

## 繁華街のイメージ比較

### —大阪の繁華街と銀座—

石井もも子, 磯井 佳子

(武庫川女子大学生活環境学部生活情報学科)

#### 緒 言

大阪という狭く限られたエリア内にいくつもの繁華街があり, それぞれに多くの人々が集まっている。比較的狭いエリアでも複数の繁華街の共存が可能なのはなぜだろうか。関西圏にすむ人々にとって, 身近な大阪の代表的な繁華街を例にとり, 特徴を分析する。また, 前回行った「銀座のイメージ形成」と比較する。

#### 大阪の繁華街

今回調査したそれぞれの街の位置関係についてのべる。「心齋橋」「なんば」「梅田」は, 「商都大阪の中枢部」とされる御堂筋沿いに位置している。「心齋橋」は, 大阪の代表的な遊郭である新町と芝居や見世物小屋が並ぶ道頓堀をつなぐ道筋として, すでに江戸時代から繁華街として発展した大阪を代表する繁華街である。「なんば」は, 「南海電鉄」「近畿日本鉄道」の始発点であり, 「心齋橋」「なんば」を含むエリアをあわせて一般に「ミナミ」と称している。これは, 「梅田」近辺の「キタ」に呼応した名称である。「大阪の玄関口」であり「北の起点」でもある「梅田」は, 「鉄道の発達に比例して発達していった」<sup>1)</sup> [生活情報 1] といわれており, 「阪急電鉄」「阪神電鉄」の始発点である。「南海, 近鉄という二大私鉄は, 北の阪急, 阪神と呼応して関西私鉄網を形成している」<sup>2)</sup> といわれている。「阿倍野」のある「阿倍野区」と「梅田」のある「北区」とは, 「なんば」を中心としてほぼ同じ距離に位置しており, これら4つの繁華街は地下鉄御堂筋線でつながっている。地下鉄御堂筋線の歴史は古く, 「梅田仮停留所から心齋橋にいたる3.1キロの区間が開通したのは, 昭和8年(1933)5月である。ついで昭和10年10月には難波停留所まで伸び, 13年4月には天王寺停留所(阿倍野)までの7.5キロが開通した」<sup>3)</sup> とされる。

#### 方 法

アンケート調査は, 関西圏に住む女子大生を中心とした女性, 149人を対象に行った。年齢別, 居住地別分布をTable 1に示す。

調査項目は,

Q1)以下の街から受けるイメージをあげてください。

①ミナミ, ②なんば, ③心齋橋,

④梅田, ⑤阿倍野

Q2)大阪の「若者の街」はどこだと思いますか。街あるいはショッピングセンターの名前で書いて下さい。

Q3)大阪の「大人の街」はどこだと思いますか。街あるいはショッピングセンターの名前で書いて下さい。

とし, 回答者にはこれらの問いに自由記述で回答してもらった。

Table 1. 調査対象の居住地別年齢別分布

年 齢	居 住 地					合 計
	大阪府	京都府	兵庫県	奈良県	その他	
18歳	6	0	8	1	3	18
19歳	30	0	45	2	1	78
20歳	15	0	29	1	0	45
21歳	1	1	2	0	0	4
22歳	0	0	3	0	0	3
その他	0	0	1	0	0	1
合 計	52	1	88	4	4	149
	34.9%	0.7%	59.1%	2.7%	2.7%	

## 結果および考察

## 1. 回答語句数

同じ大阪にある繁華街ではあるが、それぞれの街のイメージは、どのような違いがあるのか。まず、Q1)で回答された語句の数を単純に比較してみる。回答者149人が回答した語句の累計総数をTable 2に示す。「ミナミ」の190語に対して「梅田」は188語と大差ない。ついで「心斎橋」の166語、「なんば」の159語の順で回答された語句の累計総数は少なくなるが、回答者149人が1人当たり平均1.2語は回答している計算になる。それに対して、「阿倍野」は115語と、他とはかなり差があり、1人当たり0.8語しか回答していない。これは、回答者の22.8%の人がイメージさえ浮かばず回答していなかったためだとおもわれる。

また、イメージされた語句のうち2人以上の人が同じ語句で回答した割合は、「ミナミ」が44.7%と多く、ついで「心斎橋」の39.2%、「なんば」の33.3%、「梅田」の32.3%、「阿倍野」の25.0%の順に少なくなっている。これより、「阿倍野」は他の街に比べ、イメージの浮かびにくいなじみの薄い街であると同時に、共通のイメージを連想しにくい街であるからだといえよう。

