平成24年度「京都市生涯学習市民フォーラム」 シンポジウム

おもてなしの心を世界に
～観光都市・京都の魅力再発見！～





皆さん こんにちは。
生涯学習マスコットのマナビィです。
ブンブン飛び回って，みなさんの学びを応援しています。ヨロシク！
さて今回は，京都で活動する 199 の生涯学習関係団体のネットワーク組織「京都市生涯学習市民フォーラム」の総会とシンポジウムの取材にブンブン行ってきました。
堀場 雅夫 会長の楽しい進行に会場が笑いに包まれる中，おもてなしの心があふれる京都のまちの魅力について，改めてみんなで考えました。その様子をレポートします。

平成24年12月７日（金）午後２時30分 ～ ４時　京都産業会館８階「シルクホール」

〈パネリスト〉　**堀場 雅夫 氏**（京都市生涯学習市民フォーラム会長／株式会社堀場製作所最高顧問）
鷲田 清一 氏（大谷大学教授・哲学者）
太田 恵美 氏（コピーライター）
門川 大作 氏（京都市長）



（堀場会長）

仕事柄，世界各地を回っていますが，やっぱり「日本はええな」，特に「京都はええな」と思います。生まれてみたら京都やった。それだけで６億円の宝くじに当たったようなもんです（笑）。京都の良さをもっともっと感じて，京都人が独り占めせずに世界中の人々に知ってもらうことが大切です。

今日は，おもてなしの心や京都の観光について，皆様方に積極的なご意見をいただきたいと思います。よろしくお願いします。





「世界都市」の条件とは

（鷲田氏）

経済・金融活動が国境を越えてグローバル経済となった現在では，以前は国単位であった世界の実力競争が，都市単位になっている気がします。ヨーロッパであれば，文化的に個性があるミラノ，バルセロナや香港などと

いったまちに非常な活気と存在感があります。そういった世界的なまちの特徴は，必ずしも首都でなく，また，文化だけ，経済だけが突出しているのではない。政治，経済，教育，文化などいろいろな分野に取り組みながら，それらを貫通している一つの価値観のようなものが非常にはっきりしていると思います。

例えば，パリなら「エレガンス」。ファッション，食べ物はもちろん，シトロエン社に代表されるように自動車でも機能よりデザインが重視されます。セダンの後部ドアが逆三角形で窓が開かないのですが，かっこいいのでフランス人はそれをよしとします。話し振りもエレガントですし，まちもエレガント。「エレガンス」というものがまちやそこに暮らす人，すべてにおいて統一されている感じがします。

ドイツであれば「エグザクトネス」。精密・厳密さがあらゆるところに貫通しています。狂いのない時計を作ります。教育も厳しくて，「犬の飼育と子育てはドイツの女性に任せろ」と言われるくらいです。言葉もキチキチッとした子音の多い話し方で，すべてが「厳格・精密」という感じを受けます。

ミラノは「センシャス（＝官能さ）」というのが，製造産業からデザイン，まちの空気，男女の付き合い方まで，すべてに貫通しています。

そういう視点から考えた場合，京都においてそれらにあたるものは何なのか。ものづくりや教育，ファッション，まち並みまで，すべてに貫通しているものがくっきり見えるということが「世界都市」になる条件ではないかと思っています。今日のテーマである「おもてなし」がそういうものになるのかどうか，皆さんと考えたいです。



京都市は，**パリ**をはじめ世界９都市と姉妹都市の提携を結んでいます。市役所の前庭には各都市からの贈り物が展示してあります。いずれも世界の人々を惹きつけてやまない，歴史のある美しい都市ですね。２０１３年はケルン市との提携50周年記念事業が市内で行われます。



都市名（国名）	提携年
パリ （フランス）	1958（昭和33）年
ボストン （アメリカ）	1959（昭和34）年
ケルン （ドイツ）	1963（昭和38）年
フィレンツェ（イタリア）	1965（昭和40）年
キエフ （ウクライナ）	1971（昭和46）年
西 安（中国）	1974（昭和49）年
グアダラハラ（メキシコ）	1980（昭和55）年
ザグレブ （クロアチア）	1981（昭和56）年
プラハ （チェコ）	1996（平成８）年

