



社会課題の解決や多様な価値の創出を目的に、地域企業が連携し、新たな社会実験に挑戦する「京都・地域企業 未来の祭典」

## 京都・地域企業 未来の祭典

京都に働くいろんな人々の知恵やアイデアをひらき、領域をこえる好奇心と共創の精神がまじわる世界文化自由都市\*1としての未来へ向けたさまざまな実験と交流に参加できる舞台があるとしたら…

わたしたちは今、まちに必要なだと互いに感じる  
仕組みを「自分たちでつくりませんか」と呼びかけ、  
できることから京都・地域企業 未来の祭典として  
まずは、やってみることにしました。

あなたも、普段とは異なる視点で、  
未来の祭典らしい試みに参加してみませんか。

運営 | 京都・地域企業 未来の祭典をやってみよう会 事務局

\*1「世界文化自由都市宣言」とは  
(2019年世界文化自由都市宣言40周年事業より抜粋)



京都市は昭和53年10月15日に、市民の代表（京都市会）の賛同を得て、京都が目指す都市の理想を「世界文化自由都市」として宣言しました。  
平安時代から海外の人・技術・文化を取り入れ、明治時代には人づくりと文化で道をひらき産業を発展させた。いずれも海外の文化を尊重しながら独自の発展を遂げてきた京都。以降、永久に新しい文化都市であるために、みんなで力を合わせて取り組んできたからこそ、宣言の理念は幅広く実現しています。“都市は、理想を必要とする”

\*2 京都・地域企業宣言  
(2018年9月10日『京都・地域企業宣言』より抜粋)



国内外から人や物が集い、伝統と革新が融合しながら新たな文化を創造し、千年を超えて都市の機能が継続してきた京都。私たちの先人は、経済的価値と共に文化的価値を大切に、衣・食・住をはじめとする生活文化、地域が受け継いできた祭礼などに彩られる市民の暮らしを支えてきた。そして、伝統産業から先端産業、農林業、観光や情報をはじめとするサービス業などあらゆる産業やその担い手を育み、社寺や学術・研究機関との協働によって数々のイノベーションを生み出してきた。  
今こそ次の千年に向けた出発点であり、共に社業の発展を通じて地域に貢献し、しなやかな強さで京都の未来を切り拓く力、すなわち「未来力」を発揮するときである。  
京都に育まれてきた精神文化を大切に、あらゆる連携によって地域を支え、京都を拠点に日本の活力源となり、共生社会の担い手として、世界の人々の笑顔あふれる未来を創造していく。

## 京都・地域企業 未来の祭典2025

期間：2025年10月1日～11月30日

公益的な事業者連携による  
社会実験の数 **126件**  
2022年度～2025年度

社会実験を支える  
応援会&  
出張応援会 **71件**

## 社会実験による連携

発酵食堂カモシカ / GOOD NATURE STATION / ソフトコム (株) / SHINA / 日本新薬 (株) / 第一工業製薬 (株) / リコージャパン (株) / 京都フラワーツーリズム (合) / (株) LLB / 京都文化NFT (合) / (株) ジャムセッションズ / 公成建設 (株) まちづくりチョビット推進室 / ふらふらじお / 京都中小ベンチャー酒場 / (株) ハマヤ / (株) アナテック・ヤナコ / みんなの助手席 (株) / (株) カタルシス / 橡木ようとう工房 / framehouse KYOGAKU / (一社) 応縁堂 / (一社) 京都府中小企業診断協会 / (株) 夢びと / (株) アグティ / 京愛染師 松崎陸 / (株) フラットエージェンシー / YADOM KYOTO / 住友不動産 (株) / 京都をおもろくする (株) / ティラノサウルススレス実行委員会 / Free Port 京都 / アトツギ縁日実行委員会 / 北野天満宮 / 洛西紙工 (株) / (株) Eco Forest Friendly / (株) 加藤健旗店 / (株) 老松 / (株) カタルシス / 佛現寺 / (株) モクジャ / たけち歯科クリニック / (株) SOU / (一社) 滋賀県中小企業診断士協会 / 京都市環境政策局 環境企画部 環境保全創造課 / (一社) リリース / (株) Groove Designs / (株) よい根 / (株) ねき / (特非) 若者と家族のライフプランを考える会 / (株) OHINERI / (株) ニシザワステイ (一社) ぼくみん / Deco de Deco / (株) Hibana / (一社) Focus on /

\* 社会実験の開催順、重複企業を除き掲載

**55** 事業者 / 団体 / 個人



### <2025年度の社会実験一覧>

- 秋の醸す市祭り「発酵する滋賀」
- 京都で育むクリエイティブの未来
- 産官学連携イベント Digital縁日
- 夜観光・ナイトカルチャーの文化拠点づくり
- Jam Sessionzナイト 偏愛が奏でる協奏曲
- 「刺激しかない」京都中小ベンチャー酒場
- 出でよ、令和の脱藩浪士！ヒッチハイクで人流創出
- Tsurubami Collectipn  
～身のまわりのモノに新たな可能性をみつける Doa展～
- アトツギから見た事業承継のホンネ
- 「はたらくを混ぜる」地域で『ごちゃ混ぜ』に働く
- 『演劇で働くはどう変わる!?』
- オーヤドム・香りの実験中！
- ティラノジャンポリー in 京都梅小路
- アトツギ縁日<第5弾>
- Q学のススメ～休学をQ学にしてみると世界が変わって見えるかも～
- はたらく妄想会
- アトツギラボ「理念を浸透させるには？」
- 令和の大廃業時代に備えよ！  
～成功・失敗事例から学ぶ事業承継のリアル～
- 生きものむすぶ・みんなのミュージアム
- 「絵と音の名刺」ひきこもりや発達障害をお持ちの方々の仕事をつくろう
- 旅先で感じたまちへの感謝や感動を、地域の課題解決の応援に変える”TIPS FOR”
- 「なんか、ちゃうねん酒場」
- 実行力の多様性を体感する！お片付けワーク