## 2. イメージ語のグループ化

それぞれの街から得られた全イメージ用語293語は、大阪の街のイメージとして収束しうると考え、KJ法によるグループ化を行った。その結果をFig.1に示す。Fig.1より、回答語句は大きく分けて、「昼」イメージ、「夜」イメージ、「人」イメージ、「遊び」イメージ、「交通」イメージ、「雰囲気」を

Table 2. イメージについての回答語句数

	ミナミ	なんば	心斎橋	梅田	阿倍野
合計人数(149人)	149				
回答語句累計(語)	190	159	166	188	115
1人当たりの回答数(語)	1.3	1.1	1.1	1.3	0.8
回答語句種類数(種)	85	87	79	96	56
1語句当たりの回答数(人)	2.2	1.8	2.1	2.0	2.1
複数人が回答した語句数(語)	38	29	31	31	14
	44.7%	33.3%	39.2%	32.3%	25.0%

Table 3. 繁華街別イメージ語の出現比率

全回答数	上段:回答数 下段:出現比率	ミナミ 190語	なんば 159語	心斎橋 166語	梅田 188語	阿倍野 115語
昼	雑多な街	26 13.7%	21 13.2%	18 10.8%	42 22.3%	2 1.7%
	ショッピング	0 0.0%	19 11.9%	37 22.3%	37 19.7%	10 8.7%
	ビジネス街	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%	15 8.0%	1 0.9%
	合計	26 13.7%	41 25.8%	55 33.1%	94 50.0%	13 11.3%
	夜	33 17.4%	3 1.9%	3 1.8%	2 1.1%	1 0.9%
人	若者	21 11.1%	21 13.2%	25 15.1%	3 1.6%	3 2.6%
	年輩	2 1.1%	7 4.4%	1 0.6%	5 2.7%	1 0.9%
	ひと	0 0.0%	0 0.0%	3 1.8%	6 3.2%	2 1.7%
	風俗	7 3.7%	4 2.5%	6 3.6%	2 1.1%	0 0.0%
	合計	30 15.8%	32 20.1%	35 21.1%	16 8.5%	6 5.2%
遊び	遊び場	9 4.7%	9 5.7%	0 0.0%	1 0.5%	2 1.7%
	名所・シンボル	14 7.4%	17 10.7%	27 16.3%	2 1.1%	1 0.9%
	お笑い	5 2.6%	15 9.4%	10 6.0%	0 0.0%	0 0.0%
	飲食店	22 11.6%	5 3.1%	9 5.4%	1 0.5%	0 0.0%
	親しみ	2 1.1%	1 0.6%	0 0.0%	5 2.7%	11 9.6%
合計	52 27.4%	47 29.6%	46 27.7%	9 4.8%	14 12.2%	
交通	交通	4 2.1%	8 5.0%	0 0.0%	5 2.7%	25 21.7%
	利用	0 0.0%	6 3.8%	0 0.0%	23 12.2%	8 7.0%
	大阪	3 1.6%	0 0.0%	4 2.4%	5 2.7%	0 0.0%
	大阪のはずれ	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	30 26.1%
	合計	7 3.7%	14 8.8%	4 2.4%	33 17.6%	63 54.8%
形容語句	良いイメージ	32 16.8%	16 10.0%	25 15.1%	42 22.3%	4 3.5%
	悪いイメージ	28 14.7%	12 7.5%	7 4.2%	2 1.1%	27 23.5%

繁華街のイメージ比較

昼のイメージ

<p>雑多な街</p> <p>にぎやか 人口集中 繁華街 がやがや 人が多い 車が多い 人ごみ ごちゃ混ぜ がちゃがちゃしている ごちゃごちゃしている ちらちらしている ごみごみしている ごみごみして疲れる 老若男女問わず つかみ所がない いろいろなものがある</p>	<p>忙しい</p> <p>がさがさ うるさい 複雑 雑踏 狭い 騒がしい ややこしい 店が多い 混んでいる 道がせまい</p>	<p>ショッピング</p> <p>買い物 アーケード 電気街 ぶらぶら バーゲン 地下街 商店街 寄り道 揃っている 電気製品 ウインドウショッピング 一人でも行きやすい 気軽に立ち寄れる (ものが)安い 買いやすい うろうろできる ショッピング</p>	<p>高島屋 ディアモール 大丸 なんば city そごう プランタン 阪急 ラ・セレナ 阪神 アポロビル 百貨店 アイシティ ロフト ベルタ エスト MIO ギャレ OPA なんなんタウン 楽器屋 いい店が多い</p>	<p>オフィス街</p> <p>会社員 オフィス街 ビジネス街 ビジネスマン ビルの街 社会人 スーツ</p>
--	--	---	--	---

