

新京都市商業振興ビジョン（仮称）第1回策定委員会

日 時：平成15年7月28日（月）午後2時～4時10分

場 所：ぱるるプラザ京都 6階会議室C

## 1 開会

事務局（西川） 定刻になりましたので、新京都市商業振興ビジョン（仮称）第1回策定委員会を開催いたします。私は、この策定委員会の事務局を務めさせていただいている商業振興課長の西川でございます。どうかよろしくお願いたします。

まず開会に際しまして、榊本頼兼京都市長より皆様方に一言ご挨拶を申し述べさせていただきます。それでは市長、よろしくお願いたします。

榊本市長 先生方、本日は本当にご苦労様でございます。京都市長の榊本頼兼でございます。本日、「新京都市商業振興ビジョン（仮称）第1回策定委員会」の開催にあたりまして、一言ご挨拶を申し上げます。

皆様方には大変お忙しいにもかかわらず、本委員会委員へのご就任を快くご承諾いただきますとともにご出席を賜り、厚く御礼を申し上げます。また平素から京都市政の推進に格別のご理解とご協力を賜り、この場をお借りいたしまして心から御礼申し上げたいと存じます。

皆様ご承知のとおり、本市におきましては平成9年度に、大きく変化する社会環境と厳しい競争のなかで京都の商業がいかにあるべきか、その目標と方策を示すため「京都市商業振興ビジョン」を策定いたしました。お手元にその冊子をお渡ししております。

このビジョンでは第一に「商店街等のハード事業支援からソフト事業支援への移行」、第二に「自由な競争下における本市商業のあり方」、第三に「がんばる商業者への積極支援」などを柱とし、共同事業組織による「金融機関などのキャッシュカードを用いた店頭での決済システムの導入」や、「商店街店舗の統一的な外装整備に対する助成」をはじめ、11の実行すべきアクションプランを掲げ、今年度末までにそのすべてに着手、実施にうつしたところでございます。

さらに、全国のトップを切って平成12年度に策定いたしましたいわゆる「まちづくり条例」と、それから「京都市商業集積ガイドプラン」に基づきまして、無秩序な商業開発を抑制し、都市づくりと整合した、にぎわいと華やぎのある商業集積の形成を推進してまいったところでございます。

こうしたなか、京都市内におきましては現在も商店街の店舗誘致システムの構築や、地区計画などの都市計画手法を用いたより個性的な商店街づくりが進められるだけでなく、町家を改装した魅力的な店舗の出店をはじめとする、若者向けのにぎわいの施設などが新しく生まれております。しかしながらビジョン策定以降、長引く消費の低迷や流通の国際化、市民の消費行動の変化などに加え、従来勝ち組といわれておりました大型店の苦戦や他業種からの商業参入など、商業構造は大きな転換期を迎えております。

また、本年5月の商業統計速報によりますと、京都市の小売業の商店数が9.5%、従業員が5.9%、年間販売額が12.0%の減少となっていることなどは、市内商業を取り巻く環境の厳しさの一端を如実に示すものであると考えております。そこで私はこうした状況の

なか、先生方のお知恵とお力をお借りいたしまして、「新たな京都市商業振興ビジョン(仮称)」を策定することとさせていただきます。

委員の皆様には市民の消費生活を支える商店街の振興に加え、若者からお年寄りまで各世代、多世代に愛される京都ならではの「華やかな都市の賑わい」を創出するために、自由で闊達なご議論と大所高所のご意見をよろしく願い申しあげまして、大変長くなりましたが開会にあたっての私のご挨拶とさせていただきます。どうぞよろしくお願いを申しあげます。

事務局(西川) ありがとうございます。冒頭に資料の確認ですけれども、皆様のお手元に配布させていただいております資料のいちばん上に、本日の「新京都市商業振興ビジョン(仮称)第1回策定委員会資料一覧」を載せさせていただいております。本編資料が1~7まで、そして封筒に入っておりますのが参考資料でございます、いろいろな印刷物が6冊入っております。逐次、ご確認させていただきたいのですけれども時間の関係もございまして、もしも過不足等ございましたら、挙手いただきましたら事務局のほうからお届けをさせていただきます。よろしくお願いいたします。

## 2 策定委員会の設置・運営について

事務局(西川) それでは、まず本策定委員会の設置および運営についてご説明させていただきます。

この策定委員会は、先ほど市長も申しましたとおり、新京都市商業振興ビジョン(仮称)を策定するために、学識経験者の皆様、商業者の皆様、各分野で専門的な知識をおもちの皆様、そして2名の市民公募委員の皆様と行政で構成させていただいております。本日、お手元に資料2としてお配りしております策定委員会設置要綱第2条に基づきまして、本日お集まりいただきました皆様方に市長から委員として委嘱をさせていただきました。市長からの委嘱状につきましては、皆様方の席上に置かせていただいておりますのでよろしくお願いいたします。

次に運営についてであります、京都市民の皆様が広く市政に興味をもち、参加していただきたいという観点から、公開で開催したいと考えております。本日も30名の傍聴席を用意しております。

また、ご発言内容等につきましては、あらかじめ委員の皆様のご承諾を得たうえで、摘録として公開する予定でございます。どうかご了承いただきますようよろしくお願いいたします。

## 3 委員紹介

事務局(西川) それでは、次に委員の皆様をお席の順に五十音順でご紹介させていただきます。

京都市小売商総連合会会長の伊藤義浩様の代理で、同連合会専務理事の篠田進様でございます。京都百貨店協会会長の石哲男様の代理で同協会事務局長の小西義裕様でございます。市民公募委員の大島祥子様でございます。京都商工会議所副会頭の大橋進也様でございます。市民公募委員の栗原大輔様でございます。大阪学院大学流通科学部教授の田中

道雄様でございます。京都商店連盟会長の塚本貞二様でございます。龍谷大学経営学部教授の西口光博様でございます。京都市地域女性連合会会長の西脇悦子様でございます。松下電器産業株式会社松下ホームアプライアンス社技術本部くらし研究センターLivLa 所長の宮井真千子様でございます。京都大学大学院経済学研究科教授の若林靖永様でございます。最後に、京都市産業観光局長の島田與三右衛門でございます。

なお本日は、京都大学大学院農学研究科教授の新山陽子様、やむを得ないご事情のためご欠席でございます。以上が委員の皆様のご紹介でございます。

次に、関係機関からお越しいただいている方々をご紹介します。今回のビジョン策定につきましては、中小企業庁の補助制度を活用させていただいております。本日は近畿経済産業局の小谷係長様と清遠様にお越しいただいております。また日頃、私どもと一緒に市内の商店街等の振興を進めていただいている京都府から、商工部観光・商業課の久光企画主任様にご出席いただいております。どうかよろしく願いいたします。

誠に申し訳ございませんけれども、梶本市長はこの後、他の公務のためここで退席させていただきますことをお許し願います。

(梶本市長退席)

#### 4 委員長の選任

事務局(西川) それでは続きまして委員長の選任にうつらせていただきます。委員長につきましては、お手元の資料2の策定委員会設置要綱第4条第2項に基づき、委員の皆様のご互選により決定したいと思っております。委員の皆様から、委員長の指名につきましてご推薦がございましたら挙手のうえ、ご発言をよろしく願いいたします。

西口委員 前回のビジョン策定の際にも委員として関わっておられました、若林先生を委員長に推薦します。

事務局(西川) ありがとうございます。他にどなたかご推薦はございませんでしょうか。特にないようでしたら、若林委員に委員長にご就任いただくということでよろしいでしょうか。

