

# 「千客万来都市OSAKAプラン」第2期について



# 1. 概要

- ・プラン開始から2年半を経て、各戦略プロジェクトに関し、当初目指した「成長のための基礎固め」が進んだ。また、一部のプロジェクトでは、事業化案件の増加など具体的な成果が目に見えつつある。
- ・ただし、目標である「インバウンドとアウトバウンドの好循環」を実現するまでには至っていない。

2年半の成果

現時点の総括

千客万来都市OSAKA  
プラン全体

基礎  
固め

具体的  
成果

開始から2年半を経て、各戦略プロジェクトに関し、当初目指した「成長のための基礎固め」が進んだ。また、一部のプロジェクトでは、事業化案件の増加など具体的な成果が目に見えつつある。

旅游都市化  
推進プロジェクト

基礎  
固め

厳しいマクロ環境の中、アクションプランを着実に実施したことで、大阪城への来訪者数や舟運利用者数などのアクション指標はいずれも向上。大阪の都市魅力創造に向け、行政・経済界が連携して「大阪観光局」や「水都大阪パートナーズ」といった新たな観光振興の推進体制が整備された。

メディカル・ポリス  
形成プロジェクト

基礎  
固め

具体的  
成果

次世代医療システム産業化フォーラム、創業シーズ・基盤技術アライアンス・ネットワークなどがプラットフォームとして定着しており、その結果、事業化・技術移転/共同研究まで進む案件は増加している。関西イノベーション国際戦略総合特区を活用した医療産業拠点の形成においても進展が見られ、医薬品の生産額や在阪製薬メーカーの売上額も増加している。

水・インフラ輸出  
拠点化プロジェクト

基礎  
固め

具体的  
成果

水分科会が海外での水ビジネス展開を目指す企業のプラットフォームとして定着。セミマクロ指標でも水プラント輸出は順調に伸びている。ただし、水分科会は(プラントそのものではなく)機器・部材の輸出が実績があるものの、プラント輸出についてはまだ成長途上。

環境・新エネルギー産業の  
研究開発拠点化プロジェクト

基礎  
固め

「MoTTO OSAKA フォーラム」が環境・エネルギー分野における「ハイエンド技術」の研究・開発プラットフォームとして定着。大阪・関西の環境・新エネルギー技術・製品情報が本会議所に集中。その一方、関西イノベーション国際戦略総合特区を活用した研究開発拠点化には遅れが見られる。

新興国市場開拓  
プロジェクト

基礎  
固め

具体的  
成果

日中関係悪化の影響で海外バイヤーとのビジネス機会の提要在一部停滞した。一方、中小企業によるベトナムへの共同進出に関しては、ベトナム側への継続的な働きかけを軸に、企業支援、要望活動など多方面からサポートし、モデルケースを構築した。

基盤強化

いずれのテーマについても、当初計画したアクションプランに沿って順調に取り組みを継続、推進している。

第1期

旅游都市化  
推進プロジェクト

メディカル・ポリス  
形成プロジェクト

水・インフラ輸出  
拠点化プロジェクト

環境・新エネルギー産業の  
研究開発拠点化プロジェクト

新興国市場開拓  
プロジェクト

ビジネス拡大

創業・経営支援

人材確保・育成

インフラ整備

検討の視点

【旅游都市化推進プロジェクト】

- ・アセアンの存在感の高まり
- ・MICEやクルーズ客船の誘致によるインバウンド拡大
- ・大阪城まちづくり400年(2015年)に向けた事業・機運の盛り上げ

【メディカル・ポリス形成プロジェクト】

- ・医療機器や創薬に加えた健康食品の市場拡大、輸出促進

【水・インフラ輸出拠点化プロジェクト】

【環境・新エネルギー産業の研究開発拠点化プロジェクト】

- ・水ビジネス関連技術を含めた一体的な環境・新エネルギー産業の振興

【新興国市場開拓プロジェクト】

- ・新興国を含む幅広い海外市場におけるクロスボーダー取引、サプライチェーン構築の支援
- ・EPA(TPPを含む)を活用したビジネス展開

【新たな視点】

- ・経済環境の変化
- ・会員企業の経営力の一層の強化
- ・「モノづくり」分野における異分野交流・融合・国際的な企業間交流による新事業創出
- ・衣・食・住の幅広い分野における産業振興
- ・販路開拓・拡大の機会提供による新たな商都の形成
- ・女性・外国人留学生・企業OBの活用
- ・地域資源を活用したブランド力の向上

第2期

観光インバウンド  
促進プロジェクト

名称変更

メディカル・ポリス  
形成プロジェクト

環境・新エネルギー産業  
振興プロジェクト

統合

次世代モノづくり産業  
振興プロジェクト

統合

新規

海外市場アクセス  
プロジェクト

名称変更

暮らし(衣・食・住)産業  
振興プロジェクト

新規

販路創造都市・大阪  
プロジェクト

基盤強化  
から発展

新戦力人材発掘支援  
プロジェクト

基盤強化  
から発展

ビジネス拡大

創業・経営支援

人材確保・育成

インフラ整備

# 千客万来都市OSAKAプラン 第2期の概要

①国内外を舞台にした事業展開により大阪・関西の発展ひいては日本経済の再生に資する②会員企業の活力増進に資する——という2つの目的を通じて、「ビジネス情報が集まり、ビジネスチャンスを生み出す大阪商工会議所」を実現する。これにより“全員参加”の一層の促進を図り、引き続き「千客万来都市OSAKA」をつくっていく。  
 ※2014年度～2016年度での取り組み。この期間に立ち上げて、2016年度以降に完了するものも含む

## 千客万来都市OSAKAプラン ～全員参加で「大大阪」「大関西」をつくろう～

アジア等海外の成長を取り込む  
国際交流拠点



大阪ブランド・関西ブランドの確立

大企業から中堅・中小企業・小規模事業者まで幅広い会員企業の活力増進

### 経済環境の世界的な変化

- ・新興国の成長
- ・環境・エネルギー需要の拡大
- ・少子高齢化
- ・世界経済の先行き懸念

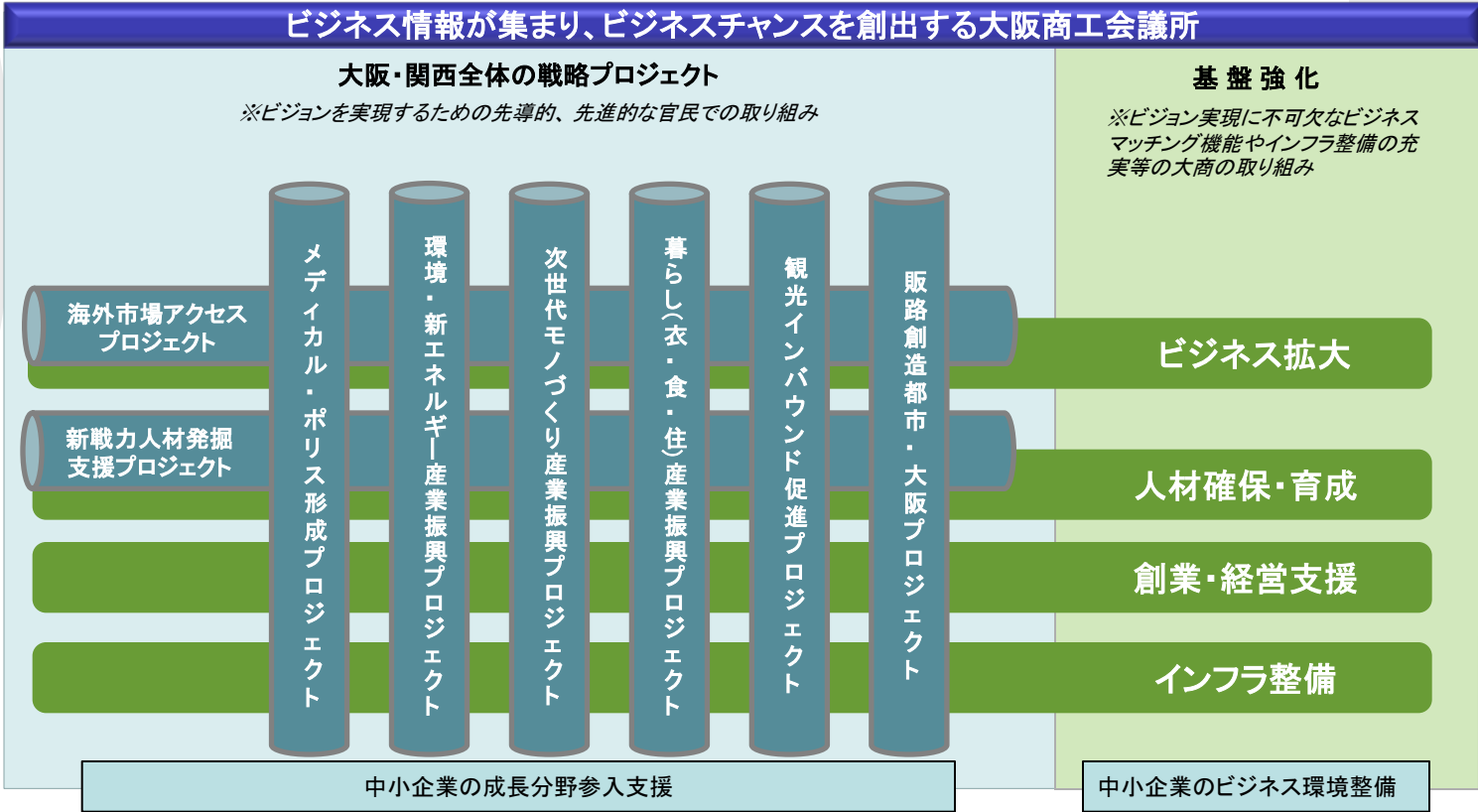
### 大阪・関西の経済の課題と今後の成長

- ・特色あるモノづくり
- ・流通・サービス業の集積
- ・アジアとの結びつき
- ・西日本全体とのつながり
- ・豊富な観光資源
- ・気概ある市民の存在

### 推進力

#### 各主体の全員参加、連携

- ・あらゆる業種の大企業から 中小企業
- ・大阪・関西の市民
- ・近畿経済産業局、関西広域連合
- ・大阪府、大阪市
- ・大商、京商、神商等経済団体



### 期待効果

- ・大阪・関西のポテンシャルを生かした大阪の魅力やまちの賑わい向上
- ・大阪・関西の国際的なプレゼンスの向上
- ・国際競争に打ち勝つ企業の活性化

### 効果の広がり

- ・大阪から関西圏および西日本全体への波及
- ・関西全体の経済活性化

観光インバウンド  
促進プロジェクト

行政、大阪観光局・水都大阪パートナーズといった官民組織、企業等との連携を通じ、アジアを中心とした海外からのインバウンド（観光客、ビジネス旅客）を促進し、その経済効果を大阪全体へ波及させる。

- ・PPP/PFI等を活用した水辺の活性化
- ・インバウンドによる買い物消費拡大
- ・大阪城公園・森之宮周辺の魅力向上と賑わい創出
- ・大阪MICE戦略の推進

等

メディカル・ポリス  
形成プロジェクト

大阪で創薬、医療機器、健康食品、および医療から派生する幅広い産業の集積を高め、国際的な複合医療産業拠点（メディカル・ポリス）を大阪府下に形成する。その際、国の特区制度（国際戦略総合特区、国家戦略特区）の活用や、国の事業との連動、行政、大学・研究機関、企業等との連携強化を重視する。

- ・医療機器事業化プラットフォームの構築
- ・創薬シーズ・基盤技術疾患別商談会等による産学官・産産連携の推進（DSANJの運営）
- ・健康食品機能性表示認証制度の整備

等

環境・新エネルギー産業  
振興プロジェクト

優れた技術を持つ大阪・関西の大企業・中小企業や行政と連携を通じたオープンイノベーションを促進し、水・インフラ、エネルギー等の社会課題を解決する。

- ・水インフラ・システム関連産業の輸出促進
- ・次世代エネルギー関連機器産業の振興（MoTTo OSAKAフォーラムの運営）

等

次世代モノづくり産業  
振興プロジェクト

市場ニーズの多様化や消費構造の変化が進む中、高付加価値製品の開発が求められている「モノづくり」分野で、異分野・国際的な企業間交流（ハイブリッド化）による新事業創出を促進する。

- ・ICT×モノづくりの振興（3Dプリンター活用）
- ・モノづくり+コトづくりの振興（大企業の保有・休眠特許活用）
- ・次世代IoT/IT/IC/IB/IL/IR技術産業における国際的企業間協業の促進

等

海外市場アクセス  
プロジェクト

国際的な企業間競争が激化する中、国内から海外（イン・アウト）、海外から海外（アウト・アウト）、海外から国内（アウト・イン）といったクロスボーダー事業の展開を支援し、海外における大阪のプレゼンスを高める。

- ・海外現地法人活用・活性化支援
- ・EPA活用ビジネス支援（TPPを含む）
- ・北米とのビジネス連携強化
- ・メコン・クロスボーダービジネス展開支援

等

暮らし（衣・食・住）産業  
振興プロジェクト

国家戦略特区制度等を活用することで、暮らし（衣・食・住）の個人消費を喚起し、暮らし産業の内需拡大、リノベーションによる質の高い住環境の整備を同時に実現するため、自宅に人を招きあう「おうちサロン化」を流行させる大規模な企業運動を展開する。

- ・「おうちサロン化」に向けた企業運動の展開
- ・「おうちサロン化」に資する優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度を創設

等

販路創造都市・大阪  
プロジェクト

中小企業の販路開拓や大企業とのアライアンス支援に向け、規模・形態の様々な商談機会を提供し、新たな商都大阪を形成する。

- ・買いまっせ！売れ筋商品発掘市の開催
- ・ザ・ベストバイヤーズの開催
- ・BMバイヤーズの実施

等

新戦力人材発掘支援  
プロジェクト

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少に対応するため、結婚や出産で退職した女性や外国人留学生、企業OB等、十分に活用されていない優秀な人材を発掘し、中堅・中小企業での戦力化につなげることを支援する。

- ・企業における女性の発掘・戦力化支援事業
- ・外国人留学生の採用支援

等

ビジネス拡大

商談会や異業種交流会の開催、商店街活性化事業等を通じ、ビジネス拡大を支援する。

人材確保・育成

求人意欲ある企業の人材確保を支援するほか、検定試験・研修講座の実施等を通じた人材育成を支援する。

創業・経営支援

金融機関と連携した創業支援のほか、経営相談を通じた地域ブランドの発掘、企業再生・事業承継等を支援する。

インフラ整備

道路・港湾・鉄道等都市インフラの整備促進や、関西国際空港全体構想の促進を支援する。

# 千客万来都市OSAKAプラン

～全員参加で「大大阪」「大関西」をつくろう～

**大企業から中堅・中小企業・小規模事業者まで幅広い会員企業の活力増進**

販路・取引先開拓
イノベーション
新分野進出
地域活性化

## ビジネス情報が集まり、ビジネスチャンスを生み出す大阪商工会議所

主な関連部会 (業種) 戦略プロジェクト 基盤強化	金属	機械	化学・ エネルギー	繊維	建設・ 建材	貿易	小売	生活 用品	紙・ 印刷	食料	金融	運輸	サービス 産業	情報・ 通信
観光・インバウンド促進					○		○	○		○		○	○	
メディカル・ポリス形成		○	○		○	○				○			○	
環境・新エネルギー産業振興		○	○			○								
次世代モノづくり振興	○	○	○		○			○						○
海外市場アクセス	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
暮らし産業振興				○	○	○	○	○		○			○	
販路創造都市・大阪	○	○		○			○	○		○			○	
新戦力人材発掘支援	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ビジネス拡大	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
人材確保・育成	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
創業・経営支援	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
インフラ整備	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

# 千客万来都市OSAKAプラン 第1期・第2期におけるアクションプランの変遷

大阪商工会議所が中心になって実施

他団体・行政に働き掛けて連携して実施

他団体への協力

## 第2期

## 第1期

### 戦略プロジェクト

### 基盤強化

新規

18

- ・ICT×モノづくりの振興
- ・モノづくり+コトづくりの振興
- ・海外現地法人活用・活性化支援
- ・ODA活用ビジネス支援
- ・北米とのビジネス連携強化
- ・海外シルバービジネス展開
- ・「おうちサロン化」に向けた企業運動の展開
- ・企業連携による公有地でのパブリックアートの展開
- ・外国籍クルーズ客船の誘致・受け入れ体制の強化
- ・大阪企業家ミュージアムを活用した産業観光の振興
- ・“大坂の陣400年天下一祭”への協力と継続的な魅力づくりの検討
- ・健康食品機能性表示認証制度の整備
- ・企業における女性の発掘・戦力化支援事業
- ・外国人留学生の採用支援

- ・中堅・中小企業の人事部門強化支援
- ・地域リソースを結集・活用した「プレミアム地域ブランド」の発掘・向上支援事業
- ・地域金融支援ネットワークによる創業支援事業

—

継続

22

- ・大阪MICE戦略の推進
- ・インバウンドによる買い物消費拡大
- ・「食の都・大阪」の推進による関連産業の活性化
- ・大阪検定の実施
- ・海外バイヤーとの商談機会の提供
- ・大阪プロモーションおよび外資誘致
- ・大阪城公園・森之宮周辺の魅力向上と賑わい創出
- ・広域連携によるアジア等からのインバウンド促進
- ・地域資源を活用したツーリズム振興
- ・新しいツーリズム産業振興に向けた要望・提言とツーリズム関連団体等との連携強化
- ・次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業における国際的企業間協業の促進

- ・大阪スタイリングエキスポの開催
- ・ビジネス交流会・異業種交流会の実施
- ・ザ・ビジネスモールによる企業の広域取引の拡大支援
- ・「商店街・賑わいプロジェクト」の推進
- ・人材確保の支援
- ・大阪企業家ミュージアムを活用した人材の育成
- ・企業の活力増進とリスク対策等を支援する大阪商工会議所企画検定試験の実施
- ・企業人材の育成に資する講座・講習会の開催
- ・中小企業の事業引継ぎ支援
- ・IT化支援
- ・道路・港湾・鉄道等の都市インフラ整備の促進
- ・関西国際空港全体構想の促進

22

変更

9

- ・買いまっせ！売れ筋商品発掘市
- ・ザ・ベストバイヤーズ
- ・BMバイヤーズ
- ・メコン・クロスボーダービジネス展開支援
- ・EPA活用ビジネス支援
- ・中国・新興国ビジネス相談の実施

- ・大阪勤業展の開催
- ・専門家との連携による派遣型経営相談事業
- ・中小企業再生・経営改善支援事業

5

統合

7

- ・医療機器事業化プラットフォームの構築
- ・創薬シーズ・基盤技術疾患別商談会等による産学官・産産連携の推進
- ・医療関係機関を核とした食、住、サービス産業等多様な産業分野の連携による新ビジネスの創出
- ・水インフラ・システム関連産業の輸出促進
- ・次世代エネルギー関連機器産業の振興
- ・水と光を軸にした都市魅力の向上
- ・PPP/PFI等を活用した水辺の活性化

- ・道路・港湾・鉄道等の都市インフラ整備の促進
- ・関西国際空港全体構想の促進
- ・大阪勤業展の開催
- ・専門家との連携による派遣型経営相談事業
- ・中小企業再生・経営改善支援事業

10

- ・ビジネスマッチング(売れ筋商品発掘市、大阪勤業展等)
- ・新興国市場販路開拓プラットフォーム事業による情報提供・販路開拓支援
- ・中国ビジネスの支援
- ・トップセールスマッションによる新興国市場開拓
- ・経営相談の実施

- ・中之島を中心とした水都の魅力向上
- ・インバウンド拡大等に対する支援～安全・安心のまちづくりの推進
- ・国際メディカル・ポリスの創成
- ・次世代医療システム産業化フォーラムによる国内外の産学官・産産連携の推進
- ・創薬シーズ・基盤技術疾患別商談会、国別商談会による産学官・産産連携の推進
- ・医療関係機関を核とした食、住、サービス産業等多様な産業分野の連携による新ビジネスの創出
- ・「関西・アジア環境・省エネビジネス交流推進フォーラム水分会」の運営
- ・「大阪 水・環境ソリューション機構」への参画
- ・「関西イノベーション国際戦略総合特区」推進への協力
- ・世界市場に向けた「環境貢献型産業」の振興

完了

—

3

- ・都心再生の支援
- ・サービス産業のイノベーション促進
- ・コミュニティ・ビジネス(ソーシャルビジネス)の支援

56 アクションプラン

40 アクションプラン



## 2. 基本的な考え方

1. 要約
2. 経済環境の世界的な変化
3. 大阪・関西の経済の課題と今後の成長
4. 大阪商工会議所の課題と今後の成長
5. 千客万来都市OSAKAプランと戦略プロジェクト、基盤強化

## 1. 要約

- ・ 経済環境の世界的な変化の中で、大阪のポテンシャルを活用しつつ、大阪が世界的な都市としてプレゼンスを発揮するため、アジアを中心とした新興国の成長を取り込み、国際的な交流拠点として、「千客万来都市 OSAKA」をつくる。
- ・ 大正後期から昭和初期にかけて、大阪市は、市域拡張、人口急増、重化学工業や卸売商業の集積、御堂筋や大阪港等インフラの進展、ターミナル百貨店の開店に象徴される大衆消費社会の出現等々、近代都市として急成長し、他都市の人々からは羨望を込めて、大阪市民からは大いなる誇りを持って「大大阪」と呼ばれた。
- ・ サブタイトルでは、「全員参加で『大大阪』『大関西』をつくろう」としているが、本プランで目指す「大大阪」「大関西」は、往時の懐古に耽るものではない。当時の企業家や市民の気概を念頭に置きつつ、現在の課題にチャレンジし、成長する海外から大阪・関西への集客と投資導入を図り、大阪・関西で新たなビジネスを創出し、海外へ発信するといったインバウンドとアウトバウンドの好循環を、全員参加で実現しようというものである。こうした取り組みの成果として大阪・関西の製品、文化、ライフスタイルそのものがブランド化し、さらに大阪・関西と海外との間のインバウンド、アウトバウンドの好循環が促進され、地元大阪や関西への愛着、市民の誇り「シビック・プライド」が一層高まることを目指している。
- ・ このような「千客万来都市 OSAKA」を目指して、大阪・関西の企業、市民、行政、経済団体等の各主体が取り組むべきテーマとして、第1期(2011～2013年度)では「旅游都市化推進」「メディカル・ポリス形成」「水・インフラ輸出拠点化」「環境・新エネルギー産業の研究開発拠点化」「新興国市場開拓」という5つの戦略プロジェクトを推進した。
- ・ 大阪商工会議所は、5つの戦略プロジェクトを進めるに当たって、各主体間の連携調整を行うとともに、自らも率先して幅広い中小企業の参画を得る種々の事業を実施し、戦略プロジェクトの先導役を担った。また、これらの戦略プロジェクトを支える中小企業が活力を発揮する環境を整えるため、ビジネス拡大、人材確保・育成、創業・経営支援、インフラ整備等の事業を基盤強化と位置付け、きめ細かに実施した。
- ・ 第1期の各戦略プロジェクトに関しては、当初目指した「成長のための基礎固め」が進んでおり、一部のプロジェクトでは、事業化案件の増加等具体的な成果が目に見えつつある。しかしながら、目標であった「インバウンドとアウトバウンドの好循環」を実現するまでには至っていない。
- ・ 2014年度からはじまる第2期では、新たな動きや環境変化を踏まえた上で「千客万来都市 OSAKA」の実現をさらに加速させるため、戦略プロジェクトの追加、組み換えを行い、「観光インバウンド促進」「メディカル・ポリス形成」「環境・新エネルギー産業振興」「次世代モノづくり産業振興」「海外市場アクセス」「暮らし(衣・食・住)産業振興」「販路創造都市・大阪」「新戦力人材発掘支援」という8つの戦略プロジェクトとして再定義した。
- ・ 上記「戦略プロジェクト」と、第1期から継続して取り組んでいる「基盤強化」事業の推進を通じて、①国内外を舞台にした事業展開により大阪・関西の発展ひいては日本経済の再生②会員企業の活力増進に貢献し、「ビジネス情報が集まり、ビジネスチャンスを生み出す大阪商工会議所」の実現を目指す。

## 2. 経済環境の世界的な変化

### ①新興国の成長

中国・インド・東アジア・ASEAN諸国における経済成長が著しく、アジアを中心とした新興国の中間層（ボリュームゾーン）市場やBOP市場（途上国の低所得者層を対象とした市場）の急速な規模拡大が見込まれる。今後、個人消費が急成長し、消費財の購買拡大や、旅行等のサービス消費の拡大が予想される。

### ②環境・エネルギー需要の拡大

新興国を中心としてエネルギー需要が拡大していることに加え、CO2削減への国際的な取り組みによる制約も増大する方向にあり、環境投資の拡大が今後見込まれる。また、急成長するアジアでは、都市部への人口集中が進み、インフラや工場等の設備投資が増大している。一方で、水・大気の汚染や廃棄物処理等の環境問題が発生しており、その解決が求められている。

### ③少子高齢化

世界の総人口は増加しており、特に中国・インドではその傾向が顕著である。一方で先進国（ヨーロッパ、アメリカ、日本、オーストラリア、ニュージーランド）の総人口は、2030年ごろをピークに減少傾向となることが予想されている。今後は、わが国や欧米に続き、韓国・台湾・中国等でも急速な高齢化が課題となる。

### ④世界経済・日本経済の先行き懸念

世界経済はおおむね持ち直し基調ではあるものの、各国が抱える課題はそれぞれ重く、成長ペースは緩やかなものにとどまる見通しである。その一方で、国の枠組みを超えた連携協定、事業展開、サプライチェーン構築等、世界経済の融合は確実に深化している。こうした中、日本経済は昨年末以降、デフレ脱却に向けて着実に地歩を固めつつあり、足元ではこのまま回復基調を固めていく公算が高い。ただし、消費増税の影響や、中長期的には「日本再興戦略」の成否等、日本経済は依然として多くのリスク要因を抱えている。本質的な課題解決には今なお時間を要すると考えられ、引き続き楽観を許さない状況が続く見通しである。

## 3. 大阪・関西の経済の課題と今後の成長

### (1)成長に向けた基本的な考え方

- 大阪のポテンシャルを生かしてアジアを中心とした新興国の成長を取り込み、インバウンド・アウトバウンドの好循環を生み出し、さらなる成長を実現する。
- また、生産年齢人口の減少、貿易黒字の減少といった日本全体の社会構造の変化に対応して、ストック型社会への転換をさらに加速する。
- インバウンドの取り込み：国内のみならず海外からも活発な人・カネ・知恵の流入を図る。
- アウトバウンドの強化：高付加価値化、商機拡大による輸出産業の強化、情報発信の強化を図る。
- 国際交流拠点化：インバウンドとアウトバウンドの促進により、ビジネスマッチングや研究開発、観光、文化等の国際的な交流拠点としての成長を目指す。
- 大阪・関西ブランドの確立・強化：大阪・関西が有する優良なストックである観光資源を最大限生かすとともに、国の特区制度（国際戦略総合特区、国家戦略特区）等も活用した成長産業振興や魅力的なまちづくりにより大阪・関西ブランドをよりいっそう強化し、それによりインバウンド・アウトバウンドが一段と活発化する好循環を生み出す。

### (2)大阪・関西の課題とポテンシャル

#### ①特色あるモノづくり

- 大阪には、多くの製造業の研究開発拠点や製造拠点の集積がある。とりわけ、金属製品や一般機械、医薬品分野等で高い企業集積を誇っており、また、電池産業を中心とした新エネルギーや省エネルギーの分野でも競争優位性を有している。さらに、海外での市場拡大が予想されている水ビジネスにおいても多くの企業が大阪に集積している。

- 独自性の高いモノづくりを展開する多様な中小製造業が、幅広い業種にわたって存在することは、大阪の大きな特色となっている。
- しかしながら、国内製造業の空洞化や円高による競争力低下が長年継続していたことに加えて、アジア諸国が自国製造業の育成に国家戦略として取り組んでいることを踏まえると、日本がこれらの国々との競争に打ち勝つためには、大阪・関西が強みを持つ産業分野・地域へのさらなる集中投資と世界最高のインセンティブの付与が求められる。

