

V 都市の成長戦略～進化する戦略～

本章には、収入増加により計画期間中の必達目標を上回る収支改善を図り、令和15年度までの出来るだけ早期に公債償還基金の計画外の取崩しから脱却するため、担税力の強化をはじめとした取組を記載しています。

全ての世代が暮らしやすい魅力や活力あるまちづくり

本市では、これまで、福祉、教育、子育て支援、環境に関する施策はもとより、文化・景観・観光を軸とする京都創生の取組等により都市格を向上させるとともに、地域企業の持続的発展、社会基盤の整備等により京都経済の活性化を進め、税収の増加につなげてきました。

本格的な人口減少、地球温暖化、自然災害の多発や新型コロナウイルス感染症の発生などの社会経済情勢下にあっても、市町村の基幹的な税である個人市民税、法人市民税及び固定資産税の税収やふるさと納税などの税外収入の増加を図るためには、市民のくらしや地域の雇用を支える京都産業の基盤である地域企業の下支えをはじめとする基幹的な政策を効果的・効率的に進めながら、「時代の潮流」と都市の比較優位が発揮できる京都の「強み」を掛け合わせ、新たな価値を創造するといった、「暮らす」、「働く」、「子どもをはぐくむ」、「学ぶ」、「創る」、「訪れる」、「投資・挑戦する」、「支援する」まちとして、ひとと企業に選ばれるための戦略が重要です。

これまでの常識や慣例が通用しない今の時代、戦略の設計・実行には、市民、企業、大学など多様な主体による新たな視点、挑戦が欠かせません。それを可能とする都市の基盤を整え、関係者間のコーディネートや必要な規制の緩和等を行うことで、持続的な繁栄を促し、都市の魅力や活力を市民の豊かさにつなげる。さらには、ひとと企業に選ばれるという好循環につなげていくことが、本市の重要な役割です。

都市の強みを税収増加につなげるための単純で明快な道筋はなく、容易なことではありません。しかし、高い目標を掲げ、失敗を恐れない「挑戦と改革」を決意し、取組を進めていかなければいけません。

さらに、日進月歩の技術進化に加え、新型コロナウイルス感染症の収束後の国際社会や社会構造の変化は、これまで以上に激しいものとなることを見込まれます。同時に、あらゆる社会のあり方等が問われ、本質に迫った改革の契機でもあります。

このような進化・変化をしなやかに捉え、必要に応じて取り込んでいくために、成長戦略については一時点で固定せず、「進化する」戦略としていきます。

また、戦略を推進する上で、京都市役所の外部からも協力・支援を得るための体制・チャンネルづくりについても、併せて取り組みます。

都市の成長戦略における目標数値

令和15年度までに、都市の成長戦略により、一般財源収入を100億円以上（税収ベースで400億円以上）増加させる。

【目標達成のための重要指標（令和15年度における目標値）】

- ▶ 個人市民税の納税義務者数 令和2年度から4万人増加 ※ 令和元年度 67万人（関連指標）人口の社会動態（140万人規模を維持）
- ▶ 市内総生産 令和2年度から6,000億円増加 ※ 平成30年度 6兆6,292億円
- ▶ 新築住宅着工戸数 9,284戸（令和2年）→10,000戸／年（関連指標）中古住宅の流通（売買）戸数（3,000件／年）
- ▶ 産業用地創出面積 45ha 創出
- ▶ 広域拠点エリア（歴史的都心地区周辺や、京都駅周辺、二条・丹波口・梅小路周辺）における業務施設（オフィス）の面積 2,687,258㎡（令和2年度） →増加

新たな価値を創造する5つの都市デザイン

高い目標を実現するには、職員はもとより、市民・企業・大学等とも目標の具体的なイメージを共有することが必要です。このため、京都市基本計画で掲げている分野横断的な「時代の潮流」（文化力、SDGs^{*}、レジリエンス、Society 5.0等）と京都の「強み」を掛け合わせ、「新たな価値」を創造する中長期的な都市のあり様を「5つの都市デザイン」として描くとともに、都市の成長戦略の進捗や効果を把握するためのモニタリング指標を都市デザインごとに掲げます。

そして、都市デザインの重要な要素となる状態を「キーポイント」として共有し、スピード感を持ってトライアル&エラーを繰り返しながら具体的な取組を創造的に生み出す「チャレンジ」を企画・実施していくことで、従来の発想にとらわれない異次元の取組を進めます。

「チャレンジ」は、企画・推進中の取組を特に担税力強化の視点で高度化・先鋭化するとともに、新機軸の発想を加えることが必要です。そのため、本計画においては、新規性が高く、分野横断的で多様な効果が期待できるチャレンジを「リーディング・チャレンジ」として位置付け、複数のチャレンジとともに例示的に示しております。

チャレンジの具体化に当たっては、企業・大学等の外部知見など新たな風を吹き込み、本市の財政負担を極力抑えるとともに、民間事業者等のアイデア、力を結集して取り組むことで、徹底した市民目線を持って職員力を一層高め、「挑戦と失敗を恐れない創造的な組織」へと変革します。

さらに、時代の変化を的確に捉え、新たなチャレンジを創造的に生み出し続けていくとともに、成長戦略で掲げているチャレンジであっても、効果が乏しいものなどについては、実施の要否も含めた大胆な見直しを行い、「進化する戦略」としていきます。

※ SDGs：平成27（2015）年の国連サミットで採択された、令和12（2030）年までを期間とする国際目標。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットを定めたもの。

1 若い世代に選ばれる千年都市

多くの学生が学び、暮らす大学のまち、世界に人を輩出してきたまち・京都。まち全体がキャンパスとなり、学生の成長を後押ししてきました。また、京都発のベンチャー企業やソーシャルビジネス企業が生まれ、市外の先端企業も拠点を設けるなど、千年の真理を学ぶまちとして、学生だけでなく、多様な企業も惹きつけています。さらに、保育所待機児童は8年連続ゼロ、学童クラブ事業待機児童は10年連続ゼロを達成する充実した子育て環境を実現するなど、若い世代に魅力のあるまちづくりを進めてきました。

今後は、働き方が柔軟化・多様化する中で、若年世代（Z世代^{*1}等）の価値観を捉えた働き方を実現する企業や高付加価値型の企業がさらに集積し、京都で学んだ学生や、国内外で多様な経験を積んでいるU・I・Jターン希望者に選ばれる都市を目指します。

また、京都ならではの職住近接の暮らし、優れた文化的環境、充実した教育的環境、子どもや保護者に寄り添った子育て環境など、「暮らすまち」、「学ぶまち」、「子どもをはぐくむまち」として若い世代に選ばれる未来の「千年都市」を実現します。

