

新京都市商業振興ビジョン（仮称）策定委員会 第2回ワーキング部会

日 時：平成15年9月17日（水）10時～12時

場 所：池坊学園洗心館 6階第1会議室

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）策定委員会第2回ワーキング部会を開催いたします。私は事務局の商業振興課長の西川でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

開会にあたりまして、本日、産業観光局長の島田がまいっておりますので、一言ご挨拶をさせていただきます。

島田産業観光局長 産業観光局長の島田でございます。本日は大変お忙しいところをお集まり賜りましてありがとうございます。本来でございますと第1回のワーキングのときに寄せていただいてお願いをせねばならないところではございましたが、市会とかち合いました大変ご無礼申しあげました。お詫び申しあげますと共に改めましてよろしくお願い申しあげたいと思う次第でございます。

前回の議事録を拝見いたしますと、皆様方から大変な貴重なご意見をいただきました。ありがとうございます。引き続きご協力をお願いしたいと思います。私どもは現在、以前の商業振興ビジョンがございまして、それに基づいた考え方の下、行政としていろいろな施策をやってまいりました。しかしながら現時点における京都の商業、商店街を中心といたします流通、商業の状況は必ずしもよくなったとはいえず、ますます厳しいという客観的な状況もあろうかと思っております。

率直なことを申しますと、新しいビジョンについて私は二つの意義を勝手に思っております。一つは行政ですが、今日的、あるいは今後タイムリーな有効な施策を持ちたいということです。もちろん行政が考えるわけでございますが、その際に皆さん方のお知恵をぜひとも拝借いたしまして、こういう施策をするべきだといった具体的なアクションプランと申しますか、そこまでサジェスチョンいただきたいと思うのが本音です。またもう一つはこういったワーキング、今度の新たなビジョンにおきまして、現に商売をしておられる商店街の皆様、商業者の皆様が取り組むべき方向、あるいは具体例、指針といったことを皆様方にお考えいただきまして、行政はもとより現に商売をしておられる方々が進むべき方向性というものを併せてお示しいただければ、本当にありがたいと思う次第でございます。

例えば現時点で商店街のシャッターが閉まっておりますところもないことはございませんし、場所によってはほとんど閉まっているという商店街もございます。従来はこの空き店舗対策をどうしようかという発想でいろいろ施策を考えましたが、実は今度、手前味噌でございますが商い創出事業ということで10人の方を公募して、ご支援申しあげて新規開店をしていただきます。そのことによって結果として商店街の空き店舗が埋まるということにもつながるというように発想を変えまして、商い創出事業という形で市民の皆様から「こういう商売をしたい」という方を募集してご支援申しあげるといふ施策を今年打ち出しました。そういう発想の転換と申しますか、これから新しい切り口が今後より一層

重要になってくるのではないかと考えている次第です。シャッターの管理人、後継者不足等々深刻な問題もあるかと思います。そういう観点を踏まえつつ、違った切り口で新しい知恵を入れた発想をするのかなとより一層思っているところです。

このワーキング部会は限られた回数でございますが、実は若林委員長がこの定例部会とは別にお一人お一人の委員の先生方をご訪問いただき、直接ご意見を聞いていただいているということもお聞きしております。そのご努力と熱意に対しまして本当に心から感謝申し上げたいと思う次第です。皆様方も短い期間になると思いますが、できるだけ忌憚のないご意見をおうかがいして、有効な新しいビジョンの策定にご尽力いただきたいと思います。どうぞよろしくお願い申し上げます。ありがとうございます。

事務局（西川） それでは誠に申し訳ございませんけれども、島田局長はここで退席させていただきますことをお許し願いたいと思います。

島田産業観光局長 ご無礼いたします。よろしくお願い申し上げます。

（島田局長，退席）

事務局（西川） 本日のワーキング部会の出欠状況ですが、事前にKICSの小出委員さん、大阪市立大学の佐々木委員さんから欠席のご連絡が入っておりますのでご了承いただきますようよろしくお願いいたします。また、前回の部会にはご欠席されておりましたが、京都大学大学院農学研究科教授の新山委員が本日はご出席されておりますのでご紹介させていただきます。

新山委員 新山でございます。前回は欠席して申し訳ございませんでした。よろしくお願いいたします。

事務局（西川） また本日も近畿経済産業局流通サービス産業課のほうから清遠様、また京都府の商工部観光・商業課の久光企画主任様にご出席いただいております。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは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、お手元の資料リストとご照合いただきまして、過不足等ございましたら事務局までお申し出いただきますようお願いいたします。また併せましてお手元に前回の部会の議事録をお配りしております。送付文書にもお書きしているとおり、修正箇所等ございましたら9月26日の金曜日までに電話、ファックス等で事務局までご連絡いただきますようよろしくお願いいたします。そのうえで公開ということになります。

それでは、このあと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。

若林委員長 おはようございます。委員長の若林です。待たせに待たせました阪神が優勝して、阪神ファンである人とそうでない人がいらっしゃるかとは思いますが、商業その

ものは地道に営業することが基本とはいえ、こういう大きなイベントでこの秋、関西の商業が元気になるといいなと思います。とりあえず昨日一日の売上は、阪神百貨店をはじめ関西はすごかったのではないかと考えております。

本日は2回目です。前回の最後にも申しあげましたが、11月に一つの中間的な取りまとめを進めるということで、それに向けて委員の皆様方のご意見をどんどん出していただいてもんでいきます。それを私、あるいは行政と相談しながら整理してまとめていくということでやっていきます。本日、そして次回、ぜひ委員の皆様からのご提案やご意見をどんどんいただいて、それを意見交換するという形での運営を大事にしていきたいと考えておりますので、「こういうものを今準備しているのだが」というものがございましたら、事務局、あるいは私のほうにご連絡いただければと考えております。

前回の議事録を見ていただくと非常に広範囲にわたる議論をしているように思います。大きな考え方として三つぐらいあると感想としては考えております。

一つは、基本的には前回の振興ビジョンをぜひ改めてお読みいただいて、ご感想をもっていたきたいと思っています。と申しますのも、基本的には前回の振興ビジョンの大きな方向性といいますか舵取りそのものは大事にしたいと思っています。よく読むと「これは何が言いたいのだろう」というものがないわけではございませんけれども、大きな方向性としてはそのように思っているのです。その中身を踏まえながら、商業の役割は私たちの生活や京都市の魅力にとって非常に重要な意味がありますから、ビジョンの中に取りあげられていないようなこと、あるいは抽象的になっているところ、あるいは方向性は示唆しているがまだまだシャープな捉え方ができていないのでいい施策にまで具体化できていないものを、深める、広げるといった方向で、今度の商業振興ビジョンにつなげることができればと考えております。

もう一つは、私自身、基本的には商業のあり方は商業者自身の努力なり才覚なりによって支えられているものだと思っています。ただ、同時にその商業者の取組そのものが、まちづくりとか今日お話ししていただく予定になっている食の安全、あるいは環境の問題なり交通の問題なりというように、さまざまな面で私たちの生活や京都の魅力ということと関係がございます。したがって、最終的には商業振興ビジョンということですので商業のところに焦点を合わせることとなりますが、大きな組み立て方としては非常に広い視点、まちづくりなどに関する総合的な体系的な捉え方について議論するという大きな議論を一つ位置づけたうえで、そのうえで第二弾として商業、商業者、商店街の役割なりその振興の課題ということを論じる。

そして最後には、基本的には先ほど申しあげたような商業者自身の、あるいは商店街自身の取組が基本になるとは思いますが、行政としてどんな施策を展開することでそれをサポートしたり誘導したり 場合によっては規制したりということがあろうと思います。そういった行政の施策は大きなまちづくりのような議論、そして商業、商業者、商店街の課題なり方向性、そして最後にそれを支援する行政の役割、課題、施策といった三段階になります。なかなか分けづらい部分もあると思いますが、基本的な見方としてそういう三つのレベルで考えていければと考えております。

普通、行政の施策を最後につくるということであると、行政の主導で原案が出てきてご検討いただいているという形になりますが、これはどちらかというとビジョンですので、最終的

には行政の文書にはなりません、性格としてみれば関係する京都市民の手による京都市民のビジョンだと思っています。商業のあり方に関わることで、商業者に独自の位置づけといいますか意味がございますけれども、消費者、商業者、京都市民の手によるいろいろな意見を反映させ、そして私たち自身が京都市の商業をどういう方向へもっていくかという方向をきちんと示す。その意味では行政の文書ではありますが、消費者、商業者、市民の私たちのビジョンというような性格を大事にしたいと思います。短い時間できちんとやろうとすると大変なことになるし、実際のつくり方でそこまでできるかということはあるのですが、しかし気持ちとしてはそういう気持ちで、委員の皆様方のご提案を受けてつくっていくということであればと思っております。

