

ニュー京商ビジョン

2007年11月6日



京都商工会議所

『知恵産業のまち・京都』の推進

「ニュー京商ビジョン」の策定について

京都商工会議所は、明治15年に創設されて以来125年に及ぶ歳月の中で、経済分野はもとより、街づくり、教育、文化、福祉など、地域総合経済団体として地域活性化のために幅広い分野において事業活動を展開してまいりました。

京都は長い歴史の中で、良いものを大切に、他に追随を許さぬ水準を極めていくこと、誰も手がけていない新しいものを創り出すことを繰り返し、今日に至っています。その結果、いつの時代にも受け入れられる不易の伝統的な商品・製品が残る一方、世界的な先端産業も数多く輩出するという、世界でも稀な独創性と先進性を併せ持つ創造都市として発展してきました。本所はその成長の中で、地域全体の活力を生み出すプロモーター、サポーターとしての役割を担ってきました。

日本社会の現状は、大量生産、大量販売に象徴される物質的な豊かさを実現するために生産性や効率性を重視した工業社会から、成熟社会への移行途上にあると言えます。成熟社会とは、生産性や効率性一辺倒ではなく、人間性や持続可能性も併せて重視する社会であり、人々が自分らしく生きる喜びを強く求める社会への移行とも言えます。このような中、富を大きく興せる場は、かつての天然資源産出の場から、加工・組立などの生産の場へ、さらに、生産の場から人々の生活の場へと重心を移しつつある変化も認識する必要があります。

日本経済は、戦後最長の景気拡大局面にあるものの、特に中小企業はこれをあまねく実感できる状況には至っておりません。京都においても、事業所数全体の95%を占める中小企業が厳しい経営環境下に置かれているのが現状であり、地域全体の活性化には、中小企業の振興が不可欠です。

そこで本所では、京都ならではの地域の特性や強みを活かし、変わりゆく社会構造の中で生まれる新たな価値観を的確に捉えるために、**中小企業が元気になる「知恵産業のまち・京都」の推進**を提唱します。そして、新たな価値と顧客を生み出す企業を支援することにより、京都・関西における産業振興と地域活性化の一翼を担いたいと考えております。

この「知恵産業」の推進にどのように取り組み、実現していくかを、本所事務局のワーキングチーム、部所長による検討会議で基本構想をとりまとめ、京都府・京都市の主要メンバーで構成した「知恵産業を考える会」での意見交換、正副会頭による検討審議を経て、このたび、今後の京都商工会議所の新活動方針である『ニュー京商ビジョン』を策定するに至りました。

「行動理念」、「基本方針」、「基本戦略」を基に、本所諸事業の時間軸と軽重を見直し、新しい社会ニーズに対応した会員本位のボトムアップ型組織として、新たな事業活動に取り組んでまいります。

