

100年、100店、 商店街情話

1世紀分の思いを込めて。

感動、興奮、発見が香り立つ、
華やかなる通りにおよそ100店舗。

和洋対比、新旧対決。

100年もの間、大阪ミナミをリードしてきた戎橋筋商店街。

先代への敬意。仲間との結縁。お客様への感謝。

尽きせぬ思いが込み上げてくる。

歴史と文化を受け継ぎ、

街の移ろいを見守ってきた老舗が語る、商店街情話。

「オール戎橋」の旗振り役として。

をぐら屋 大阪戎橋筋
TEL06-6211-0012



をぐら屋 大阪戎橋筋
池上淳子さん



「をぐら屋」の創業は嘉永元年(1848)。嘉永という年代は、ペリー率いる黒船が来航した時代。江戸の周章狼狽を尻目に、大坂の地で華開いたのが昆布文化でした。鬻付け油を商う小倉屋を商号とする本家筋から暖簾分けを許され、初代松原久右衛門が昆布店を創業します。以来160年余、原料を選ぶ磨き抜いた眼と鍛え上げた技、妥協を許さない品質へのこだわりを、連連と伝え継いできました。その心意気の高さこそが、美味を極める食い倒れの街の賑わいをけん引してきたと言えるでしょう。

20代ころから若女将として店頭で立ってきた副社長の池上淳子さん。老舗の暖簾を支えつつ、現代の食卓に合わせた商品開発に知恵を絞り、大阪が誇る昆布文化の普及に努力を重ねてきました。「多くの人に助けられて今がある」と語り、時には感慨が胸を満たすことも。その一方で、商店街の行く末にも心を砕きます。「『オール戎橋』として、商店街が結束していけるか。100年という区切りが踏ん張りどころです」

どうやら、甘い感傷に浸っている間はなさそうです。



明治から平成へ、挑戦と革新と。

大寅蒲鉾
TEL06-6641-3451



大寅蒲鉾
小谷公穂さん



「作るも売るも買う心」——「大寅」が経営の支柱とする精神です。

明治9年(1876)創業の大坂の代表的な蒲鉾商「大岩」で修業を重ね、創業者・小谷岩吉に見込まれて婿養子となった小谷寅吉。独立を許され、戎橋筋に「大寅」の看板を掲げます。

自ら市場に赴いて、大阪沿岸で獲れるハマエソなど新鮮な魚を仕入れ、作った蒲鉾はその日じゅうに売り切り、翌朝には必ず作り立てを店頭へ。商品券の原型とも言える「蒲鉾引換券」を考案したのも、明治のころ。大正期には、東シナ海の底曳漁で獲れるグチやニベを原料として取り入れ、蒲鉾の美味しさを追求していきました。その発想は、ときに業界の常識を大きく覆す斬新なものでもあったのです。昭和に入ると、2代目小谷権六は蒲鉾業界初の全国組織、全国蒲鉾組合連合会の設立に奔走するなど、業界発展にも尽力を重ねます。

相次ぐ挑戦と革新は「買う心」、つまりはすべてお客さまのため。「とにかく美味しいものを作れ」と繰り返した2代目の言葉を、3代目小谷公穂さんは心に深く刻んでいます。「日本の食文化としての蒲鉾を広く伝えていきたい」と語るのは、4代目市川知明さん。意欲と情熱は着実に、濃密に、受け継がれています。



大阪ブランドで、未来を開く。

なにわ名物いちぶり庵
TEL06-6211-0685



なにわ名物いちぶり庵
野村育郎さん



「たこ焼きやんでい」に「おみくじ綿棒」、「浪花洒落うどん」に「大阪弁はりせん」。手に取ればブツと笑え、口にすればハッと驚く。大阪ブランドの雑貨やお菓자에溢れた「なにわ名物いちぶり庵」。詰めかけた観光客が、目移りしつつ品定めに夢中です。

母体の「せのや」は、豊臣秀吉が大坂城を築城した400年以上も前にさかのぼる天正年間創業の紙問屋。明治期に戎橋筋で欧米文具店を開き、その後、紙文具店、ファンシー・バラエティショップへと業態転換しながら、新感覚の大阪土産の販売を始めました。300点余の大阪名物を陸続と開発し、話題作は数知れず。ロングセラーも生まれつつあります。

「大阪の豊かな歴史と文化が培った土壤にこそ、大阪土産が誕生する可能性はまだ高い」と野村育郎さん。「戎橋筋が中心となってこそ、大阪ミナミは輝くはず」と、街づくり活動にも意気込みます。太閤さんにも「うい奴じゃ」と、お褒めの言葉を頂戴できそうな。熱意が創意を生み、未来を開くのです。