## ②オープンイノベーションのプラットフォーム

- 多様な中小企業が立地する大阪の製造業は、系列が比較的弱く、中小企業と大企業との間でオープンイノベーションが生まれやすい土壌があり、関西発の高い競争力を持つ技術が創出される一因になっていると考えられる。
- 中小企業と大企業によるオープンイノベーションの仕組みとしては、すでに、創薬分野の「創薬シーズ・基盤技術アライアンスネットワーク(DSANJ)」、医療機器分野の「次世代医療システム産業化フォーラム」、環境エネルギー分野の「MoTTto OSAKA(もっと大阪)」等が、大阪商工会議所を主体として立ち上がっており、成果が生まれつつある。
- また、「うめきた・グランフロント大阪」の中核施設である「ナレッジキャピタル」は、知的創造拠点としてオープンイノベーションを生み出す取り組みが進みつつあるほか、国立循環器病研究センターの移転に伴う「国際戦略としての医療イノベーションの推進」「企業との連携によるオープンイノベーションの推進」も期待されている。

## ③流通・サービス業の集積

- 大阪府における小売店や卸売店の店舗数・販売額は、全国的な傾向と同様に減少傾向が続いている。年間販売額をみると、小売店は1991年の8割程度、卸売業では6割程度の規模にまで縮小している。

- しかし、なんば・心斎橋や梅田、天王寺・あべの等で、百貨店の改装・増床や商業ビルの建設が相次いで行われており、大阪市内の百貨店売り場面積は大幅に増大している。
- また、関西では、全国や関東に比べサービス産業の構成比は少ないが、外食産業については関東と同程度の構成比率を占めており、食関連産業が充実している。

## ④アジアとの結びつき

- 大阪は、全国的にみてもアジアや中国との結びつきが強い。大阪の主な輸出相手国・地域の推移をみると、中国をはじめとするアジアの割合が、全国と比較して高く、今後も拡大することが予想される。
- 一方、大阪は、世界の都市総合カランキング(Global Power City Index 2013: 森記念財団都市戦略研究所)において世界23位で、4位の東京に比べて特に、経済、研究・開発、文化・交流、交通アクセス等の点で相対的に評価が低い。また、シンガポール、ソウル、香港等アジアの主要都市と比べても低い位置にある。

## ⑤豊富な観光資源

- わが国への外国人旅行者数は中長期的に増加傾向にあり、大阪府への来訪者数は東京都に次いで全国2位を維持している。しかしながら、その数は東京都の半数以下に留まっており、今後は、大阪への来訪率をいかに高めるかが課題となっている。
- 大阪を含む関西圏は、ショッピング、食、歴史・文化等の観光資源が豊富で、観光エリアとして高いポテンシャルを持つ。特に、重要文化財や国宝の半数が関西に集中しており、観光エリアとしての魅力が高い。
- また、関西広域連合では「ワールドマスターズゲームズ2021年関西大会」の開催、大阪府では「統合型リゾート(IR)」等について検討が進んでおり、観光資源としての大阪の魅力にさらに磨きをかけている。

#### ⑥気概ある市民の存在

- 大阪市は、大正後期から昭和初期にかけて、市域拡張、人口急増、重化学工業や卸売商業の集積、御堂筋や大阪港等インフラの進展、ターミナル百貨店の開店に象徴される大衆消費社会の出現等々、近代都市として急成長し、他都市の人々からは羨望を込めて、大阪市民からは大いなる誇りを持って「大大阪」と呼ばれた。
- その当時、市民の寄付で大阪城天守閣が再建される等、大阪のまちづくりの主役は市民であり、市民の誇りと気概こそが大阪発展の原動力であった。「わがまち大阪を自らの手で」という市民の誇り「シビック・プライド」は、着実に受け継がれ、現在、水辺の賑わいづくりや駐輪問題の解決に向けた取り組みがまちを挙げて進められている。
- 世界的な都市間競争が激化する今、大阪・関西は、気概を持った企業家や市民を巻き込み、全員参加で、発展を遂げていくことが求められる。

#### ⑦双眼構造の受け皿

- 東日本大震災の教訓を踏まえて、過去からその必要性を幾度となく論じられてきた関東圏と関西圏による国土の双眼構造の構築が、喫緊の課題として改めてクローズアップされている。
- 全国知事会の「日本のグランドデザイン構想会議」においても、リダンダンシー確立の観点等から「国土軸の複線化」が提言されている。
- アジアおよび西日本全体とのつながりが深い大阪は、東京と対を成す存在として、我が国の社会・経済において常に一定のプレゼンスを発揮し続けてきたが、その一方で、今後はリニア中央新幹線開業による東京-名古屋の巨大都市圏の形成、オリンピック開催による東京一極集中のさらなる進行等、むしろ双眼構造の構築に逆行する動きが懸念されている。
- このような懸念が高まる中、我が国全体、特に西日本全体を視野に入れた場合、双眼構造の受け皿としての大阪・関西への期待、社会的要請は以前にも増して高まっている。

## 4. 大阪商工会議所の課題と今後の成長

- 千客万来都市OSAKAプランの開始から2年半を経て、各戦略プロジェクトに関して当初目指した「成長のための基礎固め」が進んでおり、一部のプロジェクトでは、事業化案件の増加等具体的な成果が目に見えつつある。
- しかしながら、目標であった「インバウンドとアウトバウンドの好循環」を実現するまでには至っておらず、新たな視点を盛り込んだ上で、引き続き第2期に取り組むことが求められている。
- 2014年度からはじまる第2期では、第1期の反省と期間中に生じた外部環境変化を踏まえて、「千客万来都市OSAKA」の実現をさらに加速させるため、戦略プロジェクトの追加、組み換えを行った。
- その上で、大阪商工会議所は、①国内外を舞台にした事業展開により大阪・関西の発展ひいては日本経済の再生②会員企業の活力増進に貢献し「ビジネス情報が集まり、ビジネスチャンスを生み出す大阪商工会議所」を実現する。これにより“全員参加”の一層の促進を図り、引き続き「千客万来都市OSAKA」をつくっていく。

## 5. 千客万来都市OSAKAプランと戦略プロジェクト、 基盤強化

### (1) 千客万来都市OSAKAプランが目指す都市像、プロジェクトで実現したい大阪・大阪商工会議所の姿

- ①環境・新エネルギー、水・インフラ、ライフサイエンス、ツーリズム、住宅・ライフスタイル等の産業振興、②魅力的なまちづくり、③①や②の取り組みによる大阪ブランド・関西ブランドの構築、④①～③の取り組みの成果として、大阪・関西への人や企業のインバウンドとアウトバウンドを増大させ、アジアを中心とした新興国の成長を取り込み、「千客万来都市OSAKA」をつくる。
- なお、本プランで目指す「千客万来都市」は、「大大阪」時代の企業家や市民の気概を念頭に置きつつ、現在の課題にチャレンジし、成長する海外から大阪・関西への集客と投資導入を図り、大阪・関西で新たなビジネスを創出し、海外へ発信するといったインバウンドとアウトバウンドの好循環を、全員参加で実現しようというものである。こうした取り組みの成果として大阪・関西の製品、文化、ライフスタイルそのものがブランド化し、さらに大阪・関西と海外との間でのインバウンド、アウトバウンドの好循環が促進され、市民の大阪や関西への愛着、誇りが一層高まることを目指している。
- この「千客万来都市OSAKA」の実現により、大阪・関西においては、ポテンシャルを生かした大阪の魅力やまちの賑わい向上、国際的なプレゼンスの向上、国際競争に打ち勝つ企業の活性化を期待する。また、大阪から関西圏及び西日本全体への波及、関西全体の経済活性化といった効果の広がりを通じて、アジア等海外の成長を取り込む国際交流拠点の形成を実現する。
- その達成に向けて、大阪商工会議所としては、8つの「戦略プロジェクト」と、第1期から継続して取り組んでいる「基盤強化」事業の推進を通じて、①国内外を舞台にした事業展開により大阪・関西の発展ひいては日本経済の再生②会員企業の活力増進に貢献し、「ビジネス情報が集まり、ビジネスチャンスを生み出す大阪商工会議所」の実現を目指す。
- 本プランは、第1期(2011～2013年度)に引き続き、第2期(2014～2016年度)も3年間をかけて取り組む。本プランに基づく事業は、この期間で必ずしも立ち上げから完了までを目指すのではなく、この期間に立ち上げて2017年度以降に完結するものも含む。

### (2) プラン実現のための戦略プロジェクト、基盤強化

- プランで掲げた「千客万来都市OSAKA」を実現するための先導的、先進的な官民での取り組みを大阪全体の戦略プロジェクトとして策定した。
- 戦略プロジェクトは、第1期からの見直しを通じ、「観光インバウンド促進」「メディカル・ポリス形成」「環境・新エネルギー産業振興」「次世代モノづくり産業振興」「海外市場アクセス」「暮らし(衣・食・住)産業振興」「販路創造都市・大阪」「新戦力人材発掘支援」の8つとする。
- また、プラン実現に不可欠なビジネスマッチング機能やインフラ整備の充実等も重要であり、これら基盤強化への大阪商工会議所の取り組みも取りまとめた。
- 基盤強化は、ビジネス拡大、人材確保・育成、創業・経営支援、インフラ整備等に資する事業。
- 戦略プロジェクトや基盤強化の推進にあたっては、大阪商工会議所・行政・大企業・中小企業等の全員参加が必要である。大阪商工会議所は全員参加や官民連携の旗振り役、調整役、先導役を担う。場合によっては仕組みづくりも行う。
- さらに、戦略プロジェクトや基盤強化を推進するために、大阪商工会議所が主体的に取り組むアクションプランを取りまとめ、会員企業の参加や行政の協力を得ながら実施する。

### (3) 成果の検証指標

- ・ プラン全体の成果を検証するため、第1期と同じ①大阪の府内総生産(金額と全国シェア、成長率)、②「世界の都市総合ランキング(森記念財団都市戦略研究所)」「Global Financial Centres Index (GFCI)(ロンドン市)」の都市ランキングに加え、第2期からは③大阪商工会議所の会員数も指標とする。各指標の目標は、①府内総生産の実質成長率は年平均2%以上(大阪府・大阪市の成長戦略に準拠した数値目標)、②各都市ランキングは2010年時点よりも上位、③会員数は2013年度末時点を上回るもしくは期間中(2014年度～2016年度)に3万件を突破することを目指す。
- ・ また、8つの戦略プロジェクトに関してはセミマクロ指標、アクション指標をそれぞれ設定する。各指標の目標は、①2010年度実績(第2期からの新規プロジェクトは2013年度実績)を上回る、②直近年度の府内総生産の実質成長率の伸びを上回る—のいずれかを満たすことを目指す(観光インバウンド促進プロジェクトで、大阪観光局の事業評価指標に準じて設定したセミマクロ指標は、大阪観光局の目標に準じる)。

### (4) 戦略プロジェクト

#### 1) 観光インバウンド促進プロジェクト

##### 【概要】

- ・ 行政、大阪観光局・水都大阪パートナーズといった官民組織、企業等との連携を通じ、アジアを中心とした海外からのインバウンド(観光客、ビジネス旅客)を促進し、その経済効果を大阪全体へ波及させる。
- ・ 水と光を軸にした都市魅力の向上、公有地の活用、買い物消費拡大、大坂の陣後400年を契機とした大阪城・難波宮周辺の賑わい創出、MICE誘致等に取り組み、観光都市としてのプレゼンスを高める。
- ・ 大阪の魅力を世界に向けてアピールし、関西国際空港の活性化につなげる。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ①水と光を軸にした都市魅力の向上
- ②PPP/PFI等を活用した水辺の活性化
- ③企業連携による公有地でのパブリックアートの展開
- ④インバウンドによる買い物消費拡大
- ⑤「食の都・大阪」の推進による関連産業の活性化
- ⑥“大坂の陣400年天下一祭”への協力と継続的な魅力づくりの検討
- ⑦大阪城公園・森之宮周辺の魅力向上と賑わい創出
- ⑧外国籍クルーズ客船の誘致・受け入れ体制の強化
- ⑨広域連携によるアジア等からのインバウンド促進
- ⑩大阪企業家ミュージアムを活用した産業観光の振興
- ⑪大阪検定の実施
- ⑫地域資源を活用したツーリズム振興
- ⑬新しいツーリズム産業振興に向けた要望・提言とツーリズム関連団体等との連携強化
- ⑭大阪MICE戦略の推進

## 2) メディカル・ポリス形成プロジェクト

### 【概要】

- ・大阪で創薬、医療機器、健康食品、および医療から派生する幅広い産業の集積を高め、国際的な複合医療産業拠点(メディカル・ポリス)を大阪府下に形成する。その際、国の特区制度(国際戦略総合特区、国家戦略特区)の活用や、国の事業との連動、行政、大学・研究機関、企業等との連携強化を重視する。
- ・医療機器の開発に向けた国内外の産学・産産マッチングから、個別プロジェクトの育成、初期のデューデリジェンス、ビジネスモデル策定、製品コンセプト設定、薬事対応、販路開拓等事業化に対する一貫した支援や人材育成まで、医療機器ビジネスを振興する総合的なプラットフォームを整備する。
- ・製薬会社の創薬を促進するため、「創薬シーズ・基盤技術アライアンスネットワーク(DSANJ)」を活用し、非臨床試験等までを実施する仕組みを構築する。
- ・健康食品の市場拡大、輸出促進に向け、新たな機能性表示認証制度を活用した認証機関を整備する。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ①医療機器事業化プラットフォームの構築
- ②創薬シーズ・基盤技術疾患別商談会等による産学官・産産連携の推進
- ③健康食品機能性表示認証制度の整備
- ④医療関係機関を核とした食、住、サービス産業等多様な産業分野の連携による新ビジネスの創出

## 3) 環境・新エネルギー産業振興プロジェクト

### 【概要】

- ・優れた技術を持つ大阪・関西の大企業・中小企業や行政と連携を通じたオープンイノベーションを促進し、水・インフラ、エネルギー等の社会課題を解決する。
- ・海外の水インフラ課題に対応するため、大企業・中小企業による企業チームを編成し、行政との連携により、インフラシステムのパッケージ輸出を支援する。
- ・次世代エネルギー関連機器産業の振興に向け、大企業の技術課題への解決策を中小企業が提案する研究開発プラットフォームを構築する。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ①水インフラ・システム関連産業の輸出促進
- ②次世代エネルギー関連機器産業の振興

## 4) 次世代モノづくり産業振興プロジェクト

### 【概要】

- ・市場ニーズの多様化や消費構造の変化が進む中、高付加価値製品の開発が求められている「モノづくり」分野で、異分野・国際的な企業間交流(ハイブリッド化)による新事業創出を促進する。
- ・中小企業・ベンチャー企業に対する製品や製造プロセスのデジタル化支援や3Dプリンター等新しい製造装置への対応を支援する。
- ・大手メーカーの保有・休眠特許や半完成品・デバイス・部材をもとにした中小企業の自社ブランド製品の開発・事業化を支援する。
- ・次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業分野における大阪・関西企業の競争力を強化するために、中小企業と海外企業との協業を促進する。



### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ①ICT×モノづくりの振興
- ②モノづくり+コトづくりの振興
- ③次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業における国際的企業間協業の促進

### 5) 海外市場アクセスプロジェクト

#### 【概要】

- ・ 国際的な企業間競争が激化する中、国内から海外(イン・アウト)、海外から海外(アウト・アウト)、海外から国内(アウト・イン)といったクロスボーダー事業の展開を支援し、海外における大阪のプレゼンスを高める。
- ・ 国内外でのサプライチェーン構築に向け、海外現地法人の活用・活性化や、TPPを含むEPA(経済連携協定)の活用促進を支援する。
- ・ 北米でのクリーンエネルギービジネスの展開、メコン地域での生産拠点設置・販路拡大、中国でのシルバービジネスの展開等を支援する。
- ・ ODA(政府開発援助)を活用した輸出拡大・新市場開拓や、外資企業の大阪誘致に取り組む。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ①海外現地法人活用・活性化支援
- ②EPA活用ビジネス支援
- ③ODA活用ビジネス支援
- ④北米とのビジネス連携強化
- ⑤メコン・クロスボーダービジネス展開支援
- ⑥海外シルバービジネス展開
- ⑦中国・新興国ビジネス相談の実施
- ⑧海外バイヤーとの商談機会の提供
- ⑨大阪プロモーションおよび外資誘致

### 6) 暮らし(衣・食・住)産業振興プロジェクト

#### 【概要】

- ・ 国家戦略特区制度等を活用することで、暮らし(衣・食・住)の個人消費を喚起し、暮らし産業の内需拡大、リノベーションによる質の高い住環境の整備を同時に実現するため、自宅に人を招きあう「おうちサロン化」を流行させる大規模な企業運動を展開する。
- ・ 「おうちサロン化」に資する優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度を創設し、ライフスタイルの丸ごと海外輸出を目指す。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ①「おうちサロン化」に向けた企業運動の展開

## 7) 販路創造都市・大阪プロジェクト

### 【概要】

- ・ 中小企業の販路開拓や大企業とのアライアンス支援に向け、規模・形態の様々な商談機会を提供し、新たな商都大阪を形成する。
- ・ 大手流通業のバイヤーと売り込み企業が一堂に会する国内最大級の逆商談会「買いませ！ 売れ筋商品発掘市」を中核事業とし、月1回以上の頻度で開催するセミナー&商談会「ザ・ベストバイヤーズ」やネット上で商談を行う「BMバイヤーズ」等リアル・ネット両面での事業展開を行い、「販路を開拓するなら大阪へ」という流れを創造する。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ① 買いませ！ 売れ筋商品発掘市の開催
- ② ザ・ベストバイヤーズの開催
- ③ BMバイヤーズの実施

## 8) 成長人材育成支援プロジェクト

### 【概要】

- ・ 少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少に対応するため、結婚や出産で退職した女性や外国人留学生、企業OB等、十分に活用されていない優秀な人材を発掘し、中堅・中小企業での戦力化につなげることを支援する。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ① 企業における女性の発掘・戦力化支援事業
- ② 外国人留学生の採用支援

## (5) 基盤強化

### 【概要】

- ・ 大企業・中小企業の活動を支援する国内外のビジネスマッチング、人材確保・育成、創業・経営支援、インフラ整備等、本プラン実現のための基盤を強化する。

### 【大阪商工会議所のアクションプラン】

- ① ビジネス拡大
  - ・ 大阪勤業展の開催
  - ・ 大阪スタイリングエキスポの開催
  - ・ ビジネス交流会・異業種交流の実施
  - ・ ザ・ビジネスモールによる企業の広域取引の拡大支援
  - ・ 「商店街・賑わいプロジェクト」の推進等
- ② 人材確保・育成
  - ・ 人材確保の支援
  - ・ 大阪企業家ミュージアムを活用した人材の育成
  - ・ 企業の活力増進とリスク対策等を支援する大阪商工会議所企画検定試験の実施
  - ・ 企業人材の育成に資する講座・講習会の開催
  - ・ 中堅・中小企業の人事部門強化支援等
- ③ 創業・経営支援
  - ・ 地域金融支援ネットワークによる創業支援事業
  - ・ 地域リソースを結集・活用した「プレミアム地域ブランド」の発掘・向上支援事業
  - ・ 専門家との連携による派遣型経営相談事業
  - ・ 中小企業再生・経営改善支援事業
  - ・ 中小企業の事業継続の支援
  - ・ IT化支援等
- ④ インフラ整備
  - ・ 道路・港湾・鉄道等の都市インフラ整備の促進
  - ・ 関西国際空港全体構想の促進等

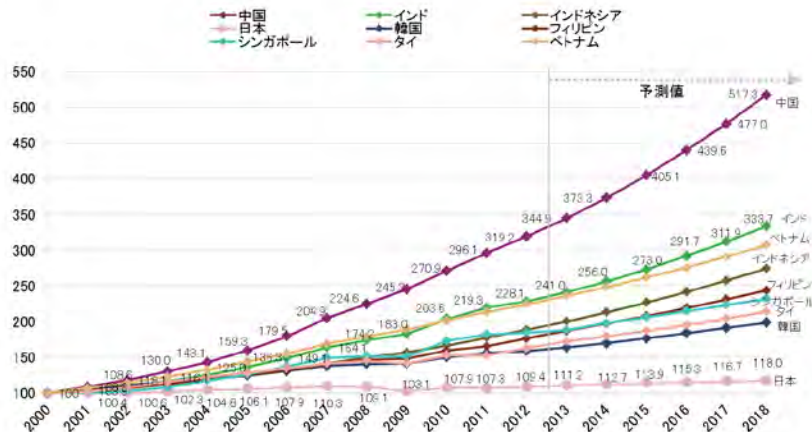
### 3. 背景（社会経済データ）

1. 経済環境の世界的な変化
2. 大阪・関西の現状
3. 特色あるモノづくり
4. 流通・サービス業の集積
5. アジアとの結びつき
6. 豊富な観光資源
7. ビジョン全体の検証指標

## 1. 経済環境の世界的な変化

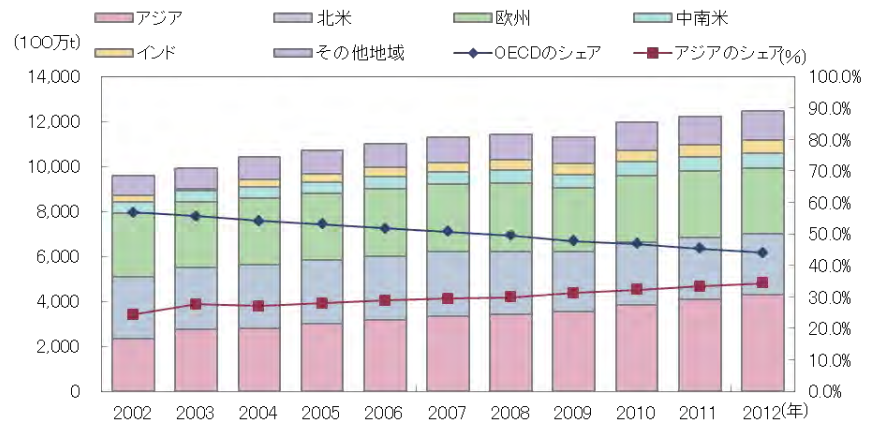
特に、中国・インド・東アジア諸国等の新興国における経済成長が著しく、エネルギー需要が拡大している。

■世界各国の実質GDP



(出典) IMF「World Economic Outlook Database, April 2013」  
(注) 韓国、ベトナムについては、2012年以降推計値

■世界の一次エネルギー消費量



(出典) BP: Statistical Review of World Energy June 2013、および経済産業省「エネルギー白書2013年版」より作成

## 2. 大阪・関西の現状

大阪府では、人口の減少・少子高齢化・労働生産人口の減少が続く。府内総生産は2009年以降やや持ち直しているものの、全国シェアは引き続き緩やかな低下トレンド。消費支出については、関西においても全国的な傾向と同じく縮小傾向。

■大阪府の人口



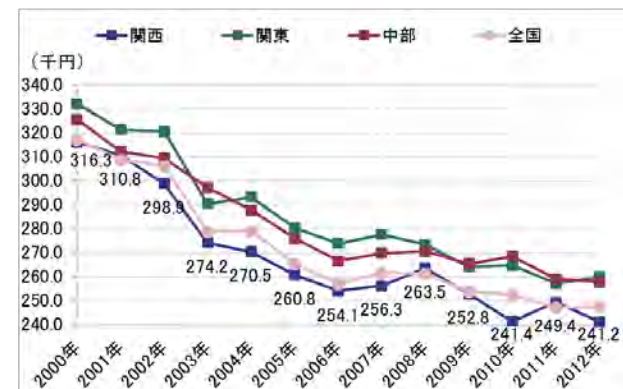
(出典) 総務省「国勢調査」(1995年、2000年、2005年、2010年)および国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口データ」より作成

■府内総生産および全国シェア



(出典) 大阪府民経済計算(平成22年度確報)総生産額・連鎖実績・生産側・年度値(17年基準93SNA)、ただし平成23年度以降の値は、アジア太平洋研究所推計を使用。国民経済計算(平成23年度確報)国民総生産額・実質(連鎖方式)・支出側・年度値(17年基準93SNA)、ただし平成24年度の値は、平成24年度四半期速報(年度)年次GDP実額。

■消費支出



(出典) 総務省「家計調査年報」(2012年)

### 3. 特色あるモノづくり

大阪府の製造品出荷額は2009年以降回復基調。機械、金属製品、医薬品を始めとするモノづくりで引き続き高いポテンシャルを有している。ただし医療品については出荷額、全国シェアともに近年やや低下傾向。

環境ビジネス、水ビジネスの分野でも多くの企業集積があり、強みとなっている。

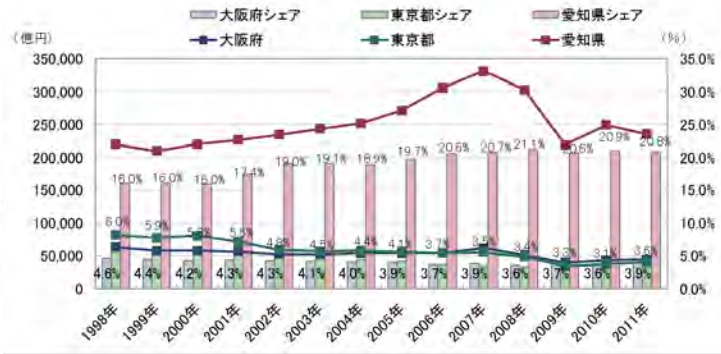
#### ■製造品出荷額(各分野合計)

#### ■製造品出荷額(機械業種)

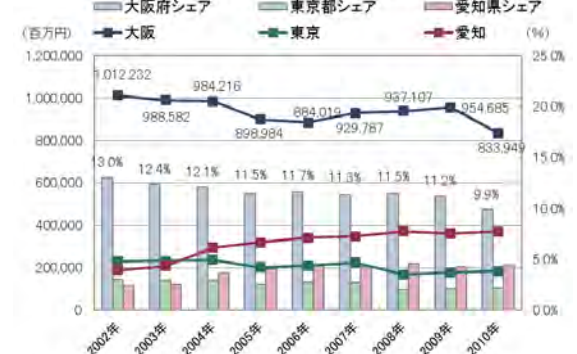
#### ■製造品出荷額(医薬品製造業/医療用機械器具、医療用品製造)



(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」



(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」



(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」

#### ■関西の環境ビジネスの規模

(単位:億円)

環境ビジネスの分類	全国	関西	全国シェア
1 公害防止装置	13,462	3,030	22.5%
2 廃棄物処理・リサイクル装置	3,314	1,090	32.9%
3 環境分析装置	432	50	11.6%
4 環境関連サービス	2,180	270	12.4%
5 施設建設(埋立処分場造成)	582	90	15.5%
6 廃棄物処理・リサイクル	221,619	33,800	15.3%
7 下水・し尿処理	10,930	1,880	17.2%
8 環境修復・環境創造	3,909	590	15.1%
9 環境調和型製品	60,994	11,190	18.3%
10 新エネルギー	8,594	3,720	43.3%
11 省エネルギー	11,123	3,030	27.2%
合計	337,139	58,740	17.4%

(出典)関西社会経済研究所「関西経済白書」(2010年版)

#### ■水インフラ産業の集積



#### 関西の水インフラ技術 主要企業等

企業・商標名	分野	企業・商標名	分野
1 アカカ大機株式会社	排水処理	22 大成機工株式会社	上下水道用特殊塗料・排水防蝕塗料
2 株式会社エイトアック	水質浄化	23 新藤金属株式会社	電解イオン水による洗浄
3 エー・イー・ティ株式会社	水処理用特殊材料	24 市人株式会社	排水再利用処理技術
4 株式会社MSエンジニアリング	排水処理技術	25 東京クリーン工業株式会社	排水処理(スクリーン)
5 株式会社エンジニアリング株式会社	排水処理	26 東洋新工エンジニアリング株式会社	排水処理装置・排水処理装置
6 カフレックス・コーポレーション株式会社	排水処理	27 東洋新工株式会社	排水処理装置
7 水村電工株式会社	水質汚濁防止	28 山口行徳法人健康分析総合研究所	排水処理システム
8 リマテック株式会社	水処理用工業用特殊材料システム	29 株式会社東京再資源化研究所	水質浄化材
9 株式会社クワダ	排水処理用排水処理装置	30 株式会社中村建設	ノズル洗浄機
10 クレアラ株式会社	水処理用特殊材料・装置	31 株式会社調製研究所	排水処理用バルブ/ファクトエンジニアリング
11 株式会社東本機工所	排水処理用特殊材料	32 山口造船株式会社	排水処理装置
12 株式会社新機研ソリューションズ	排水・排水処理	33 日環電工株式会社	排水処理装置
13 株式会社新機研	地下水・産業排水処理	34 日本化学機械製造株式会社	排水処理装置・汚濁防止
14 株式会社ササフ	排水処理装置	35 株式会社日本機研	排水処理装置
15 ジトップ株式会社	排水処理装置	36 株式会社日本電気化学工業所	排水処理装置
16 株式会社東洋製作所	水質分析計	37 株式会社東洋製作所	水質分析装置
17 シヤブ株式会社	排水処理	38 株式会社ササフ	排水処理システム
18 JOHANN 株式会社	排水処理装置	39 株式会社松井化学工業所	排水処理装置
19 株式会社東洋製作所	排水処理装置	40 大阪市水道局/建設局	上下水道事業の運営
20 株式会社アスラム株式会社	排水処理装置	41 株式会社東洋製作所	排水処理装置
21 株式会社アスラム株式会社	排水処理装置		

