

2 施策展開の方向性

産業振興施策は、産業分野ごとの課題や特徴を踏まえた分野別施策を推進することに留まらず、複数の分野にわたる産業活動を視野に入れた取組、さらには京都市の抱える課題解決に資するものにも取り組む必要がある。

本ビジョンでは、これから京都産業の振興に欠かせない、①成長市場を獲得する新たな産業分野の振興、②創造的なまちづくり、③だれもが働きやすい職場や、知識や技術を継承できるビジネス環境整備の3つの基本的な視点に立ち、産業振興における課題と社会経済の変化を踏まえて、今後の産業振興の課題を9つのテーマに分類し、それについて今後取り組むべき方向性を示した。

今後、京都市の産業政策を進めるに当たっては、行政の役割は事業者の自立的な取組を支援することであるという基本認識を持ち、このビジョンを指針として経済界・企業、大学、産業支援機関等と議論を深めながら施策の具体化を検討し、従来の施策と併せて推進することにより、目指す姿の実現を目指す。

(1) 「3つの方向性」と「9つの取り組むテーマ」

方向性1：成長市場を獲得する新たな産業分野の振興

人口減少や高齢化に伴い国内市場が縮小している中で、産業活動を維持、発展させるためには、①常に変化するニーズに対応し、②国内外の新たな市場ニーズに対応した新ビジネスを創出し、成長市場の取り込みを図ることが必要である。

近年サービス分野の存在が高まっており、経済活動の需要者側（市民の生活質の向上）、供給者側（企業の生産性の向上）の両方の視点からサービス分野の振興を図り、産業連関の強化と産業全体の高付加価値を目指す。

成長過程にある海外諸国では、日本企業の良質な製品やサービスが求められるようになってきており、企業の保有技術や商品、サービスの現地ニーズへの対応力が高まるよう支援することで、海外の様々な市場の獲得を目指す。

（取り組むテーマ）

- ① 成長市場の獲得、新ビジネスの創出
- ② サービス分野の振興による産業連関の強化と産業の高付加価値化
- ③ 海外市場や首都圏市場の開拓

方向性2：創造的なまちづくり

文化・学術資源や人知の蓄積が活かされ、様々な分野で新たな価値が次々と生みだされる「創造都市・京都」の実現を目指す。

そのために、伝統文化や景観、大学の知的学術的資産を活かして京都らしい創造的なまちづくりを行い、それを製品やサービスの付加価値として加えていく。これを国内外に提供・発信することで、様々な分野の創造的な人を京都に惹きつけ、新事業の

創出につなげるとともに、彼らの視点を既存の産業に取り入れることで、付加価値をさらに高めていくサイクルを構築する。さらに、創造的なまちづくりがビジネスに寄与することに対する市民や企業の理解を促進し、市民や企業による創造的なまちづくりが自律的に進展することを目指す。

将来にわたり創造性を継続的に高めていくためには、これから新しい社会を作っていく若者が力を発揮できる環境づくりが必要である。特に、大学進学時に全国から集まる若者に、京都に定着し、力を発揮し、自己実現してもらえるようなビジネス環境の整備に取り組む。

また、競争や効率化だけではない価値観をもった人が京都の魅力に共感して京都に集まりつつあり、そういう動きを加速させることで、新たな価値創造につなげる。

(取り組むテーマ)

- ④ 世界規模の交流環境整備、グローバルに活躍できる人の育成**
- ⑤ 若者の意欲や力を引き出すビジネス環境の創出**

方向性3：だれもが働きやすい職場や技術、ノウハウを継承できるビジネス環境の整備

市民が豊かな暮らしをするうえで、安定かつ快適な職場で就労できることが重要である。また、人手不足が常態化する中で、働きやすい職場を提供することが企業の競争力向上にもつながる。労働力の確保とともに、働く人がやりがいをもって働き安定した所得を得られるよう、雇用の質の向上を目指す。

良質な雇用を確保するためには、企業誘致により新たな産業集積を生むとともに、企業の持続的発展を促すことが必要であり、企業誘致と立地環境の整備に取り組む。

今後、経営者の高齢化がさらに進むにつれて、事業継承や廃業が増加することが見込まれる。産業活動全体の活力が失われないよう、事業や技術の継承を支援するとともに、事業活動が継続的に発展できるよう企業の体質強化を目指す。

中小企業・小規模事業者の顧客は地域住民であることが多く、事業活動と地域活動との関係の強化が不可欠である。住民の中小企業・小規模事業者に対する理解を深め、地域の維持・発展にともに取り組むこれらの企業との信頼関係を構築するとともに、それを通じて本来の事業活動が活性化するという好循環の創出を目指す。

(取り組むテーマ)

- ⑥ 働きやすい職場環境の整備、雇用の質の向上**
- ⑦ 新たな企業の誘致、企業の立地環境の整備**
- ⑧ 事業や技術の継承**
- ⑨ 企業の地域貢献**

