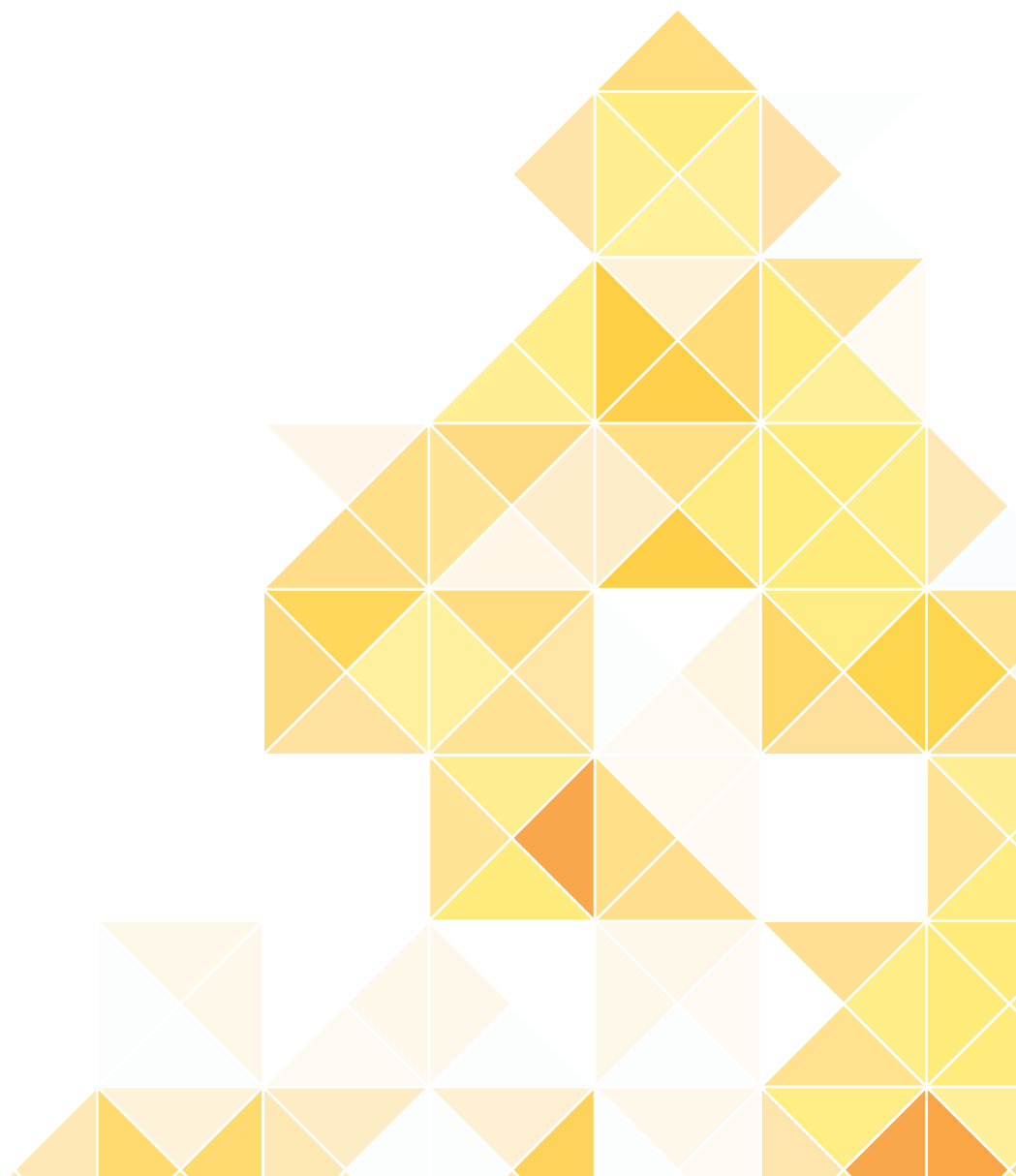




令和 3 年度

京都市中小企業デジタル化推進事業 成果事例集

京都市
京都府中小企業団体中央会



はじめに

中小企業・小規模事業者の持続可能な経営に向けた生産性の向上やビジネスの拡大、特に製品・サービスの高付加価値化や競争力強化のためには、デジタル技術の活用が必要不可欠です。

京都市及び京都府中小企業団体中央会では、京都市内中小企業・小規模事業者を対象に、デジタル化の取組に補助金を交付する令和3年度「京都市中小企業デジタル化推進事業」を実施しました。当該事業では、経営課題、業務課題の分析、課題解決に向けたデジタル化方針の検討からシステムの導入までの一連の取組において、専門のコーディネーター派遣を行うことにより、各社のデジタル化の取組がより効果的・実効性のあるものとなるよう支援いたしました。

本事例集は、支援した事業者・団体等から、組織内でデジタル化を推進することになった経緯や、取組の詳細、その成果等についてヒアリングを行い、25事例を取りまとめたものです。

中小企業等において、新たな取組の実施にあたっては、企業の成長を促す経営力とデジタル化に対する社内の意識改革が求められます。今回ご紹介する事業が、今後デジタル化に取り組もうとする中小企業・小規模事業者の皆様にとって参考になれば幸いです。

結びにあたり、新型コロナウイルス感染症の長引く影響下にも関わらず、本事業に多大なご指導・ご協力をいただきました、特定非営利活動法人ITコーディネータ京都、そして、本事例集作成にあたりご協力いただきました事業者様、関係者各位に厚くお礼申し上げます。

令和4年11月

京都市

京都府中小企業団体中央会

目次

| | |
|---------------------------|---|
| 令和3年度「京都市中小企業デジタル化推進事業」とは | 3 |
|---------------------------|---|

成果事例

| | |
|---------------------------|----|
| ■ 製造業 | |
| 有限会社葵家やきもち総本舗 | 4 |
| 株式会社クロスエフェクト | 5 |
| 株式会社西田惣染工場 | 6 |
| 西村陶業株式会社 | 7 |
| ブレイメンホームベーカリー／cote a cote | 8 |
| 文齋窯 | 9 |
| リリーレース・インターナショナル株式会社 | 10 |
| ■ 卸売業 | |
| 株式会社大原商店 | 11 |
| 株式会社ハイアスピレーション | 12 |
| 有限会社丸福水産 | 13 |
| ■ 小売業 | |
| いと半 | 14 |
| 株式会社三京 | 15 |
| ■ サービス業 | |
| いとうくん株式会社 | 16 |
| 株式会社岡墨光堂 | 17 |
| 合同会社 Green Oceanz | 18 |
| Writing salon choukou | 19 |
| ■ 運輸業 | |
| 株式会社オカムラ産業 | 20 |
| ■ 建設業 | |
| 株式会社ミサキ | 21 |
| ■ 旅館業 | |
| 京の宿 北海館 お花坊 | 22 |
| ■ 中小企業団体 | |
| 上七軒お茶屋協同組合 | 23 |
| 京都表具協同組合 | 24 |
| 京都府印刷工業組合 | 25 |
| 京都府公衆浴場業生活衛生同業組合 | 26 |
| 京都友禅協同組合 | 27 |
| 西陣織工業組合 | 28 |

令和3年度

「京都市中小企業デジタル化推進事業」とは

新型コロナウイルス感染症の長引く影響がある中、京都市内の中小企業者等を対象に、デジタル技術を活用した事業展開やビジネス変革により、生産性の向上、持続的な成長を図ろうとする京都市内中小事業者を対象として、専門家による経営課題、業務課題の分析、課題解決に向けたデジタル化方針の検討からシステム導入までの一連の事業を支援。

令和3年度は、124社に対して専門家を派遣し、115社に対して補助金を交付しました。

▶ 支援内容

① 専門家派遣

専門家（ITコーディネータ）を派遣し、経営や業務に関する課題の分析を行い、課題解決のためのIT化方針を検討

回数：**最大5回**

費用：**無料**

② 補助金

専門家派遣にて検討したIT化の方針等を実現するためのシステム導入等を補助

補助率：**3/4以内**

補助上限額：**100万円**

対象経費：**ITシステム導入費等**

▶ 支援対象者

- ア 京都市内に主たる事業所又は事業拠点を有する中小企業等
- イ 主たる事務所を京都市内に設けている中小企業等で構成する団体
- ウ 団体の構成員の半数以上が京都市内に事業所等を設けている中小企業等で構成する団体

※ア～ウのいずれかに該当する者

※本事業による成果について、広く発信されることに同意する者

※令和2年度京都市予算「中小企業等IT利活用支援事業」の採択を受けた者は対象外

▶ 支援の流れ



WEBサイトとショップを刷新 ブランディングと 販売促進を目指す

有限会社葵家やきもち総本舗

代表取締役 杜下 長彦
京都市北区上賀茂本山町339（上賀茂本店）
URL ▶ <https://www.aoiya.jp/>
事業内容・業種 ▶ 和菓子製造・販売

上賀茂の名物「やきもち」を販売して70余年 ネットでの情報発信強化の必要性を痛感

1950（昭和25）年、上賀茂神社の鳥居前で販売を始めてから70年以上、当社の「やきもち」は京都・賀茂の名物として多くの方々にご愛顧いただけてきました。

北海道十勝産の大粒小豆を使った自家製つぶ餡を、滋賀県産の羽二重もち米で作る滑らかな口当たりの餅で包んで焼き上げます。できたてのおいしさを味わってほしいとの思いから、その日作った分はその日のうちに販売することをモットーに、365日、一日も休まず作り続けています。現在は「やきもち」の他、おはぎや赤飯を販売。餅と餡にこだわって創業からの味を守ってきました。

2021（令和3）年、上賀茂本店に加え、大宮店を新設。販売拠点を増やすとともに、製造拠点を移しました。その他、京都駅の土産物店、百貨店などで催される物産展でも販売しています。

2011（平成23）年に三代目となる専務取締役・杜下正和が入社後、自社のWEBサイトを開設し、それまで手つかずだったインターネットでの情報発信を開始。2年後にはオンラインショップも開設し、販売チャネルを増やしました。



看板商品の「やきもち」

オンラインショップの充実により 新設約1カ月で売上増加を実感

WEBサイトのリニューアルを考えきっかけは、開設から10年が経ち、機能もデザインも古くなってきたと感じたことでした。それに加えて、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、観光客向けの販売が中心だった京都駅の土産物店での売上が大きく落ち込んだこともあり、インターネットでの販売を強化する必要性を痛感。オンラインショップを含めたWEBサイトを刷新するべく、今回の事業への応募を決めました。

まず本事業の専門家派遣を活用し、WEBサイトを刷新するにあたってターゲットや経営戦略を考えることからスタートしました。その中で明確になったのが、売上を伸ばすだけでなく、さらにその先、親から子どもへ和菓子のおいしさを伝え、和菓子の文化を次代に残したいという思いでした。家族が集まり、和菓子を食べながら語らう。そんな家族団らんの時間をつくる力が和菓子にはあると思っています。

そこで、新しいWEBサイトのトップページには、親子が当社の「やきもち」を楽しむ画像を掲載。それに加えて、スマートフォンで



専務取締役 杜下 正和氏

も見やすいデザインに変更し、スマホ版の情報も充実させました。またInstagramやブログなどSNSを使った情報発信も活性化。当社に関する情報だけでなく、上賀茂地域の情報も発信することで、認知度を高め、店舗への集客につなげたいと考えました。

一方で、インターネットショップの開設・運営サービス会社を変更し、新しいオンラインショップを開設しました。そこで新たに追加したのが、到着日を指定しない注文に対しては送料を200円割引するサービスです。当社では、当日作った商品はその日のうちに販売しているため、日によって売り切れたり、反対に売れ残りが発生することがあります。もし商品に余裕がある時に到着日指定のないお客さまに発送することができれば、食品ロスを防ぐことにもつながります。さらに専門家のアドバイスを受け、「やきもち」の他、丸もちや粒あん、冷凍商品など、商品ラインナップも増やしました。

2022（令和4）年2月15日、新たなWEBサイトをオープン。最初の1カ月で、オンラインショップの売上が昨年同時期を上回るなど、早くも効果が表れています。また物産展の案内をご覧になった方からのお問い合わせも増加。SNSの反響も大きく、今後に期待が膨らみます。

WEBサイトによるブランディングで 子育て世代への関心を高めたい

コロナ禍で観光客の減少は大きな打撃でしたが、その一方で、店舗やオンラインショップ、さらには地域のスーパーマーケットなどでも取り扱っていただき、京都地域の方々をはじめ多くの方が日常の中で「やきもち」を楽しんでくださっていることを再確認できたのは、大きな収穫でした。今後も観光客向けだけに偏らないよう、オンラインショップの販売数も伸ばしていきたいと考えています。またWEBサイトやSNSでの発信にもこれまで以上に力を注ぎ、店舗や物産展への集客増加も目指します。

何よりWEBサイトを通じたブランディングによって、とりわけ子育て世代の関心を高めていけたらと願っています。



リニューアルしたWEBサイト



スマホ版

試作品づくりで VR導入による検証を行うことで お客様の時間とコストの さらなる低減へ

株式会社クロスエフェクト

代表取締役 竹田 正俊

京都市伏見区南寝小屋町57

URL ▶ <https://www.xeffect.com/>

事業内容・業種 ▶ 開発試作品製作、プロダクトデザイン、
医療系ものづくり・臓器モデル

デジタル技術で試作品づくりを高速化 開発期間を大幅に圧縮

当社は2001（平成13）年の創業以来、製品開発の工程で必要となる企画、デザイン・設計、試作品づくりを請け負ってきました。大手の家電メーカー、自動車部品メーカー、ロボットメーカー、装置メーカーなど幅広い分野のお客様に、3DCADや3Dプリンタなどを駆使したデジタルエンジニアリングの技術を提供し、開発のお手伝いをしています。

当社が提供できる最も大きな価値は「時短」です。高速デザイン、高速設計、高速試作を通して、お客様の製品開発期間を大幅に圧縮し、コスト低減、問題点の早期発見など多くのメリットを生み出しています。当社のものでづくりの速さと精密さは、医療の分野でも注目され、患者様の画像情報をもとに、3Dプリンティングなどの技術を使った実物大の立体臓器模型も製作するようになりました。術前シミュレーターとして医療や医学教育の分野でも幅広く利用されています。



様々なデジタル技術を用いて試作品を製作

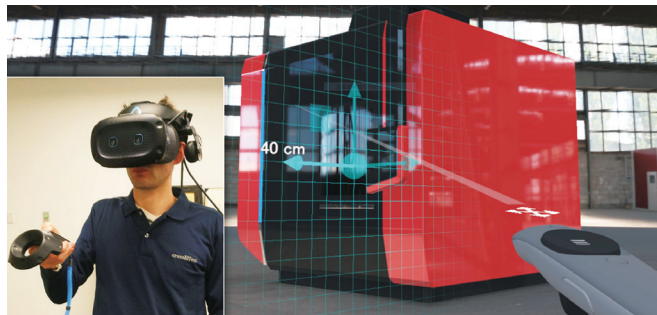
実物製作に時間とコストのかかる大型製品で 検証・確認工程にVRを導入

製品開発の工程で試作品を製作する際、3Dプリンタなどを利用して製作した実物を、お客様と一緒に触りながら打ち合わせ・検証する工程が必要でした。それを何度も繰り返すことによって不具合の洗い出しを行い、最終的な試作品を完成させるのです。しかしコロナ禍によってオンラインでの打ち合わせが急速に進んだ今、我々も、時代の変化に合わせて新しいものづくりの方法を模索していかなければと考えるようになりました。そこで、打ち合わせの初期の段階においては、実物ではなくVRを利用してデジタル上で製品を確認していただく方法にチャレンジしてみようと、今回の事業に応募することになりました。

VRの技術は、5年前、10年前と比較して格段に進歩しています。ある程度の段階までは実際にものを作らずに検証を進め、デザインの確認や不具合の洗い出しなどを終えたうえで、最終段階でのみ実物の製作を行うようにできれば、さらに速く、安く、ものづ



