

新京都市商業振興ビジョン（仮称）策定委員会 第5回都心部部会

日時：平成16年2月18日（月）午後7時～9時30分

場所：池坊学園 洗心館 6階 第1会議室

### 1 開会，出席状況報告

事務局（西川） 皆さん，こんばんは。大変お忙しいなか，この遅い時刻に大勢お集まりいただきまして本当にありがとうございます。昨年の11月17日に第4回都心部部会を開催して以来3カ月のご無沙汰でございます。大変風邪がはやっておりまして，委員長におかれましても風邪をこじらせておられたとおうかがいしておりますが，皆さんはお体の具合のほうはいかがでしょう。

それでは定刻になりましたので，新京都市商業振興ビジョン（仮称）策定委員会第5回都心部部会を開催してまいりたいと思います。私，事務局の西川でございます。よろしくお願いいたします。

本日の出欠状況ですが，石野委員から所用のため欠席とのご連絡をいただいております。また本日は京都府から久光企画主任様にご出席をいただいております。どうもありがとうございます。ご苦労さまでございます。

次に本日の資料でございますが，時間の都合もございますのでいつものようにお手元の資料リストとご照会いただきまして，不備がございましたら事務局のほうまでお申し出いただきますようお願いいたします。

それでは，今後の部会の進行につきましては若林委員長にお任せいたしますので，どうぞよろしくお願いいたします。

### 2 委員長あいさつ

若林委員長 本日の議事次第ですが本日のいちばん大きな仕事は，今日がこの都心部部会の最後の部会ということになりますので商業振興ビジョンの最終の報告，とくに今回は都心部の部分について，前回の中間報告段階では時期尚早という判断で白紙のままであったわけです。そこについてもその後の議論を踏まえて提案をしておりますので，全体の最終報告，そして都心部の有り様についての記述をめぐってご意見をうかがって，最終報告の完成に向けていきたいということが本日の会議の最大の役割になりますのでよろしくお願いいたします。

まずその議題に入ります前に，前回の都心部部会でもご報告がありました都心部事業者のヒアリング調査に関して，市民公募委員のお二人がこの間進めておりますので，それについてのご報告と質疑をさせていただいて，そのあとビジョンの最終報告についての議論ということで進めていきたいと思っております。それでは市民公募委員の大島委員，栗原委員のお二人から，都心部の，とくに駄屋町や御幸町などのお店のヒアリング調査の結果について報告をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

### 3 市民公募委員からの報告

栗原委員 よろしく申し上げます。今日も朝から一生懸命就職活動を頑張っている最中でして朝6時に起きて来ました。就職活動をしておりますと他府県に行くことが多くあり

ますが、帰って来ると「京都はやはり落ち着くな」としみじみ毎日思っているところです。

企業でよくいわれていることは難しい言葉でいうとCS、日本語では「顧客満足」というふうに訳されていますが、この商業振興ビジョンをつくるにあたってのCSの対象は誰だろうと考えたときに、ここにも書いてありますがやはり「商業者・市民・観光客」が満足するものでなければならない。ここでつくったものを私たちだけが満足するのではなくて、やはり商業者、市民の方、観光客のためにつくったものでなければいけないと日々思っています。

私たちが市民公募委員としてできることとして、数はまだ少ないのですがけれども商業者のヒアリング調査を行いました。ヒアリング内容については書いてありますように「店を構えた経緯について」「商売をしていく上での思い・哲学について」「客層について」「今後の夢について」「どのようなまちになって欲しいか。またそのために何ができるか」の主にこの五つについてヒアリングしております。内容のほうは本当は文章であったのですが、キーワードだけをここにピックアップしています。ヒアリングの目的はこの五つのことプラス、ここで考えたビジョンというものを誰が伝えていくのか、いちばん下の層までこのビジョンが浸透しない限りこのビジョンは成功したとはいえないと思っています。また若林先生がおっしゃったように、これは企画書としてここからスタートであって商業者の意見をこのビジョンにどう食い込ませるか、その食い込む役割を誰が担うのかということが、このヒアリング調査で大きくわかってきたことではないかと思っています。

このヒアリング調査というのはやっている時間は食うし、いったい何が聞きたいのかと思われる方もいると思うのですが、大島さんと私の個人的な意見ですが、やはりやっている人と話すことは楽しいですね。この内容から逸れたことをおっしゃる方も多いのですが、その途中で「やっぱり京都はこういうところがいいな」と再発見する場もありました。そういう意味でヒアリングをすることによって、またヒアリングだけではなくてそういう場をつくることによって、自分たちの考えているビジョン、意見というものを伝えていくことが大切ではないかなと思います。

上で考えたことを下の人という言い方は失礼ですけれども、現場の人はわかっていないことが企業さんでも商業者の方でもあると思います。また向こうから寄って来られない場合も多いのですが、そういうときはこちらから寄っていけばいいという私は安易な考え方なのですが、そういうやり方をして、このビジョンがよくなるための意見を吸い上げる中間的な役割が1人でも多く必要なのではないかとこのヒアリング調査で感じました。内容も参考になることが多々ありますが、一ついえることは、今回やられた方は熱心な方も多かったと思いますが、京都のまちに対する商業者の方の熱意というのは、私などは来て5年目ですが、私たちなどよりもものすごいものだと感じました。そういうことを感じてそれをまた次にどう生かすかということが、市民公募委員としてこういう会議で伝えることができるすべてではないかなと思いました。

ヒアリング調査をやった率直な感想ですが、やってよかったなということです。これが意味のあるものかないものかということはあとで考えればよいと思っていますし、やることに意義があったかなと思っています。私からは以上です。

大島委員 栗原さんと一緒に調査させていただきました大島です。感想を一言でいえと

いわれると、まず「楽しかった」ということがいちばん大きいです。今回、三条通の居戸さんから多くの方をご紹介いただいて大変お世話になりました。実感として感じたことは、ヒアリングした人同士が知人だったり、何らかの形でつながっていることが多かったのです。つながっていないようで実はがつながっているということが改めて発見できたようなヒアリングではなかったかと思います。決して狭いエリアではないのですけれども、アソコの部分、都心部のなかのそこそこの面積があるなかで、都会でありながらこれほど人のつながりがあるのはおそらく京都の特徴なのではないだろうかということを感じました。以上です。

若林委員長 ありがとうございます。ヒアリング調査を一つひとつ進めることは結構大変なことだと思えるのですが、他方で、やはり私もそう思いますけれども商業者・商売人の方の話を聞くというのはなかなか魅力的で、それぞれ自分なりの世界の見方があるそれが商売につながっているというようなことがやはりあるんですね。話を聞くとそのものが楽しかったということは確かだと思います。そういう意味では「ヒアリングそのものに価値があるのかな」というふうに思います。ヒアリングをして何かが明らかになったということよりも、ヒアリングすることそのものを何か継続的な事業にできないかというご提案のようにも聞こえるお話でした。何かご感想、ご質問等がございますか。

渡辺委員 新風館の渡辺です。ヒアリング内容とヒアリング結果をここに書いていただいておりますが、先ほどキーワードだけ出されたということでした。キーワードを全部見せていただいたなかでの話ですが、ヒアリングとして「店を構えた経緯」とか「どのようなまちになって欲しいか」とか、そのあたりで総括できる話をひとつしていただけたら全体がよくつかめるかなと思いました。思い出しながら結構ですので、どういう経緯の方が多かったとか、商売の哲学というか、どのようなまちになって欲しいのかといったところとか、客層のことなど、そのあたりを少しお話しただけなら、おそらくその話を聞くほうが重要なと思うのですが。どうでしょうか。

栗原委員 ヒアリング内容に関してですが、店を構えた経緯についてはここに8軒ほどヒアリング調査が書いてあります。共通していえることはというと、先ほども申しあげましたとおり、やはり京都が好きで京都に店を構えることに意味があると皆さん口を揃えておっしゃっています。それは京都の方だからということもありますし、京都出身でない方が店を出されている場合もあります。ヒアリングをして店を構えた経緯は「京都が好きだから」というところが根底にあると感じました。

