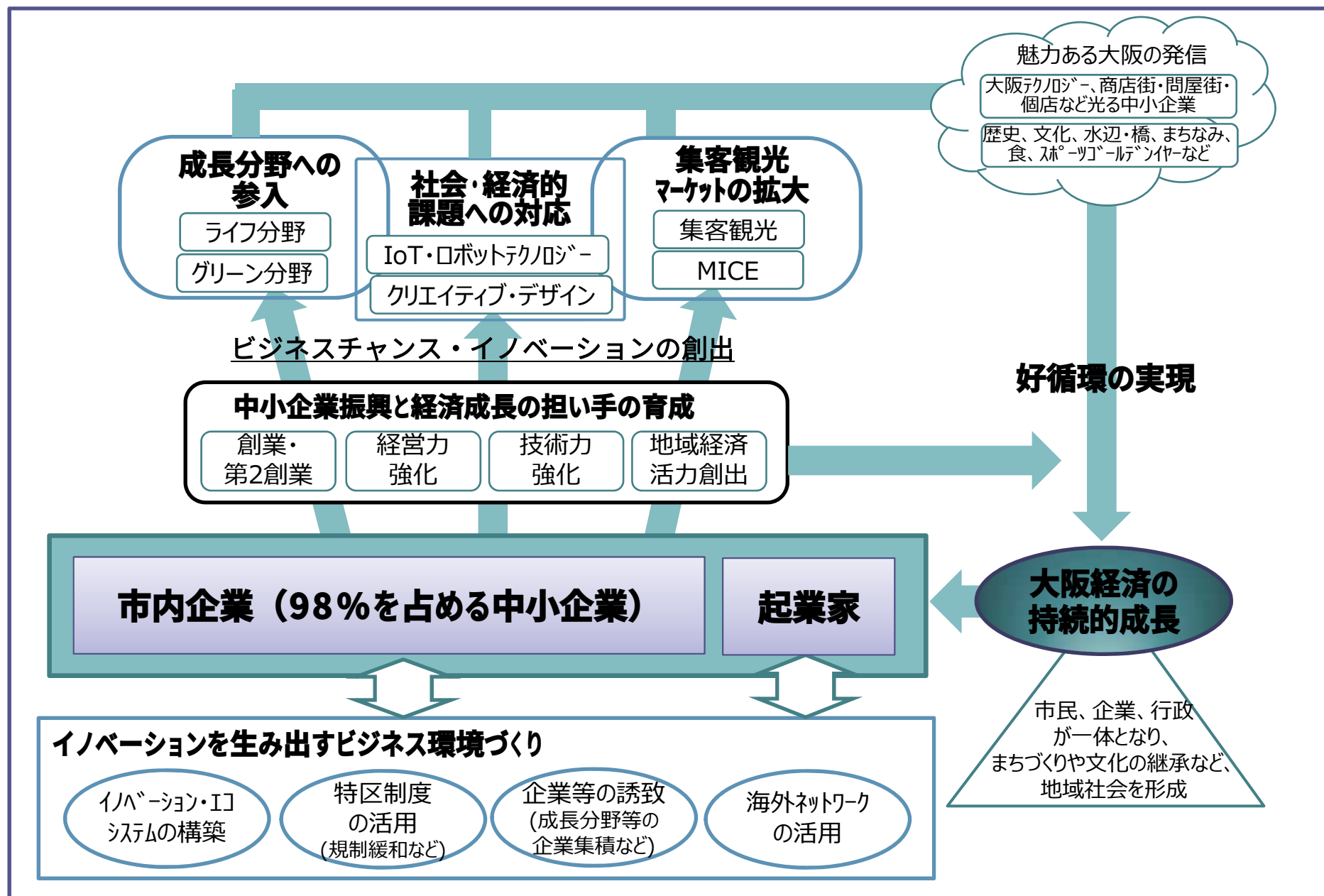
5. 基本的な考え方

- 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
 - 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
 - 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