（堀場会長）

人もまちもしっかりした「アイデンティティ」を持たなくてはいけません。グローバル化が進めば進むほど，「あのまちはこんなまちなんや。」ということを世界にはっきりと示さないと，世界から尊敬されるまちにはなれません。



（太田氏）

20 年前**「そうだ　京都，行こう。」**のキャンペーンで作った最初のキャッチフレーズは，「パリやロスにちょっと詳しいより京都にうんと詳しいほうがかっこいいかもしれないな。」でした。ちょうどバブル経済が終わる頃のことですが，私も含め海外ロケから帰ってきては「ロスのあそこによく行く」とか「パリのあのお店がおいしかった」とか自慢する。パリのエスカルゴのことは知っている。でも京都のことは何も知らない…。それはやっぱりおかしいと気づき，恥ずかしくなりました。もっと日本を，京都を知っていないと格好わるいよ，とみんなに言いたかったのです。

「そうだ 京都，行こう。」

東海旅客鉄道（JR 東海）が1993年から展開している京都観光キャンペーンのメインキャッチコピー。もともとは1994年の平安建都1200年事業にあわせたキャンペーンでしたが，大きな反響を呼び，今なお続いています。

太田氏は，当初からコピーライターとして参画されています。

http://souda-kyoto.jp/campaign/

もちろん，京都が歴史のまちであることはみんな知っているので，そこを詳しく語っても，「京都に行かなきゃ」という気持ちにはならない。問題は，「京都」が今の自分にとって必要なんだ，と気づいていないこと。そうだ，京都だ…と。それでこのキャッチフレーズを提案しました。以来，このキャンペーンは，単に京都のまちを紹介するということではなく，今の時代に京都が必要なんだというメッセージを込めて作っているつもりです。

私は京都に生まれ育ちましたが，当時は，この特別な歴史的空間を何とも思わずに，当たり前のものだと思っていましたし，それが自分にとってどういう意味を持つのかを考えたことがありませんでした。このキャンペーンを担当するにあたって，京都のことを何も知らなかった自分に赤面しました。そういう意味で，一度京都を出て本当に良かった。どうすれば京都の歴史的空間が現代人にとって意味があるものだと言えるのかを改めて考える良い機会をもらったと思います。安くはない旅費を出しても「京都に来たい。」と思ってもらうためには，どういうふうに京都を紹介したらいいか。皆さんも一度考えていただければ，と思います。

（堀場会長）

京都の良さというのは，水や電気みたいなものです。この夏，電力不足の問題が起こって初めて「やっぱり電気は大切だなぁ。」と思った人がたくさんいるように，京都を出て初めてその良さがわかるんです。

京都から一歩外へ出ると，行った先の方が「堀場さん，見てください。これは300年前の…」と誇らしげにおっしゃることがありますが，京都で300年昔といわれても全く珍しくありません。それだけでも全然違いますね。



「おもてなし」は，「表裏なし」

（門川市長）

平成12年に京都の観光関連業者，寺院・神社，大学など，あらゆる人や団体が一丸となって，観光客を10年で1000万人以上増やし，京都を「5000万人観光都市」にしようという目標を掲げ，100以上の事業に取り組んできました。「京都は放っておいても勝手に観光客がやってくるからいいですね。」と言われますが，とんでもないことです。行政と市民が協力し，いろいろな取組をした結果，計画より2年早い平成20年に「5,000万観光都市」を実現することができました。

その次に目指すのは，数ではなく質を高めること。太田さんにも御協力いただき，新しい京都の観光にあり方について議論しました。そして「5,000万人観光都市」から「5,000万人感動都市」にしよう。来られた方みんなに満足してもらうだけではなく，感動してもらおうということで，「暮らすように旅する」「歩いてこそ京都」「市民の京都再発見」「観光客の不満を



「5,000万人観光都市」

京都市では，「年間入洛観光客数5,000万人構想」を実現するため，市民・関連団体・学識者の方々からの意見を踏まえ，平成13年1月「京都市観光振興推進計画 ～おこしやすプラン21」を策定（計画期間：平成13～17年）。その後，「ゆとり うるおい 新おこしやすプラン21」（計画期間：平成18～22年）に引き継がれました。