<キーポイント>

- (1) 「暮らしたい」、「働きたい」、「学びたい」、「創りたい」、「遊びたい」まちとしての評価を獲得している。
- (2) 京都で学んだ学生が、京都で暮らし続けるとともに、ソーシャル・アントレプレナー^{*2}や地域企業の担い手、文化芸術の担い手として活躍している。
- (3) 地域企業が市内で事業拡大し、市外企業が市内に移転・進出している。
- (4) 居住環境が充実し、生活利便施設や身近な働く場、広域的な商業機能やオフィスなど地域特性に応じた必要な都市機能が集積している。
- (5) 若者・子育て世帯のニーズに合った住宅や充実した教育的環境、子どもや保護者に寄り添った子育て環境が提供されている。
- (6) 女性、障害のある方、外国人等の多様な担い手が、京都で就労・定着している。

【都市デザイン実現のためのモニタリング指標】

- ・ 人口の社会動態（令和元年10月～令和2年9月）
20代（就職期）における東京都及び大阪府への転出入数 △2,484人
30代（住まいのニーズが高まる子育て期）における周辺自治体への転出入数 △1,443人
- ・ 市内事業所数 89,373所（令和元年）
- ・ 有業率 男性69.1%、女性51.4%（平成29年）
- ・ 広域拠点エリア（歴史的都心地区周辺や、京都駅周辺、二条・丹波口・梅小路周辺）における商業・業務施設の面積 7,018,255㎡（令和2年度）
- ・ 地域中核拠点エリア（27箇所）における商業・業務・医療施設の面積 5,262,186㎡（令和2年度）
- ・ 府内大学生の府内就職率 19.4%（平成29年度）

<リーディング・チャレンジ>

・ 京都の求心力を受け止める空間づくりプロジェクト

都市計画手法をはじめあらゆる施策を総動員して、低未利用地の活用や既存の土地利用転換に際し、オフィスや製造拠点、研究開発施設、住宅などの立地を誘導するとともに、まちなかや駅などの公共交通の拠点周辺にある既存ストックを最大限活用するなど、京都の求心力を受け止める空間を創出し、創造的なまちづくりを進めます。

代表指標 ▷ 目標値 商業・業務施設の延床面積 ▷ 1,200 千㎡増 (令和2年：12,931 千㎡)

<チャレンジ>

- ・ 就職活動のオンライン化に対応する新たな取組や地域企業とのマッチングなど、京都の大学の新卒者等の市内企業就職に向けた施策の充実
- ・ 向日市地域での都市開発を見据えた多様な都市機能の適切な配置・誘導や、宇治市域と一体となったにぎわいと魅力あるまち並みの形成など、近隣都市との連続性・一体性を考慮した都市計画の見直し・民間投資の誘導
- ・ 土地区画整理事業の施行地（伏見西部第五地区）や市街化調整区域において大規模な産業用地を創出し、雇用・税収面で貢献度の高い製造業等の事業活動の場として活用
- ・ コワーキングスペース^{※3}やシェアオフィス^{※4}など、民間と連携した多様な働き方に対応するオフィス環境づくりの誘導
- ・ 市内に 10.6 万戸ある空き家の活用・流通に対する支援策の充実、活用・流通を促進する法規制・運用の見直し、税制面での措置等を総合的に組み合わせ、地域・民間事業者との連携の下、その活用・流通の割合を抜本的に高め、子育て世代が暮らす受け皿として活用
- ・ スタートアップやソーシャルビジネスが集積し、イノベーションが生まれるエコシステム^{※5}の構築
- ・ 若者のアントレプレナーシップ（起業家精神）の醸成
- ・ 不動産事業者、金融機関等とのタグによる子育て世代の定住促進、駅などの交通拠点における若年・子育て層のニーズに合った居住環境の充実と生活者視点に立った効果的なPR
- ・ U35-KYOTOプロジェクトをはじめ、若者等が自主的に取り組む、社会的課題の解決につながるプロジェクトの後押し
- ・ 企業や大学等と連携した市内定住促進（市内企業向けに、就職内定者や住替えを予定している社員を対象にした、京都の文化芸術の紹介・体験、各地域のくらしの魅力PRやすまい探しの相談会等の実施）と若い世代の市外からの移住を促進
- ・ 子育て世帯のニーズや職住近接に対応した良質なマンション等の誘導
- ・ 「住む」、「働く」、「子育て」、「楽しむ」を実現できる向島ニュータウン、洛西ニュータウンの再生、活性化に向けた新たな機能の導入
- ・ 南部「創造」エリアのポテンシャルを最大限引き出す都市計画、企業誘致、インフラの在り方の検討と効果的な施策の展開による企業立地促進
- ・ 後継者不足による廃業を防ぐため、第三者承継をはじめとする後継者の確保等、円滑な

事業承継に向けた取組を支援

- 女性活躍や真のワーク・ライフ・バランスの推進，障害特性や企業ニーズに応じた障害のある方の就労・定着の促進，高齢者が地域社会等の幅広い担い手として活躍するための支援，多様な外国人材の受入環境整備や担い手確保，L G B T等の多様な性の在り方が尊重される職場づくりなど，地域企業におけるダイバーシティ経営を推進する取組への支援
- 地域企業間や団体の連携等による地域企業の下支え，経営改革または新事業創出を促進
- 低未利用地における，地域の将来像の実現，魅力向上に資する都市機能の配置・誘導
- 歩いて楽しい「出かけたくなる」賑わい空間の創出
- 団地再生事業の活用地を本市全体の活性化や持続可能なまちづくりに資するよう活用を推進
- 市営住宅を活用した，学生や卒業生の市内居住の促進

※1 Z世代：概ね1990年代後半から2010年代前半に生まれた世代。

※2 ソーシャル・アントレプレナー：社会課題の解決に取り組む起業家。

※3 コワーキングスペース：働く場所・空間を共有し，コミュニケーションを図りながら，互いに情報と知恵を共有するための施設。

※4 シェアオフィス：同じスペースを複数の利用者が共有するオフィス。

※5 エコシステム：多様な関係者が結びつき，循環しながら広く共存共栄していく仕組み。

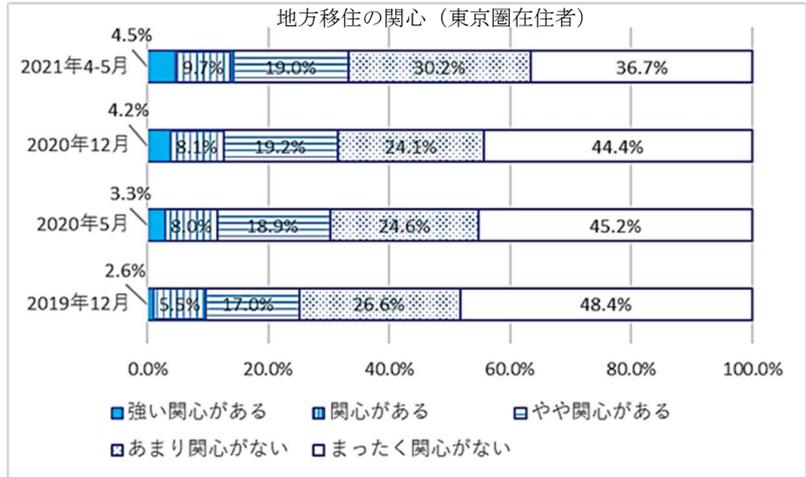
～時代の潮流～

新型コロナウイルス感染症の影響などにより、地方移住への関心の高まり、テレワークや在宅勤務の浸透など、「暮らし方」、「働き方」、そして「生き方」そのものに変化が生じています。