客層についてですが、これは店が和菓子の店であったり、コンビニであったり、酒屋さんであったり、多種多様なので「こうだ」とは言い切れないのですけれども、皆さん感じていらっしゃるように、昔のようにこういう年齢層が多いということはないと思います。環境の変化によって、昔は着物であればやはり年齢層の高い方が買われるというのが一般的だったと思いますが、今では若い人がブームということで着るということもありますし、お酒でも今は地酒が有名で、若い人から年齢層の高い方までさまざまな方に買われているということがいえます。そういう意味では客層はだんだんバラけてきていると思います。

今後どのようなまちになって欲しいかですが、こうすると「なんだ」と思われる方が多いと思いますが「よくなってほしい」という、その一言に尽きると思います。どのようによくなってほしいかというのは個々人で、もっと人が増えてほしいとか静かになってほしいとかさまざまあると思いますが、「自分がその店を構えている。京都に住んでいる」ということを踏まえまして、京都へ来てもらったときに最近の観光客の方はギャップを感じる方が多いと思うのですけれども、いい部分の京都、昔ながらの部分の京都と、新しい部分を創造していく京都というものをやはり求めているのではないかなと思います。私からは以上です。

大島委員 渡辺委員さんのご質問としては、個別にこのお商売をされている方はこんなふうな客層でというふうにお答えしたほうがよかったですでしょうか。

渡辺委員 全体感を言葉で聞いたほうがいいかなということです。キーワードのなかにあった言葉もいろいろあるかと思いましたので。

大島委員 そういう意味では具体的なキーワードというかヒアリング内容についての報告は原さんにしていただいたので、とくに私が付け加えることは、あとは各論になってしまうのでいいのかなと思うのですけれども。今回、皆さんのお手元にそれぞれのシートをお配りしていないのは、住所や電話番号とか個人情報が入っているので配るのはどうかということであらためて、あえて資料としてお配りしていません。もし委員長のご要望があれば都心部部会の皆さんに、若干個人情報等は事務局のほうに判断していただいて削除して皆さんにお配りするということはしても構わないかなと思っております。いかがでしょうか。

若林委員長 個別の情報は適宜、一通り見たいということであれば事務局のほうにいつていただいて、出し方についてはちょっと相談させてください。

大島委員 ヒアリングするときの条件という大変ですが、おうかがいする前にお伝えしているのは、私たちは市民公募委員として都心でお商売されている皆さんの声を委員会に届けたいというような形でお話はしていますので、この委員会、あるいは部会上での共用というのはとくに問題はないかと思えます。

若林委員長 わかりました。ではそういうことにしますので、適宜請求していただいたら個人情報の部分だけを適宜に削除した形で、1回ごとの記録、ヒアリングの内容をシートにまとめておりますので、その元シートをお配りさせていただきたいと思えます。よろしくお願ひします。他に何かご感想はございますでしょうか。

私は本当に単純な質問が一つあるのです。快く、あるいはニコニコとおしゃべりしていただけるものなのだろうかということがそもそも論として、このヒアリングを始めるときにいちばん心配していた点なのですけれどもそのあたりはいかがだったのでしょうか。

大島委員 実はヒアリングの当初は「飛び込みで行こう」といっておりました、「すみません」と突然で入っていったところもあるのですけれども、正直なかなか難しいところがありました。今回三条通の居戸さんにかなりたくさんの方をご紹介いただきまして、「居戸さんのご紹介なのですけれども」とこちらから申しあげましたら、「ああ、そうですか。それなら」という形でお話を聞かせていただけたことが多かったのです。もちろんお商売のご都合もありますので時間帯にもよると思いますが、やはり紹介という形で回るほうが、いろいろ快くお話を聞かせいただきやすいのかなというふうに感じました。

若林委員長 やはりこれも信用の世界ですね。それで少し謎が解けたような気がします。それでは、今日の本題に移りたいと思います。

#### 4 ビジョン（案）の意見交換について

それではまず事務局から、市民意見の内容等についての説明をよろしく願いいたします。

##### (1) 事務局から市民意見の報告 (事務局による報告)

若林委員長 この件で何かご質問などはございますでしょうか。全体の議論のなかでということでもよろしいでしょうか。

それでは時間もございませんので、早速今日の本題のご説明、ご提案をさせていただきたいと思います。

##### (2) 若林委員長からの報告 (若林委員長による報告)

若林委員長 議論は全体を通じて第7章の部分でも結構ですし、それ以外のところでも結構です。それぞれのご関心のあるところから出していただければと思います。これから早速意見交換に移らせていただきたいと思います。よろしく願いします。いかがでしょうか。

栗原委員 細かいところになってしまうのですけれども、30ページの「ネットワーク化と人材育成へ」というところが、商業だけではなくこれからの大事なキーワードになってくると思います。ここに挙げてありますように、商業者ネットワーク、商業者コーディネーターという役割、存在というのは必要になってくるかと思っております。

私もいろいろなところに顔を出させていただいているので、こういう話を社会人の方とかコンサルタントの方にすると、現実的な話、「これでお金をもらえるのか。ボランティアなのか。どういう位置づけにあるのか。誰がやるのか」といったシビアな質問をされるのです。そうなる私のほうも「うっ」と息詰まってしまうのです。これは行政の側が支援をするのか、それとも独立して商売として仕事として行うことができるようにするのか、

そういった点で問題点が多々あるなと思うところが一点です。

あとは、中小企業診断士や経営コンサルタントの方を商店街のお店の復興に役立てようという考えには賛成なのですが、現実的な話でお金の話になるとやはり高いのです。そういうコンサルタントの方を直接通さずにやる方法というのもあると思います。具体的に聞いた話では、学生にやらせるということがあります。ただ学生にやらせるだけでは何の効果も得ない。そうすると失敗してしまうので、コンサルタントに直接依頼するのではなくて学生にある程度のお金を払う。そして学生と先生が付くという形で、それはゼミ形式ではなくてあくまで仕事としてやっていくと比較的安くできる。それで結構成功を収めた例をうかがっています。

そういった形で新しい意味で使える人材や人脈、学生だからできないという固定観念は取り払ったほうがいいかなと思っています。実際にこれも聞いた話ですけれども、ドコモショップというのを皆さんご存じだと思いますが、あれのコンサルタントも学生がやっているところも知っています。そういった意味で学生の感性とか知識というものも、使えるものは使っていったほうがいいのかと思います。以上の二点です。

若林委員長 ありがとうございます。他はいかがでしょうか。

渡辺委員 今の話のなかで、私も人材育成といいますが、団体になるのかどうかは別として、まちが動いていくなかでいちばん必要なのはチームワークやコーディネートをして前を引っ張っていく人たちだと思います。

私が少し違うのは、企画の経営コンサルタントというような位置づけというのはあり得ないと思っています。なぜあり得ないかというと、すべてのことが企画するのが仕事なのです。実行するのは仕事ではない。企画するけれども実行できるかどうかわからないというのが、そういうコンサルの仕事をされている方がいたら怒られますけれども、私が携わってきたなかでは企画する人と実行する人は別々になります。企画する人が実行もしない限り成功はしません。成功し続けません。そういうことからすると、そこにいる人たちがまずその考え方をもちながら続けていかないと、コンサルフィーをずっと払い続けるわけにはいきませんし、かといってコンサル担当の方が実行するわけでもありません。

私は NTT の会社の社員ですが、企画する部隊と営業する部隊というのは全部別なのです。その人たちがどう考えるか。企画は企画のいいものを考えていく。ですから、うまくいなくても企画の責任ではない。やる人の責任なのです。最終的にやる人が企画力をもたない限り絶対に成功するわけがないと思っています。そういうなかでいろいろな知恵とかいろいろな人々の意見を聞きながら、まずこのなかの商業者なら商業者の方たちがそういう考え方をもって進めるか進めないか。そのなかで何が問題なのかを本音でいいあえること。その問題は今までたぶん隠していたと思います。利害もあるのでいわなかった。いわなかったことをいってそれですっきりして、それをなんとか一緒にできるような考え方というのはおそらくつくれなかったのだと思います。そういうネットワークづくりのなかで人材は育っていくのだと思います。