現在は，平成22年に策定した「未来・京都観光振興推進計画 2010 +5」（計画期間：平成22～26年）を指針として様々な取組を進めています。太田氏は，計画策定委員会委員をお務めになったほか，現在，「未来・京都観光振興推進計画 2010 +5」マネジメント会議委員としてご尽力いただいています。

ゼロに」「京都の魅力をうまく伝える」等，様々なプロジェクトに取り組んでいます。

「おもてなし」と言えば，ある方に感動したと言われたのが「門掃き」。背広を着てネクタイをしているサラリーマンが表通りを掃いている。そういう姿は他の大都市ではないとおっしゃっていました。「おもてなし」というのは「表裏なし」ということ。市民の日常生活を表裏なしにお見せするのが最高のおもてなしではないでしょうか。京都に伝わってきた暮らしの美学をいかに大事にしていくかということも「おもてなし」だと感じています。



（堀場会長）

「京都中華思想」と言いますか，京都の人は京都以外の人に対して下手に出ているようにみえて，実は「きっとこの人にはわからへんやろなぁ。」と，割と厳しいところがあると思うんです。そんな風に感じられることはありますか。

（鷲田氏）

京都人は相当しぶといなと思ったのは，以前，景観についていろいろと論争があったとき，近所の方が言われた言葉。「京都も汚のうなりましたなぁ。」その一言で自分の美意識を主張されるというのはすごい。相当なプライドだと思いました。

また，私たちの世代は小学校で京都市市民憲章の歌を歌わされましたが，あの歌詞もすごい。一番は「美しいまちをきずきましょう。」で，最後は「旅行者をあたたかくむかえましょう。」 おもしろいまちやなと思います。

（太田氏）

ロケに行くと，たまにお寺などで「これは映してもろたら困る」とか言われることがあります。その度に「これは京都の歴史が守ってきたのであって，個人が見せる見せないを言う立場にはないはず…。」と思います。「誇り高い」と「高みにいる」ということは違います。そこが一緒になってしまっていると，首をかしげてしまいます。

（門川市長）

「日本に，京都があってよかった。」 これほどの中華思想はないのですが（笑），これにはクレームがつかない。皆さん納得してくれはるんです。



「京都市市民憲章」（昭和31年5月3日制定）
わたくしたち京都市民は，国際文化観光都市の市民である誇りをもって，わたくしたちの京都を美しく豊かにするために，市民の守るべき規範として，ここにこの憲章を定めます。
この憲章は，わたくしたち市民が，他人に迷惑をかけないという自覚に立って，お互いに反省し，自分の行動を規律しようとするものです。

- わたくしたち京都市民は，美しいまちをきずきましょう。
- わたくしたち京都市民は，清潔な環境をつくりましょう。
- わたくしたち京都市民は，良い風習をそだてましょう。
- わたくしたち京都市民は，文化財の愛護につとめましょう。
- わたくしたち京都市民は，旅行者をあたたかくむかえましょう。

（後日談）門川市長
「私も子どもの頃，学校で市民憲章を歌で覚えました。今でも歌えます」（笑）

「日本に，京都があってよかった。」



京都市では，京都創生の担い手である市民の皆さんと全国の京都ファンに向けて，京都の情景等を使用し，京都が日本の財産，世界の宝であることをアピールするポスターを作成しています。平成24年10月から掲示されているものは，世界遺産条約採択40周年を機会に，世界文化遺産「古都京都の文化財」の一つである天龍寺の大方丈襖絵（雲龍図）を採り上げています。
http://www.city.kyoto.lg.jp/sogo/page/0000035115.html

これだけでもすごいまちです。しかし，いつまでも「京都があってよかった」と思ってもらうためには，その良さを維持する努力も求められます。

今，京都市内の違反状態にある屋外広告物の違反是正の取組をしています。大変な経済的負担をかけますが，それよりも京都の都市としての格を高めることが大事だと考えています。逆に素晴らしい広告・看板は奨励して表彰する新しい取組もしています。規制するだけではなく，新たな魅力を創造していくわけです。

（太田氏）

広告って風景なんですよね。風景を作っているという認識が，広告を出す側に案外ない。そういう計算もしないで作るのはもってのほかだと，広告制作者の私も，大いに反省です。

