

# 京都錦市場商店街におけるオーバーツーリズムと COVID-19 での組織変容

井村直恵

## 【概要】

本稿は、400年以上の歴史を持つ錦市場商店街が、平成24年（2012年）頃以降のインバウンド顧客の急増と平成30年（2019年）をピークにしたオーバーツーリズムによる商店街の急激な観光地化を経験した後、COVID-19発生に伴う令和2年以降の観光客激減をどのように経験したかに関する調査・分析である。オーバーツーリズムは、現象としては古くから議論されてきたものの、オーバーツーリズムという用語で議論され始めたのは平成29年以降であり、比較的新しい概念である。オーバーツーリズムに関する先行研究では観光客増加による地元の環境悪化や観光客と地元住民との軋轢等の議論がされている。本稿では、観光客増加に伴い商店街の中に地元住民や常連客ではなく、一見の観光客を対象にした店舗や軽食店・土産物屋の増加がどのように起きたか、それらの店舗がコロナ禍でどう行動したか、などを明らかにする。結論として、卸売中心の店は緊急事態宣言下でも営業を続けたこと、観光客向けの店は一時休業、撤退、店舗数集約などを行ったこと、実店舗での収益が減少した反面、オンライン販売の業績が倍増した店舗があったこと、などが明らかになった。また、錦市場商店街としては、コロナ禍の観光客現象を機に、食べ歩き禁止を徹底し、個店の側でも店内にイートインスペースを作るなど、令和2年中に改装を進めた店舗が多かったこと、などコロナ後の再生に向けた環境づくりを行っていた。

## 1. はじめに

錦市場商店街（以下「錦市場」）は京都市中心部にある全長約390mの商店街である。令和2年初頭まで、海外から多くのインバウンド観光客が押し寄せ、錦市場は京都でも日本でもない「どこか」のようであった。錦市場の鮮魚店や青果店が閉店する一方で、跡地に観光客を対象とした土産物屋や食べ歩きの店がテナントとして入居していた。横幅約4メートルの細い錦小路に食べ歩きする人が溢れ、立ち止まって串刺しの食品にかぶりつく人をかき分けないと歩けず、空いていれば10分程で抜けられる錦市場商店街を通り抜けるのに30分から40分ほどかかっていた。

井村（2012, 2017）では、昭和32年以降約70年間に渡る、錦市場内の店舗の変容を調査・研究した。これらの調査の結果見えてきたのは、昭和の時代には、錦市場内の店舗は生鮮食料品店が多かったが、店主の高齢化や逝去に伴う後継者不足などを原因として、売却やテナント化され、生鮮食料品以外の店舗が急激に減少し、変わって観光客相手のお土産屋、飲食店などが進出してきて、錦市場の観光地化という変化だった。

インバウンド観光客の増加に伴い、平成26年頃を境に、外国語表記の店舗が増加し、中国語を話す店員を雇用する店舗等が出てきた。その後、数年で更にインバウンド顧客は増加し、休日のみならず平日でも幅4-5メートルの錦市場いっぱい観光客が往来する日が続き、食べ歩きを提供する店舗の増加と観光客のマナーの悪さが指摘されていた。

### 1-1. オーバーツーリズムとは

観光地におけるインバウンド顧客が集中することによるオーバーツーリズムの弊害については、観光分野を中心として議論されることの多い課題になっていた。Web of ScienceにおいてOver tourismが初出するのが2017年である。その後、2018年に13本、2019年に91本、2020年に118本、2021年の6月時点で44本の関連論文が検出された。まだ6月の段階であるが2021年に前年に比べて、オーバーツーリズムに関する論文が減少している背景には、COVID-19の世界的な長期化に伴う影響が1つの要因であると考えられる。Over tourism研究の分野としては、Hospitality Leisure Sport Tourismが169本、Green Sustainable Science Technologyが81本、Environmental Scienceが54本、Environmental Studiesが52本、Managementが21本、Geographyが14本、Economicsが12本所収し、ホスピタリティや観光分野での研究が圧倒的に多く、持続的社会に関する研究関心も同様に高い<sup>1)</sup>。オーバーツーリズムに関する国内の研究としては、阿部ほか(2020)や高坂(2020)があげられる。他にも、佐滝(2019)、中井(2019)、柏井(2021)などがCOVID-19発生以前の京都への過度の観光客の集中による弊害について言及している。いずれの文献でも錦市場はインバウンド顧客の過度の増加やオーバーツーリズムによって、従来の錦市場からは変わってしまったことを指摘し「観光商店街」「食歩歩き商店街」になったと指摘する。オーバーツーリズムについて、佐滝(2019)はインバウンド顧客急増に伴う数と質の変化が、アジアからの廉価なクルーズ船の就航、インターネットの普及、政府による国策としての外国人観光客の誘致、などにより起き、結果として、地元の受容能力を超える観光客の到来やインバウンド観光客の集中で日本人観光客が減少する現象等を「観光公害」と呼ぶ。Web of Scienceにおいてovertourismを最初に議論しているPostma & Schmuecker(2017)は、オーバーツーリズムの用語の定義を明確に行っていないものの、ハンブルグの状況の分析で、観光が街にもたらすネガティブなインパクトとして、(1)住民の数に対する観光客の数と、その時間的・空間的な分布、(2)観光客が自分や他人に課す規範で測られる観光客の行動などを、地元と観光客との間の対立を生じさせる要因として指摘し、こうした現象をオーバーツーリズムと呼ぶ。Peeters et al.(2018)は、オーバーツーリズムを「特定の時間、特定の場所における観光の影響が、物理的、生態的、社会的、経済的、心理的、政治的な能力の閾値を超えてしまう状況を指す。」と定義づける。Dodds & Butler(2019)は、「特定の目的地に過剰な数の観光客が押し寄せ、その結果、関係する地域社会にあらゆる種類の悪影響を及ぼすことである」とした上で、オーバーツーリズムには、観光客の増加がもたらす住民の否定的な反応、望ましくない物理的変化や資源(自然及び文化)へのダメージ、一般的な過密状況などが含まれるという。阿部ほか(2020)では、観光客の増加によって引き起こされる負の影響として、地価の上昇、物価の上昇、住宅ストックの現象、住民や店舗の追い出し、生業の衰退、暮らしやすさの低下、生活環境の侵害など経済的影響や物理的・空間的影響のほか、観光客のマナー悪化による住民の感情悪化や愛着の低下などの

1) 2020年6月29日アクセス。

心理的影響や、観光業への依存体質の拡大とそれに伴うモノカルチャー化、などの社会・文化的要因をあげている<sup>2)</sup>。

## 1-2. 京都市の観光客の推移

京都市の人口は戦後の昭和 22 年に 100 万人を超え、その後徐々に増加し、高度経済成長期以降は一貫して 150 万人弱で推移している。令和 2 年の京都市の人口は 146 万人である。一方、京都市内への観光客は、国の観光政策や京都市の観光誘致策の影響で、2013 年頃より急増した。京都市内への観光客数（入洛観光客数）は、昭和 60 年以降日帰り客が約 3,000 万人前後で推移していたが、平成 12 年以降増加し、令和元年の日帰り観光客は約 4,000 万人である（図 1）。一方、宿泊顧客は昭和 60 年には約 900 万人だったが、その後徐々に増加し、ピークの平成 29 年には 1,600 万人弱にまで増加している。外国人宿泊客は、平成 15 年以降徐々に増加していたが、平成 24 年以降激増する。平成 24 年が前年比 64%、以降平成 25 年が 34%、平成 26 年が 62%、平成 27 年が 73%と増加した。平成 24 年から平成 30 年までの外国人観光客数の前年比平均伸び率は 39%であった。それに対し、日本人の日帰り観光客は平成 27 年をピークに減少した。この理由として、日本人観光客が京都を訪れる理由として、京都の風情ある町並みや神社仏閣が魅力に上げられているが、インバウンド顧客をターゲットとした店舗やサービスの増加、混雑などのオーバーツーリズムを嫌気したためであると考えられる。観光客の 1 人あたり消費額を見ると、昭和 60 年の日帰り顧客は 6,263 円であったのに対し、宿泊客は 30,200 円であり、宿泊料や飲食、土産物等で約 5 倍消費していた（図 2）。観光客 1 人あたりの消費額は日帰り客、宿泊客共に平成 25 年以降増加し、令和元年では、日帰り客が 12,137 円に対

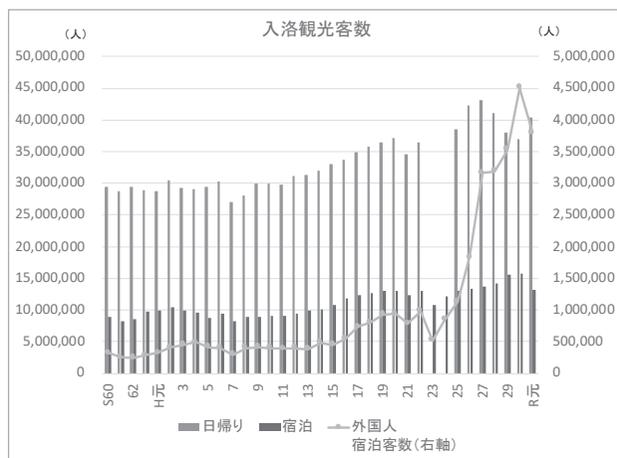


図 1 入洛観光客数

出所：京都市観光調査年報，京都観光総合調査<sup>3)</sup>

2) 阿部ほか（2020）p.2

3) 平成 23 年，24 年は調査手法の変更により観光客数を推計していない。

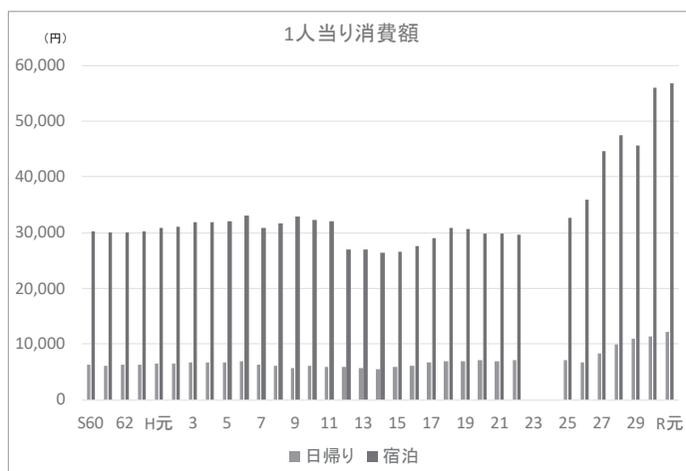


図2 観光客1人当り消費額

出所：京都市観光調査年報，京都観光総合調査<sup>4)</sup>

し、宿泊客が56,707円消費していた。日帰り客と宿泊客の消費額の対比は、平成15年から平成22年に宿泊客の消費額が落ちた時期を除き、5倍弱で推移している。平成25年以降は日帰り客、宿泊客共に1人当り消費額がいずれも年率平均10%の割合で増加している。消費額の点では、京都市の観光客誘致戦略は成功し、経済面に限定すればプラスの影響があったと言える。

この間に平成23年以降、京都市が統計の推計を中止してしまったため個人と団体の観光客数の推移のデータはないが、修学旅行生を中心に、団体顧客を対象とした宿泊施設の受け入れ体制から、個人顧客を対象とした宿泊施設へと構造変化が起きている。宿泊観光客、特に外国人宿泊数増加の背景には、平成25年に和食が世界無形文化遺産に認定されたことや国の観光誘致戦略によって外国人のビザ要件が緩和されたことに加え、宿泊施設の業界構造の変化も大きく影響している。その変化は京都市内での平成28年を境に簡易宿泊所の数が急増したことに表れている(図3)。簡易宿泊所の増加のペースを前年比で見ると、平成24年・平成25年にはそれぞれ前年比9.8%、8.6%で増加していたが、平成26年に17.6%、平成27年に51.3%平成28年には遂に前年比114.5%で急激に増加する(図4)。その後、増加率は平成29年に53.4%、平成30年に30.5%、令和1年に11.6%であった。総客室数においては、平成26年のホテル・旅館の総客室数が26,260室だったのに対し、簡易宿泊所は2,929室であった。しかし、令和元年にはホテル・旅館の総客室数36,243室に対し、簡易宿泊所は17,228室と、京都市内の客室の3分の1が簡易宿泊所となっていた(図5)。

4) 平成23年、24年は調査手法の変更により観光客数を推計していない。

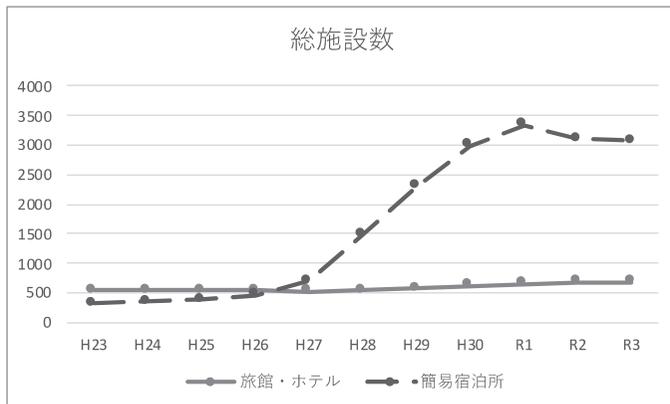


図3 旅館・ホテル・簡易宿泊所の施設数推移  
出所：京都市「旅館業法許可施設の推移」

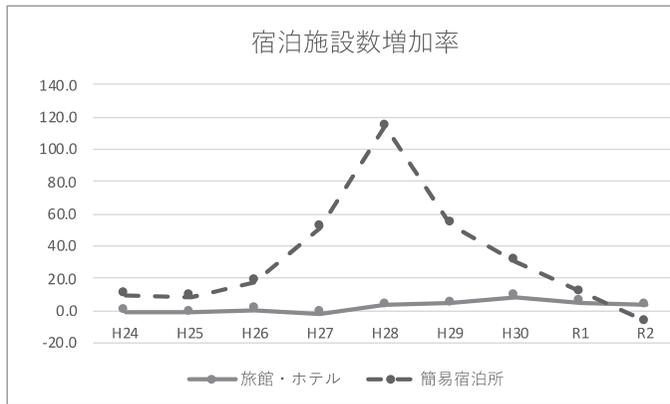


図4 宿泊施設数増加率の推移  
出所：京都市「旅館業法許可施設の推移」

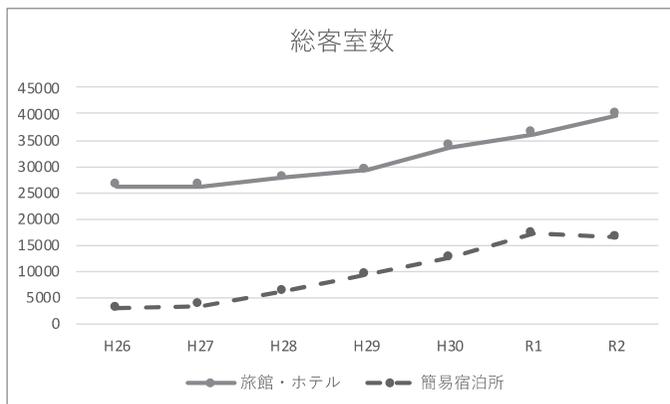


図5 京都市内総客室数の推移  
出所：京都市「旅館業法許可施設の推移」

### 1-3. COVID-19の観光業への影響

令和2年1月以降、COVID-19によりインバウンド顧客がほぼ無くなり観光客が激減した。令和2年4月から5月にかけての緊急事態宣言、令和2年7月以降のGo Toトラベルキャンペーンによりしばらくの間観光客が徐々に戻りかけていたところに、令和3年4月末より再び緊急事態宣言が出て多くの店が休業している。令和2年から令和3年にかけての京都市内の客室稼働率と日本人・外国人の述べ宿泊者数の変化を示したのが図6である。令和2年5月以降、外国人宿泊者数はほぼ0に近い。3月に若干持ち直したものの、4月はグラフ上は持ち直したように見えるが、前々年（対令和元年）同月比は-99.8%である。日本人宿泊者数は、令和2年4月・5月の緊急事態宣言時には前年比-94.7%だったが、その後徐々に回復し、GoToトラベルキャンペーン中の10月、11月は京都の紅葉の観光シーズンとも重なり、前年比2.2%、42.8%とプラスになり、客室稼働率も63.2%にまで回復した。しかし、12月には再び緊急事態宣言が発令され、GoToトラベルキャンペーンが延期となり、12月の宿泊者数は前年比-7.7%、令和3年1月には前年比-63.6%と落ち込んだ。3月には若干回復し、前年比24.9%であったが、4月は再び緊急事態宣言が発令されたため、前年比では401.7%であり令和2年の緊急事態宣言よりも多くの観光客が訪れているが、対令和1年をみた前年比では-38.4%にとどまった。宿泊施設の新規許可件数は令和2年にコロナの影響を受けて、前年比59%と減少し、簡易宿泊所の数も令和2年以降は減少傾向（前年比-7%）にある。