今のこの人材育成というものは、まちが成長し続けるなかにおいては非常に重要な課題だと思います。ハードではなくてソフトがこの延長線上にいろいろぶら下がっていると思う

ので、そのような仕組みをどのようにしていくかという問題はありますけれども、私の意見としてはそういうふうな立ち上がり方を商業者のなかでしていかないと長く続けられないと思います。

若林委員長 ありがとうございます。従来の商業コンサルタントと呼ばれている機能の延長線でこのコーディネーターを考えるべきかどうかというと、それだと狭いのかもかもしれません。ここではあくまでもどういう仕事をやっている人がその機能を担うべきかということ特定しているつもりはありません。しかし基本的には、これがお仕事になるような方がいることが企画づくりを応援することもあるだろうし、逆に実行するときに応援することもあるでしょう。触媒としての役割というような意味合いにおいて、商業者プラス自ら商業はしていないけれども商業に関連して情報発信とか企画提案とか、場合によっては根回しというような連絡・調整・議論をしたり、人と人を紹介したりという役割を果たす方々が地域にいろいろな形でいることが、商業のネットワークを活性化させるのではないかというイメージがここにおけるコーディネーターのイメージなのです。

中川委員 商業コーディネーターという第三者というか、その商店街ではない人たちの参加ということ意識しての議論だったと思いますが、30ページの部分でそのことについてふれたのは、「同時に、商業者ネットワークづくり云々」というこの2行だけです。今の議論はこの2行に関する議論です。その他のことがここにはたくさん書かれていて、商業者のネットワークというものが必要だということが書かれてあります。今の話はもちろん関係しますが、ここが表わしているものすべてではなくて、少なくとも本文上では2行しか書いていなくてそれほど重要な位置づけになっていないような感じがします。それがもし委員長がおっしゃるように非常に重要であるということであれば、もう少し書き加えなければいけないのではないかと思います。

それとともに、ここに「人材育成へ」と書いてあるのはそのことを意味しているのですか。3の「ネットワーク化と人材育成へ」と書いてある「人材育成へ」というのは、「人材（商業コーディネーター）」と書いてありますが、ここでいう「人材育成」というのは誰のことを指しているのでしょうか。

若林委員長 「11の戦略」では、「商店街、商業者間ネットワークにおけるリーダー、コーディネーターを育てる」という項目があります。これはネットワーク化が大事であるし、商業者のなかからリーダーを育てる、ネットワークを促進し、ネットワークを通じて商業者を応援するコーディネーターも育てるという3点を提起しています。

中川委員 今の説明はよくわかりましたし、その趣旨はよくわかりますけれども、これを読んでもそういう形で伝わりにくいのではないかと思います。文言の整合性でリーダーと呼ばれる者と人材と呼ばれる者、これはイコールであるのかイコールでないのかということが読んでいてもわかりにくいという、そういう文言上のことだけなのです。

若林委員長 わかりました。これはリーダーとコーディネーターの両方を指して人材育

成の課題と指摘しておりますので、少しそこは表現上点検をしてみたいと思います。ありがとうございました。

中川委員 内容的にはそれでよくわかりました。その場合、前半のほうのネットワーク化するなかでリーダーを鍛えるというところですが、このことについて私はまったくの素人ですけれども、こういう機能は大変重要だと思いますし、やらなければいけないと思いますが具体的なイメージが湧かないのです。

と申しますのは、もともと商店街というものはそういうものだったのではないかと思います。個店が集まってきて、それぞれがやるなかでリーダーを育てていくというのは、商店街が担ってきた機能のうちの大きな一つではないかと思うのです。あるいはもっと横断的にいえば、それを束ねた連合会のようなものがあったり、あるいは商工会議所のようなものがあったり、あるいはもっと個人でつながるものであればライオンズクラブとかロータリークラブといったものがあったり、いろいろな形でネットワークが構成されてきて、そのなかでリーダーを育成していくという機能は今までも担ってきておられるのではないかと思います。

ここで改めて提案するということは、それとはまた違うものを目指しているということなのか、今まで何か不十分なところがあったから何かを変えていこうということなのか、そのへんのことについてはあまり伝わってこないような感じがするのですけれども。

若林委員長 この間のヒアリングや議論を通じて「では次の世代が育っているのか」という見方でいいますと、商店街に限定しても、やはり改めて商業者のリーダーが育つということが課題になっています。

つまり今までの延長線上で商店街の振興ということを考えるのが難しくなっているなかでは、それを超えていけるようなつながりや施策やアイデア、あるいは魅力をもった商業者リーダーの登場が求められています。さらに、都心にネットワークをつくり出すことで都心の商業の活性化を進めていくリーダーがもっと出てくるべきだろうと思います。その意味では新たなネットワークというものをつくって、そこで商業者のリーダーが生まれていくよう仕掛けていくなり、戦略的に展望するということはやはり非常に大きな課題だと思います。

最後に言えることは、これを施策として位置づけるということがポイントなのです。ここはあくまでもビジョンではなくて、今ご指摘のところは商業振興の施策の方向性です。ですから、そういうネットワークで人材が育つということを行政の目標なり課題なり施策のねらいとするとして位置づけているという点が大事なのです。

中川委員 こういう記述をされていると、これは事務局におうかがいしたいのですが、この提言を受けて事務局としては「では、こういう展開が可能だな」ということが念頭に浮かんでくるのでしょうか。今までとは違う展開、今までとは違う方向に行けそうだと思うような提言になっているのかどうかということなのです。

事務局 具体的な施策まではまだイメージしきってはいませんが、こうした転換の方向

性を打ち出していることは、基本には例えば個店の支援という考え方もベースにおいてもらっていますので、ともすればわれわれも支援の対象を団体組織から見ていたのを、個店であったり、組織に入っていない商業者の方々のなかでいろいろネットワークが組める方であったり、あるいは頑張っておられる方、そういうグループも支援の対象にしていけるような施策転換は図っていくべきだと考えております。

どうしても今までの施策というのは、例えば補助にしる何にしる「振興組合ですか」「いや」といわれれば、「振興組合でないと補助金は打てないのですよ」という施策の体系だったのです。それが任意の商店街ではなしに、例えば 〇〇 に取り組み会というような任意の商業者のグループであっても、行政として支援ができるようにということを提言していただいているのだなというふうに受け止めております。ぜひともそういうことは今後具体化に努めていきたいと思っております。

若林委員長 同じことは商店街に関してもそうで、商店街に対する振興施策を今後展開していくうえでも新しいリーダーが育つということの一つの目標に据えた施策をすること、それがやはり成果目標だと思います。

それでは盛り上がったところでどんどんいきましょう。大島委員、お願いします。

大島委員 しつこくネットワーク化のところなのですが、先ほど桑原委員さんがおっしゃった思いをちょっとだけ翻訳したいなと思っております。

今回、われわれが事業者の方たちにヒアリングを行って感じたことは、人と人をつないでいくためには橋渡し役というものが必要ではないか、という問題意識が生まれたことです。先ほどの人材育成のところにはリーダーとサポーターの二つの側面があって、こちらはサポーターのほうの話になるのかもしれませんが、従来のシンクタンクとかコンサル活動では、おそらくそういう橋渡しのところまではおそらく仕事としては受けないのではないかと考えています。例えば専門家派遣ということで行政からお金をもらって地域に入るというやり方もありますし、申し訳ありませんが地域を失念してしまったのですが、地域の方たちでお金を出して、いわば受益者負担でコンサルタントを雇っているところも出てきていますので、人材育成、サポーターを育成していく方法というのはいろいろな方法があるのではないかなと思っております。

後ほど事務局からご説明されると思いますがチラシが入っています。例えば「コミュニティービジネス」という概念もそういう地域内で資源、および人材を循環させていくための一つの手法、概念であると思っておりますので、こういう新しい「発明もの」の手法がいろいろ出てくると思います。そういう意味では今回のビジョンについてはそういう期待がもてる内容かなと思っております。

