

## 1 アートの力で関西を元気に。 繊維・ファッションのまちに誕生した出会いの場。

大阪市中央区の船場地域。古くから「繊維のまち」と呼ばれるこの地域の一角に2017年5月、新しい「アートの拠点」が誕生した。運営するのは松尾捺染株式会社。創業から91年、現在は東大阪市と大東市にプリント加工の工場を持つ老舗企業だ。同社の前身となる松尾盛進堂が木版彫刻及び木版プリント事業で創業した大阪船場の本社ビルで、「アートの力で関西を元気に」を合言葉に「ARTでGENKIIになるプロジェクト」が進行中だという。

「大阪の繊維業界には、紡績や原糸などの材料を製造供給する川上事業者、織布や染色など生地を製造供給する川中事業者、製品企画や卸売・小売など販売を担う川下事業者という、すべての事業者が地域内に立地しており、かつては確固とした流通ルートが築かれていました。しかし、昨今のグローバル化の流れの中で海外との厳しい競争を強いられ、業界全体のマーケットの規模が縮小に向かっています。そのような中、これまでの流通ルートを守って商売をしているだけではいけないと、船場を支えてきた事業者たちが立ち上がり始めたのです」と語るのは、松尾捺染株式会社の代表取締役 松尾治氏。

2010年、大阪府と協同組合関西ファッション連合が共同で運営する繊維・ファッション事業者のための支援事業「せんば適塾」に参加したことをきっかけに、オリジナル商品事業や新たな流通ルートの開拓に本格的に乗り出した。今までつながりのなかったデザイナーやアーティスト、大学教員や学生など様々な立場の人と出会い、プロジェクトが生まれ、その指揮を取ってきた。「ARTでGENKIIになるプロジェクト」の代表 津村



大きなガラス窓の明るいギャラリーはアーティストによる作品展示・販売、イベント開催など多くの用途に使われている。ギャラリー奥にはカフェを設置。展示作品を眺めながら、ゆったりとしたひとときを楽しめる

長利氏との出会いも、そんな中でのことだった。「せんば適塾に参加し、色々な方とプロジェクトを進めながら、一方で新しい自社商品のあり方も模索してきました。その中で顧客からのニーズが見え始め、実店舗の必要性も感じました。さらに進めてきたプロジェクトなどの発信の場、人とのつながりの場がもっと必要だとも感じました。そんなタイミングで津村さんと出会いました。津村さんは手芸用品メーカーに長年勤められていたこともあり、作家やアーティストなど才能を持つ人たちとの人脈が豊富でした。そんな津村さんが背中を押してくれたことで、この場所が誕生したのです」。船場盛進堂は松尾氏の生家。空き家となっていたところをリノベーションし、明るく開放的な空間へと蘇らせた。1Fには開放感のあるギャラリー&ショップ、2Fに松尾捺染オリジナルプリント生地のショップとワークショップスペース、そしてかつて防空壕だったというB1Fには地下ギャラリー。イベントの



2Fのテキスタイルショップには、800種以上の松尾捺染オリジナルプリント生地が並ぶ。フランスをはじめとするヨーロッパのアンティークテキスタイルの復刻デザイン生地は、カルトナーズの愛好者に大人気。ショップ横のワークスペースにはミシンを4台設置し、講師を招いてのワークショップなどがおこなわれている

企画や情報発信、販売事業を津村氏が担当する。「今後この場所を、人との出会いの場としてどう活かすかを模索しているところです。駅からも近く、利便性が高いので、人は集まりやすい。そこに技術や感性を持つ人たち、材料を供給する人たちなど、色々な立場の方が集い、新しいものが生まれ、それを発信できればと考えています。それとは別に大阪の芸術の拠点として、和の文化を発信したいという気持ちもあって、年に数回この場所を上方落語の寄席にしたいと思っています。初開催時は大入りでした」と語る津村氏。この場所から生まれるアートが人を元気にし、また人の輪がつながる。そんな場所を目指している。