代表取締役 竹田 正俊氏



VRによる確認

(左)ヘッドマウントディスプレイを装着し、コントローラーを操作
(右)VR上の製品を見たい方向から検証し、操作性を確認

くりが可能となるのではないかと。そんな仮説をもとに、VR用ソフトとヘッドマウントディスプレイを導入し、まずは工作機械の大型筐体などで運用を始めたところ。大きな製品の製作には多大な時間とコストがかかり、初期段階でVRを利用するメリットが大きいため、お客様からぜひやってみたいというお声もいただいています。

VRの技術はまだ過渡期で、お客様にわざわざヘッドマウントディスプレイをつけていただいても、実際の感触がリアルにわかることまではグラフィックの処理能力が追いつかず、もどかしい部分があるのも事実です。しかし現在のコンピュータの進化のスピードはすさまじいため、たいていのことは時間が解決してくれるでしょう。ヘッドマウントディスプレイが普及していないこともあり、まだ十分に力を発揮できているとは言えませんが、今だからこそ、取り組む価値があると感じています。当社では、今後、開発の工程でVRによる確認を標準装備する予定です。VRを利用したものでづくりが当たり前になった時、当社がトップランナーになれる体制を整えていきたいと考えています。

メタバースでデジタルデータの価値は向上 超大型製品の製作や海外展開も視野に

VRでの確認が軌道に乗れば、当社がこれまで手掛けられなかったような大きなもの、たとえば飛行機の機体なども製作可能になるかもしれません。またお客様と対面での打ち合わせが必要がなくなれば、海外での事業展開も可能になります。今後は、デジタルでものづくりを行い確認して、納品もデジタルデータで行うことも想定されます。メタバースの世界では、デジタルデータの価値は一層高まるのではないのでしょうか。

当社は、お客様の高い要求レベルに応える中で、精度の高いものづくりの技術を磨いてきたため、最終的な製品の品質については絶対の自信があります。お客様の時間とコストの負担を軽減するための、最先端のものづくりの方法を提案しつつ、ものづくりの技術そのものについても、さらなる成長を目指したいと考えています。

検品工程へのアプリ導入で エラー発生時にも 素早い対応や情報共有が可能に

株式会社西田惣染工場

代表取締役 西田 明子
京都市南区上鳥羽菅田町67
URL ▶ <https://www.sometaro.co.jp/>
事業内容・業種 ▶ 旗・幕・のれん・のぼり・ノベルティなどの
染色加工

伝統的な手染めからインクジェット染めまで 様々な染めの技術を小ロットで提供

当社は、1933（昭和8）年に「お誂え商品」の染色工場として創業しました。旗、幕、のれん、のぼりなどに、店や会社のロゴなどを染め抜くオーダーメイドの印染めの製造を中心に、様々な技術を駆使してお客様のニーズにお応えしています。寸分のずれや色の違いも許されない両面染めの感性と技術では日本一との評価をいただき、2021（令和3）年の東京オリンピックで使用された各国国旗の一部も当社で製作させていただきました。

染料と刷毛を使用する伝統的な手染めを大切に続けながら、デジタルの転写システムを使用した大判のインクジェット染色も行っています。のれん一枚からの小ロット注文に対応することによって全国に商圏を広げ、デザインから縫製・仕上げまですべての工程を自社で行う一貫生産によって、コロナ禍による外注加工先の廃業で生産体制が維持できなくなるなどの事態に陥ることも避けることができました。



大型の機械捺染による染色工程

検品工程で発見されたエラーを リアルタイムに共有、アーカイブ化

今回の事業に応募したのは、社内のコミュニケーションに関して潜在的な課題を感じていたからです。一貫生産体制をとる当社には、各工程を担当する少人数の部署が多数存在していますが、職人気質の社員は口数が少なく、自分の思いや気づいた課題を、部署の壁を越えて積極的に共有しようとはしていませんでした。しかし、優れた技術を持つ社員同士が、互いの仕事を理解し、より高め合うためには、もっと緊密なコミュニケーションが必要なのではないか。そんな漠然とした思いを、専門家の方にヒアリングしていただきました。

そして、提案いただいたのが「kintone」という業務改善プラットフォームです。タブレットやスマートフォンで誰でも簡単に扱

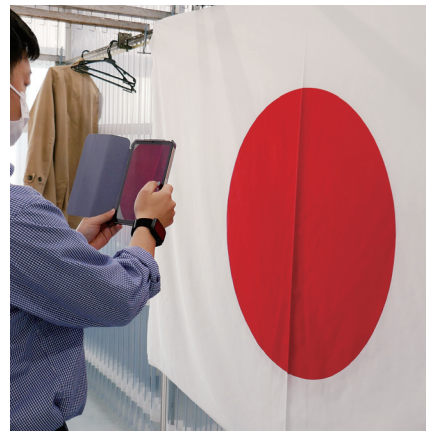


本社工屋

えるインターフェイスの良さに加え、当社にとって必要なアプリを自分たち自身でも開発していける点が魅力でした。若い社員にとっては、コミュニケーションのツールとして、内線電話よりも抵抗なく利用できるとも思いました。

まず試験的に導入したのは検品の工程です。当社の検品は大変厳しく、少しのシミや色のヌケでも担当者がエラーとして現場に戻します。担当者間のやりとりはエクセルで記録していたものの、他部署の社員はもちろん、幹部もリアルタイムには把握できていませんでした。そこで、どのようなエラーが、なぜ起こったのかを、タブレットで撮影した画像と共にリアルタイムに共有し、アーカイブ化したのです。

リアルタイムで情報が共有されるので、幹部が社外にいる場合でもすぐに必要な手当てができるようになりました。また、エラーは染めの不備で起こるだけではなく、素材の品質など、別の原因によって起こる場合もあります。その情報をすぐに共有できるようになったのは非常に大きいと感じました。営業担当者がお客様に対してどのように対応したかを追記することにより、後に活用できるアーカイブも構築されつつあります。導入してまだ日が浅いのですが、きっと会社を変えてくれるものになると確信しています。



検品工程で発見されたエラーは
リアルタイムに共有

お客様ともリアルタイムの 情報共有ができるアプリを開発中

検品工程で良い手応えがつかめたので、今後は他の工程にも導入したいと考えています。また、このプラットフォーム上でお客様と当社との情報共有ができるアプリの開発にも着手しました。将来は、受注の段階から、お客様に納得していただける形で納期をコントロールできるようになることを期待しています。

小さな事業所の中、幹部世代と若い社員の間で年代のギャップ、意識のギャップがあるのは事実です。その部分を埋める一つの方法として、デジタルツールは有用かもしれないと考えようになりました。このプラットフォームの導入によってタブレットやスマートフォンの利便性を全員が実感できるようになれば、各部署にPCを配置する体制は変わるかもしれませんし、紙の伝票もなくなるかもしれません。この事業への応募をきっかけに、当社のDXによる業務改善が進む兆しを感じています。

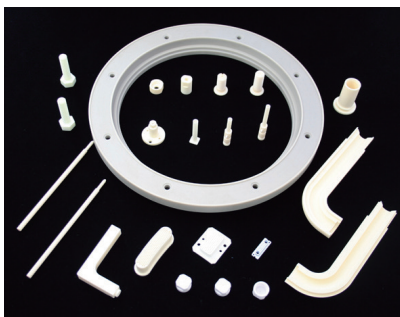
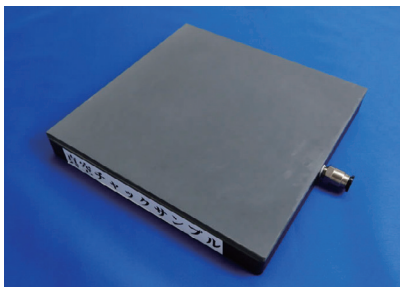
検査データ管理システムの導入により、品質管理の作業効率と信頼性がアップ

西村陶業株式会社

代表取締役 西村 嘉浩
 京都市山科区川田清水焼団地町3-2
 URL ▶ <https://nishimuratougyou.co.jp>
 事業内容・業種 ▶ セラミックスの製造販売

海外販路のさらなる拡大に向けて 課題だった検査データの電子化を決意

当社は1918(大正7)年の創業以来、工業用陶磁器の製造を行ってきました。強みは大きく3つ挙げられます。顧客の要望に応える形で開発してきた100種以上ののびるオリジナル配合の原料、原料の混練から成型・焼成・加工までの一貫製造体制と、製品1個から対応可能なフレキシブルさ。近年、これらを武器に、主に半導体製造装置部品の海外販路開拓に注力してきた結果、アメリカ、中国、台湾、韓国、ドイツ、フランス、イギリス、イスラエル、インドなどの顧客は100社以上、売上は全体の約20%を占めるまでになりました。



幅広い用途のセラミックス製品を国内外に展開

その過程で浮き彫りになったのが、品質管理における課題です。当社では、検査や検査表の作成を全て手作業で行っていたのですが、海外市場における売上拡大に伴い、それらを担う品質管理部の業務量は増加の一途を辿っていました。2020(令和2)年に人員を増やすといった対策を講じましたが追いつかず、効率化の必要性を感じていました。加えて、特にメインで展開しているコピーイグザクトリー(完全な複製:全く同じものを納品すること)の考え方のもとでは、エンドユーザーから取引先として信頼を得る上で、品質管理データのデジタル化は必須と言えます。そこで2021(令和3)年、まずは画像検査器を導入し、検査の自動化に着手。さらに取得した検査データの管理システムを導入するために、「中小企業デジタル化推進事業」に申請しました。

検査表作成作業の効率が大幅に向上し、海外企業からの信頼も獲得

当社の顧客数は約300社、また製品のアイテム数は、定期的に製造・出荷しているものだけでも約400にのびります。2021(令和3)年11月に検査データ管理システムを導入してからは、日々の業務の合間を縫って、画像検査器と検査データ管理システムに製品・顧客に関わる情報登録を行い、少しずつ検査と検査表作成の自動化を進めてきました。2022(令和4)年3月にコアとなる



(左) 品質管理部 青木 健氏 (右) 品質保証部 部長 西村 昂氏

約200アイテムの登録が完了したことを受けて、4月からは品質管理部のパソコン台数を増やし、製品情報の登録作業を加速させています。

従来の検査では、ノギスという工具を用いて製品の計測を行い、その数値・評価を全て手書きしていました。検査の計算などが単純な製品であっても、検査表を書き上げるまでに、少なくとも20~30分を要していたのです。ところが導入後は、画像検査器に製品をセットし、ボタンを押すだけ。検査にかかる時間は約10分の1に短縮され、大幅な業務負荷低減を実現することができました。

また、品質管理の統計・分析システムの運用によって、海外の顧客からの信頼性がアップ。エンドユーザーと、現地代理店を通して“受注した製品を納品するだけ”にとどまらない、より濃密な関係性を構築することにつながっています。

2021年末に導入した検査データ管理システム

商社機能を持つセラミックスメーカーとして 海外市場での飛躍を目指す

今後は検査表に加えて、同じく紙ベースで管理していた図面もデジタル化する予定です。顧客別にまとめた膨大な数の検査表ファイルをデータ化することで、必要に応じて過去のデータをすぐに検索・閲覧できるようにするとともに、ファイルの保管に使用していたスペースを有効活用したいと思っています。

また、品質管理システムの確立は、「当社が作った製品」だけではなく、「当社が扱った製品」全般を信頼していただける体制が整ったことを意味します。商社機能を持つメーカーへと進化を遂げ、海外売上を国内売上の2倍に向上させることを目標とし、海外展開をより強化していきたいと考えています。



検査室の棚に並ぶ検査表の顧客別ファイル

店内モニタリングと POSレジで 生産・業務効率を改善

ブレーメンホームベーカリー

代表 松本 憲二
京都市左京区岩倉忠在地町277-4

cote a cote

京都市左京区松ヶ崎雲路町5-15

URL ▶ <http://bremen-kyoto.com/>

事業内容・業種 ▶ パン製造販売・飲食業

岩倉・松ヶ崎で愛されるベーカリー 2店舗で焼くパンの生産管理が課題

1977（昭和52）年、左京区岩倉に「ブレーメンホームベーカリー」を開業して以来、45年にわたって地域の皆様にご愛顧いただきました。現在は調理パンや菓子パン、食パン・フランスパンなど150種類以上のパンを作っています。目指しているのは、子どもから大人まで、さらにご高齢になっても日常の中で食べていただけるパン作り。新作も出しつつ、メロンパンやソーセージパン、クリームパンといったロングセラー、お子さんにも買っていただける数十円のパンなども揃えています。

2009（平成21）年には、松ヶ崎に姉妹店「cote a cote」をオープン。ベーカリーに併設して、店舗で焙煎したコーヒーと焼きたてのパンを楽しんでいただけるカフェも営業しています。

2店舗を経営するにあたり、以前から困っていたのが生産管理です。パンの製造は分担体制。本店で調理パンと焼き菓子を、姉妹店で菓子パンと総菜パン、フランスパン・食パンを焼き、毎日8時と11時に互いの店舗に届け合っています。別店で製造するパンが足りなくなった場合は、電話で連絡を取り合い、再度配達していますが、間に合わずに売り切れてしまったり、反対に多く作り過ぎて売れ残ってしまうこともあり、損失の原因となっていました。パンの種類別に販売数を把握できないため、販売予測を立てるのも難しく、頭を悩ませており、それを解決するために今回の事業を活用しました。



姉妹店 cote a cote に並ぶパン

2店舗をモニタリングするカメラと POSレジを導入し、売上が大きく増加

まず導入したのが、クラウドカメラです。本店・姉妹店に計4台のカメラを設置。どこにいてもパソコンやスマートフォンで各店内をリアルタイムに確認できるようにしました。遠隔操作でカメラの向きを変えたり、ズームしたりできるので、パンの残り数を確認し、追加の判断も早めに行えるようになりました。

また、リアルタイムに状況を判断し、混雑している店舗にスタッフをサポートに行かせるなど、スタッフの合理的な差配も可能になりました。特に本店は、洗い場から売り場が見えにくい構造のため、これまでは洗い場のスタッフがお客さまに気づかないことがありましたが、洗い場にモニターを設置し、常時売り場を確認できるようにしたことで、お客さまをお待たせする心配も解消されました。

加えて取り入れたのが、POSレジです。メリットの一つは、



cote a cote 野村 春菜氏

150種類すべての商品と価格を登録できるようになったこと。スタッフが全商品と価格を把握するのは難しく、これまでは会計に時間がかかり、間違いも発生しがちでした。POSレジ導入によって、タブレット端末に調理パン、菓子パンなどカテゴリ別に全商品と価格が表示されるようになり、間違いはほとんどなくなりました。また、思いの外重宝しているのが、レシートにテキストを入力できる機能です。レシートにお客さまへの感謝のメッセージや店舗の告知を印字。最近はその楽しみにしていただき、お客さまも増えてきて、コミュニケーションツールの一つとして役立っています。

最大のメリットは、販売数や売上を詳細に把握できるようになったことです。商品ごとの売上はもちろん、時間帯別の販売状況もグラフで表示できるので、販売予測を立てやすくなりました。例えば、大人気商品の「焼きたてメロンパン」を焼き上げるタイミングも、時間帯別の販売状況から最適に計れるようになりました。

2022（令和4）年2月に導入後、わずか1カ月で売上は前年同月の125%に増加。その効果の大きさを実感しています。

データの蓄積で、長期的な視点で計画を立案 愛され続けるベーカリーを目指す

次の課題は、十分活用しきれていないPOSレジの会計機能を使いこなせるようになること。それができれば、会計処理業務も大幅に軽減されます。また、継続して売上・販売履歴を蓄積していくことで、四半期、年間の売上推移を把握し、季節ごと、あるいは1年を通じた計画や戦略を練ることもできるようになります。データに基づいて効果的な企画を打ち出し、売上向上につなげていきたいと考えています。

業務を効率化しても、お客さまに喜んでいただけるパンを作ることに変わりはありません。これからも変わることなく地域の皆様にご愛用いただけるベーカリーであり続けたいと思っています。



