

(案)

堺産業戦略
－ Sakai IMPACT Strategy －
(第2期)

令和8年〇月
堺市

目次

○戦略の背景・趣旨、位置づけ	p.3
■ 戦略の背景・趣旨	
■ 戦略の位置づけ	
■ 計画期間	
○市内産業の現状認識と社会経済情勢の変化	p.4
■ 市内産業の現状認識	
■ 社会経済情勢の変化	
○戦略によりめざす姿	p.5
■ 中期ビジョン（2030年度にめざす姿）	
○戦略のコンセプト	p.7
○エリア戦略	p.8
■ 重点成長ゾーン	
○ビジョン実現へのアプローチ	p.9
■ 戦略の5本柱と3つのキーワード	
○戦略のKPI	p.20
■ 堺産業戦略（第2期）におけるKPI	
■ 堺産業戦略（第2期）が資する堺市基本計画2030におけるKPI一覧 （参考）	
○戦略とSDGs17の目標との主な対応関係	p.22
○用語解説	p.23
○参考データ	p.28

戦略の背景・趣旨、位置づけ

■ 戦略の背景・趣旨

- ・令和4年2月に本市産業政策の方向性を示す「堺産業戦略」（2022（令和4）年度～2025（令和7）年度）を策定し、市内産業の活性化に向けた取組を推進し、着実に成果を積み上げてきた。
- ・一方、**人口減少・高齢化の進行**をはじめとする**社会経済情勢の変化**や、**人手不足、DX・GXの推進等**、**市内企業が直面する課題**への対応が求められる。
- ・このことから、**戦略の基礎となる考え方は引き継ぎつつ**、社会経済情勢の変化等を踏まえ、より効果的な内容に見直すことで次期戦略として策定する。

■ 戦略の位置づけ

上位計画である「堺市基本計画2030」が見据える2035年の将来像の実現に向け、本市産業政策の方向性を示す道しるべとなるもの。

また、関連計画である「堺市SDGs 未来都市計画」等の事業との連携・調和を図りながら取り組む。

堺市基本計画2030

- 都市像：「未来を創るイノベティブ都市」～変化を恐れず、挑戦・創造しつづける堺～
- 2035年度にめざすゴール〔KGI〕：事業従事者1人当たりの付加価値額

＜重点戦略の主な施策＞

- ▶成長産業や新事業を生み出すイノベーションの創出
- ▶民間投資の戦略的な誘導
- ▶女性活躍・働く意欲がある多様な人材の活躍
- ▶伝統産業のブランド力向上による活性化

堺産業戦略

- 計画期間 2026年度（令和8年度）から2030年度（令和12年度）までの5年間

市内産業の現状認識と社会経済情勢の変化

■ 市内産業の現状認識

- ・市内企業におけるデジタル化が進む一方、DXの取組は十分に広がっているとは言えず、とりわけ「**デジタル人材の育成**」、「**新規事業創発**」に課題が見られる。
- ・成長産業分野への投資が進むなか、依然として市内の**低・未利用地が限られている**。
- ・伝統産業を取り巻く環境として、**後継者の確保・育成に大きな課題を抱えている**。
- ・商店街は多様なニーズに応える「**生活を支える街**」への**変革**が求められている。
- ・中百舌鳥エリアにおいて、起業家等イノベーションを担う層の交流・共創が進んでいる。
- ・市内企業が抱える最大の経営課題として「**人材の確保・育成**」が挙げられている。
- ・業種間で有効求人倍率に差が生じるなど、**企業と求職者のニーズにギャップ**が見られる。
- ・大阪・関西万博で市内企業が様々な技術を世界に発信。その**レガシーを市内経済の活性化につなげる**必要がある。

■ 社会経済情勢の変化

- ・AI、IoT、クラウド等の技術革新により、**業務効率やビジネスモデルが大きく変化**。
- ・感染症拡大や地政学リスク等の影響により、**サプライチェーンの見直しを図る傾向**。
- ・**2050年のカーボンニュートラルの実現**に向け、**サプライチェーン全体のCO2排出量を削減する動きが加速化**。
- ・地域社会の持続可能な成長と住民の**ウェルビーイングの実現に向けた新たなイノベーションの創出**への期待。
- ・人口減少・高齢化の進展に伴い、**労働力不足や市場の縮小等**、経済活動に大きく影響を及ぼす懸念。
- ・個人のライフスタイルに合わせた働き方が認められるなど**働き方に対する価値観が多様化**。

