

時事の話題

■経済動向について

先日の東京都議会議員選挙の結果は、長く低迷していた経済が動き出したことへの評価や、政治の安定に対する有権者の期待を反映したものと受け止めている。参議院選挙もこの傾向が続くだろうが、景気回復への期待感をどのようにつなぎとめるのが課題となる。また、有権者の政治への無関心や選挙への熱意が失われつつあることを懸念しており、国民の政治への関心をどう高めるかが、参議院選挙の最大の課題だろう。

先日のG8首脳会議において各国首脳から評価を得たアベノミクスであるが、対外投資家からは成長戦略を実行するための規制緩和が本当に進むのか、確信を持ってないという見方が非常に強く、今日の為替・株価の不安定の原因のひとつとなっている。政府には具体的な施策を効果的かつ迅速に実施いただくとともに、規制・制度改革についても今までの既得権益にとらわれない大胆な見直しを検討いただきたい。参議院選挙を控え、アベノミクスがひとつの争点となることは間違いない。これまでの経済政策の功罪を振り返り、日本経済の成長に向けて具体的な議論がされることを期待したい。

京都商工会議所の動き

■京都の経営経済動向（4-6月期）調査結果について

4～6月期の国内景気動向は、リーマンショック前の2005年10～12月期以来となる高水準となった。自社業況については、観光関連の産業が回復する一方、円高解消に伴う原材料等の輸入コストの上昇や電気料金の値上げなどのマイナス要因もあり、全体では、ほぼ横ばいとなった。自社業況の停滞感が和らいできており、今後改善していく見込みである。

今回のBSI調査の結果の通り、安倍政権の経済対策は、景気回復への期待感を大いに高めているが、地域の中小企業への波及効果が表れるのは、まだこれからという印象だ。こうしたギャップを埋めて、アベノミクスの効果を地域経済の成長に取り込むためには、国の成長戦略を、地域経済の実情を踏まえたうえで、地域の成長戦略にまで落とし込む必要がある。経済界をはじめ、広く行政や関係機関、業界団体、企業が戦略を共有・遂行し、各地域において、持続的な経済成長を可能とする構造を整えていくことが重要だと考えている。

今回の調査では、消費税引き上げに対する各企業の対応についても調査を実施した。4割の企業から、引き上げられた消費税分を「価格転嫁を行うことは困難」「一部しか価格転嫁できない」と回答があった。特に中小企業を中心に価格転嫁への影響を懸念していることが判明した。また、今回の調査に対して「わからない」と回答した企業も3割近くにのぼるなど、先行きに不透明さを感じている企業が多いことが伺える。

今回のアンケートの結果をふまえ、本所においても「消費税転嫁対策相談窓口」の設置や事業者向けの対策セミナーなど、消費税の価格転嫁対策事業を進め、中小企業者の支援に全力で当たっていくことにしている。

■知恵ビジネスメッセ「Kyoto Millennium Showcase」の開催について

本所では、自社の強みと創意工夫により新たな価値創造・顧客創造に取り組む中小企業を重点的に支援しており、本所事業を通じて知恵を発揮して成長を目指す中小企業は約150社に及んでいる。ニュー京商ビジョンのセカンドステージの最終年度にあたるこのタイミングに、こ

これらの企業が一堂に会する「知恵ビジネスメッセ『Kyoto Millennium Showcase』」を11月1日に「みやこめッセ」にて開催する。販路開拓や顧客創造につなげ、知恵ビジネスが産業群として飛翔するきっかけになると期待している。京都の企業関係者や、魅力的な商材を求めるバイヤーのほか、市民や府民にも来場を呼びかけていきたい。

併せて、今回で5回目となる「知恵ビジネスプランコンテスト」の実施概要が固まった。過去4回のコンテストで、24社のプランを認定してきたが、いずれの企業においても着実に事業が発展されていると聞いており、「知恵ビジネスメッセ」でも全ての企業に出展していただく予定である。起業家精神溢れる中小企業を生み出すためにも、多くの中小企業にこのコンテストに応募してもらいたい。

■京都・福島の物産展の開催について

本所では本年を会津若松商工会議所との「相互交流イヤー」と位置付けて、観光、物産など様々な分野での交流を推進している。8月8日～12日にかけて高島屋京都店で開催する「新島八重のふるさと、福島県の物産と観光展」では、福島県の約30の事業所が食品や工芸品を販売するほか、高島屋1階ロビーではNHK大河ドラマ「八重の桜」のパネル展示や、再現された八重のドレスなども展示する予定である。