(拍手)

事務局(西川) ありがとうございます。ご異議がないようでございますので、新京都市商業振興ビジョン(仮称)策定委員会委員長につきましては、若林委員にご就任いただきたいと思っております。それでは若林委員、委員長席にお移りいただきますよう、よろしく願いいたします。

(若林委員長、委員長席へ移動)

事務局(西川) 以降の議事進行につきましては若林委員長にお願いしたいと考えてお

ります。若林委員長，よろしくお願いいたします。

若林委員長 京都大学の若林でございます。この度，委員長を務めさせていただくことになりました。実はこういう公的な会議での委員長という仕事は初めてですので不慣れなこともあるかと思いますが，一生懸命にやりたいと思いますのでよろしくお願ひします。

今回，まだ仮称となっているわけですが，新しいビジョンをこの策定委員会で策定するわけでございます。今年度ということですから結構締め切りがはっきりしておりますけれども，議論を進めていくことになりました。前回，平成 10 年に振興ビジョンの策定がありまして，そのときの委員長は京都大学の有賀先生で，私は一委員として参加させていただきいろいろ勉強をさせていただきました。やはりそのときの議論で，どのような商業振興を進めていくのか，その基本的な考え方を打ち出せたのではないかと考えております。

つまり競争を大事にして，消費者にとって魅力のある商業環境でなければいけないだろうという方向性や，また地域社会のなかで商業が果たしている役割には大きなものがありますから，そういった点でますます大きな役割を担っていただく地域商業のあり方，そして三つ目に都市の元気とか，あるいは京都の観光など，要するに京都そのもののアイデンティティーを大事にしたまちづくり，都市づくりということを考えれば，やはり商業がそこで果たす役割は大きいだろう。京都の歴史性，文化的なものを大事にしていくということでも商業が活発になることで，京都の歴史，文化をさらに未来につなげることができるような都市活力といったものも大事ではないか。こういった三つの基本的な哲学，考え方を当時議論して，打ち出すことができたのではないだろうかと思っております。

また当時は大きな商業関係の考え方の大きな転換期に当たりまして，いわゆる大型店を規制する大店法の見直し議論がちょうどこの時期に進められていまして，ポスト大店法と呼ばれる大店立地法や都市計画法の改正，そして中心市街地の活性化の法律，そのようなパッケージで大型店を規制するというアプローチ，商業を調整するというアプローチからまちづくりと調和の取れた，住民，地域の環境と整合性の取れた商業施策にという方向への転換があって，それとの関係でちょうど時期が前後しましたので，商業振興ビジョンのときにその議論をはっきりまとめることができたわけではないのですが，その後その新しい流れに沿って，この商業振興ビジョンの施策が具体化されていくことになった。そうした大きな節目にもなったのだらうと思っております。

最後に思うことは，前回の議論でもどちらかというところそうした大きな日本の経済や商業環境の変化というなかで，商業施策の新しい哲学，方向性を打ち出すという点では大きな役割を果たせたのだらうと思うのですが，一方で最近いろいろなところへ顔を出させていただいて思うのは，やはりそうはいつても京都は京都のよさにもっとこだわって，それを伸ばしていくような施策をみんなの力で進めていくことが求められるということで，京都というまちのアイデンティティーをもっと意識した商業振興，そうしたものに貢献できる商業ということに関しても，ぜひこだわっていただけたらという思いも持っております。

これから実際に検討を進めていくわけですが，まだ今回は「新京都市商業振興ビジョン（仮称）」となっておりますが，今後の議論を通じて，いつまでも「仮称」もなので内容にふさわしい正式な名称にしていきたいと思ひます。それもまた検討していき

たいと思いますのでよろしくお願いいたします。

あとは今日お配りしているなかで資料2の策定委員会の設置要綱がございます。その第4条第4項のところに、「委員長に事故があるときは、あらかじめ委員長の指名する委員がその職務を代理する」という委員長代理の規定がございますので、これに基づきまして私のほうで委員長代理を指名させていただければと思います。京都市内をはじめ、全国の商業や商店街の事情にお詳しい、田中先生に委員長代理を指名させていただきたいと思います。田中先生、よろしくお願いいたします。

(田中委員 席移動)

## 5 報告

若林委員長 それでは本日の本題に入らせていただきたいと思います。事務局から「新京都市商業振興ビジョン(仮称)の策定について」、それから「京都市の商業について」の二点について、スクリーンがございますけれども約20分間、プロジェクターを使って説明がございます。それでは事務局、よろしくお願いいたします。

(事務局より資料説明)

## 6 意見交換

若林委員長 今ご説明がありましたように、今度の新京都市商業振興ビジョン(仮称)は、消費者の目線に立った商業の振興、個々のお店の魅力アップによる商店街等の活性化、都心繁華街の活性化ということで、前回のビジョンを引き継ぎまして、新たな方向性なり施策なりを2010年まで展開していくという内容をもつものとして検討をしていきたいと思っております。

今日は第1回の委員会ですので、各委員からご意見を一人ずついただければと考えております。どんな切り口でも結構です。京都の商業の現状についてどう見られているのか、あるいは京都の商業の課題、どんな課題があるのか。あるいはさらにそのどういう施策が必要になってきているのか、最終的にはそういうことを整理をして新しいビジョンにまとめていくことになるのですが、今言ったようなことに関連して、総花的な展開をするとなかなか大変ですので、皆さん方がいちばん気にしておられる、こだわっておられる、関わっておられるところでぜひ問題提起をいただければと思っております。

あと1時間強ほどございますが、時間の都合もございましたのでお一人5分以内ということで、まずはお一人ずつ順番にご意見をうかがいたいと思っております。ご協力よろしくお願いいたします。

それでは最初に、大阪学院大学教授の田中委員長代理から一言お願いしたいと思います。田中委員長代理は、これまで国の商業関係の委員をはじめ、兵庫県、大阪府下などで地域商業の現場にも携わり、そして商業施策の策定などにも積極的に関わられているということで、地域商業の課題や、現在どういう局面になっているかなどについてお話をさせていただければと思います。よろしくお願いいたします。

田中委員 大阪学院大学の田中でございます。皮切りに何か話せということでございますので、議論は追々皆様方としてまいりたいと思います。今日すでに、たたき台のような形で事務局のほうでご準備いただいているわけですが、最初に認識しておかなければならないことは、私はかねてから個別店をどうにかしなければならぬとずっと語ってきたわけですが、個別店の問題、今置かれている現状は、商業統計にも表れておりますようにさらに厳しい状況を迎えているわけでございます。

よく言われましたけれども、この3年間で全国的に10万軒減っているわけです。その10万軒減った中のかなりの部分が高齢化による後継者不足という形と、もう一つはかなり若い経営者が物販から離れていっている。そういう状況を認識しておかないと、個別店をなんとかしたらいいというだけの部分では問題は全然解決していかないという点があるわけです。そのあたりは非常に迂遠な形ですが、地域社会との関係をさらにもう一度見つめ直していくことが非常に大切な段階を迎えてきた。とくに地域商業というものがそれ以外、本当の意味で生き残っていけない。一部の魅力ある店舗をつくることは可能性がございますけれども、しかし多くの地域で、地域社会と一緒に二人三脚を組んでいかなければ生き残りはできない段階に突入しているのだらうと思います。

今その意味では各地で子育て支援の問題や、いわゆる手づくり遊びのイベントなど、いろいろな形で商業者の方々がお取組になってきておられます。その意味では地域のNPOというものがそこにがっちりと食い込みまして、お取組をされておられるところもございませぬ。これは地域によってかなりばらつきがあるようでして、非常に進んでいるところとほとんどそれがまだ手についていない地域もあろうかと思えます。

