

[研究報告]

1998年 2月

関西から見た 銀座の未来

財団法人 ハイライフ研究所

研究プロジェクト メンバーリスト

研究代表	高田公理	武庫川女子大学生生活情報学科	教授
	三宅宏司	武庫川女子大学生生活情報学科	教授
	藤本憲一	武庫川女子大学生生活情報学科	専任講師
	丹田佳子	武庫川女子大学生生活情報学科	専任講師
	赤岡仁之	武庫川女子大学生生活情報学科	専任講師
	石井もも子	武庫川女子大学生生活情報学科	助手
オブザーバー	長谷川文雄	東北芸術工科大学大学院	芸術工学研究科長

関西から見た 銀座の未来

-----銀座研究 1997 -----

武庫川女子大学 生活環境学部 生活情報学科 銀座研究グループ

序章	高田公理	1
第1章 銀座の未来 — 観劇にみる心齋橋との歴史比較 —	三宅宏司	3
第2章 大通り（闊歩） →横丁（遊歩／滞留）→路地裏（居住） —ベンヤミンの「パサージュ」概念から、 銀座を「生態史観」的に展望する—	藤本憲一	11
第3章 銀座トレンド再考 —家・心・社会の観点から—	丹田佳子	18
第4章 都市のマネジメント —銀座(GINZA)ブランドの行方—	赤岡仁之	21
終章	高田公理	28
付論 座談会 「銀座に未来はあるか？」 河内厚郎講演 + 共同研究班		35
銀座研究を一区切して	長谷川文雄	56

序章

高田公理

はじめに

(財)ハイライフ研究所の委託を受けて1994年度にはじまった武庫川女子大学生生活情報学研究会の「銀座研究」は1996年度で第3年目を迎えた。初年度には「関西から見た銀座のイメージ」、第2年度には「銀座と心齋橋の比較研究」の標題を掲げて進めてきた研究に、最終年度となる1997年度には「銀座の未来」の標題をつけて、その未来的可能性を検討することにした。

初年度、第2年度には、文献資料調査をはじめ、いくつかのアンケート調査をはじめとする野外実態調査を行ない、そこで収集したデータをもとに論を組み立てた。それに対して「銀座の未来」を構想するにあたっては、先行する2年間の研究成果を反芻すると同時に、都市や盛り場に関する広い知見をもつ専門家を招聘して研究会を開催し、彼らに話題を提供してもらったうえで、参加者がブレインストーミングを繰り返さし行ない、それぞれの専門の立場を活かして提言をまとめるという形をとった。

こうした研究会のうち、部外の専門家に参加してもらったものだけを列挙すると、つぎのようになる。

第1回研究会：1997年5月20日（火）18:00～21:00

話題提供者：河内厚郎氏（文化プロデューサー、演劇評論家）

テーマ：銀座の魅力をもつ「非テレビ型の芸能界」づくり

第2回研究会：1997年6月2日（月）15:00～21:00

話題提供者①：角野幸博氏（武庫川女子大学 教授）

テーマ①：魅力ある都市景観の集客効果とそのためマネージメント

話題提供者②：橋爪紳也氏（京都精華大学 助教授）

テーマ②：土地と商業主体の動態と銀座文化の未来的更新

第3回研究会：1997年7月15日（火）13:00～17:00

話題提供者：李 有師氏（都市計画プランナー）

テーマ：開放的な都市空間と「銀座の土着性」の創出

これらの研究会をふまえて「銀座の未来」の枠組みを設定するとともに、研究会メンバーの専門性を勘案して、つぎのような執筆分担を決定した。

ヒストリー：三宅宏司（武庫川女子大学生生活情報学科 教授：科学史・産業史専攻）

ランドスケープ：藤本憲一（武庫川女子大学生生活情報学科 専任講師：メディア論専攻）

ファッション：丹田佳子（武庫川女子大学生生活情報学科 専任講師：推計学専攻）

マネージメント：赤岡仁之（武庫川女子大学生生活情報学科 専任講師：マーケティング専攻）

コンセプト：高田公理（武庫川女子大学生生活情報学科 教授：観光学専攻）

この執筆分担は、そのまま本報告書の目次を構成することになっている。なお、研究会のうち、とくに「銀座の未来」を構想するうえで示唆に富んでいると考えた第1会研究会の全記録を、報告書の末尾に添付した。この編集作業は研究会メンバーのひとりである石井もも子（武庫川女子大学生生活情報学科 助手）が担当した。あわせて参照されたい。

生活情報学研究会代表：高田公理

第1章 銀座の未来

— 観劇にみる心齋橋との歴史比較 —
三宅宏司

1.) はじめに

街は時の流れとともに、その外観や匂い、けはいまでも変化させていく。東京やその近郊、さらに上京した人のうちで銀座へ行く人たちは銀座に何を求めてそこへいくのだろう。そこを行き来する、時の流行色とモードに身を包んだおびたらしい人の流れに身をゆだねるためにではなく、むしろそれらを超然と見下ろし続けてきた和光の格調ある近代ビル建築と、その時計塔が、時の流れを超えて存在していることへの同化を求めてか、あるいはそこに居る自身の同一性を求めてではないだろうか。銀座にある時代を超越した何か、古き良き時代のエッセンスの中で、自らもその中で呼吸をしたいからなのではないか。

大正末から昭和の初めにかけて、銀座にはモガ、モボが闊歩していた。さらにそれをさかのぼれば、明治末から大正にかけて、ロータスライブラリとカフェーパウリスタのコーヒー缶を片手に銀ブラに心躍らせたのは、そのときの文学青年であった。

銀座はいつの時代にあっても、最先端を歩もうとする若者たちが集まって来る街であった。であるからこそ、銀座はいつも「モダン」であることができた、と同時に人々を魅了し続けることができた場所である。

銀座的なものは、時代とともに変化する。関東大震災、第2次世界大戦で銀座も大きな傷を負った。それでも、全国にその名を冠することで中心街を作ろうと起爆剤たり得た「何か」が銀座にはあり続けてきたものがあるからであろう。その「何か」とは、モダニズム精神ではなかったか。

2.) 銀座の特徴

東京だけに限って見ても、流行や趣向が特に若者を中心に多様化し、分散化しているとはいっても、まだまだ銀座には魅力あるものが沢山存在している。過年度の各レポートにも記されているように、銀座には粋でモダンな文化を伝える店が数多くあるし、人がいるし、頑固一徹とでもいえる本物にこだわり続ける誇りが感じられる。

銀座の百貨店には、洗練された大人のためのおしゃれのセンスがあふれ、しかも流行を先取りした国内だけでなく、海外で活躍のブランド・ショップもそろえている。銀座テーラー、田屋、壺番館洋服店などの紳士テーラーも華やかな町並みを背景に男のダンディズムを育て、発展してきた。また、越後屋、むら田、糸り円、白牡丹、銀座くのや、かなめ屋など江戸情緒を商う呉服屋と和装小物店は、時代の波に変化を余儀なくさ

れながらも、古典の心と姿を守り続ける老舗としてあり続けている。たち吉、東哉、香蘭社をはじめとする和・洋食器店は伝統と現代が調和したモダンな創作陶器を見ることができ、デザインはもとより絵の具もオリジナルで、特別注文まで引き受けてくれる。

また、いち早く西欧文化を取り入れた銀座名物の一つに画廊がある。飯田、吉井、日動、佐谷、村松をはじめとする銀座の画廊は、パリ帰りの洋画家たちがもたらした自由な芸術の風を銀座の一つの気風にしたといってもよい。震災、空襲後の瓦礫の中から復興した銀座には、カフェ、ダンスホール、バーなどが再開し、またたく間に最先端の流行する享楽の爛熟期を迎えた。北太平洋航路や欧州航路の客船で修行した、いわゆる“陸に上がった”バーテンでなければ、一流とされないバーテンダーのいないところは本物と認めてもらえなかった。こうしたバーをかかえた銀座では、本格的なバーといえ、音楽も女性従業員も置かず、純粹に洋酒を味わう場であった。こうした酒場では、限られた客層であり、酒の味にうるさく、自分好みにバーテンダーを教育したりもしていた。酒を出す方も飲む方も、酒を粹に、楽しむことにこだわる男の美学とダンディズムを磨く場として存在している。

3.) 観劇の銀座

ウィンドーのみを含めて、東京・銀座に対して、大阪・心斎橋がショッピングの場としてよく引き合いに出される。どちらも東西のにぎやかさとそれぞれを代表する街と見なされてきたことによるだろう。

ここでは双方の街を楽しむ一法としての観劇ということに焦点をあててみることにする。

銀座には現在、大劇場から小劇場、伝統的な古典演劇から最新のミュージカルまであらゆる劇場がそろっている。そういう意味において、銀座はどんな好みにも応じてくれる観劇の世界が広がっている。銀座の劇場はそのどれもが、銀座が近代的な街に成長するのと歩みをともして誕生してきている。桃山時代の様式が目をはく歌舞伎座が、様式美の世界へ観客を誘う古典演劇の殿堂として、地下鉄「東銀座」のうえにそびえている。瓦屋根に派手な外観、その日の演目が描かれた入り口の絵看板、朱漆塗りの丸柱に緋の絨毯、横長舞台に垂れ下がる定式幕の内側で繰りひろげられる世界は絵巻物の別世界、幅広い観客の心を動かす、ある種の普遍性を持ち続けている。大正14(1925)年に「東おどり」で幕を開けた新橋演舞場は、芸妓の教養と技芸の向上をめざす修練発表の場として設立されている。以来、歌舞伎、文楽から新派、新国劇、松竹新喜劇などさまざまな興行内容で人々を楽しませてきた。もと新橋にあったお茶屋の芸妓連のために使用されたり、最近では歌舞伎と中国の京劇と競演という新しい試みも行われている。

銀座能楽堂は昭和48(1973)年、ドラマ性を持った歌舞伎である能と、庶民生活の一コマを取り上げた滑稽なせりふ劇である狂言を両方を演じる舞台として創設された。能と狂言はどちらもその淵源を室町時代に持つが、雅楽はさらに古く奈良から平安時代にさかのぼる。昭和57(1982)年に設立された銀座雅楽室は、遣唐使らによってもたらされた大陸の音楽と舞踊が、日本的な完成型となった古典芸術を現代に引き継いでいる。

この二つの観劇は、原則として会員となる必要があるが、銀座が文化の一つの中心地といわれる活動をささえているともみれよう。

博品館劇場（昭和53年）は、客席数400足らずの小劇場ながら、ミュージカル「上海バンスキング」のほか、コンサート、ダンス、映画や落語まで幅広い出し物を打ち出し、話題性と評判を集めている。わが国初の個室ボックス席を備えた銀座セゾン劇場（昭和62年）は、海外の質の高い劇団を招いての公演で強く観客を引き寄せ、その知名度を高めている。

狭い意味での銀座からははづれるが、隣接する有楽町地域には、帝国劇場、日生劇場、東京宝塚劇場、芸術座などがある。

近代劇やシェークスピア、イプセンなどの西洋演劇を広く提供してきた「帝劇」こと帝国劇場（明治44年）は、蜷川幸雄演出の公演、また「レ・ミゼラブル」のようなミュージカルで特に人気を博している。日生劇場は、オペラ、リサイタル、バレエなどの他、劇団四季の公演、最近では「オペラ座の怪人」が大ヒットした。また、子供のための「ニッセイ名作劇場」を独自の公演として小学生を無料で招待、多くの子供に観劇の機会を与えている。女性のみによるこれ以上の規模はないといわれる宝塚少女歌劇の東京版を公演する東京宝塚劇場（東宝）では、時代もの、現代劇、レビューのすべてが宝塚絵巻として繰り広げられている。芸術座は現代劇専門の劇場で大衆に愛される作品がここから多く誕生した。山田五十鈴、杉村春子、森光子らの大スターを生み、「放浪記」は千回記念公演も行われた。芸術座は、昭和32（1957）年に東宝の演劇担当重役でもあった菊田一夫が商業演劇の実験劇場をとという構想のもとに、こけら落とし「暖簾」で大ヒットしたことでも有名になった。

4.) ミナミにおける上方芸能

大阪の芸能界が、日本のそれを先導する時代は、明治維新を向かえる以前、すでに江戸時代のうちに終わっていた。近松門左衛門、竹本義太夫の活躍した元禄期それにつづく人形浄瑠璃の全盛期はすでに峠を越え、江戸後期ともなれば、実力のある役者の多くは江戸へ下って活路を見出していた。従って、明治となった時、すでに芸能界において大阪は一地方となっていたし、維新後の文化状況はさらに東京主導型を強めつつあった。しかし、他方において現代に伝えられる伝統的上方芸能の遺産の大半は、江戸時代に発生し、明治、大正の世相を経ることで様式をととのえたものが多い。いわば近代と対決することで、最後のとでもいうべき繁栄と古典芸能としての力を獲得したといえる。それがまた、ことさら「上方」、「大阪」の芸能として地方色を強調されることで、地方芸能としての性格もよりいっそう固定していったものとみれよう。

元禄元（1615）年、もとあった細流が開削され東西に道頓堀川（延長約2.4 km）として完成後まもなく、川の南岸に早くも繰り芝居や阿国歌舞伎などの興行が、ミナミの歓楽街としての始まりといえるだろう。その後、若衆歌舞伎や京都の興行師などの来阪にもより、延宝年間（1673～81）には、歌舞伎6座、浄瑠璃3座、竹田出雲のあやつり1座、説教など2座、さらに竹本義太夫と近松が組んで大ヒットを連発する竹本座、近

松門下の豊竹若太夫と紀海音が組んだ豊竹座と続くにつれて、全国的に知られるようになる。なかでも竹・豊の2座はさまざまに語られるくらいの大阪を代表する座となる。歌舞伎の座は、それぞれ座のある場所に因んで角座、中座、大西座、東座として名をなし、嵐三右衛門、岩井半四郎、片岡仁左衛門らの名優がそれぞれの座に出て、芸を競うことになる。

これだけの芝居の座が集中すると、つきもののように周辺部に遊里ができ、元禄10(1697)年には水茶屋46軒があり、「南地」と総称して「粹どころ」の色町と化し、一種の町人文化のサロンとなっていた。これから100年間あまりが上方芸能のピークとでもいえる期間であり、文政年間、嘉永年間の大火、不況と儉約令の励行、幕末・維新の動乱期を向かえ、道頓堀芝居は衰えていく。

明治の初年に道頓堀に残っていたのは歌舞伎小屋ばかりで、これらをもとに戎座(後に浪速座)、弁天座、朝日座、中座、角座がその後の道頓堀5座と称した。こうした中から片岡仁左衛門、中村雁治郎、実川延若、中村宗十郎、嵐三右衛門らが好演をみせた。遊所は、宗右衛門町、櫓町、坂町、難波新地、九郎右衛門町を南地五花街として形成される。

この道頓堀五座は、昭和初期まで櫓をあげていた。戦災によって多くが焼失したが、浪花座、中座、角座が復興、弁天座あとには文楽座(現朝日座)が移された。

道頓堀を中心とした歌舞伎の舞台には、雁次郎の存在がいまだに大阪人に古きよき大阪への郷愁をさそってやまない。彼の活躍が、大阪町人の放蕩をつややかに描写する和事の芸風を、上方歌舞伎の特色として、強く印象づけることになる。その舞台姿は、絵や写真、羽子板などが飛ぶように売れ、ファンに珍重された。今日にいう上方歌舞伎が、よきにつけあしきにつけ、雁次郎の演じた歌舞伎であることは否めない。

ちょうどその頃、京都の小芝居から身を興した新鋭松竹が、雁次郎と提携して、道頓堀の芝居小屋を次々とおさえ、大阪の興行界地図を一挙に塗り換えてしまった。このことは、旧来の投機的な劇場経営が近代的な資本による経営の段階へ転換したことを物語っていた。

こうした明治以降の大阪芸能界は、多彩な話題を生み出していく。上方落語や俄は、根っからの浪花っ子の喜怒哀楽を活写して大衆芸能の主流を占めていた。艶然たる娘義太夫の語り口は、四民平等をうたう平民の歌であり、浪花節の母胎となる、浮連節の節まわしは、大阪に流入した農民たちのメロディーであったといわれる。もしそれに琵琶を対置するなら、これは士族たちの旧幕時代への郷愁をこめた哀調メロディーをかなでえていたといえよう。川上音次郎によって一世を風靡したオッペケペー節が大阪の寄席芸のひとつだったことも見すごせない。寄席の演芸にも、明治の世相がにじもでていた。

人形浄瑠璃では、もとは御霊社境内に拠を置いていた文楽座が、対抗する諸座と競い合いながら、ついに他を圧して、文楽を人形浄瑠璃の代名詞にしたのもやはりこの時代であった。そして注目すべきことは、文楽の周囲には趣味で浄瑠璃を自らが習い楽しむ広汎な市民がいたことである。旦那衆がそのノドを自慢できる素人浄瑠璃会が、市内のあちこちで催されていた。文楽の観客は、その多くが自らも浄瑠璃を口にする面々だったのである。そうした背景を持った文楽の興行も芸の高い水準も、維持されていたこと

を見過ごしてはならない。

5.) ミナミの拡大と変貌

大阪ミナミの歴史は、拡大する市街が辺境の盛り場を飲みこんで、悪所とされた盛り場を都市の中心にしていく過程でもある。

心齋橋筋は、御堂筋の東側に平行して南北に通る道筋（大阪では、南北に通る道を筋、東西に通る道を通りという）である。この心齋橋が東西に流れる長堀川（今は埋め立てられ市営駐車場と昨年オープンした地下街クリスタ長堀になっている）に架けられた心齋橋の名を冠している。もとは土佐堀川から、道頓堀に架けられ昨今の若者たちには「ひっかけ橋」と呼ばれる戎橋北詰までをさしていた。

江戸時代は、道頓堀周辺の芝居小屋と北西に位置する新町遊郭を結ぶ商店街として形成され始めた。心齋橋をはさんで北側の商店には本屋が多く、南半はさまざまな小売商が軒を連ねていた。心齋橋南詰付近には、江戸時代半ばに小間物化粧品店「泉勘」、呉服店「下村松屋大丸」（現大丸）、同じく「小大丸」がすでに有名となった。百貨店そごうは、明治10（1877）年にこの地に移ってきた「十合（そごう）」がもとになっている。

近世までの市街は、職住一致の日常生活の場であり、それ以外の盛り場や寺社は市街の縁に置かれることが普通であった。死者に対する恐怖感や都市衛生の観点から周辺部に置かれた寺院は、近代以降の人口増加や市域の拡張によって、土地の有効利用や衛生という名目でさらに郊外へ整理・移転されることが多かった。しかし、盛り場の方はその場にのこった。

時代の変化で、住み込みの奉公人は通いの給与労働者となり、職と住が分離するようになる。労働者は郊外の新興住宅地から市内は通うようになると同時に、拡大する街は勤務先と盛り場を都心部に飲み込んでいく。周辺部にあったはずの盛り場は、いつのまにか都市の中心部にはじめから存在していたようにみえてしまう。遊び自体も必ずしも悪ではなくなり、盛り場は悪所であるという感覚自体も消失していく。

大阪城と四天王寺を結ぶ上町台地から開けた大阪は、西へ南へと市街がひろがっていった。秀吉のころ、道頓堀境界は砂地であり、難波境界は一面の畑であった。道頓堀川や長堀川の開削でミナミ繁栄のきっかけとなり、18世紀に入ると開発ラインはさらに南へさがり、南海電鉄難波駅南側あたりまで開発される。心齋橋筋のにぎわいも橋から南半分の方が盛んとなる。今では心齋橋筋とそれに続く戎橋筋が南海難波駅まで一本に続いている。それと交叉するように法善寺横丁や千日前が東西方向にもにぎわいを拡大してきた。

浄土宗法善寺が道頓堀のすぐ南に移転してきたのは1637年とされ、それまでは畑であったといわれる。念仏参りの人をあてこんで小屋掛けや出し物が当初から境内に見受けられた。参詣人は寺ではあの世の極楽住生を、一歩でれば現世の極楽追求にも忙しかったようである。