2007年11月6日

京都商工会議所
会頭 立石 義雄

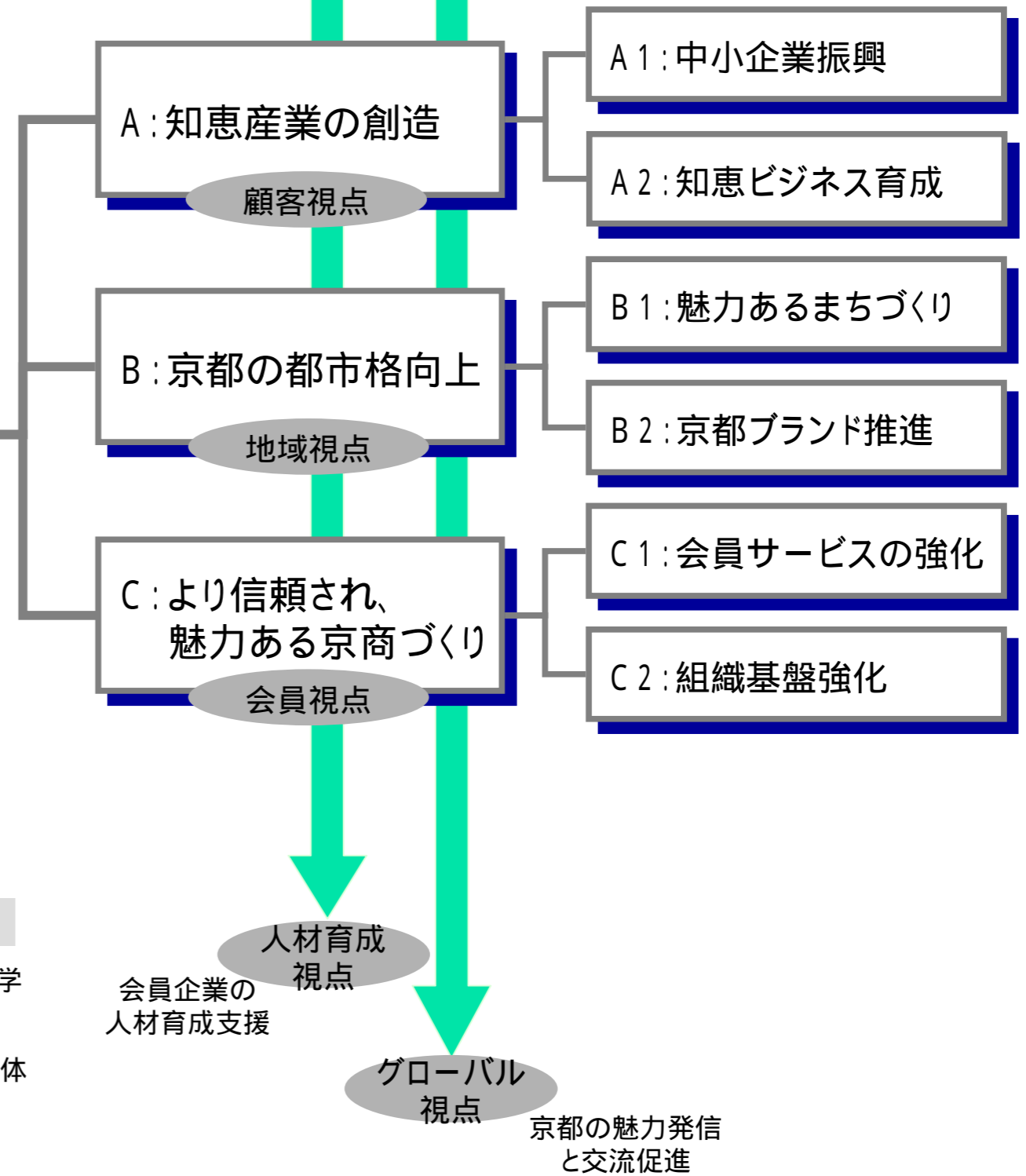
行動理念

1. 京都商工会議所は、1200年の歴史・伝統・文化に培われた京都を愛し、世界に開かれた活力ある京都産業の発展を目指します。
2. 京都商工会議所は、進取の気風と、文化を育んできた先人の精神を継承し、京都の都市格の向上を目指します。
3. 京都商工会議所は、会員のニーズに的確に対応し、信頼され、行動・挑戦し続ける地域総合経済団体を目指します。

