

# 《提言要旨》 『KANSAI フードプラットフォーム』 ～「食」を軸としてビジネスが発展するとともに人々が集まる地域をめざして～

## I. 関西活性化への現状認識

### 世界と比較した日本の課題 ～少子高齢化と国際競争力～

- ・世界は人口増加の一途を辿っている中、日本は2050年には約40%が65歳以上となる
- ・国際的な競争力（労働生産性）は主要先進国の中では低い水準であると言わざるを得ない（労働生産性の国際比較：日本はOECD加盟諸国36か国中21位）

### 関西が抱える課題 ～労働人口減少と開業率～

- ・「子供が生まれない」、「若者が外（関西から東京圏等）に出ていく」という状態が続いている（合計特殊出生率は全国平均以下で関東に次いで低水準、加えて東京圏・大都市への流出）
- ・ベンチャーキャピタル数では全国比およそ10%前後であり、新規・追加投資金額の地域分布においても約75%の資金が東京圏へ集中（関西での出資による調達困難）
- 成長環境が厳しく、新しい産業が生まれにくい土壌であるといえる

## III. 関西のアセットと事業機会

### 関西のアセット ～「食」にフォーカス～

#### ■「食」こそが、競争力に優れ、かつ人々が身近に感じることのできるアセット

- ユネスコ無形文化遺産に登録された **日本が世界に誇れる文化（和食）＝食** に注目

- ① 関西はかつて天下の台所と呼ばれた大坂をはじめ、食文化において歴史的な蓄積が大きい
- ② 世界的なグルメシティネットワーク「デリス（Delice）」に神戸市が加盟したり、大阪商工会議所と（公財）大阪観光局が、共同で「食創造都市 大阪推進機構」を設置するなど、関西の食の魅力が国内外へ発信する動きが活発化
- ③ 関西を訪れるインバウンド観光客にとって体験したいことの上位が「食」であり関心度が高い

※更に万博やIRが起爆剤となり、「食」関連ビジネスの注目および裾野拡大のチャンス

### 事業機会 ～「食」関連ビジネスと市場～

- ・今後フードテック（Food Tech）市場規模は世界で700兆円に上る可能性あり
- ・代替肉やパーソナライズドフード、フードデリバリーサービスの急速な発展（UBER EATSなど）
- ・国内食関連産業においても、飲食関連の国内最終消費額は昭和50年代から平成20年代で約1.5倍（約50兆円 → 約80兆円）に成長

## II. 我々が定義する関西活性化

### 活性化のあるべき姿 ～定義～

「既存事業同士が新たに結合・発展し、新規ビジネスが持続的に創出されることにより、ヒト・モノ・カネが循環する状態」

- 関西の資源・資産を活かしたニーズとシーズのマッチング、サステナビリティの向上による経済の好循環の実現こそが関西の活性化のあるべき姿と定義した

### 活性化の現状把握 ～近年の取組～

- ・関西ベンチャーサポーターズ会議による情報発信や機関連携
- ・大阪スタートアップ・エコシステムコンソーシアムの設立
- 取組の成果により、近年開業率は上昇傾向（機運の高まり）

### 関西がとるべきポジション ～世界の成功例から～

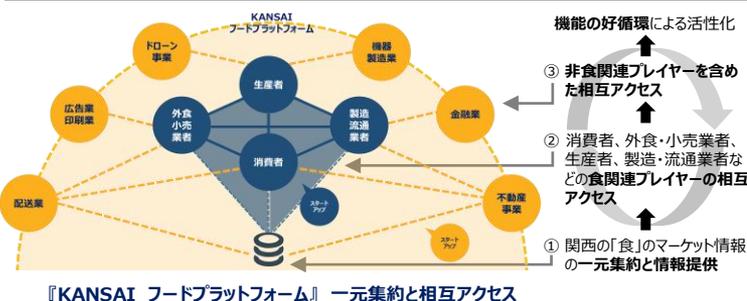
- ・今この機運にのっていき事が人・技術・資金・情報をつなぐグローバルなイノベーション創出の原動力となる
- ・「どれだけ多くの人に興味・関心を見出してもらい、人々が集まってくるか」が大きなポイント