宿泊施設の廃業数で見ると、新規開業は令和1年までは増加していたが以降減少している一方、廃業数は増加の一途である（図7）。この背景には、観光客の増加を狙って開業したものの、競争が激しくなり、価格競争が激化したため撤退した簡易宿泊施設が多いこと、COVID-19の影響により観光客が激減し、キャッシュフローが尽きた施設が多いことなどが影響している。

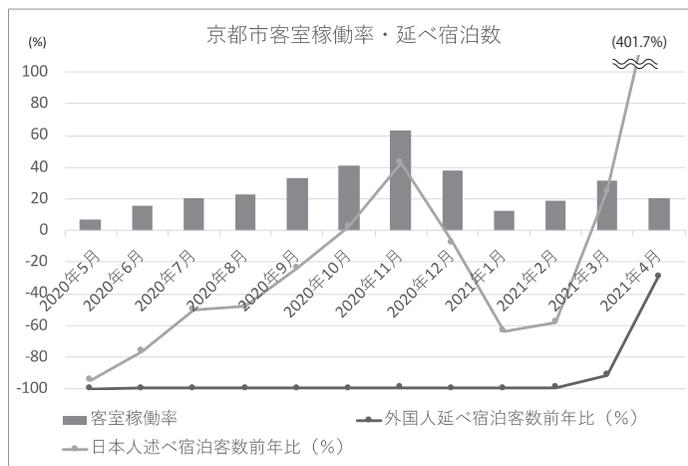


図6 京都市客室稼働率・日本人/外国人の延べ宿泊数の推移  
出所：京都市観光協会データ月報

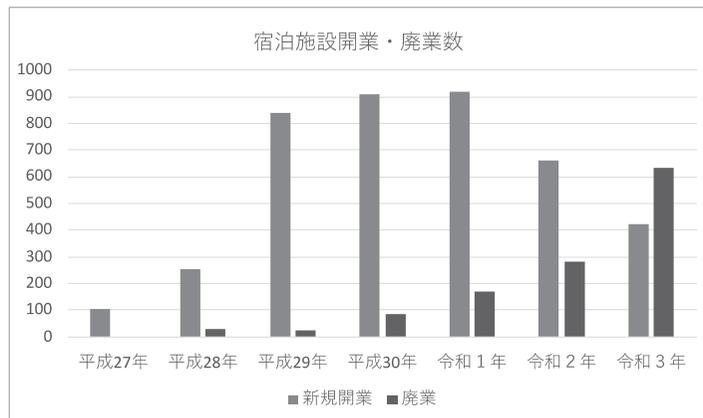


図7 宿泊施設開業・廃業数の推移

出所：京都市「旅館業法許可施設の推移」

本研究は、以上のように、観光客数が激変する中で、錦市場商店街がオーバーツーリズムによる急激な観光地化とその後のコロナによる観光客減少をどう経験し、乗り越えようとしているか、その変化の過程を示すことを目的とする。

## 2. 調査方法

本調査は毎年2月から3月の初旬にかけて、錦市場内各店舗及び錦市場商店街組合事務所等への聞き取り調査を実施した。調査方法の詳細は井村（2012, 2017）に準拠して、錦市場内の約140店舗をExcel上で表示して、各店舗の開店・閉店の状況、業務内容とその変化などを聞き取り調査した。Excel上の地図の店舗サイズは、実際の店舗の敷地面積を反映したものではなく、西側からの順序のみを意味する。錦市場を南北の通りごとに6つのブロックに区画をわけ、それぞれ北側の1ブロック目1軒目の場合【北1-1】という表記をしている。既存店舗が2階にイートインスペースや食事処を開業する場合には、1つの区画をA/Bという形で分割して表記した。店舗の上下の数字は、業種を指し示す。①魚（鮮魚）、②塩干、③肉（精肉・鶏肉・生肉など）、④卵、⑤野菜、果物、⑥お茶、⑦乾物（海苔・昆布・鰹節など）、⑧佃煮・惣菜・珍味、⑨漬物、⑩蒲鉾、⑪湯葉、豆腐、生麩、⑫雑穀、米、豆、⑬お菓子、⑭軽食、⑮食事処、⑯和雑貨・食器（箸）、⑰その他・衣料品である。また、数字横の★はイートイン（前払い）や食べ歩き（飲食物の店頭販売）を実施している店舗である。

### 第一ブロック（図8-図12）

【北1-1】この区画では、平成25年から「寺子屋本舗 錦店」というもち焼き煎餅専門店が営業している。バラ売りから詰め合わせまで、多様な煎餅、おかき、団子を販売しており、店頭ではスタンド形式で出来立ての団子を販売する。店内にイートインスペースが設置されている。

【北1-2】この区間では「京つけもの西利 錦店」が、上賀茂の「すぐき」など多種類の漬物を販売する。2階には食堂スペースが有り、好みの京つけものとお飯を定食形式で提供する。

【北1-3】この区画では、創業天保初年の老舗「田邊屋商店」が鰹節、乾物を販売している。店内にはイートインスペースもあり、鰹節やだしを使った料理をカウンターで提供している。

【北1-4】この区間では青果店「山久」が営業していたが、後継者不在とインバウンド化にともなう地価の高騰により令和元年9月に閉店して、店舗は売却された。コロナ禍とも重なり、店舗スペースも大きいため、しばらく買手・借手のつかない状況であったが、令和3年になって、店舗スペースを2つに分割してテナント化された。令和3年5月から【南4-16】からえび串を販売する「鱧秀」が開店する予定である<sup>5)</sup>。派手な大漁旗や大型の船の模型が目印で、支店が知恩院前にある。【南3-14B】「京877」と経営者が同じであり、チョコバナナも【南3-14B】から移転してここで提供される。

【北1-5】この区間では「畑野軒老舗」という生菓子店が営業している。大正元年（1912年）創業の100年以上続く和菓子屋で、餅菓子や団子、季節の和菓子であるひちぎり（貝のカタチの餅）、5月は柏餅・粽、6月の水無月、11月には火の神様に供えるお火焚きまんじゅう等京都の季節の行事に関連した生菓子を販売する。

【北1-6】この区間では、平成25年7月から「茶和々」という抹茶スイーツ店が営業していたが、令和元年5月から肉寿司をメインに、牛カツやアルコールも販売する「牛兵衛」が開業した。店奥には定員5人のカウンターがある。（参考：近江牛にぎり松 1,320円、竹 1210円、梅 1100円）。メニューのかかれた立て看板には英語・中国語・韓国語での記載もある。「茶和々」は【北2-8】に移転した。両店舗は同じ経営者である。

【北1-7】この区間では、店をかまえて90年の「鳥豊」という精肉店が営業している。精肉のほか、手作りの小魚の佃煮や鴨ロースも販売しており、川魚は滋賀県から直接仕入れている。店頭では唐揚げ等も販売され、英語の表記もある。

【北1-8】この区間では「pula deco」という雑貨店が営業している。焼き物やエスニック雑貨を扱っている他、店奥には飲み物とパウンドケーキが楽しめる小さなカフェスペースも併設されている。

【北1-9A】この区画では、京七味や山椒を販売している創業明治11年の「ちんたら」が営業している。店内には卓上容器に入った胡椒や薬味が販売されており、店頭では七味ソフトや山椒ソフトが販売されている。

【北1-9B】この区画では、豆腐、豆乳製品を販売している「こんなもんじゃ」が営業している。北野天満宮のそばに60年近く店を構える「京とうふ藤野」の直営店として約30年前にオープンした店である。豆乳ソフトや豆乳ドーナツ、豆腐を使用した軽食（参考：おぼろ丼汁物付き 500円）の店頭販売が人気で、観光客や修学旅行生を中心に行列も見られた。令和3年に改装して、観光客向け

5) 図11・12は令和3年2月末までの状態であり、未対応。

の商品が錦市場に面した側に移動して設置され、充填豆腐等の従来品は堺町筋沿いに移設された。近年、「犬用おからくっきー」がテイクアウトに加わった。店の外（堺町筋沿い）に飲食スペースが設置されている。

【南 1-1】この区画では「錦そや」が、主に豆腐や油揚げなどの大豆加工食品を扱っている。レストランを併設しており（入り口は高倉通沿い）、店長がイタリアンをメインにやってきているため、the 和食ではない料理が売りである。また、商品には、油揚げや豆腐は「調理せずに食べられない」と食べ歩きができない旨の外国語表記が付記されている。

【南 1-2】この区画では大正 10 年から「かき屋錦・だいやす」が営業している。主な販売品目は魚介で牡蠣、刺身などを扱っている。だいやすは 10 年ほど前に店舗の区画を 2 分割し、店舗内に食事処を併設した。現在は食事処である。焼き牡蠣など簡単な調理でお酒とともに軽くつまめる軽食中心で、回転は速いが、コロナ禍前には、土日には観光客が列を作って並んでいた。現在、店先のショーケースには産地を明記した牡蠣を並べているのが目を引く。英語や中国語以外にもアラビア語など多言語での表記がある。

【南 1-3】この区画は令和 2 年までは「ダイコクドラッグ」が営業していたが、撤退後は空き店舗である。

【南 1-4】この区画は、令和 2 年までは「京のおまめはん」が営業していた。平成 27 年までは、「健美堂」という豆菓子の専門店が入っていた。豆腐ソフトクリームなどを販売し、Facebook や Instagram による広告宣伝や全商品を試食できるようにしていることが特徴だった。

【南 1-5】この区画では「錦大丸」が営業し、主に鮮魚と魚介加工食品を扱っている。平成 21 年頃店を改装し、奥で食事処「よし」を営業していたが、平成元年に閉鎖した。店先には刺身や、焼き魚などの魚介に加え、寿司等が並んでいる。

【南 1-6】この区画は「宇治屋」が営業している。お茶や茶菓子の他にも、急須や湯呑などの陶器、印鑑も扱っている。

【南 1-7】平成 25 年はこの区画で、1 階に「縁屋」が営業していた。平成 26 年からこの区画の 1 階では、「きっちん遊膳」が営業している。主な販売品目は箸、箸置きである。野菜や食品の形の多様な箸置きが並んでいるほか、色鮮やかな箸が壁に陳列されており、無料で箸に名前を彫刻するサービスを行っている。2 階では、平成 25 年は「ひご久」が営業していたが、仏光寺柳馬場に移転した。平成 26 年から居酒屋「花舞」が定食から刺身、おでん、おぼんざいなどを提供していた。令和元年頃から「けんすい錦」に変わった。「けんすい錦」は鮮魚やおぼんざいを楽しめる居酒屋で、「八代目儀兵衛」の五ツ星お米マイスターが米の目利きを行っている。

【南 1-8】この区画では平成 23 年から「おちゃんのこさいさい錦店」が営業している。主に七味や一味を扱っており、七味などの試食をすることもできる。店頭では、自分好みに七味を調合してもらうことができる「調合七味」の販売を行っている。コロナ禍でも呼び込みを積極的に行っており、白米に七味・ふりかけをかけた試食を勧めている。

【南 1-9】この区画は住居になっている。

【南 1-10】この区画では「富美家」が営業している。京うどんのお店で、昼時には人が多く見られる。木造の暖かい雰囲気がかうどんとマッチしている。コロナ禍でも昼時には多くの客でにぎわっていた。平成23年頃から平成29年までは、店内を改装して観光客向けにショーケースでバウムクーヘンの製造工程を展示し、販売していた。プレーン、抹茶、イチゴの3種類あった。店頭では持ち帰り用のうどんも販売しており、地元顧客もよく買っていた。平成22年に堺筋通り沿いにもう1店舗オープンした。そちらの店舗では、麺類の他、甘味も提供している。コロナ禍で、週末は錦市場の店舗、平日は堺筋通りの店舗と、営業する店舗を1店舗にして対応している。

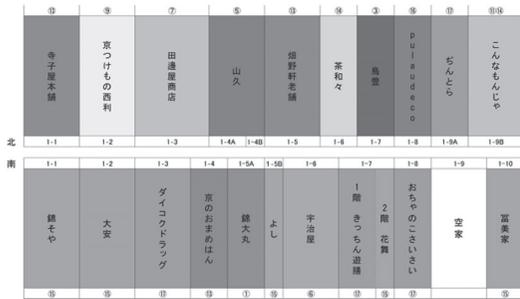


図8. 第1ブロック (平成30年)

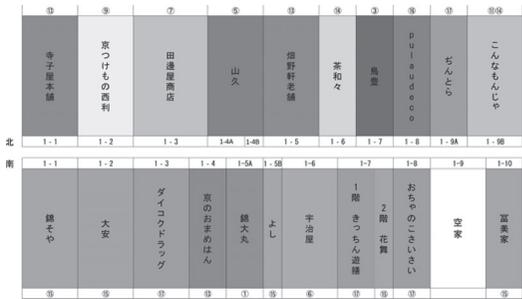


図9. 第1ブロック (平成31年)

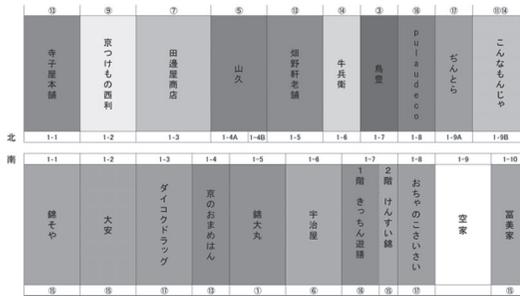


図10. 第1ブロック (令和2年)

