

東京資本を取り込む ミナミ(大阪)

ごった煮の
面白さに厚み加わる

関西新空港狙いの
再開発構想が
続々浮上



最も大衆らしいといわれるミナミ。道頓堀川にかかる安橋はミナミの名所だ。ここに、新しい顔「キリンプラザ」が加わった

道頓堀川に沿って並ぶ派手なネオン看板。店の外壁にへばりついた大きな海老やカニの構型、フグの張り紙で、商店、飲食店が集積し、その賑わいが面白いといわれる大阪・ミナミに、今、東京の波が押し寄せている。相次ぐ大手企業の進出、ロコソリン下の路面店、それと共に伝えられる不動産屋の喧嘩。揺れるミナミだが、この町は、それを取り込み拡大していく、アメーバーのような不思議な力を秘めているようだ。

心斎橋、道頓堀、千日前、難波、堂島、いわゆるミナミは、大阪を代表する盛り場だ。ここに、昨秋から相次いで大手企業の新しいビルが立ち並び、話題を呼んでいる。9月に開店した服飾、雑貨の「ジ・エンポリウム」は、ワールド(会社神戸市)の大型アンテナショップだ。11月には、ニナイ(大阪市のファッションビル「心斎橋ビル」)と、キリンビール(東京)経営のイベントホール「キリンプラザ」が完成した。

特に目を引くのが、建築家、高松伸氏の設計したキリンプラザ。ロボット型半自動でも降り立ったような、異様な

ミナミは、地下鉄・心斎橋駅と、地下鉄、近鉄、南海が乗り入れする難波駅の間に広がる



「将来の地価高騰を見込んでの不動産投資」といふ要素が大きいのは、地価の値上がりも激しいという点で、3年前の3.5倍に達している。

「DCCメーカーは、『なんばCITY』内の店を専ら稼ぎ、ヨーロッパ村の方は、イメージやディスプレイ効果をねらっているようだ。」

ユニークさを競うヨーロッパ村。DCCブランド路面店の進出相次ぐ

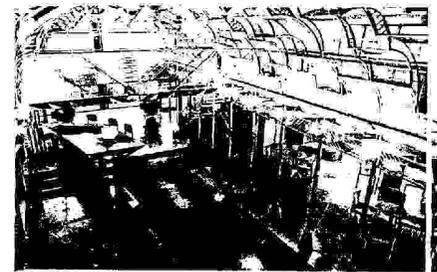
ミナミの中でも御堂筋を境にした北西部がアメリカ村、北東部の一角がヨーロッパ村。

昔者達がアメリカから成金、吉着などを買い付け、小さな店を立ち始め、自然発生的にできたアメリカ村に対し、「向こうがアメリカなら、こっちはヨーロッパ村か」というぐらゐの感覚で、いつのまにか名がついた通称ヨーロッパ村。ここ数年、トレンドや20代OJあたりを狙ったブティックやレストラン、バーが増えている。中でも、ビネやニコル、コムサ・デ・モードといったDCCブランド路面店の進出が目立つ。

「元商店街が、81年に『周防町通り』を、92年に『大坂21世紀計画』の音頭取りで、大阪21世紀協会(会長 芦原義重氏)が発足し、『大坂21世紀計画』を打ち出す。芦原太一氏の構想で、世界に通用するユニークタウン作りを呼びかけ、ヨーロッパ村がそれに呼応した。ユニークタウン宣言第一号である。」

「ソフトのキリン」というイメージを浸透させるにはまだ時間がかかりそう。1階に150円コーヒー店の「カフェエポール」、2階がビヤバ「キリンシティ」(いずれもキリンビール運営)。地下1階は「南海グリン」、3F「SHIN」(いずれも南海観光が経営)。

「BIG」や「NICOLE」が並ぶ雑居中層ビル。BIG(Hi-Jra)「Oxy Dry」や「10ビル」などヨーロッパ村に20店舗以上集積のビルが多い。



キリンプラザ大阪

4階のギャラリー。上階の多目的ホールロビーの改築も完了。イベントの多い時は、このようにガランとしたまま、客は入らない。

なまして妙に盛衰のあまツギサインだ。日暮れとともに、「行燈」と呼ぶ屋上の4本柱にボワッと光が打てる。週末の夜には数百人も若者がたむろする。夜橋が明るく輝き上がる。いろんなものがゴチャゴチャと共存するミナミにぴったりのビルだといふは、いさゝか、異様に浮いてしまふだけやがな。」