- ・世界で成功とされる事例を調査した結果、各地で様々な特色＝「アセット」があることに注目
- ex① シリコンバレーはITに特化（サンフランシスコ周辺は群を抜いてIT系スタートアップ多い）
- ex② ロンドンでは金融に特化（フィンテックによる革新的なサービス・ベンチャー企業登場）
- 世界の成功事例からも分かるように、日本、ひいては関西の強み・特長を明確に感じることができ、かつそれを求めて人が集まるような、「**関西独自のアセット**」に特化すべき

## IV. 関西活性化のための提言と背景

### 提言

『KANSAI フードプラットフォームの構築とその好機能循環により、「食」を軸としてビジネスが発展するとともに、人々が集まってくる地域をめざす』



### 提言の背景 ～関西の課題～

- ・関西の「食」に関する情報は、インターネットで検索を行っても情報サイトが有用な情報を提供しているものの、**それぞれに独立**しており、関西の「食」を知ることや情報の持っている価値を最大限に活用できていない可能性がある
- ・「食」に関するプレイヤー（消費者や生産者、製造・流通業者、外食・小売業者、その他多くの「食」関連事業者）は売上拡大、生産性向上、人材確保など様々な課題を抱えていながら、課題解決のために**相互に繋がる仕組みが十分でない**
- 「食」に関する情報を最大限有効に活用し、**各プレイヤー間の新たな繋がりを創出するプラットフォームが必要**

## V. 『KANSAI フードプラットフォーム』の創設

### KANSAI フードプラットフォームが有する機能

#### 【3つの機能】

- Portal（「食」のポータルサイト機能）**
  - ・各分野で取り扱うデータをベースに、「食」に関するデータを**一元集約**化し、提供する公共・民間各団体と連携した直結リンク集
  - ・既存グルメサイトやSNS等のマーケット情報、自治体統計データや気象データ等のオープンデータの**一元集約**化によるマーケティングデータの提供
  - ワンストップで「欲しい情報」に素早くたどり着ける玄関口の提供
- Community（「食」のコミュニティ機能）**
  - ・悩み、質問・相談等の共有掲示板など、各プレイヤー間の**相互アクセス**による課題解決に向けた有益な交流の場（コミュニティベース）の提供
  - ・上記ふまえた相談会や事業者間交流会、お祭りや試食会などの住民参加型イベント等、リアルイベントの開催
  - **各プレイヤー間におけるバーチャル&リアルコミュニティの形成**
- Matching（「食」のマッチング機能）**
  - ・生産者から消費者までの関係強化や既存商品の消費拡大等にとどまらず、異なる分野間の**相互アクセス**による新たなマッチング等、多角的なプレイヤーの結び付け
  - **オープンイノベーションによる新事業創出の支援・促進**

### KANSAI フードプラットフォームが実現するバリュー

- 生産者** にとっての新たなバリュー …… ex) 農家×Tech
- 製造・流通業者** にとっての新たなバリュー …… ex) 需要予測
- 外食・小売業者** にとっての新たなバリュー …… ex) 外食産業×シェアキッチン
- 消費者** にとってのバリュー …… ex) ニーズに合わせた豊かな食生活
- 非食関連産業** にとってのバリュー …… ex) 「食」産業とのコラボレーション



私たちは、「食」を通して、それぞれの地域に新たな繋がりを創出します。

### KANSAI フードプラットフォームの将来構想

- STEP 1 ビジネスの発展・「食」関係人口の拡大**
- STEP 2 大規模プロジェクト（万博・IR等）を通じた情報拡充&活用**
- STEP 3 他分野との連携・展開**



