

平成30年度第2回「京都市中小企業未来力会議」ビジネスアイデア一覧（敬称略）

平成30年度提案ビジネスアイデア

ア イ デ ア ①	大原野神社ライトアッププロジェクト
発 案 者	八尋製作所 西村 かおり
アイデアの概要	
大原野神社にて、紅葉の時期に合わせてライトアップ事業の実施。「大原野神社ライトアップ「光と水」実行委員会」を立ち上げ、紅葉のライトアップをメインに、伝統産業と連携し光と水のイベントを実施することで、神社の魅力を、地域住民をはじめとした多くの方に知ってもらいたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・伝統産業は京都の生活文化に深く根付いているが、近年、世間の伝統産業離れを感じている。また、町内会に入ってみると、地域の神社を中心に地域コミュニティが形成されていることに気づかされ、神社や神様とご縁をつくることは、地域にとってプラスになると感じた。 ・本アイデアの事業化により、大原野の魅力に気づいてもらい、地域コミュニティへの参画や、生活の中の信仰や文化の継承につながるのではないかと考えた。 	

ア イ デ ア ②	通販で京都ならではの逸品をインバウンドの方々へ手渡し
発 案 者	株式会社ソフトウェアクリニック 竹野 政吉
アイデアの概要	
外国人観光客をターゲットに「京都ならではの逸品と価値」を提供する専用サイトの作製。訪日前に同サイトを活用し希望の商品を注文すると、京都を訪れた時に指定した受取場所で「京都の逸品」をワンストップで受け取る仕組みを構築することで、「京都の逸品」を世界に広めたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・京都を訪れる外国人観光客数は全国4位だが、消費額は33位と低位（2017年観光庁調査）。また、京都には伝統工芸に代表されるような、京都ならではの逸品が多いが認知度が低いと感じる。 ・本アイデアの事業化により、訪日外国人の京都での消費を促し、京都の伝統工芸の素晴らしさを世界に告知できるのではないかと考えた。 	

ア イ デ ア ③	国際交流シェアハウス SPACE LIFE HOUSE
発 案 者	株式会社 SPACE 北野 勇樹
アイデアの概要	
弊社が運営するシェアハウスにおいて、外国人、日本人と分け隔てなく生活できる環境を提供。一つ屋根の下で、言語的、文化的に様々なルーツを持つ人々が交流することで、互いの国・文化への理解を深める場としたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・訪日外国人の中には、旅行中に孤独を感じるなどうまくコミュニケーションが取れない方もいる。また一方で、英語等の言語の必要性を感じ、言語習得を目指す日本人も多いが、国内では外国語を使う機会が少なく、なかなか話すようになっていない。 ・本アイデアの事業化により、訪日外国人には、日本における拠点としての、良質な環境を提供するとともに、日本人には、国際理解と言語習得する機会を提供できるのではないかと考えた。 	

アイデア④	ゲストハウス×シェアハウス×グループホーム事業
発案者	有限会社山田木工所 山田 正志
アイデアの概要	
<p>働くことが困難な（障がい者、高齢者、シングルマザー、児童養護施設出身者、難病者、身寄りのない人などの）社会的弱者が助け合うシェアハウス・グループホームの設立。ゲストハウスを隣接しシェアハウス・グループホームの住人が働く場所を作ることで、自立を応援する仕組みをつくるとともに、外国人観光客に日本・京都を身近に感じてもらいたい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 世の中には様々な事情により働けない、生活することが難しい方がたくさんいる。 本アイデアの事業化により、同じような事情を抱えた方だけで生活すると助け合うことが難しいが、事情が違えば助け合いながら生活できる仕組みを作り、社会的弱者が安心して幸せになれる社会にしていけるのではないかと考えた。 <p>（例）高齢者がシングルマザーの子供の子守をする。難病者が障がい者の食事をつくる、など。</p>	

アイデア⑤	☆イキイキ働く女性はかっこいい☆ 女性の自立をみんなでも応援する持続的な場作り事業！
発案者	はあとグループ 小原 麻央
アイデアの概要	
<p>シングルマザーをはじめ、熱意をもって働きたい女性に特化した、気軽に相談できるカフェのような場の提供。民間主導で行政のサポートを得つつ実施することで、持続的かつ自由度のある場を提供し、女性の活躍・自立を応援していきたい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 女性の社会進出はまだまだ進んでいないと感じており、特にシングルマザーは生活保護の受給等、低所得状態で苦労している女性世帯の方も少なくない。 本アイデアの事業化により、本人が自立し意欲を持って取り組めば、しっかりと稼ぐこともできることを知ってもらい、女性の社会進出を応援する取組にできるのではないかと考えた。 	

