

都心商業者が交通まちづくりに果たす役割

清水 彰¹・酒井 弘²・大庭 哲治³・松中 亮治⁴・中川 大⁵

¹非会員 榊まち創生研究所 (〒604-8162京都市中京区烏丸通六角下ル七観音町626烏丸小泉ビル4F)
E-mail: shimizu@machi-mirai.com

²正会員 榊まち創生研究所 (〒604-8162京都市中京区烏丸通六角下ル七観音町626烏丸小泉ビル4F)
E-mail: sakai@machi-mirai.com

³正会員 京都大学大学院工学研究科 (〒615-8540京都市西京区京都大学桂Cクラスター)
E-mail: tetsu@urban.kuciv.kyoto-u.ac.jp

⁴正会員 京都大学大学院工学研究科 (〒615-8540京都市西京区京都大学桂Cクラスター)
E-mail: matsu@urban.kuciv.kyoto-u.ac.jp

⁵正会員 京都大学大学院工学研究科 (〒615-8540京都市西京区京都大学桂Cクラスター)
E-mail: nakagawa@urban.kuciv.kyoto-u.ac.jp

近年、商業者や地域住民、NPO等の多様な主体が企画・運営に参画して、地域の実情に応じた交通まちづくりに取り組む事例が、全国で増加している。例えば地元商店街組織が地域の活性化のために、コミュニティバス等の乗合運送サービスに関わる事例も散見される。しかし、実際には活動や運行の開始に至ったものの、資金面や組織面の脆弱さから活動や運行が継続できない事例も存在している。

本稿では、京都市都心部において、交通まちづくりの重要性を認識した都心の商業者らが自ら組織を作り、京都大学教員や京都市交通局、民間事業者との連携による交通まちづくりに取り組んでいる『合同会社京都まちづくり交通研究所』をとりあげ、「かわらまち・よるバス」をはじめとする新たな交通施策や違法駐輪対策等の各事業及事業推進体制を検証するとともに、事業推進にあたり、特に商業者の果たす役割について示す。

Key Words : retail merchant, urban transportation, nightbus

1. 京都まちづくり交通研究所の概要

(1) 成立経過

2007年度のNEDO（新エネルギー産業技術総合開発機構）事業により、都心部の商業者、京都大学、京都市をはじめとする民学官が公共交通の利便性向上と利用促進を目的として設立した「交通環境マネジメント委員会」での議論を受けて、交通まちづくりの重要性を認識した地元の商業者が中心となって2007年10月8日に『有限責任事業組合京都まちづくり交通研究所（LLP）』として設立している。そして2009年からは事業の順調な推移を受けて、『合同会社京都まちづくり交通研究所（LLC：以下、京都まち交研）』へ組織変更を行い、行政に依存することなく事業を運営している。

(2) 事業概要及び効果

表-1 事業一覧¹⁾

	事業開始日	事業名
a)	2007年12月1日～	かわらまち・よるバス
b)	2008年1月25日～	ろっくんプラザ駐輪場
c)	2009年5月29日～	観光地めぐり時刻表
d)	2009年12月1日～	ぎおん・よるバス
e)	2010年12月12日～	京都観光よるバス

a) かわらまち・よるバス

河原町三条・四条河原町と京都駅を結ぶ夜間バス。夜10時から11時30分まで、10分間隔で運行。四条河原町周辺から京都駅への夜の利便性を画期的に向上させた²⁾。運行開始以来、すでに約20万人が利用している（2011年3月末時点）。

図-1に示すように、よるバス運行前の同区間・時間帯の市バスの年間利用者数は64,386人であったが、よるバス運行開始三年目（2009/12/1～2010/11/30）には、約2倍に増加している。

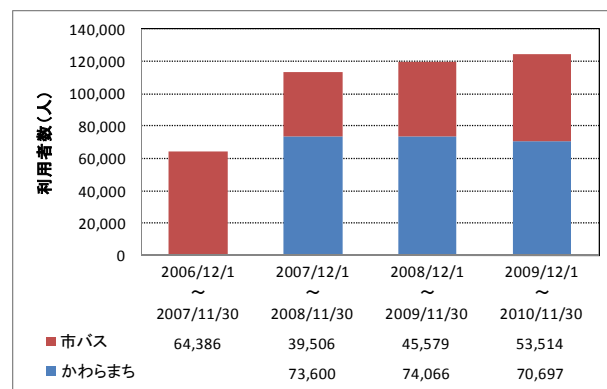


図-1 市バス・よるバス利用者数推移

改正の際には、市交通局との連携により、よるバス運行前には 8 便・最大間隔 24 分のダイヤを 20 便・5 分間隔運行と大幅な利便性向上を実現している³⁾。図-2 は交通局が製作した利便性向上を PR したポスターである。



