

# 対談



チャンス発見都市

## なにわの魅力

人や文化が出合い新しいものを創造  
しかも人間らしく生きる街—

堀井良殷

大阪ブランドコミッティ  
コラボレーションセンター チーフ

橋爪紳也

大阪市立大大学院助教授

商都、エンターテインメント、食い倒れ……。多彩な顔を持つなにわ。大阪。経済的な地盤沈下を言われて久しいが、文化的な底力はまだまだ健在だ。その魅力と課題を堀井良殷・大阪ブランドコミッティ コラボレーションセンター チーフ（大阪21世紀協会理事長）と橋爪紳也・大阪市立大大学院助教授が語り合った。

### 大阪ブランド見直しへ

橋爪 大阪の魅力、大阪らしさを一言で語ることは難しい。もともと、城下町を築くなかで、徳島や伏見（京都）から移り住んだ人たちが切磋琢磨（せつさくたくま）しながら商いの街の中核をつくってきた。明治以降も多くの人がチャンスを探し、大志を抱いてこの地にやっ

て来た。憧れの都会だったと思います。多様な人々の営みがダイナミックに混じっている。だから何かをこれが大阪だと言ってしまえば、可能性を狭くしてしまうような気がします。

堀井 今、大阪ブランドを見直し、新しい大阪のイメージづくりをしようという活動を一生懸命やっているので、その際われわれの拠（よ）って立つもの、DNAは何かを突き詰めてみると、人や文化が出合い、交差、集積する所。そして新しいものを創造する場。しかも人間らしく生きる街。それが大阪じゃないかと思ってきました。「めぐり逢いと交差集積の場」「創造と進取の地」「歴史が躍動する複



（大阪ブランド情報局から）

大阪の魅力を満載

大阪ブランド情報局

<http://www.osaka-brand.jp>

合文化都市」「人間らしく生きるまち」の四つをコア・アイデンティティとして、それを根っこに新しい大阪を考える運動を起こして行きます。

**橋爪** 天下の台所、大阪の近世のもう一つの顔は一大観光拠点です。伊勢参りとか金毘羅さんに船でお参りする人が一、二泊して船待ちする。あるいは大阪を経由して高野山に行ったり熊野詣でをする。都市型観光の中核として道頓堀、千日前のエンターテインメント、心斎橋筋の買い物があった。

**堀井** 信仰とレクリエーションが表裏一体で人が動いたわけですが、その拠点が大阪、特にミナミだったというのは面白いですね。西の海に沈む美しい夕日を見て輪廻転生(りんねてんしょう)を思ったり、山岳信仰につながる高野山に行ったりするわけだから、海と山、そして夕日とつながっている場所、日本人の精神的土壌を培った出発拠点だったと言えますね。

**橋爪** 特に海が存在でしょう。西に海を持つ港町、それが大阪の特徴ですから海の民が街づくりに大きな役割を担ってきた。住吉信仰なんかはその証拠です。海の民は板一枚下は地獄という世界で商売するわけですから、リスクをとって新しい試みに挑戦する。そんな気質が大阪には生きていていると思います。

●はしづめ・しんや 大阪市立大学院文学研究科助教授。建築史・都市文化論専攻。昭和35年大阪市生まれ。著書に『大阪モダン』『祝祭の(帝国)』『日本の遊園地』『大阪 新・長屋暮らしのすすめ』(編)など。



## 道頓堀の景色大事に…もつと川を活用しなくては

ます。

**堀井** 海と山と空の結節点というの、今のミナミにもあてはまると思います。閑空で空につながり、南海や近鉄で山や海ともつながっていますから。南海は日本最初の民間鉄道なんです。その他にも大阪初・大阪発のビジネスはいっぱいあります。「大阪ブランド情報局」から発信していますが、プレハブ住宅、レトルト食品、二階建て電車、先物取引など、数えるときりが

ないほどです。

**橋爪** 大阪は城下町と港町の歴史を持っていますが、ミナミには特に港町の部分が大きいです。外に開かれていて自由で、競争原理が強烈に働く。チャンスがあればすぐ動き出す。そんな気風をはぐくんできた。江戸時代には国内最大のエンターテインメントの集積があり、芸能を専門とする人の評価の場であった。安定ではなく常に変化を求め、外から来た人にもチャ

ンスを与えてきた。ミナミは、そんな場所だということがもつと語られるべきですね。

**堀井** 異文化が融合して新しい文化が創造されて、ビジネスにつながります。エンターテインメントはもちろんです。食、バイオ、家電、ものづくりなどの大阪ブランドを今まとめていますが、大阪の企業で世界的なシェアを持つオンリーワン企業は驚くぐらい多いですね。その中でミナミはまさに、チャン

