

AC PAPER

www.a-crafts.co.jp

エー・シー・ペーパー

ISSUE

11

特集

おがえり、オフライン

おかえり、

オフライン

HAPPYなオルタナティブをあなたに

AC PAPER

CONTENTS

特集 おかえり、オフライン

CASE 01 スタンスは、喫茶店のマスターで ——— 02

CASE 02 「この人だから」そばに置きたいもの ——— 06

CASE 03 “モノを選ぶ”から、“モノとコトをつなぐ”へ — 11

未来妄想 vol.6 ——— 15

掘り出し“街”はどこだ!?

沖縄通信 ——— 17

英会話? はい、大丈夫ですよー

CASE 01 スタンスは、喫茶店のマスターで

2020年、大阪に9年ぶりに帰ってきた心斎橋 PARCOの地下にある「心斎橋ネオン商店街」。フロア中央のカルチャー酒場「TANK酒場」では、なんと毎日DJイベントが行われています。手掛けているのは、約30年に渡りアメ村のカルチャーの真ん中で活躍するフルタニカハルさん。“おもろい”人と人との繋がりを生み出してきたフルタニさんに迫りました。



「アメ村で店を始めた頃にニューヨークに行ったことがあって。そこでギャラリーカフェってのを見て気になった

んですね。そんなやりたいたいなどピンと来て、1994年にアメ村でTANK GALLERYを始めました。自分の見た目から

か(笑)戦車のTANKによく間違えられるんやけど、モノを溜める方のTANKなんです。才能のある人が溜まるイメージで付けました。」

1. PARCOのエスカレーターを降りてすぐにある「TANK酒場」。多様なジャンルの音楽とともに、たくさんの人で連日賑わっています。2. フルタニカハルさん「TANK酒場」代表。ギャラリーカフェの運営、展覧会企画などを数多く手掛けてきた関西クリエイティブシーンの代表的存在。



3



その後2002年に「digeout CAFE」、2009年に「digeout ART&DINER」とステージを変えながら、関西のカルチャーシーンを発展させてきた。

「2019年に『digeout ART & DINER』をクローズした後、PARCO再開にあたり大阪の街場でいろいろやってる人に話を聞きたいということでPARCOの方からこの話が来たんですが…ちょうどコロナ禍と被りましたね。」

「この飲食フロアは物販フロアから半年遅れてオープンし

ました。最初はめちゃくちゃ叩かれましたよ(笑)。オープンしてすぐに緊急事態宣言が出るし…大変な時期を乗り越えての今、ですね。やっと、って感じです。でも始めた頃は名だたる百貨店の人が見に来て、『うわー、やられた』という感じで言ってくれました。」

「賑わいを作る」がTANK酒場のミッションだったと話すフルタニさん。街中の人々が来



4

て集まるような想定で、このフロアで飲み歩きを完結させるをコンセプトに「心齋橋ネオン商店街」というネーミングはフルタニさんが考えたもの。

「ネオンってのは僕らの世代からしたら歓楽街とか、ちょっといかがわしい雰囲気やないですか。でも今の若者はお洒落なイメージで捉えるから、その両方の感じを取り入れよ



うと。また、NEO=新しい・ON=起動する、みたいな意味を含めて『ネオン』と入れました。特に指示をしたわけではないんですが、飲食店の皆さんもみんな内装とかにネオンを使ってきてます。」

「商業施設に入ったことでお客様の幅が広がりました。自分的には同じことをやってるつもりなのに、信頼度が違

うんでしょうね(笑)。今まで自分が持っていた人脈より広がっているのが、誰かが『こんなことやりたいんやけど』と言うてきたらすぐ最適解が出せるようになってきたかな。」

そう話すフルタニさんですが、「紹介業」をビジネスにする気はないと話します。

「あくまで喫茶店のマスターでいたいんですよ。バーのマスターでもええかな(笑)。僕の名前を覚えてもマスターって呼んでくれたらそれでええし。ふんわりとした『そ

れやったら、こんなとないやるか』みたいなのが僕のアイデンティティやと思ってます。それで先のことには関与せずに、『あれおもしろなった



なあ』と自分の手を離れてから化学反動的に面白くなっていくのを眺めてるのが好きなのかもしれません。人をつな



3.「毎日のDJイベントだとかをコーディネートできる人ってなかなかないけど、僕はそれができると自負して始めました」とフルタニさん。TANK酒場は新しいカルチャー発信の場になっています! 4. 吹き抜けの空間に速くから音楽が響いてくる様子は、さながら祭囃子のような。日本語の曲がかかるときが特にお客さんの入りが多いとか。テーブルも簡易的な屋台風デザインで、非日常感到胸が躍ります。