一方、9月21日～23日にかけて行われる「会津まつり」にあわせて、「京都・会津若松 絆交流展（仮称）」を会津若松市内で開催する。京都物産出品協会の協力のもと京都のお菓子や食品、工芸品などを販売する。また京都観光の魅力や復興へのメッセージなどを発信するコーナーも設ける予定である。

■記者からの質問事項

■消費税引き上げに対するアンケート結果について会頭の所感を教えてほしい。また、消費税転嫁対策について、相談窓口や対策セミナーなどについては、どのような内容のものを考えているのか。

こういうアンケート結果は想定範囲内。今後、様々な支援策が打たれるだろうし、商工会議所では日商の施策を活用した経営指導を行っていく。既に4月26日より相談窓口を設置しているが、現時点では事業者からの相談というより、我々から情報を提供するケースが多い。中小企業の経営力や付加価値を高める取り組みを積極的に支援したい。

■今回の調査は5月半ばのものであり、今の経済情勢は若干変わっているように思うが、今の景気動向を踏まえた会頭の所感はいかがか。

あまり変わっていないと受け止めるが、これから景気回復を実感できるようになるのではないかと。参議院選挙を受けて政治が安定すれば、いろんな経済施策が迅速に決定され、景気にプラスの影響が出てくると考えている。

■政府の成長戦略の施策について、京都経済を発展させる上で何を期待するか。

これからの成長が期待されるグリーンイノベーションやライフイノベーションへの取り組みが確実にされるとみている。京都にはiPS細胞に関する研究をはじめ、新しい技術を受け入れる産業があるほか、農商工連携や産学連携の分野でも大きな期待がある。また、関西イノベーション国際戦略総合特区の中で生まれた技術の芽を産業化し、京都においても地域の成長戦略として、国の成長戦略と絡めて取り組んでいきたい。

以上

要約 京都の経営経済動向調査結果 (2013. 6. 28)

—2013年4～6月期実績と2013年7～9月期及び2013年10～12月期予想—

京 都 商 工 会 議 所

担当：中小企業経営支援センター

電話 (075) 212-6467

国内景気が大幅に上昇

～自社業況は横ばい、先行きは緩やかに改善～

概 要

今期の国内景気は、経済対策への期待から円安・株高が進み、消費マインドの改善や景気回復への期待感がさらに高まったことで、BSI値が大きく上昇し、2005年10～12月期以来となる20.0を超える高水準となった。自社業況については、観光シーズン等の需要期を迎えたことから旅館・ホテルなどの観光関連産業が回復する一方、円高解消に伴う原材料・輸入仕入れ価格の上昇や、電気料金の値上げなどのマイナス要因もあり、鉄鋼・繊維関連事業などでは依然として厳しい状況が続き、全体としては横ばいとなった。しかし、自社業況の停滞感は和らいできており、秋の需要期には大きく上昇することも予想され、改善の兆しがみられる。

(注) 5月中旬から下旬にかけ同調査を実施し、589社中482社から回答を得た(対象は、京都府内に本社、本店などを持つ企業)。また4～6月期のBSI値は、1～3月期の景況感を基準に強気なら「プラス」、弱気なら「マイナス(▲)」で表している。算出方法は、上昇回答から下降回答を差し引き、2分の1を乗算。

I 国内景気動向

4～6月期のBSI値は、24.5(前期実績9.5)と、大幅に上昇した。今後の7～9月期は20.3、続く10～12月期も21.4と高水準で推移する見込みとなっている。

II 企業経営動向**自社業況(総合判断)**

4～6月期のBSI値は0.1(前期実績▲9.2)とほぼ横ばいとなった。今後の7～9月期は1.7と不需要期ながらもわずかに上昇し、続く10～12月期のBSI値は、季節的要因もあり、11.6と2ケタのプラスを示し、業況感は大幅に好転する見通しとなっている。

※自社業況(総合判断)は、以下に続く「生産・売上高、工事施工高」から「資金繰り」までの6項目を総合的に判断したもの。

1. 生産・売上高、工事施工高

4～6月期のBSI値は、1.3(前期実績▲10.6)とわずかに増加した。業種別では、旅館・ホテル(31.8)、運輸・倉庫業(20.0)、料理・飲食(13.7)、食料品製造(8.7)などの業種で増加し、情報・事業サービス(▲11.4)、電気機械製造(▲10.4)、繊維製品製造(▲10.0)、窯業・土石(▲8.3)など製造業を中心に減少した。今後の7～10月期は0.9とほぼ横ばいとなり、続く10～12月期は15.7と大きく増加する見通し。

