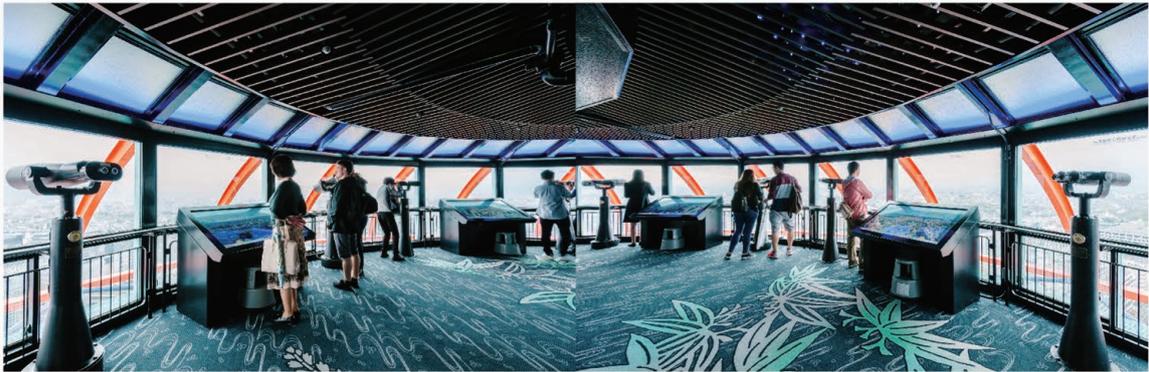




こころまちつくろう活動レポート Vol.30

## これまでにない、これからの京都がはじまる。 ～「KYOTO TOWER SANDO(京都タワーサンド)」の全貌に迫る～

年間5千万人を超える観光客の皆さまをお迎えする京都の玄関口・京都駅。京阪グループでは、その京都駅前を国内はもとより世界中からのゲストをお迎えする「グローバル拠点」として位置づけ、いっそうの事業展開を進めています。京都駅前の顔であり、また、京都のランドマークでもある京都タワーでも、おもてなしの強化に向けたリニューアルが進められ、去る4月14日(金)には、新たな商業ゾーン「KYOTO TOWER SANDO(京都タワーサンド)」がオープン。多くのお客さまでにぎわうなか、大きく変貌を遂げた京都タワーを取材しました。



### これまでにない、これからの京都

京都タワーの地下1階から地上2階までを大改装して誕生したのが「KYOTO TOWER SANDO」です。リニューアルのコンセプトは「街・駅に続く、3つ目の選択肢へ。これまでにない、これからの京都。」というもの。そこには、京都駅前という抜群の立地と京都タワーの高い認知度を活かし、街と駅、観光のお客さまと京に暮らす人々とを結びつけて、新しい京都の流れをここから生み出していきたいという願いが込められています。地下1階は「集う・憩う」、1階は「買う・探す」、2階は「学ぶ・遊ぶ」をキーワードに、刺激的で創造的なフロアを展開。京都の新しい味覚が味わえたり、京都らしいショッピングが楽しめたり、京都ならではの体験ができる。これからの京都がますます楽しみになる要素がいくつも結びつき、人・モノ・コトの結び目となる施設として誕生しました。

### 京都の駅と街をつなぐ新たな「参道(さんどう)」として



ユニークなネーミングも目を惹きます。「SANDO(サンド)」とは、京都の駅と街をつなぐ新たな「参道(さんどう)」となる場づくりとなるように、と名付けられました。また、「集う・憩う」「買う・探す」「学ぶ・遊ぶ」という三つの要素が楽しめる場であり、さらに自宅でも職場でもない「あなたのサードスペース」となるように、との想いも名前に込めています。2014年京都観光調査によると、京都を訪れるお客さまの8割は、訪問回数が5回以上の方なんだとか。そうした京都通のリピーターの方はもちろん、京都を知り尽くした地元のお客さまも、お買い物やお食事、お茶や憩いに、気づけばいつも立ち寄りたくなる。これまで京都駅周辺になかった京都発のこだわりのお店などを多数誘致し、魅力的な場づくりをめざしました。



## 1階は京都らしい逸品が集まるマーケットのフロア

京都好きの大人の女性がつい心惹かれるような、地元発の和洋菓子から漬物、コスメ、カフェまで厳選された31店舗がそろうのが1階のフロア。本店以外では初出店というお店も多く、また、「KYOTO TOWER SANDO」だけの限定商品にも人気が集まっています。舞妓さんのおしろいまできれいに落とすクレンジングを扱う化粧品店や一つ一つ丁寧に手作りされる落雁や京あめの専門店など、京都らしさにあふれる逸品に出会えるのが最大の魅力です。



## 2階は体験で思い出になるワークショップのフロア

2階は、京都ならではの和文化に触れることができる5店舗がそろう、コト体験フロアです。京土産の定番である「おたべ」を手作り体験できる道場や、菓子職人さんが歴史の息吹を直接伝える和菓子づくり教室、清水焼や京扇子、ガラス器の絵付けが楽しめるお店など、自分だけの思い出づくりがコト体験を通じて楽しめます。また、お子さまと一緒に楽しめる、抹茶パフェや京野菜など京都ならではの食品サンプルの制作や、握り寿司の体験&試食も人気を集めています。





