

コトノムスビ
KOTONOMUSUBI

—未来に京都の「宝」をつなぐ、京の素材とお宿の縁結び—

令和4年度「宿泊施設等と連携した京都経済の域内循環促進事業」
プロジェクト事例集



京都市産業観光局
観光MICE推進室

目次

◆ はじめに・・・P.1

◆ 事業実績・・・P.2

◆ マッチング事例・・・P.4

・食分野

・体験アクティビティ分野

・インテリア／プロダクト分野

◆ お問い合わせ・・・P.10

はじめに

◆ コトノムスビ・プロジェクト、本事例集について

京都市では、京都の歴史や文化、伝統を支える地域の事業者の皆様と、京都のおもてなしの心を体現する宿泊施設の皆様に、良好な関係を築いていただき、質の高いサービス・商品を開発・提供いただくことを目的に、令和4年度より「コトノムスビ・プロジェクト」を実施しています。

本事例集では、プロジェクトで誕生したマッチング事例や魅力的なモデルケースについて詳しくご紹介しています。地域や社会の課題解決、SDGsの達成にも貢献する「持続可能な観光」に取り組もうとする地域の事業者・宿泊施設の皆様にとって参考になれば幸いです。

持続可能な京都観光に向けて

山紫水明の美しい自然と文化、芸術、産業、学問、宗教、それらの根底に連綿と受け継がれる暮らしの美学、生き方の哲学。これら京都の有する「宝」は、日本の宝、世界の宝とも言えます。京都は、絶えずその「宝」を磨き、輝き続ける世界でも稀有な都市であり、今なお多くの旅人をひきつけてやみません。

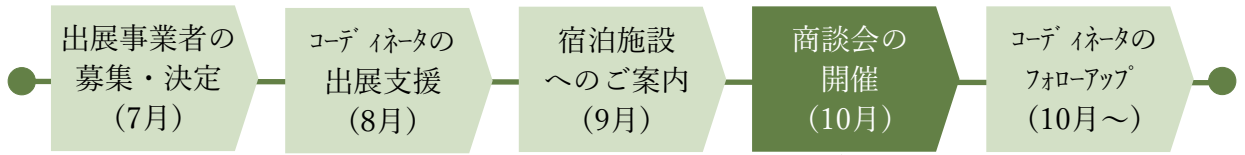
これまでから、京都は観光が持つ力を活かして、地域経済の活性化を図るとともに、文化や景観、コミュニティの継承・発展に取り組んできました。しかし、今、生活様式の変化による文化の担い手不足、観光客の混雑などの様々な課題が京都の「宝」を支えてきた地域の暮らしに影響を及ぼしています。

誰しもが「持続可能な観光」に取り組み、京都を享受し楽しみ、交流を深めることにより、ともに新たな「宝」を創出していくことが重要です。こうした中、観光事業者や観光客、市民がお互いを尊重しあい、京都が京都であり続けるための「持続可能な観光」を進めるため、京都市はそれぞれの主体に大切にしていきたいことを「京都観光行動基準（京都観光モラル）」として策定しました。

この行動基準では、観光事業者の皆様と大切にしていきたいことの1つに「質の高いサービス・商品の提供・人材育成」を掲げており、観光客が感動し、再び訪れたいと思っていただけるよう、歴史や文化、伝統を学ぶとともに、観光客それぞれの文化や生活習慣をよく理解し、敬意、おもてなしの心でサービス・商品の質を高めていくことをお願いしています。

事業実績

◆ 事業の流れ



◆ ビジネスマッチング商談会の概要

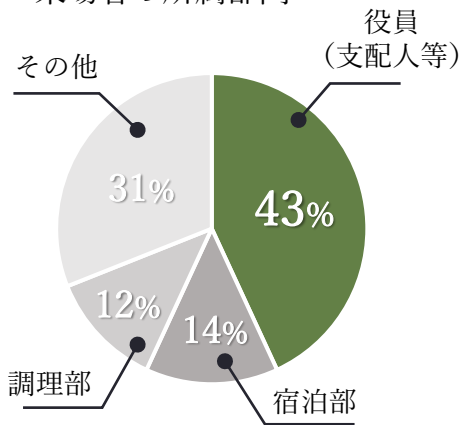
会 期：2022年10月4(火)～5日(水)
 開催時間：午前9時～午後5時
 来場対象：京都市内の宿泊施設関係者