■ 中期ビジョン（2030年度にめざす姿）

市内で活動する企業や人やプロジェクトが相互につながり、掛け合わせり、相乗効果を生み出すインパクトある堺の産業が躍動している。

中百舌鳥イノベーション創出拠点



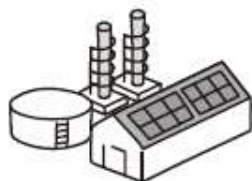
市内外から人・企業・情報・アイデアが集まり、常に新たなチャレンジが行われている。

働く意欲のある多様な人材

女性をはじめ、多様な人材に対する雇用機会が広がり、市内雇用が維持・拡大している。



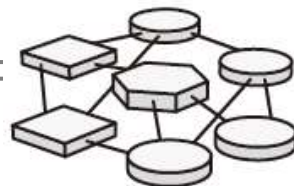
SDGsをリードする企業



脱炭素化や循環経済への移行をはじめ、経済・社会・環境の好循環に取り組む市内企業がSDGsの牽引役となっている。

歴史に裏打ちされた産業

堺ならではの歴史・文化を背景とした産業が、新たな価値を取り入れながら進化を続けている。



重層化する地域産業

企業のDXの土台が形成され、企業や人が相互につながり始め、掛け合わせり、地域経済全体が成長している。

戦略によりめざす姿（イメージ）



「インパクトある堺の産業が、未来を切り拓く！」

“ Sakai IMPACT Strategy ”

イノベーションを創出し (**I**nnovation)

地域経済の基盤を守り (**M**aintain)

産業の可能性を引き出し (**P**otential)

時代の変化を機敏に察知し (**A**gility)

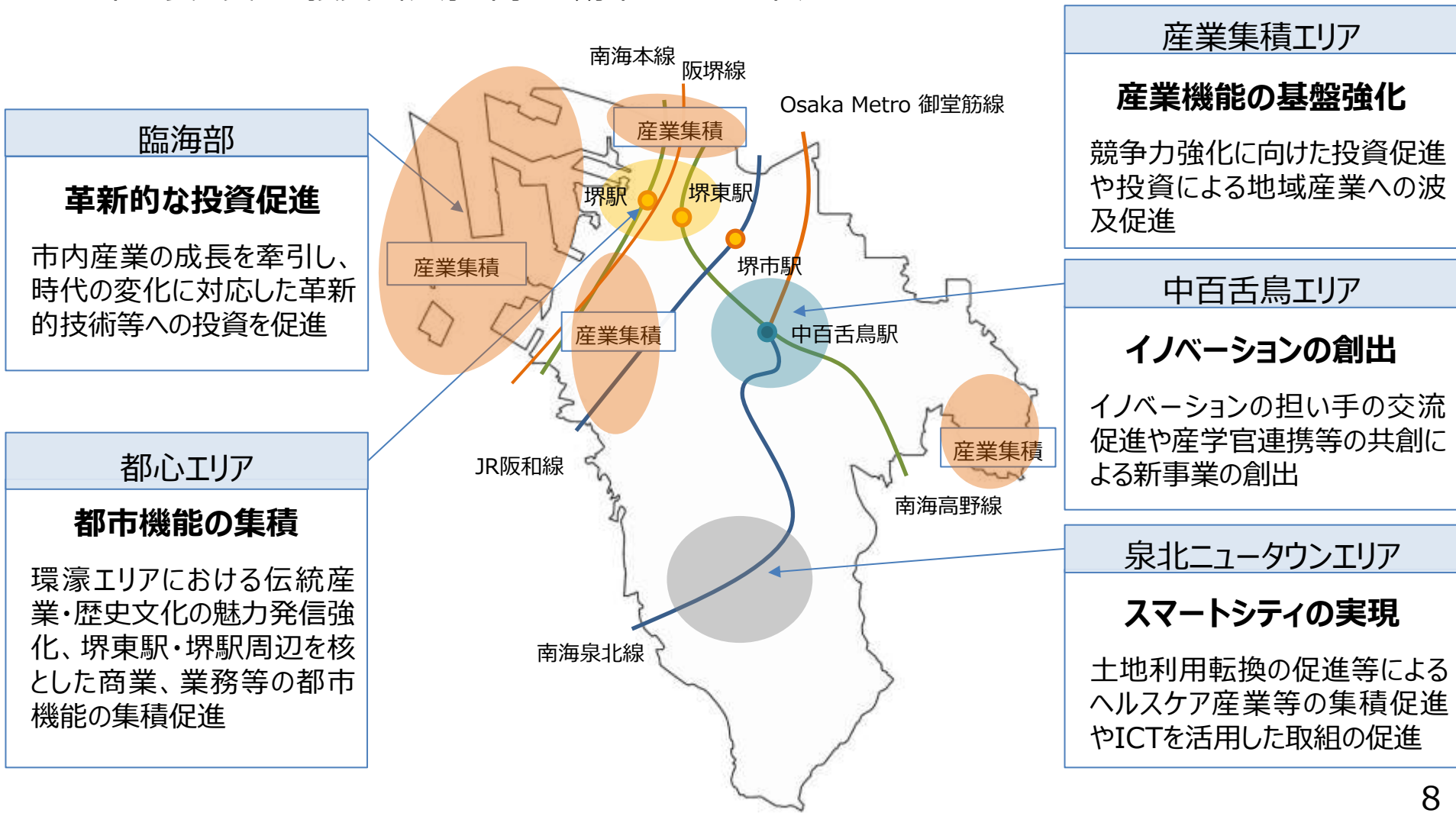
共通の価値観に基づき (**C**ommon Values)

