

「新・京都市産業振興ビジョン（仮称）」 骨子（部会案）

■ ビジョンの趣旨

- (1) 策定趣旨：京都経済の活性化（雇用の創出など）
- (2) 位置付け：京都市基本計画の分野別計画
- (3) 計画期間：平成23年度～平成27年度（5箇年）

■ 社会・経済状況

- 新興国における市場の拡大と価格競争の激化
- 経済波及効果の高いクリエイティブ産業市場への期待
- 環境・エネルギー技術の進展
- ライフスタイルの変化による伝統産品の需要低迷
- 本格的な高齢化社会を向かえる中、医療・介護・健康分野の産業の市場拡大
- 事業者の高齢化、後継者不足等により、事業承継が困難

■ 産業振興における中長期的な課題

- スーパーテクノシティ構想の総括

■ 京都市の現状

【強み】

- 伝統産業から先端技術産業まで、全国有数の「ものづくり都市」として、付加価値の高いものづくりが行われている。
- 京都市の産業は、全事業所の99%以上を占める中小企業が支えている。
- 日本の伝統産業の拠点である。
- 環境やライフサイエンス分野をはじめとする世界最先端の研究開発型企業が集積。
- 多様な学術研究機関の「知」が集積している。
- 「京都」という都市のブランド力と多くの地域資源がある。
- 「環境モデル都市」として低炭素社会の実現に向け積極的に取り組んでいる。

【弱み】

- 市内製造業の事業所数の減少率は、全国平均よりも高い。
- 市内の企業誘致においては、まとまった事業用地を確保することが難しい。
- 広域的な視点での産業振興が十分でない。
- 京都企業の魅力の発信が十分ではない。

■ 目指す都市・産業の姿（理念）

本ビジョンで目指す京都市の未来像は、伝統産業から最新の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もち、それぞれの企業が相互に刺激を与え、連関しながら発展するまちである。

そのために、京都の強みである企業のもつ優れた技術や匠の技、大学の知を融合して、社会の変化に対応したイノベーションを先導し、付加価値の高いものづくり・サービスを提供するとともに、歴史と伝統文化、豊かな自然の中で息づいてきた京都の「美」「知」「匠」を生かして、創造的な産業を生み出すなど、新たな価値を創る都市の実現を図る。

また、こうした都市の実現を通じて、京都経済を支え、牽引する市内中小企業の活躍の場を拡げ、その成長を支援するとともに、市内及び周辺地域における雇用の場の維持・創出をめざす。

■ 新ビジョンにおける検討の視点

- 中小企業の成長支援
- 企業のグローバル展開への支援
- ソフトパワーを生かした新たな価値の創造
- 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
- 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

京都の伝統や知恵を生かし、新たな技術・製品を創造するものづくり産業は、京都を代表するクリエイティブ産業である。今後は、京都がもつ「美」「知」「匠」といった世界から人々を吸引するソフトパワーを生かして、様々な分野で新しい価値を創造するビジネスが展開される都市となる。

■ 政策展開の方向性（3つの重点戦略）

戦略Ⅰ イノベーションの創出と連携による高付加価値のものづくり

京都企業の優れた技術や大学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、幅広い企業の連携を促進し、「環境・新エネルギー」、「高齢化社会」などの社会的なニーズを解決する成長分野における付加価値の高いものづくりを推進する。

戦略Ⅱ 京都のポテンシャルを生かした新たな価値の創造

京都がもつ「美」「知」「匠」といった文化価値やソフトパワーを生かして、世界中から優れた企業・人材を集め、そこで生まれる交流を通じてクリエイティブな産業を創出する。

戦略Ⅲ 「京都スーパーテクノバレー（仮称）」の視点からの広域連携

京都市内から京都府南部と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もつ中堅企業の集積がみられる。このエリアを「京都スーパーテクノバレー」と位置付け、ものづくり産業の振興における広域連携を推進する。

■ 3つの戦略に基づく今後5年間の主な施策

戦略Ⅰ イノベーションの創出と連携による高付加価値のものづくり

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、先進分野への展開の支援
- (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

