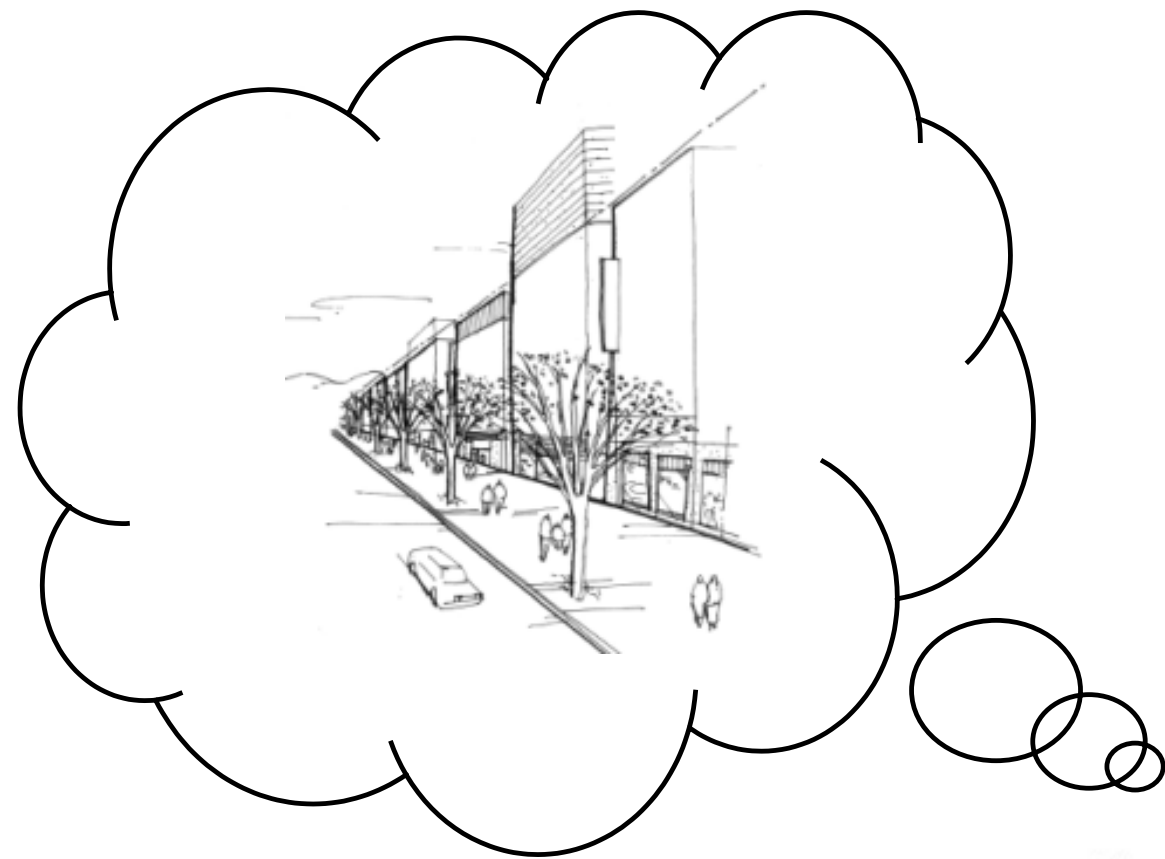


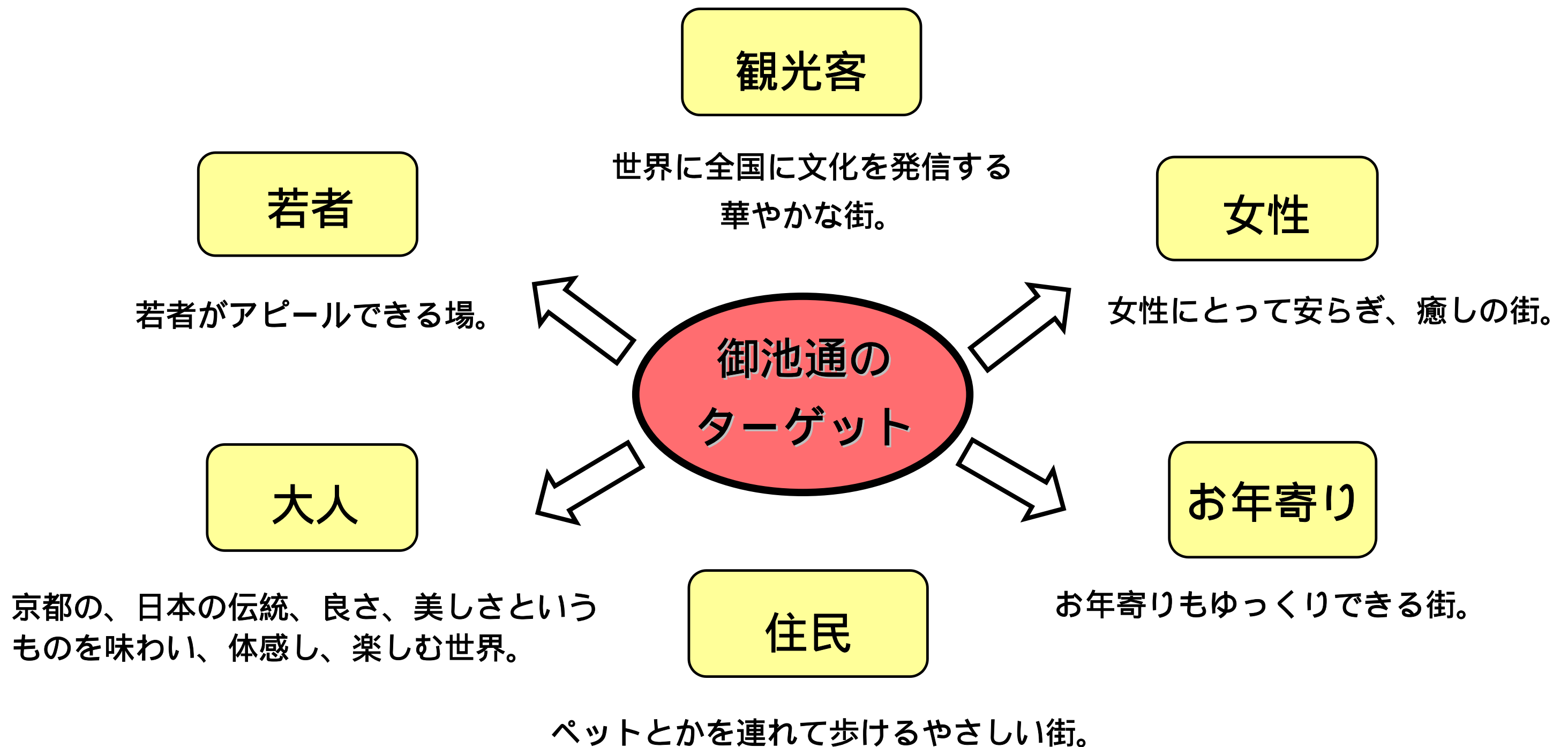
「御池のにぎわいづくりについて」

座長代理 若林靖永

ビジョンとは夢見ること。目を閉じてみてください。どんな御池通りが目に浮かびますか。鮮やかなイメージを構築すること、それを多くの人が共有することがまちづくりです。手段や施策について心配する議論があるが、それよりもまずビジョンを持つことが未来をつくるのです。



- まちのターゲットは複数。
- 様々なターゲットがあるからと言って焦点をはっきりさせないのは正しくない。
- それぞれのターゲットの期待にこたえる方向性をはっきりさせることが大切。



- 京都のような面的展開が優れている街では、あまり人工的に明確なゾーニングコントロールは望ましくない。
- さまざまな商業がまだら模様を展開されていることの方が望ましい。
- 通りには名前があるが、コンセプトが弱い。
- 通りごとに基本的なコンセプトをつくりだし、ストリート・アイデンティティを意識的に構築していくことが求められる。

- ・ 京都市商業振興ビジョン (仮称)策定委員会でも検討予定。

- ストリート・アイデンティティを具現する商業施設の展開と核店舗の出店。
- 積極的にプロモーションする仕組みが必要。
- ふさわしくない店舗抑制を図る。
- 店舗の品揃え政策がカギ。

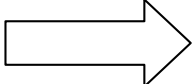
- ・ 単独で集客できる京都の個性的な店舗が並ぶ通り
- ・ イタリアなど、文化・歴史を感じさせる個性的な店舗が並ぶ通り
- ・ オープンカフェスタイルのレストランが並ぶ通り
- ・ 雑貨・インテリアなどライフスタイルを提案する店舗が並ぶ通り