地域経済活性化を引き起こす (**T**rigger)

堺の産業が豊かな地域経済の未来を切り拓くためには、イノベーションを創出し、既存産業の厚みをベースに雇用等の地域経済の基盤を守り、新たな社会課題への挑戦を通じて産業の可能性を引き出し、時代の変化を機敏に捉えた産業政策を共通の価値観に基づき展開し、地域活性化を引き起こすことが必要。

■重点成長ゾーン

中期ビジョン（2030年度にめざす姿）の実現に向けて、関係計画との整合性を取りながら、エリアが持つポテンシャルを最大限に活かし、都市機能や産業基盤を戦略的に強化する。また、以下のエリアに限らず、都市成長に資する投資の誘導に向けて効果的な土地利用を進める。



ビジョン実現へのアプローチ

■ 戦略の5本柱と3つのキーワード

中期ビジョンの実現に向けて、戦略の5本柱のもと各施策に重点的に取り組む。また、戦略の枠を越えた施策間連携により、各戦略が相乗効果を発揮できるように取り組む。あわせて、施策推進の重要な視点として3つのキーワード（「挑戦」、「共創」、「人材」）を設定し、各取組に効果的に反映する。

【戦略1】

環境変化に対応した
経営基盤の強化により
産業の競争力を高める

【戦略2】

産業構造の転換と
戦略的投資を促進する

【戦略3】

歴史ある産業を
継承し、広げ、
新たな価値を生み出す

【戦略4】

挑戦と知恵が集まる
地域から、未来の
イノベーションを創出する

【戦略5】

時代に対応した
雇用により
地域経済を支える

新たな「**挑戦**」（チャレンジ）を後押し

新たな課題や可能性に果敢に挑み、企業や産業の未来を切り拓くチャレンジを後押しする。

多様な主体による「**共創**」を促進

多様なステークホルダーの連携・協力を促し、知見やアイデアを融合させることで、新たな価値・イノベーションの創出を促進する。

「**人材**」の確保・育成を推進

人材不足の解消にとどまらず、企業の成長を支え地域経済の持続的発展を牽引する人材の確保・育成を産学官が連携して推進する。

■ 重点アプローチ

社会経済情勢に左右されない、足腰の強い経営基盤の構築に向けた取組を推進

■ 課題認識

AI、IoT、クラウド等の技術革新、物価高騰等、経営環境が大きくかつ急速に変化する中、市内の個々の事業者が抱える経営課題の解決が重要であることに加えて、新たな挑戦に取り組みやすいビジネス環境の実現が、国内外で市内産業の成長ポテンシャルを引き出すための土台となる。

■ 取組方針

企業の業種や規模を問わず、付加価値の源泉となるDXや人材への投資、製品等の開発や市場開拓への挑戦、大阪・関西万博のレガシーを活かした効果的な取組等を後押しし、市内産業の基盤強化に着実に取り組む。また、業界のリーディングカンパニーなど先進的な取組を行う企業と高い技術力を有する中小企業との連携・協業を支援し、相乗効果を生み出すことで地域産業の競争力を高める。

