

商店街をもっと見る。もっと知る。

# 京都商店街新聞

KYOTO SHOPPING DISTRICT PRESS

## CONTENTS

インタビュー：京都駅近鉄名店街商店街振興組合（みやこみち）／商店街の取り組み／商店街創生センター10周年記念フォーラムレポート／U59レポート／京都発企業の魅力探訪／and more…

2026.1 Vol.20

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  
入函谷鈴町 78（京都経済センター 3 階）  
TEL：075(342)0301 FAX：075(342)0302  
URL：https://syouden.or.jp

次号予告 2026 年 3 月末発行

七条商店街振興組合 インタビュー



京都駅近鉄名店街商店街振興組合（みやこみち）  
理事長 児嶋 真司さん

## 商店街 × 駅 × 商業施設 3つの顔を持つ駅ナカ商店街

観光客も、働く人も、暮らす人も利用する京都駅の商店街。本年度7代目に就任された児嶋理事長に貴重なお話を伺いました。

### 商店街の成り立ちと発展の経緯

1964年（昭和39年）の東海道新幹線開業とともに誕生した京都駅近鉄名店街商店街（みやこみち）。発足当時は新幹線利用者向けのお土産店が中心で、3年後には20店舗が加盟するなど、順調に規模を拡大しました。大きな転換期となったのは京都駅ビルの完成時。「南北自由通路」の整備により、北側の駅ビルから南側の商店街までの移動がスムーズになり、観光客が飲食や買い物を楽しみながら駅を回遊する動線が確立されました。2008年（平成20年）には新幹線の耐震補強工事に伴う全店休業を経て、全面リニューアルを実施。この時に「みやこみち」の愛称が生ま

れ、老舗から新しいニーズを捉えた飲食店までが並び、活気あふれる商店街として今に至っています。

### 3つの特徴と振興組合の強み

他の商店街ではみられない特徴として、みやこみちは「商店街」「駅」「商業施設」という3つの役割を持っています。背景には、従来の新幹線利用者に加え、現在はインバウンドやビジネスマン、周辺で働く人々、ファミリー層、駅利用の学生など、多様な人々が日常的に行き交う場所へと変化したことが挙げられます。

また、運営面で独自のスタイルを貫いていることも特徴です。365日、決まった営業時間で休業なく旅人を迎える「駅施設」としての公共性を守っていること。そして物理的な面積の制約から加盟店舗数を最大41店舗に定めていることなどです。

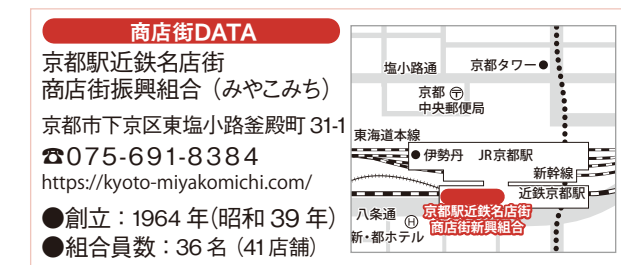
さらに特筆すべき点が、「振興組合」という法人格を持っていることです。振興組合は京都市長の許可がなければ設立できず、新幹線のターミナル駅という等地に



振興組合が存在する例は全国的にも稀だといいます。この振興組合化により、大手の論理に偏らない地域に根ざした活動が可能となり、商店街を守り続けることもできると、その特殊性と強みを教えていただきました。

### インタビューを終えて

「商店街」「駅」「商業施設」という3つの顔を持ち、"ここにしかない店舗や商品を売り出していきたい"と話されていたことが、印象的でした。時代や利用者の変化に柔軟に対応し続ける姿から、「みやこみち」が空き店舗のない商店街であることも実感しました。このたびはご協力いただき、ありがとうございました。



