

○平成29年度第1回「京都市中小企業未来力会議」ビジネスアイデア一覧（提出順，敬称略）

アイデア①	未来をつくるはじまりは、あなたと一緒にごはんを食べること
発案者	桜栄印刷株式会社 中西 厚詞
アイデアの概要	
「あなたと一緒にごはんを食べること」はお互いの心を近づけるには最適な方法だと考える。目的を共有した上で、一緒にご飯をたべることにより、お互いの心を近づけることができる。	
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"> ・今の世の中は、相手の気持ちが理解できない、いわゆる「他人」。ドライな関係が多すぎる。 ・社会問題は行政やNPOが解決するものだとの認識が一般的になっており、自分ごととして捉えていくべき。 	

アイデア②	働き方改革
発案者	日栄無線株式会社 志磨弘道
アイデアの概要	
京都市に事業所のある企業で、月に数日、時短勤務を取り入れ可能な企業には京都市が認証（ある一定の条件を設定）を行い、認証を受けた企業は働き方改革に取り組んでいる企業として認知が広められ、若者が安心して働ける職場の選択肢として提供する。	
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"> ・（弊社では）離職率が高く、特に出産、子育ての女性が持続して就業が困難な状況が続いた。そこで、全社員対象に時短制度の実施を行い好結果を得たので、その知見を共有し、取り組みをさらに進めていきたい。 	

アイデア③	京都の観光おもてなしプラットフォーム構築
発案者	京なかGOZAN 代表 桂田 佳代子
アイデアの概要	
京都・観光関連アプリ・サービスの共通基盤を作成し、それぞれのアプリが簡単にオープンデータなどを活用できるようにする。	
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"> ・訪日外国人が訪れる観光地は、清水寺、金閣寺、伏見稲荷大社などに集中し、また、桜と紅葉の時期に旅行客数が急増がするなど、観光の分散化が課題となっている。 ・一方で、京都に到着後の情報源は、旅行ガイドブックが最も多く、訪日外国人が滞在中に現地のリアル情報をタイムリーに入手できていない状況がある。 	

アイデア④	出版メディアで、まちおこし！本屋を活かして活性化にチャレンジ作戦（仮）
発案者	京都府書店商業組合
アイデアの概要	
活性化に取り組みたい地域・商店街とお近くの書店を結び、出版コンテンツを利用できるよう著作権者との交渉や作家・作画家のサイン会などの開催をお手伝いしていきたい。	
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識	
<ul style="list-style-type: none"> 書店組合の組合員の減少について、地域・商店街の地盤沈下を原因のひとつとして考えられる。そこで逆転の発送で「書店を中心に地域を活性化することができないか」をテーマに、出版メディアが持つ多彩なコンテンツを活かして、対象となる地域の特性にスポットライトを当てるような活動を目指す。 	

アイデア⑤	第2新卒者等の求職者と中小企業とのマッチングサイトの構築
発案者	シスポーツ株式会社 米田 明
アイデアの概要	
就職後数年で辞めた若者と、若い人材を欲しがっている中小企業との『出会いの場』の創出	
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"> 厚生労働省の調べによると、新卒で就職した人が3年以内に退職する割合は、中小企業で3割から5割、大企業でも2割から3割に達しているが、その退職者の、次に就職先などについて、よく分かっておらず、多くが非正規雇用者として働いているのではないかと考えた。 一方で、中小企業においては人材不足の状況が続いており、新卒者も大学等が大手企業への就職を優先するあまりなかなか採用できないている。 	

アイデア⑥	京都の女子大生がナビゲートする京都音声観光ガイド
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	
ガイドブックなどにはあまり載っていない、かつ観光客が「おもしろい！」と興味をもつような情報をGPS連動のスマホアプリで、例えば、ネットワークのある京都女子大と連携した音声ガイドを作製する。基本システムは富士ゼロックス社製アプリを利用。	
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"> 特定の社寺や観光施設内において音声観光ガイドが活用されている事例は全国にも京都にもたくさんあるが、ほとんどはその社寺施設内の独自運用。一部に街ぐるみの事例はあるが行政が運営主体になっていることもありサービスの維持管理が精いっぱい、魅力あるコンテンツを発信しきれていないところが多い。 	

アイデア⑦	発酵食堂カモシカの健康経営コンサルティング事業 ～ビジネスの最前線に発酵食を注入する♪～
発案者	発酵食堂カモシカ 関 恵
アイデアの概要	
健康経営に問題意識や課題感のある企業を対象に、半年～1年間、「働く人の台所に発酵食を取り戻す」をコンセプトに、4つの具体的サービスを実施（A 社員アセスメント「健康意識調査」、B.企業での発酵食ワークショップ、C 発酵食堂カモシカの発酵食品割引販売、D 発酵食堂カモシカの SNS で取組を発信。）	
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"> ・仕事もハイパフォーマンスは「健康」に支えられている。 ・これからの労働人口減少時代にはいかに健康に長く働いてもらうか、ということが企業にとっては不可欠になる。 	