(2) テーマに基づいた施策展開の方向性

方向性1：成長市場を獲得する新たな産業分野の振興

① 成長市場の獲得、新ビジネスの創出

1) 社会構造やライフスタイルの変化に伴う成長市場の獲得を支援する

- ・ 少子高齢化、多様な世代の労働参加といった社会の変化や個人のライフスタイルの多様化が進んでおり、こういった動向を捉えた市場の獲得を支援する。
- ・ 課題先進国である日本で成立する課題解決型ビジネスは、将来に同様の課題が生じる海外でも市場の拡大が見込まれる。高齢化率が高い一方で、若者が多く住む京都は、今後人口構造の転換が他都市に先駆けて進むため、高齢化に着目したビジネスを創出する土壤となり得る。高齢化先進都市としてのモデル的役割を担うとともに、将来拡大すると予想される世界市場をいち早く獲得できるよう、海外展開も見据えた取組を行う。

<想定する市場・ビジネス>

○ 生活スタイルの変化に対応した課題解決ビジネス

- ・ I C Tを活用した介護サービスの開発、共働き子育て世帯向けの病児保育サービスの提供、宗教や性別の差異に対応した製品・サービスの提供等、生活スタイルの変化やニーズの多様化に対応した新ビジネスの創出を支援する。
- ・ 近年イスラムなど宗教上の禁忌をもつ観光客が増加しており、密接に関係する飲食・宿泊事業者やファッショング産業などの分野で、市場の獲得と個人の生活上の課題解決を同時に実現する新製品や新サービスの開発を支援する。

○ 定年退職後も趣味や様々な活動に意欲的な元気な高齢者世代（アクティブシニア^{※14}）を対象とした新ビジネス

- ・ 知的好奇心の強いシニアが本格的な学びや本物を体験ができる場づくり、健康増進や介護予防のサービス・製品の開発など、アクティブシニアの学びの意欲を満たすと同時に、健康寿命の延伸や生活の質の向上を図る新ビジネスの創出を支援する。
- ・ 大学等と連携してアクティブシニアに魅力的な学びや活動の場を提供する京都型のC C R C^{※15}（Continuing Care Retirement Community）についても研究する。

○ コミュニケーションや移動を支える新産業、新ビジネス

- ・ 高齢化に伴い、コミュニケーション（意思伝達）や移動に困難を抱えて生活を送ることを余儀なくされる人が増加すると予想される。人工知能^{※16}（A I）やロボティクス^{※17}といった最先端技術を活用して、高齢化や重度の疾病等で自らの意思を相手に伝えることや移動ができなくなっている人のコミュニケーションや移動を支える新産業を振興する。

2) 文化財の魅力を伝え、世界の富裕層、目利き層市場の獲得を目指す

- ・ 京都には、元離宮二条城をはじめとする世界遺産や国宝、伝統工芸品など、市民が誇りとし、かつ、世界でも高い関心をもたれる日本文化を代表する、価値ある文化財が多く存在する。こういった文化財を守り、後世に引き継ぐためには、文化財の保存・修復を担う技術者を育成していくことが必要である。
- ・ そのため、文化振興、国際文化交流の振興を所管する文化庁の京都への移転を契機に、これらの京都の文化財の魅力を引き出し、伝えることで、日本の歴史や文化に興味を持つ観光客を惹きつけるとともに、とりわけ購買力の高い世界の富裕層や目利き層の消費を促し、観光や伝統産業をはじめとする幅広い分野の産業の振興を図る。また、技術を活かして世界の文化財修復等の市場の獲得を目指す。

3) 文化や歴史、産業技術など資源の蓄積を活かした新ビジネスの創出を支援する

- ・ 文化や歴史、伝統から先端までの産業技術、大学の学術資源など、京都には様々な資源・技術の蓄積があり、世界市場をターゲットに、こういった資源・技術を活用して新たな需要を獲得する新しいビジネスの創出を支援する。

<想定する市場・ビジネス>

○ 文化芸術・歴史資源などの文化資源を活用した新ビジネス

- ・ プロデューサーによるアーツマネジメント^{※18}の手法を取り入れるなど、芸術活動や美術館等の文化資源の魅力をより多くの人に伝え、新たな需要を獲得するビジネスの創出を図る。
- ・ 京町家の衣食住体験、ＩＣＴを活用した多言語による文化芸術・歴史資源の情報発信など、京都の文化芸術や伝統産業の潜在力を活かして、「文化資源を見せること」と「文化資源を活用した商品やサービスが売れること」が両立する新ビジネスの創出を図る。また、京町家アーティスト・イン・レジデンス^{※19}を活用して伝統工芸や文化芸術とともにづくり産業との接点を設けるなど、分野を超えたコラボレーションを促す。

○ セルロースナノファイバーなど世界の最先端技術を活用した新ビジネス

- ・ 実用化研究が進むセルロースナノファイバー^{※20}やシリコンカーバイト^{※21}など世界の最先端技術について、企業が素材や最終製品に活用し新市場を獲得できるよう支援する。

4) ＩｏＴ^{※22}・ビッグデータ^{※23}・人工知能を活用した戦略的なビジネスなど、新ビジネスを研究する

- ・ ビッグデータを活用した医療・予防ビジネス、限られた資源を有効に活用して高い生産性を実現するシェアビジネス^{※24}（民泊^{※25}やカーシェアリング^{※26}、工場・産業用機械のシェアリング）など、市場の拡大を見込むことができる新たなビジネスの展開について、安全安心の確保を前提として、市場の獲得とビジネスの適正化の両面から研究を行う。