町キタに対し、江戸時代からの歴史を持ち、個性性的に泥臭い小商人の町ミナミ。前者がミナミ東京なら、後者は最も大阪らしい町といふ分け方だ。

「東京のいろんな盛り場を、2分法だけだけ大阪の町は狭いともいえるが、ただ、それだけ大阪、いやミナミが個性的な町だといえるだろう。」

このミナミに、東京近代化の第一の波が押し寄せたのが15年前と聞かれる。この波が押し寄せたのが15年前と聞かれる。この波が押し寄せたのが15年前と聞かれる。



「ソフトのキリン」というイメージを浸透させるにはまだ時間がかかりそう。1階に150円コーヒー店の「カフェエポール」、2階がビヤバ「キリンシティ」(いずれもキリンビール運営)。



歴史の古い町ミナミは、明治以降、常にキタのライバルだった

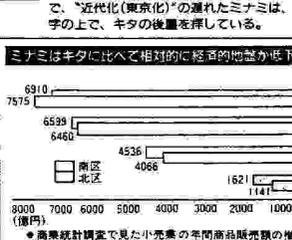
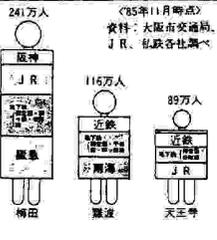
ミナミの歴史は古い。1815年の大阪夏の陣で無土と化した大阪は、藩政目録に通り画され水戸の都として見える。ミナミ地区での市街地開発の最盛期が通商。市街と原水を兼ねた人工運河の岸に、歌舞伎、浄瑠璃、からくり小屋、芝居茶屋が並び、船場や島之内の商人達は仕事を終えると、この大阪一の盛り場に繰り出したという。浪花屋、中張、角座、朝日座、弁天座は五座と呼ばれ、活況を呈していた。

明治になると盛り場は広がった。1885年に日本で最初の私鉄、阪堺線(現在の南海)が走る。第一次大戦後の好景気が、大阪を工業生産高日本一に押し上げ、成金が続々と生まれ



「ヨーロッパ村の成功に船発されて、地元の元商店街が、81年に『周防町通り』を、92年に『大坂21世紀計画』の音頭取りで、大阪21世紀協会(会長 芦原義重氏)が発足し、『大坂21世紀計画』を打ち出す。芦原太一氏の構想で、世界に通用するユニークタウン作りを呼びかけ、ヨーロッパ村がそれに呼応した。ユニークタウン宣言第一号である。」

ミナミの主要ターミナル、難波駅の1日あたりの平均乗客数は、キタの梅田駅の約半分の241万人



「ヨーロッパ村の成功に船発されて、地元の元商店街が、81年に『周防町通り』を、92年に『大坂21世紀計画』の音頭取りで、大阪21世紀協会(会長 芦原義重氏)が発足し、『大坂21世紀計画』を打ち出す。芦原太一氏の構想で、世界に通用するユニークタウン作りを呼びかけ、ヨーロッパ村がそれに呼応した。ユニークタウン宣言第一号である。」

ジ・エンポリウム



「THE EMPORIUM」とは、英語で「市場」の意味。天井を高くとり、採光窓のある開放型の明るく店内には、衣服や靴、アクセサリーなどファッショングッズ、ぬいぐるみやオルゴール、食器などの生活関連雑貨が賑やかに並び、商品の7割が、欧米からの輸入品で、英国のアンティーク家具や米国のカントリー調の家具と組み合わせて並べている。売り出しものは週末やお祭りの日。売り上げは当初予想に足らないが、アンテナショップならではの挑戦をしてきた。将来的にはF1化も検討中(阪本第二店長)。1階には、ニューエキジツ州サンタフェをイメージしたレストランもある。(夜でも営業2,000円)



WALK 'N WATCH

地域探訪 大阪・ミナミ



中橋秀雄氏

「ここにかく名物を作らないかん」
吉本会館が女子学生を引き込む

大阪といえば吉本と維もがイメージするほど有名地。ミナミの優良企業、吉本興業、会長長津之助氏が昨年1月に建てた「吉本会館」が話題を呼んでいる。ゲームセンターやのぞき窓など並ぶ雑居ビル前の繁華街の一角に、白黒の壁がドーンと姿を現わす。