2. 製・商品・サービス・請負価格

4～6月期のBSI値は、2.4(前期実績▲4.4)と上昇に転じた。業種別では、繊維卸(23.8)、木材・木製品製造(22.2)、不動産業(10.0)、食料品卸(8.9)などの業種で上昇する一方、製造業を中心に、一般機械製造(▲6.9)、電気機械製造(▲5.2)、非鉄(▲4.4)などの業種で下降した。今後の7～9月期は3.7、続く10～12月期は6.6と上昇する予想。

3. 経常利益

4～6月期のBSI値は▲5.3（前期実績▲12.9）と減少した。業種別では、旅館・ホテル（25.0）や運輸・倉庫業（12.0）が増加傾向にあったが、鉄鋼（▲25.0）、情報・事業サービス（▲22.7）、精密機械製造（▲18.8）、建設（▲17.8）などほとんどの業種で減少した。今後の7～9月期は▲4.5と減少し、10～12月期には8.2と上昇に転じる見通し。

4. 所定外労働時間

4～6月期のBSI値は、▲0.9（前期実績▲5.7）とほぼ横ばいとなった。業種別では、運輸・倉庫業（18.5）、精密機械製造（9.4）などの業種で増加したが、鉄鋼（▲18.8）、繊維製品製造（▲15.0）、小売業（▲14.3）、情報・事業サービス（▲13.7）、電気機械製造（▲12.1）などの業種では減少した。今後の7～9月期は▲0.4とほぼ横ばいとなり、続く10～12月期は8.9と増加に転じる見通し。

5. 製・商品在庫

4～6月期は、「適正」とする企業が79.6%、BSI値7.7（前期実績8.4）となり、適正水準に向かう業種がある一方、一部業種では過剰感が強まった。業種別では、窯業・土石（「過剰」45.5%）、繊維製造（同44.4%）、繊維卸（同33.3%）、精密機械製造（同31.3%）、繊維製品製造（同30.0%）などで過剰感が見られた。また、鉄鋼（「不足」12.5%）では、不足感が見られた。今後は、全体としてゆるやかに適正水準に向かうと予測している。

6. 資金繰り

4～6月期のBSI値は、BSI値▲0.6（前期実績▲7.0）とほぼ横ばいとなった。規模別では、大企業（4.4）が改善し、中小企業（▲2.5）は悪化した。今後の見通しは7～9月期は悪化し、10～12月期は改善する見通しとなっている。

Ⅲ 当面の経営上の問題点

「受注・売上げ不振」（53.3%）が前回に続き第1位になった。第2位は前回第3位の「原材料（燃）料高」（39.6%）、第3位に「過当競争」（31.3%）が続いた。第4位は「製・商品（請負）価格安」（23.9%）、第5位は「人件費負担増大」（14.9%）となった。

<経営経済動向調査付帯調査>

消費税引き上げに対する企業の対応について

京都商工会議所では、平成26年4月から8%に引き上げられることが予定されている消費税に対する企業の対応について、経営経済動向調査に付帯して調査を実施し、以下のとおり取りまとめた。

1. 調査概要

調査時期：平成25年5月13日～5月24日

調査内容：消費税引き上げに対する企業の対応

調査対象：京都府内に本社・本店を有する企業589社

回答企業数：430社（回答率73.1%）

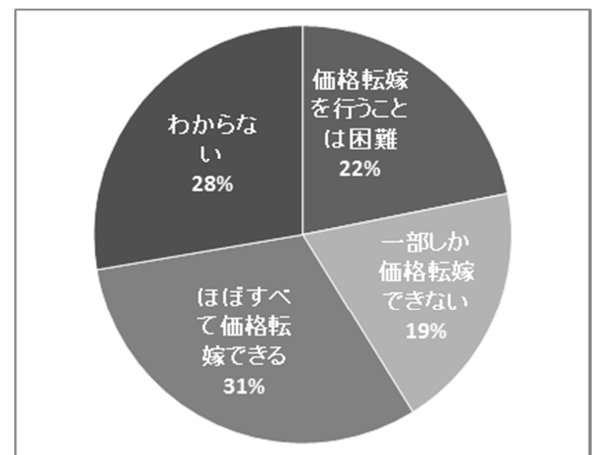
調査方法：郵送によるアンケート方式（第164回経営経済動向調査の一部として実施）

