

「待ってましたっ！」「いよっ！松嶋屋」「成田屋！」。大阪道頓堀にある松竹座の「七月歌舞伎」の前触れ行事である「船乗り込み」が今年も華々しく行われた。

6月28日の午後、七月公演に出演する片岡仁左衛門さん、片岡秀太郎さん、市川海老蔵さんをはじめとする役者や後援者を乗せた和船は、太鼓や笛の囃子（ルビ：はやし）を響かせながら、土佐堀川の淀屋橋から道頓堀川の戎橋まで約3キロを巡行した。

ビルの窓から手をふる社員、橋の上から紙ふぶきを投げる人など、この恒例行事を楽しみにしている地元民は少なくない。川岸や橋の上のファンに挨拶や口上が述べられると盛大な拍手が沸き起こった。

かつて江戸期を中心に道頓堀は日本最大の芝居街であり、「船乗り込み」は大正期まで盛大に行われていた。しかし、関西在住の役者が次々東京へ移り住むと同時に歌舞伎上演の機会が少なくなり、上方歌舞伎の灯が消えてしまいかねないほどになった。

そこで歌舞伎への気運を盛り返そうと、昭和五十三年十二月、現在の「関西歌舞伎を愛する会（以下、「愛する会」）」が結成される。当初は「関西で歌舞伎を育てる会」といい、大阪の民間労働組合（大阪民労協）を中心に、経済界や行政、文化人とともに、関西の歌舞伎界を応援し、ファンを増やす活動に踏み切ったのである。

昭和五十四年、「船乗り込み」が五十五年ぶりに復活、以降、大阪に夏の訪れを告げる風物詩となっ

ている。「愛する会」事務局長の川島靖男さんは、「今月の公演は、すべてが関西を舞台とした演目です。関西がお芝居ゆかりの宝庫だと感じていただけるはずです。歴史や文化にも思いをめぐらしていただければ幸いです。」

今日の「船乗り込み」は、東京の役者を呼び戻し「まれびと」として帰ってくるのを、水を介して迎え入れる儀式・祭礼として大きな意味をもつ。水都大阪における川の役割や可能性を再認識させる契機にもなっている。

松竹座は、今年新築開場10周年。正面アーチには創建の大正12年からの大阪の街文化が刻まれている。歴史を受け継ぎ、上方歌舞伎の発展を目指す“水辺の劇場”へ、この夏、ぜひ足を運びたい。

「だんさん」「坊ん坊ん(ルビ:ぼんぼん)」「せんばことば」…。北浜、堺筋に面した三越跡工事現場。白い仮囲いに大きく黒いデザイン文字が浮かぶ。

これは「北船場くらぶ」が企画した“北船場ウォールアートプロジェクト”活動の一環である。無機質な工事現場の仮囲いをアートで飾り、新しい風景の1つとして街に彩りを添えたいという思いからはじまった。北浜で開発に関わる事業主11社が工事現場の仮囲いを提供、そこにアーティストが「船場言葉」をモチーフに描いた作品が2006年11月、お目見えした。現在も実施中だ。

北船場は、特に江戸期から日本経済の中心地でもあり、多くの人々が住み活気にあふれていた。現在はオフィス街としての機能が中心だが、一方で、店の特徴をとらえて自分流に使いこなす人、休日に犬と散歩する人も出てきたという。

新たな「くらし」の芽生えに着目し、地元有志により「北船場くらぶ」が2006年9月に立ち上がった。良質な資源をもつ北船場の「くらす」街としてのDNAを情報発信し、更なる魅力を創出することが目的だ。

まず、東京の出版社に自ら出向いてかけあい、ライフスタイル雑誌「北船場スタイル」を榎(えい)出版社とともに編集発刊した。まちの歩みや人、「場」の展開などを丁寧に取り上げ紹介している。他に、有識者やビルオーナー、デザイナーなどを招いたシンポジウムを開催、カリスマシェフによるイ

タリア料理講習会も好評を得た。大阪証券取引所ビルのアトリウムを活用した狂言の会にも協力、来月の7月8日に実施される。

事務局のケイオス、澤田充さんは「北船場に興味のある人なら誰でも無料で会員になれる。タイムリーに情報を得られ、イベントにも参加いただけます。できるだけ多くの方に入会いただき、北船場を味わってほしい」と話す。会員は、現在370名程度である。

顔の見える街として、コミュニケーション力をどのように育て広げていけるか。時間がかかるが一歩ずつ。熱い思いと手づくりの「場」が、人をつなぎ街への愛着心を育てる。ぜひ参加して、北船場の新たな側面を発掘したい。