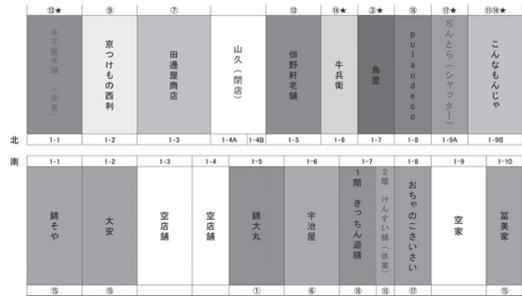


図11. 第1ブロック (令和3年2月末)

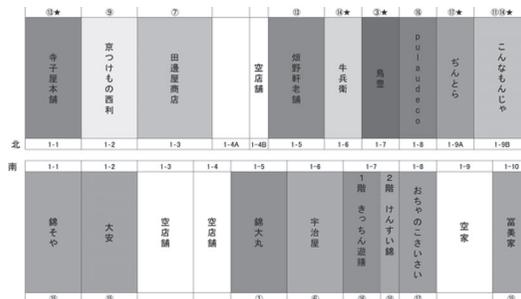


図12. 第1ブロック (令和3年4月17日)

## 第2ブロック（図13-図17）

【北2-1】この区画では平成6年から京生麩の専門店「麩嘉」が営業している。生麩だけではなく、生麩のたい焼きなど生麩を使った加工商品もある。また商品を買くとレシピを一緒にもらえるなどのサービスがある。

【北2-2A】この区画では昭和25年から「山庄」が営業している。主に鮮魚や魚類加工品を扱っている。店頭には食べ歩きを意図した串焼きや自家製の味噌漬けが並んでいる。長年、【北2-2A, B】のスペースで営業していたが、平成23年からは店舗スペースを半分に区切り、スペースの半分をテナント化した。

【北2-2B】この区画は平成23年から【北2-2B】に「レッグヤスタ」が移転して入居した。靴下の専門店である。平成23年までは【1-3A】で販売を行っていたが、平成24年に現在の区画に移転してきた（現在そのスペースは田辺屋のイトインスペースである）。狭い店内には、足袋靴下、靴下、シルクパンツ、サポーター、絹五本指ソックスなどが陳列されている。壁にもびっしりと靴下が吊るされており、靴下の部屋のようになっている。

【北2-3】この区画では平成21年から「器土昌合燦 昌の蔵」という陶工房が営業している。店頭で亀岡市の丹山酒造の日本酒や純米ワインなどの試飲販売を行っている。店内では、色鮮やかな陶器も売っている。ロクロは店内にあり奥に土蔵と電気窯がある。

【北2-4】この区画では江戸時代の後期から続く塩干店「山市商店」が営業している。はも焼き、棒だらなどが並んでいる。特に1週間かけて錦の井戸水で戻した棒だらにはこだわりがあり、年末にはおせち料理に定番の棒だらを目当てに毎年通うという地元顧客も多い。店舗での販売よりも卸売りでの取引が多い。

【北2-5A】この区画では、1953年創業の「まるしげ」がお菓子全般、干菓子、半生菓子、昔なつかしい駄菓子などを工場から直送して販売している。生菓子などの賞味期限が短いお菓子はおいていない。関西で展開するお菓子の専門店チェーンである。令和3年6月18日に閉店した。

【北2-5B】この区画では令和2年年末から「そば処むらじ」が営業している。祇園に本店があり、祇園麵処むらじの支店である。コロナ禍では、テイクアウトなども行っている（参考：つけそばの並盛一杯1,045円）。平成27年は京こんぶの「千波」、平成29年には京野菜「かね松」と店舗が変わっている。かね松は平成28年まで【南2-9】で店舗兼2階にレストランを併設していたが、店舗サイズも縮小し、ここに移転して営業していた。当初は京野菜を中心に陳列していたが、平成29年頃から店頭側の半分のスペースでガチャガチャを設置し、徐々にそのスペースは広くなり、ガチャガチャの台数が増え、撤退前は観光客向けのガチャガチャコーナーのような店舗になっていた。平成30年にかね松が撤退した後、たこ焼き店「あねさんろっかく蛸錦」が経営していた。イトインコーナーではビール等酒類の提供もしていた（参考：たこ焼き450円・たこ焼き串（たこ焼き3つの串）250円）。

【北2-6】この区画では創業70余年「千波」が営業しており、現在3代目店主である。青実山椒、青

山椒入りちりめん山椒，ラー油きくらげ，しば漬昆布などの商品を量り売りで販売を行っている。もとは【北2-5B】【北2-6】の2区画で営業していたが，平成29年に区画を半分縮小した

【北2-7】この区画は，「鮮魚木村」は江戸中期から続く鮮魚の卸売業である。料亭向けの卸の魚から，家庭の食卓用の小売まで様々な魚を扱っている。鮮魚は日本語，串などの出来上がり品は外国語表記がなされており，外国人観光と地元民の両方をターゲットにしている。鮮魚木村が20年ほど前に考案した，食べ歩きができるようにと刺身を串に刺した刺身串は，テレビや雑誌でよく紹介されている。コロナ以前は外国人を中心に観光客で賑わっていた。近年は，店内にイートインスペースを設けている。

【北2-8，2-9】この区画では，CAFÉ de CRIÉの撤退後しばらく空き店舗だったが，平成29年に明太子専門店「福来蔵」が入居した。1階で手作り明太子や明太子を使ったオリジナル商品を販売し，CAFÉ de CRIÉが利用していた2階スペースを飲食スペースとして利用していた。テイクアウトも2階スペースでの飲食も，1階で注文する形式であった。令和元年5月に【北1-6】から「茶和々」が移転した。福来蔵が利用していた2階を喫茶スペースとして利用している。店頭ではわらびもちやアイスクリームの販売をしており，若い女性を中心に観光客に人気の店である。

【北2-10】この区画では年から「嵐山ちりめん細工館 錦店」が，観光客に向けた和風の小物などを売っている。嵐山に本店があり，二寧坂，大分の金鱗湖に店を構えている。

【南2-1】この区画では，「錦むらさき」が平成17年以降から営業していたが，店舗オーナーの老齢化に伴い，令和3年3月末に【北4-14】に移転した。落花生，京菓子，昔菓子などを，試食を呼びかけながら，店頭で販売する。落花生は国内産のものを職人が煎りあげているため，年中煎りたての落花生が看板商品である。

【南2-2】この区画では，鮮魚「畠中商店」である。鮮魚のほかに鯖寿司や調理された串が売られている。日常のおかずなども販売しており，日替わりの焼き物，炊き物も充実している。串などの値札は外国語表記がされており，外国人観光客をターゲットにしている。

【南2-3】この区画では，昭和初期から鮮魚店の「錦藤庄」が営業している。活魚や高級天然魚の専門店，からすみやふぐなど，高級魚が多い。自家製の味噌漬けなど加工品もある。

【南2-4】この区画では，創業100年を超える「錦平野」が塩味えんどう，塩味金時などのお惣菜の他，歳末にはおせち料理などを販売していた。錦平野は，現店舗の他，百貨店業態も展開しており，京都大丸の地下にも店舗がある。平成29年4月に前オーナーから経営者が交代して，当時75歳だった現在のオーナー（岡会長）に事業譲渡された。経営者が変わった後は，地元顧客に向けた惣菜ではなく，観光客を対象とした店舗に改装し，店の奥に食事処を設置した。また，和惣菜だけでなく，店頭の屋台でだし巻き卵，天ぷら等を実演販売するようになった。落ち着いた和風の店奥はテーブル席が並んでおり，天ぷらをメインとした御膳が楽しめる。事業承継後，売上は2倍近く成長し，

錦市場の店舗の売上は約 5 倍に成長した<sup>6)</sup>。

【南 2-5】この区画では、「味どんつき」が煮物やちりめん山椒などを販売している。営業主体は打田漬物であるが、令和元年 4 月末閉店した。現在は空店舗である。

【南 2-6】この区画では、「井上佃煮店」が京野菜を使った季節の総菜などを販売していた。「錦平野」と同様に、井上佃煮店も平成 20 年に店主の井上氏が死去した後、梅村氏に経営譲渡された。錦平野とは異なり、経営譲渡後もメニューや店舗デザインも変更なく経営がされていたが、従業員の高齢化等を原因として、令和元年 12 月 14 日で 135 年にわたる営業が終了した。井上佃煮店の閉店は、京都新聞等でも報道され、京都市民に惜しまれての閉店であった。（その後、京都市左京区下鴨にあるスーパーマーケット「フレンドフーズ」の藤田俊社長が京都の歴史と伝統ある味を守りたいと説得し、井上佃煮店の事業を法人化した。井上佃煮元社長梅村氏が娘（井上佃煮店パート勤務）とともに再就職し、惣菜製造の技術、味、名前の継承をしている）。

【南 2-7A】この区画では細い路地の奥でイタリア料理店の「まつむら」が営業していたが、平成 30 年に撤退した。その後、昭和 32 年開業の「焼肉南大門」が、京都ステーキ「南大門」を開店した。コロナ禍以前はインバウンド顧客に人気があった（参考：和牛ローストビーフ定食 2,200 円）。

【南 2-7B, 2-8】この区画では、「打田漬物 錦小路店」が営業している。入り口が広く、店内がわかりやすい。建物自体は古いが、商品のネームプレートや、写真などを用いて買い物しやすく、漬物の陳列がインスタ映えるため、観光客にも人気の店である。京の里、おんぶ漬け、長いもわさび漬け、養老漬けなどを販売している。

【南 2-9】この区画では「スヌーピー茶屋 京都・錦店」が営業している。平成 27 年は京野菜を販売している「かね松」が営業していた。平成 28 年 8 月に「スヌーピー茶屋」となっており、平成 27 年に営業していた「かね松」は同じブロックの【北 2-5B】に移転した。一階ではスヌーピーをモチーフにしたお土産用のお菓子などが売られており、どら焼きなどの製造している所をガラス越しで見ることが出来る。二階は喫茶が併設されている。喫茶でも、スヌーピーの顔が書かれたラテアートなど、スヌーピーをモチーフにした、飲食物が提供されている。SNOOPY 茶屋は錦市場の他、湯布院、北海道の小樽、伊勢のおはらい町と 4 店舗展開している

【南 2-10】この区画では、平成 4 年から米専門店「中央米穀」が営業していたが、撤退後、令和元年から「京錦箸や万作 猫まっしぐら」が営業している。箸をメインに、お面、猫の置物などの雑貨が売られている。外国語表記はないが、メイドインジャパン表記のポップが目立っている。【南 3-14A】に箸や万作の本店がある。

6) 岡野会長へのインタビュー記事参照 (<https://batonz.jp/learn/257/> 2020 年 6 月 29 日アクセス)

②	①	③	④	②	③	④	⑤	①	①	④	⑤
鮎真	山庄	レッグヤスタ	昌の庵 器土合燻	山市商店	まるしげ	かね松老舗	千波	鯉魚 木村	1階 福米蔵	2階 福米蔵	嵐山ちりめん
2-1	2-2A	2-2B	2-3	2-4	2-5A	2-5B	2-6	2-7	2-8	2-9A/2-9B	2-10
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
2-1	2-2	2-3	2-4	2-5	2-6	2-7A/2-7B/2-7C	2-8	2-9A	2-9B	2-10	
錦 むらさき	島中商店	藤庄	錦平野	味とんつき	井上佃煮店	まつむら	打田漬物	1階 スヌーピー茶屋	2階 スヌーピー茶屋	中央茶殿	
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	

図13. 第2ブロック (平成30年)

②	①	③	④	②	③	④	⑤	①	①	④	⑤
鮎真	山庄	レッグヤスタ	昌の庵 器土合燻	山市商店	まるしげ	あねさんろっかく餅舗	千波	鯉魚 木村	1階 福米蔵	2階 福米蔵	嵐山ちりめん
2-1	2-2A	2-2B	2-3	2-4	2-5A	2-5B	2-6	2-7	2-8	2-9A/2-9B	2-10
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
2-1	2-2	2-3	2-4	2-5	2-6	2-7A/2-7B/2-7C	2-8	2-9A	2-9B	2-10	
錦 むらさき	島中商店	藤庄	錦平野	味とんつき	井上佃煮店	南大門	打田漬物	1階 スヌーピー茶屋	2階 スヌーピー茶屋	中央茶殿	
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	

図14. 第2ブロック (平成31年)

②	①	③	④	②	③	④	⑤	①	①	④	⑤
鮎真	山庄	レッグヤスタ	昌の庵 器土合燻	山市商店	まるしげ	あねさんろっかく餅舗	千波	鯉魚 木村	1階 茶和々	2階 茶和々 カフェ	嵐山ちりめん
2-1	2-2A	2-2B	2-3	2-4	2-5A	2-5B	2-6	2-7	2-8	2-9A/2-9B	2-10
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
2-1	2-2	2-3	2-4	2-5	2-6	2-7A/2-7B/2-7C	2-8	2-9A	2-9B	2-10	
錦 むらさき	島中商店	藤庄	錦平野	空店舗	空店舗	南大門	打田漬物	1階 スヌーピー茶屋	2階 スヌーピー茶屋	錦書や万作 猫まつしぐ	
②	②	①	④			⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	

図15. 第2ブロック (令和2年)

②	①★	③	④★	②	③	④	⑤	①★	①★	④★	⑤
鮎真	山庄	レッグヤスタ	昌の庵 器土合燻	山市商店	まるしげ	そば処 むらじ	千波	鯉魚 木村	1階 茶和々	2階 茶和々 カフェ	嵐山ちりめん
2-1	2-2A	2-2B	2-3	2-4	2-5A	2-5B	2-6	2-7	2-8	2-9A/2-9B	2-10
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
2-1	2-2	2-3	2-4	2-5	2-6	2-7A/2-7B/2-7C	2-8	2-9A	2-9B	2-10	
錦 むらさき	島中商店	藤庄	錦平野	空店舗	空店舗	南大門 (シャッター)	打田漬物	1階 スヌーピー茶屋	2階 スヌーピー茶屋	錦書や万作 猫まつしぐ	
②	②	①	④			⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	

図16. 第2ブロック (令和3年2月末)

②	①★	③	④★	②	③	④	⑤	①★	①★	④★	⑤
鮎真	山庄	レッグヤスタ	昌の庵 器土合燻	山市商店	まるしげ	そば処 むらじ	千波	鯉魚 木村	1階 茶和々	2階 茶和々 カフェ	嵐山ちりめん
2-1	2-2A	2-2B	2-3	2-4	2-5A	2-5B	2-6	2-7	2-8	2-9A/2-9B	2-10
②	②	①	④	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	⑤
2-1	2-2	2-3	2-4	2-5	2-6	2-7A/2-7B/2-7C	2-8	2-9A	2-9B	2-10	
錦 むらさき 移転	島中商店	藤庄	錦平野	空店舗	空店舗	南大門 (シャッター)	打田漬物	1階 スヌーピー茶屋	2階 スヌーピー茶屋	錦書や万作 猫まつしぐ	
②	②	①	④			⑤	⑤	⑤	⑤	⑤	

図17. 第2ブロック (令和3年4月17日)

