

地域経済成長プラン【改訂版】（骨子案） について

2019年9月

経済戦略局

骨子案の構成等について

1. 現行のプラン策定後の取組状況について、振り返りを実施。
大阪経済の現状等、企業実態や課題・ニーズ、近年の社会経済環境の変化等を整理。 【P.1】
2. プランの位置づけや目標設定等については基本的に継承。対象期間は5年間とする。
数値目標に向けた達成度をより適切に認識できるよう、新たに中間的な評価指標を設定。 【P.2～4】
3. 戦略の構成は基本的に継承。あわせて、2025年の大阪・関西万博開催を見据え、新たな視点から全戦略を通じた「横断的な重点課題」を設定。 【P.5～6】
4. 「3つの戦略」や「横断的な重点課題」に基づく具体的な施策・事業の詳細については、引き続き検討。 【P.7～14】
5. プランを効果的に推進し実効あるものとしていくため、各取組の進捗や結果等について、本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。 【P.15】
6. 各種施策・事業について、SDGsの各ゴールとの関連付けを整理・反映するなど、SDGsの達成に貢献する視点をもって本プランの推進を図る。

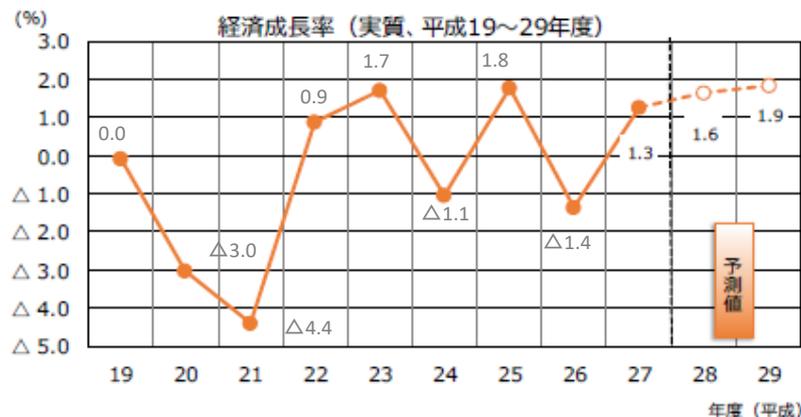
1. プランに基づく取組状況（2017年度以降）

- ▶ 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状況を整理（資料3）。
- ▶ これらを踏まえると、本プランに基づく取組は概ね着実に推進してきたものと認識。また、2017年の時点では想定していなかったが、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。
- ▶ 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（2017年度、早期推計値）は目標値にわずかに届いていないものの、+1.9%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 1.9%

（早期推計による推計値）



- ▶ 近年、産業構造や市場環境の変化は激しく、先行きの不透明感も増すなど、地域経済を取り巻く環境や中小企業が直面する課題は多様化・複雑化。引き続き、地域経済の活力向上に向けて、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と認識**。
- ▶ プランの改訂にあたっては、産業構造等の大阪経済の現状や市内企業の実態や課題・支援ニーズ、さらに2017年のプラン策定以降の社会経済環境の変化等（資料5）を十分に踏まえ、今後対応が求められる課題を整理し、具体的取組に反映。

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

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「まち・ひと・しごと創生総合戦略」の対象期間（予定）と同様

3. 目標

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～

	指標	目標値	現状
数値目標	実質成長率	年平均 2.0% 以上	2017年度：1.9% (早期推計値)