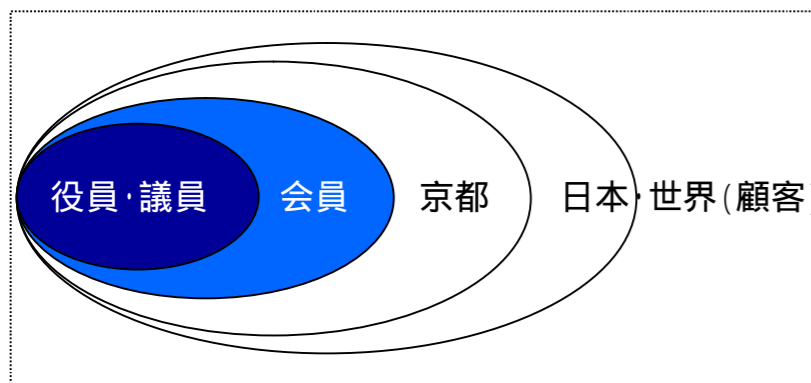
基本方針

知恵産業のまち・京都の推進

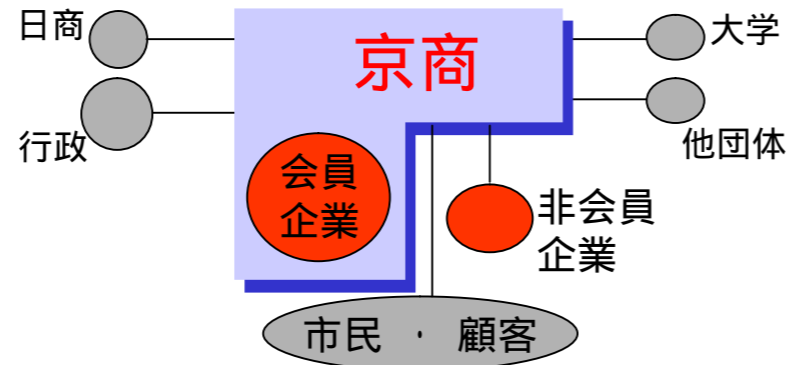
- - - 基本・支援戦略 - - -



「商工会議所」は、役員・議員～会員から構成される。



京都商工会議所の協働パートナー



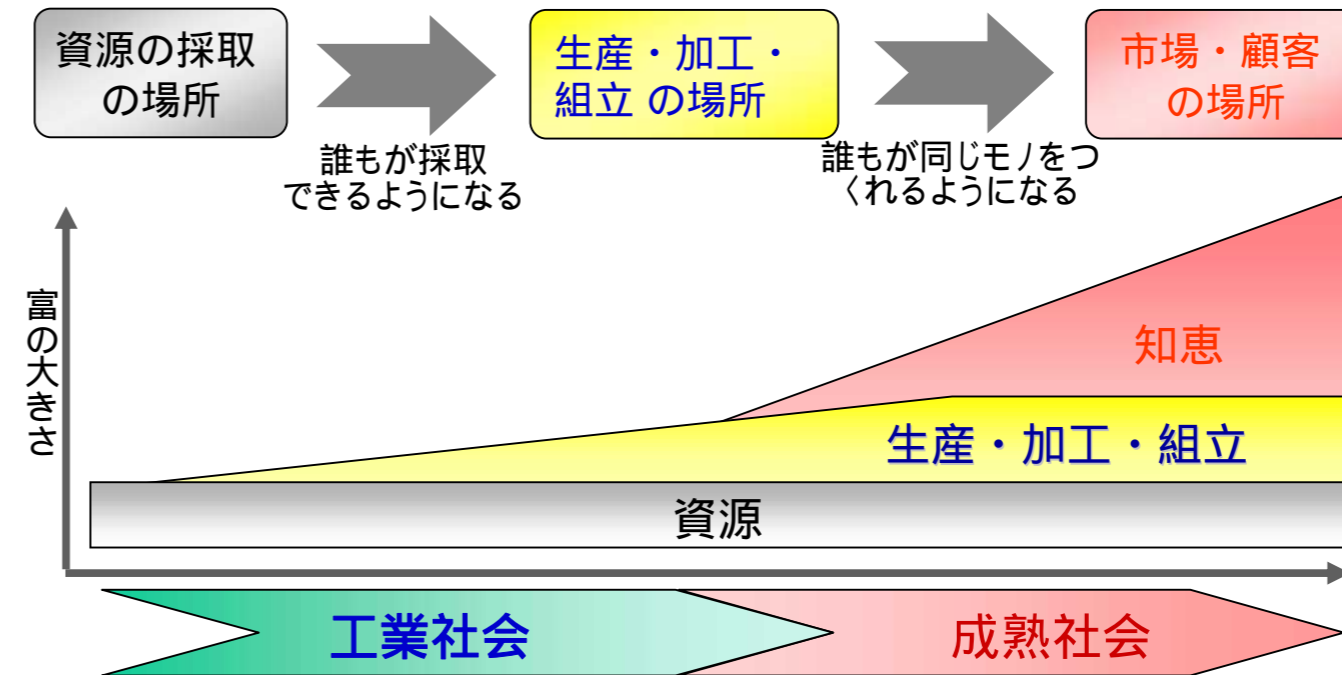
いま・・・なぜ・・・知恵

工業社会の初期は、天然資源そのものが富の源泉であり、それらを採取する場所で富が生まれた。

つぎに、工業化の進展とともにモノが富を興すようになり、生産・加工・組立を行う場所で富が生まれるように変化した。

現代は、成熟社会の新たな価値観に対応して、市場や顧客がいる場所で富が興る。