来場者数：102名

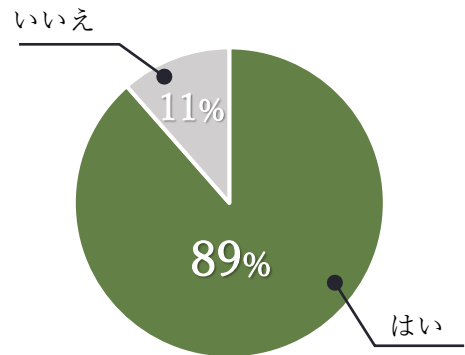
出展社数：22社 伝統産業 9社
 農林業・食品 10社
 SDGs 3社

◆ 来場者アンケート結果

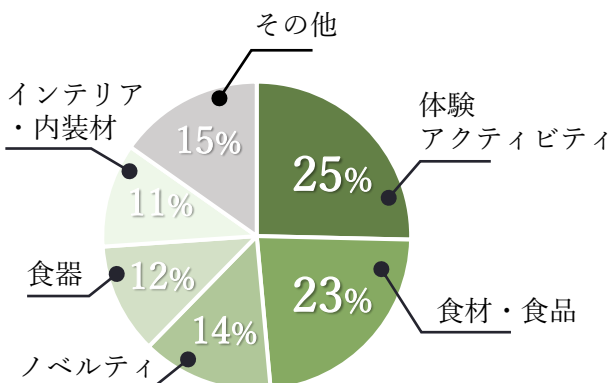
・ 来場者の所属部門



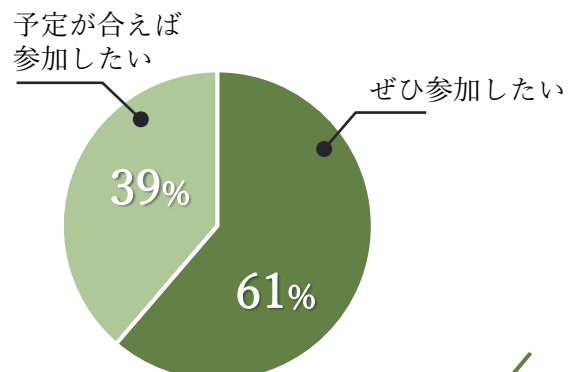
・ 商談会で導入したい商品があったか



・ 導入したいと思った商品のジャンル



・ 次回の商談会に参加したいか



◆ 商談会での成約内容・事業効果

・ 成約件数 **29件** (見込含む)

・ 成約事例

食

山国さきがけセンター × 綿善旅館

朝食の味噌汁用お味噌の定期配達

田原敏雄 (筍生産者) × 都和旅館

塚原筍の瓶詰をおせち料理に採用

コト

アドプランツコーポレーション
× サンメンバーズ京都嵯峨

地域散策・農業体験ツアーの定期開催

TOKINOHA × ギャリア・二条城 京都

陶芸体験・ギャラリー見学

モノ

RE:NISTA × ギャリア・二条城 京都

オリジナル柄の西陣織プレート

中源 × ノーガホテル清水京都

北山杉のクリスマスツリー

尚雅堂 × リーガロイヤルホテル京都

和綴じメモの宿泊者限定ギフト配布

SOO × 梅小路ホテル京都

おふきminiの委託販売

SOO × グランビスタ ホテル&リゾート

オリジナル柄のおふきmini・petit



SOO × グランビスタ ホテル&リゾート



中源 × ノーガホテル清水京都

※成約事例は、公表のご了解をいただいた主なものを掲載しています。

マッチング事例

◆食分野

京都・京北産のこだわりのお味噌が 旅館の朝のお味噌汁に

山国さきがけセンター × 綿善旅館

山国さきがけセンターが無農薬で生産した米麴と大豆を使った、同社の代表商品「まごころみそ」。綿善旅館では、毎日の朝食のお味噌汁に採用いただいています。



有限会社山国さきがけセンター
取締役

上西 浩二 様



Q

なぜ宿泊施設に対して貴社商品を売り込みたいと思われたのでしょうか。

A

一番の理由は、京都のものを京都で食べていただきたいと思ったからです。

古来から京都は日本有数の消費地で、弊社のある京北地域は、食料の生産・供給地でした。しかし昨今、京都で作られた食材が京都の街で消費される機会が減ってきていると感じています。

