

記者配布資料

平成24年5月17日

各位

京都商工会議所

**「第1回創造的文化産業（クリエイティブ産業）モデル企業選定事業」
選定結果について**

本所で策定している「ニュー京商ビジョン 2nd Stage」で、基本方針に掲げる「知恵産業のまち・京都の推進」を図るため、「創造的文化産業（クリエイティブ産業）モデル企業選定事業」を実施し、この度、別紙の通り30社を選定することと致しました。

本事業は、創造性を最大限に生かして、新たな文化的価値を生み出すことで、付加価値の高い商品・サービスを提供している（または今後の成長株として評価できる）事業者を選定し、新京都ブランド企業として発信するとともに、交流会や研究会等のネットワーク活動を通じて、次代の京都の成長を担う創造的文化産業（クリエイティブ産業）分野において、顧客創造を実現する知恵ビジネス企業群の形成を図ることを目指しております。

つきましては、本事業の趣旨をご理解の上、周知広報につきまして、格別のご高配を賜りますようお願い申し上げます。

【本件照会先】

京都商工会議所 産業振興部 ブランド推進担当（乾・西川）

〒604-0862 京都市中京区烏丸通夷川上ル

TEL：075-212-6450 FAX：075-255-0428

mail: inui@kyo.or.jp

http://www.kyo.or.jp/kyoto/

第1回創造的文化産業（クリエイティブ産業）モデル企業選定事業選定結果について

1. 選定結果

応募件数 146件（自薦89件／他薦65件／重複8件）

選定件数 30件（自薦20件／他薦15件／重複5件）

※選定企業一覧別添

2. 選定方法

①公募

「文化的価値」を活用し、「個の力（創造性）」を最大限に発揮した「ビジネスモデル」を実現する（もしくはその可能性が高い）事業者であり、かつ「新たな京都ブランド」として発信できるモデル企業を募集

②選考

京商クリエイティブビジネス研究会（裏面委員一覧参照）において、下記選定項目を定め、各項目ごとに点数化して評価、選考を行った。

■ 選定項目

商いの精神

個の力（創造性）の発揮

文化の活用

未来への展望

新しい価値創出（発想の転換）

コラボレーション

3. 選定のポイント

○自薦と他薦の併用

選定に当たっては、他薦（推薦者明記）も可としたことで、自ら意欲的に手を挙げた事業者のみならず、他者が優れたビジネスモデルとして推薦した事業者がバランス良く選定された。