【参考】 予定されている消費税引き上げについて

現行 5% → 平成26年4月1日～ 8%（平成27年10月1日～ 10%）

2. 集計結果

回答	回答数	(%)
価格転嫁を行うことは困難	94	21.9
一部しか価格転嫁できない	83	19.3
ほぼ全て価格転嫁できる	134	31.2
わからない	119	27.7
合計	430	100



3. 調査結果の概要

- 消費税が、平成26年4月1日より現行の5%から8%に引き上げられた場合の企業の対応について、ほぼすべて価格転嫁できると回答した企業が31.2%だったのに対し、価格転嫁を行うことは困難と回答した企業は21.9%、一部しか価格転嫁できないと回答した企業は19.3%となり、約4割の企業が価格転嫁への影響を予測していることが判明した。
また、「わからない」と回答した企業が全回答の1/4を超える27.7%にも及び、多くの企業において、消費税に引き上げによる影響が、現時点では不透明な状況にあることがうかがえる。
- 業種別では、食料品製造、料理・飲食、その他製造業、不動産業、窯業・土石、旅館・ホテル、電気機械製造、木材・木製品、鉄鋼では、半数を超える企業が、「価格転嫁を行うことは困難」もしくは「一部しか価格転嫁できない」と回答している。
比較的「ほぼすべて価格転嫁できる」と回答した企業の多かった卸売業や小売業においても、「価格転嫁を行うことは困難」もしくは「一部しか価格転嫁できない」と回答した企業が2～3割存在しており、全業種に影響が及ぶことが予想される。
- 規模別では、「価格転嫁を行うことは困難」または「一部しか価格転嫁できない」と回答した企業の割合が、大企業（32.3%）では約1/3、中小企業（45.0%）では半数近くに及ぶなど、特に中小企業において大きな負担となる構図が鮮明となった。

4. 具体的な影響について（コメント、抜粋）

- 大規模小売業から、値引きセールへの対応を求められる。（食料品製造）
- 大手同業者の対応を見ながら判断する。（食料品製造）
- 新しいサービスの付加や小規模モデルチェンジなどへの取り組みが必要となる。（一般機械）
- 原材料流通メーカーの力が強く、値上げは受け入れざるを得ない。（その他製造業）

- ・取引先の事情により内税・外税が混在しており、統一が難しい。（食料品卸）
- ・状況に応じて値引き対応も検討していく。（機械金属卸）
- ・消費者の方に消費税増税分を負担してもらうことは難しい。（小売）
- ・価格が大きくなる業種であるため、転嫁しにくい。今後の予想が難しい。（建設業）
- ・企業努力により消費税の増税分はカバーできる。（建設業）
- ・引き上げられた消費税分をすべて価格転嫁することはできないので、経費の効率化により対応を図る。（料理・飲食）
- ・実質販売単価に消費税引き上げ分を反映させることは困難。（旅館・ホテル）