② サービス分野の振興による産業連関の強化と産業の高付加価値化

1) 消費者向けのサービスの利用を促進し、市場の拡大、形成を図る

- ・ 核家族化、共働きの増加、出産の高年齢化等によって、家事、子育て、介護を代行する生活支援サービスのニーズが高まる。ゆとりある生活の実現とサービス供給事業者の振興の両面から、介護、保育、家事支援など生活に密着した消費者向けの生活支援サービスの普及促進に取り組む。
- ・ 生活支援サービスは、小規模な事業者により提供されているケースも多く、社会での認知度が低いために十分な需要を獲得できず経営が不安定になるという課題がある。そのため、事業所の認定やサービス活用事例の紹介などこれらのサービスの普及啓発を行うことで、利用を促進し市場の形成・拡大を図る。
- ・ “おもてなし”に代表される、京都の自然、文化、歴史や生活慣習を背景とした高品質な京都型クリエイティブサービスの価値が市場で評価される仕組みを構築し、需要の獲得につなげることが必要である。上質なサービスが生まれる背景や企業の努力を理解して対価を払ってもらえるように、消費者への普及啓発などに取り組む。
- ・ サービスの海外展開を支援し、企業の成長促進と従業員の活躍の場の拡大に寄与する。

2) 異業種の連携を促進し、産業全体の付加価値を向上させる

- ・ サービス分野とのづくり、農林業と観光、観光と伝統産業など業種間の連携を促進することで、新商品やサービスの開発を促進し、産業全体の高付加価値化を図っていくことが必要である。
- ・ そのため、異業種間交流の場づくりなどに取り組み、マーケティング、販売、アフターフォローといった消費者と接するサービス現場が有する消費者ニーズなどの知見と、様々な製品の生産に応用できる京都のものづくりの要素技術を連携させることで、サービス現場や消費者のニーズに合った新製品の開発や既存製品の改良を促し、高付加価値化の実現を目指す。

また、ものづくり企業自らが、マーケティングや商品の使い方の提案といったサービス分野へ展開しようとする取組の支援や、多様な消費者ニーズに柔軟に応えられる持続可能な伝統産業の生産体制のあり方の検討を行う。

- ・ 経営改善や研究開発のサポート、情報通信システムの提供、農林資源を活用した新たな観光魅力づくりのサポートなど、事業者向けに様々な専門的なサービスを提供しているサービス分野と他分野との事業連携を促進することで、経営、技術、広報戦略といった様々な角度から産業活動全体の生産性の向上や効率化を促進する。
- ・ 文化資源や伝統産業、農林資源を活用して新しいビジネスを生み出したり、その背景や成り立ちを分かりやすく伝えることで商品やサービスの魅力を高めていくためには、企画運営を担うプロデューサーや異分野・異業種間の連携を促進するコーディネータの存在が不可欠であり、これらの人々の京都への誘致に取り

組むとともに、彼らの連携を促す場づくりや活動のサポートを行う。

また、このような仕事に关心を持つ人を増やすため、大学等と連携したサービス人材育成カリキュラムの作成や、サービス分野に長年携わった人が若手に技術や精神を伝える講座の開設などにも取り組む。

3) サービス分野の人材育成や生産性向上^{※27}を支援する

- ・ 良質なサービスを生み出す技術やノウハウは人に蓄積、継承されるため、サービスに携わる人の技術の向上など、人を育てていくことが必要である。そのため、企業の働き手、担い手育成の取組を支援するとともに、大学等と連携してサービス分野の働き手・担い手の育成にも取り組む。
- ・ サービス分野は一人当たりの付加価値が低い業種が多く、それが従業者の低い処遇につながっている。そのため、業務の機械化やマニュアル化、業務改善の自己診断など効率化につながる取組を支援するとともに、複数の業務を担える従業員の育成など効率化によって生まれた余力を新たな付加価値の向上につなげるための取組を支援する。これらの支援を通じて、生産性の向上と安定した雇用の創出を目指す。
- ・ 効率化について、例えば、小売店や飲食店など従業員が短期間で入れ替わり、サービスの質を継続することが課題となっている業種で、ＩＣＴ機器の導入や業務の定型化、クラウド^{※28}やビッグデータを活用したマーケティングや情報管理、情報セキュリティ対策の強化、成功事例の従業員間での共有やマニュアルづくりなど、ノウハウの共有と継続に資する取組を支援する。
- ・ また、サービス分野の生産性向上（効率化）には、サービスの購入者がまとまって存在することが必要であるため、サービス購入者の集約化につながる取組を検討する。こうした取組によって生産性が向上することは、低価格で良質なサービスを提供することにつながり、消費者にとってもメリットが生じる。