（選定30件の半数が他薦）

○幅広い分野から選定 ～食、玩具、ホット、出版、デザイン、ファッション、音楽、染織、工芸、観光等

個人事業者から数百名規模の会社まで、規模や有名無名を問わず、文化性と創造性を兼ね備えたビジネスモデルを幅広い業種から選定した。

4. 今後の対応

○冊子作成等、新たな京都ブランド企業として発信

○本所創立130周年記念事業でのPR

○「京都クリエイティブビジネスミーティング（仮称）」の創設

※3年間で概ね100件程度を選定予定

以上

第1回クリエイティブ産業モデル企業選定事業【選定企業一覧】

	会社名・団体名	主な事業内容
1	株式会社アーテファクトリー http://www.artefactory.co.jp/	コンテンツ制作・販売・配信・管理（国宝・重要文化財等を含む）／美術印刷・複製画 企画・製作・販売／建築装飾企画・製作・販売／商品企画・製作・販売／ストックフォトサイト運営／ショップ運営／システム企画・開発・販売／データ管理ソフト 開発・販売／広告企画・製作 神社仏閣、美術館・博物館などが所蔵する国宝や重要文化財などの文化資産の高精細デジタル撮影と、生成したデジタルデータを建築・衣料・輪雑貨・ソフトウェア・広告など幅広い分野への利活用の提案を行っている。コンテンツだけに頼らず、デザイン・プロモーション・再現性など多くの点で高品質を実現していることからクライアントからも高い評価を得ている。 200万点以上のコンテンツを有するフォトストックサービス「OADIS」は芸術分野・教育分野に強みを有している。
2	株式会社あーとにしむら http://www.art-nishimura.com/	服地の企画、製造、販売（卸中心）／婦人雑貨（ストール、風呂敷）の企画、製造、販売（卸、直営ショップ）／着物の企画販売（干總の着物中心に販売）／デザインビジネス（パッケージ用図案デザイン、壁紙） 1555年創業の親会社（株）干總の有形・無形の資産を生かし、それらの価値観を損なわない様に現代のライフスタイルに合わせた商品の開発を行なっている。妥協せずに友禅の美しさを追求し、高品質の製品づくりに取り組むとともに、斬新な発想で新しい価値づくりに挑戦し、高付加価値分野でのビジネスモデルを確立しつつある。
3	いろは出版株式会社 http://hello-iroha.com/	2001年。詩人きむ（同社代表）が20歳の時、京都の路上に自作のポストカードを並べ、販売するところからスタートした。 以来、きむの作品は中高生を中心に若い世代に絶大な支持を得て、ポストカードは800万枚を突破、作品集はシリーズ累計100万部を突破している。創業11年目、社員数は70人を超えるが、平均年齢は未だ27歳。 若い力とアイデア力で、「新しい時代をつくるものづくり」に挑戦し続け、「愛、夢、笑顔を世界中の人が持つ社会づくりに貢献する」ことを基本理念とし、きむの作品以外にも、出版事業（日本ドリームプロジェクト）、雑貨事業（AIEUO）、似顔絵事業（WORLD 1）などのブランドを展開。出版事業の代表作『1歳から100歳の夢』はベストセラーとなり、NHKを始め、各メディアに取り上げられた。