図-2 交通局制作ポスター
～河原町通増便・等間隔運行～

b) 新京極・ろっくんプラザ駐輪場

かねてより違法駐輪であふれていた新京極六角のろっくんプラザを地元にある民間の駐輪事業者（㈱アーキエムズ）とも連携しながら整備を行い、路上駐輪場を設置した。その結果、違法駐輪がなくなり、同プラザの歩行環境も確保されるとともに、自転車による都心への来訪が便利になっている。

運用開始以来、約 25 万台の利用（2011 年 3 月末時点）。なお、同駐輪事業者は京都市のシンボルロードとして位置づけられている御池通においても路上駐輪場の運営管理を行っているが、京都まち交研も地域連携の協力者として、駐輪場の利用を促す啓発ポスターの掲示等に協力している。

c) 京都観光地めぐり時刻表

京都の主要な観光地間を移動する際に便利な経路を web 及び mobile で検索して、その時刻表を一覧表示できるシステムを京都大学と共同で開発して運用している。

鉄道路線を検索するシステムは近年増えているが、京都の主要観光地はバス利用が中心となることが多く、これまでバスを含めた検索システムの構築は難しいと言われてきた。京都まち交研の技術顧問・技術相談役の尽力により、市内の世界遺産や京都駅など観光客の利用が多い 16 箇所を結ぶ電車・バス全ての経路より便利な便の検索が可能となった。

d) ぎおん・よるバス

祇園から四条通を通り、四条烏丸を経由して京都駅へ向かう夜間バス。夜 9 時から 10 時 30 分まで、10 分間隔で運行。京都駅への帰りの足が不便であった祇園地区などを便利にして、街の活性化を促すために運行を開始。すでに約 4 万人が利用している（2011 年 3 月末時点）。

e) 京都観光よるバス

夜の観光魅力が少ないという京都観光の弱点を補い、より一層の観光振興と京都の魅力の向上のために夜に安価で気軽に京都を周遊できる観光バスとして、2010 年 4 月より本格運行を開始。日本語のアナウンスのほか、英語・中国語・韓国語のアナウンスも行い、外国人旅行者にとっての選択肢の増加にも寄与することを目的としている。

(3) 事業実施体制

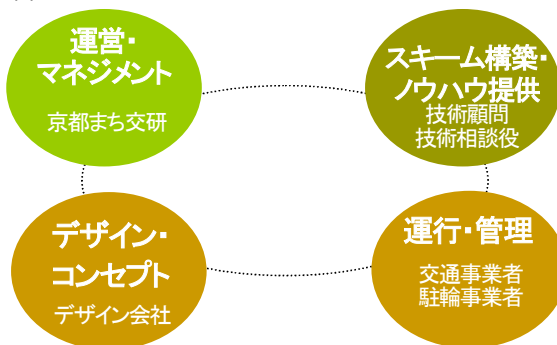


図-3 基本的な事業実施体制

a) 運営・マネジメント

京都まち交研は、商業者と事務局担当である民間のコンサルタント会社代表で構成されており、商業者は商店街組織の代表者としてではなく、あくまで有志（個人）である。京都市の都心部には京都商店連盟中京東支部として 14 商店街が加盟しているが、そのうちの 5 商店街の理事長または相談役、監査役が個人として出資している。まさにリスクを背負いながら、都心部における公共交通の利便性向上や駐輪問題の対策に取り組んでいる。

b) スキーム構築・ノウハウ提供

京都大学の教員を技術顧問・技術相談役として、各事業における基礎調査をはじめ企画開発・分析力などの知的ノウハウの提供を受けている。これらの教員は同大学で、都市の魅力を高め活力を生み出していくため、課題解決に向けての理論的枠組みを構築するとともに、実際の都市において、その理論を活かしていくための実証研究を行っている。

c) デザイン・コンセプト

「京都から世界に発信する生活文化の創造」をビジョンにデザイン活動を推進する民間のデザイン会社（㈱ジイケイ京都）に各事業のポスターやチラシ、キャラクターやバス標識柱のデザインを依頼している。京都まち交研では事業のコンセプトをデザインの力で表現することを大変重要視している。そのため、事業の利用促進を検討する戦略会議を開き、事業のコンセプトを基にブレインストーミングを行い、次々にアイデアを生み出している。よく経費削減や予算カットの対象として広報費が挙げられるが、事業を成功させる上で、デザインや広報に