## 地域資源を活かしながら未来に繋げる事業展開や社会実験を支える地域企業の参画

### ◆語り合い共に学び合う「地域企業勉強会」

昨年度に引き続き「地域企業勉強会」を、きょうとSDGsネットワークと共に開催。100年後のまちと企業の姿を想像しながら、京都の豊かな地域資源を事業に活かし未来につなげる視点を対話型の学ぶ場を展開。また、進出企業と地域企業の更なる連携・共創の創出に向け、相互理解を促進する交流タウンミーティングを開催した。

### ◆地域企業の専門性を活かして支える「地域企業応援会」

社会実験の実施に向けた、プロジェクトの相談を行う「地域企業応援会」。現地に何う出張応援会と合わせて、実現に向けた企画・アイデアの調整から連携先の開拓など具体的な支援を展開した。  
これまではコーディネーターが実験に対する助言を行ってきたが、本年度は「これからの1000年を紡ぐ企業認定」の認定企業でもある(株)おいかげ など地域企業も応援者として会に参加。コーディネーターと連携を取りながら、各社の専門分野の知見を活かしたアドバイスをを行い、社会実験の実装・展開を丁寧に支えた。

応援会開催数：53件（昨年：47件）  
出張応援会開催数：18件（昨年：12件）  
ギャザリング：2回 勉強会：2回



# TIPS FOR

実験の場

9月～  
SIGHTS KYOTO  
ノーガホテル

共催

株式会社よい根 / SIGHTS KYOTO /  
OHINERI / ファブビビレッジ京北 /  
京都信用金庫 / 有限会社ワックジャパン /  
ノーガホテル / 旗楽 / まちねこきょうと・  
防犯・防災に関する連絡・相談グループ



## 社会実験の内容

「寄付ボックス」をホテルの受付に設置。”観光に訪れた方々と地元の課題を解決する新しい寄付のかたち”を模索



ファブビビレッジ京北の木地師さんに寄付ボックスを作成いただきました。

## アウトプット/アウトカム

**20,170円集まった** \* 連携ホテル1軒1ヶ月実施

- ・置くだけで始まる地域貢献。発信できる成果報告（インパクトレポート）のニーズを確認
- ・応援先として4つのプロジェクトを形成できた
- ・応援先のプロジェクトの方々と設置を広げる営業方針へ

### \* 調整中の寄付先プロジェクト

- ”不登校等児童”の社会教育機会をつくる | 旗楽
- 京都の女性の活躍の場を支える | WAK JAPAN
- 清水寺を訪れた後は、京都を育む「つくり手」になろう | 東山エリアマネジメント協議会
- 歴史的街区の「まち猫活動 / 防災」を応援 | まちねこきょうと / 防犯・防災に関する連絡・相談グループ（河原町通～麩屋町通、三条通～四条通）



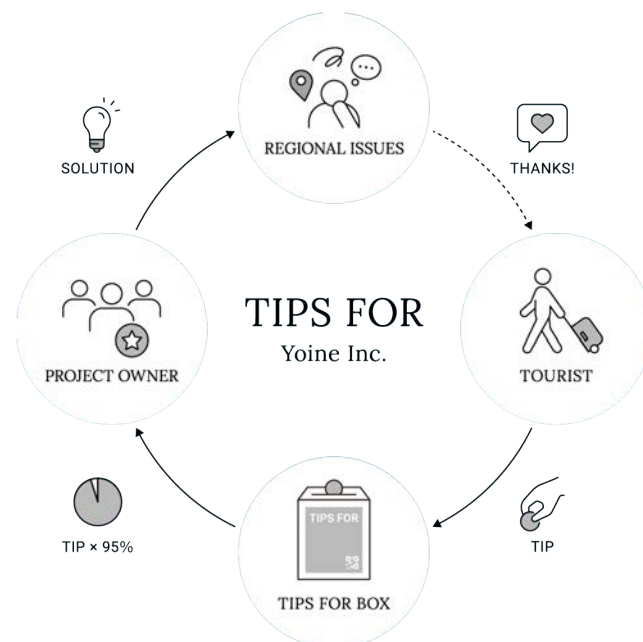
TIPSFORのホームページが  
完成しました



## 京都市の社会課題

### 市民生活と観光の調和

2026年の京都において、オーバーツーリズムはコロナ禍前を凌駕する深刻な局面を迎えています。こうした中、世界では「旅を通じて地域をより良い状態へ再生させる」という新たな機運が高まっており、インバウンド事業者にも、単なる経済活動を超えた多層的な地域貢献のあり方が問われています。



