O I M O

(Osaka Industry Management／Marketing Organization)

設立に向けた提言

Osaka

Industry

Management／Marketing

Organization

2019年3月

一般財団法人大阪科学技術センター
地域開発委員会
大阪都市再生部会　大阪の都市格向上研究会

１．はじめに

世界に打って出る大阪を目指して

大阪が世界のメガシティに対して、これから産業・経済面で都市間競争に挑むには、人口成長や国内マーケットの規模の観点だけでは大変厳しい状況にある。転じて、海外からの視点に移せば、大阪には多様な分野にわたって開発力や技術力のある企業が集積しており、それら企業との取引等を通じて、様々なビジネスチャンスがあることをアピールし、大阪で事業をしてみたい、事業を始めたいという関心を集め、世界の中で一定の経済的ポジションのある都市を目指す可能性がある。

そのためには、大阪の産業の力を総合化し、単発の「製品」だけでなく、管理運営や教育等の「システム」も合わせて売り出すことが求められる。また、そのような製品やシステムが生まれた背景となる自然や文化などの大阪の地域資源やライフスタイル、京都や神戸など関西圏の広がりを十分に活用して、世界の都市とつながり、大阪への産業集積に結びつけることが望まれる。

「マーケティング」と「マネジメント」の時代

2020 年に 4 千万人、2030 年に 6 千万人の訪日外国人旅行者数の目標を設定したわが国において、観光の分野では各地で DMO 設立の動きが起こり、マーケティングの視点を持って誘客及び観光客の受入に関する取り組みが活発化している。大阪府・大阪市においても、早くから大阪観光局を設立し、民間ベースによる観光振興の動きを加速化させてきている。また、インターネットの普及や情報技術の革新によって、圧倒的な情報量が世界に流通するようになり、IoT により、あらゆるモノやサービスについてインターネットを介し、情報を収集し、活用する時代になった。今後の都市戦略を考えるうえでも、ビッグデータを活用した「マーケティング」がこれまで以上に重要になってきているといえる。

一方、地域の価値向上を図るため、エリアをマネジメントする動きが世界的な潮流になってきている。わが国においても大都市を中心にエリアマネジメントの動きが活発化し、大阪市では全国に先駆けて BID 条例を制定し、グランフロント大阪で実践が始まっている。そのような意味で、「マネジメント」も重要なキーワードの一つになっている。

大阪・関西の有望な産業分野について、その「製品やサービス」だけでなく、「管理技術や運営システム」などを含めた総合性を持って、海外に打って出ることが重要である。その際、大阪・関西の強みを活かしてコンテクストを明確にし、海外に発信するため、特にマーケティングとマネジメントのできるヘッドクォーター組織が求められる。

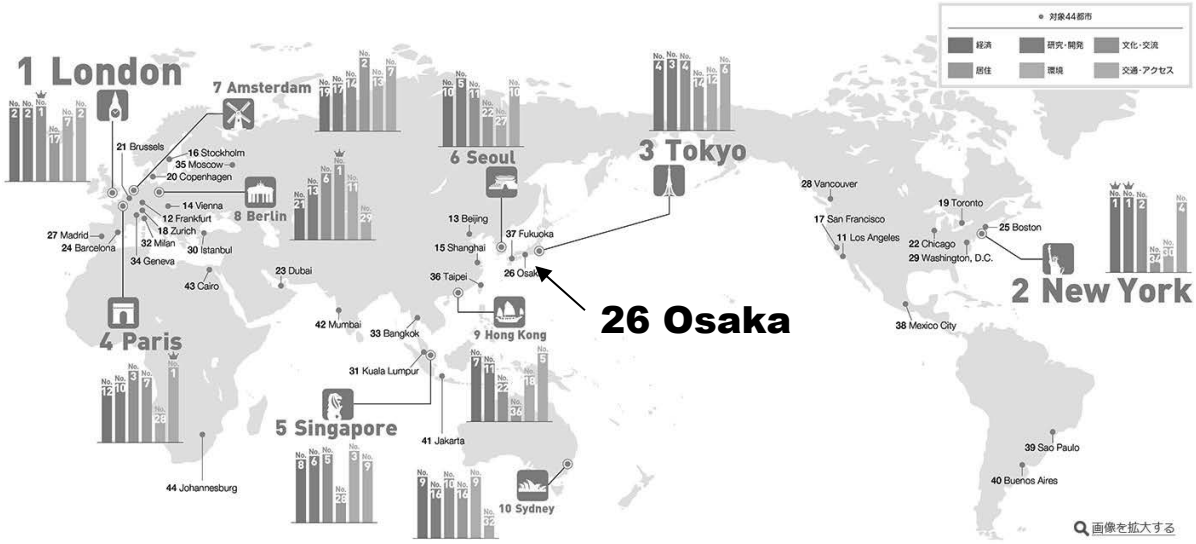
本書では、大阪がグローバル・ハブを担っていくことが必要であることを示し、「攻め」の姿勢で海外に打って出るために、オール大阪・関西で戦略的に海外展開を推進する中核となる組織（OIMO : Osaka Industry Management/Marketing Organization）の設立に向けた提言を取りまとめた。

２．都市間競争と大阪のポジション

（１）世界都市間競争の時代

情報技術の発展、航空網の発達等により、今や人や企業などの移動にとって国境の意味は薄れ、あらゆる面でグローバル化が進展している。人や企業は、世界中から自分たちにとって最も有利な条件を比較検討し、自らその場所を選び経済活動を行う時代になっている。都市にとっては世界中から選ばれる「世界都市間競争」の時代を迎えており、その競争は激しくなる一方である。

一般財団法人森記念財団都市戦略研究所が毎年実施している「世界の都市総合力ランキング Global Power City Index 」の最新版（2017 年）によると、対象 44 都市のうち、Osaka の都市ランキングは 26 位であり、中位の位置である。これは、5 年前（2012 年）のランキング 17 位／40 都市に比べて、大きく順位を下げている。



出典：一般財団法人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」

一方で、この間の訪日外国人客数は大きな伸びを見せ、マスターカード調査による「世界渡航先ランキング 2018」（対象：162 都市）では、関西国際空港の玄関口である大阪は、19 位の 842 万人である。

また、2009 年から 2017 年の過去 8 年間の年平均成長率で見ると、沖縄、京都に次いで大阪は世界第 3 位であり、人ベースでの世界各都市との結びつきが強まっている。

Global 8 year CAGR Growth rank (2009-2017)

