

| 平成 25 年度 京都市都心部商業集積に係る調査検討業務 第三回京都市商業集積活性化会議録 (作成：ランドブレイン㈱) | |
|--|---|
| 日時 | 平成 26 年 1 月 30 日 (木) 13:30~16:00 |
| 場所 | つくるビル 2 階 マルニアトリエカフェ |
| 出席者 | 委員 土井委員長、市川副委員長、池垣委員、石川委員、宇津委員、 河島委員、西村委員、福富委員、堀部委員、森本委員、山本委員、 米田委員 (以上、12 名) (欠席 1 名) オブザーバー 白須局長 事務局 商業振興課 小山課長、小林係長、佐々木 ランドブレイン㈱ …入江、西村 |
| 議題 | 都心部商業集積の活性化策についての意見交換 |
| ◇新任委員挨拶 | |
| 西村委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・前任の中野委員は、第 2 回会議の後、大学の関係で 11/22 に鳥取に行かれて、お風呂でなくなられたということだった。 ・自分は、三条通りで漆器の製造販売をやっている。宇津さん、堀部さんともお近くでやらせて頂いている。 |
| ◇会場紹介 | |
| 土井委員長 | ・会場であるつくるビルの紹介をお願いします。 |
| 石川委員 | <p>(つくるビルの説明)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「つくるビル」は古いビルをリノベーションして、クリエイターが活動できる場としている。ビルの中では、現在 50 人くらいが活動している。 ・大切なのは、古いビルをリノベーションすることではなく、建物の新旧に関わらず、整備後にその場所がどのように使われるのか、具体的な運営のイメージを持っていることである。 ・今日の会議の会場は、つくるビルの利用者の談話スペースとして整備したスペースなのだが、実際は、平日はご近所の方がランチに、休日は観光客の方の休憩にと色々な使われ方がされている。 ・つくるビルでは、この 1 年で年間 80 回程度イベントを実施してきた。イベントの内容は、アートであったり工芸であったりと多様である。 ・本日の会議の会場として、つくるビルを提案したのは、この場所がアート等の柔らかいイメージの使われ方だけではなくて、行政等、少し固めのイメージの使われ方もされたら、それによって今までに交流がなかった方同士の新しいつながりができたら、という趣旨である。 |
| ◇会議の位置づけ | |
| 事務局／小林係長 | ・当初は、調査をして、行政の施策についてご意見を伺いたいということをお願いしたが、行政が主体となったり、地域が主体となったり、行政と地域と一緒にやったりと、様々な取組が必要。そのため、活性化会議からの提案書という形でまとめることができたかと思っている。 |
| ◇資料説明 | |
| 資料 1 を説明 | |
| 事務局／小林係長 | ・本日は具体的な意見交換をお願いできればと思っており、前提となる活性化の方向性について説明させてもらう。(資料説明に入る) |
| 土井委員長 | ・委員の皆様には、実際にこのエリアで実施している取組や、今後してみたい |

| | |
|-------|---|
| | <p>こと等をお話頂けたらと思っている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回は、私が書記役をやらせて頂ければと思う。皆さんが互いの意見を見ながら、発言して頂けると幸いである。 ・具体的な取組についてイメージを膨らませていくにあたっては、行政がやる、地域の方がやったら効果が出ること、地域と行政が手を携えてやること等、様々な体制もまたあると思う。色んな切り口からご意見をいただきたい。 |
| ◇協議 | |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・つくるビルをかりるとしたら、どれくらいの賃料か。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・各テナントの平均家賃は、7万円/室、7000円～8000円/坪。烏丸御池の高層階の値段と同じくらいになる。高いと思われる方もいると思うが、つくるビルの利用者のような、色んな職種を受け入れるオフィスがないため、ここでないのだめだという方のマーケットがあるから成立している。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・ありがとうございます。では、地元の委員の方から、お願いします。米田委員。 |
