

大阪府中央区南船場における問屋街から ファッションナブルな都市細街路への変容過程

三 田 知 実

1. 研究の背景と本研究の目的

本研究の目的は、大阪府中央区の都心部細街路が、木材問屋や繊維問屋の集積地から、衣服セレクトショップ、カフェ、レストランやヘアサロンといった小規模商業施設により構成された、ファッションナブルな都市細街路へと変容した過程を明らかにし、それを都市社会学的に考察することである。

先進国においては、1970年代のオイルショックをきっかけとし、大量生産体制の危機を迎えた。それまで先進諸国の経済成長を支えてきた工場は閉鎖されはじめた。海外生産に転じ、グローバル経済が発達していった。工業を基盤とした大量生産体制の時代においては、工業誘致が都市成長における重要な要素であると、都市社会学は考えてきた。

しかしグローバル経済の発達は、先進国諸都市の経済を衰退に向かわせた。そのため「何が都市の成長を促すのか？」という現実的な問いが都市社会学にたいし求められてきた。近年ではこの問いにたいし、「知識生産が都市成長を促す」という答えを、都市社会学はみいだした (Gleaser, 2000; Florida, 2002=2008; Clark, 2003)。とくに、芸術や衣服デザインという文化生産が、衰退した都市再生の原動力として考えられるようになった (Zukin, 1982)。じっさいアメリカやイタリアの都市社会学者が、ニューヨークやミラノを事例とし、アーティストや衣服デザイナーの集中による街区変容を報告した論文を公表している (Zukin

and Kosta, 2004; Bovone, 2005; Zukin et al., 2009)。これらの研究も、文化生産が都市成長を促すという認識に基づいている。

たとえばシャロン・ズーキンは、ニューヨークのロウワー・マンハッタン (SoHo) を事例とした研究をおこない、以下のような結論をみいだしている。1960年代の脱工業化による繊維工場の閉鎖が、街区の空洞化を招き、工場利用されていたスペースが、安価な家賃でテナント貸しされた。アーティストが、物件を審美的空間に更新した。更新された空間や街区の情報が、メディアにより普及した。こうしてSoHoが「ロフト・リビング」の拠点として価値を高めた。高所得のベビーブーマーが都心回帰現象を促した (Zukin, 1982)。

リチャード・ロイドは、20世紀終盤のシカゴのインナーエリアとして位置づけられるウィッカー・パークを事例とした、事例研究をおこなってきた。ウィッカー・パークでは、零細工場と工場労働者の住宅により構成されていた街区が、脱工業化の影響をうけ、空洞化を引き起こした。その後この街区が、荒廃したエリアとなり、土地資産価値が低下した。空き物件が、安価な家賃で提供された。都心にもかかわらず安価な物件があるという情報を聞きつけたアーティストやデザイナーが、物件を借りはじめた。彼/彼女らは、デジタルスキルを駆使したデザインオフィスの集積地区へとウィッカー・パークが変容させた (Lloyd, 2002; 2004; 2006)。

筆者も、東京都渋谷区神宮前の住宅街であった細街路が、衣服デザインのグローバルな研究開発

拠点へと変容した要因を、1980年代のグローバル経済の発達と、それに伴う土地資産バブルの盛衰に求めた(三田, 2013)。このさい筆者も、都市成長の原動力を、衣服デザインという文化生産に求めた(三田, 2013)。

先行研究が明らかにした細街路の変容過程は、サスキア・サッセンがいうところのグローバル都市(Sassen, 2001=2008)を調査対象地としてきた。ニューヨーク、シカゴ、そして東京は、金融・保険・不動産部門や、これらの部門をクライアントとした、生産者サービスが発達している大都市である(Sassen, 2001=2008)。

またサッセンも言及している、日本の三大都市のひとつである名古屋は、自動車製造のグローバルな支援サービス機能を保有している。だから名古屋を自動車製造部門のグローバル都市として位置づけることができる(Sassen, 2001=2008)。

しかし日本の三大都市のひとつとして扱われてきた大阪は、1960年代以降進行した脱工業化の打撃を大きく受けた都市である。大阪は、製造業の国内外流出を経験した。その後都市成長の方針を見失ってしまった。それにもかかわらず、1980年代半ば以降、土地資産バブルの盛衰が、大阪の都心・南船場における細街路を、ファッショナブルな細街路に変容させてきたのである¹⁾。

これまでの都市社会学において、ファッショナブルな都市細街路の形成過程にかんする国内大都市間の比較研究は、まだ登場していないといえる。ファッショナブルな都市細街路の形成は、当該都市細街路が、それ以前に衰退傾向にあったことを意味する。この現象が、当該都市の特性を反映していることが多いといえる。

このように考えると、ファッショナブルな都市細街路の形成過程の大都市間比較をおこない、都市社会学的に考察を深めることは、その都市特有の性格や問題を明らかにできるという、学術的意義があるのだ。

そこで本研究は、日本の三大都市(東京・大阪・名古屋)のひとつである、大阪都心の衰退傾

向にあった南船場地区(南船場3丁目、博労町4丁目、南久宝寺4丁目の一部を含む細街路構成街区)が、問屋街から、ファッショナブルな都市細街路²⁾へと変容した過程を記述し、先行研究との比較をつうじた都市社会学的考察をおこなうこと目的とする。

具体的には、1990年代半ば以降、南船場に増加した、衣服、雑貨や、海外雑誌を扱うセレクトショップのオーナーや、都心住民への聞き取りをつうじた事例調査をおこなう。さらにアメリカ諸都市の先行研究や、筆者が長年調査研究をおこなってきた東京都渋谷区神宮前の細街路との比較をつうじ、考察を深めてゆく。

本研究の構成は、以下のとおりである。まず第2節では、本研究の調査対象地である大阪市中央区南船場(南船場3丁目、博労町4丁目、南久宝寺4丁目の一部を含む)の概要について説明をおこなう。つぎに第3節では、本研究の調査方法を示す。第4節では、大阪市中央区南船場の都市細街路に、なぜ衣服店、カフェ・レストランやバーが増加してきたのかについての説明をおこなう。第5節では、このエリアに店舗を構えた衣服セレクトショップのオーナーへの聞き取りをつうじて、立地選択の動機と、顧客の種類、そして経営状況とエリア全体の売上げ動向を記述する。第6節では、南船場周辺におけるマンションの増加と、あたらしい都心住民が、南船場におけるファッショナブルな細街路にどのように関わっているのかについて、若干の説明をおこなう。第7節では、2011年以降断続的にオープンしたJR大阪駅、梅田駅、近鉄阿部野橋駅に直結する、大規模商業施設への顧客の集みが、南船場の細街路における衣服小売店の経営にどのような影響を与えたのかについて述べる。さいごに第8節では、本研究の事例記述と、先行研究との比較をおこないながら、本研究の考察を深め、結論を述べる。

2. 大阪都心部および大阪市中央区南船場の概要

2.1 大阪都心部の概要

本研究の調査対象地は、大阪市中央区南船場である。大阪市の中心部は、北区、中央区と南区であり、南船場は、中央区心斎橋の北側に位置する。御堂筋の西側に広がる。

戦前の大阪は、東京に並ぶ大都市として位置づけられていた。しかし大阪市の中心部は、第二次世界大戦によりほとんどが焼失し、非常に大きな経済的な打撃を受けた。戦後復興期においては、朝鮮特需による好景気を経験した。1950年以降に、人口増加が認められた。しかし1965年以降、人口減少がつついている（鯉坂学・中村圭・田中志敬・柴田和子, 2011）。

