

未来力会議（平成 30 年 12 月 17 日）アイデア

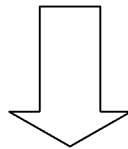
（テーブル）

■30 年度アイデア	
①U-TSU RE-BUILD VILLEGE	A
②BREWERS GUILD KYOTO	B
③地域の小学生の起業塾	C
④アートとビジネスをつなぐ文化芸術の教養講座の開催	D
⑤新風会トリエンナーレ	E
⑥外国人留学生の就職率を向上させる！	F
⑦天才アートKYOTOのアーカイブで“アート&CSR”	G
⑧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	H
⑨思いをつなぐ木の物語-KIBA project-	A
⑩京都オーガニックアクション	B
⑪1←0 Kyoto	C
⑫京都のみんなで楽しむ「お茶の日」	D
⑬大原野神社ライトアッププロジェクト	E
⑭ゲストハウス×シェアハウス×グループホーム事業	F
⑮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	G
⑯こよみと（koyomito）	（欠席）
■取下	
⑰☆イキイキ働く女性がかっこいい☆ 女性の自立をみんなで応援する持続的な場作り事業！	—
⑱国際交流シェアハウス SPACE LIFE HOUSE	—
⑲京都を盛り上げろ！「ハッカソン in Kyoto」	—
■29 年度アイデア	
⑳伝えたい京都、知りたい京都。Kyoto love . Kyoto	H

■30 年度アイデア

【9月 10 日時点】

ア イ デ ア ①	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	
・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。	

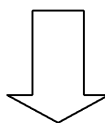


【12 月 17 日時点】

ア イ デ ア 名	U-TSU RE:BUILD VILLEGGE
アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ ・京北におけるアンティーク家具や町家の古材、リユース機器などのリユース品販売の拠点（ホームセンター）づくり ・商品を市内や全国のチャンネルで販売 ・京北地域で、まちの企業の仕事を切り出し、市内事業者の倉庫流通機能も兼用 ◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・購入者 ⇒インテリア、建築用品、ライフスタイル商材の新しい選択肢、相談場所の提供 ・ステークホルダー： - 京北にお住まいの方や林業業者 ⇒新しい仕事の創出、活躍の場の提供 - 解体される町家の主人 ⇒木工建築資材のストック、利活用による京都建築景観の保護 - 建築家、市内の企業 ⇒建築資材の仕入れ、生産、保管、流通のイノベーション ◎価値提案：顧客のどのようなニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・弊社では洋服のアップサイクルの取組として、京北の方々と裂き織りでの商品ラインを開発中 ・その他プロダクトアイデアを京北のクリエイターから募集。オープンイノベーションでの開発の場とする。 ・京北を中心とした生産者の野菜や食品の加工品等、開発（デザイン）と生産の水平展開を行いたい。 ・市内の中小企業がリユースを通じて、京北地域で新しい仕事の切り出しを行う場としたい。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・宇津自治会、京都市との連携で旧宇津小学校の活用 ・不動産屋、空き家ファンド等、解体業者の連携、協力 ・林業従事者との連携（主に京北） ・一緒に取り組みたいテーマや資材・素材をお持ちの町の企業、団体様	

【9月10日時点】

アイディア②	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	
・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。	

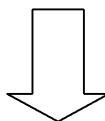


【12月17日時点】

アイディア名	BREWERS GUILD KYOTO
アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ ・クラフトビールの多様な楽しみ方、関わり方の提案による、醸造家とともに新たな文化を創造（共同提案者：株式会社翠灯舎 / 8715INC） ◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・京都のクラフトビールを“取り入れたいが一つを選びにくい”飲食店主や公共イベント ・様々なクラフトビールを醸造家とともに楽しみたいクラフトビールファン ◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・京都のクラフトビールを“取り入れたい”が、一つを選びにくい飲食店や公共のイベント ⇒セレクト出店（実績として、黒川里山まつりへ出店したほか、東京の百貨店からの依頼もあり） ・様々なクラフトビールを醸造家とともに楽しみたいクラフトビールファン ⇒例）醸造家をゲストに招いたイベント&コミュニティ「クラフトビール部」への参加 ・醸造家になりたい方（将来像） ⇒京都市内醸造所をキャンパスに見立てた、スクールの場の提供「京都クラフトビール醸造大学（仮）」（構想段階、醸造所全てと相談のうえ今後、検討）	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・一緒にイベント出店、イベント運営してくれるメンバー（主に休日を想定） ・公共イベント、商店街での出店のご依頼 ・遊休のビールサーバーを無償提供してくれる事業者 ・その他、活動趣旨に基づいたより良い活動アイデア など	

