

商店街をもっと見る。もっと知る。

京都商店街新聞

NOVEMBER
2022
創刊号

KYOTO SHOPPING DISTRICT PRESS

発行 | 京都府商店街振興組合連合会 〒600-8009 京都市下京区四条通室町東入函谷鉦町78 (京都経済センター3階) TEL (075)-342-0301 FAX (075)-342-0302 URL <https://syouren.or.jp>

CONTENTS

上田理事長インタビュー：商店街には「夢」がある～創刊によせて～ | 「常に新しい」新京極商店街 | 食材全てをより美味しく、魅力的に！ ツーリストシップで旅行者交流 | TOPICS：令和四年京都市自治記念式典で表彰 | INFORMATION | 記事からの気づき and more...



商店街には「夢」がある

～創刊によせて～

京都府商店街振興組合連合会

理事長 上田 照雄

その言葉の一つひとつが、未来を向いていた。憂いや怒りの中に灯る大きな希望、人はそれを「夢」と表現する。夢は生きる原動力だが、簡単に持てるものではない。商店街の未来を真剣に考え抜くからこそ、夢という名の青写真は具体性を帯びていく。

創刊にあたり、上田理事長に取材をお願いした。激動の時代をどう生き抜くか。商店街の繫栄がいかに、街づくりや人づくりの縁となるかを熱く語る理事長の言葉は、まさに考え抜かれた一途な夢を連想させる。

平成十二年に施行された『大規模小売店舗立地法』によって、大型店舗やチェーン店参入の規制が緩和され、動線が巨大施設に流れた。打開策を見いだせず泣き寝入りする商店街も多数あった。「地域で街を興す、それがやがて人をつなぐ。」理事長には確信があった。「商店街を残すことが目的ではない。商店街を通じて、人のつながりを創ることが大事」だと。どうやら利便性に流れ続ける私たちは、この混沌とした時代に、何か大切なものを忘れてしまったのかもしれない。

「地域に密着した商業の振興を図りながら、まちづくりを進めることが、コミュニティ発展のためには必要です。顔と顔を向き合わせて買物ができる日常の幸せを失いたくないから。」理事長の言葉に熱が入る。街の未来は、人の想いは、商店街で創るんだという本気の決意だ。

「市民や事業者、行政が一体となって商店街を盛り立てる。やがて人が集まる商店街を京都から創り出す。それが夢です。」夢の実現は得てして、一人の勇者の、そのたった一言から始まるということを知る。商店街の夢が、動き出した。

京都の商店街をみつめる

「常に新しい」新京極商店街

エンターテイメント溢れる商店街に新しい風吹く予感



事業イベント「新京極華をどり」の様子



SNSで募集した清掃ボランティアに参加してくれた一般の方



理事長 岡本さん

西澤さん

新京極商店街振興組合
〒604-8035 京都市中京区新京極通六角下る桜之町438番地1 べんてん堂ビル3F
☎ 075-223-2426 (月～金 10時～12時 / 13時～17時) URL : <https://www.shinkyogoku.or.jp>

新旧集まる混沌の新京極商店街。今年迎えた開通150周年を記念し様々な取り組みが行われています。今回は新京極商店街の理事長である岡本さん、150年記念事業実行委員会の副委員長をされている西澤さんに、今行われている事業や、取り組みを通した商店街全体への思いをお伺いしました。

一新京極商店街はどんな場所ですか？

岡本さん 京都の通りの中でも歴史が浅く、「新しくできた京極」として「新」の名がついています。その名の通り新しいものが常に入り続けており、新しい店も老舗も混沌と存在しています。自分のライフスタイルとマッチするものに出会える奥行きがある、まるで「大人のアミューズメントパーク」のような場所なんです。

西澤さん 寺町京極が元々お寺の入り口で、新京極はお寺の境内でした。境内で行われていたマルシェのようなものが常設される形で発展したんです。元々エンターテイメント性が強く、当時から演劇や射的のような出し物が並んでいて、何かを買うより遊びに行く場所でした。

一賑やかな多様性のある商店街なんです。

開通150周年を迎え行われている取り組みを教えてください！

西澤さん 若い者がなろう、ということで、若手の自分がこの事業のイベント企画や広報を担当しています。ロゴ制作、アーケード屋根や看板などハード面の工事、150年の歴史を冊子にまとめたり、定期イベントも150周年に絡めたり、花街から舞妓さんをお呼びして「新京極華をどり」を催したりしました。この場所のエンターテイメント色を守り、「新京極行ったらおもろいやん」と思っていたきたいんです。

岡本さん コロナで派手にできないけれど、何かイベントを催す度、理事会と協力員さんみんなの手で一緒に設営して撤去しています。来られたお客さんに喜んでもらうことが何より大事！という共通認識のもと、みんなで協力し合って取り組む意識があるんです。