ぐのはおもしろいです。予想できない方が、どんな方向に進むかわからない方が面白いからね。」

「大阪はええサイズ感やし、人がおもしろいですよね」と話すフルタニさん。1970年の万博開催地だった吹田出身なこともあり、2025年の大阪万博にも強い思いがあるとか。

「2021年の東京オリンピックはどこか他人事のような感じで、ようわからん間に終わってしまったじゃないですか。

自分が前の万博の成功体験を聞かされて育ったのもあって、大阪万博はあれになったらあかん、と。街場の人間がある程度自分ごとにしていかんとおもろないんちゃうかと思ひ始めまして、いろんな人を呼んで飲み会をする『エキスポ酒場』ってのを開催しています。斜に構えるのは簡単やけど、どうせやるなら心に火をつけるようなことをやらんとね。とはいえやってることは今までとそんなに変わりませんけど(笑)。」

「僕のおばあちゃんが『徳を積みなさい、陽気に暮らなさい』と常々言ってる人やったんで、それを若い頃から実践してるという感じかもしれませんね。大阪の賑わいを作るのが僕のミッションやと思ってるんで、2025年まで頑張りますよ。コロナ禍でめっちゃ休んでたんでね、今

は頑張り時かなと思ってます。」

「マスターとして毎日ここにいますよ」と笑うフルタニさん。取材中もさっそく紹介の話が盛り上がりました。大阪の街の未来を見据えて語るキラキラした表情が印象的でした。



TANK 酒場

大阪市中央区心斎橋筋1-8-3
心斎橋 PARCO B2 心斎橋ネオン食堂街
Twitter: @tanksakaba
Instagram: tanksakaba

CASE 02 「この人だから」そばに置きたいもの

今年2月、大阪市内のマンションに越してきた田中雄大さん・田原奈央子さん夫妻。リノベーションを終えたばかりの住まいは、細部まで妥協のないインテリアで惚れ惚れする仕上がり。家業の手伝いをする傍ら、ブランドやアーティストの広報や、デザインやものづくりに関連した展示会のPRや企画をしたりと精力的に活動されている田原さん。今回のリノベーションの経緯から素敵なものとの出会い方に至るまで、こだわりを伺いました。

田中雄大さん(以下、雄)：小さいときから間取りを見るのが好きだったのもあり、買って住むなら画一的ではなく自由度の高いリノベーションを選択したい思いが強かったです。老舗かつ様々な施工実績を持つアートアンドクラフトさんであれば、自分たちの思いに添えていただけるのではないかと。僕らが想定していなかったような提案までしてくださったので、選んでよかったなと思いました。

田原奈央子さん(以下、奈)：基本的に、家に置く家具や雑貨はふたたび選びます。昔からデ



ザインプロダクトや日用品が好きなのと、デザイン事務所に勤めていたこともあって見る機会

普段夫婦で通うお店の仕器を参考に調合したという内装の色味、オフホワイトにグレーを混ぜたカラーがインテリアと調和しています。リノリウムの床は掃除がしやすく、お気に入りだそう。

が多くて。何か買いたいものがあれば、夫に松竹梅の選択肢に分けて提案しています(笑)。

雄：妻の影響で僕も目が肥えてきているのか、松竹の選択が増えてきました。それをわかってか、最近は提案にも梅ランクがなくなってきました(笑)。「長く使えるものなら、(少々値段が張っても)いいんじゃない?」という考えに変化してきましたね。

奈：それも、この家ができたからだよね。家に合う、合わないの基準が明確になったので、そこは昔より取捨選択しやすくなったかな。

雄：妻が平日に仕事で行った店に、週末改めて僕を連れて行ってくれることもあります。買う買わないの判断に悩むことはあっても、揉めることはないですね。

奈：セレクトが信頼できる、いつも通っている店がいくつかあって。そこがリコメンドしてるのを見て、そのものの良さを自分でも取り入れてみたというのがきっかけと

しては多いです。自分で探すより、信頼できるセンスの方のセレクトを参考にします。SNSで見て気になったとしても、すべて実際に足を運んで実物を見に行くようにしていますね。