アイデア⑥	天才アートKYOTOのアーカイブで“アート&CSR”
発案者	天才アートKYOTO 重光 豊
アイデアの概要	
<p>障害のある人の、個性豊かなアート作品群のアーカイブ保存及び活用。企業の製品デザインとしての提案やCSRとしての活用を提案することで、企業価値の向上に寄与するとともに、収益を障害のある作家に還元していきたい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 弊機構では、障害のある人のアート作品を、社会に発信し活用されるよう活動を進めているが、さらに認知を広めていく必要があると感じている。 本アイデアの事業化により、障害のある人の芸術活動に対する支援を更に充実し、その自立や社会参加を支援できるのではないかと考えた。 	

アイデア⑦	アートとビジネスをつなぐ文化芸術の教養講座の開催
発案者	一般社団法人アーツシード京都 あごう さとし
アイデアの概要	
京都の文化芸術に関する教養講座の開催。知識や体験としてアートに触れる機会を提供し、講座終了後、その内容をまとめ書籍として販売することで、アートとビジネスをつないでいきたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・芸術がまだ、この国に根付いておらず、特に国際的な経済活動においては、芸術的文化的な背景を持つことは必須と言える。また京都は、伝統文化・伝統芸能から現代芸術まで幅広く存在しているが、それを教養として学べる場は多くないと感じる。 ・本アイデアの事業化により、アートとビジネスが連携した、創造的な企画を生み出す土壌づくりに貢献し、京都の経済界の文化力の底上げをすることができるのではないかと考えた。 	

アイデア⑧	こよみと (koyomito)
発案者	RAD 川勝 真一
アイデアの概要	
各地から選りすぐった、もしくはオリジナルで製作した季節のアイテム（門松、風鈴など）が毎月届くサービスの提供。日本各地の伝統工芸や京都の作家と連携することで、「季節感をつくる」をコンセプトに現代的な暮らしを再考するきっかけとするとともに、現代ならではのアイテム開発にもつなげていきたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・かつての人々は、季節感を消すのではなく、暮らしの中でさまざまな工夫によって季節を楽しむ文化を育んできたが、現代の暮らしでは季節感を「無い」ものとしている。建物等のハードだけではなく、人々の暮らし方そのものを変えていかなければならないと感じる。 ・本アイデアの事業化により、空調などによって住環境をコントロールするのではなく、季節感を暮らしに取り入れ、都市の暮らしの中に季節感を楽しむ文化を生み出すことができるのではないかと考えた。 	

アイデア⑨	町をつなぎ、京北町の仕事を生み出す場所をつくりたい
発案者	株式会社ヒューマンフォーラム 井垣 敦資
アイデアの概要	
弊社で検討中の新事業「古着のアップサイクル」事業との連携。京北に移住してきたデザイナー等をはじめとした市内企業と知恵を出し合うことで、京北地域で新たな仕事を生み出していきたい。 ※アップサイクル…廃物をそのまま再利用するのではなく、商品としての価値を高めるような加工を行うこと。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・京北町では、近年デザイナーやアーティスト、クラフト作家の拠点としての活動や移住が見受けられる。 ・本アイデアの事業化により、（林業や農業等の）一次産業だけではなく、京北地域に新たな仕事や小商いを創出し、地域の活性化の一助にできるのではないかと考えた。 	

アイデア⑩	クラフトビール醸造家をサポートする運営組織をつくりたい
発案者	株式会社翠灯舎 田中 郁后
アイデアの概要	
クラフトビール醸造所（ブリュワリー）や醸造家（ブリュワー）を支える仕組み作り。各醸造所が参画する共同体組織を立ち上げることで、各醸造所の課題解決とともに京都でのクラフトビール文化の機運を高め、クラフトビールを京都の新たな文化として定着させていきたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・ここ10年でクラフトビール醸造所が10カ所、ビール醸造を生業にする醸造家は約20名近くとなり、醸造所毎に個性や立地を活かした事業が展開されており、市内でのクラフトビールの盛り上がりやプロモーション活動を期待する声が多くあるが、面での活動には至っていない。 ・本アイデアの事業化により、京都のビール職人が、ビール作りに喜びを感じクラフトビール文化をつくることができるのではないかと考えた。 	