高度経済成長期以降、大阪市は重化学工業に依存しつづけた。そのため、情報技術革新やグローバル経済の発達に対応できる産業が発達しなかった。そのため1980年代以降、IT部門、外資系グローバル金融・保険・不動産部門や、コンサルタント部門といった知識生産部門は、大阪ではなく、東京都港区や渋谷区に集中した（Sassen, 2001=2008）。また国内製造業の本社が、大阪から東京に移転するケースが多発した（鯉坂学・中村・田中・柴田, 2011）。経済のグローバル化の進行に対応できなかった大阪は、東京、そしてグローバル製造業のサポート機能を果たしている名古屋との都市間格差をうみだした。こうして大阪都心は、関西圏（京阪神・奈良・和歌山・滋賀）の中心という位置づけに留まっている。

戦後の大阪市では、東淀川区、淀川区、西淀川区や、此花区、港区、大正区に大規模工場と中小工場が集積した。東成区や生野区には、中小の工場が集積した（鯉坂学・中村・田中・柴田, 2011）。これらの区は、工場と住宅街の混在した地区により構成されていた。しかし1964年に制定された工場等制限法の制定と、公害の社会問題化が、工場の近隣府県への流出を促した。また海外生産に

転じた製造部門も多く、大阪の製造業はさらに衰退した。このことが要因となり、大阪経済の衰退が進行した。

また公害の悪化した居住環境からの脱出を望んだ中間所得層や高所得者層が、阪神エリア（JR神戸・京都線・阪急・阪神沿線）や近鉄沿線へ流出した（鯉坂学・中村・田中・柴田, 2011）。それにより1965年以降、大阪市内の夜間人口が減少し始めた。あわせて1960年代以降、大阪府北部の千里ニュータウンや、泉北ニュータウンが誕生した。とりわけ1970年代に郊外化の勢いが強まった。郊外化が、都心部の人口減少を促した。こうして大阪都心の空洞化が起きたのである。

ただ1990年代後半になると、大阪市の夜間人口は社会減から社会増に転じた。2000年から2010年までの11年間で、およそ67,000人の社会増を経験している（総務省統計局・国勢調査）。とりわけ中央区、西区、北区、福島区、浪速区、天王寺区での急速な社会増が認められている（総務省統計局・国勢調査）。この要因は、大都市の土地建物を資産運用として扱ってきた大資本が、土地資産バブルの崩壊に伴う地価の下落により、土地を売却したことによるものである（鯉坂学・中村・田中・柴田, 2011）。土地資産価値の下落が発生した都心部に、超高層マンションが建設されはじめた。利便性や都市アメニティの充実を志向するひとびとがマンションに入居した。こうして大阪都心部で社会増が認められたのである。

2.2 大阪市中央区南船場の概要

大阪市中央区の南船場（南船場3丁目、博労町4丁目、南久宝寺4丁目の一部を含む）は、近年の社会増を体験した大阪市中央区に位置する。南船場は、オフィスや、高級衣服路面店が集積している御堂筋の裏側に位置する。元来南船場は、繊維問屋、木材問屋や、家具屋³⁾が集積していたエリアである（新風書房, 2013）。しかし輸入木材の急増と、大阪に集積していた紡績工場⁴⁾の著しい減少のもと問屋街は衰退した（高橋・小浦,

2002)。さらに1980年代における土地資産バブルの盛衰が、南船場の著しい空洞化を促した。1990年代に入ると、空き物件となったビルに衣服店、カフェ、レストランやヘアサロンが入居し、大阪都心のファッションナブルな街区として関西圏のひとつと認識されるようになった（高橋・小浦，2002）⁵⁾。さらに近年では、南船場とその近接地区に20階建て以上の超高層マンション^{6)・7)}が増加している。そこに入居するひとつとは、高所得のヤングアダルト層であることが多いという（2013.5 四ツ橋の不動産業者への聞き取り）。現在衣服店、カフェ・レストランなどが集積してい

る南船場は、都心居住を好むヤングアダルト層を惹きつけており、都心回帰を促す要素に満ち溢れた街区として機能している⁸⁾。

また御堂筋界隈においては、2001年まで区域ごとに地区計画「御堂筋地区・地区計画」が設定されており、商業地域として指定されていたものの、建造物の高さ制限が設定されていた。しかし、2001年8月21日に、この地区計画が廃止された。それにより高層オフィスビルや超高層マンションの建設が容易になった^{9)・10)}。

しかし後述のとおり、2011年以降の梅田再開発および阿倍野再開発に伴い、複数の大規模商業



地図1 調査対象地（大阪市中央区南船場3丁目の細街路）

出典：Google map

（太線は筆者が加筆。太線内が、筆者が調査対象地として選定したエリア）

阪神高速1号環状線西船場ジャンクションの北側が、梅田方面。南側が、なんば方面。

施設の開店がした。それにより、南船場における衣服路面店の売り上げが著しく減少している。現在の南船場は、土曜・休日でも閑散とした雰囲気となっている。衣服店舗に来店する顧客も少ない。生き残りをかける衣服路面店のなかには、南船場から撤退し、JR大阪駅、梅田駅や近鉄阿部野橋駅¹¹⁾の駅ビルに移転するケースも発生している。また南船場で営業を継続する店舗のなかには、個人顧客向けの店舗から、法人顧客・都心住民向けの店舗へと業態を変更するケースも認められている。

3. 調査方法

ここまで大阪都心、および本研究の調査対象地である大阪市中央区南船場の概要を説明した。以下では、本研究の調査方法を述べる。

本研究における調査方法は、以下のとおりである。筆者は、2013年4月から11月まで、ほぼ1か月に1回の頻度で、大阪市中央区南船場とその周辺地区（南船場3丁目、博労町4丁目、南久宝寺4丁目の一部を含む。以下南船場と略称）の現地調査をおこなってきた。まず2013年4月から6月にかけては、大阪市中央区南船場にかんする文献調査をおこない、現地の概要を把握した。また2013年4月以降、ほぼ毎月1回、南船場の細街の観察をおこなってきた。それにより街区を構成する事業所を把握してきた。

つぎに観察のさい入店した、セレクトショップのあるオーナーと、友人関係を形成し、聞き取り調査をおこなった。かれは、大阪府池田市出身で、都心でセレクトショップを経営することを希望し、南船場に店舗を構えた（2013.4 オーナーの発言）。居住地は、JR環状線・福島駅¹²⁾付近である。

オーナーへの聞き取り内容は、つぎのとおりである。①南船場の都市細街路が現在のようなファッションブルな細街路へと変容した過程。②都心に住む住民の特性。そして③この店舗を含めた近隣の衣服店や飲食店の経営状況および、街区

にかんする今後の展望である。

またこのオーナーから、来店した顧客を紹介してもらい、彼／彼女らと友人関係を形成した。スノーボールサンプリングをつうじて聞き取りをおこなった顧客は、以下のとおりである。まず北区北天満に住む都心住民（女性）である。彼女は現在、夫と北天満の超高層マンションに居住している。彼女は大阪府南部出身で、近鉄電車沿線に開院した医師と婚姻関係を結んだ。この医師が心齋橋界隈に病院を移転し、北天満に建設されたマンションに引っ越してきたということである（2013.8）。

もうひとりとは、鹿児島市の中心市街地でセレクトショップを経営しているオーナー（男性）である。西日本ではこの店舗のみで扱っている衣服の買い付けをおこなうために来阪し、継続的に取引をおこなっているという（2013.8）。

