

NO.	会社名・団体名	主な事業内容
1	アートキューブ株式会社 http://www.artcube-kyoto.co.jp	アートキューブショップ2店舗（細見美術館・京都高島屋店）でミュージアム・グッズの企画・販売 / カフェ・レストランの経営 平成6年に文化庁の認可を受けて設立された公益財団法人細見美術館の活動とリンクしながら、カフェ・レストラン、ミュージアムショップ、イベントなどの多様なアプローチによって日本美術の魅力や可能性を新たに発信、「1日楽しめる美術館」をコンセプトに伝統文化の普及に努めている。京都に立地しながらも、日本の美術や文化をアートキューブショップやホームページなどによって発信している他、日本の伝統工芸を継承する企業とのコラボレーションにも積極的。また、美術館は内外屈指の日本美術のコレクションを有しており、好評を博している。
2	株式会社アヴリル http://www.avril-kyoto.com	アヴリルは糸の専門店、300種類1200色の糸を取り扱っています。毛糸とよば編み物を想像する事がほとんどですが、アヴリルでは「かんたん・オシャレな糸あそび!」をコンセプトに誰でも手軽に楽しめ、しかも実用的なクラフトを目指しています。具体的には、アクセサリー・インテリア・ラッピング・ゆび編みなどがあります。使い方は無限大です。糸を通じて「手作り」の楽しさを提案し続け暮らしに潤いを与える事ができるように努めています。将来的には「糸あそび」=「アヴリル」と一般名詞化されるように、ワークショップの実施や出版物の増加、販売ルールの拡大によって「糸あそび」をより多くの方に広めていきます。
3	株式会社飯尾醸造 http://www.iio-jozo.co.jp	「いいお酢はいいお酒から、いいお酒はいいお米から」をモットーに、50年前から原料米の無農薬栽培に取り組む食の安全のパイオニア。現在も地元、京都・丹後で無農薬栽培された新米だけを使う。京都で唯一、古式製法のみで酢造りを続けているお酢蔵としても知られており、酒蔵で醸した日本酒を原料に造る「純米富士酢」や「富士酢プレミアム」は看板商品として、全国に多くのファンをもつ。また、安心して美味しく食べられる酢以外にも、健康や美容のための「紅芋酢」や「食べる富士酢」、家庭の食品ゴミを減らし野菜を無駄なく食べるための「ピクル酢」など、社会性のあるオリジナリティー溢れるお酢の開発にも取り組んでいる。
4	有限会社一九二八 http://www.artcomplex.net	演劇、ダンス、コンサート、展示会、パーティー等に使用する多目的ホールの運営 / イベントの企画、制作、運営並びに管理 ほか アートコンプレックス1928（中京区三条通御幸町）は、武田五一が設計した1928年竣工の旧・大阪毎日新聞社京都支局ビルであり、京都市登録有形文化財第2号。1999年に当時の姿をそのままに、複合アート体験施設「アートコンプレックス1928」として再建。2012年4月から1928ビル3階ホールにてノンバーバルパフォーマンス「ギア」のロングランを開始。増加している外国人観光客（特に欧米人）の国内消費を取り込むため、ナイトライフのメニューの充実が求められている中で、外国人観光客も楽しめるノンバーバルパフォーマンス（無言劇）をリーズナブルな料金と時間（1時間強）で提供するもので、中小劇場で小さなマーケットで成立するビジネスとして展開する。
5	株式会社イムラアートギャラリー http://www.imuraart.com	アートギャラリー運営、アーティスト育成、イベント企画・運営 「既成概念にとらわれない多様なアートに出逢える場の提供」をメインコンセプトとし、場所貸しとしての意味合いが強い日本（京都）の中では数少ない作家の発掘、プロデュース、企画展実施等を主要目的とするアートギャラリーである。
6	株式会社永楽屋 http://www.eirakuya.jp/	手ぬぐい、風呂敷、和小物のブランド企画、染色製造、小売 倉庫に眠っていた手ぬぐい等数千点を復刻版として再生。図案をカメラに収め、由来を文献で調べる作業を1点1点行うとともに、復刻に必要な織と染の技術を有する協力企業を地道に発掘し商品化を行った。デザインや商品を現代的にアレンジし、今まで手ぬぐい、ふろしきを使ったことのない新たな顧客層を開拓するとともに、観光客に京都らしい商品を手ごろな価格で提供するなど業容拡大し現在15店舗を展開中。