一つ質問なのですが、前回の中間報告のときには「11の戦略」ということでわりあい具体的な内容が書いてあったと思っております。このなかには「コミュニティービジネス」という単語が登場していたのですが、本編のほうにはなくなってしまっているなと思えました。例えば「コミュニティービジネスを支援する」というところは書けなくても、32~33ページあたりの戦略のところ具体的に事例を書いていけば、具体的なイメージが沸きやすくなって内容的にももう少し膨らみが出るかなと感じたのですが、いかがなものでしょうか。

事務局 アクションプランといいますが具体的施策の例示は、「コミュニティビジネス」は先ほど先生からのご説明にありました資料編の10ページに、戦略6の具体的施策例といいますが提案ということで削ってはいないのです。本編に入れておりました81の施策の提案、アイデアを構成上資料編に回させていただきます。ただ、おっしゃるように「11の戦略」の部分で、もう少し具体的な施策がイメージできるようにすべきではないかという議論は内部でもしておりましたので、今後、最終までには詰め切りたいと思っております。

若林委員長 大島委員に関連してお聞きしたいのですが、10ページのビジョン本体のほうでいいますと、2の「京都で働き暮らす人々の日常の暮らしを支える普段着の商業」の工のところで、「市民が住み続けることができるまちづくりには地域商業は欠かせない」ということでNPOとのさまざまな関わり合いの可能性もあるし、それが大事であるということを書いて、「コミュニティビジネス」という言葉は立てていないのですね。つまりコミュニティビジネスということになると、逆にそのことそのものを商売とする新しいビジネスをつくるということになるからです。もちろんそれも商業者のなかに含めてもいいのですが、そうすると混乱しかねませんので、このままではいかがでしょうか。

大島委員 「コミュニティビジネス」という言葉がないと言っておきながら、コミュニティビジネスというものの自体が決して定義があるわけではありません。逆に書いてしまうことによってイメージが固定化されてしまう恐れも裏腹にあると思います。そういう意味では難しいところかなとも思います。先生が今おっしゃったように、2の工のところには、まさにコミュニティビジネスが目指すところというのでしょうか、効果として期待できるものということが書かれているので、ここはこのままでいいのではないかと思います。

若林委員長 わかりました。ありがとうございます。コミュニティビジネスをどう位置づけるかという話は商業振興で受け止めるには結構難しい課題ではあります。一方で、商店街が地域に根ざすというときにはコミュニティビジネスを逆にインキュベーターとして作り出すことで、地域の商店街が地域の問題を支えていく。そのためにはコミュニティビジネスを孵化する、生み出す母体として商店街が応援役に回るといったような発想はおそらく今後あり得るし、実際にそういうケースはありますね。そういうことがあるだろうと思うので、今ご紹介させていただいた2の工のところに関連する課題なのだろうと思っております。では松岡委員、お願いします。

松岡委員 京都三条ラジオカフェの松岡と申します。よろしく申し上げます。先週、四条繁栄会商店街振興組合理事長の高橋さんにインタビューする機会があったのですが、この35ページのいちばん下のアと次のページの力について主にお話をうかがいました。短期間のあいだに組合として要望を検討されて、市にその要望を提出されて、それが法律化されたというお話をうかがって、やはり商店街の方が自ら動かれてそういう法律ができるも

のなのだなと感心したと同時に、それが一四条繁栄会商店街振興組合にのみ摘要される法律に終わったという感じも受けたのです。各商店街で置かれている状況とか条件というのはずいぶん違うだろうとは思いますが、そういうことを要望するときに、商店街同士のそれこそネットワークがあって、それをもう少し大きな摘要範囲にできなかったのかな、そうすると京都のまち全体のまちづくりにも多いに広がるのではないかなというふうに思いました。

商店街の個性、まちの変化への対応、課題に対する考え方の違いはいろいろあるかと思いますが、何かそのような大きな商店街としての動きというものも、ネットワーク化によってもっと多くしていただけたらなと思いました。

若林委員長 ありがとうございます。いかがでしょうか。今回の議論でいいますと 29 ページ、「今後の商業振興の方向性」の 2 の部分で「各地域の商業集積」という問題の立て方をしているのはそれに関連がございます。

従来の商業を中心としたまちづくりという場合に、狭く考える議論があり得たのです。つまり、「まちづくり＝商店街の街区を中心としたまちづくり」というふうに限定をしてみよう。商店街が組織している範囲だけがまちであるような議論というものがあるのです。実際には最近では商店街がないところにも店がありますし、ある地域の一括りのなかで望まれる商業のあり方という議論の立て方も必要になってきています。もちろんそのなかで大きくリーダー的な役割を果たしてきているのが商店街であるということは認めつつ、それを最大限基本に位置づけながらも、商店街を単位に考えるということはもちろん商店街の範囲においては有効ですが、地域という単位で複数の商店街、あるいは大型店を視野に入れた議論、施策、あるいはその商業状況の評価を考えていくことが、この 2 番目の方向性、さらには第一の戦略、第二の戦略あたりがそれに関連するテーマであると思います。

今後、都心商業の活性化を考える際にもエリアをさらにどう広げていくか、あるいは切っていくかということはそれぞれの具体的な中身次第ですが、大きな課題になってくるのではないのでしょうか。地区計画の範囲をどう広げていくかという議論はたしかに一つの課題だと思います。何か関連することがありますか。お願いします。

事務局 この地区計画は、今回、四条繁栄会で取り組まれたのは、法律は一般法があって土地計画法があるわけですが、四条通では例えば店の出し方とか建物の建て方等、いわゆる所有権にまつわる私の権利を制限することを決めるわけなので、今回は条例という形を取ったわけです。そういう条例を制定すると私の権利を制約することができる。ただ、そうするためにはそういうことが伴うので、例えば商店街の理事会で決めるということができないわけです。いわゆる地権者、全員の方の同意がないとこういう取決めが条例化できません。

そういうことからすると、今は四条繁栄会にどれぐらいの地権者がおられるのか今正確な数字を持ち合わせていないのですけれども、100 軒というか 100 人を超える、地権者の数でいうと 270 ぐらいの数です。それこそ大企業で東京に本社があって、そちらの企業の合意がいる。例えばその企業の総会といったところで意志決定してもらわないといけないとか、そういった地権者の合意形成、同意を取りつけるということに大変ご苦労なされた

わけです。

これがまた広がるとなると、例えば河原町さんにしろ一緒にされるとなると、またその倍以上の地権者の方々が同じ内容、目的について「うん」といわないところのことができない。そういう意味でいえば、まず第一歩を四条繁栄会さんで取り組まれたということが、今後、波及効果を生んでくるだろうと考えております。事実、河原町さんや三条小橋さんという商店街さんでもこの地区計画の検討を進めておられると聞いております。そういうふうにしてまた広がっていくのではないかなと思います。

松岡委員 申しあげたかったことは、この問題に関してはおっしゃるとおりなのですが、やはり全体としてのネットワーク化による意見形成というものも、これからどんどんつくっていただきたいなということなのです。そして京都の商業地を活性化していただきたいなと思います。

若林委員長 ありがとうございます。奥村委員の手が挙がっていましたのでお願いします。

奥村委員 ウィングス京都の奥村と申します。人材育成という言葉を出されるときに、今はリーダーとしてコーディネーターをするような人という意味で先端的なお話が進んでいるのですが、私も人材育成ということに関心がありますし、それからその下にあります個店の力をつけるというところに関して実はもっと基礎の部分で、下のほうでここはどうなっているのだろうかというところをご質問してみたいと思います。

商店街を形成したりするような、商店街に関わっておられない個店、お店のなかには家族的な経営の方がたくさんあるのではないかと思います。どう表現したらいいのでしょうか、個人商店といいますが家族経営をされているお店のなかで次の後継者はどうなっていくのか、息子なり娘は意欲的にあとを継ごうとしているのかどうか。そういう問題をたくさん抱えておられるところがあるのではないかと思います。代表者として経営者はお父さんが出て行くけれども、おそらく奥さんであったり、おじいちゃんであったり、おばあちゃんだったり、いろいろな家族がその商店の経営に関わっていると思います。その人たちがみんな、「経営に関わっている」という意識をもてるような体制のなかでお仕事をされているかどうかということなのです。そのあたりがまちなかの問題ということに特化はしないのですけれども、そのあたりの整理といいますが合理化は大事な問題ではないかと思うのです。