## 代表者から一言

訪日外国人旅行者向け事業者を対象に、  
ホスト（設置先）の募集を始めます。



株式会社よい根  
代表取締役 前田展広

私たちの活動母体である「株式会社よい根」には、ユニークな視点とやり方で、地域に善いつながり、善い動きを生み出している仲間がたくさんいます。そんな仲間たちへの応援の入り口を開き、新たなチャレンジの後押しができたらと願い、寄付ボックス事業 TIPS FOR を始めました。この試みに賛同し、寄付ボックスを店舗や施設に置いていただける方を募集しております。

## 主体企業

株式会社よい根

「関わる人の持ち味が開花する、社会により事業を一緒に育てる」社会的ブランド/コミュニティ開発の専門会社。2015年から、企業・自治体・地域が連携する公民連携事業の企画・運営を主軸としながら、京都・北摂・南大阪エリアを中心に、100を超える社会的ブランド・コミュニティの開発と運営を手がけている。京都市ソーシャルイノベーション研究所（SILK）フェロー



# 京都をつなぐ事業承継の未来実験 —アトツギの声から始まる地域連携—

実験の場

10月28日(火)  
11月18日(火)  
京都経済センター

共催

一般社団法人京都府中小企業診断協会（事業承継研究会）  
一般社団法人 応縁堂  
一般社団法人 滋賀県中小企業診断士協会（事業承継研究会）



## 社会実験の内容

京都の経営者やアトツギ（事業承継者）、行政、支援機関、専門性のある支援者（中小企業診断士・弁護士・税理士等）が、立場や世代、組織を越えて集い、フラットに対話する場として実施した。アトツギやその支援者の悩み、事業承継あるある等を共有。それぞれの立場からの悩みや想い、本音を可視化することを重視し、無理のないできる範囲での「関わり方」/「応援しろ」を見つけることを目的に対話の場を設計した。事業承継を単なる“経営課題の1つ”として扱うのではなく、京都の地域や産業を次世代に繋いでいく“未来のまちづくり”として捉え、立場を越えた協働や次の実践につながる関係性が構築された。



## 京都市の社会課題

### 事業承継を担う横の関係性の不足

京都市には老舗企業と呼ばれる創業100年を超える地域企業が多数存在する。一方で、後継者不足や承継後の経営不安を抱える企業は少なくない。制度や専門家による支援は整いつつあるが、経営者やアトツギ、行政、支援機関、専門家が立場を越えて本音で対話し、継続的に関わる場は限られている。その結果、事業承継が個社ごとの経営課題として捉えられ、地域全体で文化や伝統を次の時代に引き継いでいく仕組みが十分に機能していないことが、京都における大きな課題となっている。

### 事業承継研究会

中小企業診断士の事業承継支援のスキルアップを図るために、有志で立ち上げた研究会の1つ。制度や理論だけでなく、経営者やアトツギといった当事者の声や事業承継支援の現場感覚を重視し活動。事業承継に関わる様々な方々とのかかわりを通して、本質的な事業承継支援の学びの場を作っている。R7年7月には「事業承継」をテーマにIVSのサイドイベントにて約600名の参加者が集う、事業承継イベントを楽しく開催。



## 主体団体

### 一般社団法人京都府中小企業診断協会（事業承継研究会）

1959年に設立された中小企業を支援する専門家集団。中小企業診断士を中心に、経営改善、事業承継、創業支援、補助金活用、マーケティング支援など幅広い経営課題を抱える中小企業の経営を支援。行政や金融機関、支援機関と連携し、企業に寄り添った伴走型支援を行うことで、京都の中小企業と地域経済の持続的な発展を促進している。

## 主なアウトプット/ アウトカム

### 参加者：約850名（2025年1月～2025年12月）

- ・IVSのサイドイベントとして実施した関連企画では、延べ約600名が参加
- ・毎月開催の事業承継研究会には、20～30名の立場を超えた経営の専門家が継続的に参加
- ・診断士、弁護士、税理士、経営支援機関、行政、民間事業者、アトツギ等、多様な立場の方々が地域や仕事の域を超えて連携し、本音を話し合える対話の場を創出
- ・研究会活動を行政から表彰いただき、社会的価値の可視化と連携の幅が拡大



## 代表者から一言



事業承継研究会リーダー  
橋本勇人

事業承継は、単なる制度の活用や手続きだけで進むものではありません。経営者やアトツギが抱える葛藤や不安、迷いに丁寧に耳を傾け、立場や世代、専門性を越えて対話を重ねることが不可欠だと感じています。答えのない問いに向き合うからこそ、次の一步のヒントや、新たな可能性が見えてきます。本実験を通じて生まれた多様なつながりは、事業承継を「個社の課題」から「地域の未来づくり」へと捉え直すきっかけとなりました。今後も地域と一体となり、無理のない関わりの中で、持続的な事業承継支援のあり方を模索していきたいと考えています。

