

ブレない姿勢で感度高い「女性ファン」を拡大



同社の施工事例。「自然素材は当たり前なので強調することはしたくない」と話す。光と風を取り入れる設計にもこだわっている。



事務所はおしゃれな雑貨店の雰囲気



「マクロビオティック料理教室」「気功講習会」など、イベントやセミナーを定期的に開催している

もくもくはうす（神奈川県横浜市、島村健二社長）は、東急東横線の大倉山駅から歩いて1分程度のところにある。都会でありつつ、少しのんびりした時間が流れる住宅地だ。街を歩けば店主の顔が見える小規模なレストランやカフェが立ち並び、洗練された雰囲気が伝わる。事務所に入ると、そこもアジア雑貨店のような雰囲気。香ってくるアロマとともに同社が選んだ商品が置かれている。取材中も何人もの女性が足を止めていた。

女性目線の家づくり

「（地域の顧客が）人間的に素晴らしい方ばかりで本当に恵まれている」と話すのは、代表取締役の島村由紀子さん。社長は夫の健二さんだが、打ち合わせなどは由紀さんが中心になって行う。

「打ち合わせの最中、施主のお子さん

と遊んでいるのがわたしの役目」と笑う健二さんは、今では「取り締まれ役」を自認する。しかしそんな健二さんのキャラクターに惹かれ、OB施主が子どもを連れてきておしゃべりが弾むことも。「人見知りするお子さんのご夫婦が、彼がすぐに仲良くなって遊び出すのを見て驚くこともある」と由紀さんが言うように、健二さんのキャラクターは同社のトレードマークになっている。

由紀さんを中心とした女性目線での新築・リフォームの特徴は、水まわりを軸とした「生活動線」に工夫を凝らすことと、デザインのやわらかさ。

「自然素材の家という、無垢の材を豪快に見せる男っぽい印象が強い。そうしたデザインが女性に好まれているとは思えない」と由紀さん。「例えば女性は『ちょくちょく』が好き。お菓子をち

よくちょく摘んだり、かわいらしい小物をちょくちょく飾ったりする。そんな観点で『あったらいいな』が提案できればいい」。女性らしい気配りで施主の家づくりへの思いをすくい取る。

テーマの一貫した事業展開

「気功」をきっかけに出会ったという2人。そこから分かるように、同社の家づくりと事業展開には「健康」「自然」といったテーマが貫かれている。

肉類を使わないメニューを提供するオーガニックレストラン「SAIRAM（サイラム）」を鎌倉で運営。さらに今年の5月には2号店となる「SRI SAIRAM（シュリ サイラム）」を大倉山の同社近くにオープンした。どちらのレストランでも「野菜嫌いの子どもがサラダをおかわりするほど」という有機栽培の食材による



レストラン「SAIRAM」の鎌倉の外観

自然食品の料理を提供する



海が見えるテラス席



レストラン「SAIRAM」の店内の様子

会社概要

もくもくはうす
神奈川県横浜市

島村由紀子さん（右）と
健二さん

1972年創業。家づくりのモットーは「地球環境に配慮した注文住宅」。地域に根ざした工務店であるとともに、自社の理念と世界観を伝えるビーガンレストランの運営など事業の幅を広げファンを拡大している。健二さん・由紀さん夫妻の趣味は東南アジア旅行で、健二さんがインドで気功に出会ったことが2人の出会いのきっかけでもある。社員11人、パート2人。

TEL：045・544・1114

健康・自然テーマに「衣・食・住」提案

マクロビオティック（長寿法）料理が食べられる。厳選したハーブティーも取り揃える。ほとんどは女性客だ。

「家と食は似ている」と話す健二さん。ただ、まだ家に無頓着な人が多いのも事実だという。「マクロビオティック料理の講座に来られる方に『では家についてはどうしていますか』と尋ねても、分からないとおっしゃる方もいる。自身や子どもの『食』に気を使っている、家については選択肢を知らない人が多い」。だが突き詰めていけば、必ず最後は住環境にたどり着くという。

「衣食住」で理念を提案

「健康」をテーマとする活動は、同社の2階でも行われている。ヒーリングサロン「SHANTI（シャンティ）」は、本格的なエステサロン。東南アジアのスパやエステに造詣の深い由紀さんが総合的

にプロデュースして運営し、薬剤には自然由来のもの、タオルにオーガニックコットンを取り入れている。

また、同社のスタッフが着用しているのが「うさとの服」。これは服飾デザイナーのさとうさぶろう氏が立ち上げたブランドで、タイのチェンマイに拠点を置いている。タイやラオスの農村で一つひとつ織られる服は、工業生産のそれとは根本から考えの異なるもの。今では大倉山の事務所で開催するほど惚れ込んでいる。

「着ているとすごく楽で、無理のない衣服だということが分かると思う」と2人はいい。「衣食住」すべてで健康を目指す同社の理念・世界観を体現する取り組みの一つとなっている。

「好きなもの」を伝えたい

「健康」「自然」のテーマで一貫してブ

レのない島村夫妻ともくもくはうすの事業展開は、ゆるやかにファンを拡大し、同じテーマや世界観に共感する生活者の「家ももくもくはうすで建てたい」という集客効果につながっている。

採算としてはどの店舗も「なんとかやっていける」程度の黒字。それでも「本当に健康になりたいという思いでやっていること。私たちが『好きなもの』を伝えたいという気持ち」と由紀さんが話すように、どれも本格的。それぞれが単体の店舗として、同社の理念を伝えるチャンネルとして機能している。

こうした多様なチャンネルからやってくる顧客のほとんどは「女性」が中心。「健康」や「自然食品」といったテーマに高い関心を持った人々たちだ。

昨年度は新築18棟。今年度は25～30棟を目標にするが、上半期のペースですでに達成できる見込みだという。