農業の場面ですと、この問題については家族経営に関しての協定を結んでいくというような取組がかなり進んでいるようです。それは先祖から伝わった土地をもち、継続した農作業があり、家と農作業の場所がぴったり引ついたようなところでやっているのも、もっと深刻な問題として結びついてきたからだと思うのです。農業のほうでももっと10年ほど早ければ、今のような過疎化は進まなかったというような反省があります。今、家族経営でされている商店の方たちで休日や報酬、これだけ働いたからこういう報酬を得ているとか、自分は仕入について責任をもってやっているとか、販促に関してはお母さんがしているとか、そういう役割なのですが、職業とはそういうものだと思うのです。何と何の仕

事をもってどういう報酬を得ている、どういう休みをもっているということがどれだけあるのか、ないのかというのがわからないのです。

そういうままで小さな個店が元気になっていくというのは難しいのではないかと思います。

実は今配っていただきましたのは、京都市におきまして去年の暮れに京都市男女共同参画推進条例が公布されました。国に基本法がありまして、その各論のようなものを各自治体でつくるようにということによってようやくできたものです。私は行政ではありませんのでこれをきちんと説明することは難しいのですが、第3章の第15条第4項のところにも今お話ししたことが出ています。「本市は家族等により営まれる事業に従事する男女が、当該事業にかかる活動において性別による固定的な役割分担等を反映した慣行により、個人として能力を発揮することが妨げられないようにするために、情報の提供、その他の必要な措置を講じなければいけない」ということで、「本市は」となっていますから京都市の責務ということになります。

今は男女がともに力を発揮しなければ、少子高齢化の時代を切り拓いていく道はないということも21世紀の課題になっていると思います。商業に関する部分、家族的な経営を営む商店なり、農業者なりに関する部分がここに書かれていると思います。実態はどうなのかということでご質問させていただきます。

事務局 たしかに中小・零細のお商売の実態というのは、今ご指摘がありましたようにいろいろな古い慣行の延長線でお商売をされているというように認識はしているものの、その分野で私どもも積極的に、今回できました条例の具体化に向けて具体的な取組はできていないのが実情です。また、こうした条例の趣旨も踏まえましていろいろな産業の分野でも取組が必要ではないかと思っております。答弁のようなトーンになってしまいまして申し訳ございません。

西口委員 固定的概念が本当に特定の性にとって不利だったかどうかはわからないと思っているのです。ただ、小売商業では今奥村委員がおっしゃったように農業に非常によく似たところがあります。ただ、行政施策としては商店おかみの会というのをかなり早くからつくっておられて、それはむしろ自主的につくっておられて今もあるのですけれども、そういう固定的概念かどうかわかりませんが個人商店主、個人事業におけるとくに女性の役割というのは非常に高いと思います。行政は団体支援ということではかやっていますけれども、今もまだ活動されていますね。各固定での評価は別として、行政から見て個人事業のなかでの女性の役割というのは十分に評価して非常に大きな戦力になっています。だからこそその人たちに支援をしていこうと、勉強なりいろいろなことをやっているのです。

ここには書いていませんが、それは「言わずもがな」と思っておられるのでしょうか。今、奥村委員がおっしゃったことは非常に大事なことだと思います。

若林委員長 宿題として今後勉強していく課題、取り組んでいく課題ということではないでしょうか。つまり商店街の組合、あるいは連合会のような商業者の集まりのなかで女

性が活躍する機会がなかなか少なかったものですから、そういうなかでおかみさんの会をつくって、女性が商店街運営等の運営に関わっていくことの支援はしてきたと思います。ここでの指摘はもちろんそれも重要です、社会生活における女性の地位の向上と参加の問題なのでオーケーなのですが、奥村委員が指摘されたことはもっと踏み込んでいるもので、それぞれのお家のなかできちんとお互いに役割はこうなっていると確認したり、それをお互いに評価したり、場合によってはきちんと貨幣計算までしなさいという話まで含む議論です。今後の宿題とさせていただきます。

直接的にはそのことが両性の平等の発展という意味で重要であるといえますし、またそのほうが、これはうまくいけばという話ですが、健全で健やかな楽しい家族商業が続いていくという意味でも、望ましい21世紀のあり方なのだろうなというモデルにつながっていくとこれはいいと思います。これが実際の商売で余計にギクシャクするとなってしまうと、商売が成り立たないと実は家族のなかも暗くなるというのが家族商業の特徴なのです。儲かっているときは結構仲がいいのですが、儲からなくなると仲が悪くなるということもあります。その意味でいうと儲かればすべていいわけではないのですが、儲からないと男女同権参画がなかなか進まないという、これは間違っているのですけれども、そういうことも現実の力学としてはございます。

齋田委員 京都のお店はご養子さんが多いのです。やはり家付きの娘さんがおられて、その人がおかみさんになられる。その意味でいえば、なんだかんだといえば社長はご主人の名前が書いてあるけれども、イメージからいえば商業とサービス業、家業、私たちの商売も家業に近いのですが、そういう側面でいうとおかみさん、お嫁さん、おかあさんというところがかなり市民権をもっています。私の商店街にもおられますがご主人が動くのに一々おかみさんの許可をもらわないと、ゴルフも行けないし飲みにも行けない人もおられます。堂々たる商売ですけれども。そういうところは稀ではないのです。京都は結構あります。

ただ、基本的にはもちろん今さらながらに男女共同参画といわなくても、お腹のなかの話ですけれども、「とっくの昔に僕のほうが下にいます」という本音の部分があるので、こういうことをアカデミックにとうとうと述べられるとつらいのです。その問題はそこで置いておきます。

人材育成とリーダーの話ですが、これは今、中東商店街活性化の委員長を3,4年やっているのですが、委員長とか理事長であるという人がリーダーだといってもらえるのであれば、私は自信がないのですけれども、コンサルタントというのはかなり昔からあてにしています。それよりも逆にそれぞれの小さい商店街でも、リーダーといわれている人からのコンセンサスの積重ねで出てきたもののほうが生の声ですから。四条の地区計画の話もそうですけれどもその前段があるわけです。リーダーがいったことのほうにみんなの気が向くためにはどうしたらいいかを四大商店街の理事長で頭を揃えて考えたのです。それで、とにかく一度いい目をさせよう、儲けさせるということでやったのがKICSという事業です。カード会社が取っている歩合を、何十億円という売上をまとめてやるので分率を下げろという交渉をしました。そして加盟してくれたら手数料はうんと安くなるというようにしたわけです。

これで「なかなかいいことをやってくれるな」といったん向けておいて、次の段階に入るといことです。

ただ、四条の高橋さんもそうですし、私もそうですけれども、中心地の6商店街、寺町、新京極、錦のあたりで見ているのですが基本的に後継者が育っていないと自戒をしています。私も63歳になって、若い人からすると「年寄りが何をいっているんだ」と思っているところが結構あると思います。その意味でいえば、意外とここ2、3年はクロスオーバーして商店街同士でまたがるようになってきたと思います。それがネットワークといえるかどうか分かりませんがつながっているのもそうですし、つながってなくても少なくともクロスして商店街のリーダー同士が話し合ったりしています。

初めて違うナンバー3やナンバー4が出てきたときに聞くと、寺町などは自分のところの所有が少なくなっているのです。みんなディスカウントショップにしても何にしても、名古屋、大阪、神戸のほうからです。すると店長さんはノルマ責任ですから、はみ出そうが、前に何か置いてあるがそちのけなのです。私たちは同じ商店街の役員ならものもいえませんが、全体で網掛けをしてという運動のときには「よその商店街から来てもらえませんか」という話が最近は出てきています。ですから次に渡すとか、渡さないということとはとくに過ぎているのですけれども、今さらながらに育成というのは私たちも後継者問題も含めてずいぶんやってきましたが、その意味ではしょうもないことをやりすぎたので、背中を見ている連中が「あんなリーダーなら手を挙げることはない」ということで若い人が手を引いたということもなきにしもあらずで、大事けれども後悔しきりです。