(出典)(財)関西経済連合会「環境先進地域・関西」(2012年)

#### 4. 流通・サービス業の集積

大阪の小売業・卸売業は全国的な傾向と同様に減少傾向にある。外食業では人口あたりの飲食店数が多く、食に関する施設が充実している。

##### ■小売業の販売額とシェア



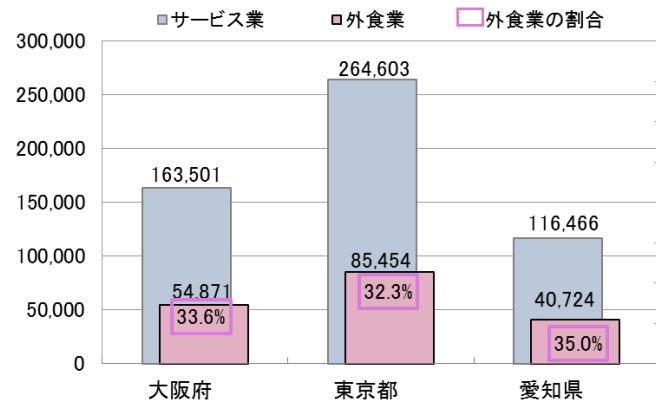
(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」

##### ■卸売業の販売額とシェア



(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」

##### ■サービス業に占める外食業の割合



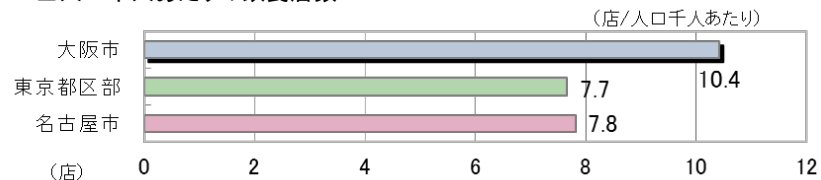
(出典)平成24年経済センサスより作成 ※公務を除く

##### ■大規模小売店の集積

	店舗数 (実数)	年間販売額 (百万円)	従業員数 (人)	売り場面積 (1000㎡)
大阪府	306	1,698,720	41,719	2,182
東京都	369	3,018,083	60,411	2,721
愛知県	317	1,345,380	36,656	2,049
全国	5,132	19,591,627	602,002	31,946
大阪府のシェア	6.0%	8.7%	6.9%	6.8%

(出典)経済産業省「商業販売統計年報」(平成24年)

##### ■人口千人あたりの飲食店数



(出典)平成24年経済センサスより作成 ※公務を除く、平成22年国勢調査

## 5. アジアとの結びつき

大阪の主な輸出相手地域は中国を始めとするアジアの割合が全国と比較して高く、アジアとの結びつきが強い。大阪税関では他地域の税関と比べ、アジアへの特化率が高く、アジアへの輸出入額は東京税関に次いで多い。また、関西国際空港の就航に占めるアジアの割合はここ5年で10%程度上昇しており、他地域と比べて高くなっている。

### ■対アジア輸出入通関額及び大阪の通関シェア ※大阪：大阪税関における輸出入額

#### 輸出

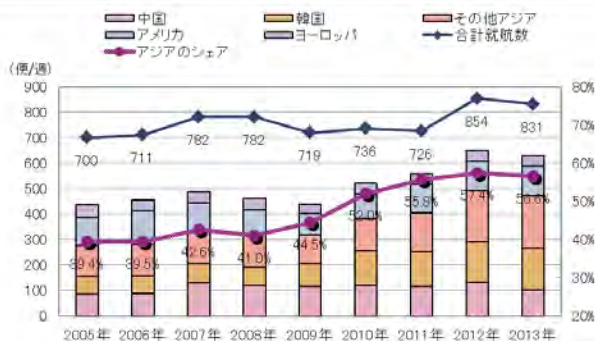


#### 輸入



(出典)財務省「貿易統計」(2012年分確定値)

### ■関西国際空港の国際線就航便数



### ■大阪の地域別輸出入通関額

#### 輸出



#### 輸入

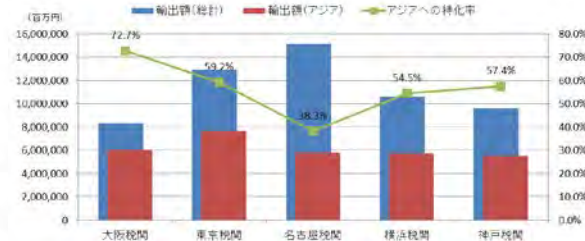


(出典)財務省「貿易統計」2012年分確定値

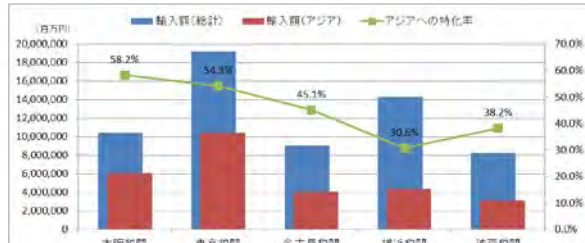
### ■各税関の輸出入額とアジアへの特化率

※税関管内：大阪税関は大阪、京都、滋賀、奈良、和歌山、福井、石川、富山の2府6県

#### 輸出

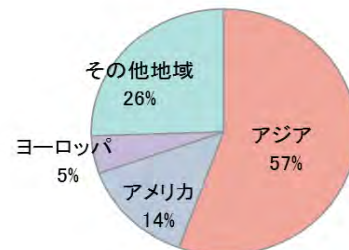


#### 輸入



(出典)財務省「貿易統計」2012年分確定値

### ■関西国際空港の国際線就航便数の地域別構成



(出典)関西国際空港株式会社「関西国際空港の国際定期便運航計画」(2006~2013年)より作成

## 6. 豊富な観光資源

大阪府の観光消費額や、外国人来訪者数・来訪率は、近年金融危機の影響により一旦落ち込んだものの、長期的には増加傾向にある。また、関西での国際会議開催件数についても、直近は減少しているものの、長期的には増加傾向にある。

### ■大阪府の観光消費額



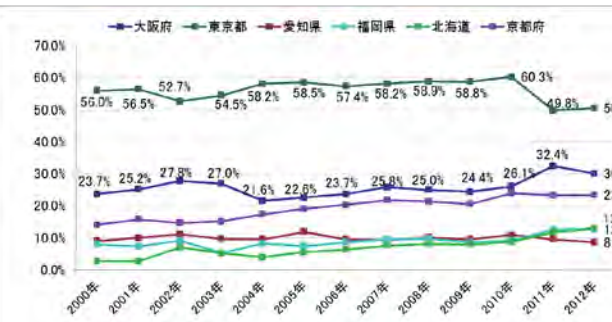
(出典)大阪府「観光統計調査」(2010年度)

### ■外国人来訪者数



(出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成24年度)、JNTO「訪日外客訪問地調査」(2012)より作成。都道府県別の来訪者数は、全国の訪日外客数に都道府県別訪問率をかけて算出。

### ■外国人の訪問率



(出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成24年度)

### ■国際会議開催件数



	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
全国	1,124	1,362	1,322	1,451	1,430	1,618	1,480	1,670	1,858	2,094	2,122	2,159	1,892
大阪府	100	129	113	125	125	160	135	182	124	144	183	152	135
京都府	123	121	118	156	159	181	141	156	187	180	169	160	145
東京都	274	313	375	420	368	434	359	462	445	486	505	510	484
神奈川県	65	29	21	77	55	85	106	103	177	192	197	180	174
愛知県	84	92	69	98	90	95	114	109	122	152	137	139	125

(開催件数)

(出典)JNTO「国際会議統計」(2011年)

### ■関西の国宝・重要文化財数

	国宝数	全国シェア	重要文化財数	全国シェア
大阪府	60	5.5%	664	5.1%
京都府	228	20.9%	2,144	16.6%
兵庫県	20	1.8%	463	3.6%
奈良県	198	18.2%	1,311	10.1%
和歌山県	36	3.3%	384	3.0%
滋賀県	55	5.1%	813	6.3%
福井県	6	0.6%	106	0.8%
関西	603	55.4%	5,885	45.5%
関東	326	29.9%	3,618	28.0%
中部	40	3.7%	1,064	8.2%
全国	1,089	100.0%	12,930	100.0%

(出典)文化庁「文化財指定等の件数」(2013年10月1日現在)



## 7. ビジョン全体の検証指標

ビジョン全体の成果の検証のため、大阪の府内総生産（金額と全国シェア）と、「世界の都市総合ランキング（森記念財団都市戦略研究所）」「Global Financial Centres Index (GFCI)（ロンドン市）」の都市ランキングを指標とする。また、8つの戦略プロジェクトに関してはセミマクロ指標、アクション指標をそれぞれ設定する。

### ■府内総生産および全国シェア(再掲)

府内総生産は2009年以降やや持ち直しているものの、全国シェアは引き続き緩やかな低下トレンド。



(出典)大阪府民経済計算(平成22年度確報)総生産額・連鎖実績・生産側・年度値(17年基準93SNA)、ただし平成23年度以降の値は、アジア太平洋研究所推計を使用。  
国民経済計算(平成23年度確報)国民総生産額・実質(連鎖方式)・支出側・年度値(17年基準93SNA)、ただし平成24年度の値は、平成24年度四半期速報(年度)年次GDP実績。

### ■Global Financial Centres Index (GFCI)（ロンドン市）

世界の金融都市を対象に、人材・教育、ビジネス環境、市場アクセス、社会基盤、競争力全般を総合評価。

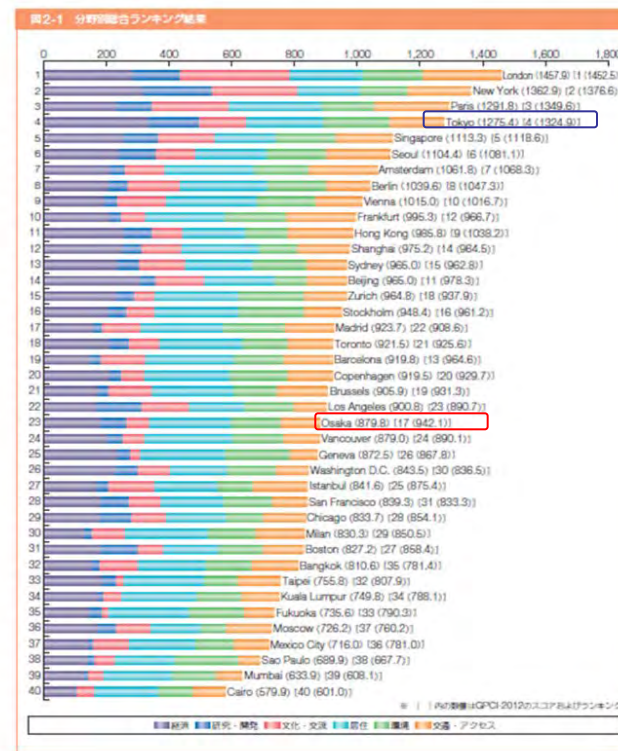
東京は世界第5位、大阪は世界30位。

GFCI 14		Rank		Rating	
London	1	794			
New York	2	779			
Hong Kong	3	759			
Singapore	4	751			
Tokyo	5	720			
Zurich	6	718			
Boston	7	714			
Geneva	8	710			
Frankfurt	9	702			
Seoul	10	701			
Toronto	11	699			
San Francisco	12	697			
Luxembourg	13	696			
Chicago	14	695			
Sydney	15	692			
Shanghai	16	690			
Washington DC	17	689			
Montreal	18	688			
Vancouver	19	686			
Vienna	20	685			
Calgary	21	684			
Kuala Lumpur	22	675			
Monaco	23	674			
Qatar	24	672			
Dubai	25	671			
Oslo	26	669			
Shenzhen	27	660			
Jersey	28	657			
Paris	29	656			
Osaka	30	655			
Rio de Janeiro	31	654			
Tel Aviv	32	653			
Melbourne	33	652			
Munich	34	651			
Rome	35	650			
Guernsey	36	649			
Stockholm	37	644			
Sao Paulo	38	643			

### ■森記念財団都市戦略研究所「世界都市総合ランキング」

経済、研究・開発、文化・交流、居住、環境、交通・アクセスから世界都市を総合評価したランク付け。

東京は世界第4位、大阪は世界23位。



(出典)森記念財団都市戦略研究所「世界の都市総合ランキング」(2013年版)

### ■大阪商工会議所 会員数

会員数(2013年11月時点)  
※数値は2014年3月に更新予定

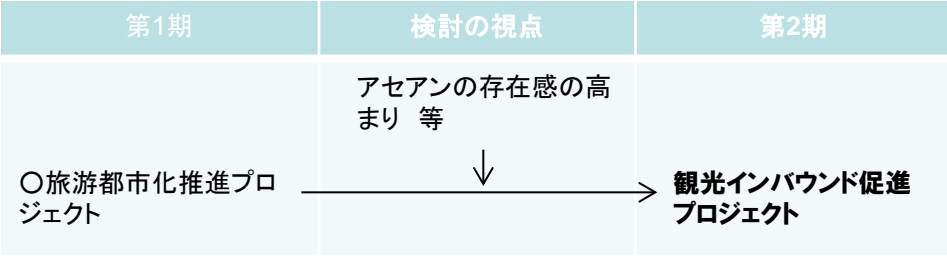
28,218件

## 4. 戦略プロジェクト

- I. 観光インバウンド促進プロジェクト
- II. メディカル・ポリス形成プロジェクト
- III. 環境・新エネルギー産業振興プロジェクト
- IV. 次世代モノづくり産業振興プロジェクト
- V. 海外市場アクセスプロジェクト
- VI. 暮らし(衣・食・住)産業振興プロジェクト
- VII. 販路創造都市・大阪プロジェクト
- VIII. 新戦力人材発掘プロジェクト

# 戦略プロジェクト

## I. 観光インバウンド促進プロジェクト



## 1. プロジェクトの概要

- 行政、大阪観光局・水都大阪パートナーズといった官民組織、企業等との連携を通じ、アジアを中心とした海外からのインバウンド(観光客、ビジネス旅客)を促進し、その経済効果を大阪全体へ波及させる。
- 水と光を軸にした都市魅力の向上、公有地の活用、買い物消費拡大、大坂の陣後400年を契機とした大阪城・難波宮周辺の賑わい創出、MICE誘致等に取り組み、観光都市としてのプレゼンスを高める。
- 大阪の魅力の世界に向けてアピールし、関西国際空港の活性化につなげる。

### 背景

- 2006年12月に「観光立国推進基本法」策定、2007年6月に「観光立国推進基本計画」閣議決定。日本への外国人旅行者は全国的に拡大。
- 2013年6月には「日本再興戦略」でも引き続き訪日外客誘致が戦略市場創造プランとして位置づけられたところ。近年では特に、これまで多かった台湾、韓国からの個人観光客に加えてASEAN諸国からの観光客も近年増加傾向にあり、今後もさらなる拡大が予想される。
- 大阪を含む関西圏では、ショッピング、食、歴史・文化等の観光資産が豊富で、観光地域として高いポテンシャルを持つ。2013年度に大阪観光局・水都大阪パートナーズが発足し、官民連携により一層の観光振興を図る体制が整備されてきている。
- 大阪では、キタ、ミナミ、天王寺・あべの等で全国有数の商業開発が急速に進展しており、その充実したショッピング魅力や売り場面積に見合った新たな消費需要の拡大が求められている。

### 「千客万来都市OSAKAプラン」第1期からの承継

- 第1期では、2010年以降の円高、2011年の震災、2012年の日中関係の悪化等により全国的に訪日外客が減少するといった環境変化があったものの、大阪城への来訪者数、舟運利用者数、中之島周辺駅の利用者数といった指標は増加。
- 外部環境の変化を踏まえ、ASEAN圏の観光客を取り込むための環境整備を図りつつ、引き続き観光エリアや資源の活用、インフラ優先整備、プロモーションの実施に取り組む。
  - ✓ 中之島を中心とした水都の魅力向上
  - ✓ インバウンドによる買い物消費拡大
  - ✓ インバウンド拡大等に対する支援
  - ✓ 大阪城公園・森之宮周辺の魅力向上と賑わい創出

## 2. 大阪のポテンシャル

### 市場予測および経済効果

#### 外国人来訪者数



(出典)観光庁「訪日外国人消費動向調査」(平成24年度)、JNTO「訪日外客訪問地調査」(2012)より作成。都道府県別の来訪者数は、全国の訪日外客数に都道府県別訪問率をかけて算出。

#### 大阪府の観光消費額



(出典)大阪府「観光統計調査」(2010年度)

#### 大阪市内の商業施設の開業・増床

時期	店名	売場
2011年	高島屋大阪店	7.8万㎡
	大丸梅田店	6.4万㎡
	あべのマーケットパーク キュースタウン	6.9万㎡
	JR大阪三越伊勢丹	5万㎡
	ルカア	2万㎡
2012年	阪急百貨店梅田本店	8万㎡
2013年	グランフロント大阪	4.4万㎡
	あべのビルカス (全面開業は2014年)	10万㎡

#### 関西の国宝・重要文化財数

	国宝数	全国シェア	重要文化財数	全国シェア
大阪府	60	5.5%	664	5.1%
京都府	228	20.9%	2,144	16.6%
兵庫県	20	1.8%	463	3.6%
奈良県	198	18.2%	1,311	10.1%
和歌山県	36	3.3%	384	3.0%
滋賀県	55	5.1%	813	6.3%
福井県	6	0.6%	106	0.8%
関西	603	55.4%	5,885	45.5%
関東	326	29.9%	3,618	28.0%
中部	40	3.7%	1,064	8.2%
全国	1,089	100.0%	12,930	100.0%

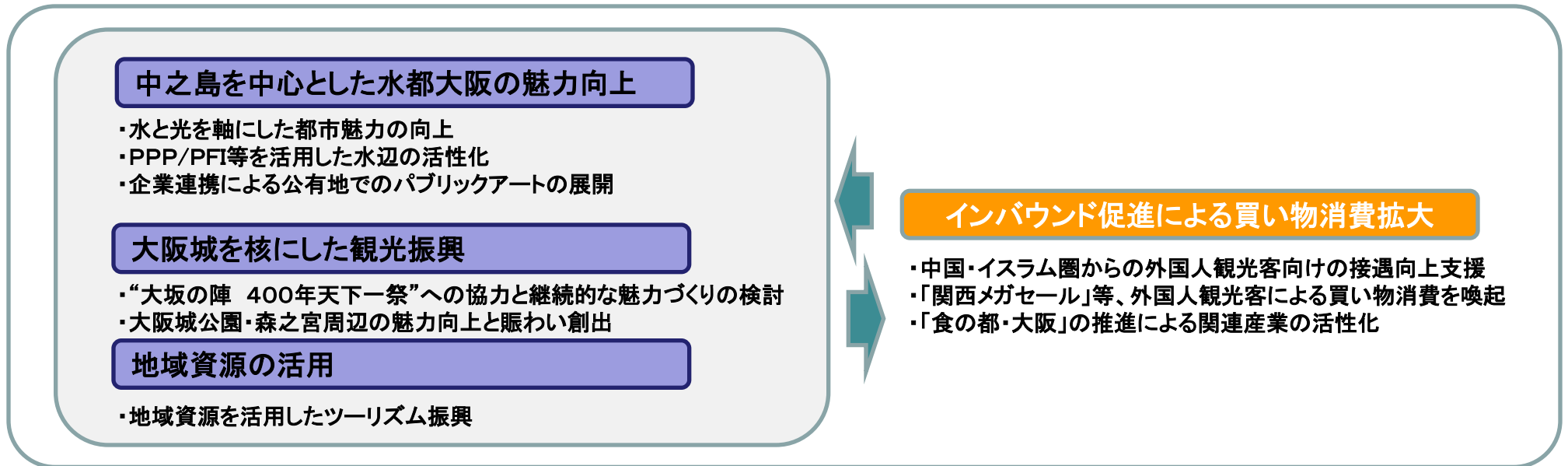
(出典)文化庁「文化財指定等の件数」(2013年10月1日現在)

#### 国際会議開催件数



(出典)JNTO「国際会議統計」(2011年)

3. 地域と連携した取り組み



インバウンド拡大等に対する支援

- ・外国籍クルーズ客船の誘致・受け入れ体制の強化
- ・広域連携によるアジア等からのインバウンド促進
- ・大阪企業家ミュージアムを活用した産業観光の振興
- ・大阪検定の実施
- ・新しいツーリズム産業振興に向けた要望・提言とツーリズム関連団体等との連携強化
- ・大阪MICE戦略の推進
- ・関空中長距離路線の拡大

大阪商工会議所



## 3. 地域と連携した取り組み

## 取り組みスキーム案

- ・ 中之島周辺、大阪城・森ノ宮周辺エリア等の主要エリアを、アジア他都市と比べ、抜きん出た魅力を持つエリアへと育成する。
- ・ あわせてエリアを絞り込んだ買い物消費の環境整備を進めることで、インバウンドの効果が面的に波及されることを狙う。



## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
1	水と光を軸にした都市魅力の向上	継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大坂の陣後400年となるシンポルイヤー(2015年)を直近の目標とし、水と光を軸にした大坂の都市魅力向上、民間投資の活性化</li> <li>・安全・安心のまちづくりの推進による集客重点地域(ミナミ等)の整備・活性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪・光の饗宴実行委員会の活動を軸に、大坂の都市魅力、観光集客力の向上に取り組む</li> <li>・水都大坂の再生については、水と光のまちづくり推進会議の会長団体として、事業執行機関である水都大坂パートナーズを支援する</li> <li>・水辺の賑わい拠点の一つとして本町橋周辺の賑わいづくりを推進する</li> <li>・違法駐輪問題や悪質な客引き問題の解決をはじめ、ミナミの安全・安心問題の解決に地元や行政とともに取り組む</li> <li>・道頓堀川開削400周年(2015年)を記念する賑わいづくりを支援する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;</li> <li>・2015年に向けての事業準備、社会実験</li> <li>・違法駐輪や悪質な客引きの削減に向けた取り組み</li> <li>&lt;2015年度&gt;</li> <li>・大坂の陣400年天下一祭(2015年)との連携によるシンボル事業の実施</li> <li>・本町橋船着場オープン関連事業の実施</li> <li>・違法駐輪や悪質な客引きの削減に向けた取り組み</li> <li>・道頓堀川開削400周年事業の支援、関連事業の連携展開等</li> <li>&lt;2016年度&gt;</li> <li>・中之島地区を中心とした水辺の賑わい拠点づくり</li> <li>・違法駐輪や悪質な客引きの削減に向けた取り組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・水都大坂パートナーズ</li> <li>・水と光のまちづくり支援本部</li> <li>・大阪・光の饗宴実行委員会</li> </ul>
2	PPP/PFI等を活用した水辺の活性化	新規	水辺を中心とする公有地や都心部の公共施設に、PPP(官民連携)やPFI(民間資金を活用した社会資本整備)を活用した民間投資の呼び込み促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・学識者、民間企業等による研究会を設置し、大阪都心部でPPPやPFIによる整備が促進される環境づくり、ふさわしい施設・場所等を検討し、提言活動を実施する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;</li> <li>・研究会を設置、大阪でPPP/PFIを推進するのにふさわしい環境整備を検討</li> <li>&lt;2015年度&gt;</li> <li>・研究会の成果をとりまとめ、政府、自治体に提言</li> <li>&lt;2016年度&gt;</li> <li>・可能な施設、場所については、国、大阪府・市等と連携し、具体的にPPP/PFIの実現に向けて取り組む</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> </ul>
3	企業連携による公有地でのパブリックアートの展開	新規	企業とアーティストのコラボレーションによる「パブリックアート」を生かした都市魅力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府等と連携し、企業が有する新技術、新製品を創作活動に活用したいアーティストと企業をマッチングさせるプラットフォームを開発する</li> <li>・公園等の公有地や遊休公有地を企業・アーティストの発表の場として提供する</li> <li>・特に、中之島を中心に常設展示を行う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;</li> <li>・企業の関心度調査</li> <li>・プラットフォームのあり方、マッチングの手法等、枠組みを整備</li> <li>&lt;2015年度&gt;</li> <li>・企業とアーティストのマッチングを行い、一定期間、実験的な展示を実施</li> <li>&lt;2016年度&gt;</li> <li>・多くの地域で長期間の展示を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員企業</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> <li>等</li> </ul>



## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
4	インバウンドによる買い物消費拡大	継続	海外からの観光客を対象にした買い物消費の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客に関する小売事業者へのアンケート調査を行う</li> <li>・中国やイスラム圏からの外国人観光客向けの接客向上に役立つ資料等を作成し、それらを用いて「出前セミナー」を実施する</li> <li>・「関西メガセール」等、外国人観光客による買い物消費を喚起するための事業を行う</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国人観光客の買い物環境整備に関する事業の実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> <li>・新規事業の検討</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪観光コンベンション協会</li> <li>・大阪市商店会総連盟</li> </ul>
5	「食の都・大阪」の推進による関連産業の活性化	継続	「食の都・大阪」のブランド力向上と飲食店・食関連業界の活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「食の都・大阪」のブランドイメージを向上させ、食を通じた賑わい創出と飲食店・食関連産業の振興を図る</li> <li>・プロの料理人コンテスト「食の都・大阪グランプリ」、コンテスト入賞料理を披露する「デリス・レストランウィーク」、農商工連携を通じた食のブランド開発、飲食店独立開業セミナー等を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「食の都・大阪」関連事業の推進</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「食の都・大阪」の推進会議</li> </ul>
6	“大坂の陣400年天下一祭”への協力と継続的な魅力づくりの検討	新規	大坂の陣後400年となるシンボルイヤー(2015年)を契機とした大阪城公園、難波宮及びその周辺の魅力向上、賑わい創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・“大坂の陣400年天下一祭”(2014～2015年)に協力する</li> <li>・同祭を一過性に終わらせないように、周辺地域の継続的な魅力づくり、賑わいづくりに向けた取り組みを検討する</li> <li>・また、日本最古の宮殿とされる「難波宮」の歴史的価値を活用した集客拠点形成の可能性を検討する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・開催準備、広報活動</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・天下一祭開催、ポスト天下一祭りの賑わいづくりの戦略づくり</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業の成果を継続的な魅力、賑わいにつなげる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市</li> <li>・大坂の陣400年プロジェクト実行委員会</li> <li>・大阪文化財研究所</li> </ul>
7	大阪城公園・森之宮周辺の魅力向上と賑わい創出	継続	大阪城公園の国際観光拠点化によるインバウンド振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪城公園内にある様々な施設を民間事業者が一元的・一体的に管理運営する観光拠点型パークマネジメント組織(PMO)の設立を支援する</li> <li>・大阪城本丸地下に眠る豊臣期石垣を復興するための「太閤なにわの夢募金」を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・PMO公募</li> <li>・石垣募金への協力</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・PMO運営開始</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・PMO事業拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市</li> <li>・大阪城周辺地区活性化協議会</li> </ul>

## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
8	外国籍クルーズ客船の誘致・受け入れ体制の強化	新規	大阪港クルーズ客船誘致促進会議を活用し、クルーズ客船の誘致・受け入れ体制を強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外国籍クルーズ客船誘致の取り組みとして、国内外での船社・旅行社へのセールス活動、視察受け入れ等、大阪市港湾局の誘致活動に協力する</li> <li>・受け入れ体制の強化として、入出港時のアトラクション、歓迎行事、オプションルツアーの開発等に協力する</li> <li>・関西のクルーズマーケット拡大のため、企業向けの船内見学会・セミナー等を開催し、クルーズツアーをPRする</li> <li>・国等へ規制緩和を働きかけるとともに、飛行機(フライ)と船旅(クルーズ)を組み合わせた旅行「フライ&amp;クルーズ」の促進に向けた方策を検討する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・外国籍クルーズ客船の誘致活動</li> <li>・規制緩和に向けた働きかけ</li> <li>・受け入れ体制の改善・オプションルツアーの開発</li> <li>・クルーズツアーのPR</li> <li>・「フライ&amp;クルーズ」の促進に向けた方策の検討</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市港湾局</li> <li>・大阪観光局</li> <li>・民間企業</li> </ul>
9	広域連携によるアジア等からのインバウンド促進	継続	他都市との連携促進、魅力的な関西周遊プランの開発、プロモーション推進による外国人観光客の受け入れ態勢強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西6商工会議所(大阪・京都・神戸・奈良・和歌山・大津の各商工会議所)と連携し、アジアからのインセンティブツアー(報奨旅行)を誘致する</li> <li>・東京オリンピック、関西ワールドマスタースゲームズ等を活用したスポーツ・ツーリズムについて研究する</li> <li>・関西地域振興財団等の関係団体と連携し、今後成長が見込める東南アジアからのインバウンドを促進する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インセンティブツアーの誘致</li> <li>・関連機関との連携による東南アジアからのインバウンド促進</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西6商工会議所広域観光推進委員会 等</li> </ul>
10	大阪企業家ミュージアムを活用した産業観光の振興	新規	国内外からの集客促進、産業観光・修学旅行の誘致促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪観光局や、関西の企業ミュージアム、関係機関と連携し、産業観光・修学旅行誘致のプログラムを作成する</li> <li>・団体見学のプログラムとして、「企業家を講談で聞く」等のプログラムを作成する</li> <li>・海外で著名な企業家の紹介を盛り込んだ見学プログラムを作成し、関係機関と連携してアジア・太平洋地域、アフリカ地域にPRする</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・関係機関への情報提供によるPR。見学プログラムの作成・実施</li> <li>・教育旅行関係者、教育委員会へのPR</li> <li>・他企業ミュージアムとの連携したプログラムの作成・実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> <li>・見学プログラムの改善</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> <li>・見学プログラムの改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪観光局</li> <li>・国際協力機構(JICA)</li> <li>・太平洋人材交流センター(PREX)</li> <li>・企業ミュージアム</li> <li>・各旅行会社</li> </ul>

## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
11	大阪検定の実施	継続	大阪の多彩な魅力、地域資源の蓄積を情報発信できる語り部、街ガイドの育成を通じた都市ブランドの向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>・毎年6月下旬～7月上旬に検定試験を実施する</li> <li>・検定試験に合わせ、大阪の魅力を知るまち歩き、合格者の集い、講習会等の関連事業を実施する</li> <li>・1級合格者をはじめとする合格者の活用事業として、小中学校への講師派遣、大阪府大客員研究員の研究活動支援等を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt; ・第6回大阪検定の実施</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・第7回大阪検定の実施</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・第8回大阪検定の実施</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> <li>・大阪観光局</li> </ul> 等
12	地域資源を活用したツーリズム振興	継続	大阪ならではの都市型観光(歴史文化遺産、ナイトカルチャー等)を活用した観光振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・御堂筋エリア全体を大きな美術館に見立て、同エリアに集積する歴史的な建築物に触れてもらう大阪市の「生きた建築ミュージアム」事業に協力する</li> <li>・山本能楽堂、船場近代ネットワークと連携して、伝統芸能、レトロ建築を活用した観光振興事業を実施する</li> <li>・観光施設開園前の朝の観光プログラム等、大阪ならではの地域資源を盛り込んだ観光プランを研究する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt; ・「生きた建築ミュージアム」事業への協力 ・新しい観光プランの研究</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・取り組み継続</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・観光プラン事業の拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪市都市整備局</li> <li>・山本能楽堂</li> <li>・船場近代建築ネットワーク</li> </ul>
13	新しいツーリズム産業振興に向けた要望・提言とツーリズム関連団体等との連携強化	継続	新しいツーリズム産業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フードツーリズムに関する研究会で、大阪城まちづくり400年となる2015年のシンボルイヤーに向けた事業を実施する</li> <li>・行政、経済団体、企業等で構成するツーリズム振興関連の協議会・委員会等に参画し、大阪・関西の文化・観光を振興するための各種事業に協力する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt; ・2015年のシンボルイヤーにむけたイベントの実施</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・2015年のシンボルイベントの実施</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・観光客向けイベントの定着・拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪観光局</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> <li>・民間企業</li> </ul>
14	大阪MICE戦略の推進	新規	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インバウンドの拡大と経済波及効果を高めるためのMICE誘致</li> <li>・統合型リゾート(IR)を活用したMICE誘致</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪観光局が組織する民間とのMICE誘致連携組織に参画し、MICE誘致活動強化に協力する</li> <li>・MICE誘致活動強化のため国、府、市に対する意見要望活動を実施する</li> <li>・カジノが合法化され、大阪府・市がIR誘致を決定した場合、IR推進組織へ参画し、大阪誘致実現に協力する</li> <li>・IR内に開設される見込みの大規模MICE施設への国際会議、展示会の誘致を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt; ・MICE誘致策の検討と関連民間企業との連携、新たな誘致組織に協力</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・新たなMICE誘致組織運営に協力</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・新たなMICE誘致組織事業拡大に協力</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪観光局</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> </ul>

## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
	都心再生の支援	統合	大阪圏外から都心への集客・企業誘致の促進	【理由】大阪・光の饗宴実行委員会における事業開発会議の活動に統合		
	安全・安心のまちづくりの推進	統合	安全・安心のまちづくりの推進による、集客重点地域(ミナミ等)の整備・活性化	【理由】「水と光を軸にした都市魅力の向上」の一環として実施		

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

## 定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	来訪者の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>来阪外国人旅行者数</li> <li>来阪外国人延べ宿泊者数</li> <li>延べ宿泊者数</li> <li>国際会議開催件数</li> <li>MICE外国人参加者数</li> <li>来阪外国人旅行者による観光収入</li> <li>来阪外国人旅行者の満足度(満足割合)</li> <li>MICE重要ターゲット(医薬・工学)開催件数</li> <li>MICE商品開発件数</li> <li>関西国際空港の出入国外国人数・国際線就航便数</li> </ul>
2	観光消費の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府での一人一泊あたり平均消費単価</li> <li>大阪府での一人一泊あたり平均消費単価(ドルベース)</li> <li>外国人消費額シェア(推計)</li> <li>訪日外国人の飲食購入率</li> <li>大阪府の宿泊業、飲食店の市場規模(事業所数)</li> <li>卸売業・小売業売上高</li> <li>卸売業・小売業売上高の全国シェア</li> </ul>

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

## 定量的な目標

No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	観光客の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>舟運利用客数・大阪城への来訪者数</li> <li>中之島周辺駅の利用者数</li> <li>規制緩和の検討が開始され、公共の空間を使った社会実験が行われた事例数</li> <li>関連イベント開催件数(関西メガセール+シンポジウム)</li> </ul>
2	まちの賑わい (買い物消費拡大に関する施策関連)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ミシュランガイドに掲載されている飲食店数</li> </ul>
3	受け入れ態勢の向上、基盤整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>商店街における多国語対応状況</li> <li>商店街における銀聯カード決済の導入状況</li> <li>啓発活動実績(出前セミナー回数)</li> <li>啓発活動実績(出前セミナー延べ参加者数)</li> </ul>

## 定性的な目標

No.	定性的な目標	内容
1	インバウンドによる賑わい創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外から、今より多くの人がつどい、今より多様化し、知識・文化・笑顔・活力・ビジネスを生み出していること</li> </ul>
2	世界における大阪のプレゼンス向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際的な観光都市として、大阪の認知度およびイメージUP</li> </ul>

# 戦略プロジェクト

## II. メディカル・ポリス形成プロジェクト

第1期	検討の視点	第2期
○メディカル・ポリス形成プロジェクト	医療機器や創薬に加えた健康食品の市場拡大、輸出促進 等 ↓	→ <b>メディカル・ポリス形成プロジェクト</b>

## 1. プロジェクトの概要

- 大阪で創薬、医療機器、健康食品、および医療から派生する幅広い産業の集積を高め、国際的な複合医療産業拠点(メディカル・ポリス)を大阪府下に形成する。その際、国の特区制度(国際戦略総合特区、国家戦略特区)の活用や、国の事業との連動、行政、大学・研究機関、企業等との連携強化を重視する。
- 医療機器の開発に向けた国内外の産学・産産マッチングから、個別プロジェクトの育成、初期のデューデリジェンス、ビジネスモデル策定、製品コンセプト設定、薬事対応、販路開拓等事業化に対する一貫した支援や人材育成まで、医療機器ビジネスを振興する総合的なプラットフォームを整備する。
- 製薬会社の創薬を促進するため、「創薬シーズ・基盤技術アライアンスネットワーク(DSANJ)」を活用し、非臨床試験等までを実施する仕組みを構築する。
- 健康食品の市場拡大、輸出促進に向け、新たな機能性表示認証制度を活用した認証機関を整備する。

### 背景

- 国においては、2013年の日本再興戦略で「国民の「健康寿命」の延伸」を戦略市場創造プランとして打ち出し、医薬品・医療機器等のライフサイエンス分野において、わが国の技術力・創造力を発揮できる仕組みづくりに重点的に取り組むこととしている。
- 大阪は製薬企業や医療機器開発企業、革新的創薬や先進医療を誇る大学、研究機関の集積が高い。これらの集積を生かし大商では、2000年よりライフサイエンス関連産業振興に注力し、2003年以降は医療機器開発促進の取り組みを展開しており、それらを通じて数多くの具体的な成果を上げている。また、2008年より医療機器分野の世界トップクラスターのミネソタ地域と連携し、地域間の相互補充を進めることでビジネスを加速する仕組みを構築しつつある。創薬分野については、2007年より創薬推進を支える事業を展開している。

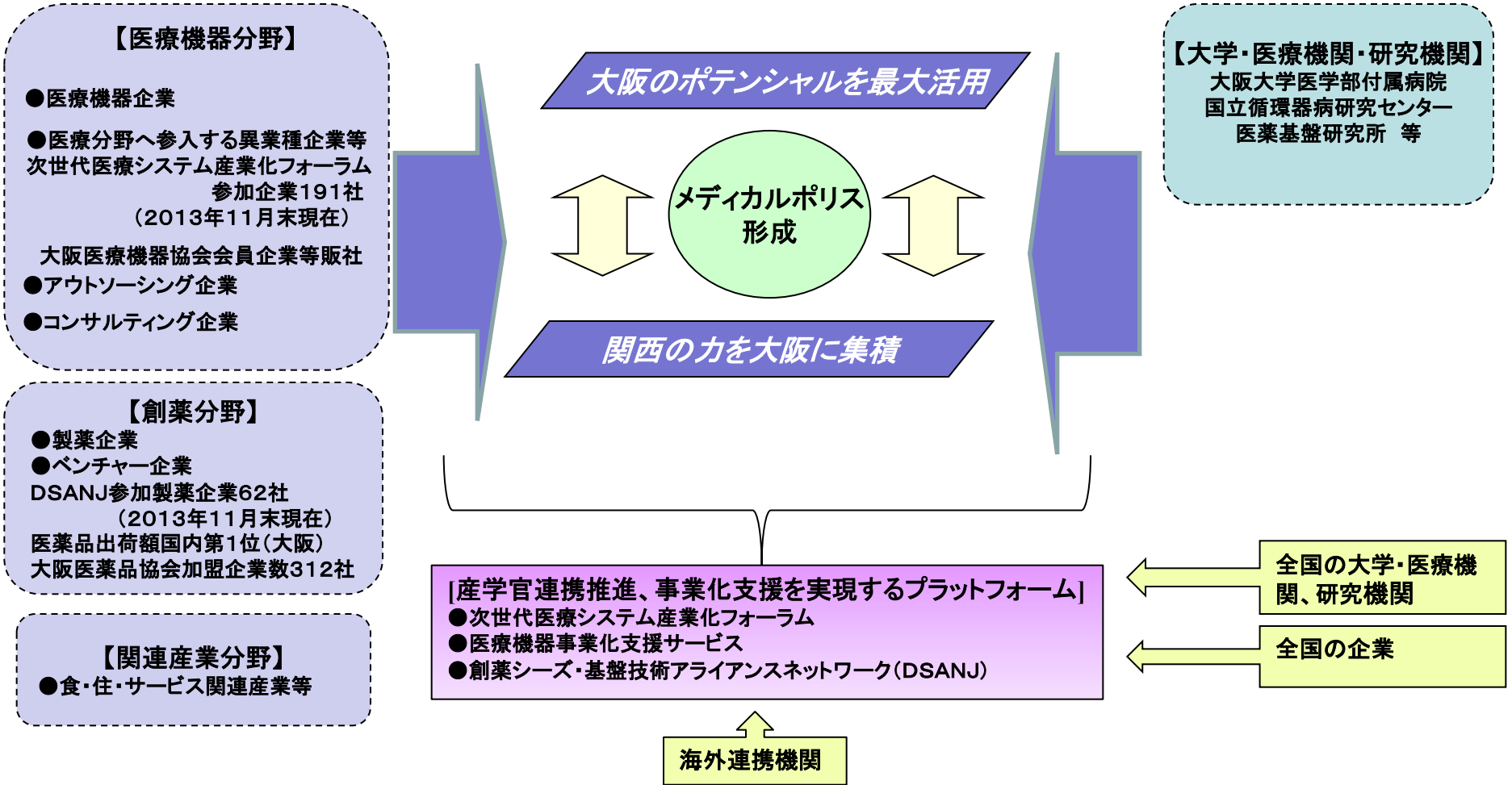
### 「千客万来都市OSAKAプラン」第1期からの承継

- 全国の企業、医療機関・大学・研究機関を対象にした「次世代医療システム産業化フォーラム」の継続的实施により、多様な医療機器開発プロジェクトの立ち上げと、異業種からの医療機器ビジネスへの新規参入の促進を実現しており、医療機器産業のすそ野を広げることに寄与してきた。
- また、関西イノベーション国際戦略総合特区を活用し、医療機器分野の事業化支援に注力し、米国やシンガポールといった海外組織との連携を含め、国内外にネットワークを有する医療機器ビジネスプラットフォームが形成されつつある。
- 創薬分野についても、全国の製薬企業が活用できる「創薬シーズ・基盤技術アライアンスネットワーク」事業を展開し、高いマッチング率を実現している。
- 世界的に成長の見込めるライフサイエンス関連産業の動向を踏まえ、これら成長の芽を大きくするための取り組みを着実に進める。

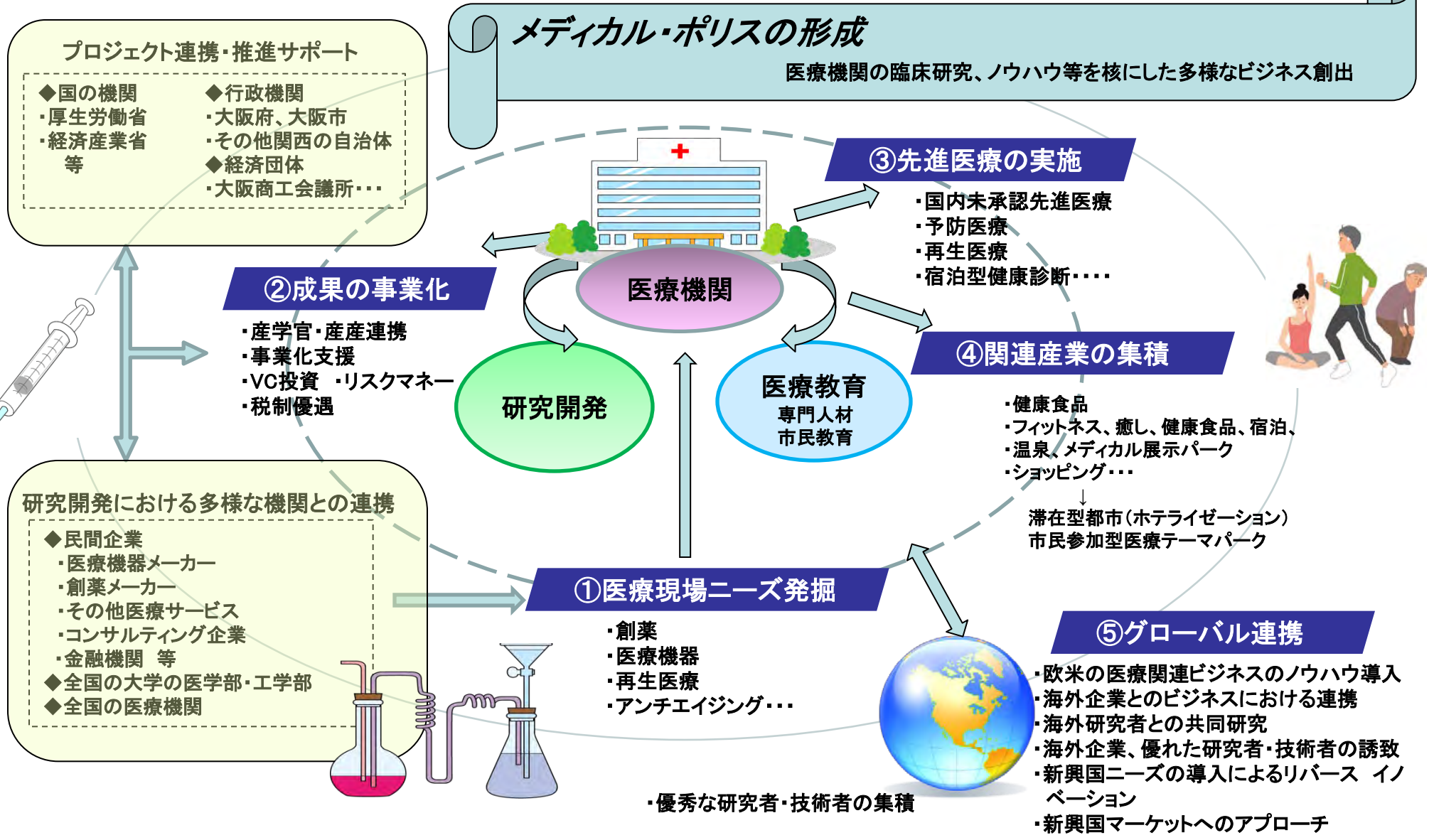


## 2. 大阪のポテンシャル

大阪は製薬企業や医療機器開発企業、革新的創薬や先進医療を誇る大学、研究機関の集積が高い。さらに、産学・産産連携促進事業や事業化支援事業等、きめ細かいサービスを伴い、全国や海外にもネットワークをもつ推進体制が整っている。



3. 地域と連携した取り組み



#### ① 医療現場ニーズ発掘

- ・創薬
- ・医療機器
- ・再生医療
- ・アンチエイジング…

#### ② 成果の事業化

- ・産学官・産産連携
- ・事業化支援
- ・VC投資 ・リスクマネー
- ・税制優遇

#### ③ 先進医療の実施

- ・国内未承認先進医療
- ・予防医療
- ・再生医療
- ・宿泊型健康診断…

#### ④ 関連産業の集積

- ・健康食品
- ・フィットネス、癒し、健康食品、宿泊、
- ・温泉、メディカル展示パーク
- ・ショッピング…

↓

滞在型都市(ホテライゼーション)  
市民参加型医療テーマパーク

#### ⑤ グローバル連携

- ・欧米の医療関連ビジネスのノウハウ導入
- ・海外企業とのビジネスにおける連携
- ・海外研究者との共同研究
- ・海外企業、優れた研究者・技術者の誘致
- ・新興国ニーズの導入によるリバース イノベーション
- ・新興国マーケットへのアプローチ

#### 研究開発における多様な機関との連携

- ◆民間企業
  - ・医療機器メーカー
  - ・創薬メーカー
  - ・その他医療サービス
  - ・コンサルティング企業
  - ・金融機関 等
- ◆全国の大学の医学部・工学部
- ◆全国の医療機関

・優秀な研究者・技術者の集積

II. メディカル・ポリス形成プロジェクト

4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
15	医療機器事業化プラットフォームの構築	継続	医療機器分野の研究開発、国内外の市場での事業化を支援する仕組み(国際戦略総合特区や国家戦略特区等も活用)を通じた多様な医療機器ビジネスの立ち上げ、新規参入促進等の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・医療現場ニーズを発掘し、定期的に企業に情報提供する「次世代医療システム産業化フォーラム」を実施する</li> <li>・市場調査、ビジネスプラン策定、試作品製作、知財戦略、保険戦略、臨床試験、薬事申請、販路開拓、海外展開等を、切れ目なく専門家が支援できるプラットフォームを構築し、医療機器の事業化を支援する</li> <li>・米国、シンガポール等との機関と連携し、日本企業の海外展開を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「次世代医療システム産業化フォーラム」の開催、国内外からの案件確保</li> <li>・国内外における医療機器ビジネス支援体制の整備</li> <li>・実証事業の実施</li> <li>・BBAM・A-STAR等、海外関連組織との連携事業</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国の医療機関</li> <li>・大学</li> <li>・医療機器メーカー</li> <li>・モノづくり企業</li> <li>・米国ミネソタ州バイオビジネス・アライアンス・オブ・ミネソタ(BBAM)</li> <li>・シンガポール科学技術研究庁(A-STAR)</li> <li>・その他海外機関</li> <li>・経済産業省ほか関係省庁</li> </ul>
16	創薬シーズ・基盤技術疾患別商談会等による産学官・産産連携の推進	継続	創薬シーズ(製薬候補物質)・基盤技術(創薬に使われる技術)等に関心を持つ製薬企業と、技術を保有するバイオベンチャー、大学・研究機関のマッチング促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外の大学・研究機関・ベンチャー企業から大手製薬メーカーへの技術提案等をネット上で仲介する「創薬シーズ・基盤技術アライアンスネットワーク(DSANJ)」を運営するとともに、実際の面談マッチングを実施する</li> <li>・海外機関との連携によるマッチングの実施</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・DSANJの運営</li> <li>・疾患別商談会の開催</li> <li>・海外機関との連携</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学</li> <li>・研究機関</li> <li>・製薬企業</li> <li>・創薬ベンチャー</li> <li>・大阪医薬品協会</li> <li>・医薬基盤研究所 等</li> </ul>
17	健康食品機能性表示認証制度の整備	新規	健康食品の成分の効能表示(機能性表示)の実現を通じた健康食品の市場拡大、輸出促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・政府の適切なガイドラインに基づき、健康食品の安全性を確保した上で機能性表示を可能とするための認証制度を構築する</li> <li>・上記制度の下で、業界団体と協力した民間認証を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・健康食品の機能性表示を可能にするための認証制度を構築</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業界団体と協力した健康食品機能性表示認証制度を実施</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康食品業界団体</li> </ul>
18	医療関係機関を核とした食、住、サービス産業等多様な産業分野の連携による新ビジネスの創出	継続	「複合医療産業拠点(メディカル・ポリス)」における新ビジネスの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・医療関係機関における研究成果や、臨床現場のニーズ、蓄積されたノウハウを生かし、大企業、中小・ベンチャー企業による食、住、サービス産業等、多様な産業分野での連携を促進する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新ビジネス創出モデル事業実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学</li> <li>・研究機関</li> <li>・医療機関</li> <li>・医療機器メーカーサービス産業 等</li> </ul>

## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
	国際メディカル・ポリスの創成	統合		【理由】上記「医療機器事業化プラットフォームの構築」「創業シーズ・基盤技術疾患別商談会、国別商談会による産学官・産産連携の推進」として実施		

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

## 定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	医療産業の振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府の医薬品の生産額</li> <li>大阪府の医薬品の生産額シェア</li> <li>大阪府の医療機器の生産額</li> <li>大阪府の医療機器の生産額シェア</li> </ul>

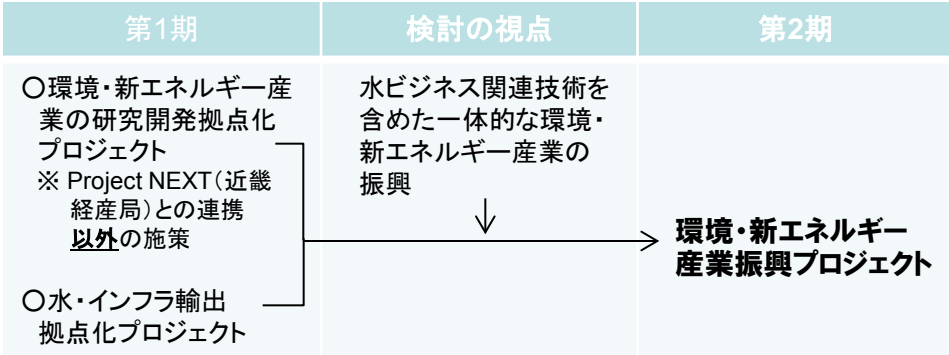
No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	多様なビジネスマッチングの実現 (次世代医療システム産業化フォーラム)	<ul style="list-style-type: none"> <li>産学及び産産マッチング件数</li> <li>産学及び産産マッチング件数(うちプロジェクト数)</li> <li>産学及び産産マッチング件数(うち事業化案件数)</li> <li>医療機器産業への新規参入企業数</li> </ul>
2	多様なビジネスマッチングの実現 (創薬シーズ・基盤技術アライアンス・ネットワーク)	<ul style="list-style-type: none"> <li>商談件数</li> <li>商談件数(うち技術移転/共同研究件数)</li> </ul>
3	多様なビジネスマッチングの実現 (医療関係機関を核とした食、住、サービス産業新ビジネス創出事業)	<ul style="list-style-type: none"> <li>マッチング件数</li> <li>マッチング件数(うち新ビジネス件数)</li> <li>マッチング件数(うち医療関連産業への新規参入企業数)</li> </ul>

## 定性的な目標

No.	定性的な目標	内容
1	医療技術・産業の先進性	国内外から多くの医療関係者が大阪に集い、先進的な研究開発が絶えず進められている
2	メディカル・コンプレックスの形成	医療産業を核に、飲食、スポーツ等あらゆる産業へとすそ野が広がり、多くの人々がこれに従事する状態が維持される

# 戦略プロジェクト

## III. 環境・新エネルギー産業振興プロジェクト



## 1. プロジェクトの概要

- 優れた技術を持つ大阪・関西の大企業・中小企業や行政と連携を通じたオープンイノベーションを促進し、水・インフラ、エネルギー等の社会課題を解決する。
- 海外の水インフラ課題に対応するため、大企業・中小企業による企業チームを編成し、行政との連携により、インフラシステムのパッケージ輸出を支援する。
- 次世代エネルギー関連機器産業の振興に向け、大企業の技術課題への解決策を中小企業が提案する研究開発プラットフォームを構築する。

### 背景

- 次世代エネルギー関連機器産業については、アジア各国の国家戦略に鑑み、日本としても国際競争力のある産業育成のためには、これまで以上に強みのある産業分野・地域への集中投資が必要である。
- また、水・インフラビジネスについては、2013年6月の日本再興戦略で「インフラ輸出」を海外展開戦略として打ち出し、迅速かつ着実に実施する方針が示されている。大阪商工会議所としても、近畿経済産業局の「関西・アジア・環境・省エネビジネス交流推進フォーラム」の中に設置した「水分科会」(同局と大阪商工会議所が共同事務局)を中心に、大阪府・大阪市とも連携し、水・インフラ輸出ビジネスの振興を図る必要がある。

