

第2回京都市中小企業未来力会議を開催！

～約 100 名が 18 アイデアで活発な議論～

10月25日京都銀行本店において第2回「京都市中小企業未来力会議」を開催しました。会議には、中小企業若手経営者や金融機関、支援機関の職員、市職員など約100名に参加いただきました。

今回は、第1回会議のワークショップで出されたアイデアを分類した**9つのコンセプト**(※)に基づいて、事前に募集したプロジェクト・アイデアをベースに、異業種連携で取り組む新たなプランや中小企業支援策の案を作るため、活発な議論が交わされました。

※ 9つのコンセプト

- ① 高齢者が安心して暮らせるまち
- ② 災害対策のあるまち
- ③ 伝統産業をまもるまち
- ④ 学びのあるまち
- ⑤ 起業ビジネスがしやすいまち
- ⑥ イベントのあるまち
- ⑦ 子育てしやすいまち
- ⑧ 医療にアクセスしやすいまち
- ⑨ 行きたくなるまち

～第1部の基調講演～

「地方創生は、中小企業蘇生から」

(公財)京都中小企業振興センター
理事長 阪口 雄次 氏

<主な内容>

- 中小企業経営者こそが地方創生の担い手であり、中小企業が利益体質となることこそが、雇用の創出、企業成長ひいては地域活性化、すみよいまちづくりにつながる。
- 中小企業の課題としては、元気がない（安定した仕事量がない、下請け零細企業の抱える様々な課題等）、後継者不足、経営力不足などがある。
- 地域の連結した力により、いかに中小零細企業を蘇生させることができるかの議論が急務。人のせいにしても何もはじまらない、基本的には自己責任であるが、1人では限界がある。
- 中小企業目線で連携し、元気を取り戻そう！！



～第2部のWS（ワークショップ）～

NPO法人ミラツクの西村勇哉代表理事の進行で、参加者が18テーブル5名程度のグループに分かれ、ワークショップを行いました。

<ワークショップの流れ>

- ① インタビュー
→ 地域の未来、地域との協働をテーマに2人1組で互いにインタビューを行い価値観の共有
- ② 自己紹介
→ 参加者が持つ資源（リソース）を書き出し、自己紹介シートを作成し共有
- ③ ディスカッション
→ 9つのコンセプトに基づいて、事前に募集した18のプロジェクト・アイデアの発案者を中心に、具体化に向けた議論を実施（議論の主な内容は裏面に続く）



①インタビューの様子

②自己紹介シート

お名前	
所属組織名	
どこからいらっしゃったか	※あけておいてください
キーワード (興味、関心、趣味)	



③議論の様子



<テーマ別ディスカッション（主な内容）>

高齢者が安心して暮らせるまち

アイデア①

「ICTを活用した高齢者見守りサービス」

（概要）新聞配達でポストに新聞がたまっている時、緊急連絡するサービスなど、ICTを活用した高齢者見守りサービスの実現に向けた手法を考えたい。

発案者：京都電子計算㈱ 執行役員 佐藤 豊

- 高齢者へのサービスは、付随していろいろできる。配達の際に買い物伝票を回収し、地元商店街に発注する仕組み作りなど。
- 障害者向けのデイサービス事業を実施しており、ノウハウを高齢者向けのサービスにも活用。
- 1人の社員が1度の訪問で清掃、防火、水回りなど複数のメンテナンスを行うビル管理会社があり、連携可能。

災害対策のあるまち

アイデア②

「企業を中心とした地域防災推進」

（概要）企業が地域の避難所用に防災用品を購入する場合の寄付控除適用、防災CSR認定など、災害発生を想定して中小企業が地域防災について何ができるか考えたい。

発案者：㈱カスタネット 代表取締役 植木 力

- 企業が地域住民の防災用品を購入する場合、補助があってもよいと思うが、まずはできることから考えて行動することが大切（災害対応の自動販売機に切替え等）。
- オフィスを災害時に避難場所として開放。
- 物品購入の際は、災害時に転用することも考慮して購入すべき。