私の言葉と先生の言葉は普遍性のある言葉を使っているのもそうではないのですが、全体でなくてもいいので、さすがに京都の商業振興の方向性と筋とマニフェストのようなものを象徴しているというような語句を散りばめてほしいと思います。これはマニアックな人でないと読まないと思います。すると「商店街の人ならこのポイントだけ見てください」といいますか、家業で次は一棟貸しをするか、身売りをして洛北に行きますというような人に、その前にこの部分を見てくださいというようなときに、京都ならではという表現を使ってほしいと思います。東京に通じなくてもいいと思います。東京や仙台や福岡に通じなくていいので、京都に今いて何かしようとか、今まで何かして来た人に、ここだけお時間のあるときに目を通してくださいというようなもの。

先ほど大島委員さんと栗原委員さんのヒアリングでも私はこの8軒のうち5軒は知っています。ところが代が替わっていたり、ご主人が亡くなって奥さんがやっていたりということで私の知っているご当主と名前が違います。(1)の「店を構えた経緯について」とか、(2)の「商売をしていくうえでの思い・哲学」とか、(2)はいいとして、前の人の話を聞かれていたら面白かったかもしれないと思いながらお聞きしていたのです。居戸委員さんが紹介されたから聞いたのだと思います。新聞社とか、東京や名古屋、大阪のルポライターが紹介してくれとって私たちのところによく来ますが、最初はだいたい行ってもだめです。それとビジネス絡みで行くと京都の人はキュツとしてしまうのです。

若林委員長 ありがとうございます。はっきりいえることは、商業者の皆さんや市民の皆さんが普通に読もうと思ったら長いと思われるのは仕方がないことだと思います。実際問題一つのビジョンとしてまとめたという意味でいうと、かなりコンパクトな方向のビジ

ョンで、無駄なことをだらだら書いているというものではないと思うのですけれども。いずれにせよ、これをどう読ませるかという課題もあります。普及のほうの課題も含めて、あとは言葉についても、もう一段、検討してみたいと思います。

渡辺委員 これは都心商業の活性化ということで、なぜ都心の商業を考えるのかというキーワードのなかでエリアもある程度見えて、そういうメンバーが揃って話をしているわけです。私は今まで皆さんのお話を聞いてきているなかで、やる内容も自分なりには見えてきているのです。それは何かというと、今は組織がばらばらでいろいろなことをいろいろなふうに行っているのですが、この都心商業活性化のスキームのなかに全体を通して何かできるものが一つでも二つでも出てきたときに、新しい動き、新しい活性化が図れるのではないかという気はしているのです。それにお金をかけるか、かけないかだけの話ですが、そこで商業を営んでいる人たちというのは、そこにいらっしゃるわけですからその人たちでできる範囲というのは見えると思います。

ここでこのように決めた内容を、では次はどの場でそれをやっていくのかが私には見えないのです。例えばエリアのなかのメンバーが一堂に会するというのは、個店もあるので集まりにくいのですが、集まるような場があったとしたらそのなかで何かできるかもしれませんし、できないかもしれませんが、それはこの都心のなかに働いている人たちや住んでいる人たちで決めるような内容に近いのであれば、そういう場をつくらない限り前には行きにくいのではないかという気がするのです。そこには人材育成等も当然入ってくる話で、継承してもらう人たちをどうつくっていくか、ファンをどうつくっていくかになってくると思います。それが市民とか訪れる方に話をすることによって、その人たちがまた広めてくれる人たちもつくれていけるのだらうということなのです。

せっかく都心の商業ということで枠をある程度決めて、やる内容も見えてきたなかで、そのような場が何かあれば、何かできるようなものを見つけてきたとしたら動き方は変わってくるし、当然お互いが使っている経費を一つにまとめられればお金は半分で済むかもしれないし、10分の1ですむかもしれません。

先ほども少しありましたがお店の経営とかに対して、私のところはこうやってうまくいったとか、今困っていることはこういうことだけれどもなんとか解決する方法はないかということも、商業と一緒にやって苦労している人間たち同士でも解決方法はまた違うと思います。そういう声も組織にならなければ、そういうなかで働いている人と知り合う機会がなければ話もできなくなってしまうと思います。広告宣伝で困っていたらこのようにしたら広告宣伝ができるとか、しっかりした人に働いてもらいたければ、こういうところにこういう人たちがいるのでこういう人たちを紹介しましょうとか、そのような細かなベースの部分が出てきてこそベースが上がってくるのかなという気はするのです。

何かここを引き金にそのような場とか集まりが1回でも2回でもできたら、そこからつながっていくところが、商店街さんは中東をつくられていますが私たち商業者にはあまりそういうものはありませんし、個店はさらにもっとないので、みんなで商業でこのエリアをなんとかしていこうというような提案だとしたら、つながらないと見えてこないのではないかという気がするのです。

若林委員長 その点ではある種、挑発でも、呼びかけでもあるのですが、先ほどご紹介させていただいた40ページにある三つのネットワークづくりを提起しています。商店街組織による「面的なネットワークづくり」というのは、中東の活性化委員会のお取組を今後ますます自覚的に進めていただいて、都市商業の発展のために次から次へと具体的な提言や自分たちの合意や、あるいは行事等々、シンポジウムとかいろいろなことがあるかもしれませんがそういうことを進めていただきたいという気持ちを込めて書いております。

またアの「自由に関係できる商業者ネットワーク」ということだと、これまでの流れを見ても今ご発言の渡辺委員や四条阪急百貨店の井戸委員、三条の居戸委員、そういった方々がいろいろな形で自分たちのつながりを生かして商業者の集まるフィールド、場を育てていくということ、すでにいくつか始められているところだとお聞きしております。これがますます広がることを期待したいと思います。最後の「NPO や市民団体」ということだと松岡委員や奥村委員、さらには少し違うのかもしれませんが中川委員も含まれるのではないかと思います。そういった方々が都心商業の振興も視野に入れて、いろいろな都心部に対する提言、問題提起や住民合意を高めていくようなお取組を進めていただく。

こういう三者三様の取組が広がっていく。都心部のこのメンバーでの勉強会はお互いに非常に刺激し合って私自身も勉強になりました。やはりこの三者三様のエネルギーを無理に一つに調整しなくてもいいなと感じていまして、それで三つのネットワークなのです。三者三様で大いに頑張るべしというような趣旨でこのところは書かせていただきました。皆さん自身の平成16年度の宿題ということで、この三つのネットワークは受け止めていただければ、それを行政がどう応援できるかが行政の施策課題だということで検討しているということで受け止めていただけると嬉しいです。ですから本当に場づくりはそれぞれのところで広がっていくことが、まずは平成16年度の最初の仕事になるかと思っています。

渡辺委員 そのように設定されたものが例えば一つになって何かするとしても、それはこのなかに入るのですか。

若林委員長 三者三様の個性というのが発揮されながら、お互いに合流したり意見交換したり対立したりというようなドラマです。無理やり一つにしまうと、お互いの自由な発想ややりたいことを最初から予定調和的に丸めてしまうと、逆にエネルギーを奪われるということを懸念しています。この三者三様のネットワークは三者が個性的であることが大事だと思っています。

厳密にいうと利害の単位や目的が違いますから、共通の利害で行動できるときもあるでしょうけれども、基本的には分離しているほうが動きやすいはずだと思っているのです。

渡辺委員 私もそう思う部分もあるのです。そうでない面というのは地域という固まりなのです。それはキーワードとしては同じフィールドなのです。その地域が分かれてしまうということは、その地域に来たいというお客さんにとってみれば全然関係のない話なのです。このまちのこの通りからこちらはまったく違うというのではなくて、統一感のあるような地域が、1年のどこかの期間にあったとしたら、お客さんにとってみればわかりやすいわけで、それ以外はそれ以外ということです。そのようなことの引き金もこれである