アイデア⑧	「京都農業 創生」
発案者	株式会社中嶋農園 代表取締役 中嶋 直己
アイデアの概要	
安定した経済活動、安心できる日常生活を送ることができる京都創りに貢献するため、食の源である農業を起点とした経済活動をもう一度見直し安心・安全で「安定」した食の提供をできる環境を作る。	
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"> ・国（都市）にとって一番大切な農業が産業として成り立つのが難しい時代にある。 ・向島地域でも例外なく人口減少、少子高齢化が進み米・野菜の消費が減っている。 ・新しい価値を創造する仕事が減り、今ある富を切り崩す仕事が増えてきた。 ・人口減少・少子高齢化の中もう一度本当に大切な「価値」は何なのかを発信したい。 	

アイデア⑨	地域の中小企業が育つ「産学公民金」の連携ネットワークをつくる (地域企業が新しい取組を支える環境をつくる)
発案者	Medico-tec株式会社 代表取締役 宿野 秀晴
アイデアの概要	
中小企業と地域の「行政機関、教育機関、金融機関、経済団体、NPO、報道等」が連携しネットワークをつくる。	
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"> ・中小企業が成長発展することで地域経済は活性化し継続的な繁栄をもたらす。その発展を通じて、中小企業は「地域と共に歩む地域社会の主役である」ことを地域社会に認知させたいと考えている。 ・地域の中小企業が育つ基盤（土壌）づくりには、中小企業のビジネス環境を支援することが必要だが、環境整備を中小企業だけで行うことはできない。 	

アイデア⑩	「新しいKOTO出会えるサロン」 in 京町家
発案者	京都信用保証協会業務部経営支援室専任次長 糠谷幸裕／課長代理 重松哲也
アイデアの概要	
<p>「二枚目の名刺」など、NPO団体などでビジネスマンや専門家が無償でスキルを提供して労働にやりがいを得るといふ、新しい働き方の時代がやってきた。自分の強みを互いに発見し合う人生再設計（自分ブランディング）のためのサロンを作りたい。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自分の強み再発見のためのグループディスカッション、プレゼンテーション、レクチャー ・自分ブランディング講座（WEB、アナログ） 	
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"> ・人生百年時代へ。百年時代では50歳や60歳はまだ人生の折り返し地点となる。 ・副業兼業を『原則容認』する時代へ。年齢にかかわらず人生の再設計が必要。必ず誰もが何かの強みを持ち、これまでとの仕事は違った形で社会に貢献できる。 ・一億総プロフェッショナル（コンシューマーからプロシューマー）時代へ 誰もが専門知識を持ち、自分自身の棚卸行い、しっかり羅針盤を持たないと流される。 	

アイデア⑪	京北お試し移住・多拠点化促進事業
発案者	株式会社 MicroNations 宮内 孝輔
アイデアの概要	
<p>京北の空き家をDIY改装し、シェアハウス化し、多拠点居住者の拠点にしながら、ひとの流れを巻き起こしコミュニティ化する。地域資源を活用した産業を創出し、地域と世界を繋げる。</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"> ・都会に住みながら田舎暮らしに憧れる層は確かに存在し、その後押しをしたい。 ・ミレニアル世代を中心に所有から共有への意識が高まり、シェアリングエコノミーが伸びているが、高齢者の多い地域社会では価値観の転換は起こりにくく、空き家はあっても市場に出てこない現状がある。 	

アイデア⑫	「セルフリノベーション・インストラクター」育成プロジェクト
発案者	京都移住計画 代表 田村 篤史
アイデアの概要	
<p>（自分自身で自宅の床材の張り替えるなどの改修を行う）セルフリノベーションをサポートできる「素人以上・職人未満」のインストラクターを育成</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"> ・これまでに、京都ならではの歴史や物語を持った古い住まいを自ら改修したいと考える移住希望者や、京都に移り住んでお店を出したいという移住希望者に多くお会いした。 ・移住促進の課題の1つは、移住先での仕事。例えば、新たなお店に挑戦したいなどの人にとっては、イニシャルコストを抑えて開店できる仕組みづくりの必要性が年々高くなっている。一方で、「方法が分からない」「材料が分からない」「工具がない」などの理由により、セルフリノベーションを断念するケースも少ない。 	

アイデア⑬	おうちごはんが手軽にできる、ママ達がつくるオーガニック調味料『PAPATTO シリーズ』の開発
発案者	カラーズジャパン株式会社 西村 和代
アイデアの概要	
<p>手軽に使える料理素材としての調味料開発。</p> <p>食材を切って火を通し混ぜるだけで、本格的なおうちごはんが食卓に並ぶことを可能にする。</p> <p>若い母親世代と子育てを終えた先輩母親世代の生活の知恵を集め、共同開発することで、商品化に伴う調理補助の仕事づくりへとつなげ、母親達の活躍の場としても展開する。</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"> 簡単にできる料理材料として多くの商品が流通しているが、化学調味料に頼るものが多く見られ、決して身体に良い商品とは言えない。 時間のない現代人が健康や環境に配慮しつつ、美味しい食卓を囲むためにはどうしたらよいかを考えた。 	