# 《提言要旨》 『KANSAI フードプラットフォーム』 ～「食」を軸としてビジネスが発展するとともに人々が集まる地域をめざして～

## I. 関西活性化への現状認識

- 世界と比較した日本の課題** ～急速な少子高齢化と国際競争力～
- ・世界は人口増加の一途を辿っている中、日本は2050年には約40%が65歳以上となる
  - ・国際的な競争力は主要先進国の中では低い水準であると言わざるを得ない (IMD：世界主要国63か国・地域ごとの競争力を示した2019年版で日本は30位)
- 関西が抱える課題** ～労働人口の減少と開業率～
- ・「子供が生まれない」、「若者が外（関西から東京圏等）に出ていく」という状態が続いている (合計特殊出生率は全国平均以下で関東に次いで低水準、加えて東京圏・大都市への流出)
  - ・ベンチャーキャピタル数でいえば全国比およそ10%前後であり、新規・追加投資金額の地域分布においても約75%の資金が東京圏へ集中（関西での出資による調達困難）
  - 成長環境が厳しく、新しい産業が生まれる土壌になっていない

## II. 我々が定義する関西活性化

- 活性化のあるべき姿** ～定義～
- 活性化 = 「既存事業同士が新たに結合・発展し、新規ビジネスが持続的に創出されることにより、人と企業が集まる状態」**
- シーズとニーズのマッチング、関西経済の機能循環の強化によってより多くの人が集まる状態の実現こそが関西の活性化と定義した
- 活性化の現状把握** ～近年の取組～
- ・関西ベンチャーサポーターズ会議による情報発信や機関連携
  - ・大阪スタートアップ・エコシステムカンソーシアムの設立
  - 取組の成果により、近年開業率は上昇傾向（機運の高まり）

- 関西がとるべきポジション** ～世界の成功例から～
- ・今この機運にのっていき事が人・技術・資金・情報をつなぐグローバルなイノベーション創出の原動力となる
  - ・「どれだけ多くの人に興味・関心を見出してもらい、人々が集まってくるか」が大きなポイント
- ↓
- 世界のいわゆる成功例に目を向けると、各地で様々な特色＝“アセット”があることに注目
- ex① シリコンバレーはITに特化(サンフランシスコ周辺は群を抜いてIT系スタートアップ多い)  
ex② ロンドンでは金融に特化(フィンテックによる革新的なサービス、ベンチャー企業登場)
- 世界の成功事例からも分かるように、日本、ひいては関西の強み・特長を明確に感じる事ができ、かつそれを求めて人が集まるような、「**関西独自のアセット**」に特化すべき

## III. 関西のアセットと事業機会

- 関西のアセット** ～「食」にフォーカス～
- **「食」こそが、競争力に優れ、かつ人々が身近に感じることのできるアセット**
- ユネスコ無形文化遺産に登録された **日本が世界に誇れる文化＝和食** に注目
- ～背景～
- ・関西はかつて天下の台所と呼ばれた大坂をはじめ、食文化において歴史的な蓄積が大きい
  - ・世界的なグルメネットワーク「Delis (Delice)」に神戸市が加盟したり、大阪商工会議所と(公財)大阪観光局が、共同で「食創造都市 大阪推進機構」を設置するなど、関西の食の魅力を国内外へ発信する動きが活発化
  - ・関西を訪れるインバウンド観光客にとって体験したいことの上位が「食」であり関心度が高い ※更に万博やIRが起爆剤となり、「食」関連ビジネスの注目および裾野拡大のチャンス
- 事業機会** ～「食」関連ビジネスと市場～
- ・今後フードテック (Food Tech) 市場規模は世界で700兆円に上る可能性あり
  - ・代替肉やパーソナライズドフード、フードデリバリーサービスの急速な発展 (UBER EATSなど)
  - ・国内食関連産業においても、飲食関連の国内最終消費額は昭和50年代から平成20年代で約1.5倍 (約50兆円 → 約80兆円) に成長