法善寺横町のすぐ南側が千日前である。この辺はもと、処刑場と火葬場および「灰

山」とよばれた骨の山と墓地からなっていた。明治になって大阪府はもっと外辺の天王寺村へ火葬場と墓地の移転を決定した。灰の山は市民に肥料として売却され、跡地で法要と見世物興行に参集した人々によって踏み固められた。天王寺村の移ったのが現在の阿倍野斎場である。もと墓地などであったと気味悪さはあったが、近くには難波新地の賑わいもあり、見世物などが建て込むころには、すぐになつかしい昔話となっていく。

千日前の興行は座と席に分かれる。座は劇場であり、席はいわゆる寄席であった。劇場といっても、俄師の鶴屋団十郎の活躍した改良座、安芝居の金沢座といった類である。席の方も寄席とはいえ、すわって見物するヘタリ物もあるが、過半は見世物小屋同然の見流し物であった。伝統を誇る道頓堀とは対照的に雑多で猥雑な演芸があふれていた。この千日前楽天地といわれた地では、松旭斎天勝一座の奇術、空前の新派大合同のふれこみで上演された「籠の鳥」、奥田升次郎のサーカス興行、象の見世物、猿芝居などから、海女の水芸とは名ばかりのほとんどヌード物まで、つぎからつぎへと大衆をよびこむネタには事欠かなかった。同じ劇場といっても千日前より道頓堀のほうが格が上とされたが、心斎橋筋をぬけて、道頓堀、法善寺横丁、千日前から難波まで人波が絶えることはなかった。明治後期には、東京の浅草、京都の新京極とならぶ三大盛り場と称される日本有数の盛り場となり、ミナミは大阪の「南」ではなく、中心となっていたのである。

道頓堀ばかりが劇場であるわけではない。江戸時代の習慣に従えば、大阪の芝居小屋には大芝居、浜芝居（中芝居）、小芝居、宮芝居があり、明治になっても大きな変化はなかった。道頓堀の劇場は、大芝居と浜芝居で小芝居以下は市内や周辺中小都市に散在していた。このことは逆にいえば、大衆のほとんどは道頓堀の芝居には行けず、簡易な小芝居や宮芝居で渴をいやしていたといつてよい。近郊都市には、昔ながらの旅芝居もかかっていた。それらは、大芝居の二軍的役者ともいふべき存在が、大芝居にはみられない達者な芸で、上方歌舞伎を底辺で支えていた。

こうした状態は明治末期から大正期に、微妙な変化を見せはじめていた。寄席や芝居だけが、大衆の娯楽ではなくなろうとしていた。天王寺寄りのミナミとの間にある今宮に入場者530万人も集めた第5回内国勸業博覧会（明治36年）の不思議館では、活動写真（映画）専門の短期間ではあったが常設館があった。映画の出現は舞台芸能に強敵出現をつげていた。やがて日露戦争になると、戦地から送られてくるフィルムは大きな反響をまきおこし、迫真の臨場感が人々をひきつけた。明治40年代に入ると道頓堀の浪花座（浪速座）は映画館に転向して、江戸時代以来の芝居劇場の一角がくずれた。相前後して千日前にも映画館がオープンして、寄席や見世物の街から映画館街への変貌の先駆をなしたのである。

道頓堀と千日前にはさまれた法善寺にも変化が見えていた。境内に落語、講談、義太夫などの席が昼夜興行でなされていたが、大正期の法善寺界限を支えたのは紅梅亭と金沢亭の2軒の落語寄席で桂派と浪花三友派の拠点となり、上方落語の黄金時代を現出していた。大正末期から昭和にかけて、現在の吉本興業の前身である吉本興業部が旗揚げし、上記の寄席をはじめ次々と買収していった。吉本興業部は、落語のほか漫才の育成にも力を注ぎ、新しい観客をつかんで力を伸ばしていく。はじめは格下と言われる漫

才と同じ高座にあがることを嫌う落語家もいたが、逆に漫才の前座を受け持つようにもなる。昭和になり落語の凋落が見えると、紅梅亭は花月食堂（昭和10年）に金沢亭は南地花月となり、戦時下は休業して以来、法善寺に寄席はもどっていない。

6.) 大ミナミへ

キタにくらべ、より大阪らしい匂いが濃いのはミナミである。若者のエネルギーがあふれるアメリカ村、ブティックの多いヨーロッパ村が御堂筋と心齋橋筋をはさんで西・東に、両者にはさまれるように大丸とそごうがある。心齋橋筋商店街（約800m）を南下、道頓堀の北側に宗右衛門町、道頓堀には昨年3月にオープンした松竹座（大正12年、日本初の様式劇場として設立、ネオルネッサンス様式の正面部がのこされた）をはじめ諸劇場とカニ・エビをはじめ動く大看板が並ぶ道頓堀、石畳にしっとり水の打たれた法善寺横丁、その東側に南北に続く千日前は、道具屋筋へと続いている。心齋橋筋から戎橋筋商店街の南に、南海電鉄難波駅周辺と道具屋筋南端から東へ、さらに南へと続く電気屋街「でんでんタウン」、これくらいの範囲とクリスタ長堀、虹のまち、なんば地下街を含めてミナミを構成している街区といえよう。南海難波駅南側とJR難波駅周辺の再開発地域、でんでんタウンの南に続く新世界（通天閣周辺）から山王、飛田から東へ阿倍野、天王寺と大きく見て、北西方向から南東へと続く地帯が、大ミナミを今後形成するものと思われる。

ミナミは、意図的にしろ自然発生的にしろ、それぞれ個性をもった盛り場ゾーンが一定の広がりの中に集積している。ミナミとは、あるまとまった顔をもたない街といえよう。心齋橋筋商店街もそのようななんでもあり型のゾーンのひとつなのである。今や何百年の老舗のとなりにパチンコ屋もあれば、若者相手の輸入小物店が軒を並べている。宗右衛門町のバーやクラブの何割が韓国系なのかもわからないくらいである。心齋橋を含むミナミという怪物は、極端に言えば一晩過ぎると、翌朝そこに何かが建っているかわからないくらい何でも飲み込んでしまう街なのである。

市民生活が不安定であろうが、安定していようがかわりなく、娯楽は多様化し、うつろい行くものである。劇場・飲食から高級なショッピング街も古いかたちのものは、新しい対応にせまられる。どうしても変わらなければ、隣接地域に新しいものが出来ていく。遊園地・動物園・遊戯場からはては大浴場まで、大衆のさまざまな欲望にかなったさまざまな施設が、その地域を拡大しながらも一堂にセットとして集約される。

7.) むすび

銀座が心齋橋と同じくブラつくことの対象地ではあっても、この両者を比較するのはまことに困難なことである。繁華街としての歴史、その中味、変わり様など議論の土俵となるべき諸様相があまりにちがいきすぎる。心齋橋筋商店街は、ある程度の富裕町人

が道頓堀で観劇ののち、食事をすませ、家族のためかまたは、北へ通り過ぎてつぎなる目的地である新町の廊への手土産か、家族同伴の場合の家族の買物に付き合う商店であり、廊の女性か商店街東側にひっそりと形成されていた旦那衆の「別邸」の住人たちがなじみの客層なのである。小屋掛けや露店では子供相手や庶民向けのものも並んでいるが、江戸時代から今日にいたるまで小銭で買えるもの、飲食から相当高額なものまで街に揃っていた。舶来品や高級な品物も売っている。小論で簡見したごとく、観劇という側面でも、時代に即応したというより、どんどん先取りする、どのような芸ごとムシロ掛け小屋であれ、立派な劇場であれ、ミナミは貧欲に飲み込んできたのである。今やその最先端は、千日前にその本拠地を置く吉本興業の「ナンパ・グランド・花月(N.G.K)」がその象徴かも知れない。

銀座に多くある劇場のどこでもよいが、そのどこかの劇場に行くとするれば、やはり少しの緊張が伴う。やはり銀座は特別なのである。銀座は、銀座へ行くとなると何となくよそ行きの感じがするところなのである。銀座へ足を踏み入れて恥ずかしくないか、一瞬気遣うようなところである。実際は、もし、銀ブラしている人間のほとんどがそのような気遣いをしてみてもどうしようもなくともである。やはり身構える思いだけぐらいはあるのだから。

よそ行きの気分を抱かせることは決して悪いことではない。銀座も大通りを2本もそれると妙に人間臭く、よそ行き感覚とは異質なものがあることも、東京以外の人間でも知っている。それでも、銀座にはある種のステータスといってもよいものが、「銀座へ行く」と言う時にはどこかその声を上ずらせる。

銀座も心齋橋（広くミナミ）もいつの時代にあっても、最先端を歩もうとする気持ち（精神的にも）だけの人をも含めて若者たちの街であり続けている。どちらも常に「モダン」であることができたし、であるからこそ人々を魅了し続けているのである。銀座は世界に向けて日本の商店街の顔として存在すべきであり、妙に庶民におもねることは何もない。何故なら、東京にはそのような役割をはたしてくれる地域は常に存在しているからである。

銀座には雀しいなくなったとしても、国内のほとんどの銀座商店街がそうなっているようにモダニズムを忘れてはいけない。銀座は、大阪ミナミのように孔雀まがいにキンキンガラギラの装飾で飾りたてたド鳩になることも、ミナミをうらやむことも、ミナミにヒントを求める必要もなく、まして見做うことなど毛頭ないのである。

第2章 大通り（闊歩）

→横丁（遊歩／滞留）

→路地裏（居住）

—ベンヤミンの「パサージュ」概念から、
銀座を「生態史観」的に展望する—

藤本憲一

.....

「盛り場のアリカタ-----盛り場には関東型と関西型の二つの型がある。関西型というのは車の通らない盛り場で小路盛り場というものである。関東型というのは交通幹線に沿った盛り場で、銀座はそれであるが、新宿はそれをやめて、関西型になる。いずれの型を選ぶべきか、これは今後の課題だと思う。関東型は露店が置けるが、関西型は置けない。露店の魅力は相当あるので今後露店が置けないということになると、それはいずれにするか、皆さんに御研究を願いたい。

街の上に日覆をする。つまりアーケードである。これはパリでもある通りは街の天井がガラス張りになつている。電柱なんかも、一目千本などといつて、電柱のない街はさびれるというので電柱をつけるが、関西はこれを外すようにしている。

新宿が、今度電車の軌道を取り払つて花壇になるが、中に電車道があるのいいか、花壇で心配のない方がいいか。どうも私は新宿型、関西方に手を挙げたいと思う。

それから露店がとれるから、人混みが緩和される。混まないことがいいか悪いか、これは非常に研究問題である。盛り場は適当な人混みが必要である。それがなければ盛り場はさびれるといわれるくらいである。」

（石川栄耀「銀座の交通調査」：『毎日情報』6月号：pp134-137：1951

.....

「若者のたまり場ってクラブとかカラオケじゃなくて

今、道端なのよね。江戸時代の井戸端会議みたいな感じなのよね。

わざわざカラオケ行かなくても、コンビニでお菓子買って、じーはんでジュース買って、道端に座っておしゃべりで充分ことが済んでしまうのよね。見てると。

がっこでもそうじゃない?? この寒空に外のベンチでお話ししてるのよね。

それだけ若者がアウトドア化してるんじゃないの??

事細かに分析してみると、まず、服装の変化もあるかも。

パフィー、江角まきこみたいにピンテージのジーパンはいて計算された小汚さって

「いのか。地べたに座っても問題ないわって感じかな。」

(女子大3年生M.N.の私信1997)

.....

1) 陽の当たる大通りの「人工植林」

銀座は、その誕生以来、きわめて特権的なポジションを占めてきた。しかし、それは世界の商店街において、さらに日本の商店街において例外的ともいえる地位であった。消費不振の今日、銀座がその優越性を保つことができるかどうか。「近代的商店街の歴史」をたどりつつ、展望してみたい。

ここで手がかりとなるのは、オスマンによるパリ改造以降の近代商店街史を文学・哲学的に批評したベンヤミンの「ブルヴァール／パサージュ」という有名な対立概念であり、ある地域における植物相の周期的な移り変わりを示唆する「生態学的遷移（サクセッション）」概念の近代的商店街史への適用である。

フランス語で、都市を環状にめぐる大通りを「ブルヴァール」、直線状に走る大通りを「アヴェニュー」と呼ぶ。パリでは、19世紀のちょうど半ば以降、第二帝政時代にオスマンによって、道路が拡幅・舗装整備され、ほぼ現在に至るまで、当時の街の骨格が維持されているという。雨の日にはたちまち下水があふれ出す「泥の河」と化す、ふだんから見通しの悪い曲がりくねった横丁は、1948年の革命では、暴徒がバリケードを築く格好の拠点を提供したため、オスマンは主として治安上・衛生上の理由から、見通しの効く舗装されたブルヴァールやアヴェニューすなわち「陽の当たる大通り」を建設したのである。この大通りには、「大店（おおだな）」ともいふべき専門店が進出し、買い物客の人気を呼んだ。これが、「近代的商店街」の第一期ともいふべき姿である。

銀座の場合も近代化の第一期を迎える事情はほぼ同じ。暴徒のバリケードに対する治安上の街路改造の代わりに、銀座の場合、明治2年・5年の大火によって壊滅に瀕した苦い経験をふまえ、耐火防災上の煉瓦街建設がおこなわれたのが、オスマンのパリ改造に遅れること約20年後。ここに、外堀をはじめとする大小の運河に囲まれた浮き島のような「江戸の銀座」は姿を消し、ブルヴァールこそないものの、運河を蓋した舗装道路として縦横にアヴェニューが貫通する「陽の当たる大通り」が出現したのである。

官庁の丸ノ内、金融の日本橋、鉄道の新橋、外国人居留の築地に隣接する文明開化の要衝、銀座には、ガス灯がつき、馬車が走り、新聞社・出版社が進出し、明治20年代には新しい情報ビジネスたる通信社や広告会社が集中する。

商業の中心としての銀座には江戸時代以来の老舗は少なく、煉瓦街建設にともなって唐物屋と呼ばれる舶来商品店が開業し、現在は洋書で知られる丸善に始まる洋裁店、竹内治衛門の時計店など、ハイカラな専門店の進出が相次いだ。パンの木村屋、ビスケットの風月堂、薬局の資生堂、電信機の田中製造所（のちの東芝）なども、煉瓦街初期から現在に至るまでの伝統を誇っている。

陽の当たる大通りの主役として、「生態学的遷移」第一期のドミナントな地位に就いたのは、ハイカラな大店ふう専門店であった。この点、パリも銀座も同じであった。たしかにオスマンの改造によって、それまで大きく張り出したスカート（クリノリンという直径180cmもの唐笠型ファッション）を身につけた女性が、対面から来た馬車とすれ違えないほどに狭く、雨の日には裳裾が下水で汚れるほどに水はけの悪かった街路が、格段にきれいになった。洋の東西を問わず、大通りは多くの専門店を集積することで、来街者は、いわゆる「銀ブラ」「パリブラ」という「遊歩」（ベンヤミンのいう「フラヌール」）が可能となった。

2) パサージュ（横丁）と路地裏の興亡

陽の当たる大通りは、じめじめした路地を拡幅・舗装することによって、国家権力の手によって、人工的に成立した。ちょうど、生い茂った雑草を刈り取って、たけの高い喬木を植林したようなものであろう。そして、大木の根元には、まばらに生えた下草や灌木が刈り取られたかに見えて、油断すると気がつかないうちに、たちまち勢いを回復して生えそろうてくる。こうした喬木と灌木・下草の共存期、人工的に排除された灌木・下草の復興期こそ、「生態学的遷移」第二期の様相である。

ベンヤミンは、その膨大な遺稿『パサージュ論』の中で、パリのブルヴァールやアヴェニューに対抗して、しぶとく生き延びる横丁（パサージュ）の魅力と、その思想的可能性をあますところなく伝えている。もちろん、オスマンのパリ改造によって、旧来の横丁・路地は大幅に刈り取られ、その数は激減した。しかし、反対に大通りから大通りへヒョイと通じる抜け道・横道・袋小路のたぐいが新しい町並みの中で生き残り、息抜きの小径として、地元の中小商店主による民間主導のかたちで、あらたに整備されていく。パリの場合、そうしたパサージュはアーケードをそなえて19世紀はじめからすでに根を張っていたが、オスマンによる表通りの活性化でいったん客を奪われたものの、大型専門店といはコンセプトを差別化しつつ競合することによって、まさしく目的のない散歩に適した遊歩（フラヌール）空間として、息を吹き返してきた。

これは、モダンな「表通りのパリ」に対する、古き良き「横丁のパリ」の逆襲である。界隈性のある飲食店・服飾店・雑貨店などが手を組んで、パサージュ商店街を形成し、表通りのハイカラな大店と張り合う勢いを見せたのである。昨今、観光名所として人気の高いパリ周辺のパサージュ群のうち、パサージュ・デ・パノラマは、現在も切手店・花屋・サウナ・名刺屋で知られ、ギャルリ・ヴェロ＝ドダは、地元の豚肉商人ヴェロとドダの共同出資によって1826年に建設されて以来、現在も21店舗が営業している。

目抜き通りを最新ファッションで闊歩するだけでなく、ときにカフェで憩い、バーゲン品を発掘し、古本や小物を物色する楽しさ。陽の当たる大通り歩きの気取った直線的往復運動に対して、アーケード屋根の下、気ままなパサージュ歩きは、ぐるぐると渦を巻き、袋小路で立ち止まって道に迷い、なにげなく入った横道で掘出し物を見つけて夢中になり、そこで旧友に出会って談笑し、帰り道を教えてもらおうと、ふいに予想もつ

かないところで視界が開け、いつもの町並みに立っていた・・・というような徒歩散策の楽しみ。これこそ、『ミル・プラトー』などの著書で知られるポストモダン思想家ドゥルーズ-ガタリが、ことさらに「リズム」と呼び、『パターンランゲージ』などの著書で知られるポストモダン建築家アレグザンダーが賢しげに「セミラティス」と呼ぶところの、脱近代的な思考の自由に錯綜して灌木や下草が豊かに生い茂る軌跡そのものである。和歌山市に残る地名「ぶらくり横丁」などは、そうしたパサージュの遊歩的性格をよく表している。こうして大通りの大店と、パサージュの小店は、お互いに競いつつ、街全体としては相互補完的な役割を果たすにいたったのである。

銀座の場合も、一見したかぎりでは、事情はよく似ている。明治5年の煉瓦街建設後も、地元居住者の生活スペースとして、また表通り商店員のバックヤード的な空間として機能してきた。たとえば、明治35年の「東京京橋区銀座付近戸別一覧図」を見ると、表通りから複雑に入り組んで袋小路となった奥に、伝統的な路地裏文化がたしかに息づいていることがわかる。オスマン以前のパリの街路は、道路中央に下水溝があって、雨の降るたびにあふれ出したらしいが、「戸別一覧図」当時の銀座でさえ、江戸の長屋と同じく、共同便所に糞尿をためておいて、汲み取り・肥料業者に売却していたという。表通りの大店の使用人も、わざわざ路地裏に入って共同便所を使ったところにも、「収入源としての糞尿」という観点が生きていた。江戸の長屋における糞尿は、大家が管理しておいて高値で農家や肥料業者に売り、その代価で、町火消しなど防災ボランティア費用や、地震からの復興費用を捻出していたから、大雨で路上へあふれださないかぎりは一石二鳥の相互扶助システムであった。これは、糞尿を道路に無駄に捨てていたパリ住民以上に、銀座住民が洗練された路地裏文化を江戸時代から継承していた証拠といえるだろう。震災前の当時は、順番に当番を決めて鍵を管理しあう自治・自警団的な単位である、辻ごとの木戸・大木戸さえ残っていたから、これは24時間自由に遊歩・滞留できるパサージュと、ずいぶん違う。いかに表通りが文明開化であろうと、一步路地に入れば、江戸という和洋折衷状態であったことがわかる。

