

第2章 「キタ新地」創生

(1) もてなしの「キタ新地」創生

21世紀の「水都・大阪」は、国内外から老若男女が集まる「集客観光都市」を目指すべきであり、そのためにはキタ新地を「もてなしの場」として活性化することで、観光資源として高いポテンシャルを有する「食文化」の振興を図るとともに、「水」商売の賑わいを取り戻すことが必要である。

大阪市が平成13年度に行なった調査によれば、大阪の食べ物に魅力を感じて来阪したと答えた人が国内ビジターの42%、国外ビジターの41%を占めており、いずれも第2位となっている。いかに大阪の「食文化」が観光資源として高いポテンシャルを持っているかがわかる。

「天下の台所」として大阪には、古今東西から多くの食材や産物が集まった。大阪の名物といえば、うどん、お好み焼き、たこ焼きを挙げる人も多いが、これらの食材をもとに、大阪の「食職人」が築き上げた「日本料理」こそが大阪の食文化の原点である。料理の味を決めるのは「水」。大阪の水が美味しかったからこそ、煮物・炊き物・汁物・お酒…といった大阪の「日本料理」が評価されたのである。従って、「水都の創生」は「大阪の食文化再生」にもつながる。

目下、ミナミでは大規模な道頓堀川の改修工事もはじまり、水都としての装いも新たにしている。一方で、300年の歴史を有するキタ新地は約4,000店にもおよぶ料飲店が集中する日本屈指の繁華街であるが、目下の不況に閉店に追い込まれる店舗も多い。今こそ、「もてなしの場」としてのキタ新地を、行政の力ではなく、市民(町衆)の力で創生しなければならない。

第2章では、玄関口の大阪駅からキタ新地界限にかけて、人々が集い、賑わうまちづくり—町衆が主体となって活動するソフト戦略を提案する。

本章の提案のスタンスは、3つの“P”、すなわち、

- ①ポテンシャル…大阪の潜在的な魅力を最大限活用したソフトづくり、
- ②プロデュース…市民、行政、企業、学会等を巻き込んだ幅広いムーブメントを展開、
- ③パワー ………ポイントを絞り込み、エネルギーを集中させ、大阪再生の突破口を目指す。

具体策 物語の舞台～キタ新地～

《新地本通りを噴水プロムナードに》

本通りは電線を地中化し、装いも新たになった。現在、設置されている配電盤の両サイドに「舟形」のポットを取り付け、「季節の花、緑」と「噴水」が「舟形」のポットの上に組み合わせられる。夜間はライトアップし、「花と噴水」が浮かび上がる。いろいろな「水かけ太郎」がいて、それぞれが花に水をかけているという連続した情景をつくる。これによってキタ新地全体が生き生きした統一の物語性を有することができる。

新地本通りは「舟形」の噴水が並ぶプロムナードとなり、まるで川のように見立てられる。在りし日の「しじみ川の趣き」がここによみがえる。

配電盤の両サイドに「舟形」の
ポットを取り付けたイメージ図

しじみ川に見立てた“本通り”

《キタの“水琴窟”》

水琴窟は日本の音文化の結晶であり偉大な遺産。したたり落ちる水が瓶の中で反響する音を楽しむ。賽銭を入れることで、投げたコインに応じて様々な音色が響く。キタに水琴窟を設置し、「水都・大阪」の名所とする。

《“しじみ川”の復活》

東洋のシェークスピアと言われる近松門左衛門の描いた「曽根崎心中」。その舞台になった“しじみ川”を2号線スエヒロ横から本通りまでの市道の一部に復元し、歴史的、文学的な名所とする。

