

再生古民家活用飲食店集積地域における 回遊型イベントの展開過程

—大阪市城東区「がもよん」を事例として—

石 原 肇[†]

The Roving-Event Activities in the *Gamoyon* Restaurant Area, Joto Ward,
Osaka City

ISHIHARA Hajime

要 旨

大阪市城東区蒲生4丁目周辺は、市民から通称「がもよん」と呼ばれている。「がもよん」では、2008年を皮切りに古民家を再生した飲食店が増加してきている。また、「がもよん」では、これらの飲食店を知ってもらうために、2012年からバルイベントが開催されてきた。

バルイベントの開催を契機として、参加飲食店同士のつながりができ、バルイベント以外の回遊型イベントが複数開催されるようになってきている。本稿では、これらの経過を把握することで、他の地域での地域活性化を目論む際の参考に資することを目的とする。

Abstract

The area around Gamo 4-chome in Joto ward of Osaka City is locally referred to as *Gamoyon*. Since 2008, the area has seen an increased number of restaurants opening in renovated *kominka* (old private townhouses). Starting in 2012, to promote the establishments in the *Gamoyon* area, *baru ibento* (bar event) have been hosted by the

[†] 近畿大学 総合社会学部総合社会学科 教授

草 稿 提 出 日 6月28日

最終原稿提出日 8月7日

business community. By hosting these bar events, the participating restaurants have developed closer connections with each other, resulting in the planning and holding of roving-events in addition to the bar events. The purpose of this paper is to understand the dynamic processes enabling these activities and to serve as a reference for stimulating revitalization activities in other regions.

キーワード：バルイベント，回遊型イベント，展開，古民家再生，がもよん，大阪市城東区
Keywords: *baru ibento* (bar event), roving events, development,
old house renovation, Gamoyon, Joto Ward, Osaka City

1 はじめに

(1) 研究の背景

中心市街地の活性化策の一つであるバルイベントは，2004年の「函館西部地区バル街」の開催が端緒となり，2009年に千葉県柏市や兵庫県伊丹市で開催され，その後，全国各地での開催が飛躍的に増加してきた。ことに近畿地方では兵庫県や大阪府の多くの地域でバルイベントが開催されてきている。

宮本・湯沢(2004)は中心市街地の活性化を図る上で検討すべき事項は2つあり，1つ目は来街者の増加対策であり，2つ目は回遊行動の促進であるとし，特に回遊行動を促進させることは，来街者の増加と同じ効果をもち，また滞在時間の増加も期待することができるとしている。松下(2013)は「函館西部地区バル街」について，バル街とは，西部地区とバル街マップ(ガイドマップ)，ピンチョー(つまみ)の3つで構成されている飲み歩きイベントであるとしている。参加者は，例えば「函館西部地区バル街」では，1冊5枚のチケットを3,500円で購入し，飲食店はチケット1枚で1ドリンク・1フードを提供するものとなっている。バルイベントは，来街者の回遊行動を促進させることが期待できる。

2017年10月，公益財団法人日本デザイン振興会(2017)は「函館西部地区バル街」をグッドデザイン100に選定した。審査委員の評価では，「この「バル街」ほど，全国に広まった食による地域興しイベントはないのではないだろうか。(中略)他地域での開催に関しては無償でノウハウを提供している。その活動に敬意を表して，ベスト100受賞となった。」としている。

（２）先行研究

バルイベントについての先行研究をみると、松下（2009）は「函館西部地区バル街」の集客メカニズムを普段行くことのできない店の敷居の低さにあるとしている。これに対して真鍋（2013）は近畿地方のバルイベントを対象としてバルイベントの集客メカニズムは敷居の低さだけでなく、通常一軒の店に行く料金で複数の店を楽しめることにあると指摘している。遊佐（2017）は「函館西部地区バル街」の取組みを地域資源活用による地域力の創出として捉えている。角谷（2016）は「函館西部地区バル街」から「伊丹まちなかバル」にどのようにノウハウが移転したかをコーディネート視点から分析した。また、角谷（2015）は「伊丹まちなかバル」開催以降の実施区域の商店街での飲食店の増加を確認している。

筆者は、2016年5月に伊丹市主催の「近畿バルサミット」に参加する機会を得た。この会合は、バルイベントを実施する団体が参加するものである。初参加以降、半年に一度開催される度に継続して出席し、参加団体による情報交換の場に同席してきている。この会合への出席を重ねてきての見聞から、バルイベントはイベントではあるものの、地域活性化のためには1度きりの単発での開催ではなく、継続開催することが重要であると認識するに至った。また、バルイベントを継続することそのものが目的ではなく、地域のイメージアップや安全性につなげることを主眼とした取組みもみられる。

石原（2019）は大阪府中央区の「北船場（バル）」において、伝統的建築や昔ながらの言葉を活かした取組みが進められていることを報告している。「北船場（バル）」の開催の背景には、中央区では都市再生が進められ、住居系高層建築物が増加し、ビジネスの街であるものの都心回帰により人口増加傾向にあり、新住民が増加しており、昔ながらに住む人々、働きに来る人々、新たに住み始めた人々の交流が目論まれている。また、石原（2020）は大阪府内で最も早い時期より継続開催している大阪府福島区の「野田バル」と「福島バル」を対象として、バルイベントの継続開催による地域ブランディングの効用について報告している。「野田バル」と「福島バル」の開催の背景には、福島区で都市再生が進められ、工場跡地での住居系高層建築物が増加し、都心回帰により人口増加傾向にあり、新住民が増加しており、福島区のイメージアップが狙いとされている。大阪市の都心区の都市再生が進められるエリアでは上記のような都市の更新が進められているが、これら中央区の「北船場（バル）」と福島区の「野田バル」「福島バル」とに共通する点は、都市再生が進められたことによる人口増加が開催の背景にある。また、いずれも実行委員長は元会社員で、起業してビジネスを行っており、その後、地域活性化を目指して社会的起業家的にバルイベントを行っていることがあげられる。久（2019a）は、新たな地域自治組