ただし、子細に見て取ると、パリと銀座の違いに気がつく。関東大震災以前の銀座において、ふきだまりの袋小路は純粋に居住に即した路地裏空間であって、そこに豆腐・青物を売り歩く呼び売り行商人や、あるいは床屋・按摩・骨董屋・指物師など職人たちの職住一体型零細店舗はあったにせよ、路地にアーケードをかけて再開発し、古本屋・服飾店・飲食店をつくるという遊歩感覚のパサージュ的小規模商業集積を地元商業者が推進する気運は乏しかったようだ。花街・ビアホール・カフェなどの遊楽施設も、基本的には表通りに沿っていた。細い路地裏・辻奥の裏々にまで、歓楽街・飲食店が繁茂するのは、それまで連綿と続いてきた江戸居住文化が関東大震災によって壊滅的打撃を受ける、大正末から昭和初期をまたなければならなかった。現在に至るまで、誰もが自由に大手を振って闊歩する大通りと、地元居住者だけが占有する路地裏の両極に分解しがちな日本の町並みには、フラヌール感覚の横丁が乏しく、あるとしても銀座や大阪・北新地のように純粋な酒場エリアに特化しがちなようだ。

この点で、むしろ各地に雨後の筍のごとく増殖していった、「駅前アーケード街」や「駅裏や住宅地内の公設市場」といった「地方銀座」のほうが、本家の銀座街よりも

界限性・遊歩性・滞留性の高いパサージュ（横丁）を形成していたといえるかもしれない。その意味で、銀座は、昼の大通りにおける開放的なショーウィンドウ空間と、夜の酒場における密室的なバーカウンター空間という二極に分裂している点で、いささか特異な街であり続けてきた（広域的分業によって、そうした横丁的な機能を、隣接する新橋や京橋に依存してきたともいえよう）。むしろ大阪の心斎橋や「地方銀座」のように、昼と夜とのぼろぼろの「薄暮」、「遊歩（フラヌール）」を楽しむ境界的／中間的／相互侵犯的な「グレイゾーン」「アジール」を持たなかった点に特徴が見いだせるかもしれない。

かつて銀座で花開いたカフェ文化が、そういう遊歩空間を形成した時代はたしかにあったが、ノンアルコールのまま午後から深夜払暁まで滞留可能なオープンカフェ・クラブなど今日のカフェ文化は、なぜか青山・六本木・渋谷などに繁茂し、現在の銀座には「ダラダラたまる溜り場」としての「滞留・遊歩・横丁文化」が枯れてしまっているのではないか。

これは、おそらく明治5年の大火や、その後の関東大震災・戦災によって、そのつどーから「人工植林」されてきた事情によるところが大きいのだろう。大通りを喬木、パサージュ（横丁）を灌木、純粹居住空間としての路地裏空間を下草と考え、いったん人工的に排除された灌木・下草の復興期こそ、「生態学的遷移」第二期の様相であると見なすならば、銀座においては、こうした喬木と下草の共存期は長かったものの、案外、喬木と下草のあいだに灌木が定着した期間が短かったのではないかと推測される。銀座にあつて「遊歩空間」に見えたものは、実は特化した酒場占有空間すなわち「チドリ足酔歩空間」であつた。喬木からも下草からも独立した灌木ではなく、むしろ実は大通りという喬木に寄生した、まやかしの常緑樹たる「宿り木」（あるいはバーカウンターの「止まり木」？）しか、生えていなかったのではないだろうか。遊歩・滞留のための自由なパサージュ空間が、夜の酒場に限定されていた点で、銀座という商業生態系の植生は、やや平衡を欠いていたといえるかもしれない。

3) 白く輝くコンビニ-----盛り場の「生態学的極相（クライマックス）」

19世紀中ごろ、第二帝政時代に入ったバリの場合、大通りの専門店（マガザン・ドゥ・ヌヴォテ）と、横丁の服飾雑貨店は、互いに商業的に競合しつつ、結果的には補完し合つて、都市の賑わいと盛りを築いていった。しかしながら、その間隙をついて新業態として、デパートが登場してくる。専門店が直線的に連なっていく個店のリニアな商業集積と違って、表通りを一挙に面的に立体的に占拠したのが、巨大なデパートメント・ストアであつた。画期的な新業態としてのデパートが、通りの客をすべて奪う勢いを見せたのが「生態学的遷移」第三期の単一相的な植生であつたとすれば、20世紀末の今日は、スーパーやディスカウント・ストアを含む、あらゆる店舗形態が棲み分け併存しながら分布するかたちで、盛り場の「生態学的極相（クライマックス）」が、ぼくたちの眼前に広がっているのかもしれない。

この事情は、銀座でも同じであろう。デパート業態の誕生以来、現在にいたるまで、

銀座の顔といえばデパートである（共同研究者・赤岡仁之のレポート1996を参照）。老舗専門店と並んで大通りの「昼の顔」を構成し、酒場空間および路地裏生活空間という「夜の顔」とが補完的に両立する、昼夜交代制の生態系を確立していった。ベンヤミンが思想のレベルにまで持ち上げて論じたような、いわゆる「リゾーム」「セミラティス」的な横丁のパサージュ空間は未発達のままに終わったために、ややパリとは形態が異なるものの、やはり盛り場の「生態学的極相」を迎えつつあるとあってよい。

そこで特筆すべきは、戦後のアメリカから輸入され、ドミノゲームのように、将棋倒し式に既存の町並みの外へ外へと広がっていった、新しい郊外型居住および消費スタイルと、新しいロードサイド型の商業生態圏であろう。郊外ロードサイド店は、大型駐車場つき専門店・ハイパーマーケット・ホームセンター・ファストフード・ファミレス・ディスカウント・カテゴリーキラーなど、主として早朝深夜長時間営業型・24時間営業型の店種から成り、郊外道路沿いにポツポツ点在して立地する、「空間的には離散的、かつ時間的には稠密的な商業集積形態」としかいいようがない形容矛盾的な商業コンセプトをもつ、まさしくセイタカアワダチソウやブラックバスのように、既存の在来種中心の生態系側からは忌み嫌われる、輸入外来種の鬼子である。

この鬼子は、既存の駅前ターミナル型や住宅近接市場型などの商圈をも容赦なく侵食し、ついにコンビニという究極の亜種を生み出すに至って、日本の商業地図を塗り変えつつある。夜目にも、ひとときわ白く輝くコンビニが、大通りにも横丁にも路地裏にも張りついて先行店舗の商圈を掠め取り、対面販売の地域商店街や公設市場の急激な衰退にともない、大型スーパーの真ん前や住宅地のど真ん中に出店して「地域一番店」を標榜し、一人暮らしの老人の早朝散歩時にも、群れ集い、はしゃぐ若者の深夜ツーリング時にも、笑顔とともに迎え入れるコンビニこそ、新しいかたちでの遊歩・滞留空間すなわち、パサージュと書いてよいだろう。むろん、そこにはベンヤミンが万感をこめて描いた古き良きパリの人肌の「アウラ」は、とうに失われて、ない。しかし、それは、まだ目にはさやかに見えないけれども、新しいアウラが生まれつつあるようにも思われる。

その点で、物販・飲食業よりも、いち早く21世紀の商店像を提示しているのが、「クラブ」と呼ばれる新業態であろう。できるだけ目立ちにくく、わかりにくく、客の来店を拒むかのように、都市の町並みに擬態して隠れ潜むかのような外観をもちながら、分厚いドアをあけて一步なかに入ると、大音量の音楽の洪水が降ってくる「音圧体感消費」の店。てのひらに目印のスタンプを押してもらえば、何度でも出入りは自由。週末は有名DJを迎えて、夜明けまでエンドレの盛り上がりを見せる。

かつて「600メートルショップ」などと呼ばれ、都市の闇に擬態する「知る人のみぞ知る店」という形態があった。はるか昔から京都には、地元住人しかアクセスできない独特の老舗があった。今や、ぼくたちにとって、半端な大型店舗や専門店は必要でなく、「限りなく商品バラエティが多く、限りなく24時間無休」の「超コンビニ」だけあれば、すべての用途が足り、フラヌールまでが楽しめてしまう。この「超コンビニ」に唯一対抗できるのは、こうした新しいタイプの「通好みの店」「通の客だけが選び、通の客だけを選ぶ店」であろう。

コンビニだけが白く輝き、市販地図上の記号のほとんどを占める、盛り場の「生態

学的極相」において、おそらく銀座に求められているのは、都心の外へ外へ、と展開する若者や業界人向けの「通の店」に対抗できるほどに本格的で、なおかつ赤坂の日本料亭以上に情報統制されており、たとえ人目についても通の客に選ばれ客を選ぶ、「いまどき真っ当な店」なのであろう。あらゆる店舗が情報化されるコンビニ全盛、あらゆる価値が客単価でしか評価されないブランド全盛の現代において、最高級の戦略情報とは、何よりも「情報の遮断」であることを、ぼくたちは何度も思い出さなければならない。その点で、タウン情報誌たテレビのグルメ番組こそが、銀座の天敵であった。そうした情報の氾濫が、かつてハイライフ情報の唯一無二の源泉であった銀座の地位を下落させた元凶であった。

はたして、21世紀の銀座に、コンビニとブランド高級店の繁茂する情報塹壕線の極北で、新しい生態学的ニッチを見いだせるような、新しい情報戦略、いや「情報遮断戦略」は生まれうるだろうか。

◎参考・関連文献

- ベンヤミン『パサージュ論 全5巻』岩波書店1994～1997
石井洋二郎『パリ---都市の記憶を探る』ちくま新書1997
石川英輔・田中優子『大江戸ボランティア事情』講談社1996
鈴木理生『江戸のみちはアーケード』青蛙房1997
野口孝一『銀座物語』中公新書1997
鹿島茂『デパートを発明した夫婦』講談社新書1995
小田光雄『<郊外>の誕生と死』青弓社1997
ホイチョイ・プロダクションズ『東京いい店やれる店』小学館1994
田中康夫『いまどき真っ当な料理店97』新潮文庫1997
佐藤治彦『コンビニの雑学』オーエス出版社1997
川勝平太『文明の海洋史観』中央公論社1997
藤本憲一「時間をシャッフルする都市」『都市問題研究会』都市問題研究会1995
藤本憲一「地方銀座の研究-----豊中と鳴尾を事例にして」『銀座研究』
ハイライフ研究所1996
藤本憲一「<リニア・マガジン・ブラウジング（そぞろ歩き体験）>の楽しみ-----
<心ブラ>モダンから<コンビニ>ポストモダンへ」『銀座研究』ハイライフ研究所
1997

第3章 銀座トレンド再考

一家・心・社会の観点から

丹田佳子

(1) 銀座はトレンドの街として残れるのか？

1. オタクの表面化

家の中に潜伏していた（内面化）オタクと呼ばれるマニアのイメージは、暗く静かなものであった。ところが、このオタクが今や家の外に進出し（外在化）、トレンドを作り出している。

「オタク」が表面化する発端は、「世界お宝ハンティング」「とんねるずのハンマープライス」「開運・何でも鑑定団」などのTV番組である。「オタク」の中心的存在は、番組のターゲットとなっている若者である。「オタク」とまではいなくても、「レアもの」の知識（情報）を持ち、個々のグッズにこだわる人は多い（驚くべきことには、ジーンズ・スニーカーに10万円支払う中高生まで出現している）。これら若者への情報発信地となっているのは、「裏原宿」と呼ばれる表参道と明治通りに挟まれたインディーズブランドが集まる通りである（一昔前のマンションメーカーのようなものの集まり）。レアもの・ビンテージものの情報は、裏原宿のメーカーが作成する情報誌（ビラ・新聞等を含む）による。地方在住者は通信販売を利用して情報誌を購入している。では今、「オタク」「レアもの」流行現象の発端となったTVなどのメディアは、どのように使われているのかというと、自分たちが流行から遅れていないか・個々のグッズの選択は正しかったのかをチェックする機能として利用されている。これらの若者にとってTVは、情報源ではなく、流行チェックマシンなのであり、「レアもののオタク」流行は、TVなどのマスコミではなく「裏原宿」が創っている。

また、「レアもののオタク」のように、現在の流行は、全国的ヒットではなく、ある層・特定の人の中だけ（小衆）で流行るもの（メガヒット）となっている。例えば、昔の国民的ヒット曲「およげたいやきくん」（400万枚）は、「ま・い・に・ち・ま・い・に・ち」というフレーズを聴いただけであの曲だと誰もがわかる。ところが「小室もの」（グローブのCD400万枚・安室のCD330万枚）は、「およげたいやきくん」のようにわからない。ある層・特定の人の中だけで流行っているのである。その他、ポケベル10代女性200万台、眉毛テンプレート320万個、パソコン通信の会員200万人、プリクラ100万人/1日、たまごっち75万個/3ヶ月。これらの流行のほとんどは、中高生からはじまった。

2. 透明な存在

わざと破れた服を着たり、だらしのない着方をしたり、小豆色や紫の口紅やマニキュ

アをつけたり、髪の色を脱色・茶髪にしたり、体にいくつも穴をあけたり（ピアス・鼻ピ・眉ピ・へそピ）。最初は、バブルがはじけ飽食化した大人たちの生活への反抗か。あるいは、ブランド信仰に別れを告げ、「高価=いいもの」という方程式を「性能が良くて安価=いいもの」に書き換えた象徴としての破れた服かと思われた。社会に挑戦している（そんな人もいるかもしれないが）わけではなく、規範意識や画一的な教育から逃避し、これまでの社会から抜け出したいという思いの現れと考えられる。

また、少し前まで、日本は先進国（欧米）に行って、学んで、真似ていたファッションが、情報化が進み、パリやミラノ・ニューヨークで発表されたファッションを、日本に居ながらにして手にすることができるようになってきた。言い換えれば世界共通服ができあがっていたのである。こんな重みに対する反発と情報化により、これまで未知の世界であった国々が近くなり、新しい感性に対する順応時期が来ているのかもしれない。

これまでの社会から抜け出したらそこにはどんな自分があるのかがいまだ見えず、今の自分を見失い、自分の存在を疑い、無味無臭の透明な自分になりたいという「あがき」の一滴が、小川になってストリートファッションを形成しているとも考えられる。

3. 「若い」と「若々しい」

「女子大生=いいこと」として、何の取り柄特技もないにも関わらず、女子大生であることだけで優遇されるような傾向が少し前にあった。この社会における優遇措置（特別扱い）は、女子高生から女子中学生と低年齢化の傾向が進んでいる。また、中年のおばさんはあつかましい（一部真実もあると思われるが）、中年のおじさんは暑苦しい・薄汚い。これらは「若い=いいこと」という暗黙の了解の現れではないのか。「若い」と「若々しい」ことは、イコールではない。50才・60才・70才になっても「若々しく」あることはできる。「若い」とは、誕生日年齢で自分で作ることができない一過性のものであるが、「若々しい」は生き方年齢・その人の生き様そのもので、いかに「生き生き」「はつらつ」としているか、自分で作ることができる普遍性のものである。

トレンドを家と心と社会という観点から述べた。これらが銀座とどのように関わるかを次に考えてみる。

銀座にオタクは「似合う」と問われれば、返答が難しい。銀座が、マニアックなオタクへのトレンド情報の発信基地となるには無理がある。オタクが表面化してきたとはいえ、そこには混然とした怪しさが必要である。ところが銀座は、あまりに整然として明るすぎる。また、若者たちにとってカリスマ的存在になる人材が育っていない。一見、新しいものを受け入れようとする度量の深いところを示している（紳士服の青木・吉本など）が、以外と閉鎖的で、銀座人は「銀座にあわないものは、銀座の中で自然に淘汰せられていく」という意識があるようだ。受け入れるが育てないのである。ひょっとしたら銀座の見識の高さからかもしれない。

透明な存在になりたい人間が銀座を訪れるかと問われれば、返答に困る。透明になりたい人は、社会の重石を振り払いたいのであるから、歴史ある街並みには「似合わない」。歴史があれば、当然その中で規則や画一的な価値観ができあがっているからだ。

「透明な」人になりたいと願う人の願望が叶い、「透明」になったとき求めるものが銀

座にあるかが、今後の銀座を左右するのではないか。例えば、社会人の男性が背広にネクタイという社会から、アジアやアフリカ・極地の人々のファッションを日常として楽しむことを求めるかもしれない。反対に、透明に耐えきれず、規則や規範を求めるようになり、TPOにあった服装をより強く要求するようになるかもしれない。

銀座は若いかと聞かれれば、江戸時代「銀座・銀座」といわれたころから世に知られているから若くはないと答える。若くはないけれど若々しい街にはなれる。若々しい街には、人が集まり活気にあふれ、エネルギーが満ちあふれるなければならない。ただ、若い人が集まればいいと言うわけではない。若い人が集まって、結果的にお金を落とすていかなければ、銀座は衰退する一途である。今、エネルギーがあふれている街といえば、博多のキャナルシティ、京都の新京都駅、東京の新宿高島屋である。これらの街の共通点は、複合都市であるという点である。ショッピングだけではなく、遊びがあり、憩えることが街に要求されている。日本の街もオフィス・ショッピング・歓楽街・観劇などすべての機能を持ち、多種の人種に対応するニューヨークの顔に少しずつ近づいてきている。子供から大人まで楽しめる街が、エネルギーを創り出す。ティーンだけの集まりであれば、ティーンが大人になったらどうなるのだろう。子供から大人まで集まっていれば、次の世代になったら「ああゆう風に遊ぼう」「あんな風になろう」「あんな風にはならないでおこう」という次世代の目標を持つことができる。街に世代連携ができるようになり、結果的に「若々しい街」ができあがることになる。

(2) 銀座の未来は？

現世代の人々の間では、「銀座」をテーマにしたグルメ番組や老舗番組が企画されていることから、「銀座」に対する根強い人気があることがうかがえる。問題はこれからであるが、「銀座」はトレンドの街になれないし、なる必要もない。かといって、このままでいいわけでもない。次世代の人々（「透明な存在になりたい」人たち）が、要求するものを備えておかなければならない。それが何なのかといわれればまだ見えないが、何であれ柔軟に対応できる心の準備をしておく必要がある。一つの手段として、砂が水を吸い込むように、透明になった人も何か吸い込むものを求めるはずである。求めなければ砂漠と化するかである。水となるものを銀座が育てることである。この水の一つとして、オフィス・ショッピング・歓楽街・観劇などすべての機能を持ち、多種の人種に対応できる街づくりがある。

対談にあったように、宮本亜門と専属契約を結び、日本のプロードウェイをめざすというのは名案である。若者には安価なチケットを、アダルトにはドレスアップする場を提供すれば、アダルトのショッピング場も成立する上、次世代の消費を育てることにもつながる。

第4章 都市のマネジメント

—銀座(GINZA)ブランドの行方—

赤岡仁之

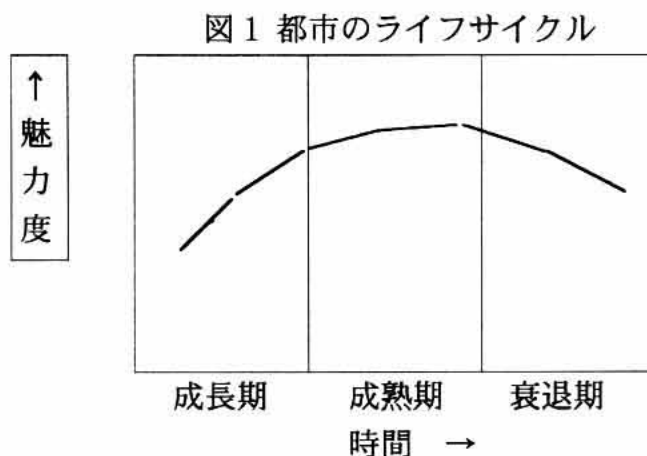
はじめに

広い意味で言えば、「ブランド」とはある対象と別の対象との違いをわれわれに認識させるための特有な名前あるいはシンボルである。元来、製品（モノ）とブランドとの二元論のなかで捉えられてきた企業戦略の一つであったが、今日においては、モノだけでなく、百貨店やスーパーマーケットなどのストア・ブランド、あるいは都市や街などのタウン・ブランドにも、ブランド研究が応用されてきている。