さらにもうひとりとは、在阪キー局と取引をおこなっているスタイリストである。彼女は、在阪キー局が製作する番組に出演するタレントや、近畿ローカルのファッション雑誌と契約しているモデルのスタイリストを担当している（2013.8）。

関連して、地下鉄心齋橋駅に近接しているセレクトショップの店員も、調査対象者として協力してくれた（2013.7）。さらに、北堀江と西心齋橋の地元不動産業者からも聞き取りを行った（2013.7）。彼／彼女らへの聞き取り内容も、上記のセレクトショップのオーナーへの聞き取りにおける質問項目にもとづくものである。

なお本研究の調査結果は、上記の調査対象者から論文掲載にかんする許可を得ている。なお、店舗経営や著作権に直接かかわる内容も含まれているため、すべて匿名での記載とする。

4. 南船場の都市細街路が問屋街からファッションナブルな細街路へ変容した過程

4.1 炭屋町の「アメリカ村」への変容と観光地化

現在は「おしゃれな街」として認識されている南船場であるが、元来は木材問屋や繊維問屋が集積する街区であった。しかし1970年代にはいると、木材への需要が、安価な海外生産に転じた(新風書房, 2013)。また同時期に繊維も、中国をはじめとしたアジア新興国からの輸入に依存しはじめた。東洋紡に代表される紡績工場の多くも大阪から国内外移転した。こうして南船場とその周辺地区に立地する問屋で扱われていた木材・繊維への需要が減少した。南船場の問屋街機能は衰退した。問屋が保有していた倉庫も空き倉庫になった(新風書房, 2013)。こうして南船場の細街路は、問屋から木材・家具・繊維の輸入商社へと転じた事業所のみが点在する、寂しい雰囲気となった(新風書房, 2013)。

いっぽう1970年代まで、南船場に隣接する街区であった炭屋町(現在の東心斎橋・西心斎橋)は、古い住居により構成された住宅街であった。しかし心斎橋エリアの土地資産価値が上昇することにより、税金の支払いが困難になった世帯の流出が1970年代に起きた。住民により売却された土地や建物が不動産業者の手によって、低層のビルに建て替えられた。この時期、なんばや日本橋(にっぽんばし) 界隈で遊んでいた高所得者層の若者が流入した。空き物件を間借りし、カフェ、ブティックやバー、そしてナイト・クラブを営む人物も登場した(日限満彦, 2007)。

代表的な例として、1970年代の炭屋町にカフェ「ループ」を開店し、バブル経済期の四ツ橋に「パームス」を開店した日限万里子という人物が挙げられる(日限満彦, 2007)。彼女は、衰退傾向にあった炭屋町を「あらたな文化の発信基地」として再生することを目指していた。その一環として、デザイナー、エディターやミュージ

シャンの集う場所として、カフェ「ループ」を開店した(日限満彦, 2007)。この「ループ」という店舗には、ハワイ島を活動拠点としていたサーファー、衣服レーベル「VAN」のデザイナー・石津謙介氏や、芸能界入りを志していた間寛平氏などが集まり、毎夜のように、ナイト・クラブイベントを開催していたという(日限満彦, 2007)。

このナイト・クラブイベントにおいて音楽を流していたのが、現在のFM802のパーソナリティである、マーキー谷口氏である(日限満彦, 2007)。かれは、この「ループ」でDJをおこなうばかりでなく、日限の炭屋町再生計画に賛同し、三角公園付近で、局所的なFM局を設置し、アメリカ村を話題の街とさせた。

しかし便乗商法として、安価で低廉なアメリカン・カジュアルを販売する業者が多数、アメリカ村に出店された。便乗商法が過熱するたびに、地元商店会から日限らへのまなざしが冷たくなり、彼/彼女らは、炭屋町界隈から四ツ橋方面に自然と移っていった(日限満彦, 2007)。

こうした経緯のもと、日限が「ループ」を閉店し、1980年代半ばの四ツ橋にカフェ「パームス」を開店した。四ツ橋「パームス」にも、デザイナーやミュージシャン、そして雑誌のエディターを志望する若者が多く集い、彼/彼女らのあいだでネットワークが形成された(日限満彦, 2007)。

この友人関係形成をきっかけとし、「パームス」が立地する四ツ橋に近接する南船場の空き物件を借りる雑誌や広告の装丁デザイナー、路上ミュージシャンや雑誌エディターが事務所を開設したという(2013.5 Cのオーナー)。彼/彼女らの集う場所としてカフェ、レストランやバーを開店する人々も徐々に増えた。このような経緯を経て、1990年代に入り「クリエーターの街」として南船場が認識されるようになりはじめた(高橋・小浦, 2002)。

それにより南船場は、アメリカ村のような、ティーンエイジャーの若者が好むエリア(難波, 2000; 2005; 2007)ではなく、高所得のヤングア

ダルト層向けのファッションナブルな細街路へと変容してきた。つまり、「アメリカ村」へと変容した炭屋町の観光地化と、悪質な便乗商法や騒音が、日限らを南船場・四ツ橋界限に押し出すことになった。それが、南船場の都市細街路を、ファッションナブルな細街路へと変容させるきっかけのひとつとなったのである。

4.2 土地資産バブルの盛衰に伴う新規事業所の流入

1980年代の土地資産バブル期には、大阪都心の土地資産価値にも大きな影響をもたらした(實, 2007)。御堂筋のメインストリートには、「大丸」「高島屋」といった日本屈指の高級百貨店が立地している。また1990年代以降、心斎橋駅周辺の御堂筋沿いには、「LOUIS VUITTON」「Hermes」や「GUCCI」などといった、高級オートクチュール企業直営店も開店している。

ただ、主要顧客は、サッセンがいうところの「生産者サービス」(Sassen, 2001)に従事しているひとびとではない。主に阪神エリアに住む、富裕層の常連客である(2013.5 セレクトショップ店員)。外資系オートクチュール企業は、阪神エリアに住まう富裕層にフォーカスをあて、心斎橋駅周辺に高級路面店(直営店)を開店させた。それにより御堂筋の高級街区化が進行した。あわせて、経済的波及効果を見込んだ大手デベロッパーが、御堂筋、四ツ橋筋、堺筋に、大規模オフィスビルを建設し、国内企業の大坂本社・支社機能を誘致した¹³⁾。

こうしてキタからミナミにかけての御堂筋周辺エリアの不動産価値が上昇した(表1・グラフ1を参照)。不動産価値の上昇により、固定資産税、法人税などの税金の支払いが困難になった事業所は、地域外に移転した。南船場に空き物件が多くなった。しかし土地資産バブルの崩壊により、土地資産価値が下落した(表1・グラフ1を参照)。南船場の空き物件が、安価な家賃設定になった(實, 2007)。こうして都心で安価な家賃の物件を