## 地下1階は京都を味わう 食べ歩きが楽しいフードホールのフロア

地下は、地元の名店から話題の人気店までを19店舗そろえた、京都の食を堪能できる飲食フロアになっています。熟成牛のステーキ専門店や、地元で愛される中華料理の名店など、話題のお店が目白押し。フロア内は自由に飲食できるのも、京都には珍しいスタイルです。お気に入りのお店で落ち着いて食べるもよし、各店からお好きなものを持ち寄ってホールに点在するソファやテーブルでお仲間と一緒にワイワイ集うもよし、フリースタイルで自由気ままにお楽しみいただけます。300年以上の歴史を持つ京都の地酒から地ワイン、クラフトビール、日本初のクラフトジンである「季の美」、あるいは竹墨や鰹ダシを使った独創的なカクテルなど、京都らしいアルコール類も豊富に。深夜23時まで営業しているため、仕事帰りの一杯に立ち寄るなど会社勤めのお客さまにも多くご利用いただいています。



## 何度でも来たくなる、そして、 ここから旅や京都の時間がはじまる施設に育って欲しい。



京阪ホテルズ&リゾート  
浅野美紀さん(左) / 中舩聡也さん(右)

最後に、京都タワーの中舩聡也さんと浅野美紀さんにお話を伺いました。

— 本当にとくさんのお客さまがお越しになられていますね。どんな風に、この施設を楽しんでいただきたいですか？

中舩「今回のリニューアルでは、『KUZUHA MALL』の運営などで多くの実績を持つ(株)京阪流通システムズの協力を得て、京都人が本当に好きなお店、人気のお店ばかりに出店いただきました。京都に初めて誕生したグラノーラの専門店のように日常的に利用したいお店もあれば、観光のお客さまにお勧めできる京のこだわり化粧品や雑貨のお店もあって幅広いアイテムがそろいます。飲食フロアにおいても、ランチ、ランチ、カフェ、ディナー、パーティタイム使いと、どの時間帯に来ててもご満足いただける、京都ならではの店が一堂に会しています。駅前の利便性もあって、お越しになるたびに使い勝手の良さを実感していただけるのではないのでしょうか。いつ来ても、また、1日に何度でも楽しんでいただける多面性が魅力だと思いますので、多くの方に足を運んでいただきたいですね」

— 確かに、どんな目的かによって多彩な顔を見せてくれる懐の深さが「KYOTO TOWER SANDO（京都タワーサンド）」の魅力ですね。では、京都タワー全体について、将来的には、どのような施設に育って欲しいと思われているのでしょうか？

浅野「昨年の展望室のリニューアルや、2015年にJTB西日本さんと京阪グループが共同で3階に『関西ツーリストインフォメーションセンター 京都』を開設したことで、これまで以上に多くのお客さま、訪日外国人のお客さまにお越しいただいております。昨年夏には来塔者数が延べ3,000万人を突破しました。京都タワーの展望室は地上100m、一見そんなに高くもないじゃない？と言われるのですが、高層ビルが建てられない京都市街では、はるか遠くまでをぐるりと見渡せ、その眺望は息を飲むほどです。眺望に魅了されて幾度も展望室にお越しになるお客さまも多いんですよ。そんなお客さまの楽しみ方のひとつに、京都に着いたら真っ先に最上階の展望室に登られ、観光前に古都の360°の景色を眺めながら周遊の計画を立てられ、旅の終わりにまた戻って今度は巡ったコースの復習をされるスタイルがあるのですが、まさに将来的にはすべてのお客さまにそのような使い方をさせていただけたら…と夢見ています。そのためにも、旅の玄関口としてふさわしいおもてなしができるよう、お客さまに寄り添えるサービスの充実をこれからも図っていきたくと考えています」

### 京都の力を結集して建設された京都タワー 進化を遂げ、ますます旅の玄関口にふさわしいサービスと施設が充実しました。

京都タワーは、京都が国際文化都市として大きく飛躍、発展していくことを目的として、当時の財界の力を結集し、東京オリンピックが開催された1964年に開業しました。以来、ずっと京都のランドマークとして愛され続けてきましたが、2014年に開業50周年を迎えたのを機に、おもてなし機能の強化をめざしたリニューアルを順次実施。地上100mの展望室には先進のタッチパネル式観光案内モニターが8台導入され、動くQRコードで観光情報が持ち出せたり、デジタルズーム機能で展望室からは見えな  
いはるか遠くの施設もバーチャルリアルに体感できるように。3階には「関西ツーリストインフォメーションセンター 京都」を開設。さまざまな観光サービスを訪日外国人のお客さまに提供し、新たな京都の魅力と価値を発信しています。そしてこのたびの「KYOTO TOWER SANDO」のオープン。京都タワーは、次世代のおもてなし拠点にふさわしい姿に大きく変貌を遂げました。新しい京都タワーにご期待ください。



2017年4月掲載