

府内中堅・中小企業の成長の原動力となる人材の確保による 大阪経済の活性化の実現

＜大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略＞ 基本目標⑤：都市としての経済機能を強化する

1. 構造的な課題

- ・東京圏への転出超過は2014年以降1万人以上で推移。そのうち20代の割合は48.6%（2014年）から58.4%（2017年）と増加傾向にあり、**若者の東京圏への流出が深刻化**（住民基本台帳人口移動報告）
- ・就職先を関西を第一希望とする学生が約70%いるにもかかわらず、実際に関西で就職する学生は50%程度（民間調査）
- ・外国人留学生のうち約60%が日本での就職を希望しているが**実際の就職率は約25%**（日本学生支援機構）
- ・大阪府の有効求人倍率は1.82倍、新規求人倍率は2.91倍と**府内企業は人材不足**
- ・海外進出に意欲を示している企業が多いなか、**高度外国人材の採用に関する意識の低さや理解不足が原因で、雇用できている府内企業はわずか15%程度**

2. 事業の概要

- ＜学生の東京圏への流出防止のための取組＞
- ・府内高校や大学、大学コンソーシアム等と連携し、**大学進学前の高校生、就職活動前の大学1～3年生、就職活動中の大学4年生、それぞれのステージに応じた府内中堅・中小企業との接点を創出**（交流会、グループワーク、インターンシップ等）。企業への理解を深め、大阪で働くことのイメージを醸成させ、**府内企業への就職を促進**。
 - ・**就職後には**、異業種交流会等の実施により中堅・中小企業の同世代の横のつながりを創出して、**早期離職の防止、職場定着を支援する**。
- ＜外国人留学生の確保・定着のための取組＞
- ・中堅・中小企業を対象に、**外国人留学生の採用意欲を高めるセミナー等により、採用を検討する企業を増加させる**。
 - ・採用意欲が高まった企業を合同説明会等に誘導し、**マッチングを支援する**。
 - ・**採用後には**、企業を対象とした離職防止セミナーや外国人材ジョブトレーナー養成ワークショップ等の開催や新入外国人社員を対象に交流会を開催するなど、**職場定着にむけたフォローアップ支援を実施する**。

予算

2019年度：38,084千円
2020年度：38,434千円
2021年度：38,434千円

KPI	事業開始前	2019年度	2020年度	2021年度
連携大学における府内企業への就職者増加数(人)	0	200	250	250
参加学生等の数(人)	0	1,960	2,010	2,010
就職した外国人留学生数(人)	0	90	90	90
参加企業数(社)	0	340	340	340

観光地域づくりと「大阪の食」による魅力創出・発信事業（2019年度～2021年度）

府内各地で多様な楽しみ方を体験できる都市、 「大阪の食」の魅力と観光需要の結び付けによる生産者等の所得向上を実現

＜大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略＞

基本目標⑤：都市としての経済機能を強化する

基本目標⑥：定住魅力・都市魅力を強化する

1. 構造的な課題

＜観光魅力の創出・発信＞

- ・来阪外国人が訪れる観光地として、**道頓堀、大阪城、USJをはじめとした大阪の中心部が上位**（大阪観光局調べ）
- ・さらに世界の人々を惹きつけるために、大阪が一体となり、**大阪ならではの魅力創出、府内各地の観光スポットを周遊し、多様な楽しみ方を体験できる観光地域づくり**に取り組んでいくことが必要

＜「大阪の食」に関する市場ニーズ開拓と販売・物流体制の確立＞

- ・「**大阪の食**」の魅力については、**海外からの認知度はまだ低く**、海外マーケットの取り込みにむけては、**認知度の向上とその市場ニーズの開拓が課題**
- ・**長時間の海外輸送に伴う鮮度劣化、海外への販売・物流体制が確立していない**など