7	株式会社エレファント http://www.elephant-ltd.co.jp	画家・木村英輝氏の創作活動をプロデュースする「Ki-Yan Studio」の運営 / アパレル・雑貨製造販売 オリジナル・プリントTシャツの企画・製造からスタートし、現在では販売促進支援や商業空間デザインまでを幅広く手掛ける。2008年からは、木村英輝の作品を新たな京都のスーパーニアとすべく、「Ki-Yan Studio」を立ち上げ、その価値を発信してきた。京都・粟田口「青蓮院・華頂殿」に蓮を描いた襷絵に代表される木村英輝の伝統文化への調和の想いと、エレファントデザインチームとのコラボレーションにより、単なる図案ではないアート&ミュージアムグッズとしての文化価値を有する商品を今後とも供給し続ける。
8	株式会社おくむら (レストランおくむら) http://www.restaurant-okumura.com	お箸で食べる京懐石風本格フランス料理店 ペースをしっかりと作り込み、懐石料理にも通じる少量多皿のスーパー・キューズスタイルで和と洋の融合を図る。具体的には京都人に馴染みの深い、鯉昆布などの和ダシや醤油、海苔、ワサビ、味噌など和の食材を料理に組み込むなど工夫を凝らしている。常に新しいものを取り入れるとともに、最高級の食材の仕入を徹底。器も惜しみなく良質のものを揃え、妥協せず「超一流」を目指す姿勢が信用を勝ち取っている。次なる目標は、「京都に本物のフレンチ」を根付かせるべく、意欲的に取り組んでいる。
9	株式会社オンリー http://www.only.co.jp	ビジネススーツを中心とした紳士服等の製造小売業 1996年に業界初の定額制を導入。その後、海外での生産体制の整備に伴い、今や業界標準となったビジネススーツの2プライス制販売（19,000円と28,000円）や、佐賀県にある自社工場「オンリーファクトリー」でオーダースーツ「テラーメイド by KOICHI NAKANISHI」の生産を行い、高クオリティでかつバリューある価格のスーツを実現。 アルティザン（職人）とシステム（体制）とイズム（思想）の造語である「京都アルティズム」を会社の基本理念として提唱。「京都アルティズム」とは、京都に腰を据え、職人的なものづくりの姿勢を守りながら、これまでにない発想で合理的な生産・販売システムを構築し、ユーザーの声に敏感に応じていくという企業スタンスを端的に表現したものの。

NO.	会社名・団体名	主な事業内容
10	片山文三郎商店 http://bunzaburo.com	<p>絞り製品製造卸販売 京鹿の子絞り専門 高級呉服製造卸で創業。服装の洋装化に伴い、いち早く洋装・インテリア分野の新商品開発し、現在では売上の87%を占め、海外市場も着実に開拓している。絞り染は、紀元前より始まり、世界各地に存在し、日本では、江戸時代に大幅に技術が発達。製造原理はシンプルであるが、日本の技術はより卓越されたもので、同社では、自社独自の技術やノウハウの他、提携先とのネットワークにより、他には真似のできないものづくりを実現している。絞り染を知らない新規顧客に、同社のスカーフやアクセサリを通じて、日本の絞り染・生地素晴らしさを伝え、顧客創造に努めている。</p>
11	亀屋良長株式会社 http://kameya-yoshinaga.com	<p>京菓子・創作菓子の製造販売 二代目当主が定めた「懐が澄む」という家訓を堅く守って商いに取り組んでいる。これは、懐を誰に見られてもよいように、適正な利潤をあげながら事業を継続せよという意味。和菓子には味、見た目、商品名、自然を愛でる価値観、日本の自然観、宗教観が凝縮されている。200余年続いた歴史と共に、数々の道具、見本帳にとどまらず、脈々と受け継がれた京菓子の美意識、精神が職場に生き続けている。既存顧客は社寺仏閣や社中、50歳以上の女性が大半。今後、パティシエ藤田怜美による和洋融合菓子「Satomi Fujita by KAMEYA YOSHINAGA」を、今まで和菓子に馴染みのなかった若者や外国人観光客等にPRすることで、伝統的な和菓子ファンの裾野を広げていく。</p>