③ 海外市場や首都圏市場の開拓

- 1) 世界の市場で高いシェアを獲得できる企業への成長を支援する
 - ・ 技術面や海外展開に必要な経営面でのサポートを行うことにより、固有の技術を強みとしてニッチな市場で高いシェアをもつ企業（ニッチ・トップ企業）に対して、海外での市場獲得を支援する。
 - ・ 京都企業が現地に展開して市場を獲得できるよう、京都産品のブランド向上に取り組むとともに、産業支援機関や金融機関等と連携して、海外での京都企業の信用力向上や事業継続の支援を行う。
- 2) 海外展開が期待できる製品やサービスを掘り起こすとともに、魅力を発信することで販売を促進する
 - ・ 京料理、日本酒、マンガ・アニメ、茶道、華道、伝統工芸、医療・介護サービス、教育サービス、農畜産品など、京都の文化やものづくりの技術、サービス技術等で海外への展開が期待できる製品やサービスの掘り起しを行う。
 - ・ 国内外の展示会・商談会への出展や海外での政府系イベントでのPRなど、様々な機会に露出を高めることで、取引相手とのマッチング機会を創出する、顧客層の拡大を図る。
 - ・ 海外からの観光客やMICE参加者に対して京都産品の魅力を発信し、購入を促進する。
 - ・ インターネットの活用など、新たな販売方法についても検討する。
- 3) 京都企業が有する技術、ノウハウ、アイデアなど（シーズ）を海外に伝え、海外のニーズを京都企業が知る仕組みをつくる
 - ・ 姉妹都市などの都市間交流の枠組みを活用して、京都の文化・産業情報を発信するとともに、市場ニーズの把握に努める。
 - ・ 海外に展開している企業や産業支援機関、政府系機関等と連携して、ものづくり技術や試作力、上質なサービスといった京都の企業・産業の持つ魅力や強みを戦略的に発信するとともに、海外のニーズを収集し、京都の企業に伝える仕組みづくりに取り組む。
 - ・ 産業、文化観光、自然環境、生活（暮らし）の情報など個別に発信している情報を総合的に発信することで、京都のまちのイメージのブランド化を図る。また、京都企業と海外企業との間に入り、成功報酬型でセールスを行う販売代理人の配置や、海外企業に訴求力をもつセールツールの開発に取り組む。
 - ・ 市場のニーズを把握し、ニーズに合った商品やサービスの新規開発やカスタマイズの支援を行う。特に、上質な伝統工芸品は良質なものへの理解がある人から高い注目を集めており、購買力が高く良質なものに理解のある人を対象として、訴求力を高めていく。

4) 海外や首都圏の顧客を京都へ招致し、京都の産業情報に触れる機会を提供する

- ・ 伝統産業をはじめ京都の商品やサービスは、それを育んだ文化的背景の中でこそ真の価値が伝わることから、海外や首都圏の拠点を活用して情報を発信することで海外や首都圏の顧客を京都に招致するとともに、地場の産業に結び付け、顧客により一層深く理解してもらう機会を提供することが必要である。
- ・ そのため、伝統産業をはじめ海外で注目される分野で、国際商談会の開催や富裕層を対象にしたオーダーメイドのプライベートツアーの組成など、海外や首都圏のバイヤーや高額消費を行う富裕層等の顧客を京都へ招致する取組を実施する。

また、工房を訪問し、生産に携わる職人から技術や背景を含めた製品の成り立ちを直接聞く機会を設けるなど、招致した顧客が京都の地場の産業に触れ、魅力を体感できる機会を提供する。

5) 海外展開に必要な能力を持つ人を育成し、中小企業が一步踏み出すきっかけをつくる

- ・ 中小企業の海外展開に必要な人材の育成や確保を支援する。また、留学生は、言語力を有するとともに、企業が展開したい国の文化や商慣習を知る存在である。中小企業が即戦力として留学生を採用することができるよう、留学生の市内企業への就職支援に取り組む。
- ・ 新たな企業の海外展開を促進するため、海外展開の経験やノウハウを企業間で共有する仕組みづくりに取り組む。

方向性2：創造的なまちづくり

④ 世界規模の交流環境整備、グローバルに活躍できる人の育成

1) 世界から創造的な人を誘致するとともに、交流を促進する

- ・ 歴史や自然、文化芸術、学術、宗教を背景とした有形無形の財産を有する京都で培われた「継続と創造」の精神が世界で共感され、多くの創造的な人が京都を訪れたい、京都でビジネスチャンスを見出したいと考えている。また、創造的な人は、京都の価値を自らの文化や価値観に合わせて解釈し、世界に発信してくれる存在もある。
- ・ 大学や文化機関等と連携して、サバティカル制度^{※29}等を活用して京都を訪れる研究者を受け入れる拠点など、分野を超えた知的交流を促進する環境を充実させることで、世界から研究者や芸術家、経済人などの創造的な人が京都に集まる仕組みを創る。
- ・ 世界から集まる創造的な人と、京都の経済人や様々な分野の知識人、芸術家などをつなげるネットワークをつくり、できるだけオープンな交流を促進することで、イノベーションや新たなビジネスの創出を支援する。

2) 創造的な人が暮らしやすいまちをつくる

- ・ 京都のまちの創造性をさらに高めていくためには、市民や企業が異文化への寛容性をもつこと、創造的な人が自らの創造性を高められるように様々な人が交流できる場があることなど、まち全体が知性や文化の香りに溢れた雰囲気を有することが必要である。
- ・ そのため、文化、教育、都市、大学の各政策と連携し、人と社会環境の両面から知性と文化の香りに溢れたまちづくりを進める。