写真1 御堂筋鰻谷交差点前の写真(心斎橋エリアのメインストリート)。



写真2 御堂筋の写真(心斎橋エリアのメインストリート)。高級街区の雰囲気醸成されている。

探す個人事業主が、南船場に集まり、店舗や事務所を開店したのである。

年次	最大公示価格 (円/㎡)	平均公示価格 (円/㎡)
1983	5,700,000	3,260,000
1984	6,350,000	3,588,333
1985	7,700,000	4,242,000
1986	10,700,000	5,950,000
1987	15,700,000	8,643,333
1988	22,700,000	12,554,444
1989	26,000,000	12,583,333
1990	32,000,000	14,773,077
1991	34,000,000	15,739,231
1992	29,100,000	12,706,250
1993	21,400,000	9,230,000
1994	16,000,000	6,497,321
1995	10,800,000	4,229,032
1996	8,320,000	3,188,258
1997	7,200,000	2,714,290
1998	6,480,000	2,428,742
1999	5,850,000	2,256,424
2000	5,010,000	1,853,765
2001	4,400,000	1,557,382
2002	4,200,000	1,365,083
2003	4,090,000	1,290,892
2004	4,030,000	1,199,474
2005	4,050,000	1,177,289
2006	4,800,000	1,304,789
2007	6,750,000	1,672,590
2008	8,790,000	2,067,718
2009	8,210,000	1,889,700
2010	6,430,000	1,518,800
2011	5,270,000	1,330,854
2012	4,930,000	1,238,333
2013	6,050,000	1,336,733

表 1：南船場が位置する大阪市中央区の公示地価価格
(1983年から2013年までの推移)

出典：国土交通省公示地価価格

南船場の細街路におけるテナントの多くは、雑誌の装丁デザイン事務所、エディター事務所、小規模な衣服路面店、そしてレストラン、カフェや、バーである。

1996年以降2008年ころまで継続調査をおこなった高橋・小浦によれば、元来問屋機能を果たしていた商社ビルの低層に、上記の新規事業者が入居している(高橋・小浦, 2002)。

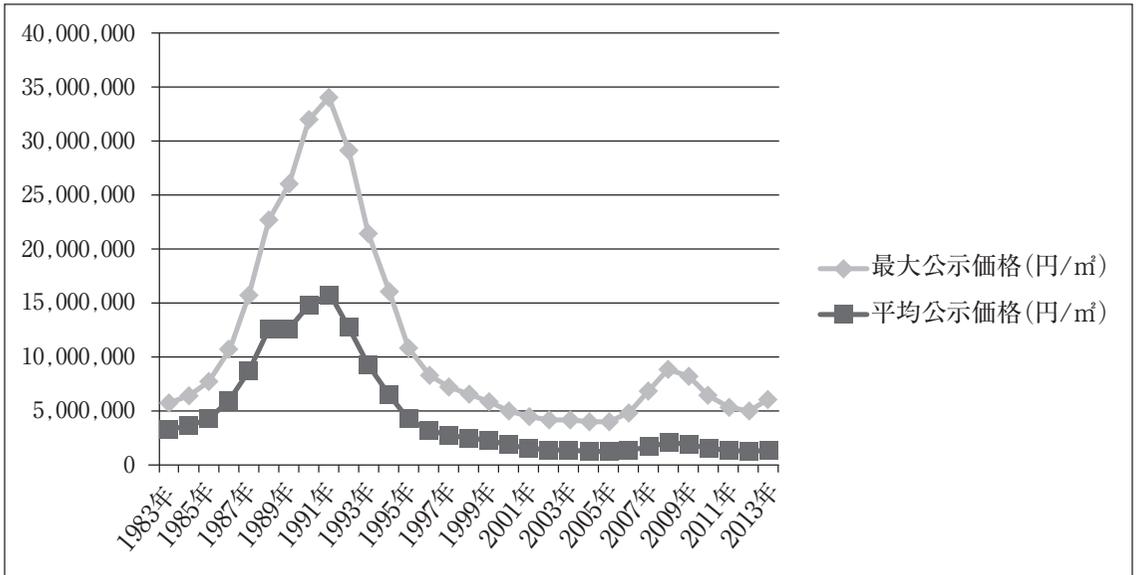
上階には、営業をつづけている繊維商社、木材・家具の商社や、金属製品製造企業の本社が入居している(高橋・小浦, 2002)。



写真 3 南船場 3 丁目の細街路。零細商社のビルに、衣服路面店が入居している。
(2013.5 筆者が撮影)



写真 4 南船場 3 丁目の細街路。同上
(2013.5 筆者が撮影)



グラフ 1：南船場が位置する大阪市中央区の公示地価価格 (1983年から2013年までの推移) 出典：国土交通省公示地価価格

このように、南船場の都市細街路が、ファッションな細街路へと変容した要因も、1980年代の土地資産バブルの盛衰に求められる。ただ、元来木材問屋や繊維問屋の集積地区であったところに、新規事業所が集積している。そこに南船場の特性がみいだされる。

なお南船場における衣服路面店の個人事業主は、商品の輸入のために、海外の衣服企業とのグローバルなネットワークを保有していることも多い。しかしデザインに特化したグローバルなネットワークは保有していないといえる。

上野信子によれば、雑誌のグラフィックデザイン事業所が、北区扇町、南森町、西天満だけでなく、南船場をはじめとした中央区にも集積しているという(上野信子, 2006)。また1970年代以降、広告デザイン、映像、広告・企画などの下請け事業所も、南船場を含めた中央区に集積しているという(上野信子, 2006)。

この背景として、顧客である在阪キー局、出版社、新聞社、広告代理店、印刷会社が、大阪都心

に集積していることが挙げられる。また南船場も扇町、南森町や西天満同様に、梅田に近く、交通の便がよい。しかも、賃料が安価であることが大きな要因として挙げられる。事業所の規模は、4人以下の事業所が7割以上を占め、個人事業所も多い。この地区にSOHOとして活用できる建造物が多く立地していることも、上記の事業所が集積した要因として挙げられる(上野信子, 2006)¹⁴⁾。

さらに上野信子によれば、2006年現在において、大阪市内には、149件の衣服デザイン事務所が存在するという。中央区には104件(大阪市全体の69.8%)、北区には4件(2.7%)、西区に25件(16.8%)集積しているという(上野信子, 2006)。

しかし、筆者独自の聞き取り調査から明らかになったことは、こうした衣服デザイン事務所のクライアントの多くは、国内衣服企業であるということである(2013.6 心斎橋のセレクトショップのオーナー)。外資系高級衣服企業をメイン顧客とした事業所は、極めて少ないということである

(2013.6 セレクトショップのデザイナーの発言にもとづく)。このことから、大阪市中心部では、国内向けの衣服デザイン部門が、集積していることが窺い知ることができる。

4.3 雑誌メディアによる南船場のブームタウン化

ここで注意したいことは、京阪神エルマガジン社¹⁵⁾という雑誌メディア企業が、南船場のブームタウン化に大きく貢献してきたということである。京阪神エルマガジン社発行の代表的マガジンとして『Meets Regional』が挙げられる。

『Meets Regional』のコンセプトは、京阪神の洗練されたライフスタイルを特集として掲載するところにある。とりわけヤングアダルト層から大きな支持を得ている雑誌である。1990年代以降、炭屋町特集、日隈萬里子連載の特集や、南船場・堀江の特集を継続的におこなってきた。それゆえ、『Meets Regional』の読者が、南船場に来街したということが出来る(2013.11 谷四の雑誌編集者)。

それではなぜ、『Meets Regional』は、南船場にかんする店舗情報を、集中的に掲載してきたのであろうか。その理由は、京阪神エルマガジン社の本社が、南船場に近接する、西区江戸堀に所在しているからである。編集者の友人である、南船場の個人事業主に特化される傾向にあったからであるといえよう。

関連して、1990年代からJR西日本が発行している情報マガジン¹⁶⁾『シティハイク OSAKA』や、『シティハイク OSAKA』の一環として掲載された広告をつうじて、関西圏のひとびとに南船場の店舗情報が普及した。これらの情報をつうじて、ヤングアダルト層が、南船場の魅力を感じ、定期的に来街する消費者が増加してきたということが出来る。