2 成長市場への展開(成長フロンティアへの挑戦)

- (1) 海外市場等への展開の支援
- (2) 伝統産業の活性化と新たな展開の推進

3 産学公の連携による新規成長分野における展開(課題解決型産業への支援)

- (1) 環境・新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

戦略Ⅱ 京都のポテンシャルを生かした新たな価値の創造

1 国内外を引きつける京都のソフトパワー(知的創造性)を生かした産業の創出

- (1) 研究環境の国際化と人材育成の強化
- (2) 伝統産業と先端産業の融合による新たな京都ブランドの創出

2 コンテンツ産業の振興

- (1) コンテンツ産業を支える人材の育成と活用
- (2) クロスメディアによるビジネスモデルの構築

戦略Ⅲ 「京都スーパーテクノバレー(仮称)」の視点からの広域連携

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) 産学公連携による研究拠点の整備と産業支援機能の強化
- (2) 広域エリアを対象とした連携・支援

2 広域連携の視点による企業誘致の促進

■ 京都市の経済を支える中小企業支援

本市の経済や暮らしを支え、牽引する中小企業は社会の主役である。その中小企業の力を十分に発揮できるよう支援する。

・人材育成、金融支援、事業承継、ソーシャルビジネスの推進等

■ 先導プロジェクト

3つの戦略を実現するため、優先的に取り組むべき主要プロジェクトを「先導プロジェクト」と位置づけて推進する。

○中小・ベンチャー企業支援の強化【戦略Ⅰ】

地域の産業集積、資源を広く活用して、ものづくりを支える企業の自らの強みとつながり力を生かした新事業創出の促進のため、研究開発や新分野進出を支援する。

○課題解決型産業への支援(環境・新エネルギー、バイオ・ライフサイエンス)【戦略Ⅰ】

京都の強みであるナノテクノロジーやバイオテクノロジー等の先進技術を生かし、「環境・新エネルギー」や「バイオ・ライフサイエンス」分野などの課題解決型成長産業への「選択と集中」、「重点支援」に取り組み、京都環境ナノクラスター事業を発展させるポストクラスター事業や医工連携による革新的な医療技術開発への研究開発助成事業を実施する。

○マンガミニクラスター(仮称)の形成【戦略Ⅱ】

京都国際マンガミュージアムを核として、その周辺に世界中からクリエイターが集まるようなインキュベーション機能を持った拠点「交流の場」「学びの場」を整備し、京都の芸術系大学とも連携し、多様なクリエイターや企業等が実際に触れ合い、お互いに刺激を与え合う機会を提供することにより、斬新かつ高い独創性・創作力を持つクリエイターの育成及びビジネス展開を図るプロデューサー等の創出を図る。

○南部地域における産学公共同拠点の整備【戦略Ⅲ】

京都市南部から関西文化学術研究都市を結ぶ地域に集積する、先進的な試みに挑戦し、新しい価値を生み出す中小・ベンチャーものづくり企業の産学公連携を促進させるとともに、世界に通用する技術力を有する研究開発型企業の更なる集積を図るため、らくなん進都に「京都市産業科学技術総合イノベーションセンター(仮称)」を整備する。

○産業支援機関の機能強化【戦略Ⅲ】

京都市産業技術研究所「京都ものづくり未来館」と財団法人京都高度技術研究所の連携強化を軸に、他の産業支援機関、大学・研究機関等の連携によるオープンイノベーションを実践し、中小・ベンチャー企業の視点に立った産業支援機関の機能強化を図る。

○京都カレッジ構想(仮称)【戦略Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ】

京都発の知的交流の場に国内外における世界トップレベルの優れた人材を呼び込み、新たなビジネスの創出や企業のオープンイノベーション、世界的な人的ネットワークの形成など様々な分野で価値の創造を生み出す「京都カレッジ構想(仮称)」を策定する。

■ 成果指標

【参考】市民一人当たりの市内総生産(次期基本計画政策指標)

■ ビジョンの推進に向けて

・推進体制、役割分担等