製品とは形として目に見え、機能的に定義できるモノである。それに対し、ブランドとは実体はないが、消費者の心のなかに刻み込まれている意味の集合体であり、だからこそ、時代を超えてブランドとして残っていくことはあっても、モノとして永続性を保てるものはない。すこぶる長期的な戦略なのである。ある対象の意味の集合体であるブランドが好き—嫌い、良い—悪いなどの態度と結びついて、われわれの対象への心理的な距離（＝イメージ）が形成されていくわけであるが、銀座に対する日本人のイメージは以前と比べると低下している傾向にある。

本稿では、銀座ブランドの現況を踏まえながら、都市のマネジメントの観点から銀座ブランドあるいは銀座イメージの再生について言及していきたい。

都市のライフサイクル



街は生き物である。人間に表情があり、年輪を刻むごとにその表情には深みと魅力が増していく。街にもさまざまな表情があろう。個性豊かな街はいい表情をしている。しかし、時の流れのなかで、街は成長し、変貌する。だからこそ、街をダイナミックに考えていくためのフレームワークである「都市のライフサイクル」が必要となってくる。新しく誕生あるいは歴史は浅いが、住民と行政とが協力的な関係のなかで魅力的な街づくりを行っている段階（成長期）、長い歴史のなかで培われ、円熟味を醸し出している段階（成熟期）、伝統という名の下にあぐらをかき、そのコンセプトが希薄化している段階（衰退期）の3つにライフサイクルは分類できる。成長期にある街、成熟期にある街、衰退期にさしかかっている街もさまざまであろう。時間の経過とともに、街の魅力度は変化するものである（図1）。

今、各々の街はどのポジションに位置しているかを確認する必要があるだろう。これまでの街の歴史的経路を振り返りながら、街の魅力度を見直してみる。もし衰退期に向かいつつあるならば、いったい何が原因しているかを考察していかなければならない。

銀座ブランドのマネジメント

さて、ハイライフ、モダンの情報発信基地として君臨してきた銀座は、今日どんな状況下に置かれているのであろうか。それを判断する方法はさまざまであるが、本稿では、「街としてのブランド力」の観点から分析していきたい。

ブランド力の大きさ、つまり「銀座」ブランドがどれだけわれわれの心のなかに存在するかに関しては、ブランド再生力およびブランド再認力の指標がある。1995年に行った調査データ（「関西から見たく銀座イメージ」に関する研究『ハイライフ研究所研究報告』）によると、関西在住の人たちではブランド再生、再認ともに、銀座は渋谷、新宿、原宿に次いで第4位であった、また、関東在住の人においてもほぼ同様の結果がみられる。銀座はブランド再生力および再認力ともに他の東京の街と比してそれほど高いものではない。もちろん世代によって、その数字は変化していくと思われるが、銀座ブランドに圧倒的な力を感じることはできない。あこがれの街、文化を享受できる街としてわれわれの心に深く刻み込まれているとは言い難い。

では、銀座ブランドの復権にどのような処方箋があるのか。銀座ブランドの低迷の原因と併せて考察していきたい。

迷走する銀座ブランド／その原因を探る

銀座ブランドの拡散

銀座ブランドに関する意味を考えてみると、Light（英和辞典「(1)光、光線、明るさ、

(2)火、火花、(3)軽い、(4) (量が) 少ない、(5)肩の凝らない」) のように辞書的意味 (=社会的ルールとなっているような意味) をもっていない。銀座ブランドの意味は、一般的な国語辞典には載っていないものである。となれば、あるブランドに対する意味は、無数に存在するといっても言い過ぎでないかもしれない。「銀座」に関して、ある人は「年寄りくさい、派手、成金」などの意味を、また別の人は「高級、おしゃれ、ゴージャス、落ち着いた街」などの意味をもっていることであろう。個人個人でブランドに対する意味を複数有しているのである。個人間でこれまでそのブランドに蓄積されてきたイメージが異なるのであるから、当然連想される意味内容もその数も異なってくる。このように、ひとり人間が任意の言葉あるいは対象にさまざまな意味をもつことを「多義性」と呼んでいく。

また、生活者が任意ブランドに抱く意味内容間には何らかの結びつきがある。たとえば、ある人が「銀座」に関して、「ゴールド、派手、芸人、成金」という意味を思い浮かべたとする。ゴールドという色と派手、派手と芸人、芸人と成金などのように何らかの関連をもちながら連想していると考えることができよう。その結びつきの方法はさまざまなタイプがあるが(ここでは言及しない)、連想された要素間には「意味のネットワーク」があると考えられる。そして、各人は各々のネットワークの中から、状況に合わせながら、そのときの強い意味を取りだしてくるのである。その状況は個人的なものであるために、その強い意味内容はバラツキが生じる。

このように、「意味の多義性」が故に、状況依存的性格(非常に個人的)を通して、個人間でブランドの意味に対するバラツキが生じることを「意味の多様性」と呼んでいく。

意味の多義性、意味の多様性から銀座ブランドを考えてみよう。第一に、非常に多義的である。多くの人々が銀座から数多くの意味内容を連想する。その理由はブランド拡張と関連していると思われる。銀座のネーミングは高級、おしゃれ、現代的、などの象徴として多くの場面で用いられてきた。銀座を拠点とする数多くのブティック、宝石店、レストランなど、あるいは歌謡曲を中心とする楽曲のタイトルにその名を数多く見いだすことができる。また、銀座の名をあやかした「〇〇銀座商店街」も全国に広がっている。ある強力な意味を有する名前を他の領域で活用していくことであるため、一種の「ブランド拡張」と呼ぶことができよう。このブランド拡張は何十年にもわたり行われてきたのである。また、テレビドラマや映画の舞台としてもたびたび銀座の街が登場している。つまり、われわれは日常生活の多くの場面で、さまざまな銀座の顔を見てきているのである。ひとりひとりの心のなかに銀座の多くの意味が蓄積されていることは必然といえるであろう。

元来、ブランドの意味は多義的であるが故に多様性も高くなる。つまり、放置しておくとその意味は拡散していく方向にある。これまでのブランド研究のなかで、ブランドの多義性、多様性と生活者との態度の関係が次のように示されている(小林・赤岡(1997))。(1)ブランドの意味は多義的なほど、そのブランドに対する好意度も高い、(2)ブランドの意味の多様性が高いほど、そのブランドに対する好意度は低くなる、のである。人々の当該ブランドに対する関心が高いほど、ブランドに関連した情報収集も多く

なるため、ブランドに対する意味を多く保有することを(1)の結果は示している。また、他の人との当該ブランドの意味の共有度が高いことが、そのブランドに対する好意度を高めていくことを(2)は指摘している。銀座ブランドに関してみると、(1)のレベルでは高いポイントを示しているが、(2)のレベルは意味の共有度がかなり低いものになっている。銀座ブランド復権の一つのカギがここにありそうである。

ブランドの一人歩き

もうひとつ、銀座ブランドの問題を提起してみたい。

ブランドとは複数の意味内容の集合体であり、各々の意味要素がネットワーク化されて形成されている。ブランドは実体なき性格であることは前述した通りであるが、モノや五感とまったく無縁というわけではない。モノや五感との関係によってさらにブランドの意味内容を強めていく、あるいはその関係が希薄化することによってブランド自体に大きな打撃を与えるケースが存在している。

コカコーラ社の例をあげてみたい（マーク・ペンダグラスト(1993)、トマス・オリヴァー(1986)を参考）。

1985年4月3日、一つのニュースが全米に衝撃を与えた。「いちばんおいしい清涼飲料 コカ・コーラは今後もっとおいしくなります」というコカコーラ社からのニュー・コークへの転換を高らかに宣言するメッセージである。この背景には、ペプシコーラとの熾烈な競争があった。「チャレンジペプシ」と銘打ったライバル、ペプシコーラの強烈なキャンペーンは全米の話題をさらっていた。これに対し、巨人コカコーラもプロモーション活動に多大な資金を投じて対抗の姿勢を見せていく。しかし、1984年には、コカコーラのシェアが1%ダウンしたのに対し、ペプシは1.5%アップする。この事態に対し、コカコーラ社は、「チャレンジペプシ」の指摘通り、コカコーラの味覚に問題があると考え。つまり、何十年も続いたコカコーラの味に大衆が飽きたのだと結論づけたのである。

このコカコーラの決断は、人々に大きな波紋を投げかけた。「なぜ味をかえなければならぬのか」という抗議の電話や手紙がコカコーラ社に殺到する。消費者の予想もしなかった反響にコカコーラ経営陣はたじろぎ、そしてこの話をすべて白紙に戻すという約束を強いられることになる。

これは、消費者側の大勝利というドラマティックな事件であるとともに、ブランドと味覚がいかに連動しているかを物語る好例であろう。

同じようなことが近年、日本でも生じたことは記憶に新しい。麒麟ラガービールの生への方向転換である。スーパードライの登場から、少し翳りの見えていた麒麟陣営は、「生」時代の到来を認めた形で、ラガーのポジショニングの変更という決断をした。しかし、その結果は言うまでもない。麒麟経営陣は、「麒麟ラガー」のブランド力の高さを過信したと同時に、ブランドと味覚との強いつながりを無視した結果が、パワーブランドの凋落という現状を如実に示している。

ブランドは決して万能ではない。そのブランドが何と結びついて、人々の心の中に記憶されているかを考えなければならない。ブランドは複数の意味を抱えているが、あ

る意味がそこから離れたり、あるいは別の意味が付着したりと、出入りが激しいものである。確かに、人々は銀座というブランドに対し多くの意味を保有している。しかし今日、タンジブルなモノとの関係が遊離している状態にあるのではないか。つまり、銀座ブランドが実体のないまま、一人歩きしているのではないだろうか。

銀座ブランド復権への道

1. 街の境界設定

銀座ブランドの意味は拡散傾向にあることは前述したとおりである。すなわち、人々の間で銀座の意味が共有化されていない。この方向に歯止めをかける一つの方法として、「街の境界設定」をあげてみたい。

中世ヨーロッパの都市は、城壁で囲まれた地域であったため、街の境界は非常に明確に区分けされていた。しかし今日において銀座の街はどこまでを指すのかと聞かれたならば答えられる人はほとんどいないであろう。ここまではAという街、ここまではBという街と分けるのは単に行政上の問題にすぎない。街の範囲は限定できるものではなく、環境変化や人間の生活の質の向上とともに常に動くものである。

しかし、銀座という街はあえて明確な境界を設定していくことが必要な時期に来ているのではないだろうか。街の境界を設けること、換言すれば街の範囲を限定していくことは、ブランド拡張によって付着したさまざまな意味を削ぎ落としていくことを可能にする。ブランド拡張に歯止めをかけ、ブランドの意味を強化させていく銀座のリポジショニングの時代がきていると思われる。

では、行政上の区分け（銀座1－8丁目など）ではなく、いかなる方法で街の境界を設定することが可能なのか。この解答の糸口になるものを以下、列挙してみたい。

- (1)水際 — ヨーロッパの街が、「水際」をうまく活用して他の街との境界にしてきたように、川や用水路を利用。（ただし銀座のお堀は埋められてしまっているが。）
- (2)道路 — 高速道路や幹線道路の活用
- (3)シンボル — 銀座のシンボルで街を囲む

2. 街のシンボル

銀座ブランドの意味の拡散化およびブランドの一人歩き現象の処方箋として、第二の提案が、「銀座シンボルの確立」である。それも強固なシンボルが今、必要とされている。

個性的な街、魅力的な街をつかっていくための第一歩は、街のコンセプト（考え方）を明らかにすることである。コンセプトを立案していくにはさまざまな方法がある。たとえば、秋葉原＝「電気街」、神田＝「本屋街」のような機能的要因、また渋谷＝「若者の街」のようにデモグラフィック（人口統計的）要因による明確化も可能である。大切なのは、それらのコンセプトをシンボルとして具現化していくことであろう。コンセ

プトを単純化したシンボルの方が、多くの方がわかりやすいし、アピール度も高まっていく。そして、何よりもシンボルは多くの意味を収斂させる力をもっている。

しかし、今日における銀座のシンボルは果たして何であろうか。「銀座のシンボルをあげてください」という質問に対する回答（「関西から見たく銀座イメージ」に関する研究『ハイライフ研究所研究報告1995』）は、上位から順にクラブ・スナック・デパート・飲み屋・三越・和光であった。夜、お酒、ショッピングなどの銀座イメージとのつながりを示すシンボルとなっているのであろう。だが、これらのシンボルは銀座のイメージを強く形成していく要因には決してなっていない。その理由は、銀座のシンボルをかなり時間をかけないと思い出すことができないという被検者が多く、シンボルの存在感が弱いからである。

では、銀座はどのようなシンボルを求めていけばいいのか。シンボルはヒト、モノ、あるいはコトであったりする。その街の歴史的英雄、あるいは美術館、博物館、劇場などの文化的シンボル、それから海、山、河川などの自然の景観、人工的な美しい町並み、そして教会や寺院のような精神的シンボルであるかもしれない。街ぐるみの祭りでも、人の心を揺り動かす、波及効果の高いシンボルであれば、なんでも構わないのではないか。強いシンボルがあれば、より強く街の方向性を提示してくれるし、人々の街に対する思いも強固なものになり、存在感のある街になることができると思われる。

おわりに

街は今、さまざまな問題を抱えている。その一つに、同質的な街が多いことがある。人間の流出入や時の経過とともに、街のアイデンティティが希薄化しているからであろう。自分たちの街の存立理由がわからなくなってきたということかもしれない。だからこそ人を吸引する力がない、人が街に集まらない。街に住んでいる人を中心に、「街おこし」や「T I（タウン・アイデンティティ）」が叫ばれているのはまさにこのあらわれである。銀座もまたこの時期にさしかかっているのだろう。本論では、ブランドの観点から、銀座のアイデンティティを再考しようとするものであり、そのための方法として、街の境界設定と街のシンボル構築という提案を行った。

最後に、今後の研究方向を示していくことにする。ブランドの意味論に関して、言及してきたが、実際にブランド力を強化あるいはその一環としてシンボルを構築していくためには、どのような意味内容が街に求められているかを考察していくことは、重要なテーマの一つであろう。そのためのフレームワークである「ブランドの意味内容と生活者の態度の関係」を若干論じてみたい。

銀座ブランドに対して、各人は複数の意味を保有し、その複数の意味は何らかのつながり、「意味のネットワーク」がある。そして、各自、その複数の意味から状況に合わせて強い意味をとりだしてくる。ここでは、その強い意味を「中核となる意味要素」と呼ぶ。

表1 意味要素の類型

意味対象	解釈内容
<u>製品に関する連想 (A)</u> ・製品属性 ・価格 ・製品クラス	<u>意味対象の解釈 (C)</u> ・現代的 ・家庭的 ・革新的 ・若者向け ・健康的 ・高級 ・身近 ・信頼できる ・個性的 ・品質がよい
<u>製品以外の連想 (B)</u> ・使用者 ・使用状況 ・象徴的使用者 ・提供者 ・原産国/地域	

出所：小林・赤岡(1997)

この中核となる意味要素の内容はブランドごとに千差万別であるが、これをいくつかのタイプに分類することができる(表1)。

意味要素の内容が、具体的な記号表現である意味対象なのか、あるいは意味対象が消費者のコード体系の中で変換された記号内容すなわち解釈内容なのかによって大きく2つに分類される。さらに、意味対象を製品属性、サービス内容、価格など製品・サービスに直接かかわるものと、使用者や使用状況、提供企業およびその企業が属する国や地域など製品・サービス以外のものに分けることによって、意味要素の内容を最終的に3つのタイプに類型化する。

この類型化は製品レベルのものであるが、街としてのブランドにも十分応用可能である。3タイプに類型化された意味内容と生活者の態度(街への訪問頻度・街の好意度・街の優劣度・街の適合度など)との関係を調査していくことは、街づくりの指針に大きな参考となろう。

参考文献

- トマス・オリヴァー(1986)『コカ・コーラの英断と誤算』早川書房
 マーク・ペンダグラスト(1993)『コカコーラ帝国の興亡』徳間書店、
 小林哲・赤岡仁之(1997)「ブランドの意味構造分析とその広告戦略への適用」『吉田秀雄記念事業財団論文』
 深谷昌弘、田中茂範(1996)『コトバの意味づけ論』紀伊国屋書店
 丸山圭三郎[1994]『言葉とは何か』夏目書房
 [1987]『文化=記号のブラックホール』大修館書店

終章

高田公理

「銀座の未来」をめぐる前章までの個別の考察をふまえ、かつ、その内容を組み替えながら、本章では、未来にむけて銀座がめざすべき街のコンセプトを整理する。

「中心と周縁」モデルの崩壊と「逆説の銀座」イメージ

1975年ごろ、日本の高度経済成長が絶頂をきわめた時期に、すでに兆候が見えていた日本社会の転換が、1990年代にはいって一層あきらかになってきた。その要点は「近代工業社会から情報産業社会への転換の本格化」ということである。ところが、この転換への適応に、日本の全体社会は必ずしも成功したといいがたい。

たしかに、テレビや雑誌など、マスコミ情報の量が増加し、産業や生活の多様な分野にコンピューターが普及し、「サラ金」や「バブル経済」に見られたように「金＝マネー」が「情報」としてあつかわれるようになり、インターネットが広く普及するなどの局面では「社会の情報化」が進行した。しかし、あいかわらず政府は土木・建設を中心とする不要不急の公共事業に巨額の投資をし、大企業は物量生産に、流通業は物販に、それぞれ活路を見いだそうとし、「地方分権」が話題にのぼりながら政治・行政・産業・情報の東京一極集中は揺るがず、成熟している日本の一般生活者の情報発信や未来産業としての期待の焦点であるコンテンツ創造は未だ順調に育成されているとはいいいがたい。

ところが、現代日本人の生活や文化の状況は、こうした体制の枠組みをぶちこわす方向をめざして、新しい時代への胎動を開始している。たとえば本報告書の丹田論文が指摘するように、高度経済成長期に顕著であった「あらゆる人びとを巻きこむファッション」は逼塞し、しかし「限定された階層を総ナメにするようなファッション」が市場を動かすようになった。しかも、それを支える年齢層は「団塊の世代」から「いわゆるコギャル世代」へと確実に低下している。また、ひと昔まえなら銀座をはじめ、都心の繁華街に足を運ばねば購入できなかった高級品が、現在では居住都市周辺の商店街や通信販売をとおして購入できるようになった。その結果、かつては「東京を、したがって日本を代表する繁華街」であると自他ともに認知された「銀座ブランド」にたいする生活者のイメージは、1995年の調査結果によると、再生力・再認力いずれにおいても低下していた。

こうした状況のもとでも、「銀座」そのものを主題とする雑誌の発行、テレビをはじめとする情報媒体による「銀座」とその名店の紹介などが、なお続けられてはいる。そこで提供される情報は「銀座ブランド」がその受容者に喚起するイメージに「多義性（＝情報の受容者個人の内部に形成される意味のばらつきの広がり）」を付与する役割を果たすが、他方、そうした情報が提供者の恣意のままに操作されることによってイメー

ジの「多様性（＝情報の受容者ごとに異なる意味のばらつきの広がり）」を増大させもする（参照：本報告書の赤岡論文）。その結果「銀座という街のイメージ」は、本報告書の藤本論文の指摘を借りると「超コンビニ」イメージに拡散すると同時に「（パリのような）人肌アウラ」を失わざるをえないのである。

