

記者配布資料

2014年10月22日

大阪経済記者クラブ会員各位

「大阪の成長戦略（案）[2014年9月版]」に関する意見提出について

【お問合せ先】

大阪商工会議所 総務広報部（玉川・笹本）

TEL：06-6944-6324

- 大阪商工会議所は、10月22日に、大阪府・大阪市が策定した「大阪の成長戦略（案）[2014年9月版]」に対する意見を提出した。
- 同戦略は、2020年までに達成すべき成長目標を掲げ、そのために必要となる具体的な取り組み方向をまとめたもの。大阪府が2010年12月に策定した後、2013年1月には大阪府・大阪市の共有戦略として改訂された。その後、国の成長戦略の改訂や国家戦略特区の指定などの状況変化があったことから、このたび改定（案）が取りまとめられ、10月24日までパブリックコメントが実施されている。
- 本会議所が提出した意見では、同戦略が目指す方向性は、本会議所の成長戦略「千客万来都市OSAKAプラン」と概ね同じであり、同戦略が掲げる将来像「日本の成長をけん引する東西二極の一極として世界で存在感を発揮する都市」に到達するためには、行政と経済界が一体となった取り組みが不可欠であることから、引き続き、本会議所との連携・協働を強化するよう求めている。
- 具体的には、内外の集客力強化に向けた関西ワールドマスターズゲームズへの参画、外国人高度専門人材としての留学生受け入れ拡大、対内投資促進に向けた法人税の超過課税の撤廃など、計15項目を求めている。

以上

<添付資料> 「大阪の成長戦略（案）[2014年9月版]」に関する意見

平成26年10月22日

「大阪の成長戦略（案）[2014年9月版]」に関する意見提出について

大阪商工会議所

I. 建議先

大阪府、大阪市

II. 大阪商工会議所が意見する文書

[大阪の成長戦略（案）\[2014年9月版\]](#)

II. 大阪商工会議所からの意見

1. 基本的な考え方（2ページ）

2. 大阪・関西がめざすべき姿（3ページ）

- 「大阪の成長戦略（案）[2014年9月版]（成長戦略）」が目指す方向性は、大阪商工会議所の「千客万来都市OSAKAプラン」と概ね同じである。今後、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催、2027年リニア中央新幹線の東京―名古屋間先行開業により、東京一極集中のさらなる加速化が懸念される中、成長戦略が掲げる「日本の成長をけん引する東西二極の一極として世界で存在感を発揮する都市」という将来像に到達するためには、行政と経済界が一体となった取り組みが不可欠である。引き続き、大阪商工会議所との連携・協働を強化されたい。

3. 成長に向けた課題、施策展開の方向性（5ページ）

- 成長戦略が将来像に掲げる「世界で存在感を発揮する都市」を実現するためには、大阪・関西の「強み」を磨き、つなげ、発信していくことが重要になる。内外の集客力強化においても、こうした視点を重視し、例えば、観光で来訪した外国人が大阪に好感を持ち、大阪の大学への留学、大阪での起業へとつながるよう支援し、さらに、そうした事例を積極的に情報発信することで、好循環を生み出していく仕組みを構築すべきである。ついては、大阪府・大阪市の各部局で個別に推進されている集客力強化、外国人高度専門人材等の受入拡大、対内投資促進等を戦略的に連携させ、海外プロモーションを強化する取組みを成長戦略に盛り込まれたい。

4. 具体的な取組み

1. 内外の集客力強化

（1）世界的な創造都市、国際エンターテイメント都市の創出（8ページ）

- 内外の集客力強化に向けては、2020年オリンピック・パラリンピックを東京だけのイベントに終わらせず、オールジャパンのムーブメントとして、より大きな波及効果を創出することが望まれる。そのためには、2019年ラグビーワールドカップ、2021年関西ワールドマスターズゲームズを含めた3年間を一体として捉え、大阪・関西においても都市魅力の向上や情報発信に