- 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。

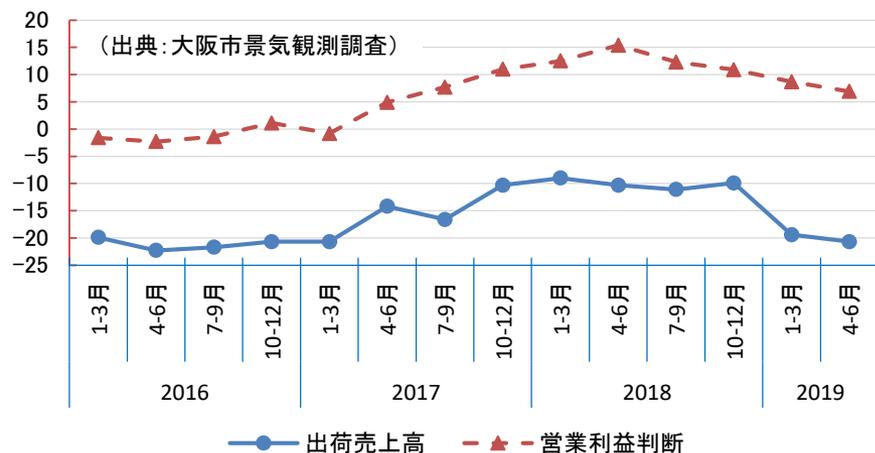
3. 目標

- 各取組に関して、「経済戦略局運営方針」等において相応しい定量・定性目標を設定し進捗管理を行う。
- また、**数値目標に向けた進捗や達成度等をより適切に把握できるよう、新たに中間的な「評価指標」を設定する。**
(適切な目標数値は今後検討・設定)

評価指標(例)	現状
出荷・売上高DI値※1	-15.4 (2016年7-9月～2019年4-6月 3年平均)
営業利益判断DI値※1	7.4 (同上)
支援による創業件数	129件 (2018年度)

※1 DI値とは：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

市内中小企業のDI推移 (季節調整済)



創業件数の推移



- さらに、各取組による効果を測るための「**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(例)	現状(参考)
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 (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

4. 基本的な考え方

- 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

戦略Ⅰ

戦略Ⅱ

戦略Ⅲ

横断的な
重点課題

⇒ これらの取り組みにより成長への好循環を実現

5. 3つの戦略と横断的な重点課題

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

6. 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

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技術相談、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。

具体的取組例

産業創造館における経営面の総合的支援	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、機動的・弾力的な支援事業執行手法の構築など
資金調達の支援	小規模企業の経営支援や設備投資支援の制度融資の実施など
産業技術研究所における技術支援	技術相談や試験分析、装置・機器の使用機会提供、受託研究、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
人材確保の支援	ものづくり企業と工業系高校との交流、大企業等の人材流動化の促進など
生産性向上の支援	生産性向上特別措置法に基づく先端設備導入計画の認定、償却資産の固定資産税の特例措置など
事業承継の支援	事業承継の相談対応等を行うコンシェルジュやセミナー、後継者のためのビジネススクール、大阪府事業承継ネットワークへの参画・関係機関との連携など
事業継続力強化の支援	商工会議所との連携による事業継続力強化支援の取組、国認定制度（事業継続力強化計画）の活用やBCP策定支援など
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た新規展示会の誘致助成など
中小企業の魅力発信や理解増進	「中小企業の日」に関連した情報発信など

6. 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

② 地域特性に応じた商店街・ものづくり企業等への支援

施策の方向性

- 商店街・問屋街等において、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。
- 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。

具体的取組例

商店街・問屋街等の活性化支援	新たな魅力づくりに向けたハード事業（施設整備・オープンモール化）の支援、消費拡大に向けた一斉イベント・キャンペーンの展開、集客力・販売力強化に向けた専門家（あきない伝道師）による実践的な取組支援、ふるさと寄附金制度を活用した魅力発信、インバウンド等を呼び込む機運醸成の支援など
ものづくり企業集積の活性化支援	工場用地や貸工場の情報提供、優れた技能者（テクノマスター）による魅力発信、ものづくり企業へのアウトリーチ活動による支援策の活用促進など
区役所等との連携による支援	区役所の活動に関する情報共有や横展開の促進など

6. 取り組みの方向性

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

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。
- 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、世界市場をターゲットとした創業の促進や、創業期ベンチャー企業の事業拡大・成長加速を支援する。

具体的取組例

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）」における、グローバルビジネスの創出に向けた支援プログラム（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イベントなど）の実施、国際イノベーション会議の開催、大阪府や経済界などとの連携によるスタートアップ拠点都市形成の取組など
産学連携による研究開発支援	大学の研究・技術シーズをもとにした企業等との共同研究開発への補助
創業期ベンチャーの成長加速支援	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）等との連携機会提供、投資等資金獲得支援、海外での実践的研修など
創業の支援	産業創造館における創業セミナー・講座、交流会等の実施、創業準備活動スペースの提供、外国人の起業準備活動の支援、産業技術研究所における創業支援研究室の提供など

- ※ 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）

6. 取り組みの方向性

II イノベーションが次々と生まれる好循環づくり

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

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て社会課題解決等に貢献する新製品・サービスの創出、海外ビジネス展開の支援などにより、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。