私はいつも京都のお仕事をさせていただくときに企業と同じで私は社外重役の立場で、よそ者の目から見て京都の商業をいつも拝見しております。細かいところはわかりませぬけれども、地域の方々が見落としておられるところに気がつけたらなという立場を取っておりますので、また皆様方といろいろご相談しながら、私もいろいろ考えてまいりたいと思っております。

若林委員長 高齢化に伴う後継者不足は言われて久しい課題だと思えますが、若い人が物販から離れているという話は、事務局からも説明があったように新しく興す事業、ベンチャーということを京都市のほうでも始めているようですが、そこは今後の一つのテーマかなとお聞きしました。それぞれお聞きになったことでご感想があればそれもよろしいのですが、順番にいきますのでよろしくお願ひいたします。

次に元京都市産業観光局長で、京都の商業をはじめとする産業振興に長年にわたり携わってこられた龍谷大学教授の西口委員からご意見をおうかがいしたいと思えます。よろしくお願ひいたします。

西口委員 お手元にあります「もっと華やか京の商業」「京都市商業集積ガイドプラン」、あるいは「京都市（伏見地区）中心市街地活性化基本計画」のときには、本日島田局長が座っているところに座っておりました。しかも時期が、お話が出ておりましたように国の中小企業対策のある意味では基本的な変換点でした。それまではどちらかというところセーフティーネットといいますが、ボトムアップが行政に課せられた課題で、果たしてそれだけ

で京都の商業，もちろん製造業もそうですけれども成り立つのか。単に京都のなかで大型店を敵視と言い過ぎですが，それへの対抗エネルギーの小売商業という視点であったわけです。

果たしてそれでなるかということで若林先生，それから有賀先生には基本的に行政の立場で，ずいぶん失礼なことも含めまして，行政の守ってきたセーフティーネット，ボトムアップをいろいろ意見を述べさせていただいて，有賀先生や若林先生から，新時代への対応ということで本当にそれで京都の小売商業は守れるのかと，むしろ詰問されたことを覚えております。

今となりましては，この商業振興ビジョンはある意味では非常に画期的な時代の流れを先行するような形でして，中小企業基本法が変わりましたのは平成 12 年ぐらいですが，それよりもこの商業振興ビジョンのほうが時代の先取りでございました。やはり優秀な企業を育てる，あるいは意識のあるオーナーをいかに支援するかが行政の新たな対応と位置づけられまして，組織化一辺倒から，むしろ組織化そのものが弊害になっているようなケースもいくつかありました。そのへんがこの振興ビジョンに表れているのではないかと考えておりました。

ただ，時代はどんどん変わっておりますし，現実にそうなのか。今回の提案が消費者からの視点ということでテーゼをいただいているわけです。私も行政を離れますとそれは非常に大事だと思います。単に消費者に迎合ということではなく，京都のとくにまちなかの生活体験のなかで優れているのは，例えば常の買い物とちょっとしたよそ行きの買物をかなりうまく使い分けているということです。おそらく今も京都都心部の年配の方は少し離れたところに安い店ができたとしてもそこへは行かず，日頃のおつき合いを大事にされて，昔ながらのお店で買物をされています。それは単に昔馴染みだということではなく，そのお店が繁栄することによって自分の住んでいるところがよくなるというような，ある意味では高邁な意識をもっておられる。最近，何人かのまちのお年寄りにお話を聞きましたけれども，同じご意見を聞きました。

今回のビジョンのなかで消費者の視点ということですので，消費者教育というのは行政はなかなかできないのですけれども，そういう消費者のニーズに十分応えられるようなお店でないと小売商業というのは残り得ないのではないかと思います。全部がスーパー方式のお店になってしまったら，やはりいちばん困るのは住民です。とりわけ高齢化が進むなかでもっと身近な，まさに地域のパートナーとして住民と商業があるということになればいいなと思っております。

それから先日も資料をいただいたのですけれども，京都市は 11 区ありますが大型店，行政に届出の必要な店舗が 1 軒もない行政区があります。大橋副会頭もお見えですけれども，東山区には大型店が 1 軒もありません。今度の三條京阪がどうなるか，新たな届出があったのかと思いますけれども，それまでは東山区にはまったく大型店はありません。しかも東山区は高齢化率が非常に高く，いわば日本の何年か先を予言するような形の，しかも独居の方が非常に多いところ。地形状の問題や用地の問題でたまたまないのか，あるいは地域の住民が近所のお店で買物をするので地域のお店が栄えているのか。そのへんは今の段階ではどちらなのかわかりませんが，そういうところに東山区などはモデルケースがあるのではないかと考えております。どうぞよろしく願いいたします。

若林委員長 ありがとうございます。東山区というのは面白い切り口かと思います。以前、調査をしたときも左京区や北区では物価が高いという感想なのですが、東山区は意外と物価が安いという回答が多かったのを覚えています。京都も不思議なところですが、東山区というのは京都のなかでもどんなところなのかということがあります。これはまた少し考えてみたいと思います。

それでは次に、京都商工会議所副会頭で京都商店連盟名誉会長の大橋委員にお願いしたいと思います。商工会議所ということですので京都経済全体のことから商業、そしてビジョンということでご意見を承れればと思います。よろしくお願いします。

大橋委員 大橋でございます。京都全体の経済というような大きなことの前に、私個人でもいつも商業者と消費者と、国の法律も今まで商業者向けだったのが消費者向けに変わりましたけれども、このへんのところが非常に疑問をもっております。私は商店街、全市の105の商店街、7,000店の人、今日も来ておられる百貨店も含めてそういうリーダーをしておりましたけれども、百貨店やスーパー、コンビニではいろいろなものを売っていますが、従来からの商店街の人は一業種がほとんどです。自転車屋さんは自転車だけ、靴屋さんは靴だけです。すると靴以外のものではみんな消費者ですし、洋服屋さんは洋服を売っているだけです。食べ物も売っていない。すべて消費者でもあったと思います。そのような区別、一業種一品を取り扱っているために消費者でないということは一つの差別ではなかったのかと感じております。最近はコンビニとかの台頭がございますので、その意味とは少し違うと思いますけれども。

それから余談かもしれませんが、今西口先生がいわれた東山区に所属しております。東山区はあの狭い地域に10を越える商店街がございます、それぞれが地域に根ざした強力な組織と地元に着した店舗経営をしております。しかし大きいお店はございません。従業員も家族だけという店が多くございまして、ほとんど東西に面した通りが、申しますと三条や四条、松原、五条、正面、七条と商店街になっております。今熊野までがずっと入っております。それで大型スーパーも来なかったのではないかと思います。また観光地としての文化遺産も多いところですから、空いた土地も少ないので大きい施設ができないのではないかと思います。

当時は商調協という調整機関がございましたので出店することがわかりますと、特に東山区では絶対にそういう大型店は出さないということ、私個人の立場ということではなく十いくつの商店街の強い結束でやってまいりました。三越エレガンスの第二種大型店があったぐらいで、他はできていなかったということです。全市の会長の立場のときには大スーパーの企業姿勢が悪いので、商調協がありながら出店するというと必ず店ができていました。しかし全市の人の強い意見のなかで、特にその中でも企業の代表者の精神が我慢ならないというときは絶対的に反対してくれということで、強力に反対したこともございます。そこもトップ企業だったと思いますが、この頃は傾いているようで京都では小さい店しかできませんでした。