取組む必要がある。特に、関西ワールドマスタースゲームズには、国内外から5万人を超える参加者とその帯同家族等の来訪が予想され、スポーツツーリズムを通じた地域活性化に大きく寄与することが期待される。大阪府・大阪市においても、関西ワールドマスタースゲームズの実施を通じた大阪・関西の内外への情報発信を強化するとともに、同大会組織委員会に参画し、注目度の高い競技の大阪での開催を実現されたい。

- 都市魅力創造のシンボルイヤー（2015年）の取組みとしては、「大坂の陣400年天下一祭」のみではなく、大阪府・大阪市・経済団体を挙げて推進する「水都大阪2015」もその対象に位置付けられたい。

2. 人材力強化・活躍の場づくり

（2）外国人高度専門人材等の受入れ拡大（11ページ）

- 中小企業では、外国人高度専門人材の受入れに関して、東南アジアからの留学生拡大を望む声が多い。近年、大阪府においても、東南アジア諸国を対象とした留学プロモーションや就職支援等を推進されているが、その効果をより高めるために、以下の4点に配慮されたい。
 - ①留学プロモーションの対象地域を拡大するとともに、同じ地域でも継続的にプロモーションを実施し、現地の教育関係者との良好な関係を構築されたい。また、大阪府内の大学との連携をさらに強化し、共同でプロモーションする体制を構築されたい。
 - ②物価水準の差が、留学生受入れの一つの大きな障害になっていることから、留学生の安定的な就学環境を確保するため、低廉で上質な住居の提供や、大学・専門学校を通じた学習費の補助などを行われたい。
 - ③留学を通じた大阪のファンづくりを促進するため、財政負担が比較的少ない短期留学プログラムの拡充を支援されたい。
 - ④わが国における外国人高度専門人材の育成・就職を促進するためには、日本語能力の底上げが不可欠であることから、大学・専門学校・日本語学校で学ぶ留学生を対象に、より上級レベルの「日本語能力試験」を取得できるよう支援されたい。

（3）成長を支える基盤となる人材の育成力強化（11ページ）

- 産業界のニーズに応じた人材を育成するためには、例えば、人手不足が続く業種の人材育成を強化するなど、雇用情勢の変動にも配慮した施策が必要である。大阪府立高等職業技術専門学校においては、こうしたニーズに対応した職業訓練メニューを整備されたい。

3. 強みを活かす産業・技術の強化

（1）先端技術産業のさらなる強化（13ページ）

- 燃料電池自動車（FCV）の普及は、その要素技術を担う在阪企業への波及効果が大きく、また、環境・新エネルギー分野のイノベーション促進にも寄与する。FCVの本格導入に向けては、水素ステーションの設置などが不可欠で、大阪府によるそうした環境整備は評価できるが、一方で、企業がこの

分野に積極投資するためには、初期の需要創出も重要である。については、大阪府・大阪市が積極的にFCVを導入することで需要を創出するとともに、府内の自治体や関西広域連合にも同様の取り組みを働きかけられたい。

(2) 世界市場に打って出る大阪産業・大阪企業への支援 (14ページ)

- 現在、大阪府・大阪市が在阪中小企業の海外展開支援や企業誘致等の対外プロモーションを行う海外事務所は、大阪政府上海事務所のみで、他の自治体に比べ拠点数や機能が限定されている。海外におけるプロモーション活動では、自治体のプレゼンスが重視されることから、大阪府・大阪市においても、海外事務所を強化すべきである。については、海外事務所において、現地市場調査、ビジネスパートナー探しなど、企業のビジネスニーズにきめ細かに対応できる機能を一層強化するとともに、新たに観光・インバウンド促進、地元産品・ブランドのPRの役割も担う「プロモーションセンター」としての機能も付加されたい。一方、大阪への進出に意欲がある海外企業に対しては、大阪の投資環境や進出のサポートメニューを具体的に提示できるよう、海外事務所の体制を整備されたい。