南船場。本町と長堀橋間、堺筋に面して、白い石積み
の重厚感あふれる建物が目
を引く。「堺筋倶楽部アンブ
ロシア」は、風格ある空間
を最大限に生かしたレスト
ランとして、2001年11月
にオープンした。

この建築物は、1931年、
堺筋が大阪の中心な金融
街であった頃、川崎貯蓄銀
行として竣工されたが、所
有者が次々変わり最後は競
売へ。新たなオーナーとな
った稲畑産業では、建物を
解体する計画だった。

そんな折、本格的な飲食
店開業を目指していた川上
哲洋さんが、このビルに出
会い、ひと目で魅せられた。
川上さんは、フレンチ、中
華、韓国や日本料理など、
名分野の料理の名手を集め、
それらが融合する独自のス
タイルのレストランを實現
したいと考えていた。その
構想を是非この建物でと、
稲畑産業に何度も手紙を書
き、ビルを借りられる保証
もないままレストラン用の
家具を買い付けにいった外
国からも、思いを綴った手
紙を送った。その結果、つ
いに承諾を得たという。

当時、ビルの壁はぼろぼ
ろで、地下水も上がっており、メンテナ
ンスにかなり苦
労したそうだが、わずか
数ヶ月で高級レストランへ
と大きな変身を遂げた。

1階の吹き抜けは、銀行
建築らしい営業室の特徴と
してそのまま活かされ、金
庫室はワインセラーになっ
た。11時55分で止まっ
ている時計は、シンデレラ
のように、時間を忘れてゆ
っくり楽しんでほしいとい
う意味だ。ここでは本格イ
タリア料理を、2階では小
部屋でフランス料理を楽し
める。4階は、大宴会場。
全館貸し切りの結婚披露宴
や企業の記念行事、海外有
名ブランドのパーティなど、
隠れ家的に活用されること
が増えてきたという。

天井やギャラリーのレリ
ーフをはじめ彫りの深いデ
ザインが美しく、独特の雰
囲気をかもし出している。
建物に刻まれた歴史や意匠
は、使われてこそ、その価
値が磨かれ、味わいを増す。

スタッフが最も大切にし
ている「もてなしの心」と
創始者の熱い思いが反映さ
れた特別な「場」。もうひと
つの大阪文化としても、多
くの方に親しんでほしい。

大正14年、大阪市の人口が全国一になり「大大阪」の時代がスタートした年。中之島西部に「ダイビル本館(大阪ビルヂング)」が、西日本最大級のオフィスビルとして完成した。

遠くから見る外観はシンプルだが、近づくと意外と装飾の密度が濃い。こげ茶色のスクラッチタイル、玄関上部「鷹と少女」像などの彫刻、宮殿風の吹き抜けホール、ショッピングアーケードまである。設計監督は渡辺節、製図主任は村野藤吾と、大阪ゆかりの著名な建築家が手がけた作品だ。2010年を目処に解体が決まっている。

建て替え予定のあるビルに新たに入るテナントは少ない。1階に空きスペースが目立っていた。ダイビルから相談を受けたケイオスの澤田充さんは、「大正時代から街の歩みを見てきたダイビルが、クリエイターたちの活動拠点になれば、新たな情報発信が可能になるはずだ」と考えた。

「ダイビル・クリエイティブ・スクエア」と命名し、デザイナー、カメラマン、編集や建築関連の事務所などに声をかけた。ビルが壊されるまでの期間限定で、この建物を愛する12社が1階部分に入居することに。「いわば、現代の『ときわ荘』。活躍しているあの人もこの人も、ここで過ごしたと語れるような場になれば嬉しい」。実際、入居者同士のつながりで、新たな仕事が生み出されている。

一般の人がビルの雰囲気を楽しめるコミュニティスペースもある。大阪名品喫茶「大大阪」である。

この機にダイビルに引越してきた建築事務所アート・アンド・クラフトが、かつて喫茶店だったスペースをリノベーションしてオープンさせた。

ビルに敬意を表し「大大阪」の時代を感じさせる空間をと、同時代のカフェやビルを映したかのようなシックで洒落た店を実現。大阪の古い絵葉書や大阪本、大阪発のプロダクトも並べてある。時代の空気に触れながら自慢の珈琲をすすると、また味わい深い。

