

# 「京都市新価値創造ビジョン」の概要

## 第1 ビジョン策定の趣旨

京都における企業及び従業員の利益の拡大、雇用の場の確保、市民サービスの向上を支える税収の増加といった経済活性化に向けた好循環を生み出し、市民の豊かな生活と社会を支える経済基盤の確立を目指す。

- ・位置付け：京都市基本計画の分野別計画
- ・計画期間：平成23年度～平成27年度（5箇年）

## 第2 「スーパーテクノシティ構想」における成果

- ・中小・ベンチャー企業支援システムの構築
- ・新しい成長産業分野への取組や産業振興拠点の整備 など

## 第3 京都市を取り巻く社会・経済状況

- 本格的な景気回復に時間を要する日本の経済
- 新興国における市場の拡大と価格競争の激化
- 環境・エネルギー技術の進展
- 本格的な高齢化社会を背景とした医療・介護・健康分野産業の市場拡大
- 高い成長を示しているクリエイティブ産業市場への期待
- ライフスタイル（生活様式）の変化と競合輸入品の増加

## 第4 京都市の現状

- 【強み】**
- 全国有数の「ものづくり都市」、製造業における付加価値の高さ
  - 中小企業が支える産業（多彩な中小企業の集積）
  - 世界最先端の研究開発型企業の集積
  - 豊かな人材と「知」の集積
  - 歴史と文化が息づく都市のブランド力
  - 「環境モデル都市」として、低炭素社会の実現に向けた先導的取組
- 【弱み】**
- 高い市内製造業数の減少率
  - 生産施設用地の確保が困難
  - 広域的な連携による産業振興が不足
  - 中小・ベンチャー企業の魅力の情報発信不足

## 第6 新ビジョンにおける検討の視点

- 中小企業の成長支援
- 環境・エネルギー関連産業の振興
- 医療・介護・健康関連産業の振興
- 企業のグローバル展開への支援
- 高度人材を受け入れる基盤の整備
- 京都のソフトパワーを生かした新たな価値の創造
- 京都の資源を生かした産業支援環境の整備

～ 新価値創造都市・京都～

### 第5 目指す都市・産業の姿（理念）

京都市は、伝統産業から最新技術をリードする先端産業までの幅広い業種に、大企業から中小企業までの様々な規模の企業が立地する重層的な産業構造を持ち、それぞれの企業が相互に刺激を与え、連携しながら発展する産業連関都市を形成している。

そのような中、早急な取組が求められる環境問題をはじめとする多くの課題の出現、成長を続ける世界市場への展開の重要性など、本市を取り巻く社会・経済環境は大きく変化している。

このビジョンは、本市の持つ産業連関都市としての特性を踏まえつつ、近年の社会・経済環境の変化に対応するため、1200年の悠久の歴史と伝統文化、豊かな自然の中で形成された京都ならではの「美」「知」「匠」といった強みを生かして、ものづくり産業における新たな技術・製品の創造やクリエイティブな産業の育成など様々な分野で新しい価値を生み出し、世界のモデルとなるビジネスが展開される「新価値創造都市・京都」を目指すものである。

第7 3つの重点戦略 ～ 政策展開の方向性 ～

### 戦略Ⅰ イノベーションによる高付加価値のものづくりとマーケティング

京都企業の優れた技術や大学等の知的資源を生かしてイノベーションを創出するとともに、「環境・エネルギー」「健康・長寿」などの社会的なニーズに対応する成長分野を中心に、幅広い企業の連携を促進して付加価値の高いものづくりを行うとともに、マーケティングを重視した施策を推進する。

### 戦略Ⅱ 新たな価値の創造による知恵産業の推進

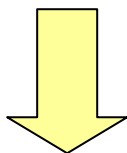
京都の知恵や感性、文化価値などソフトパワーを生かして、世界中から優れた企業・人材を呼び込む仕組みを構築し、そこで生まれる交流を通じてクリエイティブ（創造的）な産業を創出する。