第3ブロック (図18-図22)

【北3-1】この区画では、平成15年から現在まで「かざり錦」という屋号で観光客に向けた洋服、小物、京土産などを販売している。浮世絵のコピー画や、和風の手ぬぐいなどを店頭置き、外国人観光客向けに英語表記で販売している。

【北3-2】この区画では、「佐竹生花店」が営業している。外国語表記などはない。商品の発送は商品の種類によっては可能である。切り花以外に、観葉植物やお祝い用の胡蝶蘭なども売られている。「佐竹生花店」はこの区画に移転してくるまで、東の第1ブロックにも店舗を持っていたが、店舗によっ

て扱っている花の種類が違っていた。しかしそれは複雑であるとのことで、平成7年に店舗を1つに統合した。

【北3-3】この区画では平成30年まで「丸亀蒲鉾」があったが、平成31年に「京錦北斎グラフィック」という傘の専門店がオープンした。壁に多くの傘が並べられており、模様入りの傘、柄物の傘が中心である（無地の傘、ビニール傘などは置いていない）。

【北3-4】この区画では、「丸常蒲鉾店」が練り物を販売している。以前【北3-3】【北3-4】の区画で、「丸亀蒲鉾」と「丸常蒲鉾」という屋号の蒲鉾屋が2軒並んでいた。共に「丸福」という蒲鉾屋がのれん分けをしてできた店舗で、先代が丸福から受け継いだ土地を分け、創業60年以上もの長い間、隣接して営業していた。蒲鉾の他にも、はんぺん、おでん種、天ぷらなどを販売している。本家の「丸福蒲鉾」は、七条七本松下ルに店舗があったが、火災にて消失した。

【北3-5A】【北3-5B】この区画では、「いけまさ亭」が営業している。この区画には戦後から錦市場で青果店を営む青果店「池政」があった。「池政」は、料理屋など卸の顧客を中心とした顧客構成であったため、バブル崩壊後、多くの料亭・料理旅館などが閉店した事により、青果店だけでの営業が厳しくなった。そのため、平成14年頃から錦市場に接する場所で青果販売をし、店の奥ではおぼんざい屋という形態での営業を始めた。平成24年からは店舗を改装し、従来、店の奥で営んでいたおぼんざい屋を「いけまさ亭」として夜間営業も行う食事処とし、錦市場から奥まった場所に店舗を設置した。錦市場に接する場所はテナントとし、平成25年まで「七味屋」が入居して営業していた。平成26年からは、「祇園はた源」が営業していて国産特上のわさび、唐辛子、山椒、柚子などの販売を行っていたが、閉店した。令和3年4月6日にタピオカやフルーツドリンクを始めとするドリンクスタンド「MARUMARU 雲の茶 錦店」が開業した（6号店）。現在、「MARUMARU 雲の茶」は京都に7店舗を展開しており、インスタグラムを主に割引や無料サービスなどの情報を発信している。

【北3-6】この区画では、「ほそかわ洋品店」が営業している。もともと日用衣料品として営業していた。現在は観光客向けに、食品サンプル、日本語が書かれたおもしろTシャツ、手ぬぐいなど数多くのバリエーションのある商品が並べられている

【北3-7】この区画は、鮮魚店「北治商店」が営業していたが、平成25年に経営者の死去に伴い閉店し、しばらく空き家状態になっていた。平成26年に熊本で養蜂業創業約70年の「杉養蜂園」が参入し、現在に至るまでハチミツの販売を行っている。ソフトクリームが売られており、店前には学生でにぎわっていることも多い。ハチの巣箱がショーケースで店前に置かれており、通りすがりの人の注意を引いている。コロナ禍以前のインバウンド顧客が多かった時期には、観光客のためのWi-Fiの提供等も行っているため、店頭で立ち止まってインターネットをチェックする外国人も多かった。

【北3-8】この区画は、錦市場でも歴史の長い店舗の1つである。創業約200年、現在の店主で8代目の「津乃利」という屋号の鮮魚店が、鮮魚や炭火で焼いた魚を販売している。店の奥を少し覗くと、炭火で焼いている様子を見ることができる。また、「津乃利」は、この区画以外にも【南3-9, 10,

11】の区画も所有し、テナントにしている。かつて「津乃利」は、錦市場の南裏側で、料理旅館を経営していた。現在は1階が洋装店のビルになっている。

【北3-9】この区画では、「魚力」が営業している。かつては錦市場で唯一の焼魚専門店だった、夏ははも、冬はタイなど、多くの焼魚が店頭で並んでおり、歳末は尾頭付きの鯛を求める人で大変繁盛していた。現在は経営者が変わり、揚げもの中心の品揃えでイカの天ぷら、蒲焼きなどを串で販売している。魚力と書かれた提灯が店前につけられている。店内では観光客向けに鱧天や鱧カツなどを食べるスペースがあり、常に観光客の呼び込みを行っている。2021年3月8日に京都タワーサントB1Fでバルスタイル海鮮串を提供する支店が開店した。

【北3-10】この区画では、豆・雑穀屋「椿家」が、現在も営業を続けている。昭和43年までは油を販売していたが、昭和43年以降は、油は卸売のみに限定し、豆類の販売に業種を転換した。その理由は、錦小路を挟んで正面で、豆類を販売していた「奥崎商店」が小売を辞め、卸売一本にし、錦市場から撤退したことによる。京都市伏見区上鳥羽に移転した。また、豆類の種は主に丹波大納言と丹波黒豆と国産の一級品である。豆類以外にも昔懐かしいお菓子などを販売している。手書きの商品タグが歴史を感じさせる。

【北3-11】この区画は、京漬物専門店「榎悟」が昭和5年に創業した場所である。現在は「北店」として営業している。錦市場内に本店【南3-9】、北店、東店【南5-10】と3店舗を構えており、本店はここ北店から錦小路を挟んで斜め向かいの区画で営業している。店頭では、千枚漬、すぐき、しば漬等伝統京漬物が並んでいる。各店ごとに品揃えを差別化し、北店では味噌を販売するなど、狭い地域に共存しつつ、互いを補完する機能を有している。

【北3-12】この区画は、「錦まるん」が営業している。平成27年まで2階はなく、お菓子や雑貨を扱う「錦まるん」だけであったが、平成27年5月オープンの「おばん菜ビュッフェひなたや」が2階で営業していた。「おばん菜ビュッフェひなたや」は令和2年に閉店し、現在は空き店舗である。「錦まるん」は、「舞扇堂」という菓子や雑貨を販売する企業の直営店であり（「舞扇堂」は【南5-11】に店舗）、錦市場の他にも、祇園や東山の二年坂など、京都の観光地に支店がある。

【北3-13】この区画は、創業昭和3年、現在3代目の「三木鶏卵」というだし巻き屋が、創業以来、同じ場所で継続して営業している。店舗奥でだし巻子を焼いている様子は通りから見ることが出来る。近年は、観光客に向けた黄身餡ぱんなどの店頭販売も行っている。

【北3-14】この区画は、昭和26年から現在に至るまで、卸売専門の鮮魚店「近新」が営業している。早朝からトロ箱が山積みされている。店舗は奥行きも広く、大きな水槽もあり、中央では多くの店員が行き来し、手際よく魚をさばっている様子が見られ、錦市場らしい活気を感じる。卸売専門であるという特性から、開店時間も早く、昼過ぎには閉店する。過去には錦市場内に現在の本店と中店、東店の3店舗を構えている時期もあった。それらの店舗はいずれも親戚関係が経営していた。現在はこの1店舗のみである。

【北3-15】この区画では、80年以上錦市場で店を構え、現在で3代目の「田中鶏卵」というだし巻き

屋が営業している。10年ほど前に改装し、通りからもだし巻きを焼いている姿が見える店舗デザインに改装した。そのため、足を止めて見ていく人や、写真に収める外国人や観光客も多い。だし巻きの他に、白味噌のキッシュやベビーオムレツも販売されている。マスコミで取り上げられる機会も多く、観光客にも人気のある商品である。

【北3-16】この区画では、「鳥清」という鶏肉屋が、創業以来100年以上店を構えている。朝に「鳥清」の前を通ると、店の中央で、鳥をさばいている様子を直接見ることができる。2016年までツイッターなどでの広報活動を行っていた。2016年3月31日時点で、フォロー-の数が91,076人である。2010年年末は約3万人、2011年6月半ばは、約6万人、2012年7月下旬は、約8万人であった。インターネットを通じて全国発送での販売にも力を入れ、販路を拡大していたが、地元の顧客を大切に、と、2016年にインターネットの店舗を閉鎖し、実店舗のみで営業していた。2020年4月13日のtweetによると、インターネット販売を再開しており、冷凍の鍋セットを販売している。2020年10月8日のtweetによると出前館も始めている。

【南3-1】この区画では、平成19年から「元蔵」という屋号の京の旬の食材を扱った夜間営業も行う食事処が営業を開始し、現在も営業している。喫煙が可能で20歳未満は立ち入り禁止である。店頭を広く開放し、アジア風食堂の風情で、うどん、串カツなどジャンルを限定せず提供し、種類も提供する。錦市場内では数少ない夜間まで開店する店である。

【南3-2】この区画では、平成29年からすし屋の「鮭しん」が営業している。メニュー表には英語中国語表記が書かれている。「鮭しん」の開業前は、明治43年に創業した「木源」という屋号の塩干を扱う店舗が、平成28年末まで営業していた。創業以来、北海道根室産の本紅鮭や、島根県浜田産笹かれいなど、産地にこだわった店主自慢の商品が並べられていたが、顧客の変化に加え、主力商品である上質の本紅鮭の収穫量の減少等を理由として閉業した。

【南3-3】この区画は平成15年から平成27年まで「魚重」という屋号の琵琶湖産の鮎ずしやなれずし（鯖・ハス・鮎）、琵琶湖名産つくだに（モロコ・鮎・ゴリ）などを扱う店舗が営業していたが、時代の変化による影響から退店し、平成27年からしばらく空き店舗となっていた。平成30年から「蒟蒻しゃぼん」が蒟蒻芋から作られた石鱈を販売している。この石鱈の見本が店の入り口に置かれており、着物を来た店員が店頭で泡のデモンストレーションをして呼び込みをする。店内には石鱈を試用するための洗面台が6つ設置されている。

【南3-3】この区画では、昭和22年に創業した「池鶴」という果物専門店で、錦市場内で唯一、果物を専門に扱うお店である。店頭には柑橘類をはじめとした果物が並び、また平成29年からは、コロナ禍前までは、店頭で近江肉のコロッケや串焼きの販売もしていた。コロナ禍以前は、食べ歩き用に、果物がカットされた状態で売られていたり、店頭でフレッシュな果物から目の前で作るジュースを販売していた。店主の趣味でかつてはアニメのフィギュアを店の奥にひっそり飾っていたが、SNSを通じて有名になり、近年ではアニメグッズが所狭しと店頭に並べられている。アジアからのアニメファンがよく訪問する店である。最近店主（男性）がメイド服で接客しているのが特徴である。

【南3-5】この区間の一階では【南5-9】にある明治45年に創業した「のとよ」の川魚専門店の西店として営業を始め、主にうなぎを中心として、コイやゴリなど川魚の焼き魚や煮魚などの加工品を売っている。うなぎの提灯や看板があり、備長炭で焼くうなぎの香ばしい香りが周辺に漂っている。二階では「味彩のと与」が鰻を中心とした川魚料理を提供する食事処を営業している。

【南3-6】この区間では平成13年から「花つね」が「島本商店」から本区画を借り受け、生花や鉢植えを手頃な価格で販売している。店の入り口にある大きな木の看板が注意を引く。

【南3-7】この区画では以前「もちつきや」が営業していた。元タスーパーだったため、奥行きも広く、店頭で焼き餅を販売し、奥は食事処として観光客でにぎわっていた。令和2年からは、ドラッグストア「サンドラッグ」に変わっている。コロナ禍のために店頭にはマスクが多く販売されていた。

【南3-8A】この区画では、明治45年に創業した「大國屋」が営業しており、現在は4代目店主が店頭立ち、鰻をメインとして、お茶とあられとうなぎをセットにした、ぶぶうなぎセットを販売している。3代目店主は堺町通り錦上がるで「大國屋鰻兵衛」という鰻料理店を経営する。昼のみ営業で土鍋ごはんとともに焼きたての鰻を提供する。

【南3-8B】この区間では青果店「河一」が営業している。「河一」では、春は筍、夏は賀茂茄子、秋は丹波松茸、冬はえび芋など一年を通して京野菜が販売されている。奥は広く、小売だけではなく卸も行っている。

【南3-9】この区間では「梶倍本店」が漬物を販売しており、発送もしている。数代前、江戸中期に西京極で酒造場を営んでいた本家の屋号を受け継ぎ、昭和5年から創業し、店舗を構えた。本店は広く、奥に工房がある。錦市場の北側や東にもお店を構えている。錦市場内には漬物店は数店舗存在するが、市場内店舗の奥の作業場で製造し、店舗で販売しているのは梶倍のみである。

【南3-10】この区間では平成19年からずっと空き店舗であったが、平成25年7月から「コロコロコ」という店舗が参入して、現在もお菓子の販売を行っていた。令和2年2月にかすてらばー専門店「オボコロコ」が営業していた。錦市場の三木鶏卵から赤卵を仕入れるなどしていたが、令和2年11月末で閉店し、令和2年12月焼き菓子専門店「月待庵」西店が開店した（【南5-6B】からの移転）。煎餅や和菓子を販売している。そら豆やピーナッツ、黒豆を使用した煎餅のほか、日本らしい絵柄の入った小さな缶と金平糖などの和菓子を自由に組み合わせられる“まめ缶”は、観光客や外国人に人気である。豆煎餅を店頭でデモンストレーションしている。英語や中国語、韓国語などが可愛い自体で記載されていたり、カラフルな入れ物に飴などが入った商品が並ぶ。

【南3-11A】この区間では、たこ焼き屋「カリカリ博士」が営業している。常に観光客や子供連れで賑わっている（参考：たこ焼き1パック200円・会員価格150円）。店頭に小さなイートインスペースがある。

【南3-11B】この区画では、平成23年に入り「京・月待庵」東店が煎餅や和菓子を販売している。「福だるまアネス」の専門店である。「アネス」とは焼き菓子という意味である。食感はボーロのようで、表面にだるまの顔と福の文字を焼印してある【南3-10】月待庵の系列店である。

【南 3-12】この区間では塩干店「三京水産」が営業している。「三京水産」は大阪で創業し、戦後錦市場に移動した。創業以来、家族経営を続けており、干物や珍味などが販売されている。ささかれい、甘鯛、アジの開きなど塩干類に加え、カラスミ、このこ、このわた、鯨ベーコンなどの珍しい食材も扱っている。

【南 3-13】この区間では「大島履物店」が下駄や草履などを販売する。昭和 21 年から祇園・木屋町・先斗町などで働く方の普段履きの店として地元で根強い顧客を持つ。料理人用の高下駄等も置いており、草履は社寺関係や法衣店に卸している。

【南 3-14A】この区間は、精肉屋（牛肉・豚肉）「むら瀬」が平成 3 年から平成 30 年まで営業していたが、店主の高齢に伴い閉店した。平成 30 年「箸や万作」本店が開店した。店頭には、英語と中国語表記があり、観光客向けで壁一面に滑りにくいお箸や、豆腐専用のお箸など店中に箸が陳列されている。