【9月10日時点】

アイディア③	小学生のなりたい職業に「女性社長」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	
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。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・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。	

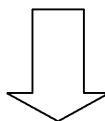


【12月17日時点】

アイディア名	地域の小学生の起業塾
アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ ・小学生に対する、ワークショップやイベント、小学校へ出張講座の開催のほか、長期休暇（夏休み、冬休み、春休み）には宿泊研修を実施するなど、通年プログラムの検討	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・小学生 ⇒仕事に対して独自の視点を持ち、探索できるようになってほしい。 ・経営者、特に後継者に悩んでいる経営者 ⇒中小企業の70%が後継者不在。担い手の育成が重要。働くことへの意識の高い人材が社会に出てくることを望んでいる。	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・小学生 ⇒仕事というフィルターを通して、「できる」、「できない」をはじめ、自分の将来の仕事を身近に感じ、人とは違う視点や発見する喜び、始める勇気、仲間とつながる楽しさを持ってもらいたい。 ・経営者 ⇒労働力が減少していく中、担い手をどう確保するか。働き方改革は労働者側の問題でもある。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・小学校、経営者の所属する団体、進学塾、ライオンズクラブ、ロータリーアクト、社会福祉協議会、小学校に付随する団体、おやじの会、児童養護施設、学童保育	

【9月10日時点】

アイディア④	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	
・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。	

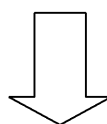


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
・アートに関する教養講座・ワークショップ・交流事業の実施 ・アートを活用したビジネスのイノベーションを創造するマネジメント支援	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・アートを活用したいと考えている企業の経営者・担当者	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
・アートに関する知識や楽しむ方法を提供 ・アートを活用した新しいビジネスの開発や、既存のビジネスのアップグレードのお手伝い	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・場の提供 ・広報の協力 ・出版の協力	

【9月10日時点】

アイディア⑤	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に行うことで、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	
・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ることができるのではないかと考えた。	

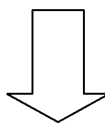


【12月17日時点】

アイディア名	新風会トリエンナーレ
アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ ・メンバーは全員女性で着物まわりの作り手として活躍。着物に関するあらゆることに相談に乗りつつ、作り手として、より詳しい情報、制作の工程を踏まえてアドバイス ・各社への工房見学ツアーを実施し、ものづくりの現場や作品が生まれるまでのストーリーを体験 ◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・着物愛好者、これから着物を着たい方、受け継いだ着物の活用方法を知りたい方 ⇒厳しい状況にある呉服業界でも、着物の情報を探している女性達がいる。彼女たちは「着物のことを知りたいけど、誰に相談したらいいかわからない」と考えており、その一助になりたい。 ◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・「かわいい着物が欲しいけど、ポリエステル等ではなく長く着られる本物が欲しい。でも呉服店に入るには勇気がいる。」という方々に、相談しやすい環境で本物の着物を提供する。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・作品を取扱してくれる協力先との連携 ・メディアへの広報支援 ・補助、助成金、ビジネスコンテスト等の資金面の情報	

【追加受付アイデア】

アイディア ⑥	外国人留学生の就職率を向上させる！
発案者	株式会社 T2C 奥 達也
アイデアの概要	
外国人留学生就職支援事業の実施。外国人留学生の就職希望者率は約 64%にもかかわらず、就職率は約 34%、京都に至ってはさらに低く約 16.1%と、多くの留学生が希望かなわず帰国している。こういった外国人留学生と担い手不足に悩む企業とを橋渡しすることで、この 10 年以内に政府の掲げる就職率 5 割を達成し京都におけるリーディングカンパニーを目指したい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・担い手不足による企業の廃業数が年々増加しているが、一方で、情報の不足からか外国人留学生向けの求人が少なく、留学生側も日本の就職活動の仕組みがわかってない状況。 ・本アイデアの事業化により、企業の雇用創出や、ひいては地域社会の活性化に寄与できるのではないかと考えた。	