組織の組織運営のあり方に関する考察において、ネットワーク型の組織運営と社会的起業家の出現の重要性を指摘している。木村(2015)は、経営学の分野でのまちづくり研究においては、類い稀なる企業家が価値観の共有を動機付けとしてステークホルダーを巻き込むという「スーパーヒーロー仮説」の再生産が見られると指摘している。上記2人の実行委員長はスーパーヒーロー的な社会的起業家と言えるように思える。

同じ大阪市内でも都市再生が進む地域以外の地域では様相がやや異なってくる。大阪市は町家や長屋が多く、リノベーションによる地域の再生が進められてきており、例えば、中央区の空堀商店街や北区の中崎町、阿倍野区の昭和町などがあげられる。これらの地域は2000年代当初からリノベーションが進められ、それぞれのまちの特徴に応じて再生古民家の活用方法は異なっている。中央区空堀商店街は商店街であることから多様な業種で構成されアートイベントによる地域活性化が図られている。寿崎・柴田(2004)は、空堀地域では、長屋再生や長屋の残る町並みという地域のポテンシャルを、他から移り住んだ建築家が見出し、地元に住み続ける人にそのポテンシャルを認識してもらうために2001年からアートイベントが企画され、この企画がマスメディアに取り上げられたことによって、空堀地域に新たな意味づけがなされたとしている。北区中崎町ではカフェや雑貨、古着屋等アパレル関係の店舗が多くなっている。中道(2015)は、中崎地区には、もともと米屋や時計店などの昔ながらの店舗が存在したが、現在の中崎ブームは、阪神淡路大震災で被災し、中崎町に避難した店主が1997年に町家の改装により開業したギャラリー「楽の虫」が始まったとしている。これをきっかけに2001年頃には空き家再生の店が10店程度となり、2002年頃にメディアに取り上げられ、2006年には100店程度集積するに至り、この集積の理由としては、中崎町の街の雰囲気注目した若者を発端として、集積が集積を呼んだと考えられている(中道, 2015)。阿倍野区昭和町では、長屋建築としては初の国の登録有形文化財として登録された寺西家住宅で飲食店が営まれている。川口(2012)は、建築家、地元不動産業者、職人、住人等によって構成されるグループによる活動、すなわち阿倍野区内の近代長屋群に地域資源としての価値を見出し、それを地域の住民に発信する取組みについて考察している。このグループは寺西家住宅に限らず阿倍野区内の地域資源としての長屋の現存調査やまち歩きによる名所の選定などを実践するとともに、長屋の魅力発信の活動を、寺西家住宅等を活用して行っていると報告している(川口, 2012)。久(2019b)は、都市・まちづくり分野の近年の新しい動きに着目して、ポスト近代と新しい公共に関しての考察を行う中で、「国家・行政システム」や「経済システム」とは異なる、自発性を尊重し、共感でつながったネットワークで社会を動かしていく「協力システム」が重要であると指摘し、エリアリノベーションについては、ネットワーク社会の再開発手

法と位置付けられるとしている。藤岡（2016）は、地域課題の解決を掲げるソーシャル・ビジネスを生活者の視点で推進するのは、地域住民のNPOと地域の生活者としての店主であるとしている。また、藤岡（2018）は、価値を生み出すためには、共創的コミュニケーションが行われる「場」の生成が必要であり、地域活性化においても協働力を引き出す場が成功を左右するとしている。

（３）研究の目的

中央区空堀商店街や北区中崎町、阿倍野区昭和町での取組みからやや遅れて大阪市城東区蒲生４丁目（通称「がもよん」）で古民家のリノベーションが行われ、2008年にイタリアンレストランが開業した（写真１）。その成功以降、およそ10年間に32軒の再生古民家を活用した飲食店等が誕生してきており、上記の地域とは趣のやや異なる再生古民家を活用した飲食店集積地域が形成されるに至っている。この「がもよん」では、バルイベントが開催され、それ以降に様々な回遊型イベントが催されるようになってきている。前節で記したとおり、これまでリノベーションによる地域の再生が進められた地域に関する研究は多くみられるが、中央区空堀商店街や阿倍野区昭和町のように古民家を地域資源として発信することであったり、北区中崎町のように若者を発端として、自然発生的に集積が集積を呼ぶものであったりし、リノベーション後の再生古民家の用途が飲食店であり、地域活性化策としてバルイベントを導入し、その後に別の回遊型イベントにも取り組まれてきているような地域に関する研究はみあたらない。