伝統産業をまもるまち

アイデア③

「両替等の金融機関のネットワークを活かした伝統産業のPR」

（概要）外国人旅行者が外貨両替を行う際に、金融機関の窓口で伝統産業を効果的にPRできる手法について考えたい。

発案者：㈱日本政策金融公庫 京都支店
国民生活事業 課長代理 栗須 亮

- 金融機関で抹茶の提供などのおもてなしを実施。
- 金融機関でバーチャル写真（着物着用の姿の合成写真等）を撮影し、SNS等で外国人観光客が発信。
- 各地域の伝統産業製品を店内に展示し、朱印帳を配布して支店巡りを実施。
- 両替の待ち時間中に各地域の伝統産業の映像を放映。

アイデア④

「出張着物学び塾」

（概要）着物の着付けを小学生に学んでもらう、市外で染物や織物を着る講座を開くなど、着物ファンを増やす手法を考えたい。

発案者：八尋製作所 代表 西村 かおり

- 京都の伝統産業に必要な、ビジネスとして実施すべきかなど、事業目的の明確化が必要。
- 留学前の語学学校などとタイアップして、「留学修行」として売り出す。
- 着物に興味はあるが着る機会が少ないので、まずは着物を着る場をつくる必要がある。
- 簡単に着る方法を教えることも必要。

アイデア⑤

「伝統産業振興のためのコラボ」

（概要）京都の伝統工芸をまず京都の人に知ってもらうため、行政、地域、商店街、学校等で伝統工芸を実演する機会を設けるなど、伝統産業振興につながる取組を考えたい。

発案者：㈱中村ローソク 代表取締役 田川 広一

- 伝統産業製品は高額だが、高額であるだけの理由があり、使い方や文化的背景等を説明することが大切。
- 伝統産業製品の正しい情報発信が必要。
- 小学生の授業に取り入れるなど、正しい知識を学べる環境作り。
- 商店街の空き家を活用した体験工房の実施。

アイデア⑥

「伝統産業と近代産業のコラボ製品を売る仕組みを作る」

（概要）伝統産業と近代産業のコラボ製品を宿泊施設や商業施設に用いて消費者の目に触れる機会を増やす手法を考えたい。

発案者：㈱素久製作所 代表取締役社長 野本 浩司

- 展示会への出展やインターネットの活用など地道な広報活動が必要。
- 「売り手」、「近代産業」、「伝統産業」の三角形がうまく成り立つような仕組みづくりが必要。
- 友禅染の絵柄をフレームに加工したオブジェなどを「アート」として売り出せないか。文化庁の京都移転と関連して、京都から「アート」を産業として育成。

学びのあるまち

アイテム①

「北白川風土記2020（現代版風土記の編集・制作）」

（概要）地域の歴史や故事をまとめた現代版風土記の編集・制作を通して、事業者や地域の発展を生み出すことができないか考えたい。

発案者：(株)山口書店 副社長 山口 恵子

- 50年前、子どもたち自身で地域の風土を調べた本書は「学びの原点」と複数の研究者が語っている（民俗学、メディア、考古学等）。
- 面白い事実をもっと知りたい・伝えたい気持ちを生む。こうした学びのプロセスを大事にすることで、将来の生き方・働き方が形成されていく。
- 風土記の形にこだわらず、何度も地域に足を運び、生活や文化を学ぶ地域型アクティブ・ラーニングのプログラム化・販売を検討。