12	川並鉄工株式会社 http://metal-spice.com	<p>金属切削加工業（各種産業機械・医療機器などの大型機械部品の切削加工） 「刻飯：こくはん」の開発・製造・販売（アルミや真鍮の板上面へのデザイン加工） 金物商・鍛冶屋・機械装置・遊戯具製造と、時代と共に業態を変え、戦後は大型機械による部品切削加工を主としてきた。 製造業の海外移転が進む中、切削加工技術とデザインを融合させた「刻飯」を開発。独自の加工技術で金属表面に劇的な表現力をもつ「刻飯」はデザイン性豊かで、内装のアートやデザインパネルまた大壁面金属障壁画として新市場開拓に乗り出している。</p>
13	株式会社京都アニメーション http://www.kyotoanimation.co.jp	<p>アニメーション企画・制作、グッズ企画・制作・販売、出版、スクール運営を行っている。 創業よりクオリティーの高い仕事ぶりが業界内で高い評価を得て、1990年代後半より、演出・作画・仕上げ・撮影他、一貫して制作出来るように業務の幅を広げてきた。「ものづくりは人である」という原点から、ヒューマンな人間企業を目指している。作品は多く制作しているが、映画「けいおん!」、最新作では京都を舞台とするTVシリーズ「たまこ〜けっと」がある。</p>
14	株式会社グランマーブル http://www.grandmarble.com	<p>マーブルデニッシュの製造、販売 京都発祥で一大ブームを起こした「デニッシュ食パン」を、“日常使いのパン”から美しいマーブル模様の断面と「感動の残る味」を持つ“マーブルデニッシュ”へと進化させ、ギフト市場へ参入。オレンジを基調とした高級感のあるパッケージや希少性を高めるブランディングにより、特にブライダルの引菓子としてマーケットを拡大している。また地元企業とのコラボレーションや京都の食材を取り入れた商品開発にあたり、京都からの新たな食文化の発信を目指す。 ものづくりへのこだわりからクリエイティブの応援にも力を入れ、2010より京都三条御幸町の直営店2階の「Gallery PARC」を若いクリエイター支援のために開設し、発表の場を提供する活動も行う。</p>
15	グリーンロードモーターズ株式会社 http://greenlordmotors.co.jp	<p>環境対応自動車の開発・販売、それに付随するサービスの開発 日本では小型実用車が先行していたEV市場に風穴を開けるべく、EVスポーツカー事業に参入する。1997年からに206台販売された幻のスポーツカー「Tommykaira ZZ」を継承し、EVとして量産を決定。EVスポーツカーでなければ味わえない「加速」と、Tommykaira ZZならではの「クイックなハンドリング」を提供する。車の外装であるエクステリアと、車体であるプラットフォームを分けて生産することにより、軽量の樹脂素材でも衝突安全性能に配慮した構造を採用できる。また車体特許を有していることから、プラットフォームのみでの販売も可能となり、多種多彩なデザイン等の組み合わせを実現することができる。</p>
16	こと京都株式会社 http://www.kotokyoto.co.jp	<p>九条ねぎの生産、加工、販売／京野菜の青果流通、直売所運営／平飼有精卵の採卵養鶏 従来の農法ではなく、生産から加工、流通に至るまで一貫体系で実現する、所謂農業の6次産業化モデルを確立。多様な加工に着手することにより、新しい食の価値を創造している。先人たちの英知である従来の栽培方法、種苗の継承により、京都の食文化が色濃く反映された農産物「九条ねぎ」に拘って栽培。京都ブランドという文化的価値は同業他社との間に確実な優位性があり、伝統継承のみならず、その伝統的価値を新たな創造に活用し、新市場を創出。九条ねぎをベースとした新商品（ドレッシング、ポタージュスープ、京の九条の葱油など）の創出などにより、更なる顧客層の拡大を見込む。</p>