2. 事業の概要

＜インフラツーリズムの推進による観光地域づくり＞

- ・府有のインフラ施設（寝屋川流域地下河川、三大水門、安威川ダム、狭山池ダム等）には、**その規模の大きさや特殊性、秘匿性などから、体験や知識意欲を満たす観光資源としてのポテンシャル**がある。
- ・大阪観光局と連携して、**インフラ施設の安全設備の設置、民間事業者等と観光事業化にむけた調整およびツアーの実施などの社会実験**に取り組み、**将来的には民間事業者が観光商品化**することをめざす。

＜観光振興と「大阪の食」の連携による大阪の魅力創出・発信＞

- ・**ぶどう狩りやワイン産地の見学などの着地型観光により「大阪の食」をPRする他、インフラツーリズムをはじめとした観光コンテンツと連携して府内周辺部への観光客の流れを創出し、その地域でしか味わうことができない「大阪の食」の体験につなげる**。府内の飲食店等と生産者等をマッチングすることで「大阪の食」の露出拡大を図る。
- ・国内プロモーションを通じて、**来阪外国人の趣向をマーケティングし、海外市場ニーズを開拓するとともに、海外販路拡大を試みる生産者等に対する販売・物流体制強化のための支援**を実施する。

予算

2019年度：13,056千円
2020年度：12,194千円
2021年度：11,794千円

KPI	事業開始前	2019年度	2020年度	2021年度
インフラツーリズムへの参加者数(人)	0	50	100	150
インフラツーリズムの認知度(%)	15	20	25	30
輸出に取り組む生産者等の数(人)	0	7	7	7
生産者等のマッチング数(件)	0	125	125	125

水なすICT技術実証普及推進事業（2019年度～2021年度）

スマート農業化の促進による生産量の拡大・6次産業化の発展等 地域農業・産業の発展の実現

<大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略>

基本目標⑤：都市としての経済機能を強化する

1. 構造的な課題

- ・水なす栽培は温度管理などのきめ細やかな環境制御を行う必要があるが、1農家が所有する耕作農地は小面積かつ点在しており、適切な品質管理のためには施設間の移動時間がネックとなり耕作地を増やすことができない
- ・首都圏への水なす出荷量は3年間で5倍程度に増加しているが、需要への対応能力を高め、首都圏以外での需要拡大や漬物以外の魅力的な加工品づくり、食品事業者との連携強化といった6次産業化の推進が課題
- ・高品質の水なすを生産するための環境制御は、各農家の経験や勘に基づくもので技術・ノウハウの平準化・マニュアル化ができていない
- ・水なす生産農家による雇用拡大や新規参入者の経営安定（人材育成）にむけては、生産性の向上、規模拡大による収益性の向上とその技術継承が課題

2. 事業の概要

- ・地元農業協同組合等と連携のうえ、モデル農家に遠隔操作が可能な高度環境制御システムのプロトタイプを導入する。
- ・大阪府や地元農業協同組合等を構成メンバーとする「ICT推進協議会（仮称）」を立ち上げ、生産者目線での効率的なシステム運用方法や活用メリットなどを検討するとともに、農業者向けのシンポジウムの開催やモデル農家における実証展示をすることで、システムの効果を広く啓発する。
- ・蓄積された気象条件、操作内容のデータをもとに技術マニュアル等を作成する。
- ・新規就農を思案する農業大学校や農業研修生等に対する各種研修会や個別指導を通じて、システムを活用した円滑な就農時の経営スタートアップのサポートをPRするなど、新規就農を促進する。
- ・府の他事業とも連携しながら、農業協同組合、水なす生産者と食品関連事業者、広告代理店等との新商品開発・販売に向けたマッチング交流会の開催や販路拡大のための新たな供給先のマーケティングに取り組む。

予算

2019年度： 3,370千円
2020年度： 1,552千円
2021年度： 1,576千円

KPI	事業開始前	2019年度	2020年度	2021年度
水なす出荷量増加数(kg)	0	0	0	80,000
ICTを導入した農場数(農場)	0	2	0	10
生産農家への働きかけ(人)	0	40	40	40