アイデア⑪	京都オーガニックアクション
発案者	NPO 法人みんなの地球のくらしかた 廣海 緑朗
アイデアの概要	
有機農法野菜の生産拡大に向けた新たな販売や流通の構築。生産者が、相応の対価を得つつ、安心安全な野菜を消費者に提供することで、有機農法野菜の価値を広めていきたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・市内での有機農法の生産者が少しずつ増えてきているが、既存の八百屋やスーパー以外での販売先の展開や、生産者主体の値段設定の模索など、新たな販売先や流通の仕組みの必要性があると感じている。 ・本アイデアの事業化により、京都市の有機農法の生産物を一般消費化できるのではないかと考えた。 	

アイデア⑫	京浴衣SHOPの京町家DE知育！&食育！
発案者	株式会社月虹舎（げっこうしゃ） 野原 佳代
アイデアの概要	
京町家を活用し当社の事業である京友禅京浴衣の店舗兼文化サロンを開設。伝統文化が学べる子供向け・家族連れ向けのワークショップを定期的で開催することで、京都が育んできた伝統文化を子どもたちに伝え、子どもの知育や女性活躍の視点から、伝統産業、文化振興につなげたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・若者の着物離れがすすんでいることや、京の文化が、若い世代に伝承されていないことを実感している。 ・本アイデアの事業化により、京都の文化を世界に発信できる若者を、乳幼児の頃から知育する場を作り、日本人に生まれたことを誇りに思う子どもを育てたいと考えた。 	

アイデア⑬	京都を盛り上げろ！「ハッカソン in Kyoto」
発案者	株式会社 irodas 奈須 謙人 / 橋本 徹大
アイデアの概要	
<p>「京都の伝統工芸品×IT エンジニア（学生）」でのハッカソンの開催。京都の伝統産業の従事する中小企業と弊社プログラミングスクール生でタイアップすることで、若者視点の『IT×伝統工芸』の製品を開発したい。</p> <p>※ハッカソン…一定期間集中的にプログラムの開発やサービスの考案などの共同作業を行い、その技能やアイデアを競う催し。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・伝統工芸品に対する若者離れや、業界の高齢化に伴う担い手不足、IT 化の遅れなど、京都の伝統産業業界には多くの課題があると感じている。 ・本アイデアの事業化により、伝統工芸の新商品開発、販売、広報をワンストップで行い、京都を盛り上げ、京都に恩返していきたいと考えた。 	

アイデア⑭	お地蔵さん・大日さんを大切に！／新設&リノベーションプロジェクト
発案者	株式会社アラキ工務店 荒木 勇
アイデアの概要	
<p>町内にあるお地蔵さんを中心とした、大工技術の継承と地域コミュニティの活性化。お地蔵さんの「祠」には大工技術が凝縮されており、お地蔵さんの祠を作ることで、大工技術（伝統木工法）の継承につなげるとともに、地域におけるお地蔵さんの大切さを再認識し地域コミュニティを盛り上げていきたい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・町内にお地蔵さんがないまちもあるなど、地域コミュニティの弱体化が進む。また他業種同様、大工も担い手不足で、大工を目指す若者が激減している状況。 ・本アイデアの事業化により、「ほんもの」の大工技術を後世に伝え、業界の活性化を図るとともに、地域コミュニティを活性化することができるのではないかと考えた。 	

アイデア⑮	小学生のなりたい職業に「女社長」をランクインさせる
発案者	有限会社鈴木モータース 鈴木 千鶴
アイデアの概要	
<p>社長塾の開講や小学生の起業発表会イベントの開催。小学校に出張し、中小企業の実態を伝え、経営者が、どんな夢を持って、日々どう取り組んでいるかを伝えることで、自分がオーナーとして、日本の経済を支えてみよう。世界に出ていこう。という夢を与え、女性をはじめとした起業家を増やしたい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・企業の担い手不足が深刻化する中、何の専門性も身に付けてないような大学生を社会に出してほしくないし、そんな社会人では企業の戦力にならない。大学生へのアプローチでは遅いと感じる。 ・本アイデアの事業化により、小学生に職業を考える機会を作り、リーダーとなる女性を増やし、社会で必要とされる人材の教育ができるのではないかと考えた。 	