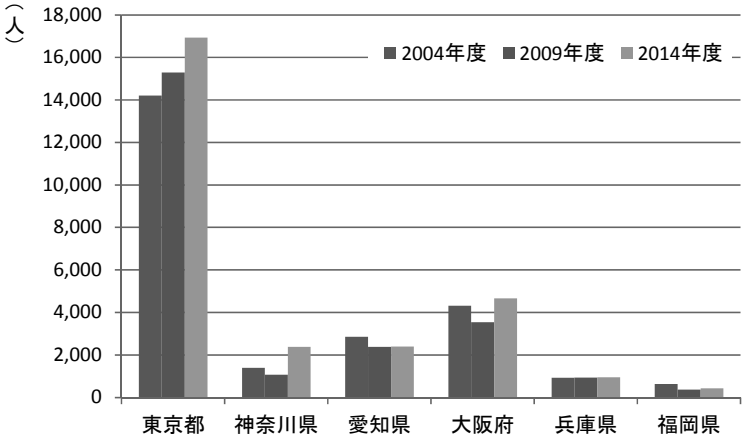
1	沖縄	39.20%
2	京都	27.80%
3	大阪	23.60%
4	成都市	21.60%
5	廈門市	20.50%
6	プーケット	18.50%
7	北海道	18.40%
8	アブダビ	18.20%
9	ハノイ	17.70%
10	コロンボ	16.90%

souce : 2018 年 版世界渡航先ランキング（Global Destination Cities Index）Master-card

（２）大阪のポジションの転換をめざして

これまで、大阪においても海外展開を意識した取り組みが国の地方局や自治体、経済団体が中心になって行われてきたが、民間企業では東京に海外営業の部署を置き、多くは東京を経由して海外との事業取引が行われていると言われている。例えば、下図の「企業活動基本調査」（経済産業省）によると、本社・本店の「国際事業」部門の従業員数は、東京都に多くが集中し、さらにその傾向が強まっている状況にある。

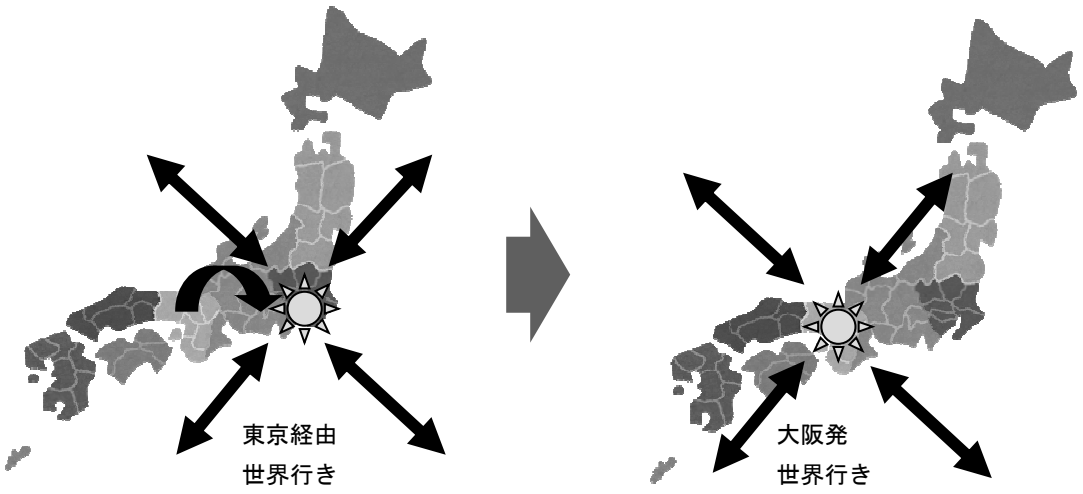
本社・本店の「国際事業」部門の従業員数合計



出典：経済産業省「企業活動基本調査」

今後、都市間競争を勝ち抜いていくためには、これまでの延長線上ではなく、東京を通じた大阪、日本の中の２番目の都市・大阪という状況から脱し、「大阪」という都市が、独自に世界から認知され、直接選ばれる状況をつくっていく必要がある。

＜これまで＞　　＜これから＞



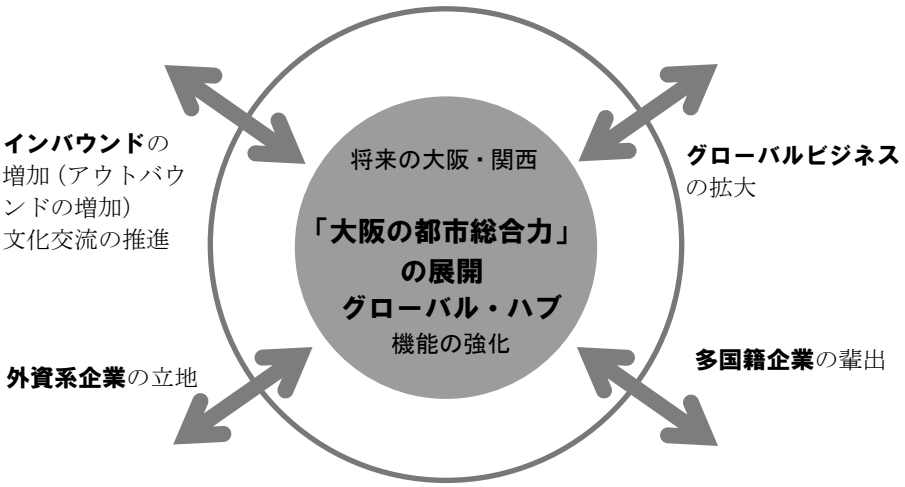
そこで、「大阪のグローバル戦略のあり方」として、『グローバル・ハブ大阪の構築に向けた都市総合力の展開』を位置づける。今回位置づける「グローバル・ハブ」とは、海外の「都市・企業・ひと」とのダイレクトな協力・連携によって、大阪・関西がグローバル経済の中で、産業・経済面における中心的都市のポジションに位置することを目指すものである。

これからは、大阪・関西の産業の強みを活かして、開発・製造から管理運営まで、システム全体を提案できる総合力を発信し、海外の「都市・企業・ひと」とダイレクトに関係性を構築することで、大阪が「グローバル・ハブ」を担っていくことが求められる。

■大阪のグローバル戦略のあり方

グローバル・ハブ大阪の構築に向けた都市総合力の展開

＜めざす姿＞



３．「攻め」の体制と「守り」の環境

大阪が「グローバル・ハブ」となるためには、大阪・関西企業の戦略的な海外進出の動き（「攻め」の体制）だけでなく、産業活動をしやすくするための都市インフラの適切な整備と更新（「守り」の環境）の両面が必要である。

また、本研究会では、「守り」の環境について、都市インフラだけでなく、産業クラスターの形成や、今後、一層ニーズが高まる人材育成環境の充実についても位置づけた。これら「守り」の環境づくりは、民間による力強い「攻め」を展開するためにも自治体によるしっかりとした取り組みが求められる。

①「攻め」の体制

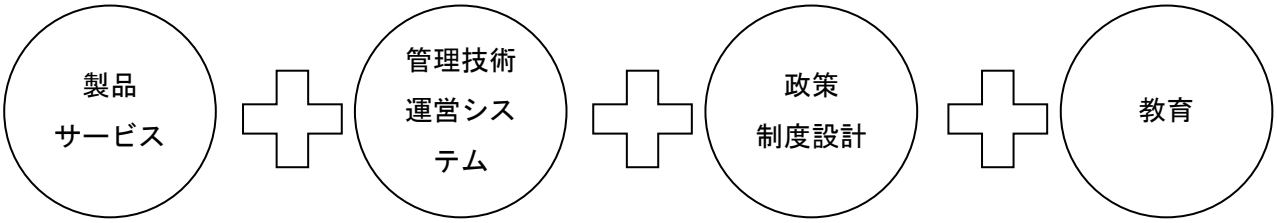
【大阪・関西企業の戦略的海外進出】

大阪・関西の有望な産業分野について、その「製品やサービス」だけでなく、「管理技術や運営システム」などを含めた総合性を持って、海外に打って出ることが重要である。その際、大阪・関西の強みを活かしてコンテクストを明確にし、海外に発信するため、特にマーケティングとマネジメントのできるヘッドクォーター組織が求められる。