■ 戦略に基づく重点施策

● DXの更なる推進

これまでの取組に加え、DXを推進する社内人材の育成やデジタル技術を活用した新規事業創出等、デジタル化にとどまらずDXに取り組む市内企業の裾野拡大を地域ぐるみで後押しする。

● 産学官や企業間の連携・協業の促進

大阪公立大学（工業高等専門学校含む）等の研究シーズを活かした産学官連携の取組や、業界のリーディングカンパニーと中小企業の連携・協業を促進するなど、市内中小企業の競争力強化や新たな事業展開に資する取組を支援する。

● 新市場・販路開拓の支援

成長産業等新分野への進出や効果的な展示会出展の支援、企業間マッチングの促進等、市内中小企業の国内外の新市場・販路開拓の支援を行う。

● 中小企業の経営支援

市内に集積する中小企業に対する支援のベースとなる活動として、個社の経営課題（人材確保、販路開拓、事業承継、BCP等）に対して、経営相談、専門家派遣等による支援を行う。

● 万博のレガシーを活用した取組の推進【新規】

大阪・関西万博で世界に発信した技術・サービスの実用化に向けた取組を支援するなど、市内企業における万博のレガシーの効果的な活用を後押しする。

戦略2：産業構造の転換と戦略的投資を促進する

■ 重点アプローチ

成長産業分野等への投資促進と、新規投資や事業拡張に対応するための産業用地確保

■ 課題認識

パンデミックや地政学リスクの顕在化を背景に、企業は国内回帰・国内生産体制の強化を図る傾向がある。また、脱炭素社会の実現に向けた社会的要請から、サプライチェーン全体でのCO2削減が必要という認識が広がっている。さらに、市内への新たな投資が進んでいることから、これらの先進的取組を地域経済へ波及させることが求められる。

■ 取組方針

大規模産業用地が不足する中、新たな産業用地の確保に向けた取組を推進しつつ、既存事業所内における競争力強化につながる投資や今後拡大が見込まれる産業分野への投資を促進する。また、新規立地等の企業投資による地域経済への波及効果の最大化を図る。さらに、企業の脱炭素化を後押しし、経済と環境の好循環をもたらす産業構造への転換を図るほか、地域の特性に応じた事業所の集積を促進することで都市魅力の向上をめざす。

戦略2：産業構造の転換と戦略的投資を促進する

■ 戦略に基づく重点施策

● 競争力強化に向けた企業投資の促進

企業の競争力強化や付加価値の高い産業構造への転換を図るため、エリア戦略における各エリアの特性を踏まえ、時代の変化に対応した研究所や成長産業分野に関する投資等、イノベーション創出につながる投資を促進する。

● 特定重要物資・技術への投資に対する支援【新規】

中長期的に拡大が見込まれる特定重要物資・技術への投資の促進等に向けた施策を実施する。

● 企業の脱炭素化の後押し

「堺市イノベーション投資促進条例」に基づく企業誘致や投資促進を基軸に、脱炭素社会の実現に貢献する革新的技術等の投資を促進する。あわせて、大阪府や近隣市と連携し、臨海部のコンビナートにおけるカーボンニュートラル実現に向けた取組を推進する。

● 新たな産業用地の確保に向けた取組【新規】

規制緩和等立地環境整備による低・未利用地の有効活用や、新たな産業用地確保に向けた取組を推進する。

● 投資による地域経済への波及促進【新規】

企業投資により整備される大規模な事業について、効果的な発信に加え、企業の持つ強みを活かして市内企業のビジネスチャンスを創出するなど、地域経済への波及を促す。

戦略3：歴史ある産業を継承し、広げ、新たな価値を生み出す

■重点アプローチ

歴史や伝統を継承しつつ、新たな価値の創出や課題解決に向けた取組を促進

■課題認識

堺の産業の強みの源流には、過去から蓄積された確かな製造技術や国際的に活躍してきた商人の進取の気風、優れた技術を継承する伝統産業等、歴史的な積み重ねがある。一方、伝統産業を取り巻く環境として、後継者の確保・育成等の課題を抱えている。また、商店街については地域の多様なニーズに応える「生活を支える街」への変革が求められている。