そこで、本稿では、「がもよん」での複数の回遊型イベントの展開過程を把握することを目的とする。



写真１ 2008年に開業した再生古民家を活用したイタリアンレストラン
（2019年9月7日筆者撮影）

2 研究対象地域および研究方法

研究対象地域は大阪市城東区(図1)のOsaka Metro蒲生四丁目駅付近とする(図2)。大阪市城東区は、「大阪都心6区」の北東に隣接している。大阪城の東側に位置することから、この名が付けられている。城東区の行政区域面積は8.38km²、人口は164,697人(2015年国勢調査)となっている(図3)。城東区は中小工場が多く立地し、2015年国勢調査に基づき行政区域別人口密度でみると大阪府内で1位、全国でも4位に位置する(表1)。大阪府統計年鑑によれば、2015年度のOsaka Metro蒲生四丁目駅の1日乗降客数は17,348人となっている。

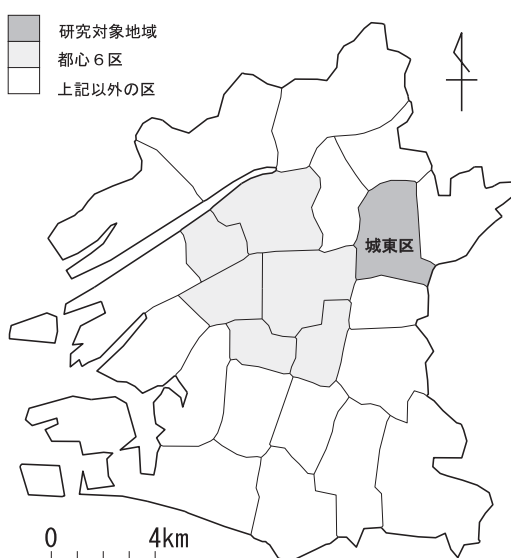


図1 大阪市城東区位置図

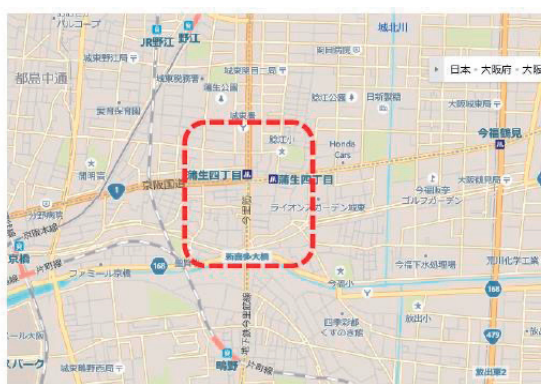


図2 蒲生四丁目駅付近と回遊型イベントの範囲

資料：Microsoft「Bing Maps」より作成

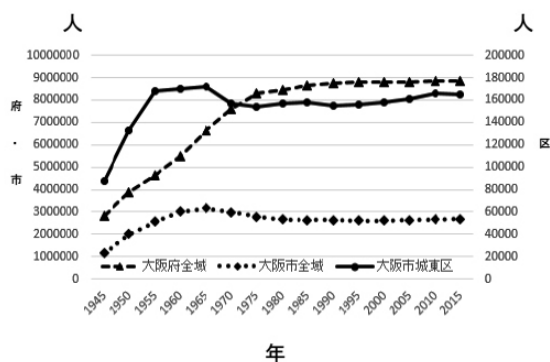


図3 城東区の人口の推移

資料：国勢調査各年より作成

表1 城東区の人口密度

	大阪市			東京23区		
	区名	人口 (人)	人口密度 (人／km ²)	区名	人口 (人)	人口密度 (人／km ²)
1	城東区	164,697	19,653.6	豊島区	291,167	22,380.2
2	阿倍野区	107,626	17,997.7	中野区	328,215	21,052.9
3	東成区	80,563	17,745.2	荒川区	212,264	20,892.1
4	西区	92,430	17,740.9	台東区	198,073	19,591.8
5	都島区	104,727	17,224.8	文京区	219,724	19,461.8

資料：国勢調査（2015）、大阪府統計年鑑および東京都統計年鑑より作成

研究方法は以下のとおりである。2019年9月8日に、一般社団法人がもよんにぎわいプロジェクトにヒアリングを行い、古民家再生の取り組みや「がもよんばる」の実施経緯を把握するとともに、現地に同行いただき、再生古民家の状況やプロジェクトの取り組みを調査した。実際の回遊型イベントの実施状況を把握するため、同年9月7日に「がもよんカレー祭」の、同年11月10日に「がもよんフェス」の現地調査を行った。また、同年10月24日と11月21日に「がもよんカレー祭」「がもよんハロウィン」「がもよん肉祭」について、同年11月13日と11月28日に「がもよんフェス」について、それぞれの実行委員長に実施経緯を把握するためのヒアリングを行った。これらより得た情報から、再生古民家を活用した飲食店集積地域におけるバルイベント開催以降の回遊型イベントの展開について考察を行う。

3 再生古民家を活用した飲食店群の出現と「がもよんばる」の開催

(1) 再生古民家を活用した飲食店群の出現

2008年に「がもよん」で古民家のリノベーションが行われ、イタリアンレストランが開業した。古民家の持ち主は蕎麦屋をイメージしていたが、リノベーションを請け負う和田欣也氏は、まちのイメージとは異なるイタリアンを推奨した。和田氏は建築資材を供給する会社勤めの頃、耐震補強の部材を開発したが、使いこなせる大工が少なく、自らが請け負うようになりR PLAY OFFICEを設立した(和田, 2018)。その後、和田氏は2017年に一般社団法人がもよんにぎわいプロジェクトを設立している。2008年以降およそ10年の間に32軒の再生古民家を活用した飲食店等が誕生してきており、先行研究で記した地域とは趣のやや異なる再生古民家を活用した飲食店集積地域が形成されるに至っている(図4、表2)。新しい飲食店が入る際には、同じ業態が重ならないよう配慮されている。なお、和田氏は城東区内の出身であるが、「がもよん」とは異なる地域とのことである。