それから今までのことよりも大事なものは、消費者の皆さんのライフスタイルが完全に変わってきたということです。家庭で食事をあまりしないし、着る物も、着られるものがあ

ってもどんどん買って消費していこうという傾向になってまいりました。そういう面から見ると、それに合ったまちづくりをしていただかないといけません。京都のまちは大きな道も少しできましたけれども、私どもが行っていたのは、京都は千年の昔から籠と草鞋で歩いていた町並のなかにモータリゼーションで、車がじゃんじゃん走っている。どうもおかしいのではないかと思います。

それから南部開発もやかましくいわれておりますが、駅の北部もそのままじっと置いておいたのでは埃が溜まって床の間の置物のようになります。それはそれなりに時宜に応じた改革をしていっていただかないといけません。それから商業地域とか工業地域とかいろいろな分野でも、先ほどの商業ビジョンの会では私も策定委員をしておりましたが、実際は現状では垣根も大してないのではないかと思います。工業地区のど真中にある島津の五条工場跡地も商業施設にしようということですし、少し離れておりますけれども昨今ではキンピールの工場跡地を商業施設にしようとか、そのように変わってきておりますのでそういう地域型だけではいけないのではないかと思います。

今日は四条の理事長さんもお見えですが、四条商店街のように店はぎっしり詰まって空き店舗はないけれども、従来から長く続いているお店がファーストフードの店になったりという傾向がどんどんある。京都の代表的商店街がそういうことでは日本中どこに行っても、六本木に行っても赤坂に行ってもみんな一緒だとなります。やはり理事長さんが先頭に立って、まちづくり条例をつくって自分のところの地区を温存していく。こういう新たな動きが非常に大事だと思います。

京都は「京都」ということをいつも言われますけれども、京都の140万市民にとりましては、西陣の人は西陣がふるさとであってその地域なのです。われわれの祇園東山という祇園東山のほうがその地域であって、伏見の人は伏見であって、京都が一つのふるさとということは戸籍が京都であるだけで言っているのであって、実際は鴨川で遊んだり東山で遊んだりした、そこが自分の地域であるわけです。そういうこともございますし、片方では今いわれていますように高齢者がどんどん増えてくる。これに対する対応もしていただかないといけませんけれども、いちばん大事なことは人が増えて、消費をしてもらわないといけないということなのです。

ところが統計を見ると今現在、少子高齢化で何年先はこうだとか、年金を支える人間がこれだけとか、こういうことばかりを言うのではなく、行政は少子を多子にすることをなぜ考えないのかと思います。京都市長も昔の市長は結婚式場を市営でされていました。この頃はどうなっているのかわかりませんが、ああいうものを復活して京都で結婚を進めて、今の世相のように子どもを邪魔にするのではなく子どもは子宝で大事なものだとか、そういうことを京都は独自に育てていただきたい。それが商業にもつながるのではないかと思います。

中国製の服を着て、ものすごく高いブランドのバッグを下げて、電柱の下に座ってものを食べている。こういう状況もあるので、そういうことから考えて素晴らしいまちづくりをお願いしたいと思います。

若林委員長 ありがとうございます。東山区のお話が続きで出まして、東山区の強い結束力といますか住民にも支持されている商店街が活躍されているというお話がありま

した。それから「京都」といいますけれども、それぞれの地域に住んでおられる方にとってはそれぞれの地域の商業がふるさとだということで、京都の商業施策ですけれどもそれぞれの地域ごとに考えていく視点のようなことも大事にしていきたいなど、お話を聞きながら思いました。

次に京都商店連盟会長の塚本委員にご意見をお願いしたいと思います。とくに京都の商店街の現状や今回のビジョンに期待することについてお話をお願いいたします。

塚本委員 京都商店連盟の塚本でございます。私の地元は西陣千本商店街でございます。西川課長のご説明のようなお話になるかもわかりませんが、平成9年度に策定された京都市商業振興ビジョンから6,7年が経過したわけでございます。商店連盟といたしましては、平成12年度に策定されたまちづくり条例、それから京都市商業集積ガイドプラン、これについては全国に先駆けての制定ということで、島津問題でも象徴されておりますように商業集積が京都のまちづくり、都市づくりの整合性という意味から大変成果を上げたということでございます。また昨今の中心市街地活性化法に則った伏見夢工房(TMO)についても、私ども商業者としては深く感謝をしているところでございます。

それから平成9年度から本年までをふり返ってみますと、中小企業庁の平成12年度の全国の商店街の実態調査ですけれども、9割の商店街が衰退している。また3分の2の商店街の来店客が減っている。また5割の商店街の店舗が減少している。もちろん事情はいろいろあるわけですけれども、商店街の衰退は地域の崩壊につながりかねない。そういうことで商店街の不振はその後ずっと進行しているということです。京都も商店街はデフレ経済の進行に伴って個店の売上は年々減っているわけです。とくに商店街は物販、つまり流通ということで売上が減少している。加えて百貨店、スーパー、専門大店の競争がさらに厳しくなって業態間の競争もさらに激化している。それからさらに消費者ニーズが個性化、高品質化、あるいはサイクルの短期化により1カ月ごとぐらいで変化していています。

そういうことで商店街は今日までのことをふり返ってみると、変化についていけないというのが現状だと考えているわけです。また先ほどもお話がありましたように、会員が組合離れをしているということで単組も減少の傾向にありますし、商店街振興組合連合会におきましてもやはり減少の傾向があるわけで、この点は本当に問題だと考えているわけです。お話があるようにとくに周辺商店街が疲弊しております。中心商店街さんは頑張っておられますけれども、それはそれなりにまたご苦労な面もあるわけです。昨今の先行き不透明という状況では、「元気を出せ」といわれますけれども出す元気がなかなか出ないというような状況ではなからうかと思っております。

先ほどからお話を聞いておりましたビジョン策定ということでございますが、やはり都心部の中心商店街の更なる活性化策が必要ではないかと思えます。また周辺商店街はそれなりに地域に密着した、地域に頼られる商店街の方策。それからもちろん商店街と個店は車の両輪、一体化しているものですからさらなる個店の魅力アップ、魅力の創出が望まれるのではなからうか。その他にいろいろな問題がありますけれどもそのあたりが手っ取り早い方策ではないかと思えます。学識の先生方のご指導をよろしくお願いしたいと考えております。

若林委員長 ありがとうございます。やはり経済環境やいろいろな条件から、なんだかんだといっても行政が商売をするわけではないので基本的には商業者自らが元気を出すことだと思うわけです。けれども一方で現実として、そうは言われても出す元気がなかなか厳しい状況である。そういう状況についてもこの策定委員会でもよく勉強して、商業者自身の頑張りがなかなか大変で頑張れない、うまくいかないところがあるのであれば、それは何なのかについてきちんと勉強して考えていく。お話をお聞きしてそういったことを大切にできたらと思いました。

次に本日は代理でご出席をいただいておりますが、京都市小売商総連合会の篠田専務理事様をお願いをしたいと思います。小売商総連合会は業種別組合の上部機関とお聞きしておりますし、また小売市場のほうの連合会も兼ねておられるそうですので、その状況や新しい取組、このビジョンに期待することなどについてご意見をうかがえたらと思えます。よろしく願いいたします。

篠田代理 本日は会長の代理ということで申し訳ございません。商店街の方がおられますので、小売市場についてお話ししますが、以前は私どもの小売市場は商店街と並ぶ商業集積でございましてワンストップのショッピングセンターでございました。今は非常にミニスーパーや、また大型のスーパーが出ておまして苦戦をしております。その現状につきましても少々お話をしたいと思います。