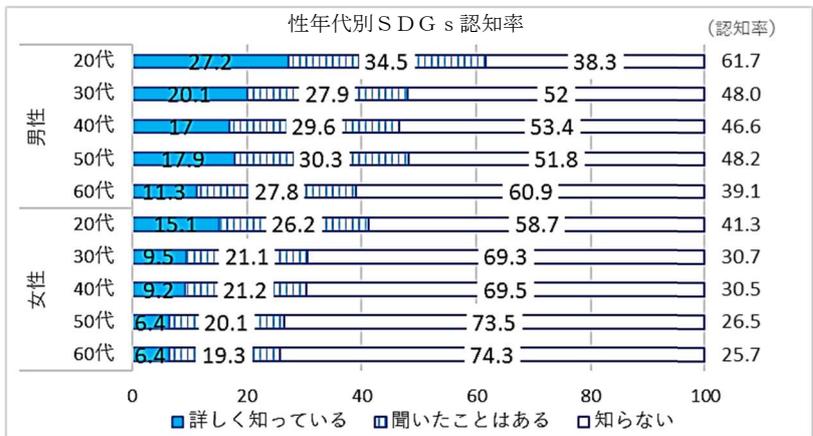
京都市は、豊かな自然環境、文化・景観、職住近接、多様な地域特性などの都市特性を有しており、また、大企業、地域企業、スタートアップ企業などの様々な企業が集積し、働き方改革の実現に向けた官民一体となった取組も進めています。

また、若い世代は、SDGs に対する認知率の高さなど、SNS によって世界中の情報、多様な価値観に触れることで、社会問題に対する意識が高いと言われています。

「戸建て住宅やマンションで仕事と子育てを両立しながら暮らしたい」、「文化や景観に日常的に触れられる場所で暮らし、働きたい」、「学生時代に学んだ京都で新たなビジネスをチャレンジしたい」、「場所に捉われない働き方をして、大好きな京都で暮らしたい」など、まちや暮らしを持続させる知恵が根付く京都は、若い世代の価値観に沿う生き方、暮らし方、働き方を体現できる強みがあります。



出典：「第3回新型コロナウイルス感染症の影響下による生活意識・行動の変化に関する調査」(内閣府)に基づき京都市作成



出典：「2020年度 ESG/SDGs に関する意識調査」(企業広報戦略研究所(株式会社電通パブリックリレーションズ内))に基づき京都市作成

2 文化と経済の好循環を創出する都市

千年を超える歴史の中で、伝統の上に革新を重ね、絶えず新たな文化を生み出してきた京都。これまで、世界遺産・二条城における文化財の保存と活用の好循環を生み出す取組や、京都市立芸術大学の京都駅東部エリアへの移転など文化芸術を基軸とした京都駅周辺のまちづくりを進め、令和4年度には、オール京都による国への要望が実現し、機能強化された「新・文化庁」が京都へ全面的に移転します。

多様性と包摂性が根付く都市特性、世界を魅了する京都の文化、地域ごとに特色のある景観を活かし、国内外の多様なひと・企業が、新たな商品や学び・癒しなど暮らしに関わる新たなビジネスを創造する都市を実現します。

文化が経済的価値を生み出し、経済が文化を支えることで、文化への理解が深まり、広がると同時に経済が活性化し、京都にしかできない文化と経済の融合による好循環の創出を目指します。

<キーポイント>

- (1) アート市場・アートツーリズムの活性化など、文化資源を生かした新たな経済的価値が創造され、「国際的なアート拠点」としてのブランドが確立されている。
- (2) 市内の芸術系大学の卒業生はもとより、全国、世界から、文化芸術関係者が京都での制作・発表・交流を求めて集まっている。
- (3) 観光の効果が、旅行時の飲食、宿泊、地下鉄・市バス等の交通に留まらず、農林業・伝統産業を含む幅広い産業への投資や販路開拓、多方面にわたる雇用の拡大、関係人口やふるさと納税の増加等に結び付いている。
- (4) 文化芸術や自然環境などの京都の強みを生かして観光の質を高めることや、観光事業者等が市民、地域に貢献することが市民生活の豊かさ、文化の継承・創造につながっている。
- (5) 国内外からの支援を獲得するなど、文化芸術の発展や文化財保存のための財源が創出されている。
- (6) 文化芸術やスポーツと伝統産業をはじめとする産業分野との融合により、新たな付加価値が生み出されている。

【都市デザイン実現のためのモニタリング指標】

- ・ 国内外から呼び込んだ、京都市文化施策への寄付額 108 百万円（令和元年度）
- ・ 市の公立美術館・博物館・劇場等への入場者数 1,668,902 人（令和2年度）
※ 歴史資料館、美術館、考古資料館、動物園、二条城、ロームシアター京都、京都コンサートホールの入場者合計
- ・ コンテンツ関連商品の開発数 1,456 件（令和2年度）
- ・ 「文化・芸術活動によって、京都のまち全体が活気づいている」と答えた市民の割合 60.5%（令和元年度）

<リーディング・チャレンジ>

・ 京都アート・エコシステム実現プロジェクト

ESG^{*1}+C（文化）やESG+A（アート）という新たな理念を社会に広めるなど、企業をはじめとする多様な主体が文化に投資する潮流を生み出し、国内外からの投資、支援を呼び込む仕組みを構築します。

同時に、アーティストが市内で定住、創作、発表、販売できる環境を整備し、企業など多様な主体と交流する機会を創出します。また、国際的なアート拠点としてのブランド確立を目指し、世界的なギャラリー・アートフェアの誘致、様々な主体によるアートイベント等の情報発信など、アート市場の活性化に取り組みます。

そして、アートの社会的・経済的な価値を高め、アーティストの国内外での評価も高めることで、その活動基盤の充実につながり、創作活動がさらに活発になるというアートを巻き込む体系（エコシステム）の好循環を形成していきます。

代表指標 ▷ 目標値 就業者数に占める芸術家の割合 ▷ 2.0% （平成27年：1.25%）

・ 「持続可能な京都観光」推進プロジェクト

市バス・地下鉄において、市民を中心とした利用頻度の高い方を優遇する運賃制度を構築するとともに、市民生活と観光の調和に向け、国の検討状況も注視しつつ、混雑緩和に資する料金体系について検討を深めます。

また、観光客の皆様からふるさと納税など寄付を得る取組を推進し、文化財保護に活用するなど、観光が文化や文化財の維持・継承に活かされ、同時にそのことが観光客の満足度や消費額の向上にもつながる好循環を創出します。

代表指標 ▷ 目標値 観光消費額 ▷ 新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえ、回復の見通しが一定立った後に設定（令和元年：1.2兆円）