夜のイメージ

<p>夜</p> <p>お酒 飲食街 夜の帝王 おかまバー 夜の街 酔っぱらい BAR 飲み屋 居酒屋 夜遊び クラブ ネオン 夜</p>
---

人

<p>若者</p> <p>若い ヤンキー 学生 中高生 若もの いまだきの子 高校までよく行った カッコいい兄ちゃん</p>	<p>年輩</p> <p>大人 年齢層が高い おやじっばい おばちゃん おやじが多い 競馬のおじさん</p>	<p>ひと</p> <p>異国人 芸術家 ういている人 変な人 いろんな人 老若男女問わず</p>	<p>風俗</p> <p>ナンパ アステルの宣伝 ヤンキー ティッシュ・ちらし 古着 カップル 茶髪 デート ロンゲ クリスマス</p>
--	--	---	--

遊び場

<p>遊び</p> <p>遊び場 夜遊び 遊ぶ みなみの帝王 映画 ボーリング パチンコ ゲームセンター 歌舞伎 動物園</p>	<p>名所</p> <p>通天閣 アメリカ村 道頓堀 三角公園 かに道楽 スカイタワー 大阪球場 引っかけ橋 えびす橋 ロケット広場 グリコ ヒルトン 御堂筋 食い倒れ人形 お米ギャラリー 辻調理師専門学校</p>	<p>お笑い</p> <p>二丁目劇場 吉本(芸人) おもしろい ユニークな看板 お笑い グランド花月 おもしろい 芸能人が よく口に出す</p>	<p>飲食店</p> <p>飲食街 お酒 ハーゲンダッツ 飲み屋 ミューズホール 飲屋街 クアトロ 飲食店 キリンプラザ 居酒屋 CISCO 料亭 くだおれ バー りくろーおじさん 甲賀流 食べ物屋 食べ物がおいしそう ハードロックカフェ マイナーなところがいい店</p>	<p>親しみ</p> <p>下町 庶民的 親しみ なれた なわばり 親近感 近所 地元 庭 帰り道</p>
--	---	---	--	---

交通

<p>交通</p> <p>なんば 乗り換えの駅 心齋橋 ちんちん電車 天王寺 南海電車 駅名 近鉄 日本橋 通学路 通過点 阪急・阪神の始発駅</p>	<p>利用</p> <p>便利 大阪の中心 ターミナル 待ち合わせ 近い 交通の起点 常に利用</p>	<p>不便 家から不便 遠い 乗継が多い</p>	<p>大阪</p> <p>大阪 大阪人 大阪の中心 大阪の顔 大阪の玄関</p>	<p>大阪のはずれ</p> <p>いなか 地味 新展地 大阪のはずれ 人が少ない 大阪ではなく奈良 行きたくない わからない あやしげ 知らない さびれている 行ったことがない 活気がない イメージがでない 未開拓地 未知の世界 街の終点</p>
---	---	----------------------------------	--	---

雰囲気をおあらわす形容語

<p>良いイメージ</p> <p>おしゃれ 発展 楽しい 高貴 個性的 正直 刺激的 豊富 親近感 高い 華やか 高級 都会的 活気 老舗 便利 まとまっている 元気</p>	<p>広い 派手 活発 情報 有名 本物 近い 上品 元氣</p>	<p>栄えている (ものが)安い カジュアル 揃っている 買いやすい 親しみがある いい店が多い がんばっている わくわくする 落ちついている 新しい商品 おもしろい 上流社会 発信基地 シック こざれい ミナミのファッション地帯</p>	<p>悪いイメージ</p> <p>こわい がらが悪い 下品 こわい人 遠い 差がはげしい 汚い 活気がない 悪い 疲れる 不潔 浮浪者 くだい 騒がしい ワイルド うるさい</p>	<p>いいところがない 乗り継ぎが多い 今はばーとし ごみごみして疲れる 行きたくない さびれている 家から不便</p>
---	---	---	--	--