このような感想をもっておりますので、今後ともよろしくお願いたします。

まず、前回の議事録のまとめが出ておりますのでこれをご確認いただきたいと思っております。「ここは違う」という直しがございましたら、事務局に申し出ていただければ訂正いたしますが、基本的にはよろしいでしょうか。

(一同了承)

若林委員長 ありがとうございます。それから前回、佐々木委員から、大型店とそれ以外の関係はどうなっているのかという趣旨のご発言がありまして、それについてもう少し資料をとというような議論がございましたので、商業統計のデータを中心に事務局のほうでまとめていただきました。今後の議論の参考になると思われる部分もあろうかと思っておりますので、少しその点について事務局からご説明をいただきます。お願いします。

(事務局より資料説明)

若林委員長 ありがとうございます。この資料そのものは今日の中心の議論ではございませんけれども、今の資料のご説明を受けまして何かご質問はございませんか。なければ、ご覧いただいてご活用いただきたいと思っております。また商業統計の新しいデータが出ましたら追加的に資料を整理して出していただくことになっておりますので、それはそのときに説明を受けたいと考えております。

それでは早速このワーキング部会委員の皆様のご提案と意見交換ということで、本日の議題のほうに入りたいと思っております。先ほども申し上げましたように、最終的には商業ということの議論へ落として具体化していく、深めていくということになるわけですが、そのためにもまちづくり、食の安全、環境、福祉、交通等々、大きな意味でのまちづくりとか京都の魅力づくりというようなことでの意見交換を大事にしていきたいと思っております。

今日は、事前にこちらからお願いしているわけですが、「食の安全」が一つのテーマです。もう一つは、まちづくりを総合的に進める一つの典型的なやり方として、中心市街地活性化法に基づくタウンマネジメント会社をつくってのまちづくりというものがございまして、京都では伏見のエリアを指定して取組が進められております。その「伏見地区におけるTMO(タウンマネジメントオーガニゼーション)の取組」、この二つについて委員からご報告していただいて、それぞれ意見交換を行いたいと思っております。

まず、第一のテーマである「食の安全」です。とくに畜産の BSE の問題等その分野のご専門の新山委員さんから「食の安全(トレーサビリティ)」をテーマにご報告していただきます。スライドもご用意していただいておりますので、前のほうにご注目していただきたいと思います。それではよろしくお願いたします。

2 新山委員からの報告

新山委員 食の安全、とくにトレーサビリティについて、商業振興のうえでどのように考えられるかを話してほしいというふうに依頼を受けました。話をする時間は 10 分ぐらいと言われたのですが、ちょっと 10 分では無理で 15 分ぐらいはかかるかと思います。

1 回目に出席できなかったのですが、どのように話をしているかわからなくて準備が不十分なのですが、最初にスライドにはないことを 2, 3 点ほどお話ししておきたいと思います。これは商業振興の上でどのように考えていったらいいかということです。実はどう考えていったらいいかというのはそれほど簡単ではないので、まだちょっと思いついた程度のことです。

まず第一点ですが、食品の安全対策というのは全体として何らかのシステムを導入していくという形が今は求められるようになってきています。例えばハサップ(HACCP)という安全管理のシステムもそういう例です。するとスーパーマーケットのような大きな店舗は導入しやすいのですが、小規模な家族営業の小売店はシステムというものはそもそも導入しにくいのです。ですから実際に小売段階で安全が確保されているかどうかという実際的な問題もありますが、それとは別に「やっています」ということを消費者に宣伝することが非常にしにくい商売形態だということです。

このなかでどうするかということをお考えすると、おそらく共同開発をやっていかなければならないのではないかと思います。小売段階に関してこういう安全システムの共同開発ができているところはまだほとんどないのですが、近畿では兵庫県が自治体独自のハサップの認証制度を全国で初めてやり始めて、私もその委員をさせていただいています。そこでは小さい事業者の方も導入できるようなものを独自に開発しているということがあります。こういうことを考えていかなければいけないかなと思います。

2 番目は、今日お話しするトレーサビリティです。これもシステムの一つで、とくにフードチェーン、フードチェーンというのは農場から始まって供給する小売店にまで届くシステムですが、それをつないでいくシステムです。小売店というのはどこに位置するかというとチェーンの一番下の方、一番消費者に近いところに位置するわけです。つまり小売店がこれに取り組みたいと思っても、川上でシステムができていないとどうしようもない位置にいるということです。そういう点でも難しさがあります。

ただ、どこか手掛かりがないかということといえば、手掛かりは京都でもあります。それを申しますと、一つは牛肉で、牛肉は今度義務化されるのですべての事業者が取り組まなければならなくなります。すると川上でシステムができますので小売店も取り組みやすい。とくに専門小売店は去年、自主事業がされまして、神戸では神戸肉のトレーサビリティを専門小売店でも実際にやっておられます。そしてできるという感触がつかめています。

それから、もう一つは京都独自のことで、京都市中央卸売市場がありますが、その第一市場、これは果物や野菜、水産物の市場です。そこで今年からトレーサビリティシス

テムを導入することを検討するという事に着手されるようです。聞くところによると京野菜から取り組み始めようということなので、そのなかに一緒に入ると専門小売店も取り組みやすいのではないかと思います。以上が2点目です。

次に3点目ですが、全体として専門小売店で食品安全確保のシステムやトレーサビリティのシステムを考えると時には、二つの中央卸売市場と結びついて一緒にやっていくようにすると、まちづくりとしての食品安全確保や食の対策もやりやすいし、システムもつくりやすいのではないかと思います。内容的には京都産の農産物、野菜、畜産物、これはブランド化されていますので、そういうものを販売しているところから着手していくとやりやすいのではないかと思います。

以上が、メモを書いていることで恐縮ですが最初に申しあげたいところでした。それでは残された時間はあまりありませんけれども、トレーサビリティとはどのようなものを簡単に説明したいと思います。

(スライド使用)

最初にお示ししておりますのは、お配りいただいた資料と同じものです。食品安全といえますけれども、実際に安全問題がどれほど深刻かということを示す材料として表を掲げています。96年に堺市で学校給食集団食中毒事件がありましたが、実はあの頃から毎年のように非常に大きな食品事故が起こっていて、そのなかでBSEも発生したわけです。おそらくこの構造はこれから将来しばらく変わらないと思います。

なぜ変わらないかということについても資料があるのですが、それはお手元の資料では「参考資料」ということで後ろのほうに付けていますので後ほどご覧いただきたいと思えます。ですから長期を見据えての対応が必要ということになります。

品目別に見ますと、青果物と畜産物・水産物では少し問題の性質が違います。青果物は農場で使われる農薬などの化学物質の残留が問題になりますし、畜産物や水産物はこれも家畜などに使う化学物質・抗生物質などが問題になりますけれども、病原性の微生物による食中毒の事件が多いのです。つまりフードチェーンの中程で起こるものが多いということです。こういうことに対応していかないといけないわけです。

その次は「食品リスクにどう向き合うか」というスライドをつくっています。たくさんことを書いていますが、とくに注意していただきたいのは、食品チェーンは農場から始まって流通業者や食品製造業者やたくさんの事業者で構成していますが、これは一種の運命共同体と考えていただきたいということです。このチェーンのどの段階で事故が発生しても全体が不利益を被ります。農場ではきちんとやっているのに、例えば雪印のときのようにメーカーが悪いとか、メーカーはきちんとやっているのに農場で農薬管理が悪かったといっても、それは消費者には通用しません。ですからチェーン全体としての協同戦略が必要で、これは小売店も同じです。そういう意味では食品安全確保のシステムというものは、一種の社会資本と考えて取り組んでいかないといけないということです。

次は食品安全対策のために今どんなシステムが求められているかということですが、全部で五つあります。そういうシステムのなかでこれからお話しするトレーサビリティはその一つでしかありません。ですから安全対策、食品安全が確保されたまちづくり、商業と

いうことを考えたとき、全体にどう取り組んでいくかということ視野に入れられないといけません。

トレーサビリティということは今、非常に盛んに言われているので、必ずどなたもお聞きになっていると思いますが、ではどういうものかということです。これは大変誤解も多いので、誤解が解けるようなお話をしたいと思います。