4.4 本節のまとめ

このように大阪市中央区南船場では、木材問屋

や繊維問屋から商社への業種転換が起きた。そのさい空き物件が増加した。炭屋町を拠点としていた若者の流入、1980年代半ば以降の土地資産バブルの盛衰と、雑誌メディアによる情報普及が、南船場における細街路を、ファッショナブルな都市細街路へと変容させたのである。

5. 南船場に衣服セレクトショップやカフェをオープンする個人事業主の動機

それでは、南船場に衣服路面店や、カフェ・レストランを出店した経営者は、どのようなひとびとなのか。現地調査から、彼／彼女らの多くは、個人事業主であることが確認された。また先行研究でも同様の確認がなされている(高橋・小浦, 2002)。また筆者独自の調査から、接触した調査対象者の出身地が、大阪郊外(たとえば松原市、池田市、東大阪市、豊中市や兵庫県伊丹市、尼崎市)であることが確認された(2013.6)。

上記の個人事業主が南船場で店舗経営をおこなうことができた理由は、以下のとおりである(2013.4・6・7・8・10 複数の衣服路面店の店長・オーナー)。まずひとつめは、1990年代に入り、この地区の物件を、安価な家賃で借りることができたということである。2つめは、南船場で店舗を開店すれば、同業他社の個人事業主や、この地区の超高層マンションや、レジデンシャル・ホテルに住むラジオ・パーソナリティなどと友人になることができ、洗練されたライフスタイルを共有できることを期待していたからである。3つめは、大阪都心に店舗を立地すれば、流行の最先端を把握することができると認識していたからである。そして4つめは、京阪神エルマガジン社『Meets Regional』に自らの店舗情報が扱われる可能性が高いからである(2013.5 Cのオーナー)。以上4つの理由をもとに、彼／彼女らは、南船場に事業所を立地したということが出来る。

ここで注意したいことは、彼／彼女らは、必ず

しも大阪都心出身のひとつとではないということである。彼／彼女らの多くは、大阪郊外に実家がある（2013,4-11 複数の調査対象者からの聞き取り）。彼／彼女らへの聞き取り調査から、大阪郊外の、ショッピングモールや住宅街により構成された居住環境に嫌気をさし、大阪都心に間借りをし、店舗を経営しはじめたひとつとも多いことが窺いしれた（2013,4-11 複数の調査対象者からの聞き取り）。

このことにかんして、あるセレクトショップの経営者は、筆者にたいし以下の発言をおこなっている。

オーナー「自分も池田のほうに実家があるけれど、洗練された場所で、小さなコミュニティがあって、難波神社のような古くからの雰囲気や漂わす空間だから、南船場を選びました。・・・(中略)あと、自宅を天満(JR環状線)にして、妻との2人暮らしは、便利で楽しく、おしゃれでおいしい食べ物やお酒にアクセスしやすい。今の30歳代の関西エリアのひとつのなかには、自分たちと同じ価値観を持っている人も多いのではないのでしょうかね」(2013.9)

かれの発言から、以前は繊維問屋や木材問屋が集積していた大阪都心に、現在のようなファッションナブルな都市細街路が出現したことに、魅力を感じているひとつとが多いことが窺い知れた。

さらに筆者による現地調査から、前職がアパレル企業の社員であったひとつとや、新聞社に契約社員として勤務していた編集者が、貯蓄をもとに南船場の空き物件を借り、セレクトショップや雑誌編集の下請け事務所を開設したケースも確認された(2013.6)。

またセレクトショップを経営することが本当の目的ではなく、バーやレストランに集まり、交友関係を結びながら、洗練されたライフスタイルを实践したいと述べた個人事業主も複数存在する(2013.5)。

このように、大阪都心で、洗練されたライフスタイルを实践したいという動機が、都心派ヤングアダルト層のなかで芽生えは始めている。この動機が、南船場の都市細街路をファッションナブルな細街路へと変容させてきた要因の1つであると、考えることもできる。

6. 個人顧客としての都心住民

ここで注意したいことは、南船場には、個人事業主の経営する小規模路面店のみが集積しているわけではないということである。先述のとおり南船場が位置する中央区には、超高層マンションが建設されている。これらの超高層マンションは、完売状態になっているという(2013.7 Cのオーナー)。

南船場界隈のマンションに入居するひとつとのなかには、雑誌編集者、装丁デザイナーや、FM局のラジオ・パーソナリティもいる(2013.7 Cのオーナー)。彼／彼女らのなかには、都心ならではの洗練されたライフスタイルに魅力を感じて、不動産業者と契約を締結したひとつとも少なくないという(2013.7 Cのオーナー)。

このことに関連して、南船場のセレクトショップのオーナーは、以下のような発言をおこなっている。

オーナー「たとえば、複数のラジオ・パーソナリティは、堀江・四ツ橋界隈のマンションに住んでいる(一部の者は、ホテル長期滞在している)。かれらは、南船場界隈のセレクトショップに定期的に入店し、スタッフやオーナーと仲良くなっている。またカフェ、バーやレストラン、そしてライブハウスやナイト・クラブにも出没している。時には自らがレコードを選別してDJを行うこともあるという。こうして、南船場で新規事業所を立ちあげたひとつとと、あたらしい地元仲間集団を形成し、おしゃれなライフスタイルを楽しんでいるようである。」

(2013.7)

このセレクトショップのオーナーの発言から、都心に居住しはじめたひとびとと個人事業主が、洗練されたライフスタイル実践を媒介とした地域下位文化を形成しはじめていることが明らかになった。そこに南船場における都市細街路特有の性格をみいだすことができる。

7. 梅田大規模再開発に伴う経営方針の転換

——一般個人顧客メインから法人顧客と都心住民顧客メインへ——

しかし、2010年代に入ると、南船場におけるファッションな都市細街路や、その周辺地区(堀江)の衣服店の売り上げが著しく減少することとなった¹⁷⁾。それではなぜ、このような売り上げの減少が起きたのか。その要因は、JR大阪駅・梅田駅、近鉄阿部野橋駅周辺の大規模再開発にある。再開発によりオープンした大規模商業施設に入居した衣服店に、消費者だけでなくアルバイトまでもが吸収されていった。なぜなら時給が路面店よりも良く、勤務地へのアクセシビリティが良いからである(2013.7 セレクトショップの店長)。

JR大阪駅および梅田駅においては、JR西日本、阪急阪神HDと、三菱地所主導による再開発がおこなわれてきた。JR梅田貨物ヤード跡地に大規模複合ビルを建設する、「うめきた再開発」(三菱地所など)が進められてきた。2012年春に第1期工事が完了した。「グランフロント大阪」としてオープンした。2011年春には、大丸梅田店やホテルグランヴィア大阪の入居する高層ビルの改装が完了した。「JR大阪三越伊勢丹」と「ルクア」がオープンし、JRホームのリニューアルも完了した。それにより「大阪ステーションシティ」が誕生した。また同時期におこなわれてきた、阪急百貨店うめだ本店の大規模改装が完了し、リニューアルオープンを果たした。さらに2013

年には、近鉄阿部野橋駅が大幅にリニューアルされ、「あべのハルカス近鉄百貨店」が開店した。すでに南海も難波球場跡地に「なんばパークス」を開業している。近鉄も、大阪上本町駅の再開発事業を完了させた。そればかりでなく、大阪市交通局も、駅構内の商業施設「エキモ」を開業させた。