Fig.1 「大阪の繁華街」を連想するイメージ語

あらゆる形容語」の6タイプのグループから構成される。また、「昼」イメージは、「雑多な街」「ショッピング」「ビジネス街」の小グループに分類することができる。また、「人」イメージは、「若者」「年輩」「ひと」「風俗」の小グループに、「遊び」イメージは、「遊び場」「名所」「お笑い」「飲食店」「親しみ」の小グループに、「交通」イメージは、「交通」「利用」「大阪」「大阪のはずれ」の小グループに、「雰囲気」をあらゆる形容語は、「良いイメージ」「悪いイメージ」とに分類することができる。

### 3. イメージ語の出現率

そこで、「ミナミ」「なんば」「心斎橋」「梅田」「阿倍野」の街イメージを各々のグループごとに全回答数を母数にした出現比率をもとめ Table 3 に示し比較してみる。

#### ①「昼」のイメージ

「昼」のイメージは、「梅田」が50.0%と最も多く、なかでも「雑多な街」(22.3%)「ショッピング」(19.7%)のイメージが強くもたれていることがわかる。ついで多いのが「心斎橋」の33.1%であるが、特に「ショッピング」のイメージは22.3%あり、これは「梅田」の19.7%より多くイメージされている。「昼」のイメージ、特に「雑多な街」のイメージは「梅田」「ミナミ」「なんば」「心斎橋」がそれぞれ22.3%、13.7%、13.2%、10.8%と「阿倍野」(1.7%)をのぞく他の4つの街に共通したイメージであるが、そのイメージ語句の内容をみると、Table 4 に示すとおり<人が多く><混んでいる>イメージと、<ごちゃごちゃ><ごみごみ>といった構造的に路地裏的なイメージとに分けることができる。なかでも、「梅田」は<人が多い>イメージが66.7%と強く、「なんば」「心斎橋」を含む「ミナミ」は、路地裏的なイメージの方が53.8%と強いことがわかる。これらの違いは、構造的なものからくるように思われる。「梅田」の繁華街は、「阪急三番街」「ディアモール」などの巨

大な地下街に代表されるように、限られた範囲の閉鎖的な空間である。この限られた範囲に<人口集中>(注:「多数の人が集まってくる」という意味の反応だと思われる)している空間であることが<人が多い>イメージを増幅させているように思われる。一方、「ミナミ」エリアは、地上に存在していることによって、開放的な空間となりえている。「心斎橋筋」のアーケードを軸に「アメリカ村」「ヨーロッパ村」「道頓堀筋」「宗右衛門町筋」など横の筋への広がりがあり、路地裏への広がりを見せることも可能である。また、店舗の幅が狭く奥行きが広いため、一定の距離により多くの店舗が存在していることによってそれが建て込んだ<ごちゃごちゃ>したイメージをよりいっそう連想させているように思われる。

Table 4. 「雑多な街」の連想名詞

雑多な街		ミナミ	なんば	心斎橋	梅田	阿倍野
人が多い	にぎやか	2	2	3	4	
	人が多い	6	4	3	14	
	人ごみ	2	1	1	1	
	騒がしい	1	1	3		
	うるさい	1	1		1	
	雑踏		1			
	混んでいる				1	
	老若男女問わず				2	1
	忙しい				2	
	繁雑				1	
	人口集中				1	
	がやがや				1	
小計	回答数	12	10	10	28	1
	出現比率(%)	46.2%	47.6%	55.6%	66.7%	50.0%
路地裏的	がちゃがちゃしている	2	2			
	ごちゃごちゃしている	7	4	2	1	
	繁華街	1				
	道がせまい	1				
	ちゃらちゃらしている	1	1	1		
	ごみごみしている	1	2	3	1	1
	ごみごみして疲れる	1	1			
	店が多い		1	2	2	
	ややこしい				3	
	狭い				1	
	車が多い				1	
	つかみ所がない				1	
	ごちゃ混ぜ				1	
	複雑				1	
	いろんなものがある				1	
	がさがさ				1	
小計	回答数	14	11	8	14	1
	出現比率(%)	53.8%	52.4%	44.4%	33.3%	50.0%
合計		26	21	18	42	2