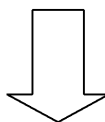


【12 月 17 日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
・担い手不足の解消に悩む中小企業に対し、企業の特徴を留学生に伝え採用につながるよう、弊社が個別にマッチング ・弊社を人事部門として外注利用	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・人材不足に悩む中小企業 ・就職活動に悩む留学生	
◎価値提案：顧客のどのようなニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
・大学のキャリアセンターや WEB での就職活動では、大手企業寄りの求人活動になりがち。中小企業の担い手不足解消につなげる。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・土業(行政書士)、入国管理局、在留許可認定事例、今後の法改正の見解	

【9月10日時点】

アイデア⑦	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	
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。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・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。	

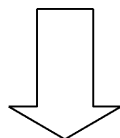


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
・作品アーカイブデータの提供と使用例，加工例の提示による，弊機構が持つ個性豊かなアート作品群の更なる活用	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・最終購買層である消費者	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
・今までにない斬新な絵柄やデザインを求めている企業 ⇒「カワイイ」「カッコいい」「オモシロイ」などをキーワードに提案する。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・当機構が所蔵する作品アーカイブの高精細画像データを製品に採用・活用していただける企業との連携 ・作品は，ユニークで斬新，デザイン訴求力もあり。デザイン活用のために加工することも可 ・デザイン活用によるロイヤリティーは，障がいのある作家に還元し，自立生活に貢献	

【9月10日時点】

アイディア⑧	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	
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、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。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・町内にお地蔵さんがい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。	

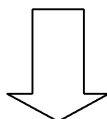


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
・お地蔵さん、大日さんを大切に作る気運を高める活動や、日本が昔から受け継いでいる伝統木工法への関心惹起活動を検討	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・自治会、町内会 ・学区自治連合会 ・学区各種団体連絡協議会	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
・町内会を中心とする地域コミュニティの活性化 ・伝統木工法によるお社の提供	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・文化庁との連携 ・文化財保護指導委員への、お地蔵さん・大日さん専門の委員を1名配置による支援等 ・森林組合との連携（お地蔵さん・大日さんの改修に必要な資材のストックをあらかじめ調査）	

【追加受付アイデア】

ア イ デ ア ⑨	都市型林業モデルの構築
発 案 者	L-lab 大木 脩
アイデアの概要	
①「付加価値の高い製品化、②都市部での木材の天然乾燥の実験、③簡易製材機を用いた製材の実施、を通じた都市型林業モデルの構築。山間部と都市との境をなくし森と暮らしをシンプルにつなぐことで、小回りがきき、かゆいところに手が届く、最少の持続可能な流通モデルをつくりあげたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・木材や建築の業界では①林業の担い手の減少、②林業の経営的視点の欠如、③国産材の流通価格が外材と比較して高いため、顧客が犠牲になっている現状がある。 ・本アイデアの事業化により、複雑な木材流通をできるだけシンプルな、小さなモデルで実現する仕組みを作り、全国各地で実施することができるのではないかと考えた。	

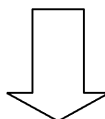


【12月17日時点】

ア イ デ ア 名	思いをつなぐ木の物語-KIBA project-
アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ ・アクセスしやすい街中で、木に触れることが出来かつ購入することができる拠点づくり ◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・暮らしの空間を、より良くしたいと思う一般消費者 例）DIYが趣味、家をリノベーションしたい人、お店を営む人、それらの人を応援する、建築家・工務店・デザイナー ◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・ストーリーのある材の販売（古材） ⇒木材を新しい形で受け継ぐことに共感してもらう。 ⇒顔の見える林業を行うことで、安心して買ってもらえる。（新材） ・地域別の木材の販売 ⇒肌で感じて違いを分かることが出来る。 ・ライフスタイルに合わせた家具、インテリアのデザイン・制作 ⇒作る技術がなくても、気軽に生活に取り入れることが出来る。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・不動産屋・空き家ファンド等との連携 ・解体業者の協力 ・林業従事者との連携	