<チャレンジ>

- ・ 京都市立芸術大学新キャンパスを核とした文化芸術の創出、民間の知恵と活力をいかしたイノベーション、スタートアップ拠点の創出
- ・ 京町家のオフィス活用促進制度の構築など、京都らしいオフィス環境の整備
- ・ 食文化や日本酒、きもの、華道や茶道、香道、書道などを毎日の暮らしに根付かせることで、関連する産業の活性化と文化の継承を推進
- ・ 文化財の保存・活用に国内外から新たな投資・支援を呼び込む取組の推進
- ・ 伝統芸能や生活文化等の鑑賞や体験をICTを活用して開催し、新たな魅力や価値を創出
- ・ 文化と産業・ものづくり等との連携をキーワードとした京都のものづくり企業や大学、金融機関、投資ファンド等との連携
- ・ アニメ・ゲーム・CG・NFT^{*2}等のコンテンツ産業の振興
- ・ デジタル技術を活用した新たな仕組みの創出（ブロックチェーン技術によるアート作品の流通など）【都市デザイン5のリーディングチャレンジ】
- ・ 伝統産業と他分野の融合によるマーケティング、商品開発、販路開拓支援
- ・ 周辺自治体と連携した広域観光の推進による宿泊観光や、ワーケーション^{*3}等の新たな

な滞在型観光の促進

- 和牛の海外輸出を促進し、京都の食肉文化を世界に発信することで新たな観光資源としての磨き上げ

※1 ESG：環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）の頭文字を取ったもので、近年、企業の長期的な成長のために必要とされる観点。

※2 NFT：非代替性トークン。トークンは、象徴、証拠、代用貨幣等の意味を持つ。コピーが容易なデジタルデータに対し、唯一無二な資産的価値を付与し、新たな売買市場を生み出す技術として注目され、数億円の価値を持つデジタルアート作品も存在する。

※3 ワークेशन：テレワークを活用し、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事をする過ごし方。

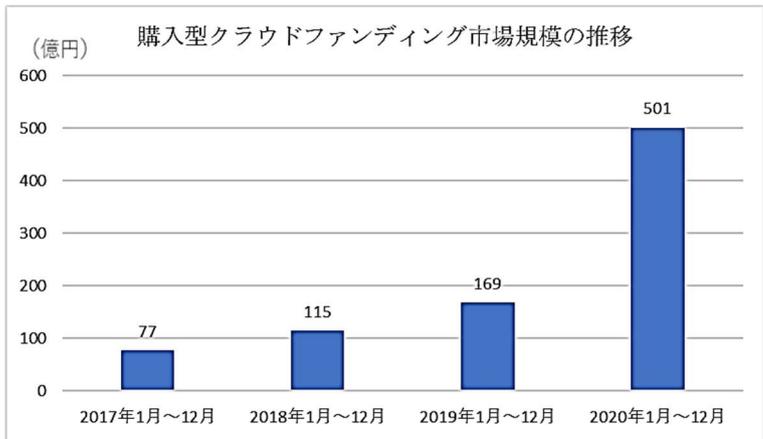
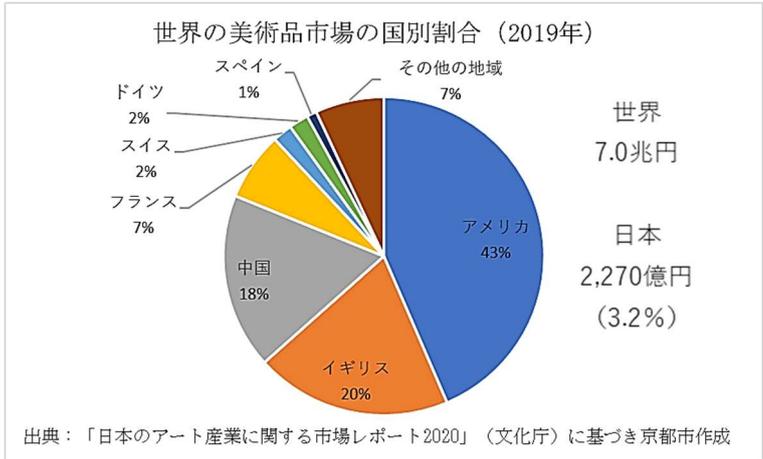
～時代の潮流～

企業における活力、新たな産業の創出など、創造性の源泉として、世界的に、「アート・アーティスト」への関心が高まっています。2019年の世界の市場規模は7.0兆円、国内市場規模(2,270億円)は、その3.2%と推計されることから、伸びしろのある市場と考えられます。国においては、国際的な芸術祭やコンクールの開催、アートフェアの拡大、世界的なアーティストやキュレーター、ギャラリストの誘致等、文化芸術資源や文化芸術活動とアート市場がともに活性化し、持続的に成長・発展していくための新たな取組を推進する方針が掲げられています。

京都市においても「artKYOTO」の開催や「京都市京セラ美術館」のリニューアルオープンなど、機能強化のうえ、京都へ移転する新・文化庁と連携し、多彩な取組を展開することで、京都から世界に向けて京都・日本文化の魅力を発信しています。

また、全国のふるさと納税受入額や非投資型の購入型クラウドファンディングの市場規模も増加傾向にあります。京都市の令和2年度のふるさと納税受入額は、過去最高を記録しており、ふるさと納税型クラウドファンディングの活用や京都の有する自然、都市景観、伝統文化などを保全・継承し、未来へ引き継いでいくため、伝統産業や文化といった京都のブランド力を活かした返礼品の拡充など、寄付額の拡大に努めています。

一方、新型コロナウイルス感染症の影響により観光需要が低迷し、かつて経験したことのない危機的な状況となっています。京都市では、コロナ禍からの力強い回復と収束後のステージに対応していくため、令和3年3月に「京都観光振興計画2025」を策定し、市民の暮らしの豊かさの向上、地域や社会の課題解決、SDGsの達成に貢献し、感染症や災害などの様々な危機や環境問題に対応していく持続可能な観光を目指した取組を進めています。



3 持続可能性を追求する環境・グローバル都市

京都議定書^{*1}誕生の地であり、パリ協定^{*2}の実行を支えるI P C C京都ガイドライン^{*3}の採択、世界に訴える「1.5℃を目指す京都アピール」の発信など、環境先進都市として、脱炭素社会、循環型社会に向けて世界を先導するまち・京都。京都が全国に先駆けて発信した「2050年CO₂排出量正味ゼロ」は、全国の自治体に広がり、そして国の方針になりました。また、市内産木材の利用拡大をはじめ、農林業の持続可能性を高めると同時に、市域面積の77%を占める農地・森林が、地球温暖化の緩和や災害の防止などの公益的機能を一層発揮することを目指した取組も進めています。さらには、令和3年度にはSDGs未来都市にも選ばれています。

今後は、ICTの発展、世界各国・地域間で進む経済連携など、人・もの・資金・情報の流れがグローバル化する中、環境・文化をはじめ京都の都市ブランドに対する関心の高まりを活かし、脱炭素、SDGsをはじめ国際社会において共有される目標・価値観を京都から実現することで、海外から多様な人や企業が集まり、投資や支援を呼び込むことができる都市を目指します。