一お客さんへの想いが伝わります。今後の取り組みについて展望はありますか？

西澤さん 今、京都府のプロジェクトで繋がった学生がボランティアで広報活動をしてきています。その学生が別の学生を連れてきて輪が

広がったり。SNSで清掃ボランティアを募集すると参加してくれた方もいました。近々サポート団体も形成しようと思っています。私自身、事業が忙しくてお店に手が回らないように、内部の力だけで商店街は回りません。地域内外から人を巻き込んで、みんなで一緒にこの商店街を運営したいと思っています。

岡本さん 商店街のため協力員や理事になろうと思う人を増やしたいです。メンバーがただ集まるだけではなく、悩みも共有し合い相談しながら結びつくコミュニティである必要があります。このためにも、若い人が中心となり、若い人の思いが反映できる環境にしていかなければなりません。

お2人共「常に何かやっている商店街にしたい」という言葉を口にされたのが印象的でした。「お客さんを喜ばせることが商店街全体の喜び」という共通認識のもと、課題に向き合い新しい風を起こすために精力的に活動されており、またそのサポートの必要性に向き合っている姿がありました。

食材全てをより美味しく、魅力的に！

食品ロスの削減やごみの削減をめざす取組を紹介します

京都錦市場商店街編

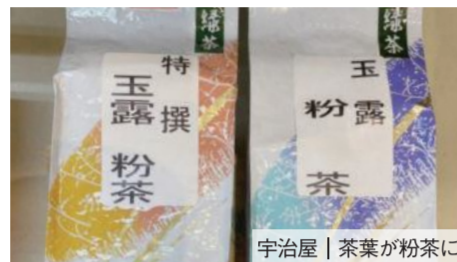
初めまして！私は、ごみに対する意識改革に取り組んでいる大学生団体「ストレイト」です。こちらのコーナーでは、商店街における食品ロスの削減やごみの削減の取り組みについて紹介していきます。今回は京の台所として愛される、京都錦市場商店街です！その中で3つのお店について紹介します。



大國屋 | うなぎからぶふうなぎに

昔からの伝統を引き継ぐ【大國屋】
1店目は、うなぎを中心とした川魚を販売する大國屋です。ここでは売れ残ったうなぎをある商品に生まれ変わらせるそうです。それが、「ぶふうなぎ」です。この商品は、残ったうなぎをぶつ切りにして山椒とタレで炊いて作られています。昔ながらの知恵を使って、食べ物を無駄にすることなく新たな輝きを持たせるところに工夫が感じられました。

「出物」こそ売り出し物【宇治屋】
2店目は、宇治抹茶専門店の宇治屋です。ここでは、100%自社ブレンドの「熱湯玉露」が有名です。この商品を作る際に取り除かれる細かな茶葉、いわゆる「出物」と呼ばれるものを集めて、ある商品として販売しています。それが「粉茶」です。ここでも捨てられるはずのものが新たな主役となるように活用されています。



宇治屋 | 茶葉が粉茶に

味に自信あり！【四寅】
最後に、京野菜や果物を販売している四寅です。ここでは、見た目が少し

悪くても鮮度には問題が無い商品や、傷みあり商品として販売しています。さらに果物について、より見えた目が悪い場合は、お店の厨房でジャムにして販売しています。このように見た目が悪いと捨ててしまうお店も多い中で、できるだけ商品にしようとする気持ちが素晴らしいと思いました。

錦市場では、本来捨ててしまうものを新たな商品として販売しているのですね！次回も様々な取り組みについて紹介していきます。ぜひ取材して欲しいという商店街さんは、奮ってご連絡ください。お楽しみに！

大学生団体 | ストレイト
代表 | 藤田 直己
E-mail: pianotaiko8021@gmail.com

ツーリストシップで旅行者交流

ツーリストシップとは、スポーツマンシップの観光版で、旅先で出会う人々が意識したい心構えです。このコーナーでは、店主からお聞きした旅行者エピソードをご紹介します。

嵯峨商店街にある Platz は老舗寝具店から始まり、「良いものを残す」のコンセプトで生活雑貨・家具も扱うお店。代表の加藤就一さんにお話を伺いました。

商店街では既に2003年に、時代を予想してインバウンドに関するシンポジウムを開催しました。しかも講演は英語。当時は自治体職員の方もぼかーん。その後しばらくして見られだしたのがトイレの問題。ちり紙が流されない。でも散らかされるのではなく、並べられている。なぜだろうと留学生にヒアリングしてみても、やっと文化の違いがわかりました。そうしたきっかけもあり、加藤さんは積極的に海外の文化や言語を学ぶようになりました。

異文化は、「違い」ではなく「不思議

と捉えます。そうすると、より分かり合えるのではないのでしょうか。そして言葉はやっぱり大切。流暢でなくていい、キーワードでいいんです。「ありがとう」「またお越してください」の声かけや、商品説明の翻訳とか。お勧めは「雑談」。私は旅の一番の思い出は雑談ではないかと思っています。