■取組方針

歴史に裏付けられた堺の特色ある産業の強みを継承しつつ、新たな価値を創出することで地域の魅力向上につなげる。また、大阪・関西万博で挑戦した伝統産業の新たな魅力発信等の成果を活かした地場産品の需要拡大や国内外からの来訪による市内の消費喚起、商店街が多様な主体を巻き込みながら、地域ニーズに応じて新たな機能を導入する取組等の支援等を通じて、地域経済への波及効果を高める。

戦略3：歴史ある産業を継承し、広げ、新たな価値を生み出す

■ 戦略に基づく重点施策

● 伝統産業のブランド化推進

堺の伝統産品の高付加価値化の取組や、首都圏等市外への発信及び市内への呼び込みの両面から一般消費者やメディアに向けて戦略的に販売・PRし、ブランド力を強化する。

● 伝統産業の国内外への販路開拓の支援

海外の展示会への出展、国内のバイヤーに向けたプロモーション活動等により、堺の伝統産品の販路拡大に資する活動を支援する。

● 伝統産業の自立的な成長に向けた支援

伝統産業の生産体制の変化等を踏まえ、伝統産業事業者の技能承継や職人の新規雇用、生産増加に向けた取組等を支援する。

● 商店街の活性化

商店街が主体的に実施するテナントミックスや将来ビジョンの策定等、地域住民やコミュニティのニーズに応える場としての機能を強化する取組を支援する。また、誘客や買物利便性向上等に資するソフト・ハード両面の取組や、商店街の空き店舗における新たな担い手の発掘に資する取組の支援等を通じて、商店街の活性化を促進する。

戦略4：挑戦と知恵が集まる地域から、未来のイノベーションを創出する

■ 重点アプローチ

中百舌鳥におけるイノベーションの担い手の交流を促進し、新事業創出を加速化

■ 課題認識

人や企業を惹きつける魅力を創出し、未来に向かってイノベーションを生み出し続けるためには、挑戦し、創造力ある人材の育成をはじめ、市内外から集まる人・情報・アイデアに加え、本市が有する国際的なネットワークを最大限に活かすことが重要。

■ 取組方針

市内外から集まる挑戦や知恵に対して、ステークホルダーが様々な形で関わり、持続的な成長と発展につなげるため、産学官連携機能、インキュベーション機能、スタートアップ成長支援機能を強化し、あわせて、海外との連携も視野に入れた取組の推進などにより連続的なイノベーション創出を実現する。

戦略4：挑戦と知恵が集まる地域から、未来のイノベーションを創出する

■ 戦略に基づく重点施策

● 社会課題の解決に挑戦する事業者の育成

社会課題の解決と経済成長の両立をめざす事業者に対し、知識の提供やネットワークがにつながる機会の創出等を通じて、持続的・発展的な事業活動の実現を支援する。

● スタートアップの成長段階に応じた支援

スタートアップ等の成長段階に応じた販路開拓や資金調達等を支援することで、事業の発展を促進し、実効性あるインパクトの創出を図る。

● 未来に向けたイノベティブ人材の育成【新規】

教育機関等と連携し、未来のイノベーション創出を担う若者に対するアントレプレナーシップ教育等を推進し、また、海外との連携を視野に入れた人材交流を進めることで、主体的に挑戦するイノベティブ人材を育成する。

● エコシステムネットワークの構築

社会課題に対応した共創事業の展開や地域の担い手のつながりを広げ、あわせて、海外との連携を見据えながら持続可能なイノベーション創出の機能強化を進める。

● 中百舌鳥の交流拠点機能の強化

中百舌鳥のイノベーション創出拠点としての認知度向上やオフィス環境の整備を図り、市内外からイノベーターや支援者を誘引するなど、イノベーションの担い手の交流拠点としての機能を強化する。

戦略5：時代に対応した雇用により地域経済を支える

■ 重点アプローチ

企業が求める人材の確保と求職者が望むキャリアや働き方の実現を両面で支援

■ 課題認識

人材確保・育成は、市内企業にとって中長期的経営課題のうち最大の課題。技術革新や産業構造の変化が加速する中、新たな知識や技能を習得するリスキングの重要性が高まっている。また、雇用条件や希望職種等において求職者と企業間のギャップが生じており、その解消が必要である。