京都にお住まいの方にはもちろんですが、観光客の皆さまにも、折角京都に来られたなら、ぜひ京都のものを食べていただきたい。そう思って宿泊施設との連携に挑戦しました。

Q

京都に来られた方へアプローチできる点は、宿泊施設ならではですね。

A

はい、弊社の味噌は京都市の学校給食にも採用されていますが、旅館は修学旅行生も多く利用しますので、府外の子どもたちにも弊社の味噌を食べてもらう機会ができたことは、とても嬉しいです。

Q

今回の取組を通して、どんなことを感じられましたか。

A

弊社のこれまでのお取引先は、卸会社だったので、納品後にどこで販売されているのか、お客様がどんな感想をお持ちなのかまで知ることができませんでした。

しかし、綿善旅館さんとは、小野さんと密にコミュニケーションを取ることができ、お味噌汁を召し上がられたお客様の感想も教えてくださるので、弊社のモチベーションアップにも繋がっています。

綿善旅館さんは料理がおいしいと評判の旅館なので、そんな旅館でお客様から良い感想をいただけるということは、私にとって自慢です。

これからも綿善旅館さんと意見交換を行いながら、より良い商品、サービスを目指していきたいと思っています。



綿善旅館 おかみ
小野 雅世 様

Q まごころみそのどのような点に魅力を感じ、採用を決められたのでしょうか。

A 商談会で初めてお会いした際の上西さんの熱意ある商品説明と、試食させていただいた際の純粋なおいしさに惹かれました。

お試していただいたお味噌について、料理長が「手作りの味がした。おいしい。」とはっきり言ったことが採用の決め手となりました。

Q 実際に採用されるまでの間に苦労されたことやこだわったポイントは何かですか。

A 長くお付き合いをさせていただくために、双方に無理のないお付き合いをしたいという点にはこだわりました。

山国さきがけセンターさんには予算面でご配慮をいただくと同時に、配達日は弊館の近くに来られる際にお立ち寄りいただくというスタイルでお付き合いが始まりました。

Q まごころみそを採用されて、お客様の反応はいかがでしょう。

A お味噌汁がおいしいというお声をいただくのはもちろんのこと、京都の「地」の食材が使用されていることでも良いご感想を多くいただきます。

Q 地元産品の活用について、貴館の今後の展望をお聞かせください。

A 京都の生活に近い「ほんもの」を、自然とお客様にご提供していきたいと思っており、1つずつにはなりますが、どこを触っても、「京都」の物語が当たり前にある旅館を目指しております。

ただ、それが「どや！これが京都や！」という押し付けにならないように、あくまでも自然に、旅館という文化的な宿泊施設をお客様にお届けできればと思っております。

また、それによって、京都の産業、京都の味や文化が当たり前引き継がれていくような環境を、微力ではありますが、私たちは作り続けていきたいという想いを持っております。

◆ 体験アクティビティ分野

嵯峨嵐山の自然を生かした サステナブルな農業体験プランを造成

アドプランツコーポレーション
× サンメンバーズ京都嵯峨

嵯峨嵐山で一部会員制ホテルを運営するサンメンバーズ京都嵯峨。京都の環境再生に取り組むアドプランツコーポレーションと協業し、嵐山散策・農業体験プランを造成されました。



株式会社アドプランツコーポレーション
代表取締役
増永 滋生 様



Q

今回の取組を通して、どんなことを感じられましたか。

A

弊社の体験プランが会員制の宿泊施設と相性が良いということは新たな発見でした。何度も京都を訪れているお客様は今までにない体験をしたいと感じる方が多く、農業体験が上手くはまったのだと思います。

リピーターのお客様は京都が好きで大切に思う気持ちが強いですから、竹林整備や田植え体験を通して、観光しながら京都の環境を良くすることもできるのだとアピールしていきたいです。

Q

実際に採用されるまでの間に苦労されたことはありますか。

A

竹林や田植えなど提案できる要素はたくさん持っていますが、宿泊施設ごとにカラーがあるので、どのような組み合わせがサンメンバーズ京都嵯峨さんのお客様に響くのか、その中でどのように環境再生の意義を伝えるのかを考えるのに苦労しました。