## IV. 関西活性化のための提言と背景

**提言**

『KANSAI フードプラットフォームの構築とその好機能循環により、「食」を軸としてビジネスが発展するとともに、人々が集まってくる地域をめざす』

**機能の好循環による活性化**

- ① 関西の「食」のマーケット情報の一元集約と情報提供
- ② 消費者、外食・小売業者、生産者、製造・流通業者などの「食」関連プレイヤーの相互アクセス
- ③ 非「食」関連プレイヤーを含めた相互アクセス

『KANSAI フードプラットフォーム』 一元集約と相互アクセス

**提言の背景** ～関西の課題～

- ・関西の「食」に関する情報は、インターネットで検索を行っても情報サイトが有用な情報を提供しているものの、**それぞれに独立しており**、関西の「食」を知ることや情報の持っている価値を最大限に活用できていない可能性がある
- ・「食」に関するプレイヤー（消費者や生産者、製造・流通業者、外食・小売業者、その他多くの「食」関連事業者）は売上拡大、生産性向上、人材確保など様々な課題を抱えているが、課題解決のために**相互に繋がる仕組みが十分でない**

→ **「食」に関する情報を最大限有効に活用し、各プレイヤー間の新たな繋がりや創出するプラットフォームが必要**

## V. 『KANSAI フードプラットフォーム』の創設

- KANSAI フードプラットフォームが有する機能**
- 【3つの機能】**
- 1 Portal (「食」のポータルサイト機能)**
    - ・各分野で取り扱うデータをベースに、「食」に関するデータを**一元集約**化し、提供する公共・民間各団体と連携した直結リンク集
    - ・既存グルメサイトやSNS等のマーケット情報、自治体統計データや気象データ等のオープンデータの**一元集約**化によるマーケティングデータの提供
    - ワンストップで“欲しい情報”に素早くたどり着ける玄関口の提供
  - 2 Community (「食」のコミュニティ機能)**
    - ・悩み、質問、相談等の共有掲示板など、各プレイヤー間の**相互アクセス**による課題解決にむけた有益な交流の場 (コミュニティベース) の提供
    - ・上記ふまえた相談会や事業者間交流会、お祭りや試食会などの住民参加型イベント等、リアルイベントの開催
    - **各プレイヤー間におけるバーチャル&リアルコミュニティの形成**
  - 3 Matching (「食」のマッチング機能)**
    - ・生産者から消費者までの関係強化や既存商品の消費拡大等にことならず、異なる分野間の**相互アクセス**による新たなマッチング等、多角的なプレイヤーの結び付け
    - **オープンイノベーションによる新事業創出の支援・促進**

**KANSAI フードプラットフォームが実現するバリュー**

**Value**

- ① **生産者** にとっての新たなバリュー …… ex) 農家×Tech
- ② **製造・流通業者** にとっての新たなバリュー …… ex) 需要予測
- ③ **外食・小売業者** にとっての新たなバリュー …… ex) 外食産業×シェアキッチン
- ④ **消費者** にとってのバリュー …… ex) ニーズに合わせた豊かな食生活
- ⑤ **非食関連産業** にとってのバリュー …… ex) 「食」産業とのコラボレーション

