

ままなりません。なぜギャップがあるのでしょうか。

加藤 目的が人集めという発想自体が変で、メディアスタンダードにこだわり過ぎです。活動の内容が目的で、集客はその結果です。

事例1 『ナムラ・アートミーティング』と『芝川ビル』

芝川 『ナムラ・アートミーティング』は、名村造船所跡地を利用した試みで、04年、小原啓渡氏からの提案があり、30年契約で既存施設を利用した実験的アートプロジェクトを行っています。造船所跡地を核とした北加賀屋にはクリエイターが集まり、空き家を再生した工房なども誕生しています。07年、造船所跡地は経済産業省の近代化産業遺産群に認定され、その翌年からは住之江区役所もここを媒体として地域活性化を始めました。水都大阪2009の『ラッキー・ドラゴン』と『ラバー・ダック』はここで生まれました。『ラバー・ダック』は『水都大阪2009』で八軒家浜に展示されましたが、大人気で全国から人が集まったようです。水都のシンボルという声もありますし、今後アヒルプロジェクトとして、活用を考えたいと思っています。

『芝川ビル』は昭和2年に建設された近代建築物で、2005年頃から有効活用に着手しています。屋上の増築部を元の姿に再生し貸しホールにしたとこ



芝川氏

ろ、さまざまなイベントに利用されるようになりました。09年には大阪市HOPEゾーン事業としてレリーフを修復。周辺の近代建築4棟と連携したライトアップも実施しました。

事例2 『天満天神繁昌亭』

土居 天神橋商店街は早くから空き店舗を利用して寄席や音楽会を定期開催していました。それが商店街に繁昌亭ができた背景になっています。大阪府の紹介で、平成16年に上方落語協会会長の桂三枝氏と会い、常設寄席小屋の開設に商店街も協力してほしいと頼まれました。天満宮の宮司に相談すると「天満には昭和初期まで7軒の寄席小屋があった。その賑わいを取り戻したい」と無償で敷地の提供を申し出てくれました。大阪府からは「赤字になる」と忠告されましたが、私たちはこのチャンスに賭けました。言い換えれば、行政なら



土居氏

やらなかったことなのです。約2億円の建設費は寄付でまかなうことになり、信頼性を高めるために知事(太田房江氏)や商工会議所会頭(野村明雄氏)に発起人になってもらいました。寄付金一口一万円で提灯に名前を記入するようにしたところ、一般市民からたくさん申し込みがありました。企業から緞帳等の寄付もありました。すべてが民間の力です。オープンから3年たった今も客足が落ちない

いは、皆に「自分がお金を出した小屋」という思い入れがあるからだと思います。想定外だったNHK朝ドラ『ちりとてちん』の制作・放映も追い風にもなりました。我々は自分の持っているものを伝えることが商売だと考えています。理想とするのは、消費だけでなく、雰囲気も楽しんでもらえる街。商店街の健全化は社会の安全にも繋がっています。

“ニュー・タニマチ”の仕掛けづくりを

南陵 各地にある“地域寄席”は、まのひとと演者が一緒に取り組む、ニュー・コンパクトの実践ですね。

広瀬 住むことによって愛着が生まれ、文化が育つと再認識しました。

西濱 オーケストラは“にぎやかし”でありたいですね。関西フィルも商店街で演奏するなど、ホールから外へ出た活動もしています。

加藤 「皆で話し合う」、「非大量消費志向」、「製造と販売の一体化」など、天神橋商店街のやり方は、まさにコンパクト経済ですね。また、『ラバー・ダック』は、ユーモアの視点を与えることでいつもの光景を一変させている。これも『ニュー・コンパクト』が目指すものです。

帯野 文化は行政や経済界だけが支えるのではなく、市民一人ひとりが誇りを持って“ニュー・タニマチ”として行動する、仕掛けづくりが必要だと感じました。本日は、ありがとうございました。



ラバー・ダック(F,ホフマン)



ラッキー・ドラゴン(ヤノベケンジ)



天満天神繁昌亭