雄：基本、ネットだけ見て注文したものって長くは持たないよね。誰かから話を聞いて、良いなと思ったやつがずっと使ってるかな。

奈：「誰から買うか」というのも大事にしています。ダイニングチェアは百貨店の催事で見つ



長年に渡り集められたお気に入りの雑貨が並ぶ棚。「最近やっと好きなテイストが固まってきました」と話す田原さん。



お気に入りのショップの一つ・ROMAN(京都で衝動買いしてしまったという、ヴィンテージの電球たち。最近はその物にも興味が出てきたそう)。

けたのですが、信頼しているデザイナーの方に丁寧に接客いただき購入を決意しました。別の方の接客だと買ってなかったかも。友人や知人の作り手から直接買うことも多く、その人の熱量やストーリーを含み、自分自身も共感できるかというのもポイントです。

雄：今後は植物も置いてみたいです。前の家のときにいい植物を思い切って買ったもののすぐ枯らしてしまって…。

奈：この家は排気ガスが来ないから、ハーブも植えたりしたいな。5歳になる娘はミントを育てたいらしくて。酵母菌を育ててパンを焼いたりとか、家でできる楽しいことは

増やしていきたい。

子どものためを思っても、実際に見て触ってという体験は大事にしていきたいです。働いていたデザイン事務所でも「調べて知った気にならず、五感を使って学ぶように」と口を酸っぱくして言われていました。情報ばかりで、頭でっかちにはしたくないなあと考えています。



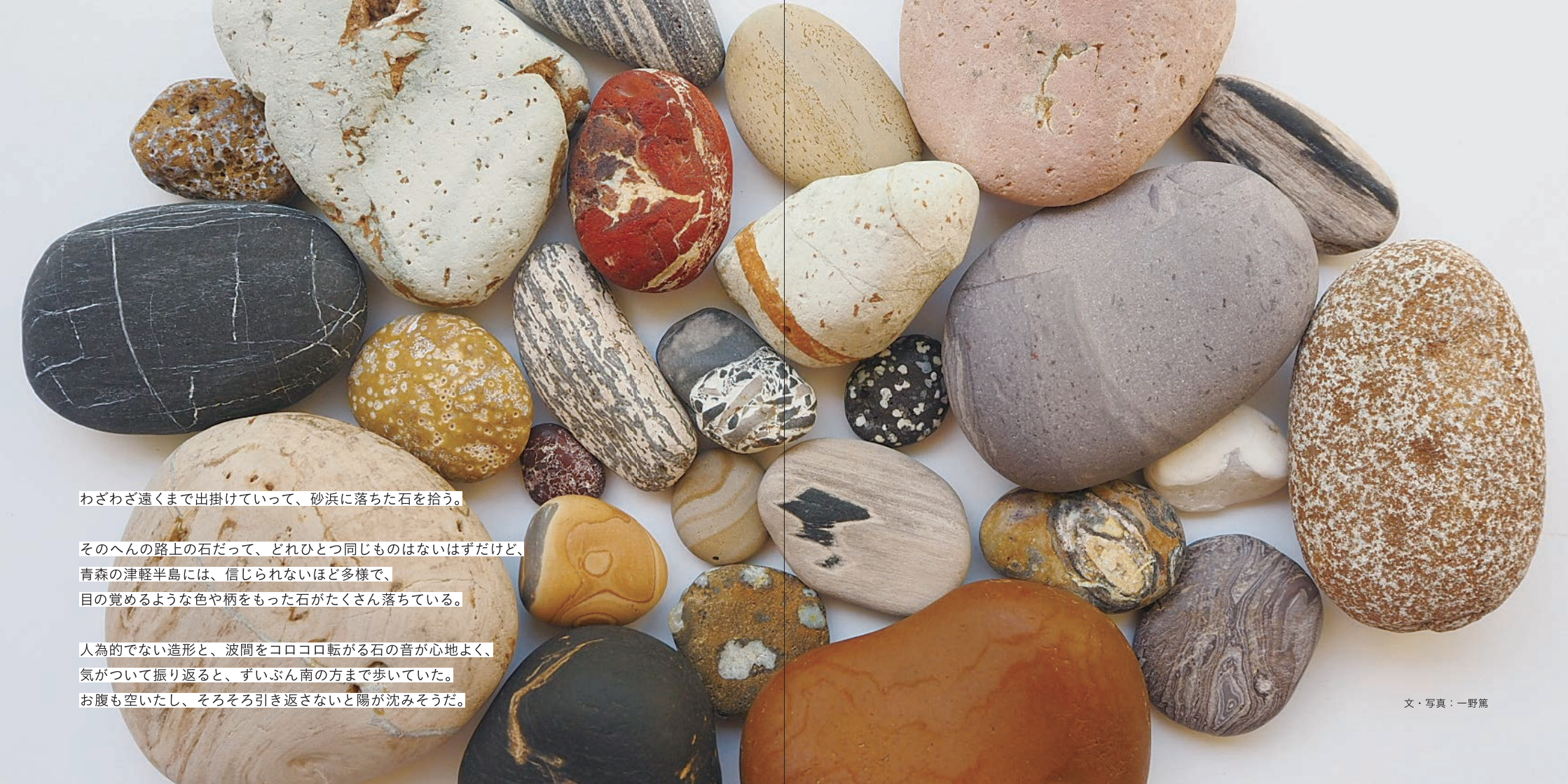
娘さんと一緒に料理ができる広さにごだわったキッチン。「キッチン用品は際限なく増やしてしまうので、今後は今あるものをよりブラインドしていきたいです」と田中さん。



