

大大阪のモダニズム

大阪府立大学教授 橋爪紳也

MODERNISM OF DAIOSAKA

Shinya HASHIZUME, Professor, Osaka Prefecture University

During the 1920s and 1930s, when modernism was trumpeted in Japan, textile, shipbuilding and machinery industries developed in Osaka, rapidly increasing the population and urbanizing the conventionally suburban areas. In 1925, Osaka City expanded, and the newly enlarged city area was called Daiosaka (big Osaka). New urban infrastructures were built there during those years: the Midōsuji Boulevard, subway lines, and Osaka Castle's Main Tower was reconstructed. Private railway companies constructed large buildings at their terminal stations and started to run markets and department stores, attracting customers. The Osaka Asahi Newspaper and Osaka Mainichi Newspaper organized national high-school baseball championship games in spring and summer, while the Osaka central broadcasting station aired entertainment programs by radio. In Daiosaka, new lifestyle and culture thus emerged.

According to the late journalist Sōichi Ōya, the new lifestyle, dubbed modernism, was “the most developed philosophy of hedonism” and “consumption economics.” The modernist culture, which was based on the premise of a mass-production, mass-consumption society realized through the development of industrialization, and on an economy that pursued efficiency and rationalization in line with actual lifestyle, had affinity with the character and people's temperament of the city, where consumption lifestyle was instilled and efficiency was highly valued. At the stage when modernism was adopted, the people of Osaka showed outstanding resourcefulness; this was exhibited in how they arranged it to suit to local ways. While modernist culture spread on a global scale, modernism in Osaka had distinguishing features, and that is why the modernist culture in Osaka should be reevaluated.

1. 都市の都市

「1 大君の船着けまし難波崎 『ダム』は粋よ伊達姿 君は似たかよ冷たさは 黄昏時の水の色 大阪よいとこ水の都市」

「2 高き屋に登りて見れば煙立つ 都市の心臓(ハート)が溶鉱炉 燃ゆる焔は吾が想ひ 君の手匙で御意のまま 大阪よいとこ富の都市」

「3 近松の昔話か色姿 酒場の手くちはネオンサイン 青と赤とのコケティッシュ 断髪のエロもうれしかろ 大阪よいとこ色の都市」

「4 太閤の昔の夢は夢なれど タクシーの渦と人の波 大大阪の横顔に そっと與へた投げキッス 大阪よいとこ都市の都市」

昭和6年の春、食満南北が脚本を担当、道頓堀の松竹座で松竹楽劇部(のちの大阪松竹歌劇団)が演じた「歌舞伎レビュー 太閤記」のテーマ曲「大大阪祭の唄」の歌詞である。作詞を担当したのは作家の直木三十五。難波津や難波宮の故事、近松の物語、太閤秀吉の夢想など歴史的な事績を意識しつつ、中之島の可動堰を意味する「ダム」のほか、「ネオンサイン」「投げキッス」「タクシーの渦」など、最新の都市風俗を織り込んでいる点に工夫がある。また水辺に発展した経済都市であり、独自の文化を伸展させた大阪の特性を意識しつつ、「水の都市」「富の都市」「色の都市」と称え、そして何よりも誇らしげに「都市の都市」、すなわち「都市のなかの都市」だと大阪への最大級の讃辞を贈っている点も面白い。

「歌舞伎レビュー 太閤記」は、夕刊大阪新聞社が主催した「大大阪祭」を記念する作品である。「端午の巻」「本能寺の巻」「醍醐の巻」の三部から構成、阪東壽之助や尾上菊蔵たちが演じる歌舞伎の舞台と、松竹楽劇部の女性たちのレビューやダンスを交互に見せて秀吉の生涯を再現するものだ。歴史と伝統のうえに、最新のモダンな都市文化が成立していることを示唆するところだ (Figs. 1)。

2. 「大大阪」と新しい都市基盤

モダニズムが喧伝された1920年代から30年代、大阪は産業都市として繁栄の時期を迎えていた。紡績を始めとする繊維産業、造船・機械産業といった製造業を集積、人口が急増すると同時に郊外の都市化も進行した。

大正14年4月1日、大阪市は隣接する町村を合併して、第二次の市域拡張を実現させる。人口211万4千人を数え、人口規模では国内最大、世界でも第六位となる巨大都市の誕生である。市域を拡張した大阪市は「大大阪」と呼ばれた。ここでいう「大」の文字には、本義として面積を拡張したという意味合いがあるが、加えて東洋を代表する産業都市に成長したという自負もこめられている。巨大都市圏の誕生を記念する日、市内では23万人の学童を動員、日章旗と市章「滌つくし」の旗を打ち振って祝ったという。ここでは市域拡張から10年が経過した記念行事で発行された絵葉書を紹介しておこう (Figs. 2)。