図4 がもよんプロジェクトマップ

資料：がもよんプロジェクトHPより引用

表2 再生古民家による店舗リスト

	店舗名	住所	内容
1	IL CONTINUO イル コンティヌオ	蒲生 3 丁目 4-20	イタリアン（コース）
2	洋食ボストン	蒲生 4 丁目16-12	ハンバーグ
3	イタリアンバル ISOLA	今福西 1 丁目 5-1	イタリアンバル
4	うちげの魚 安来や	蒲生 4 丁目21-14	海鮮料理
5	cafe bar 鐘 の 音 -kane no ne-	蒲生 4 丁目 7-14	カフェバー
6	焼きたてパン R&B	蒲生 4 丁目 7-14	パン
7	琉球鉄板食堂 Magara	蒲生 4 丁目20- 4	沖縄料理
8	TONAI atil	今福西 1 丁目 6-1	美容室
9	cafe de GAMOYON	蒲生 4 丁目20- 4	カフェ
10	韓 non	蒲生 4 丁目11- 3	韓国料理
11	炭火焼鳥専門店 たづや	蒲生 4 丁目15-13	焼鳥
12	Pizzeria e Trattoria Scuore	蒲生 4 丁目21-21	ピザ
13	ハーブティーと香りのお店 &shu	蒲生 4 丁目11- 2	ハーブティー・アロマ
14	蒲生庵 草薙	蒲生 4 丁目10- 5	日本料理
15	マニアック長屋	蒲生 4 丁目 9-18	雑貨・アトリエ
16	割烹 かもん	蒲生 4 丁目16- 6	割烹
17	蒲生中華 信	今福西 1 丁目 6-25	中華料理
18	蒲生おでん 笑月 wazuki	今福西 1 丁目 6-26	おでん
19	真心旬香 色	今福西 1 丁目 5-12	創作和食料理
20	トミツル蒲生四丁目店	今福西 1 丁目 6-21	焼肉・ホルモン鍋
21	宿本陣 蒲生	蒲生 4 丁目 7-18	宿泊施設
22	八百屋食堂 まるも	蒲生 4 丁目21-17	八百屋・食堂
23	宿本陣 幸村	蒲生 4 丁目 7-18	宿泊施設
24	居酒屋 はまとも	蒲生 4 丁目15- 7	居酒屋

資料：がもよんプロジェクトHP等より作成

（2）「がもよんばる」開催の経緯

2012年9月に、和田氏の呼び掛けで、この地域で初めて「がもよんばる」が、21店舗の飲食店が参加し開催された。「がもよんばる」開催のねらいは、地元城東区民に飲食店を知ってもらい、リピーターになってもらうことであった。第1回以降は、2013年3月に第2回を参加42店舗で、同年9月に第3回を参加38店舗で、2014年7月に第4回を参加32店舗で、2015年11月に第5回を参加35店舗で、2016年11月に第6回を参加36店舗でそれぞれ開催している（表3）。第4回のみ缶バッジ方式で、それ以外は5枚綴りのチケット制である。2019年4月30日と5月1日の2日間かけて、平成から令和への元号が変わるのに合わせ第7回を「がもよんらすとばる」として参加26店舗で開催した。イベントの名称が示

表3 回遊型イベントの開催経過

年	月	がもよんバル	がもよんカレー祭	がもよんハロウィン	がもよん肉祭	がもよんフェス
2012	9	第1回 21				
2013	3	第2回 42				
	9	第3回 38				
2014	7	第4回 32				
	9		第1回 23			
2015	8		第2回 32			
	10			第1回 23		
	11	第5回 35				第1回 40
2016	3				第1回 32	
	8		第3回 34			
	10			第2回 32		
	11	第6回 36				第2回 30
2017	2				第2回 41	
	8		第4回 39			
	10			第3回 34		
	11					第3回 27
2018	3				第3回 48	
	9		第5回 42			
	10			第4回 39		
	11					第4回 21
2019	3				第4回 37	
	4・5	第7回 26				
	8・9		第6回 40			
	10			第5回 42		
	11					第5回 27

資料：各イベントのガイドマップ等より作成

※回の右隣の数に参加飲食店数

すように、「がもよんばる」は第7回を最終回としている(図5)。第7回では、和田氏の会社がOsaka Metro蒲生四丁目駅だけでなく、1つ隣の今福鶴見駅周辺でもリノベーションを手掛け始めたことから、3店舗が参加している(図6)。「がもよんばる」の事務局は当初は和田氏の会社であるR PLAY OFFICEが担っていた。2017年に和田氏は一般社団法人がもよんにぎわいプロジェクトを設立し、事務局を同社から引き継いでいる。



