



Kansai Vision
2030

関西広域連合と関西経済連合会との意見交換会

2026年8月7日



公益社団法人
関西経済連合会

1.Global Startup Expo 2026

- 「GSE」は、ディープテックスタートアップの海外展開やエコシステムのグローバル化に資する国際スタートアップイベント。大阪・関西では、万博を契機に生まれた国際的な交流基盤として継続的に発展させるべく、本年10月にも大阪で開催。

◆Global Startup EXPO 2026 開催案

日 時：2026年10月5日（月）～7日（水）

前後1週間程度において、サイドイベントを集中的に実施

場 所：うめきた

主 催：GSE2026実行委員会（大阪府・市、京都府・市、関経連、大商、関西経済同友会、KSII等）

共 催：経済産業省、近畿経済産業局、JETRO、NEDO

テーマ：バイオ・ヘルスケア、AI・先端ロボット、フュージョンエネルギー、量子、半導体・通信、宇宙
を中心とするディープテック分野



来場者数 5,000名以上 （※ サイドイベント含め10,000名）	スタートアップ展示 国内外スタートアップ 150社以上	ピッチコンテスト 6テーマそれぞれから 各6社程度
基調講演 / トークセッション 国内外著名人・有識者 100名程度	マッチング商談会 600件	レセプションパーティ / 合同ネットワーキング 600名 （※ レセプションパーティは300～400名）
オンサイトツアー 6テーマ各ツアー 15名程度	アンバサダー 50名以上	サイドイベント 14以上

当会としての関わり：

GSE本体
への支援



当会主催
イベント

- ・クローズド交流会
- ・独自イベントの企画

関西広域連合への期待

企業、大学、スタートアップへの参加促進、関連イベントの開催などを通じた関西一体となった盛り上げとGSEを契機としたエコシステムのグローバル化の促進。

2.地域と企業の連携・共創強化によるイノベーション創出の推進

「あっちこっち関西・イノベーションプロジェクト」

- 地域の資源を活かしつつ未来を見据えた新しいチャレンジを行う関西各地の取り組みに、関経連が関わり、企業等と結びつけることで、関西全体に波及させイノベーション創出につなげる。
- イノベーションに熱心に取り組む地域と企業との連携・融合により、これまでの地域振興の次元を超えた社会課題の解決・イノベーションの創出に資するとともに、経済界の「三方よし」の具現化をはかる。

連携地域との最近の主な取り組み

京都府舞鶴市（22年8月～）

- **舞鶴高専でのアントレプレナーシップ教育**
舞鶴高専の学生を対象として実施。①グラングリーン大阪にてさくらインターネットの田中社長に対して学生がプレゼンテーション、②舞鶴高専にてシリコンバレーの特色を伝えるセミナーを開催。



- **行政課題マッチング**
行政課題を見える化し、官民共創イベントを通じたマッチング。

兵庫県丹波地域(22年8月～)

- **丹波産木材の活用促進**
丹波産木材の普及などのため、百貨店での展示会「G O TAMBA」を開催。百貨店の改装での木材使用。また、企業に国産木材の活用を促すため、伐採から活用の現場を視察するツアーを実施。



- **インバウンド事業者向けツアー**
丹波地域の視察と地域のキーマンと意見交換を行うツアーを実施。その結果、本年9月にJICA研修での採用が決定。

滋賀県草津市(26年4月～)

- **イノベーション創出に向けた連携協定締結**
スタートアップ支援や企業との連携によるイノベーション創出に向けた連携協定を締結。



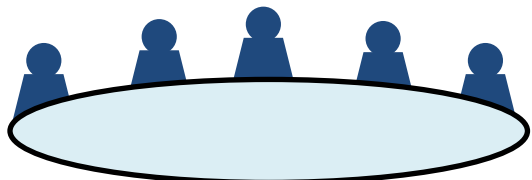
- **立命館大学と連携したセミナー実施**
立命館大学びわこ・くさつキャンパスにて、滋賀県や草津市等で活躍する企業やスタートアップと事業共創を生み出すためのセミナーを開催。

関西各地の社会課題や地域の特色の発信、企業とのマッチングを行い、CSRだけでなくビジネスとして地域に企業が貢献していくことで、地域と企業のwin-winの関係構築につなげていく。

