西船場は、都心でありながら、住環境としての落ち着いた空気感がある。河合義徳さんはこのまちで、古い物件の有効利用など独自の生活空間づくりを仕掛けている。彼に案内されたのは、靱本町にある縦長の小さな白いビル。中へ入ると、スタイリッシュで個性的なデザインのバッグ類や小物が並んでいる。デザイナーの個展に来たような気分だ。

ここは、ルーリオ合資会社 Cula Project（Cula=Creators.Unit.lab）によるアンテナショップである。Cula は、当初十二名のクリエイターがユニットを組み二〇〇四年に発足した。平面で作品を展開するイラストレーター、グラフィックやテキスタイルデザイナー、立体を得意とするデザイナー、さらに彼らのコラボレートによる作品を商品として流通させるプロデューサーやディレクターなどの協業で、デザイン性の非常に高い商品群の発売を実現させている。（www.cula.jp）

このプロジェクトを立ち上げ、代表を務める近藤仁史さんはこう話す。「もともとテキスタイルデザイナーの私は、商社や大きな問屋との取引がありますが、万人に受ける無難なデザインばかり求められ、デザインは生地のオプションでしかないことが多かった。やはり、デザイナーのアイデアからモノがつくれる、デザイン主導の仕組みが欲しいと考えた」。そんな構想を、遊び仲間である河合義徳さんに話していたところ、同様の志を持つ人間がつながり、集まったという。その一人である仁井佳代子さんは、もともとインテリアメーカに勤務しており、現在はここで制作編集を担当している。「作家のよさを引き出しながら商品をコーデイネートする、やりがいのある仕事です」と瞳を輝かせる。

ビルの１、２階が吹き抜けの店舗、３、４階がオフィスになっている。十年ほど空き室になっていたが、ビルのオーナーが Cula の事業趣旨と空間の使い方に賛同し、改修費用もかなりサポートしてくれたという。「入居者の挑戦が古い建物の価値再生につながった例ではないでしょうか」と河合さん。

このプロジェクトから仕事の幅を広げたクリエータの一人、上田バロンさんは、新町にある細野ビルオーナーの紹介で河合さんと出会い、その縁でメンバーになった。細野ビルといえば、近代建築ながら現代的なクリエーターを応援する、隠れ家的な名所である。上田さんは、「イラストの仕事は、組織ではなかなかできない。独立してフリーのグラフィックデザイナーとして仕事をしながら、自分のやりたいテイストに固執してきた。そして Cula は、グラフィックとは異なるテキスタイルの世界で自分のわがままな表現を生かせる舞台なので、新しい挑戦ができる」と語る。

商品は、インターネットと同時に全国の百貨店で期間限定で販売され、伊丹空港に常設場もできた。業務管理をしている河合さんは「すべて近藤さんが、自ら商品片手に地道な営業をして機会を得たんですよ」と説明する。見本に持参したかばん類の品質の高さに、先方はすぐに話に応じてくれたそうだ。「たくさん売るためではなく、満足して持ち続けてもらえるモノづくりを大事に続けたい」と一人が言うと全員がうなづいた。

有限会社バックステージの河合義徳さんは、京町堀から新町周辺で、古い物件への店舗誘致により、魅力的な住空間づくりを目指してきた。その最初の試みが、新町の「スポーツカー関西」というクラシックカー修理販売業の倉庫兼工場へ、インテリアセレクトショップ「pour annick(プールアニック)」を誘致したことである。工場の建物構造を生かした洒落たショールームと、ライフスタイルそのものも提案するこの店舗の出店は、新町界隈の「住」空間としてのクオリティを向上させる契機となった。

続いて、立売堀にある富士ビルにも、「日常生活を彩る店舗を」と河合さんが生地の専門店「FIQ」を紹介し、一階の倉庫のフロアがファブリック専門店に変身した。いずれも目抜き通りから少し入った場所にあり、客数は急激には増えないが、逆にゆっくりと商品選びを楽しめるため、遠方からのリピーターが増えているという。

一時的な商売目当ての店では、まちが乱れる。しかし、ショップ単体の広報だけでは経済効果は厳しく、エリア全体でプロモーションが必要だと河合さんは模索していた。一方で、「インターネットを敢えて特定エリア内のコミュニケーションツールとして活用すれば有効ではないだろうか…」と考えていた Web デイレクターがいた。有限会社エー・エム・アールの高橋隆一郎さんと近藤光央さんである。この２つの考えが出会い、“ この街らしいこの街独自の活性化 ”を目指す、「地域コミュニケーション Web 構想」が立ち上がった。さらにもう一人、住宅建て主と建築家をコーデイネイトする「家づくりサポート」の仕事をする CASE の幸田真生子さんは、「お客様向けに住宅設備メーカー各社と連動した情報発信サイトが必要ではないか」と考えており、それらの構想のコラボレートが実現した。

その名も「生活空間市場　su-mart」（www.su-mart.jp）。地元貸しビル会社とライターが加わって「ｓｕ－ｍａｒｔ合同会社」を設立し、五人全員が共同代表者となった。Web 上の発信をベースに、イベント企画運営、家づくりサポート事業も行う。エリアとした四ツ橋筋や御堂筋には、すでに住宅設備関連のショールームや店舗が四十社ほどあり、住まいづくりを検討する人に特化した情報発信に絞り込んでいるのが特徴だ。

河合さんは、「住まいづくりの街として、他のエリアと差別化した特性をアピールできる。今三十八ある登録店は、広告主というよりはパートナーですね」。ライターの橋長初代さんは「スマートといえばすぐわかるほど、活用してもらえたら嬉しい」と話す。

実はこのメンバー、前出の「Cula」のスタッフもみんな、西船場界隈での飲み仲間、遊び仲間でもある。独立起業した各人が気のあう友達を求めて自然とつながり、夏には、靱公園で十数人が水鉄砲バトルを展開して、びしょ濡れになってはしゃいだこともあるという。すごく楽しそうだ。「個人的に“ いつかやりたい ”と感じていたことが、仲間ができたことで、“ いつから、どうやってやろうか ”に変わる」という河合さんの言葉から、西船場の新進気鋭なエネルギーやぬくもりがどうして生まれてくるのか、謎が解けた気がした。