| 米田委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・当社で現在実施している取組の中で面白いのは、ポイントラリーである。 ・お客様は買い物に来ているが、半分は遊びに来ている。ここここでスタンプを集めたら、プレゼントがある等の企画だと、結構、あちこち回られる。 ・そうした遊びの要素を入れながら、百貨店の画廊やまちなかのギャラリー、資料館等をまわるような、人が動く取組は面白い。 ・人が動くような取組でなければならないと思う。自分のところは、店の中だけでやっているが、街の中まで広げると、面白いと思う。それは、うちだけではできないし、行政や商店街も一緒にやるのが重要。また、ここ（つくるビル）を通過ポイントにするのも面白い。 ・自分のお店以外にも取組を広げていきたいという思いがある。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・用がないから、百貨店に行かない。商店街も買うものがないから行かない。もしそのような状況にお客様がなっているとすれば、逆の発想で、歩いてマイルがたまるとか、ものがもらえる、トートバックがもらえる等の企画があれば、目的ができて店やまちに行くかもしれない。 |
| 米田委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・人を動かすすべを考えることが重要。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・用がなくても来させる方法、用事をつくってあげて考えることが大切。 |
| 池垣委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・四条烏丸バルはポイントラリーではないけれど成功している。時々、すごい行列ができてことがある。日本酒イベント等も盛況なようだ。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・ご高齢の方が、よく病院の待合室で溜まっているのを目にする。あれは診察にかかるのもあるが、コミュニケーションをとるために行っているのもあると思う。スポーツジムもそうだと思う。 |
| 宇津委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・錦を理解して頂くために、京都市が実施していた伏見の日本酒を飲んでいただくイベントを錦でも実施した。 ・日本酒イベントは、絶えず錦に来て頂こうというイベントであり、いつも人気がある。和食が世界遺産になって、京の食文化をあげたため、それが続いているのが面白い。年に1回やっている。地域を色々廻られて、最後に錦でやられている。本当に人気がある。7時から10時までの短い時間だが、年齢層は幅広い。そうすると、若い人に錦を知って頂ける。一つ一つの店においてあるお酒が違うので、端から端までいくことになる。青年部が主体でやっている。 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ・我々錦市場は、京の食文化の担い手と思っている。10年前に京都市と一緒にやった錦にぎわいプロジェクトというものがあるが、これは錦が観光地化して、錦らしさがなくなってしまうという危機感から始まった。次の人にも理 |

| | |
|------|--|
| | <p>解して頂こうということで、ブランド力を強化する取組である。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・錦にぎわいプロジェクトは、自分が座長になって、京都市にも入ってもらってやった。どうして錦に来られるのか、錦の顔は何かということから入っていった。 ・錦は歴史が古く来年で400年になる。卸の顔、小売の顔をもっている。個店が独自の顔をもっているということをしないと、競争の原則と同じで、乱売になってしまうので、独自の店が個性を出すということが一つ。ウナギの寝床で、製造販売をやっているところが多いから、独自の味を出してもらう。行政の方と話して、どのようにつくっていったらいいのかを考えた10年間だった。 ・近年は自分たちが考えているのと違う形で、地価が上がっている。商売するよりも貸した方がもうかるという意識が高齢化で強くなることに危機感を持っている。それで、テナントミックス事業をやっていたが、最終的には、不動産を扱う方に渡してしまうような形になってしまっていて、違う形で錦の色がなくなってきた。 ・三人家族の不動産オーナーの方と一緒に、いま、スキームをつくりなおしている。私たちは危機感を持って、熱くなってやっているが、他の商売をされている方から色々な情報が入ってくるので、少し困っている。それを薄めるために、多くの店子が入って活用できるようなものをやろうとした。しかし、その方（不動産オーナーの方）がご高齢で、そこに住むことになったため、売り場の坪数が少なくなった。