イベントのあるまち

アイテム⑫

「大政奉還150周年記念企画」

（概要）二条城二の丸御殿で起きた出来事をAR技術を活用して実写化し、タブレット端末によって楽しむなど、大政奉還150周年記念企画の取組を考えたい。

発案者：京都青年中央会 顧問 芳村 敦

- 市内全域で大政奉還等をテーマにAR技術を利用したコンテンツを制作するには多額の費用が必要であり、まずは二条城での端末の貸し出しを検討。
- アニメの活用であれば、市内の大学とも連携可能。
- 市内事業者のAR技術の利用や観光客向けに関連グッズの販売等の中小企業への収益効果。

起業ビジネスがしやすいまち

アイテム⑧

「働きやすい、イノベーションを生みやすい、職場環境を作る」

（概要）女性、高齢者、障害者等が働きやすく、活躍できる社会にするためには、どのようなことが必要か、本質的な働き方の変革を考えたい。

発案者：(株)ウエダ本社 代表取締役社長 岡村 充泰

- 働き方改革は制度だけではだめ。風土が変わらなければ組織が付いていかない。
- 大企業と同じ土俵で戦えないからこそ、中小企業はCSRを重視して存在価値を高めることが必要。
- 学生は中小企業を知らない。大企業のように多額の広告宣伝費を使うのではなく、SNSや口コミを活用すべき。
- 自分たちが何のために事業をしているのかを掘り起こすことが大切。企業理念だけでなく、その理念が事業に反映されている過程が大事。

アイテム⑨

「多様な連携組織の交流・連携の促進」

（概要）中小企業組合等の業種別団体が、多様な主体と連携し、業界全体の活性化を図るにはどうしたらよいか考えたい。

発案者：京都府中小企業団体中央会

連携支援課長 五十棲 雅人

- 業界全体を支援する視点は、地域経済の活性化の観点から極めて重要。
- 企業と業界（組合）の持つ資源は異なる。会員組合の情報など中央会の有する資源を活用できれば大きな力となる。
- 様々な業界に関心を持ってもらうには、具体的な事例に取り組むことが大事。
- 様々な産業支援機関や行政との連携が不可欠。

アイテム⑩

「京都の学生・大学に京都の中小企業の魅力を伝え、就職してもらおう」

（概要）大企業にはない中小企業の魅力をアピールし、京都の学生を京都の中小企業に就職させるための取組を考えたい。

発案者：Medico-tec(株) 代表取締役 宿野 秀晴

- 大学で学生に中小企業に魅力を伝える取組など、若者の価値観を知ることもできる取組を進める。
- 学生目線で中小企業を紹介することも大事。中小企業の魅力を伝えることが企業と大学との良好な関係を築く。
- 学生が中小企業に対する理解を深めることを目的に若手経営者と学生が講演会やディスカッション等を通じて交流。

アイテム⑪

「ビジネスカフェの創設」

（概要）起業を考えている人や経営者が集い、金融機関や行政関係者に気軽に相談できるビジネスカフェの創設について考えたい。

発案者：商工組合中央金庫 京都支店次長 大齒 明德

- 曜日や場所を特定せず、月1回程度の割合で少人数の相談会を開催するために京町家を活用。
- 場所を固定しないなら、Facebook等で告知して小さなコミュニティを形成し、相談会のようなイベントを開催。
- 企業の会議室の空き時間を活用。
- 相談会のような硬いイメージでは人は集まらない。たまり場のような場所があって、自由に話せる雰囲気が必要。

子育てしやすいまち

アイデア⑬

「まずは企業努力で、子育て中の社員が活躍できる体制を」

(概要) 時短勤務制度など、子育て中の社員が気持ちよく働くことができる手法を考えたい。

発案者：日栄無線㈱ 取締役社長 志磨 弘道

- まずは取組の成功事例を作ること。これをモデルケースに社内に広げていく。
- 中小企業の働き方は、「社員とともに作り上げる」もの。制度設計は社長抜きで検討することで、社員は「自分たちで会社をつくる」という意識が芽生える。
- 女性が働けるようにするには、企業が託児所を設けるなど、受け入れ態勢の拡充が必要。