経済力と人口集積を基盤に、欧米の先進事例を参照としつつ、大阪独自の都市基盤のモ

デルが発想された。典型が都市計画において「廣路」として設定、大正 15 年に着工された御堂筋の事業である。大阪の都心を貫通する 24 間幅の新しい目抜き通りは、当時の常識にはない広幅員の道路であった。沿道に土地を持つ人々に受益者負担金を課した点も、日本で初めての試みである。

道路建設と並行して地下鉄の建設も具体化、「都市の立体的利用」がすすめられた。街灯もともされ欧米の主要都市に負けない都市美を提供した。街路樹として、大江橋以北はプラタナス、以南については銀杏が植栽された。東洋原産の樹種である銀杏をあえて選定、アジアを代表する大都市にふさわしい景観を創出しようとしたわけだ (Figs. 3)。

御堂筋と同時に建設された地下鉄の規格も画期的であった。昭和 8 年 5 月 20 日、梅田から心齋橋までの区間がまず開業する。駅ごとに異なるテーマカラーを設定、照明灯もモダンなデザインが採用された。当初は 120 人定員の客車 2~3 輛での運用であったが、将来的に最大 10 輛までの連結を可能とするべしという先見から駅の規模が定められた。「プラットフォームが長く停留場も広くてぜひいたくた」とする批判もあった。

公共的な文化施設を建設する際にも、前例をそのままに踏襲するような計画ではなく、大阪独自の創意工夫を重ねようとする気風があった。市民の寄付を財源として、竣工した大阪城の復興天守閣などが判りやすい。昭和 3 年、天皇の即位を祝う奉祝事業の一貫として提唱された事業である。「無用論」を唱える市民も 一部にはあったようだが、「大大阪市としての意味のある共同的床飾」を造ろうという意識がそれをうわまわった。半年ほどのあいだに目標の 150 万円の資金が集まった。10 銭という少額から、住友家の 25 万円まで、総計 7 万 8 千件を超える寄付があった。

市民の浄財を集めて、世界でも先例のないエレベーターを装置した高層の模擬的な歴史的建造物が完成する。徳川時代の石垣を基礎としながらも、外観の上層部分は「大阪夏の陣扉風」を元に桃山風に設計された。昭和 6 年 10 月末に落成した天守閣は、10 台の強力な投光器によって巧みに演出され、夜空を背景にくっきりと輪郭を浮かびあがらせた。まるで「お伽の国の城」のような、文字どおりの「不夜城」が出現したわけだ。歴史性とシンボル性を併せ持つ真新しいモニュメントは、「豊公栄耀の面影をグレート大阪の空高く、昔を今に近代建築の粋を集めて再現した大阪城天守の豪華こそは『葦の浪華』のプライドでなくてはならぬ」などと、観光絵葉書の説明文に記された。図は竣工記念にエレベーター会社が配布した絵葉書と、大阪市電気局が発行した記念乗車券である (Figs. 4)。

四ツ橋の電気科学館も、大阪らしい文化施設である。そもそも電気の普及・啓発と電気技術に関する発明考案の指導・援助に重きが置かれた産業振興施設と位置づけられていたが、アイススケート場を設ける当初案を捨て、東洋で最初のプラネタリウムを設置、青少

年の社会教育を意識したサイエンス・ミュージアムへとその姿を改める。昭和 12 年に、日本国内ではじめて「科学館」と称した画期的な複合施設として開業する。

3. ターミナル文化とメディアイベント

民間企業も、海外事例に学びつつ、先例のない文化事業に着手する。たとえば阪急電鉄の小林一三が展開した沿線開発事業も、大阪で産み出された新たな事業モデルとあって良いだろう。郊外に鉄道路線を延ばすにあたって、沿線に住宅地を建設して電気を供給するとともに、終着点とターミナルに新たな集客の場を用意した。アメリカなどでの視察経験を活かして、箕面や宝塚に家族向けの動物園や遊園地を設け、また温浴場やホテルの経営も始める。さらに竣工した屋内プールの評判が悪いと知ると、すぐさま少女歌劇場に改め、民衆に廉価で安心して楽しめる娯楽を提供した。