大大阪時代の再来を夢見て。

551蓬菜
TEL06-6641-0551



551蓬菜
羅辰雄さん
平成28年(2016)11月4日逝去



物語は昭和20年(1945)、終戦の年から始まります。台湾出身の羅邦強さんが、仲間とともに「蓬菜食堂」を開業。手軽に食べられるうえ、腹を満たすボリュームのものと、翌年に誕生したのが「豚まん」でした。ほおぼると溢れ出す旨味とともに、満足感も飽和点に。復興を急ぐ大阪人を大いに勇気づけたのです。今では、押しも押されぬ大阪を代表する名物として、ロングセラーを続けています。

商いに打ち込む父の背と、移りゆく商店街を見ながら育った2代目羅辰雄さん。戎橋筋の地で、大阪人に育てられたという思いが、殊の外強いようです。大阪が大いに輝いたと聞く大大阪のような時代を再び作り上げることはできないか、との思いが沸き起こると話されていました。

「吉本新喜劇のように、誰が主役というわけではない。一つひとつの店が、個性溢れるパフォーマンスを發揮していけたら」

現在も従業員が一丸となって志を継ぎ、551蓬菜の物語を、遠く未来へと運んでいます。



もっともっとファンを増やしたい。

北極
TEL06-6641-3731



北極
久保田光恵さん



ペンギンの愛らしいキャラクターとともに、大阪人の舌にほの甘い味わいの記憶を刻む「北極」のアイスキャンデー。

食料が乏しく砂糖も貴重だった終戦直後、「せめて子どもたちや女性だけでも冷たく美味しいものを」と、初代・志村秀三さんのこまやかな心配りが生んだ結晶です。ミルク、あずき、パインの3種類を1本20円で売り出すと、瞬間に人気を呼び、店には連日長蛇の列ができました。大車輪で作っても追いつかず、「凍っていないとおいしい」と言うお客様まで現れるほどでした。

「創業以来変わらぬ手作りが身上です」と話すのは、現社長の久保田光恵さん。添加物や安定剤は使わず、-24℃で2時間かけてゆっくり凍らせて独特の食感を生み出します。両親が育て上げ、自身も大好きだというアイスキャンデーの味を多くの人に知ってもらいたいと、販路拡大に奔走する日々。数十年来のファンに加えて、新しいファンの獲得にも手応えを得て「まだまだチャレンジしたいことがあります」。意欲に溢れた存在感で、100周年を迎える商店街を活気づけています。



「あの店には何かある」と思わせたい。

ジャガーカバン店
TEL06-6632-1847



ジャガーカバン店
中坊光さん



開店準備に、スタッフ数人がかりで1時間半。さもありなん。ファサードをバッグで埋め尽くした「ジャガーカバン店」のディスプレイは、個性豊かな店が覇を競う商店街でも際立っています。

教育者から貿易商に転じた初代の後を受け、2代目中坊升さんが戎橋筋へと進出したのは昭和21年(1946)。当初はかばん店に喫茶スペースを併設したスタイルでした。3代目馨さんの代に移ると、ルイ・ヴィトンをはじめとするヨーロッパ・ブランドのバッグや雑貨類を積極的に展開。「父の先見性には脱帽です」と、4代目光さんに言わしめるほど、舶来ブームの火付け役として人気を集めました。

ファッションは、時代の変転とともにあるもの。流行の先を見通しながら、なによりお客様に喜ばれる品揃えにこだわることを使命とする経営理念にブレはありません。「あ、あった!」と、通りを歩き交う人々が駆け寄ってくる瞬間がたまらなく嬉しいと話す4代目。悩ましいディスプレイも、細やかなサービス精神の現れなのです。



人の流れを変えた新風。

なんばマルイ
TEL06-6634-0101



「難波にマルイがやって来る!」

センセーショナルに話題を振りまきながら、「なんばマルイ」が開業したのは平成18年(2006)9月。日本の映画興行発祥の地だった旧南街区館跡地に立つ東宝南街ビルに、160近いブランドが並んだのです。関西では、15年(2003)開業の神戸マルイに続く2店舗目でした。

「ファッションの丸井」として構築してきた独自の強みを打ち出しつつ、大阪という初のマーケットとの融合を考えてのスタート。当初は戎橋筋商店街挙げての歓迎ぶりに感激しながらも、ロゴマーク「OIOI」を「オイオイ」と読む大阪人に戸惑いを覚え、丸井ブランドの知名度拡充を痛感したというエピソードも。

商店街の店舗と競合というより、相乗効果を生み出せる関係にという互いの目算もうまくかみ合い、「人の流れが目に見えて変わった」という実感を持つ人も少なくありません。丸井グループとして地域貢献も使命といい、100周年を機に大阪ミナミの発展に寄与したいと心強いエールを送ります。