左に見えるリビングは4m高の天井でニューライトボタリーの照明が映えます。造作の本棚は間仕切りを兼ねていて、ゆるやかな空間の繋がりに。

自然光の中で過ごせる居心地のいい家にフィットした、選び抜かれたものたち。田中さん、田原さんのもの選びはまさに「百聞は一見に如かず」! 経験に裏打ちされた極意を見習いたくなりました。





わざわざ遠くまで出掛けて行って、砂浜に落ちた石を拾う。

そのへんの路上の石だって、どれひとつ同じものはないはずだけど、
青森の津軽半島には、信じられないほど多様で、
目の覚めるような色や柄をもった石がたくさん落ちている。

人為的でない造形と、波間をコロコロ転がる石の音が心地よく、
気がついて振り返ると、ずいぶん南の方まで歩いていた。
お腹も空いたし、そろそろ引き返さないと陽が沈みそうだ。

CASE 03 “モノを選ぶ”から、“モノとコトをつなぐ”へ

「自分の空間を編集するための“道具箱”」をコンセプトに、内装建材の販売やリノベーションサービスを提供するtoolbox。2023年秋には大阪にショールームをオープン予定。さらに2022年の忘れられないTOPICS。あの笠松電機が照明器具事業から撤退するって？ toolboxの荒川さんと、アートアンドクラフトの枇杷に建材との出会いやこれからの業界について語っていただきました！

まずは自己紹介をお願いします！

荒川：toolbox代表の荒川です。

枇杷：枇杷（びわ）です。アートアンドクラフト（以下A&C）で設計監理部門の責任者をしています。

仕事で建材をたくさん扱うと思いますが、お二人はどんなものに魅力を感じますか？

枇杷：大阪産は常に頭にあります。大阪で長年設計と工務店をやっているし、企画をするときに、その建物を読み解くとか、その場

所との親和性とかがA&Cのリノベーションと相性がいいだろうなって思っているから。それとロングセラーとか、長く使えるとか。流行りだけですが無くなりそうなものにはときめかないかな。あとはカタログがダサイと気になりますね（笑）。発信に重きを置いていないけど商品は良くできているとか、そういう話がそこにある気がして。

荒川：枇杷さんに教えてもらった船舶用のドアハンドルも、まさに。すごく機能的で、デザインもいい。でもまさかのカタログが白黒コピーに製本テープ！取り扱いを増やしたいけど、メーカーの人も全然売る気がない感じで（笑）。僕たちも工場に行ったら、商品じゃなくてその辺に落ちているものを探したりします。商品を作る過程ではじいた木材とかが良かったりするんですよね。こ