顧客のこだわりに応えるための源泉は知恵であり、京都は歴史・文化に支えられた強みを持っている。



トレンドは・・・知恵産業へ

時代は、工業社会から成熟社会への転換期

モノの豊かさを求めた前の時代の「負の遺産」とも言える諸問題を解決するための社会ニーズが生まれている。

新たな「人間の生き方」を求めるセカンド・ヒューマン・ルネッサンスに沿った産業が生まれる。

価値観は、「他人のように生きたい」、「他人の持っているモノを持ちたい」から、「自分らしく生きたい」、「他人の持っていないモノを持ちたい」へと変化していく。

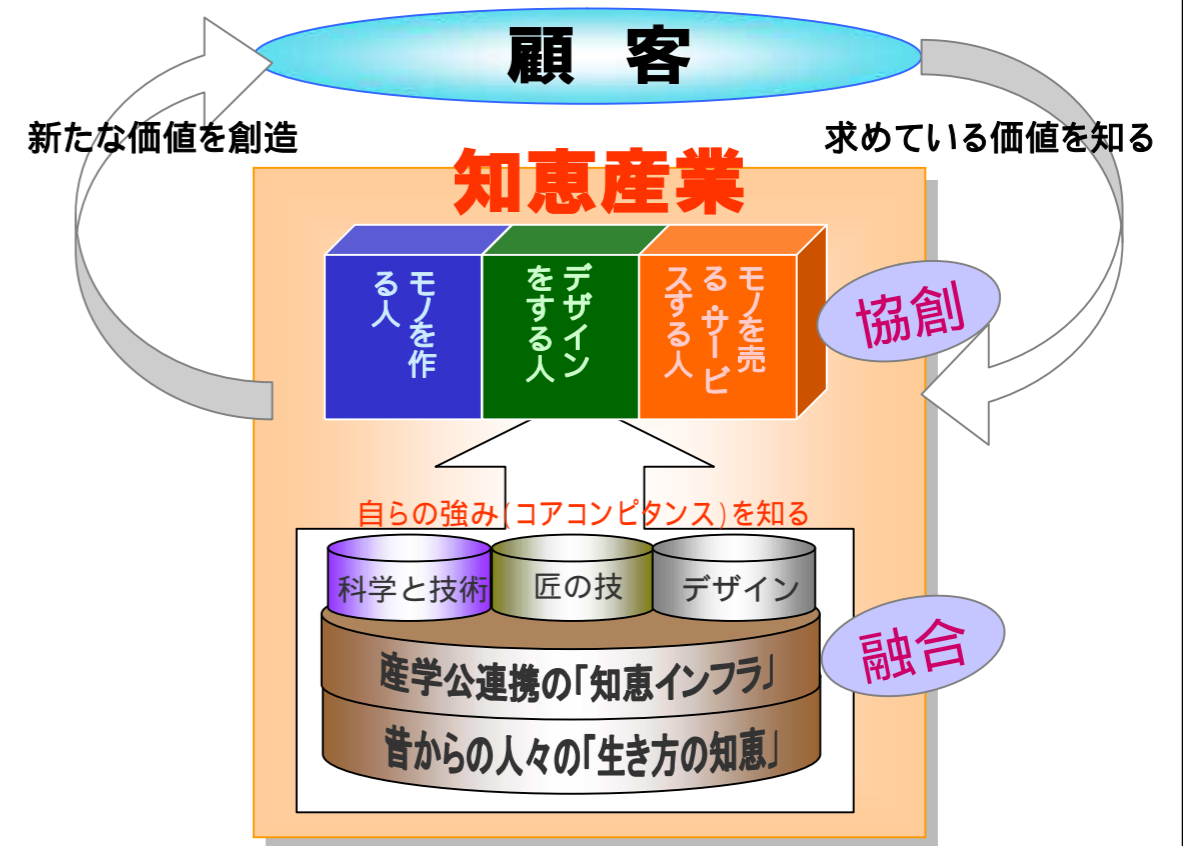
セカンド・ヒューマン・ルネッサンス 14世紀に起こった「人間復興」を求めたルネッサンスに続く、新たな人間の生き方を求める時代。