皆さんもよくご存じだと思いますけれども、小売市場といえますのは一つの建物の中に生鮮産品、食料品等を中心とした業種の経営者が入っておられる。またそのなかに肉屋さんなら肉屋さんが2,3軒ある。そういう形での運営をされているところでございます。スーパーマーケットと同じような商品を扱っておりますけれども、スーパーはワンオーナー、株式会社とか一人の経営者が指図して行っておられるわけでそのような点が違います。そういうこともあると思いますけれども、小売市場の業態につきましては大正時代にできまして、これは昭和36年頃がピークで京都市内に約140あったと思えます。それが先ほども出ておりましたがスーパー凍結宣言が出た時点で約半数ほどに減ってまいりました。それからまた現状では60ぐらいになっているということで非常に厳しい状況でございます。

一方、それに反してミニスーパーというのは今300ほどあります。それに大型、あるいは中規模の400㎡以上のものを足すと500はくだらないだろうと思えます。最近は出店の速度が減っておりますけれども、なお多くなっていくのではないかと、市場のほうはもっと少なくなっていくということだと思っております。

先ほど市場のほうも60ぐらいになっていると申しましたけれども、スーパーと同じようなセルフ方式を取られているところがその半数程度あります。あとの半数は旧来の前面の対面方式を取られておまして、対面方式のすべてに空き店舗がございます。ひどいところでは今まで20店舗あったところが5店舗とか3店舗でやっておられる。施設自体は市場であるけれども生鮮三品を扱っていない。そういうところがほとんどです。このへんの活性化をどうしていくのか。小売市場のほうのわれわれも努力が必要になると思っております。

悪い面を申しましたけれども、セルフ化を取り入れている市場につきましては、今大阪、神戸、京都の3府県の市場が寄りまして共同仕入事業をしております。これは市場のこ

れまでの課題でございましたけれども、なかなかできなかった問題です。それが市場のほうで倒れましても80%の債務保証があるので、卸の方はそれに対して納品ができるということ。また共同仕入によりまして安い仕入ができることが大きなメリットでございます。

それから毎日注文によりまして翌日の午前中には発送していく。今まで市場にはたくさん在庫が積んであって、これが小売市場の経営を悪化させていたのですけれども、コンビニのように毎日発送をしておられます。これは日通にお願いして市内の加盟市場に一括して届けています。京都では公設市場はまた別に共同仕入をやっておられますけれども、私設の市場でセルフ化をやっておられるところが10店舗、来月から1店舗増えますので11店舗になってきます。このへんに期待をしながら、小売市場がこれまで地域の方にかわいがっていただいたような形での運営をしていきたいと思っております。

また共同仕入機構のほかに高齢者の問題がございますし、宅配の問題、あるいは環境の問題、やはりいろいろな仕入に対して車がたくさん市場のほうへ入ってきますのでこれを一本化していく。あるいはインターネットによって産地のものを買うとか、実験的なことを今やっております。現在、大阪、神戸、京都で45ほど入っておりますけれども、これらがすべてそういう形でやっていきたいと思っております。これが市場の活性化という形、あるいは他商業の方々の活性化につながればと思っております。

若林委員長 ありがとうございます。小売市場の現状についてお話をうかがいました。以前の140ぐらいから60ということですから大変厳しい状況のなかにあるということですが、けれども他方で、これは本当に大きな流れだと思いますけれども共同仕入といいますが事業連合、英語ではコンソーシアムといたりします。一定の集中的な機構をもつことで商品の共同仕入をする、金融的なサポートをする、専門家を育成して指導に入る。そういった仕組みをもつことで、やはり勝つのは難しいにしても負けない程度には他の民間企業との競争でも、近代化で遅れをとらないように頑張っていく。こういった共同の努力が未来を切り開くという面があるのかなと思います。

これも厳しい環境のなかでやはり必要なことで、商品調達、専門化、財務、金融の問題というものが大きなポイントになります。こういうものはまた注目をしてさらに勉強させてもらえればと思います。

次に同じく代理でご出席していただいておりますが、京都百貨店協会の小西事務局長様をお願いしたいと思います。小西事務局長様は高島屋京都店の総務部次長でもありますので、高島屋の取組を交えて市内の百貨店の現状や、地域のまちづくりと百貨店、そして今回のビジョンに期待することなどについてお話をいただければと思います。よろしくお願いいたします。

小西代理 今年度京都百貨店協会の事務局をお預かりしております、私、高島屋総務部の小西と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

今ご紹介いただきましたように、京都地区の百貨店はJR京都伊勢丹がオープンされてちょうど5周年ということで、平成13年からこの春にかけて各店大型改装を集中させました。この春で改装は一巡したわけですが、これによりまして各店の特性がさらに明確になってきました。とくにここ1年の前年対比の推移を見ておられますと、抜群の集客パワ

一を發揮されています JR 伊勢丹，あるいはファッション専門店化ということで藤井大丸，とくにこの2店舗様が順調に数字を伸ばされておりまして，今申しあげたように各店の特性がより明確になってきたと同時に，四条地区対駅前地区の地域間競争が非常に激化してきております。

ちょうど伊勢丹さんがオープンされる前は，今のプラッツ近鉄さん，駅前地区と四条のシェアでいいますと駅前が17%程度でしたが，直近では30%を超えているということで，ますます四条地区を中心とした手前どもの四条地区店舗と駅前地区との競合が本当に激化している。こういうことが一つ挙げられると思います。

また河原町ビブレ跡でロフトが開業されたり，先ほども出ていましたが来春にずれ込むようなことも聞いておりますが西大路のダイヤモンドシティのオープン，このへんの新規業態の開業予定も含めて，以前にも増して業態間，あるいは地区間の競合は進んできていようかと思えます。一方百貨店は顧客のライフスタイルの変化に対応すべく延刻という，特に夜型のお客様に対応するような動きで，当社でも昨年の12月から午後8時閉店，四条河原町阪急さんは中元期から祇園祭にかけて午後9時閉店ということで，京都地区百貨店全体ですけれども夜型シフトという部分が着実に進んできております。

また百貨店と地域社会との協調という部分では当社におきましても非常に重要にとらまえておりますし，四条繁栄会商店街，あるいは河原町商店街，河原町グリーン商店街，それぞれの振興組合とも協調させていただきまして四条通，河原町通の商業の発展に目を向けるとともに，あるいは地域活動という部門では下京消防自衛消防活動への積極的な取組ですとか，ずっとご迷惑をかけております河原町通の交通渋滞に関して，行政のご指導の下に課題解決に向けて取り組んでいるところでございます。

以上のように京都地区の百貨店を取り巻く環境というのは非常に変化をしております。冒頭のご説明でも都心部部会で都市繁華街の活性化という部分がテーマに掲げられておりますので，今回の委員会でのビジョンを通じまして都心部の商業振興が図れ，華やかな京都のまちづくりの基盤となりますことを期待して，百貨店協会代表で四条地区の繁栄を願うのは意見としてはおかしいのですが，どうぞよろしくお願ひしたいと思えます。