こうした宿命からの脱却をめざすために「銀座」は「東京を、したがって日本を代表する繁華街・盛り場」というイメージを打破する必要がある。いいかえれば、それは「繁華街・盛り場の普遍的モデル」ではなく、のちに述べるように「銀座という場所」のみ存在しうる、わかりやすくいえば『地方的』かつ特異な繁華街・盛り場であることをめざすべきである。同時に、意図的に「銀座についての情報の発信」を禁欲し、しかし「個別の店が提供する商品やサービス」に付与された「高級な特異性」が「そこへ足を運ばなければ味わえない」という「情報の遮断」を試みるべきである。こうした「逆説の銀座イメージ」の構築が、今となっては「超コンビニ繁華街・銀座」イメージの解体と再生の最初に追求されるべきであると思われる。

視覚的アイデンティティと銀座のシンボル

かつては「繁華街・盛り場の普遍モデル」であった銀座が「超コンビニ繁華街・盛り場」に拡散した要因のひとつは「街区としての銀座の拡散」にある。水をたたえた堀割に区切られ、それにそって路面電車が走り、柳並木のつづく街並みを目にした人びとは、そこが「銀座でしかありえない」ことを容易に認知することができた。また、高級で美しい商品を陳列した開放的なショーウィンドーが並ぶ「陽のあたる大通り」は、この最も近代的な繁華街の「昼の顔」として、他を圧倒していたし、その裏側の飲食店・酒場街は、この街の「夜の顔」として高度経済成長が生んだ企業の接待文化を最大限に謳歌した。

ところが1990年代にはいり、高度経済成長の残光が最後のあだ花を咲かせた「バブル経済とその崩壊」をさかいに、ただバブリアなだけの高額商品や高額サービスへの需要は急速に逼塞した。それにかわる現代日本人の消費欲求の対象は「私が好ましいと思う趣味性の高い商品」と「芸能に代表される面白く楽しい情報への接触」にシフトした。これら2つの商品とサービスを提供する店は、昼でもなく夜でもない、ビジネスマンやOLにとって「アフターファイブの薄暮（イブニング）」に享受すべき楽しみである。

ところが、本報告書の藤本論文が指摘するように、銀座の街は「昼と夜」の楽しみに2極分化した構造を打ちたててきたのであって、これら「薄暮のそぞろ歩き」を楽しむことのできる「パサージュ（横丁）」が決定的に欠落している。また、かつて銀座の特異性を感じさせた堀割や柳並木も姿を消した。さらに大通りに林立する近代建築のファサードは、東京の他の街区と同様、近代的な明るさを発散してはいるが、「薄暮のライトアップ」に映える美しさには恵まれていない。こうして個性を失った銀座は最早「そこへ足を運ばなければ味わえない」特異な繁華街・盛り場ではなくなってしまっている。

ならば高度経済成長の時代の慣性が、ようやく弱まりつつある今日、銀座は失った特

異性を今こそ取り戻すべきであろう。そのために銀座は、その再活性化をめざす新しい視覚的アイデンティティを象徴するシンボルを持つ必要がある。その要点を、つぎに列挙する。

- (1) 建て替えの時期を迎えたビルを中心に、薄暮のライトアップに耐えるファサードのデザインを創造し、新たな建築のさいに活かす。
- (2) 堀割を復活させるのが最も望ましいが、それが不可能であれば、明らかに「銀座」の街区を際立たせる「目に見える境界」を創造する。
- (3) 現代の環境マインドに応えるという意味を込めて、銀座の街区全体から自動車交通を一掃する。また、現在運行しているダイヤモンド・バスを廃止し、街区内の交通を充足する路面電車（あるいはモノレール）などを整備する。なお、堀割が復活させられるのなら、街区内の移動に水上交通が利用できる。
- (4) 前項に加え、東京としては意外に樹木の少ない銀座に、新たな大量の植樹を施す。それは、街全体にうるおいをもたらすとともに、比較的ひろい道路に「そぞろ歩きのできる横丁（パサージュ）」風の雰囲気醸成することにもなる。

起業家のパワーと豊かな都心居住

「銀座イメージの拡散」と「人肌アウラの希薄化」の背景には、そこに店を張る商業主体の変質や土地所有の変化という問題もある。その要点を、岡本哲志の調査（1997）にもとづいて列挙すると、つぎのようになる。

- (1) 明治時代の銀座では、5年ほどのあいだに店舗の3分の1程度が更新されている。
- (2) 1935年ごろの時間断面をとると、関東大震災以前の老舗は4分の1以下で、新たに進出したもののなかには関西と東京都内の老舗が多い。
- (3) 第2次大戦のあと、土地所有者と店舗所有者が一致するケースが増えた。その結果、ビルの個別更新がおこったが、土地の所有単位が「間口6間」と比較のおおきかったため、あまり雑然とした景観は生まれなかった。
- (4) 1965年以降、表通りを中心に、貸しビル業に転換する土地所有者が増加して、夜間人口が減少した（＝かつて銀座に定住していた高額所得者が郊外に移転した）。
- (5) 現在は、土地所有の流動性が低く、ビルの更新も進行しない。また、大企業の事務所ビルが卓越する1～2丁目を中心に、繁華街としての相貌が希薄になっている。

では、上記のような状況が、銀座にどのような影響をもたらしているのか。それらを改めて、つぎに列挙してみる。

- (1)と(5)から派生する問題：草創期とくらべて、銀座で成功しようとする「若くて活

力ある商業主体」が少なくなっている。この問題を克服するには、積極的に「商業ベンチャー」を誘致する必要がある。

(3)と(5)から派生する問題：土地所有単位が比較のおおきかったといっても、ビルの更新が進まないことにより、町並みの美しさは低減せざるをえない。この問題を克服するには土地所有の共同化、それをきっかけとするビルの更新を促進する必要がある。また、1～3丁目の事務所ビルは、その1階部分を、商店や文化施設として通行者が自由に出入りできる魅力ある空間にする必要がある。

(4)から派生する問題：一般に定住人口が減少すると、街の清潔度や安全性は減退する。早朝に新宿の盛り場と湯島天神下の盛り場の風景を比較すれば、このことは一目瞭然である。夜間人口の多い湯島天神下の路面は掃き清められているが、新宿の路面はゴミであふれ返っている。銀座が「固有の地域性を秘めた特異な繁華街・盛場」をめざすなら、それを生み出す人々の定住を促進する必要がある。今後の地価の低下は、新しく豊かな都心居住を喚起する重要な条件となるはずである。

上記3項目が実現の緒につけば、銀座は、たんに「商業ベンチャー」だけでなく、たとえば「マルチメディアのコンテンツ制作ベンチャー」をはじめ、新しい多様な情報産業を誘致することもできる。この話題はそのまま、つぎの話題に展開されることになる。

銀座がはらむ境界性と「非テレビ型の芸能」

そこで想起すべきは「銀座」という地域が、さまざまな「境界性」をはらんでいるという点である。たとえば、今では銀座から海を眺めることは不可能だが、その開放的な雰囲気には、どこか海辺の趣が漂っている。つまり銀座は「海と陸」が会う境界なのである。それだけではない。銀座から南西と北東を展望すれば、銀座は文字通り「下町と山の手」、いいかえれば「近世の江戸と近現代の東京」が会う境界でもあり、それはそのまま「新しさと古さ」が会う境界でもあるといえる。

「異質なモノやコトが会う境界」では「新しい情報」が誕生しやすい。だから、最古の情報産業である宗教施設は好んで異質な環境が会う境界に立地する。浅草寺が「隅田川のほとり」に、湯島天神が「東京湾の海浜と武蔵野台地が会う場所」に、あるいは京都の祇園社が「盆地底と周囲の山地の境界」に、それぞれ位置するのは、そのためである。あるいは1980年代、ビジネスマンの多くが「異業種研究会」に熱心になったのも、新しい知恵やアイデアの創発機会を「異質な知性と感性の出会い」に期待したからである。ならば、さきに見たように、いろんな意味での境界に位置する銀座は「情報産業の立地場所」として最適だということになる。

実際、明治以降の銀座とその周辺には、さまざまな情報産業が立地した。新聞社や出版社、劇場や広告代理店など、その事例には枚挙のいとまがない。ただ高度成長期以降、テレビを中心とする放送産業の多くは渋谷や赤坂など、銀座以外に立地場所を求め

た。このことが一方で、その周辺に新しい繁華街・盛り場の発展を、他方で銀座の繁華街・盛り場としての地位の相対化をもたらしたことは、1994年度の報告書で指摘したとおりである。ところが今日、テレビ放送の地位が低減する兆候が観察される。衛星放送やケーブルテレビが普及すると、チャンネル数が数百にも及ぶようになり、放送局で制作されてきた従来型のテレビ番組のインパクトは低下せざるをえないからである。

こうした見通しが展望できるようになった今日、テレビ放送局にかわって、映画や舞台で演じられる芸能の人気が高まりつつある。なかでも歌舞伎やミュージカル、小劇場の演劇の人気の高まりは顕著である。たとえば東京圏で5000近いアマチュア劇団が活動していたり、若者を含めて文楽や能などの古典芸能への関心が高まっていたり、吉本新喜劇の舞台が銀座に進出したり、松竹芸能が大阪に歌舞伎上演のために松竹座を再開したり……いわば「非テレビ型の芸能の隆盛」を示す事例は、これまた枚挙のいとまがない。

その点で、田園調布と浅草を結ぶ地下鉄銀座線の、ちょうど山の手と下町が会う東銀座に歌舞伎の殿堂・歌舞伎座が位置しているのは、銀座にとって、きわめて望ましい。さらに三越劇場、能楽堂から日比谷の日生劇場、東京宝塚劇場までを含め、かつては美輪明弘はじめ幾多のシャンソン歌手を排出したライブハウスの銀巴里などが立地していたことを思い出すと、銀座こそは、日本の伝統芸能を今日に伝え育て、近代演劇から最新の音楽など、新しい芸能に揺籃としての便宜を提供してきたことが判明する。

こうした「かつての栄光」が、「非テレビ型の芸能」への人気が高まりつつある時代に、装い新たによみがえれば、銀座は、「そこにだけ存在しうる、したがって足を運ばなければ体験できない魅力をはらんだ繁華街・盛り場」の地位を確立することができる（これに関連する多彩なアイデアについては、本報告書の「第1会研究会記録」を参照されたい）。

ただ、かりにたとえば「宮本亜門のミュージカルの拠点を銀座に誘致する」といった試みを想定すると、それが本章で述べたコンセプトのほとんどを現実化する契機となることが明らかになる。そこで想定される望ましいインパクトを、つぎにランダムに列挙する。

- (1) すでに述べたようにミュージカルの舞台は、「そこにだけ存在し、そこに足を運ばなければ体験できない」がゆえに、強力な集客力を発揮する。
- (2) 他方、ミュージカルの舞台は、適切な劇場さえあれば、どこでも上演可能である。適切な戦略を立てて地方巡業を行えば、その「拠点としての銀座」のイメージアップがはかれる。
- (3) 「昼」の繁華街、「夜」の盛り場というイメージの濃厚な銀座に、新たに「薄暮＝イブニングの遊び場」のイメージが付与され、銀座イメージ格段に厚みを増す。なお、観劇の前後に入場客が、それにふさわしいおしゃれや食事やサロンでのおしゃべりを求めることを考えれば、商店と飲食店の商売上の可能性が広がることはいうまでもない。とくに高齢化する豊かな「団塊の世代」の楽しみの受け皿となることができる。

- (4) 舞台上で演じられる芸能には、テレビを通して伝えられる芸能を超えた「人間くささ」がある。それは単純な現代風のセックスでもなく、近代の禁欲的な異性愛でもない、日本文化に豊かなふくらみをもたらした「色の世界」をよみがえらせる可能性がある。
- (5) ミュージカルに限定されるわけではないが、非テレビ型の芸能は当然テレビを通して放映することも可能であり、なによりも新時代のマルチメディアのコンテンツとして、きわめて大きな可能性をはらんでいる。という意味で銀座は、本格化する情報産業の時代のコンテンツ産業の拠点としての地位をめざすことが容易になる。

ここで取りあげた「宮本亜門のミュージカル」は無論、一例にすぎない。とくに豊かな団塊の世代が老境を迎えつつあることを考えると、彼らが青年時代に慣れ親しんだ、いわゆる当時の「御三家」やグループ・サウンド、新たに舞台上の芸能人として世に出ようとする老若男女に「小さな檜舞台」を提供するライブハウスなど、多種多様な「舞台」を銀座に現出させようというのが、このコンセプトの焦点である。それはさらに脚本作家やその原作者である「文士」、さらに非テレビ型の芸能人に一般人が折りにふれて出会える街としての銀座をもたらしもするはずである。

ただ、こうした芸能を育てるには、富裕なパトロンの後援が不可欠である。現在の富の偏在を許容しない累進課税制度のもとでは、それがむつかしい。しかし今後、日本社会において「地域自治」が時代の趨勢となり、富の偏在を許さない税制が、情報と文化の時代の優れた人材を国外に流出させることが判明していく過程では、制度上の改変が進行していく。そうした未来の変化を、銀座は「地域のひとつ」として先導する役割を追求すべきである。なお、多様な商業ベンチャー、情報ベンチャーが育てば、まわりまわって彼らが、銀座に芽を吹く非テレビ型の芸能のパトロンとしての役割をはたすことも期待できる。

銀座のテーマパーク化とプロデュース機能

これまでに述べてきた「銀座の未来」を展望するコンセプトとは、いいかえれば、銀座全体を一種の「テーマパーク型の都市空間」として演出することだといってもよい。それは「テーマパークのある都市」という意味ではない。あたかも「テーマパークであるかのような都市空間」を意味する。それが満たすべき最少の条件は、つぎの2点である。

- (1) 一定の広がりを持った街区が、視覚的に周りの都市空間から区別できる境界を持っていること。
- (2) その街区において提供される商品やサービス、個別の店舗や建築のファサード、さらに景観デザインなどの全体に一定のテーマが貫徹されていること。

これらの条件を満たす都市空間を形成するには、いうまでもなく、その都市空間内のハードとソフト、装置と制度を統合する強烈な意志と単一の価値観、それを現実化する強力な経営主体が必要不可欠である。東京ディズニーランドや長崎ハウステンボスなど、人気を集めるテーマパークが、これらの条件を満たしていることはいうまでもない。

それだけではない。最近の日本で圧倒的な成功をおさめている、たとえば福岡の「キャナル・シティ」などを見ると、きわめて雑然とした多様性をはらんでいるように見えながら、そこには全体に細かい神経をゆきとどかせている単一の経営主体の意志が透らぬかれている。それは、「まるでテーマパークであるかのようなショッピング街＝キャナル・シティ」の全体を単一の企業の意志がプロデュースしているからにはほかならない。

それにくらべると現実の銀座には、おびただしい数と種類の商店・飲食店・劇場・オフィスビルなどが実在しており、それらの経営主体はそれぞれの恣意にもとづいて「勝手に」みずからの形態と機能を設計している。そこには装置や制度を統合する強烈な意志や単一の価値観などは求めようもないのが現実である。ならば、永遠に銀座は「あたかもテーマパークであるかのような都市空間」とはなりえないのか。

そこで思い出すべきは、かつての花柳界を支えた「置屋・茶屋・検番が形成するネットワーク・システム」である。ここで、置屋とは「芸妓を抱えるプロダクション」であり、茶屋とは「芸妓が客の接待というパフォーマンスを演じる舞台」である。それにたいして検番とは「茶屋の客に最適の芸妓を取り次ぎ、その玉代の計算や決済、芸妓の教育や管理を行なうシンクタンク、ないしはコンサルタント」であった。この検番があったからこそ、花柳界はそれぞれの場所ごとに特有の雰囲気やサービス内容に個性や魅力を演出することができ、かつまた複数の置屋や茶屋の恣意の調整を行なうことができた。げんに検番を残した花柳界は今なお存続し、それを廃止した花柳界は衰退の一途をたどったのであった。

ならば、これに類似したシステムを銀座という街に打ち立てることができないか。つまり、本報告書で提起したコンセプトを、銀座という街のハードとソフト、装置と制度に貫徹するために、ここで事業をおこなっている商店や飲食店、劇場をはじめとするサービス産業など、あらゆる経営主体の恣意を正確に捉えなおし、それらを可能な限り反映しながらそれを統合した一種の「銀座まちづくり綱領」を制定し、相当に強力な強制力を発揮しうる「協同組合型の銀座ヘッドクォーター」を構築するのである。

それは困難をきわめる事業となるにちがいない。しかし、多様かつ多数の経営主体が集積した繁華街・盛り場は、こうした困難な事業に着手するところからはじめる以外に、その繁栄を維持するのがむつかしいというのが、現状なのではなかろうか。

付論 座談会

「銀座に未来はあるか？」

河内厚郎講演 + 共同研究班

◎銀座研究会（1997年）

講師：河内厚郎氏（プロデューサー、演劇・文芸評論家）

日時：1997年5月20日（火）18:00～20:00

場所：阪急グランドビル26F

出席者：長谷川、中西、市川（ハイライフ研究所）

高田、三宅、丹田、藤本、赤岡、石井（共同研究班）

高田：銀座の歴史研究ということで、初年度に『関西からみた銀座』、次年度に東西の2つの繁華街、盛り場である『銀座と心齋橋の比較研究』をおこなってきました。今回でこのシリーズとしては、一応最後になります。

今日は、ぼくが無理を言って、今、関西で一番輝いている文化プロデューサー河内さんに来てもらいました。サンデー毎日など3社くらいに自分のページをもっておられます。彼は、月に2回くらい首都圏に行っているそうです。「身銭をきらないとわからんこともある」と言って、身銭をきって飲んで遊んでいる（銀座でドンペリをあけて30万ぼったくられたとか）。もともとは関西の人なんですけれども、一橋出身なので首都圏も結構長いんです。それで、「一回、銀座の未来という話をしてくれへんか」というと「そらあんたらより、話を知ってるで」というんで、「ほんなら一回話を聞こうやないか」と言うことで来て頂きました。いままでのレポートを渡しておいたので、夜の盛り場というだけではなく、全体の話をしてくれはると思います。というので、河内さんの紹介を終えましたんで早速よろしく願います。

河内：東京人と関西人がみる銀座のイメージの違いですが、関西人の方が夜のイメージが強く、東京人は昼のショッピングのイメージが強いというのがおもしろかったです。私は12年間、東京に住んでいたんで、昼間の銀座にも親しんでいます。「能楽堂」によく行きました。「歌舞伎座」も東銀座ですね。「博品館劇場」は、「三越劇場」でやっていたものをもう少し軽くおしゃれにしたような芝居をやっていて、おもしろいんです。

わたしは、心齋橋の研究はしていなくて、北新地の研究ばかりなんですけど、北新地が今、夜だけではもたなくなってきました。現に劇団四季のMBS劇場が北新地に入ってきたり、今度、堂島の毎日新聞の旧本社あとに日本最大のジュンク堂の書店ができたり、北新地が昼間の街になってきているので、銀座は参考材料になります。それで、震災以来久しぶりに、また銀座の研究を始めたんですけど、まあ、正直言うと少々がっかりしています。並木通りとかあの辺の街路も、ちょっと照明をこったり、モニュメントを出したりしてるんですが、さほど美しいと思わない。商店主の方が努力しているのはわかるんですが、もうひとつ決定的な効果がでていません。

で、銀座の魅力からいいますと関西の人はあまり指摘しないんですが、空間的に開放感があることです。六本木も渋谷も新宿も空間的にちょっと暑苦しい感じがする。銀座が一番空がよく見えて私は非常に好きです。実はわりと海が近いという感じがかすかに残っています。それに比べたら心斎橋は、ぐちゃぐちゃしていて開放感がないです。私は、阪神間に住んでいるんですけど、阪神間の開放感というのに割と近いのが、繁華街の銀座かなと思います。