### 戦略Ⅲ 広域的視点に立った事業環境の整備

京都市内から京都府南部にかけ、また、これに隣接する滋賀県・奈良県・大阪府の一部地域には、大学をはじめとする研究機関や高度な技術を持つ中核企業が集積している。このエリアを中心に産業振興のための事業環境を整備するとともに、広域連携を推進し、京都、関西、ひいては日本の経済成長を牽引していくエンジンとなる産業を集積する。

## 第8 先導プロジェクト(優先実施すべき事業)

- 課題解決型産業への支援【戦略Ⅰ】
- 知恵産業融合センター事業の推進【戦略Ⅱ】
- 京都・高度人材交流拠点構想(仮称)の策定・推進【戦略Ⅱ】
- マンガミニクラスター(仮称)の形成【戦略Ⅱ】
- 南部地域における産学公連携による拠点の整備【戦略Ⅲ】
- 中小・ベンチャー企業支援の強化【戦略Ⅰ,Ⅱ,Ⅲ】



## 第9 3つの戦略に基づく今後5年間の主な施策

### 戦略Ⅰ イノベーションによる高付加価値のものづくりとマーケティング

- 1 多様で活力あるものづくり企業の育成と発展の支援
  - (1) 中小・ベンチャー企業の新事業創出支援策の充実
  - (2) ものづくり基盤技術の高度化、次世代産業への展開の支援
  - (3) 新しい事業やサービスを生み出す情報通信産業の振興と利活用促進の支援
- 2 産学公の連携による成長分野における展開(課題解決型産業への支援)
  - (1) 環境・エネルギー関連産業の育成
  - (2) バイオ・ライフサイエンス(医療・介護・健康)関連産業の育成
- 3 グローバル市場への展開支援(中小企業の国際化支援)

### 戦略Ⅱ 新たな価値の創造による知恵産業の推進

- 1 国内外を引きつける京都のソフトパワーを生かした産業の創出
  - (1) 知恵産業の振興
  - (2) 研究環境の国際化と人材育成の強化
  - (3) 伝統産業の活性化と新たな展開の推進
- 2 コンテンツ産業の振興
  - (1) 次代のコンテンツ産業を支える人材の発掘と育成
  - (2) ビジネスモデルの構築

### 戦略Ⅲ 広域的視点に立った事業環境の整備

- 1 産業支援機関の機能強化と広域エリアでの連携・支援の展開
  - (1) 産業支援機能の強化
  - (2) 産学公連携拠点のネットワークの構築
- 2 地域の特性を生かした立地環境の整備
  - (1) 国際競争力を高める環境整備
  - (2) ものづくり都市を支える活力ある工業地の形成
  - (3) 企業立地支援

## 第10 「新価値創造都市・京都」の実現を支える中小企業

市内の中小企業は、高い技術力で京都のものづくり産業を支えるとともに、迅速な経営判断によって経済環境の変化に柔軟に対応してきた。また、地域の雇用の大部分を支えるとともに、社会の主役として地域社会と住民生活に大きく貢献しており、さらには、伝統技能や文化の継承の面においても、極めて大きな役割を果たしてきた。

こうした中小企業の事業活動とその発展を支援することは、ビジョンが目指す都市像の実現においては必要不可欠である。

ビジョンの推進に当たっては、前述した新事業創出や成長市場への展開の支援に加えて、中小企業が安心して事業活動に取り組めるよう、国や京都府、経済団体、産業支援機関等との連携の下、中小企業の声を広く聴き、幅広い支援策をより効果的に展開していく。

## 第11 成果指標

製造業における市内総生産  
(目標値) 1兆4,477億2,200万円(平成27年度)

## 第12 ビジョンの推進に向けて

企業・事業者、学術研究機関、市民、経済団体、行政がそれぞれの役割を果たし、相互に連携して「新価値創造都市・京都」の実現を図る。