私たちは、「食」を通して、其々の地域に新たな繋がりや創出します。

**KANSAI フードプラットフォームの将来構想**

- STEP 1 ビジネスの発展・「食」関係人口の拡大**
- STEP 2 大規模施策への活用 ex.万博/IR**
- STEP 3 他分野展開**

**FUTURE 食関係人口の最大化**

**Sustainable growth**

**STEP 1 ビジネスの発展・「食」関係人口の拡大**

**STEP 2 大規模施策への活用 ex.万博/IR**

**STEP 3 他分野展開**

KANSAI フードプラットフォーム

growth phase

# 《提言要旨》 『KANSAI フードプラットフォーム』 ～「食」を軸としてビジネスが発展するとともに人々が集まる地域をめざして～

## I. 関西活性化への現状認識

- 世界と比較した日本の課題** ～急速な少子高齢化と国際競争力～
- ・世界は人口増加の一途を辿っている中、日本は2050年には約40%が65歳以上となる
  - ・国際的な競争力は主要先進国の中では低い水準であると言わざるを得ない (IMD：世界主要国63か国・地域ごとの競争力を示した2019年版で日本は30位)
- 関西が抱える課題** ～労働人口の減少と開業率～
- ・「子供が生まれない」、「若者が外（関西から東京圏等）に出ていく」という状態が続いている (合計特殊出生率は全国平均以下で関東に次いで低水準、加えて東京圏・大都市への流出)
  - ・ベンチャーキャピタル数でいえば全国比およそ10%前後であり、新規・追加投資金額の地域分布においても約75%の資金が東京圏へ集中（関西での出資による調達が困難）
  - 成長環境が厳しく、新しい産業が生まれる土壌になっていない

## II. 我々が定義する関西活性化

- 活性化のあるべき姿** ～定義～
- 活性化 = 「既存事業同士が新たに結合・発展し、新規ビジネスが持続的に創出されることにより、人と企業が集まる状態」**
- シーズとニーズのマッチング、関西経済の機能循環の強化によってより多くの人が集まる状態の実現こそが関西の活性化と定義した
- 活性化の現状把握** ～近年の取組～
- ・関西ベンチャー・サポーターズ会議による情報発信や機関連携
  - ・大阪スタートアップ・エコシステムコンソーシアムの設立
  - 取組の成果により、近年開業率は上昇傾向（機運の高まり）

- 関西がとるべきポジション** ～世界の成功例から～
- ・今この機運にのっていき事が人・技術・資金・情報をつなぐグローバルなイノベーション創出の原動力となる
  - ・「どれだけ多くの人に興味・関心を見出してもらい、人々が集まってくるか」が大きなポイント
- ↓
- ・世界のいわゆる成功例に目を向けると、各地で様々な特色＝“アセット”があることに注目
  - ex① シリコンバレーはITに特化(サンフランシスコ周辺は群を抜いてIT系スタートアップ多い)
  - ex② ロンドンでは金融に特化(フィンテックによる革新的なサービス・ベンチャー企業登場)
  - 世界の成功事例からも分かるように、日本、ひいては関西の強み・特長を明確に感じる事ができ、かつそれを求めて人が集まるような、「**関西独自のアセット**」に特化すべき

## III. 関西のアセットと事業機会

- 関西のアセット** ～「食」にフォーカス～
- **「食」こそが、競争力に優れ、かつ人々が身近に感じることのできるアセット**
  - ユネスコ無形文化遺産に登録された **日本が世界に誇れる文化＝和食** に注目
  - ～背景～
  - ・関西はかつて天下の台所と呼ばれた大坂をはじめ、食文化において歴史的な蓄積が大きい
  - ・世界的なグルメネットワーク「デリス (Delice)」に神戸市が加盟したり、大阪商工会議所と(公財)大阪観光局が、共同で「**食創造都市 大阪推進機構**」を設置するなど、関西の食の魅力を国内外へ発信する動きが活発化
  - ・関西を訪れるインバウンド観光客にとって体験したいこと上位が「食」であり関心度が高い ※更に万博やIRが起爆剤となり、「食」関連ビジネスの注目および裾野拡大のチャンス
- 事業機会** ～「食」関連ビジネスと市場～
- ・今後フードテック (Food Tech) 市場規模は世界で700兆円に上る可能性あり
  - ・代替肉やパーソナライズドフード、フードデリバリーサービスの急速な発展 (UBER EATSなど)
  - ・国内食関連産業においても、飲食関連の国内最終消費額は昭和50年代から平成20年代で約1.5倍 (約50兆円 → 約80兆円) に成長