<キーポイント>

- (1) 世界から、環境先進都市としての評価を獲得している。
- (2) 省エネルギー、再生可能エネルギー等の技術革新が進み、先進的な実証を通じて付加価値の高い産業が創出され、国内外から投資を呼び込んでいる。
- (3) 環境に関する産官学の担い手が集まり、ビジネス展開においてこれを専門とする戦略・人事・財務・法務のコンサルタント会社等が揃い、環境ビジネスのエコシステムが構築されている。
- (4) AI、IoT等の新技術や、Ma a S^{*4}等の新たなモビリティサービスの活用により、持続可能なまちづくりに貢献する公共交通ネットワークが形成されている。
- (5) 農山村が有する地域資源や空間などを活用したビジネスが創造されている。
- (6) 自然志向の高まり、脱炭素社会への取組とともに、森林の多面的な価値が注目されている。
- (7) グローバル企業や外国からの研究者等が求める教育環境、生活環境が充実している。
- (8) 若者の関心が高い環境や自然、生物多様性といった京都の特色を活かし、北部山間地域などへの移住が進んでいる。
- (9) 環境配慮型のオフィス・居住空間が充実している。

【都市デザイン実現のためのモニタリング指標】

- ・ グリーン(環境・エネルギー)産業分野におけるプロジェクト創出数
14件(令和2年度)
- ・ 高度外国人材の人数 5,070人(令和2年度)
- ・ 温室効果ガス排出量の削減率(2013年度比) 19.5%(平成30年度)

<リーディング・チャレンジ>

・ E S G 投融資を呼び込むプロジェクト

環境先進都市・京都として、「2050年CO₂排出量正味ゼロ」への変革を成長戦略とし、世界的に急速に拡大するグリーンファイナンス^{※5}をその推進力とするため、環境面でのインパクトを評価するグリーンボンド^{※6}等の発行などを通じて、国内外のE S G 投融資を呼び込み、SDG sに寄与する新たなビジネスを成長産業として支援します。

代表指標 ▷ 目標値 京都へのE S G 投融資件数 ▷ 10倍 (令和2年度累計：2件)

・ 「木の文化都市・京都」として人や投資を呼び込むプロジェクト

市内産木材の計画的かつ安定的なサプライチェーンの構築など林業の成長産業化を図ると同時に、伝統的工法等の匠の技や最先端の技術などを駆使した優良な木造建築物等を誘導するための手法の創出、様々な場面における市内産木材の活用の更なる促進によって、国内外から技術者をはじめとした担い手やE S G 投資などの資本を呼び込み、平安建都以来の悠久の歴史の中で培われてきた生産と活用の両面における「木の文化都市・京都」としての都市ブランドを更に磨き上げます。

また、京都ならではの風情をたたえる路地において、木造建築物の更新を容易にするとともに、路地を構成する大きな要素である京町家については、一層の保全・継承を図る観点から、大規模改修も可能にします。これらにより、路地再生を促し、防災性及び居住環境を向上させ、子育て世帯等の新たな住民の呼び込みも図ります。

代表指標 ▷ 目標値 市内産木材産出額 ▷ 760百万円 (平成30年：680百万円)

<チャレンジ>

- ・ 京都版・脱炭素型ライフスタイルを構築し、2050年CO₂排出量正味ゼロを目指し、地域の脱炭素化を先導
- ・ セルロースナノファイバーやシリコン・カーバイドを活用した製品の開発など、環境・エネルギー分野の課題解決と産業振興に資する新たなイノベーションの創出
- ・ 海外の投資家をターゲットにした資金獲得プロジェクトの企画立案
- ・ 海外の京都を愛する方々から資金支援を受け入れる仕組みの構築
- ・ 電気自動車（EV）、燃料電池自動車（FCV）などの次世代自動車が主流となる「次世代モビリティ都市」の実現
- ・ AIやIoTを用いたカーシェアリング、幅広い分野のデータと連携したMaaSの推進により効率的な移動の実現
- ・ 資源循環を前提とした暮らしや事業活動への転換を促進し、域内の循環産業を活性化するサーキュラーエコノミーの構築
- ・ AIやIoT等の先端技術の活用や「市内産農林産物」の高付加価値化など、農林業の生産性・収益性の向上を図り、持続可能な農林業を確立
- ・ 観光事業者や観光客による、温室効果ガスやプラごみをはじめ廃棄物の排出抑制など環境負荷の低い観光の促進
- ・ これまで以上に海外から人を呼び込むための国際スクールへの支援や

市内への誘致

- ・ 農山村集落など市街化調整区域における住環境・生活環境の充実，農林業や地域資源をいかした観光や森林サービスなどの産業振興

- ※1 京都議定書：平成9（1997）年に京都市で開かれた「国連気候変動枠組条約第3回締約国会議（地球温暖化防止京都会議）」で採択された国際的な取り決め。先進国に法的拘束力のある温室効果ガスの削減義務を課している。
- ※2 パリ協定：今世紀後半に人間活動による温室効果ガス排出量を実質ゼロにするなどの目標を掲げた令和2（2020）年以降の新たな国際的な枠組み。
- ※3 IPCC京都ガイドライン（2019）：京都市で開催された「IPCC（気候変動に関する政府間パネル）第49回総会」で採択された，パリ協定の取組を推進していく上で必要不可欠な各国の温室効果ガス排出量の算定方法に関するガイドライン。
- ※4 MaaS：「Mobility as a Service」の略であり，出発地から目的地までの移動ニーズに対して，マイカー以外の複数の交通手段をシームレスに繋ぎ，利用者に最適なパッケージで，サービスとして提供する概念。
- ※5 グリーンファイナンス：環境問題の解決に資する投融资等の金融活動。
- ※6 グリーンボンド：企業や地方公共団体等が，環境改善に効果がある事業（グリーンプロジェクト）に要する資金を調達するために発行する債券。

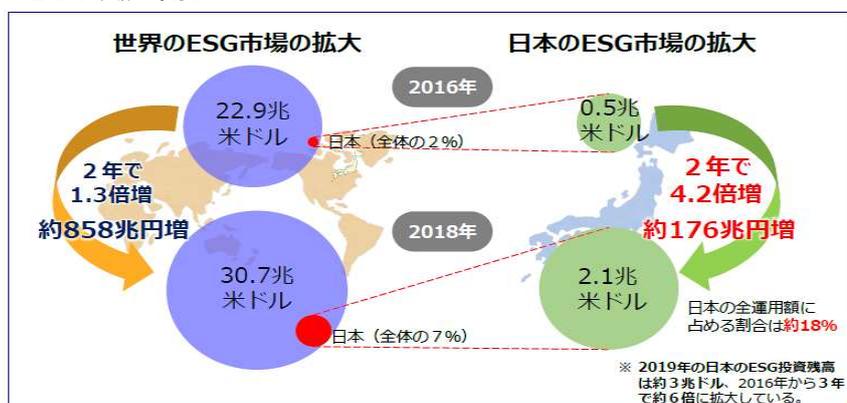
～時代の潮流～

脱炭素社会，持続可能な社会を実現していくために，環境産業は環境保全とともに，我が国の経済成長にも資するものであり，今後も経済成長を牽引する有望な分野として注目されています。環境産業の市場規模は，令和元年度で110.3兆円と過去最大となり，2050年にかけて，約136.4兆円まで成長すると推計されています。また，全産業に占める環境産業の市場規模の割合も拡大傾向にあり，令和元年度は10.5%まで増加しており，環境産業が我が国の経済成長に与える影響は大きくなっています。