2店舗の店内をリアルタイム確認



POSレジ

新しい作品発表の場としての バーチャル展覧会で 知名度が大幅アップ

文齋窯

六代目当主 小川 文齋
京都市東山区五条橋6丁目502
URL ▶ <https://bunsaigama.com/>
事業内容・業種 ▶ 陶芸 陶器販売



六代目当主 小川 文齋氏

コロナ禍による状況変化をきっかけに、 事業展開に踏み出す

初代小川文齋が、鹿背山（現在の京都府木津川市）で窯業を始めて今年で176年、1873（明治6）年に五条坂に移って窯を築き、以来150年にわたってこの地で陶器を作り続けてきました。当代で六代目。受け継いだ伝統を生かしつつ、手捻りや打込みで形を作り、緑をメインにした釉薬を用いて、一品物を中心に制作しています。

当窯では、個展での販売と、記念品や引き出物などをフルオーダーで受注生産するという二本立てで事業を行ってきました。ところが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で状況が一変、これまで開催してきたデパートなどでの展覧会の多くが中止となり、開催できても営業時間短縮や土日閉店などで殆どお客が来ないという状況に。さらに、式典や祝事のお披露目なども軒並み自粛となり、記念品などのオーダーも激減という厳しい状況に陥ったのです。そこで、新たな形での作品の発表場所としてWEB上でのバーチャル展覧会の開催と、新規顧客開拓のためのECサイト構築を計画し、本事業に応募しました。

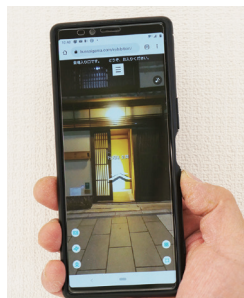


小川文齋氏作品

独自映像で作品の魅力をアピール オンライン公開で全国から反響

バーチャル展覧会の制作は、ソフトを購入して撮影やナレーション原稿の作成、画像処理、映像化まで自前で行いました。今後、継続的にこうした展覧会を実施していくためにも、この機会に撮影技術や映像制作のノウハウを習得したいと考えたからです。撮影は、隣接する宿泊施設「蔵や清水五条」を展覧会場とし、実際に作品を展示して、観客が現場で鑑賞している感覚になれるよう臨場感のある映像に仕上げました。さらに、一点一点の作品を360度から写してそれを画像に仕立てるなど独自の画像処理法を編み出し、プロの声優のナレーションを付けて完成させました。

こうした映像をバーチャル展覧会として1ヵ月の期間限定（2022（令和4）年2月15日～3月14日）でオンライン公開したところ、スマートフォンでも視聴できる手軽さもあってか、850名以上の観客が訪れ、上々の反応を得ることができました。これは、従来のリアル展覧会の倍の来訪客数です。しか



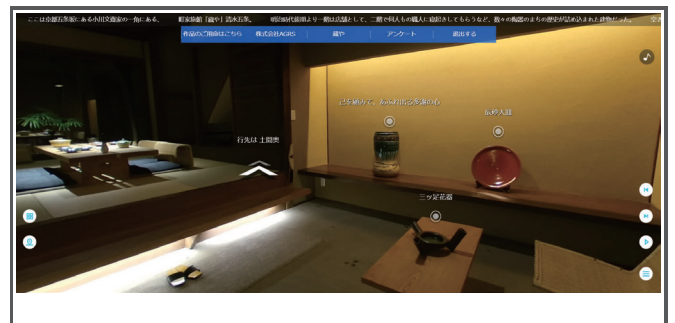
スマートフォン画面上の
展覧会

も観客の居住地は、北海道から沖縄まで全国に及び、広範囲のファンの掘り起こしに役立ったと思います。また、日本語での説明のみだったにもかかわらず、アメリカ、ヨーロッパ、中国をはじめ海外からの観覧者が15%を占めたのも予想外の嬉しい反応でした。さらに、この観覧数以上に手応えを感じたのは、フェイスブックでのヒット数の急上昇です。バーチャル展覧会の宣伝期間中、HPのヒット数は3,000を超え、Googleに1ヶ月間出した告示広告には11万回のアクセスがあるなど、知名度アップに大きな効果があったと実感しています。

ECサイト用の商品開発で、 新しいユーザーを発掘

今回のバーチャル展覧会の開催を通して、オンライン公開には地域的な制約なしに作品を見ていただける大きなメリットがあることがわかりました。新型コロナウイルス感染症が収束して従来のようにリアルな展覧会が開けるようになっても、もう一つの作品発表の場として、また、さらなる知名度アップの機会として、オンラインでの展覧会を継続していきたいと考えています。加えて、海外からの観覧者も多かったことから、展覧会やHPに英語での説明を加え、グローバルな展開につなげていければと思っています。

一方、このバーチャル展覧会の開催と並行して、ECサイトの構築、オンライン取引サービスシステムの構築を行い、キャッシュレス決済システムも導入し、新たな展開に向けての準備も整えました。今、このECサイトを生かすべく、オンライン用商品の開発を始めています。これまで当窯が販売の中心としてきた一品物の作品は、高額なことや販売機会が限定的であることから、購買層が一部の陶芸愛好家やファンに限られていました。そのため、一般のユーザーの方に気軽に文齋窯の陶器を購入していただける商品も機会なく、いわば消費者との接点そのものがほとんどない状態だったのです。今後は、文齋窯のブランドを守りながらも、日常生活で使えるちょっと高級な、且つ、オンラインで購入しやすい価格帯の商品開発を進め、もう一つの事業の柱として小売販売の分野を発展させていきたいと考えています。



バーチャル展覧会の画面

カラーバリエーションの シミュレーションシステムを導入 販売促進につなげる

リリーレース・インターナショナル株式会社

代表取締役 西村 政起

京都市上京区元誓願寺通大宮西入

URL ▶ <http://www.lilylace.co.jp/index.html>

事業内容・業種 ▶ レース製造・卸売業

訪問営業の制限下 オンラインでの商品紹介を充実

当社は、レースを専門に生地や服飾製品の企画・製造・販売を行っています。創業は1968（昭和43）年、副資材の卸売業からスタートし、その後、他に先駆けて下着用のストレッチレースの製造を開始。海外への輸出を増やし、成長を遂げました。現在は、より多用途に使われるレース生地を主に製造しています。綿・麻をはじめ和紙やリサイクルポリエステル、オーガニックコットン、ペンパなど多様な素材を用い、多彩なレース柄・加工を実現。現在約35種類のオリジナル商品を揃えています。

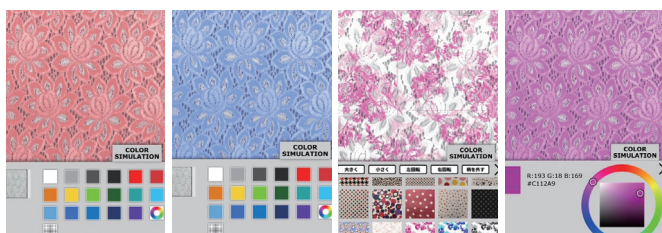
強みは、糸の選定からレース柄の企画・製造、さらには洋服など最終製品の企画・提案まで、一気通貫で担えること。とりわけ国内では近年、最終製品へのニーズが高まっています。そうしたお客様のご要望に応じてOEMによる受託生産も行っています。また国内のみならず、海外にも積極的に販路を拡大。アジアからASEAN、北米、ヨーロッパ、中東まで、世界各国にある販売先は約200社に及びます。

従来はお客様の元に足を運び、商品や素材をお見せしてニーズをうかがったり、海外の展示会に出展することで販売促進や新規顧客開拓を行ってきました。しかし新型コロナウイルス感染症拡大の影響が長引く中で、直接商品を見ていただく機会は激減しています。そこでオンライン上での商品紹介を充実させるため、今回の事業の活用を決めました。

商品のカラーバリエーションの確認に シミュレーションシステムを導入

お客様から引き合いやお問い合わせをいただいた時に商品をご紹介するため、お客様限定でWEBカタログを公開しています。WEBカタログにはレースの柄や素材などの情報を記載しているものの、カラーバリエーションまでは紹介しきれっていません。とはいえ、提案段階で多くのサンプルを製造するのは時間もコストもかかります。そこで今回の事業を活用し、新たに色のシミュレーションシステムを導入しました。

本システムは、シミュレーション画面で商品（無地）の画像を好きな色に変えられる仕組みです。様々な色を比べられる他、プリント柄を重ねたイメージも表示できます。WEBカタログとリンクさせており、WEBカタログに記載された商品のカラーバリエ



色・プリント柄のシミュレーションシステム



代表取締役 西村 政起氏

ーションを試すこともできます。スマートフォンで簡単に操作できるよう使いやすさにも工夫を凝らしました。

2022（令和4）年2月に運用を開始。同月にパリで開催された展示会で紹介したところ、多くの方に関心を持って見ていただくことができました。またシミュレーションシステムの公開をお知らせした既存のお客様にもお試しいただき、好感触を得ています。お客様に楽しみながら様々なカラーバリエーションを試していただくことで、当社の商品に関心を持っていただくきっかけの一つになればと考えています。

B to Bに加えて一般消費者に向けた 情報発信で販路拡大を目指す

第一弾として約20アイテムのシミュレーションを可能にし、2022（令和4）年5月には100アイテムに増加。これからも順次増やしていきます。さらに現在はシミュレーションシステムの機能拡張に取り組んでいます。色のシミュレーションに加えて、選んだ柄・色の生地でTシャツやスカート、ワンピースなどを作ったらどうなるかまでシミュレーションできる機能を追加しようとしています。コロナ禍で移動が制限される中、遠隔でも当社の商品を知っていただく一助になればと導入しましたが、今後中長期的にもお客様の利便性向上に役立つものになりたいと考えています。

これまでB to Bに特化して事業を展開してきましたが、今後を見据え、一般消費者にも販路拡大を図っています。一般の方々との接点を増やす目的で、2022（令和4）年4月、本社内にレースミュージアム「LOOP」を開館しました。17世紀のフランスで貴族のために作られた手編みレースなど、貴重なアンティークレースのコレクションの展示と合わせて、当社の商品も一挙公開。素材や繊細な柄を手にとって見ていただくことができます。多くの方々に「レースといえばLILY LACE」と思ってもらえるよう、既存のお客様はもちろん、一般消費者に向けても情報発信を続けていくつもりです。



レースミュージアム
に自社商品を展示



最終製品も製造

在庫管理から販売管理まで 全システムの刷新で 問屋としての力を バージョンアップ

株式会社大原商店

代表取締役 大原 康史
京都市下京区松原通東洞院東入ル本燈籠町16
URL ▶ <https://www.ohara-shoten.com>
事業内容・業種 ▶ 和装小物製造卸業

トータルコーディネートの提案と 自社オリジナル商品が強み

当社は1931（昭和6）年創業の和装用小物の製造卸売問屋で、全国の呉服問屋・小売店への卸販売を専門に行っています。当社の強みは、トータルコーディネートに基づいた商品作りです。これは、摩登な和装シーン、レトロ感覚な和装シーン



和装小物商品

といった場面をイメージし、それぞれのコンセプトに合わせた帯締めや帯揚げ、半襟、バッグ、草履などの小物をトータルに製造・提供するというもので、先代社長が確立した提案型の販売方法です。

しかし、長年慣習的なやり方に頼ってきた商品管理や在庫管理システムが時代に合わなくなり、様々な綻びが出てきていました。例えば、在庫管理。当社が扱う商品は幅広く、トータルで4,000件近くに上ります。ほとんどがオリジナル商品の為、仕入ロット分の在庫を自社で保持しているのですが、管理を各担当者に任せ、在庫状況もリアルタイムにわからないので、顧客から注文が入った場合、その商品を探し回らなければならない、余計な時間や労力がかかっていました。商品情報も担当者しかわからないので、素材が何かと聞かれても即答できないし、そもそも担当者ごとの個別管理のため、全体像を誰も把握できていないといった状態だったのです。販売管理にしても、1988（昭和63）年導入以来使い続けているシステムでは、どこにいくら売掛があると金額ではわかって、どの商品を買ったかという次に活用できる情報がない。また、独自のシステムなので使える人が限られるというシステム属人化のリスクがありました。ベースとなる在庫状況をしっかり把握し、機能的で誰もが使える管理システムを構築しない限り、新たな展開も望めません。そこで、代表取締役に就任したのを機に、在庫管理、商品管理、販売管理を含めすべてのシステムを刷新しようという決意し、今回の事業に申請しました。

全商品のコード付けで在庫管理 社員全員が商品・顧客情報を共有化

まず取り組んだのは、理想のシステムはどんなものかというシステム構築のための現状整理と方向づけです。結果、kintoneと商蔵奉行クラウドを導入して自らシステムを作ることになりました。旧来の販売管理システムでは営業が手書きの売上メモを経理に渡し、それを経理がシステムに入力し、算出された伝票を印刷して営業に渡す形でしたが、本事業で営業が自ら端末機にどの商品がいくつ売れたか入力して伝票を作成し、経理はそれを承認するだけというシステムを作成。また、そのデータをクラウド保管



代表取締役 大原 康史氏

にしたことで、社員全員がいつでも販売状況を把握できるようになり営業の効率化が促進されました。さらに、この作業と並行して、商品のデータ化のために社員10人で1カ月かけて棚卸をし、メモ用紙に手書きで商品名や原価などまとめました。段ボール1箱分になるメモ用紙をひたすらExcelに入力してデータ化。次に担当者毎にバラバラ



ソフト（Kintone）を購入して作った
商品情報のページ

だった商品コードを統一し、色違いのものは番号を分けるなど細かい仕訳を行い、素材や原価・仕入先なども付加して、ひと目で在庫状況から商品情報までわかるシステムを作りました。

加えて、導入したkintoneは自分の思い通りにシステムを作れるので、誰がいつ来社しどいう商談をしたかなどの取引履歴を網羅した顧客管理システムや社員のスケジュール管理システムなども作成。これによって社員の情報共有が図られ、追加受注やクレームの際にも誰でも対応できるようになりました。

商品の魅力を伝えるECサイトで 問屋・小売店の利便性向上を図りたい

在庫管理システムは4月から運用しはじめたのですが、様々な課題も出てきて、現在、改良を進めているところです。今後は、それぞれの商品写真もシステムに載せて商品管理をわかりやすくするとともに、一点一点にバーコードを付けて、キーボードを打たなくても伝票が発行できる仕組みを作り、誰でも簡単に業務ができるシステムに発展させていく予定です。問屋・小売店向けのECサイトの活用も今後の課題です。昨年うちにサイトはできていたものの、在庫管理がより大変になるのが怖くて運用できていなかったのです。わざわざ当社まで足を運んでいただかなくても商品を注文していただけるようサイトを整え、顧客の便宜を図るとともに、販売促進の場としても生かしていけたらと思っています。

さらに、次のステップとして、これまで在庫調査や問い合わせ対応に費やしていた時間やエネルギーを新しい商品の企画・開発に振り向け、一段と商品力を上げていきたいと考えています。同時に、自分たちの商品の魅力を多角的に伝えられる情報収集力・発信力を高めていけば、問屋としての力をバージョンアップできるのではないかと期待しています。

英語・中国語販売サイト作成とSNSの積極活用で海外市場に進出!