## IV. 関西活性化のための提言と背景

**提言**

『KANSAI フードプラットフォームの構築とその好機能循環により、「食」を軸としてビジネスが発展するとともに、人々が集まってくる地域をめざす』

**機能の好循環による活性化**

- ① 関西の「食」のマーケット情報の一元集約と情報提供
- ② 消費者、外食・小売業者、生産者、製造・流通業者などの「食」関連プレイヤーの相互アクセス
- ③ 非「食」関連プレイヤーを含めた相互アクセス

『KANSAI フードプラットフォーム』 一元集約と相互アクセス

**提言の背景** ～関西の課題～

- ・関西の「食」に関する情報は、インターネットで検索を行っても情報サイトが有用な情報を提供しているものの、**それぞれに独立しており、関西の「食」を知ることや情報の持っている価値を最大限に活用できていない可能性**がある
- ・「食」に関するプレイヤー（消費者や生産者、製造・流通業者、外食・小売業者、その他多くの「食」関連事業者）は売上拡大、生産性向上、人材確保など様々な課題を抱えているが、課題解決のために**相互に繋がる仕組みが十分でない**
- **「食」に関する情報を最大限有効に活用し、各プレイヤー間の新たな繋がりや創出するプラットフォームが必要**

## V. 『KANSAI フードプラットフォーム』の創設

- KANSAI フードプラットフォームが有する機能**
- 【3つの機能】**
- ① **Portal (「食」のポータルサイト機能)**
    - ・各分野で取り扱うデータをベースに、「食」に関するデータを**一元集約化**し、提供する公共・民間各団体と連携した直リンク集
    - ・既存グルメサイトやSNS等のマーケット情報、自治体統計データや気象データ等のオープンデータの**一元集約化**によるマーケティングデータの提供
    - ワンストップで「欲しい情報」に素早くたどり着ける玄関口の提供
  - ② **Community (「食」のコミュニティ機能)**
    - ・悩み、質問・相談等の共有掲示板など、各プレイヤー間の**相互アクセス**による課題解決に向けた有益な交流の場 (コミュニティベース) の提供
    - ・上記ふまえた相談会や事業者間交流会、お祭りや試食会などの住民参加型イベント等、リアルイベントの開催
    - 各プレイヤー間におけるバーチャル&リアルコミュニティの形成
  - ③ **Matching (「食」のマッチング機能)**
    - ・生産者から消費者までの関係強化や既存商品の消費拡大等にことならず、異なる分野間の**相互アクセス**による新たなマッチング等、多角的なプレイヤーの結び付け
    - オープンイノベーションによる新事業創出の支援・促進

**KANSAI フードプラットフォームが実現するバリュー**

**Value**

- ① **生産者** にとっての新たなバリュー …… ex) 農家×Tech
- ② **製造・流通業者** にとっての新たなバリュー …… ex) 需要予測
- ③ **外食・小売業者** にとっての新たなバリュー …… ex) 外食産業×シェアキッチン
- ④ **消費者** にとってのバリュー …… ex) ニーズに合わせた豊かな食生活
- ⑤ **非食関連産業** にとってのバリュー …… ex) 「食」産業とのコラボレーション

私たちは、「食」を通して、其々の地域に新たな繋がりや創出します。

**KANSAI フードプラットフォームの将来構想**

**STEP 1 ビジネスの発展・「食」関係人口の拡大**

**STEP 2 大規模施策への活用 ex.万博/IR**

**STEP 3 他分野展開**

**FUTURE 食関係人口の最大化**

**Sustainable growth**

**KANSAI フードプラットフォーム**

growth phase

# 《提言要旨》『KANSAI フードプラットフォーム』～食を通じた地域間プレイヤーの新たな繋がり創出と更なる活性化～

## I. 関西活性化への現状認識

- 世界と比較した日本の課題** ～急速な少子高齢化と国際競争力～
- ・世界は人口増加の一途を辿っている中、日本は2050年には約40%が65歳以上となる
  - ・国際的な競争力は主要先進国の中では低い水準であると言わざるを得ない (IMD：世界主要国63か国・地域ごとの競争力を示した2019年版で日本は30位)
- 関西が抱える課題** ～労働人口の減少と開業率～
- ・「子供が生まれない」、「若者が外（関西から都市圏等）に出ていく」という状態が続いている (合計特殊出生率は全国平均以下で関東に次いで低水準、加えて首都圏・大都市への流出)
  - ・ベンチャーキャピタル数でいえば全国比およそ10%前後であり、新規・追加投資金額の地域分布においても約75%の資金が東京・関東圏へ集中（関西での出資による調達困難）
  - 成長環境が厳しく、新しい産業が生まれる土壌になっていない

