

「O-BAYへの提言 ミュージアム文化都市・大阪を目指して」

大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所 栗本智代

「国際集客都市」「観光立都」「関西文化力」…。21世紀に入り、行政や財界を中心に、観光や文化的な側面から都市の活性化を試みる動きが盛んになっている。2002年からは、日本全体の一大事業として「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と銘打ち、国あげて観光産業をのばし訪日外国人の倍増を目指そうという戦略も実施されている。ここで、大阪のまちを改めて見直してみると、2001年までに完成した大規模文化施設(例えば、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンや住まいのミュージアム、大阪歴史博物館など)いわゆるハコモノだけに頼るのは難しく、今後はいかに新鮮な文化的ソフトを伴った独自の「場」や「時間」が体験できるか、ということがポイントになってくると思われる。

実際、大阪には、数多の貴重な文化的資源が散在しているが、現代的な視点での編集や発信ができていないため、魅力ある文化コンテンツとしてあまり知られていないものも多く、宝の持ち腐れ状態になっていると言える。それらを、今生きている文化遺産として多くの来阪者(もちろん在阪者も)に認識してもらうことが大切である。もう1つの大阪の魅力を生かす新たな活路を見出す必要がある。

<ミュージアム文化都市 大阪として>

例えば、大阪全体を「活動するミュージアム」として捉えてみよう。フランスで提唱された「エコミュージアム」という概念や実例が参考になる。「エコミュージアム」では、市民が暮らす地域の中に自然や文化遺産が生き生きと保存され、新たな名所や資源も発掘・創造されている。活動の主体は市民であり、ボランティアの力はもちろん公的支援も活用しており、ホスピタリティが備わっているため、観光名所としてビジターにも注目されている。これらの活動の初段階として、“地域の歴史や自然等に関する知識を把握・整理し、価値を再確認した上観光の遺産として整備する”という作業が必要であり、次段階として“対外的な発信”へと続く。この初段階の作業について、大阪は未着手の部分が多い。

大阪には、遺物ではなく今生きているユニークな博物館がたくさん存在しており、それらを地域の中で披露するという新たな概念によるミュージアムとして、潜在的な力があるといえる。ところが、ミュージアムに必要なガイド、特に親切で楽しくわかりやすいものは乏しい。学芸員や案内人、ツール、マップ1つとっても、開拓・創造の余地がある。自分で旅のコースをプランニングできる人(ある程度予備知識がある在阪者や旅に慣れたビジターなど、自主的に調査・探索する力がある人)には、書籍やホームページ、地図などいく分役立つものもあるだろう。しかし、予備知識も旅の準備時間もないビジターでも、大阪を十分味わえるようなプログラムが不足している。観光の遺産として、魅力ある文化を整備し発信していくという課題が大きく残されているのが現状であろう。

<再生・リサイクル・リプロデュース>

このような問題意識から、筆者も「大阪ミュージアム文化都市研究会」を3年前から立ち上げ調査研究を進めてきた。そのプロセスにおいて、大阪にある文化的コンテンツで再度スポットを当てるべきものを抽出したり、新たなムーブメントが起こりつつある地域やユニークな場づくりをしている現場取材したが、そこで浮上してきたキーワードが「再生・リサイクル・リニューアル・リプロデュース」であった。中之島公会堂のリニューアルといった大規模施設の再生事例もあるが、比較的中小規模の、個人や民間企業を中心とする

試みで、意外な「場」の可能性を創出している動きが増えている。それらは、古いものを見直し独自の価値観や視点を取り入れることで、地域の人々に開かれており、活用されることでさらなる展開を予感させるものも少なくない。

例えば、町家や長屋の再生について、空堀商店街界隈の取り組みを紹介しよう。伝統的な町家・長屋が残るこの地域は、路地や坂道など昔ながらの趣が残る美しいまちである。しかし、その価値より経済的物理的な理由を優先させて長屋の取り壊しが相次ぎ、加速度的に景観が失われていた。それをくい止め、歴史的価値のある長屋を維持保存しようと、通称「からほり倶楽部」が立ち上がった。大家さんと入居希望者を繋ぎ、また長屋改装をサポートすることで、長屋を舞台にした新たな住まいやお店づくりに成功している。もちろん他にもストックの再利用に着目して町家や長屋再生を手がける住民や建築家もあり、この地域内外ともに、まちの価値と潜在力を見直し引き出すムーブメントがおきている。実際、長屋再生に詳しい案内人を伴いまち歩きをすると、新旧の価値観がうまく同居していることが手にとるようにわかり、生きた住まいの博物館を体験している感覚にとらわれる。

また、近代建築物の再生についても着目に値する。大阪が目覚ましい発展を遂げた近代には、時代を象徴する素晴らしい意匠をもつ建築物が多々誕生したが、現在その6割以上が取り壊されている。しかし近代建築の魅力にひかれた個人や民間により、各々のこだわりを反映させた形で、新しい機能をもつ空間が実現している。もちろん従来通りの自社ビルや貸しオフィスも少なくないが、例えば銀行仕様であったものをレストランへ、事務所仕様であったものをアンティークショップやティールーム、あるいはコンシェルジュオフィスへと改装するなど、用途変更による新しい魅力的な「場」づくりや経営などへの挑戦により、一般の人やビジターも時間と空間を享受できるような名所が生まれている。

<いかに繋ぎ、どう発信するか>

文化資源としてこれまでその存在さえ見過ごされていたものに、新しい価値観やこだわりが投入されると、独自の文化ソフトとして再生する。これに象徴されるように、既存の遺産についても見方や評価を変えたり、その解説を加えたりすることで、程度の差こそあれ、より魅力的に再生するものが少なくないだろう。また、いくつかのコンテンツをテーマごとに繋ぐと、よりインパクトが強まりわかりやすくなる。

このように、いかに繋ぎ、いかにシナリオを紡いで味付けするかが大切であろう。さらに、娯楽的要素と知的刺激を兼ね備えたソフト提案が必要である。例えば、民間が手がけた“落語家の解説による水都大阪のクルージング”(有料)や産官学が協力した“近代建築物スタンプラリー”(無料)などが新たな試みとして好評を得ている。NPOの活動も目覚しく、上町台地を自転車で体験するツアーなども実験的であるが行われている。このように、さまざまな形でのプログラムが何種類も常時流通し、継続していくことで、大阪の集客力、賑わいの都市としての力が向上していく。品質・サービスに定評のある魅力的な“商品”が揃えば継続性は確約される。

素材は揃っている。あとはプロデュースや演出次第。リスクを伴う試みにも積極的に取り組む姿勢が、行政にも企業にも今問われている。