図5 「かもよんらすとばる」ガイドマップ
資料：かもよんばる実行委員会（2019）より引用

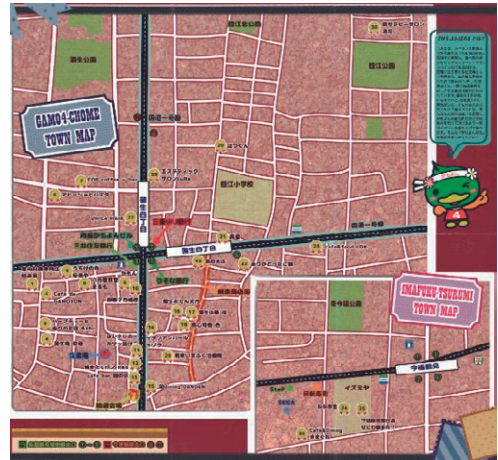


図6 「かもよんらすとばる」のマップ
資料：かもよんばる実行委員会（2019）より引用

（3）「かもよんミーティング」による飲食店のネットワーク形成

初めての開催にあたり，再生古民家を活用した飲食店数はわずかであり，和田氏は，地元で2007年からcafé & food LDKを営んできた小山ゆうこ氏に協力を求めた。小山氏は「かもよん」出身で，中学の同級生とcafé & food LDKを共同経営している女性オーナーである。小山氏は，2012年9月の第1回「かもよんばる」開催以前の2012年7月に，「かもよん」を盛り上げたいと店で企画したオリジナルTシャツを作製・販売している。Tシャツの裏面には地域活性化の思いに賛同しTシャツ製作に協力を申し出た地元の飲食店や企業18社の名前をプリントしている（写真2）。

「かもよんばる」の開催を契機に，再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず，参加飲食店によるミーティングが毎月1回行われるようになっていく。小山氏が中心となっている。当初は参加メンバーのいずれかの飲食店で集まっていたが，2017年に一般社団法人がもよんにぎわいプロジェクトが設立され，再生古民家がミーティングの場として提供されている（写真3）。



写真2 「カモン！ガモヨン」Tシャツ
(2019年11月23日筆者撮影)



写真3 再生古民家を活用した「がもよんミーティング」の会場
(2019年9月8日筆者撮影)

4 「がもよんカレー祭」等への展開

(1) 「がもよんカレー祭」開催の経緯

「がもよんばる」の開催が回を重ねる中、小山氏の呼び掛けにより、2014年9月に「がもよんカレー祭」の第1回が23店舗の飲食店が参加し開催されている。再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず、「がもよんミーティング」のメンバーに参加が呼び掛けられている。バルイベントであると開催が1日であることから、開催期間を約1週間として、子供からお年寄りまで誰もが楽しめるものとするため、テーマを「カレー」とし、各飲食店が自由に料金設定できるようにしている。第1回の開催以

降，毎年1回暑い時期開催している。2015年8月に第2回を参加32店舗で，2016年8月に第3回を参加34店舗で，2017年8月に第4回を参加39店舗で，2018年9月に第5回を参加42店舗で，2019年8～9月に第6回を参加40店舗でそれぞれ開催しており（図7），参加店舗数は初回と比較して増加傾向にある（表3）。

スタンプラリーが実施されており，要件を満たすとプレゼントが当たる企画となっている（図8）。参加者が参加飲食店に足を運び，まち歩きを促進する仕掛けがなされている回遊型イベントとなっている。

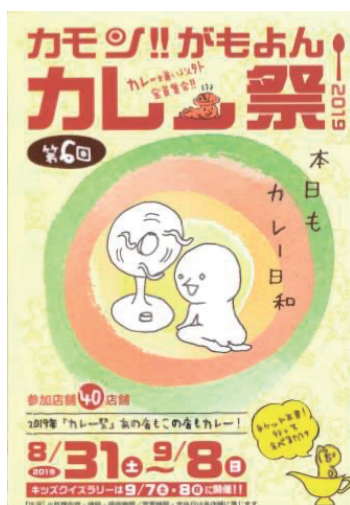


図7 「がもよんカレー祭」ガイドマップ
資料：がもよんカレー祭実行委員会（2019）より引用

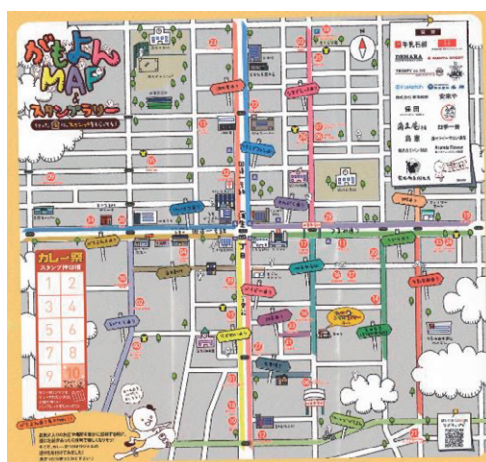


図8 「がもよんカレー祭」のマップ
資料：がもよんカレー祭実行委員会（2019）より引用

（2）「がもよんハロウィン」開催の経緯

その翌年の2015年10月に，小山氏の呼び掛けにより，「がもよんハロウィン」の第1回が14店舗の飲食店が参加し開催されている。再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず，「がもよんミーティング」のメンバーに参加が呼び掛けられている。バルイベントと異なり，子供が仮装して参加飲食店に行くと，参加飲食店が子供にお菓子をプレゼントするもので，子供向け回遊型イベントとなっている。参加飲食店は全くの持ち出しとなっており，地域貢献事業ともいえよう。

第1回の開催以降，毎年1回ハロウィンの時期に開催されている。2016年10月に第2回を参加15店舗で，2017年10月に第3回を参加31店舗で，2017年10月に第4回を参加31店舗で，2019年10月に第5回を参加33店舗でそれぞれ開催しており，参加店舗数は年々増加傾向にある（表3）。第5回は，城東区役所とアイラブ城北川実行委員会が主催する「キャ