## Next Action

来年度も様々な団体と連携した取組を継続的に進めていきます！



# Digital縁日

実験の場

10/10(金)  
日本新薬株式会社  
本社講堂

主催  
協力

日本新薬株式会社 / 第一工業製薬株式会社

リコージャパン株式会社  
後援 京都市、京都経営者協会



## 社会実験の内容

「京都のDX推進」をテーマに、産官学の垣根を越え  
Digitalとのつながりを深める縁日イベント



## 京都の社会課題

### 持続的な成長に不可欠なDX推進

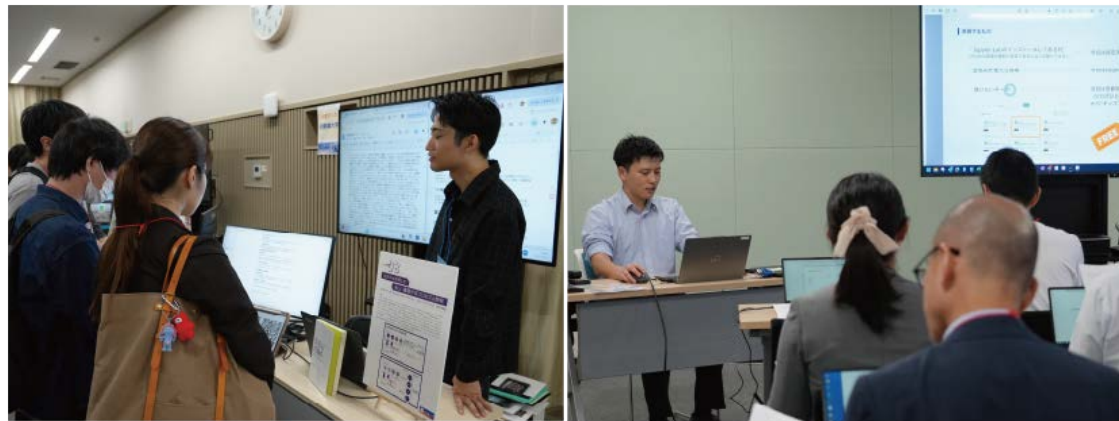
デジタル技術の進化は企業活動に大きな変革をもたらし、持続的な成長にはDX（デジタルトランスフォーメーション）の推進が欠かせない。一方で、地域企業が最新の技術にふれ、実践を通じた学び合いの機会は決して多くはなく、またそうした知恵を持つ企業間のつながりも、まだ浅い現状がある。その課題に地域企業が連携し、地域全体でDigitalが広がることを願った取り組みへと発展した。



## アウトプット/アウトカム

縁日のように、楽しくワクワクするような遊び心を持った展示や体験が立ち並びました。

アプリ開発体験やDX事例のシェア、AI活用のワークショップ、そして気軽に話合えるDXカフェなど、多彩なコンテンツを通じて参加者が「知る・触れる・つながる」ひとときを楽しんだ。



### 企業・大学・行政が一体となり、地域全体でDXを加速させる機運を醸成

企業だけでなく、大学生や京都市も出展し、垣根を超えた学び合いの機会が広がった。参加者間で実践・実用に向けた意見交換が行われ、DX推進や連携の兆しが生まれるなど、デジタルをきっかけに新たな「縁」が生まれた。

## デジタルとの縁が深まったインパクトの範囲

地域企業 + 大学（学生・教育関係者） +  
行政関係者 + 参加者 **46団体 134名**

<参加者の声>

『交流・共有・体験の3つがうまく組み合わせられ、インプットだけでなくアウトプットもできた！』

『AIやデータ活用は、今まさに必要な内容で非常に興味深かった』

### 主体企業から一言

普段はなかなか交流する機会のない企業、大学、自治体の方々と直接対話できる場となり、世代や立場を超えた新しい発見が次々と生まれました。参加者からは「異業種との交流が刺激的だった」「実際に体験できて面白かった」など、満足度の高い声が多数寄せられていました。今回のイベントをきっかけに、地域企業同士のつながりや新しいチャレンジが芽生えDX推進に向けた動きがさらに加速しています。これからも京都の未来をみんなで盛り上げていきましょう！

日本新薬株式会社 DX推進部



# 地域通貨「京都祭コイン」

共  
創

地域企業と共創実験  
5 2 社 + 1 高校



## 社会実験の内容 2025年も地域通貨を活用した2つの実験を展開

### ①演劇『あなたの働くを想像してみよう』

@THEATRE E9



若い世代と祭コインに関わる地域企業のユニークな大人たちが3カ月対話を繰り返し一緒に作る演劇を開催。  
\*京都市委託事業『学生の市内定着等に向けた関係性構築事業』プログラム。

### ②祭コイン版CSA(Community Supported Agriculture)



京丹波町のお米農家さんと連携。収穫した生産原価を公開し、購入金額を参加者が決定。42名のメンバーで1,197キロのお米を収穫。約25万円の応援金を繰越し、農家の収入保障や新規就農・援農に充てる。

## 京都市の社会課題

### 1社でどうこうなる時代じゃない

- 人口減、異常気象、財政難など課題だらけの現状  
→1社の枠を超えて、学び合い共創する場づくりが必要。
- 消費をあおる、地域外へ流出するお金  
→地域企業の新しい経済圏づくり。
- 大卒後8割の学生が京都外へ流出。  
→地域企業と繋がり就活の新しい京都モデルをつくる
- まちづくりに無関心  
→失効したcomoは学生起業やまちづくりに活用。  
共助の財布でまちができていく意識醸成