私たちもひとこと！
フォーラム会員の皆さん



ここで，フォーラム加盟団体の皆さんに事前にお伺いしていたアンケートのご意見を紹介しました。

○ 京都で活動していることの利点や欠点は？
○「観光都市・京都」の良いところと残念なところ
○ あなたが日頃意識して実践している，または今後実践したい「おもてなし」は？

アンケート結果の一部はこちらからご覧いただけます

（堀場会長）

いろいろと意見をいただきましたが，「京都は観光にあぐらをかいているのではないか。」について，いかがですか。

「価値観」としてのおもてなし（ホスピタリティ）

（鷲田氏）

「おもてなし」が観光だけでなく，京都の様々な活動のすべてに貫通している価値観かどうかですね。「おもてなし」の意味に一番近い英語を≪ホスピタリティ（hospitality）≫だとすると，おもてなしの心の捉え方はグンと広がります。≪ホスピタリティ≫は，元々が「客」という意味の≪hospes≫というラテン語に由来していて，同じ単語から派生した言葉に「ホスピタル（病院）」「ホスピス」「ホスト・ホステス」などがあり，「ホテル」もここから来ているんです。要するに≪ホスピタリティ≫というのは，自分のことより先に相手のことを大事にするということなんです。

そういう意味で，ものづくりにおいても，作る側の便宜や儲けよりも，まず使ってくれる人のことを考えれば，経済活動としてもより使えるし，福祉にも使える。 だから「日本に京都があってよかった」を考えたときに，「お寺があってよかった」ということではなく，「京都のあそこのケアがよかった」，「京都で老後を過ごしたい」といったように解釈を広げられるのではないかと思いました。



（堀場会長）

京都で作られたものだから安心できるとか，お客さんに喜んで使っていただける「京都ブランド」を作っていくことを産業界でも推進しています。お客さんにどれだけ喜んでもらえるか，安心して長く使ってもらえるか。伝統産業でも近代産業でも，京都の商人ならこういうことをみんなが考えて，「メイド・イン京都」に誇りを持ってほしい。

逆に「京都でこんなしょうもないもん作ってるんか！」ということもあります。そういうものを市民がチェックするシステムが必要な気がします。



「京都ブランド推進連絡協議会」

京都府域にある「京都ブランド」にさらに磨きをかけるとともに，街としての魅力や品格，すなわち「都市格」を向上させるため，平成19年，京都商工会議所・京都市・京都府により設立。全国各所で展覧会・シンポジウム・物産展等を開催するほか，国内外への情報発信，「京都創造者大賞」等の顕彰事業を実施しています。

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

（太田氏）

「おもてなし指数」みたいなものがあったらおもしろいですね。例えば，駅のバリアフリーの対応はまだまだ不十分だと思います。観光大使だけではなく「おもてなしパトロール隊」を作って，そういった「おもてなし」が不十分なところをチェックしたらどうでしょうか。



（門川市長）

清水寺周辺で車いすで回れる観光コースをホームページで紹介するなど，ユニバーサル観光にも力を入れています。高齢者や体の不自由な方に満足していただけるまちなら，誰にでも満足していただけるはずです。

昨年，全国ろうあ者大会が京都で開催され，5000 人の参加者が京都に来られましたが，ホテルや旅館にお願いして文字放送をしていただいたりもしました。ソフトも含めたバリアフリーを考えなければなりません。

（太田氏）

そういうことをやるまちにしようってみんなが言って，一人一人がやればいいんですよね。行政だけがやるのではなく，市民みんながそのことについて声を発する機会があることが必要だと思います。

（堀場会長）

京都には夜の８時や９時から食べに行くところがない。祇園などの花街にはあっても，一見さんは好まないとかでなかなか飛び込みでは行きにくい。ホテルのレストランなどでもオーダーストップが早く，そういうところにおもてなしの心がないように感じますね。仙台や博多，大阪だと 10 時や 12 時でも食事できる店がたくさんあるのに，なんで京都だけないんやろかと思います。