外国人が京都に滞在するうえでの課題として、住居の確保、子どもの教育、言葉の問題があり、滞在期間が短くなるほど、その課題は顕著となっている。世界の創造的な人に充実した生活を送ってもらえるよう、都市政策や教育政策、大学政策と連動した総合的な支援を提供する。

教育面では、国際バカロレア認定を受けたインターナショナルスクール^{※30}など、世界の創造的な人が安心して子どもを通わせることができる教育機関の充実に取り組む。また、外国人が京都の文化や生活習慣を理解するためには、日本語の学習が不可欠であり、第二言語としての日本語（Japanese as second language）の学習環境を増やしていく。市民にとっても、幼少期から国際的な視野を養える学びの環境を提供されることになる。

事業者が提供するシェアオフィス^{※31}など、サバティカル制度を活用して京都を訪れた研究者や海外からの企業研修生などが仕事以外で使えるシェアオフィスの提供や、そこでの交流促進に取り組む。

- ・ また、文化や経営理念といった京都の本質的な価値や創造的環境を様々な機会を使って世界に発信することで、京都のブランド化を図り、さらに多くの創造的な人を京都に惹きつけることを目指す。

3) グローバルに活躍できる人を育成する

- ・ グローバルな視野を持ち、人種や言語、文化の違いを乗り越え、海外を市場とするビジネスを立ち上げ、遂行することができる人を育成していくことが必要である。
- ・ そのため、大学が実施するグローバルビジネスを担う人の育成の取組を発展させるなどにより、グローバルに活躍できる人を必要とする市内企業の従業員の育成を支援する。また、留学生や海外の大学生、海外企業研修生等の市内企業でのインターンシップ^{※32}を促進することで、インターンシップを行う本人と受け入れる企業の両面において人の育成に寄与する。

⑤ 若者の意欲や力を引き出すビジネス環境の創出

1) 京都で起業に挑戦する人を増やす

- ・ 少子高齢化が進展する中で、大学生をはじめ若者が集まることは京都の強みである。高齢化で世代交代が加速する中、産業活動の新しい担い手である若者の意欲や力を引き出し、それを社会全体で活かすことで、若者の成長を促し、ひいては社会全体の活力向上の原動力としていくことが必要である。
- ・ 日ごろから、アイデアを発表し意見交換したり、様々な価値観やアイデアを持つ人と交流できる環境の整備に取り組むことで、京都の若者の成長を促すだけでなく、国内外から意欲ある若者を京都に呼びこむ。
- ・ ベンチャーや社会的課題をビジネスの手法で解決するソーシャルビジネスの起業は、若者の柔軟な発想を活かすことができ、自己実現にもつながるが、挑戦する人はそれほど多くはない。そのため、小・中学校から大学まで幅広い年代の教育の中での職業観の醸成や、産学公が連携した起業家教育や職業教育の推進、企業と大学生が協働して企業の課題解決の方策を考えるPBL (Problem/Project based learning)^{※33} の取組の支援、企業経営者と学生との交流の場づくりなどにより、起業の魅力ややりがいを伝えるとともに、起業の機会を数多く提供することで、京都で起業に挑戦する人を増やしていく。こうした取組は、大学生が京都の中小企業に目を向け、市内で就職することにもつながる。
- ・ 企業で働き、そこで得た知識やアイデアを活かした起業が進むよう、大企業発ベンチャーを促進する仕組みを検討する。
- ・ 国内外から起業したい人を京都に呼び込むため、投資家やプロデューサーも参加してビジネスアイデアやプランを発表し意見交換できる場づくり、起業希望者のネットワークづくりに取り組む。
- ・ こういった取組を通じて、「起業するなら京都で」という機運を高め、起業に挑戦する若者を京都に惹きつけ、芸術家や農林業、商業、サービス業など幅広い分野にわたって、京都で起業に挑戦する人を増やしていく。

2) ベンチャーやソーシャルビジネスの起業を促進する

- ・ 起業後、事業を軌道に乗せ、継続的に発展できるよう、資金や情報の供給体制の構築やインキュベーションの提供など、企業の各成長段階で必要な支援を行っていくことが必要である。
- ・ 起業や事業拡大に当たって、経営ノウハウや生産技術など自らに不足する知識や技術を持ったパートナーを見つけることが必要であるため、パートナー探しを支援する。また、ビジネスモデル構築のサポートや事業に必要な技術・人のコーディネートなど、ベンチャーやソーシャルビジネスの支援を行う専門家の誘致、育成に取り組む。
- ・ 起業して間もない時期は実績がなく社会的信用が低いことから、資金調達が課題となっており、企業の認定などにより社会的信用を付与するとともに、企業の成長に必要なリスクマネーを供給する仕組みを産学公金の連携により構築する。

また、スタートアップ時に必要な支援を総合的に提供する仕組みを検討する。

3) 若者に魅力的なまちをつくる

- ・ 若者が力を最大限に發揮するためには、仕事での充実だけでなく、教養を深める、文化芸術への造詣を深める、人脈を形成する、自然に触れる、ナイトライフを楽しむなど、生活の充実が不可欠である。そのため、若者の目線で京都の様々な魅力を発信する、新たな魅力を作るなど、若者に選ばれるまちづくりに取り組む。また、そういった取組を通じて、若者を対象とする新たなビジネスの創出を図る。
- ・ 他地域から京都に移り住んできた若者の人脈形成づくりの支援や空き家となつた京町家への入居支援など、若者が充実した生活を送れるよう支援する。
- ・ 業界団体の青年部会や学生団体など若者で構成される団体の積極的な活動を支援することで、若者の発言や自発的な活動の機会を多く設けることに取り組む。
- ・ 若者の力が活かされ、自立的・継続的なまちづくりが進むよう、ボランティアへの参加を促進する仕組みや、その経験を活かした起業など事業化に発展させる支援を検討する。