## 主なアウトプット/アウトカム

地域通貨「京都祭コイン」

2023年2月からスタート／

新しいお金のデザインを通して個人、地域企業、学校、行政が繋がる繋がるお金『共助の財布』ー新しい経済エコシステムー



- スマホアプリで使える地域通貨(1円=1 como)。
- ①3カ月で腐る期限付きのお金(貯められない)
  - ②定価にギフト(応援)をのせて支払うことができる
  - ③期限切れの祭コインは、90%がギフト好きなユーザーに再配布、10%はまちづくりに活用される

年	2024	2025	2023
通貨決済量	1,096,788	4,684,765	1,869,259
ギフト量	175,541	561,079	209,700
決済回数	306	691	345
ギフト受取回数	354	606	431
ユーザー増加数	938	1,312	612
店舗増加数	21	16	12
個人間送金額	74,688	882,546	299,720
期限切れ再配布	146,272	231,979	80,835

## 地域企業どうしがオモロく繋がることで生まれたと思われる様々な事例 \*一部抜粋

2024年7月より京都市のふさと納税返礼品になりました



大学生約130名を授業で受入  
(立命館大学、京都橘大学ほか)



5棟637室が  
『祭コインで住める部屋』に！



コミュニティ経済で新しいライフスタイルをつくる



学生世代の起業や複業支援(8加盟店)と地域企業との連携・繋がりづくり



>>>2026年年春から地域企業の社員さんと地域の高校生・大学生ごちゃ混ぜの学び合うコミュニティを開始！



京都祭コイン(MATSURI)



# なんか、ちゃうねん酒場

ー若者のホンネ、教えてくださいー

実験の場

11/25(火)  
ぼくみん  
オフィス

共  
催

一般社団法人ぼくみん / 株式会社よい根



## 社会実験の内容

若者と大人が本音で交流する対話・協働プロジェクトの一環として、気軽な飲み会を企画・開催



<当日の流れ>

- 18:30～ 若者のみで自己紹介・今日の流れ説明・開店準備
- 19:00～ 大人来店。接続詞カードを使っての自己紹介
- 19:20～ 酒場タイム① 価値観カードを引いて対話→大人からの相談
- 20:00～ 酒場タイム② メンバーシャッフル。↑と同じ内容。
- 20:50～ チェックアウト・感想記入
- 21:00～ 終了



## 京都市の社会課題

### 若者世代の流出

人口の1割を学生が占める京都ですが、卒業生の約8割が就職を機に市外へ流出するという深刻な課題を抱えています。魅力的な企業や地域資源が豊富にありながら、学生生活の中で企業や地域社会との接点が希薄なため、この街で「働く・暮らす」具体的なイメージを持てないまま卒業を迎えるケースが目立ちます。こうした若者と大人が互いの価値観を分かち合える「心理的な接点」の欠如が、未来の担い手を逃す大きな要因となっています。

## アウトプット/ アウトカム

### 経営者2名 / 若者6名が参加 継続開催の機運が生まれた

参加者には概ね満足いただくことができた。今後に向けては、代表者だけでなく若手社員の参加を促すことや、開催報告を活用した社内対話の創出、京都でのネットワーク醸成、さらには学生主体での主催・企画といった、多角的なアイデアが挙がった。

## 代表者から一言



やまもとみつひろ  
ぼくみん メンバー

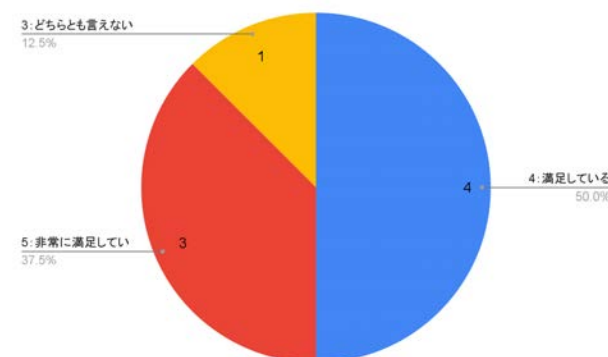
この企画のもう一つの狙いとして「より深く・親身に話を聴けるようになる」というのがあります。企業が次世代にも続いていくためには、次世代を担う若者の声を聴くことが必須です。「話を聴く」「対話する」というシンプルでありながら奥深いこのプロセスを大事にしながら、今後もこの企画を継続開催していきたいと思っています。

## 主体企業

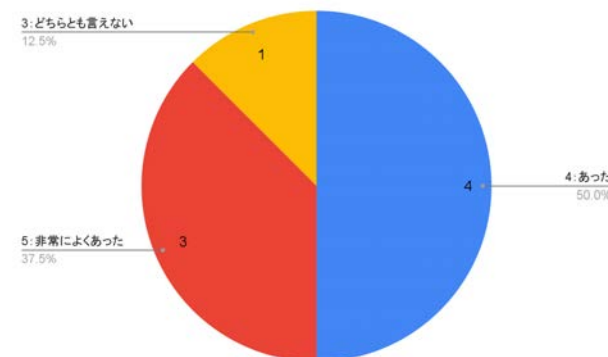
### 一般社団法人ぼくみん

立場や領域を超えた協働・プロジェクトを通して、希望ある未来を生み出すことを目指す団体。まちづくり、福祉、教育、出版など、さまざまな分野で、ひらかれた対話と創造の場をつくっている。主な実践として、京都市と協働している「1000とKYOと」や京都市北区での「船岡山オープンパーク」、若者と地域が学び合う「ふくしデザインゼミ」などがある。滋賀県高島市には複合型拠点「TAKASHIMA BASE」を構える。