【9月10日時点】

アイディア⑩	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	
・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。	

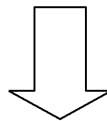


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ ・オーガニック生産者の共同体組織を通じた、流通や生産のイノベーション (共同提案企業：株式会社坂ノ途中/369 商店) ◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・八百屋への卸（八百屋部会スタートしました。会議当日の深夜には配送便がスタート） ・マルシェのご依頼（新大宮広場 11/10 開催。道の駅のキュレーション依頼あり） ・飲食店、スーパーへの卸 ◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・八百屋 ⇒オーガニック野菜の仕入先（仕入先を探されている） ・飲食店、スーパー等 ⇒複数の生産者を取りまとめ、作付けから計画栽培が行える ・生産者 ⇒卸先の開拓。無駄のない生産計画。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・生産者、八百屋さん以外で、この共同体と一緒に取り組みをされたい事業者、団体 (生産者部会、八百屋部会を通じた具体的な流通や生産の取り組み以外の、全く異なるセクターでも連携できる可能性があると考えているため。)	

【9月10日時点】

アイデア⑪	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	
・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。	

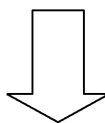


【12月17日時点】

アイデア名	1←0 Kyoto
アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
・各ジャンルのプロフェッショナルを迎えた、講演やワークショップの開催	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・京都市全体	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
・京都の活性化（事業承継問題、人材不足、京都ブランドの構築） ・京都の活性化を図る人材の輩出	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・学校法人、行政、民間企業、金融機関、保護者との連携 ・イベント開催場所の確保	

【9月10日時点】

アイディア⑫	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	
・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み・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。	

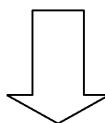


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・茶葉小売店 ⇒近隣の方々からの販売機会の創出 ・小売店・飲食店等 ⇒京都産茶葉の商品・メニューをイベント的に販売することで、需要を喚起し、集客に繋げる。 ・メーカー ⇒京都らしい商品を開発することで、お土産や健康志向商品のPRになる。 ・消費者 ⇒京都のお土産や京都らしさを求める方々に、新たな京都らしい商品を提案し、選ぶたのしみを提供	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・茶葉やお茶の提供にご協力をいただける茶園やお茶屋さん ・茶葉を使用した商品を開発・作成いただけるメーカー ・開催のPRをいただける媒体	

【9月10日時点】

アイデア⑬	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	
・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。	

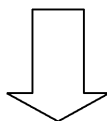


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？ (プロジェクト期間は終了。今後の活動のために) ・地域の方との協力体制の構築や、内部のスタッフの増員を検討	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？ ・地域の住人（特にファミリー層） →これからの大原野神社を支えていく方々	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？ ・大原野に住む方々の自慢になる場所づくり ・知る人ぞ知る京都スポットの運用	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
・11月25日に大原野神社での9日間に渡るライトアップを開催 ・想定を超える多くの方、特に家族連れの方にご来社頂くこと同時に、同時にたくさん課題を頂き、このノウハウを次に繋げていきたい。	

【9月10日時点】

アイデア⑭	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	
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、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。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
- 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。 （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。	

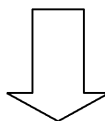


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
・困りごとを持った住人同士が助け合いながら働くシェアハウス、グループホームの検討	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
・シェアハウス、グループホームの住人（社会的弱者）	
◎価値提案：顧客のどのようなニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
・一人では生きていくことが困難な人でも、安心して生活し、働いて生き甲斐を持ち、幸せになる。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
- 場所や施設の提供 - 福祉分野の方との連携 - アイデアに対する全般的なアドバイス	

【9月10日時点】

アイディア ⑮	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	
- 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。	