方向性3：だれもが働きやすい職場や技術、ノウハウを継承できるビジネス環境の整備

⑥ 働きやすい職場環境の整備・雇用の質向上

1) 京都ならではの働き方改革を推進する

- ・ 人口の減少が見込まれる中、女性、高齢者、子育て中の人、障害者のある方など誰もが働きやすい職場環境を整え、これらの人々の就業を促進することにより、産業活動に必要な労働力を確保していくことが必要である。多様な人の就業を促進するためには、誰もが働きやすい職場環境の整備が必要であり、そのことによって働く人の能力が発揮され生産性の向上につながるだけでなく、職業選択の幅が広がり雇用のミスマッチの解消につながる。また、働きやすい企業のイメージが定着すると、学生等の中小企業への就職意欲の向上や、社会貢献したい高齢者に活躍の場を提供することにもつながる。

このように、働く人の能力を引き出せるような職場環境を整備する取組を支援し、労働力の量と質の両面の向上を目指す。

- ・ 職場のユニバーサルデザイン^{※34}化やテレワーク^{※35}に必要なＩＣＴ環境整備といったハード面、「真のワーク・ライフ・バランス^{※36}」への理解促進や女性管理職の登用、限定正社員制度の導入といったソフト面の両面で、誰もが働きやすい職場環境づくりを支援する。

企業の先進的な働き方改革の取組事例を紹介するとともに、取組を推進している企業の表彰制度や取組への助成制度を活用して、広く企業への導入を促す。

2) 不本意な非正規雇用^{※37}の正規化を推進する

- ・ 非正規雇用は、正規雇用と比較して待遇が低いことや、雇用期間に定めがあることで生活が不安定になることの心配を伴う。一方で、ライフスタイルに合った働き方を選択したい人に所得を得る機会を提供するとともに、季節や時間帯で需要に変動がある分野で企業経営の効率化にも寄与している。

そのため、不本意な非正規雇用職の選択防止や正規雇用職への転換を促進することで、雇用の安定化を図る。特に、研究者や技術者、ホテルコンシェルジュ・通訳案内士など高度な知識や技術を持ちながら非正規雇用職に就いている人もおり、企業の研究所の誘致や宿泊施設の拡充等により活躍の場を増やすことで知識や技術を有する人の市外流出防止にも取り組む。

- ・ 新卒時あるいは離職後の再就職時に、不本意に非正規雇用職を選択せざるを得ない状況があるため、新卒時に安易に非正規雇用職を選択しないよう、大学の低年時から各種セミナーなどによるキャリア教育の充実を図るとともに、働き手を求める中小企業への就職を促す。また、子育てや介護を理由に離職することなく働き続けられるよう、限定正社員制度^{※38}の導入促進など企業の働き方改革の取組を支援する。

正規職への転換を希望する非正規雇用者に対して、中小企業とのマッチング機

会を提供したり、必要なスキルを習得するための研修参加等を支援する。

特に、非正規雇用者の割合が高い宿泊業を対象に、業界、学識者、行政で構成する研究会を設置し、課題の分析と対応策の検討を行う。一人の人が複数の業務を担当できるように育成することや、需要の閑散期には別の企業で働く副業など、多くの人への職の提供と就業者一人当たりの所得の向上が両立できる仕組みを研究する。

3) 魅力ある中小企業の働き手の確保を支援する

- ・ 経営が良好で成長を志向する中小企業であっても、必要な働き手を確保できない状況がある。
- ・ そのため、中小企業の魅力を体感できる、企業情報発信 web サイトの充実や職場体験、企業が経営理念や特徴を伝え交流する場の提供、職場オープンデイ等の実施によって、中小企業の情報を知る機会を数多く提供するとともに、学生をはじめ幅広い世代の求職者と中小企業とのマッチングの向上に取り組む。また、中小企業が自らの強みを十分に発信できていないことが、学生の目が中小企業に向かないことの一因となっており、中小企業が自らの強みを見つめ直す機会として、中小企業の自己診断を支援する。

PBL (Problem/Project based learning) は、企業と大学生が双方の理解を深めるための好機であり、中小企業や大学の参画を支援することで、大学生に京都の中小企業に目を向けてもらい、市内での就職につなげる。