Q

宿泊施設を対象とした販路開拓について、アドプランツコーポレーションさんの今後の展望をお聞かせください。

A

弊社の最終目標は京都の環境再生に携わる人口を増やすことですが、それを達成するためには他業種との協力が必須です。今回のサンメンバーズ京都嵯峨さんとの取組のように、観光を入り口にして環境のことを知ってもらいきっかけを作れたことはとても良い例だと思います。

取組の認知を広げることで将来の人材育成や就農促進にも繋がりますし、このように宿泊施設が発信して下さることはとてもありがたいです。

今後も積極的に宿泊施設との連携を広げていきたいと思っています。



サンメンバーズ京都嵯峨
宿泊部門 アシスタントマネージャー

小林 泰彦 様

Q

この体験プランのどのような点に魅力を感じ、採用を決められたのでしょうか。

A

弊館を運営するリゾートトラストグループが今年50周年を迎えるにあたり、地元の方とコラボレーションしたサステナブルな体験プランの造成に力を入れていた折、商談会でアドプランツコーポレーションの増永さんと出会いました。

特に弊グループの会員様は京都にリピートでいらっしゃることが多いのですが、観光先は毎回同じ場所になりがちです。そんな中、環境再生を通じて季節ごとに違う体験をご提案できるという点は、非常に相性が良いと感じました。

また、今年体験に参加されたお客様に次の年もリピートいただくことで竹林がきれいに整備されていく様子を体感できるなど、長期的にもお楽しみいただける点はとても魅力的でした。

Q

プランはどのように造成されたのでしょうか。

A

まずは基本となる半日の体験プランを作りました。それから、もっと気軽にご参加いただけるプランも作れないかと増永さんにご相談し、当日参加も可能な所要時間の短いバージョンも作るなど、アレンジを加えていきました。

Q

ご自身でも体験プランにご参加されたという伺いましたが、いかがでしたか。

A

増永さんの知識が豊富でお話しもお上手なので、常に楽しくワクワクできる内容でした。体験に参加しながらも「次はこんなことができるんじゃないか」と新しいアイデアが浮かび、それを気軽に相談できる関係性を増永さんと築けたことが、とても嬉しいです。

Q

地元製品の活用について、サンメンバーズ京都嵯峨さんの今後の展望をお聞かせください。

A

弊館は会員様だけでなく一般のお客様もご利用いただけますので、幅広いお客様に対して発信できることが強みだと思います。嵐山は海外のお客様も多いですから、今後も多くのお客様に対して京都の奥深い魅力を発信する一助となれば嬉しいです。

また、今回のプランのように、地元の方と協力して何かを作り上げ、地域の方からもご支持いただけるホテルでありたいと思っています。体験プランだけでなく、地元の食材を活用した料理を提供したり、館内の売店で販売するなど、今後も積極的に地元製品を活用していきたいです。

◆ インテリア・プロダクト分野

西陣織をあしらった ホテルオリジナルのお皿を製作

RE:NISTA (リニスタ) × ギャリア・二条城 京都

西陣織ブランド RE:NISTA とギャリア・二条城 京都がコラボレーション。

宿泊客へのウェルカムスイーツ用に、オリジナル柄の西陣織生地をガラスで加工したお皿を製作されました。



RE:NISTA 代表
酒井 貴寛 様



Q

宿泊施設に対して商品を売り込みたいと思われたきっかけは何だったのでしょうか。

A

西陣織のような織物はほとんどの場合、成人式や冠婚葬祭などのハレの日の着物でしか人目に触れることがありません。しかし、旅先でお客様の家となる宿泊施設に置いていただくことができれば、お客様により近いところで西陣織に触れていただき、より多くの方に知っていただくことができると考えました。

Q

実際に採用されるまでの間に苦労されたことやこだわったポイントは何ですか。

A

織物にガラス加工を施す際、生地の色が変化してしまうことがあります。どんな色になるかは加工してみないとわからないので、これまでの経験を頼りに加工後の色を予測して糸を選択し、ご希望通りの色が出るよう努めました。

Q

宿泊施設を対象とした販路開拓について、RE:NISTAさんの今後の展望をお聞かせください。

A

西陣織を採用している宿泊施設はまだそれほど多くはありません。今回のようなウェルカムスイーツのお皿は商品自体は小さなものですが、その宿泊施設にしかない魅力の一つとして、宿泊施設のブランディングや付加価値を高める力添えとなれば嬉しいです。