少ない坪数での経営は高い家賃だと難しくなるので、坪単価を安くしようとするが、自分たちの考え方とオーナーの考え方には違いがあって、難しい。 ・錦は京都の料亭の卸といった側面も担ってきた。料亭がだめになると卸の経営もまた厳しくなる。食育にも取り組んできたが、一方で、錦に飲食店が出てくるということになった。商店街の顔づくりとしてかまぼこ等の店頭販売もやったが、それが食べ歩き文化に代わってきてしまい、いいお客様が利用しづらな街になってしまった。食べ歩きを提供する店が繁盛するようになり、食べ歩きの店に中で食べてもらう工夫をしてもらおう等をしてもらっている。自分たちの狙いとは違う方向に変わってきている。 ・回遊性は、食べ歩きを増やすから困る部分もある。 ・今は、土地をもっておられる方が商いをしている方が多いから、まだいいが、貸すようになると変わってくる。今回の資料を読んで危機感をもっている。 ・汗をかいて、最後まで、スキームをつくり変えていこうと思っている。 |
| 土井委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・卸、小売、製造販売がうまく機能しないと、難しい。これが錦の一番大事なことということを経営の皆さんと共有できるといい。 |
| 宇津委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・卸の部門の後継者がいなくなる可能性が高い。見るだけで帰られるお客さんが、買うお客さんの迷惑になるということになっている。 ・お客さんが、こちらの求めていることと違う方向でくるとということが問題。いつもお客さんのことを見つめてやっていかないとと思っている。 ・地価が高くなるのは、貸される店が少ないから、希少価値で高くなるということを知っている。そういうことではなく、適正な地価がどれくらいか、ということによって変わるといいのだが。 ・安易な商いをすると、軽いお客さんがくる。京都の商いは質が大事。 ・自分たちも汗をかくが、行政にも一緒にやれる網の掛け方もできないかと考えている。面として行政に網をかけてもらわないと、京都らしさが守れないのではないかと。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・網というのは、何か？ |
| 堀部委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・網とは地区計画等。四条繁栄会は建物の用途制限をかけた。それ以前に基本 |

| | |
|-------|--|
| | <p>理念「風格と華やぎのあるまち」を決めてあったので地区計画条例化はスムーズにできた。景観条例にも早くから賛同した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・回遊については自然の回遊、仕掛ける回遊、どちらが良いのか。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・地価がアップしていいのは、地権者。もうかるのに、もうからないように動くのかということと、地区計画の話とをどう繋げていくのが大切ではないか。100年後には、京都の台所というものがなくなると、観光客がなくなるといっても、不動産事業者やオーナーは、税金のこともあるし、難しいと思う。それをどうするのか。 ・背に腹をけずって、やっていく方法はどのようなことかが大事。 |
| 堀部委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・四条は団結力があるから、地区計画の設定がうまくいった。隣近所の活動を強化することが必要と思っている。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・個人的な利益を最大化すると、地域の価値がなくなる。 ・現在可能な限り100%まで儲けようとする、将来の価値は5割になる。今7割くらいの儲けで我慢すると、将来も7割くらいの儲けをキープできるということもあるということ。 |
| 堀部委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・商店連盟の中京東支部（四条・丸太町・烏丸・河原町）14商店街では「幅広くほんまもんを提供」「世代を超えたご贔負」「愉しみのあるまち」の3基本理念を決めた。エリアを先斗町までを考えている。 ・回遊性を出すことは効果がある。自店でも実証済みである ・四条繁栄会は祇園商店街と共に八坂神社参道としての認識を持っておりその沿道での「のれん会」を考えてみてはと思っている。両商店街ではJR京都駅～四条河原町間のアクセスについて議論したことがある。魅力あるバス（例ロンドンの赤い二階建てバス）を指定席で考えたことがあった。その知恵を利用してこの3月からこの区間をショッピングエクスプレスが運行される予定。 ・京都大学の吉田哲先生の指導で中京東支部内を高齢者が多く歩いてくださっているが、休む場所が欲しいとのことで、試みで椅子を置いてみては計画している。 ・四条通の歩道拡幅については、ハードだけでは駄目だと考え、四条繁栄会では従業員の教育に力を入れており、接客の質の向上も大切と考えている。 ・大丸京都店では、現在自店から西に路面店を出され、烏丸からの誘客を試みられている。高島屋京都店も同じ考えを持たれているのではと想像している。 ・ナショナルブランドが出店されてくることについては、良し悪しの議論もあるが、一概には言えないと思う。これらをすべて排除しては顧客を多く求めることはできない。伝統産業のお店、これらナショナルブランド店のミックスで質の高い京都の商いを求めたい。また、質の高い顧客に来てもらいたい。 |
| 米田委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・世界のVIPが来て満足してもらうものが必要。 |
| 宇津委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・質の商いをしていることで、お客様がまちにやってくる。今やらないと、そのような考え方を持っていない周りの者（外部の方）が入ってくるのでどんどん難しくなってくる。一般の人が納得するインパクトがないと、難しい。新しいお店をお貸しする時の考え方が変わってしまうと難しくなる。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・私が仕事をしているところでは、床屋さんだったところに、血縁関係者ではない方を誘致することをやったりしている。つくるビルの1階もそうだったが、ワンスペース月々40万円で中々借り手がなかった。しかし、スペースを10分割することで、借り手がついて、全体として同じ家賃でも埋まるようになった。 ・若い方でも小さい規模で野菜の販売等している方はいる。そうした方何組か |

| | |
|-------|--|
| | <p>で店舗をシェアして、京都の台所を受け継いでくれる方を誘致する等の方法が錦では考えられる。1店舗全部1人では借りられないが、何人かでは借りられる。何かそういう方法があるのではないか。借りるシミュレーションができれば、明るい話になる。</p> |
| 宇津委員 | <ul style="list-style-type: none"> 今日まで錦が一枚岩で来られたのは、錦が八坂神社の神事を担ってきたことで、連帯感が生まれていたからやって来られた。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> 質の商いを保っていく方法の1つとしてシェアリングという方法があるということであった。 |
| 西村委員 | <ul style="list-style-type: none"> 三条まちづくり協議会では、品格のあるまちづくりをしていこうということで進めている。三条界わい景観まちづくり地区という指定がされており、多くの方が街歩きをしている。 イベント関係では、7/24に三条祭がある。平成8年から始めている。また、節分の餅つき大会がある。子どもたちに文化を伝える内容を考えている。 商店街ではないので、商売に特化した活動はしにくいのだが、昨年初めてスクラッチカード企画をしており、比較的好評だった。スクラッチカード企画は、地域の人たちにお店を知ってもらい、地域の人たちの繋がりをつくることを意識してやった。 秋は街角ミュージアムをやっており、お宝をウィンドウにならべてもらったりしている。また、街歩きツアー、京都建築士会に手伝ってもらって建物の見学をしたりしている。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> 地域の繋がりをつくるということでは、皆さん同じことをおっしゃっている。地域で一体感をつくる。都心全体でのポイントラリーなど、皆の連帯感を創り出すという意味で大事。 |
| 堀部委員 | <ul style="list-style-type: none"> ポイントラリー等の取組は、当商店街で議論しなくてはならないが、大切なことであると思っている。 |
| 宇津委員 | <ul style="list-style-type: none"> 錦老舗の会がある。質の商いを保っていくという視点から、ポイントラリーのような形で、そうした「老舗の存在」を表に出してしまってもいいものかどうか懸念される。一方で、お客様が求めておられるのは老舗であり、お客様にわかるようにしてほしいという方もいる。何か（質の商いを保ちながらもお客様に上手に紹介できる）いい表現があれば、分かるようにもしたいなと思う。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> 新しい体験をしてもらうということが非常に大事。体験ラリーのようなものがあればいいのかも。 |