## II. 我々が定義する関西活性化

- 活性化のあるべき姿** ～定義～
- 「人口減少・イノベーションが起きにくいという状況下において、**国内外のスタートアップが集まり、産まれ、既存事業と新規ビジネスが持続的に創出・発展することにより人々が集まってくる社会**」
- 需要と供給のマッチング、関西経済の機能循環の強化によってより多くの人々が集まる社会の実現こそが関西の活性化と定義した
- 活性化の現状把握** ～近年の取組～
- ・ベンチャーズサポーターズ会議による情報発信や機関連携、コンソーシアムの設立による質量拡大により、オール大阪でスタートアップ都市を目指す動き
  - 取組の成果により、近年開業率でいえば上昇傾向（徐々にいい流れ）

- 関西がとるべきポジション** ～世界の成功例から～
- ・関西におけるスタートアップ支援が徐々に強化されつつあるが、この機運を上手く活かすためにはそのシステム構築のみならず、「どれだけ多くの人にこのシステムに興味・関心を見出してもらい、人々が集まっていくか」が大きなポイントと考える
  - ・世界のいわゆる成功例に目を向けると、各地で様々な特色＝“アセット”があることに注目
  - ex① シリコンバレーはITに特化（サンフランシスコ周辺は群を抜いてIT系スタートアップ多）  
※ IT産業の隆盛が経済復活の狼煙となった
  - ex② 英国では金融に特化（フィンテックによる革新的なサービス・ベンチャー企業登場）  
※ 金融が身近となり、多くの消費者に受容され急速に拡大中
  - 産業にも様々な分野がある中で・・・  
競争力かつ人々が身近に感じることのできる、「**関西ならではのアセット**」に特化するべき

## III. 関西のアセットと事業機会

- 関西のアセット** ～食にフォーカス～
- **大阪を中心とした「食」こそが、競争力かつ人々が身近に感じ、集まるアセット**
- ユネスコ無形文化遺産に登録された **日本が世界に誇れる文化＝和食** に注目
  - ～背景～
  - ① 食文化・・・関西は天下の台所（食文化の先進地）と呼ばれたポテンシャルを有する
  - ② 動き・・・世界の都市が加盟する、グルメシティネットワーク「Delis（Delice）」に神戸市が加盟（日本で唯一）し関西の食の魅力を国内外へ発信する動き
  - ③ 観光面・・・日本を牽引する関西インバウンド動向、日本人国内旅行ニーズの高さ
  - ※更に大阪万博やIRが起爆剤となり、食関連ビジネスの注目および裾野拡大のチャンス
- 事業機会** ～フード関連ビジネスと市場～
- ・今後フードテック（Food×Tech）市場規模は世界で700兆円に上る可能性あり
  - 食とITの融合により、人類の共通課題である食料問題への貢献を期待
  - ・国内食品関連産業においても、飲食物の国内最終消費額は昭和50年代から平成20年代で約1.5倍（約50兆円 → 約80兆円）に成長

## IV. 関西活性化のための提言と方向性

**提言**

「**KANSAI フードプラットフォーム**」の構築とその好機能循環により、**食を軸としてビジネスが発展するとともに、人々が集まっていく街を目指す**

**提言の現状認識** ～世界の動きと関西の課題～

- ・世界経済フォーラム（WEF）2018で、2030年までに技術革新が「食」にどのような影響を与えるかがテーマとなり、デジタル技術がもたらす流通構造の变革は「食」にも起こりつつあることが提起された
- ex① IBMは国内外の大手企業と協力し、ブロックチェーンを活用した食品のトレーサビリティを実証中
- ex② フードデリバリーサービスの急速な発展（UBER EATSなど）