また、そのような民間の力を発揮しやすい環境として、政府や自治体による「政策や制度設計」の支援も同時に展開することが有効である。

さらには、その製品や商品を使う社会環境を形成するためには、特に発展途上国において、例えば、安全面での意識向上、環境保護や生活習慣の見直しなど消費者・利用者としての「教育」に関わることもセットに展開することが必要である。

したがって、「製品・サービス」、「管理技術・運営システム」、「政策、制度設計」、「教育」の４つを総合的に展開していく戦略的な海外進出が重要である。



製品・サービスの輸出だけでなく、管理技術や制度設計、教育も合わせて海外に展開

②「守り」の環境

【産業活動のための都市インフラの整備と更新】

企業が事業を安心して円滑に進めるためには、道路、鉄道、空港、港湾、電気、上下水道などの都市インフラの充実が極めて重要である。

昨今の大規模な災害による都市インフラの麻痺が企業活動に甚大な影響を与えていることを鑑みると、都市インフラの整備や適切な更新の必要性について再認識する必要がある。

そうしたなかで、関西では、関空、伊丹、神戸の３空港の民営化・経営統合、国際コンテナ戦略港湾である阪神港の港湾会社の経営統合など民の視点による効率的な運営が一部で進められている。その他、道路や上下水道についてはこれまで一定の整備が進められてきたが、設備の老朽化対応も今後、ますます迫られてくることから、自治体を中心として環境の整備・更新に努める必要がある。

【産業クラスターの形成】

大阪・関西の製造業では、事業所数と従業者数で金属製品製造業が、製造品出荷額等では化学工業が最も多く、これらの業種を含む基礎素材型産業の割合が高いのが特徴であるが、それだけではなく多様な業種の産業がバランスよく集積している点に特色がある。また、多くの大学や研究機関が研究・開発活動をしている中で、かつての「産業クラスター計画」（近畿経済産業局）では、IT、環境・エネルギー、バイオの３つのクラスター形成が展開された。

公益社団法人関西経済連合会では、「第３期中期計画（2018～2020 年度）」において、「将来の関西を支える産業クラスター群を形成する」ことを中期目標の一つとして掲げ、「健康・医療」、「航空機」、「環境・エネルギー」、「AI・IoT／ロボット」の４分野の産業クラスター群の形成に取り組んでいる。

このように、海外に打って出るには、足元である大阪・関西の企業が積極的に設備投資を進めることを誘導し、産業クラスターとして、さらなる企業集積の厚みを増していくことも同時に行うことが重要である。

【人材育成環境の充実】

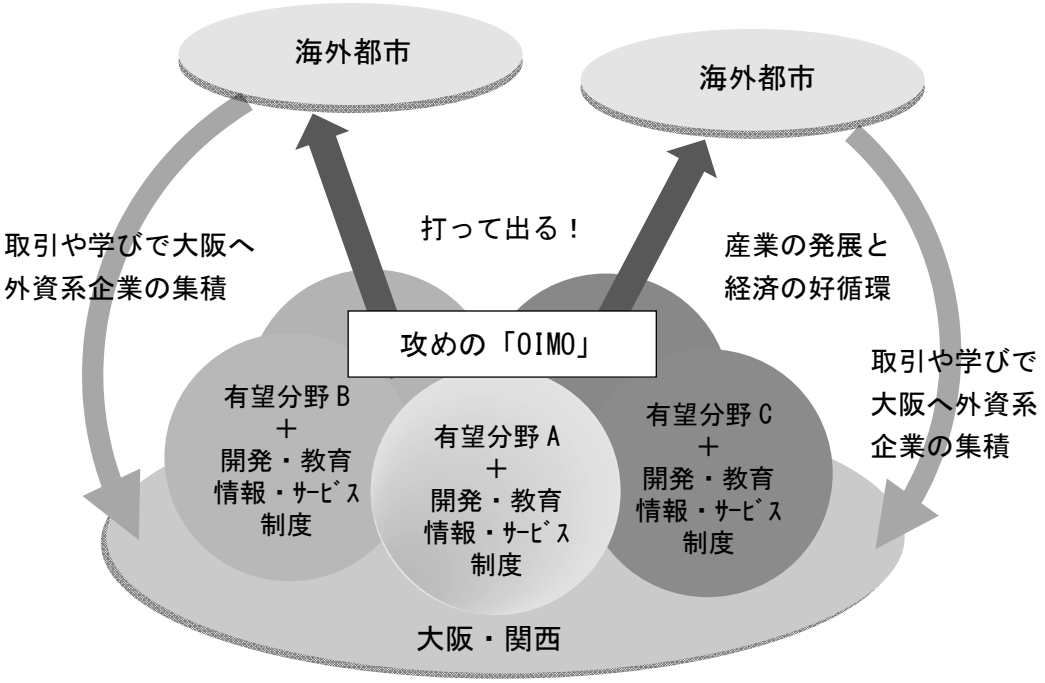
外国人留学生数は増加の一途であり、高等教育機関と日本語教育機関の合計留学生数は、平成 23 年の約 16 万 3 千人から、平成 29 年には約 26 万 7 千人へと 10 万人の増加となっている（独立行政法人日本学生支援機構調べ）。また、政府は平成 30 年 12 月 25 日、外国人労働者の受け入れ拡大に関する基本方針を閣議決定した。平成 31 年４月より今後５年間で、介護など 14 業種に最大で約 34 万人の外国人受け入れを想定するなど、今後の国際間での人口移動は、ますます広がることが推測される。

そのような中で、当事者への対応だけでなく、その家族も含めて大阪・関西での教育環境をどのように整えていくのかという点は産業振興の観点からも重要であり、グローバル社会の中で、人材育成環境の充実を図っていくことが求められる。

４．OIMO（Osaka Industry Management/Marketing Organization）設立に向けた提言

「攻め」の姿勢により海外に打って出るには、自治体よりも民間企業が主体になって戦略的に取り組む「ヘッドクォーター」組織が求められる。一方、企業単体が提供する製品やサービスではなく、政策や制度、教育も含めてシステム全体を売り込むには、自治体との連携も欠かせない。大阪・関西では、それぞれが独自のミッションを持って取り組む経済団体や産業支援機関が存在するが、オール大阪・関西で、戦略的に海外展開を推進する中核となるような組織は存在しない。

そこで、本研究会では、その組織を OIMO（Osaka Industry Management/Marketing Organization）と名付け、以下にその機能、次章で攻めるべき産業分野を示し、新たな民間主体の組織の設立を提言する。