いっぽうターミナル駅には、アメリカ風のマーケットを建設する。大正 9 年 10 月、新しい駅ビルの完成にともなって、直営の「阪急食堂」と白木屋の「出張所」を開設した。のちの阪急マーケット、阪急百貨店の原点である。呉服店から転身した百貨店とは異なり、通勤客を対象とした品揃えであった。阪急の方法論を意識したものだろう、各私鉄もターミナルビルを建設し、マーケットや百貨店を経営した。周辺には、複合的な商業施設や映画館などの娯楽施設が集積し、大阪独自のターミナル文化が発展をみた。

大阪を基盤に全国紙に展開した新聞社も、新たな生活文化を創造した主体である。大正から昭和初期にかけて、大阪朝日新聞と大阪毎日新聞は、さまざまなメディアイベントを用意して競い合った。春と夏の甲子園野球、欧州への訪問飛行などが典型である。スポーツや航空事業の啓蒙など、公共性のある出来事を意図的に起こすことで、読者を増やすとともに全国紙への展開を実現させてゆく。

大阪中央放送局も、新たな生活文化を市民に広める役割を担った。「ラジオ体操」「英語聴取時間」をはじめ、「子供新聞」「放送小説」などのちに全国放送となる人気番組をあいついで企画した。スポーツの実況放送も大阪が先取りした。昭和 2 年、全国中等学校野球大会の様子を生放送、翌年からは選抜大会の模様も中継している。やがて「甲子園」の名は、郷土の誇りをかけて若者が戦う場所として全国区となる。また「国民歌謡」を提唱したのも大阪の放送局であった。

官民が協調して、独自の事業をかたちにするという方法論も 1930 年代の大阪で試みられた。欧米からの観光客やビジネス客も利用できる本格的なホテルの建設が検討される。大阪市は、国庫から借り入れた資金で建物を建設し、運営を民間に委ねるという先駆的なビジネスモデルを実践、昭和 10 年に新大阪ホテルを開業させている (Fig. 5)。

4. モダニズム文化の「大阪化」

「モダニズム」と総括される当時の生活文化は、いかに論じられたのだろうか。たとえば大宅壮一は『中央公論』昭和4年2月号に、モダニズムの諸相について論じる文章を寄稿、翌年刊行した著書『モダン層とモダン相』の巻頭に収めている。大宅のいう「モダン層」とは、「没落した中産階級」である「有識無産階級」のことである。彼らは「映画と、ジャズと、ダンスと、スポーツを通じて輸入されたモダニズム」を生きているとみる。

ここでいう「モダン」とは「時代の尖端」を意味する。ただしその内実は「本質的生産的尖端」ではなく、「末梢的消費的尖端」であると大宅は定義し、次のように書く。

「鋭く、細く、脆く、弱々しい尖端である。研ぎすまされた時代の神経である。新しいもの、珍しいものを最も鋭敏に感受して同時代人に伝える民族のアンテナである。」

「有識無産階級」、すなわちホワイトカラーの人たちが、それぞれ鋭敏な「アンテナ」となって「モダンライフ」、すなわち同時代の文化を感受し、日々の営為として実践している。ただ「刺激」を求める生活には、「理想」も「道徳」も、「幻滅」も「執着」も、さらには「感激」もない。あくまでもその重心は「感覚」にあると大宅は強調する。

「モダニズムには『昨日』もなければ『明日』もない。あるものはただ人工的刺激によって強く感覚に印象される利那があるばかりである。『昨日』は記憶から駆逐されなければいけない悪夢であり、『明日』はそれ自身何の魅力をも約束しない砂漠である。」

大宅はこの評論で、「モダニズム」と総称された生活文化を、「最も発達した享楽哲学」であり、「消費経済」であると結論づける。この定義に従って同時代の生活文化を評価する際、大宅が着目したのが大阪という都市である。大宅は昭和5年3月27日の『大阪朝日新聞』に「大阪の東京化と東京の大阪化」という文章を寄せ、次のように書く。

「これまで東京は日本の中枢であり、脳髄であり、一切の文化の水源地であるように思はれてきた。大阪文化は東京文化の複製もしくは亜流であり、大阪は卑俗化された東京であると、東京人を初め一般日本人が考へ、大阪人自らもさう思つてきた。」

しかし大宅は、このような認識に意義を申し立てる。政治・教育を除いた「消費文化」という点にあっては、それまでも大阪が「断然リード」していた点が少なくないと分析する。またいかに不景気にあっても、大阪は「消費的分野」においては澆瀾としており、東京のように「蒼ざめて」はいないと強調する。