3. 連合委員会の意思決定のあり方の見直しに関する提案

現状

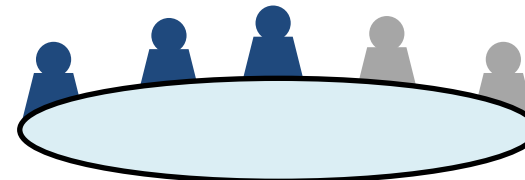
全会一致



連合委員会では、「全会一致」で意思決定を行っているが、今後、事務・権限を拡大するには機動的な意思決定の仕組みが必要。

改革案

多数決制の導入



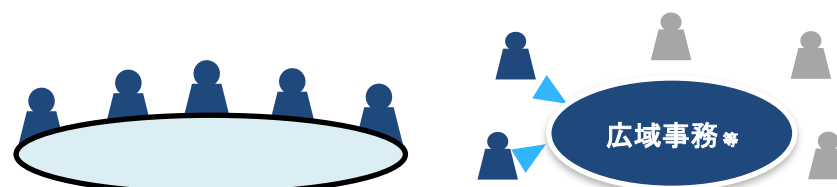
意思決定プロセス

基本的に**全構成府県市が事業に参画**



事業の進め方

合意の取れた構成府県市でのスモールスタートも認める



【①意思決定段階】

「一部構成府県市での事業の実施（スモールスタート）」について合意

【②事業実施段階】

賛同の得られた一部構成府県市で試験的に事業を実施し、取り組みを拡大させる。

連合規約等への明記

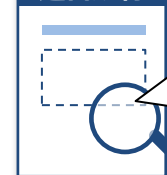
連合規約



関西広域連合規約に決議方法の記載はない

※2010年の第1回広域連合委員会において「全委員の合意による運営」の申し合わせを行い、それを継続している状態。ただし、申し合わせで、一部府県が事業に参加しない取り扱いについても認めている。

連合規約



連合規約等に、「スモールスタート」や「多数決制」が実施できる条件を明記してはどうか。

(記載イメージ)

- ・連合委員会の議決方法は原則として全会一致とする。
- ・ただし、〇〇の条件の時、多数決制や、合意の取れた構成府県市でのスモールスタートも認めるものとする。

4.DXの推進（関西デジタルマンス、KANSAI DX AWARD）

関西DX戦略 Next

○関西をDXの先進地域とすべく、めざすべき姿の実現に向けたロードマップとして策定、公表

DX推進の後押し

関西デジタルマンス
KANSAI DX AWARD

企業支援・人材育成

関西DX支援機関ネットワーク
DX-dojo 等

データ利活用
ビジネス機会創出
未来データ共創ワーキング

【関西デジタル・マンス】

- 企業や地域のDXの機運醸成や後押しとして、毎年10月にDX・AI・デジタル関連のイベント（セミナー、講演会、展示会等）を集中開催
- 「関西デジタル・マンス実行委員会」を中心に2023年度より運営

「関西デジタル・マンス実行委員会」参加組織

…**関西広域連合**、近畿総合通信局、近畿経済産業局、関西情報センター、中小企業基盤整備機構

【KANSAI DX AWARD】

- 企業等の優れたDXの取り組みを表彰
- 「関西デジタル・マンス実行委員会」が2023年度より運営
- 2026年度より、**自治体**、教育・研究機関にも募集を拡大

タイトル	対象
グランプリ	総合的に最も評価の高い企業、教育・研究機関、 自治体
金賞（大企業部門）	総合的に評価の高い大企業
金賞（中堅・中小企業部門）	総合的に評価の高い中堅・中小企業
近畿総合通信局長賞	ICTを利活用し、地域の魅力向上・活性化につながるDXの取り組む企業、教育・研究機関、 自治体
近畿経済産業局長賞	地域経済の活性化に貢献し、地域のモデルとなるようなDXに取り組む企業
特別賞	審査得点枠を超える特筆すべき取り組みがあった企業、教育・研究機関、 自治体

