

京都市中央卸売市場第一市場「賑わいゾーン」を活用した事業提案について



平成29年10月13日
スターツコーポレーション株式会社

京都駅西部エリア活性化将来構想を踏まえ、単なる施設開発・ホテル運営にとどまらず、グループが持つノウハウを結集し、まちをつなげ、エリア全体の活性化に貢献する賑わい拠点とします。



4つの事業方針

背景／提案内容

1

京都市中央卸売市場第一市場との
徹底した連携

- 京都市中央卸売市場第一市場の再整備により生み出された土地
- 京都市中央卸売市場の食材の徹底した活用
- 施設2階でつなぐ京都市中央卸売市場第一市場への空間デッキを設置

2

エリア全体への波及効果・
回遊性の向上

- 京都リサーチパーク、文化・観光施設、寺社、大学など多彩な地域資源が集積しているエリアである
- JR新駅からの歩行者空間と接続するテラスを設置
- 梅小路公園から七条通北側への新たな人の流れを創出
- 公共交通利用の徹底
- 観光情報センターを設置
- 首都圏からエリアへの人の呼び込み

3

地域のまちづくり・
商店街の活性化への貢献

- 市場とともに発展してきた商店街との共存共栄
- エリアマネジメント組織の設置
- ワークショップの開催
- 遊休不動産の活用

4

地域経済等への貢献

- 伝統工芸品を使用した内装、伝統工芸の体験機会の提供
- 安定した雇用の創出
- 当社グループ企業での京都市中央卸売市場の食材の利用促進

京都市中央卸売市場第一市場と連携し、地域とも共存共栄した賑わいを創出する複合施設

- エリアの象徴となるコミュニティタイプのホテル
- 京都の「食」と「職」をテーマにしたコンセプト型商業施設
- 人の流れや景観に配慮した街の基壇を作る建築

平成32年度 開業予定



提案上のポイント

- 国内外の観光客をはじめビジネスからファミリーまで幅広い客層の呼び込み
- レストランを自社運営し、京都市中央卸売市場で調達した食材を使用
- 伝統産業品を積極的に取り入れ、京都を感じていただけるおもてなしを提供
- 屋上テラスの開放・夜の賑わい創出

イメージ



客室

内装や備品に伝統工芸品を採用し、ゲストをお迎えします。



フロント

和の設えを施し、京都の四季を感じて頂けるような演出を行います。

提案上のポイント

- エリア内に不足する飲食を中心に構成
- 地域の商業者への働きかけ、地域ニーズの高い商業者の配置
- 京都市中央卸売市場の食材の利用を徹底
- エリア内のイベントと連携

イメージ



商業施設(1階・2階)