### 「千客万来都市OSAKAプラン」第1期からの承継

- プラン開始後2年間の円高の進展、日中関係の悪化等により、製造業の輸出にマイナスの影響が生じた。在阪電機メーカーの業績不振が様々な面で影響を及ぼすことが懸念される中、大学・研究機関からのアイデア提供の受け皿や、企業側に蓄積されている技術の活用という観点で、アクションプランをブラッシュアップしつつ進めていく。
- 水・インフラ輸出についても、機器・部材の輸出に実績があるものの、プラント輸出についてはまだ成長途上。水分科会での取り組みを進め、日本製品の中長期的なメリットを訴求することで、機器・部材輸出のみならずプラント輸出の増加につなげる。
- 上記方針のもと、国内外のエネルギーや水・インフラ等の社会課題の解決と企業の利益、競争力向上を両立させるため、下記のアクションを進める。
  - ✓ 社会課題(ニーズ)を事業機会と捉えることで、各企業の製品・サービスでいかに社会課題を解決するかの探索を通じた①集積形成②事業化支援③販路開拓——を推進する。
  - ✓ 国内外のエネルギーや水・インフラ等の社会課題を解決することを目的に、企業の製品・サービスや知恵のマッチングを行い、新規事業を創発させ、社会課題対応型イノベーション都市＝大阪を定着させる。
  - ✓ 優れた個別要素技術を持つ大阪・関西の大企業・中小企業と行政との連携による水インフラ・システムの輸出を促進させる。
  - ✓ 大阪が強みを持つ次世代エネルギー分野におけるハイエンド技術の研究開発プラットフォームを構築する。

Ⅲ. 環境・新エネルギー産業振興プロジェクト

2. 大阪のポテンシャル

市場予測および経済効果

■ 水ビジネスの成長による関西地域への経済波及効果予測(2015年)

	経済(波及)効果			粗付加価値 増加額 (億円)
	金額 (億円)	構成比	波及倍率	
製造	860	64.4%	1.8	365
工事	84	6.3%	1.8	42
施設管理等受託業務	352	26.3%	1.8	208
設計・コンサル タート	20	1.5%	1.7	13
専門商社	19	1.4%	1.7	13
合計	1,336	100.0%	1.8	641

(出典)global Water Market 2008および経済産業省試算、近畿経済産業局、近畿経済産業局「価値を創造する新たな水ビジネスへの挑戦!(関西水ビジネス検討委員会報告書)」(2010年)

■ 関西の環境ビジネスの生産規模の推計

(単位:億円)

環境ビジネスの分類	全国	関西	全国シェア
1 公害防止装置	13,462	3,030	22.5%
2 廃棄物処理・リサイクル装置	3,314	1,090	32.9%
3 環境分析装置	432	50	11.6%
4 環境関連サービス	2,180	270	12.4%
5 施設建設(埋立処分場造成)	582	90	15.5%
6 廃棄物処理・リサイクル	221,619	33,800	15.3%
7 下水・し尿処理	10,930	1,880	17.2%
8 環境修復・環境創造	3,909	590	15.1%
9 環境調和型製品	60,994	11,190	18.3%
10 新エネルギー	8,594	3,720	43.3%
11 省エネルギー	11,123	3,030	27.2%
合計	337,139	58,740	17.4%

(出典)関西社会経済研究所「関西経済白書」(2010年版)

■ 関西の水関連企業の集積

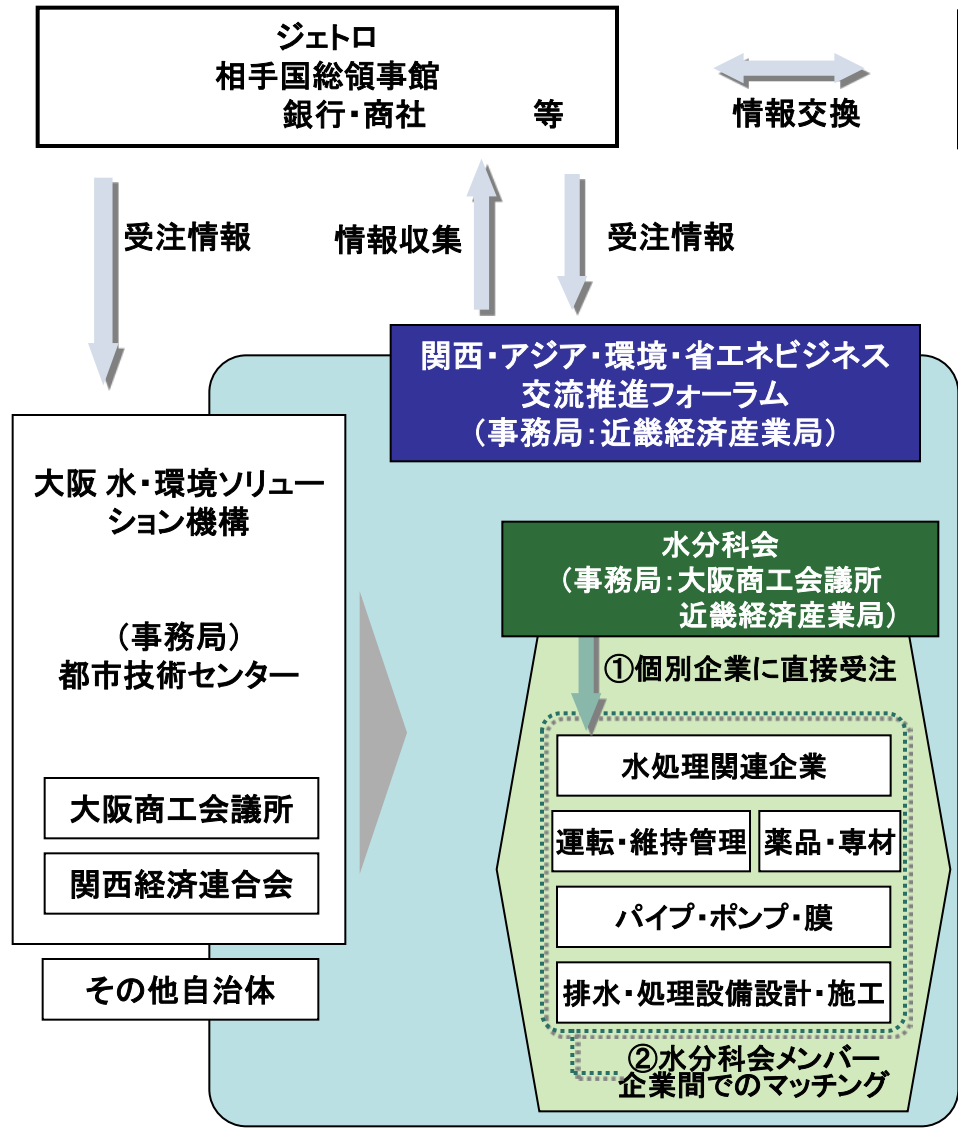
水道事業	運転維持管理 : 日本メンテナンスエンジニアリング
プラント建設	建設: ササクラ エンジニアリング: 日立造船、神鋼環境ソリューション 計測・分析: 堀場製作所、島津製作所、総合水研究所
機器・素材	設備機器: ナガオカ、積水アクア、大成機工、アクアテック、理水化学 パイプ・ポンプ: クボタ、西島製作所、栗本鐵工所、積水化学 膜: 旭化成、日東電工、東レ、東洋紡

排水・廃水・汚泥処理: サンエンジニアリング、サニコン、鈴木産業、ユニチカ、アタカ大機 薬品: トーケミ、武田薬品、多木化学、ダイソー

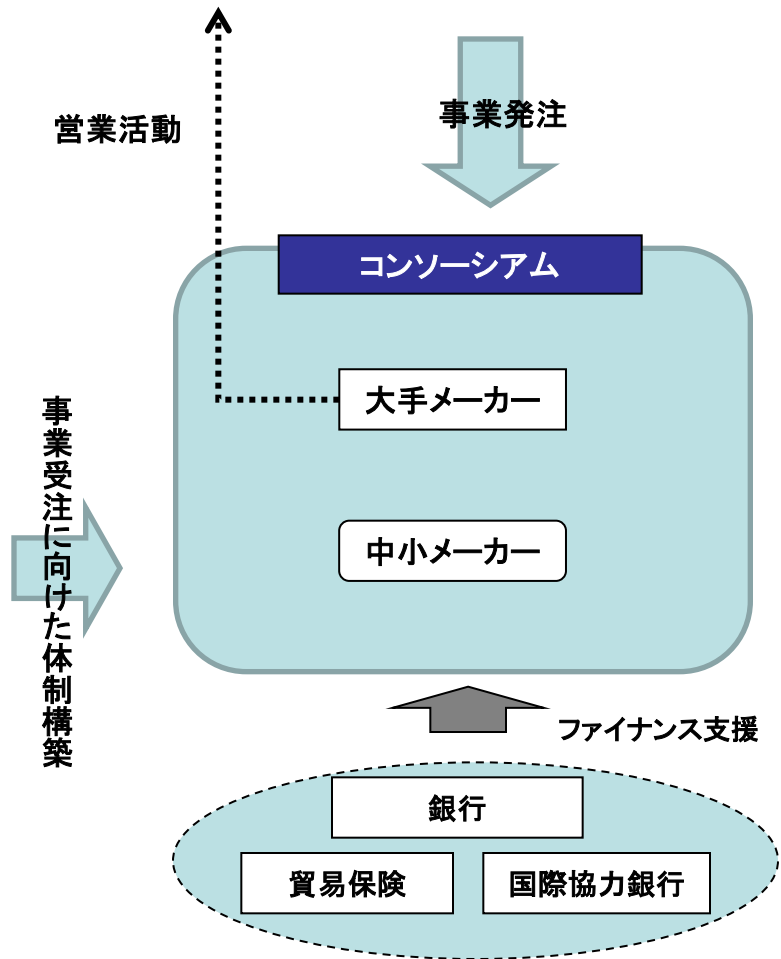


3. 地域と連携した取り組み

大阪商工会議所の水・インフラビジネスへの取組みスキーム



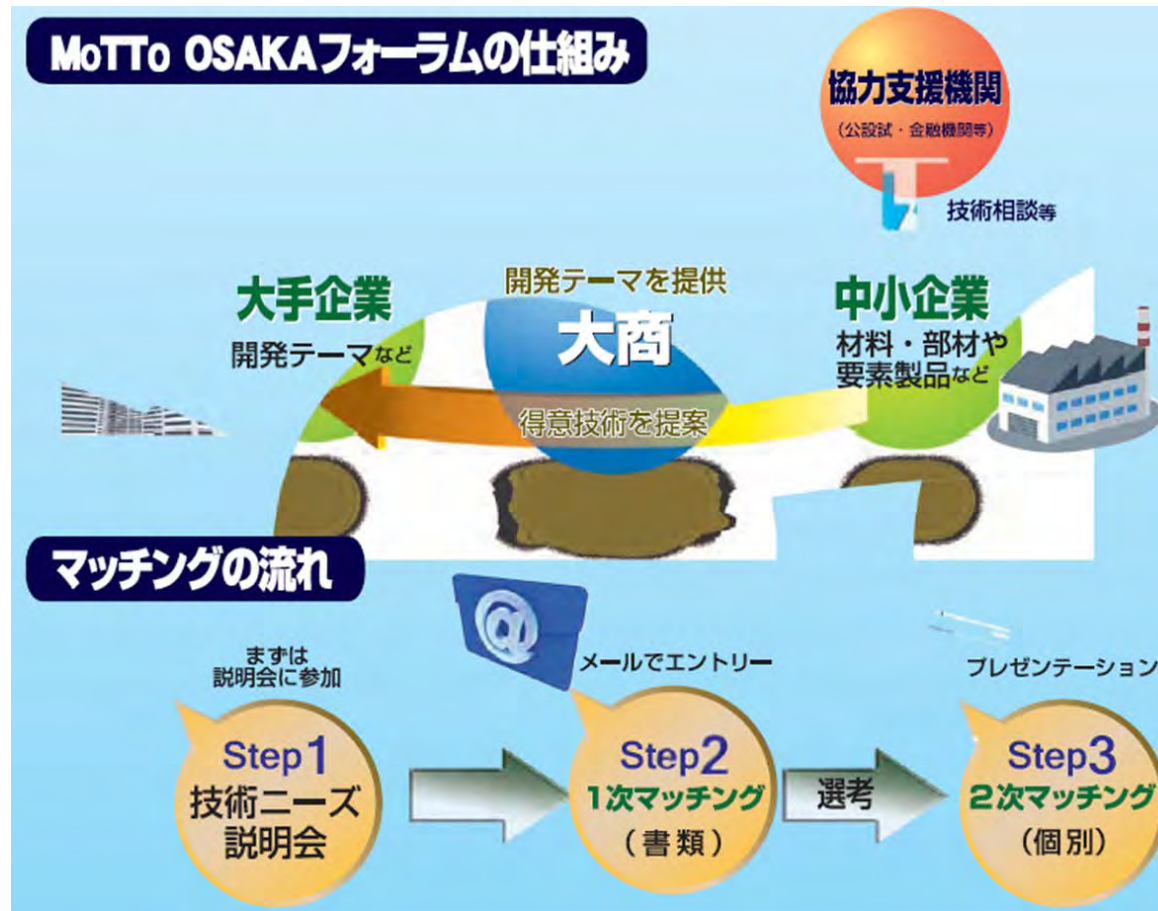
<受注先>



## 3. 地域と連携した取り組み

## 大阪商工会議所の次世代エネルギー関連機器産業の振興への取り組みスキーム

大手が取り組む新規開発について技術課題を提示し、中小がそれに対して保有する技術や製品を提案する「MoT To OSAKA フォーラム」を通じ、アジア諸国に負けない“ハイエンド技術”の開発、製品化・事業化を促進



Ⅲ. 環境・新エネルギー産業振興プロジェクト

4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
19	水インフラ・システム関連産業の輸出促進	継続	優れた個別要素技術を持つ大阪・関西の大企業・中小企業と行政との連携による水インフラ・システムの輸出促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>「関西・アジア 環境・省エネビジネス交流推進フォーラム(通称 Team E-Kansai)」を通じて、アジア地域の現地政府・業界団体・企業や同地域の工業団地等の課題ニーズを探り、それに対応できる企業チームを編成して、ソリューション提案を実施する</li> <li>・新エネルギー・産業技術総合開発機構(NEDO)、国際協力機構(JICA)等の公募情報を活用し、アジア地域で水ビジネスを展開している日本企業を中心とした案件形成を支援する</li> <li>・国内外で開催される水関連の展示会等への出展支援やビジネスマッチングによるアジアとのビジネス交流を促進する</li> <li>・「大阪 水・環境ソリューション機構」に参画する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・各種情報提供や技術・部材のマッチング、水技術展示会への出展</li> </ul> </li> <li>&lt;2015年度&gt;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> </li> <li>&lt;2016年度&gt;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近畿経済産業局</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> </ul>
20	次世代エネルギー関連機器産業の振興	継続	大阪が強みを持つ次世代エネルギー分野における“ハイエンド技術”の研究開発プラットフォームの構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大手が取り組む新規開発について技術課題を提示し、中小がそれに対して保有する技術や製品を提案する「MoTTō OSAKA フォーラム」を通じ、アジア諸国に負けない“ハイエンド技術”の開発、製品化・事業化を促進する</li> <li>・スマートグリッド・蓄電池・熱融通やEV・燃料電池車、水素インフラ等の社会課題を解決する機能の充実につなげる</li> <li>・「関西イノベーション国際戦略総合特区」の推進に協力する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・大手企業と中小企業の技術・製品開発のマッチング、オープンイノベーションの推進</li> </ul> </li> <li>&lt;2015年度&gt;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> </li> <li>&lt;2016年度&gt;                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府</li> </ul>
	「大阪 水・環境ソリューション機構」への参画	統合		【理由】上記「水インフラ・システム関連産業の輸出促進」に統合。同機構は大阪府・市が主体となって活動しており、大商が成果の創出や公表に対する主導的な役割を担っていない。ただし、同機構への参画(意見・要望等)は継続		
	「関西イノベーション国際戦略総合特区」推進への協力	統合		【理由】上記「次世代エネルギー関連機器産業の振興」に統合。ただし、特区への参画は継続		

5. プロジェクトの実現に向けた目標

定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	輸出実績・海外市場への進出の実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府の企業・団体による水プラント(パッケージレベル)輸出 企業数</li> <li>大阪府の企業・団体による水プラント(パッケージレベル)輸出 件数</li> <li>大阪府の企業・団体による水プラント(パッケージレベル)輸出 平均単価</li> </ul>
2	先端研究開発・産学連携による研究開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府における中小ものづくり高度化法に基づく特定研究開発等計画の認定数</li> <li>大阪府における中小ものづくり高度化法に基づく特定研究開発等計画の認定数シェア</li> <li>大阪府下でのNEDOによる「エネルギー・環境技術分野」の委託、補助・助成事業数</li> <li>大阪府下でのNEDOによる「エネルギー・環境技術分野」の委託、補助・助成事業数シェア</li> </ul>

No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	企業に対する事業支援 (大商ビジネス支援プログラム関連)	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報提供件数(例会+セミナー+シンポジウム)</li> <li>マッチング件数</li> </ul>
2	関西・アジア 環境・省エネビジネス交流推進 フォーラム水分科会	<ul style="list-style-type: none"> <li>水分科会のメンバー数</li> <li>水分科会の例会・セミナー・シンポジウムの開催回数</li> <li>水分科会の商談件数</li> <li>水分科会関連の海外派遣ミッション商談実績(参加企業数)</li> <li>水分科会関連の海外派遣ミッション商談実績(商談数)</li> <li>水分科会関連の海外派遣ミッション商談実績(成約数)</li> <li>水分科会関連の海外派遣ミッション商談実績(成約金額)</li> </ul>
3	技術開発におけるBtoB連携 (MoTTto OSAKAフォーラム関連)	<ul style="list-style-type: none"> <li>フォーラムへの参加企業数</li> <li>大手企業からの開発課題の発表案件数</li> <li>大手案件に対する中堅・中小企業の提案を結び付けるビジネスミーティング数</li> </ul>

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

### 定性的な目標

No.	定性的な目標	内容
1	イノベーティブなブランドの確立	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 大阪の、環境先進都市としてのブランドイメージが向上する</li> <li>• 環境産業において、大企業から中小まで多くの企業が集積、連続し、たえず新しいイノベーションが創出される状態になる</li> <li>• 環境技術が核となり、大阪へ国内外から投資が誘発される</li> </ul>

## 戦略プロジェクト

# IV. 次世代モノづくり産業振興プロジェクト

第1期	検討の視点	第2期
○環境・新エネルギー産業の研究開発拠点化プロジェクト ・Project NEXT(近畿経産局)との連携	・「モノづくり」分野における異分野交流・融合・国際的な企業間交流による新事業創出	次世代モノづくり産業振興プロジェクト

## 1. プロジェクトの概要

- 市場ニーズの多様化や消費構造の変化が進む中、高付加価値製品の開発が求められている「モノづくり」分野で、異分野・国際的な企業間交流（ハイブリッド化）による新事業創出を促進する。
- 中小企業・ベンチャー企業に対する製造プロセスのデジタル化支援や3Dプリンター等新しい製造装置への対応を支援する。
- 大手メーカーの保有・休眠特許や半完成品・デバイス・部材をもとにした中小企業の自社ブランド製品の開発・事業化を支援する。
- 次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業分野における大阪・関西企業の競争力を強化するために、中小企業と海外企業との協業を促進する。

### 背景

- 中小のモノづくり企業が苦戦している原因は、高い技術力を持ちながら、「企画・マーケティング」や「販売」といったいわゆる「スマイルカーブ」の付加価値の高い工程で競争劣位にあること。そうした状況を打破するため、2013年6月の日本再興戦略では、「戦略市場に参入する中小企業・小規模事業者の支援」を日本産業再興プランとして打ち出し、企業連携のためのマッチングやICTの活用を推進する方針が示されている。
- 市場ニーズの多様化や消費構造の変化が進む中、モノづくり分野では、高付加価値製品の開発が求められている。

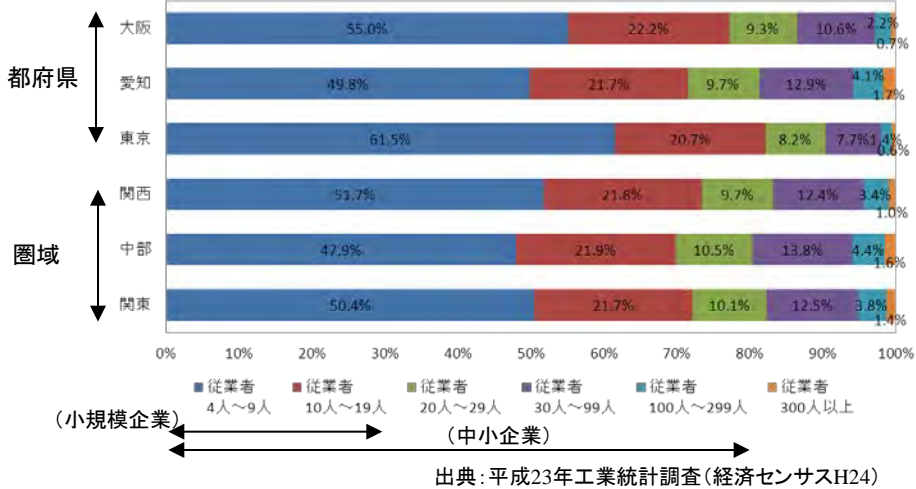
### 実現のための方策

- 経営資源の乏しい中小企業に対し、「外部の力」を利用することで、上流工程（企画、知財、設計等）と下流工程（品質保証、サービス、メンテ等）の高度化と、製造技術というこれまでの強みを維持する。
- 市場ニーズの多様化や消費構造の変化が進む中、高付加価値製品の開発が求められている「モノづくり」分野で、異分野交流・融合・国際的な企業間交流（ハイブリッド化）による新事業創出と、それをプロデュースできる高度な人材を育成・確保する。
- 中小企業・ベンチャー企業に対する製造プロセスのデジタル化支援や3Dプリンター等新しい製造装置への対応策を検討する。
- 大手メーカーの保有・休眠特許や半完成品・デバイス・部材をもとにした中小企業の自社ブランド製品の開発・事業化を支援する。
- 近畿経済産業局の「次世代エレクトロニクス・エネルギー技術創出プロジェクト」と連携し、当該産業分野において優位技術を有する大阪・関西企業の中小・ベンチャー企業の海外展開を支援するとともに、海外の優れた中小・ベンチャー企業に大阪・関西企業との商談機会を提供する。

## 2. 大阪のポテンシャル

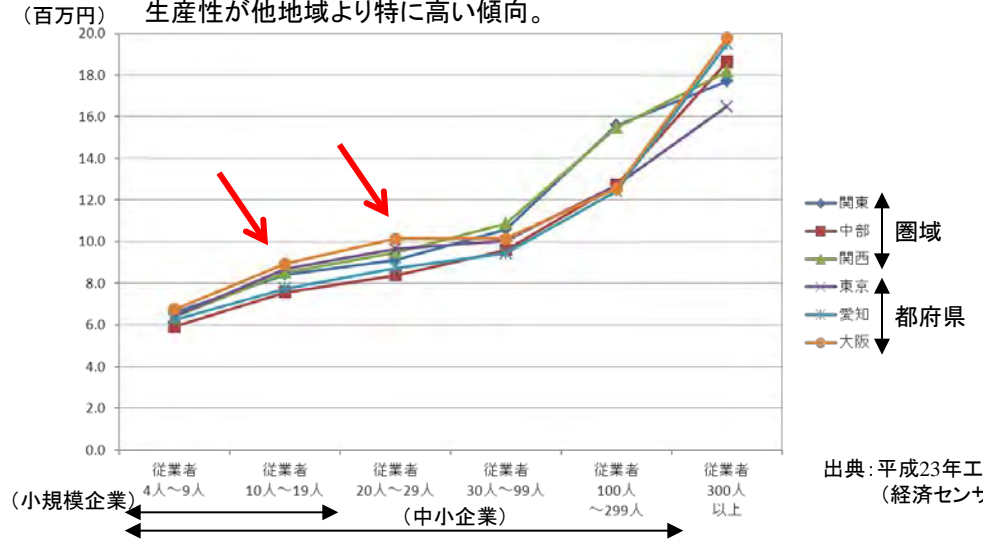
### ■ 製造業の規模別分布

○大阪の製造業は大半が、従業員300人未満の中小企業。また都市部ゆえに、小規模企業の割合も東京に次いで高い。



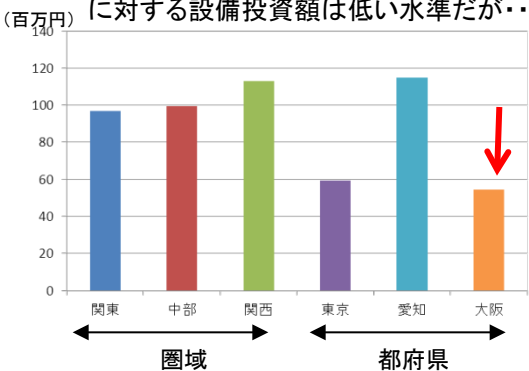
### ■ 製造業の生産性(規模別)

○平均的な生産性(一人当たり付加価値額)を見ると、小規模~中規模企業の生産性が他地域より特に高い傾向。



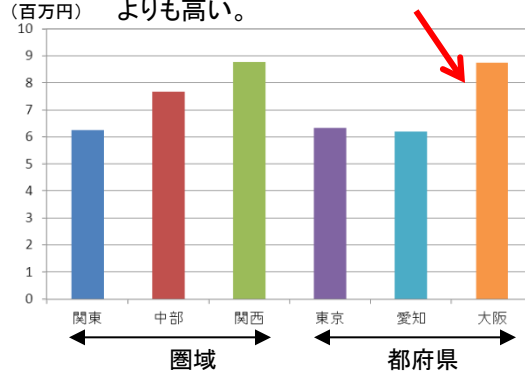
### ■ 製造業(大企業含む)の1社あたり機械・装置設備投資額

○大阪では、大企業も含めれば機械・装置に対する設備投資額は低い水準だが...