4	株式会社一澤信三帆布 http://www.ichizawashinzaburohanpu.co.jp/	無地帆布を使った「信三帆布」、麻帆布やささまざまな柄を染めた綿帆布につけた「信三鞆」、昔ながらの職人用のカバンにつけた「一澤帆布製」の3つのラベルを展開し、製造、販売している。 天然繊維（綿、麻）へのこだわりや加工・製造技術、「100%自社製造」等他社に真似できないビジネスを展開。「時代に遅れ続ける」をモットーとし、生産性のノルマを設けず、20代から90代までの職人が「シンプルで丈夫、使い勝手の良いカバンを丁寧に作る」ことを徹底したものづくりを実践する。長年の使用で傷んだ時は、実費で修繕もする。 京都で作って京都で売ることにこだわり、製造直売のメリットを生かして顧客ニーズを製造現場にダイレクトに反映させる。
5	株式会社イワタ http://www.iozon.co.jp/	1963年に羽毛寝具の専門メーカーとして設立。 素材開発や製造技術に独自のノウハウを有し、職人の手作りによるハイエンド商品を中心に堅調に売上を伸ばしている。素材開発や製法改良に注力して多数の特許を取得し、高水準なレベルで品質の維持管理を徹底。「寝ごこち科学研究所」を設立し、お客様にとっての最高の眠りの追求を行い、睡眠科学を商品開発、販路開拓に活用している。2年前からショールーム併設の直営店を構え、直販体制を整備。現在、京都、銀座に2店舗を展開。
6	上羽絵惣株式会社 http://www.gofun-nail.com/	1751年創業。日本画用絵具専門店として日本画家が使う絵具を各種取り扱う。 天然素材（創業時から扱う胡粉）から生まれた胡粉ネイルは、ホタテの貝殻に含まれる真珠層が爪に美しい発光性を与えるとともに通気性に優れ、シンナー系の有機溶剤を一切使用していないので、今までマニキュアができなかった爪化粧品弱者を救うネイルケア商品として人気。また、日本画材の老舗として伝統的な色彩を生かしたファッション性の高い商品ラインナップを実現。発売以来数NHKをはじめ多くのメディアに取り上げられ、化粧品業界のみならず美容関係、セレクトショップ、ホテルなど多方面から数多くの引き合いがある。
7	彼方此方屋 （おちこちや） http://www.ochicochiya.com/	リサイクル着物販売／オリジナル着物『京・木綿 乙』（家庭で洗える綿・麻・絹のカジュアル着物）企画製造販売／特許製品『とわえる』（和装洋装兼用長襦袢）企画製造販売ほか。 着物をこよなく愛する創業者が消費者の視点に立った着物の製造販売を目指し、京都起業家学校、インキュベート施設KYOTO STYLE入居を経て町家で店舗展開。廉価な古着や家庭で洗える自然素材のオリジナル着物を購入しやすい価格で提供し、着方から手入れ・収納法など日々の暮らしにストレスなく着物を取り入れるための、また布を最後まで使い切った先人の知恵を今に活かすための商品・サービスを提供。従来の固定概念にとらわれない運営で徐々にきものファンの固定客が定着している。
8	株式会社開化堂 http://www.kaikado.jp/	創業当時から変わらぬ製法により、銅・真鍮・ブリキ製茶筒等を手作りで製造（卸、小売）。茶筒と同じ手法により、バスタ缶、珈琲缶、atc. を製造ほか。 ブリキによる茶筒製造の草分けで、元はお茶舗への卸であったが、現代表者から消費者への直接販売を開始。現代生活に合わせた見せ方、伝え方の工夫とともに、伝統技術に裏打ちされた気密性の高さ、100年以上かけてそぎ落とした簡素な美を生かし、ブランド構築及びハイエンド商品展開を行う。