(3) 生活支援型サービス産業・都市型サービス産業の強化 (14ページ)

- 「大阪府市医療戦略会議提言(H26.1月)」で示された、医療情報の電子化とビッグデータの戦略的活用は、創薬や医療機器に関するイノベーションの促進のみならず、府民の医療実態や健康状態の把握、健康維持・増進にもつながることが期待できる。今後、具体的な取組みを推進する中では、創薬や医療機器のイノベーションだけでなく、健康寿命の延伸に寄与する新たなヘルスケアビジネスの創出・育成が重要になってくる。こうした展望をふまえ、現在は、大阪府内のそれぞれの医療関係機関等に集積されているビッグデータを統合的に運用し、分析・活用できる環境を整備されたい。

(4) 対内投資促進による国際競争力の強化 (15ページ)

- アジアでの都市間競争を勝ち抜くためには、大胆な規制緩和や税制優遇が不可欠だが、現在、大阪府では法人事業税および法人住民税に、大阪市では法人住民税に対して超過課税を適用している。これは、当地の産業競争力を弱める一因となっていることから、地域経済活性化のために、地元企業が競争上不利とならないよう、法人事業税および法人住民税の超過課税は早急に撤廃されたい。

5. 都市の再生

(1) 企業・人材・情報が集い、イノベーションが生まれる都市づくり (20ページ)

- 「ハイエンドなものづくりの推進」(15ページ)においては、「デザイン・イノベーションによる高付加価値化した製品・サービスの創出」が示されているが、デザイン・イノベーションは、都市づくりにおいても重要な視点である。世界から企業、人材、情報と呼び込むためには、住みやすく、ブランド力のある都市づくりが重要になることから、成長戦略の具体的取組として、

デザイン・イノベーションによる都市環境の整備を盛り込まれたい。

- 大阪・梅田や難波、アベノ・天王寺などの都心部に総合大学のキャンパスや研究拠点が集積していないことは、「イノベーションが生まれる都市づくり」を推進する上で大きな課題の一つになっている。については、成長戦略の具体的取組として、大阪都心部への大学拠点の整備を盛り込まれたい。

(2) 安心・安全を確保し、持続的に発展する都市づくり (21ページ)

- 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会に向け、首都圏には全国からの投資が集中する一方、大阪・関西への投資は相対的に低下することが憂慮されている。さらに、人口減少社会の到来により、公共施設や住宅等の余剰ストックが増加することで都市の新陳代謝が滞り、「安心・安全の確保」や「持続的に発展する都市づくり」が困難になる懸念がある。こうした見通しをふまえ、都市づくりにおける老朽化余剰ストックの活用や、関連産業の育成を推進されたい。

(4) みどりを活かした都市づくり (22ページ)

- 大阪は、都心部に水の回廊（堂島川、土佐堀川、東横堀川、道頓堀川、木津川）を有し、水辺が都市魅力の向上に大きな役割を果たしている都市である。このような地理的条件に恵まれた「水都大阪」の再生に向け、現在、大阪府・大阪市・経済3団体が設置した「水と光のまちづくり推進会議」のもとに「水と光のまちづくり支援本部(水都大阪オーソリティ)」と「水都大阪パートナーズ」を設け、公民共同で水辺の魅力創出に取り組んでいる。こうした状況をふまえ、「みどりを活かした都市づくり」の対象には「水」も含め、「水とみどりの魅力を活かした都市づくり」に改められたい。

5. 成長をリードしていく仕組み (23ページ)

- 国家戦略特区、国際戦略総合特区は、「日本の成長をけん引する東西二極の一極」である大阪の産業競争力の強化に不可欠な施策である。その推進に際しては、企業のビジネスニーズを十分にふまえた上で、行政と経済界が一体となって法改正や規制緩和等を国に求めていく必要がある。今後とも、大阪商工会議所との連携・協働を一層強化されたい。

以上