株式会社ハイアスピレーション

代表取締役社長 野村 高志

京都市左京区下鴨南野々神町1-15 フォースビル1F

URL ▶ <https://c-cell-lino.jp/company.html>

事業内容・業種 ▶ 理美容界のトップメーカーと共同開発したペット用高級シャンプー、リンスの販売。

Instagramでブランドの知名度アップ ペット業界トップクラスのフォロワーを獲得

当社が、人毛のケア製品に用いられている最新技術をもとに、ペット用の「超高濃度美容液シャンプー」「サプリトリートメント」を開発し、ブランド「C-CELL'LINO (シセルリノ)」を立ち上げて事業を開始したのは約4年前。各地域ナンバーワンのトップトリミングサロンにターゲットを絞って取引を行うという独自の販売法によって、一般のシャンプー・リンスとの差別化を図り、商品のブランドイメージを高く保つことで、着実に売り上げを伸ばしてきました。

こうした取引サロンの選別に加えて、アジアでも有数のトップハンドラーや有名トリマーなどから推奨を受けたこと、また、Instagramの活用によって一般ユーザーの支持を得たことが、ブランドイメージの確立に大きく寄与しました。SNSの中でも被毛の美しさがダイレクトに伝わるInstagramの影響が大きいことに注目し、当社のシセルリノを使用しているサロンやユーザーからペットの写真を募集、コンテスト形式で選出した写真をInstagramにアップするといった方法でフォロワー数を増やしてきました。すでに商品名には8万3千ものハッシュタグが付いており、こうしたフォロワーからの「自分のペットを連れて行くサロンでも使って欲しい」というニーズが、当社製品を使うサロンの増加につながっています。

グローバル展開を目指し、 中国語のHP、英語・中国語の販売サイトを作成

Instagramでの人気の高まりにつれて、海外のフォロワーも徐々に増加、海外にもニーズがあることを確信したことから、グローバルな展開を図るために海外向けサイトを作りたいと、本事業に応募、その補助金を得て、日本語サイトをリニューアルすると同時に中国語HPサイトと英語・中国語の販売サイトを作成しました。もともとInstagramやHPは国内向けのものであったので、海外から問い合わせがあった場合、HPの内容を翻訳して、Instagramのダイレクトメールでフォロワーに返送するという方法を取っており、対応しきれない状態になっていました。外国語サイトを製作したことにより、海外からの質問にも「詳しくはHPサイトを見てください」と伝えるだけでよくなり、大幅な



代表取締役社長 野村 高志氏

省力化になったと同時に、より正確に詳細を知ってもらえるようになりました。

さらに大きな成果は、中国語の販売サイトを見た台湾の代理店からオファーが来たことです。すでに総代理店を決定し、取引も始まっています。また、中国本土からも一般商社を含む3社から取引依頼があり現在交渉を進めています。中国はいま、大変なペットブーム。裕福層の増加に従って、2、3年後にはさらにこうした高級被毛ケア商品のニーズは高まることでしょう。中国向けのサイト作成はその台湾・中国との取引につながり、当社にとって大きな飛躍の機会となりました。

SNSを使って海外マーケットも開発

Instagram、外国語HPなどを通して、当社の商品は台湾・中国に留まらず東南アジアをはじめブラジルなどより多くの国の人からも注目を浴びるようになってきています。現在は、こうした海外の一般ユーザーからの注文にはダイレクト対応をしていますが、いずれそれぞれの国に販売代理店を置いて取引できるようにしていきたいと準備しているところです。

こうした代理店を通しての販路拡大と同時に、SNSでのさらなる充実を企図しています。最終目的であるアメリカを含め、この先の海外進出の鍵を握っているのは、SNSだと考えるからです。Instagramのフォロワー数というのはマーケティングの意味があり、個人ユーザーが注文し始めるとその国の代理店が必ず注目してくる、つまり、どんな大きなマーケットの開拓も、まず個人ユーザーの需要、要求から始まります。こうした個人ユーザーを増やすには、やはりSNSに勝るものはありません。日本製品の中でも理美容品はその品質の高さから世界的に人気がありますが、当社がメイドインジャパンに拘ったのもそこにあり、日本でしか作れない高品質のペット用シャンプー・リンスである利点を、SNSをフルに活用して世界にアピールし、さらなるグローバル展開につなげていきたいと考えています。



「C-CELL'LINO (シセルリノ)」ブランドで販売しているペット用被毛ケア商品



今回の事業を活用し、作成した中国語HP

新店舗とECサイトで販路を拡大し、フードロス削減と地域活性への貢献を目指す

有限会社丸福水産

代表取締役社長 橋田 久美

京都市下京区朱雀分木町市有地

URL ▶ <https://marufuku-kyoto.com> (店舗)

事業内容・業種 ▶ 鮮魚塩干仲卸、鮮魚を使った惣菜・加工品の企画・製造・販売

コロナ禍において課題となっていたフードロスの削減に向けて

当社は1980(昭和55)年に創業し、京都市中央卸売市場で仲卸業を営んできました。生産者から仕入れている卸売業者と小売店・消費者のつなぎ役を果たす京都市中央卸売市場の仲卸業者の中でも、太物(マグロ)、近海、鮮魚、塩干物まで全てを取り揃えているのが我が社の強みです。2020(令和2)年からの新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、飲食店が時短・休業に追い込まれたことにより、仲卸業者は大きな打撃を受けました。ホテル、旅館、料亭などを中心に取引を行ってきた当社も例外ではなく、売上は約30%減少しています。一方で、旅行需要喚起を目的とした事業などの影響もあり、産地直送のネット販売が盛んになりました。そうした中で京都市中央卸売市場に良い商品入荷させるためには、各仲卸業者がある程度の仕入量を維持しなければなりません。仕入れ過剰により、フードロスの原因を作っている状況が続いていました。

そこで考えたのが、今回の事業に申請したECサイトの構築と新店舗の開設です。ECサイトや店舗があれば、余剰分の鮮魚などを使った惣菜や加工品を、地域や全国の一般消費者に届けることが可能となり、フードロスの削減を図ることができます。京都市中央卸売市場は通常、業者にのみ卸しており、一般消費者には開放されていません。市場が誇る鮮魚や野菜を手軽に楽しんでもらうことを通して、その良さを広く知ってほしいという思いもありました。

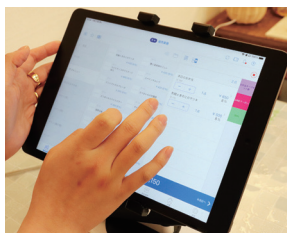
旬の魚と野菜を使った惣菜を販売する「Marufuku KYOTO」をオープン

倉庫として使っていた梅小路エリアの建物を改装し、2021(令和3)年10月、新店舗「Marufuku KYOTO」をオープンしました。店舗の調理スタッフが、その日に仕入れた食材を使ったメニューを考案しており、明るくスタイリッシュな店内には、旬の魚や野菜を使ったサラダ、煮物、揚げ物、日替わり弁当などのほか、顧客などから仕入れた商品も展開しています。

また、今回の事業を活用し、店舗にタブレット端末を用いたタッチパネル式のスマレジを導入しました。通常のレジスターはトレーニングに一定期間を要するようですが、スマレジは操作性が高く、販売業務を効率的に行うことがで



新鮮な魚と選りすぐりの野菜を使った惣菜が充実



「Marufuku KYOTO」に導入したスマレジ



(左) マネージャー 市村 征洋氏 (右) 橋田 佳未氏

きています。

並行して、ECサイトの作成を進めるとともに、店舗にパソコン・プリンタといったEC事業用の機器を設置しました。現在は2名の調理担当が、ECサイトで取り扱う自社ブランドのレトルト製品の開発に取り組んでいるところです。

自社ブランド製品の開発や顧客とのコラボレーションを積極的に推進

「Marufuku KYOTO」はオープン以来、地域の方々から、すぐそばの梅小路公園を訪れた家族連れまで、幅広くご利用いただいています。特に、余りがちだったイワシを使ったメニューが人気で、現在では、余剰分を上回る量を使用するまでになりました。当初の目的であったフードロスの削減はもちろん、仲卸業の売上向上にもつながっており、地域での周知が着実に進んでいるという実感を得ています。

店舗が想像を上回る売れ行きで、調理担当がその対応に追われることもあり、ECサイトでは現在、仲卸業で扱っている加工品の販売を行っています。ECサイトを自社オリジナルのレトルト商品で埋め尽くすことができるよう、引き続きメニューの考案・試作に尽力していこうと考えています。

顧客の飲食店の中には、EC事業を始めたいという思いが強いながらも経験がないためなかなか着手できずにいるケースが多々見られます。今後は、そうした顧客とのコラボレーションを積極的に進め、win-winの関係を構築していきたいと考えています。その第1弾として候補に挙がっているのが、鮎を使ったレトルト商品。コラボレーションメニューとして展開することを目指し、現在、顧客にサンプルを使っていただいているところです。

目標は、EC事業を本格化させ、自社ブランド商品を全国展開すること。結果として京都市中央卸売市場の仕入量を増やすことができれば、生産者から、より質の高い商品が集まるようになるのではないかと期待しています。また店舗を通して、開発中である梅小路エリアの活性化に少しでも貢献できればという思いもあります。SNSを活用した情報発信などを通して、京都発のブランドとしての知名度アップに努めたいと考えています。



自社ブランド製品を展開するためのECサイト

ターゲットを絞り込んだ ギフト専用サイトで 生成り生地商品の売上げアップ

いと半

代表 長谷川 千佐子

京都市中京区錦小路通室町西入天神山町280 石勘ビル

Bizcircle 京都四条烏丸オフィス5F-19

URL ▶ <https://itohan-kyoto.stores.jp/>

事業内容・業種 ▶ 着物生地を使った商品の開発・販売



代表 長谷川 千佐子氏

廃棄される生成り生地を生かし、 フェイスタオルとボディタオルを製品化

当社は、着物生地を使った商品の開発・販売を行っています。事業を始めたのは、呉服・悉皆屋を営む父から店を畳むと告げられたことがきっかけです。当家は曾祖父から三代にわたって呉服業に携わり、私が四代目となるわけですが、和装業界自体の衰退もあって、そのまま呉服屋を継ぐのは難しい状況でした。そんな折、事務所の棚の端に、山積みになっている生成り色の反物を発見。父に尋ねると、紫外線を浴びるなどして黄ばんでしまった生成り生地、使えないので処分すること。調べると、反物の生産地である丹後でも、生成り生地は“使えない生地”として廃棄されていたのです。せっかく職人が丹精込めて織り上げたものなのに、なんともったいない。そこで、この生成り生地を使い、素材を生かした商品を作ろうと決意し、2019（令和元）年に当社を立ち上げました。さらに、ちょうど新しい商品の開発を模索していた頃、輪奈ピロードというパイロのようにループ状に織る独特の生地と遭遇し、その手触りの柔らかさ、耐久性、生地表面の凹凸が作り出す表情の美しさに魅了され、この希少な伝統工芸技術も取り入れたいと考えるようになり、生成り生地と輪奈ピロードの両方のよさを生かせるものをと一年がかりでフェイス用パフとボディタオルの製品化にこぎつけました。



フェイス用パフ

ストーリー性のある展開とABテスト導入で、 販売効果の高いサイトへ

品質はもちろん、美しい反物の地模様を生かしたデザインにも絶対の自信がありましたので、意気揚々と事業をスタートしたのですが、ちょうど新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言とぶつかり、期待していたインバウンドは激減、出品していたホテルやゲストハウス、エステ店の客足もぱったりで、すっかり出鼻を挫かれてしまったのです。対策として作ったECサイトも、知名度の低さから思ったほどの反応が得られない。何とか打開策を考えなければとサイトの購入者を調べたところ、関東の男性が多いことが分かりました。女性をターゲットとした商品であることを考え合わせると、購入者の多くはプレゼントに利用しているのではないかと推察されることから、ギフト用サイトを作成しようと考え、今回の事業に申請しました。

サイト制作では、洗顔の方法などを動画にしたほか、どのような時に贈ると喜ばれるかといったギフト用ならではの視点を盛り込んだキャッチコピーを作成、さらに、伝統工芸士が手仕事で輪奈ピロードを織っている場面や、京都らしい風景なども加えてストーリー性のある展開にしました。このギフト用サイトは、2022（令

和4）5月から運用開始しています。また、このサイトには、どのような広告にすればより効果的に商品をPRできるかリサーチするために、ABテストを導入しています。これは、サイトをクリックするたびに、コピーや掲載されている画像の内容、デザインの色使いやリンクボタンの位置など、パフォーマンスの異なる画面が提示され、どのパターンが見る人の注意を引き、購買意欲につながるかを調べるもので、今後、詳しいデータ解析を行い、その結果に基づいて魅力的でよりPR効果の高いサイトに改善していきたいと考えています。



ABテストによる分析画面

新商品を大学生と共同開発中 若い感性で反物生地をよりよく改善する

当社の目標の一つは、生成り生地を生かした商品を第二弾、第三弾と続々開発していくこと。現在の主力商品はフェイス用パフ、ボディタオル、マスクといった美容小物ですが、分野にはとらわれない製品開発を考えています。すでに、生成り生地を使った巾着袋の依頼も来ており、商品化に向けて動き出しています。また、近畿大学との共同開発も進めており、三年のゼミ生と共に昨年一年間、プランニング・マーケティングに取り組み、これから学生の提案を具体的な形にしていこうとしているところです。若い人たちの考え方は柔軟で、意外な発想に驚くこともあって、こうした学生とのコラボで、もっと革新的な新商品が生まれる可能性もあると期待しています。

もう一つの目標は、「着物生地は着物を作るもの」という固定観念をはずし、着物生地ならではの特性、絹の風合いに着目し、日常に使ってリッチな気分になれる商品を作りたい。こうした新商品の開発を通して織物業界にいい風を吹かせられればと願っています。



ギフト用サイト

刺繍工程のデジタル化推進で 作業の効率化と より美しい精緻な刺繍を実現

株式会社三京

代表取締役 石田 由美子

京都市右京区太秦森ケ西町27-17

URL ▶ <https://www.shisyu.net>

事業内容・業種 ▶ 刺繍加工・刺繍製品販売 和雑貨販売

ネットを見たお客様の注文がヒント 家紋刺繍の加工・販売に乗り出す

当社は1966（昭和41）年に京都市御室の地で着物の刺繍会社として創業致しました。長らく和装業者から発注される着物の刺繍を中心に事業を行っていましたが、徐々に家紋刺繍の加工販売、オリジナル刺繍の販売に軸足を移し、現在ではこうした商品が会社のメインとなりつつあります。

当社のネット販売の取組は早く、そのスタートはパソコン通信と呼ばれていた時代に遡ります。1990年代半ばには、インターネットショッピングの普及を見越して、ネットショップを開設。私の子供が小さかったこともあり、刺繍を施した幼児用スモックや刺繍小物といった商品の販売を始めました。残念ながらこれらはほとんど売れなかったのですが、サイトを見た人が、家紋の額を持って、こういう刺繍はできないかと訪ねて来られたのです。これをきっかけに、家紋刺繍の方が売れるのではと方向転換し、サイトの内容も家紋刺繍の加工・販売をアピールするものに作り変えたところ、少しずつ注文が入るようになり、今では国内はもとより、アメリカやブラジルなど海外からの注文も増加し、知名度も上がってきています。こうした注文の増加に伴って、作業工程の効率化を図る必要が出てきたため、さらなるデジタル化を進めようと今回の事業に申請しました。



家紋刺繍額

タブレット導入で針の刺し違いが激減 やり直しの手間をカット

当社では、機械刺繍、職人によるミシン刺繍・手刺繍など商品に応じた手法を用いて製品作りを行っています。機械刺繍の場合、これまでは手書きでデザイン画を描き、それをデータ化して機械が読み込むという形で刺繍を行ってきたのですが、デザインに修正を加えたい、例えば全体を細くする、文字に斜体をかけたいとなったときには、一からデザイン画を書き直さねばなりません。この工程をデジタル化することで、画面上で自在に変更ができるようになり、イラストレーターを用いてペンで画面上に図案を書くと、自動的にデータが機械にインプットされるので、縫い目の隙間などの修正もほとんど行わなくても済むようになりました。

また、針が左右に動く横振りミシンを使い職人が直接生地を柄を描いていくミシン刺繍では、これまで、職人が紙の下絵図案を見ながら作業を行っていたのですが、補助金でタブレットを導入し、紙の下絵の代わりにタブレットを近くに置いて作業するよう



代表取締役 石田 由美子氏

にしました。当社の刺繍は精緻・精確を旨としており、一目でも針の位置を間違えて刺せば、解いてやり直します。これまでは、やり直しにかなりの時間を要していたのですが、タブレットの使用によって、図案を拡大して細かいところまでしっかり見極めることができるようになり、ほとんど失敗がなくなりました。まだ、紙の下絵も参考のために併用していますが、今後は全面的にタブレットに切り替えていきたいと考えています。