は力を入れるべきだと考えている。

d) 運行・管理

現在、かわらまち・ぎおんよるバスは市交通局に、観光よるバスは地元の民間バス事業者（株エムケイ）に運行委託している。また、ろっくんプラザ駐輪場も先の民間駐輪事業者に運営委託を行っている。どの事業者にも共通するのは、京都に拠点があり、利用者の視点に立って、事業を行っている点である。すでに世界の主要観光都市では、オープンバス等による魅力的なバスシステムが急成長しており、世界企業が席捲している。近い将来、そのような世界企業が日本や京都をターゲットに進出してくる可能性もある。そのようなことにならないためにも、京都の事業者を育てていかなければならない。

2. 商店街ではなく商業者有志

商店街代表者が、行政の主催する、まちづくり関連の会議に登場する機会は多い。なぜなら商店街は地元に着し、地元を活性化することが商売にも反映するため、まちづくりにおいて主体的な役割を期待されるからである。しかし、必ずしも商店街がまちづくりに十分な役割を果たせないのは、福本ら⁴⁾の研究でも検証されている。本来、商店街組織は個人商店の集合体である。業種・業態や事業規模も異なる一国一城の主である商店主が集まり、会議で意思決定するには、時間を要することが常である。特に費用負担を伴う事業については、“総論賛成各論反対”ということが多く、ましてや都心部における商店街の連合組織ともなると、スピード感を伴う事業運営を行うのは至難の業である。

京都まち交研設立の準備段階においても、都心商店街の連合組織を母体とする運営組織の在り方が検討された経緯もあるが、最終的には商店街の連合組織ではなく、商業者有志を構成メンバーとする運営組織（当初、LLP）が誕生したわけである。商業者有志による運営組織の強みは、組織の目的や考え方が共有されており、事業決定が迅速に行えることである。京都まち交研設立後、わずか三年の間に前述の事業を次々と実現化し、全て継続するとともに、現在も新たなプロジェクトの実現化に向けて準備を進めている。事業実施において、重要な点は、京都の都心部で、中には何百年もの歴史を有する老舗の商店主が京都まち交研の構成メンバーであることだ。交通まちづくりに対する高い意識を有する商店主が果たす役割には次のようなものがあると考えられる。

3. 商業者の果たす役割

(1) 利用者本位主義

これまで一般的には、交通は行政や交通事業者が行

うものであり、みんなで行うという感覚は我々自身にもなければ、もちろん行政や交通事業者にもなかった。まさに限られた交通事業者の独占状態であった。そのため採算がとれなくなると経費削減を理由に便数を削減するという、つまり自分たちの都合で考える「事業者の視点」による政策であった。そのような状況を突き崩すのが商業者の重視する「利用者の視点」である。商業者にとって、お客さんのニーズや利便性を確保することはまさに商売の基本である。「良い商品」や「良いサービス」をお客さんに提供することが商売人の原則であり、ライバルが出現すればライバルに負けないよう競争もしなければならぬし、新商品を出した当初は売れなくても、試行錯誤を繰り返しながら需要を育てていかなければならない。利用者本位で考え、自らがリスクを負いながら、実践するのが商業者の役割である。京都市においても公共交通の運営状況が厳しいため都心部（河原町）から京都駅を結ぶバスの便数が減少させられていたが、先にも報告したとおり、かわらまち・よるバスの運行により、市バスの便数が増え、全体の利便性が向上することにより乗客数も増加している。

(2) ネットワーク

商店街の代表ともなれば地域の自治連合会や諸団体の役職を兼務することもあり、ましてや都心部の商業者ともなると地域のみならず、行政の主催する会議の委員の委嘱を受けることもある。例えば、当研究所の代表は京都錦市場商店街振興組合の理事長であるとともに自店（漬物製造販売店）の漬物業界や商工会議所、ロータリークラブ等々の要職を務めている。京都の場合、特に観光に力を入れていることもあるが、観光振興というのは、実はその街の商業やサービス業全体に関わっている。したがって、会議等に出席するメンバーは寺社仏閣をはじめとして土産店、飲食店、商業者、ホテル旅館等の代表者であり、ネットワークが形成されている。京都まち交研の各事業においても、そのネットワークを大いに活用している。例えば、観光よるバスでは、夜空にライトアップされる世界遺産や国宝建築物を巡るが、京都の場合は、観光シーズンやイベントの際に、一時的にライトアップを行うことはあっても、常時、ライトアップを行うところは多くない。図-4は国の重要文化財である平安神宮の応天門だが、これまでライトアップされていなかったため（図-4上）、暗い状態であったが、代表から同宮の宮司に趣旨を説明したところ、観光よるバス運行にライトアップの許可を得ることができた。現在、リモコン操作によるライトアップが可能（図-4下）となり乗客の方々にも記念写真撮影のスポットとして大変喜ばれている。