②「夜」のイメージ

「夜」のイメージは、「ミナミ」が17.4%と最も多い。また、他の4つの街から「夜」をイメージした人はそれぞれ2%以内しかいないことから、「ミナミ」に特徴的なイメージであるといえる。「ミナミ」は、「なんば」と「心斎橋」を合わせたエリアをさしているが、「なんば」「心斎橋」の両方を足した以上に「夜」のイメージをもっていることがわかった。これは「ミナミ」という名称が多くメディアをとおして一人歩きをしており、独自のイメージを作り上げているからであろう。

③「人」イメージ

「人」イメージは、「心斎橋」で21.1%、「なんば」で20.1%、「ミナミ」で15.8%の人々がイメージしている。特に「若者」イメージが大きく占めており、それぞれ15.1%、13.2%、11.1%である。これは、「梅田」の1.6%、「阿倍野」の2.6%と大きい差がある。反対の「年輩」イメージは、「なんば」が強いが、4.4%と比率的には少数である。「なんば」の「年輩」イメージの回答語句をみると〈おばちゃん〉〈おやじが多い〉などであり、「洗練された大人のイメージ」とはほど遠いものを感じられる。

今回のアンケート(Q2)・(Q3)で大阪の「若者の街」「大人の街」をたずねた。その回答は、Table 5に示すとおり、全回答数の86.6%が「ミナミ」エリアを「若者の街」と回答している。これに対し「大人の街」は、69.8%の比率で「梅田」を含む「キタ」エリアと回答している。これらのことから、「ミナミ」エリアは「若者の街」としてのイメージが強く、「梅田」を含む「キタ」エリアは、「大人の街」としてイメージされていることがわかる。

Table 5. 「若者の街」と「大人の街」

若者の街		大人の街			
1◎ アメリカ村	63	1* 新地	38		
2◎ 心斎橋	23	2* 梅田	18		
3◎ なんば	22	3◎ ミナミ	13		
4◎ ミナミ	20	4* 北新地	10		
5◎ ビックステップ	10	5* キタ	6		
6◎ 三角公園	6	6 新世界	5		
7* 梅田	5	7◎ 心斎橋	3		
8* エスト	5	8* ナビオ阪急	3		
9* ロフト	3	9* ヒルトン	3		
その他	15	その他	27		
合計	172		126		
◎ ミナミ	149	86.6%	◎ ミナミ	19	15.1%
* キタ	20	11.6%	* キタ	88	69.8%

④「遊び」イメージ

「遊び」のイメージは「なんば」で29.6%、「心斎橋」で27.7%、「ミナミ」で27.4%の人々がイメージしており、「梅田」(4.8%)との差が大きい。また、「お笑い」・「飲食店」のイメージについても、同様である。一般に「大阪」は、「お笑いの街」「食い倒れの街」と称されることが多いが、それらは関西圏に住む人々にとっては、「ミナミ」という限られたエリアのイメージであるといえるのかもしれない。

⑤「交通」のイメージ

「交通」のイメージは、「阿倍野」の54.8%が最も多い。特に「阿倍野」は26.1%の人々が、「大阪のはずれ」とイメージしている。「梅田」と「阿倍野」は「なんば」からほぼ同じ距離に位置しているのに、心理的にはかなり遠くを感じていることがわかった。このことは、今回の調査の対象は居住地が兵庫県である人が半数以上の59.1%であったことからアクセスの違いなどにより「阿倍野」が不便で遠い街であるように強くイメージされたように思われる。

⑥「良いイメージ」「悪いイメージ」

「良いイメージ」は、「梅田」の22.3%が多く、「悪いイメージ」は「阿倍野」の23.5%が多い。「ミナミ」は、「良いイメージ」が16.8%、「悪いイメージ」が14.7%であり、相反するイメージをあわせてもっていることがわかる。「ミナミ」は、〈派手〉で〈活気〉のある〈おしゃれな〉「若者の街」としてイメージされていると同時に、「心斎橋」(4.2%)と「なんば」(7.5%)の両方を足した以上に「悪いイメージ」をもっている。〈こわい人〉がいっぱいいて〈下品〉で〈がらの悪い〉、まさに映画などでよく目にする極道のイメージにほかならない。これも、先にのべたように「ミナミ」という名称が一人歩きをしているあらわれであると思われる。