知恵産業のコンセプト

京都には、昔からの人々の「生き方の知恵」と産学公連携の「知恵インフラ」をベースとして、「科学と技術」、「匠の技」、「デザイン」が“融合”する強みがある。

モノづくり・デザイン・サービスに携わる現代の人々が、顧客接点を深めながら、各々の強みを活かした“協創”していくことで、新しい生き方、暮らし方、街のあり方に関わる社会ニーズを満たす、新たな価値を創造するビジネスモデルが構築される。

この“協創”の仕組みが、新たな“融合”を促すこととなり、「知恵産業のまち・京都」を創り出していく。



知恵産業のビジネスモデル

- 同じものを如何に良く作るかの横並びのモノづくりではなく、どんなものを創造するかが重要
- 小さな・元気な企業の活躍機会が増える
- 外部視点も活用しながら自らの強みを発見し、“融合”と“協創”によって顧客創造を実現する

「モノ」を作る・売る ビジネスモデル

- 量産は、基本的、汎用的な機能に集約され、新たな価値観を求める個々のこだわりに応えるために、「技術」「サービス」「デザイン」を選び組み合わせるビジネスモデル
- 新たな生活文化の創造につながる「高品位」「美感」「個性」を重視した伝統技術活用型の商品開発

「課題」を解決・提案する ビジネスモデル

豊かな社会生活の実現につながる課題解決を重視した生活支援型のサービス事業の実現

- | | |
|------------------|------------|
| □ 環境の保全 | □ 快適生活の実現 |
| □ 資源・エネルギーの節約・代替 | □ 生涯学習の実現 |
| □ 安心・安全の確保 | □ 健康の維持・増進 |
| □ ツーリズム・レジャーの実現 | |

現在取組中～今後も基盤的施策として継続

小規模企業改善事業の推進

- ・ 融資、経営相談
- ・ M & A 支援
- ・ 商店街活性化、地域商業ビジョン策定

ビジネスモデル推進

- ・ 創業支援
- ・ 経営革新支援
- ・ 事業継承支援

団体支援

- ・ 商店街活性化、地域商業ビジョン
- ・ 女性会、青年部支援
- ・ 活性化推進事業、地域懇話会

人事労務サービス

- ・ 生命共済・各種保険
- ・ 雇用対策
- ・ 高齢者雇用

金融支援

- ・ 金融機関への推薦
- ・ 制度融資
- ・ 民間機関との提携金融

セーフティネット

- ・ 経営安定相談室
- ・ 再生支援事業
- ・ 再チャレンジ支援

高付加価値

グローバル化

ベンチャー

環境

経営革新と基盤安定の支援

中小企業は新たな産業を創出し、雇用を生みだし、地域経済社会を担う、京都経済の屋台骨を支える存在です。中小企業の知恵とやる気を生かし、その活力を高めるための基盤的支援策を充実します。

経営革新支援

- ・ 自社の強み再確認と知的資産経営
- ・ 販路拡大・新商品開発の支援強化
- ・ 会員のグローバル展開支援 (アジアの成長ダイナミズムの取り込み)
- ・ 会員企業のIT活用支援

金融支援 セーフティネット

- ・ 事業者のニーズ・悩み解決を支援
- ・ 事業承継の支援
- ・ 制度融資

人材確保・ 育成支援

- ・ 関連団体と連携し、外部資源活用支援
- ・ ジョブカード制度の推進

[重点課題・検討課題]