	価格転嫁を行うことは困難	一部しか価格転嫁できない	ほぼすべて価格転嫁できる	わからない	計
全業種	94	83	134	119	430
	21.9%	19.3%	31.2%	27.7%	100.0%
大企業	20	22	42	46	130
	15.4%	16.9%	32.3%	35.4%	100.0%
中小企業	74	61	92	73	300
	24.7%	20.3%	30.7%	24.3%	100.0%
食料品製造	12	6	4	3	25
	48.0%	24.0%	16.0%	12.0%	100.0%
大企業	3	0	0	0	3
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
中小企業	9	6	4	3	22
	40.9%	27.3%	18.2%	13.6%	100.0%
繊維製造	4	2	6	4	16
	25.0%	12.5%	37.5%	25.0%	100.0%
大企業	1	1	0	0	2
	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	100.0%
中小企業	3	1	6	4	14
	21.4%	7.1%	42.9%	28.6%	100.0%
染色	3	1	4	2	10
	30.0%	10.0%	40.0%	20.0%	100.0%
大企業	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
中小企業	3	1	4	2	10
	30.0%	10.0%	40.0%	20.0%	100.0%
繊維製品製造	0	1	3	3	7
	0.0%	14.3%	42.9%	42.9%	100.0%
大企業	0	0	2	0	2
	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
中小企業	0	1	1	3	5
	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%
化学・ゴム	4	1	9	9	23
	17.4%	4.3%	39.1%	39.1%	100.0%
大企業	0	0	3	6	9
	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
中小企業	4	1	6	3	14
	28.6%	7.1%	42.9%	21.4%	100.0%
窯業・土石	4	3	1	4	12
	33.3%	25.0%	8.3%	33.3%	100.0%
大企業	0	1	0	3	4
	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	100.0%
中小企業	4	2	1	1	8
	50.0%	25.0%	12.5%	12.5%	100.0%
鉄鋼	1	2	3	0	6
	16.7%	33.3%	50.0%	0.0%	100.0%
大企業	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
中小企業	1	2	3	0	6
	16.7%	33.3%	50.0%	0.0%	100.0%
非鉄	4	5	7	6	22
	18.2%	22.7%	31.0%	27.3%	100.0%
大企業	1	1	2	2	6
	16.7%	16.7%	33.3%	33.3%	100.0%
中小企業	3	4	5	4	16
	18.8%	25.0%	31.3%	25.0%	100.0%
一般機械製造	6	3	9	4	22
	27.3%	13.6%	40.9%	18.2%	100.0%
大企業	2	1	3	1	7
	28.6%	14.3%	42.9%	14.3%	100.0%
中小企業	4	2	6	3	15
	26.7%	13.3%	40.0%	20.0%	100.0%
電気機械製造	12	3	6	6	27
	44.4%	11.1%	22.2%	22.2%	100.0%
大企業	1	2	1	4	8
	12.5%	25.0%	12.5%	50.0%	100.0%
中小企業	11	1	5	2	19
	57.9%	5.3%	26.3%	10.5%	100.0%
精密機械製造	2	2	5	6	15
	13.3%	13.3%	33.3%	40.0%	100.0%
大企業	0	0	1	3	4
	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%
中小企業	2	2	4	3	11
	18.2%	18.2%	36.4%	27.3%	100.0%
木材・木製品製造	1	4	2	2	9
	11.1%	44.4%	22.2%	22.2%	100.0%
大企業	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
中小企業	1	4	2	2	9
	11.1%	44.4%	22.2%	22.2%	100.0%

	価格転嫁を行うことは困難	一部しか価格転嫁できない	ほぼすべて価格転嫁できる	わからない	計
出版・印刷	5	6	3	3	17
	29.4%	35.3%	17.6%	17.6%	100.0%
大企業	1	2	2	2	7
	14.3%	28.6%	28.6%	28.6%	100.0%
中小企業	4	4	1	1	10
	40.0%	40.0%	10.0%	10.0%	100.0%
その他製造業	5	5	5	0	15
	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	100.0%
大企業	0	1	2	0	3
	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
中小企業	5	4	3	0	12
	41.7%	33.3%	25.0%	0.0%	100.0%
食料品卸	0	3	6	4	13
	0.0%	23.1%	46.2%	30.8%	100.0%
大企業	0	0	2	1	3
	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	100.0%
中小企業	0	3	4	3	10
	0.0%	30.0%	40.0%	30.0%	100.0%
繊維卸	1	2	9	5	17
	5.9%	11.8%	52.9%	29.4%	100.0%
大企業	1	1	1	2	5
	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%	100.0%
中小企業	0	1	8	3	12
	0.0%	8.3%	66.7%	25.0%	100.0%
機械金属卸	1	3	7	8	19
	5.3%	15.8%	36.8%	42.1%	100.0%
大企業	0	1	1	2	4
	0.0%	25.0%	25.0%	50.0%	100.0%
中小企業	1	2	6	6	15
	6.7%	13.3%	40.0%	40.0%	100.0%
小売業	4	1	8	4	17
	23.5%	5.9%	47.1%	23.5%	100.0%
大企業	3	0	5	2	10
	30.0%	0.0%	50.0%	20.0%	100.0%
中小企業	1	1	3	2	7
	14.3%	14.3%	42.9%	28.6%	100.0%
建設業	6	4	7	13	30
	20.0%	13.3%	23.3%	43.3%	100.0%
大企業	1	1	3	2	7
	14.3%	14.3%	42.9%	28.6%	100.0%
中小企業	5	3	4	11	23
	21.7%	13.0%	17.4%	47.8%	100.0%
不動産業	3	6	2	4	15
	20.0%	40.0%	13.3%	26.7%	100.0%
大企業	0	2	0	2	4
	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	100.0%
中小企業	3	4	2	2	11
	27.3%	36.4%	18.2%	18.2%	100.0%
運輸・倉庫業	2	5	6	9	22
	9.1%	22.7%	27.3%	40.9%	100.0%
大企業	1	2	1	2	6
	16.7%	33.3%	16.7%	33.3%	100.0%
中小企業	1	3	5	7	16
	6.3%	18.8%	31.3%	43.8%	100.0%
料理・飲食	2	5	2	1	10
	20.0%	50.0%	20.0%	10.0%	100.0%
大企業	0	3	0	1	4
	0.0%	75.0%	0.0%	25.0%	100.0%
中小企業	2	2	2	0	6
	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	100.0%
旅館・ホテル	5	7	4	5	21
	23.8%	33.3%	19.0%	23.8%	100.0%
大企業	2	3	2	1	8
	25.0%	37.5%	25.0%	12.5%	100.0%
中小企業	3	4	2	4	13
	23.1%	30.8%	15.4%	30.8%	100.0%
情報・事業	2	0	13	7	22
	9.1%	0.0%	59.1%	31.8%	100.0%
大企業	2	0	8	4	14
	14.3%	0.0%	57.1%	28.6%	100.0%
中小企業	0	0	5	3	8
	0.0%	0.0%	62.5%	37.5%	100.0%
その他サービス業	5	3	3	7	18
	27.8%	16.7%	16.7%	38.9%	100.0%
大企業	1	0	3	6	10
	10.0%	0.0%	30.0%	60.0%	100.0%
中小企業	4	3	0	1	8
	50.0%	37.5%	0.0%	12.5%	100.0%