「キタの各々、農地を売った南の新築地金を引き込む」とにかく名物を作らないかん

「吉本はあくまでも、再開発の象徴となる核であればいいという。リーダーとしての役割を担うのは、吉本興業の中高生狙いの拠点である。心斎橋の南端、旧吉本本社ビルを改装し、慣習破壊型の劇場にした。客も若い。出演者も若手ばかり。毎夕日時半から7時半まで、客層144の小劇場で、演劇スタイルを求めた新しいタイプの笑いを追求している。両には兼業の飛び込みもあり、ややんぐのメッカとなりつつあるようだ。プロデューサーするのは大崎洋氏(34歳)。「時代の感覚をつかめるのはミナミだ」という横沢純氏(プロデューサー)に共感。

「もう花月、新演劇の時代じゃない。アンチ吉本、アンチ演劇を打ち出して、自分達の手で新しいものを作りたい」という。「今年は、「2丁目劇場」を東京にも作るうかな。お笑いタレントではないタレント選を兼ねてジャニーズ事務所ここでもやるかな」

吉本会館

吉本興業は、ここを女子学生、OL狙いの拠点にしている。地下1階には、明石家さんまが「劇でっせ」と命名したというディスコ「Dessa Jenny」。1階は飲食フロア。近畿日本ツーリストと結んだ「よしもとツアーズ」、ぴあとの共同事業「チケットぴあ・よしもと」もある。2階は「なんばグランド花月(NGK)」。3階はスタジオ。どこからでもTV生中継ができる。TVメディアを十分に活用する吉本らしい。(4階は本社オフィス)ディスコは、完成4カ月前までは映画館にする計画だった。椅子から映写機まで発注を済ませていたが、「映画は先行き悪い」という会長と副社長のひとりでディスコに変えたという。東京・日比谷の「ラジオシティ」を参考にしている。完全にお洒落なOL狙いだ。



日限真里子氏
「切り花のような東京と違い、大阪には根がある。芽を育てていく様がある」



「今までのアメリカ村にこだわって、守りの姿勢に入居している。自分が海外へ出ていって、日限氏は、西区で新しいビル「LIFE」を始めた理由をこう説明する。「俺がババ、日限はレンタルスペースになっている。「若い子達がこのスペースを自由にクリエイトする。私はそのためのプロデューサー一役です。」「町は自分達の舞台」というのが持論の日限氏らしい。しかし、「中古レコード、古書、エスニック……。ブームの種はアメリカ村が持つ。それを遊樂するものが買える。ロンドンとニューヨークみたいな関係ね」

「同氏、吉本会館ができて1カ月後の調査によれば、1日平均で建てる前の約6倍の人がここを通り、その8割が初め訪れたという。そして67%が女性だった。「主修関西で大人の遊びコンプレックス」を兼ね、女子学生がこの前に並ぶ。彼女達向けのブティックやクラブ屋を作ればいいや。周りの店も売売を替える。ここが核になって、この1年以内に町が変わるぞよ」

世に台むせて臨機応変に変えていく。それでもやはり、吉本会館には吉本らしさが残っている。これがミナミの個性なのかもしれない。

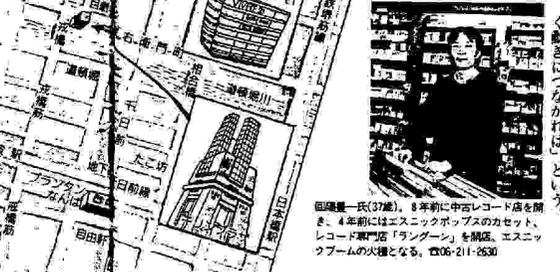
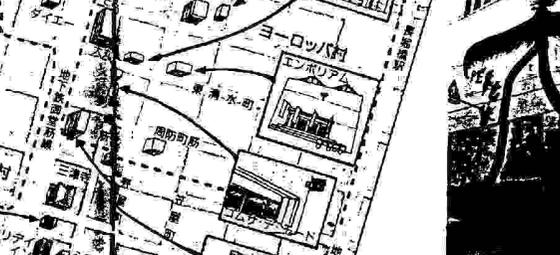
「3年前から高まったフリーマーケット。毎週土日に開催。7人が出展している」