※本プランにおける「イノベーション」の考え方について

- 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）を創造すること

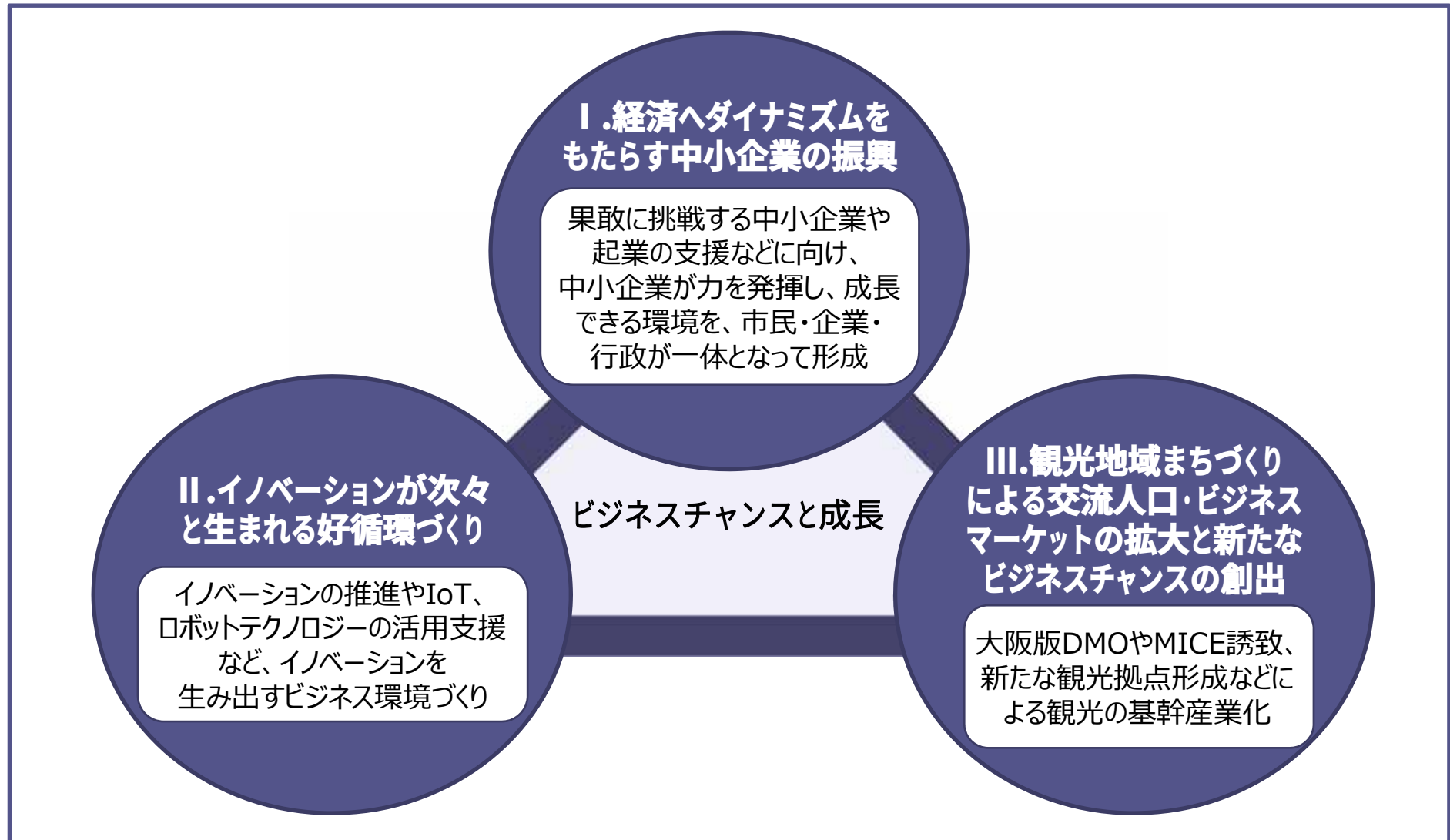
5. 基本的な考え方



6. 3つの戦略と9つの方向性

「ビジネスチャンス創出都市・おおさか」の戦略

～将来にわたり持続的に成長する大阪経済～



6. 3つの戦略と9つの方向性

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
- ③創業・第2創業への包括的支援

II. イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

- ①世界と繋がった「イノベーション・エコシステム」の構築
- ②成長分野におけるリーディング企業・新事業の創出
- 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
- ④イノベーションを生み出すビジネス環境整備

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
- ②戦略的な観光地域まちづくりの推進