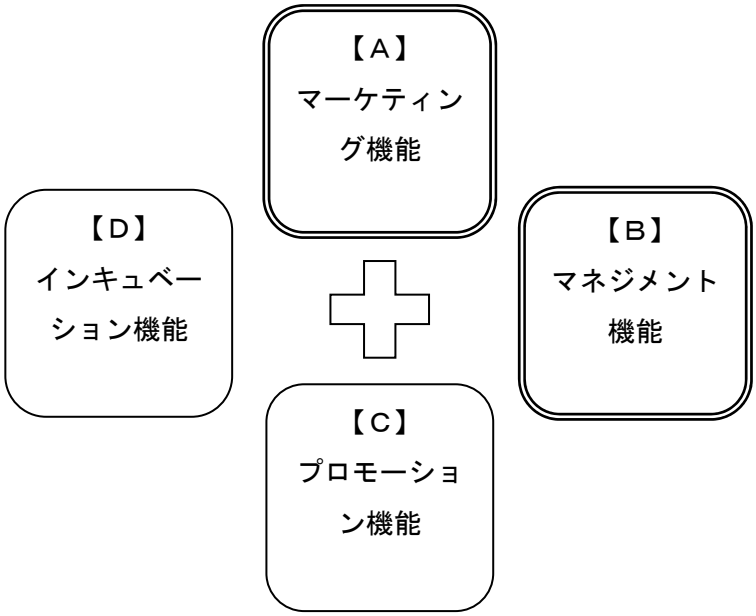


民間主体の組織 OIMO による成功イメージ

中小企業だけでなく、国際ビジネス支援においては、大企業も含めたオール大阪、オール関西体制での取り組みを進めていかなければいけない。なお、既存組織・団体については、取組事業の重複による力の分散や無駄を避けるためにプラットフォームを形成し、必要な場面での協力・連携を図っていくことが求められる。

【OIMO における４つの機能】

OIMO が担うべき機能として、【A】マーケティング機能、【B】マネジメント機能、【C】プロモーション機能、【D】インキュベーション機能の４つの機能がある。このうち、【A】マーケティング機能と【B】マネジメント機能の２つが戦略的な取り組みにあたって、特に重要となってくる。



OIMO が担うべき４つの機能

【Ａ】マーケティング機能

大阪・関西の企業が総合力によって事業展開するためにも、グローバル市場のニーズを把握するとともに、ビッグデータを活用し、都市間競争に勝つための戦略を作るマーケティング機能を備えることが最も重要である。それには、以下のような３つの事業内容が考えられる。

- 各国の課題とニーズに係るデータの収集・分析
- 戦略的に取り組む産業分野の抽出（コンテクスト・組合せの検討）
- 産業分野別のマーケティング戦略の策定

以下、３つの事業内容について詳述する。

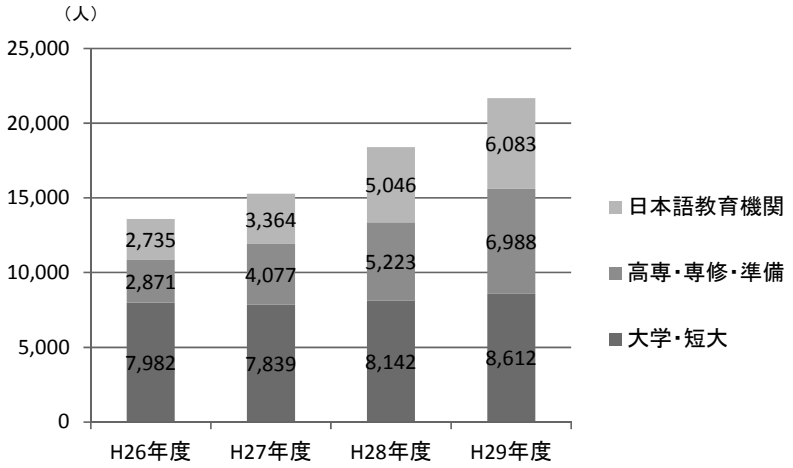
●各国の課題とニーズに係るデータの収集・分析

昨今の ASEAN の経済成長は目を見張るものがあり、各国の消費者像を過去のイメージで捉えることはできない。独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）では、各国のマーケティング情報についてデータを収集・公開しており、それらの情報も有効活用しながら、海外の消費者や企業が認める「価値観やライフスタイル」の情報を定期的に更新していくことが重要である。

また、既存の情報だけでなく、独自のデータ収集に取り組むことによって、大阪・関西の強みを生かした戦略策定に役立てることが可能となる。例えば、「ア）関西在住留学生からの意見収集」、「イ）産学官海外事務所の連携による情報収集」、「ウ）ビッグデータの活用」などが考えられる。

ア）関西在住留学生からの意見収集

大阪府の留学生数は平成26年度の約１万３千人から平成29年度の約２万１千人へと４年間で６割も増加しており、京都や神戸などを含めると、さらに多くの留学生が関西に在住している。留学生の力を借りて、身近な意見収集の機会を創り出すことが有効である。



大阪府留学生数の推移

イ）産学官海外事務所の連携による情報収集

大阪府・大阪市、関西各都市の姉妹都市・ビジネスパートナー都市や自治体の海外事務所、及び関西各企業・金融機関の海外駐在事務所、大学の海外研究拠点を活用し、産学官による情報収集体制を強化する。

（大阪市のビジネスパートナー都市）

香港、シンガポール、バンコク、クアラルンプール、マニラ、ジャカルタ、ソウル
上海、ホーチミン、ムンバイ、メルボルン、天津、オークランド

（大阪市の海外事務所）

大阪政府上海事務所

（大阪府の友好交流都市）

上海、江蘇省、東ジャワ州、仏・ヴァルドワーズ県、豪・クイーンズランド州
露・沿海地方、カリフォルニア州、伊・ロンバルディア州、ドバイ、ホーチミン

（大阪大学の海外拠点事務所）

サンフランシスコ、蘭・グローニンゲン、バンコク、上海

（大阪市立大学の海外拠点）

上海、バンコク　　など

ウ）ビッグデータの活用

一般社団法人データ流通推進協議会は、技術的・制度的環境を整備することで、データの提供と利活用を促進することを目的に平成 29 年（2017 年）11 月に設立された組織であり、今後、データ連携基盤の整備としてその役割が期待される。

膨大なデータを如何に有効活用し、社会課題の解決に活かせるかは、世界で事業を展開していく上でも重要なテーマであり、最先端の情報をとらえ、いち早くビックデータを有効活用していく動きが求められる。

●戦略的に取り組む産業分野の抽出（コンテクスト・組合せの検討）

次章で「大阪が攻めるべき産業分野」として３つの産業分野を例示するが、上記のように収集したデータを分析し、大阪・関西の強みに合わせて、既存産業を組合せ、産業分野を抽出して集中的に事業展開を図る必要がある。

特に、各企業の技術や製品・サービスなどに加えて、システムや制度、教育などをパッケージ化して展開する必要があることから、広く企業からの提案募集を行うなど自由な発想で新たな産業分野の枠組みを形成することが重要である。

●産業分野別のマーケティング戦略の策定

抽出した産業分野について、あらためて具体的に攻めるターゲット都市の市場に基づき、マーケティング戦略を策定して取り組みを進めていくことが求められる。

【Ｂ】マネジメント機能

策定した戦略に基づいて関係企業や研究機関・大学に働きかけ、中核機関として事業を遂行する能力が求められる。特に、これまでに無かった他業種との組合せにより、新たな市場の創造に取り組んでいくことから、フットワーク良く企業間をネットワークするマネジメント機能が重要である。