まず、なぜトレーサビリティが求められているかということです。今申しましたように、食品が原因となって健康へのリスクを高めることが増えています。これまでさまざまなリスク管理の手段が取られてきたのですが、さらにそれが必要になってきている。例えば迅速な製品回収や事故の原因究明があります。あるいは消費者の信頼が非常に低下しましたので信頼を回復することが必要です。消費者は今、生産履歴の明確な食品を求めています。これは言葉を換えれば、どこからどういう経路を通ってきたかという流通経路の透明性が求められているということになります。こういうことのためにトレーサビリティが期待されています。その場合のトレーサビリティというのは、その下に書きましたように「農場から食卓まで（フードチェーン）」をつなぐものだということです。

では今、日本ではどういう行政の取組状態になっているかということですが、まず法制度ができています。牛と牛肉には義務化されました。「個体識別情報の管理と伝達に関する特別措置法」という法律の下にこれからは実施されます。もう一つ、あまり言われていないことですが食品衛生法が今度の国会で改正されて、すべての食品事業者はその食品の仕入れ先の記録を保存することを奨励することになりました。これもトレーサビリティに近いものです。ただ、一般食品については現在のところはあくまで自主的に入れましょうということです。

これを行うために今は食品のトレーサビリティのガイドライン、牛肉のガイドラインができていますし、それから食品衛生法についてもこの部分のガイドラインができています。それとは別に、農林水産省で生産工程履歴開示 JAS 制度という認証制度を検討中です。

ではトレーサビリティとは何かということですが、まず定義がされています。「生産、処理・加工、流通・販売のフードチェーンの各段階で食品とその情報を追跡し、また遡及できること」としています。「追跡」と「遡及」という似たような言葉が出てきていますが、「追跡」というのは川下方向へ食品を追いかけること、農場から始まって食卓のほうへ追いかけていくことをいい、逆に川下のほうから消費者、または小売店のほうから農場のほうにさかのぼっていくことを「遡及」といいます。トレーサビリティというときにはたくさんの事業者がつながりますけれども、どの事業者も欠けてはいけないということです。「追跡」もでき「遡及」もできるというシステムが求められます。

その次の留意点というのは、さまざまな誤解がありますのでまとめてみました。トレーサビリティというのはあくまでも食品の追跡システムです。マスメディアでよくされている宣伝を見ますと、インターネットやパソコンを使ったりしてあたかも電子情報システムのような宣伝がされています。それは本質ではありません。紙の記録でも十分できます。トレーサビリティというのは、むしろ原料とか食品というものをいかに管理するかというシステムです。分別管理をして、あるものと他のものが違う、あるいは京都産のものと兵庫県産のものをきちんと識別できるようにするというもののシステムです。識別するときには情報を使うわけですが、情報というのは端的にいうと識別番号、番号という情報です。こ

こは非常に誤解があります。

そのためにマスメディアで、インターネットによる生産履歴情報の提供がトレーサビリティかのように言われました。これは日経新聞もよく報道するのですが、日経新聞の報道はそういう点でまったく間違っています。日経新聞は「生産履歴情報の提供、すなわちトレーサビリティ」と言っていますけれども、これはとんでもない間違いです。

生産履歴情報というのは主に農薬をどの程度使ったかという農場の管理履歴を指します。それは大事な情報なのですが、それを中抜きして、流通業者を抜かしてポンと消費者に届ける。例えばインターネットなどで提供するという、これはこれとして意味がなくもないのですがトレーサビリティとは近いけれども別のものです。そういう意味では今度農林水産省がつくろうとしている生産工程履歴 JAS 制度も、わざわざ「トレーサビリティ JAS」と言わないのはトレーサビリティとは違うということです。

またスーパーマーケットなどでは、店頭タッチパネルで消費者が直接情報検索することが売り物にされましたが、これもトレーサビリティの本質ではありません。これはあくまでマーケティング戦略に属することです。ですから小さい小売店の立場からすると、こういう宣伝がされてトレーサビリティというのは大きなメーカーやスーパーマーケットのものというふうな劣勢に立たされてきたと思いますが、それはごまかされないようにして、そういうものではないと考えたときに、規模の小さい小売店がどのようにトレーサビリティに取り組めるかということが出てくるのではないかと思います。

それからその次に書いているのは、トレーサビリティシステムを食品安全を確保し食品への信頼を確保するための社会基盤と考えてくださいということです。よく大きなスーパーマーケットがプライベートブランドに付加価値を付けるような形でトレーサビリティの宣伝をしてきましたが、これは実は非常に消費者の反発を買っています。そういう自己の利益追求に利用するということは、結局また安全性をないがしろにすることになると思われるからです。

あとは専門的になりますので省略したいと思います。

ではトレーサビリティは何のために導入するかということで、その次にトレーサビリティの意義・目的を書いています。これはいくつもの目的に使えます。大きく分けると、リスク管理をする、健康に与えるリスクを管理するということです。具体的には、食品事故は必ず起きるということを想定して取り組まないといけないと現在思われるようになっているのですが、事故が置きますと、雪印はまったくそれができなかったので信用を失墜したのですが、迅速に事業者自身がプロセスをさかのぼって、原因を究明して是正措置を取らなければいけません。事故が起こってもこれができる信用を失墜しないということです。それから迅速に製品回収をするということです。これが製品に番号を付けて管理をするということによってやりやすくなるということが、トレーサビリティの非常に大きな目的の一つです。

もう一つは情報の提供ということで、とくに表示の立証性を助けるということがあります。偽装表示事件が頻発しましたけれども、農薬などのように製品検査をして表示と製品との対応関係を立証することができるものはいいのですが、原産地というのは、京都のものか兵庫県のものかというのは検査をしてもわかりません。しかも偽装表示はそういうもので多発しました。そのときに農場から番号を付けて管理をして供給するというのが

きると、たしかに中身が間違いないということが立証できるという機能があります。

もう一つは、事業者が在庫管理や品質管理をするときに、やはり製品に番号を付けて管理すると効率化が図れるということがあります。この最後のところは、家族経営の小さい小売店などではあまり効果がないかもしれません。そこまでする必要はないかもしれません。

その次の事業者の取り組むべきことは省略します。

消費者への情報提供の考え方も省略しますが、一言だけ申しますと、スーパーマーケットなどでタッチパネルなどを使ってたくさんの情報を提供しようと思いましたが、これは実はあまりいい方法ではなくて、実際、タッチパネルはあまり見られなくなっています。それは理由もあることで、私たち消費者が食品を購入するときには情報を受け入れたり思考したりする時間が非常に限られていますので、たくさんの情報が与えられていちいちそれを読んで判断することはできないのです。これは事故が起こったときにたくさんの情報を提供しないといけないとか、これから行われる食品のリスクに関する情報提供とは全然別なのです。店頭での情報提供はできるだけ限定して行うことが必要です。

むしろいいことは、専門小売店では対面販売ができるので、直接消費者と買い物るときにやりとりをしながら情報を伝えられます。そういう点がスーパーマーケットとは違う優位さだと思います。

その次に、トレーサビリティのシステムをつくる時はどんな作業をしなければならないかを書いていきます。これを見ていただくと、トレーサビリティとはどのようなものかわかりやすいと思います。先ほども言いましたように、トレーサビリティというのは製品や製品ロットに固有の識別記号を付けて識別して、その情報を保管することによって追跡や遡及ができるようにするシステムです。

まず識別単位というものを設定します。製品一つひとつにするのか、ロットにするのかということです。それから識別記号を定めます。これは取り扱い者、事業者にも ID 番号を付けます。そしてそれらが移動したり作業したりするときに混ざらないように分別管理をするということが基本になります。

さらにずっとチェーンを通して追いかけることができるようにするには、その次のつながり（対応づけ・リンク）の確保と記録ということが大事です。事業者は原料を仕入れて製品を製造するのですが、トレーサビリティのシステムをつくりますと仕入れた原料にロット番号が付くはずですが、その原料のロット番号と仕入れ先の番号とをまず対応づけて記録します。すると、例えばその原料の 1 番ロットはどこから仕入れたかがあとから確かめられます。次に、原料のロット番号とそれからつくった製品のロット番号とをまた対応づけて記録しておきます。すると、何番の原料から何番の製品ができたかがあとから確かめられます。途中で何段階も分割したり統合したりする作業があっても同じことをやればいいわけです。統合前の番号と統合後の番号を対応づけて記録しておきます。最後に製品になってまたそこに新しいロット番号を付けますが、それと販売先の ID 番号とをまた対応づけて記録しておくということです。これをしてあげば工場の入口から出口、逆に出口から入口に製品を追跡することができます。

さらに物量会計といって仕入れた重量と製品の重量とを記録しておいて、例えば原料の 2 倍の製品ができていたら途中がおかしいというふうなチェックできるようになります。