■ 取組方針

働く意欲のある全ての人が生活スタイルに応じた働き方が選択できるよう、求職者への状況に応じた就職支援と、企業への職場環境整備や人材確保の支援を行い、多様な人材の活躍に向け、市内雇用の維持・拡大を図ることで地域経済の基盤強化につなげる。

戦略5：時代に対応した雇用により地域経済を支える

■ 戦略に基づく重点施策

● 多様な人材への就職支援・企業への人材確保支援

さかいJOBステーション・地域就労支援センターにおいて、若者や就職困難者等多様な人材の就職を支援する。あわせて関係機関と連携して市内中小企業のニーズに応じた幅広い層の人材確保支援に取り組む。

● 女性の就職支援

女性の潜在的求職者に対する就労意欲の喚起や、様々な事情で一旦離職した女性の再就職支援等、切れ目のないきめ細かな就職支援を実施する。

● デジタルスキル等のリスキリング支援【新規】

デジタルスキル等、企業において求められているスキルを持つ人材を育成し、市内企業への就職を促進することで、雇用の維持・拡大や市内企業のDX推進、生産性の向上を図る。

● 適性やスキルに応じた転職支援【新規】

転職によるキャリアアップをめざす方を対象に、就職相談等を通じキャリアデザインを支援する。あわせて、市内企業との交流の場や求人の提供等を行うことにより、円滑な労働移動を図る。

● 企業のダイバーシティ経営の推進

中小企業や成長産業分野において、女性をはじめとする多様な人材が働きやすい職場環境整備を支援する。

■堺産業戦略（第2期）におけるKPI

本戦略の実施を通じて、下記のKPI達成をめざす。

KPI【関連する戦略】	現状値		目標値 (2030年度)
デジタル化・DXに取り組んでいる市内企業割合【戦略1】	73.9%	2025年度	85%
法人税割の納税法人数（黒字法人数）【戦略1】	9,645社	2024年度	11,600社
企業投資支援制度の認定投資額【戦略2】	約770億円	5年平均 (2020-2024年度)	2,800億円 (2026-2030年度の累計)
堺伝匠館等における伝統産品等の年間売上金額【戦略3】	約2.8億円	2024年度	4.5億円
sakai kitchen〈堺キッチン〉等のホームページのPV数【戦略3】	710,120回	2024年度	1,600,000回
イノベーション創出につながる事業数【戦略4】	101件	5年累計 (2020-2024年度)	130件 (2026-2030年度の累計)
女性の就業率【戦略5】	54.5%	2024年度	60.0%

※着色した内容は、堺市基本計画2030におけるKPIと同一のKPIであることを示す。
 ※個別の施策はPDCAによる検証を通じて、効果や必要性を随時見直すこととする。

■ 堺産業戦略（第2期）が資する堺市基本計画2030におけるKPI一覧（参考）

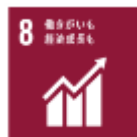
重点戦略	施策	KPI	単位	現状値		目標値 (2030年度)
1 堺の特色ある歴史文化 ～Legacy～	(1)類いまれな歴史文化資源の継承と観光地としての魅力の向上	世界遺産・大仙公園エリア、環濠エリア、堺東駅及び堺駅・堺旧港周辺の来訪者数	万人	848	2024年度	1,200
	(2)戦略的な観光誘客による地域の活性化	1人当たりの市内観光消費額	円	10,046	2024年度	20,000
	(4)伝統産業のブランド力向上による活性化	堺伝匠館等における伝統産品等の年間売上金額	千円	281,651	2024年度	450,000
	(5)サイクルシティ堺としてのブランド力と都市魅力の向上	サイクルシティ堺としての都市魅力の認知度	%	51.8 ※参考値	2024年度	70.0
3 将来に希望が持てる子育て・教育 ～Children's future～	(5)厳しい環境にある子どもと家庭への支援の充実	ひとり親家庭の状況改善につながる支援事業の利用件数	件	444	2024年度	519
4 人や企業を惹きつける都市魅力 ～Attractive～	(1)行政のデジタル化、スマートシティ推進による暮らしの質の向上	my door OSAKAの利用登録者数	人	2,641	2024年度	60,000
	(2)多様な人が集い交流する魅力的な都心エリアの形成	都心エリアの歩行者通行量	人/日	64,500	2025年度	68,400
	(3)成長産業や新事業を生み出すイノベーションの創出	イノベーション創出につながる事業数	件	101	5年累計 (2020-2024年度)	130 (2026-2030年度の累計)
	(4)泉北ニュータウンの新たな価値の創造	泉北ニュータウン全人口に対する39歳以下の人口割合	%	25.8	2030年 推計値	26.8
	(5)民間投資の戦略的な誘導	企業投資支援制度の認定投資額	億円	約770	5年平均 (2020-2024年度)	2,800 (2026-2030年度の累計)
	(7)女性活躍・働く意欲がある多様な人材の活躍	女性の就業率	%	54.5	2024年度	60.0
5 強しなやかな都市基盤 ～Resilient～	(3) カーボンニュートラルの推進	市の事務事業からの温室効果ガス排出削減量（2013年度比）	%	32.2	2024年度	50.0