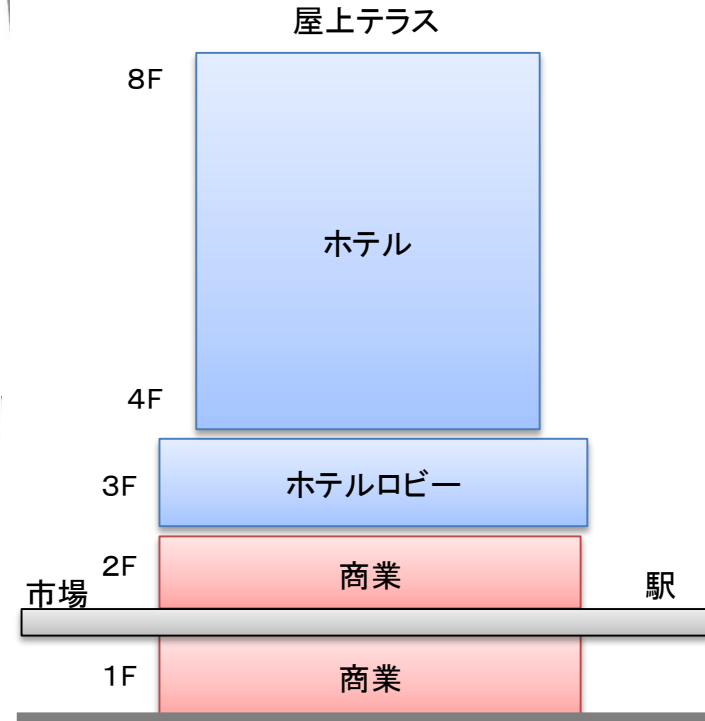
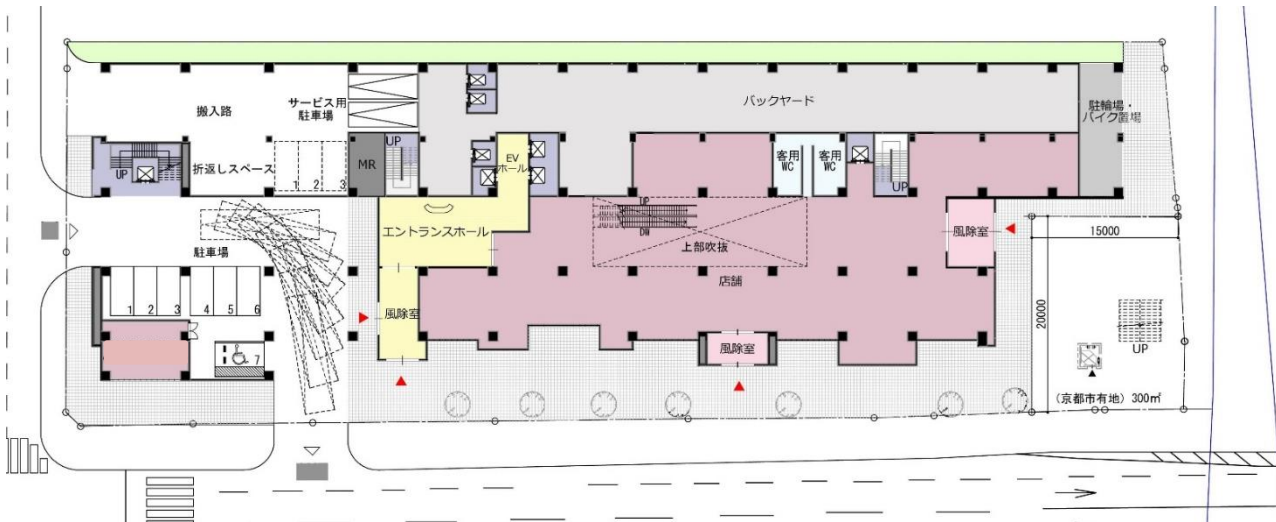
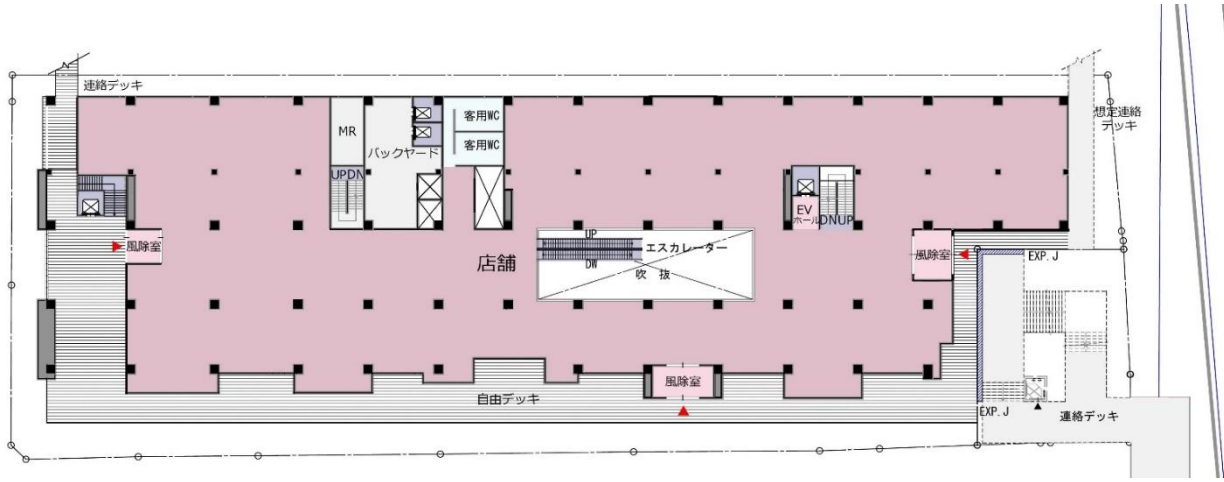
吹き抜けスペースにより、1階・2階と一体感のある空間を創出します。



テラス(2階通路)

賑わいが外部に滲み出すように、テラスを積極的に活用します。

賑わいゾーン(商業施設) イメージ



地域のまちづくりへの貢献

■ 観光情報センターの設置

- ・ 誰もが利用しやすい1階に配置
- ・ コンシェルジュによる観光情報、地域情報の案内・発信
- ・ 周辺商店街との連携
(物品販売やイベント告知、情報発信)
- ・ 伝統工芸品の販売・体験



コンシェルジュによる観光案内



伝統工芸品販売

■ エリアマネジメント組織の設立

- ・ 当社自らが地域に入り、地域の皆様とともに活性化に取り組む
- ・ 地域・商店街とのワークショップ開催
- ・ まちづくり資源の発掘・活用
- ・ 街あるきマップ作成
- ・ 地域連携イベント開催
- ・ 遊休不動産（空き店舗等）の活用



ワークショップの開催



街あるきマップ作成

■ 回遊性の向上

- ・ 自社のメディア媒体を活用したエリア内の回遊と首都圏からの集客を促進
- ・ レンタサイクルの設置
(大きな回遊／小さな回遊)



OZマガジン・OZモール



レンタサイクル