そういうことも大事な仕組みです。あとは製品にラベルを貼って、そこに識別番号を書いて伝達していくことをします。これがすべてできていればいいわけです。

その次はそれをイメージ図にしたもので、これが今度つくられる牛肉のトレーサビリティのイメージです。牛肉の場合は牛1頭ごとに番号を付けて識別します。しかも日本の場合は、この牛に付けた番号をそのままずっと小売店まで使っていこうというものです。生きている牛は顔があるのである程度見分けがつかますが、肉になるともう見分けがつかなくなります。しかも肉を分割して最終的にはスライスしてパックに入れるわけです。このパックに入った肉と部分肉とか枝肉、そして牛、これのどれとどれが対応するかがわかるようにしていこうというシステムです。それをするために記録を残します。

aの農家で牛が生まれたら No.1 という番号を付けます。その No.1 の牛が大きくなって出荷するときには、c というと畜場へ販売して重量がいくらで販売日がいつという記録が付きます。c というと畜場では No.1 の牛を a の農家から買って体重いくらで納入日がいづ、それを枝肉という大きな肉にするのですが、その肉にはやはり No.1 の番号が付いていて、それを今度は d という部分肉製造メーカーへ販売して、その枝肉の重量がいくら製造日がいづと記録していく。あとは同じことをします。小売店では No.1 の番号の付いた部分肉を d から仕入れて、重量がいくら、仕入れ日がいづだったか、それからスライスパックをつくりますが、製造重量がいくら、製造日がいづという記録を残していきます。

すると消費者の方が小売店でこの肉を買って「ちょっと変だ」というときに、小売店に問い合わせると No.1 の記録が残っています。そこに d から仕入れたという記録があるので d へさかのぼる。d は c から仕入れたので c にさかのぼる。このようにして農場までさかのぼれます。逆にこんなことはほとんどありませんが、農場で自分の出荷した牛が何か変だということで回収しなくてはいけないということになったとき、やはり記録が残っているのでそれをたどっていきます。この赤い色を付けたように、今 No.1 の牛の肉が部分肉製造メーカーにあるのか、どこの小売店にあるのか、これが特定できるはずですが、このシステムをつくらうというわけです。

これは BSE 対策のためと言われてはいますが、全頭検査をしているので安全だから問題ないのではないかと考えられますが、それでも事故はあります。実はフランスでも事故は起こっていて、焼却すべき肉が販売されたのです。カルフルというスーパーマーケットです。そのときはすでにこういうシステムができていましたので、かなり早く回収できたようです。むしろ消費者は事故が起こっても対応できるシステムができていてということ、より信頼ができたということになっています。

さらに BSE だけでなく、日本では幸い起こっていないのでいいのですが、0-157 の食中毒事故が実は牛肉では非常に多いのです。0-157 というのはそもそも牛の腸の中に棲んでいる大腸菌です。アメリカでは去年史上最大の回収事故が2回も起こっています。すると、と畜場や部分肉製造メーカーで原因は起こるわけですから、その肉を迅速に回収しないといけないというふうになります。

牛は1頭ごとに番号を付けていくので比較的やりやすいのですが、あとの多くのもの、例えば米でもトウモロコシや大豆でも、あるいは牛乳のような液体でも、ロットで管理することになります。ロットで管理するときはどうなるかというイメージをその次に書いています。

ご存じでないかもしれませんが農家は朝晩搾ります。搾って一旦農家に置かれているクーラーに貯蔵します。それをタンクローリーで農協などが集めに回ります。集めたものをメーカーや農協の殺菌処理施設で処理してパックに詰めます。するとすぐにわかりますけれども、まず農家で仮に100頭の牛を飼っていたとすると100頭分の牛乳が混ざるわけです。その後タンクローリーで集めるときに複数の農家のものが混ざります。殺菌処理をするときにはもっとたくさんのものが混ざります。つまりパックにはたくさんの農家の牛乳が混ざっているわけです。

こういうときは追跡をしても図のように未広がりの追跡になりますし、消費者がパックを買って変だったというときに遡及しても、農家にいくと例えば800頭分の牛というふうには未広がりになります。これは追跡の効率はたしかに下がりますが、では意味がないかというところではなくて、この下に書いてあるように記録が残っているわけです。例えばA業者のタンクローリーで集めたものがロットA1だとしますと、それには1から4の農家のものが混ざっているという記録が残っているはずで、殺菌処理タンクはA1のタンクローリー、A2のタンクローリーで何日に集めたものが殺菌処理のロットB1になっているという記録が残っているはずで、こういう記録が残っていると迅速にさかのぼることができます。

今は伝票で取引していますので多少の記録は残っているのですが、さかのぼりができません。そのため雪印の食中毒事件のように回収が遅れたわけです。今は回収が1日遅れると数百人から千人単位で被害が広まります。そういう意味ではこういうシステムが必要だということです。

これは青果物の場合です。あとは省略します。

そういうシステムで小売店が末端におられるということになります。

これはかなりあとのほうに書いていますが、銘柄品へ適用した例で、フランスの牛肉です。これはスーパーマーケットで売っている牛肉で「緑の草原の牛肉」という名前が付いています。フランスは専門小売店を非常に大事にしていますので、専門小売店用のもう一つの銘柄は「昔ながらの牛屋の牛肉」という銘柄があって、中身は似たようなものですが、これもこういう銘柄品の販売を行っています。

これは上から牛が生まれて、肥育場で肥育されて、牛が移送されて、と畜をされて、解体されて、また肉が輸送されて、小売店で熟成、精肉へ商品化されてという各段階を描いています。その各段階で管理基準のような、それから品質基準のようなものを設けています。きちんと管理された品質の高いものだという保証ができるのです。このINTERBEV（全国家畜食肉業者連合）という連合組織がこういうシステムを協同開発して、しかも保証をして、マークを付けて販売します。小売店にもこういうマークが表示されていて、消費者はそのマークを目印に「これはフランスのこういう品種の肉できちんと管理されたものだ」ということを識別して買えるようになるわけです。

今、京都はブランドをつくっていて京野菜は有名ですが、京都牛肉、京都豚肉、京都鶏肉とそれぞれブランドがあるのですが、野菜以外は残念ながら中身がはっきりしておらず、もう一つ消費者によく伝わっていません。牛肉は、例えばモリタ屋さんなどは積極的に京都牛肉の宣伝と販売をしておられますが、やはりこういう認証制度のような仕組みの整備が足りないのではないかと思います。農場から始まって中央卸売市場を含めてこういうシ

システムをきちんと整備して、それを小売店で販売するということになる、小売店でもブランド品を取り扱うということで積極的なマーケティングができるのではないかと思います。

最後に課題です。そういうシステムをつくるためには、今の話でおわかりいただけたかと思いますが、牛肉なら牛肉の業界、野菜なら野菜の業界が、農場から小売店まで卸売市場を含めて連携して合意しないとできないということです。こういうことに取り組むことが必要なのではないかと思います。

3 意見交換

若林委員長 ありがとうございます。消費者にとってもなかなか勉強になるご報告をありがとうございました。早速質問やご感想などを出していただければと思います。いかがでしょうか。消費者、あるいは商業者の立場からでもあるかと思います。京都ブランドの農産品との関係の話もなさっていましたけれども。

遠州委員 大変興味深く聞かせていただきました。ただ、今のお話を京都のなかでどう展開していくかということが課題だという印象をもちました。最初のところで京都ブランドをというお話もされたと思うのですが、一方で中央会議のような流れとは別に、対極に動く方向もあるのではないかと考えています。

例えば個人的に見ておりますと、商店ではなくてその前の段階のところ、引き売りの八百屋さんというのは京都のまちでは非常に利用されています。このへんのところをどうするのか。今までだと長い付き合いのなかで、「あのおばちゃん言っているから信用できる」というような、個人の間で構築されている信頼関係によるトレーサビリティというものがどうもあったのではないかなという気がするのです。そのへんをどうするのかということ。

それから例えばお米屋さんと話をしていても、もうお米を仕入れるという時代は終わって、自分で産地へ行って農家と直接契約をするというようなお米の買い方をしておかないとこれから対応できないということで、意欲的なお米屋さんほど個別に走っているのです。非常に興味深いのでそういう情報にアクセスできればわれわれは安心できるのですが、一方でそういうふうに闇雲に動いてしまうと、誤った、もしくは誇示した正しくない情報を提供されたときに対応ができない。そういう極めて京都的な小売の部分について、トレーサビリティをどう展開していくのかなということのヒントをうかがえると嬉しいのですが。