・新たな有望産業分野別のコンソーシアムの形成
・国プロジェクトの応募・事業実施機関

【Ｃ】プロモーション機能

海外の場でのプロモーションだけでなく、国内で開かれる「ワールドマスターズゲームズ 2021 関西」や「東京 2020 オリンピック・パラリンピック」、「大阪・関西万博 2025」、「IR 整備」などの機会をとらえて、大阪・関西の産業魅力を積極的に発信し、MICE 機能を充実することが求められる。また、技術力の高い中小企業の集積をアピールすることも重要である。

・海外展示会への共同出展、開催
・視察団の形成・派遣／招聘
・海外都市との連携協定
・外資系企業の誘致

【Ｄ】インキュベーション機能

新たな社会的課題の解決に挑み、大阪・関西から世界の市場に打って出るベンチャー企業が次々と輩出されるように、資金面や経営面でのサポートを行う機能が求められる。

また、かつての大阪がそうであったように、新しい産業やビジネスモデルを生み出す「人材」が集まる、集まりたくなる「おもろい」都市にしていくことこそが重要である。

そのためには、先輩起業家のアドバイスを受けることができたり、多くの人が集まりやすい環境（場所と機会）を作り出し、かつ、大阪の「街場」の魅力を最大限に生かす工夫（アフター会議など）が有効である。

・ベンチャーファンドの斡旋
・金融機関との連携による低利子融資の支援
・先輩起業家によるアドバイス（例：盛和塾、雅風塾）

５．大阪が「攻める」べき産業分野

OIMO の中の最も重要な機能は「マーケティング機能」と「マネジメント機能」であり、その中でも、どの産業分野で「攻める」のかは、非常に重要な要素である。

ここでは、世界的なニーズがあり、かつ大阪・関西において歴史的な蓄積、文脈がある産業、さらに現在、大阪・関西に企業や研究所等が集積している産業を、今後大阪が「攻める」べき産業分野と捉え、その各産業分野の今後の取り組みの考え方について示す。

（「攻める」べき産業分野の例）

❶
持続可能な
まちづくり産業

近年、まちづくりにおいて「持続性」が重要視されている。これまでのインフラ等を「つくる」だけでなく、「維持する」ことや、それらのインフラ等を活用して人々が「どう活動するか」といった、つくった後のことまで含めたトータルでの仕組みの提案が求められている。ここでは、それらをパッケージでサービスとして提供する産業を「持続可能なまちづくり産業」と定義する。

❷
スポーツ総合産業

スポーツには、「競技をする」（スポーツ用品、ウェア等）だけでなく、「観る」（応援グッズや飲食等）、「支える」（スタジアム、マスコミ等）という様々な観点から関連する産業の幅が広い。そのほか、測定機器やサプリメント、屋外用化粧品、スポーツクラブなどスポーツに関わる「健康」や「美容」産業にも広がっている。ここでは、これらの産業を「スポーツ総合産業」と定義する。

❸
食総合産業

食には、外食産業や飲食サービスだけでなく、農漁業や中食産業、食品製造業、さらには物流業や卸売・小売業と幅が広い。また、食への関心が高まるにつれて、スポーツ同様に「健康」や「美容」関連の産業にも波及し、健康管理におけるＩＴ産業や測定機器などにも広がる。ここでは、これらの産業を「食総合産業」と定義する。

❶持続可能なまちづくり産業

［世界のニーズ］

・世界の都市は、住宅格差、都市環境問題、インフラ不足、気候変動への対応など、都市のステージごとに様々な課題に直面している。

・これらの課題を克服し、いかに愛着を持って安心して暮らせるまちにしてくか、持続可能なまちにしていくかが世界的に求められており、2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」においても、持続可能な開発目標（SDGs）の一つとして「住み続けられるまちづくり」が掲げられている。

・このような状況の中で、特に重視されているのが、ハード整備による都市問題の解決だけではなく、整備後の運営や維持管理、その問題を取り巻く人々の意識や行動の変容といった、総合的な「システム」としての支援である。

・例えば、橋梁であれば、橋を造るだけでなく、維持管理を行う人材育成も含めたトータルでのサービス提供、防災であれば、堤防などを造るだけでなく、減災の視点で人々の防災意識を高める啓発活動をあわせて実施するなど、長期的で総合的な支援が求められている。

［大阪・関西の強み］

・世界の中でも、大阪が経験した急速な都市化とそれに付随して発生した都市問題、及びその克服の歴史は、特に発展途上国で進む都市化の問題解決に大きなヒントと事前予防をもたらすことが期待される。

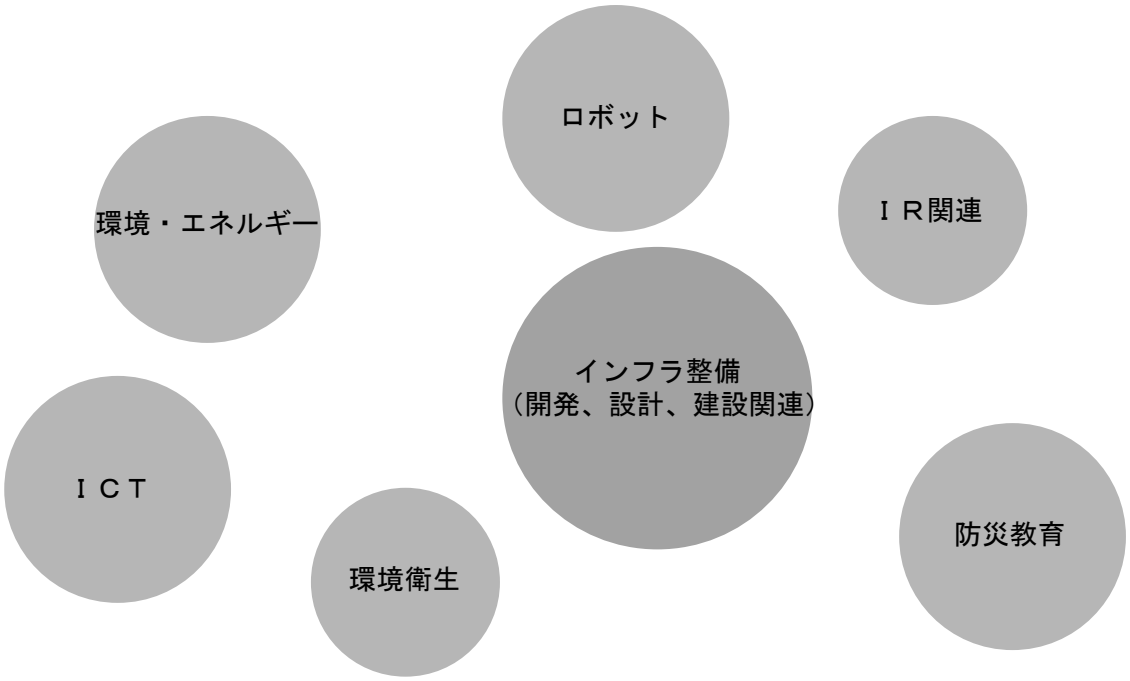
・1900 年代前半、大阪では「東洋のマンチェスター」とも称されるほどの急速な工業化とそれに伴う人口の都市流入を経験した。大正後期から昭和初期には「大大阪」と呼ばれ、当時の東京市の人口よりも多い日本最大の都市（世界でも６番目）であった。