今回のイベントの総合的な満足度を教えてください。



参加したことで、新しい発見や気づき、学びはあったと感じますか？





# 「刺激しかない」 京都中小ベンチャー酒場

実験  
の  
場

10/22(水)  
11/27(木)  
QUESTION (HIROBA)

共  
催

株式会社ハマヤ  
株式会社アナテック・ヤナコ  
ヨシカツオフィス



## 社会実験の内容 “ベンチャーマインド”がすきなひとの集い



### 「個人」のワクワクから何が生まれるか。

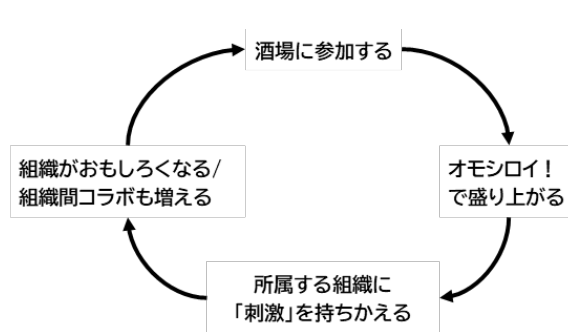
企業を対象とした制度や挑戦の機会にかかる情報の格差が、中小企業の間で依然として存在している。一方で、第二創業やスタートアップ、従業員の働きがい向上、カルチャープレナーなど、異なる立場でありながら、同じ問題意識や思想を持つ人達同士が集まりやすい環境が整っている側面も生まれてきている。京都中小ベンチャー酒場は、そうした背景のもと「個人のワクワク」や問いを起点に、本音で語り合い、立場を超えてつながる「ただの飲み会」の場として生まれた。小さな対話から、新たな挑戦や協業が勝手に生まれていく場（コミュニティ）を目指し活動中。「多様な分野の人々の価値観がもっと交じり合う場があると良いな」を願っている。



## 主体団体 京都中小ベンチャー酒場 京都中小ベンチャー酒場サイクル



コミュニティや団体を超えて「個」として、オープンな考え方で交流する「ただの飲み会」。自分の「面白い」がある人が集まり、それを面白がる人がつながり、取組を発展させる仕組みになっています。



## 主なアウトプット/ アウトカム

参加者：約300名（2025年1月～2025年12月）

月1回飲み会開催@QUESTION  
参加者の告知タイムを設け、活動を知ってもらう場として活用してもらいました。  
過去のイベント一覧： [https://note.com/smb\\_ventures](https://note.com/smb_ventures)



- 多様な参加者の繋がり  
仕事やプライベートでは出会うことのなかった、年齢も業種もバラバラな参加者の偶発的な出会いを創出。視野が広がったり、プレイヤーと支援者のマッチングが生まれたり、共創活動のきっかけにつながる場に。
- 新たな価値観・発想が生まれる場  
自身の活動を話す交流から、近視眼的になっていたことに気づくきっかけに。自分にとって「当たり前」と思っている知識（業界の常識や自社の取組など）や経験が、他者にとっては新たな価値観や発想を得るヒントに。
- イベントの中から具体的な共創のきっかけに  
参加者同士が「面白そう」「楽しそう」といったワクワクを原動力に、アイデアをブラッシュアップする方やスタートアップを応援する方、企画と一緒に考える方など自発的なアクションが誕生した。

< イベントから生まれた共創事例 >

- 事例1：新規就農家のイチゴ農園スタート時の土入れ活動をイベント化。後の関係資産につながる約20名が参加。
- 事例2：狂言師の舞台を参加者同士で鑑賞。まちの文化を大切に、応援する空気づくりへ。
- 事例3：クリエイターと茶道の師範が意気投合。今までにない新しいお茶会の価値を発見し、取組に発展。
- 事例4：京都中小ベンチャー酒場に共感する人が増え、広報担当や運営サポーターを担うメンバーが参画。取組自体のマンパワーも増加し、活動を強化する運びに。



## 代表者から一言



京都中小ベンチャー酒場  
主催者 町田大樹

当酒場は、異業種交流会やビジネスマッチングのイベント、その他なにかテーマをもって集まるような場所ではありません。様々なバックグラウンドを持った人たちがただ、自分の「オモシロイ」を持ち寄って飲んで、話しをするだけのただの飲み会です！にもかかわらず、不思議なことに、この1年間、たった12回の飲み会でそのオモシロイから色々なコラボが産まれたり、仕事が生み出されたりするのを見てきました。これからのAI時代、個人のオモシロイが必ず注目される日が来ると思っているため、京都の「オモシロイ」を集めてオモシロイ人を繋いでいきたいです！