※着色した内容は、堺産業戦略におけるKPI（p.20）と同一のKPIであることを示す。

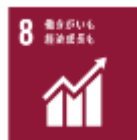
戦略とSDGs17の目標との主な対応関係

■ 堺市SDGs未来都市計画（2026～2030）とも整合的に推進

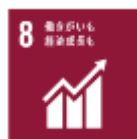
【戦略1】環境変化に対応した経営基盤の強化により産業の競争力を高める



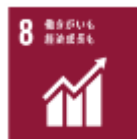
【戦略2】産業構造の転換と戦略的投資を促進する



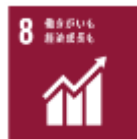
【戦略3】歴史ある産業を継承し、広げ、新たな価値を生み出す



【戦略4】挑戦と知恵が集まる地域から、未来のイノベーションを創出する



【戦略5】時代に対応した雇用により地域経済基盤を支える



【目標5】
ジェンダー平等を
実現しよう

【目標7】
エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

【目標8】
働きがいも
経済成長も

【目標9】
産業と技術革新の
基盤をつくろう

【目標12】
つくる責任
つかう責任

【目標13】
気候変動に
具体的な対策を

【目標17】
パートナーシップで
目標を達成しよう

行	用語	解説
あ行	IoT	Internet of Things（モノのインターネット）」の略。さまざまな「モノ」がインターネットに接続され、情報をやり取りしたり制御されたりする技術や仕組みのこと。
	ICT	Information and Communication Technology（情報通信技術）の略。通信技術を使い、ヒトやモノをつなぎ、情報を交換・伝達すること。またその産業やサービス等。
	アントレプレナーシップ教育	起業家精神や起業に必要な知識・スキル・マインドセットを育成する教育のこと。
	イノベーション	新しい技術の発明や新しいアイデア等から、新しい価値を創造し、社会的変化をもたらす自発的な人、組織、社会での幅広い変革のこと。
	インキュベーション	創業間もない企業や新事業に取り組む企業に、オフィス等の事業スペースと経営相談等のサービスを一体的に提供する支援活動。
	ウェルビーイング	直訳は「良好な状態」や「幸福」。近年ではより広い意味で使われ、単なる「幸せ」や「健康」だけでなく、身体的・精神的・社会的に満たされた状態を指す概念。
	AI	Artificial Intelligence（人工知能）の略。知的な機械、特に、知的なコンピュータプログラムを作る科学と技術。
	エコシステム	直訳は「生態系」。ビジネスにおいては、企業や顧客をはじめとする多数の要素が集結し、分業と協業による共存共栄の関係を指す。
	SDGs	2015年に国連で開催された「持続可能な開発サミット」で採択した持続可能な開発のための2030アジェンダに盛り込まれた持続可能な開発目標のこと。17のゴールと169のターゲットで構成。