A&Cのセレクト型リノベーションTOLAで

人気があった作業灯。

船舶用ドアハンドル。

機能的なデザインがカッコいい！

の感じのまま出せますねって。

枇杷：世の中的には人気がない、量産できないから費用が合わない、そんなものに目がいくのかもね。だから僕が選ぶものは廃盤になるジグスがあるとスタッフに言われています（笑）。

廃盤といえば、去年の笠松電機の照明器具事業撤退はみんなショックを受けていましたね。

枇杷：僕が笠松電機の商品を初めて使ったのが2009年の自社物件。川沿いのマンションだったんで、マリンライトを使いたかった。色々調べてみると、海外製品も輸入物もいっぱいあるけど、東大阪の町工場で作られているものが見つかった。使ってみたらすごい！それが始まりでした。それから工業系ライトシリーズをよく使うようになりました。

荒川：toolboxはサイトができた翌年の2011年から取り扱っています。当時、取り扱いたって連絡したんですけど、返事がない。だから押しかけてみたんです。ガラガラって引戸を開けたら社長が新聞を読んでいた。「何度かご連絡させてもらってるんですけど、取り扱いさせてもらえますか？」って聞いたら「ああ…ええよ…」って。で、「こんなことやりたい、あんなことやりたい…」って言ってる最中から、「ちょっと用事あるから、ごめんな」って出て行っちゃうんです。戻ってこないし、仕方ないから帰ろうと思ったら隣の喫茶店でまた新聞読んで（笑）。

枇杷：そもそも工場用の照明器具をメインで作ってるから、個人に別に売らんでもいいんよね。

荒川：そうそう。それでも発注したら、届けてくれるようになって、12年の付き合いですね。メールの最初に「お世話になっています」って入った時は嬉しかったです。で、今度は廃業するってなって業界に激震が走るわけです。それ以外情報がないから、お伺いしたんです。またガラガラって引戸を開けたら、社長の妹さんがいて。「社員も

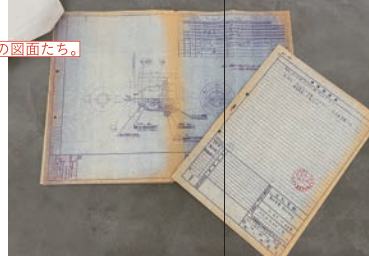
toolboxの事業スタートプラン。色が変わるべしとしてフローリングの

製造過程ではじかれていたもの。

クラフトアパートメント湊町で

と、中核を据えてアパルトメントを

工夫がたくさん詰まった、笠松電機の図面たち。



おじいちゃんおばあちゃんばかりやし、物価も上がって同じ値段で続けられない。そんな時に社長が体調を崩して。だから辞めることだけ決まっています。なんとか続ける方法を見つけられないかと言ったけど「とにかくわかりません」って。仕方がないから、1ヶ月後にもう一度伺ったら、金型も先週全部捨てましたって。もうめちゃくちゃショックで！なんでも持って行ってと言われたから、ゴミ箱からなんとか図面をいくつか救い出して、いつか復刻させてもらう許可をもらって。

枇杷：多くのユーザーは別に笠松じゃなくてもいいよね、みたいな感じだろうけど。我々としてはずっと使い続けたいものだった。

荒川：どの照明も図面をみると、細かく工夫されていて本当によくできている。また皆さんにお届けできるように頑張ります。

ツグの藤田先生



トはシンプルでどんな雰囲気のデザインとも相性がいい。

町工場のおっちゃんが作ったものがこれだけ多くの人を魅了するのは素敵ですね。時代の流れで仕方がないのかもしれませんが、それだけ愛されたものがなくなってしまうのは寂しいです。お二人がこれから採用したいものや注目しているものはありますか？

枇杷：今は建材そのものというより、建材と建材の組合せとか、そういうことに可能性があるんじゃないかなと思いますね。リノベーションのアイコンのデザインを並べるだけじゃなくて、昔現場で手間をかけてやっていたことを、もう一度再評価するような。モノを探してモノだけで勝負するより、モノとコトを掛け合わせていく必要がある。

荒川：現場力みたいなものが重要視されてきていますね。ある種、リノベーションがハウスメーカー化している。ハウスメーカーの家って職人の技が何もなくとも作れる。現場も効率的になってきて、お客さんもそれっぽいもので満足してくれる。