こうした鉄道事業者による駅構内再開発の背景のひとつとして、関西圏の鉄道運転系統が更新されたことが挙げられる。近年では、JR京都、神戸の各線を直通する新快速の運転区間が、敦賀(福井県)から姫路、播州赤穂(兵庫県)まで延伸している。それにより福井県および兵庫県西部からの大阪へのアクセシビリティが大幅に改善された。また2008年の阪神なんば線の開通により、近鉄奈良から阪神三宮までの直通電車が運転開始



写真5 うめきた再開発エリア
(グランフロント大阪(三菱地所など))
2013.5 筆者が撮影。

した。関西圏および福井県の一部から大阪梅田や、難波、天王寺、阿部野橋に消費者が一極集中できる路線網が完成した。こうして、上記の大規模商業施設に消費者が集中した。これらの現象が、従来の路面店の売り上げを減少させる大きな要因となったのものと、複数の衣服路面店のスタッフは解釈している（2013年4月から9月にかけての聞き取り調査にもとづく）。

これらの大規模商業施設には、東京の大資本が経営するセレクトショップ「ユナイテッド・アローズ」「BEAMS」や、北堀江発祥の「アーバン・リサーチ」をはじめとした、多数の若者向け衣服店やカフェ・レストランがオープンした。これらの店舗は駅と直結している。また在阪キー局による報道と雑誌に掲載された情報により、関西圏全域からの集客効果が高まった。こうして、大阪都心の大規模商業施設のあいだで、熾烈な集客競争が繰り広げられはじめた。

ただ南船場をはじめ、堀江や、神戸トアウエスト、神戸港界隈のファッションナブルな街区に定期的に来訪していた顧客が大幅に減少した。それにより、南船場をはじめとした京阪神の細街路に出店している衣服店の売り上げが激減したということ、複数の調査対象者から聞き取ることができた（2013.6）。

阿波座にあるセレクトショップのスタッフによれば、雇用条件が細街路の路面店よりも、はるかに良い大阪都心の衣服店に、アルバイトまでもが移転する現象も発生しているという（2013.9）。それにより、細街路に立地する衣服路面店が、従来の方法での店舗運営をつづけたばあい、経営悪化するであろうと述べている（2013.9）。

この売り上げ減少に対処するために、南船場における一部の衣服路面店は、主要顧客を、近隣の衣服スタイリスト事務所、ラジオ・パーソナリティの事務所や、超高層マンションに住まう高所得層の住民に絞り込んだ（2013.8-9 複数の衣服店関係者）。言い換えればターゲットとする顧客を、個人顧客全般から、法人顧客と都心居住の富

裕層顧客に絞り込んだといえよう。

また、南船場のセレクトショップの個人事業主は、顧客とのコミュニケーションをとりながら、衣服を販売することそのものに醍醐味を感じている（2013.4 高級衣服路面店の店長の発言）。さらに、都心の超高層マンションに引っ越してきた住民（とりわけ20代や30代の主婦）が、平日の昼間にセレクトショップに来店し、購買行動をおこなっている（2013.5-9 継続的に確認）。だから、衣服店舗を経営する個人事業主は、南船場から事業撤退することに消極的なのである。

このように、梅田や阿倍野の大規模商業施設に消費者が集中した。それにより、南船場の小規模衣服路面店の売り上げが減少した。この売り上げ減少に対応するために南船場のセレクトショップは、ターゲットとする顧客を、一般的な若者消費者から、法人顧客と都心居住の富裕層顧客に絞こむ傾向を窺い知ることができたのである。

8. 考察と結論

このように本研究は、大阪市中央区の都心部細街路が、木材問屋や繊維問屋の集積地区から、衣服セレクトショップ、カフェ、レストランやヘアサロンといった小規模商業施設により構成された、ファッションナブルな都市細街路へと変容した過程を明らかにしてきた。

大阪市中央区南船場では、1960年代以降、繊維・木材問屋から商社への業種転換が起きた。そのさい空き物件が増加した。1970年代における炭屋町方面からの若手個人事業主の流入、1980年代半ば以降の土地資産バブルの盛衰と、京阪神エルマガジン社発行の雑誌による情報の普及が、南船場における細街路を、ファッションナブルな都市細街路へと変容させた。以上のことが、事例記述から明らかにされた。

ただ2011年5月の「大阪ステーションシティ」¹⁸⁾の開業と、2012年の「グランフロント大阪」¹⁹⁾の開業、そして2013年の「あべのハルカ

ス近鉄百貨店」²⁰⁾の開業が、南船場の都市細街路における路面店の売り上げ減少を促した。南船場における一部のセレクトショップは、売り上げ減少を解消するために、主要顧客を、一般的な若者消費者から、法人顧客と都心居住の富裕層顧客に絞り込んだのである。

南船場における都市細街路の主たる性格は、古くから存在する商社ビルに、小規模な衣服路面店や、おしゃれな飲食店が入居しているところにみいだされる。また雑誌の編集部門が、点在しているところにも、南船場特有の性格をみいだすことができる。

ただし、南船場における都市細街路の変容過程は、アメリカの都市社会学者が調査対象地として扱ってきた、ニューヨークのロウワー・マンハッタン (SoHo)、シカゴのウィッカー・パークや、東京都渋谷区神宮前における都市細街路の変容とは大きく異なる。

ズーキンが事例としたロウワー・マンハッタン (SoHo) では、1960年代の脱工業化による繊維工場の衰退が、街区の空洞化を招いた。工場利用されていたスペースが、安価な家賃設定で、テナント貸しされた。入居したアーティストが物件を、審美的空間に更新した。更新された物件情報がメディアにより普及した。こうしてSoHoの不動産価値が高まり、高所得のベビーブーマーによる都心回帰現象を促した (Zukin, 1982)。

ロイドが事例としたウィッカー・パークにおいても、零細工場と工場労働者の住宅街が、脱工業化により、空洞化した。その後、荒廃したエリアとなった。土地資産価値が著しく低下した。安価な家賃で物件が提供されるようになった。都心にもかかわらず安価な物件があるという情報を聞きつけたアーティストやデザイナーが、ウィッカー・パークの物件を借りはじめた。デジタルスキルを駆使したデザイナーの集まる地区へとウィッカー・パークが変容した (Lloyd, 2002; 2004; 2006)。

筆者が事例とした、東京都渋谷区神宮前の住宅

街であった細街路が、衣服デザインのグローバルな研究開発拠点へと変容した要因は、1980年代のグローバル経済の発達と、それに伴う土地資産バブルの盛衰に求められる (三田, 2013)。

これらの事例とは異なり南船場は元来、繊維問屋や木材問屋の集積する細街路により構成されていた。紡績工場の海外移転と、木材の海外からの輸入が増えた。脱工業化の間接的影響を受けながら、南船場の問屋街が衰退した。土地資産バブル崩壊以降、衰退傾向にあった南船場における都市細街路の成長を促したのは、グローバルな衣服文化生産ではなかった。リージョナルマガジンの装丁デザイン事務所、編集事務所や、小規模衣服路面店、そして小規模飲食店といった商業施設の集積であった。さらに、これらの事業所に勤務するひとびとと、ヤングアダルト層の都心住民により地域下位文化が形成された。そこに南船場の細街路変容の特性をみいだすことができる。

南船場における衣服路面店の個人事業主のなかには、海外の衣服企業とのグローバルなネットワークを保有しているひともいる。先述のとおり南船場では、わずかではあるが、衣服デザイン部門の集積現象も起きている (上野信子, 2006)。しかし、南船場に集まる衣服デザイナーたちは、関西圏や国内に立地する衣服部門をクライアントとしたデザイン活動をおこなっている。