また，パリ協定やSDGs等を背景として，環境(Environment)，社会(Social)，ガバナンス(Governance)を考慮した資金の流れが世界的にかつ急速に広がっています。株式市場において，ESG投資は国内でも世界的に見ても，その市場規模が拡大しつつあり，ESG投資の呼び込みが重要となってきています。

今後も環境産業が国内及び世界で成長・拡大していく中，持続可能な社会や経済の実現を目指す企業や投資家が魅力を感じる脱炭素社会，循環型社会に向けた世界を先導する取組を進める必要があります。

ESG市場の状況



(出典)「令和2年度地球温暖化対策の推進に関する制度検討会（第2回）」（環境省）

4 「知」が集うオープン・イノベーション都市

進取の気風に富む大学都市に集積する「知」と歴史の中で培われた自立性の高い市民文化が融合するまち・京都。産学公連携による環境・エネルギー、医療・健康・介護、コンテンツといった分野での新事業創出、ソーシャル・イノベーション・クラスター構想に基づく社会的企業の育成等に取り組んできました。さらに、多様な主体が垣根を越えて連携し、ひとつだけではなく、自分ごと、みんなごととして取り組む“みんなごと”のまちづくりが定着しつつあります。

今後は、市民の暮らしと雇用を支えてきた伝統産業から先端産業まで幅広い産業の集積を活かし、歴史ある企業とスタートアップ、大企業と中小企業、さらには大学、市民、行政など多数の「知」が、日常的に交流・協働し、互いの強みと弱みを補完しあうエコシステムを構築することで、新たな価値を創造し続ける都市を目指します。

<キーポイント>

- (1) 優秀な起業家やクリエイティブな人々が京都で生まれ、また世界から移住している。
- (2) 環境・エネルギー、医療・健康・介護、観光など社会課題解決型の成長産業分野において、付加価値の高い産業が創出されている。
- (3) 産学公連携による取組等を通じて知恵産業の森^{*1}が創造されている。
- (4) 公園や森林の特色を生かし、民間活力の更なる導入が進んでいる。
- (5) 経営感覚を持つ職員を育成しながら、行政の事業への民間活力の導入と民間への切り出しを進め、課題解決型の産業が創出されている。

【都市デザイン実現のためのモニタリング指標】

- ・ 新設事業所数 6,028 所（平成 28 年）
- ・ スタートアップ設立数（府内） 40 件（令和 2 年度）
- ・ 京都市ソーシャル・イノベーション・クラスター構想を推進するパートナー数 77 事業体（令和 2 年度）
- ・ 京都経済センター「KOIN」会員登録者数 3,350 人（令和 3 年 3 月末）

<リーディング・チャレンジ>

・ 京都市の特性・強みを活かした、公民連携による企業誘致プロジェクト

悠久の歴史に培われた良質かつ機能的な都市環境や、研究開発機能・大学生人材・世界シェアを誇る先端製造業の集積といった本市の特性や強みを活かし、様々な知見やノウハウを持った外部有識者、金融機関、ディベロッパー、不動産事業者、ビルオーナーなどの多様な民間活力と連携しながら、産業界の動向や企業立地ニーズの把握・分析・研究を行い、ターゲットを意識した企業誘致（市外企業の誘致及び地域企業の事業拡大）を展開します。

また、それを支える企業誘致に特化した専門チームを設置し、東京圏はもとより、世界を視野に入れ、京都の求心力を受け止める空間づくりプロジェクトにより創出されたスペースに、企業を誘致します。

ひとと企業を誘致し、土地や空間の利用価値を高めるとともに、雇用を創出することで、市民の豊かさにつなげ、税収の増加を図ります。

代表指標 ▷ 目標値 企業誘致件数 ▷ 専門チーム設置時に設定

<チャレンジ>

- ・ 行政と社会的企業の連携を推進する「パブリック・コーディネート^{※2}」を進め、ソーシャル・イノベーションと行政改革を両輪で推進
- ・ 成果連動型民間委託（PFS）^{※3}とソーシャル・インパクトボンド（SIB）^{※4}の最大限の活用
- ・ 京都経済センター「KOIN」やIMPACT HUB KYOTO, FabCafe Kyotoをはじめ、あらゆるコワーキングスペースやオープン・イノベーション^{※5}拠点を活用し、市域を実証フィールドとすることで市内外の人・企業の京都でのチャレンジを誘引し、新ビジネスや起業をインキュベート
- ・ 梅小路京都西駅エリアなどにおけるクリエイティブなまちづくりの取組と連携したスタートアップオフィスやラボの集積
- ・ 企業などに対して公園の柔軟な利活用をまずは試行的に認め、公・民で継続的に対話等を行いながら、それぞれの公園の理想像を探る「公民連携 公園利活用トライアル事業」の推進
- ・ ベンチャー・キャピタルと京都のスタートアップ企業とのマッチング
- ・ 企業と大学の連携促進により、生産性の高い先端産業へのキャリア移行を可能とするリカレント教育プログラムをリアル・デジタルの両面で提供し、高度人材の獲得を促進
- ・ 農業者をはじめ大学や企業など、幅広い主体と連携し、農業の成長産業化を推進
- ・ 民間事業者の参画による市有資産の最有効活用

※1 知恵産業の森：京都の地域特性や企業独自の強みを活かしながら「顧客創造」を目指す「知恵ビジネス」を発掘・育成し、伝統産業からハイテク産業まで多様な産業群が集積する状態。