経営支援員の質量強化
による支援充実

事業承継サポートセン
ター(仮称)の設置

京都能率協会の会議所
への統合検討

大学と連携した
「人材育成」講座

知恵ビジネスのステップへ

現在取組中～今後も基盤的施策として継続

経営支援事業の推進

- 融資、経営相談
- M & A 支援
- 商店街活性化、地域商業ビジョン策定

ベンチャーの育成

- ビジネスモデル推進センター
- インキュベーション

伝統産業の活性化

- 京都スタイルカフェ
- ファッションカンタータ
- きものサミット

グローバルビジネスの展開

- 国際ビジネス促進協議会
- 京都プレミアム
- ケータイ国際フォーラム

産学公連携の推進

- 提案型産学公連携促進事業
- 文理融合・文系産学連携促進事業

高付加価値

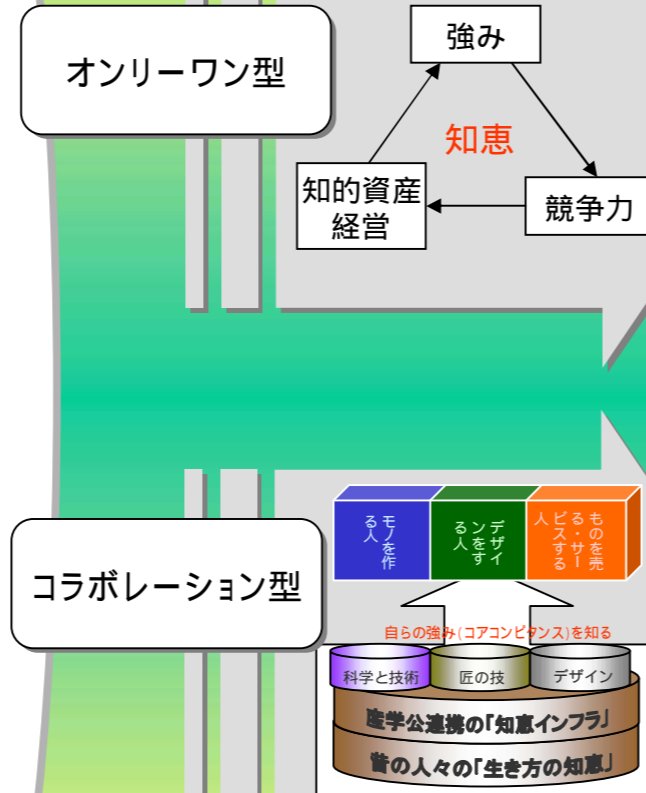
グローバル化

ベンチャー

環境

知恵産業のまち
・ 京都

知恵を発揮する二つのタイプ



- 独自の強みを持ったオンリーワン企業が、顧客から高い評価を受ける。
- 自社の強みづくりを進め、競争力を高め、知的資産経営力につなぐ「知恵」サイクルを回す。

- 従来の業界・事業領域を超えて現代のライフスタイルにあった新しい提案を実現する取組み。
- 各種のコラボレーションを通じて、国内外で情報発信し、京都の価値が認められる。

[重点課題・検討課題]