⑦ 新たな企業の誘致、企業の立地環境の整備

1) 国内外から企業を誘致し、新たな産業集積を生む

- ・ 様々な分野の企業が集まり事業活動が活発に展開されることにより、所得や雇用の創出、それに伴う税収の増加が期待される。特に、新たな企業の立地は、中小企業への発注など新たな商取引が生まれる、企業間や大学との共同研究が進み新しい技術が生まれる、新たな分野で雇用機会が創出される、京都に集まる人が増えることで新たな賑わいが生まれるなど、様々な点で都市の活力や魅力の向上に寄与することが期待される。また、市内には多くの大学があり、広範な研究科、学部を有している。様々な分野の学生や研究者に良質な雇用を提供するとともに、市内で人の育成や活用を進めることにも寄与する。
- ・ そのため、企業立地促進制度をはじめとする施策等の充実を図り、企業（本社、工場、開発拠点、研究所）の事業拡大の支援や誘致に取り組む。特に、京都の大学から輩出される優秀な研究者の雇用機会を創出するため、研究開発型企業の拠点誘致に重点的に取り組む。
- ・ また、農林資源の付加価値を高める農商工連携分野、京都らしい上質な滞在環境の提供や伝統産業の魅力発信に寄与する宿泊施設、広く国内外にサービスを提供し外から所得を得るサービス分野、文化資源を活用して新たな魅力を生み出す文化コンテンツ関連分野など、京都経済に新たな活力をもたらす分野の企業の誘致にも積極的に取り組む。
- ・ 世界で事業を展開する外資系企業との連携は、京都経済の活性化に加え、海外市場の開拓や技術力の向上に有効であるため、国内外での外資系企業の誘致活動に加え、事業所の立地支援、大学や企業との共同研究や事業連携のコーディネートなど外資系企業が京都で活動を行うに当たって生じる課題の解決を総合的に支援する。
- ・ 企業の本社機能の拡充を促すために地方拠点強化税制を活用するとともに、市内中心部で新たな企業の本社等の立地を促進し、その周辺地域に賑わいをもたらすため、地方拠点強化税制の適用地域の拡大を国に働きかける。また、京都駅や拠点となる駅周辺の都市機能のさらなる充実に寄与するため、周辺の居住環境や産業活動との調和を図りながら、本社やサービス拠点となる事業拠点などの立地を促進する。

2) 企業の成長段階に応じた事業環境を提供する

- ・ 市内での事業拡張や新規立地に対する支援制度の充実や都市計画手法の活用等を進めることにより、都市機能と景観、住環境との調和を図りながら、企業の成長段階に応じた事業環境の向上に取り組む。さらに、都市の活力の維持・向上に資する都市計画や景観形成のあり方について検討を進める。
- ・ 創業して間もない企業に対しては、国や大学と連携して、インキュベーションのためのオフィスや研究室などの事業スペースを提供するとともに、入居者に対する賃料補助やコーディネータによる事業活動のサポートを行う。

- ・ 成長に伴い事業の拡張が必要になった企業には、民間企業と連携して市内の事業用地への立地を促すとともに、研究活動の充実や事業の拡張に必要な支援を提供する。
- ・ らくなん進都や西部工業地域、横大路周辺エリア、国道171号近辺の久世・久我・羽束師地域などのものづくりの重要地区において、都市機能と景観、住環境との調和を図りながら、都市計画手法の活用等により、企業の事業環境を向上させる。

3) 新たな産業用地を確保・創出する

- ・ 既存企業の事業拡張や新たな企業の誘致を促進するためには、新たな産業用地の確保・創出が必要であるため、市内のまとまった土地や未活用の工業用地など、市有地・公有地、民有地など所有者の如何を問わず市内の有望な土地について、積極的に活用・開発するための仕組みづくりに取り組む。
- ・ らくなん進都において、ものづくり企業の集積を進めるため、土地所有者への土地の売却、貸付等に対する土地所有者奨励金制度を活用して、新たな産業用地を創出・確保に取り組む。
- ・ 有効な活用が望めない市街化区域内の農地について、周囲の環境と調和を図りながら、6次産業施設の立地など他用途での活用を検討するとともに、市街化調整区域においても産業用地の創出を検討する。

⑧ 事業や技術の継承

1) 円滑な中小企業の事業継承を支援する

- 京都には老舗企業が多く、長年の経営の中で企業に蓄積された様々な知恵や財産が付加価値向上の源泉となっている。これらの知恵や財産を円滑に引き継ぎ、事業を継続するとともに、新しい事業へと発展させていくことが必要である。
一方で、企業の経営規模が小さいことが、経営体力の弱さにつながっているという実態があるため、事業継承のタイミングで企業統合を進めるなど、経営規模を拡大し経営体力をつける取組を支援していくことも必要である。
- セミナーの開催等により企業の後継者育成を支援とともに、後継者がなく事業を継承できない企業と経営者を志望する者とのマッチングの支援にも取り組む。また、M&A^{※39}（買収・統合）による事業継承は、企業規模の拡大で経営体力を強化されるメリットがある一方で、経営の一貫性が失われることへの懸念もあるため、資産や技術だけではなく、経営理念や人材、顧客といった企業価値を継承する事業継承の支援に取り組む。