イラストレーターを使い
デザイン画を修正

遠方の顧客と直接やりとり ズームでEC販売強化を図る

今回の補助金でモニターも導入しました。これは、顧客とのやりとりに使いたいと考えてのことです。例えば、家紋刺繍を注文される場合など、家系に関わる大事なものだということで、自分の目で確かめたいと、北海道や九州など遠方からわざわざ訪ねて来られる方も少なくありません。しかし、現在は新型コロナウイルス感染症の心配もあり、自由な移動が難しい状況です。こうした来店が困難な方、また海外の方にも納得してご注文いただけるように、ズームで直接話をしたり、製品をアップで見ってもらうといった活用法を予定しています。

コロナ禍の影響で、和装業界は厳しい状況にあります。当社も業者からの着物刺繍の依頼が激減するなど打撃を受けましたが、家紋刺繍額やオリジナル刺繍のネット販売が売上の大分を占めるようになっていたことから、無事に危機を乗り切ることができました。今後はさらに個人需要を喚起し、ネット販売の割合を高めたいと考えています。なかでも、伸長の可能性が高いのが家紋刺繍額です。自分の家に代々伝わる紋はもちろん大切ですが、1万以上もあるとされる紋の中からお気に入りのものを選んだり、オリジナル紋を作るなど、一つのデザインアイテムとして楽しむ人も増えてきています。ただ、インターネットの普及に伴い競合他社も増えてきていますので、長年培ってきた高い技術力と累計2,500件以上の家紋刺繍額制作実績を活かし、当社でなければできない精緻で美しい刺繍を提供し、しっかり差別化を図ってきたいと考えています。



ミシン刺繍工程に導入
されたタブレット

館内の雰囲気を感じられる 動画コンテンツで スムーズな施設選びをサポート

いとうくん株式会社

代表取締役 山田 幸裕

京都市下京区柳馬場通四条下ル相之町138

URL ▶ <https://www.ito-kun.org>

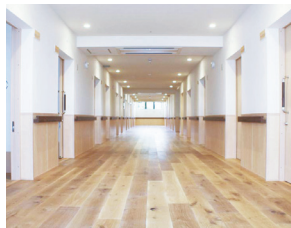
事業内容・業種 ▶ 介護施設の運営・管理、コンサルティング

介護複合施設「とうふう苑」を中心とした 介護のワンストップサービスを展開

当社は2006(平成18)年に設立し、デイサービスの運営からスタートしました。私がグループ会社である伊藤屋株式会社で贈答品の販売を手掛けていた頃に、いろいろなご縁から、「運営してみないか」とお声かけいただいたことがきっかけです。その後、居宅介護支援事業所を立ち上げるなど、介護に関わる事業の横の広がりを進めながらノウハウを蓄積してきました。現在は、2018(平成30)年にオープンしたサービス付き高齢者向け住宅、デイサービスセンター、ヘルパーステーションの3つの機能を有する介護複合施設「とうふう苑」、2021(令和3)年に開設した重度介護者対応型の有料老人ホーム「とうふう苑別邸」の運営・管理も行っています。

当社の特徴の一つは、当社グループのネットワークを活かし、介護そのものだけでなく、利用者様、そのご家族様が直面する様々な問題に対応するワンストップサービスを構築している点にあります。いろいろな施設を比較検討し、ようやく入居先が決まった後にも、引越はどうするのか、これまで住んでいた家はどうするのかなど、決めなければならないことが多々あります。そこで多様な業界の企業と連携し、引越から不動産の売却・賃貸・管理、残置物の処分や買取、保険、相続まで、ニーズに応じてサポートができる体制を整えています。

また、2020(令和2)年7月には、介護福祉施設開設に特化したコンサルタント事業を始動しました。介護施設を運営する大変さは、私自身が体験済みです。単にノウハウを伝授するだけでなく、当社の施設のスタッフとして業務を経験していただくなど、現場を知ることができる点が大きな強みだと考えています。

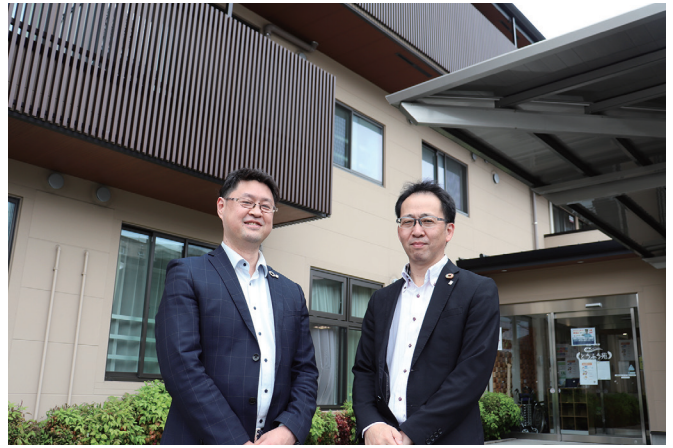


京都府産の木のぬくもりに満ちた「とうふう苑」

動画コンテンツの制作により コロナ禍での介護施設選びをサポート

介護施設への入居を検討するご家族の多くは、遠方に住んでおられたり、仕事があり介護ができなかったりと、一緒に住むことができない事情を抱えています。だからこそ、安心して預けることができる施設を選びたいという思いをお持ちです。またその際、代表の方の一存で決めるのではなく、ご兄弟を含めた総意を得る形が多く見られます。

安心して選んでいただくためには、施設を見学していただき、スタッフの雰囲気なども見ていただくのが一番です。ところがコロナ禍において、介護施設は従来以上に安全管理を徹底しなければならない状況となり、見学の受け入れが難しくなりました。代表で見学に来られた方に、他の親族の方にご覧いただくためのパ



(左) 総務部 古谷 太郎氏 (右) 代表取締役社長 山田 幸裕氏

ンフレットなどをお渡ししていましたが、写真では雰囲気までは伝わりませんし、皆の同意を得られるような説明ができるとも限りません。

そこで、パソコンやスマートフォンで気軽に閲覧でき、実際に見学しているように館内の雰囲気を感じていただける施設紹介の動画コンテンツを制作することを決め、今回の事業に申請しました。動画制作会社によるドローンも活用した約8日間の撮影を経て、「とうふう苑」本館施設と、新たに誕生した2人部屋、さらに、「とうふう苑別邸」施設と個室の、4種の紹介動画を制作。2月からホームページで配信しています。部屋に日光が差し込むのか、清潔感のある空間なのかといった、施設選定において重要な要素をイメージできる動画となっており、好評。施設選びにおける一助となるものであると自負しています。



補助金により作成した
4種の施設紹介動画



ドローンも使用して施設全体を紹介



施設内を歩いているような
感覚で観ることが可能

動画コンテンツのさらなる充実を図り 人材獲得と事業拡大を目指す

今回の動画コンテンツ制作は、閉鎖的なイメージがある介護施設を、開かれた空間にするための第一歩として位置付けています。今後は、さらなるサービス向上を図るため、当社の新人スタッフが繰り返し閲覧できるような、介護技術向上に役立つ動画を作成したいと考えています。また、異業種からの新規参入を考えている方にとって参考になる、介護の専門知識などに関する解説動画を作成し、コンサルティング事業の広報ツールとして活用する予定です。

将来的には、京都府下での介護事業の拡大を計画しています。現在、介護施設の新設に向けて準備を進めているところですが、その実現には人材確保が不可欠です。動画コンテンツはもちろん、SNSを活用した情報発信を積極的に行い、介護業界やその仕事内容について広く知ってもらうことにより、人材獲得にもつなげていきたいと思っています。

クラウドサービス導入で 伝統継承の環境整備と プロジェクトを加速

株式会社岡墨光堂

代表取締役 岡 泰央

京都市中京区富小路通三条上ル

URL ▶ <https://www.bokkodo.co.jp>

事業内容・業種 ▶ 主に絵画・書跡分野における国宝・重要文化財等の保存修理

表具師としての伝統技術の継承と 新たな装演修理技術の開発に尽力

当社は1894（明治27）年の創業以来、表具師として日本画の表装を手掛けてきました。戦後はその技術を活かし、絵画や書跡など、主に国宝・重要文化財などの修理に関わっています。

130年近くにわたり引き継がれた美意識と伝統技術を礎とし、最新の科学的知見に基づく新たな材料や技術の開発に取り組むとともに、技の継承に役立てることを目的に、熟練技術者の持つ高度な技についての科学的解析も進めています。



約30名の技術者が、文化財の修理や書画の表装に従事

画像管理システムの導入で、 業務の効率化を実現

文化財修理を行う中で課題となっていたのが、その工程において調査・記録を目的に撮影した画像の保存です。年度が変わるとに外付けハードディスクドライブを購入し、容量の上限に達したら買い足すということを繰り返していましたが、この方法では外付けハードディスクドライブが無限に増え続ける上、データ移行などを行うために、技術者が修理に充てるべき時間を削らなければなりません。レンタルサーバーも利用していたのですが抜本的な解決には至らなかったため、サーバー管理の委託先に新たなシステムの設計を依頼しました。

打ち合わせを重ね様々な可能性を検討し、今回容量無制限のクラウドストレージサービスを導入することとなりました。

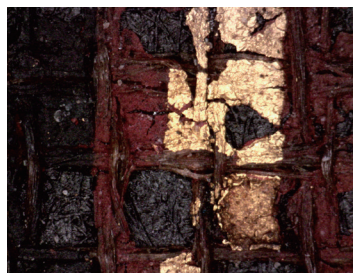
ITコーディネーターに機器の設置場所となる工房内を見守りいただき、システムを構成する各機器のスペックやセキュリティなどに関する助言をいただきました。その内容をシステム設計会社に伝え、詳細なやり取りを重ねていく中で、システムに対する理解がより深まっていったという実感があります。システム導入後から大量の画像データ等を行き渡りし、完了後の2021（令和3）年12月には全社員を対象とした使用方法の説明会を行うに至りました。

新たに導入したクラウドストレージサービスシステムの大きな利点の一つは、自動的にバックアップができること。そしてもう一つは、画像等を様々な場所で簡単に活用できるという点にあります。例えば、文化財の調査や修理に関する打ち合わせにおいて、過去の事業の画像を参照しながら比較・検討する場合に、これまででは該当の画像を探し出し、プリントアウトし、必要に応じてさらに拡大コピーするといった手間が生じていましたが、今ではア



（左）総務部 山府木 碧氏 （右）総務課長 兼 経営企画室長 奈良 真一氏

プリが入ったタブレット端末さえ持参すれば、その場ですぐに必要な画像を取り出すことができ、見たい箇所の拡大も自在で、打ち合わせ内容の書き込みもできます。オフラインモードを搭載しているため、事前に必要な画像をダウンロードさえしておけば、Wi-Fi環境が整っていない場所でも同様に閲覧することが可能です。修理技術者からは「繁忙期も効率よく仕事を進められるので便利」と高い評価を得ています。過去の案件の画像を見て自己研鑽に役立てている修理技術者もあり、導入して本当に良かったと感じています。また、同補助金も弊社の間尺に合ったもので、本当に感謝しております。



文化財の顕微鏡写真なども、タブレット端末で閲覧・拡大



画像データの自動バックアップにより、業務の効率化が実現

システムを最大限に活用し あらゆる側面から伝統を継承

次の展開としては、修理技術者がシステムを最大限に活用出来るようにし、会社全体として業務の効率化を図ることで、繁忙期にも修理技術者が十分に休息を取ることができ、心身ともに万全の状態での文化財に向き合える環境づくりにつなげたり、また、継続的に自己研鑽を積める環境づくりも目指します。

さらに、容量無制限クラウドストレージサービスの導入により、他社との共同プロジェクトにも着手することができたので、表装に用いる金欄などの裂の製織で使用する、弊社で保管している数多くの貴重な紋紙のデジタルデータ化を進めているところです。

今後も、当社の使命である伝統の継承に取り組んでいきたいと思っております。

伝統工芸の サブスクサイトを活用した 新ビジネスを起業

合同会社 Green Oceanz

代表社員 坂本 洋

京都市右京区嵯峨柳田町35

URL ▶ <https://green-oceanz.jp/>

事業内容・業種 ▶ ホテル・旅館のコンサルティング

ホテル・旅館のコンサルティングから ラグジュアリーな空間を提供する新規事業

当社は、2015（平成27）年にホテル・旅館専門のコンサルティング会社として創業し、これまでに多くの施設の経営を支援してきました。マーケティング分析から集客や売上向上の提案、業務の効率化などの運営支援、人材採用・教育、新規開業支援や資金調達に必要な事業計画の作成まで、経営管理や事業成長をトータルにサポートしています。クライアントを定期的に訪問して課題をお聞きし、改善策を提案するだけでなく、依頼を受ければ総支配人・支配人としてお客様のホテル・旅館に赴任し、当社自ら経営支援・改善を行うこともあります。これまでに10社以上の施設で支配人を務め、経営や業務の改善をお手伝いしてきました。

コンサルティング事業に加えて今回新たに着手したのが、主に海外の富裕者層をターゲットにした新規事業です。これまで数々のホテル・旅館のコンサルティングを行い、また自ら宿泊施設の経営を手がける中で、日本には特に富裕者層のニーズを満足させていると感じていました。そこで考え出したのが、日本の素晴らしい食やサービス、それを彩る調度品やしつらえも含めたラグジュアリーな「空間」を提供するビジネスです。またそれを通じて日本の伝統産業の価値を高め、守っていくことにも貢献したいと考えました。日本に数ある伝統工芸は、技術的・芸術的価値が極めて高いにも関わらず、それにふさわしい評価を得ていない現状があります。伝統工芸が失われれば、それを作るための道具も失われてしまう。多様な技術・産業の損失につながっていきます。それを食い止めるためにも、その価値を高く評価してくれる海外の顧客をターゲットに据えました。

その手始めとして、上質・高級な伝統工芸品に特化した月額制（サブスクリプション）オンライン貸し出しサービス事業を計画し、WEBサイトを構築するために、今回の事業に申請しました。



最高級といわれる茶碗も扱う予定

京都の伝統工芸品を月額制でレンタルする サブスクサイト、ECサイトを開設

京都には、京焼・清水焼をはじめ、素晴らしい伝統工芸が数多くあります。その中から熟意と才能のある作家・職人を見出し、当社のサブスクリプションサイトを通じて作品を貸し出します。利用者にとっては月額料金を払えば、高価で貴重な商品を送料のみで借りられるのがメリット。例えば、ホテルや旅館の宿泊客へのオプションサービスとして、高級茶器やしつらえでお茶を楽しんでいただいたり、イベントや催事で料理や飲み物をふるまう際



代表社員 坂本 洋氏

に、その場にふさわしい食器を揃えたり、多様なお客様にご利用いただくことができます。また自慢の料理を伝統工芸の器に盛りつけてSNSで発信するなどといったお客様にもニーズはあると考えています。

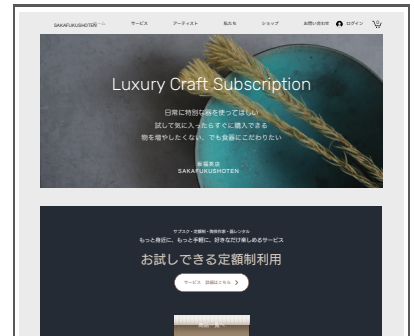
2022（令和4）年2月、まずサブスクリプションサイト「坂福笑店」が完成。今後の本格稼働に向けた体制が整いました。

また、サブスクリプションサイトと並行して、オンラインストアも立ち上げました。貸し出した調度品を気に入って、「購入したい」というお客様のニーズに応えるためです。商品とともに作家名も明記することで、作品の作り手をPRする場をつくることも目的の一つでした。当社のWEBサイト、サブスクリプションサイト、ECサイトを連携させ、多様なお客様を呼び込んでいきたいと考えています。

ラグジュアリービジネスで 日本の伝統工芸の価値を世界に広げたい

今後は、サブスクリプションサイトの会員を増やすことが課題です。日本に様々な素晴らしい伝統工芸があること、それが失われつつあることを知っていただくための情報発信にも力を入れていくつもりです。次のステップとして、商品のラインナップの拡充にも取組みます。食器に限らず、もてなしの空間に求められるあらゆる調度品、さらには料理やサービスまで、すべてを提供できる体制づくりを目指します。

