



今回の京都ブランドフォーラムin東京は、2月1日(金)、八芳園(東京都港区白金台)にて「住まう京都」をテーマに開催。京都の魅力を発信し続けている、あるいは京都へ移住された方々からお話を伺いするとともに、京都への移住や滞在型観光などの観点から、都市としての魅力や課題などについてディスカッションしました。

なお、本フォーラムは、京都市や京都商工会議所が主催する「京あるきin東京2019」の主要事業のひとつとして実施しました。

住まう京都

京都ブランドフォーラムin東京2019

住む、暮らす、働く、遊ぶ。京都の魅力

好奇心が尽きることのない、京都での暮らし

私は数多くの活動をしていますが、本業は企画をつくることです。その根幹は感情移入にあると考えていて、そこから価値を生み出すことに日々取り組んでいます。個人的には日本の入浴文化を世界に発信する「湯道」を提唱し、日本の精神と伝統工芸の保護継承を目指しています。京都とのつながりとしては、6年前に「下鴨茶寮」を女将から指名されて引き継ぐことになりました。以来、京都に暮らしはじめて、最も実感するのは、和の文化を中心に興味を引かれるものがとても増えてきたということです。私は人生を豊かにするのは好奇心だと思っています。京都はまさに、好奇心をかき立ててくれるまちです。



【コーディネーター】
小山 薫堂さん
放送作家・脚本家、
京都造形芸術大学 副学長

奥深い魅力を多彩な切り口、アプローチから発信

『婦人画報』は1905年に国木田独歩により創刊された日本で最も古い女性のライフスタイル誌です。日本の良さを広く深く知っていただくことをコンセプトとし、京都についても他のメディアより早い時期から取り上げてきました。時代とともに媒体も多様化するなか、昨年にはAmazon alexa から「日本らしいコンテンツを」とのリクエストがあり、京都ならではの感覚を「音」と「映像」からフィーチャーした『京都の音』というコンテンツをつくりました。清水寺の鐘の音をはじめ全部で9種類あり、多くの方に京都の「空気感」をお伝えできればと思っています。

また、『婦人画報』2019年2月号では「京都市内のパン屋散歩」を提案いたしました。京都はパンの消費量が日本一で、パン屋さんも進化していますが、これも京都を象徴する事例。伝統や歴史を丁寧に受け継ぐだけでなく、モダンなものを受け入れアレンジする能力に秀でているのが京都の魅力です。私たち関東の人間は、まず修学旅行で京都を訪れますが、この多面的で奥深い街の魅力は、大人になり文化や芸術、芸能などにある程度理解を深めてこそ、より楽しめるものではないでしょうか。



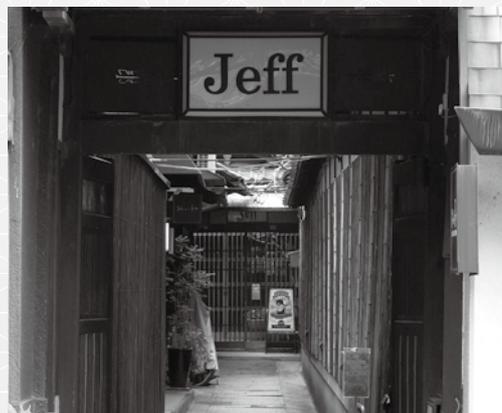
富川 匡子さん

株式会社ハースト婦人画報社
ラグジュアリーメディアグループ
婦人画報&美しいキモノ編集部
編集長

京都に住まうということは、住まい方を愛し学ぶこと

20歳で留学生として滞在して以来、京都に住んで50年になります。下宿の部屋の窓からは比叡山に昇る朝日が見え、おかみさんに「毎日手を合わせてお天道様にありがとうと言うのよ」と教えられ、文化と歴史と伝統と自然の調和はもちろん、それに感謝することを忘れない心に感動しました。人が傲慢にならずに生きていけるのが京都です。私は現在、江戸時代に建てられた京町家に暮らし日々受け継がれた伝統の恩恵を感じています。

また、京都国際観光大使として、世界中に京都を発信しています。外国から京都にやってきた人は、みんな京都が好きになり、リピートするうちに住みたいと思うようになります。これからの京都の課題は、そういった外国人をどう取り込んでいくかということです。住むとなると、生活習慣の違いから様々な摩擦が起きます。しかし異文化コミュニケーションの立場からいうと、摩擦が起きなければ火が起きない、火がなければ料理や家庭の団らんもできない。生きていく上で、ある程度の摩擦は必要なのです。ほど良い摩擦を起こしながら、それを活気としていくことが、これからの京都には必要だと思っています。



ジェフ・バーグランドさん

京都外国語大学
国際貢献学部
グローバル観光学科
学科長

京都への移住をお考えの方を、全力でお手伝い

西陣にある京町家のシェアオフィスを拠点に、「京都移住計画」をはじめとする事業を手がけています。京都に移住したいと希望しているけれども東京を離れるのが難しいという人に対して、衣食住それぞれのテーマから、人手不足の中小企業とつないだり、家探しのお手伝いをしたりしています。また京都府域にも海の京都、森の京都、お茶の京都など、様々な魅力にあふれる場所がありますので、そちらへの移住もサポートしています。

私自身、京都にUターン移住した一人です。京都暮らしの良いところのひとつは、まちがコンパクトで、「働く」と「暮らす」が近いこと。自然や文化が身近にある環境は子どもにも魅力的なもので、私と同世代のファミリーが子育てのタイミングで移住を考えられるケースも増えています。自転車通勤の途上、お寺の名言看板に感じ入ることがあるなど、心の余白が生まれるのも、身近にお寺が点在する京都ならではの感覚です。移住とまではいかずとも、たとえば担い手不足の課題を抱える京都の祭にかかわってみるなど、移住と観光の間で京都との関係を深めていかれるのも良いのではないのでしょうか。



田村 篤史さん

株式会社ツナグム
代表取締役、
京都移住計画
代表