以上のことから、大阪市中央区南船場の都市細街路は、衣服デザインのグローバルな研究開発拠点として機能していないことがわかる。細街路の主たる構成主体が、衣服路面店やおしゃれな飲食店であった。文化生産の拠点ではなく、消費空間として位置づけることができるのだ。しかも近年、鉄道ターミナル駅の大規模再開発が、店舗の撤退や、主要顧客の変化を促している。そこに、大阪市中央区南船場における細街路変容の動向が見いだせる。

本論文の冒頭で述べたとおり、先進国においては、1970年代のオイルショックをきっかけとし、大量生産体制の危機を迎えた。それまで先進諸国

の経済成長を支えてきた工場は海外に移転し、グローバル経済が発達していった。グローバル経済の発達は、先進国諸都市の経済を衰退に向かわせた。そのため「何が都市の成長を促すのか？」という現実的な問いが都市社会学にたいし求められてきた。近年ではこの問いにたいし、「知識生産が都市成長を促す」という答えを、都市社会学はみいだした。とくに、芸術や衣服デザインという文化生産が、衰退した都市再生の原動力として考えられるようになった (Zukin, 1982)。筆者もこうした学術的背景のもと、東京都心部の細街路の、住宅街から衣服文化生産のグローバルな研究開発拠点への変容過程をみいだした (三田, 2013)。

しかし大阪市中央区南船場の事例記述から、先行研究とは異なる論理で、都市細街路が変容してきたことが明らかになった。とくに、衣服文化生産のグローバルな拠点として、南船場の細街路が発達せず、小規模衣服路面店やおしゃれな飲食店により構成された、消費空間として発達してきたことが明らかになった。またリージョナルマガジンの装丁デザイン事務所や、編集事務所の集積も、わずかながら認められた。

この背景として、つぎの大阪特有の社会的背景を挙げることができる。それは、高度経済成長期以降も重化学工業に依存しつづけたところにある。大阪圏では、1964年に制定された、工場等制限法の規制を受け、工場の流出を招いた。しかしその後も、情報技術革新やグローバル経済の発達に対応できなかった。こうして大阪は、今日まで経済的衰退を抱え込んでしまった。大阪は、グローバル都市としての地位を確立することができなかったのである。それにより、東京、名古屋との都市間格差を拡げてしまった。名古屋は製造のグローバル都市としての役割を明確に保有している。そして、知識生産部門は東京に一極集中した。富裕層向け外資系衣服部門の日本支社が、東京都渋谷区・港区に集中した。外資系衣服デザイン部門も渋谷区や港区に集中した。

グローバル都市としての独自の役割を保有でき

なかった大阪では、外資系資本をクライアントとした、衣服デザインや製造の下請け部門が発達しなかった。こうした背景のもと、南船場が、衣服デザインのグローバルな研究開発拠点として変容することができず、洗練された消費空間として変容してきたものと考察できる。

しかも、梅田再開発や阿倍野再開発に伴い、南船場における都市細街路を構成してきた、小規模衣服路面店や飲食店の売り上げが減少した。それにより南船場の細街路に、再び衰退の危機が到来するかもしれないという問題も発生している。以上が本研究の結論である。

さいごに本研究の学術的意義について確認しておく。本研究は、大阪市中央区南船場における都市細街路変容の要因を、1960年代以降の、木材輸入の急増や、紡績工場の国内外移転、炭屋町方面からの個人事業主の流入と、1980年代における土地資産バブルの盛衰に求めた。

さらにこの細街路変容過程を、ニューヨークのロウワー・マンハッタンや、シカゴのウィッカー・パーク、そして東京都渋谷区神宮前との比較をつうじて、都市社会学的考察をおこなった。その結果、南船場の衰退傾向にあった都市細街路の成長を促したのは、グローバルな衣服文化生産ではなく、リージョナルマガジンの装丁デザイン事務所、編集事務所や、小規模衣服路面店、そして小規模飲食店といった商業施設の集積と、これらの事業所に勤務するスタッフと、ヤングアダルト層の都心住民により形成された地域下位文化の発達によるものであった²¹⁾。

考察では事例記述の背景として、まず大阪が、脱工業化以降、経済成長戦略の方針を明確にできず、グローバル都市としての地位を確立できなかったことに言及した。つぎに、グローバル金融部門と知識生産部門が発達している東京、グローバル製造業が発達している名古屋との都市間格差を拡大させたことに言及した。

さらに、1980年代において大阪都心の土地資産価値が下落したため、大阪都心に超高層マン

ションを建設することが容易になったことに言及した。そのうえで、都心のマンション住民、衣服路面店や、おしゃれな飲食店を運営するひとびとのあいだで、大阪都心特有の下位文化を形成しはじめていることに言及した。このように南船場の都市細街路の変容過程を先行研究との比較をつうじて考察を深めたところに、本研究の都市社会学研究としての学術的意義をみいだすことができる。

しかし、本研究には、大きな研究課題も残されている。それは、以下の問いを明らかにすることである。まず、南船場の都市細街路を、ファッションナブルな細街路として維持できるのかという問いである。つぎに、もし南船場のファッションナブルな細街路の維持を可能にしたばあい、その要因を、都心居住を志向する住民が増加し、彼／彼女らが多く来街することに求めることができるのか。それとも衣服部門の法人間取引拠点として発達することに求めることができるのか。もしくは別の要因や過程をみいだすことができるのかという問いである。筆者は、今後も南船場における都市細街路変容過程の調査を継続的におこない、これらの問いにたいする答えを見極めてゆきたい。それにより、現代大都市における細街路変容過程の類型化作業をすすめることができるであろう。

注

- 1) ただ後述のとおり、南船場のファッションナブルな細街路は、筆者が長年調査対象地としてきた東京都渋谷区神宮前のように、衣服デザインのグローバルな研究開発拠点として機能しているのではない。元来繊維問屋や、木材問屋の集積していた細街路が、個人事業主が経営する小規模衣服路面店や、おしゃれな飲食店、そしてリージョナルマガジンの装丁デザイン事務所や編集事務所の集積する細街路へと変容してきたのである。
- 2) 本研究では、ファッションナブルな都市細街路を、衣服デザイン事務所、衣服店やおしゃれなカフェ・レストランにより構成された細街路と、定

義する。

- 3) 家具屋は、主に西区北堀江に集積していた（新風書房, 2013）。
- 4) 代表的な紡績会社として、東洋紡績が挙げられる。
- 5) 2008年度の事業所企業統計調査によれば、南船場（博労町3丁目、南久宝寺3丁目、および南船場3丁目）の卸売・小売業の合計は501件、従業員数は、7532人である（総務省統計局）。
- 6) 本研究における超高層マンションの定義は、高さ60メートル以上で、なおかつ16階以上の住居用建築物とする。
- 7) 1997年に規制緩和の一環として、「高層住居誘導地区」が国会で議決された。高層住居誘導地区に該当する地区では、日影規制の適用が除外されている。容積率の上限が600%まで緩和された。これが大都市における都心回帰現象を促した。大阪で有名な超高層マンションとして「北浜タワー」（中央区）が挙げられる。大阪府内での超高層マンションの総数は、2012年9月現在で、44棟となっている（東京カンテイHP http://www.kantei.ne.jp/release/PDFs/73TR_kinki.pdf）。大阪市内では、33棟。10,258戸が2012年5月現在で供給されている（株式会社不動産経済研究所HP http://www.fudousankeizai.co.jp/Icm_Web/dtPDF/kisha/120510jyutaku.pdf）。
- 8) 本研究の調査対象地である中央区および北区における2013年5月における超高層マンションの数は、およそ20件である（不動産業者への聞き取り）。いずれもJR環状線沿いに建設されており、キタ、ミナミのオフィス街へのアクセシビリティにも優れている。
- 9) 該当する地区は、以下のとおり。大阪市中央区北浜三丁目、北浜四丁目、今橋三丁目、今橋四丁目、高麗橋三丁目、高麗橋四丁目、伏見町三丁目、伏見町四丁目、道修町三丁目、道修町四丁目、平野町三丁目、平野町四丁目、淡路町三丁目、淡路町四丁目、瓦町三丁目、瓦町四丁目、備後町三丁目、備後町四丁目、安土町三丁目、本町三丁目、本町四丁目、南本町三丁目、南本町四丁目、船場中央