大きな街の文化遺産がまた取り壊される。スクラップ&ビルドがいつも簡単に実行されてしまう。今さらながらショックだが、「せめてそのDNAを感じて受け継いでいきたい」というダイビル1階からの強いメッセージを、しっかりと受け止めていきたい。

西船場、靱本町一丁目にある縦長の小さな白いビル。スタイリッシュで個性的なデザインの鞆や小物類が並んでいる。デザイナーの個展にきたような気分だ。

ここは、ルーリオ合資会社 Cula Project によるアンテナショップである。Cula(Creators Unit Labo)は、当初12名のクリエイターで、2004年に発足した。イラストレーターやデザイナー、さらに彼らのコラボレートによる作品を、商品として流通させるプロデューサーやディレクターなども加わって、デザイン性が非常に高い商品群の発売を実現させている。

プロジェクトを立ち上げたテキスタイルデザイナーの近藤仁史さんは、「万人受けする無難なデザインだけでなく、デザイナーのアイデアからモノをつくりたかった」と話す。

同じような志を持つ人間がつながっていった。インテリアメーカーに勤務していた仁井佳代子さんは、作家のよさを生かした商品のコーディネートを担当。古い建物の有効利用など、魅力的な住空間づくりを仕掛けている河合義徳さんは、業務全般の管理を受け持つことに。

ビルは、10年ほど空き室になっていたが、オーナーがCulaの事業趣旨と空間提案に賛同、改修に協力してくれた。1・2階が吹き抜けの店舗、3・4階がオフィスへと変身し、古い建物の価値再生へとつながった。

クリエイターは、自分のテイストをわがままに表現しながら、商

品に反映することができる。縁がつながり、関わる人数も増え、各クリエイター100個限定鞆の生産プロジェクト「Hundred」など、新たなブランドも立ち上がった。

商品は、インターネットと同時に全国の百貨店でも期間限定で発売されている。近藤さんが、商品片手に地道な営業をした結果である。見本に持参したバッグの質の高さが評価され、すぐ話がまとまったという。「たくさん売るためではなく、満足して持ち続けてもらえることを大事にしたい」と若いメンバーの思いは熱い。海外発信の準備もはじまっている。

靱本町発の挑戦。オリジナルな発想の協業プロジェクトが古いビルを再生させ、他の地域にはない小粋で上質なものづくりを成功させている。

西船場、新町1丁目の「スポーツカー関西」というクラシックカー修理販売業の倉庫兼工場跡に、平成14年、インテリアショップ「pour annick」が誘致された。

工場の建物構造を生かした洒落たショールーム店舗の出店は、新町界わいの「住」空間のクオリティを向上させるきっかけとなった。続いて、立売堀1丁目にも「日常生活を彩る店舗を」と生地の特専門店「FIQ」が誘致され、倉庫がファブリック専門店に変身した。

仕掛け人は、有限会社バックステージの河合義徳さん。古い物件に住まい関係の店舗を誘致してきたが、次はショップ単体だけでなく、エリア全体のプロモーションが必要だと模索していた。

一方、Webディレクター、有限会社エー・エム・アールの高橋隆一郎さんと近藤光央さんは、インターネットをあえて特定エリア内のコミュニケーションツールとして活用することを思案していた。

もう一人、住宅の建て主と建築家をコーディネートする「家づくり計画アドバイザー」の幸田真生子さんは、建て主に対し住宅設備メーカー各社の情報を中立的に発信する有効な手段の必要性を感じていた。これらの考えが出会い、「この町独自の活性化」をめざす「地域連動型住まいづくり情報発信Web構想」が立ち上がった。

「この街を“住まい・素材の市場”として広く認識してもらいたい」という思いから「su-mart(スマート)」というネーミングに。地元貸しビル会社とフリーライター

も運営に加わって、5者全員が共同代表者となり「su-mart 合同会社」を設立。Web上の発信をベースにイベント企画や運営、家づくりサポート事業も行う。

四ツ橋筋や御堂筋の本町周辺には、住宅設備関連のショールームやインテリア店舗が40社以上も集まっているため、住まいづくりを検討する人にターゲットを絞り、本町界限に人を呼び込もうというもくろみだ。

「登録店は現在44店に。大切な情報発信パートナーです」と河合さん。7月から登録店との共催で、インテリアショップやショールームの数箇所、「自分に合った建築家の選び方」セミナーが毎月開催されることとなった。

西船場界限は今、他のエリアと差別化された住まいづくりのまちとして新たな展開をみせつつある。

su-mart URL

www.su-mart.jp