（門川市長）

京都は実は観光都市にはなっていないんです。京都でものづくりをする。

お寺や神社が宗教活動をする。芸術がある。茶道・華道がある。大学がある。素晴らしい景色がある。しかし，それらはすべて観光のためにできたものではなく，たまたま京都という 1000 年続いた都があって，そこに産業やお寺や神社，芸術や文化があったということです。それに魅力を感じた人がどんどんやって来て，観光が発展していきました。

一昔前まで，京都人はみやげ屋や百貨店などでおみやげ用に売っているものは「ほんまもん」ではないという感じでした。京焼・清水焼でも西陣織でも観光客相手にあまり商売をしていない。しかし，それを変えないといけないんです。「観光客にも喜んでいただけるし，京都の人も喜ぶ」というようになれば，伝統産業の振興にもつながります。

「一見さんお断り」のように京都には「敷居文化」があり，まちにはいろいろな「敷居」があります。その「敷居」をまたぐきっかけや仕組みを作ればいい。「敷居」をまたいだ限りはそこのルールを守ってもらわないといけませんが，「敷居」の中に入れないということではいけない。

観光という視点からあらゆるものをしっかりと見直し，例えば，夜遅くまでやっている店があるということを Web サイトで紹介するなど，みんながおもてなしの心を持つことで，いろいろなことができると思っています。



ほんまもんを大切にしてきたまち

（堀場会長）

京都の店に関してすごいと思ったことがあります。

たまたま東京の知人にある店の葛饅頭を食べさせたら，「こんなおいしい饅頭，持って帰りたい。」と言うのでその店に連れていったんです。ところが，店の人が「東京まで持って帰ってもうても，おいしいのはせいぜい今から 30 分。それを越えたらあかん。」私は「しゃあない，諦めや。」と言ったんですが，とりあえず買った。すると，店の人が「そんなこと言うて，東京まで持って帰らはんのちゃいますか。」と言う。生意気やなあと思ったんですが（笑），少々味が落ちても「そんなん，この人にはわからんやろ…。」と売るのではなく，売らない。品物に対して信念を持ってはるんです。そこは安易に妥協してもいけないので，少々時間を置いておいても風味が変わらない長持ちする葛を科学技術で開発したらどうかと考えています（笑）。

イノベーションで言えば，京都のセラミック産業は京焼・清水焼の技術ですし，金属加工なども京仏壇・京仏具の金属表面加工の技術であって，伝統



産業が京都の近代産業のベースになっていて，伝統産業を産学連携で研究して新しい市場に向けて取り組んでいる。伝統産業のテクノロジーを近代産業に活かし，新しい近代のマーケットを作る。まさに理想的です。そして忘れてはならないのが，伝統産業は今も生きていて，常にクリエイティブなことをしている。見た目が古いものと同じようでも材料や製造工程が変わっているもの，逆に製造工程まで昔のままで作っているものもあります。伝統産業と言っても非常に幅広い。

我々，ものづくりの人間もこのような点をどんどんアピールし，京都に伝統産業があったからこそ商品ができた，「京都があってよかった」と思ってもらうことで本物の存在価値を認めてもらえる気がします。

（門川市長）

「京都の老舗は素晴らしいものを作るが，ほんまもんを求める人にしか売らない」という老舗商法で，あまり店の宣伝をしないとか，自分のところのルールに相手を合わそうとするような点を「あぐらをかいている」と言われることがあります。しかし，京都の老舗は相手のことを考え，ほんまもんの材料でほんまもんを作り続けているんです。ただ，相手のことを考えて商品を変えていく努力，あるいはなぜそういう売り方をするのかを説明する努力，そんな「ホスピタリティ」は必要ですね。

（太田氏）

お寺が収蔵品など，それを見ることで触発され，いろいろと得る人もいるのに，自分たちのものみたいに見せるとか見せないとかいうのは，一種の「あぐら」ですよね。

（門川市長）

我々は先人が残してきたものを「お預かりしている」と考えています。例えば，世界遺産の二条城は京都市が「お預かりしている」ものなので，そのルールに従って御覧くださいということです。映画の撮影に使われることも多いのですが，あれを真っ黒に塗らしてほしいという監督さんがおられました。もちろんお断りしましたが（笑）。お預かりしているものを最大限に活かしながら，守るべきところは守るということが大切です。