第1回クリエイティブ産業モデル企業選定事業【選定企業一覧】

	会社名・団体名	主な事業内容
9	有限会社京都サイクリングツ アープロジェクト http://www.kctp.net/	レンタサイクル／ガイド付きサイクリングツアー／オリジナルグッズ販売／出版 ただ自転車を貸すレンタサイクルとは一線を画し、ツーリズムという概念を明確に打ち出すことで、サービス業としての「自転車観光」という分野を切り開いた。 独自開発した乗り心地抜群、省メンテナンスの自転車で、長距離をゆっくり周遊する「自転車観光」を京都で定着させた。通訳案内士を「自転車ガイド」として養成し、急増するインバウンド需要にも対応する。

第1回クリエイティブ産業モデル企業選定事業【選定企業一覧】

	会社名・団体名	主な事業内容
10	株式会社京都紋付 http://www.kmontsuki.co.jp/	京都の伝統産業である「京黒紋付染」の加工、和装呉服の仕立て加工など。 京都の伝統産業である京黒紋付染の技術を洋装素材に取り入れられないか試行錯誤し、洋装素材では従来に無い深い色合いの「深黒染め」を開発。ジーンズ・カジュアル製品ブランド「BL・WHY」並びに世界最高水準の黒さと京都の着物加工技術を活用した加工ブランド「御黒染司」を立ち上げた。従来に無い黒さを追求するとともに色落ちしにくい特徴を生かし、京都発のブランドとして知名度を高め、ファッション性の高い層への訴求を目指す。
11	株式会社京のくすり屋 http://www.yasashisa.net/	オリジナル化粧品の製造販売／京都しゃぼんやの運営／京都産、ヒノキ、杉、柚等のアロマを利用した癒し製品／京都産素材を利用した入浴剤の販売／医薬品の販売／オリジナル健康食品の製造販売。 20年前にアメリカでヒントを得て医薬品販売から思い切ってオリジナル健康食品専門店にシフト。京都らしい店舗に改装し、早い時期からインターネット販売に着手した。京都産を意識し、北山杉や水尾地区の柚子、京北のハーブなど、農業者との連携で商品化するとともに、京都産のオリジナル石鹸専門店「京都しゃぼんや」を2009年にオープン。一つ一つ手作りで丹念に製造される100%自然成分による石鹸が評判となり、年間2万人近い方が購入する人気店に成長。
12	株式会社公長齋小菅 http://www.kohchosai.co.jp/	創業以来竹製品一筋に、竹籠バッグ、花籠、箸などの食器、テーブルウェア、和雑貨、竹炭を生かしたお香などを販売。 「古典と現代の融合」「すそ野まで美しく」「誠実かつ繊細に」という創作理念に立ち返り、デザイナーとの協業による商品開発などを皮切りに、リ・ブランディングに取り組み、現代のライフスタイルに合わせた商品開発で新たな価値観を提案している。 高級旅館・インテリア系セレクトショップなどの新しい販路を開拓しながら、差別化の要因を「価値観の表現と伝達方法」にあると考え、より分かりやすく消費者に訴えるために昨年10月に初の旗艦店を三条河原町に開店。上質な生活スタイルを求める購買層に受け入れられる商品の開発を積極的に行っている。
13	光章 http://www.kyoto-kosho.com/	京都で培われた感性と伝統の技術をもとに現代の暮らしを彩る「布アート」を創作する工房。 手織りのざっくりとした麻素材と出会い、その素朴な風合いと染色のマッチングが新鮮でより自由な創作魂を刺激され、時代のニーズにも合う麻素材の暖簾やタペストリーの制作に特化しインテリアの分野に移行した後、有名百貨店・カタログ通販等との取引開始により最終消費者に近づいた商品提供に注力している。現在は若手工房スタッフとのコラボレーションに取り組み、新たな市場開拓（海外）に向け活動。
14	株式会社坂ノ途中 http://www.on-the-slope.com/	農作物の流通・提案業、新規就農者の支援事業。 環境問題への関心が高まるなか、有機農業への就農者が増えているが、販路を獲得できないケースが多い。当社が販路を開拓し、有機農家が営農に専念できるようにするとともに、消費者の安全な食へのニーズを満たすビジネスモデルの確立を目指す。 「持続可能な農業を広げる」という理念を明確に訴求することで、理念に強く賛同する農家、飲食店、小売店など組織化し、急成長を遂げている。 昨年8月には新規就農者の立ち上げを支援するための小さな八百屋として、坂ノ途中soilを開店。自然の中の豊かな土壌で栽培・収穫された野菜等の店舗販売をスタートした。
15	株式会社ジイケイ京都 http://www.gk-kyoto.com/	プロダクト、グラフィック、インテリア、建築、環境、ユーザーインターフェースなどに関わる企画、デザイン、デザインマネジメント、調査、研究など。 12社からなるGKグループの1社として京都に拠点を置き、関西を中心に活動。これまでプロダクト・デザインという市場を先駆的に切り開いてきた。京都ならではの顔の見える人間関係を重視するとともに、「遊び」を取り入れクライアントに想定外の「面白い何か」を提案するのが特徴。デザイナーの発想力を高めるため、受注業務から離れた自主研究活動をデザイナーからの研究テーマ提案に基づき推進している。こうした取り組みがクライアントから評価され、大手企業を中心に取引基盤を確立している。
16	株式会社松栄堂 http://www.shoyeido.co.jp/	創業以来、京都の地で一貫して薫香製造を生業とし、宗教用の薫香をはじめ、茶席で用いる香木や練香、お座敷用の高級線香や手軽なインセンス、匂い袋など「香百般」を取扱う。 現代のライフスタイルにあわせた香りを提案するインセンスショップlisnの出店など時代の変化に積極的に対応した事業活動により、幅広いユーザーのニーズに対応。欧米において高いデザイン性が求められる見本市への出展を継続。 熟練した職人の手による伝統の技を継承する一方で、最新鋭技術の導入も図る。特に打錠技術をヒントに粉末原料を圧縮しお香や関連商品を成形する技術を独自開発。従来の成形と色彩、形状、光沢、模様加工において表現が広がるとともに、生産性が飛躍的に向上した。
17	株式会社SCRAP http://www.scrapmagazine.com/	参加型イベントの制作・運営／インタラクティブでゲーム感覚のある広告の制作／フリーペーパーの編集・発行・流通 物語をビジネスに変えることが弊社のもつ大きなビジョンであり、誰もが思う「物語の中に入って登場人物になりたい」という欲求を、イベント、広告、書籍などあらゆるジャンルに織り交ぜて展開。同社の「リアル脱出ゲーム」はもはや傍観者ではいられなくなった人々の欲求を満たしている。2011年は国内で8万人を動員し、中国でも3ヶ月で1万5000人以上動員。また、イベントで培った「謎解き」のノウハウを広告にも展開。

