

第13回 京都経済人会議 総括文 — 京都経済の再生へ向けた10の提言 —

令和3年9月

京都商工会議所
産業政策委員会

新型コロナウイルスの感染拡大による影響の長期化は、京都経済に大きな打撃を与えている。ワクチン接種の加速など、収束に向けた取組が続けられているが、観光・飲食・運輸などの業種をはじめ、いまなお多くの分野・業種の経済活動は停滞を余儀なくされている。

このような状況の中、京都商工会議所の役員議員をはじめ、京都経済同友会、京都工業会の代表者などの経済人82名が集まり、京都の未来に向けて熱心な議論を展開した。ここに「京都経済の再生と成長戦略の再構築 ～コロナ禍以降の新局面に対応する～」という全体テーマのもとで討議した内容を総括するとともに、京都経済人や関係機関に向けた提言を広く発信する。

本総括を、今後の本所事業や京都企業自らの活動に活かすとともに、国、京都府、京都市への施策要望につなげていく。

記

テーマ1. デジタルとアナログの相乗効果による経営の革新

提言要旨

- ①私たちは、デジタル活用への意識改革を先導し、社内の人材を育成する
- ②私たちは、デジタルとアナログの融合に向けて、世代や部署間のギャップを克服する
- ③私たちは、新たな市場価値を創り出す先端的技術への感度を一層高める

- オンライン会議の導入により、出張経費の大幅削減をはじめ、社内外の情報の共有化や受発注・生産活動の効率化など、デジタル活用に取り組んだ企業は、既に経営上の成果を実感している。経営者は、社員に先駆けてデジタル活用に向けた意識改革を先導していくべき。
- 社員の世代や部署の違い、商習慣など、デジタル化を阻むギャップを乗り越えて、企業の成長を実現するために、人材配置や人事評価システムなどのソフト面の環境整備を進めるとともに、ITの長所を活かして自社の価値向上を図る社員の育成を急ぐべき。
- 特に、コロナ禍で低下した売上の回復や新たな顧客獲得が期待されるEコマースについては、マーケティングの戦略を構築したうえで、積極的に導入を進めていくべき。
- 企業としての一体感やアイデンティティを醸成するために、対面によるアナログな営みは不可欠である。今後、デジタル化のスピードが速まるにつれて、企業が大切に「心」や社内に息づく精神を社員が共有・継承していくために必要な、アナログな仕組みを構築するべき。
- インターネットが浸透した社会で育ち、スピーディに「結果」を出すことに長けたデジタル世代と、仕事の「プロセス」を重んじるアナログ世代が、双方の価値観を補完し合い、相乗効果を生み出す組織風土を創造していくべき。
- コピーが容易なデジタルデータに対し、ブロックチェーン技術を活用して資産的価値を付与する「NFT(非代替性トークン)」など、新しい市場を創り出すような技術が生まれつつある。京都企業はこうした変化への感度を高め、自らのビジネスへの活用について検討するべき。

テーマ2. 京都の『稼ぐ力』の再構築に向けた都市戦略・産業戦略

提言要旨

- ④私たちは、観光産業の生産性向上とともに、市民・観光客双方の満足度向上に挑戦する
- ⑤私たちは、学生などZ世代*との対話や共創を通じて、持続的発展を実現する
- ⑥京都は、京都ブランドを継承しつつ、学研都市など創造拠点を活用すべき
- ⑦京都は、子育て世代の定住促進や関係人口の増加に向けた取組を強化すべき

- ダイナミック・プライシング(需要に応じた提供価格の変更)の導入を視野に入れつつ、季節・場所・時間帯の分散や「新しい生活様式」に適応した密を避けた観光を推進すべき。その上で、京都独自の高い文化力を活かし、顧客価値や生産性の向上へ向けた挑戦が不可欠となる。
- 持続可能な京都観光の推進に向けて、観光のモラルとホスピタリティの向上に事業者と行政が協力するとともに、市民に対する満足度調査や税収・雇用における観光産業の貢献度の見える化を通じて、市民の豊かさの実感や観光客を気持ちよく迎える機運づくりにつなげるべき。
- 先行き不透明な社会情勢の中、SDGsやESGといった社会や環境に対する姿勢を重視するZ世代*の感性や次世代のアート&デザイン思考を企業に取り入れることが重要となる。企業は学生などの若い世代との対話・共創に取り組むことで、持続的な発展につなげるべき。
(※Z世代:1990年後半頃～2012年頃に生まれたデジタルに親しんだ世代を指し、特徴の一つに多様性や社会貢献を重視する傾向がある)
- 京都を起点に事業を展開する起業家は、「京都ブランド」が大きな魅力であり、こうした期待に応えるまちづくりが求められている。歴史に裏打ちされた「京都らしい」景観の継承とともに、学研都市を含めた南部エリアとの関係性を強化し、外部の人材や刺激を取り込むためのクリエイティブな場を創出していくことが重要。
- 都市活力の源泉となる「子育て世代」の市外流出に歯止めをかけ、定住を促進する取組が必要となる。また、京都の大学卒業生をはじめ、京都ファンを育て、京都と関わる関係人口の増加につなげていく施策を講じるべき。

テーマ3. 多様な個性や能力を育む教育と活かす経営

提言要旨

- ⑧教育現場は、思考のプロセスを重視し、多様な個性を育む教育を加速させるべき
- ⑨産学公が一致協力し、課題解決型の人財を育む「教育の京都モデル」を推進すべき
- ⑩私たちは、組織の心理的安全性を高め、敬意と愛情に基づく信頼関係を構築する

- 「1+1=3」と答えた児童に、単に○×の採点をするのではなく、「なぜ そう考えたのか」というプロセスに着目した個性を育む教育を推進すべき。また、学校と家庭が協力して、生徒それぞれの「心」の教育に取り組むことが重要であり、コロナ禍により自粛している家庭訪問の再開や強化されつつある道徳科目への対応を支援するべき。
- 成績が良いだけの人材でなく、自分なりの「ものさし」を持ち、世界的な視野で考え、実行できる人材の輩出に向けて、詰め込み教育を助長している入試制度のあり方を見直すべき。
- 教育再生実行会議等で議論されてきた知識偏重型の教育からの脱却に向け、多様性に富んだ学校、企業、自治体が一体となって、課題解決型の人財を育む「京都モデル」にチャレンジするべき。
- 競争力のある人財を活かすために、組織内の多様性を認める「心理的安全性」を高め、組織内の恥や罰を恐れることなく、「やってみよう」という能動的な気持ちを引き出すことが重要。その際、企業は進むべきビジョンを示すと同時に、企業内起業などの社内制度も検討していくべき。
- 社員の多様な個性を見極め、可能性を引き出すには相応の時間を要する。企業を牽引するリーダー達は、中長期的な人材育成を考え、敬意と愛情を持って「あなただから、この仕事を頼むんだ」という理由を伝えるなど、社員との信頼関係を強固にするべき。 以上