用語解説

行	用語	解説
か行	カーボンニュートラル	人間の活動によって排出されるCO2等の温室効果ガスを、森林による吸収や技術的な手段で相殺することで、地球全体として排出量をゼロにするという考え方。
	キャリアデザイン	単なる職業選択ではなく、自分の価値観・強み・ライフスタイル・将来の目標等を踏まえて、長期的な視点でキャリアを考えるプロセスのこと。
	クラウド	自分のパソコンや社内サーバーではなく、インターネット上のサーバーを使ってデータを保存したり、アプリケーションを動かしたりする仕組み。
	GX（グリーントランスフォーメーション）	Green Transformationの略。地球温暖化等の環境問題解決をめざし、温室効果ガスの排出削減と経済成長を両立させる社会全体を変革すること。
	KGI	Key Goal Indicator（重要目標達成指標）の略。取組の最終的な成果を定量的に評価するための指標。
	KPI	Key Performance Indicator（重要業績評価指標）の略。達成すべき目標に対し、どれだけの進捗がみられたかを中間的に評価するための定量的な指標。
	研究シーズ	研究者が持つ技術や知見、アイデアの“種”となるもの。
	コンビナート	複数の工場や施設が一体となって機能する大規模な工業地帯のこと。
さ行	sakai kitchen 〈堺キッチン〉	堺の伝統製品の品質の良さ、技術力の高さ等伝統産業が持つ魅力を広く発信することにより、認知度を高め、伝統産業のブランド力を強化する事業のこと。
	堺市イノベーション投資促進条例	工業に適した土地や都市拠点に投資を誘導することにより、雇用機会・事業機会の拡大等を図り、本市産業の持続的な発展及び市民生活の向上に寄与することを目的とした制度。

用語解説

行	用語	解説
	サプライチェーン	原材料の調達から製造、流通、販売、そして最終的な消費に至るまでのプロセス全体のこと。
	産学官連携	産業界（企業）・学术界（大学や研究機関）・政府（行政機関）の三者が連携して、社会課題の解決やイノベーションの創出をめざす取組のこと。
	事業承継	現経営者から後継者へ事業のバトンタッチを行うこと。大きく分けて、①親族内承継、②役員・従業員承継、③第三者承継（M&A等）の3類型に区分することが出来る。
	新規事業創発	既存の枠組みにとらわれずに新しいビジネスのアイデアを創出し、事業として立ち上げていくプロセスのこと。
	スタートアップ	新しいビジネスモデルを考えて、新たな市場を開拓し、社会に新しい価値を提供し、貢献することにより、事業の評価を短期間で飛躍的に高める企業のこと。
	ステークホルダー	あるプロジェクトや活動、組織に関わりを持ち、影響を受けたり、影響を与えたりする利害関係者のこと。
	生産性	労働生産性とは「従業員1人当たり（もしくは時間当たり）の付加価値額」、つまり、生産活動のためにどれだけ労働力を投入したかを示す。なお、全要素生産性とは、資本投入等労働以外の投入要素も考慮した生産性を指す。
た行	ダイバーシティ経営	多様な属性（性別、年齢、国籍等）や価値・発想を活かす経営。
	脱炭素	地球温暖化の原因であるCO2を含む温室効果ガスの排出を防ぐために、化石燃料からの脱却をめざし、温室効果ガスの排出を実質ゼロにすること。

行	用語	解説
	地政学リスク	国家間の政治的・軍事的な緊張や対立が、経済や社会、企業活動に悪影響を及ぼす可能性のあるリスクのこと。
	低・未利用地	法人が所有する駐車場・資材置場・グラウンド・空地等を指す。
	DX（デジタルトランスフォーメーション）	Digital Transformationの略。データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルの変革や、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革すること。
	テナントミックス	商業施設やオフィスビル等に入居するテナント（店舗や企業）を、業種やブランド、ターゲット層等を考慮してバランスよく配置すること。
	特定重要物資・技術	日本政府が経済安全保障の観点から、国民の生存や生活、経済活動に不可欠な物資12分野や50技術を指定し、その安定供給を確保するために支援を行う制度の中核をなすもの。
は行	パンデミック	感染症が複数の国や大陸にわたって多くの人々に感染し、社会的・経済的に大きな影響を及ぼすこと。
	ビジネスモデル	企業がどのようにして価値を創造し、それを顧客に提供し、収益を得るかという仕組みのこと。
	PDCA	施策・事業を効率的・効果的に推進するための、戦略的な計画立案（Plan）、最適な資源配分・執行管理（Do）、評価（Check）、改善（Action）からなるマネジメントサイクル。
	付加価値額	企業等の生産活動によって新たに生み出された価値のことで、生産額から原材料等の中間投入額を差し引くことによって算出する。

用語解説

行	用語	解説
	ブランド化	顧客や消費者にとって価値のあるブランドを構築するための活動。
	ヘルスケア	人々の健康を維持・改善するための活動やサービス全般を指す言葉。医療とは少し異なり、病気の治療だけでなく、予防や健康管理、生活習慣の改善等も含まれる。
ら行	リスキリング	新しい職務や業務に対応するために、従業員が新たなスキルや知識を習得すること。