アイデア⑩	京の未来を作る若者向け教育コミュニティ「1←0Kyoto」
発案者	株式会社美京都 中馬 一登
アイデアの概要	
市と企業が本気で若者の人材育成を支援する教育コミュニティの形成。「自分を知る」「社会を知る」「仕事を知る」という3点から「学び」を提供することで、若者に、オンリーワン・ナンバーワンの人材を目指してほしい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・若者には大きな可能性があり、京都が存続・発展していくためには、若者の力が必要であるが、現代の社会では、若者に対して、未来の可能性を広げてくれる機会を提供できていないと感じる。 ・本アイデアの事業化により、京都から世界で活躍する10代の起業家・リーダーの輩出や、価値を創出できるオンリーワン人材を増やし、京都の経済成長、雇用創出に寄与できるのではないかと考えた。 	

アイデア⑪	京都のみんなで楽しむ「お茶の日」
発案者	京都ぎょくろのごえん茶 柴田彩巴
アイデアの概要	
京都産茶葉をたのしむ、京都・お茶の日（又はお茶の週）を設定。京都市内の企業やお店、家庭でも茶葉から淹れる京のお茶をゆったり楽しむ「お茶の日」をつくることで、京都のお茶について知る機会をつくり、観光客の方だけではなく、京都の方にこそ、茶葉から淹れるお茶の美味しさを知ってほしい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> ・ペットボトルのお茶が普及し、手軽にお茶を飲むことが出来るようになった一方で、京都で生活をする方でも、お茶の淹れ方や茶葉についてよく知らないという方も増えており、また茶葉の小売店の廃業も少なくない。 ・本アイデアの事業化により、茶葉から飲むお茶を楽しむ・知る機会を作り、茶葉を買おうという需要が創出できるのではないかと考えた。 	

平成29年度提案ビジネスアイデア

アイデア ⑱	四方良しを実現する「京都・おもてなし観光プラットフォーム」事業
発案者	京なか株式会社 桂田 佳代子
アイデアの概要	
<p>行政のオープンデータや、民間が提供している行事・イベントなどの情報を取得できる総合観光情報サイトを構築。その他観光情報を提供しているホームページやアプリケーション等へ展開できるようにし、位置情報や個人データと連携することで、タイムリーな観光情報を提供したい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 外国人を中心とする観光客が増加している一方、一部の観光スポットに集中し混雑が発生し、市民生活への影響や観光消費の地域差などが生じている。 本アイデアの事業化により、観光客それぞれに合った観光情報を提供し、観光の分散化を図れるのではないかと考えた。 	

アイデア ⑲	「老舗京もの体験」事業
発案者	株式会社コムースタイル 田中 健一
アイデアの概要	
<p>「つくる・つかう・つながる」をコンセプトにした伝統工芸の製作体験コンテンツを提供。従来のような、伝統工芸の単なる制作体験（「つくる」）だけでなく、出来上がった物を「つかう」場面を用意し、その際に、地元の方々と「つながる」機会を用意することで、安価ではなく、富裕層向けの価格設定をした体験コンテンツを提供したい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 工房で行われている伝統産業品の制作体験は、それ自体に価値があるものにも関わらず、非常に安価な価格で行われている。 本アイデアの事業化により、京都の伝統産業品の魅力を伝え、業界の活性化を後押しできるのではないかと考えた。 	

アイデア ⑳	地域共生事業「京都人も知らない京都」情報配信サービス事業
発案者	サンケイデザイン株式会社 吉川 忠男
アイデアの概要	
<p>国内外から京都を訪れる観光客にオンタイムで、生の、地域に根差した情報を提供。効果的な広報や持続可能な仕組みづくりを検討することで、新たな観光資源の発掘をしていきたい。</p>	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 観光客の中には、京都へ何度も訪れる方もおられ、京都のディープな情報を求めている方もいる。また、地域でも、地域の人しか知らない言い伝えや知識があるが、それらの伝承が地域内で上手に行われていないように感じる。 本アイデアの事業化により、観光客の利便向上や知的欲求を満たすとともに、地域に根ざした情報の伝承や、教育にも資する仕組みが構築できるのではないかと考えた。 	