伝統工芸は繊細で緻密な技術を要する分、その技術を用いてできることには限界があります。しかし、宿泊施設の要望に対して「できない」とすぐにお断りしてしまうのではなく、何とかしてお応えできないかと努力する姿勢が大切だと考えています。

これからも常にチャレンジ精神と柔軟性を持って、宿泊施設に対して積極的に西陣織を使った製品を提案していきたいと思っています。



ギャラリー・二条城 京都 総支配人
宮崎 敦 様

アカウンティングスーパーバイザー
北村 有里 様

Q

なぜRE:NISTAさんの商品を採用したいと思われたのでしょうか。

A

弊館を運営するバンヤンツリーグループでは、地域との繋がりを特に大切にしています。京都にあるホテルなのだから、できるだけ京都との繋がりが感じられるものを採用したい。そう思って参加した商談会でRE:NISTAさんに出会いました。ちょうどお客様へのウェルカムスイーツ用の入れ物を探しており、RE:NISTAさんの商品を目にした瞬間に「ビビッ」ときたことを覚えています。

Q

実際に採用されるまでの間に苦労されたことやこだわったポイントは何ですか。

A

オリジナルの製品を作るため、まず初めに弊館の担当の北村とパティシエとでRE:NISTAさんの工房へ伺いました。

工房には何百種類もの色や柄のサンプルがあり、組み合わせは無限大です。いくつものサンプルに目を通し、その中から一つに絞るのは大変な作業でしたが、スイーツに合う色柄にしたいという点にこだわり、酒井さんと相談しながら決定しました。

Q

地元産品の活用について、ギャラリー・二条城 京都さんの今後の展望をお聞かせください。

A

弊館ではこれまでサステナブルな製品を積極的に採用してきましたが、今回の取組を経て、サステナビリティにさらに京都の産業を掛け合わせることで、より良いものをお客様にご提供していきたいと考えています。

今回のRE:NISTAさんであれば、帯の製造工程で出る生地の端材を用いて何か新しい製品を作り出せるのではないかと可能性を感じています。

Q

サステナビリティ×伝統工芸のような意義のある取組が、今後もさらに広まっていくと良いですね。

A

伝統工芸を宿泊施設で採用する上で、よく大量生産ができないことが課題であると聞きます。しかし、例えば食器であれば全ての客室で同じものを揃えることにこだわらなくても、客室によって食器が違うことが逆にお客様の楽しみにつながると思うのです。

近年、京都では客室数の少ないハイエンドな宿泊施設が増えています。宿泊施設側から柔軟に伝統工芸の作り手に歩み寄ることが、京都ならではの取組につながるのではないのでしょうか。

お問い合わせ

コトノムスビ・プロジェクトに参加している事業者へのお問い合わせをご希望の場合は、京都市産業観光局観光MICE推進室までご連絡ください。当室で確認のうえ、お問い合わせ先等をご案内申し上げます。

参加事業者の情報は、以下のリンク先からご確認いただけます。

◆ 参加事業者

<https://www.kotonomusubi.kyoto/#company>



京の耕す暮らし舎

食 コト



つくだ農園

食 コト



田原 敏雄

食



アドブランツコーポレーション

食 コト



山国さきがけセンター

食



発酵食堂カモンカ

食 コト



青木光悦堂

食



永楽屋

食 コト



ハバリーズ

食



自然社

モノ



大東寝具工業

モノ



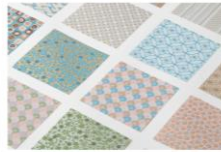
IKEUCHI ORGANIC

モノ



SOO

モノ コト



尚雅堂

モノ



TOKINOHA

モノ コト



乘入

モノ コト



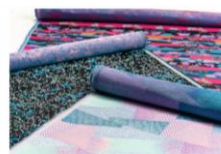
岩田宝来屋

モノ コト



RE:NISTA

モノ コト



京都・西陣織もりさん

モノ コト



竹定商店

モノ



中源

モノ コト



イノベティブクラフトワークス
合同会社/弘誠堂

モノ コト

◆ お問い合わせ先

京都市観光MICE推進室 宿泊環境整備担当

京都市中京区河原町通二条下ルー一船入町384番地 ヤサカ河原町ビル7階

Tel : 0 7 5 - 7 4 6 - 2 2 5 5

Mail : kanko-mice@city.kyoto.lg.jp