新山委員 それは結論的にいうと非常に難しいことで、手をつけるとするとおそらく最後になるのではないかと思います。

と申しますのは、今おっしゃったとおり個人的な信用に基づいているということになりますので、第三者が検証することはできないのです。安全確保ということであれば、検証がいかにできるかということです。検証するときには、例えば記録を残すといったときにはあらかじめ何の記録を残すかということを決めておいて、どのような様式で残すか、どこに保管しておくかを全部決めておかないと検証できないのです。すると、こういうふうな個人的な形でされていると、今のような様式をもしつくるにしても個人的につくることになります。それを第三者がチェックするのは難しいし、きちんと様式ができているかど

うかをチェックするのも難しいことになります。

まずやりやすいのは、先ほども言いましたように業界できちんと組織をつくって業界で様式をまとめる。そして、業界として事業者の方もある程度これを管理といいますか、管理といってもお互い同士のルールという意味ですが、お互いでルールをつくってやるというようなことをしないと仕組みはできない。そのようにすれば、例えば検査会社などに頼んで仕組みがきちんと機能しているかどうかを検査することもできます。まず手がつけられるのはそこからです。もっとも身近なものでいえば、やはり京都産のものではないかと思えます。

まだ今は何もできていませんので、まずできるところからやり始める。そして経験ができれば、まだ手が届かないものでも、切り売りの方や個別に仕入れをしている方も、どうやればできるかということがまた見えてくるかも知れません。やはり何らかの組合をつくるなりしないとおそらく無理ではないかと思えます。ただ、そういう人たちの組織のつくり方というものが浮かび上がってくるかも知れません。ですからそこは段階的にやっていくのが現実的なのではないかなと思っております。

若林委員長 つまり川上の農業者のほうなどは了解が進んでいるケースと、川上の小売が心配なのだけれど、川上があまり業界として動いていないケースとそれぞれありそうです。そのあたりは業界といっても「小売のほうがせっついてもな」という事情もあるかもしれませぬ。せっかくですから、食品を取り扱う商業者ということでぜひ井上委員からご感想をおうかがいしたいと思えます。いかがでしょうか。

井上委員 とにかく私が常に言うておりますことは、決して隠し事をしてはならないということです。どんな法律ができてそれを扱うのは人間なので、最終的にはモラルというのでしょうか、それがいちばん大事だと思います。トレーサビリティというものは、先ほど肉の例が出ましたけれども、私たちが商売を始めた頃はアメリカのものを平気で国産といたりして嘘つきばかりでした。ここ最近はそういうことに対する監視とか、そういうことをしたら信用をなくして商売ができなくなるというふうなモラルができてきました。私どもの会社でも常に言うているのですが、嘘をつくような商売人がはやるはずがない、消費者を騙すような商品が繁栄するはずがないと、そればかり言い続けています。

どれほどシステムをつくっても、またそういうシステムができてくると、コンピュータといいますか情報化できなければ、なかなか個人で商売をする人は大変な不利になると思えます。

若林委員長 ありがとうございます。大事な点です。システムはそのあたりも考えてつくっているのですが、やはりシステムはシステムで、人の誤入力といいますか、あるいは意識的な間違いをしたときの訂正を考えているかということ、たしかに実は人が守るのが当然だという意識でつくられるシステムかどうかという、人の問題とかチェックとかその両方が関わってきます。もちろんそれも含めてシステムなのです。システムは機械の記録やデータをどうつくるかという話をしますが、実際のシステムづくりは人がどうそれに関わって、それを第三者がどうチェックしてというようなことまで組み込まれています。そこ

がやはり重要な点だと思います。

松井委員 とても興味深く聞かせていただきまして、これができれば大変素晴らしいことだなと思いました。

先生のお話のなかで、スーパーとかいろいろなところの商品の情報過多が消費者の認識を妨げる、あまり多過ぎてはいけないということがありました。消費者としてはできる限りの情報は知りたいという思いであります。あっても読まない人は読まないというところでいいのではないかと。私はできる限り情報があるならそれは出していただいて、買うときの判断は消費者に任せるというのがいいのではないかと思います。

もう少し法制度が、JAS などいろいろなマークで安全性を確かめられるようなわかりやすいものがうまくできてくるならば、それでみんなが非常に識別しやすいという形で、いろいろな商品について固有のマークが付いていればその点は安心です。そういうものがあれば、もっといいだろうと思います。買うほうとしてはできる限りの情報は書いてあるほうが、JAS マークだけでも入っていると、あれば私は買うときは見て買っています。以上です。

若林委員長 他はいかがでしょう。次のテーマもありますので。

事務局（西川） 事務局のほうからご質問をさせていただきます。手短かに質問します。食材によって求められる安全性の基準が違ってくるのではないかと思います。今回、法律がつくられたことでも、やはり肉についてはBSEの問題がありますから義務化されて、生産者から消費者のところまで非常に詳細な規定が設けられました。一方、魚とか野菜についてはそこまでは義務化されていない。これは導入するのが難しいということもあろうかと思いますが、一方でそこまで危なくないというか、少々のことであってもそれを食べて病気になるとか、死んでしまうとか、そういう際立った危険性がない食材なのだという食材の性格の違いのようなものが基本にあるのかなと思います。

そうだとすると肉の分野は法律でルールがつけられているのですが、野菜とか先生がおっしゃった京都の旬野菜のようなもの、ブランド品からこういう問題に手をつけるとした場合、先ほど遠州先生からご発言があったような、追跡と遡及の可能性をきちんと情報管理するということが本来のトレーサビリティなのでしょうけれども、それに代わるというかそれに近いようなシステムが、顔の見える関係とかそういう信頼関係のなかでそうしたものが構築できる余地というのは、野菜の分野だったらできるのではないかなと思うのです。牛肉の分野ではそんなことはしてられないでしょう。しかし野菜などの分野ではそういう緩やかな安全管理のようなシステム、トレーサビリティとは違うシステムがあってもいいのではないかなということを常々思っているのです。ご意見をいただけますでしょうか。

新山委員 今のことですが、まず結論的に言いまして、例えばトレーサビリティのシステムの導入を考えるとしたときに何から始めるかという順序、また何までやるかという対象の限定、それらは十分に考えないといけないと思います。まだそれはよく考えられてい

ないと思うし、これからだと思うのですね。そして初めに結論はないと思います。

おっしゃるようにたしかに品目によって安全性のレベルは違います。やはりリスクが高いのは畜産物、実は水産物もそうなのですが生のものです。これがリスクは大きいと思います。あとはメーカー品で、リスクはないのですけれども優良誤認があります。つまり本来の銘柄でないものが銘柄を名乗る。偽装表示をした場合には高い値段で売れるから利益はありますが消費者は困りますし、また本来きちんとしたものをつくっている生産者も困ります。こちらのほうは安全対策ではありませんが、トレーサビリティが必要なものだと思います。

例えば神戸牛は早くからきちんとできていましたが、松坂牛はそういう管理がされていなかったのが松坂牛を名乗るたくさんの業者がありました。しかし、昨年整理されてから流通量は3割に減ったというようなことがある状態です。そういう管理を生産者も流通業者もできていなかったのが、多少偽装しても偽装とは思わないくらいルーズな状態があったのだと思います。ですから安全対策がどういうところで必要かということと、トレーサビリティが何に対して必要かということはまた違って、トレーサビリティは安全対策と表示のために必要ということになるとと思います。

もう一つおっしゃった顔の見える関係によって信頼を確保することがあってもいいのではないかというのは、私もそう思います。ただ、その場合は、あまり緩やかなトレーサビリティとか顔の見える関係で安全性を確保するというようなことは言わない方がいいと思います。話がややこしくなって、それでできるかのような誤解を与えます。そういうこととは別に消費者と生産者が直接お互いを知ったり、消費者はどのように農産物が生産されているかもっと知ったりすることが大事ですから、一種のフードコミュニケーションというようなことを進めて、地元で取れたものを地元で食べようとか、そういうことで顔の見える関係をつくっていくというふうにもっとはっきりした方がいいと思います。すべて安全対策ばかりで事が進むわけではありませんし、顔の見える関係づくりは顔の見える関係、地産地消は地産地消が必要です。そういうものを組み合わせて進行していくことが必要なのではないかと思います。

今度の商業振興でも安全対策をどうするか、表示をきちんとするためにどうするかということと、それからもっと地元で取れたものを地元で食べようということにどう取り組むか、課題が複数あると考えた方がいい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。まだまだお聞きしたいこともあるかと思いますが、それはまた文書で出していただいてやり取りするということにしたいと思います。時間が限られておりますので、「食の安全(トレーサビリティ)」についての意見交換はこれぐらいにということにさせていただきます。新山委員、どうもありがとうございました。