| 石川委員 | <ul style="list-style-type: none"> 私も、つくるビルのメンバーも、自分たちが変わったことをやっているという自覚はある。ニッチな部分をやっている少数グループという自覚はある。 京都に質の高いものがあるのは絶対必要で、それがないと（自分たちのようなニッチな部分も含め）ピラミッド構造が生まれてこない。一方で、男女で回遊するところも違うし、観光、食、イベントの種類はたくさんある方がいい。それをちゃんと情報として共有したり、やる方も自覚してやっていくことが、より回遊性を高めることに繋がると思う。 例えば、まち全体を眺めたときに、つくるビルは偏っているがこの部分には大変強いということを感じている。また、そうではない部分が強いお店もあり、それぞれのポジションを自覚的に持ちつつ、互いに情報共有できれば、回遊性を高めやすくなると思う。 さらに、人を回遊させることを考える時、世代とか、組織とかの回遊を考える必要がある。一見さんお断りの敷居の高いお店と、もう少し若い人たち向けのお店の間での回遊等を考える必要がある。 |
| 市川委員 | <ul style="list-style-type: none"> 今日の資料をみて、回遊性というコトバと、個店の魅力、個店と個店の連携 |

| | |
|-------|---|
| | <p>ということが書いてある。そこをしないと、回遊しない。そして京都の場合は「質の高さ」が鍵になってくるといことだと思う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 個店と個店の連携。これは個店同士では難しいから、行政支援が必要。行政に関しては、もっともっと積極的に、ただ見ているのではなくて、他の自治体がない絡みをみせて、個店間の連携を推進させるようなことを期待している。京都らしさを維持するために、ナショナルチェーンを減らすには、京都らしい個店を増やすしかない。 ・ 今日ポイントラリーの話題が出たが、京都にある文化的コンテンツと個店を結び付けるラリー等を考えるとよいし、そこに行政の働きかけがあってもよい。歩かせる仕掛け、そこに行政の力を出して頂けるのではと思っている。歩きのルート、ポイントラリーのコースをたくさん創ることで、京都の文化的コンテンツと個店を増やしていくといいかなと思う。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・ ハード側のことをやっている人間からいうと、500m感覚でポイントを設定すると比較的長距離を歩いていける。嵯峨野が代表的。一定間隔に目的地があり、4キロくらい平気で歩ける。その途中に椅子等もあるといい。 ・ そこにポイントラリーがある。そしてお酒飲んでもらおうと、歩くまちになる。 ・ 気になるのは、都心部の歩く環境があまりよくないことである。タクシーも表通りではなく、信号がないからということで細い道を抜け道として通る。 ・ 歩きやすい環境づくりと、歩く仕掛けの両輪がそろおうといい。 ・ 京都の都心は、速度制限 20km だが、それは世界でも少ない。世界レベルでも、せいぜい厳しくて 30km 制限である。 |
| 西村委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 三条通だけ 30km だから、20km に落としてもらおうと協議している。 |
| 福富委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 地権者の方で引き継ぐときに、理念が引き継がれないというお話について。自分は、同年代の人とも考え方が合わないことがある。 ・ 調査をみると、20代、30代はナショナルチェーンへのニーズはある。これに応えないと、大阪神戸に行ってしまう。どこに何が入るかが重要。例えば、練り物屋さんと漬け物屋さんの中にドラッグストアは要らないと思う。どこに何が入るかということに、商店街単位で取り組むことと、都心部エリア全体でプロデュースすることの2つが必要。若手がつながる方法が必要。 ・ 質の商いにつながることで、例えば、近隣で採れたものを食べる等、本物の食を知らない若者に、本物を伝えて育てる手だてが必要。 ・ 問題意識がない人は集まらない。頑張る人は益々がんばって、がんばらない人はがんばらない。経済は効率的に考えるのなら、集まる必要がないとなってしまう。例えば、今の学生は、食にかける思いはそれほどないので、京都のものを食べる機会をつくる等は有効かもしれない。 |