17	有限会社笹島(イルギオットーネ) http://www.ilghiottone.com	<p>イタリアンレストラン（京野菜のイタリアン） 「イタリアの中の京都州」がコンセプト。京野菜や京文化をイタリア料理に大胆かつ繊細に表現。素材調達には地元、料理法(特に調味料)はイタリアンにこだわる。価格にもこだわり、誰もが気軽にイタリアンを楽しめるように、季節変動する原材料価格も創意工夫で乗り切る。オーナーシェフ笹島保弘は、プロダクトデザイナー志望であったが、サービスの仕事に魅せられレストランの世界へ。その後、料理の面白さに目覚め料理人に転向。関西のイタリアン数店で修業、「ラ・ヴィータ宝ヶ池」「イルパッパラルド」を経て独立。テレビや雑誌など多くのメディアでも活躍。</p>
18	スーベニール株式会社 http://www.kyoto-souvenir.co.jp	<p>雑貨企画販売雑貨ブランド（「カランコロン京都」9店舗／和雑貨業態「ぶぶ」3店舗／がまぐち専門店「ぼっちり」2店／「ハンカチペーカリー」1店舗／他2ブランド2店舗） 2005年、和装履物の老舗・榎伊と忠の新規事業として、日常使いの雑貨ブランド「カランコロン京都」を立ち上げ、全国主要都市に出店。全社売上の約半分を担うまでに成長し、2012年8月に分社化。京都や和の要素を取り入れた都会的なデザインが人気を集めている。「京都=和」だけではなく、京都の街並みを表現したデザイン、京都で培われてきたレトロ感を融合するなど、京都の文化的価値に、独自の解釈を加えることで、差別化・優位性につながっている。「伊と忠」で培われた染・織・縫の確かな技術と審美眼も当社の強みである。</p>

NO.	会社名・団体名	主な事業内容
19	株式会社ステップ(まんざら亭) http://www.manzara.co.jp	飲食業態の経営・企画開発・運営サポート、企画・デザイン・イベント 「御来店されるお客様へのおもてなし」の精神を以って、料理・サービス・空間を提供する思いをもとに創業。いち早く京都の町家に注目して、移り変わり行く時代背景の中でも変わらない美しさを残す「町家ごはん」のスタイルを確立し、のちの町家ブームのきっかけとなった。食文化の薄れゆく時代において京都ならではの素材で、おばんざいをはじめとする商品を提供することで食の大切さを説くとともに、春夏秋冬の季節感に気を持ち、この文化が人の手によって成し得る仕事に誇りを持つことで食文化への活用を図っている。
20	株式会社ゼロ・サム http://www.zero-sum.co.jp	国内では、国内大手の地図アプリサービス提供会社向けに地図ナビアプリ開発を行っており、国内通信キャリア等多方面で利用されている。開発人員は30名以上を超え、アプリ開発の専門部隊を擁しており、技術に特化した会社といえる。海外では、2007年1月より、インドのバンガロールに子会社(20名程)をもち、電子書籍を初めとした携帯電話向けサービス、コンテンツを配信している。例えば、電子書籍配信では、閲覧ビューア、管理システム等は自社で開発し、コンテンツは欧米、日本、インドの出版社から提供され、インド大手通信キャリア、世界の端末メーカーにも採用されるまでに至った。最近では、インド向けにクリケットと神話をモチーフにした漫画の著作権を保有し、その原作を基に制作したアニメが2013年4月13日から米タイムワナー系のCartoonNetworkから放映されている。また、インドでのインフラ市場を開拓するべく、地図、携帯電話を軸としたITS(高度道路情報システム)をインド政府に売り込み、新しい市場を創造することに努めている。ゼロ・サムは、「ゼロ・サム・ゲームを打破するイノベーションにより、次の歴史を創造する」との考えにより社名がつけられているように、限られたパイの中でシェアを奪い合うのではなく、パイそのものを創造することにより、パートナーに還元またはシェアしていくことを目指している。