結果、さまざまな大阪文化が東京に広まった。それまで嘲笑の対象であった「上方弁」が東京でも使われるようになり、上方なまりは純粹の江戸っ子のあいだに侵入したとみる。また大阪流のカフェやダンスホールなどの娯楽、さらには少女歌劇など、最初に大阪で流

行した文物が、やがて各地に普及していく。大宅は「政治の中心である東京が、いつまでも文化的優位を失はないといふ考へ方は古い。生産的に、経済的に優位を獲得しつつある大阪は、消費文化の点でも、漸次東京を始め全日本をその影響下におくであらう」と結論づけている。

ここでいう「大阪文化」の本質は何か。大宅は昭和4年12月、および翌5年6月に『大阪毎日新聞』に寄せた文章で、大阪を「日本の米国だ」と論じ、「大阪文化」と資本主義の所産であるアメリカ文化との類似性を強調する。

大宅は明治・大正時代の「東京文化」、ひいては「日本文化」は、イギリスやドイツ、フランスといった西欧文化の模倣であり、「政治に曳きずられて発達」したものであるという。ただ摂取すべきものは摂取を終え、なかにはすでに日本が凌駕している分野もあるとみる。

ただモダニズムが喧伝された時期には、原型である西欧の文化が生彩を失い、「文化的前衛性」は喪失した。代わって、アメリカの文化が「全日本を征服」しつつある。それは政治や思想、あるいは哲学や美術のように、観念的で実生活と遊離しやすいものではなく、徹頭徹尾、実生活に即して能率化し、合理化する経済を基礎とする文化である。極言すれば「すべてが^{ドビ}弗に還元されるところの文化」だと述べる。

米国の文化が日本に広まる中心地が、「日本のアメリカ」である大阪だと大宅は書く。もっともそれは単なる受容ではない。そもそも「豊臣の時代」から国内における経済的優位を失わなかった大阪において、経済を本位とする文化概念は古くから実践されていた。そのためアメリカの文化を受容する際にも、東京のように単なる模倣にはならなかった。「多少、影響はあるにしても、それぞれ独立に成長しながら、たまたま発生条件が甚だ類似してゐたために、同じやうな傾向を帯びるにいたったといへないこともない」と分析している。

モダニズムの文化は、工業化の進展による大量生産、大量消費社会を前置きとして誕生した合理精神の所産である。消費生活に根ざし、合理性を重視する傾向があった大阪の都市性や市民気質は、そもそもモダニズムの精神と親和性があったのだろう。モダニズム文化を受容するプロセスにあつては、いかにアメリカ文化の影響下にあつたとしても、常にそれを「大阪流」にアレンジし、新たな創意と工夫を重ねる傾向が顕著であつた。同時代の東京や京都など他の都市と比較しても、抜きん出て、独創的であつたと言ってよい。世界的な規模でのモダニズム文化の伝播のなかで、「大阪のモダニズム文化」を再評価することの必要性を強調するゆえんである。

〈図版〉

- Figs. 1. 『Shochikuza NEWS』表紙と1頁
Cover and the first page of Shochikuza NEWS published by Shochikuza .
- Figs. 2. 大阪市域拡張10周年記念の郵便はがき(2種類)
Two types of memorial picture postcards.
- Figs. 3. 「梅田停留所(大大阪高速地下鉄)」・「御堂筋と地下鉄」の郵便はがき
Picture postcards of 'station of Umeda' and 'Midousuji and subway'.
- Figs. 4. (上) 日本エレベーター製造株式会社が配布した竣工記念の郵便はがき
(下) 大阪市電気局が発行した大礼記念事業竣工記念乗車券
Below : Memorial picture postcard.
Far below : Commemorative ticket issued by Osaka municipal electric bureau.
- Fig. 5. 「新大阪ホテルの葉」の表紙
Cover of the Hotel New Osaka guide.

橋爪紳也 (Shinya Hashizume)

大阪府立大学21世紀科学研究機構教授、大阪府立大学観光産業戦略研究所所長。専門は建築史、都市文化論、都市観光研究。京都大学工学部建築学科卒、京都大学大学院工学研究科修士課程、大阪大学大学院工学研究科博士課程修了。工学博士。大阪府特別顧問、大阪市特別顧問、大阪府市文化振興会読会長ほか兼職。大阪市立大学都市研究プラザ特任教授、国際日本文化研究センター客員教授、湘江大学客員教授。イベント学会副会長。近著『瀬戸内海モダニズム周遊』をはじめ、『明治の迷宮都市』『「水都」大阪物語』『大阪の教科書』『モダン都市の誕生』他、著書・編著多数。

(※肩書は掲載時のものです)