（鷲田氏）

会社でもそういうところがあるのではないでしょうか。看板やのれんを「お預かりしている」と考えるような…。

（堀場会長）

そうですね。京都人であること自体，京都を「お預かりしている」みたいなものです。努力して京都に生まれたのではなく，生まれてみたら京都だった。生まれてみたらこの会社だったみたいな感じです。

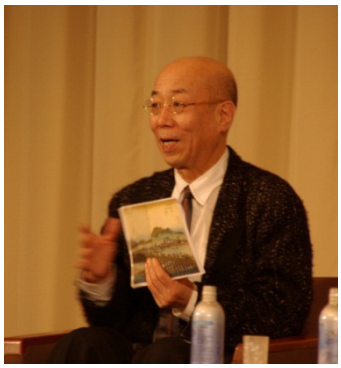


二 条 城



慶長8（1603）年，徳川家康が，京都御所の守護と将軍上洛のときの宿泊所として造営し，３代将軍 家光により，伏見城の遺構を移すなどして，寛永３（1626）年に完成。徳川家の栄枯盛衰のみならず，日本の歴史の移り変わりを見守ってきたお城。

平成６(1994)年，ユネスコの世界遺産リストに登録。



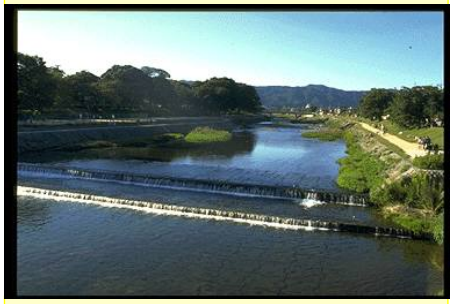
（鷲田氏）

昭和 13 年に京都市の産業部観光課が発行した「旅館サービス讀本」というのがあります。昭和 13 年と言えば国家総動員法が成立した年。その年に京都市が「サービス」という敵性語を使って，旅館など接客業の方々の心得を書いたパンフレットを出しているんです。

旅館で働く者は外国から来られたお客様に接する機会が多いから，京都のまちのイメージはあなた方の振る舞いや佇まいで判断される。「京都の特殊な都市性に鑑みれば」あなた方の一挙手一投足が京都の価値を決める。そういう心得でやってくださいといった内容で，サービスとは何かということについて，ものすごく具体的なことが書いてあるんです。



鞍馬の火祭



鴨川（賀茂川・加茂川）

（門川市長）

京都市は昭和５年に観光課を設置しています。昭和５年は昭和恐慌が起こった年で，その前年に 100 年に１度と言われる金融恐慌が起こりました。京都では**鞍馬の火祭**が中止になり，あちこちで労働紛争が起こりました。そういう大変な時期に観光課を設けたのです。京都駅の観光案内所を拡充し，さらに北山・東山・**鴨川**を風致地区に指定しました。

今また，100 年に１度の経済金融危機と言われていますが，一番厳しいときに観光行政のスタートを切り，景観行政の土台作りをした。それが京都人，我々の先輩なんですね。

私たちもひとこと！
ジュニア京都観光大使の皆さん



「ジュニア京都観光大使」の皆さんにお伺いしたアンケートの結果を紹介しました。

アンケート結果の一部はこちらからご覧いただけます

ジュニア京都検定の詳細はこちらからご覧いただけます

（堀場会長）

京都検定は，他都市の方がたくさん受けておられますよね。



（門川市長）

京都のことを勉強したいという人が全国におられることはありがたいことですね。

「ジュニア京都検定」は，京都に生まれた子どもが京都のことを知らない，二条城や清水寺にも行かない。それを何とかしなあかん。子どもたちに京都のことを勉強してもらって，

京都好きになってもらう仕組みを作ろうということで始めた取組で，小学４年生に検定のテキストを配布し，５･６年生で基礎編･発展編を受検します。発展編に合格した子どもたちのさらなるレベルアップのために名人編もあります。そして，名人編に合格した子どもたちの中から「ジュニア京都観光大使」が選ばれます。

（堀場会長）

良いことですね…。ところで，よく知られている「京都のぶぶ漬け」論について。「言われた時にどうしたらいいか」と尋ねられるのですが，言葉の意味は二通りあると思うんです。うちの母親は，「御馳走はないけれど，お茶漬けくらいでよければ一緒にどうですか」という意味もあると言い，「早く帰れ。」というように捉えられると聞いて怒っていました（笑）。