ンドルナイトin城北」とが一般社団法人がもよんにぎわいプロジェクトを通じて連携して取組むようになっている(図9)。



図9 「がもよんハロウィン」のマップ

資料：がもよんハロウィン祭実行委員会(2019)より引用

(3)「がもよん肉祭」開催の経緯

さらにその翌年の2016年3月に、小山氏の呼び掛けにより、「がもよん肉祭」の第1回が春のイベントとして32店舗の飲食店が参加し開催されている。再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず、「がもよんミーティング」のメンバーに参加が呼び掛けられている。「がもよんカレー祭」と同様に、バルイベントであると開催が1日であることから、開催期間を約1週間として、誰でもが楽しめるものとするため、テーマを「肉」としている。第1回の開催以降、毎年1回開催している。2017年3月に第2回を参加41店舗で、2018年3月に第3回を参加48店舗で、2019年3月に第4回を参加37店舗でそれぞれ開催している(図10, 表3)。各飲食店が自由に料金設定できるようにしている。なお、第3回からは、小山氏から別の飲食店主に事務局は移っている。「がもよんカレー祭」と同様に、スタンプラリーが実施されており、要件を満たすとプレゼントが当たる企画となっている(図11)。参加者が参加飲食店に足を運び、まち歩きを促進する仕掛けがなされている回遊型イベントとなっている。



図10 「がもよん肉祭」ガイドマップ
資料：がもよん肉祭実行委員会（2019）より引用

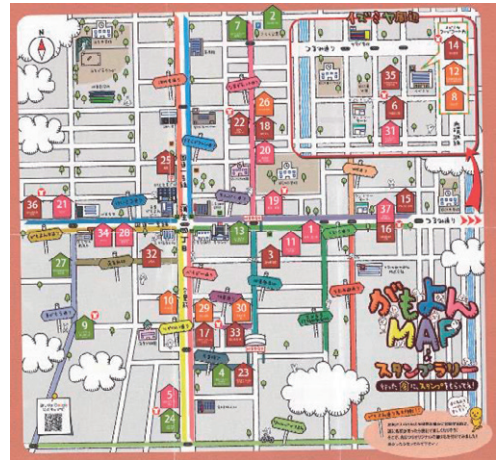


図11 「がもよん肉祭」のマップ
資料：がもよん肉祭実行委員会（2019）より引用

5 「がもよんフェス」への展開

中岳早耶香氏はミュージシャンで、2014年からミュージシャン仲間とともに蒲生4丁目でcafé & bar 鐘の音を共同経営している女性オーナーである。中岳氏は大阪府池田市の出身であるが、他の再生古民家の店舗が集積する地域も含め検討し、人口の多さ、駅の近さ等を勘案し、「がもよん」を選んでいる。

中岳氏は約1年かけてこの地域での人脈を形成した後、「がもよんフェス」開催の呼び掛けをし、2015年11月に第1回が開催されている。音楽で子供からお年寄りまで誰もが元気になるようにと開催された。「がもよんフェス」には第1回から飲食店も参加しているが、第3回からは「アーティスト応援メニュー」を提供する飲食店と位置付けられ、音と食のイベントであることを前面に出している。その飲食店は、再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず、「がもよんミーティング」のメンバーに参加が呼び掛けられている。各飲食店が自由にメニューを提供しワンコイン方式にしている。

第1回の参加飲食店数は40店舗であった。第1回開催以降、毎年1回開催している。2016年11月に第2回に参加30店舗で、2017年11月に第3回に参加27店舗で、2017年11月に第4回に参加21店舗で、2019年11月に第5回に参加27店舗でそれぞれ開催している（図12、表3）。第5回では、104組のアーティストが協力する飲食店（写真4）のや商店街の一角（写真5）等11箇所程度に別れ演奏しており、「アーティスト応援メニュー」を提供する飲食店でのスタンプラリーも実施され、音の面からも食の面からも参加者やアーティストの回遊が促進される仕組みとなっている（図13）。



図12 「がもよんフェス」ガイドマップ
資料：がもよんフェス実行委員会 (2019) より引用



写真4 「がもよんフェス」の会場の1つとなった中岳氏がオーナーの
café & bar 鐘の音
(2019年11月10日筆者撮影)



写真5 商店街での「がもよんフェス」の演奏
(2019年11月10日筆者撮影)

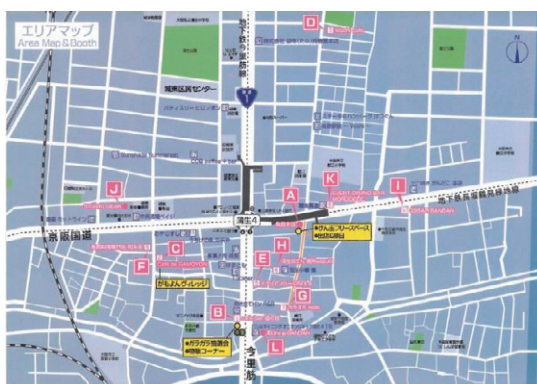


図13 「がもよんフェス」のマップ

資料：がもよんフェス実行委員会（2019）より引用

6 まとめ

本稿では、再生古民家を活用した飲食店が集積する大阪市城東区「がもよん」を研究対象地域として、バルイベント「がもよんばる」の実施とそこから派生して展開されている様々な回遊型イベントが実施されてきた経過をみてきた。「がもよん」で実施されてきている回遊型イベントについて、それぞれがどのように推移してきたかを模式化したのが図14である。