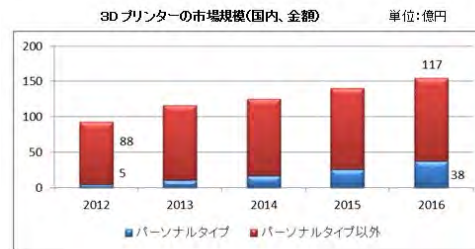
### ■ 中小企業(製造業以外含む)の1社あたり機械・装置設備投資額

○中小企業に限ってみれば、他地域よりも高い。

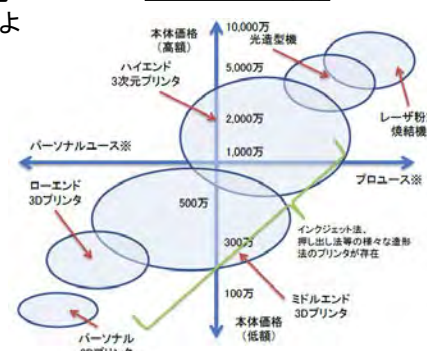


### ■ モノづくりの革新: 3Dプリンターの動向

○シードプランニング社によれば、3Dプリンターの市場規模は年率+7%程度で成長する見込み。これらものづくりの革新への対応により一層の生産性向上が期待できる。



### 3Dプリンターの種類

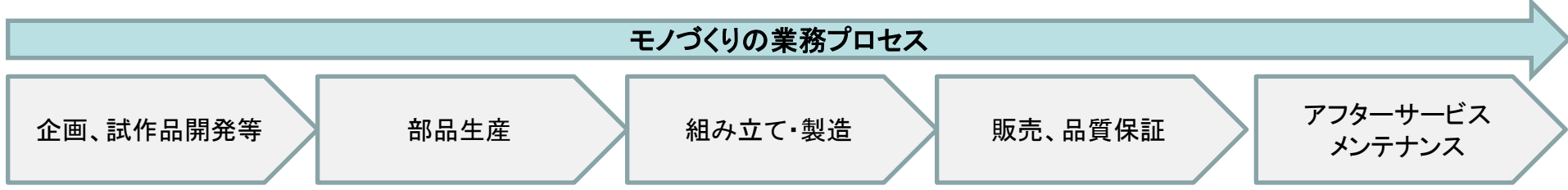




3. 地域と連携した取り組み

市場ニーズの多様化や消費構造の変化が進む中、中小企業に対して「外部の力」利用を支援し、異分野交流・融合・国際的な企業間交流による新事業創出と、高度な人材育成を目指す

モノづくりの業務プロセス



関西のモノづくり中小企業

ICT×モノづくり振興による  
これまでの強みの維持・強化

海外・グローバル  
企業との  
国際的協業の促進

モノづくり+コトづくりによる  
自社ブランド開発・事業化

- 【コンソーシアム形成】
- ・大手メーカーの技術シーズ活用(中小企業との橋渡し)
  - ・事業化に向けた伴走支援

- 【研究会・勉強会の運営】
- ・製品、製造プロセスのデジタル化支援
  - ・3Dプリンター等新しい製造装置への対応策

- 【近畿経済産業局「Project NEXT」との連携】
- ・海外展示商談会出展
  - ・グローバル企業との個別商談会開催

大阪商工会議所

大手メーカー  
開発部門

生産技術に係る  
産業、研究者  
各種プラットフォーム

経済産業省  
近畿経済産業局  
自治体

海外企業、  
グローバル企業

高度なプロフェューズ人材の育成・確保  
高付加価値品の開発、新事業創出

## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
21	ICT×モノづくりの振興	新規	中小企業・ベンチャー企業に対する製品や製造プロセスのデジタル化支援や3Dプリンター等新しい製造装置への対応策検討	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ICTとモノづくりを融合した新たな工作機械や試作・研究開発設備、コミュニケーションツール等を中小・ベンチャー企業が開発するための方策を検討する研究会を組成し、運営する</li> <li>・同研究会での検討テーマは、新たな工作機械等の用途の可能性や、インターネットによってオープンになったデザインや研究開発のプラットフォーム、キックstarter等のクラウドファンディングサービスを活用した資金調達のプラットフォーム、マーケティングのプラットフォームの構築等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;</li> <li>・研究会の立ち上げ</li> <li>&lt;2015年度&gt;</li> <li>・取り組み継続</li> <li>&lt;2016年度&gt;</li> <li>・取り組み継続</li> </ul>	
22	モノづくり+コトづくりの振興	新規	大手メーカーの保有・休眠特許や半完成品・デバイス・部材をもとにした中小企業の自社ブランド製品の開発・事業化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大手メーカーから技術シーズ(保有・休眠特許や半完成品・デバイス・部材)の提供を受けて、その用途開発に向けた勉強会を開催し、事業化に向けた中小企業によるチームを形成する</li> <li>・大手企業では事業規模等の観点から製品化・事業化できなかった案件を、中小企業の特徴を生かし、大手企業技術者のアドバイスを得ながら、中小企業の自社ブランドとして製品化・事業化するまで伴走支援する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;</li> <li>・中小企業コンソーシアム形成、事業化に向けた伴走支援</li> <li>&lt;2015年度&gt;</li> <li>・取り組み継続</li> <li>&lt;2016年度&gt;</li> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近畿経済産業局</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪シティ信用金庫</li> </ul>
23	次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業における国際的企業間協業の促進	継続	次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業分野における大阪・関西企業の競争力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近畿経済産業局の「次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業創出プロジェクト(Project NEXT)」と連携し、以下の事業を行う</li> <li>【OUTBOUND事業】</li> <li>・大阪・関西企業の海外展示商談会出席</li> <li>・大阪・関西企業とグローバル企業の個別商談会の開催</li> <li>【INBOUND事業】</li> <li>・大阪・関西の大手企業を対象とした海外企業によるプレゼンテーション・商談会の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;2014年度&gt;</li> <li>・OUTBOUNDおよびINBOUND事業の実施</li> <li>・海外等へのPRツールとしての「優良企業集」の発行</li> <li>・海外諸機関との協力関係の構築・拡大</li> <li>&lt;2015年度&gt;</li> <li>・取り組み継続</li> <li>&lt;2016年度&gt;</li> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近畿経済産業局</li> <li>・在日外国公館</li> <li>・海外の産業支援機関</li> </ul>

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

## 定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	異分野・国際的な企業間交流や新たな製造装置への対応支援により、中小企業の事業投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府製造業の一人当たり付加価値額</li> <li>大阪府製造業の設備投資額(機械装置)</li> <li>大阪府中小企業の設備投資額(機械装置)</li> </ul>

No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	ICT×モノづくりの振興 モノづくり+コトづくりの振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>研究会参加企業数</li> <li>情報提供件数</li> </ul>
2	次世代エレクトロニクス・エネルギー技術産業における国際的企業間協業の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>商談数</li> <li>商談実績</li> </ul>

# 戦略プロジェクト

## V. 海外市場アクセスプロジェクト

第1期	検討の視点	第2期
○新興国市場開拓プロジェクト	・新興国を含む幅広い海外市場におけるクロスボーダー取引、サプライチェーン構築の支援 ・EPAを活用したビジネス展開 ↓	海外市場アクセスプロジェクト

## 1. プロジェクトの概要

- 国際的な企業間競争が激化する中、国内から海外(イン・アウト)、海外から海外(アウト・アウト)、海外から国内(アウト・イン)といったクロスボーダー事業の展開を支援し、海外における大阪のプレゼンスを高める。
- 国内外でのサプライチェーン構築に向け、海外現地法人の活用・活性化や、TPPを含むEPA(経済連携協定)の活用促進を支援する。
- 北米でのクリーンエネルギービジネスの展開、メコン地域での生産拠点設置・販路拡大、中国でのシルバービジネスの展開等を支援する。
- ODA(政府開発援助)を活用した輸出拡大・新市場開拓や、外資企業の大阪誘致に取り組む。

### 背景

- 国においては、2013年6月の日本再興戦略で、3つのアクションプランの1つに国際展開戦略を位置づけ、積極的に世界市場に展開を図っていくとともに、対内直接投資の拡大等を通じて、世界のヒト、モノ、カネを日本国内に惹きつけることにより、世界の経済成長を取り込んでいく方針が示されている。
- 大阪商工会議所においても、これまで取り組んできた新興国市場開拓に加え、より幅広い海外ビジネス支援ニーズに対応する必要がある。
- 具体的には、国内外でのサプライチェーン構築やEPAを活用した多地域にわたるビジネス展開に加え、海外企業の買収や外資の大阪への積極的誘致等多様化するビジネスニーズに対応する必要性が増している。

### 「千客万来都市OSAKAプラン」第1期からの承継

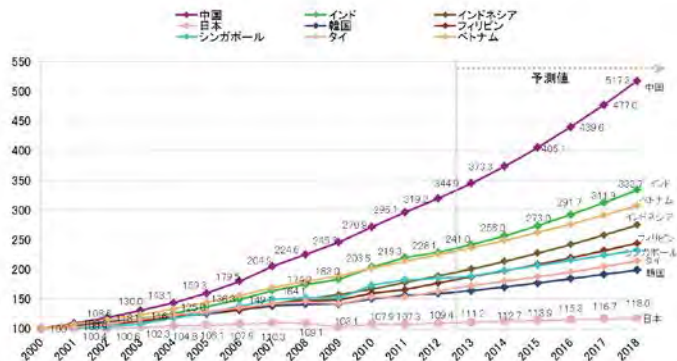
- 第1期開始後2年間の円高の進展、日中関係の悪化等により輸出にマイナスの影響が生じたが、商談会や展示会は活発に行われ、特に中国ビジネスに関わる情報は大阪商工会議所に集中している。
- 他方、プラン開始当初に比べ、国・府・市等でも様々なレベルで海外進出支援が強化されている。そうした中で、中小企業によるODAの活用支援等、中小企業にとってのワンストップ窓口となるべく他機関との連携を図りつつ、大阪商工会議所の独自性を生かす施策に取り組む等、視野を広げつつアクションプランをブラッシュアップしていく。

V. 海外市場アクセスプロジェクト

2. 大阪のポテンシャル

市場予測および経済効果

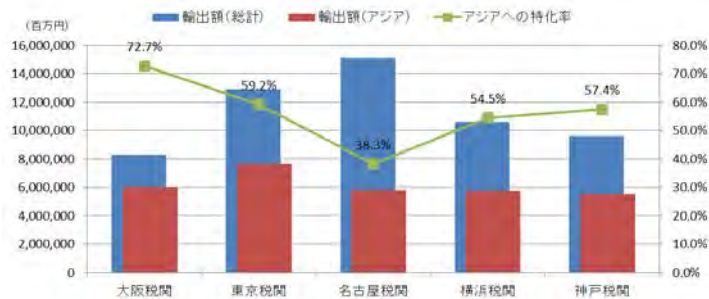
■世界各国の実質GDP



(出典)IMF「World Economic Outlook Database, April 2013」  
(注)韓国、ベトナムについては、2012年以降推計値

■各税関の輸出額とアジアへの特化率

※税関管内:大阪税関は大阪、京都、滋賀、奈良、和歌山、福井、石川、富山の2府6県

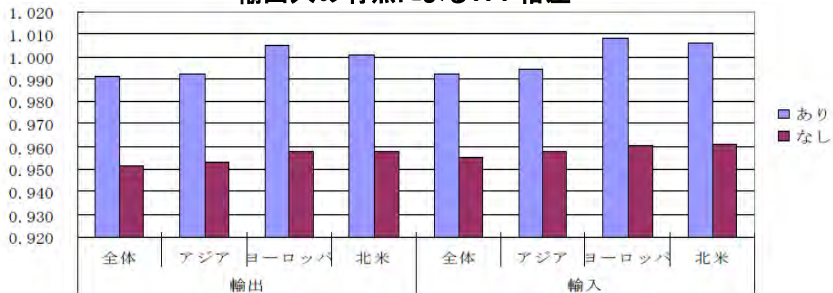


(出典)財務省「貿易統計」2012年分確定値

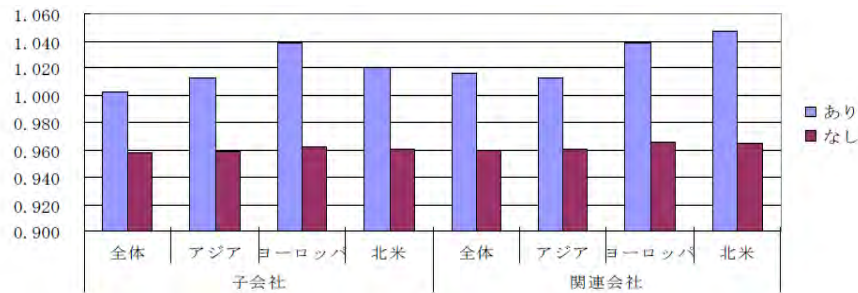
■近畿の企業の海外進出とTFP(全要素生産性)※の関係

輸出入を行っていること、海外子会社・関連会社を有することが生産性の成長に貢献する。  
特にアジアと貿易取引を行っていること、海外子会社・関連会社を有することが生産性の成長に貢献する。

輸出入の有無によるTFP格差



海外子会社・関連会社の有無によるTFP格差



(出典)近畿経済産業局「近畿企業の国際化と生産性(TFP)に関する実態調査」(2007)

※TFP: Total Factor Productivity (全要素生産性)

経済成長率を説明する際、資本や労働等の投入量の伸びだけでは説明できない、全投入要素の生産性の上昇に関する指標。一般的に、技術革新、ITによる生産手法革新、産業間の資源配分、労働者の技能水準の向上等を反映すると言われる。

3. 地域と連携した取り組み

取り組みスキーム案



製品の海外販路拡大 <製品と販路のマッチング>	企業の海外展開支援 <進出サポート>
◆主な事業 ・海外バイヤーとのマッチング事業 ・EPA活用ビジネス支援 ・メコン・クロスボーダービジネス展開支援 ・北米とのビジネス連携強化	◆主な事業 ・海外現地法人活用・活性化支援 ・ODA活用ビジネス支援 ・海外シルバービジネス展開
情報支援・セミナー、セールスプロモーション・政策要望、グローバル人材育成 専門家による相談対応、技術プロモーション、マッチング、展示会共同参加	

	マッチング機能	相談・サポート機能
行政・団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>●各種商談会(大阪産業振興機構、IBPC 大阪)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●「日本再興戦略」での中小企業の海外展開支援(近畿経済産業局、ジェトロ、中小機構)</li> <li>●大阪プロモーションデスク、上海事務所(大阪府・大阪市)</li> <li>●大阪市売りづくりセンター</li> <li>●中小企業国際窓口相談室(京都商工会議所)</li> <li>●国際ビジネスサポートサービス(神戸商工会議所)</li> </ul>
金融機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>●海外での商談会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●相談センター</li> </ul>

4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
24	海外現地法人活用・活性化支援	新規	海外サプライチェーン構築、オフショア取引（自国を介さず海外同士で行う取引）はじめ、現地法人支援による日本法人の活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内で海外現地法人運営についての勉強会、セミナー等を開催する</li> <li>・在外日本人商工会議所等と連携し、現地法人向けのセミナーを開催する</li> </ul>	<2014年度> ・国内親会社の支援 ・在外日本人商工会議所等との連携確立	・在外日本人商工会議所 等
					<2015年度> ・在外企業同士のクロスボーダー取引支援事業実施	
					<2016年度> ・取り組み継続	
25	EPA活用ビジネス支援	継続	各国EPA(TPPを含む)を活用した輸出競争力確保、サプライチェーン構築等の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・EPA(TPPを含む)にかかる情報提供や、活用の事例紹介を行うセミナー、実務の勉強会を開催する</li> <li>・EPAを活用しやすい環境整備に向けての要望活動を行う</li> </ul>	<2014年度> ・説明会、相談会の実施 ・PR媒体の製作	・日本商工会議所 等
					<2015年度> ・取り組み継続	
					<2016年度> ・取り組み継続	
26	ODA活用ビジネス支援	新規	政府ODAを活用した輸出拡大、新市場開拓の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・輸出拡大、新市場開拓を支援するため、ODA(政府開発援助)を活用したビジネス支援についての説明会を開催する</li> <li>・ODA活用、コンサルタント活用の手法についての勉強会、コンサルタントとのマッチング、在阪企業のもつ技術・商品のコンサルタントへのPRを実施する</li> </ul>	<2014年度> ・コンサルタントとのネットワーク形成 ・ODAビジネスの可能性研究 ・在阪企業PR、マッチング試行	・JICA関西 等
					<2015年度> ・取り組み継続	
					<2016年度> ・取り組み継続	
27	北米とのビジネス連携強化	新規	北米におけるビジネス展開の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリーンエネルギー分野における北米企業との交流を促進する</li> <li>・エネルギー・新技術・M&amp;A、投資環境等に関するセミナーを開催し、新たなビジネス機会に関する情報を提供する</li> <li>・展示会出展、ミッション派遣、ビジネス交流促進(インターナショナル名刺交換会)を実施する</li> </ul>	<2014年度> ・既存事業の一体化検討 ・勉強会、交流事業の実施	・米国総領事館 ・州政府 ・在日米国商工会議所 等
					<2015年度> 継続実施、展示会・ミッション派遣	
					<2016年度> 継続実施	



## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
28	メコン・クロスボーダービジネス展開支援	新規	メコン地域を中心とした海外展開支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・セミナー開催、ミッション派遣、現地機関（海外日本人商工会議所、海外商工会議所、政府機関）との連携による販路開拓商談会を開催する</li> <li>・海外において、海外ビジネス経験者や技術者等の日本人OB人材の活用を支援するほか、日本的経営の適用を研究する</li> <li>・セミナーや個別説明会を開催し、レンタル工場をさらに小スペースに分割し、複数の中小企業の試験的な海外拠点とするインキュベーションファクトリーの活用を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メコン地域での事業検討、試行</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> <li>・他地域への事業展開検討</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・広域への事業展開</li> </ul>	・海外商工会議所等
29	海外シルバービジネス展開	新規	中国はじめ海外で顕在化する高齢化関連需要の取り込み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現行の中国を対象とした「日中シルバー産業連携促進プラットフォーム」を拡大・充実させ、海外における高齢化進展に伴う問題解決を通じたビジネスチャンス獲得を支援する</li> <li>・展示会出展、現地企業等とプラットフォームメンバーとのマッチングを行う</li> <li>・中国からはじめ、他国のシルバー産業への参入支援を展開する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・中国への展開</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他国・地域市場の研究</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多国への展開</li> </ul>	・日中経済協会
30	中国・新興国ビジネス相談の実施	新規	海外ビジネスの入り口やトラブル等個別のビジネス相談への対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中国をはじめ、ASEAN諸国、中東諸国等とのビジネスに関して、個別の相談に対応するほか、専門家・専門機関を紹介する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・個別相談の手法、体制検討、準備</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・新体制立ち上げ</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本アセアンセンター</li> <li>・中東協力センター（予定）等</li> </ul>
31	海外バイヤーとの商談機会の提供	継続	輸出、自社商品・技術の評価確認の機会の提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外有望市場のバイヤーを大阪に招き、商談会を開催する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商談会開催、招へい国検討</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商談会開催、招へい国検討</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商談会開催</li> </ul>	・産業交流センター
32	大阪プロモーションおよび外資誘致	継続	外資企業の大阪進出、投資の誘致による経済活性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪外国企業誘致センター（O-BIC）で、セミナー開催や展示会出展、個別相談対応等を行い、外資系企業を誘致する</li> <li>・大阪のPR、大阪へのインバンド促進（PRセミナー・招聘事業等）を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>海外PR、展示会出展、個別サポート等の実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>継続実施</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>継続実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> </ul>

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

## 定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	輸出実績・海外市場への進出の実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪税関内の輸出実績</li> <li>大阪税関内の輸出実績シェア</li> <li>大阪＋神戸税関内の輸出実績</li> <li>大阪＋神戸税関内の輸出実績シェア</li> </ul>
No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	製品の海外流通促進・企業の海外進出	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外企業との商談会への参加企業数、商談件数</li> <li>国内の商談会への海外からの参加企業数（商談件数）</li> <li>海外の展示会、見本市への参加企業数</li> <li>海外進出相談対応件数</li> <li>大阪外国企業誘致センターによる企業・団体の誘致件数</li> </ul>

戦略プロジェクト

VI. 暮らし(衣・食・住)産業振興プロジェクト

第1期	検討の視点	第2期
	・衣・食・住の幅広い分野における産業振興	暮らし(衣・食・住)産業振興プロジェクト

## 1. プロジェクトの概要

- 国家戦略特区制度等を活用することで、暮らし(衣・食・住)の個人消費を喚起し、暮らし産業の内需拡大、リノベーションによる質の高い住環境の整備を同時に実現するため、自宅に人を招きあう「おうちサロン化」を流行させる大規模な企業運動を展開する。
- 「おうちサロン化」に資する優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度を創設し、ライフスタイルの丸ごと海外輸出を目指す。

### 背景

- ライフスタイルの多様化や、耐震構造化された中古住宅の集積により、リノベーション市場が拡大しつつある。
- 住空間の国際見本市“LIVING & DESIGN”の開催実績、プロダクトデザイナー・喜多俊之氏の存在、暮らし産業の集積等、大阪・関西の強み・ポテンシャルが生かせる。
- 第2次世界大戦後のミラノでは住宅復興が、インテリア・ファッション産業の発展を牽引した。
- 国においては、2013年6月の日本再興戦略で、「都市の競争力の向上」を日本産業再興プランに盛り込み、老朽化した建築物等を更新すること等を通じて都市・生活環境を向上させ、大都市の国際競争力を高めることが重要と指摘。そのために、先行的に「国家戦略特区」を活用して、大胆な規制緩和等を実施する方針を示している。

### 実現のための方策

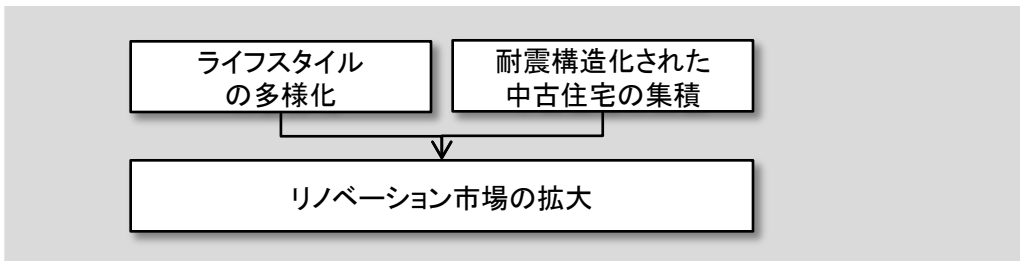
- 暮らし(衣・食・住)の個人消費を喚起し、暮らし産業の内需拡大、リノベーションによる質の高い住環境の整備を同時に実現するため、自宅に人を招きあう「おうちサロン化」を流行させる大規模な企業運動を展開する。
- 「おうちサロン化」に資する優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度の創設、住空間の国際見本市“LIVING & DESIGN”でのコンセプトを発信を通じ、ライフスタイルの丸ごと海外輸出を目指す。

※本プロジェクトは、国家戦略特区に提案済み。認定された場合は、特区施策(規制緩和、制度創設等)も活用して事業展開する。

# VI.暮らし(衣・食・住)産業振興プロジェクト

## 1. プロジェクトの概要

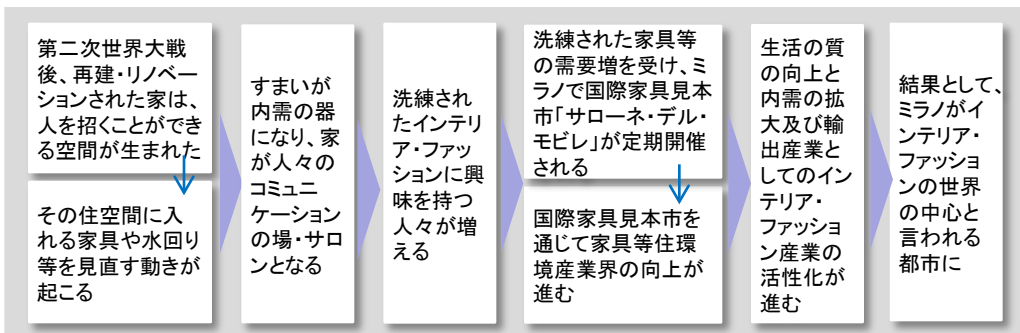
### 社会環境の変化



### 大阪の強み・ポテンシャル

- 住空間の国際見本市「LIVING & DESIGN」の開催実績  
⇒2009年から毎年1回開催、海外からの出展もあり
- ライフスタイル・住環境デザイン分野でアジアを先導するプロダクトデザイナー・喜多俊之氏の存在
- ビジネスが集積している都心部にリノベーション可能な住宅ストックが多数存在(都市間競争のカギを握るクリエイティブクラスに対して職住近接型の高品質な住環境を提供可能)
- 関連産業の高い集積
  - 住宅・家電メーカー
  - インテリア・リビング製造業
  - 家具のまち(立花通り)
  - 繊維・ファッション産業(船場問屋街)
  - 食産業

### 海外の先行事例 (イタリア・ミラノ市におけるインテリア・ファッション産業発展の経緯)



### 民間

暮らし(衣・食・住)の個人消費を喚起し、暮らし産業の内需拡大、リノベーションによる質の高い住環境の整備を同時に実現するプロジェクトとして、自宅に人を招きあう「おうちサロン化」を流行させる**大規模な企業運動**を展開  
(イタリア・ミラノ市における産業発展を人為的に発起)

暮らし(衣・食・住)の個人消費喚起  
暮らし産業の内需拡大



**大規模な企業運動**  
「おうちサロン化」プロジェクトの展開

リノベーションによる  
質の高い住環境の整備

### 国

産業政策面と住宅政策面のそれぞれにおいて、**規制改革・新たな制度創設**や**事業推進支援等**

### 期待効果

暮らし産業分野の  
発信力強化

ライフスタイルの  
丸ごと輸出

暮らし(衣・食・住)  
産業のさらなる集積

質の高い住環境の  
一層の整備促進

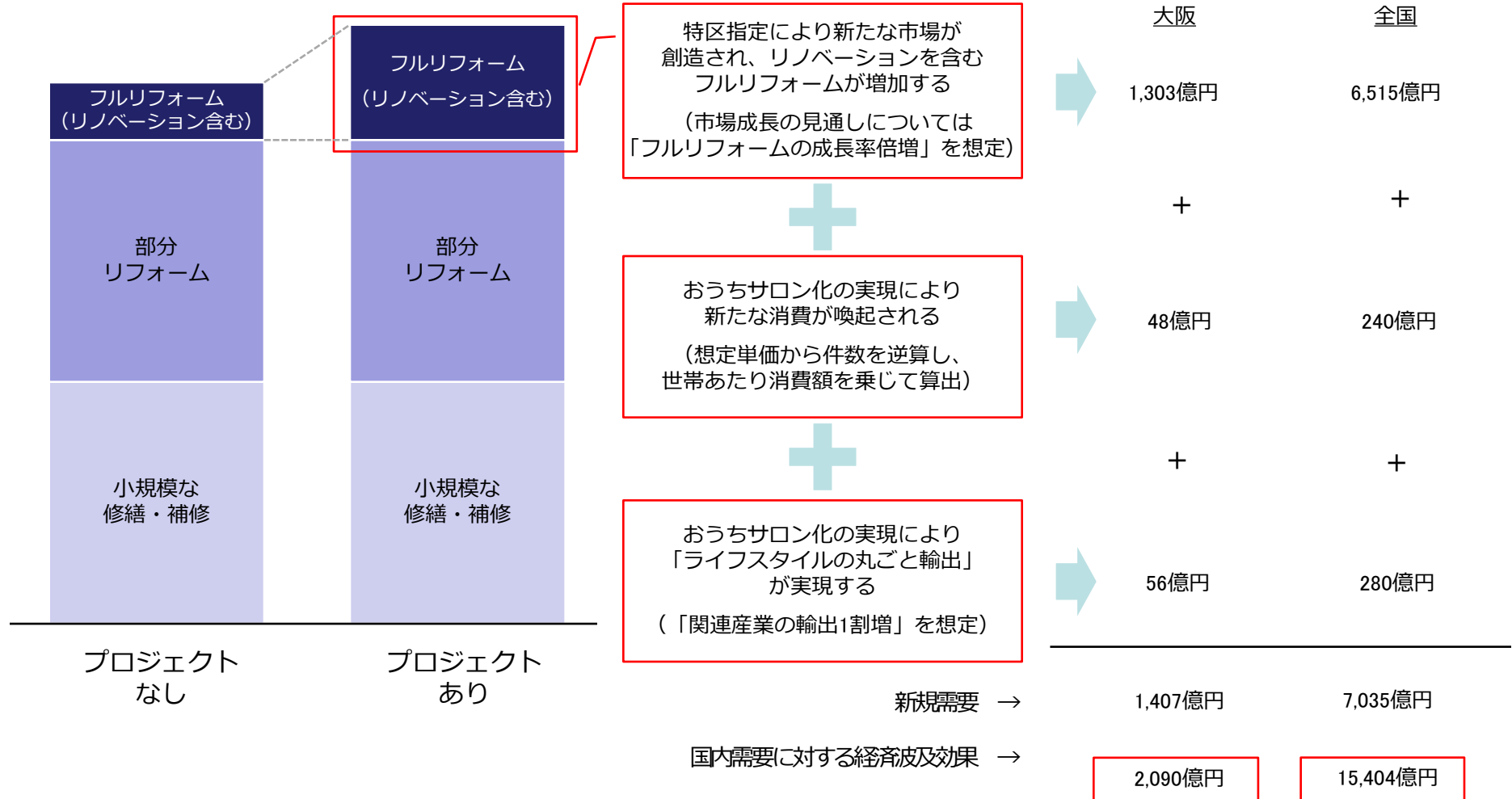
次世代の暮らしを  
先導

↓  
日本経済再生に  
大きなインパクト

## 2. 大阪のポテンシャル

### 市場予測および経済効果

グラフは2018年時点（5年後）におけるリフォーム市場全体のイメージ。  
 本プロジェクトを実施した場合（右図）、全国で1兆5,404億円、大阪府で2,090億円の経済波及効果が見込まれる。