| 福富委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 四条通の二車線化は、4月からということで、それに関連すると、自転車については、地下に一台ずつ埋め込むというのを台東区でやっている。おしゃれな自転車は室内に入れるから、地下対策はいいかもしれない。また、電線の地中化等もいいと思う。 ・ 大学のまちということに関連すると、今やっていることを検証しましょうというスタンスで、コンソーシアムがあることが街の活性化に寄与しているのかということを考えてみた。今就職困難ということで、ビジネスプランコンテストのようなものがたくさん出ているが、これが京都市とつながると、若者活用に生きるのではないか。 ・ 先ほど話題に出ていたポイントラリーについては、スマホである場所に行ったら、そのネットにつながると、ポイントがもらえる等もよい。ポイントに Wi-fi があつたらいい。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 駐輪所システムを取り入れて、普及させている会社がある。 |

| | |
|-------|--|
| 河島委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・スタンプラリーについては大賛成。人を動かすというだけでなく、ふだん気になっているけど、入らないお店に入ってみる動機づけになるのでは。皆が入っているから入るといいと思う。スタンプラリーがあるから発見がある。応用して企画すると、色んなパターンが作れる。例えば、今回は、伝統工芸を見て回る、次は京都の食材を見て回る等。自分でもお店を探してみたいが、探したり、知識を得たりするための時間が必要になる。無知でも入っていけるという気持ちはよいと思う。料理も教えてくれる等考えられる。時間は限定しているが（ある日、ある週間の強化月間を設けて）、その時にお店に行けば、ものすごくフレンドリーに教えてくれる。そんな日を設けて、協力体制をつくって、ワークショップ的なことを体験できる、テーマパーク的に楽しめる企画をするというと思う。 ・自分の専門分野から言うと、文化コンテンツ、文化消費についてコメントすべきだが、文化施設を都心部につくる話はあるのだろうか？それがないなら、これ以上はあまり言っても仕方がないのかなと思う。 ・参考までに、青森県の八戸市に文化施設はっちという多くの人が訪れる施設がある。 ・はっちでは、ミュージアム的な部分とエンターテイメント的な部分、また、起業とかカフェとか、若手クリエイターとか、WSとか、色々なものがある。昔の商店街の中に立地している。アクセスに関しては、近隣のデパートの駐車場を使ってもらう仕組みになっている。 ・はっちの存在が、周辺地域の活性化に役立っている。都心部において、そのような役割を担う場所をつくりたいということが万が一あれば、ちょっと小さい土地があればできるかもしれない。結構テンポラリーに人が来る施設にある。私が行ったときは、利き酒会を行っていた。出店料が安いのがポイント。地域の人たちが行く。 |
| 森本委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・P15にあるおもてなしについてだが、東京オリンピック、パラリンピックといった機会をどう活かすのかがポイントかなと思う。オリンピック関連で動く人たちを呼ぶ活動をするかどうか。障がい者と一緒にわいわいするイメージを持つかどうか。もしそれをするなら、仕掛けが必要かなと思う。海外では、認知症者にやさしいまちということで、赤い看板を出している街もある。外から見て認知症者にやさしいまちということがわかると、訪れやすい。その人たちにどう回遊してもらうのか。一つのお店に行ったら、お店の推薦するお店を数個提案してもらって等考えられる。その人の興味に合わせた変化をもった回遊を考えることも重要。 ・料理の話、リタイヤした人たちに教える料理教室があってもよい。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・これは大切。親が寝たきりになった時、自分がやらなければならない。高齢者やお孫さんが一緒に作る料理。和食の文化が伝わる。新しいマーケットがあると思う。 |
| 福富委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・ABCのクッキングスタジオはいつできたのだろうか？hanaができた時だろうか。学生たちの中には、ABCのクッキングスタジオに通っているという子が割といるようだ。 |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> ・料理教室は、多くの世代にニーズがある。やっているのをみてもらうことに意味が見いだされている部分もありそうだ。 |