京都商工会議所 知恵ビジネスメッセ

Kyoto Millennium Showcase

キョウト

ミレニアム

ショーケース

開催概要

会期	平成25年11月1日(金) 10～18時
会場	京都市勧業館「みやこめっせ」地下展示場 (京都市左京区岡崎)
主催	京都商工会議所
共催(予定)	京都産業育成コンソーシアム、(独)中小企業基盤整備機構 京都府、京都市、(公財)京都産業21、(公財)京都高度技術研究所
出展者数	150社(予定)
出展分野	生活文化、エコ・アグリ、機械・金属加工、観光ほか
来場者	バイヤー・メディア(首都圏、関西、地元)、府内の企業関係者、府市民 (入場無料)



開催概要

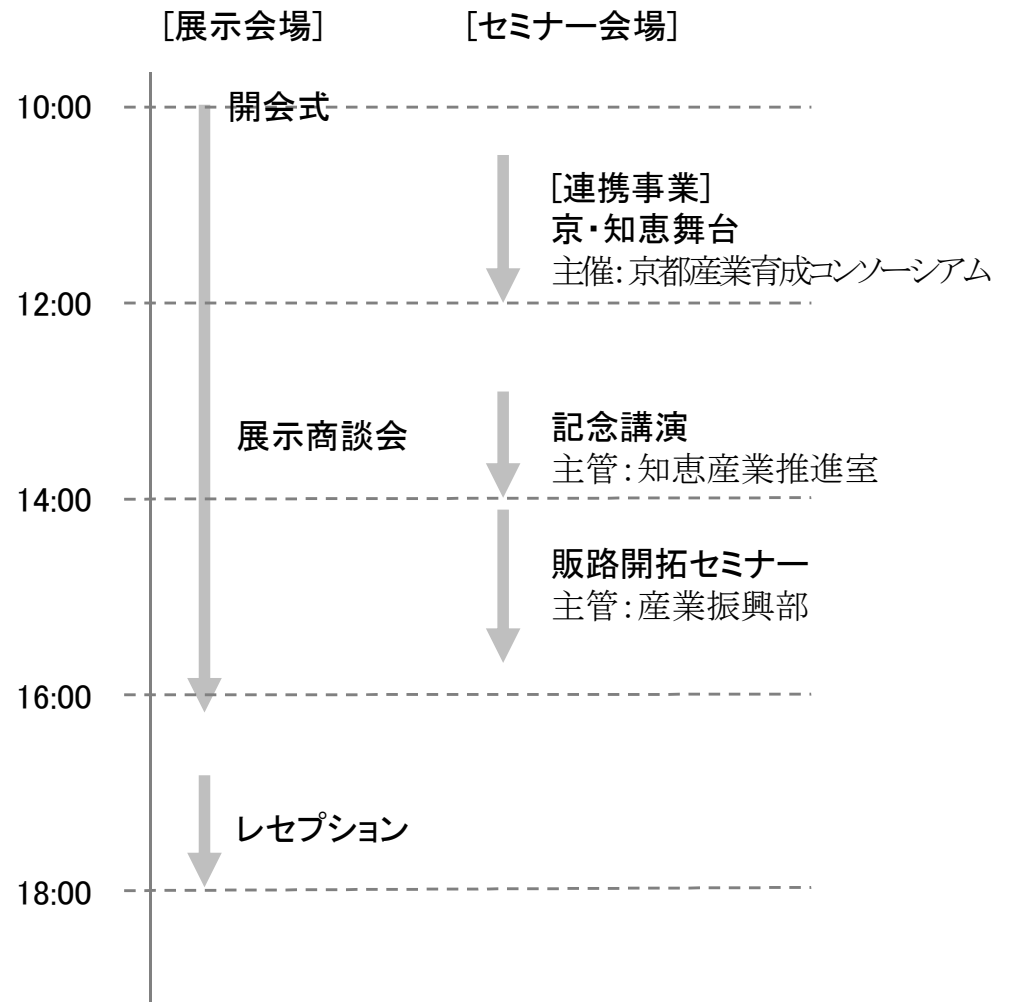
今に生きる、千年の知恵。古都・京都には、長い年月をかけて磨き上げられてきた技術や素材、ノウハウに、現代的な創意工夫を取り込んだ独創的なビジネスがたくさんあります。