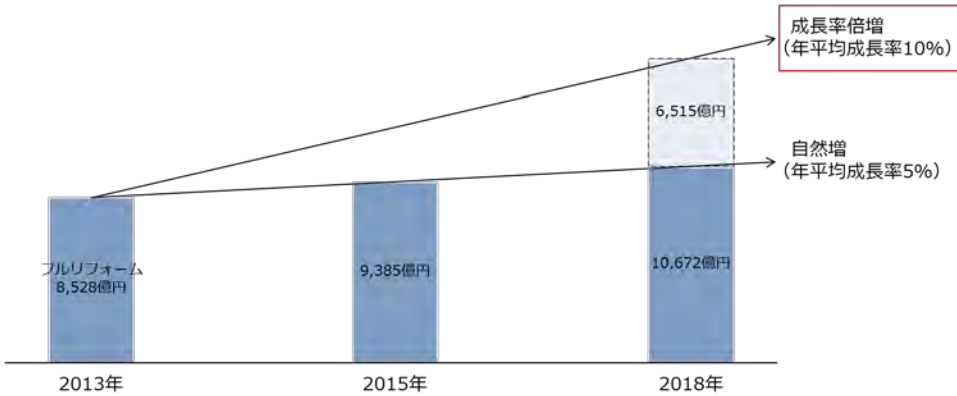


## 2. 大阪のポテンシャル

### 市場予測および経済効果

#### 【参考】フルリフォーム市場成長の考え方

既存の市場予測では、リフォーム市場はおおむね年5%程度のペースで成長すると見込まれている。  
 今回の試算では、本プロジェクトを実施することでフルリフォームについて成長率が倍増すると見込む。



#### 【参考】関連消費と輸出増の考え方

- ・「おうちサロン化による世帯あたりの消費額」について左図のように設定。
- ・「ライフスタイルの丸ごと輸出」の規模について右図のように設定。

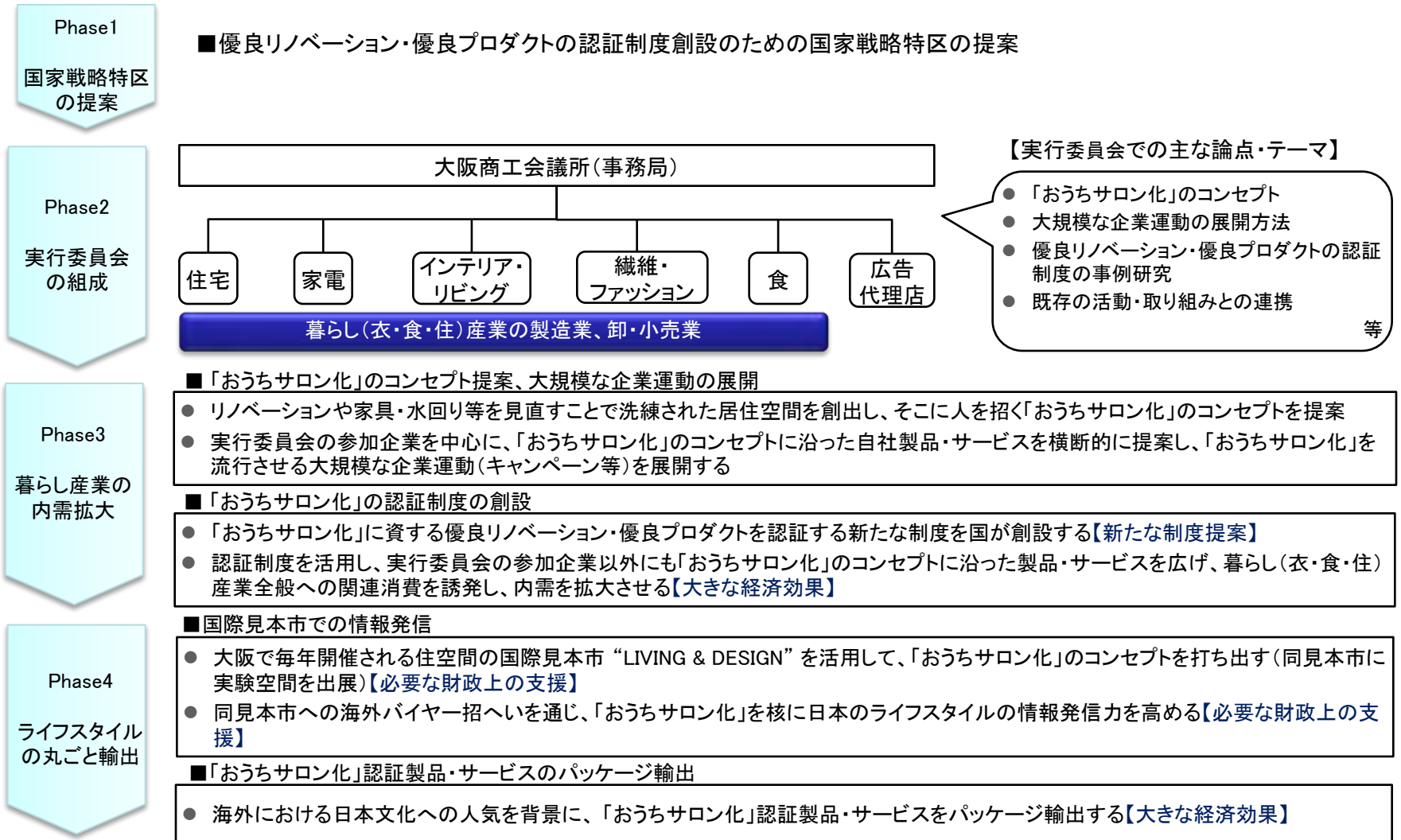
【リノベーションに伴う初期費用】	
・ 耐久消費財	100万円
【おうちサロンにかかる年間消費】	
・ インテリア・リビング	10万円
・ ファッション	10万円
・ 食 (5千円×4名×年6回)	12万円
合計	132万円

		現状	増加見込み (1割増)
輸出	耐久消費財	約2,000億円	200億円
	アパレル	約420億円	42億円
海外事業利益の日本への還流	海外建設	約378億円	38億円
合計			280億円

## 3. 地域と連携した取り組み

## 取り組みスキーム案

## (産業政策)

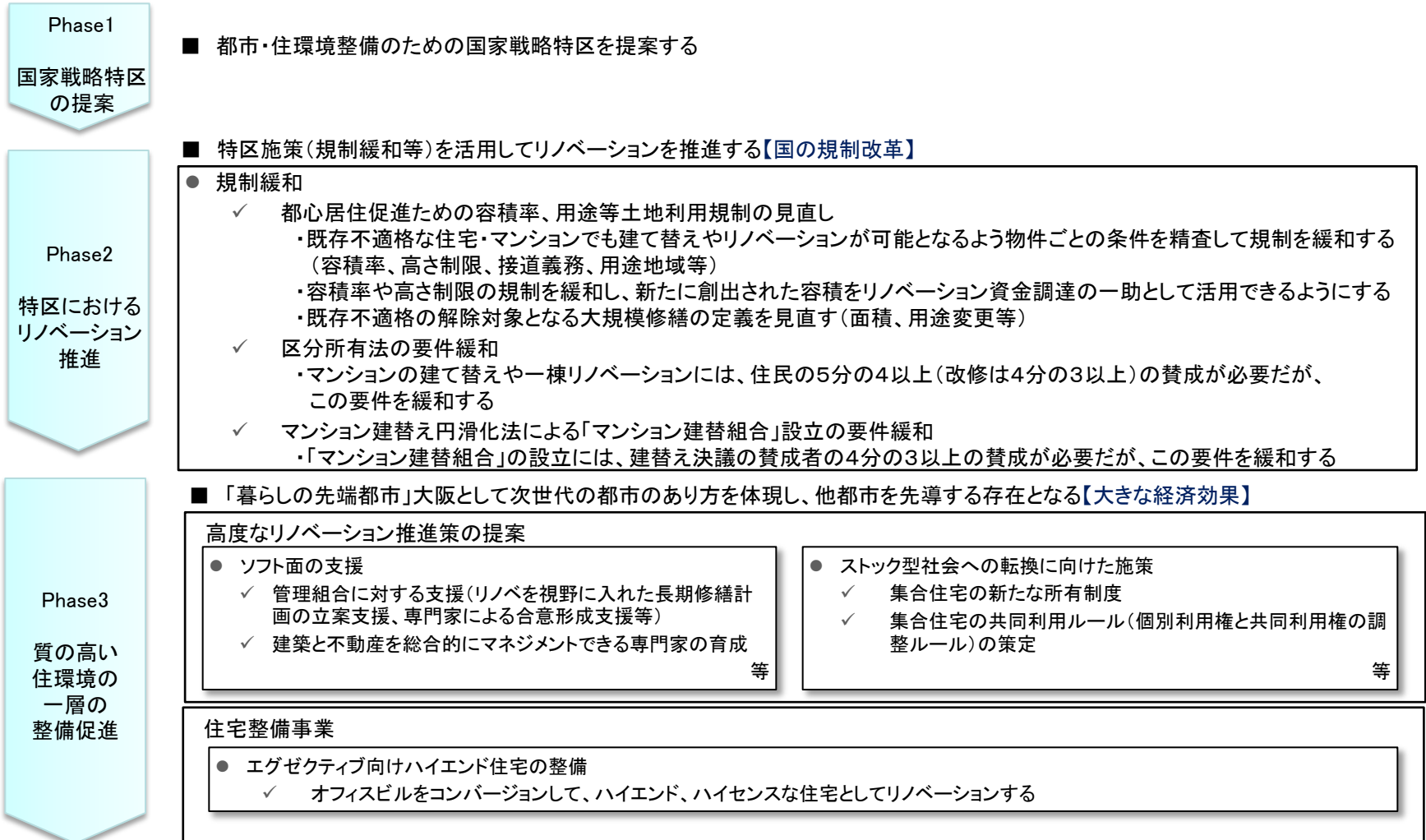




### 3. 地域と連携した取り組み

#### 取り組みスキーム案

#### (住宅政策)



## 4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
33	「おうちサロン化」に向けた企業運動の展開	新規	国家戦略特区制度等の活用を通じた暮らし(衣・食・住)産業の内需拡大、リノベーションによる質の高い住環境の整備の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクトの実施主体として、暮らし(衣・食・住)関連産業の主要企業やプロモーション会社をメンバーとする実行委員会を立ち上げる</li> <li>自宅に人を招きあう「おうちサロン化」のコンセプトを提案し、大規模な企業運動を展開する</li> <li>「おうちサロン化」に資する優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度を創設する</li> <li>国際見本市「LIVING &amp; DESIGN」で「おうちサロン化」のコンセプトを発信し、日本のライフスタイルの情報発信力を高め、ライフスタイルの丸ごと輸出につなげる</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実行委員会組成に向けた研究会の設置</li> <li>企業運動の展開方法の検討</li> <li>キックオフフォーラムの開催</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>研究会を母体とした実行委員会の組成</li> <li>企業運動の展開</li> <li>優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度の創設</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>優良リノベーション・優良プロダクトの認証制度の利用促進</li> <li>「LIVING &amp; DESIGN」で「おうちサロン化」のコンセプトを発信</li> <li>ライフスタイルの丸ごと輸出の方策検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府</li> <li>大阪市</li> <li>近畿経済産業局</li> </ul>

## 5. プロジェクトの実現に向けた目標

## 定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	リフォーム市場の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ リフォーム(建設補修)市場の売上金額</li> <li>・ リフォーム(建設補修)市場の売上金額シェア</li> </ul>
2	「おうちサロン化」市場の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関連消費市場(食料品、衣服・その他の繊維既製品、家具・装備品、民生用電気機器)の売上金額</li> <li>・ 関連消費市場(食料品、衣服・その他の繊維既製品、家具・装備品、民生用電気機器)の売上金額シェア</li> </ul>

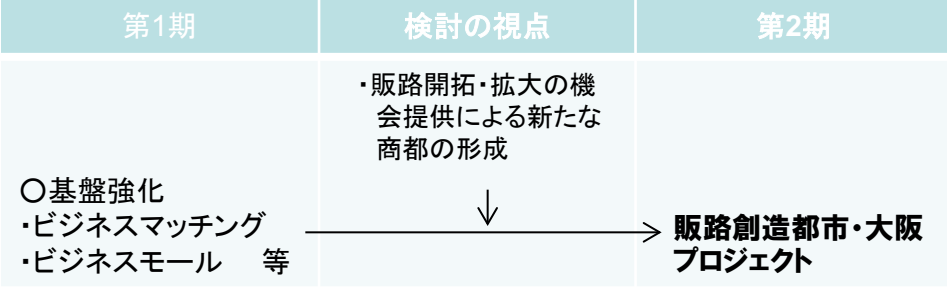
No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	大規模な企業運動の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 参画企業数</li> <li>・ 国際見本市の開催回数(LIVING &amp; DESIGN)</li> </ul>

## 定性的な目標

No.	定性的な目標	内容
1	自宅に人を招きあう「おうちサロン化」の定着	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 暮らし(衣・食・住)の個人消費が喚起され、暮らし産業において内需が拡大している</li> <li>・ リノベーションによる質の高い住環境整備が進展している</li> <li>・ 上記のようなライフスタイルが丸ごと海外に輸出されている(住宅設備、耐久消費財等)</li> </ul>

# 戦略プロジェクト

## VII. 販路創造都市・大阪プロジェクト



## 1. プロジェクトの概要

- 中小企業の販路開拓や、大企業とのアライアンス支援に向け、規模・形態の様々な商談機会を提供し、新たな商都大阪を形成する。
- 大手流通業のバイヤーと売り込み企業が一堂に会する国内最大級の逆商談会「買いませ！売れ筋商品発掘市」を中核事業とし、月1回以上の頻度で大手流通業1社ごとに開催するセミナー&商談会「ザ・ベストバイヤーズ」やネット上で商談を行う「BMバイヤーズ」等リアル・ネット両面での事業展開を行い、「販路を開拓するなら大阪へ」という流れを創造する。

### 背景

- 大阪にとどまらず、全国の中小企業の最大の経営課題が「販路開拓・拡大」であるが、これまでの中小企業支援施策では必ずしも十分な対応が出来ておらず、中小企業の「ビジネスマッチング等販路開拓支援」に対する期待は大きい。
- 大手流通業や中小製造業の集積がある大阪を舞台とし、大阪商工会議所が有する商談会のノウハウやネットワークを活用することにより、首都圏に負けないビジネスチャンスの提供が可能である。

### 実現のための方策

- 「買いませ！売れ筋商品発掘市」「ザ・ベストバイヤーズ」「BMバイヤーズ」といったリアル、ネット両面における具体的な事業を実施することで、質・量ともに充実したビジネスチャンスを販路開拓・アライアンス等を求める全国の中小企業に提供する。

2. 大阪のポテンシャル

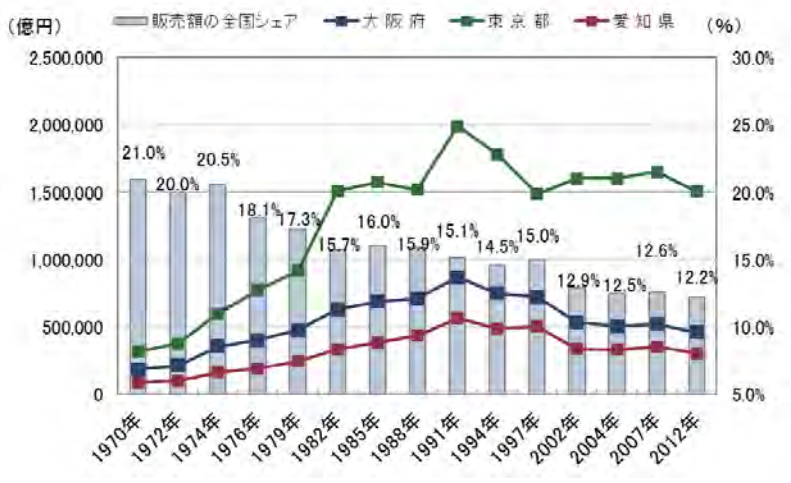
市場予測および経済効果

■小売業の販売額とシェア



(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」

■卸売業の販売額とシェア



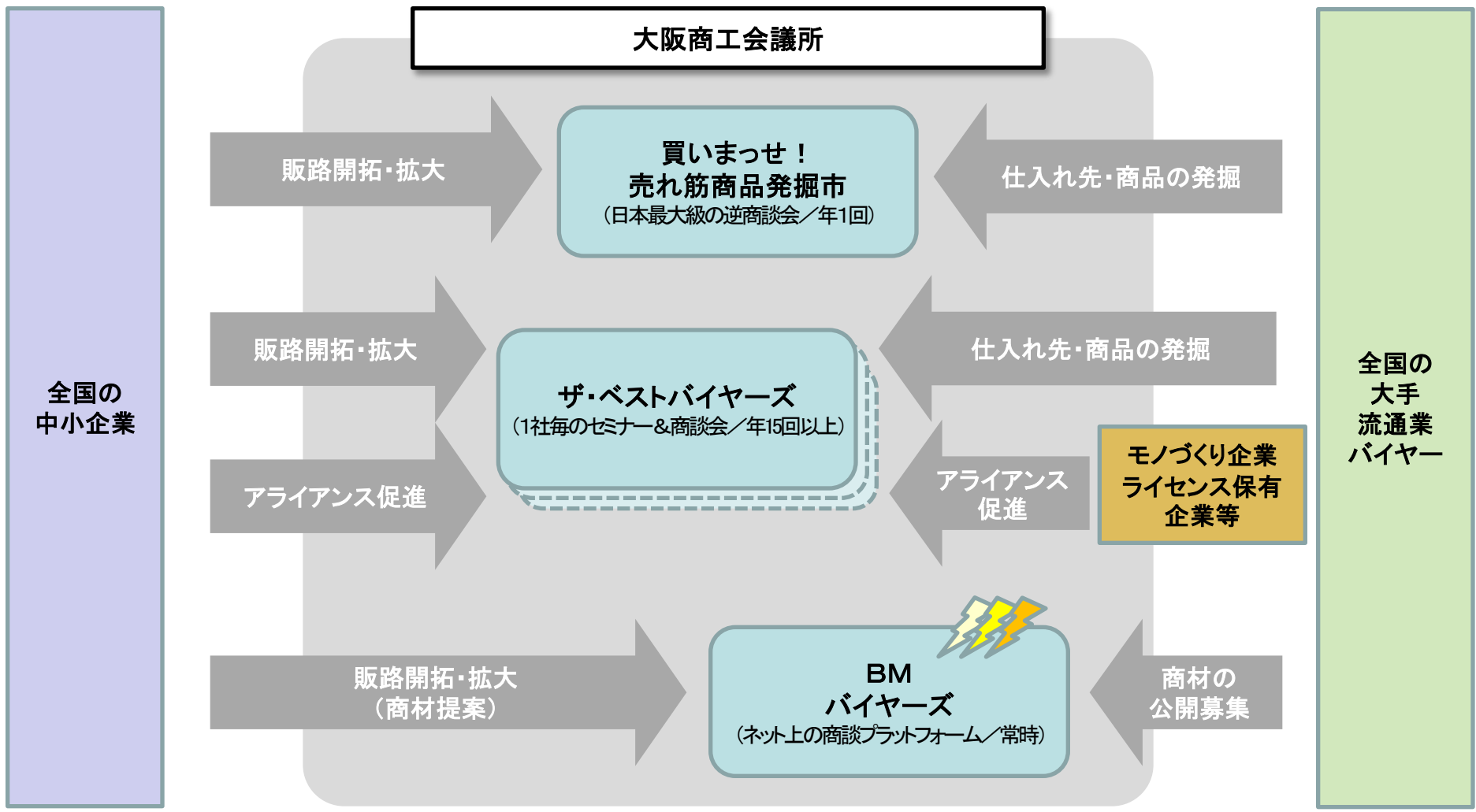
(出典)総務省統計局「H24年経済センサス」

■大規模小売店の集積

	店舗数 (実数)	年間販売額 (百万円)	従業員数 (人)	売り場面積 (1000m <sup>2</sup> )
大阪府	306	1,698,720	41,719	2,182
東京都	369	3,018,083	60,411	2,721
愛知県	317	1,345,380	36,656	2,049
全国	5,132	19,591,627	602,002	31,946
大阪府のシェア	6.0%	8.7%	6.9%	6.8%

(出典)経済産業省「商業販売統計年報」(平成24年)

3. 地域と連携した取り組み



4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
34	買いまっせ！ 売れ筋商品 発掘市の開催	継続	中小企業には販路開拓の場、大手流通企業には新たな仕入先・商品発掘の機会を提供	・大手流通業のバイヤーが「買い手」としてブースを構え、そこに全国の中小企業が売り込みをかける日本最大級の逆商談会「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」を開催する	<p>&lt;2014年度&gt; ・「買いまっせ！売れ筋商品発掘市」の実施</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・新規商談会の検討 ・取り組み継続</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・取り組み継続 ・実施取りまとめ</p>	<p>・大手流通業</p> <p>・近畿百貨店協会 等</p>
35	ザ・ベストバイヤーズの開催	継続	タイムリーで密度の濃い商談の場の提供	<p>・成長著しい企業のバイヤーを毎回1社招き、中小企業に対し、取引ルール等に関するセミナーと商談会を開催する</p> <p>・これまでの流通業に加え、モノづくり企業やライセンスビジネスに関する商談会を新たに企画し、大手企業と中小企業とのアライアンス拡大を目指す</p>	<p>&lt;2014年度&gt; ・「ザ・ベストバイヤーズ」の実施 ・他業種での開催を企画・実施</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・取り組み継続 ・新規商談会の検討</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・取り組み継続 ・実施取りまとめ</p>	<p>・大手流通業 等</p>
36	BMバイヤーズの実施	継続	ネット上での商談機能の向上による販路開拓・拡大	<p>・全国の商工会議所・商工会と連携して取り組む企業情報サイト「ザ・ビジネスモール」の商談機能を拡充し、大手流通業バイヤーによる商材の公開募集に対し、インターネット上で中小企業が売りたい商材を提案するBMバイヤーズを運営する</p>	<p>&lt;2014年度&gt; ・「BMバイヤーズ」の実施</p> <p>&lt;2015年度&gt; ・新たな機能付加検討</p> <p>&lt;2016年度&gt; ・取り組み継続 ・実施取りまとめ</p>	<p>・大手流通業 等</p>



5. プロジェクトの実現に向けた目標

定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	販路創造都市・大阪の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>森記念財団都市戦略研究所「世界の都市総合力ランキング」分野別ランキング：経済</li> <li>事業所数の全国シェア</li> </ul>

No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	販路創造都市・大阪プロジェクトの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>商談数</li> <li>商談成約数</li> <li>商談満足度</li> </ul>

## 戦略プロジェクト

# VIII. 新戦力人材発掘プロジェクト

第1期	検討の視点	第2期
○基盤強化 ・人材確保の支援 ・人材育成に係る 講座・講習会 等	・女性・外国人留学生 の活用 ↓	新戦力人材発掘プロジェクト

## 1. プロジェクトの概要

- 少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少に対応するため、結婚や出産で退職した女性や外国人留学生、企業OB等、十分に活用されていない優秀な人材を発掘し、中堅・中小企業での戦力化につなげることを支援する。

### 背景

- 少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少が大きな課題となっている。2013年6月の日本再興戦略においても、「雇用制度改革・人材力の強化」が日本産業再興プランに盛り込まれ、経済のグローバル化や少子高齢化の中で、今後、経済を新たな成長軌道に乗せるためには、働き手の数の確保と労働生産性の向上の実現に向けた思い切った政策が必要であり、女性の活躍推進、高度外国人材の活用等により、全ての人材が能力を高め、その能力を存分に発揮できる「全員参加の社会」を構築する方針が示されている。
- 優秀でありながら、結婚や出産で退職したり、キャリアが中断された女性求職者が多く見受けられる。一方、慢性的な人手不足の解消や、女性の視点を生かした商品開発・サービスを提供したい中小企業と、改めて企業で働きたい女性の双方のニーズが存在している。
- 中小企業においても海外とのビジネス強化が求められる中、高度な知識を有する外国人留学生の活用のニーズは高まっているが、中小企業ではそうした留学生と出会える場が少ない。一方、関西で学ぶ外国人留学生のうち半数は日本での就職を希望しているが、留学生を採用したい中小企業の情報が不足している。

### 実現のための方策

- 企業活力の増進に不可欠な人材力を強化するため、多様な人材の確保、労働生産性の向上の実現を目指す。
- 働き手としての潜在的な能力を有する女性、若者・高齢者、外国人留学生のうち、新たな戦力として期待される女性と外国人留学生をターゲットとした人材の発掘・育成に取り組む。
- 具体的には、結婚や出産で退職した女性や外国人留学生、企業OB等、十分に活用されていない人材を発掘し、中堅中小企業での戦力化につなげること(マッチング)を支援する様々な事業を実施する。

Ⅷ. 新戦力人材発掘プロジェクト

2. 大阪のポテンシャル

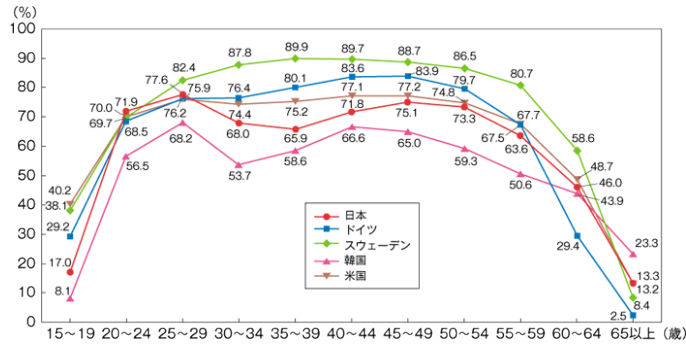
市場予測および経済効果

■大阪府の人口



(出典)総務省「国勢調査」(1995年、2000年、2005年、2010年)および国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口データ」より作成

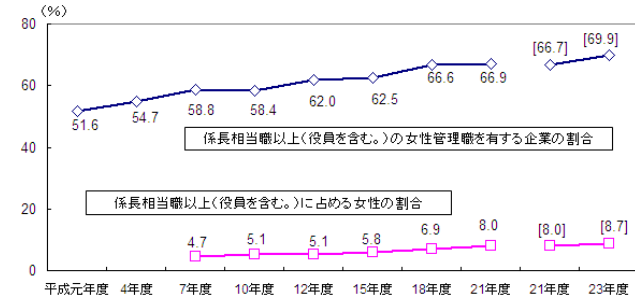
■女性の年齢階級別労働力率(国際比較)



(備考) 1. 「労働力率」・・・15歳以上人口に占める労働人口(就業者+完全失業者)の割合。  
2. 米国の「15~19歳」は、16~19歳。  
3. 日本は総務省「労働力調査(詳細集計)」(平成22年)、その他の国はILO「LABORSTA」より作成。  
4. 日本は平成22年(2010年)、韓国は平成19年(2007年)、その他の国は平成20年(2008年)時点の数値。

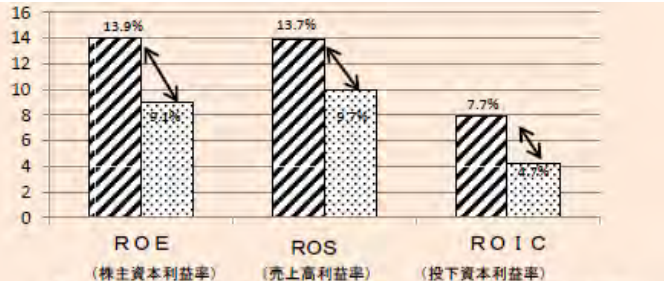
(出典)内閣府男女共同参画局「男女共同参画白書(概要版)平成23年版」

■日本企業における女性管理職の状況



(出典)厚生労働省「平成23年度雇用均等基本調査の概況」より大和総研作成

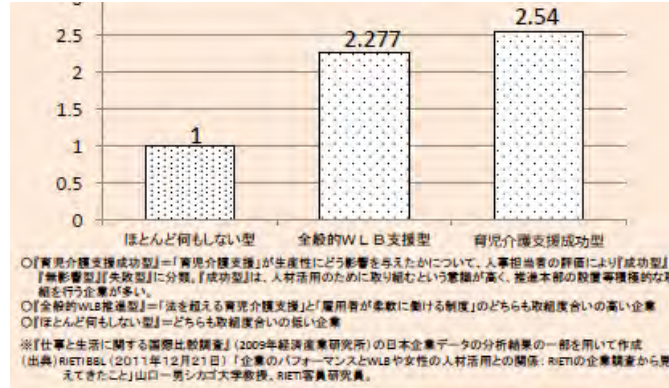
■企業の業績と女性役員の比率



■ 第1四分位企業グループ: 女性役員比率の高い、上位1/4企業グループ(132社)  
■ 第4四分位企業グループ: 女性役員比率の低い、下位1/4企業グループ(129社)  
(注) ROE、ROS、ROICデータは、2001~2004年の平均値。役員数は2001年及び2003年、「フォーチュン500」企業(1620社)を対象。  
(出所) Catalyst | The Bottom Line: Corporate Performance and Women's Representation on Boards | (2007)  
※ Catalystは、女性と企業分野における米議を拠点とした代表的なNPO。