これまで日本にないラグジュアリービジネスを成功させることが最大の目標です。日本の誇るべき伝統工芸を広く世界にアピールし、その価値を高めるとともに、次代を担う若い人材が活躍できる場をつくることにも尽力したいと考えています。



月額制（サブスクリプション）
オンライン貸し出しサイト



オンラインストア

24時間いつでも好きな時間に 字の練習や作品提出ができる オンライン書道教室を開設



代表 水野 真澄氏

Writing salon choukou

代表 水野 真澄

URL ▶ <https://writingsalon.jp/link/>

事業内容・業種 ▶ オリジナルサイン作成、書道教室（対面・オンライン）、
書道オリジナルアート作品のサブスクリプションサー
ビス、筆耕等

外資系企業での経験をきっかけに オリジナルサインの作成を事業化

書道の専門学校を卒業後、京都の書道財団での勤務を経て独立し、約6年間、四条烏丸の書道教室運営や、検定協会・ホテル・飲食店などを顧客とした筆耕、オーダー作品の製作に従事しました。その後、京都を離れましたが、2020（令和2）年より再び京都に居を構え、書道教室をスタート。2022（令和4）年1月からは、SNSを受注の窓口とし、オリジナルサインの作成を始動させました。

サインの作成を仕事にするきっかけは、京都から離れていた間に勤務していた外資系企業での気づきです。外国人の方は気軽にさらさらと書いていて、サインにその人らしさがあらわれます。同じ名前であってもサインで誰なのかが分かり、便利だなと感じました。サインを考えてほしいと頼まれる機会があったこともあり調べてみたところ、オリジナルサイン作成のニーズが高いことが分かり、事業化することを決意しました。

特徴の一つは、個人が気軽にオーダーできる価格設定です。完成形の画像をそのまま使用することは禁止とし、本人に練習していただき、日常生活の中で書けるようになっていただくことを前提としています。希望のイメージを共有した上で考案し、デザインが決まったら、そのプリントアウトと、なぞり書きできる練習シートを送付。現在はこのサイン作成が事業のメインとなっています。



サイン作成では、練習シートを自動生成するシステムを導入

レッスンから作品提出・添削までを オンラインで行う書道教室を開設

定期的に宇治で対面の書道教室を行っていますが、そのきっかけとなったのは、SNSで生まれたつながりです。ほかにもSNSから仕事が発生するケースがあり、需要があるかどうかは分からないものの、オンラインで書道に関連するビジネスをいくつか展開してみようと考えようになりました。そこで、オリジナルサイン作成のシステム構築と並行して準備を進めてきたものの一つが、今回の事業で採択されたオンライン書道教室です。

生活スタイルや目的、レベルなどに合わせて選べる3コースは、動画教材に加えて、作品や添削をマイページにアップロードし、共有可能な場合は作品展示ページに掲載する業界初のシステムを採用。24時間いつでも好きな時に練習に取り組めます。初級コースは月額980円に設定。自由な発想で書道に向き合うデザイン書コースと、筆ペンやボールペンで読みやすくきれいな字が書ける

ようになることを目指す実用書コースは月額4980円で、月3回・1回50分のオンラインライブレッスンを受けることができます。

添削においては、手本の通りに書き写すことを重視するのではなく、その人の字を活かすスタンスを大切にしたいと思っています。その人が書いた字をベースとしながら、押さえるべきポイントを伝えることで、手本がなくても一発で、きれいな字が書けるようになることを目指します。

完成したホームページの微調整を行い、2022（令和4）年5月にプレスタートしました。



自宅で生活スタイルに合わせて取り組めるのが魅力

サブスクリプションを加えた3本柱で ニーズを探り、進むべき方向を見極める

サイン作成、オンライン教室に加えてもう一つ、新たな事業の立ち上げを進めてきました。月1回、空間を彩る書道オリジナルアート作品を届けるサブスクリプションです。

作品は飾る場所や目的に応じて、言葉がメインのもの、黒と白をベースにしたモダン作品、季節を前面に出したものの3種から選択することが可能。また作品サイズは、手持ちの額や飾るスペースに合わせてA4とA3から選ぶことができます。ターゲットとしては病院などの医療施設、ホテル、レセプション会場、飲食店、自宅などを想定。月々980円からとリーズナブルで気軽に楽しむことができる上、レンタルとは異なり返却する手間がないところが魅力です。こちらも専用のホームページが完成したので、2022（令和4）年5月からスタートしました。

目下の目標は、広報ツールとしてSNSを効果的に活用しながら、オリジナルサイン作成、オンライン書道教室、サブスクリプションサービスの3本柱で事業を展開し、その中で生まれる相乗効果や、書道にまつわるニーズを見極めることです。得られた気づきや発見をもとに、柔軟な発想で進むべき方向を見いだしたいと考えています。



今回の事業を活用し作成したオンライン教室のホームページ

報告書管理ソフトを アップグレード 事務業務の負担を大幅に軽減

株式会社オカムラ産業

代表取締役 岡村 佐和子

京都市南区吉祥院大河原町8-4

URL ▶ <https://www.okamura-sangyo-53.co.jp/>

事業内容・業種 ▶ 一般廃棄物収集運搬業・産業廃棄物収集運搬業、
資源リサイクル業

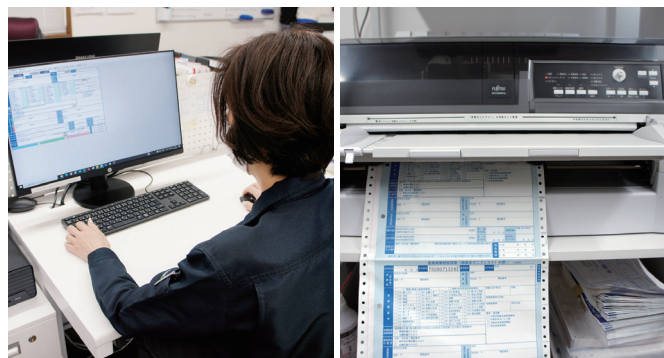
報告書作成にかかる事務作業を軽減 新規顧客開拓に力を注ぎたい

当社は、祖父の代から数十年にわたり、京都を拠点に廃棄物処理業を営んできました。一般廃棄物の収集・運搬を行う他、企業から依頼を受けて産業廃棄物の収集・運搬、大型ごみ・不用品の収集やリサイクルの依頼にも対応しています。2021（令和3）年度には、環境への配慮や事業の透明性などの基準を満たした優良事業者として、京都市から認定を受けました。世界中から観光客が訪れる国際都市・京都にあって、美しい街を維持する上で欠かせない重要な責務を担っている使命感を持って、事業に取り組んでいます。

産業廃棄物を処理するにあたっては、「産業廃棄物管理票（産廃 manifests）」を作成することが義務付けられています。排出事業者が産業廃棄物の名称や数量、運搬業者名、処分業者名などを細かく記入して産業廃棄物処理の委託事業者に渡し、廃棄物処理が適正に行われたかを確認・管理する仕組みです。

当社では、お客様である企業に産業廃棄物の回収に伺った際、運搬を担当する社員が必要な情報を記した書面を受け取る方法が続いています。かねてから課題になっていたのが、「産廃 manifests」に関わる事務作業が膨大になることでした。まず社員が持ち帰った書面を、「産廃 manifests 管理ソフト（産廃ソフト）」を使って改めて入力します。それに加えて、お客様によっては、オンライン上で管理できる「電子 manifests システム（JWNET）」にも入力。さらには自社の管理用ファイルにも同様の収集記録を入力するため、手間は何倍にも膨らんでいました。近年の廃棄物の減量化の流れの中で、記載項目はより細かく、多くなっており、入力の手間と時間は増える一方です。

当社では、これまで社長自らこの業務を担ってきました。その結果、毎日大量の事務作業に忙殺され、新規顧客開拓や営業・経営戦略立案といった、経営者として行うべき本来の業務にまで影響を及ぼしていました。そこで、こうした事務処理作業を軽減することを目的に、今回の事業に申請しました。



「産廃 manifests」を作成

「産廃 manifests」を出力



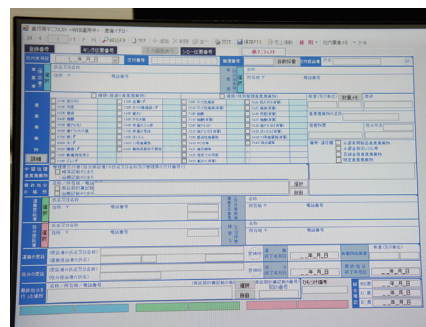
南区にある事業所

「産廃 manifests」管理ソフトをアップグレード 入力業務の負担を大幅に軽減

本事業を活用して良かった点が、ITコーディネーターに相談できたことです。課題を整理することから始め、専門家の知恵を借りながらデジタル化の優先順位や必要性を検討しました。

その上でまず「産廃 manifests 管理ソフト（産廃ソフト）」をアップグレードしました。これによって大きく変わったのは、「産廃ソフト」と「JWNET」、その他のファイルを連動できるようになったことです。一度「産廃ソフト」に入力すれば、電子 manifests や自社の管理ファイルにも簡単にデータを移行できるようになり、入力作業の負担は大幅に減りました。また、「産廃ソフト」の顧客管理機能を活用し、お客様ごとに廃棄物の収集量や廃棄物の種類などを正確に把握することもできるようになりました。

さらに、業務を効率化するために、新たにノートパソコンを購入しました。インターネット環境を整備し、外出先でもシステムへのアクセスできるようしたことで、事業所に拘束される時間を減らすことも可能になりました。



「産廃 manifests 管理ソフト」

さらなるIT化を推進し、新規開拓 社会のニーズに応え、選ばれる企業を目指す

今後も引き続きIT化を進めていくつもりです。次の目標は、産業廃棄物回収時にお客様から受け取る収集記録をペーパーレス化すること。収集にうかがう社員がタブレットを携帯し、お客様の元で収集記録や産廃 manifests に直接データを入力できるようにしたいと考えています。そのためには収集する社員への指導や教育も必要になります。現在は代表の社員によるテスト運用中です。廃棄物の収集業務に支障を来さず、かつ正確に入力作業を行える方法を検討しているところです。

また、大手企業を中心に電子 manifests の導入が進んでいることから、当社もそれに対応し、いち早く「電子 manifests システム」を導入しました。今後はこうした先進のシステムを強みとして、新規顧客開拓に生かしていきたいと考えています。

社会の環境意識が高まる中でゴミの排出量は減少する一方でリサイクルのニーズが高まっています。今後はそうした社会の要請に応え、リサイクル事業にも力を入れていくつもりです。これからも社会や時代に対応し、お客様に選んでいただける企業として成長していきたいと考えています。

受注から会計連動まで 一気通貫のシステム導入で 大幅に生産性を向上

株式会社ミサキ

代表取締役 吉川 友

京都市南区吉祥院西ノ内町49-1

URL ▶ <https://www.anchor-misaki.jp/>

事業内容・業種 ▶ あと施工アンカー工事、耐震補強工事ほか

関西最古のあと施工アンカー工事会社 急な依頼への対応を強みとしつつ課題も

当社の創業は1978(昭和53)年。関西で最も古いあと施工アンカー工事の会社です。あと施工アンカー工事とは、建物の内外に機器などを取り付けるため、コンクリートに穴をあけてアンカーボルトを打ち込む、建築では欠かせない工事のこと。建物の配管用などの穴を開けるダイヤモンドコア、耐震補強工事などの事業と合わせ、ゼネコンを中心に多くの企業からお取引をいただき、関西の建築業界で高い知名度と信頼を得てきました。

あと施工アンカー工事は、緊急性の高い発注が多いのが特徴。当社は、急な依頼にもスピーディーにお応えしてきた実績を強みとしています。その一方で、お客様と営業担当者の間でのやりとりが多いため、会社としてリアルタイムでの受注や施工の状況をしっかり把握できていませんでした。また、1,000種類に及ぶ多種多様なアンカーの原価や、職人の熟練度、工事の難易度に応じた値決めを行うのが難しく、経験や勘に頼った見積りが行われたり、採算を見るために何種類もの帳票を広げる必要があったりと、採算管理にも課題を抱えていました。

私は中小企業の事業承継を支援するベンチャー企業の代表として当社を事業承継し、代表取締役就任しました。当社をさらに成長させるため、営業戦略の見直し、それに伴う人事制度の構築などを通して生産性の向上をはかっています。その一環として、業務の効率化と採算管理を目的としたデータベースと業務システムを構築するため、今回の事業に申請しました。



あと施工アンカー工事の現場
緊急性の高い工事へのスピーディーな対応が強み

受注から会計まで一気通貫のシステムを導入 営業活動にもプラス効果

まず取り組んだのが業務の棚卸です。これまで経験や勘に頼りブラックボックス化していた業務の一つひとつを可視化することで、どの部分にどのような無駄が潜んでいるかを洗い出しました。業務フローの整理作業は外部支援に頼るのではなく、業務を熟知している社員と協力しながら時間をかけて行いました。また営業活動だけではなくバックヤード事務の効率化も行うべく、見積段階から会計処理までを一気通貫で行える業務フローを検討し、当事業のサポートを頂いたITコーディネーターの協力を得て、詳細



(中央) 代表取締役 吉川 友氏

なシステムの要件定義書を作成しました。そうして作成した要件定義書を複数のシステム開発会社と共有し、弊社の業務と目指す姿を理解いただいた会社と共同で基幹システムを構築しました。業務効率化と働き方改革の観点から、システムはクラウド上に構築し、同時にシステム外の業務もクラウド上で完結出来る仕組みを作りました。

システム稼働後は、場所を選ばず、5分で正確な見積が出来る様になりました。たとえば金属アンカーの工事なら、アンカーの種類、作業内容と施工する職人を選ぶと原価と定価が算出され、すぐに見積書に反映出来ます。過去の帳票を何枚も広げて電卓をたたいたり、勘に頼ったりする必要がなくなりました。受注、見積、請求、さらには会計との連動まで一気通貫で行えるので、改めて会計ソフトに入力する必要もありません。

操作は簡単で高齢の社員でも問題なく使えるので、これまでパソコンを持っていなかった社員にもパソコンを配布し、全社員がデジタル活用できる環境を整えました。見積時の入力でも原価や粗利も把握できることから、営業担当者に採算の意識が強くなったことも導入の効果の一つです。また、過去の受注履歴もすぐに引き出せるので、現場で会う監督に「あの現場でお世話になりました」と挨拶できるなど、営業活動にもプラスの効果がありました。



導入したシステムは簡単な入力でも
作業効率を向上

残業時間の削減と賃上げを同時に実現 採用力アップにもつなげる

システムの導入によって、見積・受注・採算管理・会計連動まで約7割程度の作業時間が削減され、全体の生産性も格段に上がったことから、残業時間を一人あたり約2時間削減し、同時に賃上げを行うことができました。今は外注の職人もスマートフォンを持っているため、紙の手配書も廃止するなどペーパーレス化も進めています。デジタル化、働き方改革など大きなことを言わずとも、業務に最適なシステム構築・業務フローを再構築し、全体の業務負荷を下げれば、労働時間の短縮と賃金アップは両立できるものです。

現在、当社は「関西ナンバーワンの座を取り戻す」を目標に掲げ、理念とビジョンを全社共有し一致団結して活動しています。明確にビジョンと仕組みを作ることで人材確保も進み、平均年齢は10歳程度若返りました。人手不足に悩む建築業界にあっても、先進的な取組を行えば採用力は上がることを実感しているところです。

管理システムを ブラッシュアップ 業務負担を大幅に軽減

京の宿 北海館 お花坊

代表取締役 小西 晴夫

京都市下京区不明門通下珠数屋町上ル卓屋町66-2

URL ▶ <https://www.ohanabo.com/>

事業内容・業種 ▶ 旅館業

新旧の管理方法が混在し 業務の煩雑化が課題

当館は、四代にわたって東本願寺正門前で旅館を営んできました。かつては北海道から東本願寺に参る方が多く泊まる宿坊だったことが、「北海館」の名前の由来と伝わっています。歴史を感じさせる伝統的な木造の空間、心づくしの料理、そして何より大切にしているのは、親しみやすく、心のかもったもてなしです。お客様のお好みを伺って食事のメニューを変えたり、お話を聞いてお勧めの観光スポットをご案内したり、一人ひとりに喜んでいただけるサービスを心がけています。

