

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

資料8-3

① 消費型ではないまちづくり

○消費したいから守りたいへ

- ・ 今は、ただ入ってきて消費して帰っていくというのが多くなってきている。観光客が入ってくることで、何が積み上がっていているのかを考え直す必要がある
- ・ 京都は消費してこなかったからこそ「らしさ」が続いている
- ・ 京都は特殊なまちで京都を盛り上げたい人は外にもいる。一番いいのは観光客から得たものがあって、文化財の保護などにつながる事
- ・ 消費したい人が増えるのではなく、守りたい、継承したい、広めたいと思ってくれる人を増やすことが重要

○消費型の観光から創造型の観光へ

- ・ 滞在が次のポジティブに繋がるよう、観光の在り方をデザインしていくべきではないか

○子ども・子育て世帯の定着

- ・ 本来であれば京都に住もうと思ってくれる世代が外に流れている。京都は消費しに来る場所であり、根を下ろしてファミリーで住むということが薄れている気がする

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

② つながりのデザイン

○観光客へのポジティブな思考

- ・ 観光客は敬遠されがちだが、世界につながる機会にもなっていく
- ・ 観光客も含めて、入って出て行く人と何かをつくることは大事

○薄いつながり

- ・ 関係性の作り方として、住んでガッツリという方法もあるが、それは限界が来ているので、薄いつながりも必要。自分の人生と京都を結びつける、自分ごとになる何かがうまく作れると良い
- ・ 薄くつながっている人もある種の主体として捉える。今は、住んでいる人の権利が100で、薄いつながりの人の権利は0だが、もう少しそこを滑らかにして、0.01でも権利を付与するのが良いのではないか

○デジタルデモクラシー

- ・ つながる人が増えていくと、話し合っで決めるのが難しくなる。まちのコミュニティとして意思決定する仕組みはデジタルな民主主義にすることで変わってくるのではないか

○京都のまちづくりや価値創出に関わる取組

- ・ 学生や観光客が京都のまちづくりに関わる取組があると、より自分ごととしてまちのことを考えられる

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

③ 京都のレギュレーション、ルール

○京都らしさを生み出す都市のスクリーニング機能

- ・ 京都というまちを通したら、京都らしいものが出来上がるという状況は、京都の環境が作り上げているところがあるが、町家の喪失など、その環境がなくなっている。スクリーニングが機能してほしい
- ・ スクリーニングの基準が変わってきたことが問題。観光も「もてなす」というスクリーニングの基準が変わったことで、今のオーバーツーリズムの問題ができています

○圧倒的な差別化志向

- ・ 京都は、他のまちと同じにするという平均化の圧力に抗っていくほうがいいのではないかと

○都市の奥行

- ・ 目に見えるものの裏側にある歴史や時間軸が京都の文化の価値であり、自分がまだ入り込めていないと感じさせるようなミステリーゾーンがある方が人を惹きつけるし、京都らしい
- ・ 秘密のクラブ感、社交場感があってもいいのではないかと

○「信頼」というスクリーニングの基準

- ・ 「一見さんお断り」をどう開いていくのかにつながる。「一見さんお断り」は排除ではなく、まちや店の楽しみ方を分かる人の紹介、信頼で成り立つもの。信頼というところが大事

④ 多層的な入り口

○層ごとの関わりの入り口をつくる

- ・ 京都との関係性の深さを層に分けて、層ごとに関わり方の入口を設けるほうが良いのではないかと。多層的なまちなので色々な入り口があるほうがおもしろい

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

⑤ 人を基軸にしたまちづくり

- リーダーシップの多様性
 - ・ おもしろい人がたくさんいるから、彼らを輝かせることが大事。多様なバックグラウンドを持つ人を意思決定の場に入れることが大事
- モノではなく人
 - ・ クリエイティブな人がいるまちなので、具体的なアクションは個人に任せるほうが面白い
 - ・ モノではなく、京都に行けばこういうおもしろい人がいるとなるほうがよい。これは消費にはならないし、モノではなく、人やコミュニティ、価値観が大事
 - ・ 箱モノを作るのではなく、ソフトなものをつくり出していく風土が大事

⑥ 無計画をデザインする（余白の創出）

- 地場にあるものを耕す
 - ・ 計画的過ぎると京都に合わない。土地を耕しさえすれば、植物が勝手に生えてくるイメージ
 - ・ ボトムアップで作られていくほうが京都らしい。安易に型にはめたり、海外に追随するというのは京都には向いていない
- 生み出すための余白
 - ・ 京都は豊かでモノが多く、余白がない感じがする。やろうとしていることも多く、世界を目指してやっているが、住んでいる人に「余裕」がない。輝いている個人がいてもいい

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

⑦ 生態系全体で価値を捉え直す

- リジェネラティブシティへの転換
 - ・ これからの都市は人間だけではないアクター、例えば自然や動植物、微生物も含めてサステナブルな、循環型の社会を考えたい
 - ・ 生物を市民としてカウントし始めると「ある」ということになる。今まで目を向けていなかったところに可能性があり、これは価値観が豊かであると見つけられるようになる

⑧ ハブの創出、横断人材の創出

- 分野横断的な人材、ハブの創出
 - ・ 一つの職場ではなく、あちこちで働いて、それぞれを繋げていく人が増えると良い
 - ・ 分野横断的な人材は必要
- 京都にいて知ることができる・話し合える・考えられる機会の創出
 - ・ そもそも京都について市民が知り、話し合える場が必要
- 子どもや若者がつくるコミュニティを大切にする
 - ・ 幼い頃からワクワクできることや日常生活を拾ってあげて、つながりを生むことで京都愛が深まる
- 何かを始めやすくする、ツールへのアクセスをつくる
 - ・ 新しい人が何かを始める時のツールにアクセスできるようになればよい

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

⑨ チャレンジを応援する風土

○変化を拒まない

- ・ 京都の中にある内側の文化を守ることも大事だが、外のものを取り入れながら共生し、変化するという心持ちが必要

○非京都らしさの取り込み、受け入れ

- ・ 全然ちがうものを受け止める懐の深さが作り上げる「京都らしさ」もある。変わらないものだけが京都じゃない、というところは共通認識を持っておくべき

⑩ 触れる、体験する機会を増やす

○触れる機会を増やす

- ・ 京都に住む若い人は、昔からの文化や自然、暮らしに対して解像度が下がっている。体験できる場を作らないと、文化同士の距離も空くし、京都人が体験していないことは説得力を持って発信していけない

Q 3 2050年にも京都市民が愛し、世界の人に誇りと憧れをもってもらうまちとなるために必要なことは？

※問いに対する意見 そもそも世界との関わり方とは何か？

- 世界の人から誇り、憧れを持ってもらうことの意味合いから考える必要がある。「何のために」があるかどうかで市民の行動も変わる
- 世界の人から、どういう誇りと憧れを持ってもらうのか。そこの目線合わせが必要であり、それを諮るためのモノサシが必要
- モノサシとは、例えば、世界の人から誇りと憧れを持ってもらうために、6つの得意技をどう置き換えていくのかということではないか
- 憧れよりも、親しみを持ってもらう、のほうが京都らしいのではないか。親しみのほうがその後の関係値を築くことができる
- 何のために世界を視野に置くのか、考える必要がある