若林委員長 ありがとうございます。おかしくはないと思えます。四条通の百貨店様が繁栄されるとそのエリア全体も繁栄するのは間違いないと思えますので，それはよろしかろうと思えます。前回のビジョンの議論では近隣と町中，都心部の商店街は違うと必ず意識はしているのですが，結局やっている間に混ざったり，文章ではあまり区別しなかったりという感じで終わっています。やはり西口委員からもありましたけれども日常の暮らしを支える部分と，土日に歩いて楽しんだり，買い物を楽しんだり，いろいろな賑わいがある商業と，使い分けといえますかそれぞれのライフスタイルを豊かにするものがあるわけで，そういう意味では都心の繁華街は都心繁華街でさらに魅力的なものをつくられる必要があるでしょうし，そして同時に今交通のことも言われましたけれども，21世紀のまちづくりデザインのようなことも意識した都心繁華街のあり様のようなことも，おそらく独自のテーマになってくるのだらうと思えます。そういうときにはまさにご意見を言っていたただけではなくて，逆に百貨店のほうにお願ひすることもまた出てくるのではないかとと思えます。都心繁華街というテーマは大事にできればと思っております。

では次に、京都市地域女性連合会の西脇委員にご意見をうかがいたいと思います。京都市地域女性連合会は地域に基盤を置く社会教育関係の団体でして、ぬくもりのある地域づくりと男女共同参画社会を目指す取組を進めておられます。ですから消費者としてというだけではなく、本当に私たちの暮らし、地域社会における暮らしを豊かにしていくという点でさまざまな活動を進めておられていますので、そういった点から京都の商業、商店街について感じておられること。そしてどのように地域社会に密着した、いい役割を果たす商店街、商業というものをつくっていくことが必要なのかに関してご意見をいただけるかと思ひます。ではよろしくお願ひいたします。

西脇委員 西脇でございます。今大変立派なご紹介をいただきましたけれどもそんな大層なものではございません。私たちの団体は各行政区に会員がおりまして、事業者もおりますし、一方で事業者であり一方で消費者であるというのが私たちの仲間です。そういうなかでずいぶん今個店がなくなっていくということを私たちも大変憂えております。私たちが地域で何か事業をするときに寄付をいただいたり、人的な協力をいただいたりしますのも、大きなスーパーやお店に行きましてもなかなか話は進みませんが、必ず各学区のなかにあります個店では協力をしていただけますし、何をするのかということをよくわかっていただけます。ちょっとお話するだけで協力していただけるので、私たちはとても大事にしたいと思ひております。

高齢化になりますので事業者も後継者がないとやめていきたい。それでも営業が成り立ったらやっていただけるだろうということで、私たちもせいぜい個人のお店で買おうということは常々団体としても申しております。そのなかで百貨店と個人のお店とでは自ずから営業方法も違いますし、百貨店にないよさを個人のお店がもっていたらできれば、それは小さいお店はお店なりに立っていくと思ひます。なんでもかんでもそこで買うのではなく、小さいことでも願ひすれば持って来てくださったりします。あるいは私たちの団体は環境も大事にしておりますが、リターナブル商品を使おうといいましても、便利さに走りますとついペットボトルや缶入りのものを使ってしまいます。けれども個人のお店ですと飲料水を買いましてもピンを必ず引き取ってくださいますし、そういうアフターケアができるのはやはり個人のお店のほうが多いもので、ぜひそういうところでも大事にしていきたいと思ひております。

一律に言っておりますもなかなか意識が向上しませんので、先ほども言っていたように社会教育団体ということで常にそういう時代に合わせた学習をしております。その都度方向性はいろいろございますが、昨年頃から取り組んでいるのはこの3月に水フォーラムがありましたからもう一度水を見直そう、水を汚さないようにしようと。水を大切にするにはどういう商品にしたらいいのかとか、油も流さずに上手に使いきろう、残った油はディーゼルにして使ってもらおうというように、常に循環型社会を目指して頑張っております中で、個人のお店はそういういろいろなことに協力してもらえます。ハンガー一つにしても個人のお店だと引き取ろうということになりますので、クリーニングのハンガーを持って行ったりいたします。そういうことで環境に対することも個人のお店は大事にさせていただきます。

そういうなかで先ほど出ておりましたが駅前と四条については、私は駅前のほうに住ん

であります。下京区全体をあげて歩いて買い物に行くようにしております。よそから観光に来られても歩きながら回ってもらえばその通りには近鉄もありますし、そのまま歩くと本願寺があり、またそのまま門前町もあるというように、観光客の方も歩いてもらえるマップをつくらうと、下京区を歩いていく観光マップもつくりました。そのように消費者と事業者とみんなが協力していけばまちはよくなりますし、目的も達していけるのではないかと思います。

商店街のご苦労、そしてまた百貨店のご苦労もいろいろありますなかで、以前のように何でも大量消費で、経済がよかった時代は消費者も全部踊りましたけれども、みんなが言いますのは、食べ物は別ですけれども、他のものは家のなかを探したら間に合うものがあるわけです。これがなお消費が落ち込んでいる原因ではないかということです。そういうちょっと足りないものがありますというような魅力的な販売方法でもあれば、もう少し生き生きとしたまちになっていくのではないかと。無駄な消費ではなく、必要に応じた消費ができるのではないかと。こういう思いでございます。

若林委員長 ありがとうございます。時代や社会の変化で、意味をもう一度問い直さなければいけない部分はあるのかもしれないけれども、いわゆる賢い消費者とか、環境や暮らしの豊かさという課題が改めてあって、その意味でも個店を大事にしていくということもテーマになっているというお話だったと思います。

それではまた別の角度からだと思うのですが、消費者のニーズについていろいろ調査や研究を進めておられるとお聞きしております。次に松下電器産業株式会社の宮井委員にお願いしたいと思います。宮井委員は長い名前の、くらし研究センターLivLa 所長というようにご紹介がございましたけれども、消費者ニーズに対応した新製品開発の関係で新しい、ユニークな工夫をした形で調査・研究もされているというようにお聞きしています。どうことをやっておられるのか、そのお話をご紹介いただきたいと思います。

宮井委員 ご紹介いただきました組織名が非常に長かったと思うのですが、かいつまんで申し上げますと、松下電器の中で、白物家電と呼ばれております、ナショナルブランドの商品をつくらっている社内分社です。その分社の中に、開発研究をする部署がございます、そこにくらし研究所は属しております。よく「マーケティングをするところですか」といわれますが、実は R&D 部門に属し商品開発を担当する研究所です。

くらし研究所がなぜ発足したかですが、先ほどから商業の環境が非常に厳しいということをお聞きしておりますが、家電業界も非常に厳しい業界でして、どこも生き残りをかけて熾烈な競争をしております。そういう中で私どもも長年商品をつくらせてきて、思うようにモノが売れなくなった。結局大量生産、大量消費の時代とはお客様の価値観が変わっているにもかかわらず同じようなモノづくりをして、同じような供給をしていたのではないだろうかということをお聞きして、それなら徹底的に顧客の視点に立って商品戦略をつくる部署をつくらうということのできたのがくらし研究所でございます。

したがってくらし研究所は、マーケティングのような調査分析だけでなく、生活科学的な検証も行います。顧客の価値観がどう変わっているかということをおデータで客観的に示して、商品開発に繋げていきます。先ほど家で食事をつくらないというお話が少しご

ございましたけれども、そういうことも例えば定点調査で3年に1回大々的に食に関する調査を行いまして、本当に家庭で調理をしないのかどうか検証していきます。そういう調査・分析から、お客様に指示される商品はどんな商品か検証を重ね開発していきます。

私も京都に住んでおりませんので、これから勉強させていただこうと思いますが、今回私どもがお役に立てるとすれば消費者の目線に立ったというところだと思います。お客様は本当に変わってきております。今の消費のキーワードはいろいろありますが、私どもも非常に大切だと思っているのは「環境」です。西脇委員のほうからお話ございましたように、リサーチしてもここ1,2年で環境意識が急激に変化しております。少々お金が高くて環境に配慮した商品を買うという消費者が非常に増えてきております。ですから環境は一つの大きなキーワードです。