21	株式会社ちきりや http://www.kyo-chikiriya.com	緑茶製造卸売販売業及び飲食業 緑茶の持つ伝統・文化を重んじ、かつ安全で安心できる原料を厳選し、「京都ブランド」を巧みに活かして全国に「茶文化」の普及に努めている。新分野(食品・米菓メーカーとのコラボレーション)に積極的に展開し、「お茶」の新しい楽しみ方を提案。また、平成23年に四條烏丸にオープンしたレストラン「ちきりや茶寮」を活かして、様々なイベントを展開し、お客様の生の声を取り入れながら、観光客や地元のお客様に喜ばれる企画と商品づくりを目指している。
22	株式会社つえ屋 http://www.e-104.info	杖・ステッキ 卸売・小売業 「持ちたくない物を笑顔で持ってもらいたい」と性別・年齢・健康・国籍を問わず、全世界70億人が市場と捉えている。多様なデザイン、高級素材、機能性(折り畳み、LED内蔵等)など、多様な杖を常時約8万本ストック。室内でも杖がつかえるよう「杖ソックス」を開発するなど、関連商品も多数展開。京都5店舗、神戸1店舗、東京1店舗のほか、全国の百貨店の催事(年間250回程度)、インターネット通販、車による移動販売を展開中。昨年2月より、全国に販売店及び代理店の募集を行い、全都道府県に1店舗の実現を目指している。
23	株式会社友屋(IREMONYA) http://www.tomoya.org https://www.iremonya.com	店舗備品・文具小売業 元々は呉服店向けの納品文具店として創業。現在は、BtoB専門の「SHOP for SHOP」として、売場空間のプロデュース業を標榜する。平成5年にファイバーボックスの扱いを開始し、デザイン性の高い「IREMONYA」ブランドを以って、一般消費者への浸透を図っている。国産原料にこだわった少量多品種生産を継続。収納箱に「癒し」効果を付与し、日本的な「可愛らしさ」を前面に打ち出すことで、子育て世帯や孫のいる富裕層向けの訴求を模索している。箱を通じて心豊かな生活を提案する。
24	日本ウエスト株式会社 http://www.japan-waste.co.jp	物流ネットワーク、産廃処理 世界のムダをエネルギーに変換し再生する。これまで工場等での生産工程から排出される廃棄物は、不要なモノとして焼却或いは埋立処理されてきたが、これを再生し資源として利用し、各企業が推し進めてきた「ゼロ・エミッション」に貢献していく。RPF(再生資源燃料)は安定した品質と量を求められるため、原料となる廃棄物の徹底した管理が要求される。メーカー工場と直接契約する事で、廃棄物の組成を把握するなど、従来の産業廃棄物収集処理業者とは一線を画し、新たな廃棄物処理業者としての文化を生み出す。 世界には数多く未利用な再生可能廃棄物が残されており、当面は東南アジア圏を対象に未利用なバイオマス資源を利用し、当社が持つ経験と技術で再生資源エネルギーを開発、先々では地産地消で発電事業等に結びつけていく。
25	株式会社 俄 http://www.niwaka.co.jp	日本の美意識、洗練されたデザイン、最上のクオリティを兼ね備えたファッションジュエリー、ブライダルジュエリーを展開。ファッション誌や結婚情報誌での露出も多く、ブライダルを中心に20~30代女性から支持を集めている。また、京都のものづくりとデザインを融合した和雑貨店、「京都デザインハウス」事業も行う。 「経営の要は『人』である」という信念に基づき、企画、開発、デザイン、広報、販売などブランディングを支えるほぼすべての要素をインハウスで行い、スペシャリストの育成に注力。組織力を高め、複数の個性が有機的に協力し合うことで大きな成果を得られる体制を構築している。
26	株式会社はてな http://www.hatena.ne.jp	シンプルで書きやすい『はてなブログ』、ネットの話題がわかる『はてなブックマーク』、スマホやPCで趣味について語り合う『はてなスペース』などのウェブサービスを開発・運営。 2001年に京都リサーチパークで創業。2004年に本社を東京に移転した後、米国支社設立などを経て、落ち着いて開発に集中できる環境を重視し、2008年にふたたび本社を京都に戻す。社員の働きやすさを考慮した「まかないランチ」「自転車通勤補助」などユニークな社内制度で、マスコミなどにも注目される。 また代表の近藤は、カンファレンスイベント「TEDxKyoto」を創始するなど、京都の盛り上げにも寄与している。