アイデア⑭

「地域の中小企業が取り組む子育てと学びの支援」

(概要) 学校の休暇時や土日などに子連れ出勤ができる職場づくりや子どもの職業体験の場づくりなどについて考えたい。

発案者：阪本純子中小企業診断士事務所 阪本 純子

- 大学生のインターンに、子連れ出勤者の子供の世話と社内作業を両立してもらい、子育てのイメージと働くことへの意識付けを行う。
- 子供の居場所をつくるために空き家を活用。
- 低学年から中小企業で職業体験を実施し、学生の中小企業への理解促進につなげる。
- 子連れ出勤は企業の宣伝になると思うが、職場の改修も必要で中小企業では困難。人手不足や子どもがけがをした場合の補償の問題などもある。

アイデア⑮

「外国出身家族が安心して暮らすことができるサポートの充実」

(概要) 外国出身家族が京都で暮らすために、行政窓口、金融機関、保育園や幼稚園、学校、買い物からレジャーまでのサポートをまちを挙げて提供できるアイデアを考えたい。

発案者：京都オリエンテーション 代表 西 恵味

- 学生に様々な情報を日本語に翻訳することを勉強として取り組んでもらうことは、実益と学びが結びつく。
- タイ料理、インド料理といった外国料理のレストランを駆け込み寺や交流拠点とする。そのような場所はコミュニティの拠点となりやすい。
- ブランディングの一つとして外国語教育に力を入れている保育園など、モデル園を作っていく。

アイデア⑯

「京町家を「子育てへの不安が解消できる場」にする」

(概要) 京町家で店を構える「aeru gojo」の空間を題材に、子育て経験者と未経験者の交流会・栄養士さんによる離乳食講座など、町家を活用した場づくりについて考えたい。

発案者：榊和える 西日本統括本部長 田房 夏波

- 父親を対象にした企画は、育児により深く関わることにつながる。母親にとっても嬉しい。
- 保育園の運動会などは、母親はママ友と楽しんでいるが、父親は友人がおらず楽しむことができない。父親同士のゆるい繋がりを作る場づくりが大切。
- イベントの日時が決まっていると参加しづらい。ふらっと立ち寄れる近所の公園のような場で、悩みを相談できる人がいるとありがたい。
- 「いつでもやっている」と言われると、足が遠くの可能性もある。

医療にアクセスしやすいまち

アイデア⑰

「生活習慣病などへの対策」

(概要) 生活習慣病への対策として、産学官が連携した食品や生活スタイルの提案、仕事で遅くなっても相談できる地域密着型の医療施設等について考えたい。

発案者：京都青年中央会 会長 岡野 恵美

- 経営者や従業員の病気（メンタル含む。）は重要な問題。予防対策と病気になった場合の相談などの体制づくりが重要。
- 医者との交流の場（SNS含む。）の設定や、リタイアした医者、看護師等による相談、地域の空き店舗などを診察の場所として活用。
- 従業員の健康向上に取り組む中小企業の表彰制度の創設。

行きたくなるまち

アイデア⑱

「商店街の空き店舗を活用した伏見の魅力を発信する拠点づくり」

(概要) 外国人旅行者など新規の観光客を呼び込むため、商店街の空き店舗を活用した伏見の魅力を幅広く発信する拠点をつくるためのアイデアを考えたい。

発案者：伏見大手筋商店街振興組合 理事長 浅野 雄祐

- インバウンド施設を作るのであれば、リーサス調査を活用してデータを分析。
- 商店街とはいえ個店の集合体である以上、個店の商売を第一に考えることも大切。
- 外国人観光客への魅力的なコンテンツである体験型メニューを作っていくべき。

<今後の予定>

第2回会議のワークショップにおける議論を踏まえ、発案者や協力者を中心に熟度を高めていくとともに、市の施策への反映を検討するなど、アイデアの具体化を進めていきます。

第3回会議は、平成29年1月31日（火）に開催予定です。