それからこれはわれわれなりの分析ですが、お客様がお金を出していただけるのは「健康・美容・教育」というジャンルです。モノを買うという購買そのものが昔は非常にありがたかったのですが、購買が目的ではないという時代です。それに早く企業側も気づかないといけないということだろうと思います。

それからもう一つ新たなニーズが出てきているとすれば「セキュリティー」です。安心・安全ですが、暮らしが大きく変わって新たな不安というのが出てきています。これも消費者に安心・安全の調査をしたことがありまして、「今不安に思っていることは何ですか」と聞くと、非常に多岐にわたるのです。健康の不安、経済の不安、防犯の不安。それが昔ならどれかひとつの項目が突出しているケースが多かったのですが、それが一人の人間のなかで同時に出てくるという傾向も出てきております。要するに様々な不安材料が、一人の中に存在するという時代です。

それから時代の背景ということもありますが、社会がユビキタス・ネットワーク化している。特にこれは若い世代になるのですが「つながる」というキーワードです。若い人たちは常に携帯でつながり、携帯で会話をするのが普通です。つながっていないと不安になるというような若者も増えてきています。また最近では、女性も働くようになり、留守宅が多いので離れていても、留守中の家を見たいとか、離れている家族の安否を見たいとか、要はつながるといふところのキーワードで、新たなニーズが出てきております。

このように私ども研究所は、暮らしの変化、お客様の価値観の変化から新たな方向を探っていこうということで活動しております。そういう内容のデータベースもございますのでまたお役に立てればよいなと思います。一つ京都に関連することでは、リサーチした客観的な結果ではないのですが、ここ1年の流行の傾向として「和」というものがあります。原点回帰の価値意識が出てきているようで、和のものを大事にする意識も少し出てきているような気が致しますので、京都という土地柄が非常に関係があるのではないかと思います。

若林委員長 ありがとうございます。消費者の暮らし、ニーズ、意識の変化ということでいろいろ研究されているということですので、そういった視点からさらにまた今後ともご意見をうかがいたいと思います。

次に今回、市民公募委員ということで公募させていただいてお二人の方をお願いしております。一言ご意見をいただければと思います。まず立命館大学大学院の大学院生で、

商業・流通のご研究をされている楽原委員からご意見をうかがいたいと思います。よろしくお願ひいたします。

楽原委員 立命館大学の楽原と申します。よろしくお願ひします。私は大学院生という面と一消費者という面，そしてまた他府県から来ているということもありまして，京都というものを三つの視点から見ることはできないかと思っております。また日本の経済不況によって開業率が廃業率を下回っているという状況のなかで，一消費者として考えてみると余分なものは買わなくなっているのが現状だと思っております。余分なものを買わないということは企業，小売店もしかりだと思ひますけれども，消費者のニーズを満たすものを売ったり開発したりすることが必要だと思ひます。

またよくいわれるのがモノからサービスへの提供価値の変化，これは難しいことではあると思ひますが，消費者のニーズ，市場を先取りする能力がこれからは必要だと思ひます。またその一翼を担うのが，私もそうなのですが経験のない学生，若者ではあります。がセンスという部分では光る部分があると思ひます。そのセンスをうまく生かせないかと思ひます。その一つの例として挙げられるのが，町家の改築によってヘアサロンにしたりカフェにしたり，そういうところは若者が，たとえていうならスイカに塩をかけると甘くなるというようなことで，ちょっとしたことなのですけれどもその市場を先取りする能力がこれからは必要になってくるということを示しているように思ひます。その変化への一翼を担うのが，センスという部分では光る部分のある経験のない学生，若者ではないかと思ひます。若者のセンスをうまく生かした一つの例として挙げられるのが，町屋の利用によるヘアサロンやカフェです。このように，スイカに塩をかけるとより一層甘くなるというのと同じで，ちょっとした塩の役割を学生や若者ができるのではないかと思ひます。学生はそれほど大きなことはできないと思ひますが，そういう役割はできるのではないかと思ひます。

また京都という伝統的な都市は，私の出身は広島ですけれどもやはり京都にはあって広島にはないものがたくさんあります。町家をつくろうと思えば100年，200年はかかる。一からつくるのは大変だと思ひますが80のものを100にするほうが簡単かもしれない。京都はそういう既存の施設をうまく利用することも一つの復興の視点としては大切なのではないかと思ひます。

若林委員長 ありがとうございます。このメンバーのなかでいちばん若いことははっきりしておりますので，若さを武器にした頑張り在今后とも期待したいと思ひます。

もうお一人の市民公募委員ですけれども，一級建築士・技術士で地域のまちづくりの取組に携わってこられた大島委員からご意見をいただきたいと思ひます。よろしくお願ひいたします。

大島委員 大島祥子と申します。よろしくお願ひします。最初に簡単に自己紹介をさせていただきますと思ひます。現在北区の大宮商店街の近くに住んでおります。残念ながら仕事をしている関係で地元の商店街での買い物はなかなかできていない，ちょっとだめな消費者です。経験は短いのですが都市計画，まちづくりに関する仕事をしております。

この4月からはフリーで活動していますが、それまでは京都市の財団法人である景観まちづくりセンターで、プロジェクトディレクターとして地域のまちづくりに関する取組に参画してまいりました。もちろん私はまちづくりの主体者ではなくて、地域にお住まいの方、商店の方、行政の方といろいろな主体者がいらっしゃるのですけれども、その主体者間のコーディネート、橋渡しを主な仕事としてやってまいりました。

今回この市民公募委員として参加させていただくことになったのですが、未熟な市民であり、未熟な主婦であるという視点でも参加できたらと思っております。

京都の商業について思うことですが、これまでまちづくりセンターにおりました関係から、京都のまちづくりという視点で商店主の方や企業の方等々、事業主の方も含めているような方と接し、意見交換させていただく機会を数多くもってきました。そして、それぞれの方が熱い独自のビジョン、世界をもっていらっしゃることを非常に痛感しております。現在都市計画、まちづくりの課題としては中心市街地の活性化が大きな課題のひとつだと思います。この課題に対して商業の活性化が果たす役割は非常に大きいのではないかと思っております。京都は「京都ブランド」という単語で表わされることもありますように歴史性、文化性、人の思い等々非常に豊富な資源がありますので、それをうまくつなぎ合せて循環させることができれば、宮井委員が「つながる」ということをおっしゃいましたけれども、まさにその「つながる」というキーワードでよりいい循環になっていくのではないかと僭越ながら感じております。

それを実証することができないかということで今取り組んでいるプロジェクトがあります。実は若林委員長にもご参加いただいているのですけれども、最近三条通界限では非常に元気な若手商店主の方たちが活躍されていますが、そういう「点」で活躍されている方が次第に「線」になってきつつあると思います。そういう点を線にする、それぞれの思い、取組をつなぎ合わせて結果として魅力的な地域をつくっていく京都型ビジネスモデルがつかないだろうかということで、30歳代、40歳代の若手商店主、事業主の方と一緒にそういう盛り上げる取組をしております。またこの委員会でも随時報告させていただきたいと思っておりますし、もしよろしければ応援もいただきたいと思いますと思っております。

今回のビジョンに期待することですが、それぞれ皆さんが非常に熱い思いをもっていらっしゃると思います。例えば商店主さん同士の思い、あるいは商店主と消費者をつなぐそれぞれの思いや情報を、うまくつないでいけるようなビジョンになっていただけたらいいなと思っています。