20年くらい前、東京でマーケティングをしていたときに面白い調査がありまして、神戸の都心の調査をやったんです。そのとき、ポートピアの前ですが、神戸をよいイメージでとらえた人の中に、神戸の街を「銀座を山の手にしたような街」と数人が同じ言葉で回答していました。これは、三宮か元町かといったらそうじゃなくて、阪急神戸線のイメージがだぶっている。例えば、東京では、親戚の一人が阪急神戸線にいたりすると、芦屋に行ってみてよかった、芦屋は阪急神戸線だから神戸だろうというふうに、イメージがだぶっているところがある。それに比べ、三宮を歩いてみたら言うほどたいしたことないな。今度の震災でテレビ放映された長田なんて、もっと下町だからえらいイメージがちがうんですね。このアンケートにある神戸と言うのは、たぶん阪急神戸線のことだったんですね。

いずれにしても銀座にイメージが近いのは、むしろ六甲南麓の住宅街なんですね。ファッションが一番近いんですよ。保守的で。アダルト嗜好で。そういう意味で今は、銀座と心斎橋の比較というのは大変難しくなってますね。

昔は、銀座と心斎橋とでは、老舗という意味で似ているところがあったんです。70年代以降からミナミがコテコテ・イメージになってきてしまって、心斎橋も高級なイメージがなくなりましたね。特にこの前、一回ほろをはずしてから、パチンコ屋があったりちやちな街並みにみえて。そういう意味では、銀座と心斎橋の比較はこれから難しいだろうという気はします。

銀座はファッションが保守的で、大人の街というイメージがある。阪神間の女性も割と保守的ですから、そういう意味で新しいトレンドというイメージとは、ちょっと違う。この前、テレビで山口洋子の半生というのをやっていました。彼女が銀座で生き抜いてきて、昭和50年代から作詞家に専念して、ときどき店にもどったら、もう銀座がトレンドの街ではなくなっていました。バブルで人は入っているんだけど、六本木の方にトレンドが移っている。よく解りますね。昼間はまだわかりませんが、銀座の夜は、あんまりおもしろくないです。いろんな人に紹介して貰っているいろんな所にはいますが、決定的なクラブがみあたりません。まあ、もっと行ってみないとわかりませんが。

それから、住空間としてみたら、やっぱり、表参道の方がいい。銀座に住んで銀座で遊びたいとはちょっと思わない。やっぱり、表参道か青山に住んで、銀座で遊ぶほうがいいです。というのは、銀座っていうのは東京では珍しく緑の少ないという印象があるからです。関西人が東京に行って、一番驚くのは、意外と緑が多いということなんです。昔は、もっと都心に緑が多かったんです。銀座が一番少ないという印象があり、そういう意味では、銀座は、関西的といったらへんですが、関西人が考える街のイメージに対しての意外性とか、人を驚かそうとするところがない街です。

だけど、うらやましいと思うのは、観劇—歌舞伎座とか三越劇場とか能楽堂とかに行き、帰りにぶらつける雰囲気をもっているところです。これは、渋谷の公園通りとか、池袋の公園の夜に比べて、まだまだ上です。しかし画廊のレベルは落ちてきていると思いますね。一流画廊に行き、内容が低落しているなという印象があります。夜も早いですから、奥深い迫力がなくなってきています。なにが楽しいのか、よくわからないんです。

昼間から夕方の銀座の方が、いまの特徴がでていいる。関西人が未だに抱いているような夜の「すごい」というイメージは、だいぶなくなってきている。日比谷の日生劇場あたりとの一体感があって、銀座と日比谷との区別がなくなってきている。日比谷から銀座にかけては、いわゆる東京の山の手に対応した盛り場という気がします。

これは芝居の話になりますけど、ほんとに東銀座に歌舞伎座をもってきたのは大正解ですね。大阪は、いまだに道頓堀の五座の歴史にこだわって、まだ歌舞伎の劇場を道頓堀につくっている。松竹座は御堂筋に面しているからまだいいんですけど、道頓堀にこだわるというのは、浅草にこだわるようなものでね。年に1、2回浅草で歌舞伎をやるのはいいんですが、常打ちが浅草だったらしんどいですよ。東銀座というのは、田園調布につながるから、銀座線に乗ったら銀座を境に客層が変わります。日本橋から下町風になって、山の手と下町の接点にあるというのは理想的な位置ですよ。下町が育ててきた遺産である歌舞伎を山の手でメセナを形成していくのにあの場所しかなかったんですね。例えば、自由ヶ丘に歌舞伎座があったらちょっと違和感がある。かといって浅草、深川にあって、はやるかといったらそうでもない。歌舞伎座ができたのは、下町ブームがおこるまえでしたからね。銀座の立地というのは、意外に下町と接しているという歴史の厚みを若干感じさせ、しかも山の手客が来る。そういう意味で、あそこに歌舞伎座があるというのがよかったんですね。だから、松竹が昭和6年に、東京の歌舞伎座に対応するものとして千日前に歌舞伎座をつくったんですが、千日前というのは失敗でしたね。これは、中之島か北の新地に造るべきでしたね。阪神間に脱出した客と旧大阪市民との境目になるのはキタなんです。だからフェスティバルホールのあるようなところに歌舞伎座をつくっておけば、大阪の歌舞伎は生き延びられたんですが、その原点にこだわるもんですから失敗したと思うんです。現実に歌舞伎というのはブルジョワジーのパトロンがいなくて無理なわけで、庶民の娯楽なんてウソばかりいっている。庶民性はあるわけですけど、庶民だけでは支えられない娯楽なんです。東京の場合はうまくいきました。旧都心の余力を残すという意味では、劇場の存在というのは銀座では大きいと思いますね。美輪明弘が「さよなら銀座」 という歌をつくりましたが、バブルで土地が高騰するまで、とにかく「銀座」 というぼろっちい喫茶店がシャンソン歌手の檜舞台で、皆そこからデビューしています。永六輔も野坂昭如もみんなあそこですよ。北原みえもデビューしなうして。ライブハウスでも銀座が本家なんです。和歌山出身の日高なみというシャンソン歌手もいます。劇場とかライブハウスとかの力というのは大変大きいと思います。檜舞台はまだまだ銀座、日比谷のほうが他より上だという印象が僕らにはありますよね。

それから、街中にラブホテルがないというのは大事なことです。銀座のセゾン劇

場の上のホテルは、本当はVIP専用ラブホテルにしようとしたらしいんですけど。渋谷みたいに表通りにラブホテルがあるって言うのはどういうもんかと思いますね。裏通りにあるのはいいですけど。そういう意味ではまだステイタスが残っているんだと思います。

もう、はっきり言って、夜中の街ではないんで、昼間から夕方、薄暮にかけての街というのは、はっきりしてますね。山崎正和さんが、「日本にイブニングがないんだ」とよく言っていますが、ようするに、イブニングタイム、昼間の仕事と夜の家庭の世界との境目の夕方の時間を作るには、一番いいところではないかと思いますね。原宿なんてきれいな街で緑も多いですけど、劇場はラフォーレくらいしかなくて、やっぱりそういう意味では薄手ですよ。だから劇場文化というのが銀座では今後も生き延びると思うので、強力に進めていったらどうかと思いますね。テレビに出る芸能人の遊び場は六本木ですが、舞台に出る芸能人のサロンみたいなものを確保していったら重厚感があっていいのではないかと思うんですよ。土地が地上げで苦しくなったんですけど、やっぱり、地のライブハウスは残してほしいですね。ここが本家だというのがほしい。最近六本木はがらが悪くなってきているんで、そういう意味では銀座はまだまだきれいだなあと思いますけど、何か迫力がなくなってきたなと思うのはまちがいないですね。努力していますが、特に成功しているとは思いませんね。意欲はかいますけどね。

自分の中学・高校の同窓会の東京同窓会本部が銀座の交詢社にあるんですけど、ああいう感じを残しておくといいですね。イギリスにあるような、男が集まるようなクラブを残しておくといいですよ。兜町が持っているヒューマンな機能を銀座にもってくる。金融娯楽街にするというのは一つの手かなと思うんです。なんかそういう厚みのある、男のビジネスと夜の世界をもう一回つなぐような。もう複合的にいろいろ交わっていく時で、演劇とか画廊が並んでいるとかいうのがいいんじゃないかなと。やっぱり金が流れこんでこないとどうしようもないですからね。ビッグバンに銀座がどんな役割を果たすかですね。兜町で飲もうという気はしないですし。

我々関西人に一番残念なのは、日生劇場が東京にできたことですね。日生球場、あんなのはいらなかったんですから。日生劇場というのは、設計した村野藤吾は宝塚の人ですし、日本生命は関西の会社ですし。（隠しごとですが、私はもと日本生命の社員として、東京の日比谷の人事部にちょっとだけいたんです。要するに、日生劇場に行きたいために。）日生劇場というのは、日本の近代劇の革命なんですよ。それまでは、労演で何とか会館で、青少年会館とかで、学校巡演で飯食っていた新劇が、桧舞台をはじめもったんです。築地小劇場とか、精神的な桧舞台はあったけど、ほんとに銭がとれ、パトロンがつく桧舞台は、あれが最初なんです。はじめて、新劇でも豪華な劇場に出れるんだ。ロビーで酒が飲めて、絨毯ひいてあって、そんなのができる。ブルジョワジーにふさわしい近代劇がはじめて、あそこにできたんです。近代劇はそれまでプロレタリアートの演劇でしたから。あれは銀座じゃなくて、日比谷ですが、高度成長期以降の銀座のステイタスを保ってきたのはあの辺のせんですね。越路吹雪のリサイタルをみて、銀座行って、お茶飲んで、帰ると。それまでの銀座は、私は子供の時でよくわかりませんが、そういうプチブル層というのを完璧にうまく取り込んでいたわけではありません

でした。いろんな専門店や、いろんな集合体であり、クラブの街であった。ところが、ある一定水準の婦人層がたくさん来はじめるようになったのは、観劇が大きいですよ。特に阪急グループが日比谷に阪急村をつくって、宝塚劇場これはちょっとぼろっちいですが、芸術座と帝劇を再築して、それから日生が日比谷に乗り込んできました。劇団四季なんか、私が会社にいたときは、ちっとも客が入りませんでした。越路吹雪のワンマンショーは超満員で、その後ろのバックステージで踊っているのが劇団四季でしたから。あの時に浅利慶太が宝塚風のエンターテイメントをだいぶ吸収したんです。それによって客がずいぶん入るようになって、割と堅苦しい芝居から、陽気な芝居をやるようになってきました。日生劇場の客というものは、これは昼下がりから薄暮にかけての奥方連中、この奥方連中が住んでいるのがだいたい青山とか代官山ですから、これを掴んだらよかったです。関西の場合そういう街ができなかったんです。芦屋マダムのお金を使いきれぬ街というのは、もうひとつできませんでした。心齋橋やミナミからちょっと家は離れている。キタの新地は夜だけ。阪急三番街は、これはちょっとアダルトの行く街ではないし。神戸の元町は若干そうですけど、元町には演劇がありません。買い物と食事くらいです。阪急がほんとは、宝塚を出たスターをもう一回再活用して、梅田コマをそういう劇場にする予定だったんです。ところが大衆化時代に突入して、団体客の時代に突入したもんですから、コマが豪華なイメージになりませんでした。しいていうとフェスティバルホールの周りに北新地や堂島がうまく昼間の街をつくりあげていたら、その周辺で、金を使う街ができていたんですが、もうひとつなりきれませんでした。

こんど兵庫県が西宮北口に芸術文化センターをつくるんですが、（恐ろしいことに、私がプロデュースにかかわることになっているんです。）ここに阪急グループのホテルが進出してドッキングします。ニチイ、マイカルグループも若干噛んでいます。で、これが成功すれば、だいぶん昔よりは金がなくなってきたけど、ともかく阪神間の連中が金を使う場所になるだろうということになっています。ホテルというのは、宿泊だけでは儲からないじゃないですか。企業の法人のパーティーが主な収入でしょ。ところが阪神間は、市民では、金をもっているのが多いけど、企業はあんまりない。それで、結局、女学院とか甲南とかの同窓会の事務局をおこうというという説がありましてね。全部代行するんです（同窓会の幹事はみんな迷惑していますからね、あんなしんどいの）。それと観劇をバックにする。今、その研究をはじめたところなんです。

銀座はとにかく山の手と下町の接点であり、新旧の接点であり、年代的にも割合接点があります。非常にうまくリンクしてきました。そういう意味では江戸と東京の接点なんです。あそこでなければ歌舞伎は保存できなかったでしょうね。松竹は、東京進出には非常にいい場所を選んだなあ。今度、千日前の歌舞伎座から半世紀へて、松竹座が改築したわけですが、今は交通が便利になったので阪神間や北大阪が近いから、あれはあれで採算がとれるんじゃないかと思えます。

苦勞して身銭きって調べたんですが、銀座のクラブの料金は、北新地の1.7倍から1.8倍くらいしますね。新地が27000円くらいの所を48000円という感じですね。でも、北新地も17000円とかいう店も増えてます。この前、梅宮辰夫の話を聞いていたら、昭和42～43年くらいでも、座るだけで4万から5万くらいとっていたとっていました。昭和

40年代ですからね、銀座がいかにすごかったか。

高田 : そっから上がってないんですか？バブルの一時期は無茶したんでしょ。

河内 : それは無茶しました。それでダメになったんですから。昔の写真を見せてくれましたけど、4万円とれるだけのホステスが並んでますよ。今は全然ちがいます。バブルの頃は、並より不細工なホステスで、客が酒をついで、何万と取られるんだから、全く意味不明です。バブルの時は北新地でも、道ですれちがったときに、あんまり人が多いので肩がすれて喧嘩になった。道が狭いというのは、あれはあれでおもしろい。伊勢戸佐一郎さんの説では、北新地は昔、川を埋めたから、本通りがカーブしている、それがいいんだと。後ろでいやな奴が来たら、すっとそれるといので。

高田 : 銀座は逃げようがないな。

長谷川 : 路地に入るくらいかな。

河内 : 銀座のホステスの方が、やっぱり、地方から来ている子が多いので生活がたいへんですね。OLやっけていても、トレンドドラマを見すぎて東京に来るために、20代のOLが代官山の2LDKのマンションに住んでる幻想をもってますから。ところが家風呂のあるような所に住めるはずがありません。そんな生活がしたいから、夜の仕事をやる。昼夜働いていたら、絶対しんどいから夜の仕事だけになる。しばらくは、あの人らホステスを専業とはあんまり言わないわけですけど。実際そうなりますね。関西の場合はずるいんで、自宅通いのホステスが多いわけで、親も半分見て見ぬ振りをしているんです。実際、家から通っているから金があるんですよ。客が行方不明になったら、その客の借金は全部背負うシステムがあって、銀座のホステスの中には、借金に追われて、吉原に行くというのが実際にあります。バブルがはじけたときに、大阪でも北新地から飛田新地に流れたというのはありましたけど、数はしれているようです。

わたしが25才くらいの時にね、京都から始まったノーパン喫茶が、銀座に現れたんですよ。4ヶ月くらいで、おいだされましたね。近所から猛反対があつて。客もあんまりはいらなかったみたいでしたけど。ぼくは興味があつて行ってみたけど、これが、もうけばい装飾で、なんか小錦みたいなおばはんがでてきて、あれは、ちょっとレベルが低すぎた。

ライブハウスのことですが、クラブと区別が付かないようなのが多くて、高いんです。それもいい店がありましてね。

高田 : ライブハウスというのはジャズですか？

河内 : ジャズもありますが、クラブ歌手ね。赤坂にくらべて店は狭いんですよ。だけどちょっと格がある。ここで、シャンソン歌手の女の子も懸命にパトロンを探してました。色の世界と芸能とがつながっている、銀座は、いいサンプルですね。テレビの芸能界でない芸能界。やっぱりそういうのは残してほしいな。だいたい太夫という言葉が、売色と芸能が同じルーツやとゆうのをあらわしています。文楽で呼ぶようになって何か太夫という芸人であり、花魁の名前でもあるというのは全くそうなんです。日本の太夫と水商売の発祥の地は、神崎川の辺あたりだと思います。

芸能というのにセックスアピールがなくなったら、おしまいですね。今、歌舞伎の頂点にたっている女形の6代目の中村歌右衛門、その親父さんの5代目歌右衛門が、歌舞

伎界で生涯一度も客に買われなかった最初の人だという説があります。昭和のはじめ、昭和15年まで生きた人です。鉛毒で足が立たなくなった人で、足腰が立たないから淀君ばかりやっていた人です。これは名優ですけど。つまり明治のはじめまで歌舞伎役者は、客をとっているといえますから、若いときは売色で生計を立てていた。

高田 : もちろん客と言うのは女をとるわけですか？

河内 : 両方です。日本ほど男色の開放的な国はないですから。

高田 : 歌舞伎そのものがそうやもんね。

河内 : 全くそうなんです。実は今、まだ大衆演劇の世界でそのようなことをやっています。ようするに、歳をとってきて体を売れなくなってきたときに芸がない奴は落ちぶれていくわけで、芸のある奴は、名優として名が残る。わかりやすく、全く合理的なシステムなんです。はっきりいえば、女優さんもそうです。銀座のビルのオーナーは、昔は女優のパトロンになるということがひとつのステータスみたいになっていて、ほとんどがそうでした。今でも半分ぐらいがそうですね。そういう世界を銀座に残していくというのは、裏街道でいるんじゃないかと思えます。もちろんそのために、劇場という演劇の世界もいるんじゃないかと思えます。舞台女優なんて、きれいじゃないですよ。歳ですよ。舞台に出て何百人という人が見ている女優の体を所有しているのは自分だというその喜びだけでしょ。芸能のパトロンの原点は、ここだと思えます。最近みんな歳とったら女にあきて、男のパトロンになりたがる。同性愛じゃなくてね。永田ラッパがその典型でした。ロッテオリオンズの社長、あれが結局ねえ、男に金をつぎ込んだら女よりたいへんやと。

高田 : 男ってゆうたら相撲取りなんかもそうですね？

河内 : そうです。野球選手なんかもみんなそうですね。パトロネージというのが生きているのは、銀座じゃないですかね。東京も吉本化しましたからね。銀座に吉本も入っていったんですが。今、銀座も北新地も庶民的でない街というのでいっぺん提携くんでみたいですね。そういう街を1個くらい残してみたいというか。大阪なんか、みんな庶民の街といっているから、ひとつくらい気取った街はないのかと言いたくなる。

高田 : その時に税法上の問題とかあるわけですよ。今、メセナというのは、ぜんぶ表にでる話ならなんとかなるわけやけど、パトロネージというのは、どないしますねん。例えば京都の祇園でも、このごろの舞子は2~3回くらい水揚げするんです。1回目2,000万、2回目1,000万とかになるわけです。そうでないとやっぱりもたへんのですよね。

河内 : この前、NHKラジオで「接待」という番組を角野さんと橋爪さんと3人でつくったんです。日本の接待という文化は生き残ると思うんです。人間が接待したいという楽しみは。問題は法人接待です。70年代ぐらいまでは、だんな遊びの大衆化で、社用族というのは、まだ日本経済にはプラスだったと思うんです。普通のサラリーマンでもちよっといい会社にはいって頑張ったらああゆう店にいける。これがある意味で励みになってたけど、80年代以降は惰性で、誰の金を使っているのかわからないような法人接待。昼間のインサイダー取引をかかえているけれども、夜もインサイダー接待みたいで個人の顔がみえないです。身銭を切る楽しみや苦しみがわからない社長ばかりで、経済なんて持ち直すはずがない。だからベンチャービジネスが焦点になってきます。税

制もかえていかなあかんでしょ。

高田 : ベンチャービジネスゆうたかて、全部表に出ていってしまうからね。

河内 : 領収書遊びですからね。だから、文化の世界でも、誰か大成功する必要がありますね。ブロードウェイとかウエストエンドのプロデューサーみたいなのがでてこないかんわね。

長谷川 : そういう意味では逆に、明治以降、文人なんかは銀座に集まってましたね。関西と比べてどうなんですかね。

河内 : まだ残っているだけうらやましいですね。関西ではほんとに減りましたよ。少しはありますけどね。私は、直木賞の発表の日なんかは、関西でも皆で発表を待っているような店をつくりたいと運動してるんですが。これはまだ、東京に行って文士になって、銀座で飲みたいというのを楽しみにしている人がいますからね。小説家っていうのは、そういうやぼったいエネルギーがいるんですよ。評論家とちがって、小説家っていうのは、田舎者じゃなきゃだめなんですよ。小説家っていうのは、信じられないようなミーハーなやぼったさがあるんです。