- ・ 衣料等の店舗は違うかな 銀座じゃない
- ・ 大型店はいらないのか？
- ・ オフィスビルの1Fのショーウィンドウが楽しい通り
- ・ 伝統工芸、アートの集客施設が並ぶ通り



- 土日等にはイベントがいつも行われていることが大通りの役割。
- 御池通でイベントを展開したい人・組織の受け皿、仕組みが必要。

(1) 通行規制をして車止めし歩行者天国にするという最大級イベント

(2) 市役所前、御池中学校などの空間を使つての大イベント

(3) 歩道を使つてのイベント  さらに研究が必要。

- 山鉾巡行など京都を挙げてのお祭りを展開
- オリンピック、ワールドカップなどの大スクリーン
- 歩道で土日イベントを展開
- 二条城と連動して御池通西部イベントの展開



- イベントを展開したい人・組織・仕組み

- 通りを育てるのは通りの住民。住民にとってやさしいまちを住民自身によって心をこめてつくっていくことが基本。

- ・ 車椅子や視覚障害者などにやさしく手をのべる通り

御池通周辺環境整備



- ・ 京都の通りの名前、歴史、マップを広めるガイドの充実（五彩の会のイベント案内マップ）

- ・ 通り全体を統一的にデザインして花壇を展開（中京中学校前）

- ・ 学区関係者を中心に広く市民に呼びかけて御池通クリーン作戦を展開（沿道5学区自治連合会の合同協議会の様子）

- 親密さをつくりだして、その中から互いに共同の意欲が生まれることが基本。
- 組織はそのための契機にすぎない。NPO御池シンボルロード・キャンペーン（仮称）？
- 組織は、可能な限り、個別機能、イベントごとに作ることが望ましい。
- NPO、行政の支援のもとに、それぞれの組織をおく。
- もう一つの組織の役割は、調整、つまり、透明性を確保すること。