相手のことを気遣って，ストレートにものを言わない言い方は京都の芸妓さんが代表的です。他都市から来た客が芸妓さんに「〇〇〇に連れてったろか。」と言ったら，芸妓さんは「うれしい。連れてっておくれやす。」と言う。客が真に受けてお茶屋さんに言うと「そんなことありますかいな。」と，けんもほろろ。客はだまされたと言いますが，私はいつも「そんなんわからへん君が悪いんや。」と言っています（笑）。芸妓さんは「あんたとなんかと行きますかいな。」と人前で恥をかかすようなことはいいません。そらはっきり言った方がわかりやすいですけど。（笑）

私たちもひとこと！
会場の皆さん



〇　質 問 １

観光によって経済力を高めることが大事で，観光からの収入がないと文化財などの修繕もできません。そこで，私が新しい観光の目玉として提唱したいのは「平安京再建」です。京都の歴史を世界中の人に見せてやろうという自信と自負がないといけないと思っています。

（堀場会長）

なんとか実現できるようやりたいですね。このフォーラムから実績を作ろうではありませんか。そうしたらこのフォーラムにも非常に大きな存在感が出ると思います。皆さんもお力添えください。

〇　質 問 ２

京都観光に来られた場合，嵐山へ行く方が多いですが，新幹線で来た人に「嵐山へは嵯峨野線をご利用ください」というような標識を見えるように設置してほしい。また，寝台特急がなくなって東北からの観光客誘致が難しくなっています。在来線やバスなどで来てもらうなどＰＲしてください。



ジュニア京都検定テキストブック



B5 判/184 ページ/オールカラー/定価 1,000 円
（京都市立小学校では4年進級時に無料配布）
問合せ先：京都新聞開発株式会社

ジュニア京都観光大使



24年度は，小学6年生と中学1年生の計8名の子どもたちが，京都の魅力をPRするため，イベントのお手伝いや体験取材などに活躍中。
http://www.doyo-juku.com/kentei/



（門川市長）

例えば，京都への修学旅行生は一時期 95 万人くらいまで減りましたが，今は 110 万人ほどに増えました。子どもの数が減っている中で，これだけの数字を維持できているのは，オール京都の観光関係者が「あぐらをかいたらあかん。」と努力してこられたから。なお努力を続けていきたいと思っています。

また，紅葉と桜の季節など，一定の期間や場所に観光客が集中することや，マイカー利用が多いといった交通の問題に対応するためにも，様々な工夫をし，公共交通を整備します。さらには，観光のシーズンオフにもイベントを実施するなど，様々な事業を市民ぐるみで進めています。明日（12/8）から始まる「嵐山花灯路」。去年（平成 23 年）は 130 万人の方が来られて，祇園祭の人出より多くなりました。そういった取組も進めながら，京都の魅力を再度確認し，それをしっかりと観光や伝統産業に結びつけ，京都の雇用にも結びつけることで京都経済の活性化を図っていきます。



（鷲田氏）良き「京都の友人」になりましょう。

京都には「一見さんお断り」があったり，ガイドブックにもたくさんの情報がありすぎてややこしい，と他都市に住む友人が言うのですが，京都のまちを見てまわるのに一番良い方法は，京都に友人を一人作っておくこと。京都人は実際には閉鎖的でもないし，食事でも安くておいしいところも知っています。「けち」だからそんなとこしか行きません（笑）。また，そんなに大きいまちではないので，顔見知りがすぐできますから，一人友人がいればその友人を通じていろいろな店や人に触れることができます。だから我々も良い友人になってあげましょう。

（太田氏）京都に生まれた「奇跡」に感謝。

友人に「私，なんで京都に生まれなかったんだろう。」と言われたことがあります。これほどの賛辞はないですね。京都に生まれ育ったことは奇跡だと思います。

（門川市長）「おもてなし」は市民ぐるみで

他にもいろいろな提案をいただいています。

例えば，放置自転車や駐輪場の問題。京都市では年間約８万台もの放置自転車を撤去していますが，駐輪場の整備とあわせて，これからも努力していかなければならない課題だと思っています。また，外国観光客への外国語対応については，昨年 10 月に 24 時間多言語対応のコールセンターを設置しました。さらには観光案内標識の整備。そして，来年の夏までに 630 の