【南 3-14B】この区間では平成 17 年から「旬味屋」という屋号の珍味や総菜を扱う店舗が営業していたが、令和元年に撤退した。令和 2 年までかにかまぼこを串に刺して売る「乃蟹」あった（参考：蟹蒲鉾串 400 円）後、同じ経営者が令和 2 年から「京 877」でチョコバナナを販売していたが、令和 3 年 2 月閉店した（チョコバナナは【北 1-4】で開店する鱧秀で販売予定）。

【南 3-15】この区画では、昭和 48 年から陶器店「河善」が営業している。「河善」では、軒先の狭いスペースを利用して、普段使いの陶器や、花瓶などの商品中心に販売していた。令和 1 年に店主の老齢化で閉業した後、大阪の黒門市場の店が主に観光客やインバウンド向け神戸牛と海鮮丼（店名不詳）の店舗を経営していた。COVID-19 発生で令和 2 年に撤退し、緊急事態宣言頃から数ヶ月空き店舗だった後、GoTo トラベルキャンペーンの最中の令和 2 年 10 月末日から 12 月末日という短期間、ドクターマスクが開店していた。令和 3 年 3 月から「MAMETAI」というたい焼き屋が開店した（参考：つぶあん、あんバター、カスタード、バナナカスタードの 4 種類が 400 円～500 円）。

【南 3-16】この区間では「沔白庵」が営業している。菓子や練り物が販売されており、ソフトクリームスムージーや練り物の串刺しなど、その場で食べることを前提とした商品展開である。当初飲食スペースはなかったが、平成 29 年に店を改装し、富小路通沿いにイートインスペースを設置した。練り物の串刺しは定番以外にチーズとコラボした商品も印象的だ。沔白庵は錦市場の他、伊勢、城崎温泉、有馬温泉、湯布院等観光客を対象とした店舗展開をしている店であり、錦市場での食べ歩きという食行動は、この店の出店が第一号である。

3-1	かすり餅	餅	住吉土産店	3-2	丸亀	丸亀製菓	3-3	いけまさ	丸亀製菓	3-4	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-5	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-6	お茶屋	丸亀製菓	3-7	お茶屋	丸亀製菓	3-8	津乃村	丸亀製菓	3-9	餅	丸亀製菓	3-10	餅	丸亀製菓	3-11	餅	丸亀製菓	3-12	1階 ほととぎす	丸亀製菓	3-13	2階 ひなたの	丸亀製菓	3-14	三太	丸亀製菓	3-15	三太	丸亀製菓	3-16	三太	丸亀製菓
3-1	元鹿	餅	住吉土産店	3-2	餅	住吉土産店	3-3	丸亀製菓	丸亀製菓	3-4	丸亀製菓	丸亀製菓	3-5	丸亀製菓	丸亀製菓	3-6	丸亀製菓	丸亀製菓	3-7	丸亀製菓	丸亀製菓	3-8	丸亀製菓	丸亀製菓	3-9	丸亀製菓	丸亀製菓	3-10	丸亀製菓	丸亀製菓	3-11	丸亀製菓	丸亀製菓	3-12	丸亀製菓	丸亀製菓	3-13	丸亀製菓	丸亀製菓	3-14	丸亀製菓	丸亀製菓	3-15	丸亀製菓	丸亀製菓	3-16	丸亀製菓	丸亀製菓

図 18. 第3ブロック (平成30年)

3-1	かすり餅	餅	住吉土産店	3-2	丸亀	丸亀製菓	3-3	いけまさ	丸亀製菓	3-4	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-5	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-6	お茶屋	丸亀製菓	3-7	お茶屋	丸亀製菓	3-8	津乃村	丸亀製菓	3-9	餅	丸亀製菓	3-10	餅	丸亀製菓	3-11	餅	丸亀製菓	3-12	1階 ほととぎす	丸亀製菓	3-13	2階 ひなたの	丸亀製菓	3-14	三太	丸亀製菓	3-15	三太	丸亀製菓	3-16	三太	丸亀製菓
3-1	元鹿	餅	住吉土産店	3-2	餅	住吉土産店	3-3	丸亀製菓	丸亀製菓	3-4	丸亀製菓	丸亀製菓	3-5	丸亀製菓	丸亀製菓	3-6	丸亀製菓	丸亀製菓	3-7	丸亀製菓	丸亀製菓	3-8	丸亀製菓	丸亀製菓	3-9	丸亀製菓	丸亀製菓	3-10	丸亀製菓	丸亀製菓	3-11	丸亀製菓	丸亀製菓	3-12	丸亀製菓	丸亀製菓	3-13	丸亀製菓	丸亀製菓	3-14	丸亀製菓	丸亀製菓	3-15	丸亀製菓	丸亀製菓	3-16	丸亀製菓	丸亀製菓

図 19. 第3ブロック (平成31年)

3-1	かすり餅	餅	住吉土産店	3-2	丸亀	丸亀製菓	3-3	いけまさ	丸亀製菓	3-4	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-5	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-6	お茶屋	丸亀製菓	3-7	お茶屋	丸亀製菓	3-8	津乃村	丸亀製菓	3-9	餅	丸亀製菓	3-10	餅	丸亀製菓	3-11	餅	丸亀製菓	3-12	1階 ほととぎす	丸亀製菓	3-13	2階 ひなたの	丸亀製菓	3-14	三太	丸亀製菓	3-15	三太	丸亀製菓	3-16	三太	丸亀製菓
3-1	元鹿	餅	住吉土産店	3-2	餅	住吉土産店	3-3	丸亀製菓	丸亀製菓	3-4	丸亀製菓	丸亀製菓	3-5	丸亀製菓	丸亀製菓	3-6	丸亀製菓	丸亀製菓	3-7	丸亀製菓	丸亀製菓	3-8	丸亀製菓	丸亀製菓	3-9	丸亀製菓	丸亀製菓	3-10	丸亀製菓	丸亀製菓	3-11	丸亀製菓	丸亀製菓	3-12	丸亀製菓	丸亀製菓	3-13	丸亀製菓	丸亀製菓	3-14	丸亀製菓	丸亀製菓	3-15	丸亀製菓	丸亀製菓	3-16	丸亀製菓	丸亀製菓

図 20. 第3ブロック (令和2年)

3-1	かすり餅	餅	住吉土産店	3-2	丸亀	丸亀製菓	3-3	いけまさ	丸亀製菓	3-4	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-5	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-6	お茶屋	丸亀製菓	3-7	お茶屋	丸亀製菓	3-8	津乃村	丸亀製菓	3-9	餅	丸亀製菓	3-10	餅	丸亀製菓	3-11	餅	丸亀製菓	3-12	1階 ほととぎす	丸亀製菓	3-13	2階 ひなたの	丸亀製菓	3-14	三太	丸亀製菓	3-15	三太	丸亀製菓	3-16	三太	丸亀製菓
3-1	元鹿	餅	住吉土産店	3-2	餅	住吉土産店	3-3	丸亀製菓	丸亀製菓	3-4	丸亀製菓	丸亀製菓	3-5	丸亀製菓	丸亀製菓	3-6	丸亀製菓	丸亀製菓	3-7	丸亀製菓	丸亀製菓	3-8	丸亀製菓	丸亀製菓	3-9	丸亀製菓	丸亀製菓	3-10	丸亀製菓	丸亀製菓	3-11	丸亀製菓	丸亀製菓	3-12	丸亀製菓	丸亀製菓	3-13	丸亀製菓	丸亀製菓	3-14	丸亀製菓	丸亀製菓	3-15	丸亀製菓	丸亀製菓	3-16	丸亀製菓	丸亀製菓

図 21. 第3ブロック (令和3年2月末)

3-1	かすり餅	餅	住吉土産店	3-2	丸亀	丸亀製菓	3-3	いけまさ	丸亀製菓	3-4	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-5	1階のほととぎす	丸亀製菓	3-6	お茶屋	丸亀製菓	3-7	お茶屋	丸亀製菓	3-8	津乃村	丸亀製菓	3-9	餅	丸亀製菓	3-10	餅	丸亀製菓	3-11	餅	丸亀製菓	3-12	1階 ほととぎす	丸亀製菓	3-13	2階 ひなたの	丸亀製菓	3-14	三太	丸亀製菓	3-15	三太	丸亀製菓	3-16	三太	丸亀製菓
3-1	元鹿	餅	住吉土産店	3-2	餅	住吉土産店	3-3	丸亀製菓	丸亀製菓	3-4	丸亀製菓	丸亀製菓	3-5	丸亀製菓	丸亀製菓	3-6	丸亀製菓	丸亀製菓	3-7	丸亀製菓	丸亀製菓	3-8	丸亀製菓	丸亀製菓	3-9	丸亀製菓	丸亀製菓	3-10	丸亀製菓	丸亀製菓	3-11	丸亀製菓	丸亀製菓	3-12	丸亀製菓	丸亀製菓	3-13	丸亀製菓	丸亀製菓	3-14	丸亀製菓	丸亀製菓	3-15	丸亀製菓	丸亀製菓	3-16	丸亀製菓	丸亀製菓

図 22. 第3ブロック (令和3年4月17日)

第4ブロック (図23- 図27)

【北4-1】この区間は、【北4-1】の「錦大友」が管理していた。平成31年から焼き芋・大福などを販売する「ストロベリーパパ」が営業している（参考：イチゴ大福280円・さつまいもチップス400円）。観光客向けのお店で、ピンクの可愛い陳列などでインスタ映えを狙う。経営は【南5-3】京丹波である。2階をエートインスペースとして利用している。

【北4-2】この区間では、昭和2年創業の乾物店「錦大友」が営業している。海苔・湯葉・香辛料・海苔などを販売している。乾燥シイタケなどの季節に合った品物も置いている。削り節の量り売りは昔ながらの雰囲気があるが、英語表記のプレートが貼っているところが、外国人観光客が増えた近年の環境に対応していた。

【北4-3】この区間では、創業明治31年（1898年）の豆腐店「近喜」が豆腐・湯葉・生麩・がんもどき販売する。店の奥に厨房があり、そこでお揚げやがんもどきを作っている。普通の豆腐店はボイラーという機械で豆腐を炊くが、近喜は長年使用している釜で炊くというこだわりを持っている。厚揚げを買ってその場で食べようとする外国人が多いらしく、「調理せずに食べられません」という英語表記がされている（参考：油揚げ190円・厚揚げ90円）。

【北 4-4】この区間では、平成 5 年頃から豆専門店「北尾」が 1 階では黒豆・ジャム・ソフトクリームを販売している。清水寺や金閣寺、舞妓さんなど、京都らしい物をデザインした箱に入った豆菓子があり、黒豆ソフトクリームはその場で食べることができる（参考：黒豆ソフトクリーム 400 円）。2 階に喫茶「黒豆茶庵」を併設する。

【北 4-5】この区間では、天明 8 年（1787 年）創業の「津之喜酒舗」が営業している。種類豊富な酒類とおつまみを販売している。店主が蔵元に出向き仕入れた日本酒や、シングルモルトウイスキーを店主の目利きで数多く仕入れており、日本酒・ウイスキーの専門性が特に高い。錦市場で唯一の酒店である。

【北 4-6】この区間では、昭和 38 年から川魚料理専門店「山元馬場商店」が営業している。店の奥側に厨房があり、魚の蒲焼きやてんぷら、だし巻き卵を串に刺して店前で販売している。持ち帰り用にパックに詰めた販売や地方発送も行う。

【北 4-7】この区間では、昭和 21 年頃創業の鶏卵店「中央鶏卵」が営業していた。錦市場の他の鶏卵店はだしまきの専門店だが、ここは QC 卵やうずら卵など、生卵だけを専門で取り扱っていた。平成 29 年に閉業し、平成 30 年 4 月に京料理店「斗米庵」がオープンした。元中央鶏卵の店舗スペースを通路として用い、奥のスペースにレストランを建築した。経営主体は京都文化協会である。先斗町の京懐石料理店「先斗町ふじ田」、滋賀の「緑水亭」などで修行した鮫島誠料理長が調理場に立つ。開店から 1 年間は「祇園さゝ木」の佐々木氏が毎月メニューを監修し、味のチェックもしていた。

【北 4-8A】この区間では、「マルヤ」が営業している。産地を明記して、季節ごとに旬の野菜や果物を少ない品数（約 10-13 種類）のみ販売している。

【北 4-8B】この区間では、「晴」が営業している。看板がある細い路地を抜けた奥に、錦市場の食材や京都近郊の野菜を中心としたビーガン料理のランチの店がある。無農薬のものを仕入れるようにしている。おからや青菜などのおぼんざいと湯葉の餡掛け丼のセットメニューが人気で、1,500 円-2,000 円である。インバウンド顧客に人気があった。

【北 4-9】この区間では、珍味屋である「喜久屋」が営業している。ゴーヤやミニトマトといった変わったドライベジタブル・ドライフルーツや、干し貝柱、金平糖などに加え、昆虫食が販売されている。外国人観光客にもわかるように商品を英語でも表記するという工夫がされている。

【北 4-10】この区間では、豆菓子店「美濃芳」が江戸時代から現在まで変わらず営業している。主に豆、かりんとうを販売しているが、豆菓子だけではなく、きな粉や金平糖も販売している。豆の種類は多く、スーパーなどでは売っていない豆も置いている。

【北 4-11】この区間では、和菓子店「幸福堂」が営業している。大福や団子など和菓子が販売されている。すべて手作りである。観光客にも人気だが、地元の団子屋の雰囲気がある。京都平安神宮への御献上菓子でもある「ごじょうぎぼし最中」が販売されている。（参考：イチゴ大福 300 円、団子 173 円）。

【北 4-12】この区間では、茶専門店「やまだしや」が営業している。店頭で焙じる「料理屋さんのお

ばんちゃ」を名物としており、地元の顧客も遠方からのファンも多く地方発送も行う。

【北4-13】この区間では、文具店「てらわき文房具店」が営業している。

【北4-14】この区画では、令和2年まで「健寿の京」が健康食品や関連グッズを販売していた。令和2年に撤退し、令和3年4月から「錦 むらさき」が【南2-1】から移転した。製菓店での経験を活かし、落花生を名物商品としている（参考：落花生 500円）。

【南4-1】この区間では、大正11年創業の青果店「川政」が営業している。季節の野菜や京野菜を取り扱う店で、多く的高级料亭・割烹に商品を卸している。うりい、はす芋といった珍しい野菜も販売されている。インターネットでの販売も実施している。

【南4-2】この区間では、昭和8年創業の鮮魚店「魚よし」が「川政」から場所を間借りして営業している。食べ物屋への卸が中心ではあるが、店頭で小売りも行っている。天然物の生魚、牡蠣、貝など旬の天然の魚介類のみを販売している。