「がもよん」での回遊型イベントの取組みの展開を通じて、以下の点が見出された。まず、「がもよんばる」は再生古民家を活用した飲食店数がまだ少ない時期に開始している

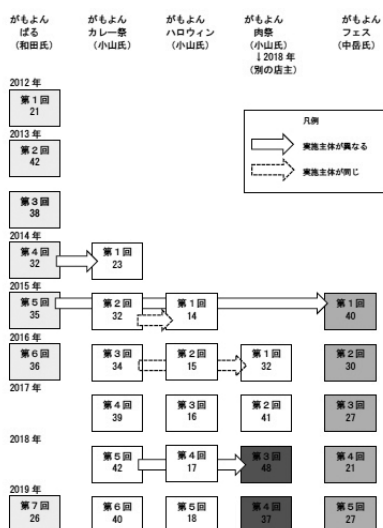


図14 「がもよん」における回遊型イベントの展開

資料：各イベントのガイドマップ、ヒアリングより作成
 （囲みの中の数字は参加飲食店数）

が、和田氏は、従来からこの地域で営む飲食店と一緒に実施することで成功したものと考えられる。つぎに、「がもよんばる」の取組みを通じて、「がもよんミーティング」が定期的に開催され、地域のイベント実施に主体的に参画する組織が形成されていることが窺われる。さらに、この「がもよんミーティング」のメンバーのうち、従来からこの地域で飲食店を営むオーナーの小山氏は「がもよんばる」に関わる以前から、地域活性化に取り組んでおり、再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず「がもよんミーティング」のメンバーに参加を呼び掛け「がもよんカレー祭」「がもよんハロウィン」「がもよん肉祭」といった複数の回遊型イベントを展開している。くわえて、再生古民家を活用した飲食店オーナーの中岳氏も再生古民家を活用した飲食店あるいは従前から営む飲食店に関わらず「がもよんミーティング」のメンバーに参加を呼び掛け、回遊型イベントである音と食の「がもよんフェス」開催へと展開している。中岳氏は、この地に出店してから、わずか約1年後に「がもよんフェス」を開催し、成功させている。このように「がもよん」では、2人の飲食店オーナーが「がもよんばる」で育まれた関係、すなわち地域のイベント実施に主体的に参画するメンバーによるネットワークを活かして、複数の回遊型イベントが定期的に行われる地域づくりを行ってきたといえよう。また、この2人の飲食店オーナーは、飲食店の経営という本来の仕事がある中で、「がもよんをより良くしていこう」と回遊型イベントの実施を発案し、実行してきている。

「がもよん」での回遊型イベントの取組みの展開をみると、経過から見れば、古民家を再生したイタリアンレストランの出現が契機であり、地域以外から「がもよん」に関わりをもった和田氏の取組みが端緒といえる。和田氏が「がもよんばる」を開始し、「がもよんミーティング」の場で「がもよんをより良くしていこう」という価値が共有された。藤岡(2018)が指摘する共創的コミュニケーションの場が生成されているように見える。和田氏は「がもよん」を拠点にしつつ、図6に示す1つ隣の今福鶴見駅周辺のように他の地域でも本来業務である古民家再生に着手してきており、城東区民に「がもよん」を知ってもらうための「がもよんばる」の役割は既に果たされたのだといえよう。「がもよんばる」が開催されてきている間に、「がもよんミーティング」の場でネットワークが形成され、「がもよん」出身の小山氏と「がもよん」で開業し拠点とする中岳氏が、それぞれの目指す形の回遊型イベントを実施してきたことで、地域でみると活性化策の継続的な実施がなされてきたと捉えられよう。このように捉えると、木村(2015)に照らした場合、「がもよん」における回遊型イベントの展開は、必ずしも一人のスーパーヒーロー・ヒロインによるものではないようにみえる。また、藤岡(2016)が指摘する「地域の生活者としての商店主」にあたる飲食店オーナーである小山氏と中岳氏が地域課題の解決を掲げるソーシャ

ル・ビジネスを推進しているとも捉えられ、社会的起業家的な活動と言えるのではないだろうか。

「がもよん」にある城東商店街では、城東商店街振興組合が2019年度の大阪府の助成を受け、アーケードの改修を行っている。この助成に関連し、同商店街ではイベントを行うことが求められており¹⁾、その実施にあたって同商店街から小山氏と中岳氏に参画が求められ、両氏は対応している。同商店街の要請は、これまでの2人の飲食店オーナーの社会的起業家的な活動の実績が評価されてのことであろう²⁾。2020年3月にイベントが実施される計画とのことであり³⁾、どのような取組みになるか、また、助成は単年度とのことであり、助成がなくなる2020年度以降も実施されるのかを含め注視していきたい。

注

- 1) 大阪府の「商店街サポーター創出・活動支援事業」による。同事業については、2019（令和元年度）で終了になっている（大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課商業振興グループ、2020）。
- 2) 注1の事業報告資料においても、城東商店街振興組合が評価していることが窺われる（城東商店街振興組合・街角企画株式会社、2020）
- 3) このイベントは「城東アーケードフェスタ」で、2020年3月7日に開催予定であった。しかし、新型コロナウイルス感染防止のため、イベントは中止となっている（城東アーケードフェスタ実行委員会・城東商店街振興組合、2020）。