京都・花灯路（はなとうろ）



↑嵐山花灯路　　↓東山花灯路



（写真提供／京都・花灯路推進協議会）

２１世紀からはじまる京都の夜の新たな風物詩となることを目指して，平成15年3月から東山地域において，「灯り」をテーマとする新たな観光資源の創出事業として開始（「東山花灯路」）。平成17年からは嵯峨・嵐山地域においても実施（「嵐山花灯路」）。京都を代表する寺院・神社をはじめとする歴史的な文化遺産やまち並みなどを，日本情緒豊かな陰影のある露地行灯の灯りと花により思わず歩きたくなる路，華やぎのある路を演出しています。

※ 嵐山花灯路 2012 は 12/8-17 に開催（終了）
東山花灯路 2013 は，3/8-17 に実施予定
http://www.hanatouro.jp/l



バス停・地下鉄の駅で誰でもインターネットが3時間無料で使えるようにします。こういったハード面も一生懸命やります。

しかし，何よりも「おもてなし」というのは市民ぐるみで取り組んでいく課題だと思います。京都の素晴らしい文化を継承しながら，発信していくことが大切です。皆様と共々に頑張りたいと思います。

（堀場会長）さらに素晴らしいまちにして次世代に渡そう



広範囲にわたって意見が出ましたが，そのベースとなるものは，やはり「京都の素晴らしい歴史は死んだ歴史ではなく，ずっと生き続けている」ということ。これは京都の誇りだと思うんです。イタリアのポンペイ（火山の噴火で町が一瞬にして消えた古代ローマの都市遺跡）などは，本当の「遺跡」で，死んでしまった歴史なんです。しかし，京都には今も1200年の歴史が生きています。我々は祖先からのバトンを受けて，この京都のまちをただ単に守るのではなく，より素晴らしいまちにして次世代に送り込もうとしています。京都はいまだにいきいきしたまちで，しかも伝統産業から近代産業まであり，素晴らしい大学や教育もあり，あらゆるバランスが取れているまちです。そういう京都を誇りに思うと同時に，そこに住む責任を強く感じます。

市民フォーラムの加盟団体の方々には，それぞれの立場において京都のまちの活性化，ひいては次の世代のためにより素晴らしい京都にするための基礎を作っていただいていますが，私も回を重ねる度に本フォーラムが京都のために非常に大事な役割を果たしているということを強く感じています。来年もまた元気が出るようなフォーラムにしたいと思います。

ありがとうございました。（拍手）



いかがでしたか？
京都のまちを見つめなおし，どうしたら京都がもっとステキなまちになるのかを皆さんと一緒に考えることができたかなと思います。
まずは興味を持ったことからスタート！私もブンブン飛び回って，情報をお知らせします！



そのほかにも…

シンポジウムの前に「京都市生涯学習市民フォーラム」総会が開催されました。

生涯学習推進者表彰



永年にわたり，本市の生涯学習の推進に寄与されたフォーラム加盟団体会員 54 名の方が，堀場会長・門川市長から京都市生涯学習推進者表彰を受けられました。

新規加盟団体紹介

- 有限会社 大森リゾート
- 財団法人 小倉百人一首文化財団
- NPO法人 京都カラスマ大学
- NPO法人 京都景観フォーラム
- 公益財団法人 京都市都市緑化協会
- 公益財団法人 京都市文化観光資源保護財団
- 財団法人 京都市埋蔵文化財研究所
- NPO法人 四条京町家
- 次世代養成実行委員会
- 一般社団法人 日本自動車連盟京都支部
- NPO法人 遊悠舎京すずめ

新たに加盟された 11 団体をご紹介しました。

パネル展示





ホールロビーでは，フォーラム加盟団体の活動を紹介するパネルが展示されました。
また，シンポジウムで一部紹介したアンケート結果や加盟団体会員・ジュニア観光大使の皆さんのおすすめの京都の観光スポットをまとめた「京都おすすめマップ」なども展示されました。