具体的取組例

成長分野等における事業化支援	市場投入から販路拡大まで伴走支援によるリーディング企業の創出、「介護・福祉・健康分野」や「環境・エネルギー分野」に関する常設展示場の運営、地域未来投資促進法への対応など
先端技術を活用した新事業開発の促進	IoT・ロボットテクノロジー関連ビジネスの創業支援、インキュベーションオフィスの提供、関係機関と連携した公共空間・商業施設等における実証実験支援
大学・研究機関等との連携	産業技術研究所や大阪市立大学といった大学・研究機関と中小企業等との産学官連携促進によるプロジェクト組成、新技術・新製品開発等の支援など
高付加価値化の支援	クリエイター同士やものづくり企業等の異業種企業の協働促進やビジネスマッチング、デザインビジネスの人材育成やインキュベーションオフィスの提供、セミナー・展示会の開催など
国際ビジネス展開の支援	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た見本市出展や販路開拓支援、上海事務所の運営など

※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…アジア太平洋地域との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)

6. 取り組みの方向性

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

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、当該ネットワークを戦略的に活用し、大阪の強みや魅力を効果的に発信し、対大阪投資や国際ビジネス交流の一層の促進に取り組む。

具体的取組例

特区制度等の活用・推進	特区制度活用による規制緩和・税制支援等によるビジネス環境の整備など
イノベーション拠点の整備	イノベーション創出やベンチャー成長に向けた民間プラットフォーム整備支援など
企業等の進出支援	「大阪外国企業誘致センター（O-BIC）」等との連携による投資環境の情報発信、投資有望企業等の情報収集やアプローチ活動、無料オフィス提供など
海外都市とのネットワークを活かした経済交流	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

6. 取り組みの方向性

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

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」のもと、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。

具体的取組例

MICE誘致活動の推進	夢洲での統合型リゾート誘致等を見据えた、推進方針に基づくMICE誘致活動
新規展示会の誘致	新たな商談機会の提供等に向けた新規展示会の誘致助成など（再掲）
大規模見本市・展示会場の機能維持・向上	インテックス大阪の機能維持・向上の取組

※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

6. 取り組みの方向性

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

施策の方向性

- 戦略的なプロモーション・マーケティングの実施、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など、戦略的な観光地域まちづくりを推進することにより、リピーターの増加、観光消費や関連マーケットの拡大を図り、ビジネスチャンスの創出につなげる。

具体的取組例

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（大阪観光局）によるDMO事業戦略に基づくマーケティングやプロモーション活動の強化、地域と一体となった観光地域づくりなど
エリアブランドの向上	新たな観光地域まちづくりの仕組みである「大阪市版TIDモデル」の創出に向けた取組など
世界第一級の文化・観光拠点形成・発信	大阪城エリアの観光拠点化、天王寺公園・動物園の魅力向上、大阪中之島美術館の整備、水と光のまちづくりの推進など
2025年大阪・関西万博の開催準備	2025年大阪・関西万博の成功に向けた関係機関との密接な連携による開催準備
国際的なスポーツイベントの開催	国際的なスポーツ競技大会の開催、大阪マラソンの魅力向上、「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
プロスポーツとの連携	プロスポーツチームとの連携による、まちづくりやスポーツ関連市場拡大に向けた取組など

※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。

6. 取り組みの方向性

【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

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、中小企業等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。

具体的取組例

2025年大阪・関西万博の開催準備	2025年大阪・関西万博の成功に向けた関係機関との密接な連携による開催準備
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	ウェルネス・ライフサイエンス、スマートシティ化、第4次産業革命関連等の新事業開発の支援、先端技術等の実証支援など
SDGs経営の推進支援	SDGsの経営戦略への組み込み、SDGsビジネス創出の支援など
地域産業魅力の世界発信、販路開拓の支援	卓越した技術、独自製品・サービス等の魅力ある産業資源、大阪の特色ある農水産品（大阪産（おおさかもん）、伝統野菜）の情報発信強化、海外販路の開拓支援など
観光消費の取り込みによる商業集積活性化	商店街等のエリアへの観光誘客の取組支援など
2025年大阪・関西万博をはじめとする大型プロジェクト参画への支援	出展やプロジェクト参画の機会提供など

7. 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99回の審議会を開催（2019年9月1日時点）。