最後にまとめられましたように基本的には安全問題として考えれば、社会基盤、インフラとしてきちんと整備しないと、原因の究明や回収を速やかにすることはできないため事業者の責任が果たせないということです。それプラス、もし銘柄品を扱うならば表示をしっかりコントロールして偽装表示が出ないようにするという意味でも重要性があるし、地産地消、ブランド品としてきちんとやるという意味でもそのところは重要です。これは目的が全然違います。一方は社会基盤としてつくろうという安全の議論からのアプローチ

になりますが、もう一つはどちらかという商品の付加価値の品質保証をするという見方になります。そのあたりは同じトレーサビリティという仕組みや考え方を導入するにしても、目的が違えば性格は違うということです。しかし仕組みは一緒ですね。そういったことが聞いていて勉強になりました。ありがとうございました。

新山委員 補足ですが、先ほど井上委員がトレーサビリティをするとコンピュータが必要になるというふうにおっしゃったのですが、これは皆さんそう思われているので一言だけ申しあげておきます。中小規模のお店だとそれは必ずしも必要ないのではないかと思います。実際にヨーロッパで牛肉のシステムを見てきましたけれども、スーパーマーケットでも中規模ぐらいは非常に素朴な管理をしています。例えばコンピュータで仕入れ情報を管理するのではなくて、送り状をファイルして残しておいて、肉に付いていたラベルをはがしてパックに入れて1週間分残しておくとか、製造した記録も製品にラベルを必ず貼ります。それと同じラベルを大学ノートにペタペタ貼っていただけなのです。けれども毎日きちんとそれを照合して管理していて、非常に優秀な成績だという結果も出されていますので十分できると思います。

若林委員長 それは本当にそうで、単品管理もPOSシステムとかそういう情報システムができる前から書籍協会ならスリップを使いますし、衣服だったら切り離せるタグを付けて、面倒くさいですけどもそういうことで単品管理はできていたわけです。コストのことを考えると情報をシステム化したほうがある程度の規模になるため簡単ですが、実は伝票のつくり方を少しだけ新しい様式に変えて、今言ったように取引ごとの加工段階ごとに前の伝票と照合できるようなつながりの仕組みをしっかりと入れれば、実はトレーサビリティは完成しているとも取れるのです。従来の会計伝票をより精密にすることがポイントだということですね。

新山委員 まったくそのとおりです。

若林委員長 ありがとうございました。それでは時間も押してきているので次にまいります。もう一つのほうの議題に移らせていただきます。

昨年平成14年2月に「株式会社伏見夢工房」というタウンマネージメント会社がつくられました。これは京都市で唯一の中心市街地活性化法に基づく会社として、七つの商店街、地元企業、京都市、京都商工会議所が出資して、商業と観光の融合をキーワードに面的なまちづくりを伏見の中心地で進めております。観光担当部長の永山委員からお取組についてのご報告をいただきたいと思います。これは伏見のことを勉強するというだけではなくて、まちづくりを商業者も参加しながら進める一つのモデルとして勉強になるだろうということで、今日をお願いしています。そういうことで意見交換できればと思います。よろしくをお願いします。

4 永山委員からの報告

永山委員 よろしくお願いいたします。先週の13日(土)に、このまちづくり会社が運

営しています十石舟という船がスタートを切りました。それと同時に、新聞記事を用意していただいておりますが、酒造会社の旧本店を夢工房が借りまして、「おくつろぎ処 おみやげ処 あんない処」というキーワードで、実際の面積は約210平方メートルぐらいある天井の高い、大正8年の建物を使ったお店をオープンしました。

このオープンの仕方ですが、空き店舗補助を京都府・京都市から受けております。同時に、伏見は酒所ということで伏見酒造組合の資金的な協力も得ています。ここでの内容は、まずお酒関係は、全部合わせると3,000種類ぐらいある伏見の酒から22社、58銘柄のお酒を58種類選んで、これも実験的に置いております。あとはお酒に関わる酒器、漆器・銀・ガラス・陶器のお猪口とかぐい飲みといったものを置いてあります。喫茶のコーナーのほうは伏見水を使った水出しコーヒーのアイスとホット、それから紅茶、また「きき酒セット」という形で22銘柄が2種類ずつ出てくるようになっております。あとは缶ビール類やケーキセットなど、そういう形でほとんど喫茶店の延長です。

これをオープンするにあたって、原価率とか接客とか、また先ほど申しました58銘柄の商品の特徴とか仕入れの仕方とか、そういったことを今はゼロからやっているわけです。これを地元の商業者の方々と議論しながら進めてきております。ある段階は時間がなくて、担当が「えいや」というふうなスタートをしております。なぜこんな絡み方をしてオープンさせていったかということ、若林委員長がおっしゃられましたように最終的には商業者の才覚とセンスの問題、こういったものの温度差を縮めていきたい、どんなことを思っているのか理解をしたい、そういう気持ちが非常にありまして意図的に絡んでいっています。

これはスタートとしては非常にいいスタートを切っています。船のほうもだいたい300人平均で乗っていただいておりますので非常に好スタートをしています。この好スタートを切っていくなかで、地元の商業の皆さんと一緒に回遊性をもたせるようなやり方をしていこうということで、商店街の買い物券を観光客の方々に付けたりという形で、人の流れをどんどん商業ゾーンへ送っていこうというふうに思っております。

また、まちづくり会社としてまだ議論はされていないのですが、実は一昨日、UCCの神戸支店長がお越しになりまして、「酒蔵はどこか空いていないか」という話がありました。実は3軒ほど20~30坪で空いている場所を知っておりまして、ある蔵主からは「何かあったら貸しますよ」ということを聞いておりましたので、その数カ所をご案内しました。そのときに、「この30坪の蔵を地元7商店街の経営者の方が経営することはできないのかな」ということをふと個人的に思ったのです。そういうことをしながら一緒になってまちをマネジメントしていくという、常に人づくりということを大事にしながら私自身は動いているわけです。

このまちづくり会社は、この店1軒でも十石舟でもやはり原価とか、売り、プロモーション、広告宣伝、仕掛け、すべてが必要なのです。これらをやはり一商店主さんももっていかなければならない部分なのではないかなということ、私自身は非常に思っています。商品知識ももちろんそうですし、そういうプロデューサー的な人を育てていかないと商店は落ちていくのではないかな。商店にそういう人がたくさんいればおそらく商店街も繁栄していくのではないかな。商店街が繁栄していけば面が活発になっていくのではないかな。そんなことを思いながら常々活動しております。だいたいはこの二つです。

今お配りしておりますパンフレットや、あとはこの「伏見夢百衆」という店はまだパンフレットが間に合っていないのですが、こういうしおりを用意しています。それから十石舟のチケットも用意しています。それから B3 のポスターが今お手元を回っていると思いますが、これには酒蔵と水と舟だけではなくて、この3カ月間に行われる伏見の風物といったものを今回は意図的に入れてみました。それはやはり商店の方々がいろいろな意味で、この数カ月はこのまちがいちばんいい時期なのだという形で、やる気といたしますか、頑張ろうという何かを内外に伝えていきたいということを思ってやっています。簡単ですが以上で説明を終わります。

5 意見交換

若林委員長 ありがとうございます。お手元にいろいろ配られておりますが、このようにお取組が具体化されつつあるということです。この伏見の取組につきましては基本計画の策定や TMO まちづくり会社への出資等で京都市も関わってきておりますので、京都市のほうのご感想があればお願いします。

事務局(西川) それでは簡単に申します。今、永山委員からお話がありましたように、この伏見夢工房の取組は毎週1回、夢工房会議といたしまして永山委員をはじめ、商店で働くような方など10名ほどの委員がお集まりになられて、この1年以上熱心に議論を積み重ねてこられました。給料は払われていないので、まさにボランティアの活動で、本金2,200万の会社を運営しておられるということです。本当に頭が下がる思いがします。

この1年間、船の運行を柱に取組をしてこられて、また夢工房という会社を世間に打ち出されたことがきっかけでいろいろなところから仕事が入ってくるとういいますか、事業を受託してくれという話が入ってくるようになってきまして、本当に層の厚い活動をしていただいております。

全国的にこの TMO はあまり成功事例がないと言われているわけですが、京都のこの伏見の夢工房という会社はソフトを中心に運用してしまして、きっと全国でも特異な非常に長生きするまちづくり会社になるような気がします。他都市では都心部や地方都市の駅前の繁華街が空洞化するから再開発事業をするといつて、ビルを建ててそのビルの管理をするとか駐車場を管理するとか、まさにハード系の事業が全国で流行っているわけですが、結局それがうまくいっていない。そういうなかでこうした観光をテコにした取組、ソフトを中心とした取組が、きっと全国のいい前例になっていくのではないかという期待をして眺めている次第です。