高田 : 京都からは、小説家っていうの絶対でない。一人もおらへん。

河内 : 小説というのは、恥をかくことですからね。

高田 : 小松左京ぐらいです。あとは、野間宏とかね。でも京都市内からはでないでしょ。

河内 : 今、関西の小説家は、ほとんど阪神間に在住なんです。住みやすいということと、リゾート感覚というか、気楽に住めるという2種類の意味があるんです。新地も眉村卓さんとか阿部牧郎さんがいつも行っている店とか、あることはあるんですがね。文士がたむろする場所にならないんです。はっきりいって、皆遊ばなくなってますわ。

高田 : それはなんですか。

河内 : やっぱ、ある時期からですが、普通より女好きは東京に集まるようになった。そらそうだと思いますよ。東京の方が、単純に女が多いんだから。

それから、関西にいとフォーカスされないんですよ。やっぱり、東京ばかりでしょ。私ら程度の知名度でも東京で遊び歩いてると絶対フォーカスされますよ。若人あきらとか、あんなんで、ワイドショーで半月やるんだから。そういうのがいややゆうのもあるから、それでこっちにいるというのはありますね。

長谷川 : 距離をおくんですね。

河内 : でもねえ、私でも一度東京に戻ろうと思った時期があったんです。しかし、干渉されるのがいややったし、そこまでしたくない。まあ銀座には、文士の文化がまだ活着しているでしょうね。

長谷川 : 渡辺淳一とかね。

河内 : それは大きいですよ。

長谷川 : ちょっと視点が変わるんですが、関西からみた銀座というのとはちがうんだけど、外国人からみた銀座というのは、どのようにごらんになってますかね。

河内 : 昼間の世界だと思っんですよ。パリのチボリだと思って来ていて、昼間って、まあまあそんなものだろうなと思ってみているんです。まあ高級な店もあるし。夜の接

待というのは解らないでしょうね。北新地なんて夜しかないから。どないなってるんやてね。外国人にとって六本木は夜の街に見えるでしょうけど。

高田 : 逆に日本人がパリに行ってね、サンドニなんかで遊ぼうなんて気にはなかなかならんのですね。モンマルトルだって、ある程度、観光客に向けたクラブみたいなのがないとなかなか入りにくい。

長谷川 : 高いですしね。

河内 : 一応、銀座は安全な印象があるでしょうね。ぼんびきがないんですから。

びっくりしたのが、東京タワーのライトアップですね。すごく格調のある東京タワーになって、六本木のイメージがかわりました。石井幹子さんはさすがやと思いますね。銀座もライトアップをもっと研究しないといけませんね。少なくともある時間以上はストロボたいたらあかん。銀座もライトアップにかけてみたらどうでしょうか。

高田 : 大阪城も変わりました。今日もここから見えますけどね。なかなかものすごいですな。

河内 : センスいいですな。よく勉強してますよ。オスロに行って研究しているから、ああいう淡い光の使い方がうまい。岸和田城に行ったらセンターライトをこうこうとたいてました。

高田 : パチンコ屋みたいになる。

長谷川 : 具体的に銀座のどのあたりのライトアップが必要なのですか？

河内 : そのビルの研究がいますね。実は、歌舞伎座もライトアップしてるんですよ。これも悪くないと思います。意外といっぱいあると思いますよ。もうちょっと東洋的な日本的なデザインを復活させてもいいでしょう。

高田 : (服部) 時計屋はどうなんですか？

河内 : 時計屋も一応やってます。

高田 : 三越はどうですか？

長谷川 : 銀座4丁目の方はやってない。

河内 : 百貨店も、もっとやったらいいんじゃないですか。

市川 : あんまり印象に残ってないですね。

河内 : ある程度、周りが暗くないとだめです。周りが明るいというのは問題ありません。

長谷川 : 昔、森永ミルクキャラメルとか。

高田 : そういう話を聞くと、全然スケールはちがうんですが、伊勢のおかげ横町、これは全部ファサードを変えていったわけでしょ。

長谷川 : ガスのね

高田 : 銀座の煉瓦街からはじまってかなり近代建築が増えているでしょ。こちらに近い方の近代建築というのはライトアップに非常に耐えにくい。新たにビルを建てるときにはライトアップに耐えるような、イブニングに美しいようなファサードが必要です。近代というのはそういう意味で言うと徹底的に昼間嗜好でしょ。もうぼつぼつ建て直しの時期がきていると思うんですよ。そういう意味で、魅力が出てくるようなビルを考えないと。高度成長期前半には、豆腐みたいなビルばかり建てたわけで、この大阪なん

かもひどい。ここのところにも4つ建っているんですが、これをライトアップしたって、「こらなんやねん」とこうなるわけですね。

河内 : 名前を出せば、駅前第1ビルや第2ビルなんて最低ですわ。

高田 : ライトアップというのは、ある意味でいうと近代日本の初期化というか中世化といいますか、こういう要素がいるという風に一般化できる。

河内 : 近代初頭はいい建物がありましたからね。

長谷川 : 横浜なんかは残っています。

高田 : ただ、今やったらめっちゃめっちゃ金がかかると思う。

河内 : ライトアップはもっともっと研究してもいいですね。光というのは大きいテーマです。

長谷川 : そういう意味では銀座というのは、今までの視点からすると、多くある街並みの中で別格のようなイメージがあったんです。しかし、我々の研究の中で、もう普通の街と同じなんだと、ただその中でも普通の街の中のトップという印象もあるんです。銀座の将来のイメージが、普通の街のトップになるのか、別格というようになっていくのか、その辺はどのようにお考えですか？

つまり、銀座というのは、日本人にとって違う空間というイメージがあったんですが、そうじゃなくて他の街と同じなんだけど、一步先を行っているようなイメージの街になっていくのか。

河内 : 別格になる必要はあるんですが、その、一步先というのがね。トレンドを追ってもキリがないし、六本木のほうがもっと上ですんでね。実はトレンドを研究しているんだけど、ほんとはトレンド追っているんだけど、トレンドを追わないというふうに見せるトレンドですね。それがほんとのトレンドです。それしかないんじゃないかと思えますね。

長谷川 : そういうことに耐えられますかね。これからの銀座。

河内 : たいへんですけどもね。

高田 : この前からすでに話題にのぼってますけれど、首都東京が、地方自治をあえて地方自治というんですが、自治能力をどのように持っていくのか。つまり収奪されている道府県の地方分権をいっているわけですよ。今、日本全体をもたそうと思ったら、東京都も地域自治をきちんとやる必要があります。関西独立論というのは、ずっとあるんですよ。阪神大震災以前に、関西で緩やかな独立というような話をすると、良識あるビジネスマンは、せせら笑ってた。震災以後、言っても誰も笑わない、かなりの人がうなずく。だから、首都東京も首都があるがゆえに自ら、別格になっていく、あるいは、一つの独立した考え方をもった都市として自立できないというジレンマがぼつぼつできてくるんじゃないかと思うんですよ。例えば、銀座が河内さんの話でパトロネージュによって文化を生み出していく街なる、これができないんですね。現在の日本の中産階級政策のなかでは、現実にはできない。どこかに妙な富の偏在がないことには、できないわけでしょ。例えばアメリカのラスベガスでは、「我が市は無税である」「法人税はかけない」という戦略をとったら、世界中のホテル産業が集まってくる。これが、テーマホテルになっていく。いままでのギャンブルで成り立っていた街から離脱することが

できるようになったのは、ラスベガスの場合は、自分らで自分らの都市の責任をとっていくという地域自治が可能だったからです。今、ラスベガスでは、毎月3千人くらいの雇用が新たに生じています。人口増加が1万人。ところがそれを銀座でやろうと思っても今の中産階級化政策ではできない。首都東京のある区域は、税法に対して、治外法権みたいな構造がほんとにできるのかどうか疑問やね。今、大阪は横浜と競ってオリンピックをひっぱるんやとっているんですが、実現するためには、だいたい領収書のいらぬ金が100億円いる。これは、土建屋がらみですから、金はどっかからでてくるんですよ。その100億の金を人間にばらまく。例えば僕は300人でいいと思うんですが、個人企業家300人に神戸の街へおいでよと、ひとり3000万円ずつかみ金をやる、そのかわり何年かここで住め、というふうな募集をする。まあ3000万がいいかわからないんですが、情報と文化の楽市楽座にするから、銭も3000万わたす、好きなようにやれ、税金もいらぬ、というふうなイベントをやれば、かつての代理店がやっていた囲い込み型のイベントとは全然違うイベントができますよということを言ったら、役人のなかにそれはいいという人はいるんやけど実際には絶対でけへん。銀座が別格になるという時には、そういう国家レベルの税制の問題とか政治行政の問題とか考えなければならぬところまで来てる。逆にその銀座がぼっしゃってしまったら日本は売りもんあれへんで、というふうなレベルの話になって来てるんじゃないだろうか。

例えば、第二次世界大戦のあとに、伊豆大島は独立するというので憲法をつくったでしょ。これは、短くて、ものすごくよくできている憲法なんです。だから、大島あたりが治外法権的に独立して、いい環境の中で、銀座を支える金持ち層が伊豆大島に住んで、そういうファンタジーができあがります。ちょっと遠いですけど、ヘリコプターと新幹線を使ったら簡単につくわけでしょ。

河内 : 高速フェリーがつく。

高田 : 河内さんがいったようにそういうスケールで結びつかなかったらどうしようもないという感じがしたんですが、むちゃくちゃですかね。

長谷川 : 銀座そのものが大衆化してきたんですよ。

河内 : 税制の問題で大衆化しているわけで、旦那がいなくなったときには、ある程度知性でカバーする、なにか高級イメージを保つ、せめて知的なもので、プールするか、そういうものの小出しを私はしているわけですが、

高田 : 大衆化で日本の文明ってここまで成功してきたんですよ。また、いつか大衆化路線をとるんやと思うんですよ。突出した文化が出てきたときに、それがまた大衆化社会に広がっていく。1985年のプラザ合意ぐらいで日本は鎖国して100年間取り入れてきた西洋文化みたいな物を全部もう一度、階層化していく社会のなかで作り直して、次の時代を開くという、そういうスケールの問題のたてかたをしないことには、どうにもならんぞと言う感じをもっている。

河内 : まあ、文化的には、日本にもストックがあるんですけどね。そのシステム化ができない。うまく使えない。かなりストックがあると僕はみているんですけど。

長谷川 : 何が悪いんですかね？仕組みですかね？

河内 : まあそうですね。いままで、成功してきた理由が、逆にこれからはマイナス

になるんですかね。

長谷川：今日のお話でいうと、富の偏在というのをあえて起こすような仕掛けをしないと、次のところにはいかないわけですよ。ポテンシャルをもたないとね。今の標準のサラリーマンの給料では。

高田：いや、実はね、そういうことが変わるきっかけが、例えば江戸時代から200年遅れくらいで、アメリカのシリコンバレーで起こっているわけでしょ。つまりシリコンバレーでやってるシステムというのは江戸にあったシステムだと僕はみています。個人企業家がいろいろ出てきてネットワークを組んで、ベンチャーを組んで金をもうける。決して大企業をつくるんじゃないかって、知恵さえあればがばっと金が集まるという仕組みです。まさに江戸の街なんてそうでしょ。

長谷川：そういうのが集まってきてね。200年の間に結果として老舗が誕生した。

高田：そういう図式が書けないかなと思っているんですが。

河内：自分で金を使えるのは、そういう連中ですわね。

高田：ベンチャーとってはったんは、そういうタイプのベンチャーやと思うんですよ。

長谷川：先ほどの河内さんの話で自分で身銭きらないとわからない。

河内：経営者がだめになったのは、それがあと思うんですよ。最後の直感がなくなってきたんですよ。すべてそうでしょ、指示をあおぐというか自分で決めない。

高田：大衆の側はそれに対応していて、これも阪神大震災以後、国はなんにもしてくれない、だから身銭をきって阪神をなんとかせなあかんと。こないだ石油があふれたときも、結局みんな身銭をきって石油を汲みにいっているわけでしょ。国家はなんにもしなかった。藤本さんの『ポケベル少女革命』（エトレ出版)というの、文字どおりそういう話なんやな。

藤本：まあそうですね。大衆化しているけれども大衆はそれぞれ考えていると。

河内：ただ、日本人というのは、突然変わるんですよ。もしかしたら変えられる可能性がある。変わるときには変わるんでね。まだ本当の圧力がかかっていない。

高田：どこかわるやろ一番に。

河内：国際紛争でも起こってきたら、いっぺんに変わりますよ。

高田：だからさっき鎖国やとってたのも、鎖国と開国の変わり目というのは、ものすごくドラマチックでしょ。

高田：遣隋使からはじめて、遣唐使でホンマにピシャッと閉めてしまうわけでしょ。で、ひらがなができ、かたかなができ、鎌倉仏教ができ、律令制をねじまげると、それで400年くらいいくわけでしょ。16世紀半ばにポルトガルがきたら100年間パッと開ける。1639年にピシャッと閉めるでしょ。その260年の間に、トランプから花札をつくり、フリッターからてんぷらをつくり。

長谷川：独自の物に変えていく訳ですよ。

高田：で、19世紀の半ばにピシャッと開けたら、貞操観念ゼロの女みたいな感じですよ。120年間。

長谷川：高田さんが言っている鎖国というのは、大変おもしろいと思うんだけど、現実問題としてはどうですかね。

高田：やはり、バーチャル鎖国しかない。バーチャル鎖国というのは、日本の国土をいくつかの自治区に分けて、それぞれ勝手にやっていくことでも可能になる。各々の地域で稼いだ錢をおれらが使えとなると日本人の対応が変わると思う。鎖国という見立てをする一種のバーチャルです。今日の話に全面的にのったらそれしかない。

長谷川：全員というわけではないけれど、銀座の人が危機感をもっているのは当然なんですけどね。

高田：だけど僕は近代の日本をみていたら、どこかに突出したものがあったんだと思うんです。突出したところというのは、だめになっていく。典型的なのが京都です。第二次世界大戦直後に、首都東京は焼け野原でしょ。大阪、神戸も焼け野原でしょ。唯一焼け残った京都は何をしたかという、京都物産協会というのをつくって、織物、工芸、漆器の全国巡業をやるんですよ。そうすると我が日本にはこんなすばらしい文化があったのかとその刺激をうけて、また全国で物産づくり運動が起こってくる。京都がこれで食えると思った。それで、ある代議士が「古都」というのをつくった、この時点で凍結されたんです。今、その残りで食っている。17世紀の遺産で食っているといっていると思います。その上、根っここのところが腐ってきて、どうしようもなくなっているから、今はまだ、京都を外からみている人はなかなかいいと言う評価をしはるんですが、内部はめっちゃくちゃですわ。

河内：それでも、近代当初の京都は、わりと頑張りましたけど。明治、大正は。幕末の争乱でさら地になりましたから。

高田：それが第二次世界大戦後、ダメになるわけでしょ。そういう意味でいうと銀座もそれによく似た状況になっている。

長谷川：構造的にはね。

河内：昔の大阪もそうしてダメになったんですね。今度は阪神間もついに（阪神大震災で）だいぶやられてますもんね。

高田：阪神間は、これからほとんどがバラックになっていくさかいにね。

河内：最大の危機でしょう。この前の戦争でも立ち直ったのに。

高田：だから、関西の山の手がなくなってしまう可能性がある。

高田：そうとうむちゃくちゃな話になってきたんで、もうちょっとブレイクダウンして銀座の話をしなないとまずいですね。

河内：なにか質問していただければ。まだ何の話をしていいかあやふやなところがありますんでね。知ってることをお答えしますが。

高田：銀座というのは、日本の首都の最大の繁華街で商店街で、プレステージのあるところですよ。今後、例えば大阪の北新地のまわりにもそういう繁華街ができて、劇場ができて、というふうなことを考えていかなあかん。首都東京が地域自治ということをしていってくればと大変ありがたい。緩やかな連邦と。

河内：浅草のおかみさんが、素人さんの女の子に三味線を習わせてコンパニオン芸者の派遣をやってますよね。銀座の水商売も、今後どうやって生き残っていくかという

勉強会がいろいろありますね。新橋が横にあるんで、若干、花柳界の現代版を残して欲しい。

高田 : やっぱりフジヤマ・ゲイシャという言葉はまだ生きていますか？

河内 : 個性というのは、なんらかの形で引き継がないともったいない。

高田 : 花柳界で生き延びているところはみんな検番を残しているんです。新地でも銀座でもバーのシステムの中に検番ていうのがないでしょ。これはマダムの方でいままでやってきた。才覚のあるマダムがいなくなったら確実にだめになる。

河内 : 僕は21世紀に日本がいろいろ生き延びる方向を考えていたんですが、水商売というのはやはり捨てがたいです。外国人は、日本に水商売というイメージをもっていますよ。これをなんらかの形で、形を変えてでも残しておかないと。とにかく長所と短所なんていうのは、裏表なんで、どっちか消したら消えてしまうんですよ。そのまま生き残していかないと。

長谷川 : 両方ね。

河内 : 民族の偉大な欠点というのは、偉大な長所とセットなんです。フジヤマ・ゲイシャなんていう根付いてしまったものというのは、形を変えても、残して行かないともったいないです。

高田 : 僕は一貫して、芸者みたいな商売でね、接客業しかやったことがない。

河内 : いや文化人はほとんどみんなそうです。僕ら、ほとんど芸者みたいなもので、どこの座敷でも、呼ばれたら行く。もともと芸者とは男なんです。

高田 : 今日の河内さんの話で、銀座にとってもう少しブレイクダウンした、小さい領域の話になると、芸能と劇場というのがすごく大きなキーワードになりそうですね。

河内 : 芝居だけじゃなくて、ショーとか全部ね。

高田 : 僕らの学校のゼミ、これは、良家というか、中産階級の子女を預かっています。昔から女子学生が好きやったかどうか知らんけど、とにかく彼女たちには、ミュージカルのおたくが多い。

河内 : 増えましたね。オペラは増えませんが。

高田 : だから、中上層のサラリーマンのところみんな嫁に行くわけでしょ。大金儲けするベンチャービジネスの解説者なんかとは、たぶん一緒にならんと思う。親がそんな海のものとも山のものともわからん人とはやめときとこうなるからね。一方で、役者を買うとか、芸能人を買うとかいう、ようわからないけど漏れ聞こえてくるようなあやしげな話しが聞こえる街に興味を示している。

河内 : 大衆化というか、中流化というか。

高田 : その辺の大衆化した芸能の世界ですよ。

河内 : 実際、日生劇場はそうなんです。女性が、芝居を観に行くのに日比谷に行く。それが、博品館とか銀座までのびてきています。もっともっと広がってきてもいいんですけどね。

長谷川 : 一方で違う視点に変えていくと、だんだん、世代が変わって、団塊の世代あたりが、40代後半から50代に差しかかってくる。次の10年ぐらいを考えていくとその世代が60代に入っていきます。すると、当然人間が担っていくわけだから、いままでの生い立ちから考えていくと、ある種の価値とか、いままで銀座のシステムをうまく成り

立たせていたような価値として、仮に彼らに金があったとしても、その気になっていく形になるのかなと。

河内 : 団塊の世代は、ちょっと違いますよね。

高田 : この辺が、今日のテーマとわりあい近いのかなと思いますが、団塊の世代はこれから何に金使いよるんやと。ちょっとこの話しは聞きたいと思ったんですが、団塊の世代が、金を使うようになっていった時に、銀座でどんな金の使い方をするのか。

長谷川 : みんなもういい子だから、早く帰っちゃうんですよね。10:00くらいには帰って、うちでという感じでしょ。

河内 : 今日ここに持ってきた「阪神観プレス」は、昨年震災復興で作って見たんです。『ぴあ』とか若い人のイベント情報誌はいっぱいあるんで、中高年用のイベント情報誌を作ってみたんですけど。まだ手作りの感じですが。