《新地の南玄関「ガーデンブリッジ」に、花と噴水を》

ガーデンブリッジをキタ新地の南玄関と位置付け、花と噴水で演出。

《店舗による花と水の演出》

店の入り口に金魚鉢、水かめ、鹿おどし等を配し、水の都を演出。

具体策 食の街おこし

《タウンプロデュース》

食のメッカづくりは、街おこし運動である。地域で活躍する NPO と経済界が連携し、食の街おこしを行う。

大福（大淀・福島）街づくり協議会と連携し、なにわ筋を中心とした大淀・福島地域に大人が楽しめる食の街づくり運動を展開する。

1) 食のベンチャー・キャピタル

市民、経済界によるグルメ店への投資

2) プロデュース機能の強化

地元の企業も巻き込んだ協議会の設置。

情報発信とコンセンサス作り。

《大阪ミシュラン・ブック》

関西経済同友会会員企業の OL を中心に、話題のグルメ店を選出し、“ミシュラン・ブック”の大阪版を制作し、国内外に食のメッカ大阪のグルメショップ情報を発信。関西の食文化に造詣の深い各界の著名人(料理評論家、財界人、編集者)を審査委員に関西経済同友会でまとめる。

(2) 「キタの歳時記」創生

水はその清純性が汚れを祓(ハラ)うために、古来より祭祀にあたっては欠くことができなかった。この「お清めの水」という意味に加えて、変身、再生、供養、お祝い等、多くの神事や信仰に利用されてきた。大阪の再生を水都創生に託し、「水都の日」を制定すると共に、水にまつわる年中行事を創生し、大阪の集客と活性化を図る。

具体策 「水都の日」制定

「水都の日」を制定し、大阪再生の願いをかけると共に、水にまつわる行事を毎年執り行う。

「水都の日」案

(第 1 案) 3 月 1 9 日---第 3 回世界水フォーラム(2003 年実施)の
大阪デイ開会式

(第 2 案) 3 月 2 2 日---「国連水の日」

(第 3 案) 7 月 1 日---「海開きの日」

子供(大人もですが)の水難事故防止にも

府立・市立の小学校を休みとし、川や川辺の清掃、水泳大会等を実施することで、子供の頃から大阪が水都であることを意識づけるとともに、まちの美化に対する関心を植え付ける。

具体策 平成のお水取り

「なにわの守護神」と呼ばれている堂島薬師堂の“お水取りの行事”を創生し、火よけ、お清め、厄除け、商売繁盛の年中行事とする（「水都の日」）。

《水の年中行事》

・薬師寺のお水取りの作法から始まって、「庄駟子」によって荷いあげられた「香水」が堂島薬師堂や「水かけ太郎」まで運ばれ、供えられるまでを、一連の美しく流れる儀式で表現。北新地のママさんをはじめ、多くの見物人が見守る中、荘重な声明と法螺の音に満ちた「聴聞」の儀式に沿って、全員が無病息災・商売繁盛を祈る。特製の香水入れ（竹製）によって、それぞれが持ち帰った香水がお店を清める。「春の呼び声」が聞こえてくる行事に。

《堂島薬師堂に着目した理由》

- ・北新地の中心にあり、また、近隣の商店主にもその認知度が高い。
- ・「なにわの守護神」とも呼ばれるほど由緒あるお堂である。
- ・お堂の周囲に人工河川があり、水都創生のイメージにふさわしい。
- ・現在でも月参りや鬼追いイベントの際には、奈良薬師寺からお坊さんに来て頂く等、高名な奈良薬師寺との関わりが深く、高い注目を集めることが可能。

平成のお水取りの絵

具体策 縁結びの “ 水かけ太郎 ”

- ・ 人々の願いを叶える「不思議な力を持つ水」が古来より信仰の対象とされてきた。キタ新地の “ しじみ川 ” のほとりに、仮称「水かけ太郎」を祀り、新地に集う人々の「良縁結び」、「商売繁盛」、「火難厄除」を願うと共に、水都キタ新地のシンボルとする。場所は、スエヒロ横の市道。
- ・ このデザインには昔のしじみ川風情（近松の曾根崎心中の舞台）を復活させたいと願い、舟入りの様子を再現している。時代の懐かしさを表現するために御影石等の黒色の素材を用いている（柳の木と水は本物を配する）。
- ・ 細い路地ながらも落ち着いてお参りできる参道。小橋の上からは浅い水面に映る「北新地」の灯を眺めることができる。
- ・ さらに、新地の通り抜けや裏路地にいたずら小僧ぼく隠れているいろいろな姿勢の「水かけ太郎」を設置。「太郎を探す会」等の話題づくりや新地の新キャラクターとして活用する。

縁結びの “ 水かけ太郎 ” のデザイン