【南4-5】この区間では、食事処「喜久家」があるが、店主の怪我以降、休業中である。

【南4-8】この区間では、生活用品店「木源」が営業している。日本製の足袋、衣類、布、靴下などを販売している。

【南4-9】この区間では、乾物店「島本海苔乾物」が営業している。のり、かつお節、昆布、ゴマなど加工商品を販売している。主軸は卸販売であるが、店頭では卸と同じ食材を量り売りしており、料亭に卸すような高品質な食品が手に入る。また、店前でかつお節を削っているの、店先には良い香りが漂う。このかつお節は、購入する際には奥の在庫を販売しており衛生面で配慮されている（参考：有明産の海苔 800円）。

【南4-10】この区間では、創業元和3年（1617年）の錦市場の店舗の中でも最も老舗のすし屋「伊豫又」が営業していた。京都の伝統的な押し寿司の店である。令和2年から、同じ場所で飲食店「丹後TABLE」が営業している。伊豫又は、一度閉業した後、現在は丹後TABLEの一角にカウンターで出店している。京都府丹後地方の食を通して、京都府各地の観光や物産のPRをする店であり、クラフトビールやソーセージ、串カツなどを販売している。イートインスペースが2フロアあり、1Fは他店で買った商品もイートインできる（参考：クラフトビール 800円）。

【南4-12】この区間では、惣菜店「不二食品」がにしん、棒鱈、豆、昆布などを販売する（参考：アサリしぐれ 880円）。

【南4-13】この区間では、昭和22年頃創業の漬物店「打田漬物」がある。錦市場での打田漬物（【南2-7B, 2-8】にも店舗がある）の起源はここである。

【南4-14】この区間では、昭和15年頃創業の塩干店「京一屋」が営業している。塩干物、干物、鮭のカマ、西京漬、にしんなどを販売している（参考：天然鯛 450円）。

【南4-15】この区間では、昭和3年創業の塩干店「津乃弥」が営業している。若狭物中心の海産物や、ちりめん山椒、ちりめんじゃこ、魚の開き、かますの一夜干しなどの海産珍味を数多く販売している（参考：特上ちりめんじゃこ 880円）。

【南 4-16】この区間では、平成 21 年頃から空き店舗だったが、平成元年 6 月から「鱧秀」が営業していた。えび串、鱧寿司、ビールを販売している（参考：えび串 600 円）。令和 3 年 5 月に【1-4A】に移転した。

【南 4-17】この区間では、平成 17 年から創作布店「春秋」が、京染のスカートやのれんなどを扱っていたが、令和 2 年に撤退した。

【南 4-18】この区間では、平成 19 年から佃煮店「野村佃煮」が営業している。ちりめんじゃこ、佃煮の他にも惣菜、くるみちりめんなどが販売されている。

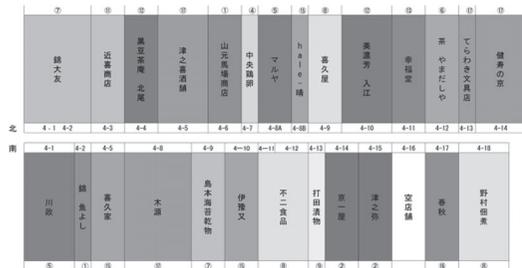


図 23. 第 4 ブロック (平成 30 年)

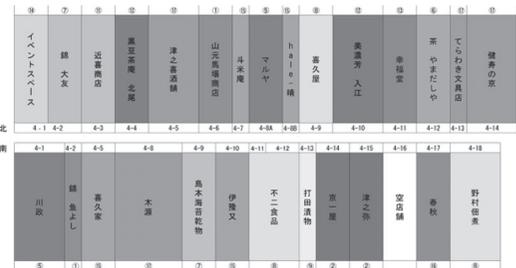


図 24. 第 4 ブロック (平成 31 年)

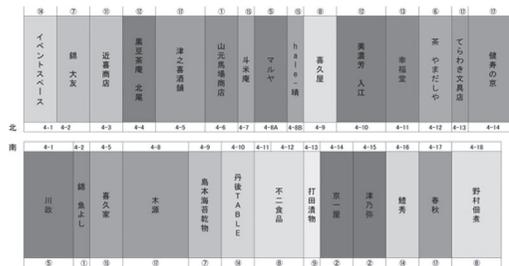


図 25. 第 4 ブロック (令和 2 年)

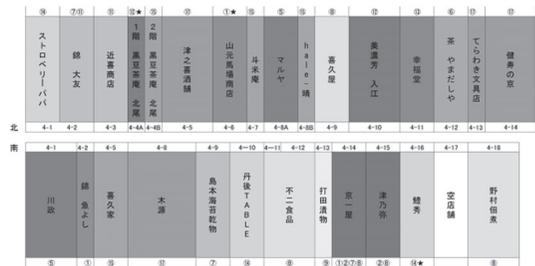


図 26. 第 4 ブロック (令和 3 年 2 月末)

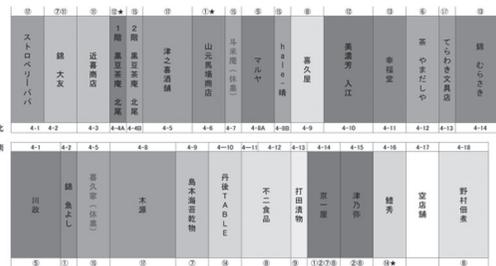


図 27. 第 4 ブロック (令和 3 年 4 月 17 日)

## 第 5 ブロック (図 28- 図 32)

【北 5-1】この区画では、平成 13 年から鮮魚店「かね秀」が営業している。卸・小売りの割合は約 8 対 2 と、ほぼ卸専門であり、卸先のほとんどに配達している。店の奥の巨大水槽で、魚の種類ごと

に一定期間泳がせてから出荷する、店頭には発泡スチロールのトロ箱が並ぶなど、小売中心の店舗とは異なる。営業時間も朝が一番活気があり、昼過ぎには営業終了する。

【北5-2】この区画では、平成24年11月からごま専門店「ごま福堂」が、ごま、コロッケ、アイスクリーム、ごま団子など、胡麻商品を販売している。ごま団子やアイスクリームはその場で飲食可能である。

【北5-3】この区画では、「栞藤」が、鮮魚店を営業していたが、平成30年に当時の番頭への事業承継に伴い改装し、事業形態を観光客向けに変更した。店頭でホタテや魚を串焼きを販売している（参考：ホタテ串500円、いか串400円）。

【北5-4】この区画では「丸松」が営業している。当初は鮮魚を販売していたが、平成23年頃から卸売りの減少に伴い、小売りを強化するためお土産にもできるような味噌漬けを中心に販売するようになった。現在は味噌漬けと佃煮の専門店である。ご飯に合うちりめん山椒、炊き込みご飯の素なども販売しており、お土産にしやすい商品が並んでいる。

【北5-5】この区画では、「麩房老舗」が生麩を販売している。生麩の手作りにこだわり、季節によってさまざまな創作生麩を取り揃えている。湯葉セットなど観光客も意識したお土産も充実している。持ち帰り用の京生麩の田楽は600円である。

【北5-6】この区画は、1790年創業の老舗京ゆば専門店「湯波吉」である。湯波吉は、江戸時代から同じ場所で営業を続けている。「湯波吉」の名前は、初代の名前が吉兵衛だったことに由来する。平成3年以降は、区画を拡張して営業している。現在手前が店舗スペースであり、奥がゆばの工房となっている。

【北5-7A】この区画の一階では、大正11年、京都の東山泉涌寺で創業した「陶葺」が営業している。現在、本店の工房で製造にたずさわる職人は、成形や絵付けで約20人ほどであり、作業はすべて手仕事で行われている。錦市場の店内には、観光客向けの手頃な価格の商品も、専門店向けの高価な商品も陳列されている。

【北5-7B】この区画の二階では、「京倶楽部カフェ アトラスクラブ」の退店後しばらく空き店舗だったが、平成29年3月に肉寿司・肉茶漬専門店「佰食屋」がオープンした。1日100食限定で、整理券による予約制度をとり、メディアでもよく取り上げられる人気店であったが、令和2年に閉店し、現在は空き店舗である。

【北5-8】この区画では、平成30年まで乾物店「松村屋」が、塩干魚、珍味などを販売していた。宮崎産ちりめんじゃこが売れ筋の商品だった。平成31年に「京のお肉処 弘」が肉寿司やステーキなどを販売する店舗を開店した。2階はカフェになっている。二貫で800円の肉寿司が人気商品である。コロナ禍中には、Uber Eatsや弁当のテイクアウトなども実施している。

【北5-9-A】この区画では、老舗庖丁店「有次」が営業している。「有次」は創業1560年で、専門店向けの料理道具店である。近年では、フランスや遠くブラジルまで名前が知られ、わざわざ遠い国から庖丁を買いに来る顧客も多い。コロナ禍以前は国内からの顧客に加え、多くのインバウンド顧

客で大変賑わっていた。

【北 5-9-B】この区画では、平成 25 年までの「招喜屋」から店名を変更し、「まねきねこのて」が営業している。カラフルな小銭入れやかんざし、人形を販売しており、縁起物の飾りから、がまぐち、巾着のような実用品を取り揃え、子供や女性の客が多くいた。

【北 5-10】この区画では、青果店「四寅」が旬の京野菜を中心に野菜や果物を扱っている。四寅の商品は高級食材が中心で、市内の高級料亭・割烹等にも卸している。創業は明治 43 年（1910 年）の老舗であり、中央市場にも店舗を持つ。

【南 5-1】この区画では、明治 30 年創業の鮮魚店「渡半」が、天然鯛、牡蠣、刺身、フグ、サザエなどの海鮮をメインに販売している。最近では、サザエのつぼ焼き（600 円）などをビールや日本酒と楽しむ小さなイートインスペースも店頭を設置している。

【南 5-2】この区画では、「竹長」が営業している。黒豆や黒豆の豆菓子や干し芋などを販売している。

【南 5-3】この区画では、平成 12 年以降「京丹波」が焼き栗やドライフルーツ、豆などを販売する。店の前で焼き栗の試食（焼き栗 1,100 円）を行い、店員さんが道行く人に積極的に声をかけ試食を促している。季節には松茸も店頭に並ぶ。二階に喫茶店を併設している（令和 3 年 4 月現在閉鎖中）。

【南 5-4】この区画では、喫茶「錦一葉」が営業している。平成 26 年までは、1 階では「嘉ねた」が海産物を中心に販売をし、2 階で「カネタカフェ」を経営していた。平成 26 年から、「錦一葉」が店頭で抹茶製菓や、みたらしだんごを販売している。奥では坪庭に面した喫茶がある。ここは前述の「嘉ねた」の貸しテナントである。「嘉ねた」の撤退は、貸しテナントの家賃収入の方が採算がとれるという理由であった。

【南 5-5】この区画では、「丸弥太」が営業している。創業 105 年の店であり、老舗料亭、割烹、ミシュラン星付き料理店も含め、多くの高級料理店の顧客を持つ。小売は行わず、卸売のみで、店の奥にはいくつもの水槽が並ぶ。冬のふぐ、夏の鱧を中心として、独自のルートで仕入れる海鮮は京都だけでなく東京や海外の顧客など遠方への出荷もしている。

【南 5-6A】この区画では、珍味屋「あづま屋」が金平糖、味噌餅などを販売している。店内は漆喰の壁や木を多く使い、京都らしい雰囲気を意識した内装にしている。

【南 5-6B】平成 19 年頃から「あづま屋」の東側を「月待庵」がテナントとして入居していたが、令和 2 年 10 月に退居し、【南 3-10】に移転した。令和 2 年 11 月からは、伏見稲荷に本店がある「まるもち屋」が入居し、水まる餅（540 円）という商品名のわらび餅を主力商品として販売している。

【南 5-7】この区画では、鮮魚店「まる伊」がはも、ふぐなどを販売していたが、平成 28 年頃に廃業し、店舗が譲渡された後、しばらく空き店舗だった。平成 30 年から令和 1 年頃は店舗オーナーがクレープ店「クレープおじさん」を開店していた。全品 390 円均一で観光客や修学旅行生等に人気があった。閉店後しばらく空き店舗の後、令和 1 年以降「コクミンドラッグ」が開店したが、コロナ禍でほとんど営業しておらず、令和 2 年 10 月頃に撤退した。

【南 5-8】この区画では、珍味屋「權」が営業している。たこたまご、しば漬けやカツオなどのふり

かけなど日持ちのするお土産に向く商品を販売している。現在は錦市場内の数店舗が販売するうずら卵を詰めたイイダコの串刺し（たこたまご）は錦市場では権が最初である。たこたまごは権の看板商品であり、観光客やインバウンド顧客に人気の商品である。

【南 5-9】この区画では、川魚料理店「のとよ」が営業している。「のとよ」は創業 1912 年で、同じ場所で営業している。錦市場でも数少ない川魚専門店である。店の奥では懐石料理店の納品準備も行い、店頭では備長炭の炭火焼きで鰻や鮎を焼いて販売している。アユやうなぎの水槽もあり、店頭には生きたすっぽんやどじょうも並ぶ（参考：鮎の塩焼き 500 円）。

【南 5-10】この区画では、京漬物専門店「榎侶」の支店である「榎侶東店」が営業している。東店は、北店、本店に続き戦後に開店した。平成 27 年に店舗の奥を作業場として活用できるよう改装した。

【南 5-11】この区画では、平成 9 年から平成 28 年まで「まるやた」という焼きアナゴのお店が営業していた。店頭ではアナゴ寿司の販売も行っており、奥にはイトインもあった。平成 28 年から「舞扇堂」が営業している。扇子と和雑貨を取り扱うお店で、漆喰染めを施した頑丈な扇子や鮮やかな女性向けの扇子、淡い色の男性向け扇子などを販売していた。予約をすれば、扇子絵付け体験ができる。コロナ禍で長期休業している。

【南 5-12】この区画では、平成 9 年から「若狭屋高橋」が営業している。昆布と昆布の加工品を扱っている昆布の専門店で、美味しい出汁の取り方を張り紙している（参考：にしん煮一尾 240 円）。

【南 5-13】この区画では、塩干店「三上商店」が営業している。塩干物（縮緬雑魚、スルメ、紅さけなど）、干物（身欠にしん、棒鱈、カレイ、貝柱、丸干しなど）、乾物（椎茸、昆布、カツオなど）を販売する店舗である。

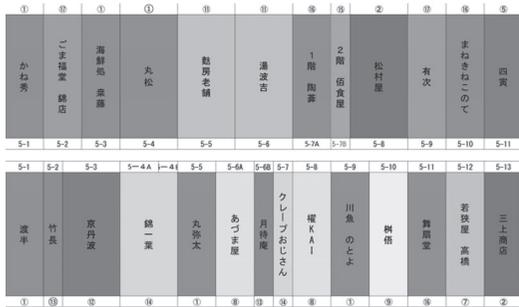


図 28. 第 5 ブロック (平成 30 年)

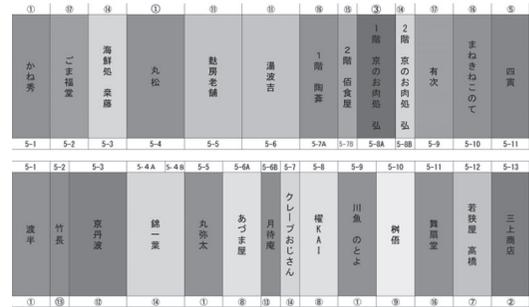


図 29. 第 5 ブロック (平成 31 年)