アイデア⑭	空き家を活用したニューツーリズム～モノ作りを通じて地域と来街者をつなぐ
発案者	株式会社コミュニティ・ラボ 田中 和彦
アイデアの概要	
<p>利用されていない空き家を使用し、地域住民が利用できる拠点を立ち上げる。</p> <p>ギャラリー・工房という場所を通じて、地域（住民・伝統産業）と来街者をつなぐ。</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"> 観光客の中で、「日常の京都」を楽しみたいというニーズは増加している。 東山区を筆頭に少し離れたエリアの空き家率は高く活用はあまり進んでいない。「日常の京都」が残されているエリアも多く、同エリアの空き家を活用することは空き家オーナーだけでなく地域住民にもプラスとなる。 京都には伝統産業が多く、日本中世界中から注目されているが、一部の大企業や認知度の高い企業である。地域のモノ作り事業の側方支援をすることで、変化や活性化のきっかけとなる。 	

アイデア⑮	フューチャー イノベーション
発案者	京都商工会議所青年部会長 竹村 一鷹
アイデアの概要	
<ul style="list-style-type: none"> 人材マッチングビジネス <p>各学校（大学、高校、専門学校、職業訓練校など）と中小企業の人材マッチング事業や、会社PR等の代行・仲介、（プロスポーツ企業が行っている人材育成プロジェクトのような）教育投資ビジネスなど。</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"> 中小企業の経営資源の一つである人材。この人材が中小企業は乏しい。また中小企業は人材を求めているが、会社PRが得意ではなく、人材が集まりにくい。 	

アイデア⑩	着付けのシェアリングサービス アプリの開発
発案者	池内友禅 池内 真広
アイデアの概要	
<p>スマホで着付け師の手配から現地での着付け、代金の決済までを行うサービス。 全世界どこでも気軽&お得に、着物姿を楽しみたいユーザーと、空き時間に着付けの技術を使って副収入を得たい着付け師の方をマッチングする、「着付けのシェアリングエコノミー」に属する。平たく言えば、UBERの着付け版です。</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"> ・着物を持っているが、着方を知らない人が数多くいる。着付けを学ばないと着られないというのは大きな障害になっている。 ・地元や知り合いの多い土地では、着せてくれる人を探せるが、知らない土地ではどこに頼めばよいのか分からない。 ・「着付けをどこに頼めばよいのか分からない」と言われることがよくある。また、地元的美容室で着付けてもらったが下手で残念だったということも。着付けてくれる人を選べない現状には問題がある。 ・海外の旅行者が日本で着物を着ているが、ほとんどレンタル。着物を着てくれる人は増えているが、着物を買う人にはなっていない。自分で着られないので、買うという発想にならない。 ・海外で着物を着ようと思うと、着付けをしてもらえることは期待できない。日本文化を紹介できる大チャンスなのに勿体無い。 ・誤ったルールで着ては恥をかくという意識もあり、気軽に着用されない。着付け教室に通うのはハードルが高い。また、着付けをしてくれる方の年齢が高いことが多く、自分たちの感性と合わないこともある。 	

アイデア⑪	京都のホームシェアを世界一の交流体験にするための仕組み構築	本日欠席
発案者	株式会社北井 北井 秀昌	
アイデアの概要		
<p>交流型・同居型ホームシェアのゲストに対し、事業者が京都ならではのアクティビティを提供する仕組み。ただ滞在するだけの民泊にするのではなく、京都ならではのアクティビティを提供することで、ホストとゲストの交流を促し、世界に先駆けて体験・交流型の民泊の都市京都を実現する。</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"> ・2018年6月に施行予定の民泊新法に伴い、多くの民泊参入が想定され、騒音・ゴミ・住環境の変化など、多くの問題が予想される。 ・体験を提供する場を持たない職員や事業者が、アクティビティを提供できるようにし、物づくり都市である京都の作り手が、直接消費者に発信できる場を作り、伝統工芸のPRにも繋げたい。 		

アイデア ⑱	伝統産業のナレッジデータベース構築と高額伝統産業品の販路開拓	本日欠席
発案者	株式会社コムースタイル 田中健一（手作市場プロジェクトリーダー）	
アイデアの概要		
<p>京都の伝統産業の技術を次世代に受けついでいく為に、制作過程を高画質（8K など）で撮影をし、アーカイブする。この動画を活用し、京都の伝統工芸の作品、その中でも高額品作品を海外に向けて販売する。また、ただ単に販売するだけでなく、伝統工芸に興味がある外国人を後継者として受け入れる体制作りも行う。</p>		
アイデアを思い付くに至った背景・課題意識		
<p>京都の伝統産業を未来につないでいくためには、技術を守り、作品を売っていかなければならない。現状では、生活に密着した作品作りが重視されている傾向があり、それだけで本当に技術が継承されていくのか疑問に感じていた。インターネットを通じて制作過程等を公開する事に多くの方に興味を持ってもらい、経済的に潤う事が出来れば後継者問題の解決にもつながるのではと考えた。</p>		