そうしたお客様を第一に考えたサービスを提供するにあたって近年課題になってきたのが、予約や宿泊の受付、会計などの管理業務です。予約・会計・顧客管理システムを導入し、業務の効率化を図っていますが、一方で長年続けてきた旧来の管理方法を踏襲しているところもあり、かえって手続きを増やす結果になっていました。予約受付業務もその一つです。電話やオンライン予約サイトで受付た予約を一旦手書きで台帳に記入し、さらにそれを予約管理システムに入力していました。お客様が到着された際に台帳に記入いただいた情報も同様です。余計に手間がかかる上に、記載ミスリスクも高まります。また従業員の勤怠管理でも、打刻式のタイムカードの情報を再度パソコンに入力する作業が、大きな負担になっていました。

こうした管理業務にかかる負担を軽減するとともに、ミスを未然に防ぐためにも管理システムの本格的な活用が急務と考え、今回の事業に申請しました。



歴史を感じさせる客室

管理システムを導入し 予約・会計・顧客管理、勤怠管理を効率化

今回の事業を活用し、まず予約・会計・顧客管理システムをバージョンアップし、機能向上を図りました。大きく変わったのは、インターネット予約サイトと連動したこと。インターネット予約サイトに入力されたデータが、当館の管理システムにも反映される仕

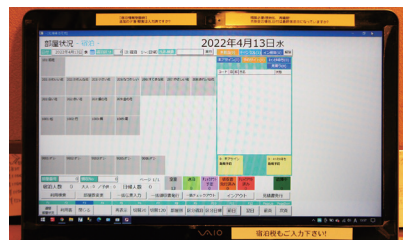


取締役 小西 崇文氏

組みにし、予約管理や部屋割り、食事の要不要など詳細な情報管理も容易にできるようになりました。住所や電話番号といった顧客情報も顧客管理システムと共有されるので、入力の手間を省けます。また請求金額も自動で算出。チェックアウト時の領収書発行も簡単です。これにより手書きでの記入、さらにパソコンへの再入力が必要なくなり、業務が大幅に軽減されるとともに、記載ミスによる手違いを防ぐことも可能になりました。

もう一つ便利だと実感しているのが、顧客管理システムと電話との連動機能です。お電話をいただいた時、顧客管理システムに保存されているお客様は電話のモニターに名前が表示されるため、お名前を呼んで対応できるので、対応の質の向上に役立っていると感じています。

また、今回新たに勤怠管理システムも導入し、これまでの打刻式タイムカードを廃止しました。従業員がICカードを読み取り機にかざすと、出退勤の時間が自動で記録されるようになったことから、従業員一人ひとりの毎日の出退勤を入力する手間がなくなり、勤怠管理は非常に楽になりました。



予約管理画面



カード読み取り式勤怠管理

働きやすい環境を整え 次代に継承していきたい

当館は、お客様はもちろん、従業員も大切に、家庭的な経営を信条としてきました。その甲斐あって勤続年数が10年、20年を超える経験豊富な従業員も多く、それが質の高いサービスを支えています。一方で高齢化が進んでおり、今後は若い人材の雇用も必要になっていくと考えています。シンプルで効率の良い業務体制を整えておくことは、新しく入ってくる人が早く仕事を覚え、安心して働く上でも重要です。働きやすい環境をつくり、次代に当館を継承していくために、便利なデジタルツールを積極的に活用していきたいと考えています。

コロナ禍で外国人観光客が大幅に減少したものの、いずれは国内外のお客様が戻ってくることに期待を寄せています。外国人のお客様や若いお客様のほとんどは、インターネットで予約されます。そうした予約にもフレキシブルに対応し、訪れたお客様に心から満足していただけるよう、未来を見据えて従業員と一丸となってさらなる成長を目指していきます。

WEBサイトのリニューアルで 運用労力の軽減と 発信力を強化

上七軒お茶屋協同組合

代表理事 晴間 進

京都市上京区今出川通七本松西入真盛町742番地

URL ▶ <https://www.maiko3.com/>

事業内容・業種 ▶ 組合員の事業支援、イベント企画・運営

京都最古の花街・上七軒のお茶屋で組織 歌舞練場を舞台にイベントを開催

当組合は、北野天満宮の門前町にある京都最古の花街・上七軒のお茶屋が結成した組合です。組合員であるお茶屋の事業運営を支援するとともに、組合の共有施設である歌舞練場を拠点にイベントを開催しています。

例年3月末、京都にある五花街の先陣を切って始まるのが、「北野をどり」。2週間にわたって、芸妓・舞妓が日頃の鍛錬の成果を披露します。また、7月から9月にかけては納涼「ビアガーデン」をオープン。上七軒の芸妓・舞妓がごあいさつにうかがい、通常一見のお客さまは入れないお茶屋の雰囲気、多くのお客さまに楽しんでいただける機会になっています。その他、秋の「寿会」など、1年を通して様々なイベントを実施しています。



約400席を備えた歌舞練場



伝統建築でもある歌舞練場

SNSとの連携等により WEBからのチケット販売が増加

当組合では、上七軒の花街やお茶屋の文化について多くの方に知っていただくためにWEBサイトを開設し、イベントの告知などを行ってきました。コロナ禍でお茶屋の休業・営業制限、イベントの中止を余儀なくされる中において、ご最良のお客さまをはじめ、多くの方に上七軒のお茶屋の活動を伝え、お客さま離れを防ぐためのWEBサイトの役割はますます重要になっています。しかし、既存のWEBサイトでは発信力に限界がある上に、更新に関わる業務の負担も増していました。今回の事業は、WEBサイトのリニューアルと合わせて、こうした課題を解決するまたとないチャンスでした。

まず大きく変更したのが、トップページです。今回新たにWEBサイトの「顔」になる動画を掲載しました。芸妓・舞妓が上七軒を代表する名曲「上七軒夜曲」を舞う動画によって、華やかな花街の雰囲気や文化をビジュアルで伝えられるようになりました。

また、新たに二つのコンテンツを追加しました。一つは、歌舞練場の利用案内ページです。当組合では、公演や会議など各種イベント会場として、歌舞練場の貸し出しを行っています。より多くの方々の利用促進を図るため、案内ページを新設しました。もう一つ充実させたのが、「舞妓さん募集」のページです。新たに応募フォームを作成し、WEBサイトからの申し込みや問い合わせ



歌舞練場で開催する「北野をどり」

せを受付けられるようにしました。

さらに、これまで別々に運営していたSNSとの連携を強化したことも、大きく改善したところ。SNSに各イベントのチケットを販売するECサイトにリンクするURLを掲載することで、販売サイトへの誘導につなげるようにしました。

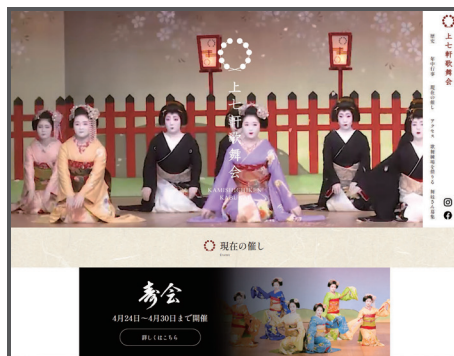
2022（令和4）年1月末に新たにWEBサイトオープンと、まだ日が浅いので、イベントのチケット販売数などの集客効果を実感するまでには至っていないものの、春に開催した「寿会」のチケットは、販売サイトからの購入が大幅に増加。これまで全体の半数ほどだった販売サイトの販売数が約9割に増え、誘導効果を感じています。また、歌舞練場の利用に関しても、「WEBサイトを見た」と問い合わせをいただき、案内ページを新設した効果が表れています。

こうした効果以上に実感しているのが、運用に関わる労力の削減効果です。「舞妓さん募集」フォームの新設によって、郵送による申し込みが減少しただけでなく、以前のように書類を確認して、不備があれば電話で問い合わせるといった手間もなくなり、職員の負担が大幅に軽減されました。今まで頻繁にかかっていた電話によるお問い合わせも減少するなど、新しいWEBサイトによる手応えを感じています。

新コンテンツも公開予定 イベント、お茶屋へのお客さま増加に期待

今後、社会状況に鑑みながら、少しずつお茶屋の営業やイベントの開催を再開・本格化していくことを計画しています。WEBサイトを通じて開催予定のイベントを告知し、今後はチケット販売数増加など、目に見える効果にも期待を寄せています。夏のビアガーデン、秋の「北野をどり」に多くのお客さまに足を運ばせていただくとともに、それを誘い水に、ご最良のお客さまに再びお茶屋に来ていただけたらと願っています。

さらに近い将来、新たなコンテンツの公開も予定しています。500年を超える上七軒の花街の伝統と文化を絶やさず次代に引き継いでいきたい。そのためにWEBサイトを窓口、これからも積極的に情報発信していくつもりです。



リニューアルしたWEBサイト



スマホ版

ECサイトを開設し オンラインで 新たな販路を開拓

京都表具協同組合

理事長 田中 善茂

京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地 京都経済センター420

URL ▶ <https://kyo-hyoug.jp/>

事業内容・業種 ▶ 組合員の事業支援、イベント企画・運営

コロナ禍で展示会での発表・販売が中止 オンラインで新たな販路開拓を目指す

当組合は、京都府に拠点を置く表具師たちが横のつながりを深めようと結成しました。現在は61名が所属し、互いに助け合い、共に発展することを目指して活動しています。

書や絵を紙や布で補強・装飾し、掛軸や額装、屏風、襖、衝立などを仕立てるのが表具師の仕事です。その伝統技法は千年以上の歴史を持ち、京表具は国の伝統的工芸品に指定されています。

しかし、表装の需要はバブル期をピークに下がり続けており、表具師の高齢化、後継者不足もあって、業界全体が存続の危機に瀕しています。デジタル化が遅れていることも課題の一つです。これを打開するため、当組合がデジタル化推進へと舵を切ったのは数年前。組合が保存してきた貴重な史料である表装用の裂地の写真約1,300枚をデジタルデータ化しました。それに続いて、掛軸の表装デザインをオンライン上で確かめられる「表装オンラインシミュレーター」を構築。組合のWEBサイトで公開し、販売促進に生かしています。

さらには、オンラインでの販路開拓も強化しようとしています。きっかけは新型コロナウイルス感染症拡大により、毎年10月に開催している「表装美術展覧会（表美展）」の中止を余儀なくされたこと。先行きが見えない中、展示会の中止が続けば、組合員の渾身の作品を発表し、販売する機会が失われてしまいます。そうした事態に備え、インターネットで作品を発表・販売できる体制を整えておく必要性を痛感し、今回の事業に申請しました。



書や絵を引き立てる裂地を選ぶ



伝統の技を駆使して製作

オンラインストアを開設 SNSも活用し、新規顧客にアプローチ

本事業によって派遣されたITコーディネーターにアドバイスを受け、早速取り組んだのがSNSの活用です。フェイスブック、ツイッター、インスタグラムを相次いで開設し、京表具のPRやオンラインシミュレーター・表具師・作品の紹介、さらにECサイト開設の告知などを行っています。2022（令和4）年2月、令和3年度も中止となった「表美展」の代わりに「幻の表美展」と題し、組合のWEBサイトで作品を発表しました。SNSでの告知が功を奏し、例年の展示会とほぼ同数の1,000人以上に閲覧していただきました。インスタグラムの閲覧者は毎月約100人ペースで順調に増加しています。SNSが潜在顧客の獲得につながった



専務理事 田中 浩氏

だけでなく、消費者の嗜好を知るマーケティングツールとしても有効だと実感しています。

次いで、新たにECサイトを作成しました。表具を扱う他のオンラインストアと差別化し、京表具のブランドイメージを保つため、価値の高い高級表装のみを販売することをコンセプトに設定。他のオンラインストアでは販売していないもの、自信と誇りを持って出品できるものに限定して組合員から出品作を募りました。

新たに制作したサイトには、様々な工夫を凝らしました。掲載写真の撮影はプロのカメラマンに依頼。洋空間を背景に表具を配置した写真などを掲載し、多様なシーンに飾れることを訴求する他、素材の材質や裂地についても拡大写真や文章で説明し、納得してご購入いただけるよう細部にまで注意を払いました。また、表装を手がけた表具師も写真付きで紹介し、表具師のWEBサイトへの誘導も図っています。

2022（令和4）年2月末、オンラインストア「SENSE of 京表具」を公開しました。約1カ月でホームページ検索の上位に表示されるようになり、閲覧者が増えている手応えを感じています。

WEBとシミュレーター、ECサイトとSNSの連携であらゆるお客さまをすくい上げる

オンラインストアを軌道に乗せたら、次は海外への販路拡大も目指していきます。海外の顧客にも対応するべくECサイトも充実させていく予定です。今後の課題は、発信力の強化。より多くの方に関心を持ってもらえるよう組合のWEBサイトのリニューアルを計画しています。また表具師の仕事ぶりを撮影し、YouTubeなどで配信することも考えています。

組合のWEBサイト、オンラインシミュレーター、ECサイトさらにSNSを連携し、「表装」に関心のある方を取りこぼさず、すべてすくい上げる体制をつくるのが目標です。



洋空間でのしつらえも提案



オンラインストア「SENSE of 京表具」

組合組織強化と 人材育成を目的とした コンテンツ動画の作成

京都府印刷工業組合

理事長 笹原あき彦

京都市右京区西院久田町1番地

URL ▶ <https://kyoinko.jp>

事業内容・業種 ▶ 組合事業運営

組合への新規加入促進に向けて 「組合紹介動画」を作成

当組合は、前身の申合組合発足から数えて131年、京都府の印刷業者の経営力強化と印刷業界の振興発展を旨意とする商工組合として活動してきました。組合員数は現在123社。京都の印刷業は高レベルの技術を誇り、事業所数も多いこともあって、全国的には高い組合員数を保っていますが、経営者の高齢化に加え、ここ数年はコロナ禍の影響による廃業もあって減少傾向にあり、組合員の確保が喫緊の課題となっています。

新規会員の加入促進のためには、未加入事業所の経営者に組合の意義や活動内容を理解・認識してもらう必要があると考え、組合紹介動画の作成等を目的に、今回の事業に申請しました。

多くの人に活動を伝え、 組合の意義を再認識してもらう

当組合には、大きく三つの分野「印刷・同関連業界との情報・交流」「共済・労務・厚生」「人材確保・育成・教育・事業継承」があり、各事業所単独では行うのが難しい有益な事業を生み出すことで、優れた価値を提供してきました。こうした組合の動きや加入メリット、歴史などをコンパクトにわかりやすく解説した組合紹介動画『実際、何なん？京印工。』を制作し、2022（令和4）年2月からYouTubeにアップしています。この動画は、意欲的な試みとして本部組織の全日本印刷工業組合連合会（以下 全印工連）でも高い評価を受け、各地の組合でもこうした動画を作りたいという好反応もあり、手応えを感じています。こうした動画の公開や動画視聴用のQRコードをつけたパンフレット等の配布によって、さらに組合への認識を広め、未加入事業所へ積極的な働きかけを行っていきたくと考えています。

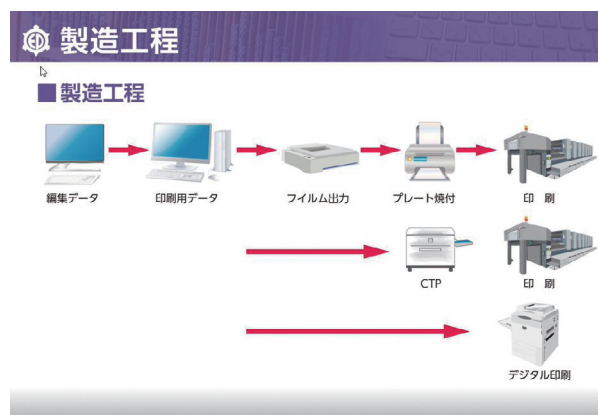


組合紹介動画『実際、何なん？京印工。』の一場面

また、印刷研修動画は、これまで京都印刷会館にて行ってきた印刷技術入門講座が、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で実施できなくなっていたことから、これに代わるものとして制作しました。動画は4月を過ぎて入社した中途採用の従業員研修にも利用できるため、その点でも制作した意義がありました。