27	株式会社プーゼフルール (フローリストショップ プーゼ) http://www.pousse-kyoto.com	事業内容：生花販売、フラワーアレンジメント教室の運営、会場装花、広告出版での装花撮影制作業務等。 パリと京都の魅力を組み合わせた独自のフラワーコーディネートを確立。花の丈を短く切り、組み合わせで面を作るパリスタイルに、京都ならではの繊細な色のグラデーションと季節感の表現を加える「プーゼスタイル」の花束は、花にあしらうリボンを目印に、ブランドとして花の愛好家から大きな支持を集め、新たな市場を切り開いてきた。 京都市内の3店舗での販売や、インターネット店舗での全国販売とあわせ、教室(登録受講生数約1500人)の運営も行う。

NO.	会社名・団体名	主な事業内容
28	株式会社丸二 http://www.maruni-kyoto.co.jp	京からかみ製造発売元／からかみギフト商品製作販売／襖、表具、内装材料卸業／襖建具工事施工／表装修復全般 唐紙は、印刷技術の発展や生活様式の西洋化などを背景に、衰退の傾向にある。そこで、伝統建築の枠を超えた活用を模索すべく、唐紙の普遍的なデザインの良さを建築家・消費者に訴求すべく、ギャラリー開設・見本市出展・新商品開発を行っている。300枚程ある中で今も使用している版木は天保元年から伝わるもので、当時のものとは思えぬほどに、モダンなものや斬新なデザインがある。ベースと柄色のカラーコーディネートを変えることで、現代空間にあう新しい価値を創造している。
29	光村推古書院株式会社 http://www.mitsumura-suiko.co.jp	出版業 錦絵の版元として創業した本田雲錦堂を源流に、芸術書などの発行を主としていたが、高度成長期以降の京都観光ブームの高まりと共に、京都に関する書籍も手がけるようになった。京都の社寺、行事などを手帳の予定欄に記載した「京都手帖」を平成18年に発刊。平成24年度の発刊部数2万8,000冊も完売。中長期的にはガイドブックなどの電子出版とSNSの可能性を探る一方、併行して小ロット高付加価値の芸術的な書籍や、京都画壇の画集の充実などを図っており、2013年度は第1回文化勲章受章者である「竹内栖鳳」の発刊を予定している。
30	株式会社山城 http://yamashiro.biz	縫製委託加工業（綿ちぢみのシャツ・パンツ等の委託加工）、京都縮織製品製造卸販売（綿ちぢみを用いたシャツ・ステテコ等の製造卸販売） 元々は「綿ちぢみ」の縫製加工を生業としていたが、時代による消費者嗜好の変化で減産。生地の風合いそのものには、「高温多湿の日本風土に適している」と顧客の評価が高かったことから、自社で独自に「京都縮織」を開発し、商品展開している。綿ちぢみ加工においては、防臭加工や抗菌加工などの付加価値を加えることが多かったが、同社では、従来の綿ちぢみとしては初めての試みであるストレッチを加え、差別化を図っている。また、アウターとしても活用できるよう、デザイン面でも差別化を図っている。
31	株式会社山田製油 http://www.henko.co.jp	へんこ山田は、頑固に守りつづけた伝来の手作業で、今も変わらず、添加物を使わない美味しいごま油を作ります。ごまは植物です。産地や時期など様々な条件によって品質が微妙に異なり、いつでも一定というわけではありません。へんこ山田では、手作業だからこそ、いつでもおいしくなる様な加減で作る事ができるのです。また、ごま製品には最高の食材を惜しみなく使用しています。 それぞれの原材料の生産者とは顔がわかるおつきあいを通じて、品質を確保しています。体によい食品づくりのため、保存料・化学調味料などの添加物は一切使用しておりませんので安心してお召し上がりいただけます。またシンチレーション式放射能測定器を導入し製品の自主検査を実施、結果は随時ホームページで公開しております。 桂本社敷地内で営業しているイタリアンレストラン「ピッコロモンド・ヤマダ」では、ごまの風味や旨味で素材や料理が引き立つような、お料理への取り入れ方を提案しています。ごま油の生使いや、ソース使いに「意外な美味しさ」を提案します。