程度引けるのかなという気もしたのです。

若林委員長 わかりました。もちろん共同連携の取組はありで、それを否定するものではありません。排他的な三者ネットワークという感じではないということですね。了解しました。

渡辺委員 おそらくいろいろな意味で話し合いを重ねながらやっていかないといけないことだと思いますし、できるか、できないかというよりも、そういう話をするか、しないかということのほうが重要だと思います。

若林委員長 ありがとうございます。藤野委員はこの関連でいかがですか。

藤野委員 少し話は戻りますが、先ほどの個人商店のパパ・ママストアという奥村委員からの意見ですが、先ほどお話を聞いていまして私の店にそのまますべて当てはまっております。父が社長で、私が専務で、妻が今社員として働いております。一言だけ申しあげるならば、私と妻とで店をやることになるというところでいちばん基本に置いている部分は、二人してどれだけ腹を括っているかということだけだと思います。妻は妻として腹を括っていますし、私はこれから後継の夫として腹を括っているという部分で、夫婦二人でいろいろなことを同等に話し合っているというものが現在の状況です。二人で落ちていこうとすれば落ちてしまいますし、上がろうとすれば上がれるというわけです。

私自身は娘が小さいときはほとんど会えない状態でした。朝の9時半から夜の9時半まで仕事をしておりますので、家へ帰りますと子どもは寝ておりますし、日曜日に子どもと顔を合わせると「お父さん、久しぶり」といわれるような商売をしておりましたが、今現在は逆に娘も仕事を手伝いに来ますし、コミュニケーションもとれています。上の娘は高校生ですがいまだに私とデートを楽しんだりしております。そのあたりはよくいわれるようなことでは、私自身と妻が腹を括って必死になってやってきたのを子どもが見ていたのかなということだと思います。

また話がまったく変わりますが、都心部の商店街組織による面的なネットワークづくりで、先ほど中東活性化委員会のことをおっしゃっていただきましたが、この中東活性化委員会自身も、きちんと商店街を横断的に一本化していこうということは一切ありません。中東活性化委員会が目指していることは、それぞれの単組の商店街がいかに自らの地域における個性的な商店街としての役割とか、特徴をどれだけ伸ばしていけるかを話し合うというところなのですが、相互に補完しあったり、情報交換をしたり、バックアップをしたり、足を引っ張ったり、いろいろな部分もあると思います。どれだけ商業者同士のコミュニケーションを図れるかという部分で、フェイス・トゥー・フェイスで顔が見える商店街をどれだけつくりあげていけるかということなのです。

中東で今年度の春からスタートしようとしているのは、商人塾というものを立ち上げようと準備をしております。それについては商業者のネットワークづくり、地元の足元からネットワークをつくっていこうということですし、現在話のなかで、これは構想ですが各理事長さんにお話をいただくということも念頭に置いております。実はここにいらっしや

る委員の皆様方に、昨年度動いておりまして、これでまた講師の方がたくさんストックできたと私自身はほくそえんでおります。

とにかくフェイス・トゥー・フェイスで商業者が何を考えて、何をしようとして、普段どうしているのかという生の声をどんどん聞いていって、その生の声を聞いてどうするのかということからまず始めようと思っております。それが大きなネットワークづくりといえますか、とくに理事長さん方は京都町衆を体現されている方たちですので、その方たちに少しお話をお聞きするというだけでも、私自身も非常元気になりつつあります。京都というのはこういう仕組みになっていたのかということが少しずつですがわかってきております。そういう部分ももっと活性化委員会としてはやっていって、それをまた外へ発信していくことによって、今度は新風館の渡辺委員さんにも来ていただいて、みんなでお酒でも飲みながらワイワイいえるようなネットワークづくりを目指すことを考えております。

若林委員長 ありがとうございます。居戸委員、お願いいたします。

居戸委員 三条の居戸でございます。今いろいろお話をうかがっているなかでいちばんの問題は個店のつながりをどうするかということですね。渡辺委員さんが先ほどおっしゃっていたのもだいたいそういうこともあるかと思えます。例えば私も六角通は親しくしておりますが、六角通を誰か世話ができないかとか、麩屋町をできないかというのですが、結局世話をする人なのです。三条でも実際に最初は建築士会が動いてくれたから今の三条があるのです。そういう何か当初の仕掛け人があって初めてできるのではないかと思います。まず通りの横のつながりもないのに、ばらばらでは何も進みません。また、今三条通には、いわゆるビルのテナントさんがお入りになっているのですが、業種によってはお客さんの行儀が非常に悪い。すると近隣とまったくつながっていないところもずいぶんあるように聞いています。ここに声をかけても片方が来たら片方がこないだろうという問題があります。このあたりで何か考えていただけたらいいのではないかと思います。

若林委員長 これは非常に実践的な課題ですね。ありがとうございます。

松岡委員 先ほど齋田委員さんがおっしゃったご意見に大いに賛成です。このまとめ方ですが、言葉の選び方でずいぶん印象も違うと思います。何かもう少し違う表現方法はないのかということなのです。ではどう考えるのかといわれると今すぐには答えられないのですけれども。齋田委員さんがおっしゃった京都らしさを散りばめたといえますか、もっと違う表現方法があってもいいのではないかと素人ながら感じました。

若林委員長 作文の舞台裏を紹介しますと、一方でこういう商業振興施策になりますと、国の枠組みがあって、その考え方があってという作文の書き方があり、他方で今回は京都にこだわろうということで考えていて、2つの性格を含んでいます。一方で非常に機能論的な、普通のどこの都市でもいえる商業問題の立て方をしている部分があり、他方では京都を非常に想定した部分がありという両方が混ざった形になっていて、実際にそういう性格の文章になっています。

松岡委員 齋田委員さんが「マニフェストのような」といわれたのは、その文言を例えれば10個並べてみんなが「なるほど」と思う、そういう言葉を。

若林委員長 そういう意味でいうと具体的にお聞きしたいのですが、「京都が目指す商業の姿」の四つの見出しがあります。この四つの見出しはこれでいいかとか、あるいは行政の施策で「5つの転換」があります。この転換の見出しはどうか。「11の戦略」となっているこの11戦略はどうかとか。本ビジョンのポイントは短くすれば結局4と5と11なのです。四つの目指す方向に、五つの施策の転換、11の戦略となります。

中川委員 9ページの気持ちは非常によくわかるのです。そのあと、「5つの転換」と「11の戦略」とこの四つの関係が読んでいる者にまだ伝わってこないのではないかということです。つまり同じ言葉が使われている部分もあるのですが、同じ言葉が使われていない部分もあるのです。もちろんこの4項目の見出しを実現するために「5つの転換」と「11の戦略」があるということです。ですからそれぞれの関係をもう少し明確にしていってほしいというのではないかと思います。

若林委員長 「5つの転換」とか「11の戦略」が、ビジョンの四つとどう関係があるかというように全部対応表をつくったほうがいいというイメージですか。対応表はつくれるのですけれども。

中川委員 そうではなくて概念的につながっているかどうかということなのです。例えば「歴史文化都市・京都を発信する先導的商業」ということを掲げているわけですね。ということは「5つの転換」と「11の戦略」をやれば、これが実現できるということが概念的に整理されているかどうかということなのです。

若林委員長 ビジョンは市民、観光客、商業者、とくに商業者の皆さんに呼びかけているという性格が強いのです。施策はそれを応援するというので、行政と施策としてはここに力点を置くという話なのです。この施策によって四つのビジョンを達成する、四つのビジョンを担保するという関係にはなりきれていません。

逆にいうと今後の展開のなかで四つのビジョンを進めていくうえでいろいろ課題が見つければ、行政の施策のほうこそ今度はブラッシュアップしていく、見直していくということがすぐにでも宿題になります。間違いなくこの「5つの転換」と「11の戦略」で四つのビジョンが担保できているというような関係にはなりえていないという点は、今回はそこはある種一度切れています。率直に言ってその一部を応援しているという関係に近いのだらうと思います。その意味では四つのビジョンを進めるという意味ではまだまだ考えなければいけないこと、宿題はたくさんあるのではないかと考えています。よろしいでしょうか。