※2 パブリック・コーディネート：行政・企業・NPO・大学・中間支援団体などを巻き込んだネットワークを活かし、企業と公的機関とのマッチングを行うこと。

※3 成果連動型民間委託（PFS）：行政課題の解決に対応した成果指標を設定し、その改善状況に連

動して委託費等を支払うことで、インセンティブを民間事業者に働かせる手法。

※4 ソーシャル・インパクトボンド（SIB）：行政や民間事業者及び資金提供者等が連携して、社会問題の解決を目指す成果志向の官民連携の手法。

※5 オープン・イノベーション：内部と外部の技術やアイデアなどの資源の流出入を活用し、組織内で創出したイノベーションを組織外に展開する市場機会を増やすこと。

～時代の潮流～

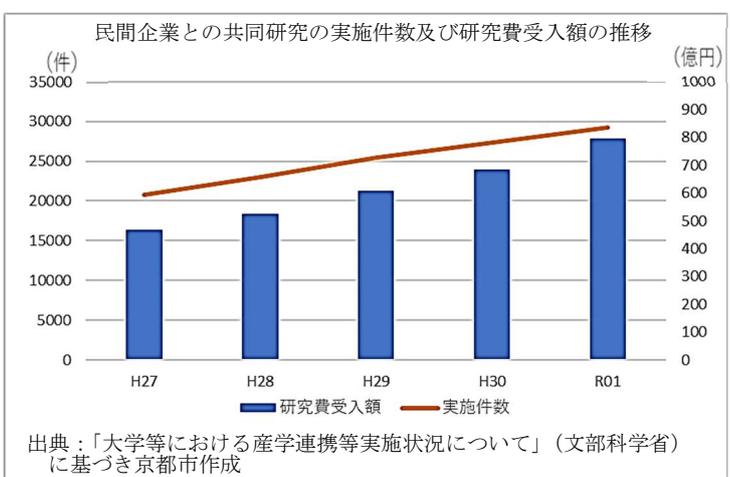
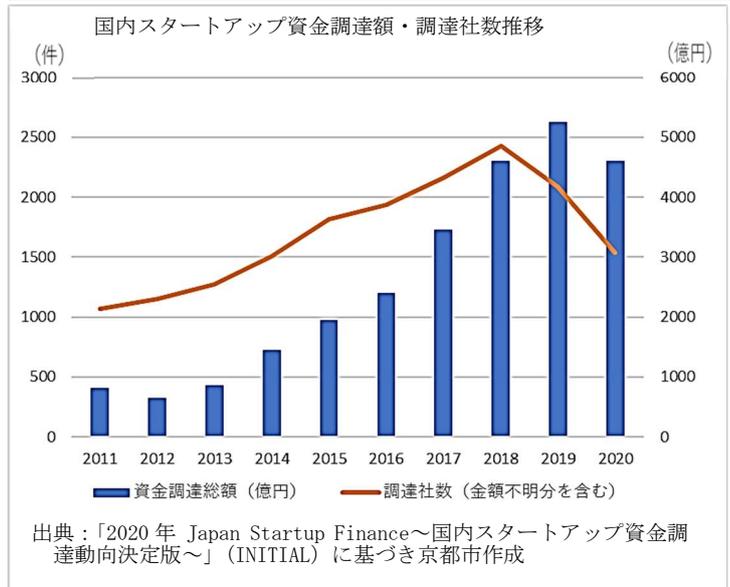
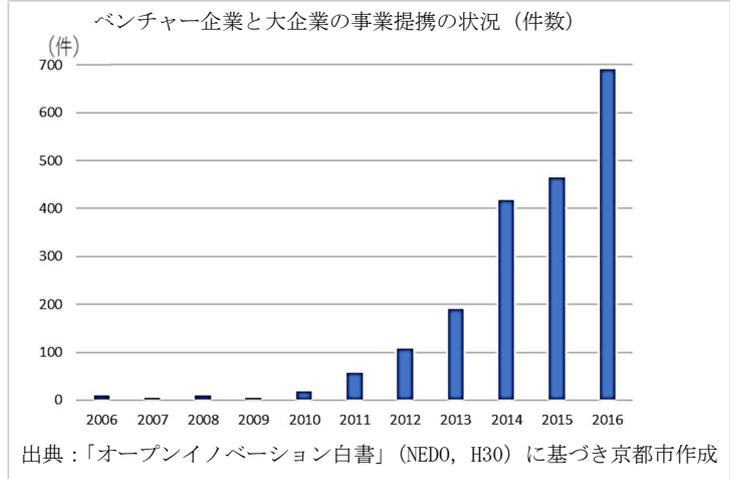
企業が他社の技術や強みを活かし、連携しながら技術・商品・市場を開発する時代を迎えています。

例えば、近年、ベンチャー企業と大企業との事業連携件数は、増加傾向にあり、大企業が単独で技術開発をするだけでなく、ベンチャー企業をはじめとする他社の強みを活かし、新たな市場開発に取り組んでいます。京都市においても企業の研究開発部門の進出が進んでおり、高い技術力を誇る中小企業が集積するまち・京都市において、オープン・イノベーションの創発が期待されます。

また、スタートアップ企業による資金調達額も増加傾向にあります。新型コロナウイルス感染症の影響を受けた2020年においても資金調達総額は順当に推移しており、1社当たりの資金調達額は上昇傾向にあります。

京都市も「世界に伍するスタートアップ・エコシステム拠点形成戦略」に係るスタートアップ・エコシステムグローバル拠点都市に選定されており、国内外からの資金調達など、スタートアップの支援を促進しているところです。

一方で、大学における民間企業との共同研究の実施件数及び研究費受入額も増加傾向にあり、企業間だけでなく、企業と大学とのオープン・イノベーションに向けた連携が深まりつつあります。また、社会課題の解決を目的とするソーシャル・ビジネスの市場も対GDP比で3.3%を占めるなど、拡大しています。数多くの大学が集積するという京都の都市特性は、社会課題の解決や産学連携の推進を目指す企業にとって魅力となり、企業誘致の大きな強みであると考えられます。



5 伝統と先端が融合するデジタル創造都市

サイバー空間が急速に拡大するなか、文化、学術、景観、環境、スポーツ、産業などの多様な個性で、世界からの関心が更に高まるまち・京都。これまで、行政手続や情報発信・相互対話などの効率性・利便性を向上させる市民サービスへのICT活用、多様な事業者とのパートナーシップで推進するWi-Fi環境やキャッシュレス環境の整備による地域情報化に取り組んできました。近年では、市民生活と観光の調和、災害対策、歩くまち・京都の推進等の分野で、AI、IoT、ビッグデータといった新技術の導入や活用を進めています。

今後は、国内外の人々が、デジタル技術の活用により時間と空間を超え、京都の魅力的なコンテンツに気軽に触れ、リアル・バーチャル双方で投資・消費を行い、その資金が市内で循環する京都デジタル経済圏を実現します。また、この経済圏での活動や情報が、人の出会い・交流・つながりを生み、社会的課題の解決につながるビジネスを創出するプラットフォームとして機能することにより、誰一人取り残さない、人間中心の新しい社会「Society 5.0」を実現し、発展していくことを目指します。

<キーポイント>

- (1) 京都が持つブランド力を活かし、文化をはじめとする資源のデジタル化や電子地域通貨等の活用により、国内外から投資を呼び込み、その資金が市内で循環する京都デジタル経済圏が成長している。
- (2) 先端技術の活用・デジタル化の浸透等により、国内外の人の受入環境や企業のビジネス環境が整備されている。
- (3) 技術の進化が、さらに便利で快適な公共交通やスマートなライフスタイルの実現、市民生活と観光の調和に寄与している。
- (4) 急成長するゲーム産業をはじめとしたコンテンツ市場が成長し、新たな京都の資源が生まれるとともに、資金獲得の拡大が京都経済の発展に寄与している。

【都市デザイン実現のためのモニタリング指標】

- ・ 電子感謝券^{*}の加盟店数 366 店舗（令和3年7月19日時点）
※ キャッシュレス化対応店舗の代理指標
- ・ 観光事業者におけるデジタル化の推進状況（令和3年度調査予定）
- ・ 市バス・地下鉄のICカード利用率 市バス 37.1%，地下鉄 69.0%（令和2年度）
- ・ マイナンバーカード交付率 36.5%（令和3年6月末時点）