### 船場盛進堂「ARTでGENKIIになるプロジェクト」

<https://www.artdegenki.jp/>  
大阪市中央区博労町 1-2-5 TEL 06-6261-5180

松尾捺染株式会社

<http://www.matsuo-nassen.co.jp/>

## 2 当たり前のことをきちんとする。 だから歳月を経ても永く愛される。

サランラップ、ホッチキス、本来はメーカーの登録商標だが、まるで製品ジャンルの代表のように認知されることがある。それは市場の革新的ブランドである証拠。鍵をつけるホルダー＝マーキーもしかり。誕生から40年を超えるこのロングセラー商品をはじめ、くっついたら離れないスポンフックなど、数々の名品を生み出してきたのが大鋼業株式会社だ。「当社の商品は、特別な技術や材料を使っているわけではありません。ただ生活者の視点を大切に“いかに使いやすいか”を考え抜いています。だから長い間、愛されるのかもしれない」。そう語るのは代表取締役 高橋由紀子氏。同社は建築金物の問屋として開業したが、先代がものづくりが好きで次第に製造業のウエイトが増えていった。

初の自社製品はカーテンの留め具「フランスカーテンクリップ」。これが大ヒット。「その次がマーキー、さらにスポンフックが当たってからは、くっつけるものなら何でも幅広く(笑)」今でこそ全国津々浦々に販売網を確立しているが、最初は大変だった。「私が社長に就任したときは、スポンフックが売れず悩んでいました」。あるとき百貨店で実演販売を見てひらめいた。「彼らが説明すると、どんな商品でもひと目で効果分かる。実演販売で当社商品を扱ってもらえるよう直談判しました」。その目論見は功を奏し、ホームセンターでの取り扱いが決まり、商品は爆発的に売れた。そこで意外なのは、同社がファブレスを貫いていること。何度も自社製造を勧められたが断ったという。「餅は餅屋。自分たちは開発のプロとしての仕事をまっとうしたい」。月1回の企画会議では、外部デザイナーを招き、営業スタッフも一緒になって検討する。「自分たちが苦



業界シェアNo.1に輝き続けるロングセラーのネームホルダー「マーキー」。鍵が取り付けやすく、また安全面にも配慮されている。マーキーの後継商品として登場したクリップマーキーは、2010年グッドデザイン賞を受賞

労して開発に関わった商品には愛着が湧きます。開発スタッフは新しい素材を求めて日々研究するし、営業も自ずと熱が入ります」。常に既存商品のブラッシュアップもおこなわれており、改良点を徹底的に洗い出し、結果を反映させていく姿勢が貫かれている。「最近では商品製造の依頼も増え、メーカーとして認められつつある」と感慨深い。

高橋氏は本社を置く大阪金物団地協同組合の理事長を12年間務めている。ここは国内初の総合卸商業団地として誕生し、今年50周年を迎えた。特筆すべきは福利厚生。「中小企業ですから、一社だけだと満足のいく福利厚生ができないこともあります。それならば金物団地全体でやればいい」と組合が充実した内容を用意し、従業員のモチベーションを高める。さらに、毎年夏には近隣の人にも参加してもらえるサマーカーニ



8月の第1金曜日に大阪金物団地で行われる「サマーカーニバル」。芸能人を招き、多くの露店も出て盛大におこなわれるこのお祭りは、近隣の人たちにとっても夏の一大イベントになっている

バルを開いて、地域とも良好な関係を築いている。話を聞いていると、ものづくりが高揚感に包まれた時代に戻ったかのようだ。最近は直販などがもてはやされているが、それも是としない。「高いには“商道”という道筋があります。問屋、地方問屋、そこを通ることで少しずつ価格は高くなりますが、代わりに雇用が生まれる。自社だけが潤うのではなく、雇用をつくるほうが大事です。私たちはできるだけ誠実な商売をやりたい」。それが置き去りにされつつある時代だからこそ、この言葉は尊く響く。

大鋼業株式会社

<http://markey.co.jp/>

東大阪市金物町3-11 TEL 06-6723-0787