枇杷：便利なものがなんぼでも開発されているけど、一方でそれに対する反発が出てきている気がします。

荒川：まさに僕もそう思っていて、最近はスタッフに、リノベーションの案件で「変なことやろう！」

と言っているんです。例えば既存の古いキッチンを半分に切ってL字にして、天板だけ新しく作ったりとか。和天井は白く塗るんじゃなくて手間かけて折り上げ天井にするとか。それくらいのことをしないとダメなんじゃないかと議論しています。今の段階ではまだ社員を説得中(笑)。普通にやればいいんじゃないですかって言われるけど、やってみたいんだよね。あとは、やってみてかっこいいかどうか。

リノベーションの初期はみんな実験していたんです。変なもの使ってみるとか、絶対塗らないだろうってところにペンキ塗ってみて、「やっぱり剥がれたか〜！」みたいな。今はそういうことをやっている人が少なくなってきた。そこをもう一段階やってみたいですね。

枇杷：そうそう、うまくいくかわからんけど、まず自分たちでトライしてみる。そうしないと発展しないし創造性がなくなっていく。めちゃくちゃ失敗して、めちゃくちゃ怒られてきたけど、だんだんこなれてきたりする。最近はみんな普通にうまくしちゃうのよね。

最後に、toolboxの大阪ショールームができることで、どんな動きができたらいと思いますか。

荒川：大阪のものづくりの人とローカルマーケットみたいなことができると面白そうだなと。WEBでは人肌が伝わらないので、ショールーム起点で大阪の職人さんや作家さんをどんどん紹介したい。人と人が繋がるっていうのは、大阪らしい気がします。

枇杷：僕はこれから確実に職人不足になることにめちゃくちゃ危機感を持っている。ショールームがあることで人が自然に集まることになるから、工務店同士が横に繋がっていききっかけになればいいなと思いますね。



Coming soon! 2023年秋

toolboxの大阪ショールーム



toolboxの代表、荒川さん(右)とアートアンドクラフトの枇杷(左)

これからますます楽しみです！ 面白いお話をさせていただいたお二人、ありがとうございました！

不動産価格の高騰が止まらない。2013年から続く金融緩和の影響で東京を中心に徐々に地価が上がり始め、そこに建築費の上昇が続き、まずは新築価格が上昇し、それから中古不動産の価格へ。東京から地方都市へと影響が広がっていった。そこへ、この物価高。もう何もかも高い！

しかし、生きている限り住居費はかかる。じゃあ、どこに住む？

大阪市内で人気なのはやっぱり西区、北区、中央区。天王寺区や阿倍野区も再開発で人気が急上昇。沖縄では那覇市に住みたいという人がダントツに多い。人気ということは物件価格も家賃も高い。さらに、人気エリアは不動産の買取再販業者が集まってくる。少しでもお買い得な物件は一瞬で売れて、ツルッとリフォームをされてまた高値で市場に戻される。もはや掘り出し物件なんて、世の中には存在しないのだ！

ああ、自分好みの住まいで、日々をゴキゲンに暮らしたいだけなのに。

でも、空き家がどんどん増えるって言われながら、不動産価格が高騰しているとも言われるの、なんだか不思議ですよね。そこにあるのは極端な二極化。全国的に見ると都心に不動産需要が偏る一方で、地方ではタダでも買い手がいない。もう少し小さい範囲で、ひとつの都道府県の中で考えても同じような傾向が見られる。例えば、大阪市内で4000万円の物件と同じ広さ・築年数の物件が、電車で20分ほどの周辺市町村では2000万円以下で買える。他にも、同じ北摂でほぼ同じ住環境でも、地下鉄御堂筋線が最寄りの物件より、阪急線やJR線が最寄りの物件の方がぐっと物件価格が安かったりする。利便性が良くって住環境がいいところに人気偏るのは当然。でも、ちょっと極端すぎやしないか？

差額2000万円ってすごい。抑えられた分は趣味に費やしてもいいし、年に1回豪華な旅行に行くのもアリ。飲み過ぎた日はタクシーで帰ってもまだまだ余裕はある。毎日のおかずが一品増える、そのくらいささやかでもいい。

都心がダメなら郊外？ そこまで大ジャンプじゃなくてもいい。少し視野を広げたら、まだまだ可能性がある街が隠れている気がしている。気になるのは、都心と郊外の間くらい。おしゃれなショップが立ち並んでいるわけではなくても、通勤時間が少し伸びても、小さくて居心地がい