井戸委員 今いろいろお話を聞いたなかで、私の捉え方ですけれども今回いちばんポイントになるのは個展を応援する仕組みに変えるという話だと思っています。私は個店が元

気なら京都は元気になるというのがポイントなのかなと感じているのです。29ページの「5つの転換」の1で、今まで組合・団体支援に偏っていたのを個店支援に大きく転換する、それもつけ加えるということが今回のポイントのような気がしたのです。個店が元気になって例えばニューリーダーが現れてきたり、ネットワークができてきたりということにつながっていくのではないかとということで、第5章の1は大きな意味があるのではないかと感じています。

こういう支援の仕組みが個店の店主の人たちにまで行き渡る広報活動的なものが、今後行政のほうを中心に必要になってくるでしょうし、そういう広報活動や、あるいはどのようにしたら自分たちは助成や支援が受けられるのかという仕組み、支援の基準の明確化が今後の課題といたしますか、謳い方としては必要になってくると思います。そういったことを明確にして、では自分たちもトライできるのだというように個店の店主の例えばグループが思って、それを研究したりすることによってネットワークが生まれるし、それが個店の活性化、あるいはそのつながりの商店街や町並の活性化になっていくのではないかと感じるので、ここがいちばん大事だと思いました。

そのための広報活動や、どのようにしたら自分たちがそれに参加できるのかが大きな課題だと思います。

若林委員長 ありがとうございます。以上で第5回都心部部会における商業振興ビジョン(案)の意見交換を終わらせていただきます。

最後に井戸委員がいわれたことですけれども、これはこの文章が確定しませんが本格的に着手できない課題ではあります。冊子をつくりますけれども、文字どおり冊子を全部読むような奇特な方が世の中にたくさんいるとはもちろん思っておりませんし、一人ひとりの個店、商業者の皆さんに呼びかけていくためにはそれに相応しいメディアをいろいろな形でつくっていく、発信していく、あるいは説明できる場をつくっていくことはもちろん課題になると思います。それについてもこういう場をつくったからどうかとか、こういうことをやってみたらどうかというご提案、アイデアがありましたら、次の宿題になりますので、事務局のほうにぜひご意見をいただくと嬉しいと思います。よろしくご指導ください。

## 5 若林委員長総括

若林委員長 では、最後に簡単にまとめをしたいと思います。今申しあげましたように一つは4月を目途に冊子をつくることとなります。明日のワーキング部会、そして来週火曜日の策定委員会を経て、3月中の京都市のなかでの事務調整を経て、4月には全体の冊子として発行されることとなります。もちろんまとまり次第、皆様のところにも送らせていただく予定にしております。それが一つ目です。

それから二つ目は、一人ひとりの個店や、あるいは市民に呼びかけるためにはこの分厚い冊子ではだめですから別立てで、マーケティング的な観点からいいますと、一つの冊子というよりもいくつかのターゲットに合わせて冊子を換えるほうがより適切なのですが、そういうビジュアルでわかりやすいメディアに関しても、次年度になると思いますがこのビジョンを問題提起をしていって議論を広げていく。これ自身を場づくり、ネットワーク

づくりのきっかけにしていくという活用を考えていきたいと思ひます。

三つ目に、この商業振興ビジョンは企画書ですので、これを総合的に推進するということとすと個々の施策を具体化していく、あるいは場合によっては調査研究を進めていく等々の推進が必要で、そのための組織の設置が次年度予定されております。そういった形でこの企画書は、引き続き推進組織を中心に具体化を進めていくということをお約束したいと思ひます。

最後に四つ目ですが、都心部の施策、課題がここに挙げられていますし、先ほど申しましたように三つのネットワークに関しましては皆さんご自身が一つのきっかけになっていただきまして、このネットワークづくりを推進していただきたいと思ひます。都心部で指摘した課題の検討等に関しては今年度の都心部部会での有意義な議論を踏まえて、次年度も引き続き京都市としても課題として位置づけて推進をしていきます。どういう形でというのは今後さらに検討していくことになると思ひますけれども、それについてもアイデアがあればご意見をお寄せいただきたいと思ひます。都心商業の活性化に向けた検討というのは、今後引き続き行うということもお約束させていただければと思ひます。

## 6 山添商工部長あいさつ

若林委員長 それでは最後になりますけれども、京都市の山添商工部長から一言ご挨拶をいただきたいと思ひます。よろしくお願ひします。

山添部長 今日も9時半ということで、時間を大幅に超えるなか熱心なご議論をいただきましてありがとうございました。思い返しますと8月18日に第1回目を開催しまして、それから半年間で5回ということでございますが、この資料の3ページに策定までの経過を述べておりますが、6ページをご覧くださいますと、策定委員会のほかにも、いろいろな活動を若林委員長にも取り組んでいただきました。

この半年間の委員長をはじめとする委員の皆様熱心な議論により、すばらしいビジョンが出来上がりつつあると思ひます。前回のビジョンの時に、ハードからソフトへという発信でかなり予算そのものもそういう方向にシフトしました。今回もこういうメッセージで行政の役割というなかで施策の方向性というのも変わってくるものもあると思ひます。また一方で、今日議論が出ておりましたように商業者の皆様がこれを一つのたたき台として議論をするなかでまた新たなものを今後出してくればと思っております。

その中で2つほどご報告させていただきますが、若林委員長がおっしゃったように、都心部の問題については、本題についてはこれが始まりと思っておりますので、これから議論を重ねていくことになると思ひますが、都心部問題だけではなく、商業の振興は、必ずしも産業観光局という経済問題のエリアだけでないということをはっきりしているが、我々としてもウイングを広げて、他部局との連携という表記になっておりますが、お互いが精査するところも必要になってくると思ひます。

2点目が、大島委員もおっしゃった、重点戦略がかなりさっぱりしたものになっておりますが、全部施策を書き込むと固定的なものになってしまいますので、そうではなくてビジョンは方向性を出すものだと考えておりますので、一方で商業者の皆さんからご意見をお伺ひしておりますと、じゃあ何をするのかという具体的なものを中には必要ではないと

いうご意見もあろうかと思ひますし、私もそのとおりだと思ひますので、先ほど西川課長が申しておりましたとおり、この11の戦略の中で、あまり細かな示し方はせず方向性に沿うような施策について、具体的に書き込めないかということ、そして最後になりますが、先ほど象徴するような語句、言葉は非常に重要で、名称の話が出ておらなかったのですが、副題も含めて、メッセージになろうかと思ひますので、中身の言葉の使い方、また、テーマについてアイデアがございましたら承りたいと思ひます。本日が都心部部会の最後ということでございます。心からお礼を申し上げます

## 7 事務局事務連絡

若林委員長 それでは、以上で本日の日程は全て終了させていただきます。最後に事務局から事務連絡をお願いいたします。

事務局（西川）どうもありがとうございました。予定の時間を過ぎておりますので簡単にご連絡させていただきます。

一点目は、2月24日に策定委員会が開催されますけれども、その結果につきましてはまた後日皆様方にご連絡させていただきます。二点目は完成したビジョンにつきましては4月に入りましてから皆様のほうに郵送させていただきます。三点目は、先ほど大島委員からお話ございましたがお手元にお配りしておりますが、コミュニティビジネスの『まちで暮らす、まちに生きる』というセミナーが、今回3月7日の午後1~4時、京都駅前のおぼろのプラザ京都でセミナーを開催する運びになっております。皆様方におかれましてはご都合のつく限り、ぜひともご参加いただきたいと思ひます。よろしくお願ひいたします。以上でございます。

## 8 閉会

若林委員長 短い半年の期間でこのようなビジョンを作成いたしました。これも皆さんの熱心な思いに支えられて、そのおかげでここまでやっとなることができたと心から思っております。

皆さんのこれまでのご協力に心から感謝します。ありがとうございました。これで都心部部会を終わりたいと思ひます。