

「堺のブランディングを伺うツアー」

田谷 孝壽

堺市の都心地域は、旧港を町の玄関口にして展開し、国内における海外の文物等の導入窓口として栄え、室町時代に遡る黄金の日々以来、「ものの始まり何でも堺」という気風が生まれたのだと思います。

そうした海外との交流拠点としての性格が強い都市において、他所にない魅力づくりブランディング化を図るには、担い手となる機能・空間・主体づくりが不可欠です。

神戸の場合、幕末以来これまで、神戸都心のブランドであり象徴的な個性を放つ旧外国人居留地を中心に魅力あふれるまちづくり取り組んできており、その延長上に、観光資源としてブランディング化するため、みなと神戸を実感できる仕掛けづくりを行う必要から都心部とウォーターフロントの一体性を確保し、ウォーターフロント回遊動線の整備などファッション性豊かな都心機能と空間整備及びこれまでの「まちづくり協議会方式」の経験を活かした地元組織づくりを進めています。

堺の場合、このツアーを通じて、地域資源としての地場産業が神戸と比べて、歴史的な厚みが深く他所のない個性を有していることを再認識しました。

ただ、残念ながらそのブランド力に応じた、外へ向けた情報発信が乏しい感じがします。

また、もう少しミナトまちづくりに向けた行政側のリーダーシップも欲しいところです。