赤岡 : これは会費制なんですか？また、会員は何人くらいいるのですか？

河内 : 今、まだ300数十人です。まだまだ採算とれないんで自腹きってます。もしよろしければお入りいただいて。我々、全然振り込みを信用してなくて、引き落としなんです。

高田 : 年間3000円？安いね。そら、赤字やわ。

河内 : 行政区間をとっばらって大阪から神戸までを網羅しています。だいたい阪神間の客というのは、大阪はだいたい消費圏ですから。縦割りをとっばらった。

高田 : この話しを聴いたうえで、銀座の立地とこういう事業との間に、整合性がでてくるのかなあと。銀座は、立地的にいうとしんどい問題を抱えている。お台場というのは中産階級でしょ。お台場から銀座には遊びにくるんですか？

河内 : 遠いという印象ではないですね。

長谷川 : 銀座のユーザーが変わってくるわけだから。

市川 : 天王洲アイルとかも周辺にできちゃいましたし。

長谷川 : 銀座も将来は、安楽死するんじゃないかと。

河内 : ひとつ間違うと、そういう可能性もありますね。

長谷川 : 結局、銀座は昔の面影だけを偲ぶ人だけがやってきて、最後は、もう誰も見向きなくなり、廃墟になっていく。そういう説もあります。

高田 : 銀座だけでなく日本全体の問題でもある。その時に、さっきミュージカルの話をしたんですが、ミュージカルはどんどんできるけれども洋物の輸入と言うケースがものすごく多いわけでしょ。日本は、アメリカの映画産業と芸能産業の草刈り場になっています。ヨーロッパのオペラの草刈り場に、わざわざ立候補する名古屋みたいな街も出てくる。いったいこれから何を売るのかという問題がでてくるわけですよ。電子テクノロジーの連中は、未だにコンテンツということが全然わからずに、一種の機械情報産業社会しか考えていない。大変危機的な問題です。従来 of 歌舞伎そのまま生きていけるのかも、かなりしんどい問題があります。歌舞伎の世界みたいな日本の伝統芸能をどう現代化し、どこで事業を行っていくのかということになってきます。ひとつは、大阪で、舞台芸術総合センターという話しもでてくるんですが、なかなかできません。

例えば、銀座では、非常によくわかるんだけど、新と旧、山の手と下町、海と

陸が出会う接点という境界性があるわけですね。その境界性というのが、近代都市では、非常に見えにくくなっています。そういう境界性を演出することで伝統的な日本の芸能に新たな力を吹き込むということが銀座でできるのか？どうですか？

河内：看板をつくるという意味で、宮本亜門を銀座の顔にしたらいい。彼は、新橋の花柳界に生まれた人で、子供の時から、歌舞伎、新派をみまくって、そのセンスが彼のショーミュージカルに生きてるんですね。宮本亜門は、独特なセンスをもっていて、東京の伝統的な軽みみたいなものを表現できる人です。

高田：今、どの辺を中心にして、活動しているんですか？

河内：日生でもセゾンでもやっている。

高田：銀座で買うてしもたらいい。

河内：彼が、日本で成功しているのは、第一に小劇場ミュージカルがうまいからです。日本は、オペラでもバレエでも小劇場だったら、結構おもしろくて、繊細なものができるから、宮本亜門みたいなのを看板に使ったらおもしろいと思います。

高田：宮本亜門の小劇場に向いてるといえるのは、ものすごくいいと思います。今、古い小劇場がどんどん復興してきています。古い建物が。そうすると全国行脚ができる。四国なんか、農村舞台なんかがたくさんあるんで、東京から客を連れて、例えば琴平の金比羅座のようなところでイベントをやる。実は本拠は、銀座にあるんだという演出をやったら、宮本亜門はかなり喜ぶでしょ。

河内：宮本亜門は、昔風の芝居小屋でもわりとそんなことがやれるようなセンスをもっています。まあ実際には、ミュージカルをやっているんですけど、銀座を思い切ってミュージカルの拠点にしてもいいですね。下北沢でも暑苦しいですから、そういう意味では、銀座のほうがまだまだ。案外、舞台芸術しかないと思う気がします。ショッピングだとか、イベントだとかは、もう銀座でなくても。

高田：そうなってくるともう一つは映画の問題がでてくる。映画のロードショウを最初どこでやるのか。映画を写すにたりる街並みがあるか。シカゴはそれで今のびていて、ものすごく元気になっている。もともとシカゴは映画の街だったけれどもハリウッドにとられるわけでしょう。これではいかんといっているので、80年代からものすごく映画に力を入れた。トロントがそれで蘇った。と言うふうな意味でいうと、さっきのライトアップの話も映画の舞台になるような街。そうする芸能路線でかなりいけると。

三宅：今、小劇場というのはどれくらいあるんですか？

市川：小劇場というのは、あまり残ってないですよ。映画館だって全然ないでしょ。

三宅：当然、僕は、行ったことがないんですけど、僕らが名前は知っていても、今はないやつばかりです。

市川：日比谷周辺では頑張っていますが、銀座の中にはないです。

河内：銀座はセゾン劇場がまだある。

高田：河内さんの本業が演劇評論家やからね。

三宅：なんでそんなことをいうかといったら、僕らの上の世代で、学生時代と就職してすこし東京に住んでた人に聞いてみたら、ちょっと学生時代に無理をしてでも彼女を連れて、お芝居みて、食事して、必ず毎日でも、そういう体験ができた。それがもう

なくなると彼が言うんですね。ちょっと背伸びしても、行けるところがあって、お芝居でもなんでもみて、食事して帰れる。そういう銀座は、もう無理なのかなと。もう、池袋や渋谷の後追いを無理にやっても、あんなところは、人が集まっているようでも単価1000円か1500円しか落としていないんだから、今さら銀座をそんなふうに変えていってもしようがないやろうと。

高田 : 宮本亜門やったら、もうちょっと銭がとれる。

三宅 : 当面ということになったら、もうちょっと単価あたりのお金を落としてくれるような仕掛けを考えるとということと、将来的に大きな展望と、長期のスパンを考えると税制の問題とか地域自治とかいっぱいできてきます。

高田 : そうなってくると、マルチメディアのコンテンツインダストリーの舞台装置作りやと。

長谷川 : それぐらいの働きかけでやらないといいものがない。

河内 : 吉本なんて、いまだどうなっているんですか？銀座には行ってきて、それなりにやっているんですかね。

長谷川 : 銀座というのは、おもしろい仕組みがあって、例えば、銀座4丁目の一番の目抜き通りのところにハンバーガー屋さんができたり、バブルのはじめの頃に、洋服のアオキができて、はじめは、わっと評判をよびますが、長い時間経つとスクリーニングされて自然淘汰される、そういう浄化作用がある街ですね。ハンバーガー屋さんも結局は、手をひいて、アオキも閑古鳥が泣いていて、あまり客が来ていない。いろんな人に機会をあたえて、新しい物は入ってくるんだけど、銀座衆というのは、どうぞやっでご覧なさい、はいお手並み拝見というところがあります。吉本なんかも銀座衆としては、どうぞやっでご覧なさいと冷ややかにみているところがあります。

高田 : だから銀座というのは、近代からずっと続いてきた老舗が多いでしょ。状況の変化になかなか対応できていません。ええもんつくって、ええもん売ってたら向こうがついてくる。京都の体質がそうなんです。ずっとみても、近代以降の武士がこけて、基幹産業が、農業から工業になるわけでしょ。70年代半ばまで工業でくるんだけど、そのあと商社がでてくる、金貸しがでてくる。今、何が基幹的な役割を果たしているかという河原乞食とクンユウと雲助でしょ。リクルートってクンユウでしょ。演劇って河原乞食でしょ。旅行会社って、雲助でしょ。その時に、やっぱり河原乞食の中から、だんとつの英雄がでてこんと具合が悪い。雲助は、これは装置産業だから飛行機にしても鉄道にしても、かなりいい線まで来たんだけど、体質がもともと雲助だから、いつでも不祥事を起こすのは雲助産業です。

だから、日本人のほとんどが、ほんとは何になりたいかといえ、芸能人なんですね。学生さんに聞いたら、親も反対する、自分にはそんな能力がないといろいろあるけれど芸能人になりたいがっている。こういう時代というのは、やっぱりなつかたと思う。僕らの時代だったら、スポーツ選手になりたいと言う奴もいたけど、お医者さんになるとか、会社の社長になるとか、これが全部だめなんです。何になりたいかといったら、芸能人になりたい。つまり、自分であることがいやな時代でしょ。アイデンティティーの問題で。今日も実は、それに関係して、南伸坊の『歴史上の本人』という本をもって

きたんですが、演劇の話に近いから。あれは奇書ですね。これはおもしろい本ですよ。天才ですね。

長谷川：どこから出てるんですか？

高田：JTBです。二宮金次郎から運慶とかね、いろいろな人物に自分になって、自分で旅行記を書くわけです。南伸坊自身が非常に知的な対応をしているので、現代人の潜在的な願望を表している本だと思います。だから、演劇的世界というのを銀座でどのように演出していくか。

河内：実際お金を落としてもらわなくてはいけない。それには、いろいろ考えていかななくてはけません。とげ抜き地蔵みたい、高齢者にきてもらう手もありますけどね。やや高級感のあるナツメロのある街に徹してしまうという手もあると思います。それなら、柄もむちゃくちゃ落ちないでしょうし、いっぺん徹底的にノスタルジーを売ってみる手もあります。わかりやすいノスタルジー。

高田：どんなノスタルジーが演出できますか？

河内：ちょっと、えっと思うかもしれませんが、NHKの『なつかしのメロディー』なんてたいへんな数の消費者がいますよ。案外、ああいうのを煮詰めた場所というのがないんですね。銀座やったら、ああいうことをやっても格が高そうですし、金をもっている中高年はいっぱいいるわけですから。

高田：だけどそれに耐えられるナツメロといっても藤山一郎が生きとったらなんとかなるが、今はいませんよ。

長谷川：美空ひばりも死んじゃったしね。

高田：ナツメロは今、どん底時代だと思う。

河内：いや、次のナツメロやったらどうですか？

高田：グループサウンズですか？

河内：昔の御三家とかね。ミナミの新歌舞伎座で舟木一夫の芝居を観たんですが、すごい人気ですよ。最後のフィナーレ。花道から高校3年生の格好で出てきて、みな合唱ですよ。団塊の世代がそのまま年をとっていくので、あと30年はもちますよ。

市川：来てるのは団塊の世代なんですか。

河内：だいたいそうでしょ。これが、40代後半からあと20年くらいずっと、年に一回舟木一夫で、同窓会のように集まるわけですから。宝塚のOGもそういうところありますよ。一度アナクロに徹してみるという手もあります。

高田：それにはグループサウンズも入ってくるよね。

河内：団体客の場合は、元来ものすごく田舎臭かったんです。あの前の御三家くらいからは、一応、都会で育った人の団体客が増えてきているんで、そんなに、団体バスまるだしじゃなくて、ファン同士の同窓会のような、宝塚のOGが昔からつくった形式です。ツカスターで、ある程度スターまでいったけど、30過ぎて結婚して、普通に家庭をもった人が結構いるんですが、40くらい過ぎてきて、もう一度舞台立ちたいと思っても普通のミュージカルとかにはでれなくなってリサイタルになるわけです。昔のファンがみんな集まってきて、ファンも子育てが一息ついて、自分らで券もさばいてくれるので、ものすごく楽なんですよ。

高田 : 越路吹雪やらがシンボルですね。

河内 : まあそうですね。日生劇場はこれで、天下をとったんですね。案外、銀座もアナクロに徹するのもいい。おしゃれなとげ抜き地蔵みたいなみたいな。

高田 : 宮本亜門に拠点をつくってやって、演劇とナツメロと両方いける話やね。

河内 : 小金もっている人って、やっぱり中年主婦ですよ。

長谷川 : お昼時なんて、もうすごいですよ。割と廉価な値段で食べられるから、昼間からビール飲んで、その間、亭主は一生懸命働いてる。

河内 : 都心にあるんだけど、阪神間に似ていますよね。苦楽園なんか昼間ね、新地で食べられる料理が新地より安い、普通より高いけどそのくらいの値段で食べられる店がいっぱいあるんです。銀座もそんな感じですね。数千円のランチとか。

高田 : そのあと、時間つぶしできるのは、三越の地下とかものすごく限られています。

市川 : 歌舞伎座にきた人が、上質な芝居を見て、帰りにちょっとおそばでもといて寄れる更科屋という店がありました。結構高いんですが、それでももたなかったのか、今ではNOVAになっちゃいましたね。品のいいお店で、芝居観た人が帰りに寄ってるのかなという雰囲気があったんですけどね。

河内 : 今、歌舞伎座の前から有楽町にでるまでの道の雰囲気はけっしてよくないですよ。なんか落ち着かないですね。せっかく芝居観たあとなのに。

長谷川 : あそこの表通りのところは、一応木があるんですよ。

市川 : 木ってほんとに目立たないですよ。銀座は。

長谷川 : 今、復活しそうなんですよ。

高田 : ただ、水がないでしょ。水がないところに柳を植えてもしょうがない。

三宅 : 柳というのは水辺とセットだから。

河内 : なんか豪華な感じというのは、なくなりましたよね。嘘でも芸能人がなんかいそうやとか、僕らがむかし考えているような外国人がいそうやというのが今は六本木でしょ。案外、良質の庶民で売るのがいいかもしれない。

高田 : 今から、30年くらいのタイムスパンで考えるとむしろそのほうが実を取るといえる可能性はある。ただし、それが銀座がもってきたプレステージとかステイタスとか日本全体を考えるときにどういう役割を果たすかは、ちょっと別です。日本の銀座ということ考えた時には。

河内 : 案外、ナツメロというのは、トレンドイヤーかもしれません。

高田 : 要するに、僕は、ナツメロといたら20年代まで下がってしまいます。団塊の世代といたらせいぜいが、グループサウンズとか御三家くらいまでで、僕らは春日八郎までさがってしまう。岡ハルオとか。ちょっと新しいナツメロやね。

市川 : 団塊の世代が、50歳代で、数も多い。

高田 : 聞ききなれてない若い子が聞くとその時代の音楽だったらピシャッとはいるかもしれない。

河内 : グループサウンズの歌って今聞いても結構いいんです。

高田 : メロディーが非常に押さえやすいから。フォークソングはもともとガキの日

記に節をつけたようなやつでしょ。今の歌は、これを早口で言っているから、なんやわかれへん。藤本さんどうですか？むちゃむちゃな話しやけど。

藤本 : カラオケは、そういう歌も歌うし、今の20代から30代にとってのナツメロをメドレーではいったりして、歌ってます。また、渋目に演歌にとんだり、7割まではそういう今の歌を歌っても、2~3割はそういうバリエーションです。

高田 : 結構、若い女の子が歌って、うけていたりする。

藤本 : 逆に言うと本家本元の40代50代が歌わなくなっているというのが大きくて。自分の歌を愛していないとか、それに金を使っていないというのが大きいですね。

高田 : それは、ヤングカルチャーの圧力で、歌ったらあかんと思ってる。銀座でなら、自信をもって歌いもできる、聞いてもいい、という演出をしてやったら、高齢者福祉にもなる。みんな精神状態がわるいんやと思う。わざわざおじさんが安室のまねしてみたり。

藤本 : そら、おじさんは、安室よりシャンソンをうたったほうが、かっこいいですよ。

長谷川 : もっと自信をもってやれば、いいですよ。

高田 : そのへんがマガジンハウスのメンバーがどんどん人事代謝がはやいから、今度でた『銀座』というのは、どちらかという若寄りに作っていて、あんまりおもしろくない。

長谷川 : 今度ちょっと編集長を呼んで、話しを聞こうと思っています。

高田 : 30代までは、全国的に女性が読む雑誌があるんですよ。40代50代前後の女性が読む雑誌は、『家庭画報』でおわりなんです。『マダム』はちょっと若い。『WITH』とかは、30代になるから。また、『家庭画報』というのはとりあげている話題が、めちゃくちゃな世界でしょ。『銀座』あたりがもうちょっと大衆的で庶民的な路線で、40代50代が読む雑誌として、自信をもって銀座に遊びにきて下さいとアピールできれば。

河内 : 若い人の数は減ってくるんで、若い人をターゲットにしたって。やっぱり中高年ですよ。

長谷川 : 銀座という地名性というか、みんなが持っているイメージをそのままひっぱっていくか。

河内 : はっきりしたんじゃないですか。50年代以降、六本木に先を越された時に、最先端のトレンドを追うというのは、銀座ではなくなった。だから、逆にいうとあえてセピア色にするという手もある。

高田 : その中で例えば宮本亜門は、セピア色にも耐えられる演出家です。

河内 : 彼は、両方できる。あれがいいんです。強いて言うと新派的な世界がわかる人なんです。歌舞伎は、レトロだから、それなりに割り切れるけど、新派っていうのをわかる人は減ってきている。ほんとの小劇場には、新派がわかる人でないと。

三宅 : 新派って半分死語になってきている。

河内 : 歌舞伎より日本的なぐらいの世界です。

高田 : シンパルネッサンス。

河内 : 今、劇団でやっている新派は弱いんです。正直な話、新派の芝居ではくるしいですね。新派的な世界をつくれるかどうかです。

長谷川 : 新派の看板ていうのがいないですよ。

河内 : やっぱり先代の水谷八重子が最後ですね。

高田 : だから新たに演出しなければしょうがない。さっきいった、グループサウンズは別として、ちょっと新しめのナツメロというのはどちらかといえば新派的な世界ですね。

河内 : だから、舟木一夫が新派の今の顔に近い。森鷗外の『雁』とかにでてくる感じの顔に近い。新派の世界は、歌舞伎よりもっとナイーブで独特な日本人好みの世界ですよ。

高田 : この頃中高年には、若い世代の話が気分的にも根本的にもちょっと今の日本やりすぎというのがありますね。

河内 : 子供の時、新派の役者になりたかったんですよ。花柳章太郎が人力で花道から芸者の後を追って出てくるのに驚嘆して、弟子入りしようと思ったら死んでしまったんです。新国劇もそうですが、江戸と近代の中間を観る世界がなくなってきています。大阪も新喜劇がダメになって、新国劇もつぶれたでしょ。新派が最後の砦で他はなくなって、歌舞伎か現代劇かに分かれてしまっている。新派風のライトアップを研究していただいて。

長谷川 : これがほんとの、マルチメディアですね。

高田 : ああおもしろかった。

銀座研究を一区切して

銀座の考現学的研究を始めて4年になる。その過程で、銀座人ではない眼から、さらにいえばその対照的、異質的な視点から銀座を捉えるべきだという考えに撞着した。

それで、関西なかでも大阪からの見方に関心が寄せられた。やや斜に構えながらも一目置いてそんな銀座を、大阪人がどのように見つめているかが今後の銀座を考えるうえで重要だと思われたからである。

この難しい調査研究を進めるにあたって、畏友の高田公理氏に相談したところ、氏が教鞭を執られている武庫川女子大学生生活情報学研究会で何とかやってみましょうというご返事を戴き、心を強くした次第である。

研究は94年からはじまり4年間続けられた。「関西からみた銀座のイメージ」、「銀座と心齋橋の比較研究」、そして今回の「関西からみた銀座の未来」と継続している。

一応これをもって、一連の関西からみた銀座シリーズの研究を一区切としたい。いずれの研究も、東京にいたのでは思いも寄らない示唆に富んだ内容になっている。銀座の研究に関する大きな前進と、新たな視点を提供して戴き心より感謝したい。

特に、長期にわたって、研究の中心になっていただいた高田公理教授、そして武庫川女子大学生生活情報学研究会のかたがたにお礼を申し上げたい。

平成十年二月 吉日

ハイライフ研究所銀座座会代表 長谷川文雄