・第二次世界大戦により、焦土と化した都市部では、復興期の劣悪な衛生環境を改善し、高度成長期になると、不足する住宅問題から、ニュータウンの建設や工業団地の開発等都市開発がすすめられるようになった。また、モータリゼーション化による交通問題や高度経済成長期の大気汚染、水質汚濁など工業化とともに住環境の改善や自然環境の保全、廃棄物やエネルギー対策などにも取り組んできた。

・このように、「急速な都市化」に伴う課題解決に取り組み、持続可能な都市づくりに努めてきたところである。

［大阪・関西の関連企業・研究所等］

・大阪・関西にはインフラ整備に関する企業等が集積している他、防災教育に関する取り組みを行っている研究機関や、環境・エネルギーに関連する企業、ICT 等を活用したインフラ維持管理等に関わっている企業が集積している。



＜インフラ整備（開発、設計、建設関連）＞

・大林組（大阪市）、積水ハウス（大阪市）、竹中工務店（大阪市）、大和ハウス工業（大阪市）、日建設計（大阪市）など

＜防災教育＞

・京都大学防災研究所、関西大学社会安全研究センター、兵庫県立大学減災復興政策研究科、人と防災未来センター　など

＜環境・エネルギー＞

・関西電力（大阪市）、大阪ガス（大阪市）、岩谷産業（大阪市）、川崎重工（神戸市）、日立造船（大阪市）、新日鐵住金、三菱重工など

＜インフラ維持管理（ICT、ロボット）＞

・オムロン（京都市）、NTT 西日本（大阪市）、日立製作所、三菱電機　など

［関連する国内の制度・仕組み］

＜防災＞

・義務教育で防災教育を実施（学習指導要領に防災教育の必要性について記載されている）

・災害対策基本法に基づく地域防災計画の策定（自治体の防災計画策定を法律で義務付け）

＜環境・エネルギー＞

・「環境未来都市」「ＳＤＧｓ未来都市」「国家戦略特区」といった先駆的取り組みを行う都市に対する支援制度

＜インフラ維持管理＞

・各自治体によるインフラ長寿命化計画の策定

［今後の取り組みの考え方］

・新興国や発展途上国における急速な都市化の進展を受け、持続可能な都市の実現に向けて、地球環境への負荷をできる限り低減する新たな技術開発や、熱帯地域など異なる気候を踏まえた適正技術の導入などが今後ますます求められる。

・また、これまでわが国で経験してきた都市の公害問題克服の経験を活かし、環境アセスメントや公害対策技術の導入、担い手の育成支援、環境基準に係る制度設計なども併せて展開することが重要である。

・2025 年に開催が決まった「大阪万博」では、会場建設にあたって新技術を紹介する絶好の機会になり、また 2024 年の開設を目指す IR についても「先端技術のショーケース」として位置づけられていることから、このような機会を積極的に活用することが望ましい。また、IR など新しいサービス産業の展開に向けて先進的な外国企業の誘致を図り、大阪・関西のサービス産業の発展につなげる視点も必要である。

・既存市街地や郊外ニュータウンにおいては、人口減少と同時にインフラや住宅の更新問題が起こってきており、その診断や再開発、リノベーションの技術、さらには地域コミュニティの再生などソフトな施策も含め ICT も取り入れた解決策を見出し、世界に発信することが求められる。

❷スポーツ総合産業

［世界のニーズ］

・WHO では、不健康な食事や運動不足、喫煙、過度の飲酒など生活習慣が原因の疾患は「非感染性疾患（生活習慣病, NCDs）」として位置づけられ、がん・糖尿病・循環器疾患・呼吸器疾患などがこれに該当するとされている。

・生活習慣病は、既に死亡原因の第 1 位を占め、全世界の死亡者数 5,770 万人の 71%に当たる 4,100 万人が、生活習慣病を原因として亡くなっている。そのうちの 80%は発展途上国における死亡者数である。（WHO,Noncommunicable diseases key facts ,2018.6.）

・生活習慣の改善はすでに世界的な課題であり、運動不足解消に向けた具体的な取り組みが求められている。

・一方、アジアではスポーツに対するニーズが、国の発展とともに高まっており、日常的なスポーツを楽しむ層が着実に増えている。

・アジア各国においても、サッカーなどのプロスポーツリーグを観戦する機会が増え、ジャカルタで開催された「2018 アジア競技大会」では 45 の国と地域から初めて 1 万人を超える選手が参加し、41 競技 465 種目が行われた。

［大阪・関西の強み］

・関西では 1915 年に第 1 回高校野球が、1918 年には高校ラグビー、高校サッカーの始まりとなる第 1 回フートボール大会が新聞社やスポーツメーカーのバックアップのもと開催されている。また、阪神甲子園球場など多くのスポーツ施設も民間企業の手で整備が進められており、民間企業がスポーツを支える文化があると言える。

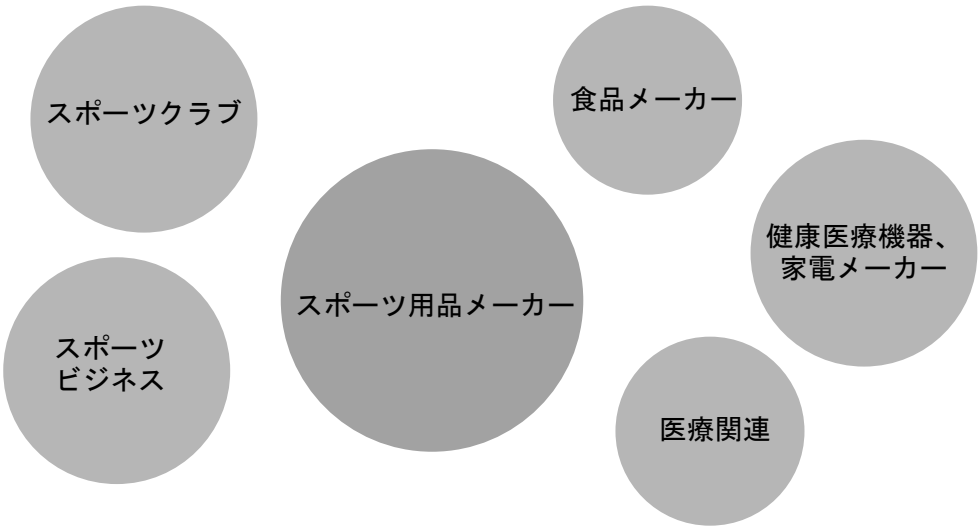
・こうしたスポーツ文化を背景に、関西のプロスポーツも盛んであり、野球が 2 球団、サッカーが 4 チーム、バスケットボールが 5 チームあるとともに、物販型ビジネス・サービス型事業・コンテンツ型事業・運営型事業という多様な切り口からスポーツビジネスを展開しつつある民間企業もある。

・また、大阪やその周辺では古くからゴム・革の加工や綿の縫製といった基礎産業が盛んであったこともあり、スポーツ用品メーカーも早くから集積している。

・現在上場している国内のスポーツ用品メーカーの半分以上は関西に立地しており、スポーツ用品の製造は世界に通じる産業の一つであると言える。

［大阪・関西の関連企業・研究所等］

・大阪・関西にはスポーツ用品メーカー等が集積している他、スポーツクラブ、健康医療機器メーカー、スポーツビジネス等、スポーツや健康に関連する企業も数多く立地している。