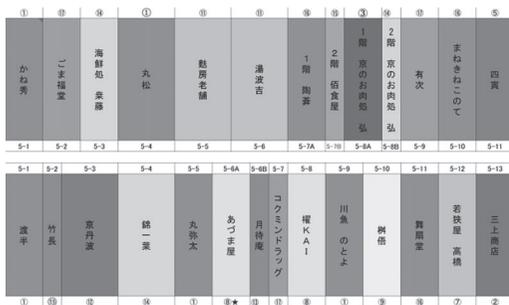


図 30. 第 5 ブロック (令和 2 年)

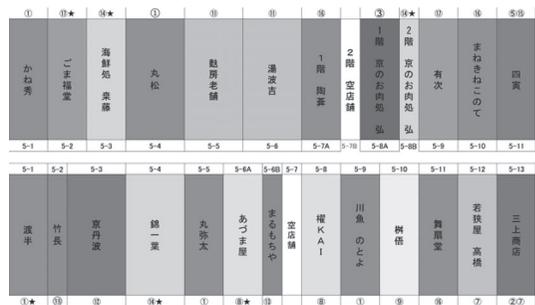


図 31. 第 5 ブロック (令和 3 年 2 月末)

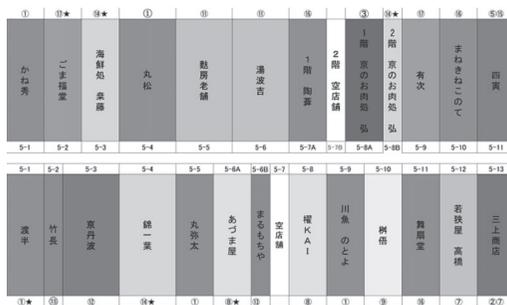


図 32. 第 5 ブロック (令和 3 年 4 月 17 日)

### 第 6 ブロック (図 33- 図 37)

【北 6-1】この区画では、平成 24 年にビルを大改装して以来、1階に最高級オリーブオイルを物販する「キヨエ」と、キヨエを使った揚げ物を売る店舗である。最初はドーナツカフェであったが、最近ではコロッケとビールなどを販売し、店内にも飲食スペースがある。主に観光客や修学旅行生を含む若者を対象としている。

【北 6-2】この区画では、平成 11 年から 24 年まで続いた寿司屋「江戸京」に代わり、平成 25 年から立ち食い寿司屋である「英」が入居し現在まで営業している。店内はカウンターのみで新鮮かつ旬の海鮮をリーズナブルな価格で食べることができる (参考: 刺し身セット 1,320 円)。

【北6-3】この区画では、昭和59年から平成27年まで親子で経営する「フラワーショップサカグチ」があったが、平成29年に閉業した。その後、黒豆の豆菓子と塩干を販売する「竹長」が営業している。竹長は本店舗以外にも錦市場内に2店舗（平成2年4月現在）があるが、本店舗ではフルーツのサンドイッチを販売する。光の装飾やポップなどもあり観光客を意識したような派手なデザインである。（参考：フルーツサンド400円）。奥にイートインコーナーがある（参考：コーヒー250円、アサヒビール500円）。

【北6-4】この区画は、若者向け衣料を販売する「アーバンリサーチ」である。錦市場の店舗の中で唯一出入口が錦小路側がない。

【南6-1】この区画では、平成25年から「もり」が京漬物を販売している。すぐきやしば漬、千枚漬の他、旬の野菜を漬けた季節限定商品などがある。店頭を外貨両替機が設置されている。常温商品が多く、観光客にも持ち帰りやすい。

【南6-2】この区画では、うどん屋である「まるき食堂」が営業している。一番人気は「親子丼」で、錦市場の鶏肉屋から仕入れる鶏肉を使っている。にしんそばや親子丼が人気商品である（参考：玉子丼750円、肉丼800円）。

【南6-3】この区画では、平成19年から、豆や芋、お茶を販売する「豆招福」が営業している。干し芋、干しマンゴー、干し梅などが店頭に並び、試食できる（2021年2月）。経営は竹長である。（参考：黒大豆きなこ100グラム580円、黒ゴマ豆腐150グラムで1,100円）。

【南6-4】この区画では、平成23年から現在に至るまで、観光客向けの扇店「京絵師 龍扇堂」が営業していた。扇子の店だが、マーマレード、ゆず塩、ポン酢、ゆず果汁といったゆず製品も少しであるが販売していたが、令和2年に閉店した。

【南6-5A】この区画では、[南6-5B]で営業する「錦・高倉屋」が経営する「立ち呑み賀花」が平成27年11月にオープンした。立ち飲みでゆっくり飲める樽のテーブルを使ったデザインで、つまみの豚皿、串焼き、数種類のぬか漬けなどがメニューに並ぶ（参考：ビール、ハイボール400円、ビール焼き鳥セット500円）。常に賑わっている。コロナ禍前にはインバウンド観光客も多かったが、コロナ禍中においても多くの外国人が飲食している。【南6-5A,B】は酒場ライター井上英男（バッキー井上）氏の経営で、店内にはバッキー井上氏の大きな写真看板が設置されている。

【南6-5B】この区間は、平成12年から漬物屋「高倉屋」である。店頭にぬか漬け樽が並び、寺町商店街からすぐの立地でもあり、観光客がよく写真を撮っている。きゅうり・ナスのぬか漬けは樽から出してそのまま袋に入れてくれる（参考：茄子の古漬け150円、長芋の浅漬け400円）。近年は修学旅行生の顧客も多い。

【南6-6】この区間では、平成15年から靴の大型チェーン店である「ABCマート」が営業している。他のABCマート店舗と比べて小規模である。

⑭ 花よりキョエ ドーナツカフェ		⑮ 英	⑯ フラワ ーショ ップサ カグ チ	⑰ アー バン リサ ーチ		
6-1	6-2	6-3	6-4			
6-1	6-2	6-3	6-4	6-5A	6-5B	6-6
もり	まる き食 堂	豆 招 福	京 絵 師 龍 扇	立 ち 呑 み 賀 花	錦 ・ 高 倉 屋	A B C マ ー ト 中 徳 ビ ル
⑨	⑮	⑯	⑰	⑮	⑨	⑰

図 33. 第 6 ブロック (平成 30 年)

⑭ 花よりキョエ ドーナツカフェ		⑮ 英	⑯ フラワ ーショ ップサ カグ チ	⑰ アー バン リサ ーチ		
6-1	6-2	6-3	6-4			
6-1	6-2	6-3	6-4	6-5A	6-5B	6-6
もり	まる き食 堂	豆 招 福	京 絵 師 龍 扇	立 ち 呑 み 賀 花	錦 ・ 高 倉 屋	A B C マ ー ト 中 徳 ビ ル
⑨	⑮	⑯	⑰	⑮	⑨	⑰

図 34. 第 6 ブロック (平成 31 年)

⑭ 花よりキョエ ドーナツカフェ		⑮ 英	⑯ 竹 長	⑰ アー バン リサ ーチ		
6-1	6-2	6-3	6-4			
6-1	6-2	6-3	6-4	6-5A	6-5B	6-6
もり	まる き食 堂	豆 招 福	京 絵 師 龍 扇	立 ち 呑 み 賀 花	錦 ・ 高 倉 屋	A B C マ ー ト 中 徳 ビ ル
⑨	⑮	⑯	⑰	⑮	⑨	⑰

図 35. 第 6 ブロック (令和 2 年)

⑭★ 花よりキョエ		⑮ 英	⑯ 竹 長	⑰ アー バン リサ ーチ		
6-1	6-2	6-3	6-4			
6-1	6-2	6-3	6-4	6-5A	6-5B	6-6
もり	まる き食 堂	豆 招 福	京 絵 師 龍 扇	立 ち 呑 み 賀 花	錦 ・ 高 倉 屋	A B C マ ー ト 中 徳 ビ ル
⑨	⑮	⑯	⑰	⑮	⑨	⑰

図 36. 第 6 ブロック (令和 3 年 2 月末)

⑭★ 花よりキョエ		⑮ 英	⑯ 竹 長	⑰ アー バン リサ ー チ		
6-1	6-2	6-3	6-4			
6-1	6-2	6-3	6-4	6-5A	6-5B	6-6
もり	まる き食 堂	豆 招 福	工 事	立 ち 呑 み 賀 花	錦 ・ 高 倉 屋	A B C マ ー ト 中 徳 ビ ル
⑨	⑮	⑯	⑰	⑮	⑨	⑰

図 37. 第 6 ブロック (令和 3 年 4 月 17 日)

### 3. 結果

#### 3.1. 業種・業態の変動

図38は、錦市場内店舗の業種や業態の変容を示す。同じ屋号の店が錦市場内で2店舗を構えている場合、2店舗とカウントする。生鮮食品（魚、肉、卵、野菜）、保存食品や加工食品（塩干、お茶、乾物、佃煮・惣菜・珍味、漬物、蒲鉾、湯葉・豆腐・生麩）、雑穀・米・豆、などにはあまり変化が見られないものの、珍味の店が少し増えた（同じ屋号で複数店舗）。また、昭和31年には7軒あった蒲鉾店がついに1軒になった。この背景には日本人の食生活と一般家庭への冷蔵庫の普及という社会・経済事情が影響していたと考えられる。昭和の高度経済成長期には、白黒テレビ、冷蔵庫、洗濯機が三種の神器と呼ばれ、一般家庭に急速に普及した時代である。このころの冷蔵庫は容量も小さく、家族の多い主婦はほぼ毎日食材の調達をする必要があった。蒲鉾は加工食品で、栄養価も高く、鮮魚に比べて日持ちがするため、この時代には重宝されてよく売れていたと考えられる。このように、錦市場の店舗には生鮮・加工・保存食品の専門店が多く、専門店の傾向には時代背景が映し出される。平成の終わりから令和にかけて変動が多かった、雑穀・米・豆店、お菓子（地元客中心の餅屋や観光客対象も含む）、その他（衣料品には土産物店や日用品店等も含む）店のコロナ期での閉店が多い（図38）。その影響でコロナの時期の変化で目立つのは、空き家の急増である。2019年末の段階で、錦市場の地価はインバウンド顧客の増加で急騰しており、狭いスペースでも100万円以上の賃料の店が多かった。そのため、令和2年の緊急事態宣言の、国からの補助金を手にした後、閉店した店が多かった。令和2年の1度目の緊急事態宣言による自粛期間の後、7月からGo Toトラベルキャンペーンを利用した観光客で再び錦市場の人通りが増加した。この間を狙って、緊急事態宣言後に閉店した店舗スペースで、3ヶ月間のみマスクを売る店等が出現した。コロナ禍で昔からある生鮮食料品の店舗が廃業するケースは少なかったものの、土産物や日用品を売る店舗はテナントが多かったため閉店し、そのスペースが令和3年4月の時点で空き店舗化しているところが多数見られた。

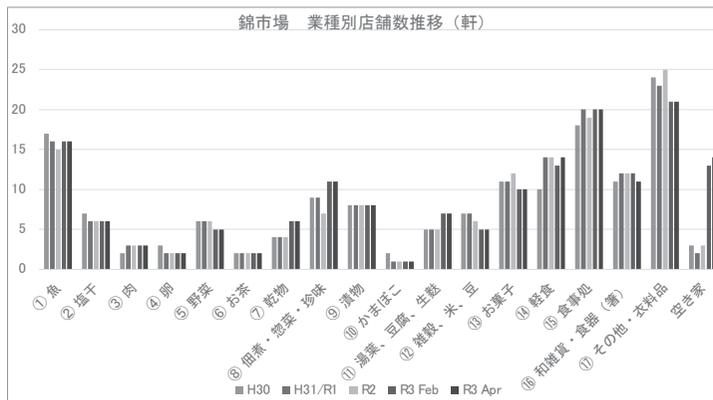


図38. 錦市場業種別店舗数推移（平成30年—令和3年4月）

### 3.2. インバウンド顧客の増加とコロナの個店への影響

錦市場商店街はコロナ期における観光客の急増とその後の観光客の激減という厳しい環境変化を以下のように経験していた。

#### 1) 卸売を中心とする店舗

錦市場の大きな特徴として、錦市場内の生鮮食料品店が京都市内を中心として料亭・割烹を始めとして料理店への卸売りを中心的に営業する店舗が多いことがある。卸売を中心とする店舗として、例えば、小売販売を基本的に行わない鮮魚店は3店舗存在する。これらの店舗は、錦市場商店街に往来するインバウンド顧客増加による好影響を直接的には享受していない。卸売を中心とする店舗にとって、往来に人が多いことは、仕入れに来る顧客料理店や自らの配送に支障となる影響があり、錦市場内で商売を続けなくて別の場所に店舗を構えても商売には影響がない。しかし、錦市場では井戸水が供給されており、特に鮮魚店にとって井戸水は水質が良いだけでなく、水温が一定の為夏の暑さ、冬の寒さの中で魚を扱ううえで重要である。そのため移転せず錦市場での営業を続けている、と錦市場で最も多くの料理店を顧客に持つ鮮魚店店主は述べる。

卸売を中心とする店舗は、緊急事態宣言中においても、顧客料理店の仕入れ需要があるため、シャッターを半分開けた状態で営業を続けていた。これらの店舗が休業すると京都市内の料理店が仕入れができなくなり影響が大きいと、店主が営業継続する意志は強い。青果店も同様である。

#### 2) オンライン販売

錦市場の中には、令和2年に実店舗での業績が悪化した反面、オンライン販売の業績が急伸した店舗もある。川政では、楽天市場が始まった初期から、オンライン販売を開始していた。この時期は、「京野菜」が全国的に有名になった時期と重なる。川政では、コロナ禍による飲食店への自粛要請に伴い、卸の売上が最も業績が悪かった月を前年と比較すると卸の売上高が5割に減少した。だが、その反面、自粛生活で取り寄せ需要が高まったため、オンライン販売が前年比倍増した。急遽、卸売で働いていた人をオンライン販売の発送に変更し、従来1人でしていた作業を4人で行うようになった。鶏肉店の鳥清は、かつて、オンライン販売を行っていたが、諸事情に付き一度終了していた店である。しかしコロナ禍中にホームページを一新し、商品数を限定してオンライン販売を再開した。川政や鳥清のように自粛要請による飲食店の営業時間短縮や閉店や、観光客の減少で卸や店頭での売上は減少しても、オンラインの売上が伸びた店も複数あった。オンラインの売上が伸びた店は、漬物店等を含め、錦市場で食材を扱う店である。土産物店等は、錦市場の差別化された地域資源（食文化・老舗等）との関連が低く、コロナ禍で顧客のオンラインへのシフトは起きなかった。現地を訪れた際に買う、という土産物等は購買行動が強いと、オンラインで販売を促進する為には更に差別化や購買を促す仕掛けが必要である。