ある時、世界中の枕の収集が趣味

のカナダ人整形外科のお医者さんが来られました。雑談していると、「この旅の二週間で初めて雑談できた」ととても喜んで枕を買って帰られました。ちなみに欧米では枕を複数使用しますが、日本のように身体を起こさずに寝る姿勢は、棺桶を想像することのこと。それも雑談で知りましたが、彼らも雑談できたことを喜ん

でいました。写真でも見られる観光名所と違い、現地の人との雑談はそこできかない。その土地の思い出として深く温かく残るのではないのでしょうか。

“自分と違う”ではなく“不思議！”と異文化に触れ、雑談をとおして互いの文化の印象を深めて温かい気持ちになる。お店の中だけでなく、道ゆく観光客にも実践していきたいですね。



TOPICS

令和四年 京都市自治記念式典で表彰

～未来の京都まちづくり推進に尽力～ 6名の商店街理事長及び商店連盟名誉会長が表彰

「京都市自治記念式典」が、2022年10月15日（土）、ロームシアター京都にて開催され、同式典において京都市政の推進に尽力した企業や個人に贈られる、「未来の京都まちづくり推進」部門で、6名の商店街理事長及び商店連盟名誉会長が、門川大作京都市長より表彰されました。この式典は、京都市民自らの手による、市長の選任と市役所の開庁により、1898(明治31)年10月15日に、真の自治権を獲得したことを記念して開催され、毎年同日に市政の推進に多大な貢献

をした個人及び団体に対して、表彰状が贈呈される式典です。今回の「京都まちづくり推進」部門の選出に至った経緯は、「はばたけ未来へ！京プラン2025（京都市基本計画）」に掲げる、「うるおい」、「活性化」、「すこやか」、「まちづくり」の分野において、「魅力あふれる未来の京都の実現」に向け、京都市政の推進に尽力された功績により、表彰されました。御受賞されました皆様、誠にありがとうございます。

【未来の京都まちづくり推進部門】

(五十音順)

- 宇津 克美氏 京都商店連盟
- 岡本 喜雅氏 新京極商店街振興組合
- 田中 正人氏 京都三条会商店街振興組合
- 野村 清孝氏 四条繁栄会商店街振興組合
- 馬場 保夫氏 今熊野商店街振興組合
- 森 一起氏 竜馬通り商店街振興組合

INFORMATION

01 豪華な景品が当たる！ ガラポン抽選会を開催

三条名店街商店街

三条名店街商店街にて2022年12月1日（木）～2022年12月25日（日）の期間中、500円以上のお買い物をされた方が対象のガラポン抽選会が開催されます。

〈開催日〉2022年12月24日（土）・25日（日）

〈開催場所〉三条名店街商店街デジタルサイネージ前

〈対象レシート〉期間：2022年12月1日（木）～2022年12月25日（日）
金額：500円以上のご購入レシート

掲載情報を募集しています

京都の商店街に関わるニュースやイベントなどの情報を随時募集します。「取り組みを知ってほしい」「イベントを知らせたい」など、ぜひお聞かせください！要項を記載してメールにてお送りください。〈要項〉メール件名「京都商店街新聞掲載情報」/主催者名/イベント紹介文(300字程度)

02 5,000円で6,500円分（プレミアム率30%） プレミアム付き商品券を販売

寺町京極商店街

寺町京極商店街で使えるプレミアム率30%、6,500円相当のプレミアム商品券が5,000円で販売されます。

プレミアム商品券有効期間

2022年12月10日（土）～2023年1月9日（月）

〈販売日時〉2022年12月10日（土）

①12:00～14:00 ②15:00～17:00

〈販売場所〉寺町京極商店街アーケード内

URLなど。その他、チラシのデータ添付など必要情報をご記載ください。（掲載枠には限りがありご希望に添えない場合がございます。ご了承ください。）掲載情報お問い合わせ先 ■ 京阪企画社 E-mail / keihankakusha.kyoto@gmail.com



京阪企画社 E-mail のQRコードはこちら

記事からの気づき

記事から得られる情報や気づきを組合運営に生かすことができればと思う。今回のテーマは『観光』。元々、観光地ではなかった商店街に国内外より多くの観光客が訪れるようになる。とくに海外から来る観光客の中には地元の暮らしや食生活に興味をもち、それらを見聞し、体験できる場である商店街を訪れるようになる。そのような観光客をターゲットに、昔から土産物や食品を提供していたような店でも、手軽に食べ歩きのできるような商品を販売するようになる。さらに、全国各地の有名観光地でチェーン展開しているような資本力のある会社が、出店し

て、観光客目当ての土産物や飲食物を販売、提供するようになる。昔から商売をしていた店の中には、観光地化を歓迎していないところも多い。むしろ、観光地化することで、地元の顧客の足が遠のいてしまったと嘆く店主もいる。観光地ではなかった商店街が観光地として紹介されるようになり、観光客目当ての商品やサービスを提供する店が増える中、商店街として、まざるべきことは、そこで商売をする店主が将来実現したいビジョンを共有することではないだろうか。（京都商店街新聞アドバイザー・京都錦市場商店街振興組合事務長 清水彰）