5.広域防災実証

目 的

発災時の住民安否情報・避難場所避難所情報の共有に関して

- ・ 府県をまたがる広域移動者（近畿圏内で約3,000万人/日）に対するリーチ手段
- ・ 避難所外（車、職場、自宅など）避難者に対するリーチ手段

等に課題があることから、広域でのデータ連携による実証を行い、有効性を確認する

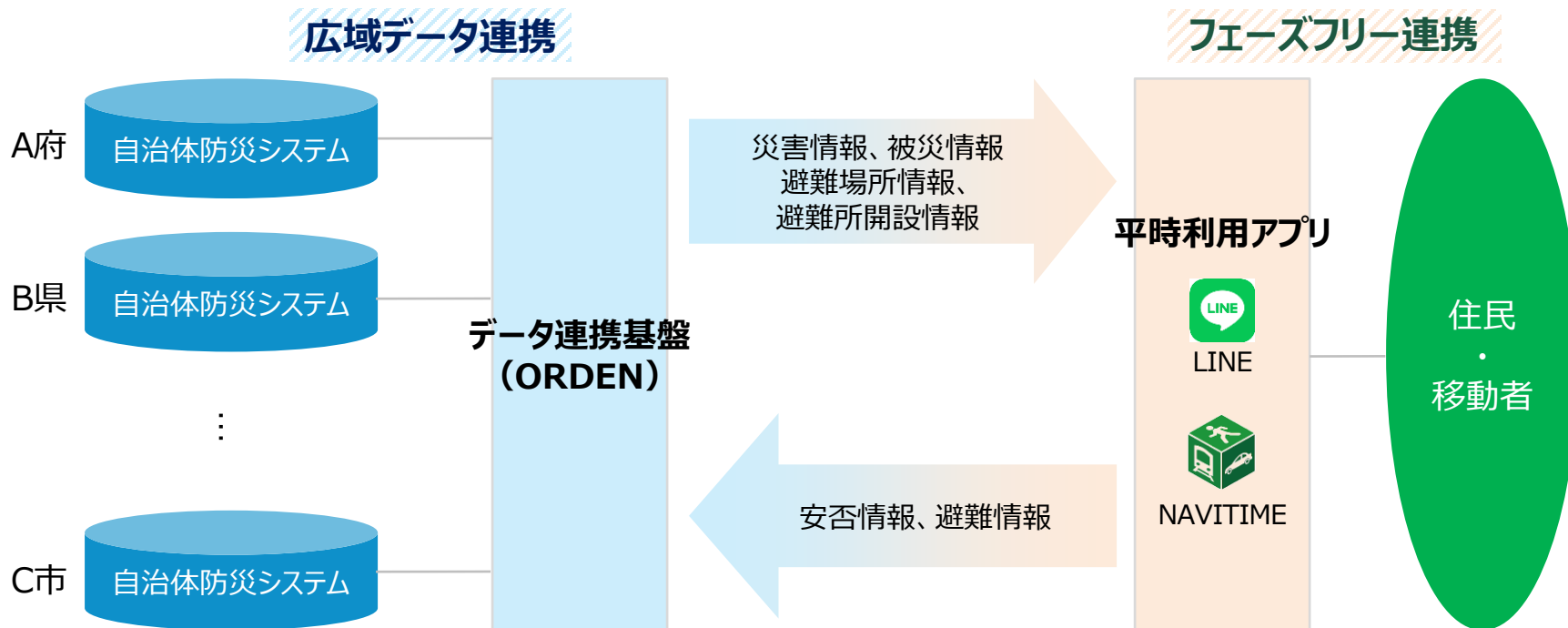
時 期

本年12月を予定

参加予定者

関西広域連合内の自治体、企業、住民・移動者（約1,000名）

（実証の概要）



- 万博を契機に高まった「KANSAI」の認知度や訴求力を活かして万博レガシーである「広域観光」を推進するため、関西観光本部が中心となり、「関西ツーリズムグランドデザイン2030」を策定
- 未来創造会議においても、「関西各地への誘客など広域観光の促進」の重要性を共有したところであり、万博レガシー継承の広域観光をさらに発展させ、つながり・交流の輪を広げていく必要
- 今後5年間で関西がインバウンドの観光消費額で我が国トップ(シェア40%)となることをONE関西で目指していく。

<関西ツーリズムグランドデザイン2030> 26年4月1日策定

KANSAIの認知率・訪問意向率の変化

	2019年	2024年
認知率	49.5%	⇒ 70.8%
訪問意向率	32.3%	⇒ 56.3%

(出典)関西観光本部によるインターネット調査(2024年)

<京都府 企業版ふるさと納税>

■ 広域周遊の強化

- ・京都府では、「関西ツーリズムグランドデザイン2030」に基づく取り組みを推進すべく、関西観光本部等と連携し、特にインバウンドの誘客・周遊促進などを実施

関西広域連合への期待

- 関西ツーリズムグランドデザイン2030を共有し、ONE関西で強力に推進する体制を整えるために、各首長の皆様には、9/26関西観光戦略実行推進会議（仮称）@大阪国際会議場にご出席いただきたい。
- 「KANSAI」認知度向上のため、観光プロモーション等で、「地域名 + KANSAI」の標記を推進いただきたい。
- ワールドマスタースゲームズ2027関西のようなビックイベントを広域周遊に結びつける取組みにご協力いただきたい。

■戦略1:世界における「KANSAI」の認知度向上・ブランド化

- ・ONE関西での大規模出展や商談会の開催、トップセールスのミッション派遣、KANSAIインバウンドフォーラムの開催
- ・行政・経済界含めた関西の関係者が一丸となったKANSAIの認知度向上の取組み促進 等

■戦略2:高い消費が期待できる旅行者へのプロモーション強化

- ・滞在日数、旅行消費、地方への誘客促進等の観点から、重点マーケット・重点ターゲットを設定(例:滞在日数・旅行消費の観点から欧米豪)

■戦略3:関西広域でのツーリズム開発による滞在日数・消費額の増加

- ・ルート化によるテーマツーリズムの充実
- ・関西全体で「面」での観光コンテンツ提案(コンテンツ集の充実、商品造成支援等)

■戦略4:国際交流基盤の整備・拡充を活用し、「より広域」での取り組み

- ・関西の東西の広域連携DMO等とも連携、関西を拠点とした「より広域」な観光を促進(大関西観光圏の創出)