い公園があるかもしれないし、毎日通いたい銭湯があるかもしれない。商店街のコロケがめちゃくちゃ美味しいかも。

どんな瞬間に幸せを感じるかなんて、人それぞれ。掘り出し“物件”はもはやない、と前述したけれど、それぞれの人にぴったりフィットする掘り出し“街”なら、まだまだきっとある。皆のもの～！ 大きな流れに飲まれずに、自分の住みたい街を開拓するのだ～！

松下文子 まつした・ふみこ

アートアンドクラフト副社長。大阪生まれ、ちょっとスイス育ち。休日は西宮で直売所のおばちゃんやっています。宅地建物取引士・二級建築士。



未来妄想 VOL.6 掘り出し“街”はどこだ!?

英会話？ はい、大丈夫ですよー

はいさーい。SPICE MOTEL OKINAWAからお届けする沖縄通信です。

興味ある数値を見つけました。沖縄県民の英語力です。全国学力テスト(2019年)で、沖縄県は残念ながら44位で下から4番目でした。しかし一方で、世界的語学アプリ会社

Duolingoが実施した「英語に自信があるか」という調査(2021年)では、沖縄は堂々の全国2位。なにその自信とのギャップ!!

でもなんとなく解るんですよー。たとえばデータで見ると、沖縄県はインバウンド観光客数が全国5位。観光業に

従事する人が多く英語をよく使います。また、在留アメリカ人の数が全国3位です。実はその数にミリタリーと家族は含まれていないので、実質では全国1位だと思います。そして国際結婚率は全国一で高いです。

そうなんです。勉強せずとも

沖

糸

通

Tsushima

Vol.18

英語が暮らしの身近にあるのです。特にSPICE MOTELがある沖縄本島の中部地域は、アメリカ人だけでなくインド系やフィリピン人など英語話者が多く暮らしています。また、日本人でも周辺のインターナショナルスクールや、基地内にあるアメリカの大学に通う人もいます。

きっと他府県に比べ、日々の生活にアメリカ文化と英語が色濃く存在するんでしょうね。だってコンビニのレジ横に日本のドル円レートが書いてあったり、おじいたちが朝早くからA&Wでハンバーガー食べながらゆんたく*してるなんて、全国でも沖縄ならではの風景だと思うのです。

え？ じゃあなんで学力テストはできないかって？そこは大目に見てください(汗)。

*沖縄方言で「おしゃべり」のこと

SPICE MOTEL <https://spicemotel.com>



HAPPYなオルタナティブをあなたに

AC PAPER

発行日：2023年8月31日

発行人：アートアンドクラフト

編集：松下文子、吉田奈波

写真：中村寛史(表紙)、坂下丈太郎(P2-5)、
衣笠名津美(P6-8)、田原奈央子(P7左下、右上)、
toolbox提供(P11左・P12左上・P13右上)、
その他はAGC提供

デザイン：一野篤

印刷：有限会社 修美社

製本：大竹口紙工株式会社

[株式会社アートアンドクラフト]

大阪本社(オフィス&ショールーム)

550 0003 大阪市西区京町堀1-13-24-1F

電話：06 6443 1350

神戸事務所

650 0003 神戸市中央区山本通1-7-15-2D

電話：078 231 1008

沖縄事務所

901 2311 沖縄県中頭郡北中城村喜舎場1066

電話：098 975 8090

那覇サテライトオフィス

沖縄県那覇市壺屋1-6-2-3F

営業時間：10:00-18:00 水日祝休

一級建築士事務所、宅地建物取引業、建設業、古物商許可

均質化されていない住まい
あたらしい都市居住のスタイル

Arts&Crafts

あらたな視点で再発見!
不動産のセレクトショップ

大阪R不動産

— REAL OSAKA ESTATE —

マンション暮らしの新基準
セレクト型リノベーション

TOLA

renovation with pre-selected design system by Arts & Crafts

いつか観たロードムービーの世界へ
スパイスモーテルオキナワ

SPICE MOTEL

編集後記

人やものと出会うのが上手な人は
人を好きになるのが上手な人なのかも?
そう思った取材期間でした。
さあ、次はどこに出かけようか!