## Next Action

2月からは **京都〇〇酒場** としてさらなる循環を産んでいきます！



# Q学のススめ

実験の場

11/14(金)  
語り × Café & BAR  
Katharsis

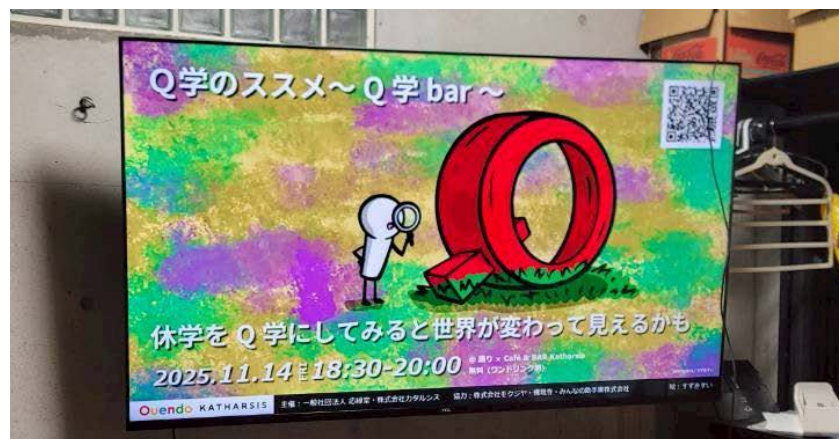
共催  
協力

一般社団法人応縁堂 / 株式会社カタルシス  
株式会社モクジャ / 佛現 /  
みんなの助手席株式会社



## 社会実験の内容

「学校を休む」休学から、「休んで学ぶ」Q学へ  
問いを持つことで、“時間の使い方”を考え  
世界が変わることを願ったイベント開催



<当日の流れ>

- 18:30 プチ交流
- 18:45 オープニング／自己紹介
- 19:00 休学を問う（Q学する）トーク
  - ・休学データを見てみる
  - ・休学エピソードを語る
  - ・休学をDeepにさらに深掘る
  - ・休学の意味決定の境目
- 19:40 テーブルトーク
- 20:30 自由交流会



## 京都市の社会課題

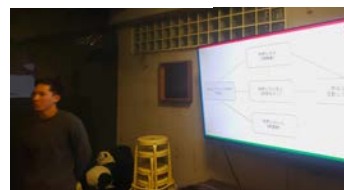
### 孤立と空白期間

人口に占める学生の割合が高い京都では、学ぶことが日常に溶け込む一方で、「立ち止まる」選択である休学はいまだネガティブな状態に捉えられがちです。ルールから外れた、遅れている、問題を抱えている——そうした社会の視線は、当事者の自己否定や孤立感を生み、本来は内省や挑戦の時間であるはずの休学を「空白期間」に変えてしまいます。若者の試行錯誤を受け止め、意味づける「心理的・社会的な接点」の不足こそが、学生のまち京都における見えにくい課題と言えます。

## アウトプット/ アウトカム

### 自分のための時間をつくる 楽しさと安心を大学生に

- ・休学を経験した社会人が自身の休学/Q学体験エピソードを共有
- ・休学の意味や価値は、自分で決めるからこそ見つかることを共有



### 学生：14名 社会人7名が参加 一人一人が問いかけ合う繋がりの中に

<参加者の声>

「起業する前に参加しました。まずは休学せずにビジネスをやってみようと思えました。学生生活だからできる選択の意味を考えていきます」  
「自分は休学しないつもりですが、考えずにそう決めていたので、なんで休学しないのか、その理由を探しに参加して見つかりました」  
「やってみたいことを進める手段としての休学があることに驚きました」

## 主体企業

### 一般社団法人応縁堂

「人類みなアトツギ」と捉え応縁するチームです。私たちは歴史や文化、思想や価値観など、過去から受け継がれてきた有形無形の価値に生かされ、未来へとそれを手渡していく存在です。  
家業の有無にかかわらず、誰もが何かを受け継ぎ、次の世代へとつないでいく「アトツギ」。応縁堂は、この考えを「人類みなアトツギ」と捉え、挑戦を続ける人々を支える“応縁（おうえん）”の輪を大切にしています。  
ご縁でつながり、応援し合い、孤立を防ぎながら信頼と仲間意識を育む関係性が、長い時間軸での挑戦を支える力になる。  
応縁堂は、そんな温かく力強い関わりを社会に広げ、未来を共につくる仲間と歩み続けます。

Ouendo

## 代表者から一言



(一社)応縁堂  
代表理事  
小野寺亮太

休学している学生が多いのか。  
たまたま休学している学生との  
遭遇率が高いのか。

いずれにせよ、休学している若者の思いや活動を聞いていると、なにか応援したくなる気持ちを抑えられませんでした。同時に彼ら彼女らが抱えるモヤモヤについても一緒に考えていきたい。そんな想いでやってみたのが「休学」を「Q学」と捉え直した企画です。

どこかネガティブなマイナス要素も含まれる「休学」を、探求や自分に矢印を向けて問い直すような「Q学」という記号を置いてみたら景色が変わるのではないかと。実際に企画してみて、若者との対話を通じて分かったのは多様な「Q学」の在り方と捉え方でした。働く人に置き換えると「キャリアブレイク」にも似たニュアンスがあります。今後も継続して「Q学」を深めていきたいと思っています！