右から 理事・組織委員会委員長 寺平 貴氏
理事・教育委員会委員長 江戸 孝典氏
事務局長 谷口 智氏



印刷工程図（印刷研修動画より）

最新の印刷技術情報をLINEで発信 単独の事業所でできないことをバックアップ

今後は、組合の公式LINEを立ち上げ、組合のイベントや勉強会の情報が、組合員の代表者や担当者に限らず、従業員にまで幅広く行き渡るシステムを作りたいと計画しています。2022（令和4）年2月に動画制作のセミナーをオンラインとハイブリットで開催したところ、組合員の事業所からたくさんの従業員が参加し、アンケートには、もっと技術を勉強したい、興味が湧いてきたといった声が多く寄せられ、技術取得に対する意欲や向上心を持っていることが分かりました。にもかかわらず、これまで印刷関連の最新の技術などについての勉強会を企画しても参加者が少なかったのは、告知情報が直接業務に関する従業員にまで届いていなかったのが原因ではないかと考えられるからです。また、全印工連は最新の印刷技術からマーケティングまで学べる様々な動画コンテンツを作成し、専用のYouTubeチャンネルにアップしているのですが、多くの従業員はその存在を知らず、利用も進んでいません。従業員にモチベーションを高く仕事に取り組んでもらうためにも、新しい技術、関心あるものに触れる機会を増やしていく必要があります。

一方、当組合では、若い人に印刷業の実際を知ってもらおうと、芸術系大学への講師派遣を行うとともに、組合員の印刷工場へ見学に来てもらう取組をしています。こちらから接点を持つことで、印刷会社に対する古いイメージを変え、もっと印刷産業に興味を持ってもらい、就業を促進するとともに、入社後も事業所単独でできないことを組合でバックアップして従業員の意欲アップを図り、組合員事業所の活性化につなげていきたくと考えています。

銭湯の紹介動画を制作し 各店舗の魅力を発信 業界全体の注目度アップへ

京都府公衆浴場業生活衛生同業組合

代表理事 中井 義昭

京都市中京区西ノ京職司町63

URL ▶ <https://1010.kyoto/>

事業内容・業種 ▶ 組合事業運営

市内では多くの銭湯が存続するも 銭湯未経験者への広報力不足を痛感

当組合は、公衆浴場、中でもサウナやスーパー銭湯以外の一般的に「銭湯」と呼ばれる公衆浴場の組合です。現在、京都府内の銭湯の99%にあたる108軒に加入いただいています。

活動としては、公衆浴場の入浴料金は、かつての塩や米のような物価統制令に基づく設定となっているため、組合として行政に対して改定への働きかけなどを行っています。また、全店舗で使用できる共通入浴券の発行や、京都の銭湯としての広報活動も行っていきます。

この50年で京都府内の銭湯の数は1/4に減りましたが、全国的に見ると、特に京都市内では個性に富んだ銭湯が数多く存続しています。ただし、ほとんどの店舗が個人事業主で、高齢化も進んでいるため、店舗ごとに広報活動を行うことは難しいのが実情です。また、若者を中心に銭湯文化が好きという層は存在しているものの、飲食店などと違って銭湯では写真や動画の撮影ができないため、SNSによるお客様自身の発信を通じて店舗ごとの魅力の紹介が期待できないという点でも、銭湯になじみのないお客様に対するアピール力の不足を痛感していました。

店舗ごとの特徴を紹介する動画を制作 サブカル的興味を持つ若い層へアピール

組合主導の情報発信が必要だということは認識しており、ホームページを立ち上げ、各店舗の紹介を行っていましたが、画像だけでは訴求力に乏しいという課題も抱えていました。そこで、雰囲気や伝わり、学生さんをはじめとする若い方にも気軽に見ていただける動画を制作しようと今回の事業に申請しました。

組合内の広報委員会が担当し、まずは京都市内と府下の計10店舗についてそれぞれの紹介動画を制作、『京都銭湯 湯う〜TUBE』としてYouTubeチャンネルを開設しました。[銭湯文化]として洗練された雰囲気の打ち出しではなく、銭湯に対してどちらかといえばサブカル的な興味を持ってくださっている若い層へのアピールを目指しました。

完成した動画は、女性キャスト2名が各銭湯を訪ねる、各8分



『京都銭湯 湯う〜TUBE』 トップ画面



組合のある京浴ビルヂング

から10分程度のもので。遠方からのお客様も想定し、駐車場の場所もご案内したうえで、脱衣所の雰囲気や、どのようなものが販売されているのかも楽しく紹介し、浴室では、主浴槽のほかに電気風呂、ジェット風呂、薬風呂など、すべての浴槽やサウナまでをすべて体験しながらレポートしています。オーナーのインタビューもあり、店舗ごとの魅力やアピールポイントも紹介していきます。

ご覧になった方からの反響は上々ですが、動画を見て初めて銭湯に来られた方がどの程度おられるのかはまだわかりません。今後もSNSなどとも連動しながら様々な取組を行い、『京都銭湯 湯う〜TUBE』を知っていただくための活動にも力を入れていきたいと考えています。



浴室の様子も詳しく知ることができる

元気で個性あふれるYouTube「京都銭湯」を 業界全体で盛り上げていきたい

銭湯は料金も均一で、規模感も同じような店舗が多いのですが、今回の動画制作を通して、店舗ごとのアピールポイントが大きく異なることに気づきました。常連のお客様も、遠方をふくめ様々な店舗に通うことを楽しみにしてくださっています。今、当組合では「京都銭湯」という言葉を用いて、京都の銭湯全体への注目を促す取組みを進めているところです。温泉やスーパー銭湯のような非日常ではなく、日常的に通える銭湯がたくさんある街、毎日のように個性の違う銭湯に通える街として、業界全体で盛り上げていきたいと考えています。今回の事業はその良いきっかけとなりました。今後、集客効果をヒアリングしながら動画の制作を続け、できればすべての店舗について動画でご紹介したいと考えています。



市内には
徒歩圏内に
複数の銭湯が
あるエリアも

京友禅の価値向上と販売促進につながる新コンテンツを作成

京都友禅協同組合

理事長 山田 容永

京都市下京区新町通四条下ル四条町349番地 京都友禅ビル内

URL ▶ <https://kyo-yuzen.or.jp/>

事業内容・業種 ▶ 組合員の扱う製品・原材料の共同受注・販売・購入、組合員への事業支援・教育・研修、京友禅の共同宣伝、施設の維持管理

将来を見据えて消費者とつながる道を模索 WEBサイトの充実を図る

当組合は、1949（昭和24）年、京都府で「京友禅」と呼ばれる染色業を営む事業者が集まり、様々な共同事業を通じて組合員の自主的な経済活動の促進と地位向上を図る目的で設立され、現在は47社が所属しています。

組合員は、京友禅の中でも「手描染」や「型染」といわれる伝統的な技法で染色を行っています。いずれも高度な技術に裏打ちされた手仕事によって生み出されており、京友禅を次代に残していくため、日々伝統の技の研鑽と継承に力を尽くしています。

これまで京友禅の染色業は、着物メーカー・問屋から依頼を受けて染色を行う委託加工業を中核として成り立ってきました。しかし、着物の需要が減少し、将来も継続して需要が見込めるか、先行き不透明な中で、将来を見据え、エンドユーザーである一般の方々や直接接点を持つ道を模索する必要があるのではないかと考えるようになりました。そこで2019（令和元）年に組合のWEBサイトをリニューアルした際、既存の得意先や顧客以外のターゲットまで広げた構成にし、仕事の依頼の他、催事や工房見学、施設利用、就職希望など、目的・ニーズごとに窓口となるページを作り、多様なターゲットとマッチングの促進を図りました。

その結果、一般の方々をWEBサイトに誘導する道筋はできたものの、各組合員に直接つなげるところには、まだ課題が残っていました。実際WEBサイトに組合員の事業概要を掲載しているものの、それぞれの特長がわかりにくく、組合員と新たな見込み客を的確にマッチングする役割を果たすまでには至っていないことからWEBサイトのさらなる充実を図るため、今回の事業に申請しました。



京友禅の着物

京友禅の作り手の思いを伝えるコンテンツを新設 各社やオンラインストアへの誘導を強化

本事業を活用し、組合のWEBサイトに加えたのが、組合員の事業を紹介するコンテンツです。伝統産業に関する執筆やPRの実績を豊富に持つライター、カメラマンに依頼し、組合員の事業所・工場に赴いて取材・撮影を実施しました。どのような思いで、またどれほどの技と手間をかけて京友禅を作り上げているのかを聞き取り、ストーリーと写真で伝える記事を作成、2022（令和4）年2月、最初に名乗りを挙げた12社の記事を「つくり手紹介」としてWEBサイトで公開しました。

それに加えて、一般消費者に直接販売するルートとして、新たにオンラインストア「KYOYUZEN」を立ち上げました。組合員



高度な技から生み出される京友禅

の中には、委託加工の他に、自社で染色した生地を使ってオリジナル商品を製造・販売している会社もあります。各社が手がけた御朱印帳や枕、トートバッグ、染額などの小物を組合のオンラインストアでも扱うことで、販売チャネルを増やし、各社の販売促進を後押ししたいと考えています。

新コンテンツによって、各組合員の事業の特長や、経営者・職人の「顔」が見えるようになり、各企業への関心や理解を深め、新しいお客さまとのよりの確なマッチングが可能になると感じています。

当組合のWEBサイトはホームページ検索で上位に表示されるので、WEBサイトを入口として、各企業やオンラインストアへのアクセスにもつなげられたらと期待が高まっています。

コンテンツ、オンライン販売の充実で 京友禅の価値向上を目指す

今後、組合員の紹介ページを順次増やしていく予定です。コンテンツを充実させて魅力あるWEBサイトにすることで閲覧者を増やしていきたいと考えています。また、オンラインショップで販売する商品のラインアップも増やしていくつもりです。将来的には、これまで長くお付き合いしてきたお客さまを大切にしつつ、京友禅の反物や着物もオンラインストアで販売することも視野に入れています。

こうした地道な取組を重ね、京友禅のブランドイメージと価値を高めていくことが、次代への継承につながっていくと考えています。



ライター・カメラマンが取材し、記事を作成



新設したオンラインストア

組合員以外の利用も可能な 機料品専用のECサイトを開設 全国の織物産地を応援

西陣織工業組合

理事長 舞鶴 一雄

京都市上京区西堀川通元誓願寺上ル堅門前町414 西陣織会館

URL ▶ <https://nishijin.or.jp>

事業内容・業種 ▶ 組合事業運営

「モノづくり事業部」を立ち上げ、 組合事務所で機料品を販売

当組合は、西陣織の振興と生活文化への貢献を目的に、1973（昭和48）年に発足した織物製造業の工業組合です。西陣織は織りあがるまでに多数の工程があり、それぞれの工程が分業によって行われていますが、当組合は製織工程を業とする事業者の集まりで、組合には現在、約300社が所属しています。

この製織に欠かせない機料品（織機の部品やその部品を動かすのに使う消耗品など）を手広く扱っていた大手の機料品店が2020（令和2）年に廃業したことから、当組合では、組合員の要望を受け、同年11月、組合事務所の一画に「モノづくり事業部」を設け、店舗業務を引き継ぐ形で機料品の販売に乗り出しました。機料品は消耗品を含めると1,000～2,000点にもものぼるため、「モノづくり事業部」でその全部を扱うのは難しく、販売は主だったものに限られますが、それでもこの取組は好評で、組合員から「助かっている」という声が多数寄せられています。今回、組合員のさらなる利便性向上を図るため、機料品専用のECサイトを設けることを目的に、事業に申請しました。



作業の様子

主要な機料品をカバーするECサイトで 組合員の利便性向上を図る

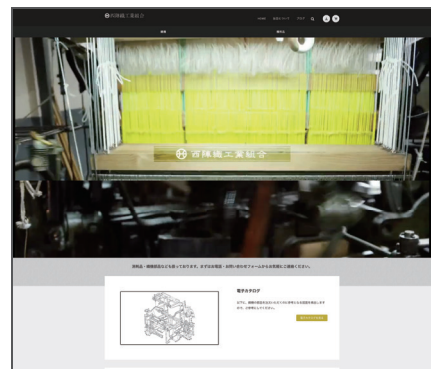
まず、今回の事業を活用し産業品撮影用カメラを購入し、職員が一点一点の機料品を撮影して、その部品のサイズ表などを添付してECサイトにアップするなど、2022（令和4）年1月から運営を開始したところです。まだ掲載している品が100点ほどと少なく、十分活用されるまでには至っていませんが、今後は300種類くらいまで増やし、もっと便利に使ってもらえるサイトにしていく予定です。また、組合員と契約しているところも含め丹後にも多くの織機がありますが、各地の織物産地の地元でも機料品店が減って部品等の入手が困難になっていることから、西陣に限らず、丹後、さらには博多や桐生など広く織物業を営む人にも活用してもらえるように、システムを整えていく計画です。

3年ほど前に開設した、一般の消費者向け西陣商品のECサイトの充実も今後の課題です。このサイトは組合員の商品を集め、



理事長 舞鶴 一雄氏

品質を「西陣織工業組合」が保証するという形で運営しています。これまでの購買傾向を見ると、ネクタイや和装小物といった比較的単価の安い商品はよく売れていますが、着物や帯は高価なこともあって、今一つ売れ行きが芳しくありません。ネットショッピング市場のいっそうの拡大が予測される今、独自にECサイトを持たない組合員の商品取引の場として、組合のサイトはますます重要性を増していくと思われることから、掲載品の選び方や見せ方なども含め、西陣織の魅力をもっと広くしっかり伝えられるように工夫していく必要性があると考えています。



機料品を扱うECサイト

「西陣呼称555年」記念事業を開催 西陣織のさらなる飛躍を目指す

西陣織は、平安朝以降連続と積み重ねられてきた高い技術と優れたデザイン性により、1976（昭和51）年には国の伝統的工芸品に指定されています。しかし、時代とともに和装需要そのものが減少、それにつれて当組合の会員数もピーク時（昭和50～60年）の1,500社から5分の1以下となってしまいました。さらに今、組合員はコロナ禍で苦しい状況に陥っています。外出自体が減ったうえ、入学式や卒業式、結婚式などが自粛となり、着物を着る機会が激減、生産量も落ちています。

こうした状況の中、2022（令和4）年4月1日～3日、京都文化博物館を会場に、帯の三大産地といわれる西陣、桐生、博多の業者が一堂に集まって、和装品問屋・小売店向けの合同展示会を行いました。もはやそれぞれの産地で個別にやっている場合ではない、産地同士が協力体制を組み、帯の魅力、伝統の力を全国に発信していこうと2021（令和3）年に始めたもので、今年で2回目。さらに来年以降も、他の産地と協力しつつ、合同開催を検討しています。

また、今年が、「西陣」の名称の起源とされる応仁の乱（1467年）から起算して555年目に当たることから、これを契機に西陣の活性化を図ろうと、「西陣呼称555年」記念事業を立ち上げ、様々な事業を展開しています。組合では、この事業が西陣織のさらなる振興、飛躍につながるよう、行政とも連携しつつ精力的に取り組んでまいります。

令和3年度
京都市中小企業デジタル化推進事業
成果事例集

令和4年11月 発行

京都市

〒604-8571 京都市中京区寺町通御池上る上本能寺前町488番地
産業観光局産業イノベーション推進室
TEL：075-222-3339 FAX：075-222-3331

京都府中小企業団体中央会

〒600-8009 京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町78番地
京都経済センター3階
TEL：075-708-3701 FAX：075-708-3725



京都市
CITY OF KYOTO



京都府中小企業団体
中央会