| 池垣委員 | <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の立場からの意見としては、メディアへの対応が大切だと思った。消費者は、メディアを見てしまうから、メディアと商店街がきちんと組まないと難しい。例えば、錦では、錦の人たちは質の商いを目指して、何でもありの商店街にしているつもりはないのに、メディアが食べ歩きイメージ等を伝えたり、観光客でいっぱい自転車を押しては入れないイメージを伝えたりしていると、そうした商店街になっていく。メディアは人を呼ぶけれど |

| | |
|-------|---|
| | も、恐ろしい側面もある。 |
| 宇津委員 | ・今、錦ではメディアにどんな報道をするのか、錦のブランドとして合っているかどうかチェックするため、報道規制をしている。 |
| 池垣委員 | ・一方通行でない、互いの交流があるといい。 ・若い世代、特にファミリー層の日頃の行き場が都心部には少ないのかなと思う。行ったときに、これだけしかないのと思うと行かなくなる。一方で、実際に行ってこんなにあるのだと思うとまた行きたくなる。こんなに歩いてこれだけしかなかったのとなると、難しい。行って面白くないと。 |
| 宇津委員 | ・観光客が多すぎてというところで、今考えているのは、錦買物ツアーの企画である。お客様にリピーターになっていただくためのことはやっている。 |
| 土井委員長 | ・下京、中京は夜間人口がとても多い。そういう人たちをお客さんにしていくことが大切。 |
| 宇津委員 | ・スタンプラリーの発想に関連してだが、来年再来年が若冲 300 年だから、伊藤若冲が錦で売られていた物を色々と題材にして描いていたことにちなんで、若冲に関わるツアーをしたいと考えている。京都市と一緒に、食だけでなく、文化も一緒に提案していこうと思っている。錦の顔を出していきたい。 |
| 土井委員長 | ・京都市民が観光客として来てくれたらいい。 |
| 池垣委員 | ・ウィングス京都の有効活用で、お料理教室等ができるといい。街中でそういうことができるといい。ウィングスの調理室がよく空いていてもったいないと思う。 |
| 石川委員 | ・ウィングス京都の調理室がよく空いているという問題は、そもそもその空間が、調理師にとってつくりたいような空間であるかということも、なぜ空いているのかを考える上では大切である。 |
| 池垣委員 | ・あるものを使っていけないと仕方がない。町家でできればいいが。 ・30代くらいの方は、場所探しをしている。その場所をつくる一部として、空いているところを有効活用してはというイメージである。 |
| 市川委員 | ・資料にある、「通りのカラー化」が完成したらどういうイメージかお聞きしたい。 |
| 宇津委員 | ・寺町だったらこう、京極さんだったらどう、という感じではないか。 |
| 市川委員 | ・それは来訪者にどう映るのか。どうやって来訪者に気づかせるのか？ |
| 宇津委員 | ・昔は、夷川のように、カラーがそれぞれの通りにあった。違った形でまちづくりにもっていけるのではないかと考えている。お客さんがこんな色付けをしているのに、商売する人がそれに気づかないという商店街はある。わかりやすい感覚で言うと、夷川、寺町のような感じ。 |
| 森本委員 | ・前はエリアの名前を付けましょうという話題があったが。 |
| 土井委員 | ・あまり明確にしない方が、華があるのでは。 |
| 堀部委員 | ・エリアに先斗町はいれなければならないと思う。 |
| 事務局 | ・今回の都心部エリアに先斗町は入っている。 |
| 土井委員長 | ・エリアの名前は、次回の宿題で。 |
| 白須局長 | ・こういったものを踏まえながら、まとめていきたい。河島先生から提案のあった施設についても、立誠小学校であるとか、空き家のリノベーション等で盛り込めるといい。おもてなしの街も京都市で強めていこうというスタンス。国際化、ノーマライゼーションは大きな流れ。その部分も力を入れていきたい。特に、プロデュースの話が出ていたが、この通りはこんなもんだということをもてないで、外に発信できないし、滲み出すような効果もやっていきたい。それぞれの通りが特色を持ち、全体としても個性を持つ。それ |

| | |
|-------|--|
| | <p>によって、他都市とは違った面的な拡がりをもった街にしていければと思う。</p> |
| 土井委員長 | <ul style="list-style-type: none"> • 小さな成功を積み重ねることが大切でないかと思う。できるところを見せていくということが大事だなと思う。これが大きな問題を一つずつ解決していく。そのステップを皆で議論していければいいなと思う。 |
| 米田委員 | <ul style="list-style-type: none"> • 2/27 が京都の街と高島屋がどう発展したかというイベントがあるので、入場券を送るので、来て頂ければと思う。 |