知恵産業研究会 (仮称) 発足

内外の識者を集め、研究会を起し、知恵産業の振興を図る

知恵産業推進センター (仮称) 発足

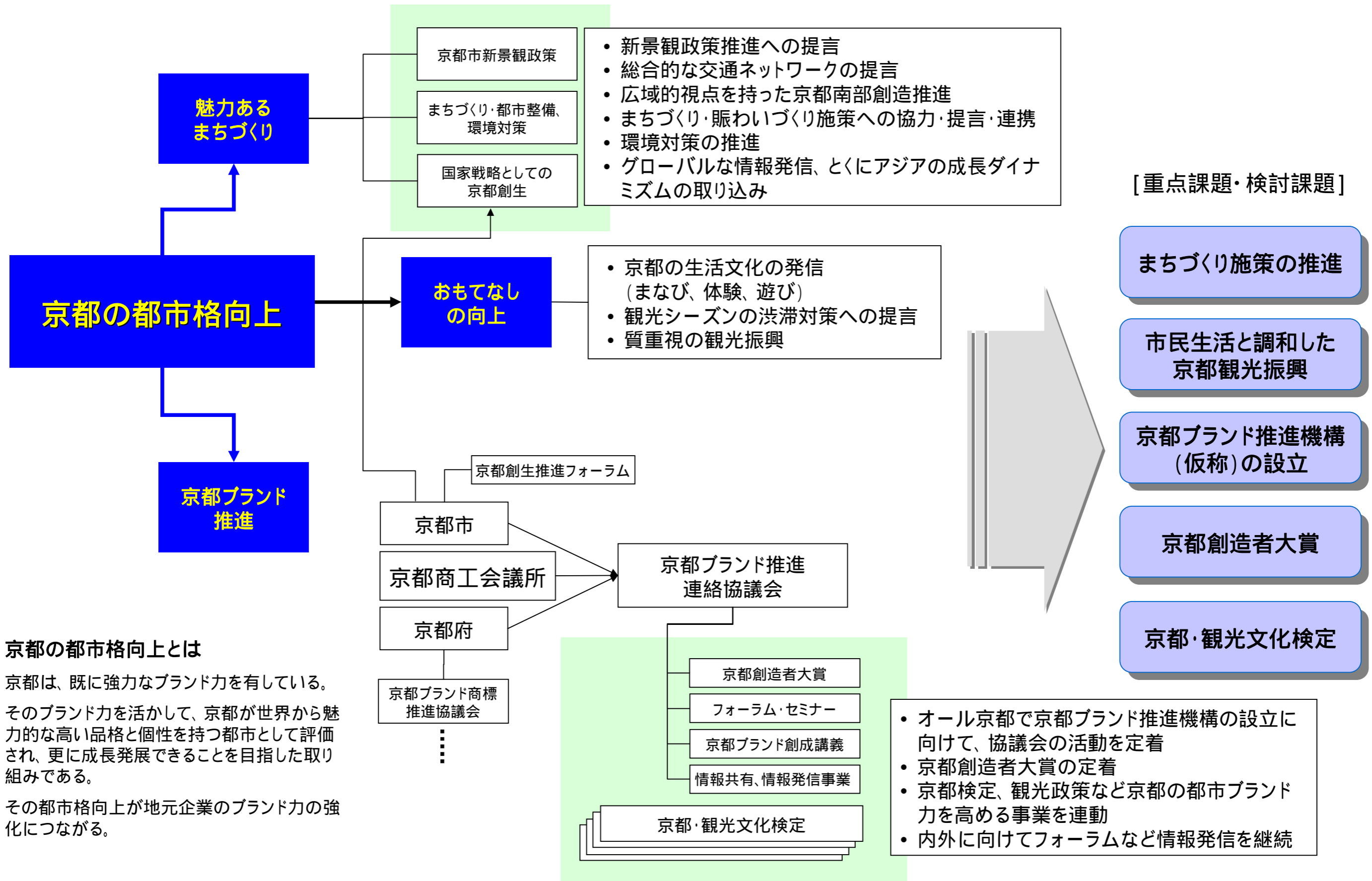
京商ビジネスモデル推進センターと統合

知恵ビジネスファンド (仮称) 創設

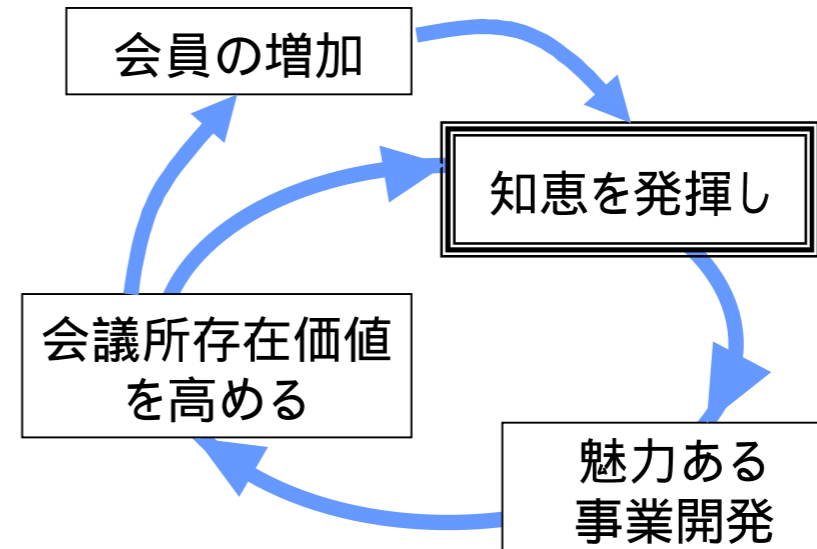
株式上場を目指すだけでなく、社会ニーズ解決提案ベンチャーも対象

顧客創造マーケティングの推進

狙いとする顧客に向けて、価値を発信し、京都に顧客を呼び込む仕組みづくり



- 部会・委員会の活動を充実させ、会員の期待に応える
- 青年部・女性会の活動を強化し、会議所活動の拡がりをつくる
- 経営相談センターの活動を通じ、訪問活動強化
- 会員交流機会を増やし、知恵の相互刺激を図る
- 会員ニーズの高い魅力的な事業開発を促進する