7,000円分の商品券が5,000円で購入できるプレミアム商品券を舞妓さんが手渡し

子どもたちに大人気のガチャ

キャンペーンのチラシとポスター

人通りの多いガラス壁面を利用した、ふたば書房の広告デジタルサイネージ

フォトスポットとしても人気の「みやこの滝」

とり八名物「ぼんから」に舌鼓！

## インバウンドからファミリー層まで来街

### 京都駅近鉄名店街商店街振興組合（みやこみち）

時代とともに来街者が多様化してきた商店街。さまざまな人々を温かく迎え入れるため、さまざまな取り組みをされています。

### 客層の若返りと「日本人観光客」への思い

来街者の変化に目を向けると、京都駅の賑わいは「昭和」「平成」「令和」と着実にその姿を変えてきました。昭和の時代では観光客が7～8割、残りが通勤客やサラリーマンで占めていたそうですが、令和の現在はインバウンドの急増に加え、若年層の利用も目立っているそうです。かつては新幹線の発着時刻に合わせた賑わいの波がありましたが、現在は一日中途切れることなく活気に溢れています。この変化について、児嶋理事長は「インバウンドの増加だけでなく、全体的に利用者の若返りも感じますね」と話されています。周辺には京都水族館やイオンモールができたことで、かつての「お土産を買うだけの通り」から、ファミリー層や学生も行き交う賑やかな「街」へと変貌し、新しい人の流れが起きているとお話いただきました。

### 商店街シンボル「黄金の柱」と「みやこの滝」

黄金の柱は、2008年の新幹線耐震補強工事で設けられた構造柱を覆うもので、現在はその美しさからフォトスポットや待ち合わせ場所として親しまれています。また、象徴的な存在として「みやこの滝」も挙げられます。イオンモール京都がなかった頃、奥まで足を運ぶ

人が少なかったことから、回遊性を高める施策として設置し、現在はカラフルなライトと文字や模様も描けるウォーターカーテンへと進化させたそうです。

### 表も裏も越えた賑わいある商店街を目指して

インバウンドの拡大により外国人観光客が大きく増える一方、コロナ禍以降、日本人観光客、とくに年配層の来訪減少が商店街の課題となっているそうです。その対策の一環として商店街では、毎年10月に「ありがとうキャンペーン」を開催。本物の舞妓さんから手渡されるプレミアム商品券の販売や、レシート合計で参加できるガラボン抽選会など、近隣のファミリー層も楽しめる独自イベントに力を入れています。

「京都駅を『表と裏（北と南）』で表現される傾向がいますが、表裏のないような商店街づくりを目指したい」と理事長。4代目として家業の漬物店を守りながら、7代目商店街理事長として舵を取る力強い言葉をいただきました。



「今後はこれまで発信力の弱かったSNSにも力を入れていきたい」と話す児嶋理事長

お店のユニークな取組みや工夫をご紹介します

## 店舗Pick Up! 商店街図鑑

京都駅近鉄名店街商店街振興組合（みやこみち）

料理も接客もマニュアルに頼らない、みやこみちの名店

### とり八

「はやい、安い、うまい」をモットーに、サラリーマンを中心に長年愛されている創業46年の居酒屋。テレビや雑誌で紹介されてきた名物「ぼんから」は、自家製ぼん酢で味わう唐揚げで、一度食べると忘れられない

看板メニューです。

そのほかにも、「どじょうの唐揚げ」や「馬肝のつくり」など、他の居酒屋ではあまり見かけない料理が並ぶのも魅力の一つ。従業員マネジメントでは、接客含め、スタッフをあてマニユアルで縛らず、一人ひとりが考えてお客さんと向き合うスタイルを大切にしているそうです。その結果、スタッフによる視察や新メニューの提案などが積極的に行われています。常連客とのつながりを大切にし、オリジナルカレンダーを制作するなど、関係性を育む工夫も欠かしません。観光客の中にも年に 4～6 回通う人もいるそうで、日常と旅行の両方に寄り添う、みやこみちの名店となっています。



発祥とも言われる、とり八の名物「ぼんから」

☎075-691-4680  
営業／11:00～22:00(LO.21:30)  
ランチ 11:00～14:00  
定休日／なし



食べログはこちら

立地を強みに変える老舗書店の戦略

### ふたば書房 京都駅八条口店



やインバウンド客が多い立地を活かし、現場主義に基づいた品揃えにしているそうです。

とくにビジネス書は京都の書店のなかでも「多く、早く」売れているとのこと。インバウンド客には折り紙を英語で解説した書籍や日本語原作の漫画が人気で、日本文化への関心を意識したラインナップにも配慮しているそうです。また、スタッフには副業として働く人も多く、それぞれの個性や強みが売り場づくりに活かされるような仕組みも取り入れています。みやこみちのふたば書房は全店舗の中でも立地を活かして情報を集める「アンテナショップ」としての重要な役割も担っています。

☎075-681-0880  
営業／9:00 ～ 22:00  
定休／なし



公式 Xはこちら

取材・文＝ 京都外国語大学 国際貢献学部グローバル観光学科  
香村瑠虹（2年次）・不破こころ（4年次）