四条河原町交差点にてオーヤドム・香りの実験中！  
「あなたが持ち歩きたい香りはなんですか？」  
～ヤドムで、香りスイッチ交差点～

実験の場

11/1(土),2(日),3(月)  
29(土),30(日)  
四条河原町交差点

共催 YADOM KYOTO 代表 inari  
住友不動産株式会社



## 社会実験の内容 街なかで試す、現代人の香りのリフレッシュ体験



タイの定番香りアイテム「ヤドム」。四条河原町交差点（エディオン前）にて「Oh! YADOM オーヤドム」の香り体験と販売、街頭アンケートを実施。ブースでは実際に香りを体験してもらい「どんな香りがあったら嬉しいか」「気分転換に嗅ぎたくなる香りは何か」といったリアルな声を収集した。



### 「心のオンオフ」が切り替えられない現代人のストレスを何とかしたい

忙しい都市生活の中では、ストレスや疲労感を抱え、時間や手間をかけたリフレッシュ・セルフケアが難しい人が増加。  
本実験では、街なかで「ヤドム」を用いた【香り】による気分転換体験を提供し、日常に溶け込む新しいセルフケアの可能性を検証した。  
集まった声を元に、京都産の和精油を使った、新しいヤドムの開発に活用する。京都の街なかで、香りから自分の気分や体調に意識を向けるきっかけづくりを創造した。

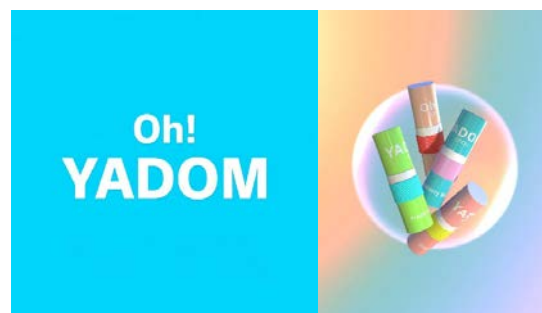
## 主体団体 YADOM KYOTO

日本の文化や自然を「香り」で表現し日常に届ける。四季や草木、暦といった日本文化をモチーフに、「ヤドム」を通じた新しい文化体験の創出を目指す。

## Oh! YADOM オーヤドムとは「吸うだけ、気分まるごとリフレッシュ」

「Oh! YADOM オーヤドム」は、「ヤドム」を遊び心と日本のライフスタイル感覚でアップデートした京都発の香りブランド。ひと吸いで心と体を切り替えられる気軽なセルフケア習慣を提案する。

日本の文化や自然を香りで表現する本格的なプロダクト開発前の初期試作のプロダクト名称。今回の実験結果を踏まえ、現在は京都産ヤドムの開発に取り組んでいます。



## 主なアウトプット/ アウトカム 参加者：約100名

○調査の結果：潜在ニーズの可視化と「和の香り」への期待  
多くの人が気軽にリフレッシュを求めながら、具体的な方法を見つけられていない現状が明らかに。オーヤドムを実際に体験してもらうことで、持ち運び可能な”スוותとする香り”によるリフレッシュ手段に対して、前向きな反応が多く得られた。特にミント・柑橘系の機能的な香りに加え、ヒノキやゆず、イグサ（畳）など、日本・京都ならではの香りへの関心や要望が多く寄せられた。

○行動観察から見えた「体験の壁」  
香りへの関心は高い一方で、「まずは嗅いでみないと分からない」という声が多く、購入や理解には実体験が不可欠であることが明らかに。「いい匂い！これなら欲しい」と即決する層・香りに気づかず通り過ぎる層で二極化し、体験の入口設計の重要性が課題として浮かび上がった。

○次世代ヤドム開発に向けた展開の方向性  
香り以外の視覚的要素や体験設計を組み合わせ、香りに関心のない層にも届く仕掛けづくりを今後検討する。合わせて、気軽に「嗅ぐ場/体験」を増やすことが、次世代ヤドム開発とストレスケア普及の鍵になる。

数値成果：

- \* 街頭アンケート・ヒアリング協力数：約20名（詳細な対話を含む）
- \* 販売本数：約40本
- \* 潜在顧客へのリーチ：交差点を行き交う多数の来街者
- \* 新商品へのアイデア獲得：京都産精油活用の確信と具体的な香り候補（ヒノキ・柑橘など）の獲得



## 代表者から一言



YADOM KYOTO 代表 inari

「京都に眠る自然素材×タイの知恵」で、世の中に”ご機嫌な人”を増やしたい  
今回、住友不動産様のご協力により、市内中心地で実験ができ、非常に多くの気づきを得ました。  
特に印象的だったのは、実際に香りを嗅いだ瞬間に「わーいい匂い！」とパツと表情が明るくなる方々の姿。一方で、通り過ぎる方々へのアプローチには課題も残りました。「ただ商品を置くだけ」では届かない層に、どうやって「心地よい体験」を届け、知ってもらえるか。今後は、今回の声をもとに「京都産の精油を使った新しいヤドム」の開発を進めます。京都の歴史ある自然の香りを、ポケットに入れて持ち歩く。そんな新しい文化を、この京都から作っていきたく強く思いました。

## Next Action

社会実験を継続しつつ、京都ならではの新しいヤドムを開発します！