ス発見都市、大阪のDNAがカブセルで詰まったような所なんですね。

### イメージ一新「堀江」

**橋爪** 私は今、京都住まいですが、本籍地はまだミナミに置いているんですよ。

**堀井** 先生は(出身は)島之内(中央区)でしたね。ちょっと話は変わりますが、最近の堀江の街を見てみると、ああいう街づくりには将来性を感じますね。大阪のイメージを一新すると思う。

**橋爪** うまく構造転換をしましたね。家具の間屋街が代替わりする時、後継者が新しい街づくりを試みようと思った。最初はフリーマーケットがきっかけだったと思うんですが、外から若者も来るようになった。あそこに行くとか何か変わったことがある、新しい店ができていると思われようになった。街のブランドの変化を、巧みに短期間にやってのけた。大手のデベロッパーがビル街をつくるのは違う内発的な動きですね。

**堀井** 住んでいる人たちが意識改革したことが大事なんです。そういう意味では、大阪に住む人を増やさないといけませんね。最近、商業ビルを住居ビルに変える動き

〈大阪ブランドコミッティ〉 大阪の魅力をアピールできる歴史や伝統、文化遺産、技術や人材などの「ブランド資源」を発掘し、戦略的にイメージ発信する活動「大阪ブランド戦略」を推進するため平成16年9月、行政や経済団体が中心になって設立。これまでに建築家の安藤忠雄氏やデザイナーのコシノヒロコさんらが参加する戦略推進会議を開き、川沿いに桜を植える「桜の会・平成の通り抜け」運動や、「クールビズ」を提案。大阪の存在感を高める活動を続けている。



●ほりい・よしたね 大阪21世紀協会理事長。大阪文化祭賞選考委員会会長。昭和11年奈良県桜井市生まれ。NHKニューヨーク特派員、同大阪放送局長、同理事を経て現職。著書に『EXPO'70への道』『公枝—48年目の真実—』。

## 安心して住め、ユニークな街— グレーターミナミを築きましょう

があるし、高層マンションも増え、即日完売が続いている。ミナミは便利で楽しく、食べ物もおいしい所ですからね。都心居住者が増えるとコミュニティとしての力が強くなります。桜を川沿いに植えたり、水や自然に親しむライフスタイルも生まれてくると思います。

橋爪 盛り場で育った人間として言わせてもらえば、都会で育つということとは多様性の中で生きるということなんです。いろんな商

売をやっている人が、共に暮らしているでしょ。それが、郊外の住宅街だとどうしても一つの価値観になっちゃう。最近、ミナミに移り住んでいるのはどんな人たちなんでしょうね。

堀井 残念ながら熟年層が多い。もっとファミリーマンションが増えなければね。そのためには子供が安心して遊べる場所が必要です。

橋爪 ミナミは最近、西へ南へと広がっていますね。湊町や、これ

は意見が分かれるところですが、新世界もミナミだという人がいる。私は旧南区だけがミナミだと思っていたんですが。また、同じミナミでも世代によって本拠地が違う。でも、だれもが勝手にここはわが街と思っているという状況は大切です。法善寺が大切だという人、アメリカ村で育ったという人。それぞれに思い思いのミナミがある。

堀井 それぞれにルーツを大事にしながら、グレーター(大きな)ミナミを築いていきましょう。そのためにも誰もが安心して行ける街にしなければ。そうすれば世界的にもユニークな街になり、ブランドになると思うんです。

橋爪 道頓堀の景色は世界のどこにもないでしょうね。ただ、もつと川を活用しなくては。昔のように船で移動し、店にも乗り付けられるようにすればいいのに。それと、ネオンばかりが有名になっていくというのも問題ですね。他の魅力も発掘していかないと。

### ミナミ百科事典ぜひ

堀井 この機に江戸時代から現代までミナミが育てた文化の系譜をまとめてみたら面白いでしょうね。

橋爪 アメリカ村で育ったっていうミュージシャン、多いですよ。堀井 堀江には倉木麻衣もいます。

橋爪 先駆者も多い。ミナミには茶屋の集積があつて、その周りにカフェができた。そういう土壌で、西洋の楽器を取り入れた。アメリカの音楽をそのまま受け入れるのではなく、自分たちのものにするんです。『道頓堀行進曲』なんかまさにそうですね。道頓堀ジャズはものまねではなくて、大阪流の洋楽でした。

堀井 ミナミの文化人総覧とか、ミナミの歌や作品をすべて網羅した全集とかミナミ百科事典とか、そうしたものができると、この街のポテンシャルがわかると思うんです。ぜひ、(ミナミに来た)産経新聞にやってほしいですね。



(大阪ブランド情報局から)