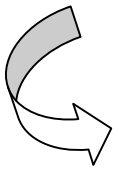


図-4 平安神宮応天門のライトアップ

さらに京都市の協力もあり、知恩院でもライトアップが実現することに決まっている。

また、ルート上で乗客をピックアップする各ホテルにも代表の紹介で、利用促進に向けて協力を得ている。例えば、Kホテルでは全客室に常時、観光よるバスのパンフレットを配布してもらっている。また、Tホテルでは、同ホテルと京都駅との送迎シャトルバスと観光よるバスのリンクを実現している。

本来ならば実現化が困難と思われることも、それぞれの事業者のネットワークを活用することで、クリアできることも多い。

(3) バランス感覚

技術顧問・技術相談役から提案される企画や計画は研究や調査活動が基になっているが、その提案内容を実現化するためには、いくつもの課題もあり、その都度、事業者や行政等との調整が必要になってくる。例えば、

「かわらまち・ぎおんよるバス」の運行においては、さまざまな事情により運行事業者の選定や経費負担の考え方等において調整が難航し、話し合いが平行線のまま煮詰ることがあった。そのような局面を打開できるのは商売を通じて培ってきたバランス感覚や信用を備えている事業者の存在や発言である。技術顧問・相談役や行政・事業者と、うまくバランスを保ちながら、事業を進める上で重要な決断を下すのである。

4. 結論

本稿では、京都市都心部における交通まちづくりを市民の視点から実行することを目的として設立した京都まち交研の各事業や事業実施体制について取り上げるとと

もに、各事業が順調に推移している大きな要因と考えられる都心部の事業者の果たす役割について検証した。その結果、①事業者は常に利用者のニーズや利便性を最優先にして考える利用者本位主義により商売を営んでいること、②事業者は商売や地域の活動を通じて、多様なネットワークを形成していること、③事業者は常に競争の中に身を置き、自らリスクを抱えながら日々、商品開発や店舗運営を行う中で培われたバランス感覚を身につけていること、がそれぞれ挙げられる。これらを一言でまとめるのであれば、“商売人の知恵”ということができるのではないだろうか。“大学教員の知識”と“商売人の知恵”によって生み出されるコンセプトやコンテンツを基に、デザインや運行・管理面を担う事業者集団から構成される京都まち交研の仕組みは交通まちづくりの新しい方式であると考えられる。

最後に本来、まちの活性化のために行政が行うべき事業を、時間や労力を割き、経済的なリスクを負いながら取り組んでいるにもかかわらず、事業者個人での参加であるため、外部や所属する商店街から寄せられる意見や協力体制は必ずしも好意的なものばかりではない。今後の課題としては、事業を通じて都心部を活性化させることで、事業の趣旨を正しく伝え、少しでも理解や協力の輪を広げ、都心部全体で活性化に向けて取り組んでいくことである。

謝辞：本稿で紹介した一連のプロジェクトは京都大学大学院工学研究科低炭素都市圏政策ユニットの尹先生、松原先生、村尾先生にもご指導をいただいた。また、事業の実施にあたっては京都市交通局をはじめ、(株)ジイケイ京都、(株)エムケイ、(株)アーキエムズに多大なるご協力をいただいている。ここに記して謝意を表する。

参考文献

- 1) 京都まちづくり交通研究所HP
<http://www.kyoto-lab.jp/>
- 2) 清水彰、酒井弘、中川大、藤井聡：夜間バス“かわらまち・よるバス”利用促進におけるアテンダントの可能性—新規サービス供用時におけるコミュニケーション—：土木計画学研究・講演集，CD-ROM，vol138，2008
- 3) 京都市交通局HP「洛ブログ」
<http://www.city.kyoto.lg.jp/kotsu/page/0000086878.html>
- 4) 福本雅之、加藤博和、黒坂俊樹：地域参画型コミュニティバス事業の持続性に関する実証的検討—春日井西部コミュニティバスを例として—：土木計画学研究発表会・講演集，CD-ROM，vol141，2010

(2011.5.6 受付)