謝辞

本研究を進めるにあたり、一般社団法人がもよんにぎわいプロジェクトの田中創大様、café & food LDKオーナーの小山ゆうこ様、café & bar 鐘の音オーナーの中岳早耶香様には資料のご提供やヒアリングへのご対応をいただいた。なお、本稿は、2019年11月25日にTopic（大阪府富田林市きらめき創造館）で開催された近畿都市学会2019年度秋季大会において発表した内容を加筆・修正したものであり、発表時には多くの先生方から建設的なご意見やご質問をいただいた。また、本稿は匿名の査読者により大幅に改善された。以上の皆様に記してお礼を申し上げます。

参考文献

石原 肇「地域ブランディングのツールとしてのバルイベントー大阪市中心区「北船場（バ）ル」を事例にー」『地域活性学会研究大会論文集』第11巻，2019年，139-242ページ。

石原 肇「バルイベントの継続開催とそれに伴う他の地域活性化事業への展開ー大阪市中心区福島区の事例ー」『大阪産業大学論集 人文・社会科学篇』第39巻，2020年，71-102ページ。

大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課商業振興グループ「商店街サポーター創出・活動支援事業」，2020年。

<http://www.pref.osaka.lg.jp/shogyoshien/shogyoshinko/syoutengaisupport.html>

（最終閲覧日：2020年6月28日）

がもよんにぎわいプロジェクト「古民家再生プロジェクトMAP」，2019年。

<http://r-play.jp/gamo4project/about#map>

（最終閲覧日：2019年11月28日）

がもよんにぎわいプロジェクト「お店紹介」，2019年。

<http://r-play.jp/gamo4project/shop>

（最終閲覧日：2019年11月28日）

川口夏希「地域資源の「発見」を通じた地域再生の取り組みー大阪市中心区阿倍野地区を事例としてー」『都市文化研究』第14巻，2012年，55-69ページ。

木村隆之「まちづくり研究およびソーシャル・イノベーション研究の理論的課題に関する一考察」『九州産業大学経営学会経営学論集』第26巻第1号，2015年，1-15ページ。

公益財団法人日本デザイン振興会「グッドデザイン賞受賞概要」，2017年。

<https://www.g-mark.org/award/describe/46066>

（最終閲覧日：2018年11月11日）

城東アーケードフェスタ実行委員会・城東商店街振興組合「城東アーケードフェスタ延期のお知らせ」，2020年。

<https://joto-shotengai.com/archives/451>

（最終閲覧日：2020年6月28日）

城東商店街振興組合・街角企画株式会社「商店街外部のまちづくり組織と連携した空店舗に新たな店舗をマッチングするしくみづくり」，2020年。

<http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/2566/00342029/05.pdf>

（最終閲覧日：2020年6月28日）

寿崎かすみ・柴田和子「大阪・京都の長屋・町屋再生によるまちづくり活動－大阪市空堀地区でのからほり倶楽部の活動ケーススタディー」『都市住宅学』, 第47巻, 2004年, 121-126ページ。

角谷嘉則「「函館西部地区バル街」から「伊丹まちなかバル」への情報提供とその経路」『流通研究』第19巻第1号, 2016年, 67-82ページ。

角谷嘉則「商店街におけるコーディネーションの分析－飲食店の増加とバル街による変化－」『流通』第36巻, 2015年, 31-45ページ。

中道陽香「隠れ家的な街としての大阪・中崎町の生成－古着店集積を事例にして－」『空間・社会・地理思想』第18巻, 2015年, 27-40ページ。

久 隆浩「新たな地域自治組織の組織運営のあり方に関する考察」『日本都市学会大会要旨集』, 第66号, 2019年a, 58-59ページ。

久 隆浩「ポスト近代と新しい公共に関する一考察 都市・まちづくり分野の近年の新しい動きに着目して」『渾沌』, 第16号, 2019年b, 15-27ページ。

藤岡芳郎「ソーシャル・ビジネスの組織運営について理論的考察 価値共創の視点より」『大阪産業大学経営論集』, 第17巻第3号, 2016年, 97-116ページ。

藤岡芳郎「地域活性化活動における場の生成プロセスについて 価値共創アプローチでの理論的考察」『大阪産業大学経営論集』, 第19巻第2・3号, 2018年, 25-42ページ。

松下元則「函館西部地区バル街の概観：歩み・参加者行動・仕組み」『福井県立大学論集』第41巻, 2013年, 87-112ページ。

松下元則「函館西部地区バル街の集客メカニズム」『食生活科学・文化及び環境に関する研究助成研究紀要』第24号, 2009年, 191-199ページ。

真鍋宗一郎「回遊型飲食イベント（バルイベント）の集客メカニズムについて」『創造都市研究e』第8巻第1号, 2013年, 1-25ページ。

宮本佳和・湯沢 昭「土地利用変化からみた中心市街地の将来予測と回遊行動の現状把握－前橋市中心市街地を事例として－」『都市計画論文集』第39巻第3号, 2004年, 661-666ページ。

遊佐順和「地域資源活用による地域力の創出に関する研究－函館西部地区バル街を事例として－」『地域研究』第58巻A, 2017年, 1-14ページ。

和田欣也「空き家再生でまちブランド化－がもよんモデル－」『UIIまちづくりレターまち・つくる通信』第26号, 2018年, 1-6ページ。