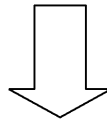


【12月17日時点】

アイデアの概要	
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？	
（由緒、品質、価値、利用方法などの）来日する前に商品PR - 来日後に、観光の中で注文商品を受け取れる場所の確保	
◎顧客セグメント：最も重要な顧客は誰なのか？	
来日予定があり京都観光を考えている外国人観光客	
◎価値提案：顧客のこういったニーズを満たすか？どんな製品やサービスを提供するか？	
- 京都のほんまものの商品を購入したい。 - 京都ならではの商品を購入したい。 - 観光スケジュールを乱すことなく受け取りたい。 - 商品の価値を知りたい。	
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと	
- インバウンドの方々へ商品を販売したいと思っている、または販売している製造元の事業者（伝統工芸品、手作り品、その他京都ならではの商品の製造元） - 店舗にインバウンドの方々を誘客したい小売店、飲食事業者（インバウンドへ商品を渡していただける事業者：軒先効果を期待する事業者）	

【9月10日時点】※本日欠席

アイディア⑩	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がっていきたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
• 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。	



【12月17日時点】

アイデアの概要		
◎主要活動：価値を提案するのに必要な主要な活動はどんなことなのか？		
◎顧客セグメント：最も重	検討中	
◎価値提案：顧客のどうい		
を提供するか？		
いま最も必要な連携先や協力してほしいこと		

■取下

アイデア ⑪	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	
・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 ⑫	☆イキイキ働く女性はかっこいい☆ 女性の自立をみんなで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	
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。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・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 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	
「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』のプロダクトを開発したい。 ※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。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
・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。	

あなたが伝えたい京都を 書いていただけませんか？

京都に住んでいてもよく知らない京都がまだまだあります。
古都の歴史に培われた文化や伝統芸能。神様や仏様にまつわるお話。
職人さんや演者さんの心意気と技。地域に伝わる言い伝え…。



伝えたい京都、知りたい京都。 Kyoto love . Kyoto

茶道とは
何モノか2
侘(わ)び、寂(さ)びの誕生 茶道とは。何モノか。その2
松尾大地

北のはずれ
鷹峯で悟る
鷹峯へ、ようこそ。
馬淵能理子

毎週金曜日更新
伝えたい京都 知りたい京都について

京都には停まらない
「京都外し」「京都とばし」の謎に迫る
新幹線を追う
島本由紀

第1回「能楽のような顔」

明智光秀と堀山城

Looking around Demachiyanagi station

京都ハレトウ守会 第1回「都のまわり」

茶道とは。何モノか。

鷹峯へ、ようこそ。

なんで竹は、京都やねんアツアツ?

嵯峨の了解

嵯峨道 (かつての五條大路)

※新幹線の記事は12月28日に掲載予定

詳細は裏面に

お問い合わせ先

「伝えたい京都、知りたい京都。」編集部 吉川忠男
(サンケイデザイン株式会社内)

TEL.075-441-9125

e-mail:kyotolove@sankeidesign.co.jp

<https://kyotolove.kyoto/>

伝えたい京都、知りたい京都。

検索



ガイドブックやネットにもあまり載っていないような京都の話、京都の後世に伝えたい話、京都を訪れる人に伝えたい話を、実名でご自身の言葉で綴っていただくことを基本にしています。
(今後、取材記事、インタビュー記事なども掲載してゆく予定です)

今年11月2日にオープンしたばかりのサイトですが、人気の記事は800アクセスを超えています。

記事への謝金はありませんので、ご自身の実名での発信で、京都をより深く愛する人が増えてくれ、まわりまわってご自身のご利益として返ってくると思っただけの方々にご協力をいただいております。

プロフィール掲載例▶



連載企画で一定の記事数(文字数)に達したコンテンツは、ご本人のお名前でミニブックにしてお渡しし、京都府立京都学・歴史館に配架していただけます。

※本企画については歴史館に内諾をいただいておりますが、内容などにより必ずしも配架をお約束するものではありませんこととご承知おください。

掲載する写真などは編集部でお手伝いさせていただきます。

京都市市バス地下鉄路線図での広告紙面

Facebook、Twitterでも拡散中