京都のなかでこの伏見の TMO という手法は、助走期間が何年間があったわけで、その結果こういう形が取れたというふうに思っています。ではこの手法は京都のいろいろな商店街やメインのところそのままそっくりもってきて使えるかということ、やはり地域の特性、あるいは歴史のようなものが違いますからそのまま使えるとは限らないと思います。伏見にはぜひこの形で頑張っていたきたいし、また京都の他の地域ではその地域に合った手法を考えていただければいいのではないかと。いろいろな選択肢の一つとしてこの中心市街地の TMO という手法があるというようにわれわれは理解している次第です。以上です。

若林委員長 ありがとうございます。それではご意見、ご感想がございましたらお願いします。和田委員お願いいたします。

和田委員 地元の者がこんなことをいっていいのかなと思いはるのですが、まず地域の地図が小さくこのへんに載っているのですけれども、人の流れということが危惧されるのではないかと思います。こういう言い方をすると永山委員が一生懸命やったださっているのに悪いとは思うのですけれども。この伏見夢工房がやっていらっしゃるここがよくなると、商店街に流れてくる人が少なくなるのではないかという話が出ています。今、あの近辺に休憩するところがほとんどなくて、両角に商店街があることで人は商店街に回遊して下さってまあ通ってくださいます。それがここがよくなっていくと、そこで止まってしまって商店街に人が寄って来なくなるのではないかという話の一つ出ています。

それから同業種さん、お酒屋さんなどが利き酒とかいろいろ工夫をされて、今までにも今度ここで始められたような利き酒をしてもらおうとかというお酒の売り方を努力されてきたところが何軒かあります。それから喫茶も、さしあたりすぐに影響が出そうなところということでちらっとそういう話を聞きました。一点がそういう人の流れの問題です。

もう一つは広報の問題です。内部に広報がほとんどされていないといひますか、私は商店街のなかにいますが、「船が動きます」とか「こういうふうになりました」ということをどこから聞くと、まず外部情報でそれを知ることがあります。ですからもっとそのあたりを細かくやっていただいたらいいと思ひています。

ボランティアで、皆さんが無給でやっていらっしゃることに本当に頭が下がります。けれども先ほど商店街のなかで経営するという話が出ていましたが、「人を出せ」といわれてもスタッフを出すなどは小売店ではとんでもないという状況です。今ではお手伝いに行くのでも大騒ぎで、昔、ここが立ち上がる前にみんな商店街がお手伝いをしてこういう喫茶店をやったことがありますが、大変です。そのあたりは、無給で永山委員もやったださっていますが、無給でいいのかという話です。これから大きくなって長期間走るといふことになると、必ずそれは課題となって上がってくると思ひます。それで利益を出してやっていくということになると、本当に上手にやっていかないとそれこそ地元の店と競合してということが出てきますから、そのあたりが課題かなと思ひて聞いていました。

いい流れでいってますので、できるだけ商店街としていろいろなことは協力したいと思ひています。

若林委員長 永山委員には最後にお答えしていただきたいと思ひます。もう少しご意見やご感想を出していただければと思ひます。

遠州委員 伏見大手筋商店街をはじめいくつかの方にお話をうかがう機会がありまして、私は個人的には非常にファンなのです。そこでTMOが起きるといふことについてすごく期待をしておりますし、もう一つはハードではなくてソフトというのは正しいと思ひています。全国的にハードのほうに走り過ぎて不良資産を抱え込んだのではないかというクレームが多いわけです。その中で伏見のやり方は、先ほど言われたように、もしかすると新しい「こうあるべきだ」といふ方向を示すモデルになり得るのではと思ひます。

ただ、そういいながらも、そんなきれい事で済むのかなという思いがずっとついてまわるのです。例えば、納屋町商店街は非常に厳しいと思ったのです。長崎屋が廃業されてその周辺がバタバタと落ちています。最近には行っていませんが、6月の初め頃に学生を連れて行って見たのですが去年より明らかに厳しくなったと思います。納屋町商店街というのは大手筋から今回の観光ポイントがあるところをつなぐ重要な筋になるはずで、そのつなぐ部分を何とかしないとだめなのにもかかわらず、そういうところが切れてしまうと、もしかするとこの伏見の観光の回遊性は下手をすると中書島からのアクセスになってしまわないか、そうすると単なる観光をつなぐソフトになるのではないかというような印象を、失礼ながら私自身はもっています。

そういう意味では本当に地域の、もちろん資源としての観光を生かしつつもそこで商売をされる方、そこで生活をされる方にとって活気あるまちづくりにどうつながるのかなというところのステップが少し見にくいのです。もしかすると、伏見もまだお給料さえ出ていないのに大きなハード事業をするのはしんどいとは思いますが、そのところは併せて考えないと厳しいのではないかという印象をもっています。厳しい内情ですが、ちょっとお聞かせ願えればと思います。

若林委員長 もう少し意見をお聞きしたいと思います。田中委員も関わっておられたとお聞きしておりますのでいかがでしょう。いろいろ厳しいという意見がございますが。

田中委員 私はTMOではなくてその前の中心市街地活性化の委員会に参加していました。この伏見のTMOというのは、先ほど西川課長から少しお話がありましたが、他地域のTMOとは少し様相を異にしていると思っています。これはここにおられる永山委員あたりがかなり働きかけてなってきたという経緯もあろうかと思いますが、他の地域はやはり商業者が中心になってやっているところが多いのです。こちらは地域の非常にエスタブリッシュメントである月桂冠という力を背景にいろいろな取組をなされてきたということで、やはり商業サイドの取組は残念ながらそんなに強くないというように思います。

他の地域では商業者が前面に出てすごくやっているのですが、どうしてもどちらかというと観光型TMOになっているのです。観光型TMOがいいとか商業型TMOがいいとかそういうことではないのですけれども、観光型でいくときはかなり迂遠な方法で、まず観光で人を集めて、そしてそれを地域に回して、それを受けて商業者がどう対応するかというやり方にならざるを得ないわけです。このやり方でいったときに、先ほど和田委員から、また遠州委員からも出たように、商業の実力がかなり下がってきたところに、今、観光で取組を始めたというところの齟齬が若干出てくる可能性があるわけです。しかし長い目で見ると、この観光による吸収、集客力というものが地域の魅力を高めていくことははっきりしているわけで、このあたりは物事を短期で見るか、中長期で見るかによってまったく結果は異なってくると思います。

ただ、観光型TMOは、遠州委員からご指摘がありましたように、やはり意識的に商業者の方々がより直接的に利益になる、少しドラマチックイベント的なものも考えていかなければならないのではないかと思います。どうしても景観をきれいにして、いろいろな観光的運営をやっていく。このことはこれだけで大変なことです。しかしときには、変な話で

すが直接商業者の実入りになるというような形のイベントも取り組んで、短期の部分もきちり押さえていく配慮が必要ではないかと思います。

それからもう一つ、実は私は兵庫県に住んでおりますが、こういう伏見夢百衆の記事はまったく知らなかったのです。やはり少なくとも全国紙の3,4紙,日経新聞,このあたりにもっと売り込んでいくということが必要なのではないかと思います。京都の人は知っているけど他の人は知らないということがあるということを十分認識しておかなければならないわけです。

これは伏見の中心市街地活性化のときにもお話ししたのですが、京阪電車は神戸の人にとってはそういう電車は走っていないのと一緒になのです。本当に申し訳ありませんけれども。「おけいはん」という宣伝は知っていますが、神戸の人間が大阪へ出て、わざわざ淀屋橋まで行って、あるいは京橋で京阪電車に乗り換えて京都へやってくる人はほとんどいない。神戸や阪神間の人は少なくとも京都駅は目に見えている、河原町は目に見えている、しかし伏見は見えない。そうなると、だんご三兄弟のイメージ形成で、河原町・京都駅・伏見と北へ上がれば河原町、南へ下がれば伏見というイメージ連関で伏見を売り出していく必要があります。やはり阪神間数百万の人のためにやっていくべきではないかと思っております。

そういう意味では広報のやり方も考えていかなければならないでしょうし、また先ほどご指摘された地域のインターナルマーケティングもきちりやっていかなければならない。そのあたり、なかなかこの伏見夢工房は活躍されていますので、これをさらに一歩進めていくためにはさまざまな配慮というものも必要な時代がきているのではないかなと思います。

若林委員長 ありがとうございます。だんご三兄弟というのは言い得て妙だなと思いました。他はいかがでしょうか。それでは永山委員にお答えいただきます。いろいろ厳しいご発言もございましたがお願いします。