(出典)「女性の活躍による経済活性化推進する関係閣僚会議」資料(平成24年5月22日)

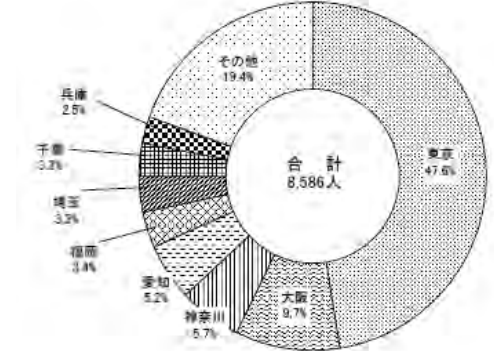
■ワークライフバランスに対する取り組みと粗利益率の関係



○「育児介護支援成功型」=「育児介護支援」が生産性にどう影響を与えたかについて、人事担当者の評価により「成功型」「無影響型」「失敗型」に分類。「成功型」は、人材活用のために取り組むという意識が高く、投資本部の設置等積極的な取組を行う企業が多い。  
○「全般的WLB支援型」=「法を越える育児介護支援」/「雇用者が柔軟に働ける制度」のどちらも取組割合の高い企業  
○「ほとんど何もしない型」=どちらも取組割合の低い企業  
※「仕事と生活に関する国際比較調査」(2009年経済産業研究所)の日本企業データの分析結果の一部を用いて作成  
(出典)RIETI BSL(2011年12月21日)「企業のパフォーマンスとWLBや女性の人材活用との関係」RIETIの企業調査から見えてきたこと|山口一男シカゴ大学教授、RIETI客員研究員。

(出典)「女性の活躍による経済活性化推進する関係閣僚会議」資料(平成24年5月22日)

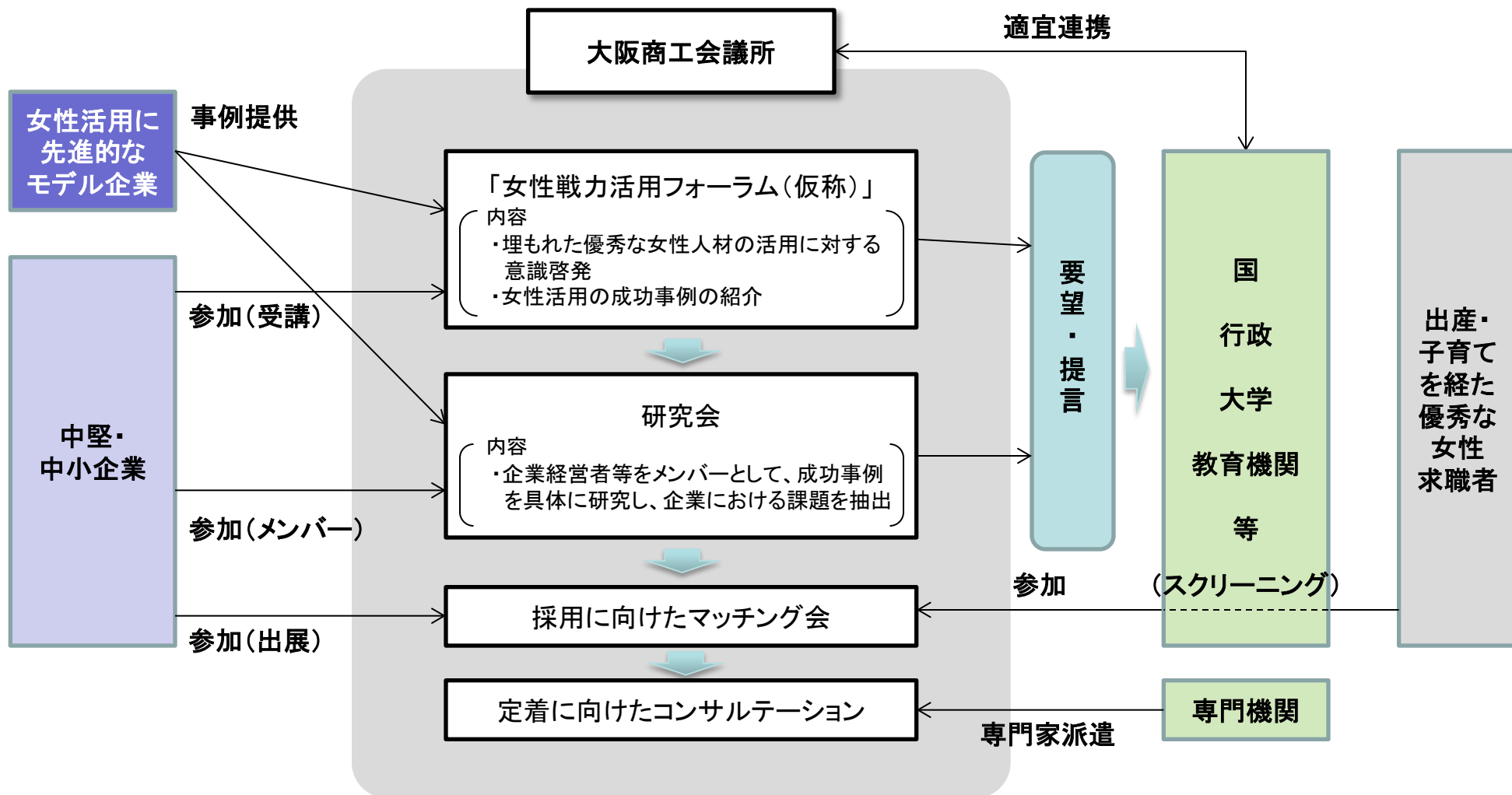
■外国人留学生の就職先企業等の所在地別構成比



(出典)法務省入国管理局「平成23年における留学生の日本企業等への就職状況について」

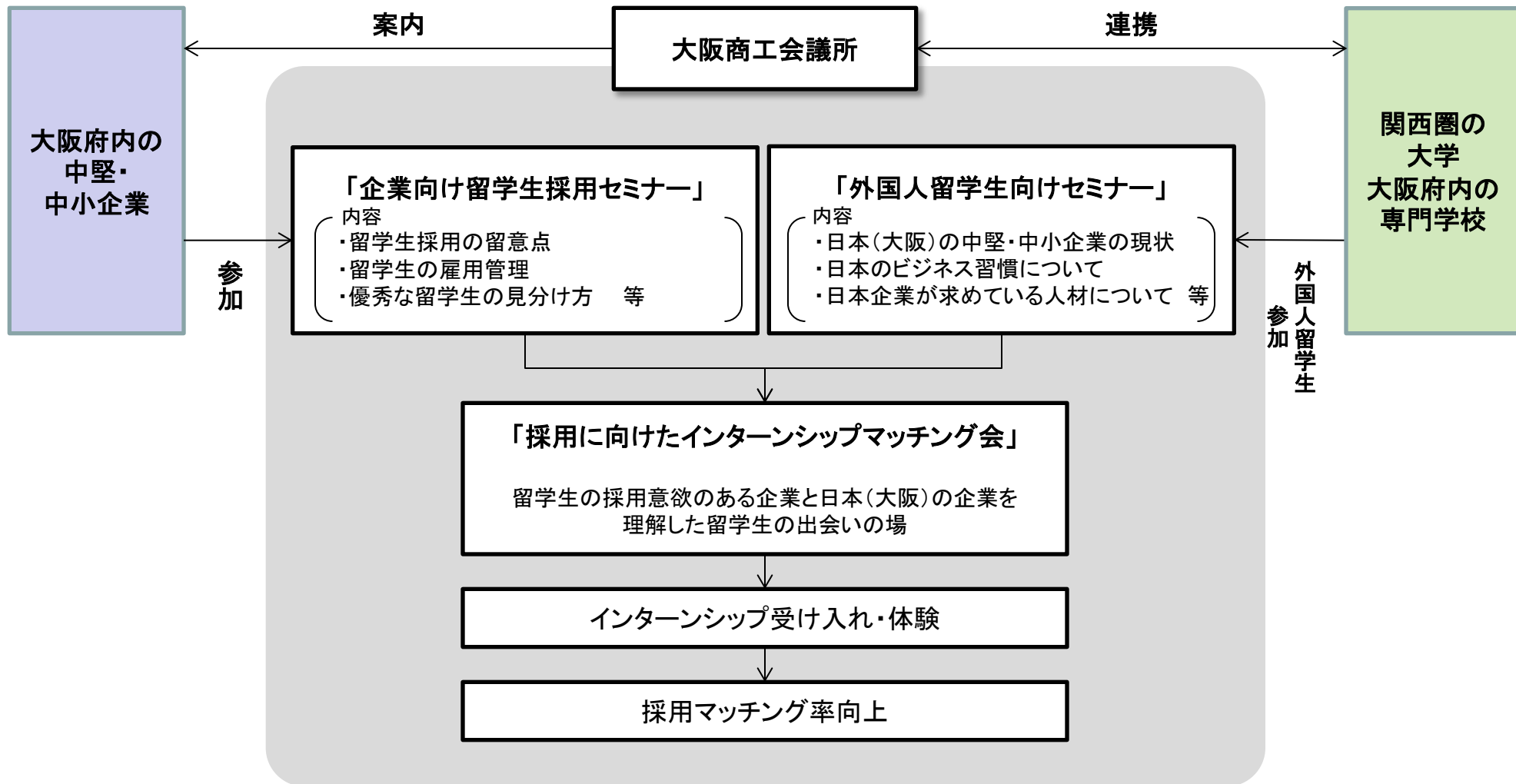
3. 地域と連携した取り組み

企業における女性の発掘・戦力化支援事業の取り組みスキーム



3. 地域と連携した取り組み

外国人留学生の採用支援の取り組みスキーム



Ⅷ. 新戦力人材発掘プロジェクト

4. 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
37	企業における女性の発掘・戦力化支援事業	新規	中堅・中小企業における女性の活用・戦力化支援を通じた働き手の数と質の確保、それによる企業の持続的な発展を通じた「働く人と企業が元気な大阪」の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>女性の活用・戦力化を目指す中堅・中小企業を組織化した研究会等を通じて、女性戦力活用のモデル事例を研究するとともに企業ニーズにかなう女性求職者とのマッチング方法を検討する。</li> <li>上記活動を元に、企業と女性求職者とのマッチング会等、中堅・中小企業が即戦力となる女性を発掘する機会を提供する</li> <li>専門機関との連携によるコンサルティングや、要望・提言を通して、中堅中小企業が女性社員の戦力化と定着に必要な環境や制度の整備を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>情報収集、調査、モデル事例・活用指標設定</li> <li>キックオフシンポジウムの開催</li> <li>メンバーの募集</li> <li>分科会・研究会の発足、開催</li> <li>企業と女性求職者マッチング会の試行</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業と女性求職者マッチング会の本格実施</li> <li>個別コンサルティングの実施</li> <li>全体会議、分科会、研究会の開催</li> <li>中間取りまとめ</li> <li>適宜、要望・提言の実施</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>企業と女性求職者マッチング会の本格実施</li> <li>個別コンサルティングの実施</li> <li>全体会議、分科会・研究会の開催</li> <li>最終取りまとめ</li> <li>要望・提言の実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行政</li> <li>大学</li> <li>他団体 等</li> </ul>
38	外国人留学生の採用支援	継続	外国人留学生の採用支援を通じた働き手の数の確保と企業の国際競争力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>外国人留学生の採用を計画している企業に対し、採用方法や手続きに関するセミナー、留学生採用事例の発表会を開催する</li> <li>日本の文化やビジネス慣習、企業を取り巻く環境等について研修を受講した、高度な知識を有する外国人留学生と企業の採用担当者が出会う面談会を開催する</li> <li>外国人留学生を対象とした求人サイト「就職じゃぱん」を運営する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>上半期に企業向けセミナーと採用事例発表を行い、下半期に面談会を開催</li> <li>「就職じゃぱん」は随時、求人掲載企業を募集</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>上記と同じスケジュールで実施</li> <li>「就職じゃぱん」は随時、求人掲載企業を募集</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>上記と同じスケジュールで実施</li> <li>「就職じゃぱん」は随時、求人掲載企業を募集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大阪府</li> <li>大阪労働協会JOBカフェOS AKA</li> <li>外国人留学生が在籍している関西圏の大学</li> <li>大阪府専修学校各種学校連合会</li> </ul>

5. プロジェクトの実現に向けた目標

定量的な目標

No.	プロジェクト全体の目標	セミマクロ指標
1	女性が活躍する企業の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 就業人口における女性比率</li> <li>• 女性従業員の平均就業年数</li> </ul>
2	外国人留学生採用の増加	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 外国人留学生の就職人数(許可人員数)</li> <li>• 外国人留学生の就職人数(許可人員数)シェア</li> <li>• 日本企業に就職を希望する外国人留学生の就職率</li> </ul>

No.	大商アクションプランの目標	アクション指標
1	女性戦力の発掘件数	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員企業調査における女性採用意欲の回答企業比率</li> <li>• 研修会、マッチング会に参加する企業数、女性求職者数</li> <li>• 企業と女性求職者とのマッチング件数、採用数</li> <li>• 中堅中小企業に対するコンサルティング件数</li> </ul>
2	外国人留学生の発掘件数	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 会員企業調査における外国人留学生採用意欲の回答企業比率</li> <li>• 研修会、マッチング会に参加する企業数、留学生数</li> <li>• 企業と外国人留学生とのマッチング件数(インターンシップ受け入れ件数を含む)、採用数</li> <li>• 面談会の開催回数</li> </ul>



## 5. 基盤強化

- I. ビジネス拡大
- II. 人材確保・育成
- III. 創業・経営支援
- IV. インフラ整備

## 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
39	大阪勧業展の開催	継続	中小企業の販路開拓・拡大	・大阪府内の中小企業等が商品・サービス等の販路開拓を行う多業種型総合展示会「大阪勧業展」を実施する	<2014年度> ・「大阪勧業展2014」の実施 <2015年度> ・取り組み継続 <2016年度> ・取り組み継続	・大阪府内の商工会議所・商工会 ・大阪府商工会連合会
40	大阪スタイリングエキスポの開催	継続	繊維・ファッション関連業界の活性化とデザインの振興	・大阪の賑わい創出と繊維・ファッション関連産業の振興を図る「OSAKA STYLING EXPO」を企画・実施する ・アパレルメーカーによるファッションショー、新進・独立系ブランドによるファッションショー、ファッションデザインを学ぶ学生の作品コンテスト、消費者によるスタイリング人気投票、繊維・ファッション関連業界のブース出展、ファッショントレンドセミナー等を実施する	<2014年度> ・「OSAKA STYLING EXPO」の実施 <2015年度> ・取り組み継続 <2016年度> ・取り組み継続	・大阪デザインセンター ・関西ファッション連合 ・大阪ニットファッション協同組合 等
41	ビジネス交流会・異業種交流会の開催	継続	情報交換、取引先・販路開拓等新たなビジネスチャンスの拡大	・企業経営者同士の交流を深める会員交流大会を開催する ・市内に設置する支部において、近隣地域の経営者同士のネットワークを深める支部ビジネス交流会・異業種交流会を開催する	<2014年度> ・会員交流大会の実施 ・支部ビジネス交流会・異業種交流会の実施 <2015年度> ・取り組み継続 <2016年度> ・取り組み継続	
42	ザ・ビジネスモールによる企業の広域取引の拡大支援	継続	会員企業の広域取引、販路拡大、事業拡大を支援する電子商取引機能の開発・提供	・全国の商工会議所・商工会と連携し、会員企業のサイトを通じて、広域取引機会の創出等、企業の販路開拓を支援する ・企業情報データベースを基に、企業のPR支援、商談マッチング支援サービス等を提供する	<2014年度> ・サイトの全面リニューアルを実施 ・各種サービスの企画 <2015年度> ・各種サービスの開発・提供 <2016年度> ・各種サービスの利用拡大	・全国の商工会議所・商工会 ・提携サービス事業者
43	「商店街・賑わいプロジェクト」の推進	継続	商店街の振興・活性化を通じたまちの賑わいづくり	・「個店振興」に焦点を絞った商店街活性化事業として、「100円商店街」「バル」「まちゼミ」等の事業を推進する ・事例紹介等の各種冊子の作成配布、セミナー開催等を通じ、個別商店街に対応した事業の実施を図る	<2014年度> 左記事業の実施 <2015年度> 左記事業実施と新規事業の検討 <2016年度> 事業の実施ととりまとめ	・大阪市商店会総連盟 等

## 大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
	サービス産業のイノベーション促進	完了	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サービス産業とモノづくり産業との融合等具体的なコラボレーション事例の創出</li> <li>・サービス産業の課題解決に資する新たなビジネスモデル・製品の創出</li> </ul>	【理由】「経営者掃除大学」の実施や「掃除でおもてなしセミナー」の開催、同ガイドブックの作成配布等を行い、所期の目的を達成したため	<2014年度> <2015年度> <2016年度>	

大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
44	人材確保の支援	継続	求人意欲ある企業の人材確保の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・正社員経験の少ない求職者に対し企業における職業訓練を行うことで、正社員雇用につなげるジョブ・カード事業を実施する</li> <li>・主に大企業の勤務経験者を中小企業の即戦力人材として橋渡しする「大商キャリア人材採用支援事業」を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・活用企業の開拓、訓練カリキュラムの作成支援</li> <li>・業種・職種別に合同面接会を年3回実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・厚労省から受託できれば実施</li> <li>・業種・職種別に合同面接会を年3回実施</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・厚労省から受託できれば実施</li> <li>・業種・職種別に合同面接会を年3回実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本商工会議所</li> <li>・厚生労働省</li> <li>・大阪労働局</li> <li>・再就職支援会社</li> </ul>
45	大阪企業家ミュージアムを活用した人材の育成	継続	大阪の企業家精神の伝承、将来の大阪を担う人材の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来館者に企業家達の「高い志」「勇気」「英知」を伝える常設展示を継続するとともに、時宜にあったテーマで特別展示を実施する</li> <li>・次代を担う若い人たちに企業家精神を伝えるために、大阪府内の小中高校、大学、業界団体等で出前授業を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・年に4回の特別展示を開催</li> <li>・年に20回の出前授業を実施</li> <li>・企画内容、授業内容を見直し改善</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特別展示関係機関</li> <li>・教育委員会</li> </ul>
46	企業の活力増進とリスク対策等を支援する大阪商工会議所企画検定試験の実施	継続	検定試験の企画・実施を通じた企業の活力増進、生産性向上、法令違反防止等のリスク管理	<p>【メンタルヘルス・マネジメント検定】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・職場内での役割(人事部門、管理職、一般社員)に応じて必要なメンタルヘルスに関する知識や対処方法を習得するための検定試験を全国で実施する</li> </ul> <p>【ビジネス会計検定】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビジネスパーソンに必要な、財務諸表に関する知識や企業の状況を把握するための分析力を習得するための検定試験を全国で実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <p>【メンタルヘルス・マネジメント検定】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公開試験：年度内2回実施</li> <li>・団体特別試験：随時実施</li> <li>・普及、拡大に向けた取り組みの実施</li> </ul> <p>【ビジネス会計検定】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公開試験：年度内2回実施</li> <li>・普及、拡大に向けた取り組みの実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全国の主要(施行)商工会議所</li> </ul>

大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
47	企業人材の育成に資する講座・講習会の開催	継続	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業人材の能力向上、人材育成</li> <li>・日本からの海外赴任者への支援</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・階層別研修、分野別研修等、企業の人材育成に役立つ講座・講習会を開催する</li> <li>・企業へ講師を派遣するオーダーメイド型研修を実施する</li> <li>・慶應義塾の社会人教育機関「慶應丸の内シティキャンパス」が実施している定例講演会と提携した「大商夕学講座」を開催する</li> <li>・海外赴任予定者を対象にした赴任前の支援セミナーを開催する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各種講座を適宜開催</li> </ul>	
					<p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	
					<p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	
48	中堅・中小企業の人事部門強化支援	新規	<p>企業の成長につながることを目的とした戦略的な人事部門活動の研究による人材力の強化支援</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人事部門責任者と専門家による戦略的人事のあり方に関する研究会を創設する</li> <li>・中堅・中小企業の組織風土や文化を簡易に測定できる調査システムを開発する</li> <li>・中堅・中小企業が導入しやすく納得性が高い人事考課制度の導入ツールを構築する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・研究会の立ち上げ</li> <li>・各テーマにおける調査・研究</li> </ul>	
					<p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各テーマにおける具体的な取り組みの策定</li> <li>・取り組み企業の募集・選定</li> </ul>	
					<p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み企業での導入・実践</li> <li>・取り組み効果の検証</li> </ul>	

大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
49	地域金融支援ネットワークによる創業支援事業	新規	大阪における創業を促進する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府や信用保証協会、地元金融機関と連携して、公的融資説明会や金融力強化セミナー、地元金融機関との交流会等を開催することにより、創業に役立つ情報提供を行う</li> <li>・地元金融機関等と地域金融支援ネットワークを構築して、大阪府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」や日本政策金融公庫の融資等による資金調達を支援し、経営と金融の両面から個々の創業と、その後の成長をサポートする</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各種セミナー・交流会等を通じて、創業や経営支援に関する情報提供事業を実施する</li> <li>・大阪府制度融資「開業サポート資金(地域支援ネットワーク型)」や日本政策金融公庫の創業融資等の利用斡旋による金融と経営支援の一体的な支援を行う</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・成果等を検証し、運営・PR方法等を改善</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府</li> <li>・地元金融機関(大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、十三信用金庫、近畿大阪銀行)</li> <li>・大阪府中小企業信用保証協会</li> <li>・日本政策金融公庫</li> <li>・国(中小企業庁)</li> </ul>
50	地域リソースを結集・活用した「プレミアム地域ブランド」の発掘・向上支援事業	新規	新たな地域資源「プレミアム地域ブランド」を全国に発信し、取引先の拡大、観光客の誘致を図る	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域のヒト・モノ・コミュニティといった数多くのリソースを有機的に結び付けることで、新たな地域資源「プレミアム地域ブランド」を開発・発信する</li> <li>・各支部で「プレミアム地域ブランド」の対象となる地域、業界、企業、製品を選定し、専門家によるブランディング、情報発信方法の検討等を行う</li> <li>・国の施策や大阪府・大阪市・区役所の補助金を活用するとともに、地域中核企業や団体の支援・協力を得て同事業を実施する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各支部で「プレミアム地域ブランド」の開発・発信に資する地域活性化事業を企画・実施</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・専門家のサポート・アドバイスを踏まえ、ブランディングの進め方や情報発信の方法等をブラッシュアップ</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・全国規模の展示会への出展を推進</li> <li>・マスコミやSNS等メディアを活用した全国ブランド化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国(中小企業庁、近畿経済産業局)</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪市</li> <li>・地元区役所</li> <li>・各区工業会・産業会</li> <li>・商店街 等</li> </ul>
51	専門家との連携による派遣型経営相談事業	継続	中小企業の経営課題解決と成長を支援する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様化・高度化する中小企業の経営課題に沿った専門家の無料派遣制度を積極的に展開し、経営相談機能を充実・強化する</li> <li>・国や大阪府等の制度を活用して、経営指導員が事業者の経営課題を的確に把握した上で、最適な専門家を選定・派遣することにより、個別企業の課題解決にあたる(無料派遣は1社3～5回/年)</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国や大阪府によって異なる専門家派遣スキームを大商が一体的なPRと一元的な運用を行う</li> <li>・中小企業の経営課題別に優秀な専門家を登録・派遣</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・成果等を検証し、運用・PR方法等を改善</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国(中小企業庁、近畿経済産業局)</li> <li>・大阪府</li> <li>・大阪府中小企業信用保証協会</li> <li>・地元金融機関(大阪信用金庫、大阪シティ信用金庫、大阪商工信用金庫、十三信用金庫、近畿大阪銀行)</li> <li>・日本政策金融公庫</li> </ul>

大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
52	中小企業再生・経営改善支援事業	継続	中小企業の再生と経営改善により、地域の経済活力を維持し、雇用を確保する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府中小企業再生支援協議会を運営し、債務超過等に陥った中小企業の再生計画の策定を金融機関等の協力を得ながら支援する</li> <li>・大阪府経営改善支援センターを運営し、経営革新等支援機関(認定支援機関)と連携して中小企業の経営改善計画の策定を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・案件の発掘</li> <li>・支援目標(計画策定完了件数)の達成</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国(中小企業庁、近畿経済産業局)</li> <li>・中小企業基盤整備機構</li> </ul>
53	中小企業の事業引き継ぎ支援	継続	親族内承継、従業員承継、第三者承継等を支援し、中小企業の事業継続・雇用確保を実現する	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府事業引継ぎ支援センターを運営する</li> <li>・親族内、従業員、第三者承継等に関する相談対応を行う</li> <li>・事業引き継ぎのタイミングを逃さないよう、積極的なサポートを行う</li> <li>・事業承継、M&amp;A関連のセミナーを実施する</li> <li>・「非公開企業のためのM&amp;A市場」を運営する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・大阪府事業引継ぎ支援センターの機能を拡充し運営</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他機関との連携、案件開拓方法等について検証を行い、事業運営方法を改善</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国</li> <li>・大阪府</li> </ul>
54	IT化支援	継続	中小企業のIT導入支援サービスの提供を通じた業務の効率化、販路拡大等の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オンライン受発注システム「大商VAN」を提供し、中小流通業者をの業務の効率化を支援する</li> <li>・ITと人事労務の専門家によるコンサルティングを組み合わせた「人事労務総合サービス」を提供し、中小企業の人事労務制度をサポートする</li> <li>・ホームページ作成サービスやオンラインショップ構築サービス「b-Smile Shop」を提供し、自社PRやインターネット通販を支援する</li> </ul>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「人事管理システム」サービスの提供開始</li> <li>・「b-Smile Shop」新プランの利用促進</li> <li>・「大商VAN」における消費税法改正対応と今後事業の方向性策定</li> </ul> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・給与計算アウトソーシング、人事管理システムサービスの利用促進</li> <li>・「b-Smile Shop」新プランの利用促進</li> <li>・協力事業者と連携した「大商VAN」の利用拡大</li> </ul> <p>&lt;2016年度&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取り組み継続</li> </ul>	
	コミュニティ・ビジネス(ソーシャルビジネス)の支援	完了	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公共に頼らない市民主役のまちづくりの促進</li> <li>・社会起業家の創出・事業支援</li> </ul>	<p>【理由】所期の目的(コミュニティ・ビジネスの担い手の育成・支援)を達成したため</p>	<p>&lt;2014年度&gt;</p> <p>&lt;2015年度&gt;</p> <p>&lt;2016年度&gt;</p>	

大阪商工会議所が推進するアクションプラン

No.	名称	区分	目的	事業内容	スケジュール	関係機関
55	道路・港湾・鉄道等の都市インフラ整備の促進	継続	大阪・関西の経済発展に不可欠な道路・港湾・鉄道等の都市インフラ整備の促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・阪神高速淀川左岸線延伸部の整備に向けた要望活動を行う</li> <li>・阪神港の早期整備に向けた要望活動を行う</li> <li>・リニア中央新幹線の早期整備促進要望活動行うとともに、シンポジウムを開催する</li> </ul>	<2014年度> ・適宜要望活動を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西経済連合会</li> <li>・大阪府商工会議所連合会</li> <li>・リニア中央新幹線建設促進経済団体連合会</li> </ul>
					<2015年度> ・取り組み継続	
					<2016年度> ・取り組み継続	
56	関西国際空港全体構想の促進	継続	関西国際空港全体構想の実現	<ul style="list-style-type: none"> <li>・集客・利用促進に向けた国内外プロモーション活動を実施する</li> <li>・国際拠点空港としての整備促進のため、政府・関係機関に要望活動を行う</li> <li>・中長距離路線の需要喚起・利用促進策を実施する</li> <li>・食品貨物輸出入取引拡大のための輸出促進セミナーや個別商談会を開催する</li> </ul>	<2014年度> ・中長距離をはじめとするプロモーション ・要望活動を実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関西国際空港全体構想促進協議会</li> <li>・新関西空会社</li> <li>・関西経済連合会</li> </ul>
					<2015年度> ・取り組み継続	
					<2016年度> ・取り組み継続	