2) 伝統産業技術の継承を支援する

- 伝統産業分野では、一部の工程の担い手の廃業により、全体の工程が維持できなくなることが懸念されており、伝統産業技術の継承とともに、生産の効率化を支えてきた分業体制のあり方を見直していくことも必要である。複数の工程を担える人の育成、一貫生産を目指した各分業工程を担う事業者の統合化・グループ化など、業界独自の取組を支援する。
- 収入不足から若手職人を雇用できず、後継者を育成できないことが課題となっており、伝統産業技術を応用した工芸品の修理など、視野を世界に広げ需要を取り込む取組を支援する。また、保存すべきところ、技術革新すべきところを見定め、稀少な技術は映像化して保存するとともに、機器の更新や3Dプリンターを活用した道具作成等イノベーション技術の導入を支援する。
- 需要不足により産業として存続が難しい分野については、文化財保護の観点から、担い手の所得確保を支援することの必要性も検討する。また、伝統産業技術者育成に使途を限定した目的税の創設や、売上げの一部が伝統産業技術者育成の基金に充当される寄付金付き商品の販売など、市民や市内企業以外の人々でも京都の伝統産業技術の継承に協力できる仕組みづくりを検討する。

3) 計画的な廃業を希望している事業者を支援する

- 人口減少に伴う市場の縮小に経営者の高齢化が相まって、経営者が引退を決断するケースの増加が想定される。引退した後の生活に支障をきたさないよう、計画的な廃業を支援していくことも必要である。
- 倒産する前に財産を残して円滑に事業を止めることができるよう、これに伴う手続きや資産の処分などに関する相談に専門家が対応する支援体制を検討する。民間がビジネスとしてこういった支援に取り組むことは、サービス分野の振興に

もつながる。

- ・ 低い工賃で仕事を引き受けて事業を継続することが、若い職人の新規参入や継承、所得の向上を妨げている側面があるため、事業を止めた後の所得確保の視点から、財産活用を支援する。

4) 空き工場や空き店舗、空き家となった京町家等の財産活用を推進する

- ・ 事業の廃止に伴って生じる土地・建物などの財産を遊休化させず、新たな事業活動やまちづくりに活用する仕組みを構築していく必要がある。
- ・ そのため、活用されていない財産を流動化させる仕組みや、新たに活用したい人とのマッチングを促進する仕組みを検討する。また、リノベーション（付加価値を高める再生）やコンバージョン（用途転換）^{※40}等により財産がまちづくりや新たな事業活動に活用された事例を紹介するなど、遊休財産の活用促進に資する取組を検討する。企業の京町家等の歴史的価値のある建造物の活用が進むよう、適正な価値評価の仕組みを検討する。

⑨ 企業の地域貢献

1) 中小企業・小規模事業者を中心とした経済循環を促進する

- ・ 地域経済が活性化するためには、市外から稼いだ所得が市民に分配され市内で消費される、企業が生産に必要な原材料を市内で調達する、市内で再投資するといった経済の循環を促進することが必要である。その中でも中小企業・小規模事業者は、市民に就業の場や生活と密着度が高い商品やサービスを供給するなど、市内の経済循環を促進する重要な役割を担っている。こういった役割を踏まえて、公共事業の発注や市内での消費を促進し、中小企業・小規模事業者の経営の安定化を進めることが必要である。
- ・ そのため、京都市公契約基本条例に基づき、公共事業の市内発注を促進するとともに、市内雇用や市内発注を推進している中小企業・小規模事業者に対して、金融機関等と連携した支援の仕組みを検討する。
- ・ また、市内の中小企業・小規模事業者からの購買を促進するため、伝統産業品や農林產品、商店街の魅力や商品情報などの情報発信を支援するとともに、観光客や市外からの買物客を市内店舗に誘導する。
- ・ 経営者の交流、产学連携での共同研究開発、技術情報の発表会・交流会などの機会を設けることによって、大企業と中小企業・小規模事業者、中小企業・小規模事業者相互の交流や事業連携を促進し、取引の増大を目指す。
- ・ また、中小企業・小規模事業者も、市民生活と密着度の高い分野で事業の拡張を図るなど、自ら経営の安定化を進めていく必要がある。そのため、例えば商店街の商店が周辺の高齢者向けの買い物支援サービスを提供するなど、地域に密着した中小企業・小規模事業者だからこそ分かる地域の課題の解決を目的とした事業の多角化を支援する。

2) 中小企業・小規模事業者の地域に根差した魅力的な取組を発信する

- ・ 京都の企業は、様々な面で京都の発展に貢献している。特に、中小企業・小規模事業者や商店街は地域との関係が強く、伝統文化の保存、祭りの運営、観光案内などのコミュニティ活動や高齢者の見守り活動、防犯・防災活動、まちの魅力発信といった地域活動に貢献している。
- ・ 企業がこういった地域活動に参加することが、地域社会の維持に寄与するだけでなく、活動に参加する企業に対する市民の理解を促進し、消費の喚起や働き手の確保、資金調達力の向上につながるような仕組みづくりに取り組む必要がある。
- ・ そのため、小規模企業振興基本法の趣旨に則り、企業が実施する地域に根差した魅力ある取組の発信を強化するとともに、地域の活動グループと事業者とのマッチング促進、商店街の空き店舗等を活用した活動の場の提供、地域活動に熱心に取り組む企業に対するインセンティブの提供などにより、事業者が主体的に取り組む地域活動を支援する。事業者が参画した地域活動の成功事例を紹介することで取組の更なる広がりを目指す。

- ・ また、大学等において地域研究や中小企業研究に対する関心が高まっており、中小企業の経営者が講師となって創業の背景や企業経営の理念、取組を講義する場の設置を支援する。