永山委員 夢工房のTMOの真っ只中にいまして、話しやすいことと話しにくいことがはっきりいってたくさんあるのです。実際に私自身、近畿経済産業局のTMOに関するシンポジウムでパネラーとして大阪に呼ばれたときに長浜の商工会議所の吉井さんという方が隣に座っていらっやいまして、吉井さんは「楽しい、楽しい」とどんどん話すのですけれども、その頃の私はいちばん辛かったです。正直にいいましてTMOをやめたくて、本当に大変な仕事でした。

先日、綾部市がTMOの立ち上げ準備をやっていらっやるということで呼ばれて行ってきたのですが、結局は人なのです。やはりチェアマンがいるか、いないかだと思います。そのチェアマンにどういう人がいいのかが地域の温度差がありますし特性がありますが、それがあるところはある程度成功しているのだと思います。

今回の伏見夢工房というのは、実はそのチェアマンがいるようではありません。夢工房会議、西川課長が言われたように去年の2月にできてから毎週1回やっていますが、その中で今、温度差を埋めていっているということです。酒造業、商業、飲食、観光等のいろいろな方がいらっやるのでありますが、そこでも温度差が非常に激しいので、じっくり時間をかけなが

ら今はそれを溶かしていっているところです。どういう方向へ行ったらいいのかということ、基本委員が10人で立ち上げて、それを今は時間をかけながらつくっていているのではないかと思います。皆さんご商売をおもちですし、私も自分の本業があります。そのなかで週1回寄って、一つずつ話しながら固めていっているのです。ですからいろいろな問題の聞き役、吸い取り紙のように聞いてあげる人というのが絶対にいると思います。

聞きながら推進論で返すのではなくて、できる範囲内で、具体論で返していく。これをずっと続けてきております。

去年の平成14年2月にできて今で1年と少しですが、かなりのことはやっていると思います。和田委員もおっしゃったように商業者の声といいますか、今は商業部会というものがありますけれども、商業部会のなかでTMOの議論はおそらく深く、広くされていないように個人的に感じています。今回、十石舟の運航や「伏見夢百衆」をオープンするときも、組織的には商業部会から各商店街の理事長に流れていくようになっているのです。買い物券500円を付けているのですが、その買い物券は事前に伝達できているはずができていなくて、神戸から来られた観光客のお二方は10軒回ってやっとパン屋さんで500円使えたということで、昨日かなりのお叱りを受けました。今、京都市観光協会の方と一緒に神戸まで早々に行こうということで準備しています。

そういういろいろなゴタゴタを面として自分たちの財産にする。前回の委員会でも申しましたように、このまちのもっているポテンシャル、潜在能力を商業も酒造業も住んでいる人もみんなで認めあって、一緒に頑張ろうということまでまだいけないのです。それがいろいろなもので出てき始めています。それを整理しながら一つずつ階段を丁寧に上がっていかないと、このまちづくり会社というのはうまくいかないと思っています。

それは精神論ではなくて、前の委員会でも申しましたがこの地域は3万世帯です。それを目標としては6万世帯、10万世帯にしたい。やはり住む人というのは慎重で、自分が一生過ごす場所ですから愛せるまちに住みたいはずなのです。すると商業も地元の経済効果が必ず起こるはずで、同時に外からのお客さんを今は12~13万人です。観光のまちであるとはとてもいえない。やはり30万人、40万人、100万人来られるように頑張っていこうというような具体論をみんなで共有しないと、何か積木崩れみたいになんかつかないかなという一抹の不安は常に持っております。

それからTMOというのは商業で入るべきだと私は思っています。しかしその商業が入りながら、商業の商売主さんは明日のこと、明後日のことで非常に大変だと感じています。しかしこのまちづくりというのは、やはり今、2年後、3年後、5年後、10年後、15年後というふうに、中長期ビジョンと今日の目の前を解決していくような機能をもたされているように思います。それを常に繰り返しやっていかないとだめだと思います。それから今は観光という方法論でこのTMOは入っていますが、これはあくまで方法論です。今は商業が大変なときなので、観光で少しでも人の流れを動かしながら、来年はNHKが全国でご当地ブースなどというのをやるのですが、踏ん張って伏見でやってほしいなという気持ちをもっているぐらい今観光で頑張っていて、商業が頑張るところまで引っ張っていかないとけないなと思います。

私は観光担当部長なので私が言える部分はたぶんそこまでです。この伏見夢工房本体の話になるとまたいろいろな誤解が出てきますので、こんな感じで返事になっているかどうか

かわかりませんが、そのようなことです。

最後に、個人的にこのまちづくり会社の今回のイメージは、電通という総合広告代理店がありますが、あの会社は原価ゼロの会社です。それで何十億、何百億も売り上げるのです。私はこのまち自身もそのようなイメージを常にもっています。無から有にしていくような個々のクリエイティブ能力、これは商業も飲食も工業も何でも引っついていてるものだと思いますが、そういう個性の高い深い人がたくさん出てこないとだめだなというイメージを個人的にもっています。

田中委員 余計なことになりますが、先ほどご指摘がありました吉井さんの場合、織田委員もご承知だろうと思いますけれども 私も昭和 60 年に長浜のまちづくりに入りまして、やはり吉井さんだけではなくてそのバックに長浜市の方々がおられたわけです。私はこの地域のタウンマネージングをするときには、二つのマネージャーのパターン、内発マネージャーと移入マネージャーというものがあると思います。内発マネージャーというのは多くの場合には機能性に当初欠けるわけです。欠けるけれども、この機能性というものを高めていくと実は地域の支援が非常に受けやすいということがございます。一方、移入マネージャーというのはよそから来た人で非常に機能性は高いのですが、実は情緒の壁にぶつかるわけで、その情緒の壁というのが今各地で現実にマネージャーを苦しめているわけです。

このあたりを考えたときに、今の話とは別に京都のこれからのまちづくりを考えていくときに、この内発マネージャーと移入マネージャーと一緒にしてワークショップをして、横の連携で内発マネージャーには機能性を高め、移入マネージャーには人間関係の情緒を高めていく。そういう取組を、これはかなり長期的な取組をやっていかないとまちづくりはビジョンをつくるだけで終わるという恐れをもっております。この問題は今どこの地域でも悩みでございまして、私は今夜も、また神戸市でこの問題をやるわけです。それは短期で解決できる問題ではないということだけ考えながら、しかし京都の 21 世紀のまちづくりを考えていくなれば、そのことは十分理解しておかなければならないと思っております。

若林委員長 ありがとうございます。伏見の TMO に関わる意見交換をさせていただきましたが、だいたい時間がきておりますのでこれぐらいにしたいと思っております。今日はとくに私の感想は申しあげません。まとめということは省かせていただきます。

今日は食の安全と伏見の TMO についてお話をうかがいましたけれども、次回は商店街の代表である高橋委員のほうから市内の商店街の状況や課題なり、行政の施策の評価もあるかもしれませんが、まちづくりに関わるものもあるでしょうし、商業者の繁栄といたしますかお商売に関わることもあるでしょうし、行政の施策でうまくいっていることもあるのではないかと思います。そういったことについてご報告いただいて意見交換ということでご議論できればと思っております。

それから前回の部会でも申しあげましたけれども限られた時間ですので、今日のご報告についての感想や質問、あるいは自分もこんなことを提案したい、発表したいというようなことがあるかと思います。そういうことは文書提案、あるいは意見ということで受けたいと思っておりますので、何かございましたら事務局のほうまで送っていただきたいと思います。

そうしましたら各委員のところに送らせていただいて、このワーキング部会で共有する資料として出したいと思います。また申し出ていただければ、このワーキング部会のなかでも発言の機会を保証できるようにできるだけ工夫したいと思っています。

6 閉会

若林委員長 以上で第2回のワーキング部会を終了したいと思います。委員の皆様方から進め方等について何かございますか。よろしいでしょうか。それでは他になければ最後に事務局からの連絡をよろしく願いいたします。

事務局 どうもありがとうございました。次回のワーキング部会の日程ですが、10月16日(木)、夜になりますが午後7時からです。河原町五条を下がりましたところに最近できました「ひと・まち交流館」、菊浜小学校の跡地ですが、そこで開催させていただきます。場所等につきましては後日、案内文書と合わせて送付させていただきますので、どうぞよろしく願いいたします。

以上です。

若林委員長 ありがとうございます。本日は午前中の2時間ということでもかなり集中した感じになったと思いますけれども誠にありがとうございました。これで第2回のワーキング部会を閉会いたします。