と申しますのは、私は京都生まれでずっと京都に住んでいるのですけれども、実はそういう商店主の方たちが熱い思いをもって、自信をもって商品を買っていることをなかなか知ることができませんでした。実際に、実はこの酒はこのようにこだわりをもって売っているということをいっていただければ非常にほれ込むわけです。少々高くても買います。その商品を買うことで「私もいい買い物できた」という気分になりますので、そういう情報や思いをうまくつないでいくということは、結果として商業活動を元気にしていく上でも非常に有効だと思います。なかなか難しい課題はあると思いますが、ぜひ情報の発信などについてきめ細かな議論していただければと思いますし、私もいろいろ勉強させていただきたいと思っております。

私は委員という形になっていますが、実際は実働部隊でいろいろなところで実際の活動

にお邪魔させていただきたいと思っておりますので、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

若林委員長 ありがとうございます。まちづくりのネットワークにずっと関わっておられて今後もそういう形で活躍されるということで、そういう点でまた今後ともご意見をいただければと思います。お二人の市民公募委員の方からご意見をうかがいました。

申し訳ありません。ほぼ時間がきておりますけれども、もう少しだけお時間をください。わずかの時間オーバーで終われると思います。最後に産業観光局長の島田委員から各委員の発言に対する感想と併せて、京都市として考えていること、望んでいることのお話をいただいて、委員の皆様一人ひとりの意見表明ということにさせていただきたいと思っております。では島田委員、よろしくお願いいたします。

島田委員 ありがとうございます。10人の方からお話をうかがいました。それぞれにつきましては若林委員長のほうからおまとめいただきましたので、私のほうから繰り返すことはないと思います。

一つは先ほど説明がありましたが、お手元に「京都市商業集積ガイドプラン」の資料がございます。無秩序な商業開発を防止して、まちづくりに合った商業集積を図るということで広域型商業集積ゾーン、これはお話も出ておりましたけれども四条河原町界限や京都駅界限の特徴、課題、今後の方向をまとめておりますし、そういう形で7類型を分析いたしました。これでおよそ京都市内の各商店街の特色、12行政区の各商店街をはじめとする商業集積は、その地を生かした、その地に必要な商店街が現在集積してきたわけでございます。

ただ、ここでそれぞれの分野別にいろいろな方向を書いているわけですが、個人的な意見で申し訳ないのですので、現在ございます集積、商店街がさびれていくとか空き店舗が増えてくるとか、それをなんとかしないといけない。どうしてもそういう発想ばかりにとらわれまして守りの姿勢から、新しく前向きな施策が能力不足で考えられませんでした。それでビジョンと申しているわけですので、本当は行政が考えないといけないことはもとよりでございますが、アクションプラン、ビジョンもその根っここの理論が大変重要であり、また分析の中でしか施策は出てこないと思っているわけですので、何か具体的な施策を打つサジェスションをぜひともいただきたいということで、先ほどから聞かせていただいております。

先ほど、商い創出事業とご紹介申しあげましたけれども、今年は商売をしたいというモデルプランを募集しまして、10人ほどですけれどもその方々を審査して、1年間で60万円、家賃の5万円ずつ程度を補助する制度をつくらせていただきました。一応空き店舗も用意しているのですので、どこで店開きをしてもらってもかまわないわけです。宣伝費も入れている家賃補助という形ですからしれているわけですが、融資制度はまた別にございます。モノづくりのベンチャービジネスはやってきたわけですので、その商業版ということで何とか起業していただこう。また後継者不足、若い人の物販離れというお話が出てきましたが、今年度は10人だけでしたけれども、何とか新しいそのような層、企業をつかっていきたい。それがひいては空き店舗対策にもなるのかなという気もしております。

従来、空き店舗対策をどうしようかという事業を考えていたわけですが、逆に新しいビジネスモデルを募集することによって、結果として空き店舗が埋まっていく。そういう発想で、自画自賛でございますがとりあえず始めたところです。

その意味で今それぞれのお立場からご提案をいただきました。またこれから部会等で、先生方にご意見をうかがいにまいりますいろいろな機会を設けていきたいと思っている次第でございます。説明の「スケジュール(案)」のなかで、11月ぐらいに骨格というようなことを書かせていただきました。最終のものは3月になると思いますが、できれば2月ぐらいに骨子案というものをまとめていただいて、それでまた広くご意見をうかがうという形も考えております。私どもが政策を考えるにあたりまして直接、またはサジェスションも含めましてご指導いただけたらありがたいと思う次第でございます。よろしくお願い申し上げます。

若林委員長 ありがとうございます。まだまだこれからが始まりでして、その意味で今日はファーストセッションで終わりますけれども、時間がまいりましたので委員の方々の意見表明はこれで終わらせていただきたいと思います。

本日のご意見、ご指摘を受けまして、実務的な作業としては先ほどの事務局案、資料6の8ページに「策定体制(案)」が提案されております。また部会を置くことができると策定委員会の設置要綱にもございます。この案にありますように、ワーキング部会という新都市商業振興ビジョン(仮称)をつくる全体の部会と、今回都心部の繁栄については特別の議論を集中させたいということになっておりますので、都心部部会という二つの部会を設置させていただければと思います。これはここでご確認いただければありがたいと思いますがよろしいでしょうか。

(委員了承)

若林委員長 ありがとうございます。なおこの二つの部会の委員ですが、設置要綱の6条で「部会の構成員は委員長が指名する」となっておりますので、事務局と相談しながら委員長である私のほうで選定させていただいて進めさせていただきたいと思います。決まり次第、皆様方のほうにご報告をさせていただきます。

次に次回の策定委員会ですが11月26日で予定をしております。かなり開いておりますがその間に部会での議論を積み重ねまして、なんらかの中間的な報告、骨子的なものをおまとめして、それを次回に皆さんのほうにご提案させていただいて二度目の意見交換ができればと思っております。ですからそれに向けてさまざまな資料等を送らせていただくことになると思います。

正直に申しましてそれだけでは不十分だと思っておりますので、次回策定委員会までの間に私と事務局のほうでご相談させていただいて、それぞれ皆様方のお仕事の場所にうかがわせていただき、それぞれのお取組や京都市の商業についての思いについて、さらに率直な意見交換をさせていただいて、それを私自身どんどん反映できればと思っております。8月、9月、10月とかなり期間がありますけれども、ご訪問させていただきたいと思っておりますのでその節はよろしくお願いいたします。

## 7 閉会

若林委員長 それではこれで第1回策定委員会を終了したいと思います。事務局から何か連絡はあるでしょうか。

事務局（西川） 長時間ありがとうございました。次回の策定委員会は若林委員長からお話がありましたとおり、各部会で基本的な骨子ができあがり、11月26日（水）午後2時～4時に、場所は「ぱるるプラザ」で予定しております。月末の大変お忙しい時期かと存じますが、どうかよろしくご意見をいただきます。また若林委員長からご発言がありましたように、これから開催する2部会に関する情報を、逐次、事務局から連絡させていただきますので、策定委員会委員の皆様からのご意見をいただきましたらと考えております。またご連絡をさせていただきますので、よろしくご意見をいただきます。以上でございます。

若林委員長 ありがとうございました。司会運営のほううまくいきません、時間が少し超過いたしました。策定委員会の皆様におかれましては、長時間にわたりご意見をいただき誠にありがとうございました。これで第1回の策定委員会を閉会させていただきます。ありがとうございました。