「大丸百貨店の元配送センターだった土地をフリーマーケット協会が借りて運営。店が私今連代は1ブース1日1万5千円。平日は駐車場」

「目立ちたり屋には最高のスペース。想像が味わえる三島公園。大阪初めて竹の子族風の若者が覗いた場所」

「8年前に中古レコード店を開き、4年前にはエスニックポップスのカセット、レコード専門店「ラングレン」を開店。エスニックブームの火種となる。2001-211-8530」

「映画館の子を救った」ディスコに変えたため店内は廃墟状態。スタジオからの生中継番組「東映/KB-SH」も大人気



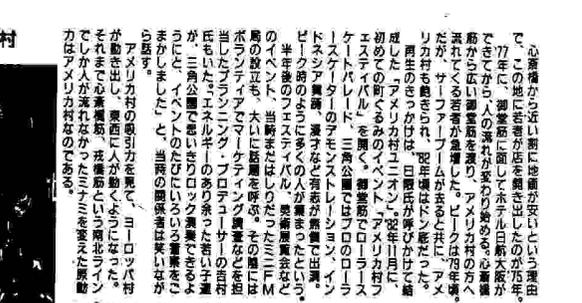
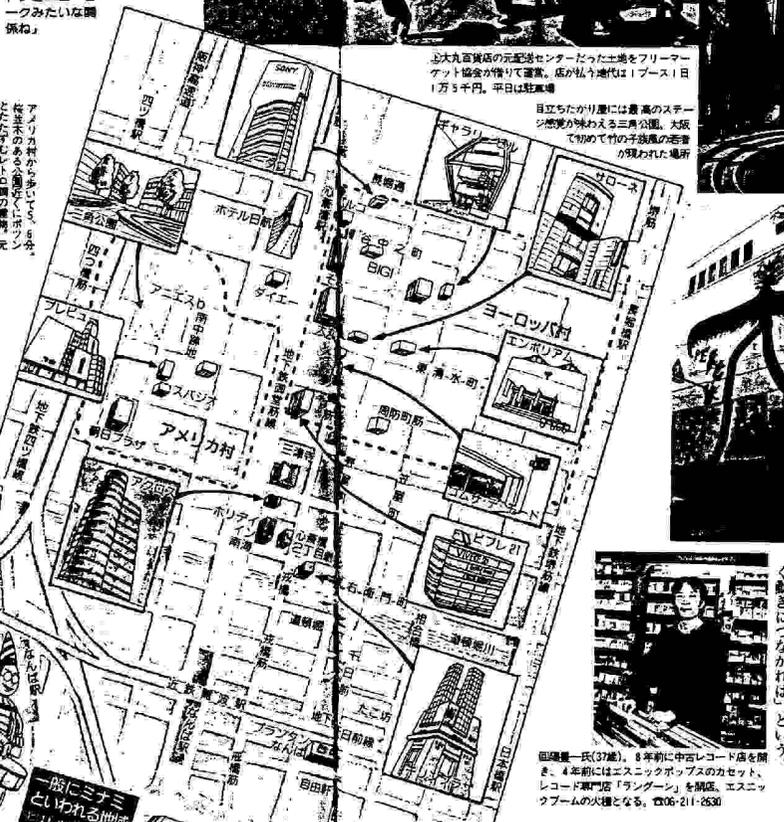
若者が作り出したアメリカ村
地価高騰が、東京資本を呼び込む

「アメリカ村はデザイナーズを輩出してないが、アーチストタウンで。店主は、何が売れるかより、何を売りたいのかで、店作りをする。店は、店主が細腕現る。若者はそれをつなぐ。精神が、町全体が1つの頭脳となりエネルギーを生み出してきた」(中古レコード店「ラングレン」の日限真里子氏)

「公園が村の求心力を高め、人々の回遊性が高まった」(21世紀ディレクターズ・ユニオ代表林信夫氏)

「普通のマシンの一室に、どんとん進け込んでいる「ラングレン」プロデューサー「吉村正臣氏」

「アメリカ村の再生のために、いろんな方法で町の復興作りをした」



アメリカ村再生のために、いろんな方法で町の復興作りをした