4. 「銀座」との比較

ここまでは、関西圏に住む人々にとって身近な「大阪の繁華街」について述べてきた。次に、第43巻の紀要4)で述べている、首都圏に住む人々にとって東京の代表的な繁華街の一つである「銀座」と、「大阪の繁華街」とのイメージ比較をこころみる。前報で得られた首都圏に住む人々にとって身近な「銀座」のイ

メージを次にしめす。①「昼の繁華街」と「夜の盛り場」という相反する二つの顔をもった街である。②それらが〈高級〉というイメージで結びつけられている。特に「昼の繁華街」に対しての「高級な大人の街」のイメージがより強くあらわれていた。③「銀座」のイメージは「良いイメージ」が強く、「悪いイメージ」はほとんどみられない。

① 大阪には、「昼」の顔と「夜」の顔をあわせもった繁華街は存在しない。「夜」のイメージは、「ミナミ」のもつイメージと共通であるが、「ミナミ」には「昼の繁華街」、特に「銀座」で多くみられた「ショッピング」イメージや「オフィス街」イメージはまったくない。反対に、「昼」のイメージをもつ繁華街は「梅田」であったが、「梅田」には「夜」のイメージはほとんどない。

② 「大阪の繁華街」のなかで「高級な大人の街」のイメージが強いのは、「梅田」である。

③ 「良いイメージ」が強いのは「梅田」である。前報では「銀座」の〈高級〉なイメージは「物質的贅沢」としてグループを構成していたため、今回「良いイメージ」の分類に加えて、再計算し比率をもとめると Table 6 にしめすとおり、「梅田」が 22.3% 「銀座」が 35.0% と多く、「悪いイメージ」がそれぞれ 1.1%、1.5% とほとんどないという特徴も似ていた。「良いイメージ」の回答語句を比較しても Table 7 にしめすように〈高級〉×〈おしゃれ〉×〈きれい〉といった同様の連想語句を有している。しかし、全体の 27.8% が〈高級〉×〈高い〉といった「物質的贅沢」をイメージしていた「銀座」にくらべると、「梅田」に〈高級〉をイメージする比率は、かなり小さい。

Table 6. 「雰囲気であらわす形容語」の出現比率

	梅田	銀座
良いイメージ(%)	22.3	35.0
悪いイメージ(%)	1.1	1.5

Table 7. 「良いイメージ」の形容語句

銀座	梅田
高級	便利
おしゃれ	おしゃれ
高い	広い
きれい	上品
華やか	高い
上品	高級
レトロ	近い
おいしい	豊富
洗練	がんばっている
清潔	楽しい
明るい	落ちついている
先端	こぎれい
端麗	シック
優雅	本物
官能	上流社会
エレガント	高貴
本物	正道
渋い	なれた
派手	親近感
なつかしさ	親しみがある
歴史がある	揃っている
良い意味で古くさい	発展

## 結論

同じ「大阪」にある繁華街であっても、それぞれの街ひとつひとつが持つイメージは異なっている。また、そのイメージは、同じエリア内に属していても、呼び名がちがうだけで独自のイメージが形成されてしまうということもわかった。日本を代表する繁華街のひとつである「銀座」と比較すると、「昼」の顔は「梅田」と似たイメージをもっており、「夜」の顔は「ミナミ」と似たイメージをもっているなど、部分的にはしめされても、イメージされる全体像が「銀座」と同じ繁華街は大阪にはなかった。

「服を買いに行くならここ」「友達と食事をするならここ」「親と待ち合わせをするならここ」と人々はその目的にあわせた街を訪れる。人々は、お気に入りの頻りに訪れる繁華街をもっていると同時に、旅行をすることにも似て、気分を変えて未開拓の街の探索も楽しんでいる。特別なイメージをもっていることは、それがメディアを通じて作られたイメージであってもその街の魅力となりえ、人々を引きつけ何度も足を運ばせているようにおもわれる。繁華街が独自の特別なイメージを全面に押し出して繁華街が専門化していることが、限られた狭い範囲で複数の繁華街が存在できる理由の一つであるようにおもわれる。

## 参考文献

- 1) 三田純市, 御堂筋ものがたり, 東方出版, 166(1991)
- 2) 三田純市, 御堂筋ものがたり, 東方出版, 15(1991)
- 3) 小山仁示, 芝村篤樹, 大阪府の百年, 山川出版社, 177-178(1991)
- 4) 石井もも子, 磯井佳子, 武庫川女子大学紀要 43 巻, 101-108(1995)