**提言の方向性** ～プラットフォーム構築と機能の好循環～

『**KANSAI フードプラットフォーム**』の構築  
重要なのは“一元集約”と“相互アクセス”

関西の「食」のマーケット情報の一元集約と情報提供

消費者、外食小売業者、生産者、加工流通業者などの多くのプレイヤーの相互アクセス

新たなコミュニティと新たなビジネスマッチングの創出

機能の好循環による発展

・関西の「食」に関する課題としては、既存のプラットフォームやサービスは存在するものの、例えばインターネットで検索しても業種や品目毎の各機能における情報が分散しており、それぞれの関与範囲（プレイヤー間の繋がり）が狭い

→ 売上の拡大、生産性向上、人材確保など様々な課題解決にむけた情報の集約・提供により、**各プレイヤー間の繋がりを創出するプラットフォーム**が必要

## V. 『KANSAI フードプラットフォーム』の創設

- KANSAI フードプラットフォームが有する機能**
- 【3つの機能】
- 1 Portal（食のポータルサイト機能）**
- ・各分野で取り扱うデータをベースに、食に関するデータを提供する公共・民間各団体と連携した直結リンク集
  - ・既存グルメサイトやSNS等のマーケット情報、自治体統計データや気象データ等のオープンデータの集積によるマーケティングデータの提供
  - ワンストップで「欲しい情報」に素早くたどり着ける玄関口の提供
- 2 Community（食のコミュニティ機能）**
- ・悩み、質問・相談等の共有掲示板による各プレイヤー間の課題解決にむけた有益な交流の場（コミュニティスペース）の提供
  - ・上記ふまえた相談会や事業者間交流会、お祭りや試食会などの住民参加型イベント等、リアルイベントの開催
  - 各プレイヤー間におけるバーチャル&リアルコミュニティの形成
- 3 Matching（食のマッチング機能）**
- ・生産者から消費者までの関係強化や既存商品の消費拡大等にことならず、異なる分野間の新たなマッチング等、多角的なプレイヤーの結び付け
  - オープンイノベーションによる新事業創出の支援・促進

## KANSAI フードプラットフォームが実現するバリュー

- 1 生産者** にとっての新たなバリュー・・・ex) 農家×Tech
- 認知度UP、販路拡大、生産性UP、事業継承
- 2 製造・流通業者** にとっての新たなバリュー・・・ex) 需要予測
- 確かな品質の食材調達、購入先選定の簡易化、在庫保有リスク低減
- 3 外食・小売業者** にとっての新たなバリュー・・・ex) 外食産業×シェアキッチン
- 認知度UP、売上拡大、差別化施策、フードロス抑止
- 4 消費者** にとっての新たなバリュー・・・ex) ニーズに合わせた豊かな食生活
- 安全安心、商品開発への参画、自分好みの食材発掘・購入
- 5 非食品関連産業** にとっての新たなバリュー・・・ex) 食産業とのコラボレーション
- 食品産業への参入機会創発、ビジネスパートナーの発掘
- 
- 「私たちは、食を通して、其々の地域毎に新たな繋がりを創出します。」

## KANSAI フードプラットフォームの将来構想

**STEP 1 「食」関係人口の更なる拡大**

**STEP 2 大規模施策への活用 ex.万博/IR**

**STEP 3 他分野展開**

“持続的成長”の先に 活性化は実現する

**FUTURE 関西の活性化**

Sustainable growth

STEP 1 「食」関係人口の拡大

STEP 2 大規模施策への活用 ex.万博/IR

STEP 3 他分野展開

「持続的成長」の先に 活性化は実現する

KANSAI フードプラットフォーム

growth phase