会員の参画機会を大幅に増やし、信頼される会議所を目指す

全員参加型事業の充実

- 会員を対象とした講演会・講演の実施
- 各種交流会の活発化
- 部会別会員参加事業

会員向けサービスの強化

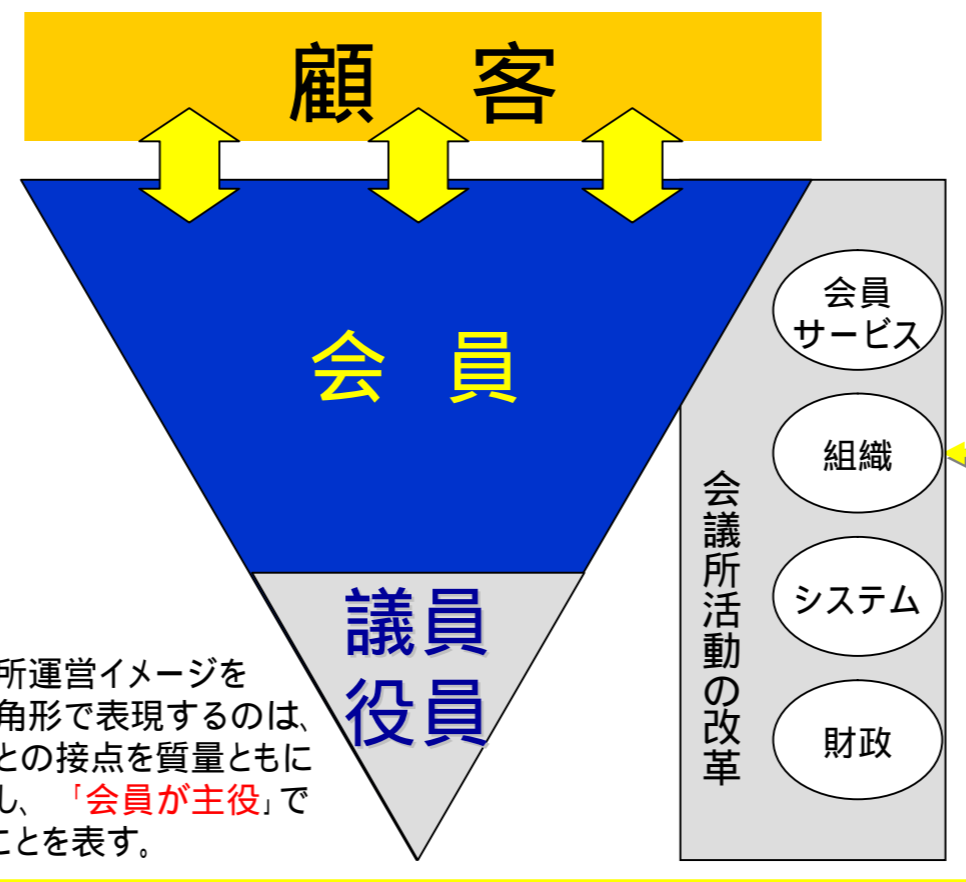
- 支部活動の強化
- 経営改善事業の充実
- 共済、福利、雇用の支援充実

情報発信・広報

- 会員とのITネットワーク強化
- 広報活動の充実
- 情報発信の多様化

- 職員の意識改革・運営効率化

会議所運営イメージを逆三角形で表現するのは、会員との接点を質量ともに増やし、「**会員が主役**」であることを表す。



[重点課題・検討課題]

会員事業所訪問運動の実施
会員満足度調査の検討

会員への情報提供の充実

新サービス事業開発

会員増強特別プログラム

「モノ」を作る・売る ビジネスモデル

組合せ型・協創



協創事例

横並びのモノづくりではなく、 どんなものを創造するか



精密プレス事例

独創技術事例

「課題」を解決・提案する ビジネスモデル

環境の保全



KES・環境マネジメントシステム・スタンダード
環境保全提案事例

安心・安全



安心・安全こだわり事例

「高品位」「美感」「個性」を重視した 伝統技術活用型の商品開発



お香の新展開



伝統工芸の新展開

「科学と技術」、「匠の技」、「デザ イン」の資産が蓄積された「融合」



京都の資産活用事例



京都の資産活用事例

商店街



商店街専門性発揮事例

ツーリズム・レジャーの実現



滞在型学び観光事例