三丁目、船場中央四丁目、久太郎町三丁目、久太郎町四丁目、北久宝寺町三丁目、北久宝寺町四丁目、南久宝寺町三丁目、南久宝寺町四丁目、博労町三丁目、博労町四丁目、南船場三丁目及び南船場四丁目地内。

- 10) 大阪のシンボルストリートにふさわしい、風格あるまちなみに歴史と文化の薫がする、活力とクリエイティブな発信力の共存したビジネス空間の形成を図ることを目的として、従来の地区計画を廃止した。
- 11) 近鉄の駅名は、「阿部野橋駅」。当該地区を指すばあいは、「阿倍野」と記される。
- 12) JR環状線福島駅は、西九条・弁天町・天王寺方面の電車に乗り、大阪のつぎの駅。駅前には、ハービス大阪、ホテル阪神や、ヒルトン大阪が立地している都心の高級街区と、超高層マンションのあつまる街区により構成されている。また、ABCテレビ（朝日放送）の本社にも近い。土地資産価値は高いエリアである。
- 13) オリックスやダイワハウスを主たる企業として挙げることができる。
- 14) 在阪キー局や電通・博報堂や東急エージェンシーのような広告代理店を顧客としたグラフィックデザイン事務所数は、中央区のはあい180件存在している（上野信子, 2006）。
- 15) 親会社は、神戸新聞社である。
- 16) 1990年代においては、JR西日本単体で企画していたが、現在では阪急、阪神、近鉄、京阪などの鉄道事業者もこの企画に参加している。
- 17) 事業所企業統計調査を参照したが、これは2011年以降発生した現象である。そのため、統計データから、具体的な売り上げの推移を見出すことができなかった。引き続き統計資料を参照し、データをつうじて明らかにする必要がある。
- 18) 「大阪ステーションシティ」の事業主体は、JR西日本。「JR三越伊勢丹」は、JR西日本、三越伊勢丹HDとの共同設立会社が運営。「ルクア」はJR西日本傘下のJR西日本SC開発が経営。
- 19) 事業主体は、三菱地所など大手デベロッパー。
- 20) あべのハルクスは、日本一の高層ビルで、上階にオフィステナントを誘致している。現在は、事業主体である近鉄が運営している「あべのハルクス近鉄百貨店」のみがオープンしており、2014年度中には、全面開業する予定である。
- 21) 先述のとおり、南船場とその周辺エリアには、衣服デザイン事務所や、雑誌の装丁デザイン事務所、編集事務所がある。しかし、こうした事業所の取引先の多くは、関西圏もしくは日本国内に留まることが多い。だから、南船場を、グローバルな衣服生産部門の集積地区として捉えることはできないのである。

文献

- 鯨坂学・徳田剛・中村圭・加藤泰子・田中志敬, 2010, 『都心回帰時代の地域住民組織の動向——大阪市の地域振興会を中心に——』『評論・社会科学』92: 1 - 87, 同志社大学。
- 鯨坂学・徳田剛, 2011, 『『都心回帰』時代のマンション住民と地域社会——大阪市北区のマンション調査から——』『評論・社会科学』97: 1 - 39。
- 鯨坂学・中村圭・田中志敬・柴田和子, 2011, 「『都心回帰』による大阪市の地域社会構造の変動」『評論・社会科学』98, 1 - 93, 同志社大学。
- Bovone, L., 2005, "Fashionable Quarters in the Postindustrial City: The Ticinese of Milan." *City and Community*, 4-4: 359-380.
- Castells, M., 1989, *The informational city*: Blackwell.
- Clark, N, Terry (ed.), 2003, *The City as an Entertainment Machine*. JAI: Elsevier Press.
- Florida, R., 2002, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books. (=2008, 井口典夫訳『クリエイティブ資本論——新たな経済階級の台頭——』ダイヤモンド社.)
- Glaeser, E, 2000, "The New Economics of Urban and Regional Growth," in Clark, G, Gertler, M, and Feldman, M (eds.) *The Oxford Handbook of Economic Geography*: 83-98. Oxford: Oxford

- University Press.
- 日限満彦, 2007, 『アメリカ村のママ 日限萬里子』小学館.
- 實清隆, 2007, 「バブル崩壊後における地価下落と大都市での都心回帰にかんする研究」『総合研究所所報』(15), 21 - 34, 奈良大学総合研究所.
- Lloyd, R., 2002 "Neo-Bohemia: Art and Neighborhood Redevelopment in Chicago." *Journal of Urban Affairs* 24: 517-532.
- , 2004, "The Neighborhood in Cultural Production: Material and Symbolic Resources in the New Bohemia." *City and Community* 3-4:343-372.
- , 2006, *Neo-Bohemia: Art and Commerce in the Postindustrial City*, New York: Routledge.
- 三田知実, 2013, 「衣料デザインのグローバルな研究開発拠点としての都市細街路——東京都渋谷区神宮前における住宅街からの変容過程——」『日本都市社会学会年報』第31号: 61 - 76, 日本都市社会学会.
- 難波功士, 2000, 「ファッション雑誌にみる“カリスマ”」『関西学院大学社会学部紀要』87号: 97 - 110.
- , 2006, 「戦後ユース・サブカルチャーズをめぐって(5): コギャルと裏原系」『関西学院大学社会学部紀要』100号: 101 - 132.
- , 2007, 『族の系譜学』青弓社.
- 新風書房, 2013, 「特集船場 商人道と伝統文化」『大阪春秋——大阪の歴史と文化と産業を発信する 第150号』.
- 高橋信一郎・小浦久子, 2002, 「市街地更新における地区イメージを形成する商業空間特性の研究——南船場を事例として」平成14年度日本建築学会近畿支部研究報告集, 809 - 812.
- 徳田剛・妻木進吾・鯉坂学, 2008, 「大阪市における都心回帰: 1980年以降の統計データの分析から」『評論・社会科学』88:1 - 43, 同志社大学.
- 上野信子, 2006, 「創造の場」と都市再生に関する一考察——大阪市都心部のデザイン活動拠点の立地事例を通して——『産開研論集』(18), 31 - 38, 大阪府立産業開発研究所.
- Zukin, S., 1982, *Loft Living: Culture and Capital in Urban Change*, New Jersey: Rutgers University Press.
- , and Kosta, E., 2004, "Bourdieu Off-Broadway: Managing Distinction on a shopping Block in the East Village." *City and Community*, 3-2: 101-114.
- et al. 2009. "New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City." *City and Community* 8(1): 47-65.