京都商工会議所では、6年前より、「知恵産業のまち・京都」を目指し、このような知恵ビジネスの振興に取り組んできました。100社を優に超えるこれらの企業からは、日々、人気商品やサービスが生まれていますが、まだまだ市場に知られていない魅力的な逸品やサービスも数多く残されています。

これらのキラリと輝く魅力的な商品やサービスの新規顧客開拓や事業提携を応援したい。そのような想いから、京都の埋もれた逸品やサービスが一堂に会する「知恵ビジネスメッセ “Kyoto Millennium Showcase”」を開催することとしました。

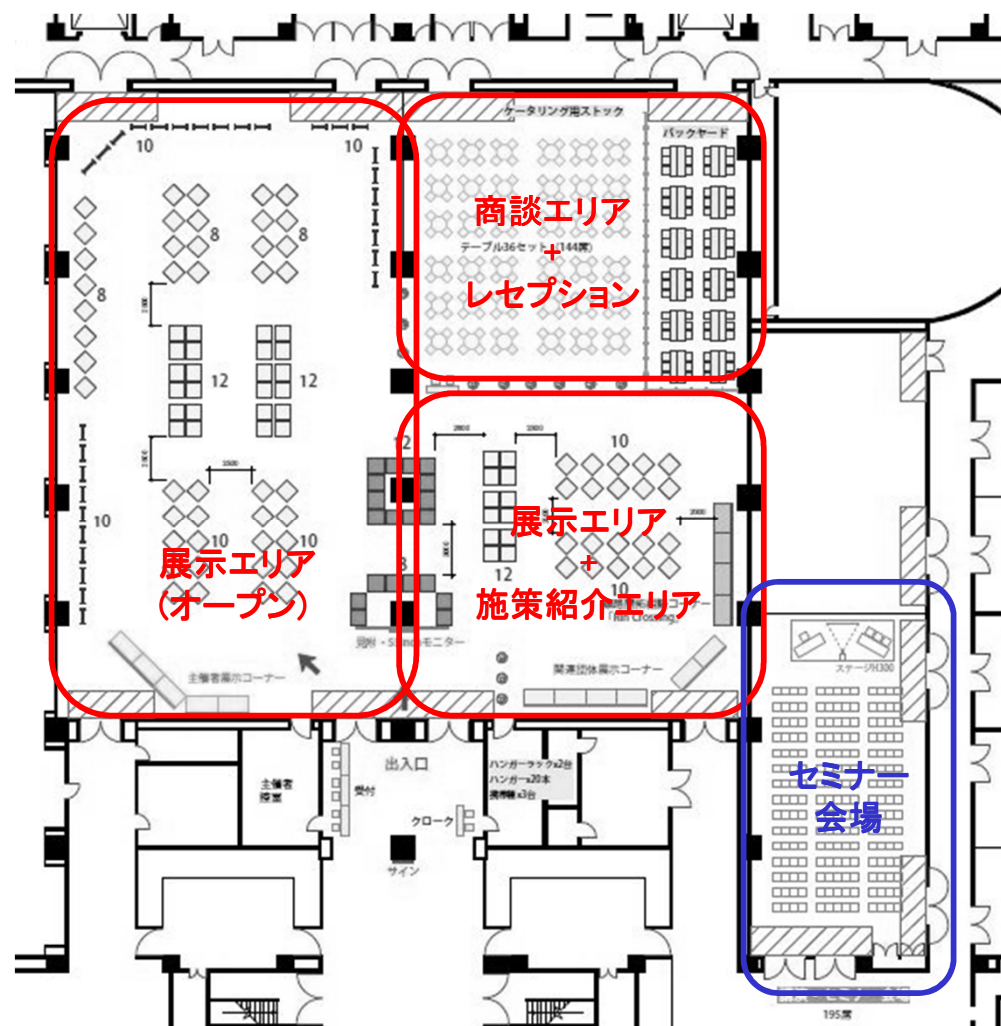
<特徴>

- 会議所事業にご参加いただいた事業者だけが出展する展示会なので、クオリティが高く安心して商談することができます。
- 出展者の「京都の逸品・サービス」の特徴を端的に表現するギャラリーのような「展示エリア」と、各地から集まるバイヤーと出展者が面談する「商談エリア」から構成し、スムーズな商談を実現します。



会場構成

150社の展示台が並ぶ展示エリア、関係者限定の商談エリアなどのほか、セミナー会場を設けることで、賑わいのあるイベントとします。



展示会場のイメージ
(感性価値展 in 香港)

出展予定事業者

知恵ビジネスに取り組む下記の事業者を対象に、二段階に分けた案内・募集を行い、出展事業者を決定します。

①第1次募集（～7月末）

京都商工会議所の下記事業で採択、またはご参加いただいた事業者(計約140社)を対象に出展募集

- ・知恵ビジネスプランコンテスト認定企業
- ・クリエイティブビジネス選定事業者
- ・国内販路開拓事業 参画事業者(Kyoto Style Café・Project Kyo-To)
- ・海外販路開拓事業 参画事業者(KYOTO PREMIUM・Kyoto Connection)

②第2次募集（～8月末）

京都商工会議所の支援のもと、下記の「知恵の認証制度」に申請し、採択された事業者を対象に出展募集