＜スポーツ用品メーカー＞

・ミズノ（大阪市）、アシックス（神戸市）、デサント（大阪市）　など

＜スポーツクラブ＞

・グンゼスポーツクラブ（日本初のカンボジア出店（2017 年））　など

＜健康医療機器、家電メーカー＞

・オムロンヘルスケア（向日市）、パナソニック（門真市）　など

＜スポーツビジネス＞

・プロ野球（阪神、オリックス）、J リーグ（サンガ、ガンバ、セレッソ、ヴィッセル）、B リーグ（滋賀、京都、大阪、西宮、奈良）　など

［関連する国内の制度・仕組み］

・労働安全衛生法による健康診断（労働者の健康診断を法律により義務付け）
・義務教育における「体育」の授業
・総合型地域スポーツクラブ（文科省）

［今後の取り組みの考え方］

・豊かな社会が形成されることによって生じてきた生活習慣病という世界的な課題に対応するには、日常的な健康管理や健康づくりの文化を広めることが重要であり、2021 年に開催される生涯スポーツの祭典「ワールドマスターズゲームズ 2021 関西」は、その考え方やライフスタイルを大阪・関西から発信する絶好の機会である。

・また、世界的にもメジャーなブランドを有するスポーツ用品メーカーが集積している強みを活かし、健康づくりの場を提供するスポーツクラブや健康食品メーカーなどと連携して、商品や使い方を紹介し、広めていくことが期待される。
・さらに、日本のスポーツ市場が GDP に占める比率が 1.0%と低いことに鑑みると（米国 2.9%、中国 2.2%、韓国 2.8%）、例えば映像の配信等の活用やパブリックビューイングと飲食の組み合わせなど、スポーツビジネスを拡大できる可能性は大きい。
・ところで、大阪、京都、神戸の３商工会議所が共催で設立した「スポーツハブ KANSAI」は、トップアスリートだけでなく、アマチュア選手やスポーツを楽しむ市民、スポーツを「みる」人など幅広い市場を対象に、スポーツを中核とした様々な産業における新ビジネス創出のプラットフォームとして動き始めた。このような動きを発展させて、世界の市場も視野に入れて取り組むことが重要である。
・このように、スポーツをハブに総合産業として捉え、「スポーツ」×「○○」としてあらゆる産業とのイノベーションを図っていくには、その効果を裏付けし、世界へ発信できるように公的な研究機関の開設も必要である。

❸食総合産業

［世界のニーズ］

・「和食；日本人の伝統的な食文化」は、平成 25 年 12 月、ユネスコ無形文化遺産に登録され、これまで以上に和食に対する世界からのニーズが高まっている。

・訪日外国人の日本への観光目的で最も多い理由は、「日本食を食べること」であり、海外における日本食レストランの数（農林水産省、H29 調査）は、2006 年に約 2.4 万店だったものが、2017 年には約 11.8 万店となり、10 年前に比べて 5 倍にも増加した。日本の外食産業も、世界各国への進出を展開している。

・それに伴い、日本の農産品への信頼度、鮮度を保つ輸送技術と保管技術、トレーサビリティ制度なども進化している。食の安全の観点からも日本の取組みは先進的であり、それらのシステムが未整備な発展途上国などでは、今後、ニーズが高まると考えられる。

・また、日本の食には発酵食品が多く、酒、納豆、醤油、味噌、漬物、鰹節など伝統的な食品に見られ、これらは、健康や美容にも良いと関心が高まってきている。世界各国でも発酵食品は見られるが、特に和食のヘルシーさが人気を博している。

［大阪・関西の強み］

・国際語にもなった「うま味(UMAMI)」という味覚の起源は、鰹節の発祥で、かつ昆布の集積地であったことから関西発祥の「だし」に由来している。大阪は、天下の台所と言われたように、江戸時代より農水産物の集積都市であった。

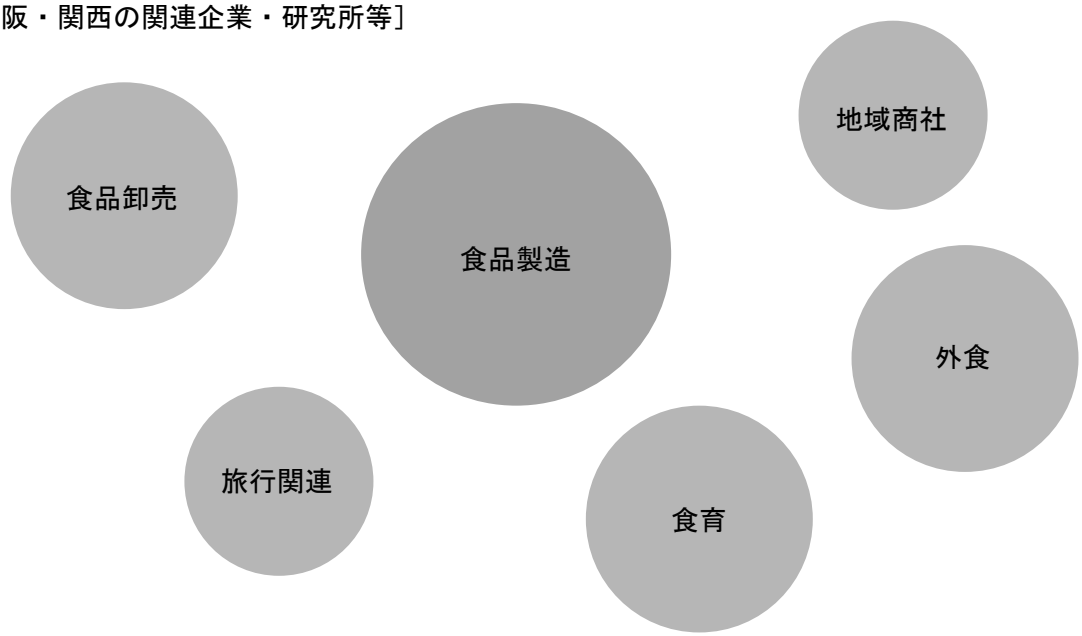
・特に流通に着目すると、食材の産地育成や輸送方式の改革にも取り組んだ卸問屋が、集積都市に果たした役割は大きい。

・また、和食の系譜で重要な茶事や懐石料理は関西を中心に発展し、料亭やカウンター割烹の発祥は大阪と言われている。

・さらに、兵庫の「灘」、京都の「伏見」、広島の「西条」が日本三大酒どころとされており、関西では日本酒の生産量が多い。

・日清食品（大阪市）が 1958 年に世界で初めてインスタントラーメンを発明し、インスタントラーメンは 2017 年には世界で 1001 億食が消費されており、世界各国に広まっている。

［大阪・関西の関連企業・研究所等］



＜食品製造＞

・菊正宗酒造（神戸市）、白鶴酒造（神戸市）、月桂冠（京都市）、サントリー（大阪市）、日清食品（大阪市）、江崎グリコ（大阪市）、日本ハム（大阪市）、伊藤ハム（西宮市）、丸大食品（高槻市）など