第1回クリエイティブ産業モデル企業選定事業【選定企業一覧】

	会社名・団体名	主な事業内容
18	株式会社太鼓センター http://www.taiko-center.co.jp/	和太鼓スクール事業／和太鼓関連用品販売事業／和太鼓スクールフランチャイズ事業。 「演奏」「教室」「商品販売」を手掛ける日本唯一の太鼓ビジネス総合サービス企業。全国65自治体で太鼓チーム創設を支援。プロの和太鼓集団「風流打楽“祭衆”」は1995年旗揚げ以降、全国で700回に及ぶ公演実施。2005年専用太鼓スタジオを建設し教室を基盤としたビジネスモデルに転換し、和太鼓スクールTAIKO-LAB事業を本格スタート。現在全国15か所で直営店を運営しており会員数は3,500人に及ぶ。
19	大東寝具工業株式会社 http://www.daitoushingu.com/	寝具・寝装品・ホームファッション製造事業／住宅リフォーム・インテリア・建築事業／眠りの支援事業。 大正時代に寝具の製造加工業としてスタート。1980年代にホームファッション・インテリア全般の小売展開を経て、2001年からEコマースへ参入。自社製品の品ぞろえ強化を進めるとともに、インターネットの顧客の声を商品開発に反映する仕組みを構築。外部デザイナーらとの取引多く、デザイン重視のものづくりに定評。「寝室空間総合提案企業」を目指し美店舗とEコマースのトータルブランディングを進める。
20	高橋練染株式会社 http://seisuke88.com	生地整理加工技術を活かした二次機能加工製品のバッグ、ポーチ、雑貨小物、インテリア雑貨の企画、製造、販売。 今から約150年前の明治時代に描かれた斬新な西陣の伝統文様を、現代のライフスタイルに合わせてモダンに復刻し、主に雑貨を中心に日本製にこだわった自社ブランド「seisuke88」として企画、製造、販売。直営店での販売や、百貨店への卸販売などの他に、有名企業やブランドとの協業により、販路を拡大させながら、自社ブランドの認知度の浸透と向上を図っている。
21	丹波ワイン株式会社 http://www.tambawine.co.jp/	飲食店の経営・酒類、食料品、菓子及び日用雑貨の販売。 照明器具メーカー「クロイ電機株式会社」代表でワイン愛好家でもあった故黒井哲夫氏が、欧州出張の際の経験をもとに、京都の食文化に合ったワイン作り及びワイン摂取時の雰囲気作りをも提供することによりワインを嗜んで欲しいとして、地元ぶどう農家とともに創業。ワイン用ぶどう造りに適した丹波の豊かな土壌と昼夜の温暖差を生かし、和食（日本料理）に併せやすく演出できるワイン作りに取り組む。 食品加工工房「tamba-mon」では、地元の農家の方々が大切に育ててきた野菜や畜産物を使い、シェフの知恵と職人の技術、ワインを使った様々な加工食品を生み出す。
22	ニューリー株式会社 http://www.newly.co.jp/	イメージスキャナ、画像処理ソフトウェア、検査装置、X線分析機器、自動化機器等の開発・製造・販売・サポート。 オリジナル開発製品「スキャメラ」は、あらゆる三次元の立体物をリアルに二次元化し、立体物の質感を表現。カメラでもなくスキャナでもない、デジタル「模写化」を実現、アナログ的な人の感性を引き出し、恒久的に後世に残るデジタルデータを創出。古墳等の壁画をはじめとする文化財のデジタル化、レプリカ制作、絵画、工芸品、映画ロケなど多分野で実用化されている。
23	株式会社八代目儀兵衛 http://www.okomeya.net/	京都にて、先代より引き継いだ業務用の米穀卸事業。また、インターネットにて「贈り物」販売の全国展開を開始。 通販ギフト市場にて認知が広がり、楽天市場の2011年内祝いランキングでも総合1位獲得。京都への憧れを活かし、「風呂敷」「西陣織」「ちりめん巾着」で、京都祇園で使用されているお米を包むという付加価値を提供することで、潜在的なニーズに訴求することに成功した。 祇園にも、ギフトとしての八代目儀兵衛を体験できる飲食店を展開。
24	株式会社日吉屋 http://www.wagasa.com/	茶道家元や、自社仏閣、伝統行事の和傘製造も手掛ける京の老舗。 京都で唯一の京和傘メーカーで、創業百余年で培われた竹・木・和紙における繊細な加工技術を保有。現代代表が異業種から転職してその技術を継承。その京和傘製造技術を活用し、外部デザイナーとの共同作業により、コンパクトで環境にやさしい和風照明などの独自商品を開発。代表者の語学力を生かし海外にも積極展開を図る。
25	ボークス株式会社 http://www.volks.co.jp/	プラモデル販売店として1972年に創業し、ホビー全般を手掛ける。精巧な人形「スーパードルフィー（SD）」がヒットし急成長。 当初は航空機のプラモデルを扱う模型小売店であるが、模型販売だけでは限界を感じ、1998年に自社商品としてドールとフィギュアの特徴を併せ持つ樹脂製の球体関節人形「スーパードルフィー」を開発。これがロコミで大ヒットした。企画から製造、販売まで全てを自社グループで行い、店舗での小売販売、ネット販売、カタログ販売、イベントの4本を事業の柱とする。少数生産及び独自の流通方式を維持している。
26	株式会社細尾 http://www.hosoo.co.jp/	きもの、帯、和装小物の百貨店、小売店、ナショナルチェーン店、地方問屋への製造卸売業／宝飾・バッグ・生活、ファッション雑貨の主にイタリアからの輸入卸売業ほか。 西陣織の新たな市場開拓を目標に、2006年より京都商工会議所が主催する「京都プレミアム」事業に参画。パリのメゾン・エ・オブジェ見本市への出品を通じ、金銀漆箔や金銀糸が世界で優位性をもって競争できる製品であると確信。昨年、西陣の機織人達の技術協力により、業界初の150cm幅の製織機を完成させ、内装・インテリアに使用されるファブリックとして本格的な輸出を開始。海外有名ブランドで採用されるなどデザイン性・アート性の高い商品として海外ハイエンド市場で評価を得ている。