京都文化ベンチャーコンペティション、京都府元気印中小企業認定制度、経営革新計画承認制度、京都府中小企業「知恵の経営」実践モデル企業認証制度、京都市ベンチャー企業目利き委員会Aランク認定、京都市オスカー認定、知恵産業融合センター

<出展商材イメージ>

■生活消費財



■エコ・アグリ



■加工技術・独自素材



■インバウンド観光



京都・福島 の物産展の開催について

本年1月に締結した京都商工会議所・会津若松商工会議所「相互交流Year」推進協定事業の一環として、両都市の絆を更に深めるため、下記の通り、物産展を両都市において開催する。

1. 「新島八重のふるさと、福島県の物産と観光展」

- ①主催：福島県、公益財団法人福島県観光物産交流協会、会津若松商工会議所
- ②共催：会津若松観光物産協会
- ③協力：同志社大学、同志社女子大学、京都商工会議所 食品・名産部会
- ④後援（予定）：京都府、京都市、会津若松市、京都商工会議所
- ⑤開催時期：平成25年8月8日（木）～12日（月）
午前10時～午後8時（最終日は午後5時閉場）
- ⑥会場：高島屋京都店 7階グランドホール
- ⑦出展事業者：30社（食品22社、工芸8社）
- ⑧その他：
 - ・高島屋1階特設コーナーにて、「八重の桜」パネル展や新島八重のドレス、食器・椅子のレプリカ展示などを予定。
 - ・「ふくしま八重隊」によるパフォーマンスや、「やえたん」・「あかべえ」等のゆるキャラも参加予定。

2. 「京都・会津若松 絆交流展」（仮称）

- ①主催：京都商工会議所
- ②協力：京都物産出品協会
- ③後援（予定）：京都府、京都市、福島県、会津若松市、
公益財団法人福島県観光物産交流協会、
会津若松観光物産協会、会津若松商工会議所、
NHK福島放送局、福島民報社、福島民友新聞社
- ④開催時期：平成25年9月21日（土）～23日（月・祝）
※会津まつり開催期間中
※時間帯については現在調整中
- ⑤会場：神明通り商店街内店舗を借上（予定）
- ⑥出展事業者：約10社（調整中）
- ⑦その他：京都の魅力を発信する京都観光PRや、京都からの応援メッセージの掲示等を企画予定。