＜リーディング・チャレンジ＞

・ 京都デジタル文化・経済圏創出プロジェクト

デジタル空間においても、京都の魅力的なコンテンツを活かし、国内外の人を誘引するため、京まふ等の機会を活かしたNFTなどブロックチェーン技術による文化・アート等のデジタルコンテンツの流通など、デジタル技術を活用した新たな仕組みを創出します。

同時に、国内外の人が、京都の価値に共感して支援や負担をし、その資金が電子感謝券や電子地域通貨、京都カード・京都ポイント等によって、市内の商店等で活用できる仕組みを構築します。

代表指標 ▷ 目標値 情報通信業の付加価値額 ▷ 3,000 億円 （平成 30 年度：2,796 億円）

＜チャレンジ＞

- ・ ICカード等のデジタル技術を活用した「京都カード・京都ポイント」施策による市民の利便性の向上と市内での活動・消費の促進
- ・ 電子感謝券を新たに導入するなど、過去最高（令和2年度）を記録したふるさと納税額を一層拡大
- ・ 京都の小売店舗が仮想空間においても売り上げが増加できるよう、徹底的なキャッシュレス化を促進
- ・ 国内外の人々がバーチャルで消費を行う仕組み（仮想空間上の小売の仕組み）の構築支援と普及啓発
- ・ AI、IoT、ビッグデータ等のデジタル技術を活用した新ビジネスや事業革新等に取り組む地域企業の拡大
- ・ ビッグデータの活用による新薬・薬品の開発を行える医療関連産業を集積
- ・ テレワークを活用し、他地域の担い手活用を行い、企業力を強化する京都企業の増大や、時間や空間に縛られず、京都で活躍する担い手の確保
- ・ 伝統産業の技術と最先端のデジタル技術を掛け合わせた、デジタルコンテンツ化による新たな価値の創出促進
- ・ デジタル技術やデータを利活用した混雑対策等の観光課題の解決及び質の高いサービスの提供

※ 電子感謝券：ふるさと納税の返礼品として、京都市内での宿泊・食事・施設の利用等に使用できる電子ポイントのこと。

～時代の潮流～

わが国のキャッシュレス決済比率は、令和元年に民間最終消費支出の 26.8%まで高まっています。海外の主要各国では 40～60%の水準にあり、国においても令和 7 年までに 4 割程度、将来的には世界最高水準の 80%を目指すこととしています。決済手段としては、クレジットカードが牽引していますが、デビットカードやコード決済が割合として増加傾向にあります。

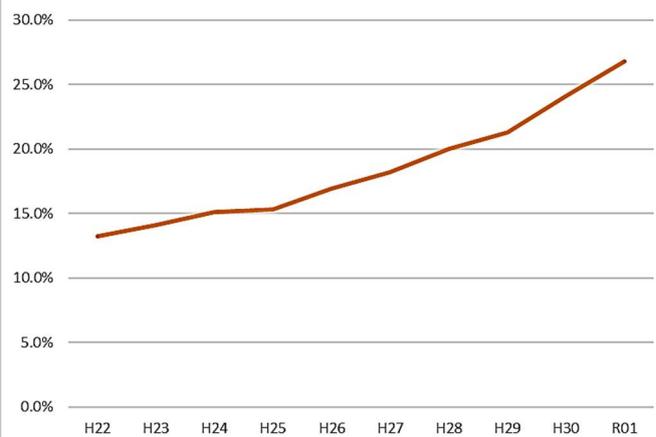
キャッシュレス決済は、現金を持ち歩かず買い物ができるなど消費者の利便性の向上、現金管理の手間の削減やインバウンド需要の取り込みなど事業者の効率化・売上拡大、購買情報の分析等によるマーケティングなどデータの利活用が可能となることから、デジタル化社会において、一層進展することが見込まれます。京都市においても、合同会社 K I C S や、国のキャッシュレス・ポイント還元事業（令和元年 10 月～令和 2 年 6 月）により、キャッシュレス決済対応可能店舗が拡大しており、電子感謝券の導入等により、更なる拡大が見込まれています。

また、インターネットを利用した購買も拡大傾向にあります。令和元年度の市場規模は 19 兆円を超え、物販の EC 化率は、6.76%まで上昇しています。

さらに、コンテンツ市場におけるデジタル系のコンテンツの市場規模も拡大しています。令和元年、デジタル系コンテンツの市場規模は 8.4 兆円に達し、市場全体に占める割合は全体の 7 割となっています。

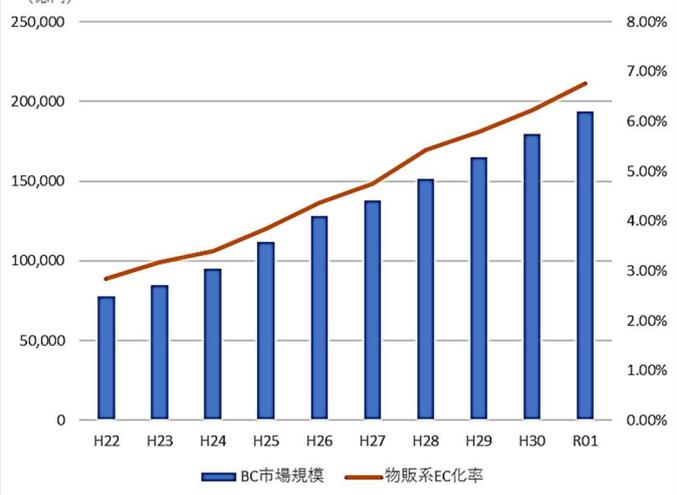
拡大・浸透するデジタル化社会においても、現実世界において世界から関心が高まる京都の魅力は、大きな強みと考えられます。

キャッシュレス支払比率の推移



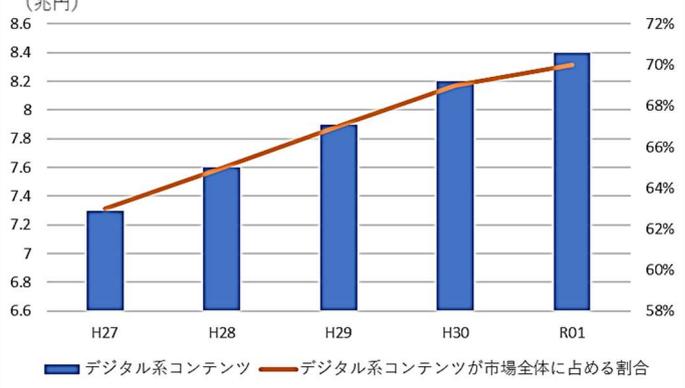
出典：「第 2 回 キャッシュレス決済の中小店舗への更なる普及促進に向けた環境整備検討会」（経済産業省）に基づき京都市作成

(億円) BtoC-ECの市場規模及び物販系EC化率の経年推移



出典：「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）に基づき京都市作成

(兆円) コンテンツ市場におけるデジタル系コンテンツの市場規模



出典：「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査」（総務省情報通信政策研究所）に基づき京都市作成