第1回クリエイティブ産業モデル企業選定事業【選定企業一覧】

	会社名・団体名	主な事業内容
27	株式会社ルシエール・ジャパン (京都洛柿庵) http://leciel-japan.com/	手織の麻に伝統的和柄やモダンな柄を「引き染め」・「ろうけつ染め」・「型染め」・「手描き」など現代に通じる新たなデザインに染め上げた暖簾やタペストリーなどを製作。 25年前に先を見越して和装事業からインテリア事業の染色(手織麻に染色)に転換。その後、インテリア関連のOEMでかなりの売上があったが、OEMが毎年減っていく状態に陥り、新たに自社のオリジナルブランドを構築。洛柿庵(廉価品)、洛粋(高級品)、ココチャ(海外向け)、大入DESIGN(縁起物)などのブランドによりコンセプトを変えて販売を行う。近年、ネット販売、海外展開にも注力している。
28	株式会社ロマンライフ http://www.romanlife.co.jp/	マールブランシュ事業部は洋菓子の製造販売、侘家事業部は鶏料理を中心としたレストラン運営・FC展開、関連商品の販売を実施。 2007年までは“デパ地下”での展開を主軸とし、全国で30数店舗を有していたが、生クリームの鮮度を重視し、全店舗の3分の2を占める京都以外の全国(百貨店内)の店舗(=委託販売)を生産拠点(京都・滋賀)から近いところに徐々に集約。京都クオリティを追求し、「まずは京都の方に支持してもらうこと」を最重視する。
29	株式会社ロボ・ガレージ http://www.robo-garage.com/	ロボット開発。 自社で量産するのではなく、プロトタイプを製作し、サイエンスアートとして発表することで、ロボットと暮らす未来ライフスタイルを広く一般に提案している。そのヴィジョンに共感して頂いた企業と共同開発し、ロボットの商品化等幅広い事業を行う。
30	若林株式会社(SOU・SOU) http://www.sousou.co.jp/	地下足袋、手ぬぐい、和装品類、家具等を製造・販売。 国内直営店 京都6店舗、東京2店舗/インターネットによる販売/サンフランシスコにフランチャイズ1店舗。 昔からある日本の良品に少し手を加え、今までと違ったイメージで現代のライフスタイルに合った製品を創作。 オリジナルのテキスタイルデザインに力を入れ、日本の特徴である四季や風情をポップに表現。 日本では極めて少なくなった国産地下足袋を販売。月間売上げ数は1000~1500足。日常のファッションに取り入れられることを提案。

京商クリエイティブビジネス研究会 委員名簿

[順不同・敬称略]

委員長	福永 晃三	京都ブランド推進特別委員会副委員長 株式会社フクナガ 代表取締役会長
座長	中森 孝文	龍谷大学政策学部 教授
委員	北河原 純也	有限会社アトリソース 代表
	中西 真也	株式会社リーフ・パブリケーションズ 代表取締役
	細井 浩一	立命館大学映像学部 教授
	堀木エリ子	株式会社堀木エリ子&アソシエイツ 代表取締役
	牧野 圭一	京都造形芸術大学芸術学部マンガ学科 教授
	若林 寿一	京都伝統産業青年会 会長
	稲垣 繁博	京都商工会議所 産業振興部長