＜外食＞

・お好み焼き　ぼてじゅう　1978 年海外 1 号店、2017 年 8 ヶ国

・丸亀製麺（トリドール：神戸市）　2018 年 3 月末現在で 12 か国・地域、208 店舗など

＜食品卸売＞

・加藤産業（西宮市）、伊藤忠食品（大阪市）、トーホー（神戸市）など

＜食育＞

・大阪ガスによる食育活動　など

［関連する国内の制度・仕組み］

・学校給食法

・一般社団法人 日本食品トレーサビリティ協会（事務局：大阪市）

［今後の取り組みの考え方］

・海外において、食の安全・安心や食を通じた健康づくりに対する関心が高まっている。

・健康にやさしい伝統的な日本の食を、遠く離れた場所でも食べられるようにするには、食材を輸出するだけでなく、食べられる場所の提供や、食材の冷蔵、冷凍、保管といった流通技術の革新によって可能となる。

・大阪・関西が、その豊かな食文化を背景に世界へ展開していくに際しては、たこ焼き・お好み焼きなどのＢ級グルメだけでなく、料亭・割烹など、大阪・関西の歴史ある食文

化を地元関係者に周知し、関係者がプライドを持って進めることが望まれる。

・大阪・関西の食に関わる様々な企業が連携することで、大阪・関西だけでなく、全国のまだ知られていない食材や調理・加工方法、料理、食べ方の紹介も含めて「大阪・和食文化」として発信し、「世界の食の台所」としてブランド力をさらに高めることが重要である。

・また、食に係る地域商社が集積していることを踏まえ、大阪の信用力をベースに世界に打って出ることも可能である。

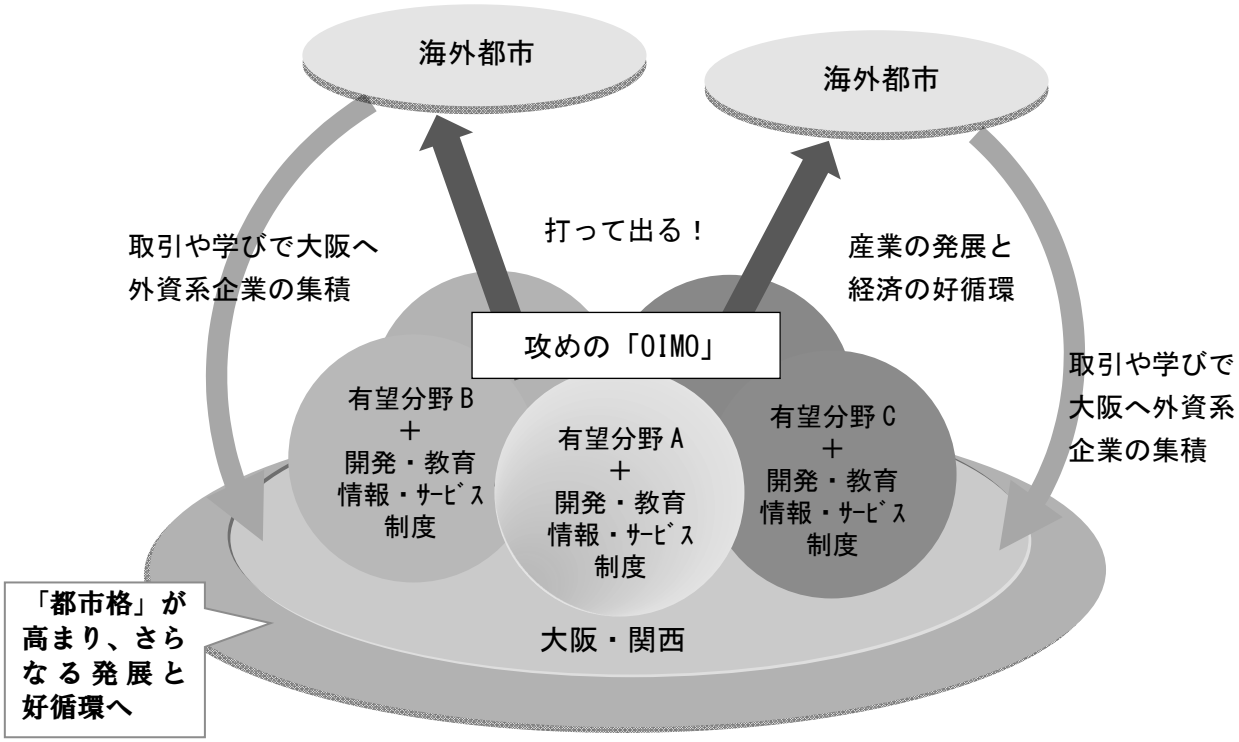
・昨今、インバウンド客が急増する中で、食とともに観光産業との組合せによる「フードツーリズム」を推進することは、国内にいたままで世界へアピールする手段としても有効であり、流通技術の革新を梃子として農業の高次化、付加価値化と合わせ、「食」を総合産業として捉えて様々な分野との連携を深めることが重要である。

６．おわりに

<u>OIMO の実現を通じて、大阪の都市格向上に期待</u>

大阪の都市格向上に向けて、産業・経済面でのポジションを高めるためにも、その司令塔的役割を担う OIMO（Osaka Industry Management/Marketing Organization）は極めて有効である。

大阪・関西の強みである産業分野の「製品・サービス」を世界に広めるためには、それだけでなく、「管理技術・運営システム」や「政策・制度設計」、「教育」も含めたトータルでの展開が重要である。「マーケティング」と「マネジメント」を中心とする機能を備えた、大阪・関西の産業・経済の攻めのヘッドクウォーター；OIMO による戦略的海外展開の推進により、大阪の都市格がこれまで以上に高まることを期待する。



OIMO による戦略的海外展開を通じて、「大阪の都市格」を向上！

＜大阪の都市格向上研究会　構成メンバー＞　（2019 年 3 月末日現在）

部会長　加藤 晃規　　大阪都市再生部会（関西学院大学 名誉教授）

座　長　森澤 五郎　　大阪都市再生部会　大阪の都市格向上研究会

研究会参加企業・団体（50 音順）

大阪ガス株式会社
株式会社大林組
川崎重工業株式会社
関西電力株式会社
新日鐵住金株式会社
株式会社竹中工務店
西日本電信電話株式会社
株式会社日建設計
株式会社日立製作所
日立造船株式会社
三菱重工業株式会社
三菱電機株式会社

事務局

一般財団法人大阪科学技術センター
株式会社地域計画建築研究所

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当センターまでご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：大阪科学技術センター』と明記して下さい。

2018年度（平成30年度）
地域開発委員会　大阪都市再生部会　大阪の都市格向上研究会
OIMO(Osaka Industry Management/Marketing Organization)設立に向けた提言

編　集／一般財団法人大阪科学技術センター　技術振興部

発　行／一般財団法人大阪科学技術センター
〒550-0004　大阪市西区靭本町１丁目８番４号
TEL：06－6443－5320（技術振興部）
FAX：06－6443－5319

OSTEC

OSAKA SCIENCE & TECHNOLOGY CENTER

一般財団法人 大阪科学技術センター