### 3) 外部からの進出店舗の急増

コロナ禍前のインバウンド観光客が急増していた時期にも、閉店した既存店舗が数店舗ある。これらの店舗の閉店理由の多くが、店主の老齢化に伴い、事業継続が困難になったことである。中には、井上佃煮店のように、店主の老齢化に加え、オーバーツーリズムがピークだった時期に従業員の確保が難しかったことが原因で閉店した店もある。また、中央米穀は「京の台所」としての錦市場として出店していたが、インバウンド顧客の急増と自社の目指す方向性との間にギャップを感じ、地価の高い錦市場内に出店することの魅力がなくなってきたという理由で撤退を決めた。閉店はしていないが事業承継により地元顧客向けから観光客向けへと業態をがらりと変えた店舗も複数ある。これらの店の事業承継は店の番頭や外部の企業によって行われ、従来は生鮮食品や惣菜を売る店舗だったが、観光客に向けた店頭でのカウンター型の食べ歩き商品を販売する店舗に変わった。

令和2年から令和3年のコロナ禍で、さらに多くのテナントが閉店・撤退した。この時期に撤退・閉店した殆どの店舗が、観光客を対象とする土産物を販売する店舗や、東京資本の店舗である。

錦市場内では昭和の頃は錦市場内での複数店舗の展開や移転は空き店舗を購入して支店を展開する場合がほとんどだった。平成になると、後継者不足等を理由として閉店・撤退する店舗が増加し、テナントとして土産物や外食店が入居する事例が増加する。2013年に和食が世界文化遺産となり、インバウンド需要が増加し始めた頃から、錦市場の店舗の観光地化に拍車がかかる。同時期から京都の地価も急激に上昇し始めた。更に、近隣商業地と比較して、特に錦市場の地価が高騰したため、既存店舗が撤退した後、観光客にターゲットを絞った利益率の高い商品を売る店舗が増加した。

近年新規進出した勢力は3種類に大別できる。①東京資本の比較的資本規模の大きい店舗の進出、②大阪の企業の進出、③京都市内の企業の進出である。①東京資本の店舗は、一時期CAFÉ de CRIÉが出店していた他、ドラッグチェーンも数店舗進出した。しかし、元厚生会のあった【南1-3】の区画以外は一般のドラッグチェーン店程には広い店舗スペースを確保するのが困難で、ココミンドラッグは早期に撤退した。その他、全国の主要観光地に店舗展開するチェーン店が錦市場内に複数業態で店舗展開し、煎餅、明太子、抹茶、スヌーピーカフェ等を運営している。店舗内では、自社店舗のみを「錦市場内おすすめの店」として紹介している。その他、箸、傘、など土産物に特化して複数展開する店もある。②大阪企業の進出事例は数としては多くないが、沔白庵が進出し、錦市場に「食べ歩き」という業態を持ち込んだ。しかしその後は大阪の黒門市場から牛肉丼の店が出店したが比較的短期間で撤退している。③京都市内の企業の進出の中には、出店状況の把握が若干複雑な企業もある。通常、錦市場内に新規店舗が出店する場合、テナント契約の期間（最低1年程。通常2年程）終了で撤退する場合がほとんどであった。しかし、錦市場内の鱧秀（かつての「魚力」主人の息子経営）、錦一葉（かつての魚力から経営譲渡して現在「魚力」を経営）は、互いに店舗スペースを融通しあい、非常に短期間で出店・閉店を繰り返す。最も出店期間が短かったのは、ドクターマスク（錦一葉経営・3ヶ月）である。また、錦市場内でも短期間に頻繁に移動したり、看板商品を変更する。令和3年5月時点で、鱧秀は3店舗を1店舗に集約し、えび串、バナナジュースなどを提供する店

舗を開店した。元「山久」の店舗を2分割したうなぎの寝床のように奥の深い店舗スペースの奥、2階を利用して、イートインスペースを設けている。

#### 4) 「食べ歩き」禁止に向けた動き

訪白庵が進出し、食べ歩きを前提とした営業形態を錦市場で初めて以降、錦市場の多くの店舗が食べ歩き出来る商品を店頭で販売し始めた。当初は錦市場内の店舗の多くが、「食べ歩きは京都の食文化ではない」、「マナーが悪い」、などの理由から、食べ歩きに対して否定的な意見を述べていた。しかし、平成23年(2011年)頃から食べ歩き商品を提供する店舗が増加し、商店街としての検討課題になっていった。古くからの錦市場を知る市民は、「錦市場は食べ歩きする観光客が多くてマナーが悪い人が増えた」と食べ歩きについては否定的な声が多かった。食べ歩きが増えたのには、観光客が増加したという要因の他、錦市場の食料品を売る店舗の卸売顧客割合の減少という店舗の側の事情もある。ある鮮魚店では、「かつては卸売率が3割り程度だったが、最近はほぼ小売中心になってきた」、と言う。その理由として、卸売の顧客であった料理店の閉店の他、京都中央市場が従来は大きなロットでしか販売していなかったものの、近年は個別料理店に向けて小ロットで配送を含めた販売まで行っているため、京都中央市場との差別化が困難になったことなども挙げている。そのため、特に鮮魚店において、観光客に向けた小売を強化する店舗が増加した。中には、「錦だいやす」のように完全に鮮魚店から飲食店に業態変化した店舗もある。

食べ歩き観光客の増加に伴い、豆腐店が「このままでは食べられない」という内容の商品説明を英語で掲示していることも、外国人観光客の食べ歩きニーズが高いことを示す。

食べ歩き観光客の増加は、市民の錦市場に対する認識にも影響した。上述のように、古くからの錦市場を知る市民は食べ歩き化現象については否定的であるが、進学や転勤で新たに京都に転入した市民の間では、錦市場商店街は食べ歩きを楽しむ観光商店街である、という認識を持つ人も増加してきた。

このように、錦市場にとって、平成以降の観光客増加は新たな環境変化であり、その対応は、卸売中心の錦市場商店街の店舗が小売にシフトを迫られる中での生き残りのための選択肢でもある。

コロナ禍により、店舗・観光客の側双方での衛生意識が高まったことに加え、商店街としての取り組み、各店舗の努力等により、食べ歩きをやめ、購入後に店舗内で飲食する業態に変化しつつある。

商店街では、食べ歩き禁止の多言語のステッカーを作成する、販売時に食べ歩きをしないようにと声をかけるなどの対応策を店側に協力要請した。これを受けて店舗の側では、イートインスペースを設置する、そのための飲食店営業許可を取るなどの対応を行っている。前述の新規参入した観光客を対象とした店舗でも、店頭のスタンドで食べ歩きの食品を売る形態から、錦市場内に展開していた数店舗を統合してイートインスペースを設置した店舗形態へと変更した。

平成27年(2015年)に近隣(京都市中京区麩屋町通錦小路上ル)に、錦市場400周年記念行事の一環として、錦市場で購入した商品を持ち込み、ワンドリンク制で店内飲食できる他、店内でも料

理を提供する「京町家錦上ル」ができた。ここは、和食文化や伝統文化を学んだり食事ができるスペースとして開店した。食事のメニューは、「祇園さゝ木」と共同開発した。しかし、距離的にも少し離れたところにあり、観光客にはそれほど周知されていない。令和3年から、商店街内の商品を、商店街内の4店舗に持ち込み飲食できるという商店街内の店舗が相互扶助するサービスが始まり、HPで告知したり、錦市場内のアーケードにQRコードの垂れ幕を吊り下げたり、12時、14時、16時の3回錦市場内で告知放送をするなどの広報活動中である。

このように商店街組合が食べ歩き禁止に向けて旗を振り、商店街内でも個店レベルでイートイン環境を整えたり、持ち込み利用という協力制度を作ることなどにより食べ歩きを減少させようとしている。

#### 5) 多言語対応

コロナ禍以前には、観光客が多い店舗は概ねインバウンド顧客も多かった。そのため、多くの店舗で商品説明等のPOPを英語、中国語、韓国語など多言語対応していた。中には中国系を母国語とする外国人の店員を雇用する店もあった。一方、前述のように多言語対応した店の中には、豆腐屋のように欧米人が厚揚げを食べ歩きしようとするため、「このままでは食べられない」という説明書きを付記していた。多言語対応した店舗の多くが緊急事態宣言中には閉店・休業していた。

### 4. まとめ

本章では、400年の歴史を持つ錦市場商店街が平成29年（2017年）以降に加速したオーバーツーリズム現象をどのように経験し、令和2年・3年のCOVID-19による観光客激減をどう経験したか、について検討した。オーバーツーリズムにより、錦市場商店街では、商店街全体では生鮮食料品店が減少し、土産物店、佃煮・珍味系の日持ちがする食品を売る店舗が増加した。食べ歩きを目的とした串刺しやその場で消費可能な商品を提供する店舗が新規参入及び既存の店舗でも増加した。その結果、歴史ある「京の台所」錦市場商店街が、アジアの観光市場のような認識を持たれるというネガティブな影響が出るようになった。こうした新規参入の軽食を提供する店舗は変化が非常に早く、通常はテナント契約の2年で参入・退出が行われる事例が多かったものの、2年を待たず移転・撤退してしまう店舗も増えた。その背景として、地主のテナント戦略、店舗間での店舗スペースのやり取りなどが行われていた。

オーバーツーリズム現象が一番激しかった平成29年から令和1年にかけて、錦市場内のテナント料は近隣の2倍ほどの高額で取引されていた。そのため新規参入の店舗は利益率の高い観光客をターゲットにした商品进行の店舗がほとんどだった。それでも空き店舗はあまりなく、出店するためには知人経由で空き店舗情報をいち早く入手し、地主に事前交渉が必要な状況だった。

こうした観光客を対象とした店舗はCOVID-19発生後、令和2年4月の緊急事態宣言下において

一斉に補助金取得のため一時閉店した。一方、既存の店舗の多くが常連顧客や卸売の顧客を持ち、顧客の営業に合わせて閉店時間を繰り上げたり、シャッターを半分閉めたりしていたが、開店し続けていた。「うちが閉めたらお客さんが困る」と、緊急事態宣言下でも開店していた店は、常連顧客によって支えられた店舗だった。

COVID-19 で顧客が減少している間に、商店街単位では、それまで問題になっていた食べ歩きに対する対応策を立て、個店との協力を進めた。店頭で簡易椅子や簡易テーブルを設置する鮮魚店や、顧客が減った間に店内の改装や移転していくつかあった店舗を1つに集約した上で、店内にイートインスペースを設置する店舗などが増えた。その結果、商店街全体では、イートインスペースを設置した店舗が増え、商店街での道路上での食べ歩きを前提としたイートインを持たない店舗が減少した。また、販売する際にも、食べ歩きしないようにと声を掛けたり、知らずに食べ歩きしている顧客にも声を掛けて注意する取り組みがされている。個店レベルではオンライン販売を導入し、錦市場のブランドや京野菜のブランドを活かし、それ以前よりもオンラインでの売上を伸ばした店舗もあった。

400年の歴史の中で、錦市場は幾度もの危機を乗り越えてきた。オーバーツーリズムも COVID-19 も、特定の組織や政府・自治体など交渉相手が特定できない変化であることは、阪急電鉄やダイエーなど交渉することで解決策が導かれたかつての危機とは異なる点である。錦市場では、COVID-19 による顧客来訪の波の小休止を、荒れてしまった商店街内の食行動を変更する機会と捉えている。商店街と個店が協力し、新たな危機を乗り越え、観光客が戻ったときに再び「観光（食べ歩き）商店街」としてではなく、「京の台所」錦市場として観光客を迎えられるよう、インバウンド顧客に溢れたときには出来なかった転換点として、環境を整えて経済活動の回復を待っている。

### 【謝辞】

本研究は、JSPS 科学研究費 18H00899, 18K18586, 2019 年度サントリー文化財団研究助成金による助成を受けたものです。調査の過程で、錦市場商店街振興組合事務長清水彰様、錦市場各店舗の皆様のご協力を得ました。データの収集において、京都市産業観光局観光 MICE 推進室高橋りさ様、京都市観光協会堀江卓矢様にご協力いただきました。本調査は、京都産業大学井村ゼミ所属の吉田純也、上嶋凌太郎、岩佐亮汰、庄田いずみ、高嶋昂志、坂本絢音、阪上和哉、鎌田千聖、沼端玲華、桐畑瑞希、阿部輝大（2020 年度卒業生）（敬称略）と実施したフィールドワークも参考にしています。

### 【参考文献一覧】

阿部大輔, 石本東生, 江口久美, 岡村祐, 西川亮, 沼田壮人, & 後藤健太郎 (2020). 『ポスト・オーバーツーリズム: 界限を再生する観光戦略』. 学芸出版社.

Dodds, R., & Butler, R. (2019). The phenomena of overtourism: a review. *International Journal of Tourism Cities*, 5 (4), 519–528.

- 井村直恵 (2012). 「京都錦市場商店街の活性化と伝統の維持・継承に関する組織生態分析」, 『京都マネジメント・レビュー』, 21, 45-113.
- 井村直恵 (2017). 「京都錦市場商店街の活性化と組織生態分析: インバウンドの影響についての考察」, 『京都マネジメント・レビュー』, 31, 27-65.
- 中井治郎 (2019). 『パンクする京都: オーバーツーリズムと戦う観光都市』. 星海社.
- 柏井壽 (2021). 『京都力: 人を魅了する力の正体』. PHP 新書 (Number 1256). PHP 研究所.
- 高坂晶子 (2020) 『オーバーツーリズム: 観光に消費されないまちのつくり方』 学芸出版社.
- Peeters, P., Gössling, S., Klijs, J., Milano, C., Novelli, M., Dijkmans, C., Eijgelaar, E., Hartman, S., Heslinga, J., Isaac, R., Mitas, O., Moretti, S., Nawijn, J., Papp, B., & Postma, A. (2018). Overtourism: impact and possible policy responses. *Research for TRAN Committee-Overtourism: impact and possible policy responses, October*, 1-255.
- Postma, A., & Schmuecker, D. (2017). Understanding and overcoming negative impacts of tourism in city destinations: conceptual model and strategic framework. *Journal of Tourism Futures*, 3 (2), 144-156.
- 佐滝剛弘. (2019). 『観光公害: インバウンド 4000 万人時代の副作用』. 祥伝社.

## Overtourism in Kyoto's Nishiki Market Mall Arcade and Organizational Transformation at COVID-19

Naoe IMURA

### ABSTRACT

The purpose of this paper is to investigate and analyze how the Nishiki Ichiba Market Mall, which has a history of more than 400 years, experienced a sharp increase in inbound customers from around 2012 and the rapid transformation of the shopping district into a tourist destination due to "overtourism", which peaked in 2019. This study investigated and analyzed how this shopping mall experienced a sharp decrease in tourists after 2020 due to the COVID-19 outbreak. Although overtourism has been discussed as a phenomenon for a long time, it is a relatively new concept, as the term "overtourism" has only started to be discussed since 2017. There have been discussions about the deterioration of the local environment due to the increase in tourists and conflicts between tourists and local residents. In this paper, we clarified how the increase in the number of snack stores, and souvenir shops targeting tourists, and how these stores acted in the wake of the Corona disaster. In conclusion, it was found that wholesale-oriented stores continued to operate even under the declared state of emergency, while tourist-oriented stores temporarily closed, withdrew, or consolidated the number of stores. Some of the vegetable stores succeeded in selling their products online. It was also revealed that the Nishiki Market shopping district took advantage of the phenomenon of the Corona disaster to strictly enforce the prohibition of eating on the street, and that many individual stores renovated their premises during 2020, including the creation of eat-in spaces.

