

資源名・ アピール ポイント	新たな賑わいを創出する梅小路公園		
主要 スポットの 魅力	梅小路公園 <ul style="list-style-type: none"> ・ 都会のまんなかの緑・花 → 貴重な緑の解放空間 ・ 子どもからお年寄りまで、あらゆる世代が憩い、楽しめる ・ イベントが増え、賑わいが増している ・ 東寺の五重塔, 新幹線を借景とした魅力的な景観 	京都水族館 <ul style="list-style-type: none"> ・ 京都の新たな観光資源であり, 年間約 252 万人という高い集客力を誇る ・ 京都ならではの特色ある展示で多様な水生生物を楽しめる ・ 内陸型としては国内最大級。建物の建て方に工夫あり → 子どもを連れて歩くには適当な規模 ・ バリアフリーが行き届いている 	梅小路蒸気機関車館 京都鉄道博物館(仮称) <ul style="list-style-type: none"> ・ 歴史的価値のある機関車の宝庫。ロマンや懐かしさが感じられる ・ 鉄道ファンに限らず, 幅広い層を魅了する充実の展示 ・ 平成 28 年春には, 国内最大規模となる鉄道博物館が完成予定 → 人の流れが更に盛んに
資源ごとの 主な ポテンシャル と課題	<p>【ポテンシャル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆水と緑豊かで安心安全なオープン空間 ◆集客施設整備が今後も進む ◆年間約 300 万人の来訪者が集い, 憩う一大交流拠点 <p>※水族館:約 252 万人, 蒸気機関車館:約 32.5 万人 梅小路公園の朱雀の庭, いのちの森:約 1.8 万人 その他集客力の高いイベントが年間を通して公園で行われている。 (最大:九条ねぎフェスティバル 2 日間で 10 万人)</p> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆「梅小路」の知名度が低い ◆京都駅から約 1.5km と, アクセスに課題 ◆公園, 水族館, 蒸気機関車館 (鉄道博物館)間の連携があまりない ◆食事スペースが乏しい 		
目指す姿	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都心のオアシス ・ 一度は訪れたい京都の名所 ・ 下京区西部の回遊拠点, エリア ・ 全体の活性化を牽引する核 		
実現に 向けた 方策			

<p>資源名・ アピール ポイント</p>	<p>京都の食文化を支える第一市場</p>
<p>主要 スポットの 魅力</p>	<p>京都市中央卸売市場第一市場</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本初の中央卸売市場という歴史性 ・ 京都の食文化、いのちと健康を支える「食の流通拠点」 ・ 広大な敷地、スケールの大きさ ・ 「食彩市」や「鍋まつり」等、旬の食材が楽しめる市場開放イベント → イベントを通して味わえるプロの領域（非日常空間） ・ 再整備を控えた市場の将来に期待 ・ すし市場：地域の賑わいを結ぶ魅力的な飲食機能。市場の新鮮な食材を楽しむ ・ あじわい館：料理教室や講習会、市場取扱食材を使った展示 試食等の多彩な催しを通じて、五感で京の食文化を楽しむ
<p>資源ごと の主な ポテンシャル と課題</p>	<p>【ポテンシャル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 京都の食文化、食育の拠点 ◆ 一般の関心が高い「食」に関する催しの充実による集客効果 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 施設の耐震化・老朽化へ対応するための再整備が必要 ◆ 再整備に伴い生じる余剰地の活用（集客施設誘致等） ◆ 市民や来訪者の市場への関心・認識がまだ高いとはいえない ◆ 梅小路公園やKRP、商店街等、周辺施設との連携が弱い
<p>目指す姿</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ セリなどほんものの中央市場を学べる場 ・ より多くの人に開かれ、誰もが気軽に立ち寄れる中央市場 ・ 食のテーマパーク
<p>実現に 向けた 方策</p>	

資源名・ アピール ポイント	レトロな商店街空間
<p>主要 スポットの 魅力</p>	<p style="text-align: center;">商店街</p> <p style="text-align: center;">七西甲子会／西七繁栄会／七条中央サービス会／七条千本繁栄会／七条センター商店街／嶋原商店街</p> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <ul style="list-style-type: none"> ・ 昔ながらの対面販売，地元密着のレトロな雰囲気が魅力 ・ なじみやすい町並み ・ 散策すると，意外と面白い店舗等が見つかる ・ 小学校等，地域との連携・交流による活性化の試み
<p>資源ごと の主な ポテンシャル と課題</p>	<p>【ポテンシャル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆昭和レトロな雰囲気が味わえる懐かしの空間 ◆連なる6つの商店街として，総延長約2kmの街区に約260店舗が集まる <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆地元の外からも人を呼び込めるような魅力・目玉がない ◆空き店舗が増えており，活気が失われつつある ◆商店街間・店舗間の協力がもっと必要 ◆地域との交流等についての情報発信が弱い
<p>目指す姿</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大型施設では味わえないそぞろ歩きを楽しむ空間 ・ 「おまつり」が似合う空間 ・ 安全で歩きやすい空間
<p>実現に 向けた 方策</p>	